



みんなに愛されるクルマ屋さん

INTEGRATED REPORT 2024

NEXTAGE 統合報告書



CONTENTS

ネクステージとは

- | | |
|---|--|
| 01 目次/「統合報告書2024」の発行にあたって | 12 特集2:
企業価値をさらに高めていくための
従業員への取り組み |
| 02 ネクステージ経営理念 | |
| 03 ネクステージが大切にしていること | |
| 04 特集1:
お客様に「安心」と「安全」を届ける
取引の実現に向けて | 16 At a Glance |
| | 17 店舗戦略と成長の軌跡 |

価値創造ストーリー

- | | |
|------------------|-------------------------|
| 18 TREND | 33 ビジネスモデル |
| 20 社長メッセージ | 34 ビジネスモデルの強み |
| 23 新しいネクステージの創造へ | 35 事業概況 |
| 24 価値創造プロセス | 35 車両販売 37 整備・点検・車検 |
| 25 2023年11月期振り返り | 36 保険・保証 38 車両買取 |
| 26 CFOメッセージ | 39 マテリアリティ(重要課題)の特定プロセス |
| 28 DX戦略 | 40 ネクステージのマテリアリティ |
| 30 社外取締役対談 | |

価値創造の基盤

- | | |
|--------------------|-----------------|
| 41 ESG 価値創造の基盤 | 56 ガバナンス |
| 42 環境 | 57 役員一覧 |
| 43 TCFDへの取り組み | 58 役員の選定 |
| 46 中古車と環境 | 59 コーポレート・ガバナンス |
| 48 環境への取り組み | 60 取締役会について |
| 49 社会 | 61 コンプライアンス |
| 50 ダイバーシティの推進 | 62 リスクマネジメント |
| 54 お客様 | 66 主要ハイライト |
| 55 お取引先様・株主/投資家の皆様 | 68 主要財務データ |
| | 69 株式情報/会社情報 |

「統合報告書2024」の発行にあたって

本年の統合報告書発行にあたり、「経営理念の一新による、事業運営の大きな変化をお伝えする」「お客様からの信頼を向上する」ことをメインコンセプトとして、編集・作成しています。

一つ目は、「みんなに愛されるクルマ屋さん」という新たな経営理念に基づき、ステークホルダーの皆様から信頼され、愛されることを目指して、当社がどのように体制・事業運営を変化させているかをお伝えします。

二つ目は、特集を通じて、お客様に安心してサービスをご利用いただくための、店舗における様々な取り組み、そして当社の内部統制についてお伝えします。また、お客様満足向上のためには、従業員満足の向上が不可欠と考えており、ES向上の取り組みについても特集形式でお伝えします。

本書を通じて、投資家様・株主様とのエンゲージメントを高めていければと思います。また、引き続き情報開示の拡充に努め、見える化・透明化を図っていきますので、ぜひ忌憚のないご意見をお寄せいただければ幸いです。

編集方針

株式会社ネクステージは、2022年より「統合報告書」を発行しています。当報告書では成長過程にあるネクステージの財務・非財務情報を一体的に捉え、経営戦略や事業活動、その他の取り組みを分かりやすくお伝えしていきます。編集にあたっては、国際統合報告評議会 (IIRC) の「国際統合報告フレームワーク」や経済産業省による「価値創創ガイド」を参考にしました。

●対象期間

2022年12月1日～2023年11月30日
(一部に2023年12月以降の活動内容等を含みます)

●対象組織

株式会社ネクステージ及びグループ会社

●将来予測に関する記述について

本誌に掲載している業績見通しなどの将来予測に関する記述は、当社が現在入手している情報や合理的であると判断する一定の前提に基づいていますが、実際の業績は様々な要因によって異なる結果となり得ることをご承知おきください。

Our Vision ネクステージ経営理念

みんなに愛されるクルマ屋さん

“カーライフのパートナーとして、人々の生活をより豊かに”することが、私たちの存在意義であると認識しています。私たちは事業を通して、“すべてのステークホルダーに安心をお届けし、ともに成長し続けていきたい”と考えています。そうすることで、すべてのステークホルダーから愛される存在、すなわち「みんなに愛されるクルマ屋さん」を目指し、企業価値を高められるよう努力していきます。



ステークホルダーと提供価値(ミッション)



お客様

- 愛せるクルマを愛せる価格・接客で提供
- 利便性の高いワンストップサービスの提供



従業員

- 働きやすく働きがいのある職場環境の提供
- 平等に成長できる機会を提供



お取引先様

- 公正かつ透明なお取引を通じた関係の構築
- パートナーとしてともに高めあう関係の構築



株主/投資家様

- 客観的かつ透明性のあるコーポレート・ガバナンス
- 持続的な成長と中長期的な企業価値の向上



地域社会

- 全国的な出店により地域のカーライフを発展
- 地域雇用の創出・地域経済の発展

ステークホルダーと提供価値(ミッション)



Our Value ネクステージが大切にしていること

1996年、たった2台の在庫からスタートしたネクステージ。そんな私たちがここまで大きく成長を遂げてきたのは、市場の変化に合わせて自ら変化することを恐れず、お客様の期待に応えるチャレンジを果敢に重ねてきたからです。そして、市場の変化を見逃さないために、何よりも現場を重んじてお客様と従業員の声に耳を傾け、より良いビジネスモデルを絶えず追求してきたからです。どんなに事業や組織が成長しようとも、「ベンチャー精神」と「現場主義」を貫き、私たちはさらなる成長を果たしていきます。

ベンチャー精神

変化を恐れない精神
スピード感を持った意思決定・行動

現場主義

創業時から一貫したお客様目線経営
現場主義からの事業改善



特集1

お客様に「安心」と「安全」を届ける
取引の実現に向けて

誠実な取引を通じて、
信頼されるクルマ屋さんへ



P.05 社員教育



P.06 販売



P.07 保険



P.08 整備



P.09 買取



P.10 お客様相談室
P.11 リスク・コンプライアンス統括室 & CS向上推進室

経営理念である「みんなに愛されるクルマ屋さん」の実現に向けて、ネクステージは、ビジネスのあらゆるプロセスにおいて誠実にお客様と向き合い、真にお客様に満足いただける商品・サービスの提供に努めています。お客様からの信頼を向上し、末永くご利用いただくための、ネクステージの取り組みをご紹介します。

特集1

お客様に「安心」と「安全」を届ける
取引の実現に向けて

社員教育



柘植 朝陽

ネクステージ 宮インター店 販売営業

私は昨年、新卒で入社しました。入社後は集合研修で会社や仕事に関する基本的な知識を学びました。また、店舗配属後は先輩に同行しながら実践的なスキルを磨きました。現在、2年目ですが、自信を持ってお客様に接することができます。

入社時から、あるべきプロセスで業務を行う姿勢を徹底

すべてのお客様に満足いただくためには、すべての社員が正しいプロセスで商品やサービスを提供できる体制でなければなりません。ネクステージは、あらゆる業務においてあるべきプロセスを標準化しており、新卒・中途に関わらず新入社員を迎え入れるにあたっては、コンプライアンスを遵守しつつ、このプロセスをきちんと実行できる人材の育成に努めています。

新卒 今期より全新卒採用者が受講する入社時研修を実施

新卒採用者への研修は従来、店舗単位・事業部単位で必要な知識やスキルを習得するための実務的なトレーニングを行っていましたが、ネクステージで仕事をする上で必須と考えるビジネスマナー、及びコンプライアンス遵守の基本的な考え方を身に付けてもらうことを目的に、2024年から入社直後に一堂に会して実施しています。この集合研修にて経営理念への理解を深め、正しく業務を行う意識をしっかりと浸透させた上で、ネクステージにふさわしい人材の育成を図っています。



新卒 中途 N-BOOKに基づく教育研修で社員の早期成長を

ネクステージでは、車両の販売から保険、整備、買取まですべてのプロセスでベストプラクティスを標準化し、全社で共有して実践する“N-BOOK”というマニュアルを構築・運用しています。属人性を排除したネクステージならではのこの体制が、お客様満足度の向上につながっており、社員教育はまずN-BOOKの内容をきちんと理解することを主眼に置いています。ベストプラクティスに基づくN-BOOKを教育の土台にすることで、社員の早期成長も図られています。



井川 純一
事業本部 部長

Leader's Voice

お客様に正しく価値提供できる人材が、ネクステージを成長させる

社員教育には力を入れています。まだまだ改善の余地があると考えています。ネクステージの業務の規範であるN-BOOKに沿って、お客様に正しく価値提供することができれば、お客様のご満足につながって業績が上がっていくと考えています。これをすべての社員が実践できるように教育・研修もいっそう進化させていきます。

新卒 中途 伸び悩んでいる社員にはきめ細かくフォロー

研修期間終了後、N-BOOKに基づく業務の標準化フローの実践につまずき、悩んでいる社員に対しては、本部の教育専門部署が主導してフォロー研修を実施しています。WEBによる個別面談で問題点を洗い出し、改善すべきポイントを指摘して行動変容を促しています。こうしたきめ細かい対応を重ねていくことで、すべての社員が早くからモチベーションをもって業務に取り組むことのできる環境を整え、お客様へのサービスの質の向上につなげています。

中途 中途採用者にも長期の研修カリキュラムを用意

新卒採用者のみならず、中途採用者にも入社後の3カ月間に及ぶ研修カリキュラムを設けています。最初に一週間程度、ネクステージで働く上で求められるマインドや、必ず遵守すべきコンプライアンスに関する対面の講習を実施。店舗に配属された後は、N-BOOKに則って顧客対応を行うなどの課題を順次設定し、定期的に検証を重ねていくことで、正しいプロセスを定着させています。併せて、店舗業務からいったん離れて必要な知識やスキルの習得に専念することで、研修の効果を高めています。



特集1

お客様に「安心」と「安全」を届ける
取引の実現に向けて

販売

正しいプロセスを遵守し、お客様本位の価値提供を追求

チーム制やDXの推進によって、お客様のニーズに沿った提案を行い、提供するサービスについて分かりやすくお伝えできるよう、努めています。商品や条件について可視化することで透明性を向上し、よりご満足いただけるお取引の実現を目指しています。



来店時 店舗責任者の挨拶と販売ポリシーのご説明

ご来店されたお客様には、最初に店長自らがお挨拶し、責任の所在を明確にしてお客様に安心をご提供しています。その後、販売担当者による接客時には、商品をご案内する前に、広告に掲載された価格通りに販売させていただくことや、付帯商品についてはあくまでお客様に選択いただく姿勢をうたった「販売ポリシー」をしっかりとご説明しています。



商談時 デジタルプライスボードによる総額表示のご案内

リアルタイムで支払総額が表示されるデジタルプライスボードを全店に導入し、お客様が納得感をもって車両をお選びいただける環境を整備。デジタルプライスボードは販売担当者の業務負担軽減にもつながり、労働環境改善によるモチベーションアップにも貢献しています。



商談時 統一されたプロセスとシステムによる均質な商談

販売担当者によって商談の質に差が生じないよう、ベストプラクティスをもとに社内で作成された独自のマニュアルであるN-BOOKに定められたプロセスに則ってお客様に対応しています。また、商談中は「販売支援ツール」をはじめとするシステムが販売担当者を支援し、お客様へのご提案やご連絡に抜け漏れがない体制を構築しています。



商談時 口頭ではなく文書ベースでのご提案

口頭だけで商談を進めるとトラブルにつながる恐れがあるため、車両の見積もりなどは文書化してお客様に提示し、確実なコミュニケーションのもとで商談を進めています。

契約時 現車チェックの徹底

契約時には、現車に触れていただき、車体やカーナビなどの装備に瑕疵がないかどうかお客様自身に確認いただくことを徹底しています。

廣田 舞

ネクステージ宮インター店 副店長

インセンティブ制度が廃止されて必要になるのはマインドの切り替え。一宮インター店では販売だけでなく、買取や保険、整備などのスタッフが互いに連携し、ワンチームでコミュニケーションを図り、みんなが同じ方向を向いてお客様に対応しています。



中別府 大輔

ネクステージ宮インター店 店長

Leader's Voice

お客様に満足いただくことを主眼としたマネジメント

ネクステージでは、お客様本位の販売を徹底するために、インセンティブ制度を廃止してチーム制を導入しました。店長としては、顧客満足度向上が業績向上につながることを強く意識してスタッフ一人一人をモチベートし、お客様に喜んでいただくことを何よりも重んじる文化の醸成に努めています。

特集1

お客様に「安心」と「安全」を届ける
取引の実現に向けて

保険

万全のコンプライアンス体制で、本当にお客様が必要とする補償を

安心・安全なカーライフをお届けする上で不可欠な自動車保険。目に見えない金融商品だからこそ、正しい知識によるご提案とコンプライアンスが求められます。ネクステージはそうしたポリシーのもと、お客様第一で必要な補償にお応えする保険の提供に努めています。

**提案時** ネクステージとしての代理店ポリシーを徹底

自動車保険に加入していただくことが目的ではなく、保険を通じてお客様の安心・安全なカーライフを支えていくことがネクステージのミッションであるという考え方を現場に徹底し、このポリシーに基づいて保険の提案を行っています。

提案時 標準化されたフローでベストプランをご提案

属人的な保険提案でお客様への価値提供にバラつきが生じないようにフローを標準化し、社内マニュアルであるN-BOOKに明記して全店に展開しています。提案時には、お客様の生活環境や家族構成なども考慮し、万が一の際に必要な補償が得られる保険のベストプランをご提示。カタログ上での通り一遍の説明ではなく、手書きの図なども駆使してお客様に分かりやすくご提案しています。

提案時 独自のライセンス制でコンプライアンスを推進

万全のコンプライアンスを目指して、保険提案にあたって抜け漏れのない標準化フローを徹底するとともに、保険募集人資格に加えてネクステージ独自のライセンスを設け、これを取得しなければ保険提案できない運用として、品質を高めています。



井川 純一
事業本部 部長

Leader's Voice

ライセンス取得後も、定期的な試験を通してスタッフの能力を開発

現場スタッフの能力向上に絶えず努めています。ネクステージでは保険を販売するにあたって高い知識や倫理観を求めており、ネクステージ独自のライセンス取得を課しています。取得後も定期的に試験を行って能力をチェックし、必要なスタッフには追加のトレーニングを受講してもらっています。

契約時 確実な保険金お支払いのために契約不備を根絶

いざというときにお客様に保険金をお支払いできないという事態を招かないよう、契約時には細心の注意を払ってお客様とコミュニケーションをとっています。例えば他社の保険から切り替えていただく際、適切に解約されているかどうかを確認するなど、入念なチェックによって契約不備を未然に防いでいます。

**契約後** お客様からの声を全店で共有し解決策を展開

契約にあたってお客様からいただいたご意見に関しては、毎月開催される各店の保険管理リーダーによるWEB会議にて共有。改善すべき点があればその場で議論し、本部で決定した対策を速やかに現場に展開しています。また、契約後も、お客様の家族構成や年齢条件の変更に応じて必要な保険を見直していくなど、継続的にご対応できる仕組みを築き、安心・安全をお届けするために取り組んでいます。



小久保 昇輝

ネクステージ 宮インター店 保険管理リーダー

保険は事故などの際、相手方への補償を中心に考えがちですが、お客様ご自身を守るものでもあります。お客様のニーズに合わせ、必要な情報を抜け漏れなくご説明し、万が一の場合に備えていただける保険のご提案。それも私たちの重要な仕事です。

厳格なルールとシステムのもとで高品質な整備を実施

整備は、お客様の安心・安全なカーライフを支える上できわめて重要なプロセスです。ネクステージでは、車両をお預かりする時点から細心の注意を払い、全店共通のルールとシステムのもとでスムーズかつ正確な整備を実施し、お客様満足度の向上を図っています。



整備前



整備中



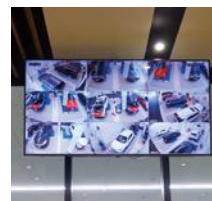
整備後

整備前 保安基準を超える独自のルールを運用

車検・点検の受け入れ時に、お客様の車両を社内ルールに照らし合わせて慎重に確認しています。社内ルールでは、法令で定められた保安基準内と解釈できるものの、安全性に問題がある改造車両は受け入れない体制としています。店舗で判断しかねるケースは、本部の指示を仰ぐルールとなっており、現場での恣意的な判断を取り除いています。基準に適合しない車両は入庫時に修復を依頼し、対応いただけない場合はお客様にその旨をご説明し、車検・点検をお断りしています。

整備中 整備作業を見える化し、工程管理を徹底

工場内での整備作業をリアルタイムで店内のモニターに配信する設備を導入し、お客様が直接作業の様子を確認できるようにすることで、透明性を高めています。また、整備に来店されたお客様をお待たせしないために、「ビット予約システム」によって来店日時と作業内容を管理的確に対応するとともに、各店内に設置した「工程管理ボード」によって作業の進捗を逐次把握して、遅滞防止を図っています。



整備中 システム化により人為的なミス进行排除

車検時に検査機器で計測したデータはそのまま専用のコンピュータシステムに入力されて合否が自動的に判定されます。不適合ならば次の検査工程に進めない仕組みです。これによって意図的な数値の改ざんや転記ミスなどを防止しています。



整備中 追加整備は分かりやすくお客様にご説明

点検時において、安全性向上のために追加整備が必要だと判断した場合、お客様にご説明し、了承を得た上で実施しています。お客様への説明にあたっては、工場長ないしはチーフメカニックが責任を持って担い、齟齬がないように努めています。

整備後 整備不具合は本部が分析し改善策を全店に展開

万が一、整備後に不具合が生じた場合、店舗から必ず本部に報告するルールとなっています。その事例を本部が分析し、同じミスを起こさないための対策を講じて全店に展開することで、再発防止を図っています。

水野 保之

ネクステージ土岐多治見店 チーフメカニック

今回、経営理念も変更になり、よりお客様ファーストの会社になりました。整備の立場からは、確かな整備作業は当然ですが、例えば「この部品は今は問題ありませんが、近く交換が必要になりそうです」といった細やかな助言なども大切だと考えています。



大友 祐輔

ネクステージ土岐多治見店 工場長

Leader's Voice

売上よりも正確な整備を。スタッフにもその意識を徹底。

お客様の安心・安全なくしては、私たちの事業は成り立ちません。売上を伸ばすことよりも、正確な整備をすることが第一であり、スタッフにもその意識を徹底しています。整備の現場では若手や外国籍のスタッフも多いため、彼らとコミュニケーションを密にし、心理的安全性を高めることにも努めています。



伊藤 健士

ネクステージ土岐多治見店 買取チーム

ネクステージでは、提案や取り組みのプロセスが評価基準の主体となっています。そうした方針が最終的にはお客様の安心につながるものと考えています。まだ試行錯誤のところもありますが、お客様と従業員の双方が良い関係になれるようしっかり努力していきます。

お客様の期待に応える、公正で透明な買取スキームを構築

ネクステージは、車両買取のお取引の際に、お客様にご安心いただくために、車両の売却時に不安を覚えるポイントをすべて解消し、独自のポリシーのもと公正で透明な取引に努めています。



査定前 ネクステージ買取ポリシーのご説明

査定前に「買取ポリシー」を明文化した書類を、すべてのお客様に提示してご説明。自社都合で買取金額の減額や返車をしないことをお約束しています。

査定時 「愛情査定宣言」に則った査定を実施

お客様の車を汚すことのないように、乗車時にハンドルカバーやシートカバー、足マットを装着して査定するようにしています。車体の撮影時には、個人情報保護のためナンバープレートを隠すカバーを装着しています。



査定時 迅速かつ正確な査定システムを確立

査定時には、お客様の車両の様々な箇所をスマートフォンで30枚ほど撮影。そのままシステム上にアップされ、買取責任者が車両の状態や相場などを踏まえて価格を算出。特殊な車両は本部に判断を仰ぎ、30分以内をめどに買取金額を提示するなど、迅速な査定でお客様をお待たせしないように努めています。



遠山 流依

ネクステージ土岐多治見店 店長

Leader's Voice

お客様とのコミュニケーションをチームで共有し、連絡漏れなどのミスを防止

お客様からの信頼を損ねる大きな要因は、連絡を怠るなど現場の不注意によるものです。そこで、お客様とのコミュニケーションにはSNSのビジネスチャット機能を活用し、お問い合わせいただいた内容は私も含めて買取チーム全体で共有し、即座に対応できる態勢を整えて連絡漏れなどのミスを未然に防いでいます。

査定時 「フルスイング買取」と書面提示の徹底

買取可能な最大額を、リサイクル料金や自動車税の還付なども含めて初回時にお客様に提示しています。お客様の不信感を生まないように交渉しながら増額するような商談は行いません。また、齟齬のないように提示した金額・条件はカードに明記してお渡しして、即決ではなく48時間以内にご回答いただくことを案内しています。



査定後 契約の確実な遂行と迅速な入金

買取契約後に発覚した車両の瑕疵に対しては、自社の責任と捉え、それを理由に買取金額の減額や買取車両の返車などは行いません。買取車両のお客様の個人情報（ナビデータなど）の消去も徹底しています。また、買取車両に残ローンがあった場合には、必要書類のご案内など当社で対応をサポートすることでお客様の負担を軽減し、迅速に入金しています。

特集1

お客様に「安心」と「安全」を届ける
取引の実現に向けて

お客様相談室

お客様の声を進化の原動力に

お客様から信頼され、より安心してご利用いただくために、ネクステージはお客様の声を何よりも大切に、お客様からの声で自らを変えていく姿勢をいっそう強めています。車両や保険の販売、整備、買取までのプロセスでお客様からいただいたご意見を真摯に受け止め、業務改善につなげていくために、経験豊かなスタッフから構成される「お客様相談室」を本社内に設け、全社横断で対応品質の向上と不正の防止を図っています。

お客様からいただいたご意見に、誠実に対応
満足度向上のため、改善し続ける

お客様相談室では、店舗の間にお客様対応をクロージングまで追いかけるシステムを導入し、スピーディーな解決、抜け漏れのない対応が可能な運用を行っています。アンケートでいただいたお客様からの声はすべて集約・分析を行い、お客様満足度を向上できるようにPDCAを回し続けることを徹底しています。直近では、インセンティブ廃止後、過度な商談とのお声や、販売員の接客マナーに関するご意見が大幅に減少しました。一方で、連絡不足・説明不足は引き続き課題であるため、各管掌部門と連携し改善に向けて取り組みを強化していきます。

恵羅 隆宏
お客様相談室 部長

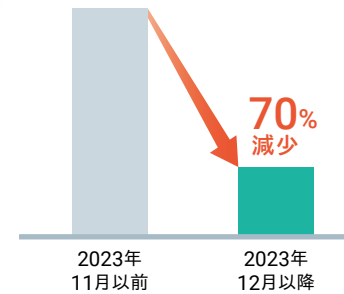
どんなお客様にも、等しく公正に対応する企業文化を

お客様満足度向上のためには、お客様からいただいたお声を受けて、改善のためのPDCAを組織全体で回し続けていくことが大切です。すべてのお客様に等しく公正に対応し、誠実に耳を傾ける企業文化をしっかりと築いていきたいと考えています。

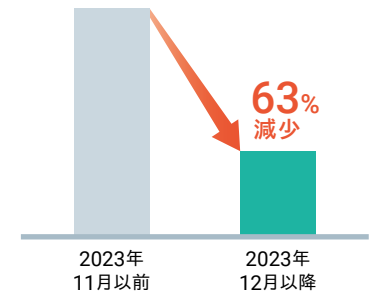
お客様からのご意見の変化

改善

過度な商談とのご意見



接客マナーへのご意見

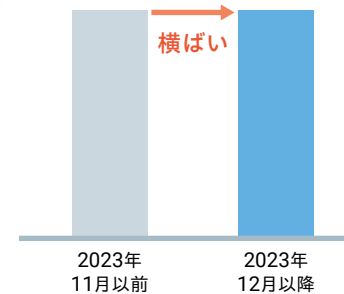


※ 同年ベースで比較し減少

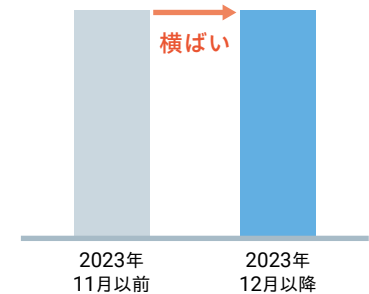
インセンティブ廃止により
過度な商談や接客マナーへのご意見は大幅に減少

課題

連絡不足



説明不足



※ 同年ベースで比較し横ばい

連絡不足・説明不足は引き続き課題、
チーム制の導入やDX推進により改善を図っていきます

特集1

お客様に「安心」と「安全」を届ける
取引の実現に向けて

リスク・コンプライアンス統括室 & CS向上推進室

リスク・コンプライアンス統括室

第三者視点で、絶えず店舗を監査・指導する 専門部署を新設

法令を遵守し、お客様のために正しく構築された業務プロセスを徹底させることを目的に、2023年10月に「リスク・コンプライアンス統括室」を本社内に新設しました。店長・ブロック長経験者から成るこの専門部署が積極的に現場に介入し、自動車整備工場に求められる品質を満たしているか、あるいは販売・買取を含む店舗運営がネクステージの業務規範であるN-BOOKに沿って実施されているかを第三者視点で厳しく監査を行います。

全店舗のN-BOOK実施率を監査、均一で高品質な店舗運営を目指す

社内のルールブックであるN-BOOKに沿って、店舗運営が正しく行えているか、定期的に全店舗の監査を実施しています。これは事業別ではなく、店舗のすべての業務を見るもので、第三者視点で監査を行う役割を担っています。N-BOOK実施率が低い店舗はそもそもルールへの理解が乏しいケースがほとんどですので、改善まで根気よく指導を行っています。こうした取り組みによってリスクを低減させるとともに、均一で高品質な水準の店舗運営の浸透を図ります。



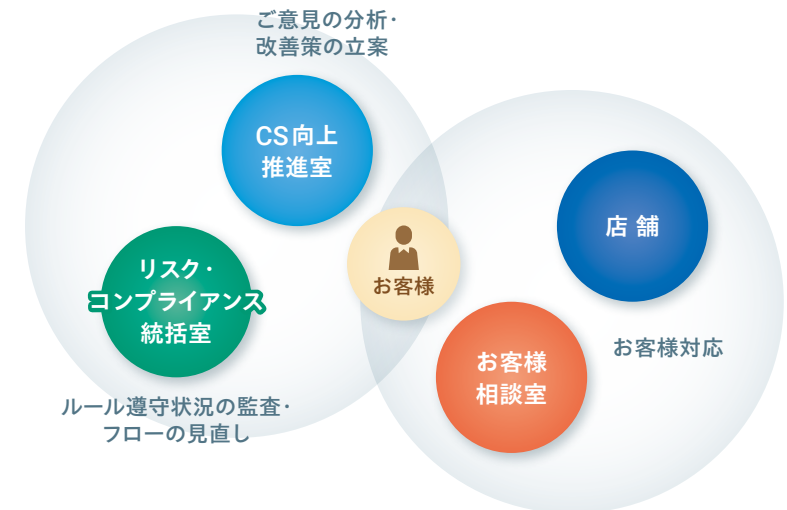
整備事業で培った内部統制のノウハウを、 店舗運営全体に広げていく

坂中 孝行

執行役員 リスク・コンプライアンス統括室 本部長

当社の整備部門は、かねてより厳格な社内ルールを運用することで、当局の監査で一度も重大な処分を受けることなく、常に良好な評価を獲得してきました。今後は店舗運営においても同様の水準を達成し、信用失墜につながる恐れのあるリスクを撲滅していきます。

CS改善のための体制



CS向上推進室

お客様満足度向上のための内部統制機能をさらに強化



高野 賢二

CS向上推進室 次長

2024年3月に、「CS向上推進室」が本社内に新設されました。「CS向上推進室」では、お客様相談室にて実施していたお客様からのご意見に関する集約・分析の役割を引き継ぎ、新設部署としてさらに特化・専念して対応をしています。様々な場面でのお客様からのご意見を集約・分析した後、優先度が高いものから改善策を立案、経営陣に提言を行っており、CS向上のための活動を迅速かつ確実に進めていくための、内部統制機能を強化する役割も担っています。

特集2 企業価値をさらに高めていくための 従業員への取り組み

すべての従業員が 働きがいを持って ともに成長できる企業へ

ネクステージが掲げる経営理念を実現し、社会になくてはならない企業となるためには、お客様はもちろん、従業員からも愛される存在でなければなりません。多様な個性や能力を持つ従業員が働きやすく、働きがいのある職場環境を整え、平等に成長できる機会を提供していく。そのための取り組みを重ねて、従業員が皆ネクステージで働く意義を実感しながらお客様と向き合うことで、社会からの信頼を獲得し、さらなる成長を果たしていきます。



経営理念の実現に向けて 従業員の満足企業価値につなげていく

お客様本位の人事評価制度へと改革

ネクステージは、すべてのステークホルダーから支持されることで正しく成長していく「みんなに愛されるクルマ屋さん」を目指しています。この経営理念の実現に向けて、人財の採用・育成・評価についても見直し、お客様起点で人事制度を再設計して従業員満足度のいっそうの向上を図っています。

まず大きな人事改革として、2023年10月より個人の業績に連動するインセンティブを廃止し、従業員の評価体系を一新しました。売上や利益などの成果ではなく、お客様にとってあるべき価値提供プロセスを確実に実行することを評価する制度を導入。さらに、個人単位ではなくチームでお客様と向き合う形に組織体制を変更し、抜け漏れのない対応でお客様の満足度を高めています。

また、お客様本位の人事評価制度を構築するとともに、今後の事業成長のための人財の採用にも注力しています。経営理念に沿ってこれから当社に求められるのは、確かな商品知識を備え、ホスピタリティをもってお客様に接し、チームワークで業務を遂行できる人財だと考えます。採用すべき人財像を明確にした上で、これまで採用の対象としていなかった方々にもアプローチし、性別や国籍に関わらず多様な人財を募り、組織

の活力を高めていきたいと考えています。

当社にとって、人財はきわめて大切な経営資源です。それを損なわぬよう、従業員の離職防止にも努めていきます。その取り組みの一例として、全従業員を対象に上司との1 on 1の面談の場を頻繁に設け、達成すべき目標を絶えず明確にすることでモチベーションの向上を図っています。また、店舗の現場で生じている問題を、従業員自身が提起して自由に議論する「未来会議」も今期よりスタートしました。こうして従業員一人一人の意思を尊重することで、働きがいのある職場を実現していきます。

ここでぜひ働きたいと選ばれる企業へ

組織の力を高めていくためのマネージャー層の育成・強化も重要な課題です。今期より、課長職以上の管理職を対象に四半期に一度、マネジメント能力を高めるための外部研修を開始しました。今後、この研修のカリキュラムをいっそう充実させ、将来のネクステージを担う経営人財の育成にもつなげていきます。また、管理職を志向せずに専門性を発揮したいと考える従業員に対しても、複線型のキャリアパスを設け、きちんと報いることのできる体制にしたいと考えています。



宮崎 公嘉

常務執行役員 人事本部長

人財戦略に関してはトップの問題意識が強く、従業員の満足なくしてお客様の満足はない、という意識が社内に徹底されつつあります。取締役会においても重要なテーマとして認識されており、従業員満足度の向上や離職率低下のための議題がたびたび取り上げられ、活発な議論が行われています。経営理念と直結した人財戦略を推進し、世の中から働きがいのある企業として認められ、就職先として真っ先に選ばれる存在になることで、ネクステージが永続的に発展していく人財基盤を築いていきます。

人的資本を強化する取り組み

ネクステージにとって重要な経営資源である「人財」。その価値を最大限に引き出すことが、当社のさらなる成長には不可欠です。そのためいま、人的資本を強化する数々の取り組みを推進しています。従業員一人一人が持っている能力を存分に発揮し、ネクステージでのキャリアに大きな魅力を感じ、ここで成長することに誰もが喜びを覚える、そんな唯一無二の企業を目指していきます。

1 上司と部下が1 on 1で密に面談し 現場のモチベーションを向上

店舗におけるインセンティブの廃止とプロセス評価の導入に伴い、正当な人事考課を行うために上司・部下の間でのコミュニケーションをいっそう密にしています。毎月、勤務するすべてのスタッフが直属の上司と1 on 1の面談を実施し、適切なプロセスで業務を進めているかどうかを検証・評価して、取り組むべき課題と達成すべき目標をその都度設定。それをクリアして業務の質が一定水準に達すれば、社内でのランクが上がり昇給する制度を敷いており、お客様に満足いただくためのゴールを常に明確にすることで、従業員のモチベーションを高めています。



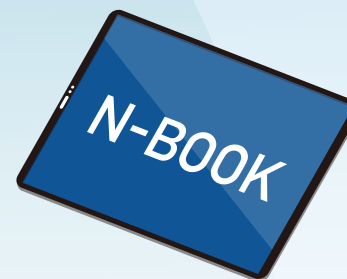
2 チーム制の導入により 従業員に新たな働きがいを提供

車両の販売や整備、買取などの店舗業務においてチーム制を導入したことにより、従業員の意識も変化しています。お客様への価値提供を個人単位で担うのではなく、チーム内で役割を分担することで、自分の強みを活かしてチームに貢献する意識が高まりました。さらに、お客様に喜んでいただく達成感を仲間と分かち合うことで仕事のやりがいが高まり、チーム内で知見を共有することで個人の成長も図られています。また、チーム制によってリーダーを担う従業員が増え、そうした人財が将来管理職として活躍するためのマネジメント経験を培うことにも寄与しています。



3 N-BOOKに則った業務フローで 誰もが正しく価値提供できる体制に

プロセス評価のための基準となるものが、当社が独自に策定したN-BOOKです。これは、店舗での業務フローをベストプラクティスに基づいて標準化したマニュアルであり、お客様に安心・安全な商品やサービスをお届けする上で遵守すべき規範です。このN-BOOKに則って業務を行うことで、社歴の浅い従業員もお客様に正しく価値提供することができ、それが働きがいをもたらしています。N-BOOKはお客様の声をもとに絶えずアップデートされており、あるべき業務フローを誠実に実践していくことが、個人の能力のアップデートにもつながっています。



人的資本を強化する取り組み

4 「未来会議」を通して 従業員発信で働き方を革新

店舗の最前線で活躍する従業員のモチベーションをさらに高めるべく、今期より新たにスタートした「未来会議」。毎月一回、各店舗にて現場で解決すべき課題に対して、いくつかのグループを組んで自由にディスカッションしています。従業員が自ら声を発して店舗をより良く変えていくための場であり、ここで上がった意見は本部が集約し、経営会議に提出されて新たな改善のための意思決定につなげています。



部署を横断したメンバーでディスカッションを実施

6 女性や外国籍の従業員がさらに 活躍できるダイバーシティを推進



多くの外国籍従業員が整備士として活躍

2022年より経営陣を責任者としたダイバーシティ推進委員会を社内に設け、多様な人財が活躍できる環境づくりを進めています。女性の活躍推進においては、ここ数年で女性管理職比率が大きく向上しましたが、店舗の販売・買取部門での課長職以上ではまだまだ不十分であり、育成も含めて機会を提供していく考えです。また、すでに正社員の6%を占める外国籍従業員に対しても、言葉や文化の壁を超えて真に働きがいのある職場を実現していきます。

5 DXで生産性を大きく向上し より能力を発揮しやすい環境へ

従業員に存分に能力を発揮してもらうためには、業務において余計なストレスを感じる事のない環境を整えることが大切です。そのためDXによる生産性向上を強力に推進しており、お客様との商談にタブレット端末を活用することでコミュニケーションの負荷を軽減したり、情報の見える化によってお客様対応を迅速に判断できる仕組みを構築するなど、効率的な業務を可能にすることで残業時間を極力削減し、誰もが働きやすい企業を目指しています。



7 次代のネクステージを担う 経営人財の育成にも注力



四半期に一度、課長職以上の管理者層に集合研修を実施

今期より、課長職以上の管理者層に対して四半期ごとに外部研修を実施し、経営人財の育成を強化しています。また、執行役員クラスに関しては、定期的に職掌を変更することで事業全体を深く理解することを促し、経営者として総合的な能力を養っていく体制をとっています。次代の経営を担う後継者については、指名諮問委員会にて候補者の議論が進められていますが、その層をさらに厚くするためにサクセッションプランも策定する方針です。

At a Glance

お客様に安心・安全なカーライフを提供

ネクステージは1998年の創業以来、自動車に関わる事業で豊かな社会の実現に貢献してきました。現在、約300店舗を全国に展開し、「車両販売」「保険・保証」「整備・点検・車検」「車両買取」の主力4事業を通して、お客様の安心・安全なカーライフをトータルにサポートしています。



売上高

(2023年11月期)

4,634 億円



営業利益

(2023年11月期)

160 億円



従業員数※

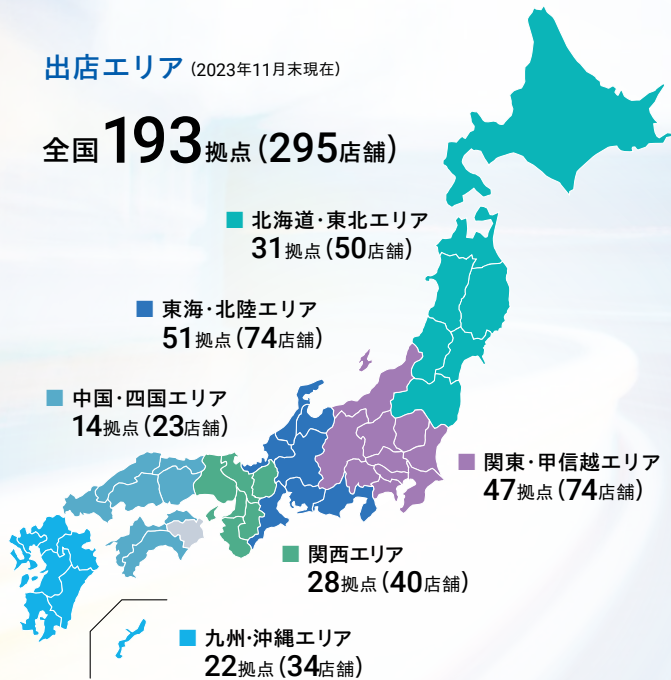
(2023年11月末現在)

8,064 名

※ 連結、平均臨時雇用人員1,313名を含む

出店エリア (2023年11月末現在)

全国 193 拠点 (295 店舗)



事業紹介 P.33: ビジネスモデル



車両販売 P.35

あらゆるカテゴリーの中古車を販売しているほか、海外ブランド車の新車販売も手がけています。



整備・点検・車検 P.37

自社整備工場において、販売した車両の点検・整備を担うとともに、正確な車検を実施しています。



保険・保証 P.36

損害保険会社の代理店としてお客様に最適な自動車保険と、独自の保証サービスを提供しています。



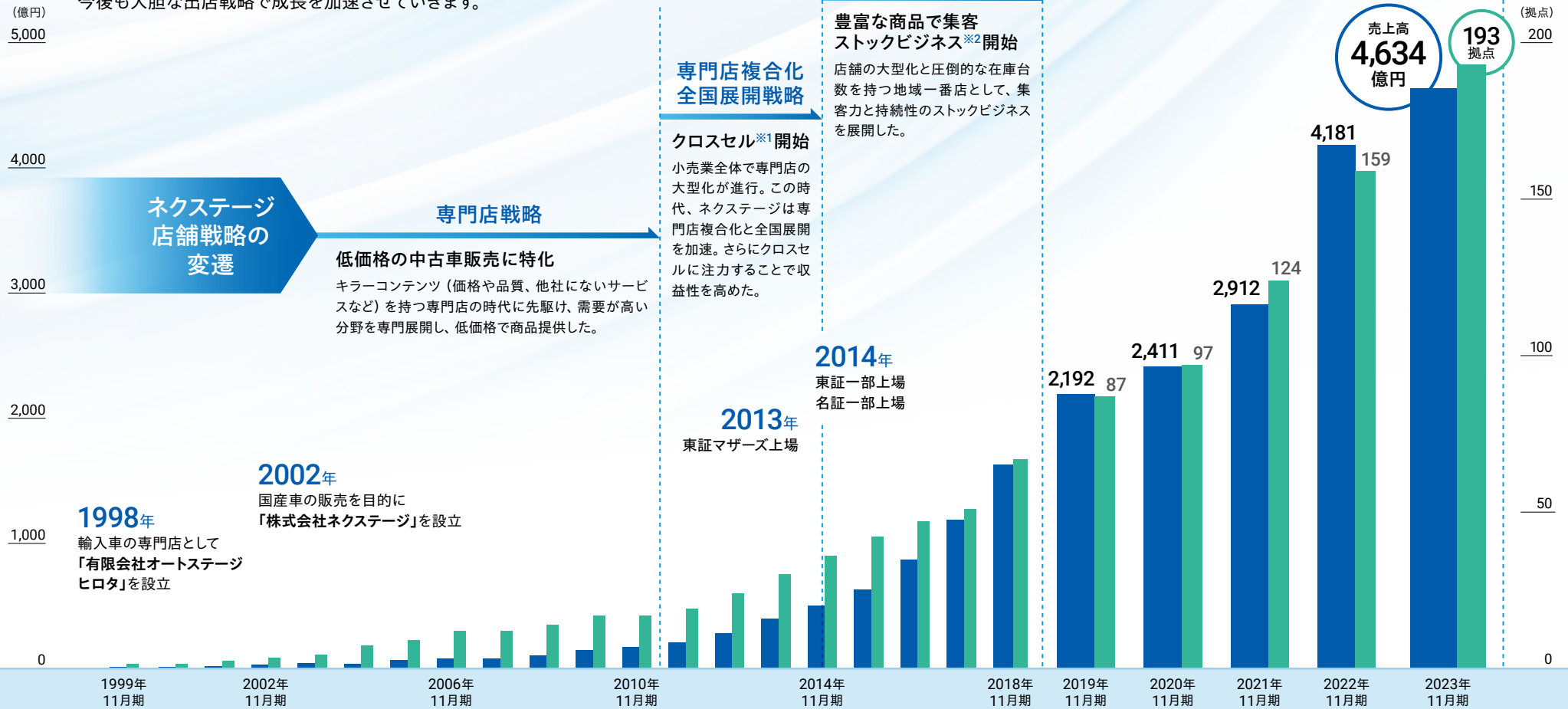
車両買取 P.38

お客様からお持ち込みいただく車両や、販売時の下取り車両の査定及び買取を適切に行っています。

店舗戦略と成長の軌跡

顧客ニーズと業界動向を敏感に先読みした店舗戦略が事業の成長を牽引しています

競合がひしめき、変化の激しい自動車小売業界において、ネクステージは市場ニーズをいち早く捉えた店舗戦略を同業他社に先んじて実行し、事業を拡大してきました。今後も大胆な出店戦略で成長を加速させていきます。



売上高と拠点数の推移 ■ 売上高 ■ 拠点数

※1 車販売だけでなく、部品やコーティング、保証など関連商品やサービスを組み合わせて販売すること

※2 一度の車の販売のみに完結するのではなく、豊富な商品・サービスを接点にお客様との関係が長期的に継続するビジネスのこと

TREND

国内の市場環境

ネクステージの主力事業である国内の中古車市場は、これからどのように変化していくのか。当社を取り巻く自動車産業の過去から現在におけるデータを検証し、ネクステージの成長可能性を探ります。

1

自動車登録台数 (2022年12月～2023年11月)

		(単位:台)				
		当年実績	前年実績	前年比	前々年実績	前々年比
中古車 登録台数	普通車	2,529,503	2,504,355	101.0%	2,688,051	94.1%
	軽自動車	2,861,335	2,814,493	101.7%	3,018,589	94.8%
	輸入車	551,297	555,121	99.3%	581,422	94.8%
新車 登録台数	普通車	2,383,736	1,993,843	119.6%	2,155,271	110.6%
	軽自動車	1,749,674	1,620,522	108.0%	1,671,005	104.7%
	輸入車	247,823	239,967	103.3%	263,988	93.9%

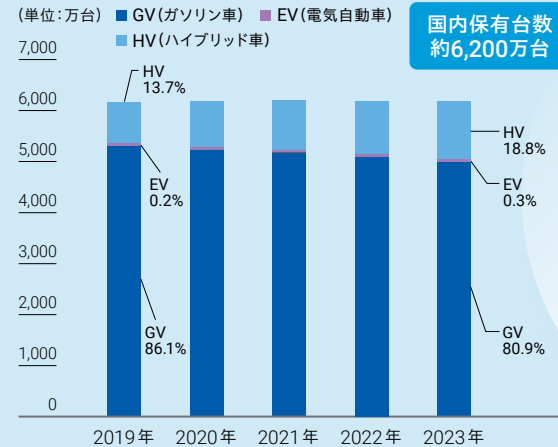
出典：一般社団法人日本自動車販売協会連合会統計データ、
一般社団法人全国軽自動車協会連合会統計データ、日本自動車輸入組合データ

新車の 登録台数は増加

半導体の供給回復に伴い、新車の登録台数が増加しています。新車の登録台数が増加すると、年式が新しく走行距離の少ない中古車の在庫増加が見込まれるため、中古車の登録台数も新車に遅れて回復することが予測されます。

2

GV・EV・HVの国内乗用車保有台数の推移



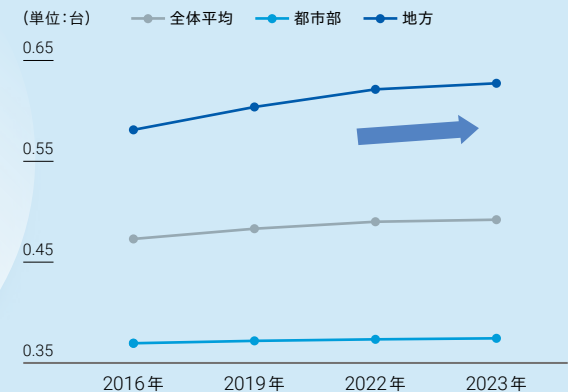
出典：一般財団法人自動車検査登録情報協会「わが国の自動車保有動向」

約6,200万台の 保有台数は維持

ここ数年、登録台数は減少しているものの、社会を支える重要な交通手段としての自動車は変わらず必要とされており、約6,200万台の自家用乗用車の保有台数は維持されています。また、保有台数の大部分をGV(ガソリン車)が占めています。

3

一人当たりの国内乗用車保有台数の推移



出典：一般財団法人自動車検査登録情報協会「わが国の自動車保有動向」
都道府県別人口の上位5位を都市部、下位5位を地方として作成

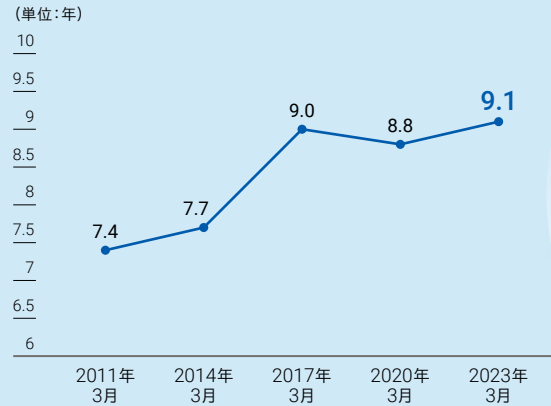
地方での 保有台数は増加

少子高齢化により国内の人口は減少しているものの、地方での一人当たりの乗用車保有台数は増えています。生活に欠かせない足として、地方ではまだまだ車が必要とされています。

TREND

4

平均乗り換え年数（新車・二人以上世帯）



出典：内閣府「消費動向調査」

車の保有期間が長期化

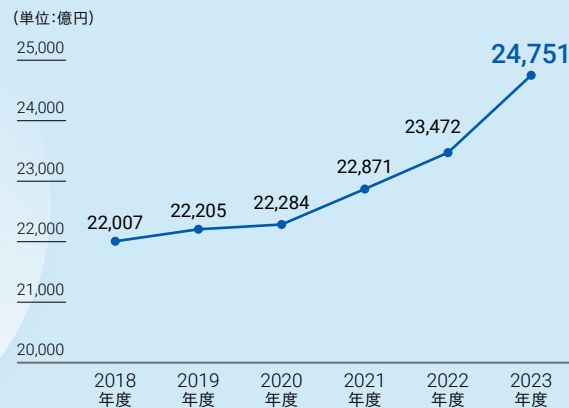
技術の進歩によって自動車の品質や性能は年々向上し、故障などの不具合が発生せず耐用年数が延びています。その結果、乗り換えまでの一台当たりの保有期間が長期化しています。

5

車検整備売上高の推移

車検整備の売上高は増加

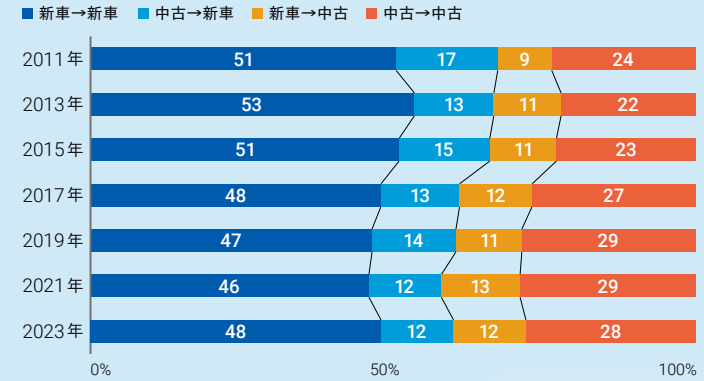
国内約6,200万台の保有台数が維持され、乗り換えまでの年数が長期化することで、車検整備のニーズが高まり、売上高が増加しています。整備需要は今後も拡大していくと思われます。



出典：日本自動車整備振興会連合会「自動車特定整備事業実態調査」

6

国内新車・中古車の乗り換え比率の推移



出典：一般社団法人日本自動車工業会「乗用車市場動向調査」

中古車への乗り換えが増加

中古車への乗り換え比率が年々拡大しています。自動車の性能向上や経済性、さらにリユースに対する世の中の意識の変化により、購入時に中古車が有力な選択肢となりつつあります。

巨大なマーケットである国内の自動車小売業。そのなかでも、社会の変化によって今後、中古車市場はさらに大きく伸びる可能性を秘めています

社長メッセージ

Message to Stakeholders

「みんなに愛されるクルマ屋さん」
を目指して

広田 靖治

代表取締役会長兼社長

ネクステージはいま、未来に向けて大きく変わろうとしています。私たちが営む自動車事業を、社会においてもっと価値のあるものにするために、2023年9月より創業者である私が代表取締役会長兼社長に就任し、企業のあり方を変革してきました。お客様からの信頼を積み重ね、ステークホルダーの皆様すべてに愛されるクルマ屋さんとなることを目指し、業界そのものも変えていく。それを私たちが先導していくことで持続的な成長を果たしていきます。



正しく経営を営めば、インセンティブなど必要ない お客様ファーストを徹底し、自らを変革していくことを決断

「お客様に喜んでいただく」ことが私たちの原点

ネクステージは、私が1998年に立ち上げた小さな中古車販売店からスタートした企業です。自らの目利きで価値の高い中古車を仕入れて販売し、お客様に喜んでいただき、お客様の暮らしを豊かにすることに、大きな誇りを覚えて事業を営んできました。一方、当時は中古車販売業に対する世間のイメージが必ずしも良好ではなく、それを払拭することにも懸命に努めてきました。創業当初から地域貢献を意識し、街の美化活動などに従業員総出で取り組むとともに、積極的な出店によって地域に新たな雇用をもたらすことにも貢献しました。2013年に株式上場を果たしたのも、ネクステージが社会の公器たりうる企業であることを証明することで、この業界への信用をさらに高めたいという考えからです。

そしてお客様には、中古車取引における不透明性を徹底して排除し、販売時には車両の総額表示を、また、買取時には初回から最大限の高額査定を行うなど、旧来の業界の常識を覆すサービスを次々と提供してきました。さらにお客様の利便性を高めるために、カーライフに関わる様々なサービスをワンストップで提供できる総合店を全国に展開しました。その店舗の運営に関しても、従業員が皆等しくお客様満足度の高い仕事ができる仕組みづくりに力を入れて取り組んできました。その主軸として、同様の改革を成し遂げた無印良品の元会長、松井忠三氏を社外取締役に招聘し、外部の優れた知見も活用しながらネクステージ独自のマニュアル“N-BOOK”を構築。これをお客様の声をもとに絶えず改善していくことで、商品やサービスの質を高めるとともに、すべての従業員がお客様のために正しく価値提供できるよう業務の標準化を図っています。

こうした取り組みによってネクステージは大きく成長を遂げてきましたが、その根底にあるのは、お客様をはじめ地域の皆様に喜んでいただきたいという創業時の想いであり、それはいまでも変わることはありません。

社会から絶対的に信用される企業になるために

昨今、自動車業界への信頼が揺らいでおり、私自身、大変な危機感を抱いています。長年ネクステージはお客様本位で事業を営んできましたが、それをさらに追求し、社会からの信用をもっと獲得していかなければならない。そのために、あらためて創業の想いである「みんなに愛されるクルマ屋さん」を経営理念に掲げ、すべてのステークホルダーから絶対的に支持される企業を目指したいと考えています。

社長に就任後、まず私が決断したのが、従業員に対するインセンティブの廃止です。自動車業界は、販売台数に応じたインセンティブを支給することが当然だとされてきましたが、一般的な流通小売業で店舗の従業員にインセンティブを導入している大手企業などは見受けられません。そもそも流通小売業というのは、お客様視点で正しく品揃えをし、正しく接客すればおのずと販売実績は上がっていくもので、インセンティブなど本来は必要ない。逆に、インセンティブがあることで従業員が過度にお客様に執着し、満足度の低下や不正発生の温床にもなりかねない。かねてより私はインセンティブをなくしたいと考えていましたが、社外取締役からもこの機に廃止すべきだという意見をいただき、結果ではなくプロセスを重視する評価制度に大きく刷新しました。

自動車業界では異例となるインセンティブ廃止により、人財の流出も懸念されましたが、結果的にはトップの層ほど経営理念に共感し、ネクステージでキャリアアップすることを選んでくれました。また、インセンティブ廃止に伴って、個人ではなくチームでお客様に対応する体制に変更しました。複数の従業員が絶えずお客様とコミュニケーションをとることで、チームで目標を達成する喜びを現場に提供するとともに、ミスや不正の防止も図っています。各店舗の業績もインセンティブを廃止する前の水準にまで回復しており、この決断は間違っていなかったと強く感じています。

社長メッセージ

変化力と意思決定力で難局を乗り越える

ネクステージの企業文化も、経営理念に沿って再構築しているところです。例えば、経営会議や店舗ミーティングの場では、真っ先にお客様からいただいたお褒めの声やご不満の声を報告。業績に関することは二の次に、まずはお客様が抱えている問題を最優先して議論し、現場を挙げて解決を図っています。こうして、お客様からの声をすべてオープンにし、すべてお客様ファーストで物事を考えて実行に移していくことで、現在当社に寄せられるご不満の声は大きく減少しています。

いまネクステージは、成長痛のようなものを味わっている段階だと捉えています。振り返れば、過去リーマン・ショックに直面したときなども、持ち前の変化力と意思決定力で難局を乗り越え、さらなる成長を果たしてきました。今回も、こうした力を存分に発揮し、「みんなに愛されるクルマ屋さん」というネクステージのあるべき姿を全社を挙げて創り上げ、再び大きな飛躍を遂げていきます。

自動車業界のインフラを整える企業へ

私がこれから挑みたいのは、この業界を健全化し、成長産業として確立していくことです。当社で自動車を購入されたお客様が、点検や整備などで継続的に利用いただくことで、車両の品質が良い状態で担保される。その車両をお客様が当社に売却し、私たちがそれを新たに再販することで市場に流通する自動車の品質自体が上がっていく。そうしたバリューチェーンを社会に築き上げることができれば、車両のリユースはどんどん進み、リユースに対する社会からの評価も高まっていくでしょう。

ネクステージがこうした事業モデルで大きく成長する姿を示せば、追随する企業が現れ、業界全体がより良く変わっていくはずです。そして私たち自身は、自動車流通の分野でなくてはならないインフラ企業へ進化していく。より多くのお客様に、自動車に関わる当社のサービスをご利用いただいている未来の実現に向けて、責任を持って経営を担い、この企業の価値を持続的に高めていきたいと考えています。



自動車の価値を高めるバリューチェーンを
私たちが市場の中心に立って構築し、
この業界を健全に発展させていきたい



新しいネクステージの創造へ

「お客様満足 (CS)」と「従業員満足 (ES)」の向上を主軸に企業価値を創出し、
自動車業界の発展と社会課題の解決を目指します



企業価値の向上を通じて、社会課題を解決
健全で信頼される自動車市場の発展に貢献
自動車のリユースを促進することで
脱炭素社会・循環経済の発展に貢献

価値創造プロセス

ネクステージは、お客様のカーライフに長く寄り添う独自のビジネスモデルによってステークホルダーへの提供価値を生み出し、経営理念「みんなに愛されるクルマ屋さん」の実現を目指します。

経営理念

みんなに愛されるクルマ屋さん

P.02



2023年11月期振り返り

既存店比較



売上高

3,519 億円

前年比
↓ 88.9%

営業利益

222 億円

前年比
↓ 79.7%

相場変動のリスクを回避するために低単価商品を増やしたこと、4Qの集客減少により、売上高、営業利益はマイナスとなりました。インセンティブ廃止やチーム制の導入によって2024年11月期1Qは4Q対比で増収増益であり、2024年11月期通期では業績の回復が見込まれています。

新店比較



売上高

1,019 億円

前年比
↑ 116.5%

営業利益

50 億円

前年比
↓ 97.9%

北海道・東北エリアに7店舗、関東・甲信越エリアに2店舗、東海・北陸エリアに5店舗、関西エリアに1店舗、中国・四国エリアに5店舗を新たにオープンし、計画通り総合店を20店舗出店した結果、売上高・売上総利益はプラス成長となりました。

事業部別の業績



販売店

売上高

2,698 億円 ↑ 111.7%

売上総利益

441 億円 ↑ 114.3%



買取店

売上高

1,297 億円 ↑ 105.4%

売上総利益

274 億円 ↑ 123.2%



整備店

売上高

174 億円 ↑ 127.7%

売上総利益

76 億円 ↑ 122.4%

輸入車新車
ディーラー

売上高

497 億円 ↑ 114.9%

売上総利益

66 億円 ↑ 102.7%

主要KPI



小売販売台数

155,003 台 ↑ 128.7%



買取台数

202,010 台 ↑ 129.6%



車検台数

108,100 台 ↑ 128.2%



収入保険料

191 億円 ↑ 123.1%

総合店を20店舗、新車ディーラーを3店舗、買取店を34店舗出店。出店戦略に沿って計画的に出店することで、すべての事業及び主要KPIでプラス成長を実現。2024年11月期はお客様ファーストの経営変革をテーマに、収益性の改善を実現できるよう取り組んでいきます。

CFOメッセージ



Message to Stakeholders

強固な財務基盤を築き、成長し続けることで
ステークホルダーからの期待に応えていく

野村 昌史

取締役執行役員

ROAを回復させることが今期の課題

ネクステージの2023年11月期は、激しい変化に見舞われた1年でした。1Qに中古車市場の相場が大きく下落し、売上がショートして厳しい環境下でのスタートとなりましたが、2Qに入ると市場が平準化され、業績も回復して事業は順調に拡大しました。しかし、4Qに自動車業界全体への不信感が高まったことから、当社の事業にも多大な影響が及びました。前期の最終盤は業績が落ち込んだものの、それまでにしっかりと収益を確保していた結果、トップラインについては年度の目標を達成することができました。

一方、財務面では課題を抱えました。当社の事業は、大きな資産として抱える中古車在庫をいかに効率良く回転させるかが重要であり、経営指標としてROA（総資産利益率）を重視しています。2023年11月期は、先ほどお話した1Q及び4Qの影響により、ROAが前々期の10.2%から6.8%に下落しました（次ページ下部に資料を記載）。このROAを回復させることが近々の課題であり、前期より在庫の圧縮を図り、市場ニーズに即した商品ラインナップを構成し、在庫の回転率を高めることを意識した経営に努めています。在庫圧縮を進めた結果、前期の営業キャッシュ・フローは大きくプラスとなりましたが、これは成長企業である当社においては、あまり相応しくない結果だと認識しています。引き続き、在庫を適正にコントロールしつつ資産効率を高めて収益を向上させ、キャッシュを新規出店などの投資に回して成長を加速させていくことが、ネクステージのあるべき姿だと考えています。

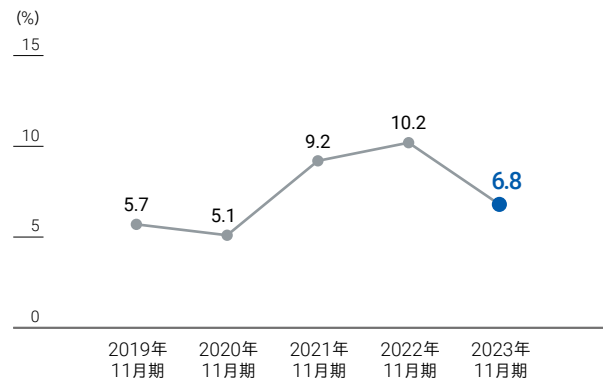
CFOメッセージ

資本コストを意識した財務戦略を推進

資本コストについても念頭に置いて経営にあたっていますが、最も重要なのは資本コストを上回る収益を上げることだと捉えています。当社のROE（自己資本利益率）は18.8%と国内企業の平均を上回る水準を保っているものの、ネクステージはまだ成長過程にあり、すでに成熟した企業とは資本に対する収益性が異なるのが当然です。私たちが強く意識しているのは、資産を最大限に効率良く活用し、資本コストを上回る収益を絶えず生み出し、さらなる成長に結びつけていくこと。未来に向けて大いに期待できる企業だと市場から評価されることが、結果として資本コストの低下につながるものであり、そのための財務戦略をこれからいっそう推進していきます。

資金調達多様化も、今後取り組むべきテーマのひとつです。当社の場合、多量の在庫を流動させることで収益を上げる

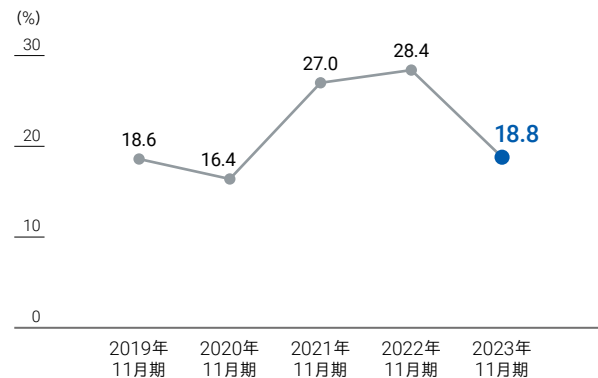
ROA(総資産利益率)の推移



ビジネスモデルなので、経営の健全性を保つために、現預金と在庫の資産の合計額が、借入による負債を超えないように財務を運用しています。ただ、その負債は現状、低金利の経済環境もあって銀行からの借入の比重が大きく、偏りがあることに問題があります。金利上昇などのリスクに備えて、デッドファイナンスのルートを多様化していく必要があり、大いに検討の余地があると認識しています。

中古車流通市場は、国内においていまや数少ない有望なマーケットであり、大きな成長の可能性を秘めています。そのなかで、私たちネクステージはこのマーケットのリーダーとなりうる実力を十分に有していると自負しています。その実力を存分に発揮するためにも、バランスの良い資本構成を追求し、今後の当社の成長をしっかりと支える財務基盤を築いていきたいと考えています。

ROE(自己資本利益率)の推移



当社の成長可能性をさらに追求したい

株主還元に関しては、TSR(株主総利回り)を重視しています。ネクステージは得られた収益をさらなる成長へ投資することで、企業の価値を高めていきたい。ですから、配当性向は一定の枠内に抑えつつ、キャピタルゲインと併せて投資家の方々に報いたいと考えています。そのためにも、当社の成長可能性をもっと多くの人に伝えたい。まずは足元で、新たに掲げた経営理念である「みんなに愛されるクルマ屋さん」を愚直に目指していく。それがネクステージの店舗を訪れるお客様の支持を得て、私たちを応援してくださる投資家の方を増やすことにつながっていくのだと思っています。これからもネクステージは、企業としてあるべき姿を追求し続け、ステークホルダーの皆様からの期待に応えていきます。

DX戦略



Message to Stakeholders

「攻め」と「守り」の両面から
ネクステージの生命線である
DXをさらに推進していく

中道 勝久

執行役員 システム本部長

自らの力でDXをリードできる体制を構築

ネクステージは、かねてよりITを競争力強化の重要な手段と捉え、事業のあらゆるプロセスにおいて独自の情報システムを導入し、業務の生産性向上を図ってきました。経営トップもIT戦略を優先度の高いテーマとして認識しており、「DX推進によるお客様満足の向上」をマテリアリティのひとつに設定し、引き続き積極的なIT投資を繰り返してまいります。

昨今、経営合理化のためにシステムの開発運用をアウトソーシングする企業が増えているなか、当社はIT人材を積極的に採用・育成し、自社でイニシアチブをとってDXを推進する体制を強化

しています。現在、社内に数十名規模の技術者を抱え、デジタルによる業務改革をスピーディーに企画実行しています。このたび、ネクステージが目指すべき姿として、新たに掲げた経営理念である「みんなに愛されるクルマ屋さん」の実現に向けても、顧客満足と従業員満足をともに満たすためのDXが不可欠だと考えています。

そうした状況を受けて、私たちがいま注力しているのは「攻め」と「守り」の両面を強化していくことです。「攻め」のDXとは、デジタルによってネクステージの事業を強くして新たな価値をもたらしていくこと。そして「守り」のDXは、その価値を損なうことなく事業を継続し、ステークホルダーから信頼され続ける体制を築いていくことです。

DX戦略

利便性を向上し、お客様満足の向上につなげる

「攻め」のDXに関しては、すでに業務革新につながる数々のシステムを導入しています。私たちが掲げるコンセプトは、現場の業務を高度に仕組み化・見える化し、従業員の誰もが効率良く質の高い仕事ができる環境を整え、それをお客様の満足につなげていくことです。例えば店舗においては、お客様の来店予定・作業進捗・商品管理などをすべて見える化し、スタッフ間で共有する「販売メインボード」や、従来は人手で変更していた展示車両の販売価格を、無線LANを用いてリアルタイムで自動変更できる「デジタルプライスボード」などを新たに導入し、大きな効果をもたらしています。

さらに、お客様との商談にタブレット端末を活用し、商品の説明を抜け漏れなく行うことができるツールや、整備の現場でもタブレット端末で車検の見積もりを容易に行えるツールの開発などを進めており、これから各店舗へ展開していきます。一方、お客様とネクステージとの関係をより深め、新たな顧客体験をもたらすスマートフォンアプリの「NEXTAGE CONNECT」についても、リニューアルを実施し、来店予約・車検予約などの手続きをWEBサイトでも行えるように機能を拡大していく方針です。私たちが推進する「攻め」のDXは、お客様の利便性向上と、社員の生産性向上とともに果たすものであり、今後も業界の常識を変革するDXを果敢に実行していく考えです。



システムインフラ課、システム開発課のメンバー

システムを守ることで、お客様と従業員を守る

お客様からの信頼を高めていくためには、「守り」のDXもおそろかにすることはできません。いまやネクステージの事業はシステムの上に成り立っており、システムに障害が発生すれば事業そのものが停止し、お客様に多大なご迷惑をおかけすることになります。事業の成長に伴い、各店舗でお客様の数が増加の一途を辿っており、週末など業務量が增大するピーク時には、システムにも大きな負荷がかかっています。この問題に対処するべく、ITインフラの増強を進めており、企業の生命線に関わる投資として優先しています。

また、昨今、社会で大きな問題となっているサイバー攻撃への対応も重要な課題です。現在、外部の有力なベンダーと協業し、ランサムウェアをはじめとするサイバー攻撃を防ぐための最先端の技術の導入を図っています。さらに、災害などの非常事態が発生した際、従業員の安否を確認するシステムも新たに導入するなど、ネクステージの大切な資産である人財を守ることに、ITを有効に活用していきたいと考えています。

ITガバナンスも強化し、さらなる成長の基盤に

「守り」の一環として、ITガバナンスもいっそう強化していきます。当社は2017年、NICSと名付けた強固な基幹システムを構築し、これをベースに事業を発展させてきました。今後、さらなるパフォーマンス向上のためにNICSをアップグレードする予定ですが、その際にもBCPを踏まえて冗長化[※]などを正しく施し、万が一のトラブル時にも事業を継続できる体制を築いていきます。将来的にはクラウド上にバックアップを構成し、いかなる障害が発生しても途切れることなくシステムが稼働する仕組みにしたいと考えています。

併せて、システムに関わる様々なリスクを分析し、適切にコントロールするための監査もいっそう充実させていきます。システムを扱う上での社内ルールである「システム管理規定」も絶えず見直して厳格に運用する一方、従業員への情報セキュリティ教育はまだまだ万全とは言えず、入社時から継続して教育・研修を実施していくことで、すべての従業員が情報セキュリティを理解し実践する組織にしていきます。こうした取り組みを重ねてDXがさらに成長していくための基盤をつくるべく、これからも尽力していきます。

※ 平時からサブシステムを稼働させ、メインシステムが停止した場合にサブシステムがカバーすることで、稼働状態を維持すること

社外取締役対談

Outside Director Dialogue

さらなる企業価値向上に向けて
変革を続けるネクステージが
取り組むべき経営課題とは？

ネクステージはいま、「みんなに愛されるクルマ屋さん」という経営理念を掲げて自らの存在意義を明確にし、お客様をはじめステークホルダーの皆様にいっそう支持される企業となるべく、大きな変革に挑んでいます。ネクステージが直面している課題とは何か、そしてネクステージがさらに成長していくために果たさなければならないことは何か、社外取締役として当社の経営を監督する松井忠三氏と遠藤功氏の二人が意見を交わしました。



松井 忠三 | Tadimitsu Matsui

社外取締役

株式会社西友ストア（現・株式会社西友）を経て、株式会社良品計画に入社し、2001年に社長に就任。商品開発・販売・経営・人材育成・システムとすべての領域にわたって仕組み化を進め、業績を回復。2015年に良品計画を退社し、ネクステージの社外取締役に就任。

遠藤 功 | Isao Endo

社外取締役

新卒で三菱電機株式会社に入社。その後、2000年に欧州系最大の戦略コンサルティングファームである株式会社ローランド・ベルガーの日本法人社長に就任。2006年から10年間、早稲田大学ビジネススクールの教授も務めた。2021年、ネクステージの社外取締役に就任。

社外取締役対談

究極の経営理念を新たに掲げて ネクステージは本気で変わろうとしている

遠藤 2023年の秋に巻き起こった自動車業界に対する不信は、社会から大きな注目を集めました。ネクステージにおいては、道理に反するような行為はありませんでしたが、業界に対する悪評が世間にまん延し、当社も同類ではないかと誤解されていました。まさに嵐に巻き込まれたような感覚で、想定外の事態に直面することとなりました。

松井 しかし、そこからの経営のアクションは迅速だったと思います。創業者である広田会長が社長に復帰し、業界への不信を払拭する施策を次々と打ち出してきました。取締役会の議論の場でも、広田社長の発言はネクステージを変えていかなければという気迫と覚悟に満ちていて、私自身もその本気度に驚かされました。

遠藤 その背景には、広田社長の強烈的な危機意識があるように感じています。お客様をはじめ、あらゆるステークホルダーから愛される存在にならなければネクステージの未来はない、という危機感が広田社長を突き動かし、リーダーシップを発揮して自社のみならず業界全体を変えていこうとしています。

松井 新たに掲げた「みんなに愛されるクルマ屋さん」という経営理念にも、広田社長の思いが込められています。これは取締役会で広田社長から出た言葉でしたが、変に飾ることなく、素朴ながらもネクステージらしい想いのこもった理念だと感心しました。私たちが目指すべき方向が誰にも分かりやすく示されており、この理念のもとでさらに求心力と推進力が生まれると期待しています。

この改革をやり遂げるためには 的確なチェンジマネジメントが必要

松井 新たな経営理念を受けて、経営陣が下した重大な決断のひとつが、従業員のインセンティブを廃止し、お客様志向のプロセス重視の人事評価制度を導入したことです。インセンティブは従業員のモチベーション向上に有効であるものの、収益を過度に追求する姿勢が根付き、それがお客様からの信頼を損ねることにつながりかねません。自動車業界はこれまでインセンティブによる報酬が当たり前でしたが、それをあえて変更したことにネクステージの覚悟が表れています。

遠藤 このインセンティブ廃止をはじめとした制度変更は、これまで成功を収めてきたビジネスモデルをいったん破壊し、新たなモデルを創り直す大改革です。絶対にやるべきだと賛同していますが、いざ実行するとなると決して容易ではありません。

ブレーキだけではなく、アクセルを踏むべきときは踏む お客様目線で忌憚なく経営に意見することが、私の役割

松井 忠三



社外取締役対談

遠藤 ネクステージが得意とする日々の改善とは異なり、改革というのは部分ではなく全体を変えなければなりません。そのためには、何をどのような順で変えていくのかという行程表を示し、改革の進捗を見える化することが重要です。

松井 この改革は、ネクステージの社風を刷新することだと私は捉えています。いま遠藤さんが言及された行程表に沿って、改革すべきことを一つ一つ確実に成し遂げることで経営理念が浸透し、根本から従業員の考え方や行動様式が変わっていく。私は過去、無印良品で同様の改革を指揮しましたが、結果が出るまで3年かかりました。ネクステージもおそらく時間を要するでしょうが、長らく当社の社外取締役を務め、この企業の実行力を目の当たりにしてきた身としては、必ずやり遂げられると信じています。

遠藤 私もネクステージの「やり切る力」を高く評価していますが、いまや8,000名の組織となり、広田社長のリーダーシッ

プだけでは難しいのも事実です。今後、チェンジマネジメントがいつそう求められ、改革をリードする経営機能の強化が必要であり、私もそこに知見を提供できればと考えています。

自らを改革しつつ、成長も果たしていく この挑戦が正しいことを社会に証明したい

遠藤 改革を進める一方で、市場がネクステージに求めているのは成長であり、そのバランスをとることが私たち経営の使命です。この改革によって現場に矛盾も生じかねず、例えば販売の現場でお客様のためにオプション商品や自動車保険を提案したいと思っても、その行為が悪印象をもたらすのではと、ジレンマを覚えて躊躇してしまうかもしれない。それは逆にお客様のためにならず、推奨すべきことは推奨するという、理念に基づいた判断基準を示すことも経営の役割です。投資家の

方々からは、人事評価制度を変更したことを懸念する声もありますが、新たな体制で十分に収益を上げる仕組みをつくって証明し、ネクステージの企業価値を以前にもまして向上させたいと考えています。

松井 おっしゃる通りで、すべてのステークホルダーに愛される企業になるためのガバナンスを効かせることはもちろん重要ですが、ブレーキをかけるばかりではなく、アクセルを踏むべきところをためらってはいけないと思っています。そのタイミングを適切に見極めて、忌憚なく意見することが社外取締役としての私の役割。幸いにも、ネクステージの取締役会は自由闊達で、遠慮なく議論できる雰囲気です。お客様の目線を絶えず意識しながら、現場が抱える問題に対して本質的な示唆を与え、ネクステージらしいダイナミズムを保ちながら成長を続けていく、そこに社外取締役として貢献できればと考えています。

強烈な危機意識が、改革の原動力になっている それを成し遂げるための知見を、外部から提供したい

遠藤 功



ビジネスモデル

お客様のカーライフに生涯にわたって寄り添い、 車に関するすべてのサービスをワンストップで提供

ネクステージは、車両やカー用品の販売だけでなく、保険、点検、整備、車検、買取、そして次のお車の乗り換えまで、車に関するあらゆるサービスをワンストップで提供するビジネスモデルを構築しています。こうしてお客様のカーライフに長く寄り添い、ライフタイムバリューを高める生涯取引を推進することで収益向上を図っています。この生涯取引を実現するためのサイクルを、4つの戦略で強化しています。



4つの経営戦略

全国的な店舗展開

主に地方都市を中心に新規のお客様を誘致する出店戦略を進めています。販売・保険・整備・車検・買取まで一貫したサービス環境を整えた大型店を全国に展開することで、生涯取引拡大の基盤を構築しています。



店舗オペレーションの標準化

全店舗共通の業務フローを構築し、それに基づいたオペレーションを徹底、均一な店舗運営の仕組みを構築。全店舗共通のKPIも設定・モニタリングし、標準化フローによる正しい運営がなされているかを管理しています。



管理顧客数の拡大

管理顧客数を重要指標とし、一度ご利用いただいたお客様に継続して取引いただくべく、お客様の状況に応じた提案を適切な時期に行える顧客管理を実施。併せて取引のない既存顧客の世帯にアプローチしています。



商品管理

商品回転日数を重要指標とし、入庫から納車までのリードタイムを意識した事業運営を行っています。このリードタイムをコントロールすることが、日々変化する市場価格を反映した適正な値付けにつながると考えています。



ビジネスモデルの強み

すべてのプロセスで、ネクステージだからこそ提供できる価値を

ネクステージは、ビジネスモデルのすべてのプロセスにおいて、競合他社とは一線を画する「強み」を多数有しています。この優位性を存分に発揮することで、お客様からの信頼を向上し、さらなる事業拡大を図っています。



車両買取

- 全国規模での仕入網の確立
- お客様との多様な接点での買取強化
- 直接販売を前提とした高い買取価格
- 買取スタッフによる出張買取



車両販売

- あらゆるニーズに応える圧倒的な商品ラインナップ
- 標準化フローによるオペレーションの徹底
- 入庫から納車までのリードタイムの短縮
- 専門性の高いプロフェッショナルな人財



車検

- データによる工程管理が可能な最新設備を導入
- 定期的な社内監査・社外監査により信頼性を担保
- 国家資格を保有する車検専任スタッフによる提案
- 車検内製化により短納期で高パフォーマンスを実現



保険・保証

- 保険の枠にとらわれないトータルサポート
- 全国店舗網による事故対応時の安心感
- CLP(カーライフプランナー)による高度な提案とフォロー
- スムーズな顧客対応を行うコールセンター設置



整備

- 安心・安全なカーライフのための多様なサービス
- 充実した保証とメンテナンスでお客様満足の向上
- 高い品質を担保する整備士を採用・育成
- 整備現場での事務作業をシステム化し生産性を向上



点検

- 国土交通省からの認可を取得した整備工場
- 指定工場・認証工場・特定整備工場での高品質な点検
- 国家資格を保有した整備士による整備・検査体制
- 「NEXTAGE CONNECT」によるお客様との接点強化



事業概況

 車両販売

安藤 滋一

専務執行役員 営業本部長

事業の現況

ネクステージはいま、店舗での販売のあり方を大きく変革しています。インセンティブを廃止してプロセス評価に一本化し、チームでお客様に対応する体制へと移行しています。それに伴い、店長のもとでチームを率いるリーダーの育成に力を入れ、店舗全体がお客様志向となるマネジメントを推進しています。こうした取り組みが徐々に実を結び、一時的に落ち込んだ業績もインセンティブ廃止前の水準にまで回復し、変革の手応えを感じています。

「みんなに愛されるクルマ屋さん」に向けて

お客様のニーズに寄り添った販売活動となる
マネジメントを推進し、新たな成長軌道へ

お客様不満足をゼロにすることが2024年11月期のKPI

お客様が自動車業界に要求する水準と、当社が提供する商品やサービスはまだまだ乖離があると感じており、あるべき姿に向けて改善を続けています。例えば、契約時の接客対応もそのひとつです。当社は、中古車販売の透明性を高めるために総額表示を行ってきました。そこに含まれる諸費用やオプションの料金は業界内で決して高いレベルではありませんでしたが、総額表示によって誤解を招きやすかったため、まずは車両単体で契約し、その後にご希望の付帯商品、自動車保険、お支払い方法を案内するようにオペレーションを変更しました。

また、納車後に実施しているお客様アンケートをPDCAを回す上での軸とし、そこで明らかになった問題点を次々と解決しています。最近では、商談時に待たされる時間が長いというお客様の声を受けて、ご契約時の重要事項説明を動画で行い、その間に販売担当者が必要な事務処理をしてお待たせしない仕組みを検討中です。こうした取り組みを通して、お客様不満足をゼロにすることを目指しています。



お客様不満足ゼロを目指して、丁寧な説明を徹底

チーム制やDXの導入で従業員の満足度もさらに向上させる

チーム制の導入に伴い、組織全体でお客様の満足度を高めていくための管理者層の育成に即ち力を入れていきます。店舗において商談管理や商品管理などの様々な役割を担うリーダー職を設け、若手人材を抜擢することで彼らの能力と意欲の向上を図っています。また、インセンティブの廃止によってチーム内で協力する体制が築かれ、新入社員の育成にも良い効果が表れています。

こうして組織力を強化した上で、生産性を向上させる仕組みづくりにも取り組んでいます。例えば、販売担当者全員がタブレット端末を携帯し、正しい販売プロセスをガイドして誰もが抜け漏れのない提案ができる体制を構築するなど、従業員が働きやすく、働きがいをもちながら仕事ができる環境を整え、それをお客様満足度の向上につなげていきたいと考えています。



チーム制の導入により、先輩社員によるOJTの時間が増加



保険・保証



田窪 洋人
執行役員 事業本部長

事業の現況

業界に対する不信を払拭するべく、コンプライアンス体制の強化に注力しています。お客様本位の保険提案を徹底するため、正しいスキル習得のための教育と、管理者によるマネジメント機能の強化を図っています。また、現場で生じた問題は本部がスムーズに吸い上げ、分析し、再発防止策を立案、損害保険会社にも働きかけ、業界全体の信頼回復に努めています。

「みんなに愛されるクルマ屋さん」に向けて

より高い業務品質を確立することで お客様に安心・安全を確実にお届けする

チェック体制強化とスタッフ教育により不適切な事案の撲滅を目指す

当社は、お客様に正しく自動車保険をご提案するためのフローを標準化・見える化し、その活動プロセスを管理することですべての店舗において商品の説明を抜け漏れなく行う仕組みを築き、近年は業界水準の2倍に及ぶ新規保険付保率を維持してきました。しかし、付保率はあくまでも結果であり、お客様満足向上のために大切なことは、保険商品の価値を正しく漏れなく伝え、そのプロセスにこそあると考えています。そのため、保険提案標準化フローに沿って抜け漏れなく活動ができていないかを当社独自のIPMシステムによって店舗・個人・お客様単位での細かいチェックを徹底するとともに、個別スタッフごとに商品知識・システム操作・説明話法（アウトプット）等のスキルチェックと教育を繰り返し、改善を図る運用体制を強化しています。

業界の信頼回復に努め、お客様の満足度向上と安心・安全なカーライフのため、より高い業務品質を目指し、不適切事案を撲滅したいと考えています。



正しい知識による提案、コンプライアンスを徹底

DXも活用してお客様のニーズに専念できる体制へ

企業として真に安心・安全な保険をお客様にお届けする体制を築くとともに、そこに携わる従業員への教育研修も強化しています。独自の教育プログラムを設け、社内の保険取扱スタッフに対して高水準のスキルの取得を義務づけ、その証としてライセンスを交付。業界共通の募集人資格に加えて、ライセンスを取得しなければ保険提案を開始できない制度を敷いています。さらに、お客様へのサービスの質をさらに高めていくために、保険提案の専門職を設けています。

こうして誰もがお客様に正しく、抜け漏れなくご提案するプロセスを徹底することに加え、重要事項説明などの定型業務はDXで対応し、人間でなければできない「お客様のニーズに応える」ことに専念して顧客満足の向上を図っていきます。併せて、保険契約時の事務処理上のミスを防ぐオリジナルのツールも開発導入し、お客様から絶対的に信頼される企業を目指していきます。



自社で高い知識レベルを求める社内ライセンス制度を運用し、品質を向上

 整備・点検・車検

長谷川 泰司
執行役員 整備本部長

事業の現況

安心して当社の整備サービスをご利用いただくために、お客様に対して業務の透明性を高めることにいま特に力を注いでいます。具体的には、整備工場にカメラを配置し、作業の様子をお客様がショールームでモニタリングできる環境を整備しています。また、現場の整備士が工場に設置してあるタブレット端末で、条件を入力すれば整備の見積もりが自動的に算出されるアプリを開発し、整備作業に充てる時間を増やすことで業務の質の向上を図っています。

「みんなに愛されるクルマ屋さん」に向けて

整備士の業務の透明性と稼働率を高め
お客様にもたらず価値を最大化する

整備状況をリアルにお伝えし、お客様に安心いただく

整備事業では量よりも質を追求する方針を掲げ、確実な整備を遂行する体制を構築中です。業務の透明性をいっそう向上させるために、整備工場にビデオカメラを設置し、リアルタイムで作業風景を見ていただけるよう店内に配信するとともに、交換した古い部品もお客様に提示して、整備が間違いなく行われていることを視覚的にご確認いただけるように改善に向けて取り組んでいます。

さらに、お客様の利便性もより向上させるべく、入庫後にお待たせしない仕組みづくりにも注力しています。例えば、当社ならではのDXの導入によって車検見積もりを連動し、整備工場の現場で必要事項をタブレット端末に入力すると見積もりが作成される仕組みを設け、作業時間を短縮することでお客様の負担を軽減できるように改善に向けて取り組んでいます。これらの取り組みを進めた結果、お客様満足度の向上に伴って業績も順調に推移しています。



整備士の行う作業をお客様がご確認いただけるモニターをショールームに設置

整備士の稼働率を向上させ、顧客満足と待遇改善を両立

これから取り組むべき課題は、整備の生産性をいっそう高めていくことです。当社では、自動車整備振興会で定められた工数に基づいて整備士一人一人の稼働率を計り、明確に数値化しています。その稼働率を上げていくために、たゆまぬ教育によって整備技術を磨いていくとともに、整備士の毎日の作業スケジュールを最適化することで、労働時間当たりの作業を効率化していきます。

また、例えばお客様対応が不得手な外国籍の整備士は作業に専念するなど、分業を徹底することで生産性を高めています。インセンティブを廃止したことで、工数にならない作業もチームのために進んで手がけるようになり、整備の現場が大変活性化しています。こうして稼働率を高めることも、お客様をお待たせしない体制につながります。お客様の満足度向上とともに、整備士の勤務時間短縮などの待遇改善も果たし、働きがいのある環境も併せて実現していきます。



稼働率を高めるとともに、従業員の働きがいも追求

事業概況



車両買取



西脇 裕史

専務執行役員 商品企画本部長

事業の現況

当社は車両買取にあたって適切なプロセスを標準化し、確実に実践することでお客様からの信頼を高めてきました。この取り組みをいっそう推進するべく、新たな施策を次々と実行に移しています。例えば、お客様とのやりとりにビジネスチャットツールを活用し、ご質問などを店舗全体で共有してチームでレスポンス良く対応。また、買取後のお客様アンケートの回収率を高め、些細な問題でも即時に改善を図る体制をつくっています。

「みんなに愛されるクルマ屋さん」に向けて

買取プロセスの不透明性を一切排除し お客様に満足いただけるベストな取引を追求

買取条件の可視化を徹底して安心感を提供

当社の買取事業は、お客様に安心して取引をいただくために、「買取ポリシー」の明示や「愛情査定宣言」「フルスイング買取」などの独自の取り組みを推し進めてきました(P.09参照)。近年、お客様からの直接買取による商品化の比重を高めており、買取店の全国展開を図っていますが、事業が拡大しても店舗間・個人間で査定精度や接客姿勢に差が生じないよう、業務の標準化にいっそう注力しています。

買取時には、税金や還付金も含めて正しい金額を明記した書面をお渡しするなど、お客様への提示条件を可視化することを徹底。また、その場でご決断いただくのではなく、お客様がしっかりと検討できる時間を設ける社内ルールを運用しています。さらに、契約書類の電子化も進めており、オンラインで契約を完結できる仕組みをつくってお客様の利便性も高めています。

お客様アンケートの声を起点に業務を絶えず変革

買取事業も販売事業と同様、契約後に実施するお客様アンケートのご意見をもとに、改善のためのPDCAサイクルを回しています。そのアンケート結果から、連絡漏れによってご不便をおかけしている事態が発生していることを踏まえ、今期よりお客様とのコミュニケーションをチームで担うためにビジネスチャットツールを導入。買取担当が単独でやりとりするのではなく、お客様からのお問い合わせをチーム全員で共有し、不備なく迅速に対応する体制を敷いています。

また、買取契約にあたってお客様にお伝えしなければならない必要事項についても、買取担当者個人に説明を委ねるのではなく、チーム内でチェックしながら業務を進めることで抜け漏れのない契約を行い、お客様にご満足いただいています。こうした取り組みのもと、直接買取・直接販売によって中間マージンが不要な当社のビジネスモデルの利点を活かし、すべてのお客様にベストプライスをご提示することで、マーケットにおけるリーダーを目指していきます。

フルスイング買取 by ネクステージ 金額提示シート	
買取金額 (振込金額)	—
有効期間	2024年 月 日
■金額提示条件について ●買取契約後の減額・返金交渉はありません <small>走行メーター異常や重大な瑕疵は対象外となります</small> ●提示金額には下記の金額が含まれています <small>自動車税・自賠責保険料未経過額自分 リサイクル預託金・重量税還付分相替費・消費税 ※残額がある場合は、買取金額から差し引いてお渡込みいたします</small> ■車両引き渡し条件について	
引渡日	2024年 月 日
引渡方法	

金額・条件はカードに記載、可視化を徹底



買取担当がお客様とやりとりする内容をチーム全員で共有し、連絡漏れによるご不便を解消

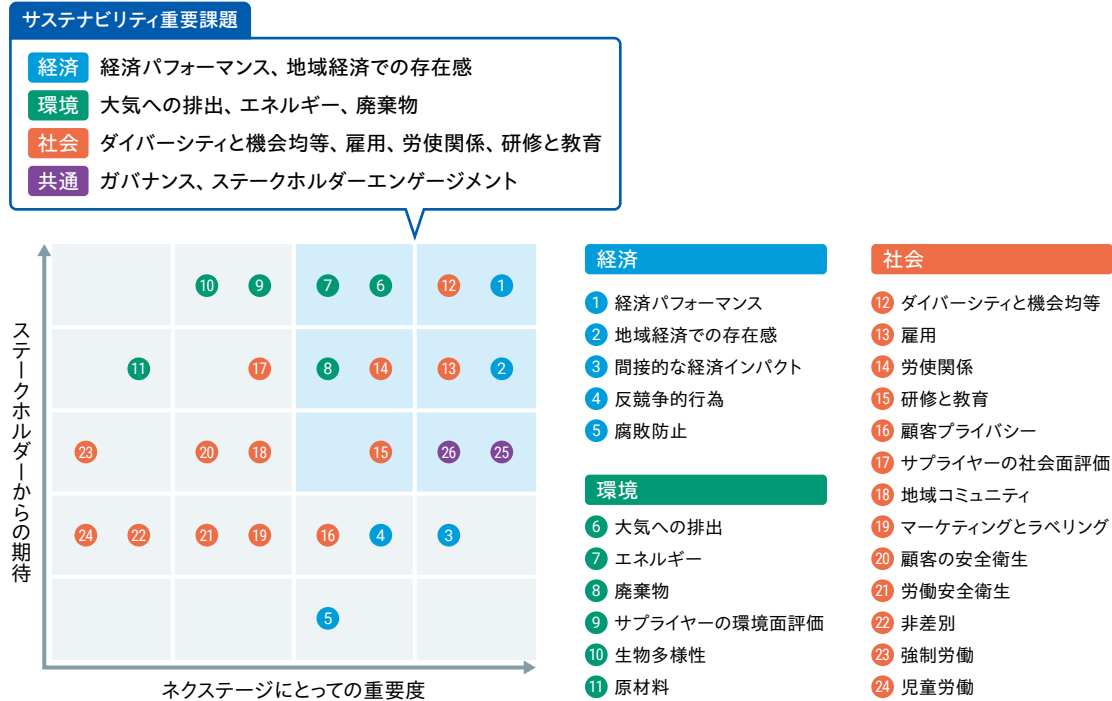
マテリアリティ(重要課題)の特定プロセス

Step1 サステナビリティ重要課題の抽出

企業が経済、環境、社会に与えるインパクトを報告し、持続可能な発展への貢献を説明するためのフレームワークであるGRIスタンダードをもとに、課題を検証しました。

GRIスタンダードが開示を求める経済、環境、社会の各項目について、ネクステージは考慮すべき重要な要素^{※1}を踏まえて、「ステークホルダーからの期待」と「ネクステージにとっての重要度」の軸でインパクト評価^{※2}を実施しました。

結果、サステナビリティ重要課題として下記を抽出しました。



※1 考慮すべき重要な要素

- 4つの経営戦略(「全国的な店舗展開」「店舗オペレーションの標準化」「管理顧客数の拡大」「商品管理」)
- 各ステークホルダーの関心事
- メガトレンド(長期的な経済・環境・社会の変化)

※2 インパクト評価の際に考慮した要素

発生可能性/発生した場合の規模感/影響を与える範囲/リカバリーの難易度/経営に与えるプラス・マイナスの影響の大きさ/企業価値に与えるプラス・マイナスの影響の大きさ

Step2 サステナビリティ重要課題に対応した取り組みの整理

Step1で抽出したサステナビリティ重要課題に対応した、当社の事業及び取り組みについて整理しました。

サステナビリティ重要課題	取り組みテーマ
1 経済パフォーマンス	DX推進によるオペレーションの高度化
2 地域経済での存在感	DX推進による適正な仕入・商品管理
12 ダイバーシティと機会均等	ダイバーシティの推進
13 雇用	採用活動の強化
14 労使関係	従業員エンゲージメントの向上
15 研修と教育	トレーニングによるスキル向上
6 大気への排出	脱炭素社会・循環経済との共生
8 廃棄物	
7 エネルギー	エネルギーの削減
25 ガバナンス	エンゲージメントを高める内部統制
26 ステークホルダーエンゲージメント	








Step3 マテリアリティの特定

Step2で整理した取り組みについて、「お客様」「従業員」「地域社会」の各ステークホルダーごとに整理し、ネクステージのマテリアリティとして特定しました。

マテリアリティは、経営理念に基づき、ネクステージがステークホルダーへの提供価値を実現するために、4つの経営戦略にひも付く指針であり、経営における重要課題として価値創造プロセスに組み込んでいます。

主なステークホルダー	ネクステージのマテリアリティ
お客様	DX推進によるお客様満足の向上
従業員	人的資本の拡大
地域社会	環境取り組みの加速
すべて	ガバナンスの強化

ネクステージのマテリアリティ

マテリアリティ(重要課題)	取り組みテーマ	リスク	機会	目標・KPI	関連するSDGs
DX推進による お客様満足の上向	DX推進による オペレーションの高度化	<ul style="list-style-type: none"> DX推進が遅れることで、提案の抜け漏れが発生するリスク 	<ul style="list-style-type: none"> システムを活用し、「仕組み」の精度をさらに高め、抜け漏れのない提案を実現 店舗や個人の実績をシステムで見える化する「仕組み」を構築し、KPIを日々確認 	<ul style="list-style-type: none"> 販売支援ツール×デジタルプライスボード→小売販売台数19万台 ピット予約システム ×NEXTAGE CONNECT →初回車検入庫率：80% 保険提案標準化フロー×IPM →保険提案プロセス100%実施 	 
	DX推進による 適正な仕入・商品管理	<ul style="list-style-type: none"> 仕入、商品管理が適時適切に行えないことで、収益が低下するリスク 	<ul style="list-style-type: none"> 商品の入庫から商品化までシステムを活用した「仕組み」による商品管理を実現 	<ul style="list-style-type: none"> 仕入分析ツール×中古車査定システム →商品回転日数：40日 仕入先構成比率：下取・買取比率60%以上 	
人的資本の拡大	採用活動の強化	<ul style="list-style-type: none"> 国内の人口減少により、新規雇用に支障をきたすリスク 	<ul style="list-style-type: none"> 新卒採用、中途採用の強化により、安定した人財の確保を実現することで、店舗の計画的な出店に対応 	<ul style="list-style-type: none"> 新卒採用：1,000名以上 中途採用：2,000名以上 	
	トレーニングによる スキル向上	<ul style="list-style-type: none"> マネージャー層の強化、スタッフのスキル向上が進まないことで、経営の意思決定が速やかに現場で実践できないリスク 	<ul style="list-style-type: none"> 従業員拡大に対応するため、エリアごと、部署ごとにリーダーシップを発揮して組織をリードできるマネジメント人材の育成 従業員のスキル向上に伴う提案力の向上 	<ul style="list-style-type: none"> 階層別研修の拡充 各種リーダー制度の拡充 	
	ダイバーシティの推進	<ul style="list-style-type: none"> ダイバーシティの推進が遅れることで、計画通りに採用及び定着が進まないリスク 	<ul style="list-style-type: none"> 女性採用、外国籍従業員採用、障がい者（パートナー※）採用の拡大 産育休に関する福利厚生拡大、時間単位有給制度の導入など、すべての従業員が働きやすい職場環境の整備 	<ul style="list-style-type: none"> 女性管理職比率：10%以上 男性育児休業取得率：100% 障がい者雇用率：2.8%以上 	 
	従業員エンゲージメントの 向上	<ul style="list-style-type: none"> 離職率が高まることで、事業拡大に支障をきたすリスク 	<ul style="list-style-type: none"> ジョブローテーション、社内公募によるキャリアアップ施策 1on1面談や未来会議など従業員との対話に基づく職場環境の改善 プロセス評価やチーム制の導入により、新たな働きがいを提供 	<ul style="list-style-type: none"> キャリアアップ施策・制度の拡充 従業員満足度の向上 	 
環境取り組みの加速	脱炭素社会・ 循環経済との共生	<ul style="list-style-type: none"> 脱炭素社会への移行に伴い、各種コストが増加するリスク 気候変動に伴い、自然災害が増加、店舗や商品への被害が増加するリスク 新車EVのニーズが高まることで、中古車の流通が一時的に減少するリスク 環境へ貢献する取り組みが進まないことで、お客様から当社が選ばれなくなるリスク 	<ul style="list-style-type: none"> 電気使用量やガソリン使用量を削減し、CO₂排出量を削減 CDPへの回答を通じたESGスコアの獲得 自然災害リスクをおさえるためのBCPの見直し 「BYD」取り扱い開始に伴う、EV販売・EV整備を通じて、新たな市場への拡大と価値提供を行う 本業であるリユースとメンテナンスの促進を通じて車の車齢を長期化することで、CO₂排出量を削減 	<ul style="list-style-type: none"> カーボンニュートラル CDPのスコアB以上獲得 	  
	エネルギーの削減	<ul style="list-style-type: none"> エネルギー使用量が増加することで、店舗の運営コストが増加するリスク 	<ul style="list-style-type: none"> 店舗へ太陽光パネルを導入することで、エネルギー使用量の削減に貢献 	<ul style="list-style-type: none"> 太陽光パネルを順次導入 	
ガバナンスの強化	エンゲージメントを高める 内部統制	<ul style="list-style-type: none"> ステークホルダー目線での内部統制の観点不足することで、お客様のニーズと当社の事業にミスマッチが発生するリスク 	<ul style="list-style-type: none"> お客様満足、従業員満足といったエンゲージメントを高めるためのPDCAを回し続けることで、健全な自動車業界の発展に貢献 ステークホルダーへの提供価値を通じて、「みんなに愛されるクルマ屋さん」となり、企業価値の向上を実現 	<ul style="list-style-type: none"> 適切なコーポレート・ガバナンスの遵守・運用 	

※ 社内呼称

ESG 価値創造の基盤



基本的な考え方

ネクステージは事業活動を通して、お客様の生活をより便利に、より快適なものとするサポートをしています。

私たちはいま、車の販売やサービスの提供だけでなく、社会の課題、環境問題などに向き合いながら、ガバナンスやコンプライアンス、リスクマネジメントに取り組み、価値創造を行うことが求められています。

昨今、経済環境の変化により、リユースに対する価値観や意識は変化し、中古車に対するイメージ、意識も変化してきています。

私たちは多様な人財が活躍できる体制を整えるとともに、循環されるべき価値のある車を少しでも多くのお客様へお届けし、持続可能な企業として、「みんなに愛されるクルマ屋さん」の実現を目指します。

42 環境
Environment

49 社会
Society

56 ガバナンス
Governance

Environment

環境

ネクステージの環境ポリシー

ネクステージは地球・地域の環境を守ることが、サステナブルな事業活動、そして経営理念である「みんなに愛されるクルマ屋さん」になることにつながると考えています。社会生活に不可欠なクルマを、絶えずお客様にお届けするために、環境問題への対策と事業活動を両輪で取り組みます。環境関連の法令や地域の条例・協定などを遵守・行動し、環境負荷の低減に貢献できる取り組みを推進していきます。

CONTENTS

- 43 TCFDへの取り組み
- 46 中古車と環境
- 48 環境への取り組み

気候変動関連のリスク・機会を特定し 環境への貢献と事業の持続的成長を両立

ネクステージは、国内・地域の環境を守ることがサステナブルな事業活動、そして経営理念である「みんなに愛されるクルマ屋さん」の実現につながると考えています。そのための重要課題である気候変動問題に対応するため、TCFD提言への賛同を表明するとともに、TCFD提言が推奨する4つの開示項目に沿って、中長期的な視点で事業活動に影響を及ぼす可能性のあるリスクと機会の分析、及び財務情報・非財務情報の開示の拡充を図っています。また、経営による適切な監督・監視により、環境への貢献と事業の成長をともに実現していきます。

PDF TCFDに基づく情報開示

ガバナンス

取締役社長が委員長を務め、取締役、執行役員、常勤監査役、部長、内部監査室長及びリスク・コンプライアンス統括室で構成されているリスクマネジメント委員会において、原則として半期に1回以上経営会議に付随して、気候変動に関連するリスクと機会についての対応状況の確認、対応策の策定、取り組み内容の検証を行い、取締役会に報告を行います。取締役会は最高意思決定機関として、リスクマネジメント委員会の提言について審議、決議を行うとともに、執行状況の監督を行い、経営の持続性と事業の強靭性を確保します。

リスク管理

リスク管理体制を強化するため、事業計画の策定、予算統制、リスクマネジメント規定及び行動規範を含む諸規定に基づく業務運営と、内部監査体制の強化による内部統制の充実に取り組んでいます。気候変動に関連するリスクの選別・管理・評価については、リスク管理プロセスに従って、リスクマネジメント委員会にて全社的なリスクマネジメントと統合の上、詳細に検討を行い、経営において重要なリスクと機会を抽出し、対応策を決定、最終的に取締役会へ報告を行います。

戦略

気候変動リスクと機会の検討期間の定義

当社は、現中期経営計画の期間を「短期」、パリ協定の温室効果ガス削減の中間目標期間である2030年を「中期」、最終目標期間である2050年を「長期」、気候変動リスクが拡大した場合に、甚大な被害発生が想定される21世紀末を「超長期」と位置付けています。

シナリオ分析にあたっての前提

既存の研究に基づき、パリ協定の目標である「産業革命前からの全世界の平均気温の上昇を1.5°C未満に抑える」ことを想定した「1.5°Cシナリオ」と、温暖化対策が進まずに気温が上昇した「4°Cシナリオ」の2つの世界を想定し、分析を行いました。

各シナリオにおける、リスクと機会の分析、事業へのインパクト

気候変動に関連するリスク及び機会について、シナリオごとに発現時期を想定して、事業への財務影響について分析・検証を行いました。財務影響度は、営業利益を基準に、目標営業利益の0.5%未満を「小」、0.5~1%を「中」、1%超を「大」と定義しています。

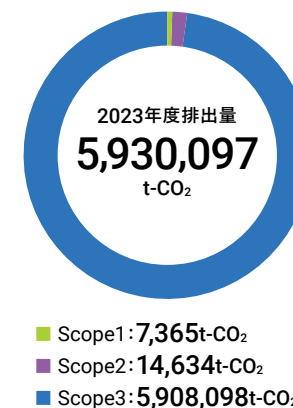
指標と目標

ネクステージでは、気候関連リスク・機会の評価に用いる指標として、CO₂排出量 (Scope1、2、3) を採用し、算定及び開示を行っています。また、管理に用いる指標として、売上高当たりCO₂排出量 (Scope1、2) を採用し、計画的に削減を進めていきます。

長期目標

ネクステージは、Scope1とScope2を2050年までに0にする (カーボンニュートラルを達成する) ことを目標に、削減に向けた取り組みを進めていきます。

CO₂排出量 (Scope1、2、3)[※]



※ 連結子会社を含む。なお、INTEGRATED REPORT 2023では単体の排出量を算定、開示

気候変動リスク・機会のシナリオ分析

事業への影響	財務影響度※1		発現時期※2	対応策
	1.5°Cシナリオ	4°Cシナリオ		
移行リスク				
<p>[政策法規制リスク]</p> <p>炭素税の導入・拡大によってコストが増加する可能性</p>	中 (▲6.5億円)	—	中期～長期	<p>既存の対策・取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ●店舗における自動調光システム導入による節電 ●店舗に反射率の高い壁紙を使用し、照明機器の数を減らすことで、従来比で消費電力の約20%を削減 <p>今後の対策・取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ●太陽光パネルの店舗への設置 
<p>[政策法規制リスク]</p> <p>再生可能エネルギー比率の上昇により、電力コストが増加</p>	小 (▲3.7億円)	—	中期～長期	<p>既存の対策・取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ●空調の温度設定ルールの徹底 ●完全退社時刻を20:30から20:00に前倒しを実施、これを徹底することで消費電力を削減 ●店舗照明のLED化 
<p>[技術リスク]</p> <p>EV拡大に伴う充電設備投資コストの増加</p>	小 (▲4.0億円)	—	中期～長期	<p>既存の対策・取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ●輸入車ディーラー店舗での充電器の設置 <p>今後の対策・取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ●需要に応じて、店舗への充電器の設置を検討 
<p>[市場リスク]</p> <p>EV新車販売比率が増加することで、中古車の流通が減少する可能性</p>	大 (▲9.2億円)	—	中期～長期	<p>既存の対策・取り組み 今後の対策・取り組み</p> <p>4つの経営戦略を通じて、中古車市場におけるシェア拡大を実現することで、EV保有の拡大に伴うリスクを上回る成長を実現可能と予測</p> 
<p>[市場リスク]</p> <p>原油価格の上昇によってガソリン価格が上昇し、輸送コストが増加</p>	—	小 (▲4.3億円)	中期～長期	<p>既存の対策・取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ●店舗間陸送の効率化、削減 <p>今後の対策・取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ●リモート査定によるガソリン使用量の削減 

※1 2030年の営業利益を900億円と仮定し、財務影響度を判定。小：営業利益の0.5%未満(4.5億円未満) 中：営業利益の0.5%～1%(4.5億円～9億円) 大：営業利益の1%超(9億円超)

※2 中期：2030年まで 長期：2050年まで

気候変動リスク・機会のシナリオ分析

事業への影響	財務影響度※1		発現時期※2	対応策
	1.5°Cシナリオ	4°Cシナリオ		
物理的リスク				
<p>[急性リスク] 豪雨の頻発に伴い、大規模な洪水災害が発生し、店舗や商品車への損害、店舗復旧までの休業に伴う利益損失が発生する可能性</p>	中 (▲5.1億円)	大 (▲10.2億円)	短期～超長期	<p>既存の対策・取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ● BCP (事業継続計画) を策定し、台風や線状降水帯による大雨が予測される場合は、店舗スタッフが決められたルールに則り、浸水を防ぐことができる場所 (高台のヤードなど) まで車両を移動するスキームとしている ● 出店する店舗については、出店検討の際に、ハザードマップの情報を考慮する <p>今後の対策・取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 自然災害の多発化、大規模化に備え、BCPの見直しを行う 
<p>[慢性リスク] 気温上昇に伴う空調コストの増加</p>	—	小 (▲1.1億円)	中期～超長期	<p>既存の対策・取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 空調の温度設定ルールの徹底 ● 完全退社時刻を20:30から20:00に前倒しを実施、これを徹底することで消費電力を削減 <p>今後の対策・取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 太陽光パネルの店舗への設置 
機会				
<p>[製品サービス] 「BYD」などEVの取り扱い強化によるEV新車販売・EV整備の売上高増加</p>	大 (+10.9億円)	—	短期～長期	<p>既存の対策・取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 輸入車ディーラー事業におけるEVの販売、整備 <p>今後の対策・取り組み</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 「BYD」の取り扱い開始に伴い、EV販売、整備の拡大 ● 「BYD」の取り扱い開始に伴い、中古EVの買取、販売、整備に関するノウハウの拡大 
<p>[市場] EVが普及することにより、EV中古車マーケットが拡大する可能性</p>	中 (+7.6億円)	—	中期～長期	

※1 2030年の営業利益を900億円と仮定し、財務影響度を判定。小：営業利益の0.5%未満 (4.5億円未満) 中：営業利益の0.5%～1% (4.5億円～9億円) 大：営業利益の1%超 (9億円超)

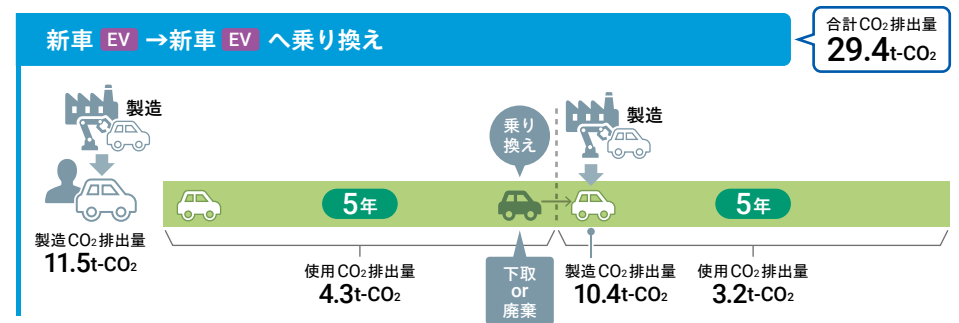
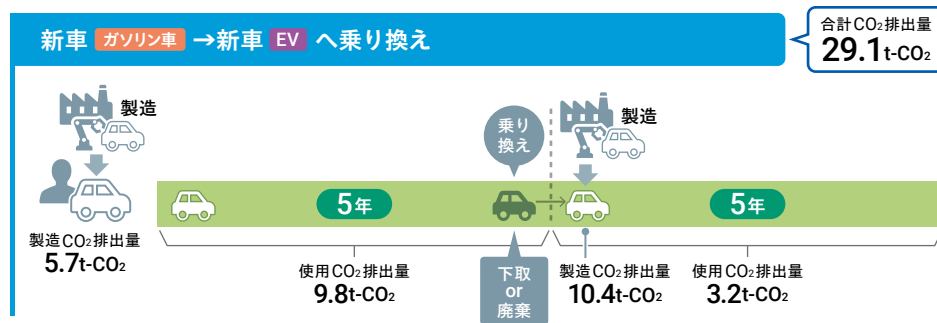
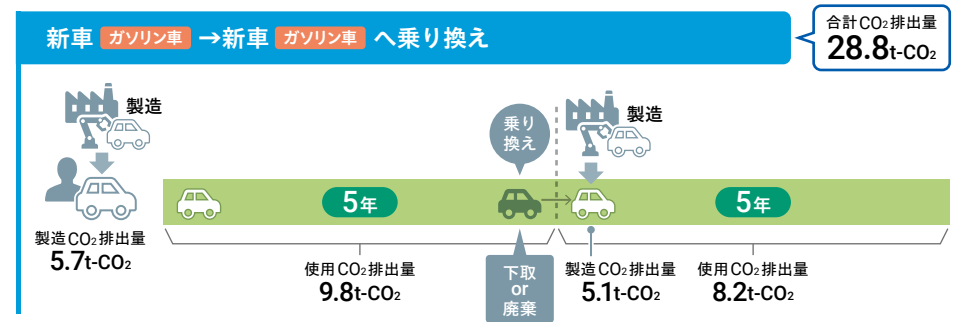
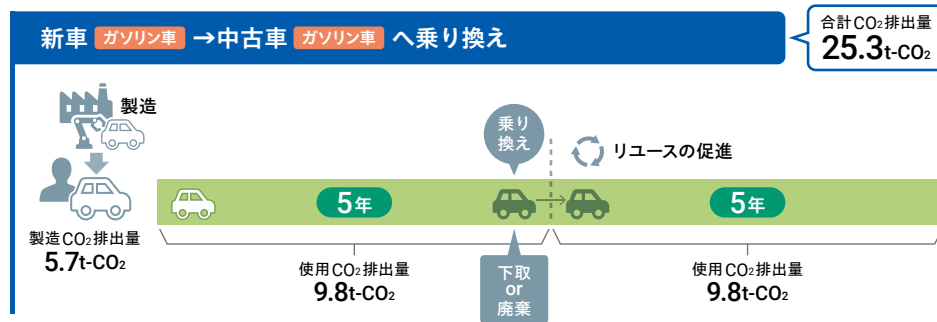
※2 短期：2021～2024年度まで 中期：2030年まで 長期：2050年まで 超長期：21世紀末

中古車への乗り換えによるCO₂削減(新車・EV比較)

新車乗り換えやEV(電気自動車)乗り換えに比べて、中古車は温室効果ガスであるCO₂の排出量を抑えることができます。



以下の図は、お客様が車を購入換えられるとき、中古車(ガソリン車)・新車(ガソリン車・EV)の種類ごとに10年間でどの程度のCO₂が排出されるのか、イメージを作成したものです。



計算ロジック

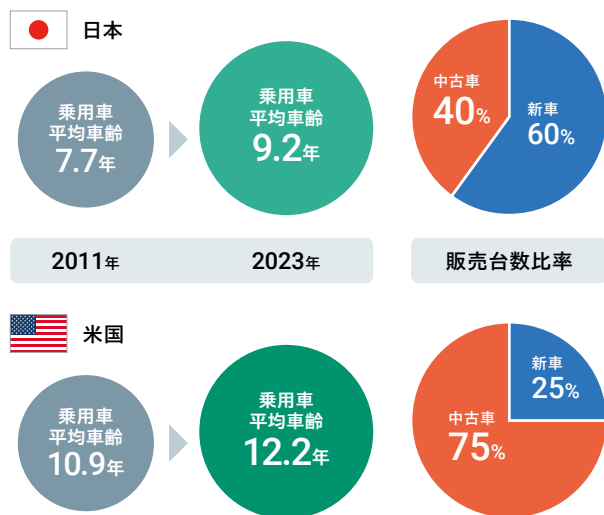
- 車を“製造”する際に発生するCO₂と、走行など“使用”する際に発生するCO₂を外部の調査データから引用しました。
- 一人のお客様のカーライフを10年間というスパンで考えたときに、“製造”と“使用”に伴い排出される合計CO₂排出量を算定しました。
- 弊社で直近1年間小売販売をした車の平均車齢が約5年であることから、新車を5年間乗ってから手放したケースでシミュレーションしました。
- 5年後には技術の進展などにより、新車の“製造”・“使用”に伴うCO₂は減少します。
- こちらのシミュレーションは、あくまで一人のお客様単位であり、日本国内全体でのCO₂排出量減少シミュレーションについては、次ページをご参照ください。
- 車種や使用年数・走行距離によって、排出されるCO₂は増減するため、あくまでイメージとしてご理解ください。

出典：「経済産業省 資源エネルギー庁 平成29年度石油産業体制等調査研究(我が国の自動車部門におけるエネルギー供給構造等の在り方に関する調査)調査報告書2018年3月30日」掲載のデータを参考に、CO₂排出量の推計値を算定。本算定は、自動車のLife-Cycle AssessmentのCO₂排出量イメージを可視化するために行ったものです。

中古車市場が拡大することで循環経済が発展し、サステナビリティに貢献

日本ではモノを長く大切に扱う文化、風習が根付いていますが、自動車の平均車齢（人の平均年齢に相当）は約9.2年であり、米国ではより平均車齢が長い事例もあります。平均車齢は毎年延び続けており、将来平均車齢がより延長したケースでの、中古車市場と環境への影響を分析しました。

乗用車平均車齢と販売台数比率（日米比較）

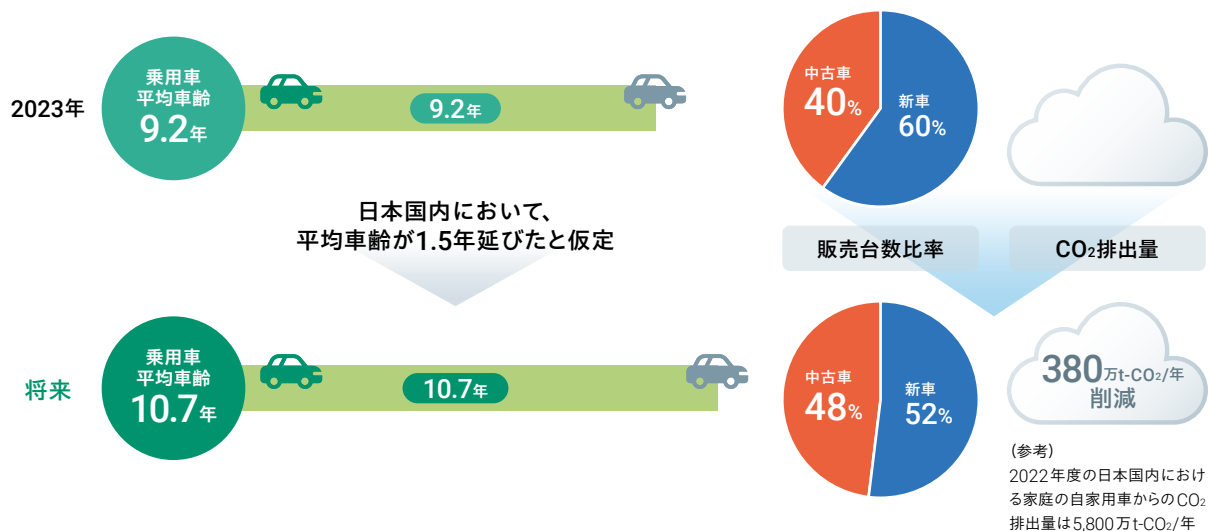


米国では、10万km、20万kmを超えても車に乗り続けているケースが多く、平均車齢が12.2年と、日本より約3年ほど長いというデータがあります。米国は世界最大規模の新車販売マーケットですが、中古車はさらに新車の3倍の規模で流通しており、古い車にも長く乗り続けられていることから、中古車の流通もとても活発です。

出典：(日本) 一般財団法人自動車検査登録情報協会「わが国の自動車保有動向」、一般社団法人日本自動車工業会「乗用車市場動向調査」
 (米国) S&P Global Mobility「Average Age of Vehicles in the US」
 米国運輸省統計局「New and Used Passenger Car and Light Truck Sales」

日本国内での平均車齢の延長がもたらす、中古車市場と環境への影響

乗用車の平均車齢が9.2年から10.7年に延びた場合の、新車と中古車の流通台数についてシミュレーションを実施しました。その結果、中古車市場は40%から48%に拡大が見込まれます。また、CO₂排出量の変化についても分析した結果、平均車齢が延びるとTOTALでCO₂排出量の削減が見込まれます。



保有台数が変わらないと仮定した場合、平均車齢が延びる=製造（新車）が減少し、中古車の流通が増加します。CO₂排出量についても、使用に関わる排出は増加しますが、製造に関わる排出が減少するため、TOTAL排出量は削減となります。

再生可能エネルギーや電気自動車を活用して、地域社会に貢献

事業活動を通じて地域社会貢献の実現を目指し、店舗設備の活用や、販売する電気自動車を災害時に電力源として活用するといった取り組みを推進しています。これからも、環境への取り組みをいっそう推進、拡大していきます。

店舗への太陽光パネルの設置を通じて、電気使用量の削減・CO₂排出量の削減へ

ネクステージでは、2023年8月に土岐多治見店、12月に岐阜21号バイパス店、津店、2024年2月に松阪店、各店舗の屋根上にPPAモデルによる太陽光発電設備を導入しました。発電した電力を店舗運営に活用することで、電気使用量及びCO₂排出量を削減します。

2024年4月末時点ですでに導入済みの4店舗では、約8.5万kWhの電力が発電されており、店舗運営に必要な電力のうち、約20%に相当します。

PPAモデルによる太陽光発電設備の導入は、当社の重要課題のひとつである環境取り組みの一環であり、各店舗のスペースを有効活用し、再生可能エネルギー利用の拡大を進めていきます。これにより、持続可能な店舗運営を強化するとともに、環境負荷の低減に貢献していきます。また、今後に向けて複数の店舗に追加で太陽光発電設備の導入を検討しています。



土岐多治見店に設置された太陽光パネル

ネクステージが運営するBYD AUTO 池袋が東京都豊島区と災害協定を締結 災害時に電気自動車を活用した電力を供給

2024年4月23日、ネクステージは2023年8月にオープンしたBYD AUTO 池袋において、災害発生に伴う大規模な停電の際に、豊島区内の避難所等にBYDの車両を一時貸与し、BYDの車両を通じて電源供給を行う災害協定を締結しました。災害時の協力を留まらず、今後、豊島区内で開かれる防災フェスへの参加や、救助センター開設運営の防災訓練への参加、防災イベントでのBYD車両の展示なども行うことで豊島区とのさらなる地域連携を深めていきます。

今回の協定は2024年1月に発生した令和6年能登半島地震を受け、災害時にネクステージでも近隣住民の方に対して何か支援できることがないかと社内で協議を行い、締結にいたりしました。

ネクステージは社会貢献の取り組みとして、災害が発生した際に、地域住民へネクステージが運営する店舗を防災拠点として提供しています。今回の協定に限らず、今後も有事の際に店舗周辺の地域住民の皆様が安心・安定した暮らしを実現いただけるよう、積極的に支援を実施していきます。



(右) 高際 みゆき 豊島区長
(左) 執行役員 ディーラー事業本部長 吉田 芳穂

Society

社会

人財の価値を最大化して社会に貢献

ネクステージは、最も大切な経営資源である「人財」の確保や育成に努め、人的資本をいっそう高めていきます。また、すべてのステークホルダーとより良い関係を築き、将来にわたって維持発展させながら、企業価値を高めて社会に貢献していきたいと考えています。



CONTENTS

- 50 ダイバーシティの推進
- 54 お客様
- 55 お取引先様・株主/投資家の皆様

ダイバーシティを推進し、多様な人財がそれぞれの能力を最大限発揮できる環境を整備することは重要課題であると認識しています。そのため、すべての従業員にとって働きやすい環境づくりを進めています。

ダイバーシティ推進方針

多様な人財が活躍できる就労環境を整備するために、以下の3点を推進しています。

- 1 多様な人財を採用すること
- 2 ダイバーシティに関する理解を促進すること
- 3 すべての従業員が働きやすい環境を整備すること

「ダイバーシティ推進委員会」の設置

ダイバーシティを今後さらに推し進めるため、2022年より経営陣を責任者とした「ダイバーシティ推進委員会」を設置しました。当委員会は、本部及び全国の店舗で働く従業員から広く募ったメンバーで構成され、多様な考えを取り入れられる体制としています。すべての従業員がより働きやすく、活躍するための環境づくりに向けて、当委員会において方針の策定や制度の拡充、従業員への理解浸透を図っています。



ダイバーシティ推進委員会で、定期的に労働環境改善案を検討

1 多様な人財の採用

「経営理念の実現」の達成に向けて人財の確保は必要不可欠です。性別や国籍をはじめ多様なバックグラウンドの従業員を採用することで、人財を確保するとともに、それぞれの能力を活かすことで、ネクステージのさらなる発展につなげていきます。

女性

2023年11月末時点で、従業員全体の30%が女性となっています。性別に関わらず活躍できる環境を推進するため、女性管理職比率の向上を目指しています。

- 女性管理職比率：**9.9%**
(2024年1月時点 / 前年：9.1%)

障がい者 (パートナー※)

ネクステージは障がい者雇用における法定雇用率を達成し、2023年11月末時点の障がい者雇用率は、2.8%となりました。本社だけでなく、全国の店舗や在宅での勤務など、多様な職種・働き方での就労を可能にすることで、様々なバックグラウンドを持った従業員が活躍しています。

- 障がい者雇用率：**2.8%**
(2023年11月末時点 / 前年：2.4%)

※ 社内呼称

外国籍従業員

2023年11月末時点で、18カ国391名の外国籍従業員が在籍しており、外国籍従業員数は前年比で14%増加しています。その内チーフ職が41名、管理職は1名在籍しており、国籍に関係なく活躍できる環境を整備しています。

- 外国籍従業員：**18カ国、391名**
(2023年11月末時点 / 前年：17カ国、343名)

一人親世帯

ネクステージでは、子育てや育児との両立で就労が不安定な方々を積極的に採用しています。日本において貧困率が高くなっている一人親世帯を支援し、活躍できる機会・環境を提供しています。

- 一人親世帯の雇用者数：**132名**
(2023年11月末時点 / 前年：176名)

2 ダイバーシティに関する理解促進

2023年11月期下期の取り組み

福利厚生	●福利厚生として禁煙サポート制度を導入
研修	●管理者マネジメント、ビジネスマナー研修を導入し、ダイバーシティや人権についてもテーマとして盛り込む
相談窓口	●人事部と連携し、各種相談窓口・運用を見直し、従業員が利用しやすい環境を整備

2024年11月期上期の取り組み

- ダイバーシティ推進委員会で、理解を深めるための勉強会を実施
 - 整備士不足の現状と外国籍整備士の需要の増加について
 - ネクステージが運営する土岐学園での整備士の育成
 - 外国籍の方が日本で働くために必要なビザの取得条件

- 店舗で働く外国籍従業員に、働く上での悩みなどをヒアリング
- 外国籍従業員と働く日本人スタッフにも、コミュニケーションでの障壁となりやすい事柄をヒアリング

- 抽出した課題をもとに、2024年11月期下期に具体的な改善策の検討を進めていく



ダイバーシティの理解を深めるための勉強会を実施

3 労働環境の整備

従業員一人一人の能力を最大限発揮できる環境を整備するために、経営陣や人事部、「ダイバーシティ推進委員会」により、プライベートとの両立や健康に配慮した就労環境を拡充しています。

妊娠、育児サポートの強化

子育て中の従業員に対して、保育園探しや、子育てに関する相談が可能なサービスの提供を開始しました。子育てと業務の両立をサポートすることで、子どもがいる従業員も活躍できる環境を充実させていきます。また、不妊治療クリニックと提携し、AMH検査を無料で利用可能とする福利厚生を整備するとともに、不妊治療を受ける際に、最長1年間の休職を可能とする制度を導入し、不妊治療を受ける従業員を継続雇用することで、治療前後の生活をサポートしていきます。

障がい者(パートナー)が働きやすい職種の 신설・環境整備

障がい者(パートナー)の方が、学校での実習等で経験する機会が多く、人気の高い「清掃」の業務を選んでいただけるように、整備工場をはじめ、店舗の美化・環境整備を行う清掃員の職種を新設しました。また、「週30時間以上」を標準としていた勤務時間を「週20時間以上」での就労も選択可能とし、一人一人のペースや考えに沿った働き方を選べるよう、制度を拡充しています。

男性の育休取得

性別にかかわらず育児休業を取得しやすい企業文化の醸成に努めています。本部より対象者に育休制度を推奨・フォローすることで取得を促進しています。

外国籍従業員への支援ツール、支援制度

ネクステージでは、業務を行う上で言語の違いで苦労している外国籍従業員は少なくありません。こうした問題を解決するために、業務に必要な日本語能力を習得するためのe-learningの提供のほか、N-BOOKや共育ノートの重要な部分は英語版を作成しています。また、日本語版は漢字に細かくルビをふることで理解を促進し、安心して働くことができる環境整備を推進しています。

時間単位での有給休暇取得制度

有給休暇に関して、1年に40時間※を限度に1時間単位で取得できる制度を導入しました。この制度により、さらに休暇を取りやすく、業務とプライベートの両立をサポートしています。また、時間単位での休暇は業務との調整が容易なため、さらなる有給消化率の向上や、こまめなりフレッシュによる生産性の向上にもつなげていきます。

※有給休暇5日分

ダイバーシティがもたらす活力を企業の成長につなげていくために、女性がさらに活躍できる環境づくりにも努め、マネジメントに携わる女性社員も増えています。また、男性社員の育休取得を促す「産後パパ育休」の制度をはじめ、多様な働き方・生き方を支援する仕組みの整備にも努めています。



INTERVIEW

女性活躍推進の先駆け ネクステージ初の女性部長

吉岡 柚茄

システム本部
システム開発部 部長

2016年にIT企業からネクステージに転職、社内システムの開発運用に従事。2022年6月に課長、2023年1月に部長に就任。

部下や同僚と思いを共有し、経営に積極的に意見して この会社をより良く変えていくことに貢献したい

Q システム開発部長としての役割について、教えてください

現在、社内でのアプリケーション開発とインフラ構築の両方を統括していますが、どちらにおいても会社にとって最適な意思決定ができるよう、システム本部としての意見や状況を正しく経営陣に伝えることが私のミッションです。また、従業員がモチベーション高く業務に取り組める環境や制度を整えることも、自分の役割だと考えています。

Q 管理職となり、やりがいを感じることで、ご自身の変化について教えてください

自分一人で行える業務の範囲が限られているため、大きな仕事に取り組むほど、部下や同僚に助けられていると感じることが増えました。私自身もまだまだ未熟なので、しっかりと部下や同僚に歩み寄ってコミュニケーションをとり、メンバーと思いをすり合わせながら一緒に目標に向かっていきます。そうした関わりのなかで、部下の成長を感じるたびに大きなやりがいを覚えています。また、経営陣と関わることが増えたため、物事の判断をする際、会社にとって価値のあることかどうかを考慮するようになり、それも私自身が変わった点のひとつです。

Q 今後実現したいことについて、教えてください

ネクステージは、経営陣に対して声を上げやすい会社であり、システム本部を率いる立場から、会社をより良く変えていくための意見を積極的に発していきたいと思っています。様々な経営判断を行うなかで、私の意見が加わることで新たな考えが生まれ、ネクステージがより良い方向に進んでいくことに貢献したいと考えています。



INTERVIEW

「産後パパ育休」を利用した 男性社員の声

綱川 拓弥

採用本部 次長

男性が安心して育休を取得できる環境を整えることが 女性の活躍機会の増加にもつながっていく

Q 育休を取得した期間と経緯

妻とは同じ部署内での職場結婚で、初産となる第一子でした。生まれたばかりの我が子の育児に携わるのは、自分の人生のなかで優先順位を上げるべき貴重な機会だと考えていたため、出産の約1カ月前より上司や同僚に育休取得の旨を伝え、周囲も後押ししてくれました。そして、出産当日から入院中の妻をサポートするために1週間、さらに離乳食への移行や育児が大変になっていくであろうタイミングを見計らって、出産から4カ月後に1カ月間、2回に分けて育休を取得しました。

Q 育休をスムーズに取得できた背景

ネクステージは「仕事は常に代替性を確保し、属人的な割り振りは行わない」という考えを持った会社です。産休・育休のみならず、誰かが抜けたとしても業務が回る体制を整備しており、それが一因だと感じました。普段から役割分担を心がけて業務を遂行していたこともあり、育休中も特に周囲に負担をかけることもありませんでした。

Q 育休取得をさらに推進させるために

男性が安心して育休を取得できることが、女性の活躍機会の増加にもつながります。採用本部で人事に携わる立場として、社員が気兼ねなく取得を申請できるよう、仕組みを整備していきたいと考えています。従業員満足度を高めていくために、育児支援にも注力している会社の姿勢をさらに発信し、取得にあたっての不安や疑問を解消して社員の意識改革を推し進め、育児とキャリアアップを両立できる環境づくりにいっそう取り組んでいきます。

ネクステージは、誰もが能力を最大限に発揮できる機会の提供と環境の整備に努め、障がい者の方々の採用と活躍推進にも力を入れています。ここでは、障がい者採用を担う責任者と、現在活躍中のスタッフの声をご紹介します。



INTERVIEW

パートナー採用(障がい者雇用)の拡大と
働きやすい職場環境の整備に向けて

高橋 舞

採用本部 キャリア採用課 課長

パートナースタッフ専用の相談窓口の設置や
社内の理解促進のための教育などを実施

ネクステージでは、障がい者雇用スタッフを「一緒に働く仲間・共同で仕事をする相手」として親しみを込めて「パートナー」と称し、本社や在宅だけでなく、全国の各店舗でも多くのパートナーの方々の活躍を推進しています。

私は2020年よりパートナー採用の専任担当者として、障がい者雇用率の向上と、より働きやすい環境を整える役割を担っています。担当当初は、ハローワークや障がい者施設を訪問して知識の習得に努め、同時に訪問先で当社がパートナー採用を積極的に行っていることをお伝えし続けてきました。そうした活動を通じて、2022年7月に初めて法定雇用率を達成、2023年11月期時点で雇用率2.8%に上っています。

現在は採用本部にパートナー採用チームも整備され、一人一人に合った働き方を選べるように制度の拡充に取り組んでいます。直近では、パートナーの方々から、体調や業務に関する悩みに関して「同じ部署のスタッフには話しにくい」「採用・人事担当者に直接相談したい」という声をいただき、パートナースタッフ専用の社内相談窓口を設置。また、2024年4月より、障がい者スタッフへ「合理的配慮」を求める法律が制定されたことから、パートナーへの理解を深めるためのe-learningコンテンツを作成し、全従業員が受講することで理解促進を図っています。

今後は、チームとして入社後のフォロー体制の強化、定期面談の実施を計画しており、パートナーの方々がいっそう働きやすい環境づくりを進めていきます。

STAFF VOICE

働きやすい環境で10年にわたってキャリアアップ
現在は、同僚のパートナースタッフのケアも担う

芝原 克征

管理本部 経理課

ネクステージに入社して10年目になります。ネクステージは法改正によって義務化される前から合理的配慮が行き届いており、個人の能力や体調などに合わせた仕事の割り振りなどを配慮していただいています。仕事で関わりのない方々も親しく挨拶をしてくださり、話しかけやすい雰囲気があることから、悩みなども都度相談できる環境であるため、働きやすいと感じています。

本社ではパートナー採用の方々が同僚に多くいるため、共通の悩みなども話せることで、悩みごとの解消につながっています。また、直属の上司や人事部の方も親身になって相談に乗ってくださっています。

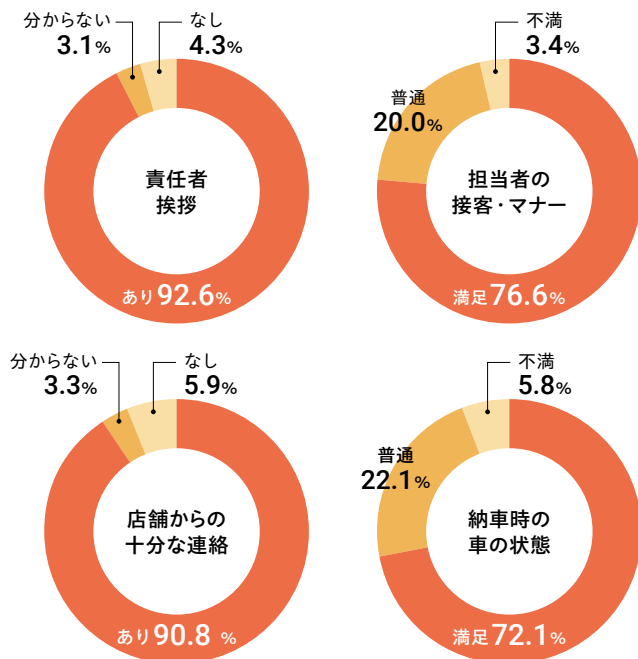
私自身はパートナー採用の正社員として、同じくパートナー採用のアルバイトの方々の精神面でのフォローやケアを任されており、自分だからこそ貢献できる役割を担い、とても働きがいを感じています。

経営理念として「みんなに愛されるクルマ屋さん」を掲げるネクステージでは、ご利用いただくお客様一人一人に対して均一かつ高品質なサービスを提供し、すべての方に心から満足していただくことを目指しています。

お客様満足度向上の取り組み

ネクステージは、お客様満足度を向上させることが自らの企業価値を向上させることにつながり、その積み重ねの先に「経営理念の実現」達成があると考えています。その基本方針として、「お客様の声に真摯に向き合い、スピーディーに対応」することが「みんなに愛されるクルマ屋さん」の実現につながると考え、様々な取り組みを展開しています。

お客様アンケート結果 (2023年11月)



取り組み内容

納車後アンケートのデジタル化

納車後に実施するアンケートを、外部専門業者による電話からSMS・アプリを通じたオンライン形式に変更しました。オンラインへ変更したことで、お客様の都合の良い時間に対応いただけるようになり、アンケートの回答率向上につながっています。お客様の声をより聞くことができる環境を整備することで、お客様のニーズをより正確に把握し、今後の改善に活かしています。

「相談ツール」の活用によるお客様対応の円滑化

お客様対応において、店舗での判断が難しい案件が発生した際に、本社の専門部署である「お客様相談室」へ内容を共有し、チャット形式で対応方法を相談できる「相談ツール」を2022年11月期より運用しています。この相談ツールの活用により、全店舗への確かな対応を迅速に伝えることが可能になりました。また、お客様をお待たせすることなく対応することで、お客様満足度の向上につながっています。

お客様の声 (納車後アンケートより)

2024年4月

非常に丁寧な対応で、不明点もすぐに確認して、明確に回答いただきました。

2024年3月

予算内でおさまるように提案をしていただき、迅速に対応してもらえました。

2024年3月

スタッフの皆様の挨拶、活気、前向きな姿勢に感銘を受けました。

2023年10月

展示車の外観チェックについて、説明があるとより良いかと思いました。

2023年10月

納車までのスピード感はありがたいが、もう少し丁寧な説明が必要。

ネクステージは、お客様はもちろんのこと、すべてのステークホルダーから愛される企業となるべく、より良い社会の実現に向けた様々な取り組みを推進しています。

お取引先様

基本方針

ネクステージは、社会責任を果たし、お客様に安心・安全な商品やサービスの提供を行うとともに、お取引先様と公正かつ透明な関係を築き、パートナーとして信頼を構築し、取引関係を継続できるよう取り組みます。また、法令等の遵守はもとより、当社の「企業倫理規定」に則り、お取引先様とともに、すべてのステークホルダーの皆様からのご要望を考慮した事業活動を推進していきます。

行動指針

法令・社会規範の遵守

- 事業活動を行う各地域における法令等の遵守

公平・公正な取引

- 適正な表示
- 公平・公正な競争
- リベート要求等の禁止
- 反社会勢力との取引禁止

株主/投資家の皆様

継続的な対話の実施

ネクステージでは、定時株主総会、機関投資家向け決算説明会、四半期ごとの投資家とのミーティング、個人投資家向けセミナーへの参加を通じて、継続的な対話を実施しています。

第25期定時株主総会（2024年2月22日開催）では総会の模様をオンライン配信しました。2023年11月期中に実施した投資家との個別ミーティングは176社、延べ672名です。

株主還元

当社は、株主に対する利益還元を重要な課題のひとつとして認識しており、経営基盤の強化と財務体質の健全性を勘案しつつ、株主への配当を安定かつ継続的に実施することを配当についての基本方針として位置付けています。事業活動を通じて成長を続けながら、企業価値の向上に努め、株主の皆様に安定的に利益を還元することを目指します。

1株当たり年間配当額



Governance

ガバナンス

コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

ネクステージは、当社グループの目指す姿「みんなに愛されるクルマ屋さん」の実現に向けて、効率的かつ透明性の高い経営により企業価値の最大化と健全性の確保の両立を図ることが、経営の最重要課題であると認識し、

- ①株主の利益の最大化
- ②お客様、従業員、お取引先様、株主様・投資家様、地域社会等のステークホルダーとの良好な信頼関係構築
- ③継続的かつ安定的な成長

をコーポレート・ガバナンスの基本的な方針と考えております。

CONTENTS

57 役員一覧	60 取締役会について
58 役員の選定	61 コンプライアンス
59 コーポレート・ガバナンス	62 リスクマネジメント

取締役



広田 靖治 Seiji Hirota
代表取締役会長兼社長
指名諮問委員会委員
報酬諮問委員会委員

在任年数:25年2カ月
取締役会出席回数:13/13回*

重要な兼職の状況
株式会社ASAP 代表取締役会長
株式会社NEW 代表取締役会長
株式会社Ai 代表取締役会長



野村 昌史 Masashi Nomura
取締役執行役員

在任年数:2年
取締役会出席回数:13/13回*

重要な兼職の状況
株式会社ASAP 取締役
株式会社NEW 取締役
株式会社Ai 取締役
株式会社ユニバースレンタカー 代表取締役社長



松井 忠三 Tadamitsu Matsui
社外取締役
指名諮問委員会委員長
報酬諮問委員会委員長 **独立役員**

在任年数:8年9カ月
取締役会出席回数:13/13回*

重要な兼職の状況
株式会社松井オフィス 代表取締役社長
フェスタリアホールディングス株式会社 社外取締役
株式会社エヌ・シー・エヌ 社外取締役



遠藤 功 Isao Endo
社外取締役
指名諮問委員会委員
報酬諮問委員会委員 **独立役員**

在任年数:3年
取締役会出席回数:13/13回*

重要な兼職の状況
株式会社シナ・コーポレーション 代表取締役
SOMPOホールディングス株式会社 社外取締役
株式会社ドリーム・アーツ 社外取締役
TANAKAホールディングス株式会社 社外取締役

※ 2023年度

取締役、監査役の専門性と経験

区分	氏名	企業経営 経営戦略	自社ビジネス 業界経験	財務戦略 会計・税務	人財開発 労務・人事	法務 コンプライアンス	IT デジタル	ESG リスクマネジメント
取締役	広田 靖治	●	●	●				●
	野村 昌史	●		●	●	●	●	●
	松井 忠三	●		●	●			
	遠藤 功	●		●	●		●	
監査役	磯貝 哲也		●	●				
	春馬 学					●		
	村田 育生	●	●	●				

監査役

磯貝 哲也
Tetsuya Isogai
常勤監査役
在任年数:3年
取締役会出席回数:13/13回*
監査役会出席回数:13/13回*

春馬 学
Manabu Haruma
社外監査役
在任年数:13年10カ月
取締役会出席回数:13/13回*
監査役会出席回数:13/13回*

独立役員
重要な兼職の状況
and LEGAL 弁護士法人 代表弁護士
株式会社HNコンサルティング 代表取締役
ポパール興業株式会社 社外監査役
株式会社コプロ・ホールディングス 社外監査役
株式会社グレイジヴァンガードコーポレーション 社外監査役

村田 育生
Ikuo Murata
社外監査役
在任年数:11年5カ月
取締役会出席回数:13/13回*
監査役会出席回数:13/13回*

重要な兼職の状況
村田作戦株式会社 代表取締役社長
株式会社サイバーセキュリティクラウド 社外監査役

役付執行役員



西脇 裕史
Hirofumi Nishiwaki
専務執行役員
商品企画本部長



安藤 滋一
Shigekazu Ando
専務執行役員
営業本部長



宮崎 公嘉
Kimiyoishi Miyazaki
常務執行役員
人事本部長

PDF 役員の詳細については「有価証券報告書 P.44」

取締役候補者の選定方針及びプロセス

当社の取締役候補者の選定方針は以下の通りです。

- 経営理念を理解し、優れた経営判断能力と豊富な実務経験による迅速な意思決定が行えること
- 当社グループ事業のさらなる成長や発展への貢献が期待できること
- 当社が抱えるリスクや課題、問題の把握とその解決能力を有していること
- 法令や企業倫理に高い意識と見識を有していること

当該方針をもとに、指名諮問委員会で総合的に審議し、取締役会にて候補者を決定しています。

選任理由

取締役

広田 靖治 代表取締役会長兼社長

当社創業者である広田靖治は、創業以来代表取締役として、常に高いビジョンを持ち、当社グループの事業拡大や企業価値向上に尽力してきました。また、自動車業界全体の発展も常に意識し、強いリーダーシップを発揮しています。その経験と能力は、当社グループのさらなる成長と企業価値向上に資すると判断したためです。

野村 昌史 取締役執行役員

会計・税務知識を活かし、当社入社後は、経理部門や内部監査室を担当し、その後は財務部門や経営企画部門の部長として経営管理に携わってきました。2020年2月から管理本部長として財務・経理・総務並びにIR部門を統括し、管理部門の組織基盤構築を進め、当社グループの成長を支えてきました。その経験と能力は、当社グループのさらなる成長と企業価値向上に資すると判断したためです。

松井 忠三 社外取締役

企業経営における豊富な経験と深い見識を持ち、当社グループの店舗運営における管理体制や仕組みの構築、人材トレーニングや内部統制、コンプライアンス体制の強化に対し十分な役割を果たしていただけるものと判断したためです。また、当社と松井氏との間に特別な利害関係はなく、一般株主との利益相反が生じる恐れはないと考え、独立役員に指定しています。

遠藤 功 社外取締役

企業経営における豊富な経験と幅広い見識を持ち、当社グループの経営に対し多角的な観点からの確かな提言をいただき、また、取締役会の意思決定及び業務執行に対する監督機能の実効性強化に対し十分な役割を果たしていただけるものと判断したためです。また、当社と遠藤氏との間に特別な利害関係はなく、一般株主との利益相反が生じる恐れはないと考え、独立役員に指定しています。

取締役の多様性

当社の取締役会は、経営・販売・管理に関する専門知識のバランスを考慮し、豊富な経験をもとに迅速な意思決定ができることを基準に選任した取締役と、事業経営に関する豊富な経験と見識を有する社外取締役で構成されています。また、迅速な意思決定を目的として取締役会の人数を10名以内と定めています。

監査役

磯貝 哲也 常勤監査役

管理部門、マーケティング部門、仕入部門など当社の事業や内部統制に関する豊富な知識、見識を有しており、それらを当社の監査業務に活かし、客観的かつ公正な立場で、当社グループ経営の監督を適切に遂行できるものと判断したためです。

春馬 学 社外監査役

弁護士として、専門的見地、豊富な経験、実績を有しており、コンプライアンスの観点を含めた客観的かつ公正な立場で、当社グループ経営の監督を適切に遂行いただけるものと判断したためです。また、当社と春馬氏との間に特別な利害関係はなく、一般株主との利益相反が生じる恐れはないと考え、独立役員に指定しています。

村田 育生 社外監査役

当社と同業種である事業会社での経営者として、豊富な経験と知識を有しており、客観的かつ公正な立場で、当社グループ経営の監督を適切に遂行いただけるものと判断したためです。

コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

当社は、当社グループの目指す姿「みんなに愛されるクルマ屋さん」の実現に向けて、効率的かつ透明性の高い経営により企業価値の最大化と健全性の確保の両立を図ることが、経営の最重要課題であると認識し、右記の3項目をコーポレート・ガバナンスの基本的な方針と考えています。そのために、業務執行に対する厳正かつ適法な監督・監査機能を実現し、また、取締役等の報酬や取締役の指名に関する経営の透明性を高めるべく、指名諮問委員会及び報酬諮問委員会を設置しています。そして、有効的な内部統制の整備及び運用、コンプライアンスを常に意識した経営、グループ統治による子会社との適正な連携を意識した組織運営に注力しています。

コーポレート・ガバナンスの基本方針

- 1 株主の利益の最大化
- 2 お客様、従業員、お取引先様、株主様・投資家様、地域社会等のステークホルダーとの良好な信頼関係構築
- 3 継続的かつ安定的な成長

取締役会

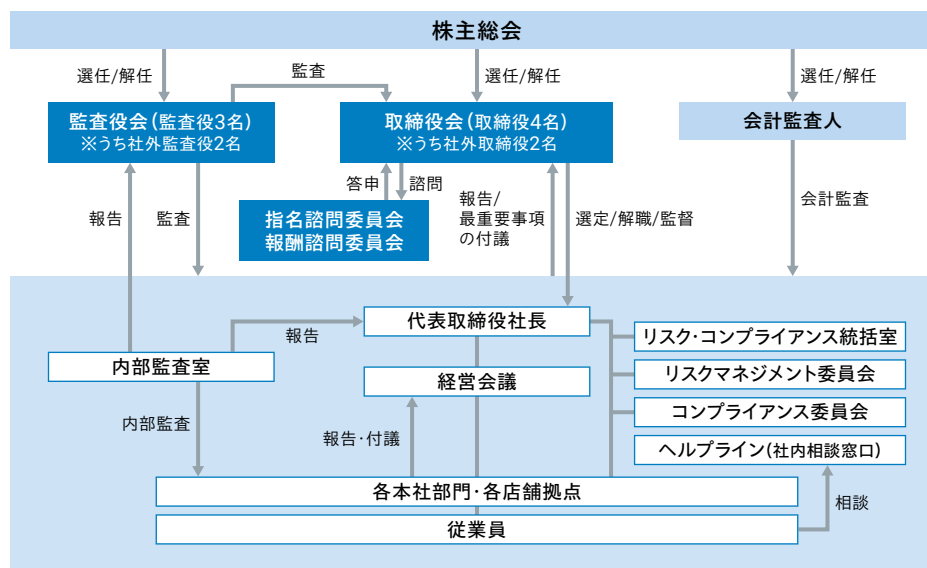
取締役会は、社外取締役2名を含む4名で構成されており、法令・定款が定める取締役会で決議すべき事項のほか、当社グループ経営に関わる事項や最重要案件の審議、決議を行うとともに、経営会議等で議論された事項の付議や報告を通じて、業務の執行状況の監督を行い、経営の公正性・透明性を確保しています。

監査役会

監査役会は、社外監査役2名を含む3名で構成されており、諸法令、定款、諸規程及び監査役会が定めた監査役会規程に基づき、独立した立場で取締役の職務執行の監査を行っており、また、会計監査人及び内部監査室とも定期的に会合を行い、意見交換を適切に行っています。

コーポレート・ガバナンス体制

業務の意思決定・執行及び監査について、コンプライアンスの徹底、リスク管理及び内部統制の向上を図るため、以下の体制を採用しています。



指名諮問委員会/報酬諮問委員会

取締役等の指名・報酬に係る評価・決定プロセスの透明性及び客観性を担保することにより、コーポレート・ガバナンス体制の充実を図るため、任意の指名諮問委員会及び報酬諮問委員会を設置しています。指名諮問委員会では、取締役等の選解任の方針及び基準に関する事項とプロセス全般を審議し、報酬諮問委員会では、取締役等の報酬体系及び報酬決定の方針に関する事項とプロセス全般を審議し、取締役会へ答申を行います。

なお、委員会の構成は、取締役会の決議により選定された3名以上の取締役または社外監査役とし、その半数以上は独立社外取締役とします。また、各委員会の委員長は独立社外取締役である委員のなかから選定します。

委員会メンバー

委員長	松井 忠三(独立社外取締役)
委員	遠藤 功(独立社外取締役)
委員	広田 靖治(代表取締役会長兼社長)

取締役会の実効性評価

当社は取締役会の機能・実効性の向上を図ることを目的として社内において、匿名のアンケート形式による評価を実施しました。この結果、取締役会の実効性は確保できていること、また、取締役会の監督機能の充実及びガバナンスの強化が図られていることを確認しました。今回の評価も踏まえ、今後も取締役会の更なる実効性の向上に取り組んでいきます。

独立性の考え方

当社は、独立社外取締役を金融商品取引所が定める基準を参考に、実質的な独立性を担保するとともに、独立した立場から取締役会における活発な論議を期待できる資質を持った候補者を選定しています。

政策保有株式の保有方針

当社は、政策保有株式としての上場株式を保有していません。基本的に政策保有株式は保有しない方針ですが、発行会社との業務提携・取引関係の強化等、業務上の必要性があると判断した場合は、保有に伴う便益やリスクが資本コストに見合っているかなどを具体的に検討し、総合的に勘案してその保有の可否を決定します。保有継続の判断につきましては、個別銘柄ごとに当社とのシナジーや経済的合理性を考慮し、その保有の意義を定時の取締役会で定期的・継続的に検証し決定します。保有株式に関する議決権の行使につきましては、その議案が発行会社の中長期的な企業価値向上につながる意思決定であるかどうかを適切に判断し決定します。

役員報酬

役員報酬等の額又はその算定方法の決定に関する方針の内容及び決定方法

当社の役員報酬等の額又はその算定方法の決定に関する方針は、取締役会で決議しています。その内容は、株主総会で定められた金額の範囲内において、取締役会により、当社の支給基準に沿って業績等を考慮するなか、役員報酬規程に基づき各役員別報酬額を決定しています。

また、監査役報酬については、株主総会で定められた金額の範囲内において、監査役会で協議の上、決定しています。

役員報酬等の額等の決定に関する役職ごとの方針の内容

当社の取締役報酬は、当社グループの企業価値向上に資することを原則とし、経営環境、業績、従業員に対する処遇との整合性を考慮し、個々の取締役の報酬の決定に際しては各職責を踏まえた適正な水準とすることを基本方針としています。具体的には、取締役の報酬は、金銭報酬としての「固定報酬」、非金銭報酬として、当社の企業価値の持続的な向上を図るインセンティブとしての「譲渡制限付株式報酬」により構成しています。なお、社外取締役の報酬は、その職責に鑑み固定報酬としての金銭報酬のみとしています。また、当社は2021年2月22日開催の取締役会において、取締役の個人別の報酬等の額の決定に関する方針を決議しています。取締役会は、当事業年度に係る取締役の個人別の報酬等の内容の決定にあたっては、報酬諮問委員会が原案について取締役会で決議された決定方針との整合性を含めた多角的な検討を行っているため、当該決定方針に沿うものであると判断しています。

[PDF](#) 役員報酬の詳細については「有価証券報告書 P.50～51」

推進体制

ネクステージでは、取締役社長を委員長とする「コンプライアンス委員会」を設置し、コンプライアンス体制を推進しています。委員会において検討された内容については、経営会議メンバーへ報告されています。

一般のお客様からのお問い合わせは、「カスタマーセンター/お客様相談室」を設置し、ホームページにお問い合わせ窓口を公開しています。

法令違反やコンプライアンス違反、ハラスメントなど役員や従業員による不適切な行為を発見した場合、また、その恐れがある行為などについて、従業員が相談や通報ができる窓口として、「ネクステージヘルプライン」を設置しています。また、相談や通報をしたことにより、相談者が不利益な扱いを受けることがないようにプライバシーの保護を図るとともに、速やかな調査、適切な措置・対策を講じています。加えて、措置・対策を講じた事案については、通報者や関係者が特定できないようにした上で、社内で共有化し、類似事案の再発防止を図っています。

N-BOOKには、従業員が遵守すべきコンプライアンスにおけるマニュアルを整備しており、これを社内に周知・徹底しています。

コンプライアンス委員会

当社のコンプライアンス委員会は、取締役、執行役員、常勤監査役、部長、内部監査室長、総務課長及びリスク・コンプライアンス統括室で構成されており、毎月1回開催しています。当社グループにおいてコンプライアンスを徹底するための基本方針・施策などの検討、策定を行うとともに、コンプライアンス体制の強化活動における課題や問題点などを議論しています。

通報制度

ネクステージでは、健全な会社運営のために、組織的または個人的な法令違反行為や不正行為等の抑制と是正を図ることを目的に、すべての従業員が利用できる「社内通報制度」、「社外通報制度」を設けています。社内通報制度は内部監査室、「社外通報制度」は外部の法律事務所とネクステージが連携して運用しています。

従業員の利用しやすさを配慮し、匿名での通報や相談も可能としており、電話やメールにて受付を行っています。

寄せられた通報については、相談者が不利益を被ることがないようにプライバシーの保護の徹底や適切な措置をとる体制を整えており、下記の3項目を周知し、相談しやすい環境づくりに努めています。

- 1 相談者の職場環境が悪化することのないよう、適切な措置を取る
- 2 相談者に対して懲戒やその他のいかなる不利益取扱いを行わない
- 3 相談者が相談したことによって上司や同僚等に嫌がらせを受けた場合は、嫌がらせをした者に処分を課す

反社会的勢力排除に向けた体制

反社会的勢力による不当要求事案へは組織的に対応することに加え、店舗においては不当要求防止責任者を選任しています。また、店舗運営における対応については、お客様相談室と連携を図りながら、顧問弁護士に相談並びに助言を受ける体制を整備しています。N-BOOKには、不当要求・反社会勢力対策におけるマニュアルを整備しており、これを社内に周知・徹底しています。

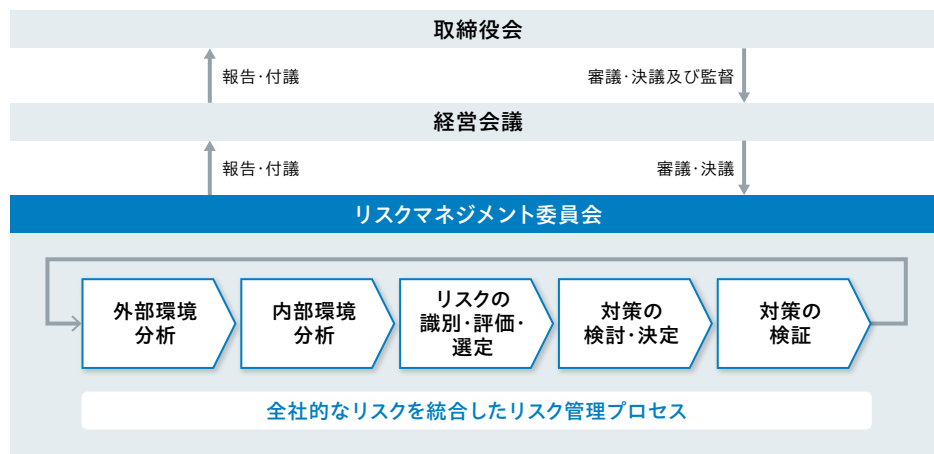
推進体制

ネクステージでは、取締役社長を委員長とする「リスクマネジメント委員会」を設置し、リスクマネジメント体制を推進しています。委員会において検討された内容は、経営会議メンバーへ報告されています。

リスクマネジメント委員会

当社のリスクマネジメント委員会は、取締役、執行役員、常勤監査役、部長、内部監査室長及びリスク・コンプライアンス統括室で構成されており、原則として半期に1回経営会議に付随して開催しています。当社グループの経営、販売活動に内在する阻害リスクを抽出し分析の上、重要性に応じ適切なリスク対応策を策定しています。リスク対策の主管部門により対策の進捗を確認し、計画的に取り組みを推進しています。

リスク管理プロセス



個人情報保護方針

ネクステージでは、事業を実施する上で、お客様の個人情報が必要であることを深く認識し、法令及び社内規程に則り、個人情報を取り扱います。また、組織体制を整備し、個人情報の適切な保護に努めます。

個人情報保護についての五箇条

1. 個人情報は適正かつ公正な手段により取得すること
2. 個人情報の利用目的を特定し、なおかつ本人に通知すること
3. 本人からの開示手続と正確性の確保に努めること
4. 第三者への個人データ提供の制限などを義務づけること
5. 個人データの漏えいや滅失など、安全管理のために必要な措置を講じること

取り組み事例

- マニュアルを作成し、ネクステージグループ全従業員に情報管理に関する周知を徹底
- SNSへの投稿の禁止
- PC等電子機器のパスワード設定の徹底
- 書類保管場所の明確化、施錠管理
- 社外デバイスから社内システムへのアクセス禁止
- プライバシーマークの取得による外部機関からの情報管理に関する認証

BCP (事業継続計画) の取り組み

ネクステージでは、事業継続に向けたマネジメント体制の強化を進めています。現在において発生する可能性のある災害に対して、本社や店舗における初動基準を策定しています。災害が発生した際に、店舗においてはお客様の安全、従業員の安全を最優先とし、従業員が対応すべき項目は、N-BOOKにおいてマニュアルを整備しており、従業員が正しく行動できるよう取り組んでいます。

整備事業におけるガバナンス体制

ネクステージは、車検や点検における不正などを発生させないため、徹底したガバナンス体制を構築しています。現場に運用・判断を一任することなく、本部のリスク・コンプライアンス統括室への集約化を徹底しており、常に本部と現場が連携し、本部主体で独自の監査・教育などのサポートや、改善活動を行っています。

フェーズ	取り組み内容	求められる水準	お客様に提供する安心・安全、及びネクステージへの信頼
整備実施前 	社内監査 <ul style="list-style-type: none"> ●本部にて、社内監査を指定工場は年2回、認証工場は年1回実施 ●社内監査は国が求める点検表をベースに、さらに精度を高めるため(例えば、全員が正しく記録できるような体制づくりなど)、独自点検項目を追加し、より高い水準を追求 ●各店舗の工場長同士を入れ替えて監査する相互監査を年2回実施 ●上記以外にも、外部の協力による指定工場監査を年1回実施 	<ul style="list-style-type: none"> ●自店舗独自の属人的な判断を取り除き、客観的視点を取り入れた整備を行うことで、常に改善できる体制を構築 	<ul style="list-style-type: none"> ●どの店舗でも高水準な品質で安心・安全な検査、整備体制を構築
	社内ルール <ul style="list-style-type: none"> ●自動車検査員によって保安基準判断に差があるもの、適正に数値化し合否を判断できないもの、お客様のカーライフに悪影響を及ぼす恐れがあるものなど、社内ルールに照らし、改善できない場合は入庫をお断りする 	<ul style="list-style-type: none"> ●トラブルを未然に防ぐために自主規制を設け、無理な対応は事前にお断りする体制を構築 	<ul style="list-style-type: none"> ●統一された基準での対応が難しいものについては、無理に対応しないことを徹底することで、後日トラブルが発生することを未然に防ぎ、お客様との信頼関係を構築
整備作業中 	工程管理 <ul style="list-style-type: none"> ●システムによる工程管理で作業を効率化 ●自店舗で対応可能な作業量を超えることが予測される場合、外注に依頼し、店舗での作業量を調整 ●システム制御を通じた適正な整備・車検の実施 	<ul style="list-style-type: none"> ●納車前のシステム管理、「ビット予約システム」による来店予約管理、及び1日の全体作業を「工程管理ボード」によって進捗を把握するなど、フェーズごとにシステムによる工程管理で効率化を実現 ●20時に完全退社する運用としており、システムで20時退社を超えることが予測される場合、外注に依頼し作業量の調整を徹底 ●システム制御により、不適合な場合は次の検査工程に進めない仕組みを導入。また、検査機器で計測した数値はPCにデータ連動させ、意図的な数値の改ざんや転記ミスなどを防止 	<ul style="list-style-type: none"> ●過度な詰め込み作業を減らし、適切な工程での作業を実施することで、安心・安全な検査・整備体制を構築
	集約化 <ul style="list-style-type: none"> ●店舗で判断がつかないケースでは、本部に問い合わせをして、判断を仰ぐルールとし、個人や店舗の属人的な判断を取り除く 	<ul style="list-style-type: none"> ●自店舗独自の属人的な判断を取り除き、本部判断による全社共通の検査、整備を実施 	<ul style="list-style-type: none"> ●どの店舗でも統一された水準で安心・安全な検査、整備体制を構築
	不備発覚後のフォロー体制 <ul style="list-style-type: none"> ●社内監査または外部からの指摘による不備発覚のいずれにおいても、本部にて速やかに陸運支局への自主届出を徹底 ●不備が発覚した後に現場から本部に共有するフローを設け、本部にて集約し、全社への啓発を徹底 	<ul style="list-style-type: none"> ●本部主体で自主届出を徹底することで、隠蔽が行われない体制を構築 ●本部主体で、ブロック長会議における啓発、店舗での月例勉強会の実施、全社へのメール発信による周知徹底などを行い、同様の事案が発生しないよう啓発活動を徹底 	<ul style="list-style-type: none"> ●本部主体で常に改善活動が実施され、サービス品質のレベルアップ及びミスを防止できる体制を整備することで、お客様との信頼関係を構築
その他の取り組み	不正防止 <ul style="list-style-type: none"> ●現場での個別判断などによる保険会社様への不正な請求を未然に防ぐため、板金については見積書・請求書の作成を整備本部に集約し、対応 	<ul style="list-style-type: none"> ●板金の見積書、請求書作成を本部に集約することで、保険会社様への不正請求を防止 	<ul style="list-style-type: none"> ●どの店舗でも均一な水準の見積もり、請求を実施する体制を整備することで、お客様との信頼関係を構築

主要なリスク 〈中長期的な成長に関するリスク〉

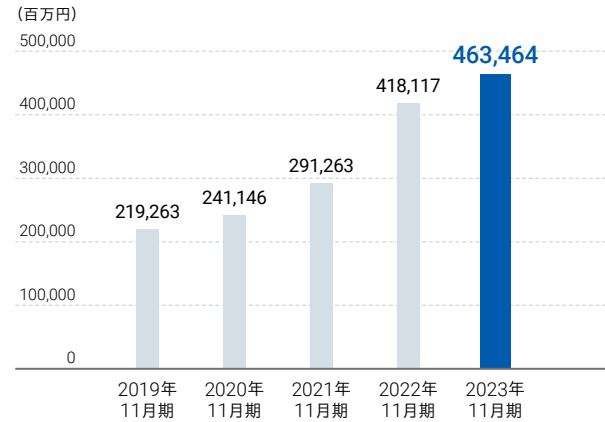
リスクの内容	リスクに対する対応策
<p>① 計画通りに出店を行えないリスク</p> <p>当社グループは、大型店の出店をメインに行っています。大型店は、主要幹線道路沿いかつ大きな敷地面積を要することから、計画的に物件を確保することが困難な可能性があります。</p>	<p>当社グループでは、主要幹線道路沿いの好立地な店舗を適正な価格で出店するために、全国に店舗開発人員を配置し、レジャー施設、他業種を含めた小売業等の多様な情報を取得することで、多くの候補地のなかから最も条件の良い店舗展開を進めています。</p>
<p>② 人財を確保できないリスク</p> <p>顧客にとって満足度の高いサービスを提供する方針のもとに、事業の拡大を図っていますが、その実現のためには継続的に人財を確保していく必要があると考えています。しかしながら、予想以上に人財獲得競争が激化し、期待する人財を獲得できない、あるいは離職により人財流出する可能性があります。</p>	<p>当社グループでは、人財の獲得については、面接から採用までのリードタイムを短縮することで人財獲得数増加の取り組みを進めています。また、離職防止の取り組みについては、グループ共通の店舗マニュアルに基づいた接客オペレーションによる仕組みを構築することにより、すべてのスタッフが均一で高い成果を上げられる労働環境を用意し、離職率の低下を図っています。</p>
<p>③ 商品を確保できないリスク</p> <p>当社グループは、小売車両の約30%をオートオークション会場からの仕入に依存しています。市場環境の変化により、オートオークション会場への出品台数が減少し、良質な商品を確保できない可能性があります。</p>	<p>当社グループでは、市場の変化に対応しつつ良質な商品を確保するために、ユーザーからの直接買取とレンタカー会社をはじめとした企業間での仕入を拡大することで、需要に応じた商品構成の見直しを進めています。</p>
<p>④ 経費増加による業績悪化リスク</p> <p>当社グループは、出店コスト、広告宣伝費等店舗運営のための経費が必要となります。経費コントロール不足により、当社グループの収益性が悪化する可能性があります。</p>	<p>当社グループでは、経済環境の変化や市場環境の変化に影響を受けにくい経営体制を構築するため、間接経費削減や業務効率化による固定費削減を実施していきます。売上高販売管理費比率を重要指標と捉え、スタッフ個人ごとにコスト意識を持たせることで店舗コストの削減を進めるとともに、システム化により業務を効率化することでコストの削減を進めています。</p>
<p>⑤ 経済情勢に係るリスク</p> <p>国内中古車市場及び新車市場は、国内景気、消費者の購買意欲の変動によって左右されます。景気変動は、消費者購買意欲の減退を通じて販売台数の変動につながる可能性がある他、中古車市場におけるオートオークション相場にも影響を及ぼします。オートオークション相場の下落は、棚卸資産に関して商品評価損を計上する結果、利益率の変動をもたらす可能性があります。</p>	<p>当社グループでは、お客様との継続的な生涯取引の拡大により、市場動向、国内景気の変動においても持続可能な収益基盤づくりを推進しています。また、在庫回転率に注視し市場の動向に合わせた商品管理を行うことで、滞留在庫の発生を防止する取り組みを行っています。</p>
<p>⑥ モビリティ革命により自動車所有に対する認識が変化するリスク</p> <p>モビリティサービスの拡大や、それに伴う消費者の意識変化により、中古車及び新車販売台数の減少・販売価格の変動の可能性があります。これらの要因により当社グループが提供する商品・サービスの市場における評価が大幅に変化した場合には、当社グループの経営成績や財政状態に重要な影響を及ぼす可能性があります。</p>	<p>消費者の価値観や嗜好ニーズの把握に努めるとともに、適正な仕入商品の選定や、仕入・販売の価格設定を徹底していきます。また、市場や消費者の動向を分析し、事業の方向性や経営戦略の適切性の評価を行うことで市場環境の変化に迅速・柔軟に対応していきます。</p>

主要なリスク 〈その他業績に大きな影響を及ぼすリスク〉

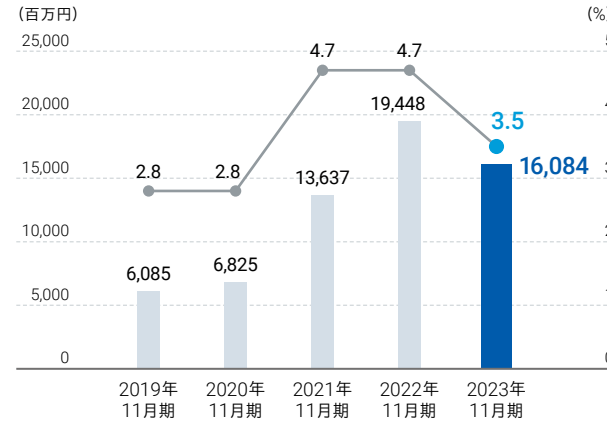
リスクの内容	リスクに対する対応策
<p>1 個人情報管理及びシステム管理のリスク</p> <p>当社グループは、販売した車両の名義変更等で顧客の印鑑証明書や住民票、運転免許証の写し等の個人情報を取得します。個人情報が外部に流出した場合には、当社グループのビジネスに対する信頼が低下するだけでなく、実際に当該情報を利用した詐欺被害等が発生する可能性が皆無とは言えず、これら信頼の低下や損害賠償請求等に伴い当社グループの業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。</p>	<p>個人情報の管理に関しては、研修等により継続的に啓発活動を行い、従業員の個人情報保護に対する意識を高めるとともに、個人情報保護の具体的な業務手続きを定めた個人情報保護規程に則って業務を遂行しています。また、例えばシステムの利用権限、ドキュメントへのアクセス権限は対象者に限定するなど、システム部門の牽制体制を構築し、情報漏えいの防止に努めています。</p>
<p>2 古物営業法の遵守について</p> <p>当社グループの行う中古車両の買取及び販売業務は古物営業法の規制を受けます。当社グループは古物取扱業者として、公安委員会より許可を受け中古車の買取及び販売業務を行っています。今後、法令の改正が生じた際の対応が不十分であったり、オペレーションミスが発生すること等により監督当局より処分を課される可能性は皆無ではなく、結果、営業許可の取消等により、当社グループの業績及び財政状態に影響が及ぶ可能性があります。</p>	<p>当社グループでは、警察署への届出の要否を確認する手続き等を社内規程に定め、古物営業法の遵守に努めており、現時点では違反事由は発生していません。また、法令改正等に関する情報収集をするために、社内体制の構築をしています。</p>
<p>3 有利子負債の依存について</p> <p>出店資金を主に銀行等金融機関からの借入れで調達しています。近年出店を積極的に行った結果、有利子負債の残高は増加しています。そのため、金融情勢の変化に伴い金利が変動した場合には、今後の資金調達に対する支払利息が増加する等、当社グループの業績及び財政状態に影響が及ぶ可能性があります。</p>	<p>当社グループでは、成長戦略実現のために必要な資金を銀行等金融機関からの借入れにより十分確保できると考えており、引き続き安定的な業績と強固な財務体質により高い信用力を維持し、十分な調達能力を確保していきます。また、資金調達の要否については、出店計画、資金需要の金額と支払タイミング、運転資金、営業キャッシュ・フロー等を総合的に検討して決定していきます。</p>
<p>4 天候・災害によるリスク</p> <p>当社グループは全国に店舗を展開していますが、大雪や台風といった自然災害により販売活動を行えない可能性があります。このような状態が長期にわたった場合には、当社グループの業績及び財政状態に影響が及ぶ可能性があります。</p>	<p>当社グループでは、北海道から沖縄県まで出店エリアがあり、リスクが集中しないような店舗展開を行っています。また、平時より老朽化したインフラへの投資、施設の定期的な点検、防災教育などを行っています。</p>
<p>5 風評リスク</p> <p>ホームページ等のメディアを通じた集客を行う一方、SNSやインターネット掲示板を通じて当社グループの商品・サービス・従業員に関する誹謗・中傷等の風説が流布される可能性があります。それにより、内容の正確性に関わらず、顧客の当社グループへの信頼や企業イメージが低下し、財政状態、経営成績等に重要な影響を与える可能性があります。</p>	<p>教育研修制度により人材育成を行うことで、お客様満足の向上を図り、顧客からの誹謗・中傷等の抑制・防止に努めています。また、トラブルが生じた場合には、専門部署による迅速な対応を行うとともに、クレーム案件に関しては、事例を分析し、再発防止に向けた取り組みを行っています。</p>

主要ハイライト

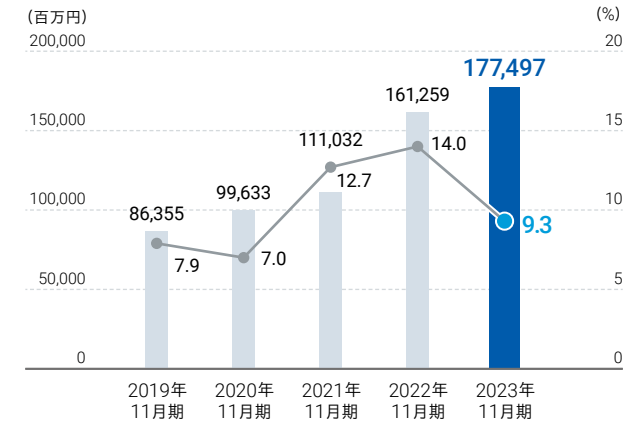
売上高



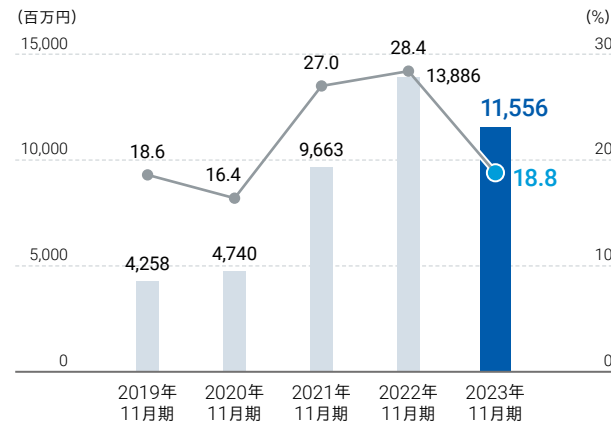
営業利益 / 営業利益率



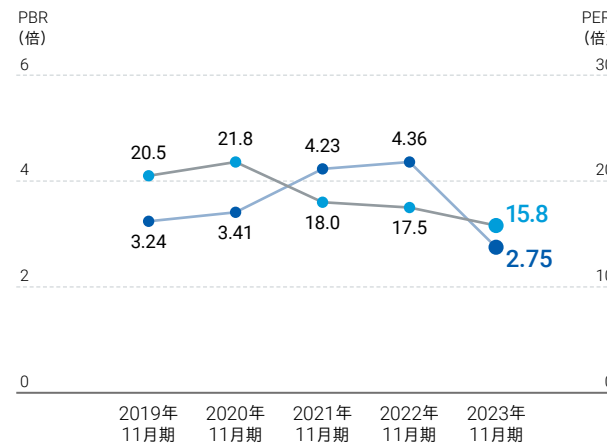
総資産額 / ROA (総資産経常利益率)



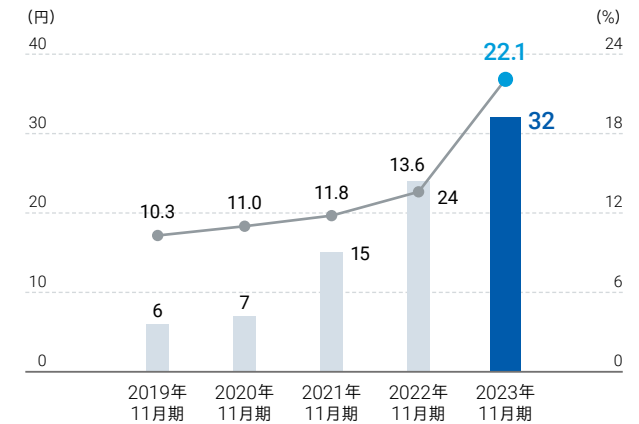
親会社株主に帰属する当期純利益 / ROE (自己資本利益率)



PBR (株価純資産倍率) / PER (株価収益率)



1株当たりの配当額 / 配当性向



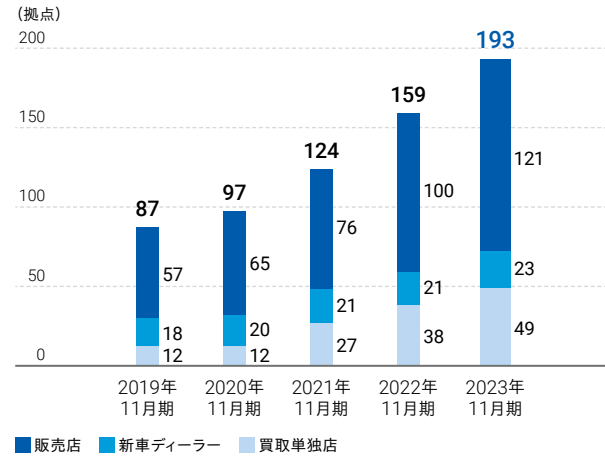
■ 親会社株主に帰属する当期純利益 ● ROE

● PBR(左軸) ● PER(右軸)

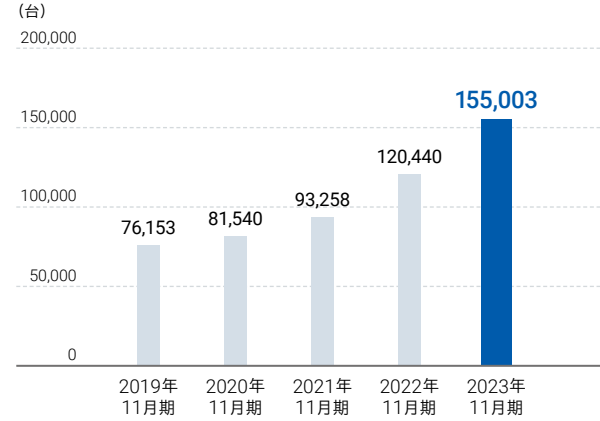
■ 1株当たりの配当額 ● 配当性向

主要ハイライト

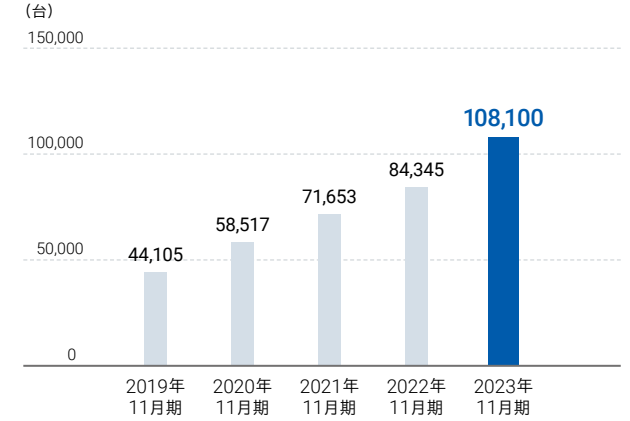
拠点数



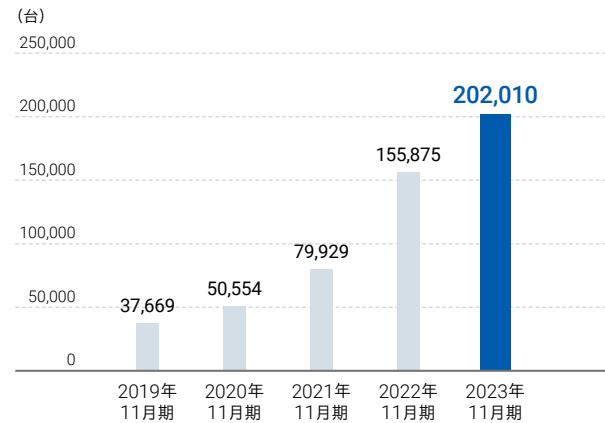
小売販売台数



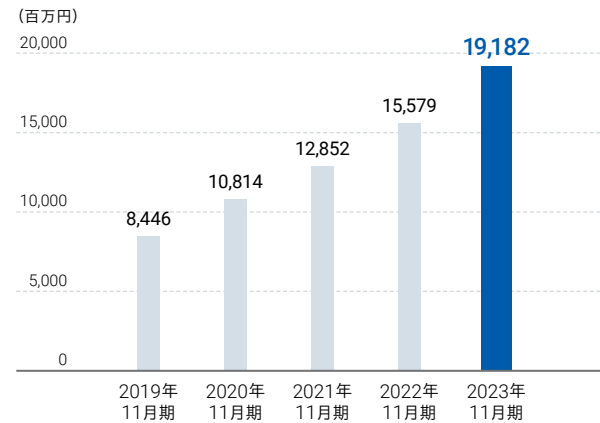
車検台数



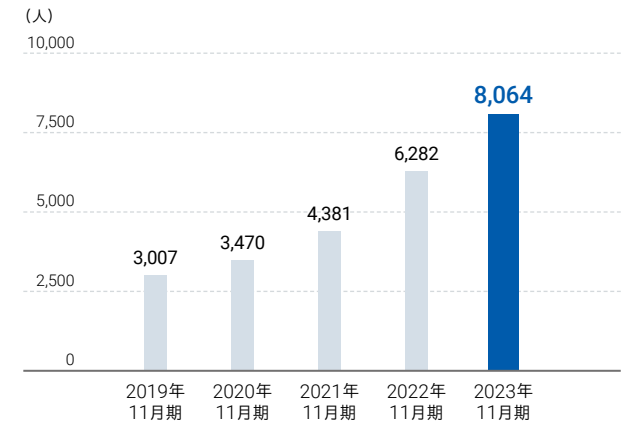
買取台数



収入保険料



従業員数※



※ パートタイマー、アルバイトを含む

主要財務データ

	2013年 11月期	2014年 11月期	2015年 11月期	2016年 11月期	2017年 11月期	2018年 11月期	2019年 11月期	2020年 11月期	2021年 11月期	2022年 11月期	2023年 11月期
損益状況 (百万円)											
売上高	39,768	50,447	63,113	87,201	118,971	163,174	219,263	241,146	291,263	418,117	463,464
営業利益	1,028	757	1,269	2,163	3,474	4,384	6,085	6,825	13,637	19,448	16,084
経常利益	1,059	591	1,340	2,086	3,304	4,186	5,888	6,527	13,388	19,080	15,773
親会社株主に帰属する当期純利益	585	326	841	1,333	2,262	2,910	4,258	4,740	9,663	13,886	11,556
財務状況 (百万円)											
総資産	12,974	15,967	17,859	23,465	35,523	63,679	86,355	99,633	111,032	161,259	177,497
現金及び現金同等物	2,457	2,369	1,785	2,197	6,639	16,493	11,030	27,443	22,718	19,845	29,630
商品	6,975	8,108	10,051	12,522	15,217	23,347	38,675	32,951	41,352	72,563	58,586
有利子負債残高	7,444	9,402	9,893	12,909	13,721	34,864	43,905	52,224	50,772	76,376	77,405
自己資本	3,427	3,718	4,471	5,446	15,080	17,984	27,852	30,013	41,617	56,301	66,504
キャッシュ・フロー (百万円)											
営業活動によるキャッシュ・フロー	△1,647	△953	975	△90	△266	△2,083	△9,213	19,269	3,214	△17,853	33,689
投資活動によるキャッシュ・フロー	△973	△1,013	△1,899	△2,137	△3,478	△7,422	△10,822	△8,529	△8,256	△13,831	△23,677
財務活動によるキャッシュ・フロー	3,812	1,874	340	2,642	8,187	19,359	14,572	5,673	317	28,812	△227
財務指標 (%)											
営業利益率	2.6	1.5	2.0	2.5	2.9	2.7	2.8	2.8	4.7	4.7	3.5
自己資本利益率 (ROE)	22.9	9.1	20.6	26.9	22.0	17.6	18.6	16.4	27.0	28.4	18.8
自己資本比率	26.4	23.3	25.0	23.2	42.5	28.2	32.3	30.1	37.5	34.9	37.5
その他 (百万円)											
減価償却費	313	402	554	714	917	1,604	2,742	3,337	3,933	2,951	4,267
配当金総額 (合計)	56	60	60	58	135	278	452	527	1,171	1,933	2,578

株式情報/会社情報 (2023年11月30日現在)

株式情報

上場市場	東京証券取引所 プライム市場・名古屋証券取引所 プレミア市場
証券コード	3186
発行可能株式総数	180,288,000株
発行済株式総数	80,766,200株
株主数	10,877名

大株主の状況

株主名	持株数(百株)	持株比率(%)
株式会社SMN	283,000	35.1
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	47,061	5.8
JP MORGAN CHASE BANK 385632	46,737	5.8
損害保険ジャパン株式会社	35,400	4.3
JP MORGAN CHASE BANK 380072	34,421	4.2
MLI FOR CLIENT GENERAL OMNI NON COLLATERAL NON TREATY- PB	27,631	3.4
東京海上日動火災保険株式会社	21,327	2.6
MSIP CLIENT SECURITIES	19,838	2.4
MORGAN STANLEY & CO. LLC	18,675	2.3
広田 靖治	17,552	2.1

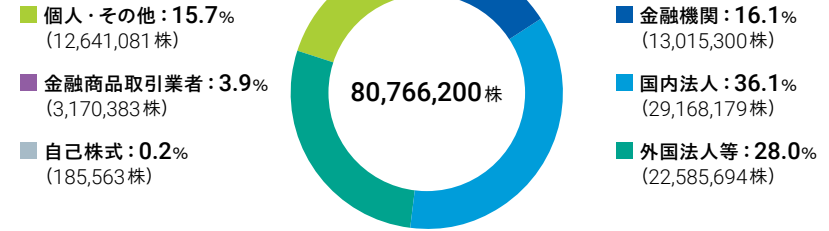
※ 当社は自己株式185,563株を保有しています。また、持株数は百株未満を、持株比率は小数点第2位以下を切り捨てて表示しています。なお、持株比率は自己株式を控除して計算しています

TSR (Total Shareholder Return)

(%)

回次	第21期	第22期	第23期	第24期	第25期
決算年月	2019年11月	2020年11月	2021年11月	2022年11月	2023年11月
株主総利回り	100.3	116.8	193.3	261.6	197.9
比較指標:配当込みTOPIX	104.5	110.6	124.1	131.2	161.0

所有者別株式分布状況



会社概要

商号	株式会社ネクステージ
本社所在地	愛知県名古屋市中区新栄町一丁目1番地 明治安田生命名古屋ビル14階
設立	1998年12月
資本金	80億8,415万5,735円
連結子会社	株式会社ASAP(カーコーティング事業) 株式会社NEW(正規輸入車ディーラー事業) 株式会社Ai(正規輸入車ディーラー事業) 株式会社ユニバースレンタカー(レンタカー事業)
拠点数	193拠点(295店舗)
従業員数	8,064名 ※ 連結、平均臨時雇用人員1,313名を含む

みんなに愛されるクルマ屋さん



株式会社ネクステージ

〒460-0004 名古屋市中区新栄町一丁目1番地
明治安田生命名古屋ビル14階

<https://www.nextage.jp>

2024年5月 発行