

|| 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6月5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. 2023 年 3 月期の業績概要	01
2. 2024 年 3 月期の業績見通し	01
3. 中期経営計画	01
■ 事業概要	02
1. 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. 2023 年 3 月期の業績概要	06
2. 財務状況と経営指標	14
■ 今後の見通し	15
1. 2024 年 3 月期の業績見通し	15
2. 中期経営計画	17
■ 株主還元策とサステナビリティへの取り組み	19
1. 株主還元策	19
2. サステナビリティへの取り組み	20

要約

2024 年 3 月期は既存店の収益力強化に取り組み過去最高益更新を目指す

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 月期の業績概要

2023 年 3 月期の売上高は前期比 5.0% 増の 176,922 百万円、経常利益は同 13.5% 減の 6,813 百万円と増収減益となった。車関連事業*や業務スーパー事業の伸長により売上高は連続増収となったものの、利益面では新規出店コスト増や電気料金の値上げによる水道光熱費の負担増により、車関連事業や業務スーパー事業が減益となったほか、精肉事業やミニスーパー事業の収益も悪化したことにより、8 期ぶりの減益に転じた。水道光熱費はグループ全体で前期比 49% 増、金額ベースで約 10 億円増加した。また、期末のグループ店舗数は前期末比で 3 店舗減の 597 店舗となった。新規に 27 店舗（「業務スーパー」8 店舗、「お肉のてらばやし」12 店舗等）を出店した一方で、不採算となっていた 30 店舗（「Rico's (リコス)」6 店舗、「めぐみの郷」21 店舗等）を整理した。

* 2023 年 3 月期よりオートバックス・車関連事業から車関連事業にセグメント名称を変更した。

2. 2024 年 3 月期の業績見通し

2024 年 3 月期の売上高は前期比 4.6% 増の 185,000 百万円、経常利益は同 17.4% 増の 8,000 百万円と増収増益と、過去最高益更新を目指す。建築コストやインフラコストの高止まりにより新規出店は 29 店舗（「業務スーパー」12 店舗、「お肉のてらばやし」8 店舗等）と前期から引き続き抑え気味の計画となっており、既存店の売上拡大に注力することで増収を見込む。水道光熱費は前期比 30% 増で計画に織り込んでおり、粗利益率の改善や生産性向上による既存店の収益力強化と不採算店舗の削減により増益に転じる見通しだ。なお、ミニスーパー事業については 2023 年 4 月よりマネジメント体制を一新して収益改善に取り組んでおり、2024 年 3 月期中に単月ベースでの黒字化、2025 年 3 月期から通期黒字化を目指す。

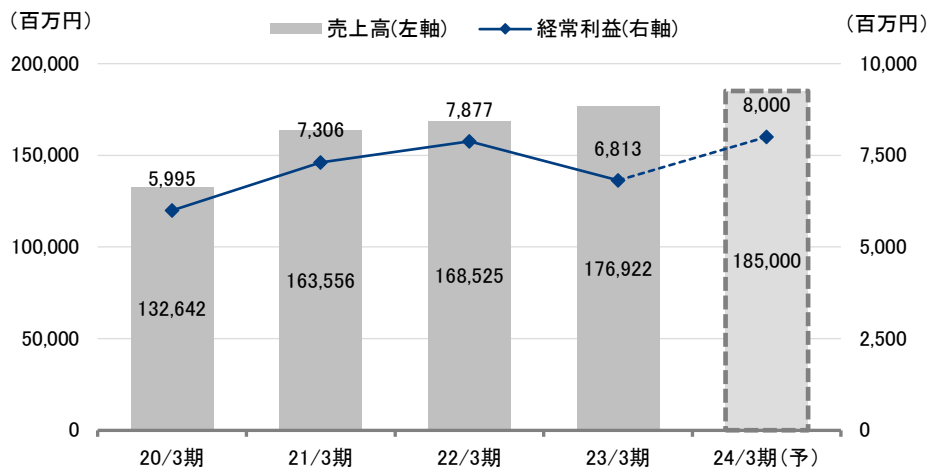
3. 中期経営計画

2022 年 3 月期からスタートした 5 ヶ年の中期経営計画では、最終年度となる 2026 年 3 月期に売上高 2,500 億円、経常利益 100 億円を目標に掲げた（5 年間の年平均成長率は売上高で約 9%、経常利益で約 6%）。2023 年 3 月期は市場環境の悪化もあって減益となったが、2024 年 3 月期以降は不採算事業の立て直しもあって増収増益に転じる見通しで、新規出店についても 2025 年 3 月期に通期の黒字化が達成できれば積極的に展開する方針である。また M&A も前向きに検討を進めており、予算枠として 70 億円程度を確保している。基本戦略として、成長の源泉となる人材育成に取り組みながら既存店の収益力強化及び新業態の開発を推進する。グループ店舗数は 2023 年 3 月期末の 597 店舗から 2026 年 3 月期末は 1,000 店舗体制を目指しており、M&A の実現が目標達成のカギを握ると見られる。

要約

Key Points

- ・ 2023 年 3 月期は減益ながらも売上高は過去最高を更新
- ・ 2024 年 3 月期は既存店の収益力強化並びに不採算事業の立て直しにより増収増益に
- ・ M&A 戦略も推進しながら 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

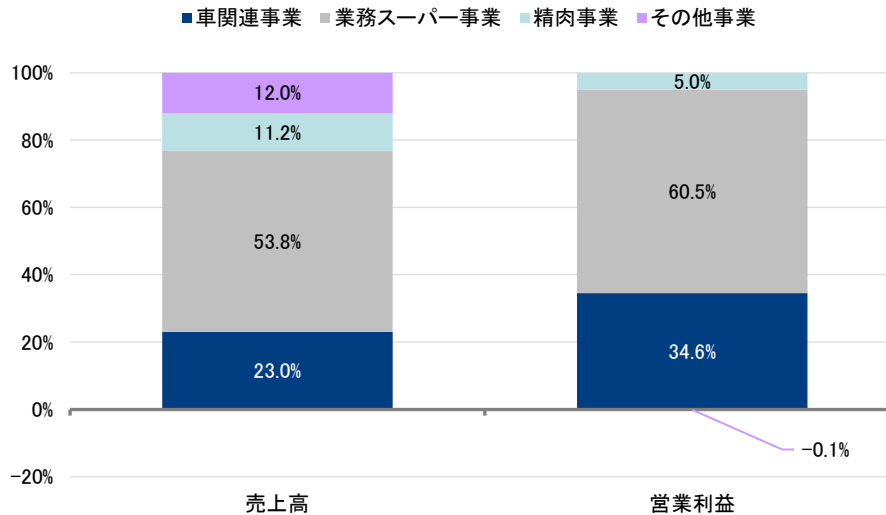
事業概要

車関連事業と業務スーパー事業が収益柱

同社の事業セグメントは、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。2023年3月期の事業別構成比を見ると、売上高は車関連事業で23.0%、業務スーパー事業で53.8%、セグメント利益は車関連事業で34.6%、業務スーパー事業で60.5%となり、両事業が主軸事業となっている。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ミニスーパー事業、アグリ事業を加えると、売上高の8割弱を食品小売事業で占めていることになる。

事業概要

事業セグメント別構成比(2023年3月期)



出所：決算短信よりフィスコ作成

1. 車関連事業

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・メンテナンス店「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」のフランチャイジー展開及び「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手掛ける(株)G-7.CrownTradingの4社で構成されている。

売上高の8割強はオートボックス関連で占められ、2023年3月末のオートボックス関連の店舗数は国内76店舗(オートボックス69店舗、オートボックスエクスプレス7店舗)、マレーシア3店舗となり、オートボックスグループ(国内588店舗、海外79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、茨城県で、なかでも兵庫県に全体の約5割となる38店舗を出店している。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」(钣金・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、2023年3月末で国内15店舗、マレーシア3店舗の合計18店舗を展開しており、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割弱を占める。

そのほか、G-7・オート・サービスで「オートボックス」等の店舗敷地内にコインランドリーショップ「マンマチャオ」6店舗、たい焼き専門店「やまや本舗」2店舗、菓子専門店「シャトレーゼ」1店舗をフランチャイジー展開しているほか、アウトドア用品専門店「FIELD SEVEN」を5店舗出店している。

事業概要

2. 業務スーパー事業

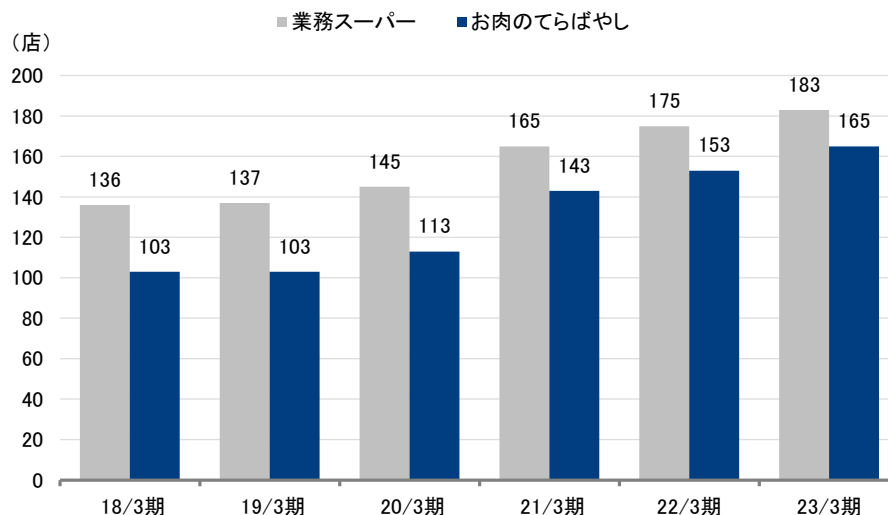
業務スーパー事業は、「業務スーパー」のフランチャイジー展開をする(株)G-7スーパーマートの事業となる。出店エリアは関東、中部、関西、九州、北海道で、2023年3月末の店舗数は183店舗と業務スーパーグループ(1,018店舗)のなかで最大規模を誇る。地域別店舗数を見ると、関東が70店舗(東京19、神奈川17、埼玉20、千葉14)と最も多く、次いで中部40店舗(愛知26、三重8、岐阜6)、関西34店舗(兵庫23、大阪11)、九州25店舗(福岡17、熊本6、長崎2)、北海道14店舗となっている。1人当たり生産性や在庫回転率を重視した店舗収益力を強みに店舗数を拡大しており、ここ数年は首都圏だけでなく九州や北海道で積極出店している。

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」と同時出店するなどテナント出店を積極化している。また、首都圏の飲食店や給食・惣菜事業者向けに卸販売を展開しているアンデス食品事業部を有している(2020年にアンデス食品(株)を子会社化後、吸収合併)。

2023年3月末の店舗数は「お肉のてらばやし」が165店舗、アンデス食品が14店舗の合計179店舗となっている。地域別店舗数を見ると、関東が72店舗と最も多く、次いで関西36店舗、東海28店舗、九州23店舗、北海道13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の出店となっている。

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

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、ミニスーパー「リコス」を運営する(株)G-7 リコス・ストアズ※、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 リテールジャパンなどの事業が含まれる。

※ 2020年4月にユニー(株)から80.0%の株式を取得して子会社化、2022年4月に残り20.0%の株式を追加取得し完全子会社化したことに伴い、社名を(株)99イチバから変更し、店舗名も「mini ピアゴ」から「リコス」に改称した。

「めぐみの郷」については、2023年3月末で23店舗を出店している。2023年3月期に中部、関東圏の店舗をすべて退店したため、現在は関西圏のみの出店となっており(兵庫17、大阪4、奈良2)、23店舗中12店舗は「業務スーパー」内で出店している。生産者の委託販売方式により、販売額の約2割を手数料収入として売上に計上しているため、商品の廃棄ロスは発生せず安定した収益を獲得している。

ミニスーパー「リコス」は東京都、神奈川県で展開しており、2023年3月末で63店舗(東京50店舗、神奈川13店舗)を出店している。売上規模は1店舗当たり年間2億円弱と「業務スーパー」の半分弱の水準となる。2022年3月期以降、巣ごもり需要の一巡で売上低迷が続いており、収益力の回復が喫緊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。仕入先は6,500社超で、全国2,200社以上の小売店へ販売している。

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(兵庫県)出店した。

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
車関連事業	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

2023 年 3 月期は光熱費の増加が響き減益となるも 売上高は過去最高を更新

1. 2023 年 3 月期の業績概要

2023 年 3 月期の連結業績は、売上高で前期比 5.0% 増の 176,922 百万円、営業利益で同 12.7% 減の 6,504 百万円、経常利益で同 13.5% 減の 6,813 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同 27.2% 減の 3,824 百万円となった。

2023 年 3 月期業績 (連結)

(単位：百万円)

	22/3 期		会社計画	23/3 期			
	実績	売上比		実績	売上比	前期比	計画比
売上高	168,525	-	180,000	176,922	-	5.0%	-1.7%
売上原価	126,215	74.9%	-	133,568	75.5%	5.8%	-
販管費	34,860	20.7%	-	36,848	20.8%	5.7%	-
営業利益	7,448	4.4%	7,700	6,504	3.7%	-12.7%	-15.5%
経常利益	7,877	4.7%	8,000	6,813	3.9%	-13.5%	-14.8%
特別損益	-407	-	-	-1,265	-	-	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	5,255	3.1%	5,400	3,824	2.2%	-27.2%	-29.2%

出所：決算短信よりフィスコ作成

主力の業務スーパー事業や車関連事業の拡大により売上高は連続で過去最高を更新したが、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よる水道道光熱費の負担増や新規出店コスト増によって車関連事業や業務スーパー事業も減益に転じ、全体でも 8 期ぶりの減益となった。

販管費の増減要因について見ると、店舗数の減少等による人員減※により人件費が前期比 0.8% 減と若干減少したものの、電力料金の値上がりにより水道光熱費がグループ全体で同 49% 増、金額ベースで約 10 億円の増加となり、減益要因の大半を占めた。また特別損失として、役員退職慰労金 500 百万円のほか、固定資産の減損損失 765 百万円を計上した。

※ 2023 年 3 月期末の連結従業員数 (パート職員含む) は前期末比 299 名減の 7,422 名。

会社計画からの減額要因を見ると、売上高は精肉事業やミニスーパー事業の低迷が響いたほか、新規出店を抑制するとともに不採算店舗の整理を進めたこともあり、計画比で 1.7% 下回った。営業利益は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、水道光熱費の増加が減額要因となり、計画比で 15.5% 下回った。

G-7 ホールディングス | 2023年6月5日(月)
 7508 東証プライム市場 | <https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

業績動向

2023年3月期の出退店動向について見ると、新規出店が27店舗、退店が30店舗となり期末店舗数は前期末比3店舗減の597店舗となった。期初計画では35店舗（M&A 5店舗含む）の出店を計画していたが、建築コストや物価の上昇など市場環境の変化を勘案して出店を抑えたことや、M&A 案件も成約に至らなかったことが下振れ要因となった。一方、退店数が多くなったのは、「めぐみの郷」の中部圏・関東圏からの一時撤退を決定したことや、「リコス」についても、今後の収益化が難しいと判断した6店舗を整理したことが要因だ。なお、新業態として菓子専門店「シャトレゼ」を1店舗、2023年3月に出店した。

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		23/3 期末 店舗数
		出店数	退店数	
オートボックス (SA、SH 含む)	69	2	2	69
オートボックスエクスプレス	7			7
BP センター (钣金・塗装)	9			9
土山サーキット	1			1
フィールドセブン	4	1		5
マンマチャオ	6			6
たい焼専門店やまや本舗	3		1	2
シャトレゼ (新業態)	-	1		1
バイクワールド	14	1		15
業務スーパー	175	8		183
お弁当屋 K	1			1
お肉のてらばやし	153	12		165
アンデス食品	14			14
めぐみの郷	44		21	23
スーパーめぐみのさと	1			1
リコス (旧 mini ピアゴ)	69		6	63
カーブス	25			25
トレジャーサイクル	1			1
海外 (オートボックス、バイクワールド)	4	2		6
合計	600	27	30	597

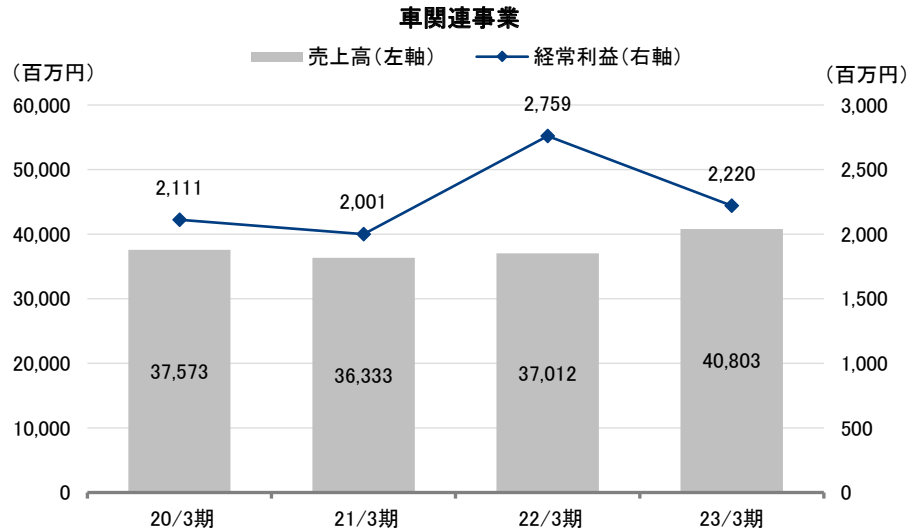
出所：同社提供資料よりフィスコ作成

(1) 車関連事業

車関連事業の売上高は前期比 10.2% 増の 40,803 百万円、経常利益は同 19.5% 減の 2,220 百万円となった。売上高は 3 期振りに過去最高を更新したものの、経常利益は 2 期ぶりに減益に転じた。

G-7 ホールディングス | 2023年6月5日(月)
 7508 東証プライム市場 | <https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

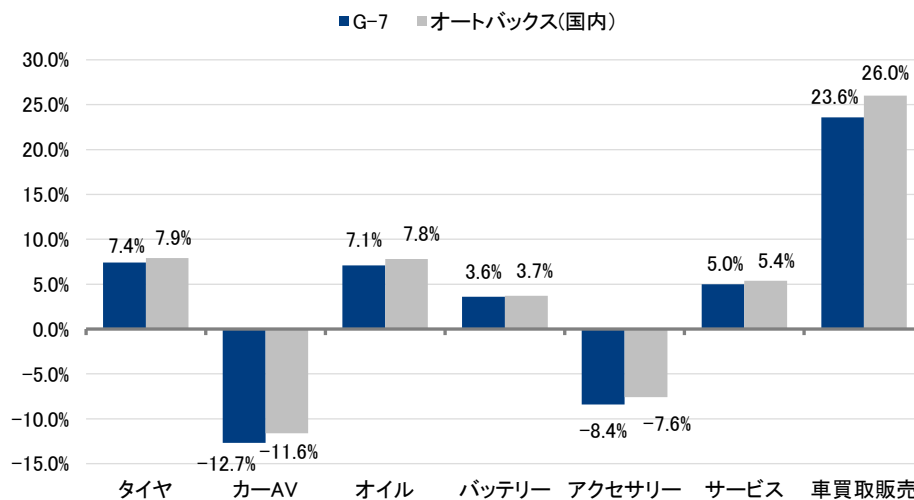
業績動向



出所：決算短信よりフィスコ作成

事業会社別の業績動向を見ると、主力の G-7・オート・サービスは売上高で前期比 3.7% 増、経常利益で同 7.1% 減となった。カテゴリー別の売上増減率を見ると、カー AV が 12.7% 減、アクセサリが 8.4% 減、メンテナンスが 3.9% 減とそれぞれ減少した一方で、タイヤが 7.4% 増、アルミホイールが 7.9%、オイルが 7.1% 増、バッテリーが 3.6% 増、サービスが 5.0% 増となったほか、新車の供給不足による中古車価格の上昇もあり車買取販売が 23.6% 増と好調に推移した。なお、オートバックスグループ全体の国内既存店売上高は前期比 4.0% 増となり、ほぼ同様の動きだったと言える。期末の「オートバックス」店舗数（国内）は、2022 年 11 月に M&A で 1 店舗（京都府）取得し、2023 年 2 月に 1 店舗退店（兵庫県）したことで前期末比横ばいの 69 店舗となった。

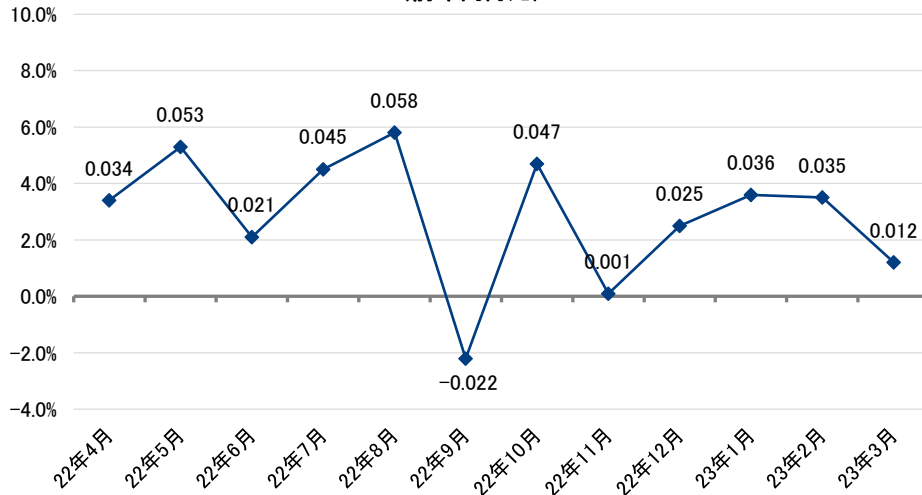
カテゴリー別売上増減率(前期比)



注：オートバックスの増減率は既存店ベース

出所：同社提供資料よりフィスコ作成

業績動向

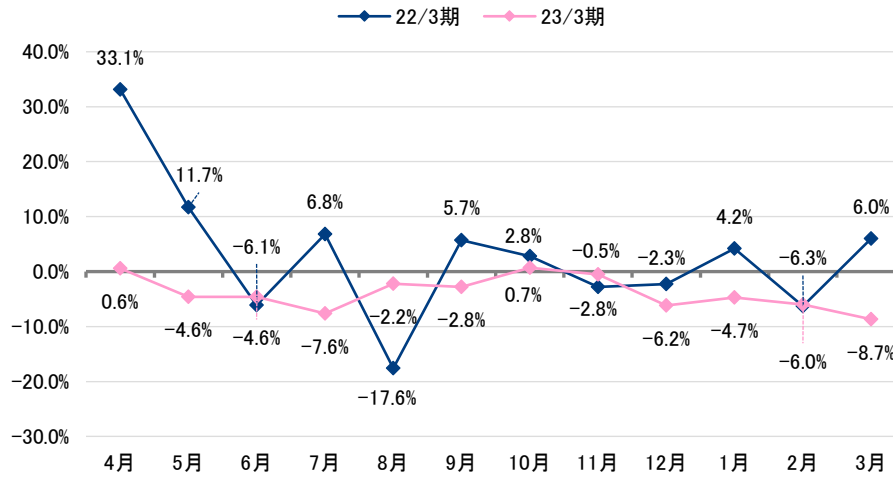
 オートボックス既存店売上高伸び率
 (前年同月比)


出所：同社提供資料よりフィスコ作成

また、アウトドア用品専門店の「FIELD SEVEN」は、2022年11月に1店舗（兵庫県）出店し5店舗となった。新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）が続いたこともあり、収益化までには至っていないものの認知度の向上により売上高は着実に伸びている。そのほか、2023年3月に菓子専門店「シャトレーゼ」1店舗（兵庫県）を出店した。オープン1ヶ月で約20百万円を販売するなど順調な滑り出しとなったようだ。

G-7バイクワールドは前期比で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店舗及び2022年9月に1店舗（愛知県）が上乗せ要因となった。ただ、既存店の売上高は前期がバイク通勤者の急増により好調だった反動もあり4%弱の減少となった。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。国内の期末店舗数は前期末比1店舗増の15店舗となった。

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)


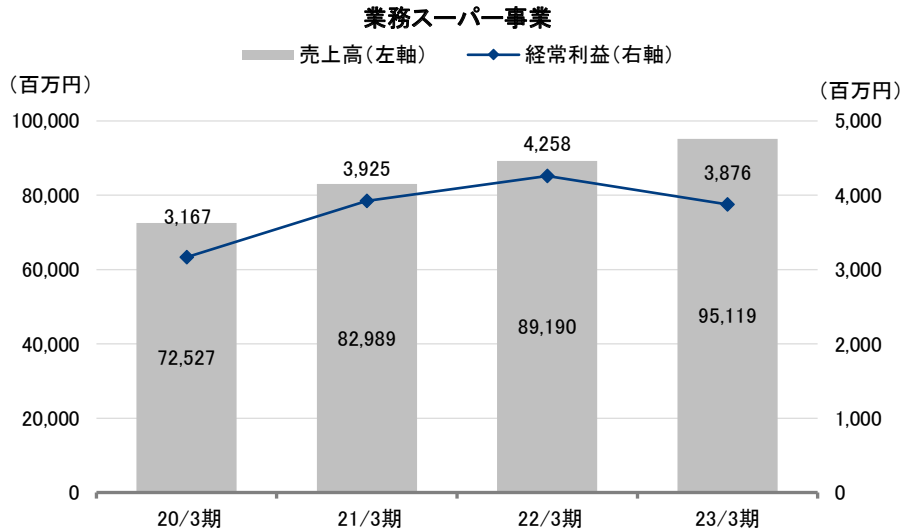
出所：同社提供資料よりフィスコ作成

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」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店舗となっている。「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黒字化したようだ。また、自動車輸出販売を行うG-7.CrownTrading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大幅増収となった。

(2) 業務スーパー事業

業務スーパー事業の売上高は、前期比6.6%増の95,119百万円と過去最高を連続更新したものの、経常利益は同9.0%減の3,876百万円と減益に転じた。

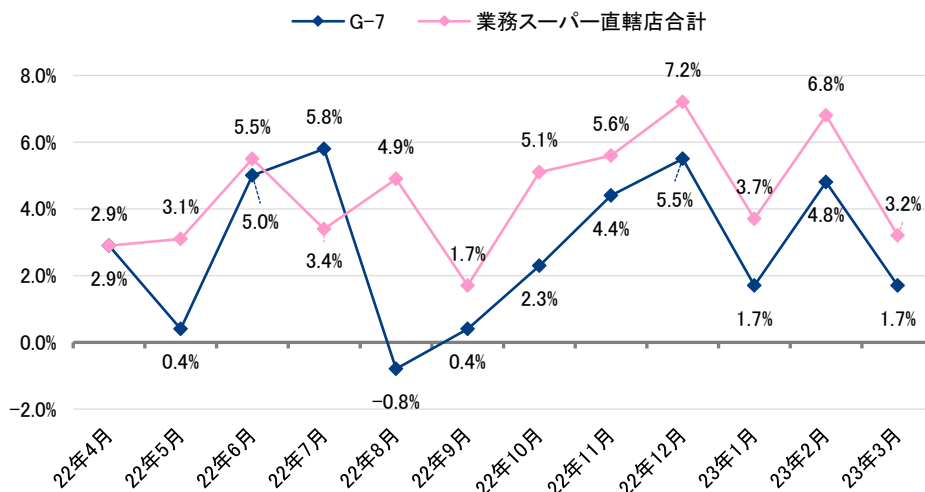
業績動向



出所：決算短信よりフィスコ作成

増収要因は、新規出店効果に加え既存店売上高も前期比約3%増と堅調に推移したことによる。新規出店は8店舗（北海道3店舗、埼玉県1店舗、岐阜県2店舗、熊本県2店舗）となり、期末店舗数は前期末比8店舗増の183店舗となった。既存店では、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だったほか、値上げ効果も増収に寄与したと見られる。利益面では光熱費負担増や出店・改装費用の増加が減益要因となった。

**業務スーパー既存店売上高伸び率
(前年同月比)**

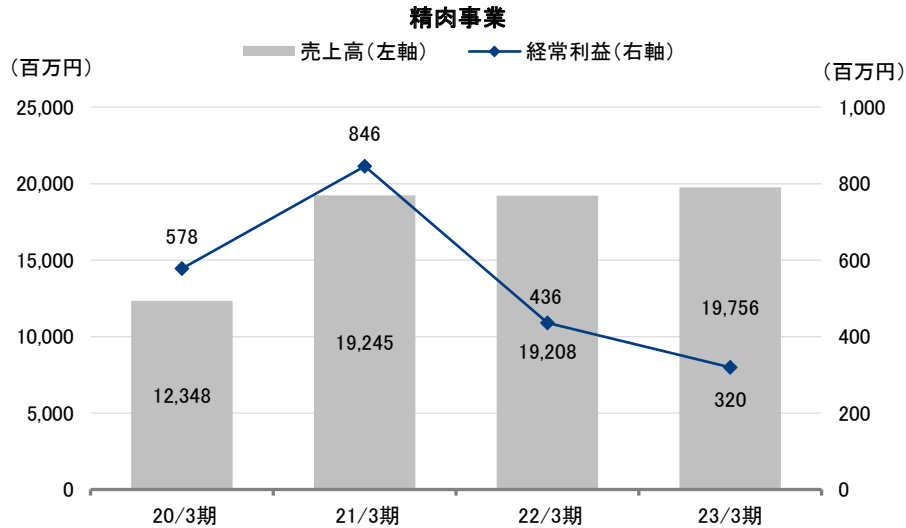


出所：同社提供資料よりフィスコ作成

(3) 精肉事業

精肉事業の売上高は前期比2.9%増の19,756百万円と2期ぶりに増収に転じたものの、経常利益は同26.7%減の320百万円と2期連続減益となった。

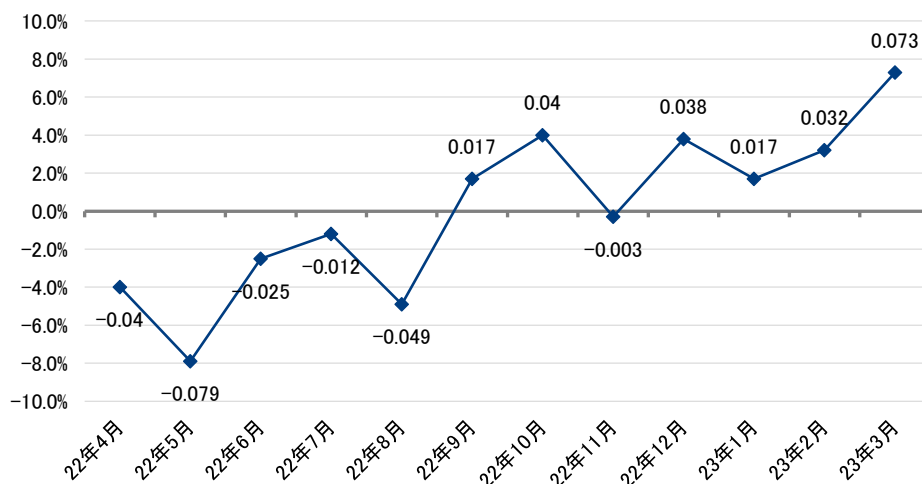
業績動向



出所：決算短信よりフィスコ作成

売上高は「お肉のてらばやし」を新規に12店舗（北海道3店舗、首都圏1店舗、中部圏2店舗、九州圏6店舗）出店し、期末店舗数で前期末比12店舗増の165店舗に拡大したことが増収要因となった。既存店売上高については前期比0.1%増と横ばい水準に留まった。利益面では円安も含めた原材料価格高騰による粗利益率の低下や出店コストの増加が減収要因となった。ただ、仕入価格が高騰した米国産牛肉から国産牛肉に切り替えを進めると同時に、2022年10月以降は価格改定を進めてきた効果もあって、第3四半期以降は増収増益に転じた。

**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)**

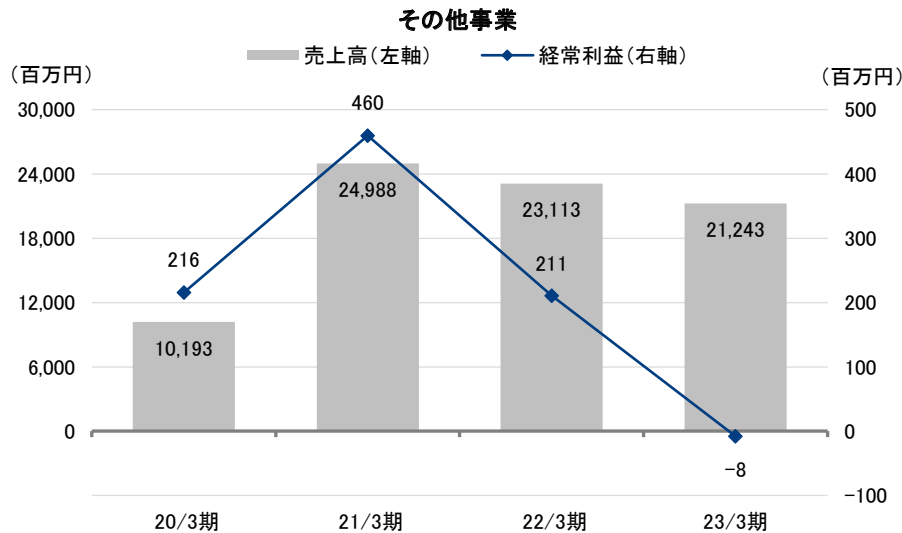


出所：同社提供資料よりフィスコ作成

業績動向

(4) その他事業

その他事業については売上高で前期比 8.1% 減の 21,243 百万円、経常損失で 8 百万円（前期は 211 百万円の利益）と 2 期連続で減収減益となった。



出所：決算短信よりフィスコ作成

事業別に見ると、ミニスーパー事業は巣ごもり需要の反動による既存店の客数減少や物価上昇による個人消費低迷の影響を受けて既存店売上高が前期比 1 ケタ台後半の減少となったことに加えて、今後も収益化が難しいと判断した 6 店舗を整理したことが減収要因となった。利益面では減収による売上総利益の減少に加えて、粗利益率の低下や光熱費の増加が損失拡大要因となった。期末店舗数は前期末比 6 店舗減の 63 店舗となった。

アグリ事業は中部・関東圏の店舗をすべて整理したことにより減収となったものの、若干ながら経常利益を確保できた。採算の厳しかった 21 店舗（中部圏 6 店舗、関東圏 15 店舗）を退店したことにより、期末店舗数は前期末比 21 店舗減の 23 店舗となった。中部・関東圏では業務スーパー店舗内へのテナント出店を主に展開してきたが、買取販売方式で商品廃棄ロスの問題が解消できなかったことから、一旦撤退することにした。

こだわり食品・プライベートブランド事業の売上高は前期比 1 ケタ増、経常利益も増益となった。イベント出店などの出張販売を積極的に展開したことが増収要因となり、利益面では増収効果に加えてコスト低減に取り組んだことも増益要因となった。

女性向け健康体操教室「カーブス」（25 店舗）は、コロナ禍で低迷していた会員数の回復により、売上高で前期比 2 ケタ増、経常利益も増益となった。

財務基盤は安定、手元キャッシュの範囲内で M&A を模索

2. 財務状況と経営指標

2023年3月期末の総資産は前期末比3,056百万円増加の57,202百万円となった。主な増減要因を見ると、流動資産は現金及び預金が1,345百万円減少した一方で、商品及び製品が1,128百万円、売掛金が403百万円それぞれ増加した。固定資産は有形固定資産が2,187百万円増加したほか、敷金及び保証金が407百万円増加した。

負債合計は前期末比1,046百万円増加の30,444百万円となった。役員退職慰労引当金が653百万円減少した一方で、資産除去債務が1,600百万円増加した。また、純資産合計は同2,010百万円増加の26,757百万円となった。親会社株主に帰属する当期純利益3,824百万円の計上と配当金1,674百万円の支出等により、利益剰余金が2,151百万円増加した。また、G-7 リコス・ストアズを完全子会社化したことにより、非支配株主持分152百万円がなくなった。

経営指標を見ると、自己資本比率が前期末比1.4ポイント上昇の46.8%となり、有利子負債比率は同3.0ポイント低下の34.8%となるなど財務体質はやや改善した。ネットキャッシュ（現金及び預金－有利子負債）は減少したものの60億円を超えており、財務の健全性は高いと判断される。同社は手元資金の用途については、既存事業への投資や株主還元に加えて、M&Aにも活用する方針としており、予算枠として70億円程度を確保している。M&Aの対象としては既存事業で商圏拡大につながる案件や、シナジーが期待できる周辺領域の事業を想定しており、前向きに検討を進めている状況にある。

貸借対照表（連結）

(単位：百万円)

	19/3期	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期	増減
流動資産	24,575	27,040	27,650	29,498	30,259	761
(現金及び預金)	14,518	16,465	16,259	17,033	15,688	-1,345
(商品及び製品)	5,767	5,602	6,517	6,854	7,982	1,128
固定資産	20,115	20,846	23,741	24,647	26,943	2,296
(のれん)	150	67	516	437	16	-421
総資産	44,691	47,886	51,391	54,145	57,202	3,056
負債合計	25,188	25,868	30,128	29,398	30,444	1,046
(有利子負債)	8,804	9,348	9,300	9,300	9,300	-
純資産合計	19,502	22,018	21,263	24,747	26,757	2,010
【経営指標】						
<安全性>						
自己資本比率	43.6%	45.9%	41.1%	45.4%	46.8%	1.4pt
有利子負債比率	45.2%	42.5%	44.1%	37.8%	34.8%	-3.0pt
ネットキャッシュ	5,714	7,117	6,959	7,733	6,388	-1,345
<収益性>						
ROE (自己資本利益率)	16.5%	17.0%	22.5%	23.0%	14.9%	-8.1pt
ROA (総資産経常利益率)	11.6%	13.0%	14.7%	14.9%	12.2%	-2.7pt
売上高営業利益率	4.1%	4.4%	4.3%	4.4%	3.7%	-0.7pt

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2024 年 3 月期は既存店の収益力強化並びに不採算事業の立て直しにより増収増益に

1. 2024 年 3 月期の業績見通し

2024 年 3 月期の連結業績は、売上高で前期比 4.6% 増の 185,000 百万円、営業利益で同 18.4% 増の 7,700 百万円、経常利益で同 17.4% 増の 8,000 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同 43.8% 増の 5,500 百万円と 2 期振りの増益、過去最高益更新を目指す。原材料価格の高騰やエネルギーコストの上昇等により、景気の先行き不透明感が強まっているものの、人材育成に取り組みながら店舗当たり収益を拡大し、また不採算事業の立て直しに取り組むことで計画達成を目指す。なお、水道光熱費については前期比 30% 増で計画に織り込んでいる。

2024 年 3 月期業績見通し (連結)

(単位：百万円)

	23/3 期		24/3 期		
	実績	売上比	会社計画	売上比	前期比
売上高	176,922	-	185,000	-	4.6%
営業利益	6,504	3.7%	7,700	4.2%	18.4%
経常利益	6,813	3.9%	8,000	4.3%	17.4%
親会社株主に帰属する当期純利益	3,824	2.2%	5,500	3.0%	43.8%
1 株当たり当期純利益 (円)	86.78		124.82		

出所：決算短信よりフィスコ作成

事業別では、車関連事業や業務スーパー事業、精肉事業が増益に転じるほか、その他事業もミニスーパー事業の損失縮小により黒字に転換する見込みだ。2024 年 3 月期の出店計画は 29 店舗を予定しており、退店がなければ期末店舗数で 626 店舗となる見込みだ。中期経営計画では年間で 50 ~ 70 店舗の出店を目指しているが、建築コストやインフラコストが高止まりし、景気の先行き不透明感も強まっていることから、2024 年 3 月期も新規出店を抑えて既存店の収益力回復に優先して取り組む方針である。

(1) 車関連事業

車関連事業のうち、「オートボックス」の新規出店予定はなく、既存店の売上増と生産性向上に取り組んでいく。カー AV 機器の販売低迷が続くものの、車買取販売やタイヤ販売、メンテナンスサービスの増収でカバーしていく。利益面では光熱費の負担増が続くものの、増収効果や生産性向上で吸収する。その他業態の出店計画は、「シャトレゼ」1 店舗を予定している。

G-7 バイクワールドは増収増益に転じる見通し。新たに 2 店舗を出店するほか、既存店売上高で前期比約 8% 増と回復を見込んでいる。積極的なプロモーション施策を展開し認知度向上を図り集客力を高めていくほか、メンテナンス等のサービス売上に注力することで売上拡大につなげる方針だ。

今後の見通し

また、海外事業のうちマレーシアの「バイクワールド」は引き合い要請が強かったペナン島に 1 店舗を出店する。「オートボックス」については収益性改善を優先して取り組み、2024 年 3 月期は 2 業態合計で黒字化を目指す。自動車輸出版売事業は円安を追い風に 2024 年 3 月期も好調を維持し、増収増益を見込んでいる。

(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。出店計画は 12 店舗で、うち 8 店舗までの物件は確保済みとなっている。引き続き九州、北海道、首都圏を中心に店舗していくほか、出店数が少ない愛知県への出店にも注力する考えだ。既存店売上高については前期比約 2% 増を見込んでいる。

利益面では、販売ミックスの改善や在庫回転率を向上することで粗利益率を改善し、光熱費の増加を吸収し、経常利益率で 4.5% の水準を目指す（前期は 4.1%）。顧客の利便性向上と回転率の上昇を図るため、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る方針である。

(3) 精肉事業

精肉事業は増収増益に転じる見通し。8 店舗を新たに店舗するほか、値上げ効果によって既存店売上高も前期比約 2% 増を見込む。現状も牛肉は国産牛が主体となっており、輸入牛肉については相場の水準を見極めながら仕入れ量を調節することになっている。業績は 2023 年 3 月期第 3 四半期以降は増収増益に転じており、2024 年 3 月期も回復トレンドが続く可能性が高い。

(4) その他事業

その他事業は増収増益となる見通し。利益面ではこだわり食品・プライベートブランド事業の増益が続くほか、ミニスーパー事業やアグリ事業も 2023 年 3 月期に不採算店舗の整理を進めたことから収益改善が見込まれる。出店計画については「めぐみの郷」で 2 店舗、「カーブス」で 3 店舗を計画している。

なお、「リコス」については 2023 年 3 月で旧親会社であったユニーからの出向者（7 人）が離れ、4 月以降は同社のマネジメント体制に完全に切り替わった。体制一新により商品戦略や人員配置等の抜本的な見直しを行っており、今後の収益改善が期待できる状況となっている。出退店については今後の既存店の収益状況を見ながら検討することになっている。

「リコス」は 50～70 坪の小型店舗のため、商品戦略が重要となる。特に競合店との差別化には PB 商品がカギを握ると見られる。従来はユニーから PB 商品を調達してきたが（契約により 2024 年 3 月末でユニーからの調達は終了）今後は段階的に自社グループの PB 商品の取り扱いを増やしていくことにしている。精肉については 2024 年 3 月期中に配送センターを整備して、G-7 ミートテラバヤシから調達できる体制を構築する考えだ。グループ内の魅力的な商品を販売していくことで集客力をアップし、売上高の拡大と粗利益率の改善を図る。また、CRM 戦略として電子ポイントサービスの導入を 2024 年 3 月期より順次進める予定で、既存顧客の来店頻度の増加と販売促進、並びに新規顧客の獲得を図る。課題は店舗スタッフの教育で、従来は外国人のアルバイトが多かったこともあり、離職率が高く採用・教育コストが嵩んでいた。日本人スタッフの採用や教育研修を強化することで離職率の低減と生産性向上を図る方針で、2024 年 3 月期中に単月ベースの黒字化を、2025 年 3 月期からは通期黒字化を目指す。

中期業績目標として 2026 年 3 月期に売上高 2,500 億円、 経常利益 100 億円の達成を目指す

2. 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 2022 年 3 月期からスタートしている。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% の堅実的な成長を計画していることになる。

目標達成に向け同社は、以下の 10 項目を重点テーマに掲げ取り組んでいる。

- ・ 事業会社各社で每期増収増益、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每期 50 ～ 70 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（パートを含む従業員数は 2021 年 3 月期末の 7,746 人から 2026 年 3 月期に 14,000 人へ）
- ・ 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。

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 2023 年 3 月期までは計画を上回るペースで伸長している。一方、オートバックス事業については年率 9.4% の売上成長となりチャレンジングな目標である。同社はカーライフというカテゴリーで周辺事業に領域を拡大していくことで目標を達成したい考えだ。具体的には、アウトドア用品事業（FIELD SEVEN）の育成に取り組んでいるほか、M&A による周辺事業への展開を模索している。

精肉事業は年率 13.8% の売上成長を見込んでいる。2023 年 3 月期は市場環境の悪化で一旦ブレーキがかかったものの足元は既に回復に転じており、2024 年 3 月期以降は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成長路線に復帰する見通しだ。ミニスーパー事業は売上高で 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。店舗収益力の向上を図ったうえで新規出店を再開する考えで、将来的には中部圏への進出も視野に入れている。2025 年 3 月期に通期の黒字化が達成できれば、その後は店舗数も積極的に拡大していくものと予想される。

今後の見通し

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 億円を目標としている。

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 戦略については同社の持続的な成長にこれまでも大きく貢献しており、中期業績目標達成の鍵を握ると見られるだけに今後の動向が注目される。

中期経営計画における各事業の業績目標



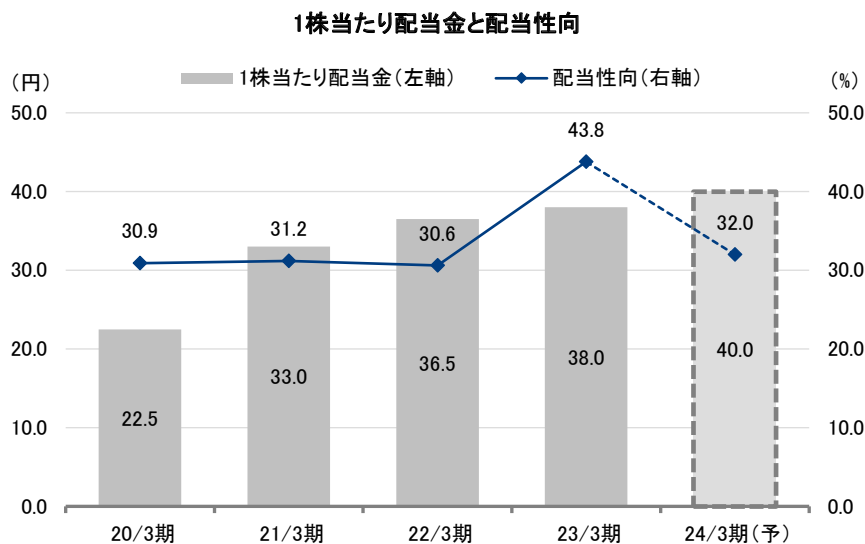
出所：ホームページより掲載

■ 株主還元策とサステナビリティへの取り組み

配当性向 30% を目安に連続増配を予定

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、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 43.8%）と 8 期連続の増配を実施した。また、2024 年 3 月期についても同 2.0 円増配の 40.0 円（配当性向 32.0%）とする予定だ。



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

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る

2. サステナビリティへの取り組み

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

同社グループでは、社用車に電動車（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）を採用しているほか、店舗照明の LED 化を実現している。また、2021 年に竣工した新社屋に太陽光パネルを設置し、太陽光エネルギーの有効活用に取り組み、CO₂ 排出量の削減・抑制による脱炭素化に貢献している。

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。

(2) 社会

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、G-7 スーパーマーケットでは多様性のある職場環境を目指し、障がい者雇用支援サービス会社を通じて障がい者を雇用し、農園の野菜を栽培しており、生産した野菜を「こども食堂」へ無償提供している。今後もこうした活動を継続していくことで、今まで以上に健康福祉活動に注力する方針だ。

(3) ガバナンス

同社グループでは、企業の株主価値最大化に向けた経営に取り組むと同時に、企業倫理の重要性を認識し、経営の健全性向上を目指してコーポレート・ガバナンスやコンプライアンス体制、リスク管理体制を整備し、定期的に委員会を開催し、現状の把握や問題があればその対応、改善に取り組んでいる。

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、2022 年 6 月の株主総会の承認を経て監査等委員会設置会社へ移行した。

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