

|| 企業調査レポート ||

バイク王 & カンパニー

3377 東証 2 部

[企業情報はこちら >>>](#)

2021 年 2 月 18 日 (木)

執筆：フィスコアナリスト

村瀬智一

FISCO Ltd. Analyst **Tomokazu Murase**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 2020年11月期業績	01
2. 2021年11月期見通し	01
3. 販売力強化のための施策	01
■ 会社概要	02
■ 事業概要	04
■ 強み	05
■ 業績動向	07
1. 2020年11月期業績	07
2. 売上総利益の増益要因	08
3. 四半期ごとの売上高推移	09
4. 経常利益増減要因	10
5. 財政状態	11
■ 今後の見通し	13
1. 2021年11月期業績予想	13
2. 販売力強化のための施策	13
■ 市場環境	14
1. バイク保有台数の推移	14
2. コロナ禍による影響	16
■ ESGの取り組み	16
■ 株主還元策	17

■ 要約

「バイクライフの生涯パートナー」をビジョンに掲げ、トータルサービスを展開

バイク王 & カンパニー <3377> は、年間取扱台数 10 万台以上を誇るバイク買取専門店としての印象が強いが、バイクを「売る」「買う」「楽しむ」ための様々なサービスの提供を通じて、バイクライフとともに創る存在「バイクライフの生涯パートナー」をビジョンとして掲げており、現在は従来のバイク買取専門店としての「バイク王」から、バイクに関わるすべてのサービスを総合的に提供する「バイクのことならバイク王」と言われるブランドへの進化を目指している。

1. 2020年11月期業績

2020年11月期の業績は、売上高 22,349 百万円（前期比 11.1% 増）、営業利益 707 百万円（同 235.8% 増）、経常利益 859 百万円（同 139.0% 増）、当期純利益 594 百万円（同 188.8% 増）だった。2020年9月末に通期業績予想の修正を発表しており、売上高が 22,000 百万円（前回予想比 7.3% 増）、営業利益が 700 百万円（同 3.04 倍）、経常利益が 850 百万円（同 2.30 倍）、当期純利益が 550 百万円（同 2.62 倍）にそれぞれ上方修正していたが、売上高及び各利益ともに修正計画を上回っての着地だった。

2. 2021年11月期見通し

2021年11月期については売上高 23,000 百万円（前期比 2.9% 増）、営業利益 800 百万円（同 13.1% 増）、経常利益 920 百万円（同 7.0% 増）、当期純利益 620 百万円（同 4.3% 増）を見込んでいる。新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）の長期化が懸念されており、先行き不透明な状況が続くと見ている。このような環境のもと、バイク事業については、オークション相場及びリテール市場は堅調に推移しており、今後もバイクは交通インフラを支える重要な乗り物・交通手段であり続けることや、「3密（密閉・密集・密接）」を避ける移動手段としての需要も続くものと予測している。

3. 販売力強化のための施策

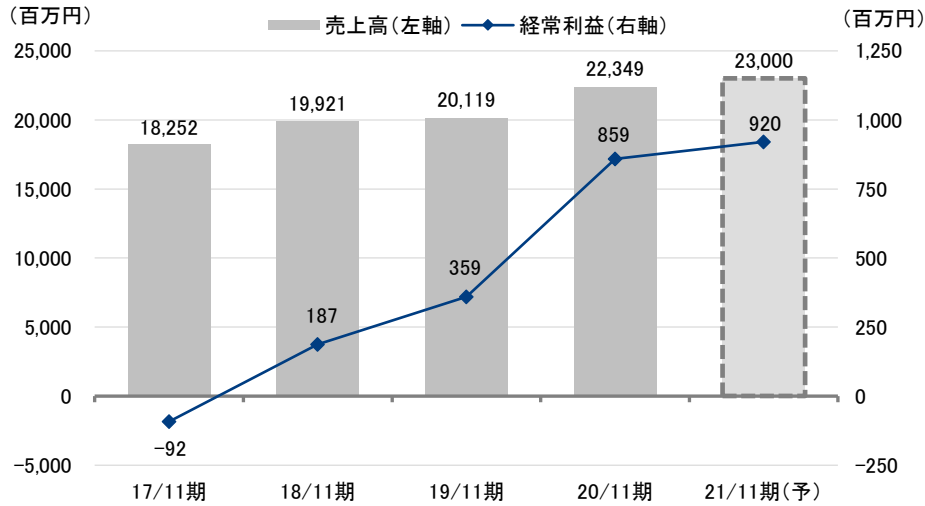
販売力強化のための施策としては、ホールセールにおいて、(1) 販売方法の工夫を継続し、販売価格水準を維持、(2) 仕入価格適正化の管理、(3) 出品車両整備の更なる充実を図る。リテールにおいては、(4) 売場面積の拡大と短期間に回収が見込める優良物件の開拓、(5) マーチャンダイジングを活用した売り場展開、(6) 営業マニュアル・研修の仕組み化と社員教育の強化を進める計画である。

Key Points

- ・ 高市場価値車両確保によりオークション相場及びリテール市場は堅調に推移
- ・ エリア拡大のほか、リスクを分散させるための成長投資を実施
- ・ 新規出店のほか、既存複合店の移転及び新規増店を検討

要約

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

会社概要

バイクに関わるすべてのサービスを総合的に提供する ブランドへの進化

同社は、バイクを「売る」「買う」「楽しむ」ための様々なサービスの提供を通じて、バイクライフをともに創る存在「バイクライフの生涯パートナー」をビジョンとして掲げており、現在は従来のバイク買取専門店としての「バイク王」から、バイクに関わるすべてのサービスを総合的に提供する「バイクのことならバイク王」と言われるブランドへの進化を目指している。また、継続的に複合店（買取及びリテールを展開する店舗）を拡大しており、顧客との接点やコミュニティを強化するタッチポイント戦略とともに次の成長に向けた経営基盤の構築に取り組んでいる。

バイク王 & カンパニー | 2021年2月18日(木)
 3377 東証 2 部 | <https://www.8190.co.jp/ir/>

会社概要

同社は1994年に代表取締役社長執行役員の石川秋彦（いしかわあきひこ）氏と取締役会長の加藤義博（かとうよしひろ）氏が、前身となるメジャーオート（有）を設立・創業した。以後、バイク買取事業のオペレーションのシステム化を進め、2002年には「バイク王」として看板を備えた初のロードサイド店舗を出店した。その後、2005年にJASDAQ、2006年に東証2部に上場を果たし（現在は東証2部のみ）、2009年にはバイク買取専門店「バイク王」100店舗を達成している。2011年3月にユー・エス・エス<4732>及び（株）ジャパンバイクオークションとバイクオークション事業に関する業務・資本提携を締結。ジャパンバイクオークションの株式取得（出資比率30.0%）により、関連会社化した。同社はここ数年国内リテールに注力しており、成長力を強めている。2016年11月にG-7ホールディングス<7508>と資本業務提携をした。G-7ホールディングスは、国内では子会社（株）G-7・オート・サービスにてカー用品ブランド「オートボックス」・車事業を営むほか、子会社G-7・バイクワールドにてバイク用品・パーツ・アクセサリ専門店、整備などの二輪総合サービスを展開。また子会社G7 INTERNATIONAL PTE.LTD.傘下であるG7 RETAIL MALAYSIA SDN.BHD.（マレーシア）、G7（THAILAND）CO., LTD.（タイ）を展開している。海外展開については、海外取引（バイク輸出販売など）に加え適宜テストマーケティング等を実施し可能性を模索、出店を含む海外事業展開は慎重に検討を進めている。2011年8月に「バイク王 バイクライフ研究所」を発足。「バイクライフの生涯パートナー」をビジョンに掲げ、バイクライフの楽しさやバイク市場の動向などを広く社会に情報発信することを目的としている。2017年3月からは「Bike Life Lab（バイクライフラボ）」というバイクコンテンツサイトを運営。ライダーにとってより身近で、より強固なエンゲージメントを持った情報発信組織に成長していくために、「バイク王 バイクライフ研究所」を「Bike Life Lab supported by バイク王」に名称変更し、バイクコンテンツサイトと統合。バイクコンテンツサイトと各種SNSを連動させた情報発信を強化している。2019年12月、新たな収益源の創造と持続的な中古バイク販売のための環境整備を目的として、（株）ヤマトを完全子会社化している。また、2020年11月には、受付業務の停止リスクを分散するため、「第三コンタクトセンター」を新設している。

沿革表

年月	沿革
1994年 9月	前身となるメジャーオート（有）を設立
1998年 9月	バイク買取専門店の総合コンサルティング事業を目的として、（株）アイケイコーポレーションを設立
1999年12月	バイク買取事業の業務オペレーションをシステム化
2001年 1月	多ブランド戦略の一環として設立したグループ会社の統合を開始（2003年1月に完了）
2002年 5月	インフォメーションセンター（現 コンタクトセンター）を開設
2002年12月	「バイク王」として看板を備えた初のロードサイド店舗を出店
2003年11月	パーツ販売店を出店（2012年1月に閉店し、Web販売及び一部店舗での小売販売へ移行）
2004年 2月	「バイク王」のテレビCMの放映を開始
2005年 3月	システムを独自の基幹システム「i-kiss」に集約
2005年 6月	東京証券取引所JASDAQ市場に株式上場（2006年10月に上場廃止）
2005年 9月	初のバイク小売販売店を出店
2006年 3月	駐車場事業を営む子会社（株）パーク王を設立（2012年3月に吸収合併）
2006年 8月	東京証券取引所市場第2部に上場
2007年 2月	バイク小売販売を営む子会社（株）アイケイモーターサイクルを設立（2008年6月に吸収合併）
2007年 3月	（株）テクノスポーツよりバイク販売事業を譲受
2009年 8月	バイク買取専門店「バイク王」100店舗を達成
2011年 3月	オートオークションを運営するユー・エス・エス<4732>及びバイクオークションを運営する（株）ジャパンバイクオークションとバイクオークション事業に関する業務・資本提携を開始
2011年 4月	ジャパンバイクオークションの株式取得（出資比率30.0%）により、関連会社化
2011年 8月	情報発信組織「バイク王 バイクライフ研究所（現 Bike Life Lab supported by バイク王）」を発足
2012年 9月	「株式会社バイク王&カンパニー」に商号を変更
2014年 2月	本店を東京都港区に移転

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.

会社概要

年月	沿革
2016年 1月	サービスブランドを「バイク王」に統一するとともに、ロゴマークを統一、刷新
2016年11月	二輪車用品販売事業を展開する G-7 ホールディングス <7508> と資本業務提携契約を締結
2017年 2月	監査役会設置会社から監査等委員会設置会社へ移行
2017年11月	駐車場事業を会社分割（新設分割）と株式譲渡の方法により譲渡
2019年12月	（株）ヤマトの株式取得（同社出資比率：100.0%）により、完全子会社化
2020年11月	受付業務の停止リスクを分散するため、「第三コンタクトセンター」を新設

出所：ホームページよりフィスコ作成

事業概要

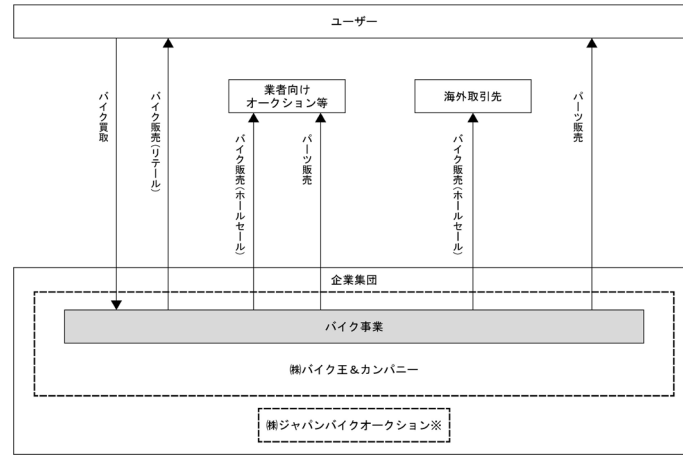
「バイク王」ブランドで全国展開、 高市場価値車両と継続的なエリア拡大

バイクの販売から買取までを主な事業ドメインとし、「バイク王」ブランドを全国展開している。顧客から買い取ったバイクは、商品価値を高める整備を施したのち、業者向けオークションを介して卸売するほか、自社の店舗等を通じて販売する。また、顧客のバイクライフを過ごすためのサポートをはじめ、ライフスタイルに合わせてバイクライフを楽しめる様々なサービスを提供している。店舗網は北海道・東北エリアが5店舗、関東エリアが24店舗、甲信・北陸エリアが4店舗、東海エリアが8店舗、近畿エリアが12店舗、中国・四国エリアが4店舗、九州・沖縄エリアが6店舗となり、コンタクトセンター（埼玉県さいたま市）、第二コンタクトセンター（秋田県秋田市）、第三コンタクトセンター（山口県山口市）のほか、物流センターが神奈川県横浜市、大阪府寝屋川市、兵庫県神戸市の3ヶ所にある。

同社のセグメントには、業者向けオークションを介して卸売する「ホールセール」と、自社の店舗等を通じて販売する「リテール」とがある。ホールセールとリテールの明確な構成比率は出していないが、ホールセール売上が約6割、リテール売上が約4割となっている。もっとも、同社においては売上比率自体には重点を置いておらず、仕入車両の量と質の確保による高市場価値車両の増加に加え、継続的に複合店を拡大し集客力の向上に努めていることにより、ホールセール並びにリテールいずれもの利益成長が増加傾向にある。

事業概要

同社の事業概要



※ジャパンバイクオークションは同社の関連会社
出所：ホームページより掲載

強み

ブランド力、高市場価値車輛を中心とした量と質の向上、 メーカー・車種を問わず市場情勢に適応した最適な査定が可能

同社の強みは、業者向けオークションを介して卸売する「ホールセール」と、自社の店舗等を通じて販売する「リテール」の2つの流通網を持つことにある。業者向けオークションへの卸売を生かしたキャッシュ・フロー経営を実践する、バイク買取のリーディングカンパニーである。そして、豊富な仕入れを生かしたリテールを強化することで、更なる成長を目指している。加えて、2004年から継続して行ってきたテレビCMや積極的なWeb-CMによるブランド認知は絶大で、バイクに乗らない層にもブランド名は認識されている。同社の主な取り組みとして、「仕入れ強化」と「販売力強化」が挙げられる。仕入れ強化においては、マスメディアの媒体構成の最適化とWebを中心とした効果的な広告展開を推進するとともに、人員の適正配置・拡充、育成強化に注力し、顧客からの問い合わせに迅速に対応できる体制を強化した。また、販売力強化においては、マーチャンダイジングサイクルを推進し、店舗の移転や増床に加え、リテールの商品ラインナップの拡充を図るとともに、接客力向上や売り場改善による既存店の強化に努めている。これにより、仕入れは好調に推移しており、高市場価値車輛を中心に量と質の向上が図られ、リテールに適した在庫も十分に確保。リテール台数の量の確保により、平均売上単価・平均粗利額が上昇している。

また、全国の店舗からバイクライフアドバイザーが顧客の自宅までバイクの買取に向く無料出張買取サービスを展開するネットワーク網があり、全国の店舗網を生かした迅速な対応が可能である。流通ルートや査定基準に未整備な部分が多かった従来の中古バイク市場において、顧客が安心して利用できる合理的かつ透明性の高い市場環境を構築した。顧客ニーズを24時間・365日体制で受け付けており、現在ではバイク買取利用率 No.1(2020年6月楽天インサイト(株)の調査による)の地位を確立している。

バイク王 & カンパニー | 2021年2月18日(木)
3377 東証2部 | <https://www.8190.co.jp/ir/>

強み

顧客から選ばれるために重要な要素が適正買取である。同社は日本各地にある「中古バイクオークション会場」と全国の「バイク王」の流通網を活用して売却している。ITネットワークを活用し、全国各地の「中古バイク業者オークション会場」の相場情報を把握しているため、オークション相場を基準に査定額を算出している。また、同社が買取りした豊富なメーカー・車種の中からバイクを直販する販売サービスである「バイク王」店舗における販売価格は、全国の「バイク王」ネットワークで直接仕入れているために他社と異なり中間マージンの上乘せが不要であり、より適正かつ高価買取が可能となる。

一般的な販売店の下取り車輛は次に売れるまでの期間が長く、在庫管理コストがかさむ場合があるが、同社では買取りした車輛を約1ヶ月という短期間で業者専門オークションへ出品するため、在庫管理コストを大幅に削減できる。また、膨大な数量のバイク（2002年8月～2019年9月までの「バイク王」累計取扱台数は約200万台）を取り扱うことで在庫管理コストや配送費などの1台当たりの経費を少なくできている。なお、多種多様なバイクを取り扱ってきた実績をもとに蓄積されたノウハウによって、メーカー・車種を問わず市場情勢に適応した最適な査定が可能であるため、これによるコスト削減分についても買取額に反映させることになり、同社の強みとなっている。

そのほか、対面販売だけでなく販売サービス拡充として通信販売を強化している。同社の豊富な在庫の中から「気軽」「安心」「選べる」をコンセプトに全国をシームレスにつなぎ、「ワンショップ」感覚のユーザビリティを実現することを社内のスローガンとして展開を図っている。通信販売のサービスとしては、平日の営業時間内であれば自宅までの送料無しのほか、指定のエリア内であれば店舗間送料が無料。また、バイク王公式サイト内や大手中古二輪販売サイトの在庫情報の中に、エンジンサウンドなども確認できる動画情報を追加することで更に選びやすくなっている。そのほか、対面販売だけでなく通信販売においても、「バイク王」の店舗で購入し納車整備を行った車輛については、最長7年間※の長期保証も用意し、バイクライフを全面的にサポートする。

※ 車輛により保証期間が異なり、保証を受けるには条件がある。

ホールセールの特長は、(1) 在庫期間が短く在庫・展示コストが小さい、(2) 早期現金化（売上債権回収期間1～3日）、(3) 販売価格を買取価格に迅速に反映できる、などが挙げられる。また、リテールの特長は、(1) バイク買取利用率 No.1 だからこそ実現する豊富な在庫から厳選できる、(2) 中古バイク全車輛に長期保証と返品保証が付いている、(3) 近くに店舗がなくても通信販売を利用することで全国どこでも納車可能、などが挙げられる。

バイク王 八王子堀之内店



出所：ホームページより掲載

バイク王 東大阪店



業績動向

2020年11月期は上方修正値を上回る大幅な増収増益。 高市場価値車輛を確保し、ホールセール・リテールいずれも好調

1. 2020年11月期業績

2020年11月期の業績は、売上高 22,349 百万円（前期比 11.1% 増）、営業利益 707 百万円（同 235.8% 増）、経常利益 859 百万円（同 139.0% 増）、当期純利益 594 百万円（同 188.8% 増）だった。2020年9月末に通期業績予想の修正を発表しており、売上高が 22,000 百万円（前回予想比 7.3% 増）、営業利益が 700 百万円（同 3.04 倍）、経常利益が 850 百万円（同 2.30 倍）、当期純利益が 550 百万円（同 2.62 倍）にそれぞれ上方修正していたが、売上高及び各利益ともに修正計画を上回っての着地だった。

2020年11月期の業績

（単位：百万円）

	19/11 期	20/11 期	増減額	増減率
売上高	20,119	22,349	2,229	11.1%
売上原価	11,239	12,182	942	8.4%
売上総利益	8,880	10,167	1,286	14.5%
販管費	8,669	9,459	790	9.1%
営業利益	210	707	496	235.8%
経常利益	359	859	500	139.0%
当期純利益	205	594	388	188.8%
1株当たり当期純利益(円)	14.7	42.5	27.8	-

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

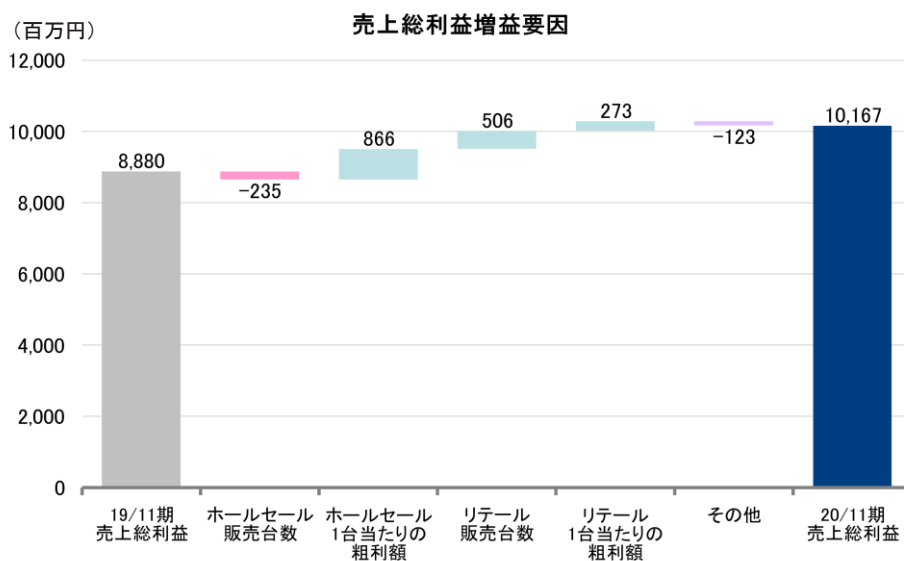
従来から進めてきた複合店における仕入力及び販売力の強化をさらに推進し、顧客満足度を高めることに注力。マスメディアの媒体構成の最適化と Web を中心とした効果的な広告展開を推進したほか、人員の適正配置・拡充及び育成強化を図り、顧客からの問い合わせに迅速に対応できる体制強化と仕入強化キャンペーンを実施した。また、販売力の強化として、マーチャンダイジングサイクルの推進に加え、ホールセールにおいてコロナ禍の当初見られたオークション相場の下落到いち早く反応し、販売価格水準を維持するよう販売方法の工夫を講じるなどの取り組みが奏功した。リテール市場の回復もあってホールセールの車輛売上単価も上昇している。高市場価値車輛の仕入台数は 82,400 台（前期比 1.7% 減）となり、コロナ禍の影響は無視できないなかにおいても、前期並みの高市場価値車輛を確保している。

また同社はコロナ禍のなか（With コロナ時代）において、交通インフラを支える重要な交通手段となりうるバイクを提供するため、感染予防策を十分に実施したうえで可能な限り事業活動を継続してきた。2020年4月に発出した「緊急事態宣言」の解除後は、感染防止策を徹底したうえで通常営業に移行したほか、同年8月より、働き方改革の推進の一環としてテレワーク勤務制度を導入している。

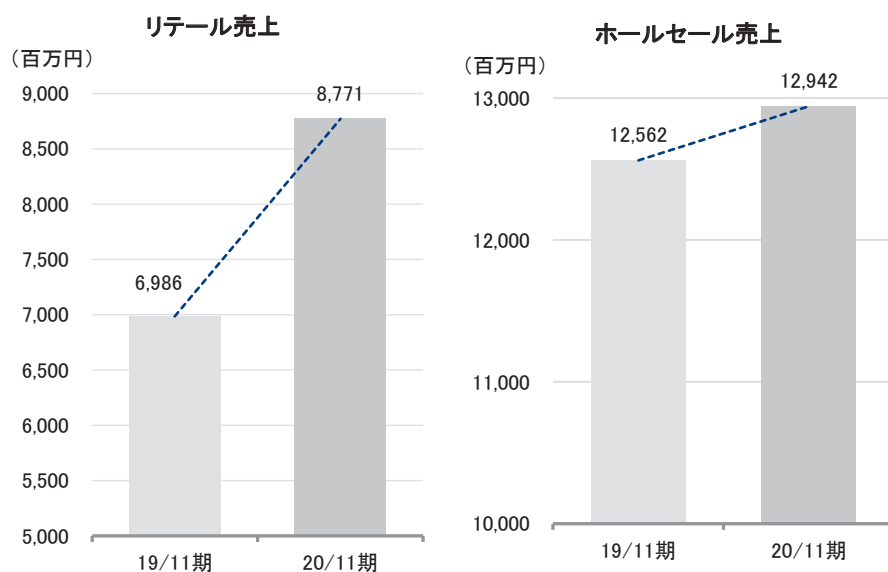
業績動向

2. 売上総利益の増益要因

リテール台数は前期より増加した一方、ホールセール台数は前期比でやや減少し、全体の販売台数は前期並みであった。しかし、同社は仕入車両の量と質の確保による高市場価値車両を主力としており、高市場価値車両を確保したことにより車両売上単価（1台当たりの売上高）は前期を上回っている。2020年11月期の売上総利益は10,167百万円（前期比14.5%増）であった。ホールセールについては、販売台数減少分がマイナス235百万円となったが、1台当たりの粗利額増加分が866百万円増加し、631百万円増加した。リテールについては、販売台数増加分によって506百万円、1台当たりの粗利額増加分が273百万円の売上総利益の増益要因となった。



出所：決算説明資料よりフィスコ作成



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

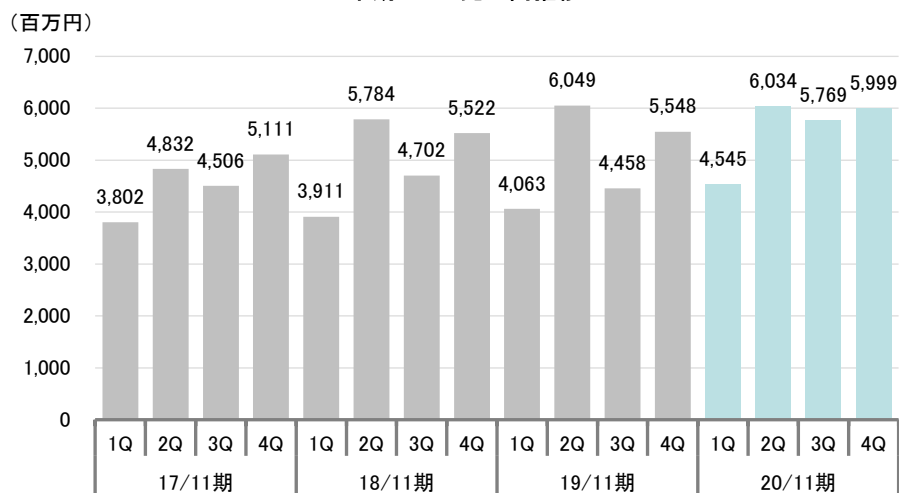
業績動向

3. 四半期ごとの売上高推移

同社の業績には季節性がある。まず、冬場はバイクのオフシーズンで需要が減少する。一方で、春から秋にかけてはオンシーズンとなる。また春先は、卒業や転勤等の移動に伴うバイク処分が3月前後に集中するため繁忙期となる。加えて原付を含むすべての二輪車にかかる「軽自動車税」は4月1日の時点で所有者に課せられるため、処分を考えているバイクユーザーは税金がかからないように3月末までに売却する傾向にあり、この影響も受ける。その後、夏～秋はバイク需要の盛り上がりとともに推移する。これらの結果、四半期ごとの売上高推移を見ると、第1四半期において落ち込み、第2四半期以降回復することがわかる。

2020年11月期の業績を四半期ごとに見ると、第1四半期（2019年12月-2020年2月）は、前年同期に比べ業績が好調に推移した一方、第2四半期（2020年3月-5月）は、コロナ禍によりバイクの買取査定における申し込み減少やオークション相場下落が見られたが、業績への影響は営業努力により軽微にとどめている。第3四半期（同年6月-8月）は、コロナ禍において不透明な要素が多い状況に変わらないものの、ホールセールはオークション相場が前年同期に比べ上昇した。また、リテールにおいても、各施策に加え市場の回復もあり好調に推移している。（一社）日本自動車工業会が発表した国内の新車販売台数の統計によると、2020年4月に発出した「緊急事態宣言」が解除され始めた同年6月から8月における126cc以上の新車販売台数は前年同期比104.3%であった。同社が通年で展開する新規二輪免許取得者を対象とした購入費用サポートにおいても、同期間の利用者数が前年同月比で2倍近くに増加している。第4四半期（同年9月-11月）については、リテールの強化方針として顧客の利用促進を図る施策や店舗の修繕を実施。ホールセールは販売価格水準を維持するよう販売方法の工夫に努めたほか、リテール向け在庫の強化を行うなど、これらの施策によってホールセール、リテールいずれも前期を上回る大幅な増収だった。

四半期ごとの売上高推移

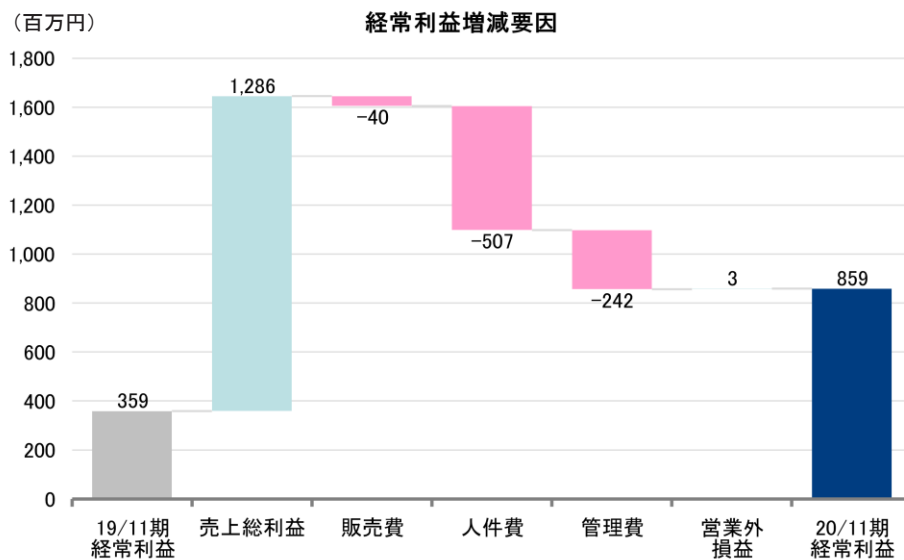


出所：決算説明資料よりフィスコ作成

第三コンタクトセンターを新設、 エリア拡大のほかリスクを分散させるための成長投資を実施

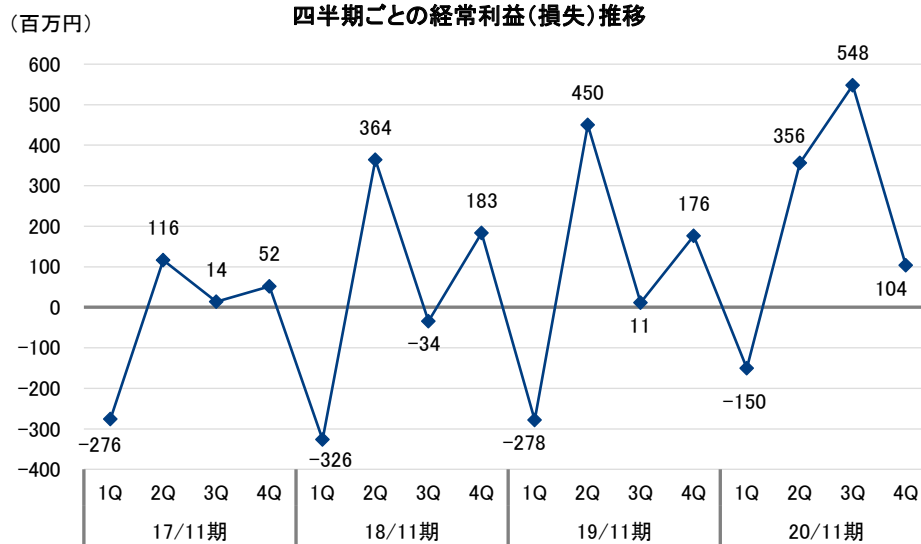
4. 経常利益増減要因

経常利益 859 百万円（前期比 139.0% 増）の増減要因としては、売上総利益の増加 1,286 百万円にに対し、広告宣伝費や一般車両配送費などの販売費 40 百万円、給料手当や賞与引当金繰入額などの人件費 507 百万円、消耗品費や減価償却費などの管理費 242 百万円がかかったことによるものである。第 4 四半期において山口県山口市に第三コンタクトセンターを新設しており、買取拠点の併設を見込んだエリア拡大のほか受付業務の停止リスクを分散させるための成長投資を行った影響があると弊社では考えており、第 4 四半期における利益減がピークを窺わせるとは考えていない。第三コンタクトセンター新設によるエリア拡大やリスク分散姿勢、顧客の利用促進を図る施策や店舗の修繕を実施するなど成長下における経営判断により、引き続き成長余地は大きいだろう。



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

業績動向



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

5. 財政状態

流動資産は主に商品、現金及び預金が増加し、売掛金が減少したことにより前期比 1,063 百万円増加し、5,200 百万円となった。固定資産については 411 百万円増加し、2,455 百万円となっている。これは主にソフトウェア仮勘定の増加等により無形固定資産が増加、繰延税金資産の増加等により投資その他の資産が増加したことによる。流動負債は 929 百万円増加し、2,604 百万円となっている。これは主に未払金、前受金、未払法人税等、未払消費税等、賞与引当金、買掛金が増加し、預り金が減少したことなどによるものである。固定負債は主に資産除去債務が増加したことにより、13 百万円増の 470 百万円となった。純資産は主に当期純利益の計上と株主配当によって利益剰余金が増加したことにより 531 百万円増加し、4,580 百万円となった。

バイク王 & カンパニー | 2021年2月18日(木)
 3377 東証2部 | <https://www.8190.co.jp/ir/>

業績動向

貸借対照表

(単位：百万円)

	19/11 期	20/11 期	増減額
流動資産	4,136	5,200	1,063
(現金及び預金)	1,305	1,680	375
(売掛金)	201	83	-117
(商品)	2,434	3,179	744
(その他)	195	256	61
固定資産	2,043	2,455	411
有形固定資産	765	770	5
無形固定資産	571	824	252
投資その他の資産	705	859	153
資産合計	6,180	7,655	1,475
流動負債	1,674	2,604	929
(買掛金)	201	253	52
固定負債	456	470	13
負債合計	2,130	3,074	943
純資産合計	4,049	4,580	531
負債純資産合計	6,180	7,655	1,475

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	19/11 期	20/11 期
営業活動によるキャッシュ・フロー	212	1,071
投資活動によるキャッシュ・フロー	-459	-600
財務活動によるキャッシュ・フロー	-102	-95
現金及び現金同等物の増減額	-349	375
現金及び現金同等物の期首残高	1,655	1,305
現金及び現金同等物の期末残高	1,305	1,680

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

オークション相場及びリテール市場は堅調に推移。 新規出店のほか既存複合店の移転及び新規増店を検討

1. 2021年11月期業績予想

2021年11月期については売上高 23,000 百万円（前期比 2.9% 増）、営業利益 800 百万円（同 13.1% 増）、経常利益 920 百万円（同 7.0% 増）、当期純利益 620 百万円（同 4.3% 増）を見込んでいる。コロナ禍の長期化が懸念されており、先行き不透明な状況が続くと見ている。このような環境のもと、バイク事業については、オークション相場及びリテール市場は堅調に推移しており、今後もバイクは交通インフラを支える重要な乗り物・交通手段であり続けることや、「3密」を避ける移動手段としての需要も続くものと予測している。

2021年11月期の業績予想

(単位：百万円)

	20/11 期 実績	21/11 期		
		予想	増減額	増減率
売上高	22,349	23,000	650	2.9%
営業利益	707	800	92	13.1%
経常利益	859	920	60	7.0%
当期純利益	594	620	25	4.3%
1株当たり当期純利益(円)	42.5	44.3	1.8	-

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

2. 販売力強化のための施策

販売力強化のための施策としては、ホールセールにおいて、(1) 販売方法の工夫を継続し、販売価格水準を維持、(2) 仕入価格適正化の管理、(3) 出品車輛整備の更なる充実を図る。リテールにおいては、(4) 売場面積の拡大と短期間に回収が見込める優良物件の開拓、(5) マーチャンダイジングを活用した売り場展開、(6) 営業マニュアル・研修の仕組み化と社員教育の強化を進める計画である。今後の出店計画としては、現時点で神奈川県秦野市・平塚市・藤沢市、香川県高松市の4店舗を出店予定であるほか、買取店5店舗の移転・複合店化並びに既存複合店の移転及び新規増店を検討している。なお、新規店は投資効率を考慮したうえで出店を検討するため、今期の業績には織り込まれていないと弊社では見ており、従来から進めてきた複合店における仕入力及び販売力の強化をさらに推進することにより、収益増加が期待されるであろう。また、全ての中古バイクに保証を付帯することで、対面販売だけでなく販売サービスの拡充として通信販売を強化を図っていく。

今後の見通し

営業管理部門



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

整備部門



さらに、仕入力の強化による車輦における量の確保と質の向上、販売力の強化によるリテールの拡大と収益の改善に努めるとともに、整備体制の強化によるリテールアフターサービス力及び、整備に対する信頼性の向上を推進する。同社では人材育成・PRにおいて「お客様に喜んでいただける新しい接客アイデア」をテーマに、各店舗と本社のチームがそれぞれの課題抽出や改善活動を競い、高め合う場としてCSコンテストを開催。CS向上の高い施策として評価された施策は、順次全店舗に展開している。また、整備部門では、全国に配置されている整備各拠点にてレストア技術を競いグランプリを決定するなど、社員の育成及びモチベーション向上につながっている。

周辺事業の収益拡大と新たな取り組みの収益化、中長期的な経営戦略を実現するための組織・人事の強化、事業構造の転換と将来に向けた経営基盤を構築。なお、これらの取り組みについては、顧客視点に立ったサービスの重視、社員の成長の応援、安定的な収益構造の確立の3つの視点に基づき実施していく。

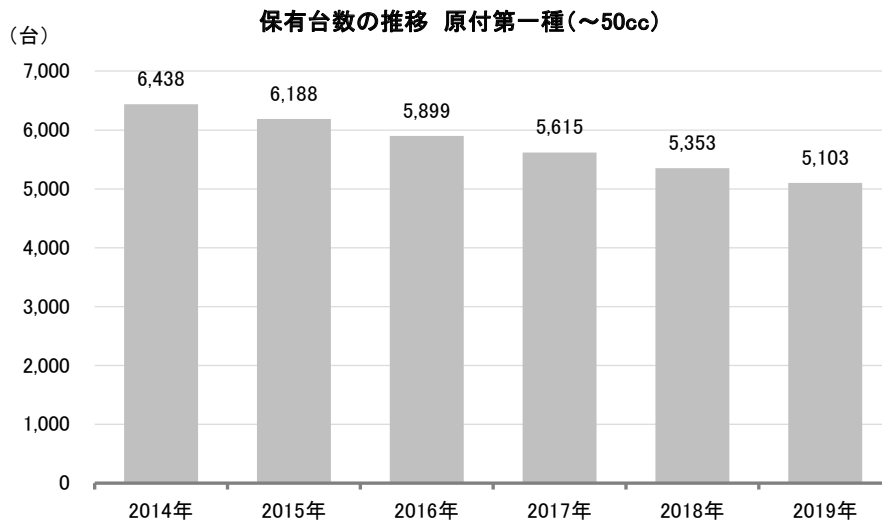
市場環境

希少性の高い高市場価値車輦の需要は好調を持続

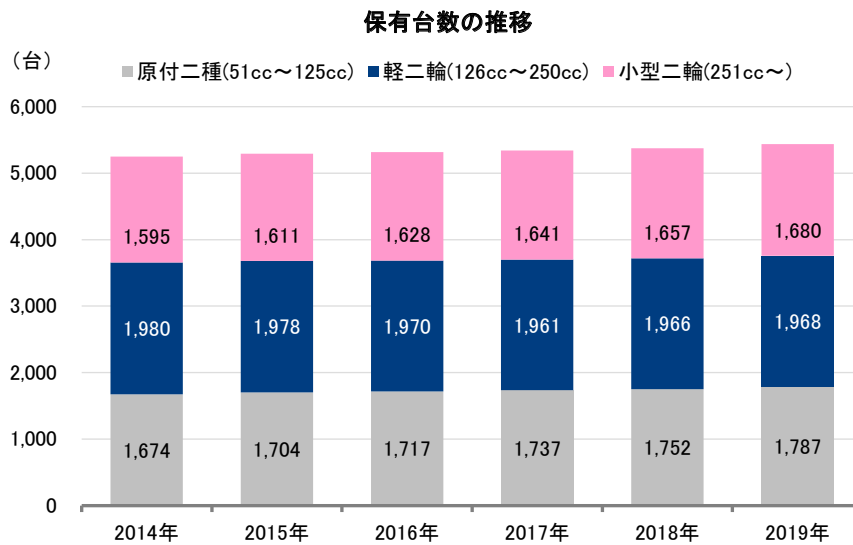
1. バイク保有台数の推移

日本自動車工業会によるバイク保有台数の推移を見ると、全体としては年々減少傾向にある。これは全体の49.9%を占める原付第一種（～50cc）の保有台数が減少していることが要因である。しかしながら、同社が主力としている市場価値の高い原付第二種以上（51cc～）の車輦の保有台数は相対的に微増傾向が続くと弊社では考えている。高市場価値車輦においては、1970年代から1980年代などに人気だった「ホンダCB750F」「ヤマハRZ250」「カワサキZ400FX」など希少性の高い車輦が多い。こういった人気車種においては40代～50代の顧客による購入比率も高く、若い頃に憧れていたが高額で買えなかったバイクやレアなバイクを求める動きもある。さらに、若い人たちにおいては、レトロ性が需要ニーズにつながっているであろう。

市場環境



出所：決算説明資料よりフィスコ作成



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

交通インフラを支える重要な乗り物・交通手段から小売業界などで新たな需要ニーズも見込まれる

2. コロナ禍による影響

「コロナ禍で『3密』が避けられるバイクが見直されつつある。」と同社の石川秋彦社長は指摘する。同社によると、新型コロナウイルスの感染再拡大を受け、2020年後半以降に「3密」を避けて通勤・通学したい人が急増した。都心では電車通勤から自転車通勤に切り替える人も増えているが、自宅から職場まである程度距離がある場合は、バイクもしくは自動車を利用することも選択肢に入る。都心部の駐車場事情などを考えると、自動車よりも機動力の高いバイクへの需要が再考される場所であると弊社では考えている。アウトドアブームもこの流れを後押しした。コロナ禍の影響でバイクの新車生産が遅れた結果、すぐに乗れる中古バイクの需要が強まったという見方もできる。また新たな生活スタイルのなか、(株)セブン・イレブン・ジャパンはスマートフォンで注文した商品を実店舗から消費者に届けるサービスを一部地域で行っているなど、コロナ禍を受けてネットコンビニやネットスーパー、飲食店の宅配サービスの需要が高まっている。こうした流れが業界で広まるとともに、より早く小回りが利く宅配バイクへの需要につながる可能性があると考えている。そのほか、首都直下地震など大規模な災害に備え警視庁では悪路でも走行可能なオフロードタイプのバイクを導入しているなど、災害が起こったときに多くの緊急交通路を迅速に確保できるバイクの重要性が認識されてくるだろう。

■ ESG の取り組み

女性活躍に必要なワーク・ライフ・バランスの推進

同社は、環境 (Environment)、社会 (Social)、企業統治 (Governance) の視点に配慮した投資活動である ESG において、女性活躍の推進を掲げている。多くの機関投資家が企業の女性活躍推進について企業の業績に長期的には影響があると考えているほか、機関投資家の ESG 投資は1兆円を超えて増加傾向にあることから重要な取り組みと考えられる。なお、同社においては女性が活躍できる職場環境の整備に積極的に取り組むことで、性別・国籍・年齢等に関係なく、多様な人材が個性を生かし活躍することで新たな価値や競争力を生み出し続ける会社を目指している。この実現に向け、同社の女性活躍に必要なワーク・ライフ・バランスの推進について、行動計画を策定。直近の事業年度における管理職に占める女性の割合は全国平均の5.7%と同水準であるものの、採用した労働者に占める女性労働者の割合や労働者に占める女性労働者の割合は低い。

ESG の取り組み

同社は目標として、(1) 採用した労働者に占める女性労働者の割合を 20% にし、かつ、女性管理職の割合を 8% にする。(2) 育児休業、介護休業取得後や柔軟な働き方のニーズに合わせてより一層社員が定着するように時間短縮制度の拡充や短時間正社員制度の導入を行う。(3) 時間外労働の縮減や年次有給休暇の取得促進を図り、労働環境を整備する。などを挙げている。足元では、採用活動時の会社紹介コンテンツ、採用ホームページ等において活躍する女性社員を積極的に紹介しているほか、安心して永く勤務し続けることのできる福利厚生制度の充実に向け、制度設計・施行を図っている。そのほかにも、短時間正社員でも活躍できる職種や業務等の調査を実施しているほか、社員の成長を応援するために能力を最大限発揮できる人事制度（昇進基準、育成プログラム）の企画立案を行うといった取り組みを進めている。

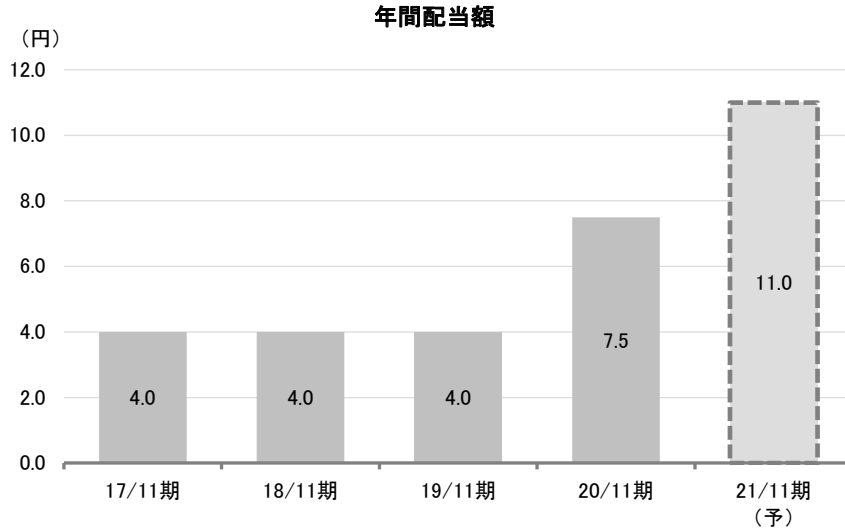
また、同社は、コーポレート・ガバナンスにおける意識も高く、比較的早い段階で監査等委員会設置会社に移行するなど、持続的な成長と中長期的な企業価値向上に資する迅速・果敢な意思決定の遂行に向けたコーポレート・ガバナンス体制の強化に取り組んでいる。現在、取締役会は、2 名の社外取締役を含む 7 名の取締役により構成。構成員の過半数を社外取締役とする監査等委員会を設置することで、社外取締役による業務執行の監督機能の充実及びモニタリング機能の強化により、コーポレート・ガバナンス体制の一層の充実と更なる企業価値の向上が図れると判断している。

■ 株主還元策

2020 年 11 月期は 3.5 円増配の年 7.5 円。
2021 年 11 月期はさらに 3.5 円増配し年 11 円を計画

同社は、財務体質の強化、継続的な企業価値の向上に努め、将来の事業展開等を勘案のうえ、内部留保及び利益配分を決定している。利益配分については、安定的な株式配当を行うことを念頭に置きつつ、業績などを勘案したうえで配当金額を決定する。同社は中間配当・期末配当を安定的に継続しており、2020 年 11 月期においては、期初予想から 2.5 円増配、前期実績から年間 3.5 円増配の年 7.5 円としている。2021 年 11 月期については前期実績から年間 3.5 円増配を予定しており、中間配当 5.5 円 / 期末配当 5.5 円の年 11.0 円としている。これにより配当性向は 24.8% となる。

株主還元策



出所：決算短信よりフィスコ作成

また、株主優待制度を実施しており、優待内容はバイク購入やパートナーズパック加入に利用できるものであり、1単元（100株）以上を保有する株主に対して、1）同社がリテール（小売販売）するバイク（126cc以上）購入に利用できる「バイク1台につき1万円割引優待券」、2）バイク（126cc以上）購入時、パートナーズパック加入に利用できる「1万円割引優待券」となる。なお、バイク購入に使える優待割引券1万円と「パートナーズパック」加入割引券1万円の合計2万円を優待利回りで換算すると100%を超えることになる。

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