

証券コード

3377

株式会社 バイク王 & カンパニー

中期ビジョン

バイクのことなら

BIKE 王





50年後も100年後も活躍し続ける企業を目指し、バイクライフを超えた「ライフデザイン」企業へ新コーポレートミッション「まだ世界にない、感動をつくる。」のもと、「ライフデザイン」企業を目指すため、新たな事業領域への進出やESG経営等を通じた社会課題解決に取り組みます。

バイク事業とのシナジー効果を創出する新規事業に参入

これまでのノウハウを活かし、新たなバイクライフを実現

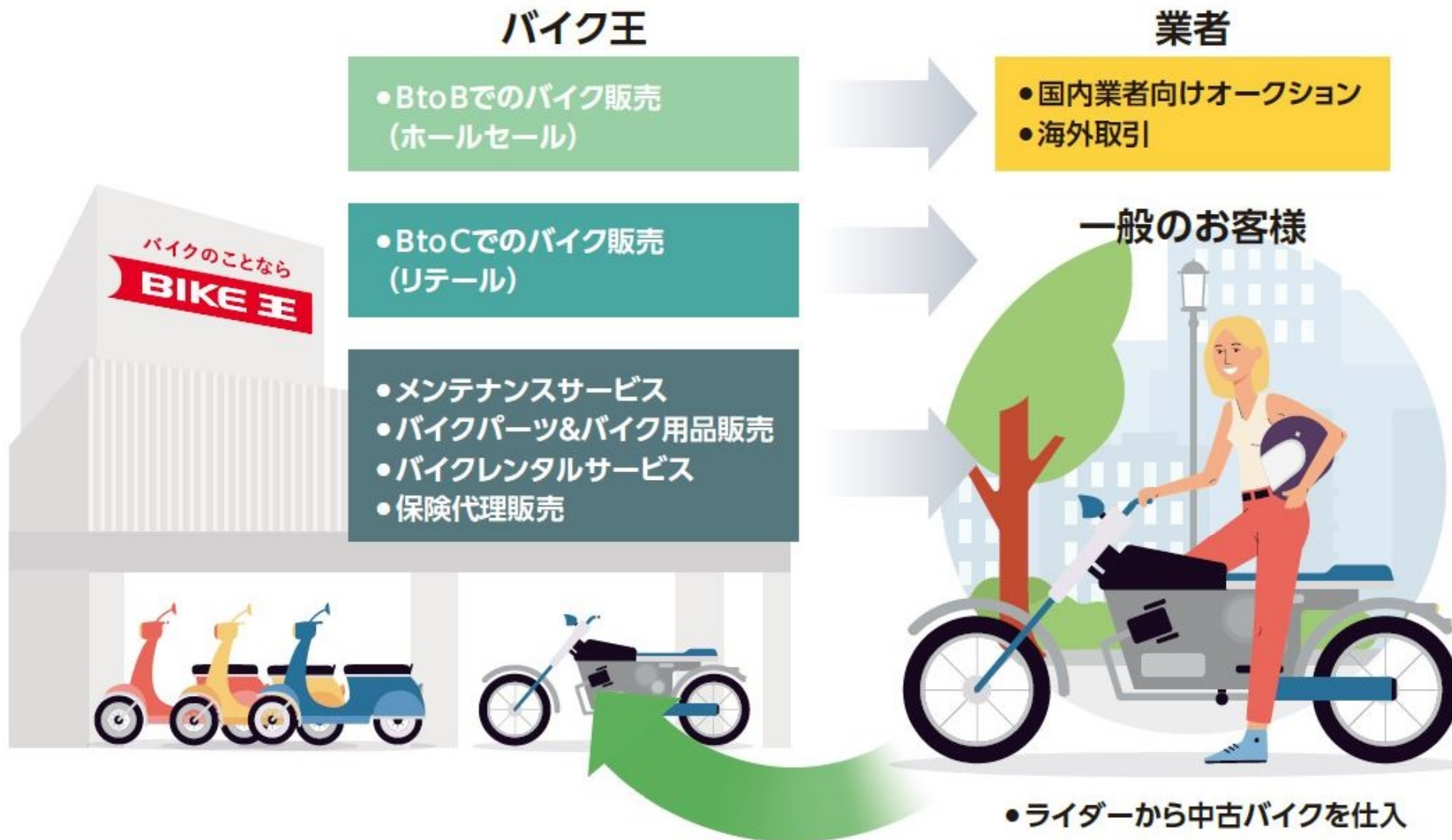
社会的責任を果たす企業となる

ESG経営を推進し、バイクに限らない社会課題解決で企業価値を向上

50年、100年続く愛される企業の実現

まだ世界にない、感動をつくる

一般のお客様より仕入れた車輛をホールセール・リテールの2つのチャンネルで販売するビジネスモデルが主軸。
近年はリテールを強化しており、リテール拡大期となっております。



当社は様々なテクノロジーの力を活用し、ビジネスモデルを実現。
特に次世代基幹システムが広告・買取・販売までのビジネスフローを支えています。



次世代基幹システム：B-Pro

- 業務プロセス、各システムで入力された顧客、車両データを蓄積、一括管理
- 全国の仕入、販売情報をリアルタイムで反映

累計取扱台数
255万台以上[※]

高いブランド認知度により
全国規模でサービスを提供

※2002年8月からの当社累計取扱台数

豊富な仕入を
基盤とした
販売力

年間取扱台数10万台以上から選ばれた
高品質のバイクを販売

顧客ロイヤリティ
NPS上昇[※]

バイク王の買取・販売サービスおよび
接客対応を推奨するお客様の声が年々増加傾向

※Net Promoter Score(ネット・プロモーター・スコア)の略

強みを支える ITインフラ

●基幹システムB-Pro



●地図運行管理システム



●登録書類管理システム



●分析データベースMDシステム



●在庫管理システム



バイクライフの生涯パートナーの実現

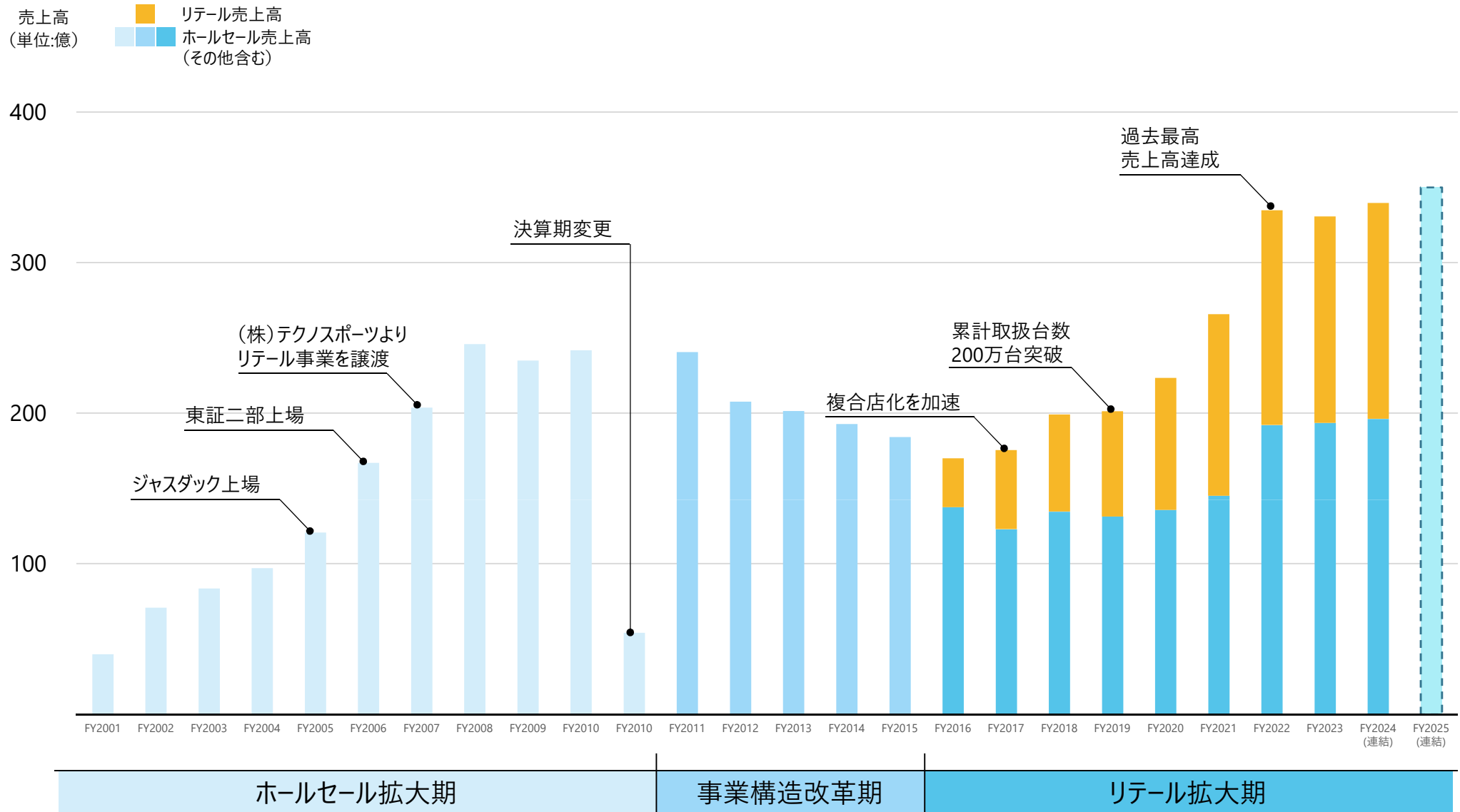
「UX（顧客体験）グロースモデルへの転換」を行うことで「バイクライフの生涯パートナー」を実現します。

結果として、

「中古バイク販売シェアNo1」

を目指します。

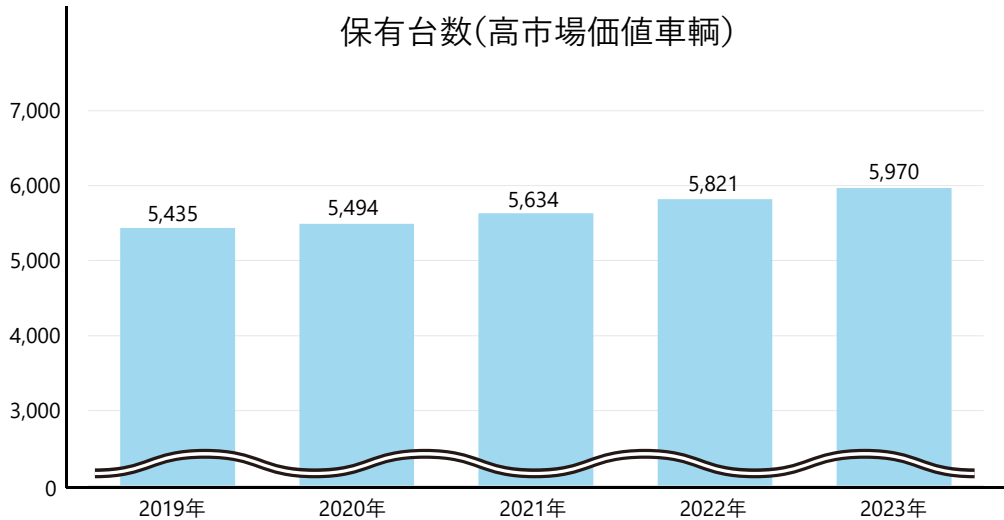
2016年よりリテールを強化し、順調な軌道で再成長をしており、現在はリテール拡大期となっております。
 リテールビジネスを成長のエンジンとして更なる成長を目指します。



バイク事業の外部環境 ～現在～

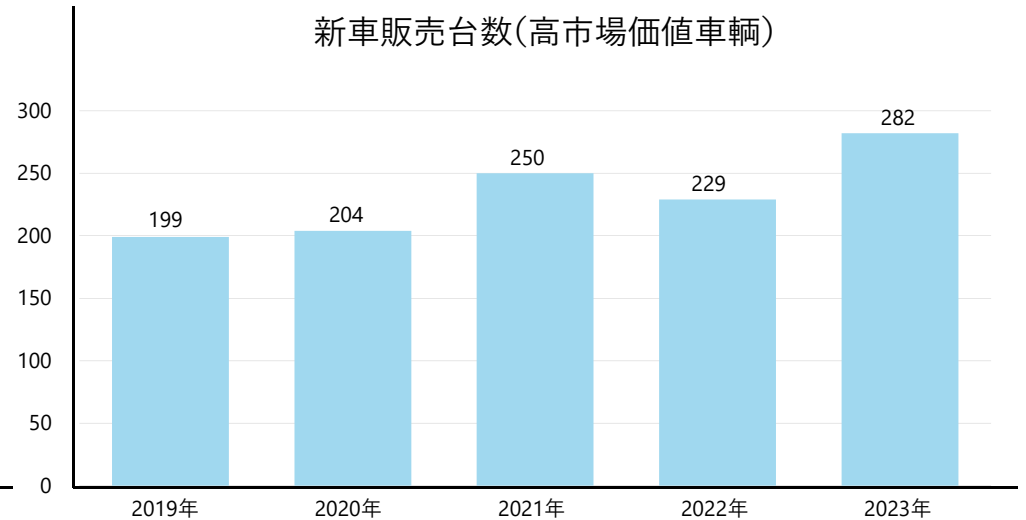
- 高市場価値車両(原付2種以上)の保有台数、新車販売台数は、年々増加傾向
- アフターコロナでバイクへの関心はコロナ前の水準に落ち着き、消費選択肢の増加や物価高騰の影響で、新規・リターンユーザーの流入や購買需要は安定的に推移

(単位:千台)



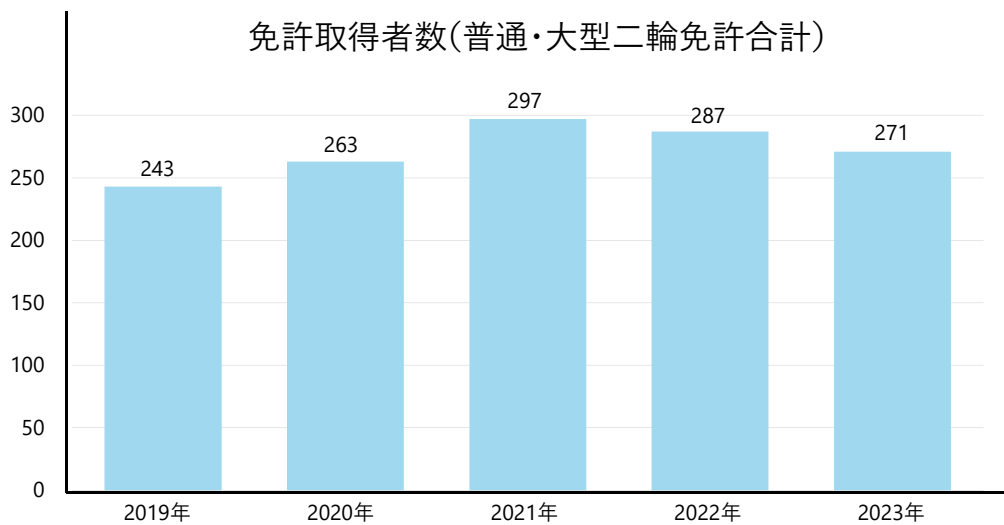
出典:一般社団法人日本自動車工業会/各年3月末日ベース※出典:二輪車新聞/各年3月末日ベース/原付二種(推定値)含む

(単位:千台)



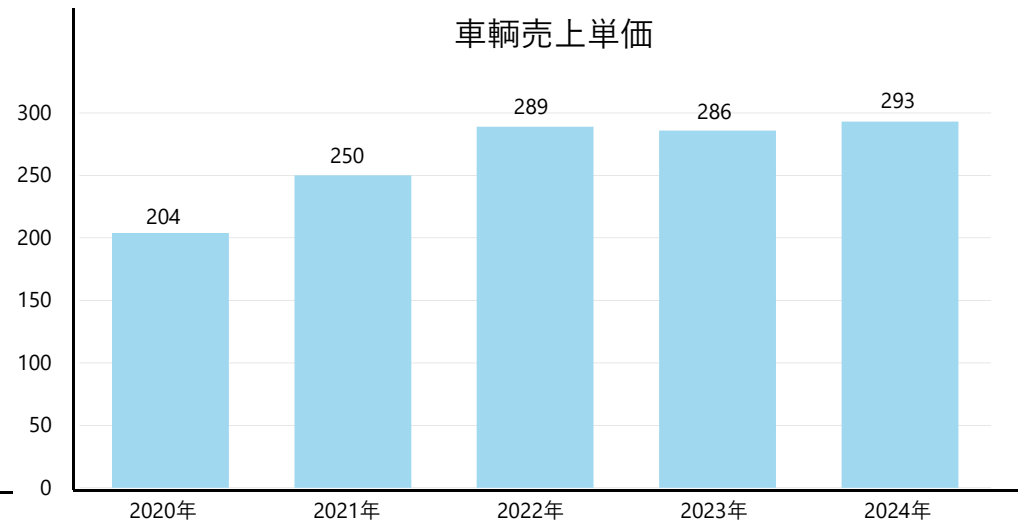
※出典:一般社団法人日本自動車工業会/暦年ベース

(単位:千人)



※出典:警察庁/暦年ベース/失効後の再取得や外国免許切り替え者を含まない

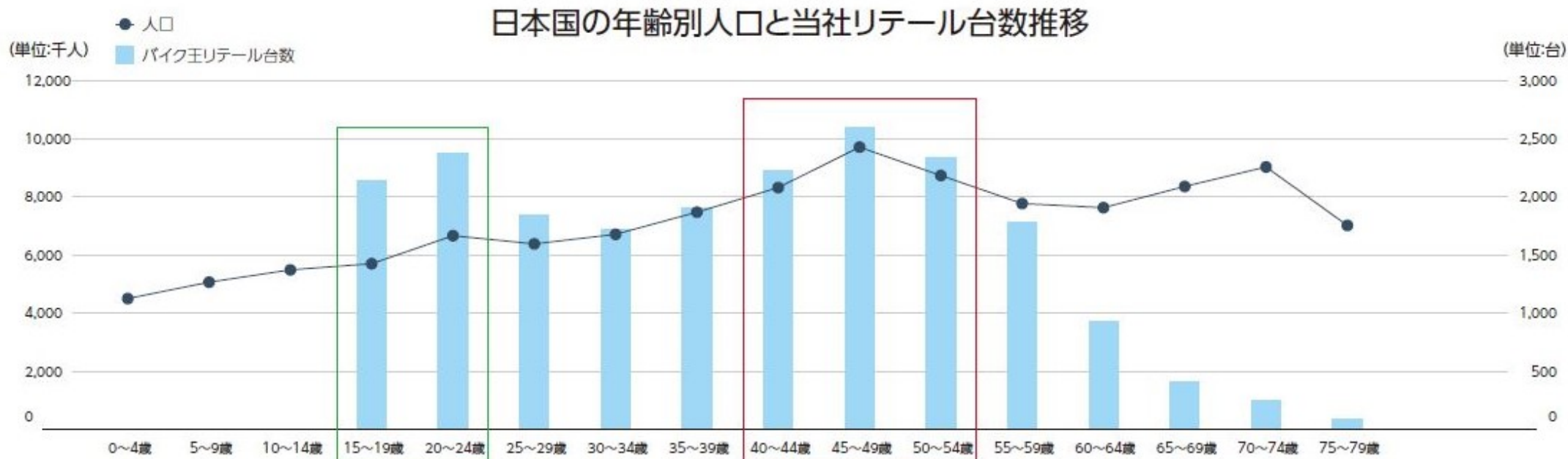
(単位:千円)



※出典:自社データ

今後も中古バイク市場の需要は持続すると予想されます。

特に、過去にバイクブームを経験した40～54歳の年齢層のリターンライダーとその子供世代の需要を見込みます。



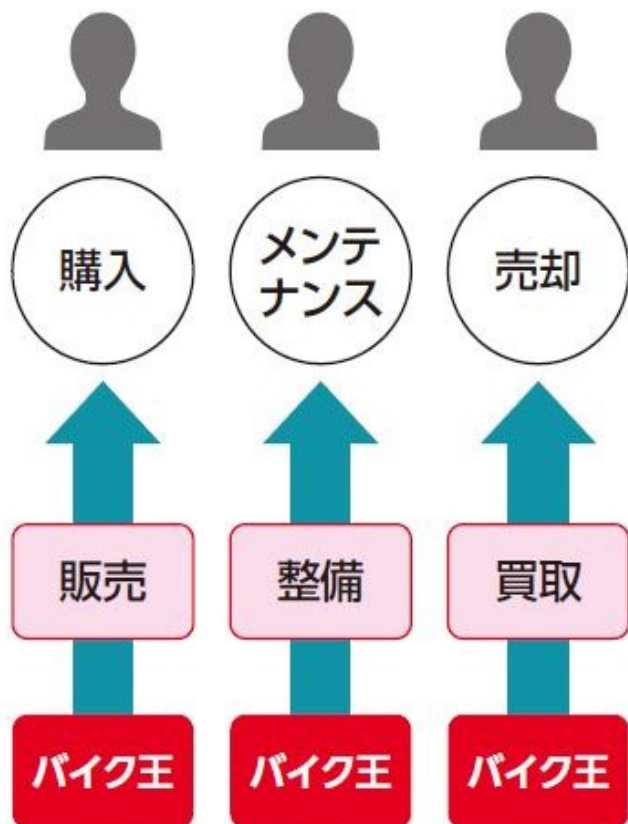
■ 団塊ジュニア世代のリターン需要一例



過去の事業の成り立ちの経緯から、顧客とは一期一会の関係でしたが、今後はUX（顧客体験）グロースモデルへの転換を実現し、顧客LTVの最大化を図ります。つまり、ビジョンとして掲げる「バイクライフの生涯パートナー」の実現を図ります。

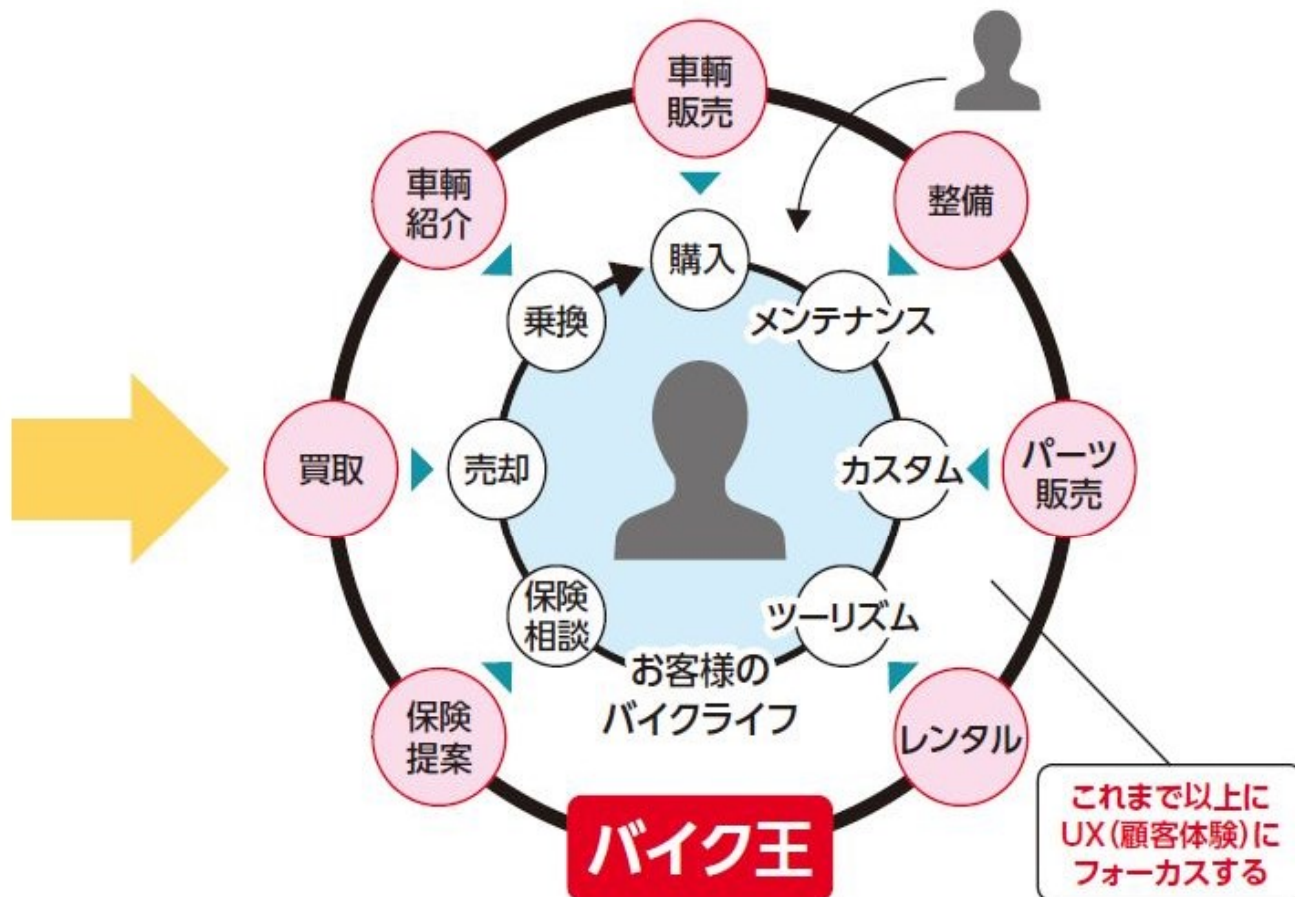
顧客との一期一会の関係

従来のサービスモデル



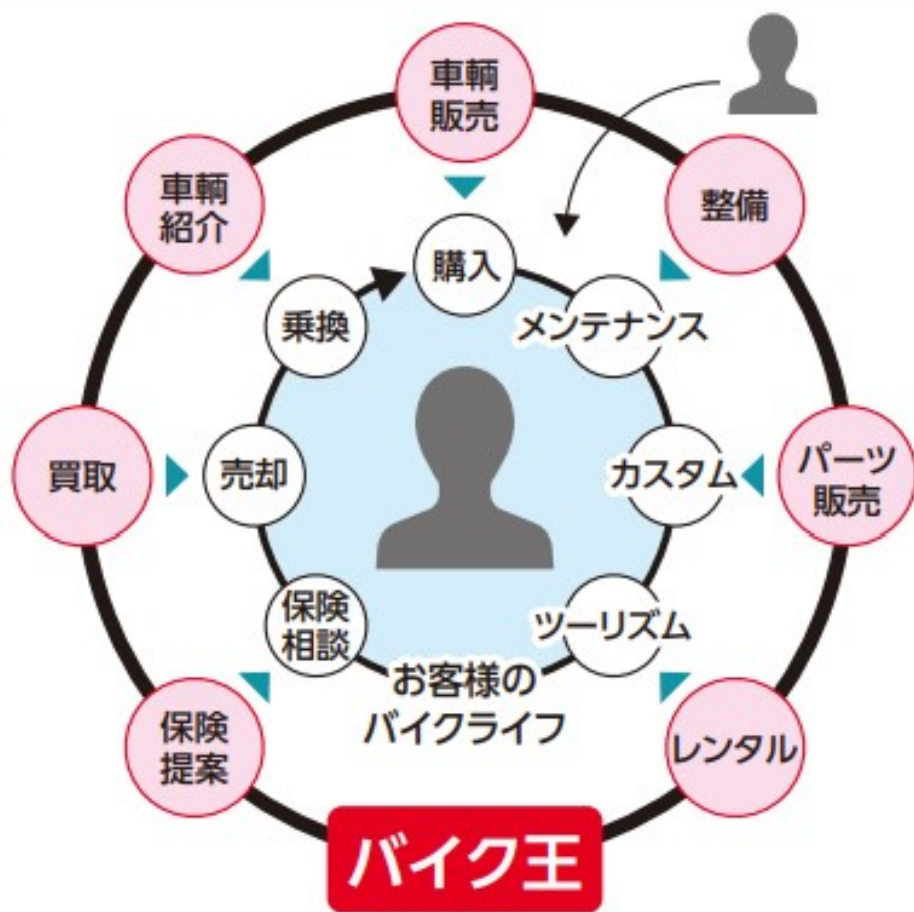
バイクライフの生涯パートナー

UX（顧客体験）グロースモデル



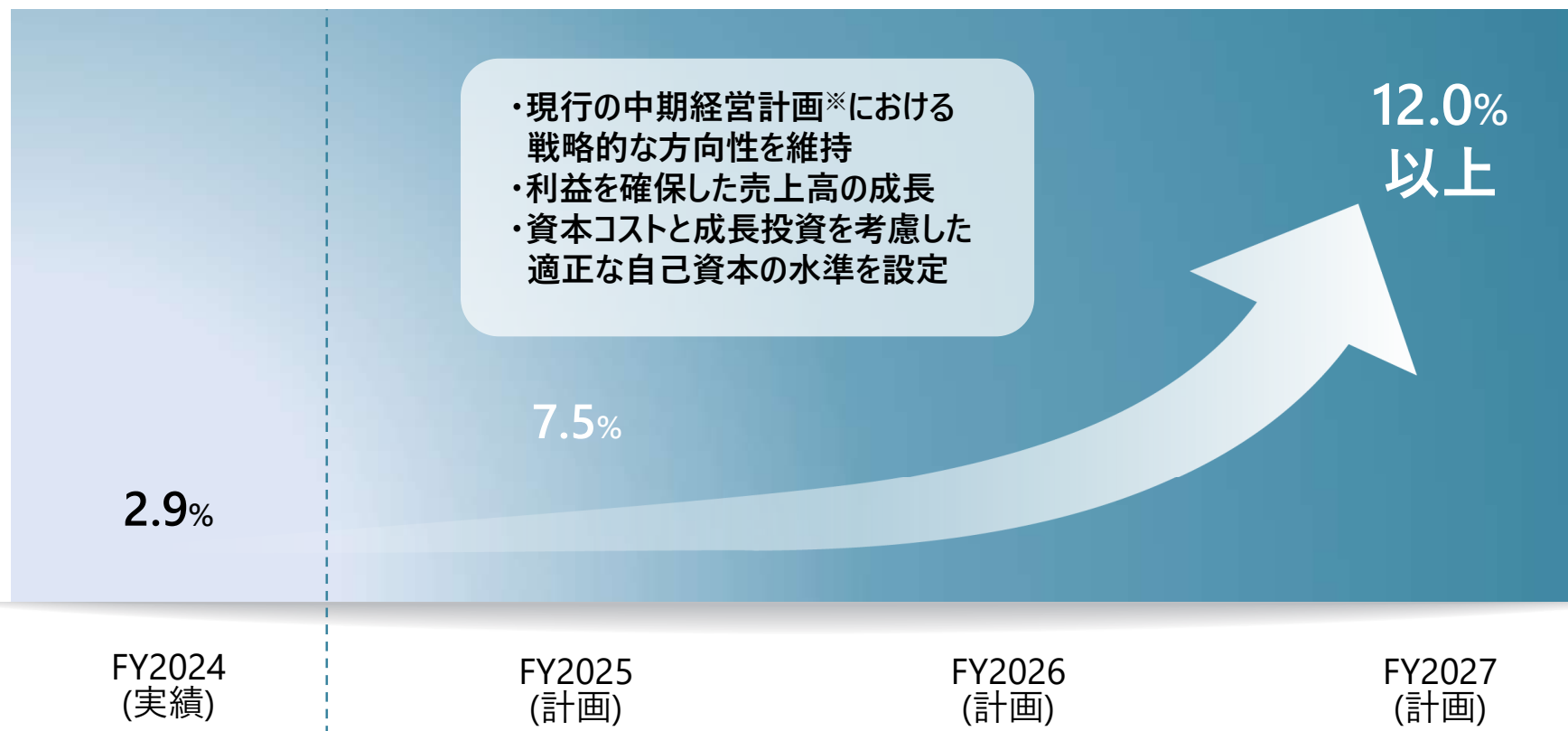
UX(顧客体験)グロースモデルでは、会員制度をはじめ、顧客とのタッチポイントを増やすことに加え、One to Oneマーケティングを実施することで、リピート率を上げることができます。特に、3～5年のバイク乗換サイクルでの売買を的確に捉えることで、収益獲得の機会が増加します。

UX(顧客体験)グロースモデル



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成長イメージ



※当社は、現行の中期経営計画（FY2023 – FY2025）において定量目標を取り下げておりますが、持続的な成長を実現するための重要施策は継続して取り組んでおります。FY2024の業績改善によって新たな定量目標の公表を検討いたしましたが、競合の動向をはじめ外部環境の変化に注意する必要があることから、ROEのみ公表いたします。

UX(顧客体験)グロースモデルへの転換によって中古バイク販売シェアNo.1を目指す

成長戦略



CRM推進と顧客LTVの最大化
収益機会の創出

構造改革



非労働集約型オペレーション
固定費・変動費の抑制

人財基盤の強化



採用と育成
働きやすい環境の整備

財務基盤の強化



キャッシュフローの改善
流動資産の増加

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、
当社が現在入手している情報および合理的であると判断する一定の前提に基づいており、
その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。
また、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。