

インタースペース

2122 マザーズ

2014年7月2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

■ 主力のアフィリエイト広告が好調に推移し大幅増収増益

インタースペース<2122>はアフィリエイト広告大手で、金融・オンラインゲーム業界カテゴリ向けに強みを持つ。ゲームアプリ、メディア事業を強化しているほか、海外事業も中国に続きインドネシア、タイに現地法人を設立し、アフィリエイトサービスを立ち上げ中。

2014年9月期第2四半期累計（2013年10月-2014年3月）の連結業績は、売上高が前年同期比11.9%増の7,879百万円、営業利益が同92.6%増の449百万円と大幅増収増益となった。主力のアフィリエイト広告が好調に推移したことに加えて、今まで赤字が続いていたメディア運営事業が、ゲームアプリ等の好調によって黒字化したことが主因だ。

2014年9月期は、売上高が前期比8.7%増、営業利益が同8.5%増と期初会社計画を据え置いたが、営業利益の第2四半期までの進捗率は70%に達しており、上振れする可能性は大きいと弊社ではみている。

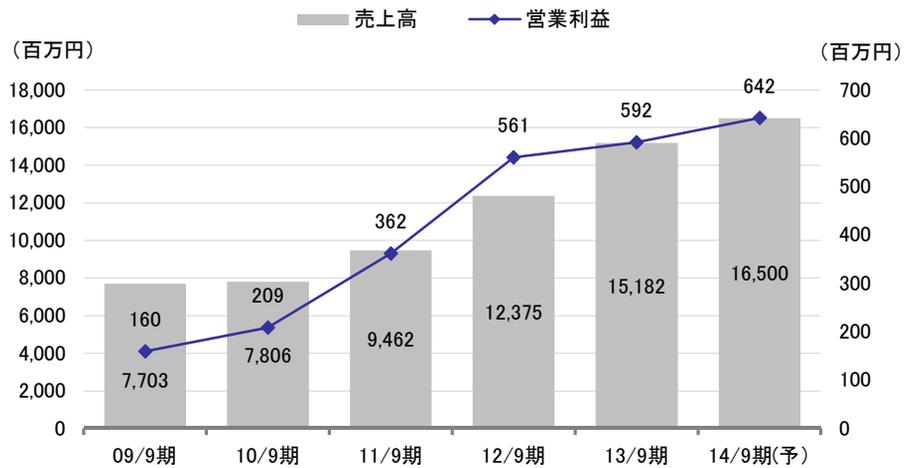
新規事業として新たなストアフロントアフィリエイトサービスを資本提携先であるモギーやサイファと共同で展開していく。モギーが開発したチケット・クーポン用アプリとサイファが持つ飲食店や美容サロンなど店舗広告主をつなげることで、O2Oマーケティングサービスを展開していく。

同社は2016年内の東証1部上場を目標に掲げている。現在は株主数が不足しているため、今後は株主還元にもより積極的に取り組んでいくものとみられる。2014年9月期の配当金に関しては2013年9月期並みの5円を予定しているが、業績が順調に進めば増配も期待される。

■ Check Point

- ・売上高、営業利益、経常利益はいずれも過去最高を更新
- ・メディア広告やソーシャル・アプリの売上高が大幅増
- ・今期も業績が順調に推移すれば増配も十分期待される

業績推移



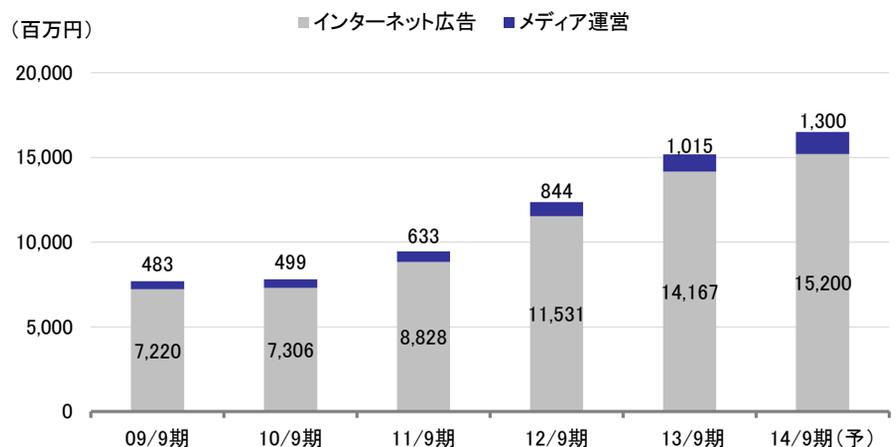
■ 事業概要

インターネット広告事業が売上高全体の9割超を占める収益柱

同社の事業はアフィリエイト広告を中心とするインターネット広告事業とメディア運営事業とに分けられる。直近5期間の売上高及び営業利益の推移を見ると、売上高ではインターネット広告事業が全体の9割超を占め、また、営業利益ではメディア運営事業の赤字をインターネット広告事業が吸収する構図が続いており、インターネット広告事業が同社の収益柱となっていることがわかる。

グループ子会社は5社で、ソーシャルゲームの開発を主に行っている more games (モアゲームス) がメイン子会社であり、その他2社広告事業に関連した子会社(電腦広告社、Ciagram)がある。海外事業では、中国、インドネシア、タイにインターネット広告事業を手がける海外子会社を設立している(海外子会社は2014年第2四半期現在では連結対象外となっている)。

セグメント別売上高





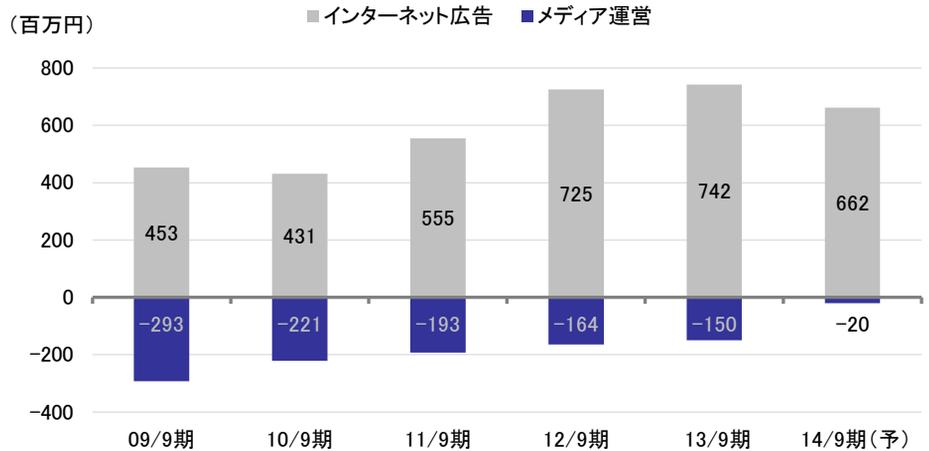
インタースペース
2122 マザーズ

2014年7月2日(水)

※1 検索エンジン最適化 (SEO) : 検索エンジン経由での集客を増やすための施策。希望するキーワードでの検索結果において、より上位に表示されるようにウェブサイトに施す対策、及びその技術を指す。

※2 DSP 広告 : DSP は「Demand-Side Platform (デマンドサイドプラットフォーム)」の略。オンライン広告において、広告主側の広告効果の最大化を支援するツールのこと。

セグメント別営業利益



業種別売上構成比では金融・保険とエンターテイメントで 65 ~ 70% の水準で推移

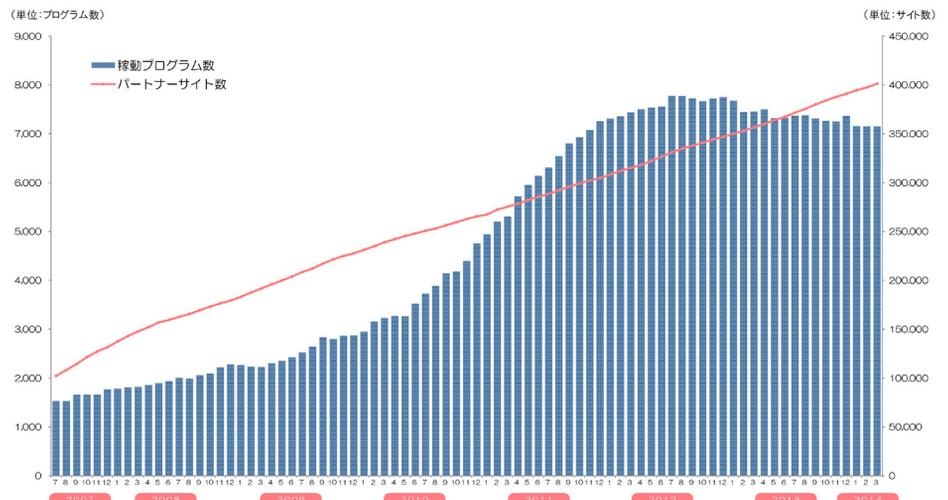
(1) インターネット広告事業

インターネット広告事業では、アフィリエイト広告を中心に検索エンジン最適化 (SEO※1) やリスティング広告、DSP 広告※2 などを手掛けている。売上高の大半はアフィリエイト広告による収入で、アフィリエイト運営事業者のなかでは大手の一角を占めている。

アフィリエイト広告とは成果報酬型のインターネット広告のことで、商品購入や資料請求などの最終成果が発生した件数に応じて広告主が広告を掲載した Web サイト (パートナーサイト) やメールマガジンなどの運営者に対価を支払う形態のことを言う。広告主からこれら広告掲載者に至るまでの中間段階として、アフィリエイトプログラムを提供する同社のような運営業者が介在することになる。

アフィリエイトプログラムとは広告掲載者が自身のサイトに広告を掲載するためのツールであり、使い勝手の良いツールが各運営業者から提供されている。同社は 2001 年にアフィリエイトプログラム「アクセストレード」を開発し、2014 年 9 月末時点で 40 万サイト強のパートナーサイトで使用されている。

広告プログラム数・提携パートナー数の推移



出所：会社資料

2014年7月2日(水)

アフィリエイトの仕組み

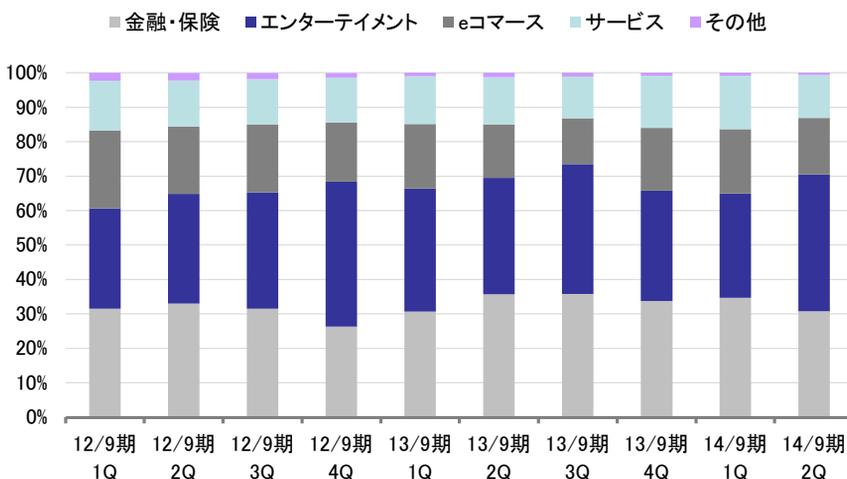


出所：会社資料

同社の収益は広告主からの広告料を売上高として計上し、そのうちパートナーが受け取る報酬額を支払成果報酬として売上原価に計上している。

同社の広告主の業種別売上構成比はグラフのとおりで、金融・保険とエンターテイメントがそれぞれ30%超と大きく、2つの合計で65～70%の水準で推移している。金融・保険ではFX業者やネット系証券会社向けに強く、エンターテイメント向けでは、着うた、地図情報などのアプリプロバイダーやPC向けオンラインゲームに強みがある。

アフィリエイト広告の業種別売上構成比

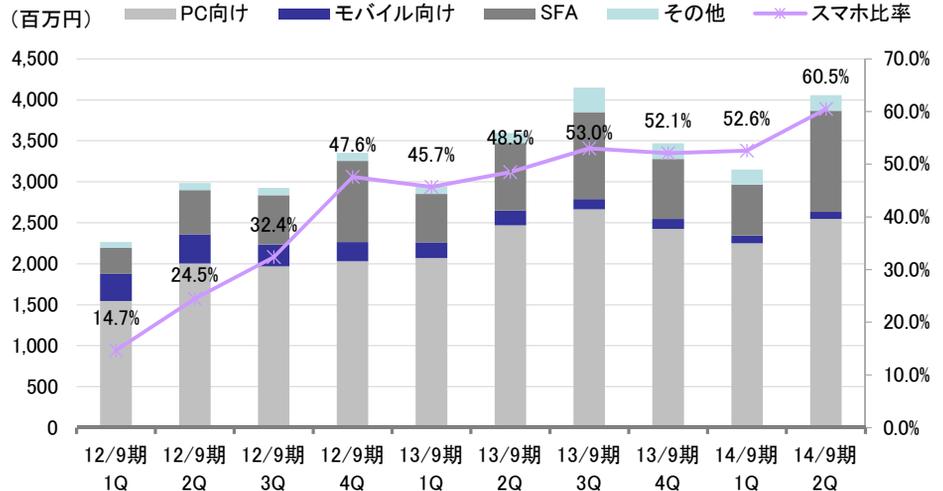


また、同事業の売上高を種類別に分けると、パソコン向け（スマートフォン含む）アフィリエイトと携帯電話（フィーチャーフォン）向けアフィリエイト、ストアフロントアフィリエイト（以下、SFA）、その他広告に分けることができる。SFAとはリアル店舗型のアフィリエイト広告サービスを指す。主に携帯電話販売店にてサービス提供を行っているもので、携帯電話の購入者に対して、広告主が提供するコンテンツアプリやサービスをショップ店員が勧め、ダウンロードやサービスを開始した段階で成果報酬がショップ側に発生する仕組みとなる。店員が直接、顧客に商品を提案することが可能であり、広告主にとっては費用対効果の高い広告サービスとなっている。同社は携帯電話ショップでのSFAに関しては、契約店舗数で約1.1万店舗と業界でもトップクラスのネットワークを形成している。

2014年7月2日（水）

なお、売上高に占めるスマートフォン比率（SFA 含む）はここ数年で急速に上昇し、直近では 60% を超える水準となっている。3 月時点の OS 別比率を見ると、Android が 28%、iOS（iPhone）が 32% となっており、iOS の比率が逆転している。また、SFA に関しては iPhone のような大型商品の発売時期によって、売上高も影響を受ける傾向にあるが、直近では 2～3 割の水準で推移しており、同社の主力サービスの 1 つとなっている。

インターネット広告事業売上高



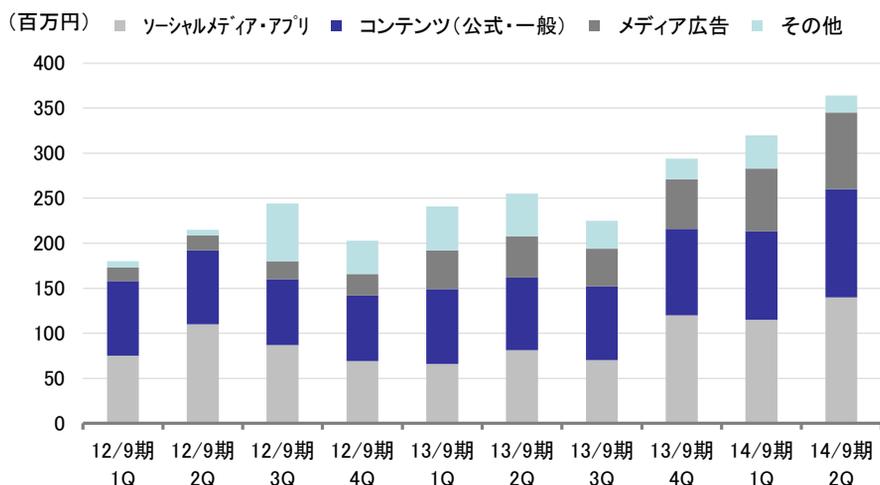
こうしたアフィリエイト広告の収益を伸ばすには、いかに人気の高い Web サイトやブログ運営者をパートナーとして困い込むかが重要な戦略となっている。閲覧者数が多いサイトのほうが成果につながる確率も必然的に高まるためだ。同社の提携サイト数は 40 万サイトを超える水準まで拡大しているが（業界最大はファンコミュニケーションズ〈2461〉は約 200 万サイト）、このうち上位 50 サイト（主要パートナー）で全売上高の約 8 割を占めていることから、その重要性がうかがえる。

ママ向けコミュニティサイトの広告枠販売やソーシャルメディア・アプリ事業が中心

(2) メディア運営事業

メディア運営事業は、自社運営しているママ向けコミュニティサイト「ママスタジアム」の広告枠を販売するメディア広告事業と、子会社の more games が展開するソーシャルメディア・アプリ事業が中心となる。more games では、主に女性向け恋愛シミュレーションゲームの開発のほか、通信キャリアの公式サイト向けゲームコンテンツの開発も行っている。

メディア事業売上高内訳



■ 業績動向

売上高、営業利益、経常利益はいずれも過去最高を更新

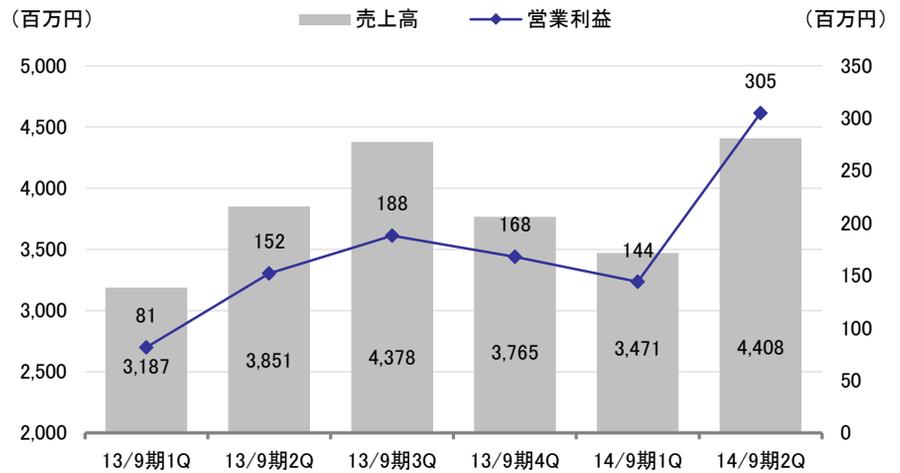
(1) 2014年9月期第2四半期累計業績概要

5月8日付で発表された2014年9月期第2四半期累計の連結業績は、売上高が前年同期比11.9%増の7,879百万円、営業利益が同92.6%増の449百万円、経常利益が同92.1%増の450百万円、四半期純利益が同199.7%増の254百万円となり、半期ベースでは過去最高の業績となった。売上高、営業利益、経常利益はいずれも過去最高を更新し、利益ベースでは期初会社計画を上回るなど好調な決算となった。

2014年9月期第2四半期累計 連結業績

(単位：百万円、円)

	13/9期 2Q 累計		期初計画	14/9期 2Q 累計			
	実績	売上比		実績	売上比	前年同期比	計画比
売上高	7,038	-	8,007	7,879	-	11.9%	-1.6%
売上原価	5,702	81.0%	-	6,242	79.2%	9.5%	-
販管費	1,102	15.7%	-	1,186	15.1%	7.7%	-
営業利益	233	3.3%	313	449	5.7%	92.6%	43.7%
経常利益	234	3.3%	311	450	5.7%	92.1%	45.0%
特別損益	-3	-	-	-2	-	-	-
四半期純利益	85	1.2%	156	254	3.2%	199.7%	63.4%

四半期業績推移


売上高は、主力のインターネット広告事業がスマートフォンの普及拡大を背景に前年同期比10%増と順調に拡大したほか、メディア運営事業も同37.8%増と好調に推移した。利益面でも両事業とも増益となったが、特にメディア運営事業は増収効果によって初の黒字化を達成し、期初計画を上回る要因となった。また、四半期純利益の増益率が高くなっているが、これは同社が連結納税制度を採用しておらず、前年同期に赤字だった子会社の収益改善度合いが大きかったことによる。

四半期ベースの業績を見ると、特に第2四半期の業績が大きく伸びたことがわかる。これは携帯電話の販売が集中した3月に、SFAの売上が大きく伸びたことが要因となっている。

事業セグメント別の動向は以下のとおり。

海外事業では東南アジアを中心に広報活動を積極的に展開

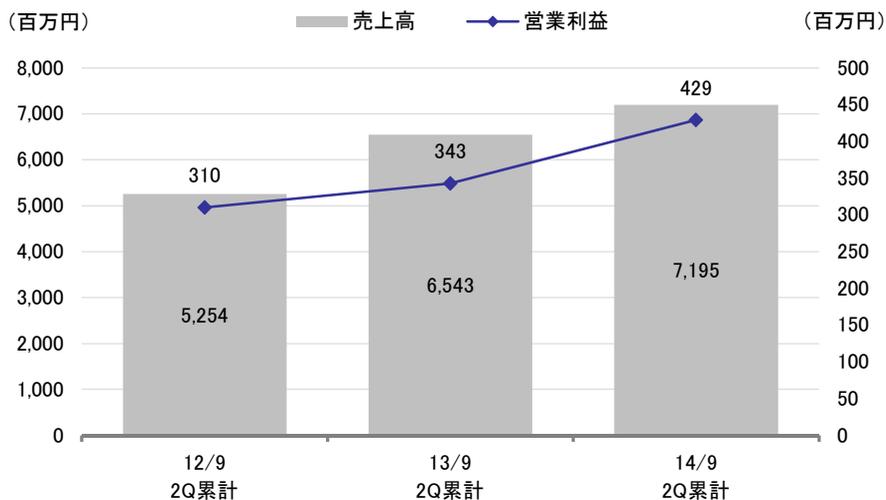
(2) インターネット広告事業

インターネット広告事業の当第2四半期累計売上高は前年同期比10.0%増の7,195百万円、営業利益は同24.9%増の429百万円となった。3月に携帯電話販売が急伸したことにより、携帯電話販売店などで展開するSFAサービスが、前年同期比31.3%増と急増したのが要因だ。SFAサービスでは「エンターテインメント」カテゴリー（着うた、動画配信コンテンツなど）が売上の大半を占めており、当第2四半期では特にスマートフォン向け動画配信コンテンツの広告販売が伸びた。

アフィリエイトサービスも、「金融」カテゴリーが前年の水準が高かったこともあり、1ケタ増と伸び悩んだが、「サービス」（エステ・人材関連など）や「eコマース」カテゴリーなどが10%台の増加となり、全体では前年同期比4.3%増と堅調に推移した。

海外事業に関しては、インドネシアやタイで海外版アフィリエイトサービス「ACCESTRAD」のサービスを開始しており、広告主や有力なアフィリエイトメディアの開拓を進めている段階にある。また、東南アジアを中心に広告系イベントに参加し、周知・広報活動を積極的に展開している。中国子会社ではアフィリエイトサービスから広告代理店機能に軸足を移しており、現在は中国ローカルのゲーム事業者向けに広告販売活動を展開している。各子会社の従業員数はタイが10名、インドネシア8名、中国4名の体制となっている。なお、海外事業に関しては当第3四半期以降に連結対象として、業績に加算される予定となっている。

インターネット広告事業

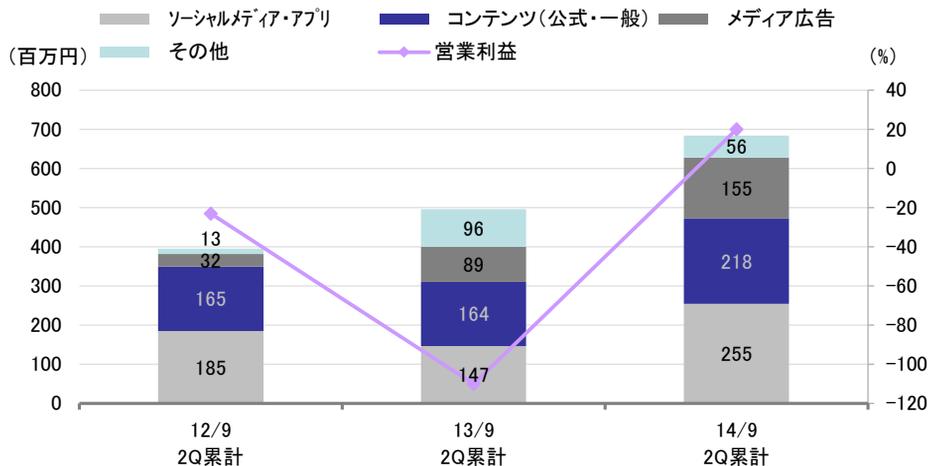


メディア広告やソーシャル・アプリの売上高が大幅増

(3) メディア運営事業

メディア運営事業の当第2四半期売上高は前年同期比37.8%増の683百万円、営業利益は20百万円(前年同期は110百万円の損失)と半期ベースでは初めての黒字となった。メディア広告やソーシャル・アプリの売上高が大幅増となり、損益分岐点を超えてきたことが要因だ。

メディア運営事業



日本最大級のママ向けコミュニティサイト「ママ☆スタジアム」は、2013年9期より他社大型メディアサイト(Yahoo!知恵袋、マイナビニュース等)との連携や芸能人コラムを掲載するなど、コンテンツの改善・拡充に注力したことで、月間ユニークユーザー数が191万人と大幅に増加(前年同月は約120万人)。メディアの媒体価値が上がったことで、メディア広告売上が前年同期比7割強の大幅な伸びを見せた。

また、ソーシャル・アプリの売上高は、女性層をターゲットとした Ameba 向け恋愛ゲーム「愛しのショコラティエ」(2013年7月リリース)や「プリンセス・クローゼット」(2014年1月リリース)がいずれも好調で大幅増収となったほか、「au スマートパス」向け(2014年3月時点で3タイトル提供)のゲームコンテンツの売上高も好調に推移した。「au スマートパス」向けのコンテンツは、主にミニゲームであり、過去に開発した同社のゲームライブラリーより転用できるため開発負担も軽く、安定的な収益源となっている。

メディア運営事業の黒字化が収益性の向上に大きく寄与

(4) 財務状況、経営指標について

2014年3月末の財務状況について見ると、総資産残高は前期末比522百万円増の5,431百万円となった。3月末にかけてSFAサービスを中心に売上が拡大したことで、売掛金が532百万円増加したことが主因となっている。

一方、負債も前期末比308百万円増加したが、このうち買掛金の増加で328百万円となっている。有利子負債は、14百万円減の72百万円と着実に減少が進んでいる。純資産は利益の増加により、前期末比214百万円増の2,646百万円となった。

経営指標を見ると、安全性指標に関しては流動比率、自己資本比率、D/Eレシオとも前期末比ではほとんど変化はないが、いずれも問題のない水準にあり、現預金は2,337百万円と総資産の4割強を占めていることから、財務体質は健全な状態にあると判断される。また、収益性に関しては、営業利益率が5.7%とここ数年では高水準となっている。メディア運営事業の黒字化が収益性の向上に大きく寄与した。とはいえ、同業他社と比較するとまだ同業大手が10%以上の収益性を維持していることを考えれば、依然収益性の改善余地は大きいと言えよう。

[貸借対照表] (連結)

(単位：百万円)

	12/9期	13/9期	14/9期2Q	増減額
流動資産	3,928	4,098	4,617	519
(現預金)	2,366	2,387	2,337	-49
固定資産	616	810	813	3
総資産	4,545	4,908	5,431	522
流動負債	2,164	2,371	2,689	317
固定負債	125	104	95	-9
(有利子負債)	100	86	72	-14
負債合計	2,290	2,476	2,784	308
純資産	2,254	2,431	2,646	214
主要経営指標				
(安全性)				
流動比率(流動資産÷流動負債)	181.5%	172.8%	171.7%	-
自己資本比率(自己資本÷総資産)	49.5%	49.5%	48.7%	-
D/Eレシオ	4.4%	3.5%	2.7%	-
(収益性)				
ROA(営業利益÷総資産)	13.8%	12.5%	-	-
ROE(純利益÷自己資本)	7.7%	8.4%	-	-
売上高営業利益率	4.5%	3.9%	5.7%	-

2014年7月2日（水）

売上高は48%とほぼ計画どおり、営業利益は70%まで達していることから上振れの可能性も

(5) 2014年9月期業績見通し

2014年9月期の連結業績は売上高が前期比8.7%増の16,500百万円、営業利益が同8.5%増の642百万円、経常利益が同7.1%増の639百万円、当期純利益が同61.7%増の319百万円と期初会社計画を据え置いている。第2四半期累計までの進捗率で見ると、売上高は48%とほぼ計画どおりの進捗となっているが、営業利益に関しては70%まで達していることから、上振れ余地は十分あるとみられる。

2014年9月期の業績見通し

(単位：百万円)

	13/9期		14/9期		
	実績	売上比	計画	売上費	前期比
売上高	15,182	-	16,500	-	8.7%
売上原価	12,331	81.2%	-	-	-
販管費	2,258	14.9%	-	-	-
営業利益	592	3.9%	642	3.9%	8.5%
経常利益	597	3.9%	639	3.9%	7.1%
当期純利益	197	1.3%	319	1.9%	61.7%

ただ、第3四半期以降は海外子会社3社の収益が、連結業績に加わることに留意する必要がある。現状、中国、タイ、インドネシアの子会社はいずれも事業の立ち上げ期であり、各社月次で1.5百万程度の損失が出ている状況だ。9月までに同様のペースでいくとすると海外子会社だけで約27百万の利益減要因となる。但し、大規模な投資や人員拡大等は予定しておらず、スモールスタートで事業拡大を推進していく方針とのことだ。

インターネット広告事業に関しては、3月に携帯電話の販売増で急増したSFAサービスの動向が注目される。4月には3月の反動減で落ち込んだものの、5月以降は堅調に推移しているようだ。当面の焦点は、国内スマートフォン市場で高いシェアを持つiPhoneの新機種投入時期となる。市場シェアが高いiPhoneの新機種が発売されれば、リプレース需要も含めて端末の販売が大きく増加するためだ。同社の場合、従来はiPhone向けの広告商材が少なかったため、iPhone投入の影響は小さかったが、3月時点で見ればiPhone向けとAndroid向けで売上が初めて逆転するなど、iPhoneの影響度が高まっているとみられる。発売時期としては8月から9月というのが有力視されており、順当にいけば下期も上期並みの売上増水準をキープできる見通しだ。

また、同社ではSFAの売上拡大を図るため、契約店舗のうちSFAの取扱い実績がない未稼働店舗に直接あるいは販売代理店経由で出向き、SFAに関する教育・研修を実施することで、店舗稼働率の向上と売上増を進めていく施策に取り組んでいる。

そのほか、アフィリエイトサービスに関しては、国内景気の持続的な回復を背景として、引き続き「サービス」や「eコマース」カテゴリーを中心に売上増が見込まれる。

一方、メディア運営事業に関しては、ユニークユーザー数の拡大を背景に「ママ☆スタジアム」におけるメディア広告売上が、下期も好調に推移する見通し。また、ソーシャル・アプリでは、2014年6月にリリースを予定している恋愛ゲーム「ダイヤモンド☆ガール」の売れ行きが鍵を握ることになりそう。課金収入など上期並みのペースでいけば、同事業セグメント全体で下期も30～40百万円の利益が見込まれる。ただ、ここ数年は人員の抑制を行ってきたこともあり、開発リソースなど人員が不足気味になってきていることもあり、収益化が軌道に乗ることが確認できれば、人員を数名程度増員する可能性がある。

■ 今後の事業戦略

更なる成長を図るため携帯ショップ以外の SFA サービスを拡充

(1) SFA (ストアフロントアフィリエイト) サービス

同社の今後の事業戦略としては、SFA サービスの他分野への展開による収益拡大と、メディア事業での安定的な収益モデルの構築、さらには海外事業への展開と3つのテーマに分けることができる。

現在、SFA サービスでは携帯電話ショップを媒介とした広告商材の販売を行っているが、今後はその他の市場でも SFA サービスを展開し、同事業をさらに拡大していきたい考えた。

既にその準備は進めており、2013年11月にO2Oマーケティングソリューションプロバイダーのモギーと資本業務提携を行ったのに続いて、2014年5月にはクーポン情報誌の「クーポンランド」を運営するサイファ社の株式を取得（出資比率1.5%）、資本提携を発表した。「クーポンランド」は都内主要拠点にて、街頭配布や駅構内・カフェ、コンビニエンスストアなど1,000ヶ所を越えるラック流通などによって、月120万部流通しているクーポン情報誌の有力メディアであり、主な広告主は飲食店やヘアサロン、美容サロン、美容クリニックなど一般消費者向けの店舗となっている。

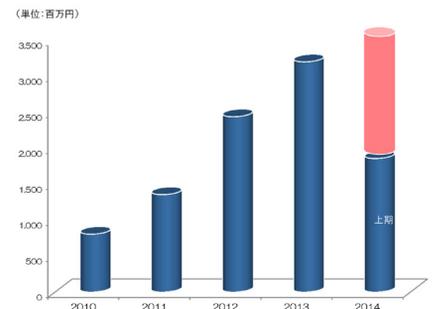
SFA サービス概況

日本最大級のリアルアフィリエイトネットワークを提供



- ・携帯ショップを中心に全国の店舗をネットワーク
- ・対面のプロモーションによる付帯率の向上
- ・継続率UP、費用対効果の高い広告サービス

出所：会社資料



同社は、携帯電話ショップでの SFA サービスに関しては、業界でトップクラスの実績とネットワークを形成しているが、更なる成長を図るため携帯ショップ以外の SFA サービスを拡充していく戦略だ。モギーとの提携によって新たなシステムツールを獲得し、今回のサイファとの提携によってその後ろ側にいる広告主を獲得することが容易となったわけだ。

2014年7月2日（水）

「ママ☆スタジアム」のユニークユーザー数が当初目標をほぼ達成する見込み

(2) メディア運営事業

メディア運営事業では「ママ☆スタジアム」のユニークユーザー数が当初の目標であった200万人をほぼ達成する見込みであり、今後は同サイトのブランディング強化に加えて、蓄積されたCGM（消費者生成メディア）コンテンツを二次利用することによる収益化も期待できる。

ママ向けコミュニティサイト「ママスタジアム」 ～ユニークユーザー数が当初目標の200万人達成間近～

サービス概況



「ママ☆スタジアム」が順調に拡大中！！



人気コラム・他社大型メディアとの連携

出所：会社資料

また、2014年9月期中には新たなバーティカルサイトもリリースする予定となっている。iPhone用アプリとなり、内容は趣味にテーマを絞ったQ&Aサイトになる。無料アプリのため同サイトでの収益寄与はほとんどないが、自社で展開しているターゲティング広告での活用を視野に入れている。

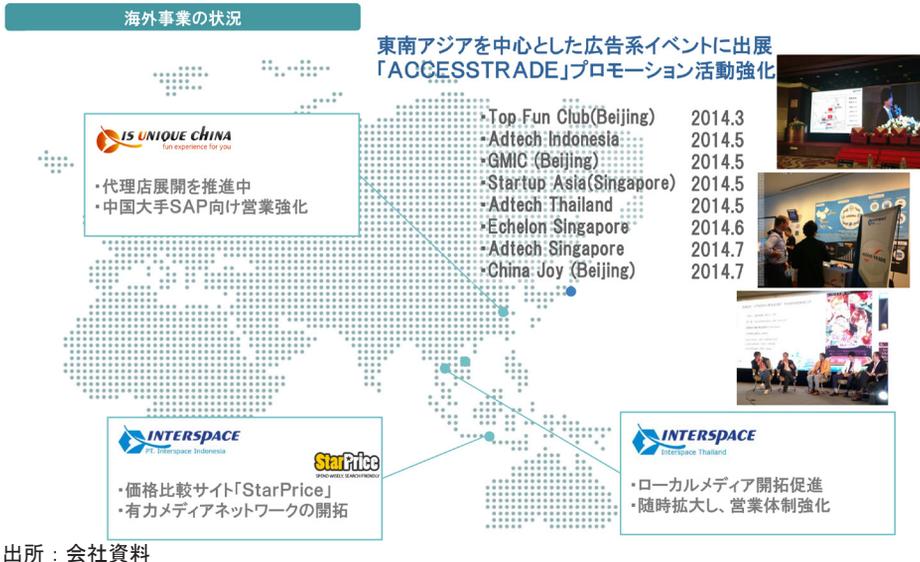
ソーシャル・アプリに関しては、恋愛シミュレーションゲームの横展開（ネイティブアプリ、他社プラットフォームへの提供など）を進めることで、開発コストの効率化を図り、安定した収益基盤の構築を進めていく考えだ。

3年後のグループ売上高に占める海外売上比率20%と3年内の黒字化を目指す

(3) 海外事業

海外事業展開に関しては、前述したようにインドネシア、タイで海外版アフィリエイトサービス「ACCESSTRADE」のサービスを開始し、広告主や有力なアフィリエイトメディアの開拓を進めている段階にある。アセアン地域においてはスマートフォンの普及を背景に、eコマース市場が急速に拡大しているが、まだアフィリエイト広告はほとんど普及していないのが実情だ。ただ、対費用効果の高いアフィリエイト広告はいずれ立ち上がってくるとみられ、同社では国内での経験から1年程度である程度の形が整えば、その後は急速に成長していくものとみている。当面は、3年後のグループ売上高に占める海外売上比率20%と3年内の黒字化を目標としている。

海外事業の概況



■ 同業他社比較と株主還元策

アフィリエイト運営会社の大手 5 社合計での業界シェアは 6 割

(1) 同業他社比較

アフィリエイト運営会社の大手は同社のほかファンコミュニケーションズ <2461>、アドウエイズ <2489>、バリューコマース <2491>、リンクシェア・ジャパン（未上場：楽天 <4755> の子会社）の 4 社が挙げられ、それぞれ売上規模は 100 ～ 300 億円の間でひしめき合っている。同社も含め 5 社合計での業界シェアは 6 割程度とみられる。

各社の特徴を見ると、ファンコミュニケーションズは提携サイトが約 200 万サイトと業界最大。中小企業向け広告ビジネスを長くやっており、eコマース向けの依存度が比較的高い。アドウエイズはモバイル向け比率が約 5 割（対国内広告売上）と高く、ゲーム系に強みを持つ。モバイル系の比重が高いため、利益率も相対的に低くなっている。バリューコマースはヤフー <4689> の子会社であり、パソコン向けの比率が 8 割弱（件数ベース）と圧倒的に高い。また eコマースに強いのが特徴で、ファンコミュニケーションと並んで高い収益性を維持している。

これら上場 3 社の中で、インタースペースの利益率が低いのは、メディア事業の収益性が低かったことに加えて、インターネット広告事業においても、提携サイト開拓や広告主開拓のために人を多くかけており、売上規模に対して人件費率が相対的に高いことが要因になっているとみられる。同社では顧客とのつながりを重視しており、広告効果の検証並びに改善案を広告主に提案するなど、顧客サービス品質の維持向上に努めている。前述したように 2014 年 9 月期は収益性も上昇しており、今後は販路の拡大や新サービスの開発を進めていくことで、事業規模の拡大と同時に収益性の向上を目指し、上位企業をキャッチアップしていく戦略だ。

同業他社比較

	決算期	売上高	伸び率	経常利益	伸び率	利益率	EPS	DPS	PER
インタースペース <2122>	13/9期 14/9期(予)	15,182 16,500	22.7 8.7	597 639	7.5 7.1	3.9 3.9	29.29 47.26	5.0 5.0	- 23.9
ファンコミュニケーションズ <2461>	13/12期 14/12期(予)	22,721 30,300	56.9 33.4	4,126 5,550	79.1 34.5	18.2 18.3	33.80 45.04	14.0 18.0	- 38.2
アドウェイズ <2489>	14/3期 15/3期(予)	31,521 40,000	39.2 26.9	840 2,000	95.7 138.1	2.7 5.0	14.45 31.90	0 未定	- 56.1
パリュール <2491>	13/12期 14/12期(予)	12,013 13,800	26.4 14.9	1,521 1,810	43.9 18.9	12.7 13.1	29.09 34.95	9.5 11.0	- 29.0

注) 予想 PER は 7 月 1 日終値株価を基に算出, アドウェイズの 15/3 期予想は四季報ベース

今期も業績が順調に推移すれば増配も十分期待される

(2) 株主還元策

配当金に関しては、業績動向や資金ニーズ、将来の事業展開のための内部留保等を総合的に勘案して決定するとしている。2011年9月期に配当を初めて実施してから、3期連続で増配を実施しているが、2014年9月期も業績が順調に推移すれば配当性向 20% を目安として増配する可能性が高い。

また、同社は 2016 年を目途に東証 1 部上場を目指している。1 部上場の条件として足りていないのは株主数だけとなっている。3 月末の株主数は 1,600 名強であり、1 部上場基準の 2,200 名までもう一段の増加が必要となる。現預金は 2,000 百万円以上をキープしており配当余力は十分あるだけに、今後は株主還元も積極的に行いながら、株主数の増加を進めていくものと考えられる。

[損益計算書] (連結)

(単位: 百万円、%)

	10/9 期	11/9 期	12/9 期	13/9 期	14/9 期(予)
売上高	7,806	9,462	12,375	15,182	16,500
(対前期比)	1.3	21.2	30.8	22.7	8.7
売上原価	6,034	7,312	9,805	12,331	-
(対売上比)	77.3	77.3	79.2	81.2	-
販管費	1,561	1,787	2,008	2,258	-
(対売上比)	20.0	18.9	16.2	14.9	-
営業利益	209	362	561	592	642
(対前期比)	30.8	72.7	55.0	5.4	8.5
(対売上比)	2.7	3.8	4.5	3.9	3.9
経常利益	216	372	555	597	639
(対前期比)	33.5	72.1	49.2	7.5	7.1
(対売上比)	2.8	3.9	4.5	3.9	3.9
特別利益	1	0	2	0	-
特別損失	1	90	63	75	-
税引前利益	215	282	494	522	-
(対前期比)	-	31.0	74.8	5.5	-
(対売上比)	2.8	3.0	4.0	3.4	-
法人税等	150	-151	349	329	-
(実効税率)	69.8	-53.5	70.7	63.2	-
当期純利益	65	435	166	197	319
(対前期比)	-	569.4	-61.7	18.2	61.7
(対売上比)	0.8	4.6	1.3	1.3	1.9
発行済株式数(千株)	6,680	6,770	6,892	6,934	-
1株当たり利益(円)	10.04	66.84	24.98	29.29	47.26
1株当たり配当(円)	0.00	3.25	4.00	5.00	5.00
1株当たり純資産(円)	253.89	318.04	335.34	360.24	-
配当性向(%)	0.0	4.9	16.0	17.1	10.6
ROE(%)	4.0	23.3	7.7	8.4	-

注) 2013年4月1日付で1株につき200株の割合を実施。2012年9月期以前の1株データは、当該株式分割に伴う影響を加味し、遡及修正を行った場合の数字を掲載

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