

|| 企業調査レポート ||

日産東京販売ホールディングス

8291 東証スタンダード市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2024年6月27日(木)

執筆：客員アナリスト

宮田仁光

FISCO Ltd. Analyst **Kimiteru Miyata**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 国内最大級の日産ブランド自動車ディーラーを擁する持株会社	01
2. EV 販売、顧客基盤、店舗ネットワーク、「ベストプラクティス」に強み	01
3. 新車販売が好調で 2024 年 3 月期営業利益は過去最高を更新	01
4. 中期経営計画の営業利益目標をすでに達成、リバイズを検討へ	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	03
3. 自動車業界の動向	04
■ 事業概要	06
1. 事業内容	06
2. 同社の強み	09
■ 業績動向	10
1. 2024 年 3 月期の業績動向	10
2. セグメント別の業績動向	12
3. トピックス	15
4. 2025 年 3 月期の業績見通し	15
■ 中期経営計画	16
1. 企業理念	16
2. 中期経営計画の進捗	17
3. 中期経営計画の重点戦略	17
4. 店舗ネットワーク	19
5. 投資計画	19
■ 株主還元策	20
1. 配当政策	20
2. 株主優待制度	21

■ 要約

中期経営計画の営業利益目標を3年前倒して達成

1. 国内最大級の日産ブランド自動車ディーラーを擁する持株会社

日産東京販売ホールディングス<8291>は、日産自動車<7201>系の自動車販売会社などを傘下に持つ持株会社で、子会社の日産東京販売(株)は日産ブランドとルノーブランドの新車の販売や中古車の買取・販売、自動車整備などを行っている。同社は国内最大級の自動車ディーラーで、販売エリアは東京都の人口の約9割をカバー、総合モビリティ事業*のフロントランナーとして、カーライフに関わるすべてのサービスをワンストップで提供している。また、グループ内では周辺事業として、日産ブランドに依存しないオリジナルの事業も展開している。なお、2023年10月、自動車関連事業への集中などグループ内の経営資源を最適化する目的で、上場子会社の東京日産コンピュータシステム(株)(現TCS(株)・現在非上場)の全株式を売却した。

※モビリティ事業：販売や整備だけでなく、自動車による移動や運搬をスムーズに行うためのサービスも含む。

2. EV販売、顧客基盤、店舗ネットワーク、「ベストプラクティス」に強み

先端技術の発展や環境問題などを背景に、自動車業界は100年に1度の大変革期の最中にあると言われている。こうした環境下に同社の自動車関連事業は、EV販売のパイオニア、顧客基盤35万件のストックビジネス、肥沃な東京都をドミナントする新車販売店舗108店舗(ルノー店5店舗含む)などの店舗ネットワーク、ノウハウや情報を速やかに共有し水平展開していく「ベストプラクティス」といった強みによって、総合モビリティ事業のフロントランナーとして優位性を発揮している。なかでも、他社に先駆けて展開した個人リースは成長を加速しており、早期買い替えや良質な中古車の確保といった面でシナジーも発揮している。オリジナルの車検事業である「車検館」も、定評ある価格とサービス、技術を背景に成長を続けている。

3. 新車販売が好調で2024年3月期営業利益は過去最高を更新

2024年3月期の業績は、売上高が148,972百万円(前期比8.2%増)、営業利益が8,709百万円(同36.1%増)と過去最高益を更新した。期初計画との比較では、売上高で1,028百万円の未達になったものの、営業利益で2,709百万円の過達となった。2024年3月期に入って、車両の供給不足が解消して電動車を中心に新車登録台数が増加したことに加え、車種ミックスの改善による新車の販売単価上昇、高収益の個人リースの拡大、それらに伴う収入手数料の増加などもあって、増収2ケタ営業増益となった。計画比では、当初想定していなかった東京日産コンピュータシステムの全株式売却によって売上高と営業利益が押し下げられたが、新車販売の好調や高額車比率の上昇などにより、売上高はカバーしきれなかったが、営業利益は大きく上振れることとなった。

要約

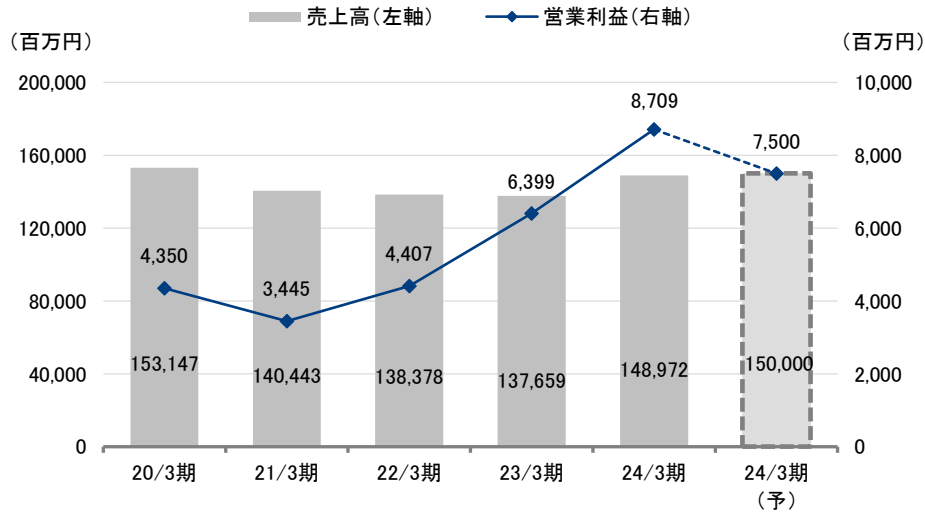
4. 中期経営計画の営業利益目標をすでに達成、リバイズを検討へ

同社は2025年3月期の業績見通しに関して、売上高150,000百万円（前期比0.7%増）、営業利益7,500百万円（同13.9%減）と見込んでいる。新車登録台数は増加を見込むものの販売単価の上昇が一服するため、売上高は微増にとどまる見込みである。営業利益は、物価高に加えて人財や店舗設備など投資を強化するため減益予想となった。しかしながら、2027年3月期に売上高1,550億円、営業利益65億円を目指す中期経営計画に対して、営業利益は2024年3月期に3年前倒して達成、減益予想の2025年3月期もクリアする見込みで、売上高も目標達成を視野に入れた状況となった。加えて日産自動車が新中期経営計画を発表したこともあり、同社は中期経営計画のリバイズを検討している模様である。

Key Points

- ・ 東京都の人口の約9割をカバーする国内最大級の日産系自動車ディーラー
- ・ 35万件の顧客基盤や店舗ネットワーク、「ベストプラクティス」などに強み
- ・ 2024年3月期が好調で営業利益は中期経営計画目標を達成、リバイズを検討へ

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

総合モビリティ事業のフロントランナー

1. 会社概要

同社は、日産自動車系の自動車ディーラー（日産東京販売）など連結子会社3社と非連結子会社3社を傘下に持つ持株会社である。傘下の日産東京販売は日本の中心で人口が集中する東京を地盤に、日産及びルノーブランドの自動車販売事業を展開しており、全国のディーラーにおいて最大級の規模を誇る。同社は主に日産自動車とそのグループ会社からEVなど先端的な自動車や部用品を仕入れて販売するほか、中古車の買取・販売や車体整備・車検整備などの事業も行っており、総合モビリティ事業のフロントランナーとして、顧客に対しカーライフに関わるすべてのサービスをワンストップで提供している。

日産ディーラー事業の強化と集中を進める

2. 沿革

同社は、1942年の商工省通牒「自動車及び同部分品配給機構整備要綱」に基づき、東京府自動車配給（株）として東京市で発足した。戦後の1946年に東京日産自動車販売（株）に商号を変更し、その後はモータリゼーションとともに徐々に業容を拡大、1961年に東京証券取引所第1部に上場した。1989年に東京日産コンピュータシステム（現TCS）を設立してシステム事業に参入、2002年に（株）車検館を設立し車検整備を強化、2004年には東京日産コンピュータシステムをJASDAQ市場に上場させた。また、同年、会社分割により持株会社体制に移行して（株）東日カーライフグループへと商号を変更、2008年には日産自動車子会社の日産ネットワークホールディングス（株）に対し第三者割当増資を実施、日産自動車の持分法適用関連会社となった。2011年には東京を地盤とする東京日産自動車販売、日産プリンス東京販売（株）、日産プリンス西東京販売（株）の3社をグループ化し、東京における日産自動車の販売をほぼ一手に引き受けることになった。これに伴い、同社は現在の日産東京販売ホールディングスへと商号を変更した。グループ化が軌道に乗った2021年7月、さらなる効率化とスケールメリットを目指し、日産販売会社3社を統合して日産東京販売を設立、名実ともに国内最大級の自動車ディーラーとなった。また、限られた経営資源を自動車関連事業に集中するため、2023年10月に東京日産コンピュータシステムの全株式を譲渡した。

日産東京販売ホールディングス

8291 東証スタンダード市場

2024年6月27日(木)

<https://www.nissan-tokyo-hd.co.jp/ir/>

会社概要

沿革

年月	内容
1942年11月	東京府自動車配給(株)として東京市京橋区に設立
1943年10月	東京都自動車整備配給(株)に商号変更
1946年2月	東京自動車販売(株)に商号変更
1946年12月	東京日産自動車販売(株)に商号変更
1955年9月	本社を港区溜池に移転
1961年10月	東証1部に上場
1971年1月	本社を港区六本木に移転
1977年3月	東京日産モーター(株)の拠点、人員の一部を受け入れる
1982年4月	トーニチサービス(株)設立
1985年7月	新東京日産自動車販売(株)の営業の一部を譲り受ける
1989年3月	東京日産コンピュータシステム(株)(現TCS(株))設立
1999年6月	(株)昭和島サービスセンター設立
2000年7月	本社を品川区西五反田に移転
2002年10月	(株)車検館設立
2003年8月	トーニチサービスが昭和島サービスセンターを吸収合併し、(株)エース・オートサービスに商号変更
2004年3月	東京日産コンピュータシステムがJASDAQ市場上場
2004年4月	会社分割により持株会社体制へ移行し、(株)東日カーライフグループに商号変更
2008年2月	日産ネットワークホールディングス(株)を割当先とする第三者割当増資を実施
2011年4月	日産プリンス東京販売(株)及び日産プリンス西東京販売(株)を子会社化 日産ディーラー事業を大幅に拡大した新たな持株会社体制へ移行し、 日産東京販売ホールディングス(株)に商号変更
2012年4月	エース・オートサービスがエヌティオートサービス(株)に商号変更
2021年7月	子会社の日産系自動車販売会社3社を統合、日産東京販売(株)を設立
2022年4月	東証プライム市場に移行
2023年10月	連結子会社の東京日産コンピュータシステム(現TCS)の普通株式すべてをキャノンマーケティングジャパン<8060>に譲渡 東証スタンダード市場に移行

出所：有価証券報告書等よりフィスコ作成

「CASE」や「MaaS」に即して事業体制を構築

3. 自動車業界の動向

新型コロナウイルス感染症拡大(以下、コロナ禍)やウクライナ情勢などによる生産や流通の混乱が落ち着きを見せても、自動車業界は先端技術化やCO₂排出削減など課題は尽きない。こうした状況のなか、「CASE」と「MaaS」という潮流が、自動車業界に100年に1度の大変革をもたらすと注目されている。「CASE」とは、自動車のIoT化(C:Connected)、自動運転(A:Autonomous)、所有から共有へ(S:Shared & Services)、EV(E:Electric)のことで、自動車業界に大変革を引き起こす一連の技術進化である。一方「MaaS(Mobility as a Service)」は、移動自体をサービスとして捉えた「モビリティ」という考え方に基づき、様々な交通手段を最適に組み合わせることで、予約・決済をワンストップで提供、個人単位の移動ニーズにまで対応したサービスである。自動車業界の大変革期における適応の1つと考えられる。

日産東京販売ホールディングス

8291 東証スタンダード市場

2024年6月27日(木)

<https://www.nissan-tokyo-hd.co.jp/ir/>

会社概要

こうした大変革に即してEVを急速に普及させたのが欧州や中国で、日本では話題が先行するばかりで必ずしも普及しているとは言い難い。理由は、EVに本格参入している国内メーカーが日産自動車くらいで、新車販売台数に占めるEVの構成比が非常に小さいからだ。このため、業界全体に充電器を増やすというモチベーションが働かず、消費者にEV購入の二の足を踏ませているともいえる。こうした環境のなかだが、同社は早い段階からEVやe-POWER※¹といった電動車※²の普及に取り組み、電動車と相性がいいと言われるIoTには先端技術化で、自動運転にはプロパイロット(ProPILOT:運転支援技術)などの技術進化で対応してきたため、同社の電動車は先端性などの面で優位性を発揮している。さらに、「MaaS」に対してはリースやレンタカーなどモビリティ事業の強化を進めている。もちろんEV普及の旗振り役ともいえる同社だから、各店舗に他社メーカー製のEVも利用可能な急速充電器を設置するなど、積極的なインフラ投資も続けている。このように同社は、「CASE」や「MaaS」といった潮流に即して事業体制を構築してきたため、本質的に肥沃な市場といえる日本でEV需要が急拡大する際には、先行者メリットを享受することになる。

※¹ e-POWER:日産自動車独自のハイブリッドユニット。発電のみにエンジンを使用するため、EVと同様のドライビングフィールを味わえる。

※² 電動車:電気自動車(EV)、プラグインハイブリッド車(PHEV、PHV)、ハイブリッド車(HEV、HV)、燃料電池車(FCEV、FCV)などの総称。同社の場合はEVとe-POWER、ハイブリッド車を指す。

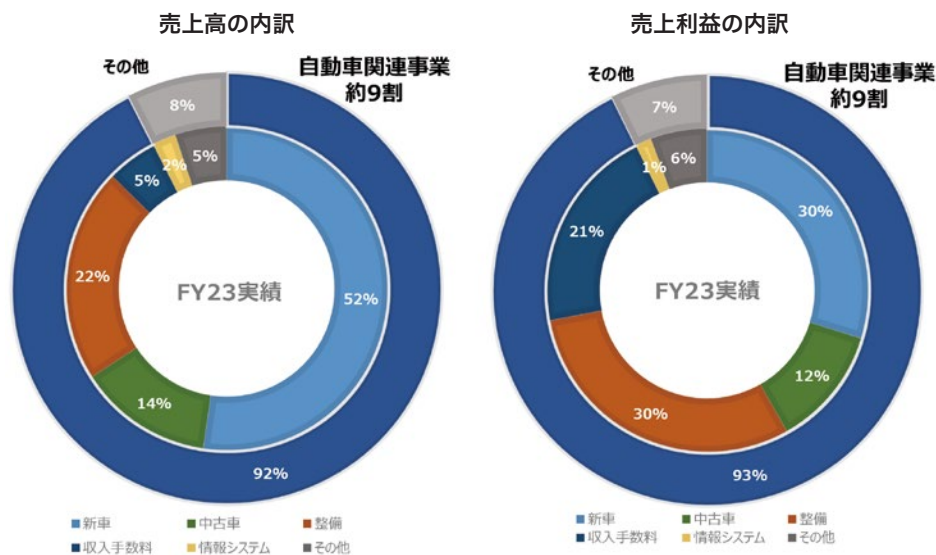
近年、EV需要が鈍化していると言われるが、これは中国や欧州、米国などEVの市場シェアが高い国の現象で、後述するように同社がEVの販売台数を40%も伸ばすなど、成長を続ける日本においては当てはまらない話である。EVのリスクについて、バッテリー寿命・交換コスト、航続距離・充電インフラ・充電時間への不安、車体価格の高さ、高金利、補助金カット(または補助金制度の不備)、新型車の不足、需要一巡などが挙げられることが多いが、これこそ中国や欧米でEVが鈍化している理由といえる。なかでも補助金カットや新型車不足、アーリーアダプターによる需要一巡の影響が相対的に大きく、市場のなかでEVの勢いがやや落ちているということなのであろう。補助金のない状態が通常となり価格がこなれてくれば、日本を含めて、マジョリティによる購買が始まると思われる。もちろんそのためには、キーテクノロジーであるバッテリーにおいて進化や量産の面でブレークスルーが必要となるが、全個体電池の実用化が視野に入りつつある今、マジョリティが動き出す日も近い将来のことではなさそうだ。

■ 事業概要

売上は新車中心、利益のバランスは良好

1. 事業内容

同社は電動車を主軸に、カーライフに関するサービスをワンストップで提供しており、事業セグメントは自動車関連事業、情報システム関連事業（2023年10月全株売却済み）、その他に3分され、自動車関連事業は新車販売、中古車販売、整備、その他に細分される。2024年3月期における自動車関連事業の売上高構成比は9割以上と大半を占め、そのうち6割近くを新車販売が占めているが、利益は新車、中古車、整備、収入手数料、情報システム、その他で良好なバランスにあるといえる。なお、日産自動車と日産東京販売の関係は、日産東京販売が日産自動車から新車や部用品を仕入れて一般消費者などに販売するというだけでなく、EVやプロパイロット、e-POWER、e-4ORCE（電動駆動4輪制御技術）といった先端技術車のPRや試乗会開催、急速充電器の拡充などを通じて、日産自動車と消費者をつなぐ役割も担っている。



注：2024年3月期。セグメント別業績とは分類方法が異なる。

出所：決算説明資料より掲載

日産東京販売ホールディングス

8291 東証スタンダード市場

2024年6月27日(木)

<https://www.nissan-tokyo-hd.co.jp/ir/>

事業概要

(1) 自動車関連事業

日産東京販売は日産自動車の新車全車種を販売している。コロナ禍などにより一時車両供給不足の状況になったが、日産自動車が継続的に新型車を投入したため販売は活性化、新規顧客も増加傾向にある。これに伴って多様化する顧客の期待やライフスタイルに合わせ、同社は「ニッサン・リテール・コンセプト（NRC：Nissan Retail Concept）」という新世代型店舗へのリニューアルを進めている。なお、ルノー車については、日産東京販売社内においてルノー車専門のバーチャルカンパニーとして販売店5店舗を運営、全国のルノーディーラーでNo.1の販売台数という実績を誇っている（2023年度実績）。ところで新車販売台数は、少子高齢化や人口減少、自動車保有率の低下傾向などを背景に、全国で500万台程度と横ばいで推移する時代になった。ディーラーが企業として成長するには、スケールメリットや集約化によって新車や中古車販売の収益性を高めるとともに、新車や中古車以外の成長ドライバーによる独自戦略を展開する必要に迫られている。

(2) 個人リース「P.O.P.」

個人向けカーリースは、自動車を所有するモノというより利用するモノと考える現代の消費者にとって、非常に利便性の高いサービスで、販売先がリース会社という新たな新車の販売形態といえることができる。そのなかで先行した同社の個人リース「P.O.P.」は、25年以上の歴史がある独自の事業で、東京都で約4割という高いシェアを誇っている。「頭金ゼロ・コミコミ・定額」が特徴の「P.O.P.」は、通常の新車買い替えサイクルが一般的に10年と言われるなか、7割以上の顧客が3年で次の新車に乗り換えるうえ、リピート率が9割以上に達するため、同社にとって非常に販売効率の良いビジネスとなっている。同時に、保有期間が一般の半分以下という良質な中古車の仕入れにもなるというメリットがある。こうした個人リースの特徴から、現在、自動車のみならず様々な業種が個人リースに参入しつつある。このため、消費者にとって選択肢が広がり、市場が活性化することが期待されており、「P.O.P.」にとっても追い風になっている。2023年4月からは中古車個人リース（新たな中古車の販売形態）にも着手した。

個人リース「P.O.P.」のブランドサイト



e-POWERなど人気車種が勢揃い!

オススメ車種ラインアップ

0円 頭金

登録時の諸費用・税金はすべてコミコミ!

3年分のメンテナンスも付いてくる!

出所：「P.O.P.」ブランドサイトより掲載

日産東京販売ホールディングス

8291 東証スタンダード市場

2024年6月27日(木)

<https://www.nissan-tokyo-hd.co.jp/ir/>

事業概要

(3) 新車以外の自動車関連事業

新車のほか、中古車の買取・販売、整備・車検なども行っており、新車を販売することで中古車販売の回転が良くなり、整備などのストックビジネスが積み上がるという安定したバリューチェーンを構築している。中古車の買取・販売は、収益の1つの柱であると同時に新車の販売促進という側面もある。買取は、同社を含めた日産ディーラーネットワークが運営する「日産カウゾー」で、中間マージンを排除した高価買取を行っている。販売は、厳しいサービスレベルをクリアした同社のような「クオリティショップ」が、日産自動車による認定中古車を取り扱っており、充実した保証やアフターサービスも提供している。なお、日産自動車公式中古車サイトでは、14,000台以上の中古車を比較検討することができる。

整備は、日産東京販売のストックビジネスの柱として各拠点を中心に事業展開しているが、子会社の大規模総合自動車整備会社エヌティオートサービス(株)は、専門としての確かなサービス品質と最新鋭の設備によって板金・塗装や車検整備、納車整備などを行っており、グループの整備を集中的に扱うセンター的な役割を果たしている。事業所は東京に7拠点、埼玉に1拠点あり、高級輸入車のアルミボディにも対応できる業界屈指の高い技術力を有し、車検整備約33,500台、板金・塗装総台数17,000台という実績を誇る(2024年3月期)。車検については、日産東京販売のほか、車検専門店「車検館」でも扱っている。「車検館」は東京、神奈川、埼玉、千葉に12店舗のネットワークを有し、全店が最新設備をそろえた指定工場で、メーカーを問わず幅広い車種の自動車を入庫でき、国家資格を持つ検査員が確かな技術で検査することをセールスポイントにしている。また、価格やサービス、技術にも定評があり、顧客の8割以上がリピーターと満足度が高く、このため業績好調を続けている。

このほか、損害保険・生命保険の代理店や車両輸送・登録代行業務、日産車をベースにしたキャンピングカー専門のディーラー、不動産賃貸などを行っているが、こうした自動車販売周辺の事業へと多角化することで、グループとしてシナジーを高め、幅広いユーザーの獲得につなげている。

(4) 情報システム関連事業

同事業の中核である東京日産コンピュータシステムは、マネージドサービスカンパニーとして全国の自動車ディーラーに対し、ハードウェアや統合型マネージドサービス「ITte(イッテ)」などソフトウェアの販売、及びデータセンターなどの情報資産の管理や運用・監視業務、業務効率化・生産性向上の支援を行ってきた。なお、同社は東京日産コンピュータシステム全株式を、2023年10月2日にキャノン<7751>の子会社キャノンマーケティングジャパン<8060>に譲渡し、10月30日に東京日産コンピュータシステムは上場廃止となって、11月1日に社名をTCS(株)に変更した。親子上場による様々な問題の解消に加え、自動車関連事業への集中などグループ内の経営資源の最適化、東京日産コンピュータシステムとキャノンマーケティングジャパンというIT企業間のシナジー発揮などが目的で、3社がウィン・ウィン・ウィンの関係となること確認できたため譲渡に至った。

日産東京販売ホールディングス

8291 東証スタンダード市場

2024年6月27日(木)

<https://www.nissan-tokyo-hd.co.jp/ir/>

事業概要

EV 販売、顧客基盤、ネットワーク、ベストプラクティスに強み

2. 同社の強み

同社には、「CASE」や「MaaS」の時代における総合モビリティ事業のフロントランナーとしての優位性がある。そうした優位性は、(1) EV 販売のパイオニア、(2) 顧客基盤 35 万件のストックビジネス、(3) 地域に根ざした店舗ネットワーク、(4) 「ベストプラクティス」などの強みによって支えられている。

(1) EV 販売のパイオニア

同社は、EV の販売やサービスに関する長年蓄積されたノウハウを有する EV 販売のパイオニアとして、業界をリードしている。販売面では、14 年にわたり累計 14,000 台を超える EV の販売実績や、国産初の量産 EV 「リーフ」、SUV 「アリア」、軽自動車 EV 「サクラ」など充実の EV ラインナップを誇り、家庭用充電器の販売や EV に蓄えた電力を家で使うことができる V2H※の提供など EV コンサルテーションも行っている。メンテナンス体制では、日産 EV 認定整備士約 700 名を擁する安心の整備体制のほか、エヌティオートサービスでは EV の重整備工場 3 ヶ所を有している。EV のインフラとして重要な急速充電器も、都内に 100 基配備して 365 日・24 時間誰でも利用できるようになっており、充電回数は年間で約 20 万件の実績がある。また、災害時のポータブル給電器「パワー・ムーバー」も 83 基を配備している。

※ V2H: “Vehicle to Home” の略称でカーバッテリーに蓄えている電力を自宅で使えるようにする機能。

(2) 顧客基盤 35 万件のストックビジネス

同社は新車や中古車の販売による年間約 70 万台に達する在庫台数を通じ、個人リース（保有台数 13,000 台以上）、整備収入につながるメンテナンスパック会員（12.6 万人）、金融商品（利用率約 50%）、保険付保（約 13 万件）など顧客基盤 35 万件にのぼるストックビジネスを展開している。こうした既存顧客との取引による安定したストック収益で営業費の約 90% をカバーしており、同社の収益体質の強さにつながっている。

(3) 地域に根ざした店舗ネットワーク

同社の地盤は東京都都心 8 区※を除く東京都全域で、東京都約 1,400 万人の人口の約 9 割をカバーしている。同社はこうした肥沃な東京をドミナント化し、新車販売店舗 108 店舗（ルノー店 5 店舗を含む）、中古車販売店舗 18 店舗、「車検館」店舗 12 店舗、エヌティオート 8 センターを構えている。こうしたネットワークを軸にモビリティ事業を展開することで、購買力の強い東京の消費者に高い利便性を提供している。

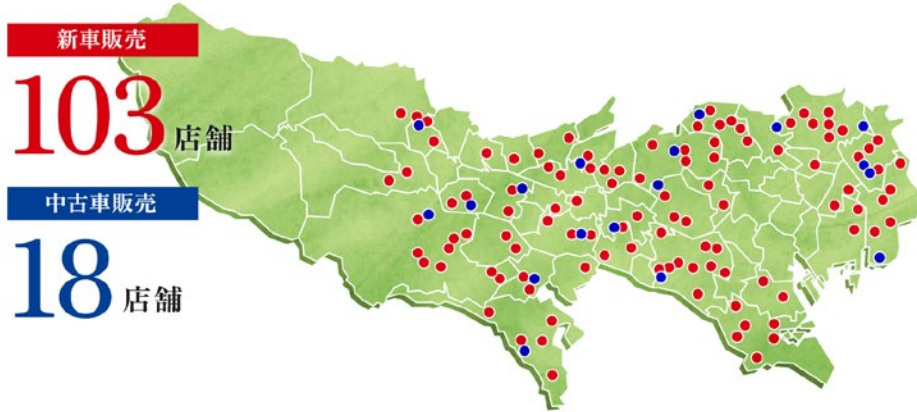
※ 東京都都心 8 区とは千代田区、中央区、港区、新宿区、文京区、台東区、渋谷区、豊島区のこと、いわゆる都心に当たり、法人需要をメインとする日産自動車の連結子会社が展開しているエリアである。

(4) 「ベストプラクティス」

ノウハウや情報を速やかに共有し水平展開していく「ベストプラクティス」も同社の強みである。旧日産販売会社 3 社を傘下に持株会社制に移行して以来、「ベストプラクティス」によって同社の販促や営業のヒット率は上がり、顧客のニーズに合わせた商品提案力は向上し、1 台当たりの販売単価は高くなるという成果につながっている。EV に関しても、走行距離や充電、補助金制度、充電設備工事への不安を解消する「ベストプラクティス」を水平展開することで、販売増加につなげている。その結果、東京という高コストのエリアを地盤としていながら、自動車ディーラーとしては相対的に高い水準の営業利益率を実現している。

事業概要

地域に根ざした店舗ネットワーク



出所：ホームページより掲載

業績動向

新車販売が好調、利益は各段階で過去最高を更新

1. 2024年3月期の業績動向

2024年3月期の業績は、売上高が148,972百万円(前期比8.2%増)、営業利益が8,709百万円(同36.1%増)、経常利益が8,364百万円(同37.3%増)、親会社株主に帰属する当期純利益が7,337百万円(同125.0%増)となり、利益はいずれも各段階で過去最高を更新した。期初計画との比較では、売上高で1,028百万円未達になったものの、営業利益で2,709百万円、経常利益で2,664百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で4,037百万円の過達となった。

2024年3月期業績

(単位：百万円)

	23/3期		24/3期		増減率
	実績	売上比	実績	売上比	
売上高	137,659	100.0%	148,972	100.0%	8.2%
売上総利益	33,544	24.4%	36,926	24.8%	10.1%
販管費	27,145	19.7%	28,217	18.9%	4.0%
営業利益	6,399	4.7%	8,709	5.8%	36.1%
経常利益	6,090	4.4%	8,364	5.6%	37.3%
親会社株主に帰属する 当期利益	3,261	2.4%	7,337	4.9%	125.0%

出所：決算短信よりフィスコ作成

日産東京販売ホールディングス

8291 東証スタンダード市場

2024年6月27日(木)

<https://www.nissan-tokyo-hd.co.jp/ir/>

業績動向

2024年3月期に入って、半導体などの部材不足が解消しつつあるため車両の供給も徐々に正常化に向けて増加、新車登録台数は全国が前年比3.2%増、同社のマーケットである東京都内は同7.3%増となった。同社は、2年連続でEV販売台数No.1となったサクラをはじめアリアやリーフといったEVや、新型セレナほかノート、ノートオーラ、エクストレイルなどのe-POWER車を中心に受注が増加、新車の登録台数は前期比6.2%増となった。なかでも新型セレナは、e-POWERの高い静粛性や「プロパイロット2.0」などによる先進的な運転支援が評価され、カーオブザイヤーをはじめ権威ある表彰を受けた。

RJCカーオブザイヤーとテクノロジー・カー・オブ・ザ・イヤーをダブル受賞した「セレナ」


出所：日産自動車ホームページより掲載

利益面では、前年の好市況の反動で中古車利益は減少したものの、新車販売台数の増加や電動車中心の販売による単価上昇、高収益の個人リースの拡大、それらに伴う収入手数料の増加により売上総利益率が改善した。販管費は給与アップや設備費、基幹店舗の大規模リニューアルなど営業に関わる経費を増やしたが、3販社統合効果や店舗リニューアル、ベストプラクティスの横展開などによる店舗運営や営業の効率化効果が継続したうえ、整備事業の車検館が過去最高益を更新したことなどから、子会社売却による逸失利益をカバーし、営業利益は過去最高を更新することとなった。なお、特別利益に子会社売却益を計上したため親会社株主に帰属する当期純利益の増加率は特に大きくなった。期初計画との比較では、当初想定していなかった子会社売却による売上高や利益の逸失に対して、新車の売上高増加、高額車比率の上昇、店舗や営業における生産性の向上などにより、売上高は逸失分をカバーしきれなかったが、各段階の利益はカバーしただけでなく大きく上振れることとなった。子会社売却益が特別利益に計上されたことから、親会社株主に帰属する当期純利益の上振れ幅は特に大きくなった。

車両不足が解消した新車がけん引

2. セグメント別の業績動向

セグメント別の業績は、自動車関連事業が売上高 144,959 百万円（前期比 18.4% 増）、セグメント利益 9,529 百万円（同 42.9% 増）、情報システム関連事業が売上高 3,599 百万円（同 52.7% 減）、セグメント利益 228 百万円（同 62.8% 減）、その他が売上高 413 百万円（同 8.7% 増）、セグメント利益 13.7% 増）であった。なお、情報システム関連事業の東京日産コンピュータシステムについては、全株式を 2023 年 10 月 2 日付で譲渡したため、第 2 四半期までの業績が含まれることとなった。

2024年3月期セグメント別業績（調整前）

（単位：百万円）

売上高	23/3 期		24/3 期		増減率
	実績	売上比	実績	売上比	
自動車関連事業	129,673	94.2%	144,959	97.3%	11.8%
新車	71,099	51.6%	84,176	56.5%	18.4%
中古車	20,922	15.2%	21,631	14.5%	3.4%
整備	29,911	21.7%	30,767	20.7%	2.9%
その他	7,740	5.6%	8,384	5.6%	8.3%
情報システム関連事業	7,605	5.5%	3,599	2.4%	-52.7%
その他	380	0.3%	413	0.3%	8.7%

セグメント利益	23/3 期		24/3 期		増減率
	実績	利益率	実績	利益率	
自動車関連事業	6,667	5.1%	9,529	6.6%	42.9%
情報システム関連事業	612	8.0%	228	6.3%	-62.8%
その他	153	40.3%	174	42.1%	13.7%

注：セグメント利益は営業利益
出所：決算短信よりフィスコ作成

(1) 自動車関連事業

自動車関連事業の売上高の内訳は、新車が 84,176 百万円（前期比 18.4% 増）、中古車が 21,631 百万円（同 3.4% 増）、整備が 30,767 百万円（同 2.9% 増）、その他が 8,384 百万円（同 8.3% 増）で、コア事業の新車がけん引する格好となった。

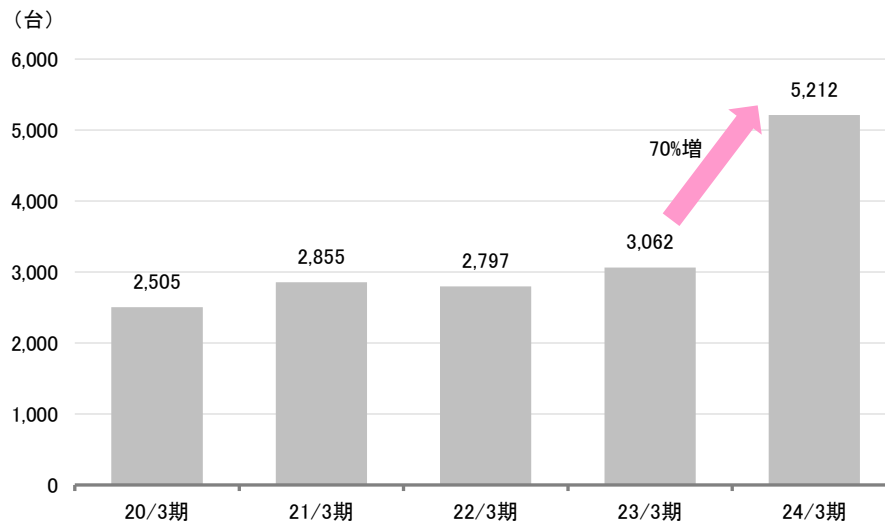
業績動向

1) 新車販売

同社は強みを背景に、個人リースを含む新車の拡販と収益の拡大に継続して取り組んだ。当初、車両供給不足から納期遅れが発生（一部受注停止にもなった）、EVを中心に受注残が積み上がったが、下期へ向けて徐々に改善、現在はほぼ解消した状況である（このため一時停止していたアリアの受注を2024年3月から再開した）。この結果、納車が一気に増え、登録日基準の新車販売台数は26,307台（前期比6.2%増/業績に反映される新車販売台数は同2.8%増）となった。引き続きe-POWER車を含む電動車を中心に販売を促進したため、電動車販売比率は90%以上を維持した。なかでもEVは、ベストプラクティスによる提案を進めたこと、比較的低価格の軽EVサクラを投入したことにより、販売台数が前期比40.8%増と大きく伸び、累計販売台数は1.4万台を突破、販売比率も国内平均を大幅に上回る17.8%になるなど、電動車全体をけん引した。また、高額な電動車の納車が一気に進んだことで車種ミックスが改善、販売単価が10数%上昇した模様である。

2) 新車個人リース

カーリースが一般的に普及しつつあるなか、個人リース「P.O.P」は非常に好調に推移した。26年以上の実績を背景にベストプラクティスを共有した提案型営業を推進したことで、販売台数が5,212台（前期比70.2%増）と大きく伸び、個人リース保有台数は13,148台（2024年3月期末）、東京都におけるシェアは約4割となった。また、個人リースの販売台数の伸長により保険料収入も増加した。

新車個人リース販売台数


出所：決算説明資料よりフィスコ作成

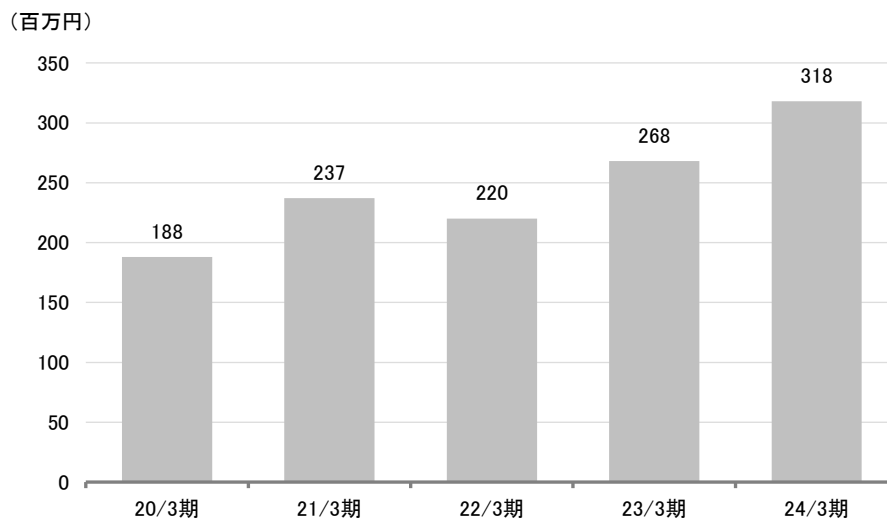
3) 中古車販売

上期を中心に中古車市況が前年反動で下がるなか、オークションや業者間取引に比べて単価もマージンも高いうえ、メンテナンスも期待できる収益性の高い「小売販売」に注力した。また、新車個人リースのノウハウを生かして中古車個人リースを開始したが、中古車全体の2%～3%となる266台を販売するなど好スタートを切った。

業績動向

4) 整備事業

日産東京販売の整備事業については、総ユーザー数の47.3%をカバーするメンテナンスバック会員数12.6万件など、強固な顧客基盤を背景に安定した在庫台数を確保、売上高は前年比2.4%増、営業利益は同3.1%増と堅調な推移となった。メンテナンスバックのカバー率は相対的に高いようだが、輸入車ディーラーのなかには標準装備しているところもあることから、さらに引き上げていく考えである。また、「車検館」については、ノンブランドでメーカーを問わず幅広い車種を取り扱えることや顧客満足度が高いことから、じわじわと売上高が向上、効率化推進もあって営業利益は前期比18.6%増と大きく伸び、売上高、営業利益ともに2期連続で過去最高を更新した。

車検館の営業利益推移


出所：決算説明資料よりフィスコ作成

5) その他

その他は保険の手数料や分割手数料などで、新車の販売を起点に売上高が伸びた。また、個人リースの拡大に伴って、保険手数料も伸長した。

(2) その他の事業
1) 情報システム関連事業

情報システム関連事業の売上高は3,599百万円(前期比52.7%減)、セグメント利益は228百万円(同62.8%減)となった。全株式を売却したため第2四半期までの収益貢献となったが、保守契約の解約はあったものの、IT投資が活発化するなか、マネージドサービス事業が堅調に推移した。

2) その他

その他の事業である不動産事業は、賃料改定などを背景に、売上高が413百万円(前期比8.7%増)、セグメント利益が174百万円(同13.7%増)となった。

さらなる成長と収益力の強化に向けて行動を起こした

3. トピックス

2024年3月期のコーポレートアクションとしてのトピックスは、スタンダード市場への移行と東京日産コンピュータシステムの全株式譲渡である。2023年10月に同社はスタンダード市場へ移行した。経営資源を中期経営計画に集中し、さらなる成長と収益力の強化に注力することが目的で、中長期的な企業価値の向上を目指したアクションといえる。東京日産コンピュータシステムは2023年10月2日に連結除外となったが、前述したように、同社が持続的に成長するため経営資源を自動車関連事業に集中するとともに、東京日産コンピュータシステムも譲渡先のキャノンマーケティングジャパンとのシナジーにより一段と成長していくことを目的としている。このほか、地域社会への貢献に関するトピックスとして、能登半島地震への復興支援や交通遺児育英会への寄付、「社会貢献推進プロジェクト」を行った。

売上高は保守的な印象だが、コストをしっかりと使う方針

4. 2025年3月期の業績見通し

同社は2025年3月期の業績見通しに関して、売上高150,000百万円(前期比0.7%増)、営業利益7,500百万円(同13.9%減)、経常利益7,000百万円(同16.3%増)、親会社に帰属する当期純利益4,500百万円(同38.7%減)と見込んでいる。引き続き持続的成長のための人的資本の充実や顧客利便性向上のための店舗投資など中期経営計画の取り組みを着実に推進することで、事業の成長を図るとともに企業価値の向上に努める考えである。

2025年3月期業績見通し

(単位：百万円)

	24/3期		25/3期		
	実績	売上比	予想	売上比	増減率
売上高	148,972	100.0%	150,000	100.0%	0.7%
売上総利益	36,926	24.8%	-	-	-
販管費	28,217	18.9%	-	-	-
営業利益	8,709	5.8%	7,500	5.0%	-13.9%
経常利益	8,364	5.6%	7,000	4.7%	-16.3%
親会社株主に帰属する 当期利益	7,337	4.9%	4,500	3.0%	-38.7%

出所：決算短信よりフィスコ作成

日産東京販売ホールディングス

8291 東証スタンダード市場

2024年6月27日(木)

<https://www.nissan-tokyo-hd.co.jp/ir/>

業績動向

新車登録販売台数については、引き続き電動車を中心とした販売を軸とするが、納車が正常化したことから27,000台(前期比2.6%増)程度と想定している。一方、販売単価については、電動車が出揃ったことで価格帯がいったん落ち着くため車種ミックスによる上昇を見ていないようだ。また、日産自動車の戦略によればインパクトのある新型車の投入を見込めないうえ、東京日産コンピュータシステムの半期分の業績をカバーする必要があるため、慎重な見方になっているようだ。ほかにも、車両供給の正常化に伴って受注再開したEVのフラッグシップカーであるアリアの通年寄与、注目度が増しているため前期と同等以上の増加が期待できる個人リースなどを考えると、売上高はやや保守的な印象がある。加えて、EVの補助金の条件で満額評価を受けていること、東伏見店(2024年4月竣工)を含め新築・改装4店舗の竣工が予定されていること、世界第2位のEVメーカーである中国BYDの日本参入によりEVに注目が集まること、高評価の電動車の充実のラインナップを引き続き提案型営業で訴求していくことなど、売上高の押し上げ要因は多い。中古車と整備は微増収を見込んでいるが、中古車は中古車個人リースが順調に立ち上がっていること、整備は「車検館」が効率化を一層推進して入庫台数を増やそうとしていることから、これらの売上高も保守的な印象がある。

一方、コスト面では、日本経済も車両不足も正常化するなか、物価上昇に加え、持続的成長のための人的資本や店舗、働く環境整備などへの投資強化による増加を想定している。人的資本については、人材確保に向けて新卒や中途採用を増やすほか、働き方改革や教育などに積極的に投資していく方針である。店舗では、より多くの先進装備を顧客に体験してもらうため、電動車の試乗車を最新のものへ入れ替える投資を行う予定である。また、電動化・安全・運転支援技術に対応するため、測定機器など最新鋭の整備機器を導入することも計画している。このため、3販社統合の効果が漸減傾向となるなか、ややコストプッシュな1年となる可能性がある。

■ 中期経営計画

企業理念と大切にしている価値観をエンジンに中期経営計画を推進

1. 企業理念

「CASE」や「MaaS」の考え方が広がるとともに、カーボンニュートラルに対する社会全般の意識や、所有からシェアやリースなどへとシフトする顧客の自動車に対する考え方、店頭からオンラインへという顧客の購買プロセス、人口減少や多様な働き方など、同社を取り巻く事業環境が変化の速度を上げている。これに対して同社は、取り組むべき課題として、EV普及によるカーボンニュートラル社会の実現への貢献、個人リースのノウハウを生かした販売、店舗ネットワークや試乗車を生かしたモビリティ事業の拡張、リアルとデジタルを融合しブランド体験を促進する店舗づくり、働き方改革や生産性向上に向けた業務・運営体制の改善などを挙げた。

中期経営計画

こうした課題の解消に加え、移動の楽しみや安心・安全・快適な運転といった普遍的価値を提供し続けるため、同社は企業理念「モビリティの進化を加速させ、新しい時代を切りひらく 笑顔あふれる未来のために、わたしたちは走り続ける」を掲げている。こうした企業理念の実現へ向けて、「お客さまを笑顔に・働く仲間も笑顔に・チームワーク・プロフェッショナル・チャレンジ・考えながら動く・地域との共生・社会的責任」という8つの大切にす価値観を重視するとともに、長期視点に立ったサステナビリティ経営に向けて、「気候変動への対応、安心・安全な社会の実現、人権の尊重と人的資本の充実、地域社会への貢献」という4つのマテリアリティ（重要課題）を特定し対処していく方針である。こうした取り組みを着実に実行していくための通過点として、同社は4ヶ年の中期経営計画（2024年3月期～2027年3月期）を策定し、現在実行しているところである。

営業利益は3年前倒して中期経営計画を達成、リバイズを検討

2. 中期経営計画の進捗

ただし、中期経営計画の目標のうちいくつかはすでに達成してしまった。当初、売上面で新車販売台数のコロナ禍前の水準の確保、本業のディーラー事業の増収増益、ストックビジネスでの収益上積み、コスト面では人材・デジタルへの投資強化、設備費・経費の最適化によって、2027年3月期に売上高1,550億円、営業利益65億円、配当性向30%以上などの財務目標の達成を目指した。また、カーボンニュートラルへ向けた動きも推進し、乗用車の電動化比率90%以上の維持、EV販売によるCO₂排出量1.6万トン削減という長期非財務目標の達成も同時に目指した。このうち、財務目標の中心となる営業利益は2024年3月期に3年前倒して達成、減益で見ている2025年3月期も目標をクリアする見込みとなっている。また、電動化比率についてはすでに目標を達成、売上高も達成が視野に入ってきた。これは、2024年3月期の業績が想定以上に好調だったことが要因である。このため、2024年3月に日産自動車が価値・競争力・収益性の向上を柱とした新経営計画「The Arc」を発表したこともあり、同社は中期経営計画をリバイズ（改訂）し内容を強化することを検討している模様である。

重点戦略は電動化リーダー、安全・運転支援技術、モビリティ事業

3. 中期経営計画の重点戦略

同社は、「CASE」を前提に電動車と先進の安全・運転支援技術を搭載した車を拡販するとともに、企業理念を通じ長期的にサステナビリティ経営を実践していく考えである。こうした考えに即した展開している電動化リーダー、安全・運転支援技術、モビリティ事業という3つ重点戦略は、リバイズによって目標など数値の変更はあるかもしれないが、今後も変わらないと思われる。

(1) 電動化リーダー

電動化リーダーとは、EVなど電動車のパイオニアとしての強みを生かし、電動車を運転する感動を世の中に広げ、カーボンニュートラルの推進に直接的に貢献していくことである。国産メーカーでは日産自動車以外にほとんど本格参入していないにもかかわらず、EVに対する消費者の関心は高く、EVの購入意欲が高まっている。そこで同社は、販売・営業体制、整備体制・設備、急速充電器網など14年以上にわたって蓄積してきたEVのノウハウやインフラを生かし、早期に電動車販売比率90%以上（すでに達成済みで上方修正の可能性あり）、EVの年間販売台数10,000台の達成を目指すこととした。日産自動車も2030年度までの10年で新型EV15車種をグローバルに投入する計画になっており、同社もサクラやリーフ、アリア、今後登場する予定の新型車などEVの販売を一段と強化していく予定である。また、EVを販売することで、CO₂排出量1.6万トン削減やEV給電による災害対応、再生可能エネルギー利用の店舗網構築を目指すことで、環境や社会に対し直接的な貢献を強める考えである。

充実のEVラインアップ



出所：決算説明資料より掲載

(2) 安全・運転支援技術

同社は、先進の安全・運転支援技術による安心と安全をより多くの顧客に提供し、それを支える整備体制で日々の安心と安全もサポートしていく方針である。このため、試乗車1,400台を配備して店舗での試乗機会を増やすとともに、「e-シェアモビ」などを生かして、顧客がプロパイロットなど先進運転支援システムを体験する機会を広げる。また、車載式故障診断装置の全店配備や特定整備制度の認証取得に向けた最新整備機器の導入、すでに一日の長がある整備士のさらなる技術力向上、安心・安全なカーライフに直結する「電子制御システム整備」の体制構築も進める考えである。また、先進運転支援システム「プロパイロット」を主要車種の97%に標準装備またはオプション設定されている。ちなみに現在のプロパイロットは、バージョン1.0から、カーナビゲーションと連動した高速道路上でのレーンチェンジや手離し運転などができる2.0へと進化している。ただし、ドライバーが監視し続ける必要がまだあるなど制約もある※。

※ 詳細は同社または日産自動車のホームページを参照。

(3) モビリティ事業

モビリティ事業の強化により、所有からリースやシェアへシフトするというトレンドに的確に対応していく方針である。1997年から展開している新車個人リース「P.O.P」は、そのノウハウをベストプラクティスとして全社で生かしており、顧客へのベネフィットを訴求することで、利用率・定着率の向上と乗り換えの促進につなげている。この結果、「P.O.P」は早期の買い替えを通じて同社の新車販売の拡大にも貢献する事業として急成長を開始、今後さらなる成長が期待されている。また、「P.O.P」の好調を受けて中古車個人リースにも参入、順調な立ち上げとなったようだ。モビリティ事業ではほかに、レンタカーを全店に配備するとともに運用台数を増強、日産自動車の先端技術が体験できるカーシェアリングサービス「e-シェアモビ」へのEV車サクラやe-POWER車セレナなどの配備も拡大した。これにより、顧客の利便性を向上するとともに、電動車を運転する機会の拡大や、プロパイロット2.0など先進運転支援技術へのタッチポイントの広げ、同社のEVやe-POWERに対する理解を促していく考えである。

「ニッサン・リテール・コンセプト」店を着実に拡大

4. 店舗ネットワーク

店舗は、顧客の多様なニーズに応えつつ、来店から納車までワクワクするような体験を提供する主要なタッチポイントである。このため、「ニッサン・リテール・コンセプト」に基づく店舗リニューアル・新規出店も、重要戦略と考えて差し支えないだろう。2023年3月期はリニューアル9店、2024年3月期はリニューアル1店、2025年3月期は新規出店とリニューアルで4店と、着実に計画をこなしていく予定である。また、新たなタッチポイントとして、デジタル技術やメタバース技術を活用した自動車の新たな販売方法を探ることも検討しており、近い将来ではないかもしれないが、主要販路となる可能性があると考えられている。

投資を前倒したことで早期に成果が顕在化

5. 投資計画

中期経営計画のなかで同社は、既存領域への投資に加え注力領域への投資も積極化し、4年間で総額300億円規模の投資を実行する予定である。内訳は、持続的成長のための既存ビジネス強化に向け、ネットワーク刷新や環境対応、事業ポートフォリオ再構成に250億円、変革への推進力となる人財・DXに向け、ITによる効率/生産性向上や事業の多角化、ベストプラクティス強化に20億円、新規事業への参入や資本業務提携による事業領域拡大に向け、モビリティ関連やEV周辺事業などに30億円を投資する考えである。こうした投資により収益を向上し、2027年3月期にはROE(自己資本当期純利益率)7.0%を計画している。そのため、ネットワークの刷新や新たな顧客接点の構築、効率化投資などにより営業利益率4.2%、収益拡大に向けた投資と資産の有効活用(不要な資産の圧縮)によりROA(総資産当期純利益率)3.4%、財務安全性を確保しつつ資本構成の最適化を目指すことでD/Eレシオ0.26倍を目指す。ただし、1年目に総投資額の半分にあたる150億円の投資を決定したことで成果が前倒しで顕在化させる方針である。

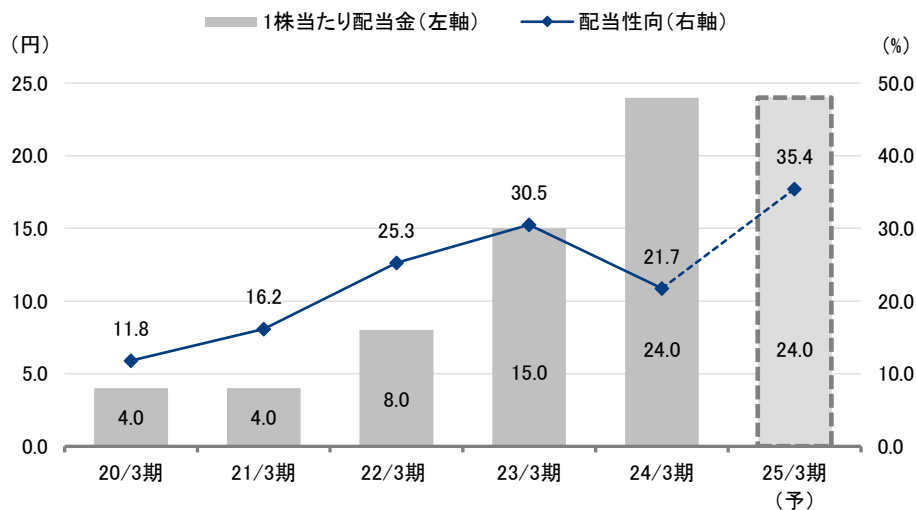
■ 株主還元策

配当性向 30% 台維持を目標に、業績に応じて株主還元を強化

1. 配当政策

同社は、株主への利益還元を行うことを経営の重要課題の1つと認識し、成長性を確保するための内部留保も考慮しながら、配当性向 30% 台維持を目標に据えるとともに、業績に応じた機動的な対応を行うなど株主還元を強化していくことを基本方針としている。このため、2024年3月期の年間配当金を、営業利益が計画を上回り、また特別利益を計上することになったため、9円増配して24円（中間配当金9円、期末配当金13円、期末特別配当金2円）とした。2025年3月期の年間配当金は、特別配当金がなくなるものの、24円（中間配当金12円、期末配当金12円）を維持する予定である。

1株当たり配当金と配当性向の推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

オリジナル QUO カードを贈呈

2. 株主優待制度

同社は、株主の日頃の支援に感謝するとともに、同社株式への投資魅力を高め、より多くの株主に中長期的に同社株式を保有してもらうことを目的に、株主優待制度を導入している。株主優待制度の対象となる株主は、基準日（3月31日）の株主名簿に記載または記録された同社株式5単元（500株）以上保有している株主である。株主優待の内容は、同社人気車種を意匠したオリジナル QUO カードを、500株以上1,000株未満を保有する株主に1,000円分、1,000株以上5,000株未満を保有する株主に2,000円分、5,000株以上を保有する株主には保有継続期間2年未満で3,000円分、保有継続期間2年以上で5,000円分を贈呈している。贈呈の時期は、毎年1回、同社定時株主総会終了後（6月下旬頃）に発送する予定としている。

株主優待のオリジナル QUO カード

第110期



第111期



出所：同社ホームページより掲載

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp