2026年11月27日

各　位

会　社　名　株式会社アップガレージグループ
代表者名　代表取締役社長　河野　映彦
（コード番号：7134　東証ｽﾀﾝﾀﾞｰﾄﾞ市場）
問合せ先　専務執行役員管理本部長　大口　智文
（TEL 045-988-5777）

2027年3月期 第2四半期決算　質疑応答集

2026年11月6日に発表いたしました2027年3月期 第2四半期決算に関しまして、投資家の皆様より寄せられたご質問と、それに対する当社の回答を以下の通り開示いたします。

なお、ご理解いただきやすいよう、一部内容の加筆・修正を行っております。
今後も、投資家の皆様への情報提供に努めてまいります。

記

質問1．第2四半期は、中間業績予想を上回る好進捗となっています。この主な要因について教えてください。

好決算の要因は次のとおりです。

① 物価高やタイヤメーカー各社の値上げを背景として、リユース品に対する需要が拡大・継続しております。当社としても買取価格を引き上げつつ、販売価格の適正化を進めることにより、着実に業績向上につなげております。
② 前期に出店した直営10店舗の立ち上がりが好調で、業績拡大に大きく寄与しております。
③ 流通卸売業態（ネクスリンク等）において、既存取引先での取扱高を拡大させるとともに、新規取引先の開拓が順調に進んでおります。

質問2．冬タイヤの動きが出る下期に業績が偏重する中において、今上期の業績は好調です。業績の季節性が少なくなってきていると捉えて良いのか、業績割合の変化も含めて教えてください。

冬タイヤが売上・利益率ともに夏タイヤを上回るという構造は従来どおりです。このため業績の下期偏重の傾向は引き続き変わらないと考えております。

一方で、年間を通じて「上期に注力すべき施策」と「下期に確実に取り込む需要」を明確化し、AIや

DX による省力化も進めながら業務を着実に実行する仕組みを整備しております。
　これにより通期で計画に沿った利益を積み上げる体制が整いつつあります。

質問３．物価高が着実に進んでいる状況において、リユースビジネスの成長期待が高まっています。実際、ビジネスを遂行される中で、環境的な追い風を感じられるポイントについて教えてください。

　物価高により価格に敏感な消費者が増えており、新品価格の高騰を受けてリユース品を選択される層が厚くなっています。従来はカー用品量販店やディーラーでそのまま新品を購入されていた方が、他社との相見積もりを取ったり、中古品を検討されたりするケースが増えています。
　特に、量販店やディーラーの新品タイヤの見積書をご持参のうえ、当社店舗へご来店されるお客様が明確に増加しており、購買行動の変化を強く実感しております。

質問４．リユース需要が好調とのことですが、市場全体の拡大と貴社のシェア拡大、どちらの貢献が大きいのでしょうか。

　双方の側面がございますが、当社としては単なるシェアの奪い合いよりも「市場全体の拡大」が重要であると考えます。
　商品単体では C2C プラットフォーム（フリマアプリやネットオークション）と競合する部分はありますが、中古カー・バイク用品を全国規模の実店舗で専門的に展開するプレイヤーは他に存在いたしません。
　約 1.4 兆円とされる新品カー用品市場に対し、中古市場はまだ 800 億円程度にとどまっており、開拓余地は極めて大きいと見ています。「車本体が中古で買えること同様にパーツもリユースで買う」という文化を普及させ、市場規模を 1,000 億円、2,000 億円へと拡大させていくことが当社の持続的な成長につながると考えております。

質問５．貴社のビジネスにおいては、買取部分の役割が大きいと思いますが、出店を増やされる中において買取部分の戦略と現状について教えてください。

　買取は当社ビジネスの生命線であり、新規出店を検討する際も「十分に買取が集まる立地・地域か」を最重要視しております。
　当社で取り扱う商材は重量があり、郵送に不向きなものが多いため、既存店とのカニバリズムを起こさない範囲で店舗網を広げ、お客様の生活圏内に買取窓口を設けることが重要です。
　また、単なる買取・販売ではなく、店頭での循環（売って買う体験）を重視しているため、EC 販売比率は 25%程度に抑えています。あわせて、店頭での待ち時間を減らす買取予約システムの整備や、商品層を広げるための法人買取の強化も推進しております。

質問６．ネクスリンク（受発注プラットフォーム）が、今期は好調です。ネクスリンクの状況と今後の拡大策について教えてください。

中古車ディーラー様を始めとして自動車関連企業においては、人手不足や DX 推進を背景とした業務効率化ニーズが高まっており、ネクスリンク導入企業数および取扱高共に順調に拡大しております。

ディーラー様各社は車両販売や車検・整備獲得に注力されるため、カー用品販売に関しては適合確認等の専門知識を要することもあり、敬遠されがちでした。

一方、ネクスリンクは適合確認から発注・請求までをワンストップで完結できる仕組みを提供しており、これをご活用いただくことで、お取引先様の業務負荷軽減とお客様単価向上をともに実現できます。

今後は既存大手との取引深耕および新規開拓に加え、お客様ニーズに応じた機能改良や、商品仕入れを伴わないシステム単体での利用提案も強化し、さらなる成長を目指してまいります。

質問７．前期は、年間で 10 店舗の大量出店をされました。貴社の戦略であるドミナント出店の成果も含めて、上期の業績寄与状況について教えてください。

前期に出店した直営 10 店舗は、当初の想定以上に順調な立ち上がりを見せており、上期のトップライン拡大に大きく寄与いたしました。

地方エリアにおきましては、出店そのものが地域のお客様から歓迎され新たなマーケットを開拓できており、特に北関東エリアは冬タイヤ需要がいち早く動くため、シーズン動向を先読みするパイロット店舗としての役割も果たしております。

また、ドミナント戦略を推進する神奈川エリア（田園都市線沿線等）におきましても、地域特性に合わせた店舗づくりや商品構成を徹底したことで既存店とのカニバリズムは発生しておらず、利益面におきましては今期下期以降からさらに本格的に寄与してくる見込みです。

質問８．海外店舗の出店ペースについて、課題と今後の見通しについて教えてください。

米国市場は需要が旺盛で物件情報も集まっておりますが、出店にあたり家賃交渉だけでなくモール関係者全員の同意取得、中古品取扱許認可（セカンドハンドライセンス）の取得、日本からの派遣スタッフのビザ取得に一定の期間を要することなど、日本の出店環境とは異なる課題があります。　ただし、出店プロセスのノウハウが社内に蓄積されてきており、今後は複数案件の並行推進やリードタイムの短縮が可能です。

従来よりもペースを少し早めつつ、年間 1～2 店舗の出店を続けます。5～6 店舗規模となれば、米国事業の収益貢献が本格的に顕在化すると見ております。またカリフォルニア州内だけでも 10～20 店舗の出店余地があると見ておりますが、将来的には他州への展開も視野に入れております。

質問９．AI 買取査定、販売価格自動化等のシステム導入の成果について教えてください。

AI 買取査定につきましては、トライアル期間を経て現在は直営全店への導入を完了しております。すでに査定スピードの向上による業務の省力化や、専門知識を補完することによる若手スタッフの早期戦力化に大きく寄与しております。引き続きデータ収集を継続し、AI モデルへの学習を重ねながら精度向上を図ってまいります。

また、販売価格の自動化につきましても、粗利率および在庫回転率の向上に着実に貢献しております。

質問 10. 好進捗な業績状況を踏まえて、今期業績予想達成、計画上振れのためのポイントについて教えてください。

通期業績予想の達成につきましては、現在推進している店舗運営、新規出店、および仕入れ強化の各施策を着実に実行することで十分に実現可能と考えております。

さらなる上振れ要因としては、冬季の厳しい冷え込みや降雪に伴うスタッドレスタイヤ需要の急増が挙げられます。一方で、仮に暖冬となった場合でも計画を堅実にクリアできるよう準備を整えており、まずは足元の施策を徹底して遂行することが最大のポイントであると考えております。

以上