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 >>>

2026 年 11 月 25 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

G-7 ホールディングス ｜ 2026 年 11 月 25 日（水）
7508 東証プライム市場 ｜ https://www.g-7holdings.co.jp/investors/

目次

要約 01
1. 2027 年 3 月期中間期の業績概要 01
2. 2027 年 3 月期業績見通し 01
3. 中期経営計画 01
4. 株主還元方針 02

事業概要 03
1. 業務スーパー事業 03
2. 車関連事業 03
3. 精肉事業 04
4. その他 05

業績動向 07
1. 2027 年 3 月期中間期の業績概要 07
2. 財務状況と経営指標 11

今後の見通し 12
1. 2027 年 3 月期業績見通し 12
2. 中期経営計画 14

株主還元方針 20

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

要約

2027 年 3 月期は 5 期ぶりの最高益更新を目指す

G-7 ホールディングス<7508>は、「業務スーパー」「オートバックス」のフランチャイジーとして国内最多の店舗数を運営する子会社を有する持株会社である。業務スーパー事業、車関連事業、精肉事業を主力事業とし、M&A を推進しながら業容を拡大している。

1. 2027 年 3 月期中間期の業績概要

2027 年 3 月期中間期の連結業績は、売上高で前年同期比 7.9%増の 119,368 百万円、経常利益で同 4.5%減の 3,126 百万円と増収減益となった。売上高は車関連事業を中心にすべての事業セグメントで増収となったが、8 月～9 月の大雨により一部店舗で臨時休業を強いられたことや、創業 50 周年記念式典費用で数千万円を計上したこと、前年同期に子会社で計上した固定資産売却益がなくなったことなどが減益要因となった。グループ店舗数は前期末比 6 店舗増の 659 店舗となった。新業態としてアパレルショップ「Workman Colors」※を 2026 年 9 月に 2 店舗出店するなど 11 店舗を新規出店（M&A によるものを含む）し、不採算店舗 5 店舗を閉店した。

※ ワークマン<7564>と FC 契約を締結して出店を開始した、低価格な機能性カジュアルウェアを中心としたアパレルショップである。

2. 2027 年 3 月期業績見通し

2027 年 3 月期業績は売上高で前期比 7.7%増の 250,000 百万円、経常利益で同 16.5%増の 9,000 百万円と期初計画を据え置き、5 期ぶりの過去最高業績更新を目指す。中間期の進捗はやや計画を下回っているものの、下期は「業務スーパー」や「お肉のてらばやし」を中心に積極的に店舗展開を進めていくこと、また、不採算となっているミニスーパー事業の収益改善に取り組むことなどで挽回していく計画である。下期は 26 店舗の新規出店を計画している。また、中間期に好調だった牛タン加工卸販売や時計販売、自動車輸出販売事業などのさらなる成長を見込むほか、M&A についても積極的に推進していく方針である。

3. 中期経営計画

同社は、2027 年 3 月期からスタートした 5 ヶ年の中期経営計画において、最終年度となる 2031 年 3 月期に売上高 3,500 億円、経常利益 130 億円（年平均成長率は売上高 8.6%、経常利益 11.0%）を達成すべく、投資効率の高い新規出店と M&A を推進していくとともに、業務フローの革新と DX 推進で生産性向上を図っていく方針である。「AI 戦略室」も新たに立ち上げており、業務効率化に向けた検討を開始した。主力 3 事業の持続的成長に加えて、新規事業や新業態の開発、M&A などで約 135 億円の投資枠を設定した。グループ全体の店舗数は 2026 年 3 月期末の 653 店舗から 874 店舗と約 1.3 倍を目指す。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

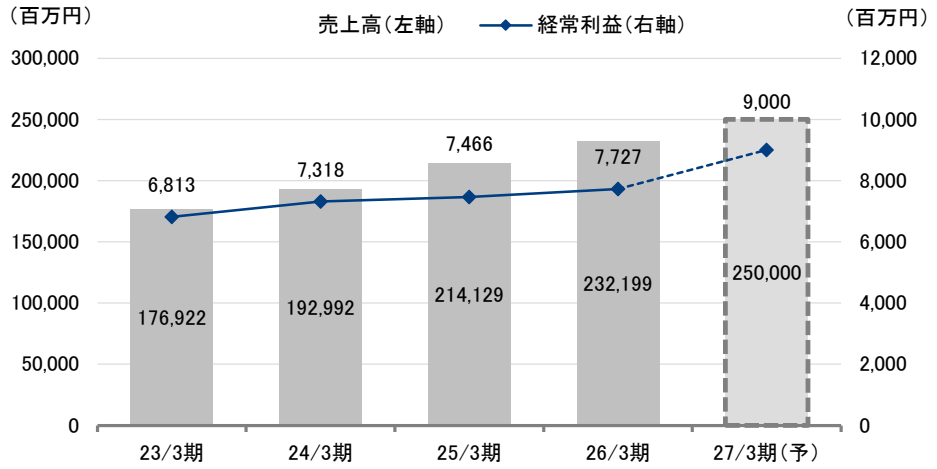
4. 株主還元方針

株主還元方針については、2027 年 3 月期より連結配当性向 50%を目安に累進配当（70 円以上）を行う方針とした。2027 年 3 月期の 1 株当たり配当金は前期と同額の 70.0 円（配当性向 52.8%）を予定している（前期は創業 50 周年記念配当 30.0 円を含む）。また、新たに取得株数 150 万株、取得総額 30 億円を上限とした自己株式取得も発表しており（取得期間：2026 年 11 月 2 日～2027 年 11 月 1 日）、予想総還元性向は 100%超となる。

Key Points

- 2027 年 3 月期中間期は増収となるも、自然災害や一時費用の計上で経常減益に
- 2027 年 3 月期業績は期初計画を据え置き、5 期ぶりの最高益更新を目指す
- 2031 年 3 月期に連結経常利益 130 億円を目指す中期経営計画をスタート
- 配当性向 50%を目安に 70 円以上の累進配当を継続、自己株式取得も新たに発表

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

事業概要

業務スーパー事業、車関連事業、精肉事業を主軸に展開

同社の事業セグメントは、業務スーパー事業、車関連事業、精肉事業、その他の 4 つで開示している。2027 年 3 月期中間期の事業別構成比は、業務スーパー事業が売上高の 57.0%、経常利益の 73.6%を占める主力事業となっており、次いで車関連事業が売上高の 21.1%、経常利益の 18.2%を、精肉事業が売上高の 11.1%、経常利益の 5.7%を、その他が売上高の 10.8%、経常利益の 2.4%を占める。また業務スーパー事業、精肉事業とその他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 8 割弱が食品の卸小売事業となっている。

1. 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（株）G-7 スーパーマートが手掛けている。出店エリアは関東、中部、関西、九州、北海道で、2026 年 9 月末の店舗数は 224 店舗と業務スーパーグループ（1,150 店舗）の中で最大規模である。地域別店舗数は関東が 88 店舗と最も多く、次いで中部 54 店舗、関西 34 店舗、九州 28 店舗、北海道 20 店舗である。また、2025 年より業務スーパー店舗内に惣菜店「馳走菜（ちそうな）」の出店も開始しており、今後も「業務スーパー」の新規出店や既存店でもスペースのある店舗で出店していくほか、「馳走菜」単体での店舗展開も検討している。なお、「業務スーパー」「馳走菜」ともに神戸物産<3038>と FC 契約を締結して展開している。

同社は、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いる。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、今後は出店余地の大きい中部地域で積極的に出店する方針である。

2. 車関連事業

車関連事業は、「オートバックス」のフランチャイジーでカー用品販売や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「G7 カーサービスセンター（旧 オートバックス）」※及び「バイクワールド」を運営する G7 RETAIL MALAYSIA SDN.BHD.、自動車輸出販売事業を手掛ける（株）G-7.CrownTrading、自動車販売や鈑金・塗装事業を行う（株）G-7・シンワ・モビリティサービス等で構成される。

※ オートバックスセブン<9832>が 2026 年 3 月末をもってマレーシアの小売事業から撤退したことを受け、FC 契約を解消した。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

売上構成比の 6 割強を占める G-7・オート・サービスでは、オートバックス関連店舗を 2026 年 9 月末で国内に 76 店舗（オートバックス 69 店舗、オートバックスエクスプレス 7 店舗）展開する。出店エリアは兵庫県、京都府、福井県、岡山県、広島県、千葉県、茨城県にわたり、そのなかでも兵庫県では全体の 5 割を占める 37 店舗を出店している。オートバックスグループ（国内 1,073 店舗、海外 149 店舗）で最大規模のフランチャイジーであり、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、グループの中でも高い収益性を維持している。また、「BP センター」（鈑金・塗装）7 店舗、新車・中古車買取販売の「スズキカーズ大阪」1 店舗を運営するほか、「オートバックス」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「シャトレーゼ」2 店舗を運営している。直近では、ワークウェア専門店「キーポイント」1 店舗を 2025 年 7 月に譲受し、運営している。

売上構成比の 1 割弱を占める G-7 バイクワールドは、2026 年 9 月末で国内に 14 店舗を展開しており、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 割強を占める G-7.CrownTrading では中古自動車の輸出販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 6 割強と主力販売先となっており、次いで国内販売が 1 割弱、そのほか中国や新興諸国地域に輸出販売を行っている。

そのほか、G7 RETAIL MALAYSIA は「バイクワールド」7 店舗、「G7 カーサービスセンター」2 店舗を運営しており、G-7・シンワ・モビリティサービスは新車・中古車販売や鈑金・塗装サービスを行う「ガイア」を京滋エリアで 4 店舗出店している。なお、2026 年 7 月に車関連事業の多角化を目的として、（有）マンザイ自動車（千葉県）の全株式を取得し、子会社化した。商用車や乗用車の車検・整備サービス等を展開しており、年間売上高で 3 億円強の規模となっている。同社は車関連事業のなかでも付加価値の高い車検・整備サービス事業の拡大に注力しており、今回の子会社化はその一環である。

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 ミートテラバヤシと 2025 年 10 月に子会社化した（株）G-7 ミートプランニング（2025 年 10 月にミートプランニングから商号変更）が展開している。

売上高の 8 割強を占める「お肉のてらばやし」は、2015 年のグループ入り以降、「業務スーパー」との同時出店戦略を推進してきたことで、店舗数が 2026 年 9 月末で 194 店舗と 10 年間で約 2 倍に拡大した。また、アンデス食品事業部※を通じて飲食店や給食・惣菜事業者向けに精肉・加工品の卸販売を首都圏の 13 店舗で展開している。アンデス食品事業部を含めた地域別店舗数は関東が 72 店舗と最も多く、次いで関西が 41 店舗、中部が 40 店舗、九州 31 店舗、北海道 17 店舗、中国 5 店舗、東北 1 店舗である。「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」の店舗内出店だが、その他スーパーにも出店している。

※ 2020 年にアンデス食品（株）を子会社化後、吸収合併した。

売上高の 2 割弱を占める G-7 ミートプランニングでは海外から牛タンを直輸入し、国内で加工処理を行い、外食企業等に直販している。EC 販売も行っており、牛タン人気の追い風もあって、ここ数年、業績は順調に拡大している。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

4. その他

その他には、こだわり食品・プライベートブランド（以下、PB）事業とミニスーパー事業を展開する（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 新流などの事業が含まれる。2027 年 3 月期中間期の売上構成比は、ミニスーパー事業が約 4 割、こだわり食品・PB 事業が 3 割強、G-7 新流の事業で 1 割強と 3 事業で 8 割以上を占める。

ミニスーパー「リコス」は東京都と神奈川県で展開しており、2026 年 9 月末で 47 店舗（東京 38 店舗、神奈川 9 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 割弱の水準である。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、コロナ禍に伴う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いる。2026 年 7 月にはさらなる収益改善を図るため、運営子会社の（株）G-7 リコス・ストアズを G7 ジャパンフードサービスが吸収合併した。

こだわり食品・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。

「めぐみの郷」は、2026 年 9 月末で関西に 18 店舗（兵庫 15 店舗、大阪 1 店舗、奈良 2 店舗）、うち 7 店舗は「業務スーパー」店舗内に出店している。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。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である。

G7 リテールジャパンは、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）、「からだ動き回復センターピントアップ」を 2 店舗運営しているほか、2026 年 9 月にはアパレルショップ「Workman Colors」を 2 店舗出店するなど新業態にも取り組んでいる。また、G-7 新流は、主に時計やペット用品の EC 販売を展開している。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。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

主な連結子会社

（2026 年 9 月末時点）

事業セグメント	会社名	出資比率	事業内容
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
車関連	G-7・オート・サービス	100.0%	「オートバックス」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、鈑金・塗装等
	G-7.CrownTrading	100.0%	新車・中古自動車の輸出販売
	G7 RETAIL MALAYSIA	100.0%	「バイクワールド」「G7 カーサービスセンター」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
	G-7 ミートプランニング	100.0%	食肉加工品の卸販売事業
その他	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、ミニスーパー「リコス」の運営等
	G7 アグリジャパン	100.0%	「めぐみの郷」の運営等
	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」、「からだ動き回復センター ピントアップ」、アパレルショップ「Workman Colors」の運営等
	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

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

業績動向

2027 年 3 月期中間期は増収となるも、自然災害や一時費用の計上で経常減益に

1. 2027 年 3 月期中間期の業績概要

2027 年 3 月期中間期の連結業績は、売上高で前年同期比 7.9%増の 119,368 百万円、営業利益で同 4.3%増の 3,187 百万円、経常利益で同 4.5%減の 3,126 百万円、親会社株主に帰属する中間純利益で同 22.2%減の 1,742 百万円となった。会社計画は開示していないものの、8 月～9 月の大雨によって一部店舗で臨時休業を強いられた影響もあって利益ベースでは若干下回ったものと見られる。

2027 年 3 月期中間期業績（連結）

（単位：百万円）

	26/3 期中間期		27/3 期中間期		
	実績	構成比・利益率	実績	構成比・利益率	前年同期比
売上高	110,658	-	119,368	-	7.9%
業務スーパー事業	65,490	59.2%	68,059	57.0%	3.9%
車関連事業	21,930	19.8%	25,184	21.1%	14.8%
精肉事業	10,526	9.5%	13,232	11.1%	25.7%
その他	12,711	11.5%	12,892	10.8%	1.4%
売上原価	84,038	75.9%	91,008	76.2%	8.3%
販管費	23,562	21.3%	25,172	21.1%	6.8%
営業利益	3,057	2.8%	3,187	2.7%	4.3%
経常利益	3,275	3.0%	3,126	2.6%	-4.5%
業務スーパー事業	2,211	3.4%	2,197	3.2%	-0.6%
車関連事業	627	2.9%	543	2.2%	-13.4%
精肉事業	-9	-0.1%	170	1.3%	-
その他	211	1.7%	72	0.6%	-65.7%
調整額※	234	-	142	-	-39.3%
特別損益	-	-	-188	-	-
親会社株主に帰属する中間純利益	2,238	2.0%	1,742	1.5%	-22.2%

※ 調整額にはセグメント間取引消去等による損益と各セグメントに帰属しない全社費用を含む
出所：決算短信よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

売上高は車関連事業を中心にすべての事業セグメントで増収を達成し、中間期として過去最高を連続更新した。営業利益は 2026 年 8 月～9 月の大雨被害に伴う一部店舗の臨時休業による機会損失に加えて、創業 50 周年記念式典に伴う費用数千万円を計上したこともあって同 4.3%増益にとどまった。経常利益は、営業外収支が前年同期比 279 百万円悪化したことにより減益となった。主に、協賛金収入が 149 百万円減少したほか、金融収支が 45 百万円悪化したこと、前年同期に計上した固定資産売却益がなくなったことなどが悪化要因となった。また、特別損失として減損損失や投資有価証券評価損等 188 百万円を計上したことにより、親会社株主に帰属する中間純利益は 2 ケタ減益となった。

2027 年 3 月期中間期の出退店動向について見ると、新規出店は「業務スーパー」「お肉のてらばやし」などを中心に 11 店舗を出店し、退店が 5 店舗となった。下期は 26 店舗の新規出店を計画しており、新規出店については建築コストや賃借料の上昇もあって引き続き厳しい環境が続いているとの認識である。また、中間期末のグループ店舗数は前期末比で 6 店舗増、前年同期末比では 11 店舗増の 659 店舗となった。

（1） 業務スーパー事業

業務スーパー事業の売上高は前年同期比 3.9%増の 68,059 百万円と過去最高を連続更新したものの、経常利益は同 0.6%減の 2,197 百万円と微減益が続いた。食料品の値上げが相次ぐなかで、品質の良い商品をベストプライスで提供する「業務スーパー」が顧客支持を集め、既存店売上高が同 2.1%増と堅調に推移した。新規出店を 2 店舗（兵庫県、熊本県）、退店を 1 店舗（兵庫県）実施したことで、中間期末の店舗数は前期末比 1 店舗増、前年同期末比で 5 店舗増の 224 店舗となった。また、新規出店した業務スーパー2 店舗の店舗内に惣菜・弁当業態の「馳走菜」を出店しており、売上増に貢献した。利益面では、8 月～9 月の大雨被害により一部店舗で臨時休業を強いられたことや、既存店舗の改装費用増加などが減益要因となり、会社計画に対しても若干下回った。

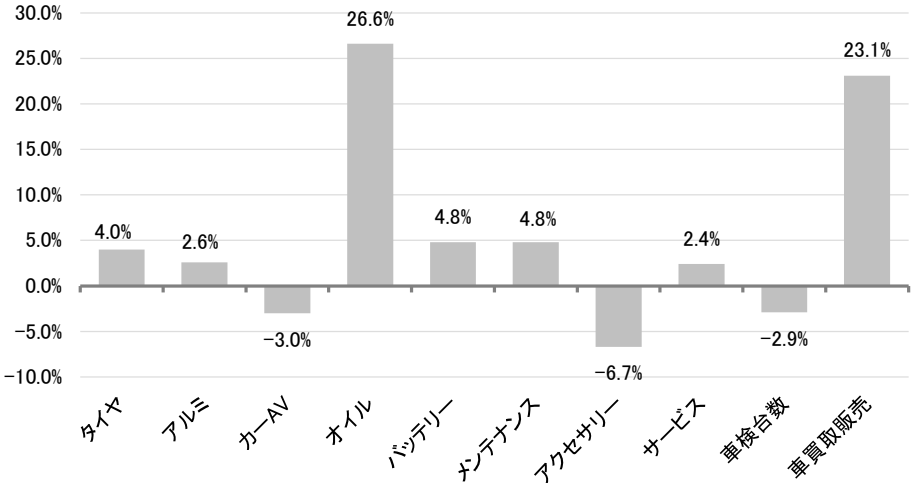
（2） 車関連事業

車関連事業の売上高は前年同期比 14.8%増の 25,184 百万円と過去最高を連続更新した一方で、経常利益は同 13.4%減の 543 百万円と 4 年ぶりの減益に転じた。主力の G-7・オート・サービスにおいて中長期的な安定稼働を見据えた積極的な人材採用を実施したことで人件費が増加したほか、G-7・シンワ・モビリティサービスやマレーシア子会社の収益が悪化したことが要因である。

G-7・オート・サービスの業績は、前年同期比で約 4%の増収、約 1%の減益となった。「オートバックス」の国内店舗数は 69 店舗と変動はなく、既存店売上高は同 5.0%増となり、オートバックスグループ全体の国内既存店売上高（同 3.7%増）を若干上回った。カテゴリー別では、カーAV が同 3.0%減、アクセサリーが同 6.7%減と低迷したものの、タイヤが同 4.0%増、アルミが同 2.6%増、タイヤ取付け工賃等のサービスが同 2.4%増、バッテリーが同 4.8%増と堅調に推移したほか、消耗品のオイルが原油高に伴う価格改定効果もあって同 26.6%増、車買取販売が同 23.1%増と大きく伸長し、売上高のけん引役となった。一方、利益面では 120 名程度の新卒社員を採用したことによる人件費の増加や 8 月～9 月の大雨により千葉県内の一部店舗で臨時休業を強いられたことなども減益要因となった。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

カテゴリー別売上高（前年同期比）



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

G-7 バイクワールドの業績は、既存店売上高が前年同期比 2.9%増と堅調に推移し、若干の増収増益となった。引き続きインバウンド需要によるヘルメットの販売増が寄与した。中間期末の店舗数は前期末・前年同期末とも変動はなく 14 店舗であった。

自動車輸出販売を行う G-7.CrownTrading は、前年同期が低調だった反動や為替が引き続き円安で推移したこともあり、売上高で前年同期比 73.0%増と大きく伸長し、利益も増益となるなど会社計画を上回る業績となった。マレーシア向けが回復に転じたほか、中国やその他地域への販売が増加した。

G7 RETAIL MALAYSIA は、カー用品の販売が伸び悩むなかでバイク用品が引き続き好調で、全体では増収となった。一方、利益面ではカー用品店 1 店舗の移転閉鎖を予定しており、店舗閉鎖に伴う損失引当金の計上により若干の赤字となった。店舗数については、「バイクワールド」を 1 店舗新たに出店したことで前年同期末比 1 店舗増の 7 店舗に、「G7 カーサービスセンター」は変動がなく 2 店舗となった。また、G-7・シンワ・モビリティサービスは、前年同期が好調だった反動もあり減収減益となった。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

（3） 精肉事業

精肉事業の売上高は前年同期比 25.7%増の 13,232 百万円、経常利益は 170 百万円（前年同期は 9 百万円の損失）となった。このうち、G-7 ミートテラバヤシは売上高で約 3%増収、経常利益で減益となったが、前下期からグループ入りした G-7 ミートプランニングが売上高で約 24 億円、経常利益で約 2 億円の上乗せ要因になったと見られる。会社計画比でも G-7 ミートテラバヤシが下回った一方で、G-7 ミートプランニングは売上高、利益ともに上回った。

G-7 ミートテラバヤシの既存店売上高は前年同期比 0.1%減にとどまったものの、新規出店効果により増収を確保した。新規出店は 4 店舗（兵庫県 2 店舗、大阪府 1 店舗、熊本県 1 店舗）で退店が 1 店舗（兵庫県）となり、中間期末の店舗数は前期末比 3 店舗増、前年同期比で 10 店舗増の 194 店舗となった。利益面では原材料価格の上昇に価格転嫁が追い付かず、仕入率が悪化したことが減益要因となった。一方、G-7 ミートプランニングについては牛タンの卸販売が好調で、売上高は前年同期比 22.4%増と大きく伸長した。

（4） その他

その他事業の売上高は前年同期比 1.4%増の 12,892 百万円、経常利益は同 65.7%減の 72 百万円となった。会社別では、G-7 新流が計画を上回る増収増益となったものの、G7 ジャパンフードサービスや G7 リテールジャパンの減益分を吸収しきれなかった。

G7 ジャパンフードサービスは売上高で約 1%減となり、利益ではミニスーパー事業の損失が加わったこともあって損失を計上することとなった。ミニスーパー事業については既存店売上が前年同期比 1%強の減少となるなど苦戦が続いている。店舗の出退店については、不採算店舗 2 店舗（東京都、神奈川県）を閉店した一方、「ファミリーマート」業態で 1 店舗（東京都）を出店した。吸収合併が当初予定より 3 ヶ月遅れたこともあって、損失額も拡大した。中間期末の店舗数は前期末比 1 店舗減、前年同期比 7 店舗減の 47 店舗となった。一方、こだわり食品事業の売上高は約 4%増と堅調に推移したものの、物流費の増加が響いて減益となった。

G-7 新流は、時計販売が好調で、売上高は前年同期比で約 17%増収となり、経常利益も会社計画を上回る増益となった。「めぐみの郷」を運営する G7 アグリジャパンは、青果物の市況が軟調に推移した影響で既存店売上高が約 7%減と落ち込んだが、不採算店舗を 1 店舗閉店したこともあって、損失額は若干縮小した。中間期末の店舗数は前期末比、前年同期比ともに 1 店舗減となる 18 店舗となった。

G7 リテールジャパンの売上高は、「カーブス」の会員数が順調に増加したことにより前年同期比約 10%増収となったものの、前年同期に計上した固定資産売却益がなくなった影響で減益となった。「カーブス」の会員数は 1.2 万人となり、直近 2 年間で約 2 割増加したことで利益体質に転換した。また、2026 年 9 月に新業態として出店した「Workman Colors」2 店舗（埼玉県、千葉県）についても、順調な滑り出しとなったもようである。同社では集客が見込めるショッピングモールに今後も出店を進めていく予定で、1 店舗当たり年間売上高 3 億円以上を目標としている。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

成長投資を継続しながら自己資本比率で 40%台を維持する方針

2. 財務状況と経営指標

2027 年 3 月期中間期末の資産合計は前期末比 3,061 百万円減少の 78,499 百万円となった。主な変動要因について見ると、流動資産では商品及び製品が 1,226 百万円増加した一方で、現金及び預金が 3,384 百万円、売掛金が 365 百万円それぞれ減少した。固定資産では有形固定資産が 352 百万円増加し、のれんが 317 百万円減少した。

負債合計は前期末比 2,710 百万円減少の 43,326 百万円となった。有利子負債が 1,110 百万円減少したほか、買掛金が 698 百万円、未払法人税等が 448 百万円それぞれ減少した。純資産合計は同 350 百万円減少の 35,173 百万円となった。その他有価証券評価差額金が 66 百万円増加した一方で、配当金支出等により利益剰余金が 453 百万円減少した。

経営指標については、自己資本比率が前期末比 1.3 ポイント上昇の 44.8%、有利子負債比率が同 2.6 ポイント低下の 54.6%となった。ネットキャッシュ（現金及び預金-有利子負債）は 1,790 百万円のマイナスに転じるなど、ここ数年の積極的な M&A により悪化しているが、D/E レシオは 0.5 倍台で有利子負債の水準としては問題のない範囲であり、自己資本比率も 40%台と同社が中期経営計画で目安としている水準を維持している。同社は M&A を成長戦略の 1 つとして掲げており、案件次第では有利子負債を活用する可能性もあるが、中長期的な成長を実現するためには必要な投資と考えており、今後も前向きに検討していく方針である。

連結貸借対照表

（単位：百万円）

	24/3 期末	25/3 期末	26/3 期末	27/3 期 中間期末	増減
流動資産	33,360	34,898	42,093	38,965	-3,128
（現金及び預金）	17,138	16,869	20,793	17,409	-3,384
（商品及び製品）	8,067	9,108	10,772	11,998	1,226
固定資産	28,511	35,795	39,467	39,533	66
（のれん）	62	4,617	5,860	5,543	-317
資産合計	61,872	70,693	81,560	78,499	-3,061
流動負債	22,296	27,387	29,682	27,766	-1,916
固定負債	9,602	10,731	16,353	15,559	-794
負債合計	31,898	38,118	46,036	43,326	-2,710
（有利子負債）	9,170	14,010	20,309	19,199	-1,110
純資産合計	29,973	32,574	35,524	35,173	-350
＜経営指標＞					
（安全性）					
自己資本比率	48.4%	46.1%	43.6%	44.8%	1.3pp
有利子負債比率	30.6%	43.0%	57.2%	54.6%	-2.6pp
ネットキャッシュ（百万円）	7,968	2,859	484	-1,790	-2,274

出所：決算短信よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

今後の見通し

2027 年 3 月期業績は期初計画を据え置き、5 期ぶりの最高益更新を目指す

1. 2027 年 3 月期業績見通し

2027 年 3 月期の連結業績見通しは、売上高で前期比 7.7%増の 250,000 百万円、営業利益で同 22.4%増の 8,900 百万円、経常利益で同 16.5%増の 9,000 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同 21.7%増の 5,800 百万円と期初計画を据え置き、各段階利益で 5 期ぶりに過去最高益更新を目指す。中間期までの進捗率は売上高で 47.7%、営業利益で 35.8%とやや低進捗となっているが、中間期は自然災害の影響や一過性費用が発生したことも考慮すれば、下期に挽回可能な範囲と見られる。下期はミニスーパー事業など低迷した事業の収益回復に取り組み、すべての事業セグメントで増収増益を目指す。

2027 年 3 月期連結業績見通し

（単位：百万円）

	26/3 期		27/3 期			中間期進捗率
	実績	売上比	予想	売上比	前期比	
売上高	232,199	-	250,000	-	7.7%	47.7%
営業利益	7,270	3.1%	8,900	3.6%	22.4%	35.8%
経常利益	7,727	3.3%	9,000	3.6%	16.5%	34.7%
親会社株主に帰属する当期純利益	4,767	2.1%	5,800	2.3%	21.7%	30.0%
1 株当たり当期純利益（円）	109.04		132.54			

出所：決算短信よりフィスコ作成

2027 年 3 月期下期の新規出店計画は 26 店舗で、業態別では「業務スーパー」「お肉のてらばやし」で各 11 店舗、「カーブス」2 店舗、「バイクワールド」「Workman Colors」で各 1 店舗を計画している。期末店舗数は前期末比 32 店舗増の 685 店舗となる（同数値には「馳走菜」の出店数を含めていない）。このうち、「業務スーパー」「お肉のてらばやし」については足元で物件探しが難航している状況から、店舗数が計画を下回る可能性も考えられる。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

グループ店舗数と出店・退店数

	店舗名	26/3 期末 店舗数	27/3 期 期初出店計画	27/3 期中間期 出店	27/3 期中間期 退店	中間期末 店舗数	下期 出店計画	27/3 期末 予想店舗数
業務スーパー事業	業務スーパー	223	13	2	1	224	11	235
	お弁当屋 K	1				1		1
車関連事業	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（鈑金・塗装）	8				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
	キーポイント	1				1		1
	ガイア	4				4		4
	マンザイ自動車（2026/7 M&A）	–		1		1		1
	バイクワールド	14	1			14	1	15
	G7 カーサービスセンター（海外）	2				2		2
	バイクワールド（海外）	6	1	1		7		7
精肉事業	お肉のてらぱやし	191	15	4	1	194	11	205
	アンデス食品	13				13		13
その他事業	めぐみの郷	19			1	18		18
	スーパーめぐみのさと	1				1		1
	リコス	48	1	1	2	47		47
	カーブス	25	2			25	2	27
	からだ動き回復センター ピントアップ	2				2		2
	RJ market	1				1		1
	Workman Colors（新業態）	–		2		2	1	3
	NEEL	2				2		2
	合計	653	33	11	5	659	26	685

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

事業セグメント別で見ると、業務スーパー事業については、食品値上げが続くなかで下期も引き続き堅調に推移することが予想される。また、改装店舗数も中間期と比較して減少する計画となっていることもあり、下期は収益拡大が見込まれる。車関連事業については、好採算商品である冬用タイヤの売れ行きがポイントとなる。精肉事業は G-7 ミートプランニングの好調が続くほか、「お肉のてらばやし」も販売価格の見直しにより仕入率の改善に取り組むことから、通期では増収増益を見込んでいる。

その他事業のうち、ミニスーパー事業については吸収合併したことによるコスト低減効果が見込めるほか、商品戦略について売れ筋商品に加えて、こだわり食品（地方の特産品等）を揃えるなど特徴のある品揃えにすることで既存店売上の回復を図る。従来の課題であった接客品質についてもクレーム件数が減少するなど、教育研修の効果が出始めていると見られ、下期以降の収益回復が期待される。また、「カーブス」や G-7 新流の事業については下期も好調持続が見込まれ、新業態である「Workman Colors」については 2026 年 11 月にイオンモールナゴヤドーム前にも出店した。

アグリ事業については、「めぐみの郷」の認知度向上施策として、実際の農家に訪問し、収穫から販売までの密着ドキュメントを制作し、YouTube チャンネル「めぐみのめぐり。」での配信を 2026 年 7 月より開始した。動画を視聴することで生産農家やその収穫物に対する親近感を持ってもらい、購入行動に移してもらうことがねらいである。まだコンテンツは 3 本にとどまっているが、反響も見ながら拡充していく予定である。

2031 年 3 月期に連結経常利益 130 億円を目指す中期経営計画をスタート

2. 中期経営計画

（1） 中期経営計画の基本方針と数値目標

同社は 2025 年 10 月に創業 50 周年を迎え、21 世紀ビジョン※の下、次の 50 年の成長に向けた第 1 歩として、2027 年 3 月期から 2031 年 3 月期までの 5 ヶ年を対象とする「中期経営計画 2030」を発表した。

> ※ 21 世紀ビジョンとして、以下の 3 つの目標を立てている。（1） 100 年企業グループを目指す。（2） 創業 100 周年時（2075 年）に売上高 1 兆円、経常利益 500 億円達成を目指す。（3） 日本・アセアン・アジア地域で事業展開するグローバル企業グループを目指す。

基本方針として、投資効率の高い新規出店と M&A の推進によって事業規模を拡大し、業務フローの革新と DX 推進による生産性向上によって、持続的な利益成長を目指す。今後 5 年間は新規出店ペースを加速させるとともに既存店の効率化を推進し、主力 3 事業を中心に業績拡大を図る。また、将来に向けた成長投資を行うとともに、資本収益性の向上を意識した株主還元の強化も進める。

2031 年 3 月期の業績目標として連結売上高 3,500 億円、経常利益 130 億円を掲げた。5 ヶ年の年平均成長率は売上高で 8.6%、経常利益で 11.0%となる。また、ROE については 2026 年 3 月期の 14.0%という水準の維持・向上を目指す。自己資本比率についても引き続き 40%台の水準を目安としている。5 ヶ年累計の設備投資額（M&A 含む）は、前中期経営計画期間（2022 年 3 月期～2026 年 3 月期）の 211 億円に対して 400 億円と 2 倍弱に引き上げ、新規出店や新業態の開発、M&A などを積極的に推進するとしている。株主還元については、連結配当性向 50%を目安に累進配当（70 円以上）を行う方針である。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

経営数値目標（連結ベース）

		2026 年 3 月期 実績	2027 年 3 月期 計画	2031 年 3 月期 目標
業績	売上高	2,321 億円	2,500 億円	3,500 億円
	経常利益	77 億円	90 億円	130 億円
資本収益性	ROE	14.0%	-	現状 ROE 水準の維持・向上（継続）
資本構成	自己資本比率	43.6%	-	40%台を目安（継続）
株主還元	配当性向	64.2%	52.8%	50%を目安
	1 株当たり配当金	70 円	70 円	累進配当 70 円以上
設備投資	5 年間累計	211 億円	-	400 億円
期末店舗数		653	685	874

出所：中期経営計画資料、決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

（2） 事業セグメント別目標

a） 業務スーパー事業

業務スーパー事業では、「積極的な出店戦略を通じたさらなる成長加速」を図る。2031 年 3 月期の業績目標として売上高 2,000 億円、経常利益 70 億円を設定した。年平均成長率は売上高で 8.5%、経常利益で 8.3%となる。店舗数は 278 店舗と年率 4.4%増ペースで拡大し、既存店ベースの売上高も年率 4%の成長を目指す。

業務スーパー事業

（単位：億円）

	26/3 期 実績	31/3 期 目標	年平均 成長率
売上高	1,328	2,000	8.5%
経常利益	47	70	8.3%
利益率	3.6%	3.5%	
店舗数※	224	278	4.4%

※業務スーパー単体
出所：中期経営計画資料よりフィスコ作成

成長戦略として、新規出店については中部地方を中心に年 10 店舗程度のペースで進める。前中期経営計画期間では年 9 店舗ペースで出店してきた（M&A を除く）。また、市場環境や顧客ニーズの多様化に対応するため、新業態として惣菜店「馳走菜」の業務スーパー店舗内への出店を進める。店内調理による「できたて惣菜」を低価格で提供するモデルが需要を的確に捉えており、1 店舗当たりの収益拡大に寄与するものと期待される。

また、既存店の収益力向上施策として、老朽化した店舗の改装を継続的に実施するほか、食品カテゴリーの品揃えを拡充することで来店動機を強化し、客数の増加を図る。また、店舗運営の効率化に向けて、現在数店舗で試験運用している自動発注システムの全店導入を検討している。従来は各店舗の担当者が経験に基づいて発注していたため、能力差によって商品回転率にバラつきが生じていた。新たに導入するシステムは、AI によるビッグデータ分析に基づき業務を自動化するもので、適時適量の発注を通じて商品回転率及び生産性の向上をねらう。さらに、そのほかの店舗オペレーションについてもデジタル技術を活用して標準化し、業務効率の最適化を進める。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

b） 車関連事業

車関連事業では、「既存店価値最大化と計画的な新規出店による安定成長」を事業方針とし、2031 年 3 月期の業績目標として売上高 648 億円、経常利益 26 億円を設定した。年平均成長率は売上高で 5.5%、経常利益で 3.4%となり、事業セグメント別の成長率では最も低くなるが、安定収益基盤として着実に成長を目指す。店舗数は 164 店舗と年率 5.2%増ペースで拡大する見通しである。

車関連事業

（単位：億円）

	26/3 期 実績	31/3 期 目標	年平均 成長率
売上高	496	648	5.5%
経常利益	22	26	3.4%
利益率	4.5%	4.0%	
店舗数※	127	164	5.2%

※オートバックス以外の店舗も含む
出所：中期経営計画資料よりフィスコ作成

成長戦略については、新規出店を安定的なペースで継続し、商圏の着実な拡大を図る。「オートバックス」は国内の出店余地が限定的となりつつあることから、M&A の機会を模索する方針である。併せて、コーティング事業をはじめとする新業態や周辺事業にも展開することで、顧客接点の拡大と収益源の多様化を推進する。

既存店の収益力向上については、店舗リニューアルやスクラップ＆ビルドを推進し、店舗の魅力や快適性の向上を通じた集客力の強化を図る。加えて、高付加価値なサービス部門への注力により高収益性を維持するほか、従業員教育の徹底によりサービス品質のさらなる底上げをねらう。

自動車輸出販売事業は、現在マレーシア向けで約 6 割を占めるが、今後はほかのアセアン諸国や中東、アフリカ地域においても現地業者との提携を強化し、販路拡大を推進する。また、マレーシアで堅調な「バイクワールド」についても、ドミナント出店によって市場シェア並びに事業規模の拡大を加速する方針である。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

c） 精肉事業

精肉事業では、「グループ内外への多面的な出店展開により事業規模の拡大を推進」を事業方針に掲げ、2031 年 3 月期の業績目標として売上高 424 億円、経常利益 10 億円を設定した。年平均成長率は売上高で 12.1%、経常利益で 38.0%と 2 ケタ成長を目指す。店舗数は「お肉のてらばやし」「アンデス食品」合計で 297 店舗と年率 7.8%増ペースで拡大を進める。

精肉事業

（単位：億円）

	26/3 期 実績	31/3 期 目標	年平均 成長率
売上高	240	424	12.1%
経常利益	2	10	38.0%
利益率	1.1%	2.4%	
店舗数※	204	297	7.8%

※お肉のてらばやしとアンデス食品の合計
出所：中期経営計画資料よりフィスコ作成

成長戦略として、新規出店についてはグループ運営の「業務スーパー」にとどまらず、他社が運営する「業務スーパー」や他系列スーパーへの出店にも注力し、出店スピードを加速させる。前中期経営計画期間における出店数は 55 店舗であったが、今後 5 ヶ年ではその 1.7 倍強となる 94 店舗の新規出店を計画している。既存店の収益力向上施策として、ドミナントエリアへの「店舗内センター（加工・配送拠点）」の整備による配送効率化を図るほか、伝票の電子化や自動精算機の導入といった DX を強力に推進する。

また、焼肉店向けの牛タン卸販売で成長を続けている G-7 ミートプランニングは、EC 販売を含めた販路の拡大により、さらなる業容拡大をねらう。

d） その他

その他の事業では、「既存領域の拡大と新領域への挑戦」を事業方針に掲げ、2031 年 3 月期の業績目標として売上高 366 億円、経常利益 21 億円を設定した。年平均成長率は売上高で 7.4%、経常利益で 39.3%となる。店舗数は「リコス」や「めぐみの郷」「カーブス」のほか、「Workman Colors」など新業態の展開も進めることで、前期末の 99 店舗から 135 店舗に拡大する。

その他の事業

（単位：億円）

	26/3 期 実績	31/3 期 目標	年平均 成長率
売上高	256	366	7.4%
経常利益	4	21	39.3%
利益率	1.1%	5.7%	
店舗数	99	135	6.4%

出所：中期経営計画資料よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

グループ各社別の成長戦略を見ると、G7 リテールジャパンは利益体質に転換した「カーブス」に加えて、「Workman Colors」の店舗数拡大によって事業規模を拡大していく。G7 アグリジャパンは、農作物の自社生産への着手と SNS による情報発信の強化を通じ、「めぐみの郷」の収益拡大を図る。G7 ジャパンフードサービスでは、「こだわり食品」のラインナップの見直しに取り組み、食品卸の売上規模拡大を目指す。また、「リコス」については、不採算店舗の整理を進めると同時に、高採算エリアでの新規出店を進める。さらに、グループ内の精肉加工品や「こだわり食品」の商品を「リコス」へ投入することで、シナジー創出を図る。G-7 新流においては、EC を通じたブランド腕時計やペット用品の販売拡大に加え、新たな商材の開発にも積極的に取り組んでいく。

（3） M&A・新規事業投資

今回の中期経営計画でも M&A を成長戦略の 1 つとして掲げている。対象企業の選定は、「新時代（SDGs、ESG 経営）に相応しい新業種・業態の開発を積極的に推進」「メガ・フランチャイジーとして培ってきた店舗運営及び効率化ノウハウを展開しやすい小売業・サービス業を優先する」「グループ各社の既存事業とのシナジー並びに同社の拠点とのシナジーが期待できる業種」と、3 つの重要方針を基に推進する。

新たな業種・業態の開拓では、インバウンド関連や生活雑貨、リカーショップ、小売 EC、全酒類卸売業免許などを視野に入れている。また、シナジーが期待できる領域として、食品スーパーや生鮮 3 品、食材配達・宅食、こだわり食品、カスタムカー、アウトドア用品などを挙げている。

新規事業投資においては、ワークマンとの協働によるアパレル小売事業への本格参入を決定した。また、全社的な AI 活用及び DX 推進の司令塔として AI 戦略室を新設し、各グループ会社で活用に向けた検討を開始している。中期経営計画では、これら M&A や新規事業への投資枠として、約 135 億円を投入する計画である。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

（4） 財務戦略とキャピタル・アロケーション

財務戦略については、資本収益性と財務健全性の両立を図り、最適な資本構成を追求する。成長分野への積極投資を継続しつつ、株主還元を通じた資本効率の適正化にも注力し、自己資本比率は 40%台を目安に維持・管理する方針である。また、大型 M&A の実行に際しては、有利子負債の活用も柔軟に検討していく。

5 ヶ年累計のキャピタル・アロケーションは、営業キャッシュ・フロー等で約 580 億円のキャッシュインを見込む。これに対し、成長投資へ約 400 億円（新規出店 175 億円、店舗改装・再配置 90 億円、M&A・新規事業 135 億円）、株主還元へ約 180 億円をそれぞれ充当する計画である。

前中期経営計画期間では約 211 億円を投資に充て、売上高を 1.42 倍に拡大した一方、経常利益はコスト増や「リコス」の収益改善の遅れにより 1.06 倍と小幅な伸びにとどまった。新たにスタートした中期経営計画では投資枠をさらに積み増し、売上高 1.51 倍、経常利益 1.68 倍の達成を目指す。DX 推進やグループ間シナジーによる店舗収益力の向上が目標達成のカギとなる。現在、開店 4 年を経過した店舗のうち 28%が赤字となっており、これらの不採算店舗の解消による増益余地は極めて大きい。

2027 年 3 月期～2031 年 3 月期のキャピタル・アロケーション



出所：中期経営計画資料より掲載

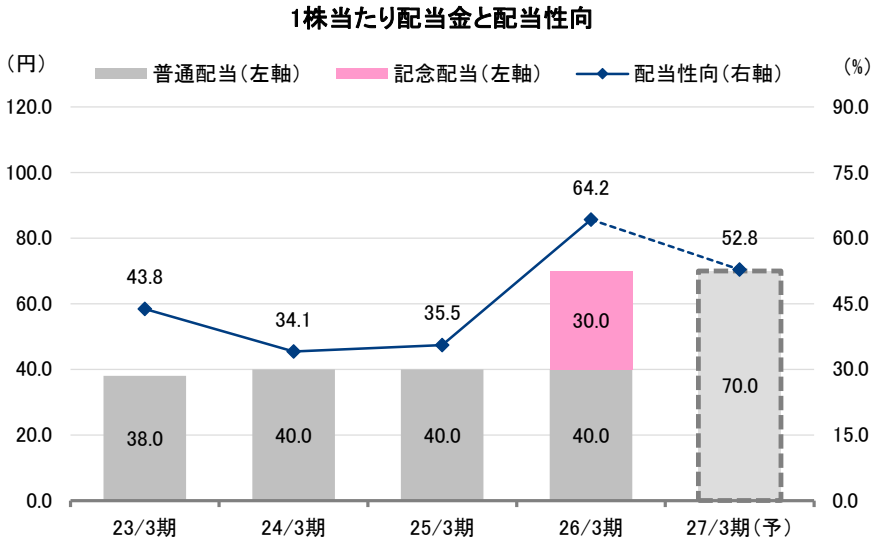
本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

株主還元方針

配当性向 50%を目安に 70 円以上の累進配当を継続、自己株式取得も新たに発表

配当方針については、2027 年 3 月期より連結配当性向 50%を目安に累進配当（70 円以上）を実施する方針である。2027 年 3 月期の 1 株当たり配当金は同方針に基づき、前期と同額の 70.0 円（配当性向 52.8%）を予定している。前期は創業 50 周年の記念配当 30.0 円を含んでおり、普通配当ベースでは 30.0 円の増配となる。

また、自己株式取得も新たに発表した。具体的には、取得株数で 150 万株（発行済株式数（自己株式除く）に対する割合 3.43%）、取得総額 30 億円を上限としており、取得期間は 2026 年 11 月 2 日～2027 年 11 月 1 日としている。配当金と自己株式取得を合わせた総還元額は約 60 億円となり、予想総還元性向は 100%超となる。



出所：決算短信よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

重要事項（ディスクレーマー）

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、企業から報酬を受け取って作成されています。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