

2024年6月17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)

中期経営計画 (未来 UP ビジョン 2024) 策定のお知らせ

当社は、2025年3月期から2029年3月期までの5か年における当社グループの中期経営計画 (未来 UP ビジョン 2024) を策定し、2024年6月17日の取締役会で決議いたしましたので、その概要をお知らせいたします。添付資料を併せてご参照ください。

当社グループは、2024年4月1日に新たな企業理念とスローガン「Good Mobility, Happy Life」を制定いたしました。今回の中期経営計画は、この新しい企業理念を基に中長期に目指す姿、企業像を定め、2025~2029年を成長の礎づくりの期間として計画を示したものとなります。

自社の利益や発展と同時に、社会課題の解決に真摯に取り組む企業を目指し、更なる企業価値向上を図ってまいります。

中期経営計画 (未来 UP ビジョン 2024)

<概要>

1. 実現のための3本柱

- ①市場の拡大
- ②循環モデル拡張・効率化
- ③人的資本強化

2. 数値目標

	2024年3月期 実績	2029年3月期 目標	対 2024年3月期 増減額	対 2024年3月期 比率
売上高	125.5億円	207.4億円	+81.9億円	165.2%
営業利益	9.6億円	22.8億円	+13.2億円	237.5%
営業利益率	7.7%	11.0%	+3.3pt	—
R O E	16.9%	20.0%	+3.1pt	—
R O I C	14.4%	17.0%	+2.6pt	—

3. 株主還元方針

株主還元のもととなる業績拡大を進め、さらに配当性向目標水準を現在の30%から40%へ段階的に引き上げるにより、株主様への利益還元を強化する。

【見通しに関する注意事項】

本資料にて開示されているデータおよび将来に関する予測は、本資料の発表日現在の判断や、入手可能な情報を基づくものであり、経済情勢や市場動向の変化等、様々な理由により変化する可能性があります。従いまして、本資料に記載された目標・予想の達成および将来の業績を保証するものではありません。

以上

中期経営計画説明資料 (未来UPビジョン2024)

株式会社アップガレージグループ

2024年6月17日

東証スタンダード 証券コード:7134



- 1 — 中長期に目指す姿＝企業像
- 2 — 中期経営計画の位置づけ
- 3 — 新企業理念
- 4 — マテリアリティ
- 5 — 当社の競争優位性
- 6 — 外部環境認識
- 7 — 将来の企業像と実現手法
- 8 — 実現のための3本柱
- 9 — 経営目標数値、中長期成長イメージ
- 10 — キャッシュ・フローと成長投資、株主還元の配分

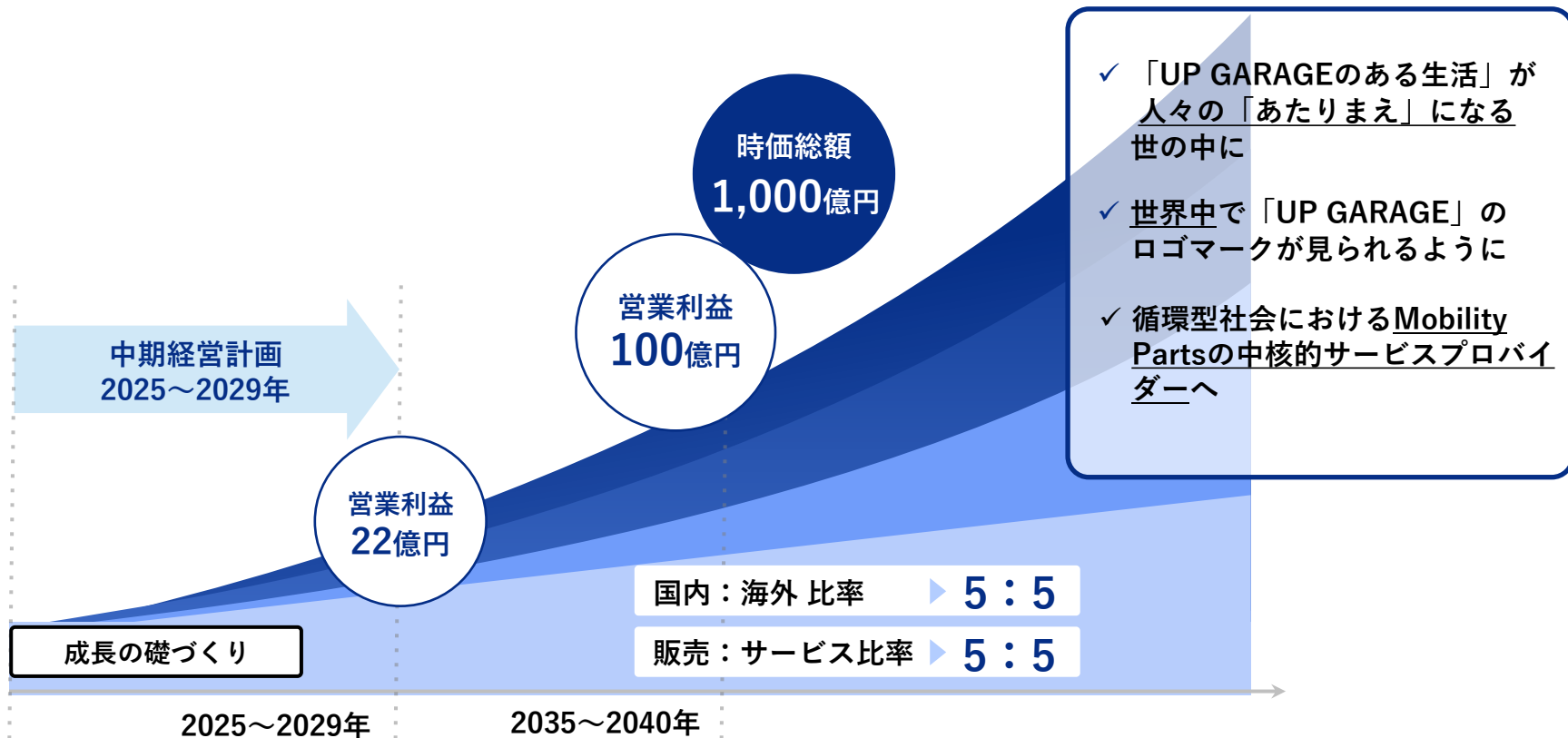
目指す姿

- ✓ 「UP GARAGEのある生活」が人々の「あたりまえ」になる世の中に
- ✓ 世界中で「UP GARAGE」のロゴマークが見られるように

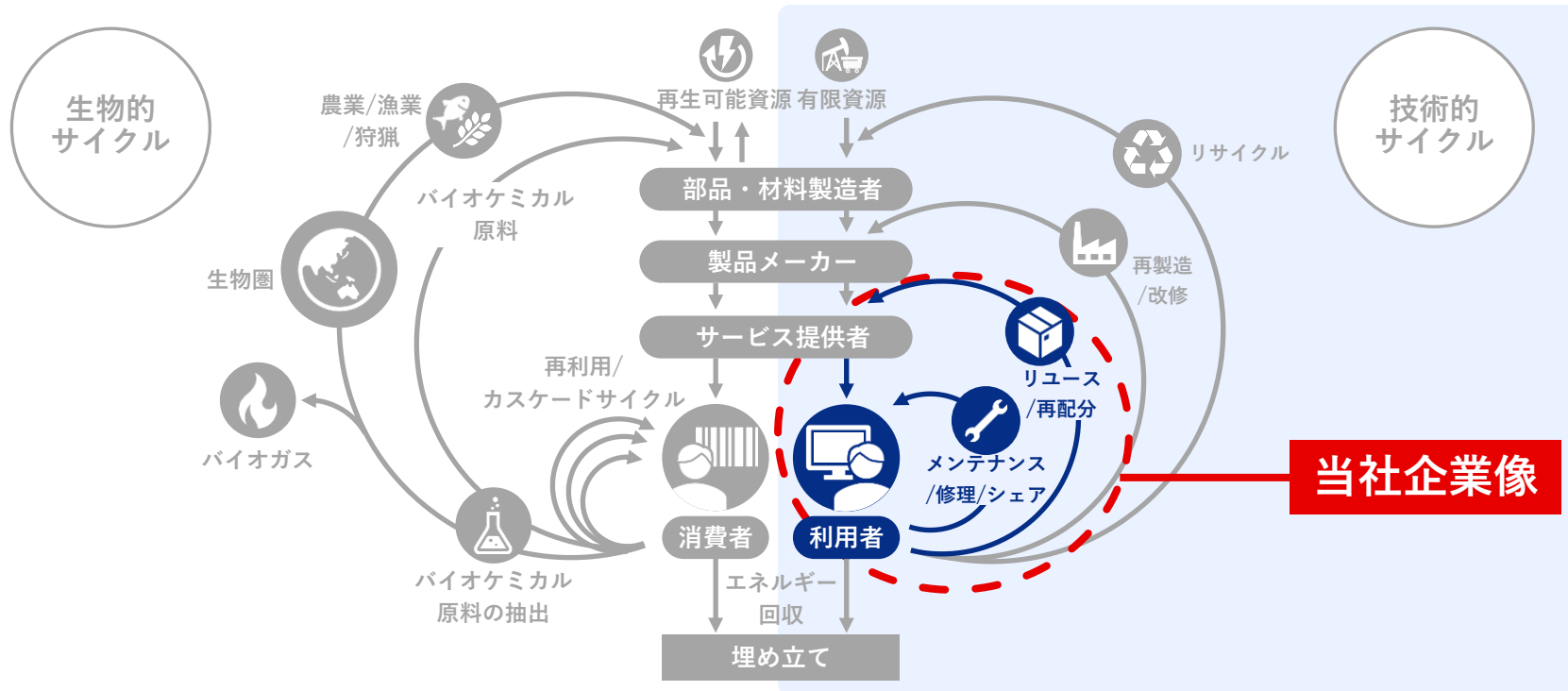
- ✓ 自動車・バイクのパーツから Mobility Parts へ
- ✓ 循環型社会（サーキュラーエコノミー）における Mobility Partsの中核的サービスプロバイダー へ

企業像

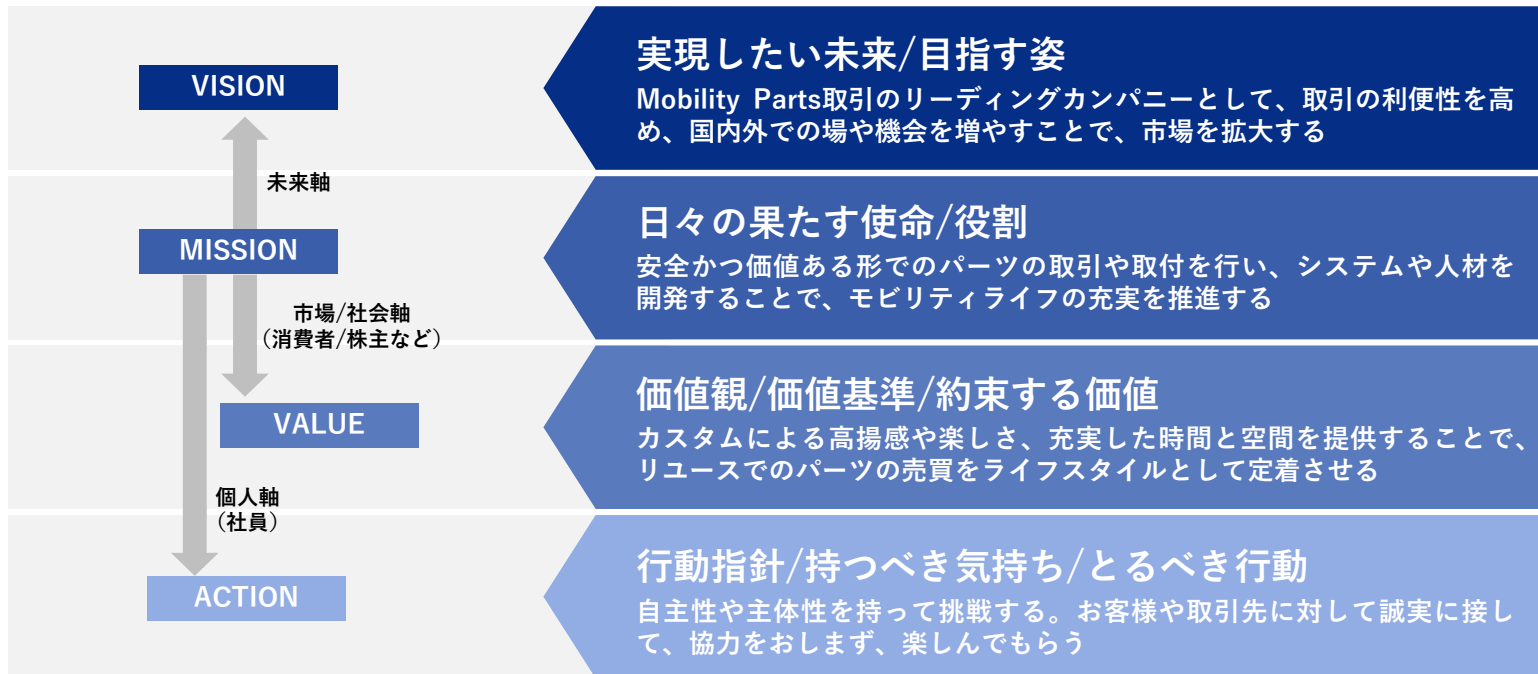
目指す姿、企業像に向けて、成長の礎づくりを行う



サーキュラーエコノミー（あらゆる段階で資源の効率的・循環的な利用を図りつつ、付加価値の最大化を図る経済）
におけるMobility Partsの中核的サービスプロバイダーへ



中古自動車・バイクのパーツからMobility Partsへ市場拡大



ブランドスローガン

Good Mobility, Happy Life

事業を通じた社会課題の解決

持続的成長を支える経営基盤の強化

目標

社会課題解決
(環境負荷軽減)

人口減社会における
持続可能性向上

働きがいと働きやすさ
の両立

社会的な信頼の構築

重点課題

Mobility Partsの
マーケット拡大による
循環型社会の実現

テクノロジーを活用
した循環モデルの拡張
および効率化の追求

多様な人材が
活躍できる組織作り・
能力開発

強固な経営基盤と
健全な監督機能

指標・
KPI

- BtoBの調達比率
- 国内・海外の店舗網拡大
- 取扱モビリティ商品拡大
- 温室効果ガス削減貢献量

- 売上高IT投資率
- 労働生産性
- アプリ強化

- 女性役職者比率
- 外国籍比率
- デジタル人材比率
- 男性育児休業取得率
- 有休休暇取得率

- ステークホルダーとの対話・公正な情報開示
- ガバナンス体制の強化
- 健全なリユースビジネスの発展への取り組み強化

1

全国的な 多店舗展開と 圧倒的シェア



- ✓ アップガレージと専門ブランドによる全国的な多店舗展開 (237店舗・172拠点)
- ✓ FC展開によるリスク分散 (直営57・FC180)
- ✓ 中古パーツマーケットでは30%以上のシェアを持ち、価格決定権を握る

※2024年3月末時点

2

FC事業を活用して 外販へ応用・拡大



- ✓ タイヤ流通センター、ネクスリンク、Boon Boon Jobも本来はFC本部がFCへ提供してきたサービス＝顧客ニーズの高いものを外販ビジネス化
- ✓ サービスを支えるシステム開発や保守メンテを自社で完結
- ✓ 他社システムとの連携開発も可能

3

システム開発力と 膨大なデータ保有



- ✓ 自社でシステム、アプリ、ECの一体的な開発を行う
- ✓ 売買データはリアルタイムに更新され、直営・FCでデータ共有
- ✓ 25年間蓄積した売買及び車体適合データを保有。競合との絶対的な差別化

4

自社オークション システム



- ✓ 自社で開発・運営するオークションシステムにより、滞留在庫等の計画的なキャッシュ化を実現
- ✓ FCやグループ外企業もオークション参加可能
- ✓ 買取アイテム数の増加や積極的な買取等攻めのマーケットメイクを実現

当社にとって重要な環境認識

具体的な動き・変化

当社との係り

<p>①サーキュラーエコノミーの考え方の広まり (サステナビリティの重要性の高まり)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 環境対応に関する社会的な関心の高まり ✓ 企業経営の目指す姿の変化 (収益追求⇒社会課題の解決とビジネスの両立) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ リユースマーケット拡大 ✓ 当社のビジネス領域拡大へ
<p>②安全・安心に対する消費者の意識の高まり</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 大手自動車メーカーの不祥事 ✓ 中古自動車販売会社等の企業姿勢への批判 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 店舗でのサービス・保守がCtoCとの差別化要因に ✓ 企業姿勢や接客力が顧客満足度向上に直結
<p>③自動車業界のCASEへの対応</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 自動車業界は、製造・販売から情報通信・サービスを含めた幅広いビジネスへの転換を ✓ EV=自動運転への期待感は根強い 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ EV化により自動車の内外装の個性化ニーズは強まる ✓ 情報通信分野は将来のビジネス機会に
<p>④デジタル・AI・システムが差別化要因へ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Society5.0社会を前提としたデジタル加速 ✓ AIのビジネス活用競争激化 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ システム・DXへの先行投資を収益化へ ✓ 社外システムとの連携力、スピードが重要
<p>⑤インフレ経済への対応</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 日銀の金融政策転換 ✓ 賃上げの実施と継続への期待 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 良品・低価格のリユース商品への消費者ニーズが高まる ✓ 消費の選別化への対応
<p>⑥人的資本投資拡大</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 少子化、労働力減少の顕在化 ✓ 人材育成、次世代経営層の強化が企業の持続的成長に不可欠 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 採用・育成・定着の好循環の実現が必須 ✓ 人的資本投資額の増加率を上回る収益性の向上
<p>⑦気候変動・不安定化が顕著</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 暖冬への対応力が企業業績に直結 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ リユースタイヤの買取力・品揃え ✓ 取付・預かり、レンタル等のサービスメニューの拡充



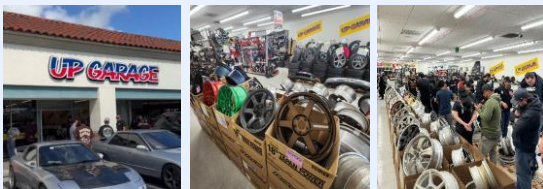
8. 実現のための3本柱

① マーケットの拡大(1) — 商圏拡大 (海外・国内) —

アメリカ出店の拡大

アメリカでのリテール
事業を早期に確立し
追加出店を目指す

* 2024年4月にアメリカ (カリフォルニア)
への出店スタート



アップガレージGarden Grove店

サイクルズ出店の拡大

年間5店舗新規出店
地方の店舗買取も検討

* 現在、直営店7店舗体制



国内出店 スピードアップ

年間15店舗出店から
2027年以降は
20店舗出店へ加速

* 商圏範囲の見直しによる地域独占型
ドミナント出店がポイント



8. 実現のための3本柱

①マーケットの拡大(2) —取扱モビリティ商品拡大、関連サービス拡大・拡充—

Good Mobility, Happy Life

UP GARAGE

12

取扱モビリティ 商品拡大

ラストワンマイルマーケティングの拡大

ベビーカーやパーソナルモビリティ（電動キックボード、車いす）の取扱

インポート専門ブランド展開

米国マーケットとの商品入替

関連サービス拡大・拡充（M&Aも活用）

レンタルサービスによる収益事業の拡大

レンタル事業の多角化
新たな商材の拡大へ



* 2021年より開始したスタッドドレスレンタルサービスは好調

* 今後は希少パーツのレンタルも検討

車体の販売チャネル構築

カスタム中古車特化型の
買取販売、中古車解体
及び純正品再販

プロによるラストワンマイル
サービスを事業化

付加価値・収益性の高いラスト
ワンマイルサービスを事業化
（取付、整備、保証等）

目指す方向性

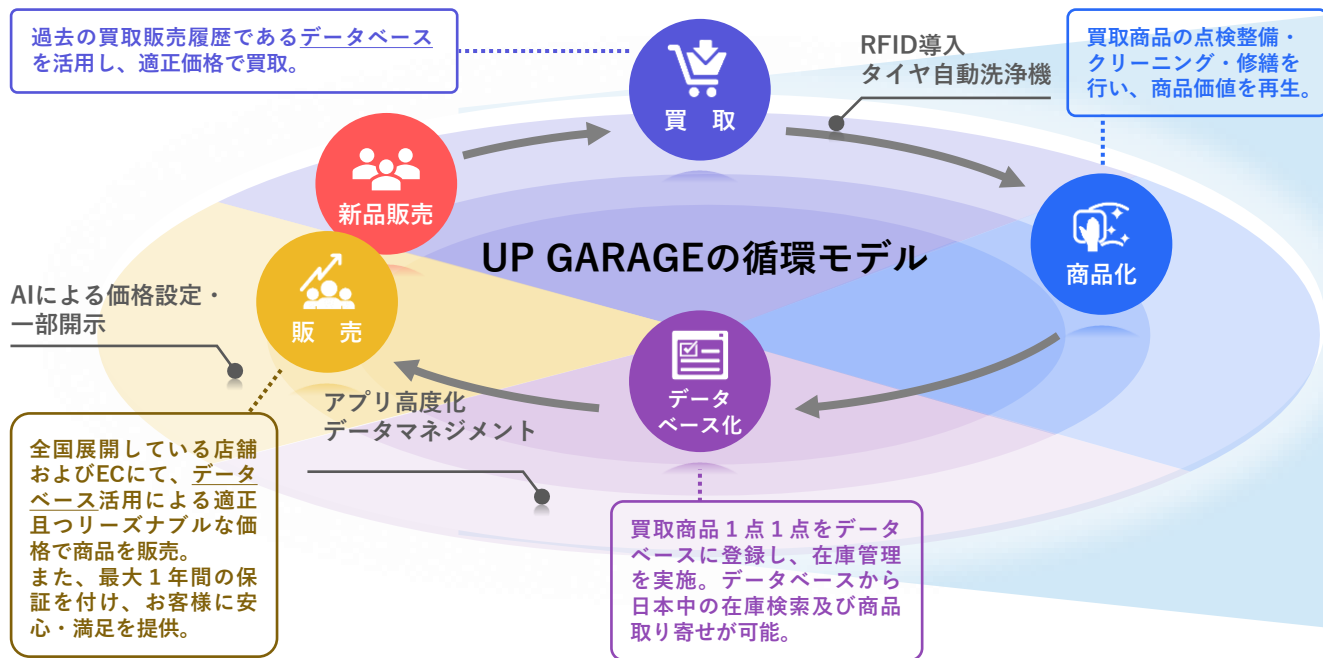
- ✓ 店舗運営は「商品起点」から「お客様起点」にシフトし、データ・テクノロジーを活用したエコシステムを構築し、新たな収益源を創出
- ✓ データ基盤の整備により、データ・AIを活用した販売強化や運営効率向上を実現
- ✓ 法人とのシステム連携・構築により、買取をテコとして流通卸等の取引を拡大

主要取組み		データ基盤の整備	店舗・本部のDX化	システム連携・構築
実行施策 ・ 利益創出 タイミング	前半	<ul style="list-style-type: none"> ✓ データを活用し、1 to1マーケティングによる販促強化 ✓ OMO戦略の強化 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ペーパーレス化による業務効率改善 ✓ AIコンシェルジュ・チャット導入により接客効率を改善 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ サービスプロバイダーとしてのネクスリンク利用料徴収
	後半	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 顧客データを活用し、広告収入など新たな収益源を創出 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 電子プライスカード導入により、商品化時間を短縮 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 当社システムと取引先メインシステムとの連携により、取引を拡大 ✓ 企業用の買取システムを構築し、B to Bの買取を増やす

システム・DX強化を基に、サービス収入拡大、利益率向上を図る

モビリティ市場における「新品～中古Mobility Partsに関わる独自の循環モデル」を進化・拡大

直営店・フランチャイズ・ECにて国内外で展開



▶▶ 進化・拡大

8. 実現のための3本柱

③人的資本強化

働きがいと働きやすさの両立による人的資本の確保と充実

個人の成長
ラストワンマイル人材



組織の成長
多様性のある組織



行動目標

- 人材の採用・育成・定着
- 次世代経営層の強化
- デジタル人材の育成
- 多様な人材の登用

人的戦略

- 人材ポートフォリオ
- 社内コミュニケーション
- 人材マネジメント

組織風土

- 働き方改革
- エンゲージメント
- 健康経営
- ダイバーシティ&インクルージョン
- ミッション・ビジョン・バリューの浸透
- 経営スローガンの定着「Good Mobility, Happy Life」

KPI(2029年)

【採用】 女性比率30%以上、
外国籍比率10%以上、
デジタル人材比率20%以上

【育成】 デジタル研修受講率
対象者100%、
ダイバーシティ研修受講率
全社員100%、
キャリア面談実施率100%

【定着】 エンゲージメントサーベイ
スコアAA以上、
男性育児休業取得率90%以上、
有給休暇取得率65%以上、
禁煙手当受給率70%以上、
健康診断受診率100%

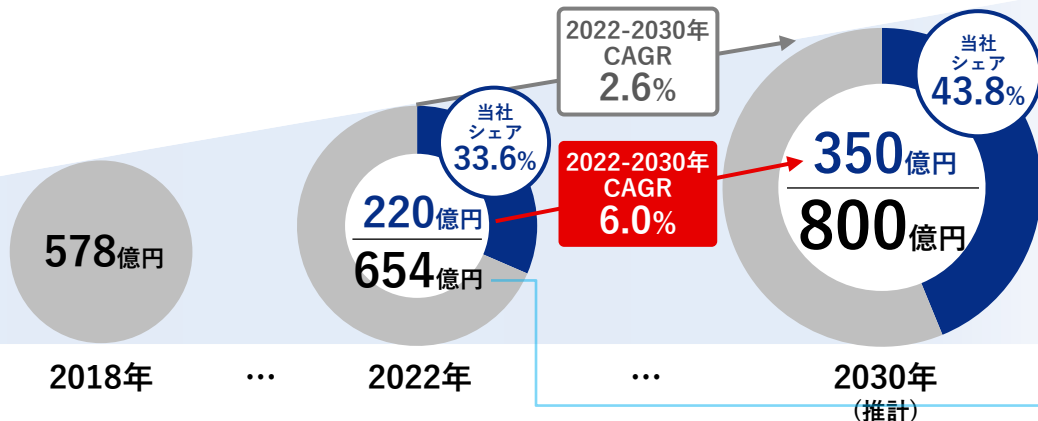
国内中古カーパーツ市場における当社シェアの拡大

中古カーパーツ市場の年率成長（2-3%）を上回る成長により、市場シェアを44%へUP

中古パーツ産業の市場規模

フリマアプリ普及によるリユース市場の認知拡大。リユースへのハードルの低下。不用品の換金、環境配慮ニーズの高まりなどにより、これまで埋蔵されていた商品が中古カー用品市場に流入し、市場規模は拡大中。

■ 中古カーパーツ市場
■ アップガレージチェーン
(直営+FCの売上高)



弊社の買取対象となる
新品カー用品市場規模

6,500億円

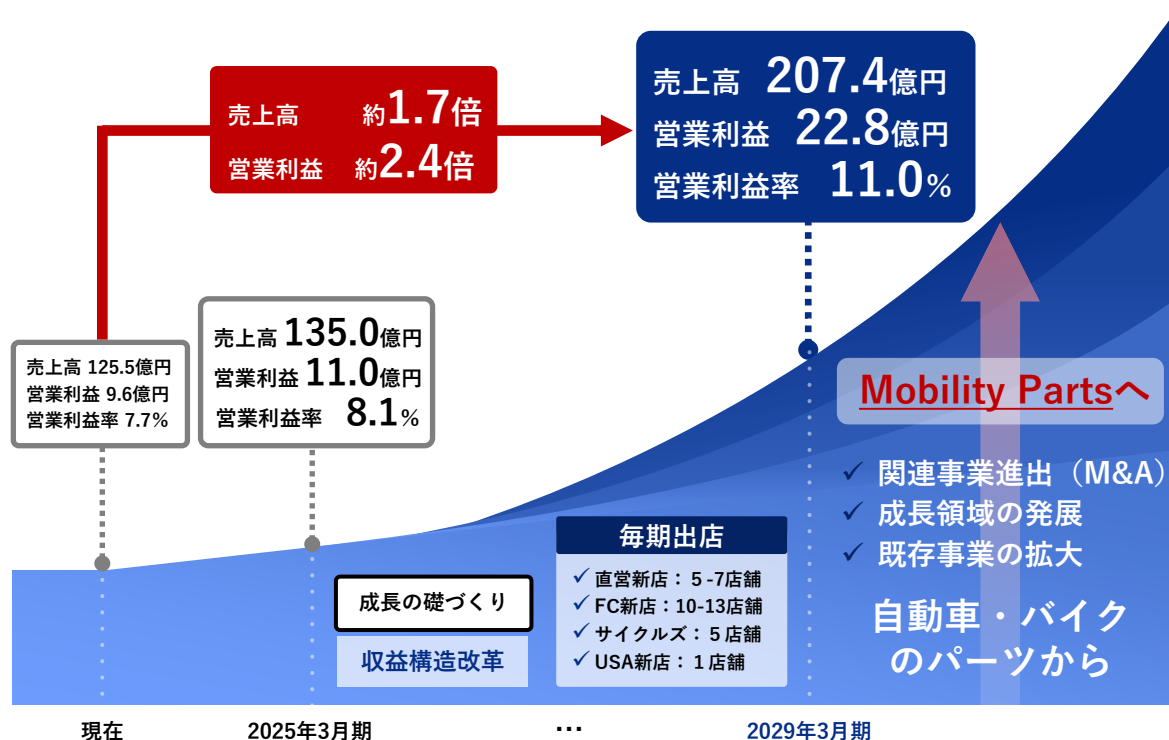
国内の新品カー用品市場規模はメーカー国内出荷金額ベースでメインターゲット（タイヤ、一般用品、ナビ・オーディオ機器）は約6,500億円の市場規模。

タイヤ	3,753億円
一般用品	2,745億円
ナビ・オーディオ機器	84億円
合計	6,582億円

2022年
中古カー用品
市場規模
654億円

中長期成長イメージ

収益構造改革を通じて営業利益率10%超を実現



新規事業

海外店舗

流通卸売

EC

店舗

その他Mobility領域の拡大

- ✓ 自転車
- ✓ ベビーカー
- ✓ レンタル、サブスクリプション
- ✓ ネクスリンクのシステム販売
- ✓ 自動車解体・純正品再販
- ✓ ラストワンマイル事業

+

流通卸

経営目標数値

営業利益は約240%UPの約23億円。収益構造改革を通じて営業利益率10%超を実現
ROE20%、ROIC17%を目標とする

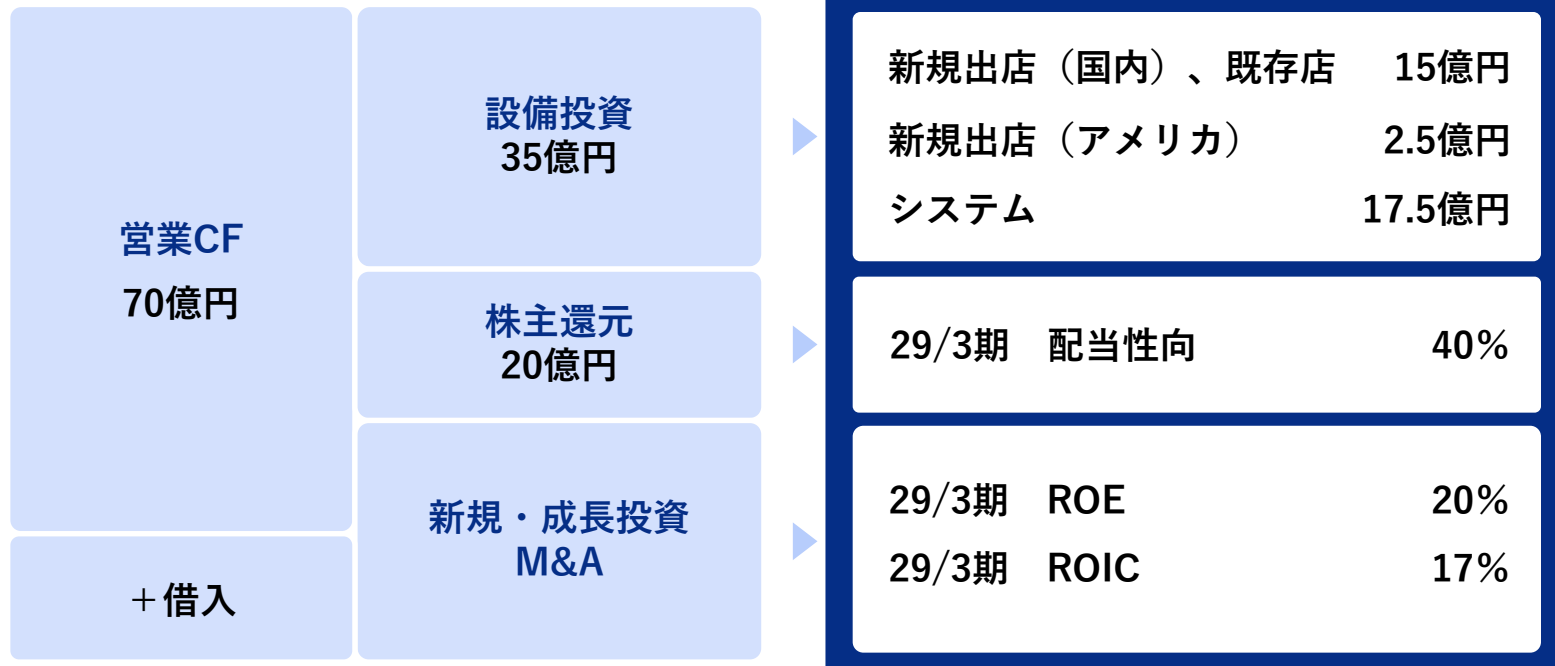
	2024年3月期 (実績)	2025年3月期	2026年3月期	2027年3月期	2028年3月期	2029年3月期	対 2024年3月期 増減額	対 2024年3月期 比率
売上高	125.5億円	135.0億円	154.7億円	174.7億円	190.9億円	207.4億円	+ 81.9億	165.2%
営業利益	9.6億円	11.0億円	13.1億円	15.7億円	19.0億円	22.8億円	+ 13.2億	237.5%
営業利益率	7.7%	8.1%	8.5%	9.0%	10.0%	11.0%	+ 3.3pt	—
ROE	16.9%					20.0%	+ 3.1pt	—
ROIC	14.4%					17.0%	+ 2.6pt	—

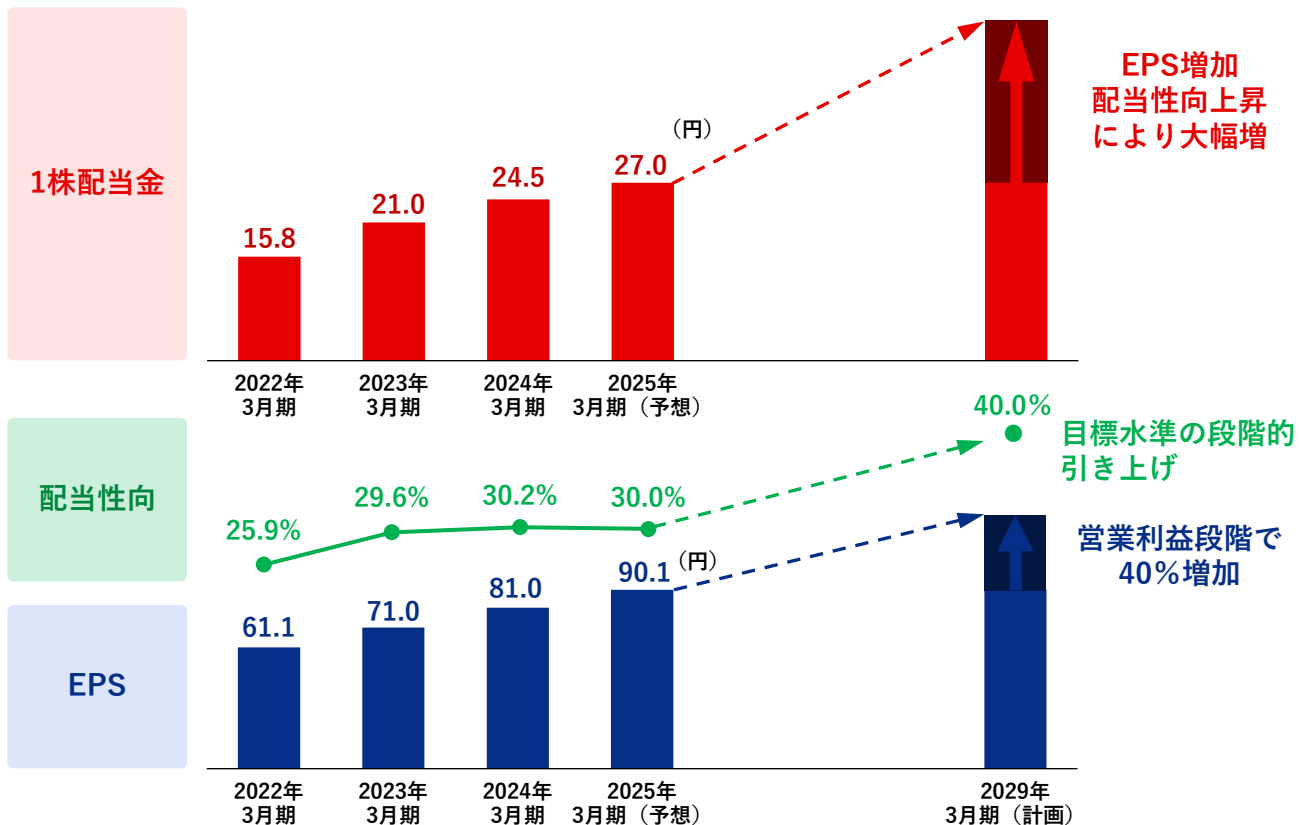
※M&Aによる収益・費用に関しては計画数値に含めておりません

※ROIC=(営業利益×(1-負担税率))÷投下資本

業績拡大による営業CFを用い、更なる成長への投資と株主様への利益還元強化を実行

< 中計5カ年累計 >





当社グループ
株主還元方針

株主還元のもととなる
業績拡大

×

配当性向目標水準40%
への段階的引き上げにより、株主様への利益
還元を強化

本資料に関するお問い合わせ

株式会社アップガレージグループ IR窓口 ir@upgarage-g.co.jp
<https://www.upgarage-g.co.jp/contact/ir/>

■本資料の取り扱いについて

【見通しに関する注意事項】

本資料にて開示されているデータおよび将来に関する予測は、本資料の発表日現在の判断や、入手可能な情報に基づくものであり、経済情勢や市場動向の変化等、様々な理由により変化する可能性があります。従いまして、本資料に記載された目標・予想の達成および将来の業績を保証するものではありません。