



WILLPLUS Holdings

Financial Results Presentation
2025年6月期第2四半期 決算補足説明資料



CONTENTS



- 第2四半期決算説明
- 今期の取組み
- 中長期戦略の進捗状況
- APPENDIX



01

第2四半期決算説明

連結業績まとめ

(単位:百万円)	前年通期	今期予想	前年比	2024年2Q	2025年2Q	前年比	通期予想に 対する進捗率
	2024年度	2025年度					
売上高	47,745	88,342	+85%	22,881	41,058	+79.4%	46.5%
営業利益	1,494	2,528	+69.2%	610	685	+12.2%	27.1%
営業利益率	3.1%	2.9%	▲0.2pt	2.7%	1.7%	▲1.0pt	-
経常利益	1,559	2,488	+59.6%	671	692	+3.1%	27.8%
経常利益率	3.3%	2.8%	▲0.5pt	2.9%	1.7%	▲1.2pt	-
親会社に帰属する 当期純利益	1,124	1,438	+27.9%	433	672	+55.0%	46.8%
当期純利益率	2.4%	1.6%	▲0.8pt	1.9%	1.6%	▲0.3pt	-

エグゼクティブサマリー① -上期累計実績-

- 営業利益の進捗は、27.1% 2Qは業績改善傾向ながら、想定を下回る内容

連結売上高 410億58百万円(前年比79.4%)

- 輸入車ディーラー事業 下振れ 2Q新車販売ボトムアウトの兆し
- 中古車輸出関連事業 上振れ 当社グループ入りにより信用力改善 取引量増加

連結営業利益 6億85百万円(前年比+12.2%)

輸入車ディーラー事業が新車販売台数を中心に大きく未達
その他一過性費用も業績を押し下げる

- 全社 特別調査費用 M&A関連費用
- 輸入車ディーラー事業 インセンティブはインポーターの支払制度変更 M&A直後の業績下押し
- 中古車輸出関連事業 上振れ マレーシア向け輸出は不需要期ながら収益寄与

連結純利益 6億72百万円(前年比+55.0%)

- 負ののれん発生益3億8百万円

まとめ

- 上半期 営業利益進捗は厳しいものの、特殊要因も多い
- 下半期 「需要期に入る中古車輸出関連事業の業績急拡大」と「M&A後のPMIの効果」による回復を見込む
 - ▶ 通期連結業績予想は変更せず 上期配当も予定通り17.0円(前期16.0円)を実施予定

輸入車ディーラー事業

1Q比改善ながら、想定を下回る内容

新車販売 \ 正常に戻りつつあり、1Q比改善

- 当社取り扱いブランド市場全体は、前年比若干プラス ボトムアウトの兆候あり
- 一過性の悪影響もなく、納車が進み、販売台数は、前年比、前1Q比ともに二桁以上の増加率
- 販売単価は、前年比、前1Q比ともに、マイナスだが、ブランドミックスによる影響（主に、JLRの反動減、MINIのフルモデルチェンジによる台数増）

中古車販売 \ 買収による店舗増の効果は、未実現 在庫増が懸念

- 販売台数は、前年比、1Q比ともに微減
買収による店舗増の効果を除くと、減少率は一桁後半
- 販売単価、台当たり粗利額、粗利益率は、ほぼ横ばい
- 中古車販売の在庫は、2四半期連続増加 やや懸念 今後は在庫減に注力

ストック事業 \ 車輜整備事業、保険代理店事業ともに順調継続

中古車輸出関連事業

不需要期ながらも、僅かながら収益寄与 想定を上回り堅調

- マレーシア好調、マレーシアリングットに対する円安も継続 現地の輸入車需要は堅調継続
- バランスシートの強みを活かし、1月からの需要期に向けた仕入れも順調 業績急拡大を期待

- 円安継続、新車価格高止まり
- 国内輸入車市場は、この10年で最悪な状態

新規M&A

輸入車ディーラー業の環境は厳しい 「M&Aの追い風」が続く

「新車価格高止まり」に加え、
日銀政策金利引き上げにより、
「資金調達コストも上昇」
ブランドメーカーからの環境対応を
含めた「店舗投資要請は強い」

- 収益性がますます厳しくなっている
業界が厳しいときこそM&Aの
チャンス

資本政策

M&Aを連続的に実施

- **自己資本比率**は**29.3%**(前1Q末29.6%、
前期末30.5%)までゆるやかに低下する
ものの適正資本の範囲内

配当

- 配当性向28.5%まで引き上げ、上期配
当予想17.0円(前期16.0円)、年間配当
予想45.06円(前期43.51円)とし、上場
来連続増配を継続

市場環境① -国内マーケット全体 四半期-

- 24年10-12月期 国内乗用車市場は前年比横ばい 落ち着いている
- 国内輸入車市場は、7-9月期に続き厳しい状況継続 前年比マイナス9.5% ここ10年で最悪
- 当社取り扱いブランド以外でもマイナスが目立つ(VW、Audi)

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	231,474	222,424	184,638	216,664	638,536
前年比	107.8%	99.0%	92.0%	112.2%	99.8%

外国メーカー乗用車の国内新車登録台数(普通・小型)

	1Q			2Q			1月	10~12月計
	7月	8月	9月	10月	11月	12月		
輸入車	16,230	15,760	23,167	15,811	18,152	23,321	14,693	57,284
前年比	89.9%	93.9%	86.4%	96.4%	90.5%	86.8%	107.7%	90.5%

市場環境② -当社取扱いブランド全体と当社売上高 四半期-

- 24年10-12月期 当社取り扱いブランドは、前年比プラス3.2%と健闘
- 当社新車売上高も前年比プラス18.4%とボトムアウトの兆し

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)

	1Q			2Q			10~12月計	
	7月	8月	9月	10月	11月	12月		1月
当社取扱い	8,236	7,744	12,093	8,835	9,039	12,008	6,359	29,882
前年比	103.1%	102.4%	93.0%	116.5%	98.5%	98.5%	103.4%	103.2%

当社の車両売上

	1Q	2Q
新車(百万円)	5,583	6,564
前年比	96.6%	118.4%

市場環境③ -当社取扱いブランド別の状況 四半期-

- 当社主力であるJeepが回復
- フルモデルチェンジにより、MINIの回復が続く
- 昨年好調のJLRが反動減 ブランドミックスにより、販売単価はやや低下

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 前年比	11月 前年比	12月 前年比	1月 前年比	第2四半期 (10~12月) 前年比
AlfaRomeo	70.5%	38.0%	80.6%	89.3%	61.7%
Fiat/Abarth	94.3%	66.6%	64.9%	103.2%	72.7%
Jeep	131.5%	86.9%	100.6%	132.7%	103.0%
Peugeot/Citroën/DS	80.9%	72.4%	76.4%	113.6%	76.0%
BMW	119.0%	141.4%	87.6%	107.8%	109.2%
MINI	153.4%	106.3%	144.8%	84.8%	134.3%
JAGUAR/ LANDROVER	62.7%	53.5%	85.4%	114.9%	83.4%
VOLVO	116.0%	101.1%	133.8%	111.6%	118.2%
Porsche	166.7%	95.2%	91.0%	103.5%	110.1%
BYD	109.0%	65.0%	87.1%	21.2%	85.9%

当社の納車前車輛と受注の状況

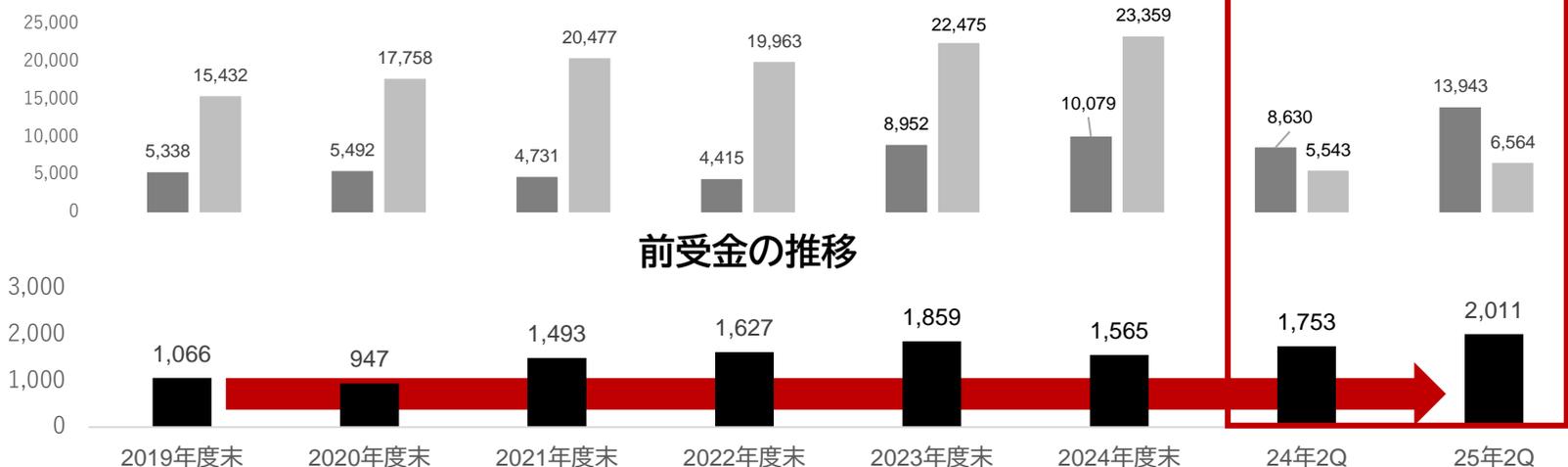
- **期末商品在庫** 139.43億円(9月末 132.85億円、6月末100.79億円) 悪化傾向継続
 - ・ 新車 2Q納車が進んだことで減少。やや過大なものの改善
 - ・ 中古車 当四半期在庫増の主要因、3Q以降、在庫減に注力
 - ・ 中古車輸出関連事業 1月マレーシア需要期に向けて戦略的に在庫増
- **前受金** 20.11億円 (9月末21.15億円)、6月末(15.65億円)
 - ・ 2Qは納車が進んだが、前受金は高水準を維持 前年比でもプラス



(単位:百万円)

■商品金額 ■車輛売上高(新車)

商品金額・車輛売上高の推移



2Q比較

前受金の推移

ストック型ビジネスの推移 - 車輜整備事業 -

- 車輜整備事業は、前年比32.2%の大幅増
- 前期から今期にかけて実施したM&Aの規模を上回る伸び率

車輜整備売上高の推移

■ 車輜整備売上高

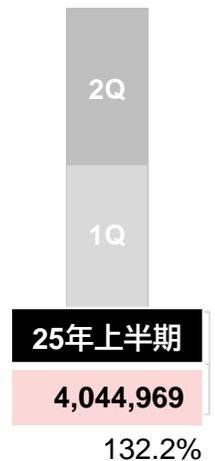
(単位:千円)

7,000,000
6,000,000
5,000,000
4,000,000
3,000,000
2,000,000
1,000,000
0

2019年度から5年で
1.6倍に

前年比
32.2%増

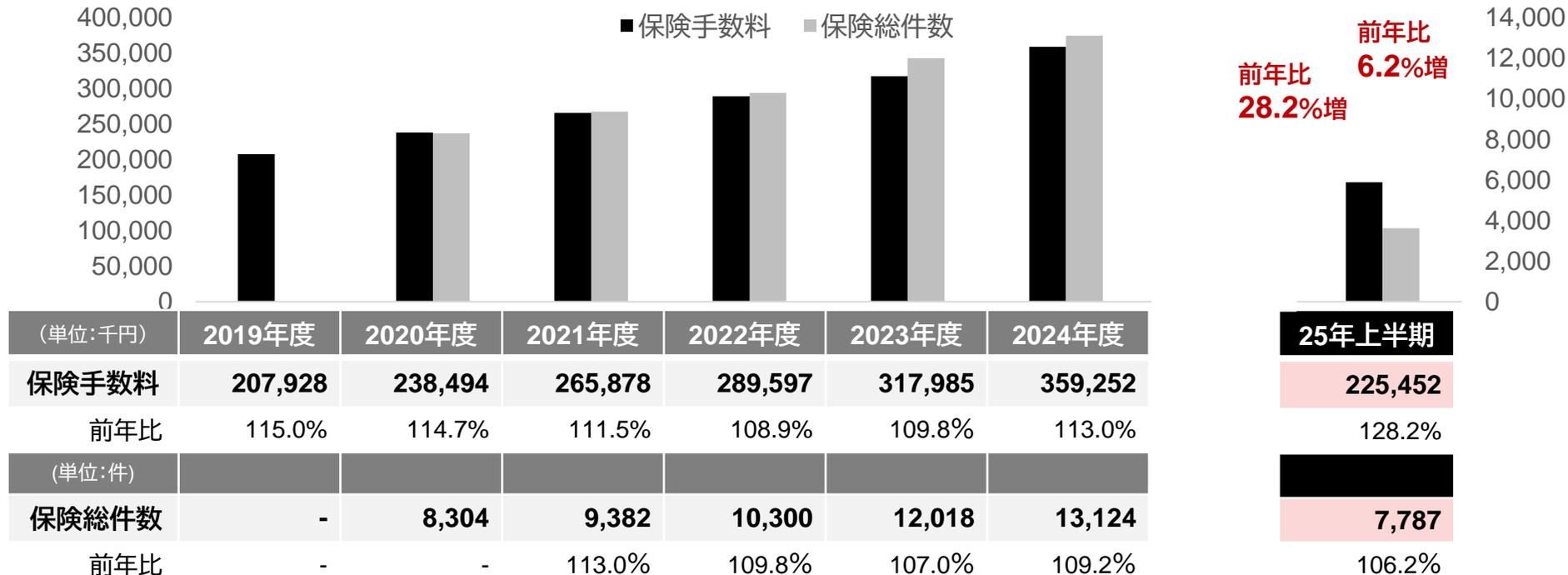
(単位:千円)	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
車輜整備	3,868,845	4,425,083	4,709,071	5,058,873	5,434,644	6,359,413
前年比		111.1%	114.4%	106.4%	107.4%	107.4%
						117.0%



- 当社の保険手数料収入は、5年で1.7倍に拡大
- 2Qの保険手数料収入は、M&Aの効果もあり、前年比28.2%の大幅増収
- 保険総件数は、2Qは一過性要因なく正常化 2Qでは二桁以上の伸び率

(単位:千円)

保険手数料と保険総件数の推移



※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 -2Q累計(上半期) 前期比-

- 新車販売台数は未達だが、ボトムアウトの兆し
- 複数の一過性要因により、上半期業績を押し下げ
- 下半期は、輸入車ディーラー事業の業績正常化に加え、買収後のPMI効果の上乗せを期待

(単位:百万円)	2024年上半期	2025年上半期	増減	増減率
売上高	22,881	41,058	+18,176	+79.4%
営業利益	610	685	+74	+12.2%
営業利益率	2.7%	1.7%	▲1.0pt	-
経常利益	671	692	+21	+3.1%
経常利益率	2.9%	1.7%	▲1.2pt	-
親会社に帰属する 当期純利益	433	672	+238	+55.2%
当期純利益率	1.9%	1.6%	▲0.3pt	-

連結損益計算書 -四半期業績推移-

- 2Q営業利益は、前年比プラス25% 新車販売台数回復が主要因
- 輸入車ディーラー事業単体でも前年比増益を達成

(単位:百万円)	2024年度				2025年度				対前年2Q	対1Q
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	増減率	増減率
売上高	11,371	11,509	12,110	12,752	20,018	21,039	-	-	+82.8%	+5.1%
営業利益	255	355	344	539	241	443	-	-	+25.0%	+83.7%
営業利益率	2.3%	3.1%	2.8%	4.2%	1.2%	2.1%	-	-	▲1.0pt	+0.9pt
経常利益	306	364	354	533	259	432	-	-	+18.6%	+66.4%
経常利益率	2.7%	3.2%	2.9%	4.2%	1.3%	2.1%	-	-	▲1.1pt	+0.8pt
親会社に帰属する 当期純利益	200	240	228	455	272	399	-	-	+66.3%	+46.3%
当期純利益率	1.8%	2.1%	1.9%	3.6%	1.4%	1.9%	-	-	▲0.2pt	+0.5pt

売上高・粗利・販管費・営業利益 -四半期推移-

- 前期から今期にかけて複数実施したM&Aにより販管費は増加したが、ようやく1Q比横ばい
- 売上高、粗利益額の改善がストレートに営業利益に反映されるフェーズへ

(単位:百万円)	2024年度				2025年度				対1Q 増減
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	
売上高	11,371	11,509	12,110	12,752	20,018	21,039	-	-	+1,020
粗利	2,099	2,241	2,323	2,699	2,767	2,980	-	-	+212
粗利率	18.5%	19.5%	19.2%	21.2%	13.8%	14.2%	-	-	+0.4pt
販管費	1,843	1,886	1,978	2,160	2,526	2,536	-	-	+10
販管费率	16.2%	16.4%	16.3%	16.9%	12.6%	12.1%	-	-	▲0.5pt
営業利益	255	355	344	539	241	443	-	-	+202
営業利益率	2.3%	3.1%	2.8%	4.2%	1.2%	2.1%	-	-	+0.9pt

品目別売上高(輸入車ディーラー事業) -四半期推移-

- 新車販売は正常化が進み、大きく改善
- 中古車販売は、M&Aによる店舗増の効果が出ていない
- ストック事業は、店舗増に合わせて堅調な伸びを継続

(単位:百万円)	2024年度				2025年度				対1Q 増減
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	
売上高	11,371	11,509	12,110	12,752	12,114	13,191	-	-	+1,077
新車	5,777	5,543	5,808	6,228	5,583	6,564	-	-	+980
売上高構成比	50.8%	48.2%	48.0%	48.8%	46.1%	49.8%	-	-	+3.7pt
中古車	3,087	3,297	3,483	3,601	3,354	3,287	-	-	▲67
売上高構成比	27.1%	28.6%	28.8%	28.2%	27.7%	24.9%	-	-	+2.8pt
業販	863	954	1,092	1,047	1,033	1,102	-	-	+68
売上高構成比	7.6%	8.3%	9.0%	8.2%	8.5%	8.4%	-	-	▲0.1pt
車両整備	1,486	1,574	1,590	1,708	1,969	2,075	-	-	+105
売上高構成比	13.1%	13.7%	13.1%	13.4%	16.3%	15.7%	-	-	▲0.6pt
その他	157	139	135	166	172	161	-	-	▲10
売上高構成比	1.4%	1.2%	1.1%	1.3%	1.4%	1.2%	-	-	▲0.2pt

事業別 品目別売上高 -四半期推移(ENG含む)-

- 今年度より新規に加わった中古車輸出関連事業(ENG)は想定を上回るペースで推移
- 2Qのマレーシア向け輸出は、不需要期 国内業販のボリューム増でカバー
- 3Q(1月)より、マレーシア向け輸出は繁忙期 大きな伸びを期待

(単位:百万円)	2024年度	2025年度				対1Q増減
	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	
輸入車ディーラー事業	12,752	12,114	13,191	-	-	+1,077
新車	6,228	5,583	6,564	-	-	+980
中古車	3,601	3,354	3,287	-	-	▲67
業販	1,047	1,033	1,102	-	-	+68
車輛整備	1,708	1,969	2,075	-	-	+105
その他	166	172	161	-	-	▲10
中古車輸出関連事業	-	7,904	7,848	-	-	▲56
中古車(国内)	-	114	83	-	-	▲31
中古車(海外)	-	3,552	1,941	-	-	▲1,611
業販	-	4,230	5,818	-	-	+1,587
その他	-	6	4	-	-	▲2
計	12,752	20,018	21,039	-	-	+1,020

事業別 売上高・営業利益 -四半期推移(ENG含む)-

- 輸入車ディーラー事業は、輸入車市場が悪環境の中、大きく改善
- 中古車輸出関連事業は、不需要期にもかかわらず、利益貢献

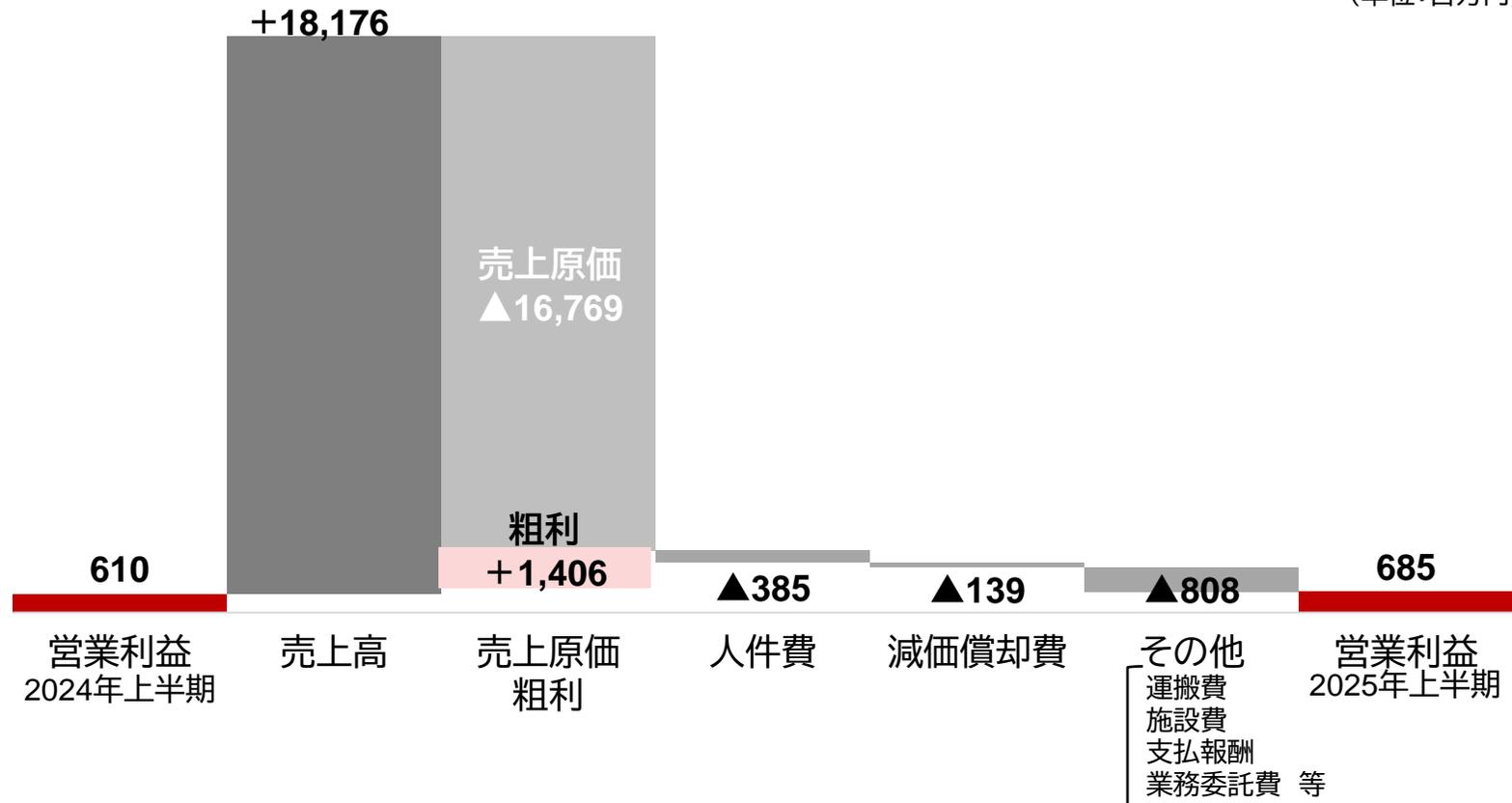
(単位:百万円)	2024年度	2025年度				対1Q増減
	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	
輸入車ディーラー事業						
売上高	12,752	12,114	13,191	-	-	+1,077
営業利益		360	670			+306
中古車輸出関連事業						
売上高	-	7,904	7,848	-	-	▲56
営業利益	-	141	47			▲90
計	売上高	12,752	20,018	21,039		+1,020
	営業利益		502	718		+215
	調整額※		▲261	▲274		▲13
	営業利益 (調整後)	455	241	443		+202

※セグメント間の消去及び報告セグメントに配分していない全社費用

営業利益増減分析 -前年同期(上半期)比較-

- 今年度より新規に加わった中古車輸出関連事業(ENG)により、売上高大幅増
- M&Aによる事業拡大により、「人件費」「減価償却費」「施設費」が増加 想定の範囲内
- 中古車輸出関連事業(ENG)により、「運搬費」が増加 売上高の伸びに連動
- 特別調査費用を含む一過性の費用により「支払報酬等」が増加

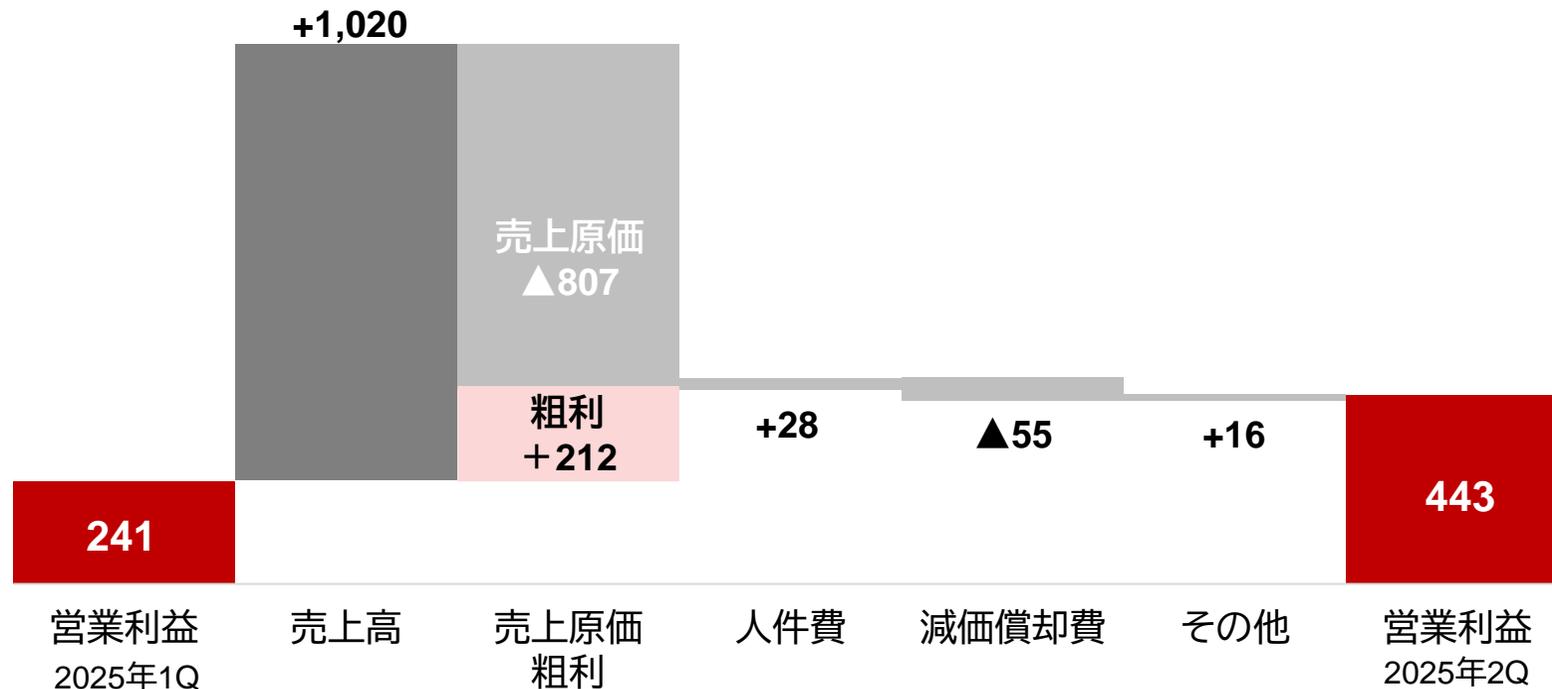
(単位:百万円)



営業利益増減分析 -1Q比較-

- 輸入車ディーラー事業 新車販売の回復により、粗利額大きく増加
- 中古車輸出関連事業(ENG)輸出が不需要期であるため、1Q比では粗利額下押し要因
- 複数のM&Aによるコスト増が、ようやく落ち着く 今後は利益拡大フェーズへ

(単位:百万円)



通期業績予想

- 通期業績予想は、大幅増収増益 売上高、営業利益は過去最高を見込む
- 輸入車ディーラー事業は、新車販売において、ボトムアウトの兆し
- 複数のM&Aによる利益への寄与は、下期より大きく顕在化 通期見通しは変更せず

(単位:百万円)	前期実績 2024年度	業績予想 2025年度	増減額	増減率
売上高	47,745	88,342	+40,597	+85.0%
営業利益	1,494	2,528	+1,034	+69.2%
営業利益率	3.1%	2.9%	▲0.2pt	-
経常利益	1,559	2,488	+929	+59.6%
経常利益率	3.3%	2.8%	▲0.5pt	-
当期純利益	1,124	1,646	+521	+46.4%
当期純利益率	2.4%	1.9%	▲0.5pt	-
1株当たり配当	43.51円	45.06円	+1.55円	-
配当性向	37.4%	28.5%	▲8.9pt	-

連結貸借対照表(資産)

- 複数のM&Aを実施したが、取得価格を丁寧に交渉 のれん代は減少
- 売上高の伸びと比較して、資産規模の拡大は限定的
- 中古車輸出関連事業(ENG) 健全な回転率をキープしているが、1月の需要期に向けて、戦略的に仕入れ(商品増)
- 輸入車ディーラー事業 中古車在庫はやや過大 3Q以降販売に注力

(単位:百万円)	2024年度	2025年2Q	増減額	増減率
流動資産	22,920	24,299	+1,379	+6.0%
現預金	7,508	5,994	▲1,513	▲20.2%
商品	10,079	13,943	+3,864	+38.3%
固定資産	9,231	10,597	+1,365	+14.8%
建物及び構築物	4,645	4,580	▲64	▲1.4%
資産合計	32,151	34,896	+2,745	+8.5%
総資産経常利益率 (ROA)	5.6%	-	-	-

連結貸借対照表(負債・純資産)

- 複数のM&Aにより、自己資本比率は29.3%(1Q末29.6%)まで低下するものの適正資本の範囲内
- 固定長期適合率は64.6%
- 引き続き財務体質は健全 M&Aに積極的なスタンスを継続

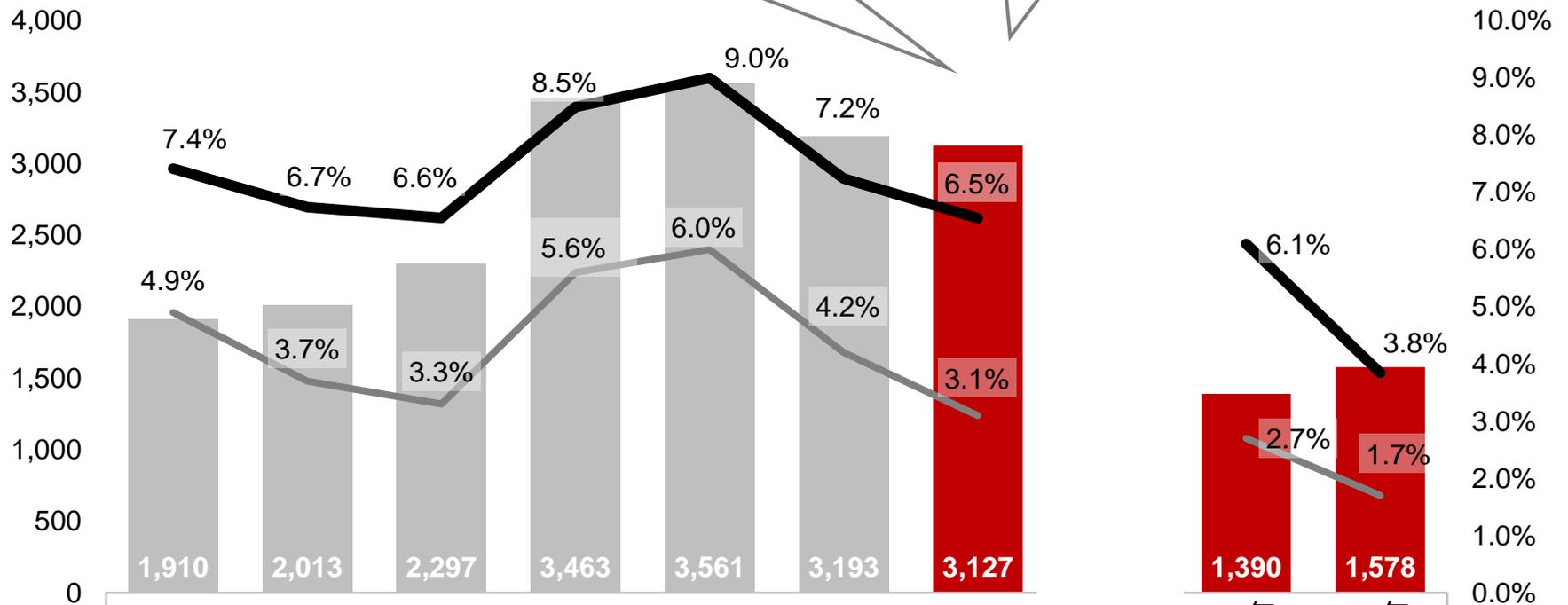
(単位:百万円)	2024年度	2025年2Q	増減額	増減率
流動負債	13,968	17,168	+3,200	+22.9%
買掛金	3,534	3,340	▲193	▲5.5%
前受金	1,565	2,011	+445	+28.5%
固定負債	7,109	6,165	▲944	▲13.3%
負債合計	21,077	23,333	+2,256	+10.7%
純資産	11,073	11,562	+489	+4.4%
自己資本利益率 (ROE)	11.5%	-	-	-
自己資本比率	30.5%	29.3%	▲1.2pt	-

EBITDA

(単位:百万円)

EBITDAの年平均成長率
5年平均: **8.0%**
3年平均: **▲6.3%**

営業利益の年平均成長率
5年平均: **6.5%**
3年平均: **▲20.5%**



■ EBITDA	1,910	2,013	2,297	3,463	3,561	3,193	3,127
— EBITDAマージン	7.4%	6.7%	6.6%	8.5%	9.0%	7.2%	6.5%
— 営業利益率	4.9%	3.7%	3.3%	5.6%	6.0%	4.2%	3.1%

	24年 上半期	25年 上半期
■ EBITDA	1,390	1,578
— EBITDAマージン	6.1%	3.8%
— 営業利益率	2.7%	1.7%

株価バリュエーション

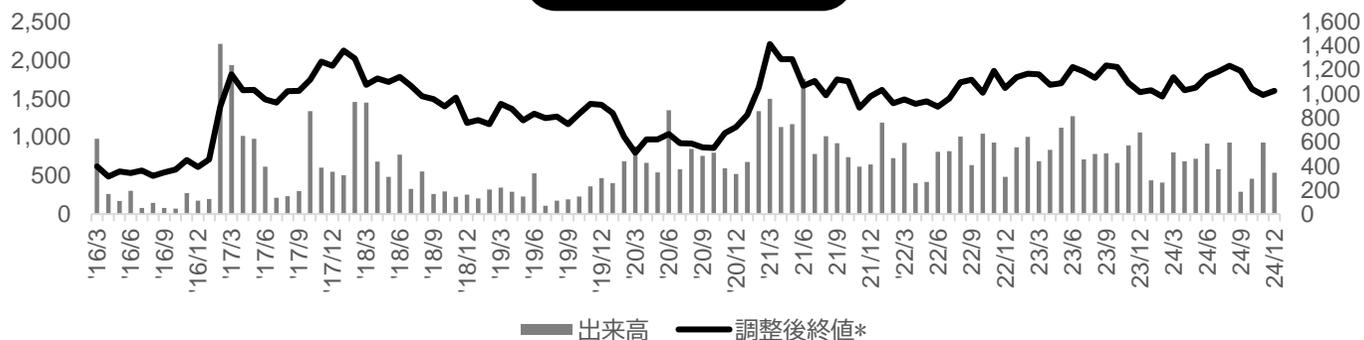
※2024年12月30日時点 株価1,025円をベース

主要財務諸表		バリュエーション	
自己資本比率	29.3%	株価収益率(PER)	6.48倍
自己資本利益率 (ROE)	※2024年度 11.5%	株価純資産倍率 (PBR)	0.91倍
総資産経常利益率 (ROA)	※2024年度 5.6%	EV/EBITDA	5.53倍
営業利益率	1.7%	配当利回り(予)	4.40%

(出来高:千株)

株価・出来高推移

(株価:円)





04



今期の取組み

- 2025年1月14日、Hyundai Mobility Japan株式会社と「九州(福岡県福岡市)」および「東北(宮城県仙台市)」の包括契約および「福岡県福岡市」への出店についての基本合意書を締結
- 新ブランド「Hyundai」の店舗は、福岡市内で4月以降にオープン予定

福岡エリアのウィルプラスグループディーラー(12月末時点)



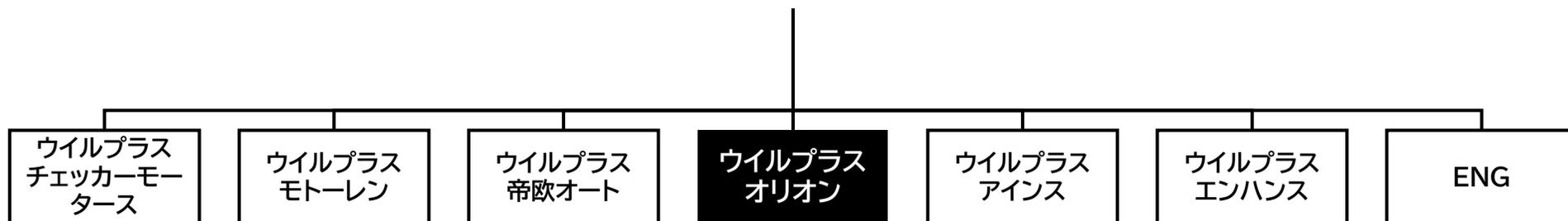
オリオン自動車販売株式会社の株式取得① -ボルボ2店舗の取得-

- 2024年10月16日、当社はボルボ・カー鹿児島、ボルボ・カー長崎を運営するオリオン自動車販売株式会社の100%株式取得を決議

ポイント

- ✓ボルボ・カー・ジャパン株式会社が推進しているネットワーク戦略に準拠
- ✓2023年12月、株式会社ネクステージよりボルボ・カー福岡東、ボルボ・カー大分を譲受
- ✓今回のボルボ・カー鹿児島、ボルボ・カー長崎の譲受により、九州におけるシェアが拡大
- ✓本件実施により、当社の九州地域のVOLVOシェアは店舗ベースで80%に拡大し、九州地域のドミナント戦略を強力に推進

◇本件実施後の組織体制



オリオン自動車販売株式会社の株式取得② -対象会社の概要-

- 2024年12月3日、オリオン自動車販売株式会社の100%株式取得(133百万円)
- 堅実経営を続けてきた歴史ある企業を適正価格にて取得

対象会社の概要	
対象会社名称	オリオン自動車販売株式会社
所在地	鹿児島県鹿児島市錦江町1番33号
代表者氏名	代表取締役社長 崎向 政央
資本金	1,000万円
事業譲受の内容	自動車、自動車用品・部品等の販売
設立年月日	1966年6月1日

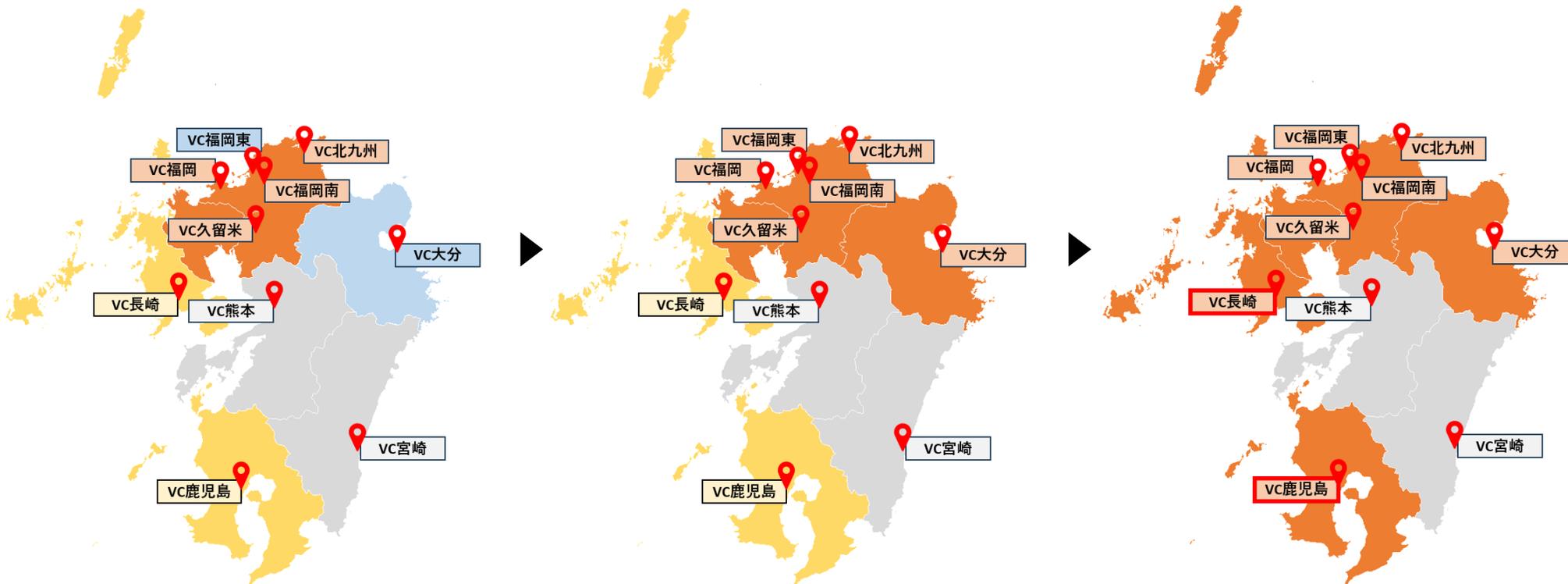
決算期	2022年5月期	2023年5月期	2024年5月期
純資産	180百万円	215百万円	203百万円
総資産	807百万円	934百万円	806百万円
1株当たり純資産	9,008円	10,775円	10,192円
売上高	1,632百万円	1,839百万円	1,524百万円
営業利益	▲77百万円	3百万円	▲32百万円
経常利益	▲3百万円	59百万円	▲6百万円
当期純利益	38百万円	39百万円	▲7百万円
1株当たり当期純利益	1,991円	1,992円	▲357円
1株当たり配当金	225円	225円	0円

- 当社の九州エリアのVOLVO店舗出店数は6店舗から8店舗に増加(8店/10店)
- ドミナント戦略の強化により、
 - ・ ブランディング及び人材採用力の強化
 - ・ 競争環境の緩和による収益性の改善
 - ・ 店舗間における人材及び車両在庫の有効活用 を目指します

～2023年11月

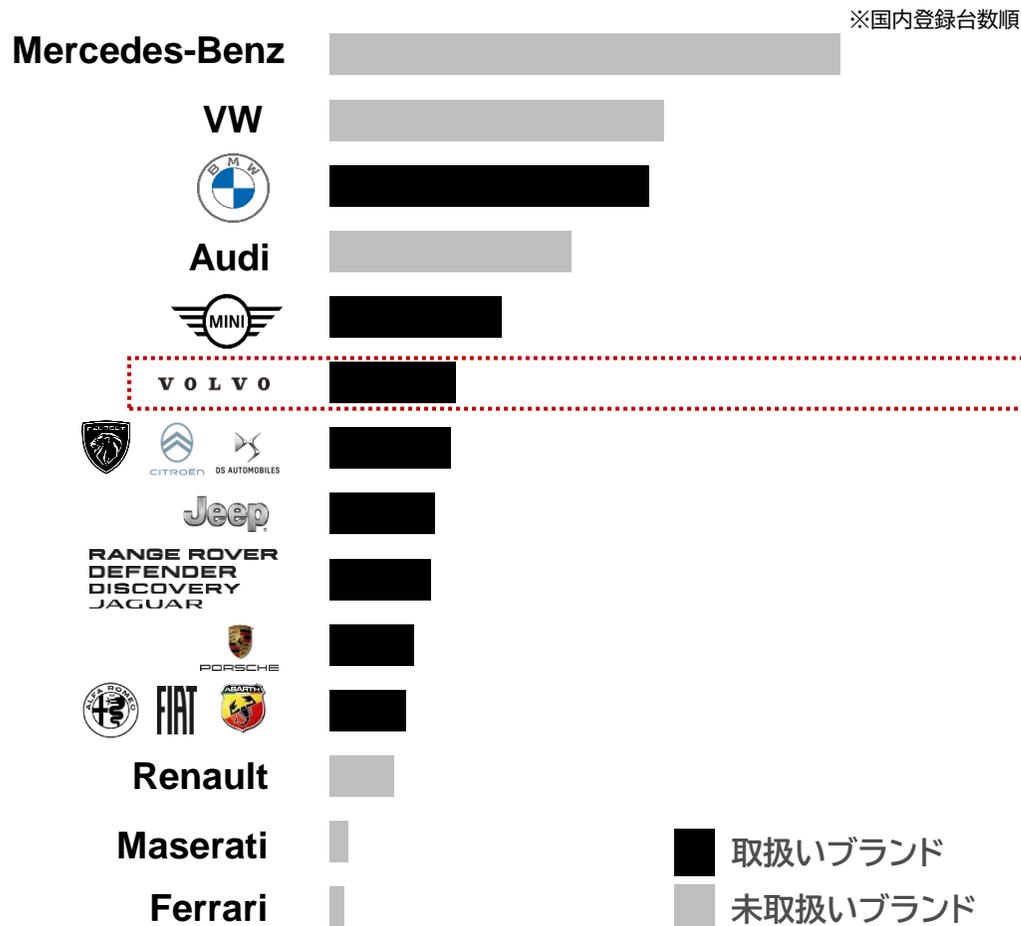
2023年12月～

本件実施後



- 外国メーカー車の中では上位6位の新規登録台数を誇る
- 国内外国メーカー車におけるシェアは、数年5～6%台を維持

外国メーカー車の国内新規登録台数(2023年度)



年	全国新規登録台数	外国メーカー社の国内シェア	
	VOLVO	全国登録輸入車 ALL	VOLVO
2016年	15,357台	298,856台	5.14%
2017年	16,111台	303,921台	5.30%
2018年	18,118台	307,682台	5.89%
2019年	18,028台	292,109台	6.17%
2020年	15,459台	255,518台	6.05%
2021年	15,955台	250,343台	6.37%
2022年	16,502台	246,196台	6.70%
2023年	12,673台	244,844台	5.18%

Stellantisジャパン販売株式会社の株式取得(子会社化)①

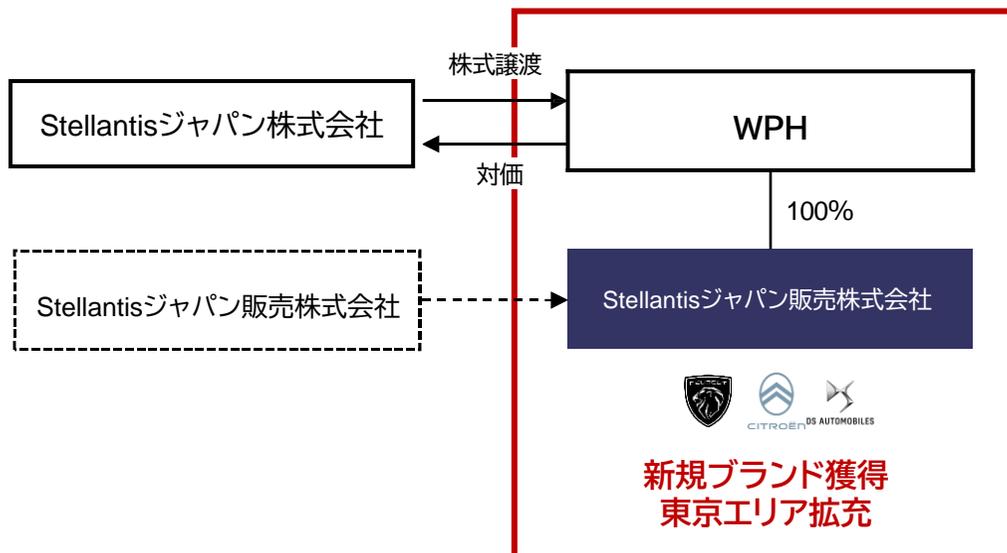
2024年7月1日、
 当社は、「Stellantisジャパン株式会社」より子会社である「Stellantisジャパン販売株式会社」の株式を514百万円で取得(100%)

- 本件により、当社は「プジョー」「シトロエン」「DS」の新規3ブランドを獲得
- Stellantisグループ傘下の乗用車における「全ブランド」の取扱いが可能に
- 東京エリアにおけるドミナント化が進む
- 今回で当社のM&A実績は通算13件、コロナ以降では4件と、M&Aは加速化局面に

実行前



実行後



詳細は、5月13日・14日開示資料([140120240513593458.pdf](#)/[140120240514595235.pdf](#))をご覧ください

親会社からの増資後、純資産を下回る金額にて株式を取得

当該会社の最近3年間の経営成績及び財政状態

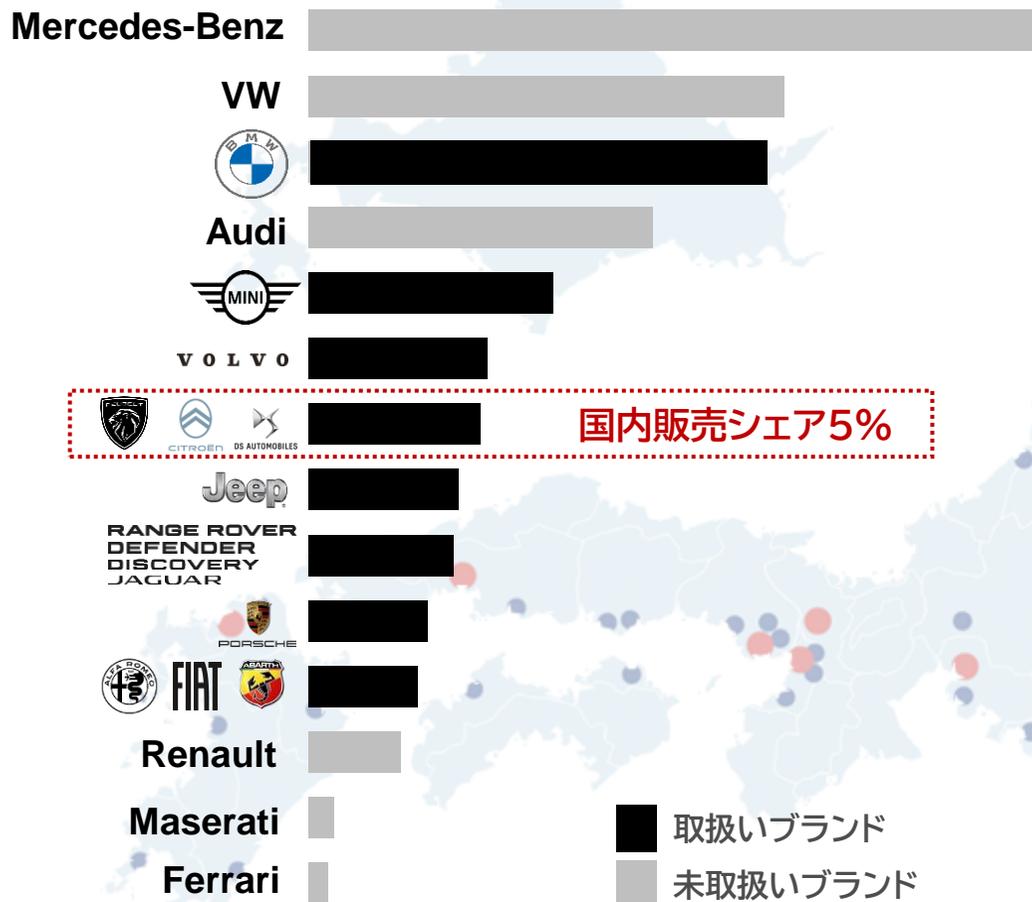
	2021年12月期	2022年12月期	2023年12月期※
純 資 産	▲1,016百万円	▲1,435百万円	▲1,133百万円
総 資 産	2,321百万円	1,628百万円	2,436百万円
1株当たり純資産	▲5,056,602円	▲7,139,788円	▲5,639,881円
売 上 高	6,776百万円	5,201百万円	5,596百万円
営 業 利 益	▲134百万円	▲386百万円	▲61百万円
経 常 利 益	▲134百万円	▲388百万円	▲61百万円
親会社株主に帰属 す 当 期 純 利 益	▲98百万円	▲418百万円	301百万円
1株当たり当期純利益	▲492,446円	▲2,083,187円	1,499,907円
1株当たり配当金	0円	0円	0円

※ 2023年12月時点で債務超過となっておりますが、株式譲渡実行日までに、Stellantisジャパン株式会社を引受先とする第三者割当増資(2,053百万円)を実施いたしました

国内シェア上位のブランド獲得 M&Aにおけるマーケットアクセスは拡大

外国メーカー車の国内新規登録台数(2023年度)

※国内登録台数順



国内販売シェア5%

当社取扱い16ブランドの国内新車販売シェア

47.2%

既存取扱い 42.2%
新規獲得 5%

■ 取扱いブランド
■ 未取扱いブランド

2024年CDP「気候変動」質問書にてBスコアを取得

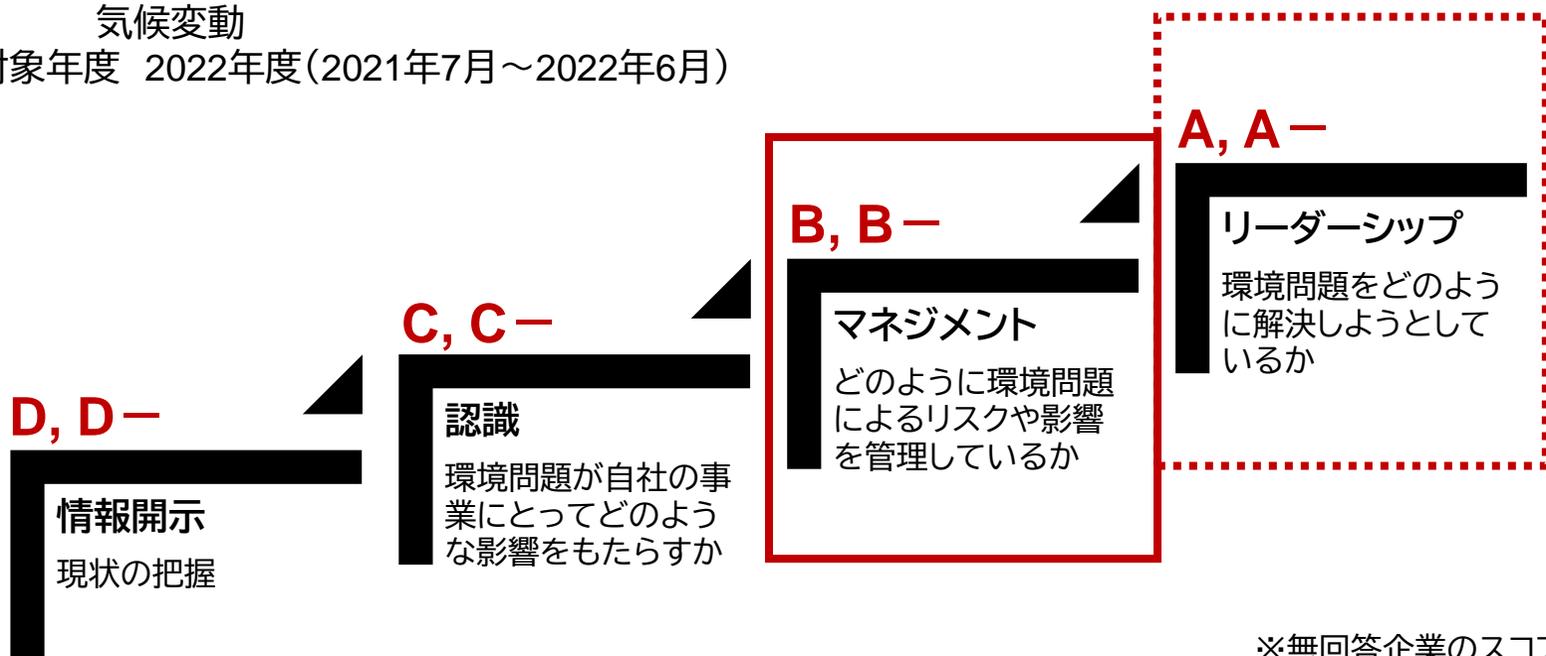
- 2025年2月6日、2024年のCDPスコアが発表に 当社は3年連続Bスコアを取得

■ 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
- ▶ 2024年、世界の時価総額の3分の2を占める約22,000社超が、CDPでスコアを付与されており、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社以上を含む約2,000社が回答

■ 当社の2024スコア B(3回目)

- ▶ 分野 気候変動
- ▶ 当社対象年度 2022年度(2021年7月～2022年6月)



※無回答企業のスコアはF

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

・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
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%→2024年 20.6%】

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

【2024年育休取得者復職率 100%】

■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 95.5%】

■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【2024年雇用率 2.0%】

■障害者雇用

障害の度合いに関わらず幅広い人材を共同農園にて直接雇用
収穫した野菜はこども食堂へ寄付し、地域貢献にも寄与



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

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



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

- 1 主原料は石灰石
- 2 資源枯渇問題の解決に貢献
- 3 環境問題の解決に貢献

主原料となる石灰石は世界に非常に豊富に存在し、日本においても自給率100%の安価に入手可能な鉱物資源

石油由来成分を抑えプラスチック代替製品も、水をばば使用することなく紙代替製品を製造可能。さらに、マテリアルリサイクルを推進

二酸化炭素の発生を抑え、気候変動の抑制に貢献。循環・再利用し続けることで、ごみを減らし海洋プラスチック問題の解決に貢献



- ・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

・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

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、環境保全に寄与

・店舗への太陽光パネルの導入

当社のCO2排出量削減だけでなく日本全体の非化石電力の「生成」にも貢献



・環境に配慮した店舗づくり

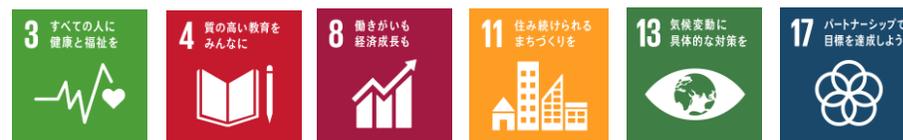
可能な限り既存の建物を活用した改装
店舗の新築や改装時に発生する廃材は、リサイクルや法令に基づいた処理など、素材ごとになるべく環境負荷をかけない方法で処理
建物外皮の熱負荷抑制、全熱交換器設置によるCO2削減、景観条例等、各市町村の多くの条例の遵守

・再生可能エネルギーの導入

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
さらにグリーン電力証書の購入で、グループ使用電力は再生可能エネルギー100%になる予定

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

社内賞「サステナビリティコンテスト」にて社員から広く寄附先を募集し、選定した10自治体に寄附。水害対策や人口減少対策など複数テーマにて地方創生に貢献



03

中長期戦略の進捗状況

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

輸入車ディーラー事業



店舗のグリーン化
店舗エリアの脱炭素化

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

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

「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」

- ▶ 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

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

①既存店舗のグリーン化

- CO2排出量削減

②M&Aの積極化

- 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

社会的価値向上の最大化

時価総額最大化

**2030年度 Scope1^{※1} + Scope2^{※2}
GHG排出量を2022年度比較で、**50%削減**
(年率6.25%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

KPI①

社有車(試乗車含む)の低炭素自動車比率

2030年度 80%以上

KPI②

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

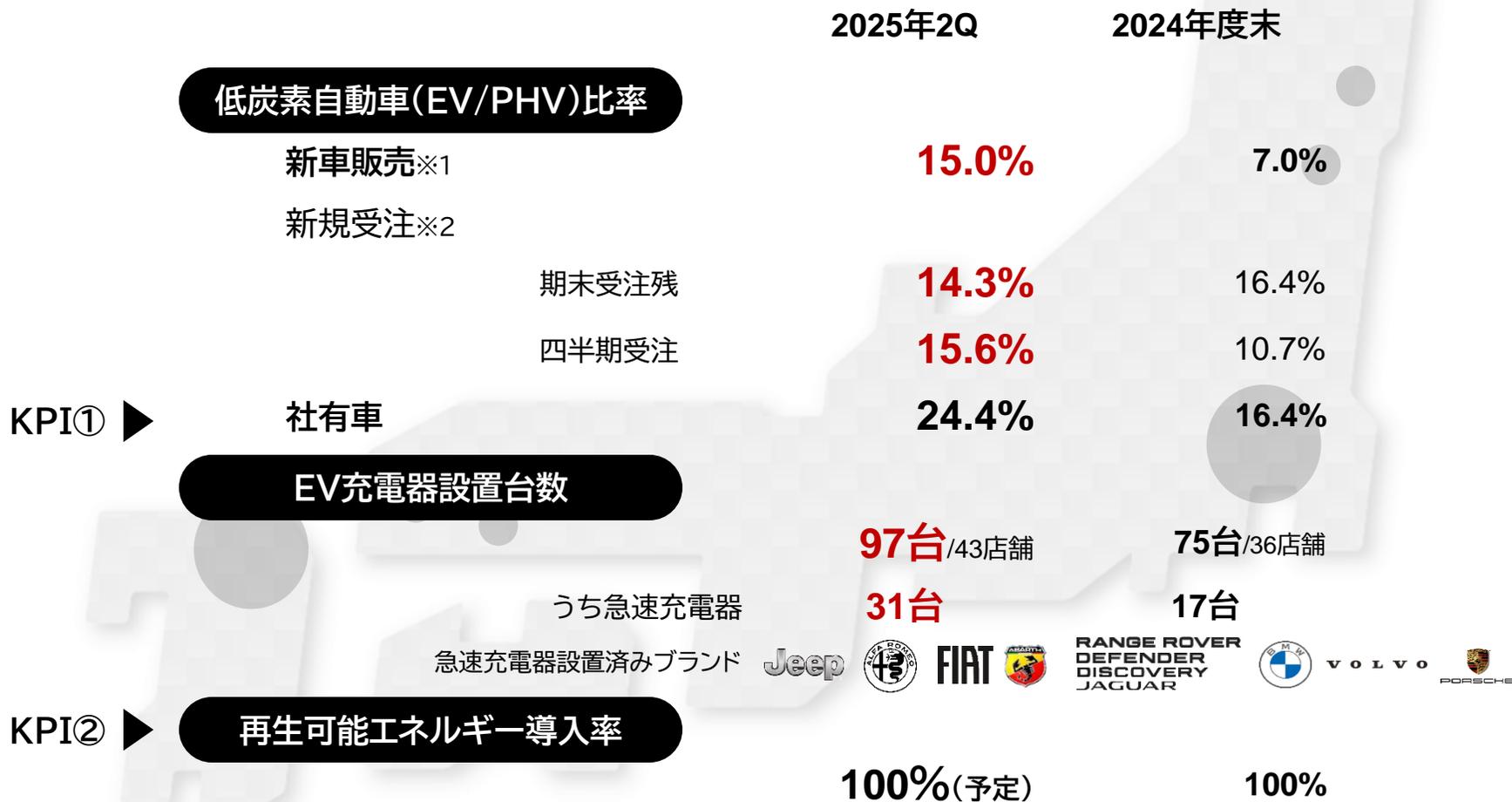
例 店舗オペレーションGHG排出量 ○○年までに○%削減

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



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



※店舗数は、2024年5月より各ブランド新車ショールームの店舗をカウント

※1 国内市場(国内新規登録台数/乗用車) 3.6%
※2 店舗報告ベース

GHG社の2023年度GHG排出量実績について

- 2024年4月、当社は2023年度のGHG排出量実績について第三者保証を取得
- Scope2は、再生可能エネルギー契約への切り替えとグリーン証書活用により、排出量ゼロを達成
- 2023年度の当社グループ目標であるGHG排出量50%削減を早期達成

早期達成

グループ目標

2030年度 Scope1※1 + Scope2※2
GHG排出量を2022年度比較で、**50%削減**
(年率6.25%の削減)

(単位:t-CO2)	2022年度	2023年度	前年比
Scope1 (ガソリン燃料等の使用)	950	1,050	110.5%
Scope2 (電気の使用) ※マーケット基準	1,370	0 ▶再生可能エネルギー切り替え + グリーン電力証書購入で ゼロに	0%
Scope1,2計	2,320	1,050	45.2%

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
41拠点/30社



Jeep
92拠点/43社



Peugeot
74拠点/40社



Citroen
53拠点/34社



BMW
169拠点/42社



MINI
120拠点/41社



DS
15拠点/12社



VOLVO
103拠点/38社



Porsche
52拠点/32社



Jaguar/
LandRover
51拠点/26社



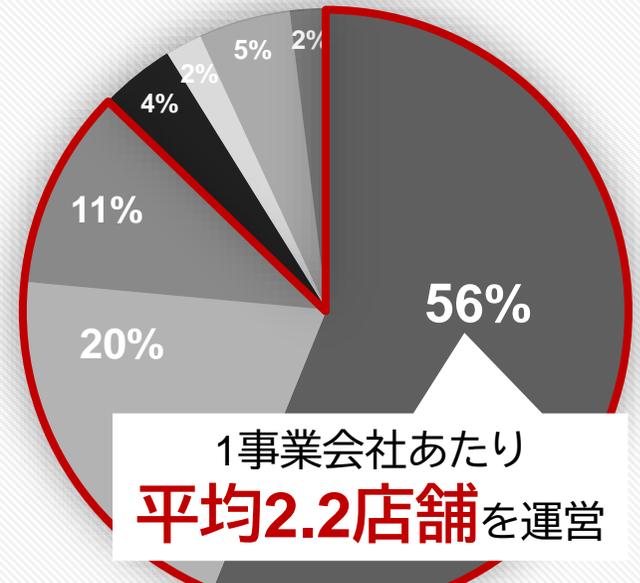
BYD
35拠点/26社



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878拠点
運営会社:計**408社**



1事業会社あたり
平均**2.2店舗**を運営

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

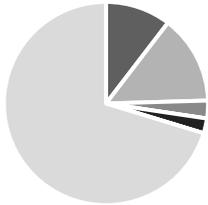
M&A戦略(輸入車ディーラーの全体像) -未取扱い-

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

事業会社ごとの運営拠点数分布(新車)

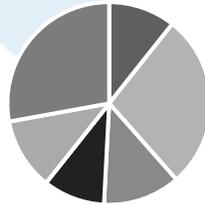
Benz
203拠点/48社



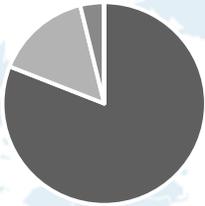
VW
231拠点/84社



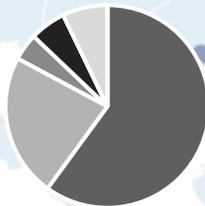
Audi
122拠点/43社



Maserati
22拠点/14社



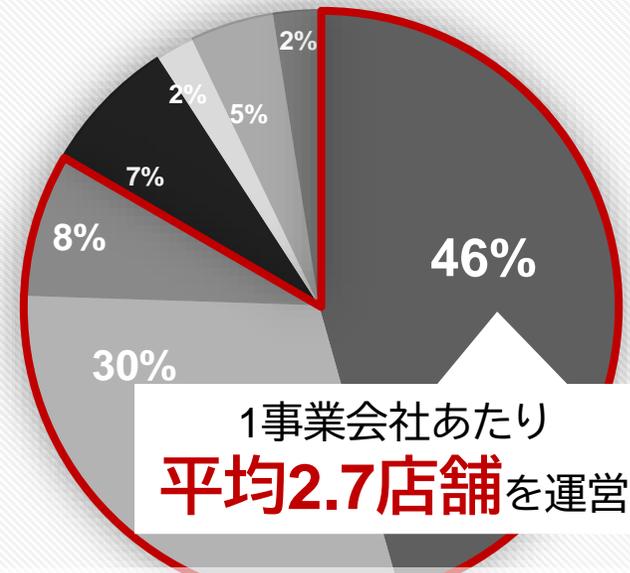
Renault
69拠点/52社



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647拠点
運営会社:計**241社**



全体の**83%**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



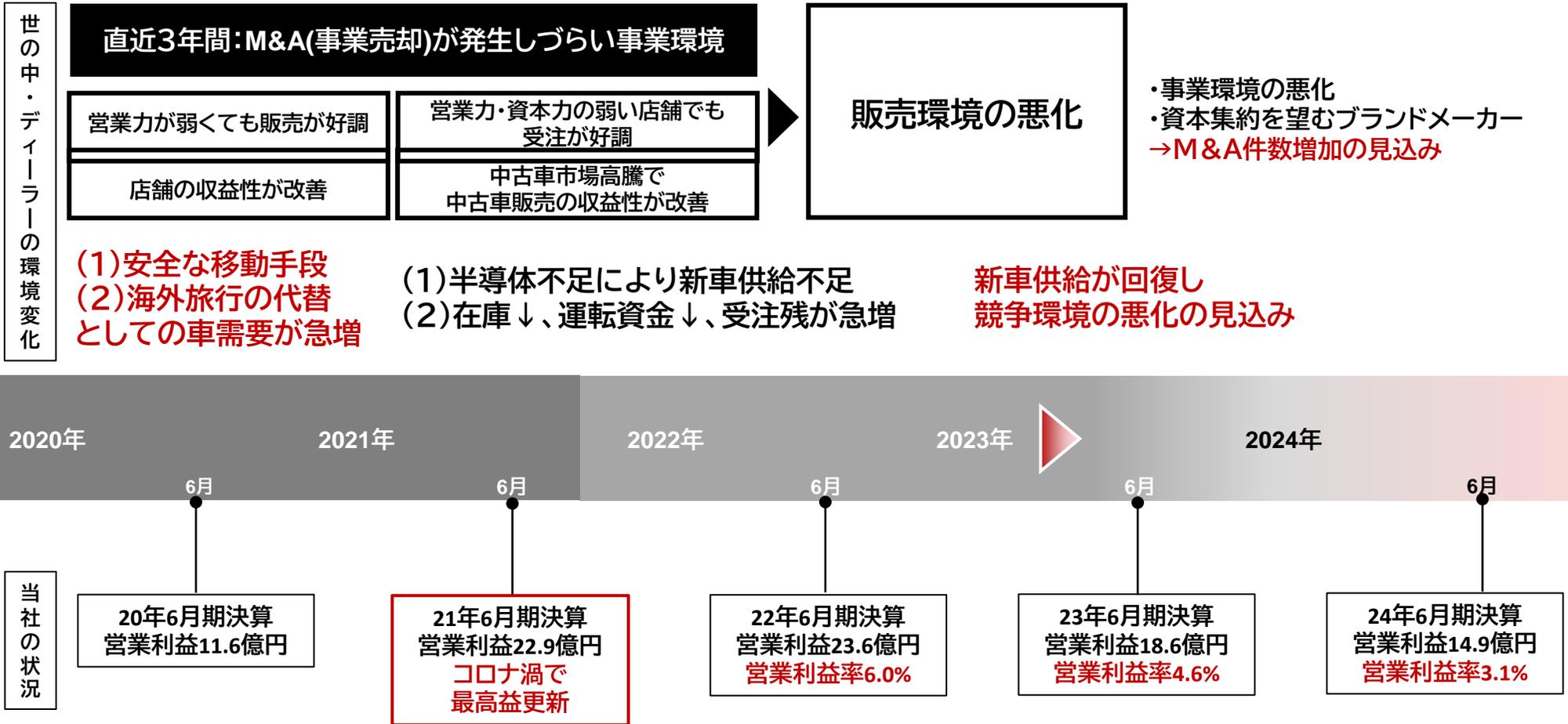
M&Aによる成長

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、

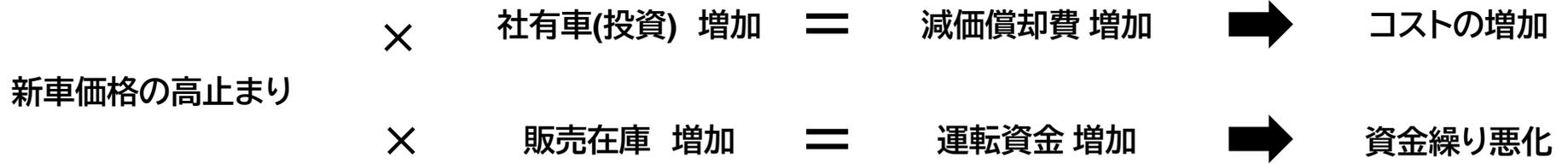
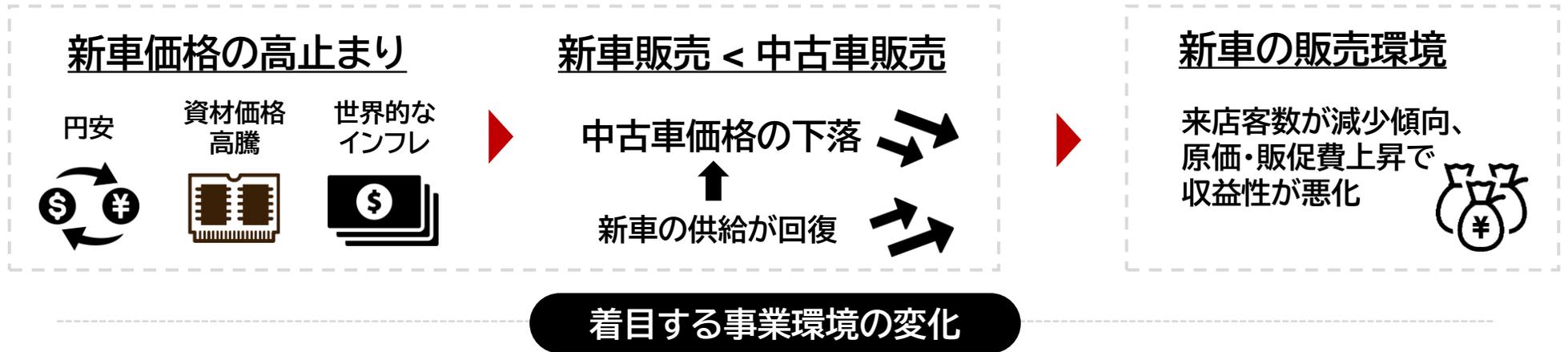
- 店舗のグリーン化
- 気候変動問題
(CO2排出量削減)
- リサイクル促進に寄与

コロナ禍における環境変化

コロナ禍による新車不足が解消し、ディーラー業界の収益環境が悪化
当社はM&Aに経営資源を集中することで事業成長を目指す



新車の供給回復をきっかけにM&A加速化の兆し



M&A(事業売却)が加速しやすい事業環境 そして3年間止まっていたM&Aが加速

当社の強み① -M&A後の事業再生力の高さ-

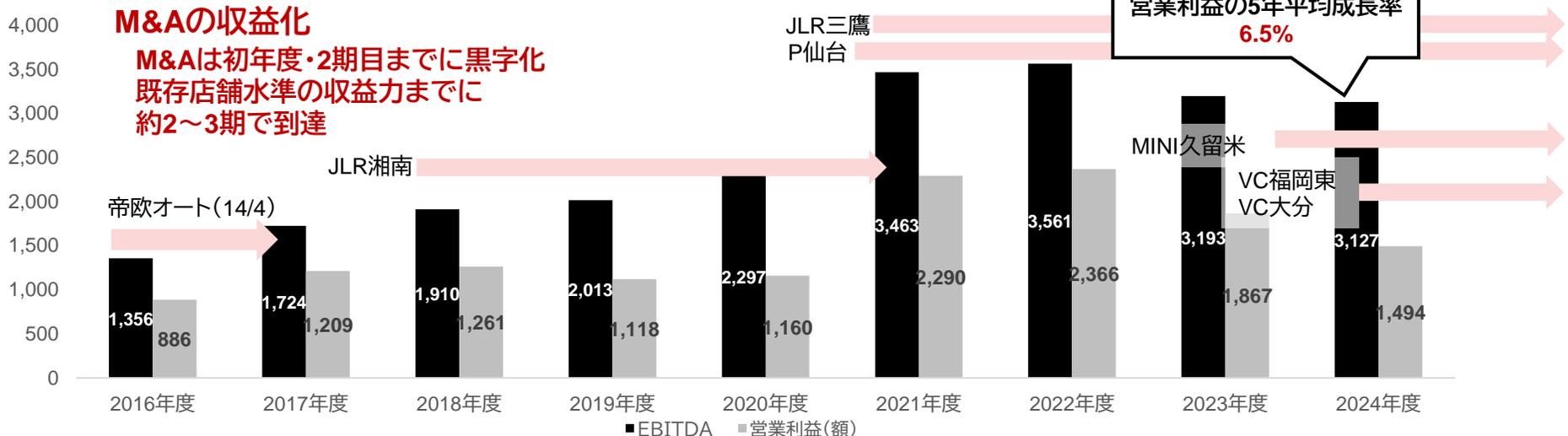
10年間で8件のM&A実現のほか、新規出店、移転・改装等店舗投資を実施

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	2023年度	2024年度	2025年度
新規出店	—	1店舗 Jeep福岡西 (16/10)	2店舗 AR大田(18/1) JLR北九州(18/3)	4店舗 Jeep目黒(18/11) P郡山(19/1) MINI山口、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)	—	1店舗 Jeep大田(22/8)	1店舗 BYD AUTO福岡 西(23/7)	—
M&A	—	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)	実績なし			1件 MINI久留米(23/4)	2件 VC福岡東、大分 (23/12) 株ENG(24/5)	2件 PJ目黒、C目黒、PJ中 央、C中央、DS中央 (24/7) VC鹿児島、長崎 (24/12)

(単位:百万円)

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

※直近3期末満に実施したもの(MINI久留米、VC福岡東、VC大分、(株)ENG、プジョー目黒、シトロエン目黒、プジョー中央、シトロエン中央、DS東京)を除く

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	10,615
営業利益	▲390	215	402
営業利益率	-	3.5%	3.8%

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	2,672
営業利益	▲10	131	139
営業利益率	-	5.9%	5.2%

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	17,047
営業利益	▲79	231	598
営業利益率	-	4.7%	3.5%

ケース④	M&A直前期	M&A後3期目	直近業績
売上高	2,228	2,368	3,732
営業利益	▲86	118	139
営業利益率	-	4.9%	3.7%

※M&A後6か月以上を1期としてカウント

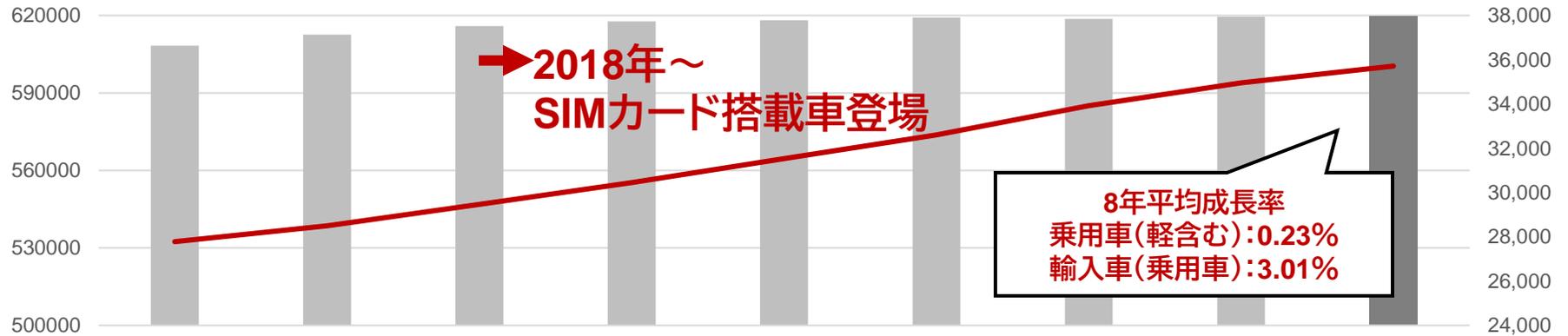
高い再現性① -輸入車整備事業は成長市場-

国内保有台数は、輸入車の成長が著しい(8年平均成長率 3.01%)
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

自動車の国内保有台数の推移

(単位:百台)

■ 乗用車(軽含む) 〓 輸入車(普通乗用車)



単位:百台	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年
乗用車 (軽含む)	60,831	61,253	61,584	61,770	61,808	61,917	61,867	61,953	61,978
前年比	100.5%	100.7%	100.5%	100.3%	100.1%	100.2%	99.9%	100.1%	100.0%
輸入車 (普通乗用車)	2,850	2,946	3,045	3,153	3,260	3,392	3,495	3,571	3,613
前年比	102.6%	103.4%	103.4%	103.6%	103.4%	104.1%	103.0%	102.2%	101.2%

出所:(一社)自動車検査登録情報協会資料より当社作成

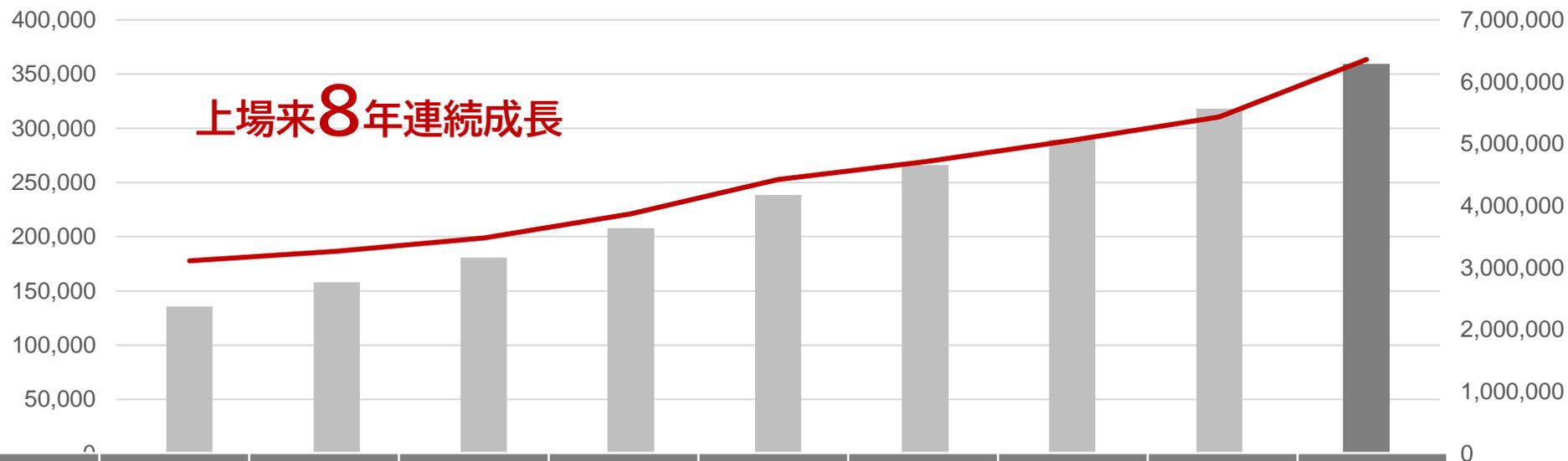
高い再現性② -ストック型ビジネスの推移-

当社のストック型ビジネス(車両整備・保険)は、上場来連続成長を更新
今年度は車両整備・保険ともに前年比二桁の伸び

保険手数料と車両整備売上高の推移

■ 保険手数料 ■ 車両整備

(単位:千円)



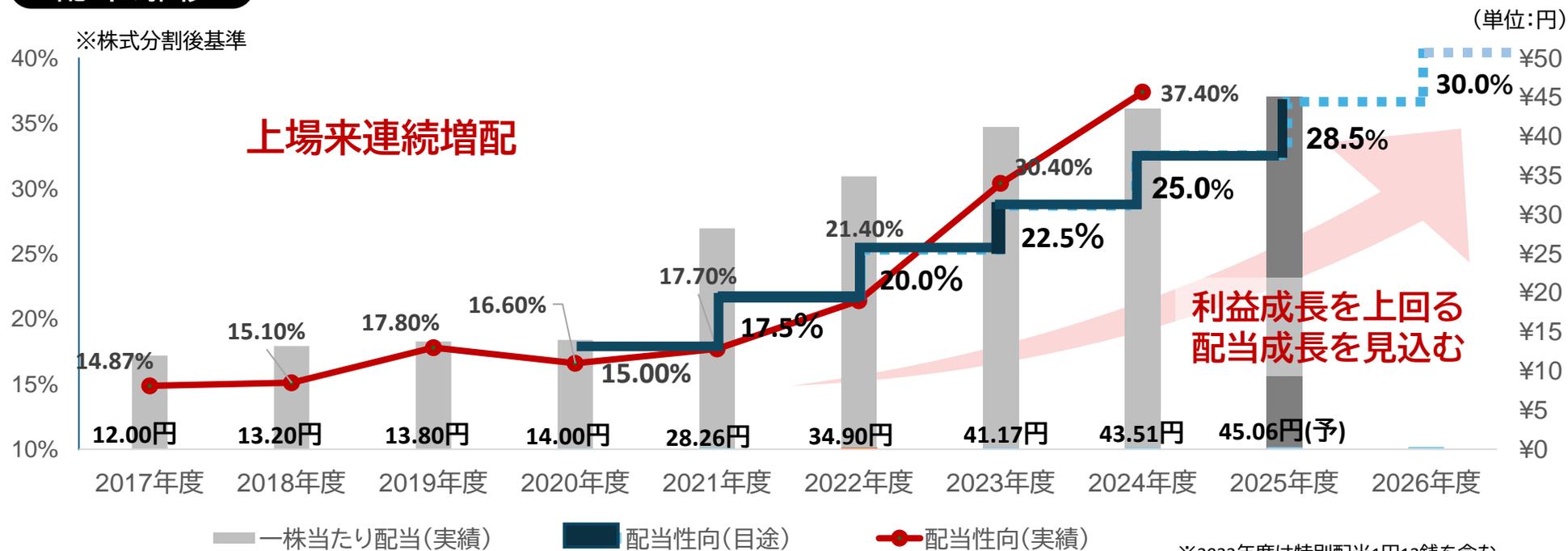
	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
保険手数料	135,606	158,073	180,789	207,928	238,494	265,878	289,597	317,985	359,252
前年比	-	116.6%	114.4%	115.0%	114.7%	111.5%	108.9%	109.8%	113.0%
整備	3,110,929	3,266,717	3,481,418	3,868,845	4,425,083	4,709,071	5,058,873	5,434,644	6,359,413
前年比	-	105.0%	106.6%	111.1%	114.4%	106.4%	107.4%	107.4%	117.0%

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(2024年度 11.5%)
- 「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%をベースに、累進配当を目指す**
- **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

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。





04



APPENDIX



05

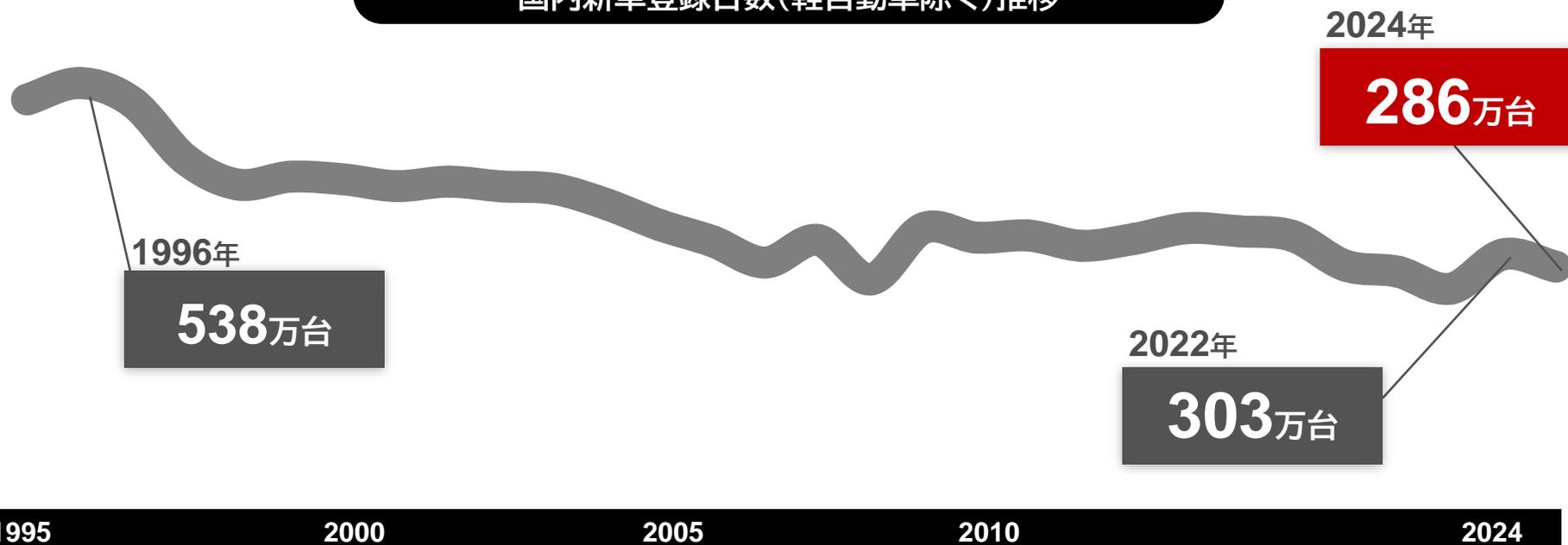


市場動向

- 国内新車登録台数は減少傾向
- 2024年は、新車供給回復による反動増があった2023年からは前年比5.6%減
- 需要も一巡するがコロナ前の300万台ラインには回復せず、長期的にも減少傾向

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

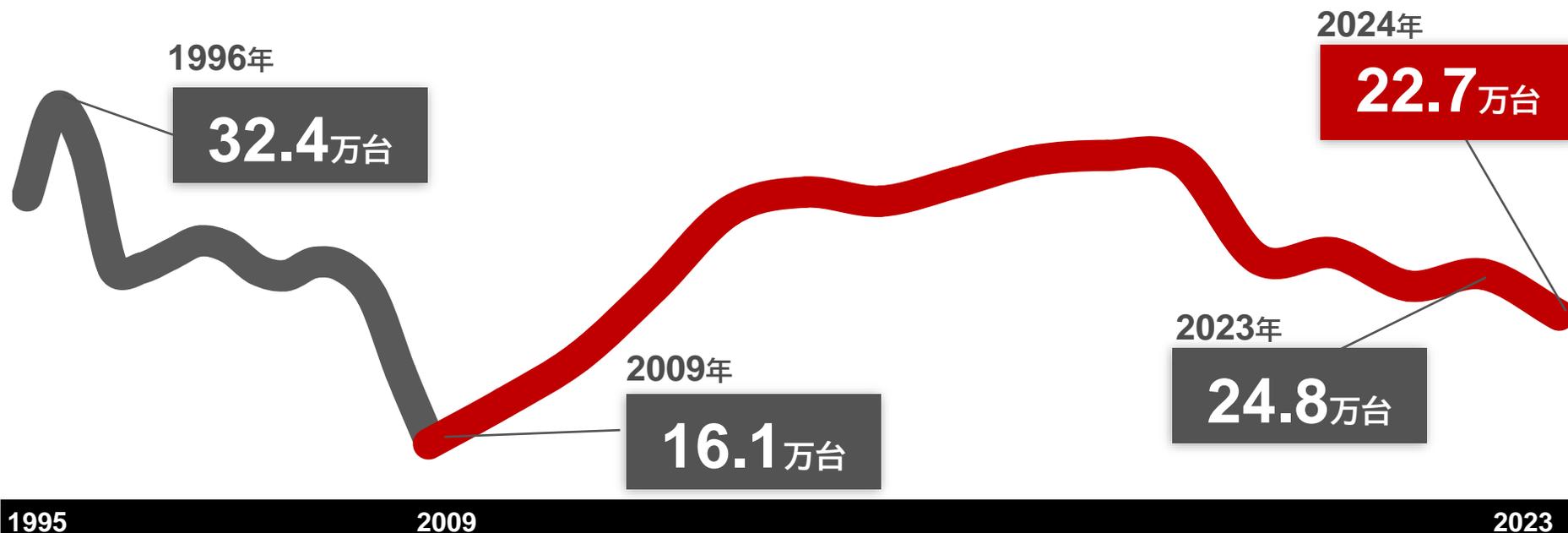


出所:(一社)日本自動車販売協会連合会資料より当社作成(貨物バス含む登録車)

- 国内における輸入車市場の回復は鈍い
- 「為替」と「世界的なインフレ」の影響による新車販売価格の上昇
- 海上輸送のデメリット コスト 期間 供給量

2020年以降はコロナ禍の影響で減少し、回復が遅れているものの、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

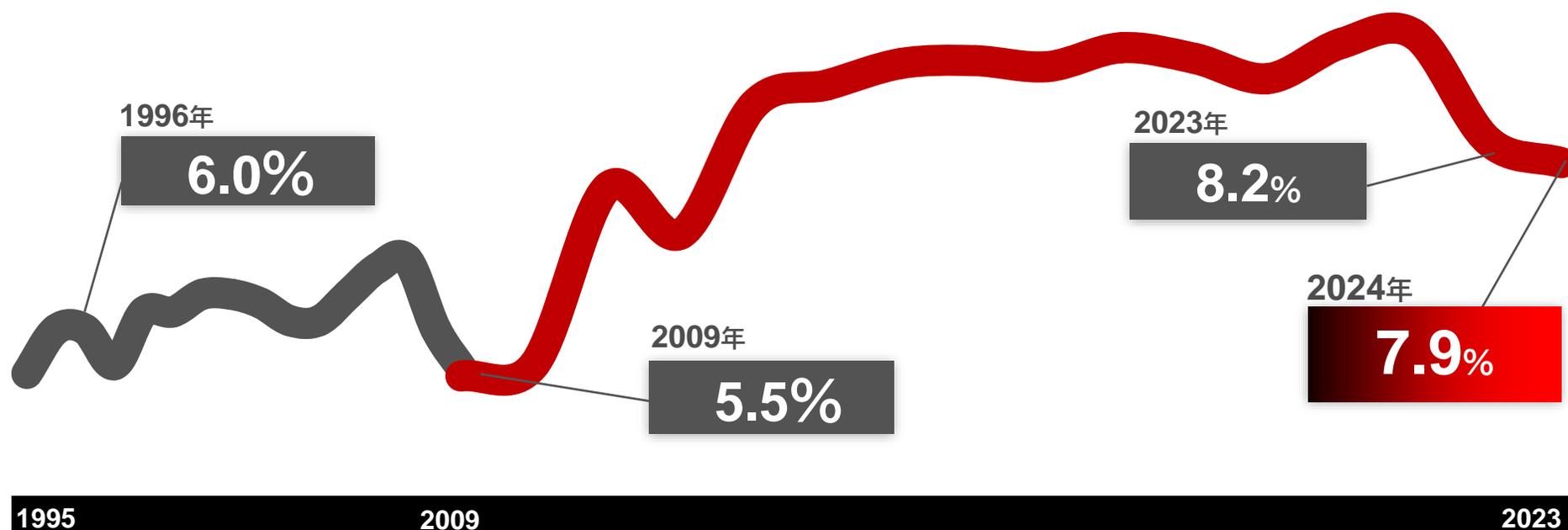
輸入車(外国メーカー)新車登録台数



出所:日本自動車輸入組合資料より当社作成

- 国内乗用車市場の回復に反して、輸入車市場の回復は鈍い
- 2024年輸入車登録台数シェアはダウン
- 長期的には、輸入車登録台数シェアは上昇傾向

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



1995

2009

2023

出所:日本自動車輸入組合資料より当社作成

世界

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

中:27年までに全新車の新エネルギー車の
(EV/PHV/FCV)比率を45%に

EU:温室効果ガス排出量を1990年比で
55%減、EVを3000万台に

英:ガソリン、ディーゼル車の新車販売禁止
米:32年に新車の35～56%をEVに(PHV含む)
35年にカリフォルニア州等で
ガソリン車などの新車販売禁止(HV含む)

仏、西:EV以外の新車販売を禁止(PHVを含む)
EU:温室効果ガスの排出量を1990年比で90%減

EU:温室効果ガス排出量を1990年比で
80～95%減(実質ゼロに)

2020年

2030年

2035年

2040年

2050年

日本

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」

CO2排出量2013年比46%削減

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

『脱炭素化社会』の実現
(温室効果ガス排出を実質ゼロに)

- 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対外発表予想のみ記載

各ブランドメーカーのEV化目標

VOLVO	2025年までに 日本販売の45%をBEVに	30年までに新車の90%以上をEVがPHVに、 最大10%をHVに
Jaguar	2025年から 全てのモデルをEV化	30年の段階で販売台数の 100%をEVに
LAND ROVER		30年までに完全電動化 販売台数の約60%をピュアEVに
AlfaRomeo	27年以降、 EVのみ を販売	
FIAT		30年までに 全ラインナップをEVのみに
ABARTH	24年からは EVのみに	
JEEP	25年までにEV発売	30年までに米新車販売 50% を、欧州販売製品の 100% をEVに
Peugeot	25年までに100%EVに	30年までに欧州販売製品の 100% をEVに
Citroën	25年に新車のすべてのモデルにEV・PHVをラインナップ	
DS	24年以降すべてのニューモデルをEVのみに	
BMW		30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	27年までにはすべてのモデルの50%以上をEV化	2030年代初頭までにMINIモデル全EV化
Porsche		30年に世界販売の 80%以上 をEV化

当社新車販売に
占めるEV比率※



※2024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

日本メーカーのEV化の目標

- EVの目標販売台数、目標販売比率は出すものの、海外競合と比較すると拡大ペースは鈍い

※各ブランドメーカー対外発表予想のみ記載

各ブランドメーカーのEV化目標

TOYOTA

- 30年までに30車種のEVを展開し、世界で乗用・商用各セグメントをフルラインナップ
- 2026年に世界でEV(およびPHV)を100万台販売

ホンダ

- 30年に全世界での電動車販売比率を二輪で15%、四輪は30%、パワープロダクトは36%に
- 40年までに販売する**新車(四輪車)すべてEVとFCVに**

日産

- 30年度までにEVを19車種の含む27車種の電動車を導入
- 30年までにグローバルに電動車モデルミックス55%以上、欧州の電動車はすべてEVに

スズキ

- 24年に国内にてバッテリーEVを投入
- 30年度中に6車種までEVを拡大

マツダ

- 25年から30年にかけて複数のEVモデルを導入
- 2030年に生産車両すべてに電動化技術を搭載
グローバル販売のEV比率を25%~40%に

24年

30年

40年

POINT

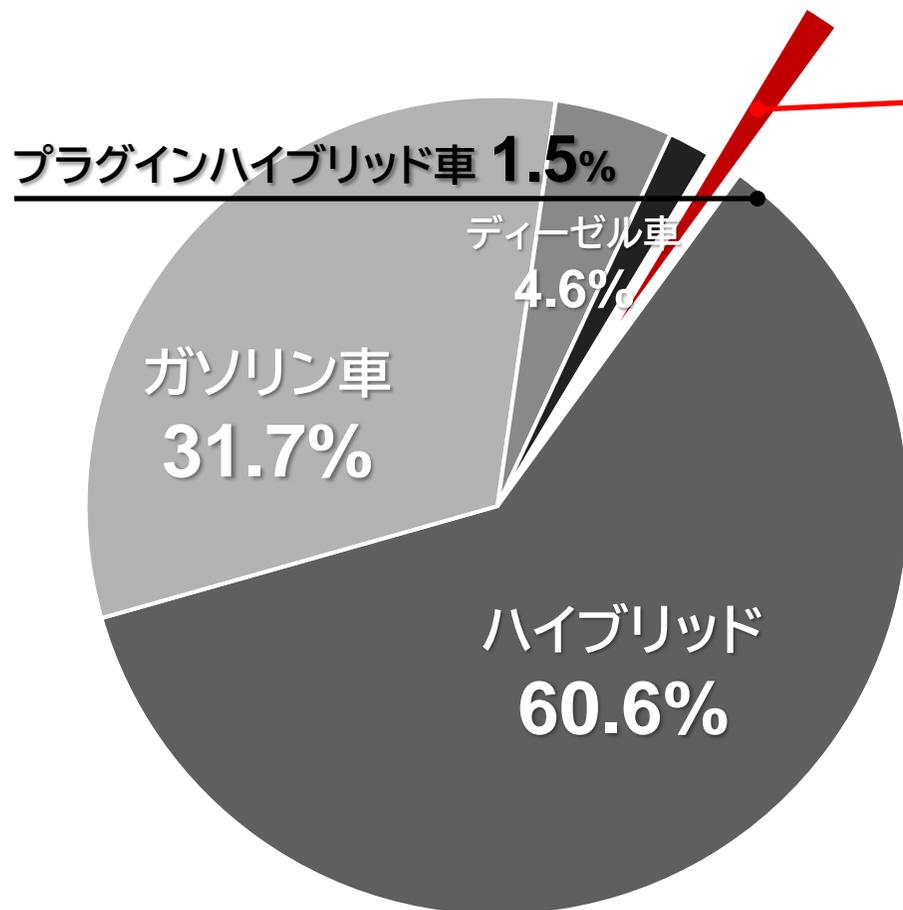
- ✓ EV生産、販売の中心は米国
- ✓ 現状、日本におけるEV販売の強化姿勢は見られない



国内EV販売における**輸入車のシェアは、今後も拡大が続く可能性が高い**

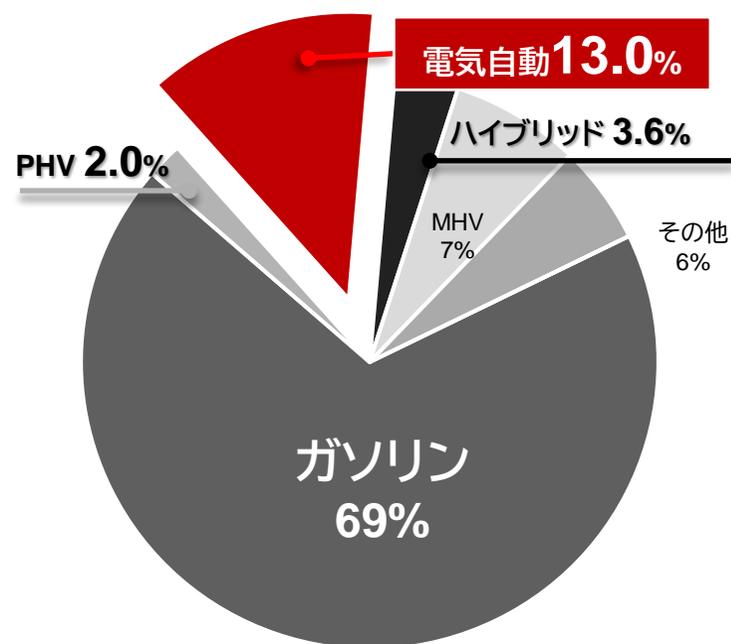
日本国内における乗用車の燃料別台数

- 日本国内のEVシェアはわずか1.4%にとどまる
(2024年7月～2024年12月の販売シェア)



電気自動車 **1.4%**

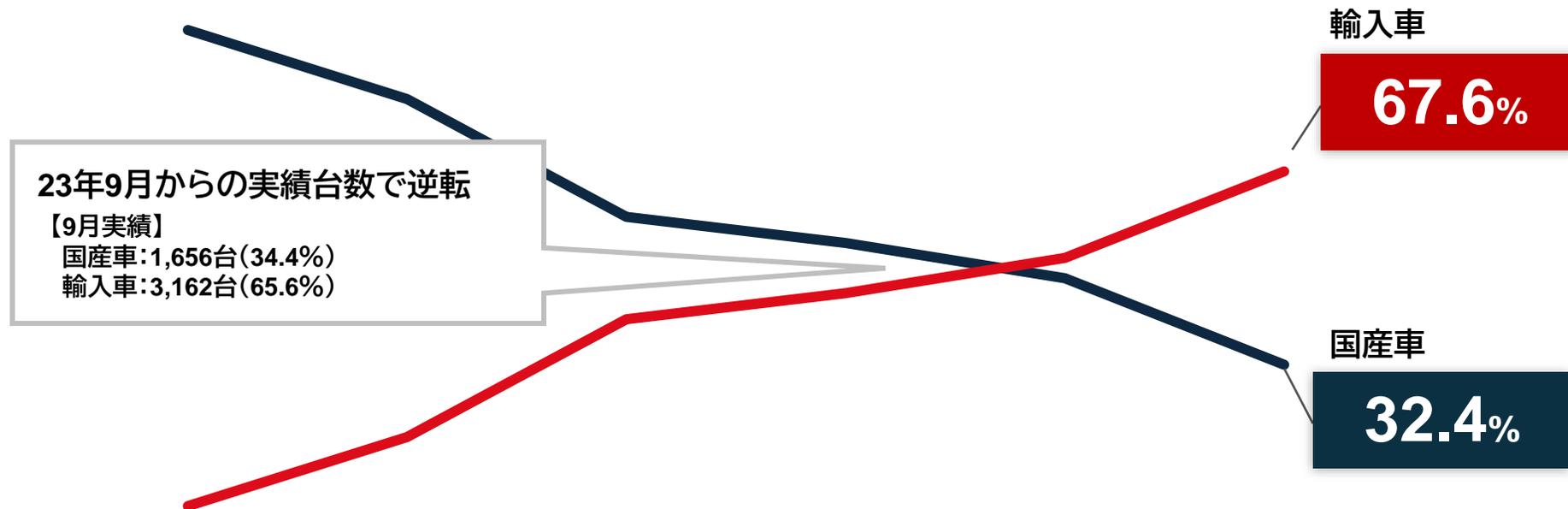
当社2024年度累計 販売台数内訳



出典:一般社団法人日本自動車販売協会連合会資料より当社作成(2024年7月～2024年12月の販売シェア)

国内新車市場におけるEV割合

- 日本で販売されている普通乗用車のEVのうち、約3台に2台は輸入車



	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年1月
国産車 (普通乗用車)	19,894	11,792	12,534	17,244	21,143	10,000	805
構成比	93.3%	80.7%	59.3%	54.6%	48.1%	32.4%	40.0%
輸入車 (普通乗用車)	1,427	2,812	8,605	14,348	22,848	24,057	1,209
構成比	6.7%	19.3%	40.7%	45.4%	51.9%	67.6%	60.0%

出典所:一般社団法人日本自動車販売協会連合会資料より当社作成(各期間は1月~12月)

日本メーカーは、EV市場への優位性で「出遅れ」評価

- 世界の自動車大手20社のEVシフトに関する米機関評価では、テスラやBYDが最上位、欧州勢ではBMWがトップに

	市場優位性	技術性能	戦略的ビジョン	2022年総合評価	2023年総合評価		当社取り扱いブランド
テスラ	73	79	100	83	84	リーダー	BYD BMW、MINI
BYD	77	52	81	73	70		
BMW	36	82	54	56	57	移行中	アルファロメオ、フィアット、アバルト、ジープ、プジョー、シトロエン、DS Porsche ボルボ
メルセデス・ベンツ	33	74	49	45	52		
上海汽車(SAIC)	70	36	46	44	51		
ステランティス	39	39	69	50	49		
VW	35	74	36	53	48		
吉利	54	46	45	48	48		
長安	57	33	36	36	42		
ルノー	42	36	40	47	39		
GM	12	47	51	45	37		
長城汽車	32	43	31	38	35		
フォード	17	53	34	38	34		
奇瑞汽車	48	31	25	-	34		
ヒュンダイ・キア	19	57	25	38	34		
タタ	16	47	32	27	31	出遅れ	ジャガー、ランドローバー
トヨタ	15	50	19	30	28		
ホンダ	4	31	29	28	21		
日産	17	21	5	27	14		
マツダ	3	4	18	10	8		
スズキ	0	0	12	0	4		

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 企画・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