

ラクーン

3031 東証マザーズ

2016年1月13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

■ Paid 事業はサービス開始以降初めて黒字転換し増収増益に寄与

ラクーン<3031>は、アパレル・雑貨業を中心とした中小小売店向け BtoB（企業間取引）サイト「スーパーデリバリー」を運営している。2015年4月末の会員店舗は44,370店舗、出展企業数は1,065社と着実に増加中。また、子会社の（株）トラスト&グロース（以下T&G）で展開する売掛債権保証事業も第2の収益柱に成長している。

2016年4月期第2四半期累計の連結業績は、売上が前年同期比8.1%増の1,077百万円、営業利益が同22.2%増の183百万円とほぼ会社計画どおりの進捗となった。主力のEC事業が会員数や出展企業の増加により増収増益となったほか、Paid事業もサービス開始以降初めて黒字転換したことが寄与した。また、「スーパーデリバリー」の輸出版である「SD export」のサービスを8月下旬より開始しており、今後の成長が期待される。海外向けの流通額に関しては、「スーパーデリバリー」経路がまだ大半だが、前年同期比で約6割増と大幅伸長しており、数年後には国内流通額を上回る規模に成長する見通しだ。

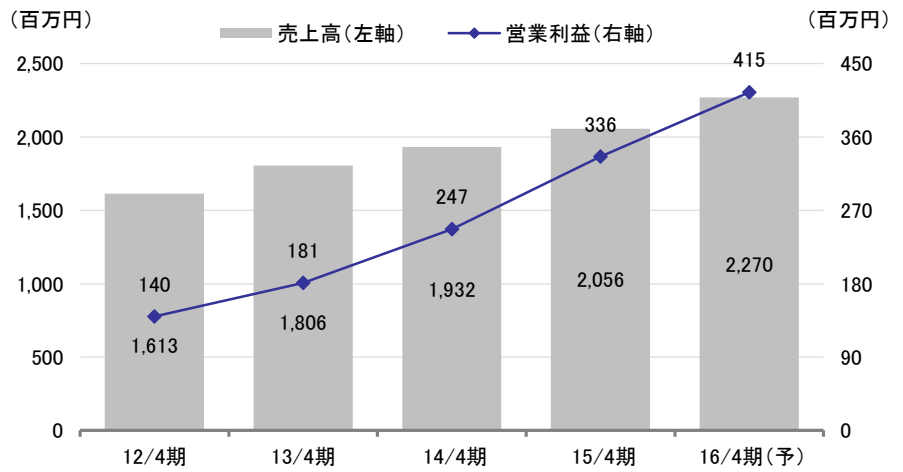
2016年4月期は売上が前期比10.4%増の2,270百万円、営業利益が同23.5%増の415百万円と2ケタ増収増益が見込まれる。「スーパーデリバリー」は取扱商材や会員店舗数の拡大により、上期は微減にとどまった流通総額をプラス成長に戻していく。Paid事業については積極的な業務提携による加盟企業数の増加により、利益成長が加速化していくことが予想される。また、売掛債権保証事業も事業用家賃保証や運送業向け運賃保証サービスなどサービスメニューの拡充で保証残高の拡大基調が続いており、増収増益が見込まれる。

「スーパーデリバリー」と売掛債権保証事業を両輪として成長してきた同社の業績は、今後Paid事業や「SD export」が新たな収益けん引役として加わることで、一段の成長が期待できる状況になってきたと言えよう。なお、2016年4月期の1株当たり配当金は配当方針20%程度を目途に、前期比実質0.73円増配の3.00円（配当性向19.9%）を予定している。

■ Check Point

- ・ 16/4期2Qは半期ベースで過去最高業績を更新、各セグメントで増収増益
- ・ Paid事業は業務提携を積極推進し加盟企業の拡大で収益成長
- ・ 過去最高業績の更新が続く見通し

売上高と営業利益の推移(連結)

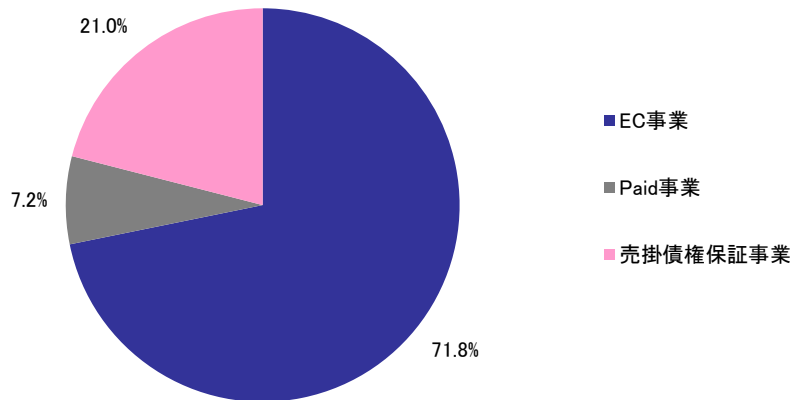


■ 事業概要

「SD export」サービスを2015年8月より開始

同社の事業セグメントは、EC事業とPaid事業、子会社化のT&Gが手掛ける売掛債権保証事業の3事業で構成されている。「企業活動を効率化し便利にする」を経営理念に、各事業間でのシナジー効果、またはリソースの共有を意識した事業展開を進めている。2016年4月期第2四半期累計のセグメント別売上高構成比で見ると、EC事業が71.8%、Paid事業が7.2%、売掛債権保証事業が21.0%となっている。

事業セグメント別売上高構成比
(2016/4期2Q累計)



注: 内部取引消去前ベース

(1) EC 事業

BtoB の e コマース関連サービスを展開している EC 事業では同社の主力サービスである「スーパーデリバリー」と、2014年3月よりサービスを開始した「COREC（コレック）」、2015年8月よりサービスを開始した「スーパーデリバリー」の輸出版である「SD export」がある。

○スーパーデリバリー

「スーパーデリバリー」は、主にアパレル・雑貨メーカーと小売店をインターネットでつなぐ卸・仕入れサイトで、2015年10月末時点の会員小売店舗数は47,634店舗、出展企業数は1,085社、商材掲載数は509,334点となっており、BtoBに特化した専門サイトとしては日本最大級となる。

会員小売店は同サイトを利用することにより、距離的な問題で今まで仕入れる機会がなかったサプライヤーとの取引が可能となり、また、出展企業（メーカー・卸業者）にとっても、新規取引先開拓にかかる営業費用や販売代金回収のためのコストを、同サイトを利用することによって削減できるメリットがある。

「スーパーデリバリー」のビジネスモデルは会員小売店、出展企業の両者から利用料金を徴収するバランスのとれた構造となっている。安定収入としては出展企業から出展基本料（月額4万円）、会員小売店から小売店月会費（月額2千円）をそれぞれ徴収している。また、変動収入として、出展企業から会員小売店に卸した商品代金の10%をシステム利用料として徴収している。実際のモノの流れとしては、出展企業が直接会員小売店に商品を発送するため、同社は介在しない。

スーパーデリバリーのサービスの流れ



出所：会社 HP

競合状況について見ると、アパレル分野の BtoB の卸サイトとしては、楽天 <4755> やオークファン <3674> などが自社サービスの一部として BtoB 用のメニューを立ち上げているが、これらサービスの出展企業や会員小売店の属性は多岐にわたっており、サイトのコンセプトそのものが異なっている。このため、同社では既存の卸売企業を競合先として位置付けている。

2016年1月13日（水）

また、同社は「スーパーデリバリー」の輸出版である「SD export」のサービスを2015年8月より開始している。海外からの購入を希望する小売店が年々増加してきたこと、また、国内の中小メーカーで輸出販売を煩雑な手続きなく行いたいといったニーズが高まってきたことを受け、新たに専用サイトとして立ち上げた。システム利用料は「スーパーデリバリー」と同じく卸販売額の10%となり、出展企業も月額4万円の基本料を徴収するが（スーパーデリバリーに出展済みの企業は無料）、会員小売店の月額会費は無料となっている。また、現時点では英語表示のみとなっている。

○ COREC

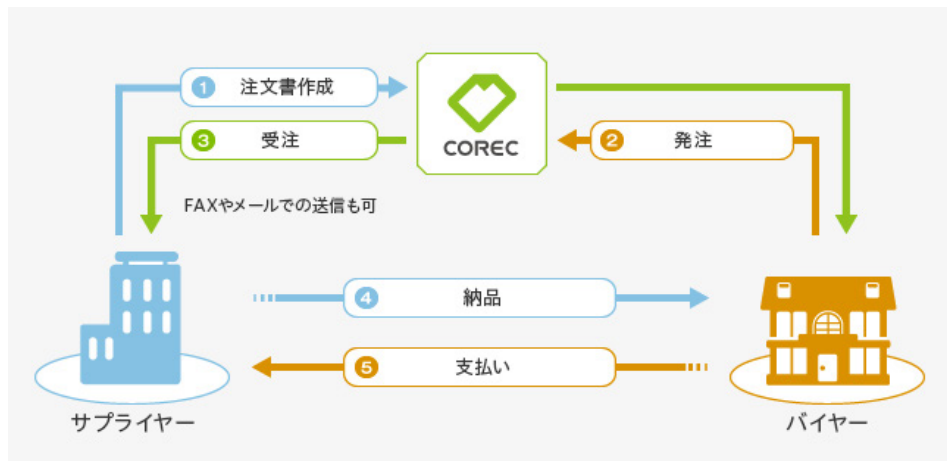
2014年3月よりサービスを開始した「COREC」とは、企業間取引に必要な発注書や見積書をインターネット上で送受信し一元管理できる、クラウド型の受発注ツール提供サービスとなる。現状、7割以上の企業が受発注の手段として、FAXやメールなど複数の通信手段を取引先ごとに使い分けながら行っており、非常に煩雑な作業となっている。こうした受発注処理業務の効率化、及びコストの削減に寄与するサービスとして「COREC」が開発された。

バイヤー側から見ると、従来は取引先ごとに異なる手段で発注作業を行っていたものが、「COREC」を使うことですべての発注処理をWeb上で行うことが可能となり、取引先ごにあらかじめ設定した手段で発注書が送信されるシステム（「COREC」を利用していない取引先はFAX、メールで送信）となっている。このため、取引先が「COREC」の会員でなくても利用可能であり、使い勝手の良さが特徴となっている。

「COREC」のもう一つの特徴は、会員が自己増殖的に増える仕掛けを作ったことにある。具体的には、会員であるバイヤーの発注書に「COREC」の広告が付いているため、非会員の取引先に「COREC」のサービス認知が進むほか、会員サプライヤーからバイヤーに送信する受注フォームにも「COREC」の広告が付いており、同様に認知度が広がる仕組みとなっている。このため、広告費を大きくかける必要もなく、自己増殖的に会員数が拡大していくことが期待できる。

当初は無料サービスで会員を増やしていく戦略で（2014年9月より一部、有料サービスも開始）、2015年10月末時点の会員数は3,815社と順調に拡大している。会員は「スーパーデリバリー」の会員以外で大半を占めており、バイヤーとサプライヤーの比率は6:4となっている。なお、「COREC」の仕組みに関して同社でビジネスモデル特許を申請中である。

COREC のサービスの流れ



出所：会社 HP

「COREC」料金プラン

	無料プラン	有料プラン
バイヤー向け		
料金	0円/月	980円/月
発注回数	無制限	
発注の一時保存	全体で1件	取引先ごとに1件
お届け先の登録	1件	100件
無料FAX可能回数	30回/月	200回/月 (200回超の場合は15円/回)
発注額集計レポート	当月分のみ	すべての期間
複数担当者での利用	不可	可
発注書への商品登録	不可	可
CSVによる一括発注	不可	可
サプライヤー向け		
料金	0円/月	9,800円/月
受注回数	無制限	
一括HTMLメール送信	100通/日	1,000通/日
社内複数担当者の利用	不可	可
取引先ごとの社内担当の設定	不可	可
作成できる注文書の種類	3件	200件
オリジナルURLの利用	不可	可

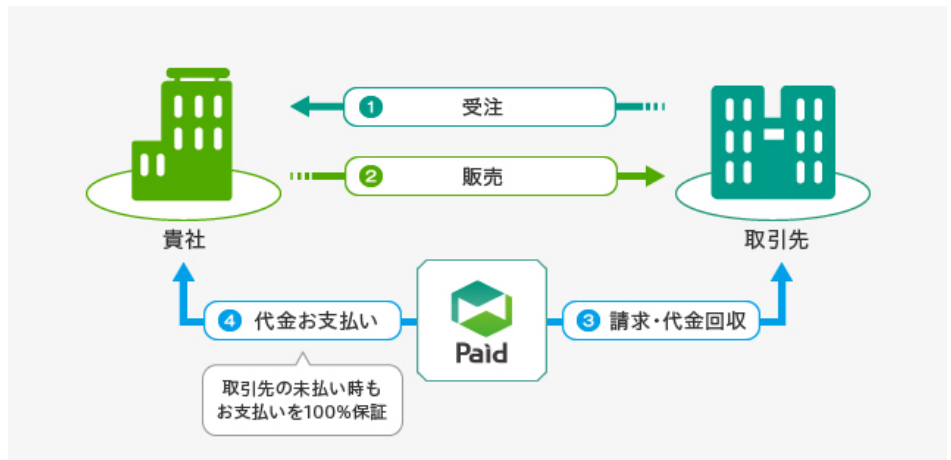
出所：会社HPより作成

Paid 事業は認知度と信用度が向上し 1,500 社まで増加している

(2) Paid 事業

2011年10月よりサービスを開始した「Paid」事業とは、インターネットによる企業間取引において、取引先に対する与信管理から請求・代金回収業務までの代行サービスのほか、売掛金の未回収が発生した際の保証も行うサービスのことである。売掛金の保証額に対して一定料率を掛けた「保証料」（保証額の3.0%程度）が、同社の売上高となる。

Paid 事業の流れ



出所：会社HP

一般的には、企業間取引の90%以上が「掛売り決済」で行われているが、インターネットを通じた企業間取引で見ると、「掛売り決済」の導入率はまだ10%程度にとどまっている。同サービスを利用する販売企業は「Paid」に加盟企業登録を行い、また、購入企業はPaidメンバー登録を事前に行う必要がある。Paidメンバーからの代金回収リスク部分に関しては、T&Gの売掛保証サービスを利用することで100%ヘッジしている。

2016年1月13日（水）

サービス開始当初は「スーパーデリバリー」会員向けの売上（社内向け）が大半を占めていたが、認知度の向上とともに同会員以外の売上が急速に拡大しており、直近では全体の半分程度まで比率が上昇している。Paidメンバーとしては、主に掛売り決済ニーズの高いアーリーステージのベンチャー企業を中心に増加しており、加盟企業数も2015年3月に三菱自動車〈7211〉が同社のサービスを採用したことで認知度と信用度が向上し、直近1年間では約1.5倍増の1,500社まで増加している。

売掛債権保証事業は保証残高に連動するストック型ビジネス

(3) 売掛債権保証事業

2010年11月に子会社化したT&Gが手掛ける売掛債権保証事業は、顧客企業の取引先の売掛債権を保証し、仮に取引先が支払い不能に陥った場合には、あらかじめ設定した保証金額を顧客に支払うサービスである。顧客にとっては一定の保証料（月額平均1%弱）を払うことで、売掛債権の未回収リスクをヘッジすることになる。あらかじめ設定された保証料率に基づいた保証料が売上高として計上される。売上高の計上方法としては、保証期間で毎月按分した額を計上している。このため、保証残高に連動するストック型ビジネスと言え、大きな貸倒れ案件が集中して発生しない限りは営業利益率で10%以上を稼ぎ出す高収益事業となっている。

売掛債権保証サービスの流れ



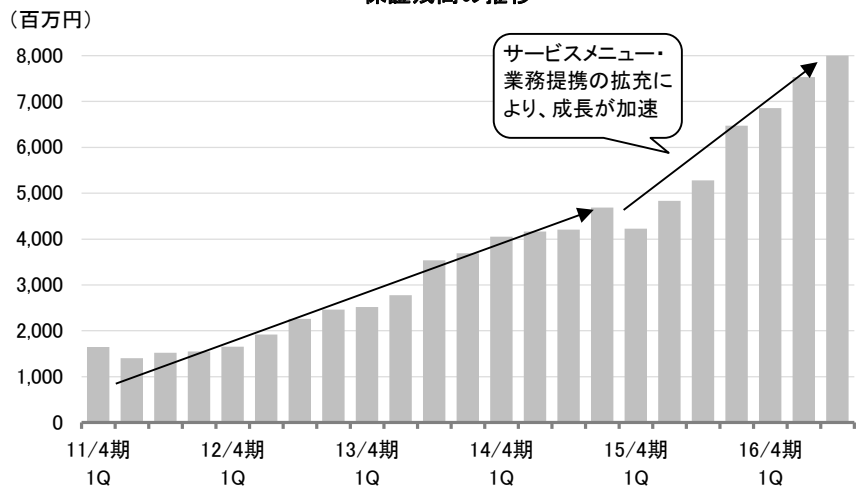
出所：会社HP

2015年10月末の保証残高は7,531百万円と右肩上がりでの拡大している。特に2015年4月期以降はサービスメニューや業務提携の拡充を進めたことにより、保証残高の増加ペースが加速している。保証引受先の業種別構成比では、卸売・小売業で5割弱を占めているほか、多岐に広がっている。また、年商規模では5,000百万円以下の中小企業が半分以上を占めており、1件当たりの保証額としても2～3百万円と比較的小口案件が多いことが特徴となる。

販売チャネルとしては直販と提携代理店経由に分かれており、取扱件数の比率は4:6となっている。直販では東京、大阪、名古屋、福岡の営業拠点のほかWeb経由で受け付けている。また、提携代理店としては地銀や保険代理店などがあり、これら提携先から顧客紹介を受けた場合は、受取保証料の10%を手数料として支払っている。

競合としては、専業でイー・ギャランティ〈8771〉があるが、その他には損害保険会社や銀行系のファクタリング会社などがある。ただ、中小企業向けの売掛保証サービスに関してはまだ競合も少ない。

保証残高の推移



出所：決算説明資料

■ 決算動向

16/4 期 2Q は半期ベースで過去最高業績を更新、各セグメントで増収増益

(1) 2016年4月期第2四半期累計の業績概要

11月26日付で発表された2016年4月期第2四半期累計（2015年5月－10月）の連結業績は、売上高が前年同期比8.1%増の1,077百万円、営業利益が同22.2%増の183百万円、経常利益が同19.9%増の181百万円、四半期純利益が同23.2%増の117百万円と増収増益となり、半期ベースで過去最高業績を更新した。

EC事業の新サービスとなる「SD export」の立ち上げ負担で16百万円の費用増があったものの、増収効果と販管費を抑制したことでカバーし増益基調を維持した。EC事業、Paid事業、売上債権保証事業とすべてのセグメントで増収増益となり、特にPaid事業に関してはサービス開始以降、初めて黒字化したことが注目される。

通期会社計画に対する進捗率は、売上高で47.5%、営業利益で44.2%と50%には達していないものの、同社のビジネスモデルがストック型で会員数などの増加とともに収益も拡大するため、下期のほうに比重が高くなる傾向にある。実際、直近4年間の通期計画に対する第2四半期までの平均進捗率は売上高で48.0%、営業利益で41.2%となっており、売上高、利益ともに順調に進んでいると言える。

2016年4月期第2四半期累計業績（連結）

（単位：百万円）

	15/4 期 2Q 累計		16/4 期 2Q 累計			16/4 期		
	実績	対売上比	実績	対売上比	前年同期比	会社計画	進捗率	平均進捗率
売上高	996	-	1,077	-	8.1%	2,270	47.5%	48.0%
売上原価	142	14.3%	187	17.4%	31.8%	-	-	-
販管費	704	70.7%	706	65.6%	0.3%	-	-	-
営業利益	150	15.1%	183	17.0%	22.2%	415	44.2%	41.2%
経常利益	151	15.2%	181	16.8%	19.9%	410	44.3%	41.3%
四半期純利益	95	9.5%	117	10.9%	23.2%	260	45.0%	40.0%

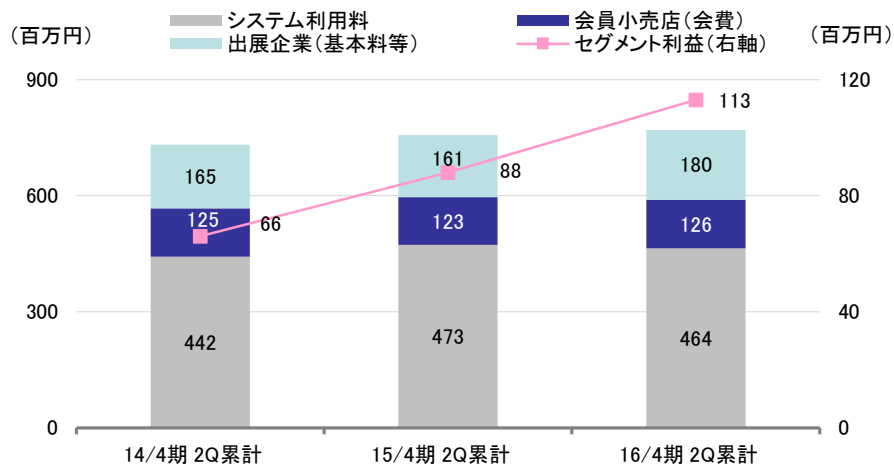
注：平均進捗率は直近4年間の平均値

(2) 事業セグメント別動向

○ EC 事業

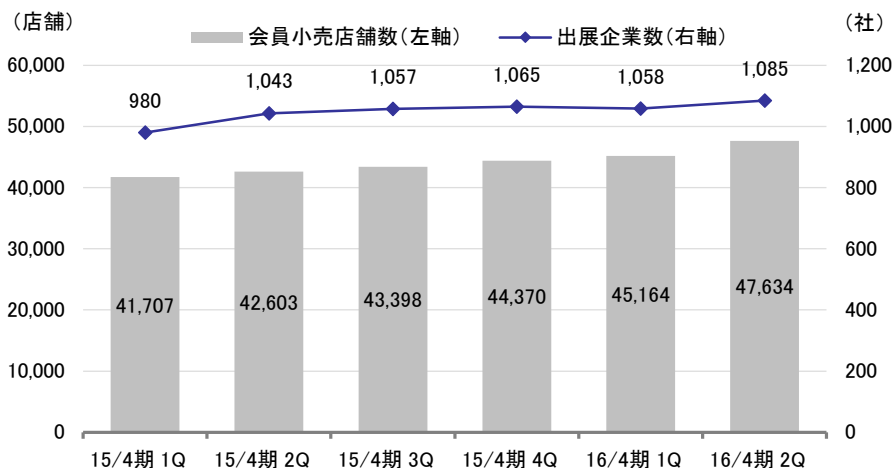
EC 事業の売上高は前年同期比 1.8% 増の 773 百万円、セグメント利益は同 27.6% 増の 113 百万円となった。売上高は「スーパーデリバリー」の流通額が前年同期比 1.5% 減の 4,626 百万円と減少し、システム利用料が減収となったものの、10 月末の会員小売店舗数が前年同期比 5,031 店舗増加の 47,634 店舗、出展企業数が同 42 社増加の 1,085 社となり、月会費や基本料収入の増収でカバーした。利益面では増収効果に加えて、前期に見直しを図ったポイント制度にかかる費用や送料など、変動費が減少したことで 2 ケタ増益となった。

EC事業の業績推移



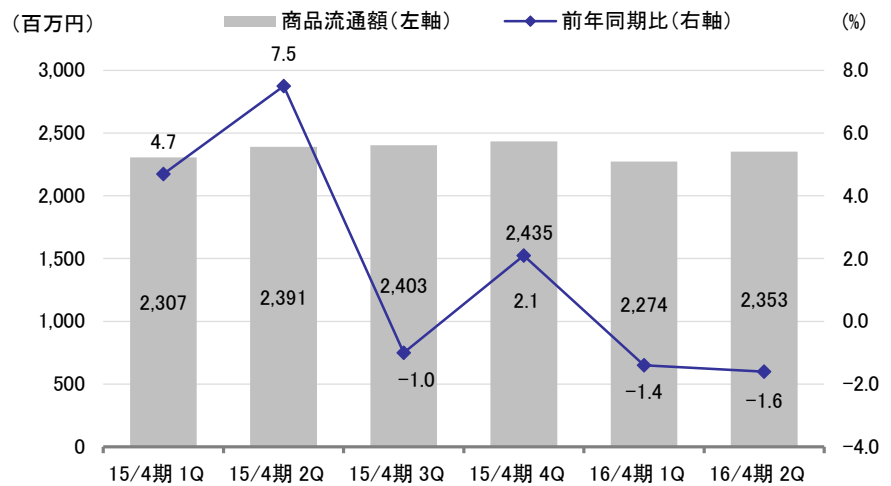
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

会員小売店舗数と出展企業数の推移



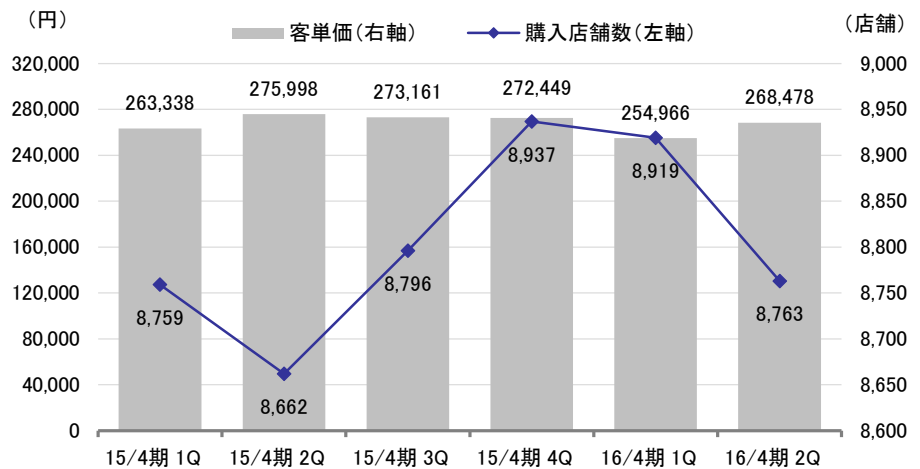
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

商品流通額と伸び率



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

購入店舗数と客単価



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

購入単価については、ほぼ前年同期並みの水準であった。

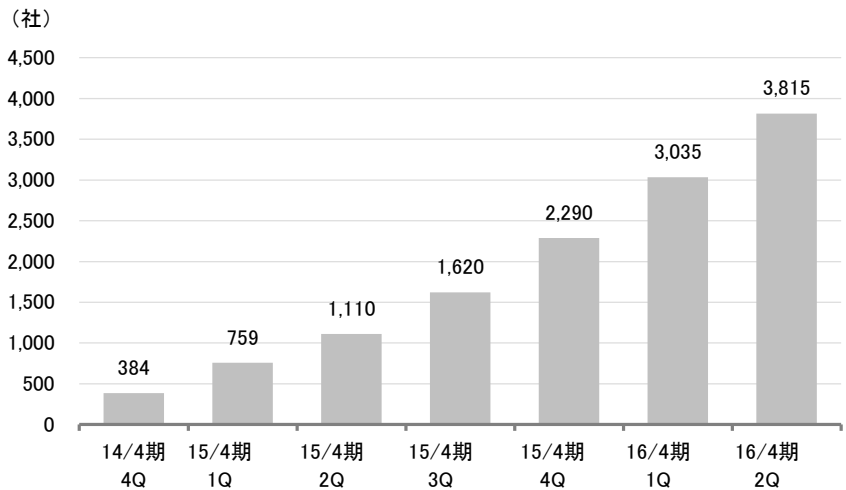
また、「SD export」については8月25日のサービス開始以降、10月末までに登録会員数が約1,700店舗、出展企業数が513社となった。登録会員については71ヶ国からの登録があり、構成比で見れば、米国、香港、インド、台湾の順に多く、これら4市場で全体の約5割を占めた。流通額に関しては月額で数百万円の水準となっており、その大半は香港や台湾、韓国などアジア向けで占められた。現在はサービス開始以降に寄せられた会員小売店や出展企業からの要望などに合わせ、サイトの仕組み変更や機能追加などのシステム強化に取り組んでいる段階にあるが、流通額は徐々に増加傾向にある。

海外向けに関しては「スーパーデリバリー」の中にも従来から取引している400店舗以上の会員が含まれており、その流通額は前年同期比60%増の197百万円と大きく伸びている。月額会費は無料となるものの、「SD export」と比較するとサイトの使い勝手が良いほか、商材掲載数も約50万件（SD exportは約14万件）と豊富なことが要因となっている。

2016年1月13日（水）

「COREC」の事業については2014年9月より有料プランの課金を開始しているが、引き続き知名度の向上と会員数の獲得に注力する段階と位置付けている。会員数拡大に向けた取り組みとして業務提携を推進しており、2015年8月には（株）リクルートライフスタイルと提携し、同社が運営する店舗サービス提案サイト「Airマーケット」を通じて、「Airレジ」ユーザーの取り込みを進めている。2015年10月末時点の会員数は、前年同期比2,705社増の3,815社となり、順調に拡大していると言えよう（12月時点では4,000社超）。

COREC会員数の推移



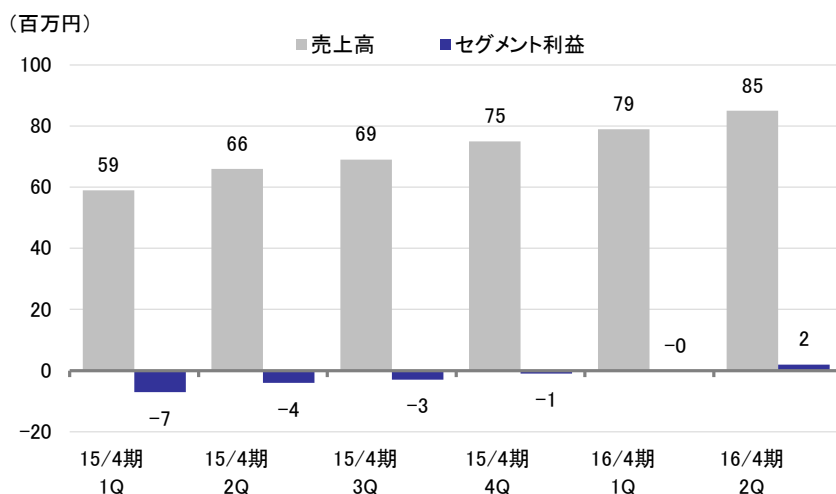
Paid 事業は業務提携を積極推進し加盟企業の拡大で収益成長

○ Paid 事業

Paid 事業の売上高は前年同期比 31.0% 増の 164 百万円、セグメント利益は 1 百万円（前年同期は 11 百万円の損失）となった。EC 企業のなかでの認知度が向上してきたことに加えて、業務提携を積極推進し加盟企業の拡大に取り組んだことが収益成長につながっている。2015 年 6 月にはロックオン〈3690〉、同年 9 月には（株）イーシー・ライダーと相次いで業務提携し、これら企業が提供する EC 支援サービスの利用者（BtoB 向け EC サイト運営企業）向けに、Paid サービスの提供を開始している。

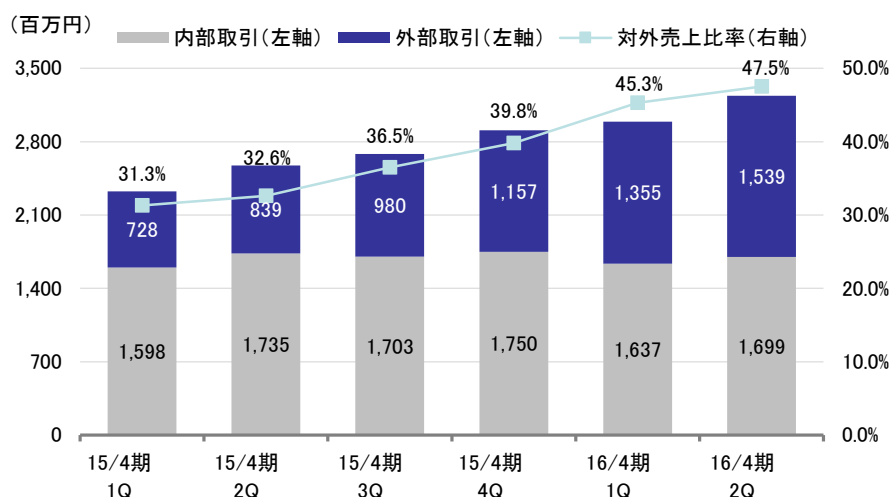
こうした提携の効果により加盟企業数や Paid メンバーが増加し、取扱高はグループ内取引も含めて前年同期比 27.1% 増の 6,232 百万円に拡大した。従来までは「スーパーデリバリー」の利用顧客（内部取引）が大半を占めていたが、ここ最近では外部取引が急成長を見せており、当第 2 四半期の取引高では Paid 事業全体の 47.5% を占めるまでに上昇し、今後も上傾向が続くものと予想される。

Paid事業の四半期業績推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

Paid事業取扱高内訳推移



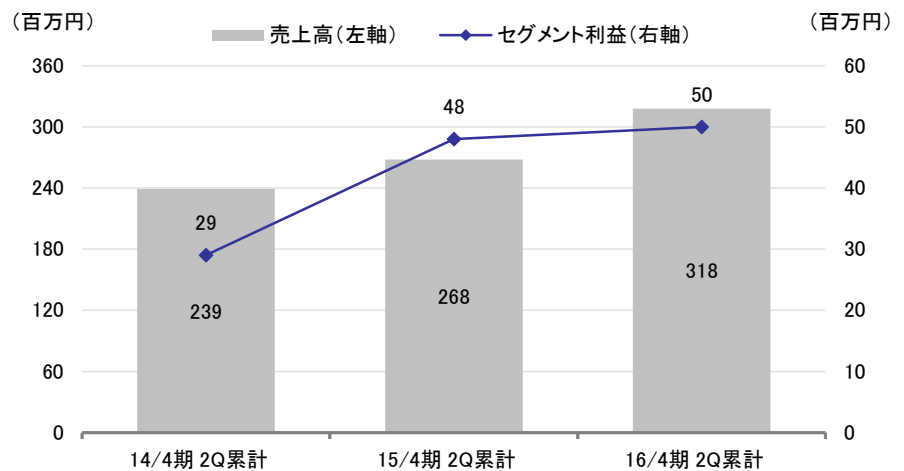
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

○売掛債権保証事業

売掛債権保証事業は売上高が前年同期比 18.7% 増の 318 百万円、セグメント利益が同 3.7% 増の 50 百万円となった。サービスメニューの拡充や事業所用家賃保証サービスの拡大により、保証残高が順調に拡大したことが増収増益要因となっている。10 月末時点の保証残高は、前年同期比 55.8% 増の 7,531 百万円となっている。

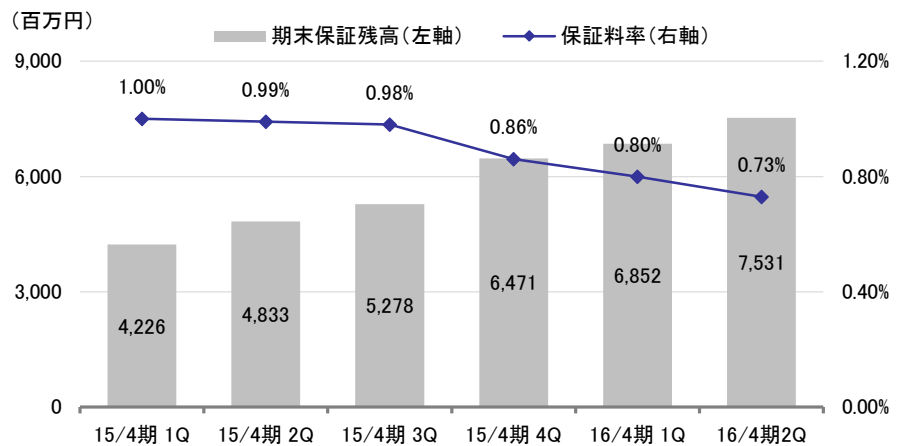
保証残高の伸びに対して増収率が低いのは、保証料率の低いパッケージ割引プランや事業所用家賃保証サービスが伸びたことによる。事業所用家賃保証サービスは 2014 年 4 月からサービスを開始したが、2015 年 10 月末には保証残高が 1,038 百万円と全体の 1 割強を占めるまでに拡大している。また、2014 年 12 月よりオンライン物流ネットワークサービスを運営するトラボックス（株）向けに開始した運賃全額保証サービスについても、保証残高が約 2 億円まで積み上がり、順調に増加している。利益が伸び悩んだ要因は、営業体制強化に伴い人員を前年同期比で 5 名増員したことや、新たな福岡に支店を開設するなど固定費が増加したことが主因となっている。

売掛債権保証事業の業績推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

保証残高と保証料率推移



注)保証料率=月平均売上高÷期首期末平均保証残高

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

■今後の見通し

過去最高業績の更新が続く見通し

(1) 2016年4月期の連結業績見通し

2016年4月期の連結業績は売上高が前期比10.4%増の2,270百万円、営業利益が同23.5%増の415百万円、経常利益が同25.4%増の410百万円、当期純利益が同29.4%増の260百万円と2ケタ増収増益、過去最高業績の更新が続く見通しだ。セグメント別の見通し、及び下期以降の施策は以下のとおり。

○ EC 事業

EC事業では「スーパーデリバリー」の流通額回復と「SD export」の軌道化に向けた取り組みを進め、通期でも増収増益を見込んでいる。

「スーパーデリバリー」の流通額に関しては、通期で前期比3%程度の増加を見込んでいる。足元の月次動向は前年同月水準を挟んだ動きが続いており、まだ回復軌道に乗っていないわけではないものの、会員数の拡大や商材掲載数の増加によって流通額を増やしていく戦略だ。

また、サイトに掲載する商材の拡充も進めていく方針だ。当初はアパレル・雑貨から始まった「スーパーデリバリー」の取扱い商材も、今では家具・寝具・インテリア、電化製品、什器・店舗資材、食品・飲料など多様な商材を取り扱うようになっている。2015年12月には子供用雑貨などを扱う会員小売店からのリクエストを受け、新たに子供用絵本の販売も開始した。今後もニーズのある商材に関しては取り扱っていく方針で、流通額の拡大に寄与していくことが予想される。また、出展企業数についても「SD export」を開始したことで注目度が高まり、増加ペースが加速していることもプラス要因となる。

一方、「SD export」に関しては8月のサービス開始以降、会員小売店舗や出展企業から寄せられた要望、またサイト内での行動分析などを検証した上で、サイトの仕組み変更や機能追加などユーザビリティの向上に取り組んでいる。また、一部では「スーパーデリバリー」の会員に登録し直して、購入を始めるといった動きも見られた。

いずれは現在、英語表示のみにとどまっているサイトの表記方法も複数言語に対応していく考えだ。ただ、一方で商材掲載数が少ないといった課題も残っているため、出展企業及び掲載商材数を拡大していく考えだ。

また、会員数を獲得していくためのプロモーション施策としては、従来インターネット広告を行ってきたが、下期以降はこれに加えて海外の有料ブロガーなどに記事を書いてもらうことで認知度の向上を図り、会員数を増やしていく方針となっている。「SD export」の立ち上げ費用として2016年4月期は32百万円程度となり、初年度としては赤字となるが、「スーパーデリバリー」のサービスを開始した当時よりも立ち上がりのペースは早く、数年後には流通額で国内向けを超える規模に成長すると見ている。

「COREC」については引き続き会員数の獲得と機能の拡充を優先し、当期も収益への貢献は見込んでいない。ここ最近では、広告費をかけずに自己増殖的に新規会員を獲得できる仕組みも機能し始めており、今後も会員数の拡大が続くものと予想される。

○Paid 事業

Paid 事業については下期も2ケタ増収ペースが続き、セグメント利益も取引高の増加とともに右肩上がりで拡大していくことが予想される。EC市場の拡大とともに、オンラインでの企業間決済代行サービスの需要も年々増加しており、同サービスで先行する同社にとってはこれから本格的な収穫期を迎える事業と言える。

業務提携は下期に入っても積極的に進めており、11月に夢の街創造委員会〈2484〉が運営する仕入・販促・運営支援サイト「仕入館」に、12月にはLINE（株）が運営するLINE@でPaidサービスの提供をそれぞれ開始したことで、取引高の一段の拡大が見込まれている。また、ニーズに合わせた商品設計の開発・提案などにより、今後も顧客ターゲットも拡大していく方針で、中長期的な成長ポテンシャルは大きいと言えよう。

○売掛債権保証事業

売掛債権保証事業は下期も保証残高の増加基調が続く見通し。前期は第4四半期に一時的に多額の保証履行が発生し、利益の伸び悩み要因となったが、今下期の保証履行率が例年並みで推移したとすれば、業績は2ケタ増収増益が見込まれる。

保証残高の拡大施策としては、業務提携やWebの活用を推進していくほか、現在、新たな保証サービスの開発、OEMサービスの展開にも注力していく方針だ。また、生産性を向上していくため、審査プロセスなどのシステム化も進めていく。

(2) 新サービスについて

同社は2015年11月より「スーパーデリバリー」の付帯サービスとして「SD factory」のサービスを開始した。同サービスは、アパレル関連の国内工場やパタンナーとアパレルメーカーをマッチングするサービスとなる。「スーパーデリバリー」に出展する企業に対して、生産面での新たな付加価値を提供していくサービスだが、出展企業以外のメーカーやオリジナル商品を作りたい小売店、新しいブランドを立ち上げたいデザイナーなどへも同様の付加価値訴求ができるサービスとなっている。

サービスの利用料はすべて無料としているため、EC事業としての収益寄与はないものの、取引が成立した際の代金回収については、Paidサービスを利用することが可能となっている。このため、今後取引件数が拡大していけば、Paid事業への収益寄与が期待されることになる。ビジネス形態としてはクラウドソーシングサービスとなるが、収益は売掛決済代行及び保証サービスによって獲得していくモデルとなる。なお、12月14日時点で「SD factory」のサイトに登録している縫製業者やパタンナーは22社となっている。

ラクーン

3031 東証マザーズ

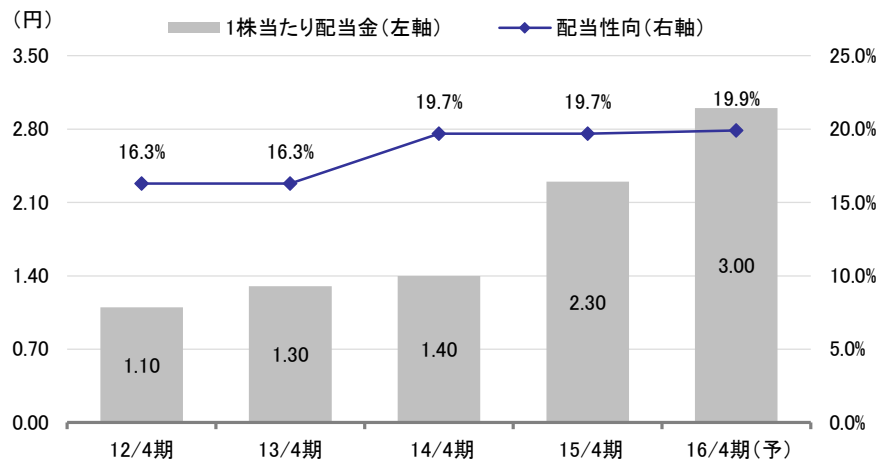
2016年1月13日（水）

■株主還元策について

16/4期の配当金は実質増配を予定している

株主還元策として、同社は将来の事業展開と経営体質の強化に備えるための内部留保の充実等を勘案しながら、業績を反映した水準で利益還元を実施することを基本方針とし、配当性向20%を目安とした配当を実施している。2016年4月期の配当金に関しては前期比実質0.73円増配の3.00円（配当性向19.9%）を予定している。今後も収益拡大に応じた配当成長が期待される。

1株当たり配当金と配当性向



注)2015年8月に1:3の株式分割を実施。配当金は過去に遡及して修正。

出所：決算短信

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