



2022年12月27日

各 位

会 社 名 株 式 会 社 ク ル ー バ ー
代 表 者 名 代 表 取 締 役 社 長 石 田 誠
(コード番号：7134 東証スタンダード市場)
問 合 せ 先 上 席 執 行 役 員 管 理 本 部 長 大 口 智 文
(TEL 045-988-5777)

バフェット・コード監修 投資家向け会社説明資料及び会社説明動画配信のお知らせ

当社は、日本・米国における上場企業の財務分析およびファンダメンタル分析をワンストップで効率的に行うツール、バフェット・コードの運営会社であるバフェットコード株式会社監修の下、投資家向け会社説明資料及び会社説明動画を制作し、下記のとおり公開しましたのでお知らせいたします。

記

1. 登 壇 者 取締役副社長兼株式会社アップガレージ代表取締役社長 河野映彦
2. 動画格納先 https://www.youtube.com/watch?v=BW1B_se0h5I

今回制作した会社説明資料では、クルーバーグループの事業説明、ビジネスモデル、成長戦略、経営上のリスク・資本政策について説明しております。

今後も、投資家の皆様とのコミュニケーションの向上に努めてまいります。

以上



投資家向け会社説明資料

株式会社クルーバー

東証スタンダード 証券コード:7134





株式会社クルーバーは、中古カー用品買取販売業のアップガレージと新品カー用品卸売業のネクサスジャパンの持ち株会社です。



UP GARAGE

(株)アップガレージ

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で展開。



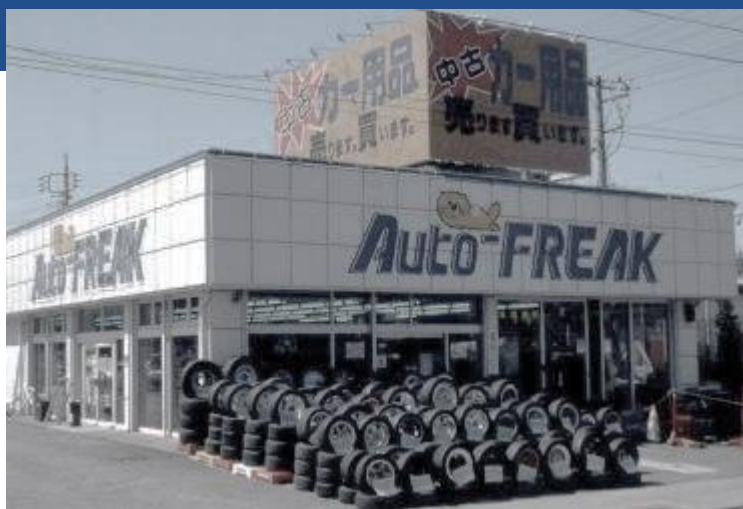
 **NEXUS Japan**

(株)ネクサスジャパン

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。

中古パーツを「安く手に入りたい」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、アップガレージを創業しました。

1980年代



中古車業の傍ら始めた
中古パーツ販売が大好評

需要を確信

1999年



中古車業から中古パーツ事業を
スピンアウト

Before

アップグレード 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！

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。

1 買取

過去の買取販売履歴であるデータベースを活用し、適正価格で買取。

4 販売

全国展開している店舗およびECにて、データベース活用による適正且つリーズナブルな価格で商品を販売。
また、最大1年間の保証を付け、お客様に安心・満足を提供。



2 商品化

買取商品の点検整備・クリーニング・修繕を行い、商品価値を再生。

3 データベース化

買取商品1点1点をデータベースに登録し、在庫管理を実施。データベースから日本中の在庫検索及び商品取り寄せが可能。

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・ホイール専門店、カスタム化された特徴ある中古車買取、新品タイヤ販売チェーンを展開しています。

 **132店舗**

中古カー用品の買取・販売を行うメインブランド店舗

 **65店舗**

中古バイク用品専門の買取・販売店

 **11店舗**

中古タイヤ・ホイール専門の買取・販売店

 **5店舗**

カスタム中古車両を中心としたの買取店

 **172店舗**

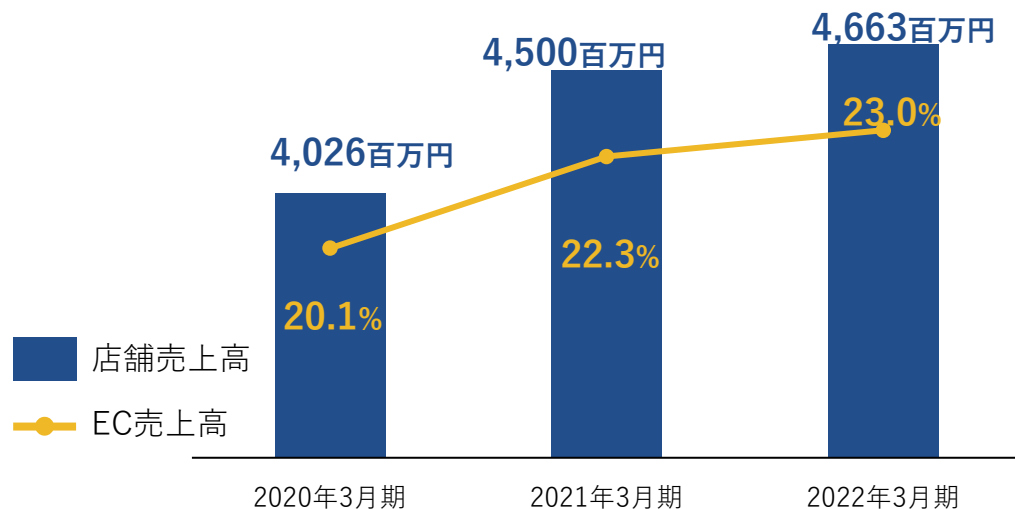
タイヤ選びをシンプルに提案する3プライスの新品タイヤ販売店

収益の源泉は、直営店収益およびFC関連収益です。

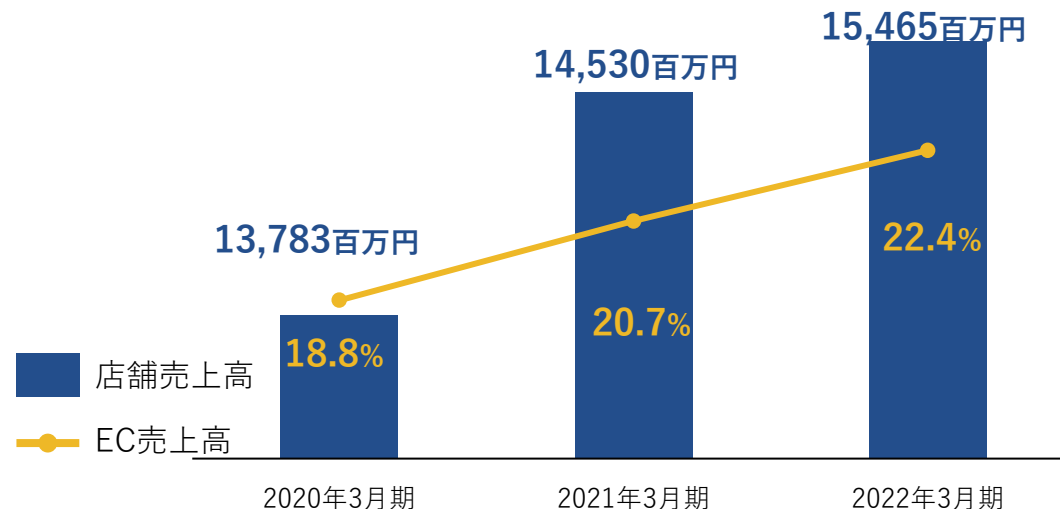
直営店・FC店ともに、実店舗およびECが販売チャネルです。



【アップガレージ直営店売上】

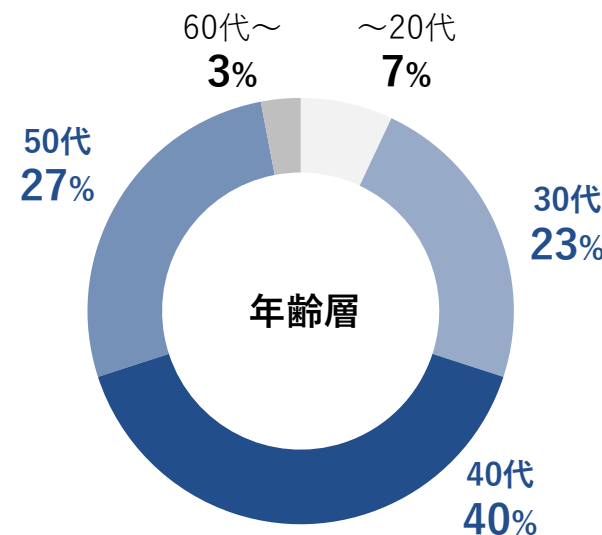
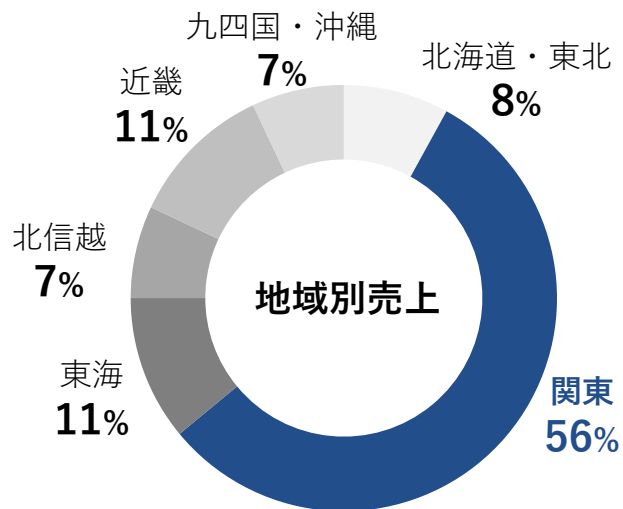
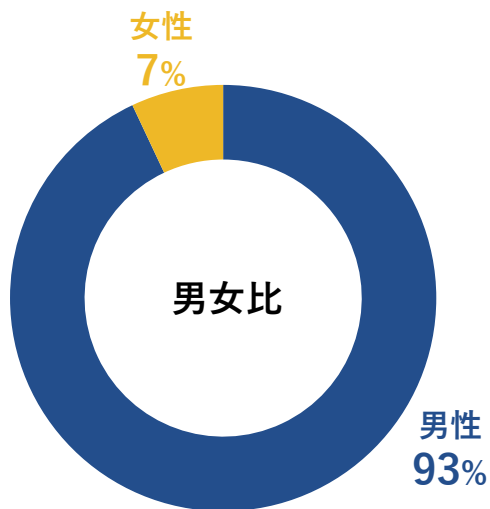


【アップガレージFC店売上】



データでみるアップガレージの顧客像は、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**11,000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

	 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

		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

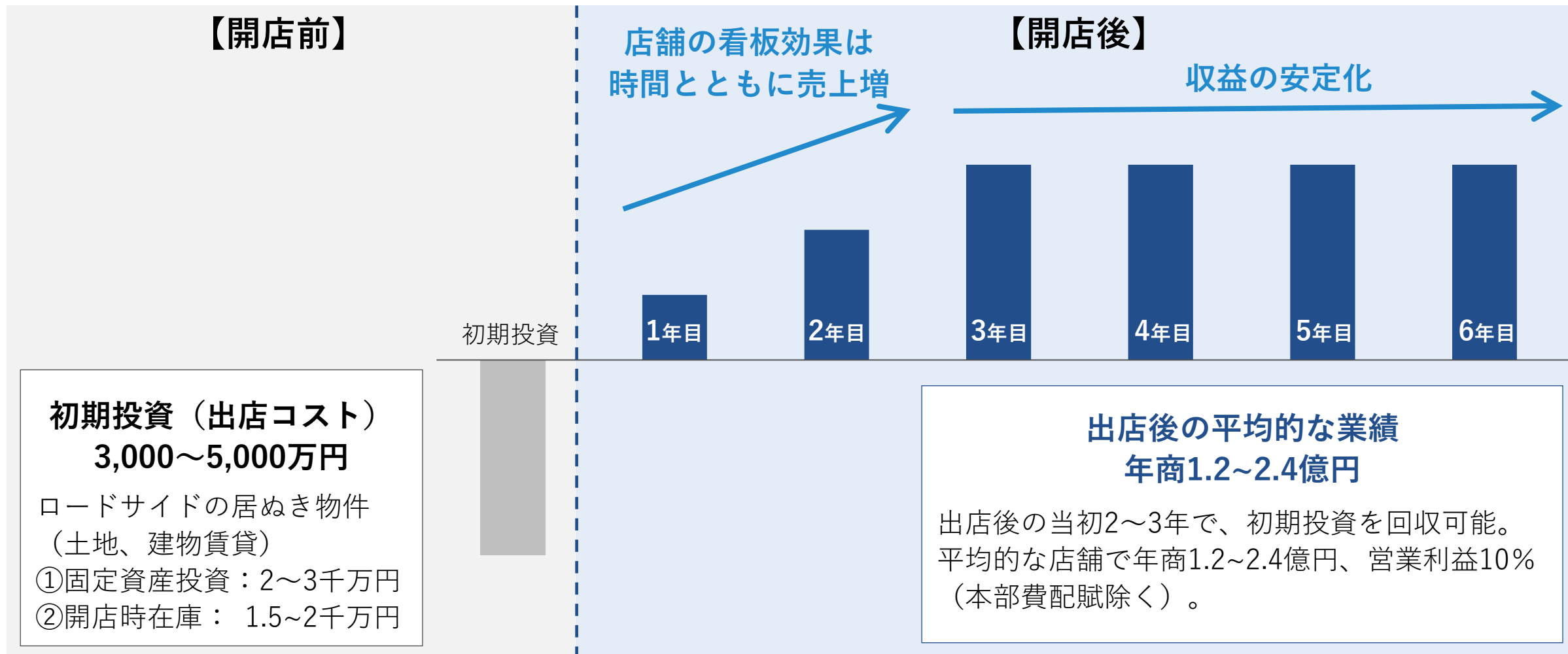
売買履歴・回転日数などの独自データを基に、適正な買取・販売価格設定が可能です。
「3か月で商品がすべて入替る」売場作りを目指しています。



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は、約600億円、毎年約3%微増中です。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。

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2021」

弊社の買取対象となる
新品カー用品
6,000億円

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6,000億円の市場規模。

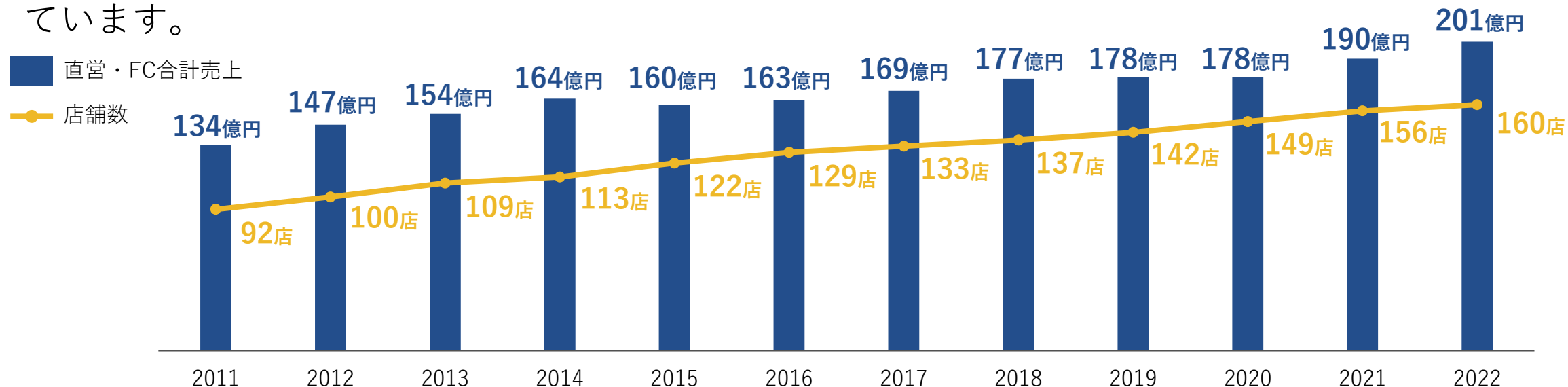
タイヤ	3,030億円
一般用品	2,830億円
ナビ・オーディオ機器	100億円
合計	6,000億円

※出典：(株)矢野経済研究所 自動車アフターマーケット総覧 2021年版

2018年
578億円

2020年
603億円

直営・FC合計売上400億円を達成のために、年間で直営3-5店、FC7-10店の新規出店を着実に進め、国内300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**



商圈人口30万人のエリアをターゲットとして店舗を開発します。
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。



アップガレージ圏央厚木インター店
2021年12月オープン

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。



新規出店直後でも豊富な品揃えを目指す

在庫確保

在庫確保

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、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

デジタルマーケティングチームを6名に増強。SNSマーケティング強化やGBP (Google Business Profile) 高評価獲得などが、2021年は前年比約10%の買取件数増加に寄与。

法人からの買取

5名の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。国内最大手級中古車ディーラー向けに買取専用LINEを開設し、新規取引開始。

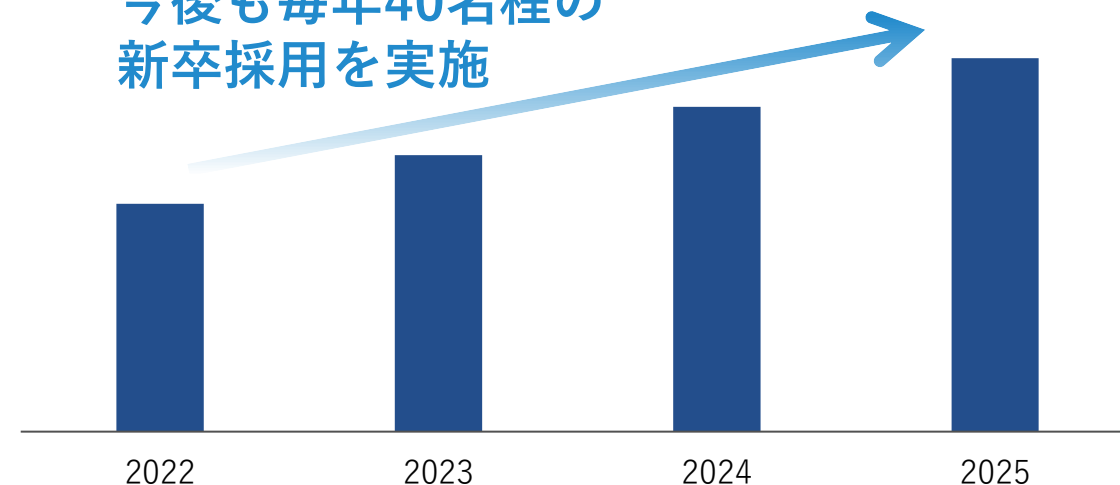
平均的な店舗は正社員2～3名とアルバイトで運営します。毎年40名程度の新卒採用を実施し、出店に必要な人材の確保・育成を行います。離職率も10%程度へ低下しています。

	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期
店舗 スタッフ	99名	102名	116名
本部 スタッフ	65名	71名	72名
従業員 合計	164名	173名	188名
新卒入社	20名	23名	31名
離職率	15.4%	8.1%	10.5%

※2023年入社新卒採用目標は40名
 (店舗採用30名+本部採用(エンジニア含む)10名)

【今後の従業員推移イメージ】

今後も毎年40名程の
新卒採用を実施



- 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。

アップグレードが展開する
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

プラチナプラン

価格と品質のバランス重視

4本
セット

¥12,900~
(税込¥14,190~)



ゴールドプラン

安さ重視

4本
セット

¥8,900~
(税込¥9,790~)



ダイヤモンドプラン

品質重視

4本
セット

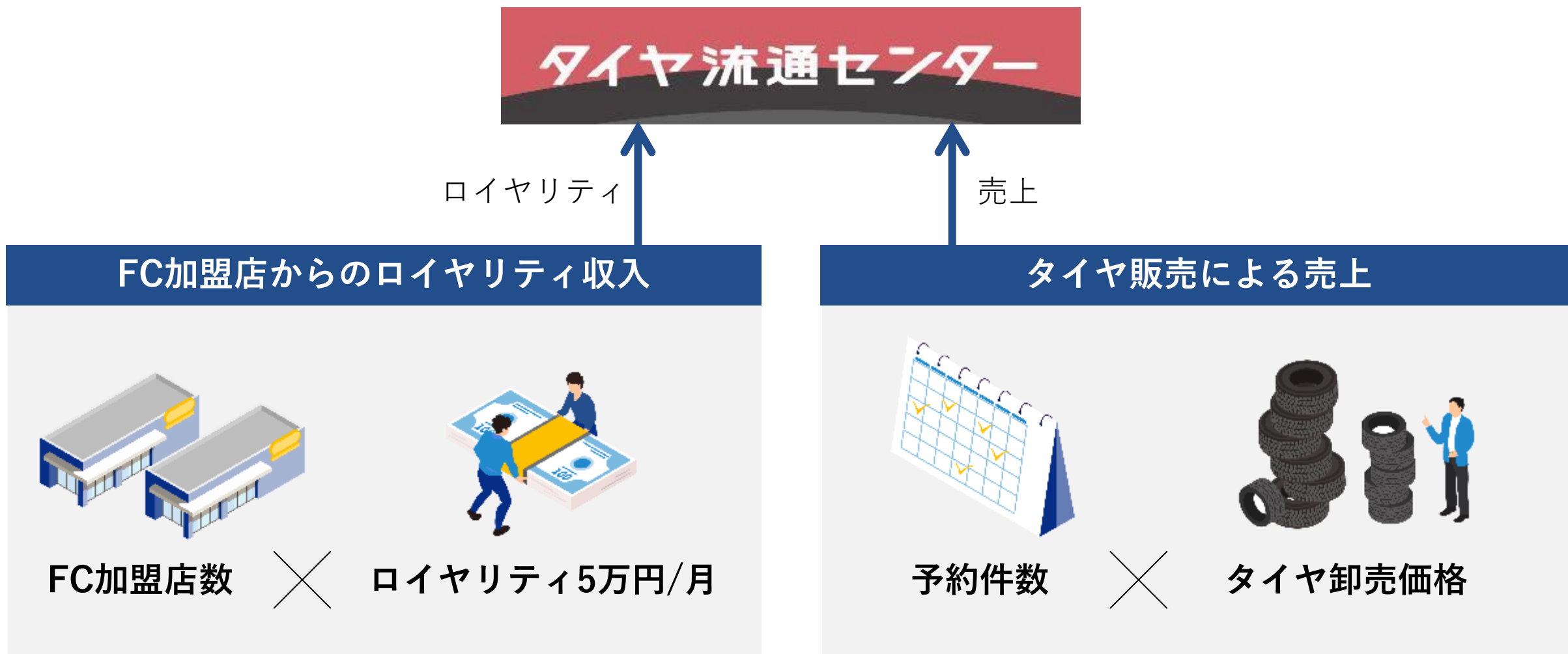
¥14,900~
(税込¥16,390~)



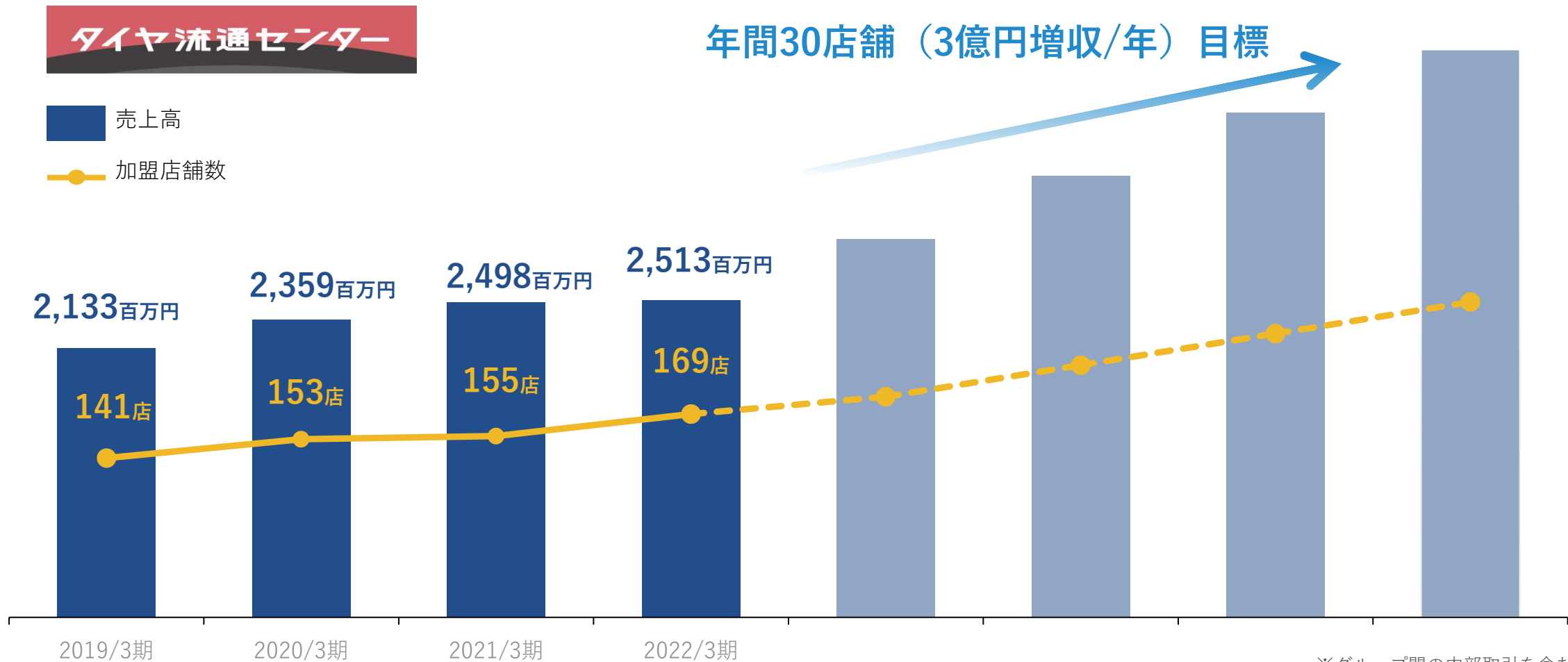
加盟店舗へは、ネクサスジャパンから新品タイヤを販売
サービス名を東京タイヤ流通センターからタイヤ流通センターへ変更



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。



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加盟店を開発します。



※グループ間の内部取引を含む

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。


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



NEXUS Japan

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

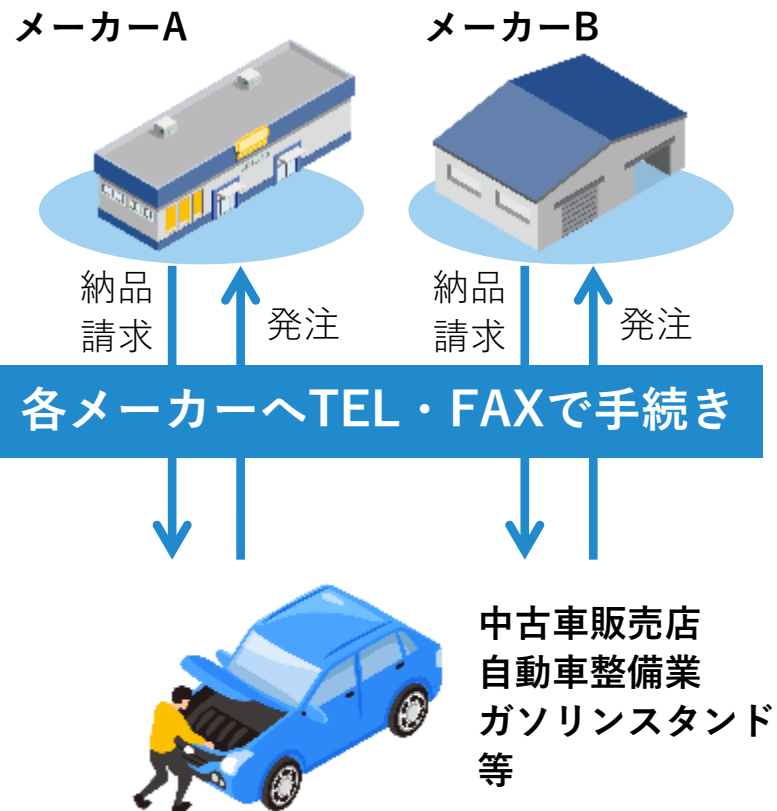


受発注プラットフォーム（=ネクスリンク）による受発注一元管理により、顧客課題を解決。

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。

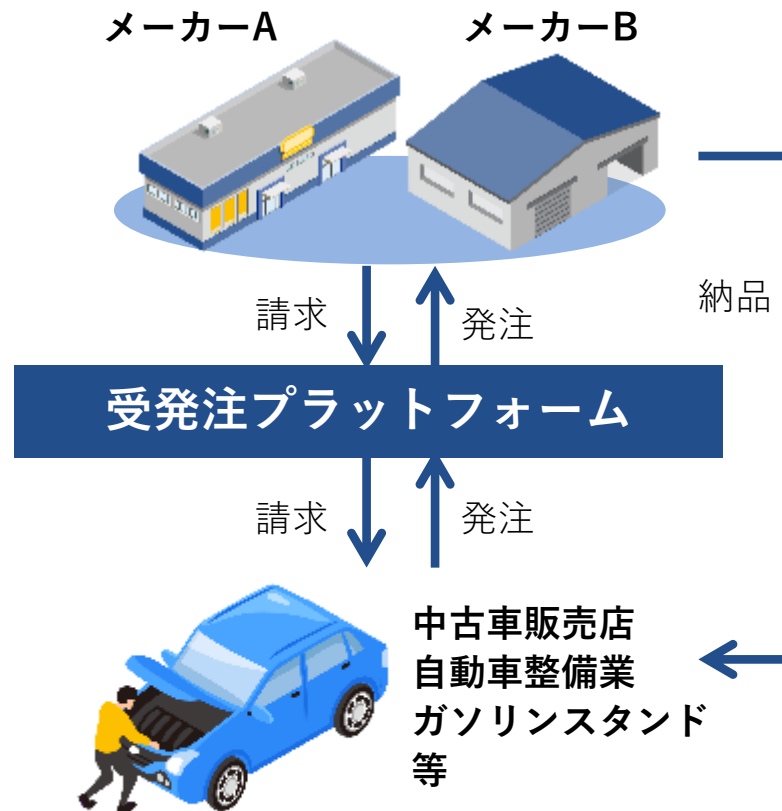
従来の受発注

(各メーカーへTEL・FAXで手続き)



ITプラットフォームで受発注

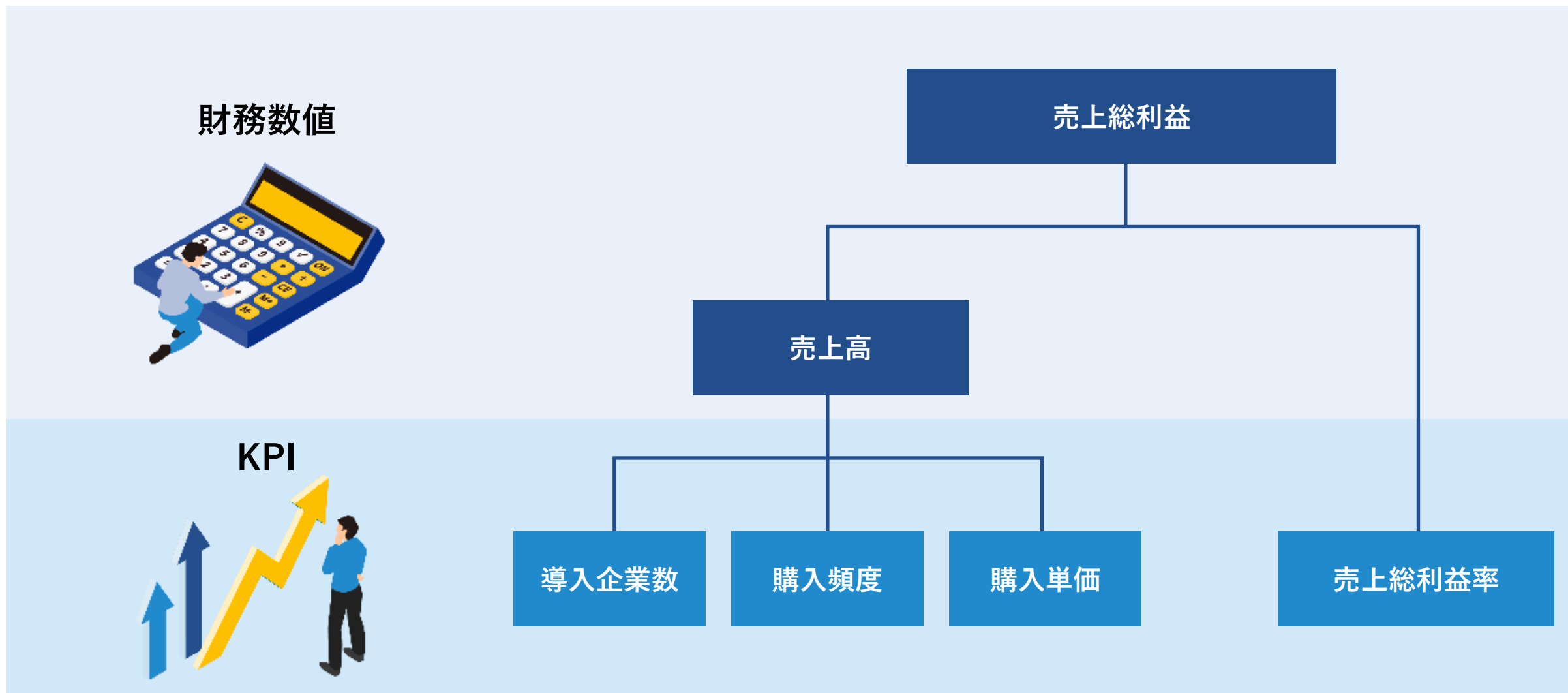
(オンライン上で完結)



受発注プラットフォーム

- 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
- 顧客側の基幹システムとのデータ連携開発
- 経費処理の簡略化をサポート

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。



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へも取組中です。

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。

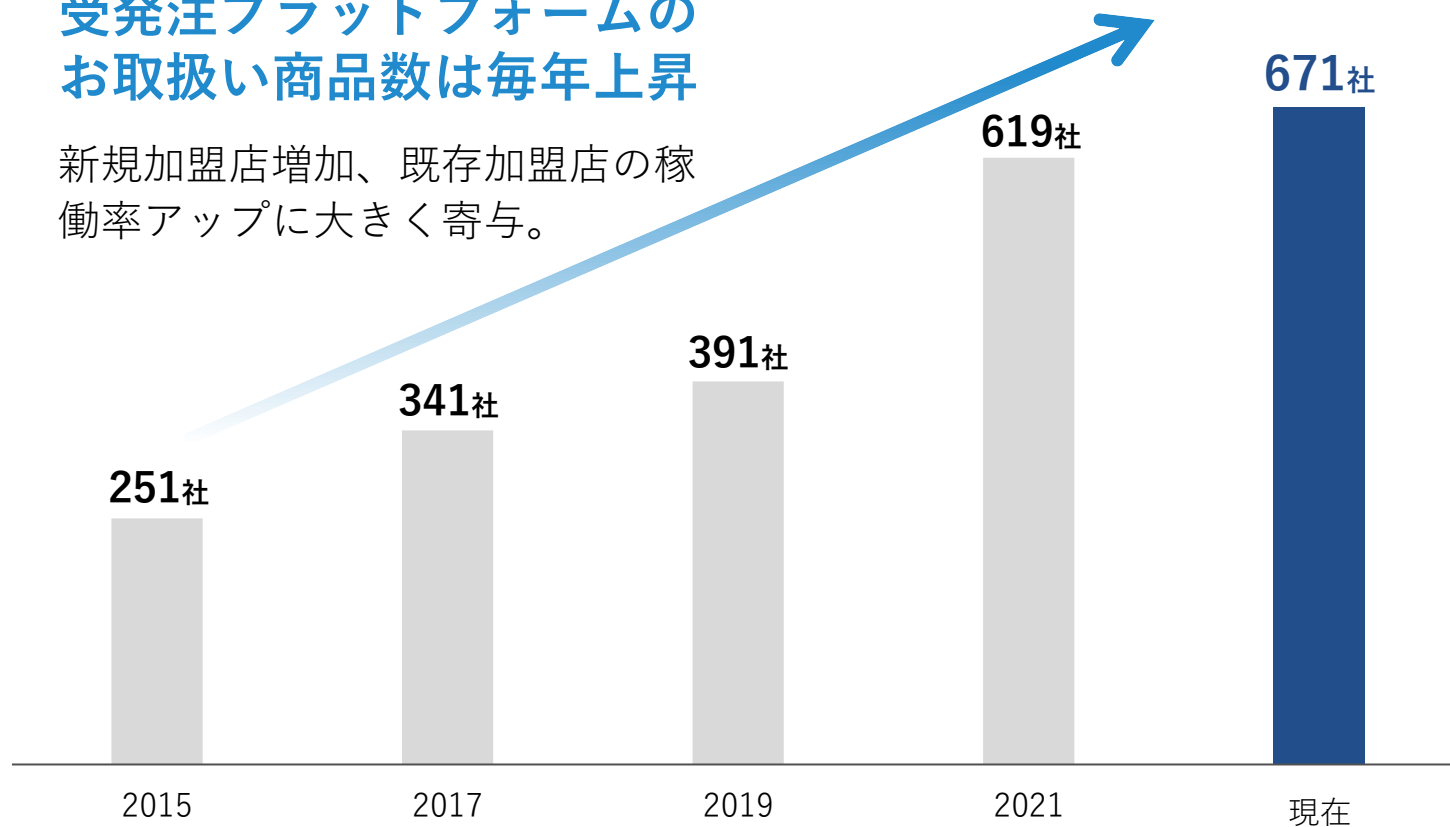
売上総利益率改善

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。



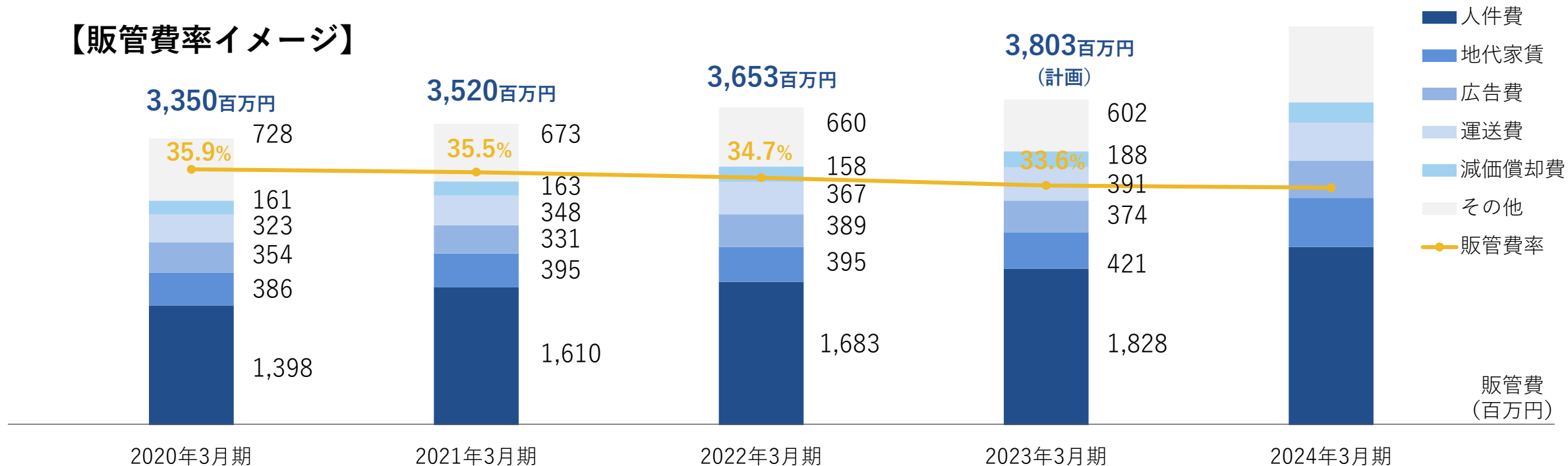


粗利・費用構造

		粗利率	主な原価
	直営店（含むE C）	60%	店舗運営費、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
	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
		グループ連結 での粗利率	40%

売上高に対する販管費率は35%前後の水準を維持しています。

【販管費率イメージ】



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。

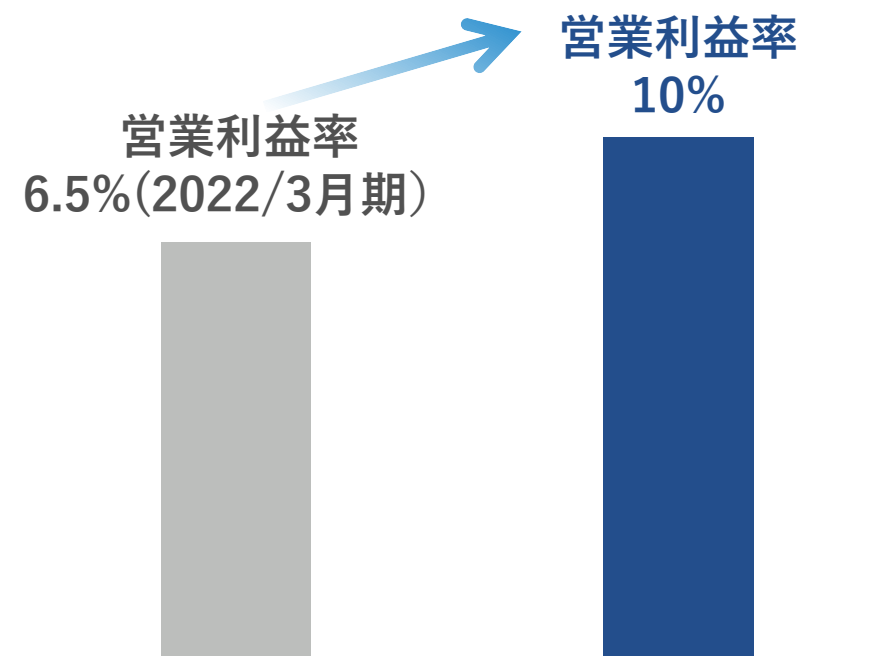
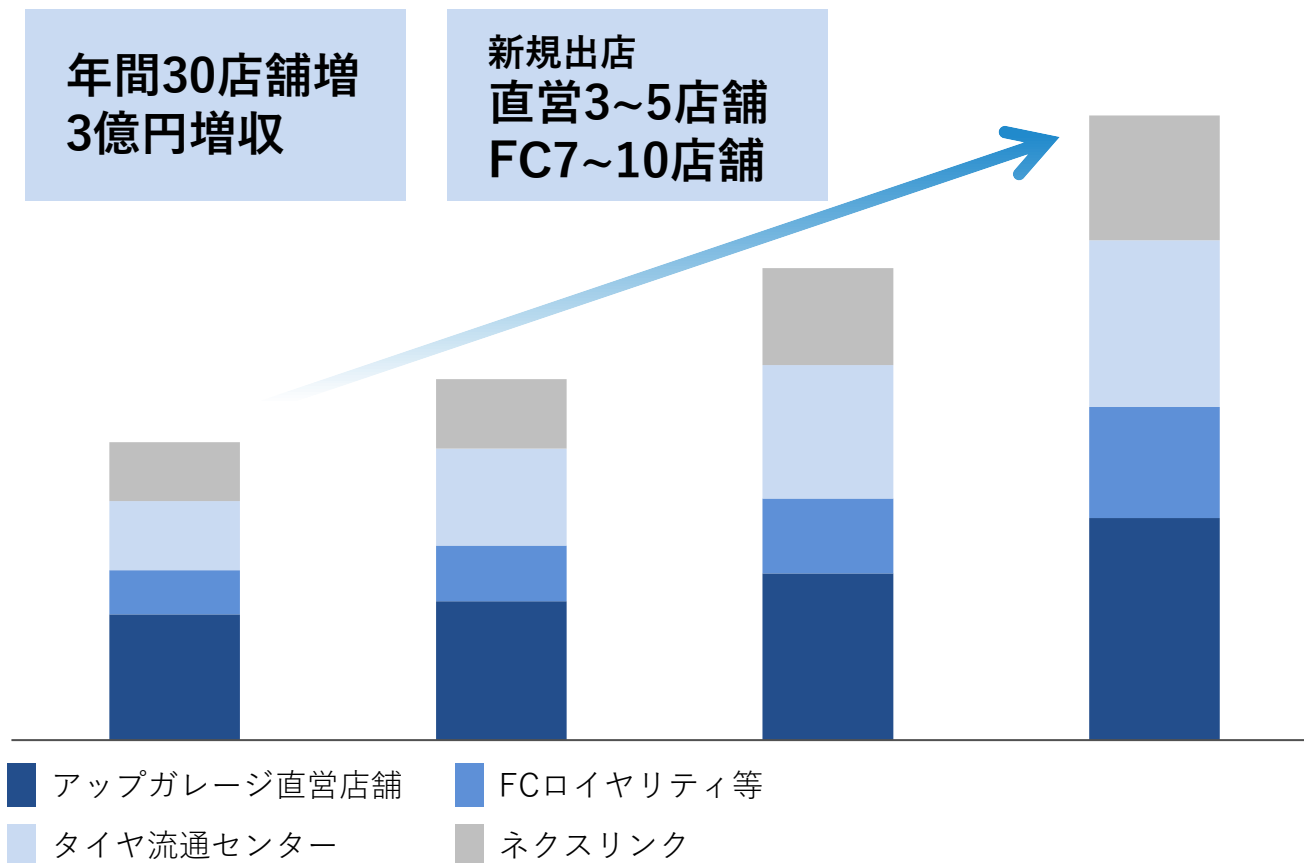
運送費

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。

アップガレージ直営店/FC店とタイヤ流通センターの継続出店を基盤として、アップサイドの狙えるネクスリンクの大規模中古車業社への導入を目指します。また、利益率向上のための原価率低減へも取組中です。

顧客の継続獲得
(顧客の規模次第でアップサイド)

**原価率・販管費率の低減を通じた
利益率の早期改善**



【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（2022/3期：16.9%）の向上を目指します。

株主還元

- 配当性向は30%を目途とします。
- 「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。