

|| 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 >>>](#)

2022 年 2 月 14 日 (月)

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. 2021年11月期業績	01
2. 2022年11月期見通し	01
3. 中期経営計画	02
■ 会社概要	03
■ 事業概要	05
■ 強み	06
■ 業績動向	08
1. 2021年11月期業績	08
2. 売上高構成	09
3. 売上総利益の増減要因	12
4. 四半期ごとの売上高 / 経常利益（損失）の推移	12
5. 販売費及び一般管理費の増減要因	13
6. 主な経営指標と店舗・人財	14
7. 財政状態	14
■ 今後の見通し	16
1. 2022年11月期業績予想	16
2. 販売力強化のための施策	17
■ 中期経営計画	18
1. CRMモデルの確立	20
2. 新規事業	21
3. 出店計画	21
■ ESGの課題と取り組み	22
■ 株主還元策	23

## ■ 要約

### 2021年11月期は過去最高益を更新し中期経営計画を策定。 CRM及び整備インフラの構築、新規事業領域広げ成長加速へ

バイク王 & カンパニー <3377> 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、設立当初のバイク買取専門店としての「バイクを売るならバイク王」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。

#### 1. 2021年11月期業績

2021年11月期業績は、売上高26,570百万円（前期比18.9%増）、営業利益1,558百万円（同120.3%増）、経常利益1,770百万円（同105.9%増）、当期純利益1,226百万円（同106.3%増）だった。2021年3月及び6月と2度業績予想の上方修正を発表したが、それらの計画を上回っての着地となり、売上高及び当期純利益は過去最高を更新している。2021年11月期は従来から進めてきた複合店における仕入れ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とともに、経営基盤の強化に努めた。具体的には、リテール向け車両の仕入れの強化、仕入れ台数の確保、販売力の強化によるホールセールにおける販売車両の質の向上、リテール販売台数の増加、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した。さらに、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した。

#### 2. 2022年11月期見通し

2022年11月期については、売上高27,500百万円（前期比3.5%増）、営業利益1,750百万円（同12.3%増）、経常利益1,950百万円（同10.2%増）、当期純利益1,300百万円（同6.0%増）を見込んでいる。従来から進めてきた複合店（買取及びリテールを展開する店舗）における仕入れ力及び販売力の強化による効果が表れており、前期に新規出店した2店舗、移転・増床した5店舗について、それぞれ出だしは好調であることに加え、既存店の売り上げも伸びている。今期は8店舗を目安に出店を計画しているが、これまでの店舗戦略の実績から見ても、複合化による着実な業績の押し上げ効果が期待できると弊社では考えている。加えて、全国統一の査定基準によって透明性の高い市場環境を構築、顧客へ質の高いサービスを提供するなど、各施策も成果を上げている。

## 要約

## 3. 中期経営計画

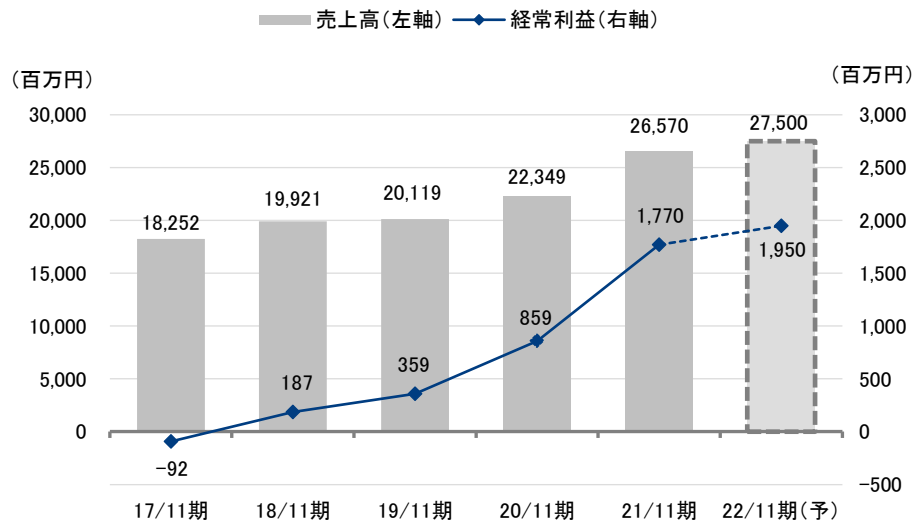
同社は持続的な成長に向けた新たなコーポレートミッションとして「まだ世界にない、感動をつくる。」を掲げ、ビジョンである「バイクライフの生涯パートナー」の実現に向けて、2022年11月期から2024年11月期までの3ヶ年の中期経営計画を策定した。2024年11月期の最終年度に売上高315億円、経常利益25億円を計画しており、2021年11月比売上高成長率は19%、経常利益成長率41%を見込む。

1年目は成長の準備期間として位置付け、経営陣及び全従業員の企業価値向上に向けた意識改革のため、株式報酬制度および株式給付信託の導入を発表した。また、戦略の三本の柱となるCRM(カスタマーリレーションシップマネジメント：顧客関係管理)推進、整備インフラ、システムプラットフォームを軸として、設備投資、人的投資、IT投資を推進する。そして、営業戦略、オペレーション戦略、情報戦略、人事戦略、財務戦略によって一層の企業価値の向上と事業規模の拡大に取り組むほか、2年目以降にこれらの効果が出現することで成長の加速化を図る計画だ。

## Key Points

- ・圧倒的な「バイク王」ブランドの認知度
- ・中期経営計画を策定、CRM推進、整備インフラなどDX化を加速
- ・設備投資、人的投資、IT投資に約30億円の投資を計画
- ・買取だけでなく中古バイク販売シェアもNo.1

## 業績推移



## ■ 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 「バイクのことならバイク王」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、設立当初のバイク買取専門店としての「バイクを売るならバイク王」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。

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・アクセサリー専門店、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。バイクに関する周辺ビジネスの拡大として2021年4月にはECサイトの運営・管理業務を担う子会社（株）バイク王ダイレクトを設立。車輛販売への相乗効果及び顧客満足度を高めるため、車輛とその用品・部品を取り扱うECサイトを立ち上げた。

**バイク王 & カンパニー** | 2022年2月14日(月)  
 3377 東証2部 | <https://www.8190.co.jp/ir/>

## 会社概要

## 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)を開業
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
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
2021年 4月	車輛とその用品・部品を取り扱うECサイトを営む子会社「株式会社バイク王ダイレクト」を設立

出所: ホームページよりフィスコ作成

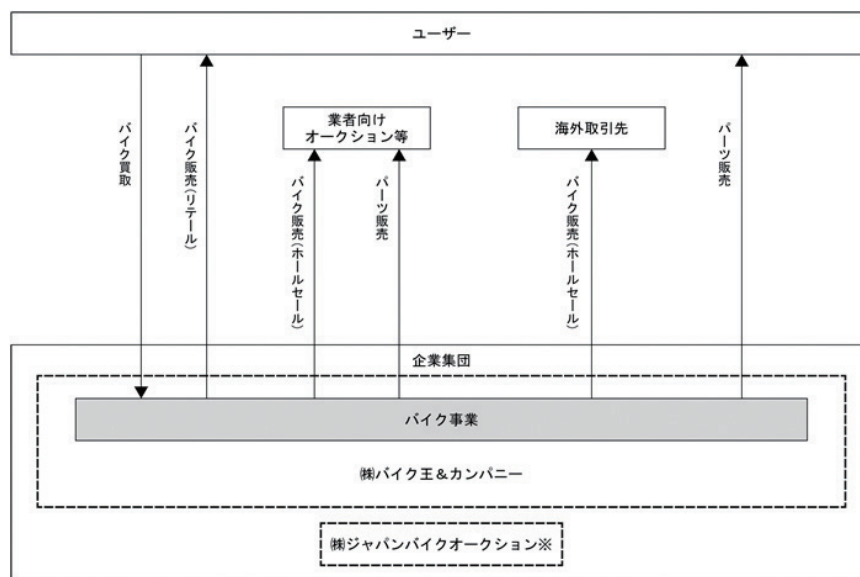
## ■ 事業概要

### 「バイク王」ブランドで全国展開、高市場価値車両の確保と継続的なエリア拡大、複合店化などリテール拡大戦略は順調に進捗

中古バイクの買取から販売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25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、全国63店舗を展開している。出張買取とリテール、両方の機能を持つ店舗への転換となる複合店化を推進しており、現在は全国63店舗のうち59店舗が複合店となり、残りの店舗においても複合店化を進めている。また、2021年4月にはECサイトの運営・管理業務を担う子会社バイク王ダイレクトを設立し、Eコマース事業に参入した。その他、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売上高構成比率は、ホールセールが約6割、リテールが約4割となっており、リテール拡大戦略が順調に進捗していることから、リテールの売上高構成比率は上昇傾向にある。また、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：同社ホームページより掲載



## ■ 強み

### 圧倒的な「バイク王」ブランドの認知度、 顧客へ質の高いサービスやメーカー・車種を問わず最適な査定、 「ホールセール」と「リテール」の2つの流通網

同社の強みは、(1) バイク中古車買取で圧倒的な「バイク王」ブランドの認知度を誇るバイク買取のリーディングカンパニーであること、(2) 顧客ニーズを24時間・365日体制で受け付け、無料出張買取サービスを展開するネットワーク網など顧客へ質の高いサービスを提供していること、(3) 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」の流通網を活用した全国統一の査定基準によって、顧客が安心して利用できる透明性の高い市場環境を構築していること、(4) 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つの流通網を持っていることの4つとなる。

#### (1) 圧倒的な「バイク王」ブランドの認知度

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「バイク王」のブランド名は認識されている。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と進化した。さらにバイクに関する周辺ビジネスの拡大を推進している。

#### (2) 顧客へ質の高いサービスを提供

顧客ニーズを24時間・365日体制で受け付け、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かう無料出張買取サービスを展開するネットワーク網を生かした迅速な対応が可能である。バイク買取利用率No.1(2021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。その他、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なかから「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送料無料にしているほか、指定のエリア内であれば店舗間送料が無料となっている。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さら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両については、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。ECサイトの運営・管理業務を担う子会社バイク王ダイレクトの設立により、新たな顧客層の拡大を図っていききたいと考えている。

※ 車両により保証期間が異なり、保証を受けるには条件がある。



## 強み

**(3) 全国統一の査定基準によって透明性の高い市場環境を構築**

顧客から選ばれるために重要な要素が適正買取であり、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ている。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。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「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。また、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応じた最適な査定が可能である。

**(4) 「ホールセール」と「リテール」の 2 つの流通網**

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。業者向けオークションへの卸売を生かしたキャッシュ・フロー経営を実践し、豊富な仕入れを生かしたリテールを強化することで、さらなる成長を目指す。一般的な販売店の下取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。

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ことなどが挙げられる。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。

そのほか、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ている。販売力強化においては、マーチャндаイジング施策を展開し、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、同社の第 1 四半期は冬にあたるため、バイクのオフシーズンとなることから赤字体質になる傾向があった。そこで、第 1 四半期の赤字を解消するため、第 4 四半期に次期を見据えて準備する戦略を展開し、2020 年 11 月期の第 1 四半期は黒字に転じることが出来ている。つまり、第 1 四半期で売れる量を第 4 四半期において十分に確保できる体制に変化したということであり、これが全体の収益力を引き上げる結果につながっている。

## 業績動向

### 2021年11月期は売上高及び当期純利益は過去最高を更新。 高市場価値車輛の比率が上昇し、 車輛売上単価及び平均粗利額は大幅に増加

#### 1. 2021年11月期業績

2021年11月期業績は、売上高26,570百万円（前期比18.9%増）、営業利益1,558百万円（同120.3%増）、経常利益1,770百万円（同105.9%増）、当期純利益1,226百万円（同106.3%増）だった。2021年3月及び6月と2度業績予想の上方修正を発表したが、それらの計画を上回っての着地となり、売上高及び当期純利益は過去最高を更新している。

2021年11月期は従来から進めてきた複合店における仕入れ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とともに、経営基盤の強化に努めた。具体的には、リテール向け車輛の仕入れの強化、仕入れ台数の確保、販売力の強化によるホールセールにおける販売車輛の質の向上、リテール販売台数の増加、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した。さらに、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した。

バイクの仕入においては、高市場価値車輛の確保を継続するとともに、リテールにおいては、商品販売戦略として商品ラインナップの適正化、店舗の新規出店（2店舗）、移転・増床（5店舗）、接客力向上、売り場改善による既存店の販売力強化及び通信販売の強化といった取り組みが奏功した。また、優良な在庫を確保し続けたことにより高市場価値車輛の比率が上昇し、堅調なリテール市場の需要にも支えられた。一方、ホールセールにおいても高市場価値車輛の比率が上昇したことに加え、販売価格水準を維持するよう販売方法の工夫に努めた。販売台数はリテールでは前期より増加する一方で、リテールへ商品在庫を確保し続けたことにより、ホールセールでは前期より減少し、全体としてはやや減少する結果となった。ただし、リテールとホールセールともに車輛売上単価（1台当たりの売上高）及び平均粗利額（1台当たりの粗利額）が大幅に増加したことによって売上総利益は増加。さらに課題であった、第1四半期の赤字を解消し、第2四半期以降においても好調が持続したことにより、過去最高益を更新している。

バイク王 & カンパニー | 2022年2月14日(月)  
3377 東証2部 | <https://www.8190.co.jp/ir/>

## 業績動向

## 2021年11月期の業績

(単位：百万円)

	20/11期		21/11期		実績	前期比
	実績	期首計画	修正予想 3月30日	修正予想 6月30日		
売上高	22,349	23,000	23,500	24,700	26,570	18.9%
営業利益	707	800	1,000	1,490	1,558	120.3%
経常利益	859	920	1,160	1,650	1,770	105.9%
経常利益率	3.8%	4.0%	4.9%	6.7%	6.7%	2.9pt
当期純利益	594	620	770	1,090	1,226	106.3%
1株当たり年間配当金(円)	7.5	11.0	11.0	11.0	15.5	8.0円
配当性向	17.6%	24.8%	19.9%	14.1%	17.7%	0.1pt
1株当たり当期純利益(円)	42.55	44.39	55.14	78.05	87.80	45.25円

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 2. 売上高構成

業者向けのオークションを介した卸売によってバイク販売店等の業者にバイクを販売するホールセール売上高は13,808百万円(前期比6.7%増)、店舗もしくはインターネットを介した通信販売で、一般の顧客にバイクを販売するリテール売上高は12,056百万円(同37.4%増)だった。

ホールセール、リテールともに車両売上単価が上昇したことに加え、既存店及び移転・増床しリテールを開始した店舗の影響によりリテール台数が増加。ホールセールの台数は、リテールへ商品在庫を確保し続けたことにより減少したものの単価要因によって前期比866百万円の増加となった。リテールにおいては台数及び単価の増加によって同3,284百万円の増加となった。これにより、売上高の構成比はホールセールが52.0%と前期に比べて5.9ポイント低下する一方、リテールは45.4%と同6.2ポイント増加した。

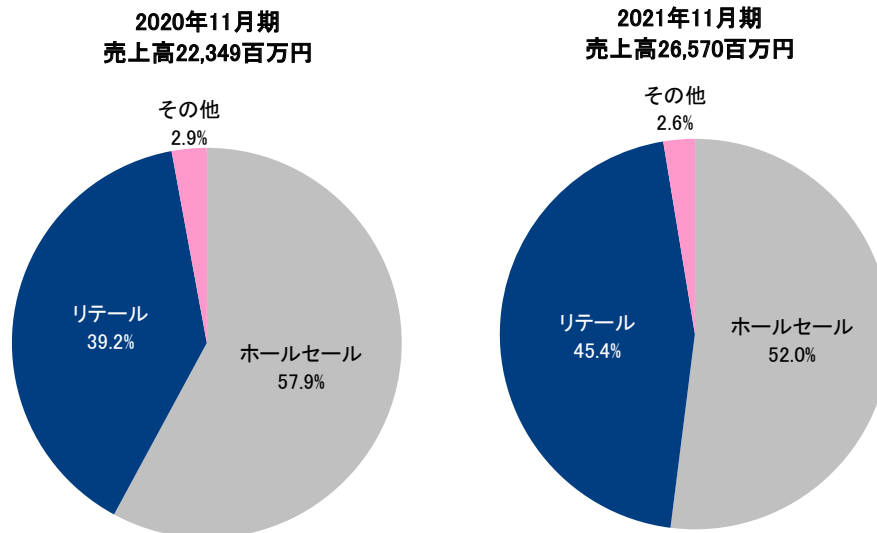
## 売上高構成

(単位：百万円)

	20/11期	21/11期	前期比	売上構成比		
				20/11期	21/11期	
売上高	22,349	26,570	4,220	18.9%	100.0%	100.0%
ホールセール	12,942	13,808	866	6.7%	57.9%	52.0%
リテール	8,771	12,056	3,284	37.4%	39.2%	45.4%
その他	634	704	70	11.0%	2.9%	2.6%

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

## 業績動向



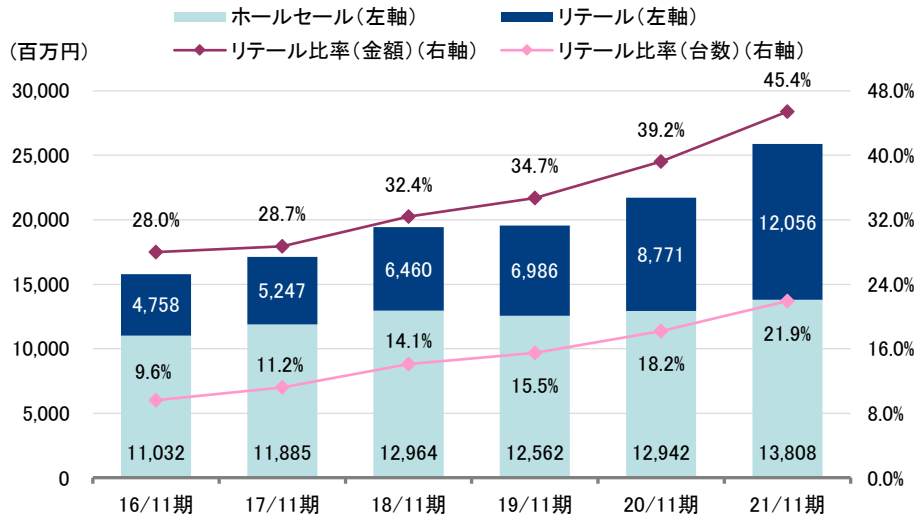
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

同社は2016年11月期からリテール強化を開始しており、売上高は同期の4,758百万円から2021年11月期には12,056百万円に成長している。全販売台数におけるリテールの台数比率は9.6%から21.9%となり、リテールの販売台数が大きく伸長していることが窺える。なお、さらなるリテールの販売台数伸長を目的として在庫確保を優先したことに伴い、在庫回転日数は106.0日に上昇した。同社は在庫回転日数の基準を90日として調整しているが、2022年11月期の第1四半期の収益確保を目的に在庫確保した一時的な戦略の結果である。これまでのリテールの販売能力の拡張実績なども踏まえれば、翌期以降、在庫日数が増え続けることはないと思込まれ、特段ネガティブ視すべき数値の変化ではないと弊社では考えている。また、商品が増加している主な要因は、高市場価値車輛の仕入れ強化及びリテール在庫の積み増しにより在庫水準が高まったことが背景にある。

さらに、同社はリテール・ホールセール両者の機能を持つ店舗への転換を推進しており、現在ではほぼ全店が複合店となっている。そのため、リテール向きの高市場価値車輛の確保を進めることができ、車輛売上単価は年々上昇している。これはホールセールにも好影響を与えている。

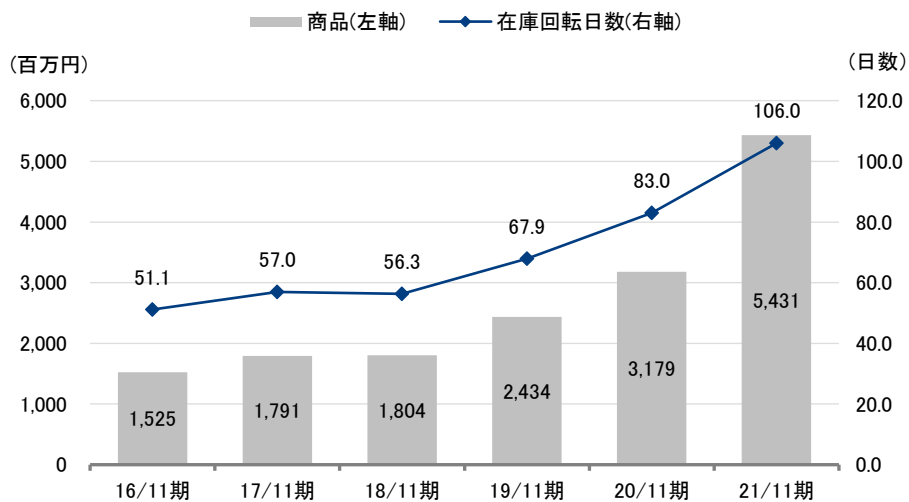
業績動向

リテール強化を開始した当初(FY2016)との比較



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

在庫回転日数、商品



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

### 3. 売上総利益の増益要因

売上総利益は前期比で1,785百万円増加した。内訳としては、ホールセールについては前期比で503百万円増加。高市場価値車輛の比率の上昇に加え、販売価格水準を維持するよう販売方法の工夫に努めたことによって、平均粗利益額が上昇したことによる。販売台数が金額換算で511百万円減少しているのは、好調なリテールでの在庫を確保し続けたことで、相対的に減少をした結果である。リテールについては1,362百万円の増加となった。期初の段階から優良な在庫を確保し、商品ラインナップを適正化したことに加えて、店舗の新規出店、既存店の移転・増床、接客力の向上、売り場環境の改善等による販売力の強化及び通信販売の強化を実施したことによって、車輛売上単価要因（707百万円）と台数要因（金額換算 654百万円）を増加させることができた。

#### 売上総利益増減要因

(単位：百万円)

	20/11 期	増減要因				21/11 期
		台数	単価	その他	合計	
売上総利益	10,167	143	1,722	-80	1,785	11,952
ホールセール	-	-511	1,014	-	503	-
リテール	-	654	707	-	1,362	-
その他	-	-	-	-80	-80	-

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

## 第1四半期の収益構造が大きく改善。 複合店での仕入力強化による高市場価値車輛の確保を中心とした 戦略の効果が顕在化

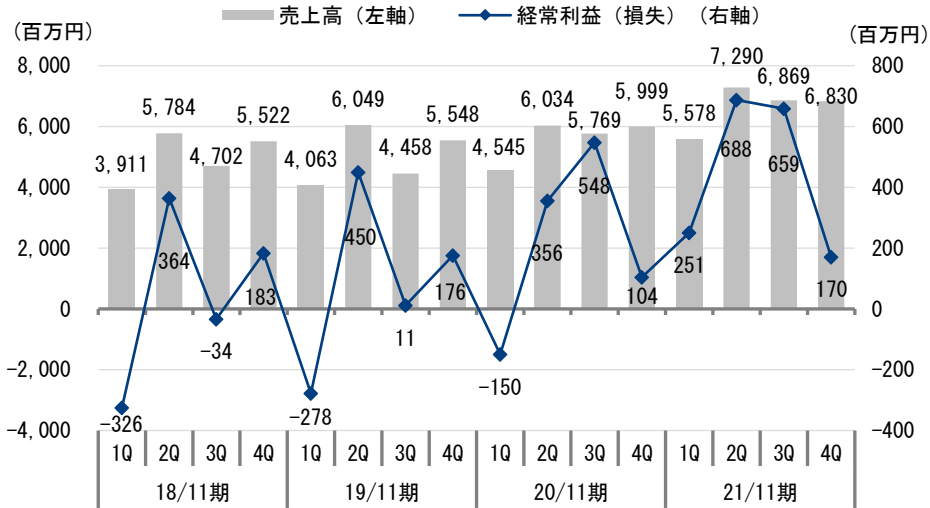
### 4. 四半期ごとの売上高 / 経常利益（損失）の推移

バイク業界において、二輪免許新規取得者数が増加する等の環境変化が起きており、新車・中古車ともに需要は高まってきている。この背景にあるのが、近年のアウトドアブームに加えて、新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）によって人々の行動の変化としてリターンライダーや新規ライダーの増加に表れるバイク志向の高まりがあるものと考えられる。もっとも、これら外部環境が追い風となった一定の効果はある程度考えられるものの、それよりも当社がこれまで行ってきた複合店での仕入力強化による高市場価値車輛の確保を中心とした戦略の効果が表面化してきた面が大きいと弊社では考えている。

なお、四半期ごとの売上高と経常利益の推移を見ると、もともと同社の業績は季節変動の影響を受ける構造を有していたことが窺える。ただし、2021年11月期はさらに高市場価値車輛の確保に注力したことで、リテールだけではなくホールセールにも好影響を与えた結果、第1四半期の収益構造が大きく改善された。会社側としても慢性的だった第1四半期の赤字脱却を維持できるように取り組む方針であり、業績の安定感が増していくものとして高く評価すべきと弊社では考えている。

## 業績動向

四半期ごとの売上高/経常利益(損失)の推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

## 5. 販売費及び一般管理費の増減要因

販売費及び一般管理費は10,393百万円(前期比9.9%増)となった。増加要因は、販売費が高市場価値車輛の確保を目的としたCMの制作及びそのCM投下等により231百万円の増加、人件費は従業員数が91人増加したほか、それに伴う賞与支給等の増加によって356百万円の増加。管理費については、この期にリリースした基幹システムの償却費、店舗の新規出店及び移転・増床による地代家賃等によって346百万円増加したことによるものである。

販売費及び一般管理費増減要因

(単位：百万円)

	20/11期	21/11期	前期比	
			金額	増減率
販売費及び一般管理費	9,459	10,393	934	9.9%
販売費	3,576	3,807	231	6.5%
人件費	3,733	4,090	356	9.6%
管理費	2,149	2,495	346	16.1%

出所：決算説明資料よりフィスコ作成



## 6. 主な経営指標と店舗・人財

売上高総利益率は45.0%と前期並みの水準を維持した。0.5ポイント前期から減少した要因としては、平均粗利額が高く売上総利益率が低いリテールの比率が上昇したため。従業員1人当たりの売上高及び営業利益の増加といった生産性向上の施策を展開したことによって相対的に販管費を抑制することができたため、営業利益率は5.9%、経常利益率は6.7%と前期を上回っている。また、ROEは当期純利益の増加に伴い23.9%と、前期比10.1ポイント上昇しており、引き続き資本効率性の向上に努める計画である。店舗数については新規出店を2店舗、移転増床を5店舗実施し、複合店は59店舗、買取店は4店舗、合計63店舗となっている。

### 主な経営指標と店舗・人財

	20/11期	21/11期	前期差異
売上高総利益率	45.5%	45.0%	-0.5pt
営業利益率	3.2%	5.9%	2.7pt
経常利益率	3.8%	6.7%	2.9pt
ROE	13.8%	23.9%	10.1pt
店舗数(店)	62	63	1
うち複合店数(2022年1月11日時点)	57	59	2
従業員数(派遣社員・パートタイマー除く)(人)	858	949	91
リテール台数比率	18.2%	21.9%	3.7pt

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

## 7. 財政状態

2021年11月期における流動資産は、2020年11月期末に比べて1,551百万円増加し、6,752百万円となった。主にリテール強化を図ることを目的に2022年11月期に向けて在庫を確保したことによる商品の増加、それに伴う一時的な現金及び預金の減少が要因である。詳細は商品2,252百万円、売掛金107百万円が増加し、現金及び預金736百万円、未収入金33百万円、前払費用22百万円が減少したためである。

固定資産については41百万円増加し、2,496百万円だった。リース資産の増加等により有形固定資産が82百万円、繰延税金資産の増加等により投資その他の資産が73百万円増加し、次世代基幹システム運用開始によるソフトウェア償却費の計上等により無形固定資産が114百万円減少した。

流動負債は、450百万円増加し、3,054百万円となった。これは主に、在庫確保に伴い一時的に現金及び預金が減少したことにより短期借入金500百万円、未払法人税等136百万円、前受金113百万円が増加し、未払消費税等198百万円、未払金137百万円が減少したため。固定負債は63百万円増加し、534百万円となった。これは、長期リース債務が95百万円、資産除去債務が20百万円増加し、長期未払金の減少等により、その他が53百万円減少したためである。

バイク王 & カンパニー | 2022年2月14日(月)  
 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)

	20/11 期	21/11 期	増減額
流動資産	5,200	6,752	1,551
(現金及び預金)	1,680	944	-736
(売掛金)	83	191	107
(商品)	3,179	5,431	2,252
(その他)	256	184	-72
固定資産	2,455	2,496	41
有形固定資産	770	853	82
無形固定資産	824	710	-114
投資その他の資産	859	933	73
資産合計	7,655	9,248	1,593
流動負債	2,604	3,054	450
(買掛金)	253	277	23
(前受金)	591	705	113
(短期借入金)	100	600	500
(その他)	1,659	1,472	-187
固定負債	470	534	63
負債合計	3,074	3,588	513
純資産合計	4,580	5,660	1,079
負債純資産合計	7,655	9,248	1,593

出所：決算短信よりフィスコ作成

営業利益が十分に確保されたことで、基礎営業キャッシュ・フローは2,199百万円となり、前期と比べて335百万円増加している。ただし、さらなる成長に向けたリテール強化を図ることを目的に、2022年11月期に向けて在庫を確保したことにより棚卸資産が増加したため、運転資本が増加し、一時的に営業キャッシュ・フローがマイナスとなり、フリーキャッシュ・フローは支出過多となった。また、在庫確保に伴い一時的に現金及び預金が増加したことを受けて短期借入れを行ったため、財務キャッシュ・フローは収入過多となった。現金及び現金同等物の期末残高は944百万円と前期より736百万円減少した。

## キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	20/11 期	21/11 期
営業キャッシュ・フロー	1,071	-583
運転資本の増減	-792	-2,783
基礎営業キャッシュ・フロー	1,864	2,199
投資キャッシュ・フロー	-600	-437
固定資産の取得	-541	-384
フリーキャッシュ・フロー	470	-1,020
財務キャッシュ・フロー	-95	284
配当金の支払い	-62	-146
現金及び現金同等物の期末残高	1,680	944

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

## ■ 今後の見通し

**高市場価値車両の確保を中心とした戦略によって収益構造を確立、  
 目先の利益成長よりも長期的な成長に着眼。  
 団塊ジュニア世代のバイク需要が高まる**

### 1. 2022年11月期業績予想

2022年11月期については売上高27,500百万円(前期比3.5%増)、営業利益1,750百万円(同12.3%増)、経常利益1,950百万円(同10.2%増)、当期純利益1,300百万円(同6.0%増)を見込んでいる。従来から進めてきた複合店(買取及びリテールを展開する店舗)における仕入力及び販売力の強化による効果が表れており、前期に新規出店した2店舗、移転・増床した5店舗について、それぞれ出だしは好調であることに加え、既存店の売り上げも伸びている。今期は8店舗を目安に出店を計画しているが、これまでの店舗戦略の実績から見ても、複合化による着実な業績の押し上げ効果が期待できると弊社では考えている。加えて、全国統一の査定基準によって透明性の高い市場環境を構築、顧客へ質の高いサービスを提供するなど、各施策が成果を上げている。

利益の伸び率については前期から鈍化したように映る。しかし、後に述べる中期経営計画においても言及されているが、2022年11月期は目先の利益に固執するよりも50年、100年と長期的な成長を実現するための準備期間として位置付けている。売るだけ売ってもその後のアフターケアがおろそかになっては意味がない。複合店化加速によってキャパシティを増やすことと合わせて、メンテナンス等のアフターケアに対応する技術者を育成することで、はじめて長期的なプラスサイクルにつなげることができるため、中期経営計画の第1期目単体の数値だけを見てネガティブに判断するのは時期尚早であろう。なお、2022年11月期計画においては中規模(120台程度の売り場面積)の新規出店効果のみを織り込んでいるため、期初計画については保守的な印象もある。

そのほか、バイク業界において運転免許の種類別指定教習所卒業業者数の推移を見ると、大型二輪、普通二輪ともに2017年を底に増加傾向にある。二輪免許取得者数が増加に転じる環境変化が起きているほか、これまでの低迷期において当然バイク生産は少ないため、中古流通している車両自体も少ない。さらに足元ではコロナ禍に伴う半導体不足の影響により、新車の流通も少ないという状況のなか、近年のアウトドアブームに加えて、コロナ禍によって人々の行動の変化、いわゆる「3密」を避ける移動手段としてのバイク志向の高まりも加わる。

さらに、第2次ベビーブーム世代で現在47歳～50歳となる団塊ジュニア世代のなかでは、子育てなどが一巡し、若いころ人気だった憧れのバイクを購入する動きなども増えてきているようである。それ故に中古バイク需要は一段と高まりやすい。これまで進めてきたリテール・ホールセール両者の機能を持つ店舗への転換、仕入力強化による高市場価値車両の確保を中心とした戦略によって収益構造を確立させたことは、こうした追い風の市場環境のなかにおいて優位性を発揮することにつながると、弊社では考えている。

今後の見通し

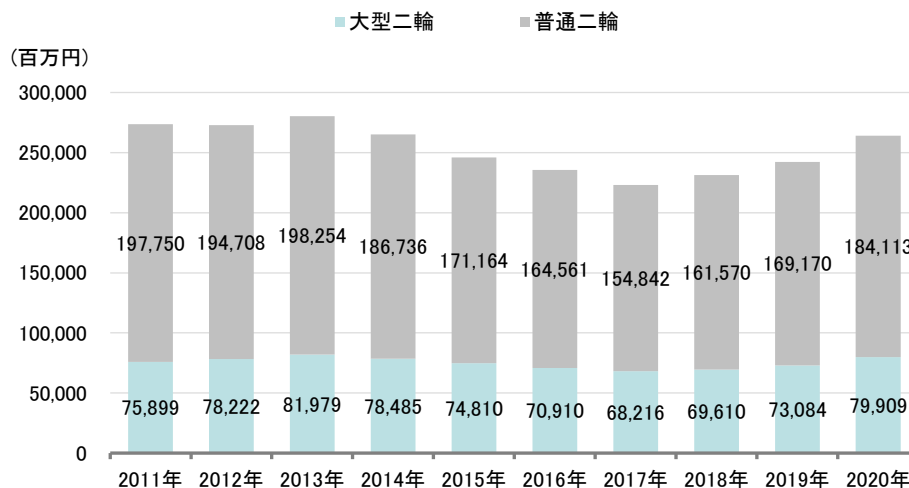
## 2022年11月期の業績予想

(単位：百万円)

	21/11 期 実績	22/11 期 予想	増減額	増減率 (%)
売上高	26,570	27,500	930	3.5
営業利益	1,558	1,750	191	12.3
経常利益	1,770	1,950	179	10.2
経常利益率	6.7%	7.1%	-	0.4pt
当期純利益	1,226	1,300	73	6.0
1株当たり年間配当金(円)	15.5	20.0	4.5	-
配当性向	17.7%	21.5%	-	3.8pt
1株当たり当期純利益(円)	87.80	93.09	5.29	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 運転免許の種類別指定教習所卒業者数の年別推移

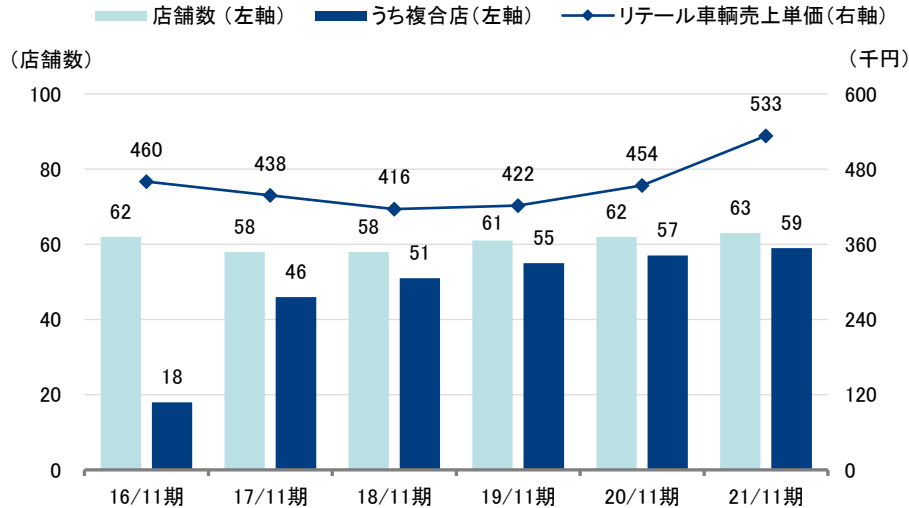


出所：警察庁「運転免許統計」よりフィスコ作成

## 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) 出品車両整備のさらなる充実を図る。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引き続き推進する計画である。

今後の見通し

**販売力強化のための施策**


出所：決算説明資料よりフィスコ作成

仕入力の強化による車両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コンテストを開催している。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するなど、事業的に非常に意味のある取り組みとなっている。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、こちらも社員の育成及びモチベーションの向上につながっている。

## ■ 中期経営計画

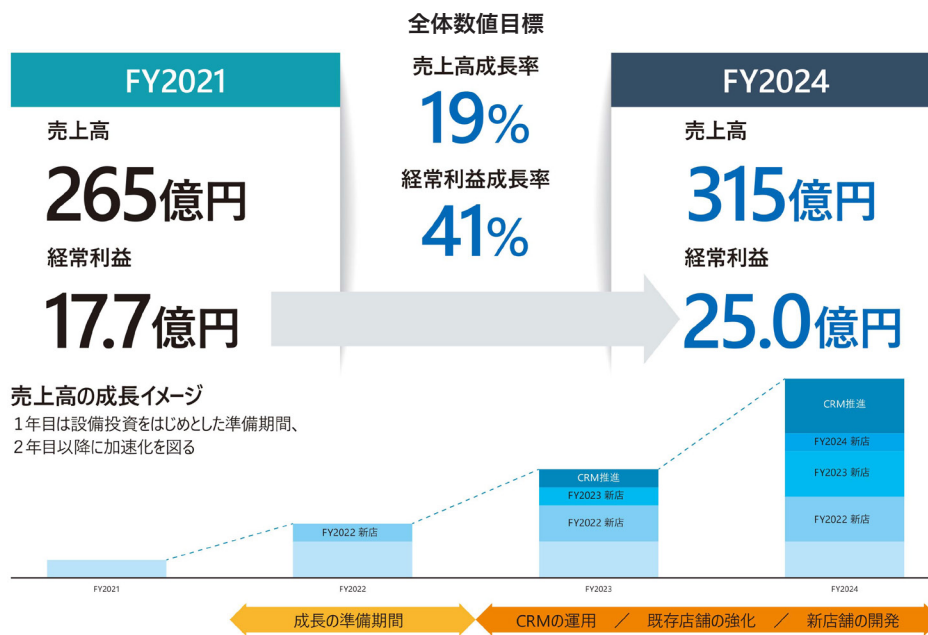
### 1年目は成長をするための基盤構築。2年目以降は出店、CRM及び整備インフラの構築、新規事業領域などの効果が現れ成長加速へ3ヶ年の中期経営計画を策定

同社は持続的な成長に向けた新たなコーポレートミッションとして「まだ世界にない、感動をつくる。」を掲げ、ビジョンである「バイクライフの生涯パートナー」の実現に向けて、2022年11月期から2024年11月期までの3ヶ年の中期経営計画を策定した。2024年11月期の最終年度に売上高315億円、経常利益25億円を計画しており、2021年11月比売上高成長率は19%、経常利益成長率41%を見込む。

バイク王 & カンパニー | 2022年2月14日(月)  
3377 東証2部 | <https://www.8190.co.jp/ir/>

## 中期経営計画

1年目は成長の準備期間として位置付け、経営陣及び全従業員の企業価値向上に向けた意識改革のため、株式報酬制度および株式給付信託の導入を発表した。また、戦略の三本の柱となる CRM 推進、整備インフラ、システムプラットフォームを軸として、設備投資、人的投資、IT 投資を推進する。そして、営業戦略、オペレーション戦略、情報戦略、人事戦略、財務戦略によって一層の企業価値の向上と事業規模の拡大に取り組むほか、2年目以降にこれらの効果が発現することで成長の加速化を図る計画だ。



出所：中期経営計画より掲載

また、今後、既存事業の価値向上と M&A を含む新分野への積極投資により事業規模を拡大、経営陣及び全従業員の企業価値への意識向上を図るための株式報酬制度等の導入、コーポレートガバナンスの一層の充実に取り組むことで、4月に移行予定のスタンダード市場からプライム市場への上場を目指すことを早くも掲げている点は、投資家目線では安心感がある。

## プライム市場上場に向けた同社の適合状況

	バイク王&カンパニー	プライム市場	適合状況
株主数	6,833 人	800 人以上	○
流通株式数	45,650 単位	20,000 単位以上	○
流通株式時価総額	60 億円	100 億円以上	×
売買代金(時価総額)	204 億円	250 億円以上	×
流通株式比率	29.8%	35% 以上	×
収益基盤(最近2年間の利益合計)	26 億円	25 億円以上	○
財政状態(純資産額)	56 億円	50 億円以上	○

出所：中期経営計画よりフィスコ作成



中期経営計画

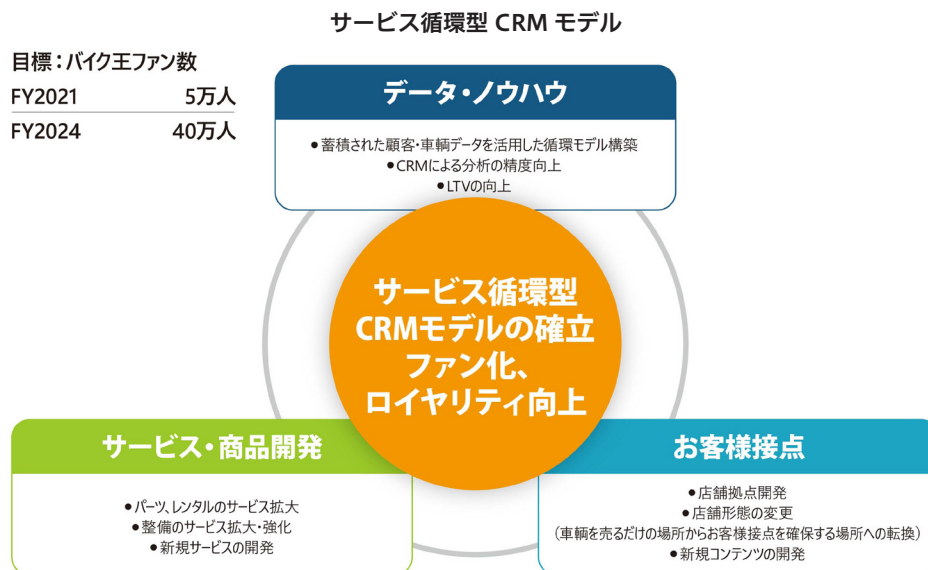
1. CRM モデルの確立

同社は中期経営計画において「CRM 推進」「整備インフラ」「システム・プラットフォーム」の三本柱戦略をとる。CRM 推進は、より多くの顧客を創出、継続的なコミュニケーションを通して顧客理解を深めることでロイヤリティ向上とリピート促進を図る狙いがある。また、顧客との長期的な関係性を構築するために最も重要な機能である「整備」のインフラを確保。システム・プラットフォームはサービスを提供するための基盤であると同時に、顧客やバイクに関するデータを取得するための基盤であり、蓄積したデータを活用することで、業務改善にとどまらず、ビジネス変革や新たな価値創造を目指す。

これまで同社は顧客管理・在庫管理において少なからず紙ベースで行っていた部分があった。言い換えれば、これまで DX に対して積極的には手をつけてこなかった。しかし、大量の在庫を抱えることができるキャパシティを有するなかにおいて、従来の営業効率を維持しながらサービス循環型の CRM モデルを確立し、デジタル化することによって省力化したリソースをサービスに充てることで、バイク王ファンのさらなる創出と顧客ロイヤリティの向上により、利益成長を加速させる素地を整える。

これらの施策によりバイク王ファン数を現在の5万人から2024年11月期には40万人とする計画である。一見、強気な数値に見えてしまうが、CRM 活用以前は地道な活動でバイク王の会員数を5万人獲得している。パーツ、レンタルのサービス拡大、整備のサービス拡大・強化、新規サービスの開発などの訴求によって、これらを通じて関係を構築した顧客を会員に囲い込む流れを作ることで、決して不可能な計画ではないと弊社では考えている。

また、これらの投資として約30億円規模を計画している。設備投資において中古バイク販売シェア No.1 を目指した店舗拠点開発、人的投資において仕入・販売ともに取扱台数を増やすための従業員の能力開発、IT 投資において戦略を遂行するための基盤構築のほか、開発した仕組みを活用した成果の創出を目指す。



出所：中期経営計画より掲載



## 2. 新規事業

新規事業としては、基本的にはバイク事業あるいはバイクとシナジー効果があるようなものを念頭に置いていると見られる。バイク周辺のサービス、例えばレジャー・アウトドアといったことや交通インフラ関連などが想定される。現時点で具体的なものが個別にあるわけではないようだが、例えば交通インフラの観点からは、電動キックボード（立ち乗りタイプの電動スクーター）などを取り扱う可能性は十分あるだろう。同社は既に福岡県に本社を置く（株）MS ソリューションズが企画販売した電動バイク XEAM（ジーム）を取り扱っている。これは中国企業のバイクを MS ソリューションズが日本仕様に変更したものである。その中国企業では電動キックボードも手掛けているため、今度取り扱いを始める可能性はある。また、電動キックボードを手掛けている企業から引き合いの動きも出ているようである。

## 3. 出店計画

現在 63 店舗を展開しているが、そのうち 4 店舗は買取専門店であり今後は複合化を進める。加えて新規店舗を増やし、2024 年期末までには合計 83 店舗といった計画で進める。店舗においては、ただ単に車輛を販売するといった形から脱却し、顧客との接点を確保する場所、つまり形態の変化・変容を目標に販売効率の向上や顧客層の拡大につなげる。出店方針については、これまで同様、政令指定都市を中心とした収益性の高いエリアから優先して店舗開発を行う。

1 店舗当たりの売り上げについては、整備体制を整えて、在庫回転率等を高めることで伸びる余地はまだ十分にあるだろう。また、1 店舗当たりの展示面積、これに限りはあるものの、2021 年に設立した「バイク王ダイレクト」、この通販の強化によって販売台数自体が伸ばせると考えられる。「バイク王ダイレクト」は非常に期待感が持てるチャンネルだ。まだ立ち上がったばかりで足元での収益寄与は限られているものの、バイク在庫数商を増やすほか、関連するアイテムを多数取り揃える訴求段階であり、今後は CRM モデルの確立とともに、バイク王ファンのさらなる創出につながる窓口の 1 つとして、リテールの成長につながると弊社では考えている。

また、現時点で 14 店舗にとどまっているバイクのレンタルサービスについては、中期経営計画最終年度までに 12 店舗ほど増やし、合計 26 店舗まで増やす考えである。なお、同社のレンタルサービスについては、改めてバイクを購入する必要はなく、既に関取った中古車を一時的に手当てすることができるため、一般的に仕入れに伴う原価負担は少ない。レンタルについては、まずは乗ってもらうきっかけと位置付けになり、将来的に購入に結び付けることで長期的な顧客との接点につながるだろう。

## ESG の課題と取り組み

ESG の課題と取り組みにおいては、中古バイク流通市場におけるリーディングカンパニーとして、エンドユーザーの安心と安全を強く意識し、高い品質の確保と適正価格での流通を実現することにより、消費者からの信頼を獲得していくことを掲げている。また、環境資源の有効活用などにより環境問題に積極的に取り組んでいくとしている。

「環境 (Environment)」における重要課題となる環境負荷の低減については、事業全体にかかる CO<sub>2</sub> 排出量削減に取り組む。社員への環境教育の実施については、環境問題の改善に資する社員教育を推進する。「社会 (Social)」における重要課題とする中核人財の登用、社員の成長機会の提供、接客品質・整備品質の向上においては、ジェンダー平等とダイバーシティの推進、多様な働き方の強化をはじめとして、誰もが活躍でき、幅広い専門性を備えた人財を育成する体制を構築し、社会の安全・安心を支える交通インフラサービス提供の取り組みを進める。「企業統治 (Governance)」における重要課題となるコーポレートガバナンスの深化については、持続的な成長と中長期的な企業価値向上に資する透明性の高いガバナンスを実現し、株主との対話においては、株主の権利及び平等性を確保しつつ、適切な情報開示と透明性の確保に取り組むとしている。

### 同社の主な取り組み

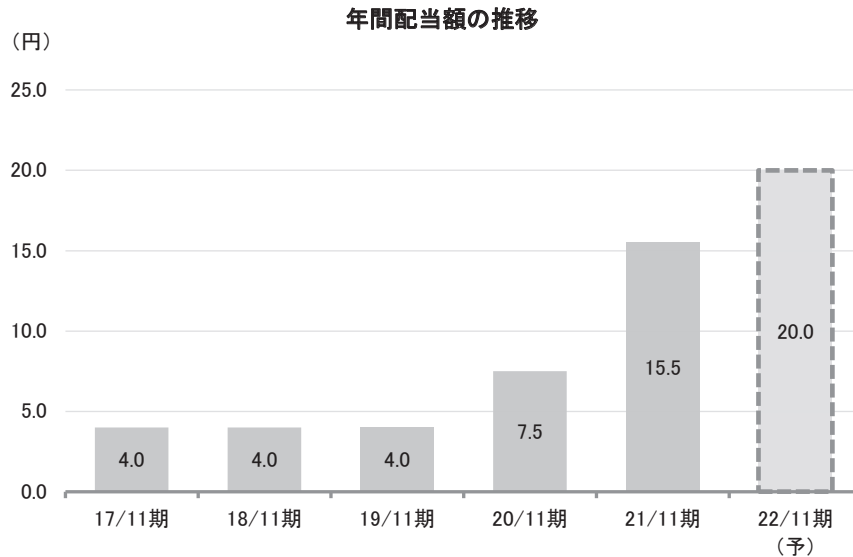
	重要課題	主な取り組み	貢献する SDGs
<b>E</b> Environment 環境	環境負荷の低減	事業全体に係るCO <sub>2</sub> 排出量削減	6, 7, 13
	社員への環境教育の実施	環境問題の改善に資する社員教育の推進	7, 12, 13
<b>S</b> Social 社会	中核人財の登用	ジェンダー平等とダイバーシティの推進、多様な働き方の強化	4, 5, 8, 10
	社員の成長機会の提供	誰もが活躍でき、幅広い専門性を備えた人財を育成する体制を構築	4, 8
	接客品質、整備品質の向上	社会の安全・安心を支える交通インフラサービスを提供	8, 12
<b>G</b> Governance 企業統治	コーポレートガバナンスの深化	持続的な成長と中長期的な企業価値向上に資する透明性の高いガバナンスを実現	16
	株主との対話	株主の権利、平等性を確保しつつ、適切な情報開示と透明性の確保	17

出所：中期経営計画より掲載

## ■ 株主還元策

### 業績好調を前提に3期連続で増額配当を実施予定。 2022年11月期は年20.0円配当を計画

同社は、配当を株主還元における重要な施策と考えている。安定的な配当を行うことを念頭に置きつつ、業績等を勘案したうえで配当金額を決定している。この方針に則り2021年11月期の期末配当金については、期末配当を5.5円から10.0円に4.5円増配し、年間配当は15.5円とした。また2022年11月期の配当については、業績予想が増益になることを踏まえ、前期からさらに4.5円増配し、1株当たり中間配当10.0円、期末配当10.0円の年20.0円を予定している。今後も配当還元の基本方針に則り配当性向30%を目指していく。



出所：決算短信よりフィスコ作成

また、株主優待制度も実施している。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。

さらに、2021年9月には、上記に加え、バイクとその用品・部品、バイク関連以外の商品等を取り扱うECサイト「バイク王ダイレクト」で使用できるポイント「1,000円分」を加えている。

※【URL】バイク王ダイレクトについて (<https://www.8190.jp/direct>)

バイク王ダイレクトでは良質な中古バイク4,000台、バイク用品・パーツ40万点を掲載。また今後はバイク関連のみならず、アウトドア・キャンプ用品、電動モビリティ（電動アシスト自転車・キックボード）、セニアカー等、取扱商品を拡大予定。

※ 同社バイクを購入し、本サービスの契約を締結した顧客を対象に、排気量ごとに定められた定額料金のみで6ヶ月ごとの定期点検等が受けられるサービス。

#### 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