

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

G-7 ホールディングス

7508 東証プライム市場

企業情報はこちら >>>

2025 年 6 月 4 日 (水)

執筆：客員アナリスト

佐藤 譲

FISCO Ltd. Analyst **Yuzuru Sato**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2025 年 3 月期の業績概要	01
2. 2026 年 3 月期の業績見通し	01
3. 中期経営計画の進捗状況	01
■ 事業概要	03
1. 車関連事業	03
2. 業務スーパー事業	04
3. 精肉事業	04
4. その他事業	04
■ 業績動向	06
1. 2025 年 3 月期の業績概要	06
2. 財務状況と経営指標	14
■ 今後の見通し	15
1. 2026 年 3 月期の業績見通し	15
2. 中期経営計画の進捗状況	18
■ 企業価値向上に向けた取り組み	20
1. 企業価値向上施策	20
2. 株主還元策	21

要約

M&A 戦略を推進、2026 年 3 月期は過去最高業績更新へ

G-7 ホールディングス <7508> は、「オートバックス」「業務スーパー」のフランチャイジーとして国内最多店舗数を運営する子会社を有する持株会社である。従業員 1 人当たりの生産性、在庫回転率などを重視した店舗収益力を強みに、M&A を積極活用しながら成長を続けている。

1. 2025 年 3 月期の業績概要

2025 年 3 月期の連結業績は、売上高で前期比 11.0% 増の 214,129 百万円、経常利益で同 2.0% 増の 7,466 百万円と 2 期連続の増収増益となった。タイヤ販売の回復等により車関連事業が 3 期ぶりの増益に転じたほか、業務スーパー事業も節約志向の高まりを背景に既存店が堅調に推移したことや新規出店、M&A 効果もあって増収増益となったことが主因である。成長戦略の 1 つに据える M&A について、2024 年 7 月に「業務スーパー」15 店舗を運営する（株）ボン・サンテ、同年 10 月に自動車販売や钣金・塗装事業を行う新和自動車（株）、2025 年 1 月に時計やペット用品の EC 販売等を行う（株）新流を相次いで子会社化した。3 社合計で約 119 億円の増収要因となったが、経常利益はのれん償却額 3.3 億円や M&A 関連費用 3.5 億円を含めると約 2 億円の減益要因になったと見られる。期中の新規出店は 44 店舗（うち、M&A で 21 店舗取得）、退店は 12 店舗となり期末のグループ店舗数は 640 店舗に拡大した。

2. 2026 年 3 月期の業績見通し

2026 年 3 月期の売上高は前期比 7.4% 増の 230,000 百万円、経常利益は同 15.2% 増の 8,600 百万円と 4 期ぶりに過去最高益を更新する見通し。すべての事業で増収増益を計画しており、前期に実施した M&A の効果が通年で寄与すること、また M&A 関連費用がなくなることも増益要因となる。なお、ボン・サンテについては業務スーパー事業の収益力強化を目的に、2025 年 4 月に（株）G-7 スーパーマートが吸収合併した。新規出店は「業務スーパー」「お肉のてらばやし」を中心に 29 店舗を計画している。

3. 中期経営計画の進捗状況

2022 年 3 月期からスタートした 5 ケ年の中期経営計画では、創業 50 周年目を迎える 2026 年 3 月期に売上高 2,500 億円、経常利益 100 億円を目標に掲げていたが、2025 年 3 月期までの進捗を踏まえて、2026 年 3 月期の会社計画をやや引き下げた。主因は出店コストや物価上昇の影響で新規出店ペースが鈍化したことや、精肉事業及びミニスーパー事業の収益低迷の長期化である。また、赤字店舗の撲滅を目標に掲げていたが 2025 年 3 月期も開店 4 年目以降の店舗のうち赤字店舗の比率が 25% を占めており、既存店舗における収益力強化も課題となる。2026 年 3 月期はこれら課題の解消や新たにグループ化した子会社とのシナジー創出に取り組むほか、M&A も引き続き検討していく。なお、株主還元については連結配当性向 30% 以上を目安に累進配当を行う方針で、2025 年 3 月期の 1 株当たり配当金は前期と同額の 40.0 円（配当性向 35.5%）を実施し、2026 年 3 月期も 40.0 円（配当性向 30.7%）を予定している。

G-7 ホールディングス
7508 東証プライム市場

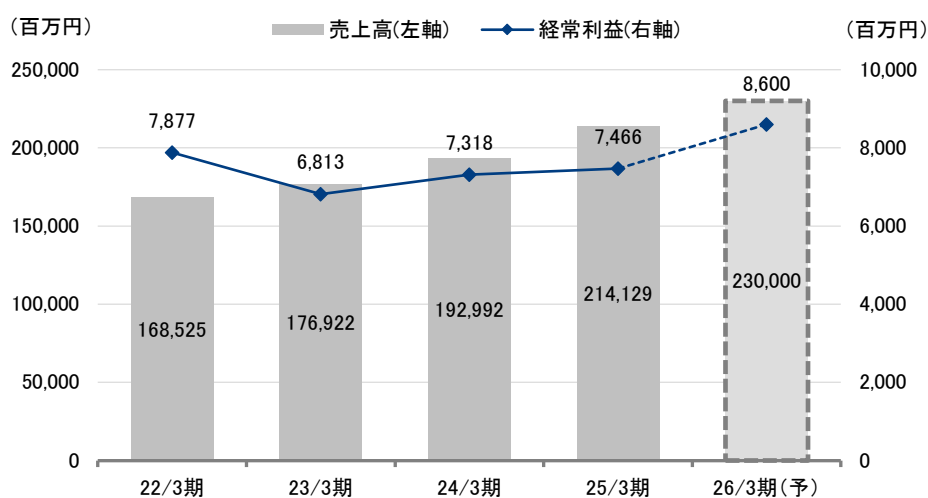
2025 年 6 月 4 日 (水)
<https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

要約

Key Points

- ・ 2025 年 3 月期は期初計画を下回るも連続増収を達成
- ・ 2026 年 3 月期はすべての事業が成長、4 期ぶりに最高益更新へ
- ・ 中期経営計画の最終年度目標は売上高 2,300 億円、経常利益 86 億円へ修正
- ・ ROE の維持・上昇と利益成長加速により企業価値向上を図る

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

事業概要

業務スーパー事業が売上高、経常利益の過半を占める収益柱

同社の事業セグメントは、車関連事業、業務スーパー事業、精肉事業、その他事業の 4 つで開示している。2025 年 3 月期の事業別構成比を見ると、業務スーパー事業が売上高の 57.8%、経常利益の 65.9% を占める主力事業となっている。車関連事業は売上高の 21.5%、経常利益の 27.2% を、精肉事業は売上高の 9.8%、経常利益の 2.9% を、その他事業は売上高の 10.9%、経常利益の 4.0% を占めている。また業務スーパー事業、精肉事業とその他事業に含まれるこだわり食品・プライベートブランド事業やミニスーパー事業、アグリ事業を加えると、売上高の 7 割強が食品小売事業となる。

1. 車関連事業

車関連事業は、「オートボックス」のフランチャイジーでカー用品販売、メンテナンスなどを展開する（株）G-7・オート・サービスを中心に、バイク用品の販売・メンテナンス店「バイクワールド」を運営する（株）G-7 バイクワールド、マレーシアで「オートボックス」のフランチャイジー展開及び「バイクワールド」を運営する G7 RETAIL MALAYSIA SDN.BHD.、自動車輸出版売事業を手掛ける（株）G-7.CrownTrading、自動車販売や钣金・塗装事業を行う（株）G-7・シンワ・モビリティサービス（2025 年 4 月に新和自動車から商号変更）の 5 社で構成される。

売上構成比の 7 割強を占める G-7・オート・サービスでは、オートボックス関連店舗を 2025 年 3 月末時点で国内 76 店舗（オートボックス 69 店舗、オートボックスエクスプレス 7 店舗）の合計 76 店舗展開している。国内の出店エリアは兵庫県、京都府、福井県、岡山県、広島県、千葉県、茨城県で、なかでも兵庫県で 38 店舗と全体の 5 割を占める。オートボックスグループ（国内 1,020 店舗、海外 148 店舗）のなかで最大規模のフランチャイジーとなっており、従業員 1 人当たりの生産性や売上総利益率、在庫回転率などを重視した店舗運営により、グループのなかでも高い収益性を維持している。また、「BP センター」（钣金・塗装）7 店舗、新車・中古車買取販売の「スズキカーズ大阪」1 店舗のほか、「オートボックス」等の店舗敷地内でアウトドア用品専門店「FIELD SEVEN」5 店舗、フランチャイジー展開としてコインランドリーショップ「マンマチャオ」6 店舗、たい焼き専門店「やまや本舗」2 店舗、洋菓子専門店「シャトレーズ」2 店舗を出店している。

売上構成比の 1 割弱を占める G-7 バイクワールドは、2025 年 3 月末で国内 15 店舗の合計 15 店舗を展開しており、国内では資本業務提携先のバイク王 & カンパニー <3377> とのコラボ出店も行っている。売上構成比の 2 割弱を占める G-7.CrownTrading では中古自動車の輸出版売を主に行っており、仕向け地別売上高ではマレーシアが約 5 割と主力販売先となり、次いで中近東が 1 ～ 2 割を占める。

マレーシア子会社は、「バイクワールド」5 店舗、「オートボックス」2 店舗を運営しているが、売上規模はまだ数億円程度と小さい。2024 年 10 月にグループ化した G-7・シンワ・モビリティサービスは新車・中古車販売や钣金・塗装サービスを行う「ガイア」を京滋エリアで 4 店舗出店しており、売上規模は年間で 20 ～ 30 億円と見られる。

G-7 ホールディングス

7508 東証プライム市場

2025 年 6 月 4 日 (水)

<https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

事業概要

2. 業務スーパー事業

業務スーパー事業は、「業務スーパー」をフランチャイジー展開する G-7 スーパーマートの事業となる。出店エリアは関東、中部、関西、九州、北海道で、2025 年 3 月末の店舗数は 216 店舗と業務スーパーグループ（1,103 店舗）のなかで最大規模である。地域別店舗数については、関東が 88 店舗（東京 23、神奈川 18、埼玉 30、千葉 17）と最も多く、次いで中部 50 店舗（愛知 32、三重 10、岐阜 8）、関西 34 店舗（兵庫 23、大阪 11）、九州 26 店舗（福岡 17、熊本 7、長崎 2）、北海道 18 店舗となっている。従業員 1 人当たりの生産性や在庫回転率を重視した店舗収益力を強みとしており、ここ数年は関東や九州、北海道で店舗数を拡大してきたが、今後はこれら地域に加えて中部地域でも積極的に出店する方針である。

3. 精肉事業

精肉事業は、精肉小売店「お肉のてらばやし」を全国展開する（株）G-7 ミートテラバヤシの事業である。2015 年の子会社化以降は「業務スーパー」との同時出店戦略を推進し、店舗を拡大してきた。また、首都圏の飲食店や給食・惣菜事業者向けに卸販売を展開するアンデス食品事業部を有している（2020 年にアンデス食品（株）を子会社化後、吸収合併）。

2025 年 3 月末の店舗数は「お肉のてらばやし」が 180 店舗、アンデス食品が 13 店舗の合計 193 店舗となる。地域別店舗数は関東が 71 店舗と最も多く、次いで関西と中部が各 37 店舗、九州 27 店舗、北海道 15 店舗と続く。「お肉のてらばやし」に関しては全体の約 9 割が「業務スーパー」や「めぐみの郷」の店舗内出店であり、グループリテナジーを高めながら店舗拡大を続けている。

4. その他事業

その他事業には、ミニスーパー「リコス」を運営する（株）G-7 リコス・ストアズ、こだわり食品・プライベートブランド（以下、PB）事業を展開する（株）G7 ジャパンフードサービス、農産物直売所「めぐみの郷」を運営する（株）G7 アグリジャパン、女性向け健康体操教室「カーブス」のフランチャイズ展開やアウトレット店「RJ market」等を運営する（株）G7 リテールジャパン、時計・ペット用品の EC 販売等を手掛ける（株）G-7 新流（2025 年 4 月に（株）新流より商号変更）などの事業が含まれる。2025 年 3 月期の売上構成比は、ミニスーパー事業が 5 割弱、こだわり食品・PB 事業が 3 割強と両事業で約 8 割を占める。

ミニスーパー「リコス」は東京都、神奈川県で展開しており、2025 年 3 月末で 54 店舗（東京 43 店舗、神奈川 11 店舗）を出店している。1 店舗当たり平均売上高は約 1.8 億円で「業務スーパー」の 4 割弱の水準となる。2020 年 4 月にユニー（株）から株式を取得し子会社化した時点では 73 店舗あったが、巣ごもり需要の一巡で売上低迷が続いたため、不採算店舗の整理を段階的に進めてきた。2023 年 4 月以降は経営管理体制を刷新したことで、収益も徐々に改善しつつある。

G-7 ホールディングス

7508 東証プライム市場

2025 年 6 月 4 日 (水)

<https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

事業概要

こだわりの食品・PB 事業では、地域の名産品・特産品を発掘し百貨店や専門店、EC ショップなどで販売するほか、冷凍食品や加工食品等を中心に各種 PB 商品の開発・製造・販売を行っている。名産品・特産品については全国 7 千社超のメーカーから 6 万点以上の商品を仕入れている。また、2023 年 7 月に酒類のインターネット通販を行う (有) ミツワ酒販を子会社化した。ミツワ酒販は楽天市場や Yahoo! ショッピング、Amazon 等に出店し、全国各地の地酒を販売している。ネットショッピングを運営するためのノウハウや商品企画力に強みを持つ。月商は 10 ～ 20 百万円と小さいが、ミツワ酒販の持つノウハウをグループで共有することで、シナジーをねらっている。

「めぐみの郷」については、2023 年 3 月期に不採算となった中部、関東の店舗をすべて退店し、2025 年 3 月末時点で関西 20 店舗 (兵庫 17、大阪 1、奈良 2)、うち 9 店舗は「業務スーパー」内に出店している。生産者の委託販売方式を採用しており、販売額の約 2 割を手数料収入として売上高に計上している。このため商品の廃棄ロスリスクが抑えられ、安定した収益を獲得できるビジネスモデルとなっている。

G7 リテールジャパンではフランチャイジーとして女性向け健康体操教室「カーブス」を 25 店舗 (神奈川県) 運営しているほか、2024 年にアウトレット店「RJ market」を 1 店舗出店するなど新業態にも挑戦している。また、EC 事業の拡大を目的に 2025 年 1 月に子会社化した G-7 新流は、時計やペット用品の EC 販売等を行っている。売上高の約 7 割を占める時計販売については「NEEL (ニール)」の店舗名で横浜に 2 店舗出店している。

主な連結子会社

(2025 年 4 月 1 日時点)

事業セグメント	会社名	出資比率	事業内容
車関連	G-7・オート・サービス	100.0%	「オートボックス」の運営等
	G-7 バイクワールド	100.0%	「バイクワールド」の運営等
	G-7・シンワ・モビリティサービス	100.0%	自動車の小売、自動車整備、钣金・塗装等
	G-7.CrownTrading	100.0%	新車・中古自動車の輸出版売
	G7 RETAIL MALAYSIA	100.0%	「オートボックス」「バイクワールド」の運営等
業務スーパー	G-7 スーパーマート	100.0%	「業務スーパー」の運営等
精肉	G-7 ミートテラバヤシ	100.0%	食肉及び畜産加工品の卸・小売事業
その他	G7 アグリジャパン	100.0%	「めぐみの郷」の運営等
	G7 ジャパンフードサービス	100.0%	食料品・飲料の製造、卸売販売等
	G7 リテールジャパン	100.0%	女性向け健康体操教室「カーブス」、アウトレット店「RJ market」の運営
	G7 スタイノレーションズ	100.0%	店舗デザイン、内装設備の設計・施工管理
	G-7 リコス・ストアズ	100.0%	都市型ミニスーパー「リコス」の運営
	G-7 新流	100.0%	時計、ペット用品の EC 販売等

出所：同社提供資料、同社ホームページよりフィスコ作成

業績動向

2025 年 3 月期は期初計画を下回るも連続増収を達成

1. 2025 年 3 月期の業績概要

2025 年 3 月期の連結業績は、売上高で前期比 11.0% 増の 214,129 百万円、営業利益で同 2.9% 増の 7,122 百万円、経常利益で同 2.0% 増の 7,466 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同 4.6% 減の 4,939 百万円となった。

2025 年 3 月期業績（連結）

(単位：百万円)

	24/3 期		会社計画	25/3 期			
	実績	売上比		実績	売上比	前期比	計画比
売上高	192,992	-	220,000	214,129	-	11.0%	-2.7%
売上原価	147,303	76.3%	-	162,189	75.7%	10.1%	-
販管費	38,769	20.1%	-	44,816	20.9%	15.6%	-
営業利益	6,920	3.6%	8,200	7,122	3.3%	2.9%	-13.1%
経常利益	7,318	3.8%	8,500	7,466	3.5%	2.0%	-12.2%
特別損益	-196	-	-	-339	-	-	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	5,175	2.7%	5,600	4,939	2.3%	-4.6%	-11.8%
EBITDA ※	9,437	4.9%	-	10,192	4.8%	8.0%	-

※ EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却額

出所：決算短信よりフィスコ作成

売上高は精肉事業を除くすべての事業セグメントで増収となり、過去最高を連続更新した。一方、利益面では人件費や店舗改装費の増加、精肉事業の粗利率低下に加えて、M&A 関連費用 3.5 億円を計上したことなどが減益要因となった。会社計画に対しては、「オートバックス」や「業務スーパー」など主要業態で計画を達成したものの、「バイクワールド」や「お肉のてらばやし」などが苦戦し、売上高・各利益ともに未達となった。なお、M&A を 3 件（ボン・サンテ、新和自動車、新流）実施したことによる業績への影響額は、売上高で約 119 億円の増収、のれん償却後の営業利益で約 2 億円の減益要因（うち、のれん償却額 3.3 億円、M&A 関連費用 3.5 億円）となった。M&A を除いた既存事業ベースの業績は 5% 程度の増収増益になったと見られる。

2025 年 3 月期の出退店の動向は、新規出店が 44 店舗（M&A による取得店舗 21 店舗含む）、退店が 12 店舗となり期末の店舗数は 640 店舗と前期末から 32 店舗の増加となった。主な新規出店は、「業務スーパー」25 店舗（うち M&A で 15 店舗）、「お肉のてらばやし」9 店舗となっており、新業態としてアウトレット店「RJ market」1 店舗、「からだ動き回復センター ピント・アップ」※1 店舗を出店した。

※ 生活習慣からくる肩や腰、ひざや姿勢等の体のゆがみ、くせを AI 技術でチェックし、理学療法士が開発した独自のトレーニングにより矯正する施設。

G-7 ホールディングス

7508 東証プライム市場

2025 年 6 月 4 日 (水)

<https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

業績動向

グループ店舗数と出店・退店数

店舗名	24/3 期末 店舗数	25/3 期		25/3 期末 店舗数
		出店	退店	
オートバックス (SA、SH 含む)	69	1	1	69
オートバックスエクスプレス	7			7
BP センター (钣金・塗装)	9		1	8
土山サーキット	1			1
フィールドセブン	5			5
マンマチャオ	6	1	1	6
たい焼専門店やまや本舗	2			2
シャトレーゼ	2			2
ガイア (M&A)	-	4		4
バイクワールド	15			15
業務スーパー	191	25		216
お弁当屋 K	1			1
お肉のてらばやし	174	9	3	180
アンデス食品	13			13
めぐみの郷	20			20
スーパーめぐみのさと	1			1
リコス	58		4	54
カーブス	25			25
からだ動き回復センターピント・アップ (新業態)	-	1		1
RJ market (新業態)	-	1		1
NEEL (M&A)	-	2		2
トレジャーサイクル	1		1	-
海外 (オートバックス、バイクワールド)	8		1	7
合計	608	44	12	640

出所：同社提供資料よりフィスコ作成

精肉事業を除くすべての事業セグメントで増収

(1) 車関連事業

車関連事業の売上高は前期比 6.1% 増 46,050 百万円と過去最高を連続更新し、経常利益も同 25.5% 増の 2,006 百万円と 3 期ぶりの増益に転じた。会社別では、すべての子会社が増収増益（または赤字縮小）となったが、主力の G-7・オート・サービスの収益がタイヤの販売増もあって回復したことが全体業績を押し上げた。2024 年 10 月に子会社化した G-7・シンワ・モビリティサービスは、売上高で 1,076 百万円、経常利益で若干の損失を計上した。上場会社のグループ企業に則した会計基準への見直しに伴い、一時費用を計上したことが主因で、同要因を除けば若干の利益を計上した。また、のれん償却額は 15 百万円、M&A 費用は約 1 億円となった。

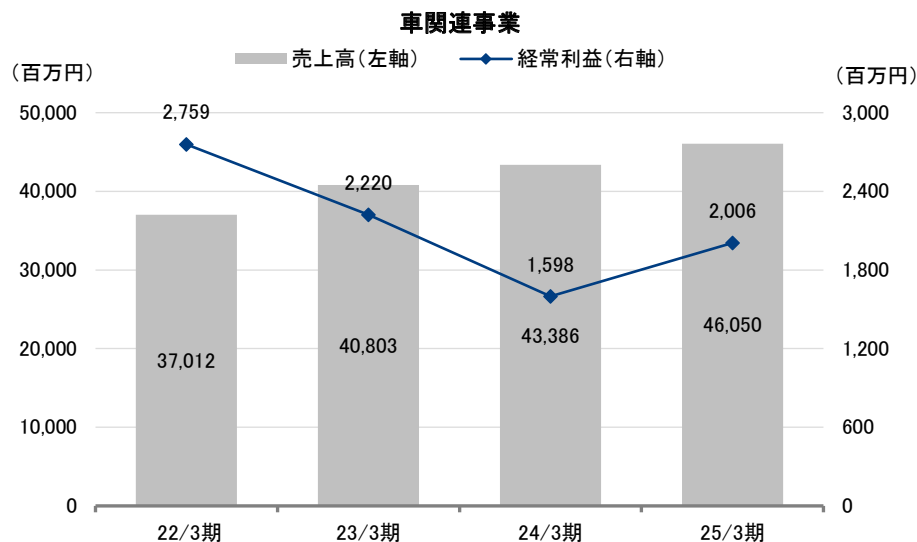
G-7 ホールディングス

7508 東証プライム市場

2025 年 6 月 4 日 (水)

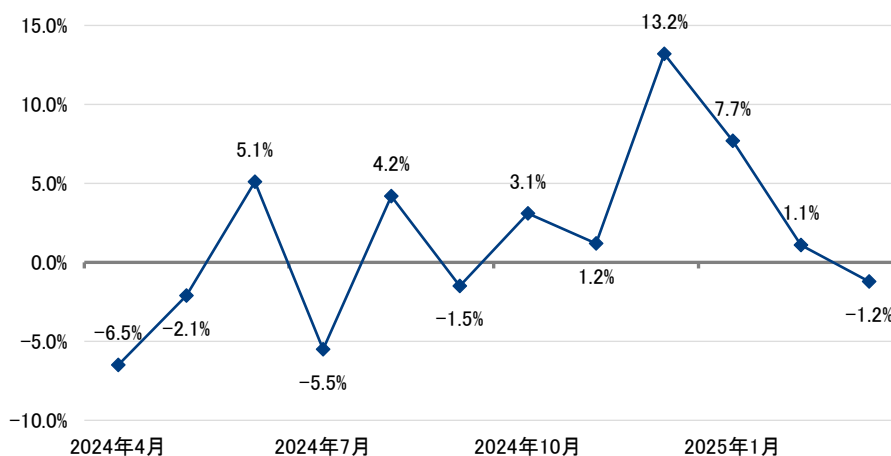
<https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

業績動向



出所：決算短信よりフィスコ作成

G-7・オート・サービスの業績は、売上高で前期比約 2% の増収となり、経常利益は 2 ケタ増益となった。国内新車販売台数が同 1.0% 増と 3 期連続で増加したこともあり、既存店売上高が同 1.8% 増と堅調に推移した。特に、冬場の降雪により好採算の冬用タイヤが大きく伸張したことで利益率が上昇した。カテゴリー別ではタイヤが同 10.2% 増、タイヤ取り付け工賃を中心としたサービス収入が同 8.6% 増と好調となったほか、ドライブ需要の回復によりバッテリーが同 8.7% 増、オイルが同 3.5% 増と消耗品も伸張した。一方、カー AV が同 7.0% 減と減少傾向が続き、自動車買取・販売も同 12.0% 減となった。なお、期末の「オートボックス」店舗数（国内）は、移転・リニューアルが 1 店舗あり、前期末比横ばいの 69 店舗となった。

G-7・オートサービス既存店売上高伸び率
(前年同月比)


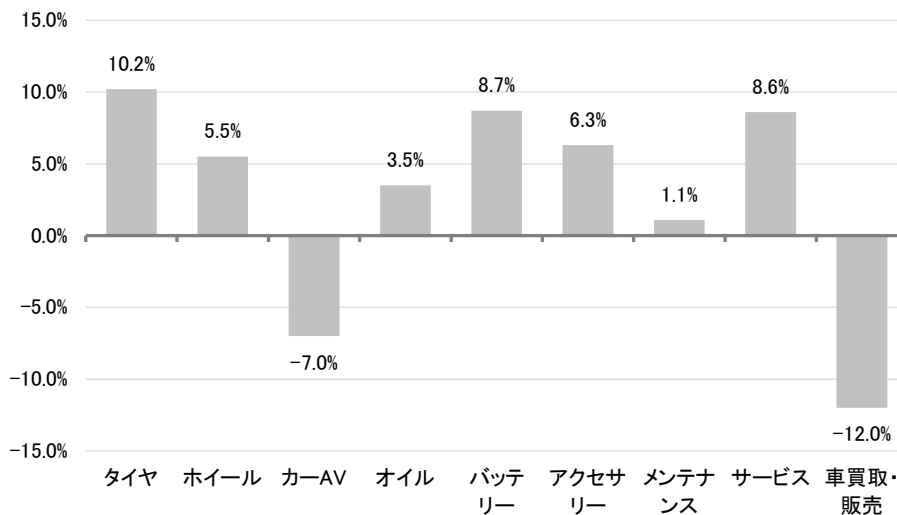
出所：同社提供資料よりフィスコ作成

G-7 ホールディングス
7508 東証プライム市場

2025 年 6 月 4 日 (水)
<https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

業績動向

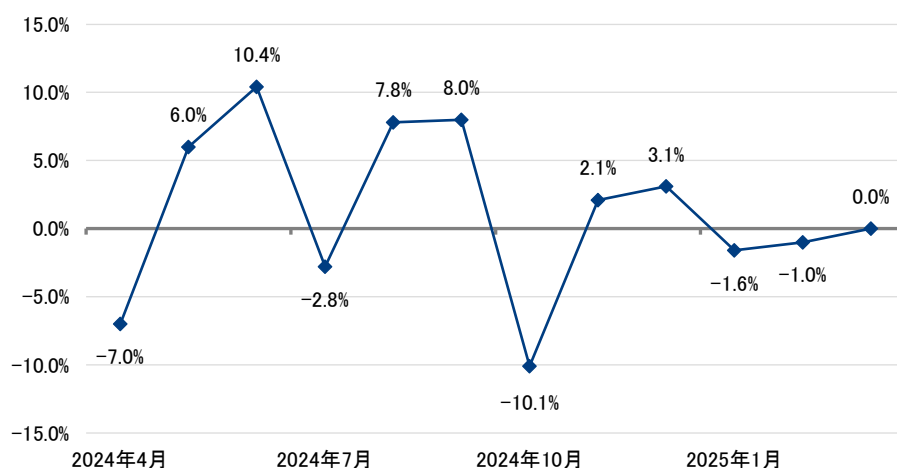
カテゴリー別売上高(前期比)



出所：同社提供資料よりフィスコ作成

G-7 バイクワールドは既存店売上高が前期比 1.0% 増と 3 期ぶりの増加に転じ、赤字額も縮小した。コロナ禍で拡大したバイク通勤需要がピークアウトしたことや夏場の酷暑によるツーリング需要の低迷などもあって売上低迷が続いていたが、ようやく下げ止まった格好だ。ただ、2021 年以降に出店した 4 店舗はいずれも苦戦しており、利益面で足かせ要因となっている。また、期初計画では 1 店舗の新規出店を計画していたが市場環境から先送りされ、期末店舗数は前期末比横ばいの 15 店舗となった。

G-7 バイクワールド既存店売上高伸び率 (前年同月比)



出所：同社提供資料よりフィスコ作成

G-7 ホールディングス

7508 東証プライム市場

2025 年 6 月 4 日 (水)

<https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

業績動向

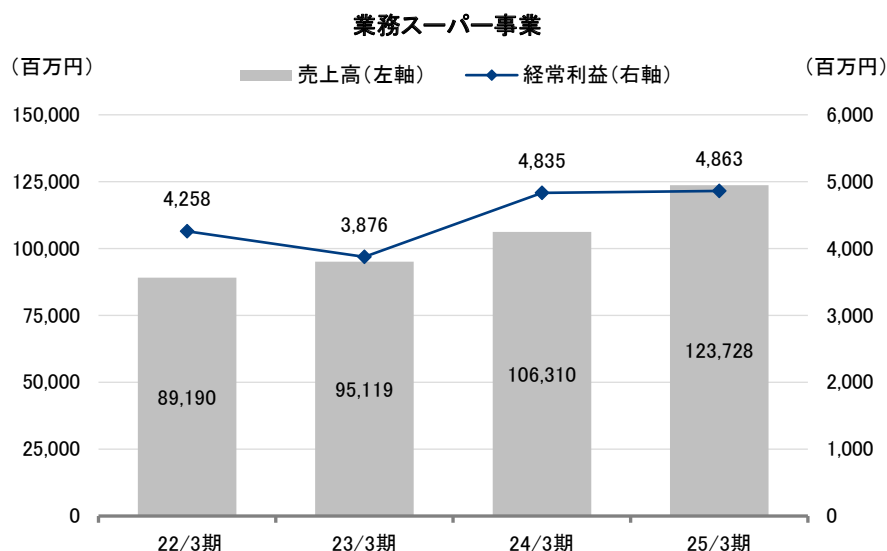
海外事業のうち、自動車輸出版売を行う G-7.CrownTrading は為替の円安が追い風となり増収が続いたが、2024 年秋以降失速し利益ペースでは若干の増益に留まった。一方、マレーシア子会社は増収増益（赤字縮小）となった。5 店舗を展開している「バイクワールド」の客数が増加し、ヘルメットを中心に売上が拡大した。一方、「オートボックス」については客足が伸びず損失が続いた。このため、不採算店舗のうち 1 店舗を退店し 2 店舗体制とした。

(2) 業務スーパー事業

業務スーパー事業の売上高は前期比 16.4% 増の 123,728 百万円、経常利益は同 0.6% 増の 4,863 百万円となった。節約志向の高まりを背景に既存店売上高が同 2.7% 増と堅調に推移したほか、新規に 10 店舗を出店したこと、さらには首都圏で 15 店舗を展開するボン・サンテを 2024 年 7 月に子会社化したことも増収要因となった。

利益面では、社員の処遇改善（給与改定、賞与アップ）により人件費が増加したほか、新規出店及び店舗改装費用の増加、ボン・サンテの M&A 費用 175 百万円及びのれん償却額 303 百万円を計上したものの、増収に伴う粗利益の増加で吸収し 2 期連続の増益となった。ボン・サンテの売上高は約 100 億円、経常利益は 3.6 億円となり、のれん償却後でも 6.1 百万円の利益増要因となった。

なお、新規出店 10 店舗の地域別内訳は、北海道 3 店舗、中部 7 店舗となり、これにボン・サンテの 15 店舗が加わり、期末店舗数は 216 店舗となった。



出所：決算短信よりフィスコ作成

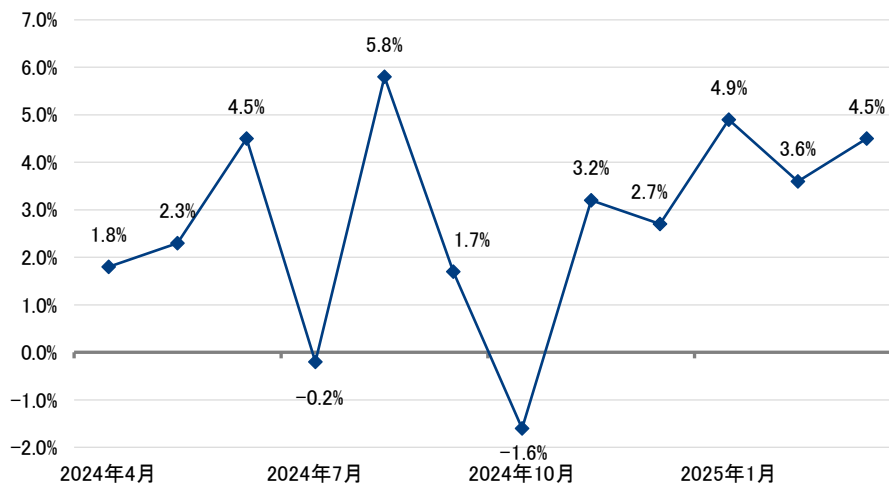
既存店売上高は値上効果のあった前期の 7.9% 増からはやや鈍化したものの、期を通して堅調に推移した。神戸物産 <3038> の直轄エリア全体の既存店伸び率もほぼ同様の動きとなっており、食料品の値上げが相次ぐなかで PB 商品も含めて低価格で提供する「業務スーパー」の集客力の高さが裏付けられる格好となった。

G-7 ホールディングス
7508 東証プライム市場

2025 年 6 月 4 日 (水)
<https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

業績動向

業務スーパー既存店売上高伸び率 (前年同月比)

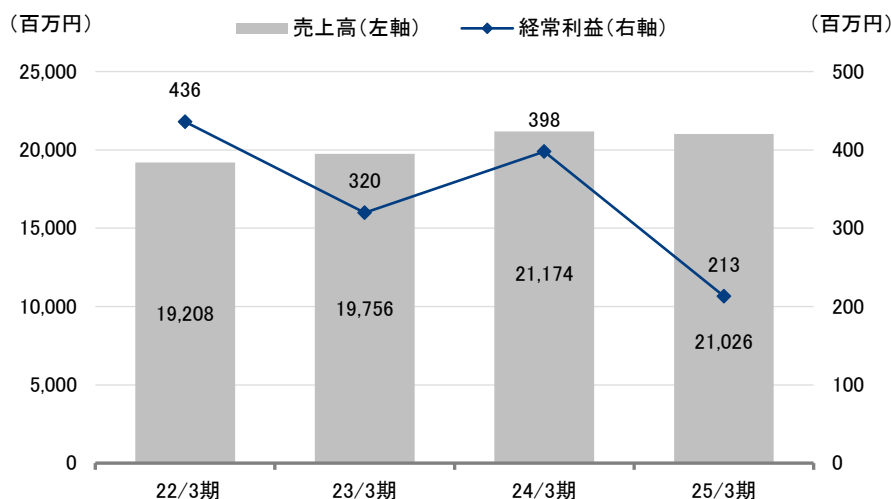


出所：同社提供資料よりフィスコ作成

(3) 精肉事業

精肉事業の売上高は前期比 0.7% 減の 21,026 百万円、経常利益は同 46.5% 減の 213 百万円となった。円安の影響も含めた原材料価格の上昇により仕入率が悪化し、減益要因となった。同社は、販売価格の見直しや国産品への切り替えを進めたものの（輸入肉の構成比率は約 2 割に低下）、消費者の節約志向の継続に加え猛暑によるバーベキュー需要の減少も響いた。

精肉事業



出所：決算短信よりフィスコ作成

G-7 ホールディングス

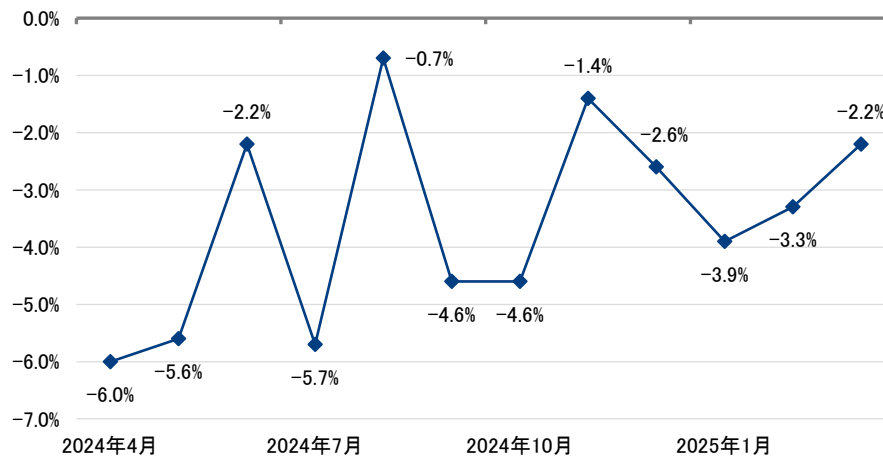
7508 東証プライム市場

2025 年 6 月 4 日 (水)

<https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

業績動向

既存店の月次売上動向は、2024 年 4 月以降すべての月で前年同月を下回り、通期では前期比 3.6% 減となった。出退店の動向については、新規出店が 9 店舗（中部 6 店舗、北海道、九州、関西で各 1 店舗）、退店が 3 店舗となり、期末店舗数は前期末比 6 店舗増の 180 店舗となった。

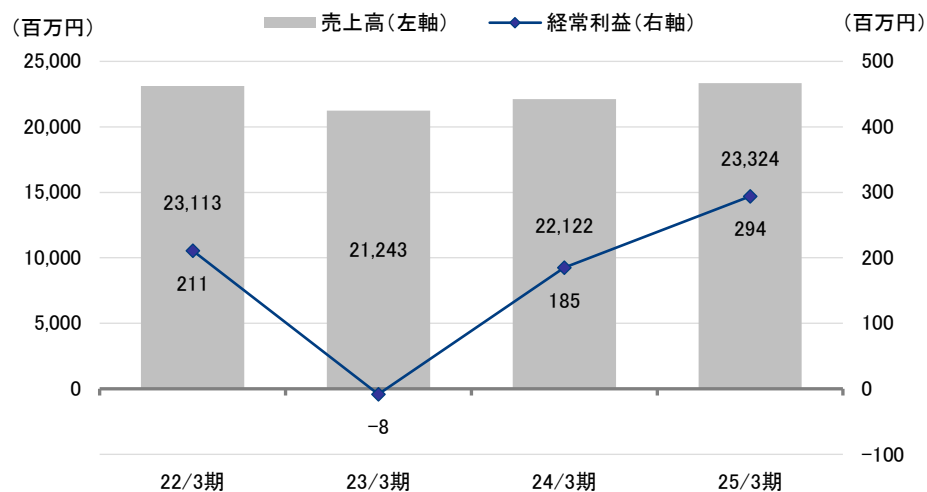
精肉事業(お肉のてらばやし)既存店売上高伸び率
(前年同月比)


出所：同社提供資料よりフィスコ作成

(4) その他事業

その他事業は売上高で前期比 5.4% 増の 23,324 百万円、経常利益で同 58.5% 増の 294 百万円と増収増益が続いた。

その他事業



出所：決算短信よりフィスコ作成

G-7 ホールディングス

7508 東証プライム市場

2025 年 6 月 4 日 (水)

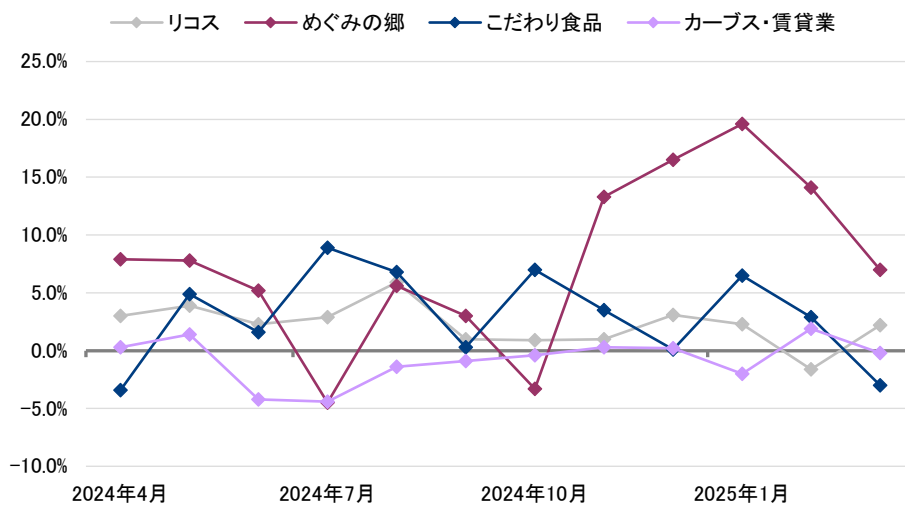
<https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

業績動向

事業別では、ミニスーパー事業の売上高が不採算店舗の整理を進めた影響で約 3% 減収となったものの、既存店ベースでは 2.3% 増と 2 期連続で増収となった。売価の見直しや地域限定商品などのフェアを開催するなど SNS も活用した販促施策が奏功し、売上の回復につながった。期末店舗数は前期末比 4 店舗減の 54 店舗で、このうちの 7 割弱がまだ赤字となっているが、損失額は大幅に縮小したようだ。

アグリ事業は、既存店売上高が前期比 7.6% 増と好調に推移したほか、前下期に不採算店舗の整理を進めた効果もあり、増収増益となった。店舗数は前期末比横ばいの 20 店舗となった。また、こだわり食品・PB 事業は、取引先の新規開拓並びに商材の発掘に取り組んだことで増収増益となった。新規商材として、ペット用フードの取扱いを開始した。そのほか、カーブス事業では女性向け健康体操教室「カーブス」(25 店舗)の会員数が増加したものの、2 店舗を移転リニューアルしたこと、新規業態として化粧品や日用品のアウトレット店「RJ market」を 1 店舗出店するなど経費がかさんだことで減益となった。「RJ market」についてはまだ認知度が低く集客に苦戦しているようで、今後の課題としている。なお、2021 年に出店した自転車販売専門店「トレジャーサイクル」1 店舗については、収益化が困難との判断から退店した。

その他事業の既存店売上高(前年同月比)



出所：同社提供資料よりフィスコ作成

M&A 資金として借入金が増加するも財務の健全性は維持

2. 財務状況と経営指標

2025 年 3 月期末の資産合計は前期末比 8,821 百万円増加の 70,693 百万円となった。主な増減要因を見ると、流動資産は現金及び預金が 269 百万円減少した一方で、売掛金が 1,128 百万円、棚卸資産が 1,041 百万円それぞれ増加した。固定資産はボン・サンテなど M&A を 3 件実行したことを主因に、有形固定資産が 2,418 百万円、のれんが 4,555 百万円、敷金及び保証金が 362 百万円それぞれ増加した。

負債合計は前期末比 6,220 百万円増加の 38,118 百万円となった。ボン・サンテの株式取得資金等により有利子負債が 4,840 百万円増加したほか、買掛金が 923 百万円、資産除去債務が 451 百万円それぞれ増加し、未払法人税等が 384 百万円減少した。純資産合計は同 2,601 百万円増加の 32,574 百万円となった。親会社株主に帰属する当期純利益 4,939 百万円の計上と配当金 1,753 百万円の支出等により利益剰余金が 3,005 百万円増加し、自己株式 643 百万円を取得した。

経営指標については、自己資本比率が前期末比 2.3 ポイント低下の 46.1% となり、有利子負債比率が同 12.4 ポイント上昇の 43.0% となるなど M&A 実行により財務体質が若干悪化したものの、ネットキャッシュ（現金及び預金－有利子負債）は 2,859 百万円のプラスとなっており、財務の健全性は維持しているものと評価される。収益性に関しては ROE で 15.8% と 2 ケタ台の水準を維持しているものの、営業利益率は 3.3% まで低下するなど収益性の向上が今後の課題となっている。

貸借対照表及び経営指標（連結）

（単位：百万円）

	22/3 期	23/3 期	24/3 期	25/3 期	増減
流動資産	29,498	30,259	33,360	34,898	1,538
（現金及び預金）	17,033	15,688	17,138	16,869	-269
（棚卸資産）	6,854	7,982	8,067	9,108	1,041
固定資産	24,647	26,943	28,511	35,795	7,284
（のれん）	437	16	62	4,617	4,555
資産合計	54,145	57,202	61,872	70,693	8,821
負債合計	29,398	30,444	31,898	38,118	6,220
（有利子負債）	9,300	9,300	9,170	14,010	4,840
純資産合計	24,747	26,757	29,973	32,574	2,601
経営指標					
（安全性）					
自己資本比率	45.4%	46.8%	48.4%	46.1%	-2.3pp
有利子負債比率	37.8%	34.8%	30.6%	43.0%	12.4pp
ネットキャッシュ	7,733	6,388	7,968	2,859	-5,109
（収益性）					
ROE（自己資本利益率）	23.0%	14.9%	18.3%	15.8%	-2.5pp
ROA（総資産経常利益率）	14.9%	12.2%	12.3%	11.3%	-1.0pp
営業利益率	4.4%	3.7%	3.6%	3.3%	-0.3pp

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2026 年 3 月期はすべての事業が成長、4 期ぶりに最高益更新へ

1. 2026 年 3 月期の業績見通し

2026 年 3 月期の連結業績は、売上高で前期比 7.4% 増の 230,000 百万円、営業利益で同 19.3% 増の 8,500 百万円、経常利益で同 15.2% 増の 8,600 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同 15.4% 増の 5,700 百万円を計画しており、各利益は 4 期ぶりに最高益を更新する見通しだ。

2026 年 3 月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	25/3 期		26/3 期		
	実績	売上比	会社計画	売上比	前期比
売上高	214,129	-	230,000	-	7.4%
営業利益	7,122	3.3%	8,500	3.7%	19.3%
経常利益	7,466	3.5%	8,600	3.7%	15.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,939	2.3%	5,700	2.5%	15.4%
1 株当たり当期純利益 (円)	112.72		130.09		

出所：決算短信よりフィスコ作成

すべての事業で増収増益を見込んでいるほか、業務フローの革新と DX 推進による生産性向上や、前期に計上した M&A 関連の一時費用 3.5 億円がなくなること、営業利益率も前期の 3.3% から 3.7% と 4 期ぶりの上昇に転じる見通し。前期に新たにグループ化した 3 社が通年で寄与することによる増収効果は 60 億円程度と見られる。のれん償却があるため利益ベースでの増益寄与分は若干程度となるが、ボン・サンテは 2025 年 4 月に G-7 スーパーマーケットに吸収合併されたことで、間接コストの低減効果が期待される。

新規出店は 29 店舗を計画している。内訳は「業務スーパー」12 店舗、「お肉のてらばやし」10 店舗、「めぐみの郷」2 店舗、「からだ動き回復センター ピント・アップ」4 店舗、「バイクワールド」1 店舗である。前期の新規出店は 23 店舗 (M&A 除く) となったため、新規出店数は増加し、「業務スーパー」など既存店舗のリニューアルも適宜実施する。足元の市場環境に大きな変化はなく、新規出店が予定どおり進めば会社計画の達成は可能な水準と弊社では見ている。

G-7 ホールディングス

7508 東証プライム市場

2025 年 6 月 4 日 (水)

<https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

今後の見通し

グループ店舗数と出店・退店数

店舗名	24/3 期末 店舗数	25/3 期末 店舗数	26/3 期 出店計画	26/3 期末 店舗数
オートバックス (SA、SH 含む)	69	69		69
オートバックスエクスプレス	7	7		7
BP センター (钣金・塗装)	9	8		8
土山サーキット	1	1		1
フィールドセブン	5	5		5
マンマチャオ	6	6		6
たい焼専門店やまや本舗	2	2		2
シャトレーゼ	2	2		2
ガイア (M&A)	-	4		4
バイクワールド	15	15	1	16
業務スーパー	191	216	12	228
お弁当屋 K	1	1		1
お肉のてらばやし	174	180	10	190
アンデス食品	13	13		13
めぐみの郷	20	20	2	22
スーパーめぐみのさと	1	1		1
リコス	58	54		54
カーブス	25	25		25
からだ動き回復センターピント・アップ (新業態)	-	1	4	5
RJ market (新業態)	-	1		1
NEEL (M&A)	-	2		2
トレジャーサイクル	1	-		-
海外 (オートバックス、バイクワールド)	8	7		7
合計	608	640	29	669

出所：同社提供資料よりフィスコ作成

なお、2024 年 12 月に新設した東京オフィスでは、関東におけるグループの管理部門や人事部門、M&A 等に携わる成長戦略室を設置し、2025 年 4 月から本格稼働した。

(1) 車関連事業

車関連事業のうち、G-7・オート・サービスは新規出店の予定がなく、既存店舗での売上増と生産性向上により増収増益を目指す。タイヤの販売動向がカギを握るが、カー用品以外の消耗品やサービス部門に注力することで、計画達成を目指す。

G-7 バイクワールドは既存店舗の売上増加に取り組むとともに、前期に採用した新卒社員の戦力化による生産性向上が寄与する見通し。

海外事業のうちマレーシアの子会社については、「オートバックス」の伸び悩みを「バイクワールド」の好調で吸収し、全体で進出後初の黒字化を目指す。自動車輸出版売事業については円高が懸念されるが、140 円 / 米ドル台後半の水準で推移するようであれば、堅調推移が見込まれる。

G-7 ホールディングス

7508 東証プライム市場

2025 年 6 月 4 日 (水)

<https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

今後の見通し

G-7・シンワ・モビリティサービスは通年で業績に寄与し、売上高で 10 億円台の上乗せ、利益ベースでも会計基準見直しによる一時的な損失がなくなるため黒字化が見込まれる。

(2) 業務スーパー事業

業務スーパー事業は、既存店の堅調持続に加えて前期に出店及び M&A で取得した店舗が通年で寄与すること、並びに 2026 年 3 月期に 12 店舗を新規出店する効果もあり、売上高で 10% 台の増収が見込まれる。12 店舗のうち既に 4 店舗は確定しており、リニューアルについても上期に 8 店舗を予定している（前上期は 10 店舗実施）。手薄だった名古屋エリアの新規出店を強化する方針だ。また、生産性向上施策として店舗リニューアルと併せて、セミセルフレジやキャッシュレス決済の導入を順次進めており、人手不足にも対応する考えだ。

(3) 精肉事業

精肉事業は 10 店舗の新規出店を計画しており、増収増益を見込んでいる。為替の円安傾向に歯止めがかかり、原材料費高騰も一段落する見込みで、原価率の改善も期待される。

(4) その他事業

その他事業は増収増益となる見通し。ミニスーパー事業については、引き続き商品戦略の見直しや SNS を活用した販促施策により集客力の向上に取り組むほか、店舗スタッフの生産性向上や物流コストの低減（前下期に物流会社の一部変更）効果も期待される。全店舗の 7 割弱を占める不採算店舗の比率を 3 割程度まで減らすことで、2026 年 3 月期の黒字化を目指す。

アグリ事業については 2 店舗の新規出店を計画しており、増収増益を計画している。野菜だけでなく昨今の米不足を背景に精米の販売も好調なようで、好業績が期待される。こだわり食品・PB 事業については、新規取引先の開拓と商品の発掘、物産展への出展による売上機会の増大を図るとともに、自動受発注システムの導入など DX 推進による生産性向上にも取り組みながら増収増益を目指す。「カーブス」については既存店舗の会員数増加に加えて、前下期から開始した新業態で 4 店舗の新規出店を予定しており、増収増益を見込んでいる。

G-7 新流については、通年での業績寄与により売上高で 20 億円台半ばの増収、経常利益で数千万円の増益が見込まれる。時計については安定した売上が見込めるため、ペット用品の販売を強化する。同社は今後も M&A を活用しながら、G-7 新流を含めた他商材の EC 事業拡大を目指す。

中期経営計画の最終年度目標は売上高 2,300 億円、 経常利益 86 億円へ修正

2. 中期経営計画の進捗状況

(1) 中期経営計画の概要と進捗状況

同社は創業 50 周年となる 2026 年 3 月期を最終年度とした 5 ケ年の中期経営計画を 2022 年 3 月期より推進している。業績目標として 2026 年 3 月期に売上高 2,500 億円、経常利益 100 億円を掲げていたが、2025 年 3 月期までの業績の進捗状況が想定を下回ったことから、直近の会社計画では売上高 2,300 億円、経常利益 86 億円と現実的な数値へ修正した。想定を下振れた要因としては、物価上昇に伴う出店コストや光熱費の上昇に伴い新規出店ペースが鈍化したこと、また巣ごもり需要の一巡によるミニスーパー事業の低迷や原材料高に起因する精肉事業の低迷などが挙げられる。ただ、同社は当初目標値について、M&A 戦略も推進しながら早期達成を目指すとしている。

また、2024 年 10 月 30 日付で発表した「資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応について」のなかで、新たに ROE や資本政策に関する目標も追加した。ROE については 2024 年 3 月期 (18.3%) の水準の維持・上昇を目指し、自己資本比率は 40% 台を目安としている。

企業価値向上に向けた経営指標

		24/3 期	25/3 期	26/3 期目標 (2024 年 10 月発表値)
業績目標	売上高	1,930 億円	2,141 億円	2,500 億円 (2,300 億円※)
	経常利益	73 億円	74 億円	100 億円 (86 億円※)
資本収益性	ROE	18.3%	15.8%	現状 ROE 水準の維持・上昇
資本構成	自己資本比率	48.4%	46.1%	40% 台を目安
投資額		41 億円	85 億円	220 億円
		(設備投資額)	(設備投資 37 億円、M&A48 億円)	(25/3 期 -26/3 期合計、M&A 含む)
株主還元	配当性向	34.1%	35.5%	30.0% 以上
	1 株当たり配当金	40 円	40 円	累進配当 40 円以上

※ 2025 年 5 月発表値

出所：「資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応について」よりフィスコ作成

同社は中期経営計画のなかで成長実現のため、以下の 10 項目を重点テーマとして掲げている。

- 1) 事業会社各社で每期増収増益、過去最高に挑戦する
- 2) 事業会社各社で黒字必達とする
- 3) 赤字総店舗数及び赤字総額 0 に挑戦する
- 4) 生産性指標となる従業員 1 人当たりの売上高、粗利額の 2 項目ともに前期比アップを目指す
- 5) 売上伸長率を上回る利益伸長率アップに挑戦する
- 6) 投資効率の良い新規事業、新業態の開発に挑戦する
- 7) 投資効率の良い新店を每期 50 ～ 70 店舗出店に挑戦する (店舗数は 2021 年 3 月期末の 586 店舗から 2026 年 3 月期に 1,000 店舗へ、G-7 モール含む)
- 8) M&A、資本業務提携の推進に取り組む

G-7 ホールディングス

7508 東証プライム市場

2025 年 6 月 4 日 (水)

<https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

今後の見通し

9) 採用を強化し人材育成、人材教育に全力で取り組む（パートを含む従業員数は 2021 年 3 月期末の 7,746 人から 2026 年 3 月期に 14,000 人へ）

10) ESG 及び SDGs への取り組みを推進する

このうち、2) については 2025 年 3 月期において G-7 リコス・ストアズやマレーシア子会社、G-7 バイクワールドが赤字となったが、2026 年 3 月期に黒字化できる可能性はあると同社では見ている。3) については、2025 年 3 月期末時点で全店舗（開店 4 年目以降の店舗 550 店舗）のうち約 25% が赤字となっており、改善が遅れ気味となっている。今後、店舗運営の生産性や在庫回転率の向上、商品戦略の見直しに取り組み、赤字店舗の削減を進める。4) の生産性指標については、従業員 1 人当たり※売上高及び売上総利益を見ると、2023 年 3 月期は売上高 23.8 百万円、売上総利益 5.8 百万円、2024 年 3 月期は売上高 25.3 百万円、売上総利益 6.0 百万円、2025 年 3 月期は売上高 25.4 百万円、売上総利益 6.2 百万円と、売上高・売上総利益ともに増加傾向となっている。業務スーパー事業の成長によるところが大きいですが、今後もすべての事業において前期比アップを目指す。

※ 従業員数は正社員数（前期末と当期末の平均値）＋平均臨時雇用者数で算出。

6) の投資効率の良い新規事業、新業態の開発については 2025 年 3 月期にアウトレット事業を開始したほか、M&A で時計・ペット用品の EC 事業を獲得するなど、将来の成長に向けた種まきを行った。7) の出店計画については、物価上昇により出店コストの上昇により、2022 年 3 月期 34 店舗、2023 年 3 月期 27 店舗、2024 年 3 月期 24 店舗、2025 年 3 月期 44 店舗（M&A 取得店舗含む）となり、目標の毎期 50 ～ 70 店舗の出店ペースには届かず、目標の 1,000 店舗達成時期は次期中期経営計画に先送りとなりそうだ。

9) の人材採用・教育については、企業の成長の源泉が「人材」にあると考えており、引き続き強化を進めている。2025 年 4 月の新卒社員数はグループで 79 名（前年 104 名）の採用を実施した。人材育成の取り組みに関しては、若手幹部社員の育成・登用のための定期研修の継続に加えて、個々の社員のスキルアップ並びにモチベーションアップにつながる人事考課の見直しも進めている。

(2) 事業別収益目標

主力事業の収益目標（事業会社の目標）は、業務スーパー事業で売上高 1,000 億円、経常利益 45 億円（2021 年 3 月期比売上高 1.19 倍、経常利益 1.13 倍）、オートバックス事業で売上高 500 億円、経常利益 25 億円（同売上高 1.57 倍、経常利益 1.20 倍）、精肉事業で売上高 350 億円、経常利益 12 億円（同売上高 1.91 倍、経常利益 1.28 倍）を設定している。

このうち業務スーパー事業は、2024 年 3 月期に 2 年前倒しで目標を達成しており、2026 年 3 月期も過去最高業績を更新する見通しだ。出店戦略については、関東や中部、九州を中心に出店を加速するほか、既存店のリニューアルによる生産性向上にも取り組む。

一方、オートバックス事業は未達となる可能性が高いが、車検等のサービス売上構成比の引き上げによる既存店売上高の増加と収益性向上を図るとともに、カーライフというカテゴリーで M&A も含めて周辺事業に領域を拡大することで成長を目指す。

G-7 ホールディングス

7508 東証プライム市場

2025 年 6 月 4 日 (水)

<https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

今後の見通し

精肉事業もオートバックス事業と同様にハードルが高くなっている。売上高は集客力の高い「業務スーパー」との同時出店だけでなく単独出店も行うなど積極出店を継続する。また、輸入肉仕入コストの高騰を生産性向上でカバーし、収益回復を目指す。

ミニスーパー事業は目標達成のハードルは高く、当面は既存店舗の黒字化を最優先課題に取り組み、黒字化の目途が立った段階で成長戦略を打ち出す。社会様式の変化とともに増加する個食化ニーズの取り込みに加え、生産性向上が黒字化達成のカギを握ると見られる。

そのほかバイクワールド事業、こだわり食品・PB 事業、アグリ事業（めぐみの郷）、海外事業はそれぞれ売上高 100 億円、経常利益で 2 ～ 3 億円の規模を目標としている（アグリ事業については流通額ベース）。また、カーブス事業や店舗内装事業（主に業務スーパー店舗の施工）については、売上高で各 20 億円を目標としている。当初の目標に対して乖離が生じている事業もあるが、基本的にはすべての事業を拡大するとともに、M&A も積極的に推進しながら中長期的な成長を目指す。

■ 企業価値向上に向けた取り組み

ROE の維持・上昇と利益成長加速により企業価値向上を図る

1. 企業価値向上施策

同社は企業価値向上施策として、ROE 水準の維持・上昇と積極的な成長投資による利益成長加速やサステナビリティの取り組みを含む情報開示の充実によって成長期待を醸成し、市場評価（PER）の向上の実現を目指している。ROE 水準は既に株主資本コスト（5 ～ 8%）を上回る水準を安定的に確保しており、PBR も 1 倍以上の水準で推移しているが、PER の水準は 10 ～ 16 倍台で推移しており、利益成長率を高めていくことが企業価値の向上において重要との認識だ。

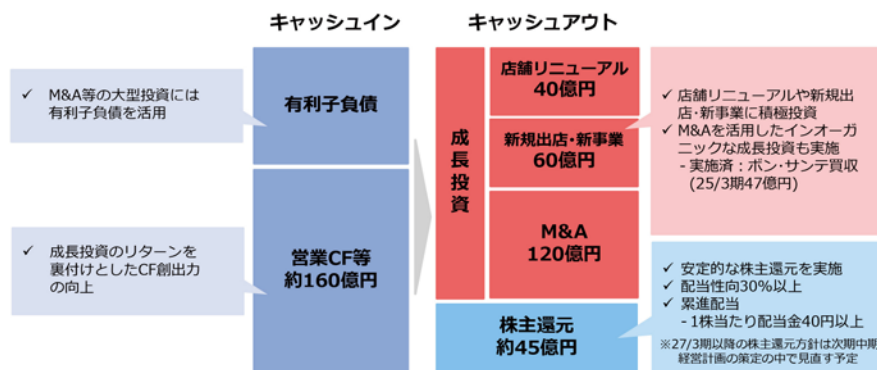
また、2025 年 3 月期～2026 年 3 月期の 2 期におけるキャピタル・アロケーションの考え方については、キャッシュアウトとなる成長投資で 220 億円（うち、M&A120 億円、新規出店・新事業 60 億円、店舗リニューアル 40 億円）、株主還元で約 45 億円を見込んでいるのに対して、2 期で創出する営業キャッシュ・フロー等は約 160 億円となり、不足額は有利子負債で充当することになる。M&A については前述した 3 社分で約 50 億円を支出しており、残りの予算枠 70 億円を新たな M&A 資金として活用することになる。

G-7 ホールディングス
7508 東証プライム市場

2025 年 6 月 4 日 (水)
<https://www.g-7holdings.co.jp/investors/>

企業価値向上に向けた取り組み

2025 年 3 月期～2026 年 3 月期のキャピタル・アロケーション

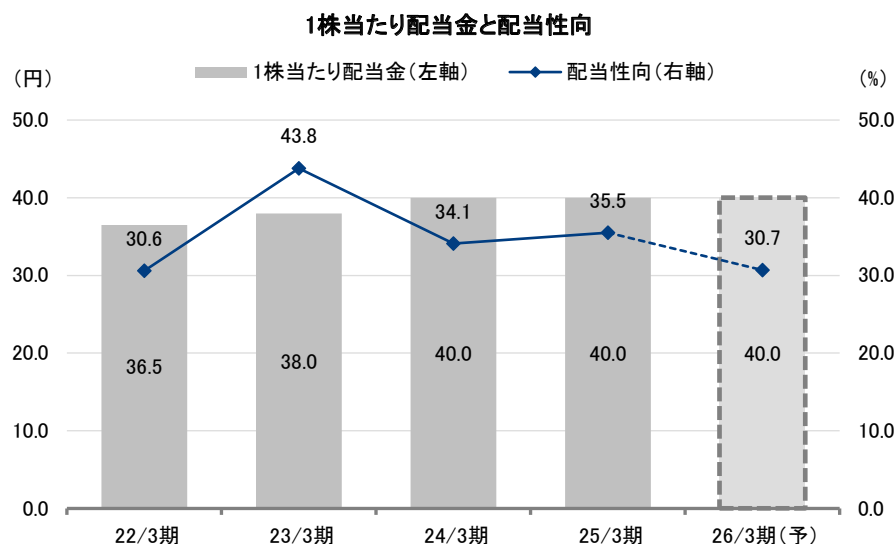


出所：「資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応について」より掲載

配当性向 30% 以上を目安に 1 株当たり 40 円以上の累進配当を実施予定

2. 株主還元策

2026 年 3 月期までの配当方針に関しては、配当性向 30% 以上を目安に累進配当（1 株当たり配当金 40 円以上）を行う方針を示している。2025 年 3 月期の 1 株当たり配当金は前期と同額の 40.0 円（配当性向 35.5%）を実施し、2026 年 3 月期も同額の 40.0 円（同 30.7%）を予定している。



注：2021 年 10 月に 1：2 の株式分割を実施。22/3 期の 1 株当たり配当金は遡及して修正
出所：決算短信よりフィスコ作成

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、配布等することは強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