

クリエイティブ・レストランズ・ホールディングス

3387 東証1部

2015年10月20日（火）

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
柴田 郁夫

■ 積極的 M&A で成長性のある業態を取り込み、新たな成長ステージに

クリエイティブ・レストランズ・ホールディングス<3387>は、ショッピングセンター内のレストラン及びフードコートの運営を主力とするとともに、M&Aにより獲得した居酒屋業態や飲食店業態も展開している。集客力の高い立地へのこだわりとそれぞれの立地環境（地域特性や顧客属性、競合状況等）に見合った業態の組み合わせによるマルチブランド・マルチロケーション戦略に特徴があり、それが同社の主力事業を支えてきた。現在の店舗数は約190業態で761店舗となっている（2015年8月末現在）。また、最近では、駅前好立地での24時間営業により人気業態となっている海鮮居酒屋など、積極的なM&Aを通じて成長性のある業態を同社の成長に取り込む「グループ連邦経営」により高い成長性を実現しており、同社は新たな成長フェーズに入ったとみられる。

今期（2016年2月期）に入ってから、6月に関西圏に高い認知度を誇る和食レストランチェーン「かごの屋」を展開する（株）KRフードサービス（以下、KR）のほか、8月には人気のテーマパークレストラン「レインフォレストカフェ」等を展開する（株）アールシー・ジャパン（以下、RCJ）を連結子会社化した。

2016年2月期上期の業績は、売上高が前年同期比31.8%増の44,212百万円、経常利益が同31.2%増の3,621百万円と大幅な増収増益であった。同社は、KRを連結化したことに伴い、第1四半期決算の発表時に業績予想（上期及び通期）の増額修正を行っているが、売上高、各利益ともにそれをさらに上回る進捗となった。KRの連結化による業績寄与（2ヶ月分）に加え、順調に店舗数を拡大している海鮮居酒屋業態「磯丸水産」が業績の伸びをけん引している。また、前回の修正業績予想を上回ったのは、主力の（株）クリエイティブ・レストランズ（以下、CR）カテゴリーにおける既存店売上高が想定を上回って好調であったことが主因である。

同社は、上期決算が業績予想を上回ったことや、子会社のSFPダイニング（株）の決算期変更により14ヶ月分が連結対象となることなどを踏まえ、2016年2月期の業績予想に対して2回目の増額修正を行った。修正後の業績予想として、売上高を前期比47.2%増の102,000百万円、経常利益を同64.2%増の7,200百万円と更なる業容拡大を見込んでいる。

同社は、M&Aを通じた「グループ連邦経営」が軌道に乗ってきたことから、今期（2016年2月期）を初年度とする中期経営計画（3ヶ年）を増額修正するとともに、4年後の成長イメージである「VISION 2020」を発表した。1) オーガニックな出店（既存の国内外事業）、2) 国内M&Aの実施、3) 更なる海外展開により、2020年2月期の売上高2,000億円を目指す内容となっている。

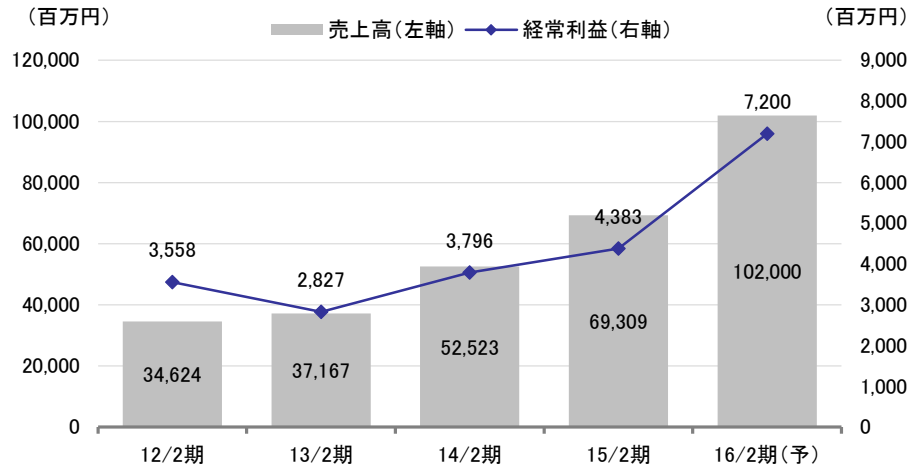
特に、新たな国内M&A及び海外展開の促進への取り組みが、中長期的な同社の成長をけん引する計画となっている。また、既存の主力事業についても、好調な海鮮居酒屋業態による積極的な展開や、新設されるショッピングセンターや既存ショッピングセンターのテナント入れ替えなどをターゲットとして出店余地は十分にあることから着実な伸びを見込んでいる。

2015 年 10 月 20 日 (火)

Check Point

- ・ 通期の業績予想は 2 回目の増額修正を行う
- ・ 磯丸水産の積極的な新規出店が中長期的な成長を牽引
- ・ 中長期的な利益成長に伴う増配の余地は大きい

通期業績の推移



事業概要

RCJ 社の子会社化やインバウンド専門部署を設置

(1) 事業内容

同社は、ショッピングセンター内のレストラン及びフードコートの運営を主力とするとともに、M&Aにより獲得した居酒屋業態や飲食店業態も展開している。持ち株会社として、連結子会社 13 社（その内、海外 4 社）と非連結子会社 1 社、関連会社 3 社（上海及び大連）を束ねている（2015 年 8 月末現在）。

集客力の高い立地へのこだわりとそれぞれの立地環境（地域特性や顧客属性、競合状況等）に見合った業態の組み合わせによるマルチブランド・マルチロケーション戦略に特徴があり、それが同社の主力事業を支えてきた。また、最近では、成長性のある様々な業態を積極的な M&A により同社成長に取り込む「グループ連邦経営」※を推進することで高い成長率を実現している。店舗数は約 190 業態で 761 店舗となっている（2015 年 8 月末現在）。

同社の事業カテゴリーは、1) ショッピングセンター内のレストラン及びフードコートを運営する「CR カテゴリー」、2) 居酒屋業態を運営する「SFP カテゴリー」、3) 様々な飲食店業態を運営する「専門ブランドカテゴリー」、4) シンガポールや香港及び中国等で日本食レストランを運営する「海外カテゴリー」、4 つに分類される。

※ 同社が推進しているグループ経営のことで、ホールディングスの「求心力」と各グループ事業会社の「遠心力」のバランスを取りながら成長を促進するものである。



クリエイティブ・レストランズ・ホールディングス

3387 東証 1 部

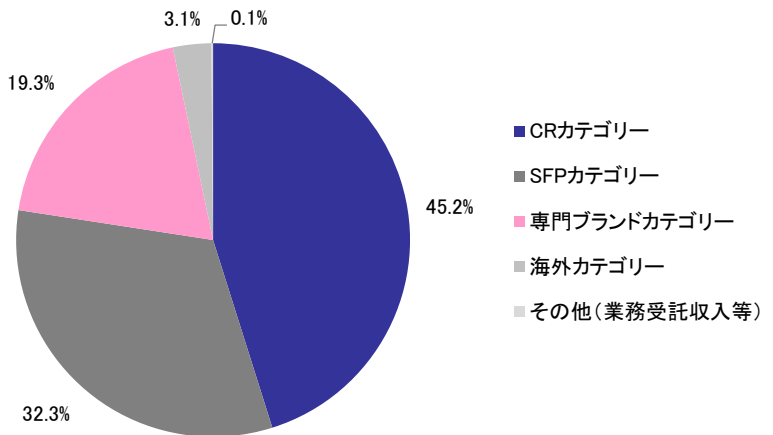
2015 年 10 月 20 日 (火)

事業カテゴリーの概要 (2015 年 8 月末現在)

CR カテゴリー	クリエイティブ・レストランズ (CR) が運営する店舗にて構成。 郊外のショッピングセンターを中心にマルチブランドにてレストラン及びフードコート運営。 2015 年 8 月末の店舗数は 382 店舗。 主要な業態として、「はーべすと」、「しゃぶ菜」、「デザート王国」などがある。
SFP カテゴリー	2013 年 4 月に資本提携した SFP ダイニングが運営する店舗にて構成。 都心繁華街に居酒屋を運営。 2015 年 8 月末の店舗数は 157 店舗。 主要な業態として、海鮮居酒屋「磯丸水産」や手羽先唐揚専門店「鳥良」などがある。
専門ブランド カテゴリー	KR フードサービス (KR)、クリエイティブ吉祥 (CK)、ルモンドグルメ (LG)、イートウオーク (EW)、YUNARI (YNR)、上海美食中心 (SBC)、グルメブランドカンパニー (GBC) にて構成。 主に都市型商業施設を中心に、それぞれの専門ブランドを展開。 2015 年 8 月末の店舗数は合計で 181 店舗。 主要な業態として、和食レストラン「かごの屋」、日本料理専門店「吉祥」、イタリアンレストラン「TANTO TANTO」、野菜をメインとしたイタリアン「AWKitchen」、「つけめん TETSU」、小籠包専門店「南翔饅頭店」、ベーカリー&カフェ「ジャン・フランソワ」などがある。
海外 カテゴリー	シンガポール、香港、中国の海外子会社が運営する店舗にて構成。 2015 年 8 月末の店舗数は合計で 41 店舗。 主要な業態として、「しゃぶ菜」、抹茶の専門店「MACCHA HOUSE」などがある。

主力の CR カテゴリーが売上高の 45.2% を占める一方、SFP カテゴリーが 32.3%、専門ブランドカテゴリーが 19.3%、海外カテゴリーが 3.1% を構成している (2016 年 2 月期上期実績)。

カテゴリー別の売上構成比 (16/2期上期実績)

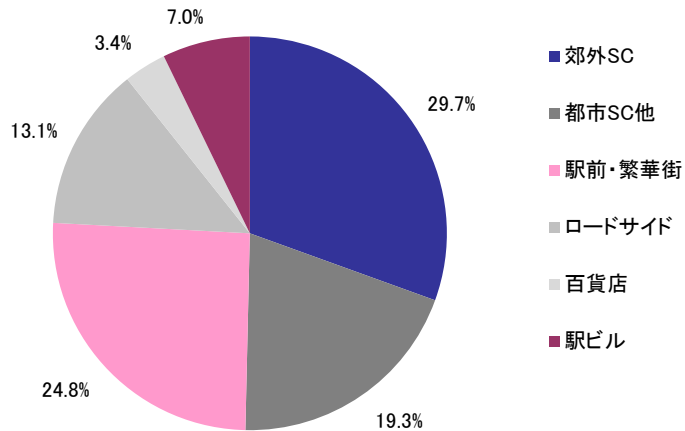


また、立地別店舗数の構成比は、郊外 SC が 29.7%、都市 SC が 19.3%、駅前・繁華街が 24.8%、ロードサイドが 13.1%、百貨店が 3.4%、駅ビル 7.0%、海外 2.8% となっており、従来の商業施設中心から適度に分散が図られてきている (2015 年 8 月末現在)。

2015 年 10 月 20 日（火）

※ アメリカ発祥の熱帯雨林（ジャングル）をテーマとした、動物達や巨大円柱水槽等の内装が特徴的なエンターテイメント型レストランであり、現在、世界各国に約 40 店舗を展開している。

立地別店舗数の構成比(2015年8月末現在)



(2) アールシー・ジャパンの株式取得（連結子会社化）

同社は、前述した「グループ連邦経営」による成長戦略の一環として、2015年6月30日付でKRと資本提携（株式取得）したことに続いて、2015年8月31日にはRCJの全株式を（株）オリエンタルランドより取得して連結子会社化した。

RCJは、東京ディズニーリゾート内にある商業施設イクスピアリにて人気のレストラン「レインフォレストカフェ」※を始めとし、4店舗の飲食店舗を運営している。

本件の目的は、著名な海外ブランド獲得によるブランドラインナップの強化と当社グループの観光立地における事業の強化にあると考えられる。一方、RCJについても、同社のグループ連邦経営に基づくノウハウの共有により、更なる店舗展開と成長が可能であるとの判断が働いたようだ。

RCJの直近期（2015年3月期）の業績は、売上高1,212百万円、営業利益3百万円、経常損失7百万円、純損失14百万円であり、取得原価は65百万円（アドバイザー費用を含む）となっている。

(3) インバウンド専門部署を設置

同社は、観光立地（お台場、神戸など）における店舗で、インバウンド（訪日外国人）の利用を取り込むべく、専門部署を設置し、ツアー会社（約125社）等に積極的に営業活動を実施している。外国人団体客とビュッフェスタイルの相性の良さ（注文を取る時間や言葉の問題が発生しない等）もあって順調に成果が上がっており、お台場3店舗平均のインバウンド売上高比率は25.6%、同じく神戸2店舗平均では17.4%を占めるまでになっている。また、2016年2月期上期の全店舗におけるインバウンド売上高は前年同期比32.3%増の271百万円と伸長しており、堅調な既存店売上高を支えている。

■ 決算概要

16/2期2Qは大幅な増収増益、磯丸水産が業績を牽引

(1) 2016年2月期上期決算の概要

2016年2月期上期の業績は、売上高が前期比31.8%増の44,212百万円、営業利益が同30.1%増の3,378百万円、経常利益が同31.2%増の3,621百万円、純利益が同90.3%増の1,882百万円と大幅な増収増益であった。同社は、KRを連結化したことに伴い、第1四半期決算の発表時に業績予想(上期及び通期)の増額修正を行っているが、売上高、各利益ともにそれをさらに上回る進捗となった。

売上高は、すべてのカテゴリーで伸長したが、KR(専門カテゴリー)の連結化による業績寄与(2ヶ月分)に加え、順調に店舗数を拡大している海鮮居酒屋業態「磯丸水産」(SFPカテゴリー)が大幅な業績の伸びをけん引している。また、前回の修正業績予想を上回ったのは、主力のCRカテゴリーにおける既存店売上高が想定を上回って好調であったことや、高めに見積もっていた原価率を想定以下にコントロールできたことが主因である。全社的な既存店売上高も99.8%(計画では97.4%)と想定を上回るとともに、新規出店数54店舗(計画では50店舗)、M&Aによる店舗取得106店舗により、2015年8月末の店舗数は761店舗(前期末比145店舗増)と大きく拡大した。

損益面では、原材料費の高騰(特に肉類)などにより原価率が上昇したものの想定以下にコントロールしたことに加え、新規出店の前倒しによる出店費用の増加等も増収により吸収したことで経常利益率は8.2%(前年同期は8.2%)を確保した。

2016年2月期決算の概要

(単位:百万円)

	15/2期上期 実績		16/2期上期 実績		増減		16/2期上期 修正後予想		計画差異	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	増減率	金額	構成比	金額	計画比
売上高	33,537		44,212		10,675	31.8%	43,850		362	100.8%
CRカテゴリー	18,166	54.2%	19,969	45.2%	1,803	9.9%	19,643	44.8%	326	101.7%
SFPカテゴリー	10,065	30.0%	14,289	32.3%	4,224	42.0%	14,467	33.0%	-178	98.8%
専門ブランドカテゴリー	4,101	12.2%	8,510	19.2%	4,409	107.5%	8,273	18.9%	237	102.9%
海外カテゴリー	1,179	3.5%	1,392	3.1%	213	18.1%	1,395	3.2%	-3	99.8%
その他	24	0.1%	49	0.1%	25	-	69	0.2%	-20	71.0%
原価	9,280	27.7%	12,540	28.3%	3,260	35.1%	-	-	-	-
販管費	21,658	64.6%	28,293	64.1%	6,635	30.6%	-	-	-	-
営業利益	2,597	7.7%	3,378	7.6%	781	30.1%	3,200	7.3%	178	105.6%
経常利益	2,760	8.2%	3,621	8.2%	861	31.2%	3,430	7.8%	191	105.6%
CRカテゴリー	2,298	12.7%	2,173	10.9%	-125	-5.4%	1,977	10.1%	196	109.9%
SFPカテゴリー	1,025	10.2%	1,662	11.6%	637	62.1%	1,736	12.0%	-74	95.7%
専門ブランドカテゴリー	351	8.6%	709	8.3%	358	102.0%	685	8.3%	24	103.5%
海外カテゴリー	-116	-	13	0.9%	129	-	-32	-	45	-
本社経費等	-799	-	-937	-	-	-	-936	-	-	-
純利益	988	2.9%	1,880	4.3%	892	90.3%	1,610	3.7%	270	116.8%

	15/2期通期 実績	16/2期上期 実績	増減
既存店売上高 (前年同期比)	99.6%	99.8%	-
新規出店	102	54	-
M&A	26	106	-
退店	42	15	-
グループ総店舗数	616	761	145
カテゴリー別店舗数			
CRカテゴリー	364	382	18
SFPカテゴリー	137	157	20
専門ブランドカテゴリー	82	181	99
海外カテゴリー	33	41	8

2015 年 10 月 20 日（火）

※ 1 サンリオとのコラボレーションによるカフェ（ポムポムプリンカフェ）など

※ 2 KR フードサービスは、「かごの屋」ブランドのほかにも、高速道路のサービスエリア向けにフードコートや物販の受託事業（コントラクト）も展開している（現在 3ヶ所）。

カテゴリ別の業績は以下のとおりである。

CR カテゴリは、売上高が前年同期比 9.9% 増の 19,969 百万円、カテゴリ利益が同 5.4% 減の 2,173 百万円と増収ながら減益となった。ただ、計画に対しては、売上高、カテゴリ利益ともに想定を上回った。順調な店舗数の拡大により増収になったものの、原材料費の高騰や採用人件費、順調な新規出店に伴う費用の増加により減益となった。一方、計画を上回ったのは、キャラクターカフェ※¹等の新店が好調であったことや、低価格ランチビュッフェの集客向上策の実施等により既存店が 100.6%（計画では 97.1%）と想定以上に好調に推移したことが主因である。また、肉類等の食材価格高騰についてもメニュー構成の見直し等により想定以下で抑えることができたことも寄与した。2015 年 8 月末の店舗数は、新規出店数 27 店舗、退店 4 店舗により 382 店舗となった。

SFP カテゴリは、売上高が前年同期比 42.0% 増の 14,289 百万円、カテゴリ利益が同 62.1% 増の 1,662 百万円と大幅な増収増益となった。ただ、計画に対しては、売上高、カテゴリ利益ともに想定を若干下回った。「磯丸水産」を軸とした順調な店舗数の拡大が大幅な業績の伸びをけん引している。一方、既存店売上高は 98.5% と堅調ではあったものの、6 月の天候不順の影響が計画を下回る要因となった（ただし、7 月以降は計画を上回って推移しているようである）。2015 年 8 月末の店舗数は、新規出店数 20 店舗、退店ゼロにより 157 店舗となった。

専門カテゴリは、売上高が前年同期比 107.5% 増の 8,510 百万円、カテゴリ利益が同 102.0% 増の 709 百万円と大幅な増収増益となった。計画に対しても、売上高、利益ともに想定を上回った。売上高では、2015 年 7 月から連結化された KR による寄与（2ヶ月間で約 3,800 百万円）が増収に大きく貢献した。また、2014 年 6 月から連結化された YUNARI が期初から寄与（約 400 百万円の上乗せ）したことも増収要因となった。なお、計画を上回ったのは、KR における新店（賤ヶ丘 SA）※²の前倒し等によるものである。一方、利益面でも、KR による利益貢献（約 250 百万円）に加えて、業績が低迷していた EW のリストラ（不採算店舗の閉鎖等）が完了（黒字化）したことが増益要因となった。2015 年 8 月末の店舗数は、新規出店数（M&A を含む）99 店舗、退店 5 店舗により 181 店舗となった。

海外カテゴリは、売上高が前年同期比 18.1% 増の 1,392 百万円、カテゴリ利益が 13 百万円（前年同期は 116 百万円の損失）と増収及び黒字転換となった。計画に対しては、売上高はほぼ想定どおりであったが、利益は想定を上回った。香港及びシンガポールが好調に推移したことが増収に寄与した。また、利益面でも、中国（上海）における不採算店舗の閉鎖や、香港及びシンガポールでのコストコントロールが奏功したことなどにより黒字化を達成した。2015 年 8 月末の店舗数は、新規出店数（M&A を含む）14 店舗、退店 6 店舗により 41 店舗となった。

通期の業績予想は 2 回目の増額修正を行う

(2) 2016 年 2 月期の業績予想

同社は、上期決算が業績予想を上回ったことなどを踏まえ、2016 年 2 月期の業績予想に対して 2 回目の増額修正を行った。修正後の業績予想として、売上高を前期比 47.2% 増の 102,000 百万円、営業利益を同 58.5% 増の 6,600 百万円、経常利益を同 64.2% 増の 7,200 百万円、当期純利益が同 38.4% 減の 4,000 百万円と更なる業容拡大を見込んでいる。なお、当期純利益が減益となるのは、前期における SFP ダイニングの新規上場に伴い、同社保有株式の持分変動利益（一過性利益）が発生したことによるものである。

2015 年 10 月 20 日（火）

前回の増額修正は、2015 年 7 月から連結化された KR による業績寄与（8 ヶ月分）を上乗せしたことによるものであったが、今回の増額修正については、既存店売上が想定を上回って好調に推移していることに加えて、SFP ダイニングの決算期変更により 14 ヶ月分が連結対象となることが要因である。

売上高は、CR カテゴリー及び SFP カテゴリーの店舗数の拡大に加えて、KR の連結化が業績寄与する専門カテゴリーが増収に寄与する想定である。出退店に前提については、好調な海鮮居酒屋業態「磯丸水産」を軸として、新規出店 99 店舗のほか、M&A による取得 109 店舗により期末店舗数 796 店舗（前期末比 +180 店舗）を計画している。また、既存店売上高は前期比 99.4% を見込んでいる。

2016 年 2 月期の業績予想

（単位：百万円）

	15/2 期実績		16/2 期予想						前期比		
		構成比	期初予想		前回修正予想		今回修正予想		期初予想	前回修正予想	今回修正予想
				構成比		構成比		構成比			
売上高	69,309		82,000		96,800		102,000		18.3%	39.7%	47.2%
CR カテゴリー	36,905	53.2%	38,382	46.8%	38,382	39.7%	39,107	38.3%	4.0%	4.0%	6.0%
SFP カテゴリー	22,288	32.2%	30,970	37.8%	30,970	32.0%	35,804	35.1%	39.0%	39.0%	60.6%
専門ブランドカテゴリー	7,422	10.7%	9,374	11.4%	24,209	25.0%	24,702	24.2%	26.3%	226.2%	232.8%
海外カテゴリー	2,483	3.6%	2,974	3.6%	2,974	3.1%	2,863	2.8%	19.8%	19.8%	15.3%
その他	209		297		262		-478		-	-	-
営業利益	4,164	6.0%	5,500	6.7%	6,100	6.3%	6,600	6.5%	32.1%	46.5%	58.5%
経常利益	4,384	6.3%	6,100	7.4%	6,700	6.9%	7,200	7.1%	39.1%	52.8%	64.2%
CR カテゴリー	3,648	9.9%	3,601	9.4%	3,601	9.4%	3,701	9.5%	-1.3%	-1.3%	1.5%
SFP カテゴリー	2,126	9.5%	3,397	11.0%	3,397	11.0%	4,081	11.4%	59.8%	59.8%	92.0%
専門ブランドカテゴリー	415	5.6%	995	10.6%	1,776	7.3%	1,661	6.7%	139.8%	328.0%	300.2%
海外カテゴリー	-147	-	71	2.4%	71	2.4%	140	4.9%	-148.3%	-148.3%	-195.2%
本社経費等	-1,659	-	-1,965	-	-2,146	-	-2,385	-	-	-	-
純利益	6,495	9.4%	3,500	4.3%	3,700	3.8%	4,000	3.9%	-46.1%	-43.0%	-38.4%
既存店売上高（前年同期比）	99.6%		96.9%		97.5%		99.4%		-	-	-
新規出店	102		90		92		99		-12	-10	-3
M&A	26		0		106		109		-26	80	83
退店	42		22		22		28		-20	-20	-14
グループ総店舗数	616		684		792		796		68	176	180
カテゴリー別店舗数											
CR カテゴリー	364		382		382		394		18	18	30
SFP カテゴリー	137		177		177		178		40	40	41
専門ブランドカテゴリー	82		90		198		195		8	116	113
海外カテゴリー	33		35		35		29		2	2	-4

カテゴリー別の業績見通しは以下のとおりである。

CR カテゴリーは、売上高が前期比 8.1% 増の 39,107 百万円、カテゴリー利益が同 4.6% 増の 3,701 百万円を見込んでいる。積極的な新規出店（41 店舗を予定）が業績の伸びに寄与する想定である。

SFP カテゴリーは、売上高が前期比 60.6% 増の 35,804 百万円、カテゴリー利益が同 92.0% 増の 4,081 百万円と増収増益を見込んでいる。好調な海鮮居酒屋業態「磯丸水産」を中心とした積極的な新規出店（41 店舗を予定）が業績の伸びをけん引する見通しである。また、SFP ダイニングの決算期変更により 14 ヶ月分が連結対象になることも上乗せ要因（約 5,400 百万円）となっている。

専門ブランドカテゴリーは、売上高が前期比 197.9% 増の 24,702 百万円、カテゴリー利益が同 232.9% 増の 1,661 百万円と大幅な増収増益と見込んでいる。2014 年 5 月から連結化された YUNARI が通期で寄与することに加えて、2015 年 7 月から連結化された KR が大幅な業績拡大に寄与する見通しである。

2015 年 10 月 20 日 (火)

■ 決算概要

海外カテゴリーは、売上高が前期比 15.3% 増の 2,863 百万円、カテゴリー利益が 140 百万円（前期は 147 百万円の損失）と増収及び黒字転換を見込んでいる。KR の海外店舗（11 店舗）を含めた新規出店が増収に寄与するとともに、中国（上海）における不採算店舗の閉鎖などにより損益改善を図る方針である。

弊社では、上期実績が好調であったことに加え、足元で既存店売上高が好調に推移していることや下期も順調な店舗数の拡大が見込まれること、RCJ の連結化による上乗せが期待できること、SFP ダイニングの決算期変更による特殊要因があることなどを勘案して、同社の業績予想の達成は可能であると判断している。

■ 成長戦略

磯丸水産の積極的な新規出店が中長期的な成長を牽引

同社は、今期（2016 年 2 月期）を初年度とする中期経営計画を推進している。積極的な M&A を通じて成長性のある業態を同社の成長に取り込む「グループ連邦経営」の下、1) オーガニックな出店（既存の国内外事業）、2) 国内 M&A の実施、3) 更なる海外展開により、成長を加速する計画となっている。

2016 年 2 月期の業績予想を大幅に増額修正したことや「グループ連邦経営」が軌道に乗ってきたことを踏まえ、中期経営計画についても増額修正を発表した。最終年度となる 2018 年 2 月期の目標として、売上高 150,000 百万円（修正幅 + 42,000 百万円）、経常利益 10,700 百万円（修正幅 + 1,700 百万円）を掲げており、3 年間の平均成長率では、売上高が年率 29.4%、経常利益が同 34.6% と高い成長率の実現を目指している。

オーガニックな国内外の事業については、好調な海鮮居酒屋業態「磯丸水産」が、積極的な新規出店（年間 40 店舗を予定）により同社の中期的な成長をけん引する想定である。また、主力の CR カテゴリーについても、新設されるショッピングセンターや既存ショッピングセンターのテナント入れ替えなどをターゲットとして、年間 30 ~ 40 店舗の出店により着実な伸びを計画している。

一方、重要な成長戦略として位置付けている M&A については、不確実性があることから、これまでの計数目標の中には織り込んでいなかったが、「グループ連邦経営」が軌道に乗ってきたことから、今回の修正中期経営計画には反映されている。また、海外展開についても、北米や新たな ASEAN 地域への進出などにより更なる拡大を図る方針である。2018 年 2 月期の売上高目標 150,000 百万円の中には、M&A 及び更なる海外展開による上乗せ分として 18,000 百万円が含まれているようだ。

また、同社は 4 年後の成長イメージとして「VISION 2020」も発表した。2020 年 2 月期の目標として、売上高 2,000 億円を目指す内容となっている。

2015 年 10 月 20 日（火）

中期経営計画

(単位：百万円)

	15/2 期 実績	16/2 期 計画		17/2 期 計画		18/2 期 計画		成長率	
		当初 計画	修正後	当初 計画	修正後	当初 計画	修正後	当初 計画	修正後
売上高	69,309	82,000	102,000	95,000	126,000	108,000	150,000	15.9%	29.4%
(伸び率)	32.0%	18.3%	47.2%	15.9%	23.5%	13.7%	19.0%		
経常利益	4,384	6,100	7,200	7,400	8,600	9,000	10,700	27.1%	34.6%
(利益率)	6.3%	7.4%	7.1%	7.8%	6.8%	8.3%	7.1%		
純利益	6,495	3,500	4,000	3,800	4,500	4,700	6,100	-10.2%	-2.1%
(利益率)	9.4%	4.3%	3.9%	4.0%	3.6%	4.4%	4.1%		

■株主還元

中長期的な利益成長に伴う増配の余地は大きい

同社は、業績や今後の事業展開等を勘案し、連結配当性向 30% 程度を目安として安定的な配当を行うことを基本方針としている。2016 年 2 月期は 1 株当たり 10.3 円増配（分割調整後）の年 33.0 円配を予定しており、配当性向でもおおむね 30% の水準を維持する計画である。同社の中期経営計画に基づけば、今後も積極的な事業展開による高い成長率を見込んでいるため、中期的にも利益成長に伴う増配の余地は大きいものと考えられる。

同社は、流動性の向上などを目的として、2016 年 2 月 29 日を基準とした株式分割（1:3）を実施することを発表した。また、それに合わせて、2016 年 8 月 31 日を基準とした株主優待制度の拡充も発表している。8 月末と 2 月末の年 2 回を基準として、100 株以上 500 株未満の株主に 3,000 円分（年間 6,000 円分）、500 株以上 1,500 株未満の株主に 6,000 円（年間 12,000 円）、1,500 株以上 4,500 株未満の株主に 15,000 円（年間 30,000 円）、4,500 株以上の株主に 30,000 円（年間 60,000 円）の食事券を贈呈する内容となっている。

株主優待制度の内容

所有株式数	優待内容 (8 月末、2 月末の年 2 回)
100 株以上 500 株未満	食事券：3,000 円分（年間 6,000 円）
500 株以上 1,500 株未満	食事券：6,000 円分（年間 12,000 円）
1,500 株以上 4,500 株未満	食事券：15,000 円分（年間 30,000 円）
4,500 株以上	食事券：30,000 円分（年間 60,000 円）

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