

2025 年 3 月期決算を発表

株式会社ヤナセ（社長：森田 考則）の 2025 年 3 月期連結決算は、新車販売事業は、WEB 広告配信を主力ブランド全店舗で実施し、公式ホームページへの誘導による当社グループの認知拡大と来店促進を図り、新たなお客さまの創出に取り組みました。一方、車検到来期を迎えるお客さまに対しては、顧客フォローを確実に実行し、代替需要を喚起しました。また大規模ホテルフェアを開催するなど、お客さまとの関係性強化にも努めたほか、当社取り扱い車種のオーナー専用 WEB サイトでは異業種企業との協同イベントを全国各地で開催し、競合他社との差別化を目指しました。以上の結果、新車の販売状況は、入荷遅延の影響により実績が伸び悩んだモデルがあったものの、主要ブランドの新型車投入により受注を積み上げ、新車販売台数は 28,532 台（前期比 2.1% 増）となりました。

中古車販売事業は、「メルセデス・ベンツ サークティファイドカーセンター」は、新車販売事業と連携した下取り施策を強化するなど主力商品となる高年式車両の確保に努めるとともに、速やかな商品化に取り組みました。また、お客さまからの自社および中古車検索サイトへの各種問い合わせ対応を本社コンタクトセンターによる一括管理に変更して業務効率の改善を図りました。「ヤナセブランドスクエア」は公式 SNS から自社ホームページへの顧客誘導により販売機会の創出を図るとともに、お客さま来店後のフォローを強化し販売台数の拡大に取り組みました。以上の結果、中古車販売台数は 33,814 台（前期比 6.9% 増）となりました。

アフターセールス事業は、車検到来期を迎えるお客さまフォローの徹底に加え、精度の高い整備見積書の早期提示により車検獲得率向上と車両預かり日数の削減に努め、またサービスマンテナンスプログラムの販売に注力し、収益拡大と将来的な在庫台数の確保に取り組みました。さらに社内業務システムを統合して、業務効率化と情報共有の円滑化を進める一方、外国人整備士を積極的に採用し、人員体制を強化しました。周辺商品は、オイル、バッテリー、タイヤの販売促進活動を強化しました。板金塗装部門は、メーカー研修への参加や社内研修プログラムを通じて担当者の技術・知識を向上させ、部品外販部門は、担当者がタイヤ在庫をリアルタイムに確認できるシステムを導入するなど、DX 戦略を進めました。以上の結果、整備台数は 630,393 台（前期比 2.9% 減）となりましたが、当事業の売上高は前期比 1.9% 増でした。

1. 連結業績（2024 年 4 月 1 日～2025 年 3 月 31 日）

(%表示は対前期増減率。百万円未満切り捨て)

期	売上高		営業利益		経常利益		当期純利益*	
	百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
2025 年 3 月期	541,001	9.1	21,426	0.3	21,621	0.3	14,825	1.4
2024 年 3 月期	495,663	7.3	21,361	▲4.1	21,562	▲9.3	14,617	▲12.4

(参考) 連結対象子会社数 11 社

* 親会社株主に帰属する

2. 連結財政状態

期	総資産	純資産	自己資本比率	有利子負債
	百万円	百万円	%	百万円
2025 年 3 月期	265,163	85,248	32.1	18,930
2024 年 3 月期	256,054	79,731	31.1	20,665

◆今期の課題

当社グループのブランド力強化を目的として昨年 8 月に発足した「ブランディング・プロジェクト」に基づき、「動かせ、ヤナセ。」をキーワードとした企業広告を展開し、認知度向上や競合他社との差別化に向けた活動を重点的に推し進めます。また、従業員が働きやすい労働環境の整備や福利厚生制度の拡充によって人的資源の強化に努めるとともに、大規模災害に備え策定した事業継続計画を浸透させるなど強固な経営基盤を構築し、外的環境に左右されない収益体質の確立に継続して取り組みます。

＜新車販売事業＞

綿密かつ確実なお客さまフォロー活動の拡大により、代替需要の創出に尽力する一方、富裕層向けサービスを提供する企業と提携して当該企業の顧客を対象とする来店誘致活動を推し進めるなど、新たなお客さまの需要喚起を目指します。また、車両説明員を対象とする社内コンテストの実施など、各種取り組みを通じて従業員の接客技術の向上に鋭意取り組み、顧客満足度の向上につなげていきます。

＜中古車販売事業＞

「メルセデス・ベンツ サーティファイドカーセンター」は、新車営業拠点との一体経営をより強固にし、商品数量の確保と高年式中古車の増販に尽力します。「ヤナセブランドスクエア」は、デジタルマーケティングを一層強化して自社サイト会員登録者数を増大させ、販売機会の創出に取り組みます。また、多岐にわたる取扱車種の商品勉強会を各拠点で随時開催し、販売員の知識力向上に努めるとともに、ファイナンスや付属品の増販にも注力し、さらなる収益拡大にまい進します。

＜アフターセールス事業＞

新車販売事業との連携強化による入庫台数の確保に努めるとともに、車検・点検整備のさらなる業務効率化を図ります。板金塗装部門は、一般中古輸入車ユーザーから修理作業を直接受注し、社外ネットワーク工場へ送客する取り組みを強化して社外売上の増大を目指します。部品外販部門は、引き続き DX 戦略を推し進めて生産性の向上に尽力するほか、新たな販路開拓による収益拡大を目指します。