COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

企業調査レポート

バイク王 & カンパニー

3377 東証スタンダード市場

企業情報はこちら >>>

2022 年 8 月 3 日（水）

執筆：フィスコアナリスト
村瀬智一
FISCO Ltd. Analyst **Tomokazu Murase**

FISCO
FISCO Ltd.
https://www.fisco.co.jp

目次

■要約 01
1. 2022 年 11 月期第 2 四半期業績 01
2. 2022 年 11 月期見通し 01
3. ラビット・カーネットワークとフランチャイズ契約を締結、中古四輪自動車の買取、販売事業に参入 02
■会社概要 03
■事業概要 05
■強み 06
■業績動向 08
1. 2022 年 11 月期第 2 四半期業績 08
2. 売上高構成 09
3. 売上総利益の増益要因 12
4. 四半期ごとの売上高 / 経常利益（損失）の推移 13
5. 販売費及び一般管理費の増減要因 14
6. 主な経営指標と店舗・人財 15
7. 財政状態 15
■今後の見通し 17
● 2022 年 11 月期業績予想 17
■中期経営計画 20
● 中期経営計画、1 年目の重要戦略の進捗・成果 21
■ ESG の課題と取り組み 22
■株主還元策 24

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

要約

2022 年 11 月期第 2 四半期は過去最高益を更新。バイクライフを超えたライフデザイン企業を目指す

バイク王 & カンパニー <3377> は、バイクを「売る」「買う」「楽しむ」ための様々なサービスの提供を通じて、バイクライフをともに創る存在「バイクライフの生涯パートナー」をビジョンとして掲げ、設立当初のバイク買取専門店としての「バイクを売るならバイク王」から、バイクに関わるすべてのサービスを総合的に提供する「バイクのことならバイク王」と言われるブランドへの進化を目指している。また、持続的な成長に向けて新たなコーポレートミッション「まだ世界にない、感動をつくる。」を掲げ、交通インフラやレジャー、ライフデザインといったバイク事業とのシナジー効果を創出する新規事業への参入に加え、社会的な課題解決によって社会的責任を果たすことにより、バイクライフを超えたライフデザイン企業となることを目指している。

1. 2022 年 11 月期第 2 四半期業績

2022 年 11 月期第 2 四半期業績は、売上高 16,057 百万円（前年同期比 24.8% 増）、営業利益 922 百万円（同 8.1% 増）、経常利益 1,366 百万円（同 45.4% 増）、四半期純利益 968 百万円（同 55.8% 増）だった。売上高、営業利益、経常利益、四半期純利益のいずれも過去最高を達成している。なお、経常利益、四半期純利益においては、関連会社からの臨時的な受取配当金により、大幅な増益となった。

前期末に第 1 四半期向け在庫を確保、仕入も堅調であった。そのため、バイクのオフシーズンによる需要低下時期である第 1 四半期においても堅調な業績を達成した。2021 年 11 月期第 1 四半期に需要低下による損失を解消してから黒字化を継続している。第 1 四半期から第 2 四半期にかけて、高市場価値車輌（原付 2 種以上）の中でもより需要が高い車輌を販売したことにより、車輌売上単価（一台当たりの売上高）が大幅に上昇した。また、既存店ならびに前期に開発した店舗が好調に推移し、4 月以降のオンシーズン向けに確保していた在庫を販売したことが販売台数が好調だった要因として挙げられる。第 2 四半期の売上高を従来予想の 14,600 百万円から 16,057 百万円に上方修正しており、これに沿った進捗だった。なお、営業利益以降の各段階利益は、今後の成長に向けた仕入ならびに販売の強化によるコスト増加により微増に修正している。

2. 2022 年 11 月期見通し

2022 年 11 月期については売上高 30,057 百万円（前期比 13.1% 増）、営業利益 1,772 百万円（同 13.7% 増）、経常利益 2,336 百万円（同 32.0% 増）、当期純利益 1,618 百万円（同 32.0% 増）を見込んでいる。同社は、業績動向や今後の見通しを踏まえて、6 月 29 日に第 2 四半期および通期業績予想の上方修正を行ったが、これは上期の上振れ部分のみをスライドさせた格好である。ただし、第 1 四半期決算を発表する前の 3 月 30 日にも上方修正を行っていることから、利益面については微修正にとどめた格好だ。足元の状況を踏まえれば、問題なく下期も好調を維持すると予想されるものの、第 4 四半期には前期同様に、今後の成長に向けた仕入ならびに販売の強化によるコストが増加するとみられる点は押さえておきたい。

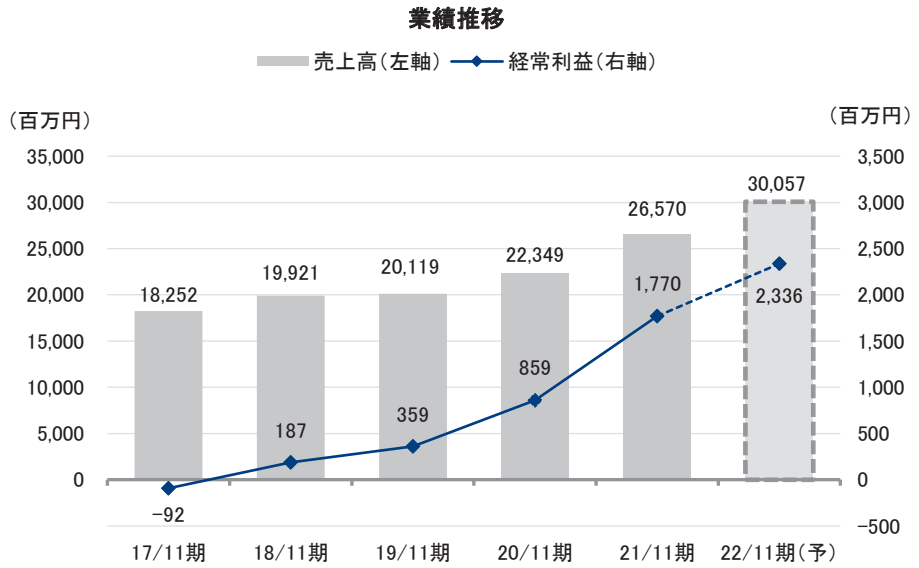
本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

3. ラビット・カーネットワークとフランチャイズ契約を締結、中古四輪自動車の買取、販売事業に参入

同社は、子会社（株）ライフ＆カンパニーを通じて（株）ラビット・カーネットワークとの間でフランチャイズ契約を締結し、新たに中古四輪自動車の買取、販売事業に参入した。同社のビジネスモデルやノウハウ、インフラなどを活かせる事業であり、商材の親和性も高いと考えている。ラビットは、親会社であるオートオークション市場最大手の（株）ユー・エス・エス <4732>（同社は 2011 年 4 月にユー・エス・エスと資本・業務提携を締結）との親和性を活かした中古四輪車の買取、販売事業を全国にチェーン展開しており、ラビットが持つオートオークション流通網や豊富なノウハウによる、迅速な店舗展開ならびに円滑な店舗運営が見込まれる。まずはバイク王の店舗に併設する形で 1 号店をオープンし、ノウハウを吸収することになろう。

Key Points

- 圧倒的な「バイク王」ブランドの認知度
- 従来のバイク王店舗とは異なる店内の空間づくりに加え、独自のサービスを展開するコンセプトショップ、ハーレーダビッドソン専門店「Beat & C 世田谷店」をオープン
- FC および業務提携による新規事業の開発、運営を担う子会社「ライフ＆カンパニー」を設立
- 子会社の「ライフ＆カンパニー」がラビット・カーネットワークとフランチャイズ契約を締結、中古四輪自動車の買取、販売事業に参入
- 中期経営計画 1 年目は成長をするための基盤構築。1 年目の重点戦略は既に成果発現
- バイク事業（買取・販売）を通じた廃棄物削減への貢献など、SDGs の取り組み推進が評価される



出所：決算短信よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

会社概要

バイクに関わるすべてのサービスを総合的に提供する「バイクのことならバイク王」ブランドへの進化

同社は、バイクを「売る」「買う」「楽しむ」ための様々なサービスの提供を通じて、バイクライフをともに創る存在「バイクライフの生涯パートナー」をビジョンとして掲げ、設立当初のバイク買取専門店としての「バイクを売るならバイク王」から、バイクに関わるすべてのサービスを総合的に提供する「バイクのことならバイク王」と言われるブランドへの進化を目指している。また、継続的に複合店（買取及びリテールを展開する店舗）を拡大しており、顧客との接点やコミュニティを強化するタッチポイント戦略とともに、子会社のライフ＆カンパニーはラビット・カーネットワークとフランチャイズ契約を締結し中古四輪自動車買取・販売事業に参入するなど次の成長に向けた経営基盤の構築に取り組んでいる。さらに持続的な成長に向けて新たなコーポレートミッション「まだ世界にない、感動をつくる。」を掲げ、交通インフラやレジャー、ライフデザインといったバイク事業とのシナジー効果を創出する新規事業への参入に加え、社会的な課題解決によって社会的責任を果たすことにより、バイクライフを超えたライフデザイン企業となることを目指している。

同社は 1994 年に代表取締役社長執行役員の石川秋彦（いしかわあきひこ）氏と取締役会長の加藤義博（かとうよしひろ）氏が、前身となるメジャーオート（有）を設立・創業した。以後、バイク買取事業のオペレーションのシステム化を進め、2002 年には「バイク王」として看板を備えた初のロードサイド店舗を出店した。その後、2005 年に JASDAQ、2006 年に東証 2 部に上場を果たし、2009 年にはバイク買取専門店「バイク王」100 店舗を達成している。2011 年 3 月に（株）ユー・エス・エス及び（株）ジャパンバイクオークションとバイクオークション事業に関する業務・資本提携を締結。ジャパンバイクオークションの株式取得（出資比率 30.0%）により、関連会社化した。同社はここ数年国内リテールに注力しており、成長力を強めている。2016 年 11 月に G-7 ホールディングス <7508> と資本業務提携をした。G-7 ホールディングスは、国内では子会社（株）G-7・オート・サービスにてカー用品ブランド「オートバックス」・車事業を営むほか、子会社 G-7 バイクワールドにてバイク用品・パーツ・アクセサリー専門店、整備などの二輪総合サービスを展開。また子会社 G7 INTERNATIONAL PTE.LTD. 傘下である G7 RETAIL MALAYSIA SDN.BHD.（マレーシア）、G7（THAILAND）CO., LTD.（タイ）を展開している。海外展開については、海外取引（バイク輸出販売など）に加え適宜テストマーケティング等を実施し可能性を模索、出店を含む海外事業展開は慎重に検討を進めている。2011 年 8 月に「バイク王 バイクライフ研究所」を発足。「バイクライフの生涯パートナー」をビジョンに掲げ、バイクライフの楽しさやバイク市場の動向などを広く社会に情報発信することを目的としている。

2017 年 3 月からはバイクコンテンツサイト「Bike Life Lab（バイクライフラボ）」を運営。ライダーにとってより身近で、より強固なエンゲージメントを持った情報発信組織に成長していくために、「バイク王 バイクライフ研究所」を「Bike Life Lab supported by バイク王」に名称変更し、バイクコンテンツサイトと統合。バイクコンテンツサイトと各種 SNS を連動させた情報発信を強化している。2019 年 12 月、新たな収益源の創造と持続的な中古バイク販売のための環境整備を目的として、（株）ヤマトを完全子会社化している。また、2020 年 11 月には、受付業務の停止リスクを分散するため、「第三コンタクトセンター」を新設している。バイクに関する周辺ビジネスの拡大として 2021 年 4 月には EC サイトの運営・管理業務を担う子会社（株）バイク王ダイレクトを設立。車輌販売への相乗効果及び顧客満足度を高めるため、車輌とその用品・部品を取り扱う EC サイトを立ち上げた。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

2022 年 4 月にはフランチャイズ及び業務提携を軸にした新規事業の開発や機動的な運営を確保するため子会社（株）ライフ & カンパニーを設立、5 月には四輪自動車卸売業界大手の（株）ラビット・カーネットワークとの間で、子会社をフランチャイジーとする、中古四輪自動車の買取、販売事業を行うフランチャイズ契約を締結した。

沿革表

年月	沿革
1994年 9月	前身となるメジャーオート（有）を設立
1998年 9月	バイク買取専門店の総合コンサルティング事業を目的として、（株）アイケイコーポレーションを設立
1999年12月	バイク買取事業の業務オペレーションをシステム化
2001年 1月	多ブランド戦略の一環として設立したグループ会社の統合を開始（2003 年 1 月に完了）
2002年 5月	インフォメーションセンター（現 コンタクトセンター）を開設
2002年12月	「バイク王」として看板を備えた初のロードサイド店舗を出店
2003年11月	パーツ販売店を出店（2012 年 1 月に閉店し、Web 販売及び一部店舗での小売販売へ移行）
2004年 2月	「バイク王」のテレビ CM の放映を開始
2005年 3月	システムを独自の基幹システム「i-kiss」に集約
2005年 6月	東京証券取引所 JASDAQ 市場に株式上場（2006 年 10 月に上場廃止）
2005年 9月	初のバイク小売販売店を出店
2006年 3月	駐車場事業を営む子会社（株）パーク王を設立（2012 年 3 月に吸収合併）
2006年 8月	東京証券取引所市場第 2 部に上場
2007年 2月	バイク小売販売を営む子会社（株）アイケイモーターサイクルを設立（2008 年 6 月に吸収合併）
2007年 3月	（株）テクノスポーツよりバイク販売事業を譲受
2009年 8月	バイク買取専門店「バイク王」100 店舗を達成
2011年 3月	オートオークションを運営するユー・エス・エス <4732> 及びバイクオークションを運営する（株）ジャパンバイクオークションとバイクオークション事業に関する業務・資本提携を開始
2011年 4月	ジャパンバイクオークションの株式取得（出資比率 30.0%）により、関連会社化
2011年 8月	情報発信組織「バイク王 バイクライフ研究所（現 Bike Life Lab supported by バイク王）」を発足
2012年 9月	「株式会社バイク王＆カンパニー」に商号を変更
2014年 2月	本店を東京都港区に移転
2016年 1月	サービスブランドを「バイク王」に統一するとともに、ロゴマークを統一、刷新
2016年11月	二輪車用品販売事業を展開する G-7 ホールディングス <7508> と資本業務提携契約を締結
2017年 2月	監査役会設置会社から監査等委員会設置会社へ移行
2017年11月	駐車場事業を会社分割（新設分割）と株式譲渡の方法により譲渡
2019年12月	（株）ヤマトの株式取得（同社出資比率：100.0%）により、完全子会社化
2020年11月	受付業務の停止リスクを分散するため、「第三コンタクトセンター」を新設
2021年 4月	車輌とその用品・部品を取り扱う EC サイトを営む子会社（株）バイク王ダイレクトを設立
2021年 7月	バイク王、車輌・バイク用品を扱う初の EC サイト、「バイク王ダイレクト」を開設
2022年 3月	バイク王が「バイク未来総研」を設立
2022年 4月	東証スタンダード市場に移行 FC および業務提携による新規事業の開発と運営を担う子会社（株）ライフ & カンパニーを設立
2022年 5月	子会社による（株）ラビット・カーネットワークとのフランチャイズ契約締結

出所：ホームページよりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

事業概要

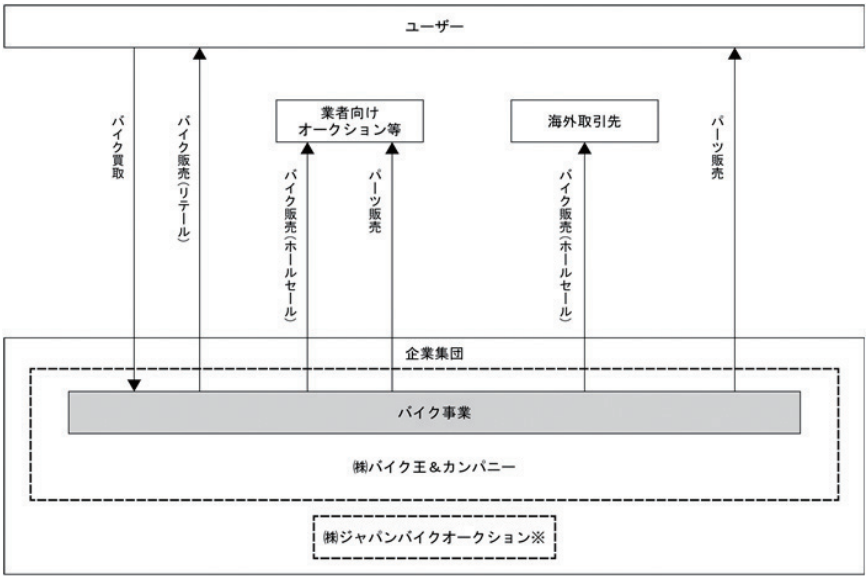
「バイク王」ブランドで全国展開、高市場価値車輌の確保と継続的なエリア拡大、複合店化などリテール拡大戦略は順調に進捗

中古バイクの買取から販売までを主な事業ドメインとし、「バイク王」ブランドを全国展開している。顧客から買い取ったバイクは、商品価値を高める整備を施したのち、業者向けオークションを介して卸売するほか、自社の店舗等を通じて販売する。また、顧客がバイクライフを過ごすためのサポートをはじめ、ライフスタイルに合わせてバイクライフを楽しめる様々なサービスを提供している。店舗網は北海道・東北エリアが 5 店舗、関東エリアが 27 店舗、甲信・北陸エリアが 4 店舗、東海エリアが 7 店舗、近畿エリアが 13 店舗、中国・四国エリアが 5 店舗、九州・沖縄エリアが 6 店舗となり、全国 67 店舗を展開している。複合店化（買取及びリテールを展開する店舗への転換）を推進しており、現在は全国 67 店舗のうち 63 店舗（2022 年 7 月 4 日時点）が複合店となり、残りの店舗においても複合店化を進めている。また、2021 年 4 月には EC サイトの運営・管理業務を担う子会社バイク王ダイレクトを設立し、E コマース事業に参入した。その他、コンタクトセンター（埼玉県さいたま市）、第二コンタクトセンター（秋田県秋田市）、第三コンタクトセンター（山口県山口市）のほか、物流センターが神奈川県横浜市、大阪府寝屋川市、兵庫県神戸市の 3 ヶ所にある。また、FC および業務提携による新規事業の開発と運営を担う子会社ライフ & カンパニーを 2022 年 4 月に設立し、同子会社はラビット・カーネットワークとフランチャイズ契約を締結し、中古四輪自動車の買取、販売事業に参入。7 月には中古四輪自動車買取・販売のフランチャイズ 1 号店「ラビットR407 東松山店」をオープンした。

同社のセグメントには、業者向けオークションを介して卸売する「ホールセール」と、自社の店舗や通信販売等を通じて販売する「リテール」とがある。ホールセールとリテールの売上高構成比率は、ホールセールが約 6 割、リテールが約 4 割となっており、リテール拡大戦略が順調に進捗していることから、リテールの売上高構成比率は上昇傾向にある。また、仕入車輌の量と質の確保による高市場価値車輌の増加に加え、継続的に複合店を拡大し集客力の向上に努めていることにより、ホールセール並びにリテールいずれも利益成長が増加傾向にある。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

同社の事業概要



※ジャパンバイクオークションは同社の関連会社
出所：同社ホームページより掲載

強み

圧倒的な「バイク王」ブランドの認知度や顧客への質の高いサービス、メーカー・車種を問わない最適な査定、「ホールセール」と「リテール」2 つの流通網

同社の強みは、(1)「バイク王」ブランドは、バイク中古車買取で圧倒的な認知度を誇るバイク買取のリーディングカンパニーであること、(2)24 時間・365 日体制で買取査定のお申し込みを受け付け、無料出張買取サービスを展開するネットワークなど顧客へ質の高いサービスを提供していること、(3) 日本各地にある「中古バイクオークション会場」と全国の「バイク王」の流通網を活用した全国統一の査定基準によって、顧客が安心して利用できる透明性の高い市場環境を構築していること、(4)「ホールセール」と、「リテール」の 2 つの流通網を持っていることの 4 つとなる。

(1) 圧倒的な「バイク王」ブランドの認知度

2004 年から継続して行ってきたテレビ CM や積極的な Web-CM によるブランド認知は絶大で、バイクに乗らない層にも「バイク王」のブランド名は認識されている。従来のバイク買取専門店としての「バイク王」から、バイクに関わるすべてのサービスを総合的に提供する「バイクのことならバイク王」と言われるブランドへと進化した。さらにバイクに関する周辺ビジネスの拡大を推進している。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

（2）顧客へ質の高いサービスを提供

顧客ニーズに応えるため 24 時間・365 日体制で買取査定のお申し込みの受け付けを行う。また、全国の店舗からバイクライフアドバイザーが顧客の自宅までバイクの買取に出向く無料出張買取サービスを展開するなど、ネットワークを生かした迅速な対応が可能である。その他、対面販売だけでなく販売サービス拡充として通信販売を強化している。同社の豊富な在庫のなかから「気軽」「安心」「選べる」をコンセプトに全国をシームレスにつなぎ、「ワンショップ」感覚のユーザビリティを実現することを社内のスローガンとして展開を図っている。通信販売のサービスとしては、同社指定日時に限り自宅まで送料無料にしているほか、指定のエリア内であれば店舗間送料が無料となっている。また、バイク王公式サイト内や大手中古二輪販売サイトの在庫情報に、エンジンサウンドなども確認できる動画情報を追加することでさらに選びやすくなっている。そのほか、対面販売、通信販売ともに、「バイク王」の店舗で購入し納車整備を行った車輌については、最長 7 年間※の長期保証を用意し、バイクライフを全面的にサポートする。EC サイトの運営・管理業務を担う子会社バイク王ダイレクトの設立により、新たな顧客層の拡大を図っていく考えである。

※ 車輌により保証期間が異なり、保証を受けるには条件がある。

（3）全国統一の査定基準によって透明性の高い市場環境を構築

顧客から選ばれるために重要な要素が適正買取であり、流通や査定基準に未整備な部分が多かった従来の中古バイク市場において、顧客が安心して利用できる合理的かつ透明性の高い市場環境を構築している。同社は、日本各地にある「中古バイクオークション会場」と全国の「バイク王」の流通網を活用して買取している。IT ネットワークを活用し、全国各地の「中古バイク業者オークション会場」の相場情報を把握しているため、オークション相場を基準に査定額を算出する。バイクを直販する「バイク王」店舗における販売価格は、全国の「バイク王」ネットワークで直接仕入れているため、他社と異なり中間マージンの上乗せが不要であり、より適正かつ高価買取が可能となる。また、多種多様なバイクを取り扱ってきた実績をもとに蓄積されたノウハウによって、メーカー・車種を問わず市場情勢に応じた最適な査定が可能である。

（4）「ホールセール」と「リテール」の 2 つの流通網

業者向けオークションを介して卸売する「ホールセール」と、自社の店舗や通信販売等を通じて販売する「リテール」の 2 つの流通網を持つ。業者向けオークションへの卸売を活かしたキャッシュ・フロー経営と、豊富な仕入れを活かしたリテールを強化することで、さらなる成長を目指す。一般的な販売店の下取車輌は次に売れるまでの期間が長く、在庫管理コストがかさむ場合があるが、同社では買取した車輌を約 1 ヶ月という短期間で業者専門オークションへ出品するため、在庫管理コストを大幅に削減できる。また、膨大な数量のバイク（2002 年 8 月 -2019 年 9 月までの「バイク王」累計取扱台数は約 200 万台）を取り扱うことで在庫管理コストや配送費などの 1 台当たりの経費を少なくできている。

ホールセールの特長は、（1）在庫期間が短く在庫・展示コストが小さい（2）早期現金化（売上債権回収期間 1 ～ 3 日）（3）販売価格を買取価格に迅速に反映できることなどが挙げられる。リテールの特長は、（1）バイク買取利用率 No.1 だからこそ実現する豊富な在庫からの厳選（2）中古バイク全車輌に長期保証※と返品保証が付いている（3）近くに店舗がなくても通信販売を利用することで全国どこでも納車可能などが挙げられる。

※一部車両を省く

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

そのほか、同社の主な取り組みとして、「仕入力強化」と「販売力強化」が挙げられる。仕入力強化においては、マスメディアの媒体構成の最適化と Web を中心とした効果的な広告展開を推進するとともに、人員の適正配置・拡充、育成強化に注力し、顧客からの問い合わせに迅速に対応できる体制を強化している。販売力強化においては、マーチャンダイジング施策を展開し、店舗の移転や増床に加え、リテールの商品ラインナップの拡充を図るとともに、接客力向上や売り場改善による既存店の強化に努めている。これにより、仕入れは好調に推移しており、高市場価値車輌を中心に量と質の向上が図られ、リテールに適した在庫も十分に確保。リテール台数の量の確保により、平均売上単価・平均売上総利益額が上昇している。

また、同社の第 1 四半期は冬にあたり、バイクのオフシーズンとなることから損失になる傾向があった。そこで、第 1 四半期の損失を解消するため、第 4 四半期に次期を見据えて準備する戦略を展開した。その結果 2021 年 11 月期の第 1 四半期は黒字に転じ、その後黒字化が定着している。つまり、第 1 四半期で売れる量を第 4 四半期において十分に確保できる体制に変化したということであり、これが全体の収益力を引き上げる結果につながっている。

業績動向

売上高、営業利益、経常利益、四半期純利益のいずれも過去最高を達成
需要低下時期である第 1 四半期においても堅調な業績を維持
第 1 四半期から第 2 四半期にかけて、
高市場価値車輌の中でもより需要が高い車輌が好調
第 2 四半期はオンシーズン向け在庫を販売し収益が拡大

1. 2022 年 11 月期第 2 四半期業績

2022 年 11 月期第 2 四半期業績は、売上高 16,057 百万円（前年同期比 24.8% 増）、営業利益 922 百万円（同 8.1% 増）、経常利益 1,366 百万円（同 45.4% 増）、四半期純利益 968 百万円（同 55.8% 増）だった。売上高、営業利益、経常利益、四半期純利益のいずれも過去最高を達成している。なお、経常利益、四半期純利益においては、関連会社からの臨時的な受取配当金により、大幅な増益となった。

前期末に第 1 四半期向け在庫を確保、仕入も堅調であったため、需要低下時期である第 1 四半期においても堅調な業績を達成し、黒字化を継続。第 1 四半期から第 2 四半期にかけて、高市場価値車輌（原付 2 種以上）の中でもより需要が高い車輌を販売したことにより、車輌売上単価（一台当たりの売上高）が大幅に上昇した。また、既存店ならびに前期に開発した店舗が好調に推移し、4 月以降のオンシーズン向けに確保していた在庫を販売したことから、販売台数も増加した。第 2 四半期売上高を従来予想の 14,600 百万円から 16,057 百万円に上方修正しており、これに沿った進捗だった。なお、営業利益以降の各段階利益は、今後の成長に向けた仕入ならびに販売の強化によるコスト増加により微増に修正している。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

中期経営計画初年度にあたる 2022 年 11 月期第 2 四半期は、バイクの仕入において、効果的な広告展開、人員や体制の強化に努め、高市場価値車輌の中でもより需要が高い車輌を確保した。また、高市場価値車輌の仕入台数最大化を目的に WEB 広告を強化した。リテールにおいては、マーチャンダイジング施策として商品ラインアップの適正化、店舗の新規出店（2 店舗）、移転・増床（2 店舗）、接客力向上、売り場改善による既存店の販売力強化および通信販売の強化を推進した。また、自動車学校や専門学校と連携することにより、顧客との接点の拡大や整備インフラの確保を行ったことに加え、6 月には新たに店舗の新規出店（2 店舗）を実施した。

ホールセールにおいては、販売価格水準を維持するよう販売方法の工夫に努めた。これらの取り組みによって、リテール台数、ホールセール台数いずれも前年同期より大幅に増加した。

なお、4 月にはフランチャイズ契約及び業務提携を軸にした新規事業の開発と運営を担う子会社ライフ & カンパニーを設立した。ビジネスモデルを発展させ、中長期的な企業価値向上を図ることが目的である。

2022 年 11 月期第 2 四半期の業績

（単位：百万円）

	21/11 期 2Q 実績	22/11 期 2Q	
		実績	前年同期比
売上高	12,869	16,057	24.8%
営業利益	853	922	8.1%
経常利益	939	1,366	45.4%
四半期純利益	621	968	55.8%

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

2. 売上高構成

ホールセールの売上高は 9,406 百万円（前年同期比 29.4% 増）だった。4 月以降のオンシーズンに向けて確保していた在庫を販売、仕入も堅調であったため販売台数が大幅に増加したことによる。リテール売上高は 6,254 百万円（同 18.3% 増）だった。

売上高の構成比はホールセールが 58.6% と前年同期に比べて 2.1 ポイント上昇し、リテールが 38.9% と同 2.2 ポイント低下した。リテールは車輌売上単価、販売台数ともに伸び大幅増収であったが、ホールセールの増収がより大きかったため、売上高構成比は低下した。

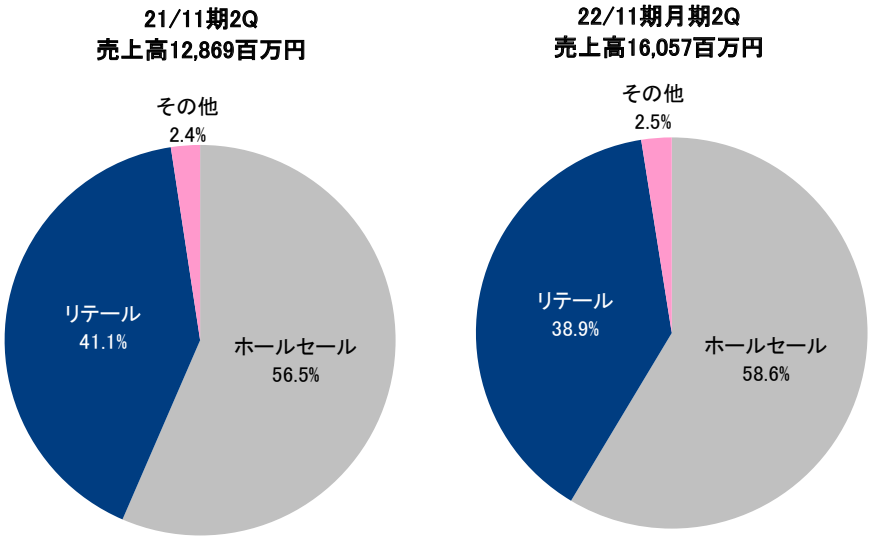
売上高構成

（単位：百万円）

	21/11 期 2Q	22/11 期 2Q	増減額	増減率	売上構成比	
					21/11 期 2Q	22/11 期 2Q
売上高	12,869	16,057	3,187	24.8%	100.0%	100.0%
ホールセール	7,269	9,406	2,136	29.4%	56.5%	58.6%
リテール	5,286	6,254	967	18.3%	41.1%	38.9%
その他	314	396	82	26.2%	2.4%	2.5%

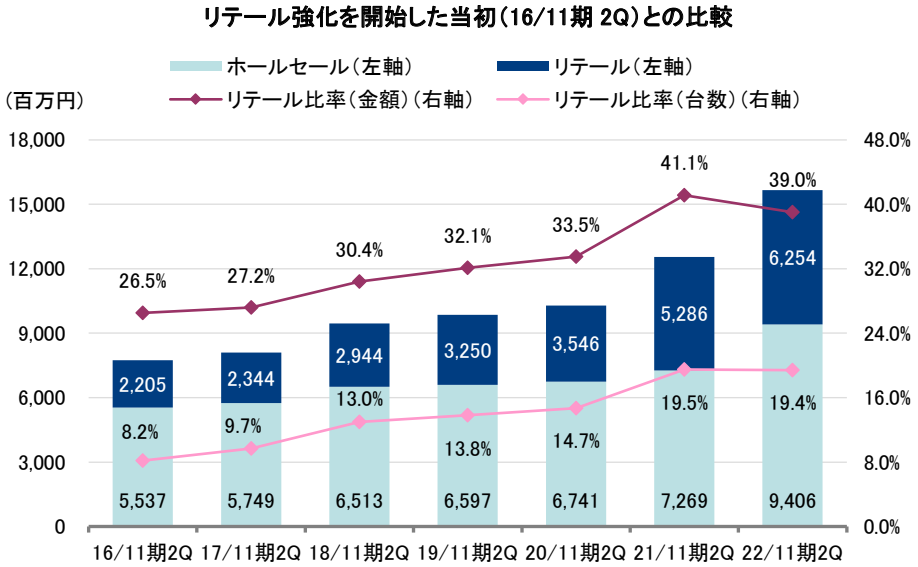
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

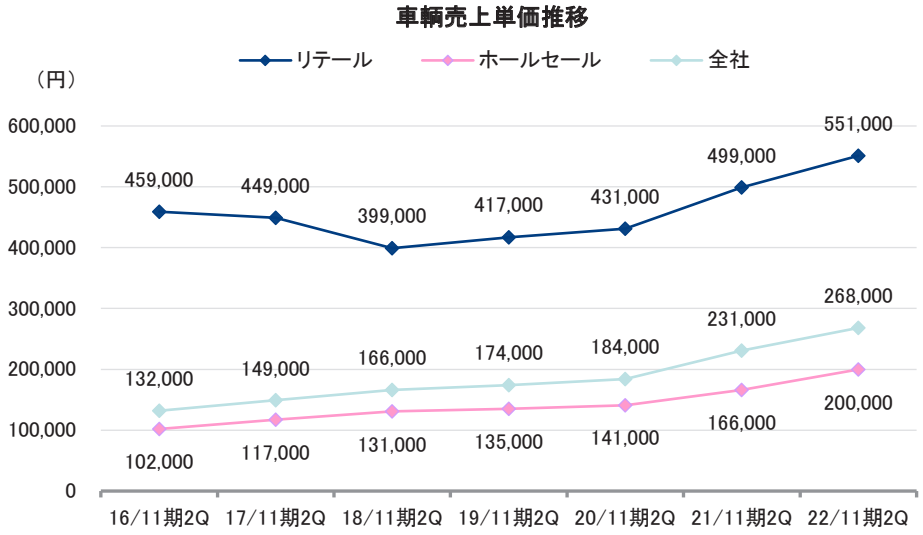
同社は2016年11月期からリテール強化を開始している。リテール売上高は、2016年11月期第2四半期の2,205百万円から2022年11月期第2四半期には6,254百万円に成長している。複合店化の推進により複合店は15店舗から63店舗（2022年7月4日時点）と48店舗増加したほか、より需要が高い高市場価値車輌を確保する取り組みが奏功し、車輌売上単価が上昇したことが背景にある。



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（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

車輌売上単価の推移を見ると、ホールセールについては、2016 年 11 月期第 2 四半期の 102,000 円から 2022 年 11 月期第 2 四半期は 200,000 円に上昇し、全社においては同 132,000 円から 268,000 円に上昇している。リテールについては、2016 年 11 月期第 2 四半期から 2018 年 11 月期第 2 四半期にかけて一時的に低下が見られたが、これは複合店の拡大にともなって原付の展示割合が高かったためだ。2019 年 11 月期第 2 四半期以降は高市場価値車輌の割合を高めることにより上昇傾向を継続しており、2022 年 11 月第 2 四半期においては 551,000 円となった。

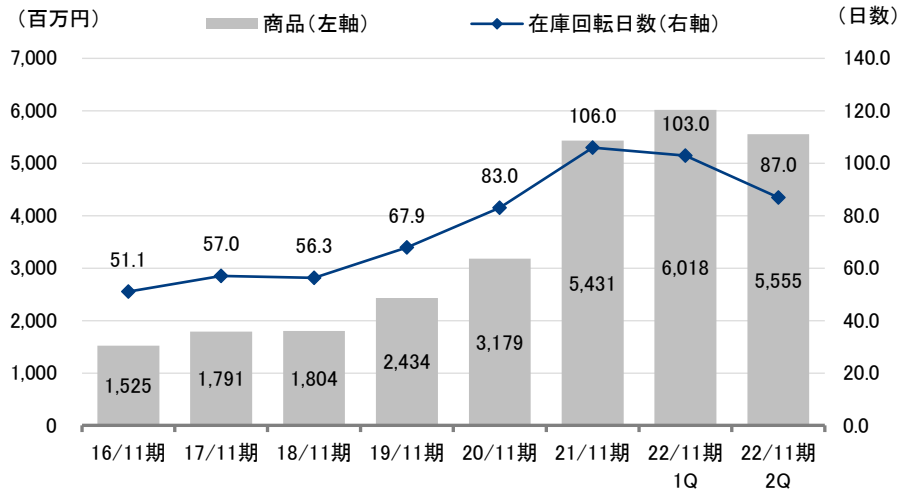


出所：決算説明資料よりフィスコ作成

同社は在庫回転日数の基準を 90 日として調整しているが、第 1 四半期の同日数は 103 日だった。2022 年 11 月期の第 1 四半期の収益確保を目的に高市場価値車輌の中でもより需要が高い車輌の在庫を 4 月以降のオンシーズンに向けて確保した戦略による。第 2 四半期においては、オンシーズンに向けて確保した在庫を販売した結果、商品、在庫回転日数が共に減少し、基準を下回る 87 日に低下した。前期末時点から在庫回転日数が 100 日を超えていたことで、やや気掛かりな点として捉えていた向きも一部であったと見られるが、これが会社側も再三発信していた「一時的かつ意図的な戦略」であったことが証明されたことはポジティブな要素だろう。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

在庫回転日数、商品



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

3. 売上総利益の増益要因

売上総利益は前年同期比で 624 百万円増加し 6,556 百万円だった。ホールセールについては前年同期比で 294 百万円増加。オンシーズンに向けて確保した在庫を販売し、仕入も堅調であったため、販売台数が大幅に増加。平均売上総利益額は前年同期並みだった。リテールについては 280 百万円の増加となった。前期の店舗開発による展示面積の拡大、接客力向上や売り場改善による既存店の販売力強化、通信販売の強化、優良な在庫確保により販売台数が大幅に増加。車輌売上単価要因（金額換算 117 百万円）と台数要因（金額換算 163 百万円）を増加させることができた。

売上総利益増減要因

（単位：百万円）

	21/11 期 2Q	増減要因				22/11 期 2Q
		台数	単価	その他	合計	
売上総利益	5,932	486	88	49	624	6,556
ホールセール	-	323	-29	-	294	-
リテール	-	163	117	-	280	-
その他	-	-	-	49	49	-

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（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

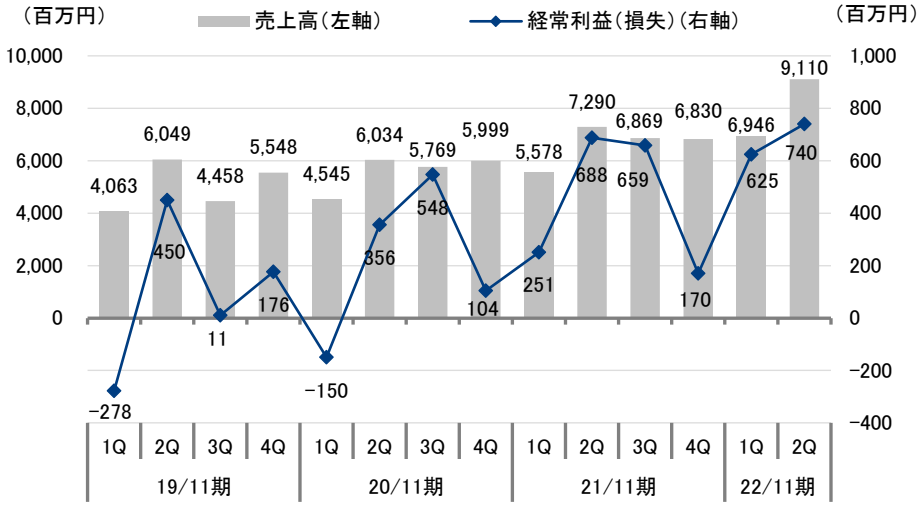
オンシーズン向け在庫を販売、オークション相場およびリテール市場は引き続き好調に推移

4. 四半期ごとの売上高 / 経常利益（損失）の推移

バイク業界において、新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）によって、人同士の接触を回避できる移動手段として二輪車の引き合いが強まったほか、近年のアウトドアブームなど、人々の行動の変化が需要増の一つのきっかけとはなっただろう。なお、リターンライダーや新規ライダーの増加に表れるバイク志向の高まりによって、二輪免許新規取得者数は今なお増加傾向を見せている。運転免許統計による「運転免許の種類別指定教習所卒業者数の年別推移」を見ると、大型二輪・普通二輪の合算では 2017 年を底に増加傾向にあり、2021 年については 2013 年の水準を上回る伸びだった。もちろんこうした外部環境が追い風となった面は否定できないものの、同社がこれまで行ってきた複合店拡大による販売力強化や仕入力強化による高市場価値車輌の確保を中心とした戦略の効果が表面化してきた点は大きく評価されるべきと弊社では考えている。

四半期ごとの売上高と経常利益の推移を見ると、もともと同社の業績は季節変動の影響を受ける構造を有していたことが窺える。高市場価値車輌の確保に注力したことで、リテールだけではなくホールセールにも好影響を与えた結果、第 1 四半期の収益構造が大きく改善され、2021 年 11 月期第 1 四半期の営業損益は黒字に転換。さらに第 4 四半期に高市場価値車輌の確保に注力したことによって、2021 年 11 月期及び 2022 年 11 月期の 2 期連続で第 1 四半期、第 2 四半期における大幅な伸びに繋がった。

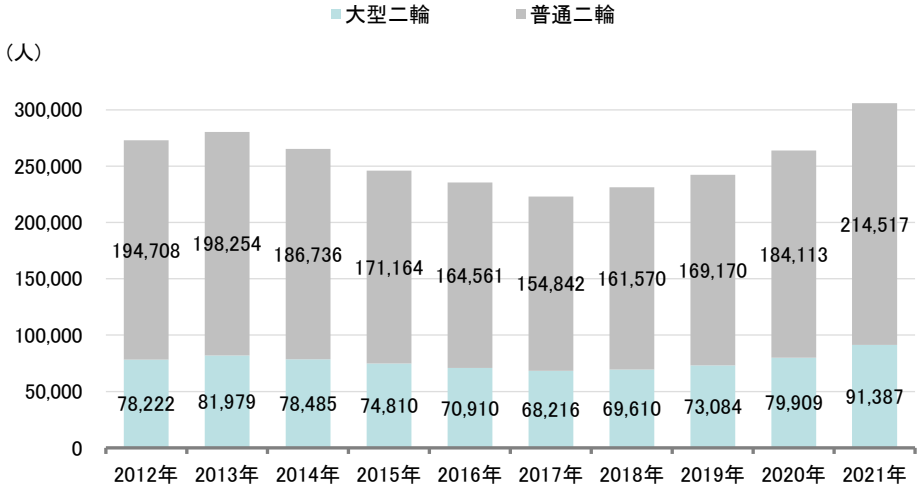
四半期ごとの売上高/経常利益（損失）の推移



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（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

運転免許の種類別指定教習所卒業者数の年別推移



出所：警察庁「運転免許統計」よりフィスコ作成

5. 販売費及び一般管理費の増減要因

販売費及び一般管理費は 5,633 百万円（前年同期比 10.9% 増）となった。内訳は、高価格帯車輌の利益水準維持に向けた一時的な売却先の工夫、販売費が高市場価値車輌の確保を目的とした試験的な Web 広告の強化施策による増加により、2,151 百万円（同 16.8% 増）となり、人件費は従業員数が前年同期比 69 人増加したことから、2,092 百万円（同 4.0% 増）となった。管理費は 1,389 百万円（同 13.5% 増）となり、店舗の新規出店及び移転・増床による地代家賃のほか、在庫保管のための保守料の増加によるものである。

販売費及び一般管理費増減要因

（単位：百万円）

	21/11 期 2Q	22/11 期 2Q	前期比	
			金額	増減率
販売費及び一般管理費	5,079	5,633	554	10.9%
販売費	1,842	2,151	308	16.8%
人件費	2,012	2,092	80	4.0%
管理費	1,224	1,389	165	13.5%

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（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

6. 主な経営指標と店舗・人財

売上高総利益率は 40.8% と高い傾向にあるが、前年同期比 5.3pt 低下した。これは、高価格帯車輌の構成比率がより上昇したためである。価格競争力の観点から高価格帯の車輌は相対的に利益率が低く、利益額が大きい、低価格帯の車輌は利益率が高く、利益額が小さい設定としていることが背景だ。営業利益率・経常利益率については、販売費及び一般管理費が増加したものの、リテール、ホールセールいずれも好調だったため、営業利益率は 5.7% と前年同期並みを維持。経常利益率は関連会社からの臨時的な受取配当金により 8.5% と、前年同期を 1.2pt 上回った。また、ROE は四半期純利益の増加に伴い 15.9% と、前年同期比 3.1pt 上昇しており、引き続き資本効率性の向上に努める計画である。店舗数については新規出店 4 店舗、移転・増床 2 店舗により、リテール車輌の展示台数が前期末比約 610 台増加した。

主な経営指標と店舗・人財

	21/11 期 2Q	22/11 期 2Q	前年同期差異
売上高総利益率	46.1%	40.8%	-5.3pt
営業利益率	6.6%	5.7%	-0.9pt
経常利益率	7.3%	8.5%	1.2pt
ROE	12.8%	15.9%	3.1pt
店舗数（店）※	63	67	4
うち複合店数※	59	63	4
従業員数（派遣社員・パートタイマー除く）（人）	928	997	69
リテール台数比率	19.5%	19.4%	-0.1pt

※ FY2021：期末時点、FY2022：7 月 4 日時点
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

7. 財政状態

2022 年 11 月期第 2 四半期末における流動資産は、2021 年 11 月期末に比べて 2,191 百万円増加し、8,943 百万円となった。主に在庫強化を目的とした短期借入のほか、税引前四半期純利益が増加したことによる現金及び預金の増加が要因である。具体的には現金及び預金 1,852 百万円、商品 124 百万円、売掛金 184 百万円が増加した。

固定資産については 79 百万円増加し、2,576 百万円だった。建物及び建物附属設備の増加等により有形固定資産が 46 百万円、子会社「ライフ＆カンパニー」の設立による関係会社株式の増加等により投資その他の資産が 93 百万円増加した一方、次世代基幹システムの原価償却費の計上等により無形固定資産が 60 百万円減少したためである。

流動負債は、1,443 百万円増加し、4,498 百万円となった。これは主に、在庫強化を目的とした短期借入金が 1,000 百万円増加し 1,600 百万円となったほか、前受金が 188 百万円増加したためだ。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

貸借対照表

（単位：百万円）

	21/11 期末	22/11 期 2Q 末	増減額
流動資産	6,752	8,943	2,191
（現金及び預金）	944	2,796	1,852
（売掛金）	191	376	184
（商品）	5,431	5,555	124
固定資産	2,496	2,576	79
有形固定資産	853	899	46
無形固定資産	710	649	-60
投資その他の資産	933	1,027	93
資産合計	9,248	11,519	2,270
流動負債	3,054	4,498	1,443
（買掛金）	277	321	44
（前受金）	705	893	188
（短期借入金）	600	1,600	1,000
固定負債	534	532	-1
負債合計	3,588	5,030	1,441
純資産合計	5,660	6,488	828
負債純資産合計	9,248	11,519	2,270

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

営業活動によるキャッシュ・フローは 1,304 百万円（前年同期実績は 852 百万円）となった。営業利益が十分に確保されたことで、基礎営業キャッシュ・フローは 2,036 百万円（同 1,558 百万円）となり、前年同期と比べて 477 百万円増加している。運転資本の増加は、高市場車輌の中でもより需要が高い車輌を確保したことで棚卸資産が増加したことに加え、売上債権が増加したため。投資活動によるキャッシュ・フローは 274 百万円のマイナス（同 271 百万円のマイナス）となった。店舗開発にともない有形固定資産の取得による支出が発生したほか、関係会社株式の取得により、関係会社株式が増加したためである。財務キャッシュ・フローは 821 百万円（同 101 百万のマイナス）となった。在庫確保にともない一時的に現金及び預金が減少し、短期的な借入（1,000 百万円）を行ったためである。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

キャッシュ・フロー計算書

（単位：百万円）

	21/11 期 2Q	22/11 期 2Q
営業キャッシュ・フロー	852	1,304
運転資本の増減	-705	-731
基礎営業キャッシュ・フロー	1,558	2,036
投資キャッシュ・フロー	-271	-274
固定資産の取得	-256	-126
関係会社株式の取得	-10	-80
フリーキャッシュ・フロー	581	1,030
財務キャッシュ・フロー	-101	821
短期借入金の純増減額（- は減少）	0	1,000
配当金の支払い	-69	-139
現金及び現金同等物の期末残高	2,160	2,796

※基礎営業キャッシュ・フロー ＝ 営業キャッシュ・フロー － 運転資本の増減
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

今後の見通し

高市場価値車輌の確保を中心とした戦略によって収益構造を確立、今期 2 度目の上方修正も目先的な利益成長より長期的な成長に着眼

● 2022 年 11 月期業績予想

2022 年 11 月期については売上高 30,057 百万円（前期比 13.1% 増）、営業利益 1,772 百万円（同 13.7% 増）、経常利益 2,336 百万円（同 32.0% 増）、当期純利益 1,618 百万円（同 32.0% 増）を見込んでいる。同社は、業績動向や今後の見通しを踏まえて、6 月 29 日に第 2 四半期および通期業績予想の上方修正を行った。

2022 年 11 月期の修正については、上期の上振れ部分のみをスライドさせた格好である。ただし、第 1 四半期決算を発表する前の 3 月 30 日に、売上高は前回予想を上回り、経常利益以降の各段階利益は、関連会社からの受取配当金により前回予想を大幅に上回る見込みとなったとして上方修正していた。前回の上方修正を踏まえて、利益面については微修正にとどめた格好である。高市場価値車輌の中でもより需要が高い車輌を積極的に確保できているほか、販売も堅調に推移していることから下期の好調も見込まれるものの、第 4 四半期には前期同様、今後の成長に向けた仕入ならびに販売強化によるコストが増加するだろう。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

今後の見通し

2022 年 11 月期の業績予想

（単位：百万円）

	21/11 期 実績	22/11 期 前回予想 3 月 30 日	22/11 期 今回予想 6 月 29 日	前回予想比 増減額	前回予想比 増減率
売上高	26,570	28,600	30,057	1,457	5.1%
営業利益	1,558	1,770	1,772	2	0.1%
経常利益	1,770	2,310	2,336	26	1.1%
経常利益率	6.7%	8.1%	7.8%	-	-
当期純利益	1,226	1,610	1,618	8	0.5%
1 月当たり年間配当金（円）	15.5	20.0	20.0	-	-
配当性向	17.7%	17.3%	17.3%	-	-
1 株当たり当期純利益（円）	87.80	115.28	115.87	-	-

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

また、中期経営計画の 1 年目であるため、2022 年 11 月期は当初から、目先的な利益に固執するよりも 50 年、100 年と長期的な成長を実現するための準備期間として位置付けている。上期は上振れたとしても例年の傾向からすると、下期は次期に向けての準備という観点から在庫確保に重点を置くと見られ、仕入れと販売のバランスを最大限考慮しながら計画を進めて行くと弊社では考えている。売るだけ売ってもその後のアフターケアがおろそかになっては意味がない。複合店化加速によってキャパシティを増やすことと合わせて、メンテナンス等のアフターケアに対応する技術者を育成することで、はじめて長期的なプラスサイクルにつなげることができるため、今回の上方修正における各利益の修正が微増だった点について、ネガティブに捉える必要はないだろう。もっとも、リテールにおいては、マーチャンダイジング施策として商品ラインアップの適正化、店舗開発の検討、接客力向上、売り場改善による既存店の販売力強化および通信販売の強化に努めている。その効果も踏まえれば会社計画は保守的であることは言うまでもないだろう。

なお、1 点気掛かりな面としては、高市場価値車輌の販売構成比上昇に伴う、利益率の低下である。四輪車においても旧車ブームによって価格が高騰している状況であるが、これは二輪車も同様である。行き過ぎた価格はいずれ修正される可能性はあるが、あまりにも高額になった場合には消費者の買い控えを招く。そういった意味で、同社基準よりも売価をある程度抑えることにより利益減に繋がる可能性はあるだろう。特に旧車価格高騰の一因には海外ユーザーが一翼を担っている面もあると考えられる。足元で新型コロナ感染者数が急増するなか、渡航制限はようやく緩和されたとはいえ、中国では再びロックダウン（都市封鎖）への懸念が高まっている。海外のバイヤーが参加できなければオークションでの高価格にも陰りが見られることも若干ながら気にかけておきたいところであると、弊社では考えている。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

今後の見通し

（1）従来のバイク王店舗とは異なる店内の空間づくりに加え、コンセプトショップ独自のサービスを展開

店舗戦略において従来のバイク王店舗とは異なる店内の空間づくりに加え、コンセプトショップ独自のサービスを展開している。2022 年 5 月 28 日には同社初となる中古の Harley Davidson（ハーレーダビッドソン）を専門に扱うコンセプトショップ「Beat & C 世田谷店」を東京・世田谷区等々力にグランドオープンした。一見するとカフェのような外観であり、これまで入りづらいと感じていた女性ライダーなども気軽に入りやすいショップとなっている。新店では“憧れの”Harley Davidson を「もっと気軽」に楽しんでもらえるような店内の空間づくりをはじめ、SNS を通じた企画も予定している。また購入した顧客は、全国 67 店舗に展開しているバイク王ショップと「繋がる」ことで、トラブルの発生時またはツーリングからの復路に限り、自宅の最寄りのバイク王ショップまで車両を無料で配送するサービスを利用できる。今後も幅広い顧客層をターゲットとした様々な店舗づくりを進めると見られ、事業拡大に繋げていくことが期待される。

Beat & C 世田谷店

出所：決算説明資料より掲載

（2）ラビット・カーネットワークとフランチャイズ契約を締結、中古四輪自動車の買取、販売事業に参入

子会社ライフ＆カンパニーを通じてラビット・カーネットワークとの間でフランチャイズ契約を締結し、新たに中古四輪自動車の買取、販売事業に参入した。同社のビジネスモデルやノウハウ、インフラなどを活かせる事業であり、商材の親和性も高いと考えている。ラビットは、親会社であるオートオークション市場最大手のユー・エス・エス（同社は 2011 年 4 月にユー・エス・エスと資本・業務提携を締結）との親和性を活かした四輪中古車の買取、販売事業を全国にチェーン展開しており、ラビットが持つオートオークション流通網や豊富なノウハウによる、迅速な店舗展開ならびに円滑な店舗運営が見込まれる。まずはバイク王の店舗に併設する形で 1 号店をオープンし、ノウハウを吸収することになろう。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

7 月 1 日、埼玉県東松山市に 1 号店がオープン！（バイク王東松山店併設）

出所：同社リリースより掲載

（3）バイク王が「バイク未来総研」を発足、所長として宮城光氏が就任

同社は 3 月 25 日にバイク業界にとって有益な情報を発信し、バイクの「未来」を切り拓くことを目的として「バイク未来総研」を発足させた。所長には、モータージャーナリストのほか多方面で活躍する宮城 光氏が就任した。宮城氏は全日本選手権で 2 年連続チャンピオンを獲得したほか、全米選手権優勝など国内外で輝かしい実績を持つ。後に四輪レースにおいても「4 輪スーパー耐久シリーズ」優勝など才能を発揮。2016 年には米国ボンネヴィルにて 4 輪車での世界最高速を達成し記録保持者である。

「バイク未来総研」では、バイクライフの楽しさやバイクに関して同社が持つ独自データ分析などの情報発信に加え、ライダーやバイク業界がこれから描く「未来」に切り込んだコンテンツなどを順次発信していく予定である。「バイク未来総研」の活動第 1 弾として、3 月に東京ビッグサイトで開催された「第 49 回 東京モーターサイクルショー」にて気になるブースの紹介レポートを、バイク王公式 YouTube などで動画公開した。また、同社初となるブースを出展した。

中期経営計画

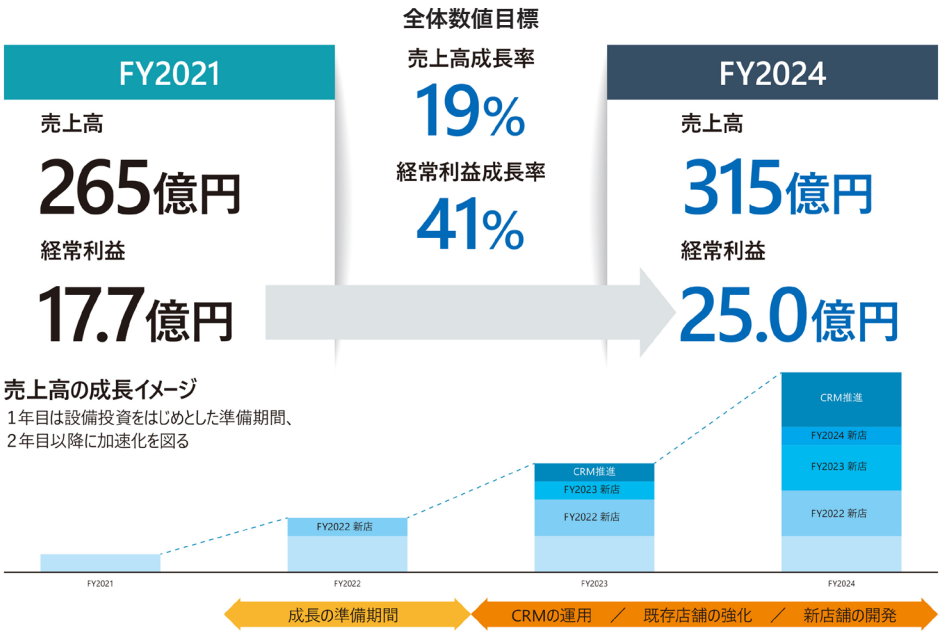
1 年目は成長するための基盤構築。
1 年目の重点戦略は既に成果発現

同社は 2022 年 11 月期から 2024 年 11 月期までの 3 ヶ年の中期経営計画を策定しており、最終年度である 2024 年 11 月期に売上高 315 億円、経常利益 25 億円を計画しており、2021 年 11 月比売上高成長率は 19%、経常利益成長率 41% を見込む。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

中期経営計画

1 年目は成長の準備期間として位置付け、経営陣及び全従業員の企業価値向上に向けた意識改革のため、株式報酬制度および株式給付信託の導入を発表した。また、戦略の三本の柱となる CRM 推進、整備インフラ、システムプラットフォームを軸として、設備投資、人的投資、IT 投資を推進する。そして、営業戦略、オペレーション戦略、情報戦略、人事戦略、財務戦略によって一層の企業価値の向上と事業規模の拡大に取り組み、2 年目以降にこれらの効果が出現することで成長の加速化を図る計画だ。



出所：中期経営計画より掲載

● 中期経営計画、1 年目の重要戦略の進捗・成果

営業戦略においては、循環型 CRM モデルの確立によるバイク王ファンの創出と顧客ロイヤリティの向上を掲げており、2022 年 11 月期においてはポイントプログラムの導入といった新しい会員向けサービス、特典の検討や、会員サービスの強化・拡大に向けたシステムの開発を開始した。7 月までに累計 7 店舗を開発した。また、累計 15 拠点で新たにレンタルサービスを開始したほか、展示会への出展、プレミアム絶版車試乗会など各種イベント、コンテンツを強化した。

オペレーション戦略においては、サービス利用件数の最大化に向けた MD 機能の強化を中心とした、新たなサービスインフラ／プラットフォームの構築を掲げている。パートナー企業の開拓により提携店舗数が順調に増加しており、今期中のパートナー企業向け整備ネットワークシステムの開発を目指している。

情報戦略としては経営、営業効率の改善サイクルを実現する IT 基盤の構築を掲げている。これまでに、業務の自動化・省力化を図るため買取、販売業務に関する RPA ツールを導入、事務作業に関する RPA ツール導入の検討を開始した。CRM、BtoB システムの構築として、要求整理、要件を定義中であり来期の稼働を目指している。そのほか、買取証明書、売買契約書など定型業務に関する書類のペーパーレス化の検討を開始した。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

人事戦略としては、CRM 推進、整備インフラ確保、システムプラットフォーム構築を実現するための人材の確保と育成システムの構築を掲げている。産学連携 2 輪ゼミナールプログラムを企画し、提携する整備専門学校で導入した。そのほか、貢献意欲や士気を高めることを目的としたインセンティブプランである役員、従業員向け株式給付信託制度の導入や企業価値の持続的創造として、外国人社員の採用強化、出生時育児休業（産後パパ育休）の導入を行った。

財務戦略としては、中長期的な企業価値の向上と積極投資による事業規模の拡大に向けた財務基盤の構築を掲げている。「SDGs 推進融資」を含め 20 億円のコミットメントライン契約を締結したほか、事業規模の拡大としてライフ＆カンパニーを設立し、四輪中古車買取、販売事業に参入した。

今後、既存事業の価値向上と M&A を含む新分野への積極投資による事業規模の拡大やコーポレートガバナンスの一層の充実に取り組むことで、現在のスタンダード市場からプライム市場への上場を目指すことを掲げている。

プライム市場上場に向けた同社の適合状況

	バイク王＆カンパニー	プライム市場	適合状況
株主数	6,833 人	800 人以上	○
流通株式数	45,650 単位	20,000 単位以上	○
流通株式時価総額	60 億円	100 億円以上	×
売買代金（時価総額）	204 億円	250 億円以上	×
流通株式比率	29.8%	35% 以上	×
収益基盤（最近 2 年間の利益合計）	26 億円	25 億円以上	○
財政状態（純資産額）	56 億円	50 億円以上	○

出所：中期経営計画よりフィスコ作成

ESG の課題と取り組み

バイク事業（買取・販売）を通じた廃棄物削減への貢献などが評価される

ESG の課題と取り組みにおいては、中古バイク流通市場におけるリーディングカンパニーとして、エンドユーザーの安心と安全を強く意識し、高い品質の確保と適正価格での流通を実現することにより、消費者からの信頼を獲得していくことを掲げている。また、環境資源の有効活用などにより環境問題に積極的に取り組んでいくとしている。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

「環境（Environment）」における重要課題となる環境負荷の低減については、事業全体にかかる CO_2 排出量削減に取り組む。社員への環境教育の実施については、環境問題の改善に資する社員教育を推進する。「社会（Social）」における重要課題とする中核人財の登用、社員の成長機会の提供、接客品質・整備品質の向上においては、ジェンダー平等とダイバーシティの推進、多様な働き方の強化をはじめとして、誰もが活躍でき、幅広い専門性を備えた人財を育成する体制を構築し、社会の安全・安心を支える交通インフラサービス提供の取り組みを進める。「企業統治（Governance）」における重要課題となるコーポレートガバナンスの深化については、持続的な成長と中長期的な企業価値向上に資する透明性の高いガバナンスを実現し、株主との対話においては、株主の権利及び平等性を確保しつつ、適切な情報開示と透明性の確保に取り組むとしている。

同社の主な取り組み

	重要課題	主な取り組み	貢献する SDGs
E Environment 環境	環境負荷の低減	事業全体に係るCO2排出量削減	6 7 13
	社員への環境教育の実施	環境問題の改善に資する社員教育の推進	7 12 13
S Social 社会	中核人財の登用	ジェンダー平等とダイバーシティの推進、多様な働き方の強化	4 5 8 10
	社員の成長機会の提供	誰もが活躍でき、幅広い専門性を備えた人財を育成する体制を構築	4 8
	接客品質、整備品質の向上	社会の安全・安心を支える交通インフラサービスを提供	8 12
G Governance 企業統治	コーポレートガバナンスの深化	持続的な成長と中長期的な企業価値向上に資する透明性の高いガバナンスを実現	16
	株主との対話	株主の権利、平等性を確保しつつ、適切な情報開示と透明性の確保	17

出所：中期経営計画より掲載

なお、5 月 31 日に（株）三井住友銀行（以下、「SMBC」）より「SDGs 推進融資」※が実施された。SMBC と日本総合研究所の両社より、バイク買取・販売事業を通じた廃棄物削減や交通事故の削減、健康経営・働き方改革の推進などの点で SDGs の目標達成に向けた貢献が期待できると評価された。

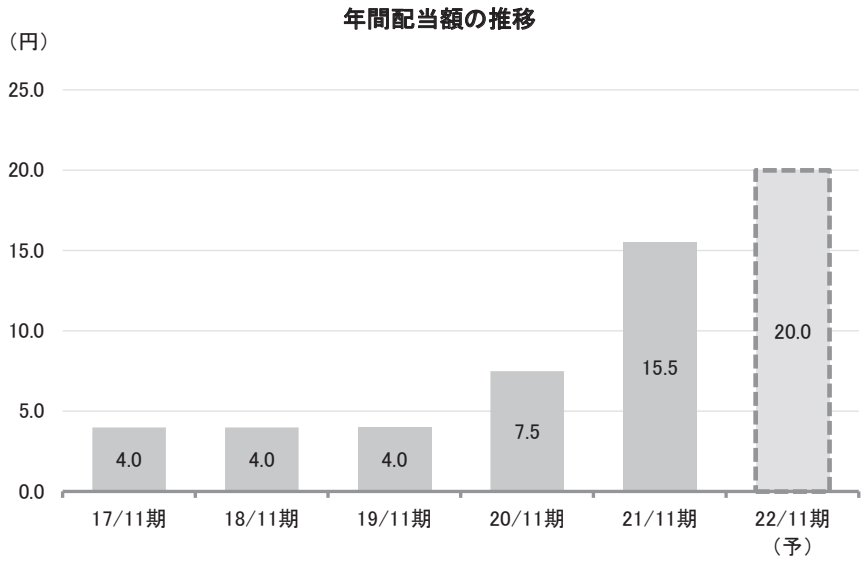
※「SDGs 推進融資」は、融資実行時に SMBC と日本総合研究所が、企業の SDGs に関する現状の取組状況を確認した上で、本業を通じた SDGs 貢献への道すじ（ロジック）を分析し、SDGs の取組推進に向けたアドバイス等を提供するもの。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

株主還元策

業績好調を前提に 3 期連続で増額配当を実施予定。2022 年 11 月期は年 20.0 円配当を計画

同社は、配当を株主還元における重要な施策と考えている。安定的な配当を行うことを念頭に置きつつ、業績等を勘案したうえで配当金額を決定している。この方針に則り 2022 年 11 月期は中間配当 10.0 円、期末配当金については 10.0 円を予想しており、年間配当は前期実績から年間 4.5 円増配の年 20.0 円を計画。今後も配当還元の基本方針に則り配当性向 30% を目指す。



出所：決算短信よりフィスコ作成

また、株主優待制度も実施している。優待内容はバイク購入やパートナーズパック※加入に利用できるものであり、1 単元（100 株）以上を保有する株主に対して、(1) 同社がリテール（小売販売）するバイク（126cc 以上）購入に利用できる「バイク 1 台につき 1 万円割引優待券」、(2) バイク（126cc 以上）購入時、パートナーズパック加入に利用できる「1 万円割引優待券」となる。

※ 同社バイクを購入し、本サービスの契約を締結した顧客を対象に、排気量ごとに定められた定額料金のみで 6 ヶ月ごとの定期点検等が受けられるサービス。

さらに、2021 年 9 月には、上記に加え、バイクとその用品・部品、バイク関連以外の商品等を取り扱う EC サイト「バイク王ダイレクト」で使用できるポイント「1,000 円分」を加えている。

バイク王ダイレクトでは良質な中古バイク 4,000 台、バイク用品・パーツ 40 万点を掲載。またバイク関連のみならず、アウトドア・キャンプ用品、電動モビリティ（電動アシスト自転車・キックボード）、セニアカー等も取り扱っており、今後もユーザーのニーズを取り込んだ取扱商品の拡大を図っていく。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

重要事項（ディスクレーマー）

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・表示したものですが、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