2025年 2月期

決算説明会資料 2025年 2月期

April. 14th, 2025

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。資料上の数値はすべて四捨五入により計算されております。

目次

1. 2025年 2月期 の実績 4

2. 2025年 2月期 の取り組み 22

3. 2026年 2月期 の取り組み 26

4. 配当・資本政策について 45

5. APPENDIX 50

6. APPENDIX（業績・財務の補足情報） 64

1. 2025年 2月期 の実績



ハイライト

連結

過去最高益

営業利益

199億円
前期比 +23%

- 2019年を底に6期中5期で増益

小売

台当たり小売粗利

小売販売

45万円/台

- 中古車相場が年央から下落する中で、予想以上の水準で小売台粗利を確保

小売

過去最高台数

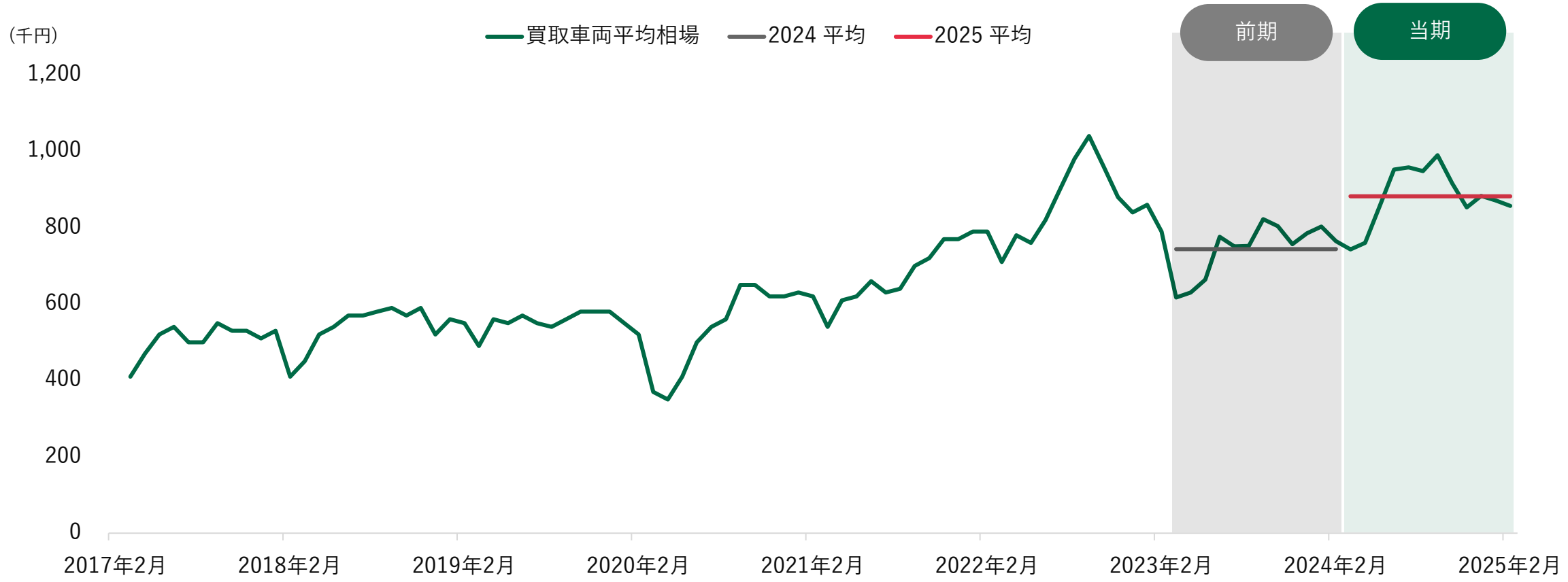
小売台数

149,003台
前期比 +3%

- 台当たり粗利を確保しつつ、過去最高台数

ハイライト

中古車相場の推移



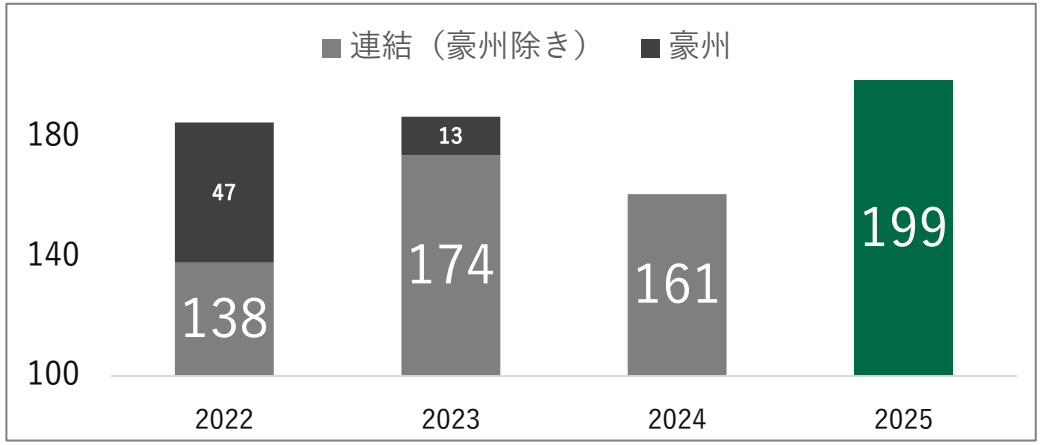
当期の第3四半期の下落は続かず、第4四半期は高い水準を維持
第４四半期は相場予測が難しく台粗利の確保を優先

ハイライト

営業利益の推移

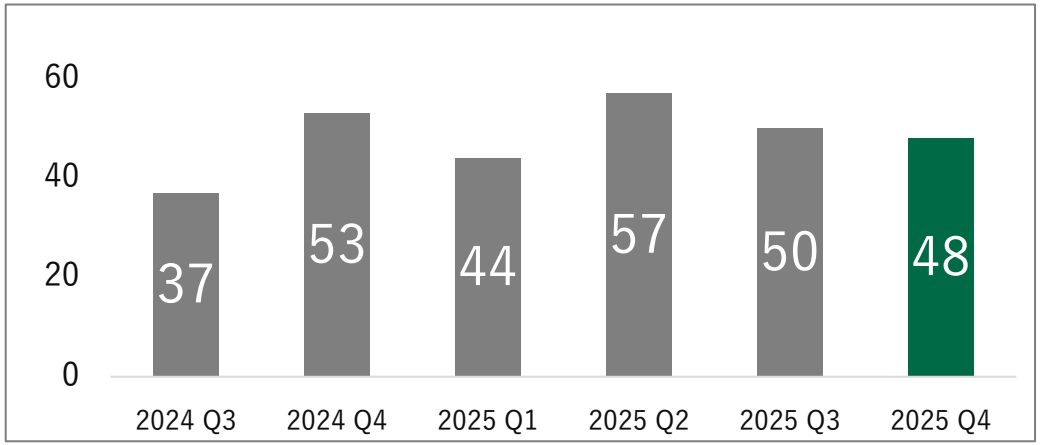
年間 推移

（億円）



四半期 推移

（億円）

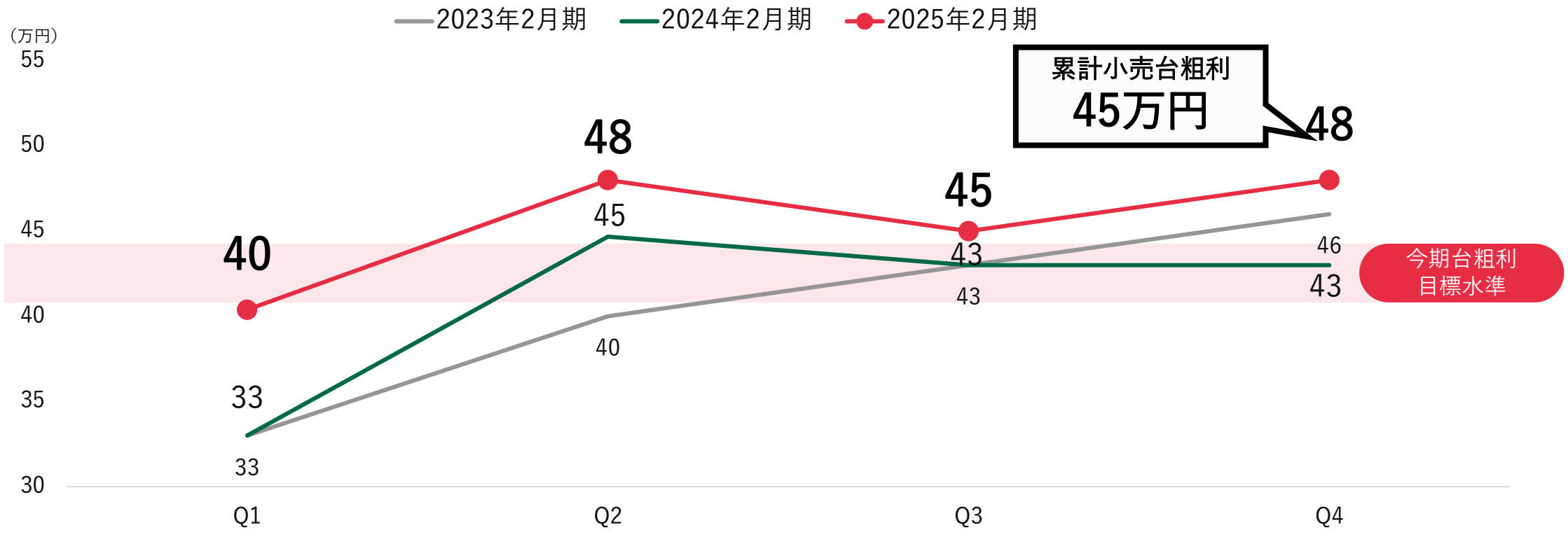


営業利益率	4.3%	4.4%	3.8%	4.0%	3.6%	4.7%	3.6%	4.5%	3.8%	4.1%
営業利益増加率		1.1%	△13.7%	23.4%						

※「2025」表記は、2025年2月期を示す。

ハイライト

小売台粗利の四半期推移



※小売台粗利は車両本体粗利に整備、板金や保証などの付帯商品をすべて含んだ粗利を小売販売台数で割ったもの。

当期の小売台粗利は45万円と目標水準(41~44万円)を達成

※ 「2025」表記は、2025年2月期を示す。

連結

2025年2月期 主要KPI

Gulliver

		2023	2024	2025	前年差
店舗数	大型店出店数(店舗)	8	11	16	+5
小売	小売台数(千台)	136	144	149	+5
	小売台粗利(万円)	40	41	45	+4
卸売	卸売台数(千台)	112	128	144	+16
	卸売台粗利(万円)	10	10	12	+2

出店は好調。小売は相場下落リスクに備えて、台粗利の確保を優先
小売台数の伸びは緩やかに見えるが、大型店の販売台数は好調

※「2025」表記は、2025年2月期を示す。

連結

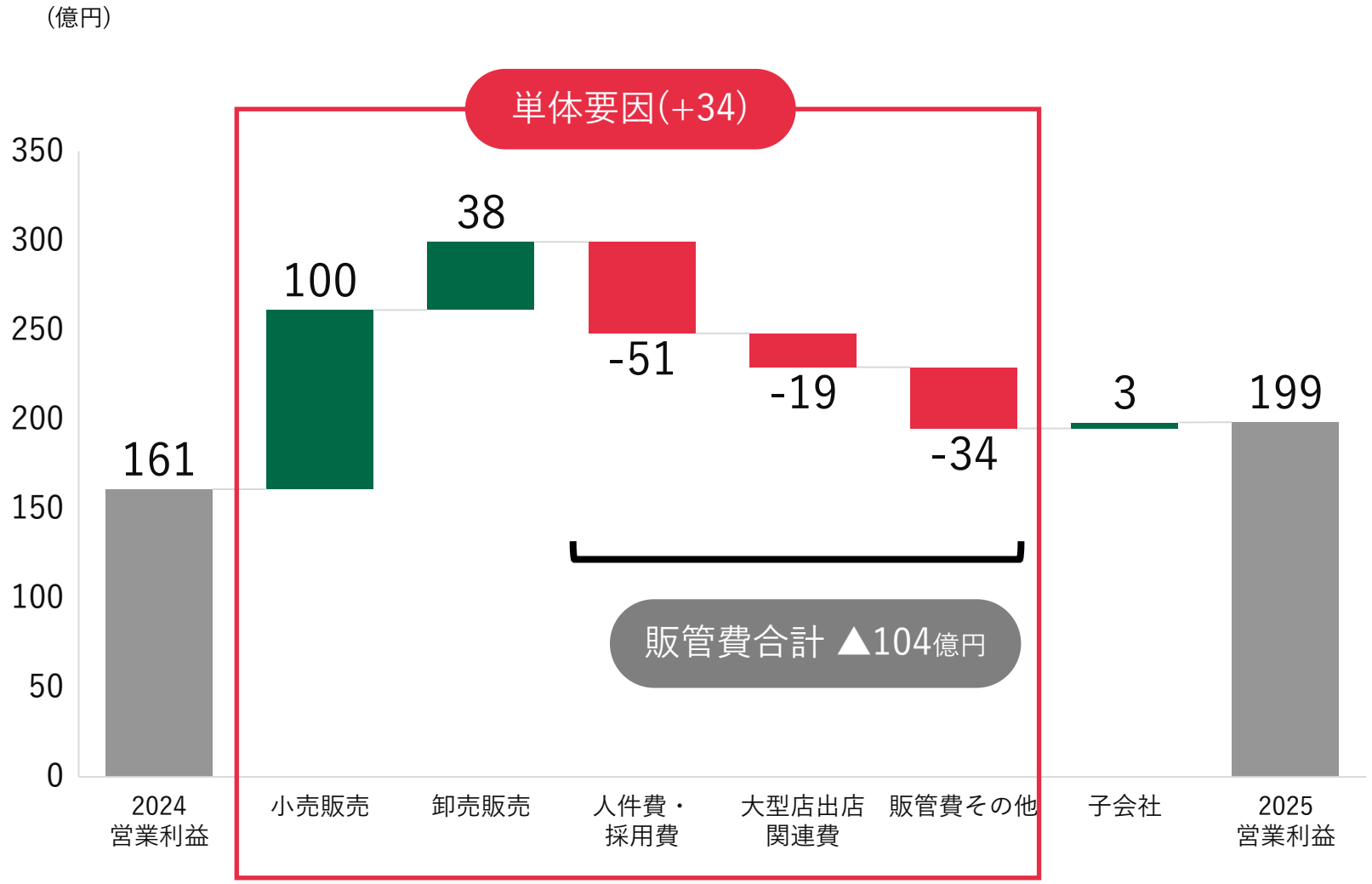
2025年2月期 P/L実績

(億円)	2024	2025	売上高構成比	増減差	増減率
売上高	4,199	**4,967**	100.0%	768	18.3%
売上総利益	733	**887**	17.9%	154	20.9%
販管費	572	**688**	13.8%	116	20.2%
営業利益	161	**199**	4.0%	38	23.4%
経常利益	158	**191**	3.8%	33	20.8%
親会社株主に帰属する当期純利益	114	**134**	2.7%	20	17.5%

※ 「2025」表記は、2025年2月期を示す。

連結

2025年2月期 営業利益の前期比増減要因



- 小売は台粗利・台数の貢献で+100億円。
- 卸売は台数増加により+38億円。
- 販管費は成長投資を中心に104億円増加。
- 子会社は赤字額減少により+3億円。

※「2025」表記は、2025年2月期を示す。

単体

2025年2月期 販管費の前期比の増減分析

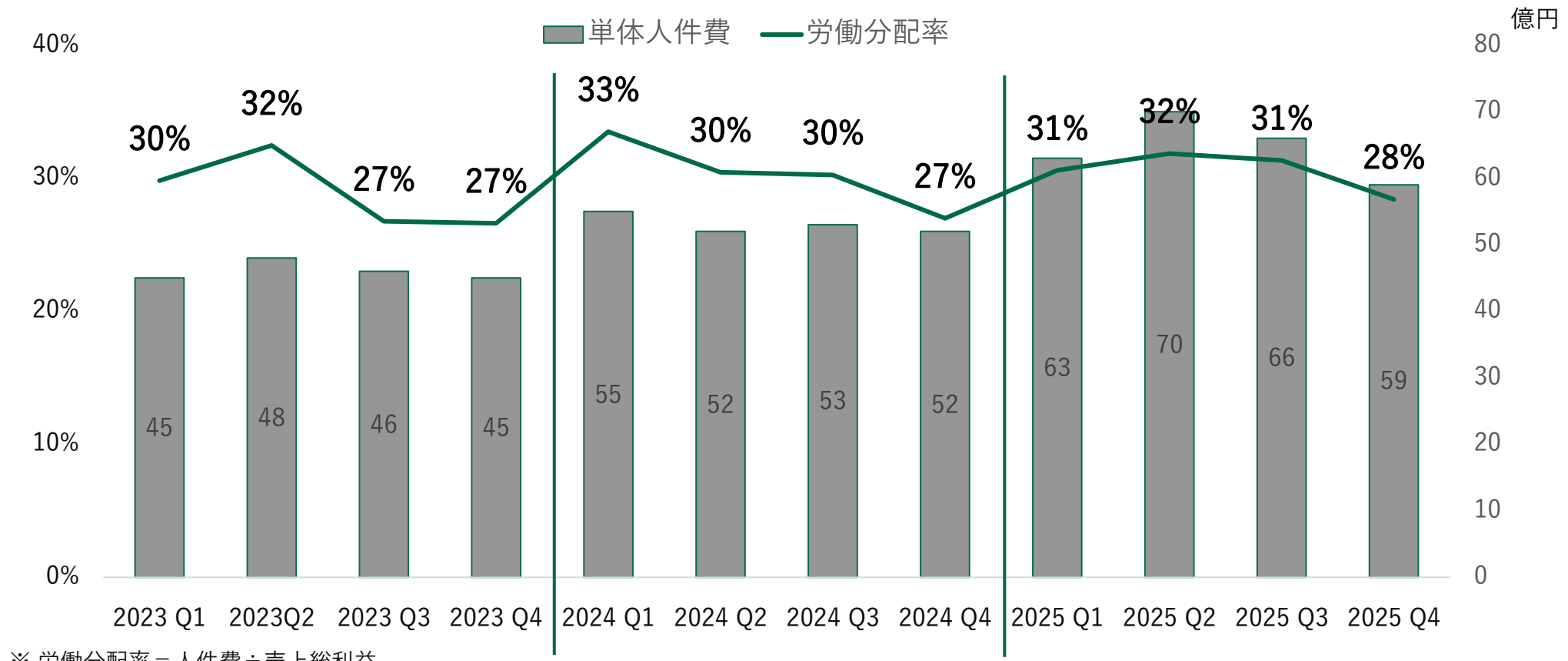


1. 人員数は平均550人増、単価が約2万円増。また好調な実績に伴うインセンティブ賞与が15億円増加。
2. 営業育成のための業務委託料の増加。
3. 店舗増加による地代家賃の増加。
4. じしゃロン事業の拡大による貸倒引当金の増加及び旅費交通費の増加。

※「2025」表記は、2025年2月期を示す。

単体

労働分配率



※ 労働分配率＝人件費÷売上総利益

事業戦略上で売上総利益に対する人件費は変動費と定義
新規出店分の人員を育成しながら労働分配率の上昇を抑えることに成功

IDOM Inc.

※ 「2025」表記は、2025年2月期を示す。

連結

B/Sサマリー

Gulliver

連結・貸借対照表（2024年2月期末）

資産　1,840億円

- 現預金 305億円
- 売掛金 126億円
- **在庫 860億円**
- 有形固定資産 338億円
- その他 211億円

負債　1,141億円

- 有利子負債 630億円
- その他 511億円

純資産　699億円

- **699億円 自己資本比率 38%**

連結・貸借対照表（2025年2月期 期末）

資産　2,200億円

- 現預金 154億円
- 売掛金 270億円
- **在庫 1,146億円**
- 有形固定資産 391億円
- その他 245億円

負債　1,392億円

- 有利子負債 793億円
- その他 599億円

純資産　808億円

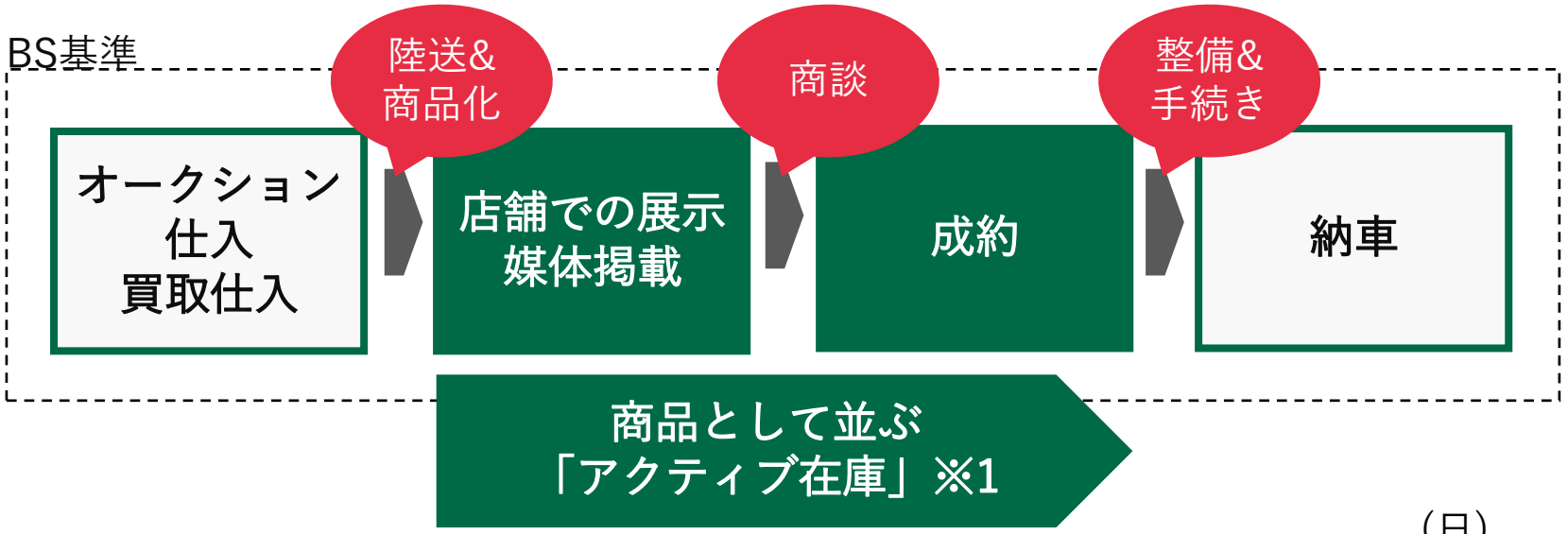
- **808億円 自己資本比率 36%**

- 総資産は2,200億円と360億円の増加。
- 売掛金は144億円増加、債権流動化の実行を予定。
- 在庫は相場上昇による単価増で80億円、在庫数の上昇で206億円の増加。（納車待ち在庫70億円を含む）
- 有利子負債は163億円増加。長期化を実施。
- 連結自己資本比率は36%。

単体

在庫回転日数の推移

BS基準



（日）

在庫 回転日数	2022	2023	2024	2025
アクティブ在庫	39.3	41.1	42.1	34.3
BS基準（代車等含む）	83.0	85.5	86.8	87.0

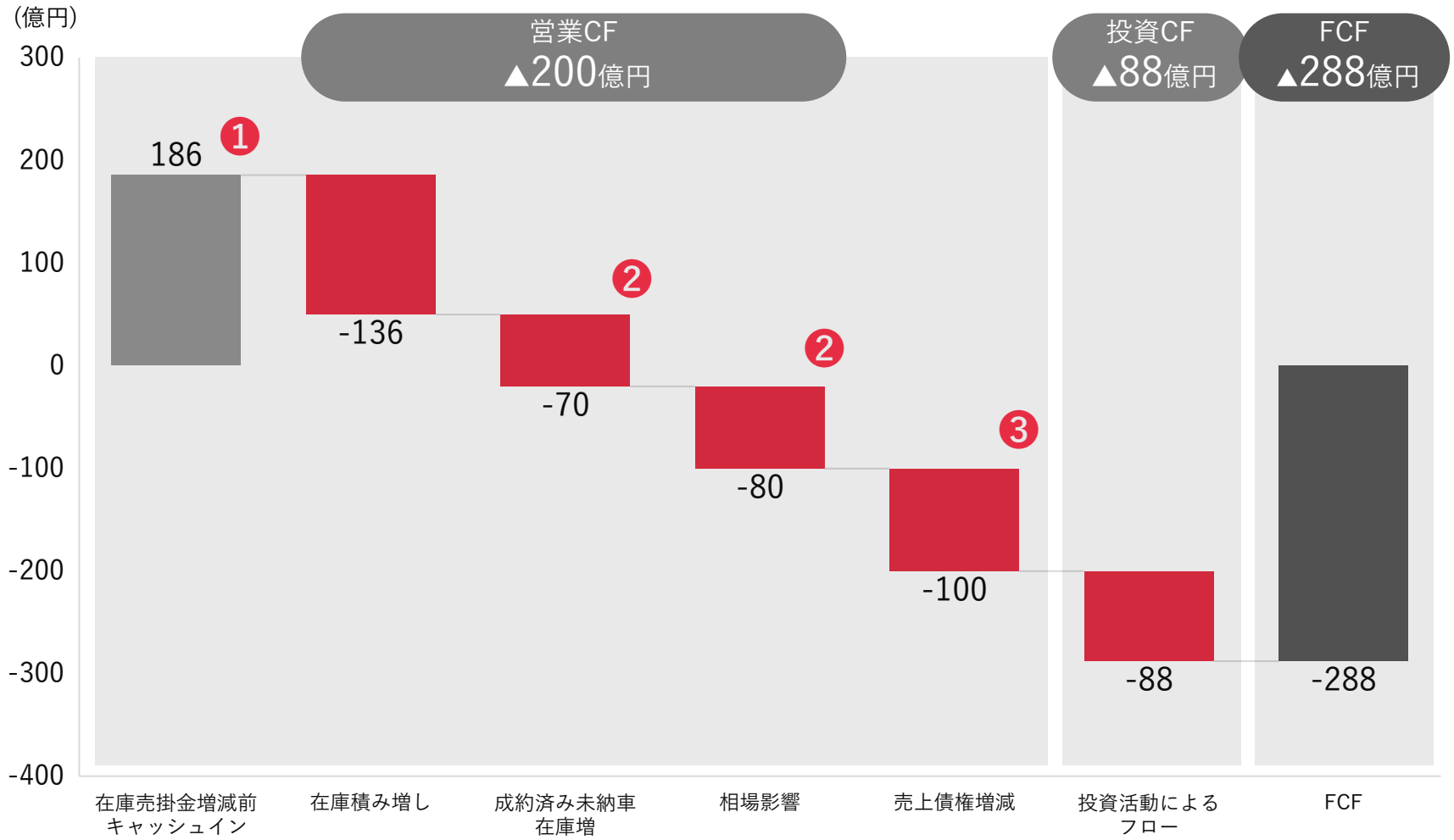
- 展示車両の強化と相場変動リスクのバランスを常に鑑み、小売台数の最大化にむけた効率的な在庫管理を実施
- アクティブ在庫は小売台数好調で効率化
- BS基準在庫は納車待ち在庫増により横這い

※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。
※「2025」表記は、2025年2月期を示す。

連結

キャッシュフローの増減分析

キャッシュフローの前期比　増減分析



❶ 在庫・卸売掛金増減前キャッシュインは計画水準の186億円。

❷ 相場や納車待ち在庫の増加により150億円の営業CF減少

❸ 売上債権は割賦販売の影響により100億円増加 。

結果、フリーキャッシュフローは△288億円

連結

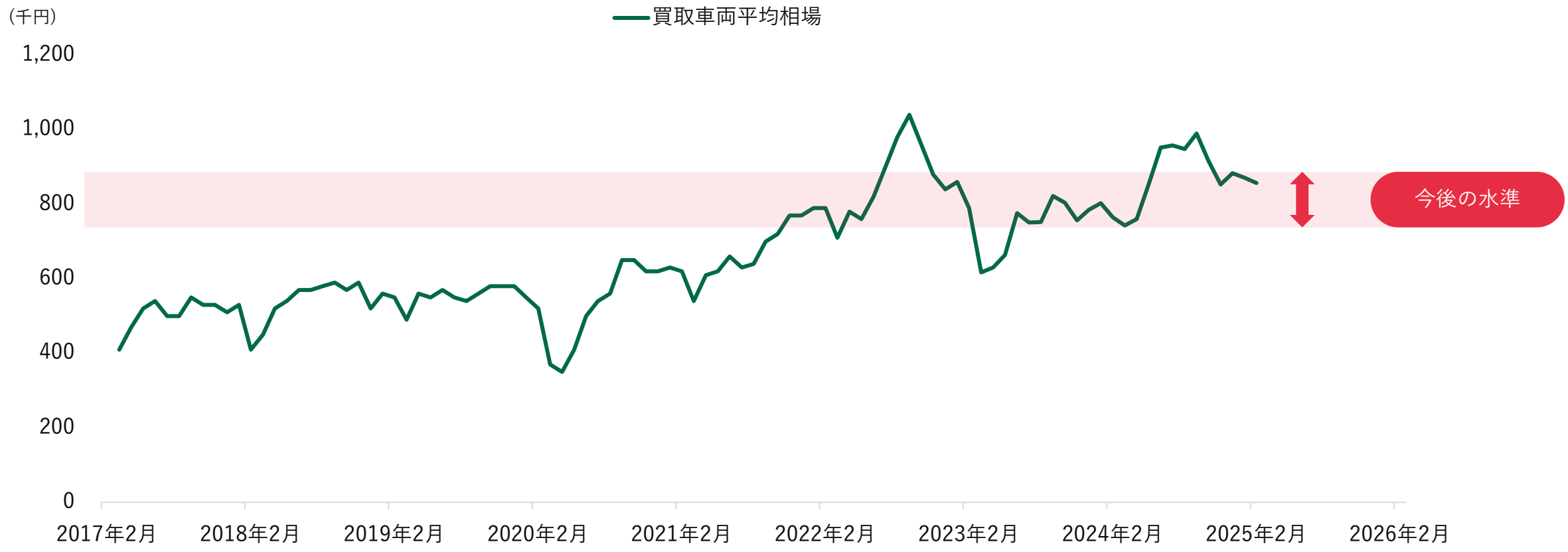
2025年2月期 通期 P/Lの予想比較

(億円)	2025 予想	2025	増減差	達成率
売上高	5,000	4,967	△33	99.3%
売上総利益	902	887	△15	98.7%
販管費	699	688	△11	98.4%
営業利益	203	199	△4	98.0%
経常利益	198	191	△7	96.5%
親会社株主に帰属する当期純利益	136	134	△2	98.9%

※ 「2025」表記は、2025年2月期を示す。

相場

中古車相場の見通し



今期は高止まりで推移した、現在も高い水準を維持しているため来期は緩やかに下落

業績予想

2026年2月期 業績予想のKPI

		2025	2026 予想	前年差
店舗	大型店出店数(店舗)	16	15	△1
小売	小売台数(千台)	149	160~165	+11~16
	小売台粗利 (2023を100とした時の指数)	45万円 (113)	維持・上昇 (113~115)	
卸売	卸売台数(千台)	144	150	+6
	卸売台粗利 (2023を100とした時の指数)	12万円 (120)	維持・下落 (120~110)	

※ 「2025」表記は、2025年2月期を示す。

業績予想

2026年2月期 通期 P/L予想

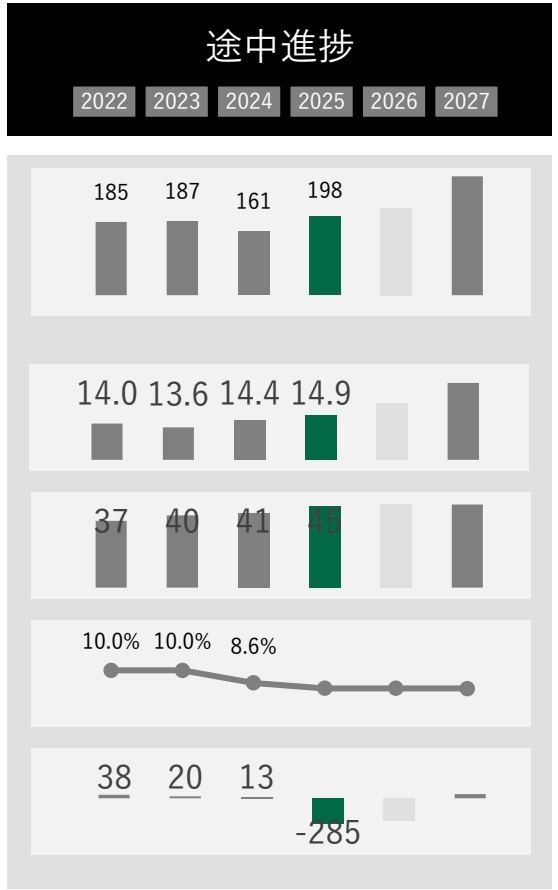
(億円)	2025	2026予想	売上高構成比	増減差	増減率
売上高	4,967	5,089	100.0%	+122	+2.5%
売上総利益	887	929	18.3%	+42	+4.8%
販管費	688	708	13.9%	+20	+2.9%
営業利益	199	221	4.3%	+22	+11.3%
経常利益	191	211	4.1%	+20	+10.6%
親会社株主に帰属する当期純利益	134	136	2.7%	+2	+1.5%

※ 「2025」表記は、2025年2月期を示す。

中期経営計画

今期計画と中期経営計画の財務目標

		2027年2月期 計画	2027年2月期 修正計画
P／L	営業利益	300 億円	300 億円
ビジネス	直営店 小売台数	17~19 万台	17~19 万台
	小売台粗利	44~41 万円	44~41 万円
投資効率	ＲＯＩＣ	10 %以上	8 %以上
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



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。

※「2025」表記は、2025年2月期を示す。

2. 2025年2月期 の取組み



安心

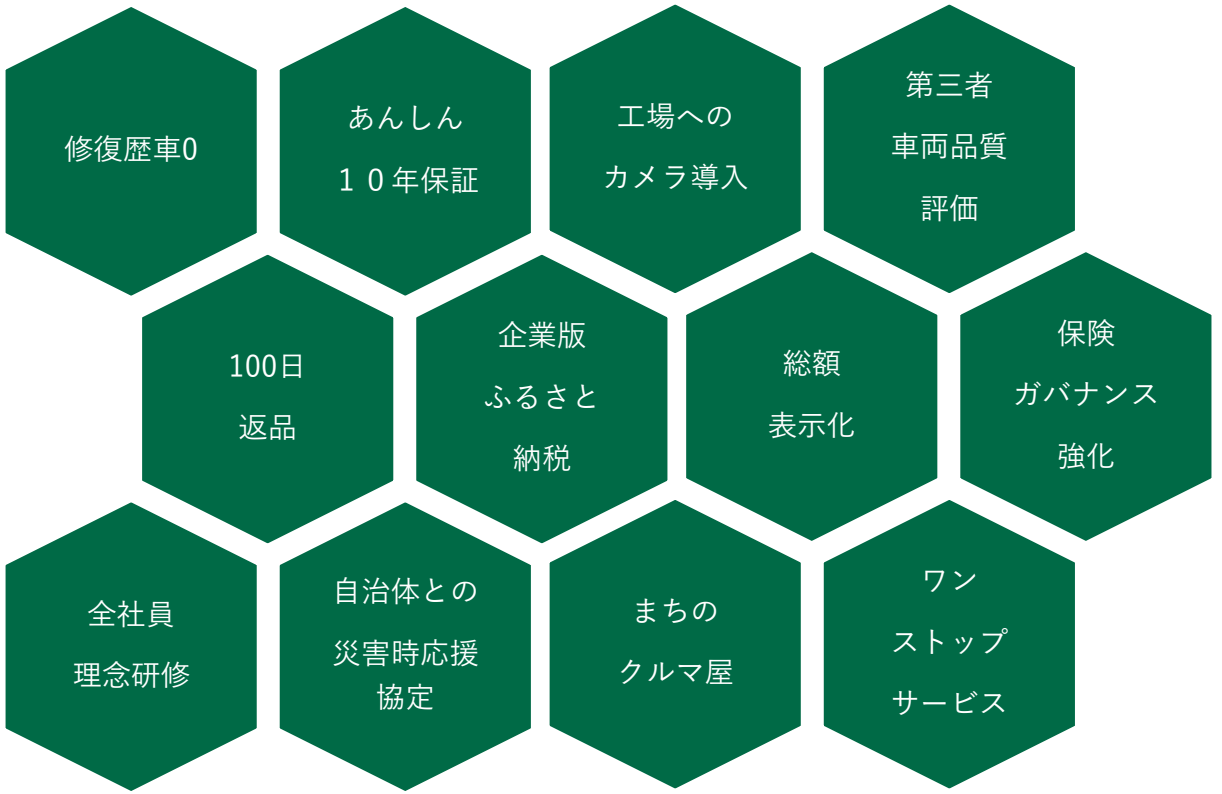
透明化・安心への取り組み

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。



中古車販売のリーディングカンパニーとしてミッションを策定
継続してきた安心・透明化された購入体験をさらに強化してお客様へ提供

安心

付帯商品の開発（2025年2月期実績）

Gulliver

5つの主力付帯商品
付帯率の変化
2022年⇒2025年



コーティング
37%⇒52%



メンテナンスパック
12%⇒33%



長期性能保証
15%⇒40%



ローン
33%⇒30%



保険
19%⇒21%

安心して乗り続けられる
ワンストップサービス
の提供

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。

※「2025」表記は、2025年2月期を示す。

安心

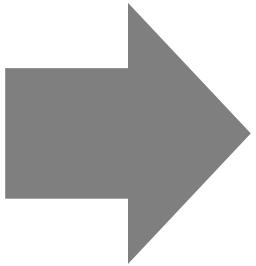
保険ガバナンスへの取り組み

金融庁ガイドラインに沿ってガバナンスを強化し保険代理店事業を運営

当期の取り組み



・各拠点での管理
・担当者による保険手続き
・書類による保管





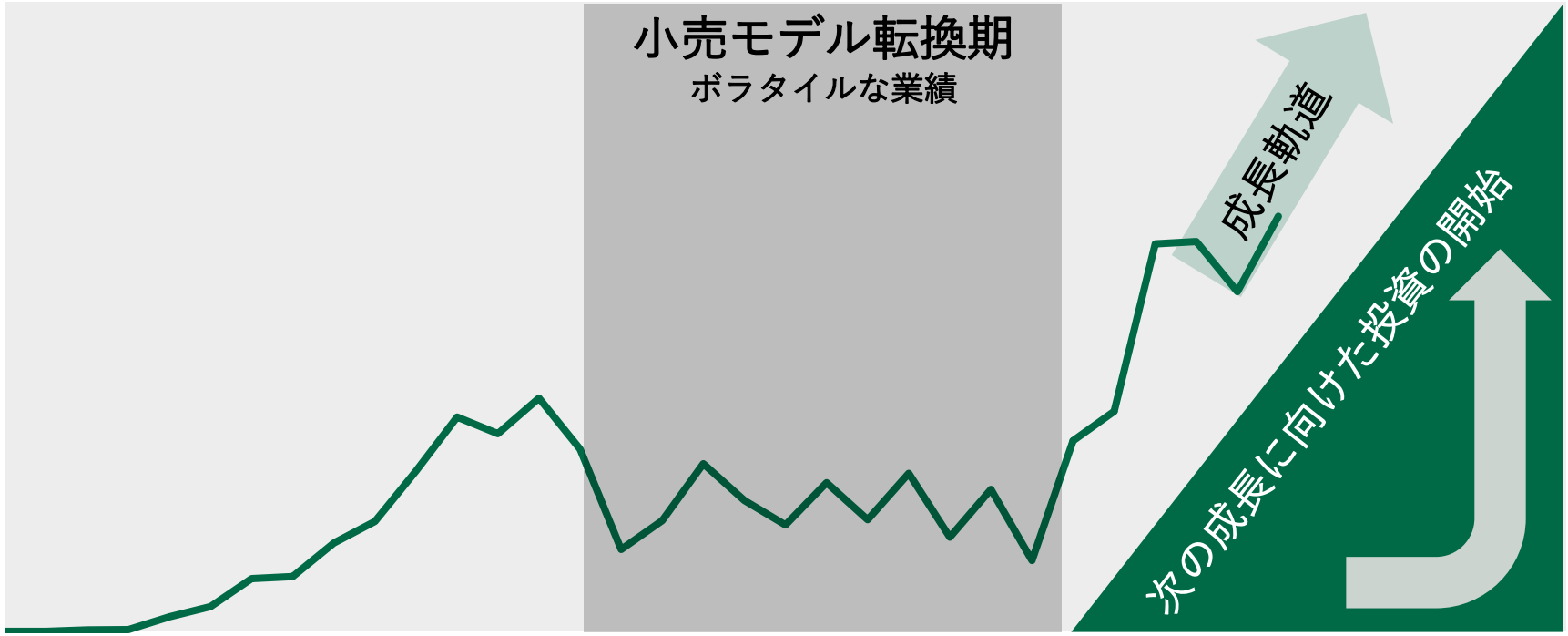
・保険事務センターの設置
・保険手続きのRPA化
・各手続のデータ保管

お客様の目線に立った、より安心できる運営体制を持続的に強化

3. 2026年2月期 の取組み



先を見据えた拡大投資戦略の開始



ボラタイルだった業績を安定させ、財務基盤が整ったと判断
次の成長に向けて投資フェーズへ移行

先を見据えた拡大投資戦略の開始



出店・人的資本・DXの３本柱に集中投資して事業拡大

出店

人的資本

DX



出店

人的資本

DX



出店

新規OPENした大型店



岐阜北方店（2025年2月オープン）

岐阜県本巣郡北方町

直近の店舗展開

【Q4新規大型店オープン】
- 羽生店（2025年1月）
- 松山店（2025年1月）
- 一宮店（2025年1月）
- 豊橋店（2025年2月）
- 岐阜北方店（2025年2月）
- 香椎浜店（2025年2月）
- 佐賀本庄店（2025年2月）

今期の新規大型店の出店数 ＋7 店舗

通期進捗	16/15 店舗 ※計画比+1 店舗
大型店舗数 （2025年2月末現在）	69 店舗

出店

新規OPENした整備工場



岐阜北方整備工場 ラウンジ（2025年2月オープン）

岐阜県本巣郡北方町

直近の店舗展開

【 Q4新規整備工場オープン】

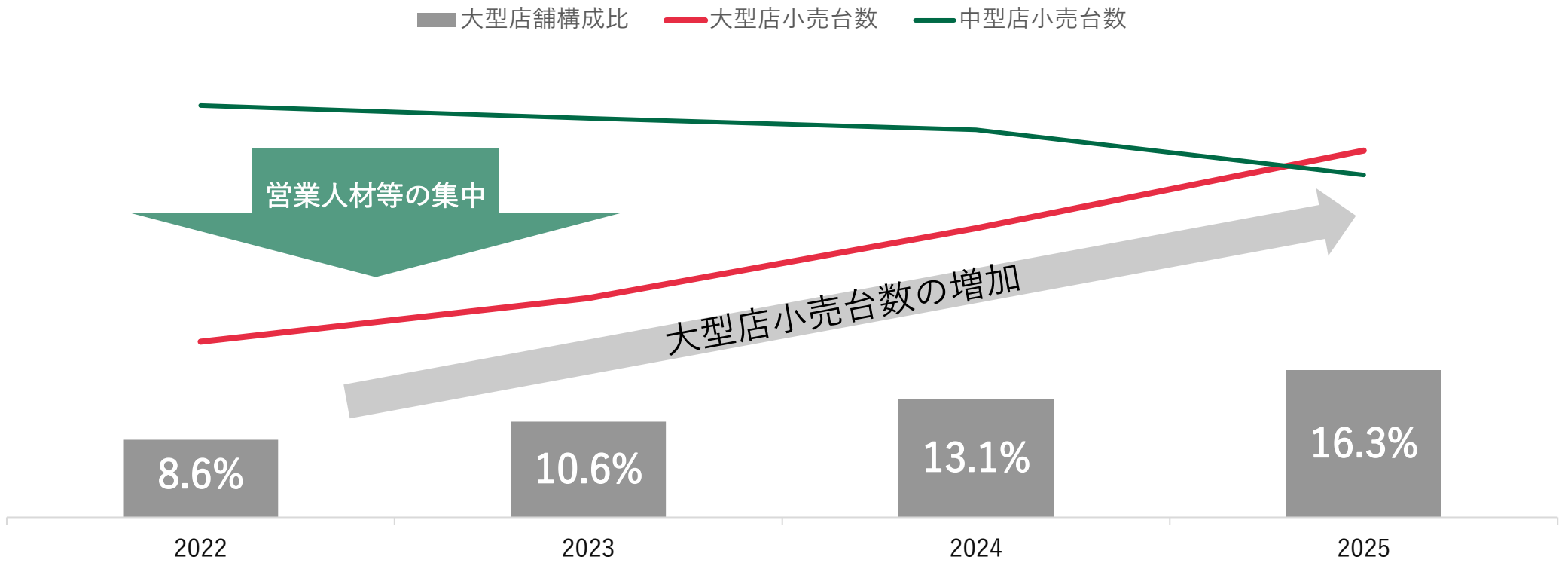
- 一宮整備工場（2025年1月）
- 豊橋整備工場（2025年2月）
- 岐阜北方整備工場（2025年2月）
- 佐賀本庄整備工場（2025年2月）

今期の整備工場の出店数 ＋4 工場

通期進捗	10/10 店舗
整備工場数 （2025年2月末現在）	39 工場 うち20工場が 指定工場取得済み

出店

小売台数拡大に向けて

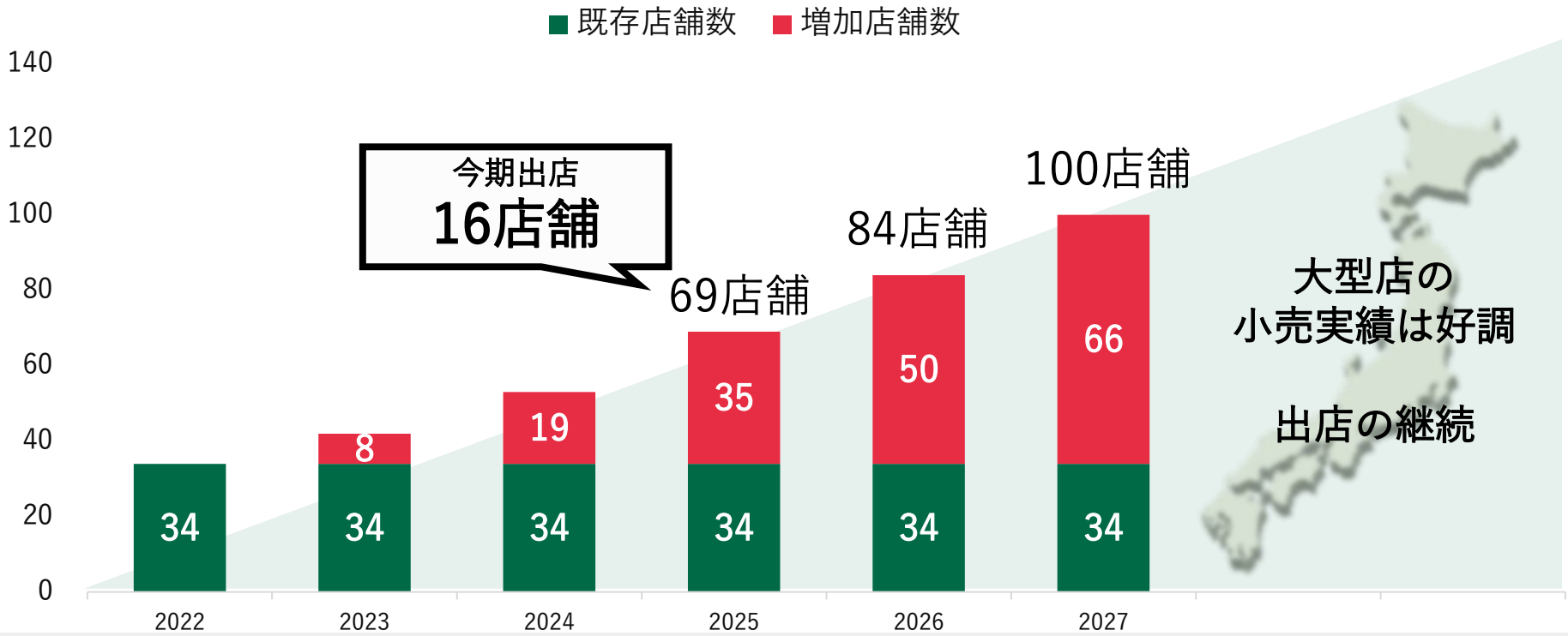


大型店への注力により、販売台数の合計は大型が中型店を超えた
今後も大型店へ注力するとともに中型店も持続的に事業活動を継続

出店

大型店100店舗へ

中期経営計画 出店計画



当期は居抜き店舗の出店もあり計画比＋１店舗の16店舗を出店
来期は大型店15店舗、整備工場6店舗の出店予定

※「2025」表記は、2025年2月期を示す。

出店

人的資本

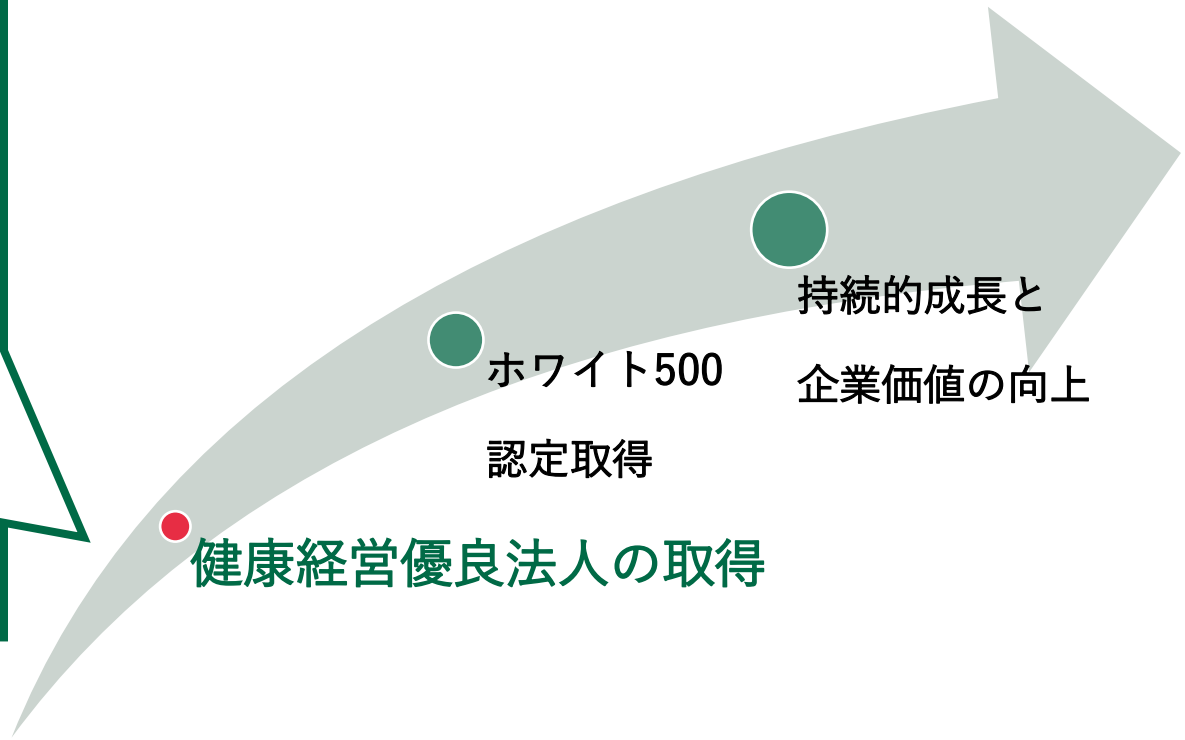
DX



人的資本

健康優良銘柄への取り組み





健康経営優良法人2025から認定を取得
ホワイト500認定へ向けて従業員の健康を重要な経営課題として取り組みを継続

Sales enablementへの取り組み

感覚的なマネジメント
育成のばらつき

営業の再現性の向上

育成

人的資本の最大化
チームでフィードバック
営業スキルの共有



投資

人的資本への投資
商談内容のデータ化と可視化
適切なPDCAの実行



大型店の継続的な出店に向けた大量採用に伴い育成制度や支援システムを導入
営業の再現性の向上に取り組み、人材の早期成長への投資

出店

人的資本

DX



DX

CRMへの取り組み

Gulliverがこれまで
積み上げてきた
３０年のお客様



データ化・分析

お客様の情報をデータ化
分析を通してお客様の
購入車両に合ったサービスの開発

リピート顧客の向上

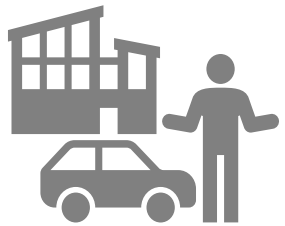
購入した車両や
顧客情報から
最適なサービスの開発

これまで蓄積してきた顧客データから最適な乗り換え期間や需要傾向を分析・サービス化

DX

OMOで描く次世代流通モデルの構築に向けて

車を買うならお店で現車確認
伝統的な購入体験



リアルとデジタルの融合

自由な購入体験
場所・時間・人をお客様が選択できる



顧客体験の創造
お客様主動での購入導線の開発



需要の高い店舗での実車フィッティングを全国に残しつつ中古車購入体験のオンライン化
顧客満足の最大化と既存顧客のリピート戦術に注力した次世代流通モデルの構築へ

DX

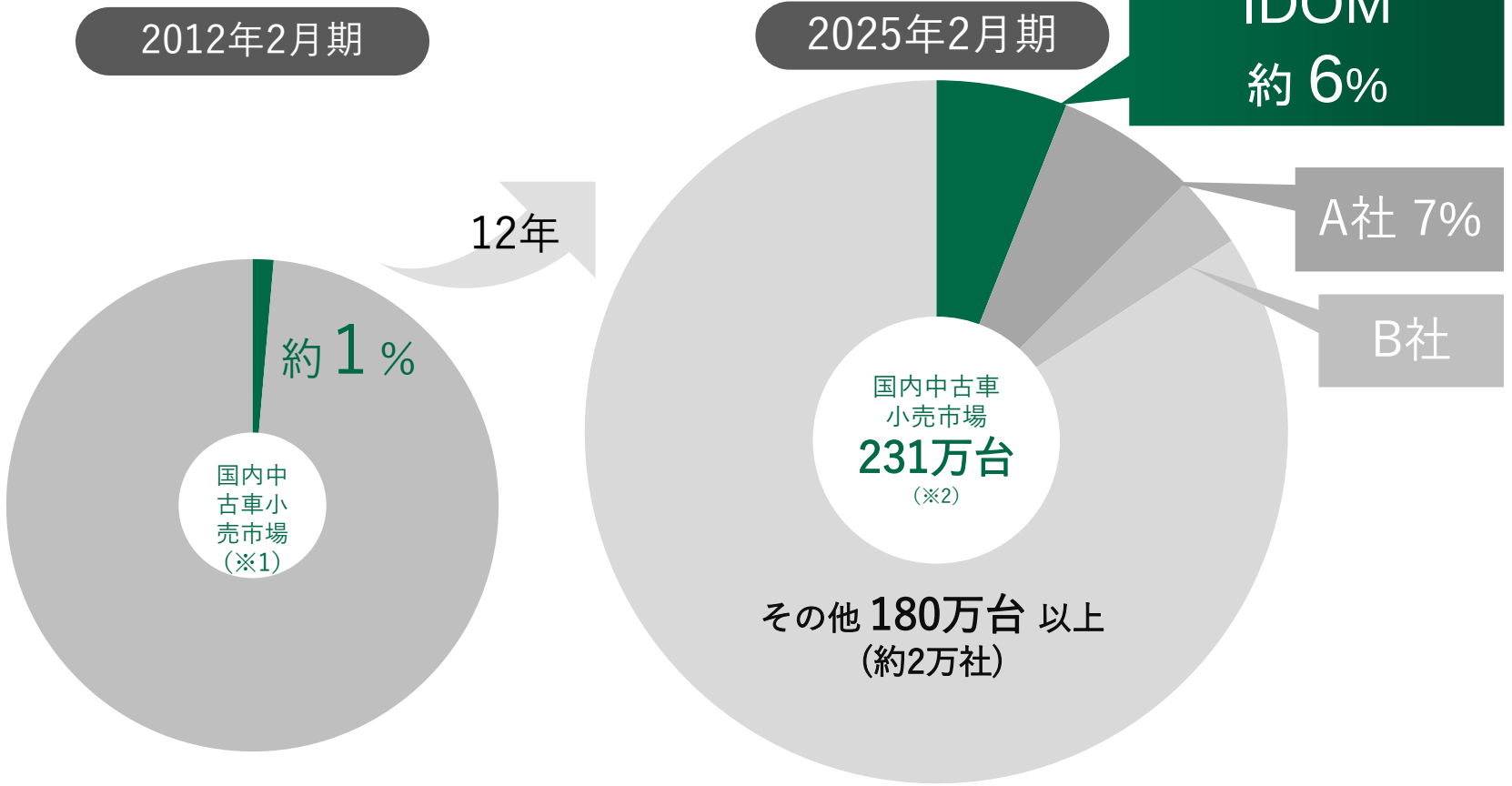
IT人材獲得のための子会社設立と５年６０億円の投資



IT人材の採用競争力を強化し、自社でのシステム開発力を向上
事業成長に応じてスピードとコストを重視したシステム開発の実現と中長期的な開発力の確保

市場規模と市場環境

伸びる当社の国内市場シェア



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。

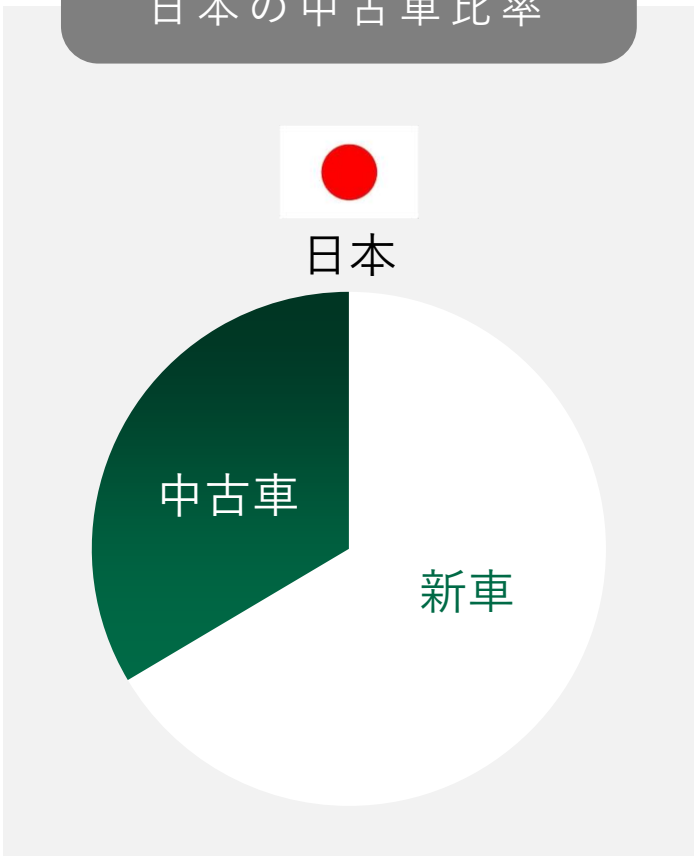
※1:2012年2月期の市場シェアは、2008年の中古車小売市場規模240万台（矢野経済研究所調べ）に占める当社の国内小売台数の内訳を算出。
※2:2024年2月期の市場シェアは、2022年の中古車小売市場規模231万台（矢野経済研究所調べ）に占める当社とA社の国内小売台数の内訳を算出。

市場

欧米各国に比べ著しく低い日本の中古車市場

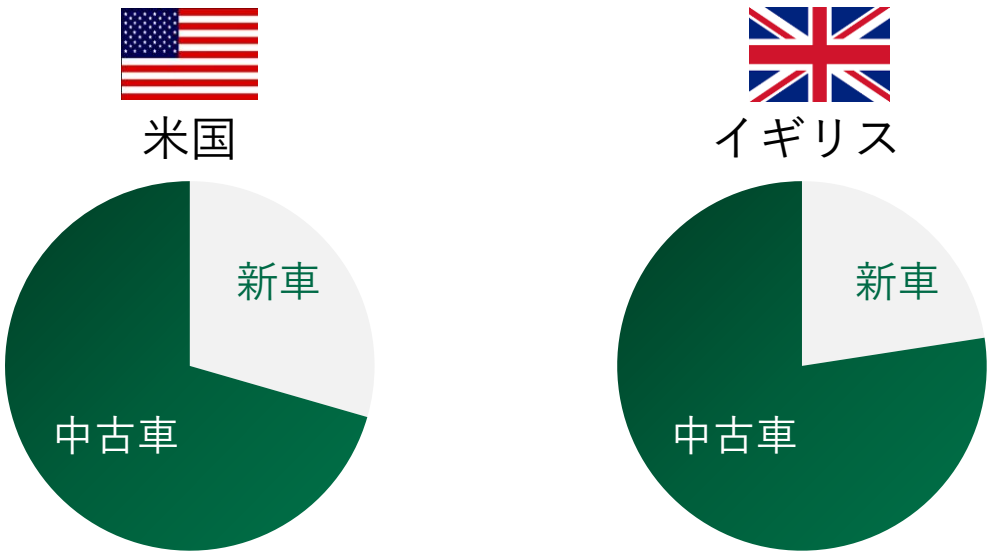
Gulliver

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 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

Vision

先を見据えた拡大投資戦略の開始

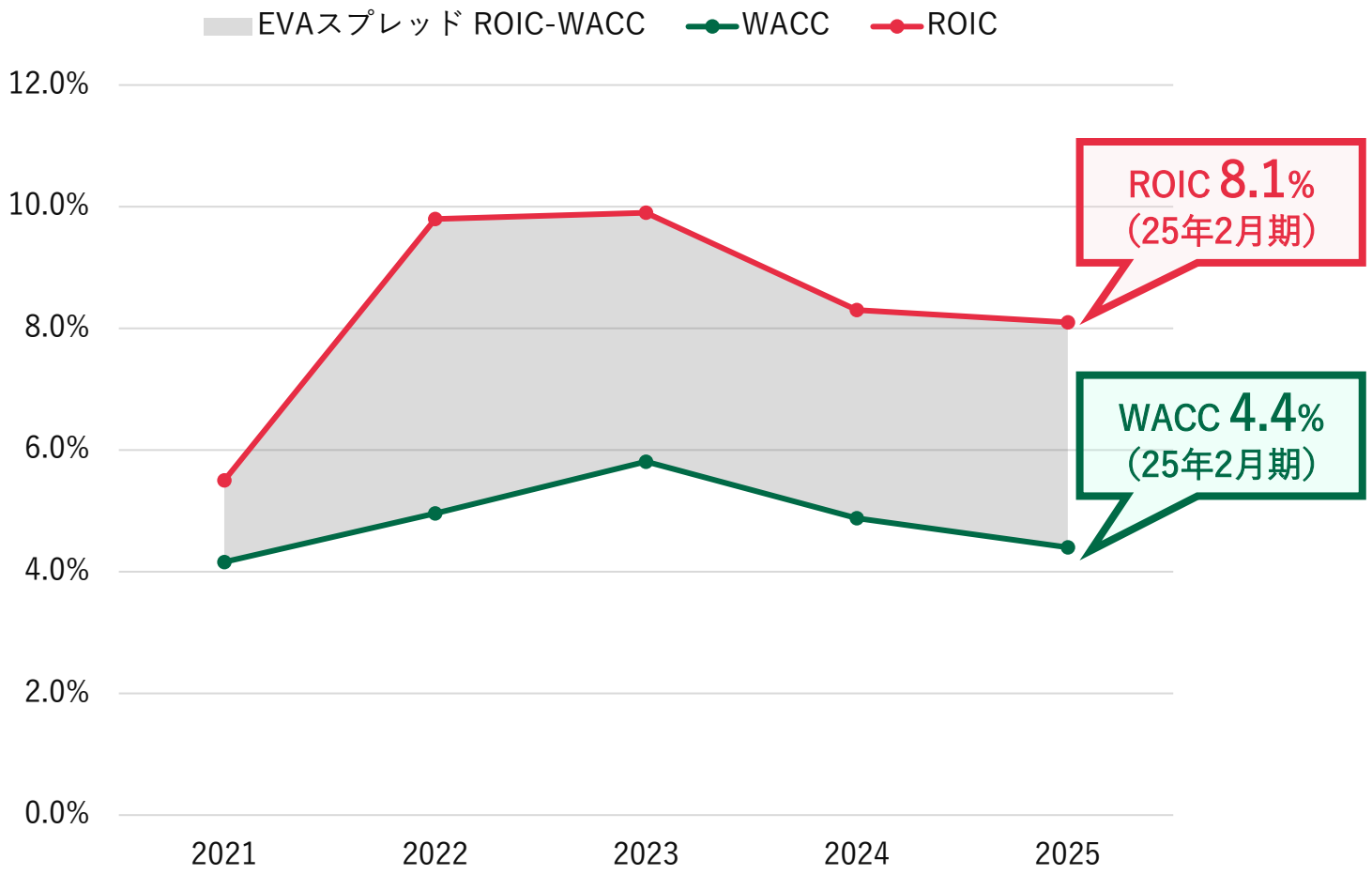


業界シェアを取るための新たな成長ドライバーの確立へ投資活動を開始

4. 配当・資本政策について



資本コストの認識について



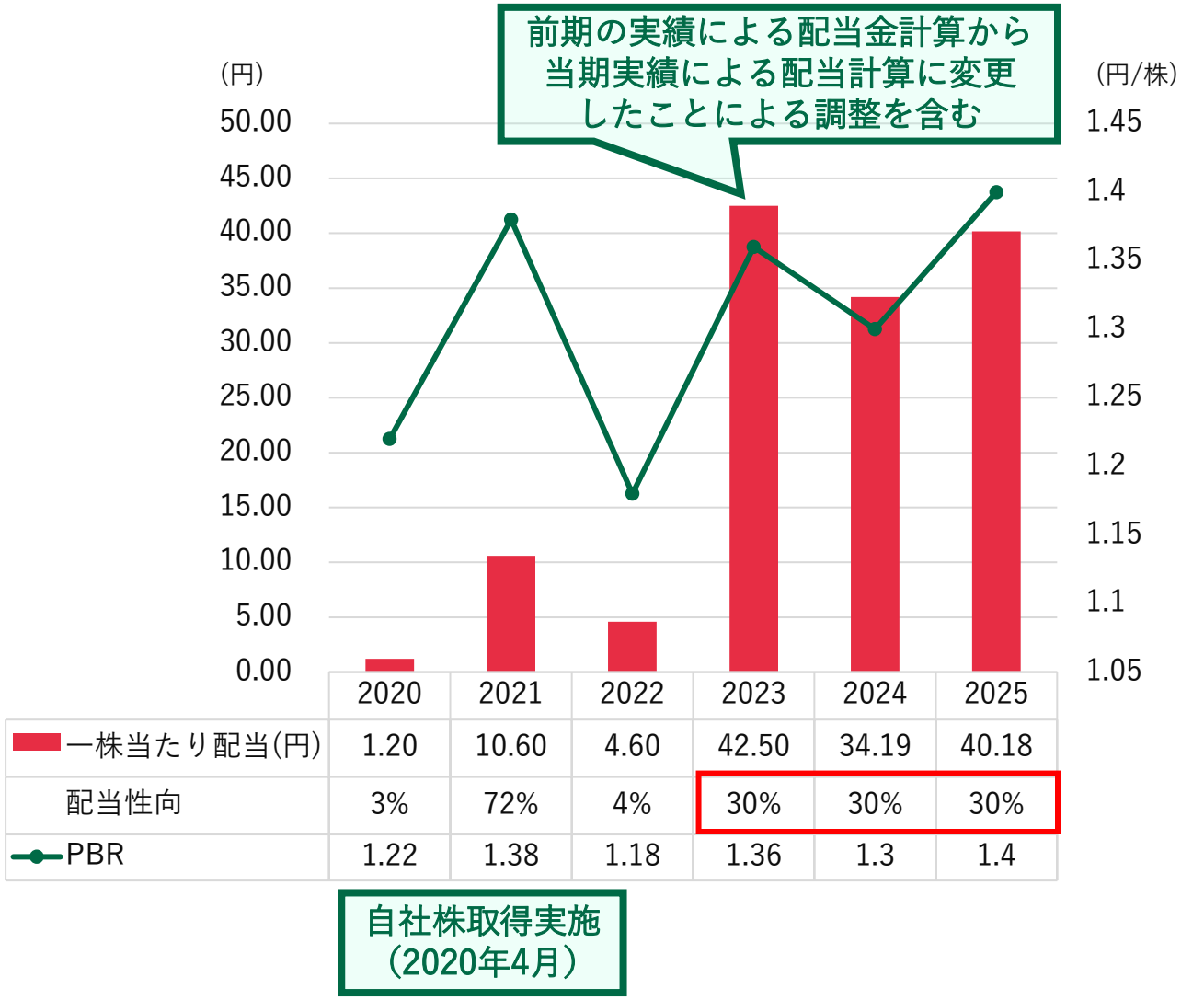
- 借入金の増加により WACCは4.4%に減少。
- ROICは売掛金を算式に追加して再算出。
- EVAスプレッドは前期3.4%から3.7%に改善。

※ROIC：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)

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

※ 「2025」表記は、2025年2月期を示す。

配当及び自己株取得等の政策について



	2020	2021	2022	2023	2024	2025
一株当たり配当(円)	1.20	10.60	4.60	42.50	34.19	40.18
配当性向	3%	72%	4%	30%	30%	30%
PBR	1.22	1.38	1.18	1.36	1.3	1.4

- 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。

※「2025」表記は、2025年2月期を示す。

配当方針

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

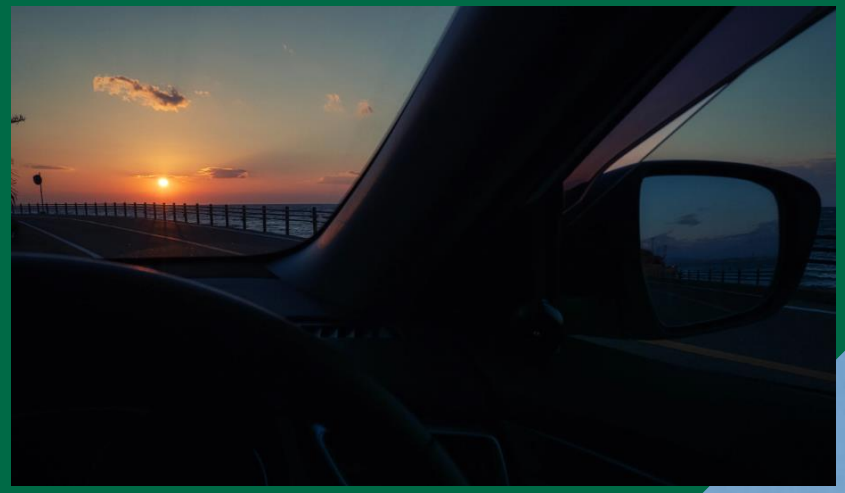
	第2四半期末	期末	合計	
2024年2月期（前期実績）	14.41円	19.78円	34.19円	
2025年2月期（実績）	19.38円	20.80円	40.18円	増配
2026年2月期（予想）	22.41円	18.22円	40.63円	増配

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。



5. APPENDIX



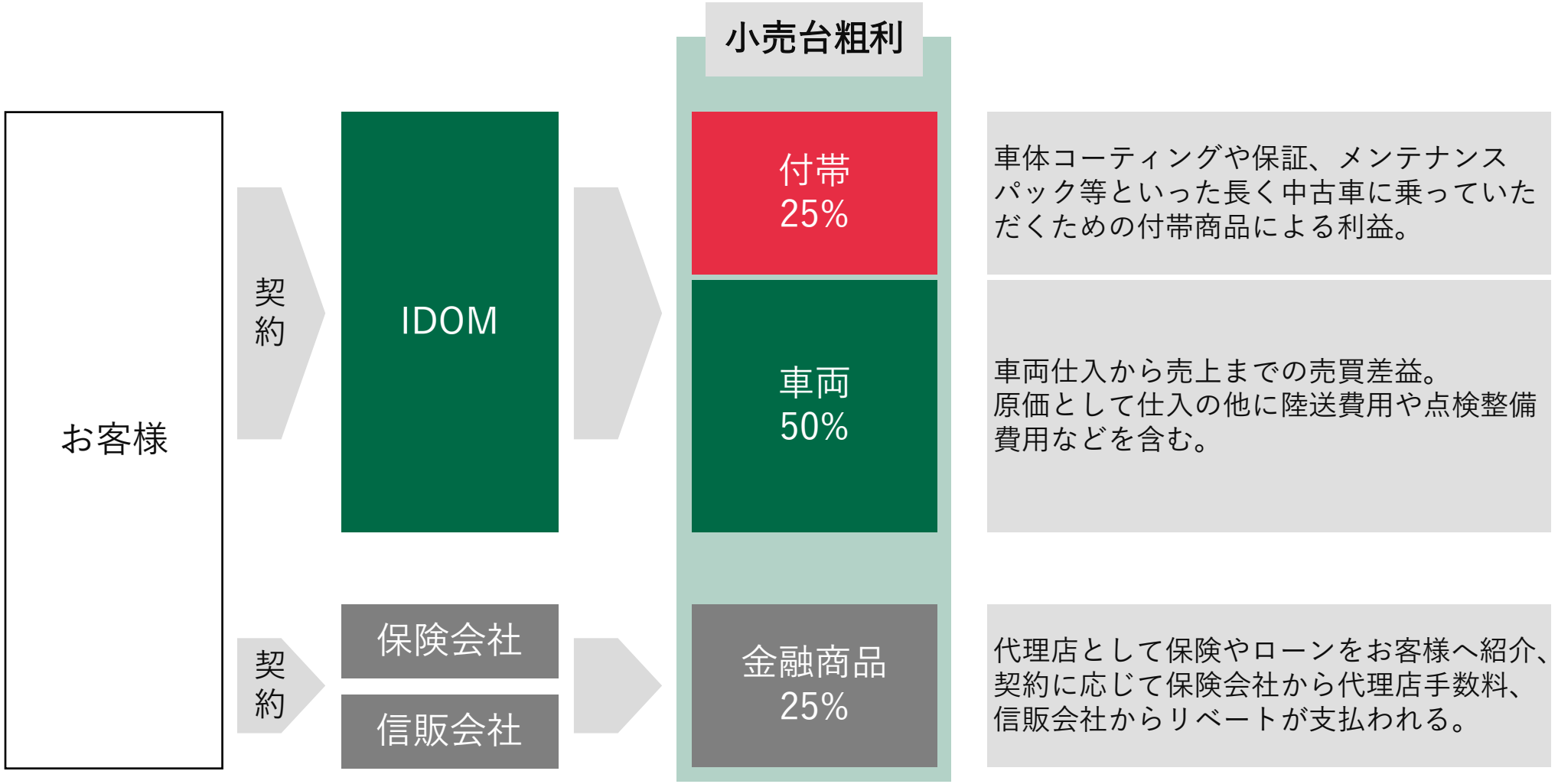
連結

2025年2月期 P/L四半期実績

(億円)	2024 Q1	2024 Q2	2024 Q3	2024 Q4	2025 Q1	2025 Q2	2025 Q3	2025 Q4
売上高	1,053	984	1,040	1,121	1,246	1,251	1,309	1,162
売上総利益	171	178	185	199	215	228	223	221
販管費	143	135	148	146	171	171	173	173
営業利益	28	43	37	53	44	56	50	48
経常利益	27	42	37	52	43	53	49	45
親会社株主に帰属する四半期純利益	19	30	24	42	29	36	33	36

※ 「2025」表記は、2025年2月期を示す。

小売台粗利の構成に関して



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。

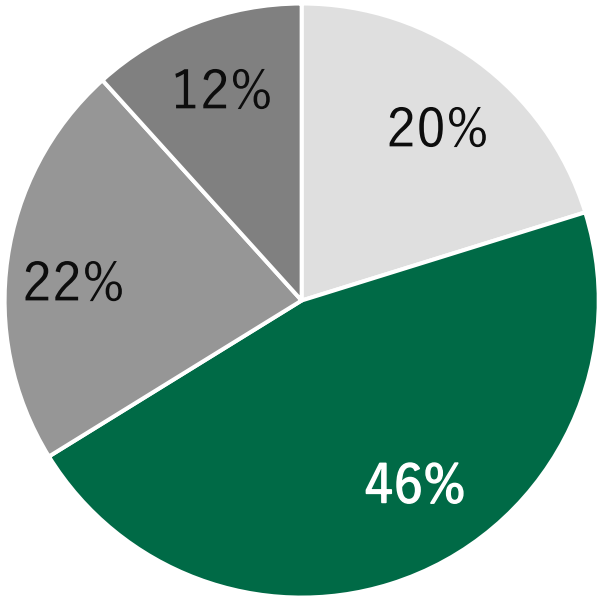
代理店として保険やローンをお客様へ紹介、契約に応じて保険会社から代理店手数料、信販会社からリベートが支払われる。

※ 2024年2月期実績。

在庫管理に関して

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。

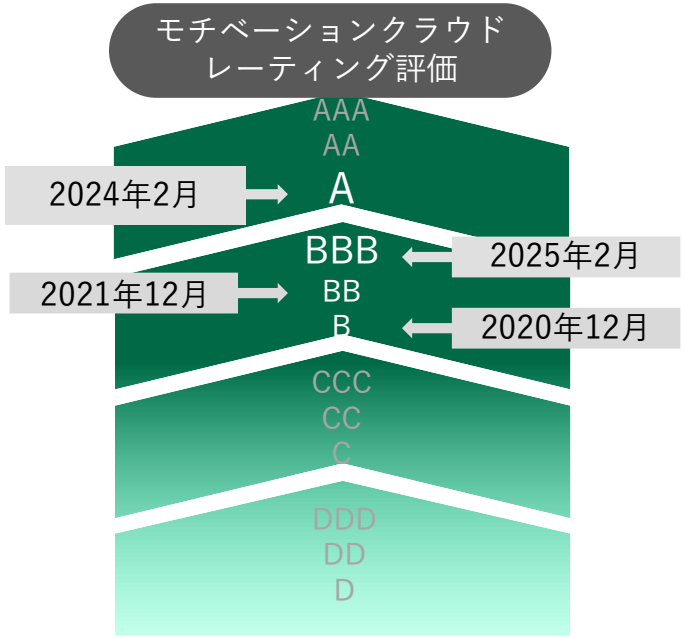
大型店の在庫は相場の影響を比較的受けにくい4~7年落ちで多くが構成されている。
小売台数の拡大に伴い在庫回転日数が縮まりにくいことは受け入れ適正な在庫管理を実行。

継続的な従業員満足度への取組み

Best Motivation Company 2025

BEST
MOTIVATION COMPANY
AWARD
大手企業部門
（2,000名以上）

2022年に続き、3年連続表彰



レーティング
BBB

従業員エンゲージメントを経営の重要な指標ととらえ改善活動を継続

評価

インセンティブ制度に関して

適切なインセンティブ制度の運用

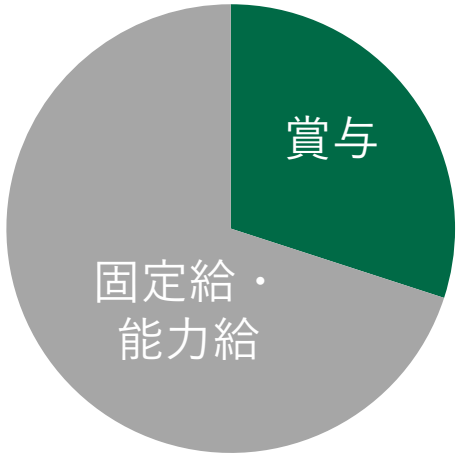
お客様満足度に比例した
インセンティブの支給

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

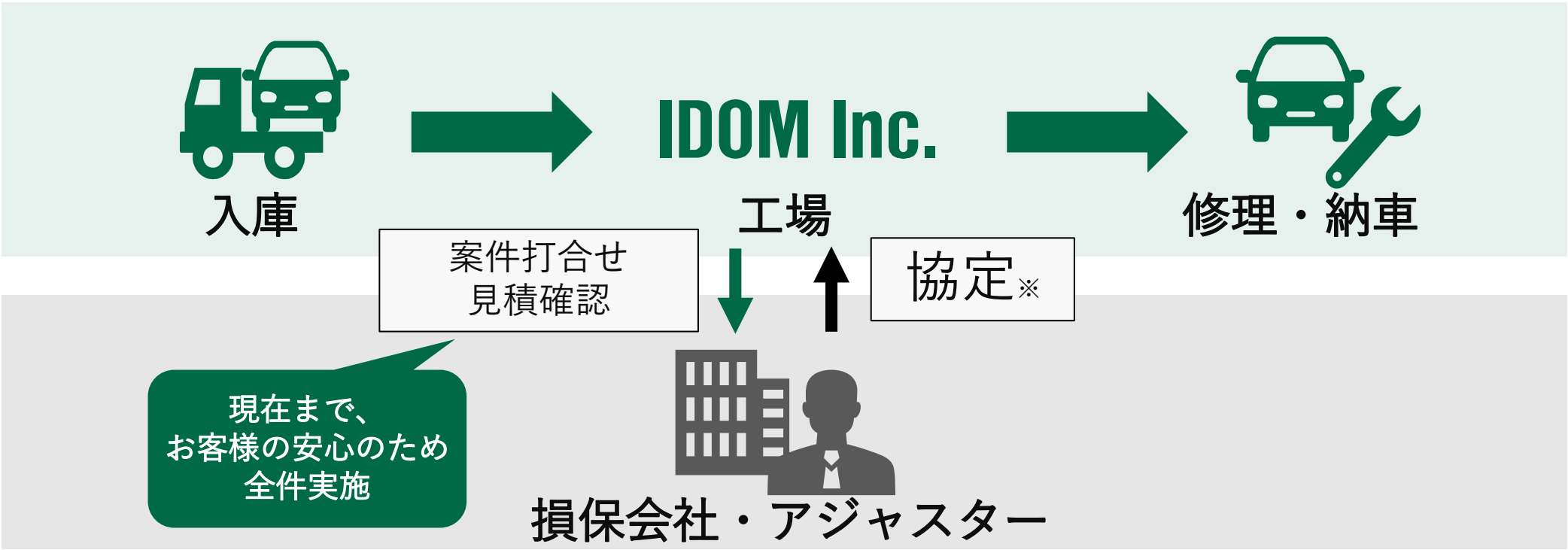
過度なインセンティブ制度とならないように
賞与・インセンティブは年収の平均3割程度



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。

安心

板金工場ガバナンスへの取組みに関して：事故対応



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。

※ 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。

安心

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

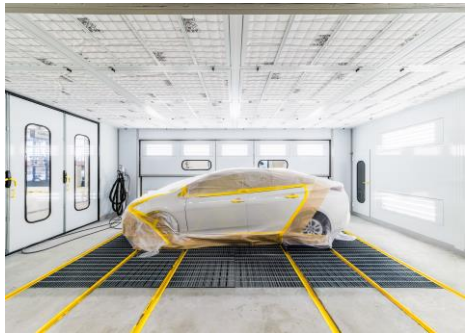



※工場内に設置されたカメラ

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。

整備工場と板金工場について

Gulliver

	整備工場	板金工場
	 	 
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	ボディやフレームなど外部の修復が専門
利用目的	・定期的な法定点検、車検 ・車両が故障した時	・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
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	資格は必須ではないが、技術や経験が必要

ブランド力

Gulliverブランド

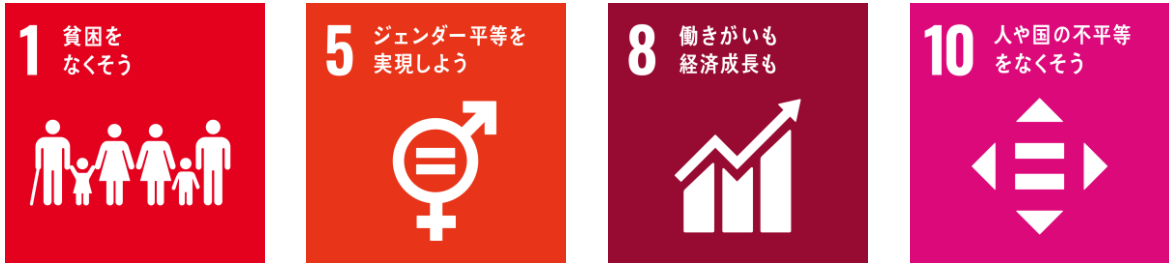
	買取店	じしゃロン店	中型店	大型店
店舗フォーマット				
店舗数※	172店舗	47店舗	136店舗	69店舗
特徴	買取専門店	割賦販売専門店	顧客ニーズに合わせた専門店	地域最大級の圧倒的な品揃え

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

※ 2025年2月末現在。

じしゃロンの事業化

自社ローン専門店
じしゃロン
すべての人に、移動の自由を。



直近の店舗展開

【Q4新規オープン】
- じしゃロン東大阪店（2024年12月）
- じしゃロン奈良店（2025年2月）
- じしゃロン川越店（2025年2月）

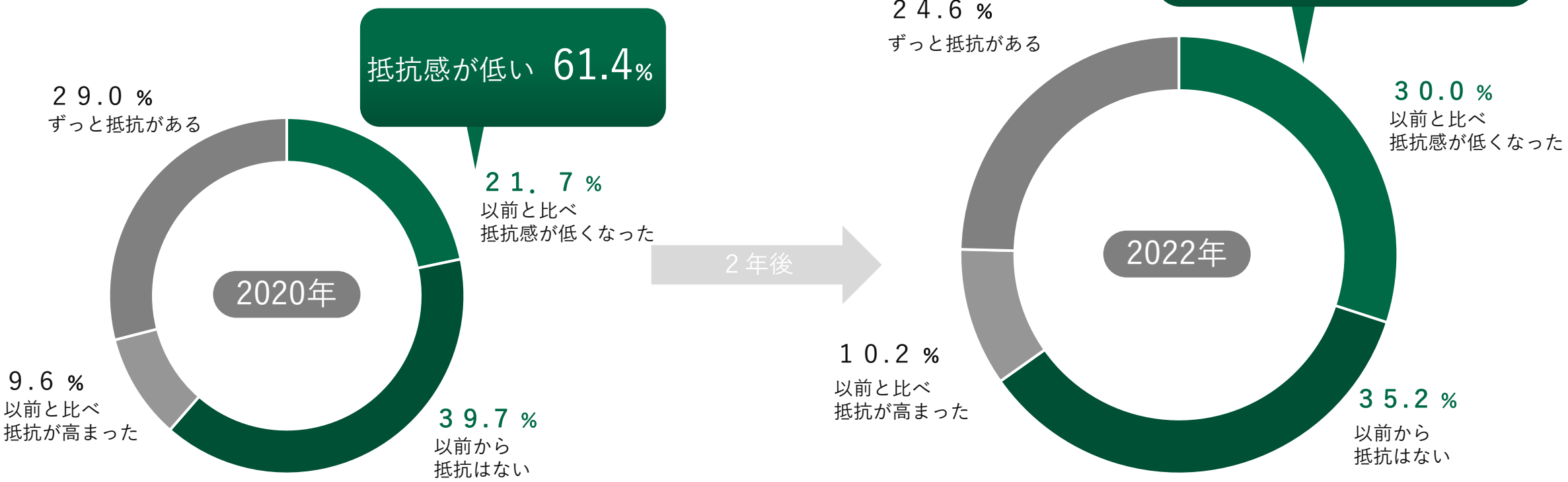
新規出店数（2025年2月末現在）	3 店舗
店舗数（2025年2月末現在）	47 店舗

社会課題解決としてR&D投資を行ってきたじしゃロンは需要に応じ新規居抜き出店

市場

中古車に関する抵抗意識の変化

以前（10年～数年前）と比較して
中古車への抵抗感はあるか？

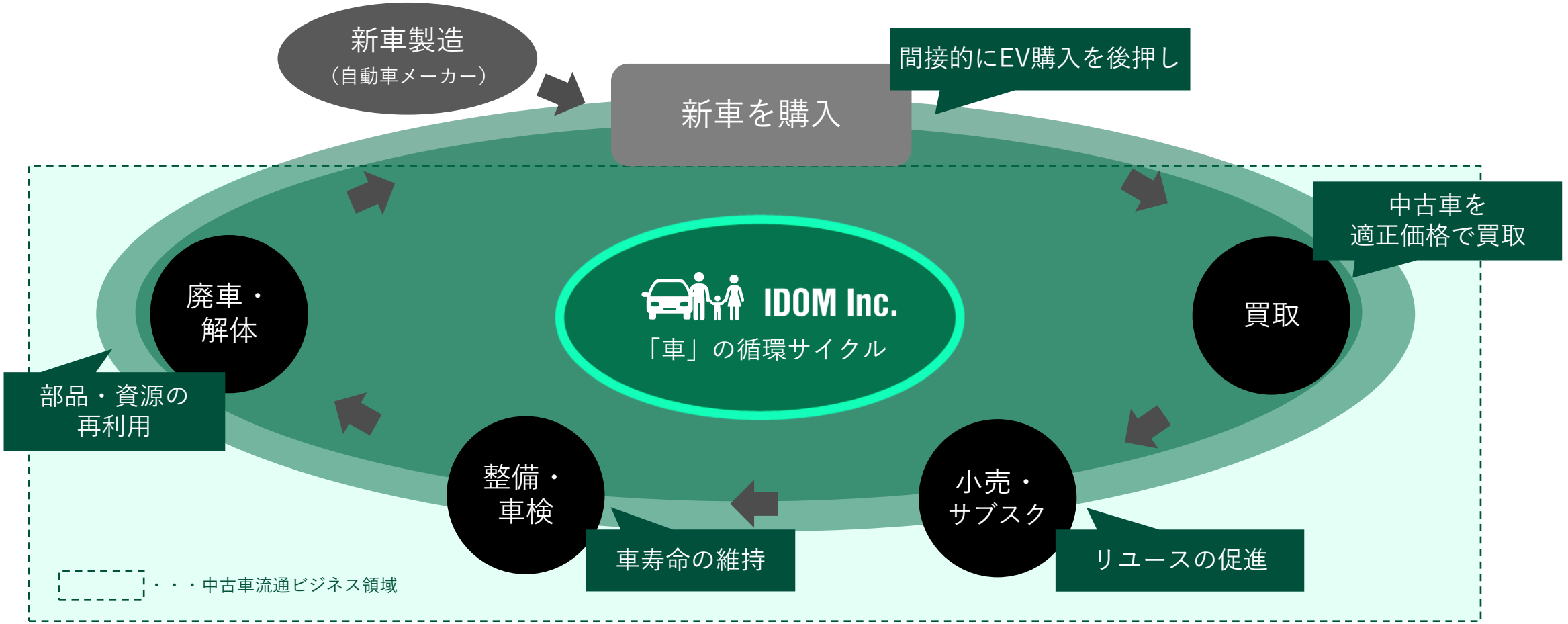


2020年12月Webアンケートの実施結果（対象1000人）

2022年3月Webアンケートの実施結果（対象1000人）

SDGs

循環経済への貢献



歴史

IDOM国内事業の変遷

Gulliver

営業利益推移

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
当時日本で雄一のハイパーグロースカンパニーに

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ースカンパニー（※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）

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ネル展開は多岐に及ぶ。

新小売モデル



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。

6. 業績・財務の補足情報



[連結・単体]損益計算書

通期（連結）	2023年 2月期		2024年 2月期		2025年 2月期		2026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	416,514	100.0	419,852	100.0	496,678	100.0	509,000	100.0	12,321	2.5
売上原価	341,964	82.1	346,519	82.5	408,002	82.1	416,100	81.7	8,097	2.0
売上総利益	74,549	17.9	73,333	17.5	88,675	17.9	92,900	18.3	4,224	4.8
販売費及び一般管理費	55,865	13.4	57,216	13.6	68,785	13.8	70,800	13.9	2,014	2.9
営業利益	18,684	4.5	16,117	3.8	19,890	4.0	22,100	4.3	2,209	11.1
経常利益	18,146	4.4	15,826	3.8	19,115	3.8	21,100	4.1	1,984	10.4
税金等調整前当期純利益	18,752	4.5	15,664	3.7	18,576	3.7	20,100	3.9	1,523	8.2
親会社株主に帰属する当期純利益	14,205	3.4	11,442	2.7	13,447	2.7	13,600	2.7	152	1.1

通期（個別）	2023年 2月期		2024年 2月期		2025年 2月期		2026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	366,069	100.0	413,206	100.0	486,843	100.0	501,000	100.0	14,156	2.9
売上原価	301,226	82.3	342,143	82.8	401,991	82.6	408,500	81.5	6,508	1.6
売上総利益	64,842	17.7	71,062	17.2	84,852	17.4	92,500	18.5	7,647	9.0
販売費及び一般管理費	48,430	13.2	54,333	13.1	64,710	13.3	70,200	14.0	5,489	8.5
営業利益	16,412	4.5	16,729	4.0	20,142	4.1	22,300	4.5	2,157	10.7
経常利益	15,998	4.4	16,404	4.0	19,374	4.0	21,300	4.3	1,925	9.9
税引前当期純利益	23,709	6.5	16,239	3.9	19,021	3.9	20,300	4.1	1,278	6.7
当期純利益	20,020	5.5	11,864	2.9	13,945	2.9	14,000	2.8	54	0.4

[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）	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		2026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	225,478	100.0	203,696	100.0	249,651	100.0	260,000	100.0	10,348	4.1
売上原価	187,209	83.0	168,792	82.9	205,350	82.3	213,600	82.2	8,249	4.0
売上総利益	38,269	17.0	34,903	17.1	44,300	17.8	46,400	17.8	2,099	4.7
販売費及び一般管理費	29,653	13.2	27,805	13.7	34,217	13.7	34,500	13.3	282	0.8
営業利益	8,616	3.8	7,098	3.5	10,083	4.0	11,900	4.6	1,816	18.0
経常利益	8,281	3.7	6,918	3.4	9,603	4.4	11,400	4.4	1,796	18.7
税金等調整前四半期純利益	9,181	4.1	6,853	3.4	9,530	3.8	10,900	4.2	1,369	14.4
親会社株主に帰属する四半期純利益	7,516	3.3	4,823	2.4	6,485	2.6	7,500	2.9	1,014	15.6

第2四半期累計（単体）	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		2026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	178,303	100.0	200,597	100.0	245,381	100.0	257,000	100.0	11,618	4.7
売上原価	147,944	83.0	166,737	83.1	202,402	82.5	210,500	81.9	8,097	4.0
売上総利益	30,359	17.0	33,859	16.9	42,978	17.5	46,500	18.1	3,521	8.2
販売費及び一般管理費	23,601	13.2	26,637	13.3	32,475	13.2	345,00	13.4	2,024	6.2
営業利益	6,757	3.8	7,222	3.6	10,503	4.3	12,000	4.7	1,496	14.2
経常利益	6,560	3.7	7,015	3.5	10,004	4.1	11,500	4.5	1,495	14.9
税引前四半期純利益	9,537	5.3	6,951	3.5	10,046	4.1	11,000	4.3	953	9.5
四半期純利益	8,575	4.8	4,871	2.4	6,873	2.8	7,600	3.0	726	10.6

[連結]貸借対照表

（単位：百万円）

	当連結会計年度末（2024年2月29日）	当連結会計年度末（2025年2月28日）
資産の部		
流動資産		
現金及び預金	30,548	15,416
受取手形及び売掛金	12,631	26,989
その他営業資産	–	1,891
商品	85,994	114,588
その他	5,606	6,619
貸倒引当金	△498	△1,147
流動資産合計	134,281	164,358
固定資産		
有形固定資産		
建物及び構築物	47,376	53,693
減価償却累計額	△18,611	△20,450
建物及び構築物（純額）	28,764	33,243
車両運搬具	2,214	2,220
減価償却累計額	△186	△450
車両運搬具（純額）	2,027	1,769
工具、器具及び備品	5,735	6,795
減価償却累計額	△3,734	△4,216
工具、器具及び備品（純額）	2,000	2,578
土地	136	136
建設仮勘定	683	791
その他	217	630
有形固定資産合計	33,829	39,149
無形固定資産		
ソフトウェア	1,249	1,194
のれん	78	70
その他	2	2
無形固定資産合計	1,330	1,267
投資その他の資産		
投資有価証券	–	0
関係会社株式	29	29
長期貸付金	1,574	1,789
敷金及び保証金	5,514	6,362
建設協力金	3,537	3,636
繰延税金資産	3,471	2,986
その他	464	463
貸倒引当金	△2	△2
投資その他の資産合計	14,589	15,265
固定資産合計	49,749	55,682
資産合計	184,031	220,041

	当連結会計年度末（2024年2月29日）	当連結会計年度末（2025年2月28日）
負債の部		
流動負債		
買掛金	5,783	6,379
短期借入金	–	9,577
1年内返済予定の長期借入金	16,300	6,550
未払金	4,151	4,552
未払法人税等	2,556	3,337
契約負債	26,809	34,786
預り金	247	254
賞与引当金	1,046	1,064
その他の引当金	48	–
その他	6,384	3,886
流動負債合計	63,327	70,389
固定負債		
社債	–	3,000
長期借入金	46,700	60,150
長期預り保証金	679	766
資産除去債務	3,085	3,594
その他	308	1,307
固定負債合計	50,773	68,818
負債合計	114,101	139,208
純資産の部		
株主資本		
資本金	4,157	4,157
資本剰余金	4,726	5,510
利益剰余金	64,093	73,608
自己株式	△4,344	△4,344
株主資本合計	68,631	78,931
その他の包括利益累計額		
為替換算調整勘定	381	491
その他の包括利益累計額合計	381	491
新株予約券	10	14
非支配株主持分	906	1394
純資産合計	69,930	80,832
負債純資産合計	184,031	220,041

[連結]キャッシュ・フロー計算書

（単位：百万円）

	2024年2月期	2025年2月期
税金等調整前当期純利益	15,664	18,576
減価償却費	2,890	3,248
のれん償却額	7	7
運転資本増減	△10,445	△38,014
法人税等の支払額	△2,002	△3,512
その他	3,535	△341
営業活動によるキャッシュ・フロー	9,648	△20,036
投資活動によるキャッシュ・フロー	△8,367	△8,762
フリー・キャッシュ・フロー	1,280	△28,798
財務活動によるキャッシュ・フロー	△8,230	13,634
換算差額・新規連結に伴う増減額	24	33
現金及び現金同等物の増減額	△6,925	△15,131
現金及び現金同等物の期首残高	37,473	30,548
現金及び現金同等物の期末残高	30,548	15,416

各種KPI（四半期データ）

KPI	2024年 2月期				2025年 2月期				2026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）	42,980	78,819	120,023	162,630	48,306	93,307	139,681	183,781	-
YoY	-2.0%	-2.9%	-4.1%	-1.8%	12.4%	18.4%	16.4%	13.0%	-
直営店販売台数（台）	73,584	135,909	201,936	268,844	81,988	152,584	227,464	293,163	313,000
YoY	10.6%	8.3%	6.9%	8.7%	11.4%	12.3%	12.6%	9.0%	6.8%
小売台数（台）	39,266	73,777	106,483	144,487	38,842	75,917	113,519	149,003	163,000
YoY	4.6%	5.1%	3.4%	6.6%	-1.1%	2.9%	6.6%	3.1%	9.4%
卸売台数（台）	34,318	62,132	95,453	124,357	43,146	76,667	113,945	144,160	150,000
YoY	18.4%	12.4%	11.1%	11.2%	25.7%	23.4%	19.4%	15.9%	4.1%
個別社員数（人）	3,243	3,204	3,218	3,356	3,861	3,906	3,852	3,816	-