

|| 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 >>>](#)

2024年6月5日(水)

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月期の業績概要	01
2. 2025年3月期の業績見通し	01
3. 中期経営計画の進捗状況	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月期の業績概要	06
2. 財務状況と経営指標	15
■ 今後の見通し	16
1. 2025年3月期の業績見通し	16
2. 中期経営計画の進捗状況	20
■ 株主還元策とサステナビリティへの取り組み	23
1. 株主還元策	23
2. サステナビリティへの取り組み	24

要約

業務スーパー事業で M&A を実施、 2025 年 3 月期は 3 期ぶりに最高益更新へ

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。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 を積極的に活用しながら成長を続けている。

1. 2024 年 3 月期の業績概要

2024 年 3 月期の売上高は前期比 9.1% 増の 192,992 百万円、経常利益は同 7.4% 増の 7,318 百万円と増収増益で着地した。売上高は業務スーパー事業や精肉事業の伸長に加えて、車関連事業で海外向け中古自動車販売が好調に推移したこともあって、会社計画（185,000 百万円）を上回り連続で過去最高を更新した。一方、利益面では暖冬の影響による冬用タイヤの販売低迷等により車関連事業が減益となったものの、業務スーパー事業や精肉事業の増収効果に加えて、ミニスーパー「リコス」及び農産物直売所「めぐみの郷」の不採算店舗を整理した効果によってカバーし、2 期ぶりの増益に転じた。なお、グループ店舗数は前期末比で 11 店舗増（出店 24 店舗、退店 13 店舗）の 608 店舗となった。

2. 2025 年 3 月期の業績見通し

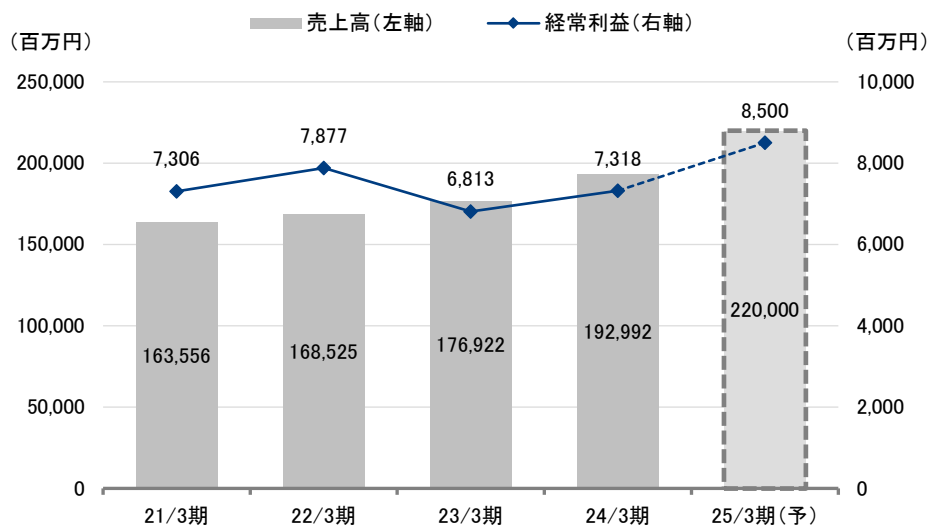
2025 年 3 月期の売上高は前期比 14.0% 増の 220,000 百万円、経常利益は同 16.1% 増の 8,500 百万円と 2 ケタ増収増益を見込み、3 期ぶりに最高益を更新する見通しだ。出店計画は 27 店舗で、好調が続いている「業務スーパー」「お肉のてらばやし」を積極出店していく。前期に減益となった車関連事業もタイヤ販売の回復により増収増益を見込む。なお、同社は業務スーパー事業のさらなる拡大に取り組むべく、首都圏で「業務スーパー」15 店舗を運営する（株）ボン・サンテの全株式を 2024 年 7 月に取得し子会社化することを発表したが、2025 年 3 月期の業績計画に織り込み済みとなっている。

3. 中期経営計画の進捗状況

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 億円を目標に掲げていた。2024 年 3 月期までは出店コストや人件費の上昇などもあって計画を下回る進捗となっていたが、今後 2 期間で M&A も活用しながら業務スーパー事業など好調な事業への積極投資、並びに新規事業・新業態の開発を進め、計画達成を目指す。なお、株主還元については連結配当性向 30% を目安に安定かつ継続的な配当を実施する方針に変わりない。

Key Points

- ・2024年3月期は業務スーパー事業がけん引し過去最高売上を更新、各利益も2期ぶりの増益に転じる
- ・2025年3月期は業務スーパー事業のM&A効果もあり2ケタ増収、各利益とも3期ぶりに過去最高益を更新する見通し
- ・M&Aも活用しながら2026年3月期に売上高2,500億円、経常利益100億円を目指す
- ・配当性向30%を目安に9期連続増配を継続中

業績推移


出所：決算短信よりフィスコ作成

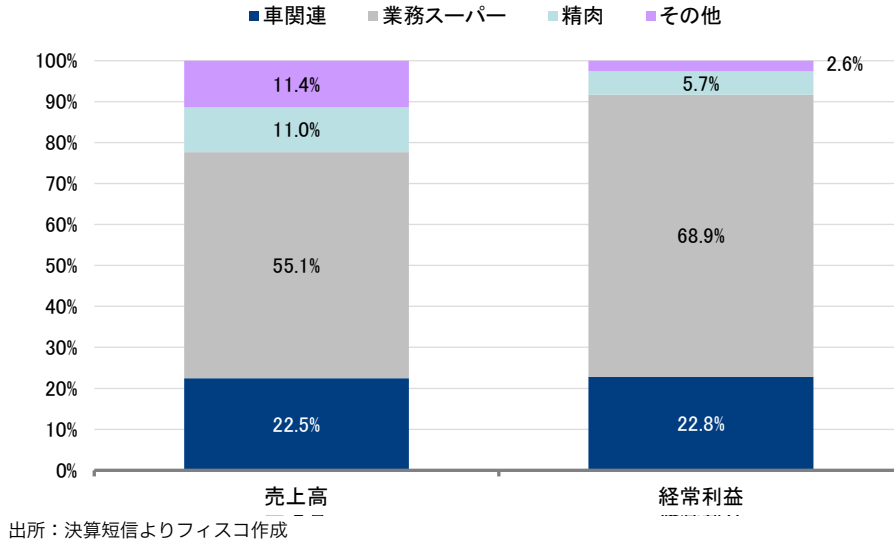
■ 事業概要

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。2024年3月期の事業別構成比を見ると、業務スーパー事業が売上高の55.1%、経常利益の66.1%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7割強を食品小売事業で占めていることになる。

事業概要

事業別構成比(2024年3月期)



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.、自動車輸出版売事業を手掛ける(株)G-7.CrownTradingの4社で構成されている。

売上構成比の約8割を占めるG-7・オート・サービスでは、オートボックス関連店舗を2024年3月末時点で国内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店舗の合計79店舗展開している。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。オートボックスグループ(国内590店舗、海外109店舗)のなかで最大規模のフランチャイジーとなっており、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のが特徴だ。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店舗を出店している。

売上構成比の1割弱を占める「バイクワールド」は、2024年3月末で国内15店舗、マレーシア5店舗の合計20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> とのコラボ出店も行っていている。また、売上構成比の1割強を占めるG-7.CrownTradingでは中古自動車の輸出版売を主に行っており、2024年3月期の仕向け地別売上構成比はマレーシア50.2%、中近東15.7%、国内4.5%の順となっている。

事業概要

2. 業務スーパー事業

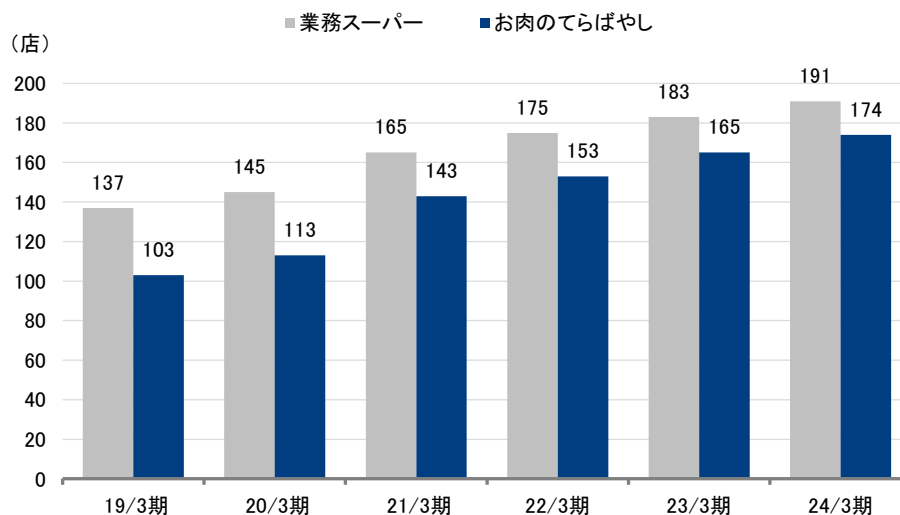
業務スーパー事業は、「業務スーパー」をフランチャイジー展開する(株)G-7 スーパーマーケットの事業となる。出店エリアは関東、中部、関西、九州、北海道で、2024年3月末の店舗数は191店舗と業務スーパーグループ(1,058店舗)のなかで最大規模を誇る。地域別店舗数については、関東が73店舗(東京20、神奈川17、埼玉21、千葉15)と最も多く、次いで中部43店舗(愛知27、三重10、岐阜6)、関西34店舗(兵庫23、大阪11)、九州26店舗(福岡17、熊本7、長崎2)、北海道15店舗となっている。従業員1人当たりの生産性や在庫回転率を重視した店舗収益力を強みに店舗を拡大しており、ここ数年は関東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、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となる。2015年の子会社化以降「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)。

2024年3月末の店舗数は「お肉のてらばやし」が174店舗、アンデス食品が13店舗の合計187店舗となる。地域別店舗数は関東が73店舗と最も多く、次いで関西36店舗、中部31店舗、九州26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」の店舗内出店であり、グループシナジーを高めながら事業規模を拡大している。

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

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、関東の店舗をすべて退店したため、現在は関西のみの出店となっており、2024年3月末で20店舗(兵庫17、大阪1、奈良2)、うち9店舗は「業務スーパー」内に店舗している。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もなく、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、2024年3月末で58店舗(東京45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4割弱の水準となる。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こともあり、2022年以降に不採算店舗の整理を段階的に進めてきた。2023年4月から経営管理体制を刷新したことで、徐々に収益も改善しつつある。

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社以上の小売店に販売している。また、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。ミツワ酒販は楽天市場やYahoo! ショッピング、Amazon 等に店舗し、全国各地の地酒を販売している。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に強みを持つ。月商は10～20百万円と小さいが、ミツワ酒販の持つノウハウをグループで共有することで、シナジー効果をねらっている。

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、自転車販売店「トレジャーサイクル」を1店舗(兵庫県)出店している。

主な連結子会社

会社名	出資比率	事業内容
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
G-7 スーパーマート	100.0%	「業務スーパー」の運営等
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」、自転車販売店「トレジャーサイクル」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

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月期は業務スーパー事業がけん引し過去最高売上を更新、各利益も2期ぶりの増益に転じる

1. 2024年3月期の業績概要

2024年3月期の連結業績は、売上高で前期比9.1%増の192,992百万円、営業利益で同6.4%増の6,920百万円、経常利益で同7.4%増の7,318百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同35.3%増の5,175百万円となった。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、会社計画比でも4.3%上回って着地した。一方、利益面では車関連事業が暖冬による冬用タイヤの販売低迷等により減益となったことが響き、会社計画には届かなかったものの、業務スーパー事業を中心にその他の事業が伸長したことにより2期ぶりの増益に転じた。

2024年3月期業績（連結）

(単位：百万円)

	23/3期		会社計画	24/3期			
	実績	売上比		実績	売上比	前期比	計画比
売上高	176,922	-	185,000	192,992	-	9.1%	4.3%
売上原価	133,568	75.5%	-	147,303	76.3%	10.3%	-
販管費	36,848	20.8%	-	38,769	20.1%	5.2%	-
営業利益	6,504	3.7%	7,700	6,920	3.6%	6.4%	-10.1%
経常利益	6,813	3.9%	8,000	7,318	3.8%	7.4%	-8.5%
特別損益	-1,265	-	-	-196	-	-	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,824	2.2%	5,500	5,175	2.7%	35.3%	-5.9%
EBITDA※	8,496	4.8%	-	9,437	4.9%	11.1%	-

※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却額
 出所：決算短信よりフィスコ作成

売上構成比の変化により売上原価率は前期比0.8ポイント上昇したものの、販管費率が増収効果によって同0.7ポイント低下し、営業利益率は同0.1ポイント低下の3.6%となった。販管費の主な増減要因は、光熱費が電気料金の高騰による補助金制度によって6億円減少した一方で、従業員の処遇向上や教育費の増加等により人件費が10億円増加したほか、建築資材高騰に伴う出店コストの上昇等により減価償却費が6億円弱増加した。EBITDA（償却前営業利益）マージンは、前期から0.1ポイント上昇している。なお、親会社株主に帰属する当期純利益の増益率が大きくなっているのは、前期に特別損失として計上した役員退職慰労金500百万円が無くなったほか、減損損失が455百万円減少したこと、2024年3月期に投資有価証券売却益127百万円を計上したことなどが要因だ。

業績動向

2024 年 3 月期の出退店動向については、新規出店が 24 店舗、退店が 13 店舗となり期末店舗数は 608 店舗と前期末から 11 店舗の増加となった（前期は新規出店が 27 店舗、退店が 30 店舗）。新規出店の内訳は、「業務スーパー」9 店舗、「お肉のてらばやし」12 店舗、マレーシアの「バイクワールド」2 店舗、「シャトレーゼ」1 店舗となっている。

グループ店舗数と出店・退店数

店舗名	23/3 期末 店舗数	24/3 期		24/3 期末 店舗数
		出店	退店	
オートボックス (SA、SH 含む)	69			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
FIELD SEVEN	5			5
マンマチャオ	6			6
たい焼き専門店やまや本舗	2			2
シャトレーゼ	1	1		2
バイクワールド	15			15
業務スーパー	183	9	1	191
お弁当屋 K	1			1
お肉のてらばやし	165	12	3	174
アンデス食品	14		1	13
めぐみの郷	23		3	20
スーパーめぐみのさと	1			1
リコス	63		5	58
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)	6	2		8
合計	597	24	13	608

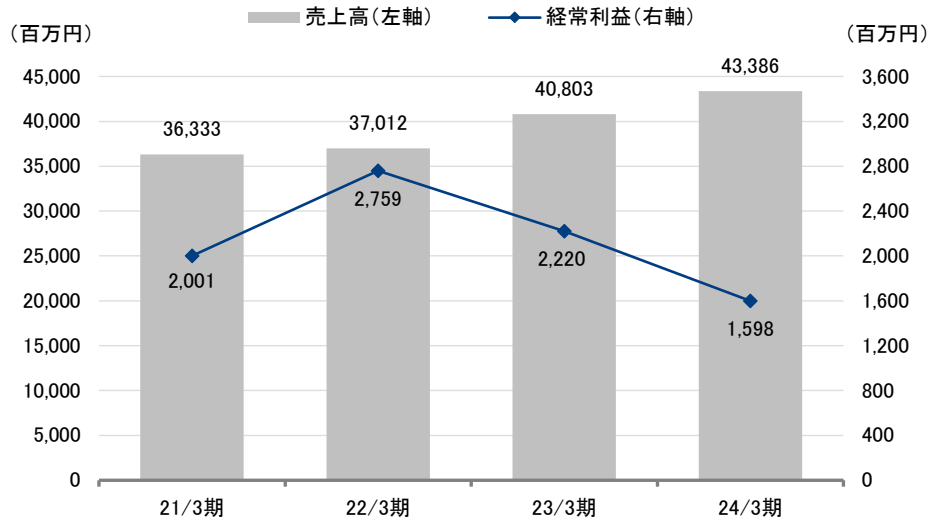
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(1) 車関連事業

車関連事業の売上高は前期比 6.3% 増の 43,386 百万円と過去最高を連続更新したものの、経常利益は同 28.0% 減の 1,598 百万円と 2 期連続で減益となった。売上高は、G-7.CrownTrading の海外向け中古自動車販売の好調により増収となったが、利益面では G-7・オート・サービスや G-7 バイクワールドが足を引っ張った格好だ。

業績動向

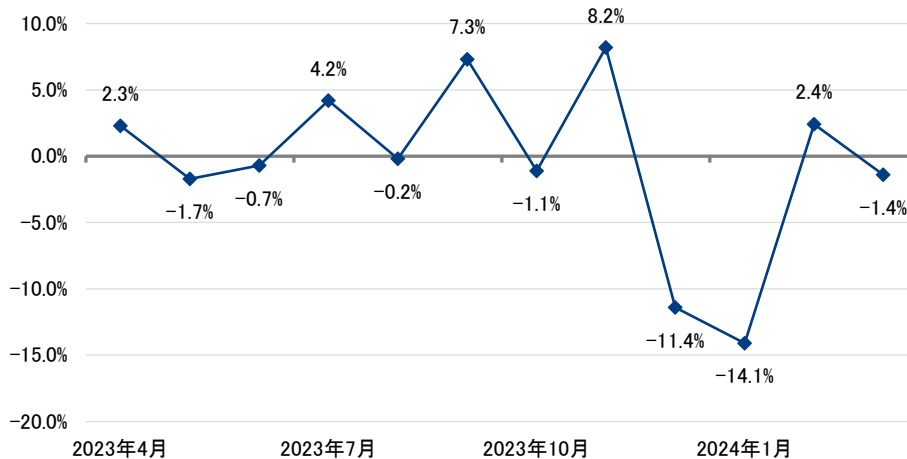
車関連事業



出所：決算短信よりフィスコ作成

G-7・オート・サービスの業績は、前期から売上高で約1%の減収、経常利益で2ケタ減益となった。暖冬の影響で好採算の冬用タイヤやタイヤチェーンなど冬季用品の販売が低調に推移したことや、これに伴うタイヤ取付工賃などのサービス収入の減少が主因だ。月次売上高の前年同月の伸び率は、2023年12月及び2024年1月がそれぞれ10%を超える減少率となっており、冬季商戦が低調だったことが窺える。

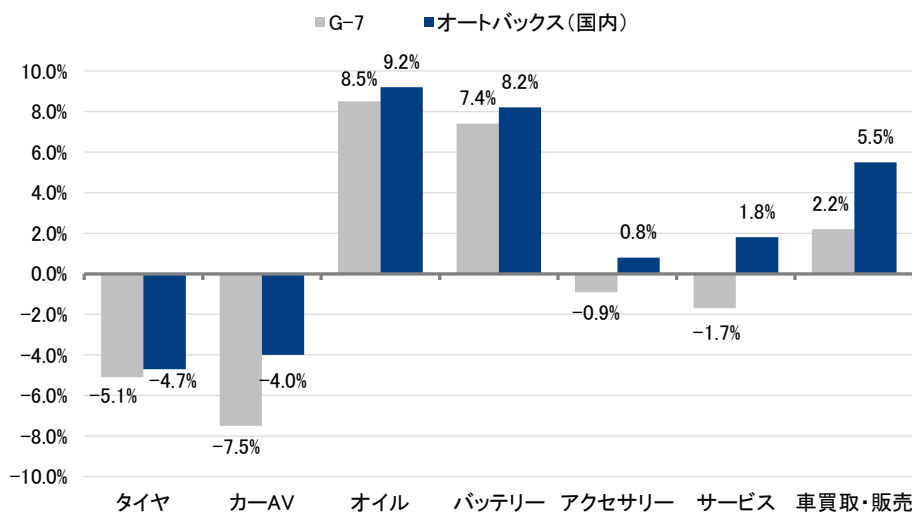
G-7・オートサービス既存店売上高伸び率
(前年同月比)



出所：同社提供資料よりフィスコ作成

業績動向

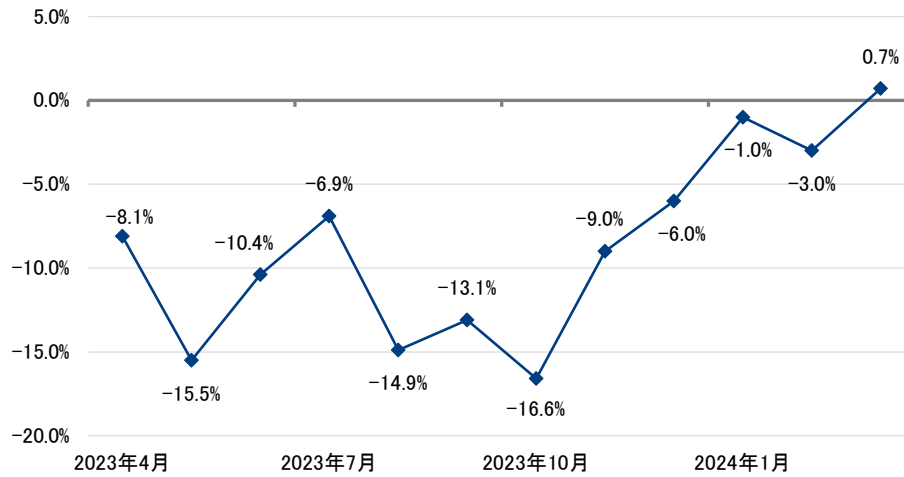
主なカテゴリー別の前期比売上増減率は、タイヤが5.1%減、カーAVが7.5%減、サービスが1.7%減、アクセサリが0.9%減となった一方で、ドライブ需要の回復によりオイルが8.5%増、バッテリーが7.4%増と消耗品については伸長し、車買取・販売についても2.2%増と堅調だった。店舗の出退店はなく期末の「オートボックス」店舗数(国内)は、前期末比横ばいの69店舗となった。なお、既存店売上高は前期比1.1%減で、オートボックスグループ全体の国内既存店売上高(同0.2%減)とほぼ同様の動きとなった。「オートボックス」以外では、洋菓子の「シャトレゼ」を1店舗出店して合計2店舗となったが業績への影響は軽微であった。

カテゴリー別売上高(前期比)


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

G-7バイクワールドは前期比で1割弱の減収となり、利益面でも減収に伴う売上総利益の減少が響いて減益となった。新型コロナウイルス感染症拡大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、夏場に酷暑が続く客足が低迷したことが減収要因となった。既存店売上高は前期比8.7%減となったが、月次売上高の前年同月比伸び率は、2024年3月に0.7%増と17ヶ月ぶりにプラスに転じるなど、直近は下げ止まってきているように思われる。期末の店舗数は、前期末比横ばいの15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

海外事業のうち、自動車輸出販売を行う G-7.CrownTrading は為替の円安が追い風となり前期比約 2 倍の増収となり、利益も増益となった。一方、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 月及び 2024 年 3 月に各 1 店舗を出店し、合計 5 店舗となった。マレーシアの「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、3 店舗のうち収益化しているのは 1 店舗にとどまった。

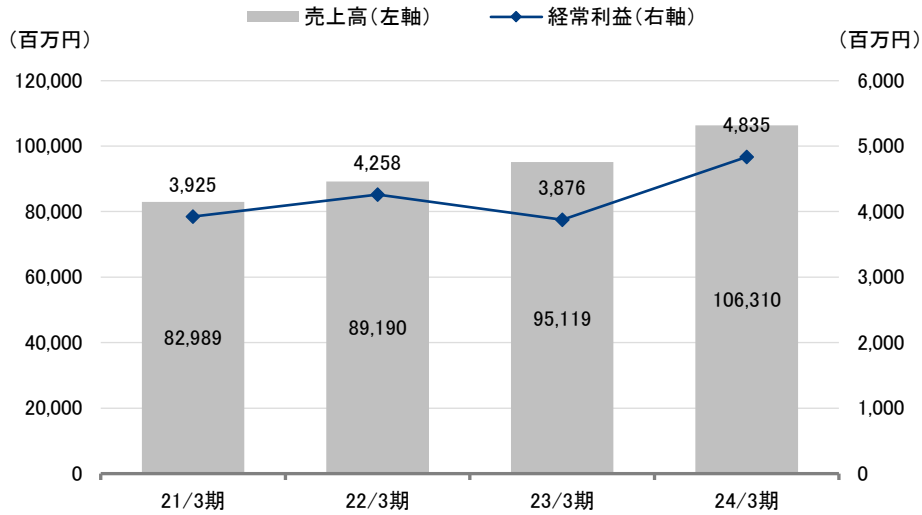
(2) 業務スーパー事業

業務スーパー事業の売上高は前期比 11.8% 増の 106,310 百万円、経常利益は同 24.7% 増の 4,835 百万円と 2 ケタ増収増益になり、売上高は会社計画を上回ったほか過去最高業績を更新した。物価上昇に伴う節約志向の高まりを背景に、「業務スーパー」の来客数が増加したほか、価格改定効果もあって既存店売上高が同 7.9% 増と想定以上に好調に推移した。また、9 店舗を新規出店 (1 店舗退店) したことも増収に寄与した。新規出店 9 店舗の内訳は、北海道 1 店舗、関東 3 店舗、中部 4 店舗、九州 1 店舗となり、期末の店舗数は前期末比 8 店舗増の 191 店舗となった。

経常利益率が前期比 0.4 ポイント上昇の 4.5% となったが、改善要因としては売上総利益率が値上げ効果等により同 0.1 ポイント改善したほか、販管費率も減価償却費の増加を光熱費の減少と増収効果によって吸収し同 0.4 ポイント改善した。

業績動向

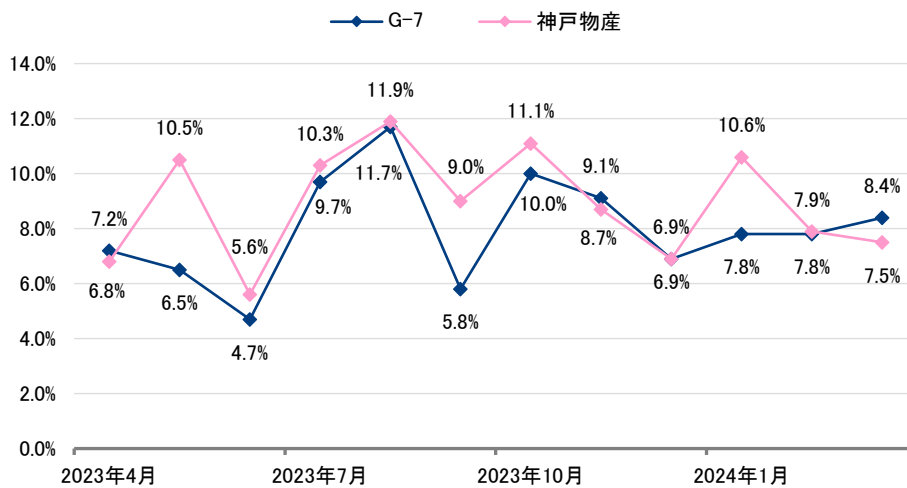
業務スーパー事業



出所：決算短信よりフィスコ作成

既存店の月次売上高前年同月比伸び率は、期を通して安定して伸びており、2024年3月も8.4%増と好調が続いている。なお、神戸物産の直轄エリア全体の既存店伸び率もほぼ同様に推移しており、全国的に「業務スーパー」が好調だったと言える。

業務スーパー既存店売上高伸び率 (前年同月比)

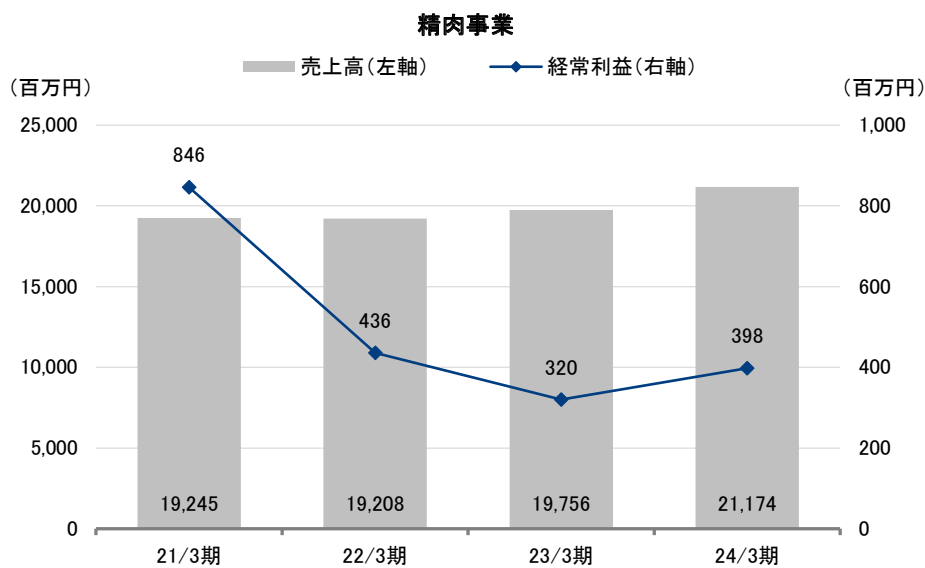


出所：同社提供資料よりフィスコ作成

業績動向

(3) 精肉事業

精肉事業の売上高は前期比 7.2% 増の 21,174 百万円と過去最高を連続更新したほか、経常利益も同 24.6% 増の 398 百万円と 3 期ぶりの増益に転じ、会社計画を上回って着地した。売上高は「お肉のてらばやし」の新規出店効果に加えて、2023 年 9 月以降取り組んだ価格改定や品揃えの見直し効果もあって、既存店売上高が同 3.4% 増と堅調に推移したことも増収要因となった。利益面では、増収効果や価格改定による売上総利益率の改善及び増収効果によって人件費増を吸収し増益となった。ただ、経常利益率は 1.9% と 2021 年 3 月期の 4% 台と比較するとまだ低水準にあり、円安による輸入肉の仕入コスト上昇が引き続き圧迫要因となっている。

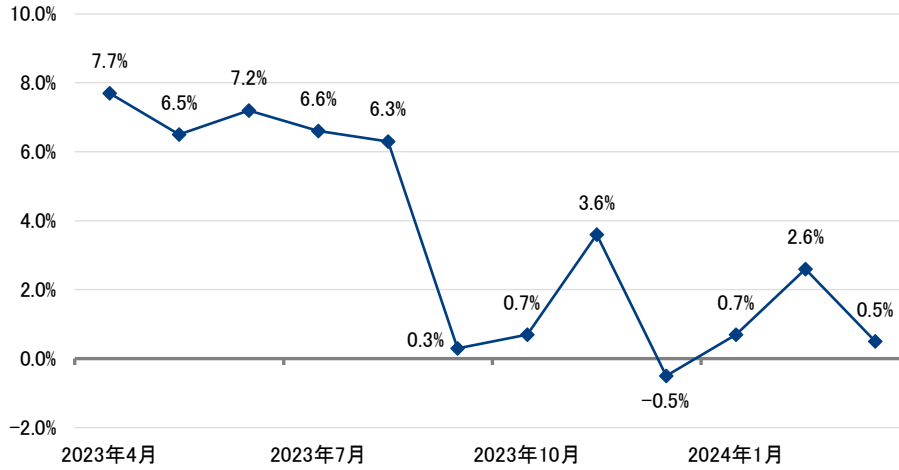


出所：決算短信よりフィスコ作成

出退店の動向については、新規出店が 12 店舗（北海道 1 店舗、関東 3 店舗、中部 4 店舗、近畿 1 店舗、九州 3 店舗）、退店が 3 店舗となり、期末の店舗数は前期末比 9 店舗増の 174 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部において不採算だった店舗を 1 店舗退店し、13 店舗となった。既存店の月次売上動向については、2022 年秋以降に実施した値上げ効果により、2023 年 8 月までは前年同月比で 1 ケタ台後半の伸びが続いていたが、値上げ効果が一巡した 2023 年 9 月以降は 1 ケタ台前半に伸び率が鈍化している。

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)

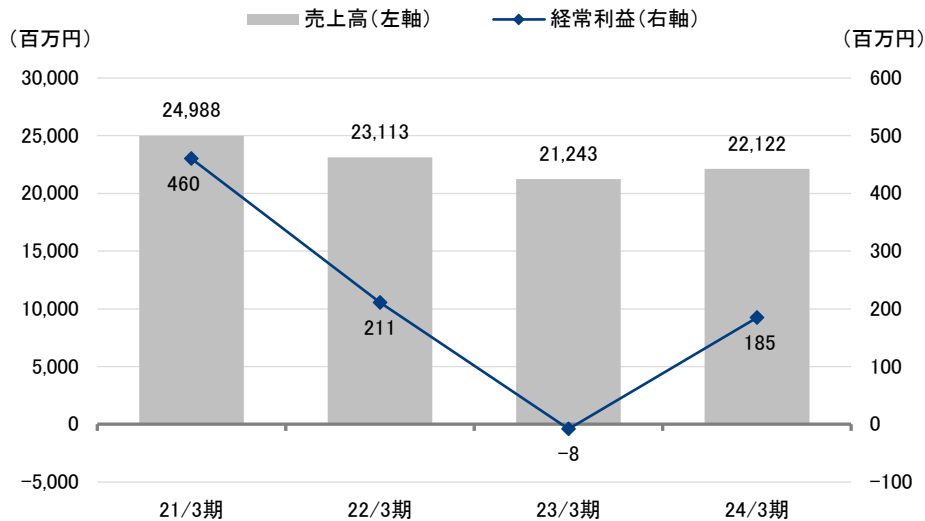


出所：同社提供資料よりフィスコ作成

(4) その他事業

その他事業は売上高で前期比 4.1% 増の 22,122 百万円、経常利益で 185 百万円（前期は 8 百万円の損失）と 2 期ぶりに黒字転換した。

その他事業



出所：決算短信よりフィスコ作成

G-7 ホールディングス | 2024年6月5日(水)
7508 東証プライム市場 | <https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

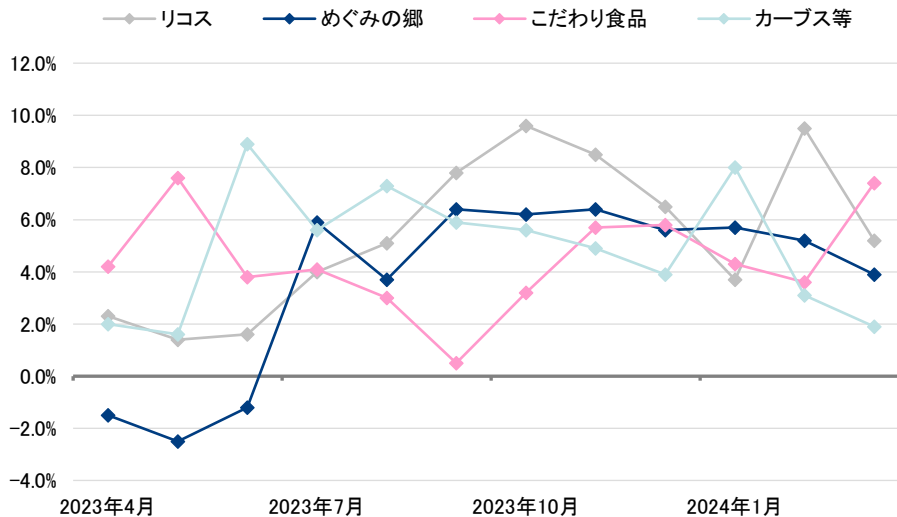
業績動向

事業別では、ミニスーパー事業の売上高が前期比約3%増と増収に転じ、損失額も縮小した。2023年3月期に6店舗退店したのに続き、2024年3月期も下期に5店舗退店するなど不採算店舗の整理を進めたことや、商品戦略の見直し並びに価格改定効果により既存店売上高が同5.4%増と増収に転じたことが要因だ。また、本社及び物流コストの削減に取り組んだことも損失縮小要因となった。期末の店舗数は前期末比5店舗減の58店舗となったが、店舗の過半が損益分岐点に達しておらず、店舗当たり売上高の拡大とコストの最適化が課題となっている。

アグリ事業は2023年3月期に不採算だった中部・関東の店舗(21店舗)をすべて整理したほか、2024年3月期も第4四半期に3店舗(大阪府)退店したことにより、売上高は前期比約8%減となったものの、不採算店舗が減少したことに加え既存店売上高が同3.7%増と堅調に推移したこともあって増益を確保した。既存店では、お盆やお彼岸などで使用する生花の販売が好調だった。期末の店舗数は前期末比3店舗減の20店舗となっている。

こだわり食品・プライベートブランド事業は、売上高で前期比約4%増と堅調に推移したものの、2023年7月にミツワ酒販を子会社化した際の関連費用20~30百万円を計上したことで減益となった(同費用を除けば増益)。こだわり食品については引き続き地域の物産展に出展するなど顧客開拓を進め、売上につなげている。ミツワ酒販については売上高で1億円強、経常利益で若干の損失を計上したと見られる。そのほか、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同約5%の増収となり、経常利益も初めて1億円を超えたもようだ。

その他事業の既存店売上高(前年同月比)



出所：同社提供資料よりフィスコ作成

財務の健全性を維持、 ネットキャッシュは80億円弱と過去最高水準に積み上がる

2. 財務状況と経営指標

2024年3月期末の資産合計は前期末比4,670百万円増加の61,872百万円となった。主な増減要因は、流動資産において現金及び預金が1,450百万円増加したほか、売掛金が1,370百万円増加した。固定資産は投資有価証券が314百万円減少した一方で、新規出店に伴い有形固定資産が1,339百万円増加したほか、繰延税金資産が620百万円増加した。

負債合計は前期末比1,454百万円増加の31,898百万円となった。有利子負債が130百万円減少した一方で、未払法人税等が584百万円増加したほか、その他の流動負債が増加した。また、純資産合計は同3,216百万円増加の29,973百万円となった。親会社株主に帰属する当期純利益の計上と配当金1,719百万円の支出等により、利益剰余金が3,440百万円増加し、その他有価証券評価差額金が191百万円減少した。

経営指標については、自己資本比率が前期末比1.6ポイント上昇の48.4%となり、有利子負債比率が同4.2ポイント低下の30.6%となるなど2022年3月期以降、財務体質の改善傾向が続いている。ネットキャッシュ（現金及び預金－有利子負債）も同1,580百万円増の7,968百万円と過去最高水準に積み上がっており、財務の健全性は高いと判断される。また、前期にやや悪化していたたな卸資産回転日数についても15.3日と1.2日短縮するなど改善した。売上高営業利益率が3.6%と直近5期では最も低くなっているが、冬季用品の低迷により車関連事業の収益性低下が主因であり、2025年3月期以降は回復が期待される。ROEについては18.3%と引き続き10%以上の水準を維持している。

業績動向

貸借対照表 (連結)

(単位：百万円)

	20/3 期	21/3 期	22/3 期	23/3 期	24/3 期	増減
流動資産	27,040	27,650	29,498	30,259	33,360	3,101
(現金及び預金)	16,465	16,259	17,033	15,688	17,138	1,450
(たな卸資産)	5,602	6,517	6,854	7,982	8,067	85
固定資産	20,846	23,741	24,647	26,943	28,511	1,568
(のれん)	67	516	437	16	62	46
資産合計	47,886	51,391	54,145	57,202	61,872	4,670
負債合計	25,868	30,128	29,398	30,444	31,898	1,454
(有利子負債)	9,348	9,300	9,300	9,300	9,170	-130
純資産合計	22,018	21,263	24,747	26,757	29,973	3,216
【経営指標】						
<安全性>						
自己資本比率	45.9%	41.1%	45.4%	46.8%	48.4%	1.6pt
有利子負債比率	42.5%	44.1%	37.8%	34.8%	30.6%	-4.2pt
ネットキャッシュ	7,117	6,959	7,733	6,388	7,968	1,580
<効率性>						
たな卸資産回転日数(日)	15.4	14.5	14.8	16.5	15.3	-1.2
<収益性>						
ROE(自己資本当期利益率)	17.0%	22.5%	23.0%	14.9%	18.3%	3.4pt
売上高営業利益率	4.4%	4.3%	4.4%	3.7%	3.6%	-0.1pt

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2025年3月期は業務スーパー事業のM&A効果もあり2ケタ増収、各利益とも3期ぶりに過去最高益を更新する見通し

1. 2025年3月期の業績見通し

2025年3月期の連結業績は、売上高で前期比14.0%増の220,000百万円、営業利益で同18.5%増の8,200百万円、経常利益で同16.1%増の8,500百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同8.2%増の5,600百万円と増収増益となり、各利益ともに3期ぶりに過去最高を更新する見通しだ。

G-7 ホールディングス | 2024年6月5日(水)
 7508 東証プライム市場 | <https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

今後の見通し

2025年3月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	24/3 期		25/3 期		
	実績	売上比	会社計画	売上比	前期比
売上高	192,992	-	220,000	-	14.0%
営業利益	6,920	3.6%	8,200	3.7%	18.5%
経常利益	7,318	3.8%	8,500	3.9%	16.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	5,175	2.7%	5,600	2.5%	8.2%
1株当たり当期純利益(円)	117.46		127.09		

出所：決算短信よりフィスコ作成

けん引役となるのは業務スーパー事業だが、前期に苦戦した車関連事業も含めてすべての事業で増収増益（赤字事業は損失縮小）を目指す。人件費の増加のほか政府による電気料金の補助金制度の終了で（2024年5月使用分まで）、光熱費が再びコスト増要因となる可能性もあるが、こうしたコスト増を増収効果や売上総利益率の改善、業務効率向上による経費抑制などで吸収していく。

新規出店は27店舗を計画している。内訳は「業務スーパー」と「お肉のてらばやし」で各12店舗、「カーブス」で2店舗、「バイクワールド」で1店舗となる。「業務スーパー」については条件に合う物件が見つければ、積極的に出店する意向だ。

グループ店舗数と出店・退店数

店舗名	23/3 期末 店舗数	24/3 期末 店舗数	25/3 期 期初出店計画	25/3 期末 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 (钣金・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
たい焼き専門店やまや本舗	2	2		2
シャトレーゼ	1	2		2
バイクワールド	15	15	1	16
業務スーパー	183	191	12	203
お弁当屋 K	1	1		1
お肉のてらばやし	165	174	12	186
アンデス食品	14	13		13
めぐみの郷	23	20		20
スーパーめぐみのさと	1	1		1
リコス	63	58		58
カーブス	25	25	2	27
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	8		8
合計	597	608	27	635

出所：会社資料よりフィスコ作成

今後の見通し

なお、同社は5月13日付で業務スーパー事業のさらなる拡大に向けて、首都圏で「業務スーパー」15店舗（東京3店舗、埼玉9店舗、千葉2店舗、神奈川1店舗）を運営するボン・サンテの全株式を親会社のエルアイイーエイチ<5856>から5,600百万円※で取得し、子会社化することを発表した。ボン・サンテは業務スーパー事業のほか食肉事業を展開しているが、食肉事業は分社化し業務スーパー事業のみを譲受する。2023年3月期のボン・サンテの業績は売上高で14,464百万円、営業利益で14百万円、このうち食肉事業は売上高で1,996百万円、利益は損失だったと見られる。株式取得日は2024年7月1日を予定しており、第2四半期から連結業績に加わる見通しだ。のれんやのれんの償却期間については決まっていないものの、2025年3月期の業績計画にはボン・サンテの業績を織り込んでいる。概算では売上高で100億円強の上乗せ要因になるものと推察される。同社では今回の子会社化によって、関東の店舗網が88店舗まで拡大することになり、業務スーパー事業において多くのシナジー効果が期待できると見ている。

※ 取得価額については、会社分割による承継対象資産の精査等により変動する可能性がある。

ボン・サンテの経営数値

(単位：百万円)

	21/3期	22/3期	23/3期
売上高	11,799	11,940	14,464
営業利益	105	23	14
経常利益	99	18	2
当期純利益	83	11	-36
純資産	466	478	441
総資産	1,351	1,369	2,188

出所：会社リリースよりフィスコ作成

(1) 車関連事業

車関連事業のうち、「オートバックス」は新規出店の予定がなく、既存店の売上増と生産性向上に注力することで増収増益を目指す。タイヤの販売動向が鍵を握るが、2025年3月期は平年並みの降雪状況を想定し、冬用タイヤの販売が回復することを前提としている。ちなみに、オートバックスグループ全体の国内既存店売上高の前提は前期比3.5%増となっており、ほぼ同様の成長を見込んでいる。

なお、2024年4月からオートバックス本部がフランチャイズチェーンパッケージ及びロイヤリティ料率を変更することを発表した。具体的には、本部からFC店舗への商品の卸売価格を引き下げるとともに、小売に付随するロイヤリティ料率を1%から9%に引き上げることとした。また、顧客に全国均質の高品質なサービスを提供することを目的に、全店舗におけるDX促進や会員アプリなど統一ツールの導入を進めることにしている。これらにより、本部とFC企業が真に一体となって顧客接点を増やし、顧客視点での商品・サービスの開発・提供を行うことで顧客支持を獲得、市場シェアを拡大することで成長を図る戦略だ。同社にとっては、ロイヤリティ費用が増加することになるが、同程度分の仕入コスト低減が見込まれており、業績への影響は中立と見ている。中期的にはオートバックスの商品力やサービスの向上によって、店舗売上高の拡大につながるものと期待される。

G-7 ホールディングス

7508 東証プライム市場

2024 年 6 月 5 日 (水)

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

今後の見通し

G-7 バイクワールドは増収増益を計画している。既述のとおり、既存店の月次売上高は 2024 年 3 月にプラスに転じるなど底打ち感が出てきており、最悪期は脱したものと見られる。今後、好天气が続けばバイクのツーリング需要回復により、バイク用品の売上も増加することが期待される。なお、新規出店として 1 店舗を計画しているがまだ物件については確定していない。

海外事業のうちマレーシアの「バイクワールド」は増収増益の見通し。「オートボックス」については、2025 年 3 月期の黒字化を目指しているが状況としてはまだ伸び悩みの状況が続いており、前期並みの水準が続く可能性もある。一方、自動車輸出販売事業は円安を追い風にして増収増益が続く見通しで、さらなる拡大に向けて海外拠点の開設も検討している模様だ。

(2) 業務スーパー事業

業務スーパー事業は M&A 効果もあり 2 ケタ増収増益を見込んでいる。食品の値上げが続き節約志向が継続するなかで、既存店売上高も 1 ケタ台の成長が続く見通しだ。また、新規出店については 12 店舗を計画しており、このうち 4 店舗については物件の目途が付いているもようだ。地域的には、関東や中部、九州を中心に新店を出す予定で、なかでも今まで手薄だった名古屋エリアの物件探索を強化する。

利益面では、出店コストや人件費、光熱費の増加を増収効果で吸収し、増益が続く見通し。顧客の利便性向上と回転率上昇を図るため、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だ。

(3) 精肉事業

精肉事業は既存店の堅調推移が見込まれるほか、新規出店効果により増収増益が続く見通し。集客力の高い「業務スーパー」との同時出店により 2025 年 3 月期は 12 店舗の出店を計画している。また、条件に合う物件があれば他の商業施設にも出店する可能性がある。為替の円安によりブラジル産の鶏肉や豚肉などの仕入コストが上昇傾向となっており、今後価格改定なども検討していくものと思われる。

(4) その他事業

その他事業は増収増益となる見通し。ミニスーパー事業については商品戦略の見直しや店舗スタッフの教育によるサービス品質の向上に取り組むことでリピート客数を増やし、店舗売上高を拡大する方針だ。商品戦略では、今まで売上高の約 1 割を占めていたユニーの PB 商品の取り扱いを 2024 年 3 月末で終了したため、今後は段階的に自社グループの PB 商品の取り扱いなどを増やす予定だ。精肉については G-7 ミートテラバヤシから調達できる体制を構築し、また個食化需要に対応して総菜や生鮮食品なども充実させていく。CRM 戦略としては LINE を活用した電子クーポンの定期配信を開始しており、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に取り組んでいる。価格についても柔軟に見直しながら売上総利益率の改善を図り、2025 年 3 月期の黒字化を目標とする。

課題は、店舗スタッフのサービス品質向上と離職率の改善にある。現状は外国人スタッフが中心で離職率も高く、採用・教育コストの改善余地が大きい。正社員化して採算が取れるようであれば理想的だがハードルは高く、現状では非正規社員の就労のモチベーションを維持向上するような人事考課の見直しが検討されている。同社では不採算店舗の比率を 3 割程度まで引き下げることが当面の目標としている。

今後の見通し

アグリ事業については、前期の第 4 四半期に不採算店舗を 3 店舗退店したことが売上高の減収要因となるが、既存店舗の増収でカバーする考えだ。利益面では、前期に計上したインボイス制度導入に伴うシステム改修費用 20 百万円が無くなるほか、不採算店舗の削減効果によって増益が見込まれる。

こだわり食品・プライベートブランド事業については、魅力的な商品の発掘と物産展への出展などを継続することで増収増益を見込む。また、「カープス」については既存店舗の会員数増加に加えて 2 店舗の出店を計画しており、増収増益を見込んでいる。そのほか、新規事業を立ち上げるべく準備を進めているようで今後の動向が注目される。

M&A も活用しながら

2026 年 3 月期に売上高 2,500 億円、経常利益 100 億円を目指す

2. 中期経営計画の進捗状況

(1) 中期経営計画の概要と進捗状況

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 億円を掲げていたが、物価上昇に伴う出店コストや光熱費の上昇、巣ごもり需要の一巡によるミニスーパー事業の低迷などもあって、2024 年 3 月期までは経常利益が計画をやや下回る進捗となっていた。ただ、今回業務スーパー事業において年間売上高 120 億円以上の規模の会社の子会社化に目途が立ち、目標が射程圏内に入ってきたと言える。重点施策については従来と変わらず、今後も既存事業での成長に取り組むだけでなく、M&A 戦略も絡めながら収益成長を目指す方針であり、中長期的に持続的な成長が期待される。

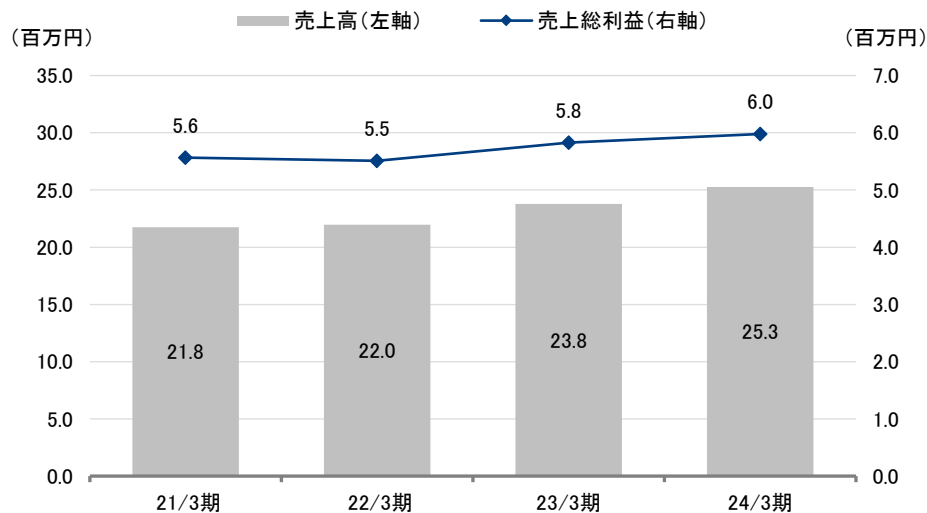
同社では成長実現のため、以下の 10 項目を重点テーマとして取り組んでいる。

- 1) 事業会社各社で每期増収増益、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、売上総利益の 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を必達する
- 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）
- 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

今後の見通し

このうち、2)については、2024年3月期でG-7リコス・ストアズが赤字となっているが、2026年3月期までに黒字化できる可能性は十分にあると弊社では見ている。3)については、改善が遅れ気味となっている。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むことで、赤字店舗を削減していく考えだ。4)の生産性指標については、売上高、売上総利益ともに増加傾向となっている。業務スーパー事業の成長によるところが大きい、今後もすべての事業において前期比アップを目指す。

従業員1人当たり売上高及び売上総利益



注：従業員数は正社員数（前期末と当期末の平均値）+平均臨時雇用者数で算出
出所：有価証券報告書、会社資料によりフィスコ作成

6)の投資効率の良い新規事業、新業態の開発については2025年3月期に開始すべく準備を進めている。7)の出店計画については、物価上昇により出店コストが上昇したこともあって、2022年3月期34店舗、2023年3月期27店舗、2024年3月期24店舗と目標としてきた50～70店舗の半分程度の水準にとどまっている。2025年3月期も27店舗と堅実な出店計画となっており、目標の1,000店舗達成のハードルは高くなったが、事業環境が好転すれば積極的に出店を進める方針だ。9)の人材採用・教育についても、企業の成長の源泉は「人材」であるとの考えのもと、引き続き強化する方針で、2024年4月の新卒社員数もグループで104名と前期並みの採用を実施した。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ることで、人的資本経営の強化を図る。

(2) 事業別収益目標

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。

今後の見通し

このうち業務スーパー事業は、2024年3月期に2年前倒しで目標を達成し、2025年3月期以降もM&A効果もあってさらなる成長が見込まれる。出店戦略については、出店余地の大きい関東や中部、九州を中心に積極出店を継続する方針だ。一方、オートボックス事業については今後2期間で売上高を1.5倍、経常利益を1.9倍に拡大する必要がありチャレンジングな目標となる。FC加盟企業のM&Aによる店舗拡大は難しいため、カーライフというカテゴリーで周辺事業に領域を拡大することで成長を目指す。現在、アウトドア用品事業として「FIELD SEVEN」5店舗を出店し、育成に取り組んでいるが伸び悩んでいるのが実情で、今後はM&Aも含めて新たな成長戦略を模索する必要がありそうだ。精肉事業も、今後2期間で売上高を1.7倍、経常利益を3倍に拡大する必要があり、オートボックス事業と同様にハードルがやや高くなっている。売上高については「業務スーパー」との同時出店により、ほぼ連動して増やすことが可能と見られるが、課題は2024年3月期に1.9%の水準にとどまっている利益率の改善にある。

ミニスーパー事業については売上高で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たが、当面は既存店舗の黒字化を最優先課題に取り組み、黒字化の目途が立った段階で成長戦略を打ち出していくことになりそうだ。社会様式の変化とともに個食化が高まるなか、都市型ミニスーパーの需要も一定程度あると見られるほか、小型店舗のため多店舗展開が比較的要因であること、PB商品や精肉などグループ事業とのシナジー効果も期待できることから、今後の黒字化実現に向けた収益モデルの確立が期待される。

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100億円、経常利益で2～3億円の規模を目標としている（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20億円を目標としている。当初の目標に対して乖離が生じているものもあるが、基本的にはすべての事業において拡大を目指しており、M&A戦略も活用しながら中長期的に持続的成長を続けていくものと弊社では予想している。

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（ディスクレーマー）をお読みください。

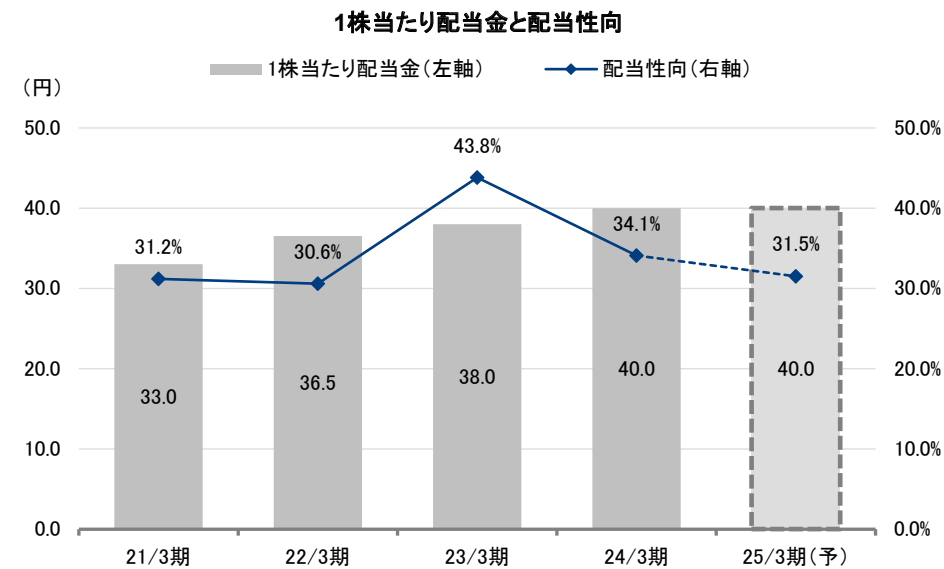
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

■ 株主還元策とサステナビリティへの取り組み

配当性向 30% を目安に 9 期連続増配を継続中

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 34.1%）と 9 期連続の増配を実施した。2025 年 3 月期も同額の 40.0 円（同 31.5%）を予定しているが、業績が順調に推移するようであれば連続増配も期待される。



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、 事業領域の拡大、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る廃棄商品の削減や、廃棄物の適正な分別処理など環境に配慮している。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ごとに分別し、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。今後こうした活動を継続することで、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、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