

個人投資家向け会社説明会 ミーティングメモ

株式会社 G-7 ホールディングス (7508)

開催日：2020年9月13日(日)

場所：JR博多シティ 9階 『JR九州ホール』(福岡市博多区)

説明者：代表取締役会長兼 CEO 金田 達三 氏

1. G-7 ホールディングスについて

- ・ 社名の「G」はグローバル、ガッツを意味します。「7」は1975年に創業者・木下守(現名誉会長)がボーリング場「セブンボール」の駐車場でカー用品販売を開始したこと、ラッキーセブンにあやかりました。尚、主要7カ国首脳会議(G7: Group of Seven)とは関係ありません。
- ・ 1976年6月18日に創業、現在の従業員数は連結で7,496名に達しました(2020年4月末現在)。5年前の1,500名規模から一気に大きくなりました。
- ・ 代表者は私と代表取締役社長の木下智雄です。
- ・ 1975年、兵庫県の加古川セブンボール駐車場に「オートセブン加古川店」を開店。1976年、オートボックスフランチャイズチェーンに加盟しました。2001年、東京証券取引所市場第二部に株式を上場。2002年、神戸物産とFC契約を締結し「業務スーパー」事業を開始しました。
- ・ 2002年、東京証券取引所・大阪証券取引所市場第一部に指定。2006年、株式会社G-7ホールディングスに組織・商号変更しました。2016年、売上高1,039億円を達成、2020年、創業45周年を迎えました。2021年3月期の目標売上高は1,700億円です。
- ・ 次の5年間も同様のペースで成長したいと考えています。

2. G-7 グループの主な事業

- ・ 主な事業としてオートボックス・車関連事業、業務スーパー事業、精肉事業、その他事業があります。
- ・ オートボックスと業務スーパーは両チェーンの中でトップのメガフランチャイジーです。
- ・ 店舗数はグループ全体で563、そのうちオートボックスが75、業務スーパーが153です。業務スーパーの11店舗が九州で展開しています。(2020年8月末現在)
- ・ 2021年3月期第1四半期業績構成比はオートボックス・車関連事業が売上高18%、経常利益6%、業務スーパー事業は売上高54%、経常利益65%、精肉事業は売上高12%、経常利益20%、その他事業は売上高16%、経常利益9%です。
- ・ 2020年は新型コロナウイルス感染症(COVID-19)の影響により、家庭で食事する方が増え、業務スーパー・精肉事業が大きくプラスとなりました。大事な食に関することについては、さらに力を入れていきたいと考えています。

大和インベスター・リレーションズ(株)(以下、「当社」といいます。)はこの資料の正確性、完全性を保証するものではありません。ここに記載された意見等は当社が開催する個人投資家向け会社説明会の開催時点における当該会社側の判断を示すに過ぎず、今後予告なく変更されることがあります。当社は、ここに記載された意見等に関して、お客様の銘柄の選択・投資に対して何らの責任を負うものではありません。この資料は投資勧誘を意図するものではありません。当社の承諾なくこの資料の複製または転載を行わないようお願いいたします。

<オートボックス・車関連事業>

- ・ オートボックス事業の運営子会社は株式会社 G-7・オート・サービスと G7 RETAIL MALAYSIA SDN. BHD. (マレーシア) です。
- ・ カー用品の全国ブランド「オートボックス」を中心に車検整備、保険、新車・中古車販売と買い取りなどを行っています。車の数が減る中、どのようにビジネスを広げていくかが大きな課題です。
- ・ カー用品だけではなく、ガソリンスタンド、板金、洗車・ボディーコーティングも行っているほか、子どもから熟練者までを対象とした土山サーキットも運営しています。
- ・ 新型コロナウイルスの影響で公共交通機関の利用が減り、車関連事業のフィールドはまだ伸びると考えています。
- ・ バイクワールド事業の運営子会社は株式会社 G-7 バイクワールド、G7 RETAIL MALAYSIA SDN. BHD. (マレーシア)、G7 (THAILAND) CO., LTD. (タイ) です。
- ・ 自社ブランド「バイクワールド」を展開し、2輪の用品・パーツ・アクセサリ専門店、整備などの総合サービスを国内外で提供しています。Web ショップの楽天市場店、バイク王の車両販売とのコラボ出店なども行っています。
- ・ 子会社の株式会社 G-7.クラウントレーディングでは主に東南アジア・中東に新車・中古車の輸出販売を行っています。

<業務スーパー事業>

- ・ 業務スーパー事業の運営子会社は株式会社 G-7 スーパーマーケットです。
- ・ 業務スーパーは神戸物産が手がけるフランチャイズチェーンで、テレビ番組などでも取り上げられることが多くなり、大きな注目を集めています。食のプロから一般の方まで利用でき、食料品から割りばし・洗剤などの日用品まで、お求めやすい価格で提供しています。
- ・ 当社は全国で153店舗を運営(2020年8月末現在)、現在、最も伸ばしている地域が九州です。今後は北海道はじめ、関東・中部・関西地方の出店に力を入れ、2025年には200店舗を目指します。

<精肉事業>

- ・ 精肉事業の運営子会社は株式会社 G-7 ミートテラバヤシです。
- ・ 店舗名は「お肉のてらばやし」。食肉卸し・小売・加工販売を行い、主にG7グループが運営する業務スーパー、めぐみの郷内のテナントとして出店しています。店舗数は2020年8月末現在で143に達しました。
- ・ 前年対比で大きく伸びました。理由は定かではありませんが、COVID-19で家庭内消費が伸びたことによる需要増ではないかとも考えられます。

<その他事業：めぐみの郷事業>

- ・ めぐみの郷事業の運営子会社は株式会社 G7 アグリジャパンです。
- ・ 兵庫県を中心に農産物直売所「めぐみの郷」を展開しています。生産者が育てた野菜

を生産者自身が値段をつけて販売します。当社は売り場を提供し、手数料を頂くという仕組みです。従来の流通経路をカットすることで、消費者には新鮮な野菜を安価で提供することができ、生産者の方には安定収入の道を開きました。

- ・ 単独店舗もありますが、業務スーパー内のテナントとして出店するケースも多いです。精肉、業務スーパー、めぐみの郷のシナジー効果が大きいので、今後は業務スーパー内テナントとしての出店をメインとして計画していきます。

<その他事業：ミニスーパー事業>

- ・ ミニスーパー事業の運営子会社は株式会社 99 イチバです。2020年4月にM&Aをしました。
- ・ 神奈川県と東京都内で、都市型ミニスーパー「mini ピアゴ」を72店舗運営しており(2020年8月末現在)。関東地方で100店舗の展開を目指しています。

<その他事業：こだわり食品事業など>

- ・ こだわり食品事業の運営子会社は株式会社 G7 ジャパンフードサービスです。主に百貨店などに地方の名産品や特産品を卸販売しています。
- ・ その他、不動産、リテール、コインランドリー、スイーツ、飲食などの事業も手がけています。
- ・ コインランドリー事業は投資回収が遅いのですが、利益が出始めました。
- ・ 飲食事業の「いきなりステーキ」は9店舗を設置。運営主体のペッパーフードサービスの経営に関する話もあり、9月末の取締役会で対応を協議・決定する予定です。

3. G-7 グループの強み

- ・ G-7 グループの第1の強みはG-7 モール展開です。大型駐車場付きの複合商業施設をG-7 モールとして開設、グループの店舗やテナントを入れて集客のシナジー効果を促す、モール事業に力を入れています。
- ・ たとえば、「G-7 オートモール土山」は、オートボックス、バイクワールドのほか、気軽にカートの醍醐味を味わえる土山サーキット、ガソリンスタンドのオートボックスエクスプレス、板金工場のBPセンター、車買取販売のカーズグループを設置しました。「G-7 モール塩屋北」にはオートボックス、業務スーパー、オートボックスエクスプレス、めぐみの郷、お肉のてらばやしが入っています。
- ・ それぞれのG-7 モールでは毎年、グループ事業が結集した「モールフェスティバル」を開催、地域のお祭りとして愛され、根づいています。
- ・ 現在、全国26カ所でG-7 モールを展開しています(2020年8月末現在。以下同じ)。
- ・ 第2の強みはコラボ店舗です。業務スーパー内に青果部門として、めぐみの郷、精肉部門として、お肉のてらばやしを設置、グループの強みを生かした出店戦略を展開しています。
- ・ 業務スーパー153店舗中、お肉のてらばやし108店舗、めぐみの郷32店舗がテナン

トとして出店しています。

- ・ 第3の強みは国内外で563店舗に及ぶネットワークを有していることです。これによって大量仕入れが可能になり、大幅なコストダウンにつながりました。
- ・ 関東地方に267店舗、近畿地方に159店舗、中部地方に159店舗あり、東北・中国・九州地方への展開には、まだ時間がかかると考えています。現在は九州の出店に力を入れています。
- ・ 福岡県内では現在9店舗あります。福岡県以外の九州内店舗は現在3店舗、オープン予定が3店舗です。

4. 業績予想および中長期の成長戦略

- ・ 2021年3月期第1四半期連結業績は前年対比で売上高28.3%増、営業利益34.3%増、経常利益32.9%増、純利益48.6%増でした。
- ・ 在宅ワークの増加などにより家庭内消費が伸びたことで、業務スーパーおよび食品関連が好調でした。
- ・ 2021年3月期通期予想も好調で、目標売上高1,700億円は達成できると見えています。
- ・ 当社は配当性向30%を目安にした、安定した配当を目指しています。2021年3月期は30.3%を目指し、中間配当25円、期末配当25円、年間50円を予定しています。
- ・ 2021年3月期は中期経営計画（5カ年）の最終年度で、売上高1,700億円、経常利益70億円を目指してきました。
- ・ 最も成長しているのが業務スーパー事業です。続いて、めぐみの郷事業、精肉事業、ミニスーパー事業となります。
- ・ オートボックス事業など、その他は伸び悩んでいます。業務スーパー事業とは逆に在宅ワークの増加が車関連ビジネスにとって逆風になりました。ただ、当社グループ全体として見れば、事業を分散してリスクを減らす戦略が奏功したといえるかもしれません。
- ・ 創業100周年（2076年）で、売上高1兆円、経常利益500億円を目標としています。日本・アジア・ASEAN地域で事業展開するグローバル企業グループを目指します。

5. 新型コロナウイルス（COVID-19）対策について

- ・ 緊急事態宣言下では、それぞれの店舗で時短営業や休業を実施、本社および事務部門ではテレワークや時短勤務を取り入れました。
- ・ 早々に消毒液・マスク・手袋を確保し、全店舗に配布。全従業員（約7,500名）一人ひとりに50枚のマスクを配布しました。従業員の中で罹患した者はいませんでした。
- ・ 緊急事態宣言解除後も各店舗でのレジ回り飛沫防止カーテンの設置やお客さまとのソーシャルディスタンス確保など、グループ全体で対策を継続しています。
- ・ 緊急事態宣言による休業要請を受けた店舗の従業員（パート・アルバイト含む）に対

大和インベスター・リレーションズ株式会社（以下、「当社」といいます。）はこの資料の正確性、完全性を保証するものではありません。ここに記載された意見等は当社が開催する個人投資家向け会社説明会の開催時点における当該会社側の判断を示すに過ぎず、今後予告なく変更されることがあります。当社は、ここに記載された意見等に関して、お客様の銘柄の選択・投資に対して何らの責任を負うものではありません。この資料は投資勧誘を意図するものではありません。当社の承諾なくこの資料の複製または転載を行わないようお願いいたします。

し、給与の100%を補償しました。

- ・ 全従業員に「新型コロナウイルス対策給付金」として現金1万円を支給しました。

6. 質疑応答

Q1. 業務スーパーなどの食品事業について、今後の見通しをお聞かせください。

A1. スーパーだけで見ると、第1四半期で前年対比125.5%、精肉事業は前年対比168.3%、めぐみの郷事業は前年対比143.1%と好調です。COVID-19の影響により、家庭で食事するという需要が増えたことも大きいと思います。ワクチンの完成・接種には時間を要することを考えると、下期もCOVID-19の影響は、さほど変わらず、食品事業の伸びは続くと考えています。

Q2. COVID-19により外出機会が減り、オートボックス・車関連事業に影響はありましたか。

A2. とても影響がありました。4月が前年対比80%、5月が85%、6月が97%です。7~8月に、やっと前年と同レベルまで回復しました。毎年12月が、この事業のピークで、年間利益の7割を占めていますので、今後の反動に期待しています。COVID-19が収束したとしても、密になる公共交通機関を避け、車を使い始める方が増えてくると予想しています。

Q3. 子会社化した99イチバが運営するminiピアゴと業務スーパーとのすみ分けやシナジー効果について教えてください。

A3. シナジー効果も競合もありません。業務スーパーは売り場面積150~300坪の大型店で、miniピアゴは40~50坪の小型店です。ロケーションも、まったく違います。業務スーパーは幹線道路沿いで駐車場・駐輪場があり、1店舗の売上高は年間約5億円です。miniピアゴは駐車場・駐輪場もなく、歩いてくる方だけが対象で、1店舗の売上高は年間約2億円です。業務スーパーでは一般家庭が3~4日分をまとめて、あるいは業者が大量に購入しますが、miniピアゴは通勤途中で買われる方が多く、購買行動が明らかに異なっています。

Q4.G-7 ミートテラバヤシがアンデス食品を子会社化したねらいを教えてください。

A4. アンデス食品は牛を1頭買いして肉をさばき、公設市場へ卸していました。COVID-19の影響で、公設市場に来るお客さまがほぼゼロになり、大打撃を受けました。G-7 ミートテラバヤシは小売なので、商品があればお客さまが買ってくださいます。1頭買いができるということは商品のコストダウンにつながりますから、当社グループにとってもメリットが大きい。その商品をお肉のてらばやしで売っています。さらに、miniピアゴのPB商品をつくっていかうという計画もあります。こうした狙いがあるアンデス

ス食品を M&A をしました。

以上