

BIKE-O

&COMPANY

株式会社バイク王&カンパニー

株主の皆様へ

第17期

バイク王&Co. 通信

2013年12月1日～2014年11月30日

バイクのリユースを通じて、
社会に必要とされ社会的意義のある
愛される企業を目指します



代表取締役社長

石川 秋彦

代表取締役社長である石川秋彦に第18期の取り組み等について伺いました。

Q. 2014年11月10日に組織変更等のリリースを出されていますが、それらを含めて第18期(2015年11月期 以下18期)の取り組みについて教えてください。

当社はバイク買取専門店としてビジネスをスタートし、バイク買取のビジネスで収益を最大化することを目的に事業を展開してきました。その後、バイク小売事業を本格的に始動させ、現在に至っています。しかしながら、事業を推進するにつれて、両事業間のコミュニケーションの不

足といったような両事業を分けることによる課題が生じてきました。

そこで当社といたしましては、今後、この課題を改善し、今までとは違う仕組み作りやシナジーを再創出することにより、会社全体での売上と利益の最大化に取り組まなければならないと考えています。

このような考えに基づいて新たな期を迎えるにあたり、具体的な取り組みとして3つの要素が重要との結論に至りました。それが「バイク買取事業とバイク小売事業の融合」と「地域特性・顧客属性毎に最適な戦略を推進できる体制の構築」、そして「利益に直結する業務管理体制の整備、強化」です。

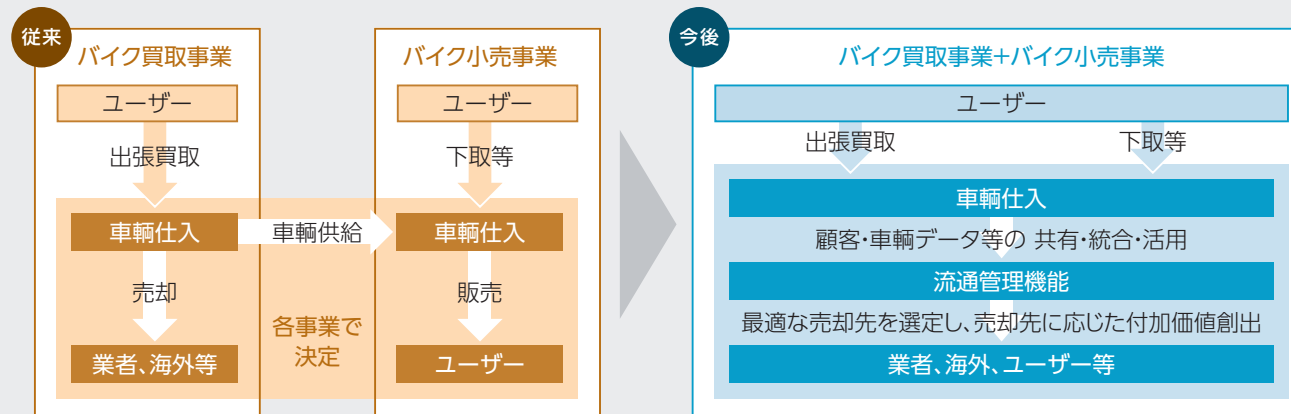
Q. そうなのですね。では、重要とおっしゃられた「3つの要素」とは具体的にどのようなことなのでしょうか。

計画達成を実現するための18期の取り組みとして、まず **PICK UP 1** 「一般のお客様からお売りいただいたバイクを業者向けに売却するバイク買取事業」と「その一部を個人のお客様に販売するバイク小売事業」の融合を目的に組織を変更しました。具体的には買取店舗と小売店舗を同じマネジメント内(グループ)で管理する組織体制を構築しています。これによって、同じバイクという商材を取り扱うメリットが最大限いかせるよう、それぞれの顧客データなどを共有・活用する仕組みを構築することで、利益の最大化を図ります。

また、それぞれの事業が独自に車輛の販売先を決めるのではなく、商品流通管理部門の機能を強化することにより、車輛の特性や顧客ニーズに合わせた販売先の最適化が図られる仕組みを再構築し、全社利益の最大化を目指します。

次に、 **PICK UP 2** 「地域特性・顧客属性毎に最適な戦略を推進できる体制の構築」についてです。今申し上げたとおり「買取」と「小売」を融合した上で、地域を6つのグループに区分し、それぞれのグループ内に買取店舗と小売店舗を配置しました。全国の地域毎にお客様がバイクを利用される環境は異なり、地域毎に特徴があり、また、年齢層や性別などの顧客属性によってもお客様のニーズは異なります。これらに対応するため、今回、営業組織を地域毎

PICK UP 1 独立した買取と小売を融合し、管理体制・仕組み・リソースの共有へ



の管理体制とするとともに、それぞれのグループ毎に得られる仕入から販売までの情報を分析し、そこで得られた結果を共有できる仕組みを構築していきます。

そして将来的には、地域に応じた広告宣伝活動・販売活動や、店舗・人員配置・物流網の効率化等の最適な経営リソースの配分に活用するとともに、地域のお客様のニーズを的確に把握することによってユーザーに愛される店舗づくりを目指します。

さらに、**PICK UP 3** 「利益に直結する業務管理体制の整備、強化」を実施していきます。従来、当社は買取事業の拡大を意図したKPI(重要業績評価指標)を重視し、営業指

標中心の管理を行ってきましたが、買取・小売の融合等の取り組みをより有効に機能させ、全社利益の最大化を図るためには、管理指標を見直す必要が出てきました。

したがって、今後は各グループの取り組みが全社利益に直結するような管理体制を構築するとともに、地域・個店毎の利益管理を充実させるなどこれに連動する評価指標の管理に変えていきます。

また、あわせて意思決定の迅速化によるさらなる経営効率化を進めるとともに、業務執行に対する監督機能の強化を目的に執行役員制度を導入しました。

PICK UP 2 地域特性や顧客属性に合わせた最適な管理体制を構築

従来 組織体制

- バイク買取事業は2グループ
- バイク買取事業・バイク小売事業ごとの管理

ビジネス展開(広告宣伝活動/戦略/店舗・流通網)
「バイク王」のブランディング等を目的に全国統一の展開

今後 組織体制

- マーケティングベースの地域別6グループ
- 各グループに買取・小売店舗を配置

ビジネス展開(広告宣伝活動/戦略/店舗・流通網)
■ 地域特性・顧客属性を踏まえたマーケティングによる展開
■ 経営リソースの最適化・再配分

PICK UP 3 利益に直結する業務管理体制の整備、強化

従来

- バイク買取事業を中心とした営業活動の分析
- 全社における営業指標の分析

今後

- 全社利益の最大化
- バイク買取事業+バイク小売事業を融合した分析
- 地域・個店毎の利益管理・分析

以上の課題解決に真摯に取り組むことで、18期の計画数値の達成に注力するとともに、継続的に利益を上げることのできる事業運営体制の構築を図っていきます。

Q. 18期の取り組みについてはよくわかりました。それでは18期の具体的な計画数値を教えてください。

18期通期の業績予想は売上高18,357百万円(前期比4.8%減)、営業利益297百万円(前期比59.7%増)、経常利益383百万円(前期比24.9%増)、当期純利益223百万円(前期比56.4%増)となります。

Q. 18期も増益の計画なのですね。それでは、最後に株主の皆様メッセージをお願いします。

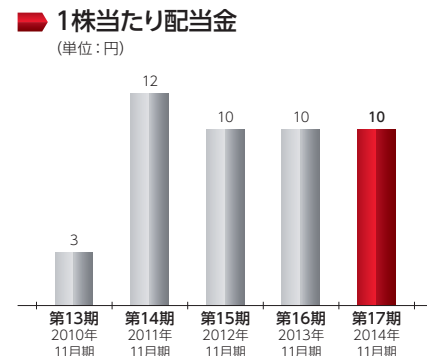
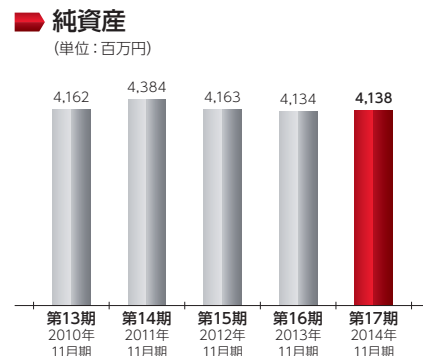
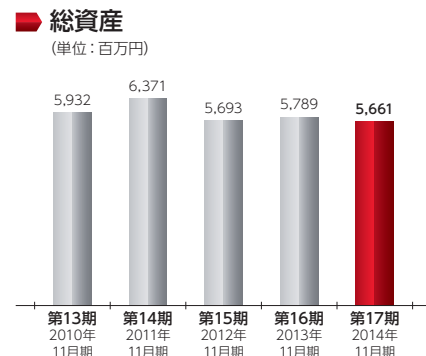
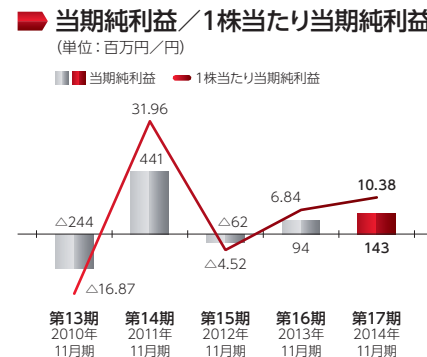
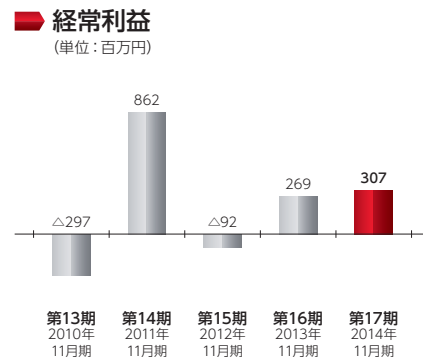
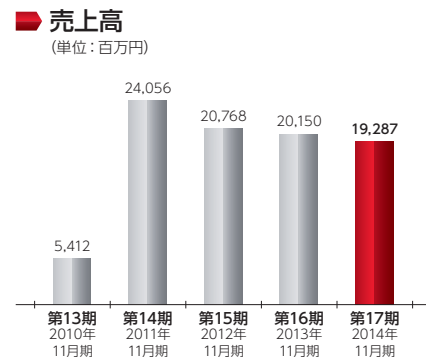
先ほどご説明した18期における取り組みと合わせ、会社の方向性を示すものとして、当社は18期よりビジョンを「バイクライフの生涯パートナー」に変更しました。

ビジョンの変更は、ライダーの平均年齢が50歳を超えている現状において、若い世代のみならず様々な世代が求める商品やサービスを提供することで、長期間にわたってお付き合いいただける企業となるべく、刷新した次第です。

また、既にTVCMをご覧になられた方もいらっしゃるかもしれませんが、このビジョン変更の延長として当社の新しいイメージキャラクターに松井秀喜さんをお迎えしました。松井さんの持つ信頼感、誠実感というイメージと当社の今後目指すべき方向性が同じであることから起用させていただくこととなりました。

当社はこれから新たに掲げたビジョンのもと、社会に必要とされ社会的意義のある愛される企業として存在すべく、新たな体制を構築し、持続的な成長の実現に向け尽力してまいりますので、引き続きご支援賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

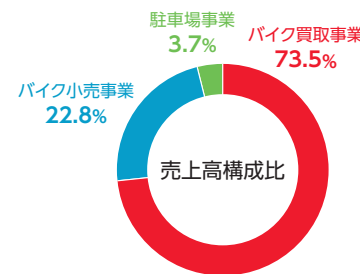




※ 2012年11月期以前の1株当たり当期純利益と1株当たり配当金につきましては、株式分割に伴う影響を加味した遡及修正値を使用しています。

セグメント別情報

バイク買取事業	バイク小売事業	駐車場事業
売上高 16,167 百万円	売上高 5,009 百万円	売上高 810 百万円
経常利益 264 百万円	経常利益 27 百万円	経常利益 15 百万円



※ 各売上高はセグメント間取引消去前の数値を使用しています。

貸借対照表(要旨)

(単位:百万円)

科目	第16期 (2013年11月30日現在)	第17期 (2014年11月30日現在)
資産の部		
流動資産	3,946	4,021
固定資産 Point 1	1,842	1,639
有形固定資産	837	858
無形固定資産	64	65
投資その他の資産	940	715
資産合計	5,789	5,661
負債の部		
流動負債 Point 2	1,366	1,225
固定負債	288	297
負債合計	1,655	1,522

純資産の部

株主資本	4,124	4,138
資本金	585	590
資本剰余金	605	609
利益剰余金	3,329	3,334
自己株式	△395	△395
新株予約権	9	-
純資産合計	4,134	4,138
負債純資産合計	5,789	5,661

Point 1 固定資産

主に繰延税金資産86百万円、敷金及び保証金157百万円の減少と建物21百万円の増加により、前事業年度末比202百万円減少しました。

Point 2 流動負債

主に未払金101百万円、短期借入金40百万円、未払法人税等32百万円、資産除去債務20百万円の減少と未払消費税等51百万円の増加により、前事業年度末比141百万円減少しました。

Point 3 営業活動によるキャッシュ・フロー

主に税引前当期純利益274百万円、減価償却費227百万円、棚卸資産の減少277百万円等により資金が増加し、未払金の減少92百万円等により資金が減少したことから、営業活動の結果獲得した資金は638百万円となりました。

損益計算書(要旨)

(単位:百万円)

科目	第16期 (2012年12月1日から 2013年11月30日まで)	第17期 (2013年12月1日から 2014年11月30日まで)
売上高	20,150	19,287
売上原価	9,259	9,468
売上総利益	10,891	9,818
販売費及び一般管理費	10,770	9,631
営業利益	120	186
営業外収益	156	126
営業外費用	7	5
経常利益	269	307
特別利益	0	7
特別損失	91	40
税引前当期純利益	178	274
法人税等	84	131
当期純利益	94	143

キャッシュ・フロー計算書(要旨)

(単位:百万円)

科目	第16期 (2012年12月1日から 2013年11月30日まで)	第17期 (2013年12月1日から 2014年11月30日まで)
営業活動によるキャッシュ・フロー Point 3	666	638
投資活動によるキャッシュ・フロー	△129	△215
財務活動によるキャッシュ・フロー	△196	△233
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	340	189
現金及び現金同等物の期首残高	1,780	2,120
現金及び現金同等物の期末残高	2,120	2,309

2014年の国内新車販売(出荷)台数は2年連続増加の42万台となる見込み

2014年の二輪車国内新車販売(出荷)台数は、前年比0.6%増の42万2,000台と推定されており、4年連続で40万台を超え堅調に推移することが見込まれます。2008年の国内排出ガス規制強化とリーマンショックによる世界不況を背景に、2007年以前は70万台前後で推移していた販売(出荷)台数は、2008年に52万台、2009年には38万台へと急落し2010年も前年比減と減少傾向にありました。しかし、2011年から需要が増加傾向に転じ、2014年までゆるやかな回復基調にあります。特に、軽二輪が2011年～2014年まで4年連続前年比増、小型二輪は2012年～2014年まで3年連続前年比増となる見込みで、これらのクラスの需要が増加傾向にあります。

軽二輪は車検がなく維持費が安い、扱いやすい等の特長を持つクラスですが、2013年にカワサキ「ニンジャ250」が発売され、そのスポーティーなスタイルと街乗りからサーキットまでこなす性能の高さから若者を中心に人気を得ました。このヒットを皮切りに、各メーカーから新型車が投入されました。また、2013年に発売されたヤマハ「マジスティS」は、コンパ

軽二輪国内販売台数TOP2(2014年)



1位 マジスティS(ヤマハ)



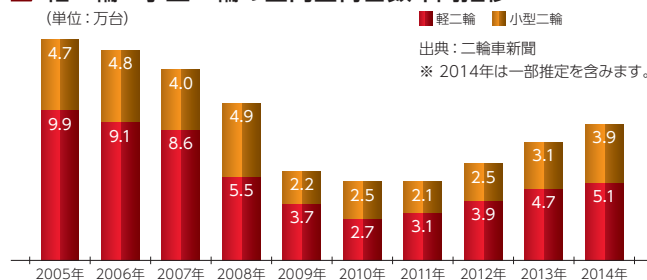
2位 ニンジャ250(カワサキ)

※車種別国内販売台数順位については二輪車新聞の推定によるものです。

クトサイズのスクーターでありながら、スポーティーな乗り味が人気を博し、2014年の販売台数トップとなりました。

また、小型二輪においても各メーカーから新型車が投入されたことに加え、海外の人気モデルを国内向けに販売したことなどにより、車輛のラインナップがより一層充実してきています。特に、リーズナブルな価格で操る楽しさと燃費性能を両立させた、排気量1,000cc以下のモデルの人気が高まっており、2012年に発売されたホンダ「NC700X」が2013年の小型二輪車販売台数2位となり、2014年はヤマハ「MT-09」が1位となりました。

軽二輪・小型二輪の国内出荷台数年間推移



小型二輪国内販売台数TOP2(2014年)



1位 MT-09(ヤマハ)



2位 CB400(ホンダ)

バイク王&カンパニーで働くスタッフに仕事に対する心構え等を聞きました。



日ごろから様々なことを勉強し、お客様一人一人に合ったベストな提案を

バイク王市川店
大塚潤也

バイクライフプランナーとして大事にしていることは?

私がバイクライフプランナーとして大事にしていることは、より良い接客ができるように、常に勉強して自分自身を成長させ続けることです。バイクの車輛知識や基本的な接客マナー、言葉づかいなどはもちろんですが、お客様に対してベストな提案ができるように日ごろから様々なことを勉強するようにしています。例えば、私は独身ですが、お子さんのいるお客様の気持ちを理解するために、チャイルドシートや子供を乗せるカゴ付きの自転車の価格、ミルクやオムツ代は月にいくらかかるのかなどを調べたり、お子さんのいるお客様に教えていただくなど、常に知識を増やすことを意識しています。

バイクライフプランナーのやりがいは?

お客様の中には、いざバイクを手放すという場面になると、バイクと過ごした日々やエピソードを思い返し感傷的になる方が少なくありません。私がバイクライフプランナーとしてやりがいをを感じる時は、そういうお客様とお話させていただき、最後はお客様に笑顔でバイクを手放していただけた時です。

また、様々な年代のお客様と接する機会があるので、幅広い知識を得ることができ、自分の人生においても非常に有益な体験ができていると常に感じています。

お客様と接するにあたり、心がけていることは?

私がお客様と接するにあたり心がけていることは、お客様一人一人に合った説明やご提案をすることです。あまりバイクに詳しくない方には、専門用語などを使わずに分かりやすく車輛状態を人間の体に例えて説明したり、売却後の手続きなどを心配されている方には、当社で行う手続きの手順や、必要な日数などを詳細に説明するなど、少しでもお客様の不安を払拭し、納得して気持ちよくお売りいただけるように努めています。



■ 会社概要

商号 株式会社バイク王&カンパニー
 本社所在地 〒108-0022 東京都港区海岸三丁目9番15号
 LOOP-X(ループエックス)13階
 事業内容 バイクの購入から売却までをトータルプロデュースする
 流通サービス業
 設立 1998年9月(創業1994年9月)
 資本金 590,254千円
 従業員数 782名

■ 役員 (2015年2月26日現在)

取締役
 代表取締役社長 石川 秋彦
 取締役会長 加藤 義博
 常務取締役 大谷 真樹
 取締役 山縣 俊
 取締役 齊藤 友嘉
 監査役
 常勤監査役 産形 昭夫
 監査役 諏訪 浩
 監査役 山口 達郎

※1 取締役のうち、齊藤 友嘉氏は社外取締役であります。
 ※2 監査役のうち、諏訪 浩、山口 達郎の各氏は社外監査役であります。

■ 株式の状況

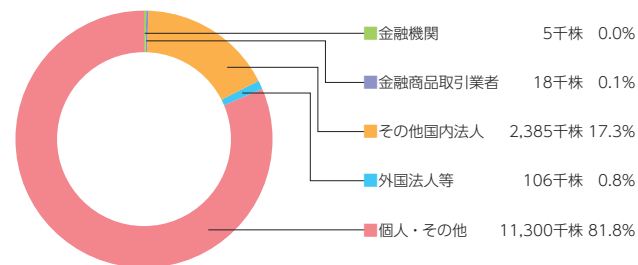
発行可能株式総数 普通株式 60,000,000株
 発行済株式の総数 普通株式 15,315,600株
 (自己株式1,500,000株を含む)
 株主数 3,552名

■ 大株主

株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
石川 秋彦	3,922	28.4
加藤 義博	3,059	22.1
有限会社ケイ	900	6.5
株式会社ユー・エス・エス	773	5.6
本多 均	764	5.5
株式会社ジャスティス	524	3.8
石川 ゆかり	423	3.1
バイク王&カンパニー従業員持株会	343	2.5
加藤 信子	294	2.1
株式会社ジャスト	150	1.1

※1 当社は、自己株式を1,500千株保有しておりますが、上記大株主からは除外しております。
 ※2 持株数は、千株未満を切り捨てて表示しております。
 ※3 持株比率は、自己株式を控除して計算しております。
 ※4 持株比率は、小数点以下第1位未満を四捨五入して表示しております。

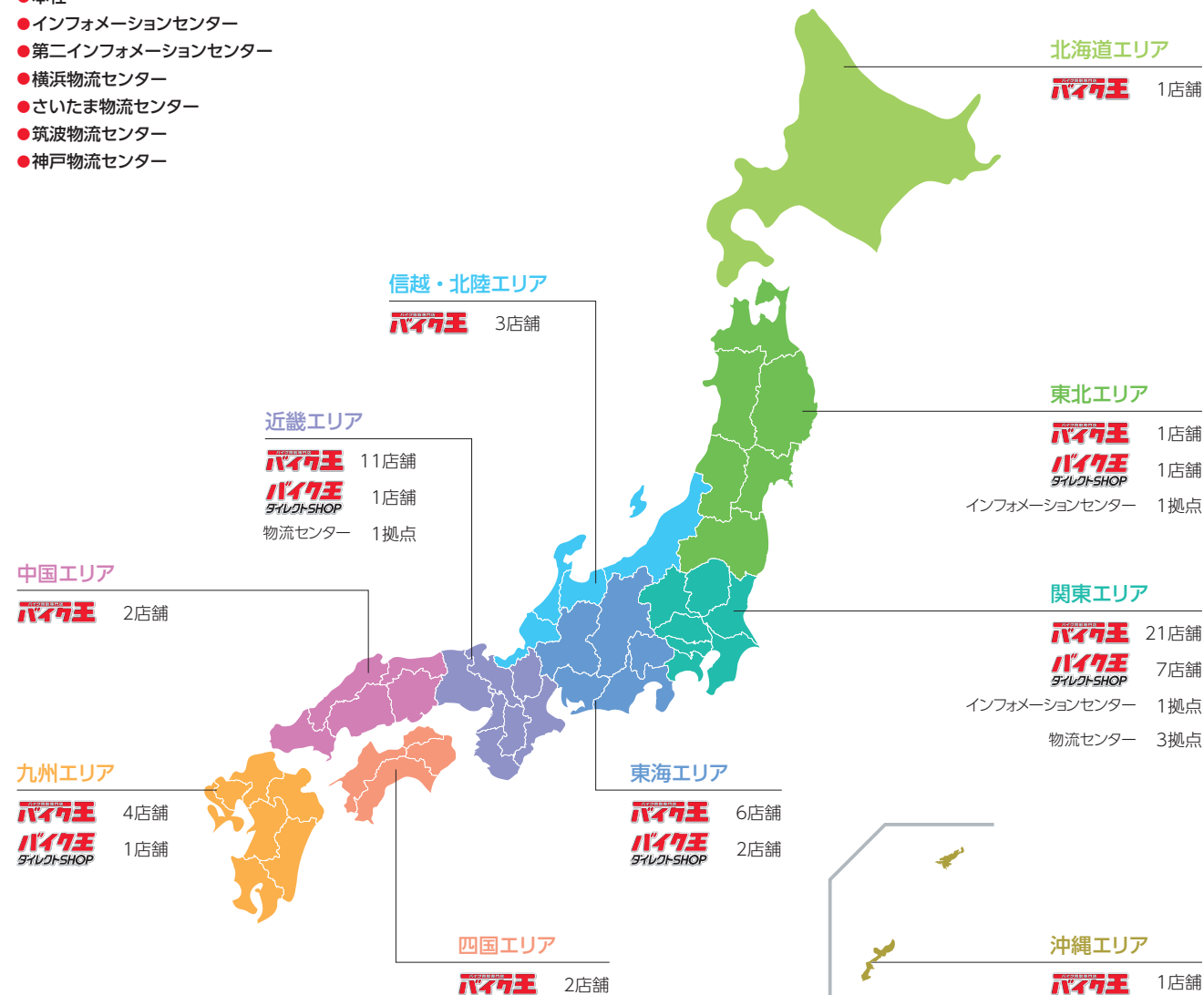
■ 所有者別株式分布状況



※1 持株比率は、自己株式を控除して計算しております。
 ※2 持株比率は、小数点以下第1位未満を四捨五入して表示しております。

■ ネットワーク

- 本社
- インフォメーションセンター
- 第二インフォメーションセンター
- 横浜物流センター
- さいたま物流センター
- 筑波物流センター
- 神戸物流センター



株主メモ

事業年度	12月1日から翌年11月30日まで
定時株主総会	事業年度末日の翌日から3ヶ月以内
定時株主総会の基準日	11月30日
剰余金の配当基準日	
・期末配当	11月30日
・中間配当	5月31日
株主名簿管理人	三菱UFJ信託銀行株式会社
同連絡先	三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部 〒137-8081 東京都江東区東砂七丁目10番11号 0120-232-711 (フリーダイヤル)
特定口座の口座管理機関	みずほ信託銀行株式会社
同連絡先	みずほ信託銀行株式会社 証券代行部 〒168-8507 東京都杉並区和泉二丁目8番4号 0120-288-324 (フリーダイヤル)
公告方法	当社ウェブサイト (http://www.8190.co.jp/company/) もしくは日本経済新聞

ホームページのご案内

当社のHPでは、株主・投資家の皆様に対して、企業情報や財務情報をはじめとして、積極的に情報開示を行っております。当社をよりご理解いただくためにも、ぜひアクセスしてください。

<http://www.8190.co.jp/company/>

