

# 株式会社 バイク王 & カンパニー

---

FY2025 2nd Quarter 決算説明資料（第28期）

Ended May. 31, 2025

バイクのことなら

**BIKE 王**

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| 1. FY2025 2nd Quarter 業績概況    | P2  |
| 2. FY2025 2nd Quarter 取り組みの進捗 | P11 |
| 3. FY2025 通期見通し               | P16 |
| 4. 中期ビジョン                     | P20 |
| 5. 【参考資料】 会社概要等               | P26 |

(注) 原則として表示金額については、百万円未満切捨てで表示しております。

# FY2025 2nd Quarter 業績概況

|                     | FY2024 2Q | バイク王&<br>カンパニー | 東洋モーター<br>インターナショナル | 連結調整    | FY2025 2Q | 前年同期比           |
|---------------------|-----------|----------------|---------------------|---------|-----------|-----------------|
| 売上高                 | 16,493百万円 | 18,242百万円      | 430百万円              | 0百万円    | 18,671百万円 | 13.2%増 2,178百万円 |
| 営業利益                | ▲ 244百万円  | 256百万円         | 77百万円               | ▲ 12百万円 | 320百万円    | - 564百万円        |
| 経常利益                | ▲ 102百万円  | 328百万円         | 76百万円               | 26百万円   | 431百万円    | - 533百万円        |
| 親会社株主に帰属する<br>中間純利益 | ▲ 146百万円  | 129百万円         | 50百万円               | 5百万円    | 185百万円    | - 332百万円        |

◎広告費抑制と仕入強化の効果により、販売台数は前年並みを維持しつつ増収増益を達成

#### 売上高：増収

- バイク事業が堅調に推移したことにより、販売台数は前年同期比1.0%増、車両売上単価（一台当たりの売上高）は前年同期比12.7%増

#### 営業利益・経常利益・親会社株主に帰属する中間純利益：増益

- 売上総利益の前年同期比5.8%増に加え、主にテレビCMの投下をFY2025 1Qに抑制したことにより販売費及び一般管理費は前年同期比3.3%減
- 当社の子会社である株式会社東洋モーターインターナショナルにおいて下期用の在庫の一部を積極的に販売した影響

|      |        | FY2024 2Q | FY2025 2Q | 前年同期比 |          | 売上高構成比    |           |
|------|--------|-----------|-----------|-------|----------|-----------|-----------|
|      |        |           |           |       |          | FY2024 2Q | FY2025 2Q |
| 売上高  |        | 16,493百万円 | 18,671百万円 | 13.2% | 2,178百万円 | 100.0%    | 100.0%    |
| (内訳) | ホールセール | 8,667百万円  | 10,350百万円 | 19.4% | 1,682百万円 | 52.6%     | 55.4%     |
|      | リテール   | 6,482百万円  | 6,879百万円  | 6.1%  | 396百万円   | 39.3%     | 36.8%     |
|      | その他    | 1,342百万円  | 1,442百万円  | 7.4%  | 99百万円    | 8.1%      | 7.8%      |

## ◎ホールセールは台数・単価ともに堅調に推移し、リテールは台数減も単価の上昇とともに増収を達成

### ホールセール：増収

- 内訳は、台数要因218百万円、単価要因1,464百万円
- 販売台数は、期初在庫を確保し、堅調なオークション市場において効果的に出品したことにより前年同期比2.5%増  
 車両売上単価は、オークション相場が高水準で推移したことや、良質な車両の仕入確保が進んだことにより前年同期比16.5%増
- 売上高構成比は52.6%から55.4%となった

### リテール：増収

- 内訳は、台数要因▲237百万円、単価要因633百万円
- 販売台数は、一時的に展示台数が減少したことから、販売機会の最大化が図れなかったことにより前年同期比4.0%減  
 車両売上単価は、リテール向けの良質な車両の仕入確保が進んだことに加え、お客様のニーズの多様化に合わせた付帯収益の強化を行うことにより前年同期比10.6%増
- 売上高構成比は39.3%から36.8%となった

### その他：増収

- 当社の子会社ある株式会社東洋モーターインターナショナルにおいて下期用在庫の一部を積極的に販売した影響

# 売上総利益増減要因

|       |        | FY2024 2Q            | 増減要因                |                    |                    |                    | FY2025 2Q            |
|-------|--------|----------------------|---------------------|--------------------|--------------------|--------------------|----------------------|
|       |        |                      | 台数                  | 単価                 | その他                | 合計                 |                      |
| 売上総利益 |        | 6,061 <sub>百万円</sub> | ▲ 7 <sub>百万円</sub>  | 369 <sub>百万円</sub> | ▲ 8 <sub>百万円</sub> | 354 <sub>百万円</sub> | 6,415 <sub>百万円</sub> |
| (内訳)  | ホールセール | -                    | 91 <sub>百万円</sub>   | 170 <sub>百万円</sub> | -                  | 262 <sub>百万円</sub> | -                    |
|       | リテール   | -                    | ▲ 99 <sub>百万円</sub> | 199 <sub>百万円</sub> | -                  | 100 <sub>百万円</sub> | -                    |
|       | その他    | -                    | -                   | -                  | ▲ 8 <sub>百万円</sub> | ▲ 8 <sub>百万円</sub> | -                    |

## ホールセール：増益

- (台数要因) 期初在庫を確保し、堅調なオークション市場において効果的に出品したことから販売台数が増加し、91百万円の増益
- (単価要因) オークション相場が高水準で推移したことや、良質な車輛の仕入確保が進んだことに加え、仕入価格の適正化を図ったことにより平均粗利額が増加し、170百万円の増益

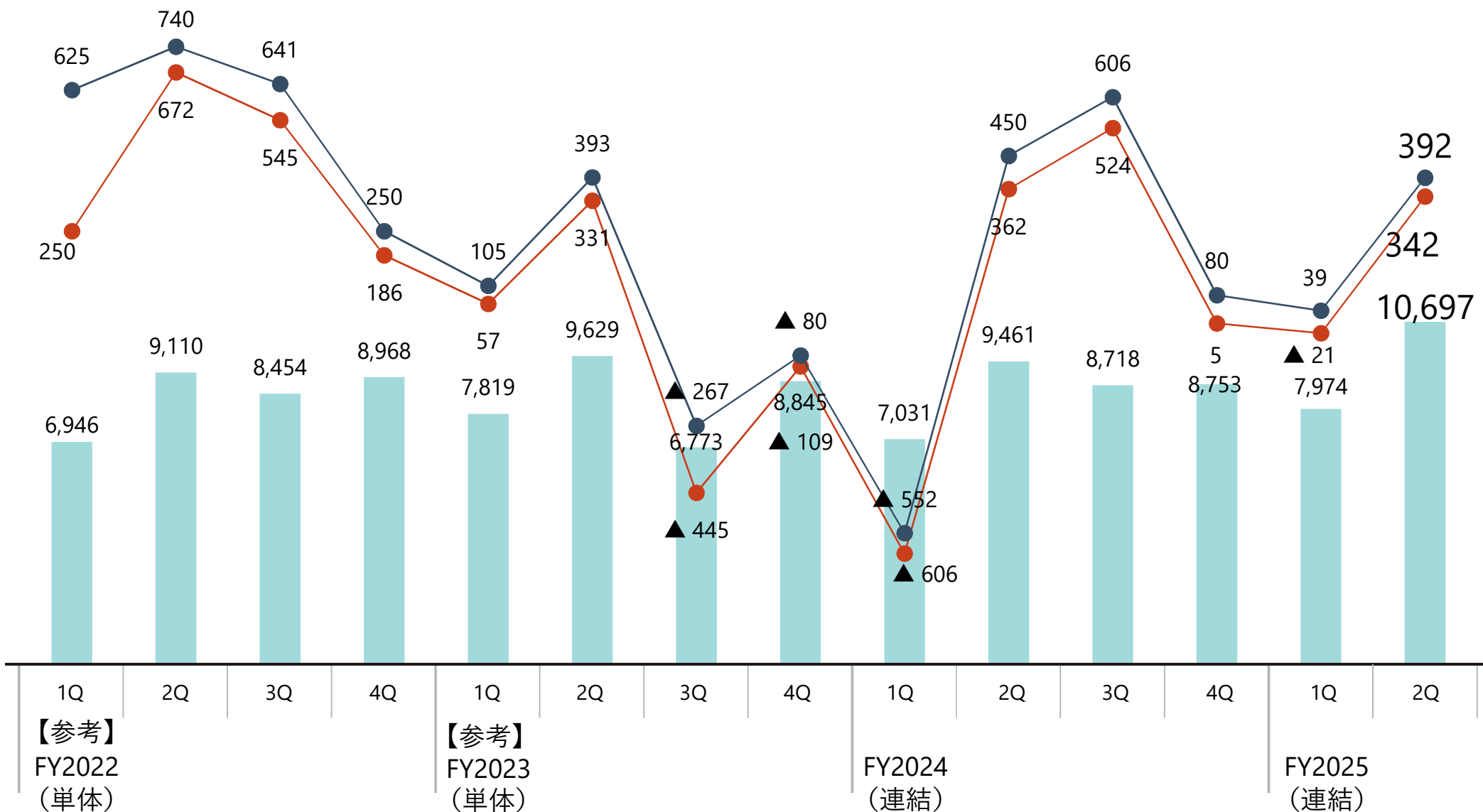
## リテール：増益

- (台数要因) 一時的に展示台数が減少したことから販売機会の最大化が図れず販売台数が減少し、▲99百万円の減益
- (単価要因) リテール向けの良質な車輛の仕入確保が進んだことに加え、お客様のニーズの多様化に合わせた付帯収益の強化を行うことにより平均粗利額が増加し、199百万円の増益

# 四半期毎の売上高／営業利益／経常利益

■ 売上高 ■ 営業利益（損失） ● 経常利益（損失）（単位：百万円）

※FY2024 2Qより連結決算に移行しているため、FY2024 1Qから連結決算の数値となっております。



|            | FY2024 2Q | FY2025 2Q | 前年同期比   |          |
|------------|-----------|-----------|---------|----------|
| 販売費及び一般管理費 | 6,305百万円  | 6,094百万円  | ▲ 3.3%  | ▲ 210百万円 |
| 販売費        | 2,373百万円  | 2,129百万円  | ▲ 10.3% | ▲ 243百万円 |
| 人件費        | 2,204百万円  | 2,223百万円  | 0.9%    | 19百万円    |
| 管理費        | 1,728百万円  | 1,741百万円  | 0.8%    | 13百万円    |

## 販売費：減少

- 主にテレビCMの投下をFY2025 1Qに抑制したことによる減少

## 人件費：増加

- 業績状況を踏まえた賞与引当金繰入による増加

## 管理費：増加

- 人財確保・強化のための活動による採用教育関連費の増加

## 主な経営指標と店舗・人財

|                                                  | FY2024 2Q | FY2025 2Q | 前年同期比差異 |
|--------------------------------------------------|-----------|-----------|---------|
| 売上総利益率                                           | 36.7%     | 34.4%     | ▲ 2.3%  |
| 営業利益率                                            | ▲ 1.5%    | 1.7%      | 3.2%    |
| 経常利益率                                            | ▲ 0.6%    | 2.3%      | 2.9%    |
| ROE                                              | ▲ 2.3%    | 2.8%      | 5.1%    |
| 店舗数 <small>FY2024：期末時点<br/>FY2025：7月4日時点</small> | 87        | 86        | ▲ 1     |
| 内) バイク事業店数                                       | 76        | 76        | 0       |
| その他事業店数                                          | 11        | 10        | ▲ 1     |
| 従業員数 <small>(派遣社員・パートタイマー除く)</small>             | 1,048     | 1,037     | ▲ 11    |
| リテール台数比率                                         | 23.8%     | 22.7%     | ▲ 1.1%  |

### 売上総利益率

- 高市場価値車輛の排気量構成が上昇した結果、売上総利益率は減少したものの、質の高い車輛の取り扱い拡大により売上総利益は増加

### 営業利益率・経常利益率

- 売上総利益の増加に加え、広告宣伝費をはじめとした販売費を大幅に抑制したことや、連結子会社において下期用在庫の一部を積極的に販売したことにより段階利益率は回復

### 店舗数

- FY2025 2Qは店舗開発しない計画によりバイク事業は変化なし、その他事業店舗は収益性の低い店舗を1店舗閉店
- その他事業店舗数は、アップガレージライダーズ、ラビット、e-bikeなどの店舗

# 貸借対照表

## 〈資産の部〉

(単位：百万円)

|          | FY2024 | FY2025 2Q | 増減額   |
|----------|--------|-----------|-------|
| 流動資産合計   | 8,742  | 9,572     | 829   |
| 現金及び預金   | 2,071  | 1,656     | ▲ 414 |
| 売掛金      | 327    | 620       | 293   |
| 商品       | 5,930  | 6,775     | 844   |
| その他      | 414    | 519       | 105   |
| 固定資産合計   | 3,715  | 3,587     | ▲ 127 |
| 有形固定資産   | 1,578  | 1,523     | ▲ 55  |
| 無形固定資産   | 516    | 416       | ▲ 100 |
| 投資その他の資産 | 1,620  | 1,647     | 27    |

## 〈負債・純資産の部〉

(単位：百万円)

|          | FY2024 | FY2025 2Q | 増減額   |
|----------|--------|-----------|-------|
| 流動負債合計   | 4,708  | 5,120     | 411   |
| 買掛金      | 378    | 459       | 80    |
| 短期借入金    | 1,200  | 1,600     | 400   |
| 1年内長期借入金 | 266    | 197       | ▲ 68  |
| 前受金      | 870    | 1,294     | 424   |
| その他      | 1,993  | 1,568     | ▲ 425 |
| 固定負債合計   | 1,258  | 1,138     | ▲ 120 |
| 長期借入金    | 332    | 252       | ▲ 79  |
| その他      | 926    | 885       | ▲ 40  |
| 負債合計     | 5,966  | 6,258     | 291   |
| 純資産合計    | 6,491  | 6,901     | 410   |

|      |        |        |     |
|------|--------|--------|-----|
| 資産合計 | 12,457 | 13,159 | 701 |
|------|--------|--------|-----|

|         |        |        |     |
|---------|--------|--------|-----|
| 負債純資産合計 | 12,457 | 13,159 | 701 |
|---------|--------|--------|-----|

### 資産の部

- 流動資産 : 現金及び預金の減少、良質な在庫の確保による商品の増加  
なお、現金及び預金の減少は、主に在庫確保および法人税等の納税によるもの
- 無形固定資産 : 通常償却にともなうソフトウェアの減少

### 負債・純資産の部

- 流動負債 : オンシーズンへの移行にともない、納車待ち台数が増加したことによる前受金の増加
- 固定負債 : 店舗開発を目的とした長期借入金の減少
- 純資産 : 株式給付信託の履行による自己株式の減少および利益剰余金の増加

(単位：百万円)

|                     | FY2024 2Q | FY2025 2Q |
|---------------------|-----------|-----------|
| 営業キャッシュ・フロー         | 1,337     | ▲ 308     |
| 投資キャッシュ・フロー         | ▲ 197     | ▲ 231     |
| フリーキャッシュ・フロー        | 1,139     | ▲ 540     |
| 財務キャッシュ・フロー         | ▲ 370     | 126       |
| 現金及び現金同等物に係る換算差額    | 4         | 0         |
| 現金及び現金同等物の増減額（▲は減少） | 773       | ▲ 414     |
| 合併に伴う現金及び現金同等物の増加額  | 27        | 0         |
| 現金及び現金同等物の期末残高      | 2,925     | 1,656     |

■ 営業キャッシュ・フロー

- 広告費抑制と仕入強化の効果により収益を上げたものの、良質な在庫確保による商品の増加により308百万円の減少

■ 投資キャッシュ・フロー

- 長期的な資本効率の向上を目的とした投資有価証券の追加取得、および店舗設備の充実のための有形固定資産の取得のため231百万円の減少

■ 財務キャッシュ・フロー

- 設備投資に対する借り入れの返済および配当金の支払いがあったものの、良質な在庫確保を目的とした追加の借り入れにより126百万円の増加

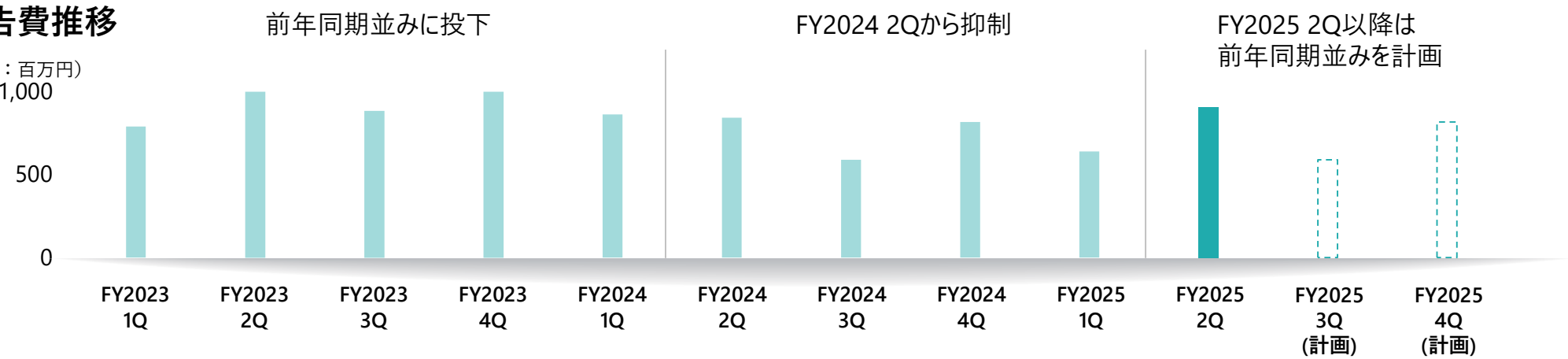
# FY2025 2nd Quarter

## 取り組みの進捗

FY2025 1Qは前期から広告宣伝の見直しを継続しており、主にテレビCMの投下を抑制することで  
広告効率は改善  
FY2025 2Qは、計画通り前年並みの水準での広告投下を想定していましたが、仕入強化を図る  
ことを目的に増額

広告費推移

(単位：百万円)  
1,000



前年同期比

|      | FY2024 1Q | FY2024 2Q | FY2024 3Q | FY2024 4Q | FY2025 1Q | FY2025 2Q | FY2025 3Q | FY2025 4Q |
|------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 広告費  | 9.2% 増    | 19.0% 減   | 33.5% 減   | 19.0% 減   | 25.8% 減   | 7.3% 増    | -         | -         |
| 仕入台数 | 6.1% 減    | 6.2% 減    | 0.9% 減    | 3.2% 増    | 1.9% 減    | 1.1% 増    | -         | -         |

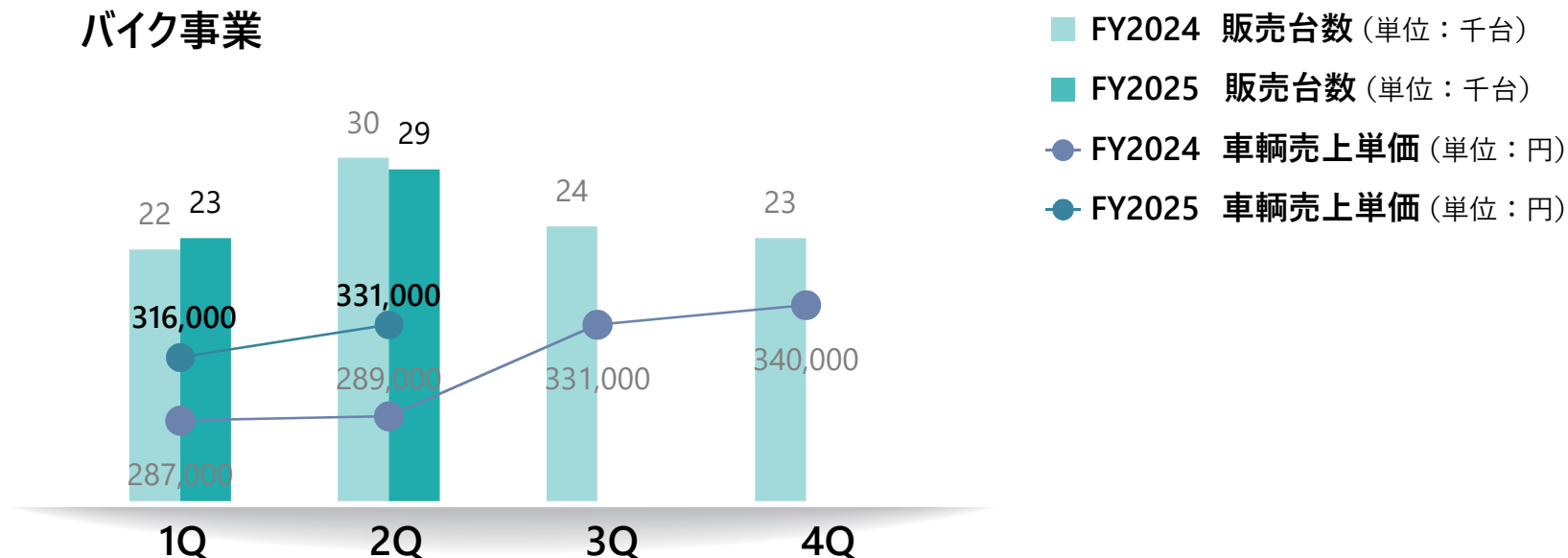
※広告費は広報IR・その他の費用を除く

前期に引き続き、広告費の抑制による出張仕入れの減少は想定内  
 店頭仕入（持込・下取）オークション仕入を強化し、出張仕入の不足分を補填

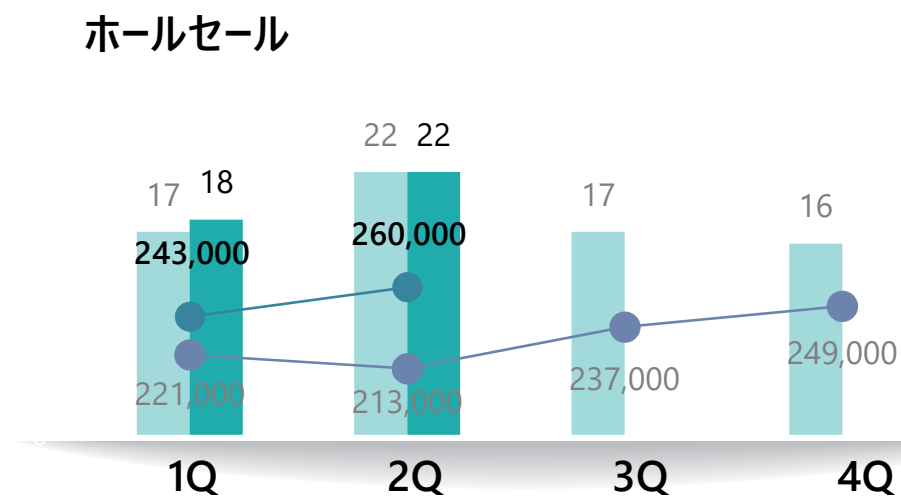
| 仕入台数<br>内訳      | 前年同期比        |              |              |              |              |              |              |              |
|-----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                 | FY2024<br>1Q | FY2024<br>2Q | FY2024<br>3Q | FY2024<br>4Q | FY2025<br>1Q | FY2025<br>2Q | FY2025<br>3Q | FY2025<br>4Q |
| 出張仕入            | 7.6%減        | 7.8%減        | 2.1%減        | 1.2%減        | 7.1%減        | 3.8%減        | -            | -            |
| 店頭仕入<br>(持込・下取) | 1.0%増        | 14.3%増       | 11.6%増       | 14.9%増       | 13.1%増       | 11.2%増       | -            | -            |
| オークション<br>仕入    | 161.0%増      | 17.1%増       | 2.5%増        | 61.2%増       | 277.5%増      | 201.3%増      | -            | -            |

ホールセールは堅調、リテールは一時的に展示台数が減少したため、  
販売機会の最大化が図れず減少

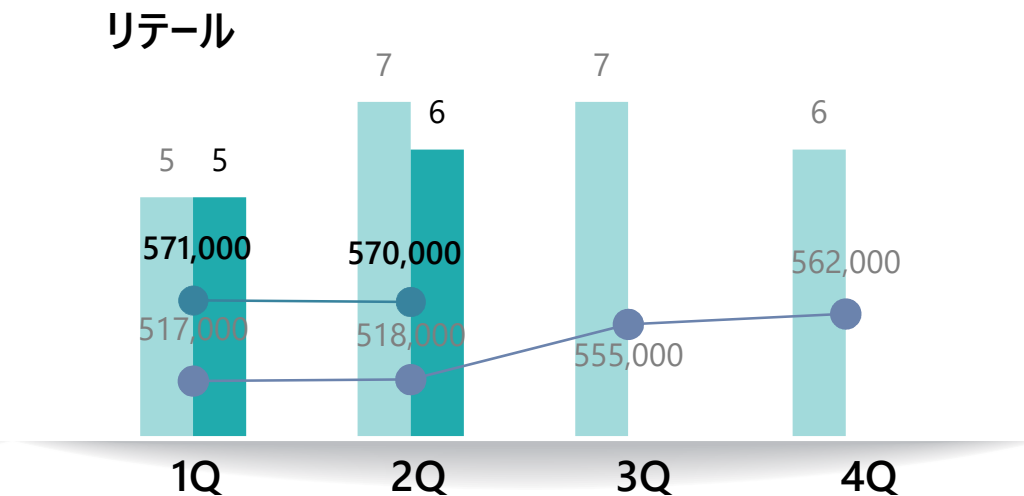
## バイク事業



## ホールセール



## リテール



2Q バイク王、第52回東京モーターサイクルショーに出展！



2Q ライダーに人気のスポット宮ヶ瀬で地域振興イベント「Enjoy Bike Life! in 宮ヶ瀬」を開催



2Q バイク王公式アンバサダー“恐ろしく美しい元自衛官”かざりさん起用、新WEB CM公開！



2Q バイク王、ローン低金利3.9%キャンペーンを実施

バイクのことから  
BIKE 王

憧れのバイク購入のチャンス！

**ローン金利**

**3.9%**

期間中、バイク王で車両の成約をいただくと、特別金利3.9%でローンをご利用になれます。

2025.4.16(WED) 10:00ー6.1(SUN)

※車両はイメージです。

バイク王でバイクを購入し、無料会員登録がお済みの方が対象です。SMBCFファイナンスサービス株式会社が提供するオートローンに限り、支払い回数が24回未満及び61回以上のローンには適用できません。ヤフオク!「そのまんま現貨オークション」/「車版」/「アウトレットオークション」、当社が運営する正規ディーラーで販売する新車、バイク王ダイレクトからの購入は対象外です。車両が中古となった際は、当社の買取サービスを利用することが条件です。

2Q TVCM初登場！総フォロワー数340万人突破、ずま(虹色侍)さんのバイク王新CMが公開！

QUOカード

**10万円分**

**当たる毎日**

**売っても 買っても**

BIKE 王

2025 4.18 ▶ 5.25

バイク王公式アンバサダー ずま(虹色侍)

2Q 人的資本経営の推進として新たに表彰部会を開始

アジャイル経営推進の一環として、挑戦できる風土・挑戦そのものを評価する風土をつくるために賞賛文化を醸成します。

人命救助に協力！

外部からIRサイトが評価



日興アイ・アール

総合部門  
優良サイト

スタンダード  
市場部門  
最優秀サイト

# FY2025 通期見通し

## 現状

現場では成約率向上に向けた商談プロセスの改善や、付加価値サービス提案の強化など、従業員による主体的な取り組みが進展

また、新たなシステム導入準備にも全社一丸となって取り組んでおり、収益力改善に向けた基盤が整いつつある

### 下期の改善に向けた取り組み

|                 |                                           |
|-----------------|-------------------------------------------|
| セールスリーダー体制の再構築  | 販売指揮系統の明確化と現場支援の強化                        |
| 商談プロセスとKPI管理の強化 | AI活用・商談準備からクロージングまでの流れを標準化し、KPIベースでの運用へ移行 |
| アウトレット管理体制の見直し  | 継続的な出品と価格調整による在庫循環の最適化を推進                 |
| 付加価値サービスの浸透と強化  | サービスの販売率向上に向けたスタッフ教育と実績管理を実施              |

# 通期連結業績予想

1月10日に公表しました通期連結業績予想から変更はございません。

## 【通期連結業績予想の前提】

- オークション相場は堅調に推移する見込み
- 連結子会社の業績も順調に推移する見込み
- 物価上昇や節約志向の高まりなど、不確実な要素が残ることを想定
- 店舗開発の進捗が遅延することを考慮

(単位：百万円)

|                     | FY2024<br>実績 | FY2025<br>今回予想 | 増減額   | 増減率<br>(%) |
|---------------------|--------------|----------------|-------|------------|
| 売上高                 | 33,965       | 35,000         | 1,034 | 3.0        |
| 営業利益                | 286          | 570            | 283   | 99.0       |
| 経常利益                | 584          | 790            | 205   | 35.2       |
| 経常利益率 (%)           | 1.7          | 2.3            | 0.6   | -          |
| 親会社株主に帰属する<br>当期純利益 | 187          | 510            | 322   | 172.2      |
| 1株当たり年間配当金 (円)      | 11.0         | 11.0           | -     | -          |
| 配当性向 (%)            | 82.0         | 30.1           | -     | -          |
| 1株当たり当期純利益 (円)      | 13.41        | 36.52          | 23.11 | 172.30     |

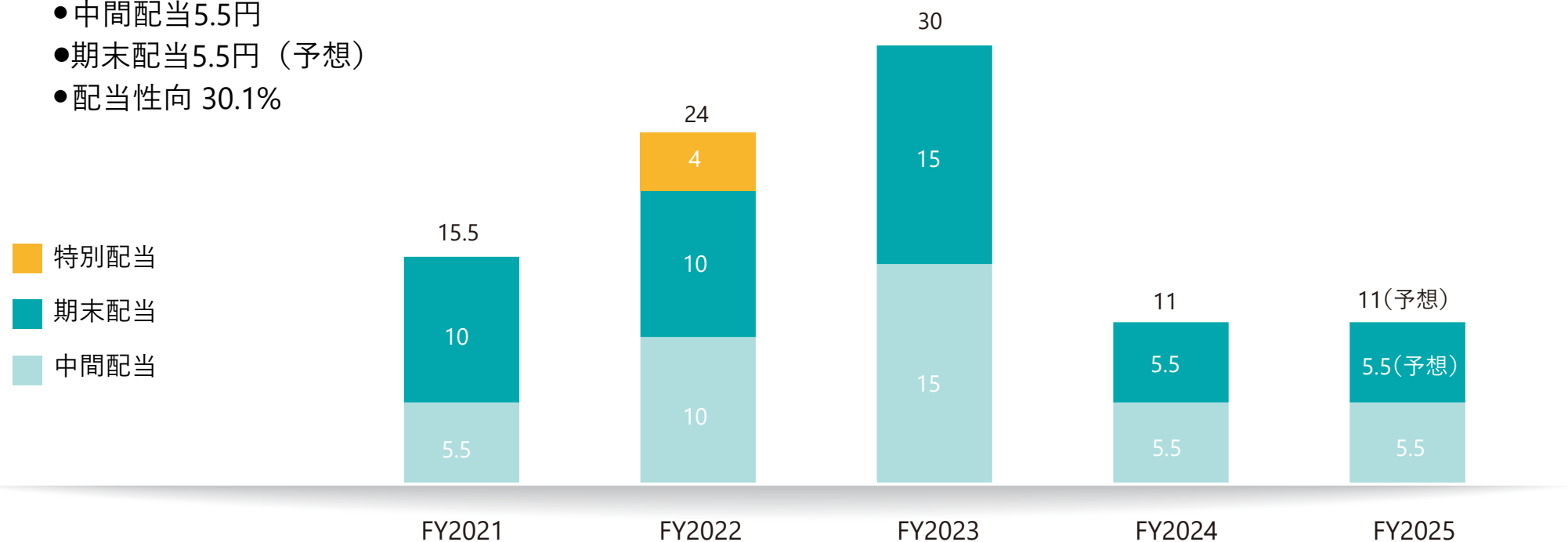
## 基本方針

安定的な配当を行うことを念頭に置きつつ、業績等を勘案したうえで配当金額を決定

## 1株当たり配当金額

FY2025はFY2024実績から **維持**

- 中間配当5.5円
- 期末配当5.5円（予想）
- 配当性向 30.1%



|            | FY2021 | FY2022  | FY2023  | FY2024 | FY2025  |
|------------|--------|---------|---------|--------|---------|
| 1株当たり年間配当金 | 15.5円  | 24円     | 30円     | 11円    | 11円(予想) |
| 配当性向       | 17.7%  | 21.6%   | -       | 82.0%  | 30.1%   |
| 1株当たり当期純利益 | 87.80円 | 110.99円 | ▲ 7.93円 | 13.41円 | 36.52円  |

# 中期ビジョン

UX(顧客体験)グロースモデルへの転換によって中古バイク販売シェアNo.1を目指す

## 成長戦略



CRM推進と顧客LTVの最大化  
収益機会の創出

## 構造改革



非労働集約型オペレーション  
固定費・変動費の抑制

## 人財基盤の強化



採用と育成  
働きやすい環境の整備

## 財務基盤の強化



キャッシュフローの改善  
流動資産の増加

## 収益性の安定と持続的な成長を実現し、企業価値の最大化を目指す

|                    | 内容                         | 進捗                                         |
|--------------------|----------------------------|--------------------------------------------|
| ユーザーシェア<br>拡大戦略の継続 | DX投資と外注活用によるオペレーションの効率化    | → 証明書電子化、外注先との提携による業務再構築                   |
|                    | 新たな仕入チャネルの開発と在庫確保の強化       | → 持込・オークション仕入の強化、新PSI（最適化）ツールを整備し、効率的な在庫確保 |
|                    | CRMの強化によるリテール拡大と顧客ロイヤルティ向上 | → 1to1マーケティングやSFA（営業支援システム）導入に向けた基盤整備      |
| 人的資本<br>戦略の推進      | 人財確保のための評価・報酬制度の改定         | →                                          |
|                    | 就業環境の改善（設備投資・福利厚生の拡充）      | → 人事制度全般の見直しに着手                            |
|                    | 戦略的な人財配置とキャリア支援制度の構築       | →                                          |
| 資本コスト<br>経営の強化     | 重要指標としてROEを採用              | → 利益率と在庫回転率の向上を念頭に置いた交叉比率の導入               |
|                    | 収益性の低い事業の見直しと戦略投資の実施       | → 収益性の低い店舗・事業の撤退                           |
|                    | フリーキャッシュフローの最大化と資金調達の効率化   | → 資金調達リスクを抑制、固定金利の借入による金利上昇リスクへの備え         |

## 導入の背景と目的

アジャイル開発に由来する「迅速性」「柔軟性」を重視した経営手法  
環境変化に強く、顧客ニーズへの即応力を高める

## アジャイル経営の核となる

顧客中心 / 柔軟性 / 協働性 / 透明性 / 自己組織化

## 組織変革の具体的な推進方針

### 実践に必要な3要素

現場の主体的行動

意思決定スピードの向上

挑戦できる風土および挑戦自体を評価する制度の構築

## 現場提案によるサービス創出と改善体制の構築

地域ごとの特性を  
活かしたサービス開発

顧客ニーズに応じた  
新サービスの企画

業務効率化の  
アイデア

従業員起点の  
継続的な改善を推進

## 業務基盤の高度化による経営スピードと現場力の強化

| 施策区分        | 取り組み内容・効果                                                                                                                                                                |
|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| デジタル化・業務最適化 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ペーパーレス化／契約書・証明書の電子化により手続きの迅速化・管理簡素化・コスト削減を実現</li> <li>・情報連携のリアルタイム化で、意思決定と対応力を強化</li> <li>・モバイル業務基盤の整備により、柔軟な働き方を支援</li> </ul>   |
| AI活用        | <ul style="list-style-type: none"> <li>・商談プロセスにおけるAIの活用</li> <li>・帳票・申請書類のデータ化と分類を自動化し、人手処理工数を削減</li> <li>・作業日報・点検票のAI解析で、現場工数を削減</li> <li>・経営分析とROI評価の可視化を支援</li> </ul> |
| 営業体制強化      | <ul style="list-style-type: none"> <li>・営業活動の「見える化」「標準化」により営業品質の平準化・追客強化を実現</li> <li>・会員情報×接点履歴の統合により、再来店・再査定を促進、商談効率向上</li> </ul>                                       |

## 収益力と顧客満足を両立する業務プロセスの進化

| 施策区分       | 取り組み内容・効果                                                                                                                            |
|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| オンライン商談の拡充 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・非対面での査定～成約が可能な仕組みを導入</li> <li>・エリアトライアルを7月より実施予定</li> <li>・遠隔地の仕入強化で物量確保・リードタイム短縮</li> </ul> |

資本コストや株価を意識した経営を実践すべく、  
重要な指標の一つとしてROEを捉え、持続的な企業価値向上を目指す

## ROEの向上：FY2027 12%以上



# 【参考資料】 会社概要等

|          |                                                                                                                                                                |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 会社名      | 株式会社バイク王 & カンパニー                                                                                                                                               |
| 本社所在地    | 〒154-0023 東京都世田谷区若林3-15-4                                                                                                                                      |
| 事業内容     | バイクライフのあらゆるサービスと、バイクにつながる周辺事業を展開し、バイクライフを超えたライフデザイン企業                                                                                                          |
| 設立       | 1998年 9 月（創業1994年 9 月）                                                                                                                                         |
| 決算期      | 11月                                                                                                                                                            |
| 資本金（連結）  | 590百万円（FY2025 2Q）                                                                                                                                              |
| 売上高（連結）  | 33,965百万円（FY2024）                                                                                                                                              |
| 従業員数（連結） | 1,037名（FY2025 2Q）                                                                                                                                              |
| 証券コード    | 3377 東京証券取引所スタンダード市場                                                                                                                                           |
| 役員       | <div>代表取締役 CEO</div> <div>取締役 CVO founder</div> <div>取締役 COO</div> <div>取締役 CFO</div> <div>取締役 常勤監査等委員</div> <div>取締役 監査等委員（社外）</div> <div>取締役 監査等委員（社外）</div> |
|          | <div>澤 篤史</div> <div>加藤 義博</div> <div>小宮 謙一</div> <div>大谷 真樹</div> <div>上沢 徹二</div> <div>三上 純昭</div> <div>森 順子</div>                                           |

|       |     |                                                                 |
|-------|-----|-----------------------------------------------------------------|
| 1994年 | 9月  | 前身となるメジャーオート(有)を設立                                              |
| 1998年 | 9月  | (株)アイケイコーポレーションを設立（現 当社）その後、グループ会社を順次統合                         |
| 2002年 | 12月 | 「バイク王」として看板を備えた初のロードサイド店舗を出店                                    |
| 2004年 | 2月  | バイク王のテレビCMの放映を開始                                                |
| 2005年 | 3月  | 独自の基幹システム「i-kiss」が本格稼働                                          |
|       | 6月  | ジャスダック証券取引所に上場                                                  |
| 2006年 | 3月  | 駐車場事業を営む(株)パーク王を設立（2012年当社に吸収合併）                                |
|       | 8月  | 東京証券取引所市場第二部に上場                                                 |
| 2009年 | 8月  | バイク買取専門店「バイク王」100店舗を達成                                          |
| 2010年 | 12月 | 決算期の変更（8月⇒11月）                                                  |
| 2011年 | 3月  | (株)ユー・エス・エスおよび(株)ジャパンバイクオークションとバイクオークション事業に関する業務・資本提携を開始        |
|       | 4月  | 「(株)ジャパンバイクオークション」の株式取得（当社出資比率：30.0%、現在33.5%）により、同社を関連会社化       |
| 2012年 | 9月  | 商号変更（旧社名：(株)アイケイコーポレーション）                                       |
| 2014年 | 2月  | 東京都港区に本店を移転                                                     |
| 2016年 | 1月  | ロゴマークを統一し刷新                                                     |
|       | 11月 | (株)G-7ホールディングスと資本業務提携を締結                                        |
| 2017年 | 2月  | 監査役会設置会社から監査等委員会設置会社へ移行                                         |
|       | 11月 | 駐車場事業を新設分割と株式譲渡の方法により譲渡                                         |
| 2019年 | 12月 | 「株式会社ヤマト」の株式取得（当社出資比率：100.0%）により、同社を完全子会社                       |
| 2020年 | 11月 | 受付業務の停止リスクを分散するため、「第三コンタクトセンター」を新設                              |
| 2021年 | 4月  | 車両とその用品・部品を取り扱うECサイトを営む子会社「株式会社バイク王ダイレクト」を設立（2023年12月当社に吸収合併）   |
| 2022年 | 4月  | FCおよび業務提携による新規事業の開発と運営を担う子会社「株式会社ライフ＆カンパニー」を設立（2023年12月当社に吸収合併） |
|       | 12月 | 「株式会社オズ・プロジェクト」の株式取得（当社出資比率：100.0%）により、同社を完全子会社化                |
| 2023年 | 7月  | 「株式会社東洋モーターインターナショナル」の株式取得（当社出資比率：100.0%）により、同社を完全子会社化          |
|       | 8月  | 東京都世田谷区に本店を移転                                                   |
| 2024年 | 12月 | 代表取締役の異動とともにチーフオフィサー(CxO)制度を導入し、経営体制を変更                         |

# 全国に広がるバイク王 & カンパニーのビジネスネットワーク

(2025年7月4日現在)

## ■ 本社

■ 店舗数 86店舗  
 内) バイク事業店舗数：76店舗  
 その他事業店舗数：10店舗

- コンタクトセンター〈さいたま〉
- 第二コンタクトセンター〈秋田〉
- 第三コンタクトセンター〈山口〉

- 横浜物流センター
- 神戸物流センター
- 寝屋川物流センター

|           | バイク事業 | その他事業 |
|-----------|-------|-------|
| 北海道・東北エリア | 6     | 1     |
| 甲信・北陸エリア  | 4     | —     |
| 関東エリア     | 31    | 6     |
| 東海エリア     | 9     | —     |
| 近畿エリア     | 13    | —     |
| 中国・四国エリア  | 5     | —     |
| 九州・沖縄エリア  | 8     | 3     |

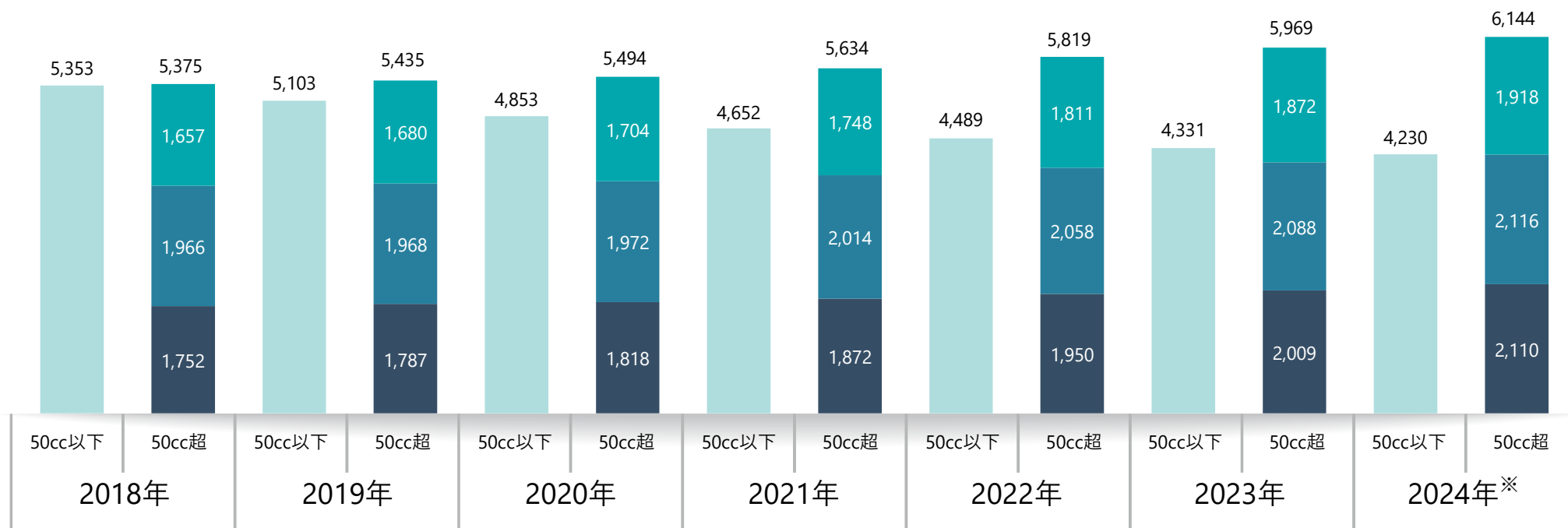
(単位：店舗)

## 保有台数の推移

当社の主力仕入とする高市場価値車両である  
原付二種以上は前年を上回る

- 原付一種（～50cc）
- 原付二種（51cc～125cc）
- 軽二輪（126cc～250cc）
- 小型二輪（251cc～）

（単位：千台）



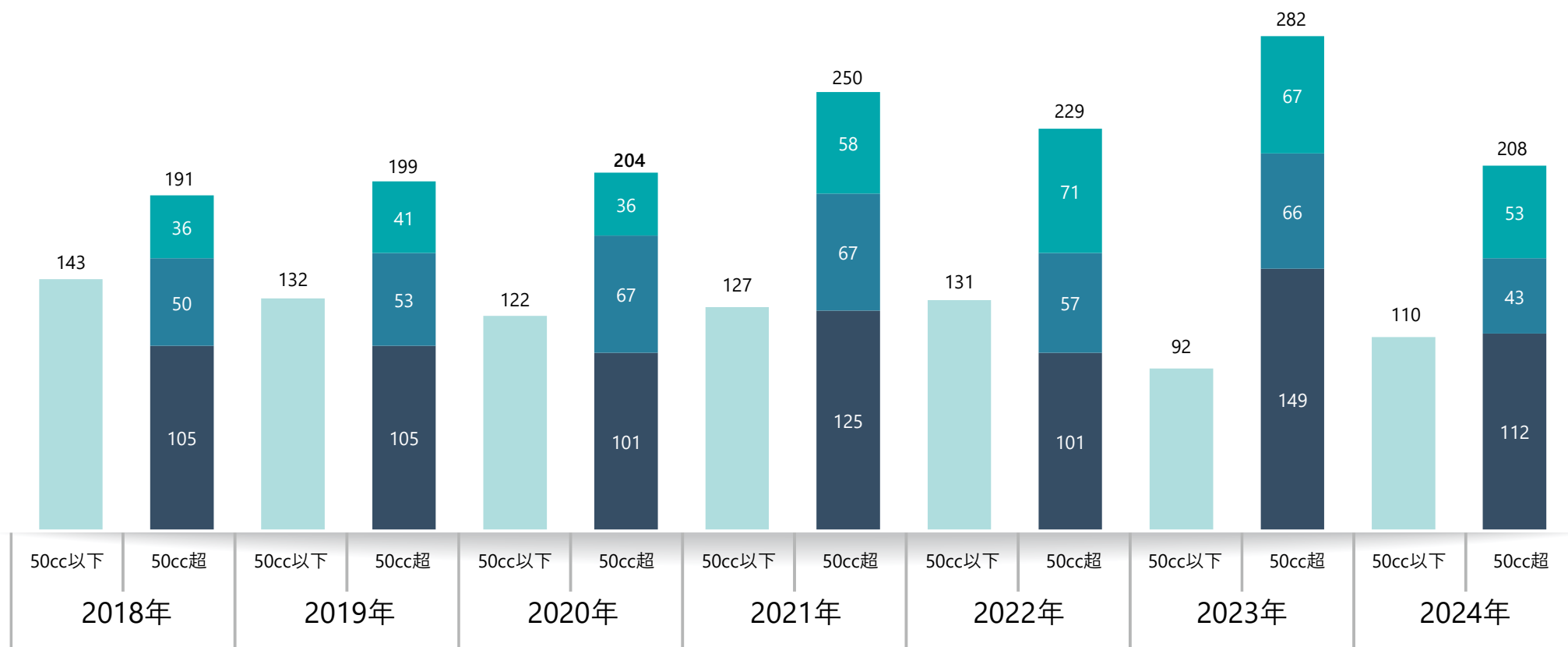
出典：一般社団法人日本自動車工業会／各年3月末日ベース  
※出典：(株)二輪車新聞社／各年3月末日ベース／原付一種・二種は推定値

## 新車販売（出荷）台数の推移

当社の主力仕入とする高市場価値車種である  
原付二種以上は前年を下回る

- 原付一種（～50cc）
- 原付二種（51cc～125cc）
- 軽二輪（126cc～250cc）
- 小型二輪（251cc～）

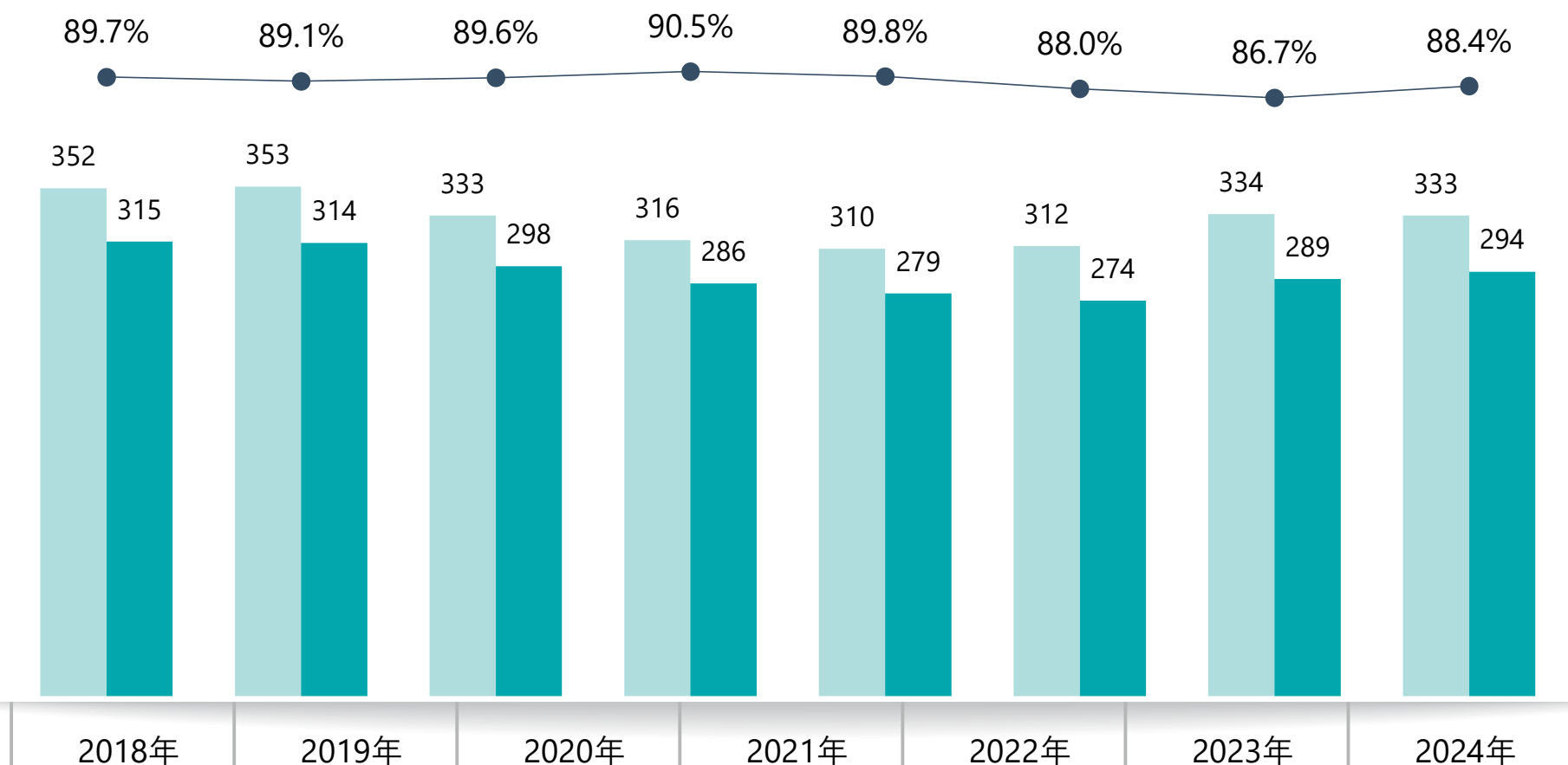
（単位：千台）



出典：一般社団法人日本自動車工業会／暦年ベース

## 当社の主要販売先であるバイクオークション市場の動向

■ 出品台数 ■ 成約台数 ● 成約率  
(単位：千台)

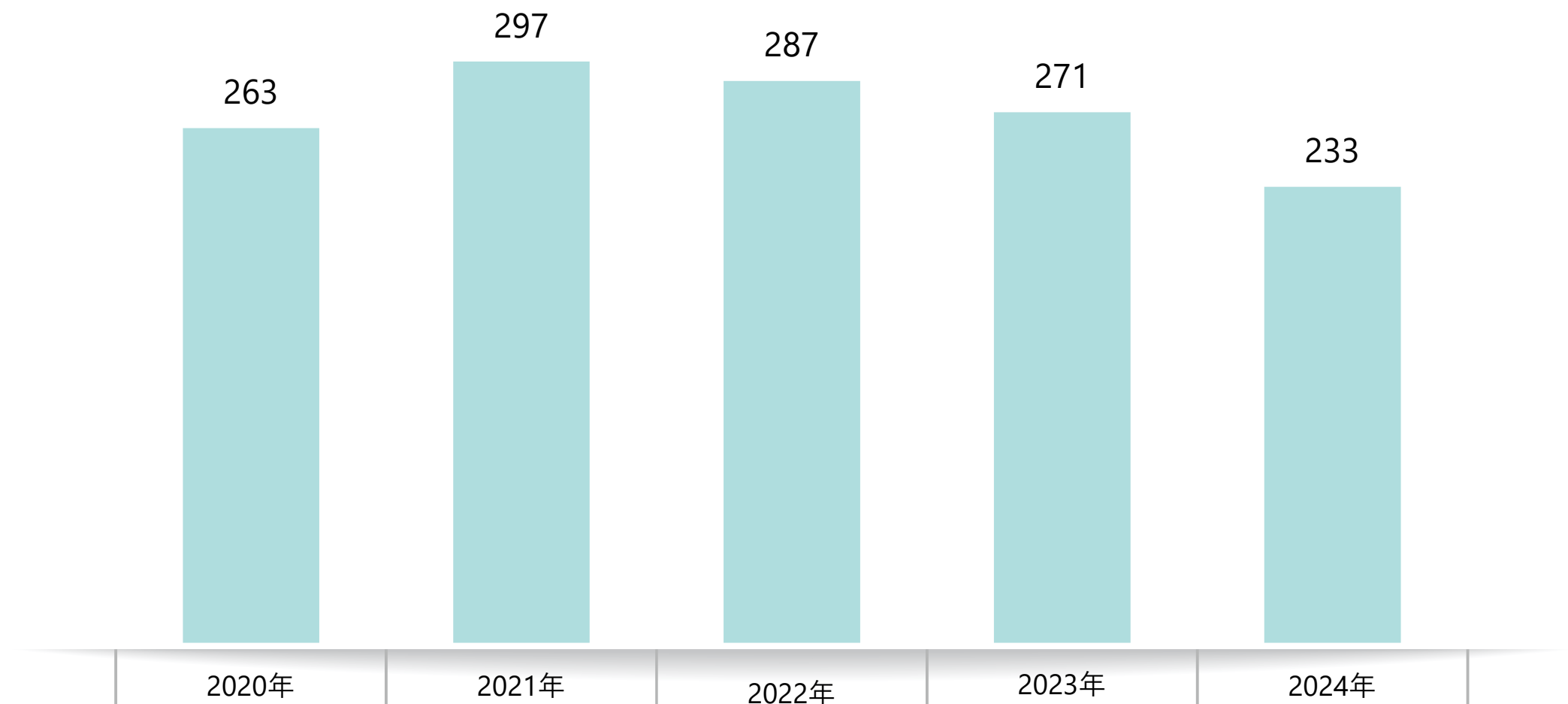


(注) 主なオークションの統計データであり、オークネット社の実績は含まれておりません。出典：(株)二輪車新聞社

### 免許取得者数（普通・大型二輪免許合計）

免許取得者数は、依然として高い推移を維持

（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。

- 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】コーポレート部門IR担当

E-mail : [prir@8190.co.jp](mailto:prir@8190.co.jp)

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