

## アドバンスクリエイト

8798 東証ジャスダック

2015年1月29日（木）

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

## ■ インフラ基盤をいち早く構築、保険業法改正が追い風に

アドバンスクリエイト<8798>は、情報メディアサイト「保険市場（ほけんいちば）」を運営する独立系保険代理店の大手。「保険市場」を通して問い合わせのあった見込み顧客を、通信販売や直営のコンサルティングプラザ、提携先である「協業」代理店に誘導し、保険契約を獲得している。収益の大半はこの保険契約から得られる代理店手数料収入だが、その他にも広告代理店事業、再保険事業などを展開している。

2014年9月期の連結業績は、売上高が前期比2.1%減の7,462百万円、経常利益が同12.0%減の1,107百万円と減収減益決算となった。2013年春に実施した営業拠点再編の影響が期の前半まで残ったことや、2016年の保険業法改正に対応するため、社内及び提携先も含めたコンプライアンス体制の強化、情報セキュリティ体制の構築などに積極的に経営資源を投下したことなどが減益要因となった。ただ、こうした取り組みにより、保険業法改正に対応したインフラ基盤をいち早く構築したことになる。

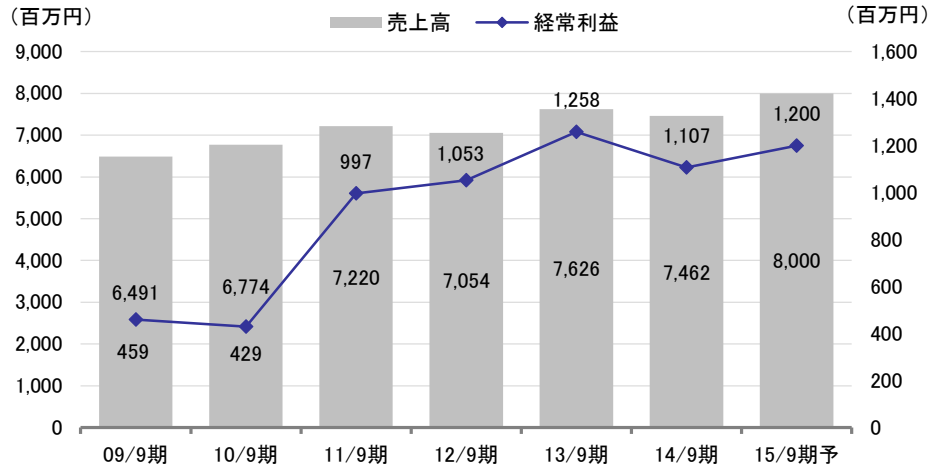
2015年9月期の連結業績は、売上高が前期比7.2%増の8,000百万円、経常利益が同8.4%増の1,200百万円と増収増益に転じる見通しだ。再保険事業の成長が続くことに加えて、保険代理店事業でも継続手数料収入（過年度契約分）の拡大が見込まれている。さらには、ここに来て直営店舗での契約件数が伸び始めていることもプラス要因となる。7月以降に新たな営業プロセスマネジメントを導入した効果が出始めているのが要因だ。直営店舗の収益は前期比横ばい水準を前提としているため、今後も増加傾向が続けば業績の上振れ要因となる可能性がある。

保険代理店業界では2016年度の保険業法改正に伴い乗合代理店の明暗が分かるとみられている。法改正によって、社内管理体制の強化だけでなく、保険販売員の知識レベル向上が求められるためだが、同社では法改正にいち早く対応したこともあり、コストアップなどのマイナスの影響は小さく、今回の法改正が追い風になると弊社ではみている。中長期的には再保険事業の収益もさらに拡大する見通しとなっており、今後は収益基盤の拡充も進めながら安定成長が続くものと予想される。なお、株主還元策に関しては配当性向で50%以上を目安としており、収益の拡大が続けば配当成長も期待されることとなる。

## ■ Check Point

- ・ 2015年9月期の連結業績は、2期ぶりに増収増益に転じる見通し
- ・ 高収益性ととも安定性も兼ね備えた収益体質を維持
- ・ 積極的に株主還元、配当性向は50%以上が目安

連結業績推移



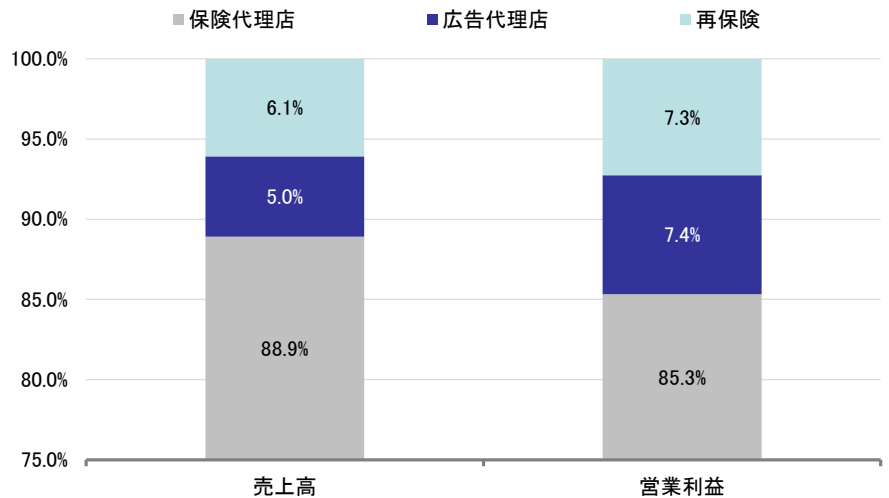
## ■ 事業概要

### 保険代理店事業と再保険事業を収益柱とするダンベル型ビジネスモデルの確立を目指す

#### (1) 事業セグメント別の概要

同社の事業は保険代理店事業、広告代理店事業、再保険事業の3つの事業に区分されている。事業別の構成比で見ると、保険代理店事業が売上高、営業利益ともに9割弱を占める主力事業となっている。今後は子会社で展開する再保険事業を強化していく方針で、中長期的には保険代理店事業と再保険事業を収益柱とするダンベル型ビジネスモデルの確立を目指している。

事業セグメント別構成比(14/9期)



## ○保険代理店事業

保険代理店事業は、同社の情報メディアサイト「保険市場」を通じて資料請求や問い合わせなどがあつた見込み客に対して、非対面型の通信販売やネット完結型保険の販売、同社直営店舗である「保険市場」での対面販売、提携先となる協業代理店での販売など多様な販売チャネルを通じて、保険商品の販売を行っている。

販売拠点としては、2014年9月末時点で直営店が14拠点、提携先代理店社数が216社となっている。このうち直営店に関しては、2013年春に大きく戦略変更を行っている。具体的には、2013年3月時点で商業施設内を中心に展開していた23店舗を順次、交通至便な都市部のランドマーク的ビルへ集約し、金融商品に対するリテラシーが高いアッパーミドル層を中心に販売していく方向に改め、他の保険代理店との差別化を図った。また、直営店でカバーしきれないエリアに関しては、提携する協業代理店を通じて販売している。

保険の種類はがん保険や医療保険、生命保険、学資保険、傷害保険、自動車保険など個人で加入可能な保険は一通り販売している。また、代理店契約社数は2014年9月時点で75社（生命保険27社、損害保険30社、少額短期保険18社）、取扱商品数は233商品と業界トップクラスとなっている。

保険代理店事業における売上の主な内容は、保険会社から支払われる手数料収入である。保険契約者が保険会社に支払った保険料に対して、定められた手数料率を乗じたものが保険会社から同社に支払われる。生命保険など支払いが複数年にわたるものは、初年度と次年度以降で手数料率の変動するタイプの商品もある。手数料率に関しては会社ごと、保険商品ごとに様々だが、傾向的には貯蓄性の高い商品の手数料率が低く、逆に掛け捨て型の商品は高くなっている。

年間の代理店手数料収入のうち、新規契約分の手数料収入が占める比率は約8割で、残り2割は既契約分の継続手数料収入（複数年契約の保険商品で2年目以降の手数料収入分）となっている。このため、期初の段階で年間売上高の約2割は把握できることになり、ストック型のビジネスモデルに近い収益構造と言える。なお、協業代理店で販売契約したものに関しては、手数料収入を約半分ずつにシェアする格好となっている。

## ○広告代理店事業

広告代理店事業は、情報メディアサイト「保険市場」を広告媒体とした広告枠の販売事業となる。サイトの特性上、保険に関連する会社が広告主となっている。

## ○再保険事業

再保険事業は、同社が保険代理店として獲得した保険契約の一部について、元受保険会社と同社の子会社であるAdvance Create Reinsurance Inc.との間で再保険契約を結ぶスキームとなっている。主に生命保険の再保険を中心に引き受けており、現在の契約先企業は8社（生命保険4社、損害保険2社、少額短期保険2社）となっている。ストック型のビジネスモデルであるため、期初段階でほぼ年間の収入見通しが把握可能で、大きな自然災害などがなければ、営業利益率で15%前後が期待できる事業となる。

2015年1月29日（木）

## すべての工程を自社のリソースで手掛け、品質の高いサービスを提供

### (2) 同社の強み

同社の最大の強みは情報メディアサイト「保険市場」が、月間ユニークユーザー数で約100万人と圧倒的な集客力を誇っていることにある。Webサイトへのアクセス件数が多いほど、資料の請求件数や問い合わせが増えることになり、結果的に保険商品の販売機会も増大することになるためだ。

「保険市場」が高い集客力を持っている背景としては、取扱商品数が多いことは言うまでもなく、日々進化するIT技術に対応して、利便性の高いサイトづくりに常に取り組んでいることが挙げられる。単なる保険比較サイトではなく、著名人のコラムや業界ニュースなど多彩なコンテンツを取り揃え、情報メディアサイトとして位置付けを確立してきた。さらには、インターネットで検索した際に上位に表示されやすくなるよう、SEO対策、ネット広告対策などに注力していることも一因として挙げられる。特に2014年9月期はスマートフォン専用サイトをいち早く構築したことで、スマートフォン経由での資料請求件数割合は前期の28%から43%へ大きく上昇した。

このように集客力の高いWebサイトを維持していくためには相応のシステム開発力が必要となるが、同社では社内に専門のシステム開発部隊を70～80名ほど抱えている。「保険市場」サイトの日々の更新やリニューアル、顧客管理システムも含めて、すべて自社で完結できるだけの体制を整えていることも、強みの1つとなっている。

また、同サイトを通じて寄せられる様々な問い合わせや資料請求などに対して、迅速に対応するコールセンターやロジスティック部門を社内で抱えていることも強みとなっている。コールセンターは外注を使う企業が多いなかで、同社は約40名の社員もしくは契約社員ですべて対応している。電話オペレーターは保険販売に関する研修を受け、資格を取ったうえで現場に配属されているため、保険商品に対する理解力も高く、顧客からの高い評価につながっている。

ロジスティック部門においても、各種資料の配送だけでなく、送られて来た申込用紙の不備チェックや返送作業などを、迅速かつ高い品質で処理している。特に、申込記入用紙の不備補完率は98%台と業界の中でも極めて高い数字となっており、保険会社からも高く評価されている。

このように、Webサイトによる集客からコールセンターでの顧客対応、ロジスティック部門に至るまですべての工程を自社のリソースで手掛けている企業は他にはなく、各工程において品質の高いサービスを提供していることが同社の強みであり、収益性の高さにつながっていると言える。

## 業績動向

### 広告代理店事業や再保険事業が好調に推移

#### (1) 2014年9月期の業績について

11月11日付で発表された2014年9月期の連結業績は、売上高が前期比2.1%減の7,462百万円、営業利益が同12.6%減の1,131百万円、経常利益が同12.0%減の1,107百万円、当期純利益が同1.1%増の655百万円となった。

#### 2014年9月期連結業績

(単位：百万円)

	13/9期		会社計画	14/9期			
	実績	売上比		実績	売上比	前期比	計画比
売上高	7,625	100.0%	7,510	7,462	100.0%	-2.1%	-0.6%
保険代理店事業	7,202	94.5%	-	6,634	88.9%	-7.9%	-
広告代理店事業	153	2.0%	-	374	5.0%	143.8%	-
再保険事業	269	3.5%	-	453	6.1%	68.1%	-
売上原価	1,974	25.9%	-	1,741	23.3%	-11.8%	-
販管費	4,355	57.1%	-	4,588	61.5%	5.3%	-
営業利益	1,295	17.0%	1,130	1,131	15.2%	-12.6%	0.2%
保険代理店事業	1,223	16.0%	-	963	12.9%	-21.2%	-
広告代理店事業	31	0.4%	-	83	1.1%	161.8%	-
再保険事業	36	0.5%	-	81	1.1%	121.5%	-
経常利益	1,258	16.5%	1,100	1,107	14.8%	-12.0%	0.7%
特別損益	-194	-	-	-14	-	-	-
当期純利益	648	8.5%	650	655	8.8%	1.1%	0.9%

注：会社計画は第3四半期発表時点の数値

売上高は、保険代理店事業が前期比7.9%減と低迷したものの、広告代理店事業や再保険事業がそれぞれ好調に推移し、全体では同2.1%減にとどまった。売上原価率に関しては、情報メディアサイト「保険市場」の媒体価値向上や効率的なWebマーケティング施策を実施したことなどで、前期比2.6ポイント減と改善した。一方で、販管費率は人件費や支払手数料の増加に伴い、同4.4ポイント上昇したことで、営業利益率は15.2%と前期の17.0%から1.8ポイントの低下となった。また、当期純利益が増益となったが、これは特別損失が減少したことによる。2013年9月期は直営店舗の再編に伴う事業再編損失168百万円を計上していた。

事業セグメント別の動向は以下のとおり。

#### ○保険代理店事業

保険代理店事業の営業収益は前期比5.5%減の6,911百万円、営業利益は同21.2%減の963百万円となった。2013年3月に実施した営業拠点の集約化の影響が期の前半まで続き、対面販売の契約数が大きく減少したことに加え、2016年度の保険業法改正に対応するために、社員教育の徹底、社内コンプライアンス体制や情報セキュリティの強化、提携先代理店への情報管理体制等の監査実施などに向け、積極的に経営資源を投下したことが減収減益の要因となった。また、国内景気の回復を背景に「貯蓄から投資」という流れが続いたことで、貯蓄性の高い保険商品の需要が冷え込んだことや、保険商品の見直し機運が後退したことなども契約件数の伸び悩みにつながったとみられる。

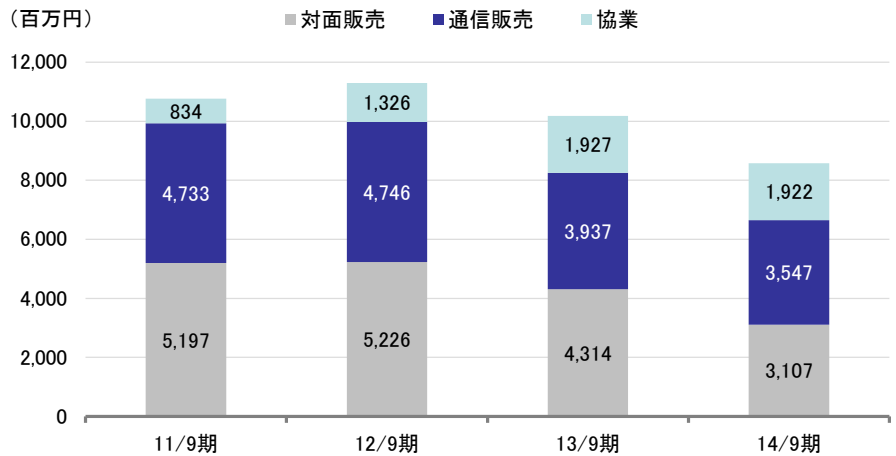
2015年1月29日（木）

保険業法改正への対応

○社員教育の徹底	○サイトの監視強化
保険募集体制を強化・社員教育を一層徹底	目視・監視ツールを活用した自社サイトへのチェック機能強化 サイト監視業者によるアフィリエイトサイトへの管理強化
○コンプライアンス体制強化	○提携先代理店への個人情報管理体制への指導
コンプライアンス研修の実施・自社法務部門による牽制強化	管理体制強化のための提携代理店監査の実施
○情報セキュリティの強化	
個人情報保護体制の強化・情報セキュリティ監査の実施	

販売チャネル別の申込 ANP（新契約年換算保険料）は合計で前期比 15.7% 減の 8,576 百万円となった。チャネル別を見ると、対面販売が前期比 28.0% 減の 3,107 百万円となったほか、通信販売が同 9.9% 減の 3,547 百万円、協業店が同 0.3% 減の 1,922 百万円とすべてのチャネルで減少となった。

チャネル別申込ANPの推移



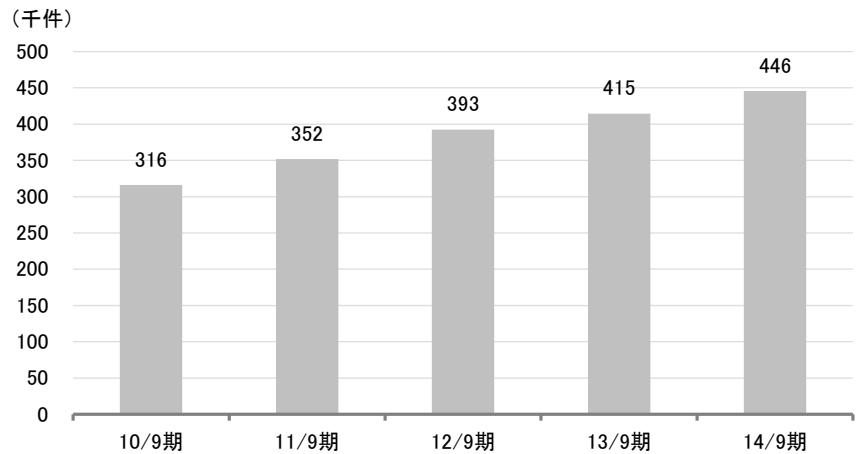
(注)ANPとは新規契約分の保険料を年換算した数値

協業店に関しては、保険業法改正に向けてコンプライアンス体制や顧客情報管理体制などの状況を厳格に精査した結果、提携代理店社数ベースで2013年9月末の301社から2014年9月末は216社と約28%減少したが、新規契約に与える影響は軽微であった。また、保険契約件数は446千件と前期比で7.6%増と順調に拡大している。

申込 ANP が 15.7% 減と 2 ケタ減となったのに対して、営業収益が 5.5% 減と落ち込みが小幅にとどまったのは、既存契約分の継続手数料収入が増加したこと、手数料率が相対的に低い貯蓄性保険商品の落ち込みが大きかったことなどが影響しているとみられる。



保有契約件数

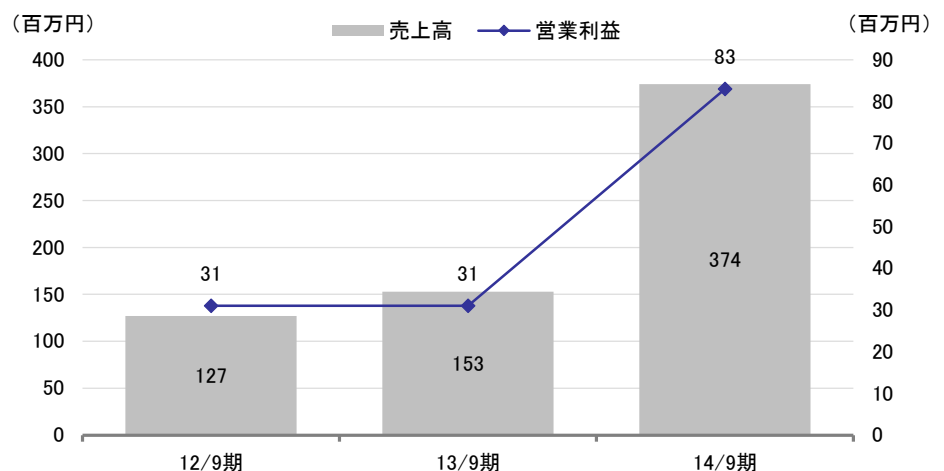


(注) 対象となる保険は、生命保険・医療保険等継続・更新されるもの。短期傷害保険分（旅行保険等）は除く

○広告代理店事業

広告代理店事業の売上高は前期比 106.8% 増の 389 百万円（社内向け売上含む）、営業利益は同 161.8% 増の 83 百万円と大幅な増収増益となった。2 年前より著名人のコラムをサイトに開設するなど情報コンテンツの拡充に取り組んできたことで、「保険市場」の情報サイトとしての媒体価値が上昇し、顧客である保険会社を中心に広告販売が急増した。

広告代理店事業の業績推移

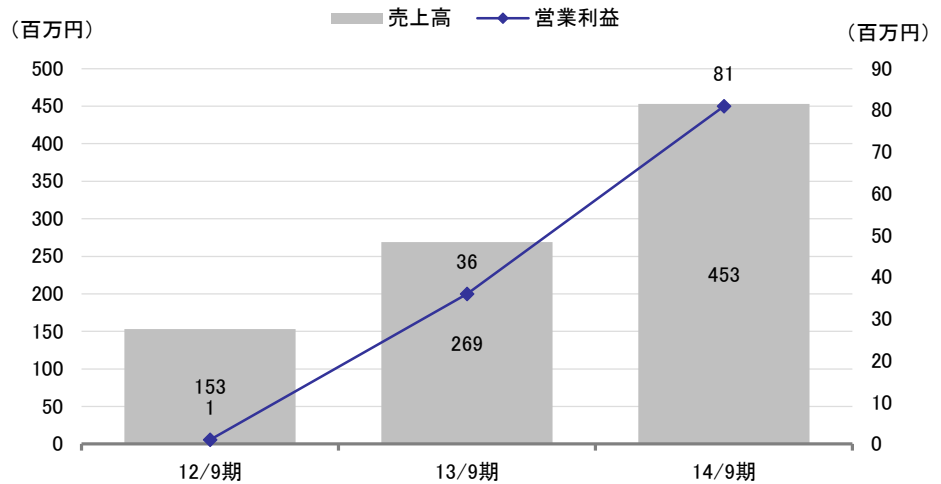


※売上高は対外顧客向け売上高

○再保険事業

再保険事業の売上高は前期比 68.1% 増の 453 百万円、営業利益は同 121.5% 増の 81 百万円となった。再保険事業は前述したようにストック型のビジネスモデルであり、一定の粗利益率が確保できる事業となっている。現在 8 社の再保険を引き受けているが、今後も引受額の拡大を進めながら、収益を伸ばしていく方針となっている。

再保険事業の業績推移



## 2015年9月期の連結業績は、2期ぶりに増収増益に転じる見通し

### (2) 2015年9月期の見通し

2015年9月期の連結業績は、売上高が前期比7.2%増の8,000百万円、営業利益が同10.4%増の1,250百万円、経常利益が同8.4%増の1,200百万円、当期純利益が同6.0%増の695百万円と2期ぶりに増収増益に転じる見通しだ。

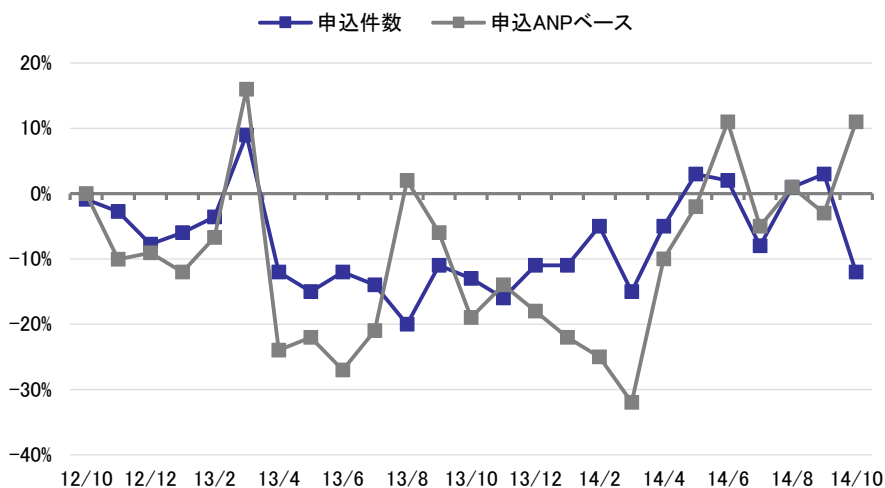
売上高で約540百万円の増収となるが、増収要因のうちほぼ見えているのがストック型収入である継続保険手数料収入で約200百万円、再保険収入で200～300百万円の増収が見込まれている。残り40～140百万円を新規保険契約分の手数料収入で伸ばす格好となる。保険代理店収入のうち約8割が新規契約分であることから逆算すると、今期は新契約分で若干程度伸ばすことができれば計画を達成できることになる。

### ○月次動向

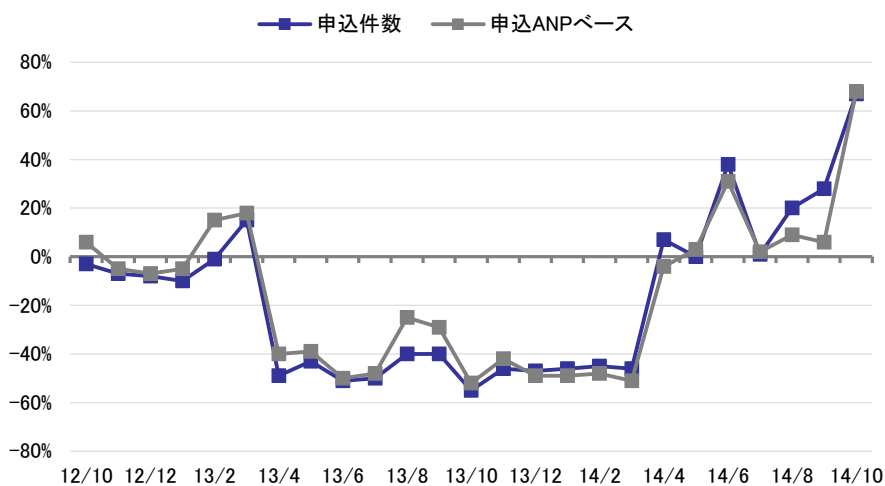
月次ベースの新規申込件数、ANPの動向を見ると、2013年4月以降は直営店再編の影響などあって、前年同月比でマイナス傾向が続いていたが、2014年4月以降はその影響も一巡し、ANPベースではプラスに転じる月も出るなど回復の兆しが見え始めている。10月に関して見れば、海外旅行保険の減少によって件数ベースでは前年同月比で12%減と低迷したものの、ANPベースでは同11%増と増加に転じている。前年の水準が低かったこともあがるが、特に伸びをけん引したのは直営店舗による対面販売で、10月は申込み件数、ANPともに60%を超える伸びとなった。対面販売の伸びの要因としては、新たな営業プロセスマネジメントを導入した効果が挙げられる。



申込件数、ANPの前年同月比



対面販売申込み件数、ANP(前年同月比)



○その他の取り組み

その他、今期の取り組みとしては、システム開発の強化を進めていく。スマートフォン専用サイトを、さらにブラッシュアップした、マルチプラットフォーム対応の専用サイトを構築する予定で、各デバイスにおいて最適なユーザーインターフェイスを提供し、利便性の向上を図ることによって資料請求件数の増加につなげていく。

同様に、コンプライアンス体制の強化やロジスティクス部門の強化を継続していくほか、同社の最大の強みである情報メディアサイト「保険市場」も更なる価値向上に向け、コンテンツ内容の拡充などを進めていく方針だ。

## ■ 今後の成長見通し

同社は、今後も圧倒的な集客力を持つ情報メディアサイト「保険市場」を基盤として、保険代理店事業の安定的な成長を目指していくほか、第2の収益の柱として再保険事業を強化していく方針だ。

### 導入が予定される保険業法改正は、同社にとって追い風に

#### (1) 保険代理店事業

国内の保険市場は、少子高齢化の進展や人口の減少によって対象マーケットとしては縮小していく流れにあるが、保険商品という観点からは将来の年金・社会保障への不安から、民間保険商品へのニーズが拡大していること、また、医療保険や学資保険、ペット保険など様々なニーズに合わせて保険商品の種類も増加していることなどから、堅調な推移が見込まれる。

こうしたなかで2016年度に導入が予定されている保険業法改正は、同社にとって追い風になることが予想される。今回の保険業法改正では複数の保険会社の商品を扱う乗合代理店が、金融庁の監督体制下に置かれることとなったほか、保険販売の際には、比較類似商品の説明や推奨理由を明示することなどが義務付けられることとなった。従来と比べて、保険代理店も社内コンプライアンス体制や顧客情報管理体制などが監督官庁によってもチェックされるようになったほか、保険販売員の商品知識も今まで以上に高いレベルのものが要求されることになった。実際の収益に与える影響としてはコストアップ要因となってくるが、同社はこうした対応に先行して取り組んできており、マイナスの影響は小さいとみられる。

#### 保険募集販売で新たに導入されるルール

##### ○保険募集の基本的ルールの創設

- ・ 意向把握義務の導入  
顧客のニーズを把握し、当該ニーズに合った保険プランの提案を行い、顧客と最終的な確認を行う。
- ・ 情報提供義務の法定化  
保険募集時に商品情報等の説明を行うことを法令で求める（保険支払い条件、保険期間、保険金額など）  
(乗合代理店の場合)  
取扱商品のうち比較可能な商品の一覧を示し、特定商品の推奨を行う理由の説明を義務付ける

##### ○保険募集人の義務

- ・ 保険募集人の体制整備義務の導入  
保険代理店自身に対して、法令等遵守のための体制整備を義務づける。
- ・ 保険募集人の業務委託先管理責任  
保険代理店に対しても、保険会社と同様、業務委託先の適切な管理を求める。

出所：金融庁

2015年1月29日（木）

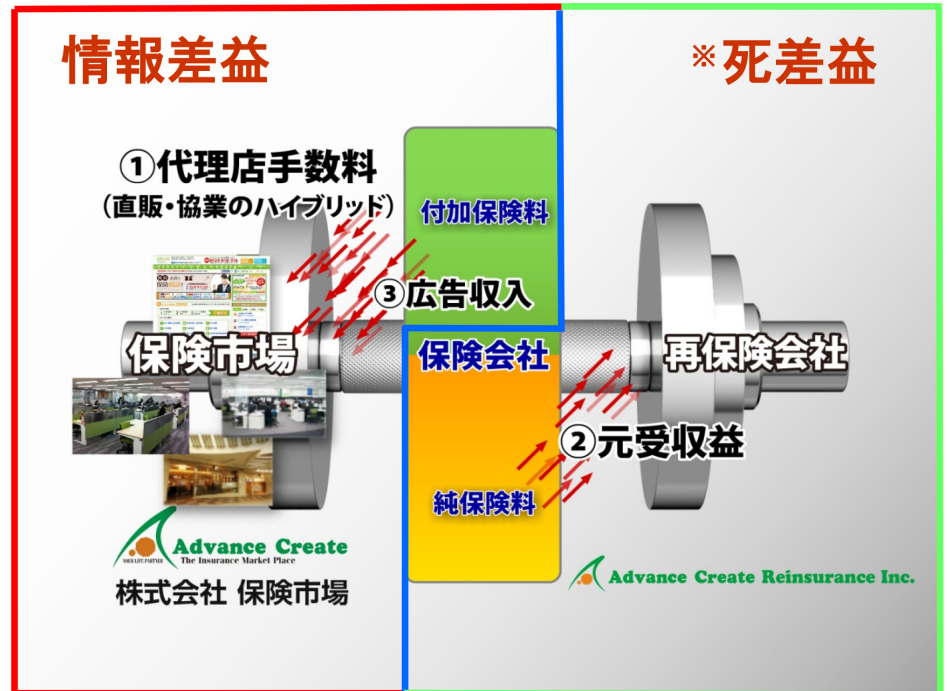
※生命保険会社の利益の源泉には利差益・費差益・死差益の3つがあり、このうち死差益とは想定した死亡率と実際の死亡率の差によって発生する利益のことを指す。

## 再保険事業の成長によって業績の安定性がさらに向上

### (2) 再保険事業

保険代理店事業の収益の源泉が、「保険市場」を通じて得られる情報差益（代理店手数料）であるのに対して、再保険事業は死差益※が収益の源泉となっている。大きな自然災害や戦争などがない限りは、営業利益率で15%前後が期待できる事業であり、保険代理店事業とはビジネスモデルの異なる再保険事業が収益の柱として育つことで、同社の収益基盤はより一層強固なものとなり、持続的な成長が期待できることになる。同社ではこのようなビジネスモデルをダンベル型ビジネスモデルと呼んでいる。

#### 収益のダンベル



出所：会社資料

再保険事業に関しては、現在8社の再保険を引き受けているが、今後も保険代理店事業の営業成果をベースにしなが、新商品開発への協力などを進めていくことで、対象保険商品や引受社数などを増やしていきたい考えだ。同事業の収益は2009年9月期の開始以降順調に成長し、2014年9月期は営業利益で81百万円となったが、2015年9月期も大きな自然災害等がなければ100～140百万円までの拡大が見込まれ、全体の営業利益に占める比率も10%程度にまで拡大する見通しだ。同社では、10年後には営業利益で700百万円、全体に占める構成比で3割程度まで引き上げていくことを目標としており、同事業の成長によって同社の業績はさらに安定性が増していくものと予想される。

なお、同社が中期的に目標とする経営指標としては売上高経常利益率、ROE（自己資本当期純利益率）でそれぞれ20%を掲げている（2014年9月期は経常利益率14.8%、ROE15.6%）。

## ■ 財務状況と経営指標

### 高収益性とともに安定性も兼ね備えた収益体質を維持

2014年9月末の財務状況は表のとおりで、総資産は前期末比で33百万円減の7,012百万円となった。主な増減要因は、一部保険会社の支払サイクル変更や広告代理店事業、再保険事業の規模拡大により、売上債権が630百万円増加した一方で、現預金が485百万円、固定資産が204百万円減少した。他方では、負債は有利子負債の減少により、前期末比324百万円減の2,659百万円となり、純資産は利益剰余金を中心に同290百万円増の4,352百万円となった。

経営指標を見ると、安全性を示す流動比率、自己資本比率、D/Eレシオともに前期比で改善が進んでおり、財務体質は着実に強化されているものと判断される。また、収益性に関して見れば、ROA、ROE、売上高経常利益率ともに前期比で若干低下したものの、いずれも10%以上の水準を安定して維持しており、高収益性とともに安定性も兼ね備えた収益体質を維持していると言えよう。

#### 連結貸借対照表

(単位：百万円)

	11/9期	12/9期	13/9期	14/9期	増減額
流動資産	2,537	3,361	3,834	4,011	177
（現預金）	420	1,118	1,003	517	-485
固定資産	3,540	3,444	3,199	2,995	-204
総資産	6,089	6,826	7,045	7,012	-33
流動負債	1,638	1,542	1,691	1,585	-106
固定負債	2,350	2,874	1,291	1,074	-217
（有利子負債）	1,241	1,260	880	500	-380
負債合計	2,350	2,874	2,983	2,659	-324
純資産合計	3,738	3,952	4,062	4,352	290

#### 経営指標

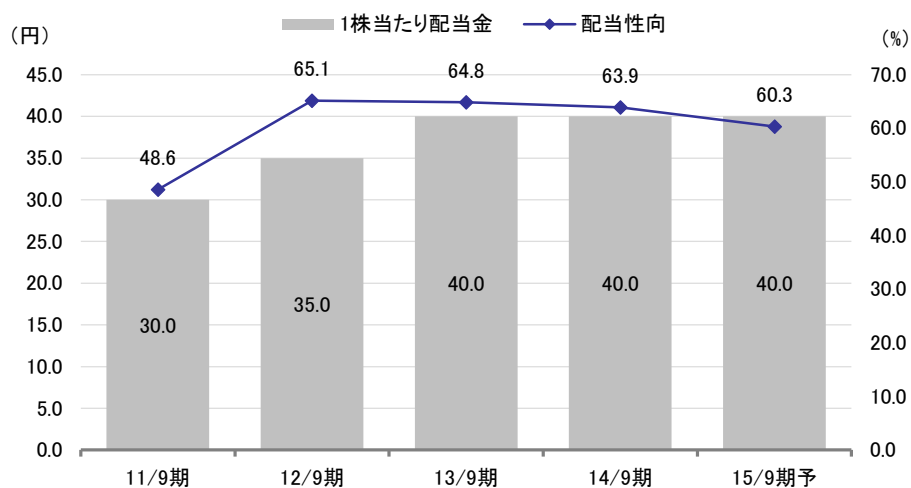
(安全性)					
流動比率（流動資産÷流動負債）	154.8%	217.9%	226.7%	253.1%	
自己資本比率（自己資本÷総資産）	61.4%	57.9%	57.6%	62.0%	
D/Eレシオ（有利子負債÷自己資本）	33.2%	31.9%	21.7%	11.5%	
(収益性)					
ROA（経常利益÷総資産）	14.3%	16.3%	18.1%	15.8%	
ROE（純利益÷自己資本）	18.2%	14.8%	16.2%	15.6%	
売上高経常利益率	13.8%	14.9%	16.5%	14.8%	

## ■ 株主還元策

### 積極的に株主還元、配当性向は50%以上が目安

同社は、配当政策として「将来の成長戦略を遂行していくための原資となる内部留保の充実に努めるとともに、業績に応じた配当の実施等により、株主価値を高める」ことを基本方針としている。配当性向としては50%以上を目安としており、配当による株主還元を積極的な企業と位置付けられる。2015年9月期の1株当たり年間配当金は40円（うち期末配当金20円）を予定しており、配当性向は60.3%の水準となる。今後、収益が拡大していけば、配当成長も期待されることとなる。

1株当たり利益と配当金の推移



損益計算書

(単位：百万円)

	11/9期	12/9期	13/9期	14/9期	15/9期予
売上高	7,220	7,054	7,625	7,462	8,000
(対前期比)	6.6	-2.3	8.1	-2.1	7.2
売上原価	1,916	1,779	1,974	1,741	
(対売上比)	26.5	25.2	25.9	23.3	
販管費	4,066	4,187	4,355	4,588	
(対売上比)	56.3	59.4	57.1	61.5	
営業利益	1,237	1,087	1,295	1,131	1,250
(対前期比)	61.4	-12.1	19.2	-12.6	10.4
(対売上比)	17.1	15.4	17.0	15.2	15.6
経常利益	997	1,052	1,258	1,107	1,200
(対前期比)	132.1	5.6	19.5	-12.0	8.4
(対売上比)	13.8	14.9	16.5	14.8	15.0
特別利益	1	1	71	15	
特別損失	492	40	265	29	
税引前利益	505	1,013	1,063	1,092	
(対前期比)	59.3	100.6	4.9	2.7	
(対売上比)	7.0	14.4	13.9	14.6	
法人税等	-79	443	414	437	
(実効税率)	-15.7	43.8	39.0	40.0	
少数株主利益	-80	-	-	-	
当期利益	665	569	648	655	695
(対前期比)	49.2	-14.5	14.0	1.1	6.0
(対売上比)	9.2	8.1	8.5	8.8	8.7
[主要指標]					
期中平均株式数(千株)	10,779	10,594	10,523	10,480	10,480
1株当たり利益(円)	61.8	53.7	61.7	62.6	66.3
1株当たり配当(円)	30.0	35.0	40.0	40.0	40.0
1株当たり純資産(円)	350.4	373.3	387.4	415.1	-

#### 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