

IDOM Inc.

# INTEGRATED REPORT

統合報告書 2023

東証プライム 7599

# Contents

## 1 IDOMとは IDOM Group Profile

- 04 IDOMの創業来の企業理念
- 05 IDOMの歴史
- 06 社長メッセージ
- 08 両社長対談

## 2 ビジネスモデル Business model

- 11 IDOMの価値創造モデル
- 12 当社のビジネスモデルと店舗展開の変遷
- 13 市場環境分析
- 14 欧米各国に比べ著しく低い日本の中古車市場
- 15 シェア拡大余地の高い中古車小売市場
- 16 中古車に関する抵抗意識の変化
- 17 想定されるこれからの中古車業界の環境変化
- 18 当社ビジネスの5つの強み
- 19 1.ブランド力
- 20 2.顧客数
- 21 3.営業力
- 22 4.IT活用力
- 23 5.環境への対応力
- 24 中長期的に目指す事業ポートフォリオの姿
- 25 中期経営計画において重視する経営指標
- 26 中期経営計画の位置づけと3つのテーマ
- 27 CFOメッセージ

## 3 ESG Environment / Social / Governance

- 30 サステナビリティ委員長メッセージ
- 32 SDGSに向けた当社が取り組むテーマ
- 33 中古車流通ビジネスの循環サイクル
- 34 サステナブル・ファイナンス
- 35 気候変動に関するTCFD提言に沿った情報開示
- 36 IDOMのサステナビリティ宣言
- 37 ダイバーシティの考え方
- 39 ダイバーシティの考え方に基づく取組み体制
- 40 社会への取り組み
- 41 モチベーションクラウド
- 42 当社のガバナンス体制
- 43 社長2人体制
- 44 コーポレートガバナンス体制図
- 45 取締役スキルマトリックス
- 46 役員一覧

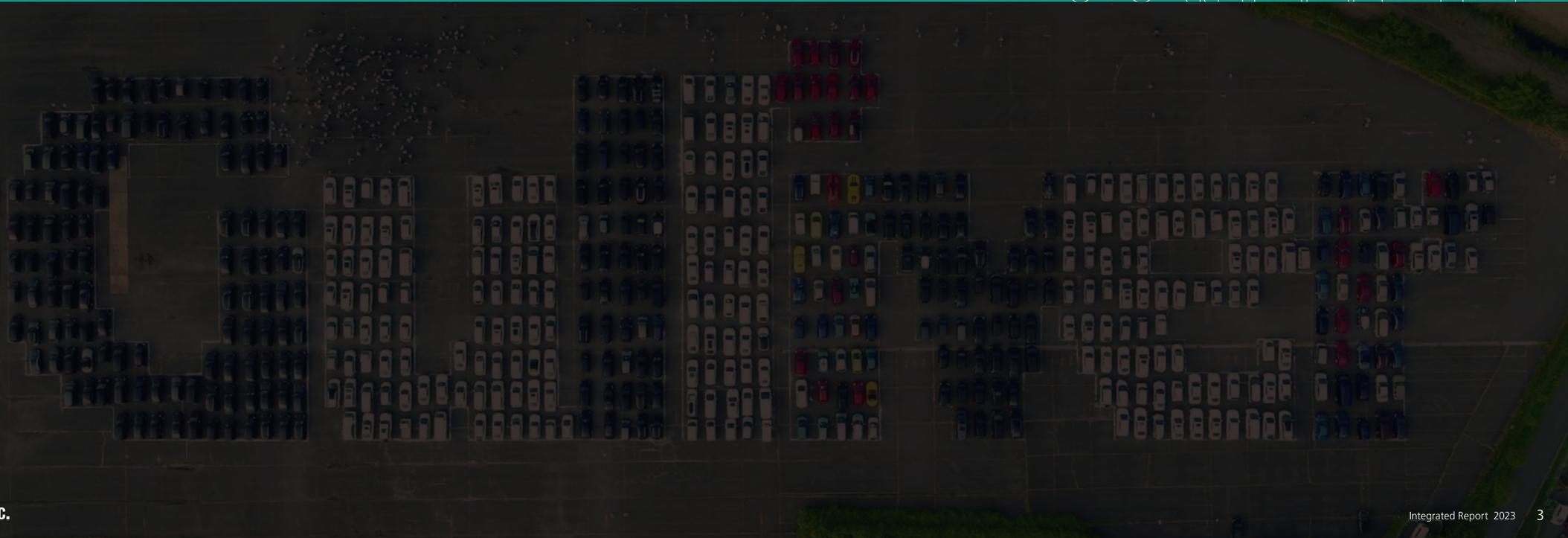
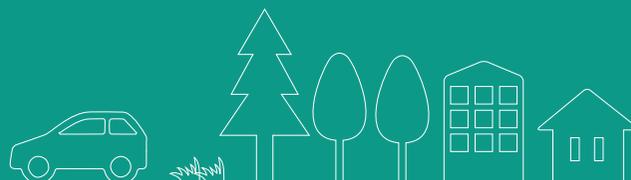
## 4 データセクション Data section

- 48 主な指標
- 50 主要な財務データ
- 51 連結貸借対照表
- 52 連結損益計算書
- 53 連結キャッシュフロー計算書
- 54 財務・非財務ハイライト
- 56 会社概要・株式情報

# 1

## IDOMとは

IDOM Group Profile



IDOMとは

# IDOMの創業来の企業理念

IDOMの企業理念

## Growing Together

私たちは、豊かな未来のために、IDOMイズムの体現を通して、5つのステークホルダーと共に成長し続けることを目指します。

5つのステークホルダー



# IDOMとは IDOMの歴史

## 創業～買取・卸売期

それまでになかった中古車の「買い取り専門店」として独自のビジネスモデルで急成長  
日本で唯一のハイパーグロースカンパニーに

1980年代、中古車業界は下取りが主流だった中、中古車の買い取り専門店という独自のビジネスモデルを展開。1998年には、今でこそ主流となっている画像販売システムをいち早く導入するなど、時代を先駆けた試みで成長を続け、2004年には世界で十数社、日本では現在も唯一となるハイパーグロースカンパニー（※設立10年以内に売上高10億ドル（約1000億円）を達成する超成長企業）となる。



創業当時社員3名の1号店  
(福島、郡山)

1998年  
当時史上最速上場

1999年  
500店舗出店

2003年  
東証一部上場

## 小売モデルへの転換

買取専門店の増加を受け、より収益性の高い小売モデルへ転換。  
多チャンネル展開などさまざまな小売トライアルを実施

2000年代以後、大手メーカー系ディーラーなども中古車業界に積極的に参入し、買い取り専門業者間の競争が激化。IDOMはより収益性の高い小売モデルへの転換を図る。小売モデルへの転換は、「買取店」にて卸売とともに小売を始めた転換前期、「買取店」での小売だけではなく「販売店」の出店を始めた転換中期、マルチチャンネルでの店舗展開をはじめとしたさまざまな小売へのトライアルを行った転換後期の3つのフェーズに分けられる。



トライアル期のチャンネル展開は多岐に及ぶ。

2016年  
「ガリバーインターナショナル」から「IDOM」に変更

## 新小売モデル



2022年4月に  
中期経営計画（2023-2027）を公表

2022年7月  
豪州新車事業を売却



2023年1月にオープンした  
地域最大級の木更津金田店

転換期で培った経験をもとに事業ポートフォリオを見直し、中期経営計画をもとに資本効率と成長性の高い事業への選択・集中による再飛躍を目指す。

マルチチャンネル展開で大型展示場の資本効率の高さを確認したことを始め、小売モデル転換期での様々なトライアルから得た今後の成長へのあしがかりとなる経験と課題をもとに事業ポートフォリオを見直し、成長戦略を策定。具体的な計画として、中期経営計画を公表。今後はより資本効率と成長性の高い事業への選択・集中により、成長戦略の柱である大型店と整備工場の出店を進める。直近実績として、2023年2月期は豪州事業売却による約50億の減益要因を乗り越え、4期連続の増益。

（営業利益推移）

300

250

200

150

100

50

95 96 97 98 99 00 01 02 03 04 05 06 07 08 09 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23

IDOMとは

## 社長メッセージ



代表取締役社長

羽鳥 貴夫



代表取締役社長

羽鳥 由宇介

IDOM Inc.

## 挑戦

「自動車の流通革命」に「挑み続ける」スピリット

## お客様から信頼をいただくために

「IDOM」は、創業期から「Growing Together」という共存共栄の理念を原点に、社会、お客様、パートナー、株主、そして社員といった5つのステークホルダーと共に成長し続けることを目指しています。創業期からお客様から信頼をいただくことの重要性を捉え、これまでも、不透明とされている自動車の取引を見直すために、クルマの買取ビジネスモデルやインターネットによる販売モデルを確立するなど、流通業界の変革に取り組んできました。昨今、中古車流通ビジネスを取り巻く事業環境、消費者マインド、社会環境は、絶え間なく変化しています。IDOMは、これらの変化に伴う様々な課題を、既存概念にとらわれることなく、事業を通じて解決することに挑み続けていきます。

## 循環型社会の実現

我々 IDOMは中古車事業を通じて循環型社会の実現を目指しています。クルマは作るにも捨てるにも多くのエネルギーや材料を必要とします。貴重な資源である自動車を廃棄せずに再利用することで資源の節約はもちろん、廃棄物を減らすことにもつながります。適切な査定や整備を

通じて、長く安全に車両を活用するサポートを行い、資源の有効活用に取り組んでいます。

また、自動車は生活や仕事にとって重要なインフラです。新型コロナウイルスの影響もあり、出勤や通院、買い物等に使えるクルマが欲しいというたくさんの声をいただきました。

反面、資源の高騰や一時的な半導体の供給不足に伴い、新車価格は上昇し、お客様にとって購入しづらい状況が続いてきました。半導体の供給は回復してきたとはいえ、引き続き資源の枯渇に伴う新車価格の上昇は十分考えられます。その状況においても、適正な価格で安心安全なクルマを提供し続けることがIDOMの使命です。

IDOMが目指す循環型社会とは、単に資源を有効活用することではありません。

限られた資源を最大限に活用しながら、安全な車両を提供し、たくさんの方にお乗りいただくことにあります。そのために、安心してお客様が売買できる適正な価格設定と、車両やサービス、そして安全に乗り続けるアフターサービスを提供してまいります。

## IDOMとは 社長メッセージ



### IDOMという社名に込められた思い

「IDOM」という社名には創業当時から変わることのない「挑み続ける」というスピリッツを社内でも共有し、社外にも発信していきたいという思いが込められています。

この思いを実現するためには、誰もが挑戦できる環境を構築することが必要です。

2年前、組織診断の一つである「モチベーションクラウド」を導入し、「エンゲージメントレーティング」をIDOMの重要な指標として設定しました。組織診断を実施し、この指標から浮き彫りになった課題に対して積極的な改善策を実施しています。

改善策の一つとして「エリア社員制度」をスタートしました。「エリア社員制度」は社員が自分の希望する場所で働くことをサポートする取り組みです。IDOMは全国に397店舗を展開しており、各地でたくさんの社員が働いています。新しいお店の展開時や入職や退職、キャリアパスによって様々な社員が全国で異動します。中には、住み慣れた地元での仕事を希望する社員や、働く中で地域に根付き、同じ地域で働きたいと申し出る社員も少なくありません。

働きたい場所で働けることはモチベーションの向上につながりますし、地域に根付いた社員であれば、近隣のお客様から本当の意味で信頼していただけると期待しています。

課題点を見つけ、効果的な対策を講じることで「エンゲージメントレーティング」は「BBB」まで改善してきました。IDOMの社員には物心両面において満足を得つつ、さらに挑み続けてもらえるよう、就業環境の改善に取り組んでまいります。

### 中古車市場でのシェア拡大に向けて

当社は、中古車市場において、国内最大手といわれますが、約5%のシェアしか有しておりません。お客様のニーズやトレンドに合わせたサービスを提供し続けることで、当社のシェアを拡大していくことが今後重要であ

ると考えています。

また、若者を中心に中古車への抵抗感が薄れてきていることもあり、より多くのお客様が中古車を選択するようになっていきます。

当社は買取専門時代に築いた価格設定のノウハウをもとに、中古車の真の価値を提供することで、お客様に高い評価をいただいています。今後も、お客様にとって価値ある中古車の提供に取り組むことで、当社の存在感を高めてまいります。

### 中期経営計画の策定

私たちは、2014年以降、買取ビジネスモデルから小売ビジネスモデルへの転換を経営方針として掲げ、試行錯誤を繰り返してまいりました。

その取り組みの中で、大型店の出店があります。大型店は2022年2月までに29店舗出店し、小売台数は大型店が牽引する形で過去最高を更新し、各段階利益でもその時点での過去最高益を達成することができました。

このような実績を踏まえ、小売ビジネスモデルが大型店の展開によって着実に成長できると確信しました。そのため、2022年4月に策定した中期経営計画では成長ドライバーである「大型店展開」に経営資源を集中し、29店舗に加え更に50店舗の出店を進めることで、「小売台数17万台」「営業利益210億円」という目標を設定し、実現に向けて着実に進捗してまいります。

### ステークホルダーと共に成長し続けていく

IDOMはステークホルダーの皆様を支えられ、30期目を迎えることができました。

新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う自粛要請など、大変な時期もございましたが、ビジネスモデルの転換や豪州事業売却を実現し、着実に成長を遂げることができております。巨大な自動車マーケットの変革に向け、引き続きIDOMの成長に期待していただければ幸いです。今後ともどうぞよろしくお願いいたします。

# 挑戦

「自動車の流通革命」に「挑み続ける」スピリット

IDOMとは

## 両社長対談

IDOMは2008年に創業者であり父親である羽鳥兼市から引き継ぎ、羽鳥由宇介・羽鳥貴夫の兄弟での両社長体制になりました。2人社長体制は東京証券取引所の上場企業で初めてであり、異例なものでした。なぜこの体制に至ったのか、適切なガバナンスの維持のためにどのようなことを心掛けているのか。両社長に聞いてみました。

**Q.兄弟での両社長体制は非常に珍しいかと思えます。この体制に至った経緯はどういったものなのでしょうか？**

**A. 由宇介** 我々兄弟は創業期からガリバーで働いていました。店長も経験していたこともあり、あるべき会社の姿を追いかけて議論を進める中で、社長と副社長でなく、同じ権限を持つトップが2人いたほうが、会社は安定するという結論に至りました。

**A. 貴夫** 一般に問題が生じた企業では、権限が一人に集中することによってガバナンスが効かなくなるケースが多いです。そうした事例を考えると、主担当を決めながらも、重要な問題については、互いに議論できるこの両社長体制は会社にとって良いシステムと考えています。



対談

# 挑戦

羽鳥 貴夫

羽鳥 由宇介

**Q.両社長体制はどのように決定されたのでしょうか？**

**A. 貴夫** 父親であり代表取締役だった羽鳥兼市と何度か話を重ね、最終的には取締役会での議論を経て、2名体制で進むことが決まりました。やはり世襲や、私物化という風と言われることは懸念されましたが、創業当初からガリバーを支えてきた経験も踏まえ、2人代表取締役という経営スタイルに至りました。

**Q.取締役会といった社内のガバナンスはどのように心がけていますか？**

**A. 由宇介** 取締役会の存在は非常に重要なものです。会社の意思決定を進めるうえで機動的に動く必要を考えると大人数での議論は難しい、その観点から必要な役割に絞り取締役会は設定されるべきであると考えております。より事業が多角的になるタイミングがあれば、その機能や必要なスキルに応じて人数を増やしていくつもりです。

## IDOMとは 両社長対談 挑戦

**Q.大きな決断でいうと、2022年に豪州事業売却がありました。あの判断はどういったものだったのでしょうか？**

**A. 貴夫** あれは由宇介社長からの提案でしたが、かなり時間をかけて議論しました。当時、豪州事業は日本国内でのノウハウをうまく注入することで大きく成長している局面でした。ただ、新車ディーラーはライセンスが必要であり、仕入れに多額の資金や店舗の拡張・整備にも多額の投資を必要とします。



今後も更なる投資を重ね、豪州事業を成長させるべきか、それとも資本コストの点から「効率性」と「将来の成長性」の高い国内中古車市場に投資を集中させるべきか何度も議論を重ねました。そのうえで、国内の大型店を展開する「中期経営計画」の策定と豪州事業の撤退という意思決定に至りました。

**A. 由宇介** 双方、IDOMのためにどうあるべきかが原点にあります。さらに国内と海外というそれぞれの役割を踏まえて、非常に客観的に本件の協議を進められたと考えております。どちらか一方によれば片方が問い、話を一番大事な本筋に持ちかける。「両社長」という仕組みだからこそ進められた決断であったと思います。

**Q.最後に、今後のIDOMの展望についてお聞かせください。**

**A. 貴夫** 今の自動車業界はたくさんのワクワクするニュースが流れてきています。EVはもちろん、自動運転や安全運転に向けた様々な技術開発、新たなモデルの車両がたくさん出てきています。これはIDOMが手がける自動車流通において大きなチャンスであると思います。

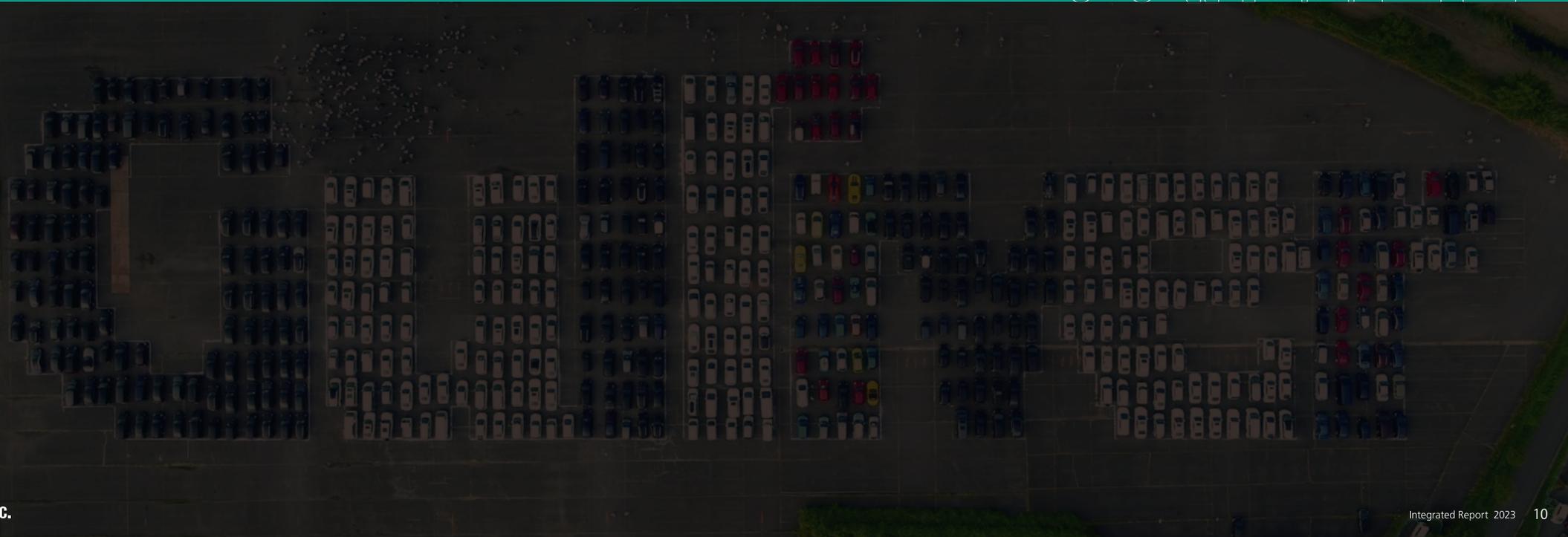
これらの技術を、現在の多様なニーズのある消費者の皆様へ提供し、ご満足いただくべく適切にマッチングし続けられるよう、挑み続けてまいります。



**A. 由宇介** 海外のビジネスは先端技術への感度が非常に高く、今まさに新たなビジネスが起きております。これまでは日本で培ったディーラービジネスのノウハウをうまく海外で活用してきましたが、海外の動向をいち早くとらえることで、国内ビジネスにおいてもより活性化を図れると考えております。「Growing Together」というIDOMの原点をもとに、世界中のお客様とIDOMがともに成長し続けるべく、これからも邁進いたします。

# 2

## ビジネスモデル Business model



ビジネスモデル

# IDOMの価値創造モデル



## 財務資本

- 商品：844億円
- 自己資本比率：36%

## 人的資本

- 従業員数：3,132人
- 挑むための環境整備

## 社会関係資本

- 拠点数：397店舗
- ガリバークルマ支援などの社会貢献活動

## 知的資本

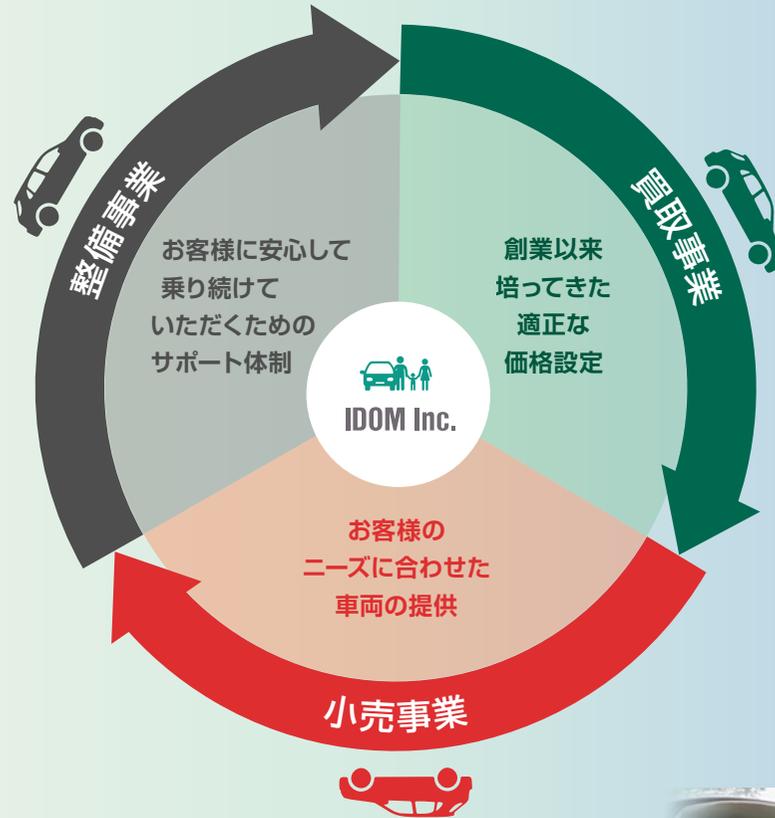
- IT投資額：5年累計20億円 (※2)
- 創業以来培ってきた価格設定ノウハウ

## 製造資本

- 整備工場数：14工場
- 設備投資額：58億円

## 自然資本

- 電気使用量：3,208万kwh (※3)
- SDGSに向けた取り組み



- 販売台数：24.7万台
- 小売台数：13.6万台
- 買取台数：16.6万台
- 営業利益：187億円
- ROIC：9.9%
- モチベーションクラウド：BBB
- ダイバーシティ宣言
- 累計取引台数：460万台 (※2)
- AI査定の開発
- ガリバーオークションの開発
- CO2排出量：1.5万t (※3)
- 中古車市場シェア：約5.0%

## Growing Together

### 社会

地域社会及び国際社会との調和的発展

### お客様

お客様への感動の提供

### 株主

企業価値の向上

### パートナー

中古車業界の健全な発展

### 社員

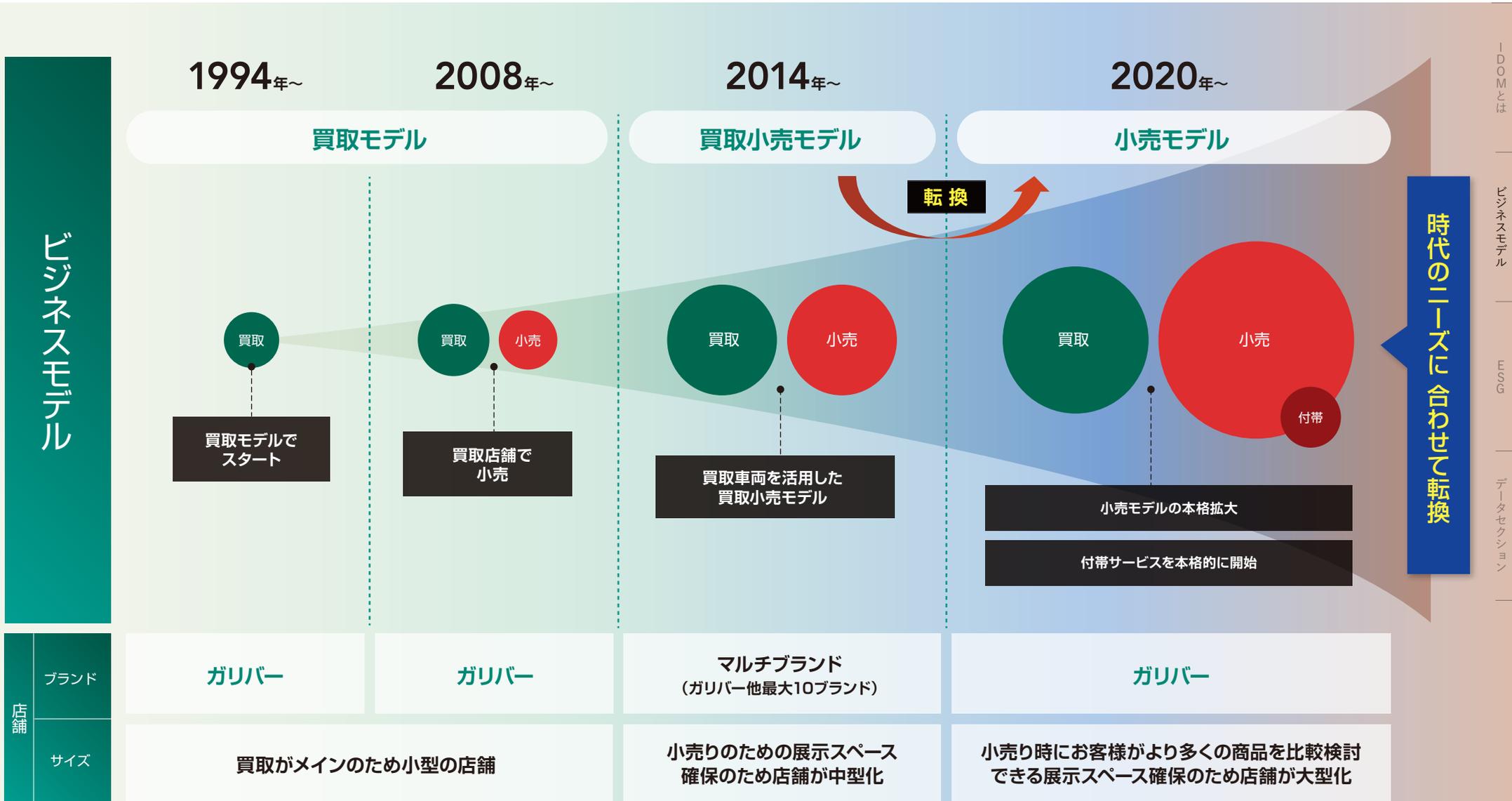
物心両面の幸せの追求と自己成長の場の創造



※1：2023年2月期決算時点 ※2：中期経営計画策定時点

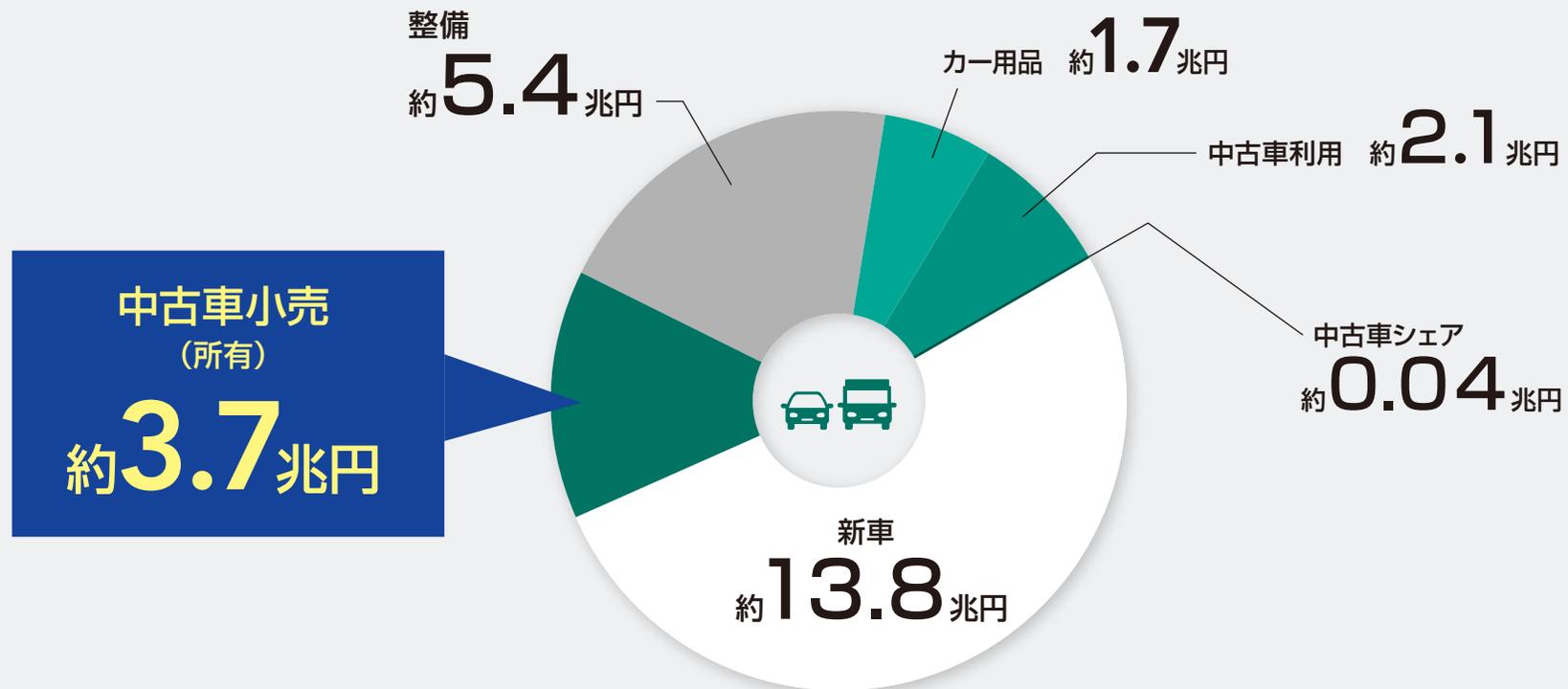
※3：2021年3月～2022年2月集計データ

# 当社のビジネスモデルと店舗展開の変遷



# 市場環境分析

## 日本の自動車関連市場の分析



新車：一般社団法人 日本自動車販売協会連合会

新車以外：矢野経済研究所 2018年自動車アフターマーケット総覧

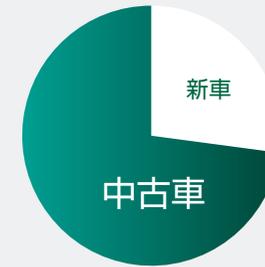
# 欧米各国に比べ著しく低い中古車比率

## 日本の中古車比率



※1：新車：2019年一般社団法人日本自動車販売協会連合会  
中古車：矢野経済研究所 2020年版 中古車流通総覧

## 欧米各国の中古車比率



※2：新車：2019年マクラインズ 自動車産業ポータル 中古車：edmunds 2019 Used Vehicle Report

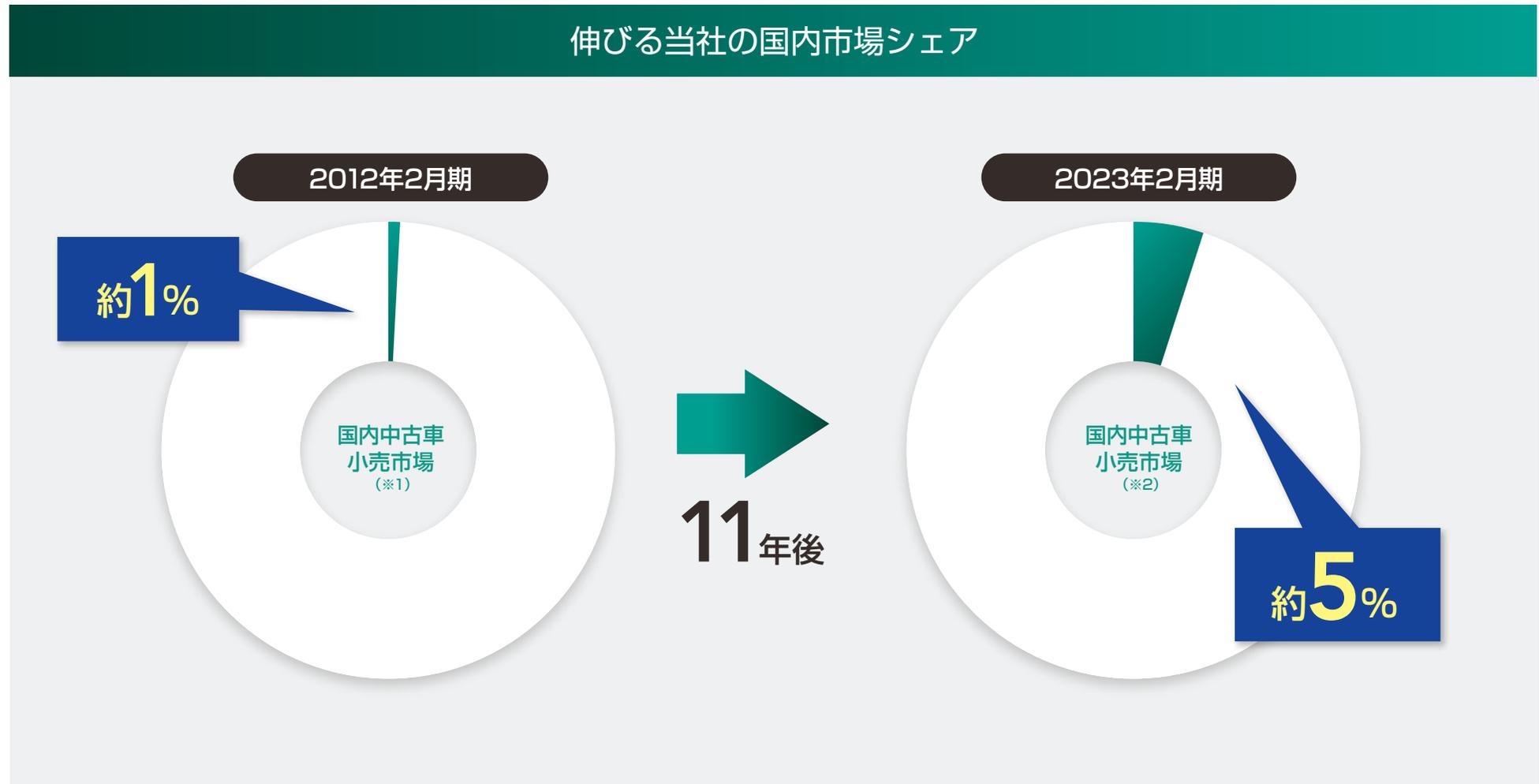
※3：2019年ドイツ連邦陸運局（KBA）自動車統計

※4：2019年英国自動車製造販売協会（SMMT）車両データ

※5：2017年フランス自動車工業会（CCFA）フランス自動車産業データ

# シェア拡大余地の大きい国内中古車小売市場

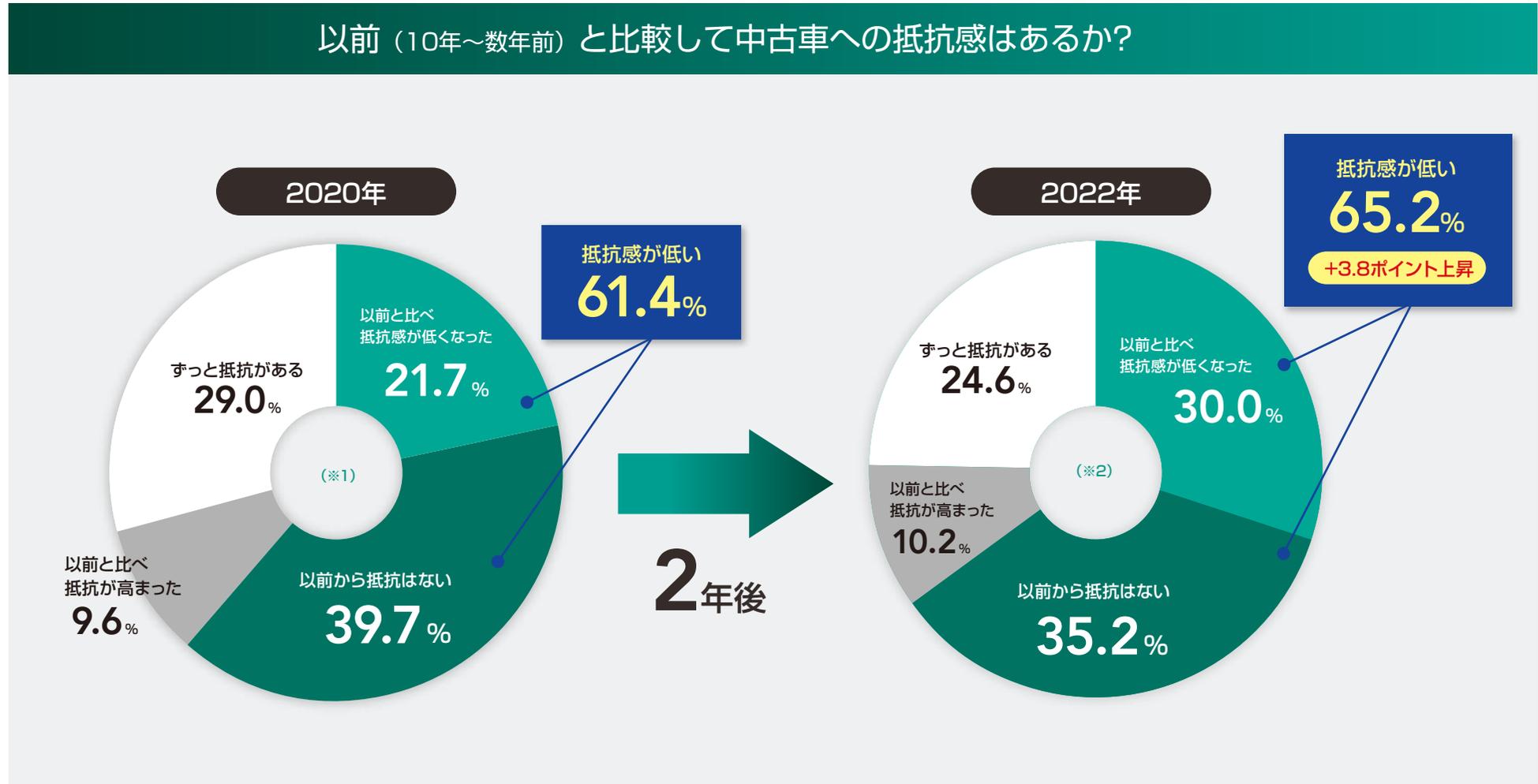
## 伸びる当社の国内市場シェア



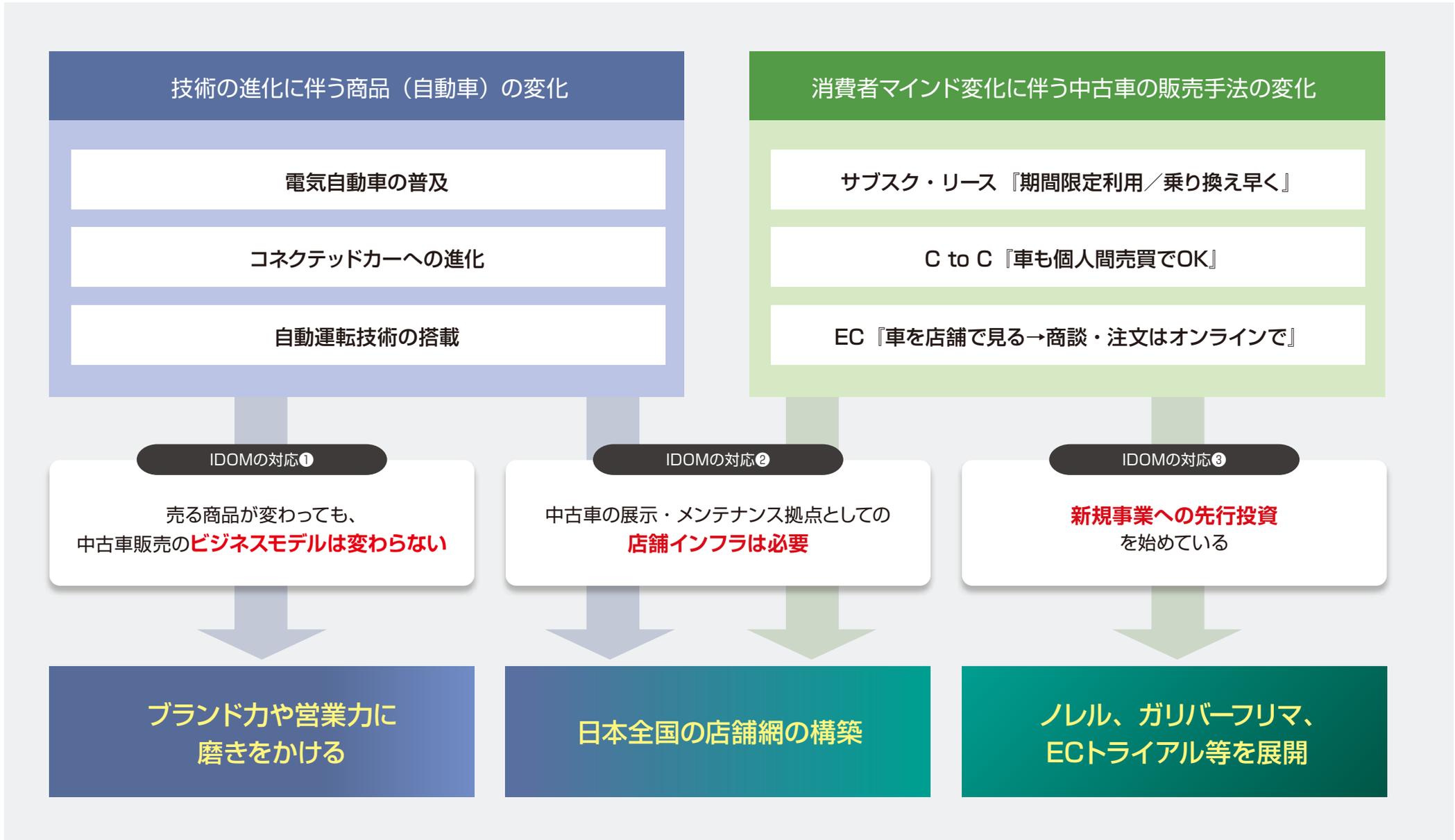
※1：2012年2月期の市場シェアは、2008年の中古車小売市場規模240万台（矢野経済研究所調べ）に占める当社の国内小売台数の内訳を算出。  
 ※2：2023年2月期の市場シェアは、2019年の中古車小売市場規模262万台（矢野経済研究所調べ）に占める当社の国内小売台数の内訳を算出。

# 中古車に関する抵抗意識の変化

以前（10年～数年前）と比較して中古車への抵抗感はあるか？



# 想定されるこれからの中古車業界の環境変化



ビジネスモデル

# 当社ビジネスの5つの強み

<p><b>1. ブランド力</b></p>	<p>高認知度のガリバーブランドを活用した<b>集客力</b></p>	<p>ブランド認知度調査(当社独自調査・リサーチ会社調べ) “Gulliver” ブランド認知率 <b>94.9%</b></p>
<p><b>2. 顧客</b></p>	<p>創業来の圧倒的な取引台数にもとづく<b>顧客数</b></p>	<p>(累計) 買取台数+小売台数：<b>460万台</b></p>
<p><b>3. 営業力</b></p>	<p>新卒採用を中心とした長期的な<b>人材教育プランの構築と改善</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・累計小売台数：<b>120万台</b>超</li> <li>・小売付帯サービスの拡充を実現</li> </ul>
<p><b>4. IT活用力</b></p>	<p><b>DX・AI化</b>の推進</p>	<p>買取ビジネスの運営や在庫管理を自動化により 小売ビジネスへの<b>人材リソースの集中化</b>を実現</p>
<p><b>5. 環境への対応力</b></p>	<p><b>買取から小売へ</b></p>	<p>事業を取り巻く環境変化に柔軟に対応し、 買取中心のビジネスから<b>小売ビジネスへの転換</b>を実現</p>

IDOMとは

ビジネスモデル

ESG

データセクション

## 当社ビジネスの5つの競合優位性

### 1. ブランド力

高認知度のガリバーブランドを  
活用した集客力

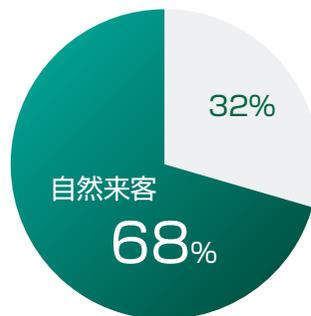
ブランド認知度調査(当社独自調査・リサーチ会社調べ)

“Gulliver” ブランド認知率 **94.9%**

IDOMは1994年に創業して以来、日本全国47都道府県に出店を広げ、お客様のそばで時代とともに変わりゆくニーズに寄り添い続けてまいりました。30年という長い時間をお客様とともに歩み続けてきたことで、“Gulliver”ブランドは広く認知されています。それがIDOMの強みの一つとなっています。その高い認知度から、現在**オウンドメディア**を活用した自然集客は約7割近くにのぼり、広告に依存しない集客体制を可能としております。

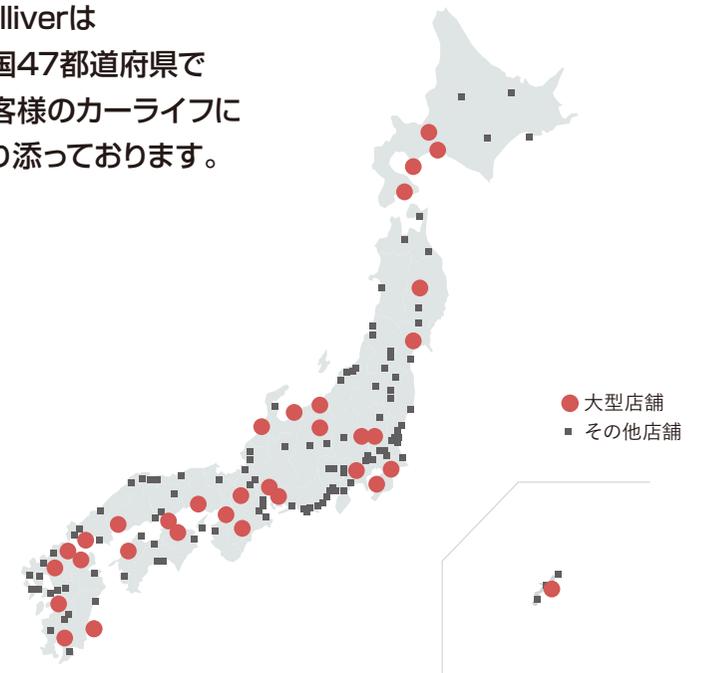
買取卸売モデルから小売モデルへの転換期には、トライアルの一環としてマルチチャネル展開などもしてはりましたが、今後はブランド統合を進め、認知度の高い“Gulliver”ブランドを最大限に活用し、さらなる収益性向上を目指していきます。

オウンドメディアを活用した  
自然集客



### 全国に展開されているIDOMの店舗

Gulliverは  
全国47都道府県で  
お客様のカーライフに  
寄り添っております。



## 当社ビジネスの5つの競合優位性

### 2. 顧客数

創業来の圧倒的な  
取引台数にもとづく顧客数

(累計) 買取台数+小売台数：**460万台**

時代の流れとともに変化する顧客ニーズに寄り添うため、IDOMは常に試行錯誤を続けています。

幅広い顧客ニーズに対応するため、過去にはマルチチャネル展開の試みや、現在取り組んでいる大型店の展開など、お客様とともにIDOMはその形を柔軟に変えてきました。お客様に寄り添うために試行錯誤してきたこの長年の積み重ねは、**お客様からの声や取引データとして蓄積され、活用されています。**

IDOMの商品開発をはじめ、サービス内容の向上や接客対応の向上などに、いただいたたくさんの情報を活かし「顧客満足」の向上を続けてまいります。

#### 蓄積された顧客データの活用



IDOMとは  
ビジネスモデル  
ESG  
データセキュリティ

## 当社ビジネスの5つの競合優位性

## 3. 営業力

新卒採用を中心とした  
長期的な人材教育プランの構築と改善

- ・ 累計小売台数： **120万台**超
- ・ 小売付帯サービスの拡充を実現

## 営業 = スマートカーライフプランナー (SP)

IDOMでは、営業マンは単なる中古車の売買だけではなく、お客様の人生に寄り添いカーライフを共に考えるパートナーでありたいという考えから、「スマートカーライフプランナー (SP)」と呼ばれています。

SPの仕事は、お客様のカーライフに寄り添う仕事であるため、納車後にお客様に満足いただけたかという指標、CS (カスタマーサティスファクション) も重要視しております。納車後に、車両状態の満足度やスタッフの対応への満足度などを図るアンケートを行い、社内サイトにCS専用ページを設けて常にCSの状況を注視しているほか、社内表彰制度であるIDOMカップにて、販売実績上位の店舗はもちろん、顧客満足上位店舗の表彰なども行うなど、スタッフ一人一人がSPとしての自覚をもてるような文化作りを継続しております。



## 当社ビジネスの5つの競合優位性

## 4. IT活用力

## DX・AI化の推進

買取ビジネスの運営や在庫管理を自動化により  
小売ビジネスへの人材リソースの集中化を実現

当社は創業当初よりいち早く中古車売買で画像販売システムを採用するなど、時代を先駆けた取り組みを積極的に行ってまいりました。2022年には、「情報処理の促進に関する法律」に基づき「デジタルガバナンス・コード」の基本的事項に対応し、ビジョンの策定や戦略・体制の整備などDX推進の準備が整っている企業を国が認定する「DX認定」を取得いたしました。

現在も、デジタルを活用した売買契約書の電子化や、買取ビジネスにおける中古車両査定へのAIの導入（AI査定）、ITの活用で可能となった社内オークション「ガリバーオークション」の導入など、全国の店舗で買取ビジネスの効率化を進めるため様々な取り組みを行っており、今後も積極的にIT投資とDXを推進してまいります。



## 当社ビジネスの5つの競合優位性

### 5. 環境への対応力

買取から小売へ

事業を取り巻く環境変化に柔軟に対応し、  
買取中心のビジネスから小売ビジネスへの転換を実現

1994年当時、中古車の売却は小売に伴う下取りが主流であった中、IDOMは中古車の買取専門店としてスタートし、当時なかった独自のビジネスモデルで急成長をとげました。その後、環境やお客様のニーズの変化を踏まえ、それまでの買取卸売モデルから小売モデルへの転換を実現しました。

変わり行く時代に対応するための新しいトライアルは常時継続しており、店舗での中古車の買取・小売だけではなく、中古車の個人間売買の仲介をする「Gulliverフリマ」の運営や、サブスクリプションサービス「NOREL」の展開など、既存ビジネスだけに囚われず、挑戦を続けております。

長年の経験と新しいことへの挑戦心、柔軟性を持ち合わせたIDOMは、これからも変わりゆく環境やお客様のニーズに最適な形で寄り添い続けてまいります。



中古車の個人間売買の仲介をする「Gulliverフリマ」の運営

Gulliverフリマ

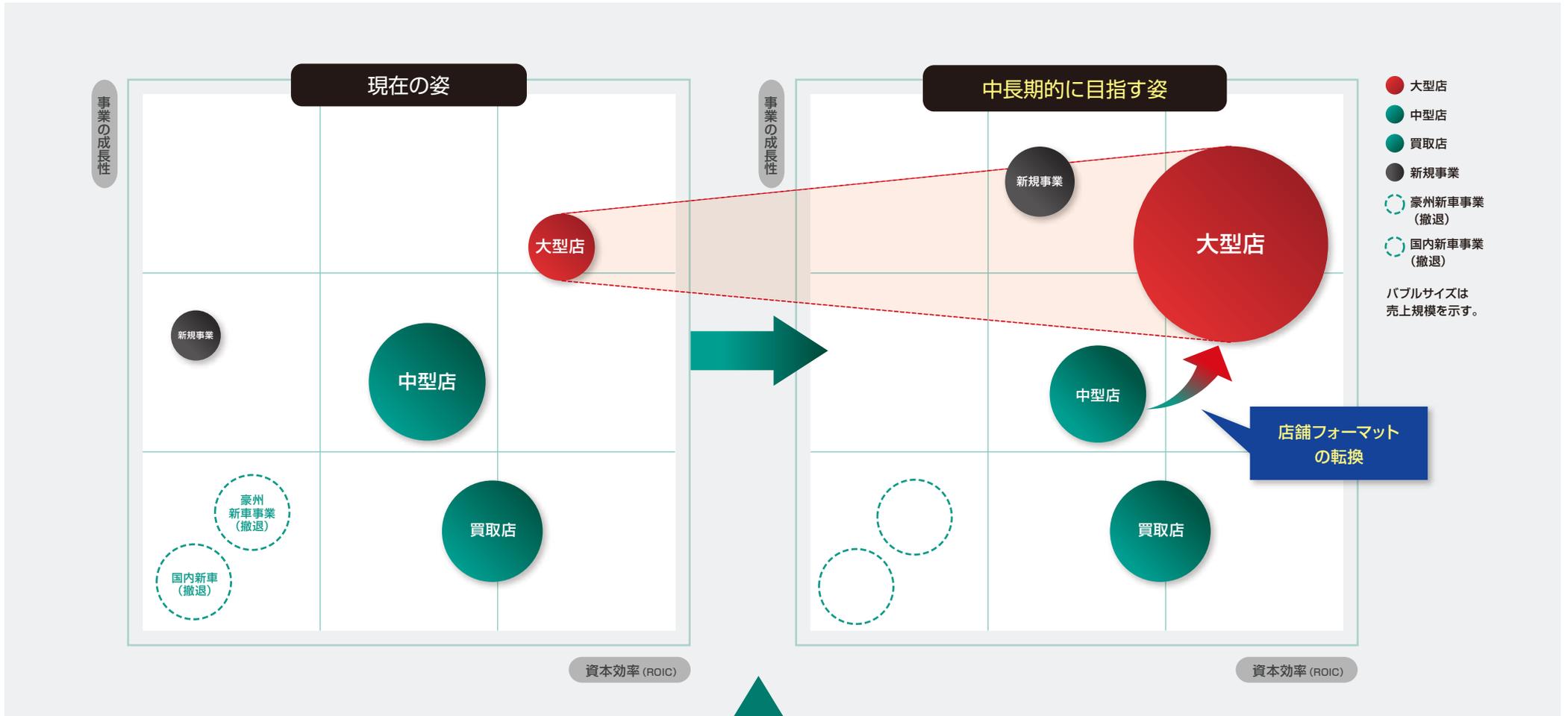


IDOM Caas  
Technology Inc.

サブスクリプションサービス「NOREL」の展開を行う

ビジネスモデル

# 中長期的に目指す事業ポートフォリオの姿



中長期的に目指す事業

成長性と資本効率が高い事業に**選択と集中**を行い、**経営資源の再配分**を実施。  
 今後は、**成長性と資本効率が高い事業**へ重点的に投資を行う。

# 中期経営計画 (※1) において重視する経営指標

※1：2022年4月15日に中期経営計画を発表

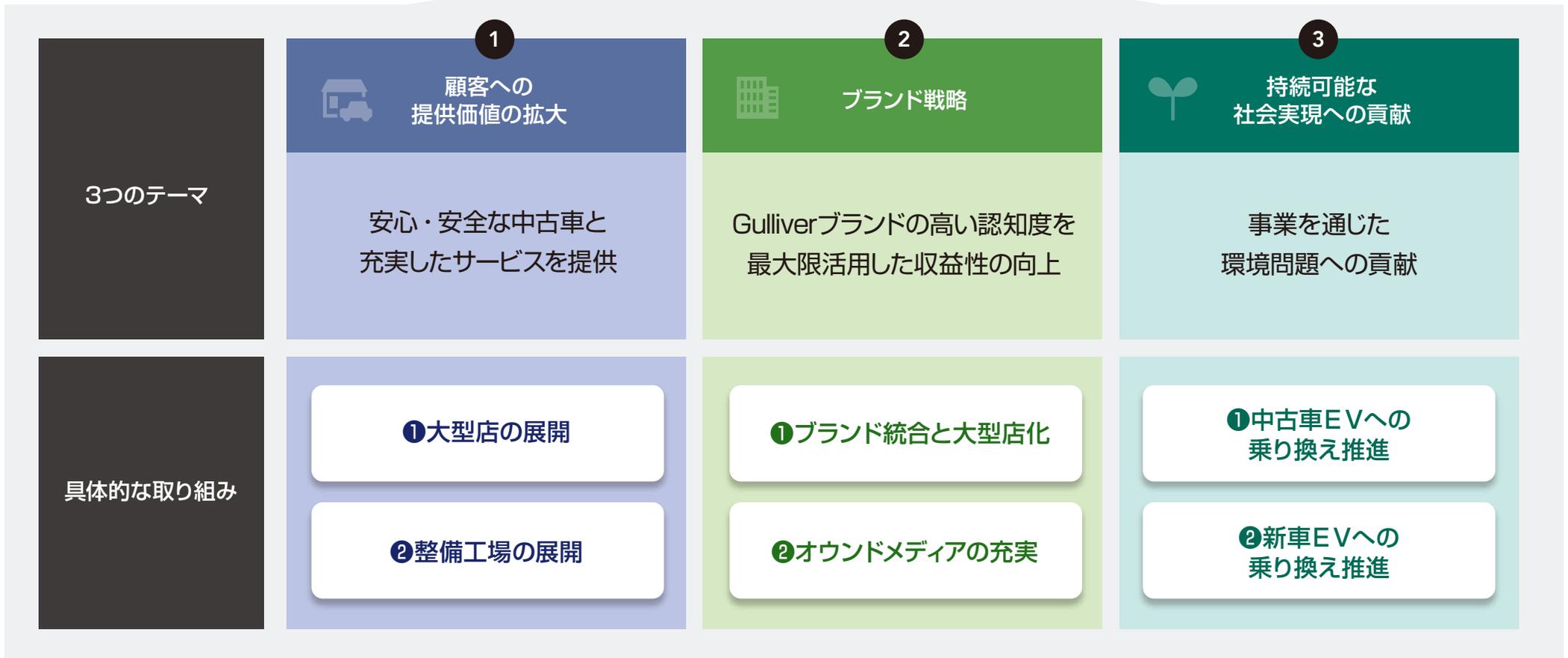
2027年2月期目標

<p>1. 直営店 小売台数</p>	<p>大型店の出店を中心に<b>拡大</b>させる</p>	<p>17万台</p>
<p>2. 営業利益</p>	<p>着実に<b>増益</b>させる</p>	<p>210億円</p>
<p>3. 営業利益率</p>	<p>大型店の出店と効率化により<b>改善</b>させる</p>	<p>5.0%以上</p>
<p>4. ROIC</p>	<p>資本コストを意識しつつ、 10%以上の水準を<b>維持</b>する</p>	<p>10.0%以上</p>
<p>5. FCF (フリー・キャッシュフロー)</p>	<p>投資フェーズと回収フェーズを<b>しっかり認識</b>しつつ、 中長期的に<b>拡大</b>させる</p>	<p>5年累計 300億円程度</p>

# 中期経営計画の位置づけと3つのテーマ

## 中期経営計画の位置づけ

来たるモビリティ社会を見据えて、**資本効率の向上**と**成長**の両立を目指す。



ビジネスモデル

## CFOメッセージ



最高財務責任者（CFO） 西端 亮

## 魅力ある市場で更なる成長と効率性を目指す

最高財務責任者（CFO） 西端 亮

## IDOMのあゆみ

当社は1994年に創業し新たな中古車買取専門事業として成長、1998年には上場を果たしました。2006年には中古車販売業の力点を販売から買い取りにシフトし、高価格買い取り、透明性のある値付けで「顧客満足が高くかつ高収益な新しい戦略を創出した」ことを評価され、ポーター賞を受賞しています。その後、2007年2月期には営業利益111億円まで成長しました。

買取事業においては、価格が大きな決定要因となるので、競合が同市場に参入してくる中、小売販売に進出しました。まずは、買い取った中古車を卸売りするまでの間に小売を目指す形で小売に進出しました。さまざまな店舗や販売体制にトライする中、営業利益は上昇・下降を繰り返す時期がありました。

2020年の新型コロナウイルス感染症による不透明な事業環境を乗り越えた後、2021年4月に今後の成長ドライバーはお客様が多くの中古車を実際に比較できる「大型販売店」と中古車の品質を担保する「整備工場」の2つと位置づけました。逆に、日豪の新車ディーラー事業からは数年をかけて撤退しま

した。

大型販売店の成長ドライバーは当社の収益構造の改善に貢献し、2019年2月期を底に2023年2月期まで4期連続の営業利益増益となっています。また、整備工場も指定工場の認可を得た後、整備・車検等で長期的に成長ドライバーになっていくと考えています。

## 重視する経営指標

成長ドライバーを示した2021年4月には同時に重視する経営指標として、

- 営業利益（率）
- 資本コストを意識した、ROIC指標
- キャッシュ

の3つを示しました。

この4期連続の営業利益増益の中で、営業利益率は2020年2月期の2%台から2023年2月期には4%台に上昇しました。我々の資本コストは4-5%の水準と見えています。大型販売店・整備工場への投資を続けながら、ROICは10%の水準を維持

## ビジネスモデル

## CFOメッセージ

していきます。新車ディーラーの売却による資産の圧縮もROIC改善に貢献していきます。

会計ルール上、営業キャッシュフローには在庫車両の増減が含まれます。大型販売店の開店に伴い展示車両も増加し営業キャッシュフローを圧縮します。この在庫の前段階で営業利益をしっかりと生み出すこと、在庫と大型販売店・整備工場への投資をコントロールして、フリーキャッシュフローを連続した2期の赤字にしないようコントロールしていきます。2021年2月期以降、在庫投資と成長ドライバーへの投資を続ける中でフリーキャッシュフローは黒字となっています。

## 中期経営計画

2022年4月には中期経営計画を発表し、5年後の2027年2月期の財務目標を設定しています。

- 営業利益目標210億円
- 営業利益率5%以上
- ROIC10%以上
- フリーキャッシュフローの5年間累計300億円
- キャッシュ・アロケーション

この中期経営計画の期間で大型販売店を50店舗オープンさせる計画で、これにより伸びる販売台数の増加を営業利益目標に反映させました。整備工場の利益貢献は指定工場の認定が取れ、当日中に車検ができる体制になってからと想定しています。

また、保険や整備保証付き売上等、お客様のニーズに合っ

た車体以外のサービスである「付帯」については、発表時の付帯獲得実績を基本としています。

この2年間近く、付帯サービスを強化するために、各エリアでキャンペーンであったり、セット商品であったり、さまざまな取組をしています。2023年2月期はそうした取組みの一部が功を奏して、想定した以上の利益を生み出すことができました。

営業利益率は中古車相場が上がると下がり、相場が下がると利益率は上昇する

仕組みとなっています。こうした市場環境にかかわらず、営業利益率5%以上を維持していこうと考えています。

ROICについても同様に分母である投下資本の圧縮ではなく、分子の利益を拡大することで投資をしつつ10%を超えるROICの水準を維持していく方針です。

フリーキャッシュフローは各年ごとにプラス・マイナスがあるものの5年間累計で300億円のキャッシュを生み出します。

5年間のキャッシュ・アロケーションについては成長投資に200億円、IT投資に20億円を投下していきます。新規事業投資については一定の枠内で将来の業界の環境変化に備えた事業開発（探索投資）を継続していきます。その他、配当は業績連動型として配当性向30%を維持します。残りの資金は借入金の圧縮に向けていく方針です。



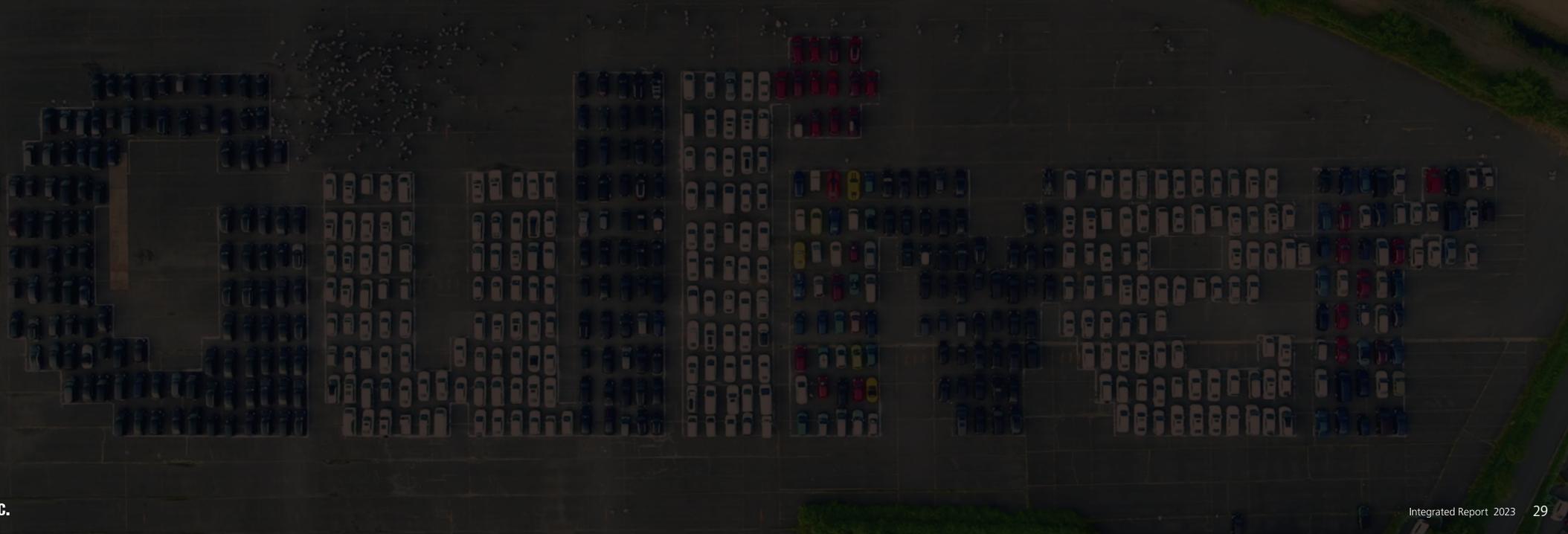
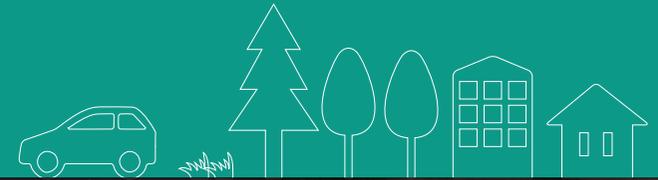
中期経営計画は残り4年間。当初計画には織り込んでいない付帯サービスの獲得拡大や整備工場の指定工場化による車検などの獲得により、中期経営計画の財務目標を確実に達成していきたいと考えています。

## 最後に

中古車販売においては、当社を含めた上位3社のシェアが15%程度で、未だ寡占化は進んでいません。また、日本の自動車販売に占める中古車の割合は3割と他の先進国と比べて低い状態です。そうした中で多くの中古車を比較できる大型販売店とクルマの品質を担保できる整備工場は引き続き当社の成長ドライバーとなると考えています。更なる成長に取り組みしていきたいと考えています。

# 3

## ESG Environment / Social / Governance



ESG

# サステナビリティ委員長メッセージ

## IDOMの事業そのものが循環型

サステナビリティ委員長 太田 勝

### 循環型社会の実現に向けて

IDOMは、中古車の買取、販売、サブスクリプション、リースなどのビジネスを展開しています。これらのビジネスによってクルマを広く流通させることは、車を資源として最大限活用することに寄与します。車の「所有の循環」と「利用の循環」を促進し、車という分野において経済の循環を担うことが「IDOMの存在価値」です。

2022年5月、我々 IDOMは、TCFDへの賛同を表明し、それらに基づいた情報の開示を進めております。2021年度（2021年3月～2022年2月）における国内事業の実績に基づく、概算値としての温室効果ガス（GHG）排出量はScope1とScope2を合計し約1万5000トンとなりました。店舗のLED化やペーパーレス等を進めることで、事業自体が排出する温室効果ガスの排出量を抑えつつ、整備工場を併設した大型店の店舗展開に伴う小売事業の拡大を進めています。

自事業の温室効果ガス排出量を抑えることはもちろんですが、持続可能な社会実現に向けて最も寄与するのは、自動車が循

環する社会を形成していくことにあります。

クルマの生産および廃棄には温室効果ガスの排出が伴います。産から廃棄の期間が短くなればなるほど、温室効果ガスの排出量が増えることを考えると、作られたクルマに長期的に乗ることは排出量低減に寄与することになります。

申し上げた通り、自動車というのはインフラです。お客様のニーズが優先され、収入や家族構成といったライフステージの変化に伴って、お客様に最適な自動車は変化し続けます。ある統計調査によれば1台あたりの平均乗車期間は6.3年と自動車の平均耐用年数の13年と比較すると、低く推移しております。一つの自動車が生産され廃棄されるまでに複数の乗り手によって、我々中古車事業者を介することで、長くクルマを使い切ることができるのです。

これはEVに変わったとしても同様です。

特に新車のEVは高価なものが多く、車種についても限定的です。お客様のニーズが優先される自動車市場において、誰もが新車のEVに乗り換えることは非常に難度が高いと考えられ



サステナビリティ委員長

太田 勝

## サステナビリティ委員長メッセージ

ます。

カーボンニュートラルの実現においては、EVの普及は重要です。ただし、即座に浸透させる行為はお客様にとって不利益なものとなります。一人一人のニーズに寄り添い、適切な車両を適正な価値で広く流通させることで資源を最大限に利用しつつ、カーボンニュートラルに寄与できる、そのために我々のような中古車流通ビジネスがあると考えております。

### 社員とともに成長していくために

我々 IDOMは「ダイバーシティの考え方」を開示しています。これは、性別、国籍、年齢、勤続年数、障がいの有無などの属性にかかわらず、従業員それぞれが能力を十分に発揮し、活躍できる環境を構築していくことを示しています。

IDOMという社名にもある通り、挑戦が我々のテーマでございます。全ての従業員がそれぞれにとって挑戦できる環境づくりを進めております。

挑戦できる環境づくりにおいて重要なことは、大企業での雇用による、会社の決めたキャリアや評価による「挑めなくなる」リスクをいかに払しょくするかにあると考えております。

このIDOMの環境を示す代表的な事例として「チャレンジ異動制度」があります。

「チャレンジ異動制度」を利用することで自身が望むキャリアに

向け、どこに異動したいかや、どんなキャリアパスを描きたいかを毎年申請し、自分自身で挑戦することで、自分自身のキャリアをつくることのできる環境整備にも取り組んでおります。

もちろん就業環境の整備という意味でも取り組みを進めております。直近でいえば「全店舗週休2日制」や、「エリア社員制度」の導入、「さくらプロジェクト」の推進などがあります。

「全店舗週休2日制」においては格差の是正を、「エリア社員制度」においては働く場所を選べる権利を、「さくらプロジェクト」では本質的なダイバーシティの実現を、企業として安心して働ける環境をつくることも「挑み続ける」うえでは非常に重要であると考えております。

### 社会への還元

企業市民として自然災害や社会的混乱により、移動に不安を抱える人々に向けた支援活動も、全国各地で行っています。

過去には東日本大震災での復興支援や、新型コロナウイルスの蔓延時には「ガリバークルマ支援」として医療従事者に向けた無償の車両提供を行いました。

2022年9月に起きてしまった3歳園児バス置き去り事故では、通園バスの安全装置の開発をいち早く手がけたオクト産業と協



力し、全国の幼稚園事業者へ無償でモニターを取り付けする支援策を実行しました。当初計画の100台への取り付けも無事完了し、このような痛ましい事件が一件でも減れば、と願うばかりです。

千葉県習志野市では「災害協定の締結」を行い、災害時の展示車の利用など、少しずつガリバーの店舗と地域がつながる支援の輪が広がっています。

我々、IDOMが持つインフラを利用することで、少しでも安全な環境整備を進めるべく引き続きできることから取り組みたいと考えております。

# SDGSに向けた当社が取り組むテーマ

## 関連するSDGs



## 環境 (E)

## 当社が取り組むテーマ

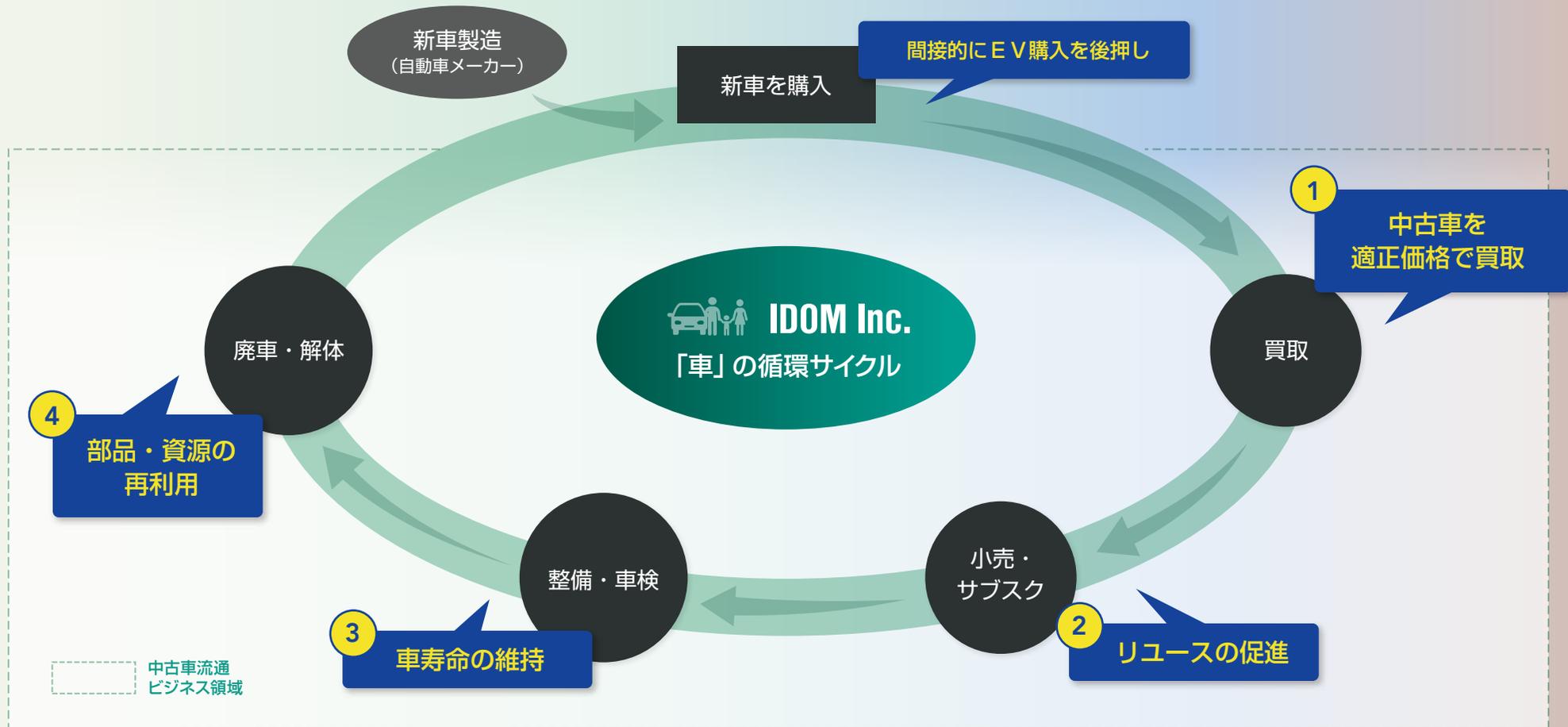
- 中古車流通ビジネスを通じて、**持続可能な社会実現に貢献**  
(IDOMの存在価値)
- ペーパーレス化の推進**  
(売買契約書の電子化、会議資料のオンライン共有による紙資源の削減等)
- 直営店舗照明器具の**LED化の推進**
- 消費者ニーズに対応したハイブリッド車、EVなどの**環境に配慮した車種の普及促進**



## 社会 (S)

- ダイバーシティの考え方に基づいて、**従業員の健康・労働環境に配慮し、多様性の確保を推進**
- IDOMだから出来る**事業を通じた社会貢献**

# 中古車流通ビジネスの循環サイクル



循環サイクルを回すことでEVへの乗り換えを促進し、  
社会のカーボンニュートラル達成に貢献。

ESG

# サステナブル・ファイナンス

## サステナブル・ファイナンスによる借入の実施



みずほ  
サステナビリティ・  
リンク・ローン PRO



SDGs  
推進資金調達



三菱UFJ銀行  
ポジティブ・インパクト  
ファイナンス

※サステナブルファイナンス・・・「持続可能な社会と地球を実現するための金融」と解釈されており、環境（E）・社会（S）、ガバナンス（G）課題の解決を目指して、様々な配慮を織り込んだ投融資（ESG 投資・ESG 金融）、債券発行、その他様々な幅広い金融サービスを含む広い概念。

当社の中古車流通ビジネスが循環型社会への貢献に当たると  
各銀行及び第三者評価機関より評価されました。

# 気候変動に関するTCFD提言に沿った情報開示

## 「気候関連財務情報開示タスクフォース（TCFD）」提言への賛同



当社は、「気候変動問題」を自社事業に影響をもたらす重要課題の1つととらえ、「気候関連財務情報開示タスクフォース（TCFD）」提言への賛同を表明いたします。

TCFD提言に基づき、「ガバナンス」「リスク管理」「戦略（リスクと機会の分析）」「指標と目標」に関する情報開示をウェブサイトを開示しております。

[▶ TCFDに基づく情報開示](#)

# IDOMのサステナビリティ宣言

## サステナビリティ宣言

IDOMは、創業来、「社会」、「お客様」、「社員」、「パートナー」、「株主」の5つの  
ステークホルダーと共に成長することを目指す  
「Growing Together」という企業理念を掲げております。

この企業理念に基づいて、中古車流通ビジネスを通じ、  
「持続可能な社会の実現に貢献」することは、  
「IDOMの存在価値」そのものであると考えております。

中古車流通ビジネスの改革に果敢に挑戦し、  
「IDOMの存在価値」を高めることで、  
より一層「持続可能な社会の実現に貢献」してまいります。

# ダイバーシティの考え方

## ダイバーシティの考え方

IDOMは、性別、国籍、年齢、勤続年数、障害の有無などの属性に関わらず、従業員それぞれの能力を十分に発揮し、活躍できる環境を構築しております。また、従業員の自己成長、自己研鑽のために、様々な制度・研修を設けております。

今後も、従業員の人権を尊重しつつ、従業員が様々な挑戦ができる仕組みを積極的に創造していく考えです。

多様性の確保は、環境整備や人材育成に注力することによって、自ずとなされていくものと考えております。したがって、現時点では、多様性確保のための数値目標を定めておりません。



# ダイバーシティの考え方

## ダイバーシティの考え方に基づく環境整備や人材育成のための取り組み

### 育児支援

性別を問わない  
育児休業の取得促進

### 労働時間圧縮

公休日数の増加の  
取り組みなどを通じた  
総労働時間の短縮

### 女性支援

全女性社員の  
活躍支援のための  
「さくらプロジェクト」を  
2008年から運営

### 働き方

働き方改革推進による  
在宅勤務を含めた  
能力を最大限発揮できる  
環境の構築

### 成長支援

さらなる自己成長を目指す  
ことを目的として、自ら異動  
申請することが可能な  
「チャレンジ申請制度」

### 研修制度

職種、役職、経験に  
応じた  
「テーマ別人材育成  
研修制度」

### 能力開発

自らの能力開発を  
目的として参加可能な  
「能力開発サポート  
講座」

### 資格制度

定性的、定量的評価による  
店長登用のための  
「店長資格試験制度」

### 経営者育成

経営者として店舗経営に  
挑むプロ店長制度  
「ストアプロ制度」

# ダイバーシティの考え方に基づく取組み体制



# 社会への取り組み

社外への取り組み

2011

被災地・被災者  
への支援

東北大震災の際に  
中古車1,000台を  
提供

2020

ガリバークルマ  
支援第1弾

コロナウイルスに対する  
緊急事態宣言発令時に  
1万名へ  
中古車を3カ月  
無償提供

2022

ガリバークルマ  
支援第2弾

バス置き去り事故を受け  
幼稚園バスに  
安全装置100台を  
無償提供

2022

防災協定

習志野地域との  
「災害時における  
電源設備等を有する  
車両による応援に  
関する協定書」

社内への取り組み

2020

モチベーションクラウド導入

従業員エンゲージメントの  
可視化

2022

全店舗週休2日制

労働条件の  
格差是正

2023

エリア社員制度導入

全国転勤のみの  
働き方を改革

# モチベーションクラウド

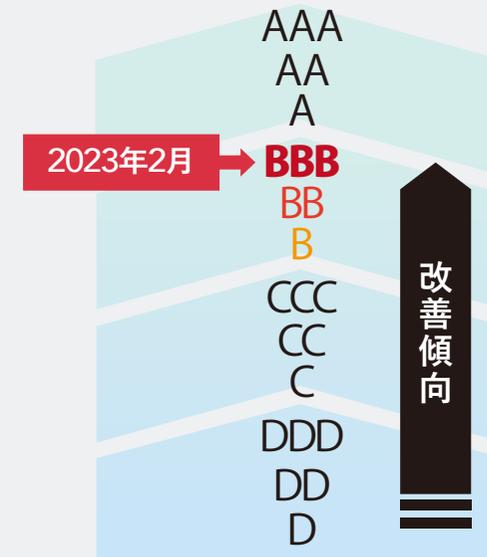
## Best Motivation Company 2023



弊社の取組みの一部を評価され、  
大手企業部門**第7位**を受賞

2023年2月時点での  
レーティングは「**BBB**」に

## レーティング評価



当社の事業戦略上では「人財」を重要な資源として定義しており、  
エンゲージメントスコアを人的資本の指標として導入。

# 当社のガバナンス体制

## 役員体制

取締役5名（うち社外取締役2名）、監査役3名（うち社外監査役2名）で構成する**監査役会設置会社**  
 取締役会は、**オフィサー制度を導入**することでスリム化し、濃密な議論と迅速な意思決定を実現



# 社長2人体制

## 社長2人体制の意義

代表者間での「牽制機能」と「経営判断の健全化・迅速化」



代表取締役社長

羽鳥 由宇介

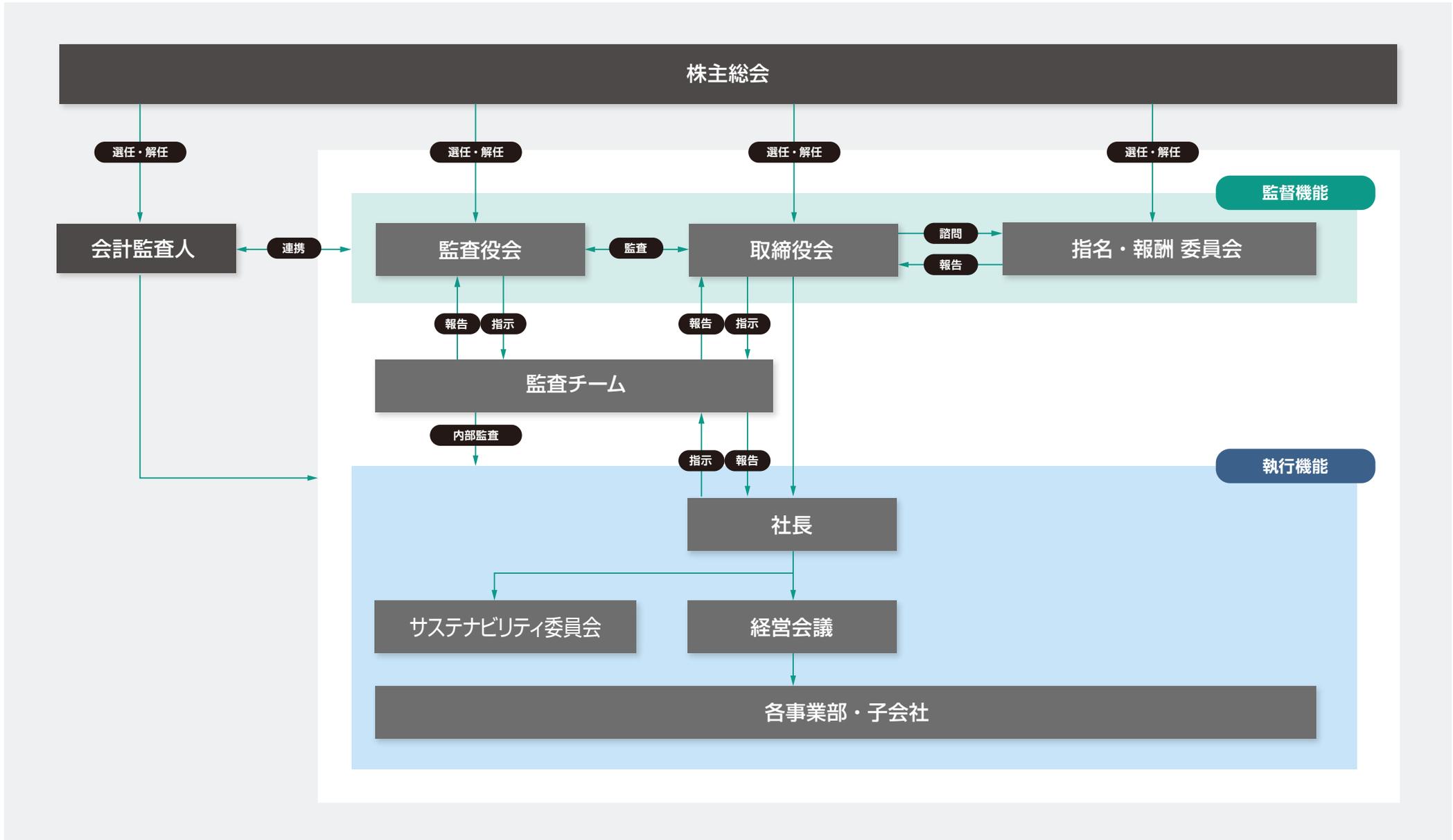


代表取締役社長

羽鳥 貴夫

経営上重要な意思決定をトップ1名の独断で行うのではなく、  
弁証法により議論を深めて最適解を出す。  
2008年より現体制に移行し今後も継続。

ESG  
**コーポレートガバナンス体制図** (2022年4月14日現在)



IDOMとは

ビジネスモデル

ESG

データセクション

ESG

# 取締役スキルマトリックス

	企業経営	業界知見・マーケティング	グローバル	財務・会計	サステナビリティ
代表取締役社長 羽鳥 由宇介	●	●	●		●
代表取締役社長 羽鳥 貴夫	●	●		●	●
取締役CFO 西端 亮	●		●	●	●
取締役 杉江 潤	●			●	●
取締役 野田 公一	●		●		●

スキル	定義
企業経営	上場企業・大規模法人・行政機関等において、企業経営もしくは行政マネジメントに関わった経験を有している。
業界知見・マーケティング	自動車流通に係る知見やマーケティング活動の特性を熟知している。
グローバル	海外事業を主導する経験もしくは国際性の高い業務経験を有している。
財務・会計	財務・会計に関わる専門知識を有している。
サステナビリティ	環境、社会、ガバナンス等の持続的成長に関わる知見を有している。

## スキル選定の理由

当社は、日本及び海外（豪州・米国等）で自動車流通事業を展開しております。

取締役会では、自動車流通業界に係る知見・特性を捉え、且つ、グローバル視点をふまえ、中長期的な経営課題について議論及び監督がなされることが必要と考えております。

また、取締役会では、将来の環境変化を見通して、将来起こり得るリスクと機会を予見しつつ、当社グループが持続的成長を遂げることができるよう、議論及び監督がなれるべきと考えております。

当社は、取締役会がこのような機能を発揮することを重視しており、取締役のスキル・マトリックスとして左記のスキルを選定しております。

ESG

# 役員一覧



## ●取締役会・役員に関して

取締役の人数は、迅速な意思決定を行うべく5名以内と当社定款で定めております。現在、創業期から当社事業の中心的な役割を担っている取締役3名、他企業での経営経験を有する者を含む社外取締役2名、合計5名で構成しております。また、オフィサー制度の導入により業務執行は一定の権限委譲を行っております。

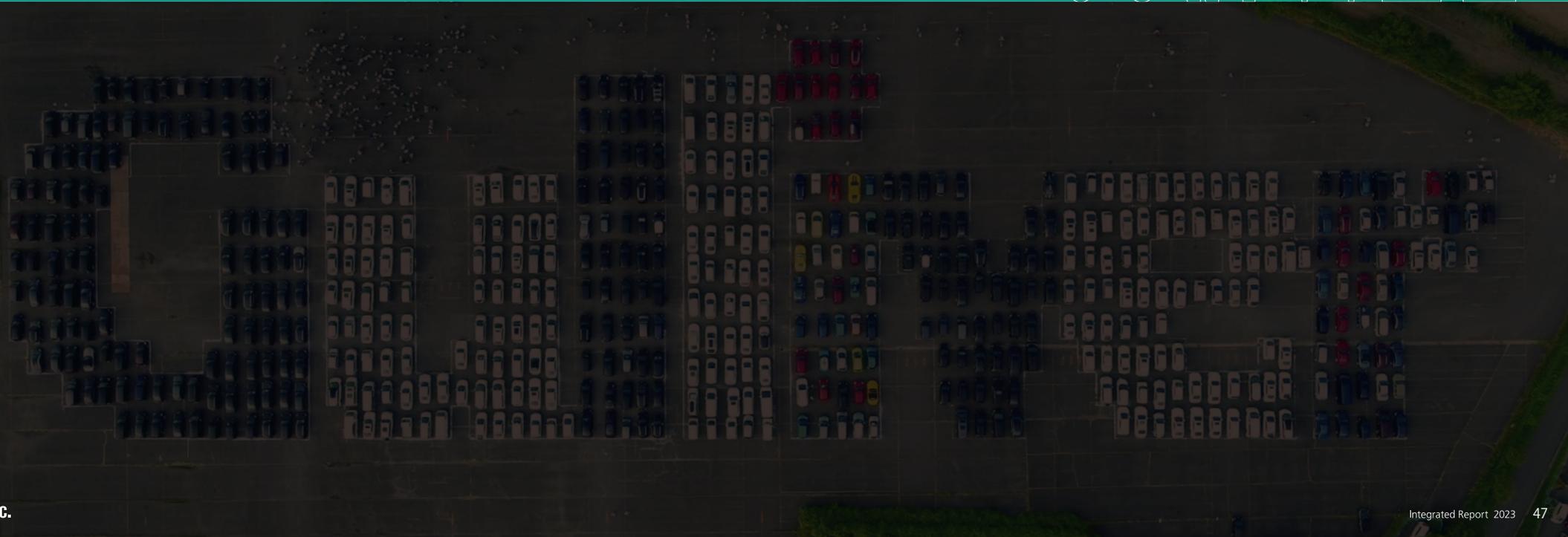
取締役の選任は、取締役会全体としての経験・知見のバランスを考慮しつつ、当社の企業価値向上に資する候補者であるかを基準に選定し、候補者との対話の機会を十分に持ったうえで、取締役会にて決定しています。

社外取締役は、客観的視点から各取締役・監査役と頻りに意見交換を行っており、当社の独立社外取締役としての責務を十分に果たしています。

<p>代表取締役社長</p> <p><b>羽鳥 由宇介</b></p> <p>社内</p>	<p>1971年生まれ。創業翌年の1995年当社へ入社し、札幌店をスタートに複数店舗の立ち上げを行う。取締役、常務取締役、専務取締役を経て、2008年DUO社長体制に移行とともに代表取締役社長に就任。現在は、全社戦略の他、海外事業などを管掌。</p>
<p>代表取締役社長</p> <p><b>羽鳥 貴夫</b></p> <p>社内</p>	<p>1972年生まれ。創業翌年の1995年当社へ入社し、関東1号店の立ち上げを行う。取締役、常務取締役、専務取締役を経て、2008年DUO社長体制に移行とともに代表取締役社長に就任。現在は、全社戦略の他 直営事業全般を管掌。</p>
<p>取締役CFO</p> <p><b>西端 亮</b></p> <p>社内</p>	<p>1958年生まれ。東亜燃料工業株式会社（現ENEOS株式会社）を経てテルモ株式会社へ入社。同社にて執行役員CAFO（チーフ・アカウンティング・アンド・フィナンシャル・オフィサー）に就任。2020年3月当社入社とともにCFO（チーフ・フィナンシャル・オフィサー）に就任。2023年取締役に就任。</p>
<p>取締役</p> <p><b>杉江 潤</b></p> <p>社外 独立役員</p>	<p>1956年生まれ。大蔵省（現財務省）入省後、東京国税局長などの要職を歴任。2017年当社取締役に就任。現在、一般社団法人投資信託協会副会長専務理事、三井住友建設株式会社 社外取締役に就任。</p>
<p>取締役</p> <p><b>野田 公一</b></p> <p>社外 独立役員</p>	<p>1966年生まれ。ハーバード大学経営大学院卒業。楽天株式会社 執行役員、ウォルマート・ジャパン・ホールディングス株式会社 最高人財責任者及び最高管理責任者、株式会社Works Human Intelligence 最高人財責任者（CHRO）、株式会社資生堂 エグゼクティブオフィサーチーフピープルオフィサーを歴任。2018年当社取締役に就任。</p>
<p>監査役（常勤）</p> <p><b>須釜 武伸</b></p> <p>社内</p>	<p>株式会社赤トリキショッピングデパート（現株式会社赤トリキ）を経て、株式会社マックプロジェクト（現株式会社メディアパワー）に入社。同社にて、専務取締役。1996年当社入社。2003年執行役員に就任。2021年当社監査役（常勤）に就任。</p>
<p>監査役</p> <p><b>木村 忠昭</b></p> <p>社外 独立役員</p>	<p>2008年1月株式会社アドライト 代表 名誉会長取締役に就任（現任）。2008年5月公認会計士登録。2020年5月当社監査役（現任）。2020年6月キムラユニティー株式会社 非常勤取締役に就任。</p>
<p>監査役</p> <p><b>二宮 かおる</b></p> <p>社外 独立役員</p>	<p>1995年4月カルビー株式会社入社同社広報部。2021年4月同社社会貢献委員会。2021年5月当社監査役（現任）。</p>
<p>名誉会長</p> <p><b>羽鳥 兼市</b></p>	<p>1994年に当社を創業。2008年当社代表取締役会長に就任。2016年当社名誉会長に就任。</p>
<p>顧問</p> <p><b>山田 英雄</b></p>	<p>第12代警察庁長官。2016年当社顧問に就任。</p>

# 4 データセクション

Data section



データセクション

# 主な指標 (2023年2月期時点)

## 決算概況

4,165億円



売上高

187億円



営業利益

9.9%



ROIC (※1)

## 中古車小売・販売状況

13.6万台



中古車小売台数 (※3)

24.7万台



中古車販売台数 (※4)

連結従業員数

3,132人

店舗数

397店舗 (※2)

中古車小売シェア (※5)

約5%

※1: 2023年2月期 連結財務諸表の数字より算出 営業利益 × (1 - 実行税率) / (在庫 + 固定資産 期首期末加重平均) ※2: 加盟店を除く直営店舗数  
 ※3: IDOM直営店舗における小売台数 ※4: 小売台数と卸売台数の合計数 ※5: 2023年2月期のIDOM小売合計台数 ÷ 矢野経済研究所推計の2019年中古車小売台数262万台

# 主要な財務データ

## ●連結経営成績

		14/2期	15/2期	16/2期	17/2期	18/2期	19/2期	20/2期	21/2期	22/2期	23/2期
売上高	百万円	169,398	155,681	210,085	251,516	276,157	309,410	361,684	380,564	459,532	416,514
売上総利益	百万円	36,554	39,075	51,610	61,133	65,859	64,702	73,959	72,810	86,013	74,549
販売費及び一般管理費	百万円	29,460	33,750	44,067	56,634	59,080	61,301	64,868	62,239	67,528	55,865
営業利益	百万円	7,094	5,325	7,542	4,498	6,779	3,400	9,091	10,571	18,485	18,684
経常利益	百万円	7,201	5,345	6,835	4,160	5,797	2,072	6,867	9,642	17,561	18,146
親会社株主に帰属する当期純利益	百万円	4,360	3,286	4,111	2,247	3,578	381	3,545	1,484	10,794	14,205
減価償却費	百万円	1,354	1,643	2,449	2,964	3,044	2,984	3,140	2,951	2,797	2,581
1株当たり当期純利益 (EPS)	円	43.01	32.42	40.55	22.17	35.29	3.76	34.97	14.77	107.51	141.48
自己資本当期純利益率 (ROE)	%	14	9.7	11.5	5.9	9	0.9	8.6	3.4	22	24.5
総資産経常利益率 (ROA)	%	13.6	9.7	9	4	4.7	1.4	3.8	5.3	9.6	10
売上高営業利益率	%	4.2	3.4	3.6	1.8	2.5	1.1	2.5	2.8	4	4.5

# 主要な財務データ

## ●連結財政状態

		14/2期	15/2期	16/2期	17/2期	18/2期	19/2期	20/2期	21/2期	22/2期	23/2期
総資産	百万円	52,779	57,153	94,211	114,047	130,181	173,851	183,783	177,222	189,766	173,293
純資産	百万円	32,846	34,629	38,245	39,581	41,494	40,357	42,586	45,015	55,709	62,702
短期借入金	百万円	-	4,797	2,124	3,408	1,201	9,031	935	1,117	1,101	-
長期借入金	百万円	4,000	43	22,851	40,774	52,680	68,023	79,824	79,169	67,523	43,000
自己資本	百万円	32,841	34,629	37,113	38,641	40,939	39,841	42,126	43,996	54,015	62,086
自己資本比率	%	62.2	60.6	39.4	33.9	31.4	22.9	22.9	24.8	28.5	35.8
1株当たり純資産 (BPS)	円	323.99	341.49	365.98	381.05	403.71	392.88	415.42	438.18	537.97	618.34

## ●キャッシュフローの状況

		14/2期	15/2期	16/2期	17/2期	18/2期	19/2期	20/2期	21/2期	22/2期	23/2期
営業活動によるキャッシュ・フロー	百万円	10,061	56	4,121	△4,632	6,989	△19,593	13,757	19,508	8,276	2,275
投資活動によるキャッシュ・フロー	百万円	3,734	△8,540	△17,686	△8,262	△5,315	△11,015	△406	△1,373	△4,500	△166
財務活動によるキャッシュ・フロー	百万円	△5,981	△1,721	17,858	18,092	8,731	30,930	1,142	△12,495	△1,332	△10,634
現金及び現金同等物の期末残高	百万円	14,661	4,863	9,122	14,337	22,763	22,970	37,295	43,179	45,670	37,473

## ●配当の状況

		14/2期	15/2期	16/2期	17/2期	18/2期	19/2期	20/2期	21/2期	22/2期	23/2期
1株当たり年間配当金*	円	13	15	12.5	12	7	11	1.2	10.6	4.6	42.5
配当性向 (連結)	%	30.2	46.3	30.8	54.1	19.8	292.2	3.4	71.8	4.3	30
純資産配当率 (連結)	%	4.2	4.5	3.5	3.2	1.8	2.8	0.3	2.5	0.9	7.4

データセクション

# 連結貸借対照表

資産の部		前連結会計年度 (2022年2月28日)	当連結会計年度 (2023年2月28日)
流動資産	現金及び預金	45,670	37,473
	受取手形及び売掛金	5,620	3,927
	商品	85,363	84,432
	その他	4,907	6,173
	貸倒引当金	△416	△528
	<b>流動資産合計</b>	<b>141,146</b>	<b>131,478</b>
固定資産	有形固定資産		
	建物及び構築物	37,102	41,306
	減価償却累計額	△16,061	△16,873
	<b>建物及び構築物(純額)</b>	<b>21,040</b>	<b>24,433</b>
	車両運搬具	298	236
	減価償却累計額	△60	△148
	<b>車両運搬具(純額)</b>	<b>238</b>	<b>88</b>
	工具、器具及び備品	4,279	5,077
	減価償却累計額	△3,114	△3,362
	<b>工具、器具及び備品(純額)</b>	<b>1,164</b>	<b>1,715</b>
	土地	136	136
	建設仮勘定	1,083	67
	<b>有形固定資産合計</b>	<b>23,663</b>	<b>26,441</b>
	無形固定資産		
	ソフトウェア	1,465	1,300
	のれん	5,995	86
	その他	4,314	2
	<b>無形固定資産合計</b>	<b>11,775</b>	<b>1,389</b>
	投資その他の資産		
	投資有価証券	20	0
関係会社株式	129	29	
長期貸付金	228	76	
敷金及び保証金	4,405	5,045	
建設協力金	4,289	3,955	
繰延税金資産	3,677	4,435	
その他	438	449	
貸倒引当金	△8	△6	
<b>投資その他の資産合計</b>	<b>13,181</b>	<b>13,984</b>	
<b>固定資産合計</b>	<b>48,620</b>	<b>41,815</b>	
<b>資産合計</b>	<b>189,766</b>	<b>173,293</b>	

負債・純資産の部		前連結会計年度 (2022年2月28日)	当連結会計年度 (2023年2月28日)
負債の部	流動負債		
	買掛金	23,618	4,822
	短期借入金	1,101	-
	1年内返済予定の長期借入金	10,000	24,145
	未払金	4,713	3,812
	未払法人税等	3,960	864
	前受金	9,548	-
	契約負債	-	25,336
	預り金	215	309
	賞与引当金	1,965	897
	商品保証引当金	884	-
	その他の引当金	1,327	342
	その他	3,750	3,635
	<b>流動負債合計</b>	<b>61,085</b>	<b>64,165</b>
	固定負債		
	長期借入金	67,523	43,000
	長期預り保証金	587	599
	資産除去債務	2,236	2,643
	繰延税金負債	1,535	-
	その他の引当金	680	-
その他	407	183	
<b>固定負債合計</b>	<b>72,972</b>	<b>46,426</b>	
<b>負債合計</b>	<b>134,057</b>	<b>110,591</b>	
純資産の部	株主資本		
	資本金	4,157	4,157
	資本剰余金	4,361	5,250
	利益剰余金	49,673	56,738
	自己株式	△4,344	△4,344
	<b>株主資本合計</b>	<b>53,847</b>	<b>61,801</b>
	その他の包括利益累計額		
	為替換算調整勘定	168	284
	<b>その他の包括利益累計額合計</b>	<b>168</b>	<b>284</b>
	新株予約権	-	147
非支配株主持分	1,693	468	
<b>純資産合計</b>	<b>55,709</b>	<b>62,702</b>	
<b>負債純資産合計</b>	<b>189,766</b>	<b>173,293</b>	

データセクション

# 連結損益計算書

	前連結会計年度 (2022年2月28日)	当連結会計年度 (2023年2月28日)
売上高	459,532	416,514
売上原価	373,519	341,964
売上総利益	86,013	74,549
販売費及び一般管理費	67,528	55,865
営業利益	18,485	18,684
営業外収益		
受取利息	31	107
補助金収入	54	26
その他	106	67
営業外収益合計	191	202
営業外費用		
支払利息	917	571
為替差損	72	71
盗難損失	11	87
持分法による投資損失	92	—
その他	21	9
営業外費用合計	1,115	739
経常利益	17,561	18,146
特別利益		
固定資産売却益	23	54
関係会社株式売却益	—	795
子会社清算益	—	19
補助金収入	5	91
受取補償金	25	—
その他	5	48
特別利益合計	59	1,008

	前連結会計年度 (2022年2月28日)	当連結会計年度 (2023年2月28日)
特別損失		
固定資産除却損	378	222
投資有価証券評価損	109	—
関係会社株式売却損	276	—
減損損失	114	103
店舗閉鎖損失	82	—
感染症関連損失	4	—
本社移転費用	870	—
その他	32	76
特別損失合計	1,870	402
税金等調整前当期純利益	15,750	18,752
法人税、住民税及び事業税	4,836	2,859
法人税等調整額	△516	1,621
法人税等合計	4,319	4,480
当期純利益	11,430	14,272
非支配株主に帰属する当期純利益	635	67
親会社株主に帰属する当期純利益	10,794	14,205
当期純利益	11,430	14,272
その他の包括利益		
為替換算調整勘定	△7	303
持分法適用会社に対する持分相当額	58	—
その他の包括利益合計	50	303
包括利益	11,481	14,576
(内訳)		
親会社株主に係る包括利益	10,829	14,321
非支配株主に係る包括利益	651	255

IDOMとは

ビジネスモデル

ESG

データセクション

データセクション

# 連結キャッシュフロー計算書

	前連結会計年度 (2022年2月28日)	当連結会計年度 (2023年2月28日)
<b>営業活動による キャッシュ・フロー</b>		
税金等調整前当期純利益	15,750	18,752
減価償却費	2,797	2,581
のれん償却額	454	110
賞与引当金の増減額 (△は減少)	858	△1,067
貸倒引当金の増減額 (△は減少)	53	197
商品保証引当金の増減額 (△は減少)	147	△884
受取利息及び受取配当金	△31	△107
持分法による投資損益 (△は益)	92	-
株式報酬費用	-	143
支払利息	917	571
為替差損益 (△は益)	51	576
補助金収入	△5	△91
固定資産除却損	378	222
投資有価証券評価損益 (△は益)	109	-
関係会社株式売却損益 (△は益)	276	△795
減損損失	114	103
感染症関連損失	4	-
子会社清算損益 (△は益)	-	△19
本社移転費用	870	-
売上債権の増減額 (△は増加)	3,083	4,660
棚卸資産の増減額 (△は増加)	△13,978	△24,349
未収消費税等の増減額 (△は増加)	△160	96
未収入金の増減額 (△は増加)	△1,021	708
未払消費税等の増減額 (△は減少)	△3,083	179
仕入債務の増減額 (△は減少)	2,995	1,847
未払金の増減額 (△は減少)	306	431
未払費用の増減額 (△は減少)	0	431
その他	1,157	3,009
<b>小計</b>	<b>12,141</b>	<b>7,309</b>
利息及び配当金の受取額	31	107
利息の支払額	△915	△571
法人税等の支払額	△2,980	△4,661
補助金の受取額	5	91
感染症関連損失の支払額	△4	-
<b>営業活動によるキャッシュ・フロー</b>	<b>8,276</b>	<b>2,275</b>

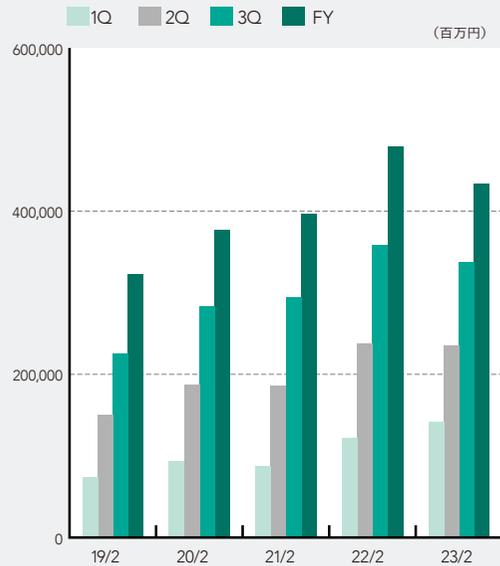
	前連結会計年度 (2022年2月28日)	当連結会計年度 (2023年2月28日)
<b>投資活動による キャッシュ・フロー</b>		
有形固定資産の取得による支出	△4,961	△5,441
有形固定資産の売却による収入	154	85
無形固定資産の取得による支出	△463	△402
資産除去債務の履行による支出	△681	△29
貸付けによる支出	△206	△2,910
貸付金の回収による収入	200	138
敷金及び保証金の差入による支出	△277	△834
敷金及び保証金の回収による収入	1,350	196
建設協力金の支払による支出	△209	△115
建設協力金の回収による収入	534	450
関係会社株式の取得による支出	△8	-
連結の範囲の変更を伴う子会社株式の売却による収入	71	8,597
子会社の清算による収入	-	119
その他	△2	△21
<b>投資活動によるキャッシュ・フロー</b>	<b>△4,500</b>	<b>△166</b>
<b>財務活動による キャッシュ・フロー</b>		
短期借入金の純増減額 (△は減少)	1,285	-
長期借入れによる収入	82	-
長期借入金の返済による支出	△1,932	△10,169
自己株式の取得による支出	△0	△0
新株予約権の発行による収入	-	3
配当金の支払による支出	△768	△1,856
非支配株主からの払込みによる収入	-	1,387
<b>財務活動によるキャッシュ・フロー</b>	<b>△1,332</b>	<b>△10,634</b>
現金及び現金同等物に係る換算差額	31	328
現金及び現金同等物の増減額 (△は減少)	2,474	△8,196
<b>現金及び現金同等物の期首残高</b>	<b>43,179</b>	<b>45,670</b>
連結の範囲の変更に伴う現金及び現金同等物の増減額 (△は減少)	16	-
<b>現金及び現金同等物の期末残高</b>	<b>45,670</b>	<b>37,473</b>

データセクション

# 財務・非財務ハイライト

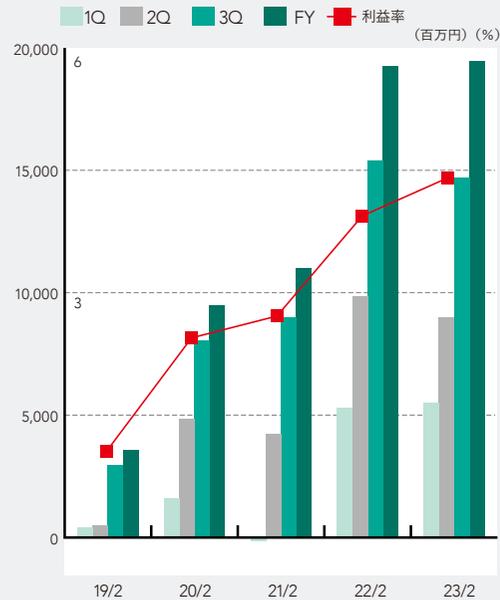
## ● 財務ハイライト

### 売上高



	19/2	20/2	21/2	22/2	23/2
通期	309,410	361,684	380,564	459,532	416,514
3Q	216,134	272,574	282,082	344,620	324,248
2Q	143,937	179,276	178,109	227,775	225,478
1Q	71,411	90,206	83,724	117,013	135,601

### 営業利益 & 営業利益率

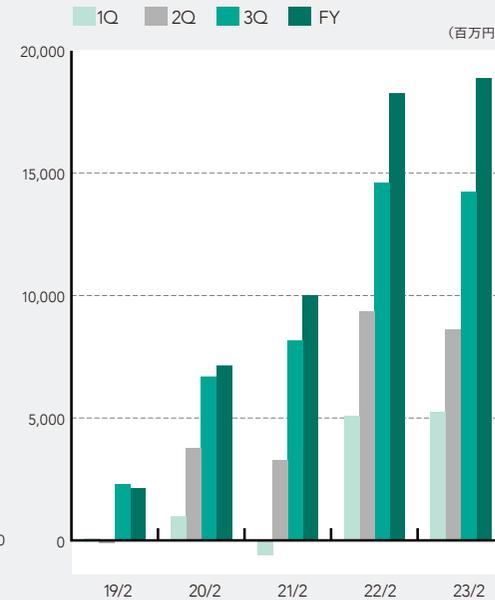


	19/2	20/2	21/2	22/2	23/2
通期	3,400	9,091	10,571	18,485	18,684
3Q	2,835	7,728	8,616	14,760	14,115
2Q	445	4,624	4,053	9,440	8,616
1Q	378	1,510	△153	5,084	5,256

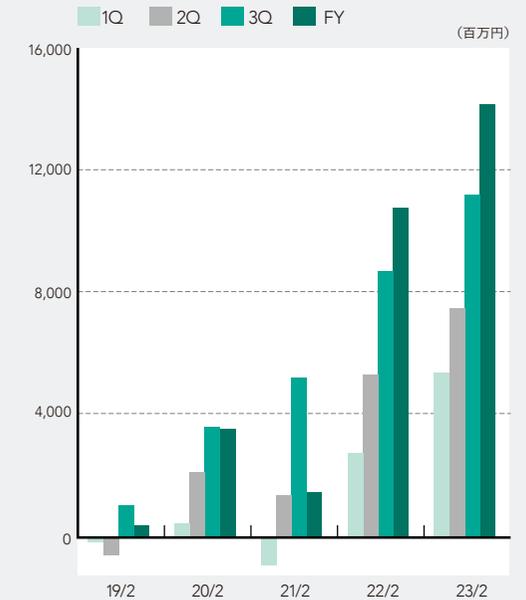
● 営業利益率					
	19/2	20/2	21/2	22/2	23/2
通期	1.10%	2.51%	2.78%	4.02%	4.49%

### 経常利益



	19/2	20/2	21/2	22/2	23/2
通期	2,072	6,867	9,642	17,561	18,146
3Q	2,200	6,432	7,849	14,046	13,698
2Q	△106	3,634	3,147	9,011	8,280
1Q	103	959	△552	4,911	5,053

### 親会社株主に帰属する当期純利益



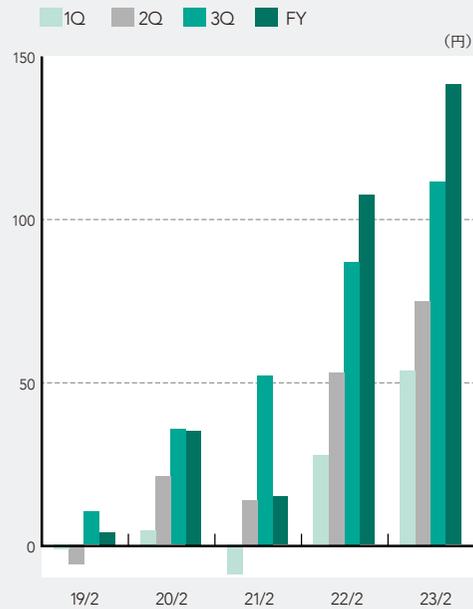
	19/2	20/2	21/2	22/2	23/2
通期	381	3,545	1,484	10,794	14,205
3Q	1,029	3,597	5,226	8,738	11,219
2Q	△598	2,124	1,375	5,311	7,516
1Q	△146	447	△914	2,752	5,377

(注) 2017年2月期からは【当期純利益】に変わり、【親会社株主に帰属する当期純利益】を掲載しております。

# 財務・非財務ハイライト

## ●財務ハイライト

### 1株当り当期純利益 (EPS)

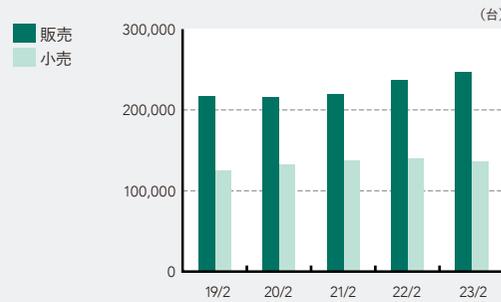


	19/2	20/2	21/2	22/2	23/2
通期	3.76	34.97	14.77	107.51	141.48
3Q	10.15	35.48	51.97	87.03	111.74
2Q	△5.90	20.95	13.67	52.9	74.86
1Q	△1.45	4.41	△9.06	27.41	53.55

(注) 株式分割前の実際のEPSを記載しています。

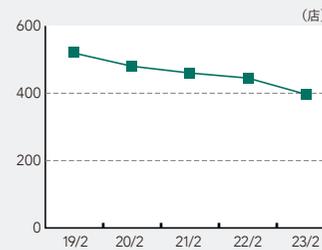
## ●非財務ハイライト

### 販売台数&小売台数



	19/2	20/2	21/2	22/2	23/2
販売台数 (台)	217,235	215,495	219,914	237,489	247,392
小売台数 (台)	124,527	132,988	137,382	140,119	135,599

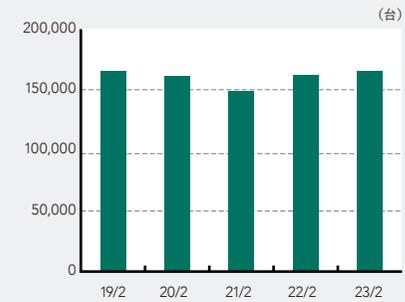
### 直営店舗数



	19/2	20/2	21/2	22/2	23/2
直営店舗数	519	480	460	445	397*

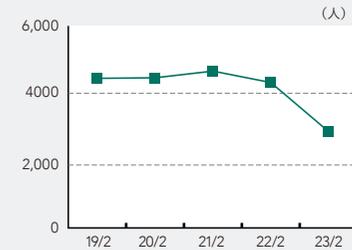
\*2023年2月期Q4より店舗数カウントの定義を変更いたしました。出張専門店・オンライン販売専門店・商品展示店をカウント対象から除外

### 買取台数



	19/2	20/2	21/2	22/2	23/2
買取台数 (台)	165,178	160,963	148,892	161,951	165,529

### 従業員数



	19/2	20/2	21/2	22/2	23/2
従業員数	4,450	4,464	4,629	4,347	3,132

データセクション

# 会社概要・株式情報

## ●会社概要

社名 (日本語)	株式会社IDOM	
本社所在地	〒100-7026 東京都千代田区丸の内二丁目7番2号 JPタワー 26階	
設立年月日	1994年10月25日	
上場市場	東京証券取引所 プライム市場 (証券コード 7599)	
資本金	41億5,702万円 (2023年2月28日時点)	
売上高 (連結)	4,165億1,428万円 (2023年2月期)	
従業員数 (連結)	3,132名 (2023年2月28日時点)	
役員	代表取締役社長	羽鳥 由宇介
	代表取締役社長	羽鳥 貴夫
主な子会社	日本	東京マイカー販売株式会社 株式会社IDOM CaaS Technology 株式会社IDOMビジネスサポート
	アメリカ	Gulliver USA, Inc. Gulliver East, Inc.

## ●株式情報

発行済株式総数	106,888,000株	
発行可能株式総数	400,000,000株	
株主数	8,680名 (2023年2月28日現在)	
大株主	株式会社フォワード	28,000,000 (27.89%)
	日本マスタートラスト 信託銀行株式会社 (信託口)	8,444,800 (8.41%)
	羽鳥裕介	5,873,600 (5.85%)
	株式会社ビッグモーター	5,697,600 (5.67%)
	株式会社日本カストディ銀行 (信託口)	5,119,700 (5.10%)
	株式会社フォワードY	3,000,000 (2.99%)
	株式会社フォワードT	3,000,000 (2.99%)
	THE BANK OF NEW YORK MELLON 140044	2,070,815 (2.06%)
	あいおいニッセイ同和損害保険株式会社	2,000,000 (1.99%)
	羽鳥 貴夫	1,873,500 (1.87%)

\*自己株式 (6,480,651株) を除く発行済株式総数に対する所有株式数の割合(%)

IDOMとは

ビジネスモデル

ESG

データセクション