

きちり

3082 東証 1 部

2014 年 9 月 8 日 (月)

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

■ 競争が激しい業界のなかで着実に成長、人材面における高いマネジメント能力に注目

きちり<3082>は、女性客層をターゲットとしたカジュアルダイニング「KICHIRI」を関西、首都圏で展開する。高品質な料理とおしゃれ感を演出した店舗づくり、「おもてなし」の接客が顧客の支持を集め、競争が激しい居酒屋業界のなかでも着実に成長を続け、今後は首都圏での出店を加速していく。

第 2 の収益柱として育成中のプラットフォームシェアリング事業（以下、PFS 事業）は、IT やクラウドを駆使して作り上げた外食特化型の自社インフラをアンテナショップなどを目的にレストランの出店を検討している他業種企業や本部機能の合理化を考えている同業他社に提供するサービスで、利用企業にとっては、効率的・合理的な店舗運営が出来るといったメリットがあり、今後の成長事業として注目される。

2014 年 6 月期の業績は、売上高が前期比 11.1% 増の 6,913 百万円、営業利益が同 15.0% 減の 480 百万円と増収減益決算となった。天候不順の影響もあり既存店の売上高は前期比 4% 減と低迷したものの、新規出店効果により増収を継続した（期末店舗数は前期末比 2 店舗増の 70 店舗）。減益要因は、既存店売上高の前期比割れによる固定費率の上昇による。一方、PFS 事業については、引き合いについては多かったものの、売上高としては前期比横ばい水準にとどまった。

2015 年 6 月期は売上高が前期比 8.5% 増の 7,500 百万円、営業利益が同 45.7% 増の 700 百万円と 2 期ぶりの最高益更新を目指す。既存店舗売上高は前期比 1.5% 減、新規出店 10 店舗を計画しているほか、PFS 事業での増収を見込んでいる。

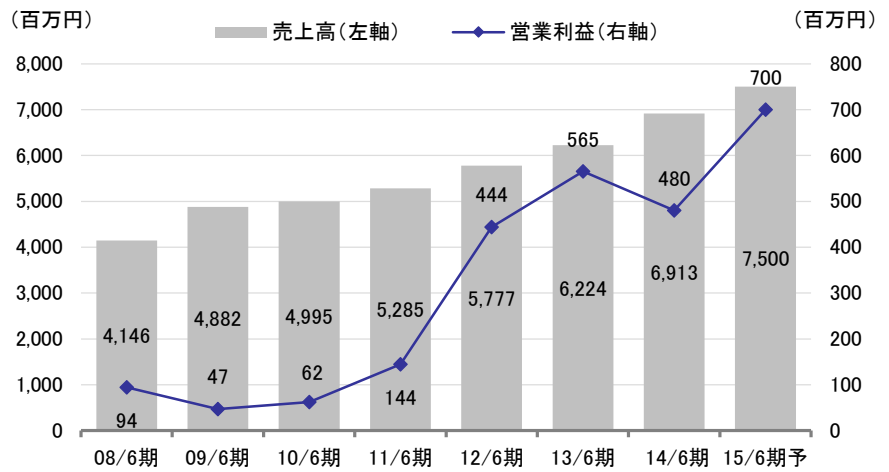
中期計画の最終年度となる 2018 年 6 月期には売上高 10,000 百万円、営業利益 1,500 百万円を目指す。直営店舗数は首都圏を中心に 100 店舗まで増やしていく方針。ここ最近では、大手居酒屋チェーンが人手不足を理由に店舗数縮小に動いていることも、出店を進める同社にとっては追い風となる。また、人材の確保が業界全般の経営課題となっているが、同社においては 2 年前より新卒採用に注力してきたことでその影響が限定的であること、さらに独自の教育体制や人事評価制度の導入により、退職率の抑制を実現。企業の成長の根幹をなす人材の採用、育成面において、高いマネジメント能力を有していることは注目されよう。

株主還元策では、配当性向を現状の 20% から中期的には 30% 程度まで引き上げていく方針としている。また、株主優待として同社グループ店舗で利用できる 3,000 円分の優待券を 100 株以上の株主に贈呈している（近隣に店舗がない場合は同社事業の関連商品）。現在の株価水準（550 円）で見れば、総投資利回りは約 7% と高利回りとなっている。

■ Check Point

- ・ 2015 年 6 月期は過去最高益の更新へ
- ・ 早期から新卒採用に注力、独自の人事評価制度で退職率は大幅に低下
- ・ 大手居酒屋チェーンで店舗数を縮小する動き、「KICHIRI」は出店ペース加速も

業績推移

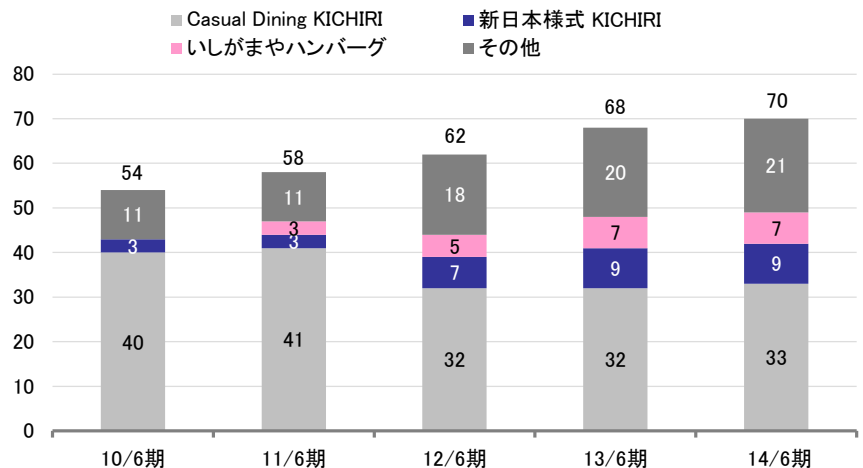


■ 事業概要

「KICHIRI」など自社ブランド店舗と提携企業のブランド活用店舗を展開

同社の事業セグメントは、飲食事業とその他事業に区分されており、現時点では売上高の99%を飲食事業で占めている。主な店舗には関西、首都圏で展開する居酒屋「KICHIRI」と首都圏のショッピングモール内で展開するレストラン「いしがまやハンバーグ」などの自社ブランド店舗のほか、後述する PFS 事業で提携した企業のブランドを活用した店舗が含まれる。2014 年 6 月末時点の地域別店舗数では、関西で 42 店舗（前期末比 1 店舗減）、首都圏で 28 店舗（同 3 店舗増）とまだ関西のほうが多いが、売上高ベースでは関西と首都圏でほぼ半々の比率となっている。

直営店舗数推移



※12/6期より「Casual Dining KICHIRI」から一部店舗をその他に組み替えている

主力店舗である「KICHIRI」は女性客を主要ターゲットに、高品質な料理とおしゃれ感を演出した店舗づくり、「おもてなし」の接客を重視することで、関西圏で高い支持を得たあと、2006 年より東京に進出を果たしている。また、平均予算で 3,500 円前後と比較的低価格帯で若者客を主要ターゲットとした店舗となる「Casual Dining KICHIRI」と、平均予算 5,000 円前後でラグジュアリー感を持たせ、企業の接待ニーズなどにも応えることができる「新日本様式 KICHIRI」と 2 つの業態で展開している。

その他事業の売上高の大半は今後の成長が期待される PFS 事業となる。PFS 事業は、ブランド・コンテンツ活用型とクラウドサービス展開型の 2 つの事業モデルに分けられている。

○ブランド・コンテンツ活用型事業

ブランド・コンテンツ活用型事業とは、健康分野やエンターテインメント、第 1 次産業分野などで強いブランド・コンテンツを持った企業と業務提携し、レストランビジネスを展開することによって、当該ブランド価値を高めていく新たな販促手法。2012 年に東京丸の内オープンした「タニタ食堂」の成功で一躍脚光を浴びた。提携先企業にとっては店舗運営を同社に任せることで、店舗運営リスクを抱えることなく、ブランド力の向上が期待できることになる。

店舗運営に関しては、既存の KICHIRI プラットフォームを活用するため、業務管理コストや食材の仕入コストなどを独力で店舗運営するよりも低く抑えられること、また、ブランド価値訴求型の店舗であるため、価格も維持しやすく、収益を維持しやすいビジネスモデルになっているのも同事業の特徴となっている。

2013 年 6 月期はタニタ食堂の 2 店舗目を東京・五反田 (NTT 東日本関東病院内) に開店したほか、イタリアのファッションブランド「Orobianco (オロビアンコ)」と本格イタリアンレストランを、精米機で世界トップシェアのサタケと「おむすびの GABA」を、福岡「はかた地鶏」の生産者である福栄組合とアンテナショップ「福栄組合」のプロデュース並びに店舗運営で提携した。

契約内容は一律ではないが、店舗運営コストなど 1 店舗目について提携先が負担するケースが多い (同社の売上高としてはプラットフォームの使用料を計上)。また、2 店舗目以降はきちりが直営店舗として展開していくことも可能となっている。提携先企業にとっては店舗を増やして収益を拡大するのが目的ではなく、あくまでもブランドの価値向上が目的である場合が多いためだ。なお、売上高に関しては、きちりが直営で店舗運営費用を負担する場合は、飲食事業に含まれることになる。

○クラウドサービス展開型事業

クラウドサービス展開型事業とは、きちりがすでに自社で構築しているバックオフィス (会計処理、給与管理等) やバックヤード (仕入・物流システム)、バックアップ企業 (銀行や取引企業等) などのプラットフォームを、「外食向けクラウド」として安価な料金で提供するサービスのこと。自社のプラットフォームを同業他社に貸し出すビジネスモデルは業界でも同社が初めてとされる。

同サービスを利用するメリットは、自社で同様のシステムを構築するよりも低コスト・低リスクで利用できるため、安定収益を迅速に確立することができる点が挙げられる。例えば、30 ~ 50 店舗規模の飲食チェーン店が独自で食材を調達するよりも、きちりのプラットフォームを利用して共同調達をしたほうが調達コストは低くなる。プラットフォーム参画企業店舗数分のスケールメリットが生かせるためだ。特に、人件費だけでなく、食材、物流コストの上昇が続くなかで、中小規模の外食チェーン店の収益環境は厳しさを増しており、PFS 事業の潜在需要は大きいと思われる。

2014年6月末で契約店舗数は首都圏を中心に約100店舗（社数では5社）となっており、きちりの直営店舗70店舗と合わせて約170店舗のバイイングパワーを備えたプラットフォームとなっている。同プラットフォームシステムに関しては300店舗程度までの処理能力があるため、追加コストも発生せず、利益率の高いビジネスモデルになっているのが特徴と言える。なお、サービス料金に関しては各企業によって店舗数やニーズが変わってくるため、個別対応での料金体系となっている。

きちり

3082 東証1部

2014年9月8日（月）

■ 市場環境

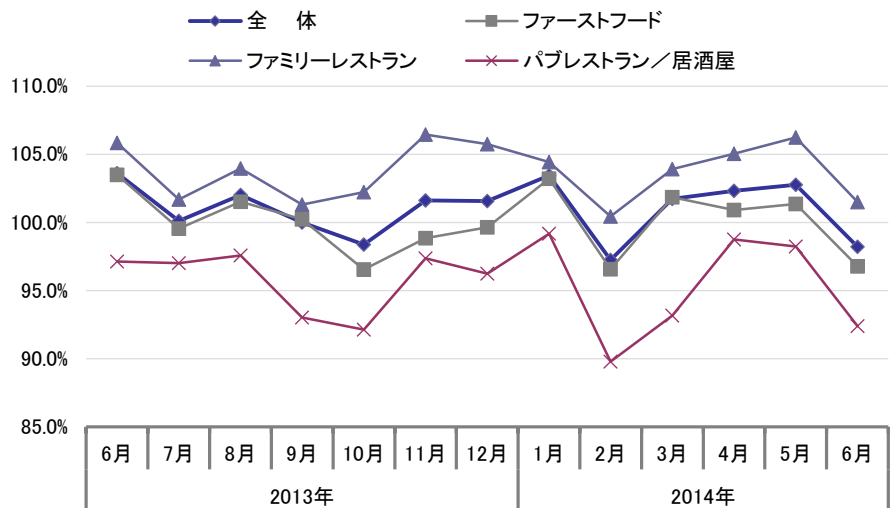
魅力的なサービス訴求とリピート率の向上がポイント

日本フードサービス協会の調べによると、外食業界の直近1年間の売上高伸び率は、全体ではほぼ前年同月並みで推移しているものの、居酒屋業界においては引き続き5%前後のマイナスが続いている。国内消費動向にはやや明るさが取り戻され、ファミリーレストランでは単価の高いメニューが売れ始めるなど、消費トレンドが従来の低価格指向一辺倒から変わってきてはいるものの、居酒屋業界においては客単価のマイナス成長が続いており、いまだ熾烈な価格競争が繰り上げられていることが要因の1つとみることができる。

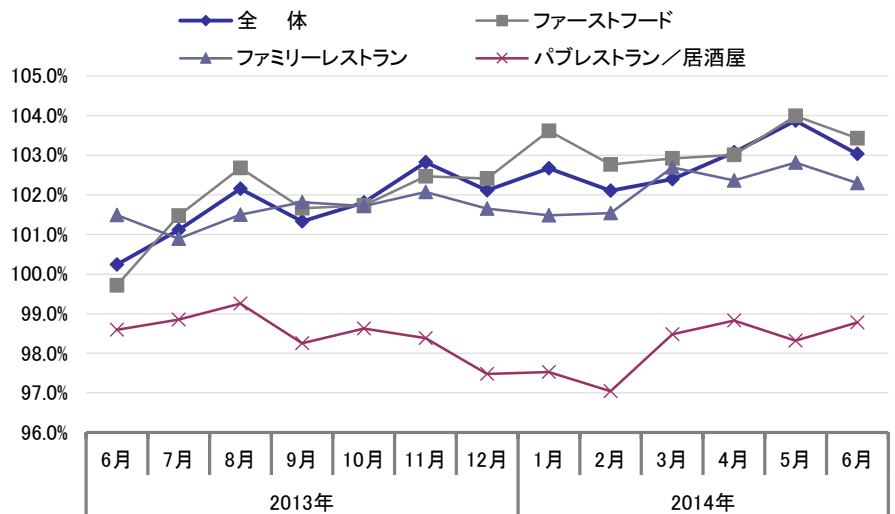
とはいえ、一方で店舗運営スタッフなどの人材不足により、店舗を縮小する大手チェーンが出始めるなど、従来のような低価格路線のビジネスモデルが限界になってきているのも事実で、業界大手は軒並み厳しい収益環境に立たされている。こうしたなかで、同市場においては、魅力的なサービスをいかに顧客に訴求し、リピート率の高い店舗づくりを行っていくことができるかが、より重要になってくるものと思われる。

また、後述するが人材不足が深刻化するなかで、教育体制や人事評価など人事面での経営能力が今まで以上に重要になってきており、企業の成長のカギを握ってくるものと思われる。

売上高前年同月比伸び率



客単価前年同月比



■ 決算概要

新店は順調に推移も販管費が増加

(1) 2014 年 6 月期業績概要

8月8日付で発表された2014年6月期の業績は売上高が前期比11.1%増の6,913百万円、営業利益が同15.0%減の480百万円、経常利益が同14.8%減の515百万円、当期純利益が同14.0%減の296百万円となった。売上高は2007年の上場以来、連続で過去最高を更新したが、利益ベースでは5期ぶりの減益となった。また、2月の大雪の影響や新規出店が計画より進まなかったことで、会社計画に対しては売上高、利益ともに若干下回る格好となった。

売上高については、既存店が台風や大雪など天候不順の影響により前期比4%減と低迷したものの、2013年6月期の期中に出店した新店がフル寄与したことと、2014年6月期に新規出店した店舗が順調に立ち上がったことで、前期比11.1%増収を達成した。

食材の仕入れコストとなる売上原価率は、25.5%と前期並みの水準となった。輸入食材や野菜価格高騰の影響はあったものの、機動的にメニュー調整を行うことによって、コスト上昇分を吸収した格好だ。一方、販管費率については前期比2.1ポイント上昇の67.6%となった。既存店売上の前期比割れによる固定費率の上昇に加え、店舗拡大に伴う人件費や地代家賃、水道光熱費、減価償却費等の増加、そしてPFS事業の人材強化による一時的な採用コスト増などが増加要因となった。

2014年6月期業績

(単位：百万円)

	13/6期		14/6期			
	実績	構成比	会社計画	実績	構成比	伸び率
売上高	6,224	-	7,100	6,913	-	11.1%
売上原価	1,585	25.5%	-	1,761	25.5%	11.1%
(人件費)	1,553	24.9%	-	1,763	25.5%	13.5%
販管費	4,074	65.4%	-	4,671	67.6%	14.7%
営業利益	565	9.1%	540	480	6.9%	-15.0%
経常利益	605	9.7%	580	515	7.5%	-14.8%
当期純利益	344	5.5%	348	296	4.3%	-14.0%

注) 会社計画は2014年2月時点

きちり

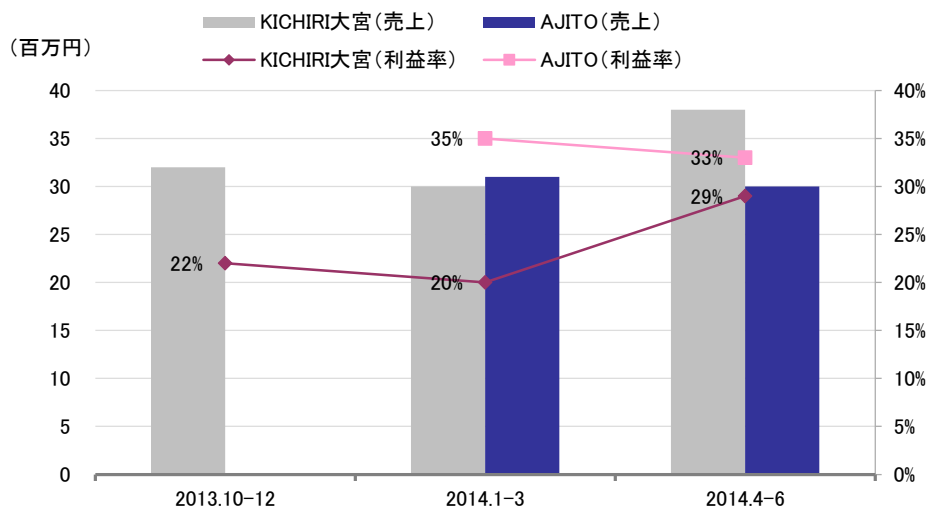
3082 東証1部

2014年9月8日(月)

当期の新規出店は、2013年7月にKICHIRI大宮(大宮)、10月にAJITO大和八木(奈良)、12月に福栄組合池袋(池袋)、2014年3月にigu&peace(渋谷)の4店舗と期初計画の10店舗を下回った。これは同社が出店の判断基準として第1に収益性を重視しており、当期は出店条件に合う物件が出てこなかったためだ。

新店の立ち上がりについては、いずれも会社計画を上回る順調な立ち上がりを見せている。KICHIRI大宮、AJITO大和八木などではオープン翌月から高い収益性を実現し、収益に貢献しており、同社のブランド力、認知度が向上してきている証左と言える。また、同社がターゲットとする客層とマッチするかどうか、マーケティング調査的な意味合いも含めて2013年6月に新店出したKICHIRI錦糸町(東京)では、オープンから半年程度は客足が鈍かったものの、認知度の向上とともに客数が増加し、現状では利益率で20%以上と平均レベルに達している。このことから、同社では店舗コンセプトの認知度が広がりさえすれば、首都圏での店舗展開が十分可能と判断。今後は都心部から各沿線の主要ターミナル駅など、乗降客数の多い駅から優先的に積極展開していく計画を立てている。

新規出店店舗の立ち上がり状況



2014 年 9 月 8 日 (月)

また、当期に出店した「igu&peace」は新業態の店舗となる。店舗のコンセプトとしては、「大人の遊び場」で、バスタブ付きの個室やブランコ型のカップルシート、バーカウンターなど遊び心あふれる空間を演出、インパクトのある料理とともに提供する「価値訴求型」の店舗となる。ほぼ同様の店舗コンセプトで関西圏では「AJITO」という店舗を 2 店舗出店している。「価値訴求型」店舗を出店した背景には、「中食」市場の拡大などによって「食」の魅力だけでは客数を伸ばすことが難しくなってきたことがある。従来は低価格化路線により、客を呼び込む戦略を取る企業が多かったが、現状は低価格化に魅力を感じる消費者が少なくなっており、新たな価値を店舗に求める時代になってきたと言える。その 1 つが、非日常の空間を提供する「AJITO」であり「igu&peace」というわけだ。「食」にプラスアルファする付加価値を提供することにより、比較的高い客単価でも収益が上がる格好となる。前述した「AJITO 大和八木」は新店であるにもかかわらず、利益率が 30% を超えており、現段階では収益性の高い業態と位置付けられる。

なお、PFS 事業の売上高は前期比横ばいの 70 百万円程度となった。PFS 事業に関する問い合わせは増加したものの、契約までに時間がかかっており、ブランド・コンテンツ型、クラウドサービス型ともに当期の新規契約の上積みはなかった。

2015 年 6 月期は過去最高益の更新へ

(2) 2015 年 6 月期の業績見通し

2015 年 6 月期の業績は売上高が前期比 8.5% 増の 7,500 百万円、営業利益が同 45.7% 増の 700 百万円、経常利益が同 35.8% 増の 700 百万円、当期純利益が同 41.9% 増の 420 百万円と 2 期ぶりに過去最高益を更新する見通し。

KICHIRI など既存店舗の売上高は前期比 1.5% 減を前提としている。また、新規出店数は首都圏を中心に 10 店舗、設備投資額としては 500 百万円程度を予定している。このうち既に 7 店舗は契約を済ませており、うち 10 月に 2 店舗、11 月に 1 店舗をオープンする予定となっている。今期の新規出店のなかにはオムライス専門店など新業態の店舗も出店する計画となっている。

また、PFS 事業については、ブランド・コンテンツ型で新規に 3 案件、クラウドサービス型では約 100 店舗を上積みする計画となっている。売上高としては 100 百万円程度と前期比で約 4 割増となる見込み。同事業は利益率が高いため、全体の利益率向上にも寄与することになる。

早期から新卒採用に注力、独自の人事評価制度で退職率は大幅に低下

○人材採用難の影響について

なお、昨今の労働市場では人手不足が様々な業界で顕在化しており、外食業界においても同様の状況にある。人手不足を理由に店舗の閉鎖を余儀なくされるケースも出てくるなど、人材確保が今まで以上に重要な経営課題になっていると言えよう。このため、今後は人材を確保できる企業とそうでない企業で収益格差が一段と広がっていくことが予想される。

そのような面において、同社は 2 年前から新卒採用に注力し始めるなど早期から対策を打ってきたことが奏功し、現時点において採用難の影響は限定的にとどまっている。約 200 名の正社員に対して 2014 年春は 53 人の新卒者を採用、2015 年春も 80 名の採用を予定するなど、正社員数の増強を積極的に進めている。パートや中途採用の採用難は続いているが、こうした新卒者の増強によって同社ではこうした問題がある程度カバーしている。

また、退職率をいかに抑制できるかも重要なポイントとなる。退職率が高ければ、補充採用する人員に対する採用費や教育研修費などのコストがかかるほか、生産性向上も進みにくいためだ。同社では退職率を抑制するための取り組みとして、独自の人事評価システムを導入しているほか、社員旅行の実施や、アルバイト社員の退職者に対しても「パートナー卒業式」と銘打った感謝パーティーを年に 1 回開催するなど、すべての社員とのつながりを大切にしている。人事教育面では「きちり MBA」と呼ぶ制度を導入している。社内での業務改善プロジェクトや各種イベント企画など様々な提案を、社員一人ひとりが自由に行えるようにし、全社員が共有できるシステムを作っている。提案者のプロジェクトが採用されればトレーナーの役職が付き、全社員の前でプレゼンテーションを行い、時には教育を行うことなどにより、人事評価に反映させている。また、「店長立候補制度」なども同社独自の制度となっており、社員のモチベーション向上につながっている。

こうした取り組みによって、正社員の退職率は 3 年前と比較して 15% も低下するなど、大きな成果を出している。

■ 中期計画

大手居酒屋チェーンで店舗数を縮小する動き、「KICHIRI」は出店ペース加速も

同社は 2013 年 8 月に中期 5 ヶ年計画を発表している。具体的な業績目標値は下表のとおりで、最終年度となる 2018 年 6 月期に売上高 10,000 百万円、営業利益 1,500 百万円を目指している。直営店舗数で 100 店舗、PFS 事業における契約店舗数で 500 店舗を目標として掲げている。

直営店舗のうち「KICHIRI」に関しては、当初想定よりも出店ペースが加速化する可能性も出てきている。大手居酒屋チェーンで店舗数を縮小する動きが出ており、同社が所望する 70 坪クラスの不動産物件が想定よりも多く出てきそうなためだ。首都圏では前述したように各沿線での乗降客数の多いターミナル駅から出店を進め、ブランディングと認知度を高めたいうえで、中小規模の駅前にも出店を図っていく戦略で、将来的には関東圏だけで 200 店舗まで出店余地があるとみている。

「KICHIRI」以外の業態についても、ショッピングモールでの店舗展開となる「いしがまやハンバーグ」を筆頭に更なる業態開発を進めていく方針としている。単業態では出店できる店舗数に限界があること、多業態に展開することで収益の安定性が増すこと、などがその背景となっている。

2014 年 9 月 8 日 (月)

また、PFS 事業に関しては契約店舗数で 500 店舗まで拡大する目標を立てている。500 店舗分を売上げに換算すると 300 億円規模となる。直営店舗の売上高と合計すると 400 億円企業に匹敵するバイイングパワーを持つことになり、スケールメリットを生かしたコスト削減効果が引き続き期待できるものとみられる。契約店舗の業態に関しては特に意識せず、外食チェーンで一定の店舗数を持つ企業との契約を進めていく方針で、当面は紹介案件だけで契約数を伸ばしていく方針となっている。計画どおり契約店舗数が拡大すれば、2018 年 6 月期における PFS 事業の営業利益は、600 百万円と全体の利益に占める比率で 4 割に上昇する見通しだ。

株主還元策としては配当と株主優待を実施している。配当については、当面は配当性向で 20% を目安とし、中長期的に 30% まで段階的に引き上げていく方針だ。2018 年 6 月期の業績が、計画どおりに達成されたとすれば、配当性向 30% を基準に配当金は 30 円 (2015 年 6 月期予想は 7.5 円) がターゲットとなってくる。また、株主優待に関しては、12 月末の株主 (100 株以上) に対して、同社グループ店舗で利用できる 3,000 円分の優待券を、近隣に店舗がないようであれば、同社事業の関連商品を贈呈する。

中期 5 カ年計画

(単位：百万円)

	14/6 期	15/6 期	18/6 期
売上高	6,913	7,500	10,000
営業利益	480	700	1,500
経常利益	515	700	1,600
当期純利益	296	420	1,000
EPS (円)	28.9	41.2	98.2
配当金 (円)	普通配 7.5 記念配 2.5	普通配 7.5	配当性向 30%

< 自社ブランド展開事業 >

18/6 期売上高 94 億円、100 店舗目標

< プラットフォームシェアリング事業 >

18/6 期営業利益 6 億円、契約店舗数 500 店舗 (売上規模 300 億円) 目標

< 配当性向 >

当面は 20%、中長期で 30% が目標

■ 財務状況

安全指標が改善、ROE は高水準で高い収益性を維持

同社の 2014 年 6 月末の財務状況は下表のとおりで、主な増減要因は、売上増に伴う現預金の増加 168 百万円に対して、減価償却等による有形固定資産の減少 119 百万円があった。

また、負債は設備投資費用等の未払金の減少 187 百万円を主因に、前期末比 212 百万円減の 1,466 百万円となった。純資産は利益剰余金の増加 245 百万円を主因に、同 247 百万円増の 1,602 百万円となった。

経営指標を見ると、経営の安全性を示す流動比率が 100% を超え、自己資本比率や D/E レシオなどいずれの指標も改善する格好となった。2014 年 6 月期は新規出店など設備投資負担が一時的に減少したことが、改善要因につながったとみられる。一方、収益性に関しては、減益となったことで営業利益率、ROA、ROE とも低下したが、それでも ROE は 20% と高水準を維持しており、セクター平均と比較すると高収益性を維持している。

貸借対照表

(単位：百万円)

	10/6 期	11/6 期	12/6 期	13/6 期	14/6 期
流動資産 (現金、有価証券)	595	616	709	879	1,021
固定資産	2,098	2,209	2,031	2,154	2,047
総資産	2,694	2,826	2,741	3,034	3,069
流動負債	913	1,061	1,154	1,198	931
固定負債 (有利子負債)	1,048	1,008	567	480	535
負債合計	1,227	1,226	802	604	633
負債合計	1,961	2,070	1,721	1,679	1,466
純資産合計	732	756	1,019	1,354	1,602
(安全性)					
流動比率 (流動資産 ÷ 流動負債)	65.3%	58.1%	61.5%	73.3%	109.7%
自己資本比率 (自己資本 ÷ 総資産)	27.2%	26.4%	37.1%	44.6%	52.2%
D/E レシオ (有利子負債 ÷ 自己資本)	167.5%	164.4%	79.0%	44.6%	39.5%
(収益性)					
ROA (経常利益 ÷ 期中平均総資産)	4.6%	6.6%	18.1%	21.0%	16.9%
ROE (純利益 ÷ 期中平均自己資本)	5.9%	5.2%	29.3%	29.1%	20.0%
売上高営業利益率	1.2%	2.7%	7.7%	9.1%	6.9%

■同業他社比較
収益性の高さが同社の特徴、総投資利回りは業界最高水準

中堅規模の居酒屋業態を展開する同業他社 6 社との比較を下表に示した。同社の特徴としては営業利益率、ROE が高い点が特筆されよう。「KICHIRI」の店舗コンセプトが消費者に受け入れられ、業界平均よりも高い客単価で店舗運営できていること、また、PFS 事業の展開によるスケールメリットを生かしたビジネスモデルとなっていることなどが、収益性の高さにつながっていると思われる。

株価指標面では、予想 PER が最も低い一方で、PBR は高くなっている。PBR が高いのは、自己資本が小さいなかで、急速に利益成長してきた裏返しとも言える。また、株主優待も含めた総投資利回りでは 6.8% と最も高くなっている点も注目されよう。

同業他社比較

会社名	きちり	かんなん丸	一六堂	テンアライド	マルシェ	エービーカンパニー	D ダイニング
コード番号	3082	7585	3366	8207	7524	3175	3073
決算期	14/6	14/6	14/2	14/3	14/3	14/3	14/2
売上高 (百万円)	6,913	6,057	9,315	15,061	11,453	15,793	24,776
営業利益率	6.9%	2.6%	4.1%	-0.9%	1.7%	6.5%	2.9%
ROE	20.0%	0.4%	3.7%	-5.3%	-31.8%	31.0%	5.8%
自己資本比率	52.2%	82.7%	77.5%	68.4%	60.8%	25.9%	23.9%
予想 PER (倍)	13.3	101.5	13.6	154.0	62.3	17.5	53.6
実績 PBR (倍)	3.5	1.9	0.9	1.3	2.0	5.9	1.6
予想 DPS (円)	7.5	16.0	10.0	0.0	10	0.0	25.0
配当利回り	1.4%	1.0%	2.2%	0.0%	1.1%	0.0%	1.2%
株主優待 (円)	3,000	2,500	無し	1,000	3,000	3,000	6,000
総投資利回り	6.8%	2.4%	2.2%	2.7%	4.5%	1.5%	4.2%
株価 (円)	550	1,675	450	368	890	2,015	2,030

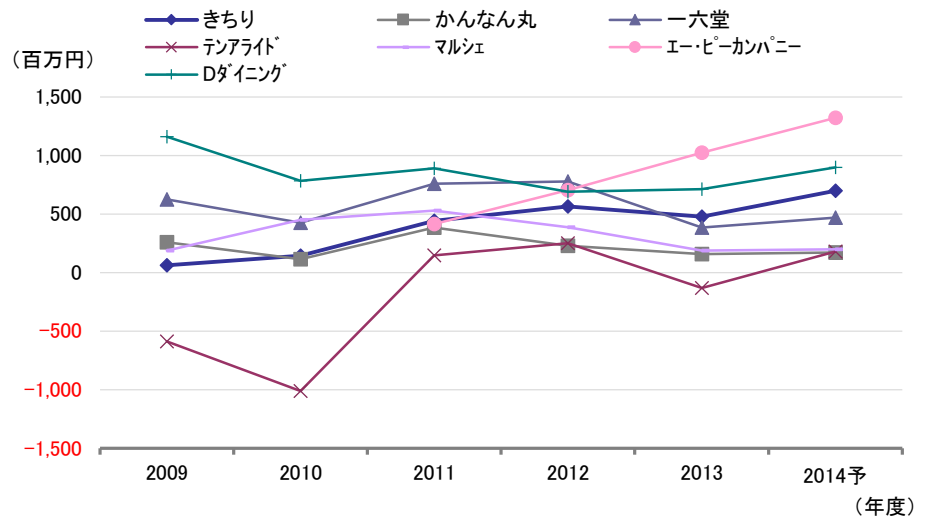
注) 発行済み株式数は期中平均株式数、予想 DPS、EPS は会社計画値。株主優待は単元株保有時の贈呈額。株価は 9 月 5 日終値。

きちり

3082 東証 1 部

2014 年 9 月 8 日 (月)

各社の営業利益推移



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