

あらた

2733 東証 1 部

<http://www.arata-gr.jp/ir/>

2017 年 1 月 10 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
佐藤 譲

[企業情報はこちら >>>](#)

■ 18/3 期以降の成長を見据えて、物流センターの増強を進める

あらた<2733>は日用雑貨・化粧品カテゴリーにおける国内最大級の卸商社となる。販売先の業態別売上構成比(2017年3月期第2四半期累計)は、ドラッグストアが47.0%、ホームセンターが17.0%と両カテゴリーで全体の60%を超える。子会社にペット関連商品卸で業界トップのジャベル(株)や化粧品・雑貨専門卸である(株)ファッションあらたなどを抱え、海外では中国とタイに進出し事業を展開している。

2017年3月期第2四半期累計の連結業績は、売上高が前年同期比4.7%増の355,644百万円、経常利益が同43.7%増の3,910百万円といずれも期初計画を上回り、上期として過去最高業績を更新した。化粧品や家庭用品などの販売がドラッグストア向けを中心に堅調に推移したほか、ネット関連・越境EC関連の売上が約40億円と急増したことも増収に貢献した。利益面では、増収効果に加えて人件費や物流費の売上比率が改善したことが増益要因となった。

2017年3月期の連結業績予想は売上高が前期比2.0%増の690,000百万円、経常利益が同25.6%増の7,300百万円と期初計画を上方修正した。今下期だけで見ると売上高は前年同期比0.8%減となる。小売店の新規出店が一段落していることや、円高進展によるインバウンド需要の一巡により、足元の売上が鈍化傾向にあることが要因だ。ただ、直近では為替の円安が進んでいるほか、景況感も改善傾向となってきたことから、通期業績も上振れする可能性があると弊社では見ている。

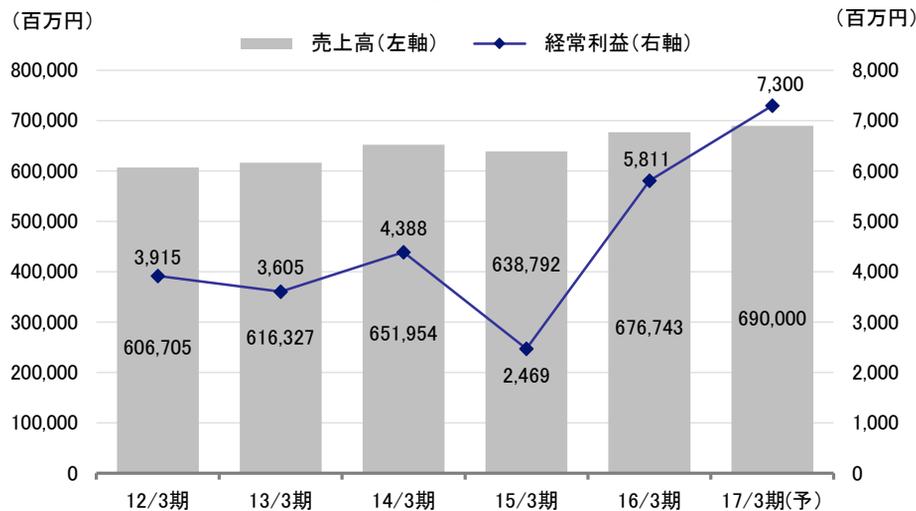
2018年3月期以降の成長を見据えて、物流センターの増強を進めていく。2017年3月稼働予定で、埼玉に新センターを開設するほか、千葉でも既存センターの増床を行い、いずれも150億円の処理能力アップにつながる。また、2018年頃を目途に九州南部を統括する新物流センターを開設する予定になっている。来年度からは新たな中期経営計画がスタートするが、従来の売上拡大戦略、収益性向上施策を継続していくほか、成長事業への積極的な投資も行い更なる収益成長を目指していくものと予想される。

同社は株主還元にも積極的に取り組んでいる。2017年3月期は業績好調を受け、1株当たり配当金を前期比10円増配の65円にするほか、株主優待についても今後拡充することを検討している。現在は、100株以上保有の株主に対して1,000円相当のQUOカードを3月末と9月末の年2回進呈しているが、保有株数や継続保有期間なども考慮したものになる見込みだ。

■ Check Point

- ・ 17/3 期上期は増収増益、上期として過去最高業績を更新
- ・ 17/3 期は過去最高業績を 2 期連続で更新する見込み
- ・ 業績好調のため、10 円増配の 65 円配を予定

業績推移(連結)



■ 会社概要

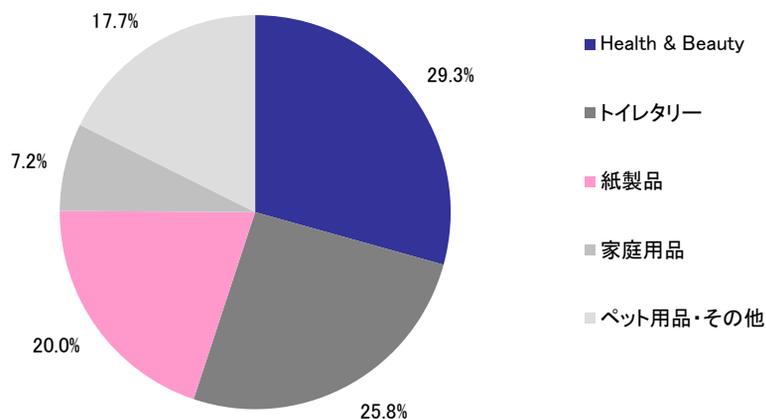
日用雑貨・化粧品カテゴリーで国際最大級の卸商社

(1) 事業内容

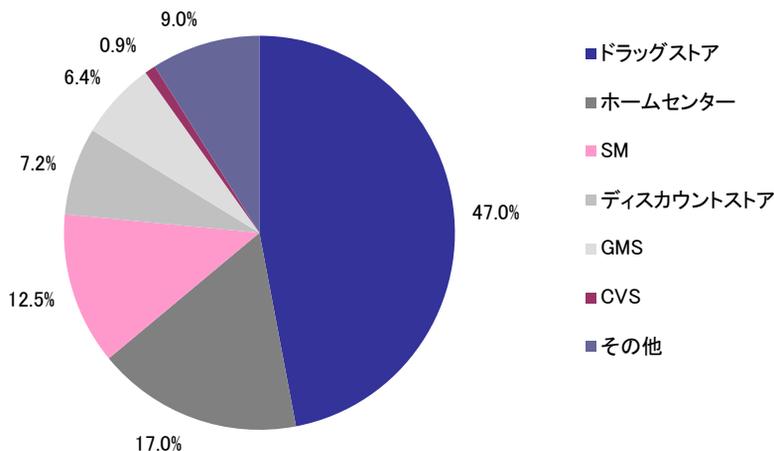
同社は日用雑貨・化粧品カテゴリーで国内最大級の卸商社で、現在の顧客数は全国で約 5,300 社、4.5 万店舗に上り、約 1,300 社の取引先から 14.4 万品目にわたる商品を仕入れ、これら顧客へ供給している。

同社の売上高を商品カテゴリー別(2017 年 3 月期第 2 四半期累計)で見ると、Health & Beauty が 29.3%、トイレタリーが 25.8%、紙製品が 20.0%とこれら 3 分野で全体の約 75% を占めている。また、顧客の業態別で見ると、ドラッグストアが 47.0%、ホームセンターが 17.0%と両業態だけで全体の 64% を占めている。

商品カテゴリー別売上構成比
(17/3期2Q累計)



顧客業態別売上構成比
(17/3期2Q累計)



現在の物流拠点は主要な物流センター 10 拠点を核にして、全国に 20 拠点以上を整備しており、直近では 2015 年 3 月に東北の大型物流拠点となる北上センター（岩手県）を稼働させている。

主な物流センターの所在地



日用雑貨・化粧品カテゴリーにおける卸売業界の中で同社のポジショニングは、PALTAC<8283>と双壁を成している。同カテゴリーの国内市場規模は 3.6 ~ 3.7 兆円の規模で、業界構造としては大手の寡占化が進む状況にある。現在の同社の業界シェアは 15 ~ 20% 程度と推定され、今後もシェアの拡大余地は大きいとみられる。



あらた

2733 東証 1 部

<http://www.arata-gr.jp/ir/>

2017 年 1 月 10 日 (火)

日用雑貨・化粧品卸売業界のランキング

順位	企業名	上場区分	決算期	売上高 (百万円)				3 年間 平均成長率
				2012 年度	2013 年度	2014 年度	2015 年度	
1	PALTAC	東証 1 部	3 月	785,883	831,899	821,074	860,350	3.1%
2	あらた	東証 1 部	3 月	616,327	651,954	638,792	676,743	3.2%
3	フジモト HD	非上場	10 月	172,400	184,900	195,300	207,900	6.4%
4	中央物産	ジャスダック	3 月	132,248	136,683	130,190	140,686	2.1%
5	井田両国堂	非上場	11 月	98,000	100,800	102,900	114,300	5.3%

注：PALTACはメディパルホールディングス傘下の企業。同社売上高には一般薬品 1,276 億円 (2015 年度) が含まれている。

出所：非上場企業は各社 HP などをもとにフィスコ作成

(2) 主要グループ会社

同社のグループ会社は連結子会社が 9 社、持分法適用関連会社 1 社で構成されている。主要な連結子会社としては、ペット関連商品の卸で業界シェア約 20% と最大手であるジャペル(株)のほか、化粧品・雑貨の専門卸である(株)ファッションあらた、店頭管理を行う(株)インスタマーケティングなどがある。このうち、ジャペル(株)の売上規模は 2016 年 3 月期で 983 億円と、連結売上高の約 15% を占めている。また、海外では中国及びタイに子会社を展開しているが事業規模としてはまだ小さい。

関係会社 (事業内容、出資比率)

(連結子会社)	出資比率 (%)	主要事業
(株)ファッションあらた	100.0	装粧品・ファンシー商品・化粧品系雑貨・洋品等の販売業
ジャペル(株)	100.0	ペット関連商品の卸売業
ジャペルパートナーシップサービス(株)	100.0	ペット関連商品の小売業及び美容業務、FC加盟店の募集業務等
(株)インスタマーケティング	80.0	店頭管理会社
(株)リビングあらた	100.0	家庭用雑貨の卸売業
凱饒泰(上海)貿易有限公司	100.0	日用品・化粧品・ペット関係・家庭用品の卸売及び輸出入販売、その他関連サービス
JAPPELL(HONGKONG) CO.,LIMITED.	100.0	ペット関連商品の小売業、卸売業及び輸出入販売、その他関連サービス
ARATA(THAILAND)CO.,LTD.	49.0	タイ王国における卸売業
SIAM ARATA CO.,LTD.	75.0	タイ王国における卸売業
(持分法適用関連会社)		
(株)電通リテールマーケティング	36.0	フィールドサポートのサービス事業

(3) 同社の強み

同社の強みとして、「中間流通業が持つサプライチェーン全体を網羅する情報蓄積」「蓄積された情報を活用した店頭提案と小売業を支える在庫の効率化」「ローコストで高精度な物流機能」が挙げられる。

a) 中間流通業が持つサプライチェーン全体を網羅する情報蓄積

同社は約 4.5 万店舗から日々集まる商品別の売上情報や、約 1,300 社からなる取引先メーカーからの新製品情報などを社内の情報システムで一元管理し、中間的な立ち位置から、双方にとって有用な情報を迅速に発信することを実現している。広域に張り巡らされたネットワークによって日々集まる膨大な情報量は、顧客店頭において消費者ニーズを満足させる売り場を作り上げていくための最大の強みとなっている。

広域に張り巡らされたネットワーク



b) 蓄積された情報を利用した店頭提案と小売業を支える在庫の効率化

顧客となる小売店舗にとっての目標は、「売上の拡大」であり、そのためには「売れる売場づくり」が必要となる。同社では全国に配置されている約 1,000 名の営業担当者が PDCA 活動を行うことで、その実現を支援している。

PLAN（提案・分析）では 52 週提案や、3ヶ月先行提案、棚割りの提案などを POS データ等活用しながら実施している。Do（店頭の演出・販促）では、次世代型の店頭演出や消費者にとって楽しく見やすい売場づくりを行う。次世代型の店頭演出とは、地域のマス広告によるメーカーの販促施策と、店頭での販促活動を連動させた売場づくりのことで、顧客店舗における販促効果の最大化を目指している。マスメディア広告との連携においては関連会社の（株）電通リテールマーケティングと連携して行っており、同業他社にはない同社の特徴と言える。Check（店頭チェック）では、決まった日に、決まった担当者が、決まった店舗に訪問する「定期・定人・定店」が同社のコンセプトとなっており、顧客との信頼関係構築をより強固なものとしている。最後の Action（報告・共有）では、営業担当者が顧客店舗を訪問した際の情報を逐次、社内情報システム「店頭ナビ」に入力し、全体で情報の共有を図っている。

同社の PDCA サイクル



出所：同社 HP

17/3 期上期は増収増益、上期として過去最高業績を更新

(1) 2017 年 3 月期第 2 四半期累計業績の概要

11 月 2 日付で発表された 2017 年 3 月期第 2 四半期累計の連結業績は、売上高が前年同期比 4.7% 増の 355,644 百万円、営業利益が同 39.0% 増の 3,703 百万円、経常利益が同 43.7% 増の 3,910 百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益が同 55.4% 増の 2,433 百万円となり、上期として過去最高の業績を更新した。また、期初計画に対しても売上高、利益ともに上回って推移した。

2017 年 3 月期第 2 四半期累計業績（連結）

（単位：百万円）

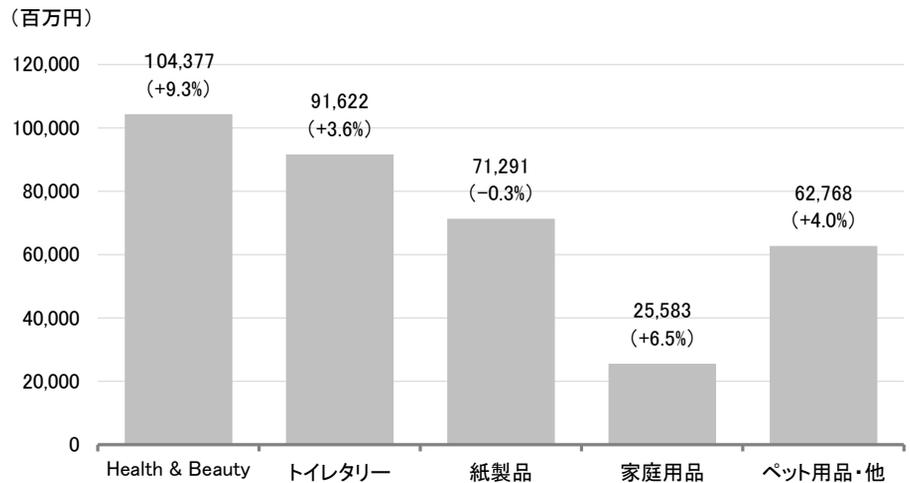
	16/3 期 2Q 累計		17/3 期 2Q 累計				
	実績	売上比	期初計画	実績	売上比	前年同期比	計画比
売上高	339,795	-	341,000	355,644	-	4.7%	4.3%
売上総利益	35,339	10.40%	-	36,577	10.28%	3.5%	-
販管費	32,674	9.62%	-	32,874	9.24%	0.6%	-
営業利益	2,665	0.78%	3,000	3,703	1.04%	38.8%	24.5%
経常利益	2,721	0.80%	3,000	3,910	1.10%	43.7%	30.3%
四半期純利益	1,566	0.46%	1,600	2,433	0.68%	55.4%	52.1%

注：四半期純利益は親会社株主に帰属する四半期純利益

売上高は、ドラッグストア業態の主要顧客で出店数が拡大し取引量が増加したことや、夏場の猛暑により季節商材が好調に推移したことなどが増収要因となった。また、ネット関連・越境 EC 事業者向けの売上高が約 40 億円と急伸したほか、子会社のジャベルが前年同期比 6% 増収、ファッションあらたが同 26% 増収とそれぞれ増収となったことも寄与した。ジャベルについては、新規取引先メーカーが増加したほか、販売先の小売店舗数が増加したことなどが増収要因となった。ファッションあらたについては、化粧品・雑貨を中心にインバウンド需要で 5% 程度の押し上げ要因となったほか、ドラッグストアを中心に販売先の店舗数が拡大していることが好調の要因となっている。

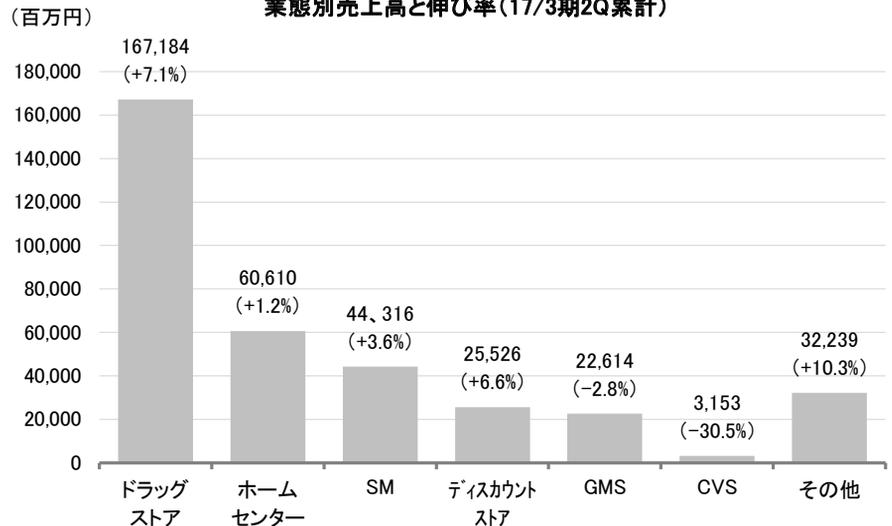
売上高の伸びを商品カテゴリー別で見ると、紙製品を除くすべてのカテゴリーが増収となった。Health & Beauty は好調な子会社が要因の一つとなり前年同期比 9.3% 増となったほか、トイレタリー商品が同 3.6% 増、家庭用品が同 6.5% 増、ペット・その他が同 4.0% 増となった。紙製品については前年にインバウンド需要で大幅増となった紙おむつがブーム一巡で反動減となったことが響き同 0.3% 減となった。

商品カテゴリー別売上高と伸び率(17/3期2Q累計)



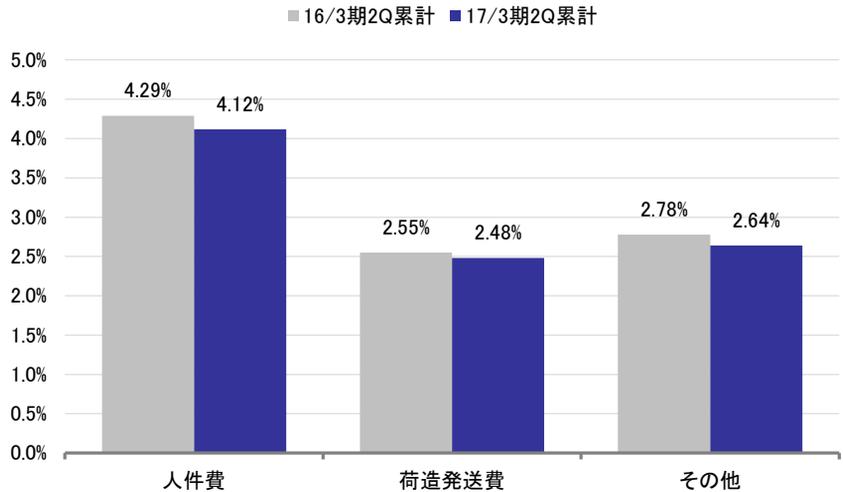
また、業態別売上高で見ると、主力販売先であるドラッグストア向けが前年同期比 7.1% 増と好調に推移したほか、ホームセンター向けが同 1.2% 増、SM (スーパーマーケット) 向けが同 3.6% 増、ディスカウントストア向けが同 6.6% 増と堅調に推移した。また、その他が同 10.3% 増と 2 ケタ増収となったが、ネット関連・越境 EC 事業者向けがけん引した格好となっている。一方、GMS 向けが同 2.8% 減となったほか、CVS 向けも同 30.5% 減と大きく減少した。CVS 向けの減少は、同社顧客が 2016 年 9 月の経営統合に向け取扱量を段階的に減らしたことが影響している。なお、海外事業ではタイで DHC 化粧品 ((株)ディーエイチシー) の総代理店として現地日系小売企業向け (ツルハホールディングス <3391>、マツモトキヨシ <3088> 等) に卸販売しているが、売上規模としてはまだ軽微となっている。

業態別売上高と伸び率(17/3期2Q累計)



営業利益の増益要因は、増収効果に加えて販管費率が前年同期比で 0.37 ポイント低下したことが要因となっている。特に、売上高人件費率は間接業務の効率化を目的に、事務センターを 7 拠点から 5 拠点に集約したこと等により、前年同期比 0.17 ポイント低下した。また、売上高荷造発送費比率についても商品の単価上昇に加えて、物流生産性の効率化に取り組んだことにより、同 0.07 ポイント低下した。商品の単価上昇についてはメーカーの商品戦略が高付加価値商品重視となったことが影響しており、個口単価では前年同期比で約 3 ポイント上昇している。

販管費項目別売上比率



なお、売上総利益率が前年同期比で0.12ポイント低下したが、これは受託物流事業において従来、販管費に計上していた項目を売上原価に計上したことが主因となっている。この影響を除けば、売上総利益率も前年同期比で若干改善している。受託物流事業の収益状況について見ると、売上高はほぼ前年同期並みの水準となったが、営業利益は顧客との取引条件の見直しや物流センター内業務の効率化を進めてきた効果により増益となっており、下期以降も収益改善が続く見通しだ。

キャッシュ効率を高めるため、売上債権、仕入債務の回転期間の改善に取り組む

(2) 財務状況と主要経営指標

2016年9月末の総資産は前期末比5,810百万円増加の225,499百万円となった。主な増減要因を見ると、流動資産では売上債権で2,873百万円、たな卸資産で1,513百万円、未収入金で1,469百万円の増加となった。また、固定資産では投資有価証券が769百万円増加し、のれんが215百万円減少した。

負債合計は前期末比5,407百万円増加の169,154百万円となった。主な増減要因を見ると、仕入債務で3,098百万円、有利子負債で1,958百万円の増加となった。また、純資産は利益剰余金の増加により前期末比403百万円増加の56,345百万円となった。

経営指標を見ると、経営の安全性指標となる自己資本比率は25.0%と前期末比0.5ポイント低下し、有利子負債比率も同2.7ポイント上昇するなど財務体質はやや悪化した。売上債権回転日数が前期末とほぼ同水準だったのに対して仕入債務が0.5日短縮したほか、たな卸資産が増加したことでキャッシュ効率が悪化し、有利子負債が増加したことが要因となっている。同社ではキャッシュ効率を高めるため、売上債権、仕入債務の回転期間の改善に引き続き取り組んでいく方針のほか、発注精度を高めていくことで在庫回転率についても改善し、キャッシュ効率を高めていく方針となっている。

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	14/3 期	15/3 期	16/3 期	17/3 期 2Q	増減額
流動資産	158,015	143,906	151,873	157,453	+5,579
(現預金)	10,965	11,800	14,119	14,146	+27
(たな卸資産)	30,981	28,072	27,971	29,485	+1,513
固定資産	63,186	67,934	67,815	68,046	+231
総資産	221,202	211,840	219,689	225,499	+5,810
負債合計	170,161	157,929	163,747	169,154	+5,407
流動負債	122,910	122,414	129,756	130,888	+1,131
固定負債	47,250	35,514	33,991	38,266	+4,274
(有利子負債)	70,872	58,637	58,982	60,940	+1,958
純資産	51,041	53,911	55,941	56,345	+403
経営指標 (安全性)					
自己資本比率	23.1%	25.4%	25.5%	25.0%	
有利子負債比率	138.9%	108.8%	105.5%	108.2%	
(効率性)					
在庫回転率(売上原価÷期末在庫)	18.9	20.5	21.7	15.2	
売上債権回転日数	50.1	47.2	46.5	46.4	
仕入債務回転日数	43.7	44.8	44.1	43.6	

あらた

2733 東証 1 部

<http://www.arata-gr.jp/ir/>

2017 年 1 月 10 日 (火)

■今後の見通し

17/3 期は過去最高業績を 2 期連続で更新する見込み

(1) 2017 年 3 月期見通し

2017 年 3 月期の連結業績は売上高が前期比 2.0% 増の 690,000 百万円、営業利益が同 24.6% 増の 7,100 百万円、経常利益が同 25.6% 増の 7,300 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 20.2% 増の 3,900 百万円と過去最高業績を 2 期連続で更新する見通しだ。期初計画比では売上高で 11,000 百万円、営業利益で 500 百万円の増額修正となっている。

2017 年 3 月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	16/3 期実績		17/3 期会社計画			
	通期	前期比	期初計画	通期	前期比	修正額
売上高	676,743	5.9%	679,000	690,000	2.0%	+11,000
営業利益	5,699	131.5%	6,600	7,100	24.6%	+500
経常利益	5,811	135.4%	6,700	7,300	25.6%	+600
当期純利益	3,244	188.4%	3,600	3,900	20.2%	+300
1 株当たり当期純利益 (円)	210.4		233.5	262.6		+29.1

注：当期純利益は親会社株主に帰属する当期純利益

ただ、第 2 四半期累計実績では期初計画を売上高で 14,644 百万円、営業利益で 703 百万円上回ったことから、下期だけで見ると減額修正されていることになる。これは、修正計画発表時点(2016 年 11 月 2 日)において為替が 100 円台前半で推移しており、インバウンド需要を含めて国内景気の先行きに不透明感が強く、下期の売上見通しを保守的に策定したことが要因とみられる。実際、10 月-11 月の売上動向は前年同期比横ばい水準で推移している。

2017 年 1 月 10 日 (火)

下期の売上高見通しは前年同期比で 0.8% 減となっており、現状は計画をやや上回るペースで推移している。また、前年度下期は記録的な暖冬により季節商材の売上げが低迷していたことを考えると、今後、平年並みの気温で推移すれば前年同期比でプラス成長となる可能性も十分あると見られる。また、為替が米国大統領選挙後に円安にトレンド転換しており、先行きの景況感がやや改善してきたこともプラス要因となる。なお、下期売上高のマイナス要因としては、コンビニエンスストア向けの減少が挙げられる。経営統合の影響により顧客との取引が段階的に減少する見通しで、上期売上高 3,153 百万円に対して下期は 2,000 百万円程度となり、通期では前期比 4 割減程度になる可能性がある。ただ、全体の売上高に占める比率は小さくインパクトは軽微と言える。

一方、利益面では下期も引き続き高単価の商品を販売していくことによる物流費の低減や間接業務の効率化、並びに受託物流事業の収益性改善に取り組んでいくことで、利益率を維持していく方針だ。下期の営業利益率では 1.02% と上期の 1.04% から若干低下する見込みだが、これは 2017 年 3 月に稼働予定の新物流センター及び既存センターの増床に伴う立ち上げ費用約 1 億円を見込んでいるためで、これを除けば同水準の利益率となる。また、前年同期比では 12.0% 増益となる見通しだ。

(2) 物流戦略

同社は 2020 年の東京オリンピックに向けて需要拡大が見込まれる首都圏の物流機能の強化を進めている。2017 年 3 月に埼玉県に越谷物流センター（仮称）を稼働するほか、同時期に千葉支店関東物流センターの増床を完了し、稼働する予定となっている。いずれも年間処理能力は 150 億円規模となり、2018 年 3 月期以降の売上増に寄与する。

越谷物流センターは既存建物と賃借するため、設備投資額は 350 百万円と少ないが、最新鋭ラインの導入により生産性が向上するほか、主要顧客との配送距離が従来よりも短くなるため、物流コストの低減効果も期待できる。一方、関東物流センターについては、設備投資額が 1,350 百万円となり、特定顧客専用の物流センターとなる。顧客の事業規模拡大に対応する。

また、同社では 10 年先を見据えた物流構想についても策定中となっている。現段階では九州エリアにおいて現在、福岡に 1 拠点のみであった物流センターを鹿児島にも 1 拠点設け、2 拠点体制にすることを計画している。北九州と南九州に物流拠点を設けることで、リスク分散が可能となるほか、短納期配送など物流サービスの向上にもつながることになる。2018 年春の稼働を予定しており、設備投資額は 2,700 百万円程度が見込まれている。

物流センターの投資計画

名称	越谷物流センター（仮称）	千葉支店関東物流センター	鹿児島（未定）
稼働時期	2017 年 3 月	2017 年 3 月	2018 年春頃
所在地	埼玉県越谷市	千葉県八千代市	鹿児島県
設備投資額	約 350 百万円	約 1,350 百万円	約 2,700 百万円

出所：会社説明会資料及び会社ヒアリングよりフィスコ作成

市場競争力強化の為、同業、異業種とのアライアンスにも取り組む

(3) 中期成長戦略

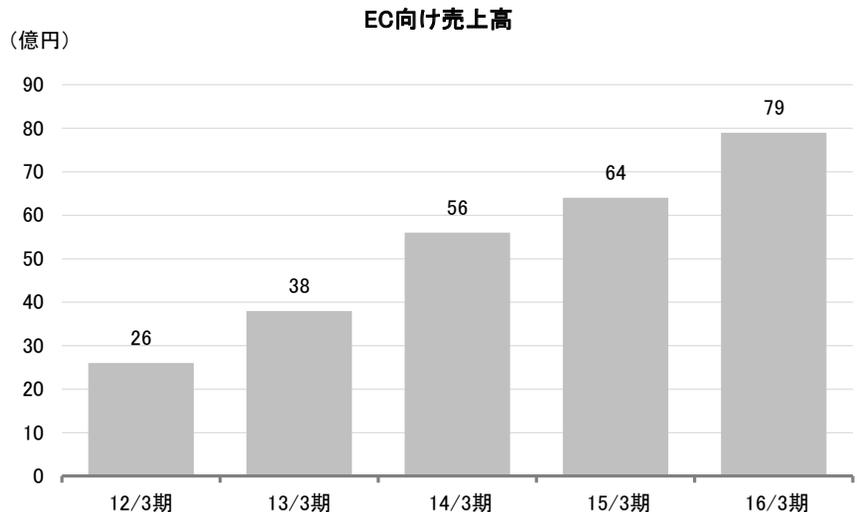
2015 年 3 月期からスタートした中期 3 ヶ年経営計画では、「次世代型卸商社」として更なる成長を目指していく基本方針を打ち出し、経営目標値として 2017 年 3 月期に売上高 679,000 百万円、経常利益 6,700 百万円、ROE6.0%、D/E レシオ 1 倍を掲げてきた。このうち、売上高、経常利益、ROE に関しては上回る公算が大きく、D/E レシオについてもほぼ計画水準となる見通しだ。中期経営計画で取り組んできた成長戦略、並びに収益性の向上や財務体質改善に向けた施策が順調に進み、成果となって表れているものと考えられる。

2018 年 3 月期からスタートする新中期経営計画はこれから策定していくことになるが、引き続き従来の戦略を踏襲していくほか、更なる成長を目指して同業他社、異業種とのアライアンスなど事業統合にも取り組んでいくものと予想される。それぞれの施策については以下のとおりとなる。

a) 売上高拡大施策

売上高の拡大施策としては、販売チャネル・地域の範囲拡大、既存顧客での取引シェア拡大、商材ジャンルの拡大が挙げられる。

販売チャネル・地域の範囲拡大では、インターネット流通市場への販路拡大とアジア市場の開拓を進めてきた。このうち、インターネット流通市場の開拓については順調に進んでいる。国内 EC 市場の拡大に伴い、無店舗型の EC 事業者向け売上高が増加傾向にあるほか、2015 年以降は中国を中心とした越境 EC 市場の拡大を背景に、国内外の越境 EC 事業者からの引き合いも増加している。訪日インバウンド需要の一部が国内リアル店舗での購入から越境 EC にシフトしつつあり、同市場をいかに取り込んでいくことができるかが今後の売上成長のポイントとなる。当第 2 四半期累計の EC 事業者向け売上高は前年同期比 5 割増の 53 億円となっており、今後の成長が期待される。

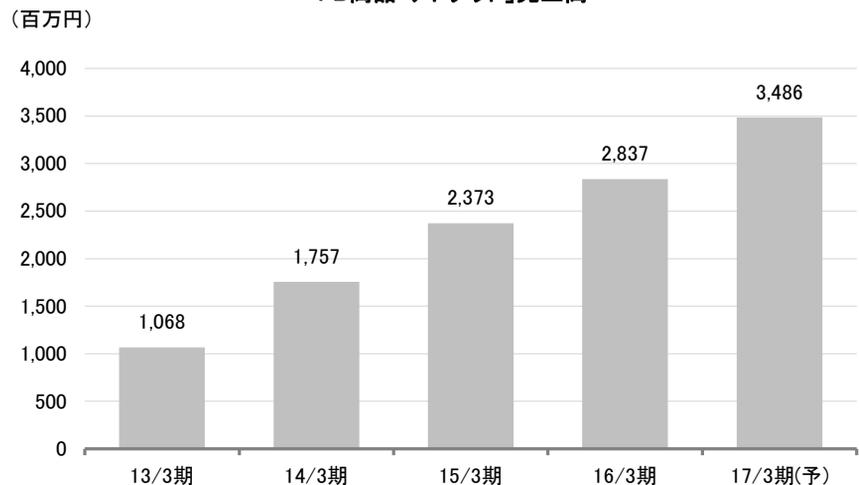


一方、アジア市場への展開については、今回の中期経営計画の中で想定どおり進まなかった数少ない取り組みの 1 つで今後の課題となっている。中国市場においては取扱商品をペット用品などに絞り、取引先も大手チェーンを中心にするなど事業規模を縮小し、効率性を重視した経営を行う方針に切り替えている。このため、当面はジャベル香港子会社との連携を強化していく方向となる。また、タイについては現地での日系小売企業の販売支援を継続しているが、足元では伸び悩んでおり、日系企業以外の顧客開拓を進めていくことが今後の課題となる。

既存顧客内のシェア拡大施策については、卸会社としての本来のサービス機能である高い精度での物流サービスや付加価値情報の提供などを、顧客店舗と取引先メーカーの間に立って最適化し、相互の信頼関係をより強固なものとすることで実現していく。また、顧客店舗に対しては「売れる店舗づくり」に向けた取り組みを、子会社のインスタマーケティングや関連会社である電通リテールマーケティングなどと連携して推進している。一方、仕入先メーカーに対しては、同社の商品販売情報を収集・分析して、価値ある情報として提供するサービスを前下期より開始しており、顧客との信頼関係をより強固なものにしている。

商材ジャンルの拡大施策としては、今後需要の拡大が見込まれるシニアマーケットを対象とした商品の取扱いを強化していくほか、PB 商品である「アドグッド」ブランドの商品開発を強化し、売上拡大につなげていく。「アドグッド」ブランドでは、市場トレンドを先読みし、顧客ニーズに合致した「本当に求められている商品」の開発を行っていくことを基本方針としている。当第 2 四半期累計の売上高は前年同期比 2 割増の 15 億円と開発アイテムの増加とともに着実に拡大しており、通期では 35 億円程度を見込んでいる。自社開発品となるため収益性も高く、売上規模が拡大していけば利益率向上にも寄与することになる。

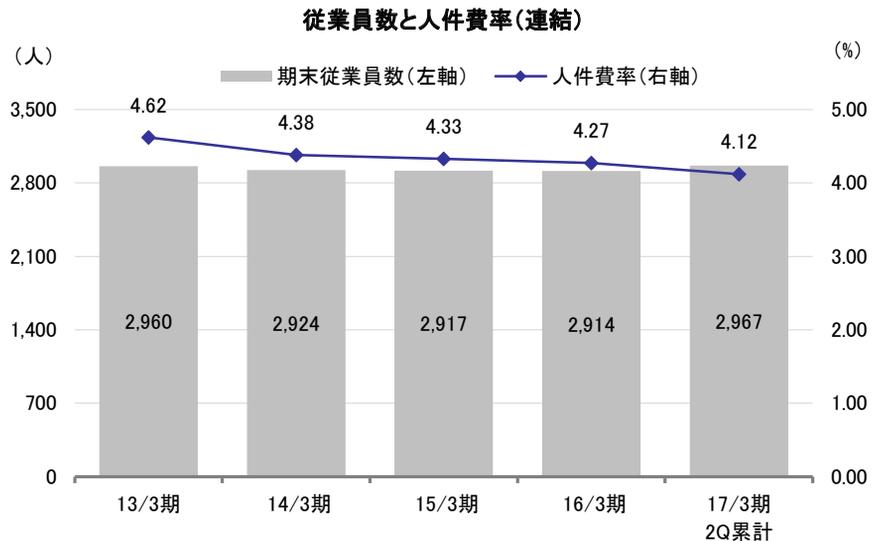
PB商品「アドグッド」売上高



b) 収益性向上施策

収益性の向上施策としては顧客ごとの収益管理を行っていくことでの総利益率の改善や、物流コスト及び間接コストの低減に取り組んでいる。物流コストの低減では、拠点の再編による効率化を引き続き進めているほか、前述したように首都圏や九州エリアでの増設、並びに関西圏でも老朽化した施設の建替えを予定している。

一方、間接コストの効率化に関しては、各支店で行っている経理業務や受発注、仕入業務などの集約化を進めていく。事務処理センターに関しては 7 拠点から 5 拠点到集約したが、2018 年 3 月期以降は拠点ごとに行っている受発注や仕入、売掛金処理など各種業務を、業務ごとに 1 拠点で集中して行う組織体制に切り替えていく。分散して行っていた機能を 1 拠点到集約することで、生産性をさらに向上し、余剰となる拠点を集約していくことになる。このため、人員に関しては引き続き採用を抑制していく方針となっており、自然減もあって売上高に占める人件費率は低減傾向が続くものと予想される。



o) 事業拡大戦略

同社は 2002 年にダイカ(株)、伊藤伊(株)、(株)サンビックの 3 社が経営統合して設立され、以降 M&A を進めながら事業規模を拡大してきたが、2012 年に(株)リビングあらた(旧(株)市野)を子会社化して以降は M&A を実施していない。収益性並びに財務基盤の強化を進めるため、合併によって肥大化した組織のスリム化に注力してきたためだ。こうした取り組みの成果によって、業績が過去最高業績を更新するまで収益性が向上し、財務体質の改善も進んできたことから、2018 年 3 月期以降は再び成長を加速していくため、成長事業への事業提携を含めたアライアンス政策などを積極的に進めていくものと予想される。

主な M&A、提携の動き

	内容
2002年 4月	ダイカ(株)、伊藤伊(株)、(株)サンビックが共同して持株会社「(株)あらた」を設立。
2002年 9月	徳倉(株)を子会社とする。
2004年 8月	(株)木曾清を子会社とする。
2005年12月	ジャベル(株)を子会社とする。
2006年10月	(株)シスコと合併する。
2006年11月	(株)電通テック、日本電気(株)、大日本印刷(株)の 3 社と共同で(株)電通リテールマーケティングを設立する。
2010年 3月	(株)日本アクセス、アルフレッサホールディングス(株)と業務提携契約を締結する。
2012年 8月	市野(株)(現(株)リビングあらた)の株式を取得し子会社とする。

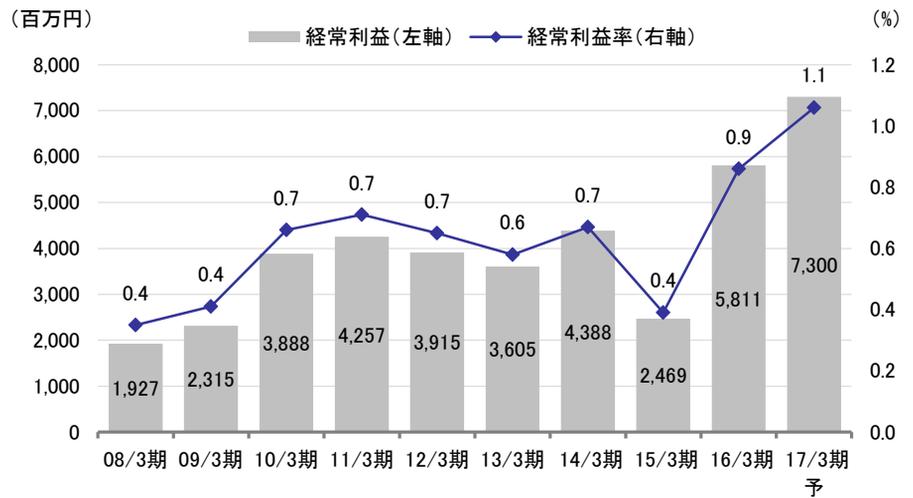
あらた

2733 東証 1 部

<http://www.arata-gr.jp/ir/>

2017 年 1 月 10 日 (火)

連結経常利益と経常利益率の推移



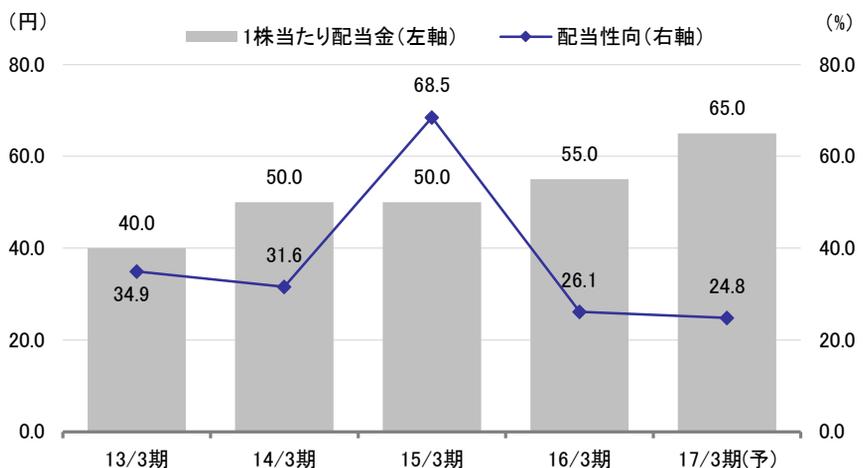
■株主還元策について

業績好調のため、10円増配の65円配を予定

同社は株主還元にも積極的に取り組んでいる。2017年3月期は業績好調を受け、1株当たり配当金を前期比10.0円増配の65.0円（配当性向24.8%）とし、2期連続の増配を予定している。配当政策としては安定した配当を継続的に実施することを基本とし、各事業年度の業績、財務状況、今後の事業展開等を総合的に勘案しながら配当額を決定する方針としており、今後も業績の拡大が続けば増配が期待される。

また、株主優待制度も既に導入しているが、今後拡充していくことを検討している。現在は、100株以上保有の株主に対して1,000円相当のQUOカードを3月末と9月末の年2回進呈しているが、保有株数や継続保有期間なども考慮したものになる見込みだ。

1株当たり配当金と配当性向



注：16/3期より5株を1株に併合。配当金は過去遡及して修正。

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