

2024年 2月期

決算説明会資料 2024年 2月期(本決算)

April 15th, 2024

東証プライム 7599

IDOM Inc.



おことわり

IDOMの開示資料に記載されている業績見通しなどの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、当社としてその実現を約束する趣旨のものではありません。様々な要因により、実際の業績などが変動する可能性があることをご承知おきください。実際の業績に影響を与えうる重要な要素には、IDOMの事業領域を取り巻く経済情勢、為替レートの変動、相場の影響などがあります。また、この資料に含まれている情報は、広告宣伝、アドバイスを目的としているものではありません。

1. 2024年 2月期 の実績	4
2. 2025年 2月期 の業績予想	19
3. 市場認識とこれからの取組み(中期経営計画目標の修正)	22
4. 資本政策・配当について	42
5. APPENDIX	47

1. 2024年 2月期 の実績



決算説明会資料に関するご注意

2023年2月期の豪州事業売却により、2024年2月期から連単差が大幅に減少。
単体の業績が連結の大部分を占めているためKPI等に関して単体の数値も使用。

単体

過去最高の四半期営業利益

営業利益

58億円

前期比+31%

- 単体の四半期営業利益の過去最高益を更新。

単体

通期の小売台粗利・小売台数

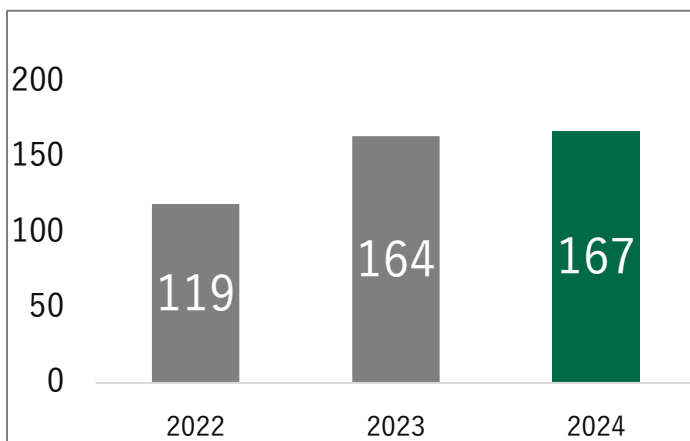
小売販売

41万円/台 × 144千台

- 小売台粗利 41万円(業績予想の前提通りで着地)
- 小売台数 144千台(過去最高、前年比+7%)

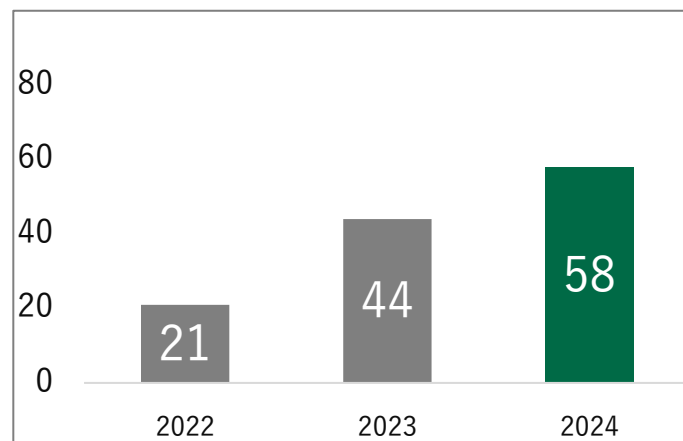
(億円)

通期



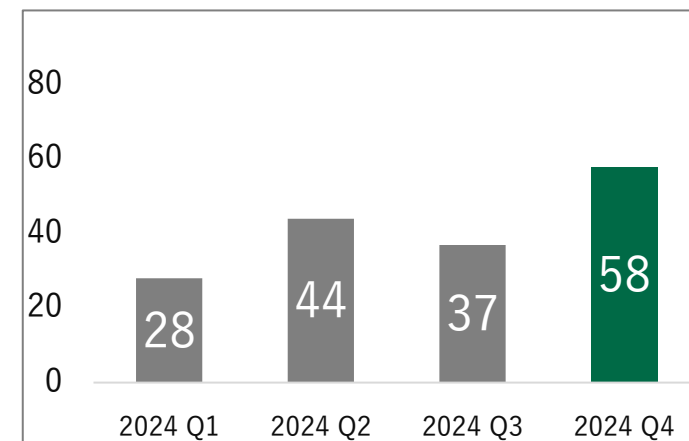
(億円)

Q4(対前年)



(億円)

四半期推移



営業利益

3.9% 4.5% 4.0%

営業利益率

4.6% 4.9% 5.2%

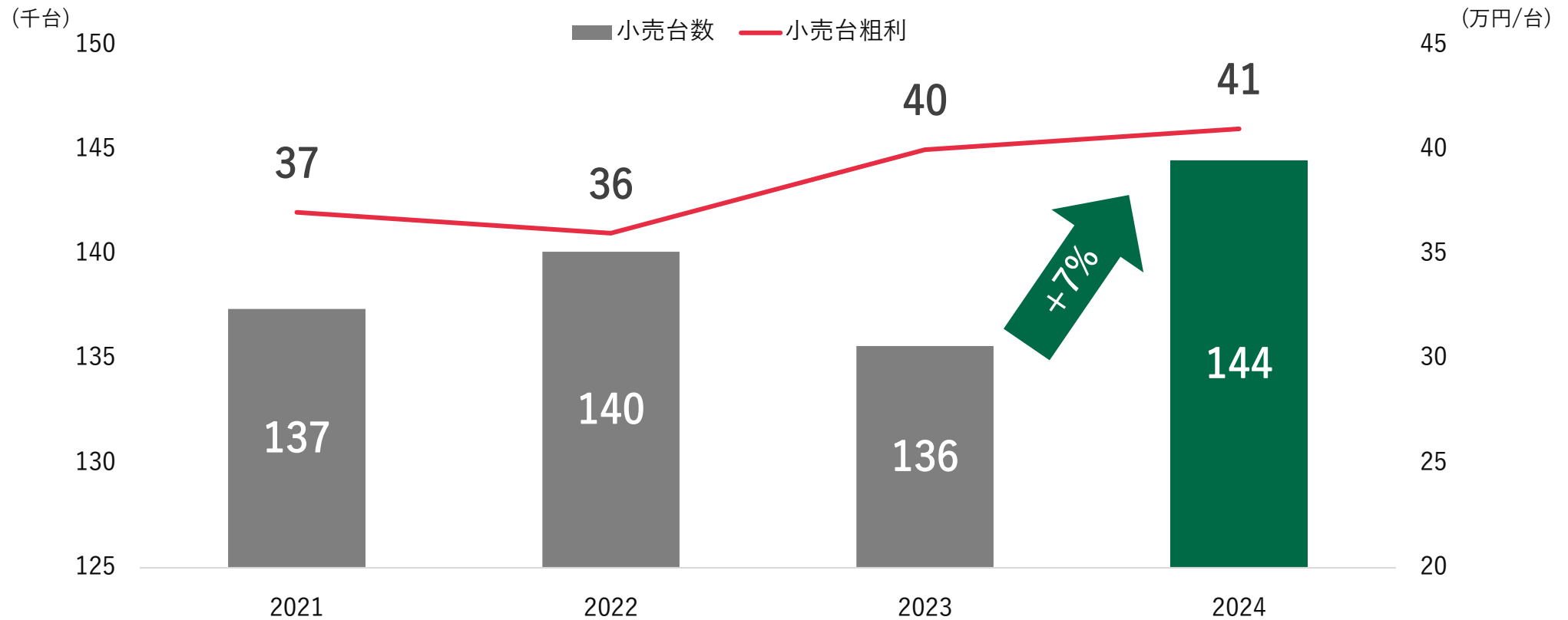
2.7% 4.6% 3.6% 5.2%

営業利益
増加率

37.8% 1.9%

109.2% 31.4%

小売台粗利と小売台数の推移



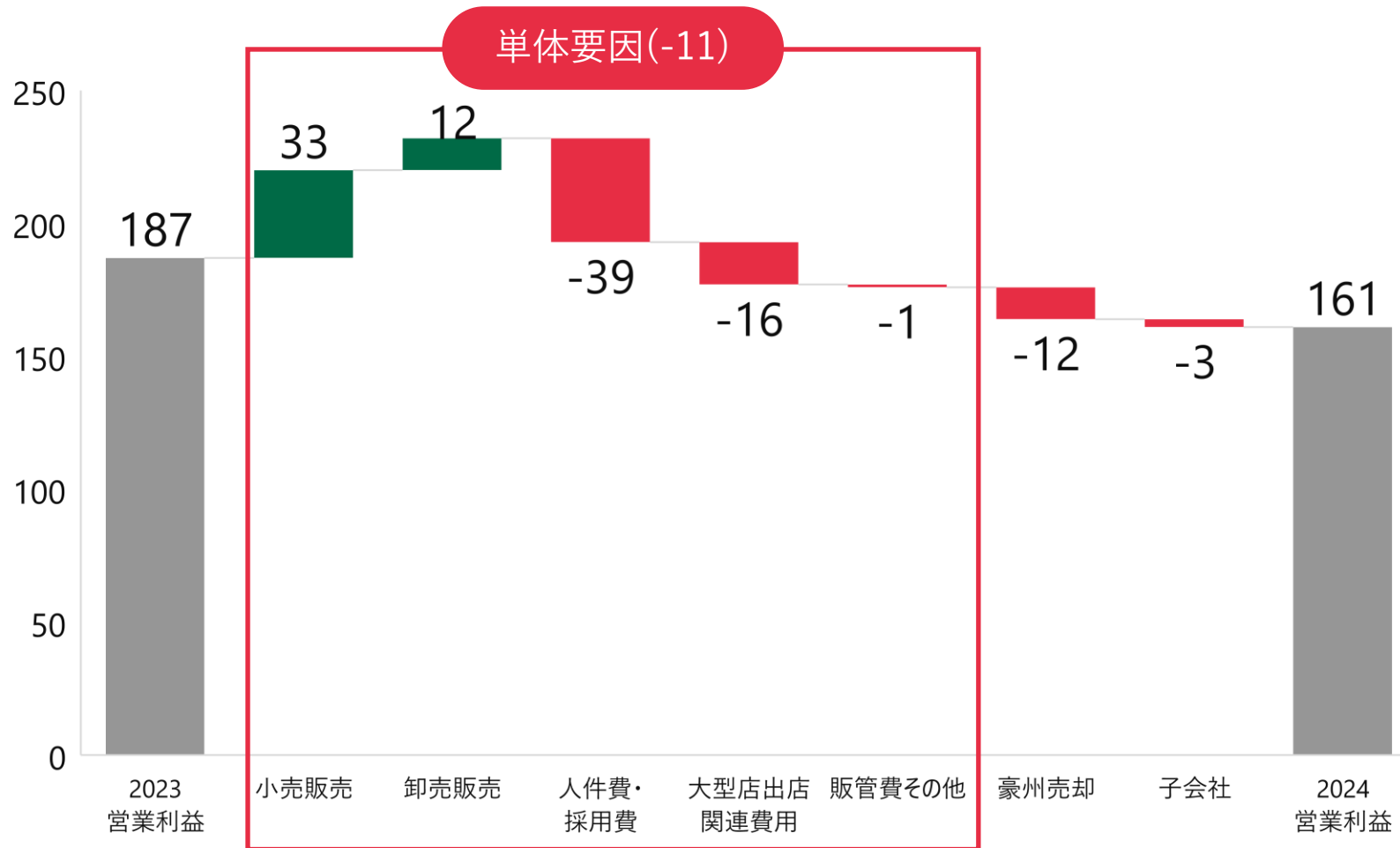
小売台粗利を維持しつつ過去最高台数へと小売台数を増加。

		2022	2023	2024	増減差
店舗数	大型店出店数(店舗)	5	8	11	+3
	販売台数(万台)	23.7	24.7	26.9	+2.2
台数	小売台数(万台)	14.0	13.5	14.4	+0.9
	卸売台数(万台)	9.7	11.2	12.4	+1.2
台粗利	小売台粗利(万円)	36	40	41	+1
	卸売台粗利(万円)	10	10	10	-

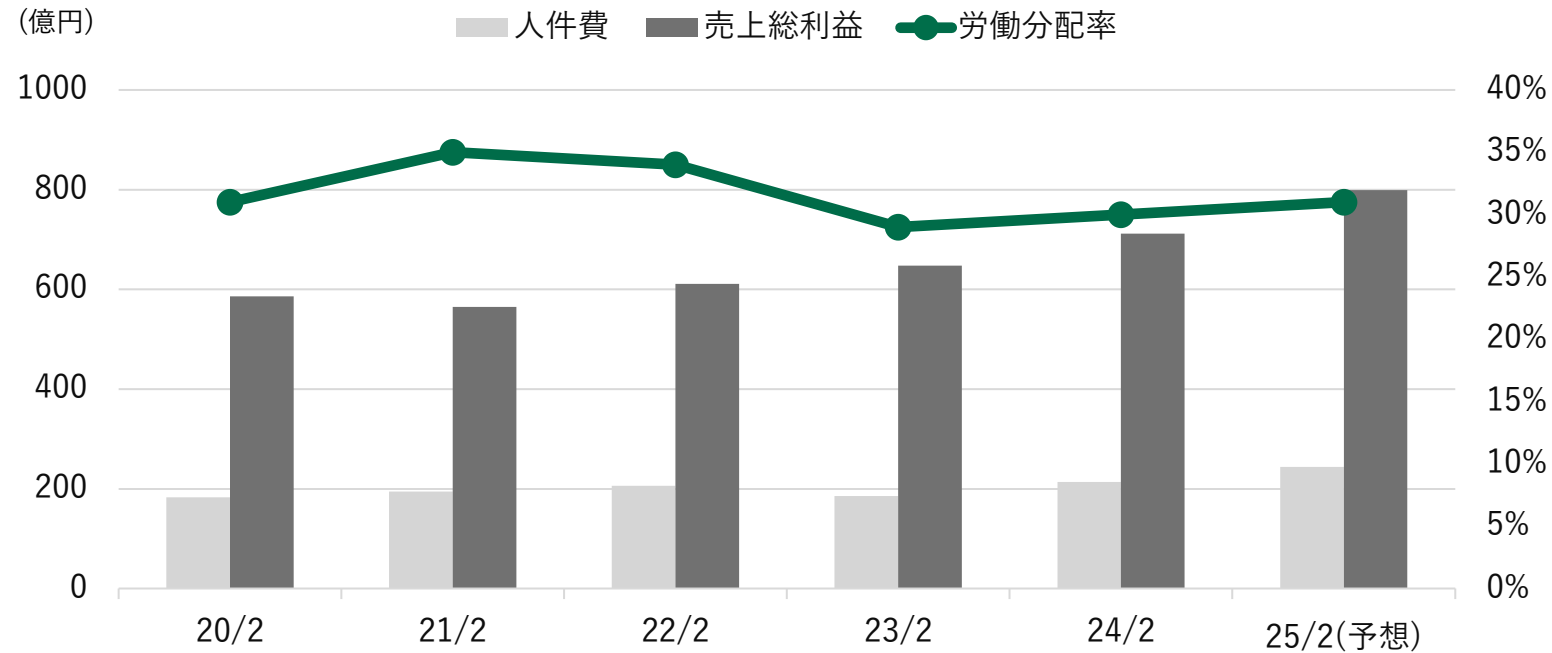
全ての主要KPIで2024年は2023年を上回る実績。

(億円)	2023	2024	売上高構成比	増減差	増減率
売上高	4,165	4,199	100.0%	+34	+0.8%
売上総利益	745	733	17.5%	▲12	▲1.6%
販管費	559	572	13.6%	+13	+2.4%
営業利益	187	161	3.8%	▲26	▲13.7%
経常利益	184	158	3.8%	▲26	▲12.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	142	114	2.7%	▲28	▲19.5%

(億円)



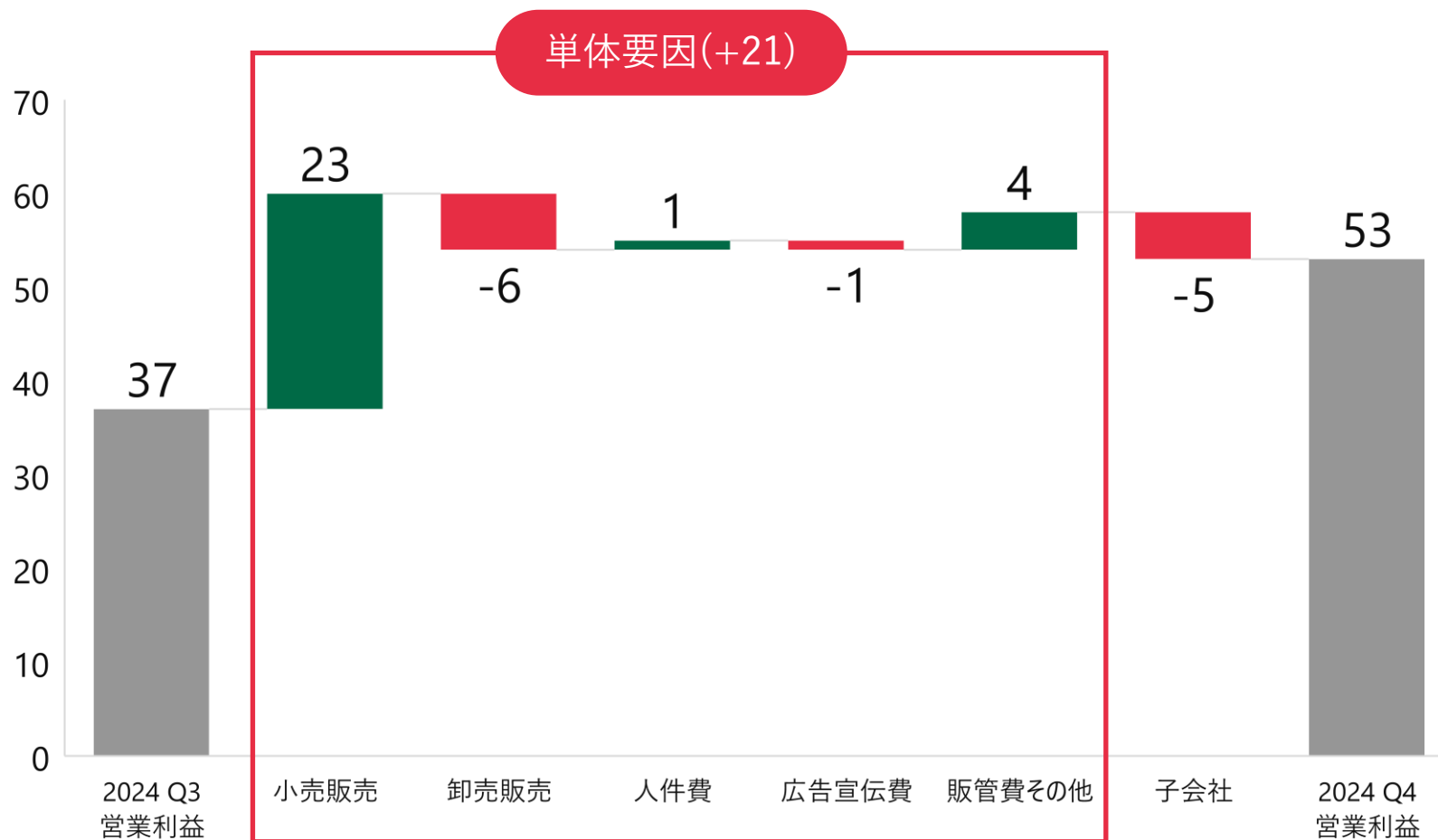
- 単体の売上総利益においては、小売販売で33億円、卸売販売で12億円の合計45億円の増益。
- 大型店出店加速に対する人件・採用費用増加などにより販管費は56億円増加。
- 事業売却・子会社の赤字により15億円の減益。



大型店の出店に伴う人員の増加や、
 好業績に伴い給与水準が向上しているため、人件費は増加。
 大型店を中心に戦略的な人員配置を徹底することで労働分配率を維持。
 引き続き適正に社員への還元と利益の拡大の両方を実現していく。

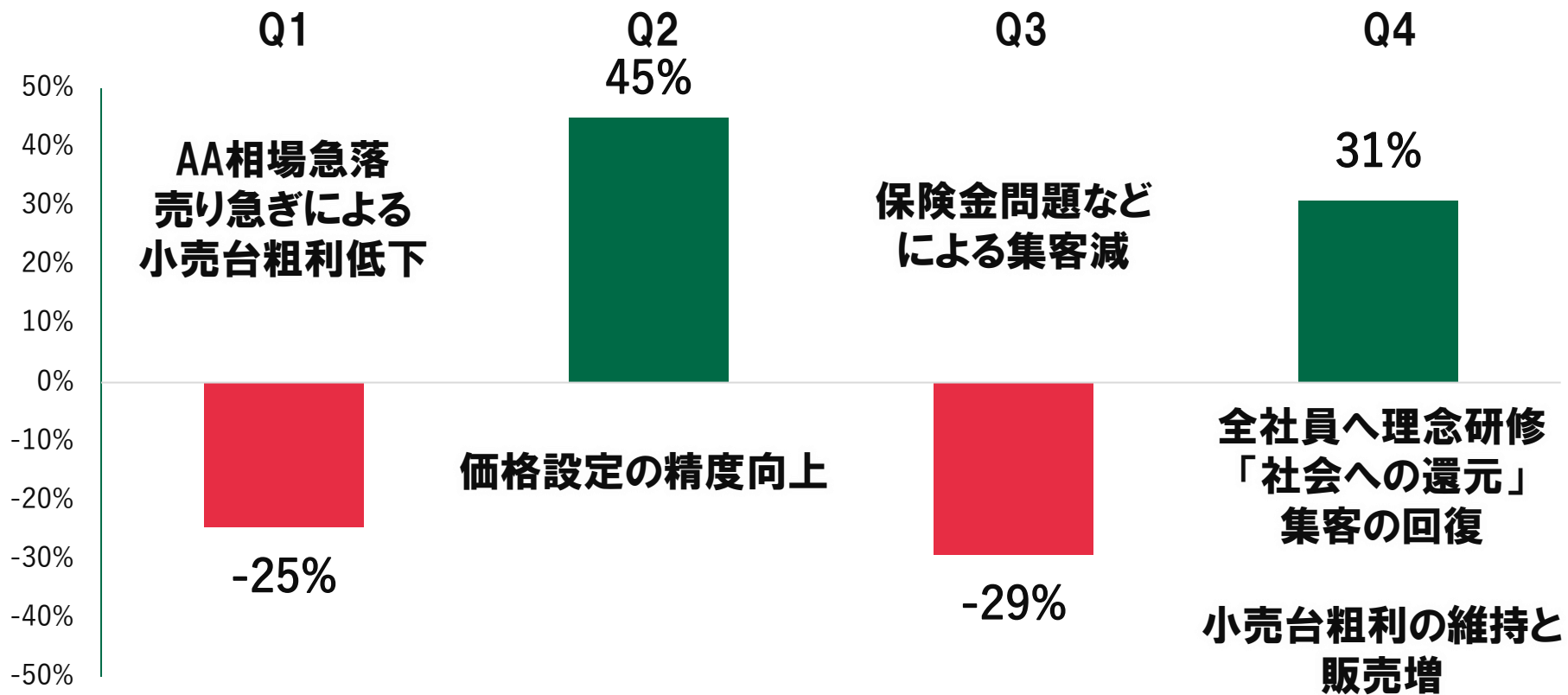
(億円)	2024 Q1	2024 Q2	2024 Q3	2024 Q4	2024 Q4 Q3比
売上高	1,053	984	1,040	1,121	+81
売上総利益	171	178	185	199	+14
販管費	143	135	148	146	▲2
営業利益	28	43	37	53	+16
経常利益	27	42	37	52	+15
親会社株主に帰属する 当期純利益	19	30	24	42	+18

(億円)



- 小売台数は前四半期を上回り+23億円、卸売台数は下回り▲6億円。
- 販管費は出店に伴い地代家賃は増加、それ以外の販管費は抑制に成功。
- 子会社実績は▲5億円。

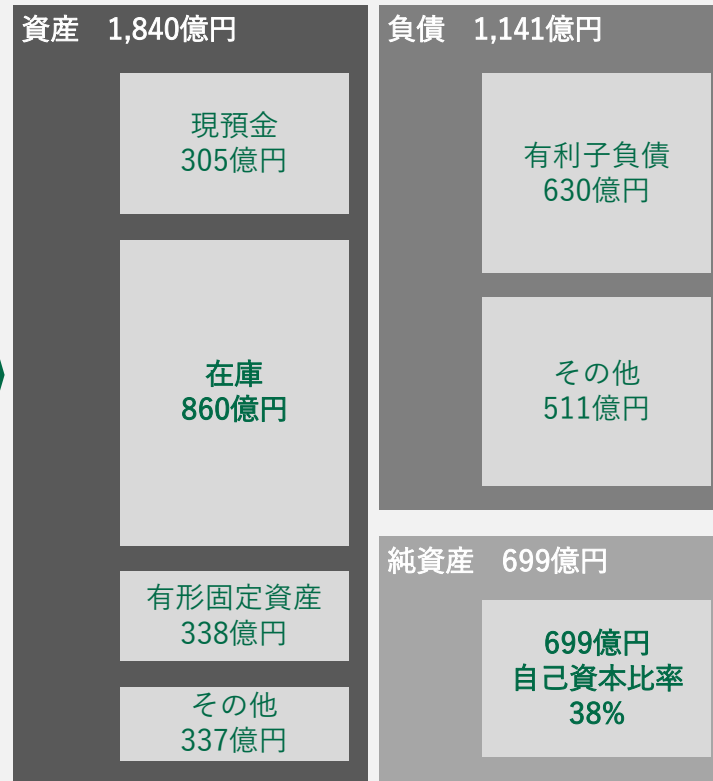
単体営業利益の前年比の推移



連結・貸借対照表
(2023年2月期末)



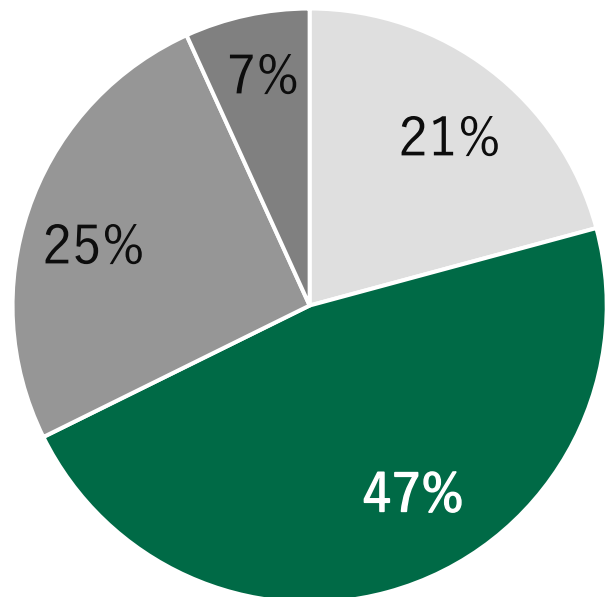
連結・貸借対照表
(2024年2月期末)



- 総資産は1,840億円。
- 在庫は大型店出店に向けて前期末水準を維持。
- 有利子負債は41億円圧縮。
- 連結自己資本比率は前期末の36%から38%へ増加。

在庫と相場リスクについて

当社の車両年式別在庫割合



年式毎の相場変動リスク

- 0~3年落ち
- 4~7年落ち
- 8~11年落ち
- 11年以上落ち

大
中
小

在庫車両のリスク特性

卸売車両

- オークション市場への売却のため、相場の影響を比較的受けやすい。
- 仕入れてからオークション市場で売り上げるまで原則2週間。
- 買取店の強化はしておらず現状維持。

小売車両

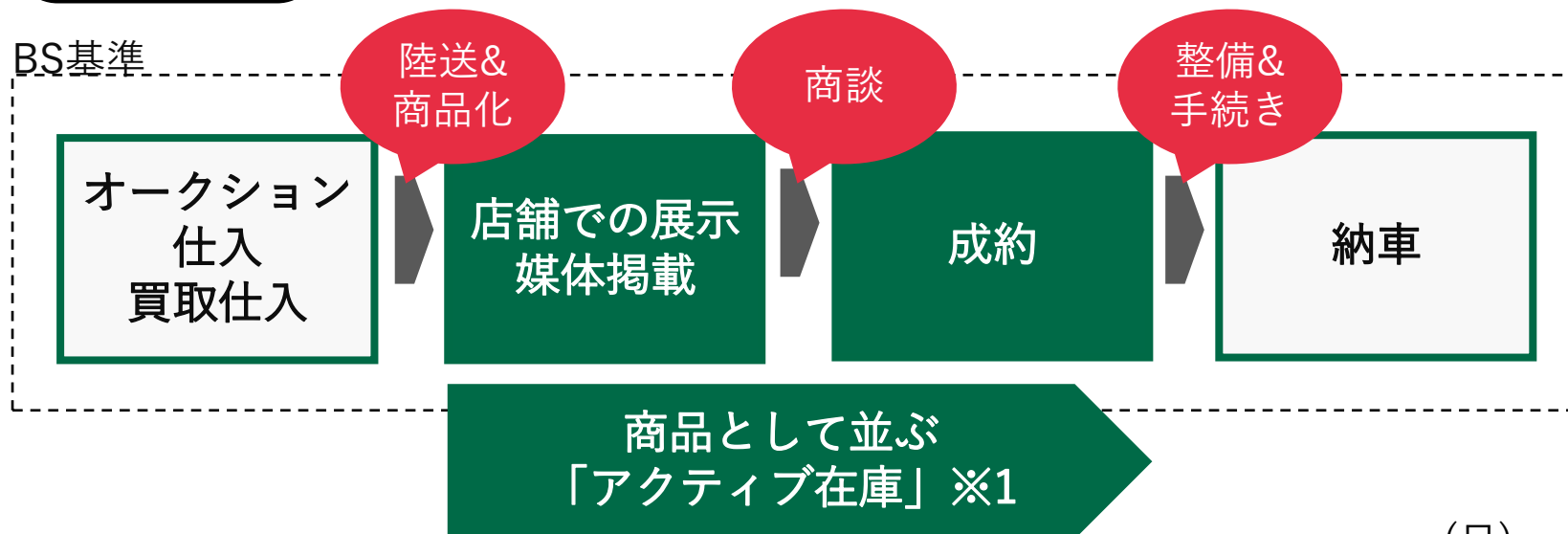
- お客さまへの売却のため、相場の影響を比較的受けにくい。
- 120日を超える長期在庫のみ在庫処分の実施を検討。
- 大型店の拡大とともに小売り車両の割合は増加。

- 常に相場の影響を受けるため長期保有することはリスクが大きい。
- 卸売比率が上昇すると在庫回転日数が短縮する傾向。

- 長期保有しても付帯粗利により台粗利が担保され在庫リスクが少ない。
- 小売比率が上昇すると在庫回転日数が増加する傾向。

大型店の在庫は相場の影響を比較的受けにくい4~7年落ちで多くが構成されている。
小売台数の拡大に伴い在庫回転日数が縮まりにくいことは受け入れ適正な在庫管理を実行。

BS基準

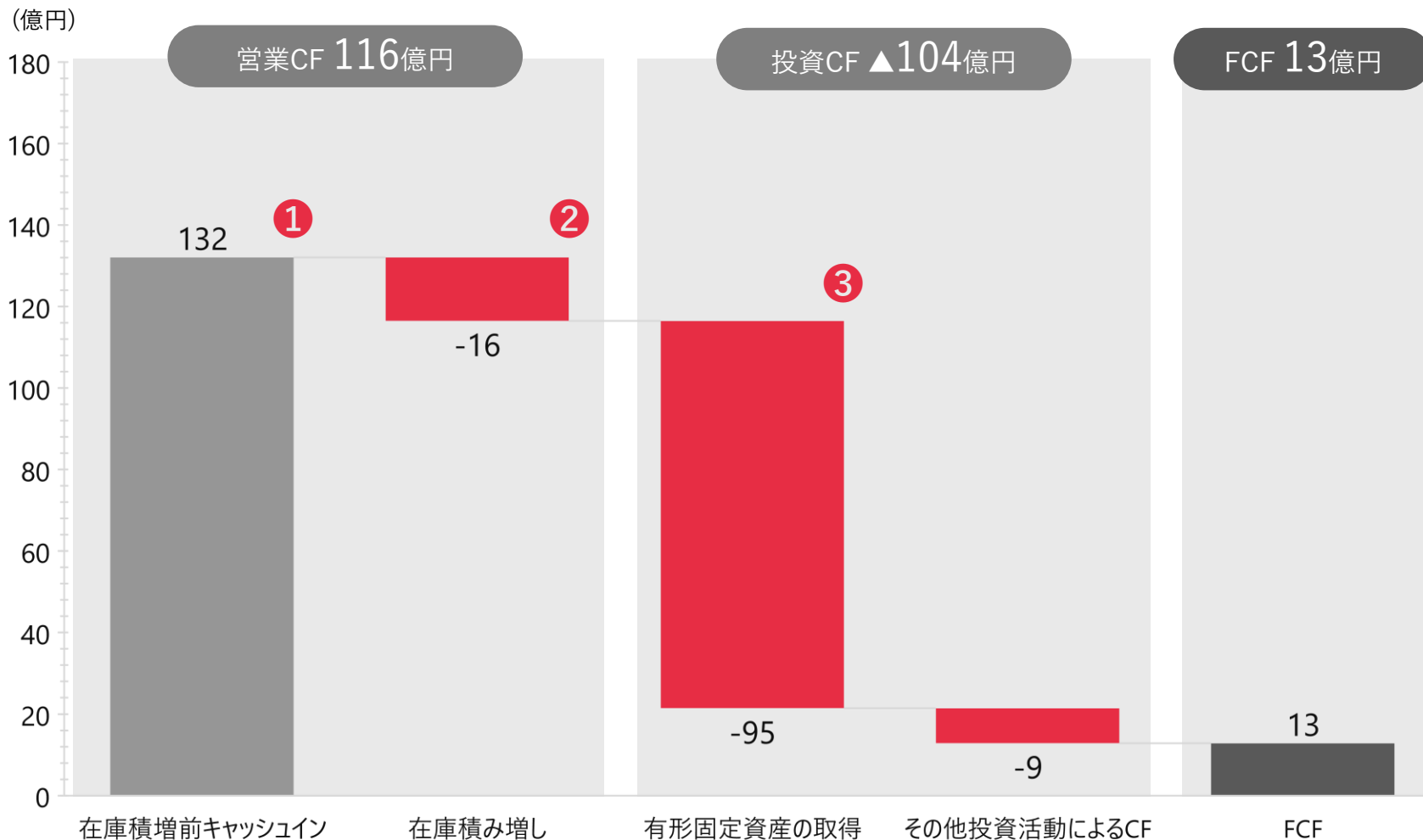


- 小売台数増で回転日数は増加傾向
- 「アクティブ在庫」期間は約40日程度で推移。
- 展示車両の強化と相場リスクのバランスを常に鑑み、小売台数の最大化にむけた効率的な在庫管理を実施。

在庫回転日数	2022	2023	2024
アクティブ在庫	39.3	41.1	42.1
BS基準（代車等含む）	83.0	85.5	86.8

(日)

キャッシュフローの前期比 増減分析



- ① 事業好調で在庫投資前で132億円のキャッシュ創造
- ② 車両単価の上昇や大型店の出店などによる在庫積み増し。(△16億円)
- ③ 今期大型店出店11店舗に伴う設備投資など。(△95億円)

結果、フリーキャッシュフローは13億円のプラス

2. 2025年 2月期 の業績予想



		2023	2024	2025	増減差
店舗数	大型店出店数(店舗)	8	11	15	+4
	販売台数(万台)	24.7	26.9	28.5	+1.6
台数	小売台数(万台)	13.5	14.4	15~16	-
	卸売台数(万台)	11.2	12.4	13.0	+0.6
台粗利	小売台粗利(万円)	40	41	43~40	-
	卸売台粗利(万円)	10	10	10	-

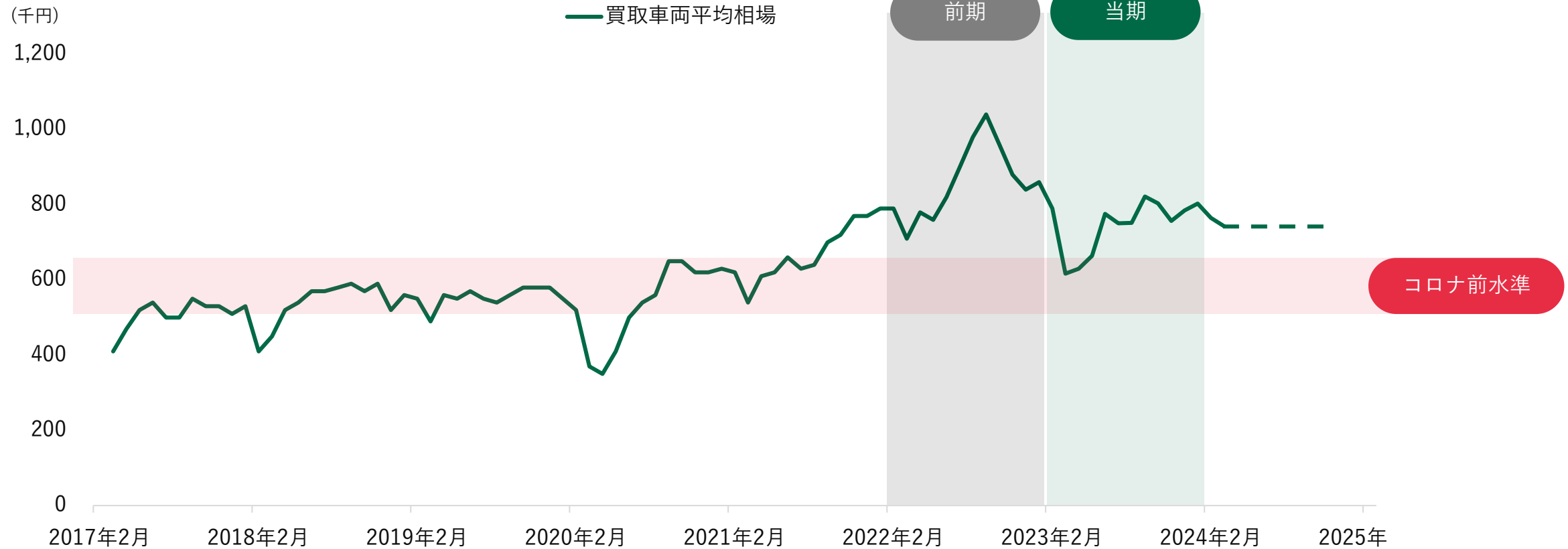
(億円)	2024 実績	2025 予想	売上高構成比	増減差	増減率
売上高	4,199	4,565	100.0%	+366	+8.7%
売上総利益	733	833	18.2%	+100	+13.6%
販管費	572	630	13.8%	+58	+10.1%
営業利益	161	203	4.4%	+42	+26.1%
経常利益	158	198	4.3%	+40	+25.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	114	136	3.0%	+22	+19.3%

3. 市場環境認識とこれからの取組み
(中期経営計画目標の上方修正)



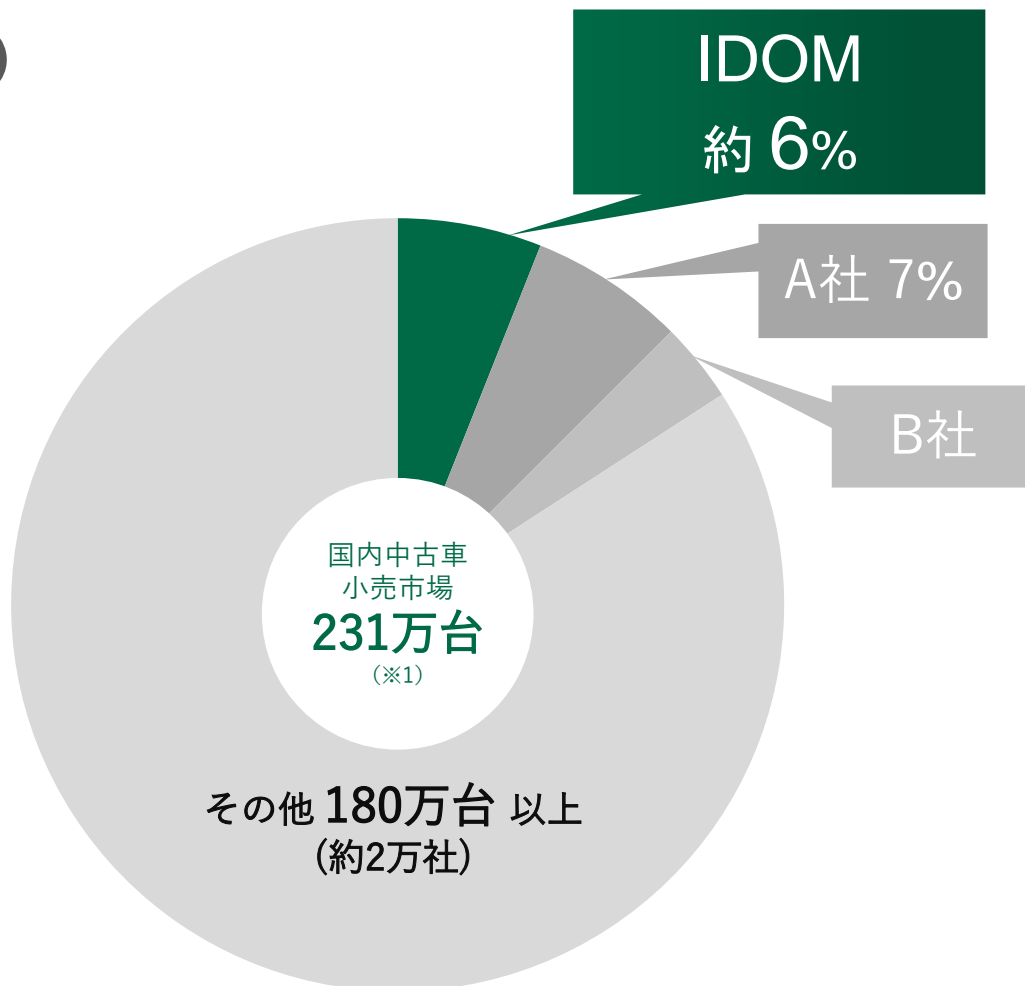
3. 1 市場環境に関して





2024年2月期は円安の影響などもあり高い水準で相場が維持。
2025年2月期では下落要因も少なく、このまま高い水準が続く認識。
ただし2023年2月期並みまで上昇した際の相場下落のリスク認識を強化。

2024年2月期



日本の中古車市場

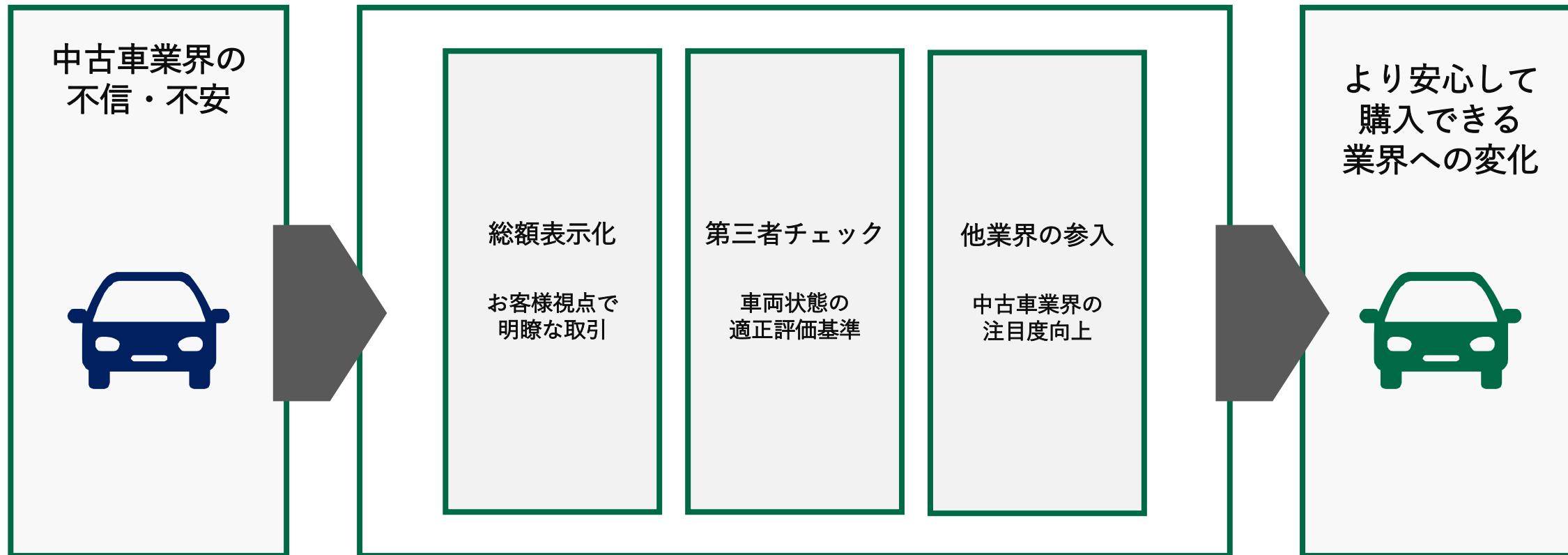
日本の中古車市場は大手3社合わせて20%未満であり、いまだ非寡占化市場。

大型店を展開し、その他が持つ180万台の市場からシェアを獲得。

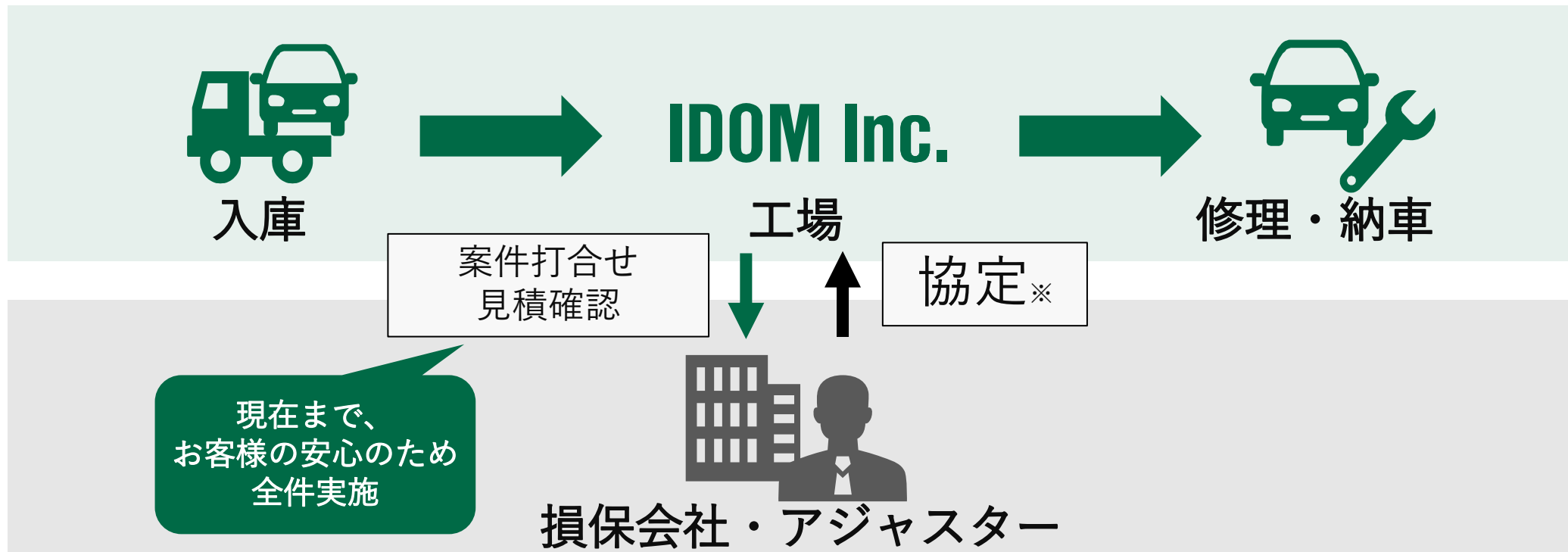
※1:2024年2月期の市場シェアは、2022年の中古車小売市場規模231万台（矢野経済研究所調べ）に占める当社とA社の国内小売台数の内訳を算出。

3. 2 安心への取り組み





2024年2月期は、保険金の不正請求問題など中古車業界への信頼感が低下。
業界のリーディングカンパニーとして中古車業界の透明性を強化しお客様への信頼を回復。



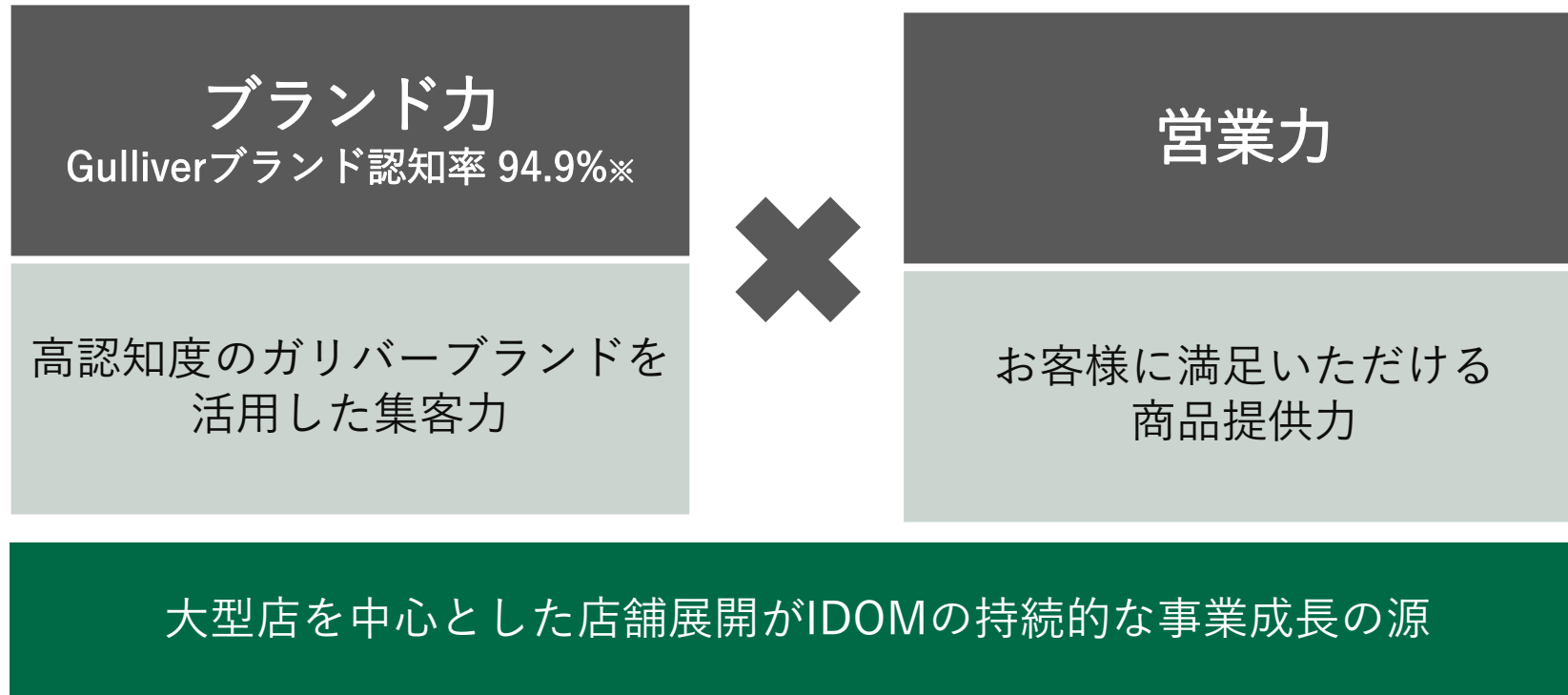
送客された全ての案件で損害保険会社のアジャスターと修理見積に関して協定し、
妥当性のある修理金額を設定。



各工場にカメラを設置。
お客様がカメラを通して作業を見ることで透明性を確保。
「お客様の安心」と「従業員の適正な作業の証明」を担保。

3. 3 事業への取り組み





ブランド力

Gulliverブランド認知率 94.9%※

高認知度のガリバーブランドを
活用した集客力

営業力

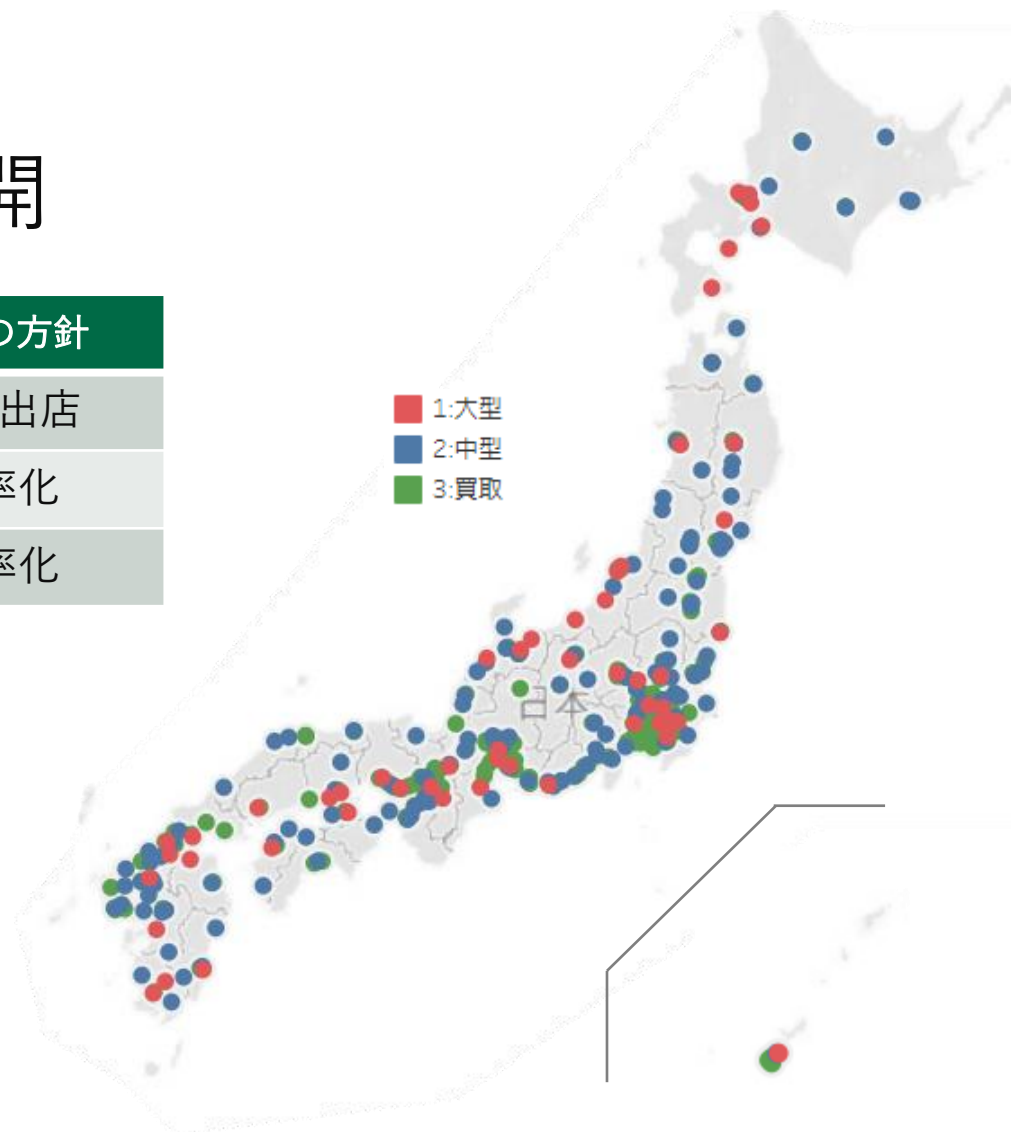
お客様に満足いただける
商品提供力

大型店を中心とした店舗展開がIDOMの持続的な事業成長の源

全国に406店舗を展開

店舗フォーマット	店舗数※	今後の方針
大型店	53	積極出店
中型店	148	効率化
買取店	205	効率化

※ 2024年2月末現在。



買取店



店舗
フォー
マット

中型店



大型店



中型店
タイプ

外車専門店
タイプ

カスタムカー
専門店タイプ

大型店タイプ

整備工場併設
タイプ

整備工場+板金
工場併設タイプ

店舗数※

205店舗

148店舗

53店舗

特徴

買取専門店

・顧客ニーズに合わせた専門店

・地域最大級の圧倒的な品揃え

30年間お客様に寄り添ってきた買取のガリバーブランドが集客力となり、
中型店・大型店へと小売事業が成長拡大。



Z-CAMP

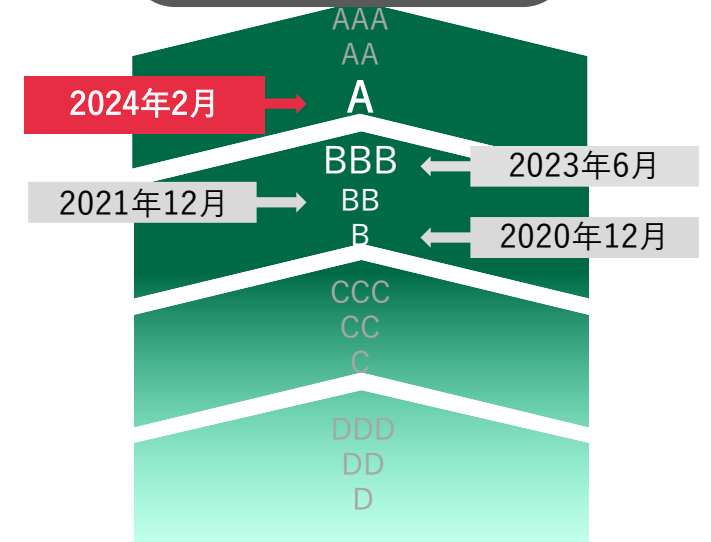
目標設定をテーマに
全社員での
ワークショップを実施

Best Motivation Company 2023



2022年に続き、2年連続表彰

モチベーションクラウド レーティング評価



レーティング
BBB⇒Aに向上

従業員が成長できる職場づくりを重要視し、エンゲージメントスコアによる定量的観測を実施。
従業員の期待度や満足度を確認することで、個々のマネジメントや人事制度を改善し、
能力の開発やスキルの向上などの学習機会を整備。

適切なインセンティブ制度の運用

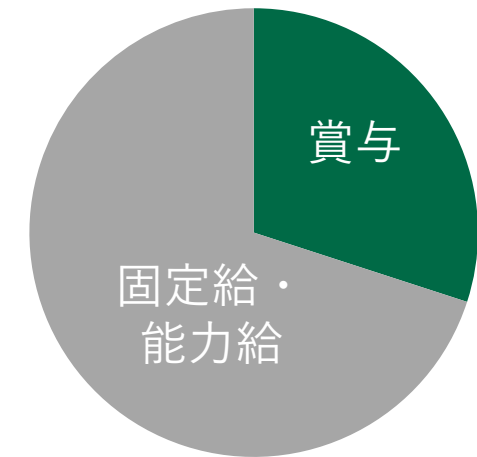
お客様満足度に比例した
インセンティブの支給

ノルマのない
実績に応じた正当な評価

細かいテーブルによる
営業目標の明確化

適切なインセンティブ制度の設計

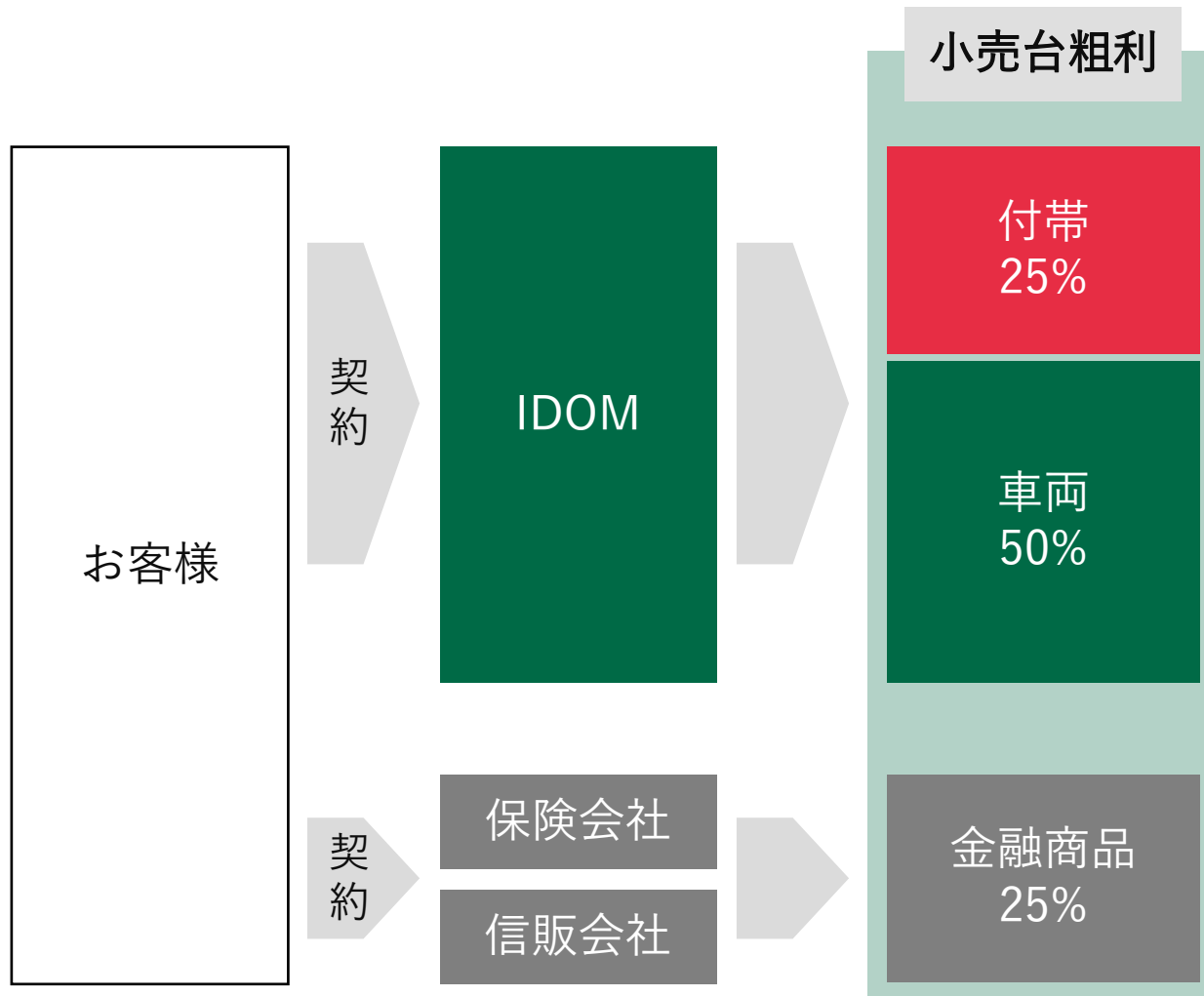
過度なインセンティブ制度とならないように
賞与・インセンティブは年収の平均3割程度



インセンティブ制度はお客様満足度を前提としたノルマのない社員の成長を促す設計。
社員の生活を持続的なものとしお客様へのサービスに集中できる環境作り。

3. 4 中期経営計画の上方修正





車体コーティングや保証、メンテナンスパック等といった長く中古車に乗っていただくための付帯商品による利益。

車両仕入から売上までの売買差益。原価として仕入の他に陸送費用や点検整備費用などを含む。

代理店として保険やローンをお客様へ紹介、契約に応じて保険会社から代理店手数料、信販会社からリベートが支払われる。

5つの主力付帯商品
付帯率の変化
2022年⇒2024年



コーティング
37%⇒54%



メンテナンスパック
12%⇒25%



長期性能保証
15%⇒36%



ローン
33%⇒33%



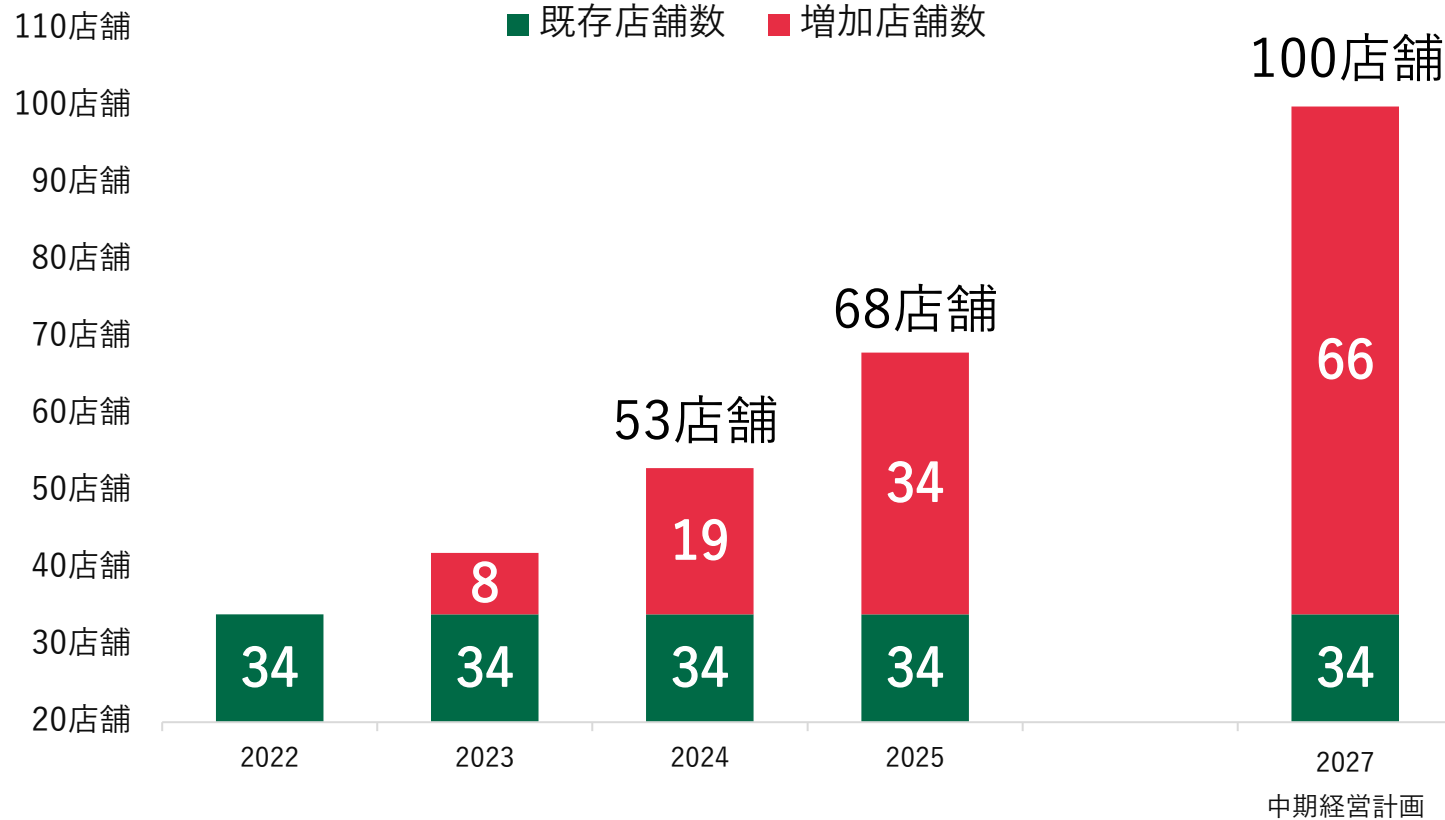
保険
19%⇒29%

台当たり粗利の改善

継続的な利用による
顧客接点の増加

台当たり粗利の改善に加え、アフターサービスを通じてお客様の利用機会を増やしていく。

出店の加速(大型店100店舗へ)



	当初計画	修正計画
大型店出店	50店舗	66店舗
設備投資	200億円	280億円

設備投資の前提と方針

種類	設備投資	今後の方針
大型店	3億円	積極出店
整備工場	2億円	積極出店

2027
継続的な
付帯商品の開発

小売台粗利
維持



2027
大型店
100店舗

小売台数
増加

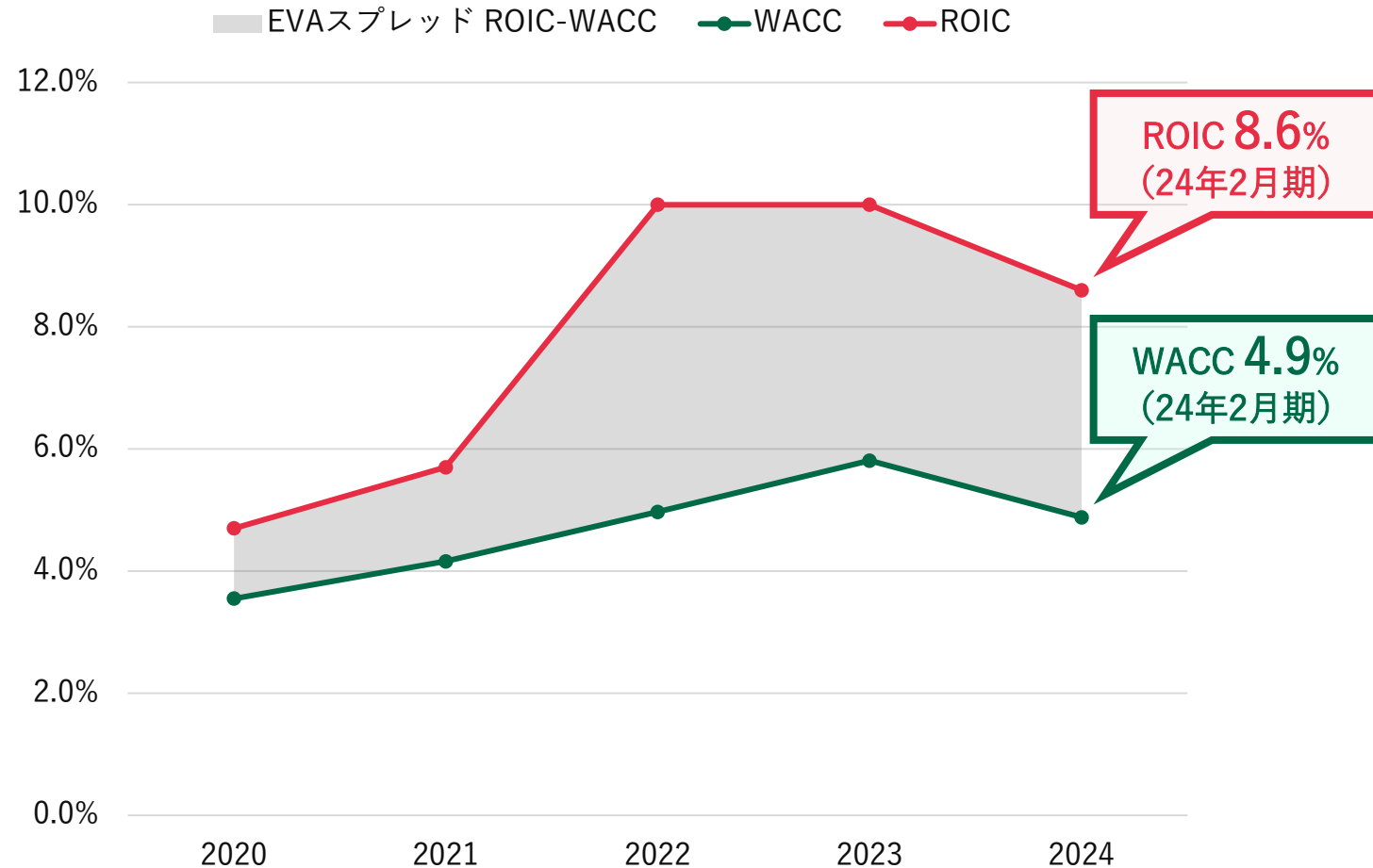
2024年2月期下期の小売台粗利水準の維持と、
出店加速による小売台数の増加から当初計画を上回る目標を実現。

		2027年2月期 当初目標	2027年2月期 新目標	途中進捗 2022 2023 2024 2025 2026 2027	2024時点 での進捗
P/L	営業利益	210 億円	300 億円		○
	直営店 小売台数	17 万台	17~19 万台		○
ビジネス	小売台粗利	-	44~41 万円		○
	投資効率	ROIC	10 %以上		○
CF	FCF (フリー・キャッシュフロー)	5年累計 300億円程度	3期累計黒字		○

小売台粗利水準の改善と出店加速により営業利益300億円を新計画に設定。

4. 配当・資本政策について





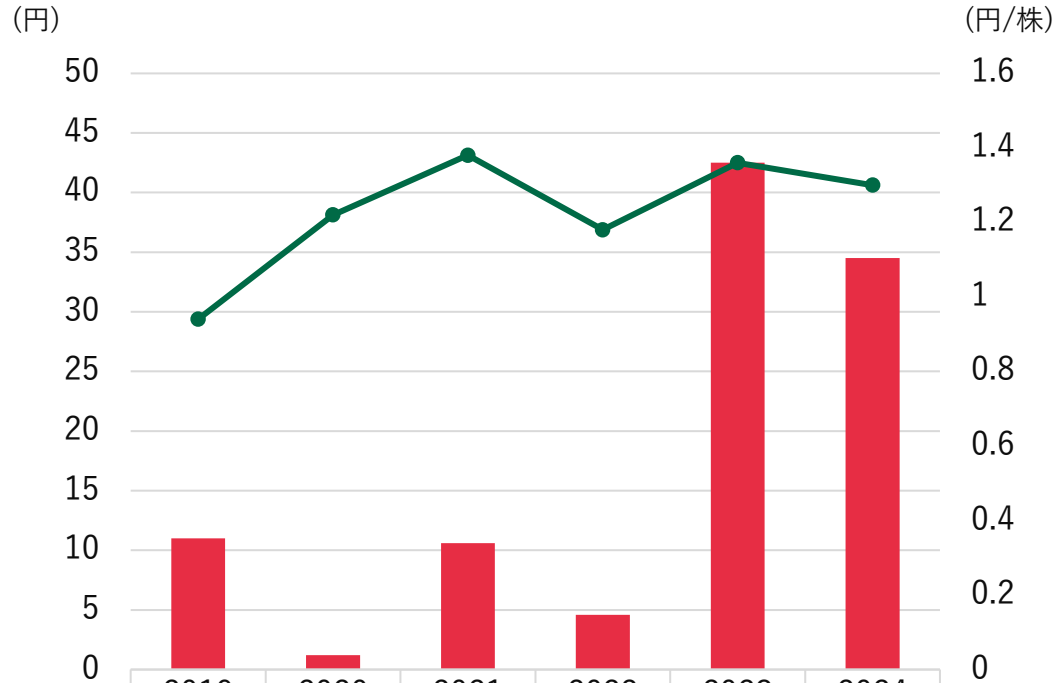
- β が下がったことで資本コストが低下し、現在5%程度と認識。
- ROIC目標は10%を超える水準。
- 資本効率の悪い新車ディーラー事業は既に売却済。

※ROIC：税引き後営業利益/((期首在庫+期首固定資産+期末在庫+期末固定資産) /2)

※WACC：株主資本コスト (リスクフリーレート+ $(\beta \times$ 市場リスクプレミアム) $+($ 流動性 $\beta \times$ 流動性リスクプレミアム) $) \times$ 株主資本比率+税引き前有利子負債コスト \times 有利子負債比率

※「2024」表記は、2024年2月期を示す。

配当及び自己株取得等の政策について



	2019	2020	2021	2022	2023	2024
■ 一株当たり配当(円)	11	1.2	10.6	4.6	42.5	34.5
● 配当性向	292%	3%	72%	4%	30%	30%
● PBR	0.94	1.22	1.38	1.18	1.36	1.3

自社株取得実施
(2020年4月)

- 現在の配当方針「当期の連結純利益の30%を当期の配当とする」を継続。
- 自己株式取得については、PBRが1倍に近づいた際に検討を予定。
- まずは成長投資を優先し、利益を上げる事で企業価値を高めていく。

配当方針	業績連動型配当
配当決定方法	当期の親会社株主に帰属する連結当期純利益 × 30% を計算し、 当期の配当金額を決定する。 (2023年2月期末から変更)

1株当たりの配当金の状況

	第2四半期末	期末	合計
2024年2月期 (1/12公表予想)	14.41円	19.78円 (18.75円)	34.19円 (33.16円)
2025年2月期 (予想)	20.02円	20.61円	40.63円

来たるモビリティ社会を見据えて

NEXT GENERATION MOBILITY CHALLENGE

更なる挑戦の始まり

IDOMでは創業期からお客様から信頼されるための取組みを続けてきました。

今年は中古車の総額表示など、よりお客様へ信頼をお届けできるかが中古車業界にとって重要な年になると捉えております。

中古車業界のリーディングカンパニーのひとつとして自覚を持ち改めてステークホルダーの皆様から信頼される企業として、皆様と共に成長することへ挑戦してまいります。

引き続き、IDOMの成長に期待してください。



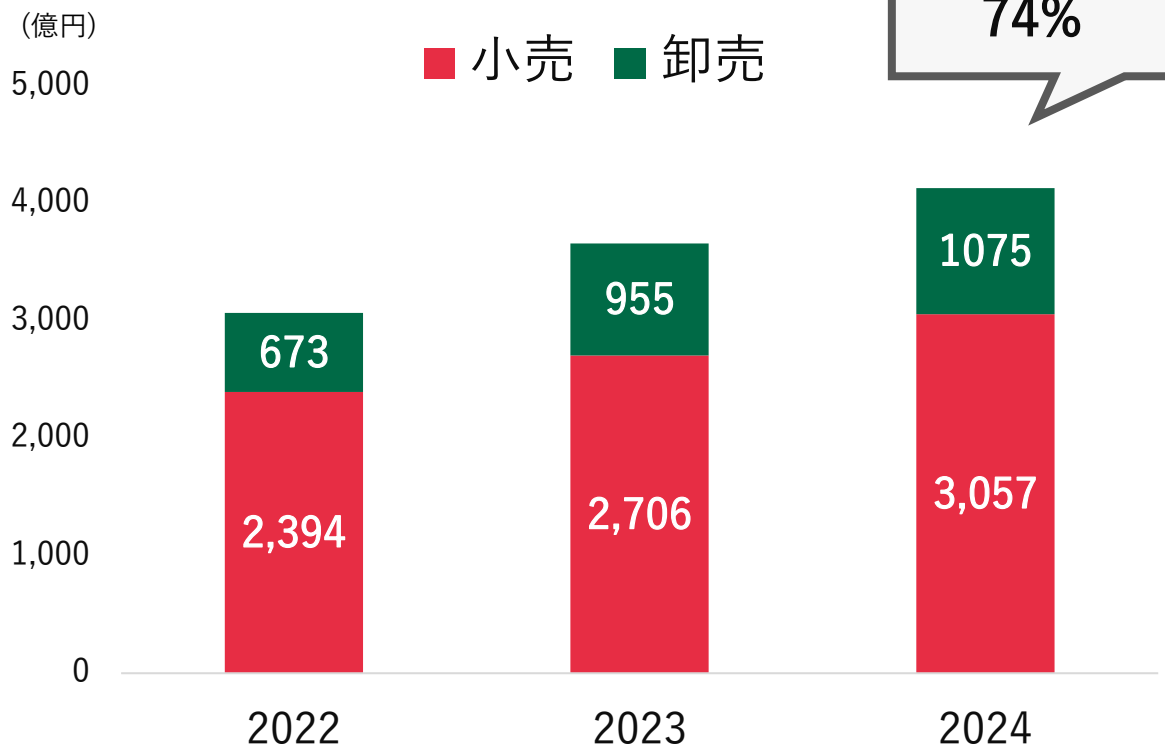
5. APPENDIX



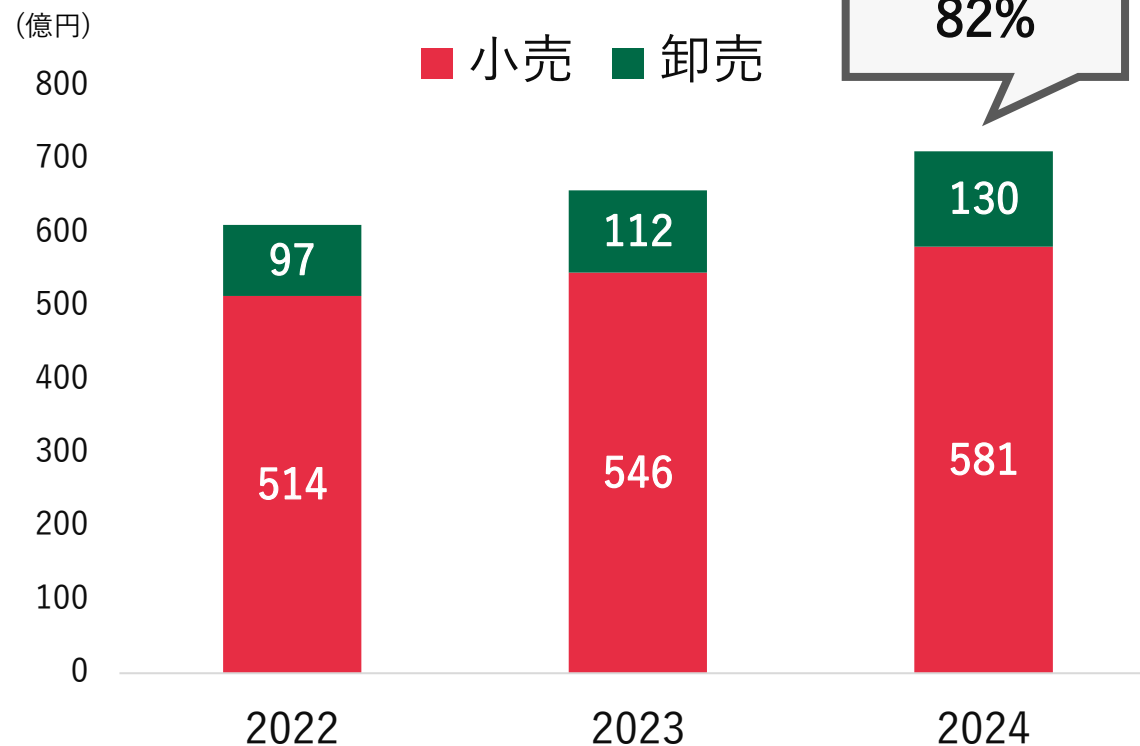
5. 1 説明スライドの補足情報



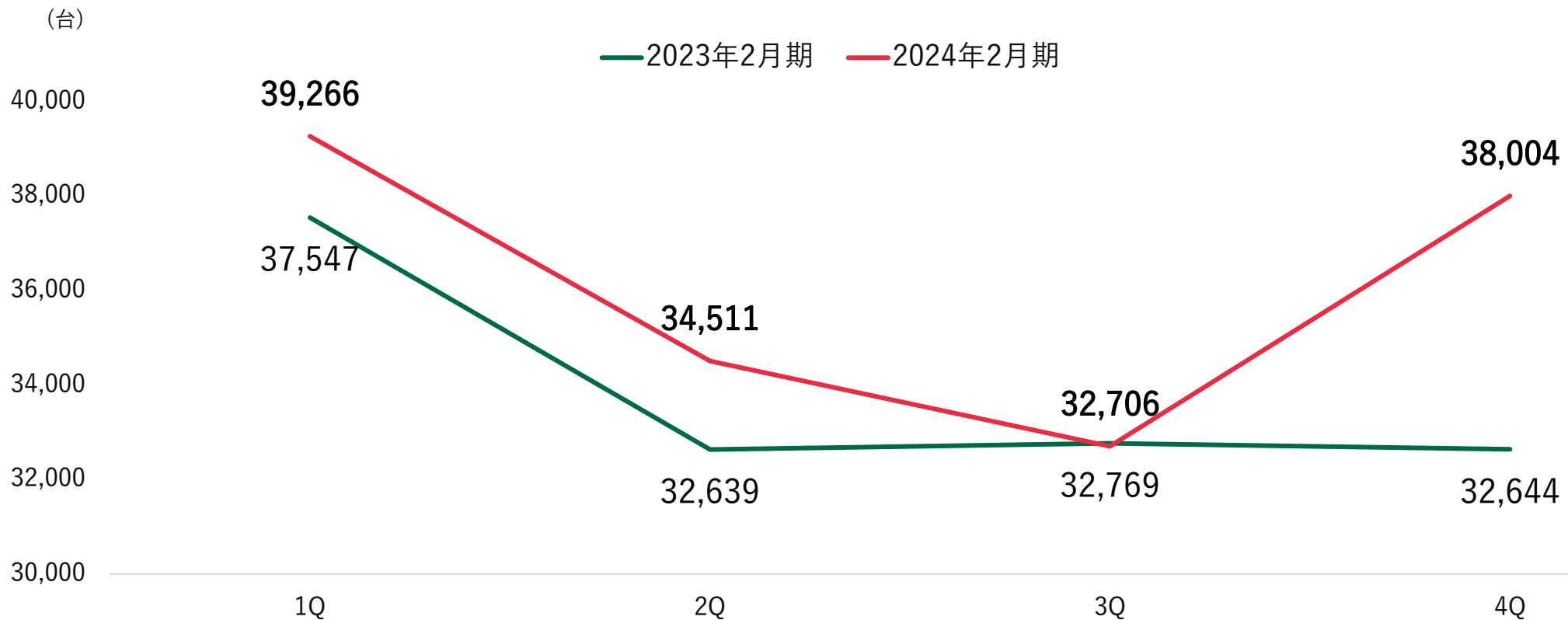
売上高



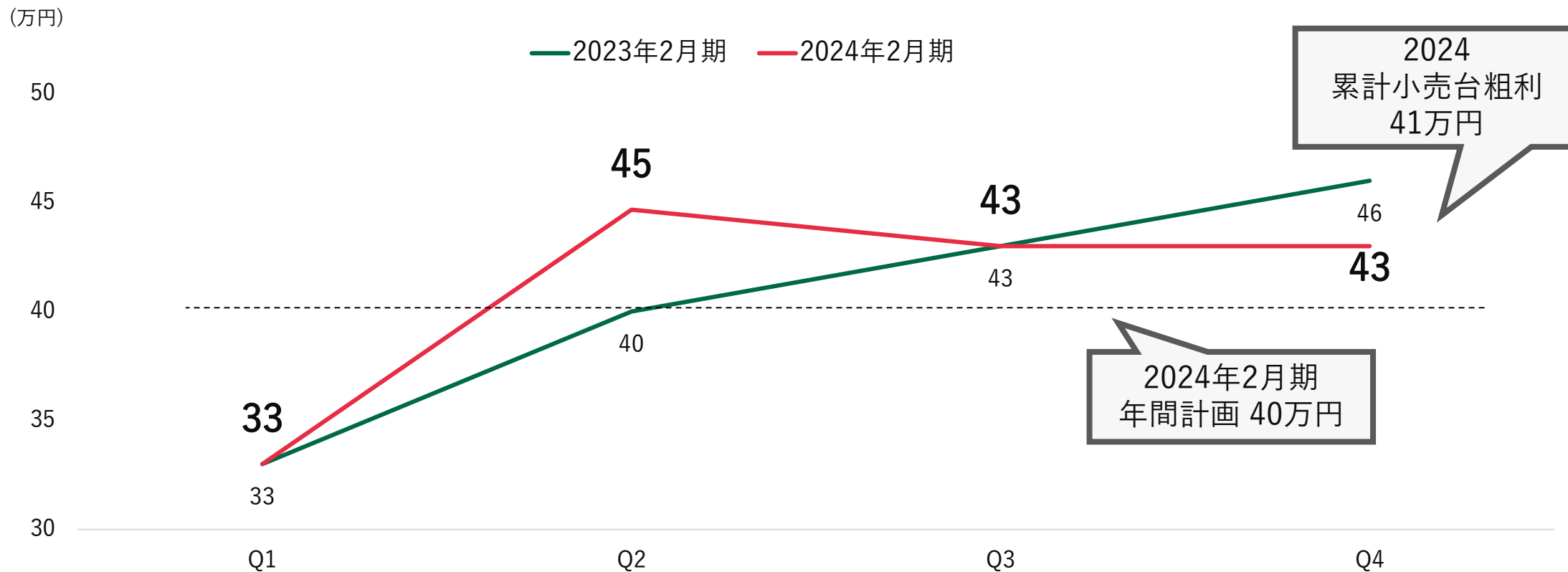
売上総利益



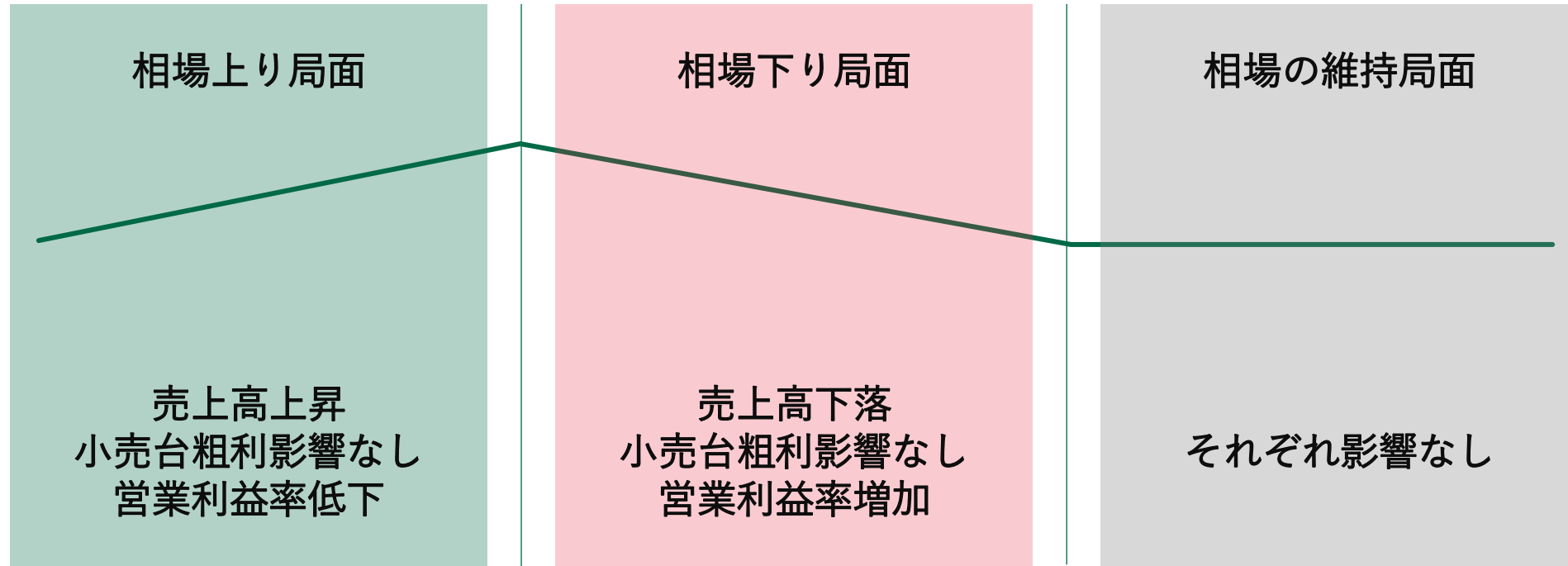
連結のほとんどを占めている単体では、セグメントを小売・卸売の二つに定義。



小売台数は4Qに大きく伸ばし、年間累計144,487台となり過去最大台数を更新。

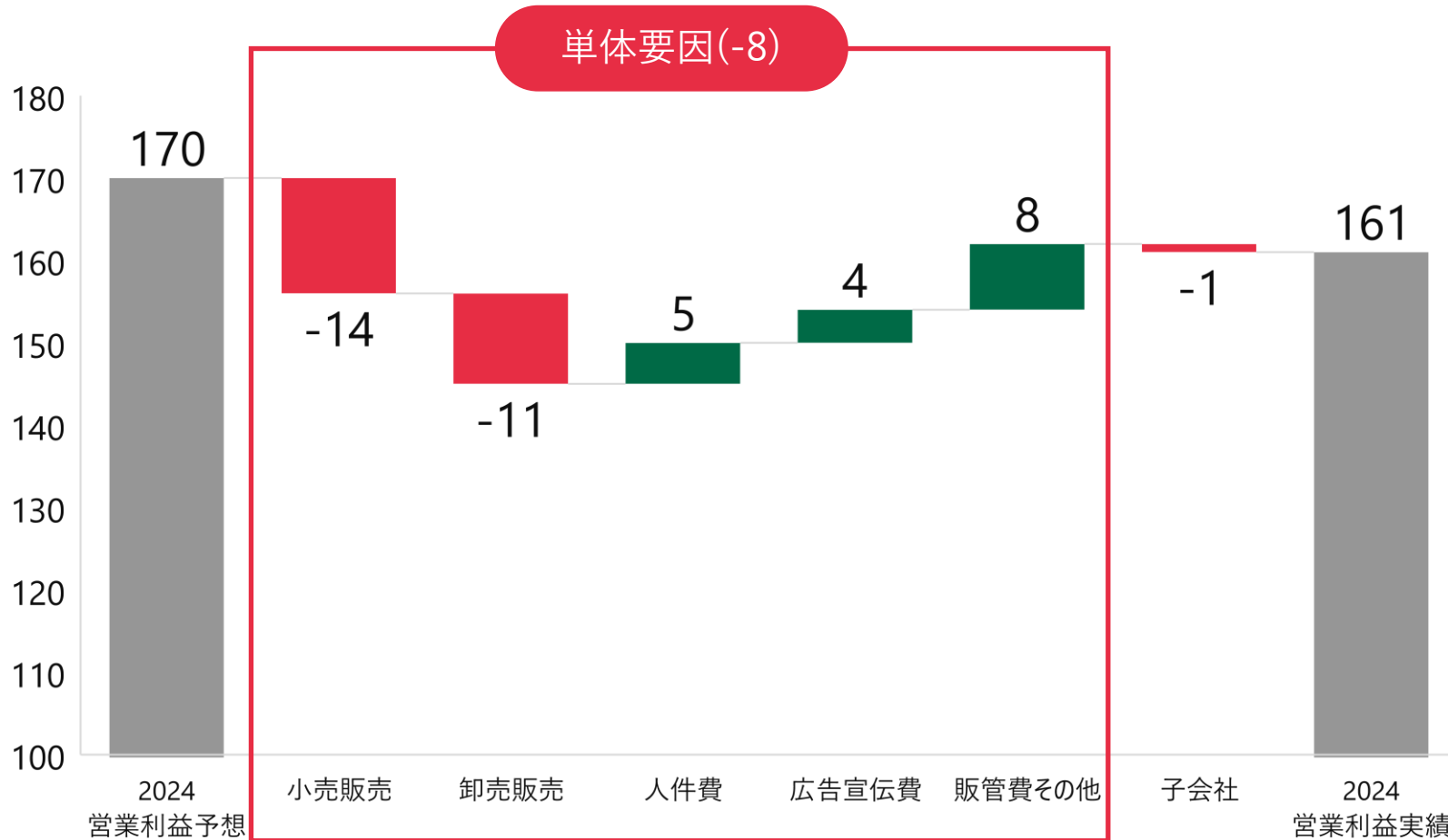


Q4の小売台粗利は小売台数増加の中で水準を維持。



基本的な方針として相場が変動したとしても車両に設定する粗利水準は維持。
しかし相場は車両売上金額に影響を与える、これにより売上高が分母となる営業利益率は
コントロールが難しく重要なKPIから除外。

(億円)



2024年1月に発表した修正予想に対する増減要因

- 小売・卸売は台数が目標水準に対し未達成。
- 販管費は広告宣伝費、有期社員雇用の抑制などに成功。
- R&D子会社の赤字幅圧縮により連結範囲に含めず。

大型店

新規OPENした大型店

Gulliver



新潟店 (2024年2月オープン)

新潟県新潟市

直近の店舗展開

【Q4新規大型店オープン】

- ・小名浜店 (2023年12月)
- ・鹿児島店 (2023年12月)
- ・神戸垂水店 (2023年12月)
- ・岡山店 (2024年1月)
- ・新潟店 (2024年1月)
- ・吉川美南店 (2024年2月)
- ・富山店 (2024年1月)

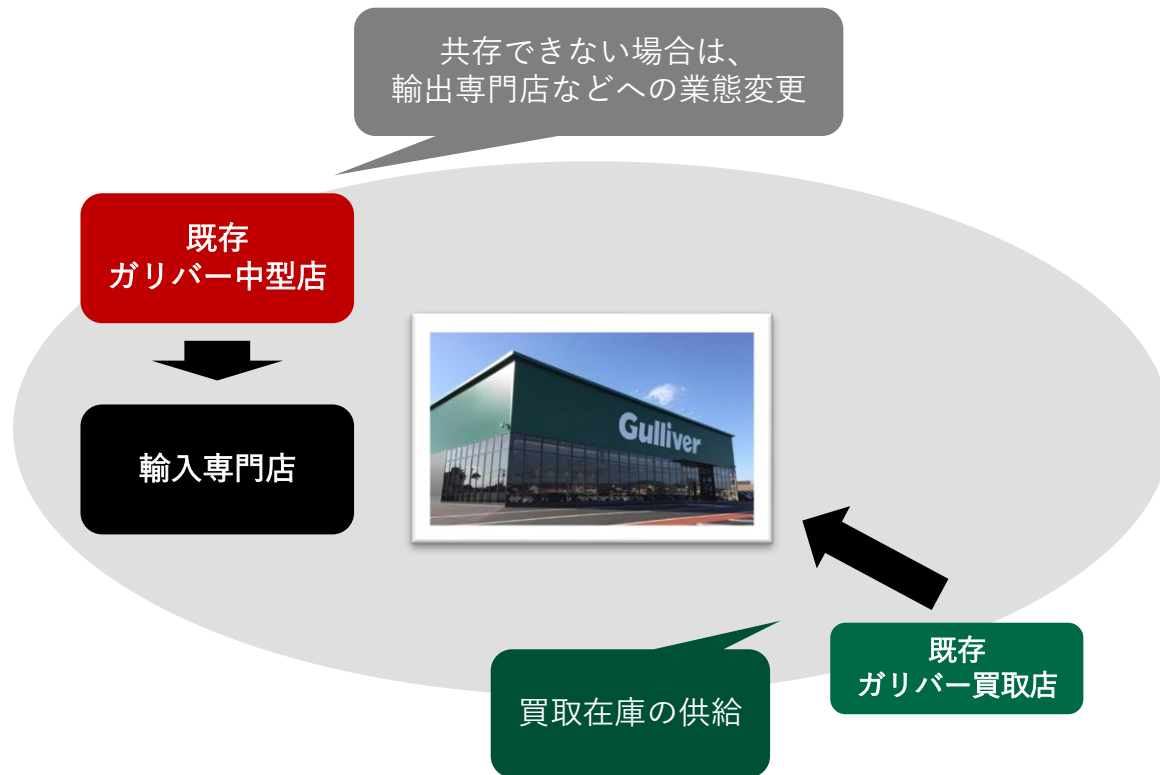
通期進捗

11/11 店舗

大型店舗数

53 店舗

(2024年2月末現在)



新規大型店の同じ商圈店舗は、

買取店

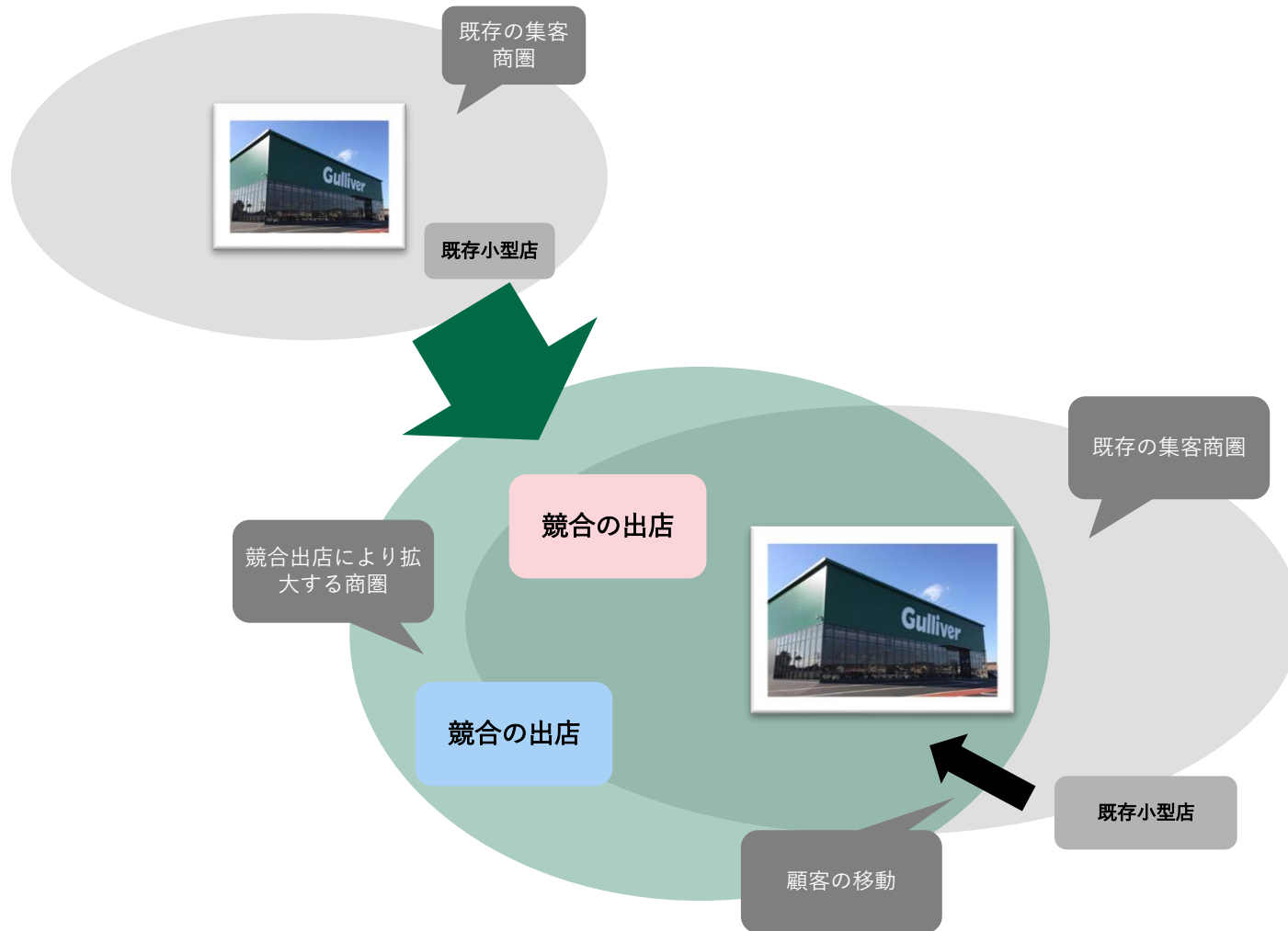
- ・ サテライト店舗として存続
在庫買取や顧客誘導として相乗効果

中型店

- ・ 売上維持
サテライト店舗として存続

・ 売上減少

輸出車,SUVなどの専門店へ業態変更



競合大型店の出店が大型店の投資回収に与える影響は軽微

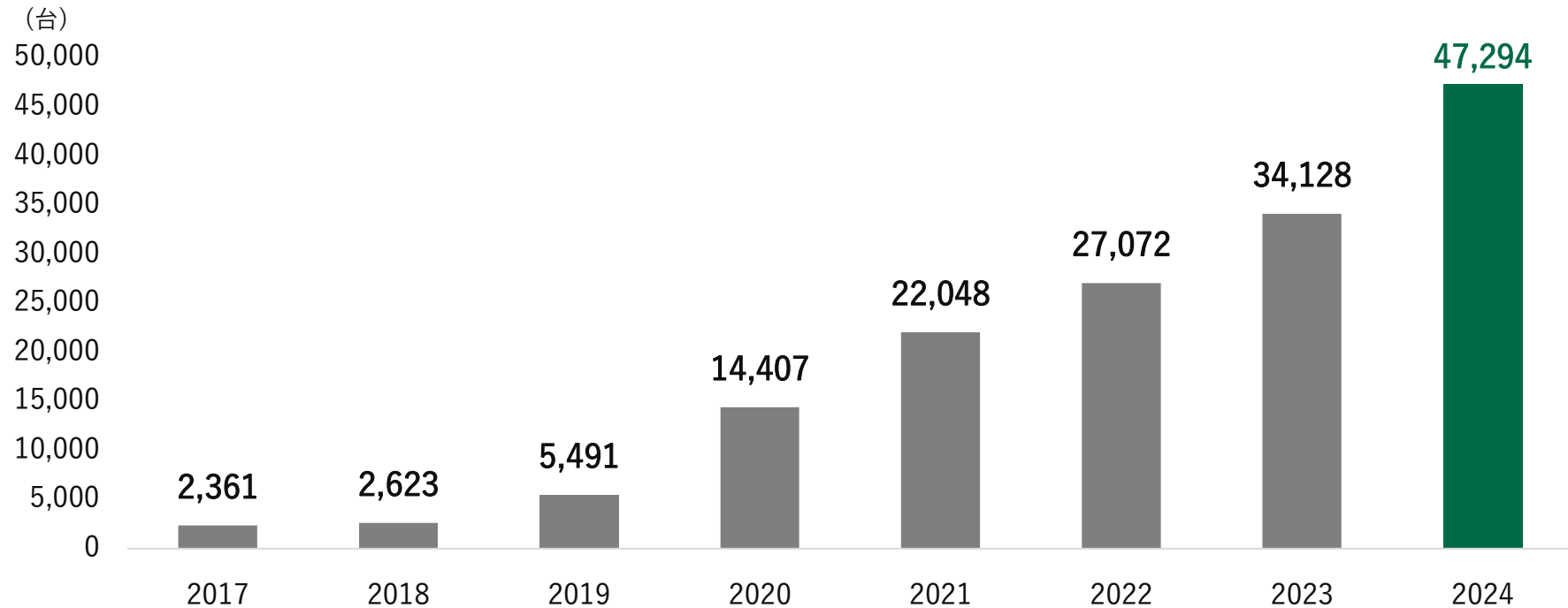
各大型店舗への集客により周辺顧客の寡占化、商圈が拡大。

大型店がシェアを奪い合う影響は少なく、商圈における小型店から大型店への集客力が強化。



幕張店

		一般の大型店 (平均)	幕張店
店舗 フォーマット	オープンからの年数	2.7年	11年
	店舗の面積	3,100坪	5,600坪
販売状況	小売台数 / 年	1,000台	2,000台
	商談数 / 年	3,200件	5,500件
	車検数 / 年	500台	1,700台
P/L	営業利益 / 年	1.3億円	約3倍 4億円超



	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
大型店小売割合	2.5%	2.1%	4.4%	10.8%	16.0%	19.3%	25.2%	32.7%
大型店小売台数増減率	-10.8%	11.1%	109.3%	162.4%	53.0%	22.8%	26.1%	38.6%
合計小売台数増減率	34.8%	31.3%	-0.5%	6.8%	3.3%	2.0%	-3.2%	6.6%

出店と共に大型店の小売台数は増加。
現在では全体の30%以上が大型店の小売台数。



新潟整備工場（2024年2月オープン）

新潟県新潟市

直近の店舗展開

【Q4新規整備工場オープン】

- ・ 神戸垂水整備工場（2023年12月）
- ・ 岡山整備工場（2024年1月）
- ・ 新潟整備工場（2024年1月）
- ・ 新潟板金工場（2024年1月）
- ・ 吉川美南整備工場（2024年2月）
- ・ 吉川美南板金工場（2024年2月）
- ・ 富山整備工場（2024年2月）

整備工場数

29 工場

うち15工場が
指定工場取得済み

板金工場数

10 工場

(2024年2月末現在)

整備工場



作業範囲

ボディだけでなく、エンジンやブレーキ、電気系統などの車両内部が主な範囲

利用目的

- ・ 定期的な法定点検、車検
- ・ 車両が故障した時

必要資格

整備士は国家資格が必要
（一級、二級、三級、特殊整備士）
※二級資格を有することで整備範囲が広がる

板金工場



ボディやフレームなど外部の修復が専門

- ・ 事故などで車体が損傷した時
- ・ 車体の塗装剥がれや、錆が発生した時
- ・ 車体のカスタマイズなどをしたい時
- ・ 保険会社からの紹介

資格は必須ではないが、技術や経験が必要



AUTO ↔ FLIP

IDOM Innovations Pty. Ltdの収益状況

(単位:億円)	2024年2月期
売上高	11
営業利益	-7
当期純利益	-5

(為替:94.36円/AUD)

- 豪州での事業経験を基にクルマの買手と売手を結びつけるマッチング事業をIDOMのR&D事業として展開。(2024年2月期で1,063社の顧客を獲得)
- 当期期首においては、事業展開により、赤字幅の拡大が予想されていたので連結への取り込みの可能性を考慮。
- 収益コントロール・州政府からの雇用確保に関する補助金・ニュージーランドでのフランチャイズ展開などにより赤字幅縮小し、重要性の点から連結対象外。

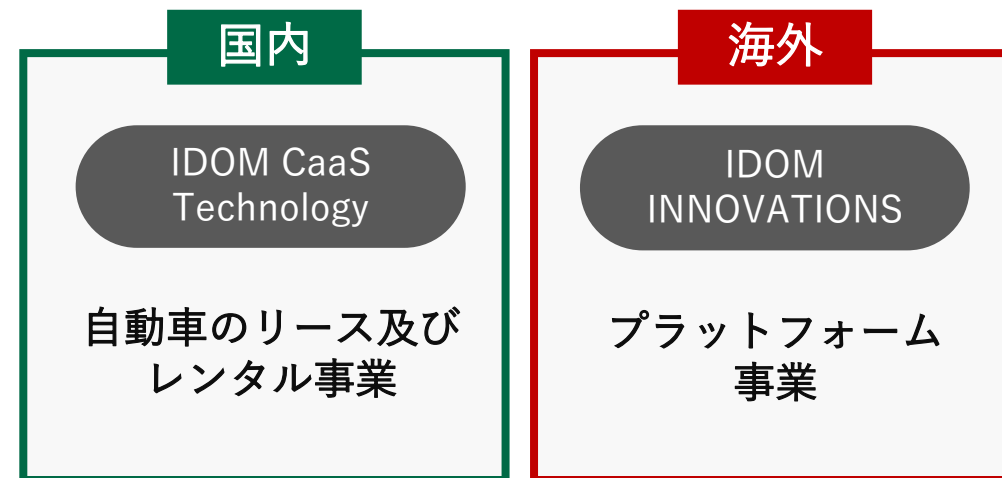
2022年4月 中期経営計画

新規事業の状況（国内・海外）

サブスクリプション事業（IDOM CaaS Technology）を中心にCtoC事業（IDOM）、プラットフォーム事業（IDOM INNOVATIONS）、フリートマネジメント事業（FMG）などを展開。

国内	海外
<p>サブスクリプション事業 IDOM CaaS Technology</p> <p>中古車を月額定額料金で貸し出す「ノレル」を中心に展開</p>	<p>プラットフォーム事業 （豪州） IDOM INNOVATIONS</p> <p>新しいテクノロジー、イノベーションを通じて中古車取引の透明性をサポートし、自動車販売店の課題を解決する為のプラットフォームを探索する事業</p>
<p>CtoC事業 IDOM Inc.</p> <p>消費者同士の中古車の個人間売買をアプリで仲介する「ガリパーフリマ」を展開</p>	<p>フリートマネジメント事業 （アフリカ） FMG</p> <p>タンザニアのウーバードライバーに日本の中古車を貸与することで、新たな中古車流通の仕組みを構築</p>

現在 一定の投資枠内で実施



中期経営計画発表から新規事業の投資対象を2事業に絞ってR&Dを継続中。

営業利益推移

300

250

200

150

100

50

0

94 95 96 97 98 99 00 01 02 03 04 05 06 07 08 09 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24

創業～買取・卸売期

それまでになかった中古車の「買い取り専門店」として独自のビジネスモデルで急成長
当時日本で唯一のハイパーグロスカンパニーに

1980年代、中古車業界は下取りが主流だった中、中古車の買い取り専門店という独自のビジネスモデルを展開。1998年には、今でこそ主流となっている画像販売システムをいち早く導入するなど、時代を先駆けた試みで成長を続け、2004年には世界で十数社、日本では当時唯一となるハイパーグロスカンパニー（※設立10年以内に売上高10億ドル（約1000億円）を達成する超成長企業）となる。



創業当時社員3名の1号店
(福島、郡山)

2003年
東証一部上場

1999年
500店舗出店

1998年
株式店頭公開

1994年創業

小売モデルへの転換

買取専門店の増加を受け、より収益性の高い小売モデルへ転換。
多チャンネル展開などさまざまな小売トライアルを実施

2000年代以後、大手メーカー系ディーラーなども中古車業界に積極的に参入し、買い取り専門業者間の競争が激化。IDOMはより収益性の高い小売モデルへの転換を図る。小売モデルへの転換は、「買取店」にて卸売とともに小売を始めた転換前期、「買取店」での小売だけではなく「販売店」の出店を始めた転換中期、マルチチャンネルでの店舗展開をはじめとしたさまざまな小売へのトライアルを行った転換後期の3つのフェーズに分けられる。



トライアル期のチャンネル展開は多岐に及ぶ。

2016年
「ガリバーインターナショナル」から「IDOM」に変更

新小売モデル

2022年4月に
中期経営計画（2023-2027）を公表



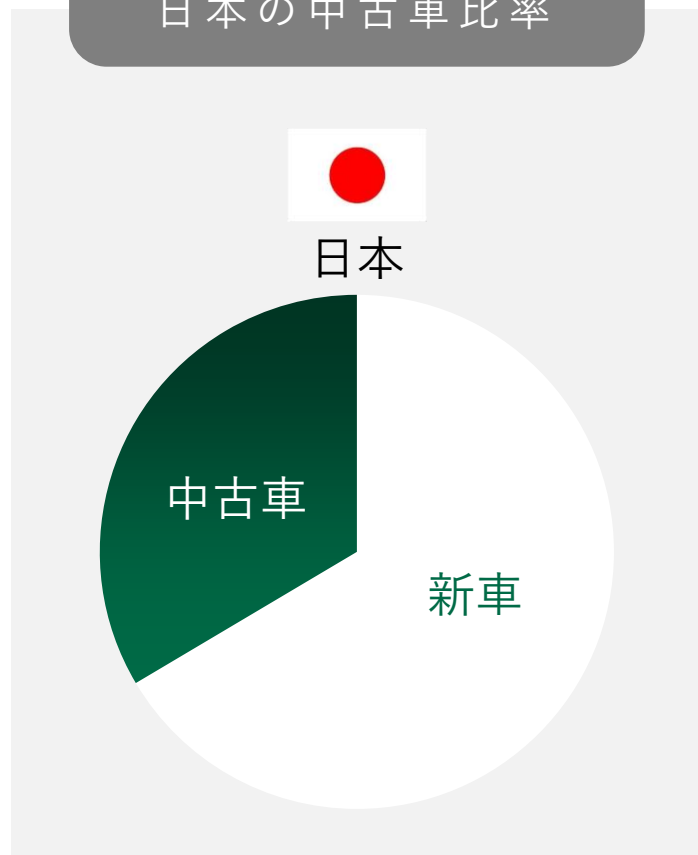
2023年1月オープンした
地域最大級の木更津金田店

2022年7月
豪州新車事業を売却

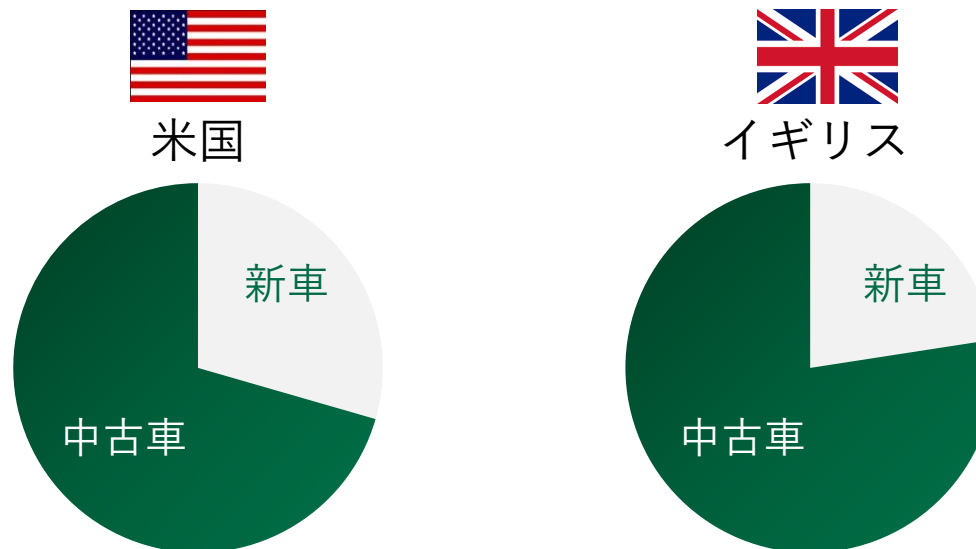
転換期で培った経験をもとに事業ポートフォリオを見直し、中期経営計画をもとに資本効率と成長性の高い事業への選択・集中による再飛躍を目指す。

マルチチャンネル展開で大型展示場の資本効率の高さを確認したことを始め、小売モデル転換期での様々なトライアルから得た今後の成長へのあしがかりとなる経験と課題をもとに事業ポートフォリオを見直し、成長戦略を策定。具体的な計画として、中期経営計画を公表。今後はより資本効率と成長性の高い事業への選択・集中により、成長戦略の柱である大型店と整備工場の出店を進める。直近実績として、2023年2月期は豪州事業売却による約50億の減益要因を乗り越え、4期連続の増収・増益。

日本の中古車比率



欧米各国の中古車比率

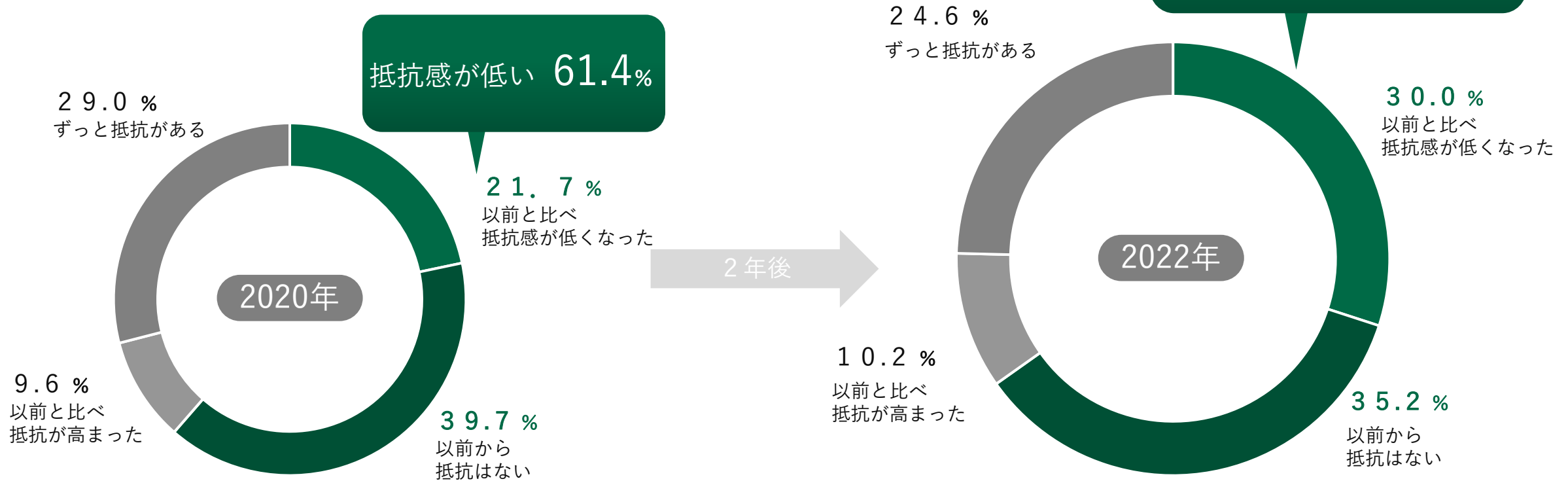


※1：新車：2019年一般社団法人日本自動車販売協会連合会
中古車：矢野経済研究所 2020年版 中古車流通総覧

※2：新車：2019年マークラインズ 自動車産業ポータル
中古車：edmunds 2019 Used Vehicle Report

※3：2019年英国自動車製造販売協会（SMMT）車両データ

以前（10年～数年前）と比較して
中古車への抵抗感はあるか？



2020年12月Webアンケートの実施結果（対象1000人）

2022年3月Webアンケートの実施結果（対象1000人）

ROIC

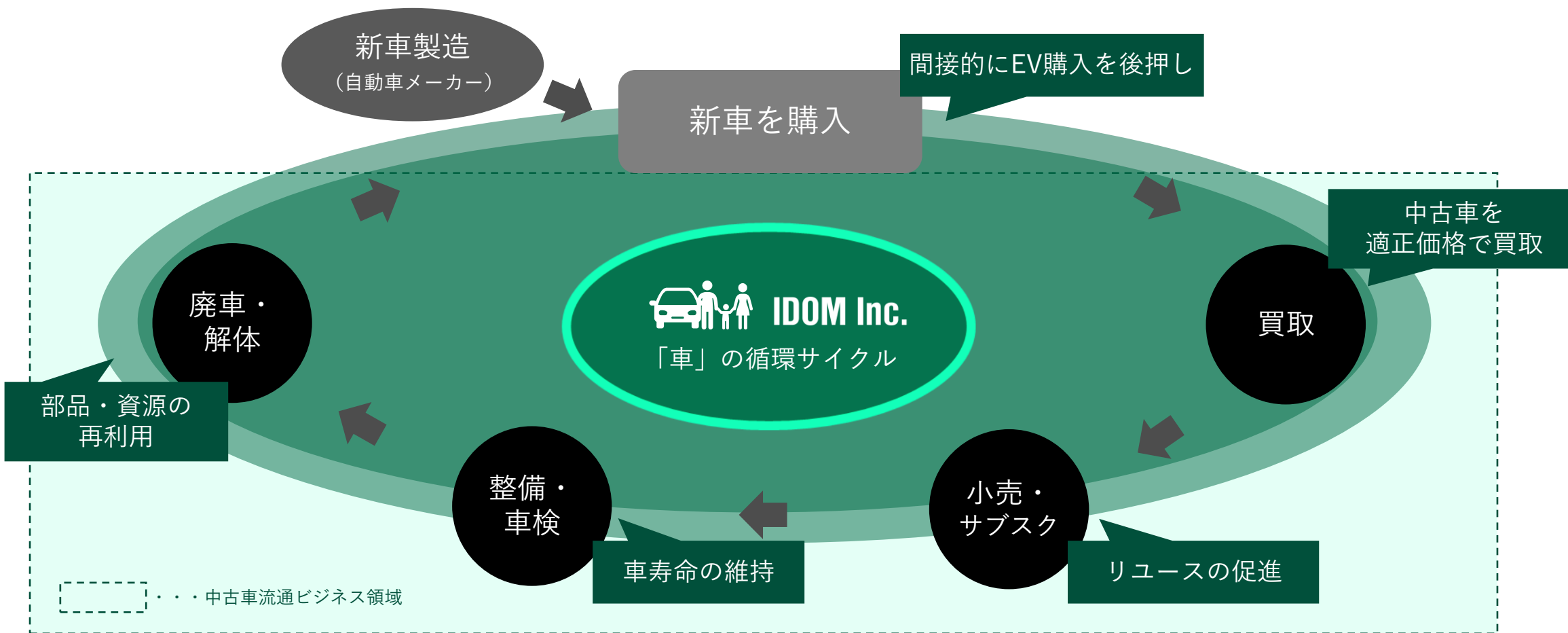
税引き後営業利益/((期首在庫+期首固定資産+期末在庫+期末固定資産) /2)

WACC

株主資本コスト (リスクフリーレート+ $(\beta \times$ 市場リスクプレミアム) $+$ (流動性 $\beta \times$ 流動性リスクプレミアム)) \times 株主資本比率+税引き前有利子負債コスト \times 有利子負債比率

5. 2 循環経済への貢献



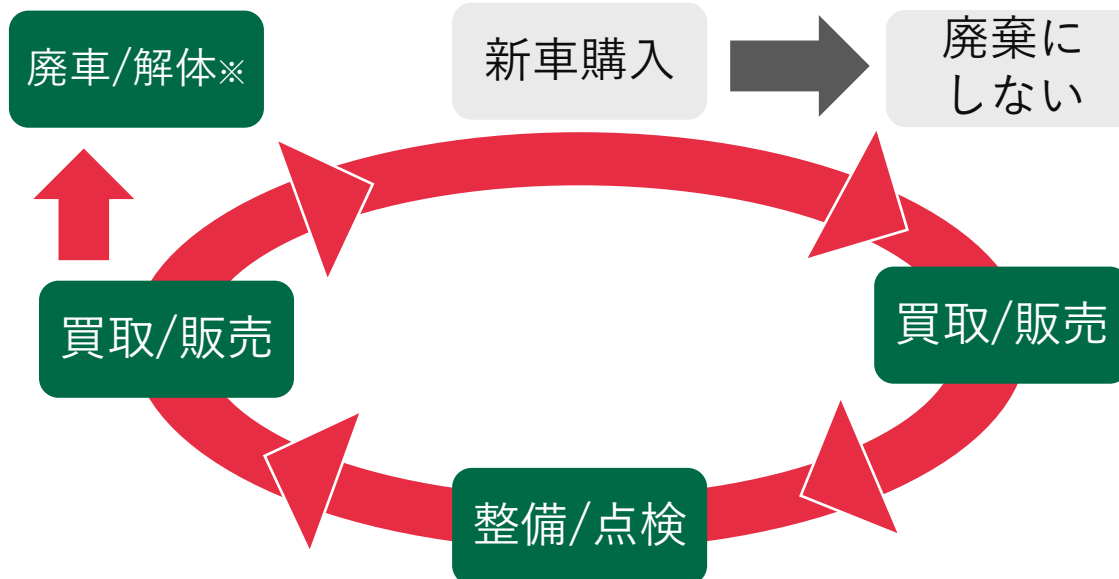


IDOMの存在意義

車という製品を「生産→廃棄」するのではなく、資源として最大限活用し、所有の循環を担うこと。

自動車という分野において循環型経済を回す役割を担っているIDOMがいなければ、中古自動車市場の新陳代謝は促されず、EVやハイブリッド車といった環境に配慮された自動車の市場比率は高まらない。

IDOMがもたらす排出削減効果



2021年～2050年の期間において
合計約**37万トン**の温室効果ガスの
排出削減効果を期待

※将来的には対応を検討

5. 3 業績・財務の補足情報



[連結・単体]損益計算書



通期（連結）	2022年 2月期		2023年 2月期		2024年 2月期		2025年 2月期			
	実績 (百万円)	構成比 (%)	実績 (百万円)	構成比 (%)	実績 (百万円)	構成比 (%)	予想 (百万円)	構成比 (%)	増減額 (百万円)	前期比 (%)
売上高	459,532	100.0	416,514	100.0	419,852	100.0	456,500	100.0	36,648	8.7
売上原価	373,519	81.3	341,964	82.1	346,519	82.5	373,200	81.8	26,681	7.7
売上総利益	86,013	18.7	74,549	17.9	73,333	17.5	83,300	18.2	9,967	13.6
販売費及び一般管理費	67,528	14.7	55,865	13.4	57,216	13.6	63,000	13.8	5,784	10.1
営業利益	18,485	4.0	18,684	4.5	16,117	3.8	20,300	4.4	4,183	26.0
経常利益	17,561	3.8	18,146	4.4	15,826	3.8	19,800	4.3	3,973	25.1
税金等調整前当期純利益	15,750	3.4	18,752	4.5	15,664	3.7	19,300	4.2	3,636	23.2
親会社株主に帰属する当期純利益	10,794	2.3	14,205	3.4	11,442	2.7	13,600	3.0	2,157	18.9

通期（個別）	2022年 2月期		2023年 2月期		2024年 2月期		2025年 2月期			
	実績 (百万円)	構成比 (%)	実績 (百万円)	構成比 (%)	実績 (百万円)	構成比 (%)	予想 (百万円)	構成比 (%)	増減額 (百万円)	前期比 (%)
売上高	306,733	100.0	366,069	100.0	413,206	100.0	441,100	100.0	27,894	6.8
売上原価	245,661	80.1	301,226	82.3	342,143	82.8	361,200	81.9	19,057	5.6
売上総利益	61,071	19.9	64,842	17.7	71,062	17.2	79,900	18.1	8,837	12.4
販売費及び一般管理費	49,164	16.0	48,430	13.2	54,333	13.1	59,600	13.5	5,267	9.7
営業利益	11,907	3.9	16,412	4.5	16,729	4.0	20,300	4.6	3,570	21.3
経常利益	11,573	3.8	15,998	4.4	16,404	4.0	19,800	4.5	3,396	20.7
税引前当期純利益	9,450	3.1	23,709	6.5	16,239	3.9	19,300	4.4	3,060	18.8
当期純利益	6,553	2.1	20,020	5.5	11,864	2.9	13,600	3.1	1,735	14.6

[連結・単体]損益計算書（第2四半期累計）



第2四半期累計（連結）	2022年 2月期 第2四半期累計		2023年 2月期 第2四半期累計		2024年 2月期 第2四半期累計		2025年 2月期 第2四半期累計			
	実績 (百万円)	構成比 (%)	実績 (百万円)	構成比 (%)	実績 (百万円)	構成比 (%)	予想 (百万円)	構成比 (%)	増減額 (百万円)	前期比 (%)
売上高	227,775	100.0	225,478	100.0	203,696	100.0	223,200	100.0	19,503	9.6
売上原価	185,308	81.4	187,209	83.0	168,792	82.9	182,400	81.7	13,607	8.1
売上総利益	42,466	18.6	38,269	17.0	34,903	17.1	40,800	18.3	5,896	16.9
販売費及び一般管理費	33,025	14.5	29,653	13.2	27,805	13.7	30,700	13.8	2,894	10.4
営業利益	9,440	4.1	8,616	3.8	7,098	3.5	10,100	4.5	3,002	42.3
経常利益	9,011	4.0	8,281	3.7	6,918	3.4	9,850	4.4	2,932	42.4
税金等調整前四半期純利益	7,951	3.5	9,181	4.1	6,853	3.4	9,600	4.3	2,746	40.1
親会社株主に帰属する四半期純利益	5,311	2.3	7,516	3.3	4,823	2.4	6,700	3.0	1,877	38.9

第2四半期累計（単体）	2022年 2月期 第2四半期累計		2023年 2月期 第2四半期累計		2024年 2月期 第2四半期累計		2025年 2月期 第2四半期累計			
	実績 (百万円)	構成比 (%)	実績 (百万円)	構成比 (%)	実績 (百万円)	構成比 (%)	予想 (百万円)	構成比 (%)	増減額 (百万円)	前期比 (%)
売上高	150,239	100.0	178,303	100.0	200,597	100.0	216,900	100.0	16,303	8.1
売上原価	120,147	80.0	147,944	83.0	166,737	83.1	177,400	81.8	10,662	6.4
売上総利益	30,092	20.0	30,359	17.0	33,859	16.9	39,500	18.2	5,640	16.7
販売費及び一般管理費	23,983	16.0	23,601	13.2	26,637	13.3	29,200	13.5	2,563	9.6
営業利益	6,108	4.1	6,757	3.8	7,222	3.6	10,300	4.7	3,078	42.6
経常利益	5,939	4.0	6,560	3.7	7,015	3.5	10,050	4.6	3,035	43.3
税引前四半期純利益	4,655	3.1	9,537	5.3	6,951	3.5	9,800	4.5	2,848	41.0
四半期純利益	3,170	2.1	8,575	4.8	4,871	2.4	6,900	3.2	2,029	41.7

[連結]貸借対照表



(単位：百万円)

	当連結会計年度末 (2023年2月28日)	当連結会計年度末 (2024年2月29日)
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	37,473	30,548
受取手形及び売掛金	3,927	12,631
商品	84,432	85,994
その他	6,173	5,606
貸倒引当金	△528	△498
流動資産合計	131,478	134,281
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物	41,306	47,376
減価償却累計額	△16,873	△18,611
建物及び構築物（純額）	24,433	28,764
車両運搬具	236	2,214
減価償却累計額	△148	△186
車両運搬具（純額）	88	2,027
工具、器具及び備品	5,077	5,735
減価償却累計額	△3,362	△3,734
工具、器具及び備品（純額）	1,715	2,000
土地	136	136
建設仮勘定	67	683
その他		217
有形固定資産合計	26,441	33,829
無形固定資産		
ソフトウェア	1,300	1,249
のれん	86	78
その他	2	2
無形固定資産合計	1,389	1,330
投資その他の資産		
投資有価証券	0	0
関係会社株式	29	29
長期貸付金	76	1,574
敷金及び保証金	5,045	5,514
建設協力金	3,955	3,537
繰延税金資産	4,435	3,471
その他	449	464
貸倒引当金	△6	△2
投資その他の資産合計	13,984	14,589
固定資産合計	41,815	49,749
資産合計	173,293	184,031

	当連結会計年度末 (2023年2月28日)	当連結会計年度末 (2024年2月29日)
負債の部		
流動負債		
買掛金	4,822	5,783
1年内返済予定の長期借入金	24,145	16,300
未払金	3,812	4,151
未払法人税等	820	2,556
契約負債	25,336	26,809
預り金	309	247
賞与引当金	897	1,046
その他の引当金	342	48
その他	3,635	6,384
流動負債合計	64,121	63,327
固定負債		
長期借入金	43,000	46,700
長期預り保証金	599	679
資産除去債務	2,643	3,085
その他	183	308
固定負債合計	46,426	50,773
負債合計	110,547	114,101
純資産の部		
株主資本		
資本金	4,157	4,157
資本剰余金	5,250	4,726
利益剰余金	56,782	64,093
自己株式	△4,344	△4,344
株主資本合計	61,845	68,631
その他の包括利益累計額		
為替換算調整勘定	284	381
その他の包括利益累計額合計	284	381
新株予約券	147	10
非支配株主持分	468	906
純資産合計	62,746	69,930
負債純資産合計	173,293	184,031

[連結] キャッシュ・フロー計算書



(単位：百万円)

	2023年2月期	2024年2月期
税金等調整前当期純利益	18,752	15,664
減価償却費	2,581	2,890
のれん償却額	110	7
運転資本増減	△17,842	△8,445
法人税等の支払額	△4,661	△2,002
その他	3,333	3,535
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,275	11,648
投資活動によるキャッシュ・フロー	△166	△10,367
フリー・キャッシュ・フロー	2,109	1,280
財務活動によるキャッシュ・フロー	△10,634	△8,230
換算差額・新規連結に伴う増減額	328	24
現金及び現金同等物の増減額	△8,196	△6,925
現金及び現金同等物の期首残高	45,670	37,473
現金及び現金同等物の期末残高	37,473	30,548

各種KPI（四半期データ）



KPI	2023年 2月期				2024年 2月期				2025年2月期
	Q1	Q2累計	Q3累計	Q4累計	Q1	Q2累計	Q3累計	Q4累計	通期予想
買取台数（台）	43,855	81,134	125,145	165,529	42,980	78,819	120,023	162,630	-
YoY	-0.2%	3.7%	4.9%	2.2%	-2.0%	-2.9%	-4.1%	-1.8%	-
直営店販売台数（台）	66,541	125,475	188,894	247,392	73,584	135,909	201,936	268,844	285,000
YoY	1.9%	4.2%	5.1%	4.2%	10.6%	8.3%	6.9%	8.7%	6.1%
小売台数（台）	37,547	70,186	102,955	135,599	39,266	73,777	106,483	144,487	155,000
YoY	-3.2%	-3.5%	-4.3%	-3.2%	4.6%	5.1%	3.4%	6.6%	7.3%
卸売台数（台）	28,994	55,289	85,939	111,793	34,318	62,132	95,453	124,357	130,000
YoY	9.5%	15.7%	19.3%	14.8%	18.4%	12.4%	11.1%	11.2%	4.6%
個別設備投資額（百万円）	2,393	3,311	3,976	6,917	330	710	2,124	6,918	-
個別社員数（人）	3,135	3,021	2,965	2,968	3,243	3,204	3,218	3,356	-