

|| 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1月17日(水)

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. 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	01
2. 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	01
3. 営業利益は半期で過去最高、通期営業利益と配当を上方修正	01
4. 中期経営計画初年度に、2027年3月期目標の営業利益65億円を上回る見通し	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	05
1. 事業内容	05
2. 同社の強み	08
■ 業績動向	09
1. 2024年3月期第2四半期の業績動向	09
2. セグメント別の業績動向	11
3. 情報システム関連事業	13
4. トピックス	13
5. 2024年3月期の業績見通し	14
■ 中期経営計画	15
1. 企業理念	15
2. 中期経営計画	15
3. 投資計画	16
4. 中期経営計画の重点戦略	17
5. 店舗ネットワーク	18
■ 株主還元策	19
1. 配当政策	19
2. 株主優待制度	20

■ 要約

2024年3月期営業利益は中期経営計画を上回る見通し

1. 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

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を展開している。

* 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. 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

先端技術の発展や環境問題などを背景に、自動車業界は大変革期の最中にあると言われている。これに対して同社は、EV販売のパイオニアとして、業界をリードする販売・サービス体制とノウハウ、35万件の顧客基盤によるストックビジネス、新車販売店舗110店舗(ルノー店5店舗含む)など肥沃な東京都をドミナントする店舗ネットワーク、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」といった強みを発揮するとともに、個人リースやレンタカーなどモビリティ事業も他社に先駆けて展開してきた。特に東京都で約40%という高いシェアを誇る個人リースは、早期買い替えや良質な中古車の確保といったメリットも享受できる。このように同社は、大変革期に対応する総合モビリティ事業のフロントランナーとして、自動車業界で優位性を発揮している。

3. 営業利益は半期で過去最高、通期営業利益と配当を上方修正

2024年3月期第2四半期の業績は、売上高74,358百万円(前年同期比11.5%増)、営業利益4,393百万円(同42.2%増)と好調で、半期で過去最高益となった。好調の要因は、EVを中心に新車の販売が大きく伸びたことに加え、広告費の抑制や日産東京販売に統合した際のシナジーが継続していることにある。2024年3月期の業績見通しに関して同社は、売上高150,000百万円(前期比9.0%増)、営業利益7,300百万円(同14.1%増)を見込んでいる。緩和したとはいえ半導体不足による車両供給不足や物価上昇への懸念は残るが、第2四半期の好調を背景に営業利益を1,300百万円上方修正した。加えて、特別利益で子会社の株式売却益が発生することから、年間配当を4円(特別配当2円含む)増配の19円とした。

要約

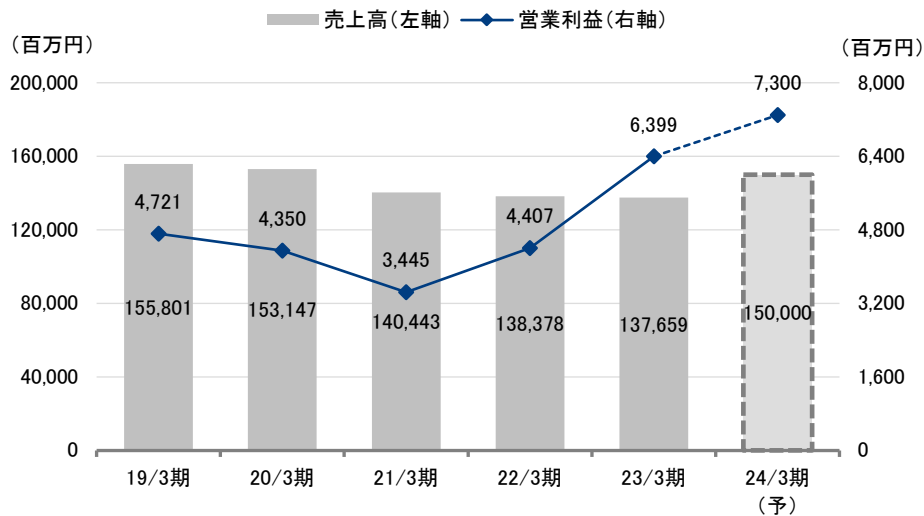
4. 中期経営計画初年度で、2027年3月期目標の営業利益65億円を上回る見通し

2022年11月に策定した中期経営計画初年度の2024年3月期に、定量目標だった4年後の営業利益65億円を上回る見通しとなった。電動車比率もすでに目標を達成、子会社1社が下期に連結除外となる影響が見込まれる売上高も、好調なEVなど新車の販売次第では達成が視野に入ってきた。これは、自動車業界における大変革期に対し、電動化リーダー、安全・運転支援技術、モビリティ事業といった重点戦略、販売ネットワークの拡充など投資戦略を、中期経営計画に沿って着実かつ具体的に進めてきたことが要因である。今後、中期経営計画はバージョンアップされると思われるが、これらの戦略の実行などによってさらなる高みを目指し、営業利益以外の定量目標や投資計画の達成に期待したい。

Key Points

- ・総合モビリティ事業のフロントランナーとして、自動車業界で優位性を発揮
- ・35万件の顧客基盤や「ベストプラクティス」、店舗ネットワークなどに強み
- ・2024年3月期営業利益は過去最高、通期で中期経営計画目標を上回る見通し

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4社及び非連結子会社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を販売する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・販売や自動車の車体整備・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「自動車およ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（株）（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モビリティ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 | 2024年1月17日(水)
 8291 東証スタンダード市場 | <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」といった潮流に即して事業を展開

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

2024年1月17日(水)

8291 東証スタンダード市場

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

会社概要

こうした大変革に即してEVを急速に普及させているのが欧州や中国で、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2%程度と非常に小さいからだ。このため、充電器を増やすというモチベーションが湧かず、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}の普及に取り組んできた。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された電動車は先端性や環境などの面での優位性を発揮している。さらに同社は、「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会社だから、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、同社は肥沃な地盤をより効果的に活かして、「CASE」や「MaaS」といった潮流に即した事業体制の構築を進めており、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^{※1}及びハイブリッド車を指す。

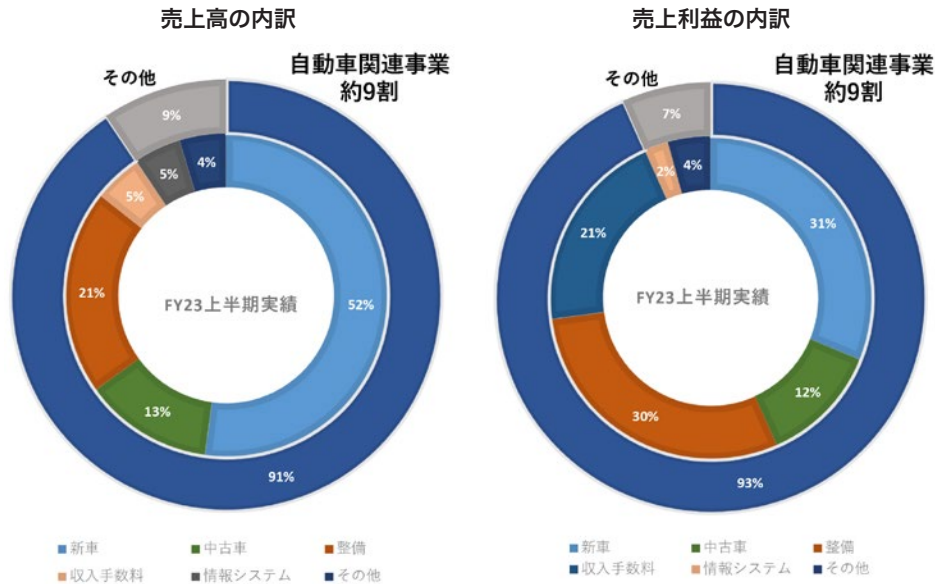
事業概要

売上は新車中心、利益はバランスの良い収益構造

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月期第2四半期における自動車関連事業の売上高構成比は91%と大半を占め、そのうち半分以上が新車販売となっているが、利益は新車、中古車、整備、収入手数料、情報システム、その他のバランスが良好のようだ。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、日産東京販売が日産自動車と消費者をつなぐ役割も担っている。

事業概要



※ 2024年3月期第2四半期。
 出所：決算説明資料より掲載

(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。コロナ禍による車両供給状況の減速があったものの日産自動車では継続的に新型車を投入しており販売が活性化し、新規顧客も増加傾向にある。これに伴い同社は、多様化する顧客の期待やライフスタイルに合わせた「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(2022年度ルノー・ジャポン(株)調べ)。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、新たな新車販売の形態といえる。そのなかで先行した同社の個人リース「P.O.P」は、すでに25年以上の歴史があり、東京都で約40%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替えるうえ、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先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り、消費者にとって選択肢が広がるとともに、市場活性化につながることが期待され、「P.O.P」にとっても追い風になっている。2023年4月からは中古車の個人リースにも着手している。

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1月17日(水)
<https://www.nissan-tokyo-hd.co.jp/ir/>

事業概要

個人リース「P.O.P」のブランドサイト



出所：「P.O.P」ブランドサイトより掲載

(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、その他整備・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・販売については、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持っている。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、16,000台以上の中古車を比較検討することができる。

整備については、日産東京販売のストックビジネスの柱として展開しているが、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40,200台、板金・塗装総台数18,000台という実績を誇る(2023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、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。

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(同社持分53.89%)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いる。後述するが、2023年10月、同社は東京日産コンピュータシステムの全株式を譲渡した。

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

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) 35 万件の顧客を基盤としたストックビジネス、(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。販売やリースの面では、13 年にわたり累計 12,500 台を超える EV の販売実績、及び国産初の量産 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 に蓄えた電気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しており、充電回数は月に 20,000 回以上の実績がある。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：カーバッテリーに貯めている電力を自宅で使えるようにする機器。

(2) 35 万件の顧客を基盤としたストックビジネス

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（保有台数約 1 万台）、整備収入につながるメンテナンスパック会員（約 12 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区部 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 110 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。このように、モビリティ事業をネットワーク展開することで、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。

※ 東京都区部 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」も同社の強みといえる。旧日産販売会社 3 社を統合化して以来現在も続いている「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が上がり、顧客のニーズに合わせた商品提案力が向上し、1 台当たりの販売単価が高くなるという効果が生じているからである。その結果、東京という高コストのエリアに立地していながら、自動車ディーラーとしては相対的に高い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：決算説明資料より掲載

業績動向

台数、単価ともに増加、営業利益は半期過去最高

1. 2024年3月期第2四半期の業績動向

2024年3月期第2四半期の業績は、売上高 74,358 百万円（前年同期比 11.5% 増）、営業利益 4,393 百万円（同 42.2% 増）、経常利益 4,170 百万円（同 39.0% 増）、親会社株主に帰属する四半期純利益 2,443 百万円（同 32.5% 増）と好調で、利益については期初予想を上回る勢いで、半期で過去最高となった。

2024年3月期第2四半期業績

(単位：百万円)

	23/3期2Q		24/3期2Q		増減率
	実績	売上比	実績	売上比	
売上高	66,681	100.0%	74,358	100.0%	11.5%
売上総利益	16,243	24.4%	18,134	24.4%	11.6%
販管費	13,152	19.7%	13,740	18.5%	4.5%
営業利益	3,090	4.6%	4,393	5.9%	42.2%
経常利益	3,001	4.5%	4,170	5.6%	39.0%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,844	2.8%	2,443	3.3%	32.5%

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1月17日(水)

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

業績動向

第2四半期の新車登録台数は、半導体不足などによる車両供給不足が解消しつつあり、全国で前年比15.7%増、同社マーケットである東京都内では同18.9%増となった。同社は、電動車やテクノロジー・カー・オブ・ザ・イヤーを受賞した新型セレナを中心に新車の登録台数を伸ばし、同8.2%の伸長となった（業績に反映される新車販売台数は同2.2%増）。例年同社の伸び率は全国や東京都内と比較して高くなる傾向があるのだが、今第2四半期がビハインドしたのは、半導体不足の解消が前期に前倒して起きていたこと、人気が高い電動車を中心に受注停止の車種が少なからずあったことが影響していると思われる、登録台数が順調に伸びているということがわかるだろう。この結果、電動車など高額車の構成比上昇により平均単価が上がったこと、登録台数増加に伴う収入手数料が増えたこと、東京都の補助金の関係で前期末3月の売上の一部が4月にシフトしたこともあって、売上高は2ケタの増加となった。

利益面では、平均単価の上昇と販売台数増に伴う収入手数料の増加の一方、前年が好市況で中古車の平均単価が上昇した反動により、売上総利益率は横ばいにとどまった。販管費は、人材や設備など営業関連の戦略投資は増やしたが、広告費を抑制したこと、3社統合のシナジーがまだ継続していることから売上総利益率を下回る伸びとなり、販管費比率としては大きく改善した。この結果、営業利益は大幅な増益となり、過去最高益を記録した。経常利益以下は、営業外費用で支払手数料が増えたり、制度改定に伴う退職給付制度改定益が発生したりと入り繰りはあったが、大幅な増益を達成した。なお、同社の期初予想に対して、売上高は想定通りだったが、営業利益は13億円程度上振れた模様である。また、在庫が25.3%増加したが、コロナ禍以前と同水準のため適正とすることができ、受注停止や納期遅れで顧客を待たせる状況は解消されつつある。

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

EVなど電動車が引き続き好調

2. セグメント別の業績動向

セグメント別では、自動車関連事業が売上高 70,562 百万円（前年同期比 10.6% 増）、セグメント利益 4,667 百万円（同 41.0% 増）となり、売上高の内訳は新車が 41,161 百万円（同 17.2% 増）、中古車が 10,463 百万円（同 0.8% 増）、整備が 14,846 百万円（同 1.9% 増）、収入手数料などその他が 4,091 百万円（同 9.5% 増）だった。情報システム関連事業は売上高 3,599 百万円（同 34.6% 増）、セグメント利益 187 百万円（同 7.3% 減）、不動産などその他は売上高 196 百万円（同 5.4% 増）、セグメント利益 81 百万円（同 8.0% 増）となった。

2024年3月期第2四半期セグメント別業績（調整前）

（単位：百万円）

売上高	23/3期2Q		24/3期2Q		
	実績	売上比	実績	売上比	増減率
自動車関連事業	63,821	95.7%	70,562	94.9%	10.6%
新車	35,132	52.7%	41,161	55.4%	17.2%
中古車	10,378	15.6%	10,463	14.1%	0.8%
整備	14,573	21.9%	14,846	20.0%	1.9%
その他	3,736	5.6%	4,091	5.5%	9.5%
情報システム関連事業	2,673	4.0%	3,599	4.8%	34.6%
その他	186	0.3%	196	0.3%	5.4%

セグメント利益	23/3期2Q		24/3期2Q		
	実績	利益率	実績	利益率	増減率
自動車関連事業	3,309	5.2%	4,667	6.6%	41.0%
情報システム関連事業	202	7.6%	187	5.2%	7.3%
その他	75	40.3%	81	41.3%	8.0%

※ 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

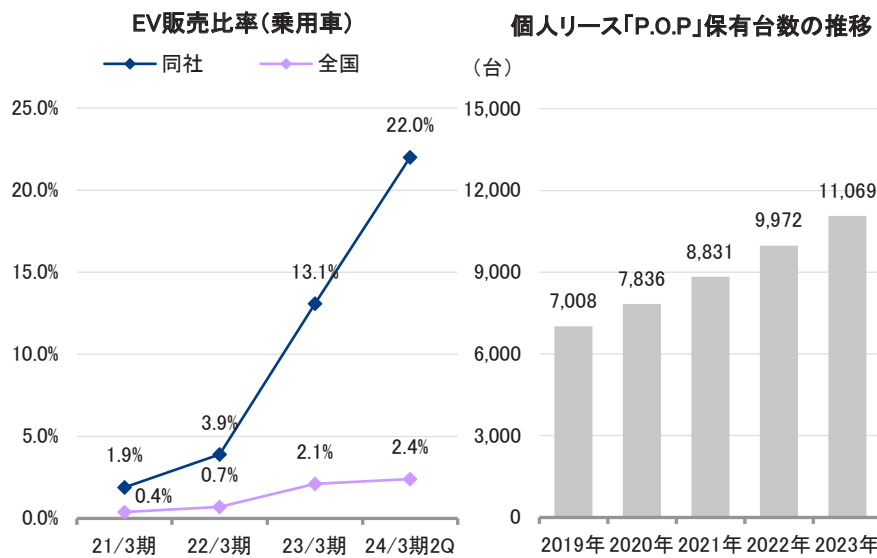
(1) 自動車関連事業（新車）

新車は、引き続き評価の高い軽自動車 EV のサクラ、e-POWER の新型セレナやノート、ノートオーラ、エクストレイルを中心に多くの受注が入った。結果的に新車販売台数の伸びは微増であったが、人気の高い電動車を中心に一部の車種が受注停止であったことによる機会ロスがあったことを考慮すると相当な販売台数になったものと思われる。一方、高額の電動車の販売が増えたことで単価が上昇したため、新車の売上高は前年同期比 17.2% と大きく伸びた。このような商品力を背景に EV の累計販売台数が 1 万台を超え、また、25 年以上の長い歴史を持つ個人リースにおける保有台数も 1 万台を超えるなど、「電動化リーダー」として電動車の受注台数と収益の拡大に継続して取り組んだ。

業績動向

このようななか EV(アリア・リーフ・サクラ)の販売台数は、前年同期比で2倍を超える伸びとなった。このため、当社におけるEVの販売比率は、全国平均2.4%に対して22.0%と非常に高くなった。ただし、これは日産自動車に比べて競合他社がEVに力を入れてこなかったことが要因で、当社はEVを常に前面に展示するなどのほか災害時の緊急電源に対応するため自治体と協定を結んだりするなど、日産自動車とともに独自の消費者(のみならず業界関係者)への啓蒙を続けた。また、e-POWER車も順調に増加しており、当社における電動車の販売比率は全国平均50.2%に対して91.3%と高水準が続いた。こうした違いは、当社の努力に加え技術力などの強みの表れということができ、その証拠に、新型セレナが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するなど、当社電動車が3年連続の受賞車に選出されている。

また、新車販売の効率的な手法といえる個人リースも好調に推移した。先行者としての強みを発揮したこと、3社統合のシナジーでもあるベストプラクティスの共有による提案型の営業が奏功したことが要因といえる。個人リースに対する一般の理解がまだ不足しているといえるが、それでも様々な業種が参入し、年齢やサービス内容、走行距離などを切り口にサービスが多様化するなど、世の中の流れが個人リースに向かいつつあり、市場規模も拡大を続けている。



※ 個人リース「P.O.P」保有台数の推移については同社、各年4月時点
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(2) 自動車関連事業(新車以外)

中古車の売上高は前年同期比0.8%増となった。販売台数は、半導体不足から回復してきた新車へのシフトを反映して若干減少した。販売単価は、小売販売の単価は前年比超で推移したが、前年の相場が高かった卸売販売の下落が要因で低下した。このため、引き続き収益性の高い小売販売に注力する。常に安定的な整備は同1.9%増、新車販売の増加を背景に保険や割賦などの収入手数料が増加した“その他”は同9.5%増となった。

東京日産コンピュータシステムの全株式を譲渡

3. 情報システム関連事業

IT 投資が活発となってきたなか、マネージドサービス事業が堅調に推移し、売上高は 3,599 百万円（前年同期比 34.6% 増）となったが、保守解約の影響によりセグメント利益は 187 百万円（同 7.3% 減）となった。なお、情報システム関連事業の中核子会社で、東証スタンダード市場に上場していた東京日産コンピュータシステムの全株式を譲渡することになった。親子上場による様々な問題に加え、グループ内の経営資源の最適化、IT 企業間のシナジーの期待など、3 社がウィン・ウィン・ウィンの関係となり得ることを確認できたため、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>に譲渡することになったのである。連結除外日は 2023 年 10 月 2 日で、10 月 30 日に上場廃止となった。なお、第 3 四半期（一部第 2 四半期）に特別利益を計上する予定である。

スキルアップを図り、地域と共生する

4. トピックス

2024 年 3 月期第 2 四半期は、人的資本の拡充や EV の普及に向けた活動も強化した。人的資本の拡充では、全国日産サービス技術大会 2023 で日産東京販売チームが総合 3 位となり、中古自動車査定士技能コンテスト全国大会では優秀査定士賞を受賞した。日産サービス技術大会は、全国の日産販売会社の整備に携わるスタッフの技術力や対応力の向上を目指した大会で、全国の日産グループを対象に 1966 年より開催されている歴史のある大会である。中古自動車査定士技能コンテストは、中古自動車の査定技術を競う全国大会で、東京都を代表して出場した日産東京販売の社員が全国全ブランドの査定士 13 万人の頂点に立ったともいえる成績を残したことになる。

EV の普及では、自治体との災害連携協定を拡大した。災害時における大規模停電などに対応するため、各自治体や警察署との間で、EV を活用した災害連携協定の締結をした。停電発生時に日産東京販売が貸与する EV や、新車店舗の約 8 割に配備しているポータブル給電器「パワー・ムーバー」を用い、避難所などへ電力を供給する体制を構築した。また、災害連携の協定先である警察署と共同で、停電となった信号機へ EV の「アリア」から給電する訓練を実施した。

新車販売が想定以上に好調で、通期業績予想を上方修正

5. 2024年3月期の業績見通し

2024年3月期の業績見通しに関して同社は、売上高150,000百万円(前期比9.0%増)、営業利益7,300百万円(同14.1%増)、経常利益7,000百万円(同14.9%増)、親会社株主に帰属する当期純利益6,700百万円(同105.4%増)を見込んでいる。緩和したとはいえ半導体不足による車両供給不足や物価上昇などによるコストアップを見込んで、当初の営業利益と経常利益は減益予想となっていたが、中期経営計画の取り組みを着実にこなしたことで第2四半期の業績が同社想定を上回ったこと、及び東京日産コンピュータシステムの全株式を譲渡したことを織り込み、営業利益を1,300百万円、経常利益を1,300百万円、第3四半期に子会社売却益も見込める親会社株主に帰属する当期純利益を3,400百万円上方修正した。なお、売上高は期初予想のままである。

2024年3月期業績見通し

(単位:百万円)

	23/3期		予想	24/3期	
	実績	売上比		売上比	増減率
売上高	137,659	100.0%	150,000	100.0%	9.0%
売上総利益	33,544	24.4%	-	-	-
販管費	27,145	19.7%	-	-	-
営業利益	6,399	4.6%	7,300	4.9%	14.1%
経常利益	6,090	4.4%	7,000	4.7%	14.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,261	2.4%	6,700	4.5%	105.4%

出所:決算短信よりフィスコ作成

中古車については、下期に向けて新車の販売増に連動し台数が伸びる一方、販売単価は下がって平常化、整備は例年通り前期並みを見込んでいるため、第2四半期同様、新車の販売が売上高をけん引することになる見込みである。新車については、4月発売の新型セレナ e-POWER、EV サクラや e-POWER 車エクストレイルなど人気の電動車の拡販に加え、先進の運転支援技術を訴求して、販売台数の増加と販売単価の上昇を図る。また、ベストプラクティスの共有徹底により新車のメニューに個人リースを加えて提案を強化していく。さらに、新車販売における個人リースのノウハウを活かし、中古車の個人リースを本格的に導入する計画である。新車の個人リースの販売比率(乗用車)は28%(前期比3ポイント上昇)を目指す。「ニッサン・リテール・コンセプト」店舗については、基幹店を中心に1店舗をリニューアルし、新たに新店舗を1店舗出店する考えである。

利益面では、上期の上振れ分と東京日産コンピュータシステムの連結除外を織り込んで、通期の予想を上方修正した。これは、東京日産コンピュータシステムを連結除外した推定であるが、下期の新車の売上高は上期並みの伸び、営業利益は横ばいの予想となるだろう。しかし、特に営業利益に関しては、上期同様に人件費や設備費など引き続き営業費が先行することに加え、競争が増して第2四半期に抑制していた広告費を使用したとしても、上期の売上の勢い、前期3月の売上の一部が今期にシフトしたこと、3社統合のシナジーが引き続き期待できることから、やや保守的な印象がある。

■ 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、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活かした販売、店舗ネットワークや試乗車を活かしたモビリティ事業の開発、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に取り組むべき課題としている。

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、同社は新たな企業理念「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」を掲げた。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 つの大切にしている価値観を重視するとともに、長期視点に立ったサステナブル経営に向けて、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) を策定した。

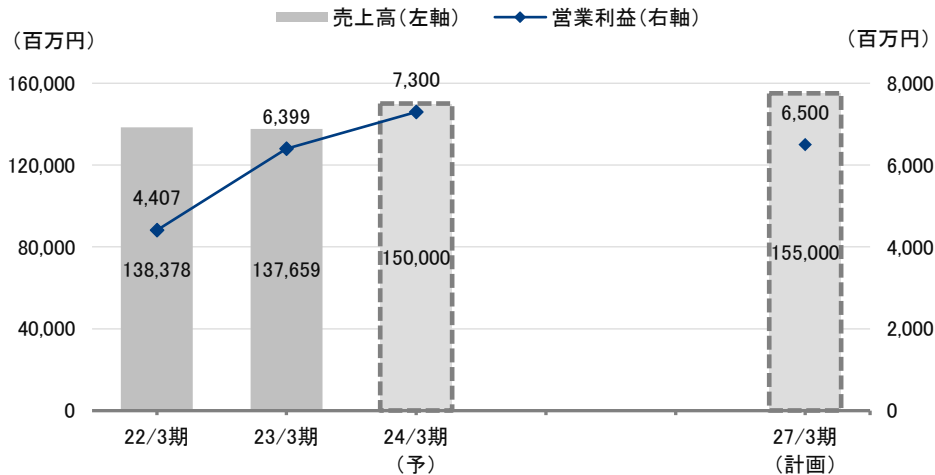
2027 年 3 月期営業利益目標はすでに射程圏

2. 中期経営計画

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、まず新車販売台数をコロナ禍前の水準に戻して本業であるディーラー事業で増収増益を目指し、ストックビジネスで収益を上積みし、コスト面では人財・デジタルへの投資を強化する一方で設備費・経費の最適化を図り、2027 年 3 月期に売上高 1,550 億円 (2023 年 3 月期 1,376 億円)、営業利益 65 億円 (同 63 億円)、配当性向 30% 以上 (同 30.5%) など中期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 (同 92.3%)、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、中期財務目標の営業利益は 2024 年 3 月期に達成する見込みで、売上高も達成が視野に入ってきた。電動化比率についてはすでに目標を達成している。これは、2023 年 3 月期～2024 年 3 月期第 2 四半期の業績が想定以上に好調だったことが要因である。今後、中期経営計画はバージョンアップされるかもしれないが、さらなる高みに向けて、ほかの目標や投資計画、重点戦略などの定量目標について注目していきたい。

中期経営計画

中期経営計画における売上高と営業利益の推移



出所：決算短信、中期経営計画説明資料よりフィスコ作成

既存領域、注力領域への投資を積極化

3. 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た、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て、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、好業績やEVの普及など同社への追い風を考えると、定量目標には保守的な印象があるため、営業利益率はもちろん、全体的にもう少し高くてもよかったかもしれない。また、中期経営計画を通じて利益が大きく上振れてくれば、投資計画の前倒しやより積極的な投資、株主還元などに回っていく可能性もあると考える。

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

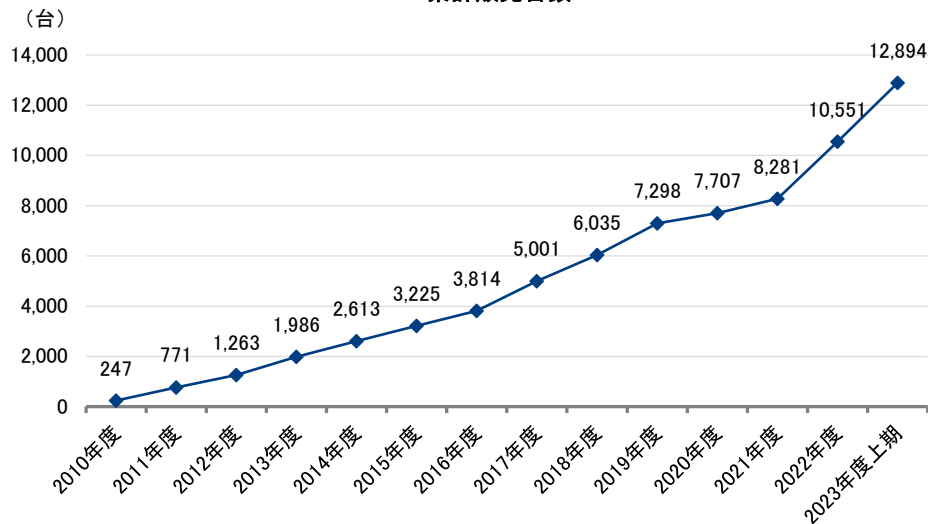
4. 中期経営計画の重点戦略

同社が中期経営計画の定量・定性目標を達成するために実行する重点戦略は、電動化リーダー、安全・運転支援技術、モビリティ事業の3つである。これにより、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、事業を通じて社会のサステナビリティに直接貢献していく考えである。

(1) 電動化リーダー

電動化リーダーとは、EVなど電動車の先駆者としての強みを活かし、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の購入意向が非常に強まっている。そこで同社は、EVの販売ノウハウ・体制や充実のラインナップ、整備体制・設備、インフラ（急速充電器100ヶ所）など13年以上に及ぶ蓄積を活かし、電動車販売比率90%以上（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。そのため同社はEVを積極的に販売していく方針だが、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いる。このため、販売実績は加速度的に膨らんでいくことが予想されるが、すでにそうした局面の端緒にあるといえよう。また、EV販売によるCO₂排出量1.6万トン削減、EV給電による災害対応や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。

EV累計販売台数



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

日産東京販売ホールディングス

2024年1月17日(水)

8291 東証スタンダード市場

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

中期経営計画

(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をサポートしていく方針である。具体的には、店舗での試乗やVR体感試乗、「e-シェアモビ」などを活かして、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、特定整備制度の認証取得に向けた整備機器導入や、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。なお、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ご覧ください。

(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に活かし、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、個人リース「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順調に伸長しており、今後の成長が期待されている。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し、分母はまだ小さいが、2024年3月期第2四半期の配備台数は前年同期比1.4倍、売上高が同3倍、売上総利益が同5倍と好調に推移した。ほかに、EVサクラやセレナ e-POWERなど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、プロパイロット2.0など先進運転支援技術搭載車の試乗体験などタッチポイントの拡大によって、電動車に対する理解を促していく考えである。

5. 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メインのタッチポイントであるため、「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、新規出店1店、2025年3月期は新規出店4店と、着実に計画をこなしていく予定である。新たなタッチポイントに関しては、日産自動車と共同で、顧客が日産車の車種やグレードの検討・選定から試乗、購入の契約までをメタバース空間上で行う、仮想店舗「NISSAN HYPE LAB」の実証実験を開始した（現在はサービス終了）。デジタル技術やメタバース技術を活用して、自動車の新たな販売方法を探ることを目的としている。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もあると考えられる。

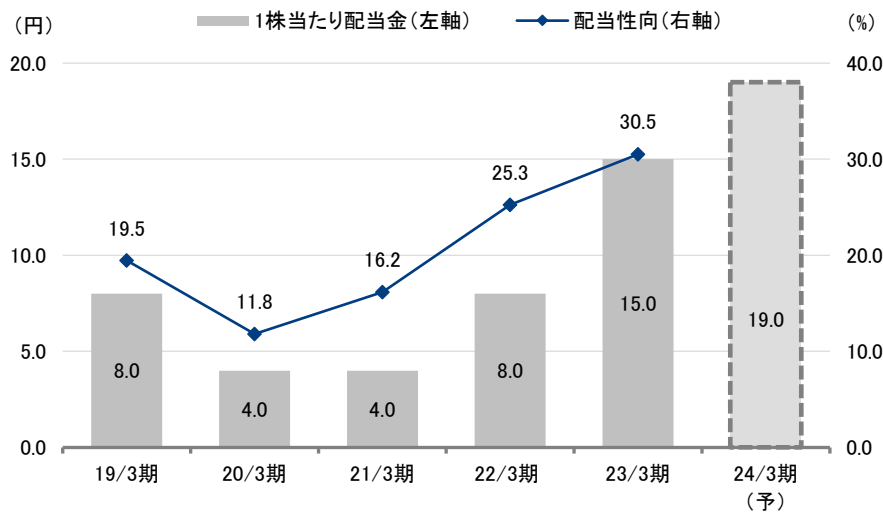
株主還元策

今期は好業績と特別利益の発生により年間で4円の増配を予定

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にも考慮しながら、安定的な配当を行うことを基本方針としている。この基本方針に基づき、2024年3月期第2四半期の業績が計画を上回る実績となったことから中間配当を2円増配することとした。また、第3四半期に特別利益を計上する見込みとなったことから期末配当8円に2円の特別配当を加え、年間配当は4円増配の19円（中間配当金9円、期末配当金10円）を予定している。同社は、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ることから、来期2025年3月期の販売が2024年3月期同様に強いことを前提に、少なくとも年間配当19円の維持を期待したい。

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円分を贈呈する予定である。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