



平成 20 年 10 月 15 日

各 位

会 社 名 株式会社アイケイコーポレーション
代 表 者 名 代表取締役社長 加 藤 義 博
(コード番号 3377 東証二部)

問 合 せ 先 経営管理室・人財管理室・経営企画室 管掌
取 締 役 会 長 石 川 秋 彦
(TEL. 03-6803-8855)

中期経営計画（平成 21 年 8 月期～平成 23 年 8 月期）の策定について

当社グループは、この度 3 ヶ年の中期経営計画を策定いたしましたので、お知らせいたします。今回策定した中期経営計画は、平成 21 年 8 月期を初年度としたものであります。なお、概要については下記のとおりであります。

記

・中期ビジョン

当社グループは、リユースの視点に基づく中古オートバイ買取販売事業を展開してまいりました。今後につきましても、同事業を主たる事業と位置づけ、コアブランドである「バイク王」の展開に注力し、まずは既に掲げております、平成 21 年 8 月期を到達点とする「バイク王 100 店舗計画」の実現を図ってまいります。

また上記に加え、新規事業の確立をすすめ、ビジョンとして掲げる『オートバイライフの総合プランナー』の実現を図るべく、「買取販売を中心とする事業の形成」に努めてまいります。

・経営数値目標（連結）

（単位：百万円）

	平成 20 年 8 月期 (実績)	平成 21 年 8 月期 (予想)	平成 22 年 8 月期 (計画)	平成 23 年 8 月期 (計画)
売上高 (売上高成長率)	24,588 (20.7%)	27,408 (11.5%)	30,481 (11.2%)	33,498 (9.9%)
営業利益 (営業利益成長率)	1,864 (18.4%)	2,128 (14.2%)	2,420 (13.7%)	2,744 (13.4%)
経常利益 (経常利益成長率)	1,904 (18.7%)	2,166 (13.7%)	2,461 (13.6%)	2,792 (13.4%)
当期純利益 (当期純利益成長率)	847 (14.6%)	1,122 (32.3%)	1,306 (16.4%)	1,490 (14.1%)
営業利益率	7.6%	7.8%	7.9%	8.2%
経常利益率	7.7%	7.9%	8.1%	8.3%

主要数値目標（連結）

	平成20年8月期 （実績）	平成21年8月期 （予想）	平成22年8月期 （計画）	平成23年8月期 （計画）
買取販売店	91店	100店	105店	110店
小売販売店	10店	9店	11店	13店
パーツ販売店	1店	1店	1店	1店
店舗数合計	102店舗	110店舗	117店舗	124店舗
販売台数（買取販売のみ） （販売台数成長率）	146,111台 (11.3%)	161,000台 (10.2%)	177,000台 (9.9%)	193,000台 (9.0%)

（注）買取販売店：中古オートバイの買取販売を主たる営業内容とした店舗。ブランド名は「バイク王」となっております。

小売販売店：中古オートバイの小売販売を主たる営業内容とした店舗。ブランド名は「バイク王ダイレクトSHOP」となっております。

パーツ販売店：中古パーツの小売販売を主たる営業内容とした店舗。ブランド名は「バイク王パーツ」となっております。

中期事業戦略

当社グループは、中古オートバイ買取販売事業の「バイク王」をコアブランドとして位置づけ、経営資源を重点的に投下してまいります。また、新たな収益の柱となる新規事業の構築を図り、ビジョンとして掲げる『オートバイライフの総合プランナー』の実現に努めてまいります。

（１）バイク王について

当社グループは、中古オートバイ買取販売事業の「バイク王」をコアブランドとして位置づけ、経営資源を重点的に投下してまいります。また、新たな収益の柱となる新規事業の構築を図り、ビジョンとして掲げる『オートバイライフの総合プランナー』の実現に努めてまいります。

具体的には、コアブランドとなる「バイク王」の市場シェアの拡大および認知度の向上を通じたオートバイ買取業界そのものの認知度の向上を目的として、平成21年8月期までに100店舗体制とする「バイク王100店舗計画」を掲げ、オートバイ買取業界において“揺るぎ無い地位”を確立することで「中古オートバイ買取＝バイク王」の図式を周知徹底してまいります。さらに、広告宣伝の最適化や店舗展開の効率化を進めてまいります。

広告宣伝活動について

「バイク王」については、従来からの積極的な広告宣伝活動を通して、ある程度の認知度を得てまいりました。また、費用対効果システムを用いて広告効果を分析し、効率的な広告宣伝活動を行っております。しかしながら、今後の事業拡大に備え、広告宣伝活動では、引き続き顧客獲得のために積極的な資金投下を進めるだけでなく、目標とする広告指標の改善を図ったうえで、従来の広告出稿方法の精査・見直しによるコスト削減を図り、一層の広告宣伝活動の効率化、最適化を図ってまいります。

店舗展開の効率化について

当社グループでは、広告メディアを通じての広告宣伝活動とともに多店舗展開による露出機会の増加によって「バイク王」の認知度向上を図ること、また商圈細分化によって業務効率の向上（出張買取距離の短縮化等）を図ること等を当初の目的として多店舗展開を推進してまい

りました。この結果、「バイク王」は全国38都道府県91店舗展開（平成20年10月15日現在）となり、当初の目的は達成されつつあります。

一方で、店舗数の増加等にもない、採算性の低い非効率な店舗も見受けられるようになってきたため、従来の営業活動の効率化に基づく店舗展開に留まらず、店舗別損益の視点等、より経営効率を重視することが今後における課題として生じてまいりました。

また、今後においては中古オートバイ買取販売とオートバイ小売販売の連動も視野に入れる必要があると考えております。このため、上記の課題を念頭に、特に「バイク王」店舗において、広告宣伝活動によって取扱台数を増加させながらも多店舗展開のスピードを緩め、店舗あたりの取扱台数を増加するとともに、商圈の重複する店舗、立地として最適といえない店舗等の移転・閉鎖を検討し、店舗展開の効率化を進めてまいります。

（２） その他の事業について

当社グループでは、『オートバイライフの総合プランナー』の実現のために、コアブランドである「バイク王」（中古オートバイ買取販売）のほか、「バイク王」のビジネスモデルを補完する新規事業の構築に努めてまいります。具体的には、特に「バイク王」との連動を踏まえ「バイク王ダイレクトSHOP」（オートバイ小売販売）の構築に注力してまいります。このほか、「パーク王」（オートバイ駐車場事業）、「バイク王パーツ」（パーツ販売）、「moto-ik」（海外取引）のブランディングに努め、長期的な成長機軸となる業態・事業を確立するとともに各事業間におけるシナジー効果によって企業価値の最大化を図ってまいります。

オートバイ小売販売の展開について

当社グループでは、オートバイユーザーとの新たな接点を生むオートバイ小売販売を、中古オートバイ買取販売に次ぐ新たな収益の柱であると位置づけております。したがって、今後も計画の進捗に細心の注意を払いながら、小売販売店のブランディングの強化、「バイク王」との連動および将来的な多店舗展開を視野に入れた基礎・基盤の確立を図り、ビジネスモデルの構築に努めてまいります。

なお、具体的には他社との差別化を図る目的で、小売販売店のブランドを「バイク王ダイレクトSHOP」に統一するとともに、店舗の大型化、排気量構成・商品ラインナップの充実およびこれを補完する迅速な商品供給体制の構築等を推進し、ビギナーや女性ユーザー等の新規顧客層を含む幅広い顧客層への訴求に努めてまいります。

オートバイ駐車場事業の展開について

当社グループは、オートバイ駐車場事業を長期的なビジネスチャンスと捉えており、更なる利益確保型の堅実な事業地展開に努め、潜在的な需要を掘り起こすとともに、オートバイの利点を活かして四輪自動車の駐車場としては利用することができない狭小地等の有効利用を推進してまいります。また、オートバイ駐車場事業に関しては勃興期であるため、規模の拡大より効率的な事業地開発に重点を置き、先行投資の視点よりも収益の確保を前提とし、マーケットの動向を見ながら慎重に業績の拡大を図り、ビジネスモデルの構築に努めてまいります。

以上