

各 位

会社名 プレミアグループ株式会社
代表者名 代表取締役社長 CEO 柴田 洋一
(コード番号: 7199 東証プライム市場)
問合せ先 取締役執行役員 CFO 金澤 友洋
(TEL. 03-5114-5701)

新中期経営計画の策定に関するお知らせ

当社は、「オートモビリティエコシステム」を完成させ「唯一無二のカープレミア経済圏」への変革を実現するため、2030年3月期を最終年度とする新中期経営計画「Change & Prove 2030」を策定したことをお知らせいたします。

記

詳細は添付資料をご参照ください。

(注) 業績予想および将来の見通しに関する事項

当社の開示資料のうち、過去の事実以外の計画、方針、その他の記載につきましては、いずれも現時点において当社が把握している情報に基づく経営上の想定や見解を基礎としています。今後の事業環境の変化により実際の業績が異なる場合があることをご承知おき下さい。

以上

中期経営計画

Change & Prove 2030

- 変革への覚悟・唯一無二の証明 -



カープラス

【東証プライム/7199】
プレミアグループ株式会社

トップメッセージ

『変革への覚悟と唯一無二の証明へ』

日本国内の中古車小売市場において、約5割を占める中小モビリティ事業者は今、大手資本による寡占化と金利競争の激化という厳しい経営環境に直面しています。

プレミアグループは創業以来、これらモビリティ事業者のパートナーとして、共に歩み、共に成長を遂げてまいりました。

創業から17年連続の増収、上場来9期連続の増収増益。

この実績は単なる数字の積み上げではありません。私たちが提供するサービスが、モビリティ事業者にとって「欠かせない経営インフラ」として深く根付いている証です。

しかし、私たちはこの成長軌道に安住するつもりはありません。

新中期経営計画「Change & Prove 2030」では、変革への覚悟を持って、これまでの枠組みを自ら打破します。私たちの真骨頂は、金利動向に左右されない「会費」とストック型ビジネスである「故障保証」を核とした高収益モデルにあります。この強固な土台の上に、ユーザーには最高の安心を、モビリティ事業者には経営に不可欠なインフラを提供する「オートモビリティエコシステム」を完成させ「唯一無二のカープレミア経済圏」への変革を実現します。

「カープレミアがあるから、未来を描ける」。

中小モビリティ事業者にとって離れることのできない唯一無二のプラットフォームであることを、この4年間で証明してまいります。

プレミアグループ株式会社 代表取締役社長 CEO 柴田 洋一





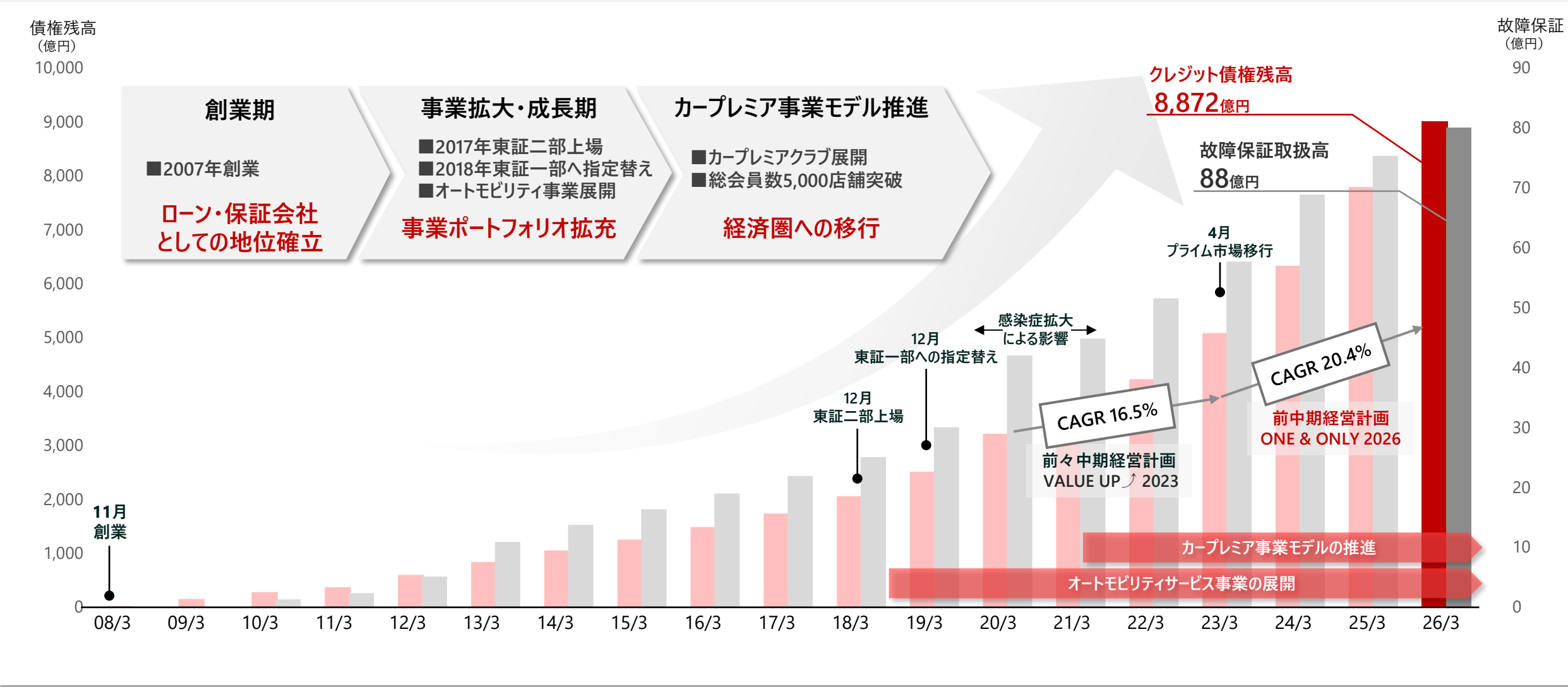
目次

- 01 これまでの軌跡
- 02 前中期経営計画 振り返り
- 03 ミッション（経営理念）
- 04 環境認識
- 05 成長ビジョン
- 06 マテリアリティ（重要課題）
- 07 財務方針と成長投資戦略
- 08 数値目標

これまでの軌跡

これまでの軌跡 - 事業拡大 -

カープレミア事業モデルの成長により、基盤のクレジット・故障保証のシェアを継続的に拡大

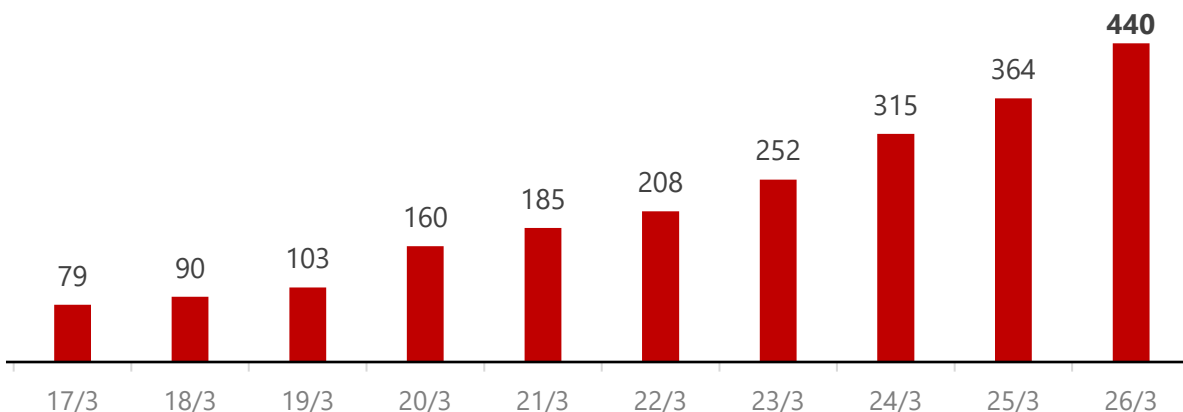


これまでの軌跡 - 業績推移 -

右肩上がりの成長を継続し、ROEも高い水準を堅持

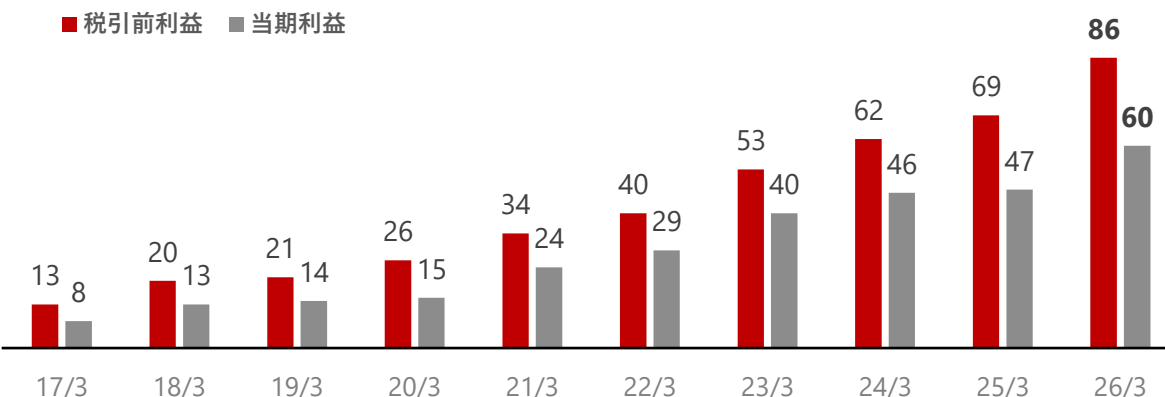
営業収益

(億円)



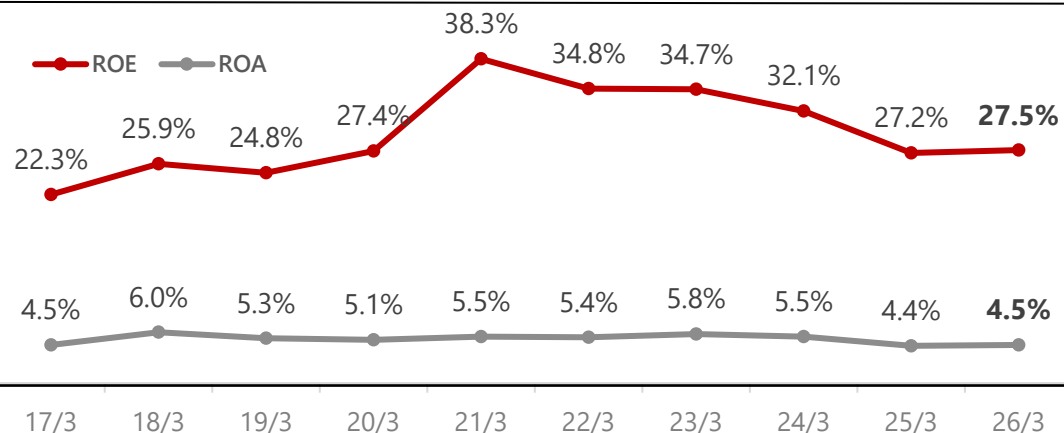
税引前利益/当期利益

(億円)



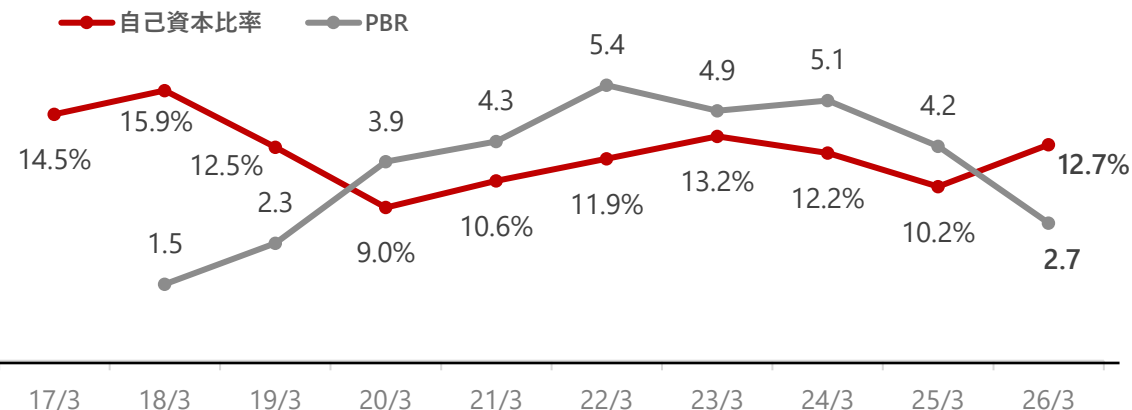
ROE/ROA

(%)



自己資本比率/PBR

(%/倍)



前中期経営計画 振り返り

前中期経営計画「ONE & ONLY 2026」の総括 - 定量面 -

中期ビジョン「カプリア事業モデルの確立」を実現し、各財務指標も大幅成長

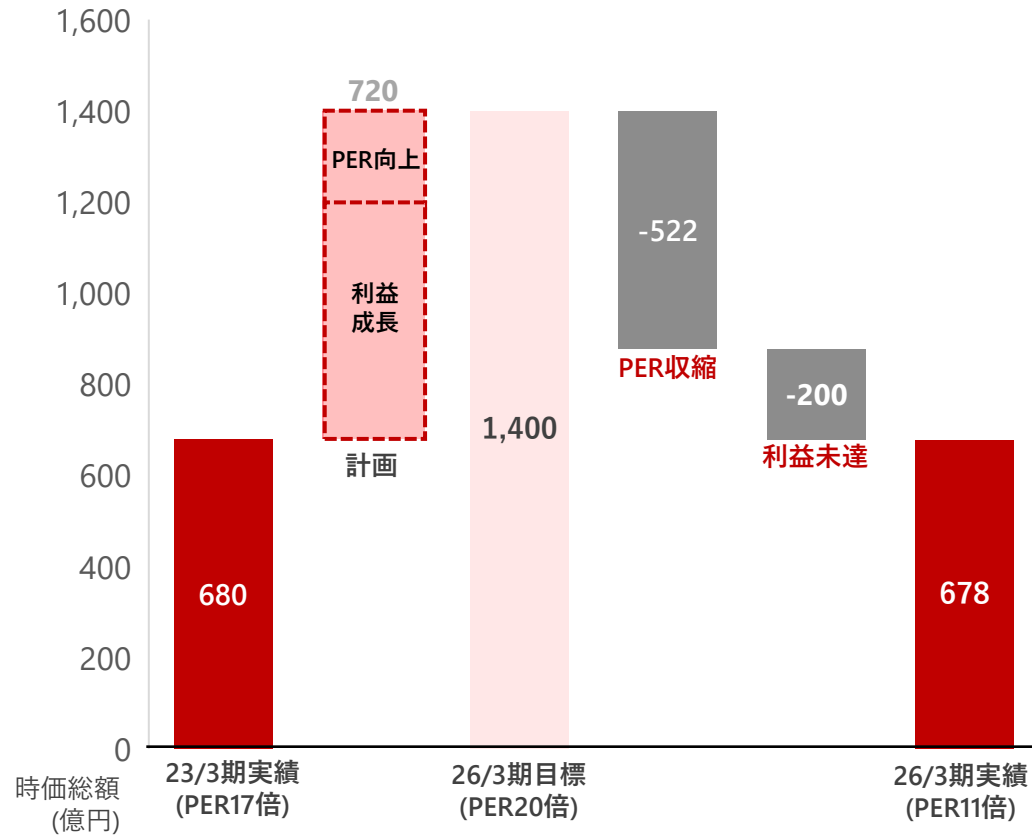
	2023年3月期 実績	2026年3月期 実績	増減 (対2023年3月期)	成長率 (対2023年3月期)
営業収益	250億円	440億円	+190億円	+76.0%
税引前利益	53億円	86億円	+33億円	+62.2%
当期利益	40億円	60億円	+20億円	+50.0%
ROE	34.7%	27.5%	△7.2pt	—
時価総額	680億円	678億円	△2億円	△0.3%

時価総額目標未達成の分析と対策

「単純金融企業」から「プラットフォーム企業」へバリュエーションを移行させる取組みが課題

未達の原因 = 利益目標の未達成 × 評価マルチプルの収縮

成長速度 将来の成長期待値



課題の認識

- ☑ **プラットフォーム企業としての成長性の証明不足**
 → 単純金融会社としての従来的な市場評価にとどまる
 → プラットフォーム企業としてのKPIの開示が不十分

金融企業から成長余力が高いプラットフォーム企業への移行を数字で示すことができなかったことに課題

- ☑ **利益目標の未達成**
 → システム障害による目標の未達成

対策

数値目標へのコミットメント	17年連続増収・高ROEの構造を維持
プラットフォーム企業の証明	プラットフォーム企業としてのKPIの開示 金利に依存しない収益構造への転換
認知拡大	構造変革を加速し、「誰もが知るプラットフォーム」へ

前中期経営計画「ONE & ONLY 2026」の総括 - 定性面および重要課題 -

中期ビジョンであるカープレミア事業モデルの構築と拡大を実現

	前中期経営計画の重点項目	主な取組み実績
カープレミア	カープレミアクラブ拡大	◎
	カープレミアブランド推進	○
	リアル/ネットマーケティング強化	○
ファイナンス	カープレミアクラブ会員の取扱拡大	○
	新基幹システムリリース	×
	ペーパーレス化の推進	◎
	DX推進による回収効率化	○
故障保証	プロパー保証の販売拡大	◎
	修理部品内製化の促進	○
	アジャスター業務自動化/ペーパーレス化	○
	商品ラインアップの強化	○
モビリティサービス	中古車流通網拡大	△
	リース商品拡販/サブスク新商品開発	○
	モビリティ事業者向けソフトウェア展開	○
	モビリティプラットフォーム完成	○

- ・カープレミアクラブ会員**5,938**店舗
 - ・ブランド認知度**30%**※
 - ・カープレミアクラブ会員向けの商品拡充
-
- ・取扱高に占めるカープレミアクラブ会員割合**70%**へ増加
 - ・営業人員1人あたりの取扱高**70**百万円増加
 - ・クレジット申込の**99%**以上をペーパーレス化（FAX申込は有料化）
 - ・自動架電、RPA導入などを通じて効率改善
-
- ・カープレミア故障保証取扱高**300%**以上の成長
 - ・プレミアオートパーツの拡大
 - ・故障保証WEB申込率**84%**
-
- ・加盟店向けリースの開発/展開
 - ・エンドユーザー向けサイト「クルマのことならカープレミア」完成
 - ・「**カープレミアアプリ**」をリリース

ミッション（経営理念）

MISSION - プレミアグループが目指すもの -



世界中の人々に**最高のファイナンスとサービス**を提供し、
豊かな社会を築き上げることに貢献します

ファイナンス機能とサービス機能をさらに向上させ、
グローバルに展開していくことにより、豊かな社会を作り上げていく

常に前向きに、**一生懸命プロセスを積み上げることのできる、**
心豊かな人財を育成します

やる前から「できない、無理だ」と諦めずに、
突き抜けた発想と強い志を持ってイノベーションを促進し、
自ら次のステージを切り開いていく



環境認識

当社を取り巻く金融や自動車、テクノロジーなどの外部環境は急速に変化
不確実性の高い市場環境を成長機会と捉え、機動的な事業展開を推進

政治・経済

金利上昇局面への本格移行

円安水準の長期化

インフレ基調の定着

地政学リスクを背景とした経済の不確実性

社会・環境

生産年齢人口の減少と超高齢化の加速

労働市場の構造変化と多様な人材の参画

グローバルスタンダードの変容

価値観の多様化に伴うライフスタイルの変容

テクノロジー

生成AI等、革新的テクノロジーの社会実装

MaaS・CASEを起点としたモビリティ革命

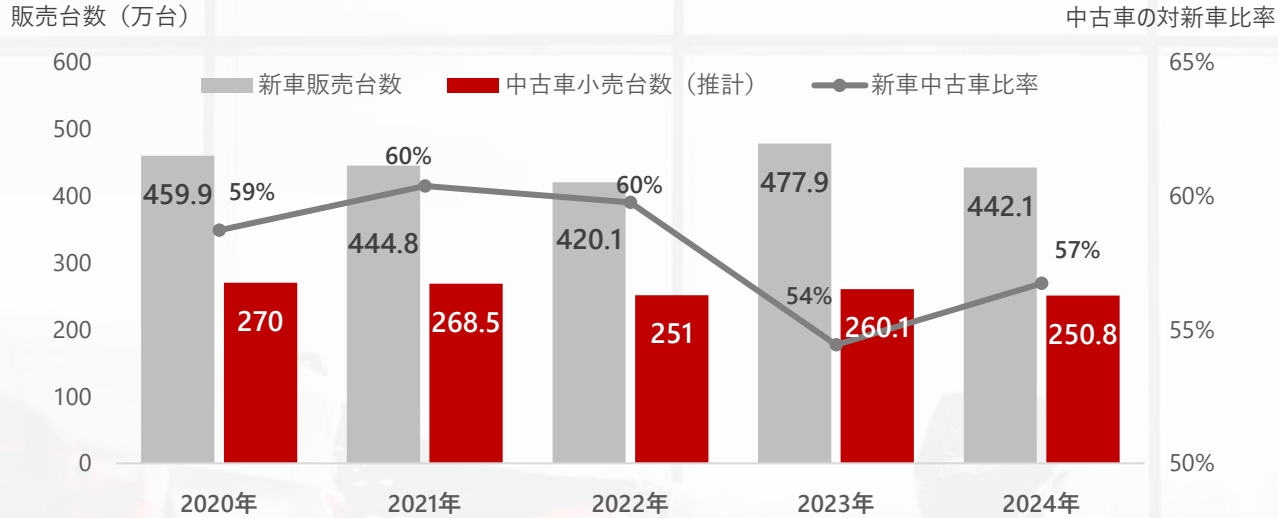
Web3.0・ブロックチェーン領域の商用化

グローバルなEVシフトの減速

事業環境の変化と社内環境の認識

中小モビリティ事業者にとっては厳しい事業環境が継続
 安心・安全の取組みや高付加価値なサービスを提供することで市場シェアを維持することが課題

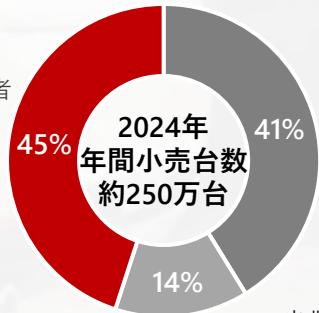
■国内新車販売台数および中古車小売台数（推計）の推移



出典：矢野経済研究所「2026年版 中古車流通総覧」掲載データに基づき当社作成

■中古車市場におけるシェア

- メーカー系販売店
- 大手中古車販売店
- 中小モビリティ事業者



出典：矢野経済研究所「2026年版 中古車流通総覧」掲載データに基づき当社推計

- 中小モビリティ事業者シェアは約50%
- 中古車市場は横ばいが続く
→将来的には縮小が予測される

メーカー系販売店

- 新車市場の頭打ちを背景に、**中古車を含むバリューチェーンを強化**
- 良質な中古車を下取りで確保できる強みを活かし、商品バリエーションの拡充
- 無展示販売など**EC・DX推進による顧客体験の向上**

大手中古車販売店

- サービスの**垂直統合・大型店出店**を通じた流通台数と収益増を両立
- 「**安心・安全**」に関する取組みと**ブランド構築**を加速

カープレミア

【これまでの戦略】

- 中小モビリティ事業者を中心に質の高いサービスを提供し、カープレミア事業モデルを確立

【課題】

- 大手の寡占が進む前に、加盟店ごとの競争力ではなく、**カープレミア経済圏として戦うことができる体制の構築が必要**

成長ビジョン

VISION

Change & Prove

- 変革への覚悟・唯一無二の証明 -

- VISION 2030 -

オートモビリティ
エコシステムの完成



新中期経営計画

2024 - 2026

オートモビリティ
プラットフォーム構築

金融・保証を含む
経済圏へ

前中期経営計画

創業 - 2023

祖業の強化

金融・保証の
成長

創世記

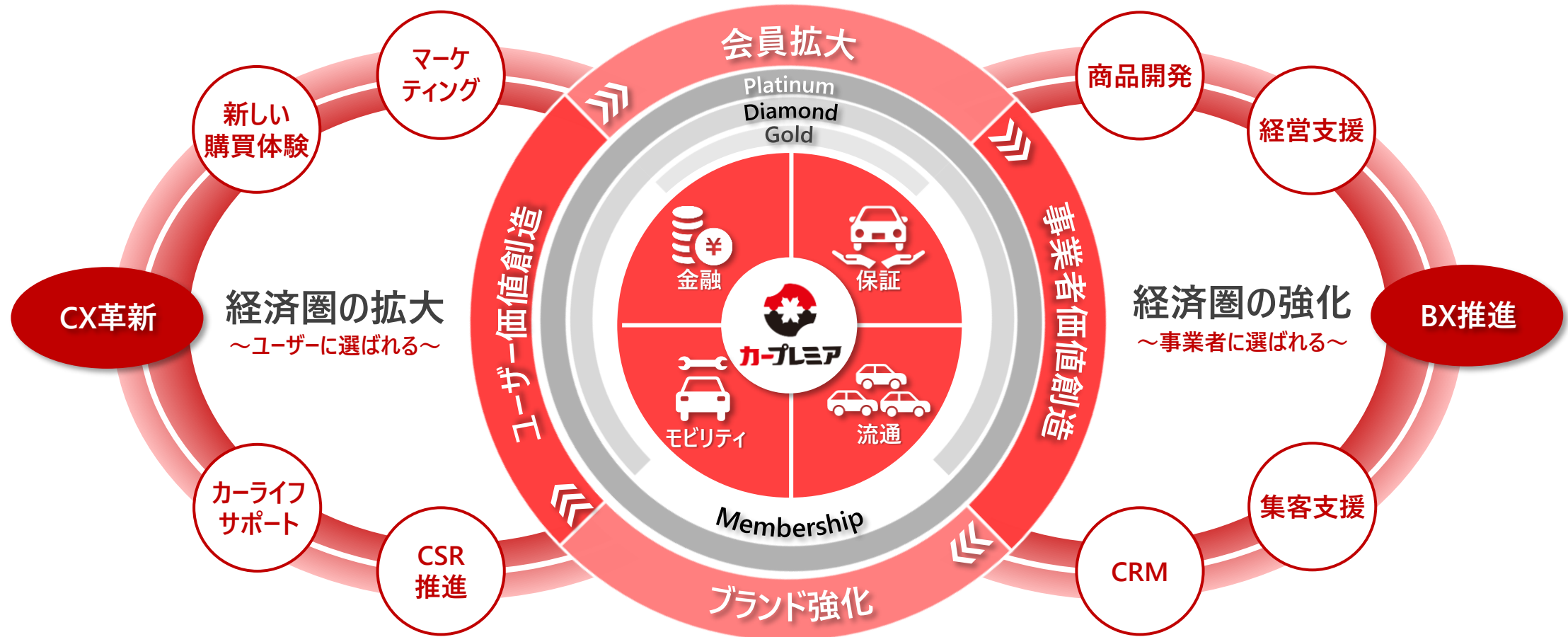
シェアの拡大

カープレミア事業モデルの確立

ONE&ONLYの経済圏へ

オートモビリティエコシステムの完成

ユーザーとモビリティ事業者の双方にとって必要不可欠な唯一無二のプラットフォームとしてサービスを提供



(注) 1. CX: 顧客体験 (Customer Experience)
2. BX: ビジネス変革 (Business Transformation)

マテリアリティ（重要課題）

2030年ビジョンでのマテリアリティ（重要課題）

唯一無二のオートモビリティエコシステムを完成させるためのマテリアリティは下記の通り

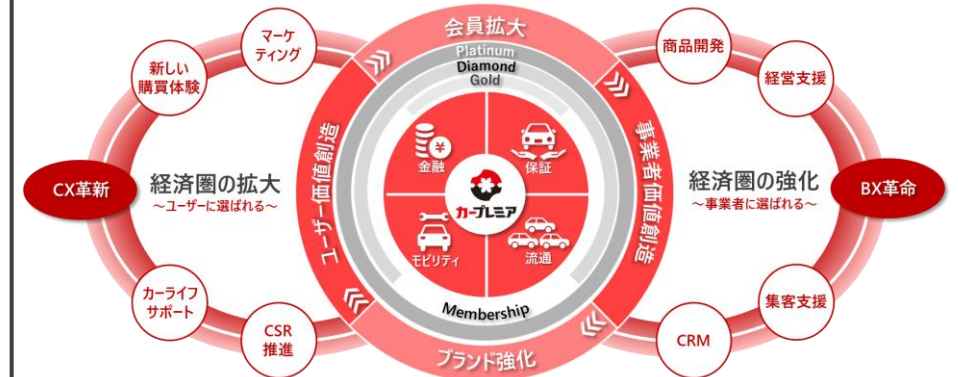
Materiality

経済圏の基盤	<p>カープレミアクラブ会員組織の強化</p> <p>会員組織の収益とサービスの両軸成長</p>
高収益性の源泉	<p>事業者にとっての必須インフラ</p> <p>高い集客力とサービス力で経営を支援</p>
経済圏流通拡大	<p>ユーザーの経済圏への取り込み</p> <p>誰もが知っている・使いたいブランドへ</p>
競争力の根幹	<p>サービスを支えるIT強化とデータ戦略</p> <p>業界内での圧倒的差別化を実現する源泉</p>



VISION 2030

オートモビリティエコシステムの完成



Change & Prove

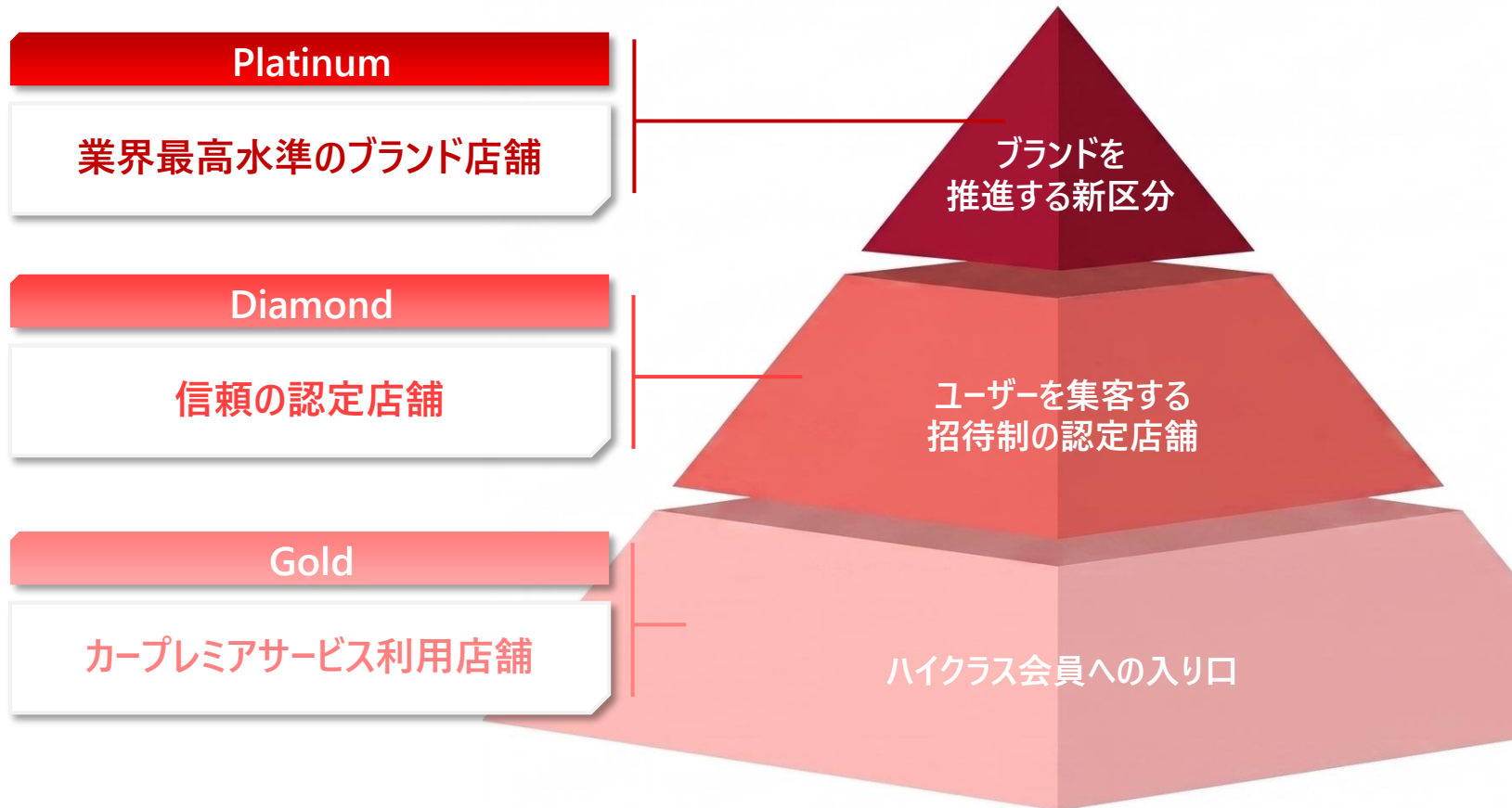
- 変革への覚悟・唯一無二の証明 -

カープレミアクラブ会員組織の強化

🎯重要課題

カープレミアブランドを軸としたユーザーの信頼を勝ち取る認定店組織の拡大
 会員組織の収益とサービスの両軸成長

カープレミアブランドを軸としたユーザー送客は招待制のダイヤモンド会員以上に限定



——2030年までの重要指標——

カープレミアクラブ会員数
12,000店舗

会費収益
50億円

Churn Rate ※1
1.0%以下

既存会員LTV ※2
2.5倍

※1 カープレミアクラブ会員の解約率

※2 既存ダイヤモンド会員が現状並みのChurn Rateで推移した場合のLTV（顧客生涯価値）

事業者にとっての必須インフラ

🎯重要課題

利用すれば「収益が増加する」プラットフォームの提供
全方位で経営を支援し、競争力を最大化

中小モビリティ事業者の経営課題

集客

高い広告費/低い認知・ブランドカ

収益

車両販売益への依存性
与信力不足による販売機会の損失
車両仕入れルートの硬直化

CRM

アフターフォローの工数過多
管理顧客の外部流出

経営効率

アナログで非効率的な経営方式



カープレミア クラブ加入による経営課題の解決



ブランド貸与

カープレミア認定による信頼の付与
広告効果の改善とカープレミアを通じた送客

商品開発

競争力の高いクレジット・保証商品等による顧客単価向上
カープレミア経済圏での車両仕入れ・販売機会の創出

顧客接点強化

整備ネットワーク活用による顧客関係構築・維持サポート
カープレミアアプリ等によるプラットフォーム側での顧客維持

コンサルティング

生産性を上げるツールの提供
使いこなすコンサルティングサポート

ユーザーの経済圏への取り込み

🎯重要課題

「カープレミア」ブランド・サービス認知拡大および会員を店舗へ送客

ユーザーへの付加価値を追求した積極投資を実施・信頼の証明と多彩なサービスで集客

ユーザーの獲得に向けてブランド戦略を展開

ブランド訴求

文化・エンタメ・スポーツ
領域でのPR投資

カープレミアの認知獲得

サービス理解

マス広告・SNS訴求

第一想起の獲得

ユーザー接点強化

オンライン・アプリ
サービスの充実

カープレミア利用の醸成

送客創出

カープレミアブランド店展開

カープレミアサービス提供

ユーザーに選ばれる  **カープレミア** ブランドの確立

サービスを支えるIT強化とデータ戦略

重要課題

AI活用を前提としたシステム開発と人財・サービスの高度化

「人財×データ×AI」によるコスト削減とサービスの開発を加速

基幹システム × 高速化

- 現行システムの基盤更改とAIエージェント導入
 - ・信頼性と高速化の両立を早期実現
- 新基幹システムの導入
 - ・システム構造の抜本的見直し、柔軟性・拡張性・統合性に優れたシステムへ

アップデート

Big Data × 最適化

- 共通分析基盤（BI）を活用した意思決定迅速化
 - ・データに強い組織構築
- データの蓄積・活用とサービス改善・創出の循環構造
 - ・データの価値向上

データ利活用

AI × 価値創造

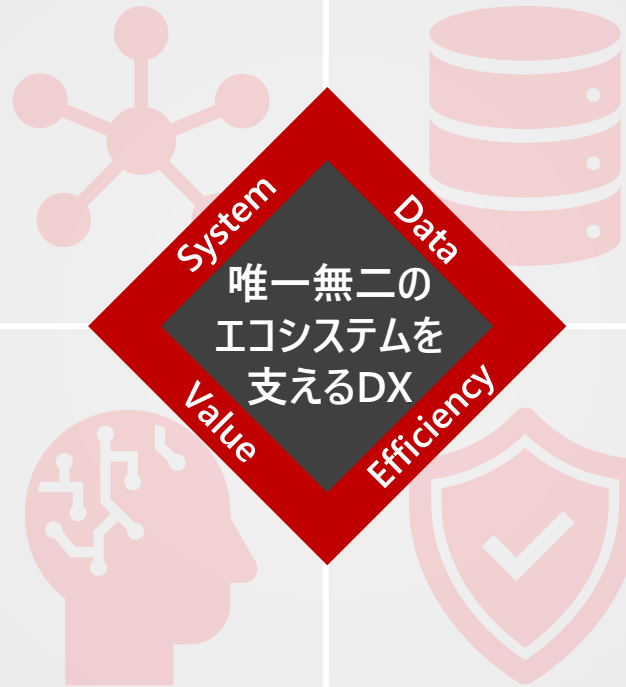
- AI活用によるCXの革新
 - ・唯一無二のサービス
- 新規企画創出体制の強化
 - ・DX人財育成
 - ・社内完結開発PJTの推進

攻めのAI

AI × 強靱化

- 全社員AI武装
 - ・オペレーション業務の大幅削減
 - ・高付加価値業務への集中
- ガバナンスを支えるリスク検知体制強化
 - ・安心・安全の組織運営

守りのAI



基幹システムに関して - 中期経営計画期間内のロードマップ -

現行システムの補強による中期的な稼働を継続し、いかなる成長にも対応できる新基幹システム構築を準備

いかなる成長にも対応できる
新基幹システム

Phase 03

統合対応・複合的サービス基盤構築

新規事業に対する大規模改修が不要なサービス提供基盤構築

柔軟性×拡張性×統合性

基盤更改×AIエージェント
現行システムによる継続稼働

Phase 02

AIエージェント導入本格化

省力化による人的リソースの高付加価値業務へのシフト

審査自動化×コスト削減

Phase 01

インフラ刷新/処理高速化

リソース強化によるオンライン・バッチ処理高速化

処理速度向上

推進体制と組織の最適化

連結子会社を1ブランドに統合し、「部分最適」からグループ全体の「全体最適」へと方針転換

■組織統合の目的と主な狙い

- VISION 2030 の実現 -
Change & Prove
- 変革への覚悟・唯一無二の証明 -

 **カプレミア** ブランド共通の組織
- グループの「全体最適」へ -

子会社
(ファイナンス)

子会社
(故障保証)

子会社
(オートモビリティサービス)

事業会社単位の「部分最適」

付加価値創造

カプレミア経済圏の深化による顧客体験 (CX) の革新
データドリブン経営の加速による新価値創造

コスト削減

営業・間接部門を統合・最適化
5~10億円のコスト効率化目標

ガバナンス高度化

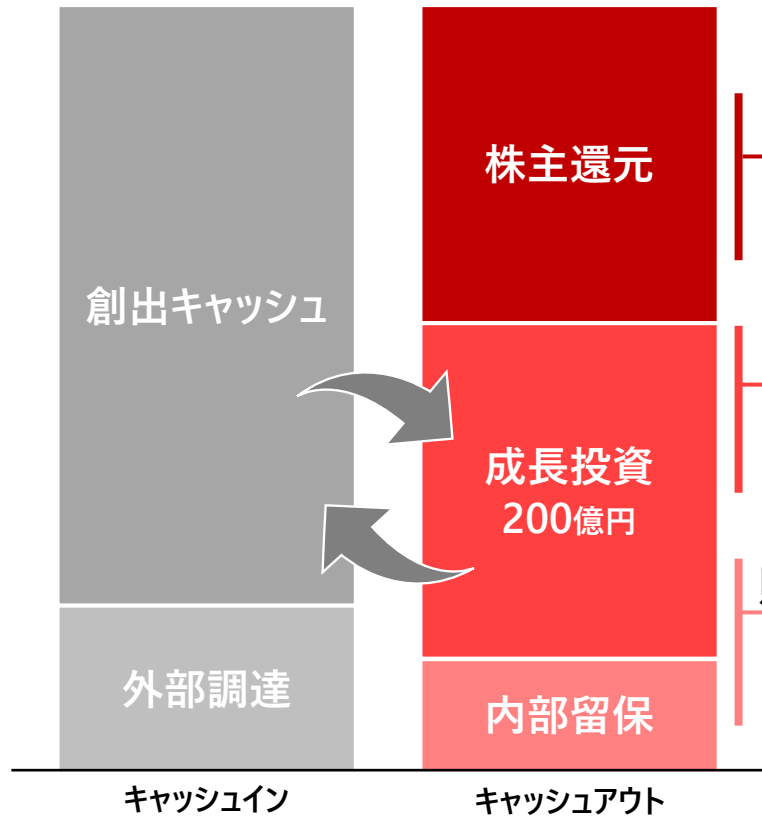
CxO制導入による責任の明確化

財務方針と成長投資戦略

財務方針

4年間で創出するキャッシュを成長投資と株主還元および財務の健全性確保へ適切に配分

■ キャッシュアロケーション



30/3期に総還元性向50%目標

- 増配継続（配当性向30%超）
- 継続的に自己株式を取得予定

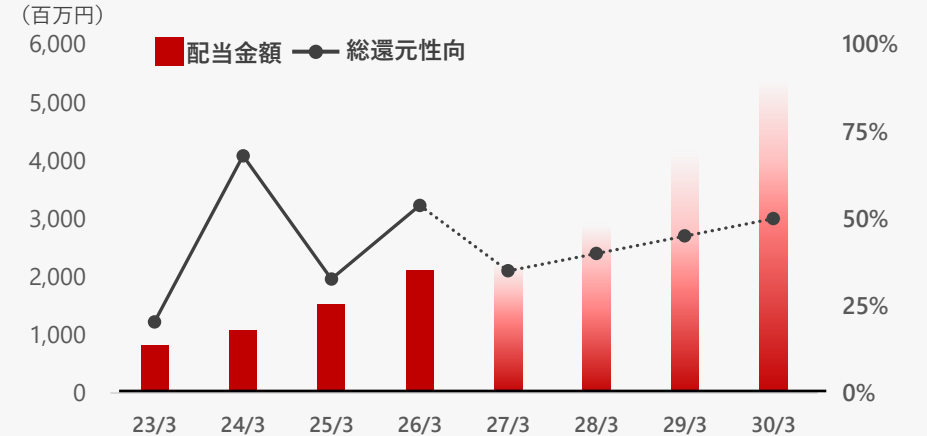
コア事業拡大 / 持続的成長投資

- M&A投資/新規事業投資（国内外）
- DX投資/人的投資/設備投資

財務の健全性確保

- 財務の安定性向上
- 格付けの引き上げ

■ 株主還元



その他財務方針

直接調達の強化による資金調達の最適化

- ✓ 格付け「A+」取得

タイムリーな自己株の消却

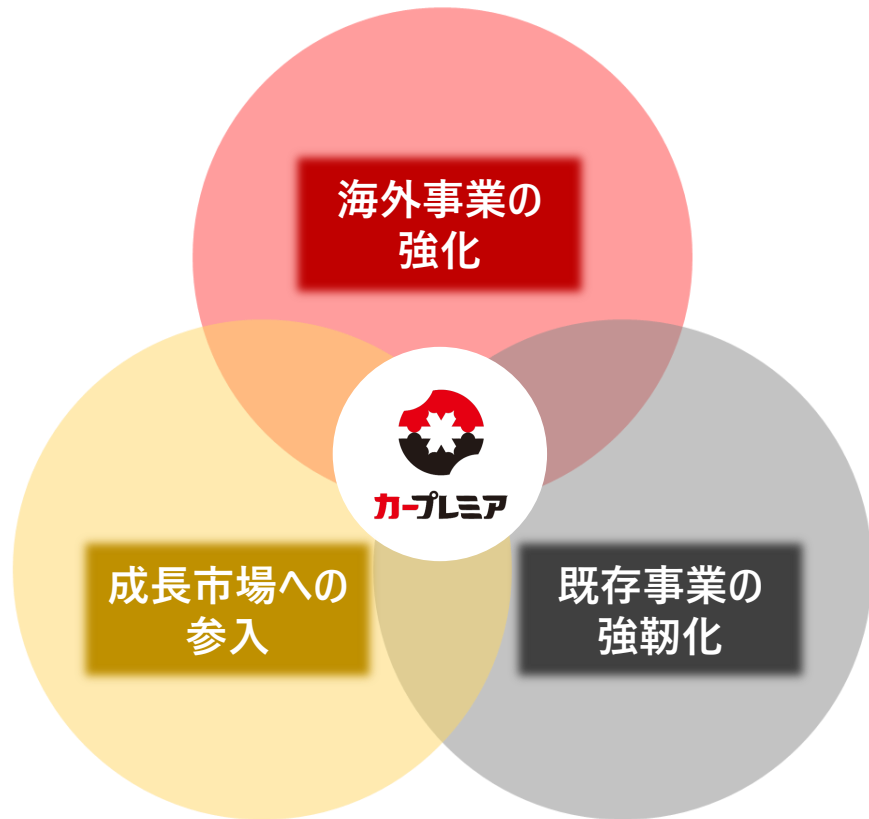
- ✓ 経営環境や財務状況を踏まえ、自己株取得を機動的に判断
- ✓ 発行株式5%を上回る部分を定期的に消却

成長投資と海外事業の拡大

既存事業領域の高度化とともに、国内中古車市場の縮小に備えた海外市場・新領域での次なる成長柱を育成

投資戦略

短中期的な既存事業領域と中長期的な新事業領域に経営資源を最適配分



海外市場領域

- 東南アジアファイナンス事業へ本格参入
- タイECLでの知見を活かし単独主導での展開を加速

成長期待領域

- 既存事業の枠組みにとらわれない長期視点での投資
- 社会的価値と経済的利益を追求するサステナブル視点の織り込み

既存事業領域

- モビリティ/フィンテック等の既存事業高度化
- DX投資/人的投資/設備・技術投資

収益貢献

海外市場/成長期待領域

営業収益 **40**億円

税引前利益 **5**億円

今後の取組み

- 海外事業をHD直轄とし推進体制を強化
- グローバル人財/現地人財の確保や育成
- 伊藤忠商事株式会社との業務連携を通じた国内外展開推進
- 成長投資委員会にて案件精査・優先順位付けを実施

数値目標

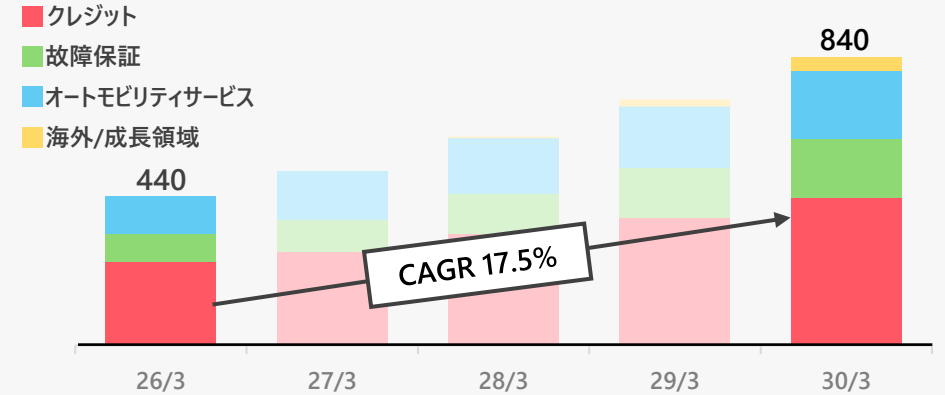
数値目標

既存事業はCAGR + 20%水準の利益成長を継続し、積極投資により新たな収益機会を創出

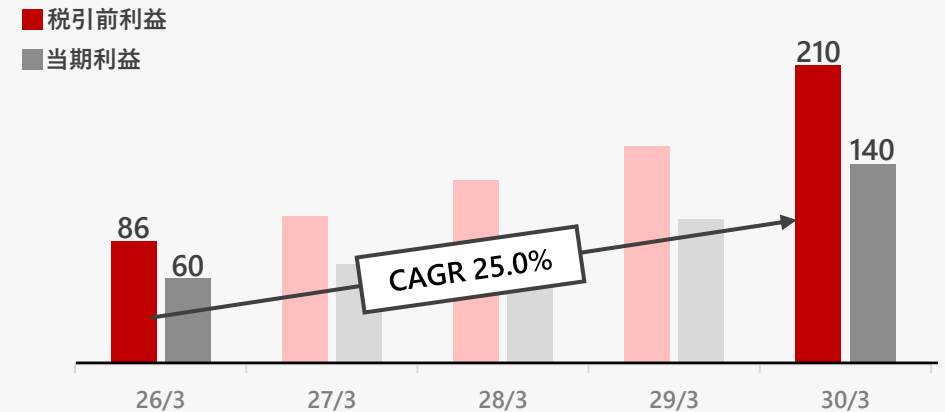
主要数値

	2026年3月期 実績	2030年3月期 目標	増減 (対2026年3月期)	成長率 (対2026年3月期)
営業収益	440億円	840億円	+400億円	+90.9%
税引前利益	86億円	210億円	+124億円	+144.2%
当期利益	60億円	140億円	+80億円	+133.3%
PER	11 倍	22 倍	—	—
時価総額	678億円	3,000億円	+2,322億円	+342.5%

営業収益 (億円)



税引前利益/当期利益 (億円)



中期経営計画「Change & Prove 2030」サマリー

経営数値目標

営業収益	税引前利益	当期利益	PER	時価総額
840 億円 26/3比 +91%	210 億円 26/3比 +144%	140 億円 26/3比 +133%	22 倍 26/3実績 11倍	3,000 億円 26/3比 +343%

マテリアリティ/重要指標

Materiality	VISION 2030	主要KPI	30/3期 目標
<p>カプレミアクラブ会員組織の強化 会員組織の収益とサービスの両軸成長</p>	<p>オートモビリティエコシステムの完成</p> <p>Change & Prove - 変革への覚悟・唯一無二の証明 -</p>	<p>カプレミア会費収益 - 金利依存しないストック型収益への転換 -</p> <p>50億円</p>	
<p>事業者にとっての必須インフラ 高い集客力とサービス力で経営を支援</p>		<p>Churn Rate - 離れない経済圏の証明 -</p> <p>1.0%以下</p>	
<p>ユーザーの経済圏への取り込み 誰もが知っている・使いたいブランドへ</p>		<p>既存ダイヤモンド会員LTV - 1店舗あたりの深耕の証明 -</p> <p>2.5倍</p>	
<p>サービスを支えるIT強化とデータ戦略 業界内での圧倒的差別化を実現する源泉</p>			



本資料に掲載されているIR情報は、プレミアグループ株式会社および関係会社（以下当社）の財務情報、経営情報等の提供を目的としておりますが、内容についていかなる表明・保証を行うものではありません。

本資料に掲載されている当社の計画や戦略、業績の見通し等は、将来の予測等に関する情報を含む場合があります。これらの情報は現在入手可能な情報に基づくものであり、経済動向、業界での競争、市場需要、為替レート、税制や諸制度等に関わるリスクや不確実な要素を含んでいます。従って、将来、実際に公表される業績等はこれらの種々の要素によって変動する可能性があり、当社は本資料の情報を使用されたことにより生じるいかなる損害についても責任を負うものではありません。

なお、当社は、新たな情報や将来の事象により、本資料に掲載された将来の見通しを修正して公表する義務を負うものでもありません。

本資料に情報を掲載する際には、当社は細心の注意を払っておりますが、掲載した情報に誤りがあった場合や、第三者によるデータの改ざん、データダウンロード等によって生じた障害等に関し、当社は事由の如何を問わず一切責任を負うものではないことをあらかじめご了承ください。本資料に含まれる著作物は、著作権法により保護されており、それらを無断で複製、改編、翻訳、頒布、実演または展示することは禁止されております。本資料への情報の掲載は、投資勧誘を目的にしたものではありません。

実際に投資を行う際は、本資料の情報に全面的に依拠して投資判断を下すことはお控えいただき、投資に関するご決定はご自身のご判断で行うようお願いいたします。