

|| 企業調査レポート ||

# バイク王 & カンパニー

3377 東証スタンダード市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2023年2月10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. 2022年11月期業績	01
2. 2023年11月期業績予想	01
3. 新たな中期経営計画を策定	02
■ 会社概要	03
■ 事業概要	06
■ 強み	07
■ 業績動向	09
1. 2022年11月期業績	09
2. 売上高構成	10
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	13
5. 販売費及び一般管理費の増減要因	14
6. 主な経営指標と店舗	15
7. 財政状態	15
■ 今後の見通し	17
● 2023年11月期業績予想	17
■ 中期経営計画	21
1. 新たな中期経営計画を策定	21
2. UX（顧客体験）グロースモデルへの転換	22
3. 事業マトリックス	22
■ ESGの課題と取り組み	24
■ 株主還元策	25

## ■ 要約

### 2022年11月期は過去最高益を更新。 高市場価値車輛を仕入れて販売する取り組みが奏功

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、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、持続的な成長に向けて新たなコーポレートミッション「まだ世界にない、感動をつくる。」を掲げ、交通インフラやレジャー、ライフデザインといったバイク事業とのシナジー効果を創出する新規事業への参入に加え、社会的な課題解決によって社会的責任を果たすことにより、バイクライフを超えたライフデザイン企業となることを目指している。

#### 1. 2022年11月期業績

2022年11月期業績は、売上高 33,480 百万円（前期比 26.0% 増）、営業利益 1,653 百万円（同 6.1% 増）、経常利益 2,259 百万円（同 27.6% 増）、当期純利益 1,550 百万円（同 26.4% 増）だった。高市場価値車輛を仕入れて販売する取り組みが奏功し、ホールセール、リテールいずれも増収増益となり、売上高、経常利益、当期純利益は過去最高を更新した。2021年11月期末に第1四半期向け在庫を確保、仕入も堅調であった。そのため、バイクのオフシーズンによる需要低下時期である第1四半期においても堅調な業績を達成した。高市場価値車輛（原付2種以上）のなかでもより需要が高い車輛を販売する取り組みが奏功し、車輛売上単価（1台当たりの売上高）が大幅に上昇した。しかしながら、営業利益は1,653百万円と業績予想の1,772百万円に対して未達での着地だった。ただし、これについては毎年第4四半期に在庫確保を行っているが、2023年11月期の第1四半期末頃において、大型店舗である絶版車館の2号店出店計画が見えてきたことから、第4四半期に追加で良質な在庫の確保を進めたことによる影響である。通常店舗では50万～100万円以下の車輛が並んでいるが、絶版車館には依然として人気が高く、より高価格帯の絶版車のみが並ぶ。これに伴い、100万～300万円の車輛を多数確保したことによる翌期に向けた戦略が営業利益未達の要因である。

#### 2. 2023年11月期業績予想

2023年11月期業績については売上高 34,500 百万円（前期比 3.0% 増）、営業利益 1,900 百万円（同 14.9% 増）、経常利益 2,150 百万円（同 4.8% 減）、当期純利益 1,470 百万円（同 5.2% 減）を見込んでいる。バイク業界においては、特に景気の下振れによる需要の低下リスクは無視できないものの、オークション相場及びリテール市場は堅調に推移している。同社が主力商材とする高市場価値車輛の新車販売台数、保有台数のみならず、普通・大型自動二輪免許の新規取得者数も増加傾向にあり、需要の急速な低下は今のところ見受けられない。今後もバイクは交通インフラを支え、新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）によって変化したバイク志向の高まりとその堅調な需要は続くものと期待されている。

要約

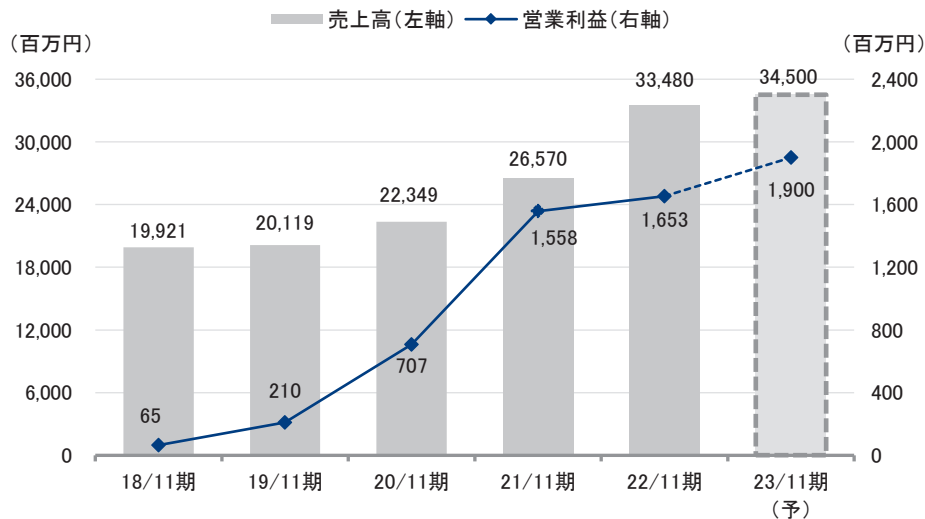
3. 新たな中期経営計画を策定

同社の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では、最終年度である2024年11月期に売上高315億円、経常利益25億円を計画していた。出店や単価上昇などにより、2022年11月期中期経営計画最終年度の売上高目標である315億円を上回ったこと、新たな事業領域についての活動実績を積んだことを踏まえ、常に3年先を見据えた経営を行っていくため、中期経営計画の見直しを行い、2023年11月期から2025年11月期を対象とした新たな中期経営計画を策定した。これにより2025年11月期の売上高395億円(2022年11月期実績:334億円)、営業利益25.0億円(同16.5億円)、経常利益28.0億円(同22.5億円)、当期純利益19.1億円(同15.5億円)を目標とした。利益率については売上総利益率39.9%(同39.3%)、営業利益率6.3%(同4.9%)、経常利益率7.1%(同6.7%)となる。

Key Points

- ・2022年11月期はシナジーが見込まれる企業との提携を積極化
- ・UX(顧客体験)グロースモデルへの転換を実現し、顧客LTVの最大化を図る
- ・2024年11月期までの中期経営計画最終年度売上高315億円を2年前倒しで達成、新たな中期経営計画を策定
- ・積極的に外部資金を活用。今後につながる安定的な資金、在庫の確保により財務の健全性を強化
- ・2023年11月期業績予想において、営業利益は前期に開発した店舗によるリテール台数増加を見込むことから前期より増益、経常利益は前期第1四半期計上の関連会社からの臨時的な受取配当金が今期は発生しない影響から前期より減益
- ・2023年春に神奈川県茅ヶ崎市に2店舗目となる絶版車を中心に展開するコンセプトショップの出店を決定

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、交通インフラやレジャー、ライフデザインといったバイク事業とのシナジー効果を創出する新規事業への参入に加え、社会的な課題解決によって社会的責任を果たすことにより、バイクライフを超えたライフデザイン企業となることを目指している。これを踏まえ、2022年11月期はビジネスモデルを発展させ、長期的な企業価値向上を図ることを目的に、モビリティ事業、ライフスタイル事業を強化している。今後はレジャー・アウトドア事業の領域を重点的に開発していく。

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年に東京証券取引所（以下、東証）2部に上場を果たし、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・資本提携を締結し、ジャパンバイクオークションの株式取得（出資比率30.0%）によって関連会社化した。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（株）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している。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。同社の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て同社の可能性を模索しており、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月にはバイクコンテンツサイト「Bike Life Lab（バイクライフラボ）」の運営を開始した。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した。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し、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 | 2023年2月10日(金)  
3377 東証スタンダード市場 | <https://www.8190.co.jp/ir/>

#### 会社概要

2022年4月に東証の市場再編に伴い東証スタンダード市場に移行した。同年4月にFC及び業務提携を軸にした新規事業の開発や機動的な運営の確保を図るため子会社(株)ライフ&カンパニーを設立。ライフ&カンパニーは、5月には四輪自動車卸売業界大手の(株)ラビット・カーネットワークとの間で、ライフ&カンパニーをフランチャイジーとする、中古四輪自動車の買取、販売事業を行うFC契約を締結、9月には(株)K-ブランドオフとのFC契約によりブランドリユース事業へ参入。一方、同社は、12月に(株)ベアーズと業務提携及びFC契約を締結、(株)オズプロジェクトの株式を取得し完全子会社化、2023年1月には、KeePer 技研<6036>が提供する「KeePer コーティング」を導入。また、子会社バイク王ダイレクトと(株)アップガレージとのFC契約により中古バイクパーツ・用品のリユースビジネスの拡大を図っている。

**バイク王 & カンパニー** | 2023年2月10日(金)  
 3377 東証スタンダード市場 | <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
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)バイク王ダイレクトを設立
2021年 7月	バイク王、車輛・バイク用品を扱う初のECサイト、「バイク王ダイレクト」を開設
2022年 3月	バイク王が「バイク未来総研」を設立
2022年 4月	東証スタンダード市場に移行 FCおよび業務提携による新規事業の開発と運営を担う子会社(株)ライフ & カンパニーを設立
2022年12月	(株)オズプロジェクトの株式取得(同社出資比率:100.0%)により、完全子会社化 (株)ヘアーズと業務提携を開始、ハウスクリーニング事業に関するフランチャイズ契約を締結

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、高市場価値車両の仕入は拡大期。 新規出店、複合店化などリテール拡大、新規ビジネスに積極的に参入

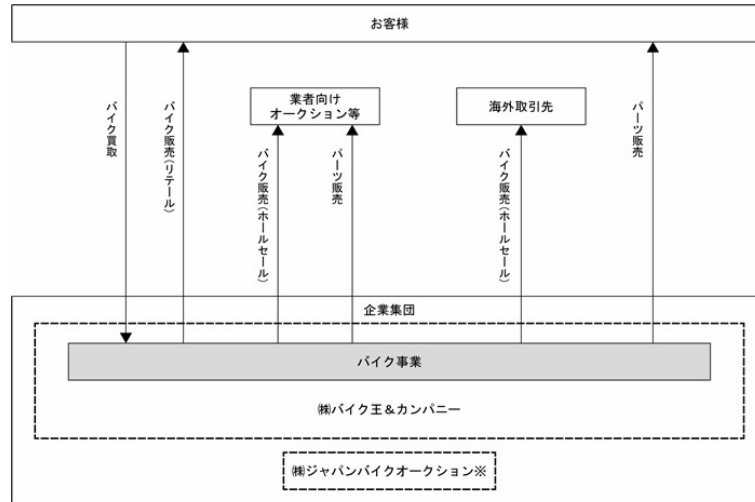
中古バイクの買取から販売までを主な事業ドメインとし、「バイク王」ブランドを全国展開している。顧客から買い取ったバイクは、商品価値を高める整備を施したのち、業者向けオークションを介して卸売するほか、自社の店舗等を通じて販売する。また、顧客がバイクライフを過ごすためのサポートをはじめ、ライフスタイルに合わせてバイクライフを楽しめる様々なサービスを提供している。店舗網は北海道・東北エリアが5店舗、関東エリアが28店舗、甲信・北陸エリアが4店舗、東海エリアが8店舗、近畿エリアが14店舗、中国・四国エリアが5店舗、九州・沖縄エリアが7店舗となり、全国71店舗を展開している。複合店化（買取及びリテールを展開する店舗への転換）を推進しており、現在は全国71店舗のうち68店舗（2023年1月10日時点）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。また、FC及び業務提携による新規事業の開発と運営を担う子会社ライフ & カンパニーを2022年4月に設立し、同子会社はラビット・カーネットワークとFC契約を締結し、中古四輪自動車の買取、販売事業に参入している。9月にはK-ブランドオフとFC契約によるブランドリユース事業に参入している。一方、同社はハウスクリーニングを手掛けるベアーズとの業務提携及びFC契約を締結、(株)オズプロジェクトの株式を取得し完全子会社化、KeePer 技研が提供するKeePer コーティングを導入。また、2023年1月には子会社バイク王ダイレクトが中古バイクパーツ・用品のリユースビジネスを展開する(株)アップガレージとFC契約するなど、ライフスタイル事業およびモビリティ事業を拡大させた。

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、自社の店舗や通信販売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、リテールを強化した2016年11月期はホールセールが7割超、リテールが3割弱だったが、2021年11月期、2022年11月期においてリテール比率が4割を超えており、リテール拡大戦略が順調に進捗している。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。



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」ブランドの認知度や顧客への質の高いサービス、メーカー・車種を問わない最適な査定、「ホールセール」と「リテール」2つの流通網

同社の強みは、(1)「バイク王」ブランドがバイク中古車買取で圧倒的な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) 24時間・365日体制で買取査定の申し込みを受け付け、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)「ホールセール」と、「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。

強み

**(2) 顧客へ質の高いサービスを提供**

顧客ニーズに応えるため24時間・365日体制で買取査定申し込みの受け付けを行う。また、全国の店舗からバイクライフアドバイザーが顧客の自宅までバイクの買取に向く無料出張買取サービスを展開するなど、ネットワークを生かした迅速な対応が可能である。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、同社指定日時に限り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、通信販売ともに、「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※の長期保証を用意し、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く考えである。

※ 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。同社は、日本各地にある「中古バイクオークション会場」と全国の「バイク王」の流通網を活用して買取している。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する。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、自社の店舗や通信販売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・フロー経営と、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-2022年11月までの「バイク王」累計取扱台数は約235万台)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。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の厳選、(2)中古バイク全車両に長期保証※と返品保証の提供、(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であることなどが挙げられる。

※ 一部車両を除く

## 強み

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している。リテール台数の量の確保により、平均売上単価・平均売上総利益額が上昇している。

また、同社の第 1 四半期は冬にあたり、バイクのオフシーズンとなることから損失になる傾向があった。そこで、第 1 四半期の損失を解消するため、第 4 四半期に次期を見据えて準備する戦略を展開した。その結果 2021 年 11 月期の第 1 四半期は黒字に転じ、その後も黒字化が定着している。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。さらにバイクブームを背景に原付 2 種以上の需要は年々高まるなか、高市場価値車輛を仕入れて販売する取り組みが奏功しており、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

**売上高、経常利益、当期純利益は過去最高を更新。  
積極的に外部資金を活用し出店投資を強化。  
成長に向け安定的な資金、在庫の確保による財務の健全性を強化**

### 1. 2022 年 11 月期業績

2022 年 11 月期業績は、売上高 33,480 百万円（前期比 26.0% 増）、営業利益 1,653 百万円（同 6.1% 増）、経常利益 2,259 百万円（同 27.6% 増）、当期純利益 1,550 百万円（同 26.4% 増）だった。高市場価値車輛を仕入れて販売する取り組みが奏功し、ホールセール、リテールいずれも増収増益となったことに加え、第 1 四半期には関連会社からの臨時的な受取配当金を営業外収益として計上し、売上高、経常利益、当期純利益は過去最高を更新した。

バイクの仕入において、効果的な広告展開、人員や体制の強化に努め、高市場価値車輛（原付 2 種以上）のなかでもより需要が高い車輛を確保し、販売を進めたことにより、車輛売上単価（1 台当たりの売上高）が前期比 15.6% 増と大幅に上昇した。また、リターンライダーの増加や新規ライダーが増加しているなか、既存店並びに前期に開発した店舗が好調に推移し、販売台数も増加した。

**バイク王 & カンパニー** | 2023年2月10日(金)  
 3377 東証スタンダード市場 | <https://www.8190.co.jp/ir/>

## 業績動向

リテールにおいては、マーチャнда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（8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した。また、自動車学校や専門学校と連携し、顧客との接点の拡大や整備インフラの確保、営業オペレーションの見直しによるバイク王ファンのさらなる創出、同社初となる海外バイクメーカー・KTMの正規取扱店の出店や中古ハーレーダビッドソンの専門店出店を実現した。加えて、2022年12月には店舗の移転・増床（1店舗）を行った。ホールセールにおいては、販売価格水準を維持するよう販売方法の工夫に努めたほか、第4四半期には2023年11月期に向けたリテール、ホールセール在庫の確保を行った。

## 2022年11月期の業績

(単位：百万円)

	21/11期 実績	期首計画	3月30日 修正予想	6月29日 修正予想	9月27日 修正予想	実績	前期比
売上高	26,570	27,500	28,600	30,057	32,500	33,480	26.0%
営業利益	1,558	1,750	1,770	1,772	1,772	1,653	6.1%
経常利益	1,770	1,950	2,310	2,336	2,336	2,259	27.6%
経常利益率	6.7%	7.1%	8.1%	7.8%	7.2%	6.7%	0.0pt
当期純利益	1,226	1,300	1,610	1,618	1,618	1,550	26.4%
1株当たり年間配当金(円)	15.5	20.0	20.0	20.0	20.0	24.0*	8.5
配当性向	17.7%	21.5%	17.3%	17.3%	17.3%	21.6%	3.9pt
1株当たり当期純利益(円)	87.80	93.09	115.28	115.87	115.87	110.99	23.2%

※特別配当4円含む

出所：決算短信、会社リリースよりフィスコ作成

## 2. 売上高構成

売上高の構成については、主にホールセールとリテールの2つの販売チャネルによって構成されている。主に業者向け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と、同社の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となる。

ホールセールの車両売上単価は大幅に上昇、4月以降のオンシーズンに向けて確保していた在庫を販売、仕入も堅調であったため販売台数が大幅に増加し、売上構成比は52.0%から54.8%に上昇した。増収の内訳は、台数要因1,120百万円、単価要因3,410百万円となった。リテールにおいては、車両売上単価、販売台数ともに伸び大幅増収となったが、ホールセールの増収がより大きかったため、売上構成比は45.4%から42.6%となった。増収の内訳は、台数要因1,502百万円、単価要因711百万円となる。

## 売上高構成

(単位：百万円)

	21/11期	22/11期	前期比		売上構成比	
			増減額	増減率	21/11期	22/11期
売上高	26,570	33,480	6,910	26.0%	100.0%	100.0%
ホールセール	13,808	18,339	4,530	32.8%	52.0%	54.8%
リテール	12,056	14,270	2,214	18.4%	45.4%	42.6%
その他	704	871	166	23.6%	2.6%	2.6%

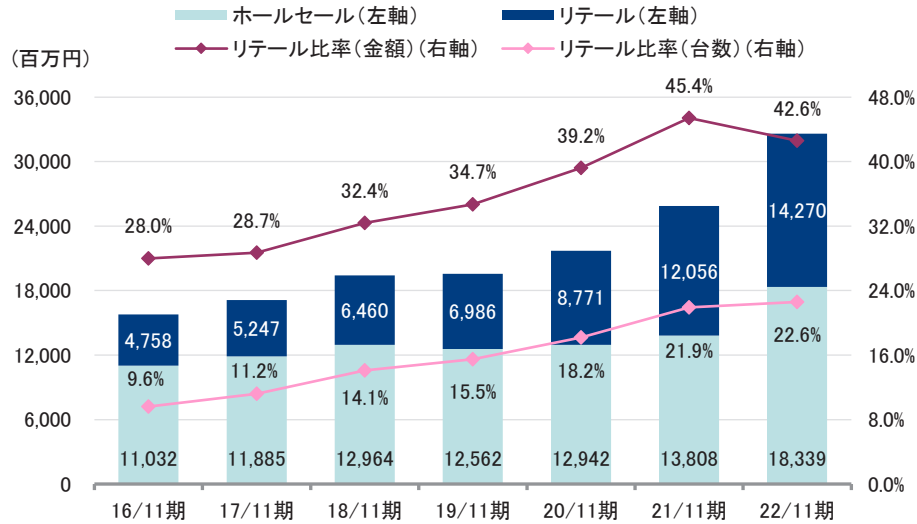
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

バイク王 & カンパニー | 2023年2月10日(金)  
 3377 東証スタンダード市場 | <https://www.8190.co.jp/ir/>

## 業績動向

同社は2016年11月期からリテール強化を開始している。リテール売上高は、2016年11月期の4,758百万円から2022年11月期には14,270百万円に成長している。より需要が高い高市場価値車両を確保、複合店を拡大する取り組みが奏功し、車両売上単価、販売台数が上昇したことが背景にある。

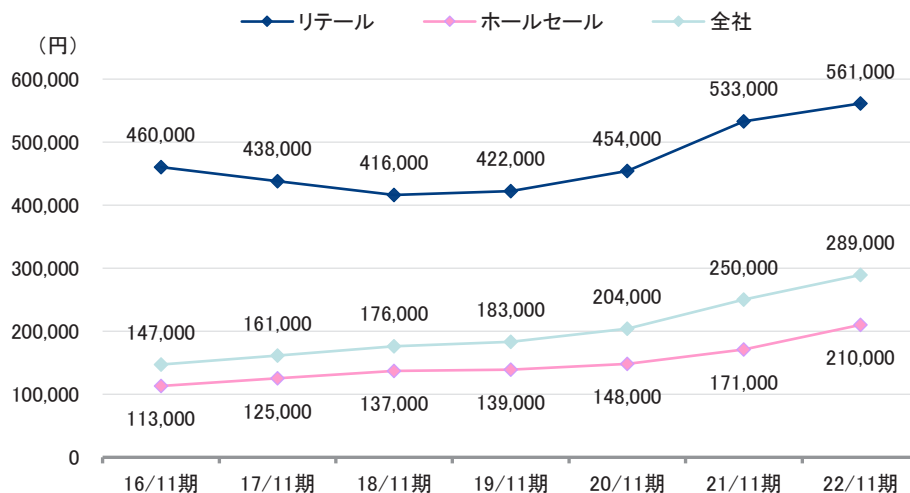
## リテール強化を開始した当初(16/11期)との比較



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

車両売上単価の推移を見ると、ホールセールについては、2016年11月期の113,000円から2022年11月期は210,000円に上昇し、全社においては同147,000円から289,000円に上昇している。リテールについては、高市場価値車両の割合を高めることにより上昇傾向を継続しており、2016年11月期の460,000円から2022年11月期においては561,000円に上昇した。

## 車両売上単価の推移

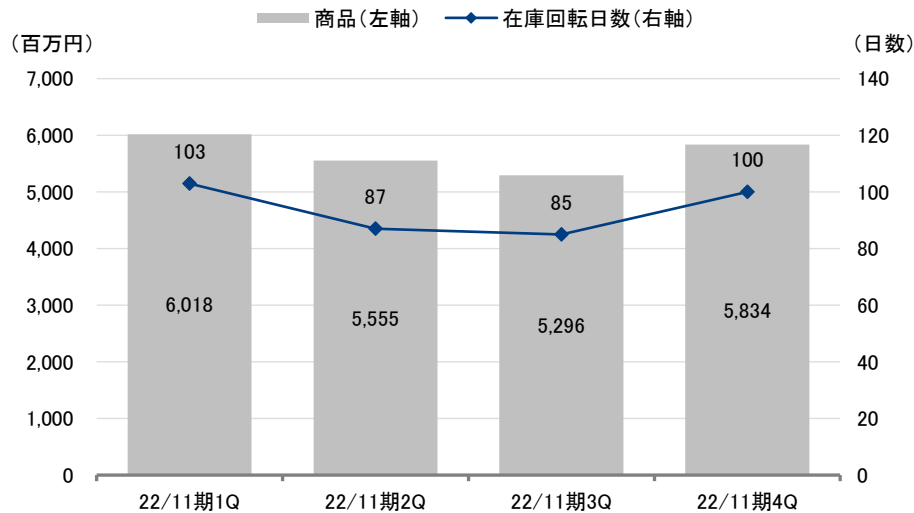


出所：決算説明資料よりフィスコ作成

## 業績動向

同社は在庫回転日数の基準を年間平均 90 日として調整している中で、第 1 四半期の同日数は 103 日となったが、これは一時的であり、2022 年 11 月期の第 1 四半期の収益確保を目的に高市場価値車輛のなかでもより需要が高い車輛の在庫を 4 月以降のオンシーズンに向けて確保した戦略による。第 2 四半期においては、オンシーズンに向けて確保した在庫を販売した結果、商品、在庫回転日数がともに減少し、基準を下回る 87 日に低下した。第 3 四半期は仕入が堅調となり、引き続きホールセール、リテールともに好調であったため 85 日に低下した。第 4 四半期においては、2023 年 11 月期第 1 四半期に向けたリテール、ホールセール在庫の確保により、商品、在庫回転日数が上昇し 100 日となった。もっとも、新規出店を計画していることによる在庫確保の狙いがあるため、在庫日数の上昇は不安要因にはならないと、弊社では考えている。

四半期ごとの在庫回転日数、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 1,221 百万円増の 13,174 百万円となった。増減の内訳としては、ホールセールについては同 722 百万円増加した。これは 4 月以降のオンシーズンに向けて確保した在庫を販売し、また仕入れも堅調であったため、販売台数が大幅に増加したことによる。なお、販売価格水準を維持する販売方法の工夫に努めたことに加え、高排気量車輛の構成比が上昇したため、平均粗利額が増加した。

リテールについては同 531 百万円増加した。これは前期の店舗開発による展示面積の拡大、接客力向上並びに売り場改善による既存店の販売力強化、通信販売の強化、優良な在庫確保により販売台数が大幅に増加し、台数要因で 646 百万円の増益となったが、単価要因として第 4 四半期に 2023 年 11 月期の出店と同第 1 四半期に向けた良質な在庫を確保したことによって平均粗利額がやや減少し、115 百万円の減益となった。

## 業績動向

## 売上総利益増減要因

(単位：百万円)

	21/11 期	増減要因				合計	22/11 期
		台数	単価	その他			
売上総利益	11,952	1,263	-9	-32	1,221	13,174	
ホールセール	-	617	105	-	722	-	
リテール	-	646	-115	-	531	-	
その他	-	-	-	-32	-32	-	

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

## 4. 四半期ごとの売上高 / 経常利益（損失）の推移

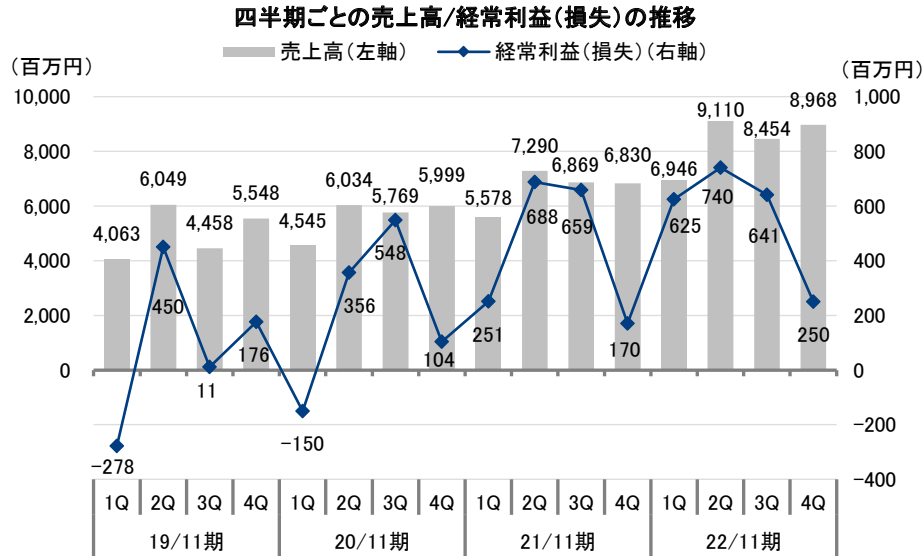
バイク業界において、2020年3月からのコロナ禍によって、人同士の接触を回避できる移動手段として二輪車の引き合いが強まったほか、近年のアウトドアブームなど、人々の行動の変化が需要増の1つのきっかけとはなっただろう。なお、リターンライダーや新規ライダーの増加に表れるバイク志向の高まりによって、二輪免許新規取得者数は今なお増加傾向を見せている。運転免許統計による「運転免許証交付件数の年別推移」を見ると、2021年の大型二輪・普通二輪の合算では310,762件※となり、2020年の268,535件※から増加した。また、比率としては低いものの、女性の取得が増加傾向にあり、2021年の大型+普通二輪の取得件数は49,330件※と、2020年の37,716件※から増加している。もちろん、こうした外部環境が追い風となった面は否定できないものの、同社がこれまで行ってきた複合店拡大による販売力強化や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点は大きく評価されるべきと弊社では考えている。

※「種類別新規運転免許証交付件数の年別推移（失効新規の交付件数を含む）」及び「種類別併記運転免許証交付件数の年別推移」より算出

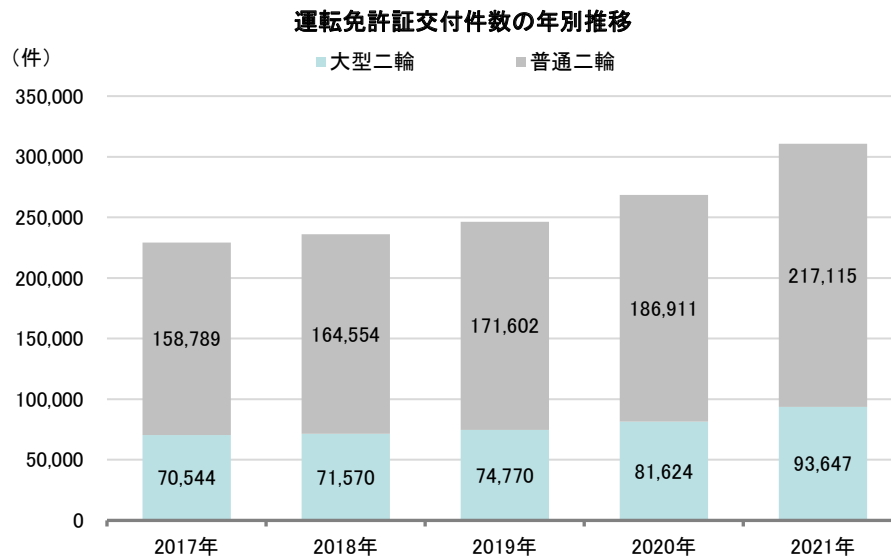
四半期ごとの売上高と経常利益の推移を見ると、もともと同社の業績は季節変動の影響を受ける構造を有していたことがうかがえる。ただし、高市場価値車輛の確保に注力したことで、リテールだけではなくホールセールにも好影響を与えた結果、第1四半期の収益構造が大きく改善され、2021年11月期第1四半期の営業損益は黒字に転換した。さらに2022年11月期においても在庫を確保したうえで、年間を通して好調に推移した。なお、2022年11月期の第1四半期においては関連会社からの臨時的な受取配当金約3億円を計上している。

バイク王 & カンパニー | 2023年2月10日(金)  
 3377 東証スタンダード市場 | <https://www.8190.co.jp/ir/>

## 業績動向



出所：決算説明資料よりフィスコ作成



出所：警察庁「運転免許統計」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 11,520 百万円（前期比 10.8% 増）となった。内訳は、高価格帯車両の利益水準維持に向けた一時的な売却先の工夫、高市場価値車両の仕入台数最大化を目的としたオンシーズンにおける試験的な Web 広告の強化施策により、販売費が 4,372 百万円（同 14.8% 増）となり、人件費は株式給付信託に関する費用による増加のほか、従業員数が前期比 31 人増加したことから、4,396 百万円（同 7.5% 増）となった。管理費は 2,751 百万円（同 10.2% 増）となり、店舗の新規出店及び移転・増床による増加のほか、2022 年 11 月期第 1 四半期・第 2 四半期の在庫強化に向けた、在庫保管面積の拡大による一時的な増加となる。



## 業績動向

## 販売費及び一般管理費の増減要因

(単位：百万円)

	21/11期	22/11期	前期比	
			増減額	増減率
販売費及び一般管理費	10,393	11,520	1,126	10.8%
販売費	3,807	4,372	564	14.8%
人件費	4,090	4,396	306	7.5%
管理費	2,495	2,751	255	10.2%

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

需要が高い高市場価値車輛の販売に注力したことにより販売台数が増加し、売上総利益額は大幅に増加した。一方で、高価格帯の構成比率がより上昇したため、売上総利益率は低下（高価格帯の車輛は率が低い、低価格帯の車輛は率が高い設定）した。営業利益率は2022年11月期から導入した株式給付信託に関する費用を始めとして販売費及び一般管理費が増加したため、前期比1.0ポイント減の4.9%とやや減少した。営業利益率が減少したものの、経常利益率は関連会社からの臨時的な受取配当金により前期並みを維持した。また、ROEについては、当期純利益の増加に伴い24.6%となり、前期比0.7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ていく計画である。店舗数については新規出店8店舗、移転・増床4店舗により、リテール車輛の展示台数が前期末比約1,030台増加した。

## 主な経営指標と店舗・人財

	21/11期	22/11期	前期比
売上総利益率	45.0%	39.3%	-5.7pt
営業利益率	5.9%	4.9%	-1.0pt
経常利益率	6.7%	6.7%	-
ROE	23.9%	24.6%	0.7pt
店舗数※	63	71	8
うち複合店数※	59	68	9
従業員数（派遣社員・パートタイマー除く）	949	980	31
リテール台数比率	21.9%	22.6%	0.7pt

※21/11期：期末時点、22/11期：2023年1月10日時点

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

## 7. 財政状態

税引前当期純利益が増加したことによる現金及び預金の増加、在庫強化を目的とした短期借入金の増加、並びに2023年11月期の出店と同第1四半期に向けた良質な在庫の確保による商品の増加により、2022年11月期末における流動資産は前期末比2,350百万円増加し、9,102百万円となった。

現金及び預金は2,768百万円と前期末比1,824百万円増加した。積極的に外部資金を活用して出店投資を強化したことで、過去最大の利益を創出できたことによる。今後につながる安定的な資金、在庫の確保により財務の健全性を格段に強化させている経営戦略は評価ポイントであると、弊社では考えている。

**バイク王 & カンパニー** | 2023年2月10日(金)  
 3377 東証スタンダード市場 | <https://www.8190.co.jp/ir/>

業績動向

流動負債は前期末比 1,273 百万円増加し、4,327 百万円となった。これは主に、在庫強化を目的とした短期借入金の増加（2022 年第 2 四半期末比では 500 百万円の減少）、リテール台数好調による前受金の増加によるものである。

貸借対照表

(単位：百万円)

	21/11 期	22/11 期	増減額
流動資産	6,752	9,102	2,350
(現金及び預金)	944	2,768	1,824
(売掛金)	191	250	58
(商品)	5,431	5,834	402
固定資産	2,496	2,914	417
(有形固定資産)	853	1,050	197
(無形固定資産)	710	612	-97
(投資その他の資産)	933	1,251	317
資産合計	9,248	12,017	2,768
流動負債	3,054	4,327	1,237
(買掛金)	277	277	0
(前受金)	705	818	113
(短期借入金)	600	1,100	500
固定負債	534	763	229
負債合計	3,588	5,091	1,503
純資産合計	5,660	6,925	1,265
負債純資産合計	9,248	12,017	2,768

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

営業活動によるキャッシュ・フローは 2,102 百万円の収入（前期は 583 百万円の支出）となった。2023 年 11 月期の出店と同第 1 四半期に向けた良質な在庫を確保したことにより棚卸資産が増加した結果として運転資本が増加したことに加え、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 3,310 百万円の収入（同 2,199 百万円の収入）に増加した。投資活動によるキャッシュ・フローは 647 百万円の支出（同 437 百万円の支出）となった。店舗開発に伴い有形固定資産の取得による支出が発生したほか、関係会社株式の取得（ライフ & カンパニーの設立）によるものである。財務活動によるキャッシュ・フローは 369 百万円の収入（同 284 百万円の収入）となった。在庫確保に伴い短期的な借入を行ったためである。

**バイク王 & カンパニー** | 2023年2月10日(金)  
 3377 東証スタンダード市場 | <https://www.8190.co.jp/ir/>

業績動向

### キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	21/11 期	22/11 期
営業活動によるキャッシュ・フロー	-583	2,102
運転資本の増減	-2,783	-1,207
基礎営業キャッシュ・フロー	2,199	3,310
投資活動によるキャッシュ・フロー	-437	-647
固定資産の取得	-384	-365
関係会社株式の取得	-10	-80
フリーキャッシュ・フロー	-1,020	1,455
財務活動によるキャッシュ・フロー	284	369
短期借入金の純増減額 (-は減少)	500	500
配当金の支払い	-146	-284
現金及び現金同等物の期末残高	944	2,768

※基礎営業キャッシュ・フロー = 営業活動によるキャッシュ・フロー - 運転資本の増減

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

## 今後の見通し

### 2023年11月期は、ニーズは旺盛で成長が減速する不安はない

#### ● 2023年11月期業績予想

2023年11月期業績については売上高 34,500 百万円(前期比 3.0% 増)、営業利益 1,900 百万円(同 14.9% 増)、経常利益 2,150 百万円(同 4.8% 減)、当期純利益 1,470 百万円(同 5.2% 減)を見込んでいる。バイク業界においては、特に景気の下振れによる需要の低下リスクは無視できないものの、オークション相場及びリテール市場は堅調に推移している。同社が主力商材とする高市場価値車輛の新車販売台数、保有台数のみならず、普通・大型自動二輪免許の新規取得者数も増加傾向にあり、需要の急速な低下は今のところ見受けられない。今後もバイクは交通インフラを支え、コロナ禍によって変化したバイク志向の高まりとその堅調な需要は続くものと期待されている。見通しに対する前提としては、車輛売上単価は前期と同水準を見込んでいるほか、販売台数はリテール台数が前期比で増加、ホールセール台数が前期と同水準を想定している。また、出店計画においては新店・移転増床を踏まえた店舗開発を 11 店舗実施する計画であり、2023年11月期に入り既に 1 店舗開発しており、買取店であった練馬店を複合店として移転・増床している。

また、これまで地方での大型店舗の出店が中心であったが、人口が集中する首都圏でのドミナント出店を推進するほか、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計画である。投資回収期間は 36 ヶ月以内としている。バイク王会員増加(現在のバイク王会員数：約 13 万人)や CRM システムの開発及び運用の強化を挙げている。そのほか、前期に引き続き株式給付信託制度を継続(2023年11月期期末に約 2 億円計上)するほか、マーケティング費用は前期と同水準を計画している。

**バイク王 & カンパニー** | 2023年2月10日(金)  
 3377 東証スタンダード市場 | <https://www.8190.co.jp/ir/>

今後の見通し

なお、2023年11月期の経常利益は減益を見込んでいることから、決算発表時にはやや業績に減速感が見られるとの警戒感が強まっていた。ただし、前期は関連会社からの臨時的な受取配当金による影響が大きかったため、これを除いた場合には実質増益となる。高市場価値車輛のニーズは依然として旺盛であり、成長が減速する不安はないと弊社では考えている。

2023年11月期の業績予想

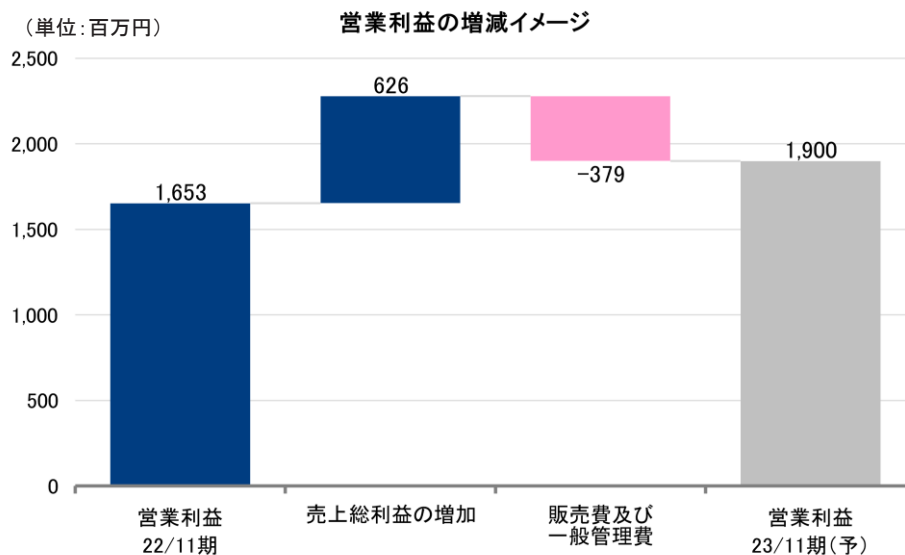
(単位：百万円)

	22/11期	23/11期	前期比	
	実績	予想	増減額	増減率
売上高	33,480	34,500	1,019	3.0%
営業利益	1,653	1,900	246	14.9%
経常利益	2,259	2,150	-109	-4.8%
経常利益率	6.7%	6.2%	-0.5pt	-
当期純利益	1,550	1,470	-80	-5.2%
1株当たり年間配当金(円)	24.0*	30.0	6	-
配当性向	21.6%	28.5%	6.9pt	-
1株当たり当期純利益(円)	110.99	105.26	-5.73	-

※特別配当金4円を含む

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

営業利益の増減イメージについては、2023年11月期の売上総利益は626百万円の増加を見込むものの、販売費及び一般管理費が379百万円増加することによって営業利益は1,900百万円を見込んでいる。販売費や人件費は前期と同水準だが、店舗開発による地代家賃及びCRM強化によるシステム開発費などによる管理費の増加を見込んでいる。



出所：決算短信よりフィスコ作成

今後の見通し

### (1) リセール・プライスの高いバイク上位 10 位の中古流通取引価格がすべて新車販売価格を上回る

2022年3月にバイク業界のよりよい未来を考え、新しい価値を調査し、分析した内容を広く社会に発信することを目的に「バイク未来総研」を発足した。国内外のレースで輝かしい成績を挙げ現在はモータージャーナリストのほか多方面で活躍する宮城光氏を所長に向かえ、バイクライフの楽しさや同社が持つバイクに関する独自データ分析などの情報発信に加え、ライダーやバイク業界がこれから描く「未来」に切り込んだコンテンツを順次発信している。

バイク未来総研では2022年9月～2022年11月の期間を対象に、「再び売却した際、高値の付くバイク」＝「リセール・プライスの高いバイク」上位10車種を発表した。「リセール・プライスの高いバイク」は、需要の高いバイク、つまり「人気のあるバイク」と言い換えることもでき、本指標は235万台以上の累計取扱台数を誇る「バイク王」のデータを基に、バイク未来総研の運営主体であるBike Life Labが独自に集計したものであり、バイクユーザーが新車あるいは中古バイクを購入する際の参考情報として活用されることを目的としている。

### (2) KeePer コーティングのサービスを全国店舗にて順次開始

KeePer 技研が提供する「KeePer コーティング」を導入し、2023年1月より全国のバイク王店舗にて順次開始している。二輪免許新規取得者数が増加しており、新車・中古車ともに需要は堅調に推移し、リターンライダーや新規ライダーが増加しているなかで、同社は自動車では馴染みのKeePer コーティングサービスをバイクにも提供し、顧客の大切な愛車の汚れを防ぎ、長期間にわたって美しい状態を保てる環境を構築していく。コーティング内容は、お試してから最上級までの3種類のコーティングを用意しており、最上級クラスのECOダイヤはバイク業界で初めての提供となる。

### (3) 電動モビリティのセレクトショップ1号店「e-bike UENO」をオープン

バイク王ダイレクトは、電動モビリティのセレクトショップで1号店となる「e-bike UENO」を2023年1月6日にオープンした。ユニークなデザインでアクティブな走行を可能とする、電動アシスト自転車10車種約25台を展示するとともに、キックボードなどの電動モビリティを販売する。

次世代の電動モビリティは、来るべきカーボンニュートラル時代に期待されるアイテムではあるものの、新しいアイテムであるため「運転に不安がある」という顧客も少なくない。コロナ対策の行動制限緩和に伴い、「試乗をしたい」という顧客の声が増えたことを背景に、リアル店舗で実際に電動モビリティを見て触れて、試乗するなど体感できる場を提供したいという思いから、「e-bike UENO」のオープンに至った。

なお、電動キックボードについて、警察庁は、2023年7月から最高速度や大きさなどの基準を満たしたものを対象に、自転車と同様の交通ルールを適用する方針を決めた。最高時速など、基準を満たせば「特定小型原動機付自転車」として分類できる新たな制度が法律に設けられる。一部の車輛については運転免許が要らず、ヘルメットの着用も努力義務にとどまるなど、自転車と同じ感覚で利用できるようになることから、消費者の関心が高まる可能性があるとして、弊社では考えている。

バイク王 & カンパニー | 2023 年 2 月 10 日 (金)  
 3377 東証スタンダード市場 | <https://www.8190.co.jp/ir/>

今後の見通し

### 各種電動モビリティをディスプレイ



出所：同社リリースより掲載

#### (4) 子会社がブランド品の買取・中古販売を開始

子会社であるライフ & カンパニーは、ブランド品を買取・販売する「BRAND OFF 買取専門 文京白山店」を 2022 年 12 月にオープンした。2022 年 9 月にブランド品の買取、販売店を FC、チェーン展開する K- ブランドオフとの間で、ライフ & カンパニーをフランチャイジーとする、バッグ、時計、アクセサリ、宝石などの買取とオークションでの販売を中心に行う、ブランドリユース事業の運営に関する FC 契約を締結している。

今後もライフ & カンパニーを通して、FC 及び業務提携を軸にした新規事業の開発や機動的な運営を確保するとともに、バイク事業における商材との親和性や、同社のノウハウを生かし、ビジネスモデルを発展させ、中長期的な企業価値向上に努めていく。

#### (5) ベアーズとの業務提携及び FC 契約を締結

2022 年 12 月に、家事代行、ハウスクリーニングなどのサービスを全国展開するベアーズとの間で、業務提携契約及び同社をフランチャイジーとした、ハウスクリーニング事業の運営に関する FC 契約を締結した。

同社は累計取扱台数 235 万台以上の実績、かつその工程で蓄積された顧客資産により、サービス循環型 CRM モデルを確立するとともに、新たな顧客接点の創出を目指している。今回の業務提携は、同社及びベアーズが保有する顧客資産を利活用し、新たな顧客接点の創出による事業のさらなる拡大を目的としており、両社のサービス利用者の年齢や生活環境面などでの親和性が高いことから、相互にとって新たな価値を生み出すことを見込んでいる。同社は高い顧客満足度の実現を支える人財とそのノウハウ、全国に広がるサービスインフラなどを生かした、バイクに限らない成長市場への参入による事業基盤の強化を図っている。ハウスクリーニング市場は、職場、家庭環境の変化によるニーズの高まりを背景に近年著しい成長を遂げており、ベアーズとの FC 契約により、迅速な店舗展開並びに円滑な店舗運営を実現するとともに、ハウスクリーニングの技術を活用した販売車両のクオリティ向上及び清潔感溢れる店舗づくりによる顧客満足度向上にもつなげる。

**バイク王 & カンパニー** | 2023年2月10日(金)  
 3377 東証スタンダード市場 | <https://www.8190.co.jp/ir/>

今後の見通し

#### (6) 湘南に新たな絶版車館の出店を決定

2023年春に神奈川県茅ヶ崎市に2店舗目となる絶版車を中心に展開するコンセプトショップの出店が決定した。ライダーのツーリングスポットとして人気の湘南エリアで、ツーリングついでに気軽に立ち寄りやすい立地となっている。絶版車館では実際に、歴史ある名車たちに見て触れることができ、写真を撮ったり、エンジンの鼓動を感じたりできる車輛も展示予定である。

## ■ 中期経営計画

**2024年11月期までの中期経営計画の売上高目標は  
 2022年11月期に達成。  
 2025年11月期までを対象とした新たな中期経営計画を策定**

### 1. 新たな中期経営計画を策定

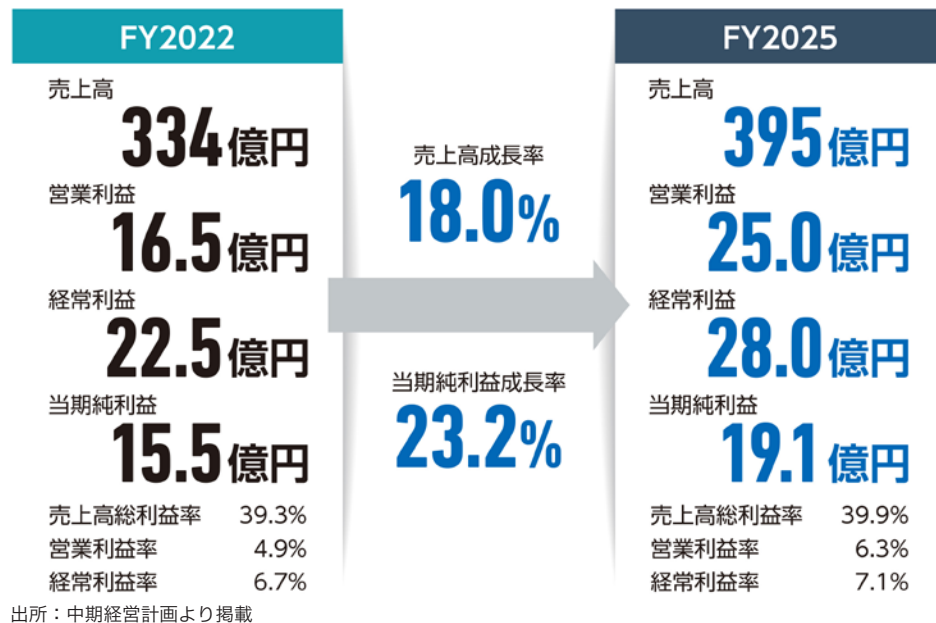
同社は2022年11月期から2024年11月期までの3ヶ年の中期経営計画では、最終年度である2024年11月期に売上高315億円、経常利益25億円を計画していた。出店や単価上昇などにより、2022年11月期中期経営計画最終年度の売上高目標である315億円を上回ったこと、新たな事業領域についての活動実績を積んだことを踏まえ、常に3年先を見据えた経営を行っていくため、中期経営計画の見直しを行い、2023年11月期から2025年11月期を対象とした新たな中期経営計画を策定した。

これにより2025年11月期の売上高395億円（2022年11月期実績：334億円）、営業利益25.0億円（同16.5億円）、経常利益28.0億円（同22.5億円）、当期純利益19.1億円（同15.5億円）を目標とした。なお、利益率については売上総利益率39.9%（同39.3%）、営業利益率6.3%（同4.9%）、経常利益率7.1%（同6.7%）となる。

2025年11月期までに成し遂げることとして、「UX（顧客体験）グロースモデルへの転換」を行うことで「バイクライフの生涯パートナー」を実現する。その結果として、「中古バイク販売シェア No.1（リテール台数3万5千台）」を目指す。

## 中期経営計画

## 中期経営計画の全体数値目標



## 2. UX（顧客体験）グロースモデルへの転換

過去の事業の成り立ちの経緯から、顧客とは一期一会の関係だったが、今後はUX（顧客体験）グロースモデルへの転換を実現し、顧客LTVの最大化により、ビジョンとして掲げる「バイクライフの生涯パートナー」の実現を図る。UXグロースモデルでは、会員制度をはじめ、顧客とのタッチポイントを増やすことに加え、One to Oneマーケティングを実施することで、リピート率を上げることができる。特に、3～5年のバイク乗換サイクルでの売買を的確に捉えることで、収益獲得の機会が増加する。このUXグロースモデルへの転換には、CRMモデルの確立が重要な事業戦略となり、それはデジタルを活用して、ビジネスモデルをトランスフォーメーションするDX戦略であると捉えている。

## 3. 事業マトリックス

同社の事業マトリックスにおいては、これまでモビリティ事業及び、2022年11月期においては、ライフスタイル事業における事業領域を拡大させてきた。今後は、レジャー・アウトドア事業において、リユース及びリユース以外のいずれも、重点開発領域として拡大させていく計画である。



バイク王 & カンパニー | 2023年2月10日(金)  
 3377 東証スタンダード市場 | <https://www.8190.co.jp/ir/>

中期経営計画

事業マトリックス

		モビリティ事業	レジャー・アウトドア事業	ライフスタイル事業
リユース	自社	バイク買取・販売 (バイク王)	重点開発領域	
	FC事業提携	車買取・販売 (ラビットカーネットワーク) 中古バイクパーツ・用品の買取・販売 (アップガレージ ライダース)		ブランド品買取 (K-ブランドオフ)
リユース以外	自社	新車販売 (KTM/小川) パーツ・用品のEC販売 (オズ・プロジェクト)	レンタルバイク (バイク王)	保険販売 (バイク王)
	FC事業提携	電動モビリティ販売 (e-bike) 整備・メンテナンス	重点開発領域	ハウスクリーニング (ベアース) 車輪コーティング (KeePer技研)

本体事業
子会社事業

出所：中期経営計画より掲載

同社は中期経営計画を着実に実行することで、東証プライム市場への上場を目指している。経営陣の企業価値向上に対する意識改革を図るため、株式報酬制度を導入している。既存事業の価値向上、M&Aを含む新分野への積極投資による事業規模の拡大などにより、企業価値の向上を目指す。同時に、企業の継続性、収益性及び経営の健全性など、プライム上場企業としてふさわしい管理体制の強化を図る。

また、同社は中長期的な業績の向上及び企業価値の増大への従業員の貢献意欲や士気を高めることを目的とし、「従業員向け株式給付信託」を導入している。従業員の貢献度が1年ごとにポイントとして与えられ、これが将来株式に転換される状況を確認することで従業員の士気は確実に上昇すると考えられ、全社員によるプライム上場に向けたセンチメントが高まることになるだろう。

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	6,528人	800人以上	○
流通株式数	51,076単位	20,000単位以上	○
流通株式時価総額	55億円	100億円以上	×
売買代金(時価総額)	166億円	250億円以上	×
流通株式比率	33.3%	35%以上	×
収益基盤(最近2年間の利益合計)	40億円	25億円以上	○
財政状態(純資産額)	69億円	50億円以上	○

出所：中期経営計画よりフィスコ作成

## ■ ESG の課題と取り組み

### バイク事業（買取・販売）を通じた廃棄物削減への 貢献などが評価される

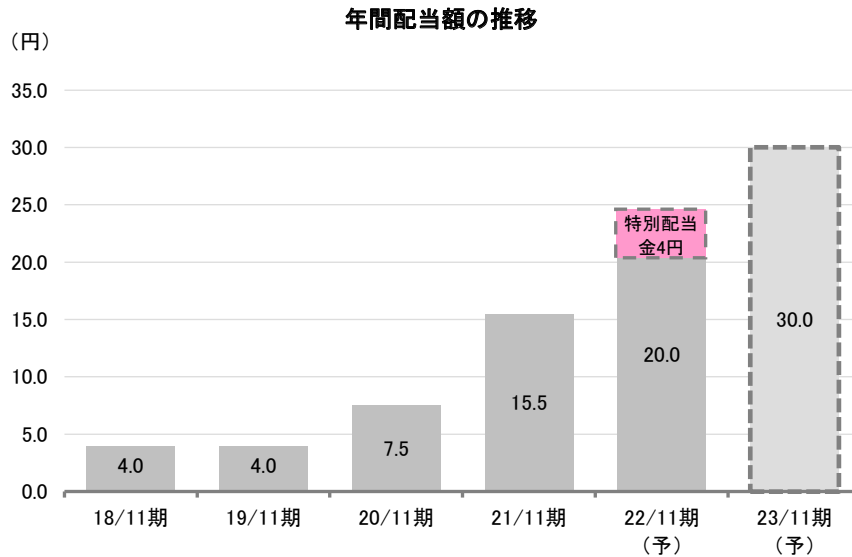
ESG の課題と取り組みにおいては、信頼に応える経営を実現するために、経営の公正性および透明性を確保し、企業の責任を果たすとともに、社会の持続的な発展への貢献と環境保護の観点から資源の効率的かつ循環的な利用を推進するとしている。

「環境（Environment）」における基本的な考え方については、バイクをはじめとしたリユース業を通じて循環型社会を実現するという観点から、サービス提供を通じて環境資源の有効活用に貢献する。また、輸送用機器の販売に携わる企業として、バイク本体の CO<sub>2</sub> 排出量はもとより、物流拠点のエネルギー使用低減に向けた取り組みに注力する。「社会（Social）」における考え方として、多様な人材を採用し一人ひとりの人格と個性を尊重し、職場環境の改善や教育研修の機会の創出に取り組む。また、基本的人権の尊重、差別の禁止など人の尊厳を守ることを、最優先事項としている。顧客には安心・安全なサービスを提供し、地域社会と積極的に交流を深め、社会の発展に寄与するとしている。「企業統治（Governance）」においては、多様なステークホルダーの信頼に応える経営を実現するため、経営の監視機能を強化し公正性および透明性を確保する。また、株主との建設的な対話や説明責任を十分に果たし、持続的な成長と中長期的な企業価値向上に資する迅速・果断な意思決定が遂行できるコーポレートガバナンス体制の構築とその強化を図っていくとしている。

## 株主還元策

### 業績好調を前提に4期連続で増額配当を実施予定。 2023年11月期は年30.0円配当を計画、予想配当性向は28.5%へ上昇

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2022年11月期の年間配当は24.0円となり、前期から8.5円増配となる。2023年11月期においては、年30.0円を計画しており、前期から6.0円増配となる。配当還元の基本方針は配当性向30%を目指しているが、2023年11月期の予想配当性向は28.5%（前期は21.6%）に上昇する。



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」、(3) 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」となる。

※ 同社でバイクを購入し、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。

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40万点を掲載している。また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）、セニアカー等も取り扱っており、今後もユーザーのニーズを取り込んだ取扱商品の拡大を図っていく。

#### 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