

個人投資家向けIRセミナー








ICDAホールディングス

International Conglomerate of Distribution for Automobile



2023年9月15日

	会社概要	_____	P. 2
	市場環境・強み	_____	P. 7
	2023年3月期 決算概要	_____	P.31
	2024年3月期 業績予想	_____	P.39
	成長戦略	_____	P.41

会社概要



社名	ICDAホールディングス株式会社
設立	2009年10月1日
本社	三重県鈴鹿市飯野寺家町234番地の1
代表者	代表取締役社長 向井弘光
資本金	1,161百万円
発行済株式総数	2,099,793株（自己株式207株を除く）
事業内容	自動車販売関連事業 【(株)ホンダ四輪販売 三重北】 【(株)オートモール】 自動車リサイクル事業 【(株)マーク・コーポレーション】
売上高	30,496百万円（連結）（2023年3月期）
経常利益	1,404百万円（連結）（2023年3月期）
従業員数	385名（連結）（2023年3月期）

ICDAホールディングス

International Conglomerate of Distribution for Automobile

I	nternational	国際的
C	onglomerate	複合事業体
D	istribution	流通
A	utomobile	自動車

新車から中古車・リサイクルまで幅広く取り扱い、
自動車流通にイノベーションを起こすことを目指す企業グループ

我々は、すべての商品に愛情と情熱を持ち、
つねに初心を忘れず、
真心をもってお客様に接しご満足していただくことを誇りとする。

各種提案



販売



カーライフサポート

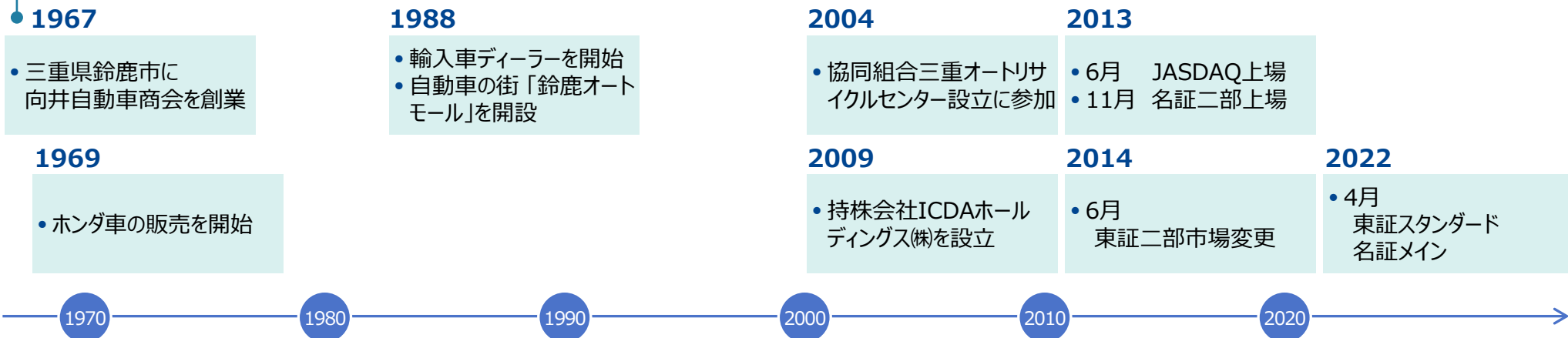
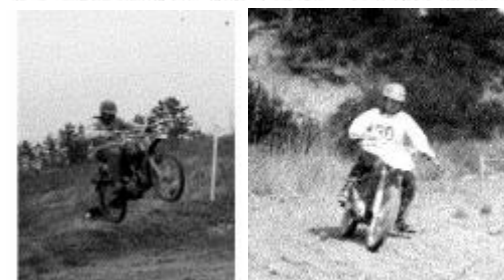


■ 自動車の分野での事業化を目指し24歳の時に創業



**代表取締役社長
向井 弘光**

- 1943年 三重県熊野市に生まれる
- 1960年～ 名古屋で働きながら、バイクレースに参加するために鈴鹿サーキットへ
- 1967年 5月 向井自動車商会（現(株)オートモール）創業代表
- 1972年 9月 向井自動車販売(有)（現(株)オートモール）設立代表取締役
- 1977年12月 向井自動車販売(株)（現(株)ホンダ四輪販売三重北）設立代表取締役
- 1978年 9月 (株)ホンダベルノ三重北代表取締役
- 2001年10月 (株)オートモール代表取締役会長兼社長（現任）
- 2007年 6月 (株)ホンダ四輪販売三重北代表取締役会長（現任）
- 2009年 4月 (株)マーク・コーポレーション代表取締役社長（現任）
- 2009年10月 ICDAホールディングス株式会社設立代表取締役社長（現任）



市場環境・強み



100年に一度と言われるくらいの 車業界大変革時代の到来

低炭素社会実現



自動車業界の構造改革は必至

自動車業界は今、自動化と電動化という2つの歴史的パラダイムシフト(思想の枠組みや科学上の概念などの変化)を同時進行で経験している。これらの急激な変化は、もともと自動車業界が想定していたものではない。政治的な思惑が複雑に絡み合っており、現時点の自動車業界にとって不都合な点も多い。この逃れられない変化に対応するため、業界の構造改革が必至になっている。

自動運転車



Google発
自動運転車
ショック

ITSを活用した
ドライバー支援

開発体制の
見直し

電子業界やIT業界の
力を借りてクルマの
自律化を加速

降ってわいた自動化の動き

電気自動車



欧米発
EVシフト

ハイブリッド車
での優位性を堅守

開発体制の
見直し

電気・電子業界の
力を借りてクルマの
電動化を加速

降ってわいた電動化の動き

- 1.次世代のクルマ開発は、もはや産業の戦争
- 2.自前技術にこだわらず、外部技術を徹底的に取り込む
- 3.ピラミッド型の業界構造では、想定外の変化に対応できない

経済産業省「グリーン成長戦略」

自動車は2030年代半ばまでに軽自動車を含め新車の電動化

販売の現場で起こり得る混乱

- ・いまガソリン車を販売(購入)しても大丈夫?
- ・ガソリン車やディーゼル車の下取り価格は暴落する

これらのお客様の心配・不安に、ICDAグループの業界に類を見ない自動車流通バリューチェーンクロス・ミックスビジネスはモビリティ社会のパイオニア(先駆者)として、お客様の心配・不安に対応できるビジネスで何なりとご相談下さい。

ICDAホールディングス株式会社グループ3社は、低炭素モビリティ社会への貢献とデジタル化対応を推進しながら、車社会の楽しさ・喜びを次世代へ
(株)ホンダ四輪販売三重北 (株)オートモール (株)マーク・コーポレーション

クリーンで
安全・安心な
社会へ

環境 No.1
CO₂ゼロ

安全 No.1
交通事故ゼロ

環境・安全領域へ更なる研究開発の進化、
自動車業界の垣根を超越した提携(系列の大変革)
お客様に認められるNo.1へ



提供価値

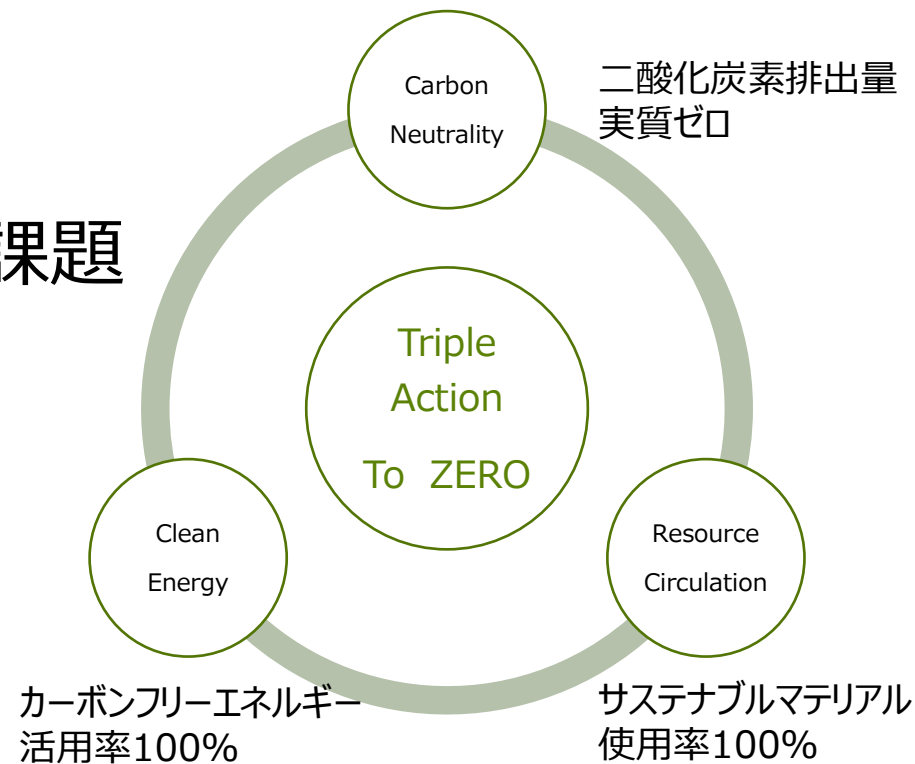
カーボンフリー社会の
実現をリード

交通事故ゼロ社会の
実現をリード

環境

■ 気候変動対策は、世界の共通課題

2050年
全製品・企業活動を通じた
カーボンニュートラル



環境負荷ゼロの循環型社会を目指す

グローバルHondaの2050年に向けた新目標より

新車販売で電動車100%？

- **2020年12月の経済産業省「グリーン成長戦略」**
 - ※ 自動車は2030年代半ばまでに軽自動車を含めて新車100%電動化
- **2021年1月の通常国会での菅総理の「施政方針演説」**
 - ※ 2035年までに新車販売で電動車100%を実現
- **現在の日本市場は新車販売で約4割がハイブリッド車**
- **保有台数の約7,800万台のハイブリッド車割合は約1割で、ゼロエミッション車（EVやFCV）の比率はさらに低い**
 - ※ カーボンニュートラルがゴール、道は一つではない！
（保有車も含め、燃料技術開発で選択肢を増やすべきでは？）
 - ※ 世界のEVシフトの潮流に取り残されないか？
- **販売の現場で起こり得る混乱**
 - ※ 「いま、ガソリン車を販売（購入）して大丈夫？」
 - ※ 「ガソリン車やディーゼル車の下取り価格は暴落する？」
 - ※ 「ゼロエミッション車（EVやFCV）以外売れなくなる？」

自動車ディーラーの「SDGs×脱炭素」

- 社会を支えるインフラである自動車メーカーにとって、SDGsに取り組むこと自体は、もはやあたり前になっています
- そして、これまでも脱炭素経営への準備や検討を進めてきました
 - ※ メーカー各社の脱炭素対策は進んでいます（各社レポート）
 - ※ 2050年カーボンニュートラルをコミットメントするメーカーが圧倒的多数です（表現や戦略等は異なるものの）
- 自動車メーカーのCO2排出量の多くは、販売自動車による排出です
 - ※ 「製品使用時が全体の8割を占めています」（本田技研工業）、「販売した製品の使用が占める割合は84.5%」（スズキ）
 - ※ 社会（お客さま）との窓口である自動車ディーラー様のSDGsと脱炭素経営はメーカー各社には欠かせません（パートナーシップ）
 - ※ サプライチェーン全体に脱炭素を求める企業も急増しています
 - ※ これからの販売がどうなるのか？ ポストコロナのモビリティの変革にも密接に連動するテーマです

国内電動車販売、30年に9割

乗用車メーカーの戦略試算

「2030年の国内乗用車新車市場10台のうち、9台が電動車に」。国内自動車メーカーが相次いで公表している電動化戦略を試算したところ、国内乗用車販売に占める電動車比率が30年には9割近くの水準に達することが明らかになった。20年の国内の電動車比率は37%で、今後の8年間で急拡大する見通し。電気自動車（EV）ではトヨタ自動車やホンダなど大手の計画を中心に推定すると30年時点での販売比率は1〜2割程度にとどまる。ただ、低価格EVを武器とする中国系EVメーカーや、ソニーなど異業種の国内EV市場参入によって電動化が進む国内新車市場が大きく様変わりするところも想定される。

国内乗用車メーカー8社のうち、6社が30年時点、日産自動車は26年時点の電動車販売比率を示しており、トヨタとホンダ、日産が世界販売とは別に国内の見通しを明らかにしている。販売計画が公表のズズキを除く7社の30年の目標値（日産のみ26年）をベースに、コロナ禍前の19年度（4月〜20年3月）のシエラから電動車販売を試算した。国内新車市場全体が500万台程度で推移した場合、30年時点での乗用車に占める電動車比率は88・6%となる見通し。

このうち、ホンダとマツダ、ダイハツ工業の3社は30年に電動車販売比率を100%に引き上げる計画を掲げている。中でもホンダは40年までに販売する新車をEVと燃料電池車（FCV）のみとし、国内自動車メーカーで唯一、内燃機関車からの撤退時期を明確に示している。電動車の中でもEVラインアップの拡充を本格化する見込み。マツダとダイハツも30年に電動車販売比率100%を掲げるものの、これを実現する道は険しい。マツダはEVやハイブリッド車（HV）に加え、ロータリーエンジンで発電する電力でも走行するプラグインハイブリッド車（PHV）など、電動化のマルチソリューション戦略を打ち出しており、投資効率の悪化で本格的な商品展開に支障が及ぶ可能性が指摘されている。ダイハツは独自のハイブリッドシステム「eスマートハイブリッド」を開発するなど、電動化対応を本格化するものの、価格が重視される主力の軽自動車の電動化をどう進めていくのかが大きな課題となる。

実際に進める戦略を推進している。22年春には日産として初の軽EVの投入を計画するなど、電動車モデルを拡充していく。スバルの電動車は、マイルドハイブリッド車のみとなっていたが、トヨタと共同開発したEV「ソルテラ」を近くローバルで電動車販売比率100%にする計画で、その中間目標として26年度に国内電動車販売比率55%を想定する。国内では主力の「ノー」に「eパワ」に販売を絞るなど、電動化を著

乗用車メーカーの国内電動車目標

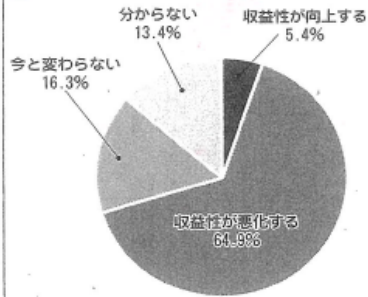
	国内電動車目標	達成時期	備考
トヨタ	95% (EV+FCV10%)	2030年	2030年にEV350万台※
日産	55%以上	2026年度	2030年代前半に電動車100%※
ホンダ	100% (EV+FCV20%)	2030年	2040年にEV-FCV100%※
マツダ	100% (EV25%)※	2030年	
スバル	40%※	2030年	2030年代前半に全車電動車技術搭載※
三菱	50%※	2030年	
ズズキ	数値目標なし	—	2030年までに電動車技術を全面展開
ダイハツ	100%	2030年	

トヨタは30年の電動車販売比率95%と高い目標値を掲げているが、すでに多くのモデルにHVを設定している。電動車の中でもHVがほとんどを占めるとみられるものの、達成に向けたハードルは高くない。日産は、30年代前半にグ

異業種参入で市場の様変わりも

市場投入する計画。トヨタのHV技術をベースにしたストロングハイブリッドシステムを搭載したHVも20年代中盤に投入する予定で、電動車販売比率を30年にグローバルで40%に引き上げる計画。三菱自動車はPHVを軸に電動車販売比率を引き上げ、2台に1台を電動車とする。ズズキは現時点で電動車販売比率の計画を公表していないものの、30年までに電動車技術を全面展開する方針だ。電動車販売比率引き上げを急ぐ国内自動車メーカーだが、電動車の中でもEVの国内での普及に関しては慎重な見方が目立つ。ホンダは30年時点のEVとFCVの国内での販売比率は20%と想定されている。欧州や中国の40%に比べて低い。トヨタはさらに低く、30年の国内販売に占めるEVとFCVの販売比率は1割。他社に先駆け約10年前に量産型EV「リーフ」を市場投入した日産は、EVだけの販売計画を公表していない。国内市場は、EV販売比率が上昇している欧州や中国と比べて、EV購入補助金が低いことや、急速充電インフラ網の整備が進んでいないことなどから、自動車各社は国内でのEVの普及には懐疑的な見方が主流だ。一方で、中国EVメーカーが中期的にEVの輸出を本格化する見通しで、低価格EVなどが日本市場に上陸する可能性も指摘される。また、ソニーがエンターテインメントと移動を融合するような新しいEVを前面に打ち出して市場参入を検討するなど、異業種もEVに強い興味を示している。カーポニーニョトラル社会の実現に向けた社会的な関心も高まっており、環境対応車であるEVの動向によって国内新車市場が激変する可能性がある。

電動化が販売店の収益に与える影響



EV時代のディーラー経営は

収益性悪化

電気自動車（EV）をはじめとする電動化の進展による収益性の悪化を自動車ディーラーが懸念している。日刊自動車新聞が実施したアンケートによると、回答企業の6割以上が電動化で収益性が悪化する」と答えた。充電設備や整備機器の投資による減価償却費の増加や部品点数の減少による整備収入の減少などが主な要因だ。国内でもEVの普及が見込まれる中、自動車ディーラーの収益維持には新たなビジネスモデルの構築や整備入庫の獲得率向上が鍵を握る。

整備の掌握率向上には期待

7月下旬から8月中旬にかけて全国の自動車ディーラーを対象にアンケートを実施し、276社から回答を得た。このうち「車両の電動化は新車ディーラーの収益性にどのように影響すると考えるか」との問いに対して回答企業の64.9%にあたる179社が「悪化する」と答えた。

足元の懸念材料として挙げた企業が多かったのは「整備ツールや充電設備といった専用設備導入による負担増」（中部のトヨタ系ディーラー）だ。急速充電器の場合、高出力タイプの製品は受電設備や工事費を含めて初期投資だけで1千万円を超えるケースもある。現状、急速充電器の設置コストをユーザーの利用料などで回収するビジネスモデルは確立しておらず、減価償却費がディーラー経営の重しになる。

一方、普及が進んで保有台数に占めるEVの比率が上昇すれば「部品点数減少によるサービス周りの収益性が悪化する」と

Maasやサブスク

（東北・日産系ディーラー）このほか、「ガソリン車より原価が高く、利幅が少ないこと」（関東・三菱自衛系ディーラー）や「EV新興メーカー（新規模参入が増えることによる販売減少」（九州・トヨタ系ディーラー）も懸念される。

こうした環境の中でいかにディーラーは収益性を確保していくのか。今回のアンケートでは収益性が「向上する」と回答した企業が5.4%、「変わらない」と回答した企業が16.3%あり、その回答内容からはEV時代のディーラー経営の在り方が見えてくる。例えば整備収入では、内燃機関系のサービスが減少するとみられる一方、「電動化により、専門性が高くなり、掌握率が向上する」（北海道・トヨタ系ディーラー）という見方がある。専門性の高い作業になるため、レパレーターの見直しを検討するディーラーもある。

競争力を分ける先見据えた備え
新車販売時の利益減少も見

新たなビジネスモデルに活路を

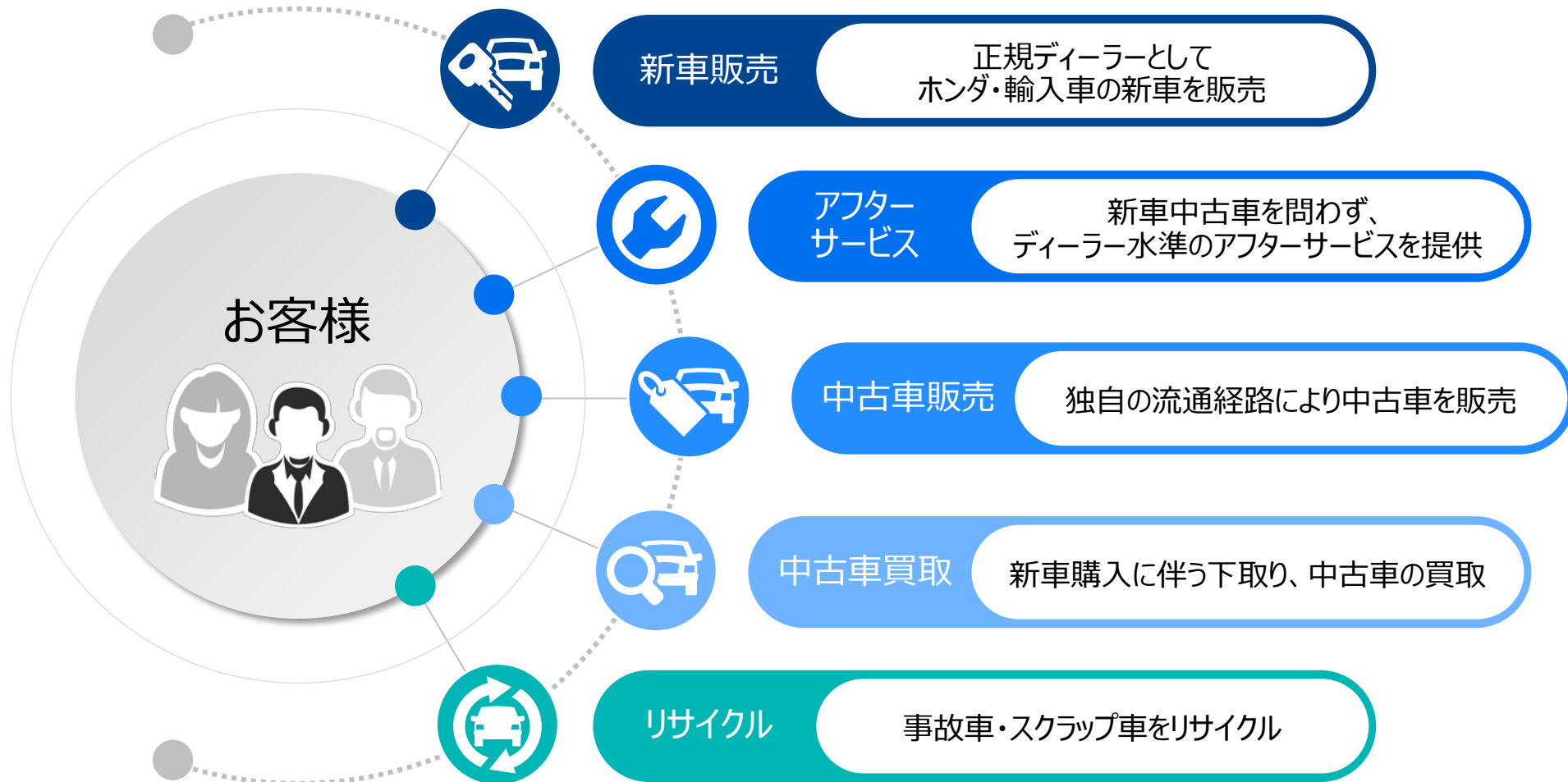
広がる懸念

方が分かれる。日産自動車と三菱自動車が6月に発売した軽EVの台当たり利益はガソリン車と比べてる割合は少ないとみられるが、「値引きせずには売れないため、収益性は変わらない」（関東・三菱系ディーラー）という。定価販売が基本になるオンライン販売がディーラーの収益にもつなげる形で広げられれば新車販売部門の利益減少を抑制できると見込むディーラーもあった。

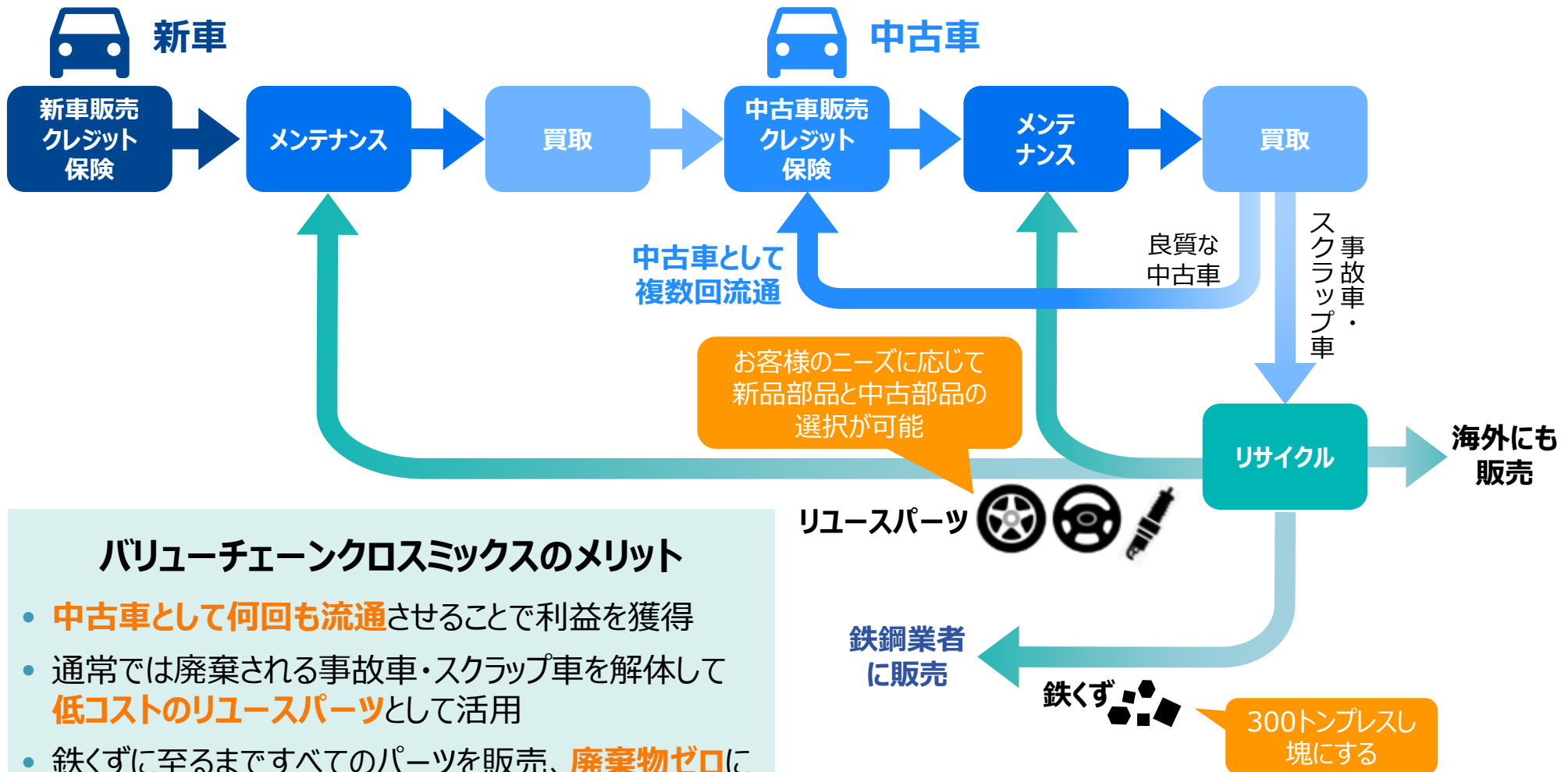
「移動や物流、物販など、多目的に活用できるモビリティサービス（Maas）」に注力する（関東・トヨタ系ディーラー）など新しいビジネスモデルを模索する動きも広がる。関東のBMW系ディーラーはEVソフトと合わせて「モビリティサービスやコネクテッド上のサブスクリプションサービスといった新たなビジネスチャンスも出てくる」と収益拡大に意欲的だ。

自動車ディーラーにとっても懸念される点が多いEVソフト。ただ、今後、一定の割合でEVの普及が進むことは確実だ。先を見据えた備えの有無が自動車ディーラーの競争力を分けることになる。

■ 自社グループにおいて、一連の業務を行うことでお客様への提案内容が拡大



- グループ間で、新車販売・中古車販売・中古車買取・アフターサービス・リサイクルの流通経路を網羅することで、お客様に向けて商品やサービスの付加価値を最大化



バリューチェーンクロスミックスのメリット

- **中古車として何回も流通**させることで利益を獲得
- 通常では廃棄される事故車・スクラップ車を解体して**低コストのリユースパーツ**として活用
- 鉄くずに至るまですべてのパーツを販売、**廃棄物ゼロ**に

■ バリューチェーンを自社グループで構成することによる効果

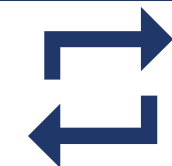
① 収益機会の増加



② 独自の中古車流通



③ リユースパーツの活用

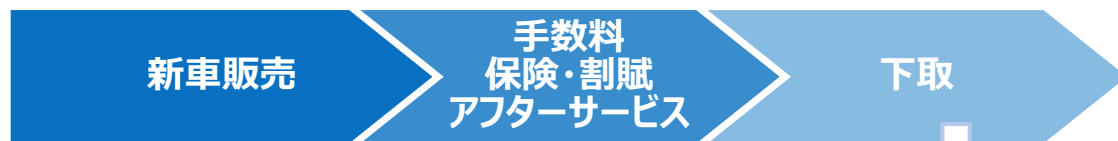


④ 店舗開発ノウハウ

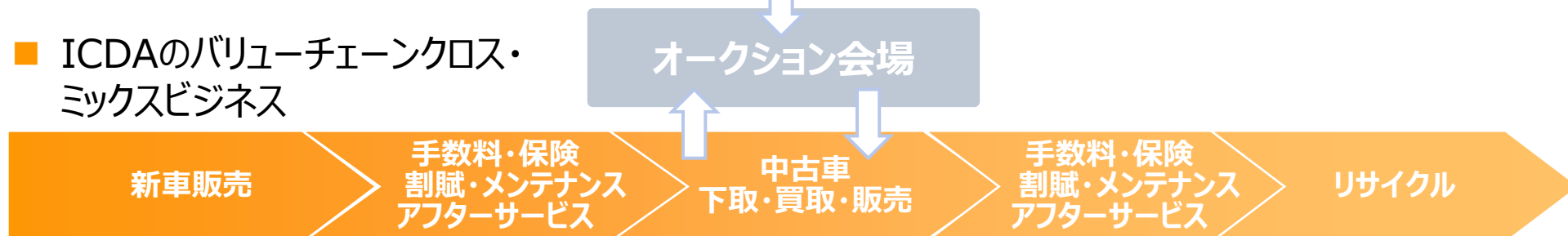


①収益機会の増加

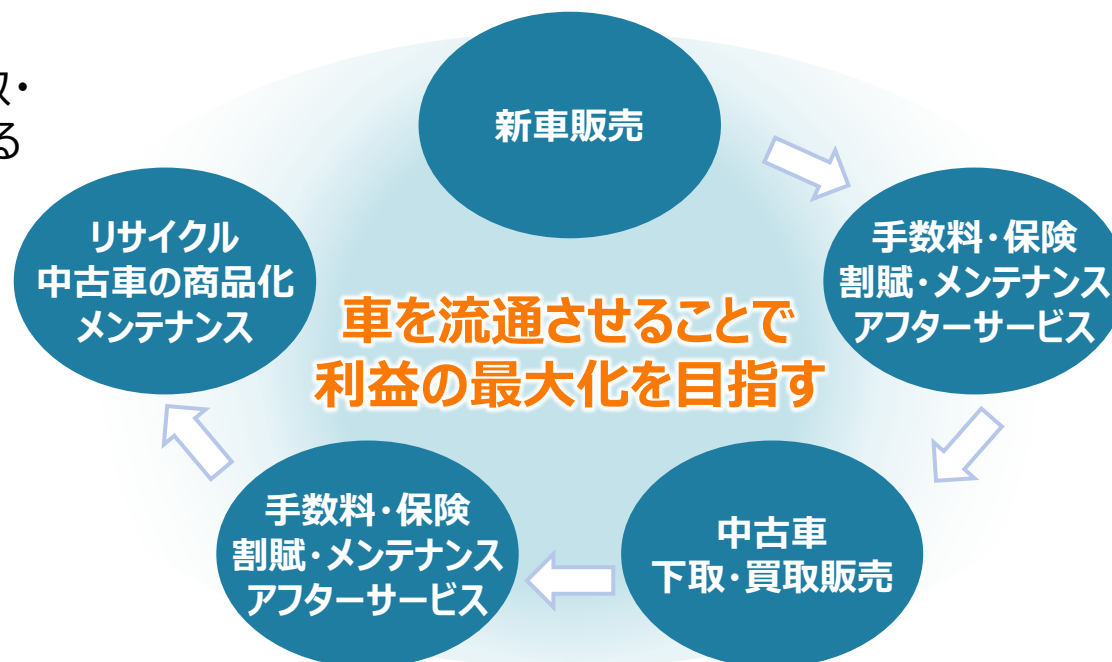
■一般的な新車ディーラーにおけるバリューチェーンビジネス



■ ICDAのバリューチェーンクロス・ミックスビジネス



自社グループにて新車販売・中古車下取・買取・販売、リサイクルを一貫して手がけることにより1台の自動車流通する際の**収益機会が増加**

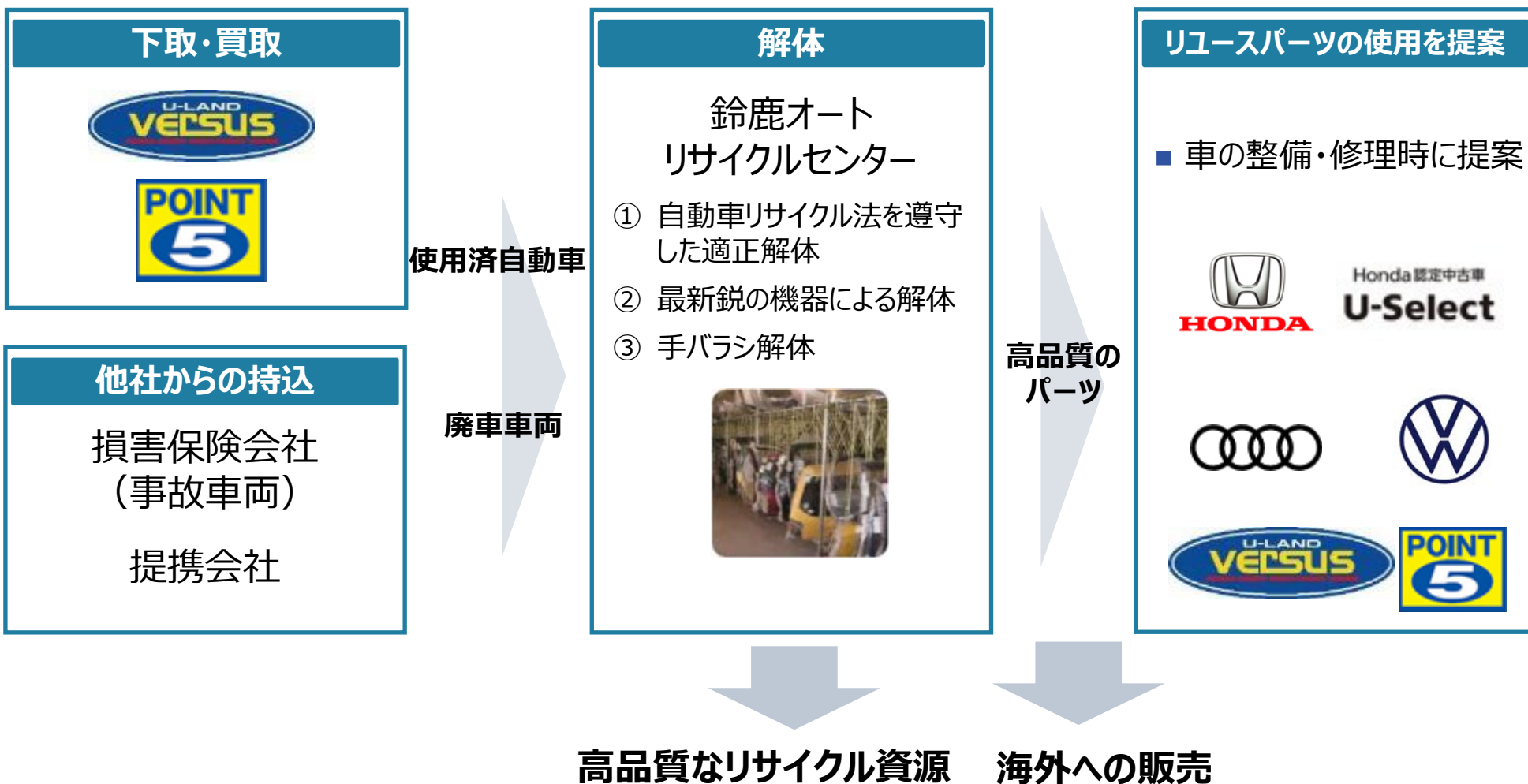


■車の種類・状態等に合わせて、**グループ内で効率よく流通**



③リユースパーツの活用（顧客満足度の向上）

- 品質の高いリユースパーツを提案
- **低コストでの修理が可能**となり顧客満足度が向上



- 複数のブランドを組み合わせることで**マーケットに合わせた店舗展開**が可能
- 選択肢が多い店舗を実現することで**ターゲット層が拡大し、集客力が向上**

(1) 複合型店舗

新車ディーラーを核とした複合型



✓ 幅広いターゲットに対応

(2) 小規模併設店舗

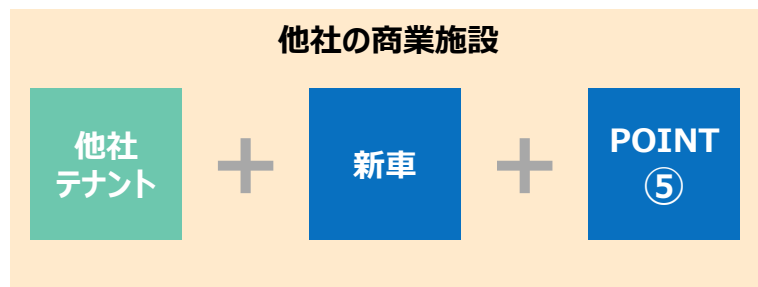
POINT⑤と組合せた出店



✓ 低コストのオペレーション

(3) 隣接型店舗

他社商業施設内での展開



✓ ファミリー層に対応

(4) ライフ・ミックス・オートモール

当社敷地に他社テナントを誘致した
複合施設



✓ 幅広いターゲットに対応

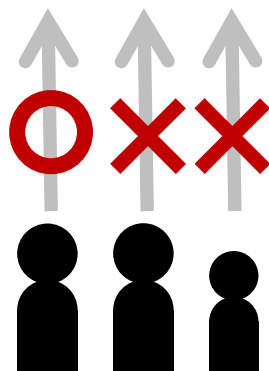
- 新車・中古車の異なる業態を組み合わせる複合型店舗（オートモール）を6箇所で開催中
- 地域にあった最適な業態の店舗を組み合わせることで、集客力の向上、新規出店費用の抑制へ

単独出店の場合

顧客を取り逃がす可能性が高い



このメーカーで
買いたい！



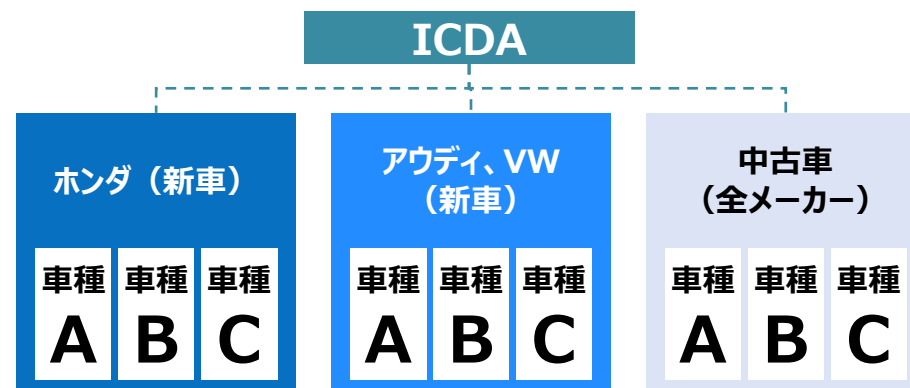
消費者（家族）

選択肢が少ない

ICDA

複合型店舗（オートモール）の場合

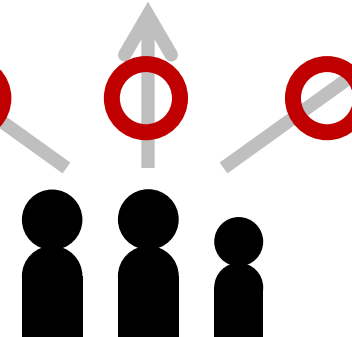
幅広い顧客の取り込みが可能



ホンダ車

輸入車

2台目需要、
価格重視 など



消費者（家族）

■ 人口の多い北部エリアを中心に店舗を展開

4つのエリアで三重県の人口の約60%をカバー

桑名・いなべエリア：4店舗

- ホンダカーズ三重北：2店舗
- ヴァーサス：1店舗
- POINT⑤：1店舗

四日市・三重郡エリア：9店舗

- ホンダカーズ三重北：4店舗
- ヴァーサス：2店舗
- アウディ三重：1店舗
- フォルクスワーゲン：1店舗
- POINT⑤：1店舗

津エリア：4店舗

- ホンダカーズ三重北：1店舗
- ヴァーサス：1店舗
- アウディ三重：1店舗
- POINT⑤：1店舗

鈴鹿・亀山エリア：12店舗

- ホンダカーズ三重北：5店舗
- U-Select：2店舗
- ヴァーサス：1店舗
- ヴァーサスプラス：1店舗
- アウディ三重：1店舗
- POINT⑤：2店舗

伊勢エリアによいよ進出！

伊勢オートモール

2024年3月 完成予定

- ホンダカーズ三重北 (12店舗)：ホンダの正規ディーラー
- U-Select (2店舗)：ホンダ車専門の中古車業態
- ヴァーサス★ (5店舗)：全メーカーを扱う中古車業態
- ヴァーサスプラス★ (1店舗)：ハイセレクト中古車業態
- アウディ三重 (2店舗)：アウディの正規ディーラー
- フォルクスワーゲン (2店舗)：フォルクスワーゲンの正規ディーラー
- POINT⑤★ (8店舗)：全メーカー中古車

★ オリジナルブランド

  未出店エリア

NEWS

太陽光発電設備及び蓄電設備等の環境に配慮した店舗



太陽光パネル

- EV車時代にも対応
- EV車充電スタンド併設

蓄電設備
急速充電器

太陽光
発電

蓄電設備

急速
充電器

名称：伊勢オートモール

- ヴァーサス伊勢店
- POINT⑤伊勢玉城店

太陽光発電設備及び蓄電設備等の環境に配慮した店舗



- 様々な価格帯の自動車を取り扱うことで、**幅広い顧客層**にお車を提供することが可能

★はオリジナルブランド

業態名	事業内容	取扱車種例	店舗数
アウディ三重	アウディの正規ディーラー	A3、A4、Q3、Q5、A8、R8、e-tron	2
フォルクスワーゲン	フォルクスワーゲンの正規ディーラー	Polo、Golf、T-Cross、Pasaat、Arteon、T-Roc	2
ヴァーサスプラス ★	ハイセレクト中古車業態	全メーカー中古車	1
ホンダカーズ三重北	ホンダの正規ディーラー	N-BOX、フィット、ヴェゼル、フリード	12
ヴァーサス ★	全メーカーを扱う中古車業態	全メーカー中古車	5
U-Select	ホンダ車専門の中古車業態	ホンダ車中古車	2
POINT⑤ ★	低年式・多走行の中古車販売と買取強化店舗	全メーカー中古車	5

業績推移（2016年3月期→2023年3月期）

■ 厳しい環境の中、持続的な成長を実現

2016年3月期

2023年3月期

売上高

234億円

29.9%増

304億円

2016年3月期

2023年3月期

純資産額

41億円

107.3%増

85億円

経常利益

5億円

2.8倍

14億円

自己資本比率

27.6%

25.4Pt増

53.0%

経常利益率

2.3%

2.0倍

4.6%

ROE

8.3%

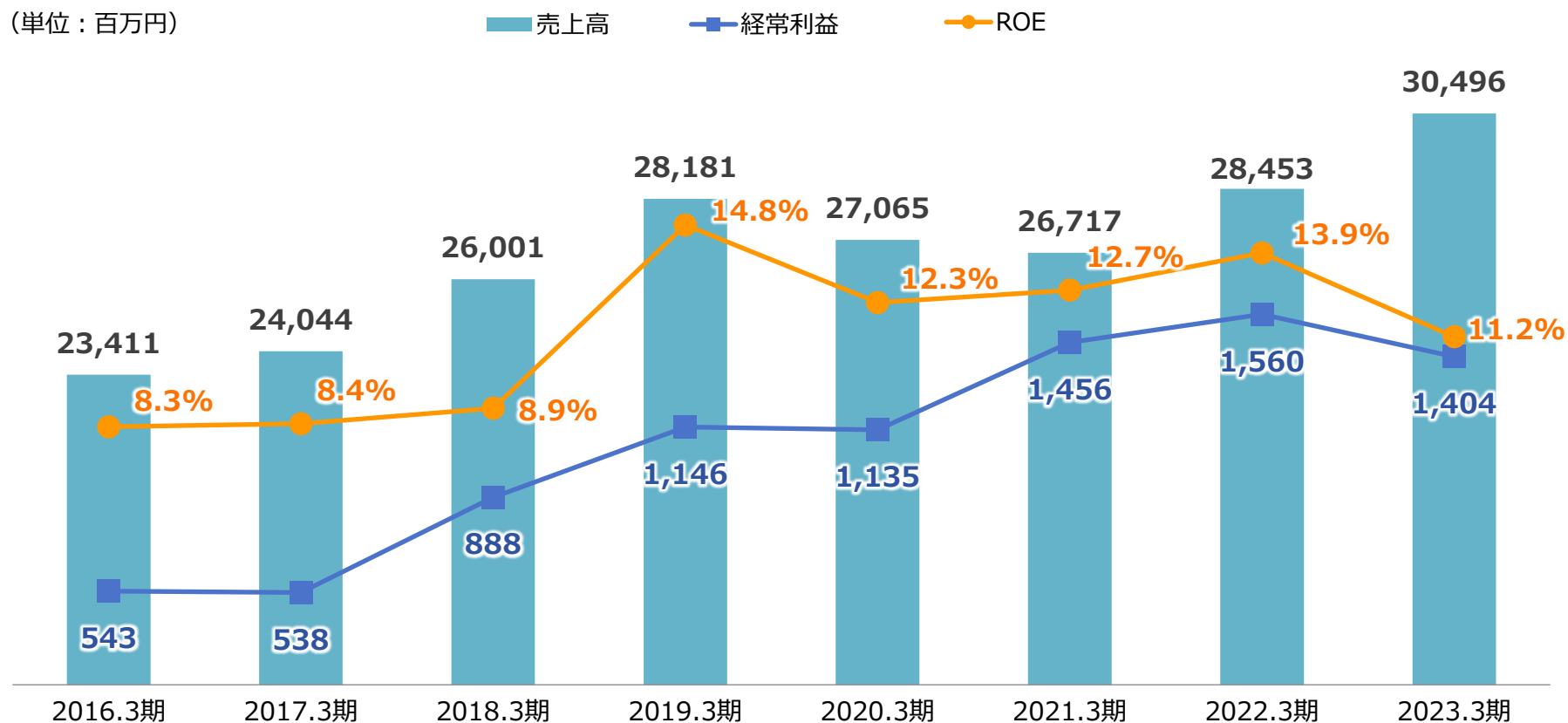
2.9Pt増

11.2%

■ 三重県を地盤に、業容を拡大しながら持続的に成長

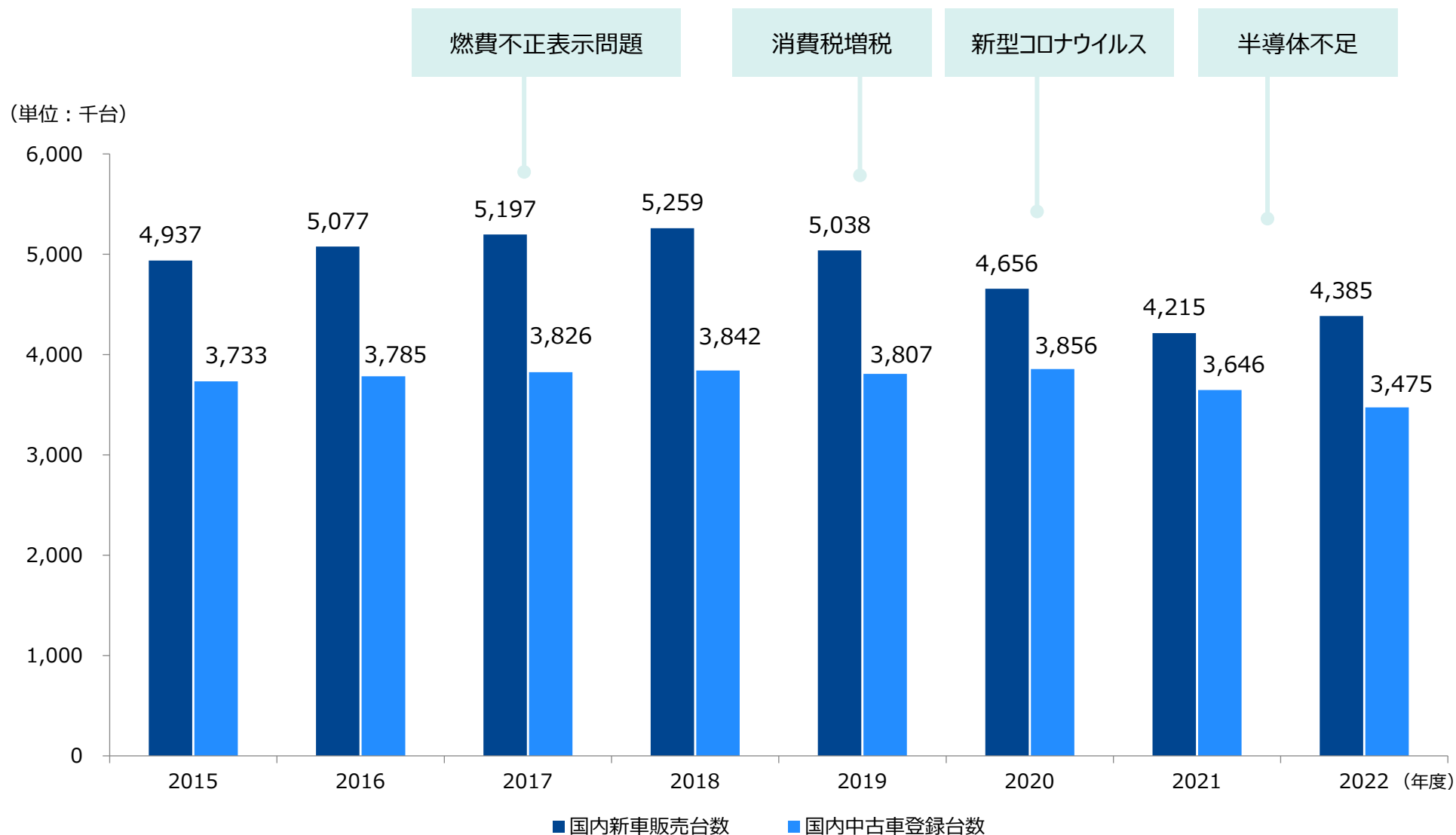
売上高・営業利益推移

(単位：百万円)



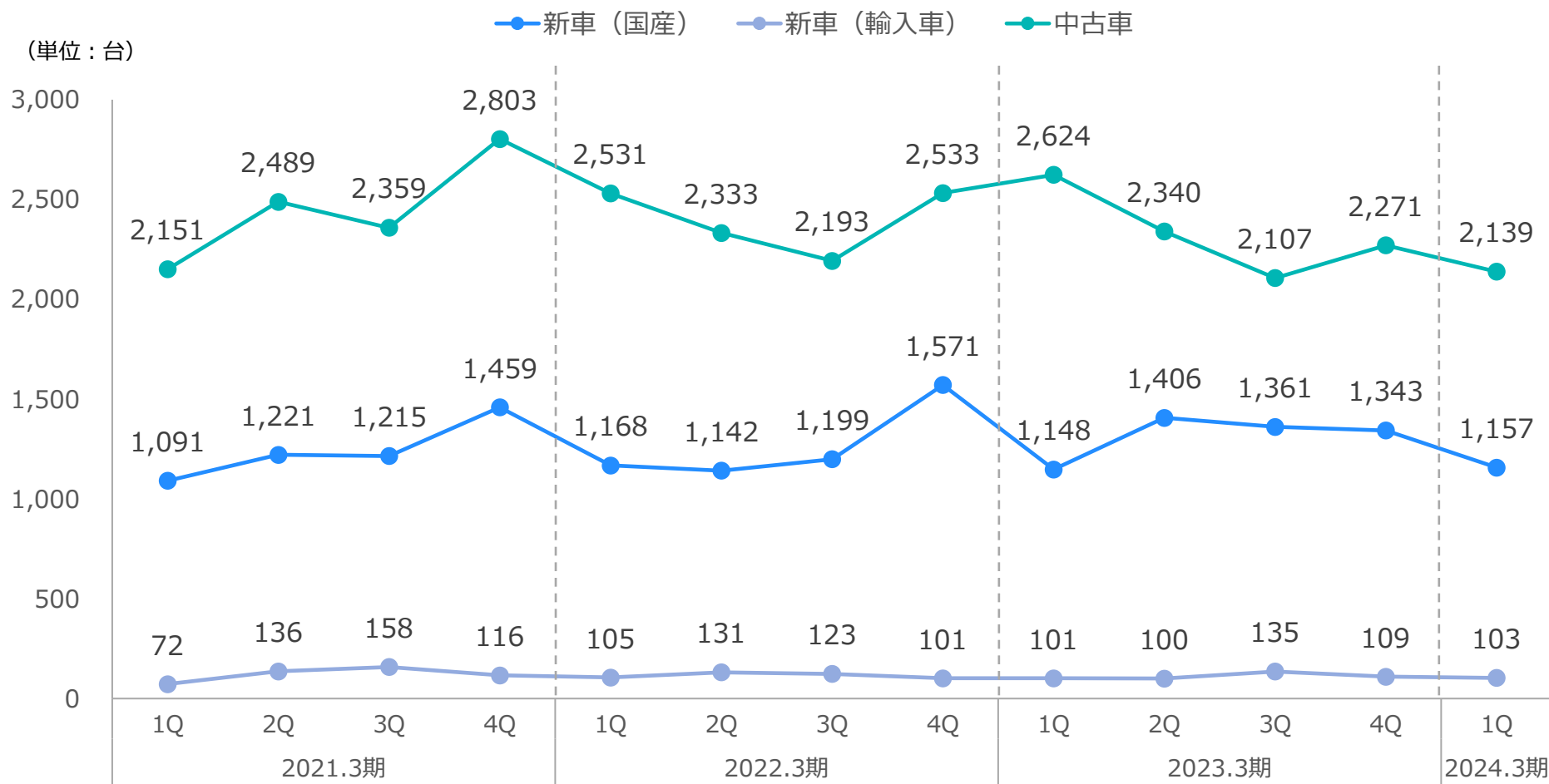
決算年月		2019年3月	2020年3月	2021年3月	2022年3月	2023年3月
売上高	(百万円)	28,181	27,065	26,717	28,453	30,496
経常利益	(百万円)	1,146	1,135	1,456	1,560	1,404
親会社株主に帰属する 当期純利益	(百万円)	737	679	788	975	883
純資産額	(百万円)	5,437	6,006	6,763	7,709	8,568
総資産額	(百万円)	14,989	14,663	14,716	15,253	15,618
1株当たり純資産	(円)	2,508.40	2,772.15	3,119.21	3,549.22	3,943.40
1株当たり当期純利率	(円)	351.38	323.57	375.45	464.75	420.75
自己資本比率	(%)	35.1	39.7	44.5	48.9	53.0
自己資本利益率 (ROE)	(%)	14.8	12.3	12.7	13.9	11.2
株価収益率 (PER)	(倍)	5.6	3.6	6.3	5.2	6.7

国内新車販売台数の推移



出所：(社)日本自動車販売協会連合会HP統計資料より当社作成

過去3年の四半期販売状況



2023年3月期 決算概要




- 既存顧客に対するフォローアップ活動の強化を図り、受注は堅調に推移
- 半導体不足等による商品の供給遅れ又は出荷停止等の影響を受ける

連結業績


売上高

30,496百万円

 前年同期比 **+7.2%**


経常利益

1,404百万円

 前年同期比 **▲10.0%**

経常利益率


4.6台

 前年同期比 **▲0.9Pt**

自動車販売関連事業


新車国産車販売台数

5,258台

 前年同期比 **+3.5%**


新車輸入車販売台数

445台

 前年同期比 **▲3.3%**

中古車販売台数


9,342台

 前年同期比 **▲2.6%**

自動車リサイクル事業


再資源処理生産台数

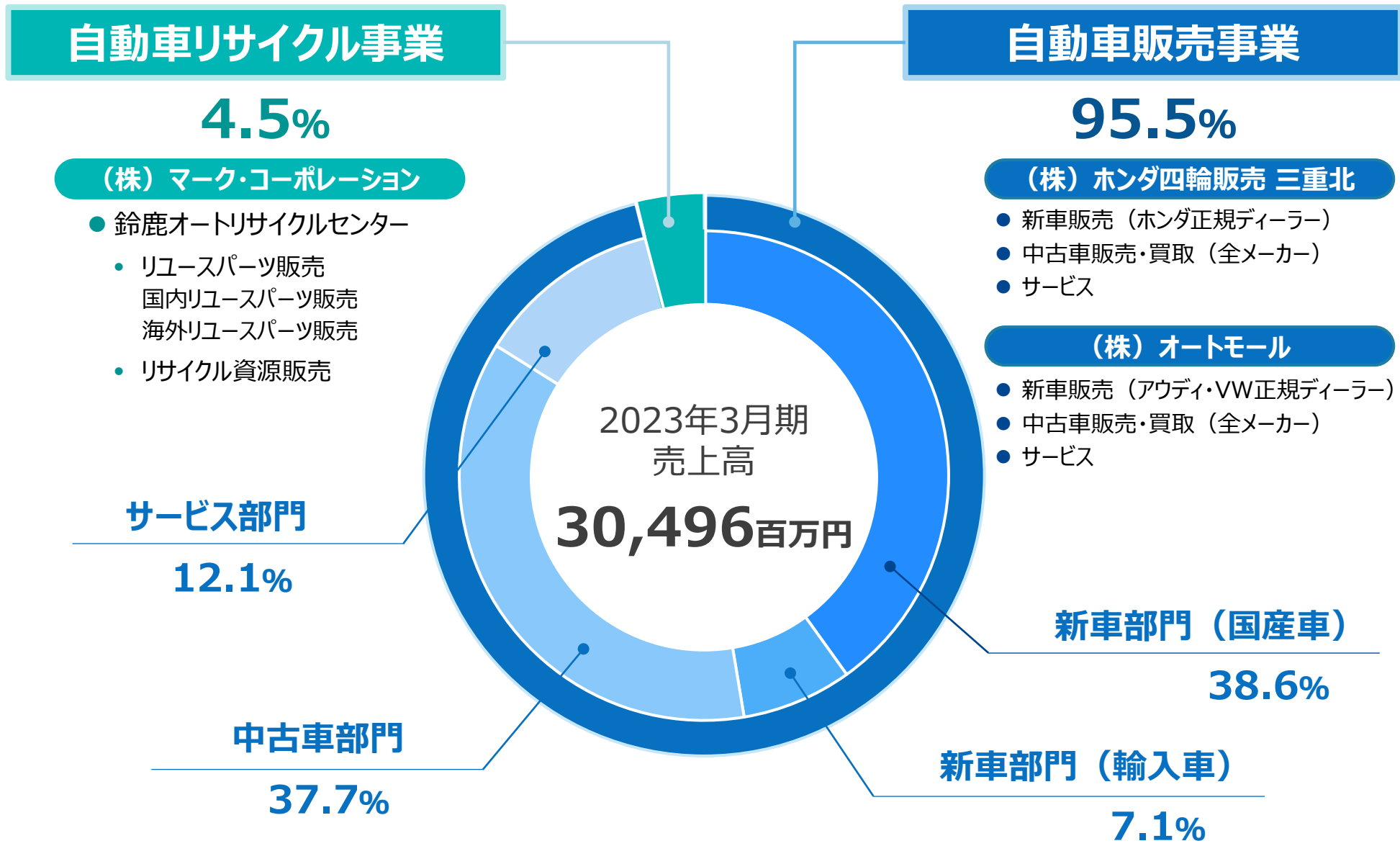
9,051台

 前年同期比 **+7.0%**

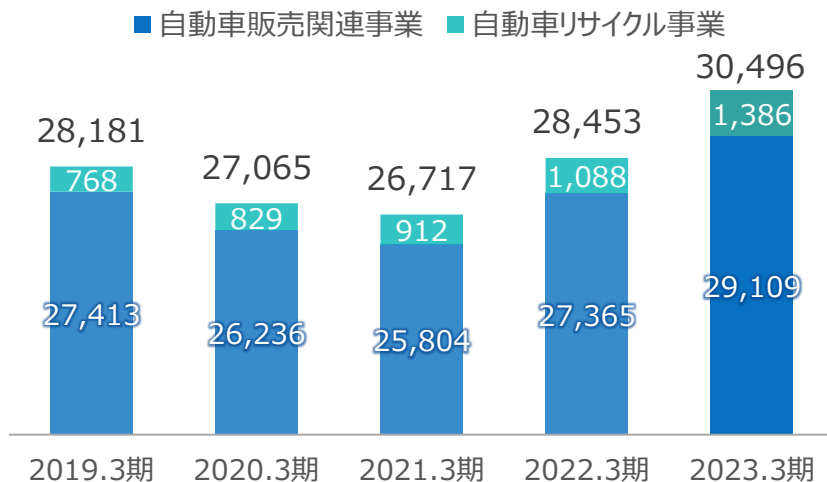
使用済自動車台数

9,390台

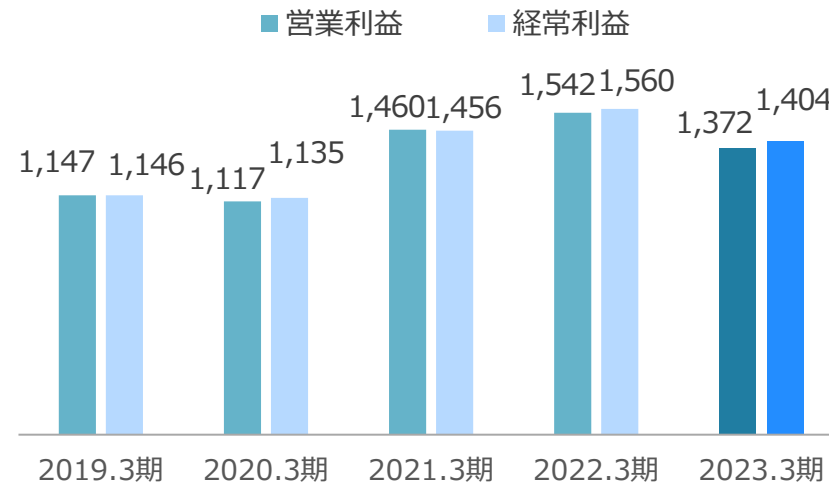
 前年同期比 **+14.3%**



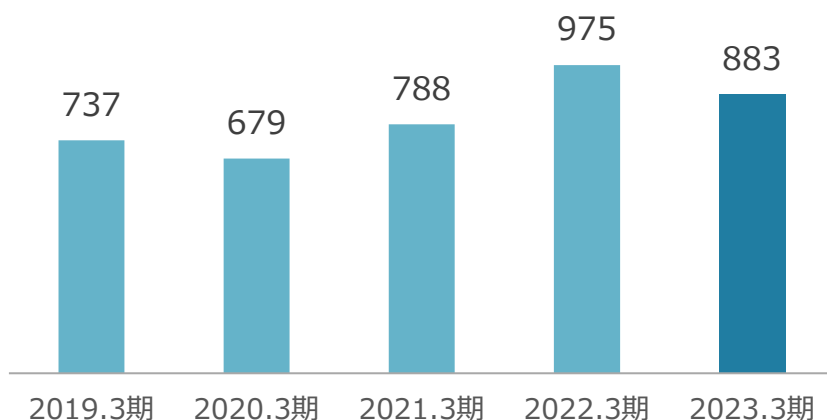
売上高 (百万円)



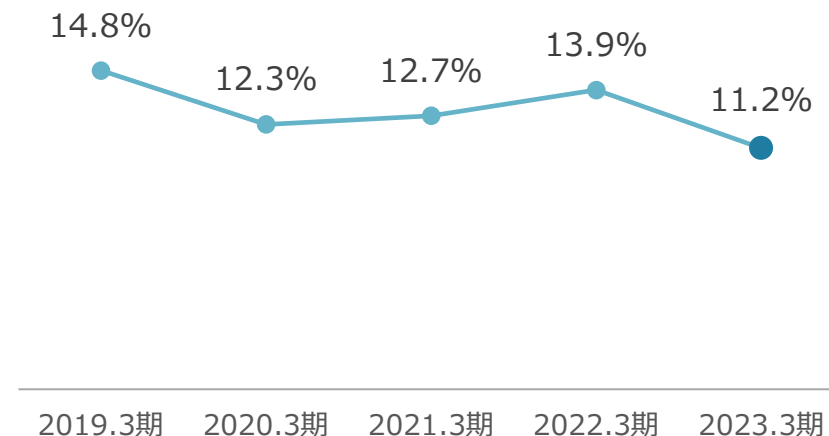
営業利益・経常利益 (百万円)



親会社株主に帰属する当期純利益 (百万円)

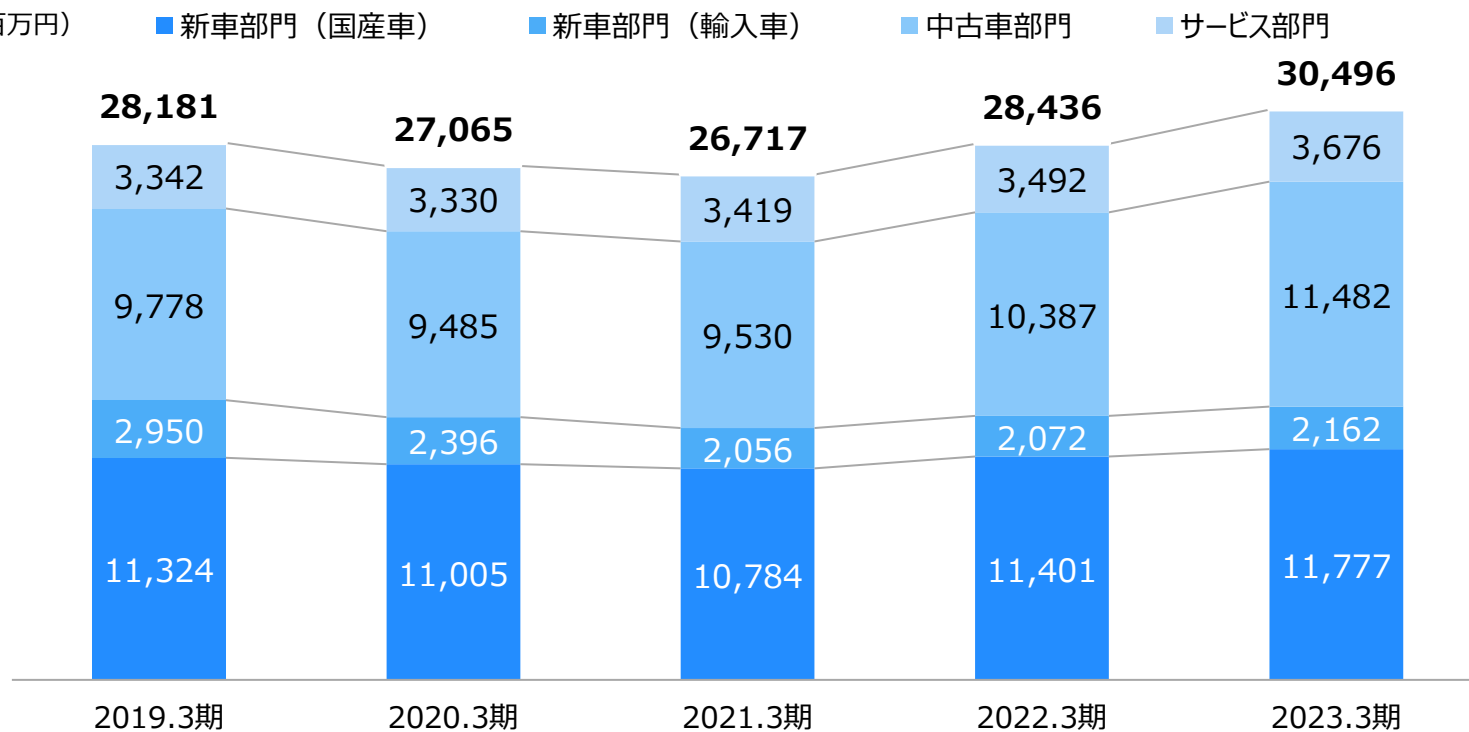


ROE (%)



自動車販売事業 売上高推移

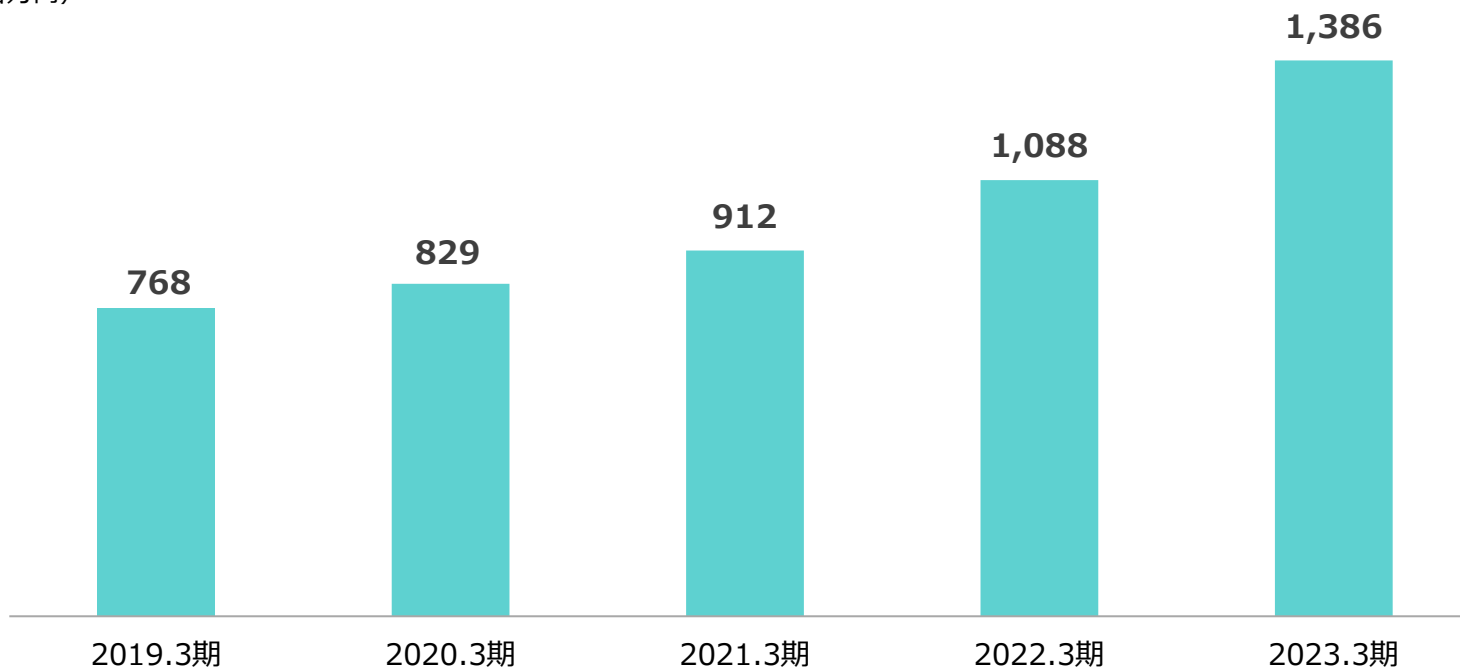
(単位：百万円)



(単位：台)

グループ 販売台数の推移	2021年3月期			2022年3月期			2023年3月期			
	上期	下期	累計	上期	下期	累計	上期	下期	累計	前年同期比
新車国産車	2,312	2,674	4,986	2,310	2,770	5,080	2,554	2,704	5,258	📈 3.5%増
新車輸入車	208	274	482	236	224	460	201	244	445	📉 3.3%減
中古車	4,640	5,162	9,802	4,864	4,726	9,590	4,964	4,378	9,342	📉 2.6%減

(単位：百万円)



(単位：台)

グループ 販売台数の推移	2021年3月期			2022年3月期			2023年3月期			
	上期	下期	累計	上期	下期	累計	上期	下期	累計	前年同期比
再資源化处理※1	5,137	5,356	10,502	4,499	3,961	8,460	4,576	4,475	9,051	↗ 7.0%増
使用済自動車※2	5,591	4,803	10,394	3,887	4,331	8,218	4,300	5,090	9,390	↗ 14.3%増

※1 再資源処理：仕入れた使用済自動車を分解・シュレッダー処理した台数

※2 使用済自動車：スクラップ処理する自動車を仕入れた台数

(単位：百万円)

	2022年3月期	2023年3月期	増減額
流動資産	4,916	4,945	+29
固定資産	10,336	10,672	+336
資産	15,253	15,618	+365
流動負債	6,206	5,931	▲275
固定負債	1,338	1,119	▲219
負債	7,544	7,050	▲494
資本金	1,161	1,161	0
資本剰余金	1,148	1,148	0
利益剰余金	5,103	5,882	+779
純資産	7,709	8,568	+859

(単位：百万円)

	2022年3月期	2023年3月期	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,783	3,194	+1,411
投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,488	△2,269	△781
財務活動によるキャッシュ・フロー	△500	△923	△423
現金及び現金同等物の期首残高	882	676	△206
現金及び現金同等物の期末残高	676	678	+2

2024年3月期 業績予想



2024年3月期 連結業績予想

(単位：百万円)

	2023年3月期	2024年3月期	2024年3月期	
	実績		予想	増減額
売上高	30,496	31,000	+504	+1.7%
営業利益	1,372	1,383	+11	+0.8%
経常利益	1,404	1,400	△4	△0.3%
親会社株式に帰属する当期純利益	883	914	+31	+3.5%

(単位：台)

	2023年3月期	2024年3月期	2024年3月期	
	実績		予想	増減数
新車（国産車）販売台数	5,258	5,300	+42	+0.8%
新車（輸入車）販売台数	445	500	+55	+12.4%
中古車販売台数	9,342	10,200	+858	+9.2%
生産台数（再資源化処理）	9,051	9,500	+449	+5.0%

成長戦略



長期的な市場環境

- 消費嗜好や生活スタイル等の変化による自動車離れ
- ユーザーの保有期間の長期化
- カーシェアリングの普及等による非保有化
- 少子高齢化の進行による人口動態の変化
- 半導体不足による車両および部品供給の遅れ
- EV化へのシフトの加速

当社

課題

- 内部統制の強化とコーポレート・ガバナンスの充実
- 人材（人財）の確保、育成
- バリューチェーンクロス・ミックスビジネスの強化の推進

取り組み

- 既存顧客へのアスターサービスの充実
- 太陽光発電設備及び蓄電設備等の環境に配慮した店舗開発
- リサイクル事業の積極的な広報戦略及び技術開発戦略の展開
- 自動車リサイクルにおける全部再資源化処理の推進（一部機械化へ）

	取り組み	SDGs目標
E nvironment	<ul style="list-style-type: none"> 低炭素社会の実現へ向け、店舗での電気使用管理の徹底、一部店舗への太陽光パネルを設置等を実施 店舗・サービス工場・事務所等の整理・整頓・清掃、また周辺の美化活動の推進 ゴミの分別や油脂等の適切な取り扱い、管理を徹底 使用済自動車のリサイクル事業（鈴鹿オートリサイクルセンター） 鈴鹿オートリサイクルセンターにおける、海外・県内外からの見学者に対する環境啓蒙活動、子供たちへの教育活動の支援 	
S ocial	<ul style="list-style-type: none"> 鈴鹿市との災害時における車両の提供等に関する協定の締結 スーパー耐久レースへの参戦 地元、地域活動への積極的な参加 女性活躍推進プロジェクトの実施 営業会議・等級別勉強会・研修・ミーティング・外部研修等、目標達成、考える力の育成のための質の高い社員教育を実施 新卒採用活動の強化 	
G overnance	<ul style="list-style-type: none"> 取締役会・取締役の監査・監督機能の充実を図るため監査等委員会設置会社を採用 経営幹部を支える役員や管理職を育成するため「次世代経営者候補人材育成研修」を実施 女性活躍推進プロジェクトの実施 会社説明資料などに長期ビジョンを掲げ、株主・投資家と共通認識を醸成 お客様本位の業務運営を通じた、企業統制を徹底。 	

鈴鹿オートリサイクルセンター

自動車リサイクル事業

マーク・コーポレーションは自動車リサイクル法に基づき、適正解体及びリユースパーツ、リサイクル資源の生産を行っています。

リユースパーツ生産によるCO2削減量は2030年に向けて200t（30%増）を目指します。

また車両引き取りは外部業者に委託し、新車販売の帰り便を使用して引き取りを行うことで、CO2の削減を実現しています。

中古部品の輸出

中古部品は、在庫スペースと輸送コンテナの高さに合わせたプラットフォームにて各国に出荷されます。

出所：一般社団法人産業環境管理協会 3R先進事例発表会 資料（2015.10.16）

鈴鹿オートリサイクルセンター

教育への貢献（工場見学の受け入れ）

マーク・コーポレーションでは創業以来工場見学を受け入れています。年間2500人～3000人、累計40,000人となっています。また、コロナ禍で受け入れを止めざるを得ない状況の中では、小学生を対象に教室と工場をWEBで繋げて「バーチャル工場見学」を開催し、非常に好評を得ています。コロナ明けには見学受け入れを再開し、2030年には累計70,000人を達成します。

全部再資源化処理台数 全国7位

自動車リサイクル法では31条認定という全部再資源化処理があり、シュレッダーダストを発生させません。この方法でプレスされたものをAプレスといい、マーク・コーポレーションでは2016年から連続TOP10の表彰をいただいています。2021年度の、THチームによる全部再資源化処理台数において、全国7位となりました。

鈴鹿オートリサイクルセンター

三菱マテリアル社・ホンダトレーディング社・当社グループのマーク・コーポレーションの3社で共同実施したNEDO事業「**使用済み自動車からのネオジム磁石および非鉄金属回収技術開発**」で導入した実証試験設備を設置

■ 希少金属回収事業

- レアアース及びレアメタルに係わる技術開発やデータ収集などの事業化が順調
- 自社生産品だけでなく他社からの素材を回収し、徐々に成果が出ている



マーク・コーポレーションの次世代事業

一般社団法人産業環境管理協会主催
「環境循環 技術システム表彰」で
「レアメタルリサイクル賞」受賞



実施体制



出所：一般社団法人産業環境管理協会 3R先進事例発表会 資料 (2015.10.16)



鈴鹿サーキット マイカーラン走行会

株主総会後に、鈴鹿サーキット国際レーシングコースを使用したマイカーランを実施



モータースポーツ友の会（鈴鹿市）

協賛内容

レーシングドライバーの運転でコースを体験走行する子供向けイベントにおいて、走行車両7台、展示車両1台を協力



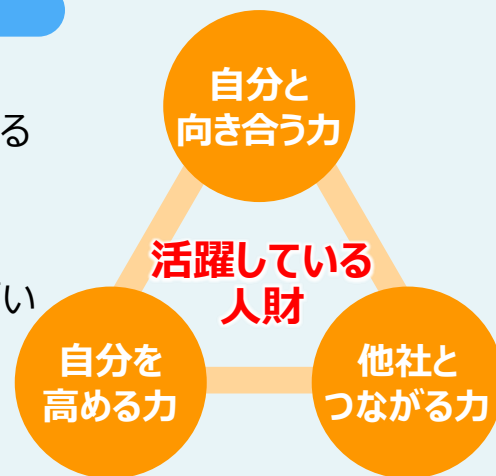


採用活動の強化

採用の段階で厳選し、将来有望ない人材を獲得

求める人材

- 意欲的・向上心がある
- 明確な将来への目標がある
- 体力がある
- チャレンジ精神にあふれる
- コミュニケーション能力が高い
- 人と接するのが好き



過去5年間の新卒採用者のうち
50%が体育会学生

スポーツ強豪校で活躍した社員も多数所属

育成方針

- **入社1年目から多くの顧客を担当**
お客様の数150～250名を配属後に引き継ぎ
- **若手の段階からチャンスが豊富**
新規来店は早い者勝ち、年齢・経験関係なし
- **トップセールスから直接学ぶ**
全国トップレベルのセールスと一緒に働き、学べる
- **充実したスキルアップ・トレーニング**
現場や座学での研修を通じて、「営業スタイル」を身に着ける
- **人間力向上を重視した人材育成**
魅力ある人材になれるよう、誠実さと向上心を教育



■ ホンダ社ディーラーの中で毎年トップクラスの売り上げを誇る人財を育成
基礎からしっかり学び約5年で一人前のセールスマンに育成

ホンダ年間表彰新車部門（営業スタッフの部）

2年連続 第1位 当社社員獲得

ホンダ年間表彰新車部門（拠点の部）

最優秀拠点賞 当社拠点獲得

ホンダ年間表彰新車部門（法人の部）

最優秀販社賞 当社獲得

中古自動車査定士技能コンテスト

全国 第1位 当社社員獲得

Honda Tops（セールスコンテスト）

全国 第1位 当社社員獲得

ホンダカーズ販売店地場資本 販売台数ランキング
 （ホンダディーラー約570社内）

育成のための施策

- 1年を通じた新人研修の実施
- 姿勢や表情や声に至るまで徹底指導
- 先輩の営業現場に同行
- ロールプレイの反復練習

生涯
カーライフパートナー
 を実践する
 セールスマンを育成

一人前の
セールスマン

入社約5年でホンダカーズ販売台数

中部トップ10 多数輩出

新入社員を
 採用

やる気のある人材を採用

	19.3期	20.3期	21.3期	22.3期	23.3期
売上順位	10位	5位	4位	4位	4位

ホンダ年間表彰新車部門（営業スタッフの部）

2年連続 第1位 当社社員獲得



ホンダ年間表彰新車部門（拠点の部） **最優秀拠点賞** 当社拠点獲得



ホンダ年間表彰新車部門（法人の部）

最優秀販社賞 当社獲得



女性活躍推進プロジェクト

2020年、女性活躍の取り組みとしてグループ内の男女差を是正していくため立ち上げられたプロジェクト

育成方針

単発の研修で終わらせることなく、実際の現場において管理職、中核人材として成長・活躍できるまでをサポート

グループ管理職に占める女性の割合

2025年3月期



目標：5%

将来の女性幹部候補が増加



女性幹部候補の割合

5.7%

【2023年3月期】



10.0%以上

【2025年3月期 目標】

女性が実力を発揮・活躍できる機会をつくり、研修で身につけた知識を活かし、マネジメント力等向上について考え実践できるように取り組む

鈴鹿市との災害協定の締結

災害時における車両の提供等に関する協定

目的 様々な支援を通して被災者の支援を円滑に実施すること

- 地震等による大規模災害発生時に公用車が不足した場合における車両の貸与
- 停電した避難所へ非常用電源となる電気自動車の支援 等



三重バイオレットアイリス（女子ハンドボールチーム）

ハンドボール女子日本リーグチーム「三重バイオレットアイリス」を支援

ホンダ四輪販売三重北所屬



飯塚 美沙希 選手



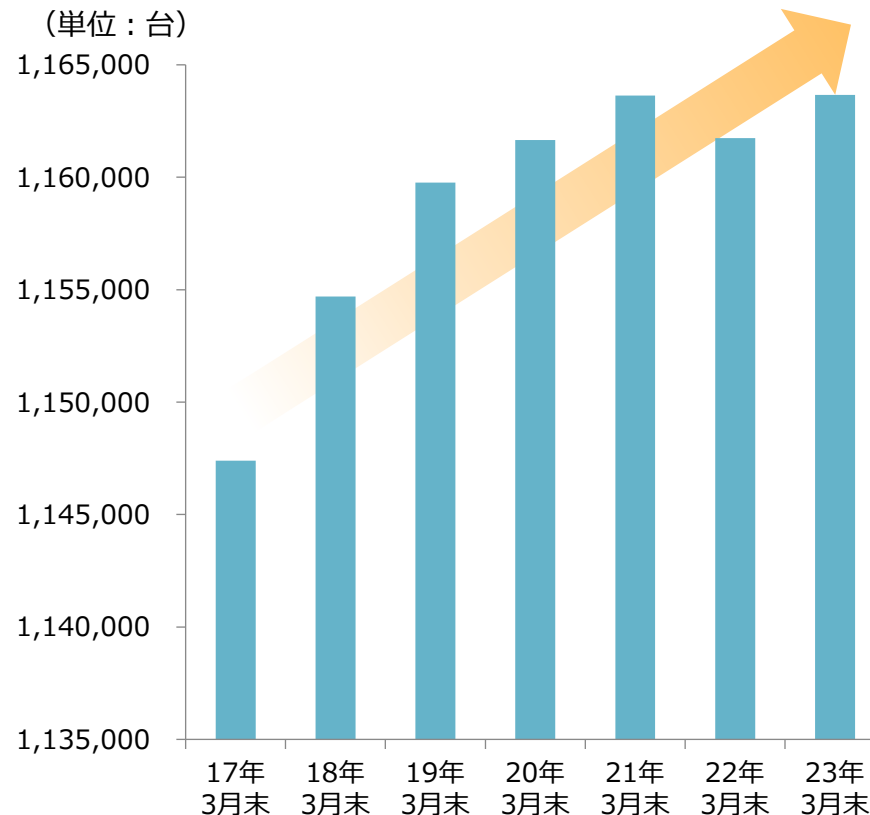
横田 希歩 選手

■ 三重県においては、自動車保有台数の増加が続く

東海三県の自家用乗用車※の普及台数及び保有台数
(2023年3月末)

県名	普及台数/ 世帯 (台)	全国順位	保有台数 (千台)	全国順位
愛知	1.232	30位	4,214	1位
岐阜	1.530	8位	1,295	18位
三重	1.430	15位	1,162	21位
全国	1.025	—	61,743	—

三重県の自家用乗用車保有台数推移



出所：一般財団法人 自動車検査登録情報協会「自家用自動車の世帯当たり普及台数」より当社作成

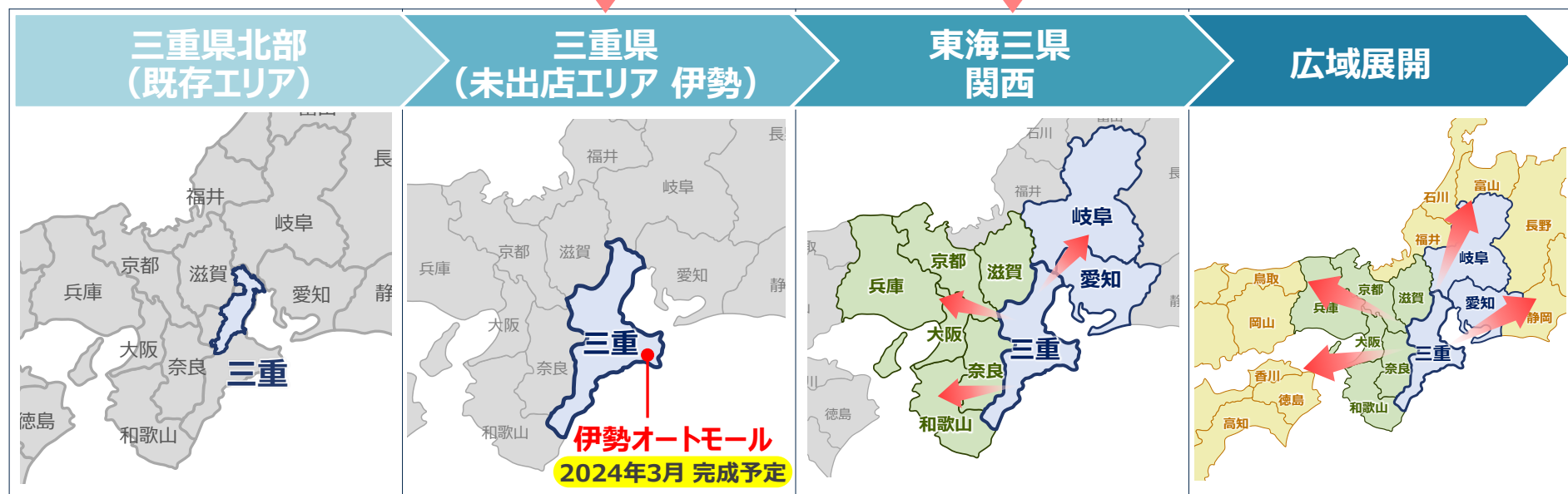
出所：(社)日本自動車販売協会連合会三重県支部「三重県自動車数要覧」より当社作成

※ 自家用乗用車・登録車と軽自動車の合計

- 出店余地がある三重県での複合型店舗の推進（伊勢オートモール）
- 中期的には**M&A**を踏まえ出店エリアを東海三県・関西の近隣地区へ拡大
- 中古車販売・買取を行う独自ブランドPOINT⑤を**積極展開**

現在のステージ

5~10年構想



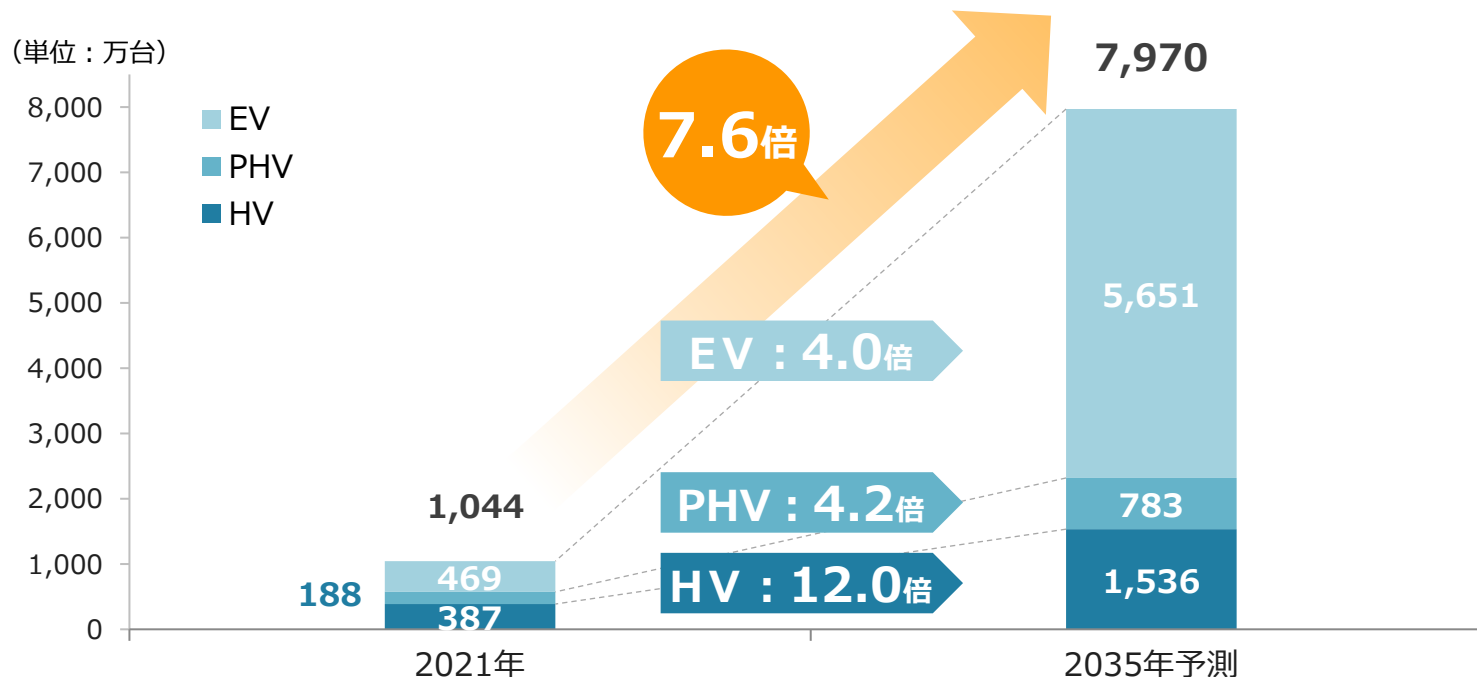
出店エリア選定基準

人口3万人以上の都市

交通インフラが未整備な地域

1世帯あたり自動車所有台数
1.0台以上

EV・PHV・HV車の市場動向予想（乗用車・新車販売台数）



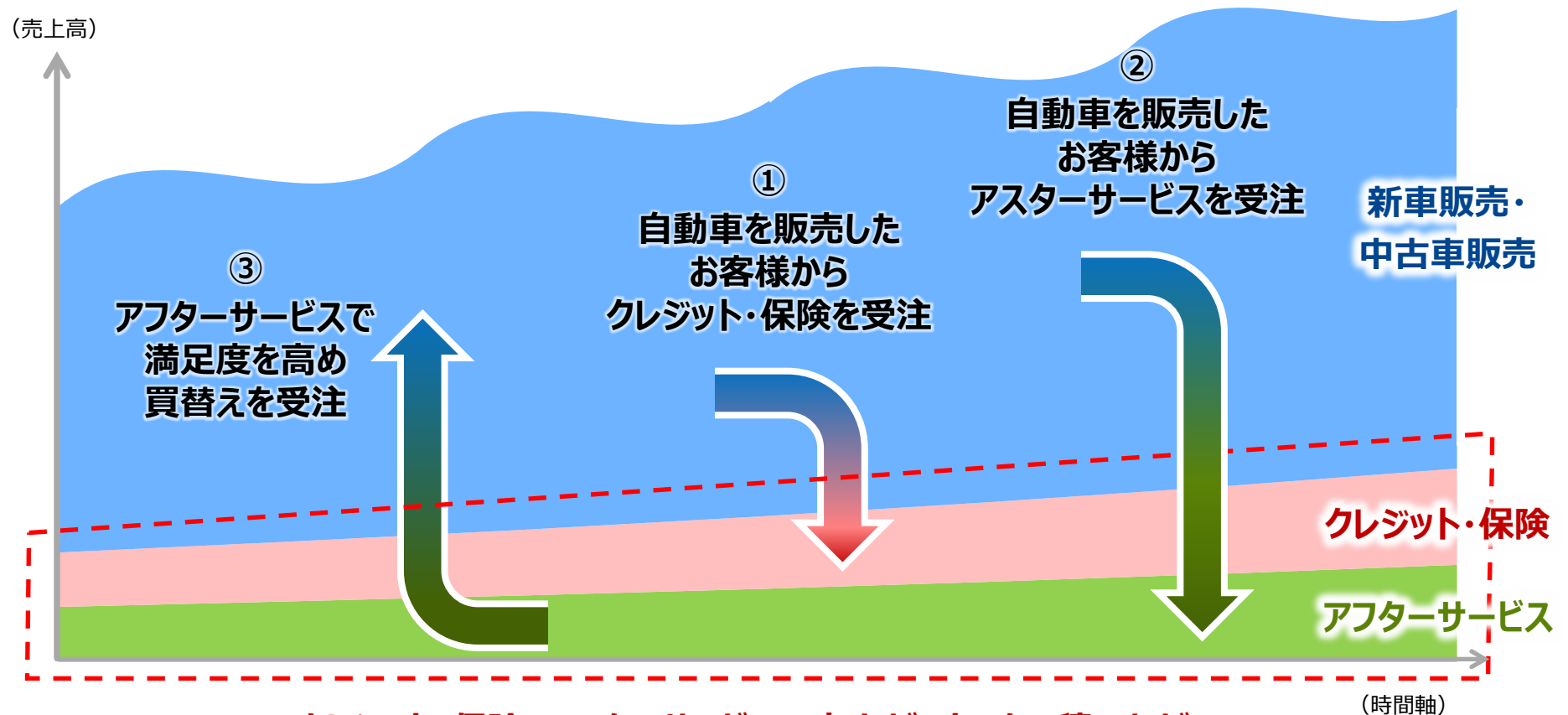
出典：富士経済「HV・PHV・EVの世界市場を調査（2022年8月9日）」

EV・PHV・HV車のリサイクルが自動車産業の大きな課題

広報戦略・技術開発戦略も展開し、無駄のないリサイクルの実現へ

- 販売、クレジット・保険、アフターサービスの**相乗効果**で安定的な収益を確保

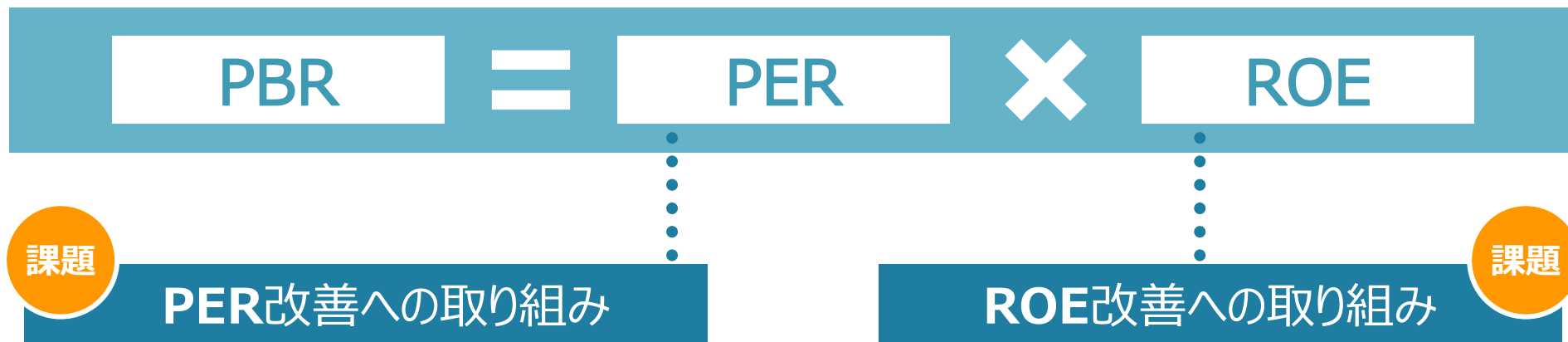
自動車販売事業売上高推移のイメージ



クレジット・保険、アフターサービスの売上がストックで積みあがる

■ アフターサービス ■ クレジット・保険 ■ 新車・中古車販売

- 収益力の強化、積極的なIR活動を実行し、PBR向上に取り組む



- IR活動の強化

- IRイベント、会社説明会に参加
- 流動性不足への対応

- 投資家との対話の推進

- 成長性に対する期待の醸成
- 十分な市場評価を得る

- 売上高経常利益率

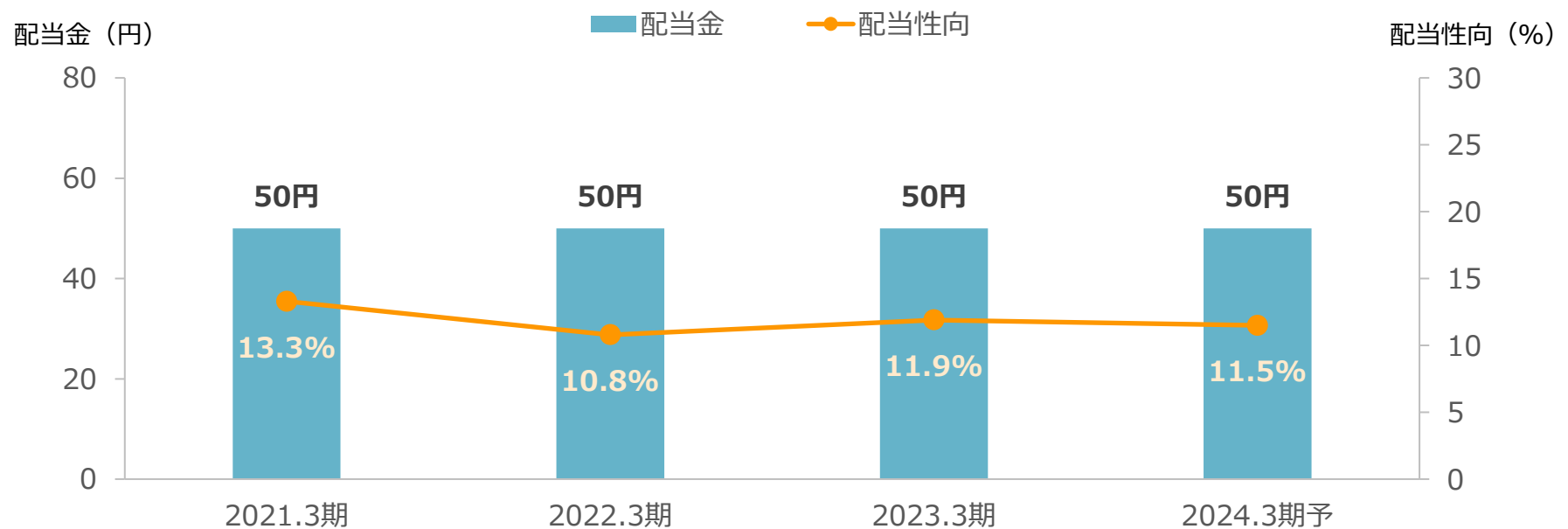
- 4%を安定的に達成
- 利益率の更なる向上
- IT化の推進による合理化

 **PBR1倍超の達成へ**

基本方針

将来の事業展開と経営体質の強化をしつつ、
1株当たり年間配当50円以上を基本に安定配当を継続

配当の状況

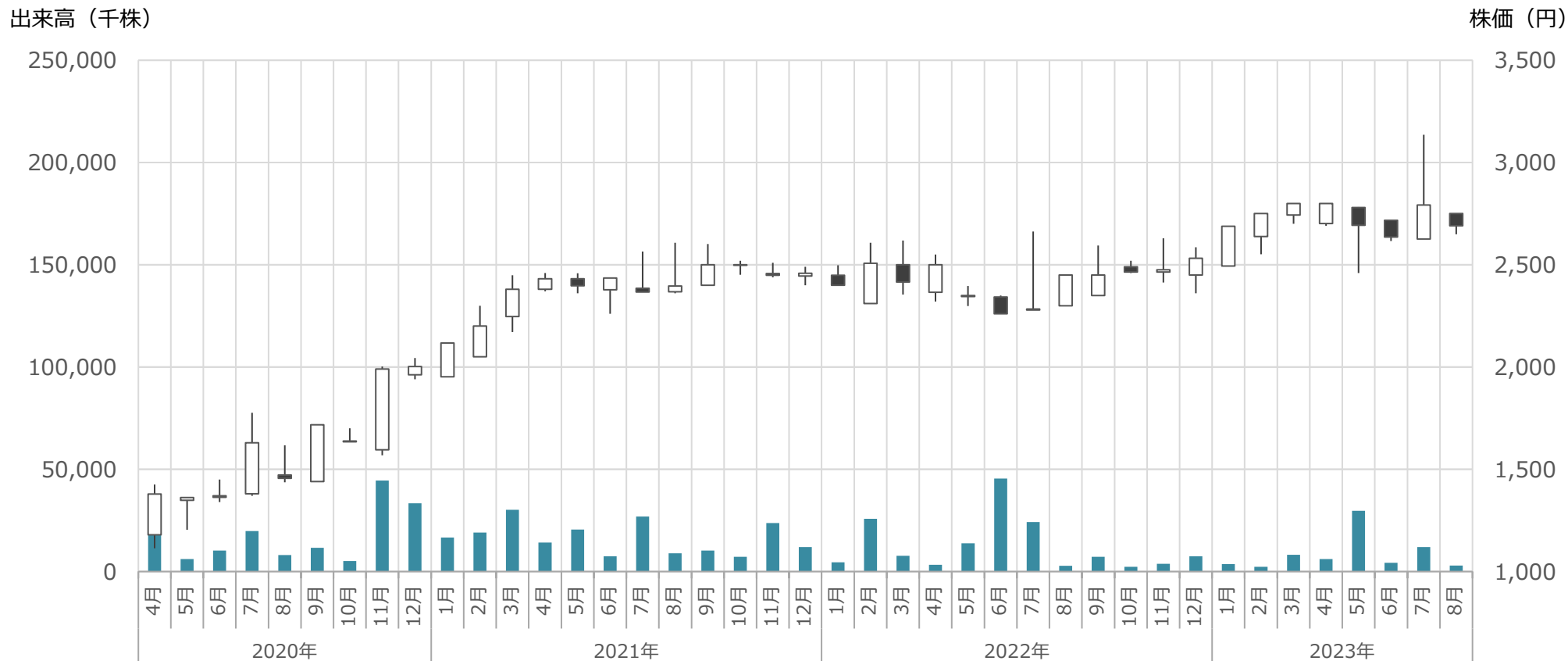


※業績や資金需要に大きな変動が生じた場合、期末配当金額を変更することがあります。

株価推移(月足ベース 2020年4月～2023年8月)

終値

2,709円 (2023年9月11日現在)



最低投資金額

270,900円

純資産倍率 (PBR)

0.67倍

株価収益率 (PER)

6.22倍

本資料には将来の見通しについての記載が含まれていますが、これらは発表時点で入手可能な情報に基づき、当社が判断した予想であり、経済情勢や市場動向等の変化により 予想と大きく異なることがあります。

また、本資料は投資勧誘を目的としたものではありません。

今後、新しい情報が入った場合においても、当社は本資料に含まれる見通しに関する情報の修正や更新を行う義務を負うものではありません。

本資料及び当社IRに対するお問い合わせ先



ICDAホールディングス

International Conglomerate of Distribution for Automobile

管理部総務課

【TEL】 059-381-5540

【FAX】 059-384-2881

【URL】 <https://www.icda.jp/>