

|| 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 >>>](#)

2020 年 9 月 3 日 (木)

執筆：フィスコアナリスト

村瀬智一

FISCO Ltd. Analyst **Tomokazu Murase**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2020年11月期第2四半期業績	01
2. 車両における質の向上による全体の利益率向上、 リテール販売台数の量の確保により平均売上単価・平均粗利額が上昇	01
3. 市場環境	01
■ 会社概要	02
■ 事業概要	04
■ 強み	05
■ 業績動向	06
1. 2020年11月期第2四半期業績	06
2. 売上総利益の増益要因	08
3. 2020年11月期の業績予想	09
4. 新しい取り組み・周辺事業の拡大	10
■ 市場環境	10
1. バイク保有台数の推移	10
2. 新型コロナウイルス感染症の拡大による影響	12
■ ESGの取り組み	12
■ 株主還元策	14

■ 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 月期第 2 四半期業績

2020 年 11 月期第 2 四半期 (2019 年 12 月 - 2020 年 5 月) の業績は、売上高 10,580 百万円 (前年同期比 4.6% 増)、営業利益 150 百万円 (同 30.4% 増)、経常利益 206 百万円 (同 19.8% 増)、四半期純利益 115 百万円 (同 75.0% 増) だった。通期計画に対する営業利益の進捗率は 65.2% と順調な進捗となった。

2. 車両における質の向上による全体の利益率向上、リテール販売台数の量の確保により平均売上単価・平均粗利額が上昇

同社の主な取り組みとして、「仕入力強化」と「販売力強化」が挙げられる。仕入力強化においては、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、リテール販売の商品ラインア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た。その結果、リテール販売台数の量の確保により、平均売上単価 (1 台当たりの売上高)・平均粗利額 (1 台当たりの粗利額) が上昇している。

3. 市場環境

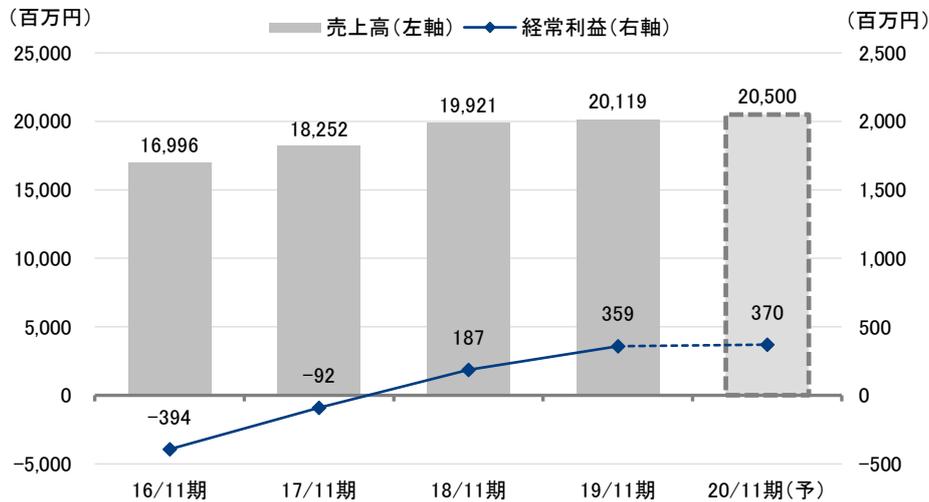
(一社) 日本自動車工業会によるバイク保有台数の推移を見ると、全体としては年々減少傾向にある。これは全体の 49.9% を占める原付第一種 (~ 50cc) の保有台数が減少していることが要因である。電動自転車の台頭などもあり、気軽に乗れる移動手段として市場を喰われていることがうかがえる。しかしながら、排気量別で見ると、同社が求める高市場価値車両である原付第二種以上 (51cc ~) の車両の保有台数は相対的に微増傾向が続いていると弊社では考えている。

Key Points

- ・注力するリテール販売台数の増加による利益押し上げ効果が顕在化
- ・ホールセールは、リテールシフトにより台数減少も高市場価値車両の強化による質が向上し利益率上昇
- ・新型コロナウイルス感染症拡大により「密」を避けるバイク活用、大規模な災害に備えたバイク導入が追い風と弊社では考える

要約

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

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を推進

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。また、継続的に複合店（買取及びリテール販売を展開する店舗）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。

環境省環境再生・資源循環局総務課リサイクル推進室では、2018年6月に閣議決定された第四次循環型社会形成推進基本計画において、循環型社会形成に向けて取り組むべき課題の1つとして「ライフサイクル全体での徹底的な資源循環」が挙げられている。その取り組みの1つとして、リユースの確立・普及促進が求められている。2015年度の環境省調査によると国内のリユース市場規模は、消費者の最終需要ベースで約3兆1千億円となっており、そのうちバイク・原付バイクにおいては、2,000億円超であった。同社のリテール売上高は70億円（2019年11月期実績）からみると市場規模の3.5%程であり、弊社としては今後の中古市場の認知に加えて取引の透明性や安全性などが進むことにより、成長余地は大きいと考えている。

バイク王 & カンパニー | 2020年9月3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氏（いしかわあきひこ）と取締役会長の加藤義博氏（かとうよしひろ）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、併せてバイクコンテンツサイト名も「Bike Life Lab supported by バイク王」に統合。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。

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	ジャスダック証券取引所に株式上場（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
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

出所：ホームページよりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレマー）をお読みください。

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

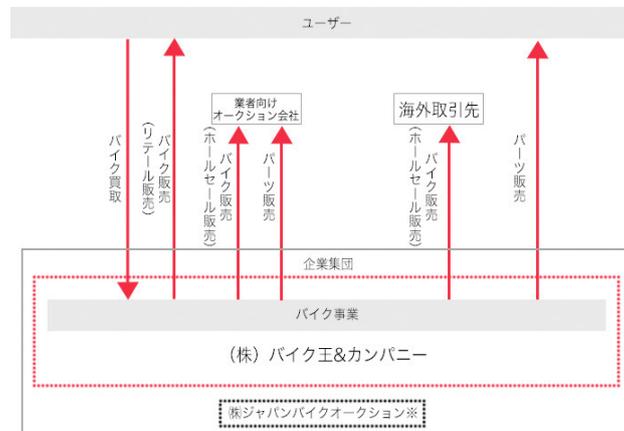
■ 事業概要

「バイク王」ブランドで全国展開、高市場価値車両とリテールに注力

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リテール販売する。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 7 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、第二コンタクトセンターのほか、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、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（買取及びリテール販売を展開する店舗）を拡大し集客力の向上に努めていることにより、ホールセールならびにリテールの利益成長が増加傾向にある。

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、車輻における質の向上による全体の利益率向上、 リテール販売台数の量の確保により平均売上単価・平均粗利額が上昇

同社は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販売を強化することで、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おいて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、リテール販売の商品ラインア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た。これにより、仕入れは好調に推移しており、高市場価値車輻を中心に量と質の向上が図られ、リテール販売に適した在庫も十分に確保。リテール販売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伺う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。

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他社と異なり中間マージンの上乗せが不要であり、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輻は、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、同社では買取した車輻を約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。

強み

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料のほか、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、対面販売だけでは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。

*車両により保証期間は異なる。(保証を受けるには条件がある)

ホールセール販売の特長は、(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、リテール販売の特長は、(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。

業績動向

注力するリテール販売台数の増加による利益押し上げ効果が顕在化

1. 2020年11月期第2四半期業績

2020年11月期第2四半期(2019年12月 - 2020年5月)の業績は、売上高10,580百万円(前年同期比4.6%増)、営業利益150百万円(同30.4%増)、経常利益206百万円(同19.8%増)、四半期純利益115百万円(同75.0%増)だった。通期計画に対する営業利益の進捗率は65.2%と順調な進捗となった。原付第一種(~50cc)、原付第二種(51~125cc)、軽二輪(126~250cc)、小型二輪(251cc~)において、同社の主力仕入とする高市場価値車輛が伸びており、平均売上単価は前年同期を上回っている。ホールセールではコロナの影響踏まえ販売方法の工夫により台数が減少しているが、車輛における質の向上によって全体の利益率は向上している。

2020年11月期第2四半期の業績

(単位:百万円)

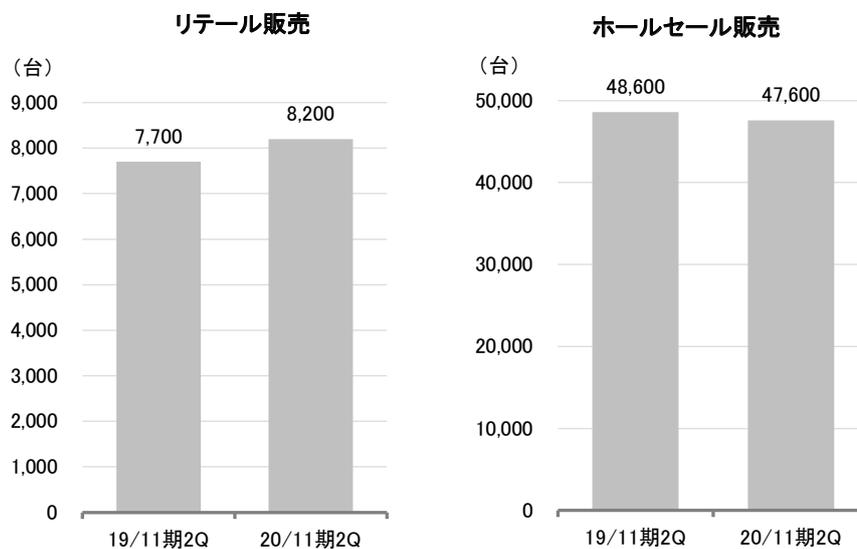
	19/11 期 2Q	20/11 期 2Q	
	実績	実績	前年同期比
売上高	10,112	10,580	4.6%
営業利益	115	150	30.4%
経常利益	172	206	19.8%
四半期純利益	66	115	75.0%

出所:決算短信よりフィスコ作成

バイク王 & カンパニー | 2020年9月3日(木)
 3377 東証2部 | <https://www.8190.co.jp/ir/>

業績動向

また、リテールにおいては、台数及び質の向上により利益率が向上している。2020年11月期第2四半期の主な取り組みとして、「仕入力強化」と「販売力強化」が挙げられる。仕入力強化においては、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、リテール販売の商品ラインア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た。2020年11月期第2四半期のリテール販売台数は8,200台（前年同期比6.5%増）、ホールセール販売台数は47,600台（同2.1%減）であった。



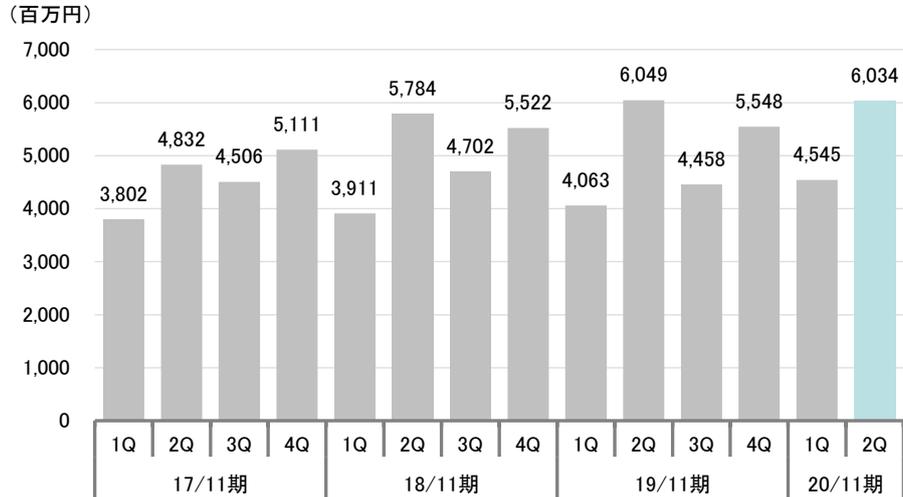
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

2020年3月以降は、新型コロナウイルス感染症（以下、コロナ）拡大の影響を受け、一時的に仕入れにおいて顧客の買取申し込みが減少した。また、広告投下の一部縮小やキャンペーンの延期、感染症拡大防止のための店舗の営業時間短縮等を実施したことにより、仕入台数が低調に推移した。一方で価格面は、オークション相場の変動を注視し仕入価格の適正化を図っている。リテール販売では2020年4月7日の「緊急事態宣言」発令後、顧客の来店に一部減少が見られたが、その後の解除に伴い回復した。またホールセール販売では、オークション相場下落が見られたため、売却価格の水準を維持する立場で対応したことによって、オークション相場は回復しさらに改善する状況となっている。

なお、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、4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分かる。

業績動向

四半期ごとの売上高推移



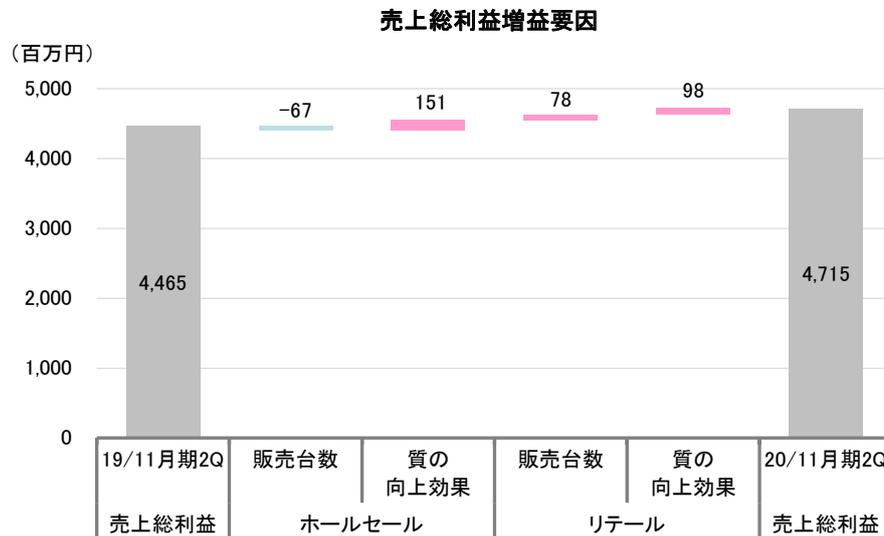
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

ホールセール質の向上による利益率上昇とリテール販売台数の増加が利益押し上げ

2. 売上総利益の増益要因

2020年11月期第2四半期の売上総利益は前年同期比5.6%増の4,715百万円であった。売上総利益の増益要因としては、ホールセールにおいては、台数減少による影響で67百万円の減収があったが、質の向上（高市場価値車両）による利益率押し上げ効果が151百万円あり、また、リテールにおいては、台数増加による押し上げ効果が78百万円、質の向上による利益率押し上げ効果が98百万円などであった。

業績動向



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

下期は仕入強化キャンペーンの実施や販売強化施策・通信販売の強化を実施

3. 2020年11月期の業績予想

2020年11月期の業績予想については、売上高 20,500 百万円（前期比 1.9% 増）、営業利益 230 百万円（同 9.1% 増）、経常利益 370 百万円（同 2.9% 増）、当期純利益 210 百万円（同 2.0% 増）とする期初計画を据え置いている。コロナの影響は、現在のところ軽微である。コロナの影響への今後の対応として、第3四半期以降は仕入強化キャンペーンの実施を行うとともに仕入価格の適正化を継続する。また、販売力として、販売強化施策の実施、通信販売の強化、販売方法の工夫を継続する計画である。

2020年11月期の業績予想

(単位：百万円)

	19/11 期 実績	20/11 期	
		予想	前期比
売上高	20,119	20,500	1.9%
営業利益	210	230	9.1%
経常利益	359	370	2.9%
当期純利益	205	210	2.0%

出所：決算短信よりフィスコ作成

4. 新しい取り組み・周辺事業の拡大

車両以外にバイクに関する周辺ビジネスの拡大を進めており、顧客との接点の創出による車両販売機会の拡大と二輪業界全体の発展を目的として、2020年7月にはバイク王盛岡店を盛岡市津志田西（盛岡南ショッピングセンターサンサ内）に移転し、リニューアルオープンしている。同店舗は、新たな試みとして従来の買取サービスに加え、ジャンル・排気量を問わず約80台の在庫を用意し、リテール小売販売サービスを開始。また、同社の子会社でバイク用品部品の総合卸売事業を展開する（株）ヤマトの事業基盤を生かし、バイクの車両から用品部品の購入、アフターメンテナンスまでのサービスをワンストップで提供する。ヤマトについては、新たな収益源の創造および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2019年12月に完全子会社化している。

その他、大型商業施設「ハーバーシティ蘇我」のショッピングモール「スポーツ & パリユーモール GLOBO」内に店舗を構える「GLOBO 蘇我店」においては、常時150台のバイクを取り揃えているほか、2020年6月には期間限定でハーレーダビッドソンを集結させるといった専門店化にも取り組んでいる。そのほか、同年7月には「バイク王 太宰府店」をバイクワールド太宰府大佐野店内に期間限定で出店し、同店舗では初めての試みとして全ての車両の整備をオプションとし、自身で「選べる販売方式」を実施。ニーズに合わせて乗り出し価格を選ぶことができる新しい販売方法取り入れるなど、様々な取り組みを行っている。

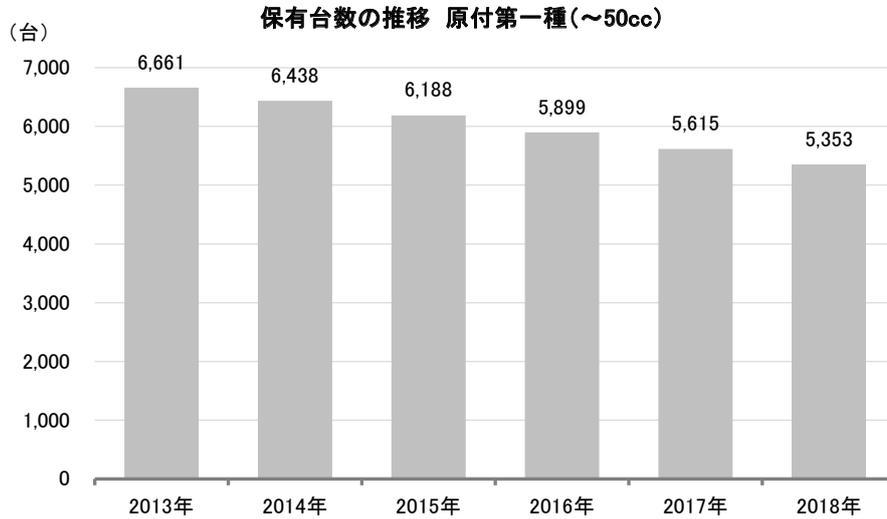
■ 市場環境

バイク保有台数は減少傾向だが、 同社が主力とする高市場価値車両は緩やかな増加傾向が続く可能性

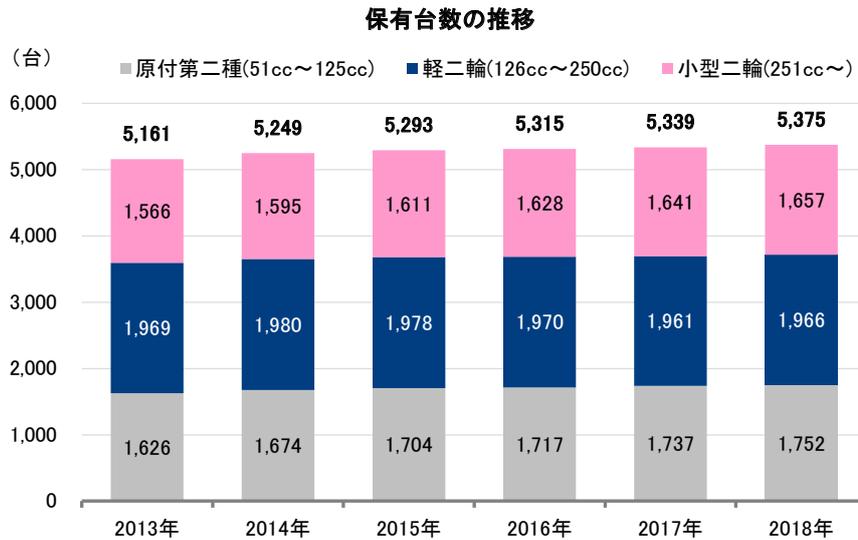
1. バイク保有台数の推移

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。電動自転車の台頭などもあり、気軽に乗れる移動手段として市場を喰われていることがうかがえる。しかしながら、排気量別で見ると、同社が求める市場価値の高い原付第二種以上（51cc～）の車両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。高市場価値車両においては、40代や50代の顧客による購入比率が高いと見られ、これは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であり、子供の養育がひと段落したことでツーリングなど自分の余暇を楽しむ余裕が生まれたことなども、高市場価値車両の購入に向かっている要因と思われる。

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

コロナにおける「密」を避けるバイク活用、 大規模な災害に備えたバイク導入が追い風と弊社では考える

2. 新型コロナウイルス感染症の拡大による影響

今期はコロナの影響から、「密」を避ける流れも追い風になるだろう。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になる。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ところであると弊社では考えている。また同社では、電車通勤からバイク通勤への切り替えを検討している顧客を応援するために、「平日」「51cc以上」に限定しているレンタルバイクの50%OFFサービスについて、期間限定ではあったが「1週間レンタル50%OFF」を50ccも対象とするなどの展開を行っている。

また、災害の多い日本においては、いち早く現地の状況を確認するためバイクのニーズが大きい。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た。災害が起こったときに1つでも多くの緊急交通路を迅速に確保できるかがその後の国の将来を左右するとし、バイクの重要性が認識されている。

■ ESG の取り組み

女性が活躍できる職場環境の整備や、 コロナ拡大による影響で販路を失った野菜生産者支援に取り組む

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、多様な人財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。

バイク王 & カンパニー | 2020年9月3日(木)
3377 東証 2 部 | <https://www.8190.co.jp/ir/>

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。

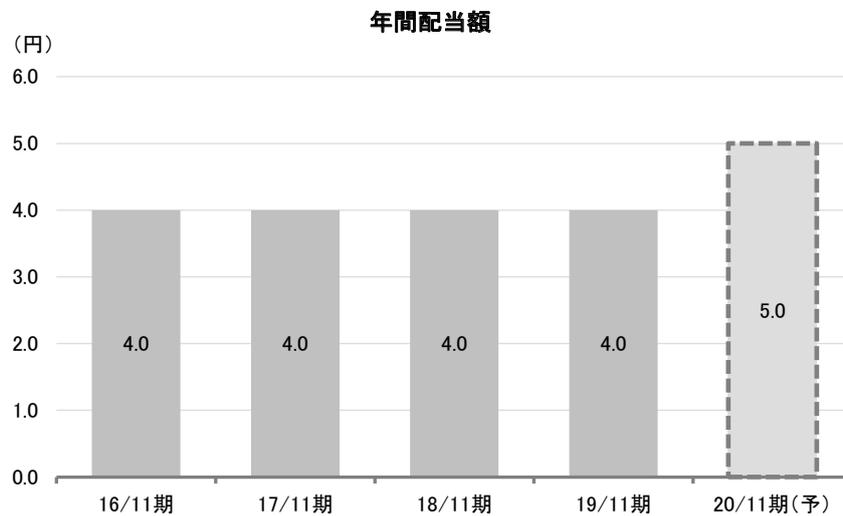
また、同社は、コーポレート・ガバナンスにおける意識も高く、比較的早い段階で監査等委員会設置会社に移行するなど、持続的な成長と中長期的な企業価値向上に資する迅速・果敢な意思決定の遂行に向けたコーポレート・ガバナンス体制の強化に取り組んでいる。現在、取締役会は、2 名の社外取締役を含む 7 名の取締役により構成。構成員の過半数を社外取締役とする監査等委員会を設置することで、社外取締役による業務執行の監督機能の充実およびモニタリング機能の強化により、コーポレートガバナンス体制の一層の充実とさらなる企業価値の向上が図れると判断している。

そのほか、コロナによる影響で販路を失った野菜の価値に注目し、野菜生産者の支援と従業員支援の観点から、これらの野菜を購入するとともに、従業員もしくはその家族に支給するといった「野菜生産者を支援する取り組み」を行っている。創業より、不法投棄や放置されるバイクの価値を見出しリユースを促す観点からバイクの買取業務を始めており、他にどのような社会貢献ができるのかについて検討した結果、創業当時における同社ビジネス起点および理念の観点から、学校給食などの中止により廃棄される可能性のある野菜を購入し、野菜を必要とする人たちに繋げる取り組みにつながっている。また、この取り組みにおいては、野菜生産者支援の一助になると考えるとともに、厳しい環境下にありながら感染防止に配慮しながら業務に従事している全従業員もしくはその家族に対し野菜を配送にて支給することで、健康管理や外出自粛のサポートすることを目的としている。今後も、政府や各自自治体等において検討されている経済支援策だけではなく、同社にできる支援策を実施していくとしている。

■ 株主還元策

2020年11月期は前期実績から1円増配し年5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、業績予想を踏まえ、前期実績から1円増配し年5円を計画している。



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）同社がリテール販売（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 5-11-9

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（情報配信部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp