

|| 企業調査レポート ||

G-7 ホールディングス

7508 東証 1 部

[企業情報はこちら >>>](#)

2021 年 11 月 29 日 (月)

執筆：客員アナリスト

佐藤 譲

FISCO Ltd. Analyst **Yuzuru Sato**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2022 年 3 月期第 2 四半期累計業績の概要	01
2. 2022 年 3 月期業績見通し	01
3. 中期経営計画	01
■ 事業概要	02
1. オートバックス・車関連事業	03
2. 業務スーパー事業	04
3. 精肉事業	04
4. その他事業	05
■ 業績動向	06
1. 2022 年 3 月期第 2 四半期累計業績の概要	06
2. 事業セグメント別動向	07
3. 財務状況と経営指標	12
■ 今後の見通し	13
1. 2022 年 3 月期業績見通し	13
2. 事業セグメント別見通し	14
3. 中期経営計画と SDGs の取り組みについて	17
■ 株主還元策	19

■ 要約

業務スーパー事業がけん引し、 2022 年 3 月期業績も過去最高更新を目指す

G-7 ホールディングス <7508> は、「オートバックス」「業務スーパー」のフランチャイジーとして国内最多店舗数を運営する子会社を有する持株会社である。1 人当たり生産性、在庫回転率などを重視した店舗収益力に強みを持つ。M&A を積極的に活用しながら成長を続けており、2021 年 3 月期にはミニスーパー「mini ピアゴ」を運営する(株)99 イチバと食肉卸のアンデス食品(株)をグループ化した。

1. 2022 年 3 月期第 2 四半期累計業績の概要

2022 年 3 月期第 2 四半期累計(2021 年 4 月～9 月)の連結業績は、売上高が前年同期比 2.6% 増の 81,938 百万円、経常利益が同 3.4% 減の 3,473 百万円と増収減益となったが、おおむね社内計画の範囲内で推移した。事業別では、オートバックス・車関連事業や業務スーパー事業が増収増益となった一方で、輸入肉の仕入価格上昇や出店数増加による固定費増により精肉事業が増収減益に、また、その他事業も前年同期に新型コロナウイルス感染症拡大(以下、コロナ禍)で増加した内食需要の反動減により、「mini ピアゴ」及び農産物直売所「めぐみの郷」が減収減益となった。2021 年 9 月末のグループ店舗数は前期末比 6 店舗増の 592 店舗となっており、「業務スーパー」「お肉のてらばやし」を中心に 15 店舗を出店した一方で、不採算だった 9 店舗を退店した。なお、新業態として自転車販売店「トレジャーサイクル」を 1 店舗オープンしている。

2. 2022 年 3 月期業績見通し

2022 年 3 月期の業績は売上高で前期比 7.0% 増の 175,000 百万円、経常利益で同 5.4% 増の 7,700 百万円と期初計画を据え置いた。業務スーパー事業は下期も積極的に出店し増収増益が続くほか、オートバックス・車関連事業も冬用タイヤの販売増により増収増益となる見通しだ。また、精肉事業も輸入肉の仕入価格が下期は沈静化し増益に転じる見込みとなっており、「mini ピアゴ」や「めぐみの郷」の低迷をカバーする格好となる。グループ店舗数は前期末比 50 店舗増の 636 店舗となる計画としているが、既存事業だけでは未達となる可能性が高く、同社は M&A 等の検討を進めている。

3. 中期経営計画

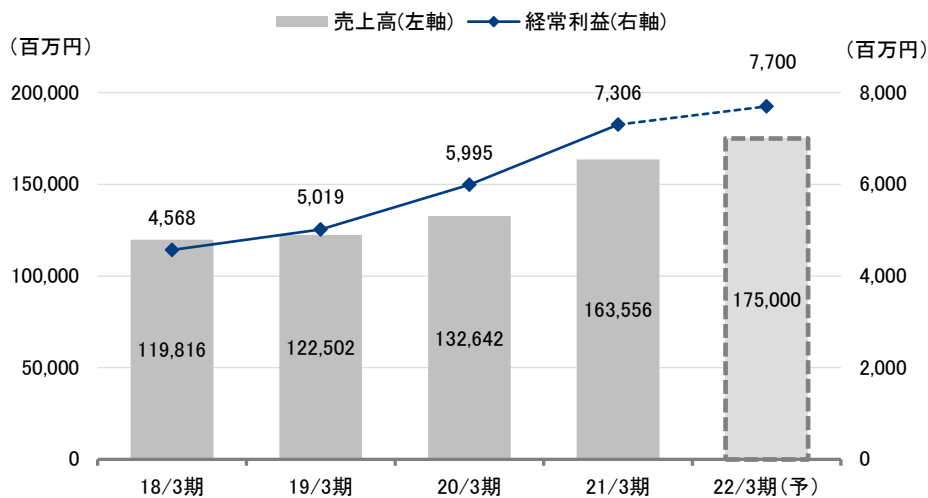
同社は、2026 年 3 月期を最終年度とする 5 ヶ年の中期経営計画をスタートした。2026 年 3 月期の業績目標として売上高 2,500 億円、経常利益 100 億円を掲げている。従業員 1 人当たりの売上高や粗利益の向上による既存店舗の収益力強化と新規出店の拡大を進めていくほか、新業態の開発・育成、M&A などに取り組むことで目標を達成していく考えだ。2021 年 3 月期から 1.5 倍の規模に拡大することになるが、過去の 5 ヶ年計画でも 1.5 倍の成長を実現しており、達成可能な水準と考えられる。また、ESG や SDGs への取り組みについても経営課題として取り組んでいくことにしている。

要約

Key Points

- ・2022年3月期第2四半期累計業績は増収減益決算も、ほぼ社内計画どおりの進捗
- ・2022年3月期は期初計画を据え置き、7期連続の増収増益を目指す
- ・2026年3月期に売上高2,500億円、経常利益100億円を目指す

業績推移



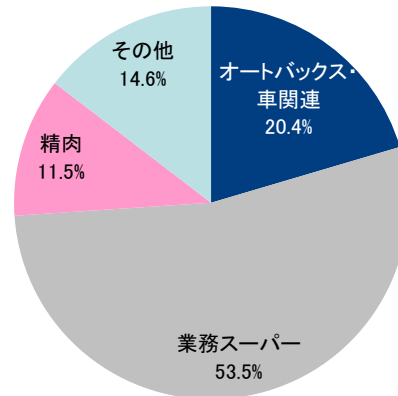
出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 事業概要

「オートバックス」「業務スーパー」「精肉」事業が収益の柱

同社の事業セグメントは、オートバックス・車関連事業、業務スーパー事業、精肉事業、その他事業の4つの事業セグメントで開示している。2022年3月期第2四半期累計の事業別売上高構成比を見ると、オートバックス・車関連事業で20.4%、業務スーパー事業で53.5%、精肉事業で11.5%となり、これら3事業で全体の80%以上を占めている。また業務スーパー事業、精肉事業とその他事業に含まれる「めぐみの郷」や「mini ピアゴ」の売上高を加えると、売上高の約7割を食品小売事業で構成していることになる。

事業概要

**事業セグメント別売上構成比
(2022/3月期第2四半期累計)**


出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

1. オートボックス・車関連事業

オートボックス・車関連事業は、「オートボックス」のフランチャイジーでカー用品販売、メンテナンスなどを展開する(株)G-7・オート・サービスを中心に、バイク用品の販売・メンテナンスを行う「バイクワールド」を運営する(株)G-7バイクワールド、マレーシアで「オートボックス」「バイクワールド」を運営するG7 RETAIL MALAYSIA SDN.BHD.、自動車輸出版売事業を展開するG-7.CrownTrading CO., LTD. の4社で構成されている。

売上高の8割強はオートボックス関連で占められ、2021年9月末時点のオートボックス関連の店舗数は国内75店舗(オートボックス68店舗、オートボックスエクスプレス7店舗)、マレーシア2店舗となり、オートボックスグループ(国内585店舗、海外51店舗)のなかでは最大規模のフランチャイジーとなっている。国内の出店エリアは兵庫県、京都府、福井県、岡山県、広島県、千葉県、茨城県となり、なかでも兵庫県には全体の約5割となる39店舗を出店している。従業員1人当たりの生産性や粗利益率、在庫回転率などを重視した店舗運営を徹底しており、オートボックスグループのなかでも高い収益性を維持している。そのほか、「BPセンター」(板金・塗装)9店舗、新車・中古車買取販売の「スズキカーズ大阪」1店舗などを展開している。また、2020年から新業態としてアウトドア用品専門店「FIELD SEVEN」を開始しており、「オートボックス」店舗内に3店舗出店している。

「バイクワールド」は、2021年9月末時点で国内12店舗、マレーシア2店舗の合計14店舗を展開している。また、2017年に子会社化したG-7.CrownTradingは東南アジア向けを中心に自動車の輸出版売を行っており、売上構成比はそれぞれ1割弱となっている。

事業概要

そのほか、G-7・オート・サービスで、たい焼き専門店「やまや本舗」((株)やまや鯛焼き本舗)3店舗、コインランドリーショップ「マンマチャオ」((株)エムアイエス)6店舗を運営しているが、業績への影響は軽微となっている。

2. 業務スーパー事業

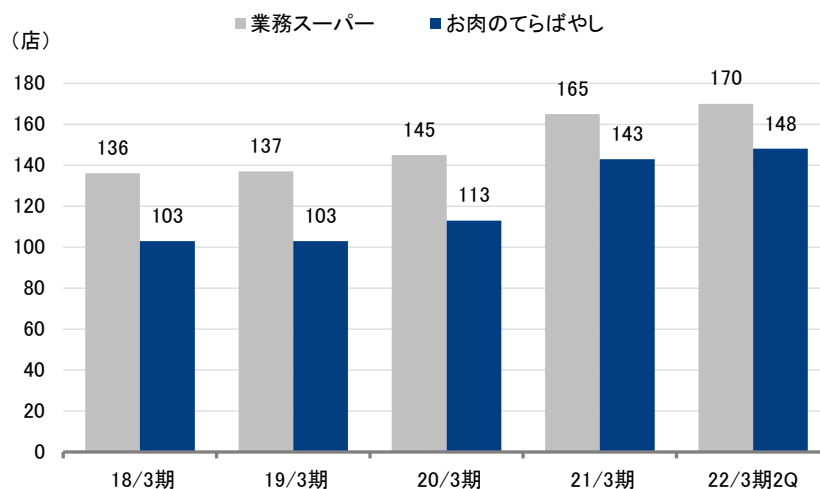
業務スーパー事業は、「業務スーパー」のフランチャイジー展開をする(株)G-7スーパーマートの事業となる。出店エリアは関東、中部、関西、九州、北海道地域で、2021年9月末時点の店舗数は170店舗と業務スーパーグループ(942店舗)のなかで最大規模を誇る。地域別店舗数を見ると、関東が68店舗(東京19、神奈川17、埼玉18、千葉14)と最も多く、次いで中部37店舗(愛知26、三重8、岐阜3)、関西34店舗(兵庫23、大阪11)、九州21店舗(福岡15、熊本4、長崎2)、北海道10店舗となっている。特に、2021年3月期以降は九州での出店を加速させている。

3. 精肉事業

2015年に子会社化した(株)G-7ミートテラバヤシ(旧(株)テラバヤシ)の事業となり、精肉小売店「お肉のてらばやし」を全国に展開している。子会社化以降は「業務スーパー」または「めぐみの郷」のテナントとして出店を積極化している。また、2020年4月に精肉卸・小売販売事業を行うアンデス食品を連結子会社化(同年7月に吸収合併しアンデス食品事業部を組織)している。アンデス食品は首都圏で主に飲食業界や給食、総菜業界向けに卸販売しているほか、一部小売販売も行っている。

2021年9月末時点の店舗数は「お肉のてらばやし」が148店舗、アンデス食品が15店舗の合計163店舗となっている。地域別店舗数で見ると、関東が72店舗と最も多く、次いで関西(兵庫県、大阪府)36店舗、東海(愛知県、三重県、岐阜県)26店舗、九州(福岡県、熊本県)14店舗となっている。「お肉のてらばやし」に関しては全体の約9割が「業務スーパー」や「めぐみの郷」等のグループ店舗内で出店している。

業務スーパー、お肉のてらばやしの店舗数推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項(ディスクレマー)をお読みください。

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

事業概要

4. その他事業

その他事業には、農産物直売所「めぐみの郷」を運営する(株)G7 アグリジャパンや、食品・飲食店事業を展開する(株)G7 ジャパンフードサービス、女性向け健康体操教室「カーブス」((株)カーブスジャパン)や新業態となる自転車販売店「トレジャーサイクル」を運営する(株)G7 リテールジャパンのほか、2020年4月に子会社化した99イチバが運営するミニスーパー「mini ピアゴ」の事業が含まれる。

「めぐみの郷」については、2021年9月末時点で45店舗を出店している。地域別店舗数を見ると、関西に24店舗(兵庫17、大阪5、奈良2)、関東に15店舗(東京7、千葉3、埼玉3、神奈川2)、中部に6店舗(愛知5、岐阜1)となり、45店舗中34店舗が「業務スーパー」内での出店となっている。また販売方法はエリアによって異なり、関西エリアでは委託販売方式(販売額の約2割を手数料収入として売上計上)となり、中部及び関東エリアは買取販売方式(卸販売事業者からの仕入販売)を採用している。中部・関東エリアでは生産者との直接のネットワークが構築されていないため、事業リスクの観点で今後の課題となっている。

食品・飲食店事業のうち、食品事業については地域の名産品・特産品を発掘し、百貨店や専門店、ECショップなどで販売しているほか、冷凍食品等の各種PB商品の開発・製造・販売を行っている。飲食店事業に関しては、「いきなり!ステーキ」((株)ベッパーフードサービス)のフランチャイジーとして台湾に1店舗出店しているが、2022年3月末までに閉店予定となっている。また、カスタードアップルパイ専門店「RINGO」1店舗についても2022年1月に閉店予定となっており、飲食店事業についてはすべて撤退することになる。

そのほかフランチャイジーとして、女性向け健康体操教室「カーブス」を25店舗運営しているほか、2021年7月に新業態となる自転車販売店「トレジャーサイクル」を1店舗出店している。なお、インドアゴルフスクール「ステップゴルフ」(ステップゴルフ(株))を3店舗運営していたが、2021年7月末にすべて撤退した。

「mini ピアゴ」は東京都、神奈川県で展開しており、2021年9月末時点で71店舗(東京57店舗、神奈川14店舗)を出店している。売上規模は1店舗当たり年間2億円程度で、利益率は1%強と「業務スーパー」と比較すると低く、収益力の向上が課題となっている。99イチバに関しては、現在出資比率が80.0%となっており、2022年4月に残り20.0%をパン・パシフィック・インターナショナルホールディングス<7532>の子会社であるユニー(株)から250百万円で買い取り、完全子会社化する予定となっている。

事業概要

主な連結子会社

事業セグメント	会社名	出資比率	事業内容
オートボックス・車関連	G-7・オート・サービス	100.0%	「オートボックス」の運営等
	G-7 バイクワールド	100.0%	「バイクワールド」の運営等
	G-7.CrownTrading	100.0%	新車・中古車の輸出販売
	G7 RETAIL MALAYSIA	100.0%	「オートボックス」「バイクワールド」の運営等
業務スーパー	G-7 スーパーマーケット	100.0%	「業務スーパー」の運営等
精肉	G-7 ミートテラバヤシ	100.0%	食肉及び畜産加工品の卸・小売事業
その他	G7 アグリジャパン	100.0%	「めぐみの郷」の運営等
	G7 ジャパンフードサービス	100.0%	食料品・飲料の製造、卸売販売、飲食店運営等
	G7 リテールジャパン	100.0%	グループの不動産管理、フィットネスクラブの運営等
	G7 ストアイノベーションズ	100.0%	店舗デザイン、内装設備の設計・施工管理
	99 イチバ	80.0%	ミニスーパー「mini ピアゴ」の運営

出所：有価証券報告書、リリースよりフィスコ作成

業績動向

2022年3月期第2四半期累計業績は増収減益決算となるが ほぼ社内計画どおりの進捗

1. 2022年3月期第2四半期累計業績の概要

2022年3月期第2四半期累計の連結業績は、売上高が前年同期比2.6%増の81,938百万円、営業利益が同5.2%減の3,274百万円、経常利益が同3.4%減の3,473百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益が同2.7%減の2,445百万円と増収減益となった。社内計画との比較では売上高で約2%、経常利益で約1%の未達となったが、親会社株主に帰属する四半期純利益は社内計画どおりの進捗だったと見られる。

2022年3月期第2四半期累計業績（連結）

（単位：百万円）

	21/3 期 2Q 累計		22/3 期 2Q 累計		前年同期比
	実績	売上比	実績	売上比	
売上高	79,848	-	81,938	-	2.6%
売上原価	59,697	74.8%	61,707	75.3%	3.4%
販管費	16,698	20.9%	16,955	20.7%	1.5%
営業利益	3,452	4.3%	3,274	4.0%	-5.2%
経常利益	3,594	4.5%	3,473	4.2%	-3.4%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	2,512	3.1%	2,445	3.0%	-2.7%

出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

売上高は新規出店効果により業務スーパー事業や精肉事業が増収となったほか、オートバックス・車関連事業も増収となり、その他事業に含まれる「めぐみの郷」「mini ピアゴ」事業の減収分をカバーして過去最高を更新した。一方、利益面では業務スーパー事業やオートバックス・車関連事業が増益となったものの、精肉事業やその他事業の減収分をカバーできず、全体で若干の減益となった。会社計画比ではオートバックス・車関連事業や精肉事業、その他事業に含まれる「めぐみの郷」「mini ピアゴ」等の下振れ分を、業務スーパー事業やその他事業に含まれる食品・飲食店事業の上振れで相殺した格好となっている。なお、2021年9月末のグループ店舗数は592店舗と前期末比で6店舗増となった（新規出店15店舗、退店9店舗）。

事業セグメント別業績

(単位：百万円)

	売上高			経常利益			経常利益率	
	21/3期 2Q累計	22/3期 2Q累計	前年 同期比	21/3期 2Q累計	22/3期 2Q累計	前年 同期比	21/3期 2Q累計	22/3期 2Q累計
オートバックス・車関連	16,591	16,720	0.8%	580	614	5.9%	3.5%	3.7%
業務スーパー	41,067	43,879	6.9%	2,045	2,169	6.1%	5.0%	4.9%
精肉	9,330	9,401	0.8%	520	236	-54.5%	5.6%	2.5%
その他	12,859	11,937	-7.2%	277	231	-16.6%	2.2%	1.9%
合計	79,848	81,938	2.6%	3,594	3,473	-3.4%	4.5%	4.2%

出所：四半期報告書よりフィスコ作成

「業務スーパー」は新規出店攻勢により増収増益が続く

2. 事業セグメント別動向

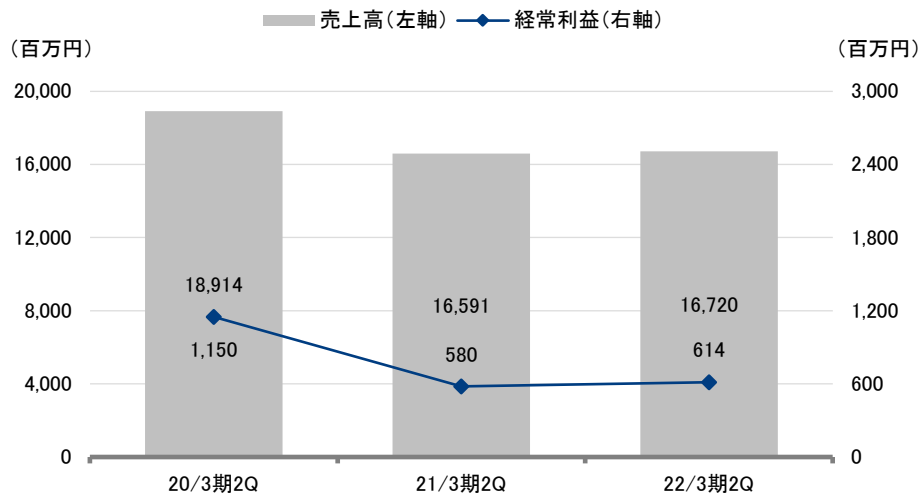
(1) オートバックス・車関連事業

オートバックス・車関連事業の売上高は前年同期比0.8%増の16,720百万円、経常利益は同5.9%増の614百万円となった。このうち、主力のG-7・オート・サービスについては、コロナ禍が長期化したことにより帰省や行楽シーズンの来店客数が伸び悩み、主力商品であるタイヤに加えて、ドライブレコーダーやナビゲーション等の需要が低調だったことが響いた。

カテゴリー別の売上増減率を見ると、車通勤の増加に伴いメンテナンス関連が前年同期比13.3%増、オイルが同3.6%増となった一方で、タイヤが同2.6%減、カーエレクトロニクス製品が同9.5%減、サービスが同1.9%減となった。利益面では、採算の良いタイヤ販売の減少が響き減益となった。

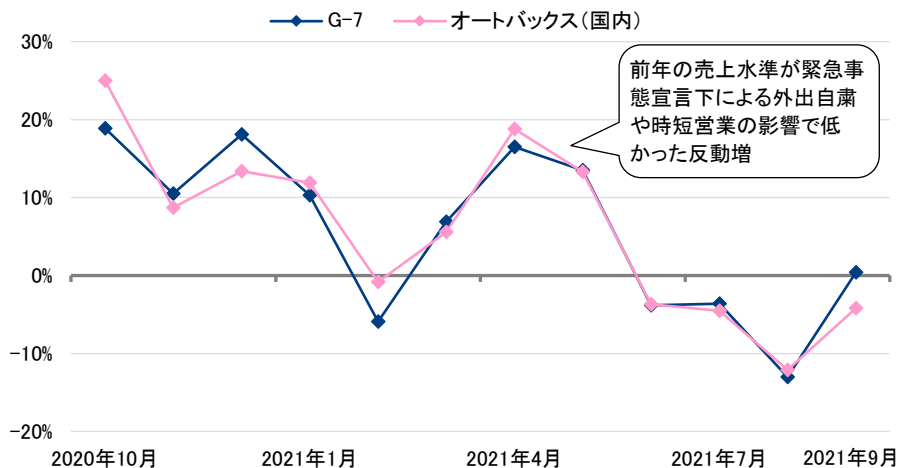
業績動向

オートボックス・車関連事業の業績推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

既存店ベースの月次売上高伸び率の推移を見ると、2021年4月～5月は前年同月の水準が低かった反動で2ケタ増となったものの、6月以降は減少に転じており、「オートボックス」本部の既存店伸び率との比較で見ても、ほぼ同様の動きとなっている。なお、2021年9月末における国内のオートボックス関連店舗は出店・退店ともに1店舗となり、前期末横ばいの75店舗となった。

 オートボックス既存店売上高伸び率
 (前年同月比)


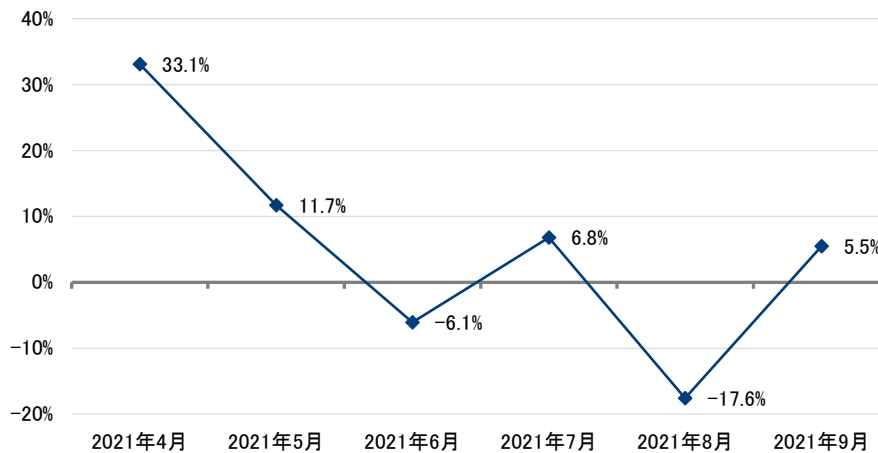
出所：同社提供資料よりフィスコ作成

業績動向

また、新業態として 2020 年 3 月より出店を開始したアウトドア用品専門店「FIELD SEVEN」については中部圏に 1 店舗を出店し、合計 3 店舗となった。コロナ禍が続くなかで売上高としてはまだ十分な水準とは言えないものの、コロナ収束後のキャンプ需要の拡大を見据えて、商品戦略などを見直しながら収益化を目指している。また、コインランドリー「マンマチャオ」も近畿圏で 1 店舗を出店し、合計 6 店舗となっている。

G-7 バイクワールドについては、コロナ禍における移動手段としてバイクの需要が拡大していることや、バイク王&カンパニー<3377>が運営する「バイク王」とのコラボ出店の取り組みが奏功して既存店ベースでは前年同期比 1 ケタ台の増収となった。ただ、2021 年 3 月期に閉店した 1 店舗（岡山久米店）の売上減少分を、同じく前期に出店した店舗（高松店）の売上で穴埋めできず、全体では減収となった。一方、利益面では既存店の売上拡大に伴う収益性の改善により 2 ケタ増益となっている。2021 年 9 月末における国内店舗数は前期末比横ばいの 12 店舗となった。

バイクワールド既存店売上高伸び率
(前年同月比)



出所：同社提供資料よりフィスコ作成

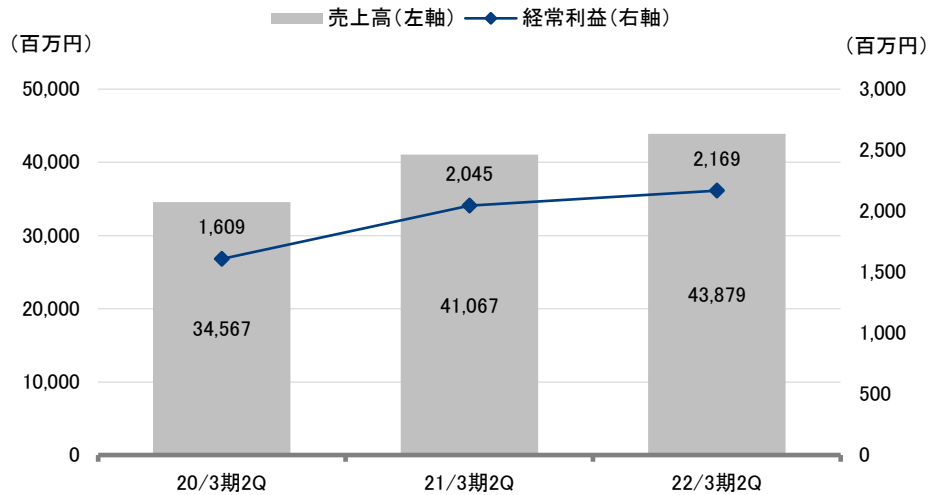
海外のオートボックス及びバイクワールド事業については、出店しているマレーシアでコロナ禍が続いている影響で減収となった。ただ、コスト削減に取り組んだことで損失額は前年同期から縮小している。2021 年 9 月末の店舗数は、「オートボックス」「バイクワールド」とともに 2 店舗で前期末横ばいだった。そのほか、G-7.CrownTrading の自動車輸出販売事業についても、コロナ禍の影響で減収基調が続いたものの、損益面では売掛金の回収が進んだことにより利益に転換した。

(2) 業務スーパー事業

G-7 スーパーマーケットで展開する業務スーパー事業の売上高は前年同期比 6.9% 増の 43,879 百万円、経常利益は同 6.1% 増の 2,169 百万円といずれも過去最高を更新し、会社計画を上回る進捗となった。前年の巣ごもり需要の反動で既存店売上高は同 1.1% 減となったものの、新規出店効果によりカバーした。2021 年 9 月末の店舗数は前年同期比 15 店舗増の 170 店舗と 1 割増加している。2022 年 3 月期第 2 四半期累計期間では 5 店舗出店（九州圏 3 店舗、首都圏及び北海道各 1 店舗）した。利益面では、増収効果によって店舗出店及び改装費用の増加等を吸収して増益となった。

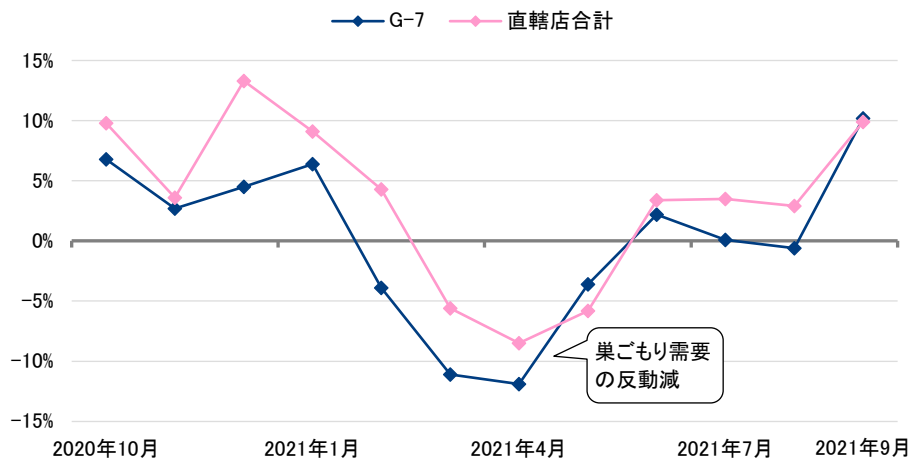
業績動向

業務スーパー事業の業績推移



出所：決算説明資料及び四半期報告書よりフィスコ作成

既存店ベースの月次売上高増減率の推移を見ると、前年の巣ごもり需要の反動により2021年4～5月は前年同月比でマイナスに転じていたものの、同年6月以降は堅調に推移した。特に2021年9月は感謝セールを実施したことやメディアで取り上げられたこともあって10%増と16ヶ月振りの2ケタ増を記録した。神戸物産<3038>の直轄店舗の動きについてもほぼ同様の動きとなっている。

 業務スーパー既存店売上高伸び率
 (前年同月比)


出所：同社提供資料よりフィスコ作成

業績動向

(3) 精肉事業

G-7 ミートテラバヤシで展開する精肉事業の売上高は前年同期比 0.8% 増の 9,401 百万円、経常利益は同 54.5% 減の 236 百万円と増収減益となった。売上高は前年の巣ごもり需要の反動により既存店ベースで同 7.2% 減と低迷したものの、新規出店効果でカバーして全体では増収を維持した。「業務スーパー」との同時出店戦略により、2021 年 9 月末の店舗数は同 21 店舗増の 148 店舗と大幅に増加している。

一方、利益面では仕入価格の高騰による粗利益率の低下に加えて、店舗数拡大に伴うテナント料等の固定費増加等により 3 ケタ減益となった。主力販売商品である米国産輸入牛肉が、世界的な需要拡大とコロナ禍による生産量の伸び悩みによる需給ひっ迫で価格が高騰し、同事業の収益を圧迫した。

なお、2020 年 7 月に組織したアンデス食品事業部については、コロナ禍の長期化で業務用の売上低迷が続き減収となったものの、期中に 1 店舗を閉店するなどコスト削減に取り組んだことで、損益面ではやや改善した（損失額が縮小）。

(4) その他事業

その他事業については売上高で前年同期比 7.2% 減の 11,937 百万円、経常利益で同 16.6% 減の 231 百万円となった。このうち「mini ピアゴ」「めぐみの郷」については、それぞれ前年同期にコロナ禍により急拡大した内食需要の反動減により減収減益となった。特に「めぐみの郷」については、買取販売方式を採用している中部及び関東圏の店舗で商品廃棄ロスが発生したことも収益悪化要因となった。2021 年 9 月末の店舗数は、「mini ピアゴ」が前期末比 1 店舗減の 71 店舗、「めぐみの郷」が同横ばいの 45 店舗（出店、退店各 1 店舗）となった。

G7 ジャパンフードサービスで展開する食品事業は増収増益となった。営業リソースを拡充した効果により首都圏を中心にこだわり食品の顧客開拓が進んだほか、PB 商品となる冷凍食品の販売も好調だった。損益面では、都内の事業所を 2 ケ所から 1 ケ所に集約したことや、不採算だった飲食・スイーツ事業の整理を進めたことも増益要因となった。飲食店事業では「いきなり！ステーキ」の国内店舗 2 店舗を 2021 年 5 月末に閉店し、残りの台湾店舗も 2022 年 3 月に閉店する予定となっている。また、スイーツ事業についても同様に 2022 年 1 月に「RINGO」1 店舗を閉店し、すべて撤退する予定となっている。

G7 リテールジャパンで展開する女性向けフィットネスクラブの「カーブス」については増収となり、損益も改善した。前年同期はコロナ禍で営業自粛を強いられていたが、2022 年 3 月期は会員数も徐々に回復に向かっている。2021 年 9 月末の店舗数は前期末比横ばいの 25 店舗となった。一方、収益が低迷していた「ステップゴルフ」3 店舗については、2021 年 7 月末にすべて撤退した。また、新業態として自転車販売専門店「トレジャーサイクル」の 1 号店を 2021 年 7 月に兵庫県内のグループ店舗敷地内に出店した。当面は、収益モデルの構築に向けた取り組みを進めていく予定となっている。

財務基盤は安定、手元キャッシュの範囲内で M&A を模索

3. 財務状況と経営指標

2022年3月期第2四半期末の総資産は前期末比1,475百万円減少の49,916百万円となった。主な増減要因を見ると、流動資産はたな卸資産が386百万円増加した一方で、現金及び預金が2,505百万円減少した。また、固定資産は業務スーパー事業や精肉事業等の新規出店に伴い有形固定資産が878百万円増加した一方で、のれんが40百万円減少した。

負債合計は前期末比3,022百万円減少の27,106百万円となった。買掛金が415百万円減少したほか、未払法人税等が1,072百万円、賞与引当金が524百万円それぞれ減少したことによる。また、純資産は同1,547百万円増加の22,810百万円となった。親会社株主に帰属する四半期純利益2,445百万円の計上と配当金900百万円の支出等により、利益剰余金が1,542百万円増加した。

経営指標を見ると、株主資本の増加と負債の減少により自己資本比率が前期末比4.3ポイント上昇の45.4%となり、有利子負債比率は同3.0ポイント低下の41.1%となった。ネットキャッシュ(現金及び預金-有利子負債)は法人税の支払いや配当金支出等により同2,505百万円減の4,454百万円となったものの、財務内容は引き続き健全な状態にあると判断される。同社は財務の健全性を維持しながら今後も、手元キャッシュの範囲内で新規出店やM&Aなどの投資を行い、事業を拡大していく戦略となっている。

貸借対照表(連結)

(単位:百万円)

	18/3期	19/3期	20/3期	21/3期	22/3期2Q	増減額
流動資産	21,089	24,575	27,040	27,650	25,256	-2,394
(現金及び預金)	11,279	14,518	16,465	16,259	13,754	-2,505
(たな卸資産)	5,817	5,767	5,602	6,517	6,903	386
固定資産	20,505	20,115	20,846	23,741	24,660	919
(のれん)	179	150	67	516	476	-40
総資産	41,594	44,691	47,886	51,391	49,916	-1,475
負債合計	23,861	25,188	25,868	30,128	27,106	-3,022
(有利子負債)	8,306	8,804	9,348	9,300	9,300	0
純資産	17,732	19,502	22,018	21,263	22,810	1,547
経営指標						
(安全性)						
自己資本比率	41.7%	43.6%	45.9%	41.1%	45.4%	4.3pt
有利子負債比率	47.8%	45.2%	42.5%	44.1%	41.1%	-3.0pt
ネットキャッシュ	2,973	5,714	7,117	6,959	4,454	-2,505

出所:決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2022年3月期は期初計画を据え置き、7期連続の増収増益を目指す

1. 2022年3月期の業績見通し

2022年3月期の連結業績は、売上高で前期比7.0%増の175,000百万円、営業利益で同4.8%増の7,400百万円、経常利益で同5.4%増の7,700百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同3.0%増の5,000百万円と期初計画を据え置いた。計画を達成すれば7期連続の増収増益となり、過去最高業績を連続で更新することになる。

2022年3月期業績見通し（連結）

（単位：百万円）

	21/3期		22/3期		5年間平均		
	実績	売上比	会社計画	売上比	前期比	2Q進捗率	2Q進捗率
売上高	163,556	-	175,000	-	7.0%	46.8%	48.3%
営業利益	7,058	4.3%	7,400	4.2%	4.8%	44.2%	44.3%
経常利益	7,306	4.5%	7,700	4.4%	5.4%	45.1%	44.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,855	3.0%	5,000	2.9%	3.0%	48.9%	47.9%
1株当たり当期純利益（円）	105.82		113.47				

注：2021年10月に1：2の株式分割を実施。1株当たり当期純利益は過去を遡及して修正
 出所：決算短信よりフィスコ作成

通期計画に対する第2四半期までの進捗率は、売上高で46.8%、営業利益で44.2%となり、過去5年間の平均進捗率（売上高48.3%、営業利益44.3%）と比較すれば、おおむね順調に進んでいるものと考えられる。ただ、同社の場合は好採算である冬用タイヤの販売動向が収益の鍵を握る傾向にある。今シーズンも平年並みの降雪量が見込まれているため冬用タイヤの販売は順調に推移すると見られるが、暖冬になった場合には業績の下振れ要因となる可能性もあり、今後の販売動向に留意しておく必要がある。

一方、第2四半期まで利益面で苦戦していた精肉事業は、輸入肉の仕入価格が改善に向かう見通しとなっており、下期は前年同期比で増益に転じる見込みとなっている。また、「業務スーパー」については引き続き積極的に出店を進めていく方針となっており、全体の収益をけん引していくものと期待される。

2022年3月期の出店計画については前期末比50店舗増の636店舗としている。ただ、第2四半期末時点では同6店舗増にとどまっており、計画に届かない可能性もある。

G-7 ホールディングス | 2021年11月29日(月)
7508 東証1部 | <https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

今後の見通し

グループ店舗数と出店・退店数

店舗名	21/3 期		22/3 期		22/3 期		22/3 期末 店舗数 (予)
	2Q 末 店舗数	21/3 期末 店舗数	2Q 累計 出店数	退店数	2Q 末 店舗数	22/3 期 出店計画	
オートボックス (SA、SH 含む)	68	68	1	1	68		68
オートボックスエクスプレス	7	7			7		7
BP センター (钣金・塗装)	8	9			9		9
土山サーキット	1	1			1		1
FIELD SEVEN		2	1		3	1	3
マンマチャオ	5	5	1		6	1	6
たい焼専門店やまや本舗	3	3			3		3
バイクワールド	11	12			12	3	15
業務スーパー	155	165	5		170	12	177
Green's K	1	0					
お弁当屋 K		1			1		1
お肉のてらばやし	127	143	5		148	14	157
アンデス食品 (2020年4月~)	17	16		1	15		16
めぐみの郷	45	45	1	1	45	5	50
スーパーめぐみのさと	1	1			1		1
mini ピアゴ (2020年4月~)	73	72		1	71	6	78
クロッカシユザクザク	1	0					
RINGO	1	1			1		1
良品買館	1	0					
キングラム	1	0					
カーブス	20	25			25	5	30
トレジャーサイクル (新業態)		-	1		1		1
ステップゴルフ	3	3		3	0		3
七つの壺	1	0					
いきなり!ステーキ (台湾含む)	9	3		2	1		3
海外 (オートボックス、バイクワールド)	7	4			4	2	6
合計	566	586	15	9	592	49	636

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

業務スーパー、精肉事業は積極的な出店を継続、 「めぐみの郷」「mini ピアゴ」は収益性改善が課題に

2. 事業セグメント別見通し

(1) オートボックス・車関連事業

オートボックス・車関連事業のうち、主力の G-7・オート・サービスは第 2 四半期まで計画をやや下回っているものの、西日本の寒波予報によって冬季商品の販売増が見込まれ、通期計画の達成を目指す。「オートボックス」の新規出店は 2022 年 3 月に 1 店舗 (福井県) を予定しているが、業績への影響は軽微となる。

G-7 ホールディングス | 2021 年 11 月 29 日 (月)
 7508 東証 1 部 | <https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

今後の見通し

また、SDGs に関連した取り組みとして、「オートボックス」店舗敷地内に EV ステーションや水素ステーションの設置を順次進めていく計画にしている（EV ステーションは千葉県木更津金田店 1 店舗に設置済み）。補助金を活用するため、投資負担もさほど大きくない。当面は無料サービスとするが、いずれは有料サービスにしていく予定だ。EV ステーション等を設置することで、集客力の向上につなげていく。

新業態の「FIELD SEVEN」については、2021 年 11 月にオートボックス木更津金田店の敷地内に 1 店舗オープンする予定で合計 4 店舗となる。2021 年 3 月期の売上高は 4 店舗で約 2 億円を目指している。そのほか、「バイクワールド」は下期に 3 店舗の出店を計画している。このうち、1 店舗（三重県）は 2021 年 10 月に出店した。同エリアはバイク通勤の外国人労働者が多く、オープン当初から好調な売上となっている。G-7 バイクワールドについても通期で増収増益を見込んでいる。

また、海外の「オートボックス」「バイクワールド」については、下期にマレーシアで各 1 店舗を出店する計画となっている。業績への影響は軽微だが、将来的には東南アジア市場での自動車・バイク用品の需要を取り込んでいく考えで、その基盤づくりを着々と進めている。自動車輸出版売事業については、主力のマレーシア向けが低調なもの、南アフリカ向けが伸び始めており、売上高で約 30 億円を目指している。

(2) 業務スーパー事業

業務スーパー事業は前期比 1 ケタ台の増収増益を見込んでいる。下期も新規出店やリニューアル出店を積極的に行う予定となっており、店舗数は前期末比 12 店舗増の 177 店舗を見込んでいる。出店余地が大きい九州圏や中部圏を中心に計画を進めていく計画となっている。第 2 四半期までに 5 店舗を出店し、第 3 四半期も 4 店舗の出店がすでに確定しており、このほかに条件に合う物件が見つければ計画を上積みして出店していく方針となっている。また、店舗のリニューアルも下期は 5 店舗で計画している。

既存店舗の売上高については前期比横ばい水準で見込んでいるが、2021 年 9 月の販売状況から推測すると下期は前年同期比プラスで推移しそうで、業績も会社計画を上回る可能性が高いと弊社では見ている。

(3) 精肉事業

精肉事業の売上高は前期比 1 ケタ台の増収増益を見込んでいる。「お肉のてらばやし」は「業務スーパー」との同時出店等で 14 店舗の出店を計画しており、期末店舗数は 157 店舗まで拡大することになる。このうち、第 2 四半期までに 5 店舗出店し、第 3 四半期は 4 店舗の出店が確定している。

仕入価格高騰が影響して通期での増益はやや厳しくなったが、下期だけで見ると増益に転じる見通しとなっている。米国産牛肉価格高騰の原因の 1 つに、コロナ禍で解体作業員が集まらず生産量が増えなかったことが挙げられるが、直近は解体作業員が戻り生産量も増え始めたようで、高騰した価格も下期中には沈静化に向かうと見ている。一方、アンデス食品事業部についても、緊急事態宣言解除に伴う外食業界の需要回復が期待され、下期の収益回復が見込まれる。

今後の見通し

(4) その他事業

その他事業も通期では増収増益を見込んでいるが、「mini ピアゴ」「めぐみの郷」の収益改善が課題となる。「mini ピアゴ」については、現在店舗の約 4 割が少額ではあるものの不採算店舗となっている。このため、同社は集客力の低いビジネス街の店舗を閉め、住宅街に出店するなどスクラップ&ビルドを進めていく方針となっている。期末店舗数については、前期末比 6 店舗増の 78 店舗を計画しているが、現時点で確定済みの物件はない。同社は売上規模をある程度維持したまま収益力を強化していきたい考えで、退店と出店をバランスよく進めていく方針となっている。

店舗の収益力向上施策の 1 つとして、商品廃棄ロスの削減に取り組んでいる。現状の廃棄率は売上高の約 2% となっており、これを「業務スーパー」並みの水準まで引き下げたい考えだ。具体的な施策として、発注システムの見直しや外国人スタッフの教育に注力している。また、将来的にはセルフレジシステムの導入による店舗当たり人件費の削減も視野に入れているようだ。

同社は「mini ピアゴ」について首都圏で早期に 100 店舗体制を構築し、売上高 200 億円の達成を目標としている。現在はユニーの物流網を利用しているが、2023 年以降は契約により利用できなくなるため、物流コストの低減を図るためにも店舗網を拡充しておく必要がある。一方で、現在はユニーの PB 商品の販売を行っているが、同時期にこれも終了し、その代替として G7 ジャパンフードサービスが開発・製造する PB 商品やグループ会社の商品（精肉、青果物）を販売していく予定となっている。自社グループ商品の販売拡大につながることになり、グループシナジーとスクラップ&ビルドの推進によって 2023 年度以降の「mini ピアゴ」の収益力向上が期待される。なお、首都圏で 100 店舗体制を確立し収益力が向上した段階で、名古屋など新規エリアへの進出も検討していくことにしている。

「めぐみの郷」については増収増益を見込んでいたが、買取販売方式の中部圏・首都圏の店舗で収益が低迷しており、計画を下回る可能性がある。買取販売方式では売れ残った商品の廃棄ロスが発生するリスクがあり、日々の仕入量や仕入及び販売価格が収益に直結することになる。これらエリアでは生産者とのネットワークがないため委託販売方式が導入できず、現状ではバイヤーやマネジメント人材の育成により、こうした課題を克服していく方針であり、中部圏・首都圏については収益の立て直しにやや時間が掛かる可能性がある。なお、「めぐみの郷」の店舗数については前期末比 5 店舗増の 50 店舗を計画しているが、現時点で出店が確定している物件はない。

G7 ジャパンフードサービスの食品事業は、引き続き地域のこだわり食品の発掘と百貨店・専門店など顧客先開拓、PB 用冷凍食品の販売拡大等に取り組むことで増収増益を見込んでいる。女性向け健康体操教室「カーブス」の店舗数については、M&A により 5 店舗を取得する予定であったが、条件面で折り合わず同案件が流れたため 25 店舗と現状維持となる可能性が高い。ただ、会員数は回復傾向が続いており業績は増収増益となる見通しだ。なお、M&A については既存事業並びにその周辺事業を対象に、引き続き前向きに検討を進めている。

2026 年 3 月期に売上高 2,500 億円、経常利益 100 億円を目指す

3. 中期経営計画と SDGs の取り組みについて

(1) 中期経営計画

同社は創業 50 周年となる 2026 年 3 月期を最終年度とした 5 ヶ年の中期経営計画をスタートした。業績目標として 2026 年 3 月期に売上高 2,500 億円、経常利益 100 億円を掲げており、2021 年 3 月期の実績から売上高で 1.53 倍、経常利益で 1.37 倍を目指す。年平均成長率で見れば売上高で約 9%、経常利益で約 6% の堅実的な成長を見据えていることになる。前中期経営計画（2017 年 3 月期～2021 年 3 月期）の 5 期間では売上高で 1.57 倍、経常利益で 2.27 倍を達成したことから、今回の業績目標も達成可能な水準と弊社では考えている。

目標達成に向けて同社は、以下の 10 項目を目標に取り組んでいく。

- ・ 事業会社各社で毎期増収増益、過去最高に挑戦する
- ・ 事業会社各社で黒字必達とする
- ・ 赤字総店舗数及び赤字総額 0 に挑戦する
- ・ 生産性指標となる 1 人当たり売上高、粗利益、当期利益のすべてで前年比アップを目指す
- ・ 売上伸長率を上回る利益伸長率を必達する
- ・ 投資効率の良い新規事業、新業態の開発に挑戦する
- ・ 投資効率の良い新店を毎期 70～100 店舗出店に挑戦する（店舗数は 2021 年 3 月期末の 586 店舗から 2026 年 3 月期に 1,000 店舗へ、G-7 モール含む）
- ・ M&A、資本業務提携の推進に取り組む
- ・ 採用を強化し人材育成、人材教育に全力で取り組む
- ・ ESG 及び SDGs への取り組みを推進する

また、事業別の売上高目標としては、業務スーパー事業で 1,000 億円（2021 年 3 月期比 1.19 倍）、オートボックス事業で 500 億円（同 1.57 倍）、精肉事業で 350 億円（同 1.91 倍）、ミニスーパー事業で 210 億円（同 1.56 倍）を見込んでおり、そのほかバイクワールド事業、こだわり食品事業、アグリ事業、海外事業で各 100 億円、カーブス事業、店舗内装事業で各 20 億円を計画している。

このうち業務スーパー事業や精肉事業については、九州圏、中部圏、首都圏、北海道などを中心に出店余地は残されており、これらエリアを中心に店舗数を拡大していくことで目標を達成していくことになる。また、オートボックス事業については「オートボックス」店舗の新規出店や M&A による店舗取得が難しい環境であることから、アウトドア専門店等のように周辺領域で新業態を開発・育成し、計画達成を目指すことになる。ミニスーパー事業では首都圏でのスクラップ&ビルドを進め、収益力向上に取り組みながら店舗数の拡大を推進していく。そのほか、既存事業とシナジーが見込める新規事業の開発や M&A による取得も進めていくことにしている。前回の中期経営計画で目標を達成できた要因の 1 つとして、M&A で取得した精肉事業が売上高、利益ともに貢献したことがあり、今後 5 年間でこうした成功事例を創出していく考えだ。

今後の見通し

(2) SDGs の取り組みについて

同社は SDGs に対する取り組み内容について、2021 年 10 月に「G-7 グループが取り組むサステナビリティ」としてホームページに掲載している。SDGs の 17 項目の目標のうち 8 項目について同社の取り組みを紹介している。主な内容は以下のとおり。

a) すべての人に健康と福祉を

同社グループでは年に 1 回、社会的弱者の方々に対して食材や衣服、日用品などを寄付する「フードドライブ活動」を実施しており、今後は活動頻度を上げることで今まで以上に健康福祉活動に注力していく方針としている。また、児童福祉施設や児童支援施設に対するリクリエーション活動なども継続して実施していく。

さらに交通事故死を半減するというターゲットを達成すべく、ドライバーに対する 12 ヶ月点検の啓発や、社有車へのドライブレコーダーの装着及び店舗での販売促進などを実施し、「交通事故の防止、事故が起きた場合の早期解決、事故につながるような運転行為の抑止」に努めている。そのほか、健康維持のため同社グループでは店舗内を全面禁煙にしている。

b) 質の高い教育をみんなに

子どもたちの安全教育の一環として、タイヤ交換などの作業体験を提供しているほか、グループ社員に対しては同期入社ของกลุ่ม研修を年 4 回実施することで仲間意識を高めながら、各人の職業的スキルを長期にわたって向上させ、働き甲斐のある職場形成に取り組んでいる。また、技能実習生を受け入れ、技術的・職業的スキルや雇用、働き甲斐のある人間らしい仕事及び起業に必要な技能を備えた若者と成人の育成に努めている。

c) ジェンダー平等を実現しよう

同社グループでは、過去の職人意識の風潮を職場から排除し、適正に応じた仕事の配置を実施している。また、実施した職務内容に基づいてジェンダー平等な人事評価制度を継続的に確立している。

女性の活躍の場を広げる機会を確保するというターゲットを掲げており、各店舗においてジェンダー平等の理念のもと、プロジェクトチームのリーダーを選出し、ボトムアップ方式で女性がリーダーとして活躍できる環境を作っている。また、ホールディングス傘下の事業会社では、1 名の女性取締役を選任している。

d) エネルギーをみんなにそしてクリーンに

再生可能エネルギーの利用拡大に向けて、同社は 2021 年に新社屋の屋上にソーラーパネルを設置し、太陽光エネルギーの利用割合を向上させている。また、社有車を電動車(電気自動車、燃料電池自動車、PHEV/HEV 等)に速やかに置き換えていくほか、店舗における照明機器の LED 化を推進することでエネルギー効率を改善し、消費電力の削減と CO₂ 排出量の削減に貢献していく。そのほか、来店客が利用できる電気自動車充電スタンドの設置も推進していく予定である。

e) 働きがいも経済成長も

同社グループでは、ジェンダーの格差なく同一労働同一賃金を達成している。また、海外留学生を採用し、国籍、移住労働者の区別なく同一雇用労働条件、同一賃金により雇用創出を継続している。

今後の見通し

さらに、従業員の定着率を向上させるため、定期的な人事面談（フォローアップ面談）などの具体的な施策を継続的に実施しているほか、定年延長による安定した収入を提供するための人事制度を導入している。

f) 住み続けられるまちづくりを

同社グループは、地域社会に貢献し居住環境の改善を図るため、オートバックスデーに店舗の周辺道路を清掃している。また、店舗での廃棄商品の削減に取り組んでおり、廃棄物の適正な分別処理と併せて環境への配慮を行っている。

g) つくる責任つかう責任

商品管理の適正化を実施することで食品の廃棄ロスを削減するとともに、神戸市社会福祉協議会との協働によって賞味期限間近の食材を子ども食堂等に提供することで、廃棄ロス削減と社会的弱者保護、地域社会への貢献を両立させている。そのほか、廃棄物の発生防止・削減・再生利用等に取り組み、レジ袋の使用を減らし、エコバックの利用を促進している。

h) 気候変動に具体的な対策を

同社グループでは、社用車を電動車にすること、店舗照明機器の LED 化、再生可能エネルギーの利用拡大によって、CO₂ 排出量を削減・抑制することによって脱炭素に貢献し、気候関連災害や自然災害の発生を抑制している。また、アウトドア用品事業を通じて、将来的にオートキャンプ場の運営にも取り組んでいくことにしているが、オートキャンプ場は災害時などの避難場所として使用できるよう整備していく。

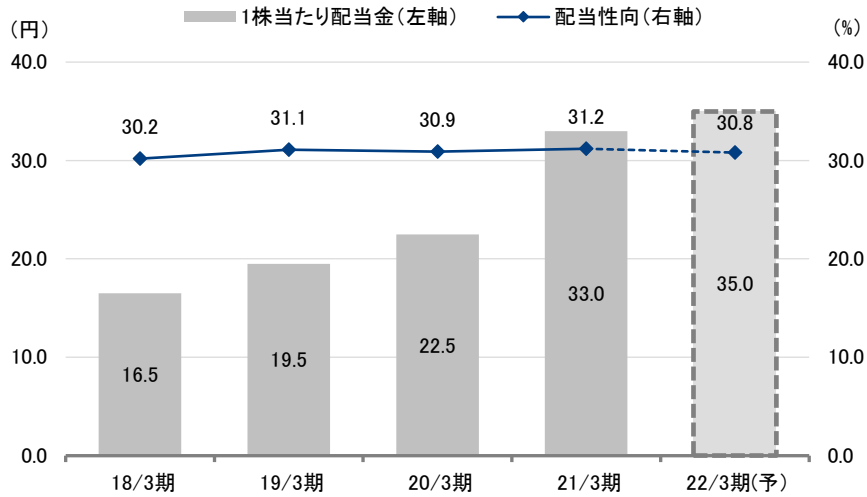
■ 株主還元策

1：2 の株式分割を実施、 配当性向 30% を目安に 7 期連続の増配を予定

配当政策に関しては、「安定配当の継続を前提に業績に応じた利益還元を実施することを基本に、将来の事業展開に向けた投資需要や財務状況なども勘案しながら総合的に判断していく」としている。配当金の水準としては配当性向で 30% 程度を目安としている。また、2021 年 10 月 1 日付で 1：2 の株式分割を実施した。2022 年 3 月期の 1 株当たり配当金は株式分割後で前期比 2.0 円増配となる 35.0 円（配当性向 30.8%）と 7 期連続の増配を予定している。今後も収益拡大が続けば配当成長が期待できることになる。

株主還元策

1株当たり配当金と配当性向



注1：18/3期は4.0円、20/3期は1.0円、21/3期は8.0円の記念配当を実施

注2：2020年1月、2021年10月に1：2の株式分割を実施。1株当たり配当金は過去遡及して修正

出所：決算短信よりフィスコ作成

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp