

INTEGRATED REPORT 2026

NEXTAGE 統合報告書



CONTENTS

ネクステージとは

- 01 目次/「統合報告書2026」の発行にあたって
- 02 ネクステージ経営理念
- 03 ネクステージが大切にしていること
- 04 At a Glance
- 05 店舗戦略と成長の軌跡
- 06 TREND

価値創造ストーリー

- 08 社長メッセージ
- 11 **特集1** 女性活躍への取り組み
- 18 ビジネスモデル
- 19 事業概況
- 20 事業トピック
- 21 **特集2** 収益改善プロジェクト
- 25 価値創造プロセス
- 26 2025年11月期振り返り
- 27 CFOメッセージ
- 29 マテリアリティ(重要課題)の特定プロセス
- 30 ネクステージのマテリアリティ

価値創造の基盤

- 31 ESG 価値創造の基盤
- 32 環境
 - 33 TCFDへの取り組み
 - 36 中古車と環境
 - 38 環境への取り組み
- 40 社会
 - 41 人的資本
 - 43 ダイバーシティの推進
 - 45 人権への取り組み
 - 46 お客様
 - 47 地域社会・お取引先様・株主/投資家の皆様
- 49 ガバナンス
 - 50 社外取締役メッセージ
 - 52 役員一覧
 - 53 役員の選定
 - 54 コーポレート・ガバナンス
 - 55 取締役会について
 - 56 コンプライアンス
 - 57 リスクマネジメント
- 62 主要ハイライト
- 64 主要財務データ
- 65 株式情報/会社情報

「統合報告書2026」の発行にあたって

2025年11月期は、前期に発生した不採算店舗の収益改善に注力し、収益基盤の立て直しを着実に進めました。部門間の連携を強化し、自律的に行動できる人財の育成に取り組んだことで、効率性と収益力の向上に一定の成果を上げています。こうした収益基盤の強化を踏まえ、さらなる成長と中長期的な競争力の確立に向けて、女性が活躍できる環境づくりの重要性も高まっていると認識しています。多様な人財がそれぞれの特性や能力を最大限に発揮できる環境を整備することで、組織の活力を高め、持続的な企業価値向上を図ります。

加えて、企業価値向上の根幹となるガバナンスの強化にも引き続き取り組んでいます。意思決定プロセスの高度化や内部統制の充実を通じて、より透明性と実効性の高い経営体制の構築を進め、ステークホルダーの皆様から信頼いただける経営基盤の強化を図ります。

本報告書では、これらの取り組みを中心に、当社の価値創造に向けた考え方と具体的な施策についてご報告します。今後も、持続可能な成長と社会への貢献の両立を目指し、企業活動を推進していきます。引き続き変わらぬご支援を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。

編集方針

株式会社ネクステージは、2022年より「統合報告書」を発行しています。本報告書では成長過程にあるネクステージの財務・非財務情報を一体的に捉え、経営戦略や事業活動、その他の取り組みについてお伝えします。編集にあたっては、IFRS財団が推奨する「国際統合報告フレームワーク」や経済産業省による「価値協創ガイダンス」を参考にしました。

●対象期間

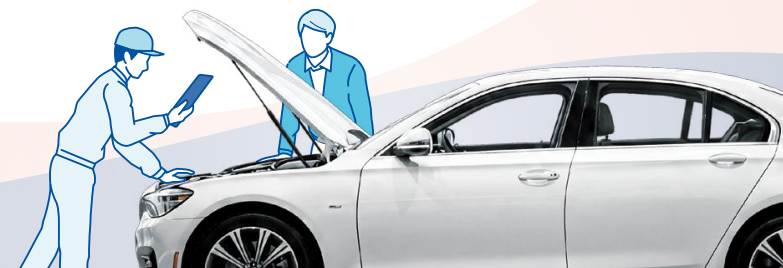
2024年12月1日～2025年11月30日
(一部に2025年12月以降の活動内容等を含みます)

●対象組織

株式会社ネクステージ及びグループ会社

●将来予測に関する記述について

本報告書に掲載している業績見通しなどの将来予測に関する記述は、当社が現在入手している情報や合理的であると判断する一定の前提に基づいていますが、実際の業績は様々な要因によって異なる結果となり得ることをご承知おきください。



ネクステージ経営理念

みんなに愛されるクルマ屋さん

“カーライフのパートナーとして、人々の生活をより豊かに” することが、私たちの存在意義であると認識しています。私たちは事業を通して、“すべてのステークホルダーに安心をお届けし、ともに成長し続けていきたい”と考えています。そうすることで、すべてのステークホルダーから愛される存在、すなわち「みんなに愛されるクルマ屋さん」を目指し、企業価値を高められるよう努力していきます。



- 働きやすく働きがいのある職場環境の提供
- 平等に成長できる機会を提供

● = 提供価値 (ミッション)

- 愛せるクルマを愛せる価格・接客で提供
- 利便性の高いワンストップサービスの提供

- 客観的かつ透明性のあるコーポレート・ガバナンス
- 持続的な成長と中長期的な企業価値の向上

- 公正かつ透明なお取引を通じた関係の構築
- パートナーとしてともに高めあう関係の構築

- 全国的な出店により地域のカーライフを発展
- 地域雇用の創出・地域経済の発展



ネクステージが大切にしていること

1996年、たった2台の在庫からスタートしたネクステージ。

そんな私たちがここまで大きく成長を遂げてきたのは、市場の変化に合わせて自ら変化することを恐れず、お客様の期待に応えるチャレンジを果敢に重ねてきたからです。

そして、市場の変化を見逃さないために、何よりも現場を重んじてお客様と従業員の声に耳を傾け、より良いビジネスモデルを絶えず追求してきたからです。

どんなに事業や組織が成長しようとも、「ベンチャー精神」と「現場主義」を貫き、私たちはさらなる成長を果たしていきます。

ネクステージ 行動指針と基本行動

当社は、クルマに関するプロフェッショナルとして、すべての従業員が遵守すべき基本原則を「行動指針」及び「基本行動」として体系的に整備し、明文化しています。

「行動指針」は、日々の意思決定及び業務遂行の拠り所となる基本的な考え方を6項目で定めたものです。お客様をはじめ、従業員、お取引先様、株主/投資家様、地域社会といったすべてのステークホルダーへの持続的な価値提供を実現するため、法令遵守の徹底と自律的かつ責任ある判断・行動を促すことを目的としています。

「基本行動」は、行動指針を具体的な行動レベルに落とし込んだ実践指針として位置付けています。「お客様のために」と「私と仲間のために」の2部構成（全11項目）とし、従業員の判断と行動の質の向上、ならびに主体的な成長を促進します。これらの浸透により、部門横断的な運営のもと、働きやすい職場環境の整備とチーム力の最大化を図るとともに、コンプライアンスに基づく適正な事業運営を実現し、中長期的な企業価値の向上につなげていきます。

Entrepreneurial Spirit ベンチャー精神

変化を恐れない精神
スピード感を持った意思決定・行動

On-site Focus 現場主義

創業時から一貫したお客様目線経営
現場主義からの事業改善

At a Glance (2025年11月期)

お客様に安心・安全なカーライフを提供

ネクステージは創業以来、自動車に関わる事業で豊かな社会の実現に貢献してきました。現在、約350店舗を全国に展開し、「車両販売」「整備・点検・車検」「車両買取」の主力3事業を通して、お客様の安心・安全なカーライフをトータルにサポートしています。

売上高



6,520 億円

営業利益



195 億円

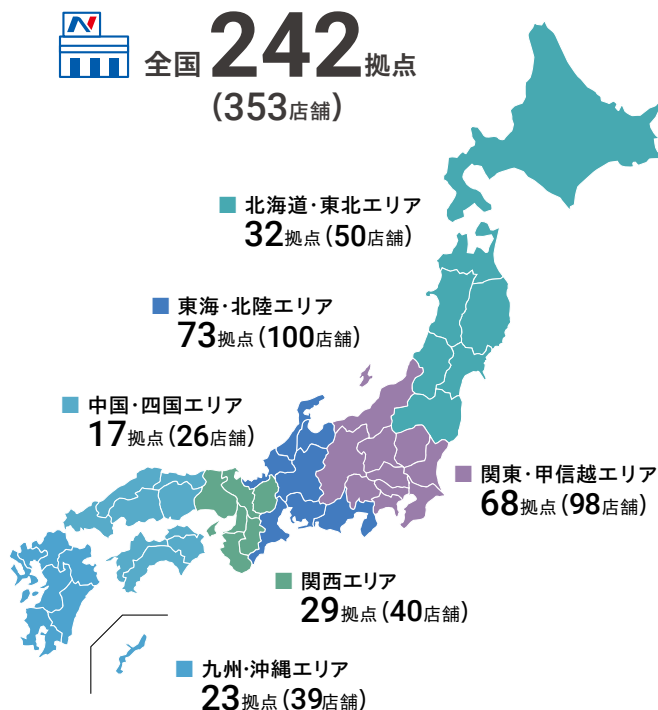
従業員数※



8,966 名

※ 連結、平均臨時雇用人員1,429名を含む

出店エリア (2025年11月末現在)



事業紹介 P.18: ビジネスモデル

車両販売 P.19

あらゆるカテゴリーの中古車を販売しているほか、海外ブランド車の新車販売も手がけています。



整備・点検・車検 P.19

自社整備工場において、販売した車両の点検・整備を担うとともに、正確な車検を実施しています。



車両買取 P.19

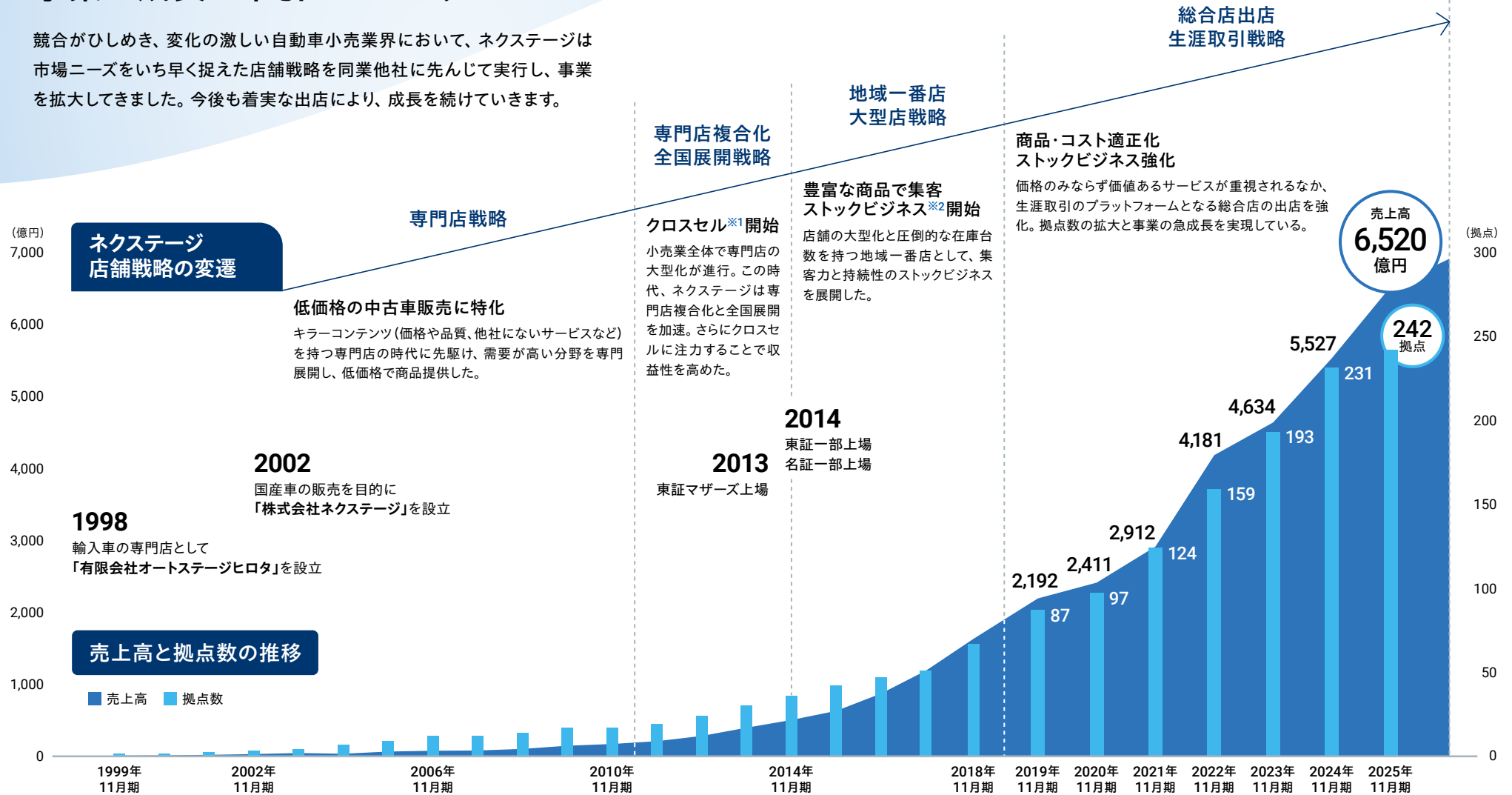
出張買取及びお客様にお持ち込みいただく車両の買取や、販売時の下取り車両の査定を行っています。



店舗戦略と成長の軌跡

顧客ニーズと業界動向を敏感に先読みした店舗戦略が事業の成長を牽引しています

競争がひしめき、変化の激しい自動車小売業界において、ネクステージは市場ニーズをいち早く捉えた店舗戦略を同業他社に先んじて実行し、事業を拡大してきました。今後も着実な出店により、成長を続けていきます。



※1 車両販売だけでなく、部品やコーティング、保証など関連商品やサービスを組み合わせて販売すること

※2 一度の車の販売のみに完結するのではなく、豊富な商品・サービスを接点にお客様との関係が長期的に継続するビジネスのこと

TREND

国内の市場環境

ネクステージの主力事業である国内の中古車市場は、これからどのように変化していくのか。当社を取り巻く自動車産業の過去から現在におけるデータを検証し、ネクステージの成長可能性を探ります。

1 自動車登録台数 (2024年12月～2025年11月)

		当年実績	前年実績	前年比	前々年実績	前々年比
中古車 登録台数	普通車	2,607,709	2,640,297	98.8%	2,529,503	103.1%
	軽自動車	2,847,178	2,840,937	100.2%	2,861,335	99.5%
	輸入車	546,053	560,272	97.5%	551,297	99.0%
新車 登録台数	普通車	2,248,191	2,308,557	97.4%	2,383,736	94.3%
	軽自動車	1,662,850	1,569,347	106.0%	1,749,674	95.0%
	輸入車	242,893	230,540	105.4%	247,823	98.0%

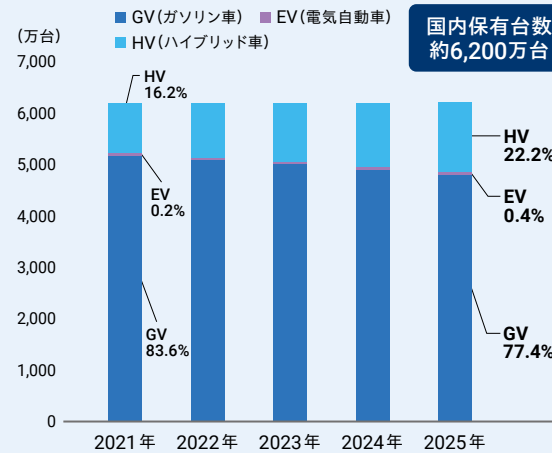
出典：一般社団法人日本自動車販売協会連合会統計データ、
一般社団法人全国軽自動車協会連合会統計データ、日本自動車輸入組合データ

Insight

新車・中古車の登録台数はともに横ばい

中古車は、円安の影響により海外向けの輸出が増加しました。ガソリン価格の変動や物価上昇など、経済情勢は変化しているものの、新車・中古車の登録台数は前年対比で横ばいに推移しました。

2 GV・EV・HVの国内乗用車保有台数の推移



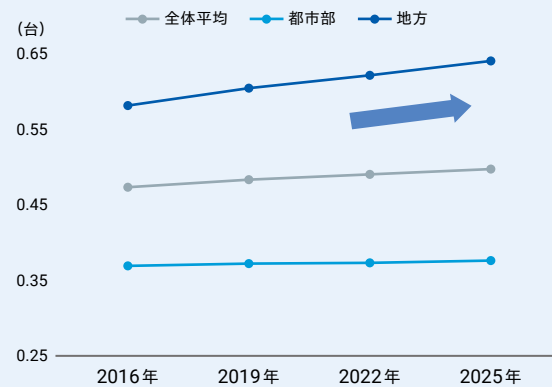
出典：一般財団法人自動車検査登録情報協会「わが国の自動車保有動向」

Insight

約6,200万台の保有台数は維持

社会を支える重要な交通手段としての自動車は変わらず必要とされており、約6,200万台の自家用乗用車の保有台数は維持されています。また、保有台数の大部分をGV (ガソリン車) が占めています。

3 一人当たりの国内乗用車保有台数の推移



出典：一般財団法人自動車検査登録情報協会「わが国の自動車保有動向」
都道府県別人口の上位5位を都市部、下位5位を地方として作成

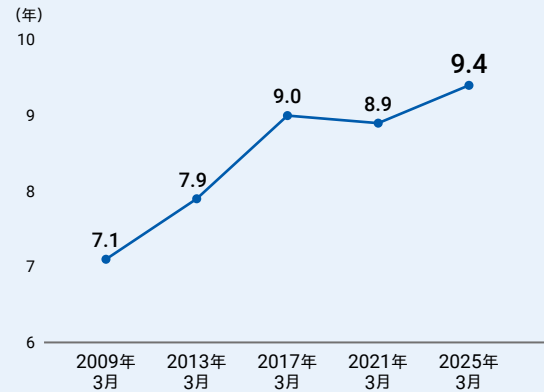
Insight

地方での保有台数は増加

少子高齢化により国内の人口は減少しているものの、地方での一人当たりの乗用車保有台数は増加しています。生活に欠かせない足として、地方ではまだまだ車が必要とされています。

TREND

4 新車の平均乗り換え年数の推移 (二人以上世帯)



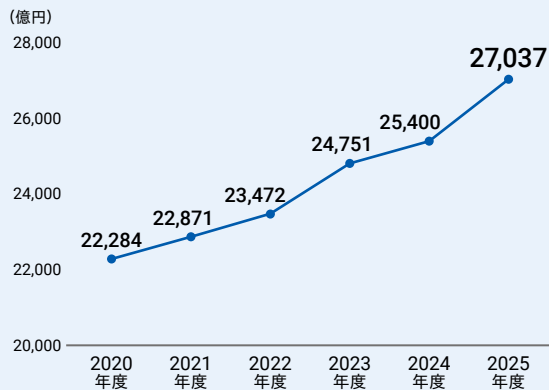
出典：内閣府「消費動向調査」

Insight

車の保有期間が長期化

技術の進歩によって自動車の品質や性能は年々向上し、故障などの不具合が発生しにくくなり耐用年数が延びています。その結果、乗り換えまでの一台当たりの保有期間が長期化しています。

5 車検整備売上高の推移



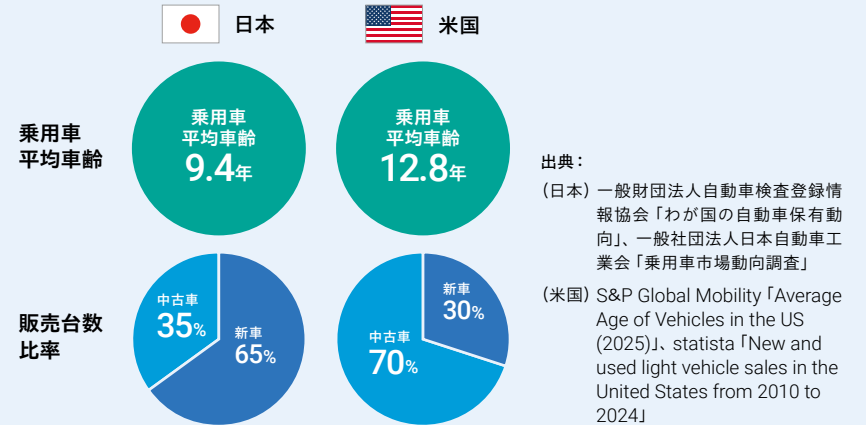
出典：日本自動車整備振興会連合会「自動車特定整備事業実態調査」

Insight

車検整備の売上高は増加

国内約6,200万台の保有台数が維持され、乗り換えまでの年数が長期化することで、車検整備のニーズが高まり、売上高が増加しています。整備需要は今後も拡大していくと思われます。

6 乗用車平均車齢と販売台数比率 (日米比較)



Insight

日本市場における中古車拡大余地

日本では、新車の販売台数が中古車を上回っています。一方、アメリカでは中古車の販売台数が新車を大きく上回り、より中古車中心の市場構造となっています。乗り換え年数の長期化や経済環境の変化を踏まえると、日本においても今後、中古車販売台数が拡大していく余地は大きいと考えられます。

Conclusion

巨大なマーケットである国内の自動車小売業。そのなかでも、社会の変化によって今後、中古車市場はさらに大きく伸びる可能性を秘めています。

社長メッセージ



原点回帰して企業価値を高め 次なる成長ステージへ

2026年は、ネクステージ創業30周年にあたります。この機にあらためて、私は「原点回帰」と考えています。原点回帰とは、すなわち「プロのクルマ屋」に立ち戻り、従業員一人一人がクルマのプロとして誇りを持って働くとともに、全国に存在するネクステージの店舗が「地域一番店」になることです。それは、決して中古車業界で売上高や販売台数が最多になることではなく、他の小売業と比べてもネクステージの接客が最も評価され、最もお客様に満足いただける存在になること。そのために、従業員全員がプロとして求められる知識やスキルを磨き、店舗全体でひとつのチームとなり、お客様一人一人に最高のサービスを提供していく企業文化を築き上げ、未来に向けて成長し続けます。

広田 靖治

代表取締役会長兼社長

社長メッセージ

女性従業員の活躍推進とともに、誰もが「商売」を楽しむ企業へ

現場に権限と裁量を委ね、失敗を恐れず挑戦する企業文化を

ネクステージはいま、大きな変革のなかにあります。2025年11月期は、私も精力的に各地の店舗へ足を運び、ネクステージとしてあるべき姿を現場のスタッフたちと共有しながら、店舗運営の改革を図ってきました。過去の反省としては、企業が急成長するあまり、本部主導で店舗運営を管理する体制を過度に強化したことで、現場が指示された通りに「業務」をこなすだけになってしまったことが挙げられます。私たちが営む中古車ビジネスは、お客様が求めるサービスを現場で考えて実行し、収益につなげる「商売」をすることが何よりも大切です。そこで可能な限り店舗に裁量を持たせ、現場のスタッフたちが「商売」を楽しめる環境を拡充しています。自ら仕入れた車に対して、どのような商品価値を付ければご購入いただけるのかを戦略的に考えて実行し、成約に結びついたときの高揚感は、本部の指示通りに販売して結果が出たときとは比べものになりません。試行錯誤を繰り返しながらお客様に喜んでいただき、自分の手で収益を上げる実感を得ることで、スタッフは成長していくのです。

そうしたスタッフをマネジメントする店長クラスの能力を向上させていくことも、いまの大きな課題です。近年は、本部主導で独自の業務マニュアルであるN-BOOKの実践を徹底してきたこともあり、店長のスキルが不足したまま店舗が運営されて

きました。N-BOOKに依存し過ぎると、先述したような「業務」に陥ってしまい、お客様に喜んでいただく「商売」にはつながりません。かつては店舗のスタッフに対し、N-BOOKに基づいてお客様へのトークスクリプトを作成し、一語一句間違えないように徹底する教育を行っていました。当時は1,000人単位で新入社員を採用していたこともあり、そうせざるを得ない面はあったものの、結果としてはお客様の満足に結びつかず、ネクステージで働くスタッフの楽しさを削いでいました。その反省を踏まえて、N-BOOKの内容を刷新し、顧客満足とコンプライアンスの両立を図るとともに、店長には大きな裁量を委ね、ベンチャー精神と現場主義のもと、失敗を恐れず商品調達や人財採用などを実行していくことで、主体的に挑戦するマインドを醸成しています。

女性人財を登用して業界に風穴を開け、ネクステージの新たな成長の原動力に

一人一人が「商売」を行う企業文化の構築に取り組むなか、その成果が徐々に表れており、最近では店舗の雰囲気明るくなってきました。店長やスタッフが自ら考えて店舗を運営することで、「商売」の面白さを実感できるようになってきたのではないかと感じています。いまは業績が伸びていることよりも、現場の従業員たちが仕事を楽しんでいる姿を見ることに、私は経営者としての喜びを感じています。

そしてネクステージがこれからさらに発展していくためには、女性従業員のいっそうの活躍が不可欠だと考えています。本社部門ではすでに女性が一定数活躍していますが、販売や買取、整備の現場では女性の比率が低いのが実情です。他の小売業、例えばアパレル業界などでは多くの女性が責任者として店長を務めています。中古車業界はまだまだ男性社会であり、当社も女性店長がほとんど存在していません。業界の古い慣習に風穴を開け、女性の発想や視点を大いに活かした店舗運営がお客様満足度のさらなる向上にもつながり、ネクステージの新たな成長の原動力になる。今後、女性人財の積極的な採用と、能力を発揮し続けられる環境整備、そして能力を正當に評価した登用にいっそう努め、現場の女性スタッフ・女性店長を2030年を一定の目途として、大きく増加させたいと考えています。そのための取り組みを加速させることが、いまの私の大きな使命だと強く認識しています。

こうして多様性に富んだ組織を形成し、誰もがクルマのプロとして豊富な商品知識を持ち、誠実かつ丁寧な接客を通して常にお客様と真剣に向き合うことで、すべての店舗が地域に必要とされ、第一に選ばれる「地域一番店」を目指していきます。それが、ネクステージの持続的な発展につながるものであり、いまは業界ナンバーワン企業になること以上に、地域で一番愛される店舗になることを追求していきたいと思っています。

社長メッセージ

お客様から愛され続ける高収益企業となり、 時価総額1兆円を目指す

新たに業販チャネルを立ち上げ、 収益の向上と業界の健全化を追求

ネクステージが関わる中古車市場は、これからさらに拡大していくと見込んでいます。社会全体のサステナビリティに関する意識向上もあり、世の中の人々も中古品を使用することへの心理的抵抗が薄くなっています。また、昨今の経済状況を鑑みると、人々の新車購入へのハードルはますます高くなっていくでしょう。アメリカでは市場で取引されている自動車の7割が中古車であり、新車は3割に過ぎません。日本はその割合が逆ですが、国産車の品質には定評があり、丁寧に乗る国民性もあって中古車でも状態が良く、これからアメリカのような市場に変わっていく可能性は十分にあります。

この有望な中古車市場で事業をさらに広げていくために、2025年11月期より「業者様向け販売（業販）」を本格的に開始しました。近年、当社では買取台数が伸びており、商品を仕入れる「入口」が広がったことで、販売する「出口」も広げなければという問題意識を抱いていました。当社にとっての「出口」は、お客様に購入していただくか、あるいはオークションで売却するかの二つのみでしたが、前期より業者様向けの販売チャネルを新たに立ち上げ、専用サイトを開設しました。

従来、中小規模の業者様が商品を探す手段はオークションしかなく、希望する車種を仕入れられるかどうか不確実である

ことがネックになっていました。当社の業販サイトを利用いただくことで、オークションよりも高い確率で希望する車種を仕入れることができ、また、取り扱っている車両は品質も保証されているため、中小の業者様にとって大きなメリットがあります。当社においても、お客様へ販売するか、あるいはオークションで処分するかという、これまでの手法の間に「業販」という出口を設けることで、在庫回転率が上がり、収益性も高まっていきます。この業販を通して、優良な固定顧客を持つ、中小を含め幅広い業者様とのリレーションを強化し、当社が全国で買い取った在庫を一緒に販売していただくことで、お互いに利益を享受していきたいと考えています。こうしてネクステージが業界の核となってマーケットを活性化し、中古車をより適正に流通させることが、業界の健全化にも寄与すると考えています。

すべてのステークホルダーを 幸せにすることで永続的に成長していく

ネクステージを創業して30年。この間、幾度となく大きな問題に直面し、業績が低迷した時期もありましたが、仲間と力を合わせて難局を乗り越え、ここまで事業を成長させることができました。しかし、現状に決して満足しているわけではなく、これからの30年に向けて、いままさに第2ステージのスタートを切ろうとしています。これまでのネクステージの良きDNAを継承しつつ、いっそう飛躍できる体制を築き上げ、ネクステージを



不滅の会社になりたい。名実ともに全国の店舗すべてが「地域一番店」となり、そこで働くスタッフ誰もがプロのクルマ屋として「商売」を極め、お客様から信頼され、愛され続ける存在にしていきたいと考えています。

今後は、売上高や店舗数よりも時価総額にコミットしていきます。ネクステージがこれから目指していくのは、時価総額1兆円規模の企業。そのためには、全国すべての店舗がプロのクルマ屋として高品質な商品・サービス提供を目指し、継続的にお客様に選ばれ続ける「地域一番店」となることが最も重要であると考えています。昨今、様々なビジネスにおいてAIが台頭するなか、当社でもAIの活用による業務効率化と生産性向上を推進している一方、私たちはAIにはできないサービスを提供し、お客様やお取引先様、そして従業員をはじめとする、すべてのステークホルダーを幸せにすることで、ネクステージを揺るぎない基盤を持つ企業へと成長させていきます。

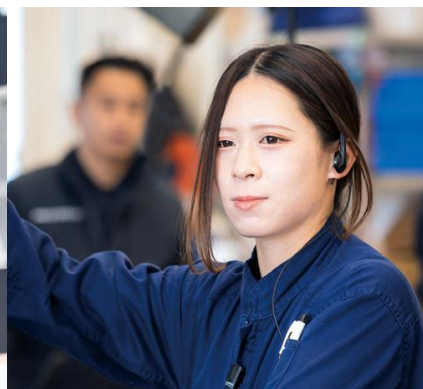
特集1

女性活躍への取り組み

ネクステージは、自社のさらなる成長と健全な発展のために、人財の多様性を重視しています。特に現場における女性人財の活躍推進に力を入れて取り組み、企業価値のいっそうの向上を目指しています。

- 12 DIVERSITY DIALOGUE
現場から経営を動かし
女性がさらに活躍する企業へ
- 14 STAFF INTERVIEW
販売

- 15 STAFF INTERVIEW
営業事務
- 16 STAFF INTERVIEW
整備士
- 17 GROUP COMPANY
株式会社 ASAP



特集1 女性活躍への取り組み

DIVERSITY DIALOGUE

現場から経営を動かし
女性がさらに活躍する企業へ

女性人財のさらなる活躍推進は、ネクステージが持続的に成長していく上で取り組むべき、最も重要な経営課題のひとつです。その牽引役となるダイバーシティ推進委員会のリーダーである井上と、人事を統括する常務執行役員の宮崎が、女性活躍の現在地とこれからの迫ります。



井上 のぞみ Nozomi Inoue

秘書課 担当課長
ダイバーシティ推進委員会リーダー

宮崎 公嘉 Kimiyoshi Miyazaki

常務執行役員 人材開発本部長

ダイバーシティ推進委員会発の施策が続々と実現

宮崎 中古車業界というのは長らく男性社会であり、当社の従業員の男女構成比も世間一般の企業とは大きな差があります。ネクステージは老若男女、様々なお客様にご利用いただいております。そうしたお客様に対応する側が男性に偏っているのは、事業的にもリスクがあると考えています。トップの広田もこうした状況に強く問題意識を抱き、いま会社を挙げて女性活躍推進を図っています。そして、社内を変革していく上で重要な役割を担っているのが、井上がリーダーを務めるダイバーシティ推進委員会です。

井上 ダイバーシティ推進委員会は2022年の夏に発足し、秘書課に在籍していた私がリーダーに任命されました。委員会のミッションは、女性をはじめとする多様な従業員が、より能力を発揮できる、働きやすい環境を整備するための施策を経営陣に提言していくこと。委員会のメンバーは毎年公募し、会社をより良く変えたいという意思を持った人財を全従業員から募って活動しています。現在、10名ほどのメンバーで構成され、皆が熱い思いをもって委員会に参加し、活発な意見交換が行われています。

宮崎 ダイバーシティ推進委員会が発足して4年ほど経ちましたが、本当に会社を変える力になっていると実感しています。ここに参加したメンバーは、経営への提言を通して重要な意思決定の場に関わるという、有意義な経験を重ねて個人の成長にもつながっています。そこから実際に様々な制度も生まれ、従業員にとって着実に働きやすい環境になっています。

特集1 女性活躍への取り組み



働き方の選択肢を充実させて
誰もがやりがいを持てる企業に

井上 2025年11月期よりスタートした「子育て支援セールスショートタイム制度」(P.14参照)も、委員会の提言で実現した制度のひとつです。現状では販売・買取部門における現場の女性スタッフがまだまだ少なく、なかでも管理職に昇格している人材はごくわずか。そこで、ライフステージが変わっても意欲を持って働き続けられる環境をつくろうと、委員会のメンバーで議論を重ね、企画・設計しました。委員会からの提言は、経営会議で承認されれば実現までのスピードはきわめて速く、この制度も社長の指揮のもと、提案から2カ月で実行に移されました。

宮崎 ライフステージが変わった女性スタッフの活躍を支援していくことは、現在のネクステージにとってきわめて重要な課題です。販売や買取の現場で実績を積み、お客様や仲間からの評価が高まってきたにもかかわらず、育休から復帰後、フルタイムで働くのが厳しいことから退社に至るケースもありました。能力を持つ人材がそれを発揮できないのは、個人にとっても会社にとっても本当に残念なこと。それを解決するために働き方を多様化し、新たな選択肢を設けていく上で、この制度を立ち上げたことは大きな意義があります。

井上 この制度は時短勤務者を支援するものですが、フルタイムで勤務している子育て世代の従業員に対しても、手当を支給して応援できないかと、いま委員会で検討しています。フルタイム勤務に復帰することにモチベーションが持てる制度を協議しており、キャリアの連続性を保てるような働き方の選択肢をさらに充実させたいと思っています。

女性活躍推進を組織文化の変革につなげていく

宮崎 女性活躍推進における重要な指標が女性管理職比率ですが、ようやく全体の約9%までに至りました。現在、本社部門ではすでに女性の管理職が多数活躍しており、きめ細やかなマネジメント能力を発揮して自分のチームを運営しています。やはり組織に活力をもたらす、事業活動の質を高めていくためには多様性が重要であり、今後は店舗管理者における女性比率をさらに高めていきたい。そのために、女性管理者のロールモデルを社内に提示し、キャリア形成に関する勉強会なども積極的に開催していきたいと考えています。

井上 ネクステージは、女性スタッフはもちろん、多様な従業員が仕事を楽しみ、大いにキャリアアップできる会社だという意識をもっと社内に浸透させていきたいと思っています。最近では、ダイバーシティ推進委員会の取り組みも社内でも広く認められ、現場の方々から直接相談いただけるようになってきました。そうした声を集めて経営陣に伝えるのが私の役割であり、リーダーを務める立場としては、女性や外国籍など、多様な人材の活躍を着実に推進するための仕組みづくりを強化し、経営陣をもっと動かせるように発言力を強めていきたいです。

宮崎 このダイバーシティ推進委員会の活動は社内にも良い影響を及ぼしており、現場からのアイデアで会社を変えていくという姿勢が根付いてきました。現場発信で事業を動かしていくことは、いまネクステージに求められる最も大切なことのひとつです。

井上 私自身、ネクステージはとても自由な会社だと感じています。いま本社でダイバーシティ推進を担っていますが、かつて店舗スタッフとして勤務していたときも、自分で考えたことを実行し、それが形になれば評価してもらえるという環境で育ってきました。ネクステージは自主性を重んじる文化だと入社時から実感しており、それがネクステージでキャリアを積む一番の魅力だと思っています。

宮崎 井上のように、自らのアイデアで施策を企画・実行し、その成果が良かった点も課題となった点も横展開しながら周囲に影響を与え、やりがいを持って組織を活性化させていく。そうした人材の集団を形成することが、ネクステージのさらなる成長につながると考えています。そのためにもダイバーシティの推進が必須であり、非常に難しいテーマだと認識していますが、人事を統括する責任者としてぜひ成し遂げたいと思っています。

ダイバーシティを推進することで
自ら考えて行動する人材の集団へ



特集1 女性活躍への取り組み

STAFF INTERVIEW

販売

石坂 永恵

ネクステージ太田店 販売チーフ

時短勤務でも、成果を上げれば報酬に

子育て世代の女性従業員が、いっそう活躍できる職場環境の整備や制度の拡充に努めています。そのなかで、新たに活躍支援の制度を設け、従業員の活躍機会の拡充に取り組んでいます。

を達成し、成果を上げれば収入が増えることがモチベーションにつながっています。振り返ってみると、以前は、時短勤務による収入面の制約もあり、無意識のうちに仕事量に制限をかけていたように思っています。この制度が始まってから、限られた時間のなかでも積極的に業務をこなし、周囲の協力も得ながらチームで高い成果を上げていこうという姿勢が強くなりました。



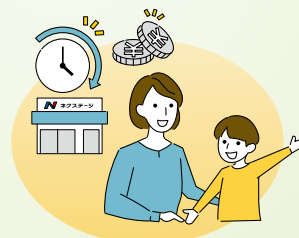
店舗内のスタッフと密接に連携することで、チームで成果を上げる体制に

子どもを持った当初は、どこかで必要な業務をこなせばそれでよいという気持ちがありましたが、最近では、仕事と育児との両立をきちんとサポートしようという会社の姿勢が強くなってきたので、それに応えて、もっと活躍したいという思いが湧いています。自分で限界を決めずにキャリアアップにも挑戦し、後輩の女性スタッフたちのモデルになりたいと思っています。

Work & Care 子育てとキャリアを支える新制度

業界初 「子育て支援セールスショートタイム制度」を導入

現在、子育て世代の従業員の多くが時短勤務を選択していますが、ライフステージの変化によってキャリアをあきらめることなく、さらに金銭面でも納得できる、会社にとってもWin-Winとなるワークスタイルの実現を目指して、業界初となる「子育て支援セールスショートタイム制度」を新たに導入しました。この制度は、中学3年生以下の子どもを持つ、販売・買取・ディーラーのスタッフを対象に、目標をクリアすれば、時短勤務による控除分の給与相当額を賞与として追加で支給するものです。2026年4月現在、13名のスタッフがこの制度を活用し、現場の第一線で活躍しています。こうした取り組みによって従業員満足をさらに向上させ、ネクステージを成長させる力につなげていきます。



PROFILE

2018年新卒入社。販売職としてSUV LAND横浜町田（東京都）に2年、ネクステージ富士店（静岡県）に1年在籍した後、ネクステージ太田店（群馬県）へ。プライベートでは一児の母。

新たな制度が、仕事へのモチベーションに

現在、ネクステージ太田店で販売チーフを務めています。太田市のような地方都市では、一人一台自動車を所有する世帯も多く、女性のお客様もたくさんいらっしゃいます。特に初めて自動車を購入する若いお客様からは、女性の私に対応することで「安心して相談できました」という声をよくいただきます。自動車は、お客様の人生において大きな買い物だと思っています。そこに私が関わり、しっかりと対応して感謝いただけることにやりがいを感じています。

いまは幼い子どもを育てながら、時短勤務で仕事と育児を両立する毎日ですが、2025年からは新設された「子育て支援セールスショートタイム制度」を活用して販売業務に取り組んでいます。目標

子育て世代を応援する会社の期待に応えたい

本社の人事部も、この制度を活用する女性従業員を応援してくださり、四半期に一度、面談の場を設けて私たちから意見を集め、より働きやすい環境に向けた改善が図られています。子育て支援セールスショートタイム制度利用者のコミュニティなども企画されており、限られた時間のなかで成果を上げるノウハウなどをお互いに共有することで、モチベーションがいっそう高まるのではと期待しています。



モチベーションが高くなると接客にもプラスの変化が表れた

特集1 女性活躍への取り組み

STAFF INTERVIEW
営業事務吉井 杏奈
SUV LAND船橋習志野 営業事務

育児とキャリア、どちらも満点を目指す

子育てとキャリアの両立を目指す従業員一人一人の意欲に寄り添い、その力を十分に発揮できる環境づくりを進めることで、その思いの実現を後押ししています。



PROFILE

2020年中途入社。SUV LAND千葉にて営業事務に従事し、長男を出産。育休取得後、SUV LAND 船橋習志野（千葉県）に異動し、次男を出産後、SUV LAND 船橋習志野に復帰。

子育てと両立しながら、主任、そして課長へ

ネクステージに入社以来、販売や買取をサポートする営業事務でキャリアを重ねています。いまでは現場のスタッフから頼られる機会も増え、そこに応えて店舗に貢献していくことに大きなやりがいを感じています。私は仕事が好きで、キャリアを積むからにはポジションを上げて収入も増やしていきたいと考えていましたが、正直にお話すると、子どもを二人育てることになった際に、昇格は半ば諦めていました。

実は一人目を妊娠する前、主任への昇格を打診されたのですが、出産して育休に入ることで諦めてしまった経緯があります。キャリアアップするのはもう難しいと感じ落ち込んだこともありましたが、会社が子育て世代の女性従業員をととても応援してくれ、この仕事が

好きだという気持ちもあり、一時は時短勤務を選択していましたが、長男が保育園に慣れたタイミングでフルタイム勤務に切り替えました。そしてこれから主任、さらにその上の課長を目指していきたいと気持ちを新たにしています。まずは主任になるために、日々の業務を完璧に行い、ミスの撲滅に努めています。また、これまで私はずっとSUV LANDに在籍してきたので、機会があれば総合店の営業事務にも携わり、キャリアを広げていきたいと考えています。

尊敬できる女性上司をキャリアのモデルに

最近、店舗を管轄する営業事務の課長が変わり、私と同じく二人のお子様を持つ女性の方が上司になりました。本当に素敵な方で、初めてお会いしたときから「こんな人になりたい」と尊敬しています。ご自身が関わるすべての人に関心を持って、細かいところまで目が行き届いたコミュニケーションをとり、メンバーの気持ちを

盛り上げるマネジメントをされています。その方と接することで、いろんなことを学んでいる最中であり、ロールモデルの存在を通じて、自身が将来どのようにキャリアアップし、活躍していきたいか、ビジョンを具体的にイメージできるようになっています。

ネクステージは、ライフステージに関わらず、成果を正當に評価してくれる会社だと感じています。ぜひ目標を達成して昇格したいと、仕事に対する意欲もいっそう高まっています。そしてネクステージで大いに活躍し、子どもたちにいつも「カッコいいママ」だと思われたい。そんなビジョンをいま私は描いています。



笑顔を絶やさないムードメーカーで仕事も正確。周囲からの信頼は厚い



宮脇 裕子
営業事務 課長

Message from the Leader 上司からのメッセージ

周囲への感謝と、仕事への誇りをもってキャリアアップしてほしい

私はいま、二人の子どもを育てながら営業事務の課長を務め、エリアの営業事務全般の統括を担っています。ここまでキャリアアップできたのは、店舗の間仲間たちの支えがあってこそ。常に周囲に感謝を忘れずに働く姿勢が、育児と仕事の両立には欠かせません。そして、吉井さんには大きな可能性があると思っています。努力する姿勢と、自身の課題に真摯に向き合う力を備えているため、今後さらに活躍していただけることを期待しています。周囲への感謝や気遣いを大切にしながら、この仕事に誇りを持ち、一緒に会社の成長を支えていきたいと思っています。



特集1 女性活躍への取り組み

STAFF INTERVIEW

整備士

野中 麻央

ネクステージ刈谷店 整備チーフ

働きやすい環境が、意欲を高めてくれる

整備の現場においても女性従業員の活躍の場が広がりつつあり、多様な人材が力を発揮しやすく、働きやすい環境の整備と活躍機会の拡大に取り組んでいます。

作業を終えなければという意識が強くなり、それを達成することが逆にいまのモチベーションになっています。退社時間が近くなってお客様からご用命いただいた作業に関しては、できる範囲を手がけ、残りは周りのスタッフに引き継いで作業してもらっています。外国籍のスタッフも多いのですが、皆快く応じてくれるので感謝していますし、現場のチームワークが良いのもネクステージの魅力です。

ネクステージ初の女性工場長を目指す

ネクステージは女性の整備スタッフも大いに活躍できる会社です。より整備がしやすい環境づくりに努めており、作業効率化のための設備導入にも積極的で、以前に比べて力仕事は格段に減っています。整備工場内では清掃が徹底されており、また、空調服も支給され、清潔で快適な環境のなかで業務にあたっています。今後オープンする新店舗は、屋内型の整備工場が標準になるとのことで、ますます働きやすくなると期待しています。

まだ時短勤務で周囲からサポートをいただいている状況ですが、将来、子どもが大きくなって手が離れたら、ぜひ工場長を目指していきたいと思っています。整備部門にはまだまだ女性が少ない状況ですが、ネクステージ初の女性工場長となり、女性でも十分活躍できる仕事であると、広く知ってもらえるようになることが、いまの大きな目標です。



整備チーフとして刈谷店の整備部門を牽引する。チームワークの良さが自慢だ

Daily Timeline 一日のタイムスケジュール

8:30

朝の送迎後に出社

育児休暇から復帰後は時短勤務を活用。6時半に起床し、子どもの支度をして朝食をとり、車で保育園に送ってから9時半までに出社。



11:00

整備業務

現在は刈谷店に在籍し、整備のチーフを務める。担当する整備業務を効率よく進めるとともに、若い外国籍スタッフの指導にも取り組む。



17:30

退社前にチームと連携

定時前に退社し、子どものお迎えへ。周りのスタッフたちと連携して残務を引き継ぎ、お客様にご迷惑をおかけないように配慮。

19:00

帰宅後に家族と夕食

子どもと一緒に帰宅。夕食の準備をして家族で食事をとった後、入浴など子どもの世話をし寝かしつけ、一息ついて0時頃に就寝。



PROFILE

2019年中途入社。四日市市、名古屋市、津市での店舗勤務を経て、長男を出産後に1年間、産休・育休を取得。復帰後はSUV LAND千葉に転勤し、2025年12月よりネクステージ刈谷店（愛知県）に在籍。

チームに支えられて仕事と育児を両立

私は幼い頃からクルマが好きで、整備業務が本当に楽しくて、ずっとこの仕事でキャリアを重ねていきたいと思っています。お客様から「細かいところまで配慮してくださり、分かりやすく説明していただけるので、野中さんがいい」とご指名いただくこともあり、そんなときは大いにやりがいを感じます。また、自分が子どもを持ったことで、お子様連れのお客様への親近感がいっそう湧いています。お子様に配慮した接客が自然とできるようになり、それもお客様満足の向上に貢献していると感じています。

いまはネクステージ刈谷店で整備チーフを務めていますが、時短勤務で働ける時間に限りがあるため、そのなかで効率的に手際良く

特集1 女性活躍への取り組み

GROUP COMPANY 株式会社 ASAP

多様なライフスタイルに応じた職場環境を整備

多様性を成長への力に変えていくために、ネクステージはグループ全体であらゆる人財が能力を発揮できる環境づくりを進めています。なかでも、当社グループ会社の株式会社ASAPでは、多数の女性スタッフが現場で活躍しています。

カーディテリングを通してお客様満足を追求

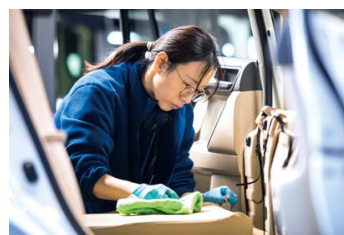
ネクステージのグループ会社であるASAPは、2011年の設立以来、仕入車両を商品化するための内外装のクリーニングや、ボディのコーティング・カーディテリング事業を担い、全国のネクステージ店舗においてサービスを提供しています。長年にわたって築き上げてきた自動車の美装補修に関する専門性を活かし、車両価値の最大化と店舗オペレーションの効率化に貢献することで、グループのサービス品質向上に寄与しています。

業績も順調に拡大し、現在は臨時従業員を含めた従業員数が1,000名を超える企業へと成長しています。ネクステージと連携を密にするとともに、カーディテリングにおける高品質なサービスの提供を通してお客様満足を追求しています。



柔軟なシフト制や残業削減で育児との両立を支援

ASAPでは、一人親世帯を含む女性従業員も多数在籍しており、多様なライフスタイルに応じた働きやすい職場環境の整備を進めています。子どもを育てるスタッフに対しては、柔軟なシフト勤務で育児との両立を支援するとともに、全社的に残業時間を極力減らすよう努めています。比較的残業が多いと言われるディテリング業界ですが、ASAPでは絶えず作業プロセスの効率化を図るとともに、



手際良く車内クリーニングを行う女性スタッフ
(ネクステージ刈谷店内)

商品化された車両を取り扱うネクステージとの連携を密にし、不要な業務が生じない体制をつくることで残業を削減。育児休暇の取得も全社で推進し、長く働き続けられる環境を整えています。

また、性別や年齢に関係なく、本人の意思でキャリアアップできる体制を設けています。半年に一度実施される作業レベル昇格試験では、上司からの推薦など必要なく、全員が受験可能であり、スタッフ個々の能力を正当に評価。誰もが自分らしく、最大限のパフォーマンスを発揮できる組織を目指しています。



坂井 孝次
株式会社ASAP 管理課 課長

STAFF INTERVIEW

子どもがいるアルバイトから正社員、リーダー職へとキャリアアップ

私は2018年、幼い息子を育てている時期にASAPにアルバイトで入社し、当初は宇都宮店に勤務していました。その後、2020年に家庭の事情で実家のある和歌山に戻ることになりましたが、当時の上司の配慮で和歌山店に異動させていただいてキャリアを継続し、2022年には正社員に登用。職場では上司や現場メンバーの助けもあり、私の不在時には周囲がフォローしてくださるので、仕事と育児をきちんと両立できています。また、残業もほとんどないので、子どもと過ごす時間もしっかりと取れています。現在、ありがたいことに係長を任されており、現場がさらに働きやすい環境をつくっていくとともに、スタッフたちが挑戦したいことを後押しして、みんなが仕事を楽しくするようにリーダーとして力になりたいと思っています。



山口 愛実
株式会社ASAP
和歌山エリア 係長

ビジネスモデル

お客様のカーライフに生涯にわたって寄り添い、 車に関するすべてのサービスをワンストップで提供

ネクステージは、車両やカー用品の販売だけではなく、保険、点検、整備、車検、買取、そして次のお車の乗り換えまで、車に関するあらゆるサービスをワンストップで提供するビジネスモデルを構築しています。こうしてお客様のカーライフに長く寄り添い、ライフタイムバリューを高める生涯取引を推進することで収益向上を図っています。この生涯取引を実現するためのサイクルを、4つの戦略で強化しています。

地域一番店の実現

当社グループは、全国各地域でお客様のカーライフに寄り添い、車に関するあらゆるサービスにおいて継続的に取引いただける店舗の実現を目指しています。そのために安心してサービスをご利用いただける環境を整えるとともに、商品や接客の品質向上を図り、お客様満足の向上に努めていきます。また、出店地域の特性やお客様のニーズを正確に把握し、店舗運営に反映させていきます。



専門性・課題解決力の高い 人材育成の強化

お客様満足のさらなる向上に向けて、従業員の専門性に対応力の強化に取り組んでいます。専門性の向上に関しては、商品知識・整備知識・提案力を高める研修や、教育体制を拡充しています。また、対応力向上については、店舗への権限委譲を段階的に進めることで、現場が自律的に採用や仕入、集客などを行う体制を構築し、サービス品質のさらなる向上につなげていきます。



店舗の収益性向上

商品やサービスをより多くのお客様に提供するためには、継続的に成長し、自動車業界におけるシェアを獲得することが不可欠です。そのために重要なのが既存店の収益性向上であり、部門間連携を強化して店舗全体の業務効率化・最適化を図っています。また、不採算店舗に関しては、店舗と本部が一体となって改善策を検討し、店舗運営の効率化や仕入の適正化などを進めていきます。



商品管理の強化

当社グループは、商品回転日数を重要指標として捉え、入庫から商品化、商品化から契約、契約から納車までのリードタイムを可視化・最適化することで、市場価格の変動に応じた適正な値付けを可能にしています。さらに、業者向け販売を強化し、販売チャネルを多様化することで商品在庫の流動性を高め、収益機会の最大化と安定した販売基盤の確保を図っています。



事業概況

収益改善プロジェクトをもとに、各部門の連携を強化 収益構造を見直し、持続的な成長に向けた枠組みを構築する

2025年11月期は、不採算店舗の改善を最重要課題として、将来の成長を見据えた仕組みづくりを着実に進めた1年でした。

2026年11月期も引き続き、ステークホルダーからの揺るぎない信頼を得る行動を徹底するとともに、教育による人財の充実と、スタッフが誇りとやりがいを持って挑戦できる環境づくりを通じて、一人当たりの生産性を高め、全社的な連携のもとさらなる成長を目指していきます。

車両販売



2025年11月期振り返り

車両販売価格の適正化と商品管理の強化により、2025年11月期の下期にかけて小売台当たり利益が改善しました。各店舗がエリアの特性や需要に応じて商品構成を見直し、集客力向上を図るとともに、業者様向け販売などを活用して滞留在庫を抑制しています。お客様対応については、本部とリアルタイムで連携して対応できる仕組みを構築し、いただいたご意見をもとに改善アクションを考え、継続的に取引いただける環境づくりに取り組んでいます。

2026年11月期戦略・取り組み

安定的に収益力を維持・拡大するためには、従業員の商品・サービス知識をさらに向上させてお客様に価値を提供することが重要です。すべてのスタッフが高い専門性を持ち、品質の高いお客様対応を実施できるよう、今後も継続的に人財育成に取り組んでいきます。また、店舗の従業員が主体的に考え、行動できる環境を拡充し、働きがいの醸成にも努めていきます。

車両買取



2025年11月期振り返り

2025年11月期の上期は、相場の変動に伴い買取台数は伸び悩みました。下期より買取車両の売却方法を見直し、販売部門との連携をいっそう強化することで、相場に関わらず買取台数の最大値を追求する方針へと変更。結果、2025年11月期は前年を上回る営業利益・買取台数・販売台数を達成することができました。さらに、お客様に買取提示価格を自動送信し、ご不満につながる曖昧な提示を排除する仕組みを導入することでCSの向上も図っています。

2026年11月期戦略・取り組み

今後50万台の買取台数を達成するために、人口規模があり市場拡大の余地があるエリアへ買取単独店を積極的に展開していきます。併せて、一括査定市場以外からの集客を拡大するために、来店誘致などのマーケティング施策も強化していきます。現状、一人当たりの生産性は伸び続けており、人財を充実させれば台数や利益をさらに向上できるため、採用と離職防止にも注力していきます。

整備



2025年11月期振り返り

2025年11月期は、価格の適正化を図ったことで、収益の改善を果たすことができました。ここで改善した収益は、整備スタッフの資格手当の増額に充ててスキルアップへの意欲を高め、さらなる生産性の向上につなげています。また、店舗における販売・買取部門との連携も進んでおり、納車後のお客様対応を部門に関係なく実施できるようになり、車検後アンケートの結果分析なども部門をまたいで共有することで、店舗全体の改善スピードがさらに上がっています。

2026年11月期戦略・取り組み

さらなる収益改善に向けて、世間の動向を見ながら継続的に価格の適正化を図っていきます。また、整備事業の成長の鍵を握る人財に関しても、教育担当者を増員してコンプライアンス強化と技能向上を図るとともに、社内コンテストの参加対象を広げて積極的に優秀者を称え、スタッフが誇りとやりがいを持って仕事に臨める環境をつくっていきます。

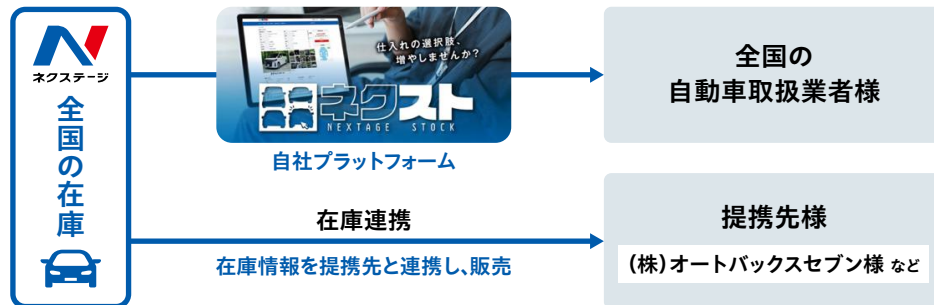
事業トピック

業販(BtoB)拡大への取り組みを開始 中古車市場環境の改善と業績UPを目指して

さらなる成長に向けてネクステージは、2025年よりBtoBの業者様向け販売(業販)に注力しています。全国の自動車取扱業者様と連携しながら共栄するこのビジネスモデルによって、自社の収益基盤の強化を図るとともに、中古車市場全体を活性化していきたいと考えています。

ネクステージストックをコアとしたビジネスフロー

業販拡大のプラットフォームとなるのが、2025年10月より本格稼働した「ネクステージストック」です。これは、当社が全国に抱える豊富な在庫を一元化し、お取引先様による希望車両の検索や仕入れを容易にする仕組みです。さらに、自動車取扱事業者様との提携を通じて在庫情報の共有を拡大。流通チャネルの拡大によって販売機会を増加させ、在庫回転率を高めることで収益力を強化しています。

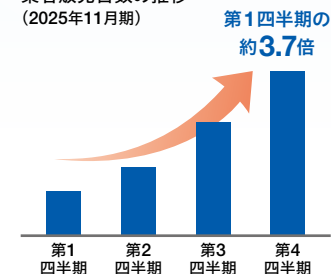


中古車業販サイト「ネクステージストック」

在庫の流動性を高めて業界の健全化に寄与

ネクステージストックは、中古車市場全体で在庫の流動性を高め、お客様の多様なニーズにお応えできる環境の実現を目的としたプラットフォームです。これを活用することで自動車取扱業者様は効率的な仕入が可能になり、お取引先様の収益向上にも貢献しています。一方で当社においては、ネクステージストックによる業販拡大によって、滞留在庫の削減やオークション相場変動の影響緩和、手数料を含めた販売管理費の抑制などのメリットが生じ、収益基盤が大いに強化されます。同時に、中古車流通を適正化させることで、業界のさらなる健全化も図っていきます。

共有在庫、ネクステージストックによる
業者販売台数の推移
(2025年11月期)



「オートバックスカーズ」との在庫連携システム

業界内での協業によって在庫回転率を向上

株式会社オートバックスセブン様がフランチャイズ展開する「オートバックスカーズ」と在庫情報をオンラインで連携する新システムを構築し、2025年11月より運用を開始しています。これにより、オートバックスカーズに加盟している約400店舗において、当社が保有する高品質な中古車を閲覧・販売することが可能になりました。当社においては、いままで以上に積極的に仕入を実施し在庫の拡充を進め、販売機会の拡大を通じて業績の向上につながっています。今後も業界各社との精力的な協業を図っていきます。



オートバックスカーズWEBサイト



桑野 友暉
商品企画本部
ブライジングセンター
課長

INTERVIEW

運用開始後に手応え。今後の拡大余地も大きい

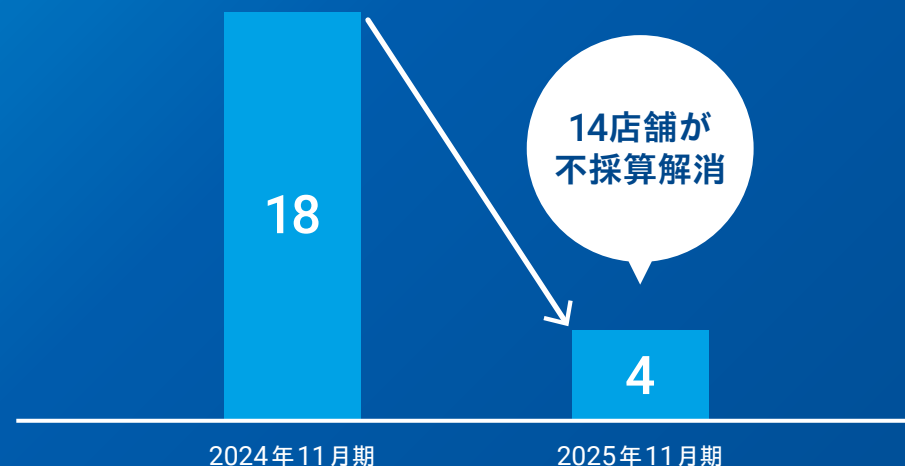
自社プラットフォームである「ネクステージストック」の立ち上げにあたっては、既存の在庫・仕入機能を活かしつつ、幅広い事業者様との円滑な取引を可能とする仕組みを構築しました。立ち上げ以降、運用を通じて一定の手応えを得ていますが、さらなる取引数の拡大余地は依然として大きいと認識しています。今後は、お取引先様の利便性向上を図りつつ、販売チャネルの多様化を通じて在庫回転率の向上と収益機会の拡大を実現し、事業全体のさらなる成長につなげていきます。

特集2

不採算拠点の解消に向けた
収益改善プロジェクト

ネクステージでは、全国すべての店舗が「地域一番店」となることを目標に掲げています。その実現に向けた基盤整備として、2025年11月期に注力したのが「収益改善プロジェクト」です。本プロジェクトは、不採算拠点の撲滅を目的に、社内に牽引組織を新設し、全社的な企業文化の変革を含めて推進しました。その結果、不採算拠点の解消を中心に着実な成果を創出しており、現在もさらなる収益改善に向けた取り組みを継続しています。

総合店における不採算拠点数の推移



プロジェクトの概要

取り組み

- 店舗主導型の運営体制の強化
- 現場が主体的に収益を創出できる組織への転換
- 拠点長制度を導入し、販売・買取・整備を一体運営

成果

- 一人当たりの販売台数の向上
- 販売店の小売台当たり利益の改善
- 不採算店舗の解消

今後

- 伸びしろ拠点を重点改革対象に収益改善
- CS悪化拠点の改善と不採算店舗ゼロへ
- 現場スタッフがやりがいを持って働ける環境整備

CONTENTS

- 22 統括責任者インタビュー
- 24 現場管理者インタビュー

特集2 収益改善プロジェクト 〈統括責任者インタビュー〉

権限委譲と部門間連携によって 不採算拠点の黒字化を目指す

2025年11月期、ネクステージは成長力を取り戻すために「収益改善プロジェクト」を推進しました。そのコンセプトや具体的な施策、もたらされた成果について、プロジェクトを統括する経営企画室長の山崎が語ります。

不採算店舗の解消に向けた収益改善の取り組み

当社は2024年11月期、急速な出店拡大によって現場スタッフや店舗管理者の育成が追いつかず、また、市場の流通台数が大幅に減少し、商品確保が難しくなったことで不採算店舗が拡大していました。そこで2025年11月期より、収益力の抜本的な改善及び組織における縦割り文化の解消、各本部の連携を実現させるため、経営企画室を新設しました。経営企画室は、業績改善、全社変革を推進する中核部署として、構造改革と現場力強化の両立を担っています。そして収益改善に向けて、経営企画室を主管とする全社横断型の「収益改善プロジェクト」を始動しました。

このプロジェクトでは、本部主導型の運営体制を見直して店舗主導型へと変更を進め、各店舗の管理者が商品仕入及び販売オペレーションなどを意思決定できる仕組みを整えました。加えて、体系的な教育・研修を実施することで、現場が権限と責任を持って主体的に収益を創出できる組織へと転換しています。さらに、拠点長制度を導入し、拠点長を中心に、販売・買取・整備の各機能を一体運営する体制を構築し、部門間連携を強化しています。これにより、収益の改善及び在庫の

最適化を推進し、拠点単位での収益最大化を図っています。

収益改善プロジェクトの実施にあたっては、実効性を重視し、複数のフェーズに分けて段階的に推進していきました。第一フェーズでは、不採算店舗発生の要因を徹底的に可視化。不採算の原因がオペレーションにあるのか、立地に起因するのか、在庫構成に問題があるのかを精緻に分析し、課題を明確化しました。その結果、オペレーションや在庫管理に課題を抱え、不採算に陥っている店舗については、改善余地が大きいと判断し、高度な専門性とマネジメント力を有する管理者を重点的に配置しました。

第二フェーズは、権限委譲の本格化です。商品仕入及び販売オペレーションの意思決定を拠点長に委ね、現場主導で収益を創出する体制へ転換しました。同時に、本部人員を大幅に現場へ再配置し、本部コストの削減を実施。これにより固定費の圧縮を図るとともに、本社発信型の経営から、現場と本社が一体となって経営を行う体制へと移行しています。

そして第三フェーズとして、部門間の連携強化を推進しています。販売・買取・整備に加え、本部機能も含めて横断的に連携する運営体制へ再構築を進めています。これによって契約から納車までの販売リードタイムを短縮し、在庫回転率と一人当た



山崎 篤史

常務執行役員 経営企画室長

りの生産性を向上させていきます。併せて、収益体質そのものの改善を図るため、販促費の効率化を推進しています。従来はチラシ中心であった販促施策を抜本的に見直し、費用対効果を重視した媒体へシフトすることで、販促費のスリム化を実現しています。

さらに、在庫戦略の高度化にも取り組んでいます。本部と現場の仕入情報を連動させることで、在庫を最適な店舗へ適切に再配分できる体制を構築しました。その結果、販売機会の最大化が進み、販売台数の増加と収益改善につながっています。今後も市場環境の変化を踏まえながら継続的に見直しを行い、在庫回転率の向上と粗利確保の両立を図りつつ、収益最大化を追求していきます。

特集2 収益改善プロジェクト 〈統括責任者インタビュー〉

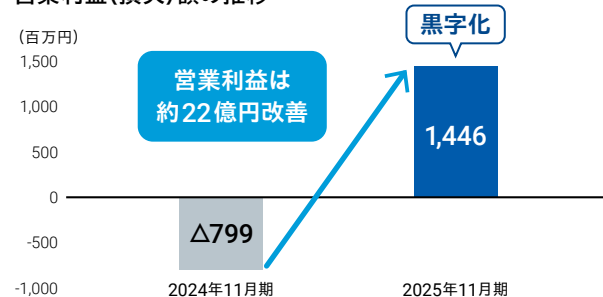
収益改善プロジェクトの成果

これらの取り組みの成果は、すでに数値としても表れており、販売店における一人当たりの販売台数は、前年から2025年11月期にかけて向上しました。また、販売店の小売台当たり利益は、2024年11月期から8%ほど改善しています。

2024年11月期の不採算拠点は、2025年11月第4四半期には2店舗を除き黒字転換を達成しました。また、収益力に改善余地のある伸びしろ拠点については、10店舗を重点改革対象とし、そのうち半数が過去最高益を計上するなど、全社業績の回復に大きく貢献しています。2026年11月期は、伸びしろ拠点の対象を15店舗に拡大し、スキルの高いブロック長・拠点長を戦略的に配置することで、さらなる収益拡大を図っていきます。

こうした成果の背景には、現場と本部の連携強化があります。現場と本部は、週次ミーティングを通じて実績及び課題を共有し、経営企画室が迅速に課題を把握し、対策を講じる体制を築いています。その結果、販売・買取・整備の相互理解が進み、部門間での連携を前提とした意思決定が行われるようになり、意思決定の質とスピードが大きく向上しています。

2024年11月期の不採算総合店における 営業利益(損失)額の推移



さらに現場にも明確な変化が表れています。収益が改善している店舗では、管理者のリーダーシップのもと、常に万全の状態でお客様をお迎えする体制が整えられています。お客様アンケートにおいて「良い」というご評価をいただける店舗数も、前期から大きく増加しました。お客様第一の意識が浸透し、店舗の活気も高まっています。

当社の事業の根幹はCSにあります。CSの向上を前提に、生産性のさらなる向上を実現していきます。そのためにも、現場主導の企業文化と働きがいの醸成を推進していきます。

さらなる収益向上のための今後の目標

2026年11月期においては、不採算拠点に加えて、伸びしろ拠点を重点改革対象と位置付けています。これらの拠点には、高い専門性と実績を有する管理者を拠点長として戦略的に再配置し、短期間での収益改善を実行しています。拠点別の課題に応じた打ち手を徹底し、早期黒字化及び収益水準の引き上げを確実に実施していきます。こうした現場主導での運営体制の構築と責任明確化を軸とした経営体制への転換を通じて、持続的な成長と安定的な収益基盤の確立を目指していきます。最優先課題は、CS悪化拠点の改善、そして不採算店舗をゼロにすることです。併せて、2026年11月期に伸びしろ拠点としてターゲットにした15店舗については、全拠点で過去最高益の更新を目指します。販売店における一人当たりの販売台数をさらに伸ばし、一人当たりの粗利も引き上げ、生産性の向上も図ります。

また、現場の離職率低減も取り組むべき重要課題です。評価制度や賞与と体系の整備は、なお改善余地があると認識しており、経営企画室主導で制度改定を進め、現場スタッフがやりがいを持って働ける環境を整えていきます。人財育成も経営基盤強化

の柱であり、現在、ネクステージの従業員が取るべき基本行動を明確化し、その徹底を図っています。基本行動を体現できる人財が管理者として店舗を率いる体制が理想であり、コンプライアンスへの深い理解も昇格要件に組み込んでいます。単なる業績追求ではなく、業務スキルと人格を兼ね備えた管理者の育成を進めていきます。管理者強化にもいっそう注力しており、2025年11月期より新人管理者研修及び拠点長研修を開始。販売に加えて、買取や整備の業績管理手法や相場分析力の習得に努めており、体系的な教育を通じて現場の知識向上を図っています。さらに、各拠点の成功事例を社内でも共有し、日常的に見聞を蓄積・展開することで、組織全体の改善につなげています。

株主、投資家の方々に向けて

今後、ネクステージはお客様目線の「現場主義の経営」を徹底していきます。市場や競合環境を的確に捉えつつ、常に現場とお客様を起点に判断し、実行していきます。コンプライアンスの遵守を大前提に、CS向上を軸に継続的な改善活動を実施し、地域一番店を目指して収益向上を確実に進めていきます。持続的に収益を創出できる経営基盤を確立し、中長期的な企業価値の向上を通じて株主価値の最大化を目指していきます。



特集2 収益改善プロジェクト 〈現場管理者インタビュー〉

2025年11月期よりスタートした収益改善プロジェクトでは、具体的にどのような施策によって店舗の業務が変革され、どのような成果が上がっているのか。その最前線で奮闘する二人の現場管理者の取り組みをご紹介します。



店舗管理者の目利き力を強化し 現場主導で在庫回転率を向上

市川 翔太

中国地方 販売ブロック長(次長)

収益改善のプロセスと成果

商売の基本を徹底し、スタッフが提案しやすい環境を整備

2025年11月期の下期より中国エリアのブロック長に就任し、不採算拠点や伸びしろ拠点の収益改善に注力しています。着任後まず取り組んだのは、「安く仕入れて高く売る」という商売の基本をシンプルに徹底することです。店舗管理者の商品に対する目利きを強化すべく、車両の検品方法や展示方法、最適な値付けをしっかりと指導し、商品が循環する仕組みを改善。その結果、お客様は比較がしやすく、店舗スタッフにとっても提案しやすい環境が整備され、成約率が上昇するとともに、滞留車両による損失が減少して黒字化につながりました。現場の意識変革も図り、お客様のために自らやるべきことを考えて実行するよう絶えず訴えたことで、管理者の行動も変わってきました。また、以前よりも販売台数や粗利を確保できるようになって社内における評価も高まったことで、店舗スタッフの仕事への意欲が向上しています。こうした改革を進めていくことで、店舗全体の活力が増し、お客様志向がより一層強まっています。

今後の課題と成長方針

在庫を店舗側で的確にコントロールし、さらなる収益向上へ

まだまだ損失を出さないという守備的な運営を行う拠点も見受けられますが、さらなる収益向上のためには、在庫の流入量を増やしても回転率を維持できる体制づくりが重要だと捉えています。店舗管理者による仕入台数を増やし、商品に対する目利き力をいっそう高めることで、在庫の入口と出口を店舗側でコントロールできるようにしたいと考えています。また、生産性を上げるために店舗スタッフのスキルアップや、管理者のオペレーションの強化にも引き続き取り組んでいきます。



店舗運営を「自分ごと化」して 利益志向の組織体質へと変革

小松 峻

ネクステージ北九州店 拠点長(次長)

収益改善のプロセスと成果

「売上を伸ばす」のではなく「利益を設計する」発想へ転換

2024年当時、私が管理する店舗は不採算が続き、スタッフたちの士気も下がっていました。そのような状況下、2025年より収益改善プロジェクトがスタートし、従来の「売上を伸ばす」ことを主眼とする発想から、「利益を設計する」発想への転換が求められました。これを実践すべく、週次・日次で拠点の状況や営業実績を細かく確認。決められた業務をこなすのではなく、どうすれば利益が残るのかをスタッフ全員で本気で考えて行動を起こしていった結果、大きく収益を改善することができました。特に、小さな成功を共有して互いに認め合い、成果を実感できる仕組みをつくったことで、スタッフの意識が「やらされ感」から「自分ごと化」へと変化しました。皆が進んで「店舗の業績に貢献したい」という主体的な行動や、一体感が醸成され、健全な競争意識も生まれました。これまでの店舗運営を変革するものであったため、現場にはチャレンジが求められましたが、長期的には組織の質が確実に向上した1年だったと思います。

今後の課題と成長方針

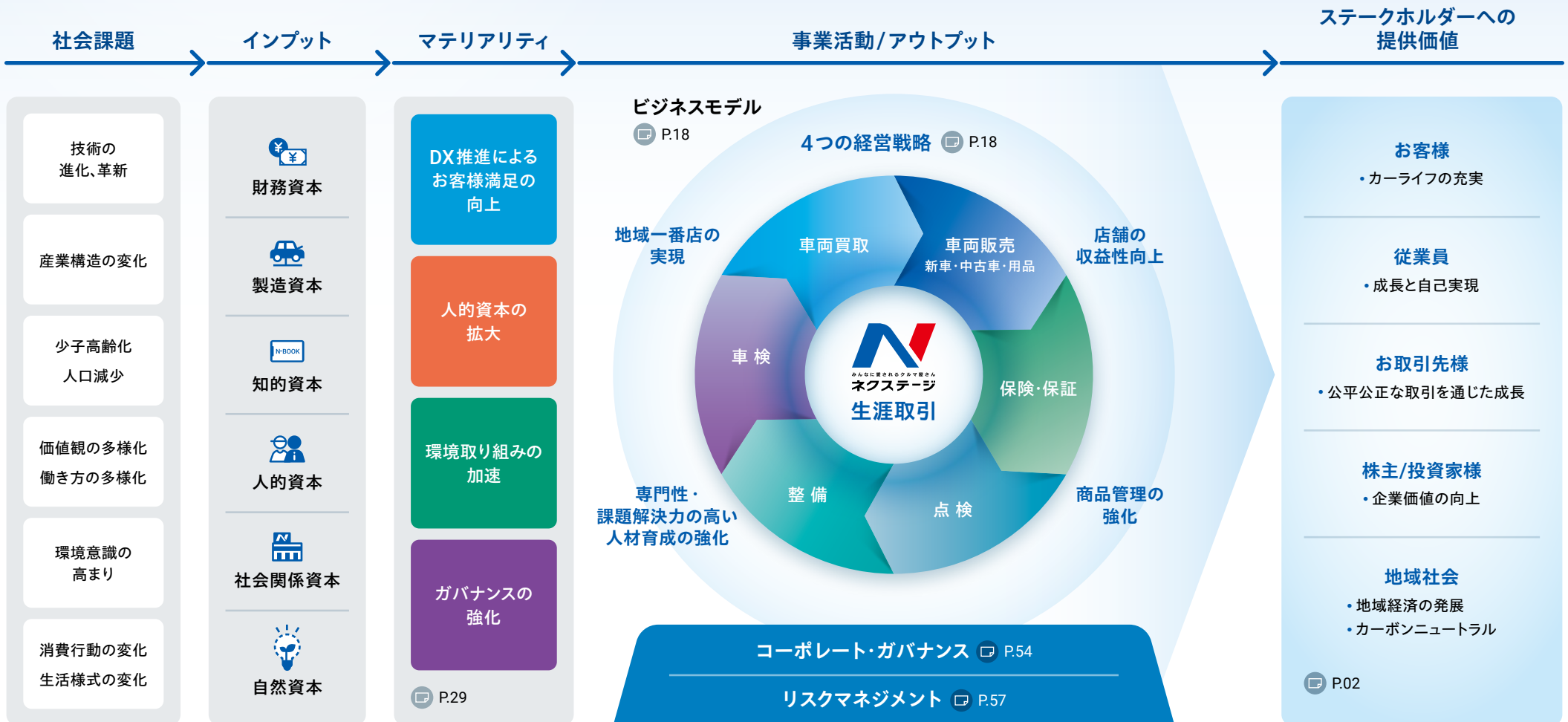
どんな人財のチームでも持続的に利益を創出できる仕組みを

プロジェクトによって一定の成果は上がっていますが、店舗運営でまだ属人的な部分が残っているなど、課題も抱えています。今後は、どんな人財でも一定の成果を出せる仕組み化や、それを担う管理者の育成にも注力していきます。単なる改善ではなく、持続的に利益を創出できる組織体質への進化をテーマに掲げ、「仕組みで支え」「人で伸ばし」「部門で連携し」「文化として定着させる」という4点に力を入れて次のステージへ成長していきます。

価値創造プロセス

ネクステージは、お客様のカーライフに長く寄り添うビジネスモデルによってステークホルダーへの提供価値を生み出し、経営理念「みんなに愛されるクルマ屋さん」の実現を目指します。

経営理念 みんなに愛されるクルマ屋さん P.02



2025年11月期振り返り

既存店比較※

売上高 **5,651** 億円
前年比
↑111.3%

営業利益 **261** 億円
前年比
↑138.2%

業績概要

買取事業の堅調な拡大と新たに業者様向け販売を開始し、販路を拡大したこともあり、売上高は前年比で増加しました。また、収益改善プロジェクトによる、従業員の生産性の向上や、車両販売における台当たり利益の改善が奏功し、前期を大きく上回る営業利益を達成することができました。

新店比較※

売上高 **394** 億円
前年比
↓48.3%

営業利益 **7** 億円
前年比
↓25.7%

業績概要

関東・甲信越エリアに2店舗、東海・北陸エリアに1店舗、九州・沖縄エリアに1店舗の計4店舗の大型店を新たにオープン。大型店を11店舗オープンした前年と比較し、新規出店を抑制したことで、売上高、営業利益は前年比で減少しました。今後も出店エリアを多角的に検討し、安定的な出店を継続します。

事業部別の業績※

販売店

売上高 **3,299** 億円
前年比
↑113.0%

売上総利益 **499** 億円
前年比
↑109.0%

買取店

売上高 **2,179** 億円
前年比
↑122.2%

売上総利益 **375** 億円
前年比
↑111.3%

整備店

売上高 **216** 億円
前年比
↑115.3%

売上総利益 **103** 億円
前年比
↑123.9%

業績概要

大型店を4店舗、新車ディーラーを5店舗、買取店を13店舗出店。収益改善プロジェクトによる各事業部間での連携強化により、結果として、すべての事業及び主要KPIでプラス成長を実現。2026年11月期は、お客様満足と従業員の専門性向上のもと、さらなる成長を目指します。

輸入車新車ディーラー

売上高 **924** 億円
前年比
↑126.6%

売上総利益 **132** 億円
前年比
↑125.0%

主要KPI

小売販売台数 **184,823** 台
前年比
↑104.0%

買取台数 **283,017** 台
前年比
↑111.1%

車検台数 **151,934** 台
前年比
↑117.4%

AA販売台数 **231,150** 台
前年比
↑104.0%

※ ネクステージ単体

CFOメッセージ



資本効率を重視した経営で 企業価値をさらに向上させます

野村 昌史

取締役執行役員

在庫回転率と営業キャッシュ・フローが改善し 収益改善と財務基盤強化が着実に進展

2025年11月期は、収益改善プロジェクトの効果もあって、一人当たりの生産性に復調の兆しが見えた1年でした。まだまだ改善すべき指標や是正すべき拠点もありますが、さらなる成長に向けた道筋が描かれつつあると思っています。こうした状況のなか、販売面での特筆すべき点としては、当社が事業運営において重視している「在庫回転率」の改善が挙げられます。2025年11月期の下期より、BtoBの業者様向け販売（業販）を本格的に導入したことも在庫回転率向上に大きく寄与しています。当社にとって在庫は収益の源泉であり、在庫量を増大させる一方で、相場要因による影響を受けにくい事業モデルを構築していくことで、常に一定水準の利益を出せる会社へと進化しつつあると考えています。

また、財務面における2025年11月期の重要なトピックは、営業キャッシュ・フローが91億8,700万円（前年同期は30億2,400万円）と大きく改善したことです。在庫をしっかりと確保して業容を拡大しつつ、営業キャッシュ・フローを伸ばしていることが注目すべきポイントであり、本業で稼ぐ力がこの1年でいっそう高まってきました。営業キャッシュ・フローの大幅な改善は、全社的に筋肉質な事業運営ができてきている証だと捉えており、今後の財務基盤の強化にもポジティブな影響を与えていると思っています。ネクステージはいま変革の過程にあり、社会の変化に左右されない盤石の経営体制を築き上げ、未来に向けてさらなる成長を果たしていきます。

CFOメッセージ



資本効率の向上を進めつつ 資本コストを上回る利益創出に注力

財務基盤のいっそうの強化に向けては、資本効率の向上が最も重要だと考えています。現状、ROICはWACCを上回っていますが、まだまだ改善の余地は多く残されています。資本効率に関しては、企業、投資家、金融機関などそれぞれの立場によって、また環境によっても重視される指標は異なるため、ステークホルダーの方々と対話を重ねながらROE、ROA、ROICなどの改善に常に取り組んでいきます。加えて、金利上昇が続くなかでよりWACCを意識する必要があると認識しています。

一方で、特定の指標にのみフォーカスすると、経営のバランスが崩れるとも考えています。資本コストを抑えることに努めるものの、その数値だけにとられることなく、コストを上回る利益を創出していくことが経営の責務だと考えています。事業拡大の基盤となる出店戦略のコストに関しては、人件費や建築費の高騰などで引き続き上昇傾向が見られるなか、回収期間をより意識して出店する必要が高まっており、厳格に投資を実行して

いきます。大型店の出店計画に関しては、今後数年間は現状通り緩やかなペースになる予定であり、成長の原資であるフリー・キャッシュ・フローは継続的に改善していく見込みです。

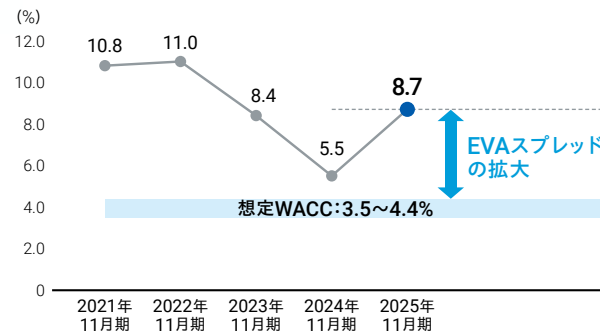
時価総額1兆円を目指し TSRで株主や投資家に報いる

株価に関しては、ようやくピークに近い水準まで戻っており、ここからはこの数年間のTOPIX上昇率をターゲットにしてさらに上昇させるべく事業に取り組んでいきます。配当については増配が基本方針であることに変わりはありません。キャッシュ・フローの状況を見ながら、直近の出店ペースであれば配当性向は30%程度が望ましいと考えていますが、自己資本比率やROEのポジションも意識して調整していきます。一方、株主や投資家の方々からのネクステージに対する一番の期待は、企業価値の向上と、その結果としての株価上昇だと思っています。現状、フリー・キャッシュ・フローには余裕があり、さらなる収益改善を図る一方で、余剰資金を再び出店戦略に向けるのか、それ

とも株主還元を強化するのかをしっかりと検討していきます。

いままでは株主還元よりも成長戦略に軸足を置いていましたが、企業としてそのバランスを取っていかねばならない局面を迎えているとも思っています。当社のような中小型株は、成長によって株価が上昇し、キャピタルゲインを期待されている投資家が多いと認識しており、TSR（株主総利回り）を通じて株主や投資家の皆様に報いたいと考えています。ネクステージは将来に向けて、社会から高く評価される企業になることを目指し、時価総額1兆円を目標に掲げています。現在、全国各店舗での収益が着実に改善しており、販売・買取の台数も増加し、さらに業販モデルを新たに立ち上げたことで、中古車市場における取り扱いシェアはこれから飛躍的に伸び、時価総額1兆円の実現は十分可能だと捉えています。この成長からもたらされる利益を、ステークホルダーの方々とともに享受したいと思っています。そのためにも、資本効率を重視しながら的確な意思決定を行い、株価の上昇につながる事業に注力していく所存です。

ROIC(投下資本利益率)の推移



資本コストを意識した経営を強化するための取り組み

企業価値の向上

資本効率を意識した経営の強化

高付加価値投資

収益の向上

資本コスト低減

- 在庫回転率の最適化
- 不採算店舗の収益改善
- 事業リスク低減
- 適正価格での出店
- 現場主導のマネジメント強化
- ESG対応

マテリアリティ(重要課題)の特定プロセス



Step1 サステナビリティ重要課題の抽出

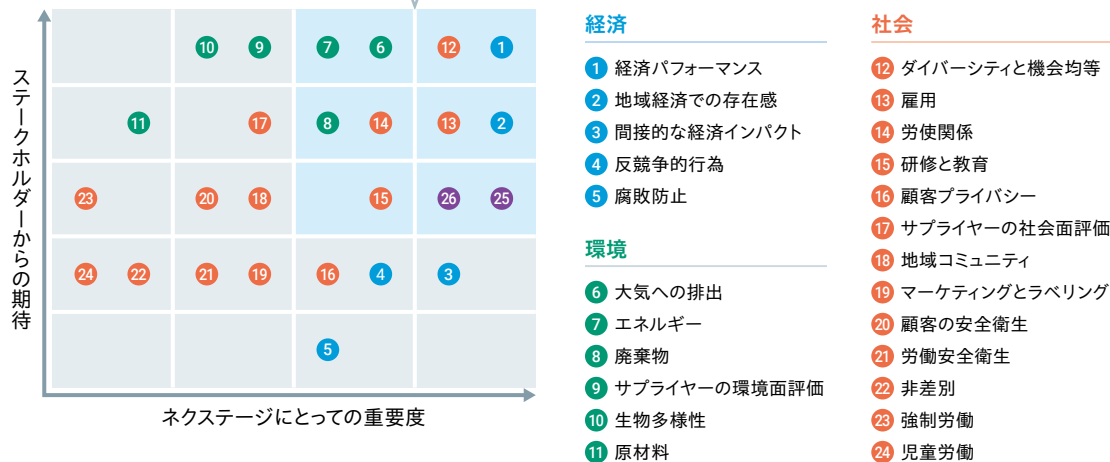
企業が経済、環境、社会に与えるインパクトを報告し、持続可能な発展への貢献を説明するためのフレームワークであるGRIスタンダードをもとに、課題を検証しました。

GRIスタンダードが開示を求める経済、環境、社会の各項目について、ネクステージは考慮すべき重要な要素^{※1}を踏まえて、「ステークホルダーからの期待」と「ネクステージにとっての重要度」の軸でインパクト評価^{※2}を実施しました。

結果、サステナビリティ重要課題として下記を抽出しました。

サステナビリティ重要課題

- 経済 経済パフォーマンス、地域経済での存在感
- 環境 大気への排出、エネルギー、廃棄物
- 社会 ダイバーシティと機会均等、雇用、労使関係、研修と教育
- 共通 ガバナンス、ステークホルダーエンゲージメント



※1 考慮すべき重要な要素
 ● 経営戦略 ● 各ステークホルダーの関心事
 ● メガトレンド (長期的な経済・環境・社会の変化)

※2 インパクト評価の際に考慮した要素
 発生可能性/発生した場合の規模感/影響を与える範囲/リカバリーの難易度/経営に与えるプラス・マイナスの影響の大きさ/企業価値に与えるプラス・マイナスの影響の大きさ

Step2 サステナビリティ重要課題に対応した取り組みの整理

Step1で抽出したサステナビリティ重要課題に対応した、当社の事業及び取り組みについて整理しました。

サステナビリティ重要課題	取り組みテーマ
1 経済パフォーマンス	DX推進によるオペレーションの高度化
2 地域経済での存在感	
12 ダイバーシティと機会均等	ダイバーシティの推進
13 雇用	採用活動の強化
14 労使関係	従業員エンゲージメントの向上
15 研修と教育	トレーニングによるスキル向上
6 大気への排出	脱炭素社会・循環経済との共生
8 廃棄物	
7 エネルギー	CO ₂ 排出量の削減
25 ガバナンス	エンゲージメントを高める内部統制
26 ステークホルダーエンゲージメント	

Step3 マテリアリティの特定

Step2で整理した取り組みについて、「お客様」「従業員」「地域社会」のステークホルダーごとに整理し、ネクステージのマテリアリティとして特定しました。

マテリアリティは、経営理念に基づき、ネクステージがステークホルダーへの提供価値を実現するために、経営戦略にひも付く指針であり、経営における重要課題として価値創造プロセスに組み込んでいます。

主なステークホルダー	ネクステージのマテリアリティ
お客様	DX推進によるお客様満足の向上
従業員	人的資本の拡大
地域社会	環境取り組みの加速
すべて	ガバナンスの強化



ネクステージのマテリアリティ

マテリアリティ(重要課題)	取り組みテーマ	リスク	機会	目標・KPI	関連するSDGs
DX推進による お客様満足の上	DX推進による オペレーションの高度化	<ul style="list-style-type: none"> DX推進が遅れることで、お客様満足の高いサービスの提供が十分行えないリスク 	<ul style="list-style-type: none"> システムを活用し、「仕組み」の精度をさらに高め、抜け漏れのない提案を実現 店舗や個人の実績をシステムで見える化する「仕組み」を構築し、活動状況を日々確認 	<ul style="list-style-type: none"> 販売支援ツール×デジタルプライスボード→小売販売台数：19.2万台 	
	DX推進による 適正な仕入・商品管理	<ul style="list-style-type: none"> 仕入、商品管理が適時適切に行えないことで、収益が低下するリスク 	<ul style="list-style-type: none"> 商品の入庫から商品化までシステムを活用した「仕組み」による商品管理を実現 	<ul style="list-style-type: none"> 仕入分析ツール×中古車査定システム→商品回転日数：40日 仕入先構成比率：下取・買取比率60%以上 	
人的資本の拡大	採用活動の強化	<ul style="list-style-type: none"> 国内の人口減少により、新規雇用に支障をきたすリスク 	<ul style="list-style-type: none"> 新卒採用、中途採用の強化により、安定した人財の確保を実現することで、店舗の計画的な出店に対応 	<ul style="list-style-type: none"> 成長意欲のある人財の確保 お客様目線で行動できる人財の確保 	
	トレーニングによる スキル向上	<ul style="list-style-type: none"> マネージャー層の強化、スタッフのスキル向上が進まないことで、経営の意思決定が速やかに現場で実践できないリスク 	<ul style="list-style-type: none"> 従業員が主体的に考え、行動できる環境を整えることで、課題解決力を向上 従業員のスキル向上に伴う提案力の向上 	<ul style="list-style-type: none"> 階層別研修の拡充 各種リーダー制度の整備 	
	ダイバーシティの推進	<ul style="list-style-type: none"> ダイバーシティの推進が遅れることで、計画通りに採用及び定着が進まないリスク 	<ul style="list-style-type: none"> 女性採用、外国籍従業員採用、障がい者（パートナー※）採用の拡大 産育休に関する福利厚生拡大、時間単位有給制度の導入など、すべての従業員が働きやすい職場環境の整備 	<ul style="list-style-type: none"> 女性管理職比率：10%以上 男性育児休業取得率：100% 障がい者雇用率：2.8%以上 	
	従業員エンゲージメントの 向上	<ul style="list-style-type: none"> 離職率が高まることで、事業拡大に支障をきたすリスク 	<ul style="list-style-type: none"> ジョブローテーション、社内公募によるキャリアアップ施策 1on1面談など従業員との対話に基づく職場環境の改善 プロセス評価やチーム制の導入により、新たな働きがいを提供 	<ul style="list-style-type: none"> キャリアアップ施策・制度の拡充 従業員満足度の向上 	
環境取り組みの加速	脱炭素社会・ 循環経済との共生	<ul style="list-style-type: none"> 脱炭素社会への移行に伴い、各種コストが増加するリスク 気候変動に伴い、自然災害が増加、店舗や商品への被害が増加するリスク 新車EVのニーズが高まることで、中古車の流通が一時的に減少するリスク 環境へ貢献する取り組みが進まないことで、お客様から当社が選ばれなくなるリスク 	<ul style="list-style-type: none"> 電気使用量やガソリン使用量を削減し、CO₂排出量を削減 CDPへの回答を通じたESGスコアの獲得 自然災害リスクをおさえるためのBCPの見直し 新車ディーラーを中心に、EV販売・EV整備を通じて、新たな市場への拡大と価値提供を行う 本業であるリユースとメンテナンスの促進を通じて車齢を長期化することで、CO₂排出量を削減 	<ul style="list-style-type: none"> カーボンニュートラル CDPのスコアB以上獲得 	
	CO ₂ 排出量の削減	<ul style="list-style-type: none"> エネルギー使用量が増加することで、店舗の運営コストが増加するリスク 	<ul style="list-style-type: none"> 店舗へ太陽光パネルを導入することで、CO₂排出量の削減に貢献 	<ul style="list-style-type: none"> 太陽光パネルを順次導入 	
ガバナンスの強化	エンゲージメントを高める 内部統制	<ul style="list-style-type: none"> ステークホルダー目線での内部統制の観点不足することで、お客様のニーズと当社の事業にミスマッチが発生するリスク 	<ul style="list-style-type: none"> お客様満足、従業員満足といったエンゲージメントを高めるためのPDCAを回し続けることで、健全な自動車業界の発展に貢献 ステークホルダーへの提供価値を通じて、「みんなに愛されるクルマ屋さん」となり、企業価値の向上を実現 	<ul style="list-style-type: none"> 適切なコーポレート・ガバナンスの遵守・運用 	

※ 社内呼称



ESG

価値創造の基盤

基本的な考え方

ネクステージは事業活動を通して、お客様の生活をより便利に、より快適なものとするサポートをしています。

私たちはいま、車の販売やサービスの提供だけでなく、社会の課題、環境問題などに向き合いながら、ガバナンスやコンプライアンス、リスクマネジメントに取り組み、価値創造を行うことが求められています。

昨今、経済環境の変化により、リユースに対する価値観や、中古車に対する意識も変化してきています。

私たちは多様な人財が活躍できる体制を整えるとともに、循環されるべき価値のある車を少しでも多くのお客様へお届けし、持続可能な企業として、「みんなに愛されるクルマ屋さん」の実現を目指します。

32 **Environment** 環境

40 **Society** 社会

49 **Governance** ガバナンス



Environment

環境

ネクステージの環境ポリシー

ネクステージは地球・地域の環境を守ることが、サステナブルな事業活動、そして経営理念である「みんなに愛されるクルマ屋さん」になることにつながると考えています。社会生活に不可欠なクルマを、絶えずお客様にお届けするために、環境問題への対策と事業活動を両輪で取り組みます。環境関連の法令や地域の条例・協定などを遵守・行動し、環境負荷の低減に貢献できる取り組みを推進していきます。


CONTENTS

- 33 TCFDへの取り組み
- 36 中古車と環境
- 38 環境への取り組み

環境 TCFDへの取り組み

気候変動関連のリスク・機会を特定し 環境への貢献と事業の持続的成長を両立

ネクステージは、国内・地域の環境を守ることがサステナブルな事業活動、そして経営理念である「みんなに愛されるクルマ屋さん」の実現につながると考えています。そのための重要課題である気候変動問題に対応するため、TCFD提言への賛同を表明するとともに、TCFD提言が推奨する4つの開示項目に沿って、中長期的な視点で事業活動に影響を及ぼす可能性のあるリスクと機会の分析、及び財務情報・非財務情報の開示の拡充を図っています。また、経営による適切な監督・監視により、環境への貢献と事業の成長をともに実現していきます。

 TCFDに基づく情報開示

ガバナンス

社外取締役が委員長を務め、取締役で構成されているリスクマネジメント委員会を原則として四半期に1回開催し、気候変動に関連するリスクと機会についての対応状況の確認、対応策の策定、取り組み内容の検証を行い、取締役会に報告を行います。取締役会は最高意思決定機関として、リスクマネジメント委員会の提言について審議、決議を行うとともに、執行状況の監督を行い、経営の持続性と事業の強靭性を確保します。

リスク管理

リスク管理体制を強化するため、事業計画の策定、予算統制、リスクマネジメント規定及び行動規範を含む諸規定に基づく業務運営と、内部監査体制の強化による内部統制の充実に取り組んでいます。気候変動に関連するリスクの選別・管理・評価については、リスク管理プロセスに従って、リスクマネジメント委員会にて全社的なリスクマネジメントと統合の上、詳細に検討を行い、経営において重要なリスクと機会を抽出し、対応策を決定、最終的に取締役会へ報告を行います。

戦略

●気候変動リスクと機会の検討期間の定義

当社は、現在から3年以内を「短期」、パリ協定の温室効果ガス削減の中間目標期間である2030年を「中期」、最終目標期間である2050年を「長期」、気候変動リスクが拡大した場合に、甚大な被害発生が想定される21世紀末を「超長期」と位置付けています。

●シナリオ分析にあたっての前提

既存の研究に基づき、パリ協定の目標である「産業革命前からの全世界の平均気温の上昇を1.5℃未満に抑える」ことを想定した「1.5℃シナリオ」と、温暖化対策が進まずに気温が上昇した「4℃シナリオ」の2つの世界を想定し、分析を行いました。

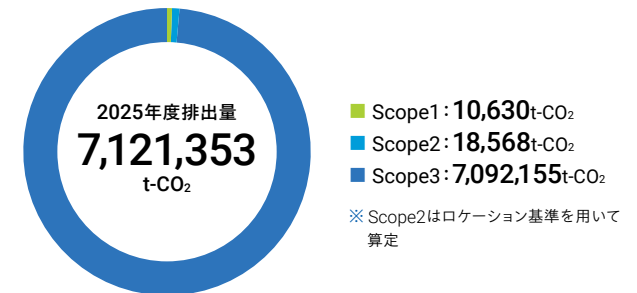
●各シナリオにおける、リスクと機会の分析、事業へのインパクト

気候変動に関連するリスク及び機会について、シナリオごとに発現時期を想定して、事業への財務影響について分析・検証を行いました。財務影響度は、営業利益を基準に、目標営業利益の0.5%未満を「小」、0.5～1%を「中」、1%超を「大」と定義しています。

指標と目標

ネクステージでは、気候関連リスク・機会の評価に用いる指標として、CO₂排出量 (Scope1、2、3) を採用し、算定及び開示を行っています。また、管理に用いる指標として、売上高当たりCO₂排出量 (Scope1、2) を採用し、計画的に削減を進めていきます。

CO₂排出量 (Scope1、2、3)[※]



売上高当たりCO₂排出量

- 2025年11月期実績: **0.0448**t-CO₂/売上高(百万円)
- ※前年: 0.0477t-CO₂/売上高(百万円)

長期目標

ネクステージは、Scope1とScope2を2050年までに0にする(カーボンニュートラルを達成する)ことを目標に、削減に向けた取り組みを進めていきます。

環境 TCFDへの取り組み

気候変動リスク・機会のシナリオ分析

事業への影響	財務影響度※1		発現時期※2	対応策
	1.5°Cシナリオ	4°Cシナリオ		
移行リスク				
<p>[政策法規制リスク] 炭素税の導入・拡大によってコストが増加する可能性</p>	中 (▲8.7億円)	—	中期～長期	<p>既存の対策・取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> 店舗における自動調光システム導入による節電 店舗に反射率の高い壁紙を使用し、照明機器の数を減らすことで、従来比で消費電力の約20%を削減 <p>今後の対策・取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> 太陽光パネルの店舗への設置促進 
<p>[政策法規制リスク] 再生可能エネルギー比率の上昇により、電力コストが増加する可能性</p>	小 (▲2.1億円)	—	中期～長期	<p>既存の対策・取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> 空調の温度設定ルールの徹底 退社完了時刻21:00を徹底することで消費電力を削減 店舗照明のLED化 
<p>[技術リスク] EV拡大に伴う充電設備投資コストの増加の可能性</p>	小 (▲2.2億円)	—	中期～長期	<p>既存の対策・取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> 輸入車ディーラー店舗での充電器の設置 <p>今後の対策・取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> 需要に応じて、店舗への充電器の設置を検討 
<p>[市場リスク] EV新車販売比率が増加することで、中古車の流通が減少する可能性</p>	大 (▲9.2億円)	—	中期～長期	<p>既存の対策・取り組み 今後の対策・取り組み</p> <p>4つの経営戦略を通じて、中古車市場におけるシェア拡大を実現することで、EV保有の拡大に伴うリスクを上回る成長を実現可能と予測</p> 

※1 2030年の営業利益を900億円と仮定し、財務影響度を判定。小：営業利益の0.5%未満（4.5億円未満） 中：営業利益の0.5%～1%（4.5億円～9億円） 大：営業利益の1%超（9億円超）

※2 中期：2030年まで 長期：2050年まで

環境 TCFDへの取り組み

気候変動リスク・機会のシナリオ分析

事業への影響	財務影響度※1		発現時期※2	対応策
	1.5°Cシナリオ	4°Cシナリオ		
物理的リスク				
<p>[急性リスク] 豪雨の頻発に伴い、大規模な洪水災害が発生し、店舗や商品車への損害、店舗復旧までの休業に伴う利益損失が発生する可能性</p>	中 (▲9.0億円)	大 (▲17.9億円)	短期～超長期	<p>既存の対策・取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ●BCP（事業継続計画）を策定し、台風や線状降水帯による大雨が予測される場合は、店舗スタッフが決められたルールに則り、浸水を防ぐことができる場所（高台のヤードなど）まで車両を移動するスキームとしている ●出店する店舗については、出店検討の際に、ハザードマップの情報を考慮する <p>今後の対策・取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ●自然災害の多発化、大規模化に備え、BCPの見直しを行う 
<p>[慢性リスク] 気温上昇に伴う空調コストの増加</p>	—	小 (▲0.4億円)	中期～超長期	<p>既存の対策・取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ●空調の温度設定ルールの徹底 ●退社完了時刻21:00を徹底することで消費電力を削減 <p>今後の対策・取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ●太陽光パネルの店舗への設置促進 
機会				
<p>[製品サービス] EVの取り扱い強化によるEV新車販売・EV整備の売上増加</p>	中 (+7.4億円)	—	短期～長期	<p>既存の対策・取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ●輸入車ディーラー事業におけるEVの販売・整備 <p>今後の対策・取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ●EV販売、整備の拡大 ●中古EVの販売・買取・整備に関するノウハウの拡大 
<p>[市場] EVが普及することにより、EV中古車マーケットが拡大する可能性</p>	中 (+7.6億円)	—	中期～長期	

※1 2030年の営業利益を900億円と仮定し、財務影響度を判定。小：営業利益の0.5%未満（4.5億円未満） 中：営業利益の0.5%～1%（4.5億円～9億円） 大：営業利益の1%超（9億円超）

※2 短期：3年以内 中期：2030年まで 長期：2050年まで 超長期：21世紀末

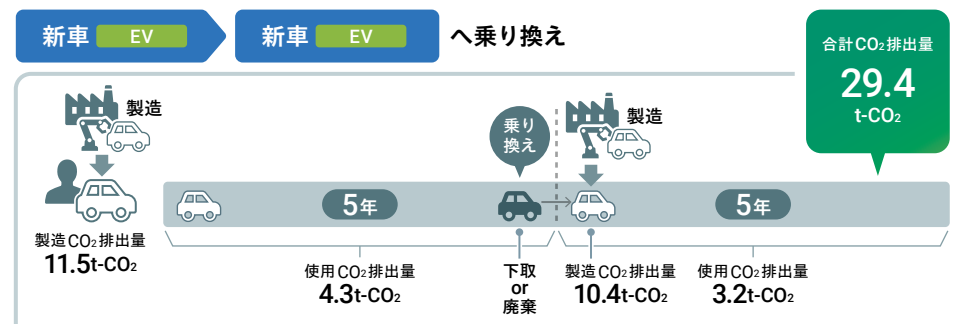
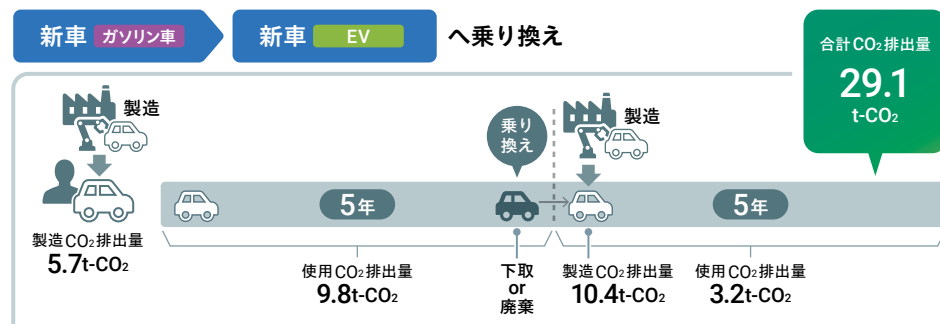
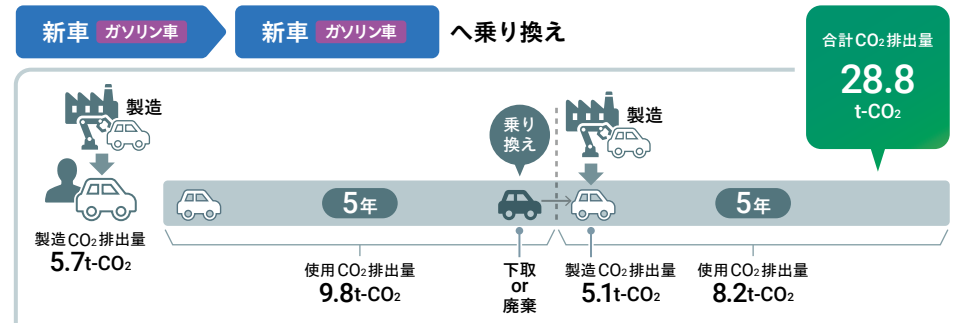
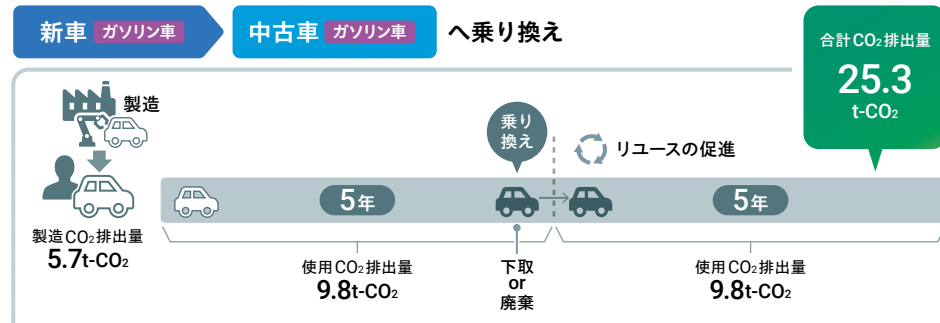
環境 中古車と環境

中古車への乗り換えによるCO₂削減(新車・EV比較)

新車乗り換えやEV(電気自動車)乗り換えに比べて、中古車は温室効果ガスであるCO₂の排出量を抑えることができます。



以下の図は、お客様が車を乗り換えられるとき、中古車(ガソリン車)・新車(ガソリン車・EV)の種類ごとに10年間でどの程度のCO₂が排出されるのか、イメージを作成したものです。



計算ロジック

- 車を“製造”する際に発生するCO₂と、走行など“使用”する際に発生するCO₂を外部の調査データから引用しました。
- 一人のお客様のカーライフを10年間というスパンで考えたときに、“製造”と“使用”に伴い排出される合計CO₂排出量を算定しました。
- 弊社で直近1年間小売販売をした車の平均車齢が約5年であることから、新車を5年間乗ってから手放したケースでシミュレーションしました。
- 5年後には技術の進展などにより、新車の“製造”と“使用”に伴うCO₂は減少します。
- こちらのシミュレーションは、あくまで一人のお客様単位であり、日本国内全体でのCO₂排出量減少シミュレーションについては、次ページをご参照ください。
- 車種や使用年数・走行距離によって、排出されるCO₂は増減するため、あくまでイメージとしてご理解ください。

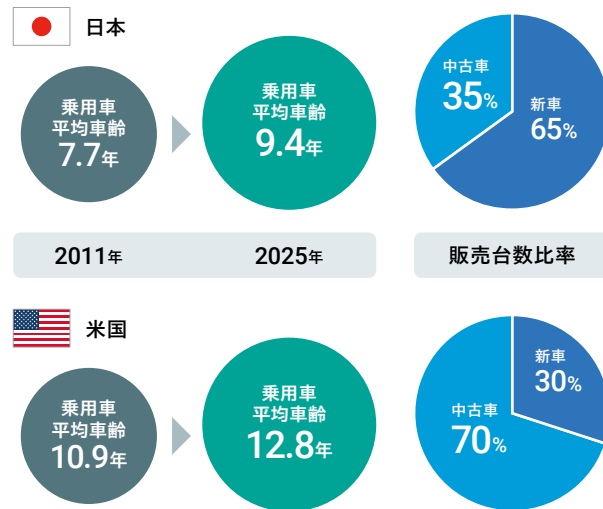
出典：「経済産業省 資源エネルギー庁 平成29年度石油産業体制等調査研究(我が国の自動車部門におけるエネルギー供給構造等の在り方に関する調査)調査報告書2018年3月30日」掲載のデータを参考に、CO₂排出量の推計値を算定。本算定は、自動車のLife-Cycle AssessmentのCO₂排出量イメージを可視化するために行ったものです。

環境 中古車と環境

中古車市場が拡大することで循環経済が発展し、サステナビリティに貢献

日本では自動車の平均車齢は約9.4年（2025年時点）となっていますが、米国ではさらに長いものとなっています。平均車齢は毎年延び続けており、将来平均車齢がより延長したケースでの、中古車市場と環境への影響を分析しました。

乗用車平均車齢と販売台数比率（日米比較）

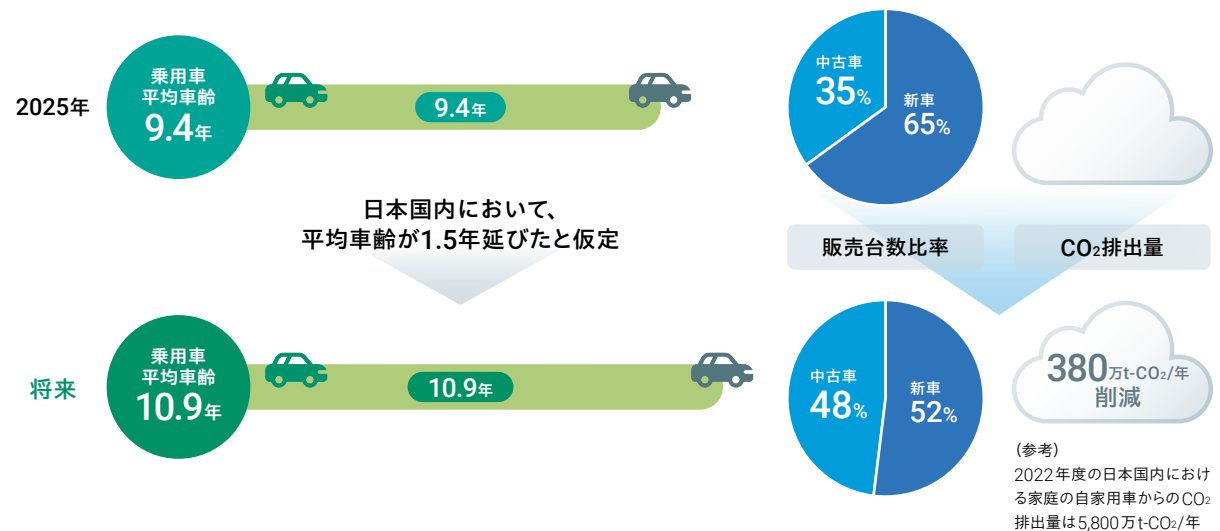


米国では、10万km、20万kmを超えても車に乗り続けているケースが多く、平均車齢が12.8年と、日本より約3年ほど長いというデータがあります。米国は世界最大規模の新車販売マーケットですが、中古車はさらに新車の約2.3倍の規模で流通しており、古い車にも長く乗り続けられていることから、中古車の流通もとても活発です。

出典：（日本）一般財団法人自動車検査登録情報協会「わが国の自動車保有動向」、一般社団法人日本自動車工業会「乗用車市場動向調査」
（米国）S&P Global Mobility「Average Age of Vehicles in the US (2011, 2025)」, statista「New and used light vehicle sales in the United States from 2010 to 2024」

日本国内での平均車齢の延長がもたらす、中古車市場と環境への影響

乗用車の平均車齢が9.4年から10.9年に延びた場合の、新車と中古車の流通台数についてシミュレーションを実施しました。その結果、中古車市場は40%から48%に拡大が見込まれます。また、CO₂排出量の変化についても分析した結果、平均車齢が延びるとトータルでCO₂排出量の削減が見込まれます。



保有台数が変わらないと仮定した場合、平均車齢が延びる=製造（新車）が減少し、中古車の流通が増加します。CO₂排出量についても、使用に関わる排出は増加しますが、製造に関わる排出が減少するため、トータル排出量は削減となります。

環境 環境への取り組み

地域社会とも連携・共生しながら 環境にまつわる課題解決に貢献

ネクステージは、持続可能な社会の実現に向けて、環境に配慮した事業運営の強化を重要な経営課題のひとつとして位置付けています。現在、脱炭素や環境負荷低減のために当社が取り組んでいる施策をご紹介します。

BYDの電気自動車を6つの自治体に寄贈

企業版ふるさと納税によるEV寄贈を通して 自治体の脱炭素推進に貢献

ネクステージでは、地方創生を支援するための国の施策である「企業版ふるさと納税」を活用し、日本国内でのディーラー契約を締結したBYDグループのEV（電気自動車）を、脱炭素をはじめとする地域課題の解決に取り組む自治体に寄贈しています。

2026年4月現在、2050年に市域の温室効果ガス排出量ゼロを目指す「ゼロカーボンシティ」を宣言した愛知県岡崎市、地域防災力の強化などの地方創生プロジェクトを推進する埼玉県草加市、カーボンニュートラルの実現に向けた「未来を応援する道プロジェクト」を展開する千葉県四街道市、人口減少社会に対応しながら地域の活力を維持・向上させる「まち・ひと・しごと創生プロジェクト」を推進する福岡県宇美町、「安全・安心なまちづくり」の取り組みに注力する岡山県美咲町、そして「ゼロカーボンシティ宣言」及び地域防災力の強化を図る奈良県田原本町の6自治体に、



奈良県田原本町に電気自動車「BYD DOLPHIN」を寄贈
(左) 広報室長 酒井 啓資、(右) 高江 啓史町長



岡山県美咲町に電気自動車「BYD SEALION7」を寄贈
(左) 青野 高陽町長、(右) 広報室長 酒井 啓資

計10台のEVを提供しています。

寄贈されたEVは各自治体において公用車として使用され、CO₂排出量の削減に貢献します。また、EVは災害時の非常用電源としての役割も担うことができるため、災害対応能力の向上にもつながります。今後も、地方創生を推進する全国の各自治体に向けて、企業版ふるさと納税を通じたEVの寄贈を進めていく方針です。



愛知県岡崎市からの感謝状

対応するSDGs

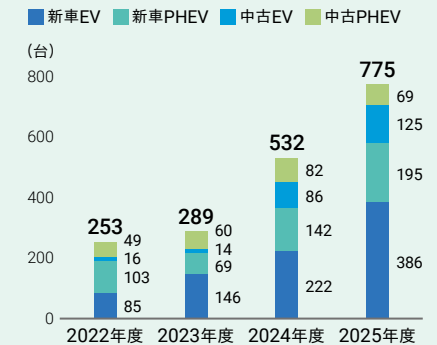


輸入車ディーラー事業

EV・PHEVの販売台数が年々拡大

ネクステージグループの輸入車ディーラー事業が展開する各ブランドでは、EV・PHEVを販売しています。国内のEV販売台数は年々拡大しており、ネクステージにおいても2022年から2025年にかけて着実な成長を続けています。EV・PHEVの普及は、走行時のCO₂排出量削減に寄与するため、今後も多様な車両を取り扱うことで、販売台数の拡大を目指していきます。

EV販売台数の推移*



* 輸入車ディーラー事業における販売台数（受注ベース）の実績



BYD AUTO 池袋

ネクステージが展開するBYD正規ディーラーの東京1号店として、2023年8月にオープンしたBYD AUTO 池袋（東京都豊島区要町）。世界最大手のEVメーカーであるBYDの各種モデルを快適かつ気軽に体感いただけるショールームを設け、環境性能に優れた魅力的なプロダクトを多くのお客様にお届けしています。

環境 環境への取り組み

桜の植樹・保全活動

豊かな森林資源を未来に継承するべく
富士山麓において「癒しの森」づくりを推進

当社グループ会社の株式会社エー・エル・シー及びその連結子会社は、植樹活動を通じて地球環境への貢献と、お客様・地域社会との共生を大切にしています。表情豊かな森林資源を未来の子どもたちへ引き継ぐべく、富士山麓の裾野市において「癒しの森」づくりを推進。満開の桜が、地域の方々にとっての安らぎや自然への感謝の象徴となるよう、継続的な保全に努めています。2025年の活動内容は以下の通りです。

- 2025年3月：野生動物による苗木の食害を防ぐための防護柵を設置。植樹した森林資源を確実に守るための基盤整備を行いました。
- 2025年4月：山桜の苗木2,000本を新たに植栽。社員一同で植樹活動へ参加、既存の苗木のメンテナンスを行い、定着率の向上を図りました。
- 2025年7月：老朽化した案内看板の木枠を修繕し、新しい看板を設置しました。



苗木の食害を防ぐための防護柵



老朽化した木枠を修繕した新看板



快晴のもと、広大なエリアを手分けしながら効率的に植樹を実施



新入社員と参加者による記念撮影。桜の成長を願い、今後も植樹活動を継続していきます

太陽光設置促進の活動

PPAモデルで再生可能エネルギー利用を拡大

PPAモデル※による太陽光発電設備を導入し、CO₂排出量の削減を図っています。2023年8月にネクステージ土岐多治見店（岐阜県）からスタートし、気候変動リスク・機会のシナリオ分析への対応策に沿って2025年11月期にはすでに設置済の4店舗に加え、さらに19店舗への追加設置を決定しました。今後も各店舗のスペースを有効活用し、再生可能エネルギー利用の拡大を進めていきます。

- 発電実績：319,645kwh/年
- CO₂削減量：約135t-CO₂/年
(2025年11月期実績)

※ PPA (Power Purchase Agreement) モデルとは、需要家と発電事業者の間で締結する電力購入契約のことであり、発電事業者が太陽光発電システムを設置し、発電した電力を需要家に販売するモデル

CO₂フリーの電気契約プランに加入

気候関連リスクへの対応を推進

九州電力株式会社が提供する、非FIT非化石証書（再エネ指定なし）等を活用して使用電力に実質的なCO₂フリー価値を付加する法人向け電力メニューを採用。これにより、電力使用によるCO₂排出量の削減につなげています。



整備における環境に配慮した製品の導入

車両整備における環境負荷を低減

整備本部では、車両の修復・補強や洗浄において、環境に配慮した製品の導入を進めています。例えば、環境配慮型水性防錆剤の採用や、工場の洗浄剤には、シリコンやAOXなどを含まない製品を全店に展開しています。また、発煙筒に比べて半永久的に使用可能な非常信号灯の採用により、廃棄物削減を推進しています。

非常信号灯
使用例



Society

社会

人財の価値を最大化して社会に貢献

ネクステージは、最も大切な経営資源である「人財」の確保や育成に努め、人的資本をいっそう高めていきます。

また、すべてのステークホルダーとより良い関係を築き、将来にわたって維持発展させながら、企業価値を高めて社会に貢献していきたいと考えています。

CONTENTS

- | | |
|---------------|-------------------------|
| 41 人的資本 | 46 お客様 |
| 43 ダイバーシティの推進 | 47 地域社会・お取引先様・株主/投資家の皆様 |
| 45 人権への取り組み | |

社会 人的資本

人的資本を強化する取り組み

ネクステージにとって重要な経営資源である「人財」。その価値を最大限に引き出すことが、当社のさらなる成長には不可欠です。そのためいま、人的資本を強化する数々の取り組みを推進しています。従業員一人一人が持っている能力を存分に発揮し、ネクステージでのキャリアに大きな魅力を感じ、ここで成長することに誰もが喜びを実感できる、そんな唯一無二の企業を目指していきます。

1 現場の裁量による人財採用の推進

人財採用においても現場主体での運用へシフトしています。従来、本部で一括採用して各店舗に配置していましたが、2025年11月期からは、店舗で一緒に働く管理者やスタッフが面接した上で、最終的に採用の可否を決定する方式に移行しています。本部主導の採用は効率的ですが、現場が求める適性やスキルとのか合いが生まれやすく、結果として離職につながるケースも見受けられました。こうした課題に対応し、当社と真にマッチングする人財の確保に努めていくことで、定着率の向上やチーム力の強化を図っていきます。今後、人財採用も含めて現場が権限と裁量を持ち、自立して店舗を運営する風土を醸成することで、企業の力をいっそう高めていきます。



2 モチベーションを高める「リトライ制度」を新たに導入

ネクステージでは四半期ごとに業績とプロセスを総合的に評価する人事制度を設けています。2025年11月期からは降格後、次にチャレンジできる昇格試験の成果基準をクリアできた場合、試験免除で降格前のランクに戻る制度を新たに導入。挽回の機会を速やかに提供することで従業員のモチベーション維持を図っています。

3 単身赴任手当と帰省手当を拡充し、従業員の生活を支援

家族と離れて単身赴任で勤務している従業員の生活を支援するために、単身赴任手当と帰省手当を拡充しました。単身赴任者に支給される手当は、月額20,000円から50,000円へと増額。また、月2回支給される帰省手当についても、従来は本人が実家に帰るケースに限っていましたが、家族が単身赴任先を訪れる場合にも適用できるように変更しました。こうして従業員満足度を高めることにもいっそう力を入れ、企業のさらなる成長につなげていきたいと考えています。

従業員の声

志村 依緒 ネクステージ和歌山店 店長

私は大阪に自宅があり、妻と二人の子どもがいますが、現在は和歌山店の店長を任せられ、単身赴任しています。今回、単身赴任手当が増額されたことで、生活面での安心感が増しました。休みのたびに自宅へ戻り、家族と過ごす時間を大切にしています。会社の制度や周囲のサポートもあって単身赴任先でも力を発揮することができ、自分の成長を感じています。

柳瀬 裕太郎 ネクステージ山口店 販売営業チーフ

私は結婚後、福岡市内で妻と暮らしていましたが、販売営業チーフとして山口店に転勤することになり、現在は単身赴任しています。手当増額後は経済的な余裕が生まれ、自炊が面倒なときは気軽に外食できるようになりました。月に2回ほど帰省していますが、離れて暮らすことで家族の良さをあらためて実感し、仕事に対しても新たな意欲が湧いています。

社会 人的資本 〈人的資本を強化する取り組み〉

4 優秀な人財を育てる「管理者トレーニング」を実施

人的資本強化の重要なテーマとなるのが、優秀な人財育成を現場で主導する管理者のスキルアップです。そうした認識のもと、2025年は7回、管理職を対象としたトレーニングを実施しました。管理者には経営方針の理解はもちろん、組織を束ねる役割意識や多様化する業務への対応力などが求められます。本研修では、現場で成果を挙げるための知識やノウハウを習得し、実践につなげる力を養いました。講師の先生からは、参加者の「互いに高め合い、変化していく様子」への称賛とともに「学び続ける姿勢を大切に」とのメッセージも伝えられました。

また、役員が登壇する社内セミナーも実施し、経営理念や行動指針の深掘りと、その必要性について検討を行いました。役員が管理職へ直接働きかけることで、主体的にスタッフを導く管理職の育成を目的としています。



外部講師による研修を実施

5 販売・買取・整備の3部門合同でロールプレイング大会を開催

ネクステージでは、従業員一人一人の成長を会社全体の競争力向上につなげるべく、取り組みを実施しています。その一例が、接客力・提案力・技術力を競う社内ロールプレイング大会であり、2025年は販売・買取・整備の3部門合同による全社規模での開催となりました。全国の予選を勝ち抜いた各部門6名、計18名がトーナメント形式で競い合い、優勝者を決定。大会を通して得られた気づきやノウハウを全従業員に共有し、各々が学びを深めることで仕事へのモチベーションを高め、サービス品質のさらなる向上を図っています。



大会を通じて、スキル向上と優れた取り組みを認め合う文化を醸成

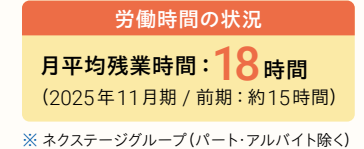
6 従業員の健康増進と労働安全衛生の向上

事業の持続的な成長に向けては、従業員一人一人が心身ともに健全な状態で能力を発揮できる環境づくりが不可欠であると認識しています。従業員の健康と安全を重要な経営基盤のひとつと位置付け、長時間労働の抑制及び労働災害の防止をはじめ、現場の実態を踏まえた継続的な改善活動を通じて、従業員が安心して働くことができる環境の整備を図っています。

健康維持・増進に向けた取り組み

労働時間の管理及び是正

従業員の労働時間を把握し、残業時間の状況を定期的にモニタリングしています。長時間労働が発生している場合には、その要因分析を行い、業務プロセスの見直しや人員配置の最適化などの改善施策を検討・実施しています。



コンディションチェックアンケートの実施

全従業員に対して体調や心境をヒアリングする「コンディションチェックアンケート」を毎月実施し、必要に応じてフォローを行っています。

健康管理の推進

定期健康診断の受診促進や未受診者へのフォローを行い、従業員の健康管理の徹底に努めています。また、ストレスチェックの実施及び結果分析を通じ、従業員の心身の健康状態の把握と職場環境の改善に取り組んでいます。

労働安全衛生の推進体制及び取り組み

安全衛生委員会の開催

定期的に安全衛生委員会を開催し、労働災害の発生状況やヒヤリハット事例、職場環境に関する課題の共有及び改善策の検討を行っています。

安全意識の向上に向けた取り組み

労働災害の発生状況や注意喚起事項について、社内での共有を行い、従業員の安全意識の向上に努めています。

労働災害の管理及び再発防止

労働災害の発生状況を集約・管理するとともに、個別事案ごとに原因分析を実施し、再発防止策の策定・展開に取り組んでいます。

労働災害の発生状況 (2025年11月期)※1

度数率	1.36
強度率	0.01
年千人率	2.53
労働災害死亡件数	0件

- 度数率：100万労働時間※2当たりの労災発生件数（発生頻度）
- 強度率：100万労働時間当たりの労災による損失日数（重軽度）
- 年千人率：年間1,000人当たりの労災発生件数（発生割合）

※1 ネクステージグループ

※2 100万労働時間：労働者約520人の年間労働時間に相当
(8時間×月20日×12カ月)

社会 ダイバーシティの推進

ダイバーシティを推進し、多様な人材がそれぞれの能力を最大限発揮できる環境を整備することは重要課題であると認識しています。そのため、すべての従業員にとって働きやすい環境づくりを進めています。

ダイバーシティ推進方針

多様な人材が活躍できる就労環境を整備するために、以下の3点を推進しています。

- 1 多様な人材を採用すること
- 2 ダイバーシティに関する理解を促進すること
- 3 すべての従業員が働きやすい環境を整備すること

「ダイバーシティ推進委員会」の設置

ダイバーシティを今後さらに推し進めるため、2022年より経営陣を責任者とした「ダイバーシティ推進委員会」を設置。2025年11月期は、「女性活躍推進」をテーマに下記の取り組みを進めました。

2025年11月期の主な取り組み

- 子育て支援セールスショートタイム制度
- 同職種座談会の拡充
- 事務時短勤務者向け早出制度



ダイバーシティ推進委員会で、定期的に労働環境改善案を検討

多様な人材の採用

「経営理念の実現」の達成に向けて人材の確保は必要不可欠です。性別や国籍をはじめ多様なバックグラウンドの従業員を採用することで、人材を確保するとともに、それぞれの能力を活かすことで、ネクステージのさらなる発展につなげていきます。

● 女性

2025年11月末時点で、従業員全体の約30%が女性となっています。性別に関わらず活躍できる環境を推進するため、女性管理職比率の向上を目指しています。

女性管理職比率：**8.6%**
(2025年11月時点 / 前年：9.5%)

※ ネクステージ単体

● 障がい者 (パートナー※)

ネクステージは障がい者雇用における法定雇用率を達成し、2025年11月末時点の障がい者雇用率は、2.7%であり、法定雇用率を継続して達成しています。本社だけでなく、全国の店舗や在宅での勤務など、多様な職種・働き方での就労を可能にすることで、様々なバックグラウンドを持った従業員が活躍しています。

※ 社内呼称

障がい者雇用率：**2.7%**
(2025年11月末時点 / 前年：2.7%)

※ ネクステージ単体

● 外国籍従業員

2025年11月末時点で、18カ国429名の外国籍従業員が在籍しています。そのうちチーフ職が42名、管理職は4名在籍しており、国籍に関係なく活躍できる環境を整備しています。

外国籍従業員：**18カ国、429名**
(2025年11月末時点 / 前年：18カ国、432名)

※ ネクステージグループ

● 一人親世帯

ネクステージでは、子育てや育児との両立で就労が不安定な方々を積極的に採用しています。日本において貧困率が高くなっている一人親世帯を支援し、活躍できる機会・環境を提供しています。

一人親世帯の雇用者数：**166名**
(2025年11月末時点 / 前年：172名)

※ ネクステージ単体

社会 ダイバーシティの推進

多様な人財の活躍は、企業に欠かせない活力をもたらす重要な要素です。
なかでも女性と外国籍従業員の活躍は、人的資本の観点からも重要な経営テーマのひとつとなっています。

INTERVIEW 社内ロールプレイング大会買取部門で優勝



ロールプレイング大会優勝を通して 得た学びをもとに商談の精度を向上

佐々木 遥
ネクステージ博多買取店 買取スタッフ

普段の姿勢が評価されたことが大きな自信に

2025年のロールプレイング大会の買取部門で優勝することができ、率直に嬉しかったです。私自身、それまでは「その場で即決をいただくこと」を意識して商談に取り組み、ときには空回りすることもありましたが、大会という舞台でその姿勢を評価いただけたことは光栄であり、大きな自信につながりました。

買取業務で求められることを再認識

このロールプレイング大会を通して、当社が掲げる愛情査定宣言や、中古車を扱う上で必要な行商従業者証を確実にお客様に提示するなど、信頼を得るための細かな言動の必要性を再認識することができました。また、他の買取スタッフの接客スタイルを拝見したり、貴重なアドバイスをいただいたりするなかで、多くの学びを得ることができ、以降の買取業務に活かしています。

どんなお客様からも安心して頼られる人財に

この大会を経験して、買取事業という特性上、短期間で信頼を構築する大切さにあらためて気づき、普段の業務のなかでも特に意識しています。買取のお客様は多くの場合、初めて査定を利用される方、あるいは査定の経験がほとんどない方です。そうしたお客様にも安心して頼っていたけるような提案やサポートができる人財を目指していきます。

INTERVIEW 店長として活躍する外国籍社員



失敗してもいいから挑戦する その姿勢が店舗をより良く変えていく

グアマン チュンガ ヒデキ
ネクステージ摂津店 店長

周りの仲間と協力しながら店舗を運営

現在、大阪府内にある店舗の責任者を務めています。店長に就任した当初は、店舗運営に関することを一人で抱え込んでしまい、運営が円滑に行えず、対応が後手になっていました。そこで意識を切り替え、自分の周りには仲間や同じ境遇の外国籍スタッフがいるということであらためて認識し、進んで協力を仰いでいくことで店舗の業績が好転するようになりました。

挑戦し続けることが自分自身を成長させる

私の周りには、チームがいます。分からないことがあれば互いに聞き、失敗してもいいから挑戦する。そうした経験が自分を成長させるのだと実感しています。また、外国籍スタッフとして店長に挑戦するまでは、日本でのルールや法律、習慣の違いにより、お客様やスタッフと認識の違いが生まれて不安を与えてしまうことがありました。そのようなときも、本社や周囲のスタッフからの支援により、失敗を恐れずに挑戦し続けることができ、成果につなげることができました。

販売・買取・整備が一致団結して地域一番店に

店長として、スタッフ全員が働きやすい環境をつくるために、細かく意思疎通をすることはいまでも苦勞しています。しかし、皆が能力を発揮し、それが業績につながると大きなやりがいを感じます。会社としても、社員全員にチャンスを与えてくれているので、感謝しています。経営理念である「みんなに愛されるクルマ屋さん」を実現し、地域一番店になることを目指していきます。

社会 人権への取り組み

人権方針の制定

● 基本方針

ネクステージグループは、事業活動が人権に影響を与えることを理解し、すべてのステークホルダーの人権を尊重した上で、経営理念である「みんなに愛されるクルマ屋さん」の実現を目指しています。

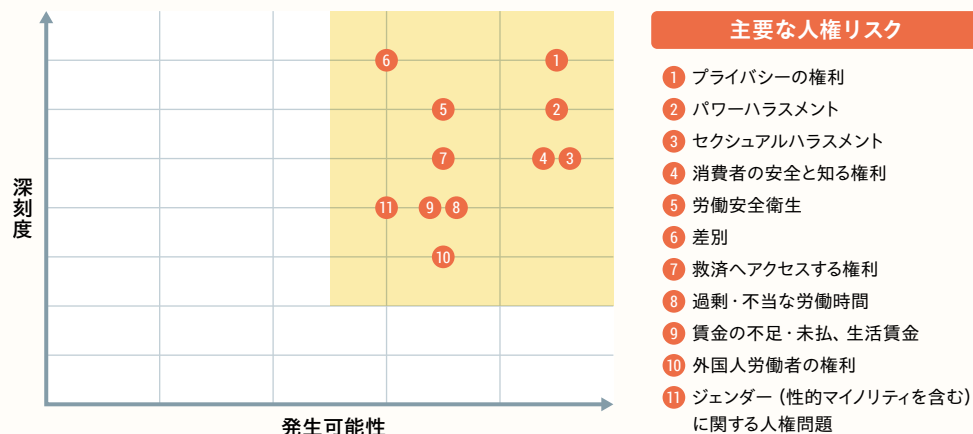
● 人権に関する国際規範の尊重

当社グループは、国連の「国際人権章典」及び国際労働機関（ILO）の「労働における基本的原則及び権利に関する宣言」に記された人権を最低限のものとして理解し、尊重します。さらに、国連の「ビジネスと人権に関する指導原則」に基づき、人権を尊重します。また、事業活動を行う地域において適用される法令を遵守します。

人権デューデリジェンス

人権デューデリジェンスとは、企業が自社やサプライチェーンにおける人権リスクを特定し、予防や軽減の策を講じる一連の取り組みです。その一環として、ネクステージを取り巻く人権リスクについて、「深刻度」と「発生可能性」の観点からインパクト評価を実施し、主要な人権リスクを特定しました。

主要な人権リスクの特定



従業員への理解浸透

人権リスクの予防や軽減策の一環として、以下の取り組みを行っています。

● ダイバーシティの推進

ダイバーシティ推進委員会が中心となり、社内で様々な人財が活躍できる職場環境の整備に取り組んでいます。

☐ P.43:ダイバーシティの推進

● コンプライアンス研修の実施

新卒研修をはじめとする各種研修の場で、パワーハラスメント・セクシュアルハラスメントを防ぐための知識を習得する機会を設けています。本人の自覚なくハラスメントを起こしてしまうことのないよう、発生前に予防することを目的としています。

社内外からのご意見・ご相談メカニズム

ネクステージでは、従業員やお客様がいつでも相談・通報ができる窓口を社内外に設置し、人権関連の問題も含めたご意見・ご相談を受け付ける窓口として運用しています。相談があった場合、通報内容の秘密保持はもちろん、情報提供者の保護を徹底しています。

従業員向け

社内窓口

- 社内通報制度
- 社内相談制度
- 社内アンケート
- 婦人科相談制度
- 外国籍スタッフ相談窓口

社外窓口

- 社外通報制度

お客様向け

- お客様相談室
- カスタマーセンター

お取引先様向け

- お取引先様ホットライン

(2025年11月時点)

社会 お客様

経営理念として「みんなに愛されるクルマ屋さん」を掲げるネクステージでは、ご利用いただくお客様一人一人に対して均一かつ高品質なサービスを提供し、すべての方に心から満足していただくことを目指しています。

お客様満足度向上の取り組み

ネクステージは、お客様満足度を向上させることが自らの企業価値の向上につながり、その積み重ねの先に「経営理念の実現」があると考えています。その基本方針として、「お客様の声に真摯に向き合い、スピーディーに対応」することが「みんなに愛されるクルマ屋さん」の実現につながることを考え、様々な取り組みを展開しています。

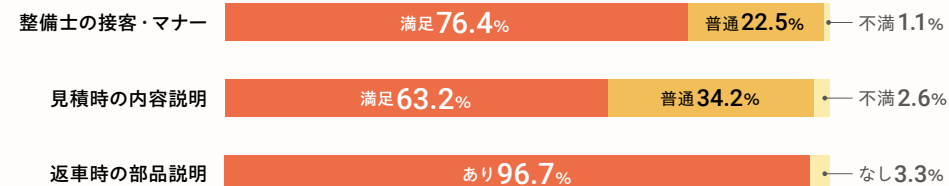
お客様アンケート

納車後アンケートの結果 (2025年11月)



車検後アンケートの結果 (2025年11月)

2024年7月より、車検後アンケートの実施を開始しました。回収率を上げるとともに、店舗ごとに実績を管理し、改善活動につなげています。



取り組み内容

お客様アンケートのデジタル化

納車後に実施するアンケートを、外部専門業者による電話調査からSMS・アプリを通じたオンライン形式に変更しました。オンラインへ変更したことで、お客様の都合の良い時間に対応いただけるようになり、アンケートの回答率向上につながっています。お客様の声を幅広く聞くことができる環境を整備することで、お客様のニーズをより正確に把握し、今後の改善に活かしています。

「相談ツール」の活用によるお客様対応の円滑化

お客様対応において、店舗での判断が難しい案件が発生した際に、本社の専門部署である「お客様相談室」へ内容を共有し、チャット形式で対応方法を相談できる「相談ツール」を2022年11月期より運用しています。この相談ツールの活用により、全店舗への確な対応を迅速に伝えることが可能になりました。また、お客様をお待たせすることなく対応することで、お客様満足度の向上につなげています。

お客様の声 (納車後・車検後アンケートより)

● ポジティブなご意見 ● ネガティブなご意見

- 納車後**
 - 親切で丁寧な対応に安心し、その日に購入を決めました。押し売り感もなく、信頼できました。
 - 電話連絡のタイミングと頻度が良く、質問にも分かりやすく説明いただき安心感がありました。
 - 無理な依頼もすぐ断らず、代替案を提案してくれ、親身な対応にありがたさを感じました。
 - 納車時の洗車が不十分でした。雨シミなど細部まできれいにしてほしいです。
 - 納車日変更後の連絡が少なく、少し不安に感じました。
- 車検後**
 - 説明が分かりやすく、クーポンもありお得に感じました。不明点も聞いて良かったです。
 - 修理箇所や今後修理が必要な箇所の説明もあり、参考になりました。
 - 交換部品を見せてもらったことで、交換の必要性に納得できました。
 - 見積時の説明が分かりにくく費用も曖昧で、後日電話で確認が必要でした。
 - 交換目安と必須交換項目を明確に分けて提示してほしいです。

社会 地域社会・お取引先様・株主/投資家の皆様

ネクステージは、車に関わる事業を通じて地域社会との連携や協調を図り、社会の一員としての責任を果たすとともに、地域の発展や豊かな生活環境づくりに貢献していきます。

活動方針

ネクステージは、各地域において、事業を通じて雇用やインフラの整備をはじめとした地域貢献や地域社会の課題解決と発展に努めています。今後も地域社会との連携を密にし、社会の活性化を促進することを目指していきます。

「こども110番の家 ～子どもたちを守るクルマ屋さん～」の活動に参加

「こども110番の家 ～子どもたちを守るクルマ屋さん～」の活動に参加しています。これは、地域の子どものトラブルに巻き込まれそうなときに、安心して駆け込める場所を提供するものです。N-BOOK内にマニュアルを整備し、新入社員を含むすべてのスタッフに内容の周知徹底を図っています。この活動は、一般社団法人愛知県自動車整備振興会が地域の自動車整備振興会と連携して推進しており、ネクステージでは2026年3月末時点で、全国88店舗で実施中です。今後さらに実施店舗を拡大し、安心・安全なまちづくりに貢献していきます。



整備工場の入口付近など、子どもの目に付きやすい場所に掲示

「こども仕事体験フェスタ in 名古屋」へ出展

次世代を担う子どもたちに向けて、クルマを通じた夢や学びの場を提供することにも取り組んでいます。その一環として2025年7月に名古屋市内で開催された「こども仕事体験フェスタ in 名古屋」に出展。小学生を対象に実際の車や社内で使用するツールを用いて、自動車整備士の仕事を体験してもらいました。地域社会とともに歩む企業として、今後もこうした活動を積極的に展開していきます。



優秀な整備士養成に向けた土岐学園との業務提携

自動車整備士養成校を2校運営する学校法人土岐学園と業務提携し、整備士育成に向けたサポートを2019年より実施しています。ネクステージからの出向社員による教育体制の強化に加え、実習車両の寄贈や企業奨学金制度の導入など、未来の技術者育成のための活動を推進。提携以降、在校生数は大幅に増加し、累計約120名（2026年4月時点）に及び卒業生がネクステージに就職しています。



学校法人 土岐学園
専門学校中部国際自動車大学校

「第53回全国消防救助技術大会」に協賛

2025年8月に兵庫県で開催された「第53回全国消防救助技術大会」に協賛しました。この大会は、2023年よりネクステージが職域提携を結ぶ一般社団法人全国消防協会による主催で、救助技術の錬磨と隊員の育成を通じて、地域の安全と福祉の向上を目指すことを目的としています。ネクステージはその理念に共鳴し、本大会を支援しました。

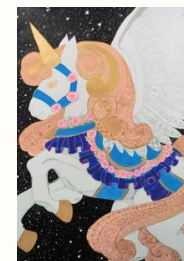


「アート雇用」の従業員による創作活動を支援

ネクステージの在宅勤務スタッフには、絵画や陶芸作品の制作を行う「アート雇用」の従業員が3名在籍しています。職務としてコンクールや展示会への出展（参加）を続け、創作活動を通じて活躍の場を広げています。今後も多様な才能や働き方を尊重し、個性を活かせる環境づくりに取り組んでいきます。

2025年 主な出展・受賞歴

- 「オカザえもんのパラ芸術祭2024」公募作品展 愛知県知事賞（戸苺 宏二）
- 「2025パラアートTOKYO」第12回国際交流展 パラアート賞（戸苺 宏二）
- 「2025パラアートKANSAI」入選（大村 麻子、大村 綾子）
- 「障害者雇用支援月間 絵画コンテスト」入選（大村 麻子）



「宇宙に駆けるベガサス」
作者：大村 麻子



「水中華」
作者：大村 綾子



社会 地域社会・お取引先様・株主/投資家の皆様

ネクステージは、お客様はもちろんのこと、すべてのステークホルダーから愛される企業となるべく、より良い社会の実現に向けた様々な取り組みを推進しています。

企業版ふるさと納税を通じて、地域の課題解決に貢献

ネクステージは、経営理念である「みんなに愛されるクルマ屋さん」を実現するためには、日々の事業活動だけでなく、地域社会とのつながりを大切に、発展に貢献していくことで地域の皆様にとって「なくてはならない企業」になることを目指しています。その取り組みのひとつとして、「企業版ふるさと納税」を活用し、環境負荷が小さく、災害時の非常電源としても機能する電気自動車を全国の自治体に寄贈しています。



(左) 千葉県四街道市 鈴木 陽介市長
(右) 広報室長 酒井 啓資

企業・法人様専用の「お取引先様ホットライン」を設置

ネクステージは、サプライチェーン全体を健全かつ安心・安全な状態に保ち、お取引先様とともにより良い商品やサービスをお客様へご提供していくことを目指しています。そのために、大切なパートナーであるお取引先様の役員及び従業員の方からの相談・通報を受け付ける「お取引先様ホットライン」を設置しています。

ネクステージグループの役員や従業員の行為が、法令・規則、コンプライアンス、「ネクステージグループ人権方針」、「ネクステージグループ サプライチェーン方針」、あるいはお取引先様との契約に違反している（またはその恐れがある）と認識される事案について、専用フォームを設置し、通報をお受けしています。ご連絡いただいた内容は、ネクステージのリスク・コンプライアンス統括室にて受信し、事実関係を調査します。調査の結果、是正措置が必要な場合は迅速に実行し、内容によっては外部の業務委託先や専門機関などとも連携して適切な対応を図っていきます。

P.45:人権への取り組み

ネクステージ お取引先様ホットラインについて

お取引企業様用 ホットラインフォーム

継続的な株主/投資家様との対話の実施

ネクステージでは、定時株主総会、機関投資家向け決算説明会、四半期ごとの投資家とのミーティング、個人投資家向けセミナーへの参加を通じて、継続的な対話を実施しています。

第27期定時株主総会（2026年2月20日開催）では総会の模様をオンライン配信しました。2025年11月期中に実施した投資家との個別ミーティングは141社、延べ593名です。

株主還元

当社は、株主に対する利益還元を重要な課題のひとつとして認識しており、経営基盤の強化と財務体質の健全性を勘案しつつ、株主への配当を安定かつ継続的に実施することを配当についての基本方針として位置付けています。事業活動を通じて成長を続けながら、企業価値の向上に努め、株主の皆様へ安定的に利益を還元することを目指します。

1株当たり年間配当額





Governance

ガバナンス

ガバナンス強化によりステークホルダーから信頼される企業へ

当社は2025年8月、東海財務局より行政処分を受けました。本件を重く受け止め、さらなる経営の健全性及びガバナンスの実効性向上に向けた取り組みを全社的に推進しております。内部管理体制の強化や業務プロセスの見直し、コンプライアンス意識の浸透など、再発防止に向けた施策を計画的に実行し、ステークホルダーの皆様からいっそう信頼いただける経営体制の構築に努めております。今後も健全で持続可能な経営基盤の確立に向け、取り組みを継続してまいります。

CONTENTS

50 社外取締役メッセージ	55 取締役会について
52 役員一覧	56 コンプライアンス
53 役員の選定	57 リスクマネジメント
54 コーポレート・ガバナンス	

企業体質の変革を促し、 健全な成長へと導いていく



遠藤 功

社外取締役

重大事案を受け、 本質的な議論を重ねて経営を改善

ネクステージは2025年8月、東海財務局より保険業法に基づく業務改善命令が発出され、行政処分を受けました。私は社外取締役として、そしてリスクマネジメント委員会の委員長として、この事態を非常に重く受け止めています。以降、再発防止に向けて取締役会で深い議論を行い、経営改善に全力で取り組んでいます。

業務改善命令が下されたことは、当社にとって決して軽視できない重要な事案です。一方で、これを教訓として、再発防止に向けて何を学び、何に取り組むべきかを明確にすることが重要であり、リスクマネジメント委員会において真摯な議論を重ねています。今回の事態は、急成長の反動によって引き起こされたものだと私たちは認識しています。新規出店を積極的に実施したものの、性急な成長を求め過ぎた結果、組織の成長に人材の育成や仕組みづくりが追いついていませんでした。以前から取締役会の場で指摘されていたことですが、「成長」と「膨張」は異なります。にもかかわらず、近年のネクステージは、多少膨張気味で事業や組織が大きくなっていったことは否めません。代表の広田氏もそのことを強く省み、現在は新規出店を抑制し、しっかりと基礎固めをする経営へと舵を切っています。

いまネクステージに求められているのは、「みんなに愛されるクルマ屋さん」という経営理念のもと、企業の体質を変え、従業員の意識を統一していくことです。そのために、従業員が取るべき行動指針を策定して言語化し、組織に浸透させていくことを経営と現場が一体となって推し進めています。広田氏自身も頻繁に店舗に足を運び、現場の従業員と直接コミュニケーションをとりながらネクステージのあるべき姿を訴え、意識や行動の変容を促しています。いまネクステージの経営が取り組む最重要テーマは、企業の体質そのものを変革していくこと。それは一朝一夕で果たせるものではなく、相当な時間を要することですが、経営の一角を担う社外取締役としてこの問題にしっかりと向き合い、本質的な議論を通してネクステージを変える力になりたいと思っています。

ガバナンス 社外取締役メッセージ

草の根からの風土改革を強力に推進し、
人財の意欲や能力をさらに引き出す

いまネクステージが直面する様々な課題を克服し、さらなる成長をもたらすために最も大切な要素は、「人財」において他にはありません。人財の意欲や能力をさらに引き出すためにも、企業の体質を変えることが重要であり、経営がリーダーシップを持って風土改革を進めています。社内における最近の顕著な変化としては、従業員の取り組みに対して「褒める」風土が築かれてきたことです。たとえ小さなことでも、お客様のためにチャレンジして良い結果が出れば、周囲がきちんと評価して褒め合う。そうしたコミュニケーションを、広田氏が陣頭に立って根付かせてきた結果、従業員のモチベーションが高まり、現場の活力が増しています。

さらに、個人ではなくチームで成果を出すことを明確に掲げ、顧客満足と従業員満足、そしてコンプライアンス意識の向上を図っています。販売や買取、整備などの部門間の連携を密にし、


店舗全体で協働してお客様にネクステージならではのサービスを提供することに努めています。リスクマネジメントの観点からも、チームで活動すればお互いの業務がオープンになり、牽制作用によって不正防止に大きくつながります。2025年11月期は、こうした草の根からの風土改革を強力に推進し、お客様にとっても従業員にとってもネクステージはより良い企業になりつつある手応えを感じています。しかし、急成長の反動というのは容易に修正できるものではなく、今後も変革の手を緩めることのないように監督し、取り組みを継続させていきたいと考えています。

社会からの信頼を損なうリスクを絶ち、
持続的発展をもたらすことが私の使命

2025年11月期の業績は、収益改善プロジェクトの効果もあって好調に推移しました。不採算店舗の収益改善への取り組みについては、取締役会に逐一詳細な報告がなされ、経営側でも密に議論を重ねています。単に売上や利益の数字だけを追うのではなく、それを支える人財育成やCS、コンプライアンスを

高水準に保てる仕組みが備わっているかどうかまで深く検証し、収益改善が適切に実施されていることを確認しながらプロジェクトをあるべき方向へ導いています。ここでも企業の体質を変えていくことを主眼に置き、現状を踏まえた上で、どのような点を改めるべきかを慎重に見極める必要があると考えています。こうした課題に正面から向き合い、社会からの信頼を継続的に確保していくことが私の重要な責務だと認識し、緊張感を持って議論に臨んでいます。最近の取締役会では不採算店舗の収益改善について、業績を向上させるためのビジネス戦略と、企業体質を変革していくための組織マネジメントの両面から活発な議論が行われており、きわめて健全に機能していると感じています。ここで意思決定された収益改善策については、執行側が全力で実行に移しており、良好な成果が表れ始めています。これを愚直に続けていくことで、ネクステージをさらに高い次元に引き上げたいと考えています。

ネクステージは、今後いっそうの成長を実現できるポテンシャルを秘めた企業だと私は確信しています。そして、そのための最も確かな近道は、まさに経営理念に掲げる「みんなに愛されるクルマ屋さん」になることです。ネクステージはいま、すべての店舗が「地域一番店」になることを目指しています。全国のあらゆる地域でお客様から最も愛され、信頼される店舗をつくり上げれば、結果としてネクステージは日本一の企業になり、持続的に発展を遂げていく。こうして「みんなに愛されるクルマ屋さん」になるためにいま、会社を挙げて変わろうとしており、私は社外取締役としてこの変革に尽力し、ネクステージの企業価値向上に寄与していきたいと考えています。



「みんなに愛されるクルマ屋さん」になるために
経営を適切に監督し、企業価値向上に貢献したい

ガバナンス 役員一覧 (2026年2月20日現在)

取締役



広田 靖治 Seiji Hirota
代表取締役会長兼社長
指名諮問委員会委員
報酬諮問委員会委員
リスクマネジメント委員会委員
コンプライアンス委員会委員長

在任年数:27年2カ月
取締役会出席回数:13/13回*

重要な兼職の状況
株式会社ASAP 代表取締役会長
株式会社NEW 代表取締役会長
株式会社Ai 代表取締役会長

* 2025年度



野村 昌史 Masashi Nomura
取締役執行役員
コンプライアンス委員会委員

在任年数:4年
取締役会出席回数:12/13回*

重要な兼職の状況
株式会社ASAP 取締役
株式会社NEW 取締役
株式会社Ai 取締役
株式会社ユニバースレンター 代表取締役社長



松井 忠三 Tadamitsu Matsui
社外取締役
指名諮問委員会委員長
報酬諮問委員会委員長
リスクマネジメント委員会委員

独立役員

在任年数:10年9カ月
取締役会出席回数:13/13回*

重要な兼職の状況
株式会社松井オフィス 代表取締役社長
フェスタリアホールディングス株式会社 社外取締役
株式会社エヌ・シー・エヌ 社外取締役



遠藤 功 Isao Endo
社外取締役
指名諮問委員会委員
報酬諮問委員会委員
リスクマネジメント委員会委員長

独立役員

在任年数:5年
取締役会出席回数:13/13回*

重要な兼職の状況
株式会社シナ・コーポレーション 代表取締役
SOMPOホールディングス株式会社 社外取締役
株式会社ドリーム・アーツ 社外取締役
株式会社田中貴金属グループ 社外取締役

監査役



磯貝 哲也
Tetsuya Isogai
常勤監査役
在任年数:4年
取締役会出席回数:12/13回*
監査役会出席回数:11/12回*



春馬 学
Manabu Haruma
社外監査役
在任年数:14年10カ月
取締役会出席回数:13/13回*
監査役会出席回数:12/12回*

独立役員

重要な兼職の状況
and LEGAL 弁護士法人 代表弁護士
株式会社HNコンサルティング 代表取締役
株式会社コプロ・ホールディングス 社外監査役
株式会社ヴィレッジヴァンガードコーポレーション 社外監査役



村田 育生
Ikuo Murata
社外監査役
在任年数:12年5カ月
取締役会出席回数:13/13回*
監査役会出席回数:12/12回*

重要な兼職の状況

村田作戦株式会社 代表取締役社長
株式会社サイバーセキュリティクラウド 社外監査役



大門 美紀
Miki Okado
社外監査役
在任年数:新任
大門口美紀公認会計士事務所 代表
監査法人東海会計社 非常勤職員
栄監査法人 非常勤職員

独立役員

取締役、監査役の専門性と経験

区分	氏名	企業経営 経営戦略	自社ビジネス 業界経験	財務戦略 会計・税務	人財開発 労務・人事	法務 コンプライアンス	IT デジタル	ESG リスクマネジメント
取締役	広田 靖治	●	●	●				●
	野村 昌史	●		●	●	●	●	●
	松井 忠三	●		●	●			
	遠藤 功	●		●	●		●	●
監査役	磯貝 哲也		●	●				
	春馬 学					●		
	村田 育生	●	●	●				
	大門 美紀			●				

役付執行役員



西脇 裕史
Hirofumi Nishiwaki
専務執行役員



安藤 滋一
Shigekazu Ando
専務執行役員



宮崎 公嘉
Kimiyooshi Miyazaki
常務執行役員
人材開発本部長



山崎 篤史
Atsushi Yamasaki
常務執行役員
経営企画室長



原 奨
Susumu Hara
常務執行役員
店舗開発本部長

役員の詳細については
「有価証券報告書 P.44」

ガバナンス 役員の選定

取締役候補者の選定方針及びプロセス

当社の取締役候補者の選定方針は以下の通りです。

- 経営理念を理解し、優れた経営判断能力と豊富な実務経験による迅速な意思決定が行えること
- 当社グループ事業のさらなる成長や発展への貢献が期待できること
- 当社が抱えるリスクや課題、問題の把握とその解決能力を有していること
- 法令や企業倫理に高い意識と見識を有していること

当該方針をもとに、指名諮問委員会で総合的に審議し、取締役会にて候補者を決定しています。

取締役の多様性

当社の取締役会は、経営・販売・管理に関する専門知識のバランスを考慮し、豊富な経験をもとに迅速な意思決定ができることを基準に選任した取締役と、事業経営に関する豊富な経験と見識を有する社外取締役に構成されています。また、迅速な意思決定を目的として取締役会の人数を10名以内と定めています。

選任理由

取締役

広田 靖治 代表取締役会長兼社長

当社創業者である広田靖治は、創業以来代表取締役として、常に高いビジョンを持ち、当社グループの事業拡大や企業価値向上に尽力してきました。また、自動車業界全体の発展も常に意識し、強いリーダーシップを発揮しています。その経験と能力は、当社グループのさらなる成長と企業価値向上に資すると判断したためです。

野村 昌史 取締役執行役員

会計・税務知識を活かし、当社入社後は、経理部門や内部監査室を担当し、その後は財務部門や経営企画部門の部長として経営管理に携わってきました。2020年2月から管理本部長として財務・経理・総務並びにIR部門を統括し、管理部門の組織基盤構築を進め、当社グループの成長を支えてきました。その経験と能力は、当社グループのさらなる成長と企業価値向上に資すると判断したためです。

松井 忠三 社外取締役

企業経営における豊富な経験と深い見識を持ち、当社グループの店舗運営における管理体制や仕組みの構築、人材トレーニングや内部統制、コンプライアンス体制の強化に対し十分な役割を果たしていただけるものと判断したためです。また、当社と松井氏との間に特別な利害関係はなく、一般株主との利益相反が生じる恐れはないと考え、独立役員に指定しています。

遠藤 功 社外取締役

企業経営における豊富な経験と幅広い見識を持ち、当社グループの経営に対し多角的な観点からの確かな提言をいただき、また、取締役会の意思決定及び業務執行に対する監督機能の実効性強化に対し十分な役割を果たしていただけるものと判断したためです。また、当社と遠藤氏との間に特別な利害関係はなく、一般株主との利益相反が生じる恐れはないと考え、独立役員に指定しています。

監査役

磯貝 哲也 常勤監査役

管理部門、マーケティング部門、仕入部門など当社の事業や内部統制に関する豊富な知識、見識を有しており、それらを当社の監査業務に活かし、客観的かつ公正な立場で、当社グループ経営の監督を適切に遂行できるものと判断したためです。

春馬 学 社外監査役

弁護士として、専門的見地、豊富な経験、実績を有しており、コンプライアンスの観点を含めた客観的かつ公正な立場で、当社グループ経営の監督を適切に遂行いただけるものと判断したためです。また、当社と春馬氏との間に特別な利害関係はなく、一般株主との利益相反が生じる恐れはないと考え、独立役員に指定しています。

村田 育生 社外監査役

当社と同業種である事業会社での経営者として、豊富な経験と知識を有しており、客観的かつ公正な立場で、当社グループ経営の監督を適切に遂行いただけるものと判断したためです。

大門 美紀 社外監査役

公認会計士として企業会計、内部統制及びガバナンス体制に関する専門知識と豊富な実務経験を有しており、これらの知見を活かして客観的かつ公正な立場で、当社グループ経営の監督を適切に遂行いただけるものと判断したためです。また、当社と大門氏との間に特別な利害関係はなく、一般株主との利益相反が生じる恐れはないと考え、独立役員に指定しています。

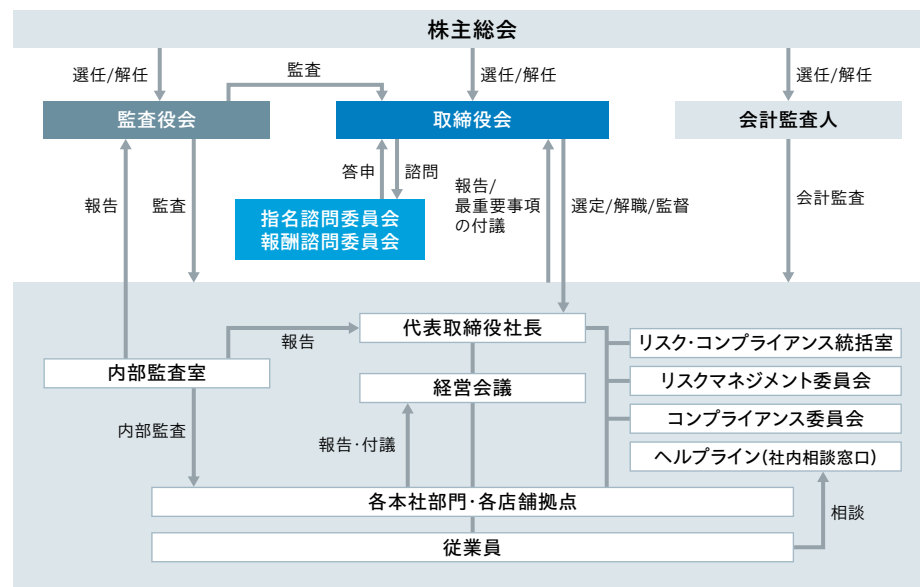
ガバナンス コーポレート・ガバナンス

コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

当社は、当社グループの目指す姿「みんなに愛されるクルマ屋さん」の実現に向けて、効率的かつ透明性の高い経営により企業価値の最大化と健全性の確保の両立を図ることが、経営の最重要課題であると認識し、右記の3項目をコーポレート・ガバナンスの基本的な方針と考えています。そのために、業務執行に対する厳正かつ適法な監督・監査機能を実現し、また、取締役等の報酬や取締役の指名に関する経営の透明性を高めるべく、指名諮問委員会及び報酬諮問委員会を設置しています。そして、有効的な内部統制の整備及び運用、コンプライアンスを常に意識した経営、グループ統治による子会社との適正な連携を意識した組織運営に注力しています。

コーポレート・ガバナンス体制

業務の意思決定・執行及び監査について、コンプライアンスの徹底、リスク管理及び内部統制の向上を図るため、以下の体制を採用しています。



コーポレート・ガバナンスの基本方針

- 1 株主の利益の最大化
- 2 お客様、従業員、お取引先様、株主様・投資家様、地域社会等のステークホルダーとの良好な信頼関係構築
- 3 継続的かつ安定的な成長

取締役会

取締役会は、社外取締役2名を含む4名で構成されており、法令・定款が定める取締役会で決議すべき事項のほか、当社グループ経営に関わる事項や最重要案件の審議、決議を行うとともに、経営会議等で議論された事項の付議や報告を通じて、業務の執行状況の監督を行い、経営の公正性・透明性を確保しています。

監査役会

監査役会は、社外監査役3名を含む4名で構成されており、諸法令、定款、諸規程及び監査役会が定めた監査役会規程に基づき、独立した立場で取締役の職務執行の監査を行っており、また、会計監査人及び内部監査室とも定期的に会合を行い、意見交換を適切に行っています。

(2026年2月20日現在)

指名諮問委員会/報酬諮問委員会

取締役等の指名・報酬に係る評価・決定プロセスの独立性、公平性、透明性及び客観性を担保することにより、コーポレート・ガバナンス体制の充実を図るため、任意の指名諮問委員会及び報酬諮問委員会を設置しています。指名諮問委員会では、取締役等の選解任の方針及び基準に関する事項とプロセス全般を審議し、報酬諮問委員会では、取締役等の報酬体系及び報酬決定の方針に関する事項とプロセス全般を審議し、取締役会へ答申を行います。

なお、委員会の構成は、取締役会の決議により選定された3名以上の取締役または社外監査役とし、その半数以上は独立社外取締役とします。また、各委員会の委員長は独立社外取締役である委員のなかから選定します。

委員会メンバー

委員長	松井 忠三 (独立社外取締役)
委員	遠藤 功 (独立社外取締役)
委員	広田 靖治 (代表取締役会長兼社長)

ガバナンス 取締役会について

取締役会の実効性評価

当社は取締役会の機能・実効性の向上を図ることを目的として社内において、アンケート形式による評価を実施しました。この結果、取締役会の実効性は確保できていること、また、取締役会の監督機能の充実及びガバナンスの強化が図られていることを確認しました。今回の評価も踏まえ、今後も取締役会のさらなる実効性の向上に取り組んでいきます。

独立性の考え方

当社は、独立社外取締役を東京証券取引所が定める基準を参考に、実質的な独立性を担保するとともに、独立した立場から取締役会における活発な論議を期待できる資質を持った候補者を選定しています。

政策保有株式の保有方針

当社は、政策保有株式としての上場株式を保有していません。基本的に政策保有株式は保有しない方針ですが、発行会社との業務提携・取引関係の強化等、業務上の必要性があると判断した場合は、保有に伴う便益やリスクが資本コストに見合っているかなどを具体的に検討し、総合的に勘案してその保有の可否を決定します。保有継続の判断につきましては、個別銘柄ごとに当社とのシナジーや経済的合理性を考慮し、その保有の意義を定時の取締役会で定期的・継続的に検証し決定します。保有株式に関する議決権の行使につきましては、その議案が発行会社の中長期的な企業価値向上につながる意思決定であるかどうかを適切に判断し決定します。

役員報酬

● 役員報酬等の額又はその算定方法の決定に関する方針の内容及び決定方法


当社の役員報酬等の額又はその算定方法の決定に関する方針は、取締役会で決議しています。その内容は、株主総会で定められた金額の範囲内において、取締役会により、当社の支給基準に沿って業績等を考慮するなか、役員報酬規程に基づき各役員別報酬額を決定しています。

また、監査役報酬については、株主総会で定められた金額の範囲内において、監査役会で協議の上、決定しています。

● 役員報酬等の額等の決定に関する役職ごとの方針の内容

当社の取締役報酬は、当社グループの企業価値向上に資することを原則とし、経営環境、業績、従業員に対する処遇と

の整合性を考慮し、個々の取締役報酬の決定に際しては各職責を踏まえた適正な水準とすることを基本方針としています。具体的には、取締役報酬は、金銭報酬としての「固定報酬」、非金銭報酬として、当社の企業価値の持続的な向上を図るインセンティブとしての「譲渡制限付株式報酬」により構成しています。なお、社外取締役報酬は、その職責に鑑み固定報酬としての金銭報酬のみとしています。また、当社は2021年2月22日開催の取締役会において、取締役の個人別の報酬等の額の決定に関する方針を決議しています。取締役会は、当事業年度に係る取締役の個人別の報酬等の内容の決定にあたっては、報酬諮問委員会が原案について取締役会で決議された決定方針との整合性を含めた多角的な検討を行っているため、当該決定方針に沿うものであると判断しています。

 役員報酬の詳細については「有価証券報告書 P.54～55」



ガバナンス コンプライアンス

推進体制

ネクステージでは、取締役社長を委員長とする「コンプライアンス委員会」を設置し、コンプライアンスの強化を行っています。委員会において検討された内容については、経営会議メンバーへ報告されています。

一般のお客様からのお問い合わせは、「カスタマーセンター/お客様相談室」を設置し、ホームページにお問い合わせ窓口を公開しています。

法令違反やコンプライアンス違反、ハラスメントなど役員や従業員による不適切な行為を発見した場合、また、その恐れがある行為などについて、従業員が相談や通報ができる窓口として、「ネクステージヘルプライン」を設置しています。また、相談や通報をしたことにより、相談者が不利益な扱いを受けることがないようにプライバシーの保護を図るとともに、速やかな調査、適切な措置・対策を講じています。加えて、措置・対策を講じた事案については、通報者や関係者が特定できないようにした上で、社内で共有化し、類似事案の再発防止を図っています。

N-BOOKには、従業員が遵守すべきコンプライアンスにおけるマニュアルを整備しており、これを社内に周知徹底しています。

コンプライアンス委員会

当社のコンプライアンス委員会は、取締役、執行役員、常勤監査役、部長、内部監査室長、及びリスク・コンプライアンス統括室で構成されており、毎月1回開催しています。当社グループにおいてコンプライアンスを徹底するための基本方針・施策などの検討、策定を行うとともに、コンプライアンス体制の強化活動における課題や問題点などを議論しています。

反社会的勢力排除に向けた体制

反社会的勢力による不当要求事案へは組織的に対応することに加え、店舗においては不当要求防止責任者を選任しています。また、店舗運営における対応については、お客様相談室と連携を図りながら、顧問弁護士に相談並びに助言を受ける体制を整備しています。N-BOOKには、不当要求・反社会勢力対策におけるマニュアルを整備しており、これを社内に周知徹底しています。

通報制度

ネクステージでは、健全な会社運営のために、組織的または個人的な法令違反行為や不正行為等の抑制と是正を図ることを目的に、すべての従業員が利用できる「社内通報制度」、「社外通報制度」を設けています。社内通報制度は内部監査室、社外通報制度は外部の法律事務所とネクステージが連携して運用しています。

従業員の利用しやすさを配慮し、匿名での通報や相談も可能としており、電話やメールにて受付を行っています。



寄せられた通報については、相談者が不利益を被ることがないようにプライバシーの保護の徹底や適切な措置をとる体制を整えており、下記の3項目を周知し、相談しやすい環境づくりに努めています。

- ① 相談者の職場環境が悪化することのないよう、適切な措置をとる
- ② 相談者に対して懲戒やその他のいかなる不利益取り扱いを行わない
- ③ 相談者が相談したことによって上司や同僚等に嫌がらせを受けた場合は、嫌がらせをした者に処分を課す

ガバナンス リスクマネジメント

推進体制

ネクステージでは、独立社外取締役を委員長とする「リスクマネジメント委員会」を設置し、リスクマネジメント体制を推進しています。委員会において検討された内容は、経営会議メンバーへ報告されています。

リスクマネジメント委員会

当社のリスクマネジメント委員会は、取締役で構成されており、委員長は社外取締役が務めています。原則として四半期に1回開催しています。当社グループの経営、営業活動に内在する阻害リスクを抽出し分析、重要性に応じ適切なリスク対応策を策定しています。リスク対策の主管部門により対策の進捗を確認し、計画的に取り組みを推進しています。

リスク管理プロセス



個人情報保護方針

ネクステージでは、事業を実施する上で、お客様の個人情報が重要であることを深く認識し、法令及び社内規程に則り、個人情報を取り扱います。また、社内懲罰基準内でも個人情報漏えいについて明記するなど組織体制を整備し、個人情報の適切な保護に努めます。

個人情報保護についての五箇条

- 1 個人情報は適正かつ公正な手段により取得すること
- 2 個人情報の利用目的を特定し、なおかつ本人に通知すること
- 3 本人からの開示手続と正確性の確保に努めること
- 4 第三者への個人データ提供の制限などを義務づけること
- 5 個人データの漏えいや滅失など、安全管理のために必要な措置を講じること

取り組み事例

- マニュアルを作成し、ネクステージグループ全従業員に情報管理に関する周知を徹底
- SNSへの投稿の禁止
- PC等電子機器のパスワード設定の徹底
- 書類保管場所の明確化、施錠管理
- 社外デバイスから社内システムへのアクセス禁止
- プライバシーマークの取得による外部機関からの情報管理に関する認証

BCP (事業継続計画) の取り組み

ネクステージでは、事業継続に向けたマネジメント体制の強化を進めています。現在において発生する可能性のある災害に対して、本社や店舗における初動基準を策定しています。災害が発生した際に、店舗においてはお客様の安全、従業員の安全を最優先とし、従業員が対応すべき項目は、N-BOOKにおいてマニュアルを整備しており、従業員が正しく行動できるよう取り組んでいます。

ガバナンス リスクマネジメント

情報セキュリティ

ネクステージでは、事業を継続するにあたって必要不可欠である情報セキュリティを、重要な課題として認識しています。多岐にわたるインシデントが存在するなかで、その種別に応じた優先順位、対応手順などを想定しています（下記図版参照）。インシデント発生の際は、5W1H（いつ、どこで、誰が、何を、なぜ、どうしたのか）の観点で情報整理を実施し（検知）、その上でシステム本部によってインシデントの重大性及び緊急性レベル・影響範囲を設定し、報告先や初動対応までの一連のフローを整備しており、今後はより確固たる対応マニュアルとして策定していくことを想定しています。

情報セキュリティに関する上記対応フローをより精査されたものにするために、2026年11月期上期においてはセキュリティのアドバイザリーサービスの契約を締結しました。併せて、経済産業省が、サイバーセキュリティ対策を推進するために策定した「サイバーセキュリティ経営ガイドライン」を参考に、サイバーインシデント発生を未然に防ぎ、備えるための体制強化を推進しています。また、当社で使用しているPCなどすべての端末に対してEDR（Endpoint Detection and Response）とSOC（Security Operation Center）サービスを導入しています。それにより、各端末の不審な動きをEDRで検知・記録することができ、そのEDRからのアラートをSOCサービスにより24時間365日監視し、危険性や対応の緊急度を個別に見極め、業務委託先様と連携して対応しています。

情報セキュリティへの対応手順



情報セキュリティに関する従業員のリテラシー向上

企業のサイバーセキュリティ対策には社会的な関心が高まっています。また、セキュリティ対策の有無・レベルが企業の信頼性や評価に関わる要素として位置付けられています。

ネクステージにおいても、情報セキュリティに関する従業員のリテラシー向上は非常に重要な課題と認識しています。そこで「サイバー攻撃に対する具体的な防御策と留意事項」をテーマとする情報セキュリティに関するe-learningを全従業員に対し実施しました。また、新卒の入社式では「コンプライアンス・個人情報保護」についての研修パートを導入し、情報漏えいやセキュリティインシデントによる被害の重大さ、SNS使用時のリスクなどを学ぶ機会としています。そのなかで機密情報漏えいや個人情報の私的利用、社内情報のSNS掲載などを行った場合の違反時の処分についても明示しながら、情報セキュリティの重要性を周知するとともに、IT利用ルールの徹底も図っています。

通話録音の活用で顧客満足とガバナンス強化へ

顧客対応品質の向上とガバナンス強化に向け、ネクステージでは、株式会社シンカ様が提供するコミュニケーションプラットフォームである「カイクラ」(<https://kaiwa.cloud/>)を活用し、お客様との会話データを一元管理



しています。2026年より、このカイクラに「通話録音機能」を全社で追加導入しました。その背景には「会話内容そのものを正確に残し、組織の資産として活かす」目的があります。通話録音とAIによる要約・分析を活用することで、応対品質の均一化だけでなく、お客様のご要望や不安を迅速に把握し、顧客満足度向上につなげられると期待しています。また、トラブル時の事実確認を迅速化するとともに、従業員が心理的に安心して働ける環境を整備し、組織全体のリスク管理の強化にも寄与します。

今後はカイクラのAI分析を活用し、リスク検知をいっそう進めていきます。さらに、将来的にはカイクラを店舗・本部・経営をつなぐ情報基盤として進化させ、顧客満足・従業員満足・売上を同時に高めるデータドリブン経営の実現を目指しています。

ガバナンス リスクマネジメント

整備事業におけるガバナンス体制

ネクステージは、車検や点検における不正などを発生させないため、徹底したガバナンス体制を構築しています。現場に運用・判断を一任することなく、本部のリスク・コンプライアンス統括室への集約化を徹底しており、常に本部と現場が連携し、独自の監査・教育などのサポートや、改善活動を行っています。

フェーズ	取り組み内容	求められる水準	お客様に提供する安心・安全、及びネクステージへの信頼
整備実施前 	社内監査 <ul style="list-style-type: none"> ●本部にて、社内監査を指定工場は年2回、認証工場は年1回実施 ●社内監査は国が求める点検表をベースに、さらに精度を高めるため(例えば、全員が正しく記録できるような体制づくりなど)、独自点検項目を追加し、より高い水準を追求 ●各店舗の工場長同士を入れ替えて監査する相互監査を年2回実施 ●上記以外にも、外部の協力による指定工場監査を年1回実施 	<ul style="list-style-type: none"> ●自店舗独自の属人的な判断を取り除き、客観的視点を取り入れた整備を行うことで、常に改善できる体制を構築 	<ul style="list-style-type: none"> ●どの店舗でも高水準な品質で安心・安全な検査、整備体制を構築
	社内ルール <ul style="list-style-type: none"> ●自動車検査員によって保安基準判断に差があるもの、適正に数値化し合否を判断できないもの、お客様のカーライフに悪影響を及ぼす恐れがあるものなど、社内ルールに照らし、改善できない場合は入庫をお断りする 	<ul style="list-style-type: none"> ●トラブルを未然に防ぐために自主規制を設け、無理な対応は事前にお断りする体制を構築 	<ul style="list-style-type: none"> ●統一された基準での対応が難しいものについては、無理に対応しないことを徹底することで、後日トラブルが発生することを未然に防ぎ、お客様との信頼関係を構築
整備作業中 	工程管理 <ul style="list-style-type: none"> ●システムによる工程管理で作業を効率化 	<ul style="list-style-type: none"> ●納車前のシステム管理、「ビット予約システム」による来店予約管理、及び1日の全体作業を「工程管理ボード」によって進捗を把握するなど、フェーズごとにシステムによる工程管理で効率化を実現 	<ul style="list-style-type: none"> ●過度な詰め込み作業を減らし、適切な工程での作業を実施することで、安心・安全な検査・整備体制を構築
	<ul style="list-style-type: none"> ●自店舗で対応可能な作業量を超えることが予測される場合、外注に依頼し、店舗での作業量を調整 	<ul style="list-style-type: none"> ●21時に退社を完了する運用としており、システムで21時退社を超えることが予測される場合、外注に依頼し作業量の調整を徹底 	
	<ul style="list-style-type: none"> ●システム制御を通じた適正な整備・車検の実施 	<ul style="list-style-type: none"> ●システム制御により、不適合な場合は次の検査工程に進めない仕組みを導入。また、検査機器で計測した数値はPCにデータ連動させ、意図的な数値の改ざんや転記ミスなどを防止 	
集約化 <ul style="list-style-type: none"> ●店舗で判断がつかないケースでは、本部に問い合わせをして、判断を仰ぐルールとし、個人や店舗の属人的な判断を取り除く 	<ul style="list-style-type: none"> ●自店舗独自の属人的な判断を取り除き、本部判断による全社共通の検査、整備を実施 	<ul style="list-style-type: none"> ●どの店舗でも統一された水準で安心・安全な検査、整備体制を構築 	
整備作業後 	不備発覚後のフォロー体制 <ul style="list-style-type: none"> ●社内監査または外部からの指摘による不備発覚のいずれにおいても、本部にて速やかに陸運支局への自主届出を徹底 	<ul style="list-style-type: none"> ●本部主体で自主届出を徹底することで、隠蔽が行われない体制を構築 	<ul style="list-style-type: none"> ●本部主体で常に改善活動が実施され、サービス品質のレベルアップ及びミスを防止できる体制を整備することで、お客様との信頼関係を構築
	<ul style="list-style-type: none"> ●不備が発覚した後現場から本部に共有するフローを設け、本部にて集約し、全社への啓発を徹底 	<ul style="list-style-type: none"> ●本部主体で、ブロック長会議における啓発、店舗での月例勉強会の実施、全社へのメール発信による周知徹底などを行い、同様の事案が発生しないよう啓発活動を徹底 	
その他の取り組み	不正防止 <ul style="list-style-type: none"> ●現場での個別判断などによる保険会社様への不正な請求を未然に防ぐため、鉅金については見積書・請求書の作成を整備本部に集約し、対応 	<ul style="list-style-type: none"> ●鉅金の見積書、請求書作成を本部に集約することで、保険会社様への不正請求を防止 	<ul style="list-style-type: none"> ●どの店舗でも均一な水準の見積もり、請求を実施する体制を整備することで、お客様との信頼関係を構築



ガバナンス リスクマネジメント

主要なリスク 〈中長期的な成長に関するリスク〉

	リスクの内容	リスクに対する対応策
① 計画通りに出店を行えないリスク	当社グループは、大型店の出店をメインに行っています。大型店は、主要幹線道路沿いかつ大きな敷地面積を要することから、計画的に物件を確保することが困難な可能性があります。	当社グループでは、主要幹線道路沿いの好立地な店舗を適正な価格で出店するために、全国に店舗開発人員を配置し、レジャー施設、他業種を含めた多様な情報を取得することで、多くの候補地のなかから最も条件の良い店舗展開を進めています。
② 人財を確保できないリスク	顧客にとって満足度の高いサービスを提供する方針のもとに、事業の拡大を図っていますが、その実現のためには継続的に人財を確保していく必要があると考えています。しかしながら、予想以上に人財獲得競争が激化し、期待する人財を獲得できない、あるいは離職により人財流出する可能性があります。	当社グループでは、人財の獲得については、面接から採用までのリードタイムを短縮することで人財獲得数増加の取り組みを進めています。また、離職防止の取り組みについては、グループ共通の店舗マニュアルに基づいた接客オペレーションによる仕組みを構築することにより、すべてのスタッフが均一で高い成果を上げられる労働環境を用意し、離職率の低下を図っています。
③ 商品を確保できないリスク	当社グループは、小売車両の約30%をオートオークション会場からの仕入に依存しています。市場環境の変化により、オートオークション会場への出品台数が減少し、良質な商品を確保できない可能性があります。	当社グループでは、市場の変化に対応しつつ良質な商品を確保するために、ユーザーからの直接買取とレンタカー会社をはじめとした企業間での仕入を拡大することで、需要に応じた商品構成の見直しを進めています。
④ 経費増加による業績悪化リスク	当社グループは、出店コスト、広告宣伝費等店舗運営のための経費が必要となります。経費コントロール不足により、当社グループの収益性が悪化する可能性があります。	当社グループでは、経済環境の変化や市場環境の変化に影響を受けにくい経営体制を構築するため、間接経費削減や業務効率化による固定費削減を実施していきます。売上高販売管理費比率を重要指標と捉え、スタッフ個人ごとにコスト意識を持たせることで店舗コストの削減を進めるとともに、システム化により業務を効率化することでコストの削減を進めています。
⑤ 経済情勢に係るリスク	国内中古車市場及び新車市場は、国内景気、消費者の購買意欲の変動によって左右されます。景気変動は、消費者購買意欲の減退を通じて販売台数の変動につながる可能性があります。また、中古車市場におけるオートオークション相場にも影響を及ぼします。オートオークション相場の下落は、棚卸資産に関して商品評価損を計上する結果、利益率の変動をもたらす可能性があります。	当社グループでは、お客様との継続的な生涯取引の拡大により、市場動向、国内景気の変動においても持続可能な収益基盤づくりを推進しています。また、在庫回転率に注視し市場の動向に合わせた商品管理を行うことで、滞在在庫の発生を防止する取り組みを行っています。
⑥ モビリティ革命により自動車所有に対する認識が変化するリスク	モビリティサービスの拡大や、それに伴う消費者の意識変化により、中古車及び新車販売台数の減少・販売価格の変動の可能性があります。これらの要因により当社グループが提供する商品・サービスの市場における評価が大幅に変化した場合には、当社グループの経営成績や財政状態に重要な影響を及ぼす可能性があります。	消費者の価値観や嗜好ニーズの把握に努めるとともに、適正な仕入商品の選定や、仕入・販売の価格設定を徹底していきます。また、市場や消費者の動向を分析し、事業の方向性や経営戦略の適切性の評価を行うことで市場環境の変化に迅速・柔軟に対応していきます。



ガバナンス リスクマネジメント

主要なリスク 〈その他業績に大きな影響を及ぼすリスク〉

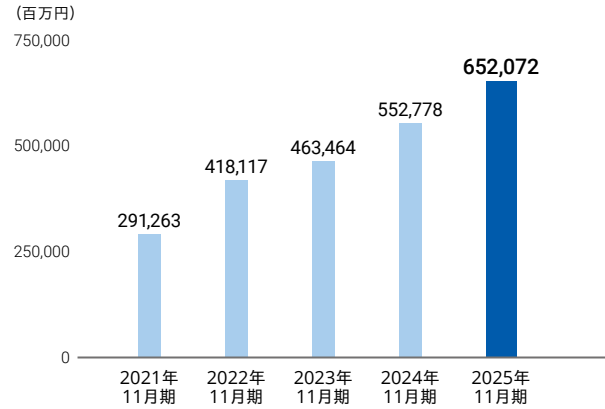
	リスクの内容	リスクに対する対応策
1 個人情報管理及びシステム管理のリスク	<p>当社グループは、販売した車両の名義変更等で顧客の印鑑証明書や住民票、運転免許証の写し等の個人情報を取得します。個人情報が外部に流出した場合には、当社グループのビジネスに対する信頼が低下するだけでなく、実際に当該情報を利用した詐欺被害等が発生する可能性が皆無とは言えず、これら信頼の低下や損害賠償請求等に伴い当社グループの業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。</p>	<p>個人情報の管理に関しては、研修等により継続的に啓発活動を行い、役職員の個人情報保護に対する意識を高めるとともに、個人情報保護の具体的な業務手続きを定めた個人情報保護規程に則って業務を遂行しています。また、例えばコンピュータシステム及びサーバー等のセキュリティ・アクセス権限は対象者に限定するなど、システム部門の牽制体制を構築し、情報漏えいの防止に努めています。</p>
2 古物営業法の遵守について	<p>当社グループの行う中古車両の買取及び販売業務は古物営業法の規制を受けます。当社グループは古物取扱業者として、各都道府県の公安委員会より許可を受け中古自動車の買取及び販売業務を行っています。今後、法令の改正が生じた際の対応が不十分であったり、オペレーションミスが発生すること等により監督当局より処分を課される可能性は皆無ではなく、結果、営業許可の取消等により、当社グループの業績及び財政状態に影響が及ぶ可能性があります。</p>	<p>当社グループでは、警察署への届出の要否を確認する手続き等を社内規程に定め、古物営業法の遵守に努めており、現時点では違反事由は発生していません。また、法令改正等に関する情報収集をするために、社内体制の構築をしています。</p>
3 有利子負債の依存について	<p>出店資金を主に銀行等金融機関からの借入れで調達しています。そのため、金融情勢の変化に伴い金利が変動した場合には、今後の資金調達に対する支払利息が増加する等、当社グループの業績及び財政状態に影響が及ぶ可能性があります。</p>	<p>当社グループでは、成長戦略実現のために必要な資金を銀行等金融機関からの借入れにより十分確保できると考えており、引き続き安定的な業績と強固な財務体質により高い信用力を維持し、十分な調達能力を確保していきます。また、資金調達の要否については、出店計画、資金需要の金額と支払タイミング、運転資金、営業キャッシュ・フロー等を総合的に検討して決定していきます。</p>
4 天候・災害によるリスク	<p>当社グループは全国に店舗を展開していますが、大雪や台風、地震といった自然災害により販売活動を行えない可能性があります。このような状態が長期にわたった場合には、当社グループの業績及び財政状態に影響が及ぶ可能性があります。</p>	<p>当社グループでは、北海道から沖縄県まで出店エリアがあり、リスクが集中しないような店舗展開を行っています。また、平時より老朽化したインフラへの投資、施設の定期的な点検、防災教育などを行っています。</p>
5 風評リスク	<p>ホームページ等のメディアを通じた集客を行う一方、SNSやインターネット掲示板を通じて当社グループの商品・サービス・役員に関する誹謗・中傷等の風説が流布される可能性があります。それにより、内容の正確性に関わらず、顧客の当社グループへの信頼や企業イメージが低下し、財政状態、経営成績等に重要な影響を与える可能性があります。</p>	<p>教育研修制度により人材育成を行うことで、お客様満足の向上を図り、顧客からの誹謗・中傷等の抑制・防止に努めています。また、トラブルが生じた場合には、専門部署による迅速な対応を行うとともに、ご意見をいただいた案件に関しては、事例を分析し、再発防止に向けた取り組みを行っています。</p>
6 気候変動リスク	<p>気温上昇に伴う自然災害の増加によって、店舗や車が損害を受ける可能性があります。また、世界的なエネルギー需給の逼迫や資源燃料価格の高騰により、エネルギーコスト等が増加する可能性や、低炭素経済への移行に伴いEV等電動車のニーズが高まる可能性があります。これらの要因により、当社グループの経営成績や財政状態に重要な影響を及ぼす可能性があります。</p>	<p>自然災害発生時の損害を最小限に抑えるために、BCPの見直しを行っています。また、店舗への太陽光パネル設置や節電等、電力コスト削減のための取り組みを行っています。輸入車正規ディーラー事業ではEV販売、整備のノウハウも培われており、今後の需要の変化にも柔軟に対応できるよう、取り組んでいきます。</p>



主要ハイライト

売上高

652,072百万円

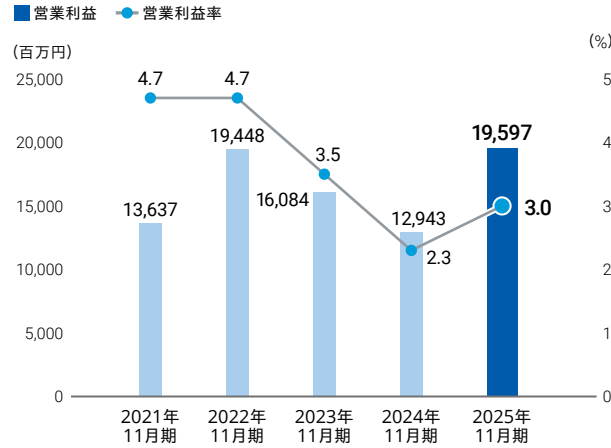


営業利益

19,597百万円

営業利益率

3.0%

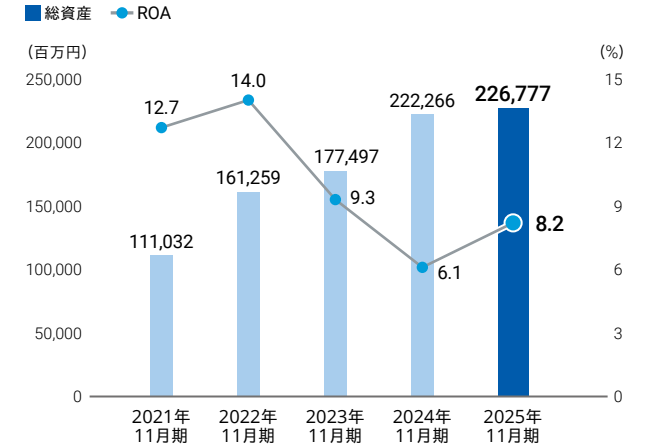


総資産額

226,777百万円

ROA (総資産経常利益率)

8.2%

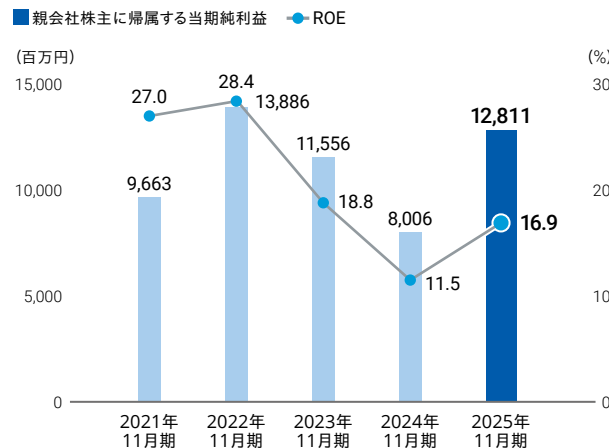


親会社株主に帰属する当期純利益

12,811百万円

ROE (自己資本利益率)

16.9%

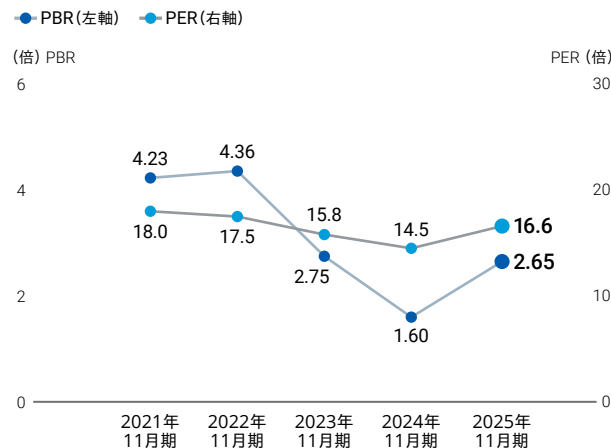


PBR (株価純資産倍率)

2.65倍

PER (株価収益率)

16.6倍

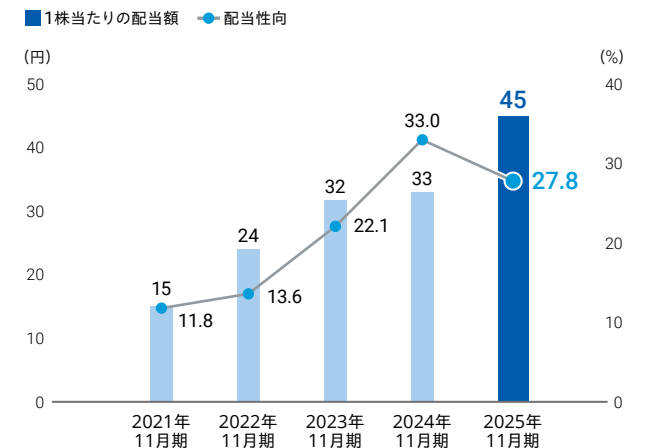


1株当たりの配当額

45円

配当性向

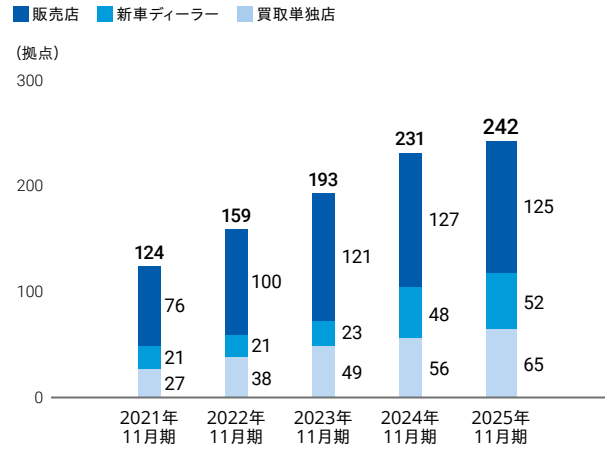
27.8%



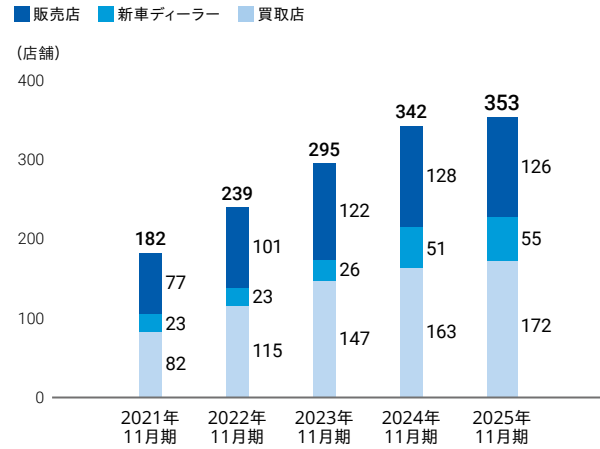


主要ハイライト

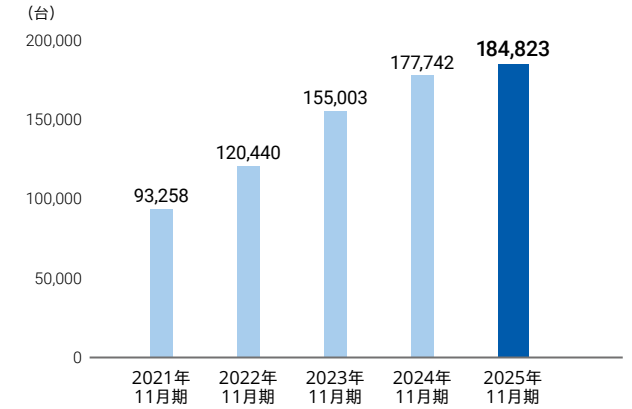
拠点数 **242** 拠点



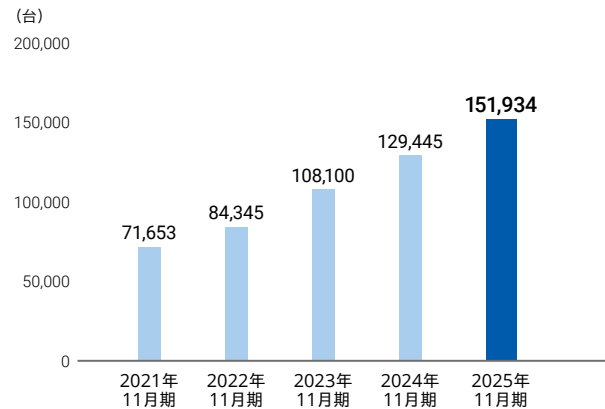
店舗数 **353** 店舗



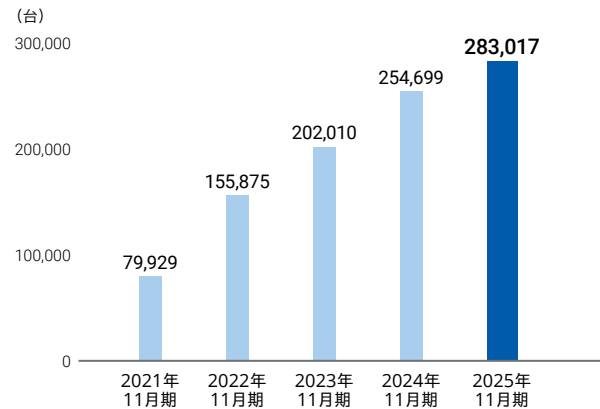
小売販売台数 **184,823** 台



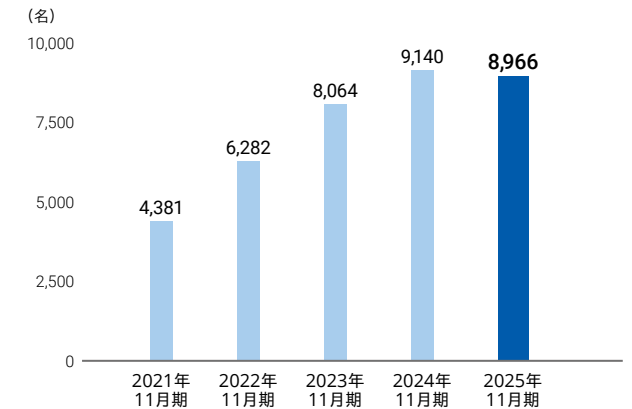
車検台数 **151,934** 台



買取台数 **283,017** 台



従業員数* **8,966** 名



* パートタイマー、アルバイトを含む



主要財務データ

	2015年 11月期	2016年 11月期	2017年 11月期	2018年 11月期	2019年 11月期	2020年 11月期	2021年 11月期	2022年 11月期	2023年 11月期	2024年 11月期	2025年 11月期
損益状況 (百万円)											
売上高	63,113	87,201	118,971	163,174	219,263	241,146	291,263	418,117	463,464	552,778	652,072
営業利益	1,269	2,163	3,474	4,384	6,085	6,825	13,637	19,448	16,084	12,943	19,597
経常利益	1,340	2,086	3,304	4,186	5,888	6,527	13,388	19,080	15,773	12,144	18,485
親会社株主に帰属する当期純利益	841	1,333	2,262	2,910	4,258	4,740	9,663	13,886	11,556	8,006	12,811
財務状況 (百万円)											
総資産	17,859	23,465	35,523	63,679	86,355	99,633	111,032	161,259	177,497	222,266	226,777
現金及び現金同等物	1,785	2,197	6,639	16,493	11,030	27,443	22,718	19,845	29,630	35,567	17,543
商品	10,051	12,522	15,217	23,347	38,675	32,951	41,352	72,563	58,586	75,852	88,504
有利子負債残高	9,893	12,909	13,721	34,864	43,905	52,224	50,772	76,376	77,405	109,659	96,218
純資産	4,471	5,446	15,080	17,984	27,852	30,013	41,617	56,301	66,504	72,727	79,195
キャッシュ・フロー (百万円)											
営業活動によるキャッシュ・フロー	975	△ 90	△ 266	△ 2,083	△ 9,213	19,269	3,214	△ 17,853	33,689	3,024	9,187
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 1,899	△ 2,137	△ 3,478	△ 7,422	△ 10,822	△ 8,529	△ 8,256	△ 13,831	△ 23,677	△ 18,454	△ 7,331
財務活動によるキャッシュ・フロー	340	2,642	8,187	19,359	14,572	5,673	317	28,812	△ 227	21,367	△ 19,881
財務指標 (%)											
営業利益率	2.0	2.5	2.9	2.7	2.8	2.8	4.7	4.7	3.5	2.3	3.0
自己資本利益率 (ROE)	20.6	26.9	22.0	17.6	18.6	16.4	27.0	28.4	18.8	11.5	16.9
自己資本比率	25.0	23.2	42.5	28.2	32.3	30.1	37.5	34.9	37.5	32.7	34.9
その他 (百万円)											
減価償却費	554	714	917	1,604	2,742	3,337	3,933	2,951	4,267	6,038	6,615
配当金総額 (合計)	60	58	135	278	452	527	1,171	1,933	2,578	2,660	3,630

株式情報/会社情報 (2025年11月30日現在)

株式情報

上場市場	東京証券取引所 プライム市場・名古屋証券取引所 プレミア市場
証券コード	3186
発行可能株式総数	180,288,000株
発行済株式総数	80,877,900株
株主数	6,161名

大株主の状況

株主名	持株数 (百株)	持株比率 (%)
株式会社SMN	283,000	35.0
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	63,627	7.8
JP MORGAN CHASE BANK 385864	54,668	6.7
THE CHASE MANHATTAN BANK, N.A. LONDON SECS LENDING OMNIBUS ACCOUNT	39,789	4.9
損害保険ジャパン株式会社	35,400	4.3
野村信託銀行株式会社 (ネクステージ従業員持株会専用信託口)	24,444	3.0
広田 靖治	17,616	2.1
株式会社日本カストディ銀行 (信託口)	16,607	2.0
SMBC日興証券株式会社	16,300	2.0
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505044	13,627	1.6

※ 当社は自己株式194,521株を保有しています。また、持株数は百株未満を、持株比率は小数点第2位以下を切り捨てて表示しています。なお、持株比率は自己株式を控除して計算しています

TSR (Total Shareholder Return)

(%)

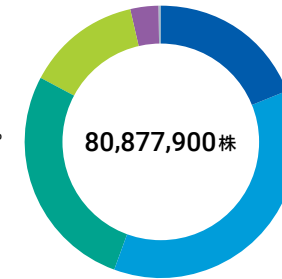
回次	第23期	第24期	第25期	第26期	第27期
決算年月	2021年11月	2022年11月	2023年11月	2024年11月	2025年11月
株主総利回り	166.1	225.1	170.0	111.6	204.3
比較指標:配当込みTOPIX	112.2	118.7	145.6	168.2	217.2

所有者別株式分布状況

■ 個人・その他: 13.5%
(10,904,917株)

■ 金融商品取引業者: 3.4%
(2,733,303株)

■ 自己株式: 0.2%
(194,521株)



■ 金融機関: 19.1%
(15,472,700株)

■ 国内法人: 36.5%
(29,515,883株)

■ 外国法人等: 27.3%
(22,056,576株)

会社概要

商号	株式会社ネクステージ
本社所在地	愛知県名古屋市中区栄四丁目1番1号 中日ビル15階
設立	1998年12月
資本金	81億8,341万2,035円
連結子会社	株式会社ASAP (カーコーティング事業) 株式会社NEW (正規輸入車ディーラー事業) 株式会社Ai (正規輸入車ディーラー事業) 株式会社ONEモーターレン (正規輸入車ディーラー事業) 株式会社エー・エル・シー (正規輸入車ディーラー事業) 株式会社ユニバースレンタカー (レンタカー事業) 株式会社ALC Motoren (正規輸入車ディーラー事業) 株式会社ALC Motoren Tokyo (正規輸入車ディーラー事業) 株式会社ALC Speciale (正規輸入車ディーラー事業) 株式会社ADVANCE (钣金事業)
店舗数	353店舗 (242拠点)
従業員数	8,966名 (連結、平均臨時雇用人員1,429名を含む)

みんなに愛されるクルマ屋さん



株式会社ネクステージ

〒460-0008 名古屋市中区栄四丁目1番1号 中日ビル15階

<https://www.nextage.jp>

2026年5月 発行