



2021年9月28日

各 位

会社名 株式会社グッドスピード
代表者名 代表取締役社長 加藤久統
(コード番号：7676 東証マザーズ)
問合せ先 執行役員管理本部長 松井靖幸
(TEL 052-933-4092)

2021年9月18日開催「個人投資家向けIRセミナー～名古屋企業特集～」ご質問の回答

「SUVといえばグッドスピード」をキャッチコピーに掲げる、2020年度東海エリアにおけるSUV販売台数5,000台以上の株式会社グッドスピード（代表取締役社長：加藤久統、本社：愛知県名古屋市東区）が2021年9月18日（土）に参加しました「個人投資家向けIRセミナー～名古屋企業特集～（主催：ログミーFinance）」で、代表取締役社長 加藤久統ならびに執行役員管理本部長 松井靖幸が講演した当社説明において、お寄せいただいたご質問についてご回答いたします。

以上

2021年9月18日開催「個人投資家向けIRセミナー～名古屋企業特集～」ご質問の回答

「SUVといえばグッドスピード」をキャッチコピーに掲げる、2020年度東海エリアにおけるSUV販売台数5,000台以上の株式会社グッドスピード（代表取締役社長：加藤久統、本社：愛知県名古屋市東区、証券コード：7676、東証マザーズ、以下 当社）が2021年9月18日（土）に参加しました「個人投資家向けIRセミナー～名古屋企業特集～（主催：ログミーFinance）」で、代表取締役社長 加藤久統ならびに執行役員管理本部長 松井靖幸が講演した当社説明において、お寄せいただいたご質問についてご回答いたします。

■個人投資家向けIRセミナー～名古屋企業特集～（主催：ログミーFinance） 概要

<https://eventregist.com/e/kojintoushikaIRnagoya>

■動画(YouTube)

https://www.youtube.com/watch?v=3qEzRIj_GfM

■全文書き起こし

<https://finance.logmi.jp/376540>

■使用した資料

<https://ssl4.eir-parts.net/doc/7676/tdnet/2025907/00.pdf>

（ご質問の内容については、ご理解いただきやすいよう部分的に加筆・修正しています。回答は、2021年9月28日時点の内容です）

No	質問	回答	使用資料
1	オートオークション以外の仕入れ先を広げ、少しでも安くするようなことは難しいのでしょうか。	当社は、販売用車両の仕入の多くをオートオークション（構成比75.3%、台数ベース2020年9月期実績）に依存しております。そのため、買取事業の強化に努めてオートオークション会場からの仕入の構成比低減に取り組んでおります。 具体的には、買取専門店の新規出店により買取台数拡大に取り組んでおり、2021年9月期第3四半期（会計期間）の買取台数は1,097台（前年同期比211.4%、四輪・二輪の合算値）となっております。	P74 P47 P66
2	成長戦略の基本＝「MEGA専門店」の新規出店とありますが昨今のコロナ禍における飲食等のテナントの撤退は追い風となりますか？	「MEGA専門店」の定義は、敷地面積2,000坪以上、展示台数常時200台以上としております。そのため敷地面積2,000坪以上の物件情報が増えれば、当社にとっては新規出店の選択肢が増えることに繋がります。 ショッピングセンター、百貨店、ビルなどに入居する飲食店等のテナントの撤退についていえば、2,000坪以上の要件を満たすことが難しく、MEGA専門店の出店候補地になる可能性は低いと想定されます。	P45
3	社名にあるスピードという意味は何ですか？買い取りも、注文予約もスピーディーに対応するということですか？	創業者の代表取締役社長 加藤久統の座右の銘は「有言速攻（ゆうげんそっこう）」です。ビジネス、仕事においてスピード感が一番大切であると考え、従業員には「有言実行は当たり前、どうせやるなら、少しでも速く」と説いています。 また「GOOD SPEED」は、幸運、成功といった意味を持つ熟語です。一説によれば、以前は「GOD SPEED」として使われていた言葉が訛って、「GOOD SPEED」になったのではないかと、言われています。かつてアメリカでは、これから旅立って行く人を見送るとき、「良い旅路を！」「幸運な旅を！」というニュアンスで、「God speed you!」と言葉を投げ掛けたそうです。それから時間が経ち、今では、旅の幸運を祈るだけでなく、様々なシーンにおいて人の幸運や成功を祈るとき、この言葉が使われるようになったそうです。当社は、クルマをお買い上げいただく方たちのカーライフが、ひいては人生そのものが、幸運と成功に恵まれることを心から祈るという思いを込めて社名としております。	P10

No	質問	回答	使用資料
4	SUVに類される車の輸出の状況はいかがでしょうか？例えば米国向けは関税が高いと聞いています。	<p>米国においては、国内で発生する中古車の台数が多いため、日本からの輸入は盛んではありません。ご指摘のとおり、日本からの輸入は輸送や関税に伴う調達コストが掛かることで割高になります。</p> <p>2020年における日本からの中古車輸出台数は、アラブ首長国連邦、ロシア、ニュージーランド、チリ、パキスタンの順に多く、米国は23位でした（出典：日本中古車輸出業協同組合）。2020年は、上半期には新型コロナウイルス感染症によるさまざまな影響を受けて、中古車輸出が低調になりましたが、2020年下半期以降は回復基調になっております。なお当社においては、中古車販売の小売はすべて国内在住のユーザー向けです。</p>	—
5	2030年にはガソリン車の新車販売中止が想定されていますが、それを踏まえた長期的な事業戦略などがあれば教えてください。	<p>脱炭素社会に向けて、ガソリン車に代わる電気自動車や水素エンジンなどのニュースを目にする機会が増えていきます。</p> <p>将来的に、ガソリン車から電気自動車、水素エンジンへと移り変わることがあっても、日本に「クルマ」が存在することには変わりはありません。クルマがあれば、メンテナンスや車検は今後も必要です。また、クルマの形が変わり、燃料が変われば、整備・修理の方法も変化します。</p> <p>当社は、今後も新規出店を継続し、新しい整備施設の建設を続けてまいりますので、随時、最新の整備設備を導入することができます。しかしながら、新規出店を行わずに経営されている販売店や整備工場がこの変化に対応する場合は、現在使用している設備を入れ替えない限りは、新たな設備を導入することができません。当社は新規出店によって常に最新の整備に対応できる設備を備えて、常にあらゆる車に対応できるように運営していきます。</p>	P36 P46
6	お客様をファンとして囲い込むということですね？アフターサービスとしては、イベント以外にも取り組んでいるのですか？	<p>当社は、クルマ・バイクの販売だけに留まらず、整備、钣金、ガソリンスタンド・洗車機、自動車保険の更新、買取など、購入したあとのカーライフ・バイクライフをトータルでサポートできるようサービスラインアップの充実に努めています。</p> <p>それに加えて、カーライフ・バイクライフをより豊かにしてもらうため、ツーリングなどファン（顧客）とのイベント交流や、取り扱い車両のイメージに合ったアパレル商品を提供する取り組みを行っております。</p>	P33 P37
7	何故、SUVに特化するのか？ファンの中には家族のため軽自動車を求めてくるケースも考えられます。	<p>2002年に代表取締役社長の加藤が創業した時点で、中古車販売事業はすでに成熟しており、後発の当社は、エッジの利いたジャンルに特化する必要がありました。そのなかでも、特にSUV・4WDは、探しているお客様の数に比べて、取り扱っているお店が少ないこと、また、SUVが今後も人気が高まっていくことに着目し、SUV専門の販売店として創業いたしました。</p> <p>創業後は、SUV専門店に経験した専門特化型の店舗作りのノウハウを転用し、ミニバン専門店、輸入車専門店などのチャンネルを広げております。2020年9月期（実績）の小売販売におけるジャンル構成は、国産SUV 41%、国産ミニバン 32%、輸入車 24%、その他 3%となっています。今後も、「SUVといえばグッドスピード」として認知度を高め、専門性に特化することをブランディングの基本とする一方で、SUV以外の専門店のチャンネルも積極的に拡大していく方針です。その対象として、軽自動車の専門店やコンパクトの専門店にチャレンジする可能性はあります。</p>	P9 P14
8	ファン専用、会員制、会員限定の修理工場なども運営、保有しているのですか？	<p>当社の整備工場は、当社でクルマを購入いただいた際にメンテナンスパックや保証サービスに加入することをお勧めしており、加入いただいた当社の顧客は、定期的に点検、オイル交換、メンテナンス、車検などでご利用いただいております。また、当社ガソリンスタンドで販売しているガソリンの値引きサービスなど様々な特典のある「VIPパスポート」や、洗車機のプリペイドカードなど、当社のサービスを継続的にご利用いただけるサービスもご用意しております。当社は、新規出店時に大型の整備工場を併設すること、車検専門を新設することで、整備の対応力を高めており、当社で購入した方や、会員のみ限定するのではなく、当社以外の店舗でクルマを購入した方にも気軽に当社の整備工場をご利用いただきたいと考えております。そのため、顧客や会員に限定した整備工場はありません。</p>	P33 P46
9	負債が150億ありますが、今後のプランを教えてください。	<p>ご指摘のとおり、2021年9月期 第3四半期末の連結貸借対照表において、有利子負債は15,310百万円であり、自己資本比率は7.5%となっております。現在の自己資本比率は当社としても財務体質は決して盤石とは言えない状態にあると考えております。現在の自己資本比率の水準で良いとは考えておりませんので、改善してまいりたいと考えております。</p> <p>また、成長戦略においては、MEGA専門店の新規出店を積極的に進めていくことを考えており、出店には大きな投資が必要になりますので、当面は資金調達を行いながら出店していく必要があります。その調達を金融機関からの借入のみに限定すると、自己資本比率は低下する一方のため、資本市場からの調達も選択肢に入っています。そのタイミング、内容は現在検討中ですが、決まり次第、発表したいと考えています。</p>	P69 P76

No	質問	回答	使用資料
10	自動車産業において昨今、半導体と部品不足が盛んに報じられています。製造が低迷する現在、中古車市場にとっては追い風ではないですか？新車から中古車へ引き寄せられていますか？	<p>2021年9月18日時点では、半導体不足による新車生産台数、販売台数の減少は、当社業績に大きな影響はありません。</p> <p>これは、もともと新車購入を検討していた顧客が、新車の納車待ちが長期化していることにより、中古車購入に切り替えるという現象はまだ大きくは発生していないことが要因であると考えております。今般の報道のとおり、9月、10月に新車の生産・供給がさらに減少し、新車の納車待ちが一層長期化すれば、一時的に中古車購入需要が高まる可能性はあります。しかしながら、その場合も一過性のものであり、また長い目で見れば、新車販売の鈍化は中古車市場へ供給される中古車のタマ不足に直結することになります。新車販売の減産ならびに販売鈍化が長期化することは、当社にとって歓迎することではないと考えております。</p>	-
11	拠点拡充、人件費増が要因と思うが利益率が低い、営業利益率5%程度は計画の視野にある？	<p>営業利益率については、同業で上場している先行企業は約4%を超える水準である一方、当社は2021年9月期(通期)の業績予想でも1.4%を見込むにとどまっております。営業利益率の向上は、当社にとって大きな課題です。</p> <p>営業利益率の向上ためには、利益率の高い付帯サービス関連の拡大が挙げられます。現在、自動車販売関連の売上総利益は、全体の77.4%を構成しています(2021年9月期第3四半期累計 実績)が、自動車販売関連と付帯サービス関連の売上総利益は、将来は同等になると推定しています。</p> <p>これは新規出店により小売販売の新しい顧客の獲得が先行しており、それらの顧客を囲い込んで整備・車検などの付帯サービスを提供するには時間差が生じるためです。売上総利益率の高い付帯サービスの構成比が今後上昇していくことで、営業利益率の向上ができると考えております。</p>	P42 P27
12	将来的には、電気など環境対応型の車が求められる現在、SUVは需要が先細る可能性はないのでしょうか？	<p>かつては、SUVは燃費が良くないクルマというイメージを持つ方が多かったと思いますが、現在は、SUVのハイブリッドタイプ、PHEVなどのラインアップも増えています。今後も、電気自動車など環境対応型のSUVが増えていくと考えております。</p>	-
13	広大な敷地面積を要する販売店は、コスト高ではないか？今後はむしろ販売店の削減、縮小を目指すべきではないでしょうか？	<p>当社の販売店に来店し、購入いただく顧客の78%は、他社が運営する中古車ポータルサイトから流入しています(2021年9月期 第3四半期累計期間)。中古車ポータルサイトの代表的な使い方は、掲載されている大量の車両のなかから、自分が欲しい車種・ボディタイプ等を決めて、そこから自分のこだわり条件で絞り込んでいきます。ボディカラー、グレード、年式、走行距離、保証付きなど、その条件は様々です。顧客は、お店から選ぶのではなく、クルマから選ぶため、在庫が多いほど、検索にヒットしやすくなります。また、中古車ポータルサイトは、囲広告(=店舗に無いクルマを架空で掲載する)を完全排除しており、資金を用意して店舗を構えて在庫を揃えないと、車両を掲載することができません。</p> <p>そのため、中古車ポータルサイトを集客のメインとしている現状においては、販売店の出店により在庫台数を増やすことが、事業拡大につながるかと考えています。</p>	P17
14	レンタカーもSUVに限っているのですか？	<p>当社のレンタカー車両は、SUVに限らず、ミニバンや軽自動車、コンパクトカーなど幅広くご用意しております。</p> <p>当社のレンタカーは、車検や点検、自動車事故発生時の代車としてもご利用いただく機会が多く、サイズの小さいクルマを希望される方もいらっしゃるため、販売ラインアップではない車両も取り扱っております。</p>	-
15	バイクについては、大手販売店との差別化についてはどのような取り組みをされていますでしょうか？	<p>バイクについても、クルマの中古車販売店と同様に、まだまだ中小規模の販売店も多数存在しています。当社は後発ではありますが、先行する大手企業をベンチマークしながらも、自動車販売業で培った経験を活かすとともに、クルマ・バイクの併設店舗展開を打ち出し、バイクについても整備工場を設置するなどアフターサービスも充実させ、安心・快適・楽しいバイクライフの提供を実現しながら拡大を進めていきたいと考えております。</p> <p>なおバイクは前期2020年9月期に参入したばかりですが、2021年9月期 第3四半期(会計期間)のバイク小売販売台数は310台、前年同期比2384.6%と成長しております。</p>	P48 P49 P67
16	広告宣伝・販売促進は「当たり前のように」ネット広告、ホームページの充実しかないのであるか？	<p>前提として、当社プロモーションの中心はWebです。当社の販売店に来店し、購入いただく顧客の78%は、他社が運営する中古車ポータルサイトから流入しています(2021年9月期 第3四半期累計期間)ので、各ポータルサイトへの広告出稿を中心としながら、自社Webサイトのプロモーションも強化し、直接グッドスピードのサイトや店舗に訪問いただける顧客の拡大に取り組んでいます。また、それ以外にもブランディング、企業認知度の向上のため、テレビCM、ラジオCM、交通看板の掲載、新聞折込チラシ等も実施しております。直近では、8月27日にIR資料を開示しましたとおり、新テレビCM「ワクワクが走り出す」の放送を開始しております。このCMは中長期視点で、企業・ブランドのイメージ・認知度を高めることを目的として制作・放映しています。</p>	P17 表紙

No	質問	回答	使用資料
17	直接対面のフィールドセールスに対して、最近話題のリモートミーティングを利用したインサイドセールスへの取り組みはありますか？	<p>新型コロナウイルス感染症の第1波が始まるよりも前から、当社はオンライン商談システムを導入し、顧客が来店せずに商談できるサービスを開始しており、希望される顧客にはご利用いただいております。</p> <p>現時点においては、中古車の購入の際には、販売店に来て、自分の目で車を見て検討したい意向を持つ顧客が多く、オンライン商談の利用は、全体の数パーセント程度に留まっておりますが、サービス開始以降、少しずつ増加しております。今後も、顧客の消費行動の変化に対応しながら、適宜サービスを追加してまいります。</p>	P77

■株式会社グッドスピード 会社概要

会 社 名：株式会社グッドスピード

代 表 者：代表取締役社長 加藤久統

本社所在地：愛知県名古屋市東区

設 立：2003年2月（創業2002年）

事 業 内 容：新車・中古車販売、買取、整備・钣金・ガソリンスタンド、保険代理店、レンタカー

U R L：<https://goodspeed-group.co.jp/>

■免責事項(将来予測について)

本資料で提供されている情報には、将来の見通しに関する情報が含まれています。これら歴史的事実以外の情報は、当社が属する業界の競争、市場、諸制度に係るリスクや不確実性による影響を受ける可能性があります。その結果、当社が現時点で把握可能な情報から判断した仮定および推測に基づく見込みは、将来における実際の成果および業績とは異なる場合があります。ご承知おきください。

■本件および当社 IR に関する問い合わせ先■

株式会社グッドスピード 管理本部（担当：松井 靖幸）

〔TEL〕 052-933-4092 〔メール〕 ir@goodspeed-group.co.jp