

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

企业调查报告
文责 特邀分析师
佐藤 譲

■ 加速集团各业务的新店扩张，实现连续性增收增益

该公司为控股公司，旗下主要运营“Autobacs（包括车辆销售、回收、维修、美容、车饰销售等汽车服务连锁企业）”与“业务超市（日本超市品牌之一，主要针对烹调师、人口多家庭、中小企业提供食品销售）”两大品牌，是日本国内最大规模的加盟店。今后该公司还将继续开拓农产品业务和海外业务，力争在2016年3月期实现营业额1,000亿日元、营业利润40亿日元的中期目标。

2014年3月期截止第二季度（4-9月）累计合并报表显示，营业额虽较去年同期增长2.8%，达413.44亿日元，但营业利润同比减少6.1%，降至10.02亿日元。“业务超市”·食品相关业务虽然持续向好，但由于汽车电子产品的销情陷入低迷、开店支出费用增加等，造成“Autobacs”汽车相关业务利润减少。此外，电费成本的增加也对该集团整体业务产生一定影响。

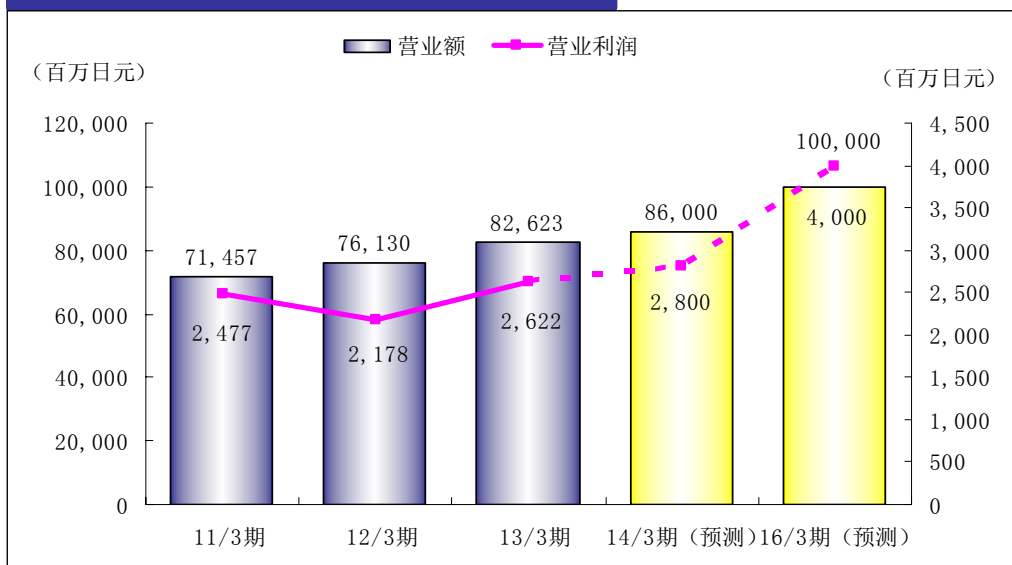
2014年3月期的业绩目标为营业额达860亿日元，较去年同期增长4.1%，营业利润达28亿日元，增长6.8%，实现连续增收增益。目前看来，利润方面的增长速度较前几年虽有所减缓，拟下半年加速推进各业务的新店扩张计划。以及，在期末日本消费税上调之前预计将迎来需求旺盛带动业绩增长，现阶段维持期初目标。

为达成中期经营计划目标，本公司于今年10月设立发展战略推进室，旨在强化伴随新店扩张，人才培养等各业务的发展战略目标。海外业务方面，除了马来西亚“Autobacs”2号店开张外，缅甸与越南的农产品业务也已逐步展开。虽然距离实现盈利尚需2-3年时间，东南亚地区的经济发展可以带动集团业绩增长，扎实稳步推进各业务发展为方针。

■ 关注点

- 本期致力于推进“强化各店收益能力”的发展战略，力争完成公司计划
- 食品相关业务将于2014年春季面向东南亚地区构筑销售渠道
- 成立发展战略推进室，将发展战略与经营责任明确化

业绩变化以及中期计划



■ 决算动态

第二季度因开店支出费用、广告宣传费等增加，业绩呈现增收减益

(1) 2014年3月期第2季度累计业绩

11月5日公布的2014年3月期第2季度（4-9月）累计合并报表中显示，营业额较去年同期增长2.8%，达413.44亿日元，营业利润同比下降6.1%，跌至10.02亿日元。经常利润为10.92亿日元，较去年同期减少9.5%，第2季度净利润同比下跌8.1%，至6.12亿日元，出现增收减益的情况。虽然“业务超市”食品相关业务稳步发展，但因“Autobacs”汽车相关业务中汽车电子产品的销情陷入低迷，同时还由于开店支出费用及广告宣传费用的增加等原因造成收益下滑。各业务具体业绩情况如下：

“Autobacs”汽车相关业务

“Autobacs”汽车相关业务由运营Autobacs、BP Center的G-7 Auto Service、运营Bike Seven的G-7 Motors组成。营业额构成比中，G-7 Auto Service约占90%。该业务2014年3月期第2季度（2013年4-9月）营业额较去年同期增长3.1%，达158.59亿日元。营业利润较去年同期下跌31.4%，至3.83亿日元。本年度截止第2季度新开店铺总计6家，包括3家“Autobacs”（日本国内2家、海外1家），2家“Bike Seven”（日本国内1家、海外1家），和1家“BP Center”（集中进行钣金修理）。为此，该业务的合计总店铺数达85家。

从营业额明细可以看出,以车载导航为中心的汽车电子产品销售额较去年同期大幅下滑25%,轮胎·轮毂等产品销量也有稍许下跌,汽车用品的销情总体陷入低迷。另一方面,钣金修理、喷漆、车检等保养业务以及汽车销售业务、“Bike Seven”业务等已顺利开展,弥补了汽车用品销售的颓势,整体上营业额实现了增长。尤其是汽车销售业务与“Bike Seven”业务,营业额较去年同期增长20%以上。但G-7 Auto Servic的现有店铺销售额同比下降了1.8%。

2012年4月开业的“Autobacs”马来西亚1号店的业绩数量出现增长,销售额较去年同期增长2.4倍。此外“Autobacs”2号店与“Bike Seven”1号店也于2013年8月在马来西亚顺利开业。

Autobacs马来西亚2号店Tebrau-City店



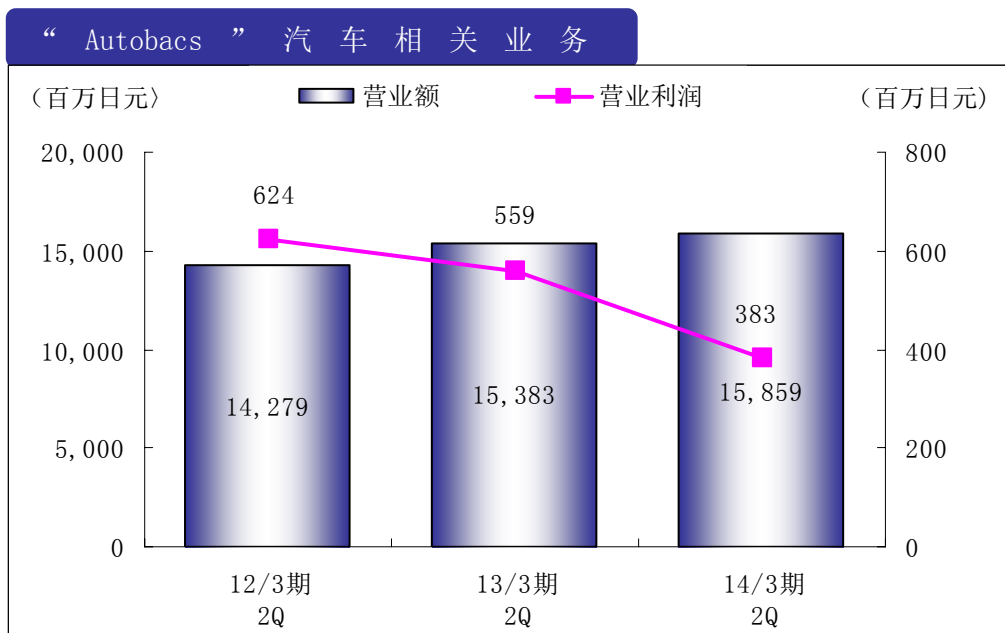
Bike Seven马来西亚1号店Tebrau-City店



来源：公司资料

营业利润下滑除了因为汽车电子产品的销情低迷外,开店支出、广告宣传等费用的增加也是主要原因之一。马来西亚的业务也由于新店开业支出费用增加,亏损幅度出现些许扩大。但客流量平稳增长,预计“Autobacs”马来西亚1号店将在1年后扭亏为盈。

而Autobacs集团4-9月的整体业绩表现方面,现有店铺营业额同比下跌8%,业绩表现情况逊于G-7 Holdings。同时在新车销售情况整体陷入颓势的行业大背景下,可以将G-7 Holdings业绩下滑幅度控制在最小范围内,足以说明该公司在经营能力方面具备的优势得到维持。



业务超市·食品相关业务得益于新店开张，业绩呈现增收增益

业务超市·食品相关业务

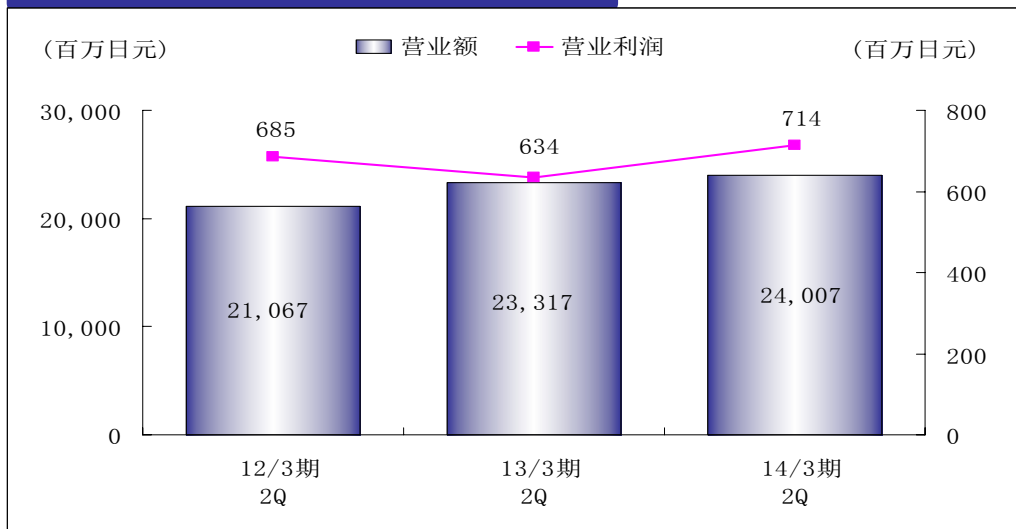
业务超市·食品相关业务由运营业务超市的G-7 SUPER MART、G-7食品system（主要包括精选食品业务及在2012年10月收购、2013年1月吸收合并的Cold Family业务）、和上野食品三大业务组成。营业额构成比中G-7 SUPER MART占90%左右。2014年3月期第二季度（4-9月）的累计营业额同比增长3.0%，达240.07亿日元，营业利润同比增加12.7%，达7.14亿日元，业绩实现增收增益。

其中G-7 SUPER MART业务持续向好，营业额较去年同期增长1.4%，营业利润较去年同期增长2.1%。在竞争白热化的背景下，现有店铺营业额虽同比下跌1.7%，略呈低迷。但新开店铺的新增业绩弥补了部分下滑的业绩。截止第2季度，新增店铺数为4家（东京2家、神奈川县1家、千叶县1家），关店数为1家，为此，截止9月末，店铺总数扩大到106家。

同时，G-7食品system（主要包括精选食品业务及原Cold Family业务）的业绩同比上涨14.1%，营业额同比上涨227.3%。除了将原Cold Family业务的收益纳入合并报表外，精选食品业务也因得益于客户群的扩大及发掘精选食品新品类，谋求创新发展，收益实现增长。而上野食品业务的营业额同比下滑1.2%，但营业利润因支出削减出现42.0%的增长，为食品相关业务的整体收益作出了业绩贡献。

■ 決算动态

业务超市・食品相关业务



都市型业务超市 笹塚店（东京都）



来源：公司资料

精选食品



来源：公司资料

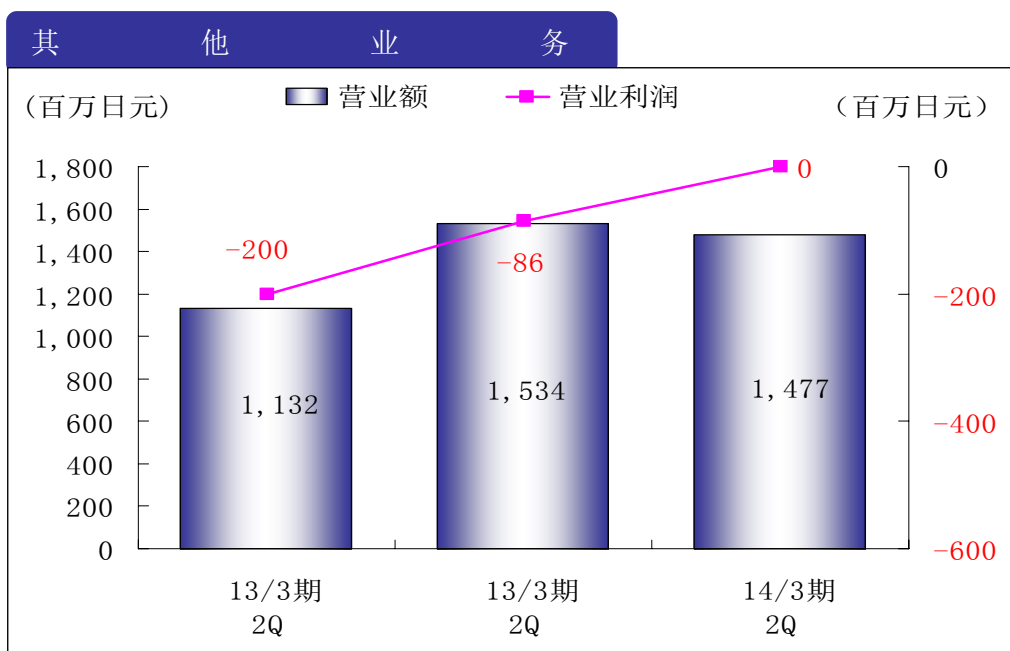


恩泽之乡业务的整体业绩呈现稳步增长趋势

其他业务

其他业务主要由运营农产品直销店“恩泽之乡”的G-7 AGRI JAPAN，餐饮业务、回收再利用业务和房地产租赁业务等的G-7 DEVELOPMENT组成。销售额构成比中，G-7 AGRI JAPAN约占70%。2014年3月期第2季度（4-9月）的累计营业额较去年同期下跌3.7%，达14.77亿日元。经营损失没有出现亏损（去年同期亏损金额为8600万日元）。

恩泽之乡业务方面，营业额整体上涨9.3%，其中现有店铺营业额增长1.4%，持续向好。经营损失也降到数百万日元，损失数额缩小至去年同期的三分之一。截止目前本年度尚未有新店开张，总店铺数仍维持8家。而G-7 DEVELOPMENT业务中，以回收再利用二手店铺“良品买馆”为中心，营业额同比增长6.7%。



本期致力于推进“强化各店收益能力”的发展战略,力争完成公司计划

(2) 2014年3月期全年业绩预测

2014年3月期全年业绩预测,营业额预计将同比增长4.1%,达860亿日元。营业利润预计增长6.8%,达28亿日元。经常利润预计增2.3%,达30亿日元。本期净利润同比增11.5%,达15亿日元。连续2年创历史最高纪录。截止第二季度末,年度计划进度完成率分别为营业额48%,营业利润36%,对比过去3年同期的进度平均完成率(销售额48%,营业利润43%),营业利润的进度完成率出现稍许下滑。

历年业绩情况(单位:百万日元)

决算期	营业额	前期同比	营业利润	前期同比	经常利润	经常利润	净利润	净利润	EPS (日元)	分红 (日元)
09/3期	65,297	5.6%	1,323	-0.7%	1,344	2.7%	259	-33.7%	19.57	10.00
10/3期	67,078	2.7%	2,155	62.9%	2,247	67.2%	871	236.3%	66.47	22.00
11/3期	71,457	6.5%	2,477	14.9%	2,591	15.3%	701	-19.4%	56.94	13.00
12/3期	76,130	6.5%	2,178	-12.0%	2,250	-13.2%	722	3.0%	59.38	20.00
13/3期	82,623	8.5%	2,622	20.4%	2,933	30.3%	1,345	86.1%	110.51	34.00
14/3期(预测)	86,000	4.1%	2,800	6.8%	3,000	2.3%	1,500	11.5%	123.24	24.00

该公司计划通过“强化单店收益能力”的发展战略、提升生产性、减少支出及加速新店扩张等措施努力达成目标。截止第2季度末,新开店数为10家,而本年度新增店铺数目标为22家:其中“Autobacs”汽车相关业务为11家,(截止第2季度末新增6家),业务超市为10家(截止2季度末新增4家),其他业务为1家。特别是G-7 MALL购物中心即将於2013年11月在木更津市金田地区开业,在该购物中心内将新增3家店铺,主要以“Autobacs”为中心的汽车相关服务业务为中心,将进一步提高公司销售额。

随着新店相继开张,培育店铺经营负责人具备管理能力将成为今后的课题,因该公司于10月成立了发展战略推进室,旨在通过人事招聘及强化人才培养等措施,顺利推进新店扩张战略。另外,集团将于11月1-4日,携公司旗下所有店铺举办集团成立38周年庆典活动,借着即将到来的12月销售高峰期,相信销售业绩得以进一步提高。

G-7 MALL土山店节庆（10月11-14日举办）活动场景



来源：公司资料

“Autobacs”汽车相关业务有望在第三季度后恢复增长

对各业务业绩预测情况进行详细介绍

“Autobacs”汽车相关业务

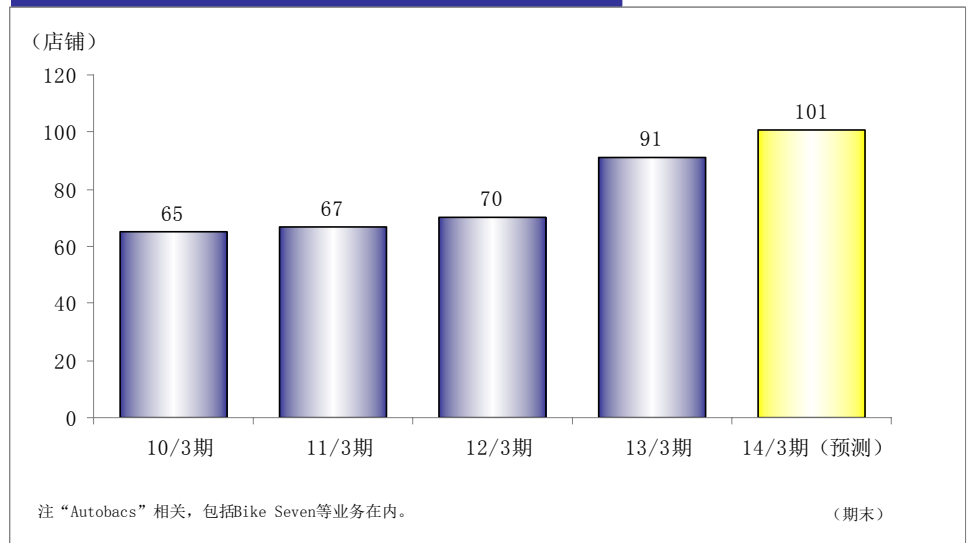
2014年3月期“Autobacs”汽车相关业务因得益于包括“Autobacs”在内的各家新店开张，带来销售额同比上涨10%，营业利润因开店支出费用增加，较去年同期微涨。

综上所述，截止本财政年度第二季度的业绩虽表现低迷，但该业务营业额视乎11月至1月期间的表现，成为年度计划是否能达成的关键。若出现降雪天气，预计每月营业额将增加10亿日元左右。根据日本气象厅未来3个月预报，西日本地区降雪日预计较往年增多，预计以冬季用轮胎为中心的商品销情向好。另外，在消费税增税实施前2~3个月预计将迎来需求旺盛带动业绩，故该业务有望在第三季度恢复增长。

目前，马来西亚地区Autobacs业务方面，客流量正稳步上升，6月新开业的“Bike Seven”店铺经营状况也优于预期。在马来西亚当地，虽然使用摩托车的人口较多，但缺少具有规模性服务的店铺，本公司服务内容涉及从维修用品到各类装饰品，配套一应俱全，故客流量急剧增加。虽然扭亏为盈尚需1-2年的时间，但借助于马来西亚的经济发展，今后的发展前景值得期待。

■ 决算动态

汽车相关业务店铺及网点数变化



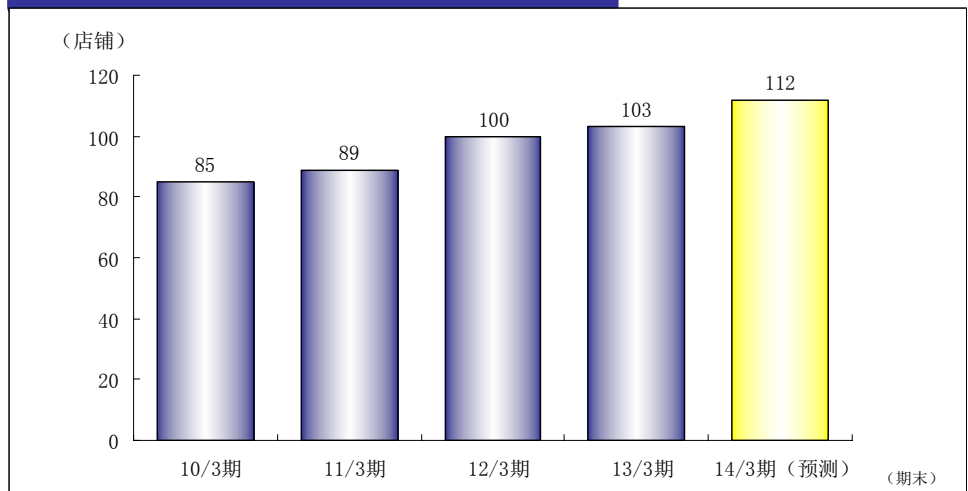
食品相关业务将于2014年春季面向东南亚地区构筑销售渠道

业务超市·食品相关业务

主力业务中的业务超市，今年继续切实推进新店扩张战略，增加店铺数量。本年度预计新增店铺数为10家，包括将于12月在北海道开设首家店铺在内，目前所有新店的实际开店进度与年度计划大致相同。由于得益于新店开张效应，营业额较去年同期增长10%。营业利润也随着自有品牌商品的扩大及客户凝聚力的提升得到增长，以1店铺为单位的收益性明显改善，该业务整体营业利润预计同比提升10%左右。

虽受日元贬值影响，从上市公司神户物产<3038>采购原料的成本或将上涨，但2014年3月期的原料采购价格出现变动的可能性较低。预估采购价格上涨可能出现在下一财年。由此如何应对采购价格上涨与消费税增税的影响将成为今后的课题。

业务超市店铺数



■ 决算动态

另一方面，食品相关业务将继续拓展精选食品的客源，促进销路扩大。计划在2014年春季打开东南亚市场销路，进军海外。另该公司已对G-7食品system 将于2014年1月吸收合并上野食品作出公告，通过子公司集约化，相信可以更进一步提升经营效率。

出于长远战略考虑将继续扩大缅甸与越南的业务

其他业务

恩泽之乡业务预计将在2014年3月期呈现小幅盈余，由此该公司其他业务部分整体扭亏为盈。恩泽之乡在2014年3月期内计划开设4家店铺，其中1家店铺将一改之前店铺的风格，具体表现为，将尝试改变店铺构造，让顾客能够注意到蔬菜的营养功效，通过精选时令蔬菜及精装加工食品，凸显精致生活品味。此外自2013年3月期起，该公司自有农场业务也顺利扩大。除了在神户市西区栽培香菇外，还计划于明年春季开始在兵库县稻美町种植草莓，供货给恩泽之乡，预计11月起开售。自有农场栽培出的香菇中，肉质厚达2cm、直径达10cm的精选鲜香菇品种“森林大王”广受好评，相信今后的业务能够更上一层楼。

恩泽之乡宣传中的鲜香菇“森林大王”



来源：公司资料（※肉厚2cm，直径10cm）

海外农产品业务也相继在缅甸、越南地区开展。在缅甸，该公司与当地最大的流通企业City Mart 合资，于2013年8月成立合资公司CM JAPAN AGRI Myanmar(该公司出资比例40%)，获得了农产品栽培、销售业务许可证。计划11月起开始搭建种植大棚，初始面积为1152平方米，已由日本进口2000株草莓苗，今后还将继续进口，拟种植1万株。计划到2014年11月可获得收获，并供货给缅甸当地的City Mart公司。同时还会在大棚中的空地种植菠菜、小松菜等，计划于2014年春收获。为了确认产品不会出现品质差异问题，现正处于实验性栽培阶段。

■ 决算动态

缅甸的农场风景



来源：公司资料

另一方面，该公司在越南于2013年7月出资成立G7 AGRI Vietnam（出资比例80%），目前已顺利开展菊花种植工作。越南是仅次于马来西亚、中国的全球第三大菊花出口国，每年出口到日本的菊花将近4000万支。该公司已在越南取得18公顷的农场用地，第一期计划先平整1公顷（1万平方米）土地，其中1,536平方米已于9月下旬开始种植，计划於12月收获后出口至日本，供给恩泽之乡进行销售。预计每年将销出12-16万支。

越南的菊花种植大棚



来源：公司资料

菊花种植场景



来源：公司资料

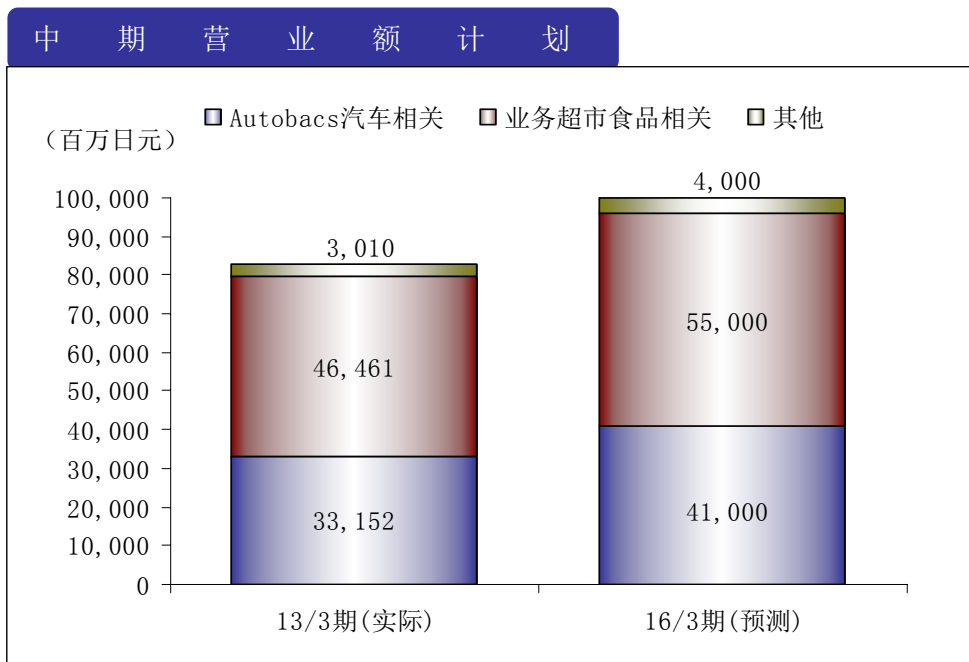
■ 决算动态

缅甸与越南地区的业务虽然规模尚小，扭亏为盈预计还需要几年时间，但从长远来看此举是出于战略考虑，旨在推进业务的发展。

■ 中期计划

成立发展战略推进室，将发展战略与经营责任明确化

该公司的中期目标为拟在2016年3月期实现营业额1000亿日元，营业利润40亿日元。具体各业务的营业额计划目标为：“Autobacs”汽车相关业务较2013年3月期预计增长24%，达410亿日元。业务超市食品相关业务预计增长18%，达550亿日元。其他业务预计增长33%，达40亿日元（其中海外业务10亿日元）。预计除“Autobacs”及业务超市两大主力继续稳步增长外，“Bike Seven”、G-7食品system、农产品业务等其他业务也将逐步扩大。各业务的基本战略如下表所示。该公司为达成中期目标，于今年10月设立了发展战略推进部，重新明确了各业务的发展战略和经营责任，同时还将一如既往地重视强化人才培养。



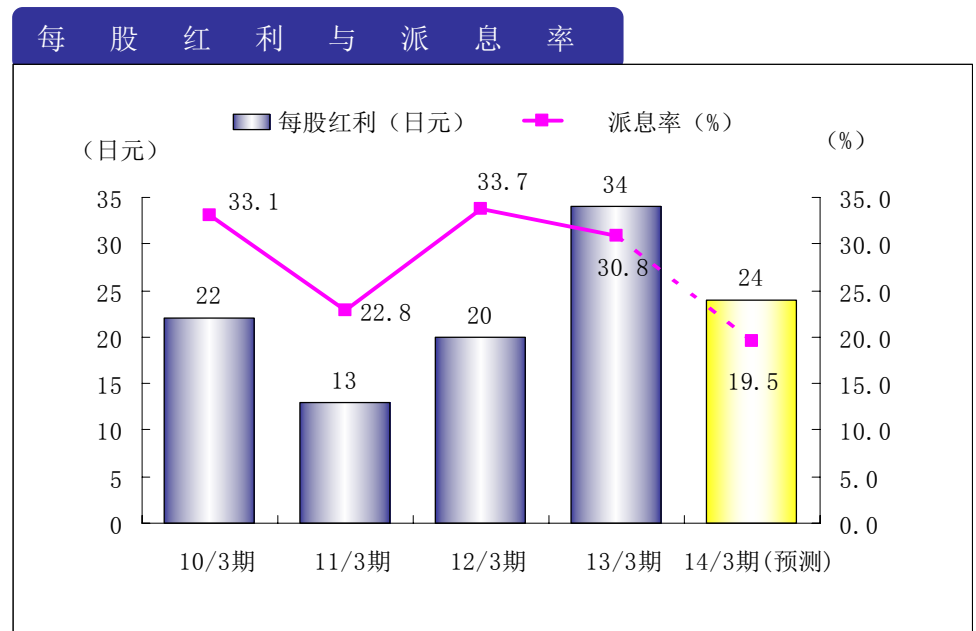
■ 中期计划

中期经营计划	
1	为了充实、提升全面汽车生活服务，该公司计划以主力业务“Autobacs”为核心，挑战到2016年3月期开设100家店铺的目标（截止2013年3月末，“Autobacs”已开设店铺59家，专业设施27家）。未来在将“Autobacs”打造为小商圈内小型店铺的同时，还将积极推进并购（M&A）业务。
2	业务超市方面，将继续推进在日本中部及关东地区的开店计划。特别是将推进在东京都23区、神奈川県城市中心地区开设面积为50-100坪、无停车场小型超市的方针，旨在实现2016年3月期店铺数达130家的目标。
3	除了继续拓展精选食品的开发外，G-7食品system与恩泽之乡组合将继续扩大自有品牌商品的促销活动。同时除日本外，还计划进军香港，以构筑面向中国、东南亚地区的销售网络。
4	今后将在兵库县、冈山县、关东地区继续实施回收再利用二手店铺“良品买馆”的开店计划，而餐饮业务中的Green's K铁板自助餐厅也将近畿地区、关东地区新开多家店铺。另外还计划将百元店“DAISO”导入大型物业中开设复合型店铺。
5	计划内部充实农产品直销店“恩泽之乡”业务并从2013年下半年起在关西地区开设店铺。而在关东地区将主要推进迷你店铺形式。同时公司也将重视休耕地保障、农林果园租借业务相结合模式。海外业务中，除了配套缅甸种植生产草莓、蔬菜业务，将产品销售到当地酒店及餐厅外，还在越南种植菊花，进口到日本，供货给恩泽之乡销售。
6	计划提升“Autobacs”在马来西亚的店铺数量及知名度，为马来西亚民众提供全面汽车生活服务。同时还计划在东南亚其他国家挑战二手车销售、汽车修理工厂、甚至于食品超市等其他业务。
7	提供全面摩托车生活服务的“Bike Seven”已成为该公司的第三大主力业务，除了将继续加快日本国内的开店速度外，还计划在台湾、马来西亚、越南、缅甸、菲律宾、孟加拉国等地开展业务。
8	G-7集团将在日本国内和东南亚开展对各种企业的相关并购案、业务合作等，以扩大业绩。特别是希望通过对东南亚地区的并购案，克服各个国家的政策限制，提升开店速度。
9	将G-7 MALL导入大型物业中，通过引入集团旗下店铺与招租，打造极具客户凝聚力的购物中心。
10	力争将日本的拉面、咖喱、汉堡肉餐饮店开到台湾以及东南亚的印尼、缅甸、越南、新加坡、孟加拉国、菲律宾等地。

■ 股东派息政策

随着利润增长，每股红利有望进一步提高

本公司派息政策的基本方针为，以持续稳定派息为前提，实施与业绩相符的派息方式，同时也将综合考虑未来业务开展的投资需要、财务状况等问题。预计2014年3月期的每股红利将达到34日元，与去年同期同水准。随着未来利润的增长，每股红利有望进一步提高。



注) 包括2012年3月期的特别派息6日元与2013年3月期特别派息18日元在内

免责声明

株式会社FISCO（以下称“FISCO”）所提供的股票信息及指数数据是经过东京证券交易所，大阪证券交易所，日本经济新闻社准许的情况下，对报告进行编制工作。“JASDAQ INDEX”的指数数据及商标的知识产权归属于东京证券交易所所有，其所有权属于本公司。

本报告由FISCO负责编辑及发表工作，其所涉及到的信息资料是经过可信度判断后进行编制而成。FISCO不会对有关内容，信息的准确性，完全性，及时性及报告中提及的企业发行有价证券的价值作出保证或承诺，且不会承担任何可能产生的任何责任。不论因任何用途使用本报告，投资者应以自行判断及自负责任。本报告内所提供的投资信息纯粹是以信息提供为目的，不存在任何诱导性投资行为及其它任何行为。

本报告的信息来源是依据委托方(对象企业)要求，通过面谈形式提供。报告中所涉及的假设性概述，结论分析及其他内容均由FISCO作出分析和整理。以及，本报告中内所涉及的信息内容为资料编制阶段时提供的内容，在没有预先通知情况下可能会进行更改。

本报告所涉及版权和相关的知识产权全部归属于FISCO所有。禁止在事先没有得到FISCO的书面同意情况下，擅自对本报告进行删减，修改及加工。同时，禁止将本报告或复印件进行发送，复制，散布和转让等行为。

最后，投资者应就关于投资对象及个股的选择，买卖价格等投资性行为的最终决定，自行作出判断。

请在同意上述各项内容的前提下使用本报告。

株式会社FISCO