

|| 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 >>>](#)

2023年2月28日(火)

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. 2023年3月期第3四半期累計業績の概要 | 01 |
| 2. 2023年3月期業績見通し | 01 |
| 3. 中期経営計画 | 01 |
| ■ 業績動向 | 02 |
| 1. 2023年3月期第2四半期累計業績の概要 | 02 |
| 2. 事業セグメント別動向 | 04 |
| 3. 2023年3月期の業績見通し | 06 |
| 4. 中期経営計画 | 08 |
| ■ 株主還元策 | 10 |

要約

主力 2 事業は順調に成長、不採算事業の立て直しと M&A に取り組む

G-7 ホールディングス <7508> は、「オートボックス」「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を強みに、M&A を積極的に活用しながら成長を続けている。

1. 2023 年 3 月期第 3 四半期累計業績の概要

2023 年 3 月期第 3 四半期累計の売上高は前年同期比 4.9% 増の 133,759 百万円、経常利益は同 8.6% 減の 5,958 百万円となった。売上高は主力の業務スーパー事業や車関連事業※¹ が順調に拡大したことで増収となったものの、利益面では精肉事業やミニスーパー事業の収益悪化に加えて、電気料金の値上げに伴い水道光熱費が前年同期比で 6.6 億円増加したことが減益要因となった。第 3 四半期末の店舗数は前期末比 5 店舗減の 595 店舗となった。新規に 17 店舗（「業務スーパー」5 店舗、「お肉のてらばやし」7 店舗、他 5 店舗）を出店した一方で、不採算になっていた 22 店舗（「Rico's (リコス) ※²」4 店舗、「めぐみの郷」18 店舗）を退店した。

※¹ 2023 年 3 月期よりオートボックス・車関連事業から車関連事業に名称を変更した。

※² 2022 年 4 月に屋号を「mini ビアゴ」から「リコス」に変更した。

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 百万円と期初計画を据え置いた。第 3 四半期までの進捗状況は、新規出店の遅れや不採算店舗の整理を進めたほか光熱費の負担増もあって計画をやや下回っているものの、主力 2 事業が順調に伸びており、精肉事業の回復やミニスーパー事業の収益改善により計画達成を目指す方針だ。第 4 四半期は新規出店で 9 店舗、退店で 6 店舗を予定している。なお、「めぐみの郷」については首都圏・中部圏から一旦撤退し、収益化を実現している関西圏のみの展開となる。

3. 中期経営計画

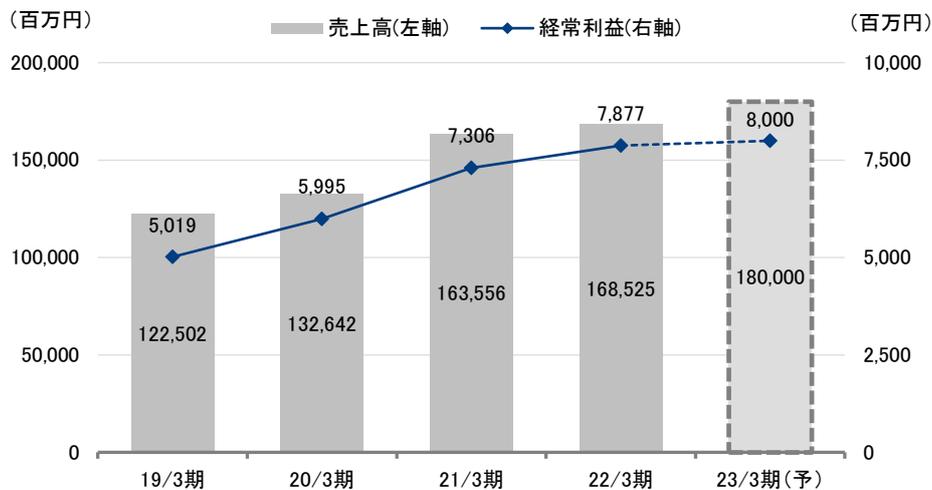
2026 年 3 月期までの 5 ヶ年の中期経営計画では、最終年度に売上高 2,500 億円、経常利益 100 億円を目指している。5 年間の年平均成長率は売上高で約 9%、経常利益で約 6% となる。2023 年 3 月期は市場環境の悪化や不採算店舗の整理を進めたこともあり、成長スピードが鈍化する見込みだが、2024 年 3 月期以降は積極的な出店展開や M&A 戦略により成長を加速する考えだ。M&A については直近で案件数も増えてきているようで今後の動向が注目され、業務スーパー事業、車関連事業の着実な成長に加えて、精肉事業やミニスーパー事業等の損益改善効果も期待される。海外事業についてはマレーシアで展開している車関連事業の強化を図るべく、バイク王 & カンパニー <3377> とのコラボ出店などの検討も進めていく。そのほか新業態の開発・育成などにも取り組み、グループ店舗数を 2022 年 3 月期末の 600 店舗から 2026 年 3 月期末には 1,000 店舗への拡大を目指す。

要約

Key Points

- ・2023年3月期第3四半期累計業績は光熱費の負担増により減益となるも、売上高は過去最高を更新
- ・2023年3月期業績は期初計画を据え置き、増収増益を目指す方針
- ・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

業績動向

2023年3月期第3四半期の業績は光熱費の負担増により減益となるも、売上高は過去最高を更新

1. 2023年3月期第3四半期累計業績の概要

2023年3月期第3四半期累計の連結業績は、売上高で前年同期比4.9%増の133,759百万円、営業利益で同7.8%減の5,705百万円、経常利益で同8.6%減の5,958百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益で同17.5%減の3,871百万円となった。

G-7 ホールディングス | 2023年2月28日(火)
 7508 東証プライム市場 | <https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

業績動向

2023年3月期第3四半期累計業績（連結）

（単位：百万円）

| | 22/3 期 3Q | | 23/3 期 3Q | | 前年同期比 |
|------------------|-----------|-------|-----------|-------|--------|
| | 実績 | 売上比 | 実績 | 売上比 | |
| 売上高 | 127,545 | - | 133,759 | - | 4.9% |
| 売上原価 | 95,625 | 75.0% | 101,075 | 75.6% | 5.7% |
| 販管費 | 25,729 | 20.2% | 26,978 | 20.2% | 4.9% |
| 営業利益 | 6,190 | 4.9% | 5,705 | 4.3% | -7.8% |
| 経常利益 | 6,519 | 5.1% | 5,958 | 4.5% | -8.6% |
| 特別損益 | -33 | - | -631 | - | - |
| 親会社株主に帰属する四半期純利益 | 4,695 | 3.7% | 3,871 | 2.9% | -17.5% |

出所：決算短信よりフィスコ作成

売上高は主力事業である車関連事業や業務スーパー事業の伸張により、第3四半期累計として過去最高売上を更新したものの、利益ベースでは8年ぶりの減益に転じた。精肉事業やミニスーパー事業の収益が悪化したことに加えて、電力料金の値上がりによって水道光熱費が前年同期比で6.6億円増加したことも足かせとなった。水道光熱費の増加分を除けば増益を維持できたことになる。なお、親会社株主に帰属する四半期純利益の減益率が大きくなったのは、特別損失として役員退職慰労金500百万円及び減損損失131百万円（ミニスーパー事業）を計上したことによる。

第3四半期累計期間における新規出店は17店舗、退店は22店舗となり、総店舗数は前期末比5店舗減の595店舗となった。不採算となっていた「めぐみの郷」を18店舗、「リコス」を4店舗それぞれ退店した。

グループ店舗数と出店・退店数

| 店舗名 | 22/3 期末 店舗数 | 23/3 期 出店計画 | 23/3 期 3Q | | 3Q 末 店舗数 | 23/3 期末 店舗数（期初予想） |
|---------------------|----------------|----------------|-----------|----|-------------|----------------------|
| | | | 出店 | 退店 | | |
| オートボックス（SA、SH含む） | 69 | | 1 | | 70 | 69 |
| オートボックスエクスプレス | 7 | | | | 7 | 7 |
| BPセンター（钣金・塗装） | 9 | | | | 9 | 9 |
| 土山サーキット | 1 | | | | 1 | 1 |
| フィールドセブン | 4 | 1 | 1 | | 5 | 5 |
| マンマチャオ | 6 | | | | 6 | 6 |
| たい焼専門店やまや本舗 | 3 | | | | 3 | 3 |
| バイクワールド | 14 | 4 | 1 | | 15 | 17 |
| 業務スーパー | 175 | 12 | 5 | | 180 | 187 |
| お弁当屋 K | 1 | | | | 1 | 1 |
| お肉のてらばやし | 153 | 5 | 7 | | 160 | 158 |
| アンデス食品 | 14 | | | | 14 | 14 |
| めぐみの郷 | 44 | 5 | | 18 | 26 | 42 |
| スーパーめぐみのさと | 1 | | | | 1 | 1 |
| リコス（旧 mini ピアゴ） | 69 | 2 | | 4 | 65 | 67 |
| カーブス | 25 | 4 | | | 25 | 29 |
| トレジャーサイクル | 1 | | | | 1 | 1 |
| 海外（オートボックス、バイクワールド） | 4 | 2 | 2 | | 6 | 6 |
| 合計 | 600 | 35 | 17 | 22 | 595 | 623 |

出所：決算説明会資料、同社提供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.

車関連事業、業務スーパー事業が売上高をけん引

2. 事業セグメント別動向

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 | |
|--------|-----------|-----------|-------|-----------|-----------|--------|-----------|-----------|
| | 22/3 期 3Q | 23/3 期 3Q | 前年同期比 | 22/3 期 3Q | 23/3 期 3Q | 前年同期比 | 22/3 期 3Q | 23/3 期 3Q |
| 車関連 | 27,949 | 30,781 | 10.1% | 2,133 | 1,926 | -9.7% | 7.6% | 6.3% |
| 業務スーパー | 67,204 | 71,837 | 6.9% | 3,330 | 3,369 | 1.2% | 5.0% | 4.7% |
| 精肉 | 14,660 | 14,820 | 1.1% | 349 | 193 | -44.8% | 2.4% | 1.3% |
| その他 | 17,731 | 16,320 | -8.0% | 297 | 77 | -74.1% | 1.7% | 0.5% |
| 合計 | 127,545 | 133,759 | 4.9% | 6,519 | 5,958 | -8.6% | 5.1% | 4.5% |

注：経常利益の調整額は省略

出所：四半期報告書よりフィスコ作成

(1) 車関連事業

車関連事業の売上高は前年同期比 10.1% 増の 30,781 百万円、経常利益は同 9.7% 減の 1,926 百万円と増収減益となった。

事業会社別の業績動向を見ると、主力の(株)G-7・オート・サービスは売上高で前年同期比 3.7% 増、経常利益で同 5.1% 増と会社計画を上回る進捗となった。収益柱であるタイヤの販売が値上げ効果もあって同 9.0% 増と想定以上に伸ばしたことが要因だ。カテゴリー別売上動向を見ると、カー AV が同 11.8% 減、アクセサリが同 9.3% 減と低調となったものの、新車の供給不足による中古車価格の上昇等を背景に車買取販売が同 21.2% 増と好調となり、オイルが同 7.0% 増、バッテリーが同 6.4% 増、サービスが同 4.9% 増とそれぞれ堅調に推移した。第 3 四半期末の「オートボックス」店舗数(国内)は、2022 年 11 月に M&A で 1 店舗(舞鶴店)取得したことにより前期末比 1 店舗増の 70 店舗となった。

(株)G-7 バイクワールドは前年同期比で 1 ケタ台の増収となったものの、経常利益は減益となった。増収要因は新規出店効果によるもので、2022 年 3 月期下期に出店した 2 店舗と 2022 年 9 月に出店した 1 店舗(豊橋店)が上乘せ要因となり、第 3 四半期末の国内店舗数は 15 店舗となった。利益面では新規出店に伴うコスト増や既存店の売上低迷、光熱費の負担増等が減益要因となった。第 3 四半期累計の既存店売上高については、前年同期が新型コロナウイルス感染症拡大(以下、コロナ禍)に伴うバイク通勤者の増加を背景に好調となったが、こうした需要が一段落し前年同期比で 3% 減となった。

海外事業のうち、マレーシアで展開している「オートボックス」「バイクワールド」の事業については、営業時間が通常体制に戻ったことから増収に転じ、経常損失も若干縮小した。2022 年 8 月に各 1 店舗を出店し、合計 6 店舗となった。「オートボックス」は損失が続いているものの、「バイクワールド」は順調に売上が伸びており利益化した。また、自動車輸出版売を行う G-7.CrownTrading CO.,LTD. は、円安効果に加えて新車不足による中古車価格高騰も追い風となり、売上高で前年同期比 3 倍増と急回復した。

業績動向

(2) 業務スーパー事業

(株)G-7 スーパーマーケットで展開する業務スーパー事業は売上高で前年同期比 6.9% 増の 71,837 百万円、経常利益で同 1.2% 増の 3,369 百万円と増収増益となり、会社計画に対しても若干上回った。新規に 5 店舗（北海道 2 店舗、熊本県、岐阜県、埼玉県に各 1 店舗）を出店し、店舗数が前期末比 5 店舗増の 180 店舗と拡大したほか、既存店舗の売上も前年同期比 3% 増と堅調に推移した。PB 商品を中心に冷凍野菜やデザート、缶詰類の販売が好調となったほか値上げ効果も増収要因となり、光熱費負担増を吸収した。ただ、第 3 四半期だけで見ると売上高は前年同期比 7.8% 増の 25,134 百万円と順調に推移したものの、経常利益は電気料金の値上げが響いて同 10.5% 減の 1,039 百万円と減益に転じた。

(3) 精肉事業

(株)G-7 ミートテラバヤシで展開する精肉事業は、売上高で前年同期比 1.1% 増の 14,820 百万円、経常利益で同 44.8% 減の 193 百万円となり、会社計画を下回った。「お肉のてらばやし」を新規に 7 店舗（北海道、熊本県に各 2 店舗、岐阜県、佐賀県、埼玉県に各 1 店舗）出店し、店舗数が前期末比 7 店舗増の 160 店舗と拡大したことが増収要因となった。一方、利益面では原材料価格高騰による粗利益率の低下や、円安による仕入コスト増の影響等により、既存店売上が低迷したことが減収要因となった。ただ、国産牛への切り替えを進めると同時に価格改定も実施した結果、第 3 四半期の業績は売上高で前年同期比 4.8% 増の 5,512 百万円、経常利益で同 49.6% 増の 169 百万円と増収増益に転じた。

(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 8.0% 減の 16,320 百万円、経常利益で同 74.1% 減の 77 百万円となった。

事業会社別では、ミニスーパー事業を展開する(株)G-7 リコス・ストアズが売上高で前年同期比 13.4% 減と低迷し、経常損失も拡大した。巣ごもり需要の反動減で既存店売上が約 10% 減となったほか、不採算店舗の整理を進めたことが減収要因となった。第 3 四半期末の店舗数は前期末比 4 店舗減の 65 店舗となった。利益面では減収による売上総利益の減少に加えて、粗利益率の低下、光熱費の増加が損失拡大要因となった。第 3 四半期の既存店売上高は前年同期比 5% 減と減少傾向が続いたものの、減少率は縮小するなど、徐々にではあるが回復感も見え始めている。

アグリ事業を展開する(株)G7 アグリジャパンは、不採算店舗の整理を進めたことにより売上高は減収となったものの、経常利益は若干ながら利益を確保した。採算の厳しかった 18 店舗（中部圏 6 店舗、関東圏 12 店舗）を退店し、第 3 四半期末の店舗数は前期末比 18 店舗減の 26 店舗となった。中部圏や関東圏では業務スーパー店舗内にテナント出店してきたが、買取販売方式で廃棄ロスの発生により収益化に苦戦していたことから、一旦撤退した。関西圏では生産者による委託販売方式を採用しているため廃棄ロスによる損失リスクはなく、収益化している。

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は売上高で前年同期比 1 ケタ台の増収、経常利益も増益となった。イベント出店など出張販売による販売機会の拡大に取り組んだことが増収につながった。利益面では、増収効果に加えて 2022 年 3 月期に飲食・スイーツ事業から撤退したことも増収要因となった。

業績動向

女性向け健康体操教室「カーブス」(25店舗)を運営する(株)G7リテールジャパンは、売上高で前年同期比1ケタ台の増収、経常利益も増益となった。コロナ禍で落ち込んでいた会員数の回復が増収増益要因となった。また、2021年7月に新業態として出店した「トレジャーサイクル」(1店舗)についても販売は順調に増加した。

2023年3月期業績は期初計画を据え置き、増収増益を目指す方針

3. 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5,400百万円と期初計画を据え置いた。第3四半期までの進捗率は売上高で74.3%、営業利益で74.1%と直近3年間平均(売上高75.3%、営業利益84.3%)と比較すると売上高は順調な進捗となったが利益ベースではやや下回っており、計画をやや下回る可能性もあると弊社では見ている。

光熱費高騰の影響が第4四半期も続くが、第2四半期まで進捗が遅れていた精肉事業が回復してきたことや、ミニスーパー事業及びアグリ事業については不採算店舗の整理を進めたことによる収益改善効果が期待できるため、これらの動向が計画達成のカギを握るものと見られる。

2023年3月期業績見通し(連結)

(単位:百万円)

| | 22/3期 | | 23/3期 | | | 3Q進捗率 |
|---------------------|---------|------|---------|------|------|-------|
| | 実績 | 売上比 | 会社計画 | 売上比 | 前期比 | |
| 売上高 | 168,525 | - | 180,000 | - | 6.8% | 74.3% |
| 営業利益 | 7,448 | 4.4% | 7,700 | 4.3% | 3.4% | 74.1% |
| 経常利益 | 7,877 | 4.7% | 8,000 | 4.4% | 1.6% | 74.5% |
| 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% | 71.7% |
| 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

2023年3月期の出店計画は35店舗(M&Aによる4店舗含む)を予定していたが、ミニスーパー事業やアグリ事業における出店戦略の見直しを行ったことや建設資材・電力料金等の値上がりもあって、30店舗(M&Aがなければ26店舗)に留まる見通しだ。第4四半期に13店舗の出店見込みであるが、このうち9店舗(「お肉のてらばやし」5店舗、「業務スーパー」3店舗、「シャトレゼ」1店舗)については確定している。一方で、6店舗(「めぐみの郷」3店舗、「リコス」2店舗、「オートボックス」1店舗)の退店を予定しているため、2023年3月期末の店舗数はM&Aがなければ前期末比で若干減少する可能性がある。

なお、M&A案件については増えてきているようで、引き続き前向きに検討を進めている。2023年3月期の投資予算100億円のうち、M&Aで50億円の投資枠を確保している。

業績動向

(1) 車関連事業

車関連事業のうち、オートボックス事業は増収増益を見込んでいる。「オートボックス」の国内店舗数は2023年2月に1店舗を退店予定で、前期末比横ばいの69店舗となる見通しだ。引き続き既存店舗の売上増に注力していく。

「バイクワールド」は通期でも増収減益を見込んでいる。ただ、2024年3月期には堅調な自動二輪車需要を背景に既存店売上高も回復に向かい、増収増益に転じるものと予想される。

また、海外事業のうちマレーシアの「オートボックス」「バイクワールド」については収益力強化に向けて、2024年3月期に販売戦略を見直す予定にしている。具体的には損失が続いている「オートボックス」の売り場面積を縮小し、空いたスペースにバイク本体の小売り店舗を出店することで集客力を一段と高め、「バイクワールド」の収益を拡大していくとともに、「オートボックス」の損失を縮小することで2024年3月期の利益転換を目指す。自動車輸出販売事業は円安を追い風に海外需要が堅調に推移しており、2024年3月期は増収増益となる見通しだ。

そのほか、アウトドア用品専門店「FIELD SEVEN」の5号店（加古川店）を2022年11月に「オートボックス加古川店」の2階に出店した。売り場面積は最大規模で、滑り出しは順調のようだ。2024年3月期はコロナ禍の一巡によりアウトドア需要の拡大が見込まれ、同事業の収益貢献が期待される。出店については「オートボックス」の新規店舗への併設、またはスペースに余裕のある既存店舗への出店を検討することになっている。

(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。新規出店は通期12店舗の計画に対して8店舗（うち、第3四半期までに5店舗出店）まで確定しており、物件が見つかり次第出店する。また、既存店舗のリニューアルも順次進める予定だ。出店地域については引き続き九州圏、首都圏、北海道を中心に進めるほか、相対的に店舗数の少ない愛知県での出店にも注力していく。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おり、レジ待ち時間の短縮による客数の回転率向上並びに売上拡大に取り組んでいく。

(3) 精肉事業

精肉事業は売上高で前期比1ケタ増収を見込むものの、利益ベースでは第2四半期までの落ち込みが響いて減益となる可能性が高い。ただ、第3四半期から増益に転じており、第4四半期もこの傾向に変わりはない。輸入牛肉の仕入再開についてはまだ為替水準も含めて時期尚早のようで、当面は国産牛の販売が中心となる。第4四半期は5店舗の新規出店を予定しており、2024年3月期も「業務スーパー」との同時出店を進めることで事業規模を拡大する戦略である。

(4) その他事業

その他事業は「リコス」「めぐみの郷」の店舗縮小の影響により減収となり、利益面でも減益が見込まれる。

業績動向

「リコス」については、2023 年 3 月に 2 店舗を退店予定で 63 店舗となる見通し。利益化店舗がまだ全体の 3 割強の水準に留まっており、既存店売上の回復が喫緊の課題となる。売上回復施策として、電子マネー決済によるポイントサービスを順次導入するほか、グループで販売している精肉や売れ筋の PB 商品なども販売していく予定である。また、店舗の状況に合わせて営業時間の見直しも進めており、固定費の抑制を図る。2023 年 4 月以降はマネジメント人材の一新により経営管理体制の強化も図り、2024 年 3 月期の利益化を目指す。

「めぐみの郷」については 2023 年 1 月に関東圏の 3 店舗を退店し関西圏の 23 店舗のみとなったが、関西圏については収益化できており、損益面では改善する見通しだ。

G7 ジャパンフードサービスでは、引き続き販路開拓と PB 商品の開発に注力し増収増益を見込む。女性向け健康体操教室「カーブス」は既存店売上高で前年同期比 1 ケタ増ペースが続いており、増収増益となる見通し。M&A で神奈川県内の 4 店舗を取得する予定であったが、まだ確定には至っていないようだ。

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

4. 中期経営計画

同社は創業 50 周年となる 2026 年 3 月期を最終年度とする 5 ケ年の中期経営計画を発表しており、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 億円を掲げている。2021 年 3 月期の実績から売上高で 1.53 倍、経常利益で 1.37 倍となり、年平均成長率で換算すれば売上高で約 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。

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る。

- ・ 事業会社各社で毎期増収増益、過去最高に挑戦する
- ・ 事業会社各社で利益必達とする
- ・ 損失総店舗数及び損失総額 0 に挑戦する
- ・ 生産性指標となる 1 人当たり売上高、売上総利益の 2 項目ともに前期比アップを目指す
- ・ 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 50 ～ 70 店舗出店に挑戦する
- ・ 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

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。

業績動向

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。2024年3月期も12店舗前後の新規出店を計画している。

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うカテゴリで周辺事業に領域を拡大することで目標を達成したい考えだ。具体的には、アウトドア事業（FIELD SEVEN、オートキャンプ場等）の育成に注力する。「FIELD SEVEN」はアウトドア需要を取り込むべく出店拡大を進めていく。オートキャンプ場については現在、候補地を探索中の段階にある。また、「オートボックス」については既存エリアでの出店余地が限られるなかで、M&Aによる店舗譲受を模索していく。

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卸販売事業を強化することで2ケタ成長を目指す。2023年3月期は市場環境の悪化により低成長に留まる見込みだが、2024年3月期以降は店舗数の拡大とともに2ケタ成長が期待される。

ミニスーパー事業は売上高で2021年3月期比1.6倍増となる210億円、経常利益で4億円とチャレンジングな目標を立てている。当初の計画からは乖離した状況となっているものの、まずは前述した売上回復施策に取り組むことで店舗当たり収益力の強化を図り、利益化が見えた段階で店舗数を再拡大する方針である。2024年3月期にこれら施策によって既存店売上高がどの程度回復するかが注目される。

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100億円、経常利益で2～3億円の規模に育成する（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。

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による取得も積極的に推進する方針だ。特に、M&A戦略については今まで同社が持続的に収益拡大を続けてきた一因となっており、「リコス」の立て直しも含めて今回の中期経営計画達成のカギを握るだけに、その動向が注目される。

中期計画における各事業の業績目標



出所：ホームページより掲載

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。

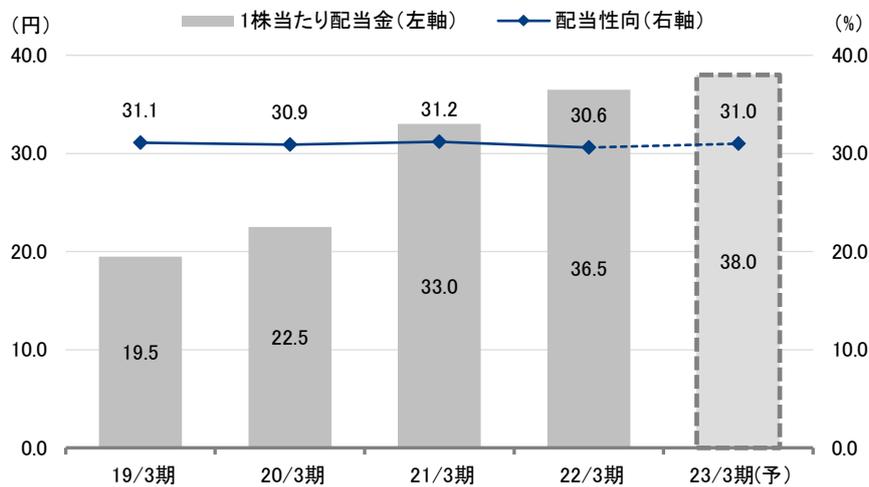
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

■ 株主還元策

配当性向 30% を目安に 8 期連続増配を予定

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% 程度を目安としており、2023 年 3 月期の 1 株当たり配当金は前期比 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。

1株当たり配当金と配当性向



注1：20/3期は1.0円の特別配当、21/3期は8.0円の記念配当、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

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