



2023年1月10日

各 位

会 社 名 株式会社バイク王 & カンパニー  
代 表 者 名 代表取締役社長執行役員 石川 秋彦  
(コード番号 3377 東証スタンダード市場)  
問 合 せ 先 取締役執行役員 小宮 謙一  
(TEL. 03-6803-8855)

### 中期経営計画の見直しに関するお知らせ

当社は、2022年1月11日に公表いたしました、2024年11月期を最終年度とする3か年の中期経営計画の見直しを行い、2023年11月期から2025年11月期を対象とした新たな中期経営計画を策定いたしましたので、下記のとおりお知らせいたします。

#### 記

#### 1. 対象期間

2023年11月期から2025年11月期

#### 2. 経営指標

2025年11月期	売上高	395億円
	経常利益	28億円
	ROE	20%前後

#### 3. 備考

詳細は添付資料をご参照ください。

(注) 上記の予想数値は本資料の発表日現在において入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の業績等は、今後様々な要因により予想数値と異なる可能性があります。

以上

証券コード

3377



# 株式会社 バイク王 & カンパニー

FY2023 - FY2025

## 中期経営計画

バイクのことなら

**BIKE 王**



50年後も100年後も活躍し続ける企業を目指し、バイクライフを超えた「ライフデザイン」企業へ  
新コーポレートミッション「まだ世界にない、感動をつくる。」のもと、「ライフデザイン」企業を目指すため、  
新たな事業領域への進出やESG経営等を通じた社会課題解決に取り組みます。

バイク事業とのシナジー効果を  
創出する新規事業に参入

これまでのノウハウを活かし、  
新たなバイクライフを実現

社会的責任を果たす  
企業となる

ESG経営を推進し、バイクに限らない  
社会課題解決で企業価値を向上

50年、100年続く  
愛される企業の実現

まだ世界にない、感動をつくる

# ビジネスモデル

一般のお客様より仕入れた車輛をホールセール・リテールの2つのチャンネルで販売するビジネスモデルが主軸。  
近年はリテールを強化しており、リテール拡大期となっております。

## バイク王

- BtoBでのバイク販売  
(ホールセール)

- BtoCでのバイク販売  
(リテール)

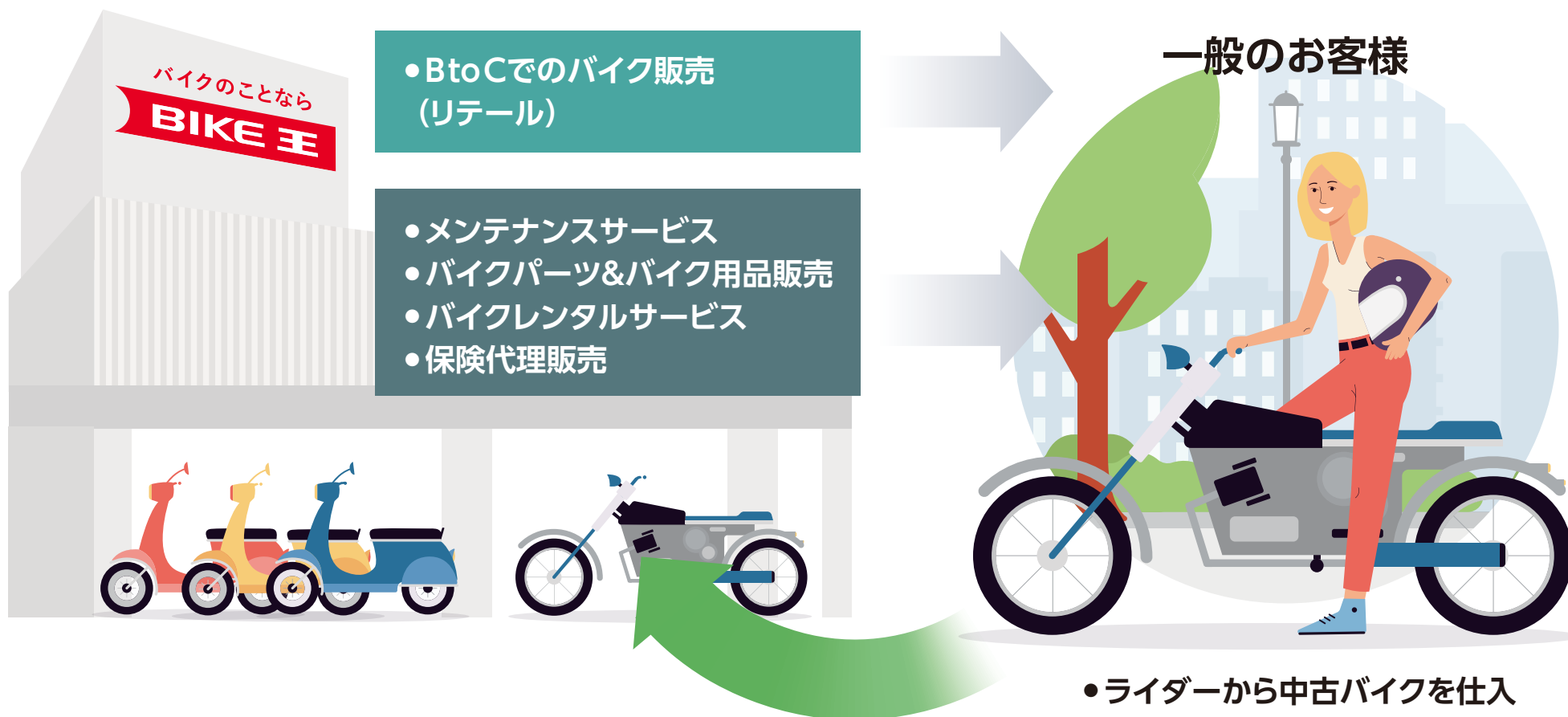
- メンテナンスサービス
- バイクパーツ&バイク用品販売
- バイクレンタルサービス
- 保険代理販売

## 業者

- 国内業者向けオークション
- 海外取引

## 一般のお客様

- ライダーから中古バイクを仕入



# ビジネスモデルを支えるITインフラ

当社は様々なテクノロジーの力を活用し、ビジネスモデルを実現。  
特に次世代基幹システムが広告・買取・販売までのビジネスフローを支えています。



## 次世代基幹システム：B-Pro

- 業務プロセス、各システムで入力された顧客、車輜データを蓄積、一括管理
- 全国の仕入、販売情報をリアルタイムで反映

累計取扱台数

**235**万台以上<sup>※</sup>

高いブランド認知度により  
全国規模でサービスを提供

※2002年8月からの当社累計取扱台数

豊富な仕入を  
基盤とした

**販売力**

年間取扱台数10万台以上から選ばれた  
高品質のバイクを販売

顧客ロイヤリティ

**NPS**上昇<sup>※1</sup>

バイク王の買取・販売サービスおよび  
接客対応を推奨するお客様の声<sup>※2</sup>が年々増加傾向

※1Net Promoter Score(ネット・プロモーター・スコア)の略

※2自社調べ(2021年12月1日~2022年9月30日)

## 強みを支える ITインフラ

●基幹システムB-Pro



●地図運行管理システム



●登録書類管理システム



●分析データベースMDシステム



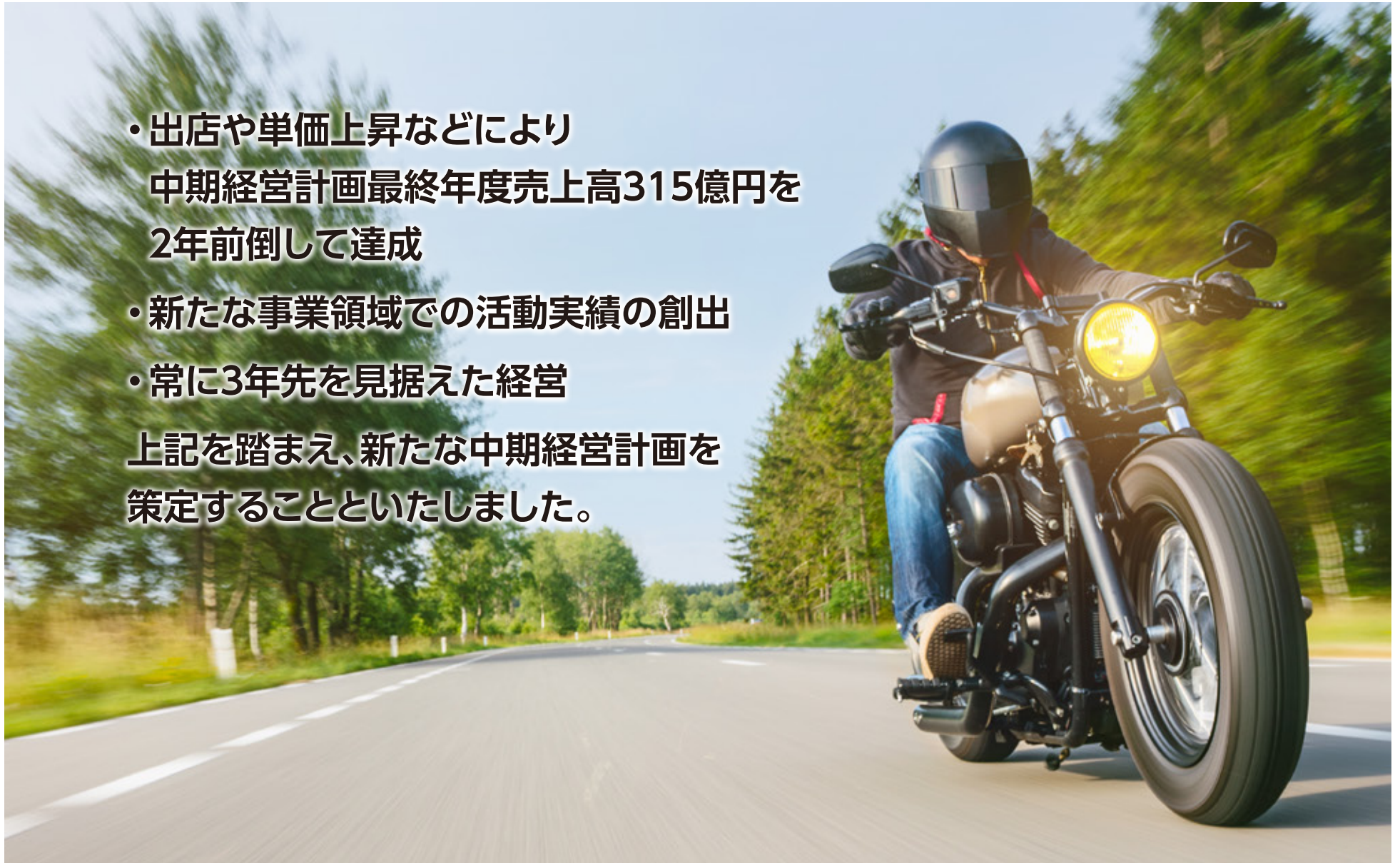
●在庫管理システム





## 新・中期経営計画策定にあたって

- 出店や単価上昇などにより  
中期経営計画最終年度売上高315億円を  
2年前倒して達成
  - 新たな事業領域での活動実績の創出
  - 常に3年先を見据えた経営
- 上記を踏まえ、新たな中期経営計画を  
策定することといたしました。





コーポレートミッションの達成、ビジョンの実現のために、新・中期経営計画を策定いたしました。  
大きな成長余地を残すバイク事業、特にリテールビジネスを成長のエンジンとして大きな利益成長を見込んでいます。



# バイクライフの生涯パートナーの実現

FY2025までに、「UX(顧客体験)グロースモデルへの転換」を行うことで「バイクライフの生涯パートナー」を実現します。

結果として、

**「中古バイク販売シェアNo1(販売台数※3万5千台)」**

を目指します。

※販売台数=リテール台数

FY2022

売上高

334億円

営業利益

16.5億円

経常利益

22.5億円

当期純利益

15.5億円

売上高総利益率 39.3%

営業利益率 4.9%

経常利益率 6.7%

売上高成長率

18.0%

当期純利益成長率

23.2%

FY2025

売上高

395億円

営業利益

25.0億円

経常利益

28.0億円

当期純利益

19.1億円

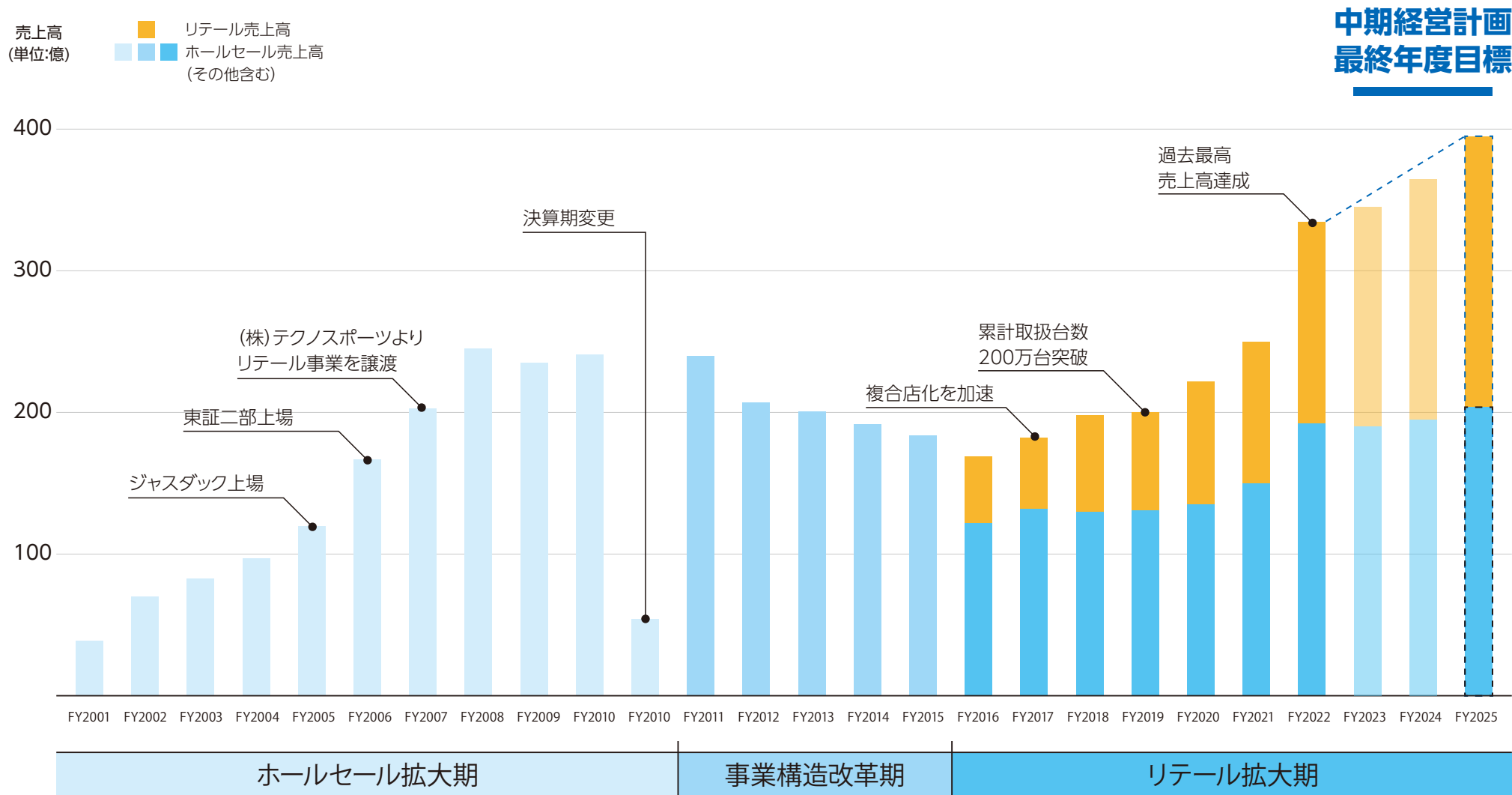
売上高総利益率 39.9%

営業利益率 6.3%

経常利益率 7.1%

# 現在までの業績推移と中期数値目標

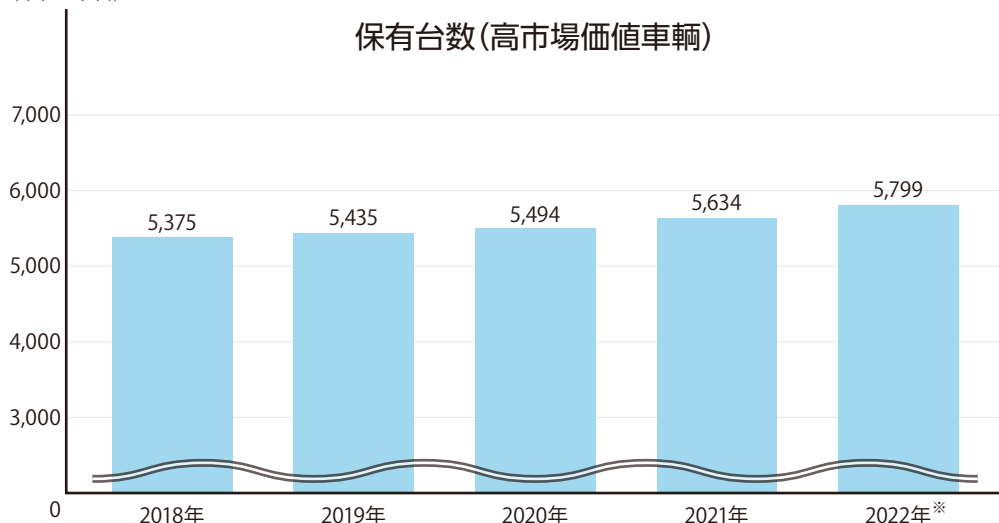
2016年よりリテールを強化し、順調な軌道で再成長をしており、現在はリテール拡大期となっております。  
 リテールビジネスを成長のエンジンとして更なる成長を目指します。



# バイク事業の外部環境 ～現在～

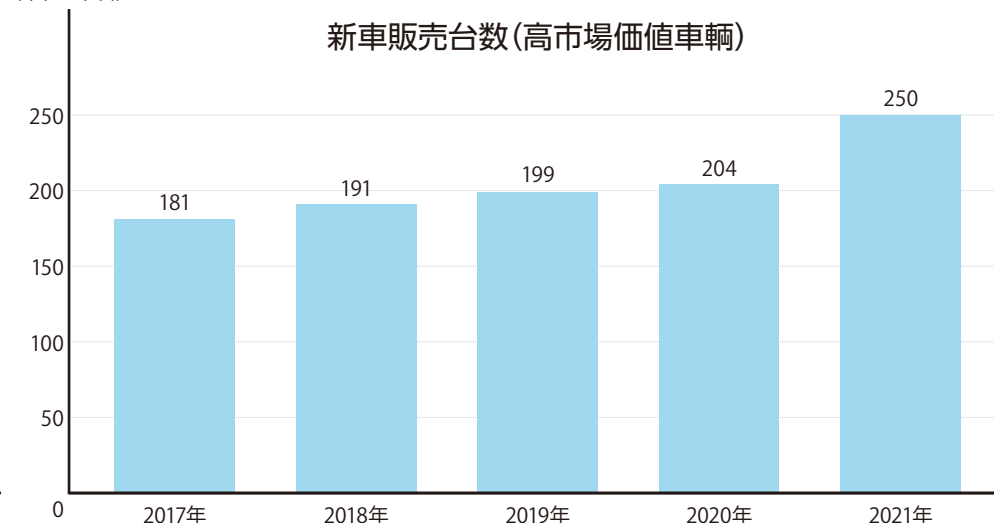
高市場価値車輜(原付2種以上)の保有台数、新車販売台数は、年々増加傾向にあり、コロナ禍以降も引き続き増加する見込み。同市場は社会情勢の変化に影響され難いと考えられるため、需要は一過性で終わらない見込み。

(単位:千台)



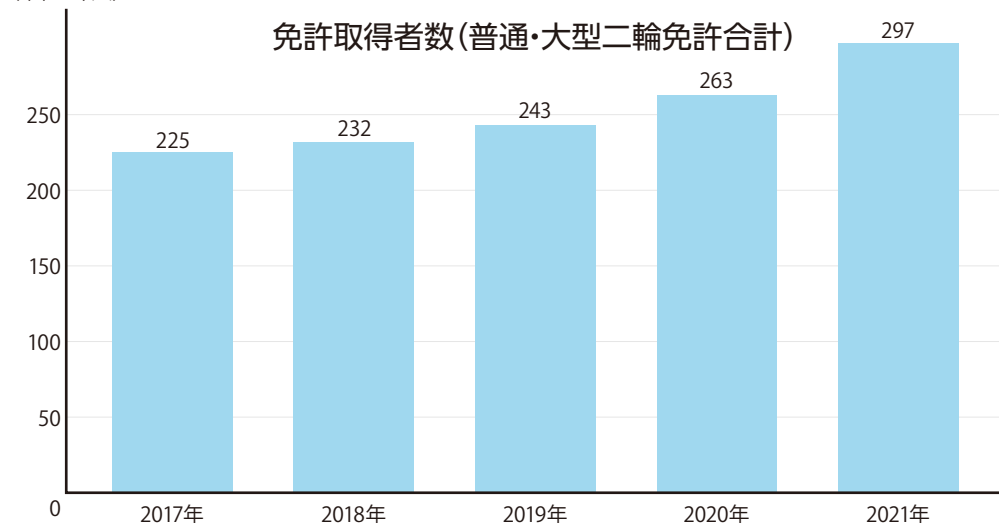
出典:一般社団法人日本自動車工業会/各年3月末日ベース※出典:二輪車新聞/各年3月末日ベース/原付二種(推定値)含む

(単位:千台)



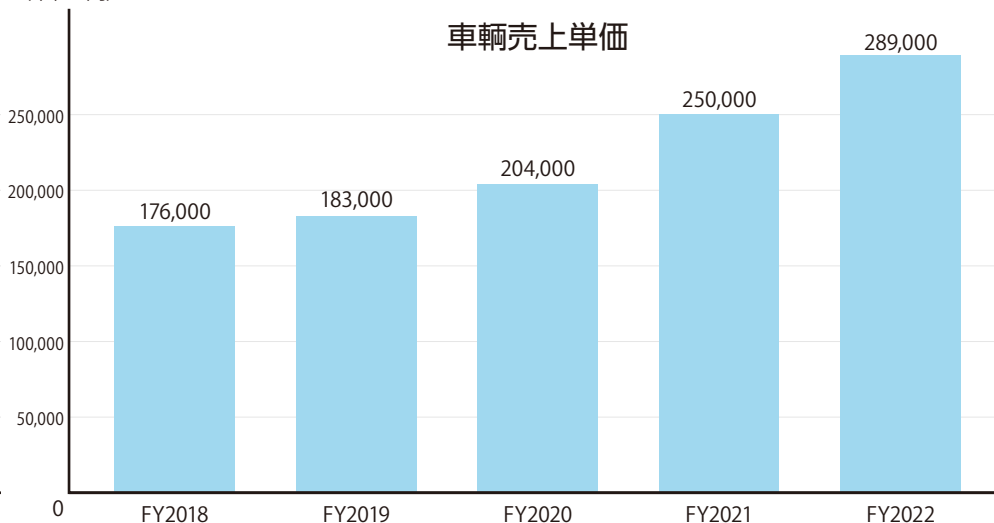
※出典:一般社団法人日本自動車工業会/暦年ベース

(単位:千人)



※出典:警察庁/暦年ベース/失効後の再取得や外国免許切り替え者を含まない

(単位:円)



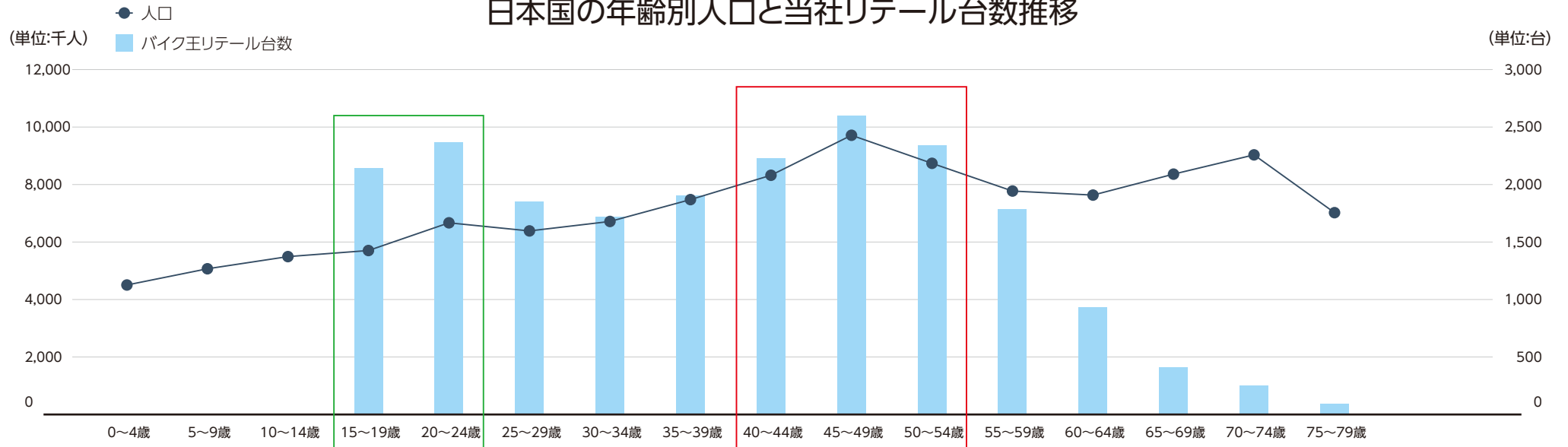
※出典:自社データ



今後も中古バイク市場の需要は持続すると予想されます。

特に、過去にバイクブームを経験した40～54歳の年齢層のリターンライダーとその子供世代の需要を見込みます。

日本国の年齢別人口と当社リテール台数推移



## ■ 団塊ジュニア世代のリターン需要一例

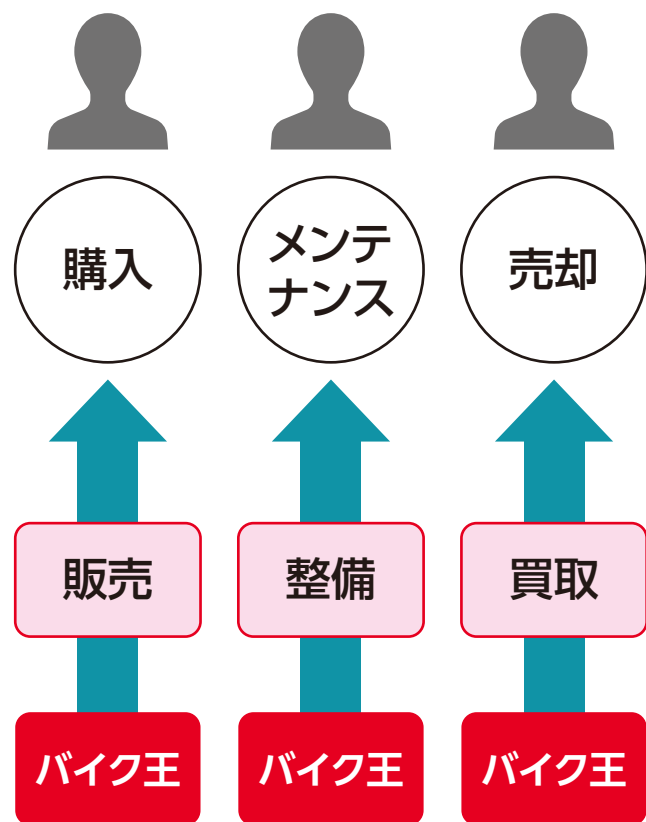


# UX (顧客体験) グロースモデルへの転換

過去の事業の成り立ちの経緯から、顧客とは一期一会の関係でしたが、今後はUX (顧客体験) グロースモデルへの転換を実現し、顧客LTVの最大化を図ります。つまり、ビジョンとして掲げる「バイクライフの生涯パートナー」の実現を図ります。

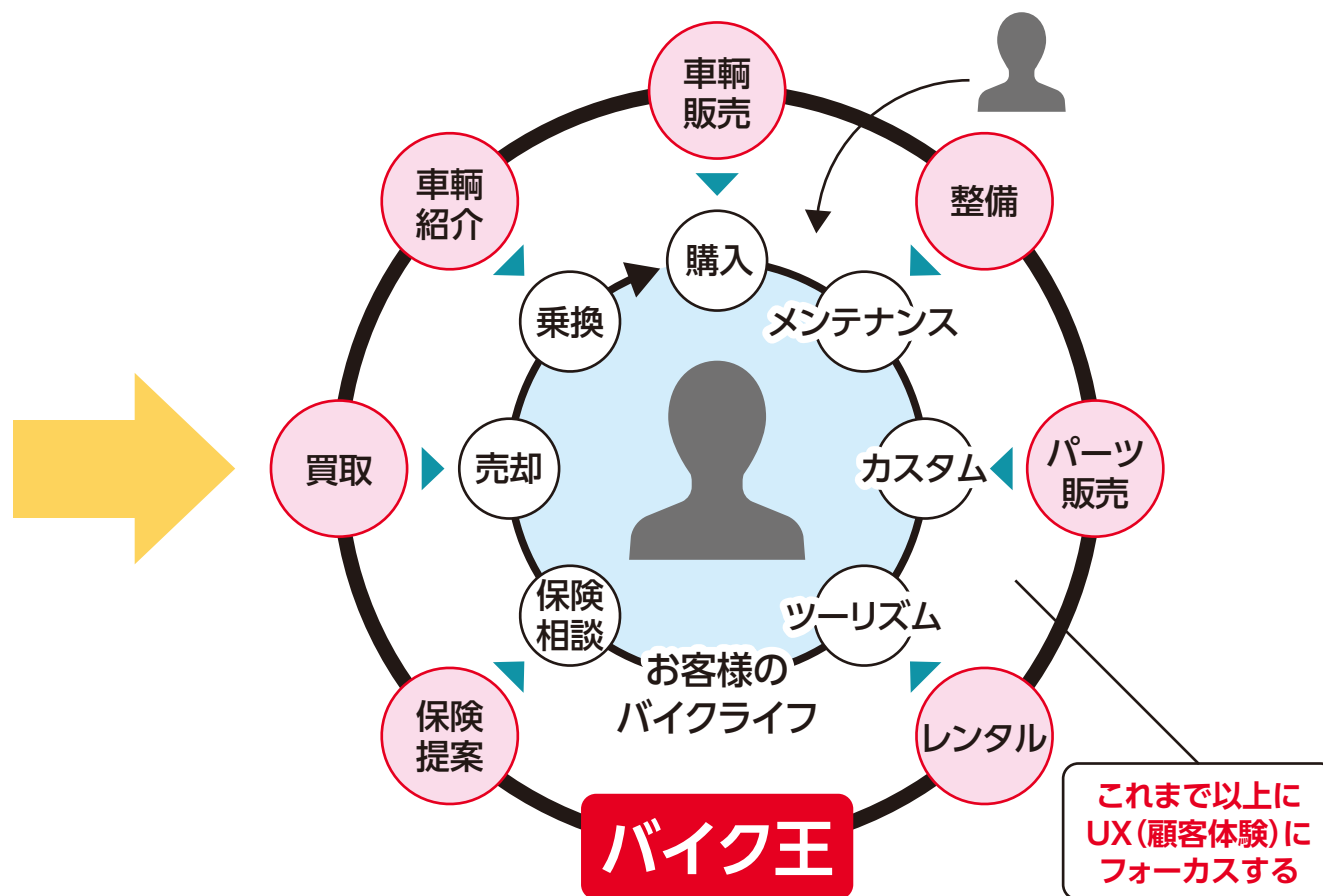
## 顧客との一期一会の関係

従来のサービスモデル



## バイクライフの生涯パートナー

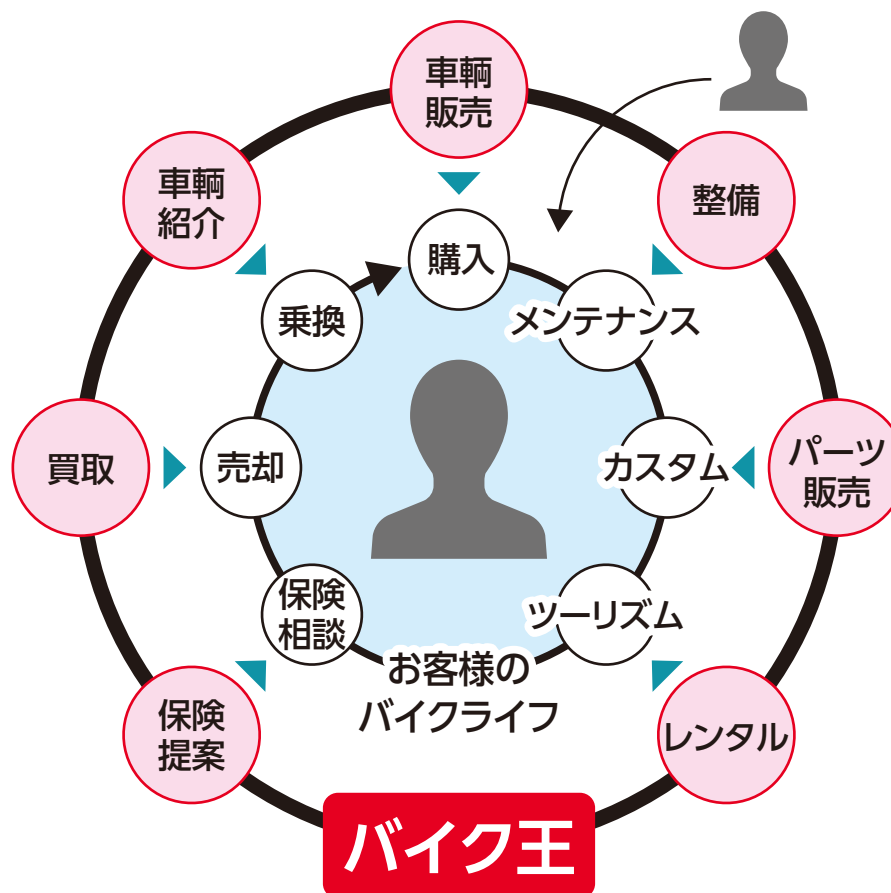
UX (顧客体験) グロースモデル



# UX (顧客体験) グロースモデルの収益機会

UX (顧客体験) グロースモデルでは、会員制度をはじめ、顧客とのタッチポイントを増やすことに加え、One to Oneマーケティングを実施することで、リピート率を上げることができます。特に、3~5年のバイク乗換サイクルでの売買を的確に捉えることで、収益獲得の機会が増加します。

## UX (顧客体験) グロースモデル



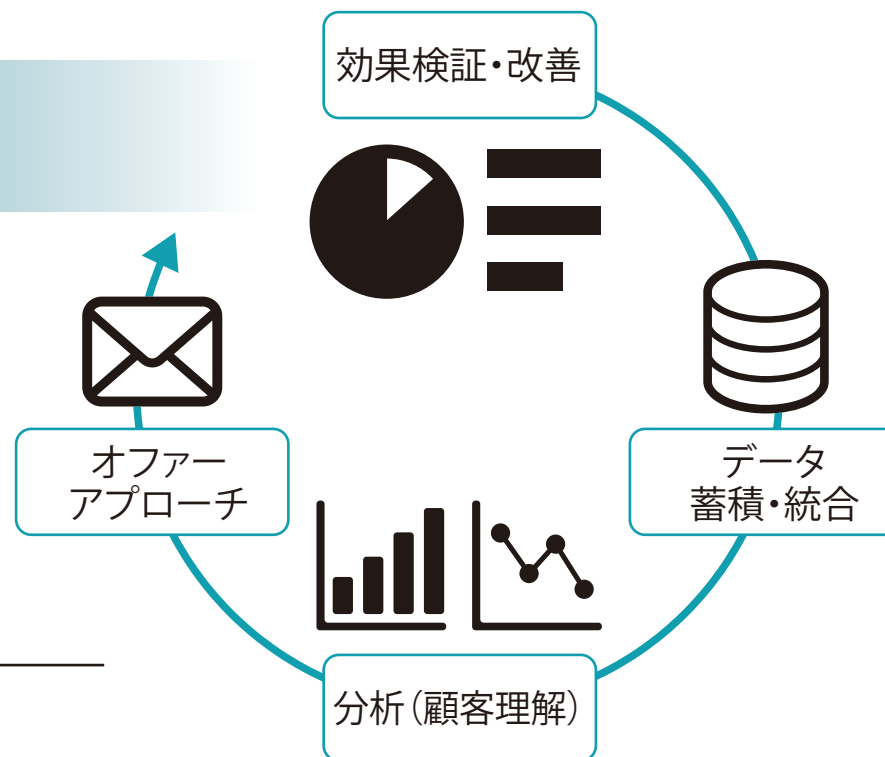
# UX (顧客体験) グロースモデルへの転換に必要な事業戦略=DX 戦略

UX (顧客体験) グロースモデルへの転換には、CRMモデルの確立が重要な事業戦略になります。  
まさに、デジタルを活用して、ビジネスモデルをトランスフォーメーションするDX戦略と捉えています。

- ① 店舗開発によるお客様接点の増加
- ② CRMシステムの構築による、データに立脚したマーケティング活動

## デジタルチャネル・システム

**CRM** (顧客データ活用) **X** **BRM** (車輜データ活用)



- ③ サービス拡充・整備事業のネットワーク化



# ①店舗開発 ～リアルでの顧客タッチポイントの増加～

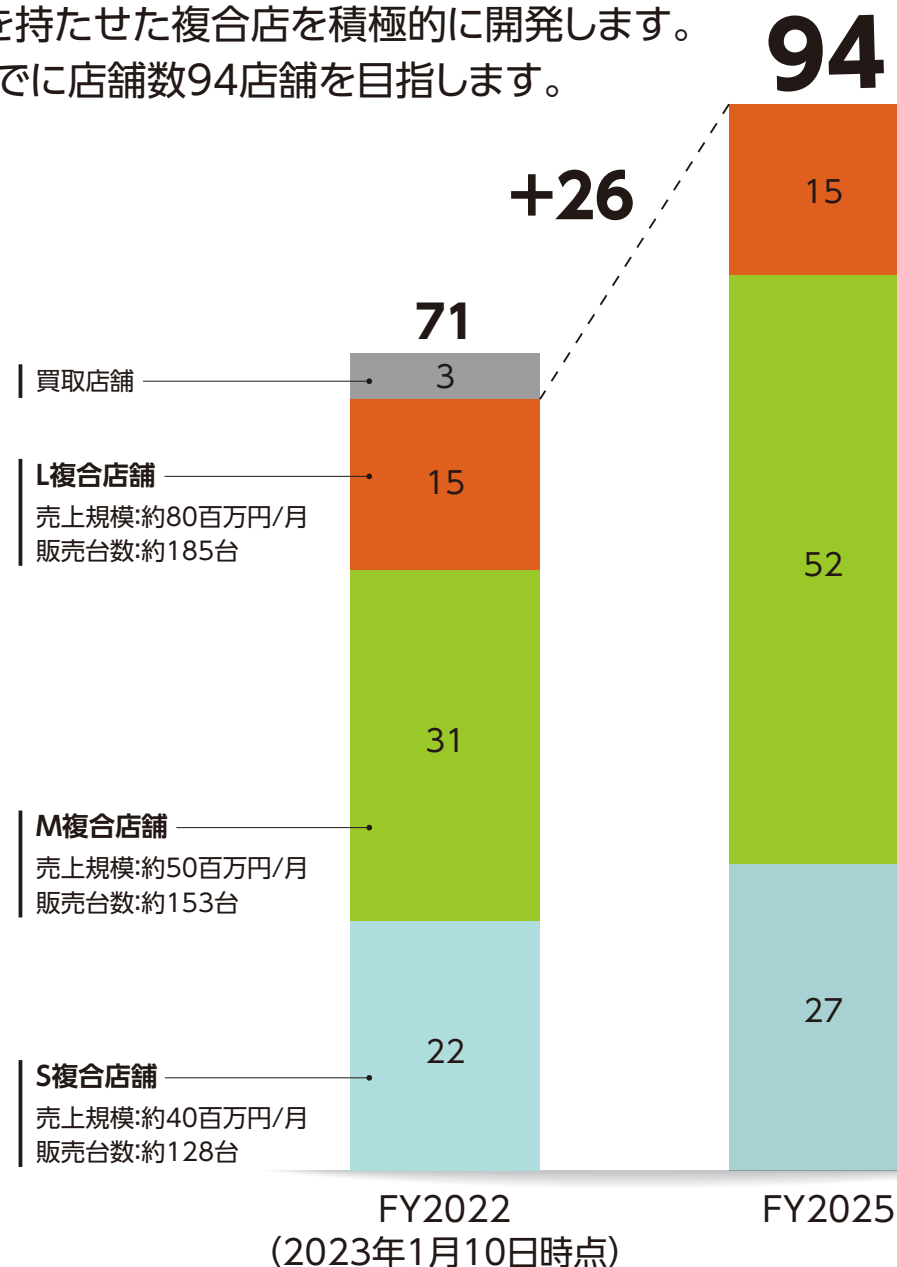
お客様との接点を拡大する観点から、買取とリテール機能を持たせた複合店を積極的に開発します。出店方針・店舗づくりともに明確な基準を設け、FY2025までに店舗数94店舗を目指します。

## 出店方針

- 買取店舗の複合店化
- 人口が集中する首都圏でのドミナント出店を推進する
- 政令指定都市を中心とした、収益性の高いエリアから優先して店舗開発
- 投資回収期間36ヶ月以内

## 店舗づくり

- 販売効率向上、顧客層の拡大を意図した販売手法および店舗網の開発
- 車輦を販売するだけの場所からお客様接点を確保する場所として店舗形態の変更
- レンタル実施店舗を41店舗から68店舗に拡大



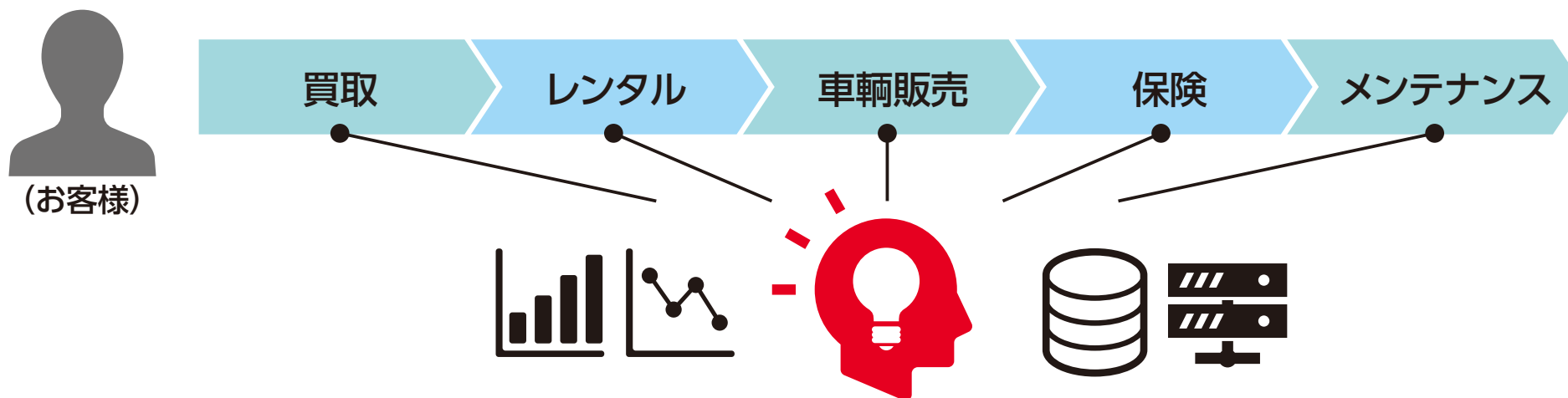
## ②CRMシステムの構築 ～データに立脚した「個客」へのアプローチ～

あらゆるお客様との接点で顧客情報を取得し、蓄積された顧客・車両データに立脚したマーケティング活動を行うため、CRMシステムを構築します。顧客の乗換ニーズを推計し、個々の特性・嗜好に合った顧客アプローチが可能となることで、顧客とのタッチポイントの質を高めます。

### 従来のアプローチ



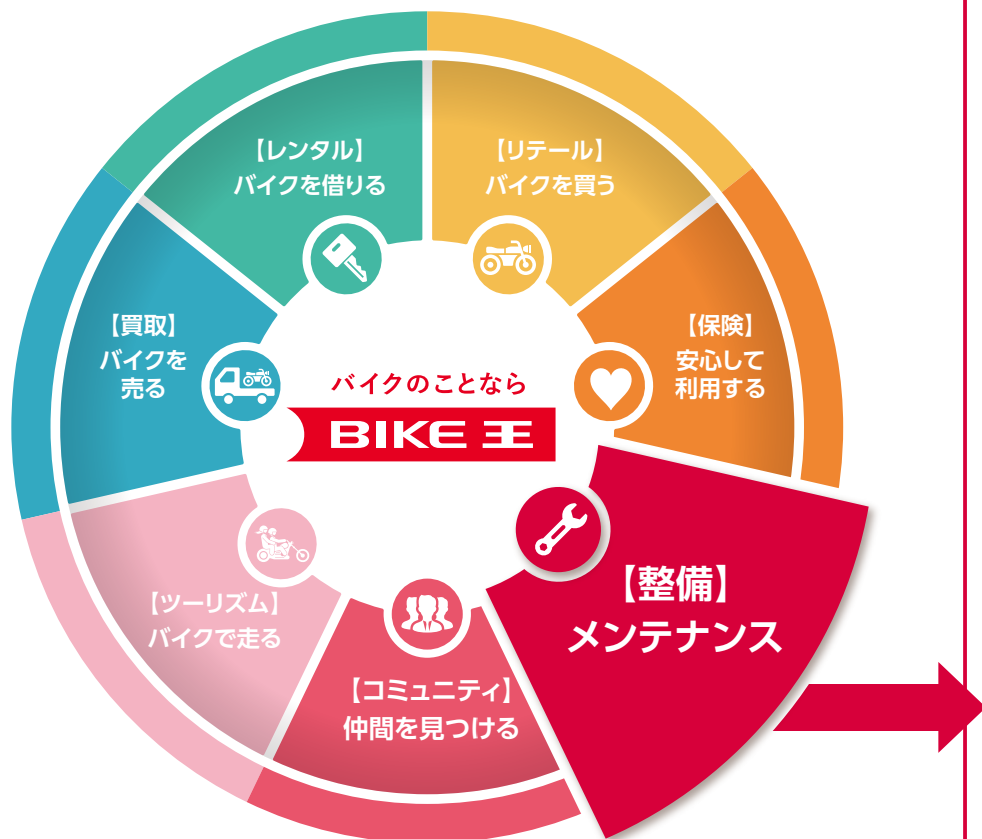
### データに立脚したアプローチ



### ③ BtoB プラットフォームの構築 ～サービス提供基盤の構築～

潜在顧客とのタッチポイント増加、顧客の利便性を向上させるサービス拡充を目的に、整備事業のネットワーク化を行います。年間サービス利用件数を現在の21万件から36万件まで増加させることを目指します。

目標：サービス利用件数  
 FY2022 21万件/年  
 FY2025 36万件/年

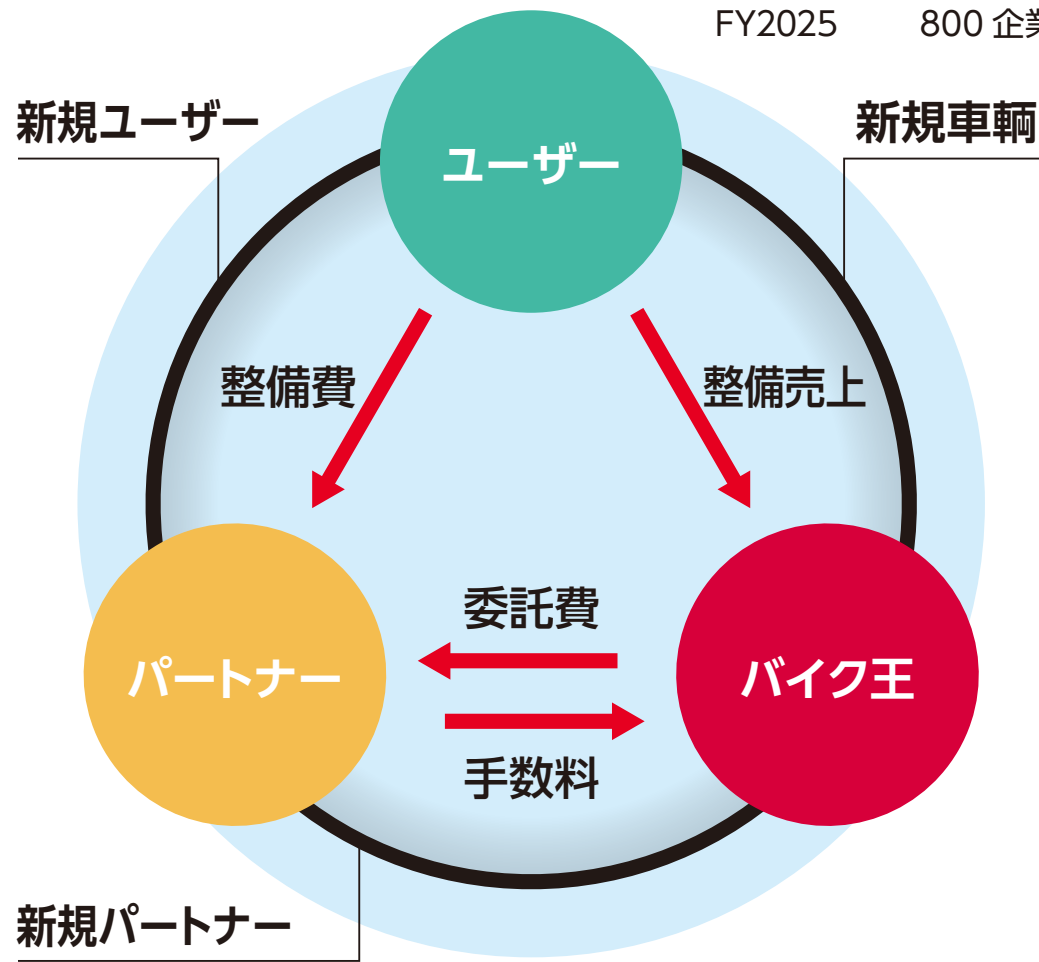


#### ■ BtoB プラットフォーム

目標：パートナー企業数  
 FY2022 328 企業  
 FY2025 800 企業

新規ユーザー

新規車両



事業戦略=DX戦略を実現するために、IT基盤の構築を行います。

## 分析環境 データ基盤構築

- CRMシステム導入
- 整備ネットワークシステム導入
- BIツール導入
- RPAシステム導入
- パートナー企業向け  
サービスプラットフォーム導入
- 次世代基幹システム  
機能拡張

## デジタル化











- CRMモデル構築、拡張
- システムプラットフォームの  
構築

## DX推進

- デジタル化、  
DX推進マネジメント実行
- データサイエンティストの  
輩出
- 組織体制を含め全社で  
マーケティングや商品開発、  
業務改革などで  
データ活用を推進



戦略の実行に向けて、人財の確保および育成システムの構築を進めます。  
 人事理念である「社員の成長を応援する」を軸に、働き方改革や人財育成を強化します。

HRM(人財管理)	組織・風土	企業価値の持続的創造
<p>各能力 </p> <p>整備士数 </p> <p>採用コスト </p>	<p>賃金 </p> <p>エンゲージメント </p> <p>離職率 </p>	<p>女性社員比率 </p> <p>女性管理職比率 </p> <p>障がい者雇用率 </p> <p>残業時間 </p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 従業員の能力開発</li> <li>● 外部リソースの活用</li> <li>● 新卒採用とその育成モデルの構築</li> <li>● 専門職の採用強化、育成</li> <li>● 次世代経営人財の充足、抜擢</li> <li>● 整備士の採用強化、育成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 新たな組織体制の構築</li> <li>● 働き方改革、組織変革に向けた仕組みの構築と運用</li> <li>● 継続的な育成プログラムの展開</li> <li>● 多様な人財が活躍できる業務、事業の創出</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ライフイベントを考慮した就労形態に関する制度設計、運用</li> <li>● 健康管理、職場の安全衛生マネジメント体制の確立</li> <li>● ダイバーシティ経営の実現と定着</li> <li>● 女性活躍推進を強化</li> <li>● 健康経営の見える化</li> </ul>

		モビリティ事業	レジャー・アウトドア事業	ライフスタイル事業
リユース	自社	バイク買取・販売 (バイク王)	重点開発領域	
	FC事業 提携	車買取・販売 (ラビット・カーネットワーク) 中古バイクパーツ・用品の買取・販売 (アップガレージ ライダース)		ブランド品買取 (K-ブランドオフ)
リユース 以外	自社	新車販売 (KTM小山) パーツ・用品のEC販売 (オズ・プロジェクト) 電動モビリティ販売 (e-bike)	レンタルバイク (バイク王)	保険販売 (バイク王)
	FC事業 提携	整備・メンテナンス	重点開発領域	ハウスクリーニング (ベアーズ) 車輻コーティング (Keeper技研)

本体事業
子会社事業

バイク関連事業として、バイクパーツ・用品の買取と販売、新車販売、海外展開を行い、事業拡大を図ります。



## 新車販売

25期当社初となるKTM正規ディーラー店舗を出店。  
今後も新車販売拠点の拡大を目指す。



## 海外展開

既存の国内仕入車輛の輸出版売ビジネスに加え、国外拠点の展開ならびに、当該国外拠点での車輛買取とその販売、輸入ビジネスの確立を目指す。



## 中古バイクパーツ・用品

(株)アップガレージのFC店舗出店を通じた、  
バイクパーツ・用品のリユース事業の強化を図る。



## ECマース(バイク関連)

自社ECサイト・バイク王ダイレクトに加え、子会社・オズプロジェクトによる  
マーケットプレイスでのバイク関連用品の販売を強化。



# 新規事業 バイク関連以外(子会社含む)

コーポレートミッションにも掲げている通り、バイク以外の領域においても社会課題を解決すべく、中計3カ年において中古四輪自動車、中古ブランド品、電動アシスト自転車等の事業に取り組んでまいります。なお、FY2022に新規事業の運営を担う子会社「ライフ&カンパニー」を設立しております。

**ENJOY TO RIDE.** **ECマース(バイク関連以外)**



電動モビリティのECショップ「e-bike」を展開。ユニークなデザインで、アクティブな走行を可能とする電動アシスト自転車を販売。

**四輪中古車買取**



(株)ラビット・カーネットワークのFC店舗の更なる出店を行い、当社と親和性が高い四輪中古車買取事業を強化。

**ブランド品買取**



(株)K-ブランドオフのFC店舗出店を通じた、バイクに限らないリユース事業の拡大。

**(株)ベアーズとの業務提携**



業務提携による顧客データを利活用した、相互送客(リユース需要への対応)を目指す。また、FC契約によるハウスクリーニング事業への参入を図る。

# 投資、資本配分方針

## ■ 投資方針

事業戦略=DX戦略を実現するため、店舗開発投資、IT投資を重点投資として、23億円の投資を実行します。

## ■ 資本配分方針

投資原資としては、基本的には営業キャッシュフロー、投資回収期間の比較的早い店舗開発投資の原資については有利子負債による調達を行います。

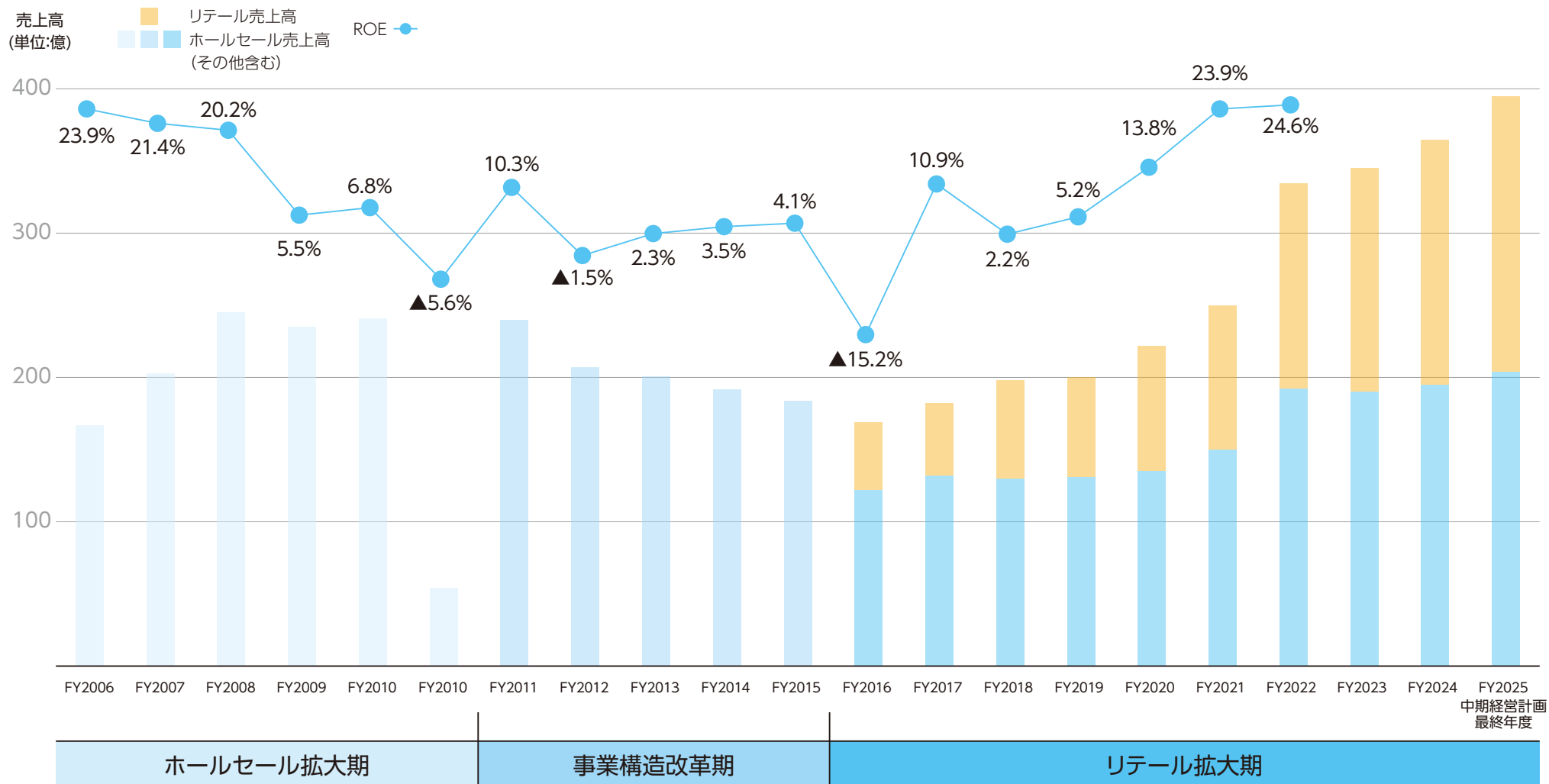
店舗開発投資:15億円

IT投資:8億円

有利子負債の返済:5億円

株主還元:15億円

ホールセール拡大期においてはROE20%強の水準でありましたが、事業構造改革期に入り低下。そして、現在のリテール拡大期に入ったことでROEは上昇傾向にあり、継続して高い資本効率を達成すべくROE20%前後を目指します。



※FY2010は決算期の変更により、2010年9月1日から2010年11月30日までの3か月間



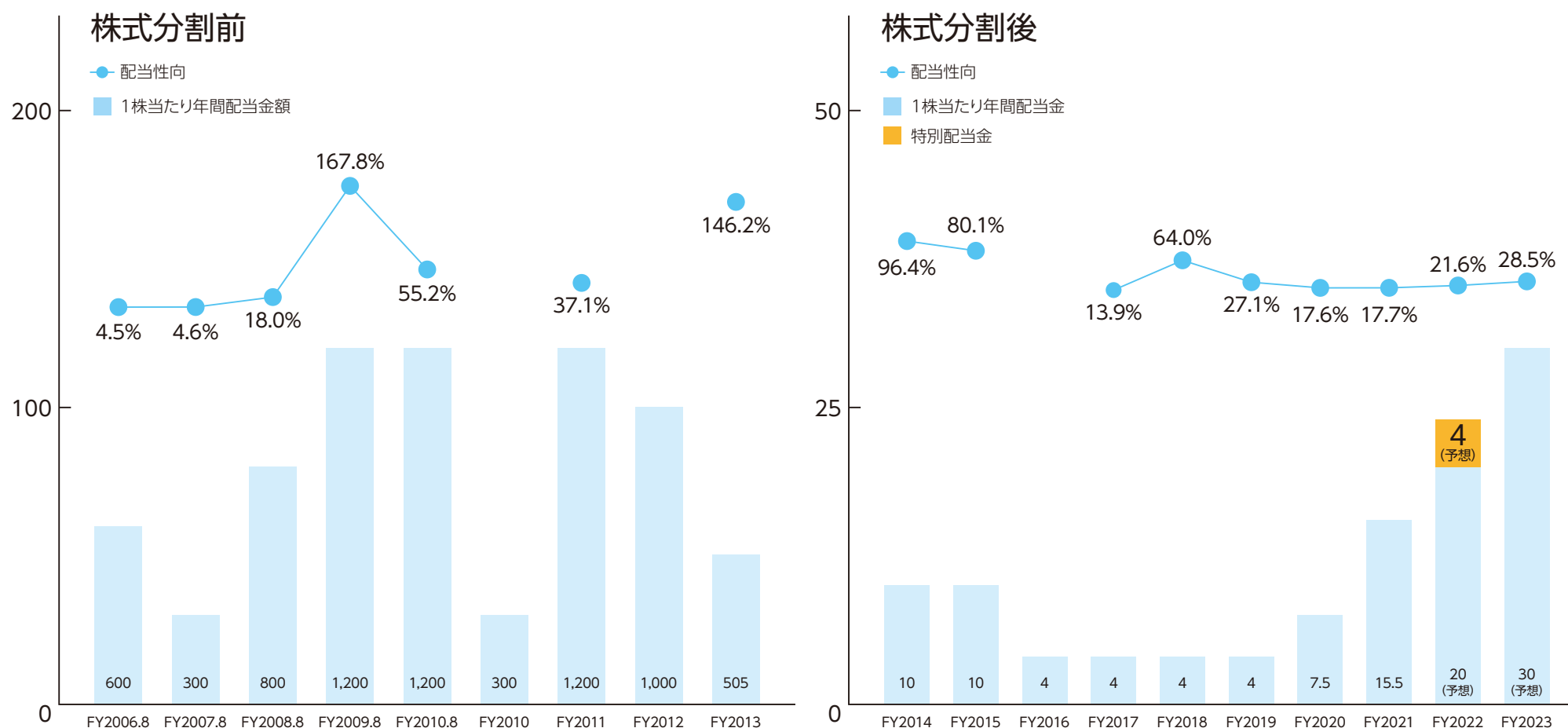
# 株主還元

直近では3年連続で増配を実現しています。今後も株主還元の基本方針に則り、配当性向30%を目指します。

■ FY2022の1株当たり年間配当金:24.0円(前期比8.5円増、特別配当4.0円含む)

■ FY2023の1株当たり年間配当金(予想):30.0円(前期比6.0円増)

■ 4期連続増配予想



※FY2010は決算期の変更により、2010年9月1日から2010年11月30日までの3か月間 ※当社は、2013年6月1日付で普通株式1株を100株に分割し、1単元の株式の数を100株とする単元株制度を採用

# プライム市場への上場に向けて

本中期経営計画を着実に実行することで、プライム上場を目指します。  
経営陣の企業価値向上に対する意識改革を図るため、株式報酬制度を導入いたしました。

	バイク王&カンパニー	プライム市場	適合状況
株主数	6,528人	800人以上	○
流通株式数	51,076単位	20,000単位以上	○
流通株式時価総額	55億円	100億円以上	×
売買代金(時価総額)	166億円	250億円以上	×
流通株式比率	33.3%	35%以上	×
収益基盤(最近2年間の利益合計)	40億円	25億円以上	○
財政状態(純資産額)	69億円	50億円以上	○

※株主数、流通株式比率は、2022年11月30日時点の数値となります。※売買代金(時価総額)、流通株式時価総額は、2022年9月～11月の平均株価にて試算しております。

既存事業の価値向上、M&Aを含む新分野への積極投資による事業規模の拡大などにより、企業価値向上を目指します。同時に、企業の継続性、収益性および経営の健全性など、プライム企業としてふさわしい管理体制の強化を図ってまいります。



# 取締役会の構成とスキルマトリックス

当社は、ビジョンの実現を通じた持続的な成長と社会的な存在意義の創出および中長期的な企業価値の向上のため、以下の取締役会を構成しております。

役職名	氏名	スキル・経験					
		企業経営 経験	店舗開発/ マーケティング	人材/ 組織開発	財務会計/ M&A	ガバナンス	IT
代表取締役社長執行役員(議長)	石川 秋彦	●	●		●	●	
取締役会長	加藤 義博	●	●	●			
取締役常務執行役員	大谷 真樹	●	●		●	●	
取締役執行役員	小宮 謙一	●		●			●
取締役執行役員	澤 篤史		●	●		●	
取締役 常勤監査等委員	上沢 徹二	●		●	●	●	●
取締役 監査等委員(社外)	齊藤 友嘉					●	
取締役 監査等委員(社外)	三上 純昭	●	●	●	●	●	

※上記一覧表は、取締役の有するすべての知見・経験を表すものではありません

# ESG の課題と取り組み

当社グループは、株主をはじめとするお客様、お取引先、社員、地域社会、業界の各ステークホルダーの信頼に応える経営を実現するために、経営の公正性および透明性を確保し、企業の責任を果たすとともに、社会の持続的な発展への貢献と環境保護の観点から資源の効率的かつ循環的な利用を推進してまいります。

## 基本的な考え方

**E** Environment  
環境 

バイクをはじめとしたリユース業を通じて循環型社会を実現するという観点から、サービス提供を通じて環境資源の有効活用に貢献してまいります。また、輸送用機器の販売に携わる企業として、バイク本体のCO2排出量はもとより、物流拠点のエネルギー使用低減に向けて取り組みます。

**S** Social  
社会 

多様な人財を採用し一人ひとりの人格と個性を尊重し、職場環境の改善や教育研修の機会の創出に取り組みます。また、基本的人権の尊重、差別の禁止など人の尊厳を守ることを、最優先事項としてまいります。お客様には安心・安全なサービスを提供し、地域社会と積極的に交流を深め、社会の発展に寄与してまいります。

**G** Governance  
企業統治 

多様なステークホルダーの信頼に応える経営を実現するため、経営の監視機能を強化し公正性および透明性を確保してまいります。また、株主との建設的な対話や説明責任を十分に果たし、持続的な成長と中長期的な企業価値向上に資する迅速・果敢な意思決定が遂行できるコーポレートガバナンス体制の構築とその強化を図ってまいります。

# IRに関するお問い合わせ

- 本資料は、当社をご理解いただくために作成したもので、当社への投資勧誘を目的としておりません。
- 本資料の作成は、正確性を期すために慎重に行っておりますが、完全性を保証するものではありません。
- 本資料中の情報によって生じた障害や損害について、当社は一切責任を負いません。
- 本資料中の業績予想ならびに将来予測は、本資料作成時点で入手可能な情報に基づき当社が判断したものであり、潜在的なリスクや不確実性が含まれています。そのため、事業環境の変化等の様々な要因により、実際の業績が言及または記述されている将来見通しとは異なる結果となることがあります。

【連絡先】広報IRグループ IRチーム

TEL：03-6803-8855

<https://www.8190.co.jp/>