

|| 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 >>>](#)

2021 年 8 月 6 日 (金)

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月期第2四半期業績	01
2. 2021年11月期見通し	01
3. 事業戦略	01
■ 会社概要	02
■ 事業概要	04
■ 強み	05
■ 業績動向	07
1. 2021年11月期第2四半期業績	07
2. 売上高構成	08
3. 売上総利益の増益要因	09
4. 四半期ごとの売上高 / 営業利益（損失）の推移	09
5. 財政状態	10
■ 今後の見通し	12
1. 2021年11月期業績予想	12
2. 販売力強化のための施策	13
■ 事業戦略	14
■ 女性活躍推進に関する行動計画	16
■ 株主還元策	17

## ■ 要約

### 複合店化の推進など各施策による成果が予想以上、 2021年11月期2度目の上方修正で 営業利益は前期比110.6%増を見込む

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月期第2四半期業績

2021年11月期第2四半期業績は、売上高12,869百万円（前年同期比21.6%増）、営業利益853百万円（同468.5%増）、経常利益939百万円（同354.8%増）、四半期純利益621百万円（同436.1%増）だった。売上高及び各利益のいずれも過去最高を更新している。堅調なリテール市場の需要に支えられリテール台数は前年同期比28.5%増だったほか、ホールセールにおいても同様に、高市場価値車輛の確保を行ったことにより、リテールとホールセールの車輛売上単価は上昇した。また、全体の車輛売上単価は前年同期比26.0%増と好調に推移した。

#### 2. 2021年11月期見通し

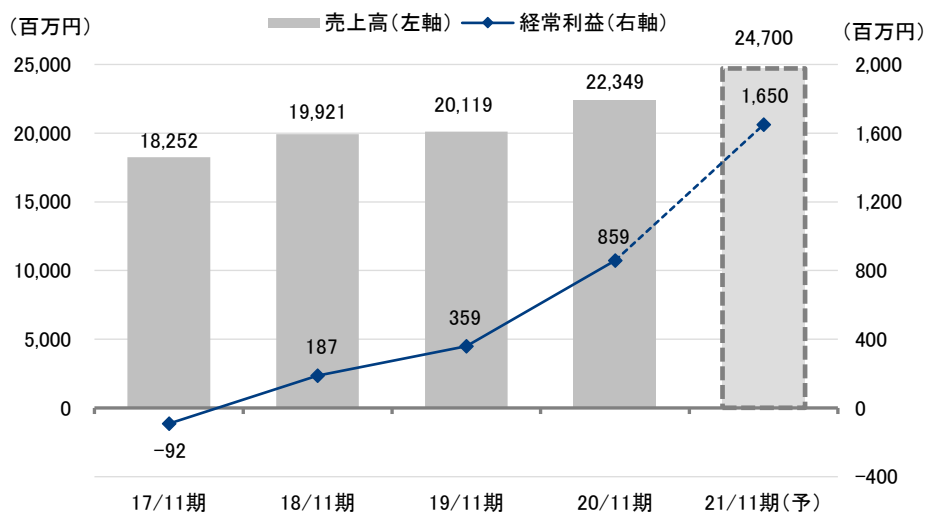
2021年11月期については売上高24,700百万円（前期比10.5%増）、営業利益1,490百万円（同110.6%増）、経常利益1,650百万円（同91.9%増）、当期純利益1,090百万円（同83.4%増）を見込んでいる。2021年6月30日に今期2度目となる業績予想の修正を行っており、売上高については期首の23,000百万円から、2021年3月30日に23,500百万円、2021年6月30日には24,700百万円に上方修正した。営業利益については800百万円→1,000百万円→1,490百万円に修正しており、営業利益については前回修正から49.0%、期首計画から86.3%の上方修正である。なお、通期計画に対する第2四半期営業利益の進捗率は57.3%となる。

#### 3. 事業戦略

ECサイトの運営・管理業務を担う（株）バイク王ダイレクトを立ち上げた。リテールを強化するうえで、車輛の通信販売需要が高まっているほか、車輛購入時に用品・部品を同時に購入するユーザーが多い傾向があるという。そのため、周辺ビジネスの拡大という観点で踏まえ、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サイトを立ち上げる。同社は全国63店舗を展開しているが、バイクユーザーを一気に取り込むうえでは、Eコマースを活用することにより、さらに認知度が高まるほか、本格的な全国展開によって新たな顧客層を獲得する可能性が大きいと弊社では考えている。

**Key Points**

- ・圧倒的な「バイク王」ブランドの認知度
- ・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
- ・平準化を図るべく長期に亘って取り組んできた効果が表面化
- ・バイク王ダイレクト設立で新たな顧客層獲得へ

**業績推移**


出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 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。

**バイク王 & カンパニー** | 2021年8月6日(金)  
 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（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・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。

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	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

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

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

## 会社概要

年月	沿革
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	周辺ビジネスの拡大という観点を踏まえ、車輛とその用品・部品を取り扱う EC サイトの運営を担う、子会社・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

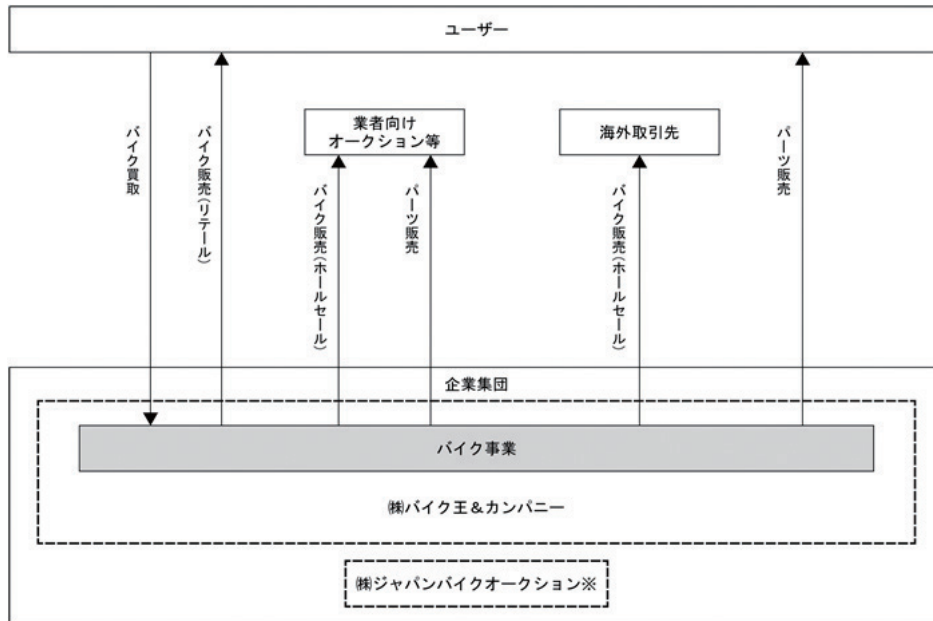
### 「バイク王」ブランドで全国展開、 高市場価値車輛の確保と継続的なエリア拡大、 複合店化などリテール拡大戦略は順調に進捗

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、リテールの売上構成比率は上昇傾向にある。もっとも、仕入車輛の量と質の確保による高市場価値車輛の増加に加え、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。

事業概要

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つの流通網をもっていることの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。



強み

**(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 (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。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。

**(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に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両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両を約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。



## 強み

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) 中古バイク全車輻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、マーチャンダ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、高市場価値車輻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。

## 業績動向

### 第 2 四半期は売上高及び各利益のいずれも過去最高を更新。全体の車輻売上単価は前年同期比 26.0% 増と好調に推移

#### 1. 2021 年 11 月期第 2 四半期業績

2021 年 11 月期第 2 四半期業績は、売上高 12,869 百万円（前年同期比 21.6% 増）、営業利益 853 百万円（同 468.5% 増）、経常利益 939 百万円（同 354.8% 増）、四半期純利益 621 百万円（同 436.1% 増）だった。売上高及び各利益のいずれも過去最高を更新している。

仕入れについては、効果的な広告展開、人員や体制の強化、仕入れキャンペーン等の実施により、前期同様に高市場価値車輻を継続して確保した。バイク販売のリテールにおいては、マーチャンダイジング施策として商品ラインアップの適正化、店舗の新規出店（2 店舗）、移転・増床（3 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を推進。堅調なリテール市場の需要に支えられリテール台数は前年同期比 28.5% 増だった。ホールセールにおいても同様に、高市場価値車輻の確保を行ったことにより、リテールとホールセールの車輻売上単価は上昇した。また、全体の車輻売上単価は前年同期比 26.0% 増と好調に推移した。

バイク王 & カンパニー | 2021年8月6日(金)  
3377 東証2部 | <https://www.8190.co.jp/ir/>

業績動向

2021年11月期第2四半期の業績

(単位：百万円)

	20/11 期 2Q	21/11 期 2Q	
	実績	実績	前年同期比
売上高	10,580	12,869	21.6%
営業利益	150	853	468.5%
経常利益	206	939	354.8%
四半期純利益	115	621	436.1%

出所：決算短信よりフィスコ作成

2. 売上高構成

2021年11月第2四半期のホールセール売上高は7,269百万円(前年同期比7.8%増)、リテール売上高は5,286百万円(同49.0%増)だった。ホールセールはオンシーズン(3月~8月)に向けて在庫を厚めに確保した影響により販売台数は減少したが、車輛売上単価の上昇により増収となった。リテールについては拡大戦略が順調に進捗しており、販売台数の増加及び車輛売上単価の上昇により、大幅な増収となった。これによりリテールの売上高構成比については、41.1%となり、前年同期の33.5%から7.6ポイント上昇した。

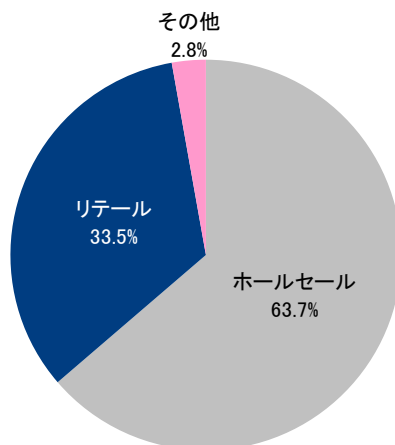
売上高構成

(単位：百万円)

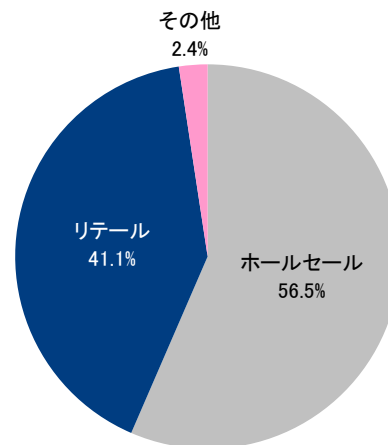
	20/11 期 2Q	21/11 期 2Q	増減額	増減率	売上構成比	
					20/11 期 2Q	21/11 期 2Q
売上高	10,580	12,869	2,289	21.6%	100.0%	100.0%
ホールセール	6,741	7,269	527	7.8%	63.7%	56.5%
リテール	3,546	5,286	1,739	49.0%	33.5%	41.1%
その他	291	314	23	7.9%	2.8%	2.4%

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

2020年11月期第2四半期  
売上高10,580百万円



2021年11月期第2四半期  
売上高12,869百万円



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

リテールにおいては、新規出店のほか、移転・増床、接客力の向上、売り場改善に伴う既存店の販売力強化に加え、通信販売の強化を推進している。また、優良な在庫確保により販売台数が増加し、台数要因では前年同期比449百万円の増益。単価要因としては、商品ラインアップの適正化、オンシーズン（3月～8月）に向けて優良な在庫を確保する第1四半期（2020年12月～2021年2月）の取り組みが奏功し、248百万円の増益となった。一方、ホールセールは、台数要因は、リテールへ商品を回したことで販売台数が減少したことから、300百万円の減益。ただし、単価要因では高市場価値車両を優先する仕入れオペレーションへの見直しなどを継続したことが奏功し、車両売上単価（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）が上昇したことから922百万円の増益となった。

#### 売上総利益増減要因

(単位：百万円)

	20/11期2Q	増減要因			合計	21/11期2Q
		台数	単価	その他		
売上総利益	4,715	148	1,170	-102	1,216	5,932
ホールセール	-	-300	922	-	621	-
リテール	-	449	248	-	697	-
その他	-	-	-	-102	-102	-

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

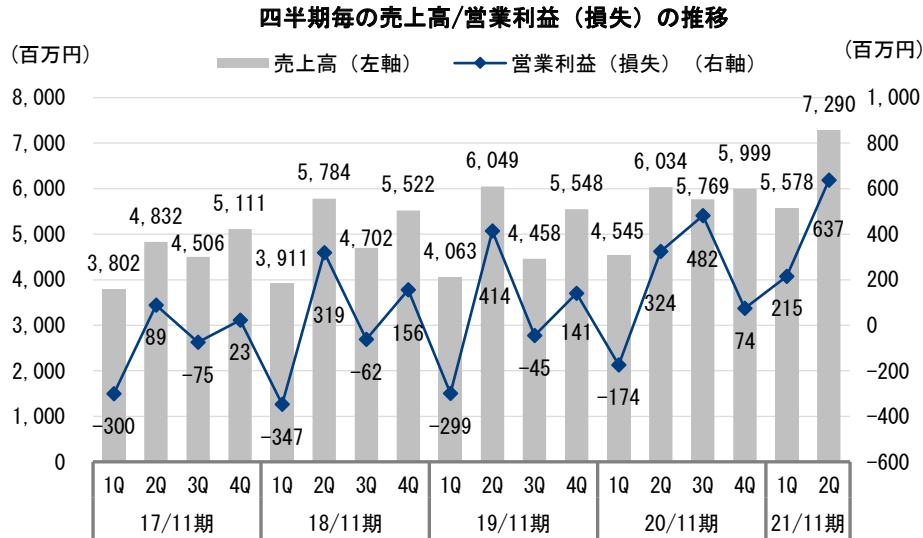
## オフシーズンで営業損失になる傾向の第1四半期での黒字を達成。平準化を図るべく長期に亘って取り組んできた効果が表面化

### 4. 四半期ごとの売上高 / 営業利益（損失）の推移

市場環境としては、足元のバイク業界において、昨年より二輪免許取得者数が増加に転じるなど、環境の変化が起きており、新車、中古車の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、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があるものと見られている。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は考えられるものの、同社がこれまで行ってきた複合店での仕入れ強化による高市場価値車両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。

特に顕著に表れたのが第1四半期（2020年12月～2021年2月）における赤字解消である。第1四半期はバイクのオフシーズンに該当するため例年需要が低下する。そのことから、営業損失になる傾向があり、同社においても課題であったと見られる。しかし、同社はこの当たり前のような季節性に対して平準化を図るべく長期に亘って取り組んできた。第1四半期にオンシーズン（3月～8月）に向けて優良な在庫を確保する取り組みのほか、新規出店や店舗の移転・増床を推進。これらの取り組みにより、車両売上単価の上昇と併せ、売上高が増収した。平均粗利額の上昇により売上総利益も増益となった。

## 業績動向



出所：決算短信よりフィスコ作成

## 5. 財政状態

2021年11月期第2四半期末における流動資産は、2020年11月期末に比べて911百万円増加し、6,112百万円となった。平均粗利額の上昇によって税引前四半期純利益が増加したことによる、現金及び預金の増加、高市場価値車輛の確保による商品の増加が要因である。詳細は商品が492百万円、現金及び預金が480百万円、売掛金が33百万円増加し、未収入金の減少等により「その他」が95百万円減少したためである。

固定資産については69百万円増加し、2,525百万円だった。これは、新規出店、移転による建物及び建物附属設備の増加等により「有形固定資産」が98百万円、繰延税金資産の増加等により「投資その他の資産」が27百万円増加し、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56百万円減少したことによる。

流動負債は378百万円増加し、2,982百万円となった。これは主に、リテール販売台数の増加による前受金が328百万円増加したほか、買掛金が120百万円、「その他」が70百万円減少したことによる。固定負債は営業用車両入れ替えによるリース債務等により51百万円増加し、522百万円となった。純資産は利益余剰金の増加により551百万円増加し、5,132百万円となった。

**バイク王 & カンパニー** | 2021年8月6日(金)  
 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 2Q	増減額
流動資産	5,200	6,112	911
(現金及び預金)	1,680	2,160	480
(売掛金)	83	117	33
(商品)	3,179	3,672	492
(その他)	256	161	-95
固定資産	2,455	2,525	69
有形固定資産	770	868	98
無形固定資産	824	768	-56
投資その他の資産	859	887	27
資産合計	7,655	8,637	981
流動負債	2,604	2,982	378
(買掛金)	253	374	120
(前受金)	591	919	328
(その他)	1,759	1,688	-70
固定負債	470	522	51
負債合計	3,074	3,504	429
純資産合計	4,580	5,132	551
負債純資産合計	7,655	8,637	981

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

2021年11月期第2四半期における営業キャッシュ・フローは、852百万円の増加となった。運転資本は、主に高市場価値車両の確保により卸資産が増加。基礎営業キャッシュ・フローは、営業利益が十分に確保できたことによる増加となった。投資キャッシュ・フローは271百万円減少となり、これは出店開発に伴う有形固定資産の取得による支出が発生したことによる。財務キャッシュ・フローは101百万円減少となった。これは、増配に伴い配当金の支払いが69百万円増加したことによる。なお、現金及び現金同等物は2020年11月期末に比べて480百万円増加し、2,160百万円となった。

**キャッシュ・フロー計算書**

(単位：百万円)

	20/11 期 2Q	21/11 期 2Q
営業活動によるキャッシュ・フロー	310	852
運転資本の増減	-423	-705
基礎営業キャッシュ・フロー	733	1,558
投資活動によるキャッシュ・フロー	-249	-271
固定資産の取得	-225	-256
フリーキャッシュ・フロー	61	581
財務活動によるキャッシュ・フロー	-54	-101
配当金の支払い	-27	-69
現金及び現金同等物の期末残高	1,312	2,160

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

## ■ 今後の見通し

**複合店化の推進など各施策による成果が予想以上、  
 今期 2 度目の上方修正で営業利益は前期比 110.6% 増を見込む。  
 高級モデルへの移行や複数個保有の傾向などバイク業界は好調**

### 1. 2021 年 11 月期業績予想

2021 年 11 月期については売上高 24,700 百万円（前期比 10.5% 増）、営業利益 1,490 百万円（同 110.6% 増）、経常利益 1,650 百万円（同 91.9% 増）、当期純利益 1,090 百万円（同 83.4% 増）を見込んでいる。2021 年 6 月 30 日に今期 2 度目となる業績予想の修正を行っており、売上高については期首の 23,000 百万円から、2021 年 3 月 30 日に 23,500 百万円、2021 年 6 月 30 日には 24,700 百万円に上方修正した。営業利益については 800 百万円→1,000 百万円→1,490 百万円に修正しており、営業利益については前回修正から 49.0%、期首計画から 86.3% の上方修正である。なお、通期計画に対する第 2 四半期営業利益の進捗率は 57.3% となる。

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、各施策が予想を上回る成果を上げた格好である。外部環境としては、バイク業界において 2020 年より二輪免許取得者数が増加に転じる環境変化が起きており、新車、中古車の需要は高まっている。要因としては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があるものと見られている。

ただし、こういったコロナ禍における影響よりも、第 1 四半期において課題であった赤字体質の解消を達成するなど、コロナ禍前より取り組んできた複合店化や高市場価値車輛の強化といったリテール戦略などによって収益構造を確立した内部要因が大きいと弊社では考えている。第 2 四半期（3 月～5 月）においても、高市場価値車輛の確保を継続しているため、下期も引き続き業績は堅調に推移すると見込んでいる。また、第 2 四半期が売上のピークとなり、第 3 四半期で落ち込み、第 4 四半期では第 2 四半期水準まで増加する傾向にあるが、平準化に向けた体制が確立されてきている。高市場価値車輛の確保の強化、車輛売上単価の上昇を鑑み、上方修正した通期計画の達成確度は高いと弊社では考えている。

なお、バイクのヘルメットを手掛けている SHOEI<7839> の 2021 年 9 月期第 2 四半期決算は 2 ケタ増収増益での着地だった。感染対策としての二輪需要の漸増も影響したが、ライダー高齢化の良い一面である高級モデルへの移行や複数個保有の傾向が続いており、堅調な販売が継続。「バイク買取ドットコム」や「バイクランド」を運営するアークコア <3384> は、2022 年 2 月期第 1 四半期決算において、営業損益が黒字に転換した。売却単価及び粗利単価はいずれも 2 ケタの伸びとなるなど、バイク業界の好調が窺える。

今後の見通し

## 2021年11月期の業績予想

(単位：百万円)

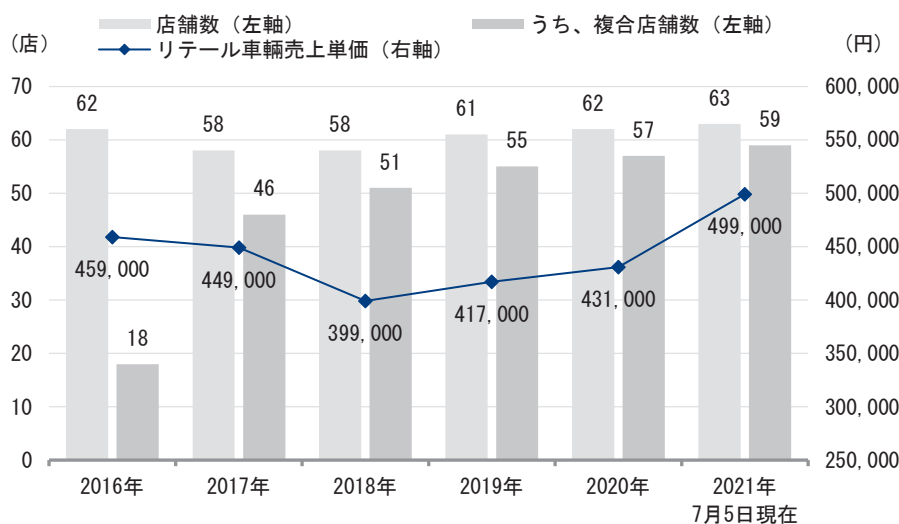
	20/11期 実績	期首 計画	21/11期		前回予想 からの 増減額	増減率
			前回予想 2021年 3月30日	今回予想 2021年 6月30日		
売上高	22,349	23,000	23,500	24,700	1,200	5.1%
営業利益	707	800	1,000	1,490	490	49.0%
経常利益	859	920	1,160	1,650	490	42.2%
当期純利益	594	620	770	1,090	320	41.6%
1株当たり当期純利益(円)	42.55	44.39	55.14	78.05	-	-

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

## 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) 出品車輛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。今後の出店計画としては、買取店4店舗の移転・複合店化を計画しているほか、既存複合店の移転及び新規増店を検討している。なお、新規店は投資効率を考慮したうえで出店を検討するとしている。同社63店舗のうち既に59店舗を複合店としており、残り4店舗の複合店化は速やかに行われることになるだろう。また、同社はおおむね全国に展開しているが、顧客へのアフターサービスを図るうえでも新規出店の取り組みは継続する。出店地域としては政令指定都市を中心に地域に対する人口などを考慮し、投資回収期間が短い(3年程度)と見込まれる地域において、比較的売り場面積の大きい店舗出店が見込まれる。

## 複合店舗数の推移とリテール車輛売上単価推移



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成



仕入力の強化による車輛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ィア」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、順次全店舗に展開している。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、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。

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。なお、これらの取り組みについては、顧客視点に立ったサービスの重視、社員の成長の応援、安定的な収益構造の確立の3つの視点に基づき実施していく。

## ■ 事業戦略

### ビジョンとして掲げる「バイクライフの生涯パートナー」へ着実に前進。バイク王ダイレクト設立で新たな顧客層獲得へ

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、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。

現在は買取専門店から複合店化への取り組みが進展しており、実際にショップを訪れてバイクを購入する顧客は増えているようであり、「バイクのことならバイク王」と言われるブランドへ着実に進化している。また、前述の通り同社の強みは、(1)「バイク王」ブランドの認知度を誇るバイク買取りのリーディングカンパニーであること、(2)顧客へ質の高いサービスを提供していること、(3)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つの流通網をもっていることである。

## 自動車整備の成績が優秀で、 業界への貢献が顕著である認証工場として表彰

ブランド力によって、高市場価値車両の仕入強化においては優位性があるだろう。また、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。この整備において同社の技術力は注目される分野である。まず、通常の販売店では販売したバイクの修理が中心になるが、同社においてはほぼ全ブランドのバイクを買取・販売していることから、すべてのメーカーに精通している。実際、同社の寝屋川物流センターは、自動車整備の成績が優秀で、業界への貢献が顕著である認証工場として「令和 2 年度 自動車整備優良事業者表彰」の大阪運輸支局長表彰を授与している。同物流センターは、2017 年に同社初となるリテール車両の整備に特化したセンターとして設立しており、関西エリアの整備体制をサポートしている。また、整備士の人材確保については、四輪車は自動車整備学校があるが、二輪車においては特化した学校が少ないため、人材獲得は難しいと見られる。しかし、同社においては、整備職に関わる制度を拡充し整備職の環境を改善させて整備経験者の採用を強化していることに加え、整備職研修の強化を図ることによって整備未経験者も積極的に採用し育成に注力している。

## バイク王ダイレクトの設立によって、 今後は決済までのすべてをネットで完結するサービスを展開する可能性

また、同社は 2021 年 4 月 21 日付けで、EC サイトの運営・管理業務を担うバイク王ダイレクトを立ち上げた。リテールを強化するうえで、車両の通信販売需要が高まっているほか、車両購入時に用品・部品を同時に購入するユーザーが多い傾向があるという。そのため、周辺ビジネスの拡大という観点で踏まえ、車両販売への相乗効果及び顧客満足度を高めるため、車両とその用品・部品を取り扱う EC サイトを立ち上げる。バイク王ダイレクトは、迅速な判断力を持って将来に向けた車両以外での顧客との接点の拡大を図り、バイク業界の活性化を目指すとしている。同社は全国 63 店舗を展開しているが、バイクユーザーを一気に取り込むうえでは、E コマースを活用することにより、さらに認知度が高まるほか、本格的な全国展開によって新たな顧客層を獲得する可能性が大きいと弊社では考えている。また、同社においては、2019 年にバイク用品を手掛けるヤマトを完全子会社化しており、これまでも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してきた。バイク王ダイレクトの設立によって、今後は決済までのすべてをネットで完結するサービスを展開する可能性が高いと弊社では考えており、事業の成長が一気に加速する可能性はありそうだ。なお、経済産業省が発表した国内電子商取引市場規模 (BtoC 及び BtoB) によると、自動車、自動二輪車、パーツ等の市場規模は 2018 年が 2,348 億円 (EC 化率 2.76%)、2019 年が 2,396 億円 (同 2.88%) だった。

## 勝英自動車学校 (SDS グループ) と業務提携。二輪免許取得を応援

そのほか、2021 年 6 月には (株) 勝英自動車学校 (SDS グループ) と業務提携し、運営する自動車学校 23 校にて 6 月より順次バイク用品の販売を開始。二輪免許取得を応援するため、二輪教習に必要なヘルメット、グローブ、プロテクター、レインウェアの計 4 種のバイク用品を割引価格で提供する。免許取得を応援するため、自分専用の用品を使用することでモチベーションにもつながると考えられ、今後もこういった取り組みに広がりが見られることが期待されよう。

## ■ 女性活躍推進に関する行動計画

### 女性が活躍できるよう職場環境を整備

同社は、女性が活躍できる職場環境の整備を積極的に取り組むことで、「バイクライフの生涯パートナー」としてビジョンを実現するとともに、性別・国籍・年齢等に関係なく、多様な人材が個性を活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す。この実現に向け、女性活躍推進について行動計画を策定している。

#### 1. 計画期間

2021年4月1日～2024年3月31日

#### 2. 同社の課題

直近の事業年度における従業員に占める女性従業員の割合は18%であり低水準。また、多様化する働き方に対応できる労働環境のさらなる整備を必要としている。

#### 3. 目標と取組内容・実施期間

同社は目標として、

- (1) 従業員に占める女性従業員の割合を25%にする
- (2) 従業員全体の残業時間を月平均23時間以内とする
- (3) 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制度の導入を行う

(1) に関しては、2021年4月より、女性からの応募を増やすために、採用ページに、ロールモデルとなる女性従業員のインタビューを複数掲載し、女性が活躍できる職場であることを求職者にアピールする。2022年12月より、部署において女性も活躍できる環境を整備するにあたって、既存従業員と共同して課題の把握と対応策を検討し、パート社員の正社員登用制度に関する人事制度の改定を行う。

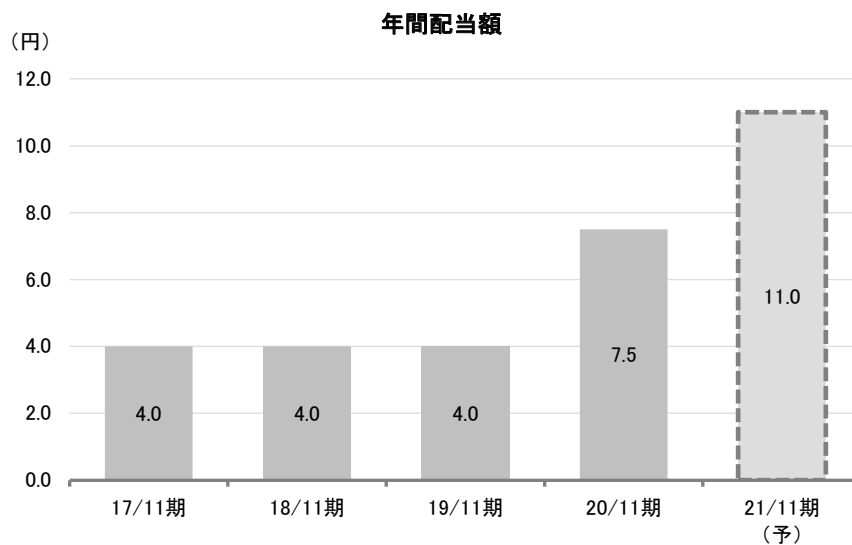
(2) に関しては、2021年12月より、社内組織（人員配置基準）の課題把握と対応策を検討する。2022年12月より、業務効率化に関する業務オペレーションやプロセスの課題を抽出し、新たな業務オペレーションの構築と実現に向けた社員教育を実施する。

(3) に関しては、2021年4月より、働き方の課題の把握と対応策を検討する。2022年12月より、フレックスタイム制度等、柔軟な働き方を可能にする制度導入の検討を開始する。

## ■ 株主還元策

### 2期連続で3.5円増額配当を実施予定。 2021年11月期は年11.0円配当を計画

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。内部留保については、従来より進めてきた借入金等に大きく依存しない財務基盤を前提に、業務の一層の効率化・売上の増加を図るための新規出店、システム整備及び将来の事業強化につながる戦略的投資等、将来の経営効率を高めるための事業基盤強化の原資に充当する。また、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方針である。2021年11月期の年間配当は前期比3.5円増額となる11.0円を予定している。



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）同社ガリテール（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。

※ パートナーズパックとは、同社バイクを購入し、本サービスの契約を締結された顧客を対象に、排気量毎に定められた定額料金のみで6ヶ月毎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