

2011年9月21日（周三）

Important disclosures
and disclaimers appear
at the back of this
document.

企业调查报告
文责 特邀分析师
佐藤 譲

■通过提高主营收入和开展新业务， 力争达到1000亿日元销售额

作为在日本国内拥有最多“汽车改装用品连锁店（Autobacs）”、“批发超市”加盟店的企业，本公司利用卓越的经营手法在国内持续发展，并正式打入海外市场。2012年初在马来西亚打响汽车用品销售事业第一炮后，在中国、越南也准备展开食品超市业务。

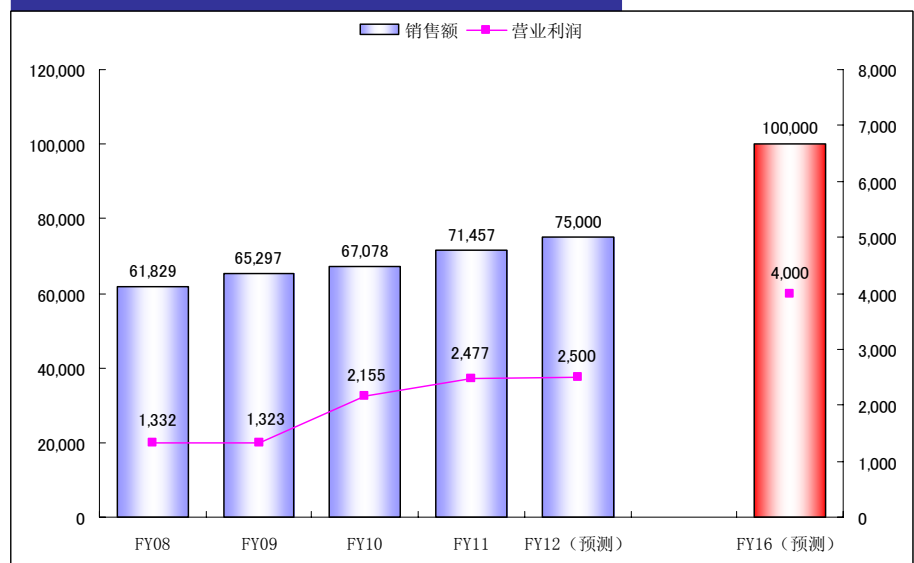
除了“汽车改装用品连锁店（Autobacs）”、“批发超市”两大主营业务外，公司现阶段致力于开展农产品的产地直送市场计划——“恩泽之乡”的新业务。目前，新业务因加速开店使得初期运营成本增加，该业务暂未贡献利润，预期通过复合型店铺的效应以及吸引客户等方法，可望在将来获得利润回报。

本公司制定的中长期战略计划中，计划在2016财年（日本财年周期2015年4月～2016年3月）实现1,000亿日元销售额、40亿日元营业利润的目标。预计海外业务、“恩泽之乡”等新业务能走上正轨，加上现在持续发展中的“批发超市”的开店扩张，目标达成的可能性可谓非常之高。

■关键点

- “汽车改装用品连锁店（Autobacs）”、“批发超市”加盟店顺利扩张
- 新业务“恩泽之乡”、“海外市场”在最近1～2年愈发活跃
- 2016财年的目标销售额1,000亿日元、营业利润40亿日元

最近3年业绩情况和未来经营计划（单位：百万日元）



■ 公司历史沿革

以“汽车改装用品连锁店（Autobacs）”、“批发超市”为轴心推进多元化经营

1975年10月，当时还是创业者的董事长木下守氏在兵库县加古川市的Sevenbowl保龄球馆的停车场内开设了“Autoseven加古川店”，开始了汽车用品销售事业。

1976年7月，和Autobacs Seven<证券代码9832>公司签订加盟合同，随后以兵库县为据点在7个府县中开设了50家Autobacs店，是日本汽车加盟店中数量最多的。

1995年4月，公司名称由木下商事股份有限公司改为Autoseven股份有限公司。

2002年1月，作为多元化战略，设立了Seven Planning子公司。参入了布局开店相关等等不动产事业。此外，同年4月又设立了Sun Seven子公司，开始了食品、生活用品销售事业。同时和神戸物产<证券代码3038>公司展开的“批发超市”签订了加盟合同，在兵库县神戸市设立了“批发超市箕谷店”，并此次为起点在12个都府县设立了92家店铺，这也是日本同类型加盟店中为数最多的。

2004年4月，设立了摩托车专卖店、BikeSeven子公司（现G-7 Motors）。同年9月，在香港设立七福集团有限公司，确立了在亚洲的事业据点。

2006年4月，转型为控股公司制，公司改名为G-7控股公司。控股公司功能之外，对继承Autoseven股份有限公司的所有公司进行拆分。此外，同年11月，收购了经营汽车用品商店的福神产业和钣金涂装公司Takatsuki（现G-7 Motors）。

2008年6月，从可口可乐西日本股份有限公司收购了特色食品精选销售的C&C。

2009年11月，在Seven Planning开始了再生资源事业。同年12月，通过收购展开农产品的产地直送市场的恩泽之乡，将其纳入旗下，包括积极推进M&A在内的多元化经营。

<上市的历程>

1996年在大阪证券交易所2部上市；

2001年在东京证券交易所2部上市；

2005年，随着公司的发展，在东证和大证都升格为1部。

附注：G-7控股公司名称的由来。“G”意指向国内外“全球(Global)”发展、满怀“激情(Guts)”，活力旺盛的“集团(Group)”，用“G”一个字来概括。“7”是表达对创业地“sevenbowl”的敬意以及“Lucky Seven”幸运数字。



■ 主营业务概况

通过对汽车的全面维护提高公司发展性和收益率

(1) Autobacs・汽车相关业务

本公司创业以来的主营业务。2011财年的销售额是29,405百万日元、营业利润1,414百万日元，各占集团总收入的41%、57%。

作为经营该事业的子公司，在Autobacs的加盟店中，有主营汽车用品销售、维护的Autoseven，以及主营汽车和摩托车销售、维护事业的G-7 Motors。截止到2011年6月，Autoseven共有50家Autobacs分店，其店铺数量在加盟店中雄居榜首。2011财年的销售额约为26,600百万日元，经营利润（注：“经营利润”即日本的会计科目“经常利润=营业利润+营业外收入-营业外费用”，下同）约1,600百万日元，占据了该事业的半数以上。

Autoseven的长处在于独特的店铺经营手法、从商品的订货和出货直到库存管理、待客礼仪、售后服务，在彻底地改善经营效率的同时，也追求客户服务品质的向上。该店铺的运营获得相当高的评价，其它FC经营者竞相来访参观学习。但现状是日本国内汽车用品市场非常成熟，进一步提高营业额十分困难。其中如何吸引更多的客户是该业务增长的关键。公司通过强化业界领先的车检服务、钣金涂装、洗车、涂漆等全面维护服务，实现了客户量的持续增加。其效果正如图标所示，显示了与同业两大公司相比，客户数、收益率两方面都拉开了差距。

另外，日本国内汽车用品销售市场趋于饱和，作为今后的基本战略。通过充实汽车维护服务，来支持汽车生活的商店增加客户数量、扩大收益。特别是对车检、易耗零件的更换服务、钣金涂装等容易因个人劳动生产率差异而影响收益性的服务，可期待公司的经营手法得到更进一步的发挥。这种维护服务的销售额占比现在约为20%，并以每年呈2位数地增长，预期今后该服务比重也会进一步上升。此外，若有机会公司还计划通过M&A扩大市场份额和销售额。由此可见，相比其它公司有着良好的扩展基础。

Autobacs



BP服务站



BP服务站是修理伤痕、凹处、保险范围内修理、涂镀、4轮定位、钣金、涂装、玻璃窗维修、使用适合环境的涂料等对综合的汽车维修服务站

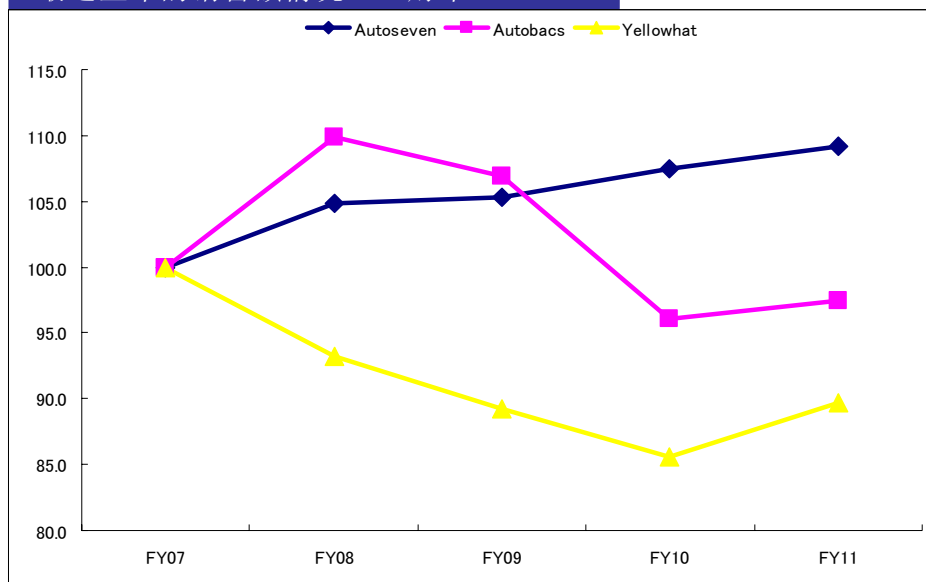


■ 主营业务概况

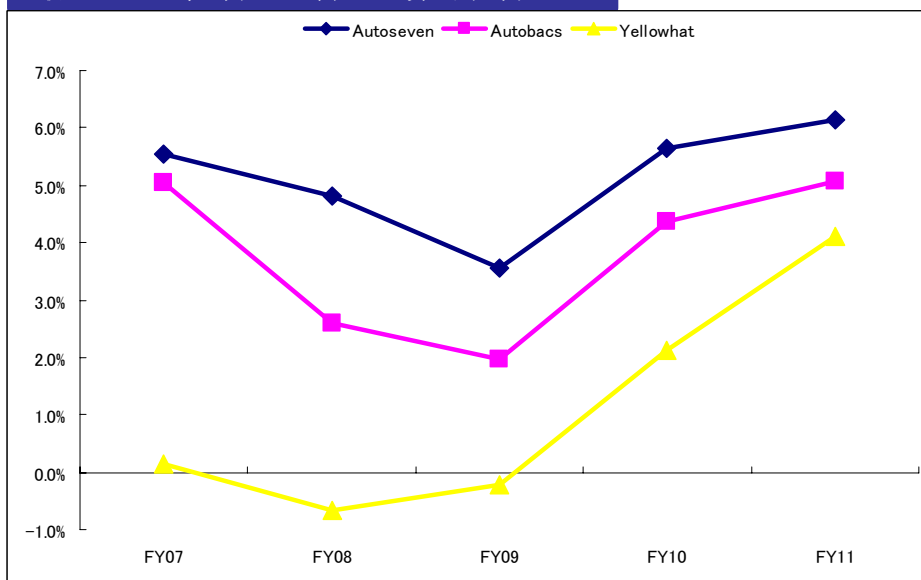
快速车检



最近五年的销售额情况（07财年=100）



最近五年占主营业务的占比



※Autoseven（销售额经营利润率）
 Yellowhat（汽车用品等销售事业销售额营业利润率）

和其他公司相比，有良好的扩展基础

受雷曼危机的影响，主营业务收入大幅下降，目前处于V字型恢复，且达成更高效率



Autoseven培养的经营手法为收益作出贡献

(2) “批发超市”・特色食品事业

本事业部门在2011财年的销售额为39,940百万日元、营业利润为1,116百万日元，各占总收入的56%、45%。本事业的主力子公司是展开加盟店“批发超市”的Sun Seven，前一财年的销售额37,168百万日元、经常利润1,174百万日元，占据该事业的半数以上。“批发超市”的特点是，通过省去连接制造商和最终消费者的批发这一中间环节，实现低价销售。此外，最终客户不仅仅是中间商，还有一般消费者。在通货紧缩长期化趋势下，消费者购买廉价商品的意识不断增强，低价食品超市作为零售业的新形式正逐步发展起来。

Sun Seven在2002年与神戸物产公司缔结加盟合同之后，以兵库县为中心扩大店铺数。到2011年6月末，经营92家店铺成为“批发超市”中最大的加盟店。每年开店数如图所示，至2007年连续每年设立10家以上店铺，最近2~3年稍事休整，今后还会再度以每年新设10家店铺的速度为目标。在潜在市场巨大的东京、神奈川等首都圈和中部圈内积极展开。由于初期的店铺迅速扩张，目前还没有取得利润贡献。2009财年以后，盈利店铺数也开始增加，利润也显著地增加。

本公司为了增强销售力，最近增加了以销售蔬果、精品肉、鲜鱼等生鲜食品的店铺。通过运用Autoseven培养的店铺经营手法，追求彻底提高销售效率和经费消减，通过以“低价”路线提高销售额，扩大收益。为了控制初期运营成本，在店铺开设之际，主要利用免装修的二手店面是其特点之一。

另外Sun Seven还展开了连锁家常菜商店“Green's K”业务。并且，除Sun Seven以外，该事业还包含了选取全国的特选食品（约3,000家公司、6万商品数），作为“特色食品”向百货店、高品质超市进行批发销售的子公司C&C。在2011年5月，公司首次在大阪开设“特色食品馆”直营店。

批发超市



Green's K

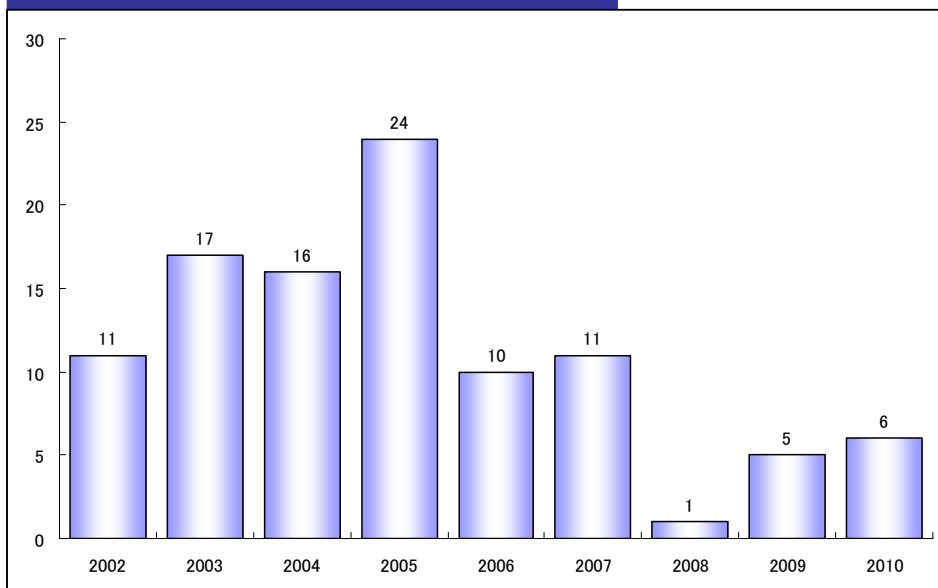


■ 主营业务概况

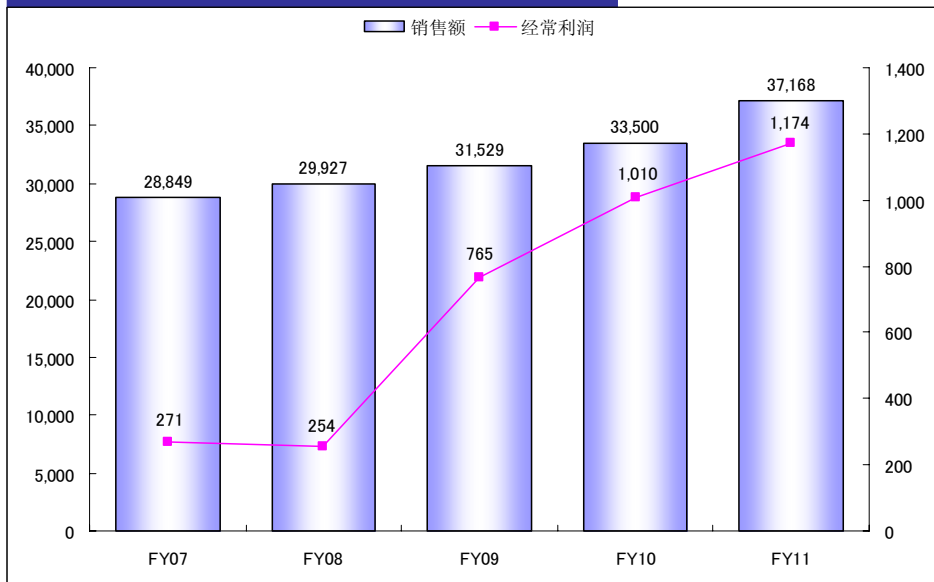
特色食品馆



“批发超市”的新开店数



近五年Sun Seven的业绩一览（单位：百万日元）



至2007年，每年开设10家以上新店

最近2~3年稍事休整，今后还会再度以每年新增10家店铺的速度为目标

“批发超市”、特色食品事业的主力子公司Sun Seven

业绩或因初期的店铺迅速扩展，没有取得利润。2009财年以后，利润显著地增加



■ 主营业务概况

“恩泽之乡”的店铺数急剧增加

(3) 其它业务

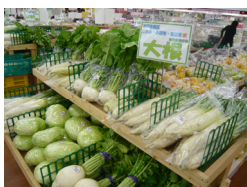
作为其它事业，子公司Seven Planning除了展开不动产开发、饮食、再利用、护理事业以外，还包括在子公司恩泽之乡所展开的农产品产地直送市场“恩泽之乡”、自家生产的恩泽之乡农场的运营等。恩泽之乡运营的产地直送市场“恩泽之乡”，到2011年6月末，以兵库县为中心在1年半中急速扩张了22家店铺，今后每年以新设10家以上店铺的速度继续扩张。其它部门在2011财年的销售额约2,100百万日元、营业利润约100百万日元，对全体业绩影响甚微。

恩泽之乡&食品超市
泉佐野店

恩泽之乡 学园南店



早晨采摘的新鲜蔬菜、水果



特色加工食品



新采摘的鲜花·盆栽



■ 业绩动向

“恩泽之乡”虽先扩大投资，现有事业发展势头良好

（1）2012财年的第一季度（2011年4-6月）财报

8月9日公布的2012财年第一季度（4-6月）财报显示，销售额为18,119百万日元，同比增长6.2%；营业利润为488百万日元，同比减少14.4%；经营利润为485百万日元，同比减少17.0%；季度纯利润为269百万日元，同比增长52.8%。

分别以各个部门来看，Autobacs汽车相关事业随着数字地面广播的普及，因为调谐器的销售额的增加和轮胎涨价之前的临时性需要等，销售额达到6,941百万日元，同比增长1.0%，营业利润因维护部门的比率上升和个人劳动生产率的提高等效果，达到259百万日元，同比增长13.2%。

在“批发超市”、特色食品事业方面，受消费者低价偏好倾向持续的影响，“批发超市”势头强劲。销售额达到10,606百万日元，同比增加8.0%；营业利润达到381百万日元，同比增加17.1%，收益继续保持增长。

在2大主力事业增加收益的情况下，唯一减少收益的是其它业务部门。尽管销售额因“恩泽之乡”新设6家店铺的效果，达到571百万日元，获得了同比54.5%大幅增长。不过营业利润因为初期开店费用增加及资产折旧，出现122百万日元的赤字（去年同期为27百万日元的盈利）。但这种由于经费增加导致的收益不佳是在计划范围之内。

另外，第一季度纯利润获得增长，是因为根据资产退废负债的会计准则的实施，消除了去年同期计入的232百万日元的特别损失。

近三年季度销售额和经营利润的情况（单位：百万日元）

	销售额					经常利润				
	FY10	FY11	增长率	FY12	增长率	FY10	FY11	增长率	FY12	增长率
1 Q	16,309	17,058	4.6%	18,119	6.2%	563	584	3.70%	485	-17.0%
2 Q	16,551	17,436	5.4%	-	-	582	484	-16.80%	-	-
3 Q	18,216	19,390	6.4%	-	-	755	1,063	40.80%	-	-
4 Q	16,002	17,573	9.8%	-	-	347	460	32.60%	-	-

主营业务情况良好及“恩泽之乡”客户数增加，维持业绩预测

(2) 2012财年展望

关于2012财年展望，公司的业绩预测：销售额为75,000百万日元，同比增加5.0%；营业利润为2,500百万日元，同比增加0.9%；经营利润为2,200百万日元，同比减少15.1%；同财年净利润为500百万日元，同比减少28.8%。有关收益的季节性因素，Autobacs·汽车相关事业中，由于冬用轮胎、链条等销售额历来在冬季期间有增加倾向，预期每财年第三季度（10-12月）将达到高峰。

至8月为止的经营状况，2大主营业务顺利进行，至于其它事业，虽然“恩泽之乡”的客户数量增长缓慢，但今后利用复合型店铺的效应能使吸引更多客户，有望恢复盈利增长。

2012年财年各子公司的销售计划：

Autoseven为28,000百万日元，同比增长5%；

Sun Seven为39,000百万日元，同比增长5%。

2012年财年的新店开设计划：

“汽车改装用品连锁店（Autobacs）”新设1家店铺和1家钣金涂装工厂（BP服务站）。

“批发超市”开设11家以上店铺，争取在本财年底扩大到100家店铺。

“恩泽之乡”计划开设14家店铺，合计达到30家店铺。

全年业绩的概况（单位：百万日元）

结算期	销售额	同比	营业利润	同比	经常利润	同比	净利润	同比	EPS (日元)	分红 (日元)
FY08	61,829	3.8%	1,332	-11.0%	1,308	-16.4%	391	-49.8%	29.38	10.00
FY09	65,297	5.6%	1,323	-0.7%	1,344	2.7%	259	-33.7%	19.57	10.00
FY10	67,078	2.7%	2,155	62.9%	2,247	67.2%	871	236.3%	66.47	22.00
FY11	71,457	6.5%	2,477	14.9%	2,591	15.3%	701	-19.4%	56.94	13.00
FY12 (预测)	75,000	5.0%	2,500	0.9%	2,200	-15.1%	500	-28.8%	41.08	14.00

■今后的重点事业

通过重点推进8大事业战略， 力争销售额1000亿日元、营业利润40亿日元

公司方面正在制定2016年财年为止的5年中长期事业计划。在最终财年度，以合并销售额1,000亿日元（年均增长率7.0%）、营业利润40亿日元（年均增长率10.1%）为经营目标。为达成该目标，将重点推进以下8大事业为战略方针。

- ①全面支持及进一步充实汽车生活
- ②加速批发超市的开店步伐、确立新式超市商业模式、展开熟食店“Green's K”的多店铺战略
- ③扩大特色食品的业务及试行特色食品零售专卖店“特色食品馆”
- ④新维护工厂“Carzone”的运营
- ⑤护理预防康复服务“nagomi”、再利用事业“良品买馆”、“Mega Recycle王国”等新事业、新模式业务的开拓
- ⑥M&A的积极推进
- ⑦以亚洲为中心的海外事业拓展
- ⑧展开产地直送“恩泽之乡”的多店铺战略

下面主要介绍今后1~2年中预期最为活跃的海外事业和“恩泽之乡”的战略。

（1）海外战略

为了促使集团更快地发展，今后将加快迈进发展潜力巨大的亚洲地区。首先，于2012年初将在马来西亚开展汽车零件销售事业，明年在中国、越南展开食品超市事业。

投资方法主要是通过新加坡的G-7International以100%的出资设立当地法人，进行事业展开。但越南因投资限制等法律问题，将通过最终取得当地批发企业70%股份的形式展开事业。

①马来西亚

2011年1月在马来西亚设立当地法人“Seven Fortune Malaysia”。已经取得距首都吉隆坡仅20分钟车程的场地。租借约5785平方米土地，其中1322平米用于建2层楼的建筑物，从8月下旬开始施工。计划将1楼用于Autobacs店，2楼用于招租4家饮食店。新店预定于2012年1~2月开张。计划投资额约3亿日元，其中包括初期的进货费用。由于在大型场地建设2层的建筑，增加了一定的投资额。计划今后开设的店铺皆为单层建筑，可将费用控制在1.2~1.3亿日元。收益方面目标在第3年实现盈利。人员配置方面除了3名日籍员工，计划雇佣当地员工。目前已经在当地雇佣了3名员工，今年10月开始在新加坡Autobacs展开培训。

马来西亚则以吉隆坡为中心，计划用3年时间开设5家店铺。决定进入马来西亚市场，是因为马来西亚汽车普及率较高，又在当地举办F1赛事等富有爱车情结，对汽车用品售后市场的需求强烈等背景。另外，作为竞争对手虽有ENEOS、BROtherS两大外资汽车零件店，但其它私营商店依然居多，故判断该市场仍有较大的发展空间。

而在食品超市事业方面，日系企业中也已有永旺等大型企业进入市场，现在即使加入发展空间也相当有限，因此本公司不打算进入该市场。



■今后的重点事业

②中国

计划在中国经营食品超市。于2011年10月在上海设立子公司作为第一据点。本公司经营的食品超市，包括食材均带有高级感，面向中高层住宅区展开。店铺名为“七福超市（Seven fortune Mart）”，9成商品是从当地食品公司调度。计划店铺面积为825~990平米，视之后的市场状况在当地建立最适合的店铺。初期投资额包括设备费用、进货费用约为5,000万日元。

目前仍处在寻找场地的阶段，在9月为止准备决定第一块场地。候补地区为上海郊外、北京、成都、杭州、宁波、天津、青岛等，目标在3年内开设30家店铺。若在同一地区内开设25家以上店铺，则要考虑建立物流中心。

在本公司进入中国市场之际，将引入商品的陈列方法和新鲜度管理、购买便利性日本所积累的店铺经营手法，提高与竞争对手公司拉开差异化、吸引客户。

关于Autobacs事业，由于FC本部现在正在中国展开，目前暂无进入该市场的计划。

③越南

越南也和中国一样，打入食品超市市场。计划在2012年夏季之后开设第1家店铺，以3年内在胡志明市和首都河内各开3家店铺作为目标。

2016财年本公司海外事业的目标销售额为100亿日元，占销售额的10%。在利润方面，开店之初的3年由于启动经费和资产折旧费用等原因，预期会出现赤字。然而从长期来看，由于处在发展潜力巨大的地区，很有可能为本公司的发展做贡献。

若在这3个国家事业能步入正轨，下一个目标便是印度尼西亚。

(2) 产地直送市场“恩泽之乡”

自2009年12月收购以来，该产地直送市场以每年新设15家店铺的水平持续发展至今。现在兵库县有14家店铺，奈良县、千叶县各有3家店铺，大阪府、茨城县各有1家店铺在运营。

在“恩泽之乡”的市场上，作为生产者的农家能够进行蔬菜直销，从而减少了从前的流通环节。由此，对于消费者来说，可以以低价买到当天收获的新鲜蔬菜。同时可确保生产者的稳定收入及提高生产积极性。在农作物自给率低于40%的日本，本流通系统作为支撑和繁荣农业而备受期待。

“恩泽之乡”目前尚处在店铺数扩张的初期阶段，2012财年的销售额虽然增加到30亿日元规模（已在财报中体现了委托销售手续费6亿日元），但预计还将持续赤字。在这种情况下，本公司将有效利用在批发超市等所积蓄的店铺经营手法，推动产地直送市场进一步提高吸客力、扩大销售额、确保利润。具体手段是同时设置低价食品超市，通过提供客户方便性来提升吸客力和销售额。开始从6家店铺引入该战略。

另外，今年9月还将在神户与“恩泽之乡”同时开设“铁板自助 Green's K”饮食店。“铁板自助 Green's K”是神户物产展开的“大阪烧”、“日式炒面”等铁板料理的自助午餐（男性700日元、女性500日元）而闻名的饮食连锁店。通过“产地直送市场+低价食品超市+铁板自助”的复合型店铺，以进一步吸引客户。铁板自助事业计划在2012财年开设4~5家店铺，希望在将来发展到100~200家店铺的规模。

■今后的重点事业

另外，今年9月还将在神户与“恩泽之乡”同时开设“铁板自助 Green' s K”饮食店。“铁板自助 Green' s K”是神户物产展开的“大阪烧”、“日式炒面”等铁板料理的自助午餐（男性700日元、女性500日元）而闻名的饮食连锁店。通过“产地直送市场+低价食品超市+铁板自助”的复合型店铺，以进一步吸引客户。铁板自助事业计划在2012财年开设4~5家店铺，希望在2016年发展到100家店铺的规模。

而为了在供应方面也形成稳定的供应体制和配备丰富的商品，于2011年3月，与福井县的农业生产法人铃木农园和千叶县的生产者联合Deco-pon，以及7月和东京的Naturalart（农畜产品的生产、加工销售公司）展开了业务合作。还与千叶市的农业生产者进行合作，开设了本公司品牌的农场“恩泽之乡千叶农场”，建立了向千叶县等地的产地直送市场供应蔬菜的系统。计划由最初的1公顷，扩大到3公顷。生产品种为小白菜、菠菜、红薯、草莓等。

因受绯闻影响，农作物市场环境变得非常不利。但从食品安全的角度而言，这种产地直送市场非常可能获得更高的评价。今后本公司将着重于在该领域进行展开。

免责声明

■株式会社FISCO（以下称“FISCO”）所涉及的股票及指数数据是由东京证券交易所，大阪证券交易所，日本经济新闻社的许诺而提供。

■“JASDAQ INDEX”的数据及商标的知识产权为大阪证券交易所所有。所有的一切权利属于本公司。

■本报告所公开的内容是基于FISCO判断为可信的信息由FISCO编制并予以发表。FISCO对有关内容，信息的准确性，完全性，及时性不予保证，不承担任何责任。

■本报告所记载的内容是在资料编制时的内容，在没有预告的情况下可能会进行更改。

■本报告的版权和相关的知识产权全部归属于FISCO所有。决不允许在事前没有得到FISCO的书面同意而擅自对本报告进行删节，修改，加工。并且，也决不允许发送，复制，传播，转让本报告。

■FISCO所提供的投资信息纯粹是以信息提供为目的，而不是为了诱导投资及其它行为。

■本报告所记载的股票，信托投资基金，债券，外汇及其他商品等金融商品，在企业经营，经济政策，国际形势等影响下其价值有可能增大，减小或是丧失。

■本报告不保证依照本报告进行投资的资金价值的维持或是增值。依照本报告进行的投资行为而产生的损失，无论任何理由，FISCO将不予承担。

■FISCO及关连公司的董事会成员，职员有可能持有本报告所提及的金融商品。

■关于投资对象及个股的选择，买卖价格等有关投资的最终决定，请客户自己作出判断。

请在同意以上各项内容的前提下利用本报告。

株式会社FISCO