

2024年5月27日

各位

会社名 株式会社アップガレージグループ
代表者名 代表取締役社長 河野 映彦
(コード番号: 7134 東証スタンダード市場)
問合せ先 専務執行役員管理本部長 大口 智文
(TEL 045-988-5777)

2024年3月期決算 質疑応答集

2024年5月13日に発表いたしました2024年3月期通期決算等に関して、投資家の皆様より寄せられた質問と、それに対する当社の回答を以下の通り開示いたします。

なお、ご理解いただきやすいよう一部内容の加筆・修正を行っております。

今後も、投資家の皆様への情報提供に努めてまいります。

質問1. タイヤ販売の割合が多く、冬場の天候に売上が左右される印象がありました。当期（2024年3月期）において、暖冬にも関わらず売上計画を達成された要因について教えてください。

2024年3月期は、一般的にタイヤやホイールの販売を主とする自動車部品販売業界は、例年以上に天候の影響を受けた期となったと思われまます。

加えて、前年度に新品タイヤの値上げが数回行われたことから、消費者の皆様の価格反応度も強くなっておりまます。

一方、当社におきましては、タイヤ流通センターにおける新品タイヤ販売は、こうした環境の影響が多少ありましたが、主取扱品である中古冬タイヤにつきましては、期初から積極的に買取を行ってきたことが功を奏し、暖冬にもかかわらず好調に販売が進み、前期比117%の売上となりました。

もちろん新品との価格差のみならず、SDGs やサーキュラーエコノミーの広まりを背景に、お客様へのリユース品に対する抵抗感が薄らいでいることも販売が進んだ要因です。暖冬に左右されないリユース業態の強みを、業績を通じて確信できました。

質問2. インフレが進み新品価格が上昇していると思いますが、御社が手掛けるリユース品の需要変化とリユース品の訴求力について教えてください。

質問1の回答でも触れましたが、インフレにより、消費者の価格面においてのリユース品への訴求は確実に強くなっております。

また、SDGs やサーキュラーエコノミーの広まりを背景にお客様へのリユース品に対する抵抗感が薄らいでおり、所有から共有、更には循環利用への行動変化も見受けられます。タイヤレンタルサービスへの需要の強さ等もこの一環であると認識しております。

但し、当社が扱う商品は、モビリティに係るものであり、リユース品・新品を問わず、お客様の安全・安心が第一です。

当社では、リユース品には原則として最低1週間の保証を付しており、また取付等のサービスについても、社員一人一人がお客様の信頼を獲得し続けることの重要性を認識して行動するように指導・育成しております。

こうしたことが、当社の取り扱い商品のみならず、社会全体のリユース品に対する価値評価を高め、ひいては循環型社会の発展・成長に寄与するものと考えます。

質問3. 売上総利益率が低下したものの、営業利益率は上昇しています。粗利率低下要因と、営業利益率の上昇要因を教えてください。

2024年3月期は、グループ外の販売先を主とするネクスリンク向けの売上が、前期比32.3%増と大幅に拡大し、好調なリユース業態の伸び（前期比10.5%増）を更に上回る成長となりました。

但し、この業態は卸売であるため、リユース業態と比較すると売上高総利益率は低くなります。このため企業全体としての売上総利益率は前期を下回りましたが、リユース業態が年度を通じて取り組んだ顧客単価増及び粗利率向上策が着実に収益増に結び付きました。さらに売上高販管費比率の引き下げに注力した結果、営業利益率は前々期・前期に引き続き上昇いたしました。

質問4. ネクスリンク（受発注プラットフォーム）の売上が増えています。御社におけるネクスリンクの位置づけ、今後の拡大方針について教えてください。

ネクスリンクを通じた売上増加の要因は、外販（車販店・整備店・自動車部品卸業者）営業体制の見直しを行い、営業回数の増加・営業内容の質向上を図ったことにあります。この結果、車販店様にはカーAV関連、整備店・自動車部品卸業様にはタイヤを中心に販売を伸ばし、併行して大型の商談も獲得しております。

今後も、取引先数・仕入先数を増やすことにより、量の拡大を図ると同時に仕入コストの削減に努め、粗利率を着実に向上させてまいります。

またお取引先様にネクスリンクを導入していただくことにより、仕入・販売に伴う業務効率化・人員の再配置等を実現することができますので、自動車部品販売関連業界の活性化にも取り組んでまいります。

質問5. 出店について、当期（2024年3月期）からドミナント出店を開始とあります。これまでの出店に比べてどのようなメリットがあるかを教えてください。

これまで、人口40万人以上のエリアにおいては、店舗間競合を回避するため、既存店から半径5km以上離れた地域を新規出店エリアとして出店政策を進めておりました。しかし、マーケティングを進めた結果、人口が増加している大都市圏でかつ人口30万人以上であれば、エリア距離を短縮しても採算のとれる新規出店が可能と判断し、まず、相模原エリアにて3店舗の新規出店・業態変更を行いました。

業態としては、①四輪・ライダース・サイクルズ・タイヤ流通センターのフルパッケージ（相模原中央店）、②ホイールズ・サイクルズの専門パッケージ（相模原陽光台店）、③サイクルズのための単独専門パッケージ（相模原駅前店）です。各店舗間の距離は、直線距離で約4kmです。各店の立地特性を活かしながら、店舗毎の特徴・個性を高め、車好きのお客様のみならず、自転車にご興味をお持ちの奥様・お子様などご家族で楽しんでいただける店舗政策を進め、当社のファン層を拡げてまいります。

本ドミナント出店の効果が認められれば、首都圏を中心に人口増加地域においては出店余地が拡大するため、出店を加速することが可能となります。

質問6. 今期は、7.5%増収、14%営業増益計画となっています。売上拡大策、利益向上策について教えてください。

リユース業態における今期の出店計画は、直営5店舗、FC10店舗、さらにサイクルズで5店舗です。中古カー・バイクパーツのマーケットリーダーとして、買取・販売価格の適正化を追求することにより、既存店の活性化を進めつつ、前期を上回るお客様単価・粗利率の向上を実現してまいります。

加えて、新企業理念に則り、取り扱い商品の概念をモビリティパーツへ拡大し、中古チャイルドシートやベビーカーの取り扱いも開始いたします。これらを通じて顧客層の拡大とリユース業態の新たな収益の柱を開拓し、更なる成長を目指します。

さらに、USA 1号店の早期収益化と多店舗展開の可能性を見極め、USA 国内における買取・販売の循環サイクルの確立を図ります。

また、流通卸業態については、粗利率の改善を進めるとともに、ネクスリンク導入企業を一層拡大してまいります。

以上