

G-7 ホールディングス

7508 東証 1 部

2014 年 6 月 9 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

■ 売上高 1,000 億円の達成に向けて海外事業の強化へ

「オートバックス」「業務スーパー」のフランチャイジーとして最大手の子会社を有する持ち株会社。アグリ事業や海外事業へ展開し、2016 年 3 月期に売上高 100,000 百万円、営業利益 4,000 百万円の中期経営計画達成を目指す。

2014 年 3 月期の連結業績は、売上高が前期比 6.7% 増の 88,178 百万円、営業利益が同 10.6% 増の 2,900 百万円と過去最高業績を連続で更新した。オートバックス・車関連事業では新規出店効果に加えて、降雪によるスタッドレスタイヤの需要増や、消費増税前の駆け込み需要が売上を押し上げた。また、業務スーパー・こだわり食品事業も業務スーパーが堅調だったほか、こだわり食品事業も新規顧客や新規商材の開拓が進み、好調に推移した。

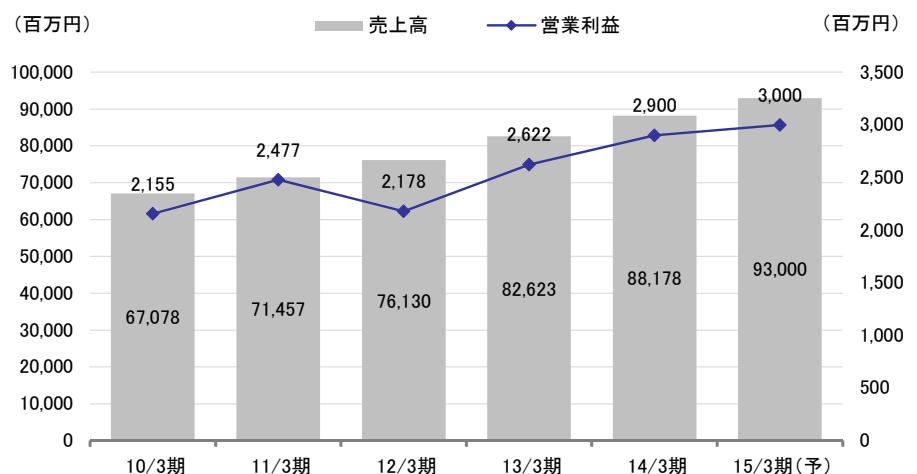
2015 年 3 月期の業績は売上高が前期比 5.5% 増の 93,000 百万円、営業利益が同 3.4% 増の 3,000 百万円と増収増益が続く見通し。主力のオートバックス、業務スーパー事業が新規出店効果で業績をけん引する。また、アグリ事業では「めぐみの郷」の PB 商品開発を強化していく。

2016 年 3 月期の連結売上高 100,000 百万円の達成に向けて、海外事業の強化も加速していく。既にオートバックス、バイクセブン、アグリ事業を東南アジアで開始しているが、2014 年からは日本食ブームを追い風に、レストラン事業や日本食の卸売事業もアジア市場で展開していく。海外事業の当面の売上高目標として 2,000 百万円、将来的には 10,000 百万円を視野に事業展開を進めていく戦略だ。

■ Check Point

- ・ 過去最高業績を 2 期連続で更新
- ・ 主力 2 事業の持続的な成長と第 3、第 4 の柱を育成へ
- ・ 業績の進捗をみて配当性向を目安に増配の可能性も

業績推移



2014 年 6 月 9 日（月）

■ 決算動向

過去最高業績を 2 期連続で更新

(1) 2014 年 3 月期業績について

5 月 12 日付で発表された 2014 年 3 月期の連結業績は、売上高が前期比 6.7% 増の 88,178 百万円、営業利益が同 10.6% 増の 2,900 百万円、経常利益が同 7.0% 増の 3,139 百万円、当期純利益が同 14.6% 増の 1,541 百万円と増収増益決算となり、過去最高業績を 2 期連続で更新した。主力のオートバックス・車関連事業、業務スーパー・こだわり食品事業が消費増税前の駆け込み需要もあって、揃って増収増益となったほか、その他事業も「めぐみの郷」事業の損失が大幅に縮小したことなどが貢献した。事業別の動向は以下のとおり。

オートバックス・車関連事業

オートバックス・車関連事業は、オートバックスや BP センターなどを運営する G-7・オート・サービスと、バイクセブンを運営する G-7 モータースで構成される。売上高構成比では G-7・オート・サービスが全体の約 9 割を占めている。

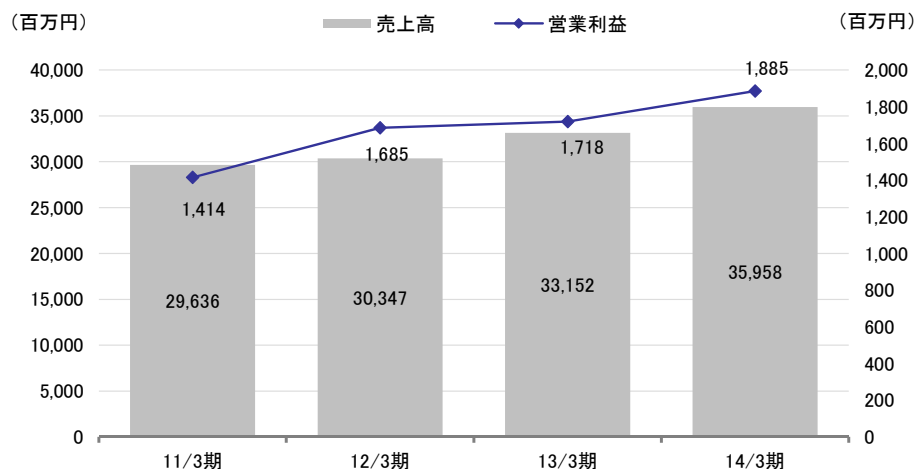
2014 年 3 月期の売上高は前期比 8.5% 増の 35,958 百万円、営業利益は同 9.8% 増の 1,885 百万円となった。当期の新規出店数は、国内がオートバックスで 4 店舗、ガソリンスタンドのオートバックスエクスプレスで 1 店舗、バイクセブンで 1 店舗の計 6 店舗となり、マレーシアではオートバックス、バイクセブン各 1 店舗を新規出店した。この結果、同事業における総店舗数は前期末比 8 店舗増の 99 店舗となった。

売上高の内訳を見ると、オートバックス事業は前期比 10.1% 増と堅調に推移した。カーエレクトロニクス製品がカーナビゲーションを中心に低迷したものの、降雪の影響や販促の集中投下、及び消費増税前の駆け込み需要もあってタイヤ・ホイールが伸びたほか、板金・車検サービスや車販売なども好調に推移した。また、バイクセブン事業も新規出店効果などにより、前期比 21% 増と好調に推移した。

利益面では、新規出店費用が増加したほか、マレーシアにおける初期投資負担、カーナビゲーションの単価下落の影響などがあったものの、板金・車検サービスやタイヤ・ホイールなど比較的採算の良い商品の売上増によって増益を維持した。なお、マレーシアにおける売上高はまだ小さいが、前期比では約 3 倍増と順調に推移した。特に、バイクセブンの店舗は想定以上の活況ぶりを示している。現地でタイヤやオイル、ヘルメットなどバイクに関連する商品がすべて揃っている店舗がほかにないため、週末にはシンガポールから同業者がまとめ買いにくるケースも多い。このためバイク店舗に関しては 2015 年 3 月期にも 1 号店の黒字化が見込めるとしている。一方、オートバックス店に関しては固定費も大きいため、黒字化には 3 年程度かかる見通しだ。

2014 年 6 月 9 日 (月)

オートバックス・車関連事業



Autobacs Tebrau City 店



出所：会社資料

業務スーパー・こだわり食品事業

業務スーパー・こだわり食品事業は、業務スーパーを運営する G-7 スーパーマーケットと、こだわり食品などを手掛ける G-7 食品システムで構成される。売上高構成比は G-7 スーパーマーケットが全体の約 9 割を占めている。

2014 年 3 月期の売上高は前期比 6.0% 増の 49,262 百万円、営業利益は同 11.2% 増の 1,396 百万円となった。業務スーパーの新規出店数は 6 店舗（東京 3 店舗、千葉、神奈川、北海道各 1 店舗）、リニューアルオープンが 1 店舗（愛知）、閉店が 3 店舗となり、期末店舗数は 106 店舗と前期末比で 3 店舗増となった。当期より、北海道・札幌に新たに新店を開始した。従来は首都圏と中部（愛知、三重、岐阜）、近畿（兵庫、大阪）、九州（福岡）のみであったが、今後は札幌でも出店を拡大していく計画としている。出店店舗数が当初計画（10 店舗）を下回ったが、これは首都圏において大手スーパーが同社と同規模（200 ～ 300 坪）の小型店舗の出店を強化しはじめ、対象物件の賃借料が上昇したことが影響している。

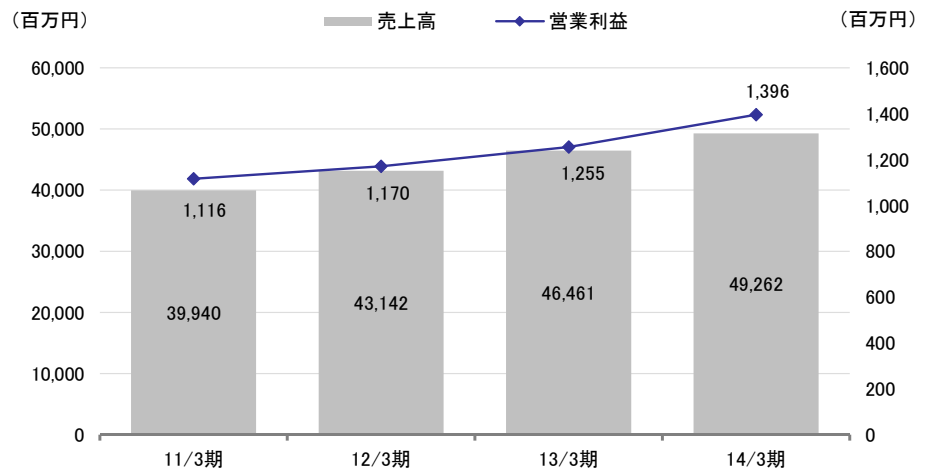
2014 年 6 月 9 日（月）

売上高の内訳をみると、G-7 スーパーマーケットが前期比 5% 増、G-7 食品システムが同 7% 増といずれも堅調に推移した。業務スーパーでは新規出店効果に加えて、消費増税前の駆け込み需要が 3 月に入ったことが寄与した。主に、お米や調味料などの売上げが伸びたようで、3 月単月の売上高としては前年同月比で 2 ケタ増となった。年度を通した既存店ベースの売上高も前期比 3% 増となるなど、業界平均と比較して堅調に推移したと言える。一方、G-7 食品システムもこだわり食品の新規取引先の開拓や新商材の発掘などが進んだことで順調に売上げを伸ばした。

利益面をみると、業務スーパーは円安の影響もあって原価率が若干上昇したほか、電気料金の値上げなどで光熱費が増加したが、増収効果に加えて、人件費の効率化を進めたことなどで増益となった。人件費の効率化に関しては、パート従業員を店長に登用する新たな取り組みを開始した。4 店舗でパート店長が誕生したが、いずれの店舗も売上げが予算をクリアするなど好調だったことから、今後も女性パート店長の登用を積極化していく方針としている。

一方、G-7 食品システムも増収効果に加えて、子会社化のコールドファミリーや上野食品をそれぞれ 2013 年 1 月、2014 年 1 月に吸収合併したことで、間接経費の削減が進んだことも利益増につながった。

業務スーパー・こだわり食品事業



その他事業

その他事業は農産物直販所、めぐみの郷を運営する G-7 アグリジャパンのほか、レストラン事業、リユース事業、ダイソー〈4046〉事業、不動産賃貸事業などを展開する G-7 デベロップメントなどで構成されている。2014 年 3 月期の売上高は前期比 1.7% 減の 2,957 百万円、営業損失は 62 百万円（前期は 154 百万円の損失）となった。

めぐみの郷事業に関しては、新規出店 1 店舗（兵庫）を行い、期末ベースで 18 店舗（兵庫 13、奈良 4、大阪 1）となった。売上高は前期比 11% 増と堅調に推移し、利益ベースでも赤字幅が縮小する格好となった。また、海外事業としてベトナムで菊を、ミャンマーでイチゴの栽培をそれぞれ開始している。菊に関しては、昨年 12 月に初回入荷分を「めぐみの郷」店舗で販売した。ミャンマーのイチゴ栽培に関しては、現地の流通最大手企業である City Mart 社との合併会社 CM ジャパンアグリミャンマー（出資比率 40%）で試験栽培を開始、試食での評価が好評だったことから、2014 年 11 月に現地のホテルやレストラン向け、あるいは贈答用として出荷を開始する計画となっている。

2014 年 6 月 9 日（月）

※ ハラルフード：
豚の成分を含む食品やイスラム
教の作法に基づき特定の加工・
調理が行われた食品

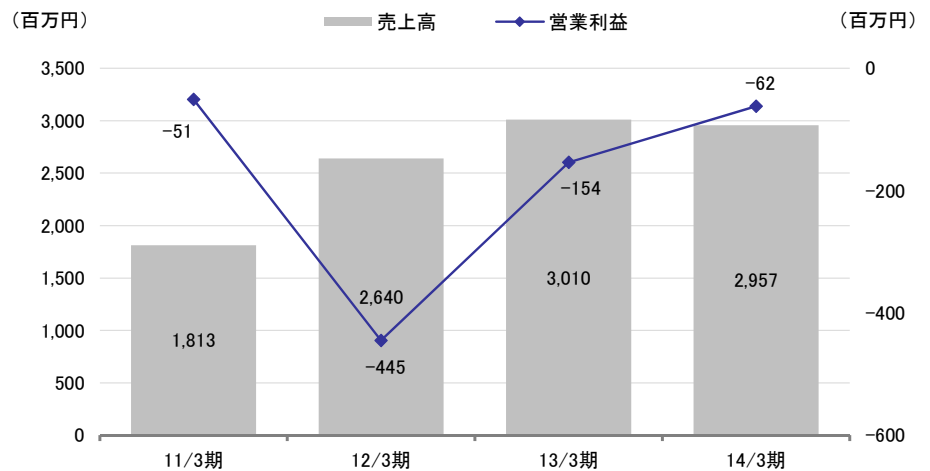
ベトナムでの菊栽培



出所：会社資料

一方、G-7 デベロップメントに関しては売上高で前期比 4% 増となった。レストラン事業やリユース事業などが堅調に推移した。また、レストラン事業では、G7 リテールマレーシアが 2014 年 2 月にマレーシアにラーメン店を初出店した。海外事業強化の一環として、レストラン事業のアジア展開を進めていく予定で、まずは日本食のなかでも人気の高いラーメン店からスタートする。対象顧客は中華系、日系とし、醤油ベースのラーメンを提供する。対象顧客を絞り込んだのは、豚骨ベースが現地では主流のため「ラーメン＝豚の成分を含むハラルフード（※）でないもの」というイメージが定着しているためだ。それでも、滑り出しは順調に推移しているようだ。

その他事業



生産性向上や経費抑制などにより「個店収益力の強化」へ

(2) 2015 年 3 月期業績見通し

2015 年 3 月期の連結業績は、売上高が前期比 5.5% 増の 93,000 百万円、営業利益が同 3.4% 増の 3,000 百万円、経常利益が同 1.9% 増の 3,200 百万円、当期純利益が同 3.8% 増の 1,600 百万円と 3 期連続の過去最高業績を見込んでいる。

2014 年 6 月 9 日（月）

主力のオートバックス、業務スーパー事業において新規出店を継続していくほか、生産性向上や経費抑制などにより「個店収益力の強化」を継続して進めていく。新規出店計画は、オートバックス事業で 8 店舗、業務スーパー事業で 10 店舗、めぐみの郷事業で 4 店舗をそれぞれ計画している。また、海外ではマレーシアにバイクセブンを 2 店舗出店するほか、ラーメン店も東南アジア各国に出店していく目標を立てている。事業別の見通しに関しては以下のとおり。

高付加価値サービス提供の継続で収益力の向上を目指す

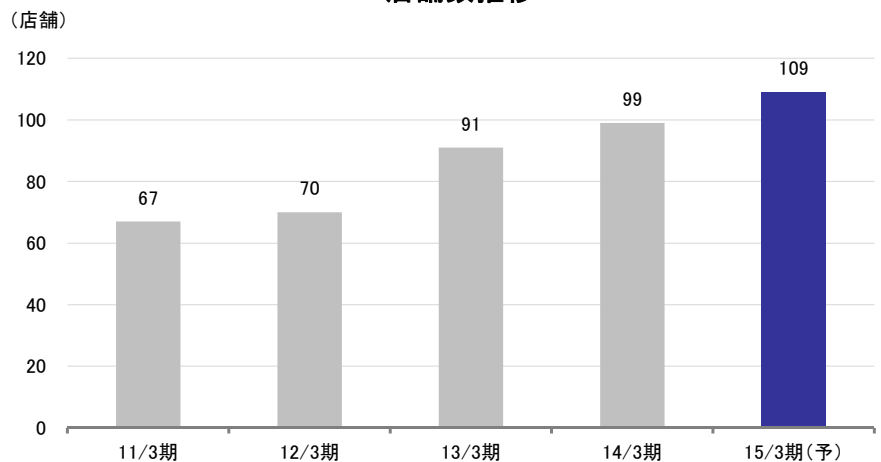
オートバックス・車関連事業

2015 年 3 月期のオートバックス・車関連事業は、オートバックス中心とした新規出店効果により増収増益を見込んでいる。4 月は駆け込み需要の反動減で前半はやや低迷したものの、新車販売の納車時期が 4 月以降となっているケースも多く、想定以上に販売は堅調に推移しているようだ。

オートバックスやバイクセブンを中心に総店舗数は前期末比 10 店舗増（オートバックス 8 店舗、バイクセブン 2 店舗）の 109 店舗と引き続き出店を拡大していく。また、オートバックス店舗に関しては M&A による取得機会があれば積極的に進めていきたい考えだ。同社の収益力は、オートバックス子会社や FC 企業のなかでも最も高く、店舗運営能力は抜きん出ている。板金や車検サービスなど高付加価値事業を積極的に取り組んできたことも、高い収益性につながっていると言えよう。特に前期における車検サービスの取扱台数では、オートバックスグループ全店舗中、同社店舗がトップ 10 に 5 店舗入るなど高い実績を挙げている。サービス部門の売上構成比はオートバックス事業のなかで約 23% の水準だが、粗利益率ではカー用品と比較して 2 倍以上と高く、今後も売上構成比を引き上げていくことで、収益力の向上を進めていきたい考えだ。

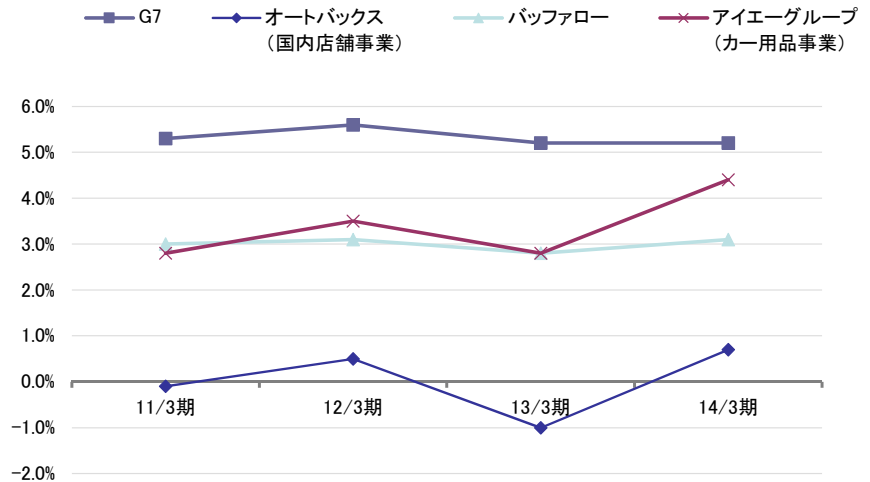
一方、マレーシアで 2 年前に出店したオートバックス 1 号店も、売上高は前期比 35% 増と順調に拡大している。2013 年 8 月にオープンした 2 号店を含めて 3 年程度で黒字化する目標だ。また、バイクセブンは 1 号店が好調に推移していることから、今期中に 2 号店の出店を計画している。バイクセブンはオートバックスと比較して、商品在庫が半分程度と少ないほか、1 店舗当たりの従業員数も 8 名程度と半分程度の水準ですむため、損益分岐点も低く早期の黒字化が可能となる。バイクセブン事業では、今後もベトナムやインドネシア（ライセンス契約での展開）などバイク人口が多い国での出店を視野に準備を進めている。

店舗数推移



※オートバックス関連、バイクセブン等含む

売上高営業利益率の推移



業務スーパーは小型店舗出店と女性店長の登用がキーワードに

業務スーパー・こだわり食品事業

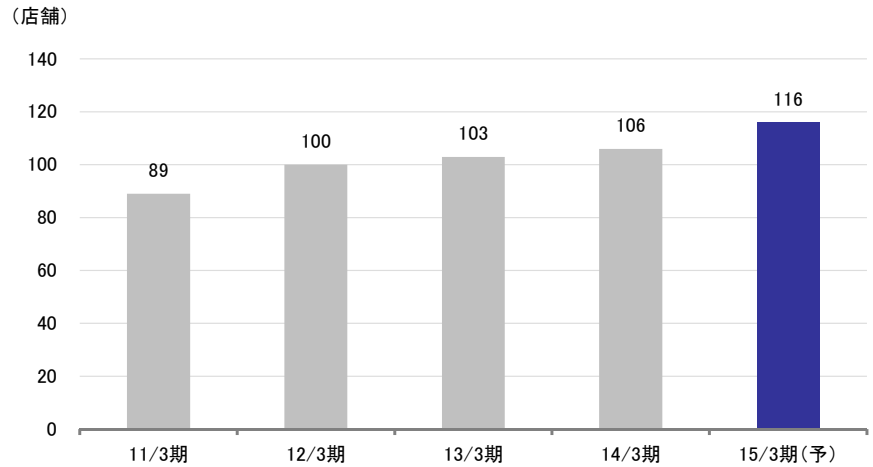
2015 年 3 月期の業務スーパー・こだわり食品事業は、業務スーパーの増収効果などにより、増収増益基調が続く見通し。業務スーパーの新規出店数は 10 店舗を計画しており（札幌 5、関東 2、中部 2、関西 1）、このうち 4 店舗は 4～5 月中の出店となる。なお、札幌地区に関しては、出店余地として 20 店舗までは可能とみており、条件に合う物件が見つければ追加出店の可能性もある。一方、首都圏に関しては賃借料の上昇もあり、都市部における小型店舗の出店を進めていく計画だ。

業務スーパー事業の売上高は新規出店効果もあって、1 ケタ後半の増収率を見込んでいる。また、収益性に関しては、3 年前に大量出店した店舗が固定費負担の減少により、いずれも黒字貢献し始めること、また、女性店長の登用を中心とした人件費の効率化を進めることなどで増益を見込んでいる。4 月の売上は駆け込み需要の反動減でやや低調に終わったが、5 月以降は再び前年比でプラス成長に転じるものと思われる。

なお、店舗運営の最終的な形としては、店長をベテランの女性パート職員に委ね、正社員は 5～6 店舗を統括するエリアマネージャーとして配置していくことを想定している。その地域で長く働いている女性パート職員のほうが、顧客とのコミュニケーション能力が高く、商品の需要動向を的確に読めるほか、接客マナーなど細かいところにも目が行き届いており、店舗の売上げ成績も良好なためだ。また、パート職員の勤務管理などもしっかりなされている。店舗の収益管理に関しては、日々の仕入額や粗利益率、人件費率などいくつかの重要な経営指標を抑えるだけで対応可能なシステムを作り上げており、特に問題も出ていない。このため、今後も店長となる資質やモチベーションの高いパート職員は、積極的に登用していく方針だ。

2014 年 6 月 9 日（月）

業務スーパー店舗数



一方、こだわり食品事業ではこだわり食品やめぐみの郷で開発した PB 商品などを中心に顧客開拓を進め、売上拡大を図っていく方針だ。

特に今期は東南アジア市場への販路開拓を強化していく。2014 年 4 月にはシンガポールで開催された食材関連の国際展示会「FHA2014（フード&ホテル・アジア）」に初出店を果たした。主に米や果物、加工食品、和牛など日本の美味しい食材を出品したほか、ブース内では和牛や釜めしなどの試食も行った。同展示会に来場する卸売業者を開拓し、現地のホテルやレストランでのメニューとして採用を拡大していきたい考えた。既に、香港では昨年 12 月より和牛の販売を少量ながらスタートするなど、実績も少しずつ出始めており、今後の動向が注目される。商流としては、G-7 食品システムや G-7 アグリジャパンから食材を輸出し、同社の香港子会社を通じて現地の卸売業者に販売する格好となる。東南アジアではイスラム教も広く浸透しているため、ハラールフードに適合した食材の販売を行っていく予定だ。

「FHA2014（フード&ホテル・アジア）」の様子



出所：会社資料

2014 年 6 月 9 日（月）

G-7 食品システムの国内事業でも、今期より新たな取り組みを開始する。めぐみの郷で開発した PB 商品で特に人気の高い食材を、G-7 食品システム経由で他の小売店へ販売していく。まずは、めぐみの郷で、5 月に投入後 1ヶ月で 2,000 本を販売し、ヒット商品となっている「ドレッシング」を千葉県内の高品質スーパーで販売することが決まっている。今後もめぐみの郷では PB 商品の開発を強化していく方針で、G-7 食品システムを通じて、他の小売店にも販路を拡大することで、売上げの拡大を進めていく方針だ。

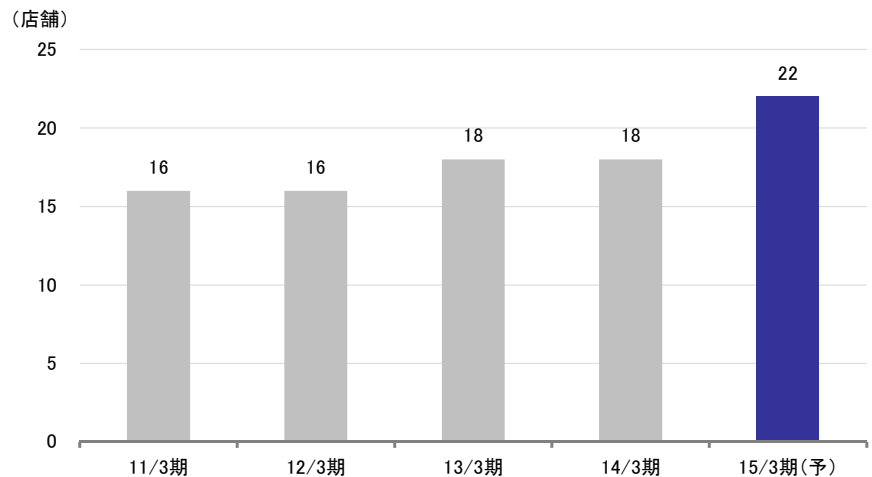
海外でのアグリ事業の進展とレストラン事業の戦略に注目

その他事業

2015 年 3 月期のその他事業は、2 期ぶりの増収を見込み、営業利益も事業セグメント開示後では初めての黒字化を見込んでいる。G-7 アグリジャパンで展開するめぐみの郷事業においては、新たに都心型店舗を 4 店舗出店する（大阪、兵庫）目標を立てており、出店経費の増加によって今期も若干の赤字が残る可能性はある。ただ、リユース事業が前期に計上した在庫処分損が無くなることで、黒字転換する見込みとなっている。

めぐみの郷事業においては、店舗の売上拡大を図るため PB 商品の開発を強化する計画となっている。加工品を中心に現在は 7 品目を商品化しているが、1 年後に約 50 品目まで拡充していく計画となっている。PB 商品については割安感を売りにするのではなく、「おいしいは、しあわせ」を商品コンセプトに、美味しさにこだわった付加価値の高い商品開発を進めていく方針だ。

めぐみの郷店舗数



また、海外におけるアグリ事業に関しては、ミャンマーでのイチゴ栽培、ベトナムでの菊栽培を強化していく。特に、イチゴ栽培に関しては現地での評価も高く、ビニールハウスの増設も視野に入れている。2014 年 11 月より本格販売を開始する予定となっている。ベトナムでは現在、総敷地面積（5.4 万坪）のうち 2 万坪を使用して、菊 1.8 万株（年 4 回）とサツマイモ約 7,000kg（年 3 回）の栽培を行っている。いずれも売上高としては数百万円程度と小さいが、今後、事業が軌道に乗れば能力の拡大も進めていきたい考えだ。

2014 年 6 月 9 日（月）

ミャンマーでのイチゴ栽培（ビニールハウス）



出所：会社資料

その他では、レストラン事業での海外戦略が注目される。東南アジア各国において、ここ数年続いている日本食ブームを追い風に、同社も海外でのレストラン事業拡大を目指していく。既に、2014 年 2 月にマレーシアで出店したラーメン店「ら〜めん神戸（かんべ）」は滑り出しも順調に推移している模様。マレーシアでの今後の戦略としては直営店舗であと 1 ～ 2 店舗出店した後に、ライセンス展開による多店舗化を目指していく。また、他国への展開についても、今夏にミャンマーで提携先の City Mart 店舗内に新店を予定しているほか、ベトナムやインドネシア、台湾でも来期中に 1 店舗の出店を目指している。

ラーメン店は新規出店費用が安く、損益分岐点売上高も低いことから、客足が順調に伸びさえすれば早期の黒字化が可能なビジネスと言える。マレーシア 1 号店は、順調にいけば今期後半からの黒字化が見込まれている。ラーメンは醤油ベースで価格は 17 マレーシアリングギット（約 530 円）となる。現地に出店しているラーメン店は豚骨ベースのものがほとんどであるため、「ラーメン＝豚の成分を含む」というイメージが定着している。マレーシアの店舗では現地の主流である豚骨ベースではなく醤油ベースのラーメンの出店となるが、中華系や日系をメイン顧客として取り込みたいとしている。店員のホスピタリティを売りにして、現地での事業を伸ばしていきたい考えだ。

マレーシアでのら〜めん神戸（外観）



出所：会社資料

2014 年 6 月 9 日（月）

マレーシアでのラーメン神戸（内観）



出所：会社資料

■ 中期計画

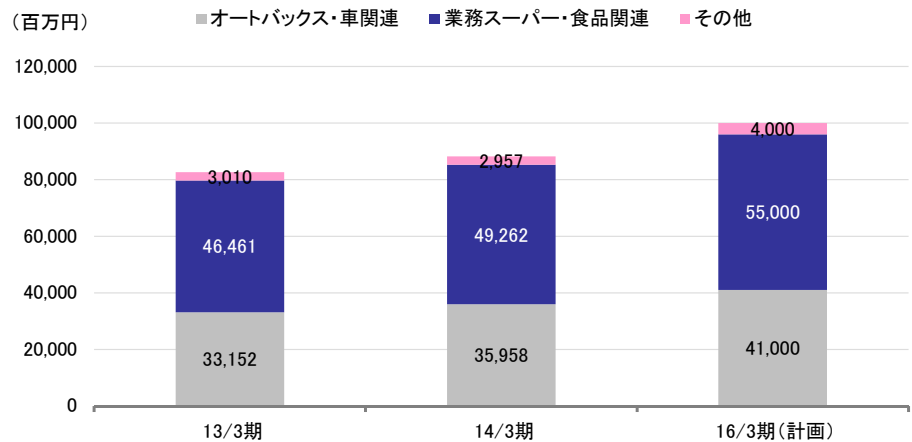
主力 2 事業の持続的な成長と第 3、第 4 の柱を育成へ

同社は中期計画として、2016 年 3 月期に売上高 1,000 億円、営業利益 40 億円の目標を掲げている。事業別の売上高計画では、オートバックス・車関連事業が 2014 年 3 月期対比で 14% 増の 41,000 百万円、業務スーパー・こだわり食品事業が同 12% 増の 55,000 百万円、その他事業が同 35% 増の 4,000 百万円（うち海外事業 1,000 百万円）となる。

オートバックスや業務スーパーといった主力 2 事業の持続的な成長に加えて、バイクセブンや G-7 食品システム、アグリ事業などその他の事業拡大も進めていく。各事業における基本戦略は表のとおりとなっている。なお、海外事業についてはオートバックス、バイクセブン事業のほか、食品輸出業、アグリ事業やレストラン事業などの積極展開によって、2016 年 3 月期 1,000 百万円から、当面は 2,000 百万円を目指し、将来的には 10,000 百万円を目標として掲げている。

今後の経営課題としては、オートバックス、業務スーパー事業に続く第 3、第 4 の柱を育成していくことが挙げられる。2016 年 3 月期の中計では食品事業とアグリ事業で各 5,000 百万円の売上規模を目指しているが、これらを 10,000 百万円規模に拡大していくことで、収益基盤もさらに強固な体制が構築されるものと予想される。また、もう 1 つの課題としては、人材育成が挙げられる。業務スーパー事業やリユース事業などにおいては、マネジメントに関わる人材育成を進めることで、成長力や収益性がさらに向上する余地が残されており、本部からの指導体制を強化していくことで、こうした課題を解決していく考えだ。

中期売上計画



中期経営計画事業計画

1	トータルカーライフサービス業としての更なる充実、進化を図り、主力のオートパックスを核として、H28/3 月末に 100 店舗に挑戦 (H26/3 月末、オートパックスで 66 店舗、専門施設で 24 店舗)。特にオートパックスは小商圏型の小型店の展開に注力するとともに積極的な M&A を推進していく。
2	業務スーパーは、中部、関東での出店強化を図る。特に東京都 23 区内、神奈川県都心では 50 坪～ 100 坪の駐車場なしの小型店舗の出店を積極化し、H28/3 月期に 130 店舗を目指す。
3	こだわり食品の開発を強化するほか、G-7 食品システムとめぐみの郷とのコラボレーションで PB 商品の販促拡大を図る。国内だけでなくシンガポール、香港に進出し、中国、東南アジア地域への販売網構築を目指す。
4	リユース事業「良品買館」の兵庫県、岡山県、関東圏での多店舗展開および、レストラン事業の「グリーンズ K 鉄板ビュッフェ」を近畿圏、関東圏で多店舗展開する。また、100 円ショップ「ダイソー」も大型物件の中に複合出店として導入を図る。
5	農産物直販所「めぐみの郷」の内部充実と下期より関西圏で出店。関東圏においては、ミニ店舗での展開を推進。また、休耕地等を確保して、貸農園事業への取り組みを図る。海外では、ミャンマーでイチゴ、野菜の生産に取り組み、現地のホテル、レストランに販売するほか、ベトナムで菊を栽培し、日本に輸入、めぐみの郷で販売する。
6	オートパックスのマレーシアでの多店化と知名度 UP を図り、マレーシアのトータルカーライフを提供。東南アジアの他国でも中古車販売、修理工場事業に挑戦していくほか、食品スーパー、他事業においても本格的に取り組んでいく。
7	トータルバイクライフの「バイクセブン」を第 3 の柱にすべく、国内での出店を加速させるほか、台湾およびマレーシア、ベトナム、ミャンマー、タイ、フィリピン、バングラデシュの国々で店舗展開を推進していく。
8	国内、東南アジアで G-7 グループが展開する業種の企業に関する M&A、業務提携を実施し、業績の拡大に取り組む。特に、東南アジアにおいては M&A により、各国の異なる規制をクリアし、多店化のスピードアップを図る。
9	大型物件に G-7 モールとしてグループの店舗やテナントを入れて、集客効率の高いモール事業に注力。
10	日本のラーメン、カレー、ハンバーグの店舗を、台湾および東南アジアのインドネシア、ミャンマー、ベトナム、カンボジア、バングラデシュ、フィリピンで順次展開を図っていく。

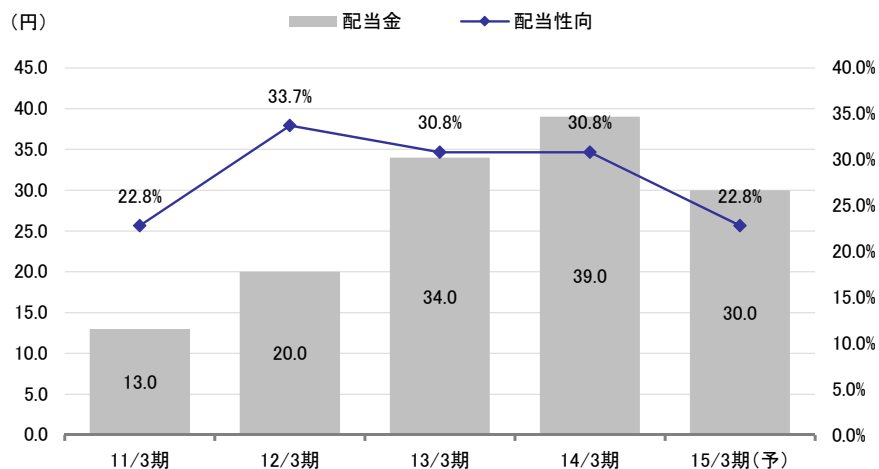
株主還元策

業績の進捗をみて配当性向を目安に増配の可能性も

配当政策に関して同社では、「安定配当の継続を前提に業績に応じた利益還元を実施することを基本方針とし、将来の事業展開に向けた投資需要や財務状況なども勘案しながら総合的に判断していく」としている。配当性向としては目安として 30% 程度を考えているようだ。実際、2014 年 3 月期の 1 株当たり配当金は、前期比 5 円増配の 39 円が予定されているが、配当性向では 30.8% の水準となる。2015 年 3 月期の配当金は 30.0 円の計画となっているが、業績が順調に推移すれば配当性向を目安に増配する可能性がある」と弊社ではみている。

2014 年 6 月 9 日 (月)

1株当たり配当金と配当性向



損益計算書

(単位: 百万円)

	11/3 期	12/3 期	13/3 期	14/3 期	15/3 期(予)
売上高	71,457	76,130	82,623	88,178	93,000
(対前期比)	6.5	6.5	8.5	6.7	5.5
売上原価	52,175	55,552	60,338	64,487	-
(対売上比)	73.0	73.0	73.0	73.1	-
販管費	16,804	18,398	19,662	20,790	-
(対売上比)	23.5	24.2	23.8	23.6	-
営業利益	2,477	2,178	2,622	2,900	3,000
(対前期比)	14.9	-12.0	20.4	10.6	3.4
(対売上比)	3.5	2.9	3.2	3.3	3.2
営業外収益	263	326	425	374	300
受取利息・配当金	0	2	1	1	-
その他	263	324	424	373	-
営業外費用	148	255	144	136	-
支払利息・割引料	68	56	0	48	-
その他	80	199	64	88	-
経常利益	2,591	2,250	2,933	3,139	3,200
(対前期比)	15.3	-13.2	30.3	7.0	1.9
(対売上比)	3.6	3.0	3.5	3.6	3.4
特別利益	35	0	41	0	-
特別損失	781	512	333	221	-
税引前利益	1,844	1,738	2,640	2,917	-
(対前期比)	1.2	-5.7	51.9	10.5	-
(対売上比)	2.6	2.3	3.2	3.3	-
法人税等	1,142	1,015	1,295	1,376	-
(実効税率)	61.9	58.4	49.1	47.1	-
当期純利益	701	722	1,345	1,541	1,600
(対前期比)	-19.5	3.0	86.1	14.6	3.8
(対売上比)	1.0	0.9	1.6	1.7	1.7
[主要指標]					
発行済株式数 (千株)	12,328	12,171	12,170	12,170	12,170
1 株当り利益 (円)	59.94	59.38	110.51	126.66	131.46
1 株当り配当 (円)	13.0	20.0	34.0	39.0	30.0
1 株当り純資産 (円)	734.25	780.73	867.54	953.05	-
配当性向 (%)	22.8	33.7	30.8	30.8	22.8
ROE (%)	9.7	8.0	10.0	10.1	-

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