

|| 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12月18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

<b>要約</b>	<b>01</b>
1. 国内最大級の自動車ディーラーを擁し、新車や中古車の販売、自動車整備などを展開……	01
2. EV 販売のパイオニア、35 万件の顧客基盤、ベストプラクティス、 店舗ネットワークに強み……	01
3. 減益とはいえほぼ想定どおり、親会社株主に帰属する中間純利益は過去最高となった……	01
4. 2025 年 3 月期予想は十分達成可能、中期経営計画の営業利益目標を既に前倒しで達成……	02
<b>会社概要</b>	<b>03</b>
1. 会社概要……	03
2. 沿革……	03
3. 自動車業界の動向……	04
<b>事業概要</b>	<b>05</b>
1. 事業内容……	05
2. 同社の強み……	08
<b>業績動向</b>	<b>10</b>
1. 2025 年 3 月期第 2 四半期の業績動向……	10
2. 事業別の売上動向……	11
3. トピックス……	15
4. 2025 年 3 月期の業績見通し……	16
<b>中期経営計画</b>	<b>17</b>
1. 企業理念……	17
2. 中期経営計画の進捗……	17
3. 中期経営計画の重点施策……	18
4. 投資計画……	20
<b>株主還元策</b>	<b>20</b>
1. 配当政策……	20
2. 株主優待制度……	21

## 要約

### 第2四半期は減益も想定内、中間純利益は過去最高を達成

#### 1. 国内最大級の自動車ディーラーを擁し、新車や中古車の販売、自動車整備などを展開

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販売や中古車の買取・販売、自動車整備などを行っている。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割をカバーする。同社は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、個人リースなど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、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ことを目的に、2023年10月に上場子会社の東京日産コンピュータシステム(株)(現在は非上場のTCS(株))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販売のパイオニア、35万件の顧客基盤、ベストプラクティス、店舗ネットワークに強み

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度の大変革期にあると言われている。こうした環境のなかで同社は、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、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、東京をドミナントする新車販売店舗105店舗(ルノー店4店舗含む)などの店舗ネットワークといった強みを発揮し、総合モビリティ事業のフロントランナーとして優位なポジションを獲得した。また、こうした強みを背景に、中古車の買取・販売や整備・車検も高い評価を受けている。他社に先駆けて展開した個人リースも、ベストプラクティスにより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を発揮している。

#### 3. 減益とはいえほぼ想定どおり、親会社株主に帰属する中間純利益は過去最高となった

2025年3月期第2四半期の業績は、売上高が70,043百万円(前年同期比5.8%減)、営業利益が3,796百万円(同13.6%減)、親会社株主に帰属する中間純利益が2,485百万円(同1.7%増)となった。子会社の売却と、補助金などの関係で納車が前年同期に集中した反動によるEV販売の減少という一時的要因によって減収となった。これに伴い収入手数料が減り、営業利益も減益となった。一方、ベストプラクティスを背景に付加価値を引き上げるための提案営業が同社グループ全体に広がったことにより売上総利益率が改善、生産性向上やコストコントロールなどにより販管費を実額で減らすなど、収益性を強化した。この結果、業績はほぼ想定内に着地、減益とはいえ営業利益と経常利益は過去2番目、親会社株主に帰属する中間純利益は過去最高となった。

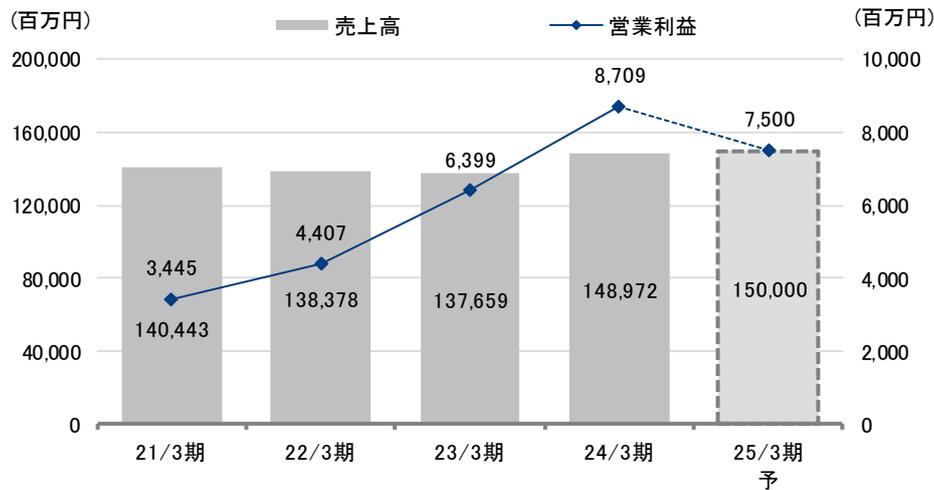
## 要約

**4. 2025年3月期予想は十分達成可能、中期経営計画の営業利益目標を既に前倒しで達成**

同社は2025年3月期の業績に関して、期初予想のまま、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）を見込んでいる。上期の減収で売上高達成のハードルは上がったが、減収要因が一巡することに加え、個人リースや中古車事業、整備事業などで下期に挽回を図る。利益面では、ベストプラクティスによる採算改善やコストコントロールなどにより、通期予想は十分に達成可能と思われる。中期経営計画では、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つ重点施策と店舗ネットワークの拡充によって、2027年3月期に売上高1,550億円、営業利益65億円などを目指している。営業利益は2024年3月期に3年前倒しで達成、減益予想の2025年3月期もクリアする見込みである。

**Key Points**

- ・国内最大級の自動車ディーラーを擁し、ベストプラクティスや店舗ネットワークなどに強み
- ・2025年3月期第2四半期は減益とはいえ、ほぼ想定どおり。親会社株主に帰属する中間純利益は過去最高を達成
- ・2025年3月期営業利益は減益予想だが、引き続き中期経営計画の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

### 全国最大級の自動車ディーラーを擁する日産系販売会社

#### 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社と非連結子会社3社を傘下に持つ持株会社である。主力の日産東京販売は、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、全国のディーラーのなかでも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。

#### 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がJASDAQ市場に上場した。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となった。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キャノンマーケティングジャパン（株）<8060>に譲渡した。

日産東京販売ホールディングス | 2024年12月18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	東京証券取引所第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)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

## 100年に1度の大変革をもたらす「CASE」「MaaS」

### 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CO<sub>2</sub>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を指す。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予定・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12月18日(水)

<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米や中国で、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。EVに本格的に参入している国内メーカーが日産自動車くらいで、国内の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、業界全体に急速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。こうした環境ではあるが、同社は早い段階からEVやe-POWER※<sup>1</sup>といった電動車※<sup>2</sup>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。他社メーカー製のEVも利用可能な急速充電器を各店舗に設置するなど、インフラ投資も積極的に続けており、先進性などの面で同社の電動車は優位性を持つに至った。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。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いるため、本来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ができると思われる。

※<sup>1</sup> 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。

※<sup>2</sup> 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の需要が鈍化していると言われるが、これは中国や欧米などEVの市場シェアが高い国に限った現象で、しかも中国は新エネ車シフト、欧米は各国それぞれの理由で補助金打ち切りと個別の要因がある。したがって、EVの市場シェアが低く、補助金も継続している日本には当てはまらない話である。また、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、車体価格の高さなどが喧伝されているが、アーリーアダプターによる需要が一巡し、機能やインフラが向上して価格がこなれてくれば、日本を含めてアーリーマジョリティによる購買が始まると予想される。もちろん普及のためには、特にキーテクノロジーであるバッテリーにおいて技術進化や量産面での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、アーリーマジョリティが動き出す日も遠い未来のことではなさそうだ。

## 事業概要

### 売上は新車中心、利益は事業間のバランスが良好

#### 1. 事業内容

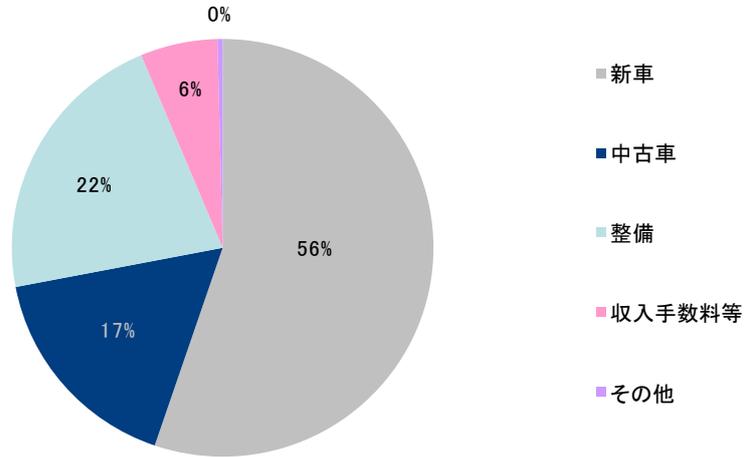
東京日産コンピュータシステムを売却したことで、同社は自動車関連事業の単一セグメントとなった。同事業は、電動車を軸にカーライフに関するサービスをワンストップで提供しており、個人リースを含む新車、中古車、整備、収入手数料等、その他の事業に細分される。このうち新車事業が売上高の過半数を占めるが、売上利益は各事業でバランスが取れた収益構造になっており、新車を販売することで中古車販売の回転が良くなり、整備などのストックビジネスが積み上がるという安定したバリューチェーンを構築している。なお、日産自動車と日産東京販売の関係は、日産東京販売が日産自動車から新車や部用品を仕入れて一般消費者などに販売するというだけでなく、EVやe-POWER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。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項(ディスクレマー)をお読みください。

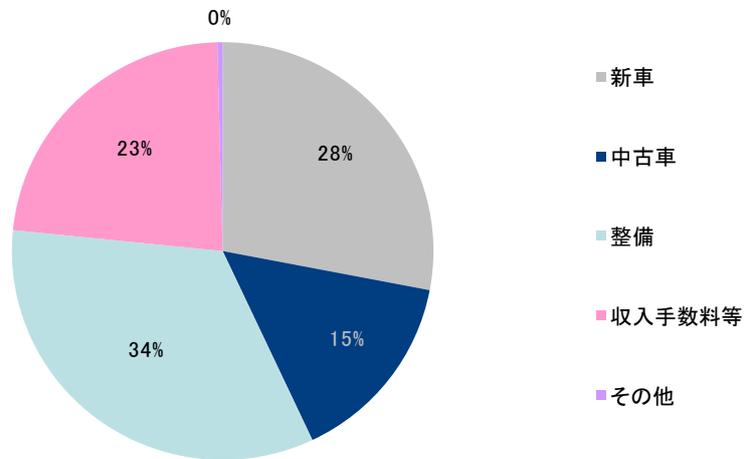
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

事業概要

売上高の内訳



売上利益の内訳



※ いずれも 2025 年 3 月期第 2 四半期。  
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

事業概要

(1) 新車事業

子会社の日産東京販売は、EV や e-POWER など日産自動車の新車全車種を、都内に 101 ある店舗を通じて販売している。日産自動車が継続的に新型車を投入してきことに伴って多様化した顧客の期待やライフスタイルに合わせ、こうした店舗を「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とリニューアルしているところである。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用のバーチャルカンパニーとして販売店 4 店舗を運営、全国のルノーディーラーで No.1 の販売実績を誇っている (2024 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販売の収益性を高めるとともに、個人リースや中古車販売、整備など新車販売以外の事業を成長ドライバーに、独自戦略を展開する必要が生じている。

(2) 個人リース「P.O.P.」

個人向けカーリースは、販売先がリース会社という新車の販売形態で、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消費者や、諸手続きや所有の煩わしさを軽減したい消費者にとって、非常に利便性の高いサービスである。個人リースで先行した同社は、「P.O.P.」というブランドで 1997 年より販売を展開し、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 8～9 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効率のよいビジネスとなっている。同時に、保有期間が通常の半分以下という良質な中古車を確保できるというメリットもある。こうした特徴から、現在、自動車販売会社のみならず様々な業種が個人リースに参入しつつある。消費者にとっても選択肢が広がり、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 月には、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.」ホームページ



出所：「P.O.P.」ホームページより掲載

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12月18日(水)

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

## 事業概要

**(3) 中古車事業**

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買い替えの販売促進という側面もある。買取は、新車販売の際の下取りや店頭での買取に加え、日産自動車が発行する車買取・車査定の情報サイト「日産カウゾー」を通じて各販売店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「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。オークションなどの販売ルートもあるが、収益性の高いエンドユーザー向け「小売販売」が主力である。

**(4) 整備事業**

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おり、メンテナンス会員比率47%、グループで車検整備97,000台、点検整備120,000台、安心点検130,000台を誇っている(2024年3月期)。また、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ている。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」は東京を中心に神奈川、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、業績は好調を続けている。

**(5) その他の事業**

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。

## 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

「CASE」や「MaaS」の時代において、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同社にはある。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) ベストプラクティス、(4) 地域に根ざした店舗ネットワークなどの強みによって支えられている。

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12月18日(水)

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

## 事業概要

**(1) EV 販売のパイオニア**

同社は、EVの販売やサービスに関して長年蓄積されたノウハウを有し、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」など充実した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コンサルティングも行っている。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基ほど配備して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」も多くの店舗で配備している。

※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加え、保有台数14,000台以上の個人リース、整備収入につながる12.1万人のメンテナンスバック会員、利用率約50%の金融商品、約13万件の保険付保などを通じ、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) ベストプラクティス**

ロールプレイングやビデオなどにより、ノウハウや情報を速やかに共有し水平展開する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社を統合して3年経ったが、今では出身会社を問わず全員がベストプラクティスをベースにした提案営業をできるようになった。これによって、同社の販促や営業のヒット率、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上がっている。EVに関して、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、販売増加につながってきた。その結果、東京という高コストのエリアを地盤にしながら、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。

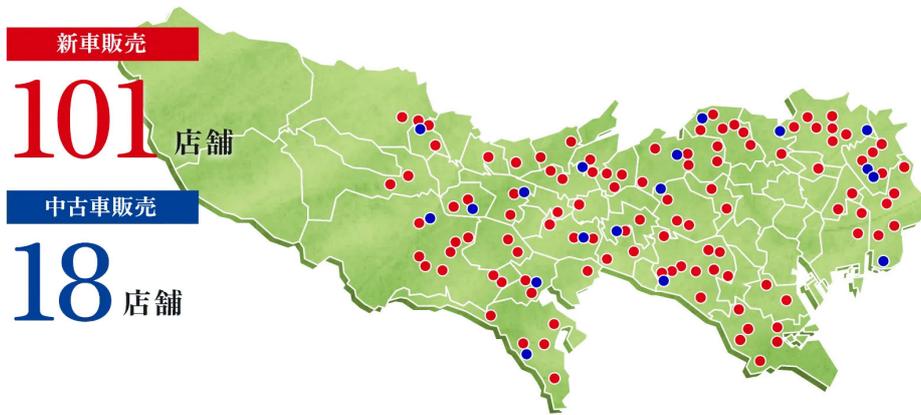
**(4) 地域に根ざした店舗ネットワーク**

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1,400万人の人口の約9割をカバーしている。同社は東京をドミナント化し、新車販売105店舗（ルノー店4店舗を含む）、中古車販売18店舗、「車検館」12店舗、エヌティオート8センターを構えている。こうした店舗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を囲い込んでいる。

※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。

## 事業概要

## 地域に根ざした店舗ネットワーク



出所：同社ホームページより掲載

## 業績動向

### 減益とはいえ、営業利益は過去2番目の実績かつ想定内の推移

#### 1. 2025年3月期第2四半期の業績動向

2025年3月期第2四半期の業績は、売上高が70,043百万円（前年同期比5.8%減）、営業利益が3,796百万円（同13.6%減）、経常利益が3,768百万円（同9.6%減）、親会社株主に帰属する中間純利益が2,485百万円（同1.7%増）となった。減益とはいえ、営業利益と経常利益は過去2番目、親会社株主に帰属する中間純利益は過去最高の実績となった。総じてほぼ想定内の業績だった。なお、2023年10月に子会社の東京日産コンピュータシステムを売却している。

#### 2025年3月期第2四半期業績

	24/3期2Q		25/3期2Q		増減率
	実績	売上比	実績	売上比	
売上高	74,358	100.0%	70,043	100.0%	-5.8%
売上総利益	18,134	24.4%	17,417	24.9%	-4.0%
販管費	13,740	18.5%	13,621	19.4%	-0.9%
営業利益	4,393	5.9%	3,796	5.4%	-13.6%
経常利益	4,170	5.6%	3,768	5.4%	-9.6%
親会社株主に帰属する 中間純利益	2,443	3.3%	2,485	3.5%	1.7%

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 業績動向

同社は、グループ内のシナジーを高めながらモビリティを中心に積極的に事業を展開、EV4車種、e-POWER5車種など充実した電動車ラインナップを軸とした販売に加え、強みである個人リースを推進し、新車の受注台数と収益の確保に取り組んだ。しかし、子会社譲渡の影響に加え、前年同期の補助金の動向による影響などでEVの販売が相対的に減少したことにより、売上高は減少した。国内の新車登録台数が前年同期比2.6%減、同社マーケットである東京都内が同2.7%減と堅調に推移するなか、同社の新車販売台数は同9.0%減（登録日基準で同11.0%減）であった。ただし、子会社譲渡の影響3,853百万円を除外すれば、売上高は前年同期比0.6%減と前年同期とほぼ同じ水準になるため、EVの販売減少を、e-POWERの拡販や中古車事業、整備事業である程度カバーしたことが分かる。

営業減益の主な要因は、子会社譲渡の影響に加え、新車売上高とそれに紐づく収入手数料の減少にあり、中古車事業と整備事業の増益でカバーできなかった。なお、子会社譲渡の影響を除くと営業利益は前年同期比9.5%減となる。損益の内容は、売上総利益率が改善したが、これはベストプラクティスによる付加価値を上げるための提案が子会社を含めて同社グループ全体に広がったことが要因である。販管費は実額で減少したが、売上高に対する構成比は上昇した。中期経営計画の重点施策であるモビリティ事業の強化により、新店が多くなったことで減価償却費や営業費が増加した一方、生産性を上げることで人件費を、デジタル化を進めることで宣伝費を抑制した。また、一部新店で2店を1店に統合したため店舗効率も改善した。期初予想に対する進捗率は売上高で46.7%と前年同期の49.9%を下回ったが、営業利益は企業努力によって50.6%と前年同期の50.4%を若干とはいえず上回った。なお、親会社株主に帰属する中間純利益のみ増益になったのは税効果の影響による。

## 個人リース、中古車事業、整備事業が堅調に推移

### 2. 事業別の売上動向

事業別の売上高は、新車38,906百万円（前年同期比5.5%減）、中古車11,657百万円（同11.4%増）、整備15,282百万円（同2.9%増）、収入手数料等3,963百万円（同3.1%減）となり、主力の新車販売の減少を中古車販売や整備でカバーする格好となった。

#### 2025年3月期第2四半期の事業別売上高

	24/3期2Q		25/3期2Q		増減率
	実績	売上比	実績	売上比	
新車	41,161	55.4%	38,906	55.5%	-5.5%
中古車	10,463	14.1%	11,657	16.6%	11.4%
整備	14,846	20.0%	15,282	21.8%	2.9%
収入手数料等	4,091	5.5%	3,963	5.7%	-3.1%
情報システム関連事業	3,599	4.8%	-	-	-
その他	196	0.3%	232	0.3%	18.4%

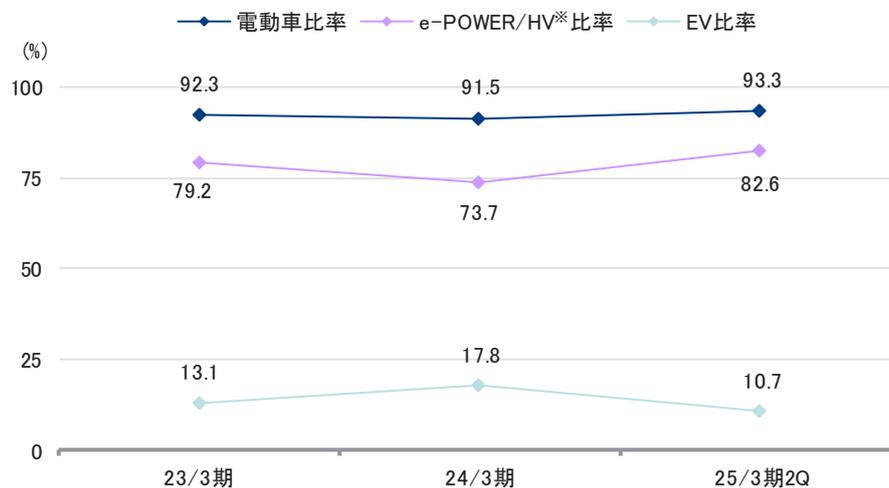
出所：決算短信よりフィスコ作成

## 業績動向

**(1) 新車事業**

2025年3月期第2四半期の新車販売台数は11,802台(前年同期比9.0%減)、登録日基準では11,691台(同11.0%減)となり、売上高、営業利益ともに減少した。EVの売上高が前年同期から反動減となったことが要因である。詳細は、2023年3月末の時点でEVの補助金が決まっていなかったためバックオーダーが発生、これに2023年3月に人気のEVアリアの受注を開始したことが重なったため、同年4月以降に登録が一気に増えた。これにより2024年3月期第2四半期は、新車販売台数が前年同期比2.2%増、登録台数が同8.2%となって売上高が同17.2%増と急増、一方2025年3月期第2四半期は、この反動により売上高が減少した。しかし、e-POWERなどEV以外の電動車が順調に売上を伸ばしており、同社の電動車人気は変わらないため、むしろ新車販売は正常化したといえることができる。

なお、中国や欧米でEVの販売が鈍化していること、そのタイミングで同社に新車を供給している日産自動車の世界規模でのリストラを発表したことに絡めて、同社の販売減に触れる論調もあるが、それは間違っている。なぜならば、日産自動車の低迷の要因は、新エネ車シフトの中国、補助金を見直している欧米にあるからだ。一方、同社の販売減の理由は前述したように明確なうえ、日本はまだEVの普及率が非常に低いため、むしろEVの補助金を継続するモチベーションとなっている。さらに急速充電器などインフラで先行する同社地盤の東京都は他の自治体より補助金が多い。このように、日産自動車の低迷による同社への影響は、ほとんどないといえる。むしろリストラによって日産自動車の体質が強化されれば、国内で日産車を最も売っている同社にとって大きなメリットとなるだろう。

**電動車販売比率の推移(乗用車)**


※ HV：ハイブリッド車。

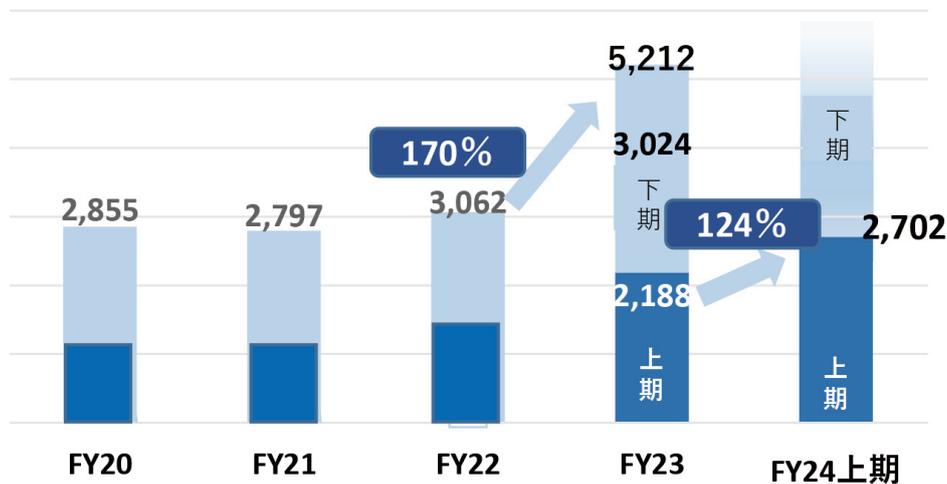
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

## 業績動向

## (2) 個人リース

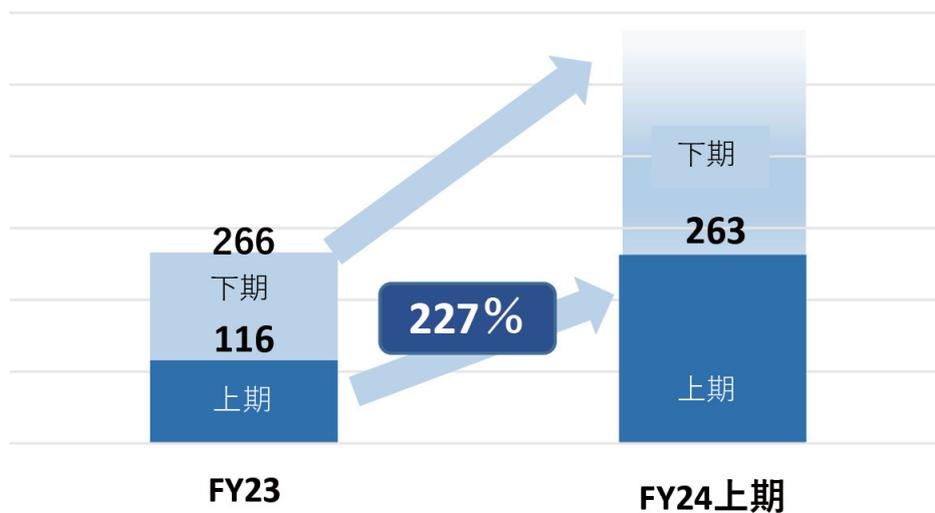
収益性の高い新車個人リース「P.O.P」の販売が順調に伸長、2024年3月期に導入した中古車個人リースも大きく伸長した。「P.O.P」については、消費者の間でカーリースへの認知が広がったこと、ベストプラクティスの浸透で前下期から全員が提案営業をできる体制になってきたことが奏功し、2025年3月期第2四半期の個人リースの販売が2,702台（前年同期比23.5%増）、保有台数も14,699台（同11.8%増）と順調に伸び、東京都の販売シェアも40%とトップを維持した。中古車個人リースも、ベストプラクティスが奏功して販売台数263台（同2.3倍）と急速に立ち上がった。なお、新車個人リースは新車事業、中古車個人リースは中古車事業となる。

個人リース「P.O.P」販売実績の推移



出所：決算説明資料より掲載

中古車個人リース販売台数の推移



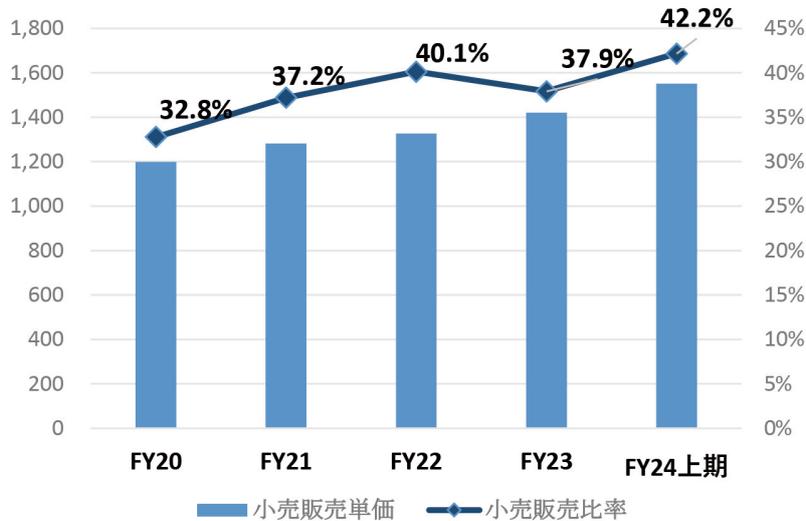
出所：決算説明資料より掲載

## 業績動向

**(3) 中古車事業**

中古車については、日産自動車公式中古車サイトなどから同社店頭で購入する、収益性の高いエンドユーザー向けの「小売販売」に注力した。一方、円安の影響による輸出増で卸売相場が高水準で推移していること、グループのサービス付加など提案営業を展開したことなどにより販売単価が上昇した。この結果、営業利益も大幅増益となった。

中古車の小売販売比率と販売単価の推移



※ 棒グラフの単位は千円。

出所：決算説明資料より掲載

**(4) 整備事業**

整備事業については、12万人のメンテナンスバック会員を中心とする35万件の顧客基盤を背景に安定した入庫を確保した。この結果、エヌティオートサービス、車検館を含め、例年どおり売上高は堅調に推移、営業利益も伸長した。車検が横ばいで入庫は若干減少したが、修理代や人件費などの上昇を反映して価格が上昇した。入庫は保有年数が長くなると減る傾向にあり、新車買い替えを促すことが今後の課題といえる。

## 持続的な成長へ向けた取り組みを推進

### 3. トピックス

#### (1) 店舗ネットワーク投資

2025年3月期第2四半期は、東伏見店（2024年4月）、U-Car ひろば鹿浜店（同年9月）、東八三鷹店（同年8月）、ルノー練馬・アルピーヌセンター練馬（同年10月）と4店舗のリニューアル及び新築移転を実施するなど店舗への投資を加速し、店舗ネットワークの最適化を積極的に進めた。足元では移転や建替えリニューアルの工事を複数推進しており、2025年3月期下期以降は八王子店（2025年オープン予定）、烏山店（同年オープン予定）、足立店（2026年オープン予定）などのグランドオープンを予定している。なお、店舗ネットワーク投資にあたっては、次世代型店舗としてエネルギーマネジメントなどを積極的に導入しており、ソーラーパネルやEVのリユースバッテリーを活用した蓄電システムなど地域の環境や防災に貢献する店舗づくりを目指している。

#### (2) 人的資本投資

人的資本投資として、従業員の様々なチャレンジをサポートしている。「日産サービス技術大会」は、1966年より開催されている歴史ある大会で、全国の日産自動車販売会社で整備に携わるスタッフの技術力・対応力の向上を目的としている。2024年10月にその予選となる「2024全国日産ブロックサービス技術大会」が開催され、同社のチームが準優勝して、来年開催予定の全国大会での優勝を狙っている。また、日産自動車の人財育成プロジェクトの一環である「日産メカニックチャレンジ」では、モータースポーツの「SUPER GT」や「スーパー耐久」に、子会社の日産東京販売の整備士がレーシングチームの一員として参加した。プロのレース現場という極限の環境のなかで体感した整備のスピード感や正確性を、普段の仕事にフィードバックし、スキル向上に生かしている。

#### (3) 地域・社会貢献

地域や社会への貢献も常に行っている。東京都が実施する「TOKYO こども見守りの輪プロジェクト」に参画し、2024年6月に東京都との間で覚書を締結した。都内の自動車販売店舗や事業所において、地域の子供たちの安全・安心を守る活動に取り組む方針である。また、地域で開催される様々なイベントにおいてEVを活用し電気を提供、災害など万一の際に活躍する静かな発電機として好評であった。日産東京販売が運営する「三郷ファーム」では、水耕栽培により生産した多種多様な野菜を、品川区にある38の子ども食堂へ定期的に寄付している。

## 売上高のハードルは上がったが、利益は十分達成可能

### 4. 2025年3月期の業績見通し

同社は2025年3月期の業績に関して、期初予想のまま、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%減)、親会社株主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。引き続き個人リースの伸長、中古車事業と整備事業の好調維持を想定している。また、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

	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%	0.7%
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 当期純利益	7,337	4.9%	4,500	3.0%	-38.7%

出所：決算短信よりフィスコ作成

売上面では、新車について、日産自動車のグローバルな小売販売台数が365万台から340万台へと下方修正されたが、これは海外が中心で、国内は同社の販売現場から見ると特に大きな問題はないようだ。現時点でインパクトのある新型車投入の情報はないが、既存電動車の人気が高いうえ、子会社譲渡の影響とEVの一時的な販売減は下期に一巡、個人リースは引き続き伸長が予想されており、下期に入って足元の受注も強めに推移している模様である。店舗ネットワークも進化を加速している。また、中古車事業と整備事業は、中古車個人リースが勢いよく立ち上がっていること、「車検館」が効率化を一層推進して在庫台数の増加を図っていることなどから、引き続き堅調な業績を見込むことができる。上期の減収でハードルは上がったが、このような努力によって下期に売上高の挽回を図る考えである。

一方、利益面では、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の増加を想定している。人的資本については、人財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する方針である。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。このように必要なコストは投じるが、上期同様、ベストプラクティスによる収益性の改善に加え、販売動向に合わせてコストをフレキシブルに抑制することが見込まれるため、通期予想は十分達成可能と思われる。

## ■ 中期経営計画

### 移動の楽しみなど運転の普遍的価値を提供し続ける

#### 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の変化が加速している。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。そして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）を特定し対処する方針である。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、電動化リーダー、安全・運転支援技術、モビリティ事業を重点施策とする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。

#### 2. 中期経営計画の進捗

中期経営計画では、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、コスト面で人財・デジタルへの投資強化、設備費・経費の最適化に取り組み、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CO<sub>2</sub>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、電動化比率に加え、財務目標の中心となる営業利益については、2024年3月期に3年前倒しで達成し、減益予想の2025年3月期も目標をクリアする見込みである。営業利益の確保が順調だったこともあって、その他の目標もいくつかは達成が視野に入ってきた。

## 「CASE」を前提に重点施策を展開

### 3. 中期経営計画の重点施策

中期経営計画は順調に進捗しており、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つの重点施策を、引き続き実行する方針である。そのためにも、重点施策の基盤となる店舗ネットワークの充実も図る考えだ。

#### (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（既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。このため、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する計画である。また、EV 販売によるCO<sub>2</sub> 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

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12月18日(水)

<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によって日々の安心と安全もサポートする方針である。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、既に一日の長がある整備士のさらなる技術力の向上、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」の体制構築を進める考えである。プロパイロットは主要車種の 97% に標準装備またはオプション設定されているが、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※。

※ 詳細は本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」については、販売ノウハウなどをベストプラクティスとして全社で生かし、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、「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し、好調な立ち上がりとなった。モビリティ事業ではほかに、同社が日産レンタカーを全店に配備するとともに運用台数を増強、一方日産自動車は日産レンタカーにカーシェアリングサービス「e-シェアモビ」を統合した。こうした動きを通じて利便性の向上を図るとともに、EV など電動車を運転する機会やプロパイロット 2.0 など先端技術を体験できる機会を広げ、同社の EV や e-POWER に対する理解を促進する考えである。

## (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。したがって、店舗ネットワークは重点施策を実行するための基盤であり、「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・新規出店は、重点戦略に匹敵する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 月期第 2 四半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る。また、新たなタッチポイントとして、デジタル技術を積極的に取り入れ、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、新たなタッチポイントが主要な販路の 1 つとなる可能性もある。

#### 4. 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30億円となっている。こうした投資により収益向上を進め、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150億円を前倒しで投資したため、成果も一部前倒しで顕在化している。

## 株主還元策

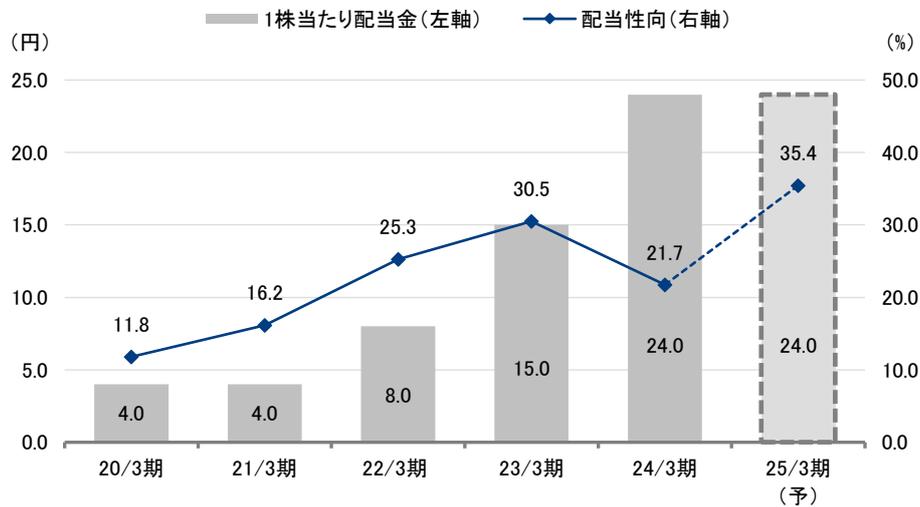
### 配当は業績に応じて配当性向30%台維持を目標とする

#### 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%台以上の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することを基本方針としている。このため、2025年3月期の年間配当金は、前期(期末特別配当金2.0円含む)と同額の24.0円(中間配当金12.0円、期末配当金12.0円)を予定している。

## 株主還元策

## 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

## オリジナルデザインの 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のは、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デザインの 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111期



##### 第112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