

新規投資家向け資料

May 1th, 2025

東証プライム 7599

IDOM Inc.



1. 会社情報	-3
2. 国内事業の成長戦略	-20
3. 中古車市場に関するデータ	-34
4. 若者の車に対する意識と実態	-41
5. 店舗写真	-44

1. 会社情報

Gulliver



IDOMの企業理念

Growing Together

私たちは、豊かな未来のために、IDOMイズムの体現を通して、5つのステークホルダーと共に成長し続けることを目指します。

5つの
ステークホルダー

社会

お客様

社員

パートナー

株主

MISSION：まちのクルマ屋

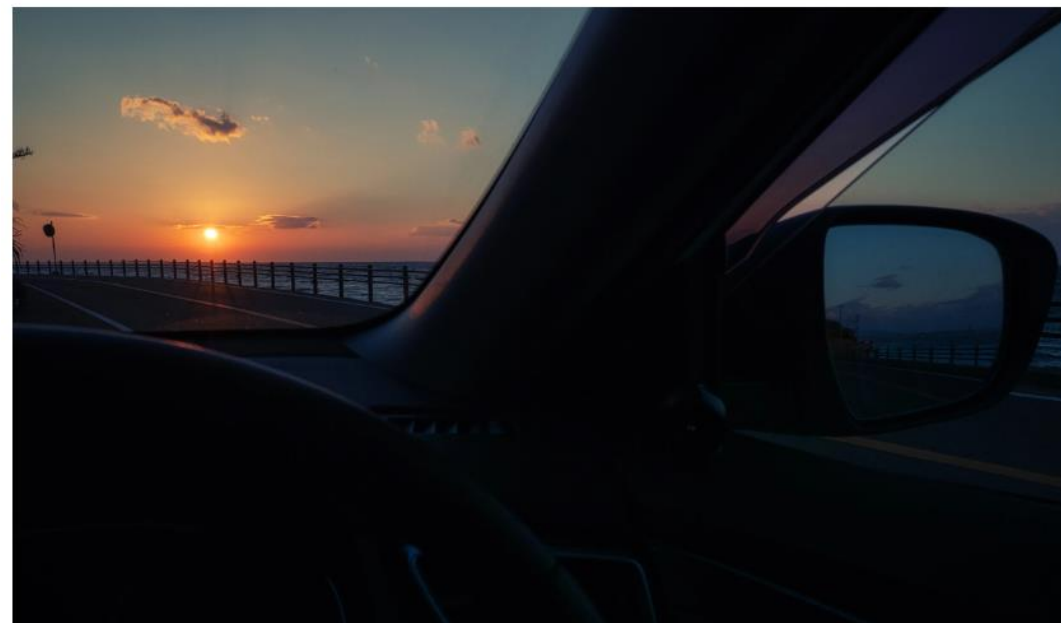
New Mission

**あなたの人生を彩り続ける、
「まちのクルマ屋」に挑む。**

IDOMは買取価格の透明化をはじめ、30年間、
クルマ流通のイノベーションに挑み続けてきました。

私たちが届けるのは「中古車」という乗り物だけではありません。
新しい仕組みとサービスで、
あなたの人生を彩り続ける「まちのクルマ屋」へ。

存在意義が問われる今だからこそ、
お客様目線で市場や事業の透明化を推し進め、
誰もが自由に、安心してクルマと楽しめる社会をつくっていきます。



株式会社IDOMは、1994年の創業から30年となる本年、
「Mission」を制定したことをお知らせいたします。

創業30周年にステークホルダーの皆様へ貢献するためのミッションを制定。

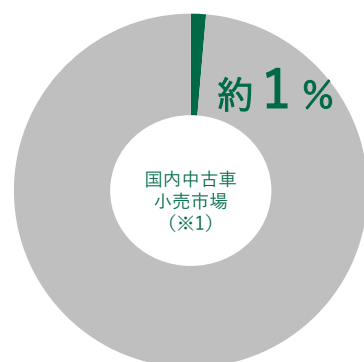
2025年2月期

Gulliver

一目でわかるIDOM

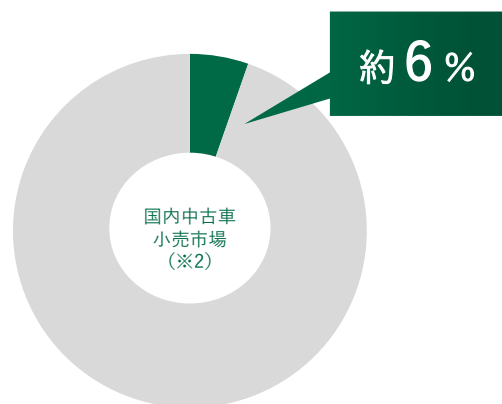
国内中古車市場
トップシェア

2012年2月期



13年後
現在

2025年2月期



Growth

営業利益
199億円

Scale

社員数
3,816人

店舗数
424

Gulliverブランド
国内認知率
94.9%

Efficiency

ROIC (※3)
8.1%

Stability

自己資本比率
36%

※1:2012年2月期の市場シェアは、2008年の中古車小売市場規模240万台（矢野経済研究所調べ）に占める当社の国内小売台数の内訳を算出。

※2:2025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）に占める当社の国内小売台数の内訳を算出。

※3:2025年2月期 連結財務諸表の数字より算出 税引き後営業利益 / （（期首在庫 + 期首固定資産 + 期首売掛金 + 期末在庫 + 期末固定資産 + 期末売掛金） / 2）

IDOM Inc.

IDOM国内事業の変遷



営業利益推移

創業～買取・卸売期

小売モデルへの転換

新小売モデル

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

当時日本で雄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

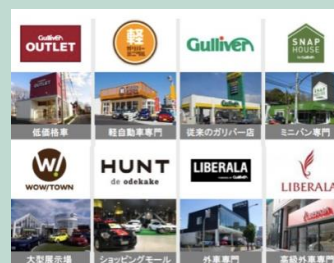
1994年創業

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

2022年7月
豪州新車事業を売却



2023年1月オープンした
地域最大級の木更津金田店

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、2025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、6期中5期の増益となり最高益を更新。

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 25 26

① 中古車買取事業

Gulliver店舗（主に買取店）にて、中古車の買取を行う。



② 中古車小売事業

Gulliver店舗（主に大型店・中型店）にて、中古車の小売を行う。

③ 付帯事業

中古車の小売に伴う、オートローン、自動車保険、保証、車検、整備などの付帯商品の販売。



当社ビジネスの5つの競合優位性



1	ブランド力	高認知度のガリバーブランドを活用した集客力	・ブランド認知度調査(当社独自調査・リサーチ会社調べ) “Gulliver”ブランド認知率 94.9%
2	顧客数	創業来の圧倒的な取引台数にもとづく顧客数	(累計) 買取台数+小売台数： 550万台
3	営業力	新卒採用を中心とした長期的な人材教育プランの構築と改善	・累計小売台数： 165万台超 ・小売付帯サービスの拡充を実現
4	IT活用力	DX・AI化の推進	買取ビジネスの運営や在庫管理を自動化により小売ビジネスへの人材リソースの集中化を実現
5	環境への対応力	買取から小売へ	事業を取り巻く環境変化に柔軟に対応し、買取中心のビジネスから小売ビジネスへの転換を実現



お客様から信頼いただくために

「IDOM」は、創業期から「Growing Together」という共存共栄の理念を原点に、社会、お客様、パートナー、株主、そして社員といった5つのステークホルダーと共に成長し続けることを目指しています。創業期からお客様から信頼をいただくことの重要性を捉え、これまでも、不透明とされている自動車の取引を見直すために、クルマの買取ビジネスモデルやインターネットによる販売モデルを確立するなど、流通業界の変革に取り組んできました。昨今、中古車流通ビジネスを取り巻く事業環境、消費者マインド、社会環境は、絶え間なく変化しています。IDOMは、これらの変化に伴う様々な課題を、既成概念にとらわれることなく、事業を通じて解決することに挑み続けていきます。

IDOMという社名に込められた思い

「IDOM」という社名には創業当時から変わることのない「挑み続ける」というスピリッツを社内で共有し、社外にも発信していきたいという思いが込められています。

株式会社IDOM

設立:1994年

株式店頭:1998年

直営店舗数:424店

加盟店:61店

(2025年2月末時点)

主なグループ会社

(国内)

- 東京マイカー販売
- IDOM CaaS Technology

(海外)

- [米国]
Gulliver U.S.A.
Gulliver EAST

IDOM直営小売台数

149,003 台

2025年2月期実績

IDOM直営買取台数

183,781 台

2025年2月期実績

連結従業員数

4,066 名

2025年2月末現在

沿革



	企業関連	ビジネス関連	受賞関連
1994	● ガリバーインターナショナル設立		
1998	● 株式店頭公開 (設立から当時史上2番目の期間)	● ドルフィネットシステム運用開始	
1999		● 加盟店を中心に ガリバー店舗500店達成	
2000	● 東京証券取引所市場第二部に上場 (設立から当時史上最速)		
2002			● 「IR優良企業奨励賞」受賞 (日本インベスター・リレーションズ協議会)
2003	● 東京証券取引所市場第一部に指定		
2004	● Gulliver USA, Inc.を設立		● 当時日本で唯一の ハイパーグロスカンパニー※となる ※ 設立10年以内に売上高10億ドルを達成した超成長企業を米国で称賛する言葉
2006		● 本社オフィスを丸の内に移転	● 「ポーター賞」受賞
2008		● 社長2名体制を開始	● 「第2回ハイ・サービス日本300選」 受賞(サービス産業生産性協議会)
2009		● 「あんしん10年保証サービス」 提供開始	
2010	● 金融事業を行うジー・ワンクレジットサービス株式をSBIホールディングスに譲渡		

	企業関連	ビジネス関連	受賞関連
2011		● 商品化センターの稼働開始	● 「働きがいのある会社ランキング」 29位にランクイン (Great Place to Work® Institute Japan) 以降、7年連続受賞
2012	● モトーレングローバル設立 (北海道においてBMW/MINIディーラー開始)	● 大型展示場「WOW! TOWN 幕張」を オープン	● 「IT Japan Award2012」受賞 (日経コンピュータ)
2014	● ニュージーランド1号店をオープン	● 中期の経営方針として展示販売店舗の出 店を加速	
2015	● BMW/MINIディーラー(千葉県)を展開 するNakamitsu Motorsの株式を10 0%取得、モトーレングランツに名称変更 ● 西オーストラリアで新車ディーラーを経営 するBuick Holdings Pty Ltd.の株式6 7%を取得	● 買取の本部一括査定システムを リニューアル (各店舗での査定にモバイルデバイスを導入) ● 「クルマジロ(現・ガリバーフリマ)」 サービス開始	
2016	● 社名をIDOMに変更	● 「NOREL」 サービス開始	
2017			● 「攻めのIT経営銘柄2017」選出 (経済産業省、東京証券取引所) ● 「働きがいのある会社ランキング」 過去最高の18位
2018	● オーストラリア、メルボルンの新車ディー ラーを買収		
2019		● 個人間カーシェアリング「GO2GO」サー ビス開始	
2020	● 新規事業、NOREL、GO2GOを株式会 社IDOM CaaS Technologyへ承継		

	企業関連	ビジネス関連	受賞関連
2021	● モトーレングローバル、モトーレングランツの株式を譲渡 (国内新車ディーラー事業からの撤退)		● 日本政府から紺綬褒章に係る褒状を授与 (2011年より取り組んでいたユニセフ支援)
2022	● IDOM Automotive Group Pty Ltd. 及び Gulliber Australia Pty Ltd.の株式を譲渡 (豪州新車ディーラー事業からの撤退) ● 指名・報酬委員会の設置	● 本社オフィスを現地に移転 ● 大型店と整備工場を成長戦略の柱とする「中期経営計画 2023-2027」を公表	
2023	● ガリバーインシュアランスを吸収合併	● 「じしゃロン」 サービス開始	● 「Best Motivation Company 2023」 大手企業部門7位にランクイン (モチベーションクラウド)
2024	● 株式会社IDOM Digital Driveを設立 ● 中古車業界では初となる公募普通社債を発行 ● 意思決定の指針となるミッションステートメント【あなたの人生を彩り続ける「まちのクルマ屋」に挑む】を発表		● 「Best Motivation Company 2024」 大手企業部門3位にランクイン (モチベーションクラウド) ● 「健康経営優良法人2025」に認定

役員・顧問（2025年2月末時点）



羽鳥 由宇介



羽鳥 貴夫

代表取締役社長
羽鳥 由宇介 社内

1971年生まれ。創業翌年の1995年当社へ入社し、札幌店をスタートに複数店舗の立ち上げを行う。取締役、常務取締役、専務取締役を経て、2008年DUO社長体制に移行とともに代表取締役社長に就任。現在は、全社戦略の他、海外事業などを管掌。

代表取締役社長
羽鳥 貴夫 社内

1972年生まれ。創業翌年の1995年当社へ入社し、関東1号店の立ち上げを行う。取締役、常務取締役、専務取締役を経て、2008年DUO社長体制に移行とともに代表取締役社長に就任。現在は、全社戦略の他、直営事業全般を管掌。



西端 亮



杉江 潤

取締役CFO
西端 亮 社内

1958年生まれ。東亜燃料工業株式会社(現ENEOS株式会社)を経てテルモ株式会社へ入社。同社にて執行役員CAFO(チーフ・アカウンティング・アンド・フィナンシャル・オフィサー)に就任。2020年3月当社入社とともにCFO(チーフ・フィナンシャル・オフィサー)に就任。2023年当社取締役に就任。

取締役
杉江 潤 社外
独立役員

1956年生まれ。大蔵省(現財務省)入省後、東京国税局長などの要職を歴任。2017年当社取締役に就任。現在、一般社団法人投資信託協会副会長専務理事。



野田 公一



須釜 武伸

取締役
野田 公一 社外
独立役員

1966年生まれ。ハーバード大学経営大学院卒業。楽天株式会社執行役員、ウォルマート・ジャパン・ホールディングス株式会社最高人財責任者及び最高管理責任者、株式会社Works Human Intelligence最高人財責任者(CHRO)、株式会社WHI Holdings最高人財責任者(CHRO)を歴任。2018年当社取締役に就任。

監査役(常勤)
須釜 武伸 社内

株式会社赤トリキショッピングデパート(現株式会社赤トリキ)を経て株式会社マックプロジェクト(現株式会社メディアパワー)に入社。同社にて、専務取締役。1996年当社入社。2003年執行役員に就任。2021年当社監査役(常勤)に就任。



木村 忠昭



二宮 かおる

監査役
木村 忠昭 社外
独立役員

公認会計士。2020年当社監査役就任。現在、(株)アドライト代表取締役、株式会社ユーグレナ社外取締役(監査等委員)。

監査役
二宮 かおる 社外
独立役員

カルビー株式会社にて、社会貢献委員会委員長。2021年当社監査役就任。現在、カルビー株式会社社会貢献委員会。

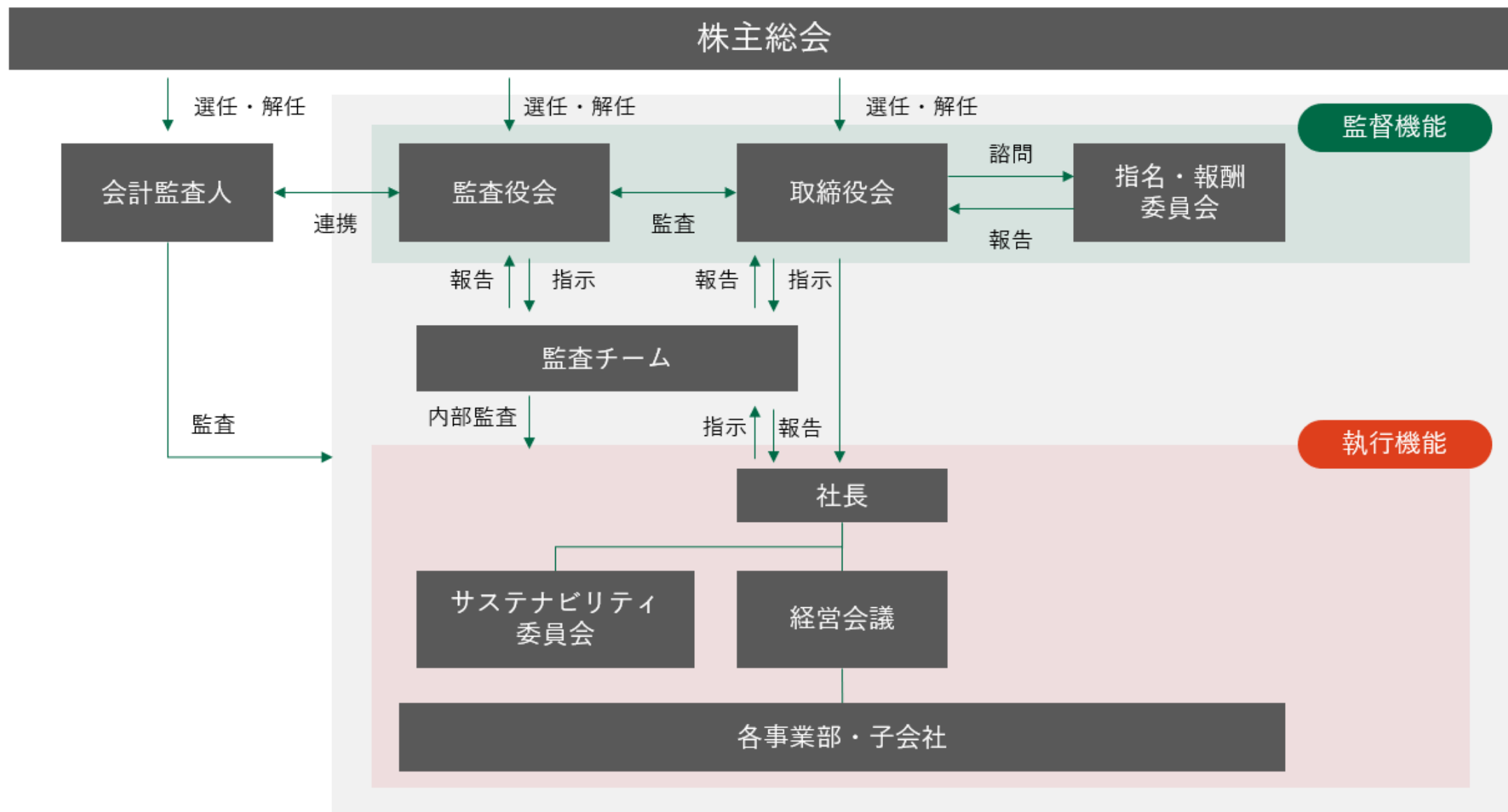
名誉会長
羽鳥 兼市

1994年に当社を創業。2008年当社代表取締役会長に就任。2016年当社名誉会長に就任。

顧問
山田 英雄

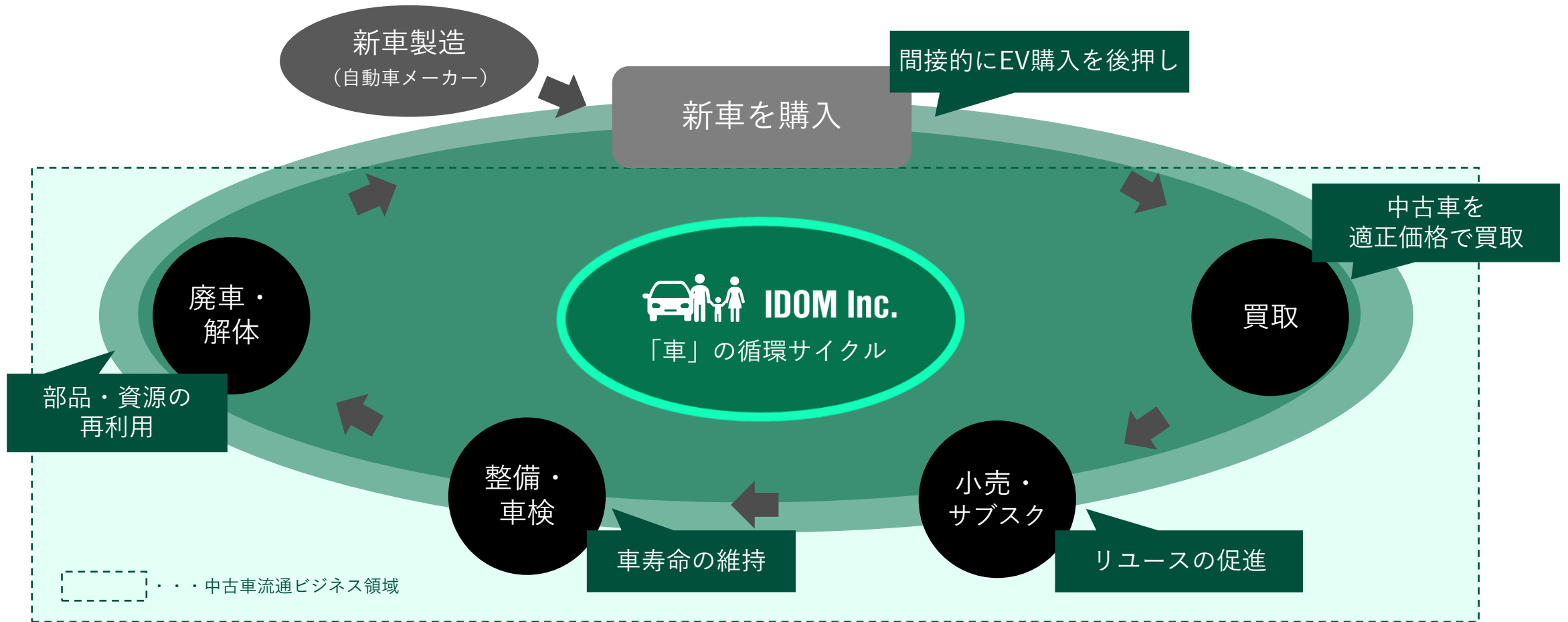
第12代警察庁長官。2016年当社顧問に就任。

コーポレートガバナンス体制図



環境	透明性の高い中古車流通と循環型ビジネス	2023年2月期 IDOM単体 取引実績 小売台数:135,599台 卸売台数:111,793台
	環境負荷低減	- ペーパーレス化の推進(売買契約書の電子化、資料オンライン共有による紙資源使用削減等) - 本部オフィス・店舗のLED化の推進
社会	社員の働きがいの向上	外部評価の利用(「Best Motivation Company 2023」大手企業部門7位にランクイン)
	働き方の変革	- IT活用による働き方の変革と生産性の向上、リモートワーク環境の構築 - 労働時間管理の徹底とホットライン導入 - エリア社員制度導入
	人財育成	- 教育制度の充実(研修制度、オンライン学習) - CS重視の人事評価制度
	多様性の尊重・女性活用	女性の活躍を支援する「さくらプロジェクト」
	新しいクルマの使用価値提供	- 乗り換え可能・シェアリングもできる中古車利用サービス「NOREL」(2016年開始) - クルマ個人間カーシェア「GO2GO」(2019年開始)
	地域との共存	- 全国出店(2023年2月 直営店舗数: 397店) - 在庫共有システムで日本全国に安心・良質な車を販売
	お客様満足の追求	- CSアンケートの継続的な実施 - 覆面調査の定期実施 - 外部機関(AIS)による販売車両の品質チェックを実施 - 整備工場へのカメラ設置を開始
	商品への安心	返品制度の導入、最長10年の保証サービスの提供
	社会支援	- ガリバークルマ支援 第1弾(緊急事態宣言発令時(コロナウイルス)に1万名へ中古車を3カ月無償提供) - ガリバークルマ支援 第2弾(バス置き去り事故を受け幼稚園バスに安全装置を100台無償提供)
ガバナンス	エンゲージメント推進による持続的な企業価値の向上	投資家意見を経営・IR活動に反映(IRミーティング実施 2023年2月期 実績:約250件)
	経営リスク管理	- コンプライアンス教育・啓蒙活動 (コンプライアンステストの実施、コンプライアンスサイトの設置、社内ニュース配信) - 公平評議委員会の設置、評議対象案件の社内共有 - 各種規程の社内浸透の強化(情報セキュリティ規程、個人情報管理規程、等) - 内部通報システムの運用 - 指名・報酬委員会の設置
IT	IT活用	ITとビジネスを一体的に推進する組織作り

中古車流通ビジネスの循環サイクル



循環サイクルを回すことでEVへの乗り換えを促進し、
社会のカーボンニュートラル達成に貢献。

配当方針

業績連動型配当

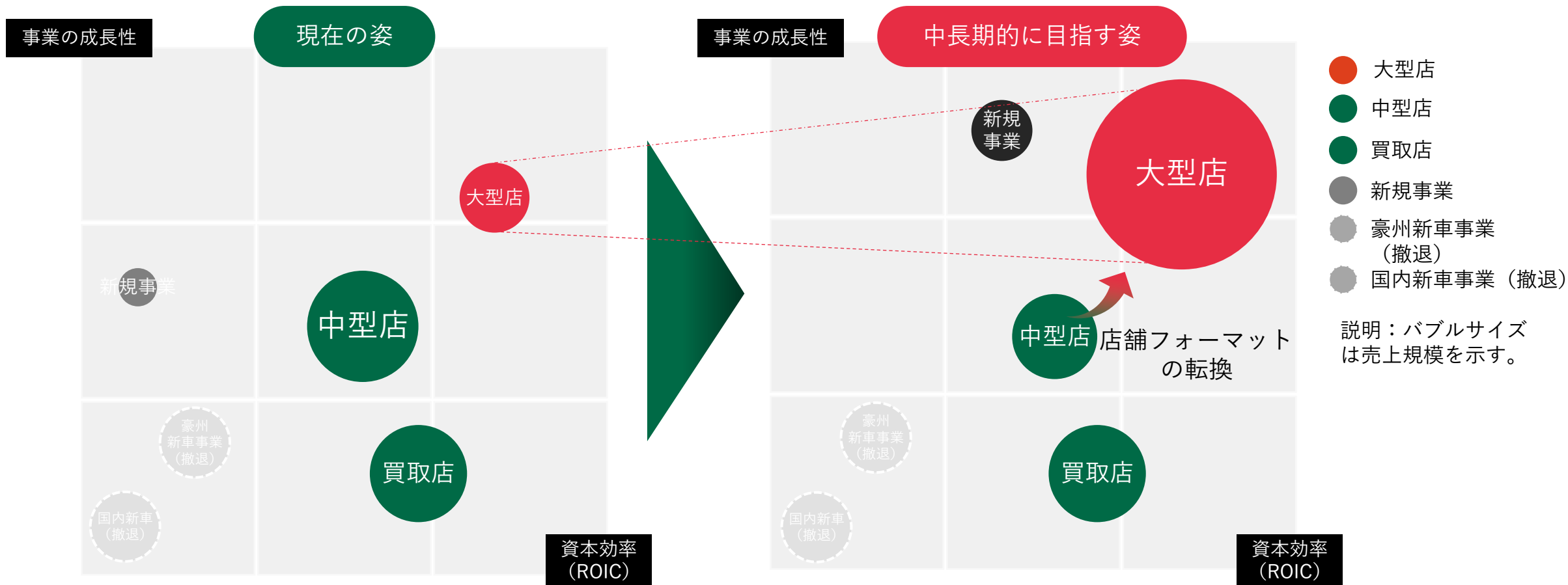
配当金の計算方法

「親会社株主に帰属する連結当期純利益」 × 30%

2. 国内事業の成長戦略

Gulliver

中長期的に目指す事業ポートフォリオ



成長性と資本効率が高い事業に選択と集中を行い、経営資源の再配分をする方針に基づき、成長性と資本効率が高い大型店展開に重点的に投資を行う。

中期経営計画の位置づけと3つのテーマ



中期経営計画の位置づけ

来たるモビリティ社会を見据えて、**資本効率の向上**と**成長**の両立を目指す。

3つのテーマ



①顧客への
提供価値の拡大

安心・安全な中古車と
充実したサービスを提供

(1) 大型店の展開

(2) 整備工場の展開



②ブランド戦略

Gulliverブランドの
高い認知度を最大限
活用した収益性の向上

(1) ブランド統合
と大型店化

(2) オウンドメディア
の充実



③持続可能な
社会実現への貢献

事業を通じた
環境問題への貢献

(1) 中古車EVへの
乗り換え推進

(2) 新車EVへの
乗り換え推進

具体的な取り組み



顧客への
提供価値の拡大

より多くの顧客に安心・安全な中古車と
充実した付帯サービスやアフターサービスを提供

具体的な取り組み

(1) 大型店の展開

圧倒的な品揃えと充実した付帯サービスとともに
安心・安全な中古車を提供する大型店の展開

(2) 整備工場の展開

充実したアフターサービスを提供する
整備工場の展開

目標

5年間で
66店舗を出店し
大型店100店舗体制

大型店の店舗数

2025年2月末時点

69 店

2027年
(2年後)

100 店

大型店の特徴と概要



【大型店の概要】

延べ床面積	2,500坪以上	設備投資額	約3億円
展示台数	約300台	投資回収期間	約3年（税引後CF、設備投資の回収）



【主な特徴】

- ① 洗練された店舗デザイン
- ② 地域最大級の展示台数
- ③ エリア毎に最適化された価格と品揃え
- ④ 車選びを楽しむための商談エリア

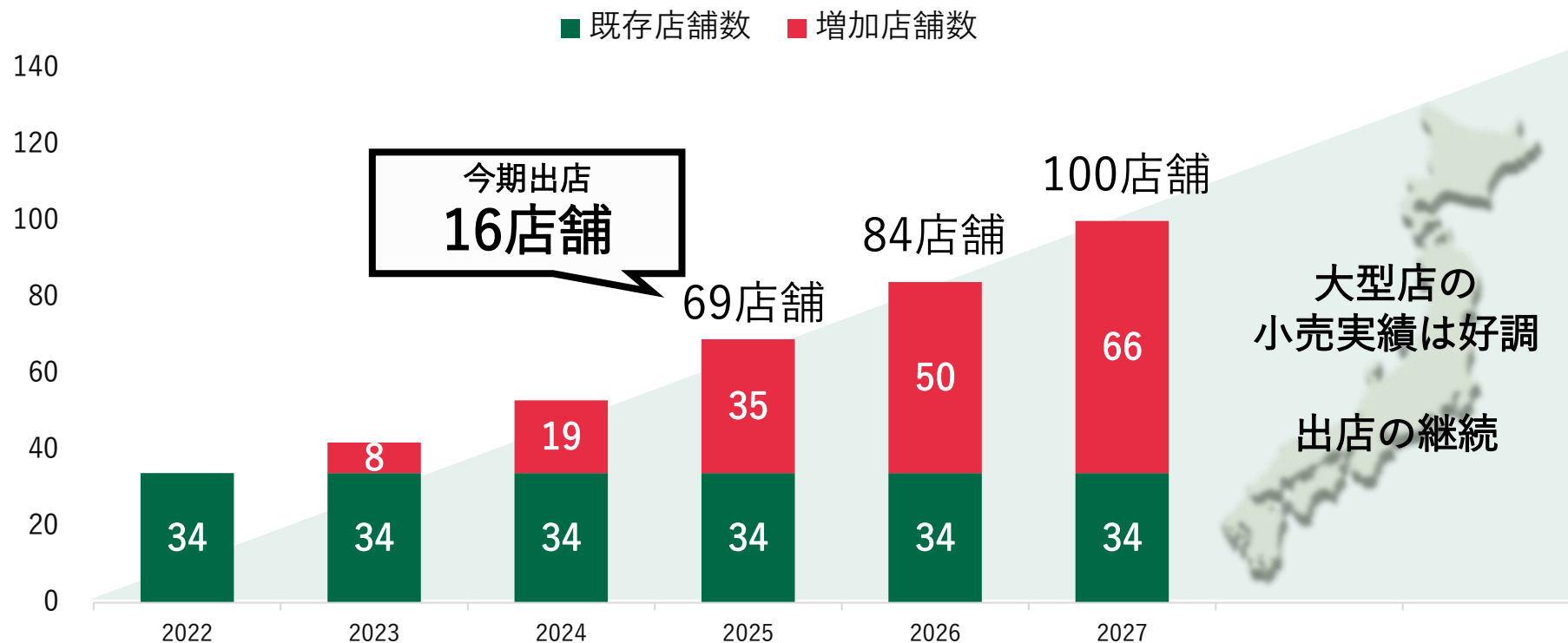
大型店のロールモデル（幕張店の事例）



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

幕張店
11年
5,600坪
2,000台
5,500件
1,700台
約3倍 4億円超

中期経営計画 出店計画



2027年2月期末までに大型店100店の出店を予定

整備工場の特徴と概要



【主な特徴】

- ① 最新設備を完備
- ② ガリバー店舗に併設
- ③ 洗練された外観デザイン
- ④ 整備状況が確認できる立ち合い整備
- ⑤ エリアによっては钣金工場併設

【整備工場の概要】

作業項目	車検、納車前整備
整備工場数	39工場 うち20工場が指定工場取得済み 2025年2月末時点

設備投資額	約 2 億円
投資回収期間	約 3 年（税引後 C F、設備投資の回収）

整備工場と板金工場について

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

工場の透明性の確保に関して

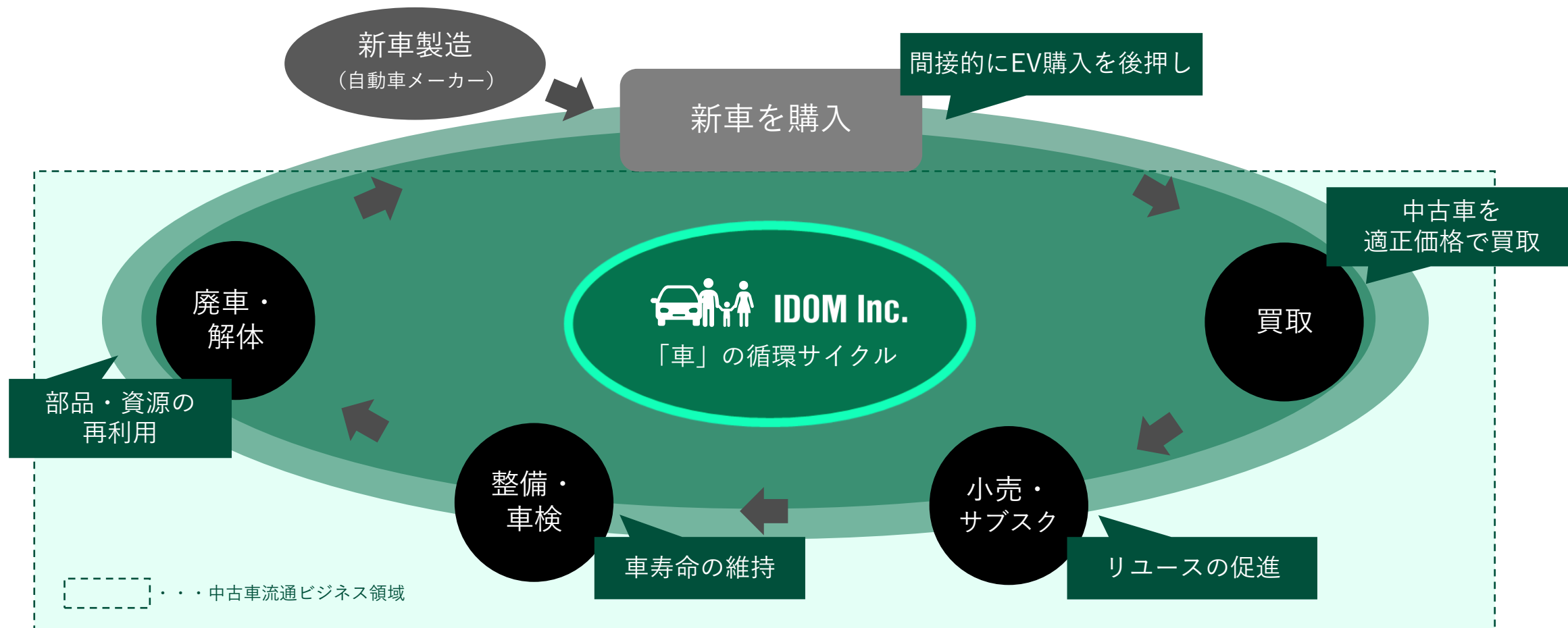


※作業記録を確認できる映像



※工場内に設置されたカメラ

現在拡大している工場では作業をお客様が直接見ることが可能となる透明性を確保。
またカメラを工場へ順次設置しており、お客様からの作業確認範囲を拡大。



取引循環サイクルを拡大することで、リピート顧客化し
生涯顧客として囲い込む



ブランド戦略

Gulliverブランドの高い認知度を最大限活用した
収益性の向上

具体的な取り組み

(1) ブランド統合

Gulliverブランドへの集約により広告媒体に
依存しない顧客の増加

(2) オウンドメディア の充実

自社サイトを経由した顧客の誘引

目標

収益率の向上



持続可能な社会実現
への貢献

車の循環サイクルを促進させる事業モデルを強固にし
事業を通じて環境問題に貢献する

具体的な取り組み

(1) 中古車E Vへの
乗り換え推進

中古車E V・H E Vの市場相場に応じた価格での小売

(2) 新車E Vへの
乗り換え推進

新車E V・H E Vへの乗り換え促進による中古車流通の活性化

中期経営計画の財務目標の変更



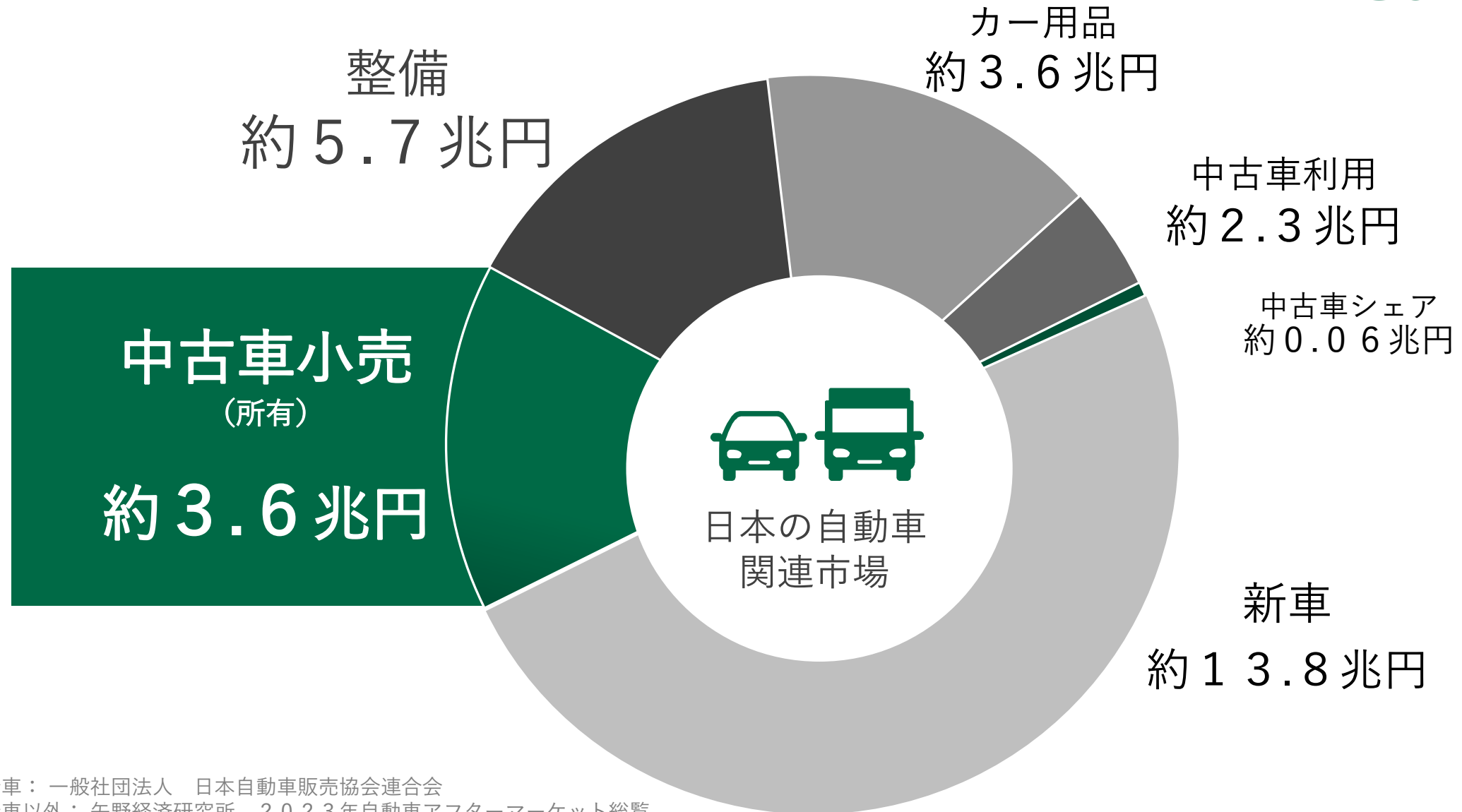
		2027年2月期 計画	2027年2月期 修正計画	途中進捗
		2022 2023 2024 2025 2026 2027		
P/L	営業利益	300 億円	300 億円	185 187 161 198
ビジネス	直営店 小売台数	17~19万台	17~19 万台	14.0 13.6 14.4 14.9
	小売台粗利	44~41 万円	44~41 万円	37 40 41 45
投資効率	ROIC	10 %以上	8 %以上	10.0% 10.0% 8.6% 8.1%
CF	FCF (フリー・キャッシュフロー)	3期累計黒字	2027年2月期黒字	38 20 13 -285

小売台粗利に関して早期に中期経営計画目標へ到達。
これにより目標達成の確度が上昇。

3. 中古車市場に関するデータ

Gulliver

3.6兆円を超える日本の巨大な中古車小売市場



新車：一般社団法人 日本自動車販売協会連合会

新車以外：矢野経済研究所 2023年自動車アフターマーケット総覧

中古車小売

(所有)

約 3.6 兆円

市場拡大余地がある

欧米と比較して中古車市場比率が低い
日本人の中古車の抵抗感が低下

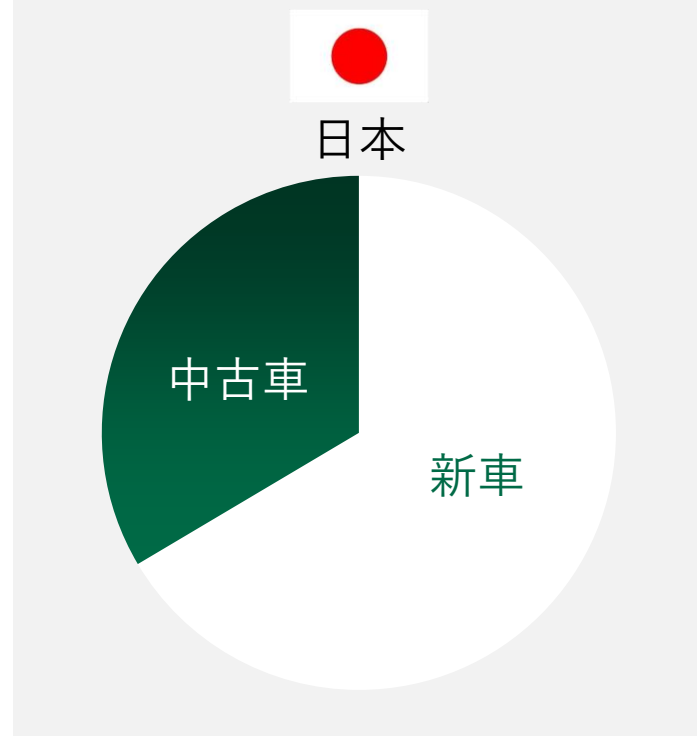
IDOMのシェア拡大余地がある

中古車の推定流通台数は 約231万台
IDOMの小売台数シェアは 約6%

中古車の推定流通台数：矢野経済研究所 2023年自動車アフターマーケット総覧

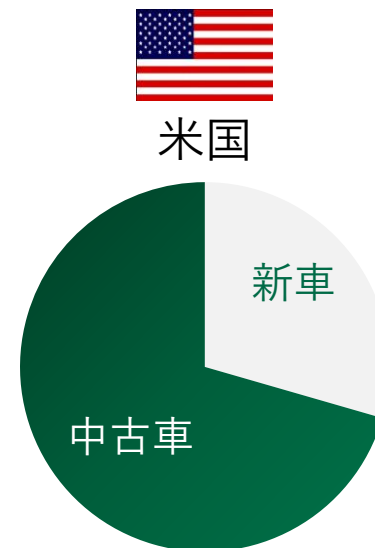
欧米各国に比べ著しく低い日本の中古車市場

日本の中古車比率



中古車比率増加
ポテンシャル

欧米各国の中古車比率

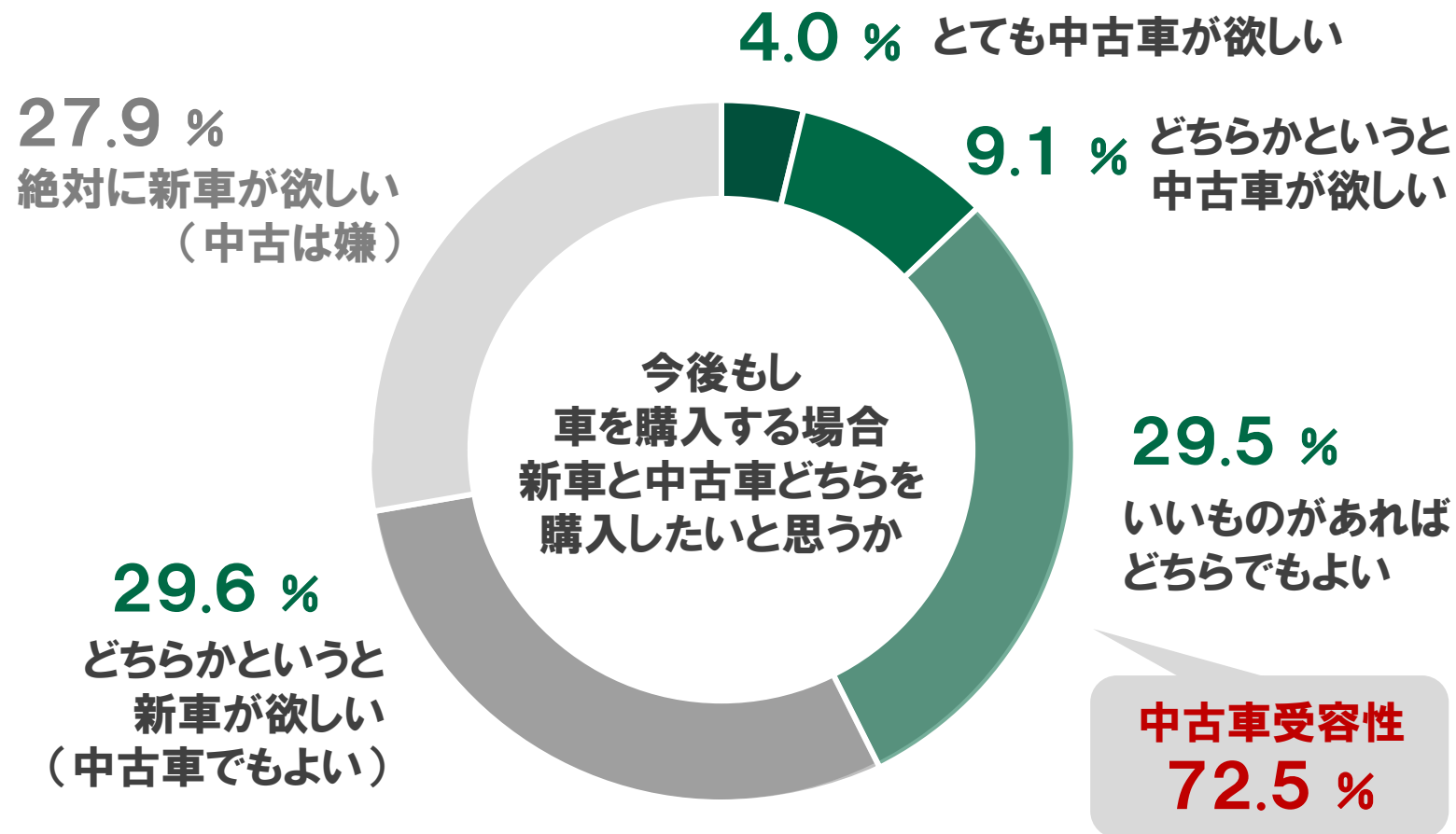


※1：新車：2019年一般社団法人日本自動車販売協会連合会
中古車：矢野経済研究所 2023年自動車アフターマーケット総覧

※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

今後の自動車購入層にも約7割以上中古車の受容性がある



中古車小売

(所有)

約 3.6 兆円

市場拡大余地がある

欧米と比較して中古車市場比率が低い
日本人の中古車の抵抗感が低下

IDOMのシェア拡大余地がある

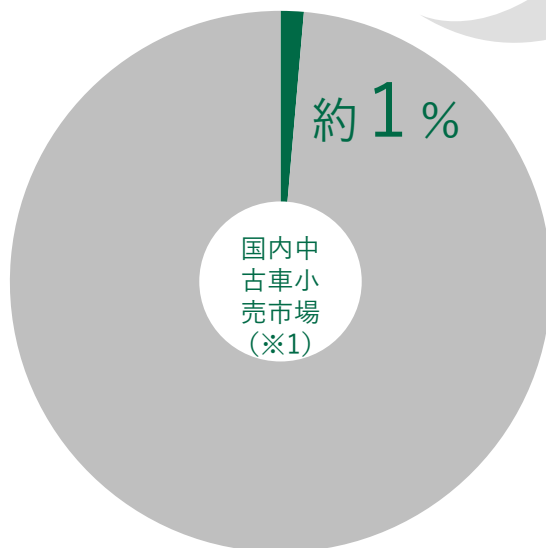
中古車の推定流通台数は 約231万台
IDOMの小売台数シェアは 約6%

中古車の推定流通台数：矢野経済研究所 2023年自動車アフターマーケット総覧

市場規模と市場環境

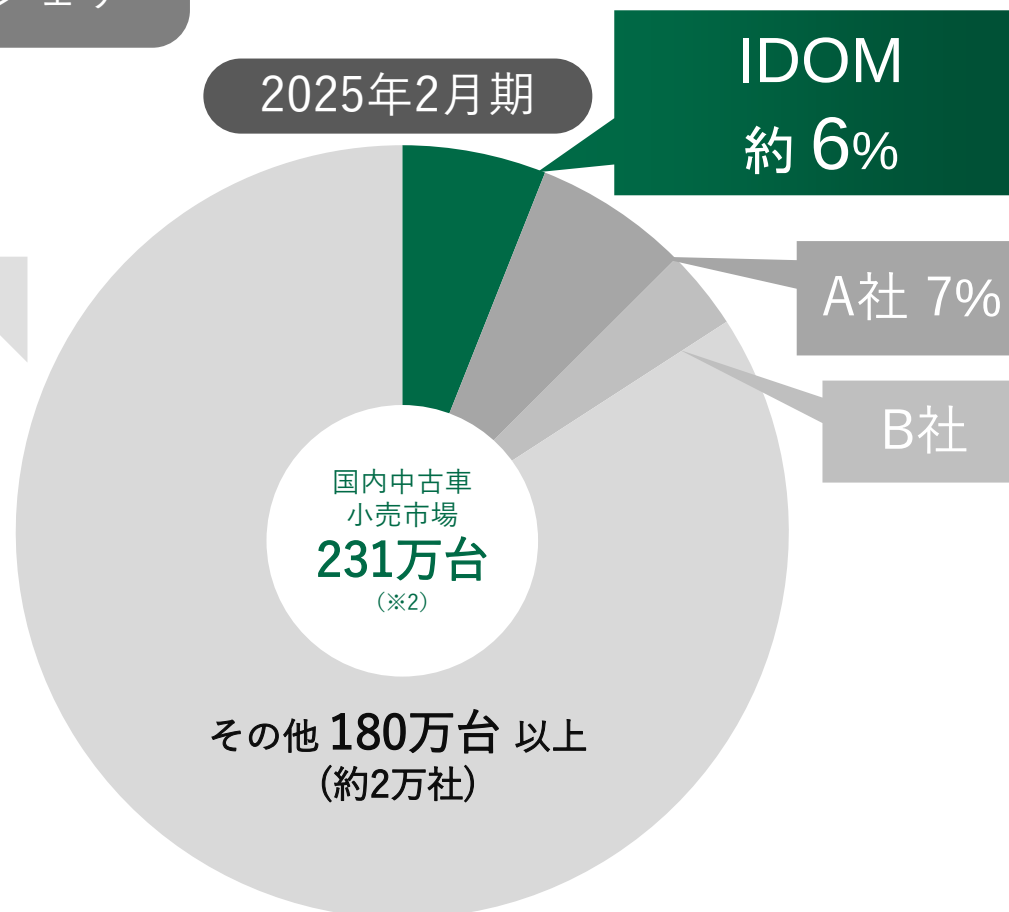
伸びる当社の国内市場シェア

2012年2月期



12年

2025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。

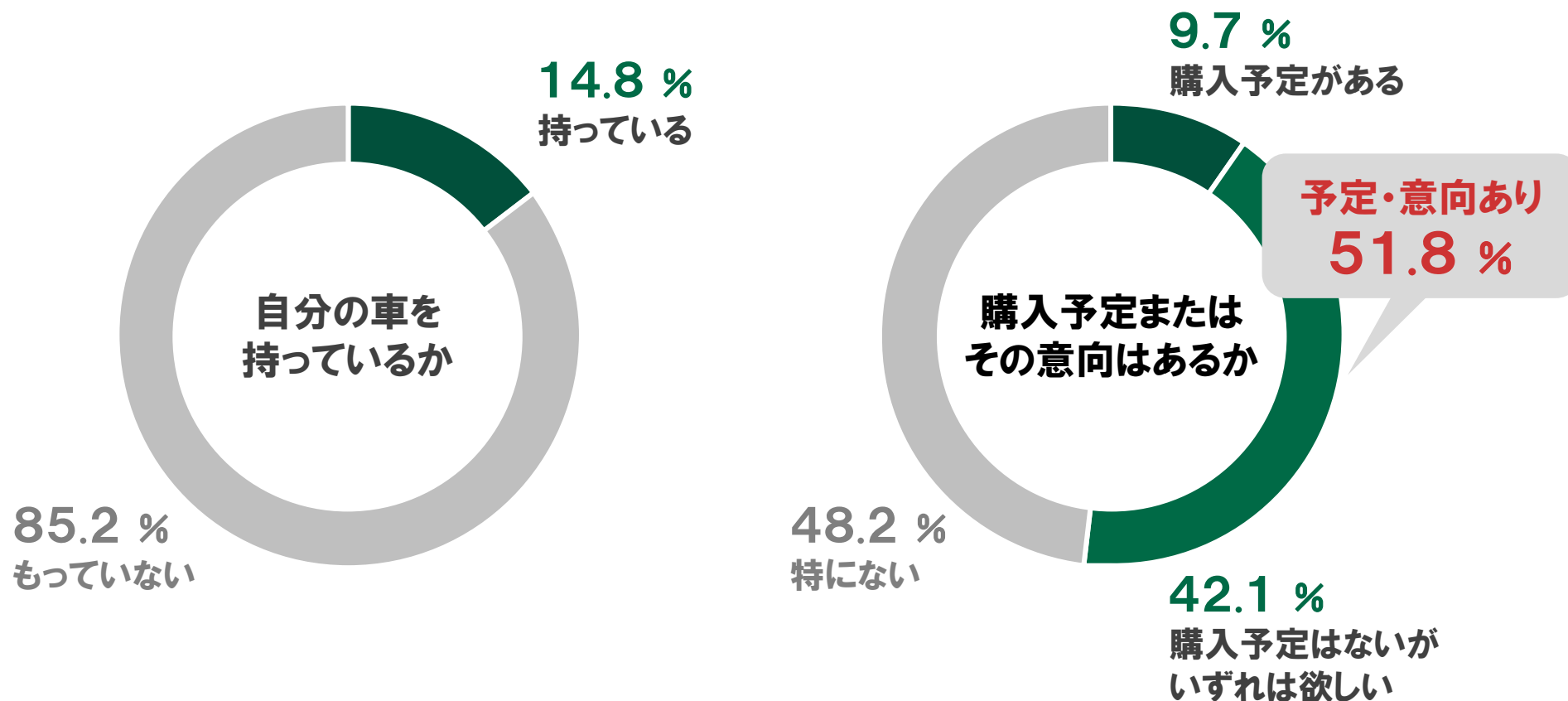
※1:2012年2月期の市場シェアは、2008年の中古車小売市場規模240万台（矢野経済研究所調べ）に占める当社の国内小売台数の内訳を算出。

※2:2024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。

4. 若者の車に対する意識と実態

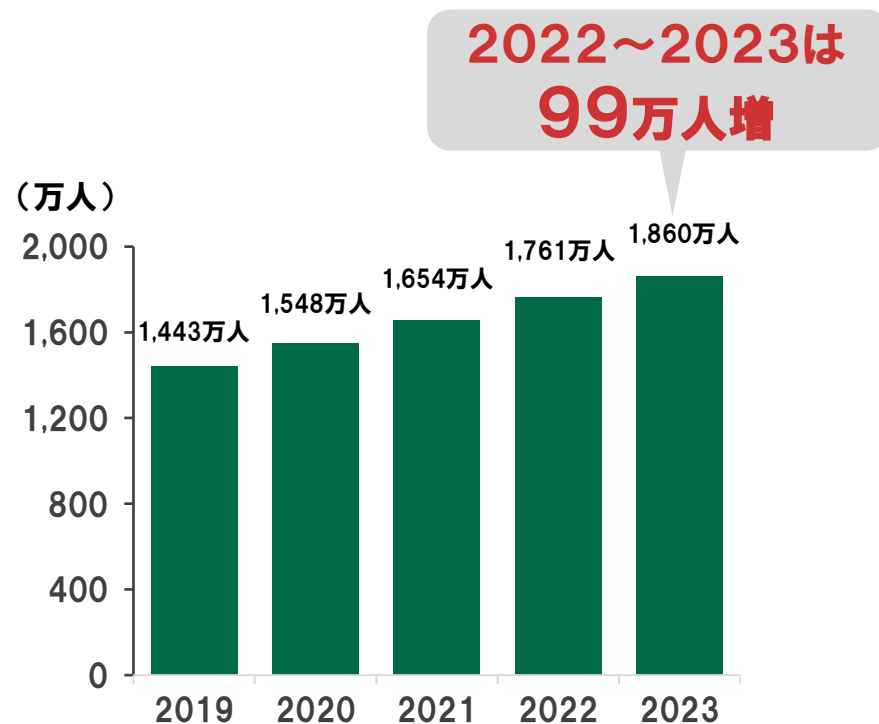
Gulliver

自分の車を持っている新成人は少ないものの、
多くの方が、いずれは車を購入したいと考えている

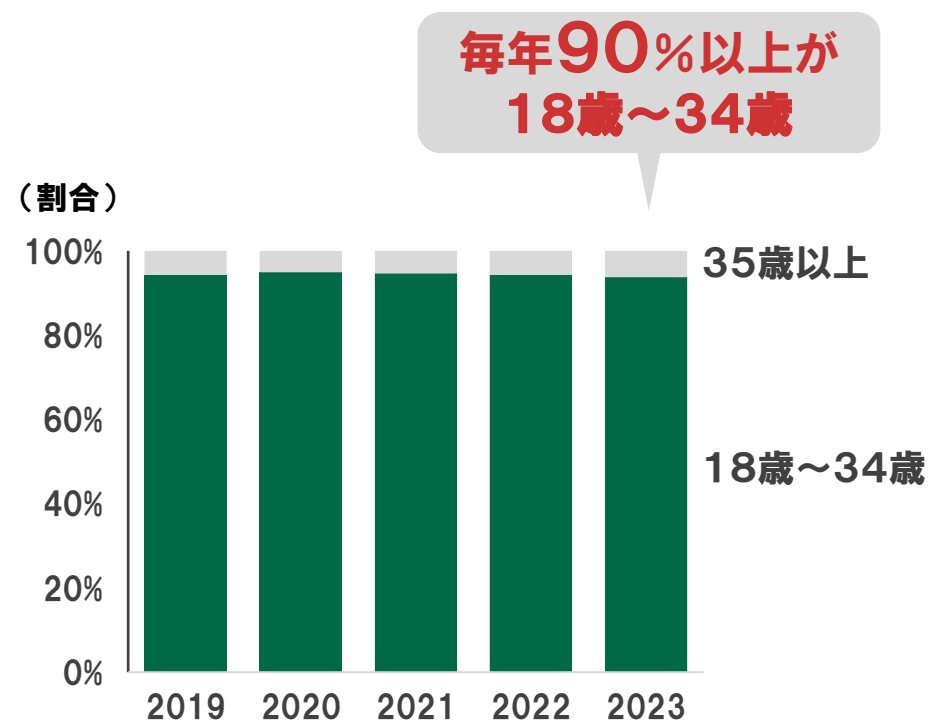


準中型・普通免許の保有者数は、毎年約100万人増加 そのうちの大半が34歳までの若者層

免許保有者数推移



新規運転免許交付年齢別内訳



5. 店舗写真



店舗

Gulliver

Gulliver (直営店舗数：424 ※2025年2月末時点)



整備・指定工場 （整備工場数：39／指定工場数：20 ※2025年2月末時点）



店舗
フォー
マット

買取店



じしゃロン店



中型店



大型店



店舗数※

172店舗

47店舗

136店舗

69店舗

特徴

買取専門店

割賦販売専門店

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大型店事業が成長拡大
業態変更等によりじしゃロン店舗が47店舗OPEN