

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.



株式会社 IDOM CFOの西端です。

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

私からは2024年 2月期の決算と来期の業績予想についてご説明します。

1. 2024年 2月期 の実績



IDOM Inc.

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%)

IDOM Inc. ※「2024」表記は、2024年2月期を示す。

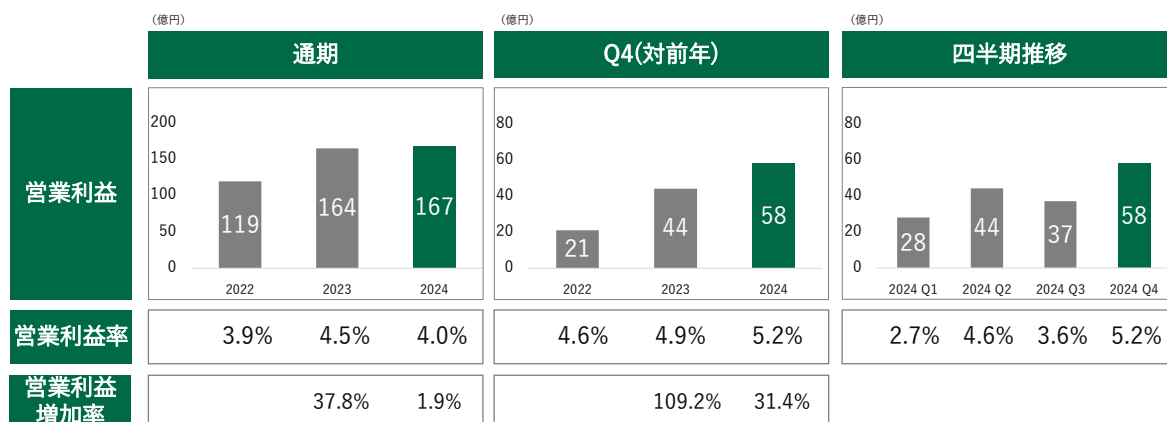
5

スライド5をご覧ください。今期のハイライトです。

豪州の新車ディーラー事業を23年2月期第1四半期に売却したことで連単の差が小さくなり、単体の業績が連結の大半を占めるようになっていました。この後、販売台数など単体の数値でご説明することがありますので、ご承知おき下さい。

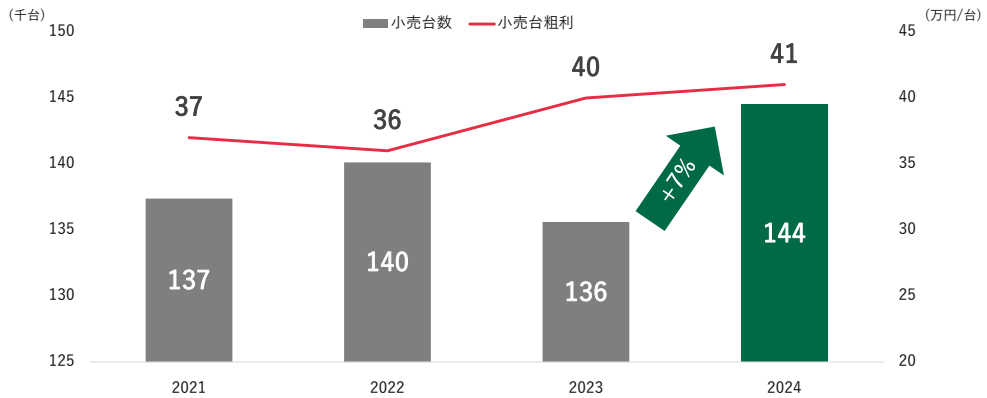
まず第4四半期の結果です。単体の営業利益は58億円、前年同期比で+31%となりました。2023年2月期 第3四半期の52億円を上回り、四半期で過去最高の水準となりました。(数値変更済み)

2つめ目のハイライトは通期において、小売台粗利を高い水準に維持しながら販売台数を伸ばせたことです。通期の小売台粗利は41万円と業績予想の前提を上回り着地する事ができました。一方、小売台数は144千台と過去最高、前年比+7%となりました。



IDOM Inc. ※ 「2024」表記は、2024年2月期を示す。

ハイライトで説明した、単体の営業利益について、最近の推移を年間・前年同期・前四半期との比較をまとめました。四半期の営業利益率は5%になりました。



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。

IDOM Inc. ※「2024」表記は、2024年2月期を示す。

7

同じく、ハイライトで触れた小売台粗利と小売台数の年間の推移です。小売台粗利は40万円台に上昇。

小売台数も大きく伸ばす事ができました。

		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。

IDOM Inc. ※「2024」表記は、2024年2月期を示す。

8

ここからPLについて、ご説明します。まずは主要KPIです。

オープンした店舗は年初の計画を1店舗上回り、前年比でプラス3店舗の11店舗となりました。

小売台数は14.4万台。前期を9千台上回りました。

小売台粗利は41万円。計画比・前期比共に1万円上昇させる事ができました。

このように事業は順調に拡大する事ができました。

(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%

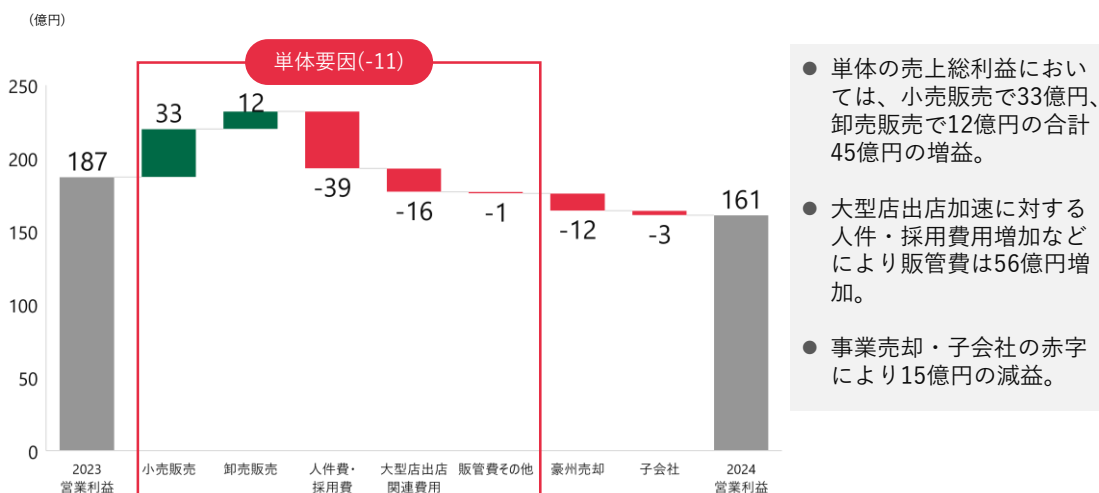
IDOM Inc. ※「2024」表記は、2024年2月期を示す。

9

連結のP/L実績です。

営業利益は161億円、当期純利益は114億円となりました。

営業利益の増減要因については次のスライドでご説明します。



IDOM Inc. ※「2024」表記は、2024年2月期を示す。

10

連結の営業利益の対前年の増減分析を示しています。赤い四角の中が単体の要因です。

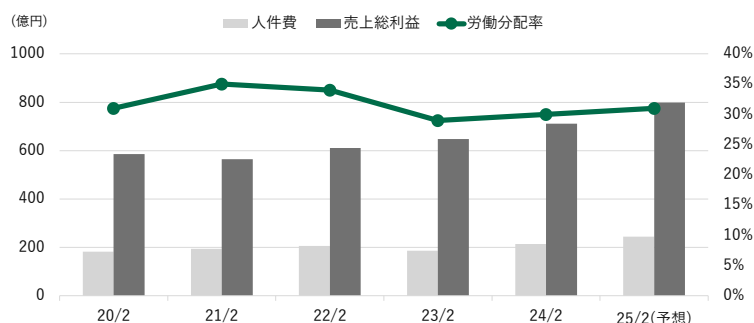
前期の営業利益には売却した豪州事業の営業利益12億円が含まれています。

単体の増減要因は-11億円ありました。

その内訳は小売セグメントで33億円、卸売セグメントで12億円の増益を産み出しました。一方、大型店出店加速に対する人件費や採用費用、広告宣伝費などの増加により販管費が56億円増加しました。

単体以外の部分については、豪州事業が売却によってなくなったことにより12億円の減益となりました。

結果、連結営業利益は26億円減少して、161億円となりました。



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。

ここで、人件費の増加についてお話しします。

大型店出店に伴い、積極的に人財の採用を進めています。

また、好業績に伴い給与水準も向上しています。これらにより、採用費も含めた人件費が単体で39億円増加しています。

こうした人財は、大型店を中心に戦略的に配置をしており、粗利益を増加させています。

結果として、労働分配率を維持しながら、利益の拡大を進めています。

引き続き適正な社員への還元と会社の成長の両方を実現していきます。

(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

IDOM Inc. ※「2024」表記は、2024年2月期を示す。

12

次に、第4四半期(12月-2月)の連結営業利益の状況についてご説明します。

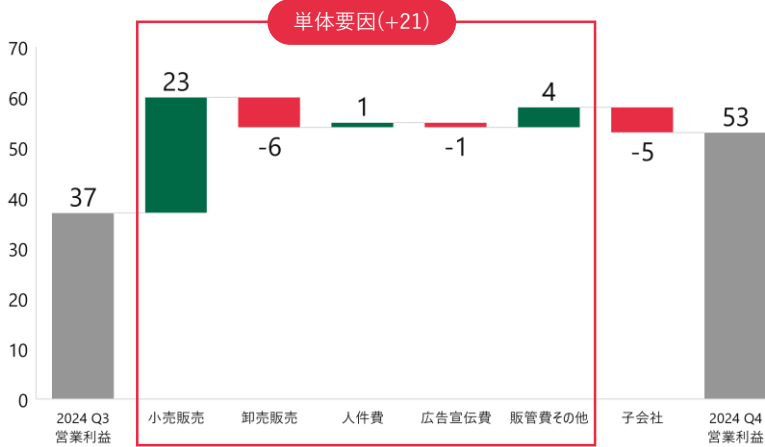
ハイライトのところで単体の営業利益58億円とお話ししました。

連結の営業利益は53億円。

23年2月期第3四半期の過去最高とほぼ同じ利益水準となりました。

前年同期比で+18%、前の期の第3四半期と比べても16億円の増益となりました。

(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。

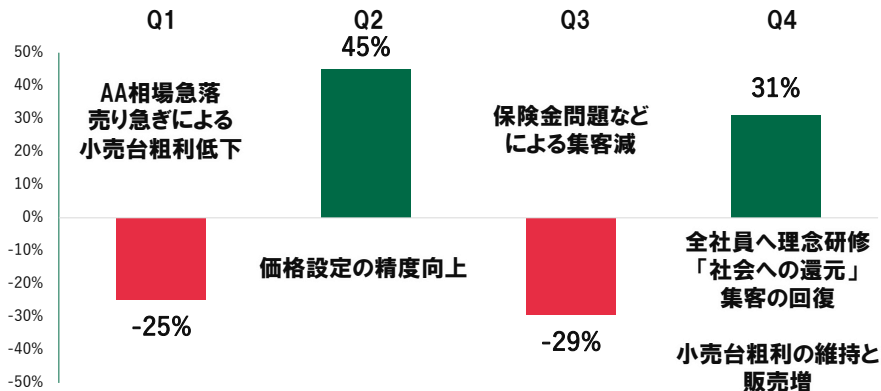
IDOM Inc. ※ 「2024」表記は、2024年2月期を示す。

13

営業利益53億円を前年同期と比較しました。

通期の増減分析と同様に小売セグメントが好調、人件費を中心に販管費の投下を抑制しながら、16億円の増益を産み出しました。

単体営業利益の前年比の推移



各四半期毎にいろいろなイベントがあった今年を振り返ってみます。

第1四半期はAA相場急落、売り急ぎによる小売台粗利低下により営業利益は対前年同期比で減少しました。

第2四半期は小売台粗利の改善により増益。

第3四半期は保険金問題などにより集客減の影響を受けました。

第4四半期は第3四半期のマイナス影響に対して、高い目標を設定して取り組み、改めて何のために仕事をするのかと言う全社員参加のワークショップをしてIDOMの理念を確認しました。

集客の回復も相まって、小売台粗利の維持と小売販売台数の増加の両方を実現する事ができました。

四半期ごとにみるとボラタイルな1年でしたが、環境変化に対応できた1年だったと考えております。

連結・貸借対照表
(2023年2月期末)

資産	負債
1,733億円	1,106億円
現金預金 375億円	有利子負債 671億円
在庫 844億円	その他 434億円
有形固定資産 264億円	純資産 627億円
その他 249億円	627億円 自己資本比率 36%

連結・貸借対照表
(2024年2月期末)

資産	負債
1,840億円	1,141億円
現金預金 305億円	有利子負債 630億円
在庫 860億円	その他 511億円
有形固定資産 338億円	純資産 699億円
その他 337億円	699億円 自己資本比率 38%

- 総資産は1,840億円。
- 在庫は大型店向けに前期末水準を維持。
- 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。

総資産は1,840億円。前期末比107億円増加しました。

流動資産は、事業の拡大に伴い28億円増加しています。

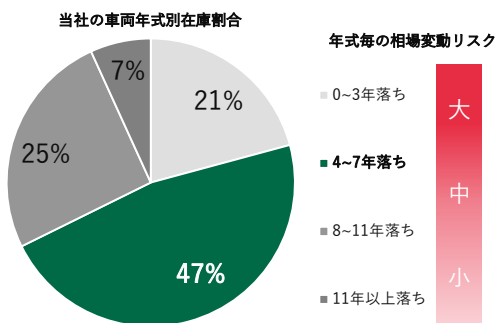
固定資産は、店舗・工場の増加により、79億円増加しました。

負債の部は未払法人税など35億円増加し、1,141億円となりました。

有利子負債は41億円圧縮し、630億円としています。

結果、純資産は72億円増加し、699億円となり、自己資本比率は前期の36%から38%に増加しました。

在庫と相場リスクについて



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年落ちが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。

スライドの左側をご覧ください。

当社の展示在庫車両は新車に近い0-3年落ちの高年式が約20%、4-7年落ちの中年式が約50%、8年以上経過した車両が残り30%を占めています。

中古車価格は新車から1年目の下落が大きく、2年目以降、下落率はゆるやかになってきます。当社の在庫は高年式のクルマと比較して、価格下落リスクは小さいものとなっています。

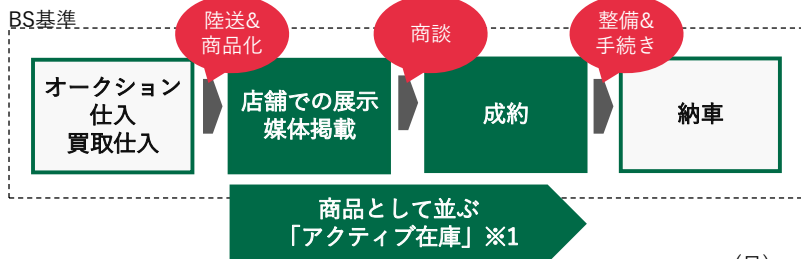
スライドの右側で、在庫車両の卸売・小売のリスク特性についてお話しします。

卸売はオークションへの売却のため、相場の変動の影響を受けやすく、仕入れてからオークションで売るまで原則2週間の期間で管理しています。

一方、小売はお客さまへのニーズにあった価格設定をしています。そのため、相場の影響を比較的受けにくい傾向があります。120日を超える長期在庫のみ在庫処分の実施を検討しますが、原則、お客様への販売機会を優先しています。

こうした特性を前提に、適正な在庫管理を実施しております。

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)

IDOM Inc.

※1 仕入車両を自社媒体に登録してから成約して媒体非掲載になるまでの期間の平均。
 ※ 「2024」表記は、2024年2月期を示す。

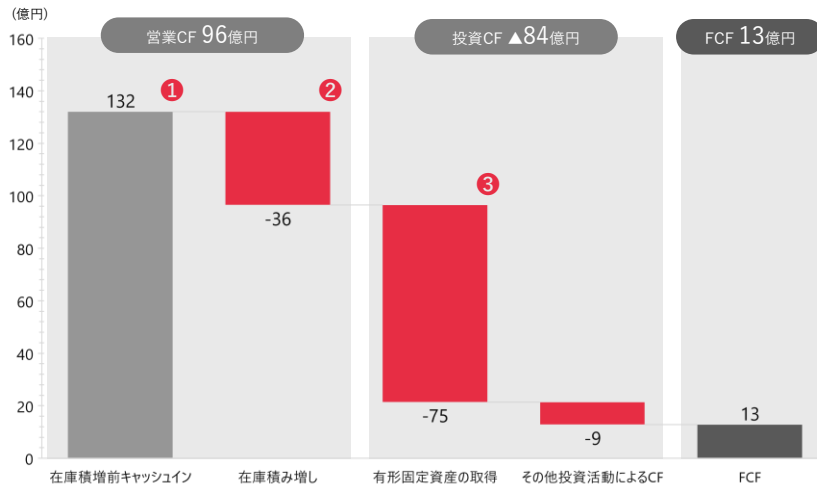
17

店舗での展示や媒体への掲載から成約までの期間を「アクティブ在庫」と定義しました。小売台数の増加により増加傾向ではありますが、約40日程度で管理できています。

バランスシートにのっている、在庫や成約後の書類準備期間や整備の期間などを含みます。

展示車両の強化と相場リスクのバランスを考慮しながら、小売り最大化にむけた在庫管理を実施しています。

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。(△36億円)
- ③ 今期大型店出店11店舗に伴う設備投資など。(△75億円)

結果、フリーキャッシュフローは13億円のプラス

連結のキャッシュフローの状況です。

営業キャッシュフローは事業の好調により「在庫増減前」で132億円のキャッシュをうみだしました。

在庫への投資によるキャッシュアウトはありましたが、営業キャッシュフローは96億円のプラスとなりました。

大型店・整備工場など有形・無形固定資産の取得に84億円を投下しました。

成長投資を継続しながら、フリーキャッシュフロー(FCF)は13億円のプラスとなりました。

2. 2025年 2月期 の業績予想



IDOM Inc.

ここから、来期、25年2月期の業績予想についてお話しします。

		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	-

IDOM Inc. ※「2024」表記は、2024年2月期を示す。

20

このスライドで来期に向けたKPIを示します。

来期の前提として、中古車相場は安定的に推移していくとしています。

大型店は15店舗をオープンさせていきます。今期に比べて4店舗の増加です。

小売台粗利は40万円台前半を維持しながら、販売台数は当期に比べて1万台程度増加させ15万台から16万台を目指していきます。

このように台粗利と台数の面積の拡大に努めていきます。

(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%

IDOM Inc. ※「2024」表記は、2024年2月期を示す。

21

そして、来期の連結業績予想です。

売上総利益は100億円増益の833億円。

販管費は人件費などを中心に58億円増やし、630億円としています。

営業利益は203億円、前期比41億円増加、プラス25%を目指していきます。営業利益率は4.4%となります。

通期で過去最高利益に挑戦してまいります。

当期純利益は136億円と予想しています。

これまで、取り組んできた付帯の提案など小売台粗利の確保、大型店の展開による小売販売台数の増加と言った、成長ドライバーは確度の高いものになっています。

今後も事業環境の変化には注視していかねばなりません。これまで同様に、しっかりと成長軌道に乗せていきたいと考えております。

ありがとうございました。

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)



IDOM Inc.

社長の羽鳥貴夫です。

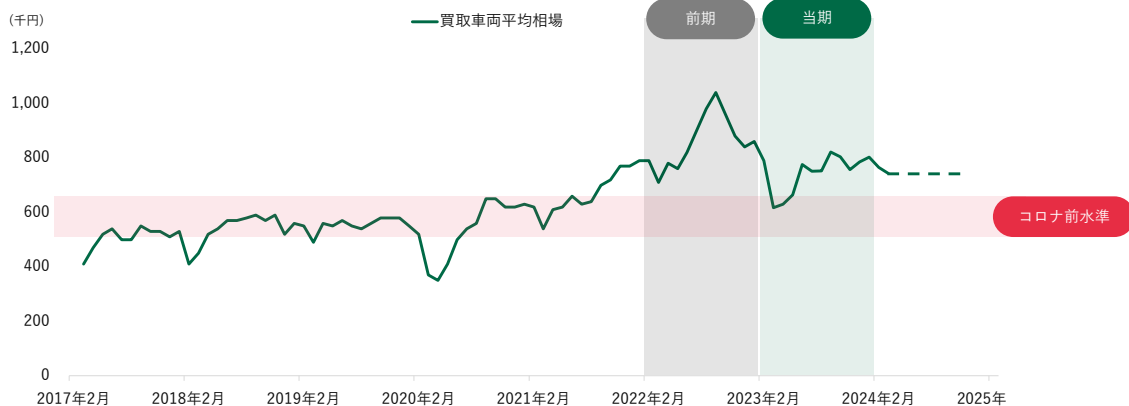
市場環境の認識とこれからの取組み、また中期経営計画目標の上方修正に関してご説明いたします。

3. 1 市場環境に関して



IDOM Inc.

まずは市場環境についてご説明いたします。



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。

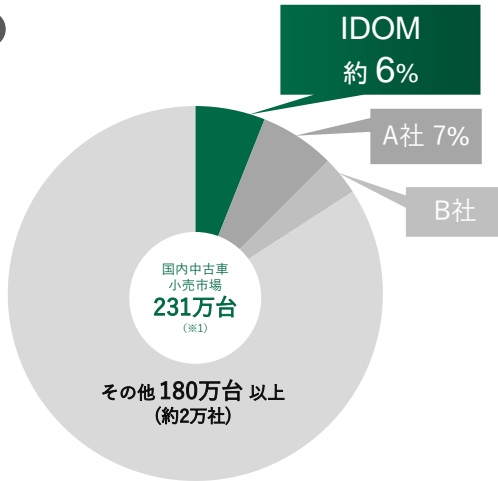
中古車相場の動向です。

2023年2月期の相場下落後、緩やかに相場は下がると予想していましたが、円安の影響などもあり2024年2月期の相場は高い水準を維持しました。

既に新車の供給は安定していることも考えると、2025年2月期に関しても下落要因は少なく、相場は高い水準を維持するものとみられます。

しかし、足元では想定以上に相場が上昇していることを鑑み、相場下落のリスクも認識しながら在庫管理を徹底してまいります。

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。

IDOM Inc.

25

市場規模に関してご説明いたします。

最近の市場調査によると国内中古車小売台数は231万台とIDOMのシェアは約6%となっております。

現在も大手三社を合わせても20%のシェアに届かない非寡占化市場です。

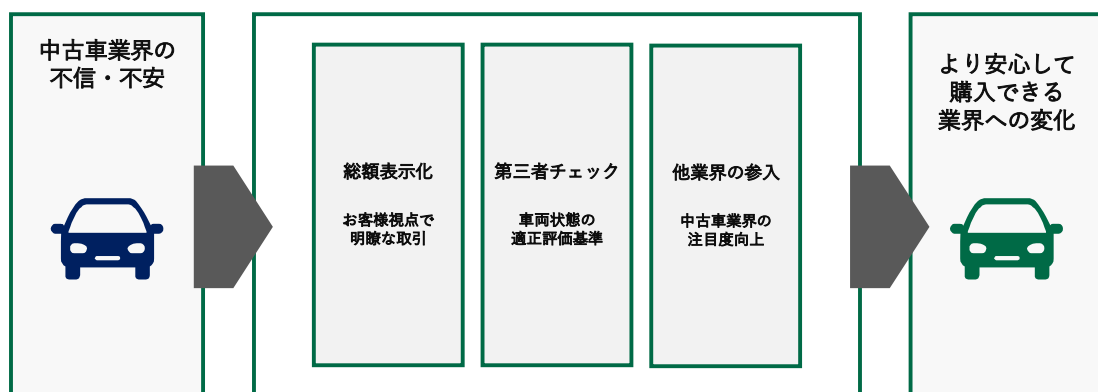
大型店の出店を通して、180万台以上の市場からシェア獲得を目指します。

3. 2 安心への取り組み



IDOM Inc.

ここからは、安心への取り組みについてご説明いたします。



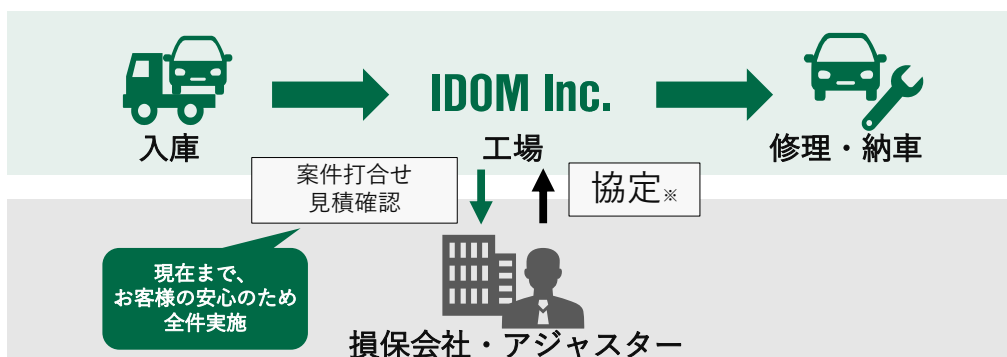
2024年2月期は、保険金の不正請求問題など中古車業界への信頼感が低下。
業界のリーディングカンパニーとして中古車業界の透明性を強化しお客様への信頼を回復。

2024年2月期は、保険金の不正請求問題など中古車業界の不信や不安をお客様が抱えてしまう年になりました。

IDOMではお客様に安心・安全な中古車をお届けするために、総額表示化による明瞭な取引、第三者チェックを導入したことによる適正評価基準などを業界のリーディングカンパニーとして率先して導入してまいりました。

また2025年2月期は伊藤忠商事など他業界からの参画により、中古車業界はお客様からより注目が集まると考えております。

中古車業界を、より安心した取引ができる業界へ変化させていきます。



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。

IDOM Inc. ※ 協定：事故の修理対応について損保会社のアジャスターが修理箇所・使用部品・コストを確認し、保険会社と交渉し最終的に修理金額を確定すること。

28

こちらは板金工場で行っている保険事故対応についてのご説明です。

IDOMでは2022年より損保の修理を開始しました。

これまでの全ての案件で、保険会社にご紹介いただいたアジャスターより修理箇所・使用部品・コストを確認し、最終的に修理金額を確定していただいています。

また今後も全件でこの協定を実施していく方針を定め、より安心した事故対応をお客様にお届けいたします。



本更津金田 板金ピット全体1 (S-G01365-P01)



※作業記録を確認できる映像



※工場内に設置されたカメラ

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。

IDOM Inc.

29

さらにIDOMの全工場へ作業工程を確認できるカメラを設置いたしました。

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いたしました。

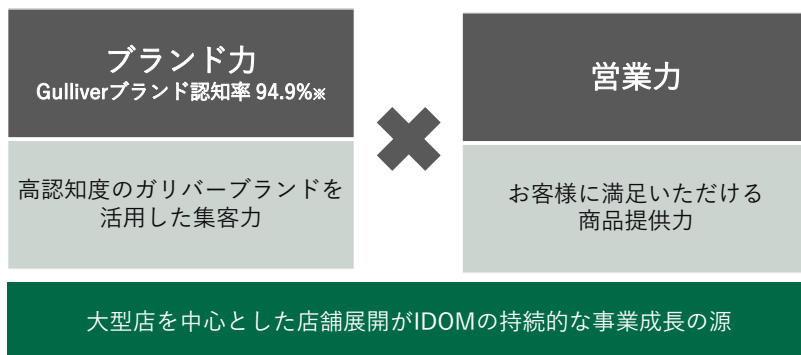
透明性の向上により「お客様の安心」と「従業員の適正な作業の証明」を担保することをが可能となります。

3. 3 事業への取り組み



IDOM Inc.

ここからは事業への取り組みに関してご説明いたします。



IDOMの強みに関してご説明いたします。

まずは、Gulliverブランドです。
日本国内における「中古車のガリバー」はブランド認知率94.9%となり高い集客力を有しております。

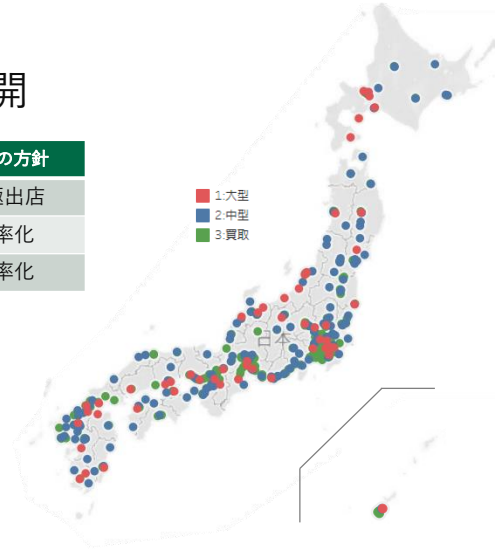
次に、営業力です。
お客様の不便を解消するべく中古車買取事業を始め、現在主力の小売事業もお客様の生活やニーズに寄り添った提案力を有しております。

大型店を中心とした店舗展開に、これらの強みを生かし持続的な事業成長を実現いたします。

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。



ガリバー店舗は現在、全国に406店舗を展開しております。

47都道府県の全ての商圈に大型店を出店していく事でさらなるシェア獲得を目指していきます。

	買取店	中型店	大型店
店舗 フォー マット			
店舗数※	205店舗	148店舗	53店舗
特徴	買取専門店	<ul style="list-style-type: none"> 顧客ニーズに合わせた専門店 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 	<ul style="list-style-type: none"> 地域最大級の圧倒的な品揃え 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

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。

Gulliverブランドについてご説明いたします。

30年前に中古車買取店として始まったGulliverは94.9%と圧倒的なブランド認知力を有しており、

近年投資を拡大している大型店への集客誘導に成功しております。



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

2023

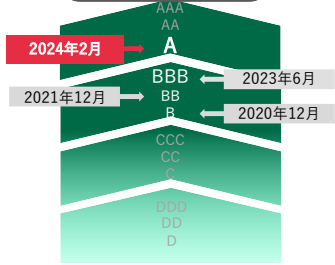


**BEST
MOTIVATION COMPANY
AWARD**

大手企業部門
(2,000名以上)

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。

従業員満足度への取組みに関してご説明いたします。

IDOMでは従業員の成長が事業成長のカギとなると考えております。

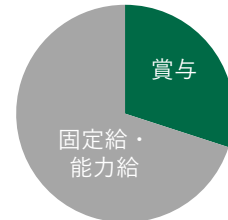
当期では2023年11月から12月にかけて、全従業員に対して目標設定をテーマに「Z-camp」を実施。部署の垣根を越えたメンバーを集めてワークショップを行い、仕事への取り組み方や世代を超えた価値観の共有など人的資本への投資を実施いたしました。

従業員のエンゲージメントを定量化し改善活動を行ってきたことで、2021年から開始したモチベーションサーベイではレーティング評価が上昇しAとなりました。また、Best Motivation Company Awardを2年連続で受賞しました。

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。

インセンティブ制度についてご説明いたします。

IDOMでは社員の成長への取り組みとしてインセンティブ制度を取り入れています。

ノルマを設定しないことで従業員がお客様へのサービスに注力することを重要視し、

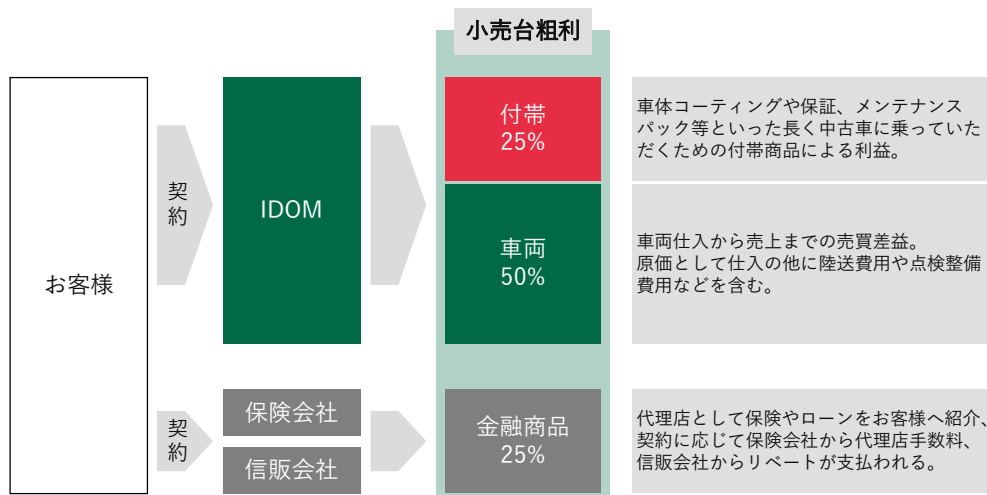
適切なインセンティブ制度としております。

3. 4 中期経営計画の上方修正



IDOM Inc.

ここからは中期経営計画の上方修正についてご説明いたします。



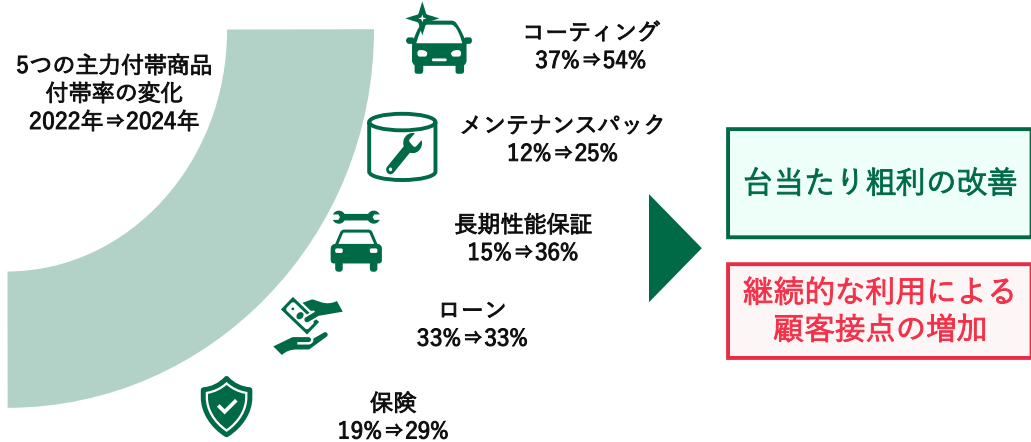
IDOM Inc.

37

中期経営計画の上方修正にあたりまずは、当社での小売台粗利に関してご説明させていただきます。

当社の小売台粗利は、
 お客様との取引から直接頂く、
 車両仕入から売上までの売買差益である車両粗利。
 コーティングや補償など、より快適に中古車をご利用
 いただくための付帯からの粗利。
 そして、
 代理店として保険会社や信販会社から間接的に頂く金
 融商品粗利。
 これら三つを合計したものになります。

5つの主力付帯商品
付帯率の変化
2022年⇒2024年



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。

IDOM Inc. ※ 「2024」表記は、2024年2月期を示す。

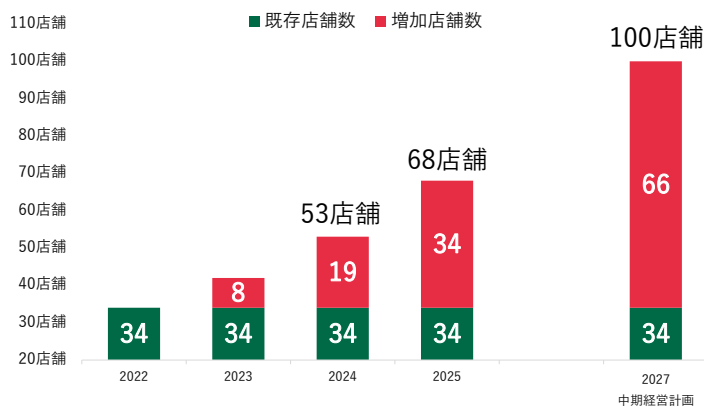
38

付帯商品の開発に関してご説明いたします。

車両の販売はもちろんですが、安心して中古車をご利用いただくための付帯商品の開発も進めております。

2022年以降、工場併設型の大型店の増加もあり、付帯率は着実に増加しております。

引き続き付帯商品の開発を進めることで、お客さまとの接点を増やし、ライフタイムバリューの最大化を目指します。



	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

IDOM Inc. ※ 「2024」表記は、2024年2月期を示す。

これまで蓄積してきたノウハウを元に中期経営計画を16店舗上回る66店舗の出店を行い、全国で大型店100店舗を目指します。

また大型店の利益効率改善を実施していく事で将来のさらなる出店への可能性を広げていきます。

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。

IDOM Inc. ※ 「2024」表記は、2024年2月期を示す。

40

付帯商品の開発による小売台粗利の維持

大型店全国100店舗による商圈拡大からの小売台数増加

この二つを戦略の軸に置き中期経営計画を上方修正いたします。

		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		○
ビジネス	直営店 小売台数	17 万台	17~19 万台		○
	小売台粗利	-	44~41 万円		○
投資効率	ROIC	10 %以上	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。

IDOM Inc. ※ 「2024」表記は、2024年2月期を示す。

41

中期経営計画の2027年2月期新目標では営業利益300億円を目指します。

これに伴い各種KPIも変更を実施しております。

FCFは従来目標を超える出店ペースとなったため目標水準を変更しました。

ただし、財務安定性の基準としてFCFが黒字であることは重要と認識しております。

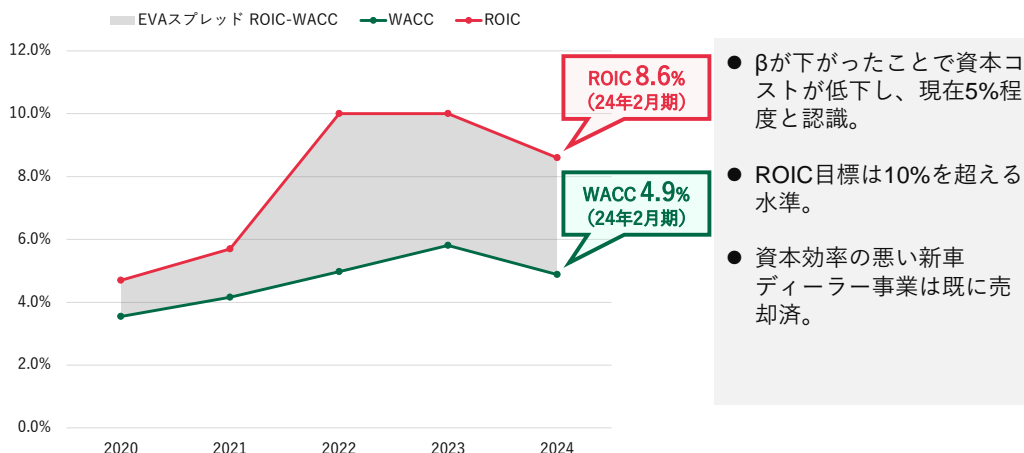
3年間で累計フリーキャッシュフローが黒字であることを新たな基準とさせていただきました。

4. 配当・資本政策について



IDOM Inc.

ここから配当と資本政策についてお話しします。



- 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。

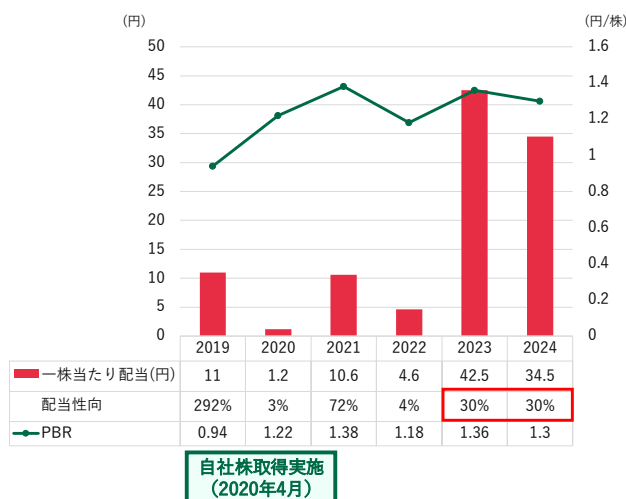
IDOM Inc.

43

当社の資本コストは5%程度の水準と認識しています。計算方法はAppendixに記載していますので、ご覧下さい。

今期は出店による資産増と減益の為、ROICは10%から8.6%に低下しましたが、資本コストとの差分であるEVA（イービーイー）スプレッドは継続的に4%程度を確保しています。

今後、中期経営計画に向けて、ROICの水準は10%以上を目指して参ります。



- 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。

IDOM Inc. ※「2024」表記は、2024年2月期を示す。

44

これまでの配当の推移をしめしています。

過去は、前期の連結純利益の30%を株主の皆様へ配当していましたが、

前期(23年2月期)から、当期の連結純利益の30%を株主の皆様へ還元するように変更しています。これによって、配当性向は昨年から30%となっています。

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します。2020年4月には自己株式の取得を実行しました。

今後も、成長投資を優先し、利益を上げる事で企業価値を高め、株主還元を増やしていきたいと思っております。

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

終わった期と来期の配当です。

当期の配当金額は通期で34.19円となります。

上期に14.41円をお支払いしていますので、下期配当は1株につき、19.78円となります。

来期は通期で40.63円の増配を予想しています。

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から信頼されるための取組みを続けてきました。

今年の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。



46

2024年2月期は中古車への信頼という点において、中古車業界の大きな変革期となりました。

世界的に見ても新車の小売割合が高い日本において、中古車への信頼感を上げていく事で日本の中古車市場はまだまだ拡大していく余地があると確信しています。

中古車業界のリーディングカンパニーとしての自覚を持ち、信頼される商品とサービスを提供しステークホルダーの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の成長に期待していただければと思います。