

2026年3月期 第3四半期 決算説明資料

株式会社アップガレージグループ

2026年2月6日

東証スタンダード 証券コード:7134



1 — 2026年3月期 第3四半期業績ハイライト

2 — 直近の取り組み、TOPICS

3 — appendix

1 — 2026年3月期 第3四半期業績ハイライト

2 — 直近の取り組み、TOPICS

3 — appendix

売上高

11,073 百万円

前年同期比 +6.4%

営業利益

787 百万円

前年同期比 +2.5%

経常利益

792 百万円

前年同期比 +2.0%

四半期純利益

516 百万円

前年同期比 △0.1%

暖冬の影響があったものの、最大繁忙期の第3四半期で過去最高の売上高・営業利益を達成

直営店の新規出店は通期で10店舗となり、年間出店計画5店舗を大きく上回る出店加速

- ✓ リユース需要の拡大により暖冬の影響があったものの、直営店を中心にリユース業態で前年同期比11.9%増収
- ✓ 3Q累計で、直営店 8店舗(前期3)、FC店 4店舗(前期3)、サイクルズ 1店舗(前期2)の新規出店
更に4Qに直営店で 2店舗の、FC店で 4店舗の新規出店が決定済
直営店は通期で年間出店計画5店舗を大きく上回る10店舗の新規出店
- ✓ 海外出店 アップガレージUSA 2号店となるオンタリオ店(アメリカ合衆国カリフォルニア州)が11月末にオープン
(海外子会社との決算期ずれにより連結業績への影響は4Qから)
- ✓ 12月までの状況を踏まえて通期業績予想を修正、配当予想については据え置き

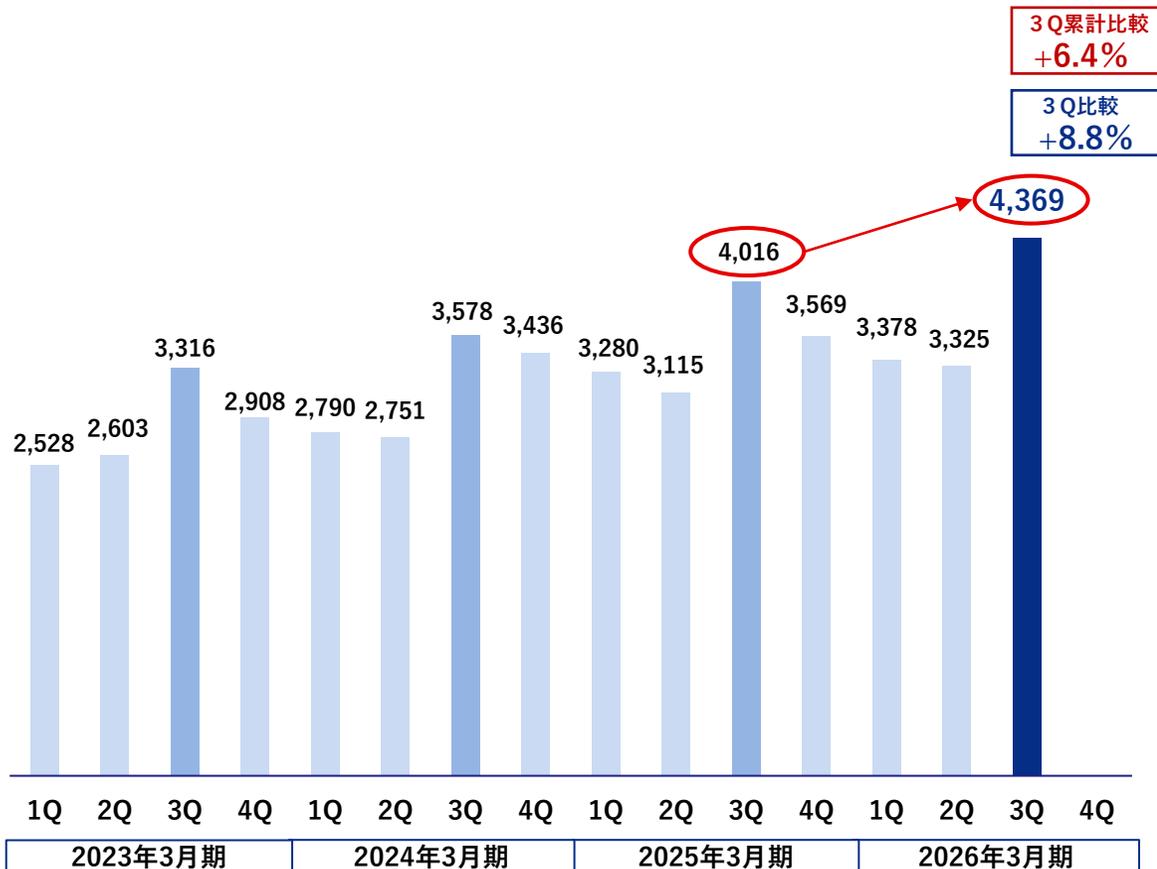
暖冬の影響があったものの、リユース需要の拡大が引き続き継続したことで売上高は順調に増加
直営店の売上高増加及び下期からのFCロイヤリティ値上げもあり、売上高総利益率は+0.9%と改善
出店投資及び人的資本投資に伴う費用の増加により、営業利益率は前年同期を下回る

(単位：百万円)	2025年3月期 第3四半期	2026年3月期 第3四半期	増減額	増減比
売上高	10,412	11,073	661	106.4%
売上総利益	4,171	4,543	371	108.9%
売上総利益率	40.1%	41.0%		
営業利益	768	787	19	102.5%
営業利益率	7.4%	7.1%		
経常利益	776	792	15	102.0%
四半期純利益	516	516	△0	99.9%

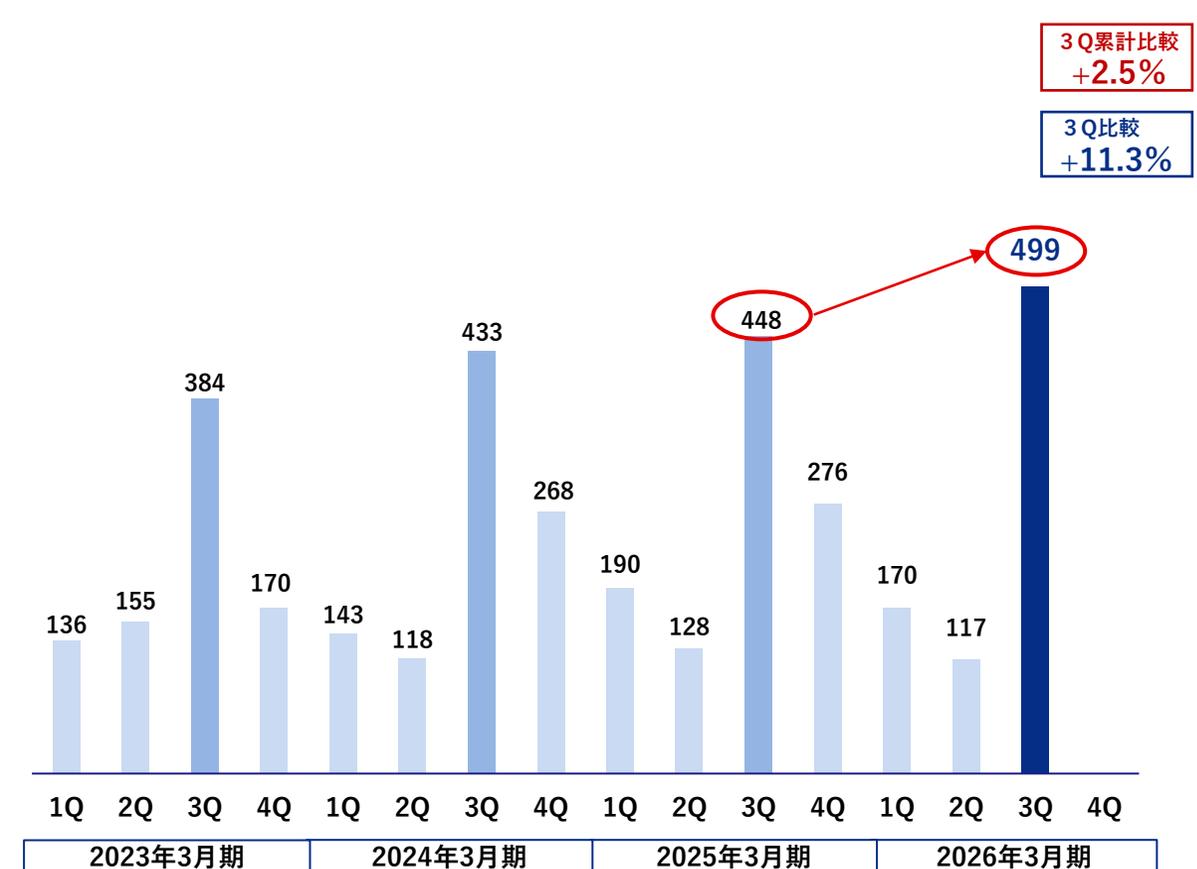
売上高・営業利益 四半期推移

暖冬の影響があったものの、第3四半期で過去最高の売上高を達成
 営業利益は出店加速の先行投資及び期初からの人的資本投資がある中で、
 第3四半期単体では前年同期比11.3%と二桁伸長

売上高 (百万円)



営業利益 (百万円)



売上高はリユース業態が好調に推移したものの、流通卸売業態が想定を下回る
 営業利益は出店計画を大きく上回る直営店の出店加速に伴い、
 出店費用と採用・教育に伴う人件費等が大きく増加したため、前回予想を下回る

(単位：百万円)	2026年3月期 前回予想	2026年3月期 修正予想	対前回予想 増減額	対前回予想 増減率	2025年3月期 実績(参考)	増減率
売上高	15,500	15,100	△400	△2.6%	13,981	+8.0%
営業利益	1,315	1,080	△235	△17.9%	1,044	+3.4%
経常利益	1,325	1,100	△225	△17.0%	1,083	+1.5%
当期純利益	851	725	△126	△14.8%	785	△7.7%

2026年3月期の配当については、従来予想の1株当たり36.5円を据え置き

リユース業態		2026年3月期 当初計画	2026年3月期 進捗	増減
直営店	新規出店（拠点数）	5	10	5
	全店売上高前期比	108.5%	111.4%	2.9%
	既存店売上高前期比	102.0%	104.5%	2.5%
FC店	新規出店（拠点数）	10	8	△2
	全店売上高前期比	108.0%	106.7%	△1.3%
	既存店売上高前期比	105.0%	105.2%	0.2%

流通卸売業態		2026年3月期 当初計画	2026年3月期 進捗	増減
タイヤ流通センター売上高前期比		105.0%	101.1%	△3.9%
ネクスリンク売上高前期比		114.0%	97.5%	△16.5%

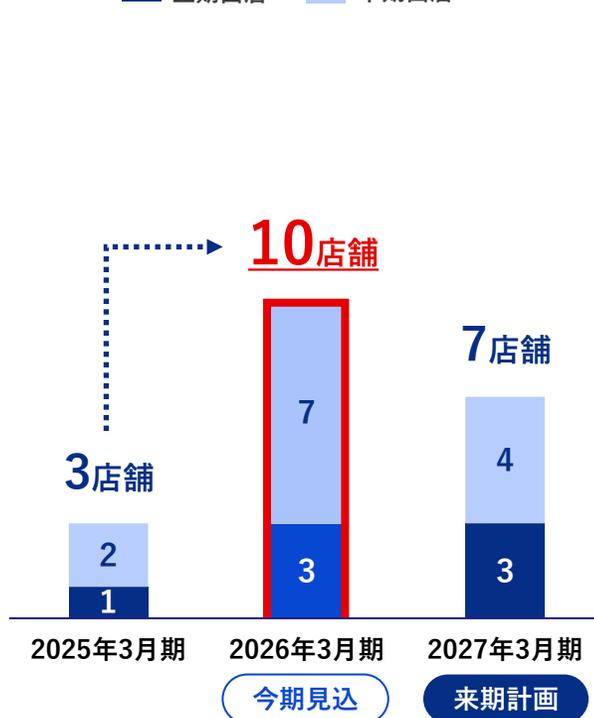
- ✓ リユース需要拡大により、暖冬の影響があったものの、直営店は全店、既存店ともに計画を上回る好調に推移
- ✓ 直営店は出店計画を大きく上回る10店舗の新規出店
- ✓ 出店加速に伴い、店舗従業員の採用・教育を大幅に強化
人件費と出店費用が計画を大きく上回る増加
- ✓ FC店は12月の暖冬の影響及び出店が4Qに集中することもあり、僅かに計画を下回ったものの、概ね計画通りに推移
- ✓ タイヤ流通センターは暖冬の影響により僅かに計画を下回ったものの、概ね計画通りに推移
- ✓ ネクスリンクは計画していた既存卸売先への取引が先方都合で無くなったこと及び一部取引が卸売からシステム使用料に切り替わったことで計画を大きく下回る
- ✓ ネクスリンクは営業方針を切り替え、大手車販店を中心に新規獲得と深堀に注力、3Q単体では+9.2%と増収基調に転換

直営店の新規出店及び採用強化の今後の見通し

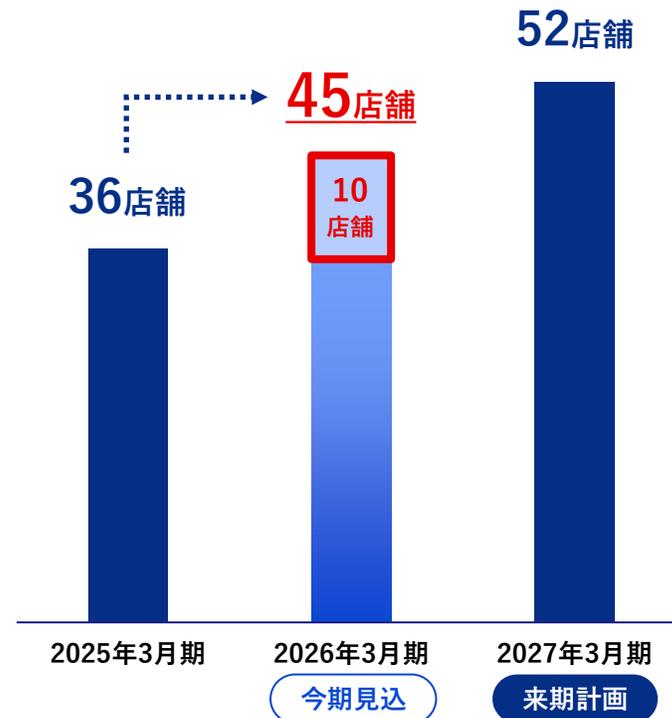
リユース需要拡大の継続を背景に、今期は計画を大幅に上回る10店舗の新規出店を達成
 今期・来期を「攻めのフェーズ」と位置づけ、出店ペースの加速と採用を強化を継続
 投資先行により営業利益率の伸びは一時的に緩やかになるものの、
 売上高、営業利益ともに過去最高更新のトレンドを維持しながら更なる成長を目指す

直営店新規出店数

■ 上期出店 ■ 下期出店

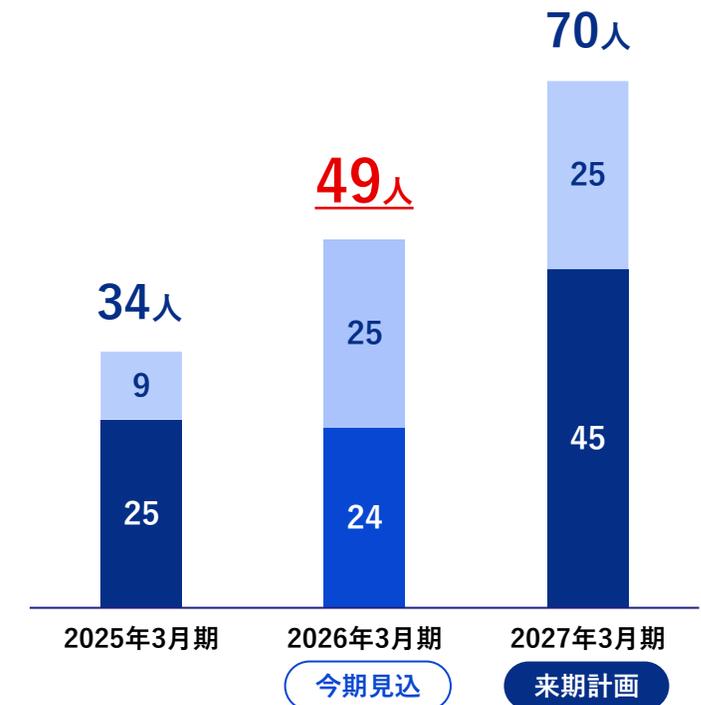


直営店拠点数



採用人数

■ 新卒入社 ■ 中途入社



1月月次の店舗売上高は直営店・FC店ともに前年同月比110%を超える大幅増収
修正後の通期業績予想の達成に向けて好調に推移

売上高 (百万円)

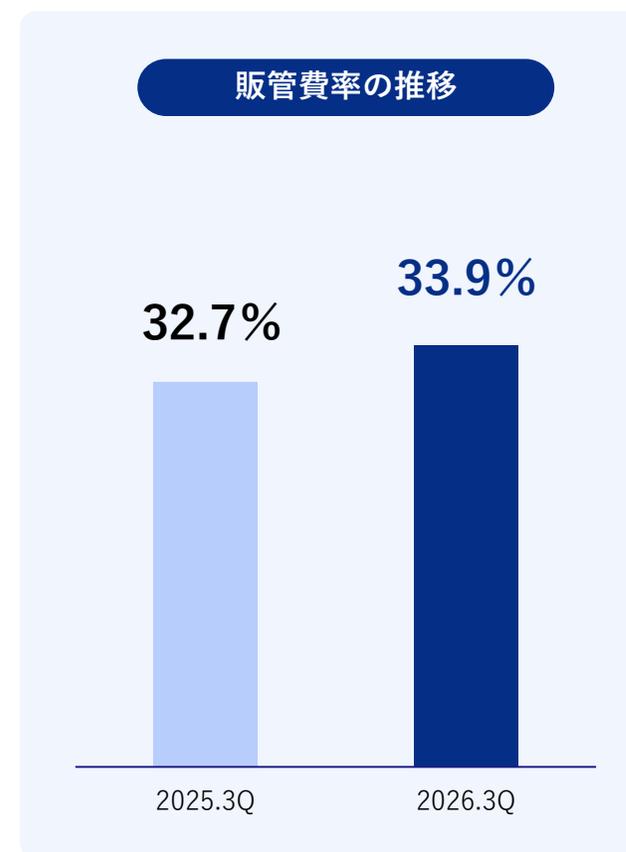


営業利益 (百万円)



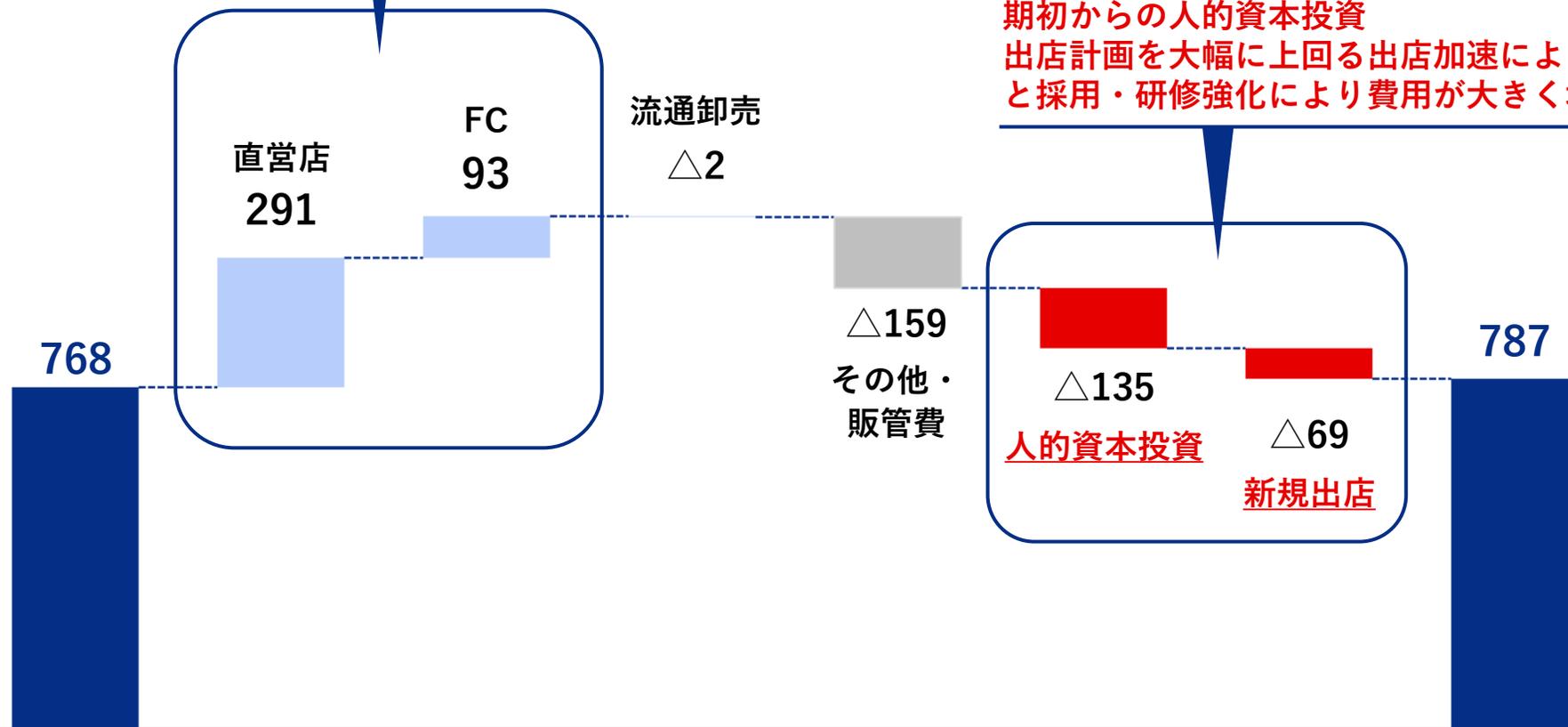
新規出店費用の先行投資及び出店加速に伴う採用強化と期初からの人的資本投資により 販管費は前年同期比10.3%増

(百万円)	2025年3月期 第3四半期	2026年3月期 第3四半期	増減額	増減比
人件費	1,547	1,683	135	108.8%
地代家賃	360	404	44	112.5%
広告費	320	321	0	100.1%
運送費	291	292	1	100.5%
減価償却費	214	275	61	128.7%
その他	669	777	108	116.1%
販管費合計	3,403	3,755	352	110.3%
販管費率	32.7%	33.9%		



リユース需要の拡大により直営店・FCともに好調に推移
下期からのFCロイヤリティ値上げによって利益額は大きく増加

(百万円)



期初からの人的資本投資
出店計画を大幅に上回る出店加速による出店費用
と採用・研修強化により費用が大きく増加

2025年3月期3Q
営業利益

2026年3月期3Q
営業利益

リユースと流通卸売が売上の2本の柱

リユース業態



流通卸売業態

タイヤ流通センター



自動車業界に特化した人材紹介サービス



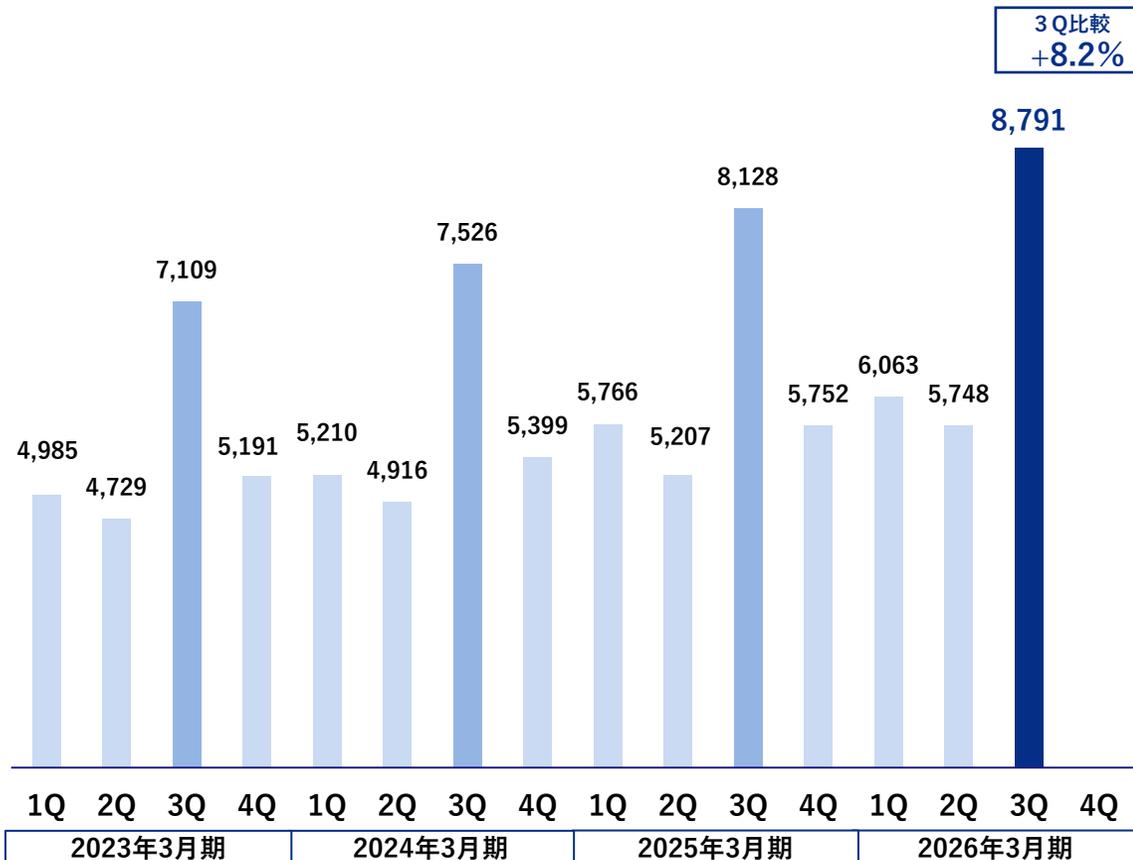
(百万円)		2024年3月期 第3四半期	2025年3月期 第3四半期	2026年3月期 第3四半期	増減額	増減比
リユース業態 売上構成 約60%	店舗売上	4,036	4,400	4,901	500	111.4%
	フランチャイズ関連	974	927	1,077	149	116.2%
	EC手数料・WEB広告	168	172	173	0	100.2%
	海外EC	206	174	96	△77	55.4%
	USA(前期2Qより)	—	76	119	43	157.2%
	本部・その他	307	359	470	111	130.9%
	流通卸売業態 売上構成 約40%	タイヤ流通センター	1,293	1,515	1,532	16
ネクスリンク (受発注プラットフォーム)		2,116	2,751	2,683	△67	97.5%
人材紹介サービス		34	40	10	△30	25.0%
	連結調整	△17	△7	7	15	
連結売上高		9,121	10,412	11,073	661	106.4%

リユースへの需要拡大は引き続き継続して11.9%増収

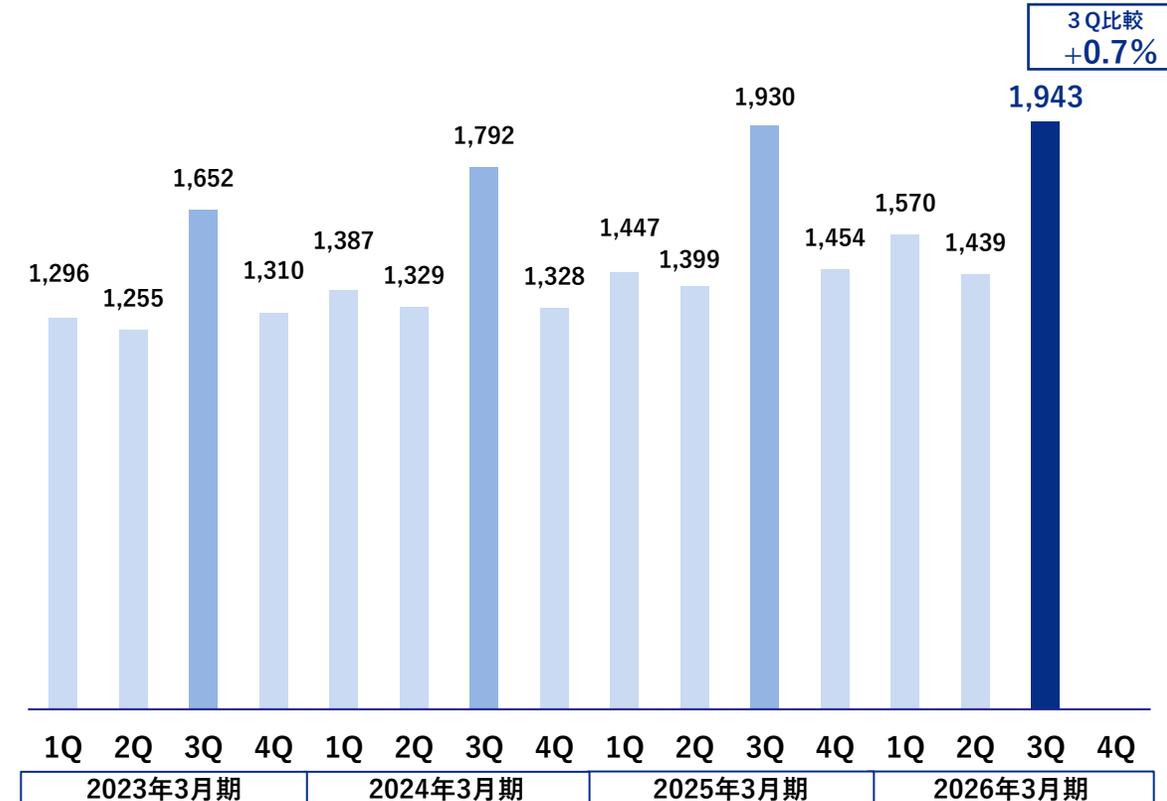
(百万円)		2024年3月期 第3四半期	2025年3月期 第3四半期	2026年3月期 第3四半期	増減額	増減比
リユース業態	店舗売上	4,036	4,400	4,901	500	111.4%
	フランチャイズ関連	974	927	1,077	149	116.2%
	EC手数料・WEB広告	168	172	173	0	100.2%
	海外EC	206	174	96	△77	55.4%
	USA(前期2Qより)	—	76	119	43	157.2%
	本部・その他	307	359	470	111	130.9%
			5,693	6,112	6,839	727

カー用品、バイク用品のリユースへの需要は年々増加
 アップガレージチェーン（直営・FC） 合計売上高・買取金額は右肩上がりに推移

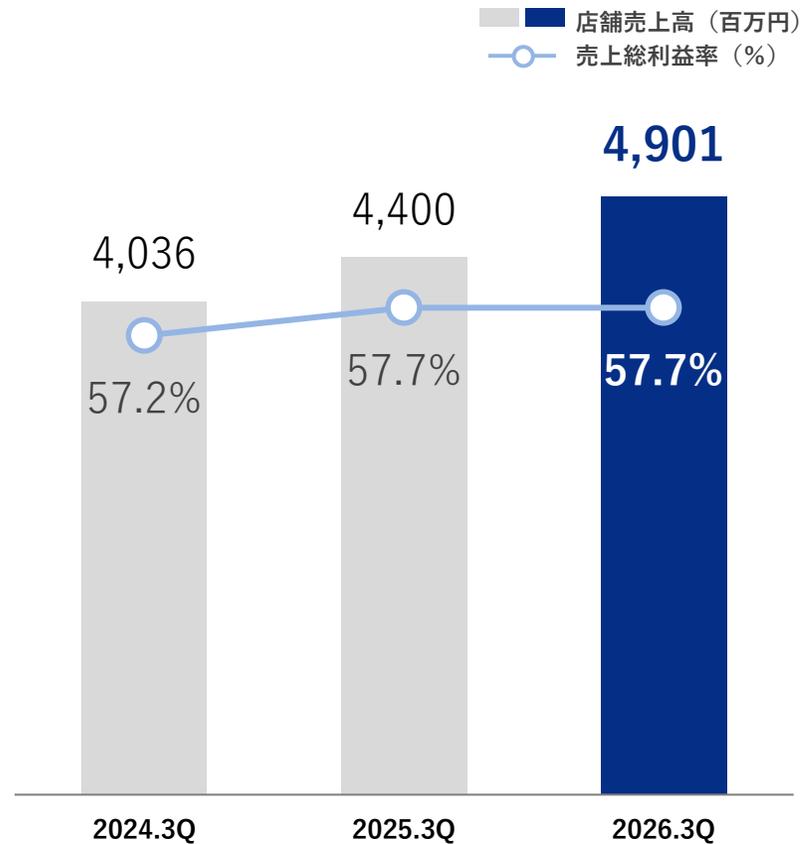
チェーン合計売上高（百万円）



チェーン合計買取金額（百万円）



12月の暖冬の影響があったものの、前期以前からの継続的な出店及び既存店の好調、リユース需要拡大により直営店売上高は11.4%増収
直営店の新規出店は3Q累計で8店舗と年間出店計画(5店舗)を大きく上回る出店加速



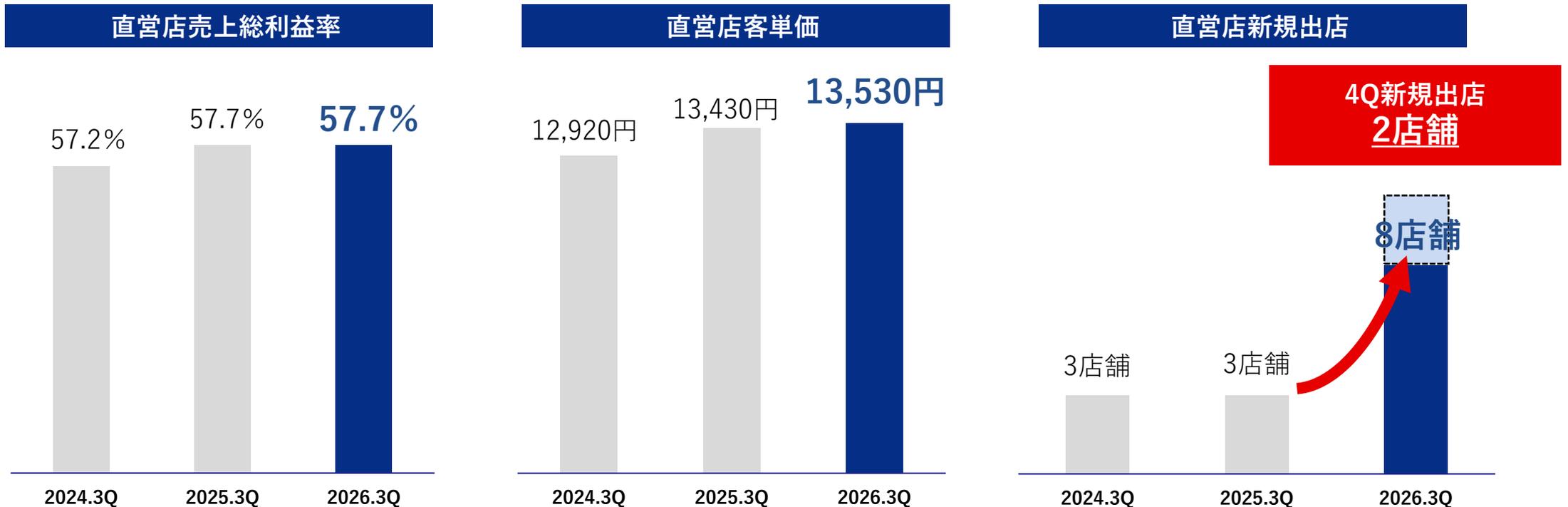
既存店
売上高 **104.5** % (前期3Q 102.6%)

直営店
客単価 **100.7** % (前期3Q 104.0%)

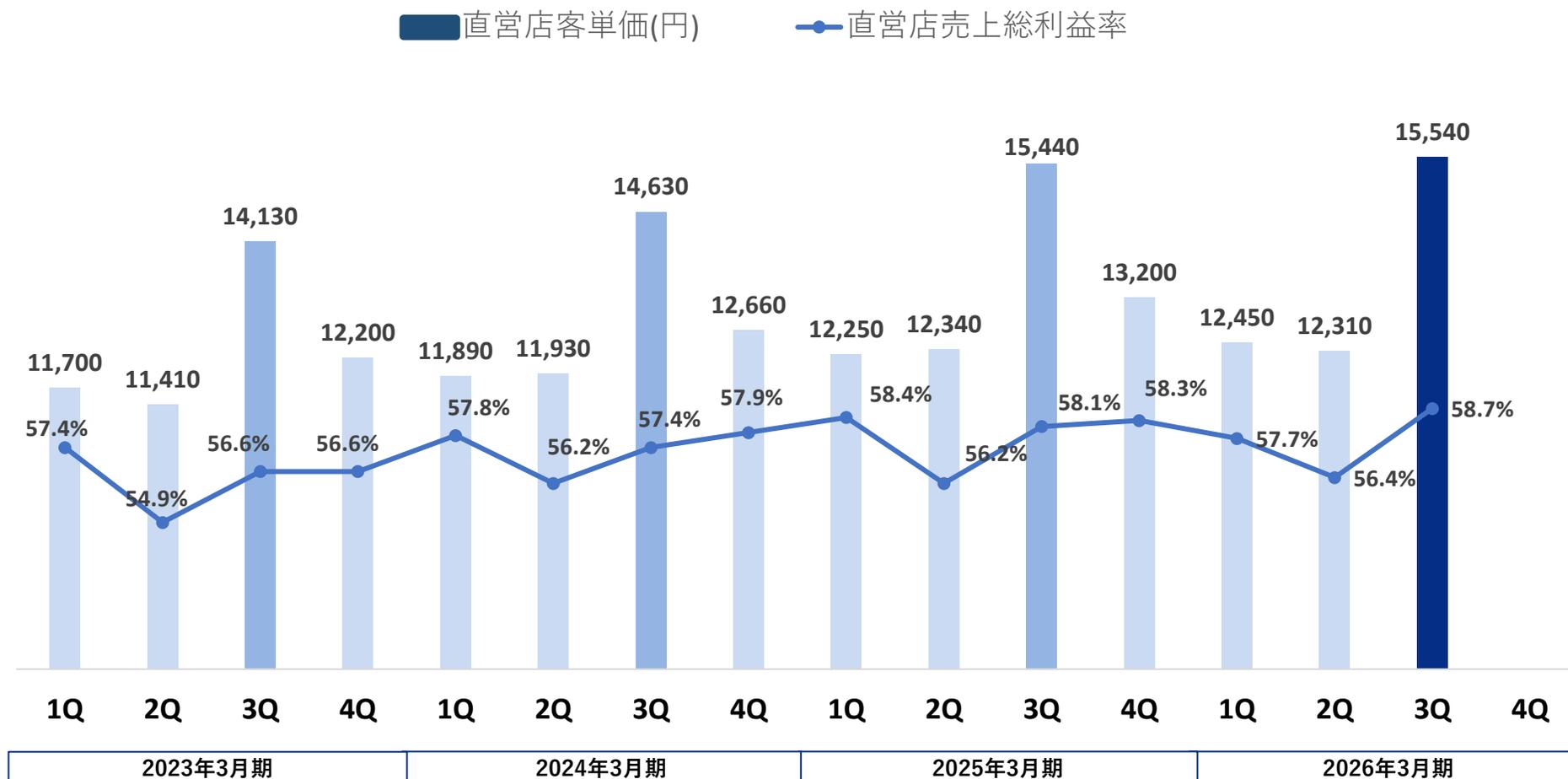
直営店
新規出店 **8** 店舗 (前期3Q 3店舗)

中古需要の拡大、利益率改善の施策によって粗利率、客単価は上昇傾向

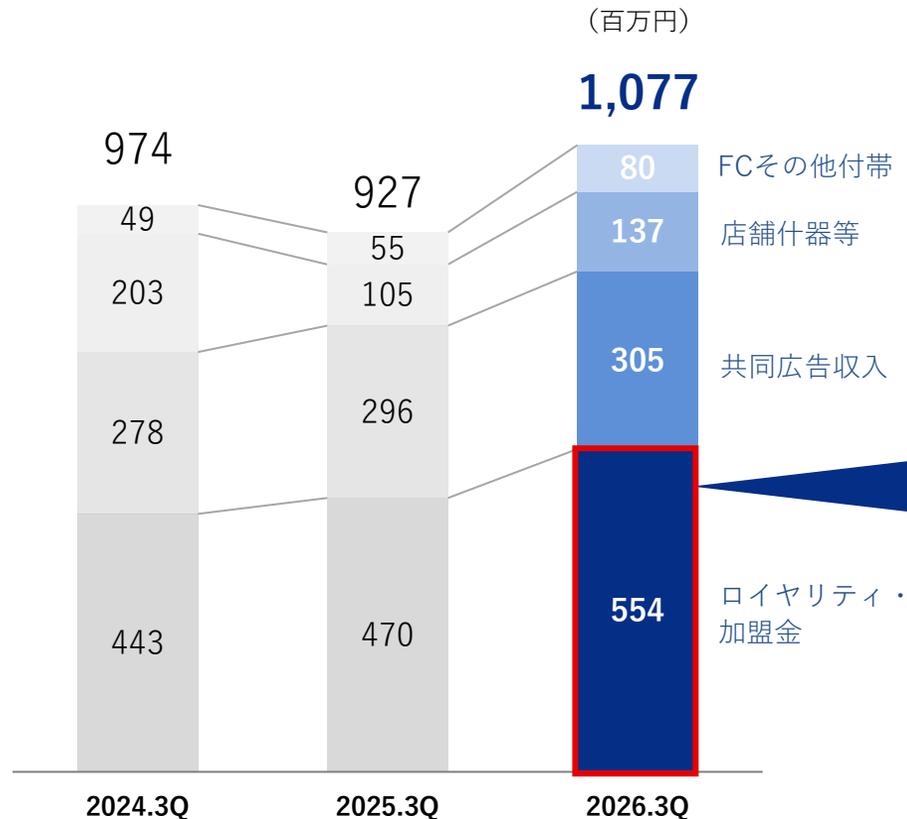
買取販売力向上、取付作業メニューの拡充、新品価格の上昇に伴う
リユース品価格の上昇などにより、利益率、客単価は上昇傾向



直営店客単価・売上総利益率 四半期推移



12月の暖冬の影響があったものの、FC店売上高が好調に推移
 下期からのFCロイヤリティ値上げの効果もあり、フランチャイズ関連全体では16.2%増収
 4Qに4店舗の新規出店が決定

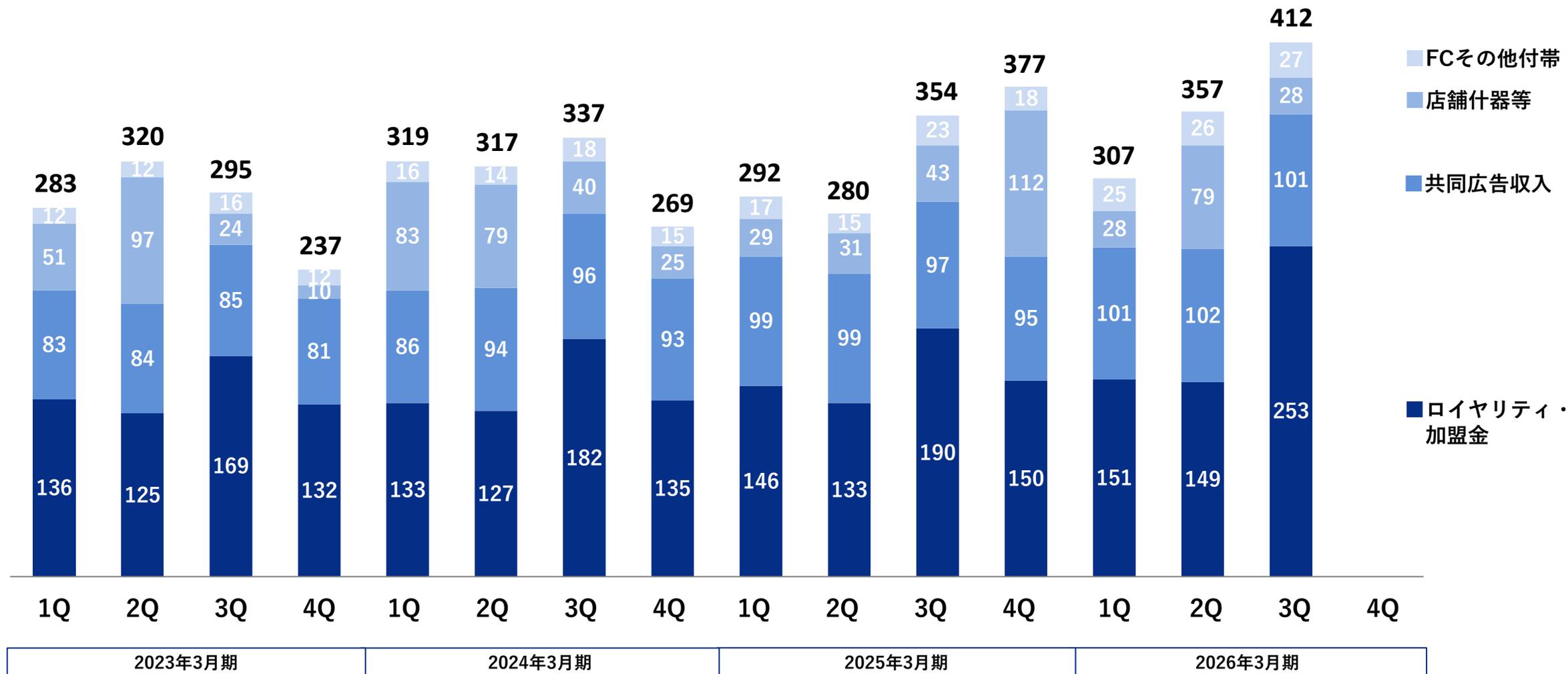


既存店
売上高 **105.2** % (前期3Q 106.7%)

全店
売上高 **106.7** % (前期3Q 107.9%)

FC店
新規出店 **4** 店舗 (前期3Q 3店舗)

フランチャイズ関連売上高 四半期推移 (百万円)

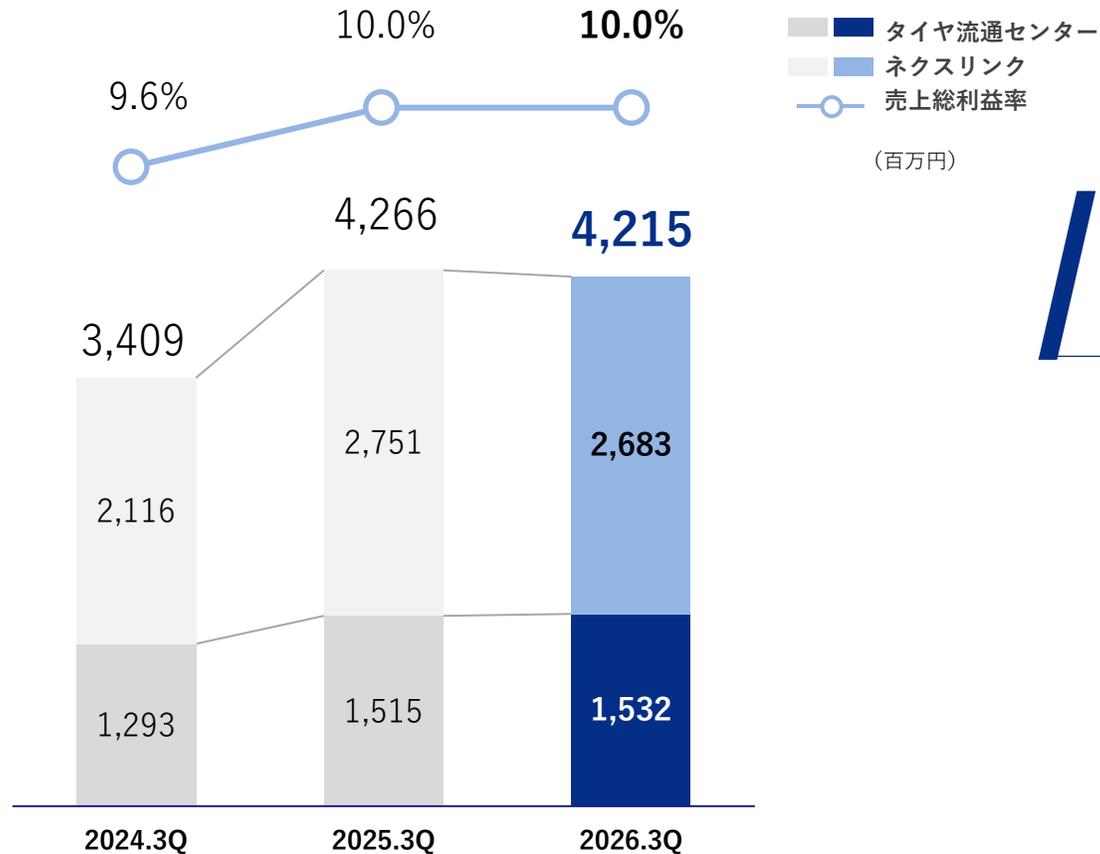


3Q単体では上期の猛暑によるスタッドレスタイヤ商戦のずれ込み及びネクスリンクの取引形態の切り替えに伴う減収を上回る売上高の増加により増収となったものの、流通卸売業態全体では12月の暖冬の影響によって僅かに前年同期を下回る

(百万円)		2024年3月期 第3四半期	2025年3月期 第3四半期	2026年3月期 第3四半期	増減額	増減比
流通卸売業態	タイヤ流通センター	1,293	1,515	1,532	16	101.1
	ネクスリンク (受発注プラットフォーム)	2,116	2,751	2,683	△67	97.5
		3,409	4,266	4,215	△51	98.8

ネクスリンクは3Q単体で9.2%の増収 卸売増加により取引形態の切り替えに伴う減収トレンドから回復

ネクスリンクQ別YoY：1Q(△9.9%) → 2Q(△7.0%) → 3Q(+9.2%)



タイヤ流通
センター
新規加盟

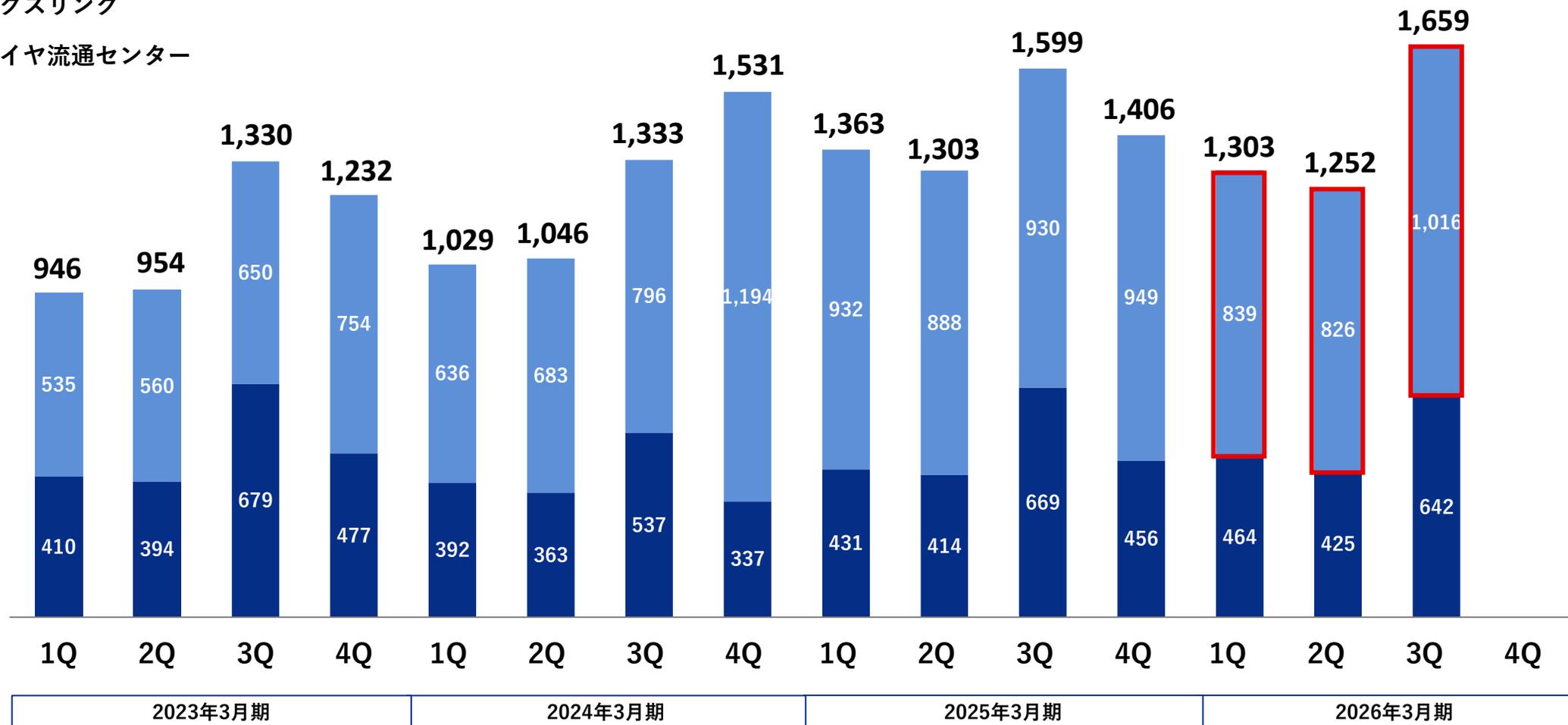
8

店舗 (前期3Q 10店舗)

流通卸売業態売上高 四半期推移 (百万円)

■ネクスリンク

■タイヤ流通センター



1 — 2026年3月期 第3四半期業績ハイライト

2 — 直近の取り組み、TOPICS

3 — appendix

自動車・バイクのパーツをモビリティパーツへ市場拡大



ブランドスローガン

Good Mobility, Happy Life

直営店の出店が好調。アメリカ2号店となる「アップガレージオンタリオ店」をオープン。

国内

FC アップガレージ熊谷店



10月24日オープン

UP GARAGE

タイヤ流通センター

直営 アップガレージ小山店



11月14日オープン

UP GARAGE

タイヤ流通センター

直営 アップガレージ横浜青葉台店



10月25日オープン

UP GARAGE

タイヤ流通センター

直営 アップガレージ石岡店



11月21日オープン

UP GARAGE

タイヤ流通センター

直営 アップガレージ鹿児島吉野店



12月19日オープン

UP GARAGE

UP GARAGE RIDERS

タイヤ流通センター

USA

直営 アップガレージオンタリオ店



11月29日オープン

UP GARAGE

第4 四半期に新規出店する店舗は以下となります。

国内

直営 アップガレージ小倉東インター店

3月11日  

FC アップガレージ東近江店

3月3日  

直営 アップガレージ栃木下野店

3月26日   

FC アップガレージ大垣店

3月5日  

FC アップガレージ函館鍛冶店

3月17日  

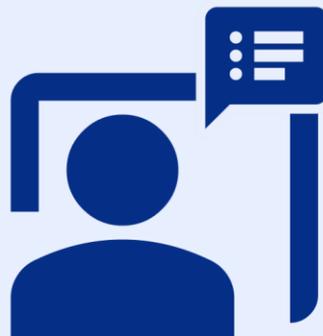
出店数増加に伴い、採用・研修を強化

内定者研修



内定者同士の交流会に加え、車の基礎知識研修、本社オフィス併設の「アップガレージ横浜青葉台店」にて店舗見学を行いました。

外国籍内定者研修



オンラインにて全12回の日本語研修を実施しています。

- ・日本の挨拶、マナー等
 - ・電話、メールの対応の仕方
 - ・敬語のさまざまな使い方
- など

中途社員研修



中途社員向けに「ネオアップ魂研修」を行っています。

- ・創業/企業理念・ビジョン
 - ・アップガレージスタッフの行動指針
 - ・事業戦略
- など

サービス拡大・UI/UX改善による顧客体験の向上

スタッドレスタイヤレンタルサービス、
件数・売上とも昨年比約150%に

アップガレージだからこそできる!

スタッドレスタイヤ レンタルサービス

返却日も自由に変更できるようになりました!

2泊3日で **¥9,900** (税込)

※タイヤホイール脱着工賃7,040円(税込)がかかります
実施期間：2025年11月22日(土)～2026年3月31日(火)



最短翌日の予約可能!

すぐに予約!

取扱店舗拡大 従来の直営店 + 一部フランチャイズ店舗

新機能 返却日の自由指定機能

UI/UX改善により、
アプリのストア内評価が向上



Google Play Store 1.7 (2025年9月時点) → **4.3** (2026年1月時点)

Apple Store 1.9 (2025年9月時点) → **4.4** (2026年1月時点)

AI活用による業務変革と、全社的な情報セキュリティ強化

AI査定機能、直営店で2月運用開始予定

ご依頼の BBS LM090（17インチ）について、過去の買取実績と平均売価（約～円）をもとに算出しました。標準販売価格は約～円と見積もっています。状態や付属品により価格は変動しますので、詳しい状態をご教示いただければ、より正確な査定が可能です。

ホイールの状態について教えてください。例：リムやスポークの傷・キズの有無、腐食や塗装はどうなっていますか？付属品（ハブリング、ボルト等）の有無や、カスタム・修理履歴があれば併せてご提示ください。

特徴

査定画面にAIチャットを組み込み、AI買取担当が査定をサポート

効果

- ・現場とお客様のニーズに沿った高精度かつスピーディーな買取体験を実現
- ・従業員の働きやすさ・お客様満足度の両立

セキュリティ研修の強化



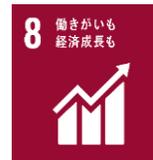
導入背景

- ・社会全体の情報セキュリティに対するリスク回避の動き

効果

- ・従業員のセキュリティ対応力の体系的強化
- ・情報漏洩リスクの低減

投資家様とのミーティング



11月16日 湘南投資勉強会

個人投資家様向け

4月～12月累計 4回

●今後の予定

・2月21日 Kabu Berry Lab @名古屋

機関投資家様向け

1 on 1 ミーティング 19回

決算説明会 2回

1 — 2026年3月期 第3四半期業績ハイライト

2 — 直近の取り組み、TOPICS

3 — appendix



(株)アップガレージグループ

当社は、中古カー&バイク用品の
リユース事業アップガレージの運営と、
新品カー用品流通企画事業を
主軸とした事業会社です。



アップガレージ事業

中古のカー用品、バイク用品の
買取・販売を、
直営店とフランチャイズで
日本全国及び米国で展開。



流通企画事業

主にFC加盟店様および
中古車業者様・自動車整備会社
様をお取引先とした、新品カー
用品、バイク用品の流通企画卸
売事業。

全国にチェーン展開する
中古カー&バイク用品専門店

UP GARAGE



1990年代、中古車販売業の傍ら始めた中古パーツ販売が大好評。

中古パーツを「安く手に入れたい」買手と、「適正価格で売却したい」売手を繋ぐマーケットの需要を確信し、

1999年、中古車業から**中古パーツ事業をスピンアウト**。これがアップガレージグループの始まりです。



Before

アップガレージ 存在前の悩み

中古カーパーツは、買いづらく・
売りづらいものでした。



中古パーツを売りたい人の悩み

- ✓ 中古パーツを簡単に売ることができない！
- ✓ 中古パーツの価値を適正評価してくれない！

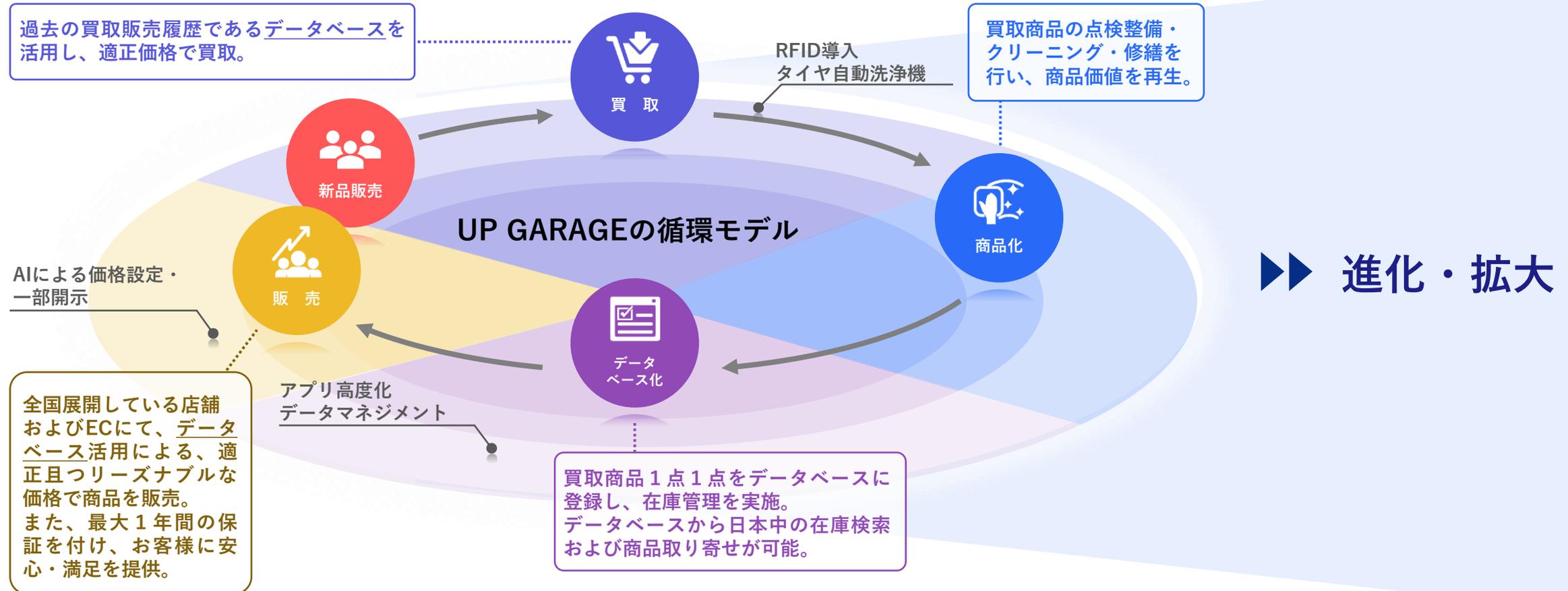


中古パーツを買いたい人の悩み

- ✓ 手に入れたい中古パーツが売ってる場所がない！
- ✓ 新品パーツは高いので、安く手に入れたい！
- ✓ 中古はデータベースがないので、商品を探しづらい！
- ✓ 中古パーツは、安全性・保証がなく心配だ！

アップガレージの循環モデル

中古カー & バイク用品の買取販売を直営店・フランチャイズで全国展開しています。
買取、商品化、データベース化、販売の循環を行っています。



中古カー用品全般を取り扱うアップガレージに加え、
バイク・ホイール・工具・自転車専門店、
カスタム化された特徴ある中古車の買取販売店、
新品タイヤ販売チェーンを展開しています。

※店舗数は直営店・FC含む

2025年12月末時点の店舗数

※2025年12月末時点の拠点数:190



153店舗

国内：151 USA:2

中古カー用品の買取・販売を行う
メインブランド店舗



92店舗

中古バイク用品専門の買取・販売店



11店舗

中古ホイール専門の買取・販売店



2店舗

中古工具専門の買取・販売店



10店舗

中古自転車専門の買取・販売店



4店舗

中古カスタムカーを中心とした
買取・販売店



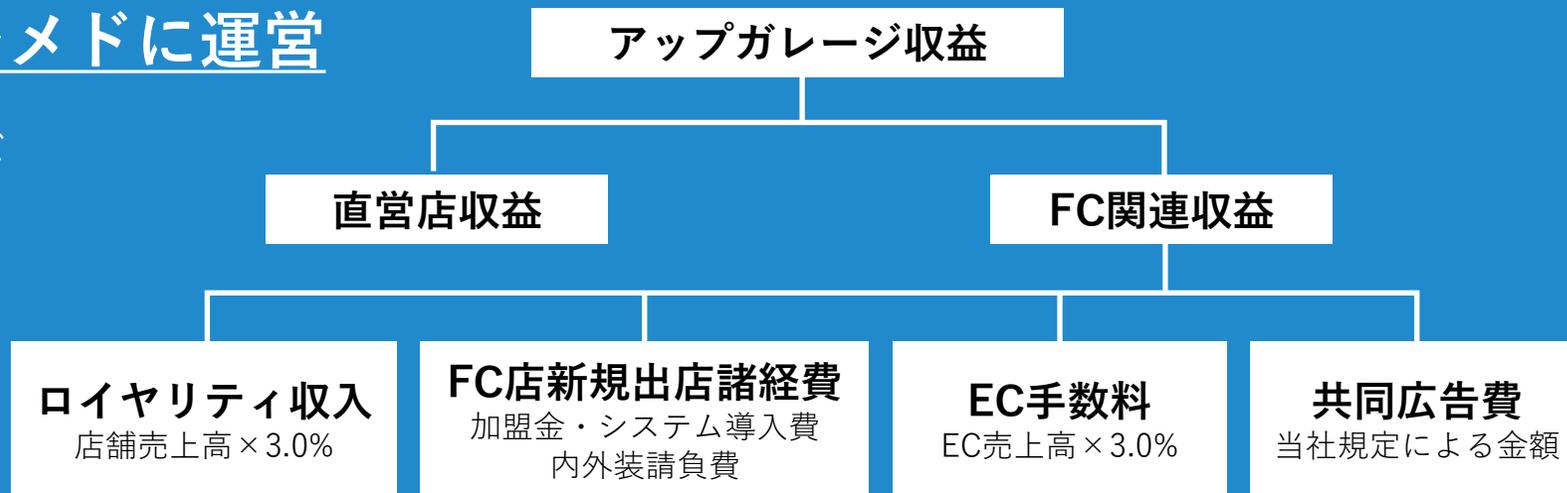
203店舗

タイヤ選びをシンプルに提案する
3プライスの新品タイヤ販売店

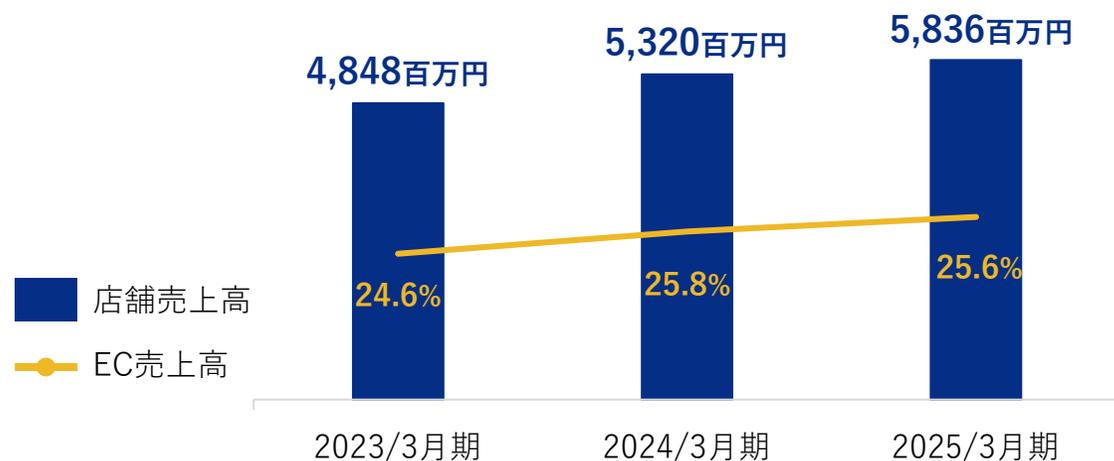
直営・FCともに粗利60%をメドに運営

収益の源泉は、直営店収益およびFC関連収益です。

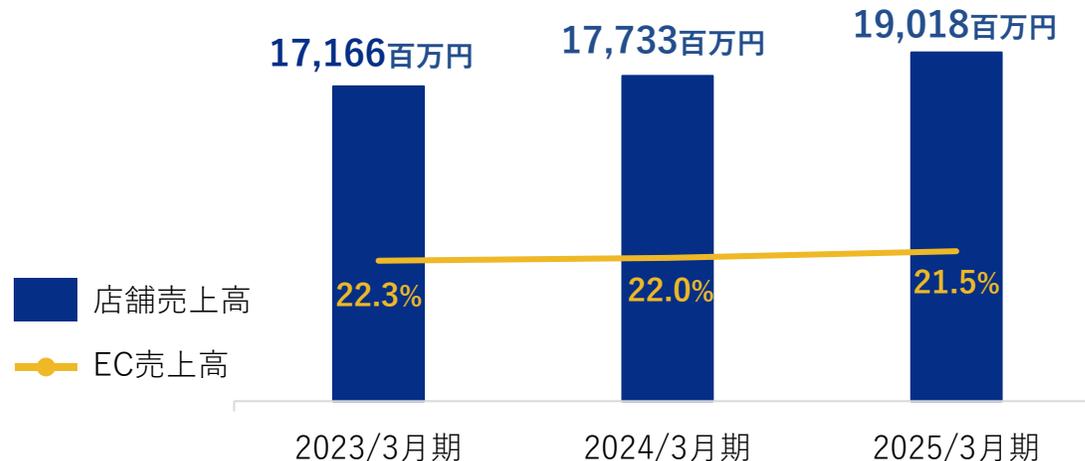
直営店・FC店ともに、実店舗およびECが販売チャネルです。



【アップガレージ直営店売上】



【アップガレージFC店売上】

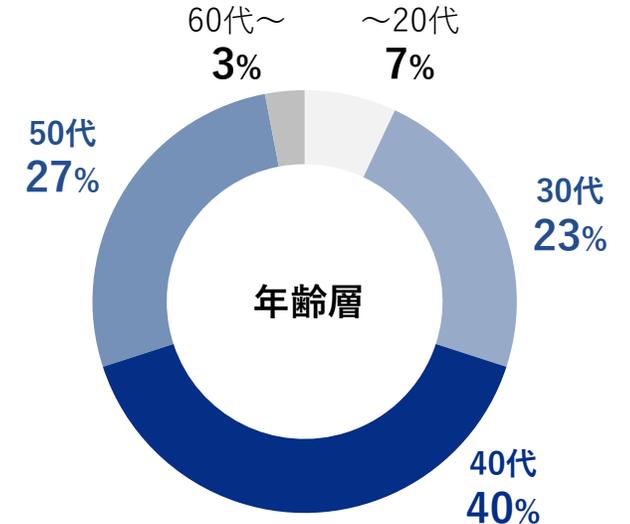
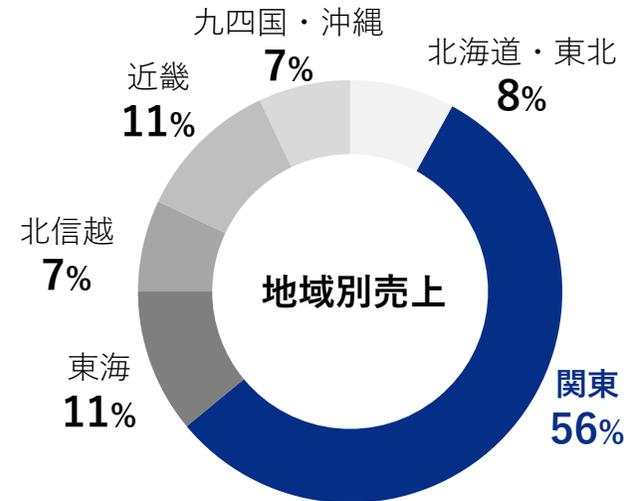
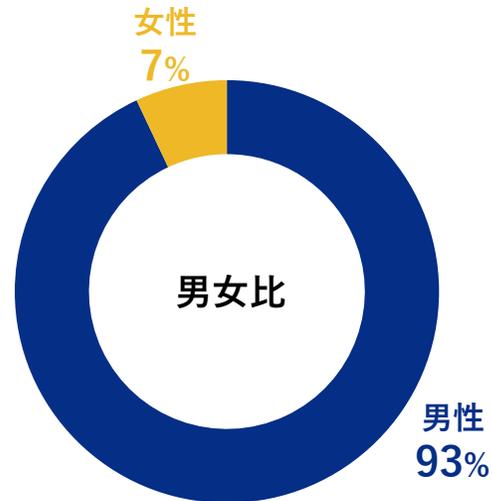


アップガレージの顧客層のイメージ

データでみるアップガレージのお客様像は、車の愛好家とライトユーザーです。
 愛好家層とライトユーザー層の割合は、4:6です。

顧客属性

平均購入額

約**13,000円**顧客
イメージ

クルマ愛好家



神奈川県横浜市在住
 45歳男性（内装業）

車いじりが生きがい。ヴィンテージ
 パーツも豊富に取り揃えている
 アップガレージで高品質な中古品を
 毎月3-5万円購入。
 不要なパーツを売る時も即現金化で
 査定も確かなアップガレージを利用。

ライトユーザー



山形県山形市在住
 50歳女性（主婦）

日々の生活に軽自動車を利用。
 安いタイヤはECで買えるが、
 自分で交換取付は出来ない。
 中古品のみならず、コスパの良い
 新品海外製品も揃え、価格透明性が
 高いアップガレージのタイヤ販売
 サービスを利用。

価格重視のライトユーザーから嗜好性を求めるマニアまで幅広くカバーしています。
オン・オフライン両チャンネルを備えることで、顧客へ安心感を提供します。

新品カー用品業界との比較

	 UP GARAGE タイヤ流通センター	新品カー用品店 ディーラー	チューニング プロショップ
価格	○ 低い	△ 高い	× 非常に高い
新品	× 少ない	○ 豊富	○ 豊富
廃版品	○ 可能	× 不可能	× 不可能

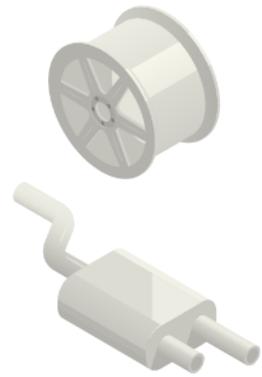
C to C マーケットプレイスとの比較

	 UP GARAGE	CtoC マーケットプレイス
価格	× CtoCより高い ※価格交渉が不要	○ 店舗より安い ※価格交渉が煩わしい
品質・ トラブル	○ プロが品質を目利き トラブルにも対応	× 安全性の確認無 当事者間で解決
保証・ アフター サービス	○ あり	× なし
取付作業	○ 対応可・試着可	× 対応不可

アップガレージの在庫管理能力

売買履歴・回転日数などの独自データを基に、適正な買取・販売価格設定が可能です。
「3か月で商品がすべて入替る」売場作りを目指しています。

買取（査定）



中古品



買取スタッフ

買取履歴



弊社 データベース



販売履歴



販売



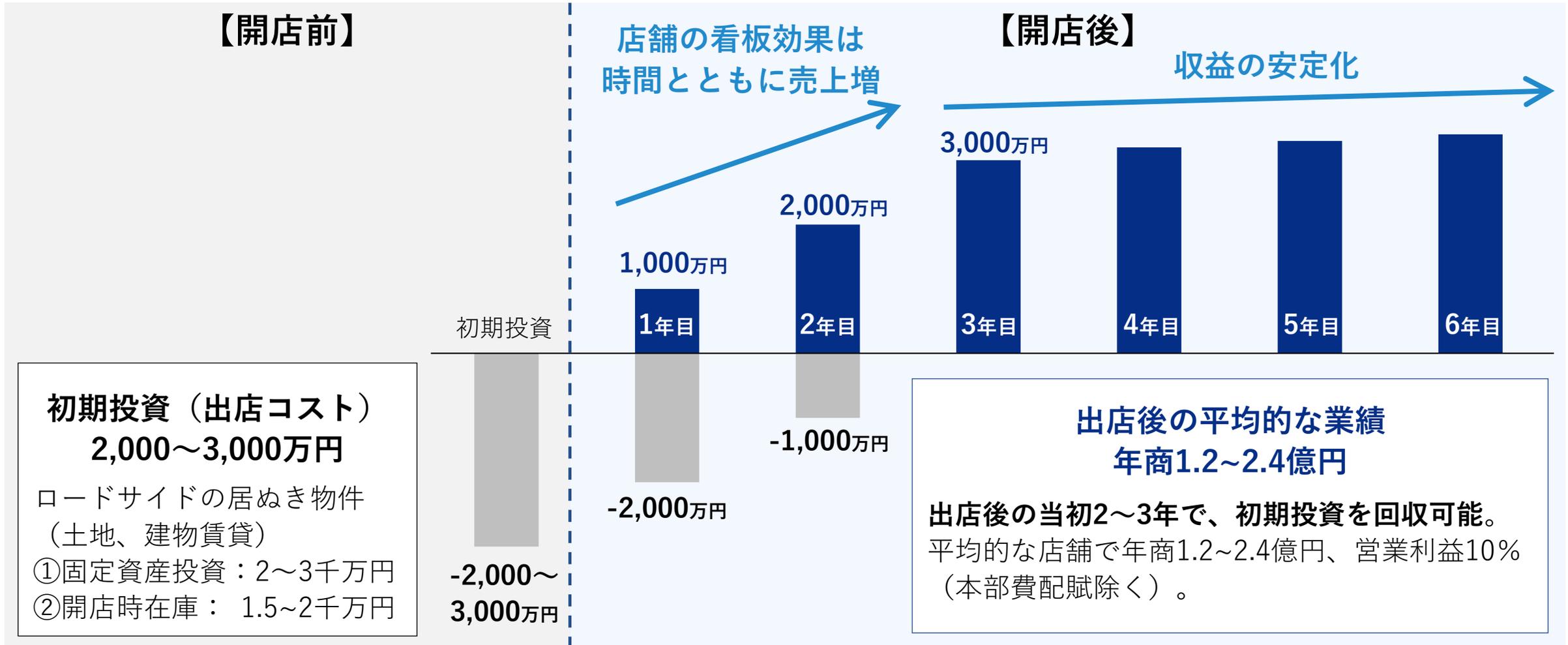
中古品

過去の買取履歴データから、
適正な買取・販売価格算出の標準化に成功。

販売履歴を基に、価格を柔軟に変更し、
在庫の長期化を回避。

自社オークションサイトで3か月以内に
在庫をすべて売切る。

初期投資で3~5千万円が必要となるが、半年以内で単月黒字化が可能です。
2~3年で回収見込めるため、収益性の確保も安定的です。



中古カー用品の市場規模

中古カー用品の市場規模は、約721億円。フリマアプリの影響により、リユース市場への参加者が年々増加しています。同市場において、当社はニッチトップのポジションを確立しています。

中古カー用品

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

※出典：(株)リフォーム産業新聞社 リサイクル通信「リユースデータブック2024」

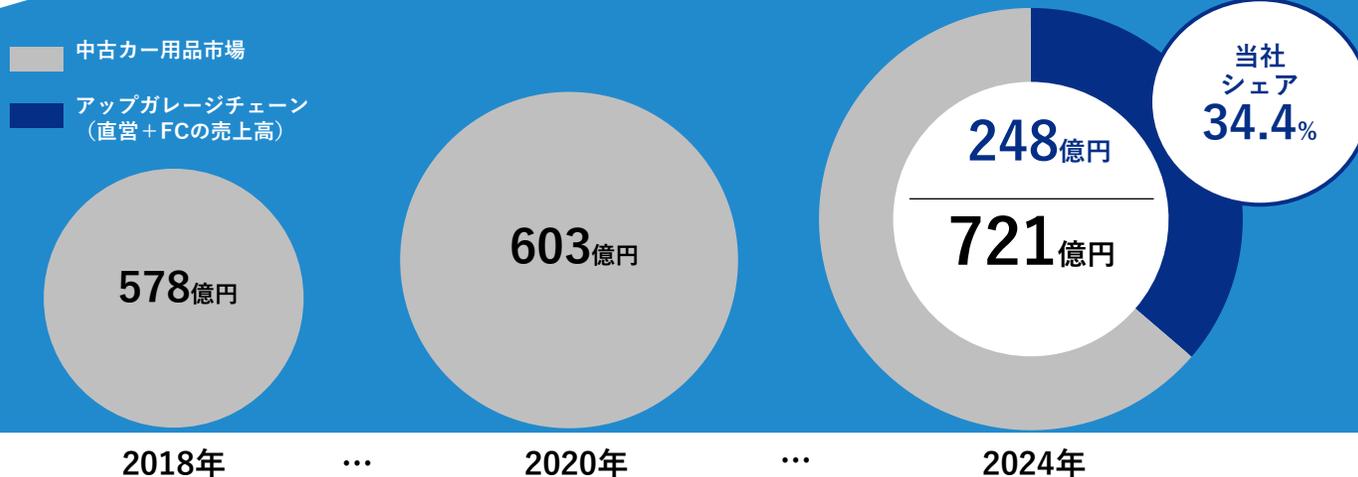
弊社の買取対象となる
新品カー用品

約1兆4,000億円

国内の新品カー用品市場規模は、メーカー国内出荷金額ベースでメインターゲット（タイヤ、一般用品、ナビ・オーディオ機器）は約1兆4,000億円の市場規模。

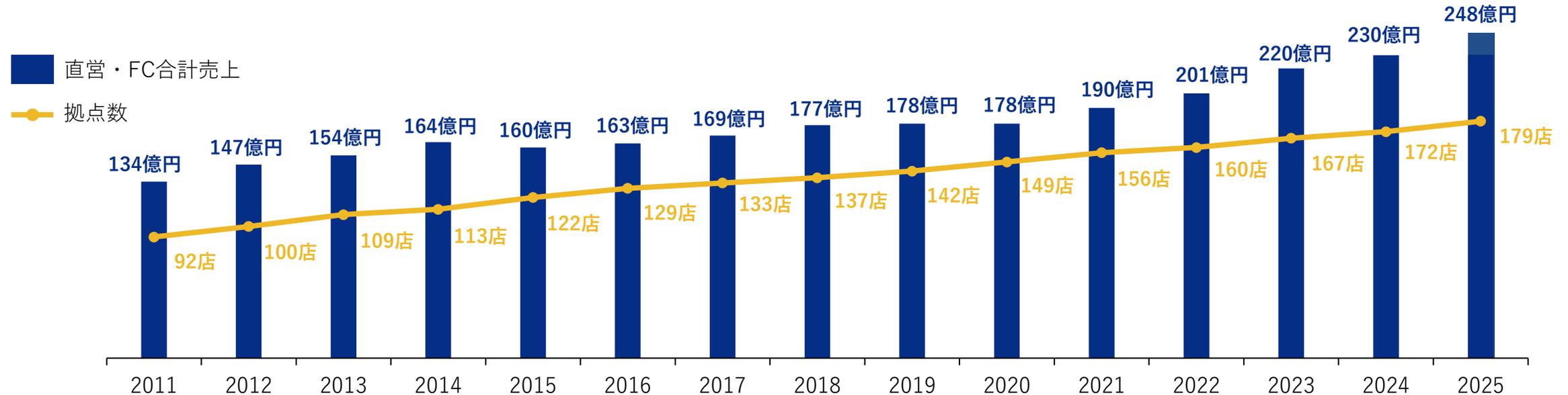
タイヤ	5,458億円
一般用品	5,480億円
ナビ・オーディオ機器	2,900億円
合計	13,838億円

※出典：(株)矢野経済研究所 自動車アフターマーケット総覧 2024年版



アップガレージの成長戦略 新規出店①

年間で直営5-7店、FC7-10店の新規出店を着実に進め、国内400店舗を目指します。
経験豊富で、業界知見のあるFCオーナー様による多店舗展開も促進しています。



主要FCオーナー様の店舗数

一都三県以外の地域は、
経営力の高いFCオーナー様が
積極的に店舗展開。

H社 (東北エリア)	8店舗
A社 (中部エリア)	7店舗
M社 (関西エリア)	7店舗



商圈エリアはドミナント戦略の成果を見極めて修正を検討中。
在庫調達、店舗運営人員の確保・育成という出店の必要条件と出店速度のバランスをとりつつ拡大し、
新規出店エリアに中古パーツの循環マーケットを創出します。



アップガレージ鹿児島吉野店 (2025年12月19日オープン)

運営人員

正社員2~3名とアルバイトで店舗運営

ターゲットとなる物件

ロードサイド・インター近くの居抜き物件(紳士服・ドラッグストア等)を賃貸借契約

敷地面積400~500坪

売場面積100~200坪

駐車場15~30台

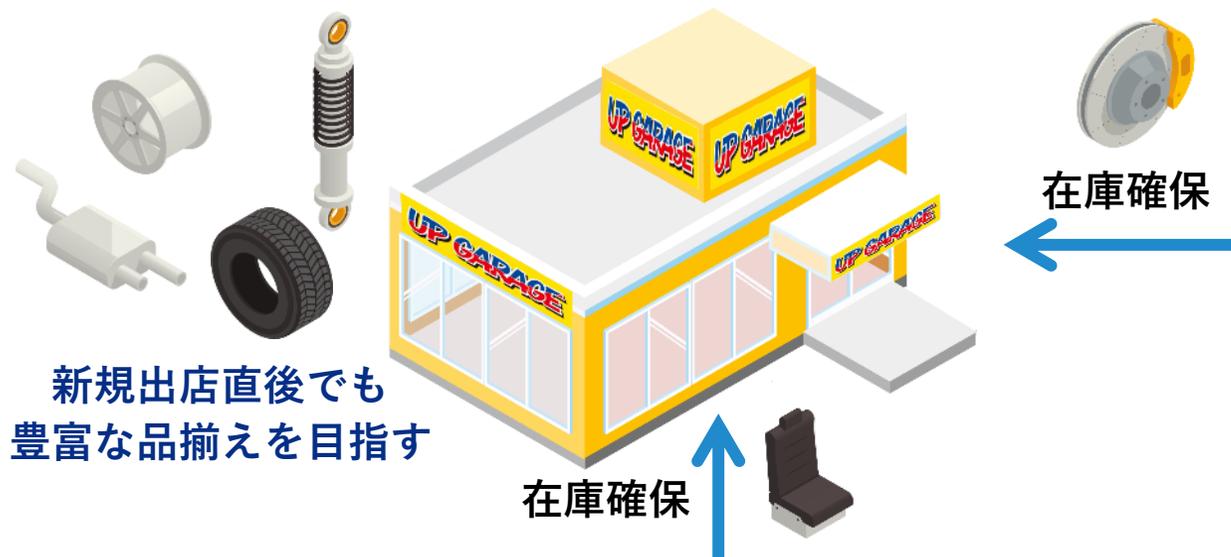
国内の出店可能エリアは400程の見通し

新規出店コスト

建物、設備への初期投資は2,000~3,000万円

主な内訳：不動産関連費用・建物改装費・車両整備ピットなどの固定資産投資

出店時の在庫集めが新規出店の課題です。店舗での個人買取強化に加え、法人からの買取ルートを広げ、新規出店の加速に繋がります。



店舗における買取強化策

プレオープン

FC本部から在庫供給。プレオープン時に先行買取も行う。グランドオープン後は店舗地域内での買取・販売サイクルを回すため、積極的に買取注力。

グランドオープン

GBP (Google Business Profile)の口コミ獲得、アプリ登録、LINE友達登録を店舗にて取組むことで、顧客との関係構築を行い、買取へつなげる。

本部での買取強化策

バイヤー研修強化

バイヤー研修を2か月に1回のペースで実施。買取件数最大化のため、基本的接客から専門知識の習得までを行う。

個人ユーザーからの買取

SNSマーケティング強化やGBP(Google Business Profile)高評価獲得などが、買取件数増加に寄与。

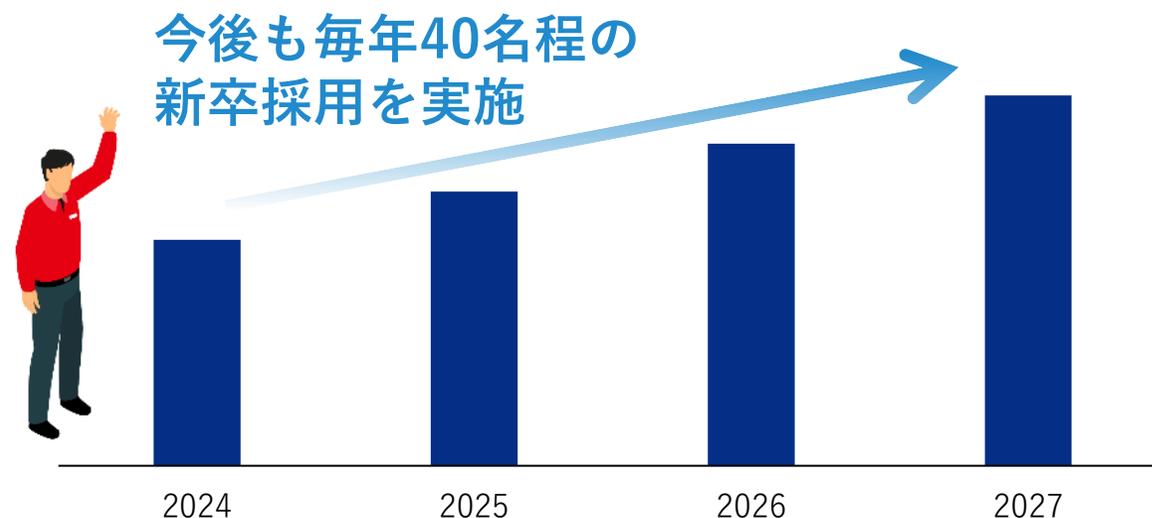
法人からの買取

新規開拓チームを組成し、自動車関連業者へのアプローチ。

平均的な店舗は正社員2〜3名とアルバイトで運営します。2025年度以降は、毎年40名程度の新卒採用を実施し、出店に必要な人材の確保・育成を行います。

【今後の従業員推移イメージ】

	店舗スタッフ	本部スタッフ	従業員合計	新卒入社
2021年 3月期	102名	71名	173名	23名
2022年 3月期	116名	72名	188名	31名
2023年 3月期	118名	85名	203名	25名
2024年 3月期	110名	87名	197名	34名
2025年 3月期	118名	90名	208名	25名



新卒採用の体制を強化しつつ、自社の人材紹介サービスを通じた採用及びリファラル採用も活用。

10年以上にわたり従業員満足度調査を実施し、人事評価・業務環境整備に尽力。

アップガレージが展開する
新品タイヤ販売チェーン

タイヤ流通センター





タイヤ交換の値段が不透明

車に合うサイズがわからない

価格が高い

選択肢が多すぎる

価格明瞭なシンプル3プライス、タイヤ取付・交換サービスをオンライン提供しています。
自動車整備工場やガソリンスタンド等へも、FC展開およびタイヤ卸販売を行います。

ダイヤモンド・プラチナ・ゴールドの3プライスでオンライン集客から予約まで

ゴールドプラン

安さ重視

4本
セット

¥8,900~
(税込¥9,790~)



プラチナプラン

価格と品質のバランス重視

4本
セット

¥16,900~
(税込¥18,590~)



ダイヤモンドプラン

品質重視

4本
セット

¥19,900~
(税込¥21,890~)



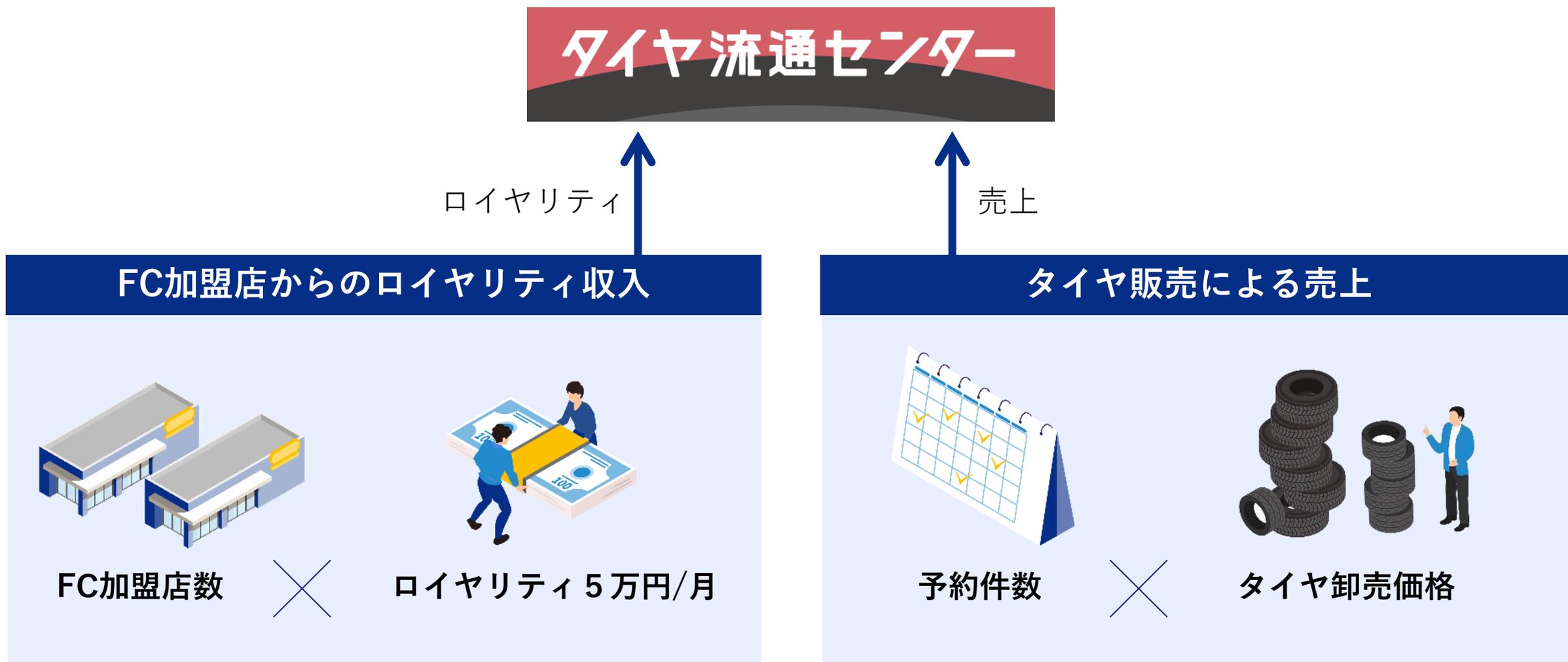
タイヤ流通センター

全国 203店舗を展開 ※店舗数は直営店・FC含む2025年12月末時点の店舗数

加盟店舗へは、当社流通企画事業本部から新品タイヤを販売



収益は、FC加盟店からのロイヤリティ収入とタイヤの販売から発生します。



タイヤ流通センターのWEBサイトから送客を行います。

タイヤ流通センターでは、お客様がWEBサイトから予約をしたら、あとは手ぶらでお近くの店舗に向かうだけでタイヤ交換ができる**簡単WEB予約システム**を導入しています。



最短**29秒**で価格がわかる！
※弊社実測値
簡単見積もり3ステップ



プラン、車種選択

タイヤのことがわからない方でも松竹梅形式の3つのプランから選ぶだけ。タイヤのプロが厳選したタイヤなので性能や品質に心配はありません。



取付店舗、日付を選択

全国各地にあるお店の中からお近くのお店を検索して、タイヤ取付日時を選びます。電話連絡不要で予約が確定できます。

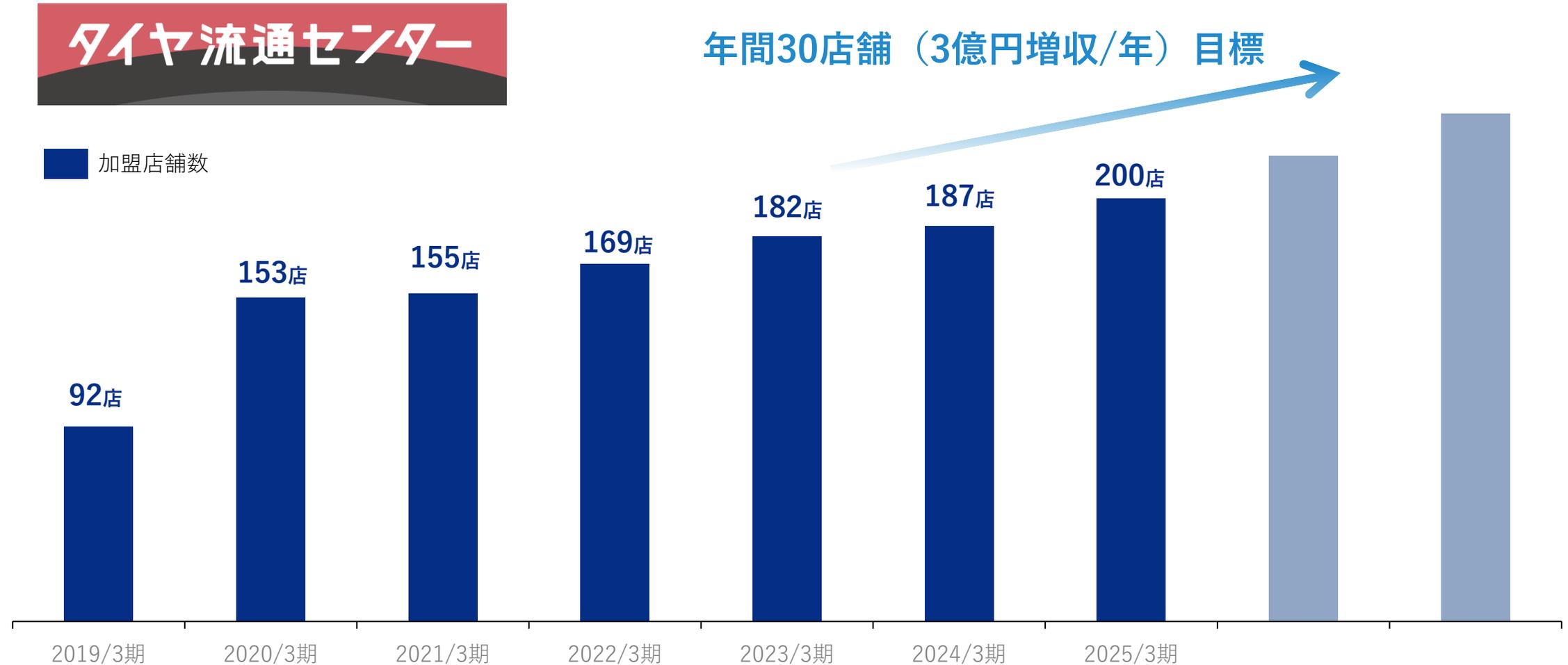


取付店舗へ行く

ご予約いただいたタイヤ取付日時にて、ご来店をお待ちしております！お支払いはタイヤ交換の当日にお店で行います。

タイヤ流通センターの成長戦略①

自動車整備工場やガソリンスタンド向けに、年間30店舗（3億円増収/年）を目標として、FC加盟店を開拓します。



タイヤ流通センターの成長戦略②

新規開拓チームを組成し、大規模チェーン店を中心に新規開拓をしています。
他サービスとのクロスセルを行うことで、グループ全体の売上向上に取り組みます。

タイヤ流通センター



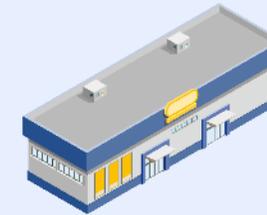
新規開拓チーム

自動車業界に精通した
キャリア20年を超える
ベテランを含む3名の
新規開拓チームを組成。

人材紹介サービス、
受発注プラットフォームを
切り口に新規開拓を行う。



対象新規顧客



既にネットワークを
広く持っている
大規模チェーン店を
メインターゲットに
新規営業活動を行い、
効率的に加盟店を増やす。

他サービスのクロスセル

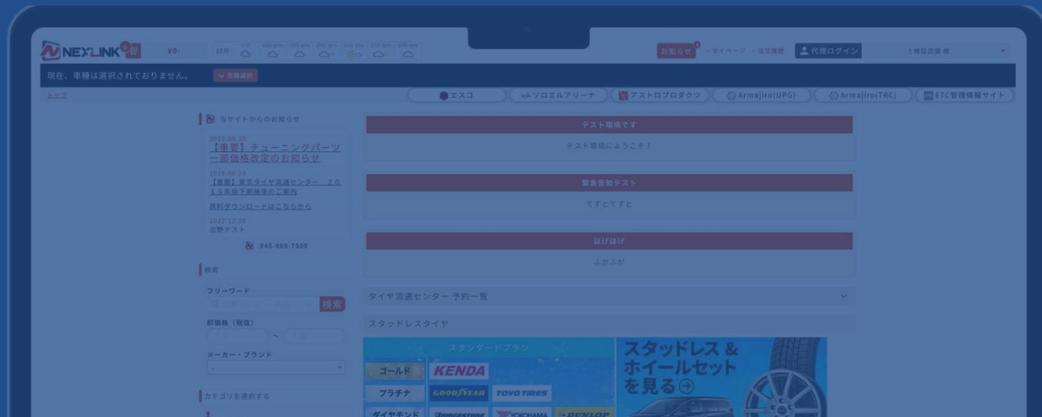


慢性的な人手不足である
自動車整備士など
自動車業界に特化した人材紹介。



受発注を一元管理でき、
IT化を推進するプラットフォーム。

主にFC加盟店及び
中古車業者へ向けた、
新品カー用品、バイク用品の
卸売販売業



中古車販売店、自動車整備工場では、ムリ・ムダ・ムラな業務が散見され、IT・DXを活用した業務改善が進んでいません。

中古車販売店、自動車整備工場の課題例



電話・FAXでの受発注
による煩雑さ

膨大なパーツによる
適合性の複雑さ

納品管理、支払管理に
かかる多大な人件費

納期の不透明さ



アップガレージグループ
流通企画事業本部



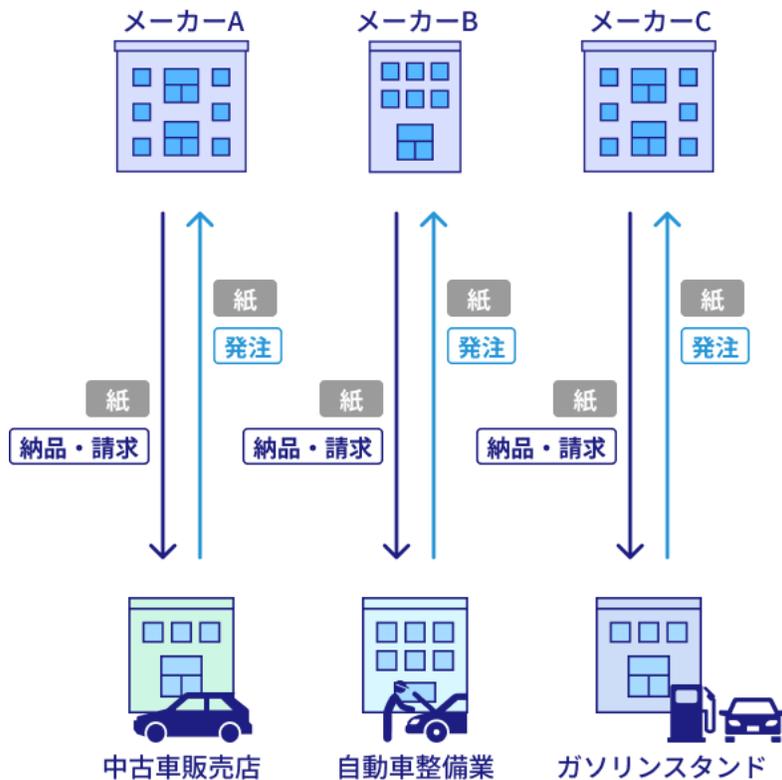
受発注プラットフォーム（＝ネクスリンク）による
受発注一元管理により、顧客課題を解決。

受発注プラットフォーム 事業の事業内容、構造、強味

中古車販売店、自動車整備工場へ受発注プラットフォームを提供し、一元管理による作業の簡略化、ペーパーレス化などによる業務改善を実現しました。

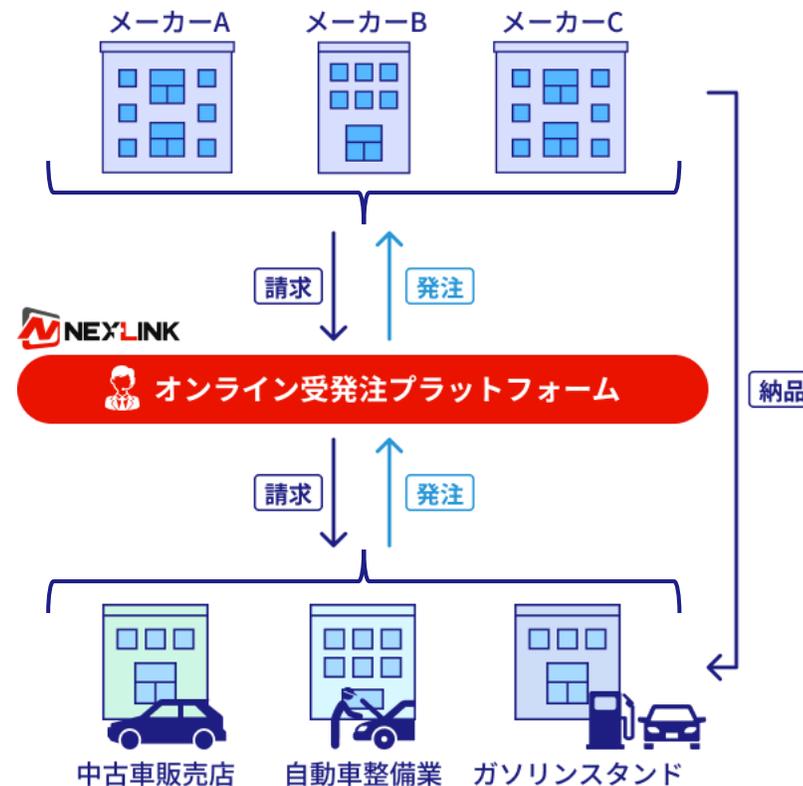
従来の受発注

各メーカーにTEL・FAXで手続き



ITプラットフォームで受発注

オンライン上で完結



受発注プラットフォームの特徴

- お取引企業に合わせた専用サイトを提供
- 発注・納品のステータスをサイト上で一元管理
- 自動車用品に精通したスタッフによる問い合わせ窓口を設置（コールセンター機能）
- お取引企業の基幹システムとのデータ連携（開発）
- 経費処理の簡略化

各メーカーとのお取引を、受発注プラットフォームで一元管理することが可能です。



売上総利益極大化のために、売上高と営業利益率の向上を目指します。

財務数値



KPI



売上総利益

売上高

導入企業数 × 購入件数 × 購入単価

売上総利益率

導入企業数増のための新規獲得活動と購入金額増のための深耕営業を拡大します。
利益率向上のための原価率低減も取組中です。

導入企業数

最大手中古車ディーラー等に導入済。
経験・知識豊富な営業チームが、
大手中古車チェーン中心に新規開拓中。

購入単価/頻度

導入済企業のニーズ把握および提案営業
での価値提供を行い、顧客深耕を目指す。

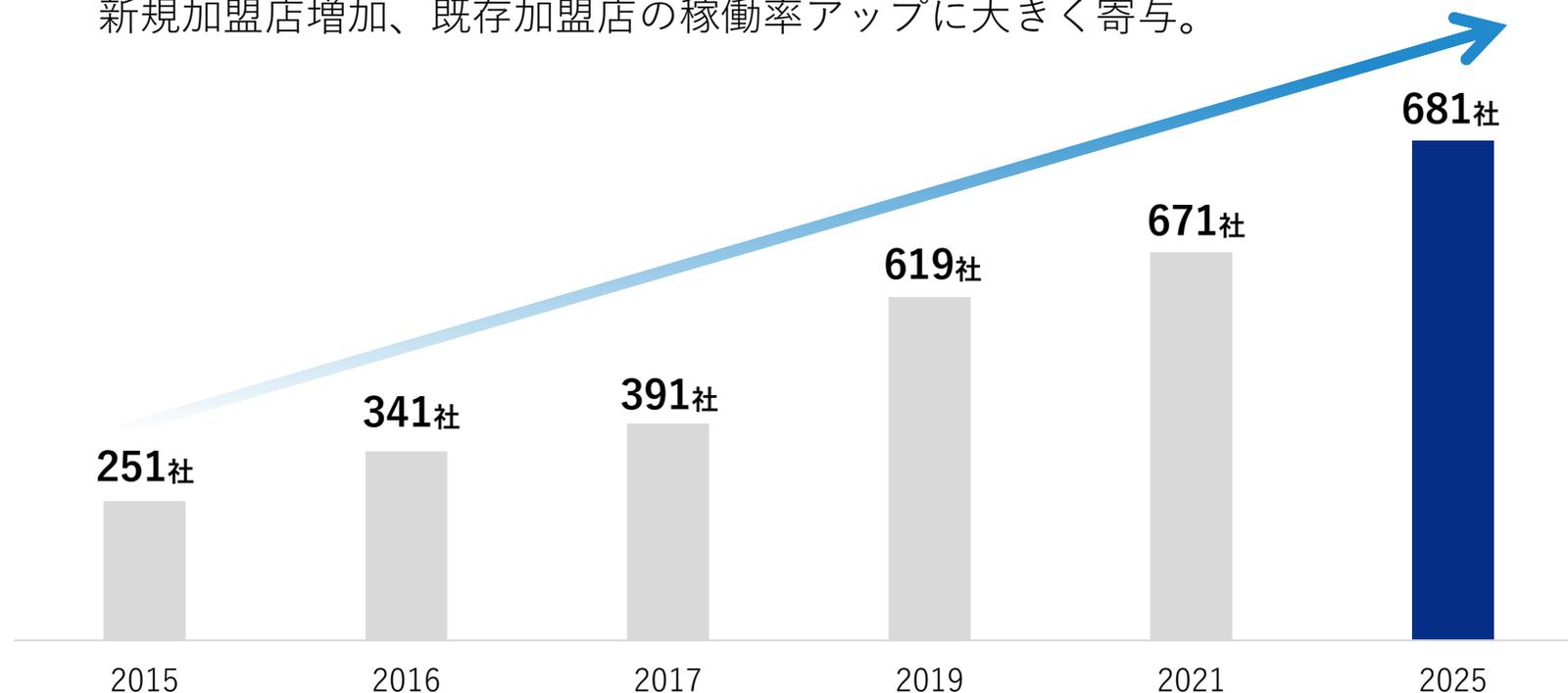
売上総利益率改善

スケールメリットを生かしたボリューム
ディスカウントでのコスト低減を目指す。

【サプライヤーの推移（社数）】

受発注プラットフォームのお取扱い商品数は毎年上昇

新規加盟店増加、既存加盟店の稼働率アップに大きく寄与。



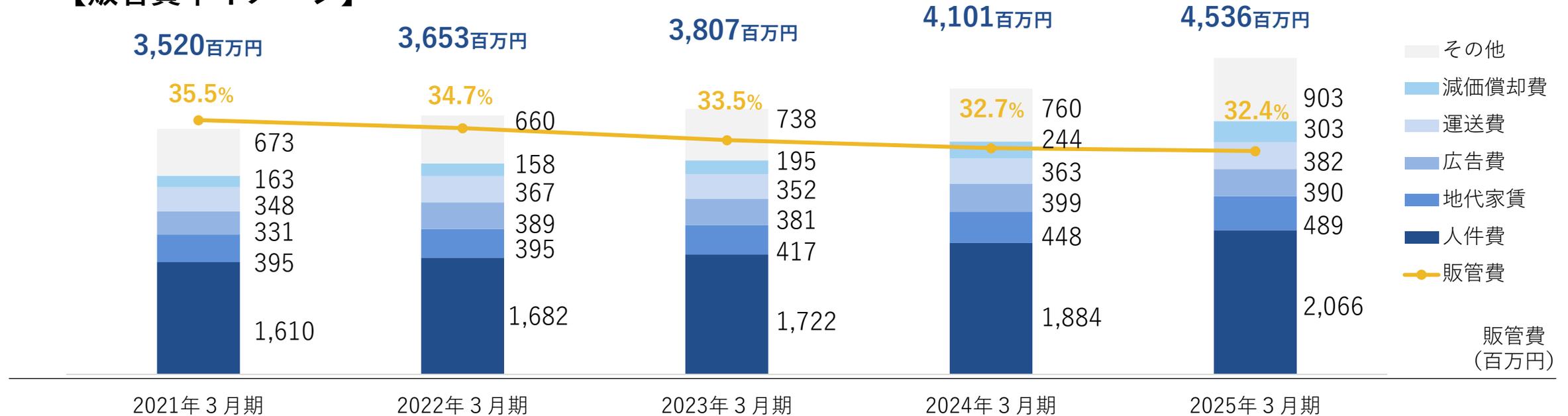
粗利構造と販管費構造・ リスク要因

		粗利率	主な原価
アップガレージ事業	直営店（含むEC）	60%	パーツの 買取原価など
	FC事業・EC手数料 ・加盟金ロイヤリティ ・EC手数料 ・共同広告収入	100%	無し 手数料の為原価ゼロ
流通企画事業	タイヤ流通センター事業	10～15%	仕入れ販売
	受発注プラットフォーム	10～12%	仕入れ販売
アップガレージグループ		40%	

販管費の構造と販管费率水準

売上高に対する販管费率は、毎年低下しております。

【販管费率イメージ】



人件費

毎年新卒入社をメインに20～30名入社。

地代家賃

新規出店に伴い増加するが、対売上比率としては大きく変動する見込み無。

広告費

オンライン広告をメインに継続投下するが、大きく変動する見込み無。

運送費

EC販売量増加に比例するが、対売上比率としては大きく変動する見込み無。

リスク要因

【新規出店に関するリスク】

	概要	発生可能性	影響度	対応策
仕入れ（買取不足）	買取ができないことによる、在庫不足が発生。	小	大	新規出店による物理的な買取チャネルの拡大と、買取のための広告費投下で安定的な買取を確保。
新規出店	新規対象物件が出てこず、新規出店停滞による成長率の鈍化。	小	大	店舗開発部署への適切な人材配置。
人材不足	出店・事業拡大計画に対して、十分な人員確保が困難。	小	大	計画的に新卒・既卒採用を実施。また、人材育成へも十分に投資を行う。

【その他のリスク要因】

	概要	発生可能性	影響度	対応策
長期在庫	長期在庫滞留による資金効率の悪化し、バランスシートが悪化する。	中	中	市場監視と販売価格の管理、自社オークションでの売切り販売で長期在庫発生を抑制。
地政学リスク	新型コロナウイルスの蔓延によるロックダウン等。	中	中	新品製品のサプライヤーを増やすことで、リスク分散を行う。
競合1	新品カー用品店のリユース業界進出。	小	中	創業以来蓄積されたデータベースと新品商品と違うオペレーションによる。
競合2	CtoCマーケットプレイスが中古カー用品に注力。	小	中	保証・プロによる品質確認で安心・安全を提供。また、取付け作業等付随サービスも可。
自動車の技術革新（EV化等）	取扱い商品の変化。	大	中	新規事業・サービス開発を行い、市場環境の変化に対応。

資本政策

- 現時点では、増資による資金調達は不要です。
- 自己資本と利益の範囲で、新規出店・新規事業等への投資を行います。
- 1年程度売上がなくなっても、事業を継続できるだけ預金量と借入枠は確保しています。
- 営業利益率10%の早期達成により、ROE（2025/3期：18.2%）、ROIC（2025/3期：14.1%）の向上を目指します。

株主還元

- 配当性向目標水準40%への段階的引き上げにより、株主様への利益還元強化を目指します。
- 「財務体質の安定・強化を図るための内部留保の充実」及び「中長期的な事業計画に基づく必要投資額」等を勘案したうえで決定したものです。

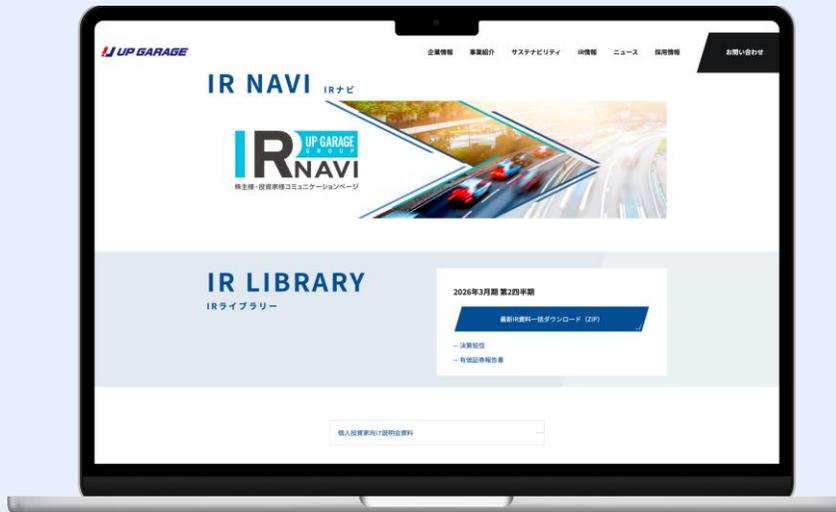
本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社グループが現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社グループとして約束する趣旨のものではありません。

また、実際の業績等は、様々な要因により大きく異なる可能性があります。

当社は2021年12月23日に東京証券取引所JASDAQ（スタンダード）に上場いたしました。本資料に記載されている過年度実績数値については、非上場であったため、監査法人の監査を受けていない数値が一部含まれる場合があります。

本資料に含まれる当社以外に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しています。

当社ホームページ



コンテンツ

- ・ IRニュース
 - ・ 社員のクロストーク
 - ・ 株主優待
- など

YouTube



コンテンツ

- ・ 中期経営計画説明動画
 - ・ 決算説明動画
 - ・ 月次売上状況（速報）等について
- など