

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 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 >>>

2025 年 7 月 2 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. 新車や中古車の販売、自動車整備などを展開する国内最大級の自動車ディーラー	01
2. EV 販売のパイオニア、顧客基盤、店舗ネットワークに加え、ベストプラクティスも強み	01
3. 2026 年 3 月期営業利益は先行費用により減益予想だが、引き続き高水準を維持する見込み	01
4. 重点施策を着実に実行、営業利益 65 億円などを目指す中期経営計画は順調に進捗	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 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	07
■ 業績動向	09
1. 2025 年 3 月期の業績動向	09
2. 事業別の売上動向	10
3. トピックス	13
4. 2026 年 3 月期の業績見通し	13
■ 中期経営計画	14
1. 企業理念	14
2. 中期経営計画の進捗	15
3. 中期経営計画の重点施策	15
4. 投資計画	16
■ 株主還元策	17
1. 配当政策	17
2. 株主優待制度	18

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

2025 年 7 月 2 日 (水)
<https://www.nissan-tokyo-hd.co.jp/ir/>

要約

営業減益も中期経営計画を上回る高水準維持

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

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ほか、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。

※ 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、顧客基盤、店舗ネットワークに加え、ベストプラクティスも強み

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、東京をドミナント化する新車販売店舗 101 店舗（ルノー店 4 店舗含む）の店舗ネットワーク、及び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を強みとしている。こうした強みを背景に、新車のみならず中古車や整備も含めた幅広い事業を展開し、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。他社に先駆けて展開し、早期買い替えや良質な中古車の確保といった面で大きなシナジーの出ている個人リースもベストプラクティスにより急成長した事業である。

3. 2026 年 3 月期営業利益は先行費用により減益予想だが、引き続き高水準を維持する見込み

2025 年 3 月期の業績は、売上高が 141,605 百万円（前期比 4.9% 減）、営業利益が 7,412 百万円（同 14.9% 減）となった。中古車販売と整備事業は堅調であったが、新型車が端境期にあったなどの要因から減収となった新車販売をカバーできず、減収・営業減益となった。しかし、営業利益については、前期に次いで過去 2 番目に高い実績となるなど高水準を維持した。2026 年 3 月期の業績見通しについて、同社は売上高 145,000 百万円（前期比 2.4% 増）、営業利益 7,000 百万円（同 5.6% 減）を見込んでいる。売上高は、新型車の投入や店舗ネットワーク刷新などにより増収に転じる見込みである。一方で営業利益は、物価上昇に加え採用・教育の整備や支援システムの導入など費用が先行するため減益予想となったが、引き続き中期経営計画を上回る高水準を維持する見込みである。

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

2025 年 7 月 2 日 (水)

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

要約

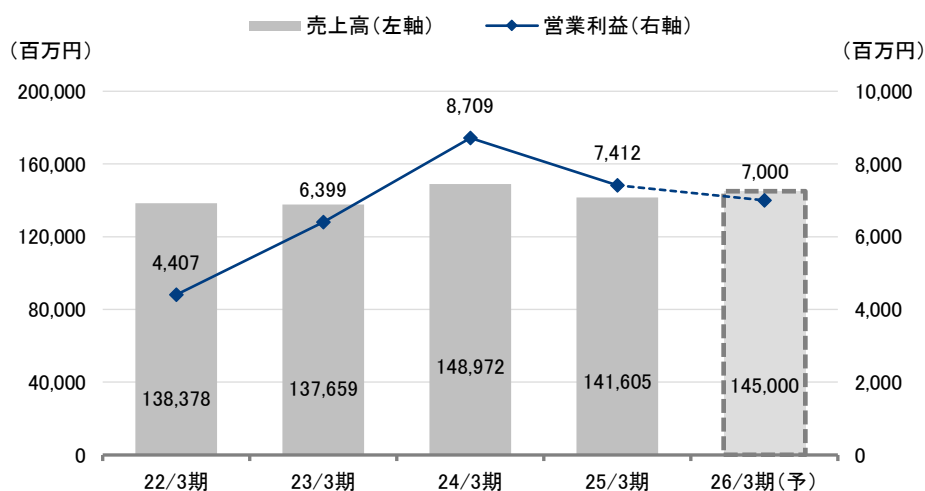
4. 重点施策を着実に実行、営業利益 65 億円などをめざす中期経営計画は順調に進捗

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重点施策を着実に実行するなど、2027 年 3 月期に営業利益 65 億円などをめざす中期経営計画の進捗は順調だ。そのなかで唯一売上高だけがビハインドして見えるが、2026 年 3 月期は「リーフ」など新型車 2 車種、中期経営計画最終年度の 2027 年 3 月期には人気の大型ミニバン「エルグランド」を投入する予定であり、最終的に売上高も目標を達成する可能性が高まったといえよう。なお、新車を供給する日産自動車の経営が不安定化していることが懸念されているが、新型車が投入されなかった 2025 年 3 月期も一定水準の販売台数を確保していることから、同社の販売競争力が低下していることはないと言える。加えて、新型車の投入スケジュールが予定どおり進めば、2026 年 3 月期～2027 年 3 月期の業績に大きなマイナス影響を与えることはないと考える。

Key Points

- ・国内最大級の自動車ディーラーを運営、顧客基盤や店舗ネットワークなどに強み
- ・2025 年 3 月期は減益とはいえ、ほぼ想定どおりで、営業利益は過去 2 番目の高水準
- ・2026 年 3 月期は営業減益予想だが、引き続き中期経営計画目標を上回って推移する見通し

業績推移



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

2025 年 7 月 2 日 (水)
<https://www.nissan-tokyo-hd.co.jp/ir/>

■ 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である。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。

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）に商号を変更した後、徐々に業容を拡大し、1961 年に東京証券取引所市場第 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 年には（株）車検館を設立し車検整備を強化するなど事業の多角化を図ってきた。2004 年に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し、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り、商号も現在の日産東京販売ホールディングスへと変更した。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、日産系自動車販売会社 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、グループ内の経営資源を自動車関連事業に集中させるため、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 <8060>に譲渡した。

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

2025 年 7 月 2 日 (水)

<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（以下、東証）市場第 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（株）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

新潮流や全固体電池をテコに EV 市場拡大に期待

2. 自動車業界の動向

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 & Service）、電動化（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て検索・予約・決済など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。

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

2025 年 7 月 2 日 (水)

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

会社概要

こうした大変革の波に乗って 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、業界全体で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※¹といった電動車※²の普及に取り組み、電動車と相性が良いと言われる IoT には先端技術で、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。他社メーカーの EV でも利用可能な急速充電器を各店舗に設置し、また、リースやレンタカーなどモビリティ事業の強化も行っている。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。現在、欧米では EV の普及が頭打ちになっているが、「CASE」や「MaaS」に加え、遠からず予想される全固体電池の実用化や、自動車業界トップのトヨタ自動車<7203>の本格参入などをきっかけに、EV 市場が大きく広がる日もそう遠くないことと思われる。

※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。

事業概要

事業間の利益バランスが良好

1. 事業内容

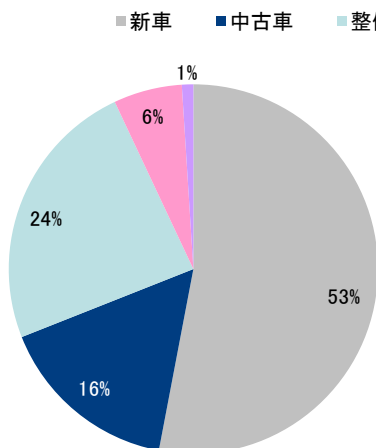
同社の事業は、個人リースを含む新車事業、中古車事業、整備事業などで構成されている。事業全体でカーライフ（モビリティ）のワンストップサービスを提供し、付加価値の高い提案とメンテナンスや金融など自動車関連サービスによって顧客の LTV（ライフタイムバリュー）を最大化するとともに、モビリティ関連事業へ展開していくことでグループシナジーを追求するビジネスモデルである。収益構造を見ると、売上高の 50% 以上を新車が占める一方で、売上利益は各事業間でバランスが取れている。新車を販売することで中古車販売の回転が良くなり、整備などのストックビジネスが積み上がるという安定したバリューチェーンを築いている。なお、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。

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

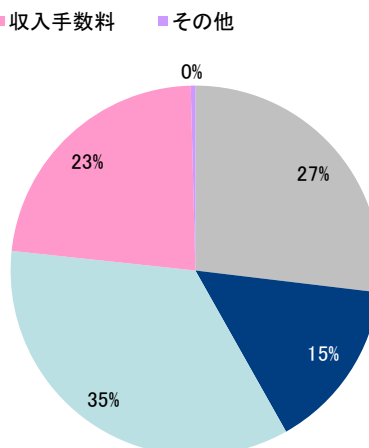
2025 年 7 月 2 日 (水)
<https://www.nissan-tokyo-hd.co.jp/ir/>

事業概要

2025年3月期の売上高内訳



2025年3月期の売上利益内訳



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(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、都内の約 100 店舗を通じて販売している。現在これらの店舗について、日産自動車が継続的に投入する最先端の新型車と多様化した顧客の期待やライフスタイルに合わせ、「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門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（2025 年 3 月期実績）。なお、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とする、独自戦略を展開する必要も生じている。

(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事業の中の 1 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となっている。個人リースで先行している同社は、日産ブランドに依存しない「P.O.P」というブランドで 1997 年よりサービスを展開し、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良いビジネスとなっている。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が、消費者の選択肢が広がるうえ市場活性化も期待できるため、「P.O.P」にとっては追い風になっている。

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

2025 年 7 月 2 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。仕入は主に新車販売時の下取車や買取、オークション等で調達している。販売は、日産自動車による認定中古車を厳しいサービスレベルをクリアした同社を含む「クオリティショップ」で取り扱っており、充実した保証やアフターサービスを提供している。オークションなどの販売ルートもあるが、収益性の高い自社在庫を自社中古車店舗で消費者に直接販売する「小売販売」が主力である。なお、新車個人リースの好調をヒントに新たな中古車の販売形態となる中古車個人リースを 2023 年 4 月に開始し、販売台数も 2025 年 3 月期は前年に対し倍増するなど順調に伸長している。

(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、メンテナンスパック会員は 13 万件超、グループ内の整備入庫の総台数は約 65 万台である（2025 年 3 月期）。また、子会社で大規模総合自動車整備会社のエヌティオートサービス（株）は、専業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、グループ内の整備を集中的に扱うセンターとしての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。車検は日産東京販売及び日産ブランドに依存しない車検専門店「車検館」で扱っている。「車検館」は東京を中心に神奈川、埼玉、千葉に 13 店舗のネットワークを有する。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による確かな技術に基づく検査がセールスポイントである。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で好調な業績を続けている。

(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、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。

強みは EV 販売、顧客基盤、ネットワーク、ベストプラクティス

2. 同社の強み

総合モビリティ事業のフロントランナーとして、同社は「CASE」や「MaaS」の時代に優位性を発揮することができる。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といった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

2025 年 7 月 2 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 の販売やサービスで長年蓄積したノウハウを有し、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、国産初の量産 EV 「リーフ」や軽自動車 EV 「サクラ」など充実したラインナップや、累計 16,000 台を超える EV の販売実績があり、家庭用充電器の販売や EV に蓄えた電力を自宅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。メンテナンス体制は、日産 EV 認定整備士約 700 名、エヌティオートサービスの EV 重整備工場 3 ヶ所を有し、EV の急速充電器も都内に約 100 基整備している。

※ 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個人リース、整備収入につながる 13 万件超のメンテナンスパック会員、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 万件に上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 1,400 万人の人口の約 9 割をカバーしている。新車販売 101 店舗 (ルノー店 4 店舗を含む)、中古車販売 18 店舗、「車検館」13 店舗、エヌティオートサービス 8 拠点という店舗ネットワークによって東京をドミナント化し、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。

(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するベストプラクティスも同社の強みである。同社はこれまでベストプラクティスによって販促や営業のヒット率や顧客のニーズに合わせた商品提案力を向上してきた。そのため、制度や仕様面で説明が難しいと言われる EV 販売や個人リースに関して、競合他社に対して営業力での優位性を築けたことが販売増加につながっている。その結果、東京という高コストのエリアを地盤にしていながら、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。

業績動向

減益とはいえ、営業利益は過去 2 番目の実績と堅調

1. 2025 年 3 月期の業績動向

2025 年 3 月期の業績は、売上高が 141,605 百万円（前期比 4.9% 減）、営業利益が 7,412 百万円（同 14.9% 減）、経常利益が 7,367 百万円（同 11.9% 減）、親会社株主に帰属する当期純利益が 4,312 百万円（同 41.2% 減）となった。前期が好調だったこともあって減収減益となったが、営業利益と経常利益については前期に次ぐ過去 2 番目の高い実績となった。期初予想と比べると、売上高で 8,395 百万円の未達、営業利益で 88 百万円の未達、経常利益で 367 百万円の過達、親会社株主に帰属する当期純利益で 188 百万円の未達となったが、堅調な水準を維持したとすることができる。なお、事業セグメントは、2023 年 10 月に情報システム関連事業を担っていた連結子会社 TCS の全株式譲渡により、自動車関連事業の単一セグメントとなったため、当期よりセグメント情報の記載を省略している。また、前期に株式譲渡による関係会社株式売却益を特別利益に計上した反動で、親会社株主に帰属する当期純利益が大幅減益となった。

2025 年 3 月期の業績

（単位：百万円）

	24/3 期		25/3 期		前期比
	実績	売上比	実績	売上比	
売上高	148,972	100.0%	141,605	100.0%	-4.9%
売上総利益	36,926	24.8%	35,405	25.0%	-4.1%
販管費	28,217	18.9%	27,993	19.8%	-0.8%
営業利益	8,709	5.8%	7,412	5.2%	-14.9%
経常利益	8,364	5.6%	7,367	5.2%	-11.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	7,337	4.9%	4,312	3.0%	-41.2%

出所：決算短信よりフィスコ作成

売上高については、中古車販売が販売単価の上昇、整備事業が堅調な在庫により増収となったが、新型車が端境期となったうえ、前期上期に納車が集中した反動などにより減収となった新車販売をカバーできなかった。利益面では、中古車販売や整備事業が堅調だったことでポートフォリオが改善して売上総利益率が向上した。一方で、賃上げや店舗ネットワークの刷新による費用増に対し、人員コントロールなどによる販管費全般の削減を行ったが、営業利益は減益となった。期初予想との比較で売上高が未達になったのは、新車が端境期となったことで新車販売台数が想定ほどに伸びなかったことが要因で、一方、営業利益が少額の未達にとどまったのは、販管費を抑制できたこと、中古車販売と整備事業が堅調だったことが要因である。

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

2025 年 7 月 2 日 (水)

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

業績動向

35 万件の顧客基盤と複数の事業によるバランスの良い収益構造に支えられ、中期経営計画で掲げるモビリティのワンストップサービスやカーライフといった戦略は順調で、過去 2 番目の高い利益を達成することができた。なお、同社に新車を供給する日産自動車の経営が、2024 年秋以降不安定化していることが懸念されている。しかし、同社の販売力は健在で、新型車が端境期のなかでも一定水準の販売台数を維持できていることから、現時点で同社の販売競争力が落ちているということはない。また、2026 年 3 月期は想定どおり新型車が投入される見込みであること、これまでコロナ禍の供給遅れなど厳しい時期にも対応できたことを考えると、2026 年 3 月期及び 2027 年 3 月期ともに大きな影響は生じないと考えられる。ただし、問題が長期化した場合には、新車開発面やブランドイメージ面で不透明感が生じるかもしれない。

個人リース、中古車販売、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、新車販売の伸び悩みとそれに伴う手数料収入等の減少を、個人リースや中古車販売、整備事業でカバーする形となった。

2025 年 3 月期の事業別売上高

(単位：百万円)

	24/3 期		25/3 期		前期比
	実績	売上比	実績	売上比	
新車販売	84,176	56.5%	77,775	55.0%	-7.6%
中古車販売	21,631	14.5%	23,555	16.7%	8.9%
整備事業	30,767	20.7%	31,879	22.5%	3.6%
その他	8,384	5.6%	8,235	5.8%	-1.8%

注：一部の数値はフィスコ推定

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

(1) 新車事業

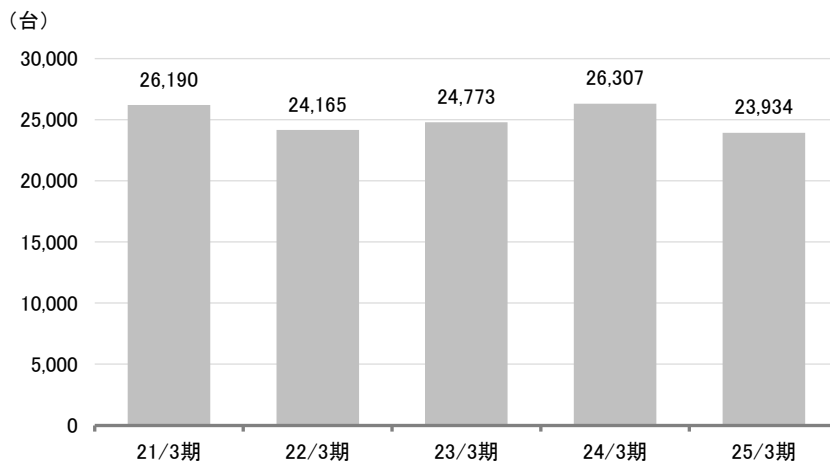
新車登録台数については、全国で前期比 1.0% 増、同社が地盤とする東京都内で同 0.3% 増と微増傾向となったが、同社は同 9.0% 減であった。これは、EV 補助金の関係から前期上期に EV の登録が一時的に集中したこと、2023 年 3 月期に新車販売を押し上げた新型車「サクラ」が一巡したこと、新型車が端境期となったことが要因である。マイナーチェンジ車も少なかった模様である。ただし、EV の販売台数が減ったとはいえ、e-POWER 車を中心に新車販売台数は 24 千台前後という通常水準を維持したことに加えて提案型営業の深化により e-POWER 車の「セレナ」や「ノート」のなかでも高額車を中心に販売できたため、販売単価と利益は高水準を持続することができたようだ。また、近年の EV に対する世界的なネガティブキャンペーンに関しては、欧米における補助金削減や一定国での高シェアに原因があるため、EV シェアが 2% 前後と低い日本には当てはまらない。むしろ国内でも EV 補助金の手厚い東京を同社が地盤としていること、EV に消極的と言われたトヨタ自動車の本格参入で市場の活性化が期待できることなどを考えると、市場環境は良好といえる。

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

2025 年 7 月 2 日 (水)
<https://www.nissan-tokyo-hd.co.jp/ir/>

業績動向

新車販売台数の推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(2) 個人リース

収益性の高い新車個人リース「P.O.P」の販売が前期比 1.3% 増と堅調に伸長し、引き続き安定した顧客基盤を構築することができた。これは、新型車の投入がなかったにも関わらず、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新車販売時にリースを推奨するなど全員が提案営業できる体制になってきたことが要因だと思われる。近年、新車個人リースは同業や異業種の参入が相次いでおり、ここ 7 ～ 8 年は 2 ケタ成長するなど市場が拡大している。しかし、カーリースの契約では残価や残存期間など制度や仕組みの説明に EV と同様の高い説明スキルが必要で、会社によってはそれがハードルになる場合が多い。同社は約 30 年間積極的に個人リースを展開してきた経験が大きな強みとなっており、トップシェアにもつながっている。なお、個人リースの契約は基本的に 5 年だが、実際には 3 年で乗り換える顧客が多く、大きく増えた前々期の乗り換えが来期には始まる見込みである。

日産東京販売ホールディングス

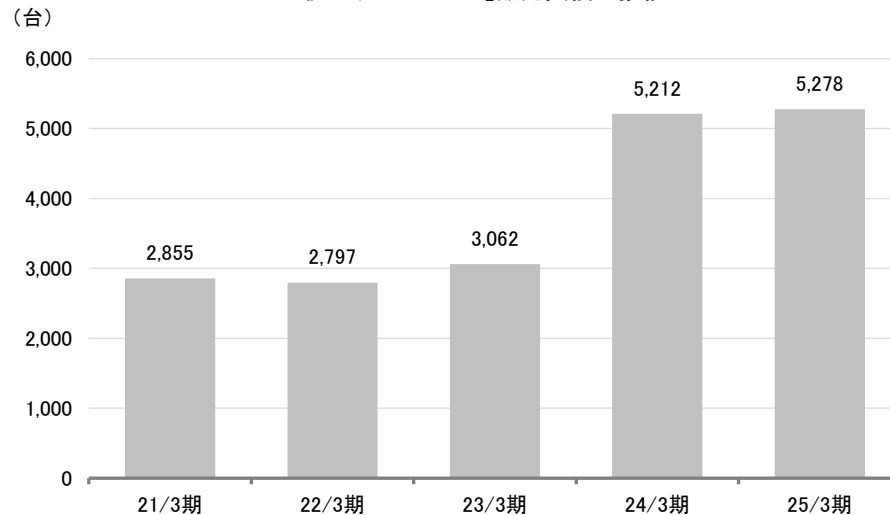
8291 東証スタンダード市場

2025 年 7 月 2 日 (水)

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

業績動向

個人リース「P.O.P」販売実績の推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(3) 中古車事業

中古車販売においては流通市場全体で在庫が不足気味となるなか、販売単価が上昇し高採算の小売販売が増加したことが粗利確保と販売効率向上につながり、過去最高益となった模様である。同社の中古車は、日産自動車のサイトを通じて販売されることが多かったが、現在では、ベストプラクティスの効果や、高年式で良質な中古車が揃っていることが一般の中古車購入希望者に好評で、同社の中古車販売店で直接消費者に販売することが多くなっているようだ。また、中古車個人リースは、ニーズが多様化するなか前期比倍増ペースで増えており、将来のリピーター顧客への期待も高まっている。

(4) 整備事業

整備事業では 13 万件超のメンテナンスパック会員という安定したストック基盤に支えられて、引き続きメンテナンス需要を着実に取り込んだ。なかでも「車検館」は、入庫予定のデジタル化を進めるなど仕組み面で利便性を向上したうえ、新たに 1 店舗を出店するなどリピーター顧客の確保と新規顧客の獲得に取り組んだ結果、3 期連続で最高益を更新した。また、同社がこのような「車検館」のノウハウを取り込むことで、ストック基盤のさらなる活用を図ることができている。

「店舗ネットワーク刷新戦略」を加速

3. トピックス

中期経営計画における「店舗ネットワーク刷新戦略」を加速するため、2025 年 3 月期は新規出店・移転・建替え・リニューアルを過去最多となる 7 拠点で実施した。内訳は、東伏見店（2024 年 4 月）、東八三鷹店（同年 8 月）、U-Car ひろば横浜店（同年 9 月）、ルノー練馬・アルピーヌセンター練馬（同年 10 月）、葵交通（同年 5 月）、「車検館」青梅店（25 年 1 月）、八王子店（同年 3 月）で、顧客利便性の向上、従業員の働きやすさ、店舗機能の高度化を図った。特に EV に対応するインフラ構築や、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推進するとともに、ソーラーパネルや EV のリユースバッテリーを活用して地域の環境や防災に貢献する蓄電システムを設置するなど、モビリティ拠点としての役割も強化した。

2025 年 3 月期は、これらの店舗ネットワークをベースに、継続的に地域や社会への貢献を行った。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。また、同社の販売店や事業所において地域の子どもの安全・安心を見守る活動に取り組んだ。地域で開催される様々なイベントにおいて EV を活用した電力を提供、災害など万一の際に活用でき静かな非常用電源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、定期的に子ども食堂に寄付している。また、2014 年以降、交通遺児育英会への寄付を毎年続けている。

新型車などで増収予想も、先行費用で減益見込み

4. 2026 年 3 月期の業績見通し

2026 年 3 月期の業績は、売上高 145,000 百万円（前期比 2.4% 増）、営業利益 7,000 百万円（同 5.6% 減）、経常利益 6,500 百万円（同 11.8% 減）、親会社株主に帰属する当期純利益 4,000 百万円（同 7.2% 減）を見込んでいる。減益予想とはいえ営業利益は引き続き高水準を見込む。持続的成長に向け、人的資本の充実や顧客利便性の向上、店舗投資など中期経営計画に沿った取り組みを引き続き着実に進め、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。

2026 年 3 月期の業績見通し

（単位：百万円）

	25/3 期		26/3 期		
	実績	売上比	予想	売上比	前期比
売上高	141,605	100.0%	145,000	100.0%	2.4%
営業利益	7,412	5.2%	7,000	4.8%	-5.6%
経常利益	7,367	5.2%	6,500	4.5%	-11.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,312	3.0%	4,000	2.8%	-7.2%

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

2025 年 7 月 2 日 (水)

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

業績動向

売上面については、新型車やマイナーチェンジ車の投入と、店舗ネットワーク刷新により増収を見込む。そのため、試乗車や出店（大型 2 店の統合・移転・増床を予定）など積極投資を実施する計画である。こうした積極投資は試乗車の管理や在庫効率化によって吸収する予定だが、物価上昇に伴うコスト圧力に加え、待遇向上や採用・教育、働く環境の整備などの人的資本投資や、支援システム導入といった DX 投資などの先行的な費用の増加により営業利益は減益を見込んでいる。

事業別では、新車販売は、2025 年 6 月に発表された新型「リーフ」と、人気ゾーンの新型ハイブリッド軽自動車の新型車の計 2 車種がけん引し、マイナーチェンジ車を含めて販売台数と収益をともに引き上げる計画である。また、前期の店舗ネットワーク刷新が集客力と商談力の向上に同期寄与するとともに、AI を活用した営業支援（顧客ターゲティング・販売スキル支援・在庫管理）によって販売活動の効率化と受注率の向上を図る。特に、これまで営業マンの勘所で見極めていた顧客ターゲットを販売ビッグデータから抽出できるようにしたり、ロールプレイングを人対人から人対 AI にすることで様々なシチュエーションへの対応を 1 人で習得できるよう販売スキルの向上を効率化する。個人リースについては、構成比が拡大することを想定しており、新車販売台数の増加とともに顧客基盤の強化につなげる考えだ。

中古車販売は、足元は相場が緩やかに下落しはじめたため減収を想定するが、高収益な小売販売の比率を一段と高めることで収益の最大化を進める。中古車個人リースは、引き続き拡販を進めることで再販車両の活用と新たなリピート需要の創出を図る。整備事業は、35 万件の顧客基盤を背景にした安定的な整備入庫により微増収を見込み、「車検館」は新規出店効果（青梅店）などにより 4 期連続増収増益を予想する。手数料収入等は、新車の販売拡大により増加に転じると見られる。

■ 中期経営計画

モビリティの進化を加速させ、新しい時代を切りひらく

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。同社はこれらの環境変化に対応するため、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たブランド体験ができる店舗づくり、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挙げている。これらに加え、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た通過点として、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。

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

2025 年 7 月 2 日 (水)
<https://www.nissan-tokyo-hd.co.jp/ir/>

中期経営計画

売上高も含め目標達成の可能性が高まる

2. 中期経営計画の進捗

中期経営計画では、新車販売台数のコロナ禍前水準への回復、新車事業の収益拡大、ストックビジネスでの収益上積み、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ている。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ている。このうち、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、連続減益予想の 2026 年 3 月期でさえ目標をクリアするほど収益の改善が進んでいる。このほか大半の指標はほぼ達成したが、唯一、売上高だけが 2025 年 3 月期で約 130 億円、目標に対してビハインドしている。しかし、2026 年 3 月期は「リーフ」などボリュームゾーンをねらった新型車 2 車種、中期経営計画最終年度の 2027 年 3 月期には高速での燃費を改善した第 3 世代 e-POWER を載せた人気の新型大型ミニバン「エルグランド」を投入する予定である。このため、最終的に売上高も目標を達成する可能性が高まったといえよう。

重点施策を引き続き着実に実行

3. 中期経営計画の重点施策

以上のように中期経営計画は順調に進捗しており、引き続き、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 つの重点施策を着実に実行する方針である。

(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、急速充電器網など長年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、既存の EV、今後登場する予定の新型車 EV などの販売を一段と強化し、東京都内で 33% という日産の EV 販売シェアを持続させ、将来も EV のフロントランナーとして電動化をけん引していく考えである。また、EV 販売による CO₂ 排出量 1.6 万トン削減や EV 給電による災害時のエネルギーマネジメント、充電インフラの拡充、再生可能エネルギー利用の店舗網構築を目指すことで、モビリティ社会への対応を先行的に展開、環境や社会に対し直接的な貢献を強める考えである。

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

2025 年 7 月 2 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、レンタカーによる試乗機会を生かして、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ている。なお、プロパイロットは既に主要車種の 97% に標準装備またはオプション設定されているため、事故発生率も年々減少している模様である。また、整備士の採用や育成を強化し、技術革新に対応できる人財基盤を整備するとともに、DX を活用した検査ラインの自動化などにより作業の効率化と作業精度の向上を進めている。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」の体制構築も推進する。

(3) モビリティ事業

モビリティ事業を強化することで、所有からリースやシェアヘシフトしている消費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した。同社の保有台数も 1.6 万台となり、早期代替需要による整備・保険などのストック収益の拡大に寄与している。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、レンタカー事業が代車利用の需要を捉えて順調に成長しており、「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している。

成長投資として人的資本の充実を図る

4. 投資計画

同社は、中期経営計画のなかで既存領域への継続投資に加えて、注力領域へ積極的な投資を行う戦略を掲げており、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を目的とし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 を目的として、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を目的としたモビリティ関連や EV 周辺事業などに 30 億円～としている。積極的な投資により収益力向上を図り、2027 年 3 月期には ROE(自己資本当期純利益率)7.0% を計画する。また、ROE 向上のために、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図ることで D/E レシオ 0.26 倍を目指す。

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

2025 年 7 月 2 日 (水)
<https://www.nissan-tokyo-hd.co.jp/ir/>

中期経営計画

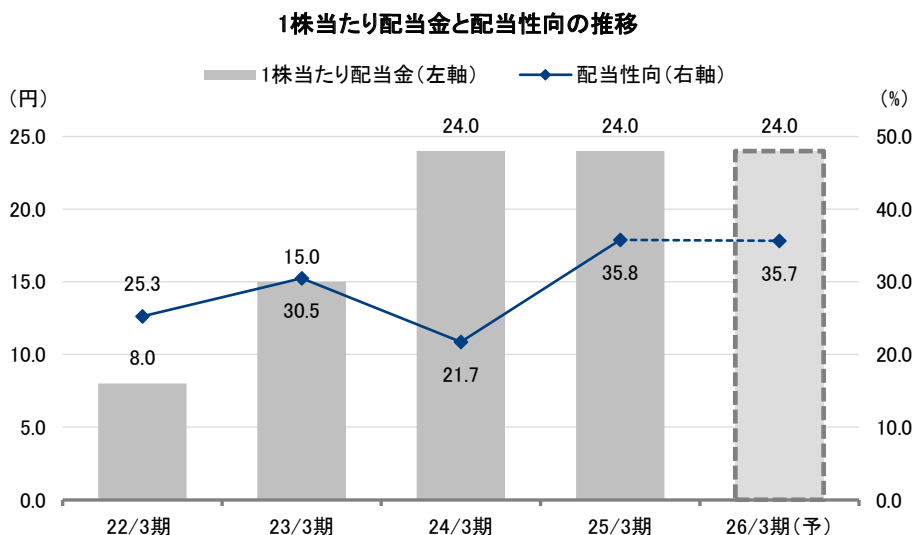
現段階の投資の進捗については、中期経営計画期間内に投資効果の実現を図るため、2024 年 3 月期～2025 年 3 月期の 2 年間で 223 億円の過去最大規模の戦略的投資を行っている。今後は、さらなる新規事業や資本提携も視野に入れた投資を予定し、特に店舗ネットワークや設備関連、DX 推進、人的資本の充実を図る。なかでも人的資本の充実に関しては、同社の競争力の源泉である人材への投資を成長投資と位置付けている。未来の人財の育成を軸に、モビリティ関連事業を中心に販売と整備の充実を図り、現場力の高度化や組織力の強化を継続的かつ計画的に進めていく。さらに、企業理念の浸透や DE&I 推進、自主自発の発揮など多面的な施策によって、従業員のエンゲージメントと定着率の向上を図る考えだ。

株主還元策

配当性向 30% 以上維持、年間配当金 24.0 円を継続

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 つと認識している。基本方針は、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% 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である。このため、2025 年 3 月期の年間配当金を 24.0 円（中間配当金 12.0 円、期末配当金 12.0 円）とした。2026 年 3 月期の年間配当金は 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。



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

2025 年 7 月 2 日 (水)
<https://www.nissan-tokyo-hd.co.jp/ir/>

株主還元策

人気車種を意匠した 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。対象は、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・表示したものです。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、企業から報酬を受け取って作成されています。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、配布等することは強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