

# 2026年11月期 第2四半期 決算説明資料

バイクのことなら

**BIKE 王**

株式会社バイク王 &カンパニー

2026年7月3日  
証券コード 3377

買取・販売にとどまらず、整備、カスタム、保険、ツーリズムまで。

私たちは、お客様のあらゆるバイク体験をつなぐ、

サーキュラーエコノミーに基づく

「バイクライフの循環プラットフォーム企業」です。



一台のバイクを、次のバイクライフへ

当社のPBRは約0.76倍と1倍を大きく下回っており、企業価値の向上に向けた取り組みにより早期にPBR1倍を達成することが非常に重要であると認識

株価(2026年5月29日終値)

**373円**

PBR

**0.76倍**

=

ROE

**4.8%**

×

PER

**16.1倍**

※FY2025のBPS、EPSをもとに計算

## PBR向上に向けた課題認識

01

### 利益のボラティリティ

当社は四半期ごとの利益変動が激しく、また現在は積極的な投資フェーズであるため、通期業績計画の確度や将来の利益成長に対する見通しが十分に伝わっていないものと認識

戦略投資を通じた収益基盤の強化により、FY2028の目標値である経常利益1,600百万円(FY2025比+93%)、ROE12%(FY2025比+7.2%)を達成する。

02

### 成長期待の醸成

当社は現在「中古バイクの買取・販売会社」として評価されており、将来的な事業成長余地が小さいと考えられていると認識

M&Aや新規事業、協業の推進などにより、「バイクライフの循環プラットフォーム企業」としての成長の道筋を描き、投資家の皆様へ示していく。

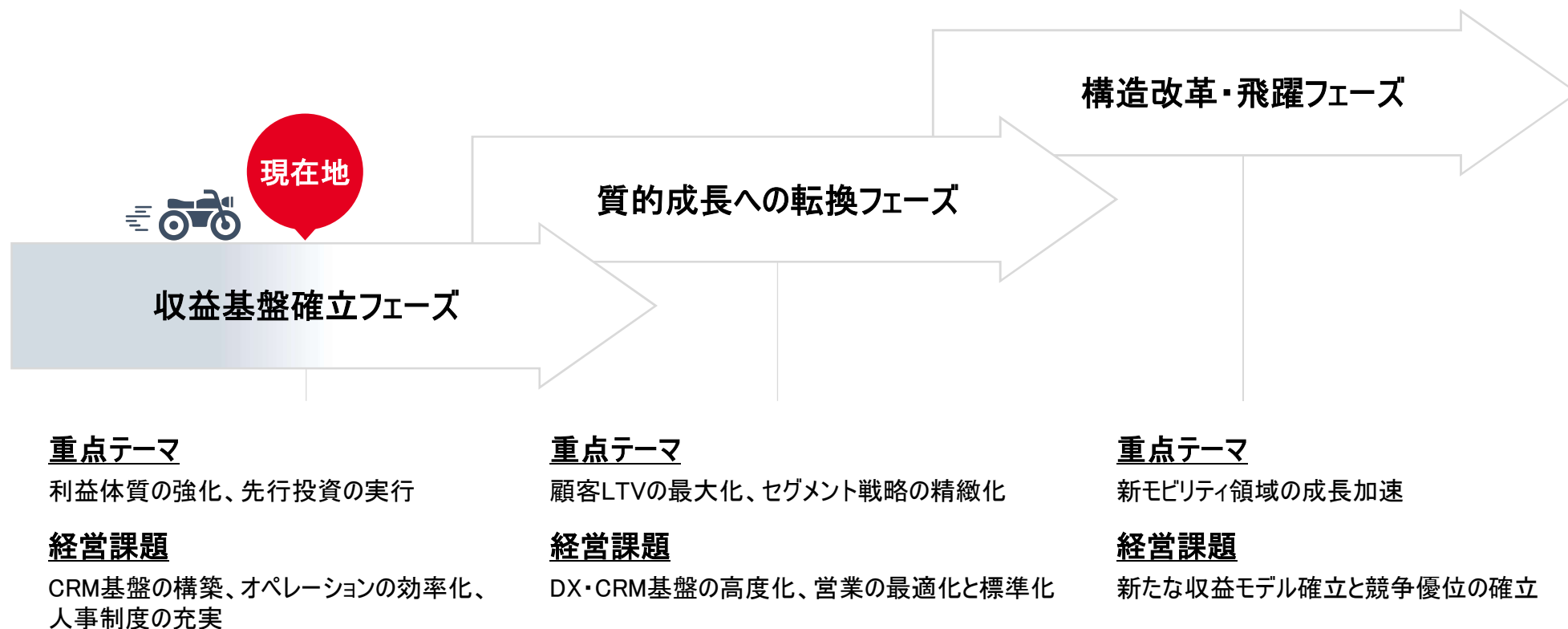
03

### 認知や流動性の不足

投資家に対する認知度が不足しており、流動性の観点からも新規でのエントリーが難しくなっていると認識

配当をはじめとした資本政策を具体化するとともに、IR活動の強化により当社の強みやビジョンについて丁寧に伝えていく。

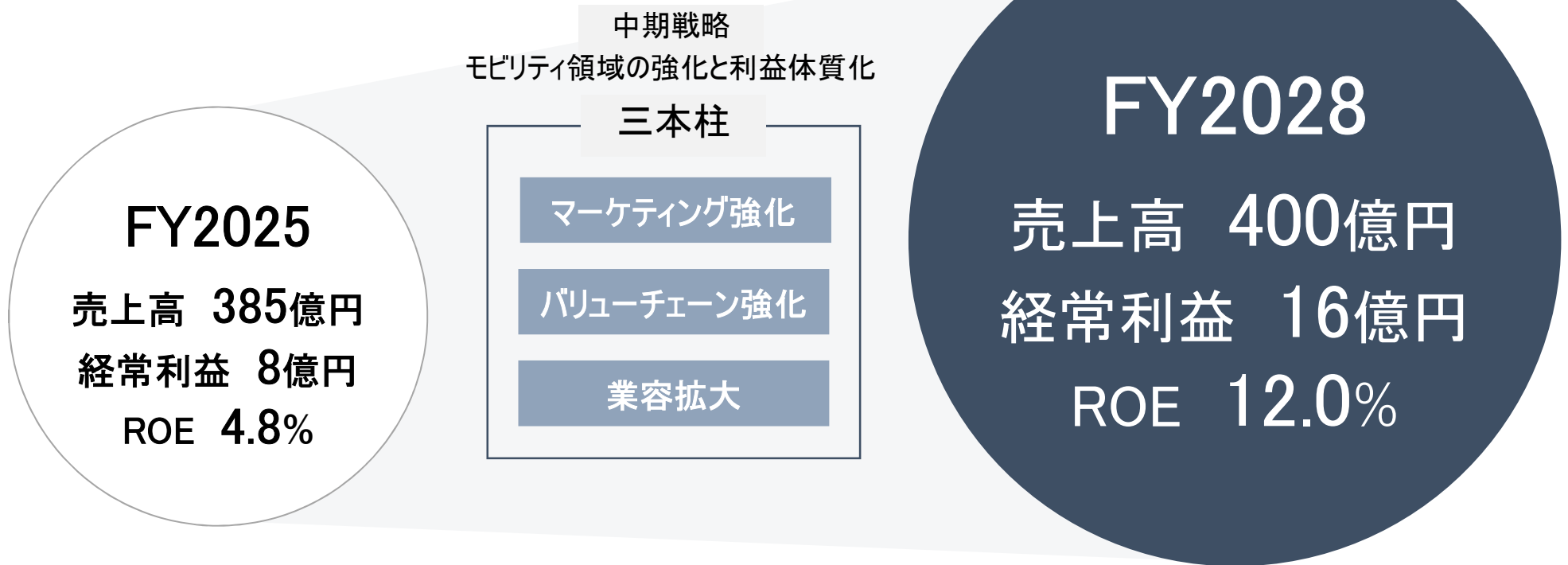
現在は、収益基盤を確立し質的成長への転換を目指すフェーズである



## FY2026の位置づけ

FY2026は、中期ビジョン実現に向けた初年度であり、先行投資期間と位置づけている。利益体質の強化と先行投資を着実に推進し、2年目・3年目の成長につなげていく。

企業価値向上に向け、2028年11月期までの3か年を対象とした中期ビジョンを推進  
中長期的なシェア拡大に向けて、まず3年間においては、  
売上成長以上に収益性の強化を重視



## 中期ビジョンにおいて重視するKPI

1人当たり経常利益

FY2028目標 134万円  
(FY2025実績 80万円)

広告ROI

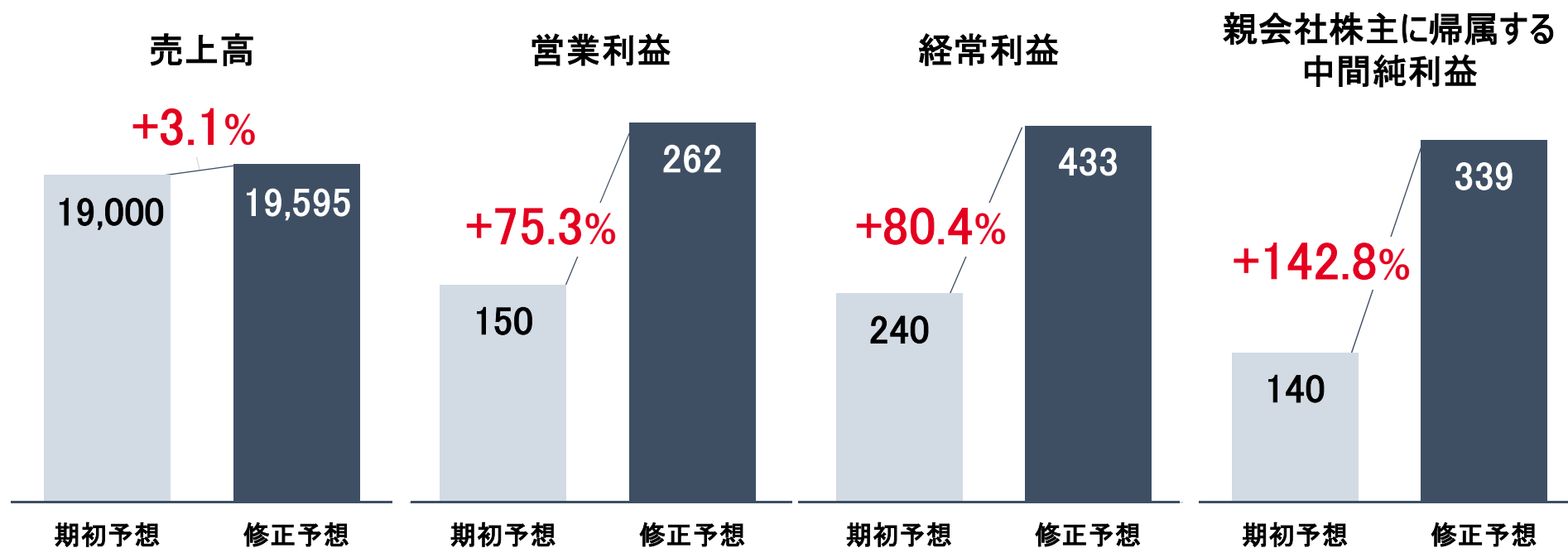
FY2028目標 300%  
(FY2025実績 291%)

配当性向

30%を維持

(2026/6/29付)

FY2026 2Q累計は、先行投資の実施による大幅減益計画だったが、各種施策が着実に成果へ結びつき計画超過。この結果、業績予想も上方修正



## 通期業績予想について

FY2026 通期は、引き続き堅調なオークション相場を背景に、良質な車輛の仕入確保・販売体制の強化に取り組むことで業績は順調に推移することを見込む。一方で、中東情勢の動向に伴う影響など先行き不透明な要素も存在していることを踏まえ、現時点では前回発表の通期業績予想値を据え置く。

## 目次

- 1 2026年11月期 第2四半期 業績概況 p.8
- 2 2026年11月期 第2四半期 取り組みの進捗 p.18
- 3 2026年11月期 通期見通し p.23
- 4 中期ビジョンと中長期の成長シナリオ p.29
- 5 Q&A p.35
- 6 【参考資料】会社概要等 p.38

## 目次

- 1 2026年11月期 第2四半期 業績概況 p.8
- 2 2026年11月期 第2四半期 取り組みの進捗 p.18
- 3 2026年11月期 通期見通し p.23
- 4 中期ビジョンと中長期の成長シナリオ p.29
- 5 Q&A p.35
- 6 【参考資料】会社概要等 p.38

(百万円)	FY2025 2Q	バイク王& カンパニー	東洋モーター インターナショナル	連結調整	FY2026 2Q	利益率	前年同期比
売上高	18,671	19,193	402	▲0	19,595	—	4.9%増 923
売上総利益	6,415	6,580	113	▲0	6,692	34.2%	4.3%増 277
営業利益	320	266	8	▲11	262	1.3%	18.0%減 ▲57
経常利益	431	363	7	62	433	2.2%	0.3%増 1
親会社株主に帰属 する中間純利益	185	273	4	62	339	1.7%	83.0%増 154

戦略投資を着実に推進した結果、各施策の成果が顕在化し、**収益基盤の強化と収益性向上が進展**

売上高：増収 売上総利益：増益

- バイク事業における販売台数は、リテールが堅調に推移した一方、ホールセールが減少したことにより前年同期比0.5%減  
 車両売上単価(一台当たりの売上高)は、**ホールセールの寄与により前年同期比6.8%増と大幅に伸張**

営業利益：減益 経常利益以降の各段階利益：増益

- 売上高の伸長により売上総利益は前年同期比で増加したものの、マーケティング投資の実行により営業利益は前年同期比で減少。一方、持分法投資利益ならびにリテール好調によるクレジット手数料の増加により経常利益以降は増益

(百万円)	FY2025 2Q	FY2026 2Q	前年同期比		売上高構成比	
					FY2025 2Q	FY2026 2Q
売上高	18,671	19,595	4.9%増	923	100.0%	100.0%
(内訳)	ホールセール	10,350	6.4%増	659	55.4%	56.2%
	リテール	6,879	6.2%増	425	36.8%	37.3%
	その他	1,442	1,282	11.2%減	▲161	7.8%

## ■ホールセール: 増収

- 内訳は、台数要因▲265百万円、単価要因924百万円
- 販売台数は、リテール向けの在庫確保を優先したことにより前年同期比2.6%減
- 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9.2%増**

## ■リテール: 増収

- 内訳は、台数要因458百万円、単価要因▲32百万円
- 販売台数は、**在庫管理体制の高度化による在庫回転率の向上、商談プロセスの改善など販売体制の強化に取り組んだことにより前年同期比6.7%増**
- 車両売上単価は、原付一種の構成比上昇等の影響により前年同期比0.4%減

## ■その他: 減収

海外における販売台数が減少したことによる影響

# 売上総利益増減要因

(百万円)	FY2025 2Q	増減要因				FY2026 2Q
		台数	単価	その他	合計	
売上総利益	6,415	86	153	37	277	6,692
(内訳)	ホールセール	-	▲100	202	102	-
	リテール	-	186	▲49	137	-
	その他	-	-	-	37	-

## ■ホールセール: 増益

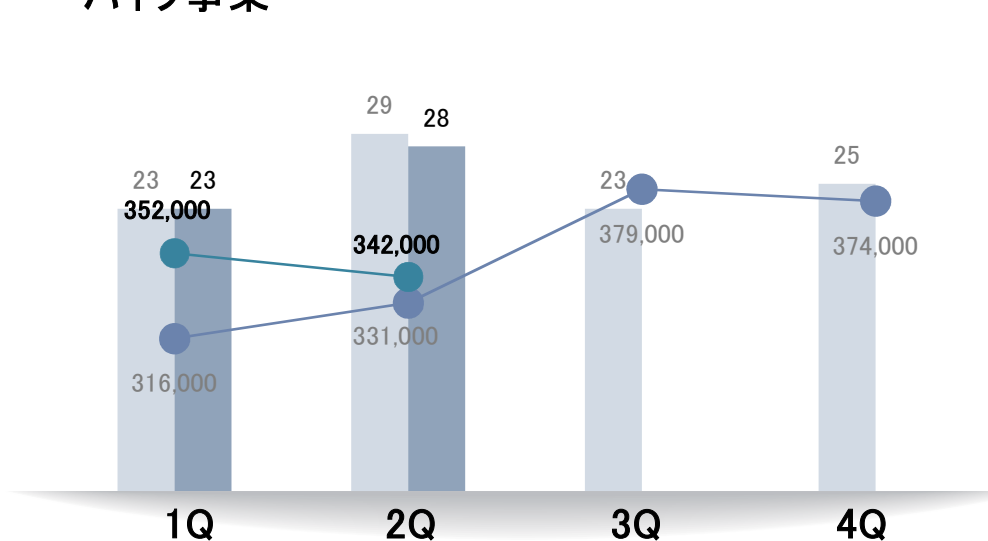
- (台数要因) リテール向けの在庫確保を優先したことにより販売台数が減少し▲100百万円の減益
- (単価要因) **課題であった原価率の改善が進んだことにより、平均粗利額(一台当たりの粗利額)が増加し202百万円の増益**

## ■リテール: 増益

- (台数要因) **在庫管理体制の高度化による在庫回転率の向上、商談プロセスの改善など販売体制の強化に取り組んだことにより、186百万円の増益**
- (単価要因) 原付一種の構成比上昇等の影響により平均粗利額はやや減少し、▲49百万円の減益

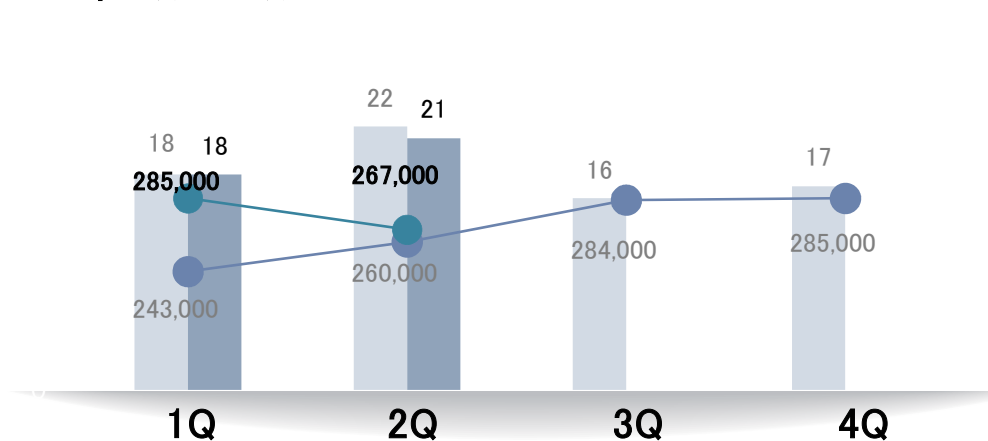
# セグメントの状況

販売台数は、リテールが堅調に推移した一方、ホールセールが減少  
 ホールセールおよびリテールの双方において、車両売上単価は堅調に推移  
 バイク事業

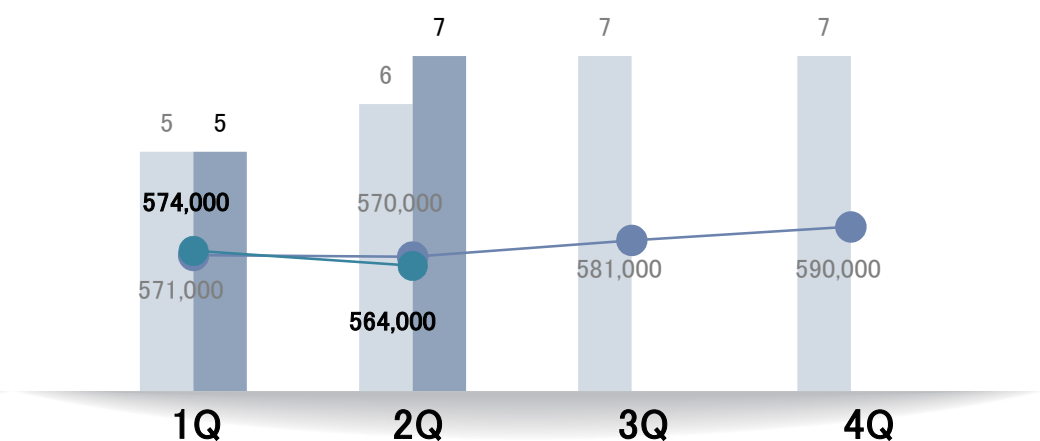


- FY2025 販売台数(単位:千台)
- FY2026 販売台数(単位:千台)
- FY2025 車両売上単価(単位:円)
- FY2026 車両売上単価(単位:円)

## ホールセール

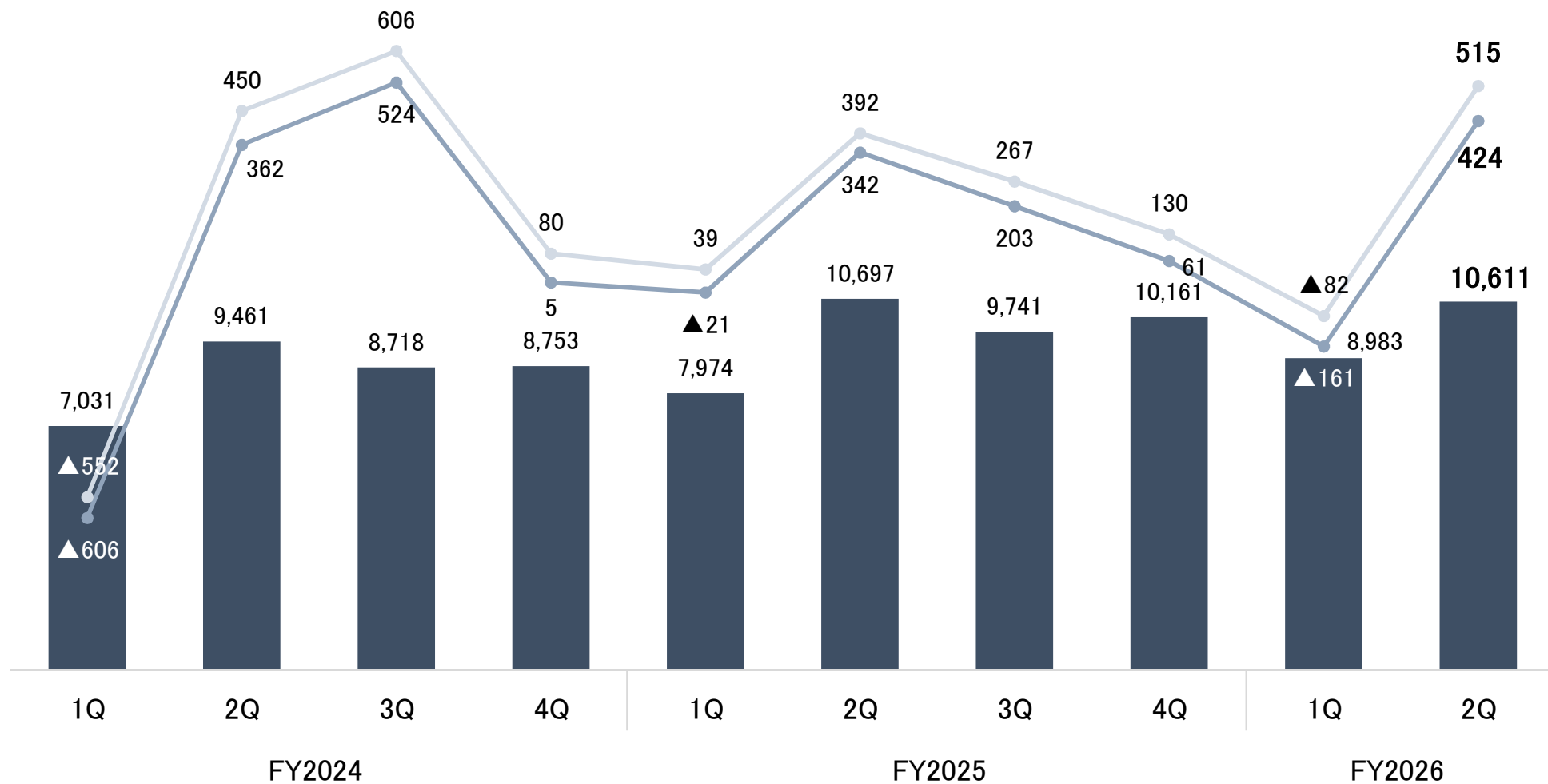


## リテール



# 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)



# 販売費及び一般管理費増減要因

(百万円)	FY2025 2Q	FY2026 2Q	前年同期比	
販売費及び一般管理費	6,094	6,429	5.5%増	335
販売費	2,129	2,396	12.6%増	267
人件費	2,223	2,351	5.8%増	128
管理費	1,741	1,681	3.5%減	▲60

■販売費:増加

- マーケティング投資の実行にともない、TVCMの投下を計画通りに実施したことによる増加

■人件費:増加

- 給料手当ならびに引当関連費用の増加

■管理費:減少

- 基幹システムの償却期間満了によるソフトウェア償却費の減少

## 成長戦略における主要KPIおよび店舗・人財

	FY2025 2Q	FY2026 2Q	前年同期比差異
売上総利益率	34.4%	34.2%	▲0.2%
営業利益率	1.7%	1.3%	▲0.4%
経常利益率	2.3%	2.2%	▲0.1%
ROE	2.8%	4.7%	1.9%
店舗数 <small>FY2025:期末時点 FY2026:7月3日時点</small>	85	85	0
内)バイク事業店数	76	77	1
その他事業店数	9	8	▲1
従業員数 <small>(派遣社員・パートタイマー除く)</small>	1,037	1,031	▲6
リテール台数比率	22.7%	24.4%	1.7%

### ■各段階利益率

- 戦略投資を推進する中で、買取成約率や粗利率の改善など収益基盤強化の成果が表れ、各段階利益率はFY2026 1Qから改善

### ■店舗数

- 新規出店(2店舗)により、リテール車両の展示台数が前期末比約200台増加
- その他事業店舗数は、アップガレージライダーズ、e-bikeなどの店舗

# 貸借対照表

## 〈資産の部〉

(単位:百万円)

	FY2025	FY2026 2Q	増減額
<b>流動資産合計</b>	9,761	10,271	509
現金及び預金	2,054	3,198	1,143
売掛金	452	541	88
商品	6,756	6,080	▲676
その他	497	450	▲47
<b>固定資産合計</b>	3,282	3,400	117
有形固定資産	1,358	1,381	22
無形固定資産	308	274	▲34
投資その他の資産	1,614	1,744	129

## 〈負債・純資産の部〉

(単位:百万円)

	FY2025	FY2026 2Q	増減額
<b>流動負債合計</b>	4,622	5,042	419
買掛金	487	516	28
短期借入金	1,200	1,200	0
1年内長期借入金	258	215	▲42
前受金	1,141	1,191	50
その他	1,535	1,918	383
<b>固定負債合計</b>	1,403	1,304	▲99
長期借入金	602	507	▲95
その他	801	797	▲3
<b>負債合計</b>	6,026	6,346	320
<b>純資産合計</b>	7,017	7,324	307

<b>資産合計</b>	13,043	13,671	627
-------------	--------	--------	-----

<b>負債純資産合計</b>	13,043	13,671	627
----------------	--------	--------	-----

### 資産の部

- **流動資産** : ホールセールならびにリテール好調による現金及び預金の増加  
1Qから商品台数は回復したものの、在庫最適化にともない原付一種の構成比が上昇し、在庫単価が低下したことによる商品の減少
- **投資その他の資産** : 関係会社の業績好調における持分法投資損益ならびに合弁会社「RIDE & LINK株式会社」設立による投資有価証券の増加

### 負債・純資産の部

- **流動負債** : マーケティング投資における未払金ならびに業績好調による賞与引当金によるその他の増加
- **純資産** : 利益剰余金の増加(当期利益、配当金の支払)

(単位:百万円)

	FY2025 2Q	FY2026 2Q
営業キャッシュ・フロー	▲ 308	1,701
投資キャッシュ・フロー	▲ 231	▲ 343
フリーキャッシュ・フロー	▲ 540	1,358
財務キャッシュ・フロー	126	▲ 214
現金及び現金同等物に係る換算差額	0	0
現金及び現金同等物の増減額(▲は減少)	▲ 414	1,143
現金及び現金同等物の期末残高	1,656	3,198

■ 営業キャッシュ・フロー

- ホールセールならびにリテール好調に加え、在庫最適化にともない商品が減少したことにより1,701百万円の増加

■ 投資キャッシュ・フロー

- 店舗移転ならびに店舗設備充実にとまなう有形固定資産の取得による支出に加え、合併会社「RIDE & LINK株式会社」設立による投資有価証券および関係会社貸付金の増加により343百万円の減少

■ 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ことにより214百万円の減少

## 目次

- 1 2026年11月期 第2四半期 業績概況 p.8
- 2 2026年11月期 第2四半期 取り組みの進捗 p.18
- 3 2026年11月期 通期見通し p.23
- 4 中期ビジョンと中長期の成長シナリオ p.29
- 5 Q&A p.35
- 6 【参考資料】会社概要等 p.38

「バイクライフの循環プラットフォーム企業」として企業価値をさらに高めていくために、マーケティング(顧客接点拡大)、システム(営業DX)、人財教育(営業力強化)の3点を戦略的な投資分野と設定



戦略投資を通じて**顧客接点拡大 × 営業力強化 × 生産性向上**を実現し、持続的な売上成長と収益力向上を目指す

持続的な企業価値向上と中長期的な成長の実現に向けて、以下の3つの戦略的投資分野に注力

投資分野	背景	戦略	効果	
①マーケティング投資	ブランドプレゼンスの向上と訴求力強化	競争が激化する市場環境下での差別化と、若年層を含む新規顧客の獲得が重要	「マーケティング・ブランディング」の強化を通じて、認知度向上とエンゲージメント向上を目指す	広告ROIの維持 仕入・販売台数の確保
②システム投資	業務効率化と顧客体験の向上	デジタル化の波に乗り、業務の効率性とサービス品質の向上が必要	基幹業務システムの刷新やデータドリブンな意思決定を支えるIT投資を推進する	当社サービス利用促進 営業生産性の向上
③人財教育投資	組織力強化と人財の長期的成長	人財の確保と育成は企業成長の根幹	「人財の採用強化」「人事制度の見直し」「コース別育成プログラム」により、全社的なスキルアップを図る	営業力の向上 一人当たり経常利益の増加

持続的な企業価値向上と中長期的な成長の実現に向けて、以下の3つの戦略的投資分野に注力

投資分野		2026年11月期第2四半期 主な進捗
①マーケティング投資	ブランドプレゼンスの向上と訴求力強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>「バリバリ伝説」IPを活用したTVCM、交通広告、PR施策を展開</li> <li>ゼネラルCPを活用し、申込件数の拡大を推進</li> <li>広告運用の内製化および運用改善を実施</li> </ul> <p>→これらの取り組みにより、顧客接点の拡大と申込獲得の強化を実現</p>
②システム投資	業務効率化と顧客体験の向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>買取証明書の電子化を全店舗へ展開</li> <li>顧客接点・営業活動を一元管理するシステムを導入</li> <li>全社員の情報デバイス刷新およびコミュニケーションツールを導入</li> <li>データ活用基盤の整備を推進</li> </ul> <p>→これらの取り組みにより、業務効率化と情報共有の迅速化を推進</p>
③人財教育投資	組織力強化と人財の長期的成長	<ul style="list-style-type: none"> <li>AI・データ活用による営業活動の可視化</li> <li>標準化を推進・AIロールプレイングを活用した営業教育体制を構築</li> <li>営業スキルに見える化および評価制度(Tier区分)を導入</li> <li>チーム制導入および情報共有強化により組織運営を改善</li> </ul> <p>→これらの取り組みにより、買取成約率・粗利率が改善傾向となり、営業品質および収益性向上に向けた組織基盤を強化</p>

プレミアグループ株式会社との合併会社「RIDE & LINK」が本格稼働。モビリティ業界の課題解決に向け、「二輪事業者向けプラットフォーム」と「四輪・二輪の複合型検証店舗」をスタート(5/15)

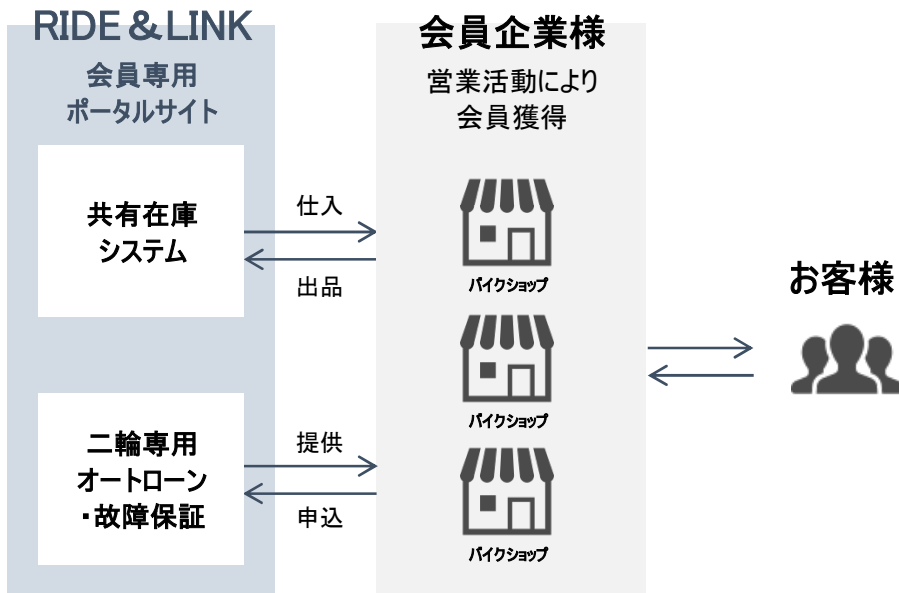
## 二輪事業者向け会員事業の開始

二輪販売事業者向けに、会員事業「バイクプレミアクラブ Supported byカープレミア」を展開。在庫流通を支援する共有在庫プラットフォームの提供に加え、保証・ファイナンスなどの販売に不可欠なサービスをワンストップで提供することで、会員事業者の運営をDXも含めて幅広く支援する。

## CX向上を目的とした検証店舗のオープン

四輪・二輪を取り扱い、顧客体験の高度化を目的とした検証店舗「カープレミア西東京店」を、東京福生市にオープン。これからの時代に求められる「接客・保証説明・金融提案」のあり方をDXも含めて開発・検証し、初めて中古車・中古バイクを購入する方でも、安心して比較・検討できる環境の提供を目指す。

## 二輪会員事業サービスの全体像



## 目次

- 1 2026年11月期 第2四半期 業績概況 p.8
- 2 2026年11月期 第2四半期 取り組みの進捗 p.18
- 3 2026年11月期 通期見通し p.23
- 4 中期ビジョンと中長期の成長シナリオ p.29
- 5 Q&A p.35
- 6 【参考資料】会社概要等 p.38

収益基盤確立フェーズとして中期戦略を具体的に落とし込み、実行に移す最初の年と位置づける

## 重点施策

売上より利益成長を重視

台数拡大＜利益最適化  
既存顧客重視・収益性重視のチャネル選定

一人当たり経常利益の最大化

人数増加ではなく、営業力と生産性の強化  
データ活用による営業リソース配分の最適化

戦略的な投資実行

マーケティング

ブランドプレゼンス向上と訴求力強化

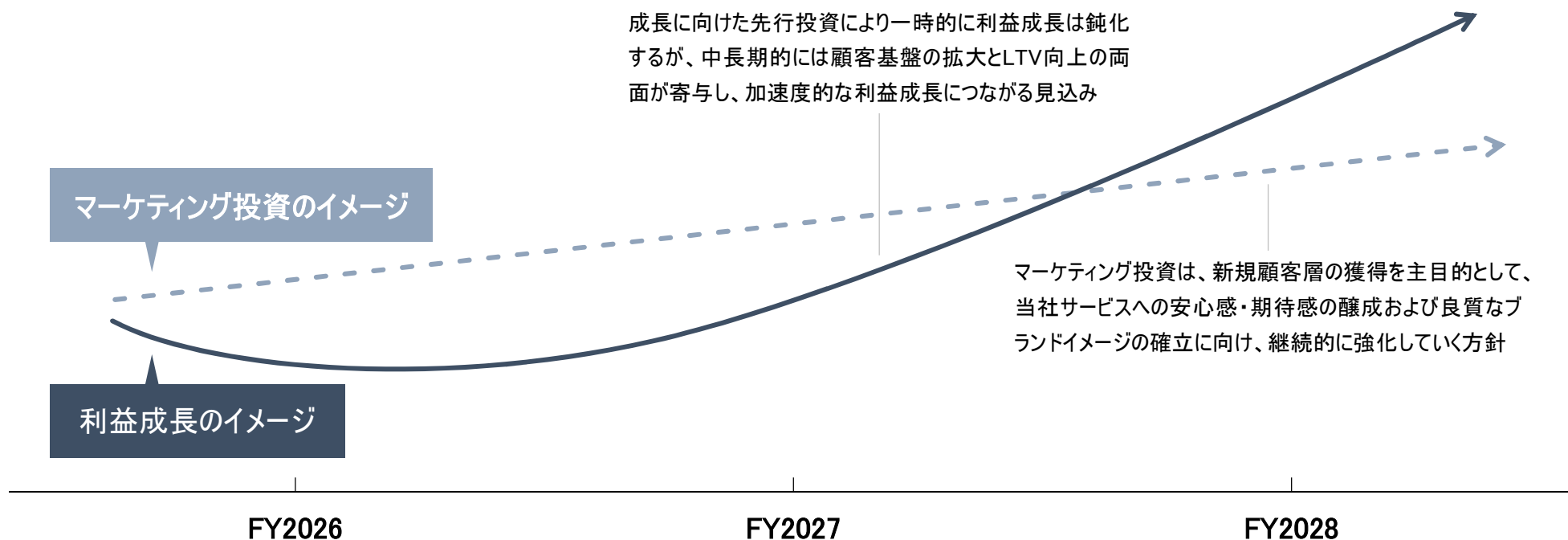
システム

DX・CRM基盤整備、社内インフラの強化

教育

階層別研修体系構築、営業・整備力の底上げ

売上拡大よりも**利益成長と効率性の向上を重視**し、収益性の高い顧客・チャネルへの集中を進めるため、FY2026 1Qはマーケティング投資を強化



## FY2026-2027

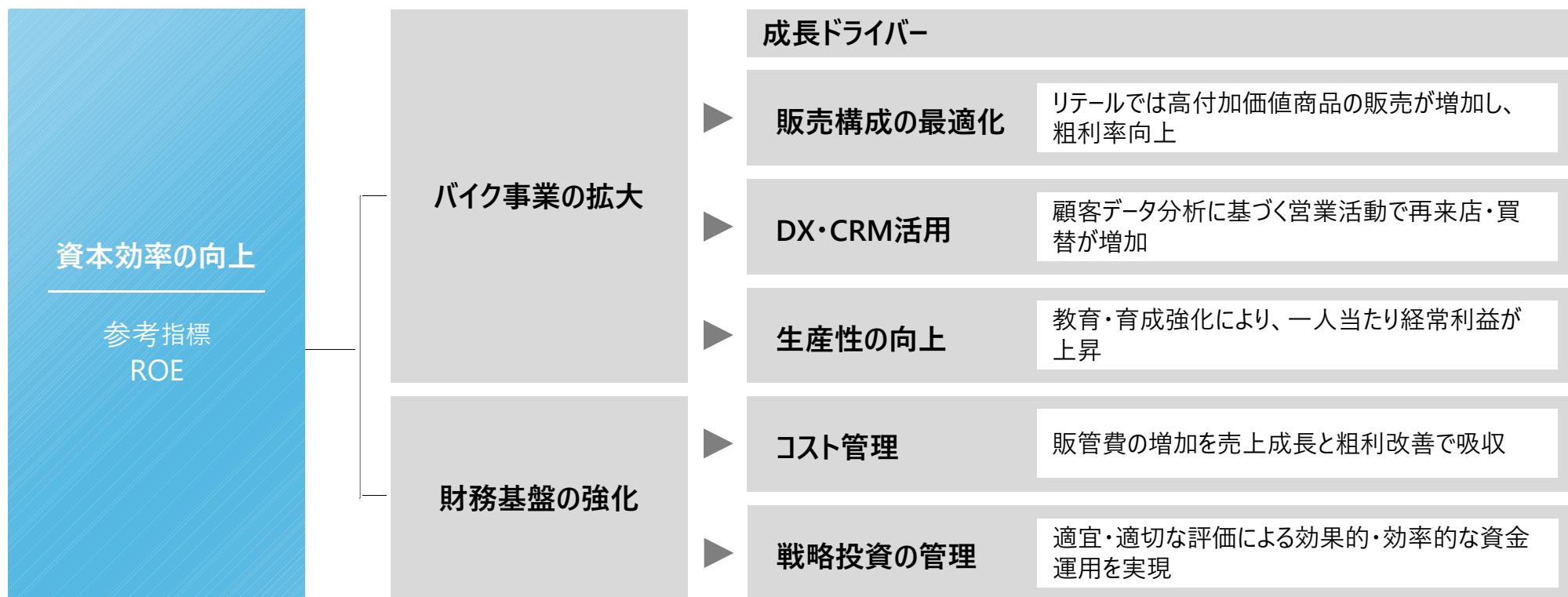
マーケティング投資を強化（先行投資の実行）

- ターゲット層の拡大を図り、マーケティング投資を増額
- 積極的な投資を行いながらも広告ROIを重視

## FY2027-2028

顧客拡大とLTV長期化により利益成長を実現

- 先行投資の成果が表れ利益成長のフェーズへと移行
- 新規顧客獲得を目的にマーケティング投資は継続



## 前期との主要な変化

FY2025

FY2026

経営スタンス

守り（コスト最適化）

攻めと効率の両立

投資テーマ

抑制的

広告・DX・人財への戦略投資

成長指標

売上中心

利益率・生産性中心

顧客戦略

新規中心

既存顧客・リピート重視

# 通期連結業績予想

(単位：百万円)

	FY2025 実績	FY2026 今回予想	増減額	増減率 (%)
売上高	38,574	38,700	125	0.3
営業利益	585	710	124	21.2
経常利益	829	910	80	9.7
経常利益率(%)	2.2	2.4	0.2	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	327	570	242	74.2
1株当たり年間配当金(円)	11.0	11.0	—	—
配当性向(%)	47.6	27.6	—	—
1株当たり当期純利益(円)	23.10	39.92	16.82	72.81

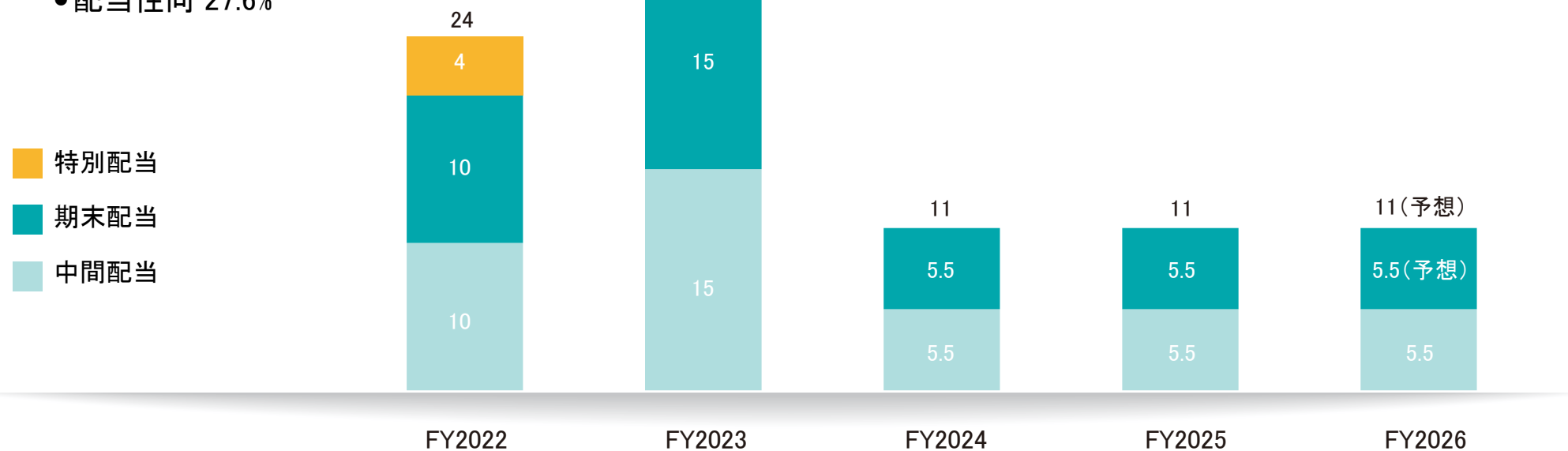
## 基本方針

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

FY2026はFY2025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 27.6%



1株当たり年間配当金	24円	30円	11円	11円	11円(予想)
配当性向	21.6%	-	82.0%	47.6%	27.6%
1株当たり当期純利益	110.99円	▲7.93円	13.41円	23.10円	39.92円

## 目次

- 1 2026年11月期 第2四半期 業績概況 p.8
- 2 2026年11月期 第2四半期 取り組みの進捗 p.18
- 3 2026年11月期 通期見通し p.23
- 4 中期ビジョンと中長期の成長シナリオ p.29
- 5 Q&A p.35
- 6 【参考資料】会社概要等 p.38

2025年12月1日よりバイク王グループは新しい理念体系へ移行いたしました

## 趣旨

環境変化に柔軟かつ迅速に対応する“アジャイル経営”を推進すべく、時代に即した新たな理念体系とするため

## 新・理念体系

### 企業理念

常識を壊し、新たな価値と感動を生む。

### 事業ビジョン

進むすべての道で、No.1に挑み続ける。

### FIVE DRIVEs(コアバリュー)

～夢・信念・行動・勇気・誠実～

### 行動指針

- 夢** 未来の自分のために夢を持ち、必ず叶うと信じろ。  
信じ続けることで、その想いは信念となる。
- 信念** 周囲に流されるな。信じる道を行け。  
その決意と覚悟が、未来を変える行動の源泉となる。
- 行動** 迷い、悩むのなら、一歩踏み出せ。  
前を向き自ら踏み出すその一歩が、勇気を宿す。
- 勇気** 失敗を恐れるな。敢然な挑戦者であれ。  
挑み続けることで新たな夢が描かれ、人生に輝きを灯す。
- 誠実** 見えないところまで誠意を尽くせ。  
お客様、そして仲間に寄り添うことで生まれる感動が人を磨く。

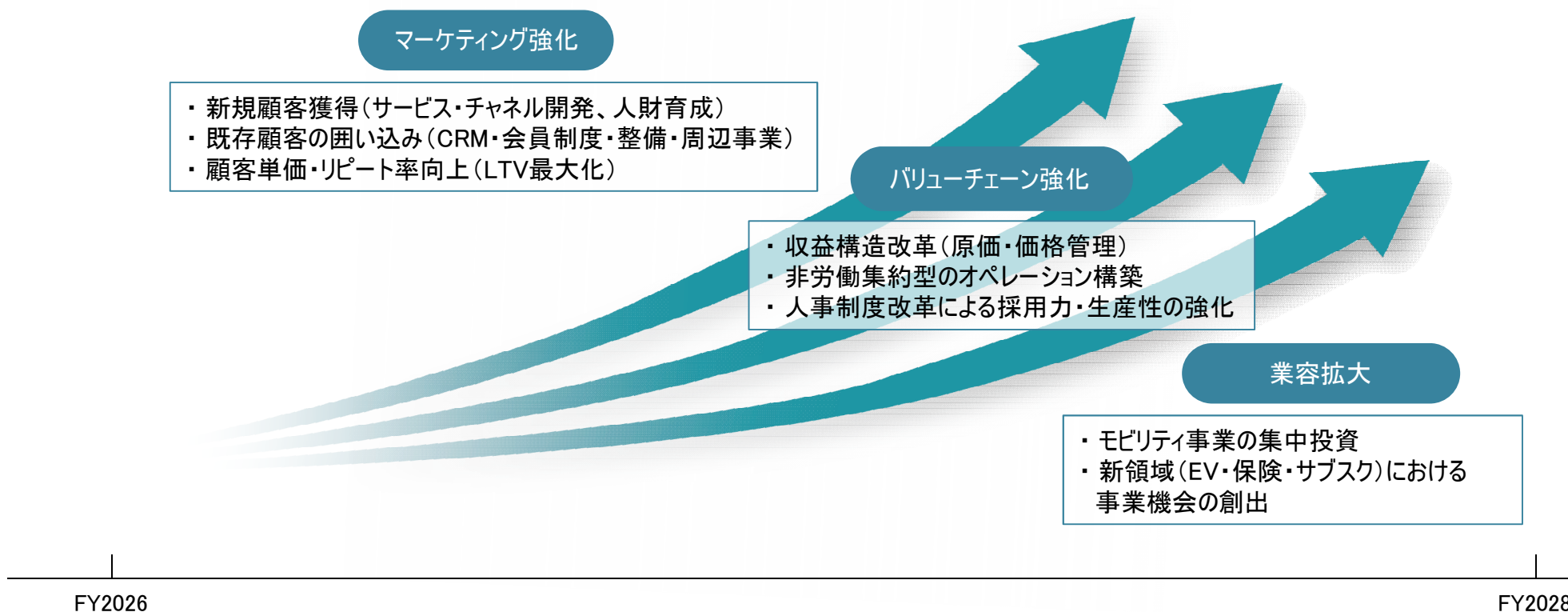
**バイク王&カンパニーは、同じ志を持つ仲間がともに成長し、一つの夢を追いかける集団である。**

## 経営環境

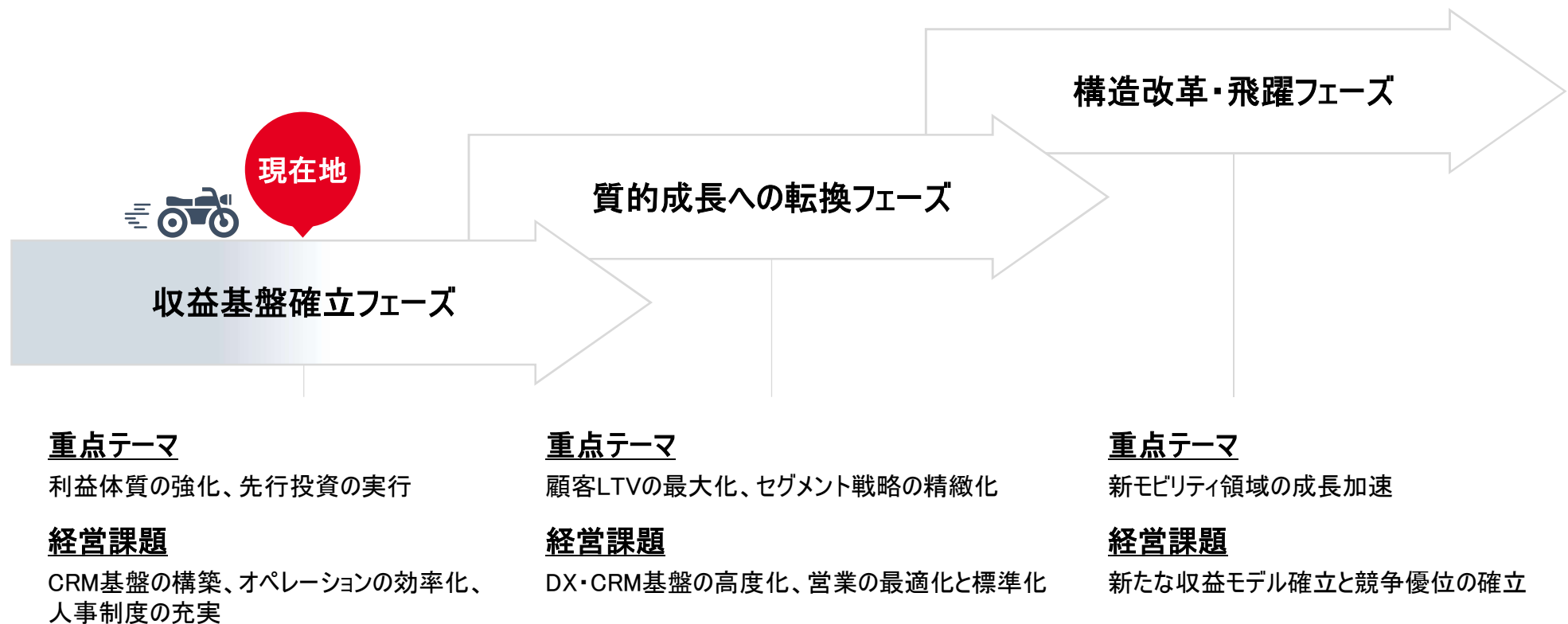
バイク業界は、環境規制や技術革新、経済情勢の変動など、さまざまな外部要因に影響されている。また、人口構造の変化や消費行動の多様化、AI技術の進展などで事業環境は複雑化している。しかし、当社の主力商材である高額車輦は増加傾向にあり、リテールやオークション市場の需要は安定していると見ている

## 中期戦略

中期戦略「モビリティ領域の強化と利益体質化」を以下の三本柱のもとで継続的に推進する



現在は、収益基盤を確立し質的成長への転換を目指すフェーズである

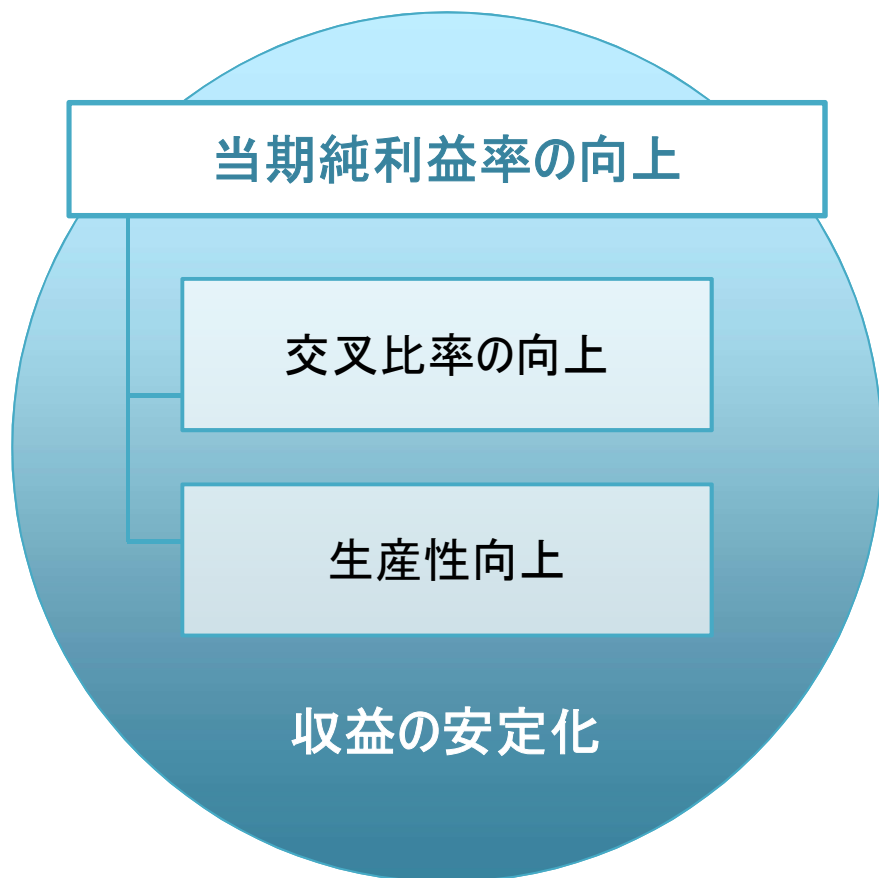


## FY2026の位置づけ

FY2026は、中期ビジョン実現に向けた初年度であり、先行投資期間と位置づけている。  
利益体質の強化と先行投資を着実に推進し、2年目・3年目の成長につなげていく。

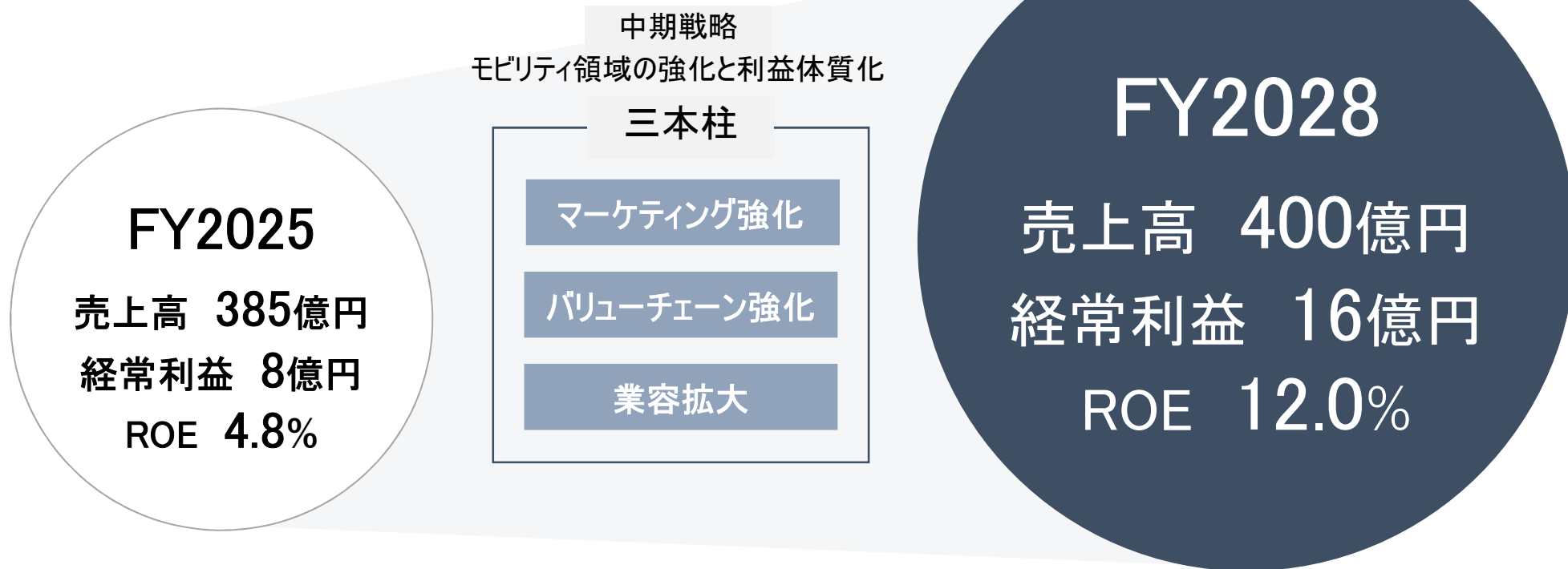
資本コストや株価を意識した経営を実践すべく、  
重要な指標の一つとしてROEを捉え、持続的な企業価値向上を目指す

## ROEの向上 : FY2028 12%以上



# 【再掲】企業価値向上に向けて

企業価値向上に向け、2028年11月期までの3か年を対象とした中期ビジョンを推進  
中長期的なシェア拡大に向けて、まず3年間においては、  
売上成長以上に収益性の強化を重視



## 中期ビジョンにおいて重視するKPI

1人当たり経常利益

FY2028目標 134万円  
(FY2025実績 80万円)

広告ROI

FY2028目標 300%  
(FY2025実績 291%)

配当性向

30%を維持

## 目次

- 1 2026年11月期 第2四半期 業績概況 p.8
- 2 2026年11月期 第2四半期 取り組みの進捗 p.18
- 3 2026年11月期 通期見通し p.23
- 4 中期ビジョンと中長期の成長シナリオ p.29
- 5 Q&A p.35
- 6 【参考資料】会社概要等 p.38

Q

各四半期における業績の特徴(季節性)を教えてください。

A

当社の主力事業であるバイク事業は、1Q(12~2月)が閑散期、2Q~3Q(3~8月)が繁忙期となります。また、1Qは繁忙期に向けて広告宣伝を積極的に行うため、期初に費用が先行する傾向があります。

### 売上高・営業利益の進捗率

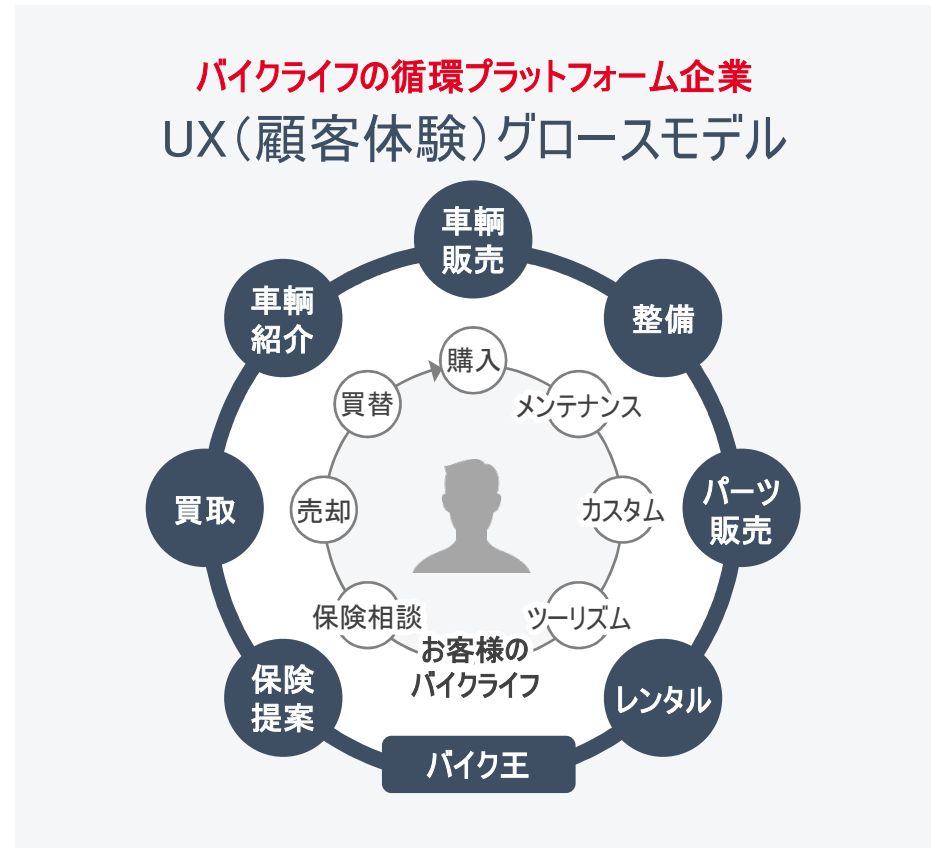
(百万円)		1Q	2Q	3Q	4Q
FY2024	売上高	6,907 (20.3%)	16,493 (48.5%)	25,212 (74.2%)	33,965 (100%)
	営業利益	▲613 (-%)	▲244 (-%)	280 (97.9%)	286 (100%)
FY2025	売上高	7,974 (20.6%)	18,671 (48.4%)	28,413 (73.6%)	38,574 (100%)
	営業利益	▲21 (-%)	320 (54.7%)	523 (89.4%)	585 (100%)

Q

FY2026は広告費用が収益を圧迫しているように見えます。投資回収の考え方を教えてください。

A

当社は中期ビジョンの重点テーマの1つとして「顧客LTVの最大化」を掲げています。FY2026はこの転換に向けた先行投資の1年と位置付けており、FY2027以降、顧客LTVの向上が段階的に業績へ貢献してくるものと考えています。



## 目次

- 1 2026年11月期 第2四半期 業績概況 p.8
- 2 2026年11月期 第2四半期 取り組みの進捗 p.18
- 3 2026年11月期 通期見通し p.23
- 4 中期ビジョンと中長期の成長シナリオ p.29
- 5 Q&A p.35
- 6 **【参考資料】会社概要等** p.38

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する、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(FY2026 2Q)
売上高(連結)	38,574百万円(FY2025)
従業員数(連結)	1,031名(FY2026 2Q)
証券コード	3377 東京証券取引所スタンダード市場
役員	代表取締役 CEO 澤 篤史 取締役 CVO founder 加藤 義博 取締役 COO 小宮 謙一 取締役 CFO 大谷 真樹 取締役 常勤監査等委員 上沢 徹二 取締役 監査等委員(社外) 三上 純昭 取締役 監査等委員(社外) 森 順子

1994年	9月	前身となるメジャーオート術を設立
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
2025年	12月	プレミアグループ株式会社と合併会社、RIDE & LINK株式会社設立

# 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

(2026年7月3日現在)

■ 本社

■ 店舗数 85店舗  
 内) バイク事業店舗数: 77店舗  
 その他事業店舗数: 8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	32	4
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

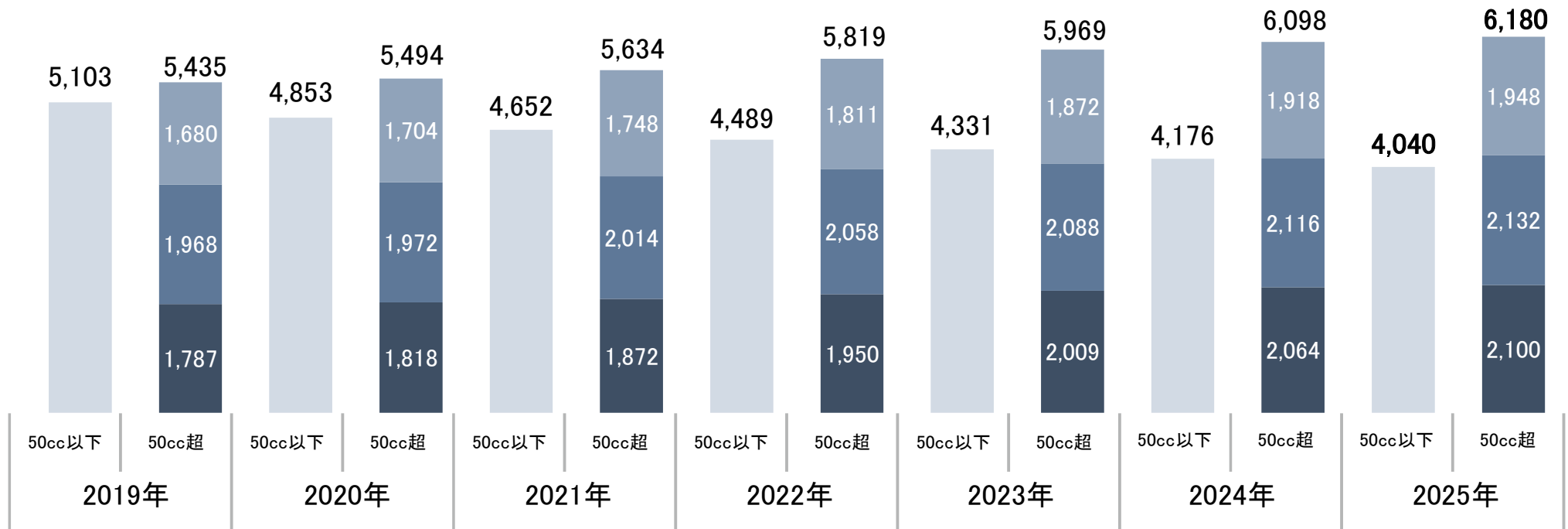
(単位: 店舗)

## 保有台数の推移

当社の主力商材である高額車輜(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)



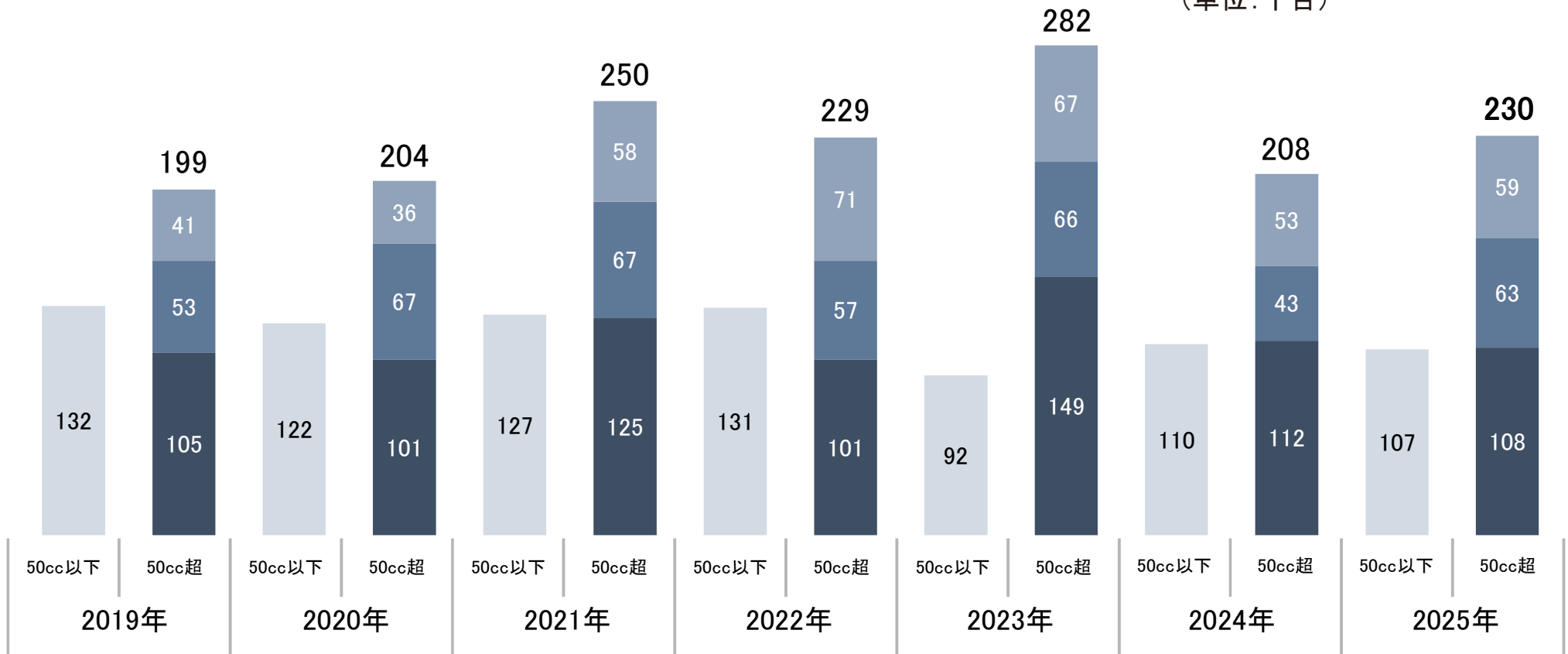
出典:一般社団法人日本自動車工業会/各年3月末日ベース  
 ※出典(株)二輪車新聞社/各年3月末日ベース/原付一種・二種は推定値

## 新車販売(出荷)台数の推移

当社の主力商材である高額車両(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～)

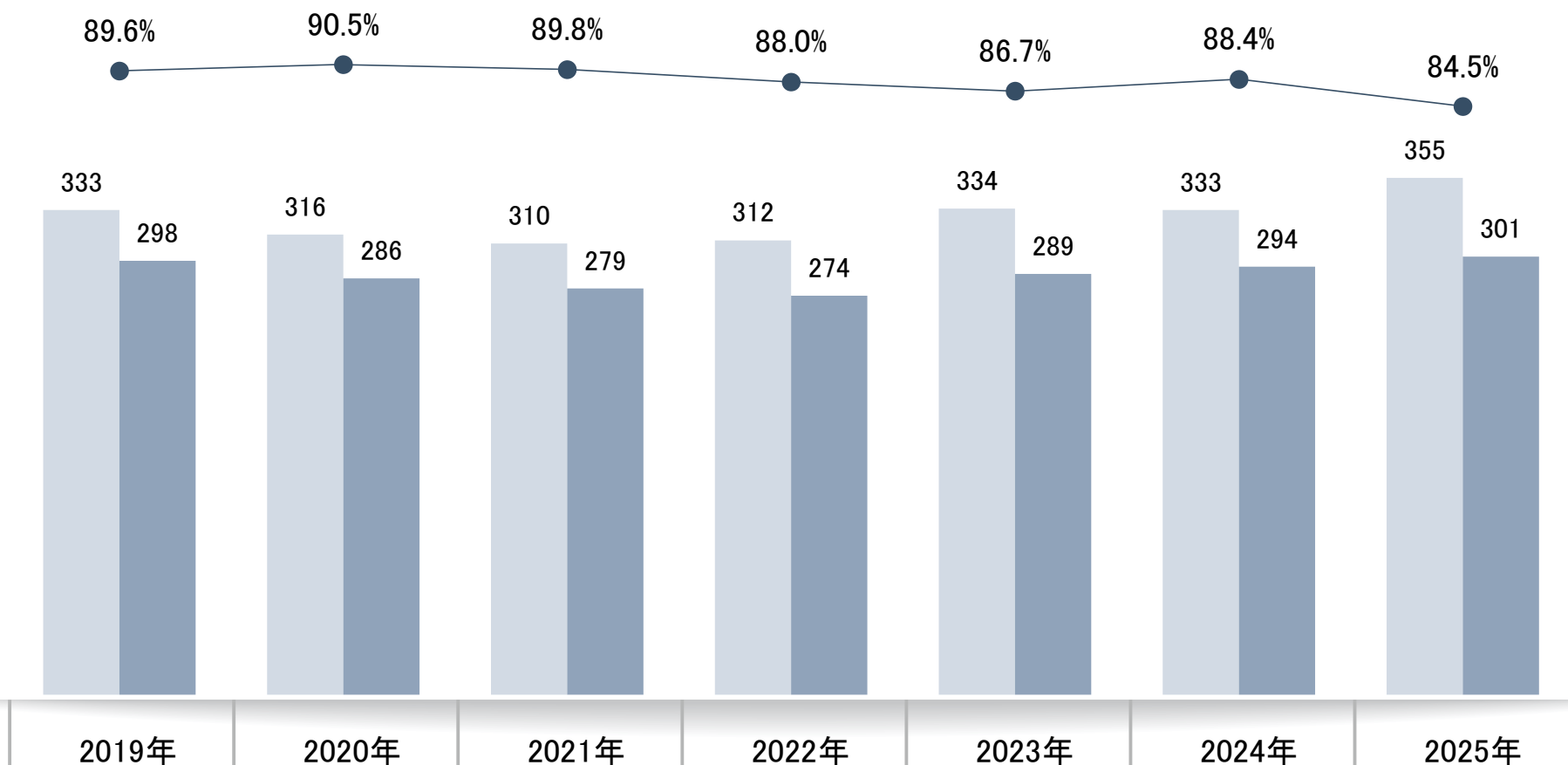
(単位:千台)



出典:一般社団法人日本自動車工業会/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

- 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】経営財務部門IR担当

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

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