

当PDF文書は上に示されている企業に関する詳細レポートのアップデート版として作成されたものです。
 詳細レポート全体につきましては弊社ウェブサイトをご覧ください。

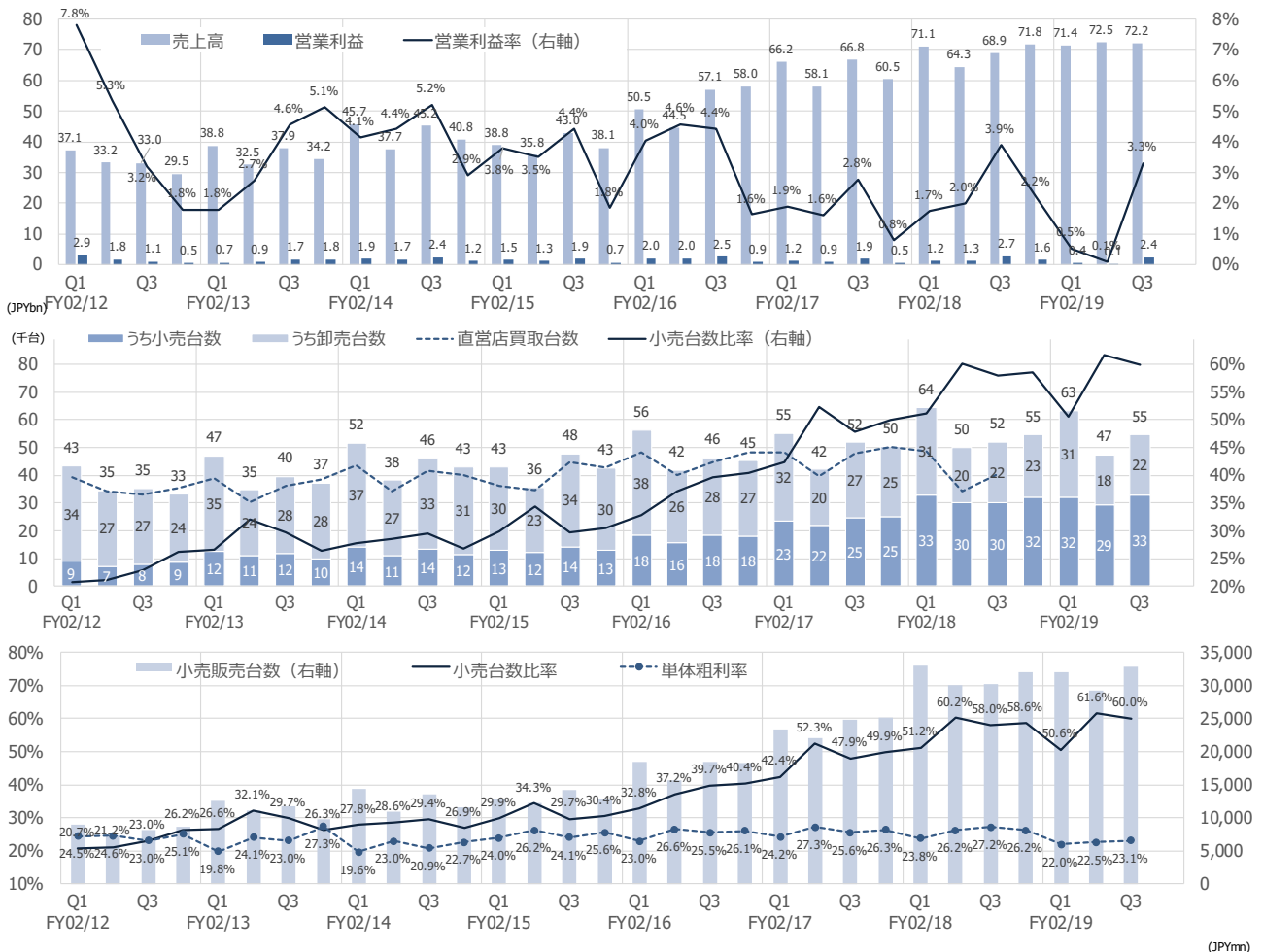
2019年1月11日、株式会社IDOMは、2019年2月期第3四半期決算を発表した。

四半期業績推移 (百万円)	FY02/18				FY02/19				FY02/17			FY02/18			FY02/19		
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q3累計	Q3累計	Q3累計	実績	実績	修正会予	増減	期初会予	増減	
売上高	71,130	64,338	68,870	71,819	71,411	72,526	72,197	191,033	204,338	216,134	251,516	276,157	290,000	+13,843	290,000	+13,843	
国内事業	60,562	52,425	56,884	59,614	58,567	57,975	58,819	157,796	169,871	175,361	209,316	229,485					
豪州事業	10,184	11,385	11,445	11,838	12,460	13,958	12,618	31,945	33,014	39,036	40,596	44,852					
その他(米国)	383	529	541	367	398			1,291	1,453		1,603	1,820					
YoY	7.5%	10.8%	3.1%	18.7%	0.4%	12.7%	4.8%	25.6%	7.0%	5.8%	19.7%	9.8%	5.0%		5.0%		
国内事業	11.4%	12.2%	0.3%	15.7%	-3.3%	10.6%	3.4%	10.5%	7.7%	3.2%	10.4%	9.6%					
豪州事業	-10.8%	4.8%	18.4%	36.8%	22.3%	22.6%	10.2%	310.1%	3.3%	18.2%	117.3%	10.5%					
売上総利益	16,088	15,725	17,039	17,007	15,306	14,859	18,278	45,810	48,852	48,443	61,133	65,859		70,000	+4,141		
YoY	7.2%	7.0%	5.8%	11.0%	-4.9%	-5.5%	7.3%	22.7%	6.6%	-0.8%	18.5%	7.7%					
売上総利益率	22.6%	24.4%	24.7%	23.7%	21.4%	20.5%	25.3%	24.0%	23.9%	22.4%	24.3%	23.8%		24.1%	+0.3pp		
販管費	14,845	14,440	14,363	15,432	14,927	14,792	15,889	41,787	43,648	45,608	56,634	59,080		62,400	+3,320		
YoY	7.9%	4.9%	0.8%	3.9%	0.6%	2.4%	10.6%	36.0%	4.5%	4.5%	28.5%	4.3%					
販管費比率	20.9%	22.4%	20.9%	21.5%	20.9%	20.4%	22.0%	21.9%	21.4%	21.1%	22.5%	21.4%		21.5%	+0.1pp		
営業利益	1,243	1,285	2,676	1,575	378	67	2,390	4,022	5,204	2,835	4,498	6,779	3,000	-3,779	7,600	+821	
国内事業	1,569	1,414	2,952	1,986	434	104	2,627	4,342	5,935	3,165	5,360	7,921					
豪州事業	-232	-42	-199	-294	62	-10	-196	-47	-473	-144	-462	-767					
その他(米国)	28	51	63	23	24	65		104	142		112	165					
調整額	-121	-139	-141	-139	-141	-92		-376	-401								
消去	7	-7	-8	-8	-15	33		-10	-8		-10	-16					
のれん償却	-128	-131	-133	-132	-126	-126		-366	-392		-500	-524					
YoY	-0.2%	38.6%	44.6%	230.9%	-69.6%	-94.8%	-10.7%	-39.1%	29.4%	-45.5%	-40.4%	50.7%	-55.7%		12.1%		
国内事業	16.5%	48.8%	44.4%	95.1%	-72.3%	-92.6%	-11.0%	-33.3%	36.7%	-46.7%	-27.7%	47.8%					
営業利益率	1.7%	2.0%	3.9%	2.2%	0.5%	0.1%	3.3%	2.1%	2.5%	1.3%	1.8%	2.5%	1.0%	-1.4pp	2.6%	+0.2pp	
国内事業	2.6%	2.7%	5.2%	3.3%	0.7%	0.2%	4.5%	2.8%	3.5%	1.8%	2.6%	3.5%					
経常利益	903	1,129	2,449	1,316	103	-209	2,306	3,913	4,481	2,200	4,160	5,797	2,000	-3,797	6,800	+1,003	
YoY	-23.0%	33.3%	29.4%	432.8%	-88.6%	-	-5.8%	-42.9%	14.5%	-50.9%	-39.1%	39.4%	-65.5%		17.3%		
経常利益率	1.3%	1.8%	3.6%	1.8%	0.1%	-0.3%	3.2%	2.0%	2.2%	1.0%	1.7%	2.1%	0.7%	-1.4pp	2.3%	+0.2pp	
当期利益	457	664	1,628	829	-146	-452	1,627	2,190	2,749	1,029	2,247	3,578	700	-2,878	3,900	+322	
YoY	-37.6%	79.5%	49.6%	1,354.4%	-	-	-0.1%	-48.1%	25.5%	-62.6%	-45.3%	59.2%	-80.4%		9.0%		
当期利益率	0.6%	1.0%	2.4%	1.2%	-0.2%	-0.6%	2.3%	1.1%	1.3%	0.5%	0.9%	1.3%	0.2%	-1.1pp	1.3%	+0.0pp	
単体 (百万円)	FY02/18				FY02/19				FY02/17			FY02/18			FY02/19		
売上高	57,444	50,162	52,975	55,196	55,588	55,001	64,321	149,555	160,581	174,910	198,434	215,777	225,000	+9,223	225,000	+9,223	
YoY	12.0%	11.7%	10.7%	12.9%	-3.2%	9.6%	21.4%	10.4%	7.4%	8.9%	10.6%	8.7%	4.3%		4.3%		
粗利益	13,673	13,167	14,393	14,487	12,234	12,396	14,874	38,300	41,233	39,504	51,166	55,720		58,400	+2,680		
YoY	10.2%	7.5%	5.5%	12.6%	-10.5%	-5.9%	3.3%	13.2%	7.7%	-4.2%	13.0%	8.9%		8.8%			
粗利率	23.8%	26.2%	27.2%	26.2%	22.0%	22.5%	23.1%	25.6%	25.7%	22.6%	25.8%	25.8%		26.0%	+0.1pp		
販管費	12,269	11,862	11,884	12,782	12,038	12,298	12,926	34,291	36,015	37,262	46,632	48,797		51,200	+2,403		
人件費	4,487	4,270	4,316	4,357	4,462	4,402	4,624	12,449	13,073	13,488	16,614	17,430					
業務委託料	557	519	471	662	597	639	756	1,374	1,547	1,992	1,814	2,209					
支払手数料	456	543	367	366	326	422	439	1,362	1,366	1,187	1,722	1,732					
減価償却費	631	658	672	688	633	647	665	1,829	1,961	1,945	2,514	2,649					
広告宣伝費	1,992	1,813	2,107	2,624	1,829	1,784	2,013	6,245	5,912	5,626	9,064	8,536					
地代家賃	2,153	2,209	2,175	2,241	2,328	2,384	2,494	5,568	6,537	7,206	7,532	8,778					
その他	1,989	1,848	1,771	1,852	1,860	2,017	1,932	5,462	5,608	5,809	7,372	7,460					
YoY	9.5%	5.1%	0.7%	3.6%	-1.9%	3.7%	8.8%	23.6%	5.0%	3.5%	21.3%	4.6%					
人件費	8.0%	3.9%	3.1%	4.6%	-0.6%	3.1%	7.1%	18.9%	5.0%	3.2%	19.7%	4.9%					
業務委託料	28.3%	19.9%	-7.1%	50.5%	7.2%	23.1%	60.5%	18.9%	12.6%	28.8%	19.5%	21.8%					
支払手数料	18.4%	10.6%	-24.5%	1.7%	-28.5%	-22.3%	19.6%	75.1%	0.3%	-13.1%	58.9%	0.6%					
減価償却費	10.3%	8.6%	3.2%	0.4%	0.3%	-1.7%	-1.0%	21.4%	7.2%	-0.8%	18.1%	5.4%					
広告宣伝費	-0.1%	-6.0%	-9.3%	-6.9%	-8.2%	-1.6%	-4.5%	43.5%	-5.3%	-4.8%	28.2%	-5.8%					
地代家賃	18.6%	18.7%	15.0%	14.1%	8.1%	7.9%	14.7%	17.6%	17.4%	10.2%	18.5%	16.5%					
その他	7.7%	-0.3%	0.5%	-3.0%	-6.5%	9.1%	9.1%	15.0%	2.7%	3.6%	15.0%	1.2%					
構成比	21.4%	23.6%	22.4%	23.2%	21.7%	22.4%	20.1%	22.9%	22.4%	21.3%	23.5%	22.6%		22.8%	+0.1pp		
人件費	7.8%	8.5%	8.1%	7.9%	8.0%	8.0%	7.2%	8.3%	8.1%	7.7%	8.4%	8.1%					
業務委託料	1.0%	1.0%	0.9%	1.2%	1.1%	1.2%	1.2%	0.9%	1.0%	1.1%	0.9%	1.0%					
支払手数料	0.8%	1.1%	0.7%	0.7%	0.6%	0.8%	0.7%	0.9%	0.9%	0.7%	0.9%	0.8%					
減価償却費	1.1%	1.3%	1.3%	1.2%	1.1%	1.2%	1.0%	1.2%	1.2%	1.1%	1.3%	1.2%					
広告宣伝費	3.5%	3.6%	4.0%	4.8%	3.3%	3.2%	3.1%	4.2%	3.7%	3.2%	4.6%	4.0%					
地代家賃	3.7%	4.4%	4.1%	4.1%	4.2%	4.3%	3.9%	3.7%	4.1%	4.1%	3.8%	4.1%					
その他	3.5%	3.7%	3.3%	3.4%	3.3%	3.7%	3.0%	3.7%	3.5%	3.3%	3.7%	3.5%					
営業利益	1,404	1,305	2,509	1,704	195	98	1,948	4,008	5,218	2,241	4,534	6,922		7,200	+278		
YoY	16.8%	35.2%	36.3%	224.0%	-86.1%	-92.5%	-22.4%	-34.1%	30.2%	-57.1%	-33.7%	52.7%		4.0%			
利益率	2.4%	2.6%	4.7%	3.1%	0.4%	0.2%	3.0%	2.7%	3.2%	1.3%	2.3%	3.2%		3.2%	-0.0pp		
連串差 売上高	13,686	14,176	15,895	16,623	15,823	17,525	7,876	41,478	43,757	41,224	53,082	60,380		65,000	+4,620		
粗利益	2,415	2,558	2,646	2,520	3,072	2,463	3,404	7,510	7,619	9,939	9,967	10,139		11,600	+1,461		
販管費	2,576	2,578	2,479	2,650	2,889	2,494	2,963	7,496	7,633	8,346	10,002	10,283		11,200	+917		
営業利益	-161	-20	167	-129	183	-31	442	14	-14	594	-36	-143		400	+543		
Buick HD 営業利益	-230	-42	-199	-294	62	19	-20	-47	-471	61	-232	-765		200	+965		
暖簾償却額	104	105	94	120	101	101	100	338	303	302	400	423		400	-23		
暖簾償却後	-334	-147	-293	-414	-39	-82	-120	-338	-774	-241	-632	-1,188		-200	+988		
各種指標 (店舗、台)	FY02/18				FY02/19				FY02/17			FY02/18			FY02/19		
店舗数 直営店	474	479	482	488	500	506	512	448	482	512	459	488		520	+32		
YoY	11.8%	10.6%	7.6%	6.3%	5.5%	5.6%	6.2%	13.7%	7.6%	6.2%	10.9%	6.3%		6.6%			
加盟店	80	72	73	70	69	69	69	85	73	69	84	70					
台数 直営店販売	64,340	49,901	52,001	54,647	63,118	47,387	54,624	149,115	166,242	156,549	199,362						

2019年2月期第3四半期決算（2019年1月11日発表）

- ▷ 概観：「利益拡大に向けた9つの取組」を実行するも上期は厳しい結果に。店舗あたり小売台数減・台あたり粗利減を惹起した商品設計変更に伴う混乱はQ2後半以降改善
- ▷ 第3四半期：前年比46%・24億円営業減益。小売広告適正化及び商品設計変更の影響で、Q1・Q2に小売販売台数がFY02/15Q1来の減少に転じ台あたり小売粗利も減少したが、Q3は前年同期並みに回復
- ▷ 商品設計変更：価格訴求での集客増を狙うも問題が発生、小売台数・台あたり粗利とも減少（計画は影響無しとの前提）したが、改善策を順次実行し、減少幅は徐々に改善
- ▷ 国内：直営店での小売台数合計は前年同期並みとなったが、販売単価が上昇、台あたり粗利は減少した
- ▷ 豪州：営業利益61百万円。534百万円改善し償却前黒字確保。新車の市場環境が本格回復には至らない状況にある一方、営業施策により販売台数が増加。ただし、ヴィクトリア州の新車ディーラーの買収に伴い、統括会社において買収費用を計上した他、新規事業費用等が先行的に発生。Q3に見込んでいたインセンティブ収入の一部がQ4に期ズレしたが通期見通しの変更なし。
- ▷ 出店：計画は通期純増32店舗、Q3累計実績は新規出店30、閉店6、純増24。
- ▷ トピックス：豪州メルボルン新車ディーラーを買収、国内ディーラー子会社にてBMW戦略仕入実施、NORELでのBMW/MINI新車サービス開始
- ▷

四半期業績推移



出所：会社資料よりSR作成

業績概要

2019年2月期第3四半期の業績は、売上高が前年比5.8%増の2,161億円、営業利益は同45.5%減の2,835百万円となった。セグメント別には、国内事業が売上高1,754億円（同3.2%増）、営業利益3億円（同46.7%減）、豪州事業は売上高390億円（同18.2%増）、営業損失144百万円（前年同期は営業損失473百万円）であった。

トピックス

当期においては中古車販売の価格設計および店舗営業施策の転換を行った影響により、店舗あたり小売台数、また、台あたり粗利が前年同期の実績を下回って推移したが、その減少幅は第2四半期以降改善した。販管費は、新規出店に伴う店舗運営費用等が増加した。

西オーストラリア州の子会社は、販売台数が増加したことで黒字化（のれん償却前）し、前年同期比で業績が改善した。なお、2018年10月に、同社の100%出資子会社である豪州統括会社IDOM Automotive Group Pty Ltdの新設子会社IDOM Automotive Essendon Pty Ltdが買収した豪州ヴィクトリア州メルボルンの新車ディーラーグループAndrews&Wallis Motor Group5社を、当第3四半期より子会社としているが、当第3四半期においては、貸借対照表のみを連結しているため、当該買収に要した費用を除き連結業績へ影響していない。

2018年10月1日、同社は、豪州ヴィクトリア州メルボルンの新車ディーラーグループ（Andrews & Wallis Motor Group 5社。以下AWMグループ）を買収したことを発表。

買収理由として、a) AWMグループは人口の集中する東側のメルボルンでマルチブランドディーラを経営し、地域の新車市場において高いプレゼンスを有していること、b) メルボルンの経済状況及び新車市場は堅調でAWMグループの業績は継続的に成長していること、c) 2015年10月に子会社した西豪州で豪州事業を展開するBuick Holdings (DVG) の経営ノウハウや事業基盤を活用することが可能であり、同社グループの業績及び中長期的な企業価値の向上への貢献をあげている。DVGでの実績が評価され今回の買収につながった模様であり、今後の豪州事業拡大の布石となることを期待している。

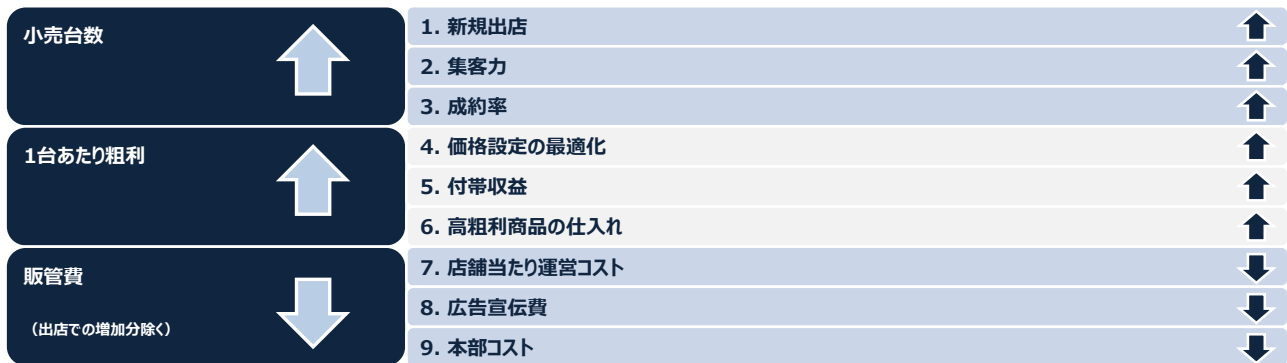
概要

同社子会社のIDOM Automotive Group Pty Ltd（旧社名Gulliver Australia Holdings Pty Ltd）の新設子会社IDOM Automotive Essendon Pty Ltdの下で、AWMグループ5社を株式取得及び資産譲渡の方法で買収手続きを完了。

2018年6月期におけるAWMグループ5社単純合算（未監査）の売上高は273.1百万豪ドル、営業利益10.6百万豪ドル（1豪ドル＝約82円で試算すると売上約220億円、営業利益約870百万円）。同社への取材等によると、買収金額は約50億円、EBITDA倍率で6倍を切る水準とSR社では推測。同社ではバリュエーションを抑えた良い条件とみている模様だ。買収資金は約6割が好条件での現地ファイナンス、約4割が同社手元資金での調達で充たすとみられる。なお、今回の買収による2019年2月期連結業績への影響は軽微である、とのこと。

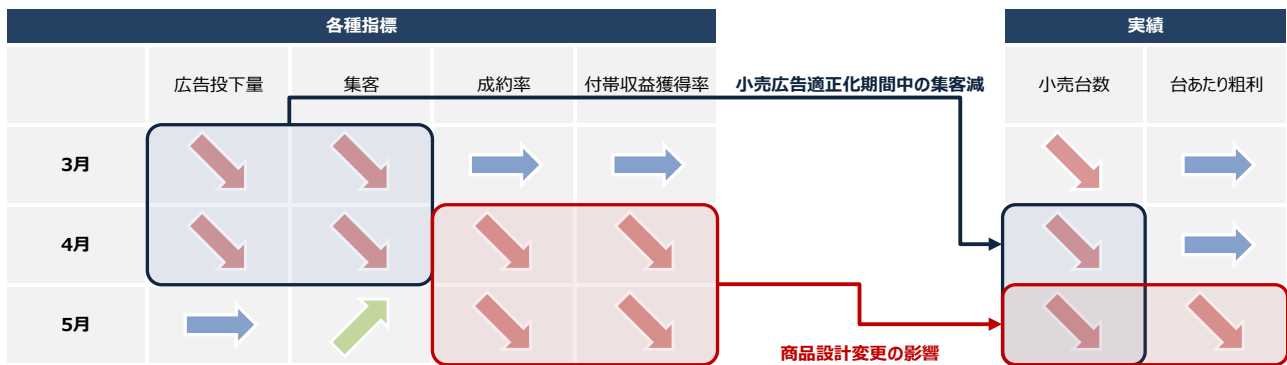
参考（Q1時の考え方）

商品設計変更で成約率下落・1台あたり粗利が減少：2019年2月期は、中期経営計画における目標数値達成に向けて「利益拡大に向けた9つの取組」を進めている。Q1は小売台数増及び1台あたり粗利増加に向け取り組んだが、残念ながら想定通りには進まなかった。集客増が成約率や付帯収益獲得率の上昇には繋がらず、小売販売台数及び1台あたり粗利額の減少を引き起こし、「小売台数×台あたり粗利」の面積である粗利額は縮小してしまった（単体粗利額は14億円減、粗利率1.8pt低下）。ただ、狙った集客増が獲得できていること、Q1の課題も商品設計等で対応可能なことから、「利益拡大に向けた9つの取組」の方向性自体は正しいと認識していた。

利益拡大に向けた9つの取組


出所：会社資料よりSR作成

商品設計変更での集客増は想定通りであったが、狙った付帯収益獲得が低調に終わり、成約率低下にも繋がる：Q1に行った取組は、1) 小売広告適正化：社内チェック体制の整備と適正表示の厳格化を実行し、4月までは広告投下量を削減、2) 商品設計変更：小売台数増（価格訴求による集客力増）及び顧客満足度向上（顧客ニーズに合わせた商品・サービスの提供、価格透明性の向上）を目的に4月後半から商品設計を変更、というもの。しかしながら、当初見通し比では、1) 期初計画に織り込み済みではあるが集客減となり、2) 集客増には繋がったが、想定した成約率（小売販売）、付帯収益獲得率（売上及び粗利向上）には至らなかった。

小売台数・台あたり粗利の状況（前年同期比、店舗あたり実績）


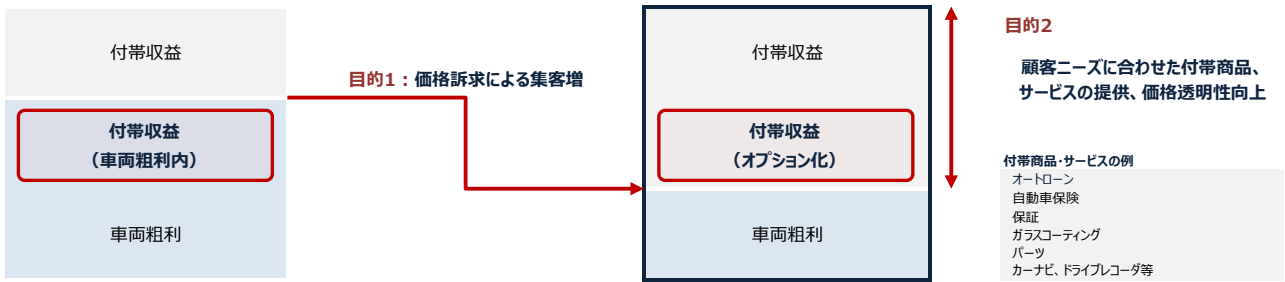
出所：会社資料よりSR作成

小売広告適正化は、2017年12月の消費者庁からの措置命令*に対する再発防止として、小売広告表示の適正化を図るべく社内チェックを厳格に実行した。全件チェックを行ったため総広告量（広告投下量）が減少し、集客力の低下に繋がった。ただ、期初計画では既に3月までの結果で適正化期間が終わる4月迄の落込みが織り込まれており、結果としても想定通りであったとしている。業績への影響としては、販売から納車までの期間を考慮すると4月及び5月の売上に響く。

措置命令：同社は、2017年12月に景品表示法に基づく措置命令を受けた。これは、ガリバーミニクルが2016年5月、2017年1月及び3月に配布した新聞折込チラシにおいて、「保証付き」と記載するなど保証が無償で付帯しているかのように表示したことが有利誤認表示に該当し、景品表示法違反と認定されたため。同社では措置命令を真摯に受け止め、一層の法令順守体制の整備等、管理体制を強化することで再発防止に努めている

商品設計変更は集客増を狙ったもの。2018年2月期に成功したガリバー店舗販売モデルを更に推し進めたものとみられる。設計変更では、一部付帯収益をオプション化するなど小売販売における台あたり粗利の収益構造を見直し、車両販売価格の引き下げを実現。競合に対して安価な価格を提供することで、オンライン比較において同社の選好（＝集客増）に繋がることになった。加えて、付帯収益部分を獲得することで台あたり粗利（車両粗利＋付帯収益）の維持を狙っていた。しかしながら、集客力は強化されたものの、a) 成約率の低下、b) 付帯収益獲得率の低下、となってしまう、小売台数減少、台あたり粗利の低下（車両粗利低下＋付帯収益減）を惹き起こした。

商品設計変更の目的

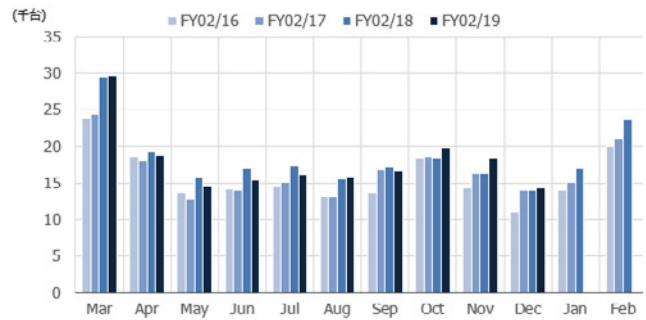
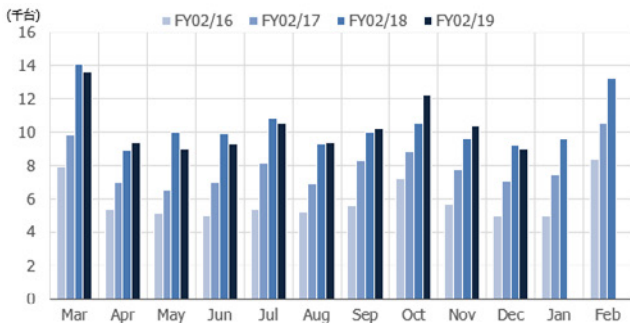


出所: 会社資料よりSR作成

浮き彫りになった課題に対して既に改善施策を実行、9月以降は期初想定線に戻す計画：これらの結果、月次小売台数は2月（26.1%増）までは38か月連続2桁増で推移していたが、3月（3.2%減）4月（5.0%増）5月（10.3%減）6月（6.2%減）と新店効果（店舗数は各月5~7%増）を含めても減少に転じた。同社では、この要因を、a) 提案力（成約率の低下の原因）：付帯商品・サービス提案に対する店舗スタッフの意識浸透が不十分で商談の練度にバラつきがあったこと、b) 商品設計（付帯収益獲得率の低下の要因）：低価格車両の付帯収益獲得が想定を下回り（高価格帯は想定線の模様）、店舗展開エリア別対応が不足したことをあげている。

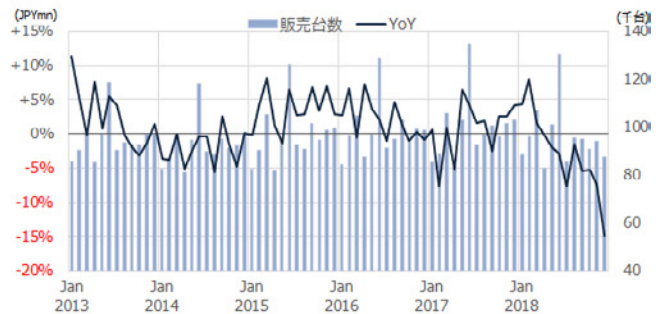
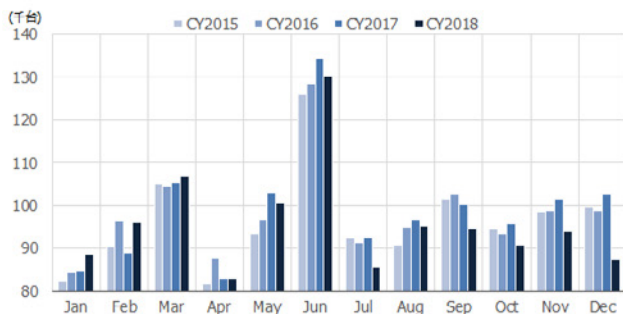
これら、浮き彫りになった課題に対しては、既に改善施策を投じており、施策実行により成約率及び付帯収益獲得率を従来水準に戻すとともに、当初計画通りの小売台数拡大を狙うとしている。改善施策は、a) 提案力：標準化ツールの整備、b) 商品設計：価格帯・エリアに合わせた商品設計、c) 追加：顧客ニーズに対応する付帯商品ラインアップ、高粗利付帯商品の拡充というもの。店舗従業員の提案力強化は時間を要するものの、バラつきを抑制することで台あたり粗利の改善は可能と同社ではみている。商品設計の変更は既に終わって7月から修正後の商品価格で販売しており、付帯収益のラインナップ強化もほぼ揃った模様だ。納車までの時間を考慮すると、月次には7月から徐々に8月以降に本格的に表れてくるとみられる。同社では、次の需要月である9月及び10月を目標に体制強化を進めているとのこと。期初計画に対してもQ3には当初想定に戻り、下期全体で上期未達分の挽回を図りたいとしている。9月の月次を注目したい。

直営店小売販売台数（左）直営店車両（小売+卸売）販売台数（右）



出所: 会社資料よりSR作成

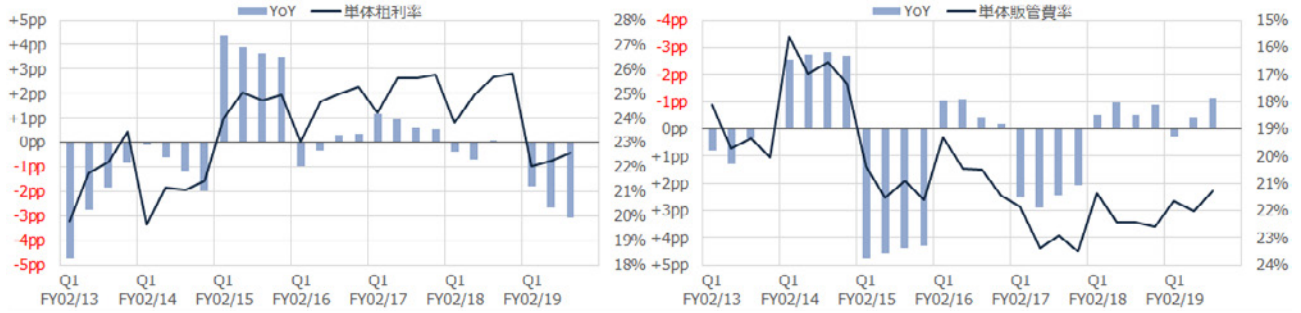
豪州自動車販売台数



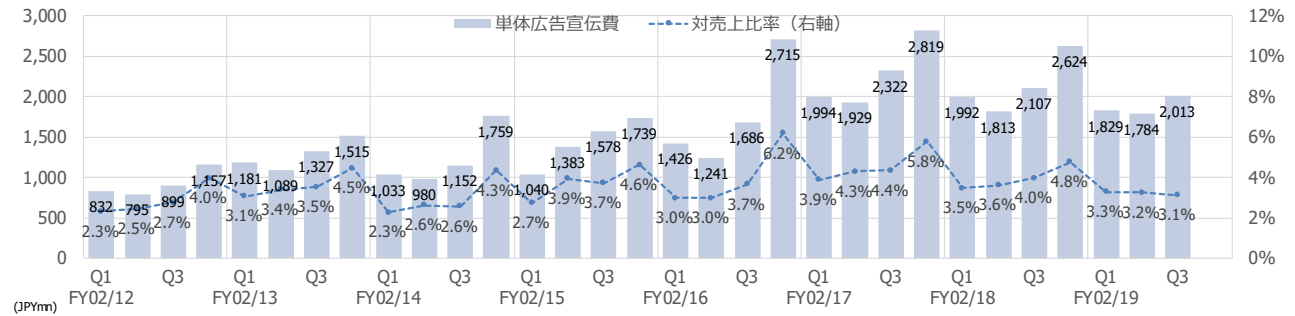
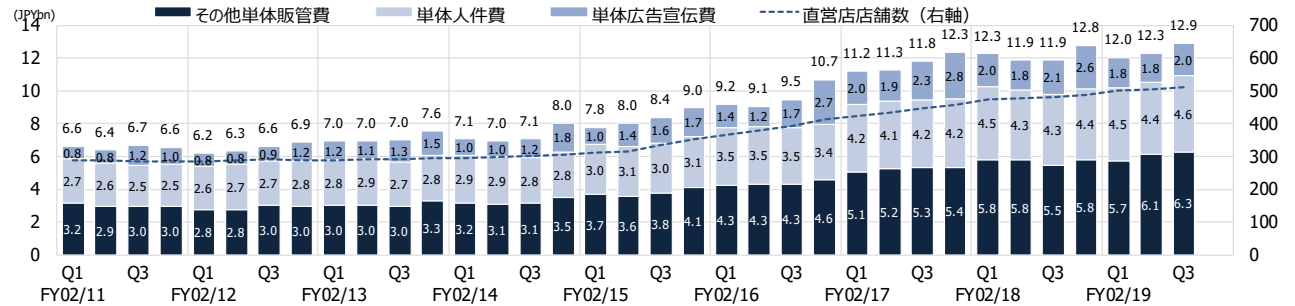
出所: Federal Chamber of Automotive IndustriesよりSR作成、

参考資料

単体粗利率・販管費率



単体販管費



出所：会社資料よりSR作成

このリサーチメモは、掲載企業の[最新版レポート](#)にも掲載されています。

株式会社シェアードリサーチは今までにない画期的な形で日本企業の基本データや分析レポートのプラットフォーム提供を目指しています。さらに、徹底した分析のもとに顧客企業のレポートを掲載し随時更新しています。

ディスクレーム

本レポートは、情報提供のみを目的としております。投資に関する意見や判断を提供するものでも、投資の勧誘や推奨を意図したものではありません。SR Inc.は、本レポートに記載されたデータの信憑性や解釈については、明示された場合と黙示の場合の両方につき、一切の保証を行わないものとします。SR Inc.は本レポートの使用により発生した損害について一切の責任を負いません。

本レポートの著作権、ならびに本レポートとその他Shared Researchレポートの派生品の作成および利用についての権利は、SR Inc.に帰属します。本レポートは、個人目的の使用においては複製および修正が許されていますが、配布・転送その他の利用は本レポートの著作権侵害に該当し、固く禁じられています。SR Inc.の役員および従業員は、SR Inc.の調査レポートで対象としている企業の発行する有価証券に関して何らかの取引を行っており、または将来行う可能性があります。そのため、SR Inc.の役員および従業員は、該当企業に対し、本レポートの客観性に影響を与える利害を有する可能性があることにご留意ください。

金融商品取引法に基づく表示

本レポートの対象となる企業への投資または同企業が発行する有価証券への投資についての判断につながる意見が本レポートに含まれている場合、その意見は、同企業からSR Inc.への対価の支払と引き換えに盛り込まれたものであるか、同企業とSR Inc.の間に存在する当該対価の受け取りについての約束に基づいたものです。

連絡先

株式会社シェアードリサーチ / Shared Research Inc.
東京都文京区千駄木3-31-12
HP: <https://sharedresearch.jp>
TEL : (03)5834-8787
Email: info@sharedresearch.jp