

あらた

2733 東証 1 部

<http://www.arata-gr.jp/ir/>

2016 年 7 月 1 日（金）

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

企業調査レポート
執筆 客員アナリスト
佐藤 譲

[企業情報はこちら >>>](#)

■ インバウンド需要拡大、季節商材・ペット関連商品などが好調に推移

あらた<2733>は日用雑貨・化粧品カテゴリーにおける国内最大級の卸商社となる。販売先の業態別売上構成比（2016 年 3 月期）は、ドラッグストアが 46.1%、ホームセンターが 17.2%と両カテゴリーで全体の 60%を超える。子会社にはペット関連商品卸で業界トップのジャペル（株）や化粧品専門卸である（株）ファッションあらたなどを抱え、海外では中国とタイに進出し事業を展開している。

2016 年 3 月期の連結業績は、売上高が前期比 5.9% 増の 676,743 百万円、経常利益が同 135.4% 増の 5,811 百万円と好決算となった。訪日インバウンド需要の拡大や季節商材、ペット関連商品などが好調に推移したことが増収要因となった。利益面では、単価の高い商材が好調だったほか、不採算取引の見直しを進めたことで、売上総利益率が改善したほか、間接コストや物流コストの低減を進めたことが大幅増益につながった。

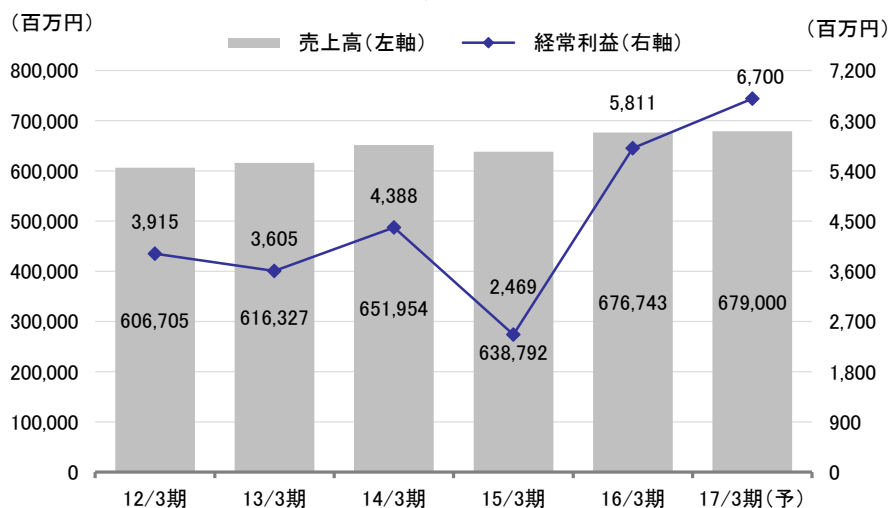
2017 年 3 月期の連結業績は売上高が前期比 0.3% 増の 679,000 百万円、経常利益が同 15.3% 増の 6,700 百万円を見込む。インバウンド消費の動向が読みにくいことから、保守的な計画となっているが、4 月～5 月の売上げ状況は会社計画を上回る滑り出しとなっており、今後市場環境に大きな変化がなければ、業績は上方修正される可能性が高いと弊社では見ている。収益性に関しても、物流コストや間接コストの低減、受託物流事業の収益改善により、引き続き向上する見通しだ。なお、同社は 6 月に転換社債型新株予約権付社債 60 億円を発行した。調達資金は物流センターの整備、システム開発への投資や有利子負債の返済のほか、同月に実施した自己株取得（89.72 万株、2,122 百万円）の資金に充てられた。今回の資金調達によって、資本コストの低減や ROE、EPS の上昇が期待できることになる。

2017 年 3 月期の 1 株当たり配当金は実質前期比 5 円増配の 60 円を予定しているが、業績が計画を上回れば更なる増配も期待される。また、株主優待制度も導入しており、100 株以上保有の株主に対して 1,000 円相当の QUO カードを 3 月末と 9 月末の年 2 回進呈している。

■ Check Point

- ・ 16/3 期の売上高は 2 期ぶりに過去最高を更新、利益も大幅増益
- ・ 収益性の向上とキャッシュ効率の改善により財務基盤の強化が進む
- ・ 17/3 期は前期比 5 円増配を予定している

業績推移(連結)



■ 会社概要

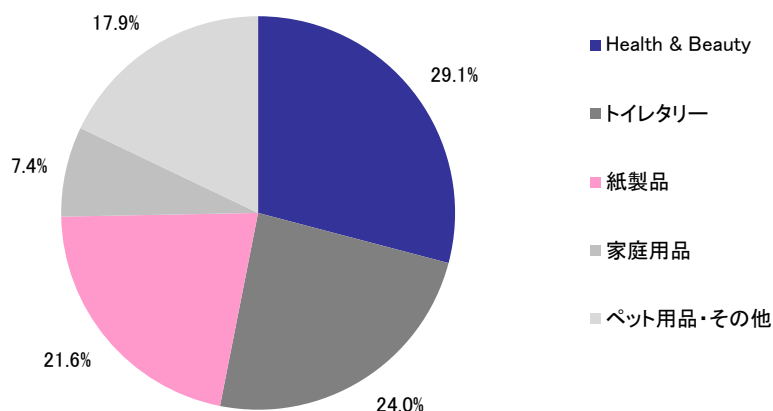
今後も業界でのシェア拡大余地は大きい

(1) 事業内容

同社は日用雑貨・化粧品カテゴリーで国内最大級の卸商社で、現在の顧客数は全国で約 5,300 社、4.5 万店舗に上り、約 1,300 社の取引先から 14.4 万品目にわたる商品を仕入れ、これら顧客へ供給している。

同社の売上高を商品カテゴリー別 (2016 年 3 月期) で見ると、Health & Beauty が 29.1%、トイレタリーが 24.0%、紙製品が 21.6%とこれら 3 分野で全体の約 75%を占めている。また、顧客の業態別で見ると、ドラッグストアが 46.1%、ホームセンターが 17.2%と両業態だけで全体の 60%を超える比率となっている。

商品カテゴリー別売上構成比 (16/3期)



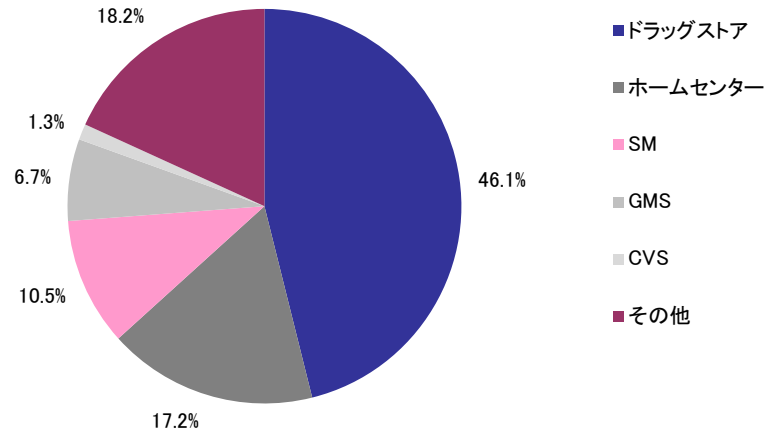
あらた

2733 東証 1 部

<http://www.arata-gr.jp/ir/>

2016 年 7 月 1 日（金）

顧客業態別売上構成比
(16/3期)



現在の物流拠点は主要な物流センター 10 拠点を核にして、全国に 20 拠点以上を整備しており、直近では 2015 年 3 月に東北の大型物流拠点となる北上センター（岩手県）を稼働させている。

主な物流センターの所在地



日用雑貨・化粧品カテゴリーにおける卸売業界の中で同社のポジショニングは、PALTAC<8283>と双璧を成している。同カテゴリーの国内市場規模は 3.6 ～ 3.7 兆円の規模で、業界構造としては大手の寡占化が進む状況にある。現在の同社の業界シェアは 15 ～ 20% 程度と推定され、今後もシェアの拡大余地は大きいとみられる。



あらた

2733 東証 1 部

<http://www.arata-gr.jp/ir/>

2016 年 7 月 1 日（金）

日用雑貨・化粧品卸売業界のランキング

順位	企業名	上場区分	決算期	売上高（百万円）				3 年間 平均成長率
				2012 年度	2013 年度	2014 年度	2015 年度	
1	Paltac	東証 1 部	3 月	785,883	831,899	821,074	860,350	3.1%
2	あらた	東証 1 部	3 月	616,327	651,954	638,792	676,743	3.2%
3	フジモト HD	非上場	10 月	172,400	184,900	195,300	207,900	6.4%
4	中央物産	ジャスダック	3 月	132,248	136,683	130,190	140,686	2.1%
5	井田両国堂	非上場	11 月	98,000	100,800	102,900	114,300	5.3%

注：Paltacはメディカルホールディングス傘下の企業。同社売上高には一般薬品 1,276 億円（2015 年度）が含まれている。

出所：非上場企業は各社 HP などをもとにフィスコ作成

(2) 主要グループ会社

同社のグループ会社は連結子会社が 9 社、持分法適用関連会社 1 社で構成されている。主要な連結子会社としては、ペット関連商品の卸で業界シェア約 20% と最大手であるジャペルのほか、化粧品雑貨の卸であるファッションあらた、店頭管理を行うインストアマーケティングなどがある。このうち、ジャペルの売上規模は 2016 年 3 月期で 983 億円と、連結売上高の約 15% を占めている。また、海外では中国及びタイに子会社を展開しているが事業規模としてはまだ小さい。

関係会社（事業内容、出資比率）

（連結子会社）	出資比率 （%）	主要事業
ファッションあらた	100.0	化粧品・ファンシー商品・化粧品系雑貨・洋品等の販売業
ジャベル	100.0	ペット関連商品の卸売業
ジャベルパートナーシップサービス	100.0	ペット関連商品の小売業及び美容業務、FC加盟店の募集業務等
インストアマーケティング	80.0	店頭管理会社
リビングあらた	100.0	家庭用雑貨の卸売業
凱饒泰(上海)貿易	100.0	日用品・化粧品・ペット関連・家庭用品の卸売及び輸出入販売、その他関連サービス
JAPELL(香港)	100.0	ペット関連商品の小売業、卸売業及び輸出入販売、その他関連サービス
ARATA(THAILAND)	49.0	日用品・化粧品・ペット関連・家庭用品の卸売
SIAM ARATA	75.0	タイ国内での卸売業
（持分法適用関連会社）		
電通リテールマーケティング	36.0	フィールドサポートのサービス事業

(3) 同社の強み

同社の強みとして、「中間流通業が持つサプライチェーン全体を網羅する情報蓄積」「蓄積された情報を活用した店頭提案と小売業を支える在庫の効率化」「ローコストで高精度な物流機能」が挙げられる。

a) 中間流通業が持つサプライチェーン全体を網羅する情報蓄積

同社は約 4.5 万店舗から日々集まる商品別の売上情報や在庫量、約 1,300 社からなる取引先メーカーからの新製品情報などを社内の情報システムで一元管理し、中間的な立ち位置から、双方にとって有用な情報を迅速に発信することを実現している。広域に張り巡らされたネットワークによって日々集まる膨大な情報量は、顧客店頭において消費者ニーズを満足させる売り場を作り上げていくための最大の強みとなっている。

b) 蓄積された情報を利用した店頭提案と小売業を支える在庫の効率化

顧客となる小売店舗にとっての目標は、「売上の拡大」であり、そのためには「売れる売場づくり」が必要となる。同社では全国に配置されている約 1,000 名の営業担当者が PDCA 活動を行うことで、その実現を支援している。

Plan（企画・提案）では 52 週提案や、3 ヶ月先行提案、棚割りの提案などを POS データ等活用しながら実施している。Do（店頭の演出・販促）では、次世代型の店頭演出や消費者にとって楽しく見やすい売場づくりを行う。次世代型の店頭演出とは、地域のマス広告によるメーカーの販促施策と、店頭での販促活動を連動させた売場づくりのことで、顧客店舗における販促効果の最大化を目指している。マスメディア広告との連携においては関連会社の電通リテールマーケティングと連携して行っており、同業他社にはない同社の特徴と言える。Check（店頭チェック）では、決まった担当者が、決まった日に、決まった店舗に訪問する「定期・定人・定店」が同社のコンセプトとなっており、顧客との信頼関係構築をより強固なものとしている。最後の Action（報告・共有）では、営業担当者が顧客店舗を訪問した際の情報を逐次、社内情報システム「店頭ナビ」に入力し、全体で情報の共有を図っている。

同社の PDCA サイクル



出所：同社 HP

■業績動向

16/3 期の売上高は 2 期ぶりに過去最高を更新、利益も大幅増益

(1) 2016 年 3 月期の業績概要

5 月 13 日付で発表された 2016 年 3 月期の連結業績は、売上高が前期比 5.9% 増の 676,743 百万円、営業利益が同 131.5% 増の 5,699 百万円、経常利益が同 135.4% 増の 5,811 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 188.4% 増の 3,244 百万円となり、売上高は 2 期ぶりに過去最高を更新、利益面でも大幅増益を達成した。また、期初会社計画並びに 2 月の修正計画に対しても上回って着地するなど、期を通して好調に推移したことがうかがわれる。

2016 年 7 月 1 日（金）

2016 年 3 月期連結業績

（単位：百万円）

	15/3 期		16/3 期				
	実績	売上比	期初計画	修正計画	実績	売上比	前期比
売上高	638,792	—	643,000	655,000	676,743	—	5.9%
売上原価	574,179	89.89%	—	—	606,012	89.55%	5.5%
販管費	62,151	9.73%	—	—	65,030	9.61%	4.6%
営業利益	2,461	0.39%	4,250	5,200	5,699	0.84%	131.5%
経常利益	2,469	0.39%	4,300	5,300	5,811	0.86%	135.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,124	0.18%	1,900	3,000	3,244	0.48%	188.4%

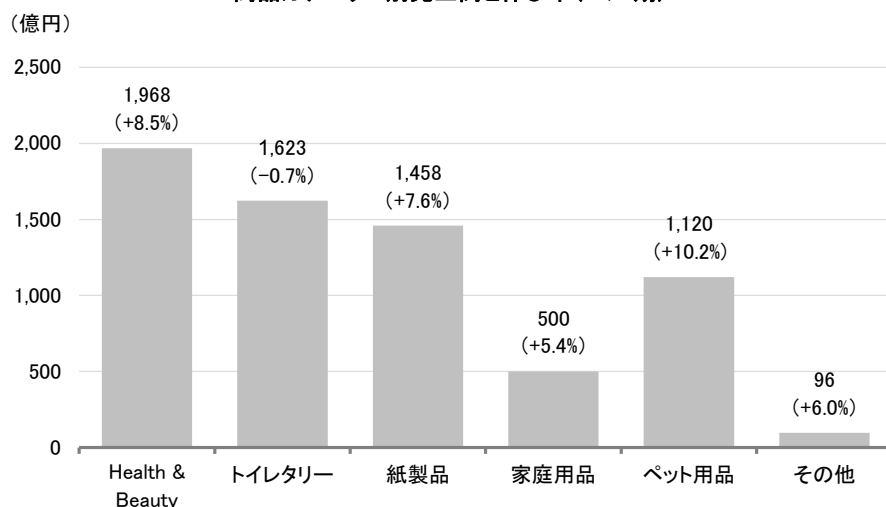
注：会社計画は 2015 年 8 月発表値

売上高の増収要因は、消費税増税の影響が一巡したことに加えて、化粧品やベビー用品などを中心にインバウンド消費が拡大したこと、全国的に天候に恵まれ季節商材の販売が好調に推移したこと、すべてのカテゴリーにおいて平均販売単価が上昇し、比較的高価格帯の商品の販売が増加したことなどが挙げられる。このうち、インバウンド消費の影響額に関しては、全体でおおよそ 90 億円程度（うち紙製品 60 億円、化粧品等 30 億円）になったと同社ではみている。

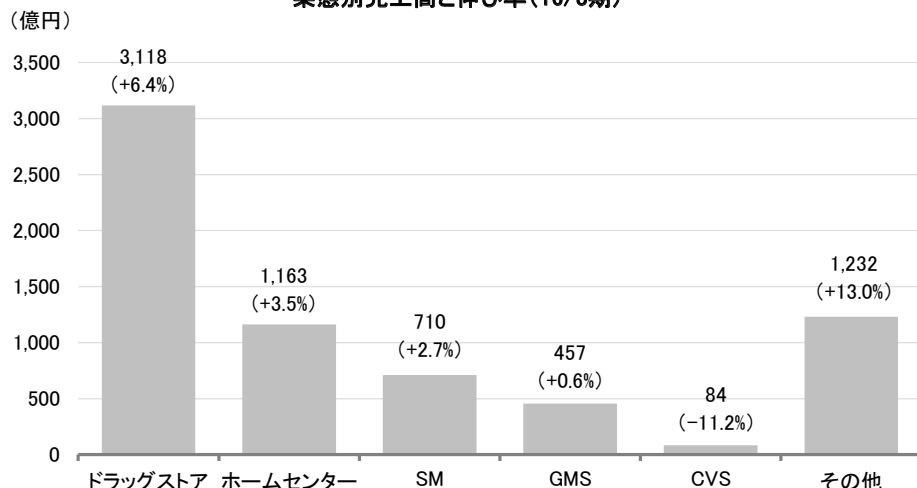
売上高の伸びを商品カテゴリー別で見ると、トイレタリーを除くすべてのカテゴリーが増収となった。Health&Beauty についてはインバウンド消費の拡大を主因として前期比 8.5% 増に、紙製品については紙おむつがインバウンド消費で増加したほか、ティッシュペーパーやトイレットペーパーも高価格帯の商品が好調に推移したことで、同 7.6% 増となった。また、ペット用品については子会社のジャペルの市場シェアが拡大したこともあり、同 10.2% 増となった。一方、トイレタリーについては、前期比 0.7% 減と唯一減収となった。インバウンド消費の恩恵をほとんど受けなかったことや、虫除け防虫剤の一部製品で 2015 年 1 月に消費者庁から景品表示法違反の指摘を受け、同製品の売上高が前期比 3 割減収と大きく落ち込んだことが響いた。

また、業態別売上高で見ると、主力販売先であるドラッグストア向けが前期比 6.4% 増、ホームセンター向けが同 3.5% 増とそれぞれ堅調に推移した。また、その他が同 13.0% 増と 2 ケタ増収となったが、これはディスカウントストア向けやインターネット販売がそれぞれ好調に推移したことが要因となっている。なお、海外事業ではタイで DHC 化粧品（株）ディーエイチシー）の総代理店として現地日系小売企業向け（ツルハ<3391>、マツモトキヨシ<3088>等）に卸販売しているが、売上規模としてはまだ軽微となっている。

商品カテゴリー別売上高と伸び率（16/3期）



業態別売上高と伸び率(16/3期)

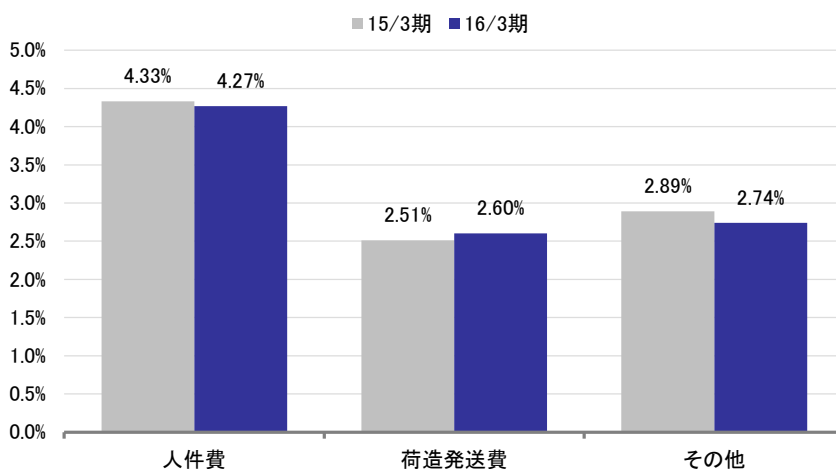


営業利益の増益要因は、増収効果に加えて売上総利益率の上昇、及び販管費率の低減によるものとなっている。売上総利益率は前期の 10.11% から 10.45% と 0.34% 上昇した。この要因としては、不採算取引の見直しを行ったことや、高価格帯商品の販売が伸びたこと、また、同一商品でも単価を維持したまま販売ができたこと（値下げ販売や返品が少なかった）などが要因となっている。

販管費率については前期の 9.73% から 9.61% と 0.12% 低減が進んだ。主要項目別の対売上比率で見ると、荷造発送費が運送費の上昇を背景に 0.09% 上昇したものの、人件費が 0.06%、その他が 0.15% それぞれ低下した。人件費については間接業務の集約化などにより、従業員数の抑制が進んだことが改善要因となっている。また、その他では前期に計上した（株）白元の民事再生法申請に伴う貸倒引当金 548 百万円がなくなったことで 0.08% の改善要因となっており、賃借料やその他経費などを抑制したこと等も改善要因となった。

なお、受託物流事業の収益が改善したことも大きい。受託物流事業は事業開始後 2 年間ほど苦勞してきたが、顧客との取引条件の見直しや物流センター内業務の効率化を進めてきたことにより、当期の収支は大幅に改善している。ただ、まだ一部の拠点については適切な採算になっておらず、今後も取引条件の見直しを進めていくことで、2017 年 3 月期は全拠点の黒字化を目指していく方針となっている。

販管費項目別売上比率



収益性の向上とキャッシュ効率の改善により財務基盤の強化が進む

(2) 財務状況と主要経営指標

2016 年 3 月末の総資産は前期末比 7,849 百万円増加の 219,689 百万円となった。のうち流動資産は、同 7,967 百万円増加の 151,873 百万円となった。主な増加要因は、現預金で 2,319 百万円、売上債権で 3,484 百万円、未収入金で 2,226 百万円などとなっている。固定資産は同 118 百万円減少の 67,815 百万円となった。有形固定資産で 1,055 百万円、のれんで 431 百万円減少し、投資有価証券で 1,306 百万円増加した。

負債は前期末比 5,818 百万円増加の 163,747 百万円となった。主な増加要因は、仕入債務で 3,146 百万円、退職給付債務で 1,580 百万円、未払法人税等で 874 百万円、有利子負債で 345 百万円などとなっている。また、純資産は利益剰余金の増加により前期末比 2,030 百万円増加の 55,941 百万円となった。

経営指標を見ると、経営の安全性指標となる自己資本比率は 25.5% と前期末比 0.1% 上昇し、有利子負債比率も同 3.3% 低下するなど財務体質の改善が進んだ。キャッシュ効率を高めるため、売上債権回転日数の短縮や在庫回転率の向上などに取り組んだ成果が出ているものと考えられる。売上債権回転日数は前期の 47.2 日から 46.5 日に短縮した。大手顧客との取引条件を変えることは難しいものの、回収期間を考慮して売上拡大を進めたことが改善につながっている。また、在庫回転率については前期の 20.45 回から 21.67 回に上昇した。売上が好調に推移したこともあるが、発注精度を高めていく取り組みを進めたことが改善につながった。収益性について見ても、ROA、ROE、売上高経常利益率ともに前期から向上しており、収益性の向上とキャッシュ効率の改善により財務基盤の強化が進んだと言える。

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	14/3 期	15/3 期	16/3 期	増減額
流動資産	158,015	143,906	151,873	7,967
（現預金）	10,965	11,800	14,119	2,319
固定資産	63,186	67,934	67,815	-118
（有形固定資産）	48,772	51,896	50,841	-1,055
総資産	221,202	211,840	219,689	7,849
負債合計	170,161	157,929	163,747	5,818
流動負債	122,910	122,414	129,756	7,341
固定負債	47,250	35,514	33,991	-1,523
（有利子負債）	70,872	58,637	58,982	345
純資産	51,041	53,911	55,941	2,030
経営指標				
（安全性）				
自己資本比率	23.1%	25.4%	25.5%	
有利子負債比率	138.9%	108.8%	105.5%	
（収益性）				
ROA（総資産経常利益率）	2.0%	1.1%	2.6%	
ROE（自己資本利益率）	4.8%	2.1%	5.9%	
売上高経常利益率	0.7%	0.4%	0.9%	
（効率性）				
在庫回転率（売上原価÷期末在庫）	18.89	20.45	21.67	
売上債権回転日数	50.1	47.2	46.5	
仕入債務回転日数	43.7	44.8	44.1	

インバウンド消費の動向が読みにくいことから保守的な計画

(1) 2017 年 3 月期見通し

2017 年 3 月期の連結業績は売上高が前期比 0.3% 増の 679,000 百万円、営業利益が同 15.8% 増の 6,600 百万円、経常利益が同 15.3% 増の 6,700 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 11.0% 増の 3,600 百万円と増収増益を見込んでいる。

インバウンド消費の動向が読みにくいことから、保守的な計画となっているが、4 月は前年同月比で 10% 増、5 月は 6% 増と会社計画を上回る滑り出しとなっている。4 月については、熊本地震の発生で備蓄ムードが全国的に高まったことが高い伸びにつながった要因と考えられる。紙おむつなどインバウンド需要の反動減が出ている商品もあるが、日用雑貨、化粧品全体の消費動向としては堅調が持続しているものと考えられる。このため今後、市場環境に大きな変化がなければ、業績は上方修正される可能性が高いと弊社では見ている。

2017 年 3 月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	16/3 期		17/3 期 (予)			
	通期	前期比	2Q 累計	前年同期比	通期	前期比
売上高	676,743	5.9%	341,000	0.4%	679,000	0.3%
営業利益	5,699	131.5%	3,000	12.6%	6,600	15.8%
経常利益	5,811	135.4%	3,000	10.2%	6,700	15.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,244	188.4%	1,600	2.1%	3,600	11.0%
1 株当たり当期純利益(円)	210.43		103.78		233.52	

収益性に関しても引き続き、物流コストや間接コストの低減、受託物流事業の収益改善により向上が見込まれる。物流費では、返品作業の仕組みを変えることでコスト削減を進めていく。従来は、各物流拠点の返品業務（小売店から返品された商品をメーカーごとに仕分けして配送する業務）に関して、配送を返品先メーカーの指定トラックで行っていた。これを同社が配送業者を集約化することでコスト削減を実現していく。既に、前期よりこうした取り組みを始めており、今期はその取り組みを横展開していく計画だ。また、間接コストの集約化も継続して行っていく方針で、従業員数の抑制により人件費率の改善が見込まれる。受託物流事業に関しては、前期に事業全体で収益化したものの、まだ不採算の拠点が 2 拠点残っており、今期はすべての拠点の収益化を目指していく。引き続き、取引条件の見直しや庫内での生産性向上を図ることで、収益性の改善を進めていく。前期ほどの増益要因とはならないものの、今期も増益要因として寄与することが見込まれる。

(2) 転換社債型新株予約権付社債の発行と自己株式取得について

同社は 6 月に転換社債型新株予約権付社債の発行と合わせて自己株式の取得を実施した。調達額は 60 億円で、資金使途としては、関東地域の物流機能強化を目的とした千葉支店関東センターの増床のための設備投資として 1,174 百万円、社内の経営管理システムのシステム開発投資に 800 百万円、有利子負債の返済に 2,000 百万円となっているほか、6 月に実施した自己株取得（89.72 万株、2,122 百万円）の資金として 2,000 百万円が充てられた。今回の資金調達によって、資本コストの低減が図られ、ROE や EPS の上昇効果が見込まれる。今期業績が会社計画通りに推移したとすれば、ROE で 6%、D/E レシオで 1 倍という中期経営計画の目標値を達成できる見通しだ。なお、転換価格は 2,602 円で潜在株式数は、2016 年 5 月末の発行株式総数 1,586 万株の約 14% となる。

(3) 中期成長戦略

2015 年 3 月期からスタートした中期 3 年経営計画では、「次世代型卸商社」として更なる成長を目指していく基本方針を打ち出し、経営目標値として 2017 年 3 月期に売上高 679,000 百万円、経常利益 6,700 百万円、ROE6.0%、D/E レシオ 1 倍を掲げてきた。このうち、売上高、経常利益に関しては上回る公算が大きく、ROE や D/E レシオについてもほぼ計画水準となる見通しだ。中期経営計画で取り組んできた成長戦略、並びに収益性の向上や財務体質改善に向けた施策が順調に進み、成果となって表れているものと考えられる。

2018 年 3 月期からスタートする新中期経営計画はこれから策定していくことになるが、引き続き従来の戦略を踏襲し、収益拡大を進めていくことになりそうだ。

a) 売上高拡大施策

売上高の拡大施策としては、販売地域・チャネルの範囲拡大、既存顧客での取引シェア拡大、商材ジャンルの拡大が挙げられる。

販売地域・チャネルの範囲拡大では、インターネット流通市場における取り組みを強化している。国内 EC 市場の拡大に伴い、無店舗型の EC 事業者向け売上高が増加傾向にあるほか、2015 年以降は中国からの越境 EC に関する引き合いも増加していることに対応する。中国でも EC 市場が急成長しており、化粧品やベビー用品を中心に日本ブランドの商品が売れているためだ。同社では与信リスクがあるため、取引開始に当たっては前払い決済により、貸し倒れリスクを排除したうえでスタートし、実績など蓄積された段階で掛売りに移行していく方針としている。訪日インバウンド需要の一部が越境 EC にシフトしつつあり、今後は中国だけでなくその他の地域でも伸びていく可能性があるだけに、同市場をいかに取り込んでいくことができるかが売上成長のポイントとなる。

一方、アジア市場への展開については、今回の中期経営計画の中で想定どおり進まなかった数少ない取り組みの 1 つで同社の課題となっている。中国では事業規模を縮小し、取扱商品をペット用品などに絞り、取引先も大手チェーンを中心にして、効率性を重視した経営を行う方針に切り替えている。このため、当面はジャペル香港子会社との連携を強化していく方向となる。また、タイについては現地での日系小売企業の販売支援の拡大に加えて、日系企業以外の顧客開拓を進めていくことができるかが課題となり、次期中期計画での施策が注目される。

既存顧客内のシェア拡大施策については、卸会社としての本来のサービス機能である高い精度での物流サービスや付加価値情報の提供などを、顧客店舗と取引先メーカーの間に立ち最適化していくことで、互いの信頼関係をより強固なものとし実現していく。また、「売れる店舗づくり」に向けた取り組みも、子会社のインストアマーケティングや関連会社である電通リテールマーケティングなどと連携して推進していく方針で、顧客店舗の売上アップを支援していく。また、仕入先メーカーに対しては、同社の商品販売情報を収集・分析して、価値ある情報として提供するサービスを前下期より開始している。

商材ジャンルの拡大施策としては、今後需要の拡大が見込まれるシニアマーケットを対象とした商品の取扱いを強化していくほか、PB 商品である「アドグッド」ブランドの商品開発を強化し、売上拡大につなげていく。「アドグッド」ブランドでは、市場トレンドを先読みし、顧客ニーズに合致した「本当に求められている商品」の開発を行っていくことを基本方針としている。売上高としては開発アイテムの増加とともに着実に拡大しており、2017 年 3 月期は 35 億円程度を見込んでいる。自社開発品となるため収益性も高く、売上規模が拡大していけば利益率向上にも寄与することになる。

b) 収益性向上施策

収益性の向上施策としては顧客ごとの収益管理を行っていくことでの総利益率の改善や、物流コスト及び間接コストの低減がある。物流コストの低減では、拠点の再編による効率化を引き続き進めていくほか、2018 年 3 月期以降は首都圏や九州エリアでの増設、及び関西圏でも老朽化した施設の建替えなども予定している。

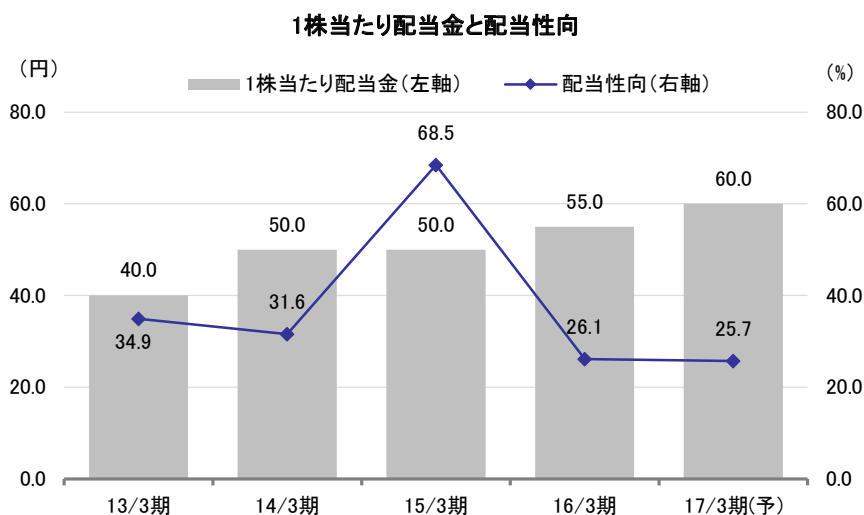
一方、間接コストの効率化に関しては、各支店で行っている経理業務や受発注、仕入業務などの集約化を進めていく。事務処理センターに関しては現在の 7 拠点を今期中に 5 拠点に集約し、業務生産性を 10% 程度改善することを見込んでいる。また、人員に関しては引き続き採用を抑制していく方針で、自然減もあって売上高に占める人件費率は低減傾向が続くものと予想される。

■株主還元策について

17/3 期は前期比 5 円増配を予定している

同社は株主還元策として、配当金と株主優待を実施している。配当政策としては安定した配当を継続的に実施することを基本とし、各事業年度の業績、財務状況、今後の事業展開等を総合的に勘案しながら配当額を決定する方針としている。2017 年 3 月期の 1 株当たり配当金は実質前期比 5.0 円増配の 60.0 円（配当性向 25.7%）を予定している。今後、業績の拡大が続けば増配も期待される。

また、株主優待では 100 株以上保有の株主に対して 1,000 円相当の QUO カードを年 2 回（9 月末、3 月末）進呈する。



注: 16/3期より5株を1株に併合。配当金は過去遡及して修正。

ディスクレーマー（免責条項）

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。“JASDAQ INDEX”の指数値及び商標は、株式会社東京証券取引所の知的財産であり一切の権利は同社に帰属します。

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。その内容及び情報の正確性、完全性、適時性や、本レポートに記載された企業の発行する有価証券の価値を保証または承認するものではありません。本レポートは目的のいかんを問わず、投資者の判断と責任において使用されるようお願い致します。本レポートを使用した結果について、フィスコはいかなる責任を負うものではありません。また、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、投資その他の行動を勧誘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、企業との電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けていますが、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、資料作成時点におけるものであり、予告なく変更する場合があります。

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、事前にフィスコへの書面による承諾を得ることなく本資料およびその複製物に修正・加工することは強く禁じられています。また、本資料およびその複製物を送信、複製および配布・譲渡することは強く禁じられています。

投資対象および銘柄の選択、売買価格などの投資にかかる最終決定は、お客様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

株式会社フィスコ