

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

G-7 ホールディングス

7508 東証プライム市場

企業情報はこちら >>>

2022 年 6 月 6 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 月期の業績概要	01
2. 2023 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 月期の業績概要	06
2. 事業セグメント別動向	08
3. 財務状況と経営指標	13
■ 今後の見通し	14
1. 2023 年 3 月期の業績見通し	14
2. 事業セグメント別見通し	16
3. 中期経営計画	18
■ 株主還元策とサステナビリティの取り組み	20
1. 株主還元策	20
2. サステナビリティの取り組み	21

要約

中期業績目標の達成に向け M&A 戦略を推進

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いる。2022 年 4 月の東証市場区分再編でプライム市場に移行した。

1. 2022 年 3 月期の業績概要

2022 年 3 月期の連結業績は、売上高が前期比 3.0% 増の 168,525 百万円、経常利益が同 7.8% 増の 7,877 百万円と増収増益となり、過去最高業績を連続更新した。事業別では、精肉事業やその他事業が苦戦したものの、業務スーパー事業が新規出店効果により順調に拡大したほか、オートバックス・車関連事業も冬用タイヤやバイク用品の販売増加により増収増益に転じたことが要因だ。2022 年 3 月期末のグループ店舗数は前期末比 14 店舗増（出店 34 店舗、退店 20 店舗）の 600 店舗となった。主に「業務スーパー」「お肉のてらばやし」でそれぞれ 10 店舗増加し、飲食事業から完全撤退するなど不採算店舗の整理を進めた。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 店舗オープンした。

2. 2023 年 3 月期業績見通し

2023 年 3 月期の業績は売上高で前期比 6.8% 増の 180,000 百万円、経常利益で同 1.6% 増の 8,000 百万円と増収増益が続く見通し。新規出店は「業務スーパー」を中心に 35 店舗を計画している。中期計画では年間 70 ～ 100 店舗の出店拡大を目標としていたが、建設資材の値上がり等で出店コストが上昇していることから 2023 年 3 月期は慎重なスタンスで臨み、M&A によって店舗拡大を進めていく考えだ。同時に不採算店舗の整理も継続して進め、収益体質の強化を図っていく。事業別では、業務スーパー事業、オートバックス・車関連事業がけん引役となる。また、こだわり食品・プライベートブランド事業も PB 商品を積極的に開発し、農産物直売所「めぐみの郷」やミニ・スーパー「リコス（旧 mini ピアゴ）※」等のグループ店舗で販売することにより事業規模を拡大していく戦略となっている。

※ 2022 年 4 月に店舗名を「リコス」へ変更した（詳細後述）。全店舗の看板等の変更は 2022 年 6 月中には完了する予定となっている。

3. 中期経営計画

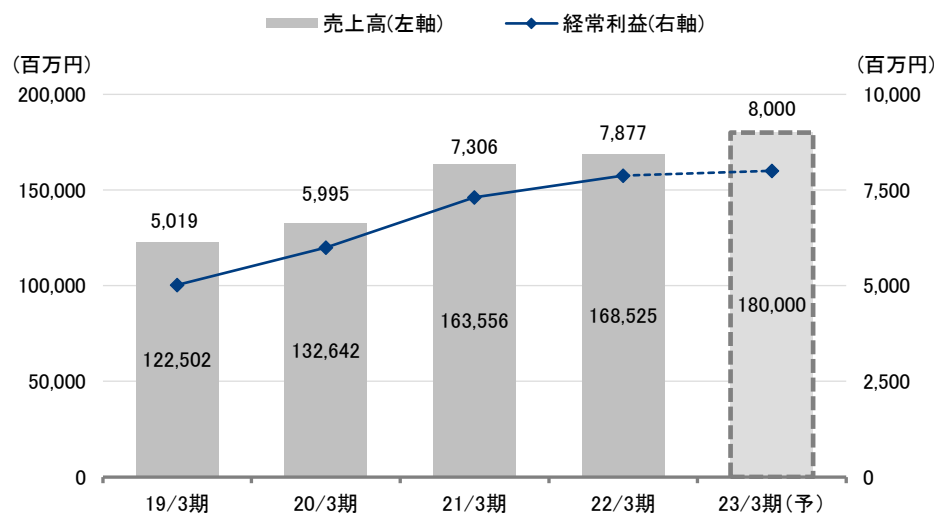
同社は、2026 年 3 月期を最終年度とする 5 ヶ年の中期経営計画をスタートしており、初年度となる 2022 年 3 月期は売上高こそ未達となったものの、利益ベースでは順調な滑り出しとなった。2026 年 3 月期の業績目標として掲げた売上高 2,500 億円、経常利益 100 億円を達成するため、従業員 1 人当たりの売上高や売上総利益の向上による既存店舗の収益力強化と新規出店の拡大を進める。また、新業態の開発・育成や M&A にも積極的に取り組んでいく方針だ。特に、M&A は計画達成の鍵を握る重要戦略として積極的に取り組んでいく意向であり、今後の動向に注目したい。

要約

Key Points

- ・ 2022 年 3 月期は過去最高業績を連続更新、利益ベースでは会社計画を上回って着地
- ・ 2023 年 3 月期は店舗のスクラップ & ビルドを進めながら増収増益を目指す
- ・ 2026 年 3 月期に売上高 2,500 億円、経常利益 100 億円を目指すべく、M&A 戦略を推進

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・車関連」「業務スーパー」事業が収益の柱

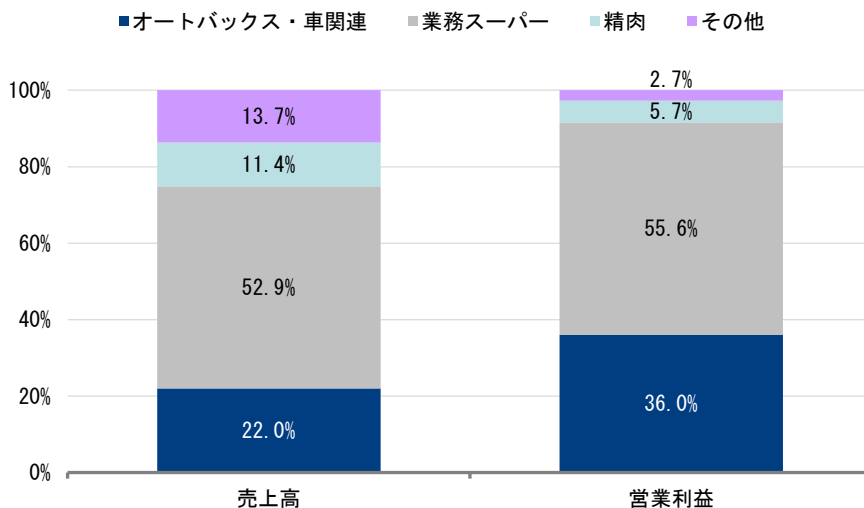
同社の事業セグメントは、オートバックス・車関連事業、業務スーパー事業、精肉事業、その他事業の 4 つの事業セグメントで開示している。2022 年 3 月期の事業別構成比を見ると、売上高はオートバックス・車関連事業で 22.0%、業務スーパー事業で 52.9%、セグメント利益はオートバックス・車関連事業で 36.0%、業務スーパー事業で 55.6% となり、両事業で全体の 70% 以上を占めている。また業務スーパー事業、精肉事業とその他に含まれるこだわり食品・プライベートブランド事業や「めぐみの郷」、「mini ピアゴ」を加えると、売上高の 7 割強を食品小売事業で構成していることになる。

G-7 ホールディングス
7508 東証プライム市場

2022 年 6 月 6 日 (月)
<https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

事業概要

事業セグメント別構成比 (2022年3月期)



出所：決算短信よりフィスコ作成

1. オートバックス・車関連事業

オートバックス・車関連事業は、「オートバックス」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「オートバックス」のフランチャイジー展開、「バイクワールド」を運営するG7 RETAIL MALAYSIA SDN.BHD.、自動車輸出販売事業を展開する(株)G-7.CrownTradingの4社で構成されている。

売上高の8割強はオートバックス関連で占められ、2022年3月期末時点のオートバックス関連の店舗数は国内76店舗(オートバックス69店舗、オートバックスエクスプレス7店舗)、マレーシア2店舗となり、オートバックスグループ(国内588店舗、海外62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、なかでも兵庫県で39店舗と全体の約5割を出店している。従業員1人当たりの生産性や売上総利益率、在庫回転率などを重視した店舗運営を徹底しており、オートバ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。

「バイクワールド」は、2022年3月期末時点で国内14店舗、マレーシア2店舗の合計16店舗を展開している。国内では資本業務提携先のバイク王&カンパニー<3377>とコラボ出店を進めている。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販売を行っており、売上構成比はそれぞれ1割弱となっている。

G-7 ホールディングス

7508 東証プライム市場

2022 年 6 月 6 日 (月)

<https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

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「マンマチャオ」((株)エムアイエス)6店舗を運営しているほか、2020年から新業態として開始したアウトドア用品専門店「FIELD SEVEN」を「オートボックス」店舗内に4店舗出店している。

2. 業務スーパー事業

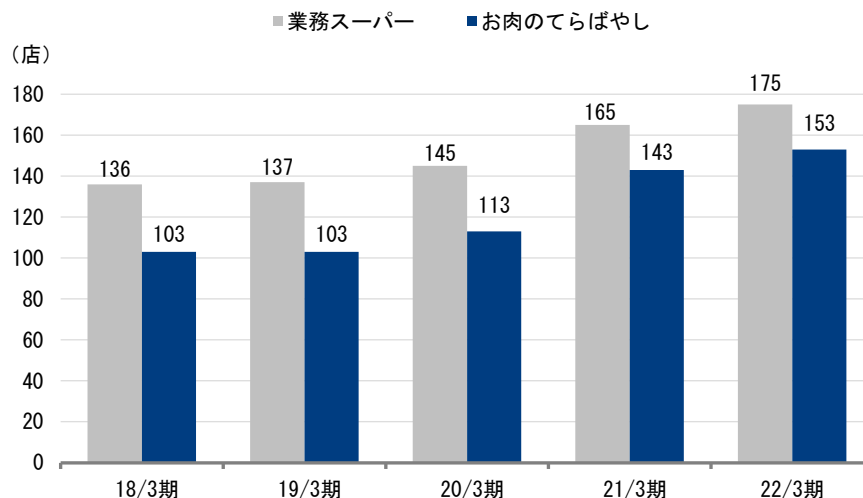
業務スーパー事業は、「業務スーパー」のフランチャイジー展開をする(株)G-7 スーパーマートの事業となる。出店エリアは関東、中部、関西、九州、北海道地域で、2022年3月期末時点の店舗数は175店舗と業務スーパーグループ(964店舗)のなかで最大規模を誇る。地域別店舗数を見ると、関東が69店舗(東京19、神奈川17、埼玉19、千葉14)と最も多く、次いで中部38店舗(愛知26、三重8、岐阜4)、関西34店舗(兵庫23、大阪11)、九州23店舗(福岡17、熊本4、長崎2)、北海道11店舗となっている。1人当たり生産性や在庫回転率を重視した店舗収益力を強みに店舗数を拡大しており、2021年3月期以降は九州での出店を加速させている。

3. 精肉事業

精肉事業は、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(株)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おり、一部小売販売も行っている。

2022年3月期末時点の店舗数は「お肉のてらばやし」が153店舗、アンデス食品が14店舗の合計167店舗となっている。地域別店舗数で見ると、関東が71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、佐賀県)17店舗、北海道10店舗等となっている。「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に出店している。

業務スーパー、お肉のてらばやしの店舗数推移



出所：決算短信、決算説明会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.

G-7 ホールディングス

7508 東証プライム市場

2022 年 6 月 6 日 (月)

<https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

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、こだわり食品・プライベートブランド事業を展開する(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(株)G-7 リコス・ストアズ(旧(株)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。

※ 2022 年 4 月にパン・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 20.0% の株式を 250 百万円で追加取得し、100% 子会社化したのを契機に社名を変更した。

「めぐみの郷」については、2022 年 3 月末時点で 44 店舗を出店している。地域別店舗数を見ると、関西 23 店舗(兵庫 17、大阪 4、奈良 2)、関東 15 店舗(東京 7、千葉 3、埼玉 3、神奈川 2)、中部 6 店舗(愛知 5、岐阜 1)となり、44 店舗中 33 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、関西圏で委託販売方式(販売額の約 2 割を手数料収入として売上計上)、中部及び関東圏で買取販売方式(卸販売事業者からの仕入販売)を採用している。中部・関東圏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。

こだわり食品・プライベートブランド事業では、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、冷凍食品や加工食品等を中心に各種 PB 商品の開発・製造・販売を行っている。

ミニスーパー「mini ピアゴ」は東京都、神奈川県で展開しており、2022 年 3 月期末時点で 69 店舗(東京 55 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 億円弱程度で、利益率も「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。

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(神奈川県)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、飲食店事業とフランチャイジー展開していた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))については、2022 年 3 月期にすべての店舗を閉店し、撤退を完了した。

G-7 ホールディングス
7508 東証プライム市場

2022 年 6 月 6 日 (月)
<https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

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
オートバックス・車関連	G-7・オート・サービス	100.0%	「オートバックス」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・中古車の輸出版売
	G7 RETAIL MALAYSIA	100.0%	「オートバックス」「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、卸売販売等
	G7 リテールジャパン	100.0%	女性向け健康体操教室「カーブス」、自転車販売「トレジャーサイクル」の運営
	G-7 リコス・ストアズ	100.0%	都市型ミニスーパー「リコス (旧 mini ピアゴ)」の運営

出所：有価証券報告書、ホームページ、リリース、よりフィスコ作成

業績動向

2022 年 3 月期は過去最高業績を連続更新、利益ベースでは会社計画を上回って着地

1. 2022 年 3 月期の業績概要

2022 年 3 月期の連結業績は、売上高が前期比 3.0% 増の 168,525 百万円、営業利益が同 5.5% 増の 7,448 百万円、経常利益が同 7.8% 増の 7,877 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 8.2% 増の 5,255 百万円となり、過去最高業績を連続更新した。会社計画に対しては売上高が若干の未達となったものの、各利益ベースではいずれも上回って着地した。

2022 年 3 月期業績 (連結)

(単位：百万円)

	21/3 期		会社計画	22/3 期			
	実績	売上比		実績	売上比	前期比	計画比
売上高	163,556	-	175,000	168,525	-	3.0%	-3.7%
売上原価	121,715	74.4%	-	126,215	74.9%	3.7%	-
販管費	34,782	21.3%	-	34,860	20.7%	0.2%	-
営業利益	7,058	4.3%	7,400	7,448	4.4%	5.5%	0.6%
経常利益	7,306	4.5%	7,700	7,877	4.7%	7.8%	2.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,855	3.0%	5,000	5,255	3.1%	8.2%	5.1%

出所：決算短信よりフィスコ作成

G-7 ホールディングス

7508 東証プライム市場

2022 年 6 月 6 日 (月)

<https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

業績動向

売上高は巣ごもり消費の反動により精肉事業やその他事業の「めぐみの郷」「mini ピアゴ」が減収となったものの、新規出店効果により業務スーパー事業が続伸したほかオートバックス・車関連事業やこだわり食品・プライベートブランド事業も増収となり、全体では増収基調が続いた。利益面では、精肉事業や「めぐみの郷」「mini ピアゴ」の事業が減益となったものの、オートバックス・車関連事業、業務スーパー事業、こだわり食品・プライベートブランド事業の増益でカバーした。会社計画比では業務スーパー事業、こだわり食品・プライベートブランド事業が売上高、利益ともに上回って着地した。

2022 年 3 月期末のグループ店舗数は 600 店舗と前期末比で 14 店舗増となった（新規出店 34 店舗、退店 20 店舗）が期初計画の 635 店舗には届かなかった。出店条件に合う物件が確保できなかったこと等により、「業務スーパー」や「お肉のてらばやし」「めぐみの郷」などが計画を下回ったほか、マレーシアで計画していた「オートバックス」「バイクワールド」の出店（各 1 店舗）も新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）の影響により 2023 年 3 月期にずれ込んだこと、飲食店事業など一部事業からの撤退や不採算店舗の整理を進めたことなどが未達の要因となっており、店舗数の計画未達が売上高の下振れの一因となった。

グループ店舗数と出店・退店数

店舗名	21/3 期末 店舗数	22/3 期		22/3 期末 店舗数
		出店数	退店数	
オートバックス (SA、SH 含む)	68	2	1	69
オートバックスエクスプレス	7			7
BP センター (板金・塗装)	9			9
土山サーキット	1			1
FIELD SEVEN (新業態)	2	2		4
マンマチャオ	5	1		6
たい焼専門店やまや本舗	3			3
バイクワールド	12	2		14
業務スーパー	165	10		175
お弁当屋 K	1			1
お肉のてらばやし	143	12	2	153
アンデス食品	16		2	14
めぐみの郷	45	1	2	44
激安スーパーめぐみのさと	1			1
リコス (旧 mini ピアゴ)	72	3	6	69
R I N G O	1		1	-
カーブス	25			25
トレジャーサイクル (新業態)	-	1		1
ステップゴルフ	3		3	-
いきなり!ステーキ (台湾含む)	3		3	-
海外 (オートバックス、バイクワールド)	4			4
合計	586	34	20	600

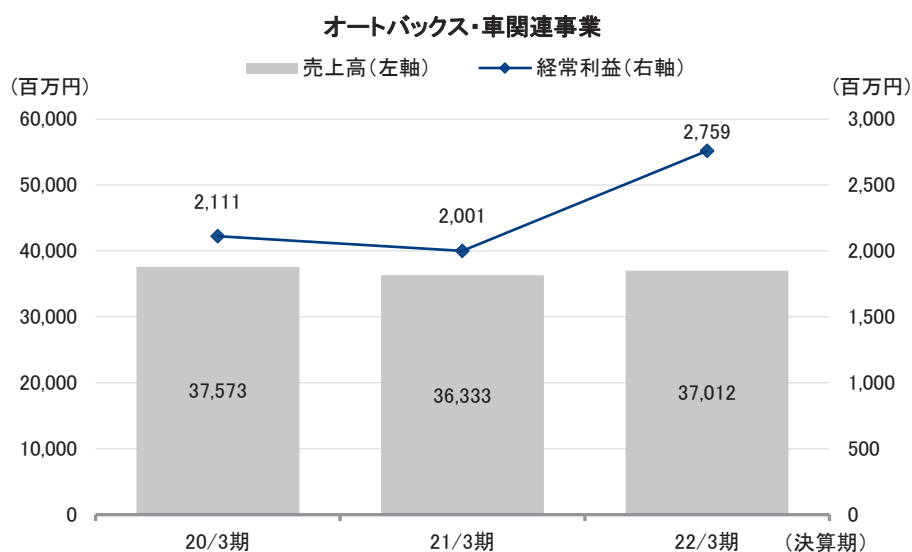
出所：同社提供資料よりフィスコ作成

オートバックス・車関連事業、業務スーパー事業が増収増益に

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期比 1.9% 増の 37,012 百万円、経常利益は同 37.9% 増の 2,759 百万円と増収増益に転じた。



出所：決算短信よりフィスコ作成

このうち、主力の G-7・オート・サービスの業績は、コロナ禍の影響等による来店客数の伸び悩みや、半導体不足に起因したカー AV 機器の供給不足等の影響があったものの、冬季シーズンの降雪により冬用タイヤが好採算となったほか、タイヤチェーンの販売が堅調に推移したことにより、売上高は前期比 1.1% 増と 3 期ぶりに増収に転じた。一方、利益面では「オートバックス」本部へのインセンティブ費用を計上したことで同 5.2% 減となった。

カテゴリー別の売上増減率を見ると、タイヤが前期比 6.1% 増となったほか、車通勤の増加に伴いメンテナンス関連が同 14.3% 増、オイルが同 2.6% 増となった。一方、カー AV が同 14.3% 減、アクセサリが同 6.6% 減、サービスが同 1.8% 減となった。

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 ケタ増となり、6～8 月はコロナ禍でのドライブ需要減少が響いてマイナス圏に沈んでいた。9 月は前年同月比微増、10 月から 12 月までは同微減で推移していたが、2022 年に入ってからタイヤの履き替え需要が増加したこともあり、1 ケタ増ペースに転じた。「オートバックス」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。

G-7 ホールディングス

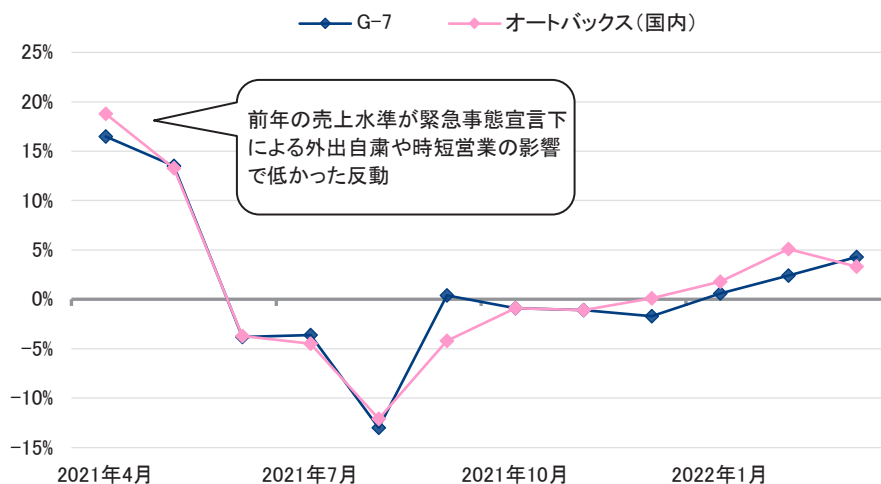
7508 東証プライム市場

2022 年 6 月 6 日 (月)

<https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

業績動向

なお、2022 年 3 月期における国内のオートボックス関連店舗は出店 2 店舗、退店 1 店舗となり、前期末比 1 店舗増の 76 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

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 2 店舗（福井県、千葉県）を出店し、合計 4 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、コロナ禍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。同社は将来的にキャンプ場の運営も含めて、カーライフに関するトータルソリューションを提供していく構想を描いており、現在、候補地を 2 カ所に絞って事業計画の策定を進めている段階にある。そのほか、コインランドリー「マンマチャオ」については近畿圏で 1 店舗を出店し、合計 6 店舗となっている。

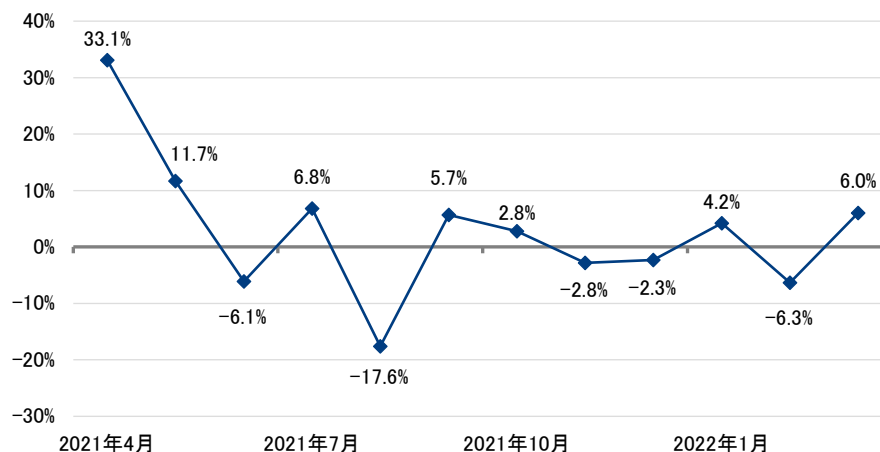
G-7 バイクワールドについては、コロナ禍における移動手段としてバイクの需要が拡大していることや、バイク王&カンパニーが運営する「バイク王」とのコラボ出店の取り組みが奏功して既存店ベースで前期比 3% 程度の増収となり、全店ベースでも増収となった。利益面でも、既存店の売上拡大に伴う収益性の改善や販売構成比の変化等により 2 ケタ増益となった。2022 年 3 月期の新規出店数は 2 店舗（三重県、広島県）となり、国内店舗数は前期末比 2 店舗増の 14 店舗となった。

G-7 ホールディングス
7508 東証プライム市場

2022 年 6 月 6 日 (月)
<https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

業績動向

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

海外のオートバ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たことや洪水が発生した影響もあり減収となったが、コスト削減に取り組んだことで損失額は前期から縮小した。2022 年 3 月期末の店舗数は、「オートバックス」「バイクワールド」とともに 2 店舗で前期末比横ばいとなった。G-7.CrownTrading の自動車輸出版売事業は上期まで減収が続いたものの、下期に入って輸出台数が回復し、通期では増収増益となった。

(2) 業務スーパー事業

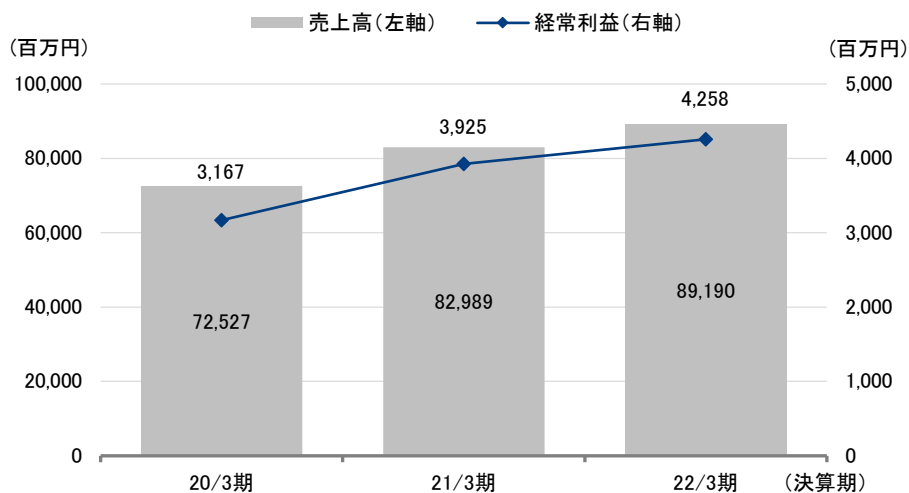
G-7 スーパーマーケットで展開する業務スーパー事業の売上高は前期比 7.5% 増の 89,190 百万円、経常利益は同 8.5% 増の 4,258 百万円といずれも過去最高を更新した。巣ごもり需要の反動減が懸念されたものの、メディアや SNS の露出効果で来店客数が堅調に推移し、既存店売上が通期で 1% 程度の増収となった。加えて、新規に 10 店舗（九州圏 5 店舗、首都圏及び北海道各 2 店舗、中部圏 1 店舗）を出店したことが増収要因となった。2022 年 3 月期末の店舗数は前期末比 10 店舗増の 175 店舗となった。利益面では、店舗出店及び改装費用の増加があったものの増収効果で吸収した。

G-7 ホールディングス
7508 東証プライム市場

2022 年 6 月 6 日 (月)
<https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

業績動向

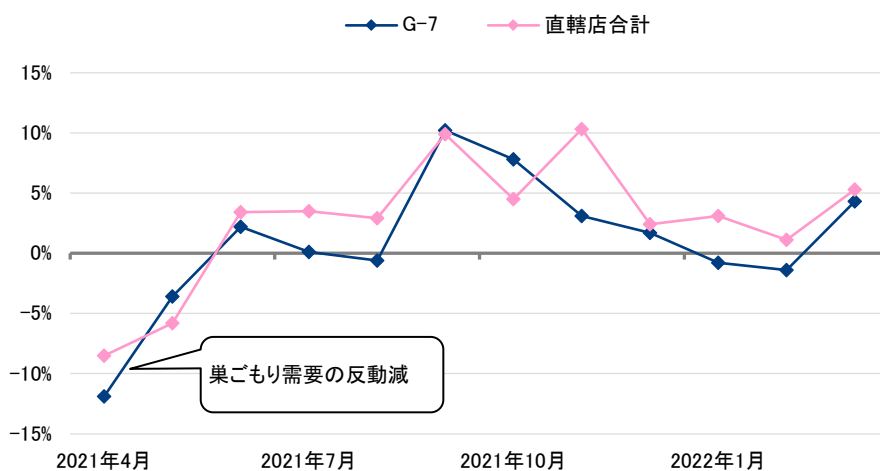
業務スーパー事業



出所：決算短信よりフィスコ作成

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たものの、同年 6 月以降は堅調に推移した。神戸物産 <3038> の直轄店舗の動きについても概ね同様のペースで推移している。

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

G-7 ホールディングス
7508 東証プライム市場

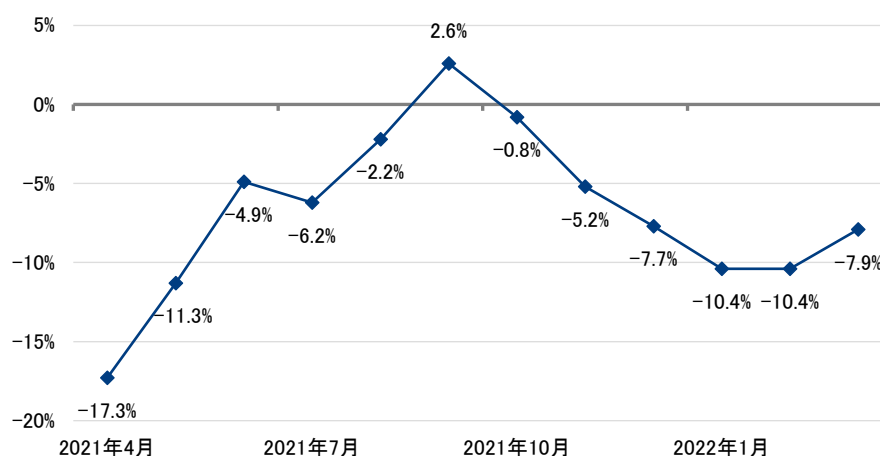
2022 年 6 月 6 日 (月)
<https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

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期比 0.2% 減の 19,208 百万円、経常利益は同 48.4% 減の 436 百万円と子会社化以降、初めての減収減益となった。前期の巣ごもり消費の反動により、「お肉のてらばやし」の売上が既存店ベースで同 7% 程度減少したことが減収要因となった。出店数は 12 店舗、退店数は 2 店舗となり、期末店舗数は 153 店舗となった。

精肉事業(お肉のてらばやし)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

一方、利益面ではコロナ禍における世界的な原材料価格の高騰による売上総利益率の低下や、店舗数拡大に伴うテナント料等の販管費増加が減益要因となった。特に、主力販売商品である米国産輸入牛肉については、コロナ禍により生産量が伸び悩んだことで期を通じて価格が高止まりし、同事業の収益圧迫要因となった。

なお、アンデス食品事業部については、コロナ禍がある程度落ち着いたことで業務用の需要が回復し増収となった。利益面でも不採算店舗を整理するなどコスト削減に取り組んだことで増益となった。2022 年 3 月期末における同事業部の退店数は 2 店舗となり、期末店舗数は 14 店舗となった。

(4) その他事業

その他事業については売上高で前期比 7.5% 減の 23,113 百万円、経常利益で同 54.1% 減の 211 百万円となった。「mini ピアゴ」や「めぐみの郷」の収益がコロナ禍により急拡大した内食需要の反動減で悪化したことが減収減益要因となった。

「mini ピアゴ」は新規に首都圏で 3 店舗を出店した一方、不採算で収益化の見込みがないと判断した 6 店舗を退店し、期末店舗数は 69 店舗となった。現状、全店舗の半分程度が不採算になっていると見られるが、運営方法や商品戦略などを見直して収益改善に取り組んでいく。それでも収益化が困難と判断した店舗については整理していく方針となっている。

G-7 ホールディングス

7508 東証プライム市場

2022 年 6 月 6 日 (月)

<https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

業績動向

「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。新規に近畿圏で 1 店舗を出店した一方で 2 店舗を退店し、期末店舗数は 44 店舗となった。

こだわり食品・プライベートブランド事業の業績は順調に拡大した。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 商品である冷凍食品も堅調に推移したことが要因だ。また、都内の事業所を 2 ヶ所から 1 ヶ所に集約し固定費の削減に取り組んだほか、不採算だった飲食・スイーツ事業から撤退し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 2 月に閉店した。また、スイーツ事業も 2022 年 1 月に「RINGO」1 店舗を閉店している。

女性向け健康体操教室「カーブス」については 2 ケタ増収となり、損益も改善した。前期はコロナ禍で営業自粛を強いられていたが、2022 年 3 月期は営業時間が正常化に向かい、会員数も回復してきたことが要因だ。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」1 店舗を 2021 年 7 月に兵庫県内のグループ店舗敷地内に出店した。

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 月期末の総資産は前期末比 2,753 百万円増加の 54,145 百万円となった。主な増減要因を見ると、流動資産は現金及び預金が 774 百万円、売掛金が 639 百万円、商品及び製品が 337 百万円と、それぞれ増加した。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 760 百万円、敷金及び保証金が 299 百万円増加した一方で、のれんが 79 百万円減少した。

負債合計は前期末比 730 百万円減少の 29,398 百万円となった。買掛金が 183 百万円増加した一方で、未払法人税等が 649 百万円減少した。また、純資産は同 3,484 百万円増加の 24,747 百万円となった。親会社株主に帰属する当期純利益 5,255 百万円の計上と配当金 1,620 百万円の支出等により、利益剰余金が 3,581 百万円増加した。

経営指標を見ると、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、有利子負債比率が同 6.3 ポイント低下の 37.8% となるなど収益拡大に伴って財務の健全性も向上している。また、収益性についても ROE で 23.0%、ROA で 14.9% と、いずれもここ数年上昇傾向となっており、売上高営業利益率も 4.4% と安定した水準を維持している。事業ポートフォリオとしてオートバックスや業務スーパーなど多様な事業を展開していることが収益の安定性に寄与しているものと考えられる。なお、手元キャッシュは 170 億円と過去最高水準に積み上がったが、引き続き新規出店や M&A などの投資資金として活用し、事業を拡大していく戦略となっている。M&A 資金としては 50 億円程度を予算枠として取っており、常時見込み案件の精査を行っている。

G-7 ホールディングス
7508 東証プライム市場

2022 年 6 月 6 日 (月)
<https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

業績動向

貸借対照表（連結）

(単位：百万円)

	19/3 期	20/3 期	21/3 期	22/3 期	増減額
流動資産	24,575	27,040	27,650	29,498	1,848
（現金及び預金）	14,518	16,465	16,259	17,033	774
（商品及び製品）	5,767	5,602	6,517	6,854	337
固定資産	20,115	20,846	23,741	24,647	906
（のれん）	150	67	516	437	-79
総資産	44,691	47,886	51,391	54,145	2,753
負債合計	25,188	25,868	30,128	29,398	-730
（有利子負債）	8,804	9,348	9,300	9,300	0
純資産	19,502	22,018	21,263	24,747	3,484
経営指標					
（安全性）					
自己資本比率	43.6%	45.9%	41.1%	45.4%	4.3pt
有利子負債比率	45.2%	42.5%	44.1%	37.8%	-6.3pt
ネットキャッシュ	5,714	7,117	6,959	7,733	774
（収益性）					
ROE（自己資本利益率）	16.5%	17.0%	22.5%	23.0%	0.5pt
ROA（総資産経常利益率）	11.6%	13.0%	14.7%	14.9%	0.2pt
売上高営業利益率	4.1%	4.4%	4.3%	4.4%	0.1pt

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2023 年 3 月期は店舗のスクラップ & ビルドを進めながら 増収増益を目指す

1. 2023 年 3 月期の業績見通し

2023 年 3 月期の連結業績は、売上高で前期比 6.8% 増の 180,000 百万円、営業利益で同 3.4% 増の 7,700 百万円、経常利益で同 1.6% 増の 8,000 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同 2.7% 増の 5,400 百万円と増収増益が続く見通し。

G-7 ホールディングス
7508 東証プライム市場

2022 年 6 月 6 日 (月)
<https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

今後の見通し

2023 年 3 月期業績見通し (連結)

(単位：百万円)

	22/3 期		23/3 期		
	実績	売上比	会社計画	売上比	前期比
売上高	168,525	-	180,000	-	6.8%
営業利益	7,448	4.4%	7,700	4.3%	3.4%
経常利益	7,877	4.7%	8,000	4.4%	1.6%
親会社株主に帰属する当期純利益	5,255	3.1%	5,400	3.0%	2.7%
1 株当たり当期純利益 (円)	119.28		122.55		

出所：決算短信よりフィスコ作成

事業セグメント別では引き続き業務スーパー事業やオートバックス・車関連事業、こだわり食品・プライベートブランド事業で増収増益を見込んでいる。一方で、「めぐみの郷」や「mini ピアゴ」については不採算店舗の整理を進めていくことから減収となるものの、損益面ではプラス要因として寄与するものと見られる。

2023 年 3 月期の出店計画については前期末比 35 店舗増の 635 店舗（退店分は含まず）を計画している。2021 年 5 月に発表した中期経営計画のなかでは、年間 70 ～ 100 店舗の新規出店を目標としていたが、昨今の建設資材の値上がりによって出店費用が従前の 1.5 倍以上に膨らんでいること※、電力費の値上がりによる店舗運営コストの上昇等に照らし、保守的な計画とした。また、「めぐみの郷」「リコス」については退店も進めていくことから、実際の期末店舗数は 10 ～ 20 店舗増にとどまる可能性もあると弊社では見ている。一方で、同社は M&A 戦略を積極的に進めていく方針を示しており、変動要因となる可能性がある。2023 年 3 月期の投資額としては 100 億円（うち、M&A で 50 億円）を計画している。

※ オートバックス店舗であれば、従前は 1 店舗当たり投資額が 1.2 億円程度だったが、直近は 2 億円強に膨らんでいる。

G-7 ホールディングス
7508 東証プライム市場

2022 年 6 月 6 日 (月)
<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 期末 店舗数	22/3 期末 店舗数	23/3 期 出店計画	23/3 期末 店舗数 (予)
オートバックス (SA、SH 含む)	68	69	1	70
オートバックスエクスプレス	7	7		7
BP センター (板金・塗装)	9	9		9
土山サーキット	1	1		1
FIELD SEVEN (新業態)	2	4		4
マンマチャオ	5	6		6
たい焼専門店やまや本舗	3	3		3
バイクワールド	12	14	4	18
業務スーパー	165	175	12	187
お弁当屋 K	1	1		1
お肉のてらばやし	143	153	5	158
アンデス食品	16	14		14
めぐみの郷	45	44	5	49
激安スーパーめぐみのさと	1	1		1
リコス (旧 mini ピアゴ)	72	69	2	71
R I N G O	1	-		-
カーブス	25	25	4	29
トレジャーサイクル (新業態)	-	1		1
ステップゴルフ	3	-		-
いきなり! ステーキ (台湾含む)	3	-		-
海外 (オートバックス、バイクワールド)	4	4	2	6
合計	586	600	35	635

出所：同社提供資料よりフィスコ作成

業務スーパー事業は 10 店舗超のペースで新規出店を継続

2. 事業セグメント別見通し

(1) オートバックス・車関連事業

オートバックス・車関連事業のうち、主力の G-7・オート・サービスは増収増益を見込んでいる。既存店舗での売上拡大が増収増益達成のカギを握ることとなる。原材料費の上昇によってタイヤや各種カー用品の値上げが見込まれるなど市場環境は決して良いとは言えない状況にあるものの、コロナ禍が収束し行楽シーズンや帰省等でドライブ需要が回復すれば来店客数の増加による販売増が期待できる。

新業態の「FIELD SEVEN」については新規出店の予定はなく、既存 4 店舗の収益化に取り組んでいく。現状は「オートバックス」店舗内に店出する形態となっているが、今後はショッピングモールなど大型商業施設内への店出や、ロードサイドに単独店舗で店出することも検討していく。

G-7 ホールディングス

7508 東証プライム市場

2022 年 6 月 6 日 (月)

<https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

今後の見通し

「バイクワールド」はコロナ禍を契機に自動二輪車の需要が堅調に推移していることから、4 店舗の新規出店を計画している。いずれも「バイク王」とのコラボ店舗となり、2023 年 3 月期も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、2022 年 3 月期に出店予定だった店舗を 2022 年 6 月に各 1 店舗出店し、合計で 6 店舗となる。業績への影響は軽微だが、将来的に東南アジア市場における自動車・バイク用品の需要は拡大していく見通しで、そのための基盤づくりを進めていく。自動車輸出版売事業については、主力のマレーシア向けに加えて南アフリカ向けが伸び始めており、2023 年 3 月期も堅調な業績を見込んでいる。

(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。新規出店は 12 店舗を計画しており、このうち 7 店舗については物件も確定済みとなっている。引き続き九州圏、首都圏、北海道で出店していくほか、相対的に店舗数の少なかった愛知県での出店も注力していく方針となっている。また、顧客の利便性向上を図るため、セミセルフレジやキャッシュレス決済の導入も順次進めていく方針だ。

(3) 精肉事業

精肉事業の売上高は前期比 1 ケタ増収となるものの、利益ベースでは減益が続く可能性もあると見ている。輸入牛肉の価格が高止まりしている状況にあり、国産牛に切り替えてはいるものの仕入高の上昇分をすべて価格転嫁することは難しいためだ。売上総利益率の低下により上期は減益が続く見通しで、下期は今後の仕入価格の状況次第となる。出店計画については、「お肉のてらばやし」を新規に 5 店舗出店し、アンデス食品事業部については現状維持の予定となっている。

(4) その他事業

その他事業は減収増益となる見通し。「mini ピアゴ」「めぐみの郷」の不採算店舗を整理することにより減収となるが、損益面では改善要因となる。

「mini ピアゴ」については新規出店が 2 店舗、退店数については 5 月までに 4 店舗が決定しており、今後も状況を見て判断していくことになる。なお、店舗名については 2023 年 3 月期中にすべて「リコス」に変更していく予定だ。売上高は 122 億円と 2 期連続減収となるが、営業利益は数千万円の利益に転換する計画となっている。収益改善施策として不採算店舗を整理していくほか、商品戦略の見直しや生産性の向上に取り組んでいく。商品の品揃えについては、従来 NB（ナショナルブランド）商品とユニーの PB 商品を販売していたが、今後は G7 ジャパンフードサービスで開発製造する PB 商品やグループ会社の商品（精肉、青果物）を取り揃えていくことで販売アップを狙う。また、商品廃棄ロスの削減にも継続的に取り組んでいく。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る。そのほか、商品の発注システムの見直しや外国人スタッフの教育を行い、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抑制にも取り組んでいく考えだ。「リコス」については首都圏で 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。

G-7 ホールディングス

7508 東証プライム市場

2022 年 6 月 6 日 (月)

<https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

今後の見通し

「めぐみの郷」については、買取販売方式の中部圏・首都圏の店舗で収益低迷が続いていることから、いったん不採算となっている店舗を整理していく方向で検討している。まずは上期中に中部圏の 6 店舗すべてを撤退すべく準備を進めている。一方、関西圏では 5 店舗の出店を計画している。関西圏では委託販売方式を採用しているため、商品廃棄ロスリスクがなく安定した収益を確保できるためだ。業績面では買取販売方針の店舗が減少するため減収となるものの、利益面では増益に転じる見込みだ。

G7 ジャパンフードサービスは、引き続き地域のこだわり食品の発掘と百貨店・専門店など顧客先の開拓に取り組んでいくほか、冷凍食品や菓子類等の PB 商品の開発を積極的に進めていくことで増収増益を目指す。また、女性向け健康体操教室「カーブス」は、M&A により神奈川県内で 4 店舗の取得を見込んでおり、既存店舗での会員獲得も含めて増収増益が続く見通しだ。

2026 年 3 月期に売上高 2,500 億円、経常利益 100 億円を目指すべく、M&A 戦略を推進

3. 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 ケ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 倍を達成しており、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 項目を重点テーマとして取り組んでいく。

- ・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、売上総利益、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、主力事業の収益目標（事業会社の目標）は、業務スーパー事業で売上高 1,000 億円、経常利益 45 億円（2021 年 3 月期比売上高 1.19 倍、経常利益 1.13 倍）、オートバックス事業で売上高 500 億円、経常利益 25 億円（同売上高 1.57 倍、経常利益 1.20 倍）、精肉事業で売上高 350 億円、経常利益 12 億円（同売上高 1.91 倍、経常利益 1.28 倍）を見込んでいる。

G-7 ホールディングス

7508 東証プライム市場

2022 年 6 月 6 日 (月)

<https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

今後の見通し

このうち業務スーパー事業は九州圏、中部圏、首都圏、北海道を中心に店舗数を拡大することで目標達成を目指す。売上高は年率 3.5% 成長となる計算で、出店が順調に進めば十分に達成可能な水準と言える。一方、オートボックス事業については年率 9.4% の売上成長とチャレンジングな目標を立てている。同社はカーライフといったカテゴリーで周辺事業に領域を拡大していく戦略となっている。具体的には、アウトドア事業（FIELD SEVEN、オートキャンプ場等）を育成していくことで計画達成を目指すことになる。精肉事業は年率 13.8% の売上成長を見込んでいる。業務スーパー店舗内への出店や業務用の卸販売事業を強化することで 2 ケタ成長を目指す、前述したように直近は仕入環境が悪化しており、厳しい滑り出しとなっている。

ミニスーパー事業は売上高 210 億円、経常利益 4 億円を見込んでいる。首都圏でのスクラップ & ビルドを進める一方で、グループ会社の魅力的な商品を取り揃えることで集客力をアップし、店舗当たり収益力の向上を図りながら店舗数を再拡大し目標達成を目指す。ただ、足元の状況は想定よりも厳しく、いかに集客力向上につながる施策を打ち出すことができるかが重要となる。

そのほかバイクワールド事業、こだわり食品・プライベートブランド事業、アグリ事業（めぐみの郷）、海外事業はそれぞれ売上高で 100 億円、経常利益で 2 ～ 3 億円の規模に育成していく（アグリ事業については流通額ベース）。また、カーブス事業や店舗内装事業（主に業務スーパー店舗の施工）については売上高で各 20 億円を目指している。

なお、既存事業とシナジーが見込める新規事業の開発や M&A による取得も積極的に推進していくことにしている。前回の中期経営計画（2017 年 3 月期～ 2021 年 3 月期）で業績目標を達成できた一因として、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挙げられ、こうした成功事例を創出できるかどうかが中期経営計画達成のカギを握ることになりそうだ。

各事業の業績目標



出所：同社提供資料より掲載

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。

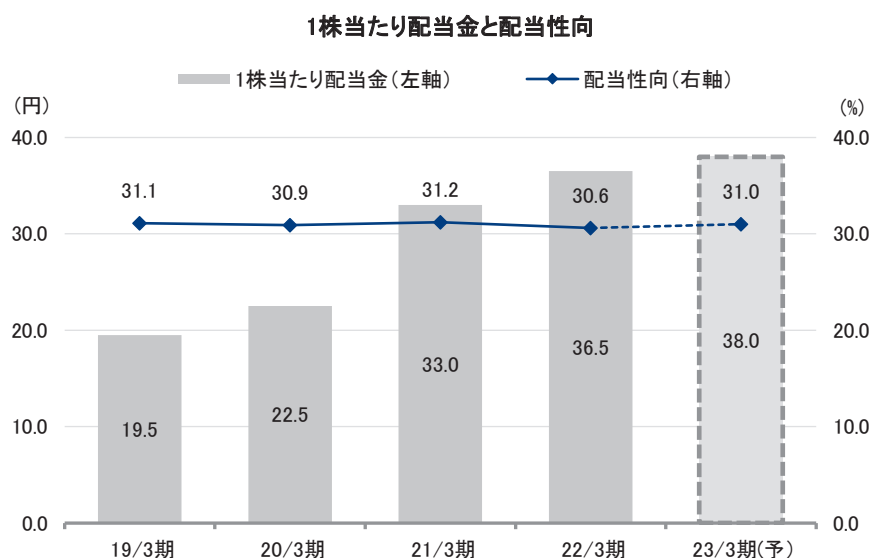
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

■ 株主還元策とサステナビリティの取り組み

配当性向 30% を目安に 8 期連続増配を予定

1. 株主還元策

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%程度を目安としており、2022年3月期の1株当たり配当金は前期比3.5円増配となる36.5円(配当性向30.6%)とし、2023年3月期も同1.5円増配の38.0円(配当性向31.0%)と8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。



注1：20/3期は1.0円、21/3期は8.0円の記念配当を、22/3期は1.5円の特別配当を実施

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

サステナビリティ経営の実践によりブランド価値向上、事業領域の開拓、従業員満足度の向上につなげていく

2. サステナビリティの取り組み

同社はサステナビリティに対する基本的な考え方について、「人間尊重を経営基盤とし、顧客第一主義、現地現場主義によって顧客・株主・社員・地域社会等のステークホルダーの満足度向上に向けた経営を実践し、社会に貢献していくこと」とし、各事業の強みを生かし持続可能な社会へ貢献することが、同社グループの長期的な成長につながるものと考えている。また、サステナビリティ経営を実践することによるメリットとして、グループのブランド価値向上、事業領域の開拓、従業員満足度の向上を挙げている。

サステナビリティに対する取り組み内容については、「G-7 グループが取り組むサステナビリティ」として同社ホームページに掲載している。主な取り組み内容を ESG の観点から分けると以下のとおりとなる。

(1) 環境

a) 気候変動などの地球環境問題への配慮

同社グループでは、社用車を電動車（電気自動車、燃料電池自動車、プラグインハイブリッド自動車／ハイブリッド自動車等）にすること、店舗照明を LED 化すること、再生可能エネルギーの利用を優先していくことで、CO₂ 排出量の削減・抑制による脱炭素に貢献し、気候関連災害や自然災害の発生の抑制に取り組んでいく。また、今後開発予定の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に整備していく。

また、店舗での在庫管理の高度化によって廃棄商品の削減を図っており、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。例えば、「オートボックス」の店舗では来店客から回収する廃タイヤを専門業者でリサイクルし、エネルギー源として再利用しているほか、廃オイルや廃バッテリー等も素材別に分別し指定業者を通じて再資源化につなげている。

b) 再生可能エネルギーと省エネ化の取り組み

再生可能エネルギーの利用拡大に向けて、同社は 2021 年に竣工した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増加させている。また、社用車を電動車に速やかに変えていくほか、店舗照明の 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 排出量の削減を推進していく。また、「オートボックス」店舗での電気自動車充電スタンドの設置も進めていく予定だ（現在はオートボックス木更津金田店に設置）。

c) 自然災害への危機管理

同社グループは自然災害への危機管理に関する理念、基本方針、目的、目標を策定している。また、被害シナリオを想定した危機対応計画を立案していくことにしている。

G-7 ホールディングス

7508 東証プライム市場

2022 年 6 月 6 日 (月)

<https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

株主還元策とサステナビリティの取り組み

(2) 社会

a) 地域社会の貢献

同社グループでは年に 1 回、社会的弱者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」を実施している。また、地域のこども食堂への食材支援を開始するなど、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る。今後もこれらの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だ。

また、同社グループでは地域社会への貢献と居住環境の改善を図るため、オートバックスデーにおいて店舗の周辺道路の清掃活動などを行っており、ごみ処理についても各地域で定められた分別方法にて処理している。

b) 安全運転の取り組み

SDGs では世界の交通事故を半減するというターゲットが掲げられており、同社グループでも同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、社用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。また、子どもたちへ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。

c) スポーツ支援

同社は地域貢献活動の一環として、地元のプロサッカーチームやゴルフ選手等を支援している。スポーツの支援を通じて、地域に根差した企業として地域社会とのさらなる関係強化に取り組んでいる。

(3) ガバナンス

同社グループでは健全な経営促進を通じて、社会貢献を図るための社会的規範倫理に則った事業活動が行われることを目的として「企業倫理委員会（コンプライアンス委員会）規則」の策定と「企業倫理委員会（コンプライアンス委員会）」を設置している。企業倫理委員会（委員長、部門長、代表取締役社長）は毎月 1 回開催し、社会的規範倫理から外れた行為の有無について確認を行い、問題が認識されれば迅速に対応する体制を構築している。また、内部通報制度を導入したことでグループ内における相互モニタリング機能が働き、役員及び従業員のコンプライアンスへの意識向上が図られるだけでなく、経営に重大な影響を与え、又はその恐れのある法令違反や不正行為等の早期発見、及びその是正並びに再発防止につなげている。

また、同社グループでは重大なリスク発生を未然に防ぐこと、万一の重大なリスクが発生した場合に事業への影響を最小限にとどめ、再発防止をすることを目的に「リスク管理規程」の策定と「リスク管理委員会」を設置している。

リスク管理委員会（委員長、代表取締役社長）は毎月 1 回開催し、各委員からリスク情報の報告を受けることにより、グループを取り巻く各種リスクの一元的管理体制を敷いている。同委員会でグループのリスク情報の把握・分析・対処に努め、必要に応じ個別のリスク対策委員会等を通じ、適切かつ迅速なリスク対応を図っていくことにしている。また、事業活動におけるリスクマネジメントは内部監査を通じてモニタリングを行い、適宜グループ各社の代表へ報告を行っている。

なお、同社はコーポレートガバナンス体制のさらなる充実を図るため、監査等委員会設置会社への移行を予定している。2022 年 6 月開催の株主総会で付議し、承認を得て移行する。

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・表示したものです。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、配布等することは強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