

## エイジア

2352 東証マザーズ

2014年6月4日(水)

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

## ■ 収益の安定性を強みに周辺事業の取り込みへ

企業向け電子メール配信システムの大手。電子メール配信システム「WEBCAS e-mail」の処理能力は業界トップクラスで、顧客導入実績は1,600社以上となっている。2013年10月に企業のWebサイトやメールマガジンの企画制作、コンサルティングサービスを行うFUCAを子会社化し、2014年3月期より連結決算での業績開示を行っている。

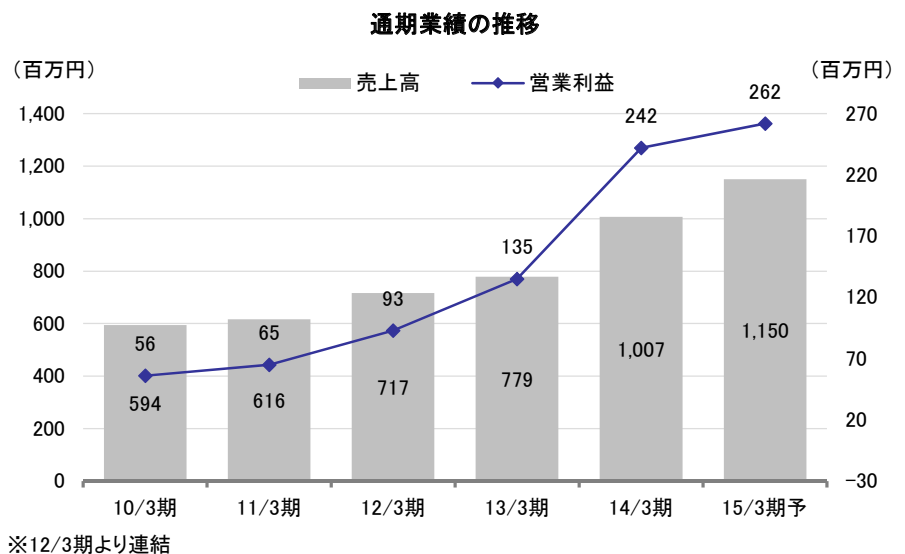
2014年3月期の連結業績は、売上高が1,007百万円、営業利益が242百万円となった。単独業績ベースでは、売上高が前期比23.6%増、営業利益が同73.8%増となり、営業利益ベースでは5年連続増益となった。国内景気の回復を追い風に、企業のIT投資が活発化してきたことで、主力の「WEBCAS」シリーズの受注が好調に推移したのが主因だ。

2015年3月期の会社計画は幅を持たせた開示となっており、中心値で見ると売上高は前期比14.2%増、営業利益は8.4%増となる見込み。利益率が若干低下するが、これは開発部門の人員強化により、人件費率が若干上昇することが要因。2014年5月22日にはWEBCAS DB creatorを発表、6月より販売開始となっており、顧客数の増加だけでなく、顧客当たり売上高の拡大も進めていく。

売上高の7割弱はクラウドサービスを中心としたストック型売上で占められており、収益の安定性が高いことが同社の強みの1つとなっている。強固な収益基盤を支えに、今後は子会社で展開するメールマガジンやWebサイト制作など周辺事業を含めた形で、「eコマース企業の売上UPソリューション」を提供する会社として成長を目指していく。周辺事業に関しては、引き続きM&Aを積極的に行っていく方針だ。

## ■ Check Point

- ・5年連続で増収増益、更なる成長ステージへ
- ・今後も大手企業の更新需要を中心に底堅い売上げが続く見通し
- ・収益の拡大が続けば増配が継続される可能性が高い



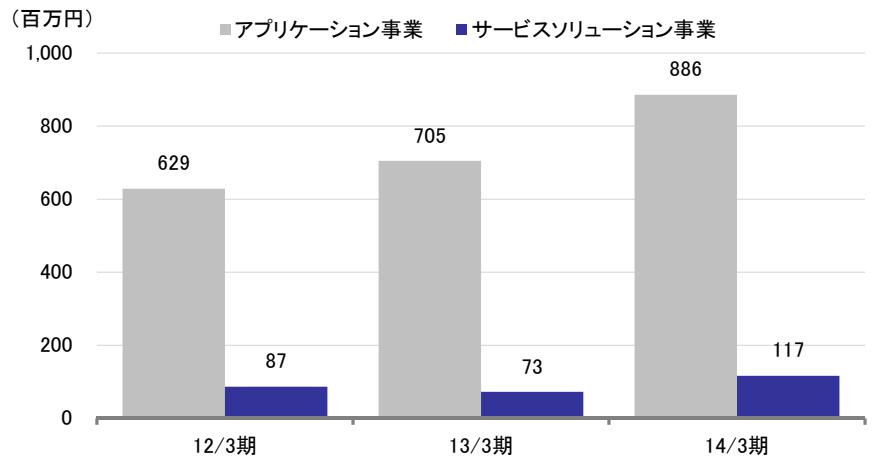
## ■ 会社概要

### 電子メール配信システムでは、通信販売業界売上高トップ 5 社のうち 3 社が顧客

#### (1) 事業概要

同社の事業セグメントは、主力事業である電子メール配信システムのライセンス販売、クラウドサービスなどが含まれるアプリケーション事業と、ソフトウェアの受託開発、並びに子会社となった FUCA の事業（Web 制作、メルマガ代行サービス、マーケティングコンサルティングなど）が含まれるサービスソリューション事業とに大きく分かれている。直近 3 期間の売上高推移を見ると、アプリケーション事業が順調に拡大しているほか、サービスソリューション事業も 2013 年 10 月に FUCA を子会社化（出資比率 81.3%）したことで、2014 年 3 月期より増加に転じている。サービスソリューション事業に関しては、主力事業である電子メール配信システムを補完、強化する周辺事業として今後、M&A も活用しながらさらに拡大していく方針を打ち出している。

事業別売上高推移



※14/3期より連結決算、サービスソリューションのうち41百万はFUCAの売上高

同社の主力事業である電子メール配信システムでは、「WEBCAS」シリーズの開発・販売及びサービスの提供を行っている。電子メール配信システムとしての能力は業界でもトップクラスで、毎時 300 万通以上の高速配信が可能となっている。顧客層は大企業から中小企業まで、また幅広い業種で採用されており、導入実績としては 1,600 社以上に上る。特に、eコマース業界の代表業種であり、販促ツールとして電子メール配信システムに高い性能が要求される通信販売業界では、売上高トップ 5 社のうち 3 社が同社の顧客となっており、システムの性能、信頼性では業界でも抜きん出た存在となっている。



## エイジア

2352 東証マザーズ

2014年6月4日（水）

※1 ASP 型：Application service provider の略。アプリケーションソフトの機能をネットワーク経由で顧客にサービスとして提供する事業者を指す。利用者はインターネットを経由し、遠隔地から ASP のサーバーにアクセスすることで、そのサーバー内に格納されたアプリケーションソフトの機能をサービスの形で利用する。

※2 SaaS 型：Software as a Service の略。必要な機能を必要な分だけサービスとして利用できるようにしたアプリケーションソフト、もしくはその提供形態のこと。利用者はインターネット経由し、遠隔地から SaaS のサーバーにアクセスし、必要な機能を利用する。

「WEBCAS」シリーズとしては現在、基幹商品となる「WEBCAS e-mail」を中心に 5 つのサービスを提供している。

### WEB CAS シリーズの主要製品

製品名	主な特徴
WEBCAS e-mail (メール配信システム)	業界最高水準の配信能力（毎時 300 万通送信可能）を持ち、マルチデバイス、マルチ OS に対応しており、既存データベースとの接続も容易であるなど、大規模な運用に柔軟に対応が可能。
WEBCAS formulator (アンケートシステム)	PC・携帯・スマホなどマルチデバイスに対応した Web アンケートを容易に作製可能
WEBCAS mailcenter (メール共有システム)	顧客から届くメールや Web フォームからの問い合わせを、複数人で共有・管理することで、二重対応や対応漏れを防ぐなど、適切なメール対応を実現するグループウェア
WEBCAS marketing receipt (通知メール販促システム)	顧客に注文確認や購入明細などの自動通知メールを送信する際に、レコメンド情報などを同時に盛り込むことで、販促メールとして活用できるクラウドサービス
WEBCAS Mobile Express (携帯メール配信エンジン)	携帯向けに特化した高速メール配信エンジン

販売形態としては、クラウドサービスでの契約とパッケージ導入版（ライセンス販売）とがある。また、クラウドサービスには標準機能のみのサービスを提供する ASP 型※1と、顧客ニーズにあわせて機能拡張が可能な SaaS 型※2とがある。ASP 型は比較的規模が小さく、導入費用を低く抑えたいライトユーザー向け、SaaS 型は規模の大きいヘビーユーザー向け（配信リスト数が数万件以上）のサービスとなる。また、パッケージ導入版は、自社でサーバーなどの設備を保有し、セキュリティ対策を含めて管理・運用を行う顧客向けのサービスとなる。

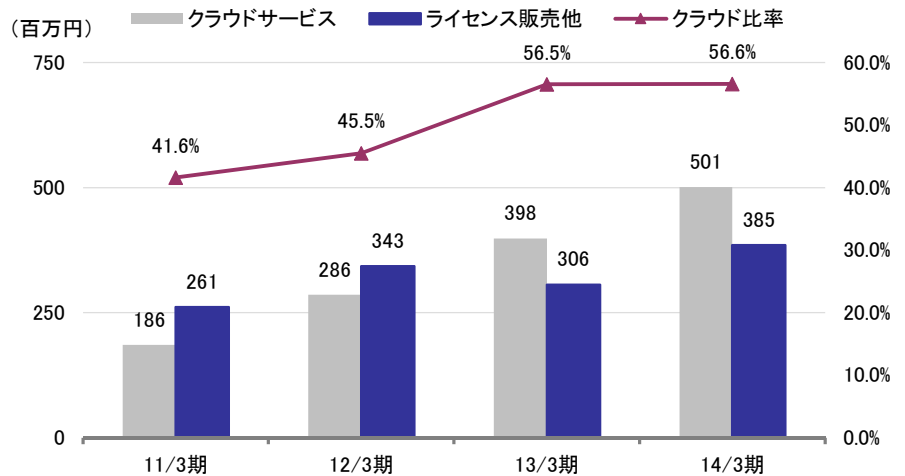
### WEBCAS e-mail の提供形式・価格

クラウドサービス（月額課金）		パッケージ導入版
ASP 型	SaaS 型	導入型
WEBCAS e-mail の機能を、クラウドサービスとして月額 1 万円～という低コストで、手間なくスピーディに利用できるサービス。	WEBCAS の全機能を、クラウドサービスとして利用できる。配信件数が数万件以上と大規模な場合や、カスタマイズ、外部データベース、システムとの連携が必要な場合に適している。	「個人情報や自社管理したい」企業には、自社環境にシステム導入できる導入版が適している。サーバや DB などの環境を選ばないので、新規に DB を構築する必要がなく、初期投資の大幅削減が可能。
費用 初期費用 3 万円～ 月額費用 1 万円～	費用 初期費用 50 万円～ 月額費用 10 万円～	費用 ライセンス費用 400 万円～ 保守費用 別途
・ 2 営業日で利用スタート可能 ・ 最短 1 ヶ月から契約可能	・ クラウド環境ながら必要な機能をカスタマイズして拡張可能 ・ VPN 等で自社のデータベースとも接続可能	・ 自社の既存システムとフレキシブルに連携可能 ・ 自社のセキュリティポリシーに対応可能

出所：会社資料をもとにフィスコ作成

ここ数年はクラウドサービスに対する需要が旺盛で、アプリケーション事業に占めるクラウド比率は、2014年3月期で 56.6%と3年前の 41.7%から大きく上昇している。また、クラウドのなかでも、付加価値の高い SaaS 型の案件が年々拡大傾向にある。SaaS 型でサービスを提供するためには、カスタム対応が可能なシステム開発力が必要であり、業界のなかでこうした開発スキル、ノウハウを持つのは同社のみとなっていることが要因だ。

## アプリケーション事業の売上推移



また、収益性に関して見ればクラウドサービスの売上総利益率は80%強とパッケージ導入版の70%台と比較して高くなっており、継続的な売上収入が見込めるだけでなく、収益性の向上にも寄与していると言える。なお、パッケージ導入版の需要に関しても、セキュリティ面の問題から自社システム内に導入したいというニーズが、大企業を中心に一定水準残っている。

## 今後も大手企業の更新需要を中心に底堅い売上げが続く見通し

### (2) 市場動向と競合シェア

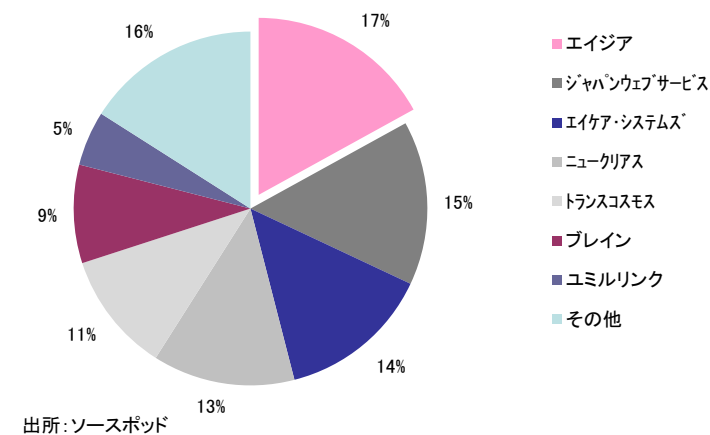
電子メール配信システムの国内市場規模は2011年時点で約120億円となっており、ここ数年は5%前後の安定した成長が続いている。こうしたなかで同社の市場シェア(2011年)は、パッケージソフト市場で17%とトップシェアとなっており、クラウド市場では3%程度の水準となっている。クラウド市場ではエイケア・システムズ(現エクスペリアン・ジャパン)、シナジーマーケティング<3859>、パイプドビッツ<3831>が大手3社となっており、これら大手各社はASPサービスに特化した戦略で売上を伸ばしていると思われる。最大手となるエイケア・システムズは、導入顧客数で5,000社を超える水準と同社の10倍超の規模となっている。

クラウド市場で同社のシェアが低いのは、同市場への参入に出遅れたことが影響している。ただ、ここ数年は前述したようにSaaS型で実績を伸ばしてきており、クラウドサービスの売上伸長率では2012年度まで3年連続で1位となるなど、シェアも拡大してきており、直近のシェアでは7~8%の水準まで上昇しているものと思われる。

一方、パッケージソフト市場においては、大規模システムで競合していたエイケア・システムズが2012年に撤退しており、現状では大手企業の需要に対応できるのは同社のみとなっており、今後も大手企業の更新需要を中心に底堅い売上げが続く見通しだ。

パッケージソフト市場のシェア(2011年)

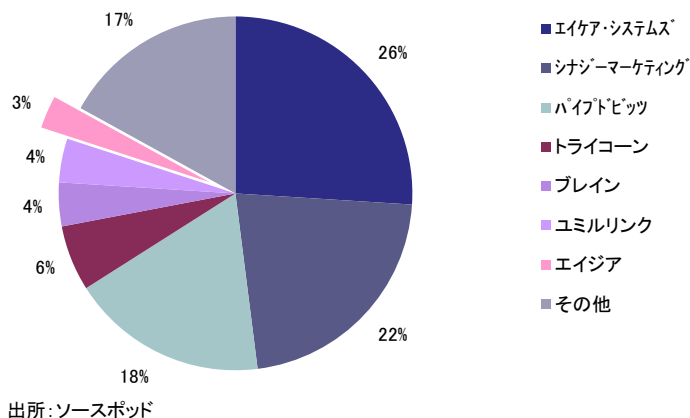
市場規模:約21億円



出所:ソースポッド

クラウド市場のシェア(2011年)

市場規模:約100億円



出所:ソースポッド

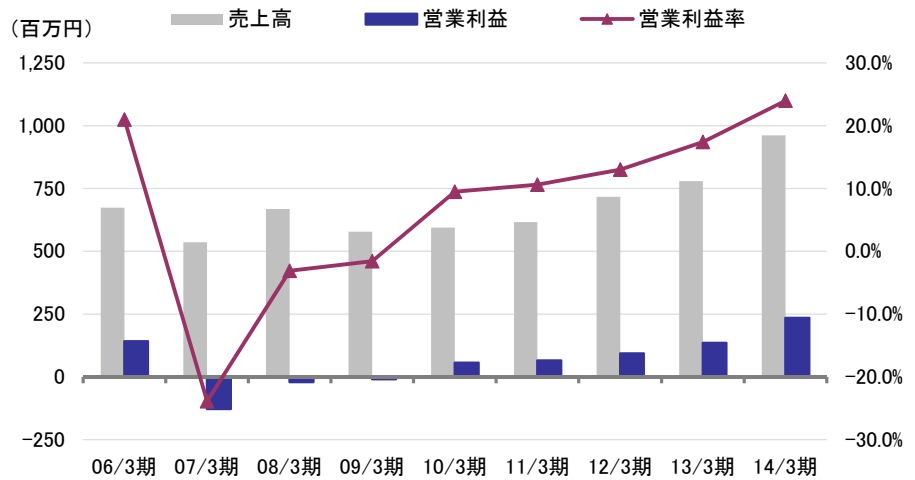
## 業績動向

### 5年連続で増収増益、更なる成長ステージへ

#### (1) 2014年3月期業績概要

5月14日付で発表された2014年3月期の連結業績は、売上高が1,007百万円、営業利益が242百万円、経常利益が238百万円、当期純利益が130百万円となり、今年1月時点の会社計画に対して、売上高、利益ともに上回って着地した。単独業績では5期連続の増収増益となり、営業利益ベースでは5年連続で増収増益を達成し、更なる成長ステージに入ったことがうかがえる。

単独業績推移



2014年3月期連結業績

(単位：百万円)

	13/3期		14/3期					
	単独		単独		連結			
	実績	対売上比	実績	前期比	会社計画	実績	対売上比	計画比
売上高	779	-	962	23.6%	940	1,007	-	7.2%
売上原価	229	29.5%	-	-	-	330	32.8%	-
販管費	414	53.2%	-	-	-	434	43.1%	-
営業利益	135	17.4%	235	73.8%	173	242	24.0%	40.0%
経常利益	140	18.0%	239	70.4%	171	238	23.7%	39.7%
当期純利益	48	6.3%	125	155.7%	100	130	13.0%	30.6%

企業のIT投資回復を背景に、主力の「WEBCAS」シリーズがクラウドサービスを中心に好調に推移したのが主因だ。会社計画対比で上方修正となった要因は、第4四半期において、「WEBCAS」の大型案件が複数売上げに計上されたことによる。また、2013年10月に子会社化したFUCAの業績への影響額は、売上高で45百万円、営業利益で7百万円となっている。

費用面で見ると、売上原価率が32.8%と前期比で3.3ポイント増加したが、これは開発人員の増強により人件費率が上昇したこと、旺盛な需要に応えるため当期より新たに外部パートナー企業2社に開発の一部を外注したこと(外注費13百万円)、相対的に収益性の低いFUCAの業績が第3四半期より加わったこと、などが要因となっている。一方で、販管費率は増収効果によって前期比10.1ポイント低下の43.1%となった。

この結果、営業利益率は24.0%となり、2006年3月期以来の20%台乗せとなった。ここ数年、固定費を抑制しながら、クラウドサービスなど安定的かつ収益性の高いサービスへの取り組みを強化してきたことが、好業績となって顕在化したと言える。

## 全セグメントで大幅な売上増を達成

### (2) 事業セグメント別動向

#### セグメント別業績

(単位：百万円)

	11/3期	12/3期	13/3期	14/3期 連結	伸び率
<b>アプリケーション事業</b>					
売上高	448	629	705	886	25.7%
セグメント利益	175	268	328	440	34.1%
利益率	39.1%	42.6%	46.6%	49.7%	
<b>サービスソリューション事業</b>					
売上高	168	87	73	117	59.5%
セグメント利益	44	11	6	8	29.9%
利益率	26.5%	13.3%	9.2%	7.5%	
<b>その他</b>					
売上高				2	
セグメント利益				0	
利益率				-3.4	

注) 前年同期は単独ベースの数値

アプリケーション事業の当期売上高は前期比 25.7% 増の 886 百万円、セグメント利益は同 34.1% 増の 440 百万円となった。企業の IT 投資回復に伴い、「WEBCAS」シリーズがクラウドサービス、ライセンス販売ともに好調に推移した。クラウドサービスでは特に SaaS 型を中心に契約数が拡大し、売上高では前期比 25.8% 増の 501 百万円となり、同部門の 56.6% を占めるまでになった。一方、ライセンス導入版も大手企業のリプレース需要が活発で保守サービスも含めた売上高は前期比 22.0% 増の 385 百万円となった。

当期の売上げに寄与した大型案件としては、通販業者大手のニッセン向けの「WEBCAS e-mail」(クラウドサービス、SaaS 型) の導入が挙げられる。これで通販業者大手 5 社中、3 社が同社システムを採用することになり、e コマース業界において同社のメール配信システムが高い評価を受けている証左と言えよう。

「WEBCAS」シリーズの新製品として、6 月にスマートフォン向けフォームデザイン最適化ツール「SFO for WEBCAS」を発売したほか、12 月には比較的大型の新製品・サービスとなる通知メール販促システム「WEBCAS marketing receipt」を発売した。通知メール販促システムとは、例えば インターネットで購入した際に、注文完了や請求額などの通知メールが自動で購入者に届くシステムを利用したもので、この通知メール内に別の商品のリコメンド情報も盛り込んだ格好で、購入者に配信する新たな販促システムとなる。こうした通知メールに関しては購入者のメール開封率が非常に高いため、通常の販促用メールを配信するよりも販促効果が高い。また、販売実績は少ないものの、今後の売上増が期待される商品として注目される。

サービスソリューション事業の売上高は前期比 59.5% 増の 117 百万円、営業利益は同 29.9% 増の 8 百万円となった。FUCA の業績が第 3 四半期より加算された効果が大きい。単独ベースでの売上高は前期比 3.0% 増の 75 百万円となり、セグメント利益は前期に非常に採算の良い大型案件があった反動もあって減益となった。

FUCA は企業の Web サイトやメールマガジンの戦略立案、企画・制作、分析サービスを提供しており、特に Web サイトへのアクセス数をいかに高めていくかといった提案力や Web のデザイン力などにおいて強みを持つ会社で、役職員(常勤)が 10 名と小規模ながらも着実に利益を上げている会社となっている。子会社化以降、6 ヶ月の業績としては売上高で 45 百万円(その他部門の 2 百万円含む)、営業利益で 7 百万円程度とみられ、順調に推移していると言えよう。

2014年6月4日（水）

**FUCA の経営状況**

（単位：千円）

	11/6 期	12/6 期	13/6 期
売上高	87,507	109,220	93,933
営業利益	1,434	5,538	4,324
経常利益	1,173	5,153	3,854
純利益	961	3,793	2,819
総資産	30,141	47,144	46,770
純資産	12,665	16,459	19,278

注) 出資比率 75%

その他事業は FUCA の不動産賃貸事業となるが、事業撤退が決まっており、業績面への影響もほとんどない。

**ROE や営業利益率などすべての指標において向上**
**(3) 財務状況と経営指標**

同社の財務状況は表のとおりで、2014年3月末の総資産は前期末比 105 百万円増の 1,052 百万円となった。このうち、FUCA の子会社化による増加分で 20 百万円となっている。主な増加要因としては、収益の拡大に伴う売上債権の増加や現預金の増加で、流動資産が 84 百万円増加したほか、固定資産ではソフトウェア資産やのれんの計上が増加要因となった。

一方、負債は未払法人税等の減少で流動資産が 31 百万円減少し、純資産は利益増により 135 百万円の増加となった。

主要な経営指標を見ると、安全性を示す流動資産や自己資本比率、収益性を示す ROE や営業利益率などすべての指標において前期よりも向上する結果となった。特に、現預金は 742 百万円と総資産の 70% を超える水準であり、現在発行株数の 20% を保有する自己株式も含めて、今後も M&A で活用していくことを考えている。

**貸借対照表**

（単位：百万円）

	13/3 末	14/3 末	増減額	増減要因
流動資産	830	914	84	現預金、売掛金の増加
（現預金）	687	742	54	利益増による
固定資産	116	138	21	ソフトウェア、のれんの増加
総資産	946	1,052	105	FUCA+20 百万円
流動負債	199	167	(31)	未払法人税の減少
固定負債	12	13	1	
（有利子負債）	0	0	0	
純資産	735	871	135	利益増による
経営指標				
（安全性）				
流動比率（流動資産÷流動負債）	417.0%	545.6%		
自己資本比率（株主資本÷総資産）	74.0%	78.4%		
（収益性）				
ROE（純利益÷株主資本）	7.3%	17.1%		
売上高営業利益率	17.4%	24.0%		

注) 2014年3月末は連結数値



2014年6月4日(水)

なお、子会社のFUCAの直近3年間の経営状況は表のとおりとなっており、黒字経営となっている。同社がFUCAを子会社した目的は、アプリケーション事業を一段と成長させていくために、Web制作などを中心としたコンサルティング力が今まで以上に重要になると判断してのものだ。企業がメールマガジン等による販促効果を最大化するためには、単にメルマガの配信回数を増やしたり、内容を改善するだけで良いというわけではなく、メルマガとリンクするWebのランディングページの構成が、利用者にとって商品情報などを得るために見やすくなっているかどうか重要となっている。メール配信システムを導入する企業の最大の目的は、売上アップやブランド力の向上、顧客満足度の向上といった成果を挙げることにあり、そのためにはメール配信システムの性能だけでなく、Web制作なども含めた全体的なコンサルティング力が必要になると同社では考えている。

FUCAでは役職員(常勤)が10名の小さい会社ではあるが、Web制作に関するコンサルティング力やデザイン力では定評がある会社で、同社では今後、既存顧客の紹介や共同セミナーを開催していくことでシナジー効果を出し、サービスソリューション事業の強化、拡大を図っていく方針だ。

## ■今後の成長見通し

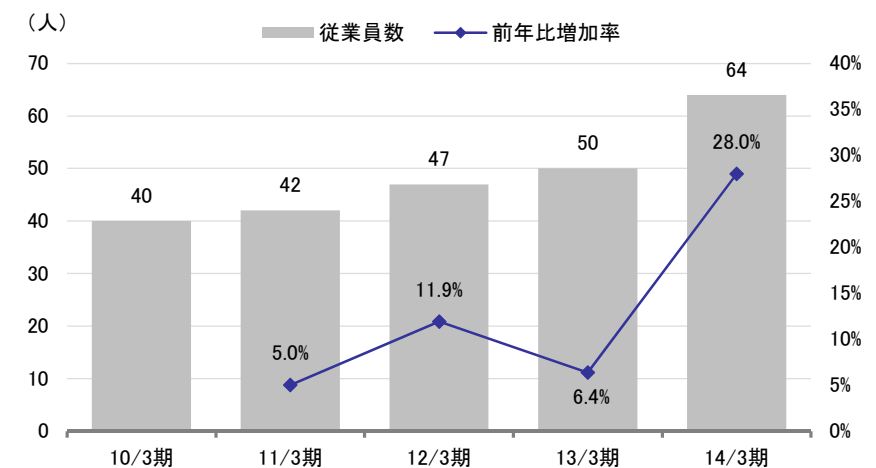
### 業績見通しは過去の上方修正を踏まえレンジを持たせた開示に

#### (1) 2015年3月期見通し

2015年3月期の会社計画は、表のとおり幅を持たせた開示を行っている。これは売上水準が低く、受注案件の売上計上時期によって業績変動が大きくなるため、従来は保守的な計画を開示してきたが、ここ数年は上方修正を繰り返していたこともあり、ある程度幅を持たせた開示とした。

計画レンジの中間値で見た伸び率は、売上高が前期比14.2%増、営業利益が8.4%増となり営業利益率では若干低下する見通しとなっている。これは、エンジニアを中心に、エイジア個別従業員を前期比28.0%の人員増強を行っており、今後の売上増大に向けた戦略的な先行投資を行ったことにより2015年3月期は人件費率が上昇するためだ。

従業員数の推移



※期初人員数(個別)

2014年6月4日（水）

## 2015/3 期業績の見通し

	売上高		営業利益		経常利益		当期純利益		EPS
	百万円	前期比	百万円	前期比	百万円	前期比	百万円	前期比	
2014/3 期	1,007	-	242	-	238	-	130	-	65.42
2015/3 期計画	1,120 ~ 1,180	11.2 ~ 17.2	245 ~ 280	1.1 ~ 15.6	245 ~ 280	2.5 ~ 17.2	145 ~ 165	11.0 ~ 26.3	76.78 ~ 87.38

市場環境は引き続き良好で、売上高は「WEBCAS」シリーズを中心に2ケタ増収が続く見通し。今期のクラウドサービスに関しては前期比16%増の580百万円を見込んでいる。

「WEBCAS」シリーズでは、メールマーケティングシステムやWebアンケートシステムと連動したデータベースを作成できる新サービス「WEBCAS DB creator」の提供を2014年6月に開始するとしている。同サービスでは、メール配信システム「WEBCAS e-mail」や、アンケートシステム「WEBCAS formulator」と連携している。「WEBCAS DB creator」を使用することにより、ログイン認証アンケートも柔軟に実施できるうえ、複数ページにわたる分岐アンケートとデータベースとの連動も可能。また、作成するWebフォームは、スマートフォン、フィーチャーフォン、PCなど各種デバイス向けに最適化することができるため、「WEBCAS」のマーケティングコミュニケーション・プラットフォームとしての機能の一層の強化が期待できる。

子会社のFUCAの業績は売上高が75百万円、営業利益が8百万円程度を織り込んでいる。FUCAとはお互いの強みを活かして、Webマーケティングにおけるトータルソリューションサービスとして、顧客開拓を進めていく方針で、既存顧客においてもメールマガジンの制作代行など受注案件が広がってきているようだ。

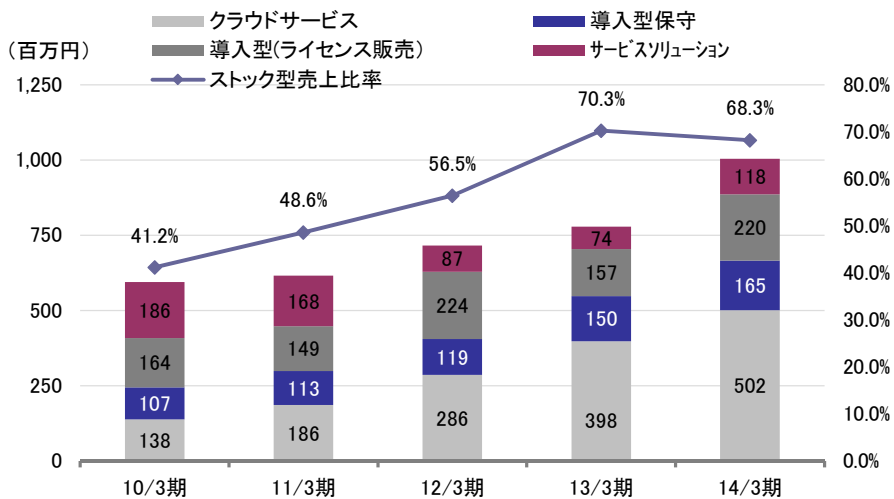
## ストック売上比率の上昇で収益構造は安定化

### (2) 売上構成

同社の売上構成比のなかで、クラウドサービスやライセンス保守事業など毎月安定して収入が得られるストック型ビジネスの売上構成比は2014年3月期で68%となっている。前期の水準から低下したように見えるが、これはFUCAの売上高が加わったためで、この影響を除けば71%程度だったとみられる。

クラウドサービスなどストック型売上は契約が切れるまでは、安定した収入が見込めるため、収益計画も立てやすく戦略的な経営を行うことができるといったメリットがある。業績面においてもストック型売上比率が高くなることで、より収益性の安定度が増すだけでなく、営業利益率の向上にもつながることになる。

事業別売上とストック型売上比率の推移

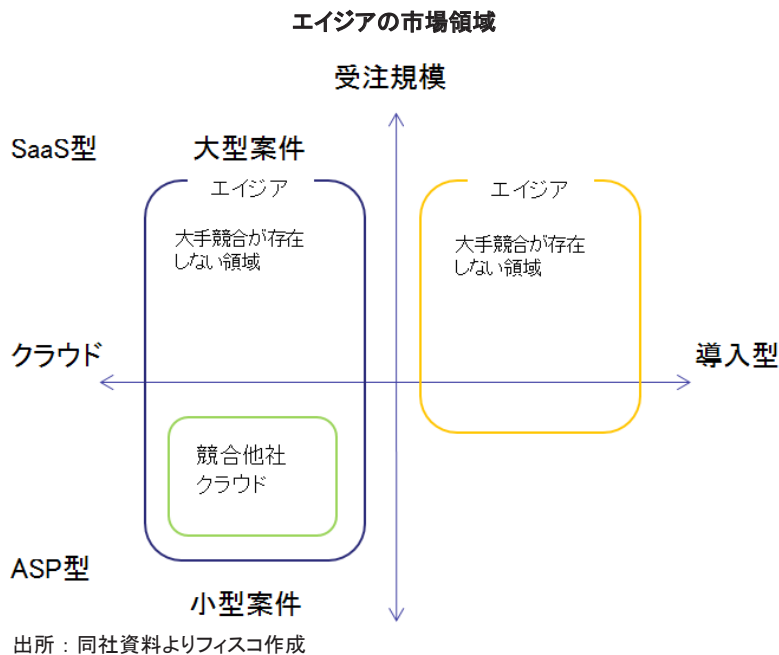


eコマース市場の拡大で SaaS 型中心に高成長が続く

(3) 市場見通し

同社は前述したように、ライセンス導入型でトップを走っていたこともあり、クラウドサービスでは競合より出遅れが、現状では業界平均を上回る成長率を続けており、急速にキャッチアップしていることがうかがえる。

特に同社が強みを発揮する SaaS 型のメール配信システム市場は、今後 eコマース市場の成長とともにマーケティング戦略の多様化、高度化が進むなかで、最も伸びる領域とみられるだけに、売上成長ポテンシャルも大きい。拡大する需要に対して、開発リソースの不足が経営課題とされてきたが、それも前期からは外部パートナー企業を使うことで、繁忙期における能力不足の解消に目途を付けている。自社における開発リソースの増強も進めながら、収益の拡大を図っていく方針だ。



## 海外事業の構成比率は長期的に3分の1を目標

### (4) 長期経営目標

同社は「eコマース売上 UP ソリューションを世界に提供するエイジア」を経営スローガンに、将来的な事業構成としては、アプリケーション事業、サービスソリューション事業、海外事業でそれぞれ3分の1の構成を想定している。

アプリケーション事業においては「WEBCAS」シリーズの更なる商品力強化を図り、クラウドサービス市場でのシェア拡大につなげていく方針。今後の課題としては販売力の強化が挙げられ、販売を担えるパートナー企業の育成や他企業との業務提携などにも取り組んでいく方針だ。

サービスソリューション事業では、eコマースにおけるマーケティング分野にいて電子メール配信システムを補完、強化できるような周辺事業を、M&Aを活用しながら拡大していく考えだ。

海外事業においては、今後の経済発展が見込まれる東南アジア市場での展開を進めている。現状は国内事業が好調なことから、人材リソースを海外事業に振り向けられないているが、現地パートナー企業との協業は着々と進めている状況にある。東南アジアにおいてもeコマース市場は急速に拡大を続けているため、電子メール配信システムのニーズを探りながら、本格展開に向けた機会を探っている段階にあると言える。

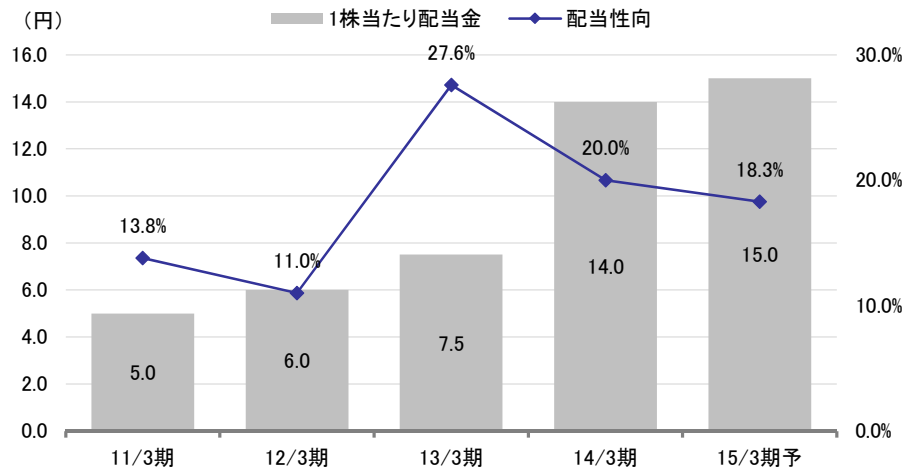
## ■株主還元策

### 収益の拡大が続けば増配が継続される可能性が高い

同社は2014年3月の配当金を直近会社予想の9.0円から14.0円へ大幅増配を発表した。業績予想が会社計画を上回ったことで、普通配当を3円増配したほか、創業来初の売上高1,000百万円達成で記念配当2円を加えた。前期の7.5円から比較すると6.5円の大幅増配となる。2015年3月期に関しても1円増配となる15.0円を予定している。

配当政策に関しては「新規事業投資や研究開発投資などに必要な内部留保を行いつつ、安定的な配当を行っていく」ことを基本方針としている。今後に関しては、開発投資やM&Aなど資金需要をにらみながら、配当性向20%程度の水準を目安に安定配当を行っていく予定であり、収益の拡大が続けば増配が継続される可能性が高い。

## 1株当たり配当金と配当性向



※15/3期の配当性向は会社予想のレンジの中央値で算出

## 損益計算書

(単位：百万円、%)

	11/3期	12/3期	13/3期	14/3期 連結	15/3期予 連結
売上高	616	717	779	1,007	1,150
(対前期比)	3.7	16.3	8.6	29.3	14.2
売上原価	214	218	229	330	
(対売上比)	34.8	30.5	29.5	32.8	
販管費	336	404	414	434	
(対売上比)	54.6	56.4	53.2	43.1	
営業利益	65	93	135	242	262
(対前期比)	16.0	43.2	44.7	78.9	8.4
(対売上比)	10.6	13.0	17.4	24.0	22.8
経常利益	66	99	140	238	262
(対前期比)	17.3	48.6	41.6	70.2	9.9
(対売上比)	10.8	13.8	18.0	23.7	22.8
特別利益	1	0	20	0	
特別損失	0	0	45	16	
税引前利益	68	98	116	222	262
(対前期比)	43.2	44.8	17.5	91.3	18.0
(対売上比)	11.1	13.8	14.9	22.1	22.8
法人税等	2	2	67	90	
(実効税率)	2.9	2.0	57.8	40.5	
少数株主利益	0	0	0	1	
当期利益	66	96	48	130	155
(対前期比)	39.6	45.6	-49.3	167.1	18.7
(対売上比)	10.7	13.4	6.3	13.0	13.5
[主要指標]					
発行済株式数(千株)	1,762	1,774	1,859	1,863	1,888
1株当り利益(円)	36.3	54.6	27.1	70.1	82.1
1株当り配当(円)	5.0	6.0	7.5	14.0	15.0
1株当り純資産(円)	313.6	368.8	376.7	437.2	-
配当性向(%)	13.8	11.0	27.6	20.0	18.3

※12/3期に1:200の株式分割実施 1株当たり数値は分割を遡及して算出

#### 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・表示したのですが、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