

WILLPLUS Holdings Corporation



FY2023 2Q

Financial Highlights

2023年6月期 第2四半期
決算説明資料

- ▶第2四半期決算説明
- ▶中長期戦略
 - 事業戦略アップデート
 - 財務戦略アップデート
- ▶今期の取組み
- ▶APPENDIX

第2四半期決算説明

■業績予想に対する進捗は遅れるものの、一過性要因による影響が大きく、下期、新車供給の回復による二桁増収増益の**連結業績予想は据え置き**

■売上高 前年比3.5%増

…新車供給改善が見られながら、当社取り扱いブランドの一部で供給不足継続
単価上昇により、新車売上高は、前年並みを確保

■粗利率 20.2% (前年比1.4pt低下)

…ブランドメーカーのインセンティブ(販売奨励金)確定に一部遅れ
→インセンティブ未計上により、粗利額低下

■販管費 前年比8.1%増

販管費率 15.5% (前年比0.7pt上昇)

…インフレ手当の支給、水道光熱費の増加(主に電気料金)
中長期戦略推進のための費用

▶2月10日開示「決算補足説明資料」より更新
確定の遅れていたインセンティブの過半が
確定し、2月20日付で入金済み
第3四半期業績に反映予定

■営業利益 前年比28.6%減

営業利益率 4.7% (前年比2.1pt低下)

外部環境	新車供給不足一部継続 ↓ 単価上昇 ↑	→	新車売上 →
車両販売	中古車に注力	→	中古車売上 ↑
ストック	整備事業 ↑		保険事業 ↑
業績	増収 ↑	→	粗利益 ↓ → 販管費 ↑ ↑ → 営業利益 ↓ ↓ ↓

市場環境① -国内マーケット全体-

外国メーカー乗用車の回復が鮮明に

国内乗用車の新車登録台数（普通・小型）

	10月	11月	12月	1月	10~12月計
乗用車	186,202	192,904	180,792	202,255	559,898
前年比	123.6%	102.2%	94.5%	111.2%	105.5%

外国メーカー乗用車の国内新車登録台数（普通・小型）

	10月	11月	12月	1月	10~12月計
輸入車	17,616	22,536	26,381	15,476	66,533
前年比	118.2%	128.7%	108.8%	101.0%	117.4%

市場環境②

-当社取扱いブランド全体と当社売上高-

当社取扱いブランドの回復モメンタムに遅れ

当社取扱いブランドメーカー乗用車の国内新車登録台数（普通・小型）

	10月	11月	12月	1月	10~12月計
当社取扱い	7,539	8,185	9,784	5,742	25,508
前年比	115.2%	104.7%	90.7%	93.5%	101.4%

当社の10~12月（2Q） 車輛売上高

	新車	中古車	車輛売上高（新車 + 中古車）
前年比	99.8%	117.7%	105.8%

市場環境③ -当社取扱いブランド別の状況-

当社主力のステランティスグループは、2Qがボトムに
1月以降、Alfa Romeo及びJeepは急回復

当社取扱いブランドメーカー乗用車の新車登録台数前年比（普通・小型）

	10月	11月	12月	1月	第2四半期 (10~12月)
	前年比	前年比	前年比	前年比	前年比
AlfaRomeo	90.7%	79.6%	66.7%	101.7%	76.6%
Fiat/Abarth	61.9%	104.8%	67.0%	62.9%	74.4%
Jeep	55.8%	48.6%	86.4%	108.7%	63.2%
JAGUAR/ LANDROVER	357.9%	118.3%	113.1%	129.9%	152.3%
BMW/MINI	150.0%	113.8%	89.9%	90.1%	112.1%
VOLVO	92.5%	120.0%	100.1%	101.4%	104.2%
Porsche	102.6%	102.5%	106.3%	84.6%	241.8%

市場環境④ -コロナ前の市場との比較-

外国メーカー乗用車は、コロナ前比では引き続きマイナス圏
当社取扱いブランドのアップサイドは大きい

外国メーカー乗用車の国内新車登録台数（普通・小型）

※2019年10月1日より消費税増税

	10月	11月	12月	1月	10~12月計
輸入車	17,616	22,536	26,381	15,476	66,533
前年比	118.2%	128.7%	108.8%	101.0%	117.4%
コロナ前 (2019年比)	106.5%	95.2%	88.1%	92.6%	94.8%

当社取扱いブランドメーカー乗用車の国内新車登録台数（普通・小型）

	10月	11月	12月	1月	10~12月計
当社取扱い	7,539	8,185	9,784	5,742	25,508
前年比	115.2%	104.7%	90.7%	93.5%	101.4%
コロナ前 (2019年比)	109.2%	86.8%	72.6%	93.7%	85.6%

当社の納車前車輻と受注の状況

期末商品在庫

▶新車、中古車ともに下期販売予定の商品を確保

前受金

▶前年比12.6%増 引き続き需要は堅調



自動車に対する消費者の関心の高まり



輸送ルート拡充・生産強化

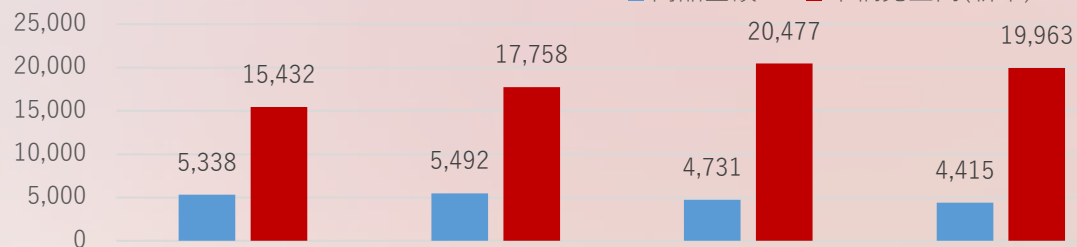


世界的な半導体不足

(単位：百万円)

商品金額・車輻売上高の推移

■商品金額 ■車輻売上高(新車)

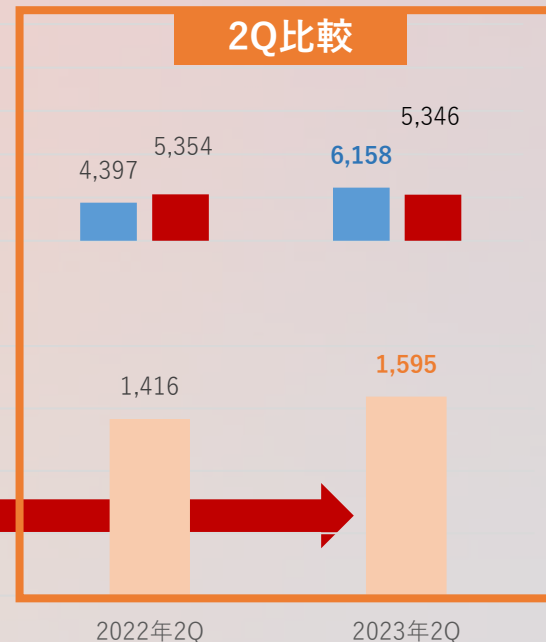


前受金の推移

■前受金



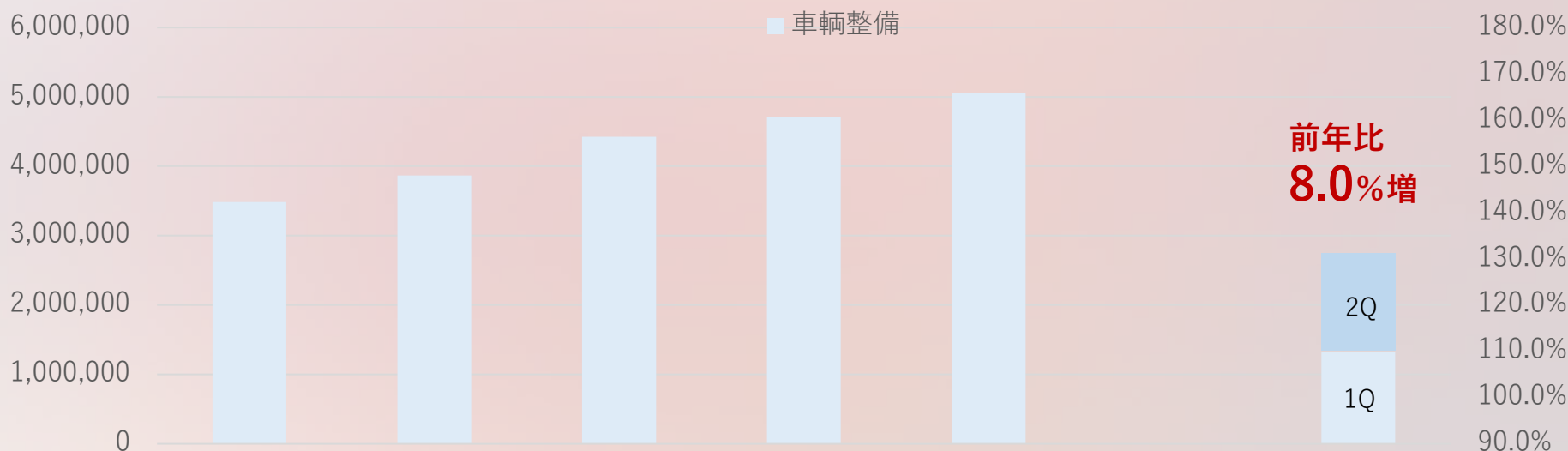
2Q比較



当社の車両整備事業は、前年比8.0%増

(単位：千円)

車両整備売上高の推移



(単位：千円)	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
車両整備	3,481,418	3,868,845	4,425,083	4,709,071	5,058,873
前年比	106.6%	111.1%	114.4%	106.4%	107.4%

2023年2Q	2,729,271
前年比	108.0%

ストック型ビジネスの推移

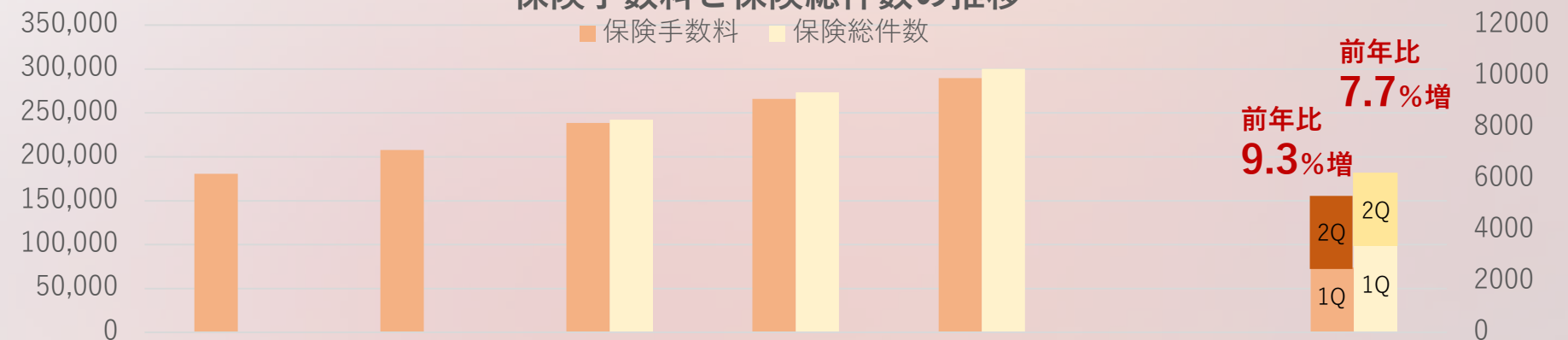
-損害保険代理店事業-

保険手数料は前年比9.3%増、保険総件数も7.7%増と、
新車供給が遅れる中でも堅調に積み上がる

(単位：千円)

保険手数料と保険総件数の推移

■ 保険手数料 ■ 保険総件数



(単位：千円)	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
保険手数料	180,789	207,928	238,494	265,878	289,597
前年比	114.4%	115.0%	114.7%	111.5%	108.9%
(単位：件)					
保険総件数	-	-	8,304	9,382	10,300
前年比	-	-	-	113.0%	109.8%

2023年2Q
155,147
109.3%
6244
107.7%

新規自動車保険
獲得率※
43.0%

※新規自動車保険獲得率 = 新規保険獲得件数 / (納車台数 - 当社取扱既存保険加入者)

連結損益計算書

-前年同期比-

(単位：百万円)	2022年2Q	2023年2Q	増減	増減率
売上高	19,968	20,661	+693	+3.5%
営業利益	1,362	973	▲389	▲28.6%
営業利益率	6.8%	4.7%	▲2.1pt	-
経常利益	1,367	977	▲389	▲28.5%
経常利益率	6.9%	4.7%	▲2.2pt	-
当期純利益	892	633	▲258	▲29.0%
当期純利益率	4.5%	3.1%	▲1.4pt	-

取扱いブランドの新車供給の回復の遅れ、複数の一過性要因もあり、営業利益率は大きく悪化

連結損益計算書

-四半期業績推移-

(単位：百万円)	2022年度				2023年度		対1Q増減	対1Q増減率
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q		
売上高	9,560	10,407	9,637	10,090	9,809	10,852	+1,042	+10.6%
営業利益	595	766	573	429	489	483	▲5	▲1.2%
営業利益率	6.2%	7.4%	6.0%	4.3%	5.0%	4.5%	▲0.5pt	-
経常利益	595	771	576	434	490	486	▲4	▲0.8%
経常利益率	6.2%	7.4%	6.0%	4.3%	5.0%	4.5%	▲0.5pt	-
当期純利益	398	493	374	283	319	314	▲4	▲1.4%
当期純利益率	4.2%	4.7%	3.9%	2.8%	3.3%	2.9%	▲0.4pt	-

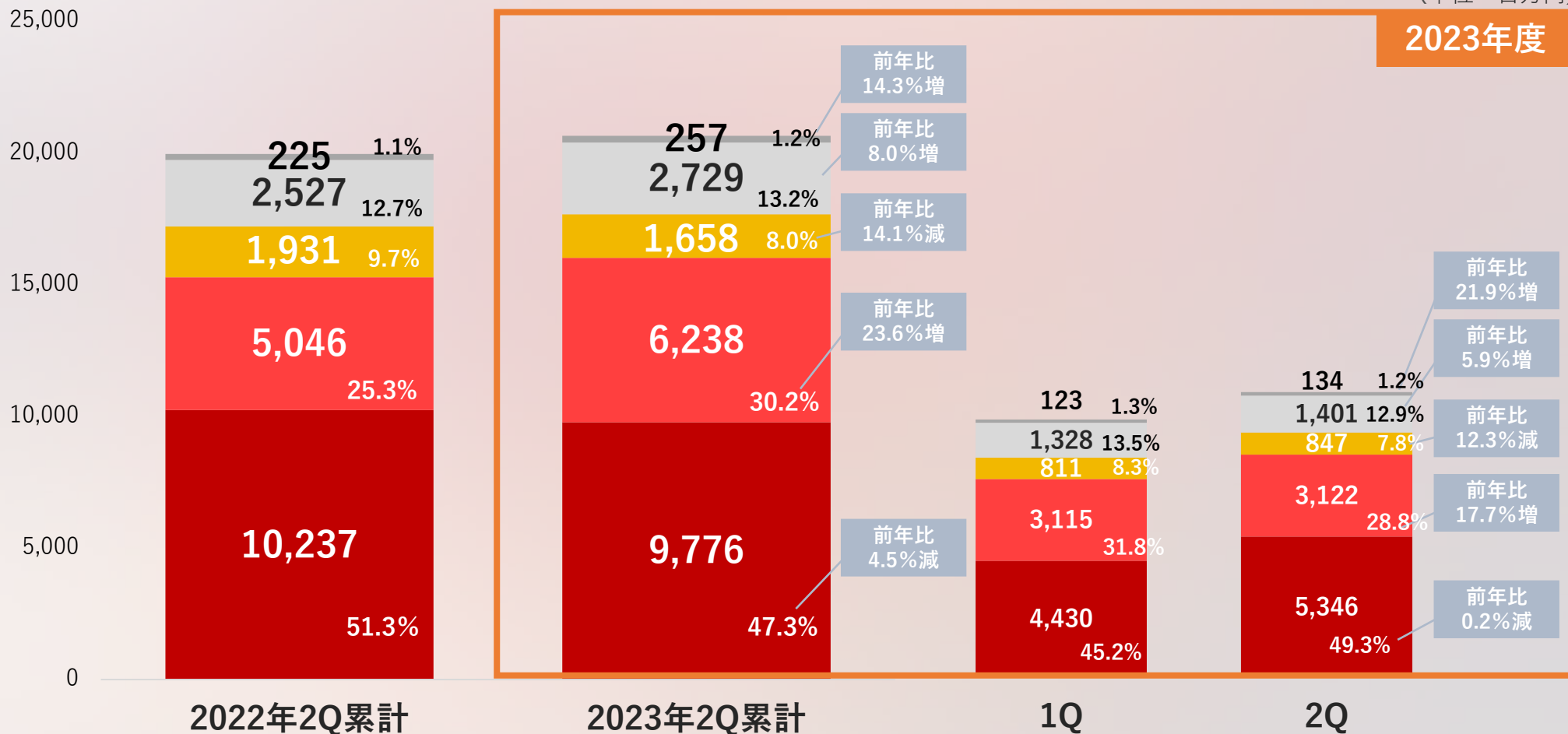
売上は、新車供給の緩やかな回復と単価上昇により、高水準を確保

品目別売上高

引き続き中古車販売が躍進 ストック型ビジネスも順調に積み上がる

■ 新車 ■ 中古車 ■ 業販 ■ 車両整備 ■ その他

(単位：百万円)



連結業績予想

(単位：百万円)	2022年度 (実績)	2023年度 (予想)	増減額	増減率
売上高	39,696	44,363	+4,667	+11.8%
営業利益	2,366	2,687	+320	+13.6%
営業利益率	6.0%	6.1%	+0.1pt	-
経常利益	2,377	2,686	+308	+13.0%
経常利益率	6.0%	6.1%	+0.1pt	-
当期純利益	1,550	1,750	+199	+12.9%
当期純利益率	3.9%	3.9%	±0pt	-
1株当たり配当	34.90円	41.17円	+6.27円	-
配当性向	21.4%	22.5%	+1.1pt	-

下期からの新車供給回復を見込み、連結業績予想は据え置き

連結貸借対照表（資産）

（単位：百万円）	2022年度	2023年2Q	増減額	増減率
流動資産	11,374	12,061	+686	+6.0%
現預金	5,538	4,323	▲1,214	▲21.9%
商品	4,415	6,158	+1,742	+39.5%
固定資産	7,255	7,375	+120	+1.7%
建物及び構築物	3,664	3,705	+41	+1.1%
資産合計	18,630	19,437	+807	4.3%
総資産経常利益率 （ROA）	13.4	-	-	-

新車供給の回復に伴い、新車、中古車ともに、下期に販売予定の在庫が積み上がる

連結貸借対照表（負債・純資産）

（単位：百万円）	2022年度	2023年2Q	増減額	増減率
流動負債	8,254	8,100	▲154	▲1.9%
買掛金	1,793	1,821	+28	+1.6%
前受金	1,627	1,595	▲32	▲2.0%
固定負債	1,545	2,141	+595	+38.5%
負債合計	9,800	10,242	+441	+4.5%
純資産	8,829	9,195	+365	+4.1%
自己資本利益率 (ROE)	19.0%	-	-	-
自己資本比率	47.4%	47.3%	▲0.1pt	-

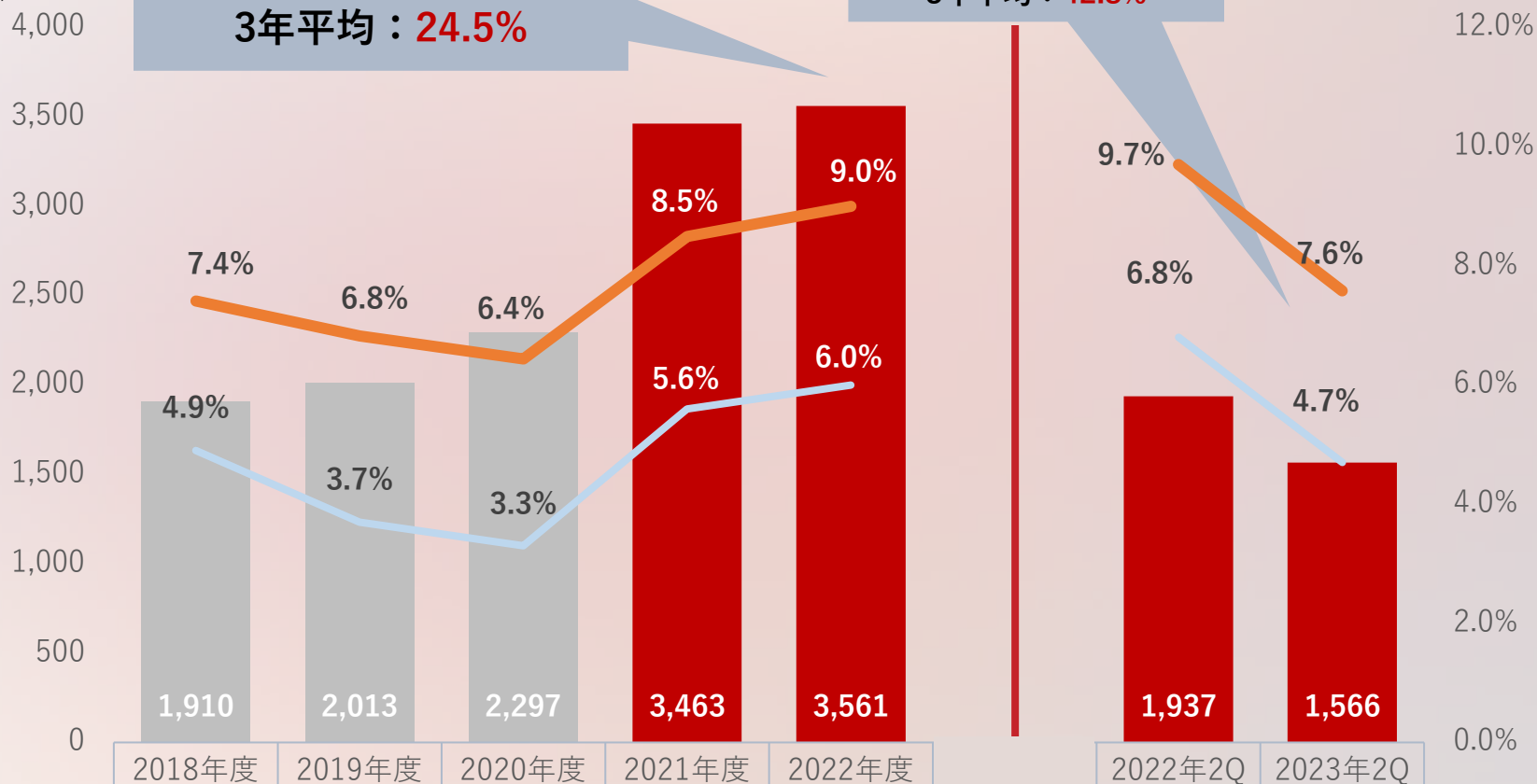
サステナビリティ・リンク・ローンの実施等により、長期借入金が567百万円増加

EBITDA

(単位：百万円)

EBITDAの年平均成長率
5年平均：16.9%
3年平均：24.5%

営業利益の年平均成長率
5年平均：17.0%
3年平均：42.8%



■ EBITDA	1,910	2,013	2,297	3,463	3,561
■ EBITDAマージン	7.4%	6.8%	6.4%	8.5%	9.0%
■ 営業利益率	4.9%	3.7%	3.3%	5.6%	6.0%

■ EBITDA	1,937	1,566
■ EBITDAマージン	9.7%	7.6%
■ 営業利益率	6.8%	4.7%

連結キャッシュフロー計算書

(単位：百万円)	2022年2Q	2023年2Q	増減額
営業CF	783	▲1,341	▲2,125
投資CF	▲93	▲183	▲89
財務CF	876	310	▲566
現金及び現金同等物 増減	1,566	▲1,214	▲2,781
現金及び現金同等物 残高	4,943	4,323	▲619

※百万円未満は切り捨てにて表記

営業キャッシュフロー 主な項目

- + 税引等調整前当期純利益：974百万円、減価償却費：552百万円
棚卸資産の増加：2,289百万円、法人税等の支払額：410百万円

投資キャッシュフロー 主な項目

- + 有形固定資産の取得

財務キャッシュフロー 主な項目

- + サステナビリティ・リンク・ローンによる長期借入金：1,000百万円

中長期戦略

中長期戦略グループ方針

サステナビリティ 基本方針

豊かさ・楽しさ・喜びを
分かち合い、
笑顔溢れる社会づくりに
貢献し続けること

輸入車販売業



店舗のグリーン化
店舗エリアの脱炭素化

お客様
お取引先様
株主様
地域社会のみなさま
当社従業員

社会に必要とされる企業

中長期戦略
ウイルプラスグループの
「社会的価値向上」
と
「企業価値向上」
の両立

「持続可能な社会実現への貢献」
「社会的価値の創造」

「持続的成長」
「中長期的な企業価値向上」

成長戦略 M&A

- ①ドミナント化
- ②エリア拡大
- ③新ブランド獲得

- ▶後継者問題の解決
- ▶資産（資源）の再利用（リユース）
収益性改善
- ▶人材（人的資本）の再教育、活性化

①既存店舗のグリーン化

■CO2排出量削減

②M&A積極化

■買収店舗、
事業譲受店舗の**事業再生**

↓
売上、利益の成長

■買収店舗、
事業譲受店舗の**グリーン化**

↓
自動車産業における
CO2排出量削減の最大化

社会的価値向上

企業価値向上 → 時価総額最大化

社会的価値向上の最大化

MINI久留米のM&A（事業譲受）について

2月10日、当社BMW・MINIブランド販売の事業会社であるウイルプラスモーターレンが、株式会社フィールドモーターのMINIディーラー事業を譲受

当社では4年ぶり10件目のM&A（事業譲受）となる

相手先名称	株式会社フィールドモーター
所在地	福岡県久留米市御井旗崎一丁目10番7号
代表者役職・氏名	代表取締役社長 原 民治
資本金	10百万円
譲受事業の売上高	974百万円（2022年7月期）
譲受事業の内容	フィールドモーターが運営する「 MINI久留米 」を対象とし、これに係る一部有形固定資産及び従業員の承継が対象
事業譲受日	2023年4月1日（予定）

これにより、当社福岡エリアの「**ドミナント化**」がさらに進む
福岡県下のMINIディーラー事業はすべて当社グループの店舗に

福岡エリアのディーラー分布図

-BMW・MINI-

今回の事業譲受により、**福岡県下のMINIディーラーはすべて当社グループ店舗に**



福岡エリアのディーラー分布図

-当社の久留米エリア店舗展開-

ドミナント戦略における久留米エリアのネットワークを強化



福岡エリアのディーラー分布図

-当社取扱いブランド-



輸入車ディーラーの主な動き -2022年-

- 全体数は**新車1,743拠点（▲16）**、**事業会社数729社（▲4）**
- ブランドごとに店舗展開に差
- 資本の集約が進む傾向にあるブランドも
- 全体での1事業会社あたりの運営店舗数は**2.4店舗（±0）**

最近の資本移動の事例

双日オート	2023年1月5日	株式会社モーターレントーマツより株式譲渡 →足立BMW、江東BMW、MINI亀有、 MINI江戸川、BMW Premium Selection江戸川
VTホールディングス	2022年11月30日	株式会社マークスより一部事業譲受 →MINI函館
当社	2023年2月10日	株式会社フィールドモーターより事業譲受 →MINI久留米

M&A戦略（輸入車ディーラーの全体像）

-当社取扱い

全国に多くのM&Aターゲットが存在
輸入車ディーラーの多数は、各地方の地元企業によって運営されている

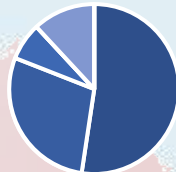
当社取扱いブランド

事業会社ごとの運営拠点数分布（新車）

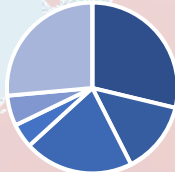
Fiat/Abarth
73拠点/44社



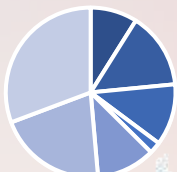
AlfaRomeo
42拠点/30社



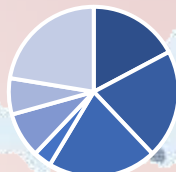
Jeep
87拠点/42社



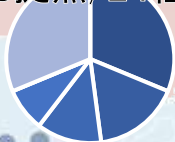
BMW
170拠点/45社



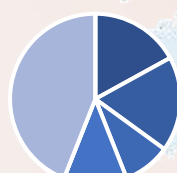
MINI
117拠点/45社



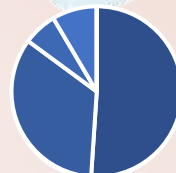
Jagur/
LandRover
48拠点/24社



VOLVO
118拠点/39社



Porsche
49拠点/34社

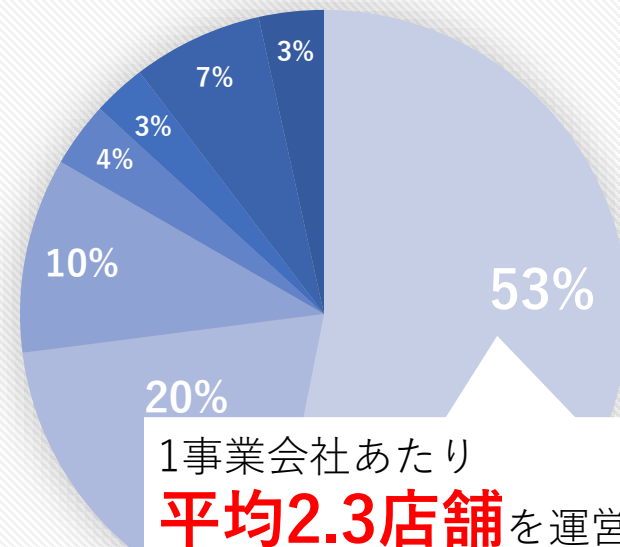


各社の運営拠点数（新車）
■ 1/ ■ 2/ ■ 3/ ■ 4/ ■ 5/
■ 6~9/ ■ 10以上

全体合計

新車拠点：計694拠点

運営会社：計303社



全体の87%が3店舗以下の運営会社

■ 1拠点 ■ 2拠点 ■ 3拠点
■ 4拠点 ■ 5拠点 ■ 6~9拠点
■ 10拠点以上

M&A戦略（輸入車ディーラーの全体像）

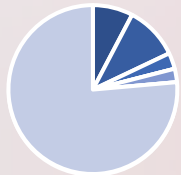
-未取扱い-

全国に多くのM&Aターゲットが存在
輸入車ディーラーの多数は、各地方の地元企業によって運営されている

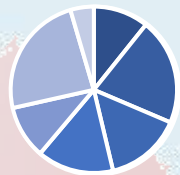
未取扱いブランド（一例）

事業会社ごとの運営拠点数分布（新車）

Benz（※Smart含む）
204拠点/54社



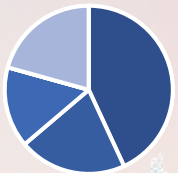
VW
242拠点/86社



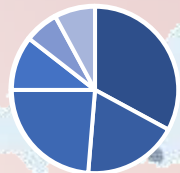
Audi
122拠点/43社



Citroen
52拠点/37社



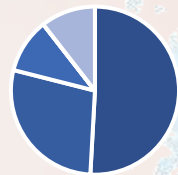
Peugeot
75拠点/41社



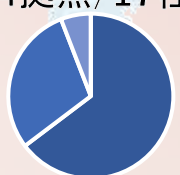
Renault
70拠点/53社



DS
56拠点/40社



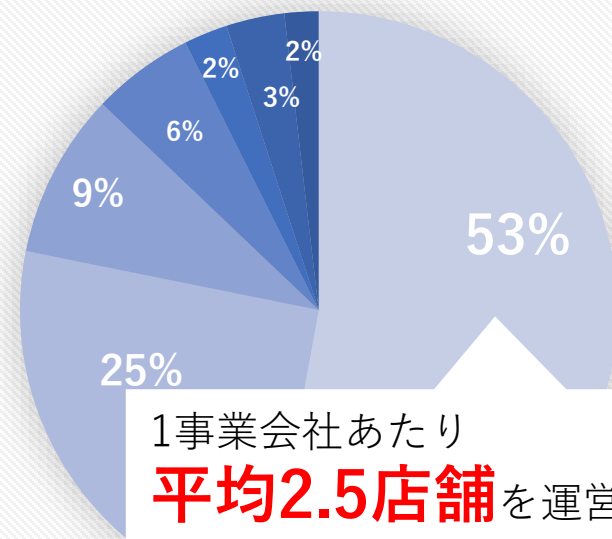
Maserati
24拠点/17社



各社の運営拠点数（新車）
■1/■2/■3/■4/■5/
■6~9/■10以上

全体合計

新車拠点：計1,049拠点
運営会社：計**426社**



1事業会社あたり
平均2.5店舗を運営

全体の78%が3店舗以下の運営会社

■1拠点 ■2拠点 ■3拠点
■4拠点 ■5拠点 ■6~9拠点
■10拠点以上

気候変動問題がM&Aを加速させる

気候変動問題への設備投資・対応が難しいディーラーに代わり、当社がM&Aを通して、店舗のグリーン化をはじめ、社会課題の解決に貢献

ディーラー業界

後継者
問題

収益性

脆弱な
資本

- ・店舗のグリーン化投資ができない
- ・労働人口の減少



M&A

当社が買収後
店舗のグリーン化を実施
…店舗エリアの
脱炭素化に貢献

- ・資産（資源）の再利用
収益性改善
- ・リユース（再利用）
低資源投資による拡大
- ・人材（人的資本）
の再教育、活性化
- ・業務フローのDX化投資
生産性向上

当社



M&Aによる成長

当社がM&Aにより
新エリア、
新ブランドを
獲得することで、

- ・店舗のグリーン化
- ・気候変動問題
(Co2排出量削減)
- ・リサイクル促進

に寄与

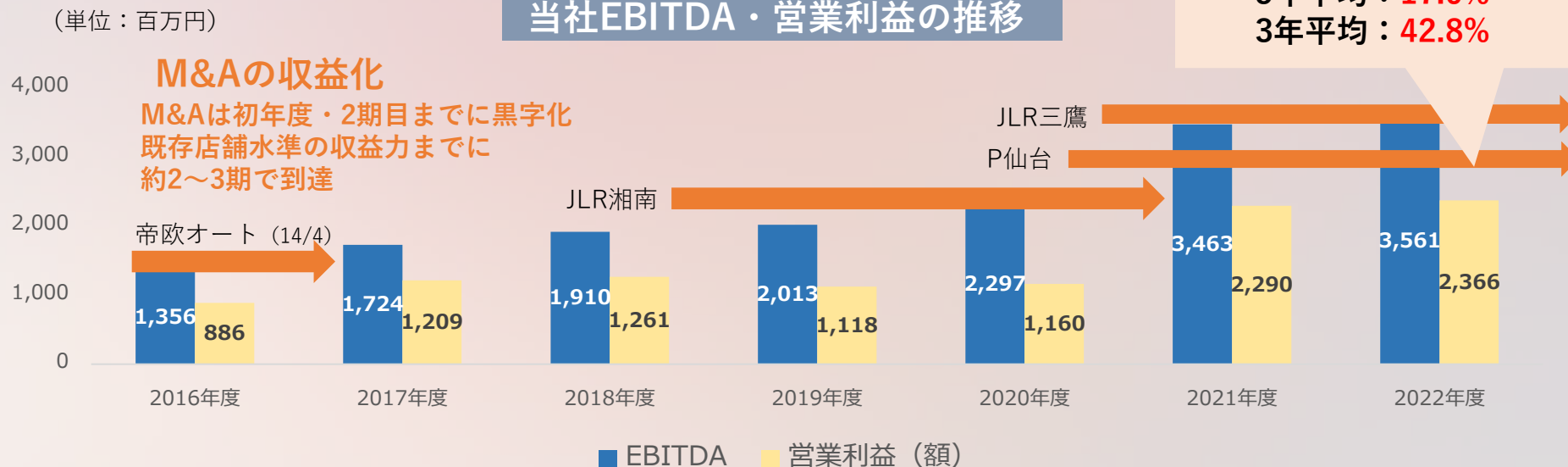
当社の強み① -M&A後の事業再生力の高さ-

直近6年間で4件の事業譲受、10店舗の新規出店ほか、移転・改装等店舗投資を実施

当社のM&A・新規出店実績

	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
新規出店	—	1店舗 J福岡西 (16/10)	2店舗 AR大田 (18/1) JLR北九州 (18/3)	4店舗 J目黒 (18/11) P郡山 (19/1) MINI山口 (19/3) MININ周南 (19/3)	1店舗 APP宗像 (19/11)	2店舗 MININ福岡東 (21/2) JLR相模原 (21/2)	—
事業譲受	—	1件 VC小田原 (17/5)	1件 JLR湘南 (18/4)	2件 P仙台 (18/12) JLR三鷹 (19/4)	—	—	—

当社EBITDA・営業利益の推移



当社の強み② -M&A後の事業再生の実績例-

HD設立以来から9件のM&Aを実施し、すべて黒字化

■M&Aにおける収益改善実績例

(単位：百万円)

ケース①	M&A直前期	M&A後3期目	直近業績
売上高	4,228	6,139	10,346
営業利益	▲390	215	464
営業利益率	-	3.5%	4.4%

ケース②	M&A直前期	M&A後3期目 (直近業績)
売上高	1,489	2,206
営業利益	▲10	131
営業利益率	-	5.9%

ケース③	M&A直前期	M&A後3期目	直近業績
売上高	3,456	4,813	23,105
営業利益	▲79	231	1,249
営業利益率	-	4.7%	5.4%

ケース④	M&A直前期	M&A後2期目 (直近業績)
売上高	2,228	2,485
営業利益	▲86	109
営業利益率	-	4.3%

※M&A後6か月以上を1期としてカウント

高い再現性①

-輸入車整備事業は成長市場-

国内保有台数は、輸入車の成長が著しい（7年平均成長率 3.46%）
EV化、コネクテッド化により、**輸入車の整備は正規ディーラーに集約**される

(単位：百台)

自動車の国内保有台数の推移

■ 乗用車（軽含む） ■ 輸入車（普通乗用車）

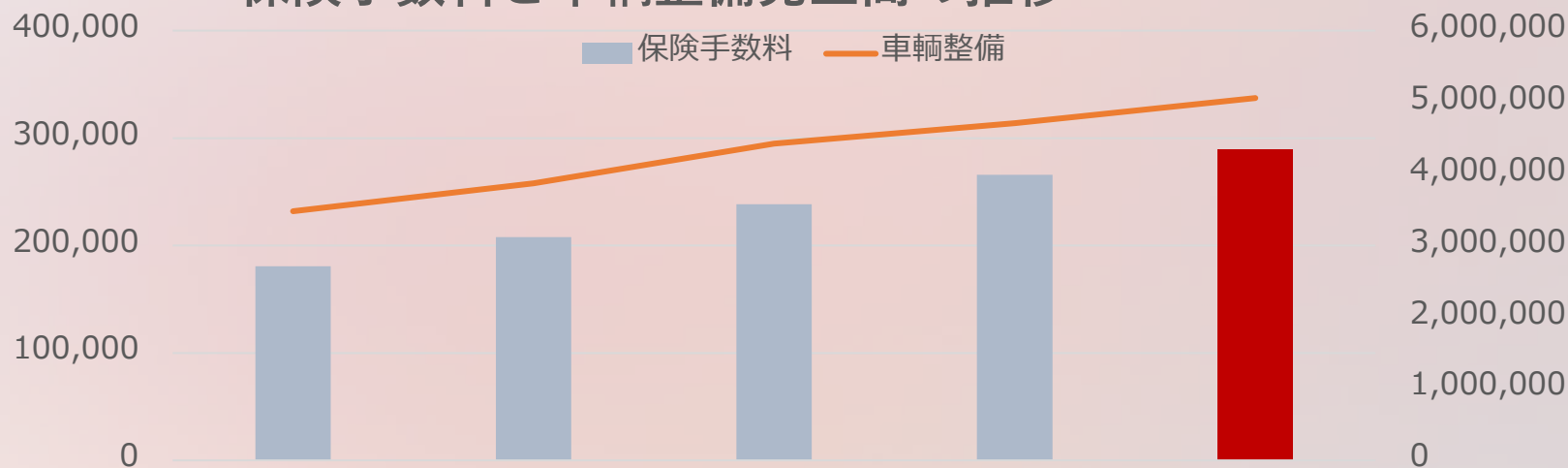


	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
乗用車 (軽含む)	60,831,892	61,253,300	61,584,906	61,770,573	61,808,586	61,917,112	61,867,152
前年比	100.52%	100.69%	100.54%	100.30%	100.06%	100.18%	99.92%
輸入車 (普通乗用車)	2,850,245	2,946,488	3,045,105	3,153,578	3,260,221	3,392,325	3,495,565
前年比	102.59%	103.38%	103.35%	103.56%	103.38%	104.05%	103.04%

高い再現性② -ストック型ビジネスの推移-

当社のストック型ビジネス（車両整備・保険）は、2022年度の車両販売台数が伸び悩む中でも堅調に成長

保険手数料と車両整備売上高の推移（単位：千円）



	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
保険手数料	180,789	207,928	238,494	265,878	289,597
前年比	114.4%	115.0%	114.7%	111.5%	108.9%
整備	3,481,418	3,868,845	4,425,083	4,709,071	5,058,873
前年比	106.6%	111.1%	114.4%	106.4%	107.4%

財務戦略アップデート①

事業戦略 店舗のグリーン化、M&A積極化



事業戦略に合わせ、財務戦略もグリーン化

サステナブルファイナンスの比率の引き上げ

→ 資金使途

M&A待機資金（M&A店舗のグリーン化）
EV、PHV車両（運転資金）
急速充電器（設備投資） 等

財務戦略アップデート② –アクション–

■サステナビリティ・リンク・ローン (SLL)

借り手のサステナビリティ戦略と整合したサステナビリティ・パフォーマンス・ターゲット（以下、SPTs）を設定し、**貸出条件とSPTsの進捗業績を連動**させて、
環境的・社会的に持続可能な経済成長を促進
設定した**SPTsの達成を目指すことで、サステナビリティ経営の推進へと繋げる**

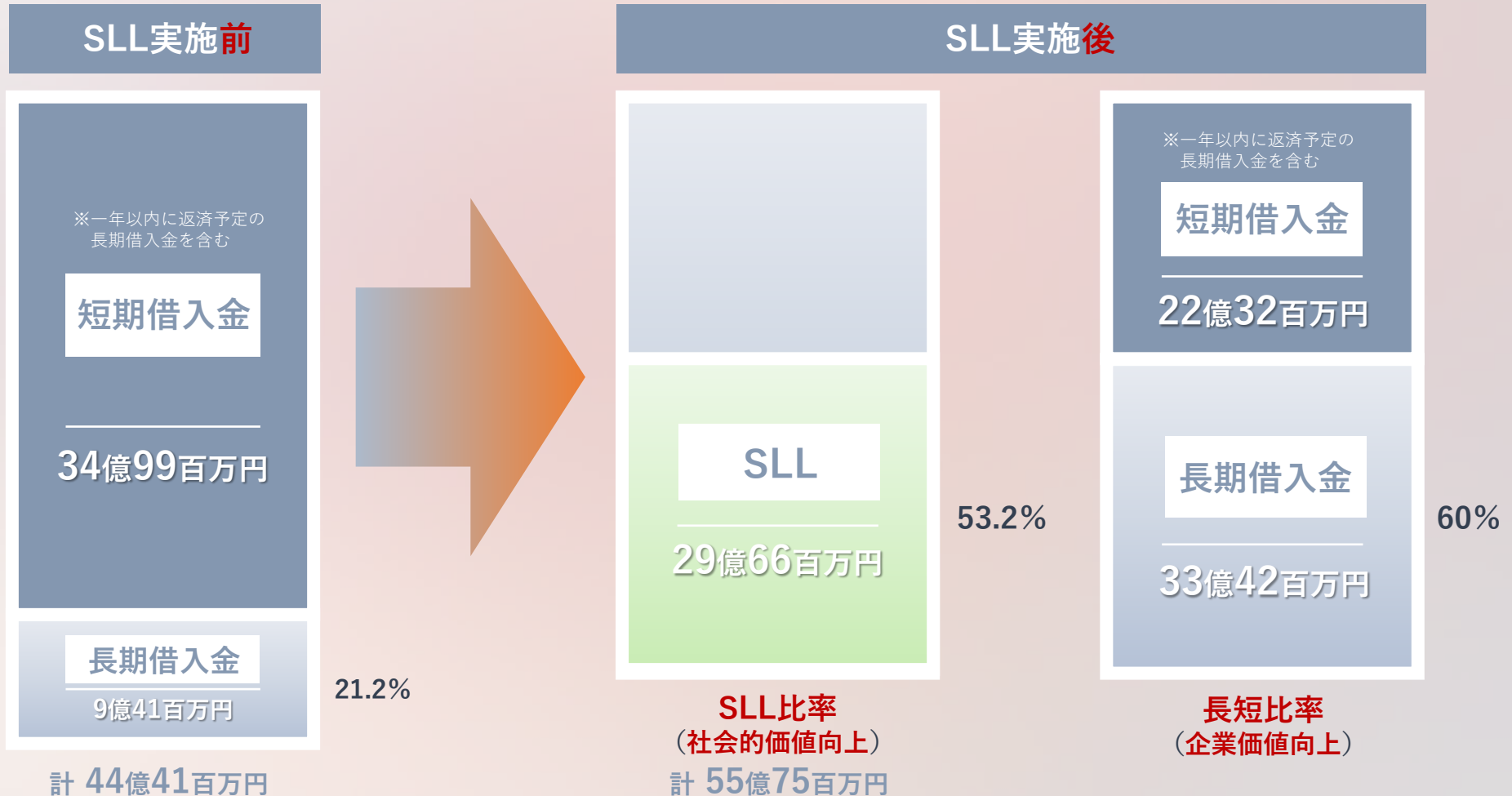
■SLL実施にあたり、グループ目標に基づいた「サステナビリティ・フレームワーク」を策定 適合性について株式会社格付投資情報センター(R&I)よりセカンドオピニオンを取得

■今期は、現状**2件、計30億円**のSLLを実施

実施日	サステナビリティ・ コーディネーター	契約期間	借入金額	KPI
2022年11月30日	株式会社三井住友銀行	5年	10億円	①GHG排出量※の削減 ②店舗が使用する電力についての 再生可能エネルギーの導入 (当社フレームワーク)
2023年1月30日	株式会社みずほ銀行	10年	20億円	CDP気候変動スコア

当社の借入状況とサステナブルファイナンス比率

- SLL実施により、当社のサステナブルファイナンスの比率は**53.2%**に
- 今後もさらに借入金に対するサステナブルファイナンスの比率を高める方針
- 今後のM&A（＝主に運転資金増）に備え、**長期有利子負債の比率を高める（1月末現在：60%）**



2030年度 Scope1^{※1} + Scope 2^{※2}
GHG排出量を2021年度比較で、50%削減
(年率5.5%の削減)

※1 Scope1…事業者自らによる温室効果ガスの直接排出

※2 Scope2…他社から供給された電気、熱・蒸気の使用に伴う間接排出

社有車（試乗車含む）の低炭素自動車比率

2030年度 80%以上

再生可能エネルギー導入率目標

2025年度 全店舗導入

ブランドメーカーが正規ディーラーの店舗オペレーションに求めること

店舗オペレーションGHG排出量（Co2排出量）の正確な把握

⇒削減目標設定

例 店舗オペレーションGHG排出量 ○○年までに○%削減

デモカーのEV比率、再生可能エネルギー導入率、廃棄物のリサイクル率



再生可能エネルギーへの切り替え

前期末17店舗に加え、今期は新たに東北・中国エリアの3店舗、さらに神奈川エリアの1店舗を再生可能エネルギーに切り替え
消費電力ベースでは、年間電力量の60%以上が再生可能エネルギーになる見通し

再生可能エネルギー導入率目標

基準年を2021年度とし、

- 2022年6月期末までに40%
- 2023年6月期末までに60%
- 2024年6月期末までに80%
- 2025年6月期末までに全店舗

への導入を目指す

東北エリア



中国エリア



神奈川エリア



21 / 35 店舗

- ・非FIT再エネ指定
- ・温対法
- ・非化石証書
- ・RE100 に対応
- =純粋な「再エネ」電気を使用

店舗のグリーン化 -進捗状況-

店舗エリアにおけるEV普及促進に対応した設備投資などを実施
輸入車ディーラーとして、いち早く店舗のグリーン化を推進し、
自動車産業の脱炭素化に貢献

※2022年12月期末ベース

低炭素自動車(EV/PHV)比率

- 新車販売 **5.7%** (2Q累計)
…国内市場(国内新規登録台数/乗用車) 3.2%
- 新車受注 ※店舗報告ベース
2022年12月期末受注残 **6.6%**
10-12月受注 **9.3%**
- 社有車 **9.1%** (12月末)



EV充電器 **59台** / (35店舗)

- …うち、急速充電器**10台**
急速充電器設置済みブランド



再生可能エネルギー導入店舗数

21店舗 / (35店舗)

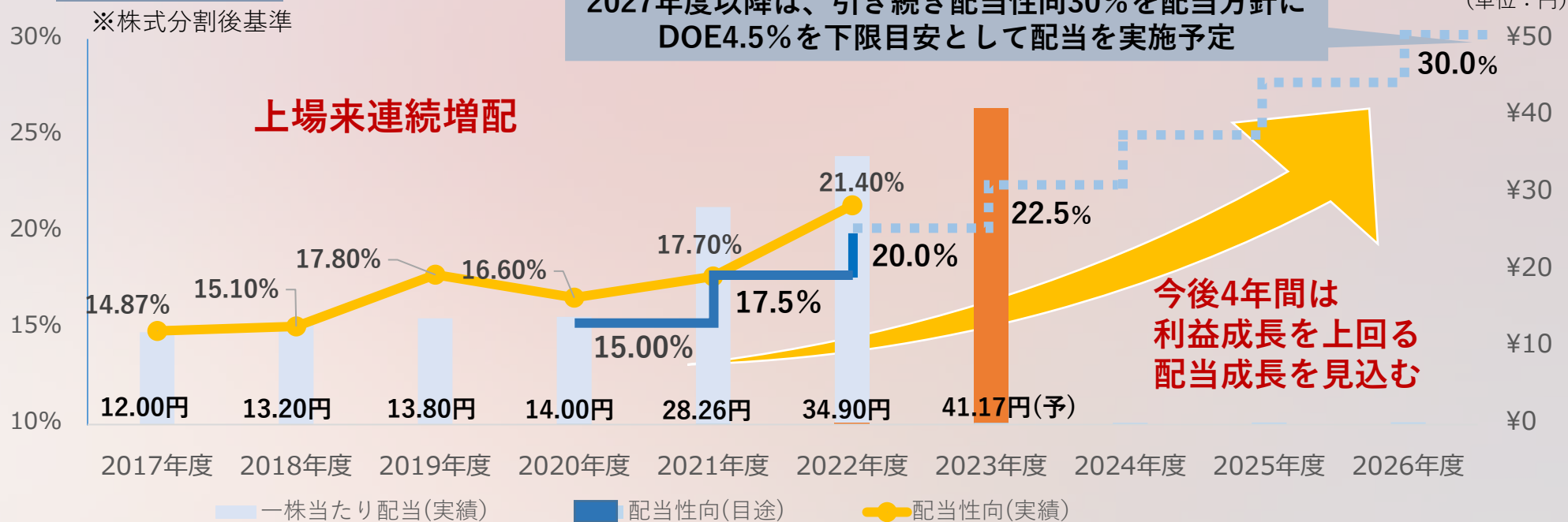


中長期株主還元戦略 -配当方針-

配当方針

- ・ 中長期的に**ROE15%以上**を目標とする（前期19.0%）
- ・ 「適正資本の維持」及び「株主還元の更なる拡充」を同時実現していくために、**2026年度までに、配当性向を30%まで段階的に引き上げる**
- ・ 2027年度以降は、引き続き**配当性向30%を配当方針**としながら、**配当の下限はDOE4.5%**を目安に、安定的かつ継続的な利益還元の維持・向上に努めてまいります

配当の推移



※2022年度は特別配当1円12銭を含む

当社グループ方針 まとめ

私達ウイルプラスグループは、
「**気候変動問題解決**」を「**機会**」と捉え、
「**M&A**」を通じて、「**新規エリア**」、「**新規ブランド**」の
獲得を目指し、事業拡大を積極的に取り組みます。

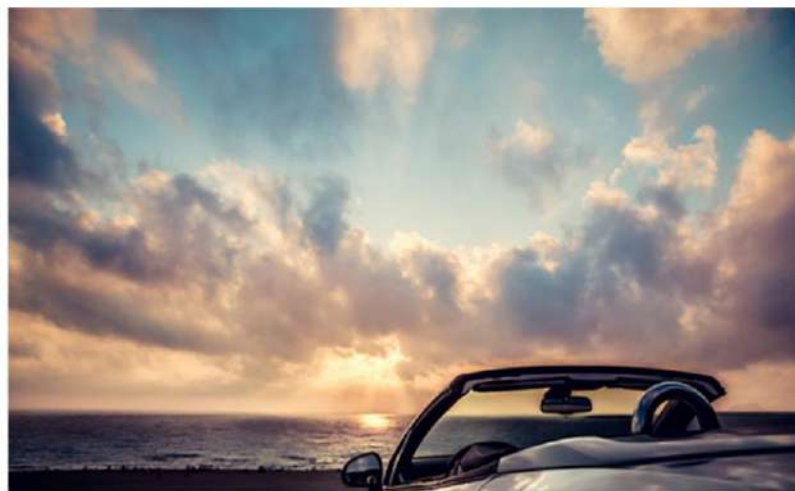
「**事業の最大化**」を進めながら、
「**店舗のグリーン化**」を実施し、
「**GHG排出量削減の最大化**」を追求し続けます。



我々の存在意義

MISSION STATEMENT

我々は**輸入車のある生活**を提案し、
より多くの皆様と**豊かさ・楽しさ・喜び**を分かち合い、
関わるすべての人々を**温かい笑顔**に
変えていく**挑戦**を続ける。



今期の取組み

出店関係

2022年8月6日付にて「ジープ大田」を新規オープン 最新のCIに準拠



店舗への積極投資

既存店舗への投資

CI変更

- 最新のCIに準拠し、ブランド毎の様々なリテール体験を提供
- 最新の設備等による高品質なサービスを提供

移転オープン

- 視認性、利便性に長けた好立地に移転
- 経営効率の向上

新規店舗への投資

新規オープン

- 商圏の拡大
- 既存エリアの補完
- 既存ブランドの業容拡大

来場顧客、CS向上によるリピーターの増加



収益の向上

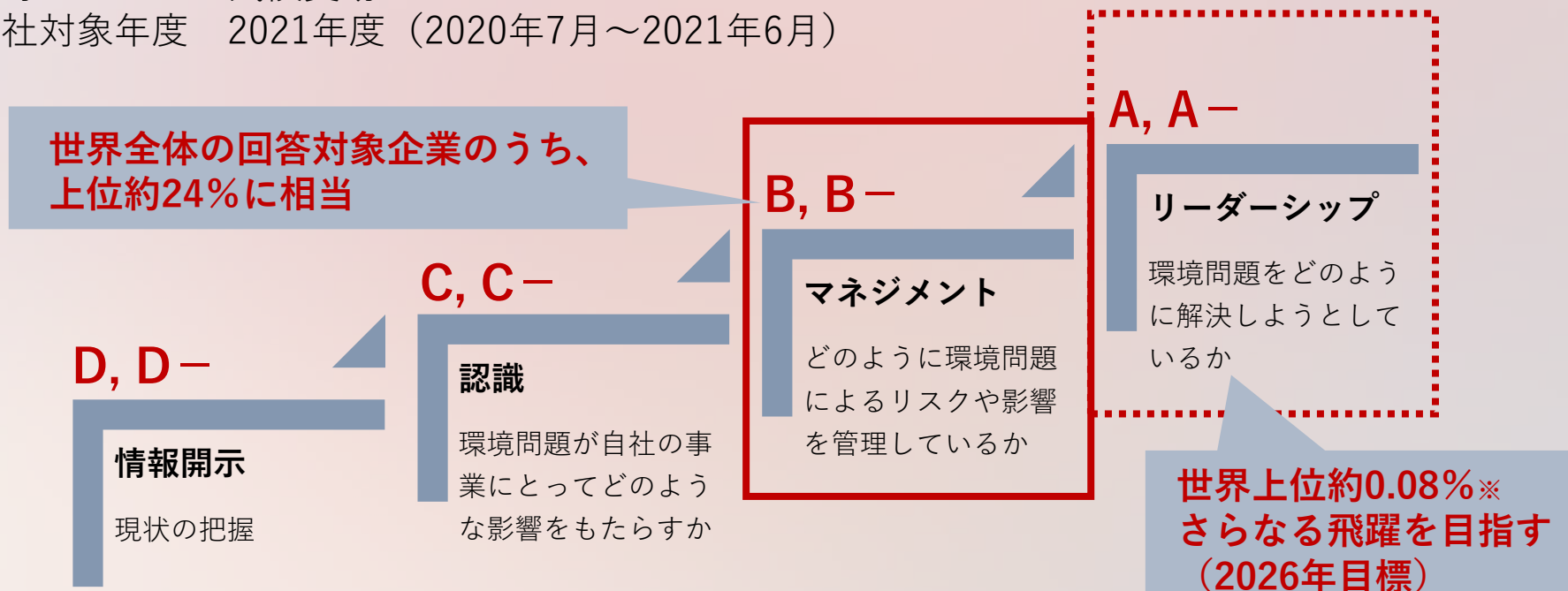
2022年CDP「気候変動」質問書にてBスコアを取得

■ CDP（カーボン・ディスクロージャー・プロジェクト）とは

- ▶世界中の機関投資家・購買企業の要請を受けて、企業の環境情報開示を促進する国際団体
- ▶CDP質問書は、ESG情報の「E」に関するグローバルスタンダードとして、組織の環境開示をA～Fで評価
- ▶2022年、世界の時価総額の半数に相当する18,700以上の企業と1,100強の自治体を含む20,000以上の組織が、CDPを通して環境情報の開示をしており、世界中の機関投資家・購買企業が、意思決定に活用
- ▶日本ではプライム上場企業1,000社以上を含む1,700超の企業・団体が回答

■ 当社の2022スコア B（初回答）

- ▶分野 気候変動
- ▶当社対象年度 2021年度（2020年7月～2021年6月）



※無回答企業のスコアはF

※2022年度CDP回答対象企業

他社スコア

■東証プライム市場の関連企業スコア

当社が関連業界トップ

当社	ネクステージ	IDOM	日産東京販売HD	VTホールディングス
B	F	F	F	非公開
USS	プロト	キーパー技研	オートボックス	イエローハット
C	D	F	F	F

■2022 その他企業例

トヨタ自動車 A-	日産自動車 A-	本田技研工業 B	スズキ B	マツダ B
伊藤忠商事 B	三井物産 B	セブン&アイHD B	ローソン B	ファミリーマート B
カルビー B	良品計画 B	東海旅客鉄道 B	オリエンタルランド B	オリックス B

※上記はいずれもCDP2022「気候変動」におけるスコア

BMW・MINIの10拠点にて**エコマーク**認定を取得

2022年12月23日、BMW・MINIブランドを取り扱う、当社の事業会社ウイルプラスモーターにて、
全拠点（MINI久留米を除く）の店舗運営について**エコマーク**認定を取得

エコマークとは

公益財団法人日本環境協会が実施するエコマーク事業によって一定の基準を満たした商品に認定される、「ISO14024」に基づいた第三者認証の環境ラベル

今回取得した「**小売店舗**」認証は、環境配慮商品を幅広く揃え、店舗の運営における環境配慮や消費者が参加するエコ活動の見える化を実施するなど、消費者と一体となって環境に配慮した活動を推進している店舗に認定される



Willplus BMW八幡



Willplus BMW小倉



MINI新宿 (およびサービス工場)



MINI博多



MINI小倉



MINI 福岡西



MINI NEXT福岡東



MINI山口



MINI NEXT周南

店舗での取組み例

- ・ EV等次世代車両の試乗会、展示会の実施
- ・ 環境配慮商品の使用
(BMW水性塗料、木製マドラー、ソイインク等)
- ・ 省エネ型機器の導入
- ・ 廃棄物の計量、管理 等

2022年8月より、
従業員への福利厚生の実充及び自社経営への参加意識の向上を目的に、
持株会奨励金（会社負担分）を1口1,000円あたり（上限10口まで）10%
→**50%**に引き上げ

上場企業（3,752社）の状況

持株会制度導入企業	奨励金設定	拠出金1,000円当たりの平均支給額
3,239社	3,127社(96.5%)	88.4円
当社		100円→500円

※出典：東証「2020年従業員持株会状況結果の概要について」

奨励金設定企業の**90%以上**が**10%以下**
奨励金を拠出金額の**50%以上**負担しているのは**16社（0.5%）のみ**

➡ 当社は上場企業でもトップクラスの条件

信託型ストックオプションの導入 -人財戦略アクション②-

2022年12月15日

従業員へのインセンティブの一環として、
株式報酬制度を導入し、2023年1月16日付で新株予約権を発行
自社経営への参加の意識づけの他、従業員定着率の向上や、採用力の強化を図る



SDGsへの取り組み①

省資源化等、従来の施策の見直しや新しい取り組みの導入などを順次行い、SDGs達成を通じた持続的成長、企業価値向上を目指す

当社の取り組み

働きやすい環境づくり

社員ひとりひとりが能力を最大限に発揮し、長く働き続けられる職場環境を整備



・人材育成

入社時のオリエンテーションや個別研修のほか、職種別研修、メーカー主催研修など充実した研修制度で社員教育に注力

評価は半期ごとに個人で目標設定と自己評価を行い、個別面談でフィードバックを実施するなど

個々の能力に合わせたスキルアップができる制度
年二回の給与改定で評価を反映

・ハラスメントの防止

社員への研修（入社時/全社員向け/管理職向け）
社内外窓口の設置と迅速な対応による実効性の高い体制
再発防止の徹底

・働き方改革の推進

勤怠システムで就労時間、休暇取得状況、残業時間見える化のほか、PCのシャットダウンシステム導入等で個人の勤務時間を管理、業務を効率化
整備工場へのエアコン設置の推進
改装等による職場環境の改善、生産性の向上
社内公募での省エネ施策コンテストの実施と取り組み

・ダイバシティの推進

■女性活躍推進

2018年 事業主行動計画（女性活躍推進）の策定
女性従業員の割合の目標を15%以上に

【2019年 17.6%→2022年 18.2%】

出産や育児に関する制度周知や配属希望を行い、継続就業ができる環境づくりを推進

【2018年以降育休取得者復職率93.7%】

■シニア人材の雇用

正社員の定年を60→65歳に延長、雇用延長により70歳まで

■外国人雇用

主に専門職での外国人雇用・新卒採用 【2022年雇用率0.8%】

■障害者雇用

複数部門・職種での障害者雇用

■中途入社社員の活躍推進

中途入社人材の活躍 【中途入社者の管理職割合93.2%】

SDGsへの取り組み②

環境負荷の低減

CO2排出量の削減を図り、社会とともに発展する成長企業を目指す



EV車販売推進のための設備導入

各拠点に充電設備を導入。店舗での試乗を積極的にご提案し、最先端のEV技術体験を推進



グリーン購入

グループにて茶殻入り封筒を導入

WEB会議、オンライン商談の活用

会議・社内研修の効率化、省力化

紙資源の使用量削減

私書箱型プリンター切り替え（ミスプリント削減）
書類の電子化、PEFC認証のコピー用紙の使用
社内便封筒の再利用等で資源を有効活用

水使用量の削減

節水促進、節水型トイレ、LIMEX名刺の導入

A graphic for LIMEX, a water-saving product. It features a large rock (limestone) and the LIMEX logo. Text includes: 'LIMEXとは 石灰石を主原料として、プラスチックや紙の代替となり、エコロジーとエコノミーを両立可能な素材' and '炭酸カルシウムなどの無機物を50%以上含む、無機フィラー分散系の複合材料'. Below are three points: 1. 主原料は石灰石 (Main raw material is limestone), 2. 資源枯渇問題の解決に貢献 (Contributes to solving resource depletion), and 3. 環境問題の解決に貢献 (Contributes to solving environmental issues).

電力使用量の削減

節電促進や店舗照明のLED化、空調制御の導入推進等でCO2排出量削減を図る

整備工場排水の管理、油水分離槽の設置

施設外に汚水や油を排出しないよう油水分離槽は定期清掃を徹底
整備工場の排水は法令に基づいて管理し、定期的な水質検査報告を実施し、環境に配慮

フロンガスの回収

自動車に使用されるフロンガスは、自動車リサイクル法に則り、フロンガス回収機を設置するなど、適切処理を徹底し、大気汚染を防止

SDGsへの取り組み③

・廃棄物およびリサイクル

車両整備等で排出される廃棄物を抑制し、適切な処理、収集、運搬、再生、処分等を法令に準拠した方法で適切に処理し環境負荷を低減

自動車リサイクル法に則り、部品ごとに分別し適切にリサイクルされるよう徹底

・店舗の屋上の緑地化

一部店舗にて試験的に導入

店舗の屋上を緑地化することで建物にこもる熱の低減ができ、省エネによるCO2削減、大気汚染の防止や環境保全に寄与



・環境に配慮した店舗づくり

可能な限り既存の建物を活用した改装

店舗の新築や改装時に発生する廃材は、リサイクルや法令に基づいた処理など、素材ごとになるべく環境負荷をかけない方法で処理

建物外皮の熱負荷抑制、全熱交換器設置によるCO2削減、景観条例等、各市町村の多くの条例の遵守

・再生可能エネルギーの導入

既存21店舗に導入済（年間消費電力量の60%以上）

非FIT非化石化証書、温対法、RE100に対応した純粋な再生可能エネルギーを使用し、CO2排出量を削減

社会貢献

地域社会とともに発展していく企業を目指す



・企業版ふるさと納税を通じた地域振興支援

ゼロカーボンシティ宣言を謳う福島県広野町を支援。地元スタジオでのEV展示や町長とのトークイベントを通して、気候変動問題の啓蒙活動に貢献



・特定商品を通じた環境団体支援

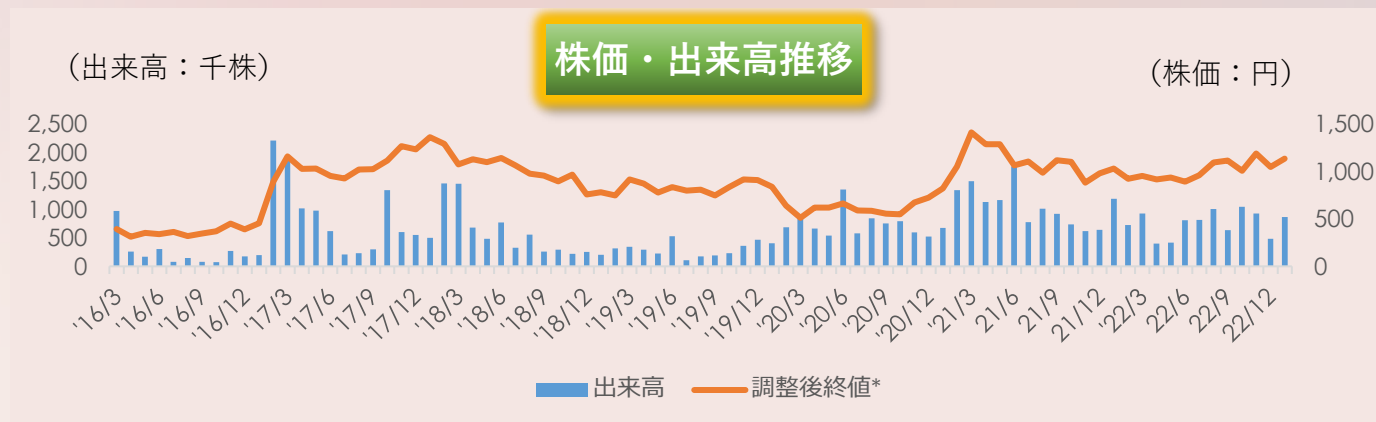
一部店舗で試験的にグリーンエイジおしぼりを採用。環境に配慮した素材が使用されているほか、購入金額の一部はエコ団体に寄付



主要財務諸表及び株価バリュエーション

※2022年12月30日時点 株価1,048円をベース

主要財務諸表		バリュエーション	
自己資本比率	47.3%	株価収益率 (PER)	5.73倍
自己資本利益率 (ROE)	※2022年度 19.0%	株価純資産倍率 (PBR)	1.10倍
総資産経常利益率 (ROA)	※2022年度 13.4%	EV/EBITDA	3.08倍
営業利益率	4.7%	配当利回り (予)	3.93%



APPENDIX

会社概要・沿革

会社概要

商号	株式会社ウイルプラスホールディングス
代表者名	代表取締役社長 成瀬 隆章
設立年月日	2007年10月25日
本社所在地	東京都港区芝5丁目13番地15号 芝三田森ビル8階
資本金	241百万円（2022年12月末時点）
株式市場	東証プライム（証券コード3538）

ウイルプラスホールディングス

チェッカーモータース（株）

インポーター Stellantis ジャパン(株)
ジャガー・ランドローバー
・ジャパン(株)

店舗数 19店舗（2022年12月末時点）

取扱いブランド



ウイルプラスモーターレン（株）

インポーター ビー・エム・
ダブリュー(株)

店舗数 10店舗（2022年12月末時点）

取扱いブランド



帝欧オート（株）

インポーター ボルボ・カー・
ジャパン(株)

店舗数 4店舗（2022年12月末時点）

取扱いブランド



ウイルプラスアインス（株）

インポーター ポルシェ ジャパン(株)

店舗数 2店舗（2022年12月末時点）

取扱いブランド



会社沿革

2008年7月
 チェッカーモータース(株) 子会社化
 ⇒ 関東エリアへの本格進出
 ⇒ FIAT・Alfa Romeoの取扱い開始

2009年7月
 クライスラー日本(株)より直営店2店舗譲受

2009年9月
 ウイルプラスモトーレン(株)
 BMW・MINI 5店舗の事業譲受
 ⇒ BMW・MINIの取扱い開始

2014年4月
 帝欧オート(株) 子会社化
 ⇒ VOLVOの取扱い開始

2017年11月
 ウイルプラスアインス(株)を設立

2018年4月
 ジャガー・ランドローバー湘南
 事業譲受
 ⇒ JAGUAR・LANDROVERの
 取扱い開始

2018年12月
 ポルシェ仙台事業譲受
 ⇒ PORSCHEの取扱い開始
 ⇒ 東北エリア初進出

2019年3月
 MINI山口、MINI NEXT
 周南新規オープン
 ⇒ 中国エリア初進出

2019年4月
 ジャガー・ランドローバー
 三鷹事業譲受

2007年6月末時点

3店舗

福岡県 2店舗

東京都・神奈川県
 1店舗

2010年6月末時点

19店舗

福岡県 7店舗

東京都・神奈川県
 12店舗

2022年12月末時点

35店舗

福岡県 15店舗

山口県 2店舗

宮城県 1店舗

福島県 1店舗

東京都・神奈川県
 16店舗

取り扱いブランド -チェッカーモーターズ-

インポーター：Stellantis ジャパン(株)

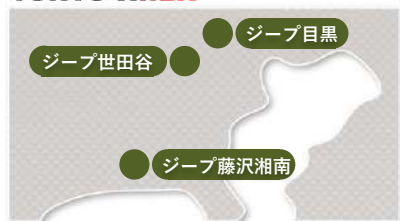


Jeep Jeep
Grand
Cherokee L

KYUSHU AREA



TOKYO AREA



ALFA ROMEO Alfa Romeo
STELVIO

TOKYO AREA



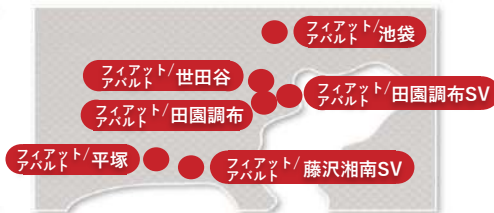
アルファ ロメオ 藤沢湘南

茅ヶ崎市赤松町6-50
TEL : 0467-50-1421



FIAT / ABARTH
500 / 595

TOKYO AREA



ジープ 福岡

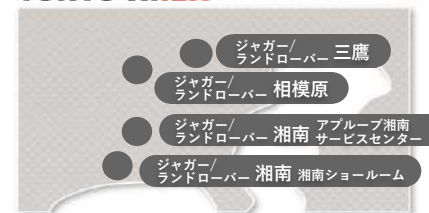
福岡県博多区麦野3-19-3
TEL : 092-574-4301

インポーター：
ジャガー・ランドローバー・
ジャパン(株)



JAGUAR / LAND ROVER
F-TYPE / DEFENDER

TOKYO AREA



KYUSHU AREA



取り扱いブランド -ウイルプラスモーター-

インポーター：ビー・エム・ダブリュー・ジャパン(株)



BMW
iX

KYUSHU AREA

Willplus BMW 八幡

Willplus BMW 小倉

BMW Premium Selection 八幡



Willplus BMW小倉

北九州市小倉北区豎町1-1-25
TEL : 093-591-1166



Willplus BMW八幡

北九州市八幡東区桃園2-1-1
TEL : 093-663-6555



MINI
NEW MINI 5DOOR

KYUSHU AREA

MINI NEXT 福岡東

MINI 小倉

MINI 福岡西

MINI 博多

TOKYO AREA

MINI NEXT 中野

MINI 新宿SC

MINI 新宿

CHUGOKU AREA

MINI 山口

MINI NEXT 周南



MINI博多

福岡市博多区麦野3-19-5
TEL : 092-593-9832

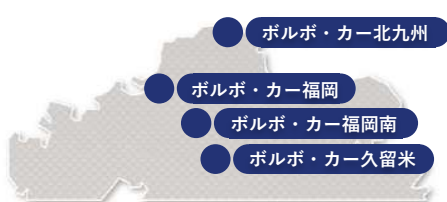
取り扱いブランド -帝欧オート/ウイルプラスアインス-

インポーター：ボルボ・カー・ジャパン(株)



VOLVO
XC40

KYUSHU AREA



ボルボ・カー北九州

ボルボ・カー福岡

ボルボ・カー福岡南

ボルボ・カー久留米



ボルボ・カー福岡

北九州市小倉北区堅町1-1-25
TEL : 092-832-2233



ボルボ・カー福岡南

大野城市御笠川4-12-1
TEL : 092-504-8800

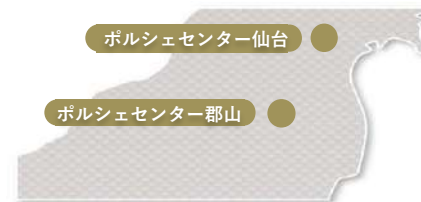
インポーター：ポルシェ・ジャパン(株)



PORSCHE

PORSCHE
Taycan

TOHOKU AREA



ポルシェセンター仙台

ポルシェセンター郡山



ポルシェセンター仙台

仙台市泉区山の寺2-1-13
TEL : 022-375-0911



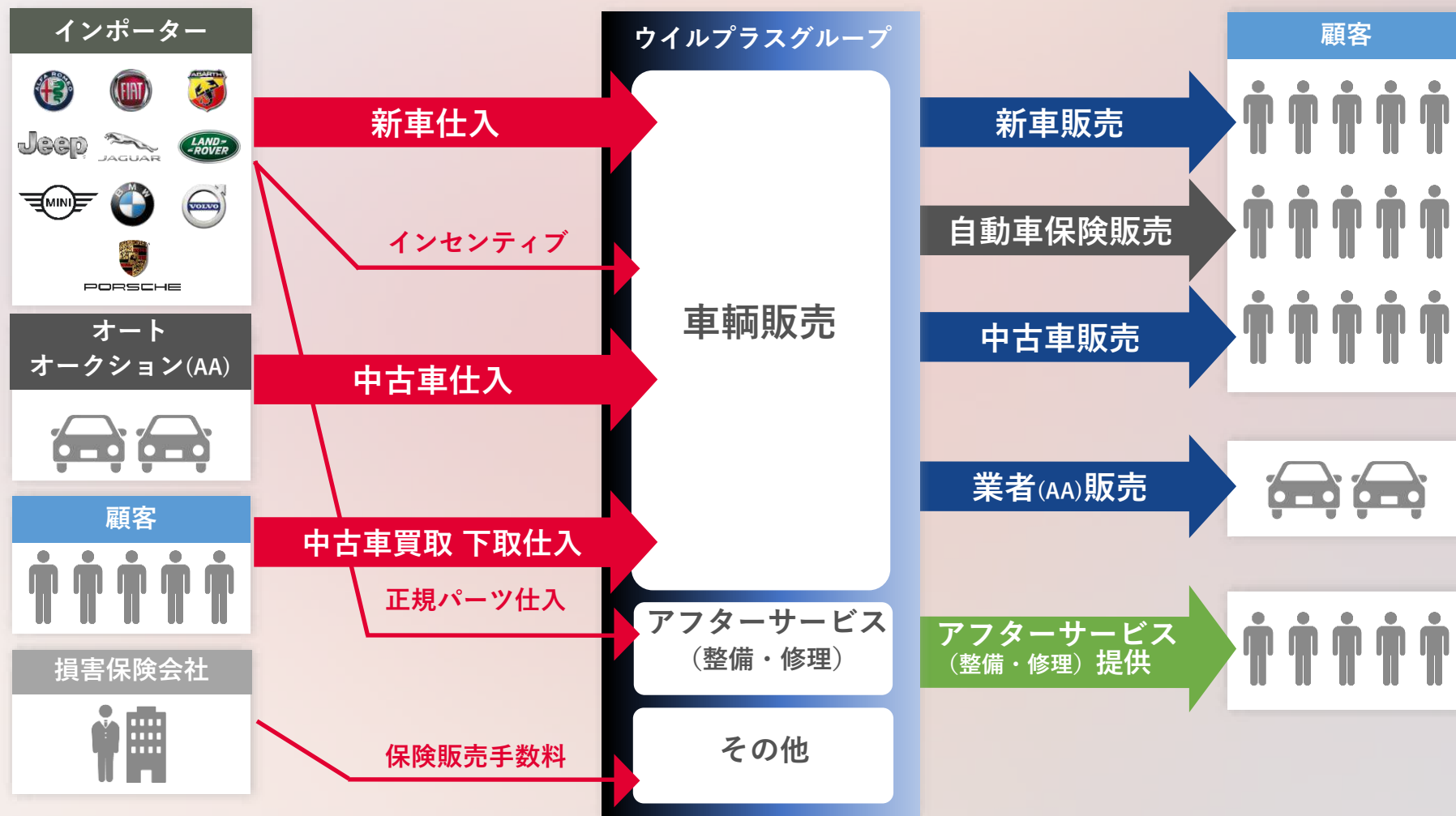
ポルシェセンター郡山

郡山市喜久田町松ヶ作16-200
TEL : 024-963-1911

事業内容

事業内容

新車、中古車、業販、車輛整備、その他を取扱い



ストック型ビジネス

車両整備、その他事業はストック型のビジネスモデル



ストック型ビジネスによる安定収入

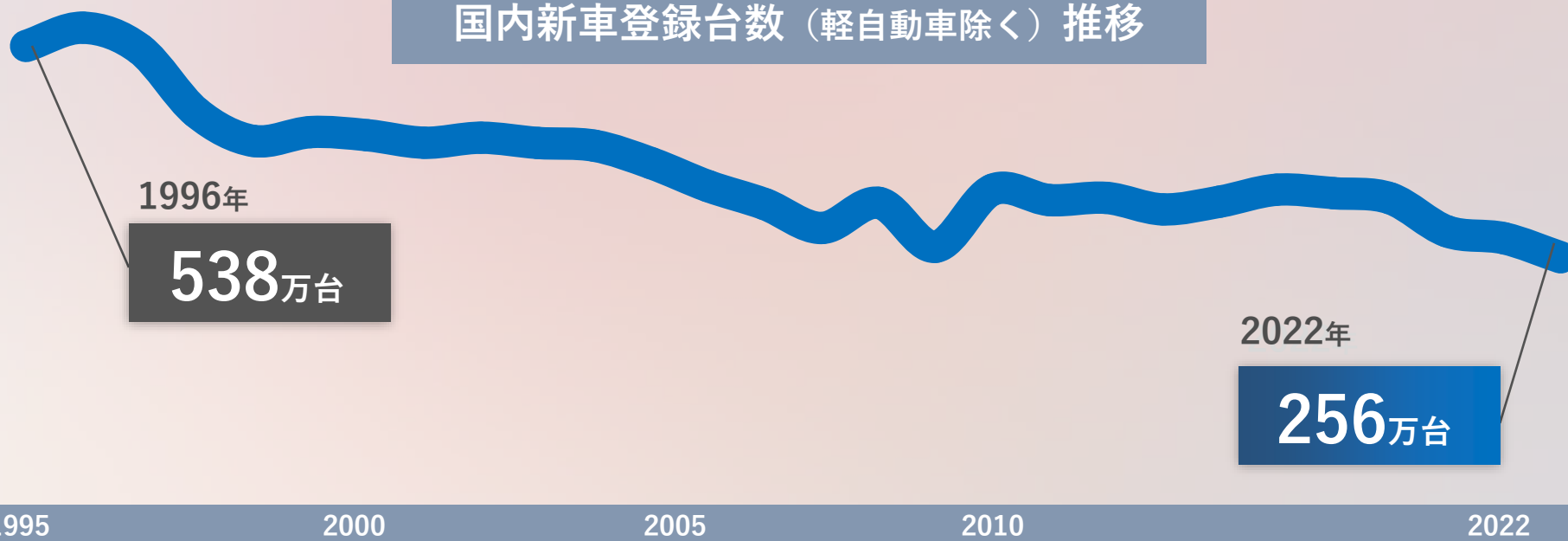


市場動向

国内新車登録台数は減少傾向

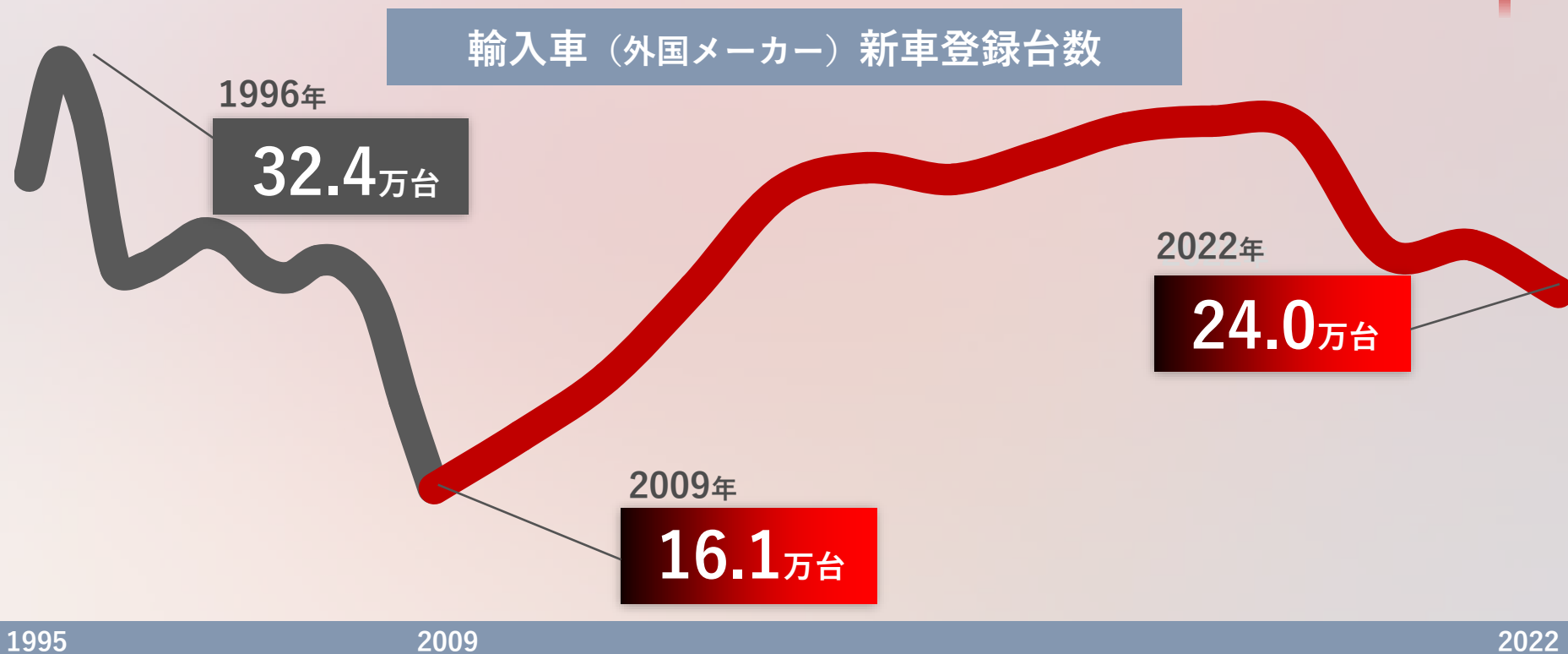
少子高齢化
性能向上による保有期間の長期化
消費スタイル・嗜好の変化

国内新車登録台数（軽自動車除く）推移



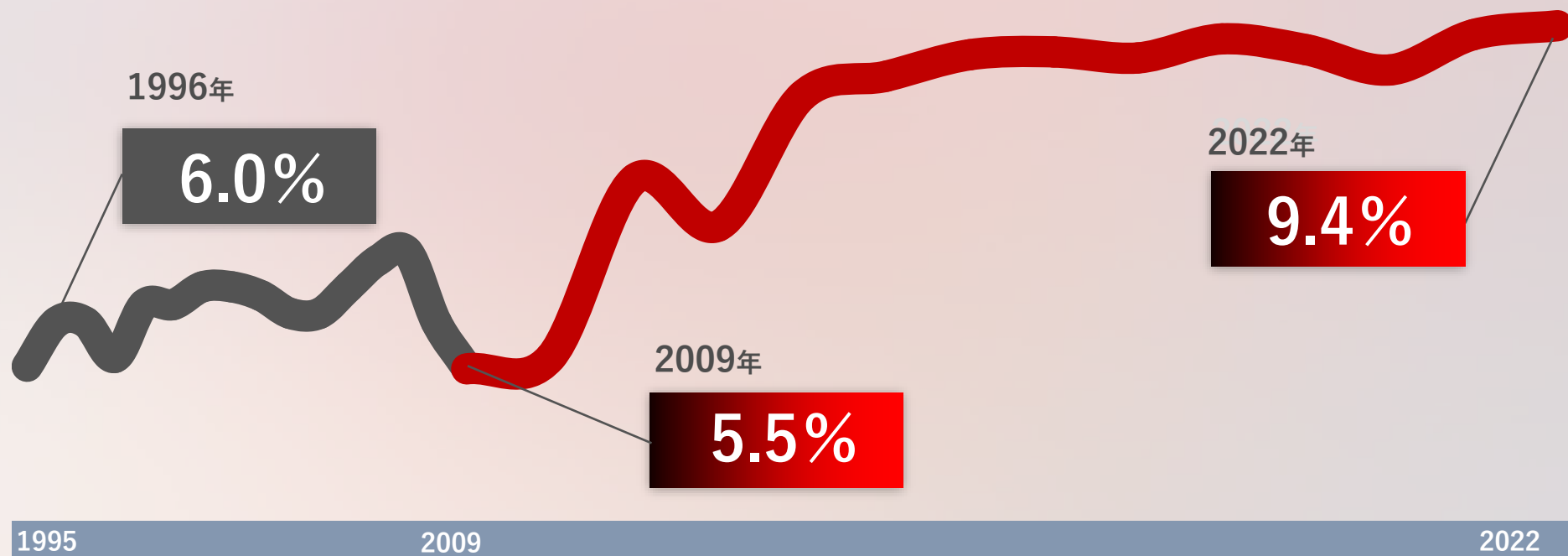
国内における輸入車市場は拡大傾向

2022年は半導体不足の影響もあり2021年より若干減少はしたが、リーマンショック後、輸入車（外国メーカー）の新車登録台数は増加



国内乗用車（軽自動車除く）における 輸入車シェアは増加

国内新車登録台数（軽自動車除く）における 輸入車シェア登録台数

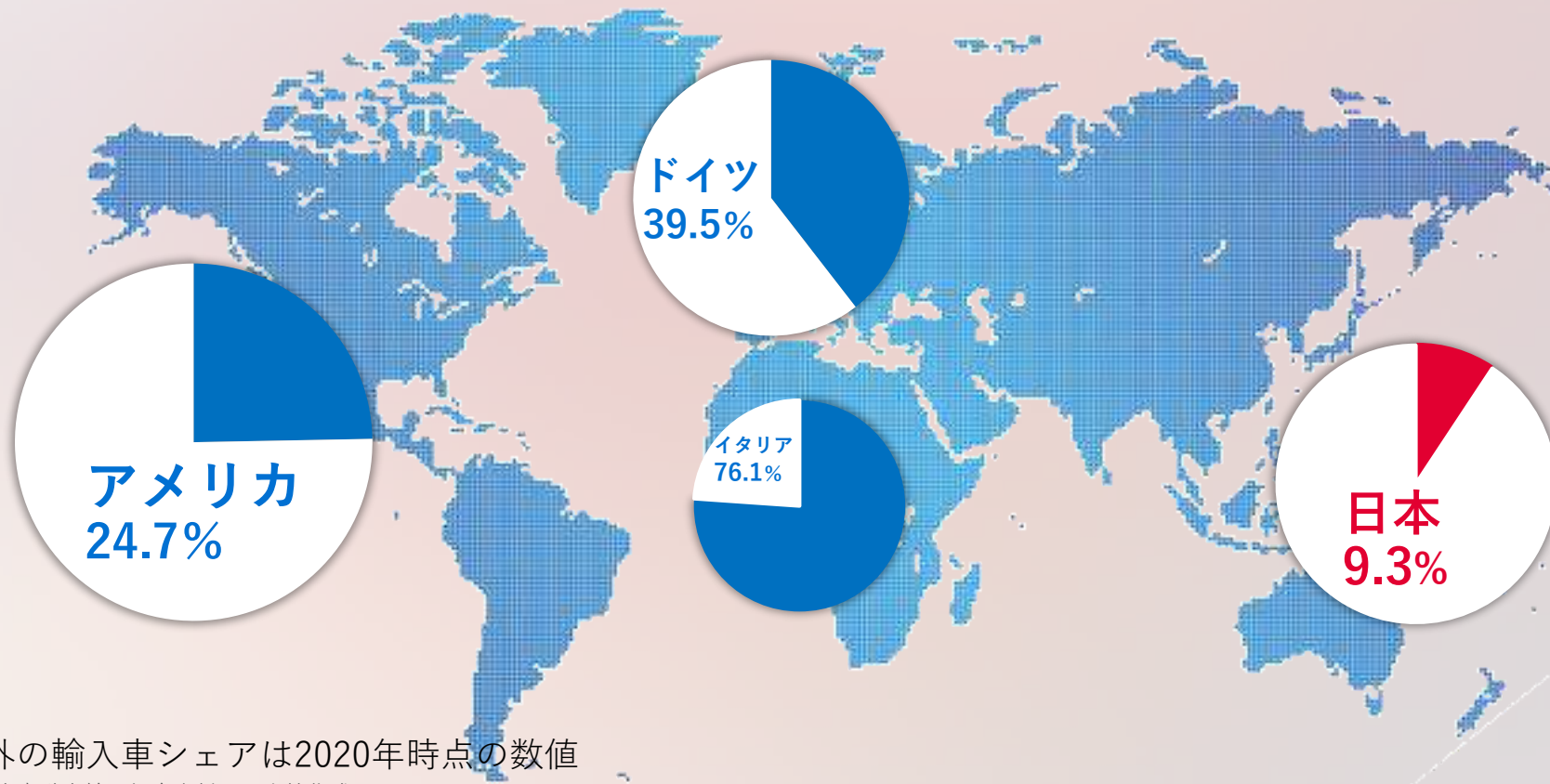


出所: 日本自動車輸入組合資料より当社作成

国内輸入車シェアの拡大

日本の輸入車シェアは拡大傾向だが、諸外国比では低水準

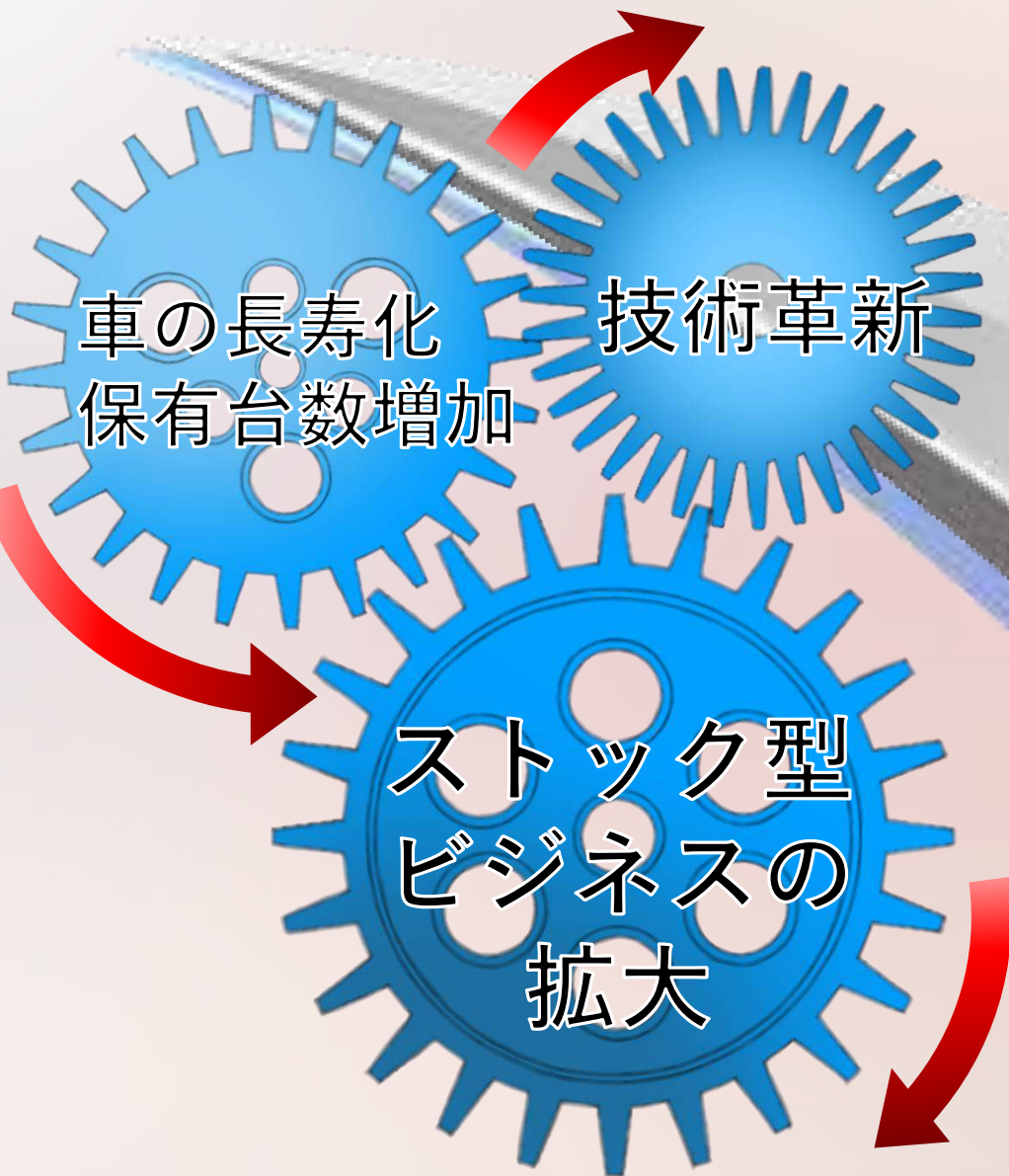
ベンツ、VW、BMW、アウディ、Porscheを擁するドイツの輸入車シェアは39.5%



※海外の輸入車シェアは2020年時点の数値

出所:日本自動車輸入組合資料より当社作成

ストック型ビジネスの今後の重要性



自動車産業は
大変革の時期を
迎えようとしている



1970年



2020年

日本でも加速する脱炭素化の潮流

世界

日本

2015年12月～

パリ協定採択で欧州を中心に世界各国で本格的な脱炭素化社会の実現に向けた目標の策定と取り組みが進む

2020年

日本でも本腰の『グリーン戦略』策定
脱炭素化「21世紀後半」→「30年以内に」

EU：温室効果ガス排出量を1990年比で最低40%削減、EVを3000万台に

2030年

CO2排出量2013年比46%削減

英：ガソリン、ディーゼル車の新車販売禁止

英：ハイブリッド車の新車販売禁止
米（カリフォルニア州等）：
ガソリン車などの新車販売禁止(HV含む)

2035年

遅くとも2030年代半ばまでに
乗用車の新車販売をすべてを電動車化
(2019年までの電動車割合約35%)
※電動車 = EV、PHV、FCV

中：全新車をハイブリッド車や電気自動車にNEV(EV/PHV/FCV)比率を50%以上に

仏、西：EV以外の新車販売を禁止(PHVを含む)

2040年

EU：温室効果ガス排出量を1990年比で80～95%削減（実質ゼロに）

2050年

『脱炭素化社会』の実現
(温室効果ガス排出を実質ゼロに)

海外メーカーのEV化の進展

当社取扱いブランドの過半数は、2030年を目途に完全電動化を目指す計画に

各ブランドメーカーのEV化目標

※各ブランドメーカー対外発表予想のみ記載

VOLVO
2025年までに
40%をBEVにする

VOLVO
2030年までに完全にEV化

Jaguar
2025年から
全てのモデルをEV化

Jaguar
2030年の段階で
販売台数の100%をEVに

LAND ROVER
2030年までに完全電動化
販売台数の約60%をピュアEVに

ABARTH
2024年からは
EVのみに

Alfa Romeo
2027年以降、
EVのみを販売

FIAT
2030年までに
全ラインナップをEVのみに

Jeep
2025年までに
ゼロエミッション
を達成 (EVの発売)

Porsche
2030年に世界販売の
80%以上をEV化

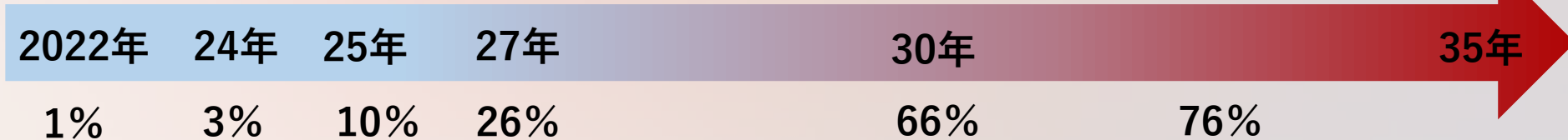
Jeep
2030年までに米新車販売の
50%を、欧州で販売する製
品の100%をEVに

MINI
2027年までには
すべてのモデルの
50%以上をEV化

BMW/MINI
2030年には世界販売台数
の少なくとも50%以上が
ピュアEVに

MINI
2030年代初頭までに
MINIモデルの全範囲が
EV化

当社新車販売に
占めるEV比率※



※2022年度販売実績と各ブランドメーカーの目標数値より当社作成

コネクテッド化による車両整備の重要性

コネクテッド化によりSIMカードが搭載された車両が年々普及
整備も複雑化し、正規ディーラーでのみ行える修理が増える

EV → **C**ASE
connected

車両へのSIMカード搭載により、
スマホを通して状態把握や遠隔操作が可能



BMW の充電ネットワークサービス「BMW Charging」



整備も複雑化する中、
ディーラーでのみ行える修理が増える
→ **正規ディーラーの重要性が高まる**



EV車は専用アプリで充電器検索から
利用料金支払いまで一本化できるように

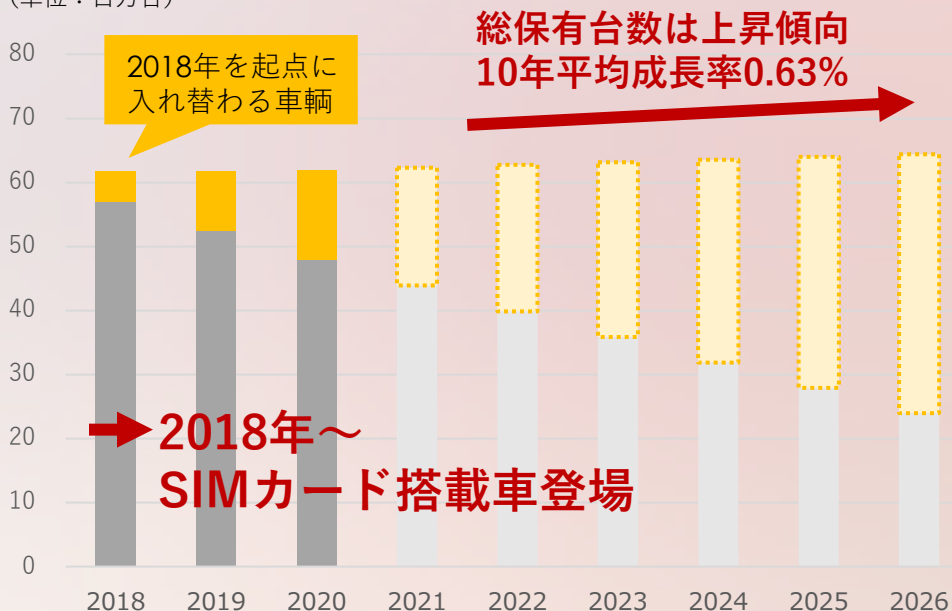
車輻整備事業のポテンシャル



- ・自動車の国内保有台数は増加傾向（7年平均成長率0.28%/**輸入車のみ3.46%**）
- ・**SIMカード搭載車は2018年頃より登場**
- ・自動車の平均使用年数から車輻の入れ替わりのサイクルをみると、2018年を起点にし、10年スパンで計算した場合（10年平均成長率0.63%）2026年には総保有台数の**約63%**の車輻が入れ替わる

日本の車保有台数と車輻の入れ替わりイメージ

（単位：百万台）



車輻整備事業

- ①日本国内の車保有台数の増加
- ②車の平均使用年数の増加
（＝メンテナンスの重要性増大）
- ③車のコネクテッド化
（＝整備の複雑化）

収益機会の拡大

メンテナンスパッケージ ↑
+新車保証等で整備在庫率
＝**車輻整備事業の基盤強化**

乗用車	2000年	2022年
保有台数	51,222,129台	61,867,152台 ↑
平均使用年数	9.96年	13.84年 ↑

車の平均使用年数の増加によりメンテナンスがより重要に

出所:(一社)自動車検査登録情報協会資料より当社作成

高い再現性①

-輸入車整備事業は成長市場-

国内保有台数は、輸入車の成長が著しい（7年平均成長率 3.46%）
EV化、コネクテッド化により、**輸入車の整備は正規ディーラーに集約**される

(単位：百台)

自動車の国内保有台数の推移

■ 乗用車（軽含む） ■ 輸入車（普通乗用車）



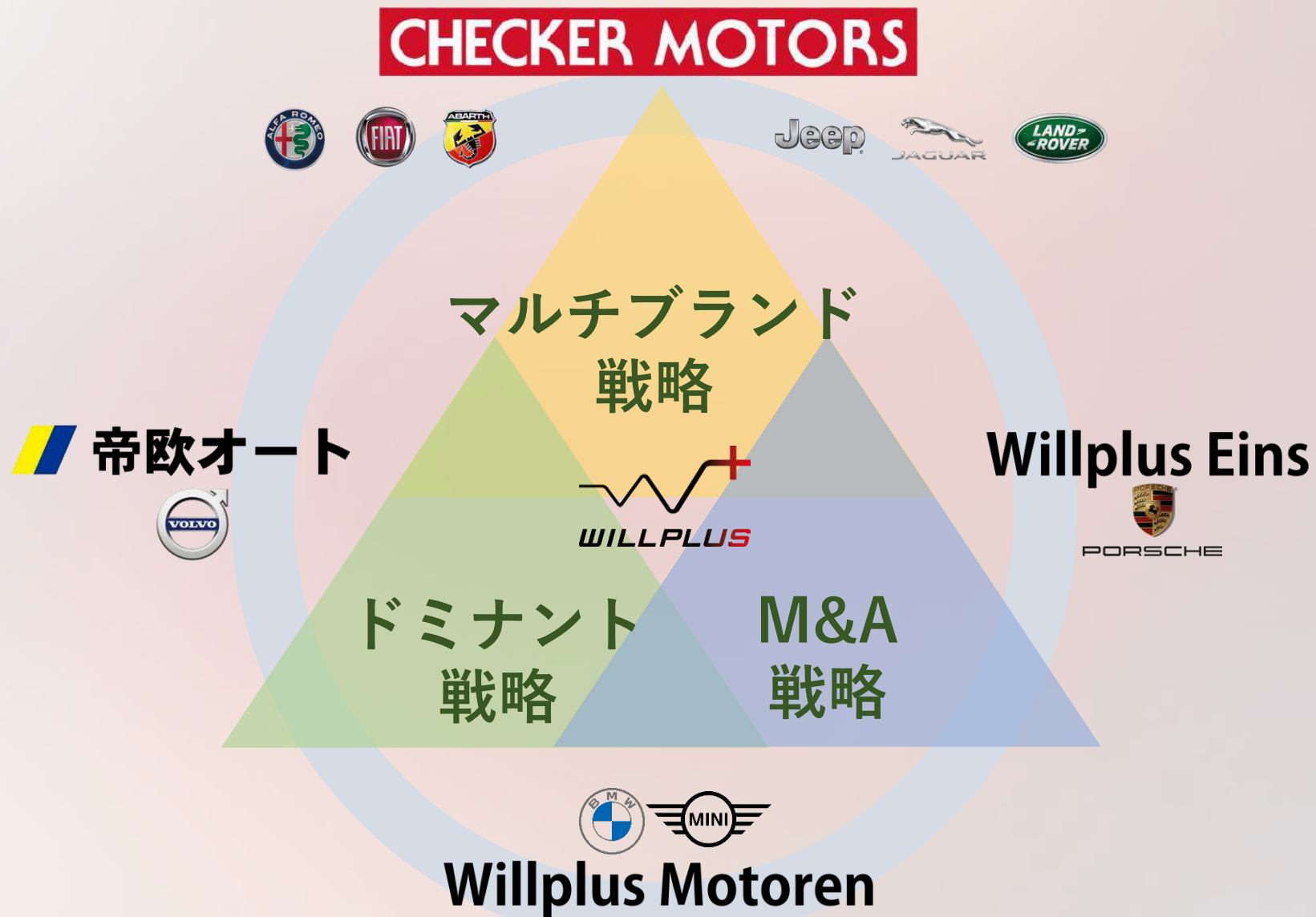
	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
乗用車 （軽含む）	60,831,892	61,253,300	61,584,906	61,770,573	61,808,586	61,917,112	61,867,152
前年比	100.52%	100.69%	100.54%	100.30%	100.06%	100.18%	99.92%
輸入車 （普通乗用車）	2,850,245	2,946,488	3,045,105	3,153,578	3,260,221	3,392,325	3,495,565
前年比	102.59%	103.38%	103.35%	103.56%	103.38%	104.05%	103.04%

出所:(一社)自動車検査登録情報協会資料より当社作成

Copyright © 2023 WILLPLUS Holdings Corporation. All rights reserved.

成長戦略

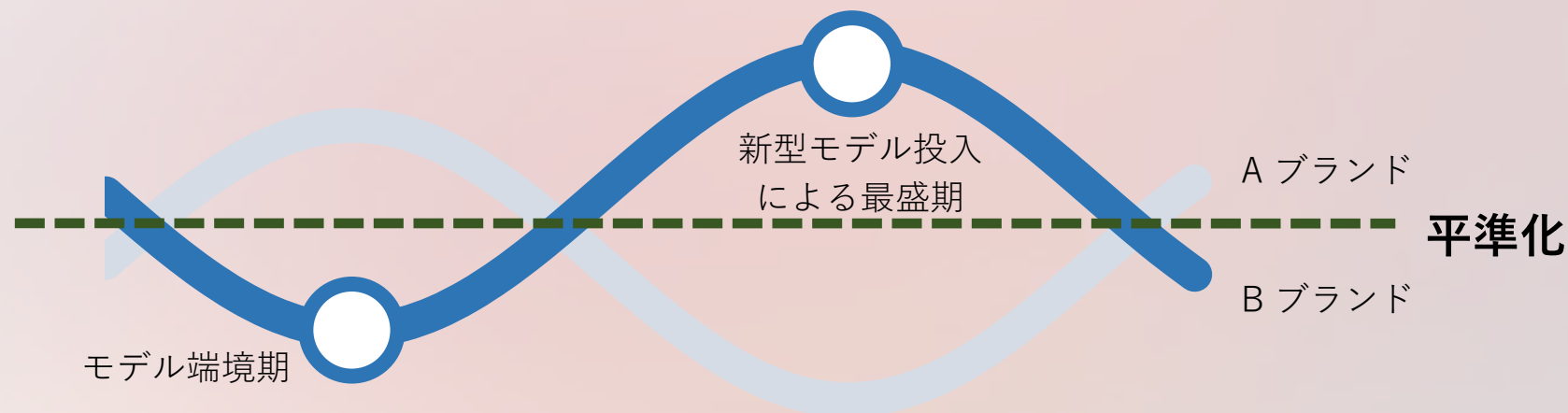
グループ成長戦略



マルチブランド戦略

計10ブランドを扱うことにより、ブランド間の新型モデル投入時期の差異による販売サイクルへの影響を平準化

新型モデル発売時期による平準化イメージ



X年 新型モデル



DEFENDER



Taycan

Jeep



Renegade 4 xe

X年+1年 新型モデル

Jeep



Grand Cherokee L

Jeep



Gladiator



iX

ドミナント戦略

ディーラーネットワークのドミナント（例）

福岡エリア



- ①ジープ福岡
- ②ジープ福岡西
- ③MINI/MINI NEXT博多
- ④MINI/MINI NEXT福岡西
- ⑤MINI NEXT福岡東
- ⑥ボルボ・カー福岡
- ⑦ボルボ・カー福岡南

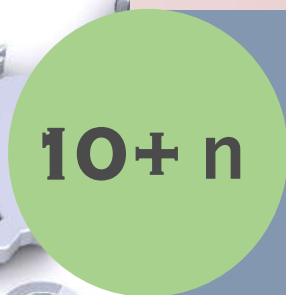
神奈川県



- ①ジャガー/ランドローバー湘南（ショールーム）
- ②ジャガー/ランドローバー湘南（アップロード湘南/サービスセンター）
- ③ジープ藤沢湘南
- ④アルファロメオ藤沢湘南
- ⑤フィアット/アバルト平塚
- ⑥ジャガー/ランドローバー相模原



新たなエリアへの進出



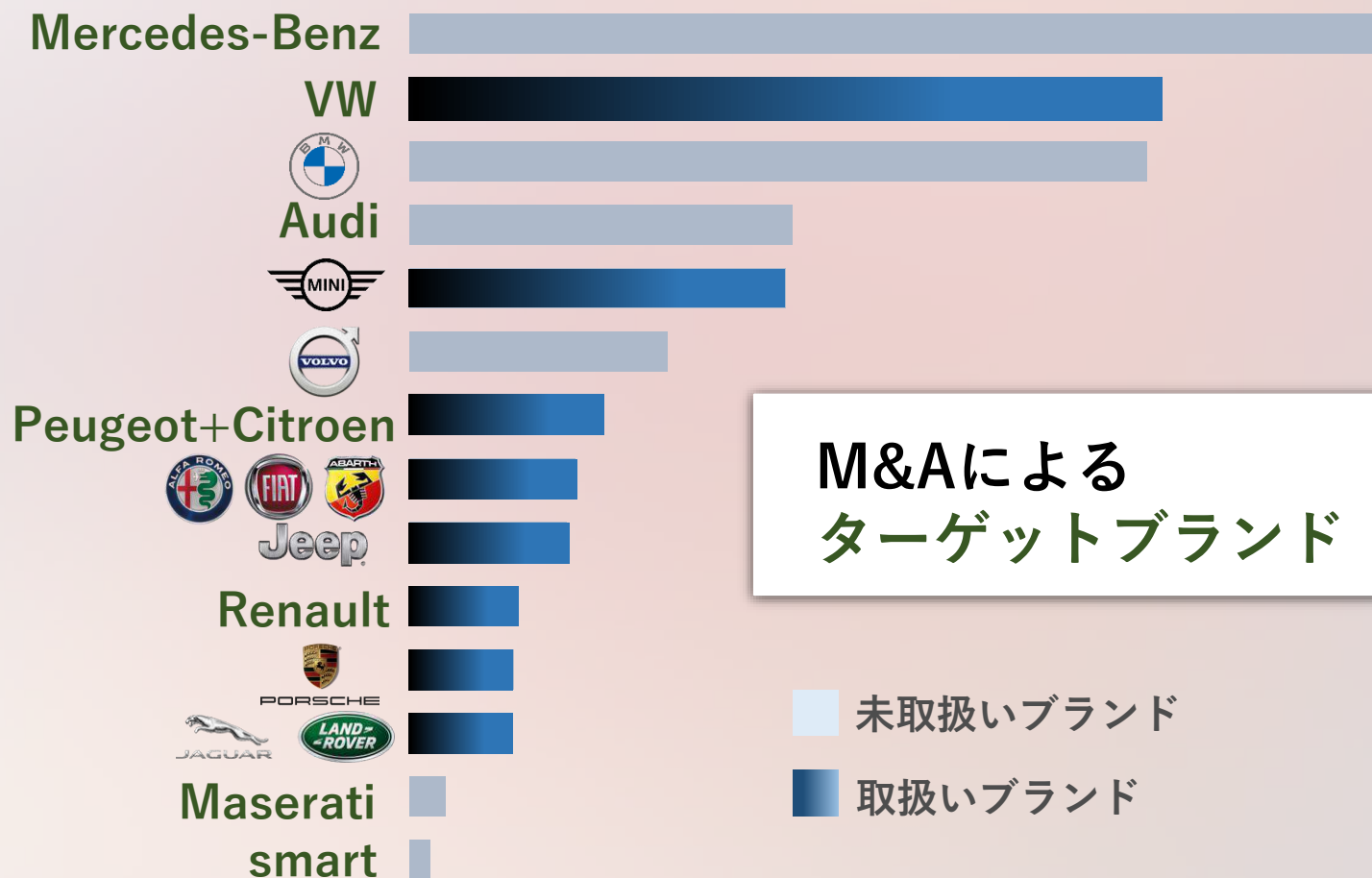
新たなブランドの獲得
(マルチブランド戦略)



既存ブランドのシェア拡大

未取扱いブランド

※国内登録台数順



M&Aによる
ターゲットブランド

10以上

未取扱いブランド

取扱いブランド

M&A戦略

M&A案件の発生・成立

当社の投資回収基準に沿った案件のみ
デューデリジェンスを実施し、交渉を経て成立

- ・ 輸入車ディーラー
- ・ 国産ディーラー
- ・ 中古車専売店
- ・ レンタカー事業会社 等



- ・ 当社から直接/先方から直接
- ・ インポーター
- ・ 金融機関、仲介会社

社内にて次の事項を中心に検討

- ・ 今後の成長性
- ・ 事業シナジー 等

- ・ 各種デューデリジェンス
- ・ 事業計画策定
- ・ 投資回収期間の確認 等

M&A・新規出店の収益化

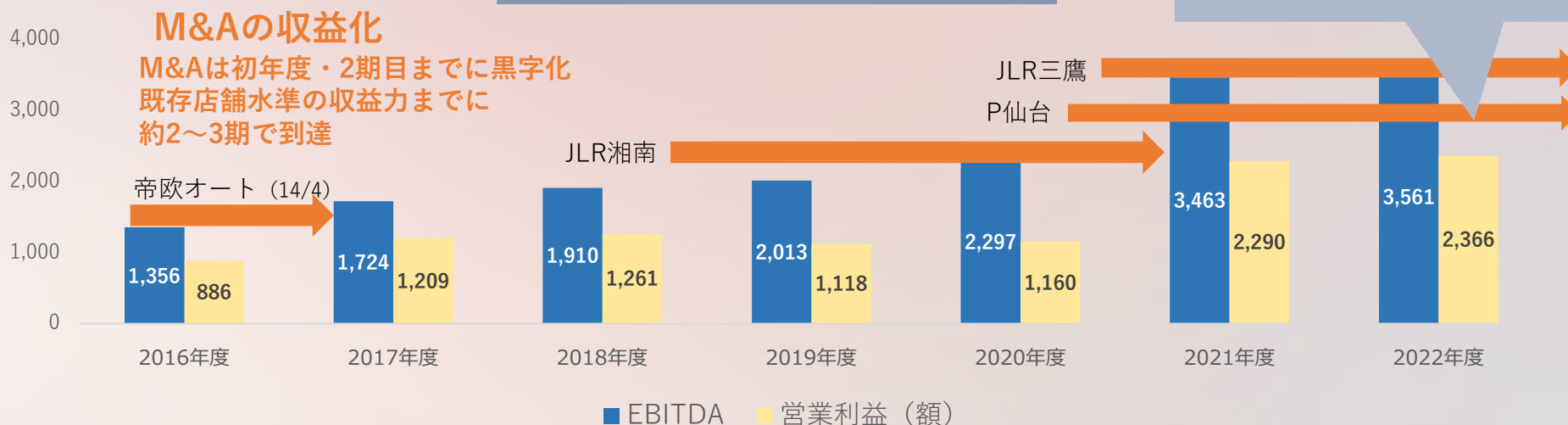
直近6年間で4件の事業譲受、10店舗の新規出店ほか、移転・改装等店舗投資を実施

当社のM&A・新規出店実績

	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度
新規出店	—	1店舗 J福岡西 (16/10)	2店舗 AR大田 (18/1) JLR北九州 (18/3)	4店舗 J目黒 (18/11) P郡山 (19/1) MINI山口 (19/3) MININ周南 (19/3)	1店舗 APP宗像 (19/11)	2店舗 MININ福岡東 (21/2) JLR相模原 (21/2)	—
事業譲受	—	1件 VC小田原 (17/5)	1件 JLR湘南 (18/4)	2件 P仙台 (18/12) JLR三鷹 (19/4)	—	—	—

(単位：百万円)

当社EBITDA・営業利益の推移



営業利益の年平均成長率
5年平均：17.0%
3年平均：42.8%

M&Aにおける収益改善実績例

HD設立以来から9件のM&Aを実施し、すべて黒字化

(単位：百万円)

ケース①	M&A直前期	M&A後3期目	直近業績
売上高	4,228	6,139	10,346
営業利益	▲390	215	464
営業利益率	-	3.5%	4.4%

ケース②	M&A直前期	M&A後3期目 (直近業績)
売上高	1,489	2,206
営業利益	▲10	131
営業利益率	-	5.9%

ケース③	M&A直前期	M&A後3期目	直近業績
売上高	3,456	4,813	23,105
営業利益	▲79	231	1,249
営業利益率	-	4.7%	5.4%

ケース④	M&A直前期	M&A後2期目 (直近業績)
売上高	2,228	2,485
営業利益	▲86	109
営業利益率	-	4.3%

※M&A後6か月以上を1期としてカウント

M&A戦略

当社によるM&Aで輸入車業界の持続的成長を支える

※約1.4兆円の輸入車新車市場

後継者不足や財務体質の脆弱性等で
悩む企業が多数

事業構造の
問題

後継者問題

見通しが不十分な
経営方針

脆弱な資本

M&A

社会課題の解決

- ・EV等、最先端技術への設備投資
- ・省資源化、リサイクル等
各種施策による環境負荷低減
- ・社員の働きやすい環境づくり
- ・適正な教育、評価体制
- ・透明性の高いガバナンス体制
- ・コンプライアンス遵守の徹底
- ・事業承継問題の解決
- ・雇用創出、地域振興

...等

※日本自動車輸入組合資料より当社試算

豊かさ・楽しさ・喜びを分かち合える未来 (will) へ

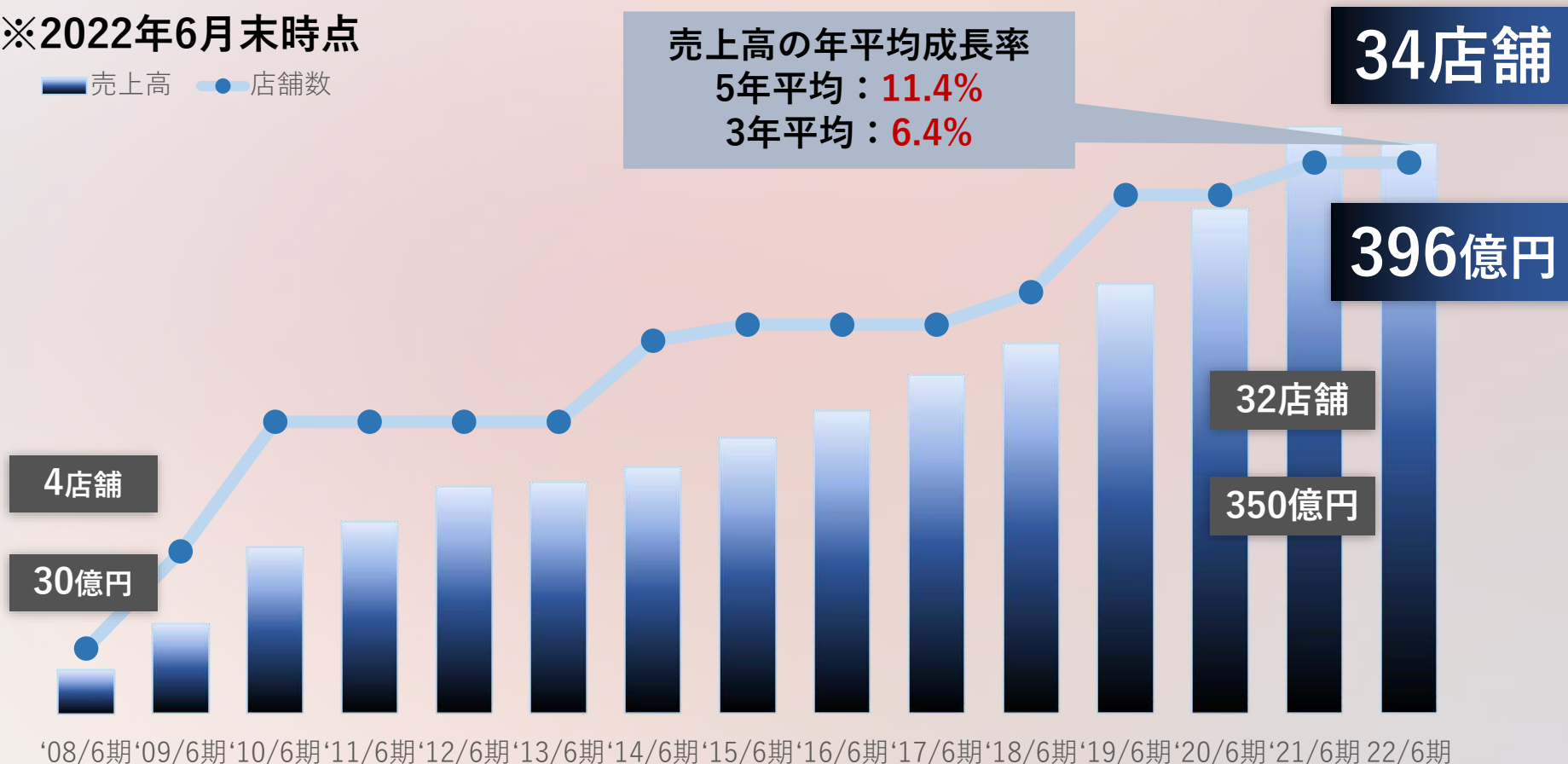
店舗数及び売上高の推移

積極的なM&Aと新規出店により売上高が増加

※2022年6月末時点

■売上高 ●店舗数

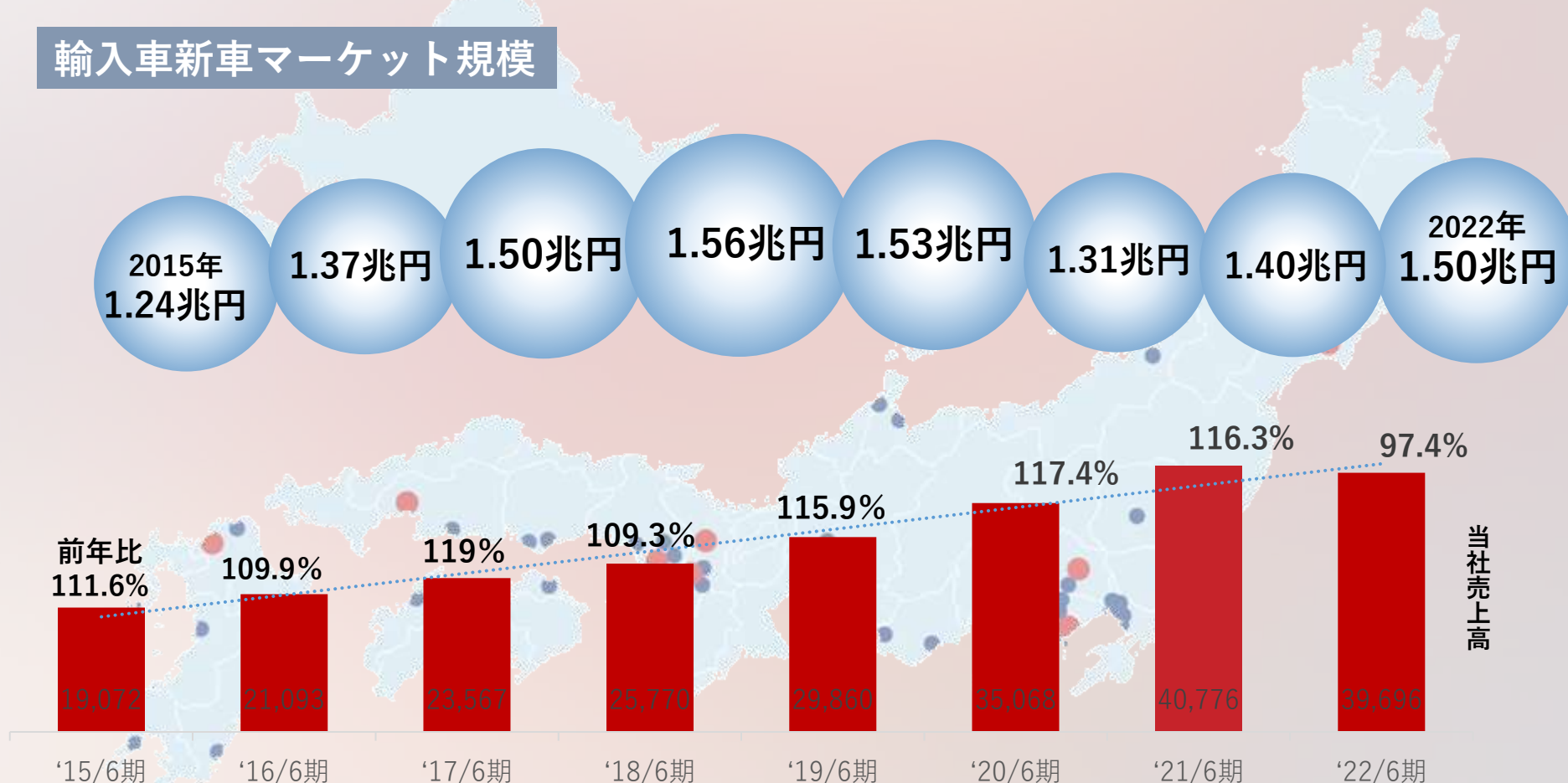
売上高の年平均成長率
5年平均：11.4%
3年平均：6.4%



マーケット規模と今後の展望

市場規模、当社の売上高ともに堅調に成長。
中小規模ディーラーの集約化が進む中、M&Aでシェア拡大を目指す

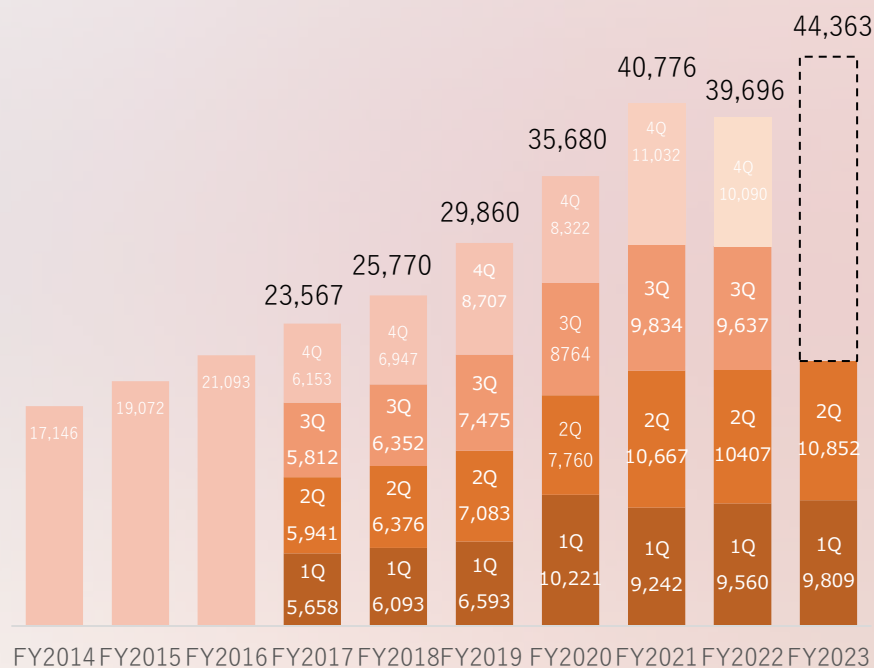
輸入車新車マーケット規模



出所:日本自動車輸入組合資料より当社作成

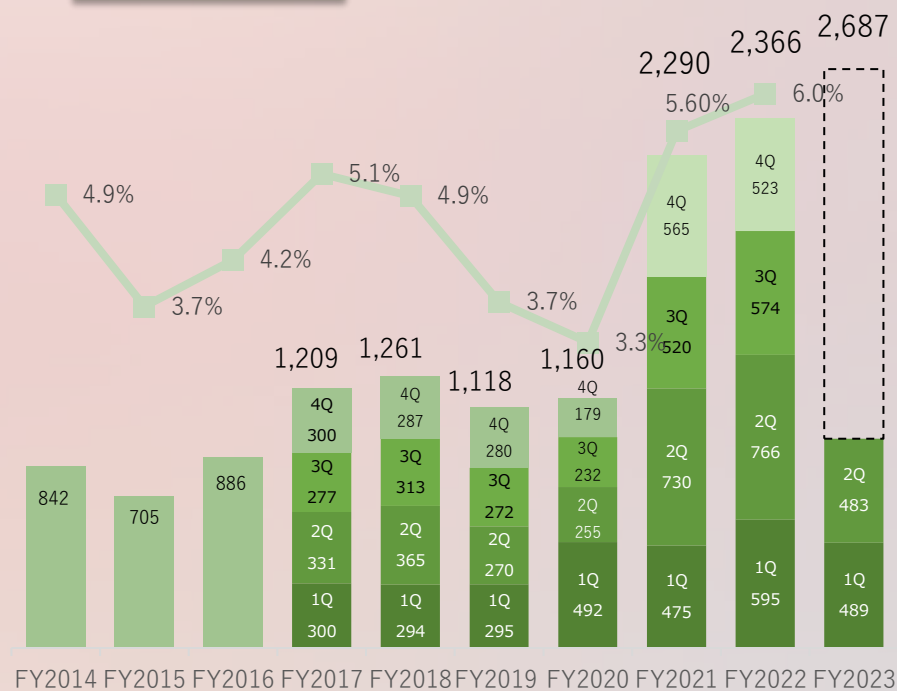
業績データ

売上高推移



営業利益推移

(単位：百万円)



免責事項・お問い合わせ

本資料には、当社（連結子会社を含む）の見通し等の将来に関する記述が含まれております。

本資料に記載されている計画、見通し、戦略等、将来に関する記述は、当社が現在入手している情報を基礎とした判断及び仮定に基づいており、判断や仮定に内在する不確定性及び今後の事業運営や内外の状況変化等による変動可能性に照らし、将来における当社の実際の業績と大きく異なる可能性があります。また、本資料に記載されている当社及び当社グループ以外の企業等に関わる情報は、公開情報等から引用したものであり、情報の正確性等について保証するものではありません。

IRに関するお問い合わせは下記まで

株式会社ウイルプラスホールディングス 経営戦略本部 IR室

E-mail : ir-info@willplus.co.jp

電話番号 : 03-5730-0589 (土日祝除く10時00分～17時00分)

URL : <https://www.willplus.co.jp>

未来に+ α の喜びを

私たちはお客様に輸入車のある生活を提案し、関わる全ての人々を笑顔に変えていく挑戦を続けます