

証券コード

3377

株式会社 バイク王 & カンパニー

FY2025 決算説明資料（第28期）

from Dec. 2024 to Nov. 2025

バイクのことなら

BIKE 王

1. FY2025 業績概況	P2
2. FY2025 取り組みの結果	P11
3. 中期ビジョン	P18
4. FY2026 通期見通し	P25
5. 【参考資料】会社概要等	P31

(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 業績概況

	FY2024	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	FY2025	前期比
売上高	33,965百万円	37,673百万円	902百万円	▲ 1百万円	38,574百万円	13.6%増 4,608百万円
営業利益	286百万円	496百万円	115百万円	▲ 25百万円	585百万円	104.5%増 299百万円
経常利益	584百万円	774百万円	113百万円	▲ 59百万円	829百万円	42.0%増 245百万円
親会社株主に帰属する当期純利益	187百万円	313百万円	73百万円	▲ 59百万円	327百万円	74.7%増 139百万円

◎広告効率の改善や仕入・在庫戦略の強化に加え、販売促進施策が奏功

売上高：增收

- バイク事業における販売台数は、ホールセール・リテールとも堅調に推移し前期比1.4%増。また、車両売上単価（一台当たりの売上高）も前期比12.4%増と大幅に伸張

営業利益・経常利益・親会社株主に帰属する当期純利益：増益

- リテール販売台数増加に向けたキャンペーン実施などが奏功したことに加え、付帯収益が順調に伸張したことにより売上総利益は前期比2.8%増
- 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販売が堅調に推移したことによる増加

	FY2024	FY2025	前期比		売上高構成比	
			FY2024	FY2025	FY2024	FY2025
売上高	33,965 百万円	38,574 百万円	13.6%	4,608 百万円	100.0%	100.0%
(内訳)	ホールセール	16,924 百万円	18.1%	3,064 百万円	49.8%	51.8%
	リテール	14,346 百万円	9.1%	1,304 百万円	42.2%	40.6%
	その他	2,694 百万円	8.8%	238 百万円	8.0%	7.6%

◎ホールセール、リテールともに良質な車輌の確保が奏功し増収

ホールセール：増収

- 内訳は、台数要因215百万円、単価要因2,849百万円
- 販売台数は、リテール優先の販売戦略の推進や仕入構造の変化の影響を受けつつも、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を行ったことにより前期比1.3%増
- 車輌売上単価は、オークション相場が引き続き高水準で推移したことや、良質な車輌の仕入確保が進んだことにより前期比16.6%増

リテール：増収

- 内訳は、台数要因234百万円、単価要因1,070百万円
- 販売台数は、上期において一時的に展示台数が減少したことで販売機会の最大化が図れない時期もあったものの、在庫台数の確保が着実に進んだことに加え、販売台数増加に向けたキャンペーンを実施したことにより前期比1.6%増
車輌売上単価は、リテール向けの良質な車輌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期比7.3%増

その他：増収

- 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販売が堅調に推移したことによる増加

	FY2024	増減要因				FY2025
		台数	単価	その他	合計	
売上総利益	12,624百万円	191百万円	8百万円	154百万円	355百万円	12,979百万円
(内訳)	ホールセール	-	92百万円	▲152百万円	-	▲59百万円
	リテール	-	99百万円	161百万円	-	260百万円
	その他	-	-	-	154百万円	154百万円

ホールセール：減益

- （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を行った結果、リテール優先の販売戦略の推進や仕入構造の変化の影響を受けつつも、販売台数は増加し92百万円の増益
- （単価要因）下期において仕入台数の確保を優先した結果、一台当たりの利益額が伸び悩んだことにより▲152百万円の減益

リテール：増益

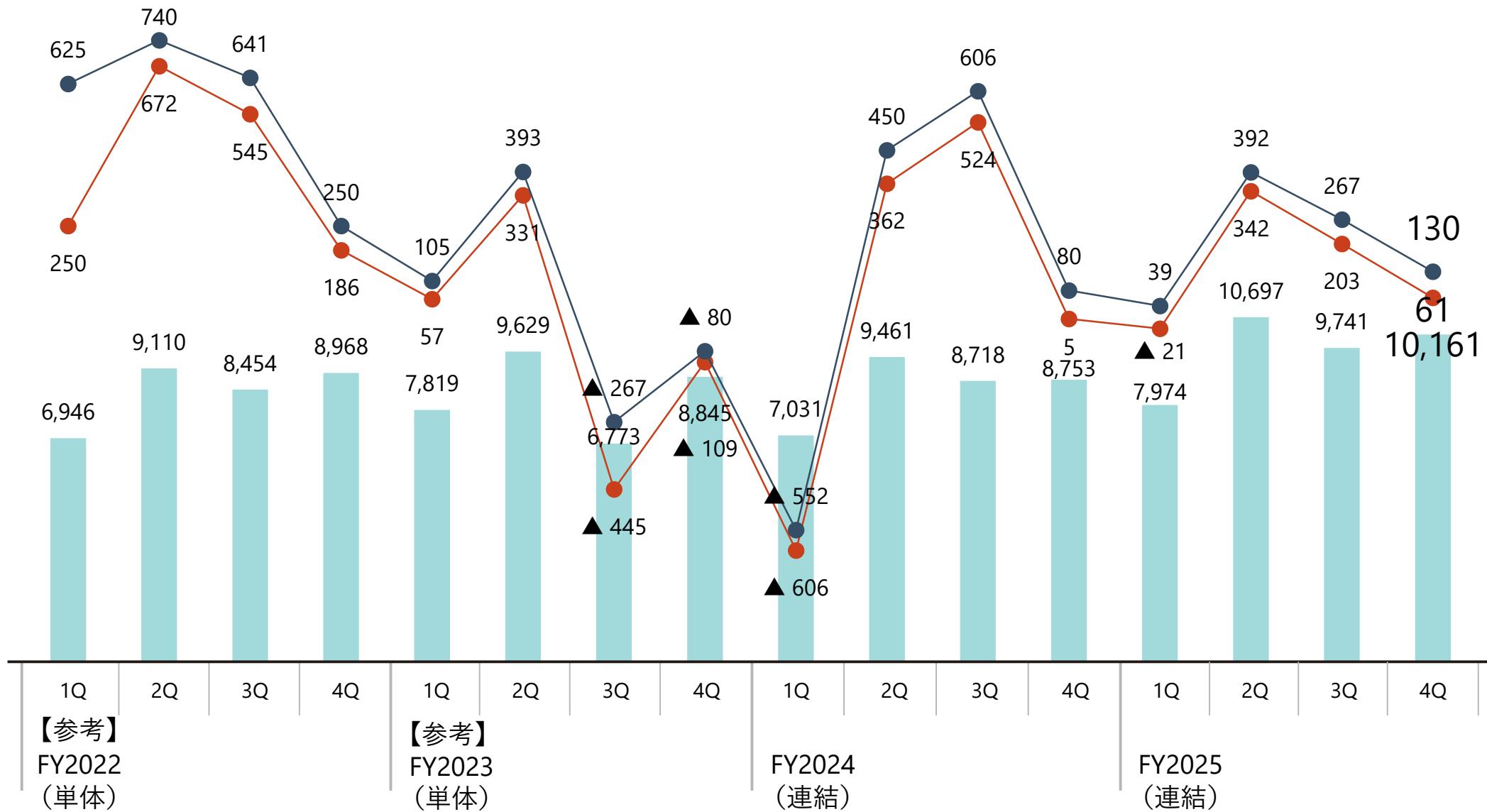
- （台数要因）上期において一時的に展示台数が減少したことでの販売機会の最大化が図れない時期もあったものの、在庫台数の確保が着実に進んだことに加え、販売台数増加に向けたキャンペーンを実施したことにより販売台数が増加し99百万円の増益
- （単価要因）リテール向けの良質な車輌の仕入確保が進んだことに加え、お客様のニーズの多様化に合わせた付帯収益の強化を行うことにより平均粗利額が増加し、161百万円の増益

四半期毎の売上高／営業利益／経常利益

BIKE 王

■ 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	FY2025	前期比	
販売費及び一般管理費	12,337百万円	12,393百万円	0.5%	55百万円
販売費	4,336百万円	4,278百万円	▲ 1.3%	▲ 57百万円
人件費	4,629百万円	4,563百万円	▲ 1.4%	▲ 65百万円
管理費	3,372百万円	3,551百万円	5.3%	179百万円

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：減少

- 株式給付信託の支給見込みの減少

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
- ローン金利0%キャンペーン実施による増加

主な経営指標と店舗・人財

	FY2024	FY2025	前期比差異
売上総利益率	37.2%	33.6%	▲ 3.6%
営業利益率	0.8%	1.5%	0.7%
経常利益率	1.7%	2.2%	0.5%
ROE	2.9%	4.8%	1.9%
店舗数 <small>FY2024：期末時点 FY2025：1月13日時点</small>	87	84	▲ 3
内) バイク事業店数	76	76	0
その他事業店数	11	8	▲ 3
従業員数 <small>(派遣社員・パートタイマー除く)</small>	1,005	1,029	24
リテール台数比率	26.4%	26.5%	0.1%

売上総利益率

- 下期において仕入台数の確保を優先した結果、一台当たりの利益額が伸び悩み売上総利益率は低下したものの、質の高い車両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

- ホールセール、リテールともに良質な車両の確保が奏功し、売上総利益が増加したことにより改善

店舗数

- 新規出店（1店舗）、増床（1店舗）により、リテール車両の展示台数が前期末比約145台増加
- その他事業店舗数は、アップガレージライダース、ラビット、e-bikeなどの店舗

貸借対照表

BIKE 王

〈資産の部〉

(単位：百万円)

	FY2024	FY2025	増減額
流動資産合計	8,742	9,761	1,019
現金及び預金	2,071	2,054	▲ 16
売掛金	327	452	125
商品	5,930	6,756	826
その他	414	497	83
固定資産合計	3,715	3,282	▲ 432
有形固定資産	1,578	1,358	▲ 220
無形固定資産	516	308	▲ 207
投資その他の資産	1,620	1,614	▲ 5

資産合計	12,457	13,043	586
-------------	--------	--------	-----

〈負債・純資産の部〉

(単位：百万円)

	FY2024	FY2025	増減額
流動負債合計	4,708	4,622	▲ 85
買掛金	378	487	108
短期借入金	1,200	1,200	—
1年内長期借入金	266	258	▲ 7
前受金	870	1,141	271
その他	1,993	1,535	▲ 458
固定負債合計	1,258	1,403	145
長期借入金	332	602	270
その他	926	801	▲ 124
負債合計	5,966	6,026	59
純資産合計	6,491	7,017	526

負債純資産合計	12,457	13,043	586
----------------	--------	--------	-----

資産の部

- 流動資産 : 良質な在庫の確保による商品の増加
- 有形固定資産 : 店舗の開発、レンタル車両の確保により増加したものの、営業用車両の入れ替え等により減少
- 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 : 販売が好調に推移したことにより前受金が増加したものの、株式給付信託の支給により減少
- 固定負債 : 在庫の確保を目的とした長期借入金の増加
- 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	FY2025
営業キャッシュ・フロー	1,769	371
投資キャッシュ・フロー	▲ 279	▲ 400
フリー・キャッシュ・フロー	1,490	▲ 28
財務キャッシュ・フロー	▲ 1,578	12
現金及び現金同等物に係る換算差額	7	▲ 0
現金及び現金同等物の増減額（▲は減少）	▲ 80	▲ 16
合併に伴う現金及び現金同等物の増加額	27	-
現金及び現金同等物の期末残高	2,071	2,054

■ 営業キャッシュ・フロー

- 良質な在庫確保による商品の増加があったものの、広告効率の改善や仕入・在庫戦略の強化に加え、販売促進施策が奏功し収益が上がったことにより371百万円の増加

■ 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、および店舗設備充実のための有形固定資産の取得により400百万円の減少

■ 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12百万円の増加

FY2025

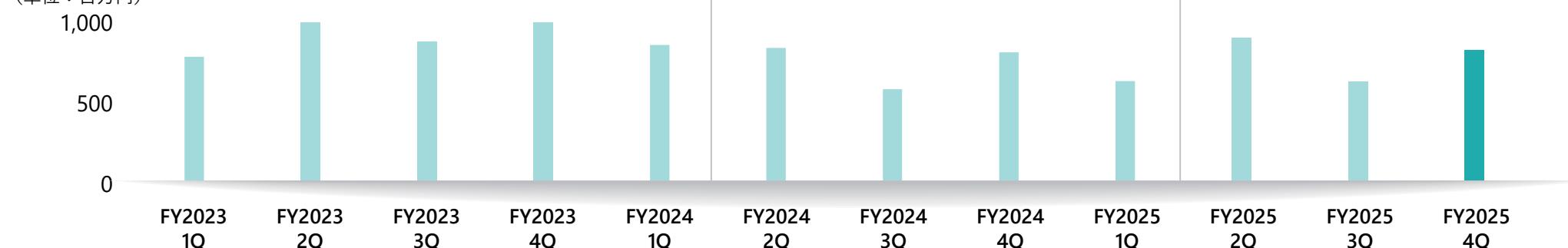
取り組みの結果

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以降は、在庫・仕入確保のため広告費を増額し、マス広告強化へシフトしたものの、広告効率に課題が残る

広告費推移

(単位：百万円)



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 8.6%増 1.8%増

仕入台数

6.1%減 6.2%減 0.9%減 3.2%増 1.9%減 1.1%増 0.8%増 0.9%減

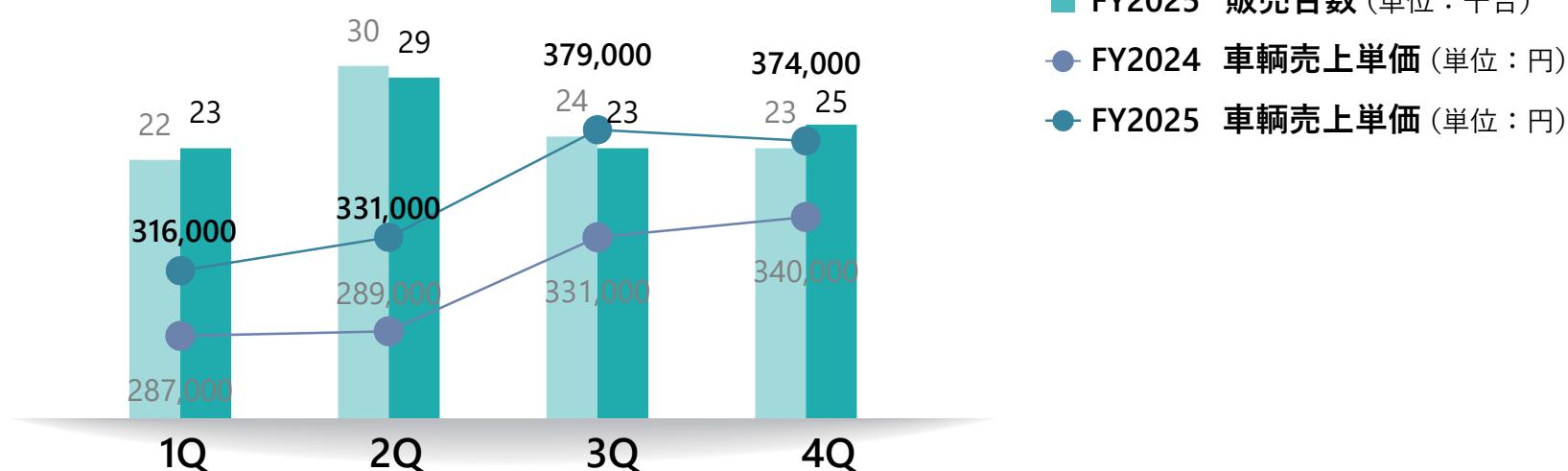
※広告費は広報IR・その他の費用を除く

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

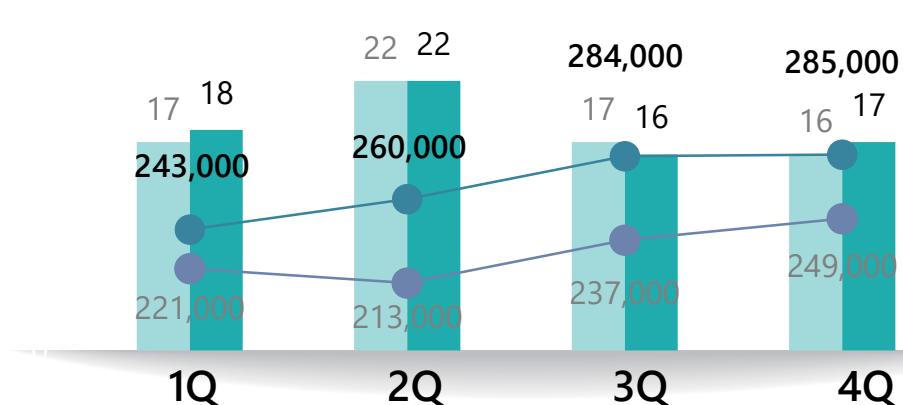
仕入台数 内訳	前年同期比							
	FY2024 1Q	FY2024 2Q	FY2024 3Q	FY2024 4Q	FY2025 1Q	FY2025 2Q	FY2025 3Q	FY2025 4Q
出張仕入	7.6%減	7.8%減	2.1%減	1.2%減	7.1%減	3.8%減	4.0%減	2.1%減
店頭仕入 (持込・下取)	1.0%増	14.3%増	11.6%増	14.9%増	13.1%増	11.2%増	9.9%増	0.3%減
オークション 仕入	161.0%増	17.1%増	2.5%増	61.2%増	277.5%増	201.3%増	121.6%増	73.7%増

ホールセールは堅調、リテールは在庫台数の確保は着実に進んだことに加え、販売台数増加に向けたキャンペーンを実施したことにより回復傾向

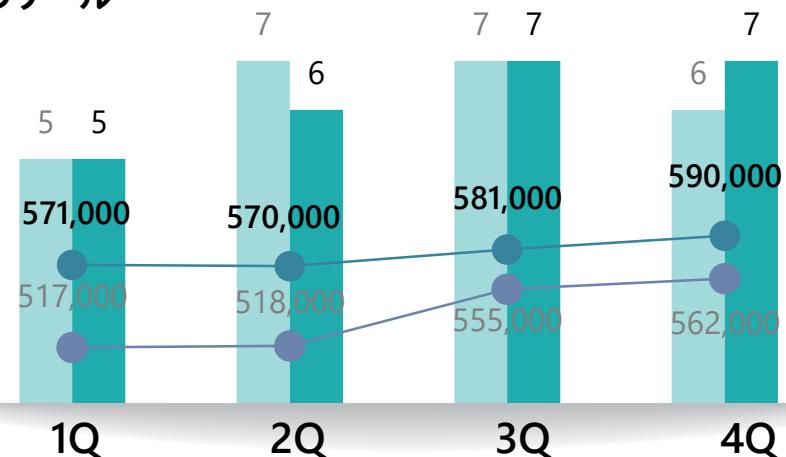
バイク事業



ホールセール



リテール



3Q

増床

バイク王 豊橋店

(愛知県豊橋市)

在庫台数：約130台



4Q

新規

バイク王 伊勢崎店

(群馬県伊勢崎市)

在庫台数：約80台



4Q バイク王、音楽イベント「a-nation」に初のブース出展



4Q バイク王、開運戦士ブレイバーンに“戦術車両”として特別仕様のホンダNM4を提供！



4Q バイク王が、売っても買ってもお得な大感謝祭を開催！人気バイク系YouTuber、せんちゃんがキャンペーンCMで地上波初登場



4Q 神奈川県で唯一の村「清川村」と、バイク王が地域創生のパートナーシップを強化



4Q バイク王・新アンバサダーに高木悠未さんを起用！新CMを公開



4Q 豊かな自然が幻想的な光に包まれる“宮ヶ瀬”イルミネーションイベントにライダーを特別招待！



4Q バイク王、プレミアグループ株式会社と合弁契約を締結



4Q バイク王、「決算キャンペーン2025」を開催！



中期ビジョン

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。

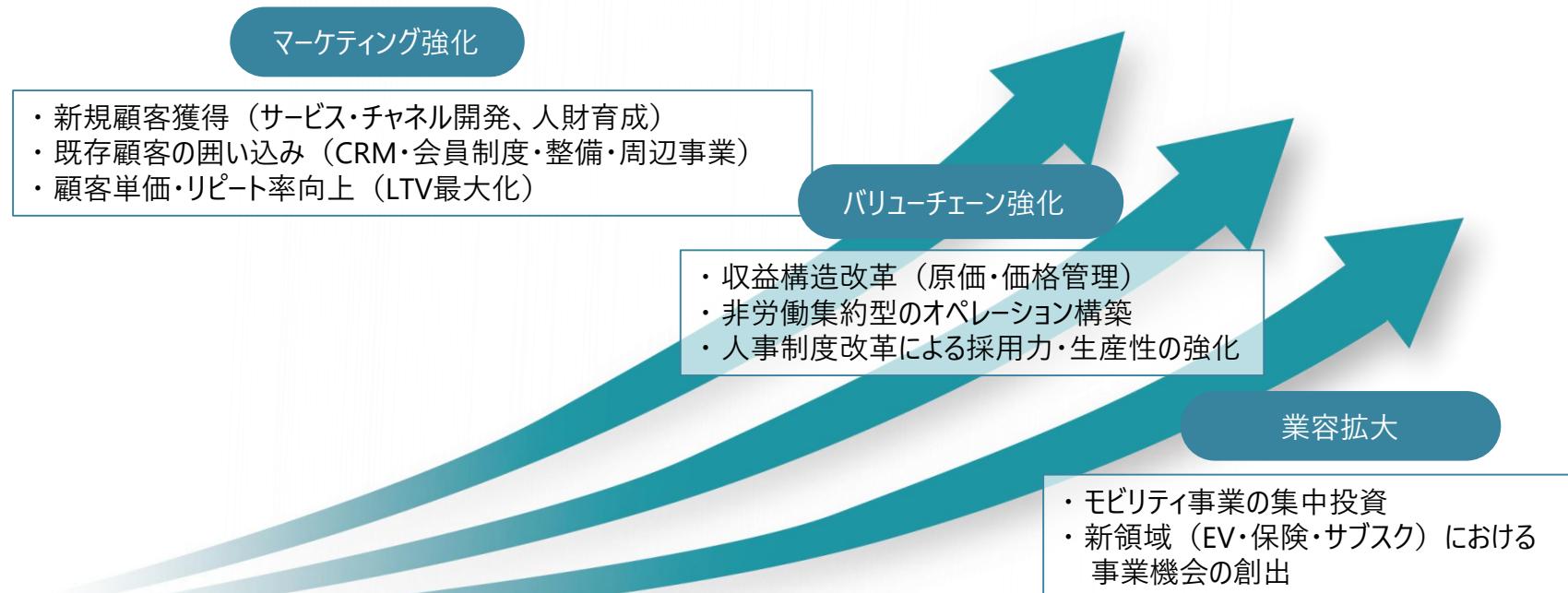


経営環境

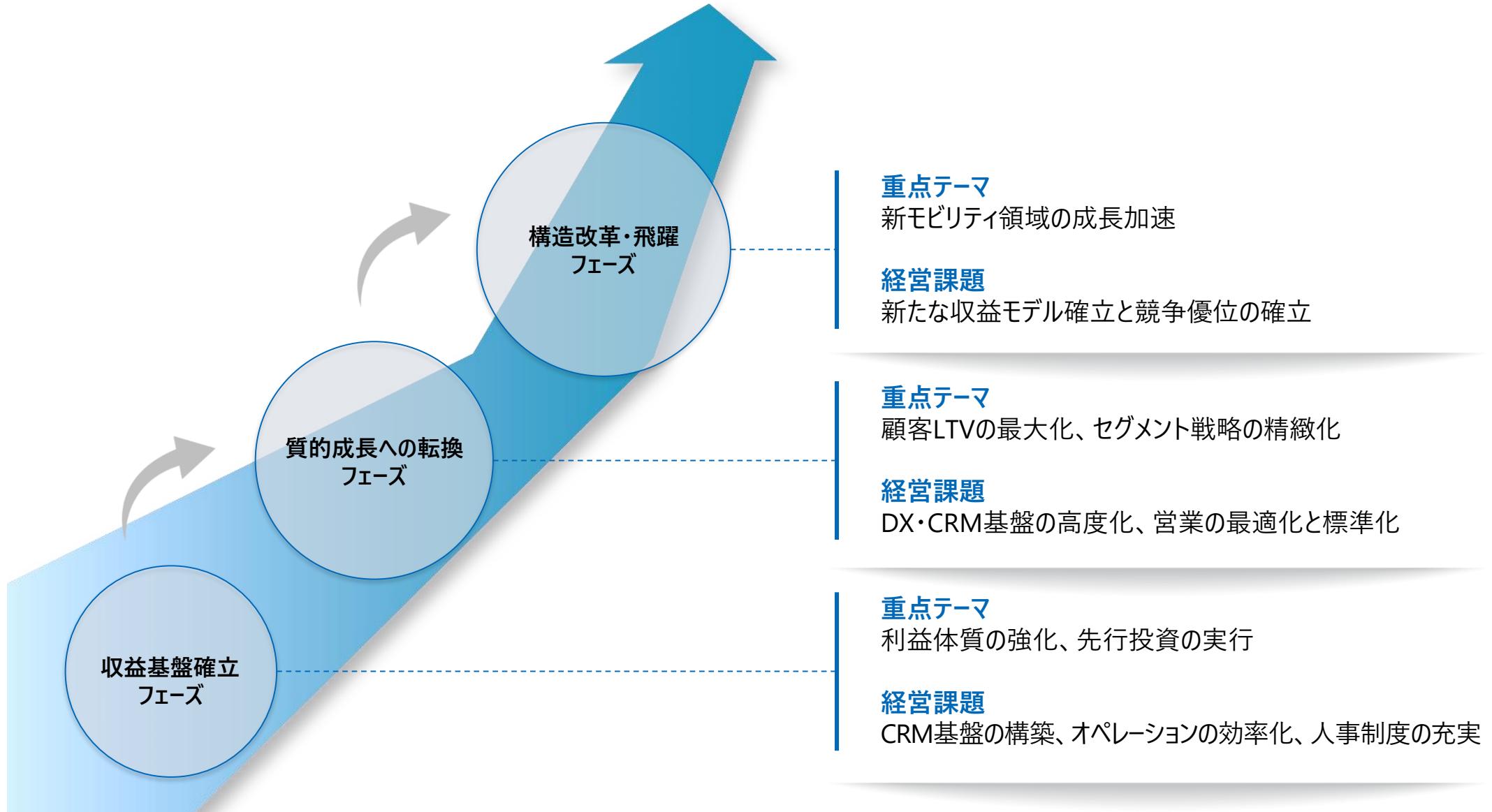
バイク業界は、環境規制や技術革新、経済情勢の変動など、さまざまな外部要因に影響されている。また、人口構造の変化や消費行動の多様化、AI技術の進展などで事業環境は複雑化している。しかし、当社の主力商材である高市場価値車両は増加傾向にあり、リテールやオークション市場の需要は安定していると見ている

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



三つのフェーズに分けて、「モビリティ領域の強化と利益体質化」を軸とした中期成長を図る。

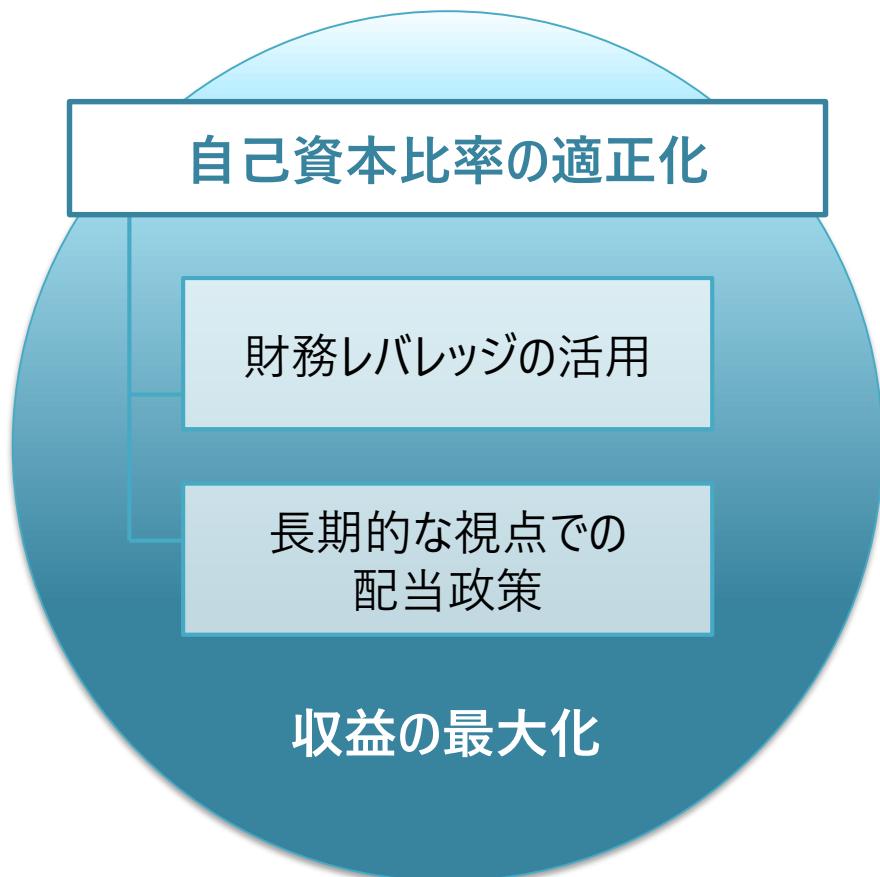


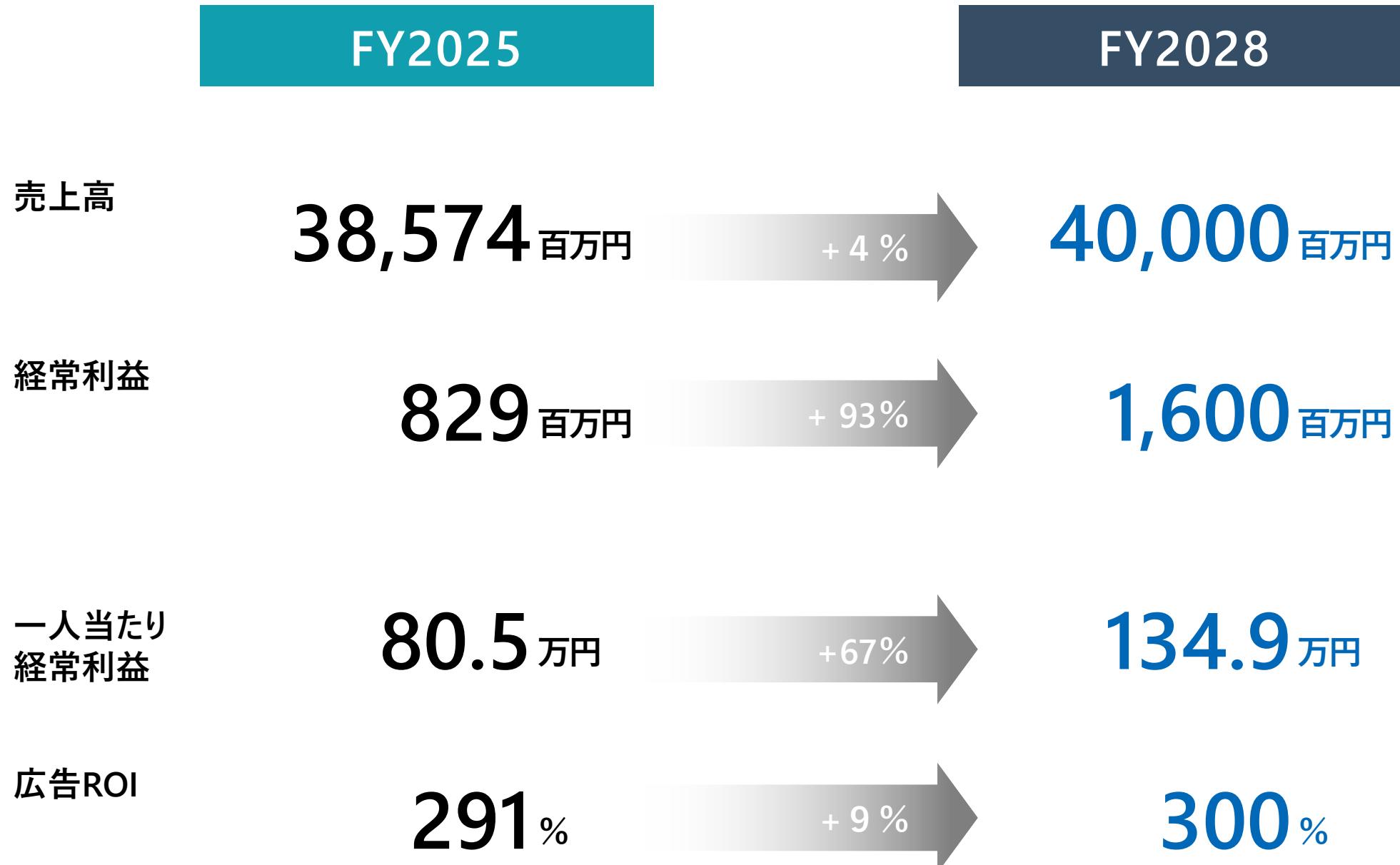
持続的な企業価値向上と中長期的な成長の実現に向けて、以下の3つの戦略的投資分野に注力

投資分野		背景	戦略	効果
①広告投資	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

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





FY2026 通期見通し

基盤構築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

広告

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は広告投資を強化
これにより、**FY2026 1Qは赤字スタート（前年同期比：減益）**を見込むが、これは短期的な調整局面として捉え、2 Q以降での成長基盤を強化し通期での增收増益を図る



広告投資の戦略的位置づけ

ブランドプレゼンスの向上

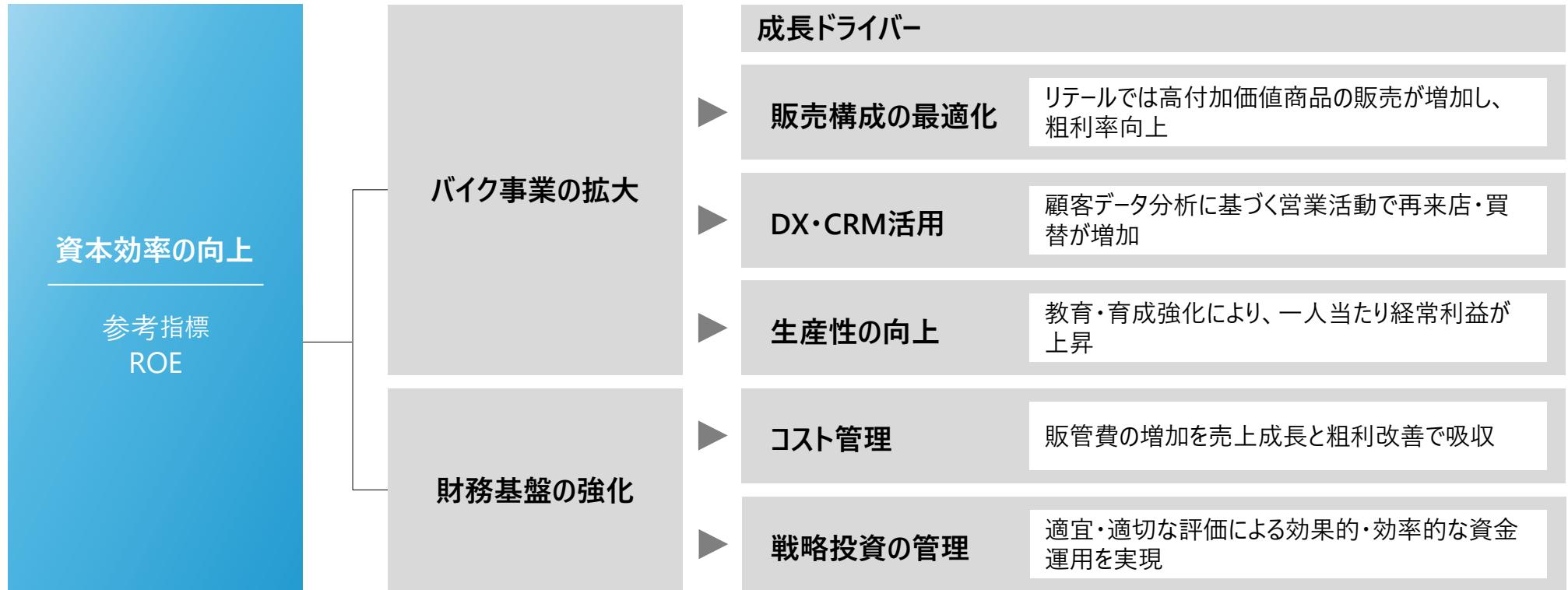
広告費を前期比で積極的に増額し、ターゲット層の拡大を図る
当社サービスへの安心感や期待感を醸成し、良質なイメージ変革に取り組む

データドリブンマーケティングの強化

CRMデータを活用し、広告配信・来店・買取・成約までの一気通貫分析を実施
広告ROIは前期比で改善見込み

ブランドイメージの再定義

「信頼・品質・利便性」を訴求軸とした一貫したブランド発信を展開



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

(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

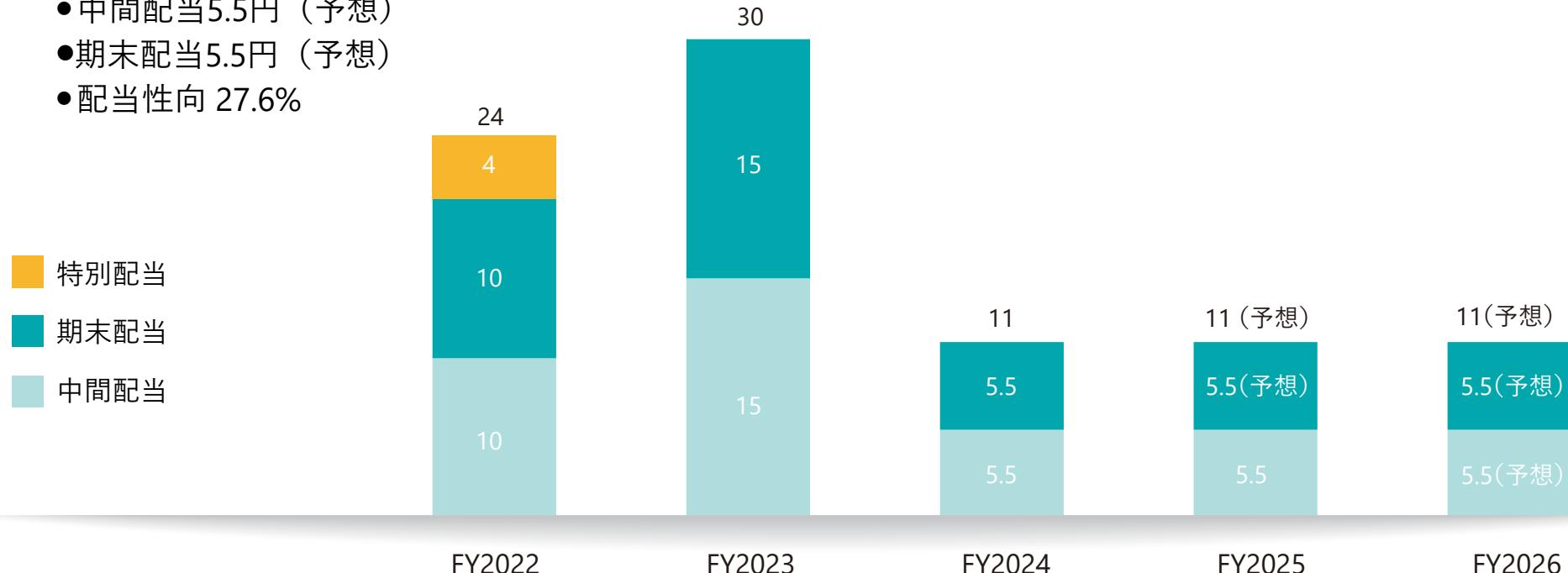
基本方針

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（予想）
- 期末配当 5.5円（予想）
- 配当性向 27.6%



	FY2022	FY2023	FY2024	FY2025	FY2026
1株当たり年間配当金	24円	30円	11円	11円(予想)	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

【參考資料】

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）
売上高（連結）	38,574百万円（FY2025）
従業員数（連結）	1,029名（FY2025）
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(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ナーとバイクオーナー事業に関する業務・資本提携を開始
	4月	「(株)ジャパンバイクオーナー」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弁会社、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1月13日現在)

■本社

■店舗数 84店舗

内) バイク事業店舗数：76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	31	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市場価値車両（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)

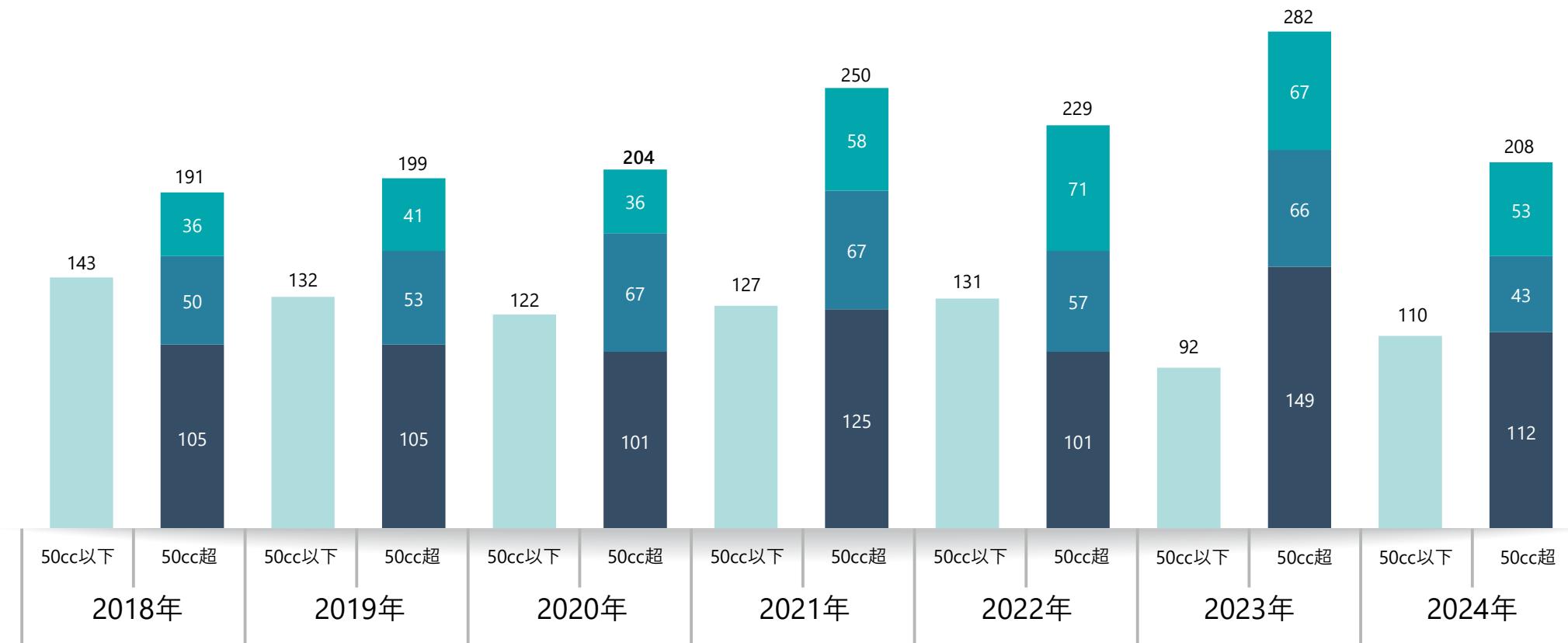


出典：一般社団法人日本自動車工業会／各年3月末日ベース

新車販売(出荷)台数の推移

当社の主力商材である高市場価値車両（原付二種以上）は
前年を下回る

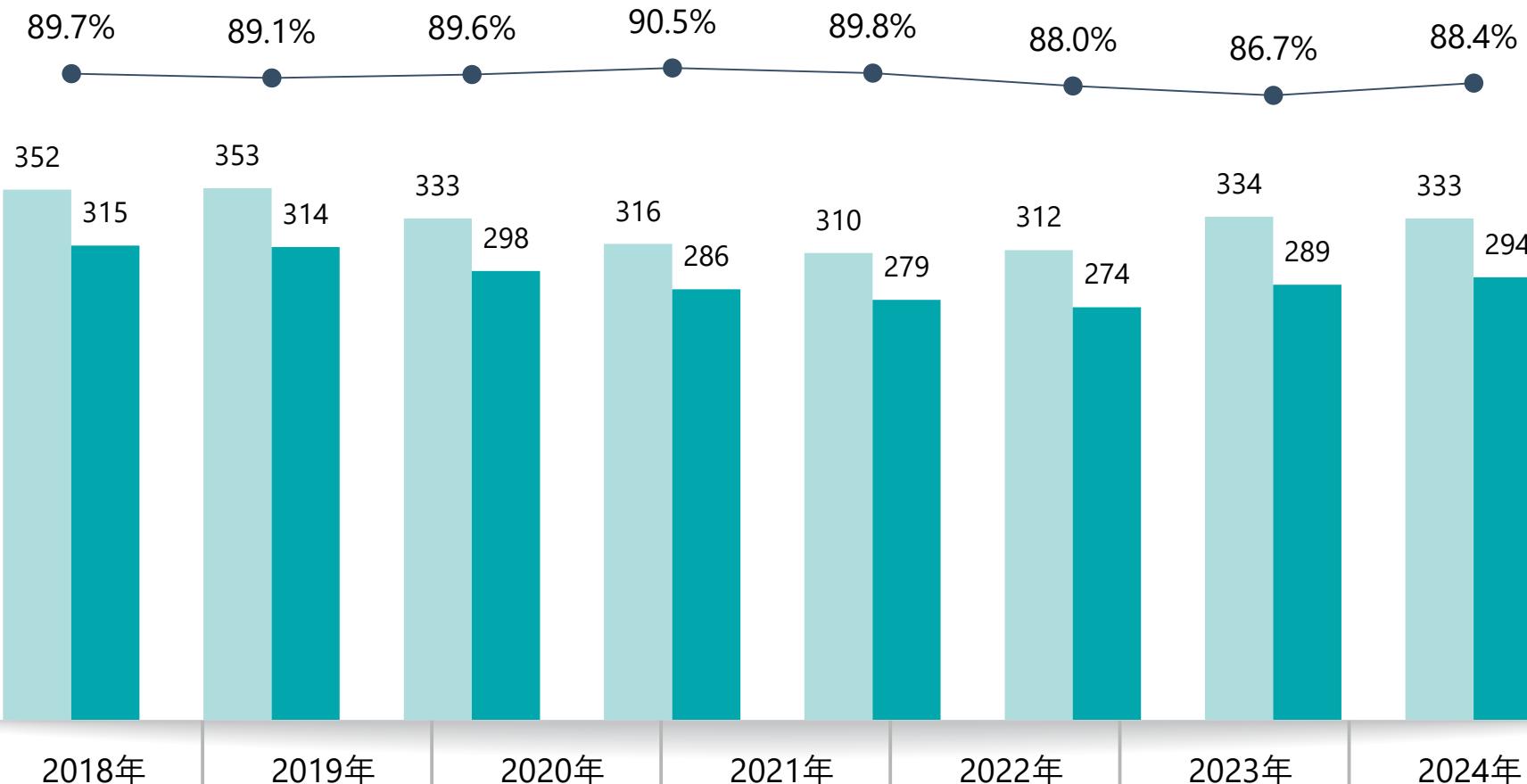
- 原付一種 (~50cc)
 - 原付二種 (51cc~125cc)
 - 軽二輪 (126cc~250cc)
 - 小型二輪 (251cc~)
- (単位：千台)



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ナー市場の動向

■ 出品台数 ■ 成約台数 ● 成約率
(単位:千台)

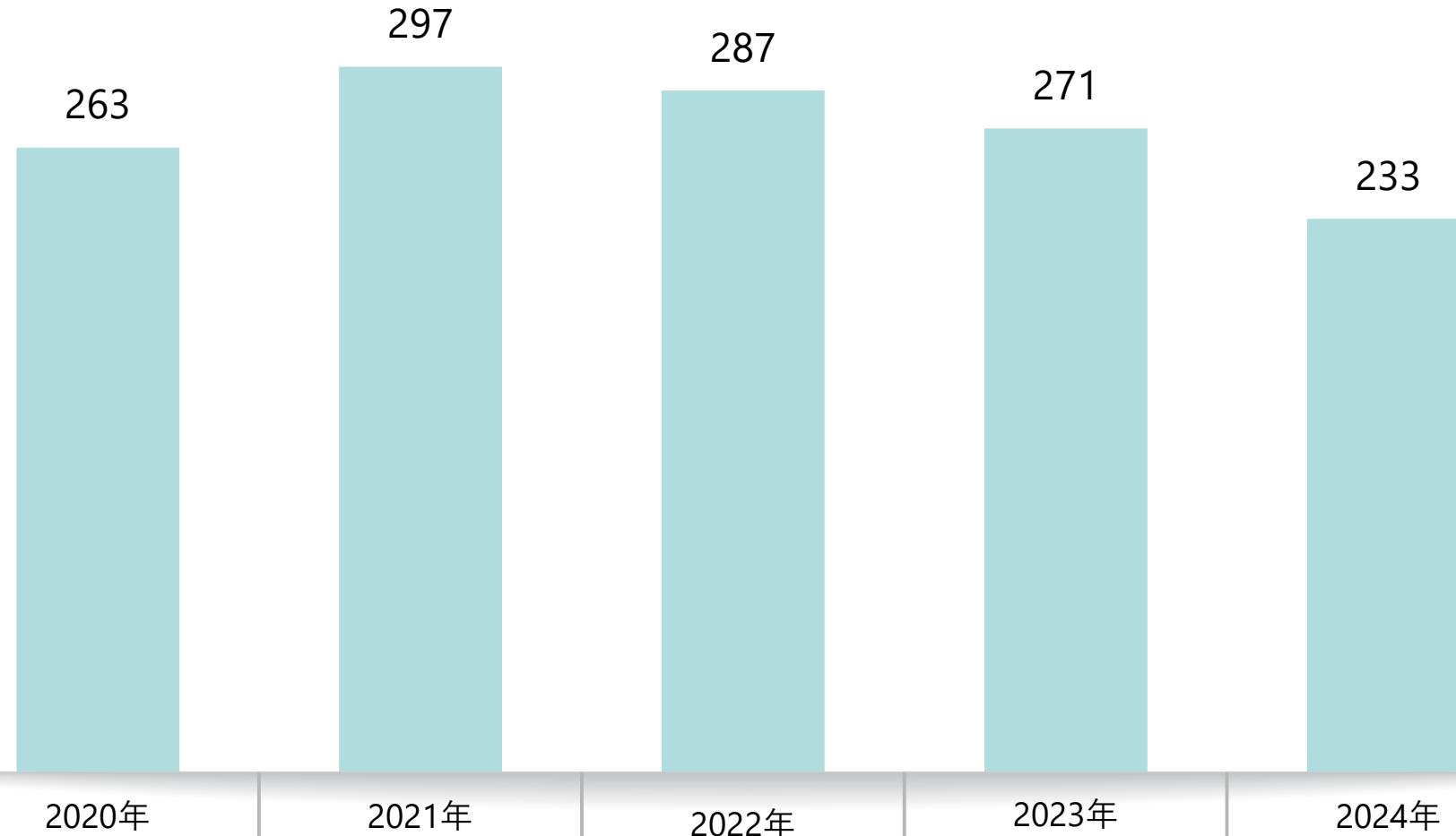


(注) 主なオークションの統計データであり、オークネット社の実績は含まれておらずません。出典：(株)二輪車新聞社

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20万人を超える高い水準を維持

(単位：千人)



※出典：警察庁／曆年ベース／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】経営財務部門IR担当

E-mail : prir@8190.co.jp

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