

|| 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11月27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. 2024 年 3 月期第 2 四半期累計の業績概要	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. 2024 年 3 月期第 2 四半期累計の業績概要	06
2. 財務状況と経営指標	13
■ 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	18
■ 株主還元策とサステナビリティへの取り組み	20
1. 株主還元策	20
2. サステナビリティへの取り組み	21

要約

既存事業の収益力強化と M&A 戦略により収益拡大を目指す

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. 2024 年 3 月期第 2 四半期累計の業績概要

2024 年 3 月期第 2 四半期累計（2023 年 4 月～9 月）の売上高は前年同期比 8.7% 増の 93,060 百万円、経常利益は同 7.4% 減の 3,123 百万円となった。業務スーパー事業や精肉事業が既存店の伸長と新規出店効果により 2 ケタ増収と好調に推移し、売上高は過去最高を連続更新した。利益面では人件費や新規出店費用、光熱費等の増加により減益となった。課題となっていたミニスーパー事業については、既存店売上高が若干ながら増加に転じたほか、マネジメント体制を刷新しコスト抑制に努めたことで損失額も縮小した。なお、グループ店舗数は前期末比で 13 店舗増（「業務スーパー」5 店舗増、「お肉のてらばやし」7 店舗増、「バイクワールド」1 店舗増）の 610 店舗となった。

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 百万円と期初計画を据え置いた。第 2 四半期までの進捗状況は、売上高が計画どおりとなったものの、経常利益は車関連事業の下振れによりやや遅れ気味である。このため、下期に予定していた「バイクワールド」や「めぐみの郷」の新規出店を 2025 年 3 月期以降に先送りするほか、経費削減等に取り組むことで計画の達成を目指す。現状では計画達成のハードルがやや高くなっているものの、採算の良い冬用タイヤの販売動向次第となりそうだ。M&A については、2023 年 7 月に酒類のインターネット通販を行う（有）ミツワ酒販を子会社化した。年間売上高は 3 億円規模と小さいが、インターネット通販のノウハウを獲得して、こだわり食品事業などグループシナジーを高める戦略である。このほかの M&A 候補案件の精査も引き続き進めていく。

3. 中期経営計画

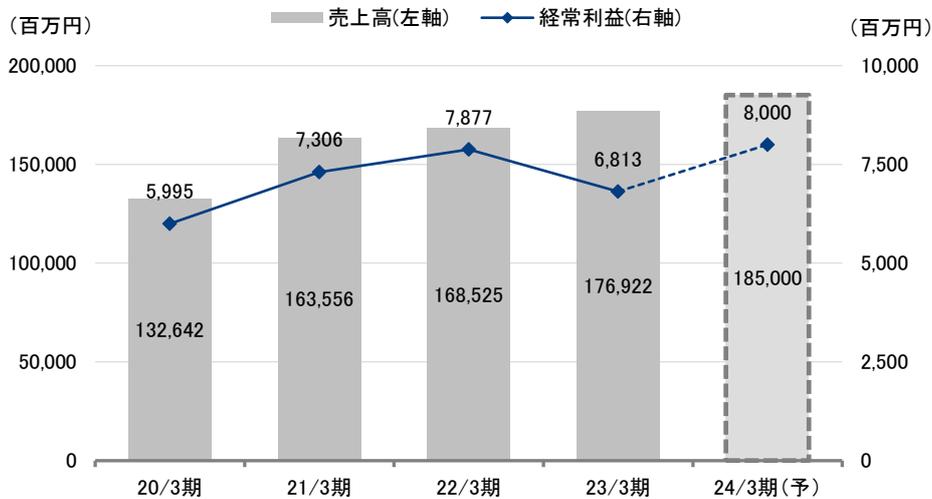
2022 年 3 月期からスタートした 5 ケ年の中期経営計画では、最終年度となる 2026 年 3 月期に売上高 2,500 億円、経常利益 100 億円を目標に掲げた。物価上昇や出店費、人件費の上昇など計画策定段階から外部環境が変化していることから、目標達成のハードルは高くなっているが、2024 年 3 月期以降は不採算事業の立て直しもあって増収増益に転じる見通しだ。新規出店も市場環境が改善すれば積極姿勢に転じる方針で、新業態の開発や M&A も推進する。M&A 戦略では 70 億円程度を予算枠として確保している。グループ店舗数は 2023 年 9 月末の 610 店舗から 2026 年 3 月期末は 1,000 店舗体制を目指しており、比較的規模の大きい M&A 案件の成約が必要になると見られる。

要約

Key Points

- ・2024年3月期第2四半期累計業績は減益となるも売上高は過去最高を更新
- ・2024年3月期は利益ベースで下振れ懸念があるものの増収増益は確保する見通し
- ・M&A戦略により2026年3月期に売上高2,500億円、経常利益100億円を目指す
- ・配当性向30%を目安に9期連続増配を予定

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

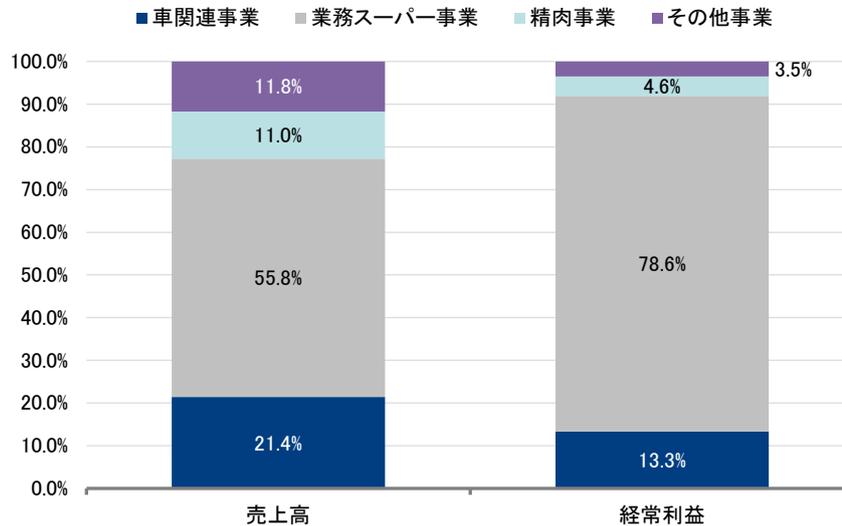
事業概要

業務スーパー事業が売上高、経常利益の過半を占める収益柱

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。2024年3月期第2四半期累計の事業別構成比を見ると、業務スーパー事業が売上高の55.8%、経常利益の78.6%を占める主力事業となっている。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。

事業概要

事業セグメント別構成比(2024年3月期第2四半期累計)



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9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589店舗、海外91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、なかでも兵庫県で全体の約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。また、「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店舗のほか、「オートボックス」等の店舗敷地内にアウトドア用品専門店「FIELD SEVEN」5店舗、フランチャイジー展開として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「シャトレゼ」1店舗を出店している。

「バイクワールド」は、2023年9月末で国内15店舗、マレーシア4店舗の合計19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>との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で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。

事業概要

2. 業務スーパー事業

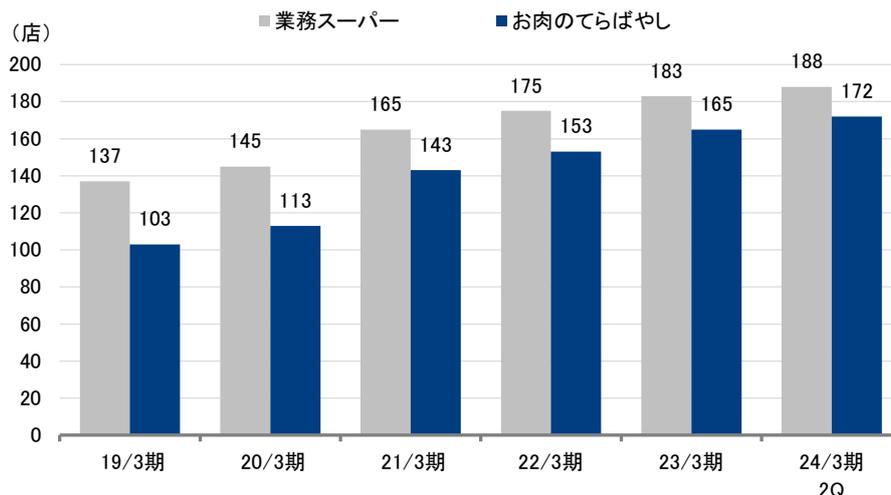
業務スーパー事業は、「業務スーパー」のフランチャイジー展開をする(株)G-7スーパーマートの事業である。出店エリアは関東、中部、関西、九州、北海道で、2023年9月末の店舗数は188店舗と業務スーパーグループ(1,038店舗)のなかで最大規模を誇る。地域別店舗数を見ると、関東が72店舗(東京19、神奈川17、埼玉21、千葉15)と最も多く、次いで中部42店舗(愛知26、三重10、岐阜6)、関西34店舗(兵庫23、大阪11)、九州25店舗(福岡17、熊本6、長崎2)、北海道15店舗となっている。1人当たり生産性や在庫回転率を重視した店舗収益力を強みに店舗数を拡大しており、ここ数年は首都圏だけでなく九州や北海道で積極的に出店している。

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」との同時出店戦略を推進している。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す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9月末の店舗数は「お肉のてらばやし」が172店舗、アンデス食品が14店舗の合計186店舗となっている。地域別店舗数を見ると、関東が73店舗と最も多く、次いで関西36店舗、中部30店舗、九州25店舗、北海道14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」のフランチャイズ展開や自転車販売店「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。

「めぐみの郷」については、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 2023 年 9 月末で 23 店舗(兵庫 17、大阪 4、奈良 2)、うち 12 店舗は「業務スーパー」内に出店している。生産者の委託販売方式を採用しており、販売額の約 2 割を手数料収入として売上高に計上している。商品の廃棄ロスリスクがなくなるため、安定した収益を獲得できるビジネスモデルとなっている。

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 9 月末で 63 店舗(東京 50 店舗、神奈川県 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いたが、2023 年 4 月に経営体制を刷新したことにより、収益状況も徐々に改善傾向となっている。

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、自転車販売店「トレジャーサイクル」を 1 店舗(兵庫県)運営している。

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・中古車の輸出版売
	G7 RETAIL MALAYSIA	100.0%	「オートボックス」「バイクワールド」の運営等
業務スーパー事業	G-7 スーパーマート	100.0%	「業務スーパー」の運営等
精肉事業	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
その他事業	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」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

2024 年 3 月期第 2 四半期累計業績は減益となるも売上高は過去最高を更新

1. 2024 年 3 月期第 2 四半期累計の業績概要

2024 年 3 月期第 2 四半期累計の連結業績は、売上高で前年同期比 8.7% 増の 93,060 百万円、営業利益で同 8.5% 減の 2,909 百万円、経常利益で同 7.4% 減の 3,123 百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益で同 2.5% 増の 2,253 百万円となった。売上高は業務スーパー事業や精肉事業がけん引して過去最高を連続更新し、計画どおりの進捗となった。利益面では車関連事業の収益性低下に加えて、人件費や新規出店費用、光熱費等を中心とした販管費の増加が減益要因となった。第 2 四半期累計の会社計画は開示していないが、経常利益ベースで約 7% 下回ったと見られる。業務スーパー事業や精肉事業などが計画どおりに進捗したが、車関連事業が下振れた。

2024 年 3 月期第 2 四半期累計業績 (連結)

(単位：百万円)

	23/3 期 2Q 累計		24/3 期 2Q 累計		前年同期比
	実績	売上比	実績	売上比	
売上高	85,595	-	93,060	-	8.7%
売上原価	64,858	75.8%	71,191	76.5%	9.8%
販管費	17,555	20.5%	18,958	20.4%	8.0%
営業利益	3,181	3.7%	2,909	3.1%	-8.5%
経常利益	3,373	3.9%	3,123	3.4%	-7.4%
特別損益	-526	-	115	0.1%	-
親会社株主に帰属する 四半期純利益	2,198	2.6%	2,253	2.4%	2.5%

出所：決算短信よりフィスコ作成

売上原価率は売上構成比の変化を主因として、前年同期比 0.7 ポイント上昇し、販管費率は同 0.1 ポイント低下した。販管費増加の内訳を見ると、約 4 割を占める人件費は店舗スタッフの最適配置等を進めたことにより同 5.3% 増となり、対売上比率で改善した一方で、その他販管費が同 10.3% 増となった。建築資材コストの上昇により新規出店費用が増加したほか光熱費、広告費、リース料等が増加要因となった。この結果、営業利益率は同 0.6 ポイント低下の 3.1% となった。親会社株主に帰属する四半期純利益は、前年同期に計上した役員退職慰労金 500 百万円がなくなったことや、投資有価証券売却益 127 百万円を計上したことにより増益を確保した。

2024 年 3 月期上期の出退店動向について見ると、新規出店が 15 店舗、退店が 2 店舗となり上期末店舗数は前期末比 13 店舗増の 610 店舗となった(前年同期は新規出店が 10 店舗、退店が 11 店舗)。新規出店の内訳は、「業務スーパー」6 店舗、「お肉のてらばやし」8 店舗、マレーシアの「バイクワールド」1 店舗である。

G-7 ホールディングス | 2023 年 11 月 27 日 (月)
 7508 東証プライム市場 | <https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

業績動向

グループ店舗数と出店・退店数

店舗名	23/3 期 2Q 末 店舗数	23/3 期末 店舗数	24/3 期上期		24/3 期上期末 店舗数
			出店	退店	
オートボックス (SA、SH 含む)	69	69			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
FIELD SEVEN	4	5			5
マンマチャオ	6	6			6
たい焼専門店やまや本舗	3	2			2
シャトレーゼ (新業態)	-	1			1
バイクワールド	15	15			15
業務スーパー	178	183	6	1	188
お弁当屋 K	1	1			1
お肉のてらばやし	157	165	8	1	172
アンデス食品	14	14			14
めぐみの郷	37	23			23
スーパーめぐみのさと	1	1			1
リコス	65	63			63
カーブス	25	25			25
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)	6	6	1		7
合計	599	597	15	2	610

出所：同社提供資料よりフィスコ作成

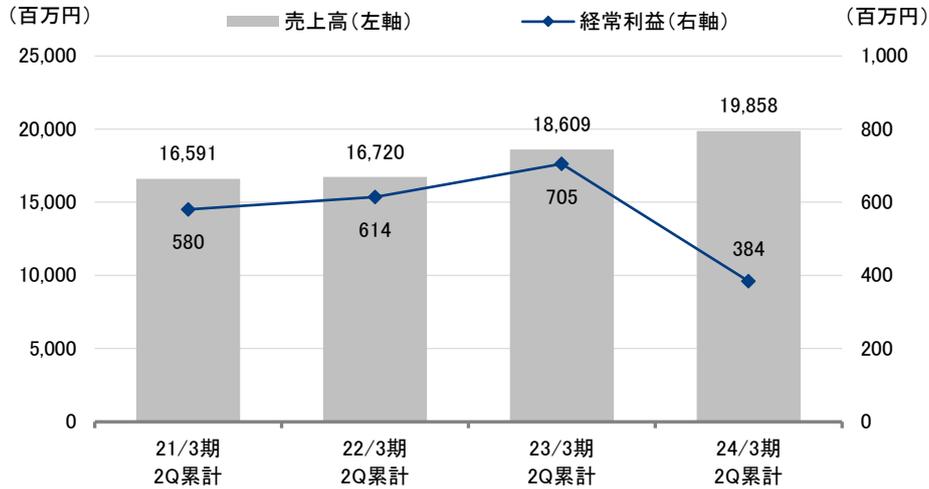
(1) 車関連事業

車関連事業の売上高は前年同期比 6.7% 増の 19,858 百万円と過去最高を更新したものの、経常利益は同 45.5% 減の 384 百万円と減益に転じた。主力の G-7・オート・サービスの業績が売上高で若干増収となったものの、経常利益で 5 割減と大幅減益となったことが主因だ。前年同期に値上げ前の駆け込み需要で伸長したタイヤの販売が減少したことで、粗利益率が 0.8 ポイント低下したほか、人件費や光熱費等の増加が減益要因となった。

G-7 ホールディングス | 2023年11月27日(月)
7508 東証プライム市場 | <https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

業績動向

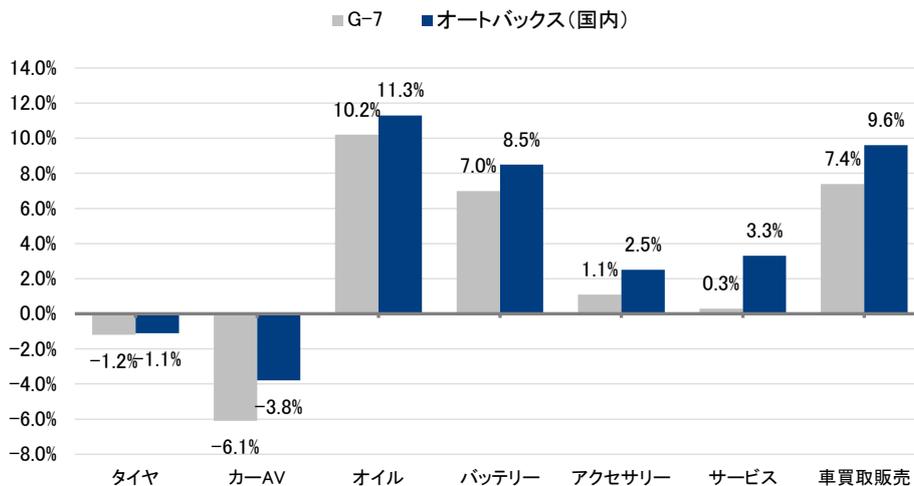
車関連事業



出所：四半期報告書よりフィスコ作成

カテゴリー別の売上増減率を見ると、タイヤが1.2%減、アルミホイールが6.5%減、カーAVが6.1%減、メンテナンスが1.0%減となった。一方で、ドライブ需要の回復によりオイルが10.2%増となったほか、バッテリーが7.0%増となるなど消耗品が堅調に推移した。その他の商材ではアクセサリが1.1%増、サービスが0.3%増、車買取販売が7.4%増となった。また、車検台数は3.8%増と堅調に推移した。店舗の出退店はなく、2023年9月末の「オートボックス」店舗数(国内)は前年同月末から横ばいの69店舗となった。なお、オートボックスグループ全体の国内既存店売上高は前年同期比2.5%増となり、カテゴリー別でもほぼ同様の動きとなった。

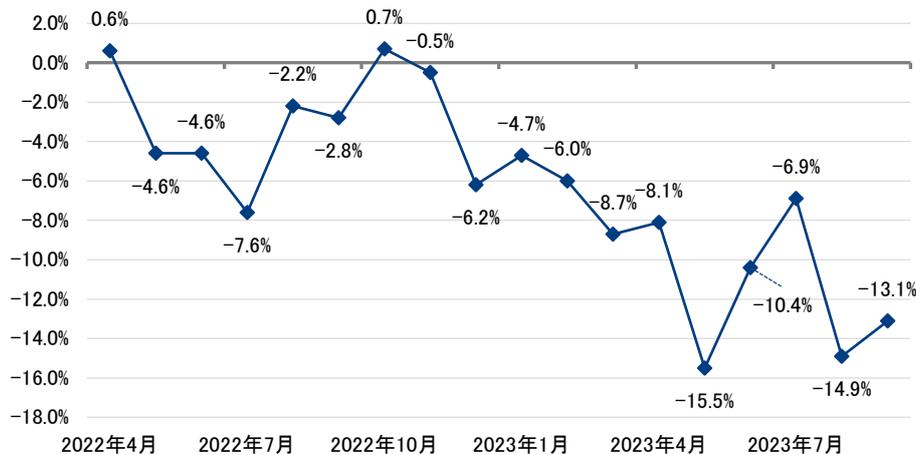
カテゴリー別売上高(前年同期比)



注：オートボ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

G-7バイクワールドは前年同期比で約1割の減収となった。新型コロナウイルス感染症の拡大(以下、コロナ禍)の収束に伴いバイク通勤需要がピークアウトしたことや、酷暑が続いたことも客足の低迷につながったようで、既存店売上高は2022年11月以降11ヶ月連続で減少が続いた。利益面でも減収に伴う粗利益の減少により減益となった。店舗の出退店はなく、2023年9月末は前年同月末から横ばいの15店舗となった。

**G-7バイクワールド売上高伸び率
(前年同月比)**


出所：同社提供資料よりフィスコ作成

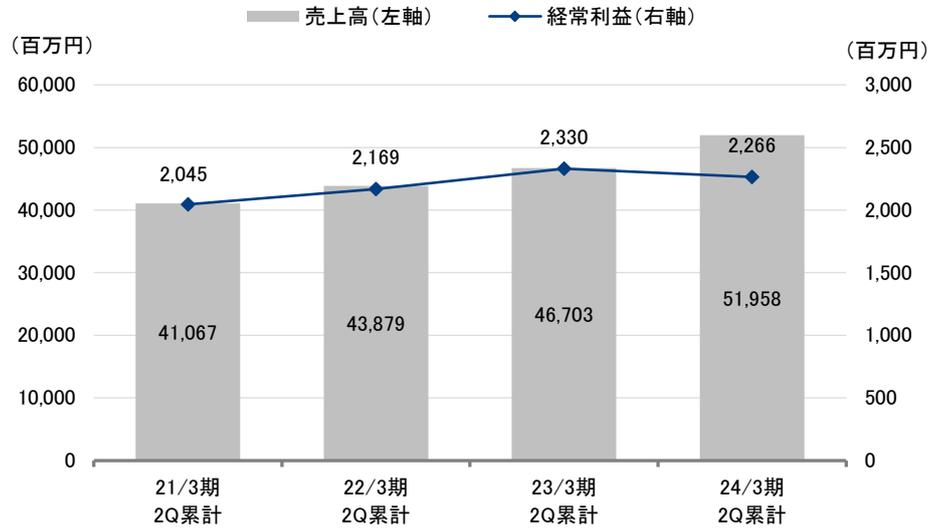
海外事業のうち、自動車輸出版売を行う G-7.CrownTrading は為替の円安が追い風となり6割前後の増収増益となった。2023年9月も過去最高売上を更新するなど好調を持続した。マレーシアで展開している「バイクワールド」も順調に収益を伸ばしており、2023年7月にペナン島に4店舗目を出店した。「オートボックス」については増収となったものの想定よりも伸びは鈍く、黒字化までにしばらく時間を要するものと見られる。

(2) 業務スーパー事業

業務スーパー事業の売上高は前年同期比11.3%増の51,958百万円と過去最高を連続更新したものの、経常利益は同2.8%減の2,266百万円となった。粗利益率が0.2ポイント改善したが、新規出店や店舗改装費用、広告費、光熱費の増加が減益要因となった。ただ、会社計画どおりの進捗である。

業績動向

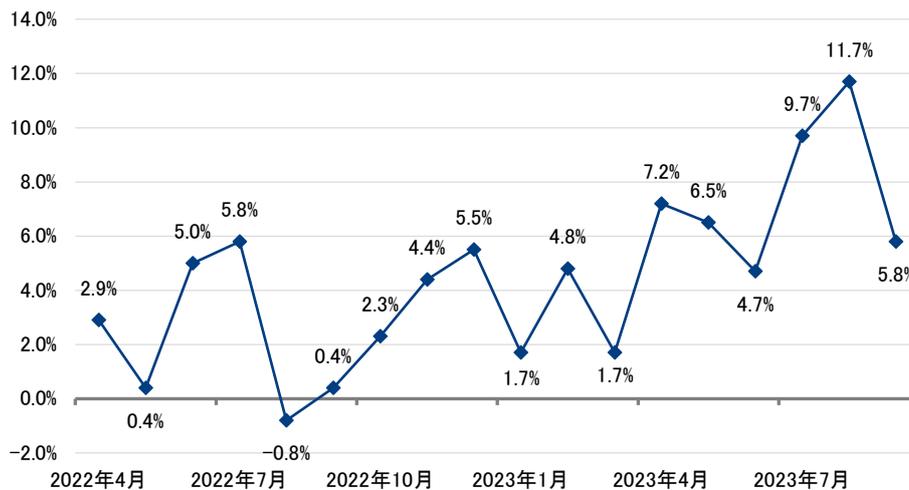
業務スーパー事業



出所：四半期報告書よりフィスコ作成

売上高は新規出店効果に加えて、既存店売上高も前年同期比約8%増と堅調に推移したことが増収要因となった。新規出店は6店舗（北海道1店舗、関東圏2店舗、中部圏3店舗）となり、2023年9月末の店舗数は前年同月末比10店舗増の188店舗となった。既存店に関しては、節約志向の高まりによる客数の増加に加えて、値上げ効果により客単価も上昇した。特に、九州や北海道など近年出店を強化している地域での売上が好調だったようだ。

業務スーパー既存店売上高伸び率
(前年同月比)

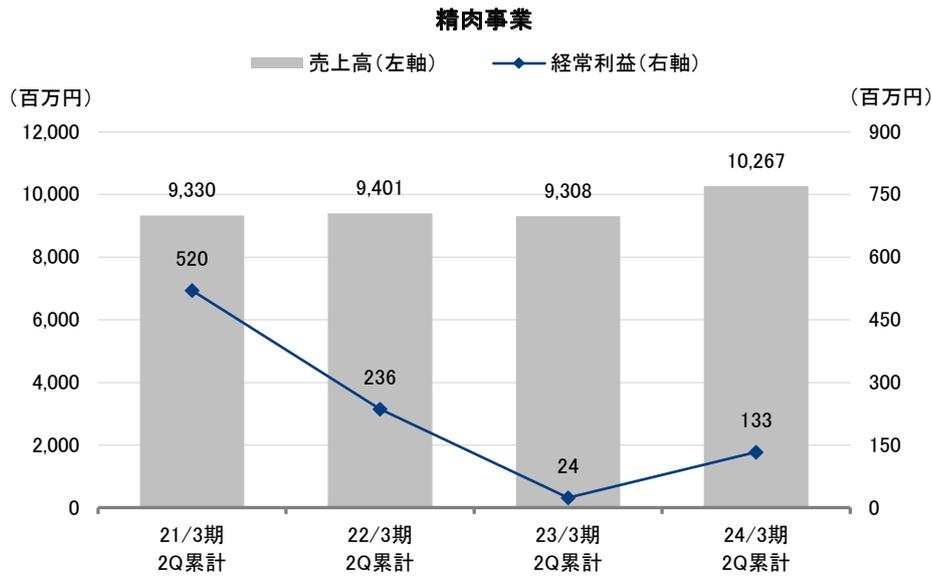


出所：同社提供資料よりフィスコ作成

業績動向

(3) 精肉事業

精肉事業の売上高は前年同期比 10.3% 増の 10,267 百万円、経常利益は同 451.4% 増の 133 百万円と増収増益に転じ、会社計画を超過した。



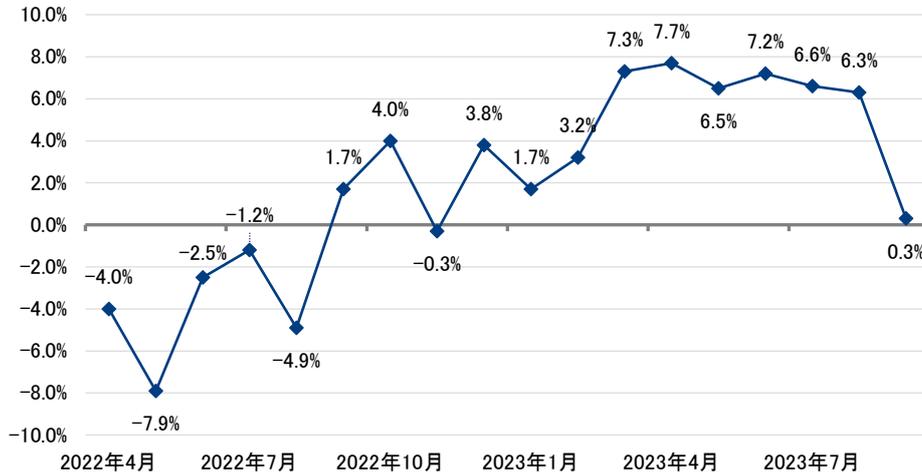
出所：四半期報告書よりフィスコ作成

売上高は「お肉のてらばやし」の新規出店効果や、2022 年秋以降取り組んだ値上げの効果により、既存店売上高が約 5% 増と堅調に推移したことが増収要因となった。新規出店は 8 店舗（北海道 1 店舗、関東圏 2 店舗、中部圏 3 店舗、九州圏 2 店舗）となり、2023 年 9 月末の店舗数は前年同月末比 15 店舗増の 172 店舗となった。また、業務用の卸販売を行うアンデス食品事業についても外食業界の回復を背景に増収となった。

利益面では、増収効果や値上げによる粗利益率の改善により販管費の増加を吸収し増益となった。為替が円安で推移していることもあり、牛肉については引き続き国産牛の仕入販売を継続した。

業績動向

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)

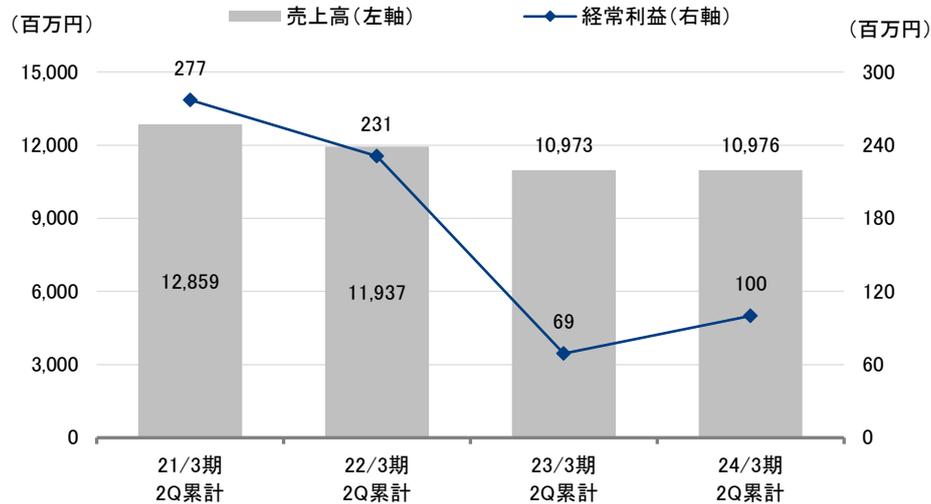


出所：同社提供資料よりフィスコ作成

(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 0.0% 増の 10,976 百万円、経常利益で同 45.3% 増の 100 百万円となった。

その他事業



出所：四半期報告書よりフィスコ作成

業績動向

事業別に見ると、ミニスーパー事業は前年同期比 1% 増収に転じ、損失額も縮小した。巣ごもり需要の反動減で減収が続いていた既存店売上高が同 3% 増と増加に転じたほか、2023 年 4 月より経営体制を刷新して本社コストの削減や店舗運営の合理化に取り組んだことが損益改善要因となった。新たな取り組みとしては、コスト商品のリセールを 1 店舗で試験的に開始したほか、物流コストの削減を目的に委託先 2 社のうち、1 社を他社に切替えた。2024 年 3 月期上期における出退店はなく、2023 年 9 月末の店舗数は前年同月末比 2 店舗減の 63 店舗となった。現状はまだ 7 割の店舗が損失を計上しているようで、今後も店舗当たり売上高の拡大とコスト削減に取り組むことで 2025 年 3 月期の黒字化を目指す。

アグリ事業は 2023 年 3 月期中に不採算だった中部・関東圏の店舗 (21 店舗) をすべて整理したため売上高は前年同期比 26.8% 減と落ち込んだものの、既存店売上高は同 2% 増と堅調に推移し、利益面でも黒字に転換した。お盆やお彼岸などで使用する生花の販売が好調であった。2024 年 3 月期上期における出退店はなく、2023 年 9 月末の店舗数は前年同月末比 14 店舗減の 23 店舗となった。

こだわり食品・プライベートブランド事業は、売上高で増収となったものの、2023 年 7 月に酒類のインターネット通販を行うミツワ酒販を子会社化したことに伴う関連費用 15 百万円の計上が減益要因となった。ミツワ酒販はネットショッピングの黎明期である 2005 年から楽天市場で販売を開始し、その後に Yahoo! ショッピングや Amazon 等にも出店を広げ売上を伸ばしてきた会社である。全国各地の地酒を販売するための仕入ネットワークを持つほか、ネットショッピングを運営するためのノウハウや商品企画力を持つことが強みとなっている。ただ、コロナ禍でネット通販市場における競争が激化したこともあり、G7 ジャパンフードサービスのグループに入ることとなった。同社発表資料によれば、ミツワ酒販の 2022 年 7 月期の売上高は 317 百万円で、利益ベースでは若干の損失を計上していたと見られる。今回のグループ化により G7 ジャパンフードサービスの商品をミツワ酒販のネットショップで販売するほか、ネット通販のノウハウをグループで共有することでシナジーを高める考えだ。

女性向け健康体操教室「カーブス」(25 店舗) は、会員数の回復傾向が続き、増収増益となった。

財務基盤は安定、たな卸資産回転日数がやや悪化

2. 財務状況と経営指標

2024 年 3 月期第 2 四半期末の資産合計は前期末比 1,255 百万円増加の 58,457 百万円となった。流動資産は現金及び預金が 240 百万円減少した一方で、たな卸資産 (商品及び製品) が 930 百万円、売掛金が 344 百万円それぞれ増加した。固定資産は有形固定資産が新規出店の増加により 966 百万円増加した一方で、投資有価証券が 276 百万円減少した。

負債合計は前期末比 26 百万円増加の 30,471 百万円となった。未払法人税等が 193 百万円、賞与引当金が 298 百万円減少した一方で、その他の流動負債が増加した。純資産合計は同 1,228 百万円増加の 27,985 百万円となった。親会社株主に帰属する四半期純利益 2,253 百万円の計上と配当金 839 百万円の支出等により、利益剰余金が 1,399 百万円増加した。

G-7 ホールディングス | 2023年11月27日(月)
 7508 東証プライム市場 | <https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

業績動向

経営指標を見ると、自己資本比率が前期末比 1.1 ポイント上昇の 47.9% となり、有利子負債比率は同 1.5 ポイント低下の 33.2% 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）は若干減少したものの 60 億円を超えており、財務の健全性は高いと判断される。一方で、たな卸資産回転日数が 2023 年 3 月期の 16.5 日から 17.5 日とやや長期化しており、収益性低下の一因になっていると考えられ、今後の課題と言える。なお、同社は M&A 戦略を今後も積極的に推進するため、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、門戸を広げて候補案件の精査を行っている状況にある。

貸借対照表及び経営指標（連結）

（単位：百万円）

	20/3 期	21/3 期	22/3 期	23/3 期	24/3 期 2Q	増減
流動資産	27,040	27,650	29,498	30,259	30,754	495
（現金及び預金）	16,465	16,259	17,033	15,688	15,448	-240
（商品及び製品）	5,602	6,517	6,854	7,982	8,912	930
固定資産	20,846	23,741	24,647	26,943	27,703	760
（のれん）	67	516	437	16	70	54
資産合計	47,886	51,391	54,145	57,202	58,457	1,255
負債合計	25,868	30,128	29,398	30,444	30,471	26
（有利子負債）	9,348	9,300	9,300	9,300	9,300	-
純資産合計	22,018	21,263	24,747	26,757	27,985	1,228
【経営指標】						
＜安全性＞						
自己資本比率	45.9%	41.1%	45.4%	46.8%	47.9%	1.1pt
有利子負債比率	42.5%	44.1%	37.8%	34.8%	33.2%	-1.5pt
ネットキャッシュ	7,117	6,959	7,733	6,388	6,148	-240
＜効率性＞						
たな卸資産回転日数（日）	15.4	14.5	14.8	16.5	17.5	1.0

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2024 年 3 月期は利益ベースで下振れ懸念があるものの増収増益は確保する見通し

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 百万円と期初計画を据え置いた。売上高は連続過去最高を更新する見通しで、利益ベースでも 2 期振りの増益、過去最高益の更新を目指す。

2024 年 3 月期業績見通し (連結)

(単位：百万円)

	23/3 期		会社計画	24/3 期			3 年間平均 進捗率※
	実績	売上比		売上比	前期比	2Q 進捗率	
売上高	176,922	-	185,000	-	4.6%	50.3%	48.6%
営業利益	6,504	3.7%	7,700	4.2%	18.4%	37.8%	47.2%
経常利益	6,813	3.9%	8,000	4.3%	17.4%	39.0%	47.5%
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%	41.0%	51.3%
1 株当たり利益 (円)	86.78		124.82				

※ 3 年間平均進捗率 (3 年間合計の 2Q 累計業績 ÷ 通期業績)

出所：決算短信よりフィスコ作成

第 2 四半期までの進捗率は売上高で 50.3%、営業利益で 37.8% となっており、直近 3 年間の平均進捗率 (売上高 48.6%、営業利益 47.2%) と比べると、売上高が順調な一方で、営業利益の進捗率は低い。前述のとおり車関連事業が苦戦したことが要因だ。足元の市場環境からすると営業利益はやや未達となる可能性があるものの、好採算商品である冬用タイヤの販売が大きく伸張すると計画に届く可能性もある。会社計画を下振れたとしても前期比では増益を確保できる見通しだ。下期は電力料金値上げの影響が一巡することや、不採算だったミニスーパー事業やアグリ事業の損益改善傾向が続くと見られるためだ。また、新規出店についても下期は当初計画していた 14 店舗から 7 店舗に抑制するほか、そのほかの経費の削減にも取り組むことで収益体質の強化を図る。新規出店数は 2023 年 3 月期下期の 17 店舗、2024 年 3 月期上期の 15 店舗から減少する見通しだが、市場環境や収益状況が好転すれば、積極展開する方針に変わらない。

G-7 ホールディングス | 2023 年 11 月 27 日 (月)
 7508 東証プライム市場 | <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 (計画)

店舗名	23/3 期末	24/3 期	24/3 期上期末	24/3 期下期当初計画		24/3 期末
	店舗数	期初出店計画	店舗数	出店	退店	店舗数予想
オートボックス (SA、SH 含む)	69		69			69
オートボックスエクスプレス	7		7			7
BP センター (鍍金・塗装)	9		9			9
土山サーキット	1		1			1
FIELD SEVEN	5		5			5
マンマチャオ	6		6			6
たい焼専門店やまや本舗	2		2			2
シャトレーゼ (新業態)	1	1	1	1		2
バイクワールド	15	2	15	2		17
業務スーパー	183	12	188	4		192
お弁当屋 K	1		1			1
お肉のてらばやし	165	8	172	2	2	172
アンデス食品	14		14			14
めぐみの郷	23	2	23	2		25
スーパーめぐみのさと	1		1			1
リコス	63		63			63
カーブス	25	3	25	3		28
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)	6	1	7			7
合計	597	29	610	14	2	622

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注力し収益改善を図る。カー AV 機器の販売低迷は下期も続くものの、車買取販売やタイヤ、オイル販売、車検サービス等の増収でカバーする考えだ。利益面では、増収効果や生産性向上に取り組み増益を目指す。冬用タイヤの販売状況次第となる。なお、洋菓子専門店の「シャトレーゼ」の 2 店舗目 (兵庫県) を 2023 年 10 月にオープンした。

G-7 バイクワールドは増収増益を計画していたが、既存店の売上低迷が続いており通期でも苦戦が予想される。このため、同社は下期に計画していた新規出店 (2 店舗) を 2025 年 3 月期以降に先送りすることにし、既存店舗の収益回復に注力していく。2023 年 10 月以降は温暖な気候が続いていることから、ツーリング機会の増加によりバイク用品の需要も回復する可能性はある。同社ではイベント開催など積極的なプロモーション施策を展開することで集客力をアップし、売上回復に取り組んでいる。

また、海外事業のうちマレーシアの「バイクワールド」「オートボックス」については、2024 年 3 月期に 2 業態合計で黒字化を目指している。自動車輸出販売事業は円安を追い風に下期も好調を持続し、通期でも 2 ケタ増収増益が見込まれる。

今後の見通し

(2) 業務スーパー事業

業務スーパー事業は増収増益を見込んでいる。下期は 4 店舗の出店が確定しており（2023 年 3 月期下期は 5 店舗の出店）、期末店舗数は 192 店舗と前期末比 9 店舗増となる見通し。出店エリアについては引き続き九州、北海道、首都圏を中心に出店するほか、店舗数が少なかった中部圏への出店にも注力していく。

利益面では、販売ミックスの改善や在庫回転率の向上により粗利益率を改善していくほか、下期は電力料金の値上げ要因も一巡することから増益に転じる見通しである。また、通期で経常利益率 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ている。

(3) 精肉事業

精肉事業は増収増益に転じる見通し。下期は出退店それぞれ 2 店舗が確定しており（2023 年 3 月期下期は 8 店舗の出店）、期末店舗数は 172 店舗と前期末比 7 店舗増となる見通し。退店する 2 店舗は業務スーパー以外のテナント出店の店舗となる。

下期の売上高は値上げ効果が一巡するため 1 ケタ台に鈍化する見通しだが、出店費用の減少が見込まれることから利益ベースでは増益基調が続き、通期でも 2 ケタ増益が予想される。

(4) その他事業

その他事業は増収増益となる見通し。こだわり食品・プライベートブランド事業の業績が堅調に推移するほか、不採算店舗の整理を前期に実施したミニスーパー事業やアグリ事業の収益改善が見込まれる。ミニスーパー事業については店舗運営コストの抑制や商品戦略の見直しなどにより、不採算店舗の比率を期末までに 3 割程度の水準まで引き下げ、損失縮小を見込んでいる。下期に出退店の予定はなく、店舗数は前期末比横ばいの 63 店舗となる見通しだ。商品戦略では、競合店との差別化を図るため PB 商品の充実を図る。従来はユニー（株）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。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。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の向上、売上高の拡大と粗利益率の改善を目指す。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 月期より順次進めており、既存顧客の来店頻度の増加と販売促進、新規顧客の獲得を進めている。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ほか、接客サービスについても改善余地があった。日本人スタッフを採用できれば好ましいが、外国人スタッフでも教育研修を強化し離職率の低減や接客サービスの向上を図り、生産性を高めることで 2025 年 3 月期に通期黒字化を目指す。

アグリ事業については不採算店舗の整理が完了した 2023 年 3 月期下期以降、黒字に転換しており、2024 年 3 月期は減収ながらも増益となる見通しだ。新規出店については下期に 2 店舗を予定していたが、2024 年 3 月期はグループ全体の利益確保を最優先するため、出店を先送りすることにし、店舗数も 23 店舗と前期末比横ばいとする。また、「カーブス」についても 3 店舗の増加を期初に計画していたが先送りとなる見通しで、店舗数は前期末比横ばいの 25 店舗となるが、既存店舗の会員数増加により増収増益を見込んでいる。

M&A 戦略により 2026 年 3 月期に売上高 2,500 億円、 経常利益 100 億円を目指す

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 月期から推進している。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、2023 年 3 月期の実績から売上高で 1.41 倍、経常利益で 1.47 倍を目指す。年平均成長率で見れば売上高で約 12%、経常利益で約 14% と 10% 台の成長ペースとなる。計画策定時点では売上高で 9% 増、経常利益で約 6% の成長ペースで策定していたが、2023 年 3 月期の収益が一時的に落ち込んだことから、目標達成のハードルがやや高くなった状況にある。

同社は目標達成に向け、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毎期 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については、2024 年 3 月期に 2 年前倒しで目標達成が射程圏内に入っている。一方、オートバックス事業については今後 3 期間で年率 14% の売上成長と 9% の利益成長が必要でチャレンジ的な目標となる。同社はカーライフというカテゴリーにおける周辺事業への領域拡大によって目標達成を目指している。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、今後 3 年間で年率 21% の売上成長と 55% の利益成長が必要となる。今後、店舗数をいかに拡大していくことができるかが目標達成のカギを握る。

G-7 ホールディングス | 2023 年 11 月 27 日 (月)
 7508 東証プライム市場 | <https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

今後の見通し

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。現在進めている収益改善施策が奏功し、安定して利益を生む体質に変わった段階で新規出店を再開する方針のため、目標達成時期が先送りされる可能性はあるものの、同事業が安定収益事業として軌道に乗れば、出店が比較的容易なことから多店舗展開はしやすい。グループシナジー効果も大きいため、今後の動向に注目したい。

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、カープ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。特に、M&A 戦略については同社の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カギを握る戦略として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



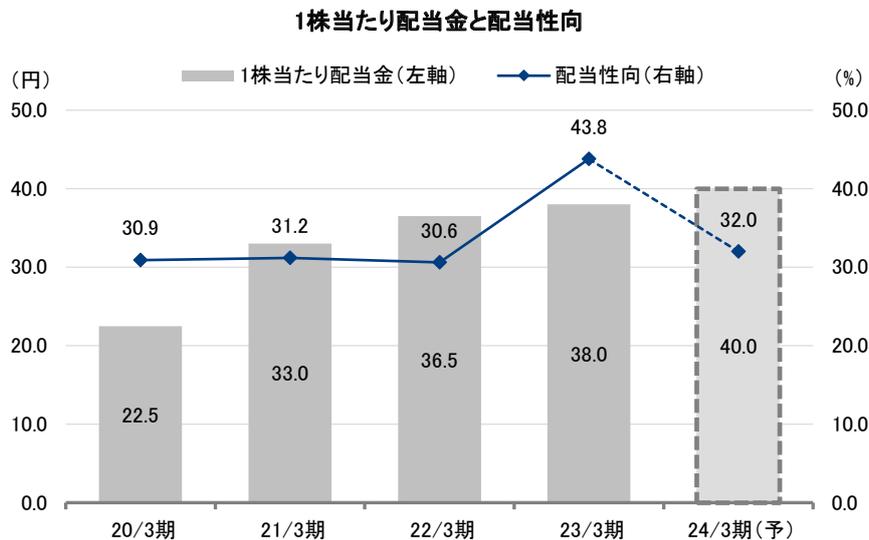
出所：ホームページより掲載

■ 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 9 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、2024 年 3 月期は前期比 2.0 円増配の 40.0 円（配当性向 32.0%）と 9 期連続増配を予定している。



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の実践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ており、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、農園で野菜を栽培、収穫物を「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。また、健康経営にも取り組んでおり、2023 年には本社内に健康器具を導入し、社員の健康増進をサポートしている。

(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ている。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。

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