

# 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 >>>](#)

2025年11月28日(金)

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

<b>要約</b>	<b>01</b>
1. 2026年3月期中間期の業績概要	01
2. 2026年3月期の業績見通し	01
3. 成長戦略と株主還元策	01
<b>事業概要</b>	<b>02</b>
1. 車関連事業	03
2. 業務スーパー事業	03
3. 精肉事業	04
4. その他事業	04
<b>業績動向</b>	<b>05</b>
1. 2026年3月期中間期の業績概要	05
2. 財務状況と経営指標	11
<b>今後の見通し</b>	<b>12</b>
1. 2026年3月期の業績見通し	12
2. 中期経営計画の進捗状況と重点施策	15
<b>企業価値向上に向けた取り組み</b>	<b>17</b>
1. 企業価値向上施策	17
2. 株主還元策	18

## 要約

### M&Aで精肉事業が拡大、2026年3月期は過去最高益更新へ

G-7ホールディングス<7508>は、「オートパックス」「業務スーパー」のフランチャイジーとして国内最多の店舗数を運営する子会社を有する持株会社である。従業員1人当たりの生産性、在庫回転率などを重視した店舗収益力を強みに、M&Aを積極活用しながら成長を続けている。

#### 1. 2026年3月期中間期の業績概要

2026年3月期中間期の連結業績は、売上高で前年同期比9.6%増の110,658百万円、経常利益で同7.5%増の3,275百万円となった。車関連事業や業務スーパー事業、精肉事業などの既存店売上高が堅調に推移したほか、前年に新たにグループに加わった子会社※の売上が通期で寄与したことも増収要因となった。利益面では、業務スーパー事業が人件費増や店舗改装費用の増加等で減益となったものの、それ以外の事業セグメントの増益でカバーした。新規出店は「業務スーパー」「お肉のてらばやし」を中心に12店舗、退店は4店舗となり、中間期末のグループ店舗数は前年同期末比18店舗増の648店舗となった。

※ 2024年7月に「業務スーパー」を運営する(株)ボン・サンテ、同年10月に自動車板金・塗装等を行う新和自動車(株)、2025年1月に時計やペット用品のEC販売等を行う(株)新流(ニール)をグループ化しており、増収分の半分程度の寄与があったと見られる。

#### 2. 2026年3月期の業績見通し

2026年3月期の売上高は前期比7.4%増の230,000百万円、経常利益は同15.2%増の8,600百万円と期初計画を据え置き、4期ぶりの過去最高益更新を目指す。中間期までの進捗率はやや低いものの、2025年10月に子会社化した食肉加工卸を展開する(株)G-7ミートプランニング(旧 ミートプランニング)※の収益が上乗せ要因となり、採算の良い冬用タイヤの販売が堅調に推移すれば達成可能な水準と弊社では見ている。下期の新規出店は「業務スーパー」「お肉のてらばやし」を中心に21店舗を計画しており、期末のグループ店舗数は前期末比29店舗増の669店舗となる見通しである。

※ 主に全国の焼肉店に牛タンの加工・卸販売を行っており、2024年9月期の売上高は5,557百万円、営業利益は441百万円。全株式を3,091百万円で取得した。2025年10月1日付で「(株)G-7ミートプランニング」に商号変更。

#### 3. 成長戦略と株主還元策

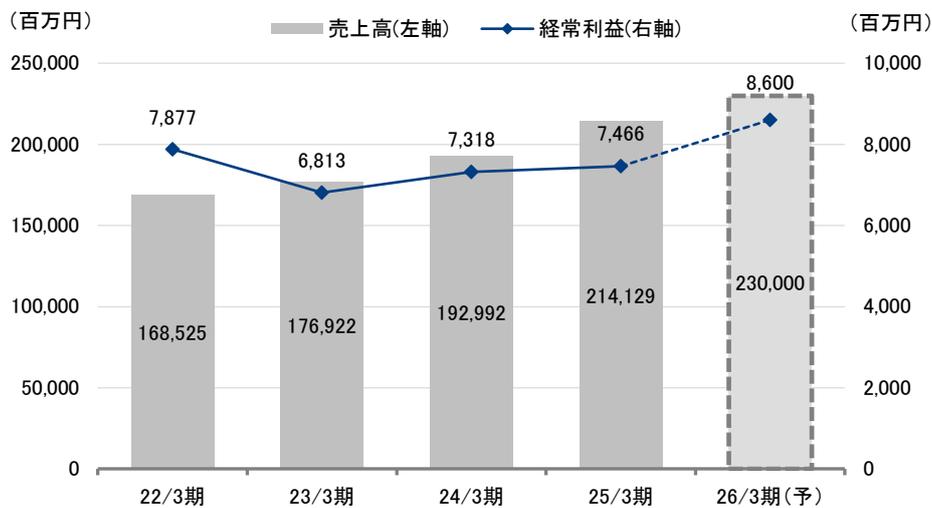
同社は今後も継続的な出店と生産性向上の取り組みによる既存事業の拡大に加えて、新業態の開発やM&Aによるグループシナジーを創出し、持続的な成長を目指す。特に、生産性向上に関しては人件費が年々上昇するなかで重要な経営課題であり、人材育成とともに店舗オペレーションの見直しなども進める方針である。2026年3月期中間期における不採算店舗の比率(開店4年目以降の店舗を対象)は前年同期比で約1.5ポイント低下の約32%と着実に改善しているが、同社は不採算店舗の撲滅を目標に掲げており、改善余地は大きいと言える。なお、株主還元については連結配当性向30%以上を目安に累進配当を行う方針で、2026年3月期の1株当たり配当金は創業50周年の記念配当30.0円を加えて70.0円(配当性向53.7%)を予定している。

要約

Key Points

- ・ 2026年3月期中間期業績はM&A効果も寄与し、増収増益
- ・ 2026年3月期業績は期初計画を据え置き、最高益更新目指す
- ・ M&Aでグループシナジーを創出し、持続的な収益成長を目指す
- ・ 2026年3月期は創業50周年記念配当を追加し、1株当たり70円配を予定

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つで開示している。2026年3月期中間期の事業別構成比は、業務スーパー事業が売上高の59.2%、経常利益の72.7%を占める主力事業である。次いで車関連事業が売上高の19.8%、経常利益の20.6%を、精肉事業が売上高の9.5%、経常利益の-0.3%を、その他事業が売上高の11.5%、経常利益の6.9%を占める。また業務スーパー事業、精肉事業とその他事業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割弱が食品小売事業である。

**G-7ホールディングス**

7508 東証プライム市場

2025年11月28日 (金)

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

## 事業概要

**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、自動車販売や钣金・塗装事業を行う(株)G-7・シンワ・モビリティサービス(2025年4月に新和自動車から商号変更)の5社で構成される。

売上構成比の7割強を占めるG-7・オート・サービスでは、オートボックス関連店舗を2025年9月末で国内に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)を展開する。出店エリアは兵庫県、京都府、福井県、岡山県、広島県、千葉県、茨城県にわたる。なかでも兵庫県で38店舗と全体の5割を占める。オートボックスグループ(国内1,038店舗、海外151店舗)のなかで最大規模のフランチャイジーであり、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により、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)7店舗、新車・中古車買取販売の「スズキカーズ大阪」1店舗を運営するほか、「オートボックス」等の店舗敷地内で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、洋菓子専門店「シャトレゼ」2店舗を運営している。直近では、ワークウェア専門店「キーポイント」1店舗を2025年7月に譲受し、営業を開始している。

売上構成比の1割弱を占めるG-7バイクワールドは、2025年9月末で国内に14店舗を展開しており、資本業務提携先のバイク王&カンパニー<3377>とのコラボ出店も行っている。売上構成比の1~2割を占めるG-7.CrownTradingでは中古自動車の輸出販売を主に行っており、仕向け地別売上高ではマレーシアが5割強と主力販売先となっており、国内販売も約1割を占める。

マレーシア子会社は、「バイクワールド」6店舗、「オートボックス」2店舗を運営しているが、売上規模はまだ数億円程度と小さい。2024年10月にグループ化したG-7・シンワ・モビリティサービスは新車・中古車販売や钣金・塗装サービスを行う「ガイア」を京滋エリアで4店舗出店しており、売上規模は年間で20~30億円と見られる。

**2. 業務スーパー事業**

業務スーパー事業は、「業務スーパー」をフランチャイジー展開する(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、2025年9月末の店舗数は219店舗と業務スーパーグループ(1,117店舗)のなかで最大規模である。地域別店舗数については、首都圏が88店舗と最も多く、次いで中部53店舗、関西34店舗、九州26店舗、北海道18店舗である。

従業員1人当たりの生産性や在庫回転率を重視した店舗収益力を強みとする。ここ数年は関東や九州、北海道で店舗数を拡大してきたが、今後は中部地域でも積極的に出店する方針である。なお、2024年7月にグループ化したボン・サンテについては経営効率の向上を図るため、2025年4月にG-7スーパーマートが吸収合併した。

## 事業概要

### 3. 精肉事業

精肉事業は、精肉小売店「お肉のてらばやし」を全国展開する(株)G-7ミートテラバヤシの事業である。2015年の子会社化以降は「業務スーパー」との同時出店戦略を推進し、店舗を拡大してきた。また、アンデス食品事業部を通じて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(2020年にアンデス食品(株)を子会社化後、吸収合併)。

2025年9月末の店舗数は「お肉のてらばやし」が184店舗、アンデス食品が13店舗の合計197店舗である。地域別店舗数は関東が71店舗と最も多く、次いで中部が40店舗、関西が37店舗、九州27店舗、北海道15店舗、中国5店舗、東北1店舗である。「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」の店舗内出店であり、グループシナジーを高めながら店舗拡大を継続している。

### 4. その他事業

その他事業には、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(以下、PB)事業を展開する(株)G7ジャパンフードサービス、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、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アウトレット店「RJ market」等を運営する(株)G7リテールジャパン、時計・ペット用品のEC販売等を手掛ける(株)G-7新流(2025年4月に新流より商号変更)などの事業が含まれる。2026年3月期中間期の売上構成比は、ミニスーパー事業が約4割、こだわり食品・PB事業が3割強と両事業で7割強を占める。

ミニスーパー「リコス」は東京都、神奈川県で展開しており、2025年9月末で54店舗(東京43店舗、神奈川11店舗)を出店している。1店舗当たり平均売上高は約1.8億円で「業務スーパー」の4割弱の水準である。2020年4月にユニー(株)から株式を取得し子会社化した時点では73店舗あったが、巣ごもり需要の一巡で売上低迷が続いたため、不採算店舗の整理を段階的に進めてきた。2023年4月に経営管理体制を刷新し、収益も徐々に改善している。

こだわり食品・PB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するほか、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。名産品・特産品については全国7千社超のメーカーから6万点以上の商品を仕入れている。

「めぐみの郷」は、2025年9月末で関西19店舗(兵庫16、大阪1、奈良2)、うち8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。このため商品の廃棄ロスリスクが抑えられ、安定した収益を獲得できるビジネスモデルである。

G7リテールジャパンは、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)運営する。加えて、2024年にアウトレット店「RJ market」を1店舗出店するなど新業態にも挑戦している。また、EC事業の拡大を目的に2025年1月に子会社化したG-7新流は、時計やペット用品のEC販売などを展開する。売上高の約7割を占める時計販売については「NEEL(ニール)」の店舗名で横浜に2店舗出店している。

## 事業概要

## 主な連結子会社

(2025年4月1日時点)

事業セグメント	会社名	出資比率	事業内容
車関連	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・シンワ・モビリティサービス	100.0%	自動車の小売、自動車整備、钣金・塗装等
	G-7.CrownTrading	100.0%	新車・中古自動車の輸出版売
	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	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
	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
その他	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」、アウトレット店「RJ market」の運営
	G7 ストアイノベーションズ	100.0%	店舗デザイン、内装設備の設計・施工管理
	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
	G-7 新流	100.0%	時計、ペット用品のEC販売等

出所：同社提供資料、同社ホームページよりフィスコ作成

## 業績動向

### 2026年3月期中間期業績はM&A効果も寄与し、増収増益

#### 1. 2026年3月期中間期の業績概要

2026年3月期中間期の連結業績は、売上高で前年同期比9.6%増の110,658百万円、営業利益で同7.1%増の3,057百万円、経常利益で同7.5%増の3,275百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同9.7%増の2,238百万円となった。

売上高は主要業態の既存店売上高が堅調に推移したことに加えて、前期にグループ化し2025年4月にG-7スーパーマーケットに吸収合併されたボン・サンテ、新和自動車、G-7新流の売上が期初から寄与した結果、すべての事業セグメントで増収となり、過去最高を連続更新した。営業利益は人件費や店舗改装費の増加で業務スーパー事業が減益となったが、それ以外の事業セグメントの増益（精肉事業は損失の縮小）でカバーし、中間期として5期ぶりの増益となった。増収要因の約半分はM&A効果によるものと見られる。利益面では、のれん償却額の増加（143百万円増）も含めると影響は軽微だったと見られる。

2026年3月期中間期の出退店の動向は、新規出店が「業務スーパー」「お肉のてらばやし」などを中心に12店舗、退店が4店舗となり、中間期末の店舗数は648店舗と、前年同期末比18店舗増となった。なお、新業態としてワークウェアの企画・販売・製造を手掛ける(株)アグロワークスとFC契約を締結し、ワークウェア専門店「キーポイント」1店舗（大阪府摂津市）を事業譲受して、2025年7月より営業を開始した。

## 業績動向

**2026年3月期中間期業績 (連結)**

(単位：百万円)

	25/3期中間期		26/3期中間期		前年同期比
	実績	売上比	実績	売上比	
売上高	100,994	-	110,658	-	9.6%
車関連事業	21,084	20.9%	21,930	19.8%	4.0%
業務スーパー事業	58,566	58.0%	65,490	59.2%	11.8%
精肉事業	10,119	10.0%	10,526	9.5%	4.0%
その他	11,223	11.1%	12,711	11.5%	13.3%
売上原価	76,781	76.0%	84,038	75.9%	9.5%
販管費	21,358	21.1%	23,562	21.3%	10.3%
営業利益	2,854	2.8%	3,057	2.8%	7.1%
経常利益	3,047	3.0%	3,275	3.0%	7.5%
車関連事業	567	2.7%	627	2.9%	10.6%
業務スーパー事業	2,292	3.9%	2,211	3.4%	-3.6%
精肉事業	-38	-0.4%	-9	-0.1%	-
その他	179	1.6%	211	1.7%	18.2%
親会社株主に帰属する 中間純利益	2,040	2.0%	2,238	2.0%	9.7%

出所：決算短信よりフィスコ作成

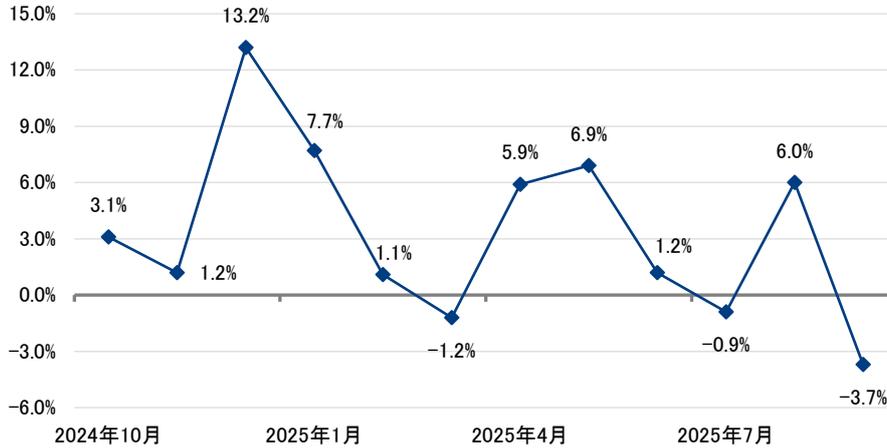
**(1) 車関連事業**

車関連事業の売上高は前年同期比4.0%増の21,930百万円と過去最高を連続更新し、経常利益も同10.6%増の627百万円と増益となった。会社別では、G-7.CrownTradingが減収減益となったものの、主力のG-7・オート・サービスを中心にその他のグループ会社が増収増益となった。

G-7・オート・サービスの業績は、売上高で前年同期比約3%の増収となり、経常利益も増益となった。「オートボックス」の国内店舗数は69店舗と変動がなく、既存店売上高は同2.6%増と堅調に推移した。オートボックスグループ全体の国内既存店売上高は同2.9%増となっており、ほぼ同様の動きとなった。カテゴリー別売上高では、カーAVが同9.6%減、車買取販売が同2.1%減と減少したものの、タイヤが同8.9%増、タイヤ取付け工賃等のサービスが同5.5%増と伸長したほか、消耗品のオイルが同5.1%増、バッテリーが同2.7%増と堅調に推移し増収増益要因となった。

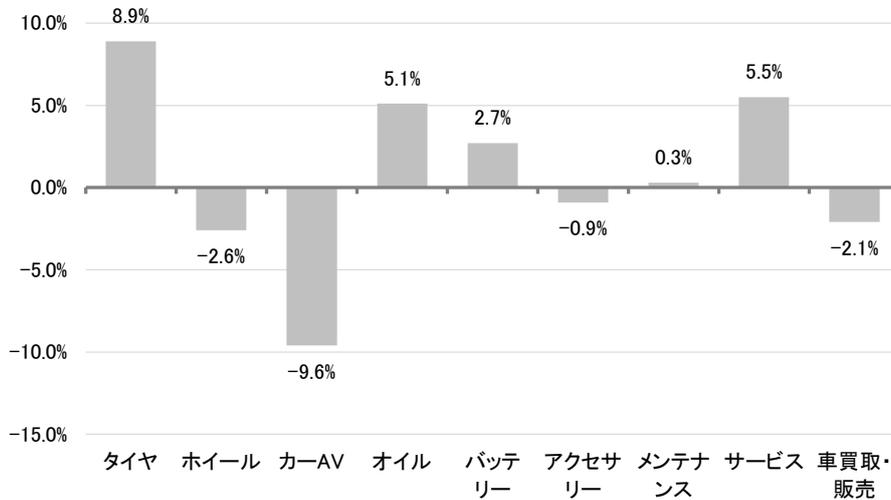
業績動向

G-7・オートサービ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

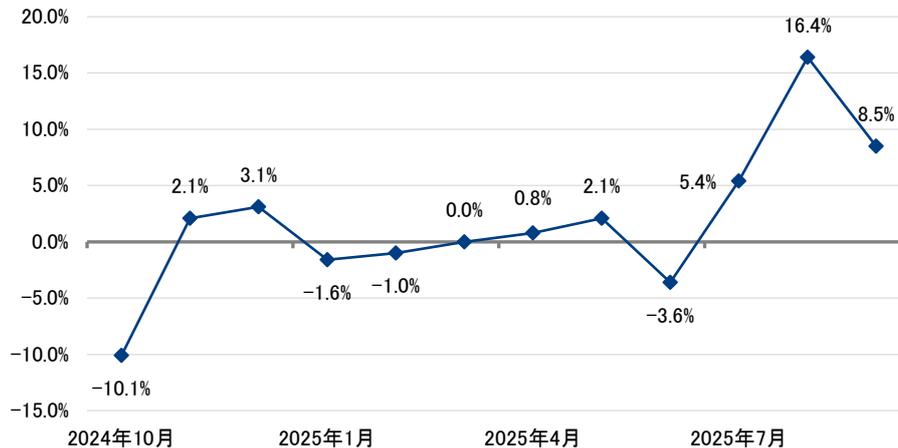
カテゴリー別売上高(前年同月比)



出所：同社提供資料よりフィスコ作成

G-7バイクワールドの業績は、既存店売上高が前年同期比4.7%増と2期連続で増加となり、増収増益となった。営業強化により第2四半期に入って客数が回復したほか、インバウンド需要により一部店舗でヘルメットの販売が好調に推移したことも増収要因となった。日本ブランドのヘルメットは国内よりも海外店舗での販売価格が高くなっているが、好調な売上となった。中間期末の店舗数は1店舗を退店したことにより、前年同期末比1店舗減の14店舗となった。

## 業績動向

**G-7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

マレーシア子会社は増収となり損失が縮小した。「オートボックス」2店舗は伸び悩んでいるものの、「バイクワールド」5店舗の売上が客数増加により順調に拡大した。2025年8月には1店舗新たに出店し、6店舗体制としている。

自動車輸出版売を行うG-7.CrownTradingは、トランプ関税の発動で為替変動リスクが高まったことにより海外仕入れ業者の買い控えが発生し、減収減益となった。ただ、2025年9月の売上高は前年同月比29.2%増と回復に転じるなど、直近は上向きつつある。2024年10月に子会社化したG-7・シンワ・モビリティサービスは、板金・塗装サービスが堅調に推移し、利益ベースで計画を上回った。

**(2) 業務スーパー事業**

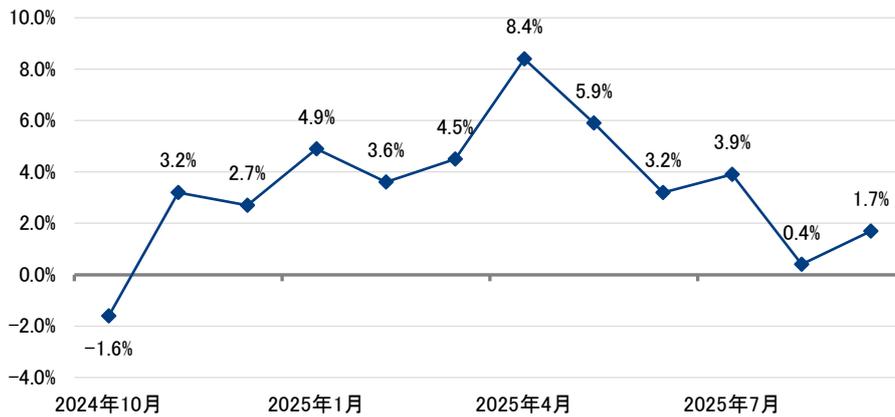
業務スーパー事業の売上高は前年同期比11.8%増の65,490百万円、経常利益は同3.6%減の2,211百万円となった。新規出店や前期に実施したM&A効果に加えて、既存店売上高が同3.9%増と堅調に推移したことが増収要因となった。既存店売上高の増加要因の大半は客単価の上昇によるもので、食料品の値上げが続くなかで品質のよい商品を競争力のある価格で提供する「業務スーパー」に対する顧客支持が継続した。2026年3月期中間期の新規出店は4店舗（中部圏3店舗、近畿圏1店舗）、退店は1店舗となり、2025年9月末の店舗数は前年同期末比8店舗増の219店舗となった。

利益面では、売上総利益率が同0.1ポイント改善したものの、人件費の増加に加えて店舗改装費用やのれん償却額の増加が減収要因となった。店舗改装については前期にグループ化した店舗を中心に14店舗を実施した（前年同期は10店舗）。

既存店売上高は2024年11月以降、前年同月比プラス基調で推移しており、神戸物産<3038>の直轄エリア全体の既存店伸び率とほぼ同様の動きとなった。

業績動向

業務スーパー既存店売上高伸び率  
(前年同月比)



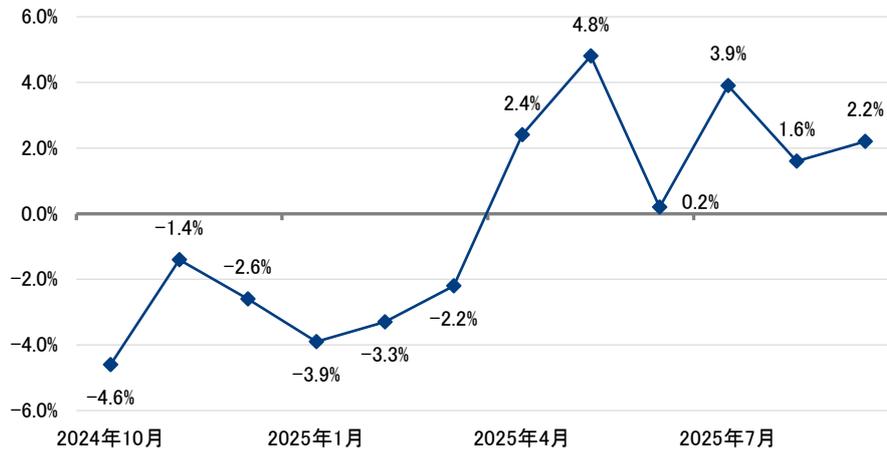
出所：同社提供資料よりフィスコ作成

(3) 精肉事業

精肉事業の売上高は前年同期比4.0%増の10,526百万円、経常損失は9百万円（前年同期は38百万円の損失）となり、売上高は2期ぶりに過去最高を更新した。新規出店効果に加えて既存店売上高が同2.5%増と堅調に推移したことが要因だ。利益面では、猛暑の影響で国産豚肉の生産量が減少したことに伴い相場が急騰したこと、廃棄ロスが増えたことなどで原価率が悪化したものの経費削減に取り組んだことにより、損失額は前年同期比で若干縮小した。

既存店の月次売上動向は、2025年4月に13ヶ月ぶりに前年同月比でプラスに転じて以降、1ケタ台前半の伸びが続いた。出退店の動向については、新規出店が5店舗（首都圏1店舗、中部圏3店舗、近畿圏1店舗）、退店が1店舗となり、2025年9月末の店舗数は前年同期末比9店舗増の184店舗となった。

## 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

その他事業の売上高は前年同期比13.3%増の12,711百万円、経常利益で同18.2%増の211百万円と増収増益が続いた。売上高はこだわり食品・PB事業の拡大に加えて、新たにG-7新流がグループに加わったことが増収要因となった。利益面では不採算事業の収益改善に取り組んだこと、G7リテールジャパンにおいて保有不動産の売却益を計上したことなどが増収要因となった。

事業別の業績動向について見ると、ミニスーパー事業は2025年3月期下期に不採算店舗の整理を進めた影響で、前年同期比約3%減収となった。しかし、既存店売上高が同1.6%増と堅調に推移し、オペレーションコストの見直しなどを継続した結果、損失額は縮小した。新たな出退店はなく、2025年9月末の店舗数は前年同期末比4店舗減の54店舗となった。

こだわり食品・PB事業は、取引先の新規開拓並びに商材の発掘に取り組んだことで売上高は1ケタ台の増収増益となった。新規商材として2025年3月期から取り扱いを開始したペット用フードについては、ドッグランの場所で販売するなどして売上実績を伸ばした。アグリ事業は、既存店売上高が前年同期比1.5%減と低調に推移し、コスト増により利益も減益となった。前年同期は精米の販売が好調だったが、2026年3月期中間期は「めぐみの郷」で取り扱いのなかった備蓄米に需要がシフトしたことが影響した。店舗数は1店舗退店し、前年同期末比1店舗減の19店舗となった。

そのほか、カーブス事業では女性向け健康体操教室「カーブス」(25店舗)の会員数が着実に増加したものの、売上高は微減収と伸び悩んだ。また、新たにグループに加わったG-7新流の時計・ペット用品の販売事業は前年同期比で約8%増と堅調に推移したものの、ペット用品で一部欠品が発生した影響もあって計画比では未達となった。

## 積極的なM&Aにより財務体質はやや悪化するも、健全性は維持

### 2. 財務状況と経営指標

2026年3月期中間期末の資産合計は前期末比3,058百万円増加の73,752百万円となった。主な増減要因を見ると、流動資産は売掛金が642百万円減少した一方で、現金及び預金が1,661百万円、棚卸資産が1,225百万円それぞれ増加した。固定資産は新規出店及び改装等を実施したことにより有形固定資産が1,043百万円増加し、のれんが253百万円減少した。

負債合計は前期末比1,700百万円増加の39,819百万円となった。買掛金やその他流動負債が減少した一方で、新たなM&A資金として銀行借入を実施したことにより、有利子負債が3,183百万円増加した。純資産合計は同1,357百万円増加の33,932百万円となった。親会社株主に帰属する中間純利益の計上と配当金支出等により利益剰余金が1,359百万円増加した。

経営指標については、自己資本比率が前期末比0.1ポイント低下の46.0%とほぼ横ばい水準となったものの、有利子負債比率が同7.7ポイント上昇の50.7%となり、財務体質はやや悪化した。2025年3月期以降に複数のM&Aを実施しており、その資金を借入金で賄ったことで、有利子負債が2024年3月期末から1.9倍に膨らんだことが要因だ。ネットキャッシュ(現金及び預金-有利子負債)も1,337百万円まで減少したが、依然プラスであり財務の健全性は維持しているものと評価される。今後は新規連結した子会社の収益をグループシナジーの創出によって、いかに成長軌道に乗せることができるかが課題となる。

#### 貸借対照表及び経営指標(連結)

(単位：百万円)

	22/3期	23/3期	24/3期	25/3期	26/3期 中間期	増減
<b>流動資産</b>	29,498	30,259	33,360	34,898	37,077	2,179
(現金及び預金)	17,033	15,688	17,138	16,869	18,530	1,661
(棚卸資産)	6,854	7,982	8,067	9,108	10,333	1,225
<b>固定資産</b>	24,647	26,943	28,511	35,795	36,674	879
(のれん)	437	16	62	4,617	4,364	-253
<b>資産合計</b>	54,145	57,202	61,872	70,693	73,752	3,058
<b>負債合計</b>	29,398	30,444	31,898	38,118	39,819	1,700
(有利子負債)	9,300	9,300	9,170	14,010	17,193	3,183
<b>純資産合計</b>	24,747	26,757	29,973	32,574	33,932	1,357
<b>【経営指標】</b>						
<b>&lt;安全性&gt;</b>						
自己資本比率	45.4%	46.8%	48.4%	46.1%	46.0%	-0.1pp
有利子負債比率	37.8%	34.8%	30.6%	43.0%	50.7%	7.7pp
ネットキャッシュ	7,733	6,388	7,968	2,859	1,337	-1,522

出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 今後の見通し

### 2026年3月期業績は期初計画を据え置き、最高益更新目指す

#### 1. 2026年3月期の業績見通し

2026年3月期の連結業績は、売上高で前期比7.4%増の230,000百万円、営業利益で同19.3%増の8,500百万円、経常利益で同15.2%増の8,600百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同15.4%増の5,700百万円と期初計画を据え置き、各利益で4期ぶりの最高益更新を目指す。

#### 2026年3月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	25/3期		会社計画	26/3期		2Q進捗率
	実績	売上比		売上比	前期比	
売上高	214,129	-	230,000	-	7.4%	48.1%
営業利益	7,122	3.3%	8,500	3.7%	19.3%	36.0%
経常利益	7,466	3.5%	8,600	3.7%	15.2%	38.1%
親会社株主に帰属する当期純利益	4,939	2.3%	5,700	2.5%	15.4%	39.3%
1株当たり当期純利益(円)	112.72		130.40			

出所：決算短信よりフィスコ作成

中間期までの通期計画に対する進捗率は売上高で48.1%、営業利益で36.0%と、直近3期間累計の進捗率(売上高47.9%、営業利益43.5%)と比較して営業利益の進捗率がやや低いものの、2025年10月に子会社化した(株)G-7ミートプランニング(旧 ミートプランニング)の収益が下期に上乘せ要因となるほか、既存事業の収益拡大によって計画達成を目指す。弊社では採算の良い冬用タイヤの販売が堅調に推移すれば、会社計画を達成する可能性はあると見ている。ミートプランニングは群馬県高崎市に本社を置き、主に全国の焼肉店向けに牛タン加工・卸販売を展開している。牛肉は米国、メキシコ、オーストラリア産が中心で、2024年9月期の業績は売上高で5,557百万円、営業利益で441百万円と年率2ケタ成長を継続している。同社は精肉事業を業務スーパー事業や車関連事業に次ぐ第3の柱として育成を進めており、G-7ミートテラバヤシとのシナジーも期待できることから、2025年10月1日付で全株式を3,091百万円で取得した。経営体制は従来の体制を維持する方針である。のれんの規模や償却年数はまだ確定していないが、2024年9月期末の純資産が1,117百万円であり、2025年9月期の業績も順調な推移を考慮すれば、のれんは17~18億円程度になると見込まれ、初年度から売上高だけでなく利益面でもプラスに貢献すると見込まれる。

G-7ホールディングス | 2025年11月28日 (金)  
 7508 東証プライム市場 | <https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

今後の見通し

旧 ミートプランニングの直近3期における業績数値

(単位：百万円)

	22/9期	23/9期	24/9期
売上高	4,058	4,832	5,557
営業利益	202	396	441
当期純利益	142	280	278
純資産	558	839	1,117
総資産	1,723	1,983	2,371

出所：IRニュースよりフィスコ作成

下期の新規出店計画は21店舗を計画しており、期末のグループ店舗数は前期末比29店舗増の669店舗となる見通しだ。新規出店の内訳は「業務スーパー」8店舗、「お肉のてらばやし」7店舗、「めぐみの郷」2店舗、「からだ動き回復センター ピント・アップ」3店舗、「バイクワールド」1店舗である。このうち確定（出店済み含む）しているのは「業務スーパー」3店舗、「お肉のてらばやし」7店舗のみで、その他の業態については市場状況を勘案して出店を先送りする可能性もある。

グループ店舗数と出店・退店数

店舗名	25/3期末 店舗数	26/3期中間期末 店舗数	26/3期下期計画		26/3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)	8	8			8
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
シャトレゼ	2	2			2
キーポイント (新業態)	-	1			1
ガイア	4	4			4
バイクワールド	15	14	1		15
業務スーパー	216	219	8		227
お弁当屋K	1	1			1
お肉のてらばやし	180	184	7		191
アンデス食品	13	13			13
めぐみの郷	20	19	2		21
スーパーめぐみのさと	1	1			1
リコス	54	54			54
カーブス	25	25			25
からだ動き回復センターピントアップ (新業態)	1	2	3		5
RJ market (新業態)	1	1			1
NEEL	2	2			2
海外 (オートボックス、バイクワールド)	7	8			8
合計	640	648	21	0	669

出所：同社提供資料よりフィスコ作成

## 今後の見通し

**(1) 車関連事業**

車関連事業のうち、G-7・オート・サービスは新規出店の予定がなく、既存店舗での売上増と生産性向上により増収増益を目指す。冬用タイヤの販売動向がカギを握るが、カー用品以外の消耗品の販売やサービス部門にも注力することで、計画達成を目指す。

G-7バイクワールドは既存店舗での堅調な売上増が下期も続く見通しで、前期に採用した新卒社員の戦力化による生産性向上も寄与し、増収増益となる見通しである。

海外事業のうちマレーシアの子会社については、「オートボックス」の伸び悩みを「バイクワールド」の好調で吸収し、全体で進出後初の黒字化を目指す。「バイクワールド」については不動産物件の契約交渉次第では期末に1店舗出店する可能性もある。中間期に低迷した自動車輸出版売事業は、為替レートの落ち着きにより、マレーシアの仕入れ業者の購買意欲が回復した。下期に挽回を図り、通期で増収増益を目指す。仕入れ業者とは円建て決済のため、為替が円安水準で推移すれば需要面でプラス要因となる。

G-7・シンワ・モビリティサービスは通年で業績に寄与し、売上高で10億円台の上乗せ、利益ベースでも会計基準見直しによる一時的な損失がなくなるため黒字化が見込まれる。

**(2) 業務スーパー事業**

業務スーパー事業は、既存店の堅調持続に加えて前期に出店及びM&Aで取得した店舗の通年寄与、並びに2026年3月期に12店舗を新規出店する効果もあり、売上高で10%前後の増収が見込まれる。12店舗のうち既に10月までに6店舗を出店済みで、12月に1店舗が確定している。中間期は店舗改装を14店舗実施したことによる売上面でのマイナス要因があったものの、下期は数店舗の改装にとどまる見通しである。人件費の上昇が引き続き利益圧迫要因となるが、生産性向上施策として店舗改装と併せて、セミセルフレジやキャッシュレス決済の導入を順次進めており、人手不足に対応する考えだ。

**(3) 精肉事業**

精肉事業は期初段階で10店舗の新規出店を12店舗に上方修正した。2025年10月までに9店舗を出店済みで、残り3店舗の出店も確定している。「お肉のてらばやし」では原価率の改善に取り組み、通期で増収増益を見込む。また、G-7ミートプランニングの業績も下期から上乗せされる。

**(4) その他事業**

その他事業は増収増益となる見通しである。ミニスーパー事業については、商品戦略の見直しやSNSを活用した販促施策、店舗スタッフの教育研修強化による生産性と顧客満足度の向上に取り組み、収益改善を進める。ただ、期初に目標に掲げた黒字化については難しい状況にあるため、2026年3月期末までに月商が一定水準に達しない店舗の退店も検討している。2026年4月には経営効率の向上を目的に、G-7リコス・ストアズをG7ジャパンフードサービスに吸収合併することも決定しており、2027年3月期には一層の収益改善が見込まれる。

アグリ事業については、これまで販売手数料率の低かった生産者との契約を見直すことで収益回復を図る。こだわり食品・PB事業については、新規取引先の開拓と商品の発掘を継続するとともに、物産展への出展やペット用フードの販売強化により増収増益を見込む。また、「カーブス」事業についても新規会員の獲得強化により、通期では増収増益を目指す。

## 今後の見通し

G-7新流については、通年での業績寄与により売上高で20億円強の増収、経常利益で数千万円の増益が見込まれる。中間期で欠品が生じていたペット用品の在庫も確保済みである。下期は販売を強化し、一段の成長を見込む。同社は今後もM&Aを活用しながら、G-7新流を含めた他商材のEC事業拡大を目指しており、G-7ミートプランニングの商品もその候補としている。

## M&Aでグループシナジーを創出し、持続的な収益成長を目指す

### 2. 中期経営計画の進捗状況と重点施策

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月期より推進している。業績目標として2026年3月期に売上高2,500億円、経常利益100億円を掲げていたが、2025年3月期までの業績の進捗状況が想定を下回ったことから、直近の会社計画では売上高2,300億円、経常利益86億円と現実的な数値へ修正した。想定を下振れた要因としては、物価上昇に伴う出店コストや光熱費の上昇による新規出店ペースの鈍化、巣ごもり需要の一巡でミニスーパー事業の長期的な低迷及び原材料高に起因する精肉事業の低迷などが挙げられる。ただ、同社は当初目標値について、M&A戦略も推進しながら早期達成を目指している。

また、2024年10月30日付で発表した「資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応について」のなかで、新たにROEや資本政策に関する目標を追加した。ROEについては2024年3月期(18.3%)の水準の維持・上昇を目指し、自己資本比率は40%台を目安としている。

#### 経営数値目標

		24/3期実績	25/3期実績	26/3期目標	
				当初発表値	2025年5月発表値
業績	売上高	1,930億円	2,141億円	2,500億円	2,300億円
	経常利益	73億円	74億円	100億円	86億円
資本収益性	ROE	18.3%	15.8%	現状ROE水準の維持・上昇	
資本構成	自己資本比率	48.4%	46.1%	40%台を目安	
投資額		41億円 (設備投資額)	95億円 (設備投資44億円、M&A60億円※1)	125億円 (M&A含む)	
株主還元	配当性向	34.1%	35.5%	30.0%以上	
	1株当たり配当金	40円	40円	-	70円※2

※1 M&Aはアドバイザー費用含む

※2 記念配30円含む(2025年10月30日発表)

出所:「資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応について」(2024年10月)及び直近発表資料よりフィスコ作成

**G-7ホールディングス** | 2025年11月28日 (金)  
 7508 東証プライム市場 | <https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

今後の見通し

同社は中期経営計画のなかで成長実現のため、以下の10項目を重点テーマとして掲げている。

- 1) 事業会社各社で毎期増収増益、過去最高に挑戦する
- 2) 事業会社各社で黒字必達とする
- 3) 赤字総店舗数及び赤字総額0に挑戦する
- 4) 生産性指標となる従業員1人当たりの売上高、粗利額の2項目ともに前期比アップを目指す
- 5) 売上伸長率を上回る利益伸長率アップに挑戦する
- 6) 投資効率の良い新規事業、新業態の開発に挑戦する
- 7) 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)
- 8) M&A、資本業務提携の推進に取り組む
- 9) 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)
- 10) ESG及びSDGsへの取り組みを推進する

このうち、2)については2025年3月期においてG-7リコス・ストアズやマレーシア子会社、G-7バイクワールドが赤字となったが、2026年3月期はG-7バイクワールドが黒字化できる見通しである。3)については、2026年3月期中間期末時点で全店舗(開店4年目以降の店舗575店舗)のうち約32%が赤字となっている。赤字店舗比率は前年同期比で約1.5ポイント低下したものの、改善ペースは遅れ気味である。今後、店舗運営の生産性や在庫回転率の向上、商品戦略の見直しに取り組み、赤字店舗の削減を進める。6)の新規事業、新業態の開発については、新たにワークウェア販売事業に参入し、FC契約を結んで「キーポイント」1店舗の運営を開始した。

7)の新規出店に関しては出店コストの上昇を背景に、2022年3月期34店舗、2023年3月期27店舗、2024年3月期24店舗、2025年3月期44店舗(M&A取得店舗含む)となり、2026年3月期も33店舗の計画と当初目標を下回る見通しだ。現在は「業務スーパー」と「お肉のてらばやし」が新規出店の大半を占めている。見方を変えれば出店を拡大できる収益力を持った業態の獲得が課題であり、出店ペースを引き上げるためには新業態の開発またはM&Aによる獲得が必要と考えられる。

M&Aは2025年3月期に3件、2026年3月期に1件を実施済みだが、投資予算にはまだ余力があるため引き続き検討していく。新たにグループ化した子会社とのシナジーを創出できれば既存事業の拡大にもつながり、中長期的な成長に向けて好循環に入るものと期待される。特にG-7ミートプランニングについては、焼肉店向けに主に販売しているが、「お肉のてらばやし」やグループのECサイトを通じて一般消費者向けにも販売することで事業規模が大きく拡大する可能性がある。G-7 ミートテラバヤシを2015年に子会社化した当時の売上規模は80億円台であったが、その後「業務スーパー」のテナントとして出店を拡大し続けてきた結果、9年間で売上規模が約2.6倍に成長した成功例があり、G-7ミートプランニングにおいても同ペースの成長を期待できると弊社では見ている。

9)の人材採用・教育については、企業の成長の源泉が「人材」にあると考えており、引き続き強化を進めている。2025年4月の新卒社員数はグループで79名(前年104名)の採用を実施し、2026年についても積極的な採用を継続する方針だ。人材育成の取り組みに関しては、若手幹部社員の育成・登用のための定期研修の継続に加えて、個々の社員のスキルアップ並びにモチベーションアップにつながる人事考課の見直しも進めている。

## ■ 企業価値向上に向けた取り組み

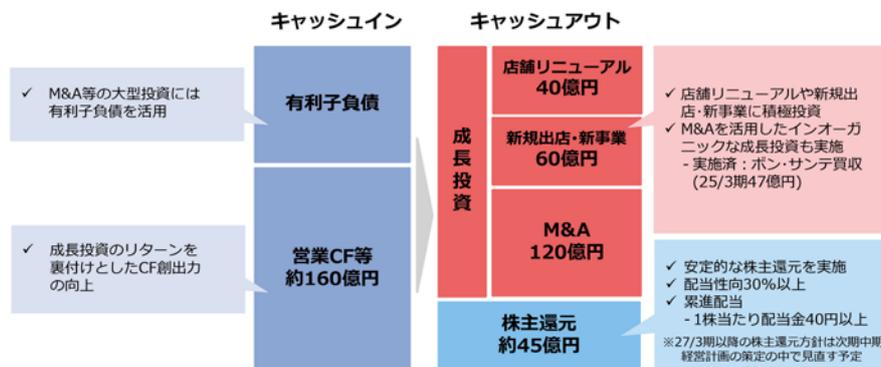
### ROEの維持・上昇と利益成長加速により企業価値向上を図る

#### 1. 企業価値向上施策

同社は企業価値向上施策として、ROE水準の維持・上昇と積極的な成長投資による利益成長加速やサステナビリティの取り組みを含む情報開示の充実によって成長期待を醸成し、市場評価（PER）向上を目指している。ROE水準は既に株主資本コスト（5～8%）を上回る水準を安定的に確保しており、PBRも1倍以上の水準で推移している。しかし、PERの水準が10～16倍台で推移する現状を踏まえ、利益成長率を高めることが企業価値の向上において重要であると認識している。

また、2025年3月期～2026年3月期の2期におけるキャピタル・アロケーションの考え方については、キャッシュアウトとなる成長投資で220億円（うち、M&A120億円、新規出店・新事業60億円、店舗リニューアル40億円）、株主還元で約45億円を見込んでいるのに対して、2期で創出する営業キャッシュ・フロー等は約160億円となり、不足額は有利子負債で充当することになる。M&Aについては前述した4社分で約90億円を支出しており、残りの予算枠40億円を新たなM&A資金として活用することになる。

2025年3月期～2026年3月期のキャピタル・アロケーション



出所：「資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応について」より掲載

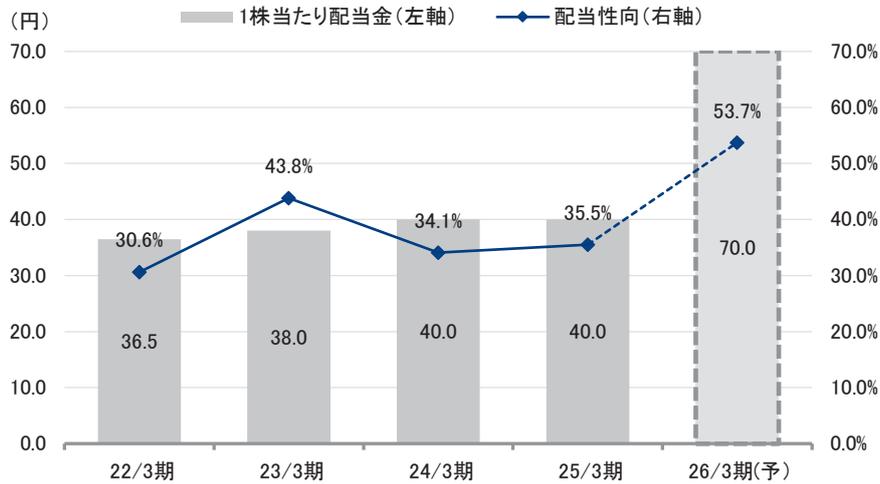
企業価値向上に向けた取り組み

## 2026年3月期は創業50周年記念配当を追加し、1株当たり70円配を予定

### 2. 株主還元策

配当方針に関しては、配当性向30%以上を目安に累進配当を行う方針である(2027年3月期以降は見直す予定)。2026年3月期の1株当たり配当金については、期初計画で前期と同額の40.0円(配当性向30.7%)を予定していたが、10月30日付で創業50周年の記念配当30.0円を追加し、70.0円(同53.7%)とすることを発表した。2025年10月31日終値(1,279円)で年配当利回りを計算すると5.5%となる。

1株当たり配当金と配当性向



注1：2021年10月に1：2の株式分割を実施。22/3期の1株当たり配当金は遡及して修正

注2：26/3期(予)は、記念配当30.0円を含む

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、企業から報酬を受け取って作成されています。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、理由のいかなを問わず、いかなる責任も負いません。

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