



2026年11月期 第3四半期 決算説明資料

バイクのことなら

BIKE 王

株式会社バイク王 &カンパニー

2026年10月5日
証券コード 3377

2026年11月期 業績予想の上方修正について(1)

2026年11月期の通期連結業績予想を、下記の通り上方修正(2026年9月30日発表)

(百万円)	期初予想	修正予想	増減額	(参考) 前期比
売上高	38,700	38,800	+100	+0.6%
営業利益	710	860	+150	+46.8%
経常利益	910	1,150	+240	+38.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	570	750	+180	+129.2%

修正の主な理由

【外部環境】

- 第2四半期時点で想定していた事業環境に大きな変化はなく、第3四半期も堅調なオークション相場が継続

【仕入れ機会の拡大】

- 顧客接点の拡大および営業力強化により、仕入基盤の安定化が進展
- 良質な車輛の仕入確保が順調に推移

【販売力の強化】

- 適正な在庫水準を維持しながら販売を推進した結果、ホールセール販売台数は回復基調で推移
- 車輛売上単価および平均粗利額は高水準を維持
- リテールにおいても在庫管理体制の高度化や販売プロセス改善の効果により収益性が向上

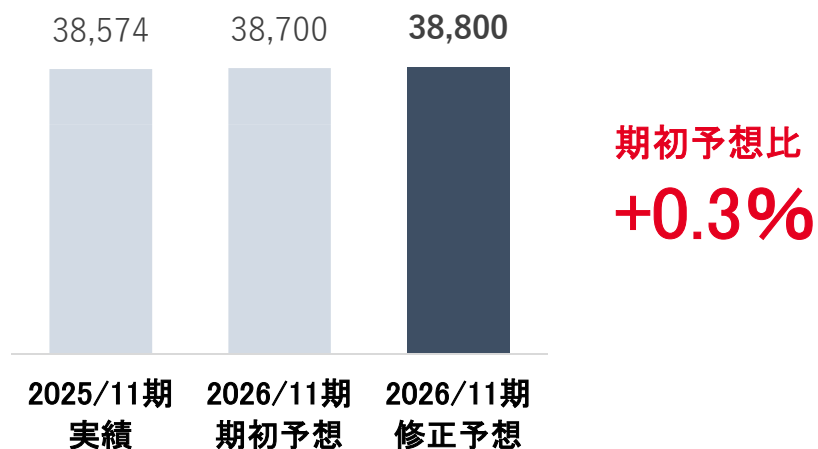
【第4四半期の見通し】

- 外部環境の不確実性および将来成長に向けた投資を織り込み

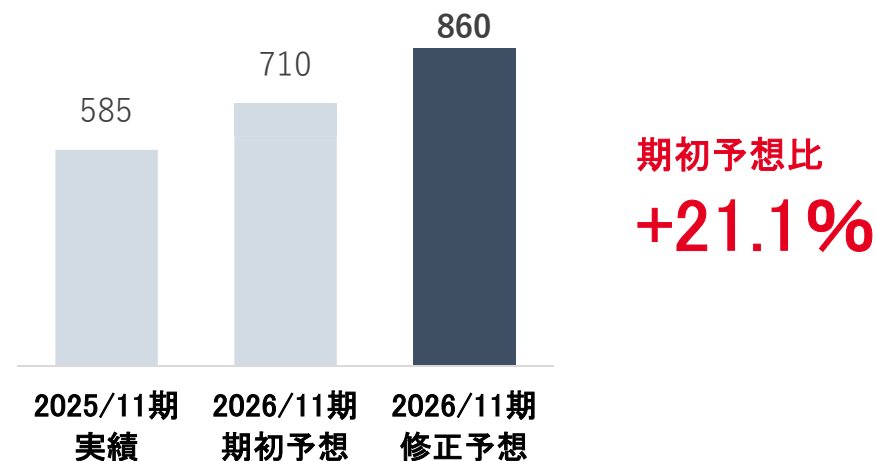
2026年11月期 業績予想の上方修正について(2)



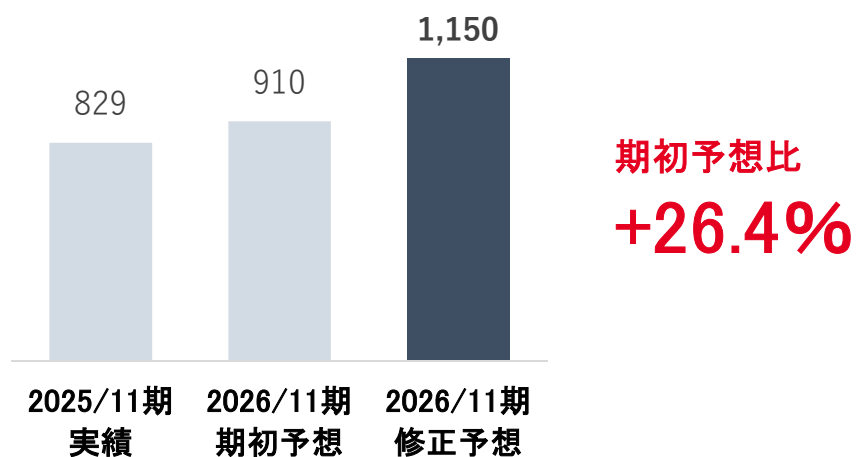
売上高(百万円)



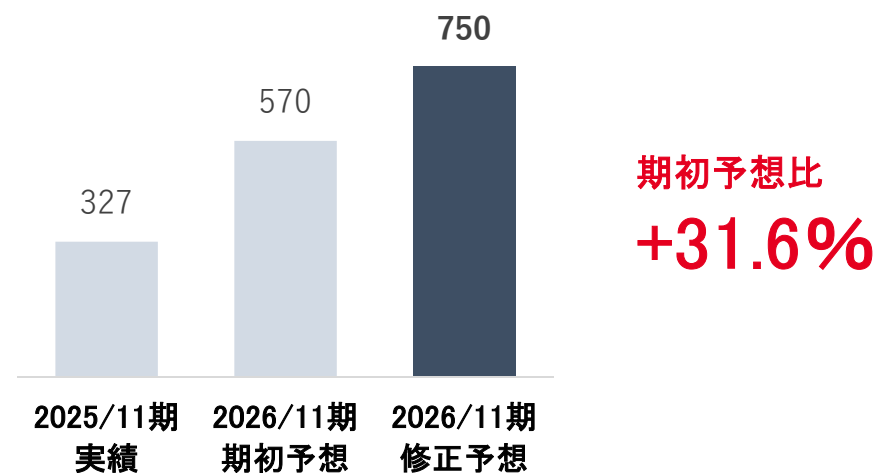
営業利益(百万円)



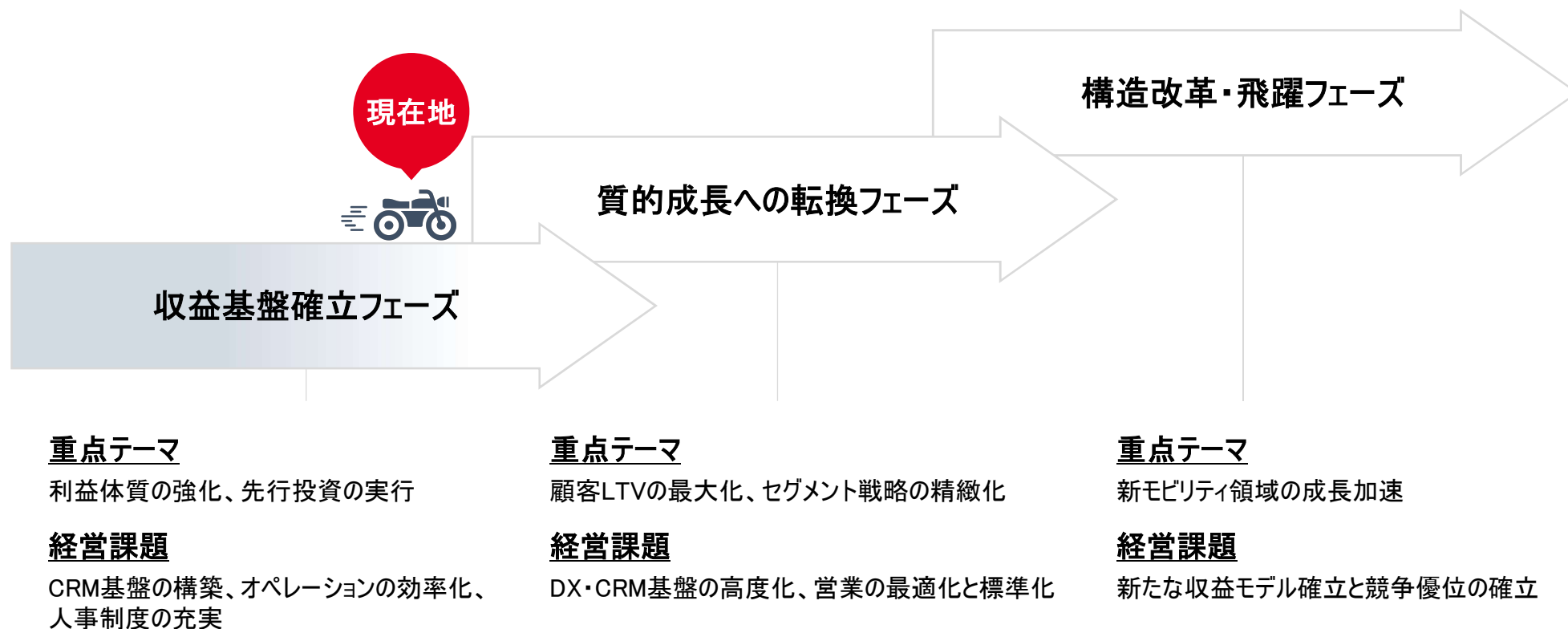
経常利益(百万円)



親会社株主に帰属する当期純利益(百万円)



現在は、収益基盤を確立し質的成長への転換を目指すフェーズである



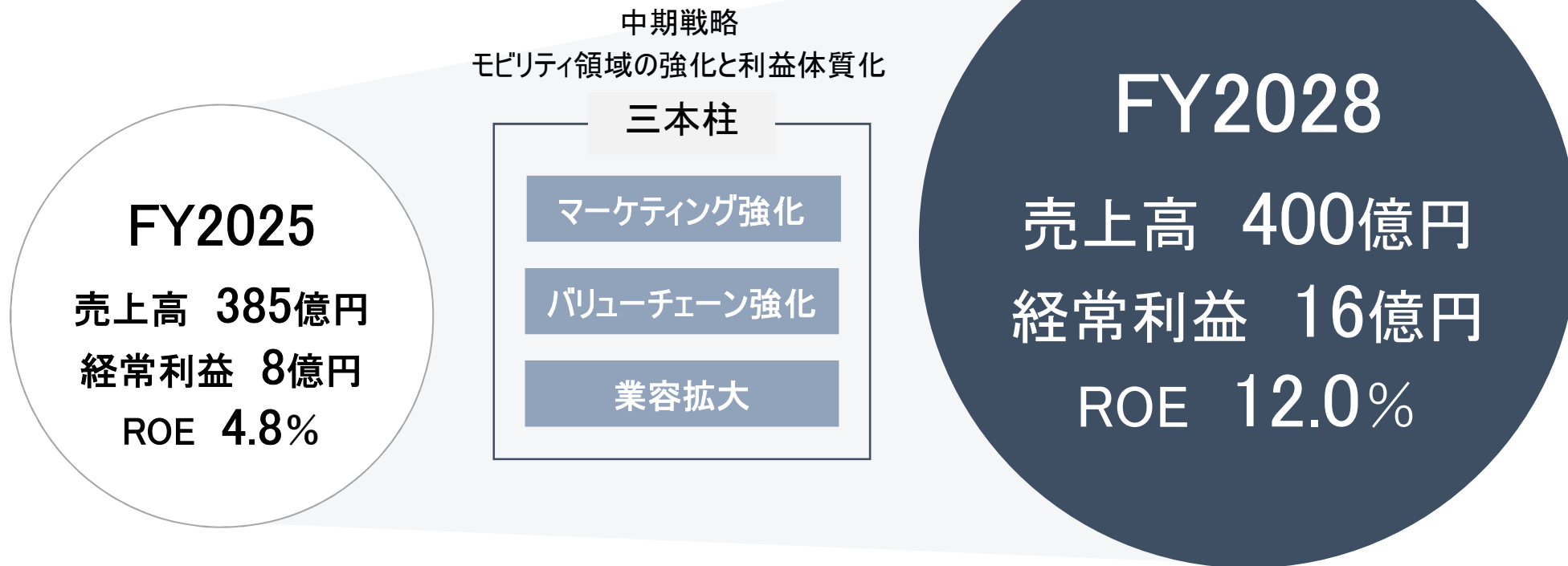
FY2026の位置づけと第3四半期時点の進捗

FY2026は、中期ビジョン実現に向けた初年度であり、先行投資期間と位置づけている。当第3四半期累計期間においては、「収益性の向上」および「仕入基盤の安定化」が着実に進展。その結果、当初の想定よりも前倒しで利益体質の強化が進み、中期ビジョン2年目以降に向けて順調な滑り出しとなっている。

【再掲】企業価値向上に向けて

BIKE 王

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



中期ビジョンにおいて重視するKPI

1人当たり経常利益

FY2028目標 134万円
(FY2025実績 80万円)

広告ROI

FY2028目標 300%
(FY2025実績 291%)

配当性向

30%を維持

当社のPBRは約0.73倍と1倍を大きく下回っており、企業価値の向上に向けた取り組みにより早期にPBR1倍を達成することが非常に重要であると認識

株価(2026年8月31日終値)

391円

PBR

0.73倍

=

ROE

9.8%

PER

7.5倍

※FY2026予想値のBPS、EPSをもとに計算

PBR向上に向けた課題認識

01

利益のボラティリティ

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

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

02

成長期待の醸成

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

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

03

認知や流動性の不足

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

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

買取・販売にとどまらず、整備、カスタム、保険、ツーリズムまで。
私たちは、お客様のあらゆるバイク体験をつなぐ、
サーキュラーエコノミーに基づく
「バイクラ이프の循環プラットフォーム企業」です。



一台のバイクを、次のバイクラ이프へ

目次

- | | | |
|---|-------------------------|------|
| 1 | 2026年11月期 第3四半期 業績概況 | p.9 |
| 2 | 2026年11月期 第3四半期 取り組みの進捗 | p.18 |
| 3 | 2026年11月期 通期見通し | p.24 |
| 4 | 【参考資料】中期ビジョンと中長期の成長シナリオ | p.30 |
| 5 | 【参考資料】Q&A | p.36 |
| 6 | 【参考資料】会社概要等 | p.39 |

目次

- | | | |
|---|-------------------------|------|
| 1 | 2026年11月期 第3四半期 業績概況 | p.9 |
| 2 | 2026年11月期 第3四半期 取り組みの進捗 | p.18 |
| 3 | 2026年11月期 通期見通し | p.24 |
| 4 | 【参考資料】中期ビジョンと中長期の成長シナリオ | p.30 |
| 5 | 【参考資料】Q&A | p.36 |
| 6 | 【参考資料】会社概要等 | p.39 |

(百万円)	FY2025 3Q	バイク王& カンパニー	東洋モーター インターナショナル	連結調整	FY2026 3Q	利益率	前年同期比
売上高	28,413	28,504	622	▲2	29,124	—	2.5%増 711
売上総利益	9,626	10,018	169	▲0	10,187	35.0%	5.8%増 560
営業利益	523	844	9	▲15	838	2.9%	60.1%増 314
経常利益	699	1,149	8	▲57	1,100	3.8%	57.4%増 401
親会社株主に帰属 する四半期純利益	361	846	5	▲57	793	2.7%	119.8%増 432

戦略投資の成果が継続的に発現し、仕入基盤の安定化と収益性向上が進展

売上高:増収 売上総利益:増益

- バイク事業における販売台数は、ホールセール販売台数の回復およびリテールが堅調に推移したことにより前年同期比0.4%増
- 車輦売上単価(一台当たりの売上高)は、ホールセールの寄与により前年同期比3.1%増
- 平均粗利額(一台当たりの粗利額)は、原価率改善の進展により前年同期比4.8%増

営業利益以降の各段階利益:増益

- 売上高の伸長に加え、ホールセールを中心とした収益性向上および原価率改善により売上総利益は前年同期比で増加。
マーケティング投資を継続しながらも営業利益以降の各段階利益についても増益

(百万円)		FY2025 3Q	FY2026 3Q	前年同期比		売上高構成比	
						FY2025 3Q	FY2026 3Q
売上高		28,413	29,124	2.5%増	711	100.0%	100.0%
(内訳)	ホールセール	14,919	15,639	4.8%増	720	52.5%	53.7%
	リテール	11,285	11,496	1.9%増	211	39.7%	39.5%
	その他	2,208	1,988	10.0%減	▲220	7.8%	6.8%

■ホールセール: 増収

- 内訳は、台数要因77百万円、単価要因643百万円
- 販売台数は、市場環境や在庫状況を踏まえ販売を推進したことにより前年同期比0.5%増
- 車両売上単価は、**オークション相場が高水準で推移したことや、良質な車両の仕入確保が進んだことにより前年同期比4.3%増**

■リテール: 増収

- 内訳は、台数要因18百万円、単価要因193百万円
- 販売台数は、商談の質向上と販売活動の標準化に取り組むなど、収益性を重視した施策を推進したことにより前年同期比0.2%増
- 車両売上単価は、販売構成の最適化により前年同期比1.7%増

■その他: 減収

海外における販売台数が減少したことによる影響

売上総利益増減要因

(百万円)		FY2025 3Q	増減要因				FY2026 3Q
			台数	単価	その他	合計	
売上総利益		9,626	35	480	44	560	10,187
(内訳)	ホールセール	—	28	399	—	427	—
	リテール	—	7	80	—	88	—
	その他	—	—	—	44	44	—

■ホールセール: 増益

- (台数要因) 市場環境や在庫状況を踏まえた販売を推進したことにより販売台数は回復し、28百万円の増益
- (単価要因) 課題であった原価率の改善が進んだことにより、平均粗利額(一台当たりの粗利額)が増加し、399百万円の増益

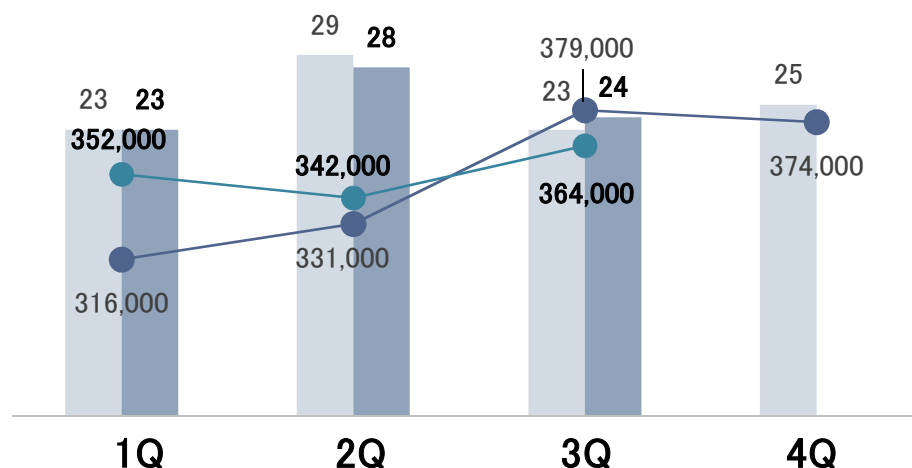
■リテール: 増益

- (台数要因) 商談の質向上と販売活動の標準化に取り組むなど、収益性を重視した施策を推進したことにより、7百万円の増益
- (単価要因) 原価率の改善に加え、販売効率と収益性の向上が進展したことにより、平均粗利額はやや増加し、80百万円の増益

セグメントの状況

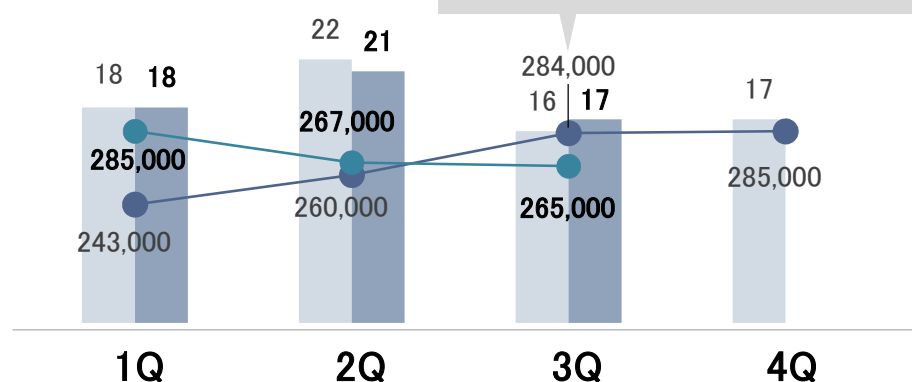
販売台数は、ホールセール販売台数の回復に加え、リテールも堅調に推移
ホールセールおよびリテールの双方において、車両売上単価は堅調に推移

バイク事業



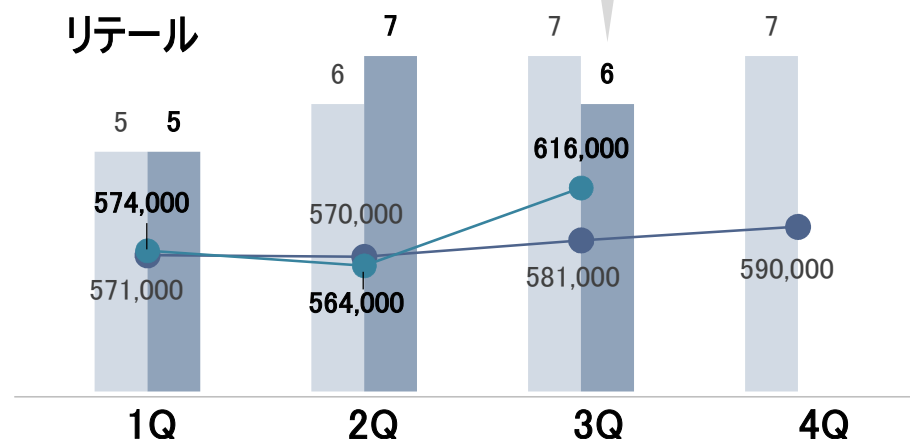
- FY2025 販売台数(単位:千台)
- FY2026 販売台数(単位:千台)
- FY2025 車両売上単価(単位:円)
- FY2026 車両売上単価(単位:円)

ホールセール



オークション相場は引き続き堅調であるものの、戦略的な販売コントロールにより車両売上単価は前年同期比減

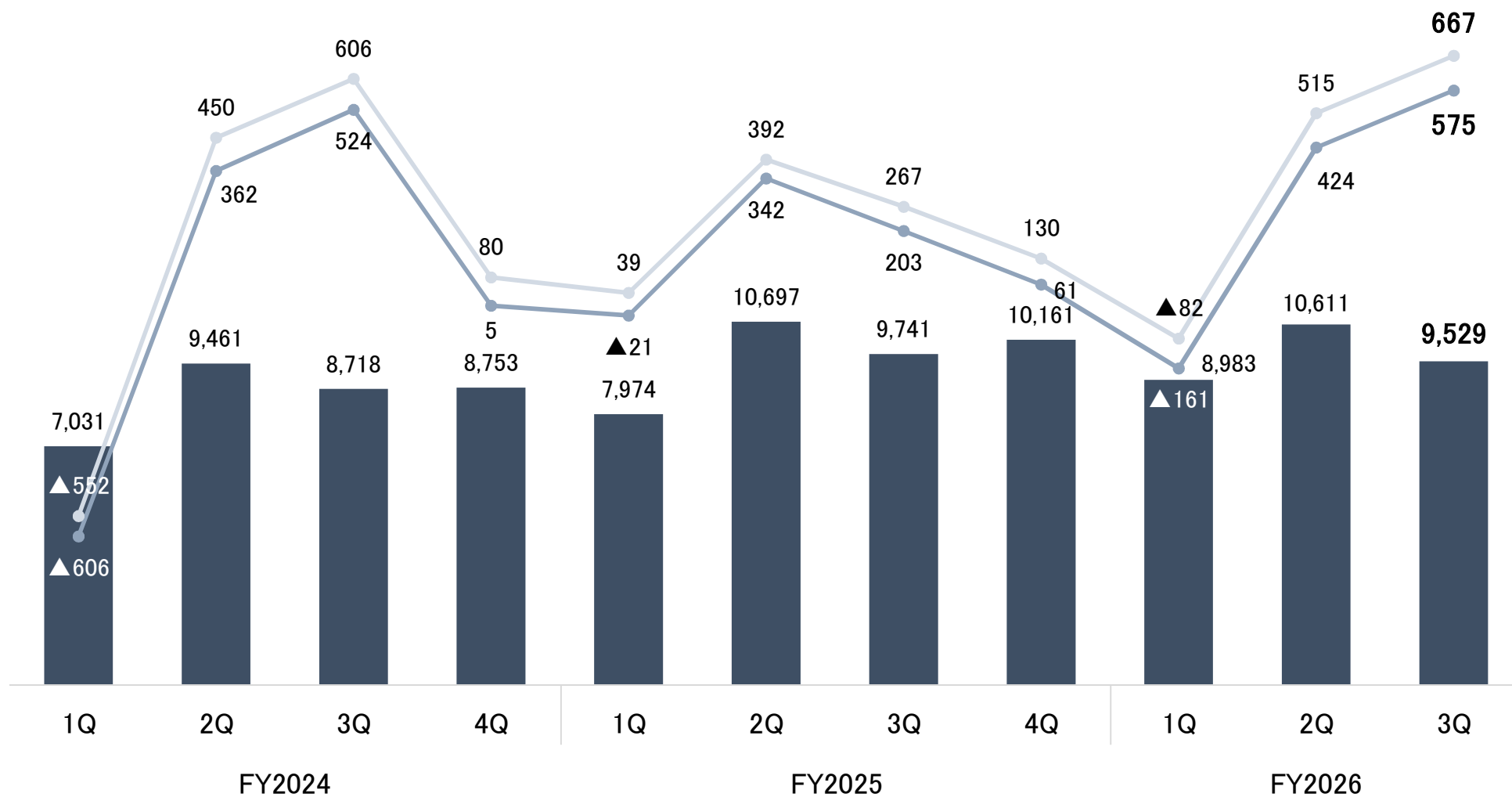
リテール



前年3Qにおいて創業30周年特別キャンペーン（ローン金利0%）を行った反動により、販売台数は前年同期比減

四半期毎の売上高／営業利益／経常利益

■ 売上高 ● 営業利益(損失) ● 経常利益(損失) (単位:百万円)



販売費及び一般管理費増減要因

(百万円)	FY2025 3Q	FY2026 3Q	前年同期比	
販売費及び一般管理費	9,103	9,349	2.7%増	246
販売費	3,074	3,338	8.6%増	263
人件費	3,373	3,515	4.2%増	141
管理費	2,654	2,494	6.0%減	▲159

■販売費：増加

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

■人件費：増加

- 計画達成に伴う賞与引当金ならびに引当関連費用の増加

■管理費：減少

- 基幹システムの償却期間満了によるソフトウェア償却費の減少
- 前年3Qに実施した創業30周年特別（ローン金利0%）キャンペーンに伴う支払手数料の減少

成長戦略における主要KPIおよび店舗・人財

	FY2025 3Q	FY2026 3Q	前年同期比差異
売上総利益率	33.9%	35.0%	1.1%
営業利益率	1.8%	2.9%	1.1%
経常利益率	2.5%	3.8%	1.3%
ROE	5.4%	10.8%	5.4%
店舗数 FY2025: 期末時点 FY2026: 10月5日時点	85	85	0
内) バイク事業店舗数	76	77	1
その他事業店舗数	9	8	▲1
従業員数 (派遣社員・パートタイマー除く)	1,028	998	▲30
リテール台数比率	25.6%	25.5%	▲0.1%

■各段階利益率

- 仕入基盤の安定化と収益性向上が進展したことで、各段階利益率は改善基調で推移

■店舗数

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

貸借対照表

〈資産の部〉

(単位:百万円)

	FY2025	FY2026 3Q	増減額
流動資産合計	9,761	9,611	▲150
現金及び預金	2,054	2,807	752
売掛金	452	261	▲191
商品	6,756	6,016	▲740
その他	497	525	27
固定資産合計	3,282	3,149	▲132
有形固定資産	1,358	1,310	▲47
無形固定資産	308	280	▲28
投資その他の資産	1,614	1,558	▲56

〈負債・純資産の部〉

(単位:百万円)

	FY2025	FY2026 3Q	増減額
流動負債合計	4,622	3,828	▲794
買掛金	487	501	13
短期借入金	1,200	240	▲960
1年内長期借入金	258	194	▲63
前受金	1,141	1,189	47
その他	1,535	1,702	167
固定負債合計	1,403	1,235	▲168
長期借入金	602	463	▲139
その他	801	772	▲28
負債合計	6,026	5,063	▲962
純資産合計	7,017	7,696	679

資産合計	13,043	12,760	▲283
------	--------	--------	------

負債純資産合計	13,043	12,760	▲283
---------	--------	--------	------

資産の部

- 流動資産 : ホールセールならびにリテール好調による現金及び預金の増加
在庫最適化にともない原付一種の構成比が上昇し、在庫単価が低下したことによる商品の減少

負債・純資産の部

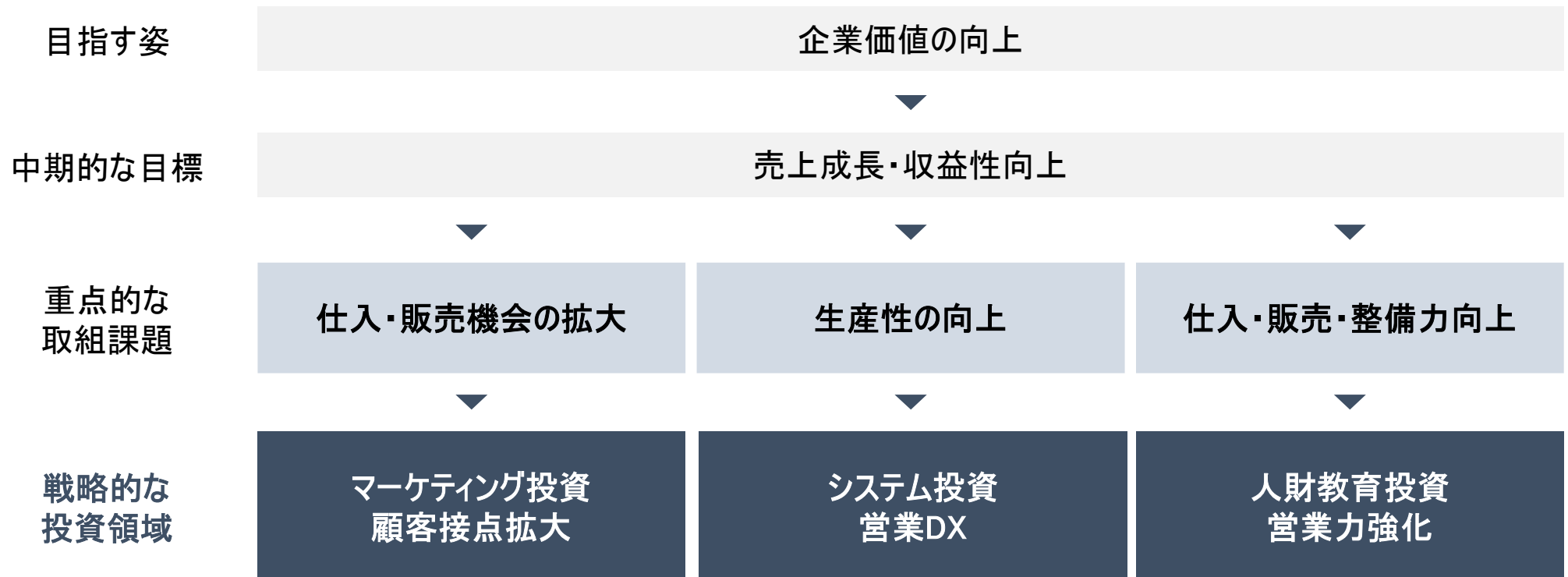
- 流動負債 : 在庫回転率の向上による運転資金の返済に伴う短期借入金の減少
業績好調による賞与引当金によるその他の増加
- 純資産 : 利益剰余金の増加(当期利益、配当金の支払)

目次

- | | | |
|---|-------------------------|------|
| 1 | 2026年11月期 第3四半期 業績概況 | p.9 |
| 2 | 2026年11月期 第3四半期 取り組みの進捗 | p.18 |
| 3 | 2026年11月期 通期見通し | p.24 |
| 4 | 【参考資料】中期ビジョンと中長期の成長シナリオ | p.30 |
| 5 | 【参考資料】Q&A | p.36 |
| 6 | 【参考資料】会社概要等 | p.39 |

【再掲】戦略投資の全体像

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



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

【再掲】戦略投資による営業力強化と収益最大化の推進

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

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

投資分野		2026年11月期第3四半期 主な取り組み
①マーケティング投資	ブランドプレゼンスの向上と訴求力強化	「バリバリ伝説」IPを活用し、テレビCM、交通広告およびPR施策を展開 - 広告運用の内製化を進め、テレビCM・WEB広告の運用最適化と、広告効果・仕入効率の検証を継続 - ゼネラルCPを活用し、申込件数の拡大を推進 - CRMデータを活用し、マーケティング施策の高度化を推進

- ▶ お客様からのお問い合わせは引き続き堅調に推移
- ▶ 顧客接点の拡大により仕入基盤の安定化が進展
- ▶ マーケティング施策の効果が継続し、仕入活動は概ね計画どおり推移



渋谷駅前の大型ビジョンで『バリバリ伝説』新CM 放映

投資分野		2026年11月期第3四半期 主な取り組み
②システム投資	業務効率化と顧客体験の向上	・ 買取証明書の電子化を全店舗に展開 ・ 顧客接点や営業活動を一元管理するシステム活用の社内浸透・定着を推進 ・ 全社員の情報デバイスを刷新し、新たなコミュニケーションツールを導入 ・ データ活用基盤の整備を進め、データを活用した業務効率化施策を継続 ・ WEB掲載在庫を含む在庫管理体制の運用を強化

- ▶ 在庫の管理精度が向上し、**在庫回転率を高い水準で維持**
- ▶ データ活用による**販売効率および業務効率の改善**が進展
- ▶ DX関連は進捗あるも遅延傾向で課題

投資分野		2026年11月期第3四半期 主な取り組み
③人財教育投資	組織力強化と人財の長期的成長	・ AI・データを活用し、営業活動の可視化・標準化を推進 ・ AIロールプレイングを活用した営業教育体制を構築し、継続的な育成を実施 ・ 営業スキルを可視化し、Tier区分による評価制度を導入 ・ チーム制の導入や店舗横断の会議研修により情報共有を強化し、組織運営を改善 ・ 営業マネジメント強化施策の定着を推進

- ▶ **買取成約率の改善**、商談品質の向上および販売活動の標準化が進展
- ▶ 収益性を重視した販売活動が定着し、**車両売上単価および平均粗利額の向上**に寄与

マイクロモビリティ専門の通販ブランド「トクテコ」を立ち上げ

BIKE 王

マイクロモビリティの需要拡大を背景に、さまざまな電動モビリティを手軽かつ安心して購入できる通販サービス「トクテコ」を開始。通販で課題となる車両の組み立てや修理・メンテナンスについても、当社の整備ノウハウと全国のバイク王店舗網を活かし、購入後までサポートできる体制を整備



提供する主なサービス



豊富な商品情報と専門スタッフによる相談対応

商品の特徴やスペックが分かりやすいオンラインショップを開設
幅広いニーズに対応した商品を取り揃えるほか、初めての車両選びなどで迷った際には、専門スタッフに電話で気軽に相談できる窓口も設置



完全組立・充電済みでご自宅へお届け

専門スタッフが車両を組み立て、フル充電した状態で全国のご自宅へ配送※
お客様自身で組み立てや充電を行う必要がなく、商品が届いたその日からスムーズに利用可能



全国のバイク王店舗による充実したアフターサービス

全国に展開するバイク王の店舗網と、これまで培ってきた整備ノウハウを活かし購入後の点検・修理・メンテナンスまでサポート。通販で購入した後も、故障やメンテナンスに関する不安を解消し安心して利用できる体制を整備

※ 別途送料が発生します。また、一部離島を除きます。

目次

- | | | |
|---|-------------------------|------|
| 1 | 2026年11月期 第3四半期 業績概況 | p.9 |
| 2 | 2026年11月期 第3四半期 取り組みの進捗 | p.18 |
| 3 | 2026年11月期 通期見通し | p.24 |
| 4 | 【参考資料】中期ビジョンと中長期の成長シナリオ | p.30 |
| 5 | 【参考資料】Q&A | p.36 |
| 6 | 【参考資料】会社概要等 | p.39 |

通期連結業績予想



(単位：百万円)

	FY2025 実績	FY2026		
		期初予想 1月13日	今回予想 9月30日	増減率 (%)
売上高	38,574	38,700	38,800	+0.3
営業利益	585	710	860	+21.1
経常利益	829	910	1,150	+26.4
経常利益率(%)	2.2	2.4	3.0	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	327	570	750	+31.6
1株当たり当期純利益(円)	23.10	39.92	52.41	+31.3

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

重点施策

売上より利益成長を重視

台数拡大＜利益最適化
既存顧客重視・収益性重視のチャネル選定

一人当たり経常利益の最大化

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

戦略的な投資実行

マーケティング

ブランドプレゼンス向上と訴求力強化

システム

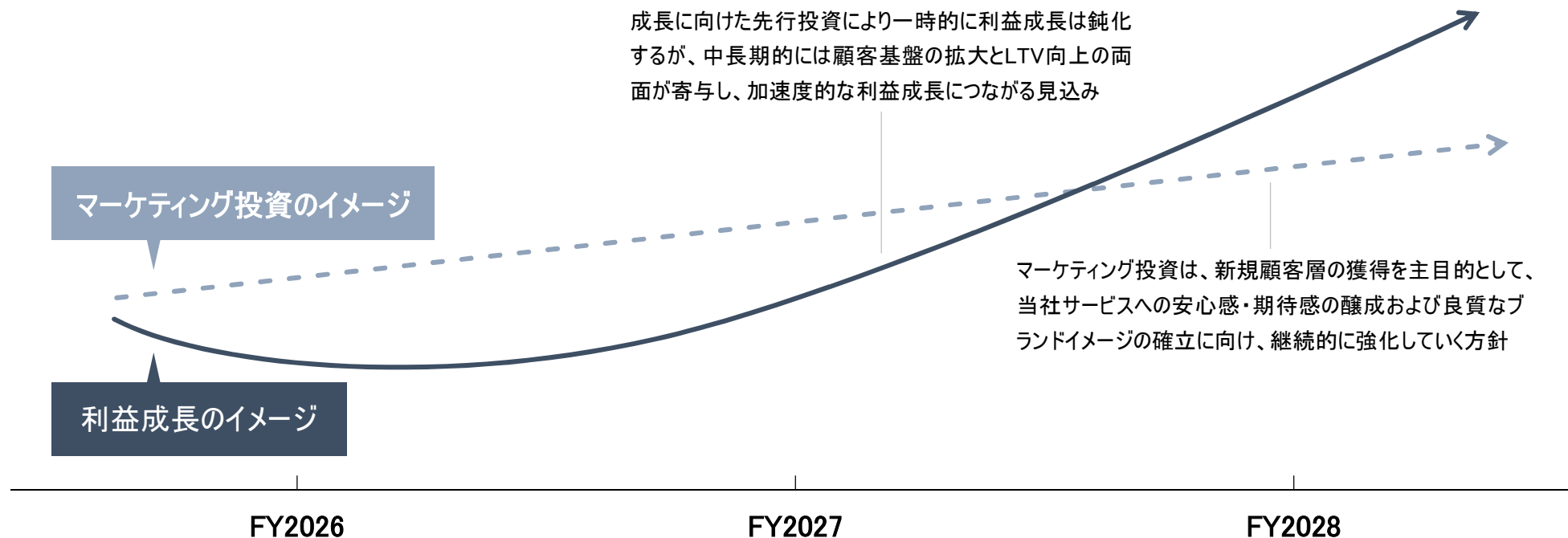
DX・CRM基盤整備、社内インフラの強化

教育

階層別研修体系構築、営業・整備力の
底上げ

【再掲】LTV長期化に向けた投資の考え方

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はマーケティング投資を強化



FY2026-2027

マーケティング投資を強化（先行投資の実行）

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

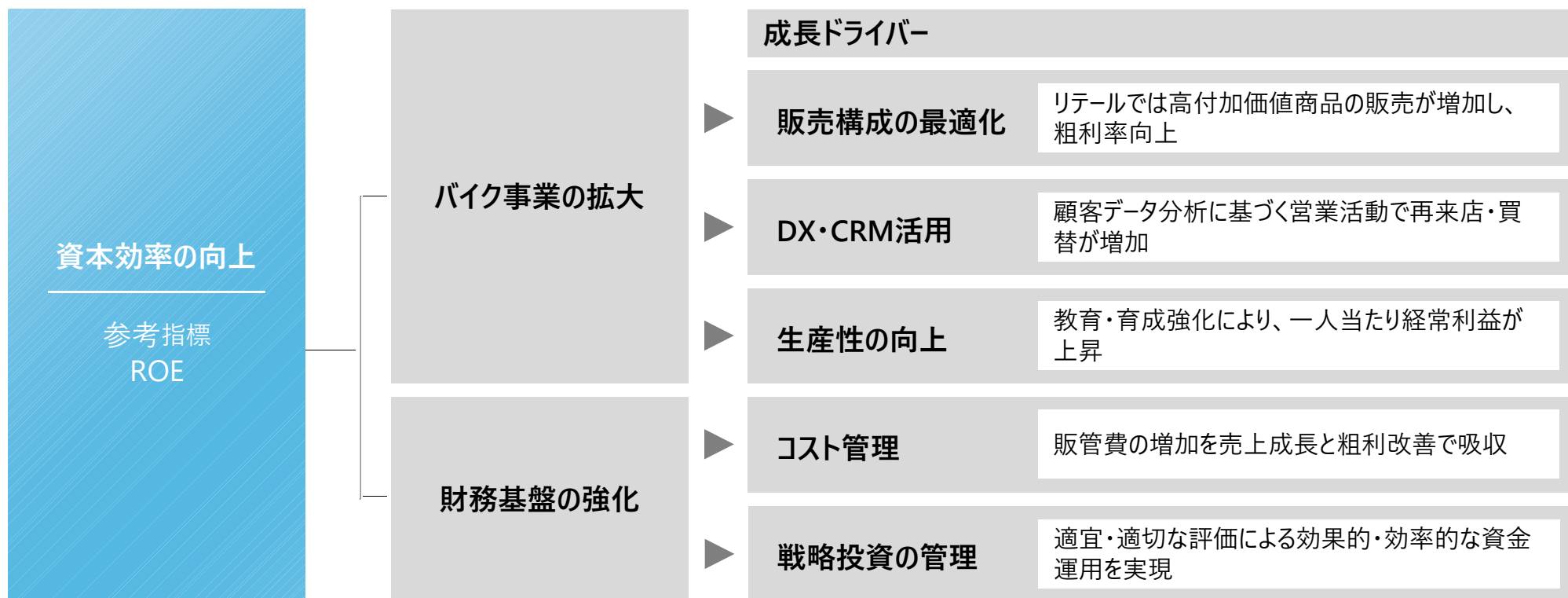
FY2027-2028

顧客拡大とLTV長期化により利益成長を実現

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

【再掲】FY2026における前提

BIKE 王



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

株主還元(当初予想から変更なし)



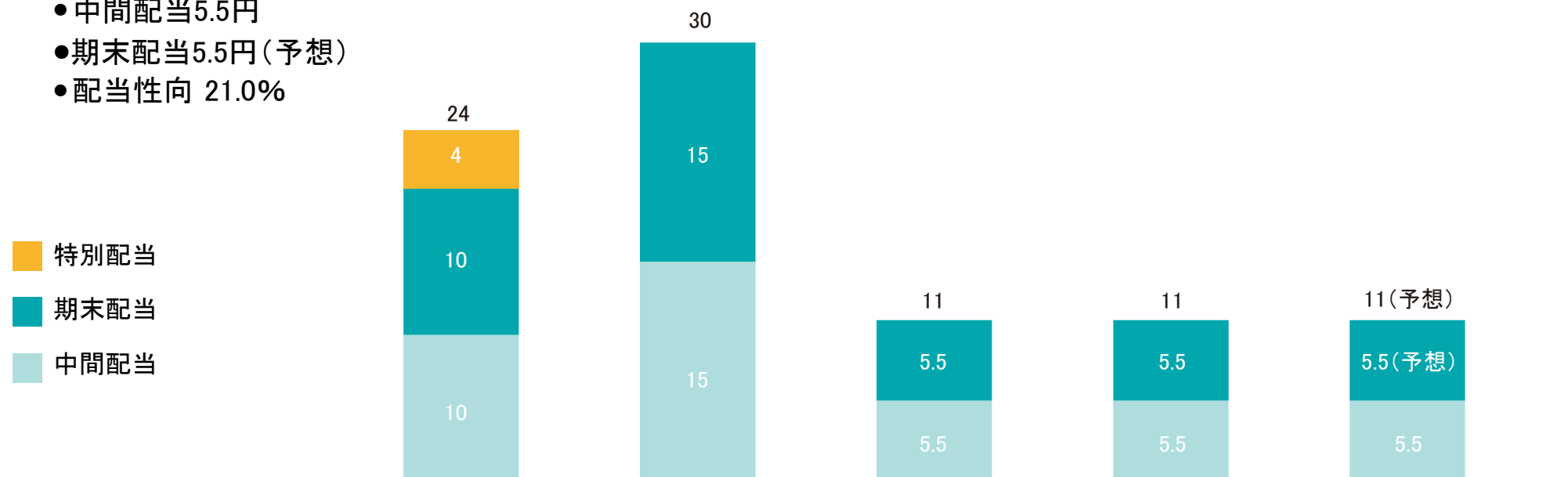
基本方針

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

1株当たり配当金額

FY2026はFY2025実績から **維持**

- 中間配当5.5円
- 期末配当5.5円(予想)
- 配当性向 21.0%



	FY2022	FY2023	FY2024	FY2025	FY2026
1株当たり年間配当金	24円	30円	11円	11円	11円(予想)
配当性向	21.6%	－	82.0%	47.6%	21.0%
1株当たり当期純利益	110.99円	▲7.93円	13.41円	23.10円	52.41円

目次

- | | | |
|---|-------------------------|------|
| 1 | 2026年11月期 第3四半期 業績概況 | p.9 |
| 2 | 2026年11月期 第3四半期 取り組みの進捗 | p.18 |
| 3 | 2026年11月期 通期見通し | p.24 |
| 4 | 【参考資料】中期ビジョンと中長期の成長シナリオ | p.30 |
| 5 | 【参考資料】Q&A | p.36 |
| 6 | 【参考資料】会社概要等 | p.39 |

2025年12月1日よりバイク王グループは新しい理念体系へ移行いたしました

趣旨

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

新・理念体系

企業理念

常識を壊し、新たな価値と感動を生む。

事業ビジョン

進むすべての道で、No.1に挑み続ける。

FIVE DRIVEs(コアバリュー)

～夢・信念・行動・勇気・誠実～

行動指針

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

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

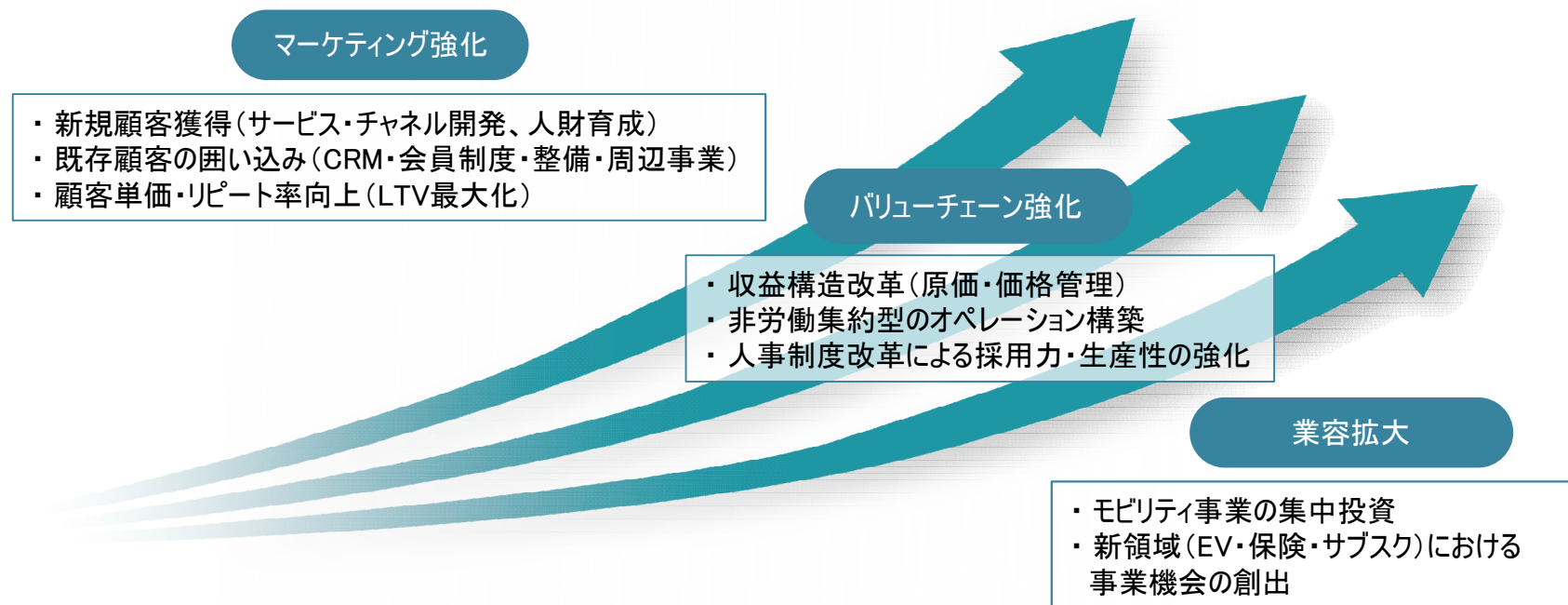


経営環境

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

中期戦略

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

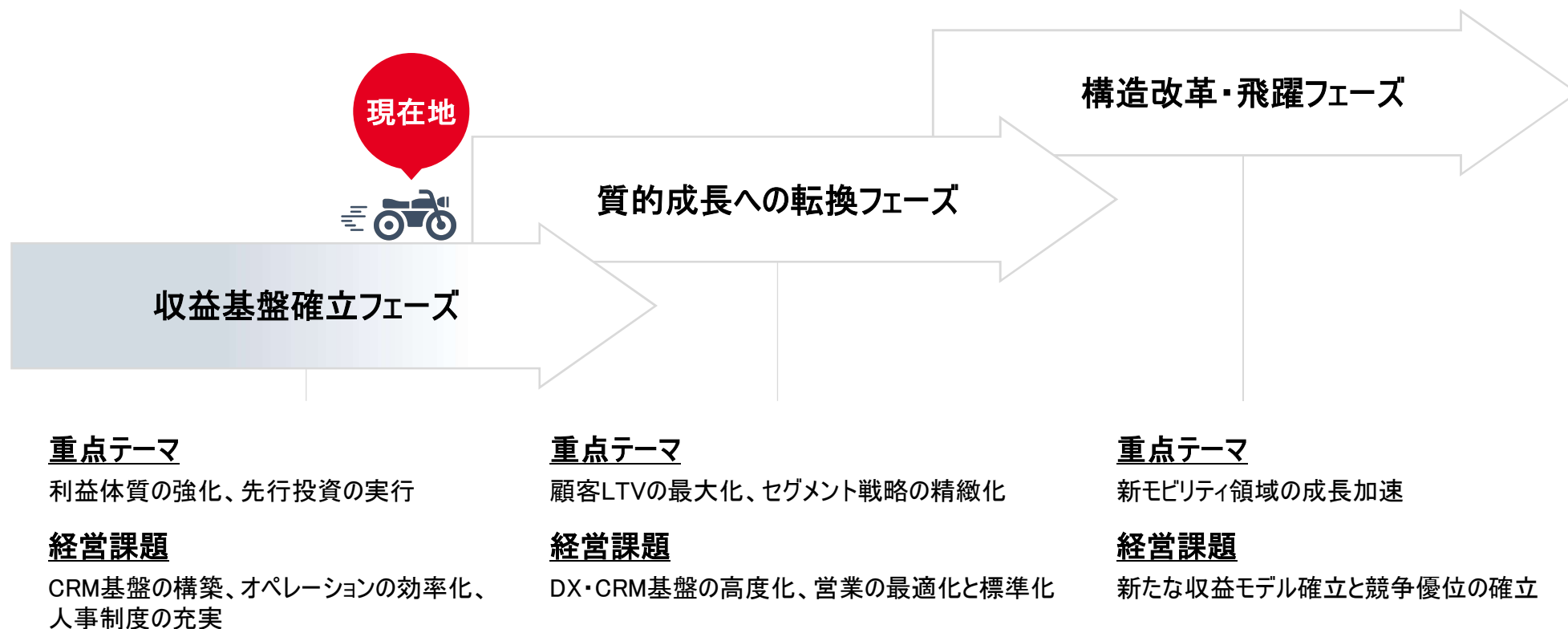


FY2026

FY2028

【再掲】中期ビジョンに向けた成長モデルと現在地

現在は、収益基盤を確立し質的成長への転換を目指すフェーズである



FY2026の位置づけと第3四半期時点の進捗

FY2026は、中期ビジョン実現に向けた初年度であり、先行投資期間と位置づけている。当第3四半期累計期間においては、「収益性の向上」および「仕入基盤の安定化」が着実に進展。その結果、当初の想定よりも前倒しで利益体質の強化が進み、中期ビジョン2年目以降に向けて順調な滑り出しとなっている。

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

当期純利益率の向上

交叉比率の向上

生産性向上

収益の安定化

自己資本比率の適正化

財務レバレッジの活用

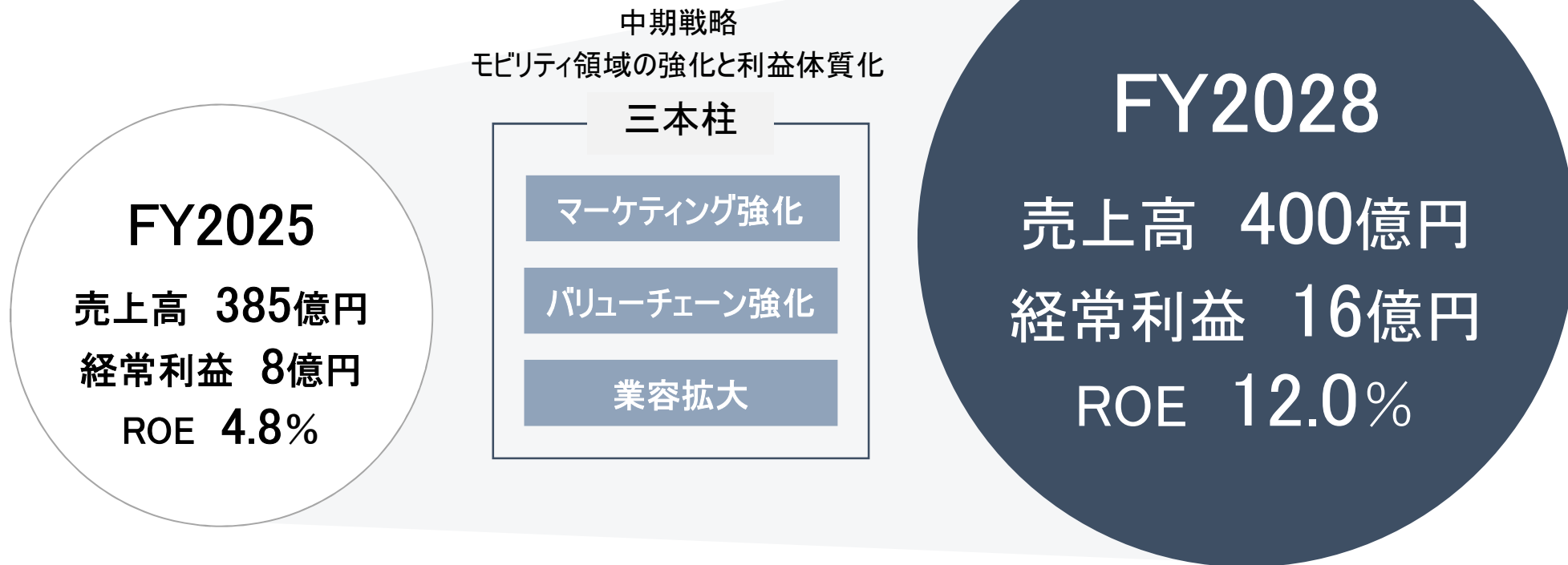
長期的な視点での
配当政策

収益の最大化

【再掲】企業価値向上に向けて

BIKE 王

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



中期ビジョンにおいて重視するKPI

1人当たり経常利益

FY2028目標 134万円
(FY2025実績 80万円)

広告ROI

FY2028目標 300%
(FY2025実績 291%)

配当性向

30%を維持

目次

- | | | |
|---|-------------------------|------|
| 1 | 2026年11月期 第3四半期 業績概況 | p.9 |
| 2 | 2026年11月期 第3四半期 取り組みの進捗 | p.18 |
| 3 | 2026年11月期 通期見通し | p.24 |
| 4 | 【参考資料】中期ビジョンと中長期の成長シナリオ | p.30 |
| 5 | 【参考資料】Q&A | p.36 |
| 6 | 【参考資料】会社概要等 | p.39 |

Q

各四半期における業績の特徴(季節性)を教えてください。

A

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

売上高・営業利益の進捗率

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

Q

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

A

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

顧客との一期一会の関係 従来のサービスモデル



バイクライフの循環プラットフォーム企業 UX(顧客体験)グロースモデル



目次

- | | | |
|---|-------------------------|------|
| 1 | 2026年11月期 第3四半期 業績概況 | p.9 |
| 2 | 2026年11月期 第3四半期 取り組みの進捗 | p.18 |
| 3 | 2026年11月期 通期見通し | p.24 |
| 4 | 【参考資料】中期ビジョンと中長期の成長シナリオ | p.30 |
| 5 | 【参考資料】Q&A | p.36 |
| 6 | 【参考資料】会社概要等 | p.39 |

会社名	株式会社バイク王 &カンパニー
本社所在地	〒154-0023 東京都世田谷区若林3-15-4
事業内容	バイクライフのあらゆるサービスと、バイクにつながる周辺事業を展開する、 バイクライフを超えたライフデザイン企業
設立	1998年9月（創業1994年9月）
決算期	11月
資本金（連結）	590百万円（FY2026 3Q）
売上高（連結）	38,574百万円（FY2025）
従業員数（連結）	998名（FY2026 3Q）
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 取締役 CVO founder 取締役 COO 取締役 CFO 取締役 常勤監査等委員 取締役 監査等委員(社外) 取締役 監査等委員(社外)
	澤 篤史 加藤 義博 小宮 謙一 大谷 真樹 上沢 徹二 三上 純昭 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クションとバイクオークション事業に関する業務・資本提携を開始
	4月	「(株)ジャパンバイクオークション」の株式取得（当社出資比率：30.0%、現在33.5%）により、同社を関連会社化
2012年	9月	商号変更（旧社名：(株)アイケイコーポレーション）
2014年	2月	東京都港区に本店を移転
2016年	1月	ロゴマークを統一し刷新
	11月	(株)G-7ホールディングスと資本業務提携を締結
2017年	2月	監査役会設置会社から監査等委員会設置会社へ移行
	11月	駐車場事業を新設分割と株式譲渡の方法により譲渡
2019年	12月	「株式会社ヤマト」の株式取得（当社出資比率：100.0%）により、同社を完全子会社
2020年	11月	受付業務の停止リスクを分散するため、「第三コンタクトセンター」を新設
2021年	4月	車両とその用品・部品を取り扱うECサイトを営む子会社「株式会社バイク王ダイレクト」を設立（2023年12月当社に吸収合併）
2022年	4月	FCおよび業務提携による新規事業の開発と運営を担う子会社「株式会社ライフ&カンパニー」を設立（2023年12月当社に吸収合併）
	12月	「株式会社オズ・プロジェクト」の株式取得（当社出資比率：100.0%）により、同社を完全子会社化
2023年	7月	「株式会社東洋モーター・インターナショナル」の株式取得（当社出資比率：100.0%）により、同社を完全子会社化
	8月	東京都世田谷区に本店を移転
2024年	12月	代表取締役の異動とともにチーフオフィサー(CxO)制度を導入し、経営体制を変更
2025年	12月	プレミアグループ株式会社と合併会社、RIDE & LINK株式会社設立

全国に広がるバイク王 & カンパニーのビジネスネットワーク

(2026年10月5日現在)

■ 本社

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

■ コンタクトセンター〈さいたま〉

■ 第二コンタクトセンター〈秋田〉

■ 第三コンタクトセンター〈山口〉

■ 横浜物流センター

■ 神戸物流センター

■ 寝屋川物流センター

	バイク事業	その他事業
北海道・東北エリア	6	1
甲信・北陸エリア	4	—
関東エリア	32	4
東海エリア	9	—
近畿エリア	13	—
中国・四国エリア	5	—
九州・沖縄エリア	8	3

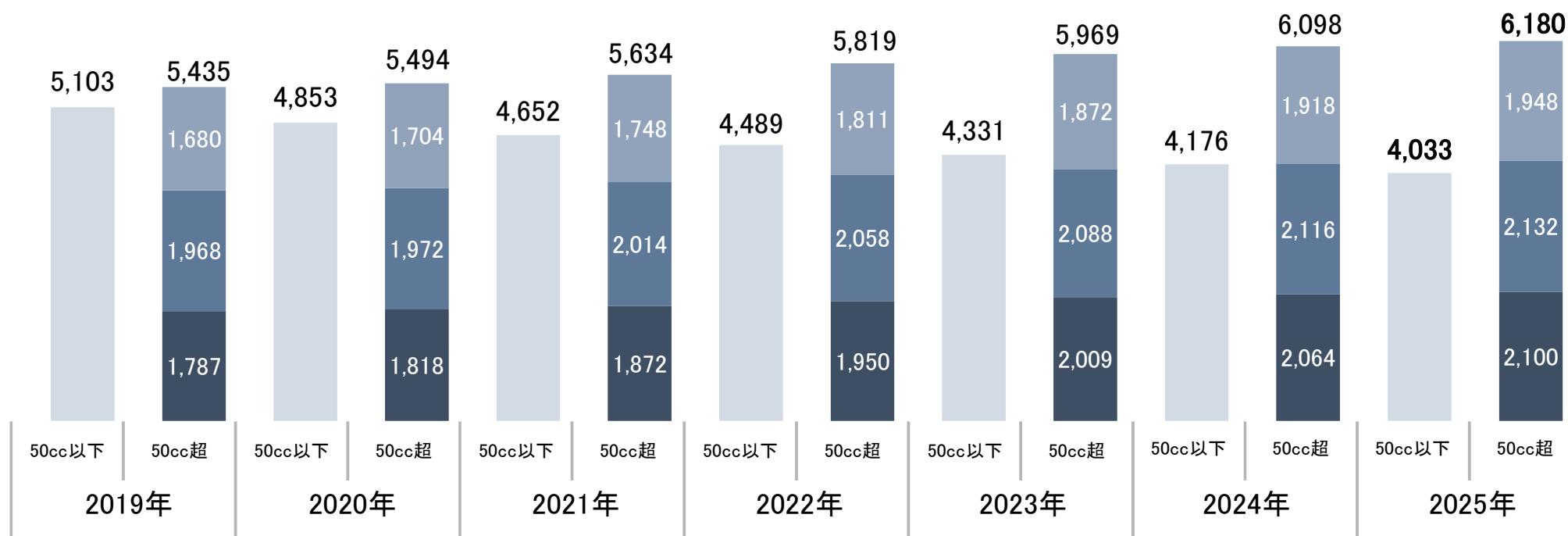
(単位: 店舗)

保有台数の推移

当社の主力商材である高額車輦(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)



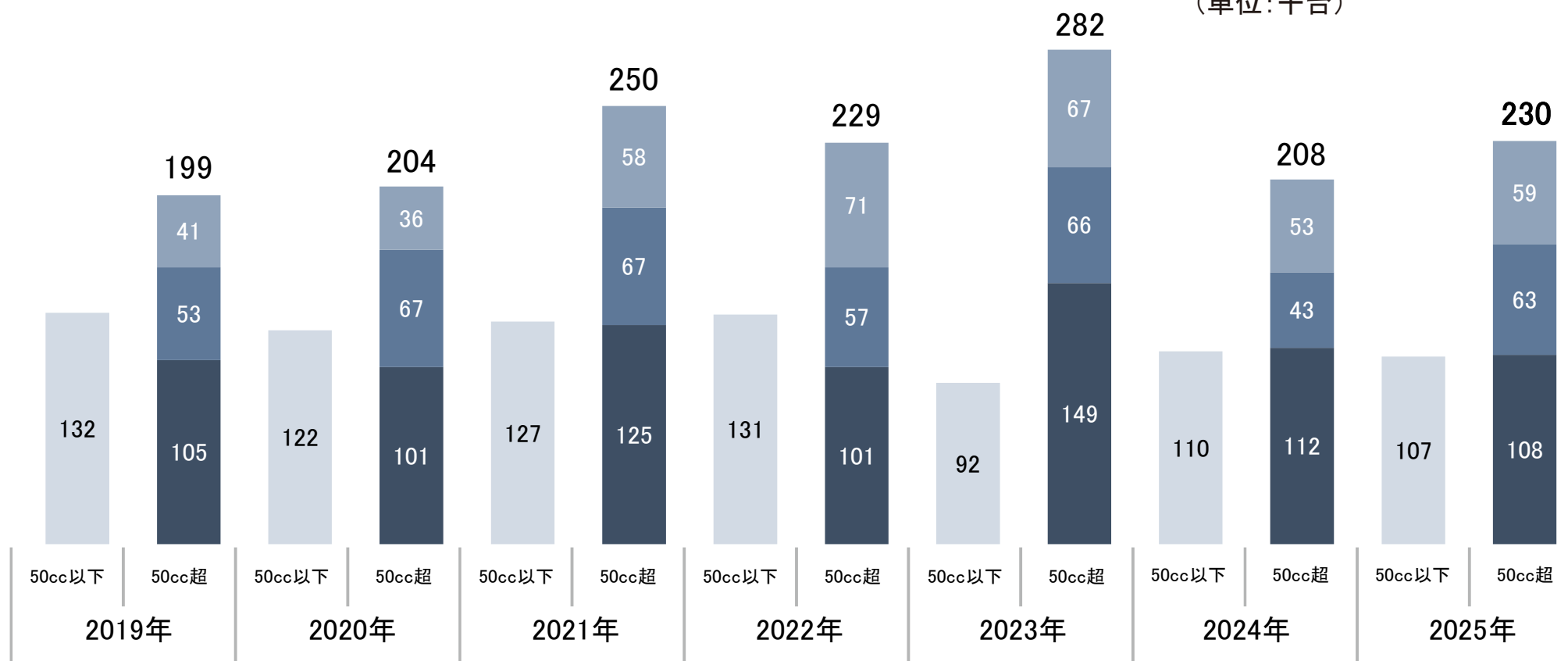
出典:一般社団法人日本自動車工業会／各年3月末日ベース

新車販売(出荷)台数の推移

当社の主力商材である高額車両(原付二種以上)は
前年を上回る

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

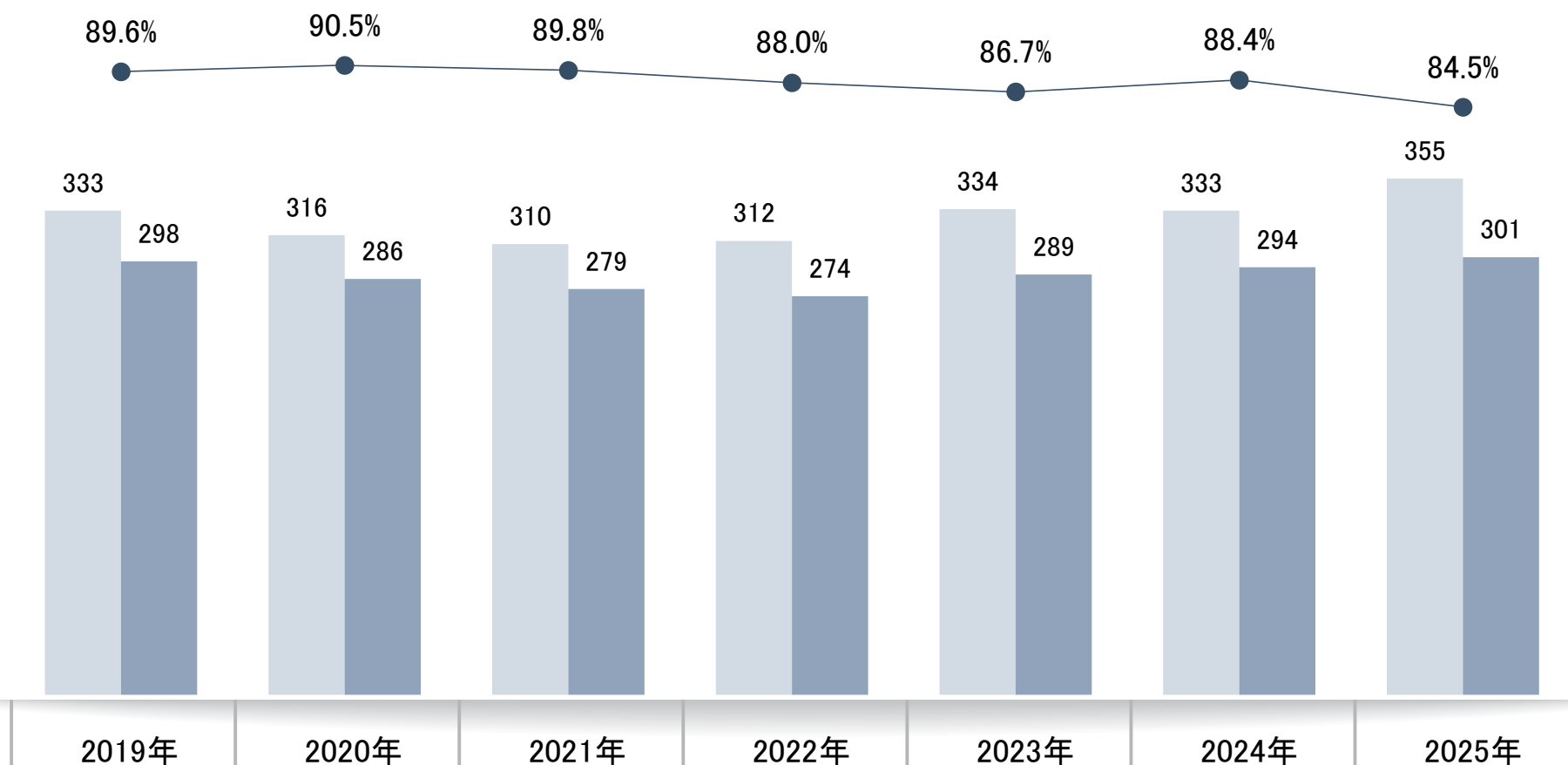
(単位:千台)



出典:一般社団法人日本自動車工業会/暦年ベース

当社の主要販売先であるバイクオークション市場の動向

■ 出品台数 ■ 成約台数 ● 成約率
(単位:千台)



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

- 本資料は、当社をご理解いただくために作成したもので、当社への投資勧誘を目的としておりません。
- 本資料の作成は、正確性を期すために慎重に行っておりますが、完全性を保証するものではありません。
- 本資料中の情報によって生じた障害や損害について、当社は一切責任を負いません。
- 本資料中の業績予想ならびに将来予測は、本資料作成時点で入手可能な情報に基づき当社が判断したものであり、潜在的なリスクや不確実性が含まれています。
そのため、事業環境の変化等の様々な要因により、実際の業績が言及または記述されている将来見通しとは異なる結果となることがあります。

【連絡先】経営財務部門IR担当

E-mail: prir@8190.co.jp

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