

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

■建設投資の回復で最高益更新が続く見通し

コンドーテック<7438>は、社会活動に欠かせないインフラ・環境関連資材を供給している。具体的にはターンバックルやシャックルなど産業・鉄構資材の製造・仕入販売、並びに電設資材の仕入販売など。豊富な商品ラインナップと地域密着型の即納体制が強み。土木・建築を中心に物流、船舶、鉄道、環境分野など幅広い業界に販売しており、特定業界の好不況の波を受けにくい収益体質を構築している。

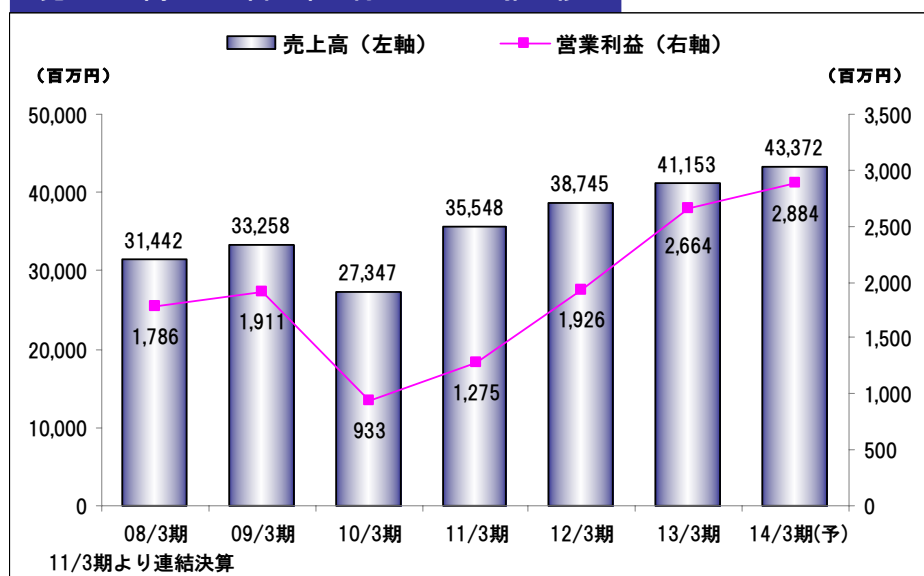
住宅着工件数の増加や震災復興の本格化による建設投資の回復で、建設用資材の販売好調が続いている。円安による仕入れコストの上昇は価格転嫁で吸収し、2014年3月期も順調な滑り出しとなっている。震災復興需要や公共インフラ投資に関しては、今夏以降の本格拡大が見込まれており、同社の業績も最高益更新が続く見通しだ。

今後の成長戦略としては、鉄道・環境分野や東南アジア市場における販売強化、並びに首都圏営業の強化、鉄構資材分野におけるシェア拡大などに取り組んでいく方針。

■Check Point

- ・顧客数は全国で16,000社、幅広い顧客層で収益を安定化
- ・建設業界向けが続伸、2013年3月期は過去最高業績を更新
- ・業績の一段の拡大に伴う増配に期待

売上高と営業利益の推移



■会社概要

ターンバックルの自社生産開始で売上規模が急速に拡大

(1) 会社沿革

同社は1947年、鉄工所に勤務していた近藤藤緒氏が独立し、船舶やハシケなどの艀装品を問屋に販売する「近藤商店」を創業したところからスタートする。戦後復興の好景気という追い風にも乗り、シャックル(※1)やワイヤクリップ、チェーンなど産業用資材の販売が年々拡大していった。当時から豊富な商品アイテムを揃え、注文が入れば即納するというのが同社の経営の方針となっており、現在までその基本方針は受け継がれている。一部の商品に関しては自社で穴あけなど加工して販売していたが、本格的に製造を開始するのは1956年でシャックルの自社生産から開始した。なお、製造業にも注力していくということで、その前年には社名を近藤鉄工へと変更している。

(※1) シャックル：
ワイヤロープを結合したり、重量物を吊るすときに、ワイヤロープの先端に取り付ける、連結するためのU字形金具。

シャックルの写真

軽量
シャックル



KONDO規格
シャックル



超強力
シャックル



会社HPより引用

時代は戦後の高度成長期を迎える中で、建設業界向けを中心に同社の業容も大きく拡大していった。当時の主要取扱製品は自社で組立生産していたワイヤクリップと、自社鍛造品のシャックル、それに仕入販売品のターンバックル(※2)の3品目であったが、建設ラッシュのなかで、とりわけターンバックルの需要が急増し、需要に供給が追いつかない状態が続くようになっていた。そこで同社はシャックルの生産を仕入販売に切り換え、代わりにターンバックルの生産を開始することになる。この方針転換が奏功し、東海道新幹線の開通など日本各地でインフラ整備が進む中で、ターンバックルを中心に同社の売上規模も急速に拡大していくことになる。主要販売先が船舶用資材から土木・建築用資材に切り換わったのもこの頃である。1966年には現在のメイン工場である九州工場を福岡県直方市に開設している。

(※2) ターンバックル：
ロープやワイヤなどの張力を調節する装置。金属製の胴の両端に右ねじと左ねじが切られていて、胴を回転させることで両端に取り付けられたボルトが締め込まれ(あるいは緩められ)、張力を調節する仕組み。庭のフェンスで使われる細いケーブル用の10グラムほどのものから、ビル、吊り橋などの構造物の固縛にも使用され、幅広い用途で使われる。

ターンバックルの写真

枠式
ターンバックル
(両ハッカー)



パイプ式
ターンバックル



アンカーストッパー
ターンバックル



会社HPより引用

■会社概要

また、営業拠点も1957年に東京に進出して以降、事業規模の拡大と合わせるように、全国へと展開していった。顧客ニーズを聞きながら、需要のあるものを商品ラインナップとして加えていったことで、同社の取扱品目構成も大きな変化を遂げていくことになる。1962年当時には売上高の67%を占めていた金物類（シャックル、ターンバックル等）の比率が、1985年には22%まで低下し、代わって建設資材（24%）やワイヤロープ（23%）、鋟螺（14%）、チェーン（9%）など多岐に広がるようになった。

販売ルートも従来の問屋向けだけでなく、1985年からは鉄骨加工業者向けに直販を開始するなど成長に向けた布石が次々と打たれていった。また、輸出に関しても1980年前半までは東南アジア向けに年間で2,000百万円ほどの販売を行うまで規模が拡大したが、その後の円高進展によって輸出から輸入に切り換え、2000年以降の輸出は輸出営業をとりやめた結果、従来から注文のあった取引先から年間で100～200百万円程度の水準にとどまっている。

1989年には社名を現在のコンドーテックへと変更。また、営業拠点の全国展開が進む中で、生産拠点も顧客に近い場所に構え、短納期化を図るという戦略のもと、1991年には関東工場（茨城県結城市）、1992年には札幌工場（北海道石狩市）を相次いで開設するなど、全国展開を進めていく。2007年には滋賀工場（滋賀県蒲生郡）を開設し、中部エリアへの供給体制も整え、生産拠点においても全国展開が構築している。また、1990年代半ば以降は、業界でいち早くアジア製品の仕入販売に取り組み、バブル崩壊後の建設不況が続くなかで利益を伸ばしていく要因の1つとなった。

1995年には大阪証券取引所第二部に上場を果たしている（2011年に東証第一部に上場）。株式を上場した目的は、社会的信用の増大による資金調達方法の多様化と調達力の強化、並びに知名度の向上に伴う取引先の拡大と優秀な人材の確保、社員のモラル向上を図ることであった。

2010年には、建設業界向け商品の拡充を目的に、名古屋を地盤とする電設資材卸の三和電材を子会社化した。また、海外市場に関しても2011年にタイに駐在員事務所を開設し、再び東南アジアでの販売開拓に注力し始めるなど、更なる成長拡大に向けた取り組みを強化している。

2013年7月時点でのコンドーテックの拠点数は、国内営業拠点が42カ所、工場が4カ所、海外が2拠点（タイ駐在員事務所及び現地法人）で、そのほか三和電材の国内営業拠点13カ所となっている。なお、2013年7月には大阪・東京の2本社制を導入した。従業員数は単体が556名、連結で660名の規模となっている。

会社沿革

年月	主な沿革
1947年（昭和22年）	近藤藤緒が個人経営の近藤商店を大阪市大正区泉尾で創業
1953年（昭和28年）	近藤商店を株式会社化し、船舶用金物の製造並びに販売を開始
1955年（昭和30年）	商号を近藤鉄工に変更
1956年（昭和31年）	本社用地工場でシャックルの生産を開始
1957年（昭和32年）	東京出張所（現支店）を開設
1962年（昭和37年）	東京工場を東京都江東区に開設、ターンバックルの生産を開始
1966年（昭和41年）	九州工場を福岡県直方市に開設
1967年（昭和42年）	足場吊りチェーンの生産を開始
1973年（昭和48年）	土木用、建設用金物及び鋟螺の製作並びに販売を開始
1974年（昭和49年）	本社を大阪市西区に移転
1985年（昭和60年）	新規事業部（現 鉄構営業部）を開設し、鉄骨加工業界向けの直販を開始
1989年（昭和64年）	商号をコンドーテックに変更
1991年（平成 3年）	関東工場を茨城県結城市に開設
1992年（平成 4年）	札幌工場を北海道石狩市に開設
1995年（平成 7年）	大阪証券取引所市場第二部に株式上場（2011年に、東証第一部に上場）
2004年（平成16年）	中国の物流商社と契約により、物流倉庫を設置
2005年（平成17年）	オーストリア・ペワグ社と代理店契約を締結、グレード10のスリングチェーン及び部材の販売を開始
2007年（平成19年）	滋賀工場を滋賀県蒲生郡に開設
2010年（平成22年）	電設資材卸売を事業目的とする三和電材の全議決権株式を取得し、子会社化
2011年（平成23年）	タイ駐在員事務所（タイ・バンコク市）を開設
2012年（平成24年）	KONDOTEC INTERNATIONAL(THAILAND) CO.,LTD.（タイ・バンコク市）を設立

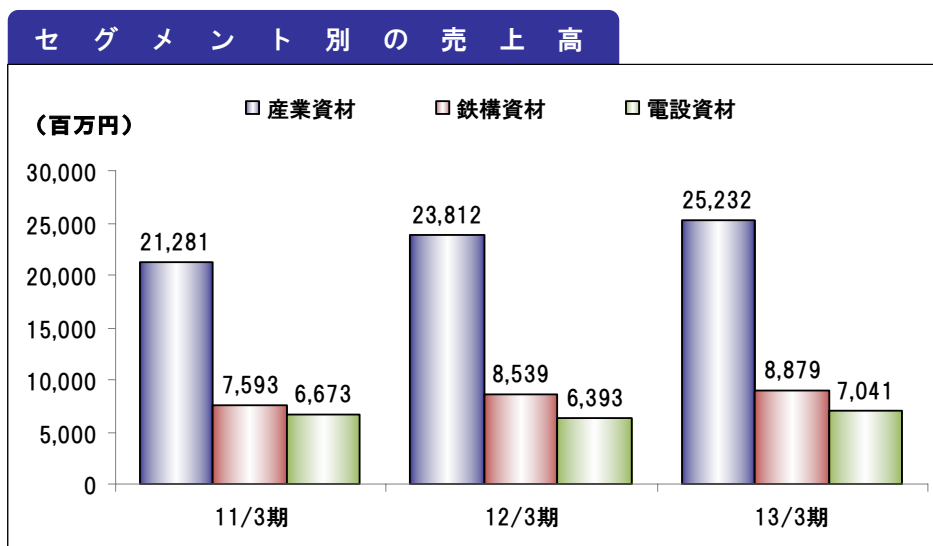


■会社概要

売上高構成では産業資材が過半を占める

(2) 事業概要

同社の事業は金物小売業向けを中心とした産業資材の製造・仕入販売、鉄骨加工業者向け鉄構資材の製造・仕入販売、電気工事業や電気小売店向け電設資材の仕入販売と3つの事業セグメントからなっている。2013年3月期の売上高構成比では産業資材が61%、鉄構資材が22%、電設資材が17%を占めた。このうち電設資材に関しては2010年に子会社化した三和電材の事業となっている。



同社の主要な取扱品目は表の通りとなっている。製品ではターンバックルブレース、商品ではシャックルが同社の根幹をなす製商品となっている。

製品・商品別の品目

製品	ターンバックル、ブレース、足場吊りチェーン、ねじ製品、アンカーボルト、建設資材他
商品	シャックル、クリップ、フック等金物類、チェーン、ワイヤロープ、鉄螺、建設資材、照明器具、分電盤、空調機器、エコ商品（太陽光発電、エコキュート）他

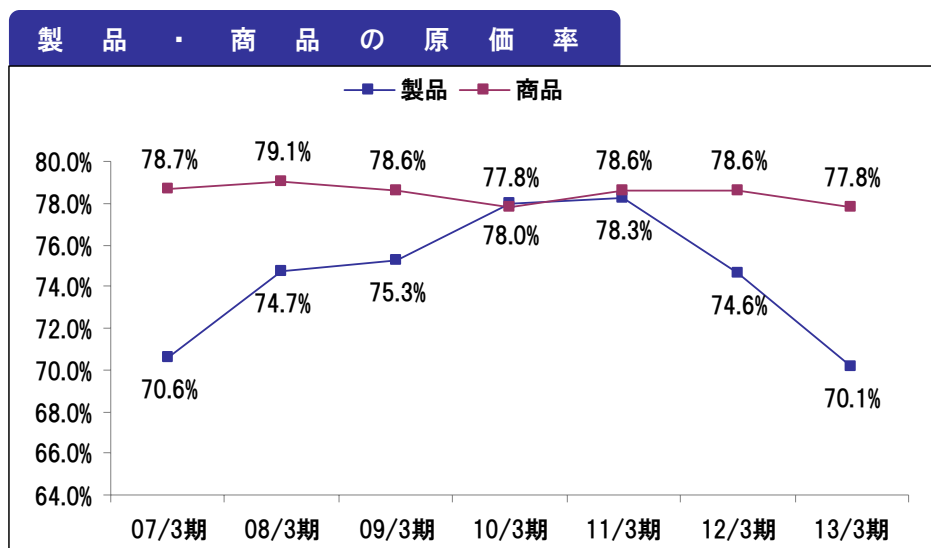
セグメント別の品目

産業資材	ターンバックル、シャックル、クリップ、フック、ねじ製品、コンテナバッグ、シート・ネット等
鉄構資材	ブレース、アンカーボルト、ハイテンションボルト、自立コンピース、コラム裏当金、ブレースシート他
電設資材	空調機器、照明器具、エコ商品（太陽光発電、エコキュート）、電線、分電盤、各種センサー他

■会社概要

同社はメーカー機能を持つ商社というのが特徴の1つとなっており、産業資材、鉄骨資材のなかで自社製品の占める比率は、2013年3月期実績（単独ベース）で21.2%となっている。残り78.8%は国内外メーカーからの仕入販売となる。仕入先のうち約25%は海外からの調達となり、そのうち65%が中国、25%が韓国、残りがその他アジア、オーストラリアとなる。一方、海外売上に関しては2013年3月期実績で194百万円と小さいものの、今後の成長分野として、重点強化事業の1つとなっている。

グラフは製商品別の売上原価率（単独ベース）をみたものだが、商品の売上原価率がここ数年、78%台とほぼ一定の水準で推移していることがわかる。これは、同社の仕入及び販売に関する価格調整力が優れていることを意味している。例えば、仕入れコストが鋼材市況の高騰や為替の影響で例え上昇したとしても、販売価格を調整することによってほぼ吸収できていることになる。顧客からみれば多少の値上げがあっても、同社が持つ豊富な商品ラインナップや、少量多品種の注文に対しても即納体制を整えている同社は取引先として欠かせない存在になっていると言えよう。



一方、製品の売上原価率に関しては期によって変動があるものの、これはプロダクトミックスの変化や償却負担、工場稼働率などが変動要因となっている。2013年3月期に70.1%と大きく低下しているが、これは主要原材料となる鋼材価格が低下したことに加えて、付加価値の高いブレース（※3）の需要が旺盛だったことで、同品目の生産を優先し、アンカーボルトの生産を外注に振り向けて対応したことが奏功した格好となっている。

（※3）ブレース：
鉄骨造の建物の強度を持たせるために、筋交いのようにタスキ掛けに設ける線状の補強材のこと。通常はターンバックルブレースと言う。

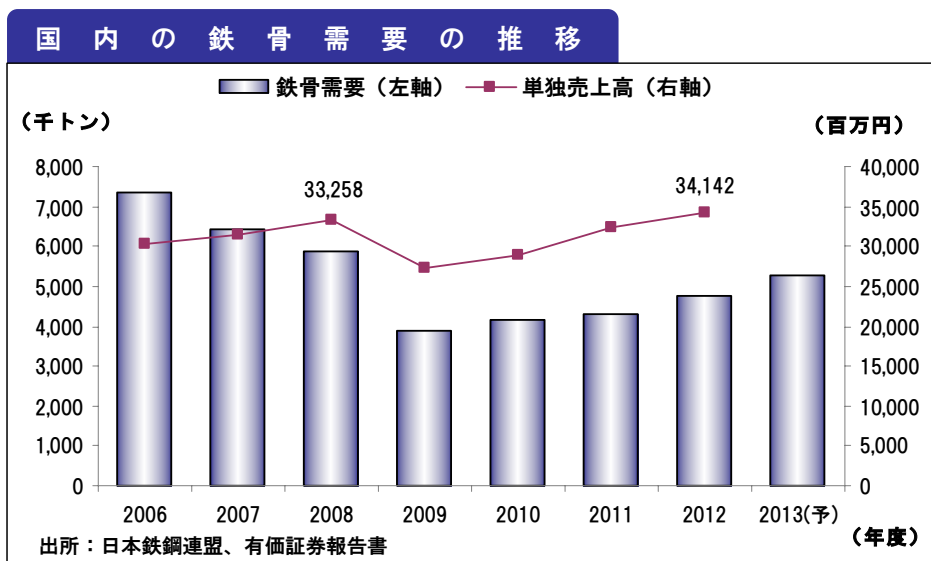
■会社概要

顧客数は全国で16,000社、幅広い顧客層で収益を安定化

(3) 事業の特徴と競合状況

同社事業の特徴は、販売先が特定の業界に偏っておらず、不況期においても業績は底堅く推移していることだ。販売先として建設業界向けが主力分野であるものの、それ以外にも船舶、港湾、電力、鉄道、環境、産業廃棄物分野など様々な分野において同社の商品は使われている。

グラフにみられる通り、国内の建設需要動向を示す鉄骨需要が2008年秋に起きたリーマン・ショック以降、大幅に落ち込んだにも関わらず、同社売上高の落ち込みは軽微にとどまり、また、直近では鉄骨需要の回復が緩慢なかで、既に過去最高の売上高を更新していることも、こうした非建設分野の売上拡大が着実に実を結んでいることの表れと言える。



顧客数に関しては現在、全国で16,000社にのぼり、上位10社の売上構成比も6%と低く、幅広い顧客に万遍なく販売することで、収益の安定性につなげている。また、売上債権における不良債権比率も0.06%と極めて低い水準となっている。年に1度、取引先ごとに与信審査を行い、不良債権の発生リスク低減に努めていることが、不良債権の発生率を低く抑えている。過去において赤字決算が変則決算の影響による1度だけと、好不況の波が大きい業界の中で、抜群の安定性を誇っている。単独ベースでは2000年度以降、無借金経営となっており、財務内容が健全なことも同社の特徴の1つと言えよう。

商品アイテム数に関しては現在、連結ベースで約5万点、単独ベースで約4万点に達している。同社では毎月1回、各営業拠点から営業社員を集め、新商材開発委員会を開催しており、会議で上がってきた顧客ニーズや販売情報などをもとに、新商材の開発や商品ラインナップの検討を行っている。また、会議では工場や海外事業部のメンバーも加わり、自社工場での製造や中国での調達なども含めて検討しており、こうした継続的な取り組みが、同社の収益成長を支える要因の一つになっている。

■会社概要

また、同社生産の製品における少量短納期での受注品の比率は、約6割と高くなっている。海外からの仕入では対応できない製品を生産しているため、価格競争に晒されるリスクもない。生産体制に関しては九州のメイン工場を中心に、北海道、関東、関西と全国の主要エリアに分散しており、需要に合わせて現場に近いところで生産し、顧客へ供給する体制を構築しているのも同社の強みの1つとなっている。なお、主要製品のブレースに関してはターンバックルの製造からブレース製品までJIS規格を取得した唯一のメーカーとなっている。

競合企業としては、鉄構資材分野では同社とフルサト工業<8087>の2社に絞られ、市場シェアはフルサト工業が6割、同社が3割となっている。一方、産業資材分野では商品ごとに競合企業が異なっている。シャックル、ワイヤロープ加工品では下谷金属や大洋製器工業などの未上場企業が、建設資材全般では岡部<5959>、丸井産業、国元商会、三星商事、工具ではトラスコ中山<9830>、ジーネットと競合相手は分散している。

■業績動向

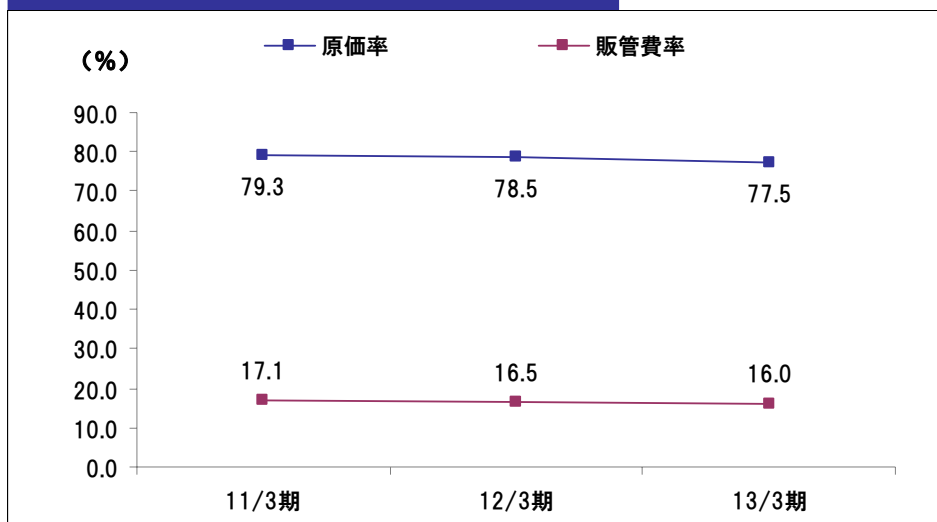
建設業界向けが続伸、2013年3月期は過去最高業績を更新

(1) 2013年3月期の決算業績

2013年3月期の連結業績は、売上高が前期比6.2%増の41,153百万円、営業利益が同38.3%増の2,664百万円、経常利益が同36.4%増の2,754百万円、当期純利益が同53.5%増の1,605百万円となり、過去最高業績を達成した。単独決算でも、売上高は34,142百万円と4期ぶりに過去最高を更新し、経常利益についても2,550百万円と6期ぶりの過去最高を更新している。

主力市場である建設業界向けが震災の復興需要並びに新設住宅着工件数の回復などを背景に続伸したことが主因だ。また、売上高営業利益率は6.5%と前期比1.5ポイント上昇した。これは増収効果に加えて、主要原材料となる鋼材価格が低下したこと、付加価値の高いブレースの販売が好調に推移したことなどが要因で、売上原価率、販管費率ともに改善している。事業セグメント別の動向は以下の通りとなる。

原価率、販管費率の推移

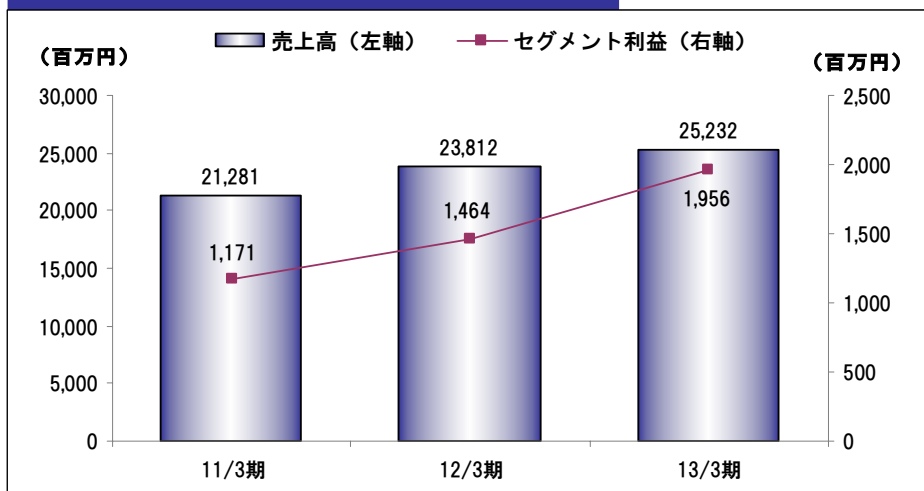


■業績動向

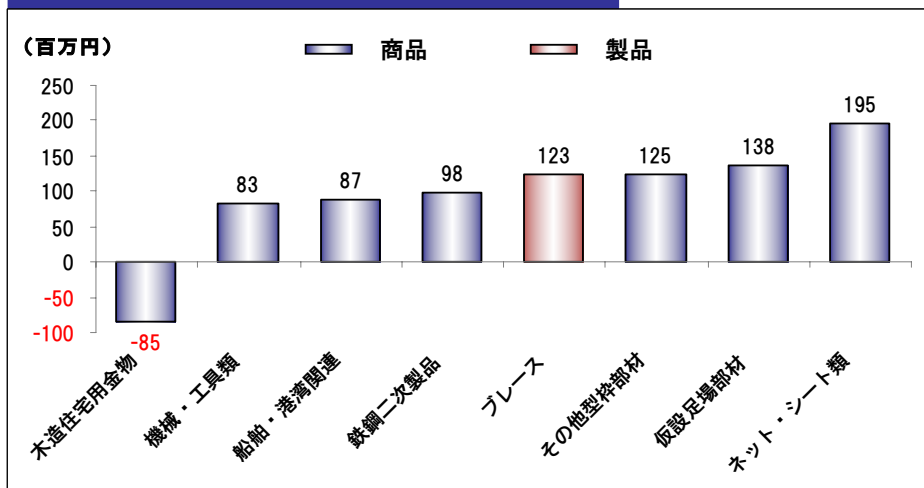
○産業資材

産業資材の売上高は前期比6.0%増の25,232百万円、セグメント利益は同33.6%増の1,956百万円となった。港湾・土木を中心とした震災復興需要の拡大を受け、ネット・シート類や仮設足場部材などの商品売上高が前期比で約1,000百万円増加したほか、製品売上高もブレースを中心に約400百万円増となった。販売エリア別では東日本向けが約900百万円増となったほか、西日本向けも約500百万円増加した。復興需要を背景に、東日本向けの売上構成比は53%から54%と1ポイント上昇している。

産業資材の業績推移



製品・商品別の売上高増減額

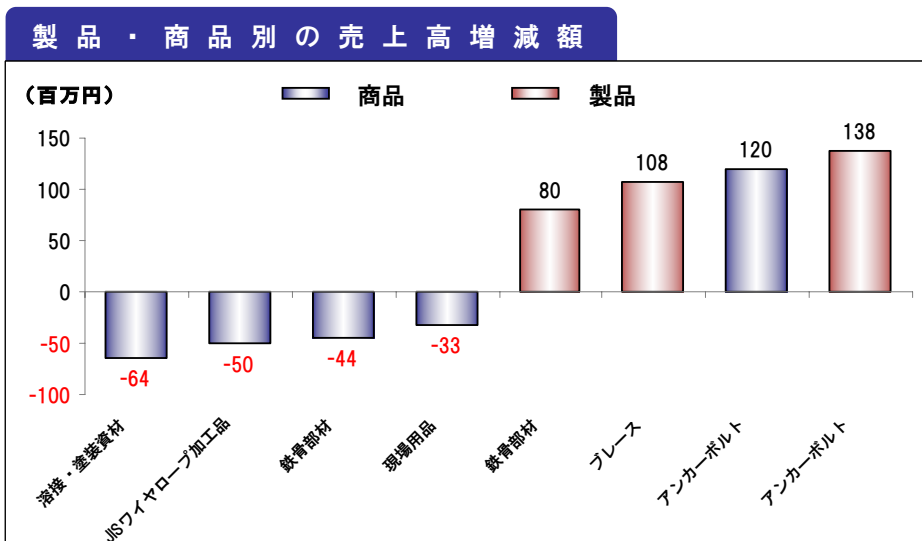
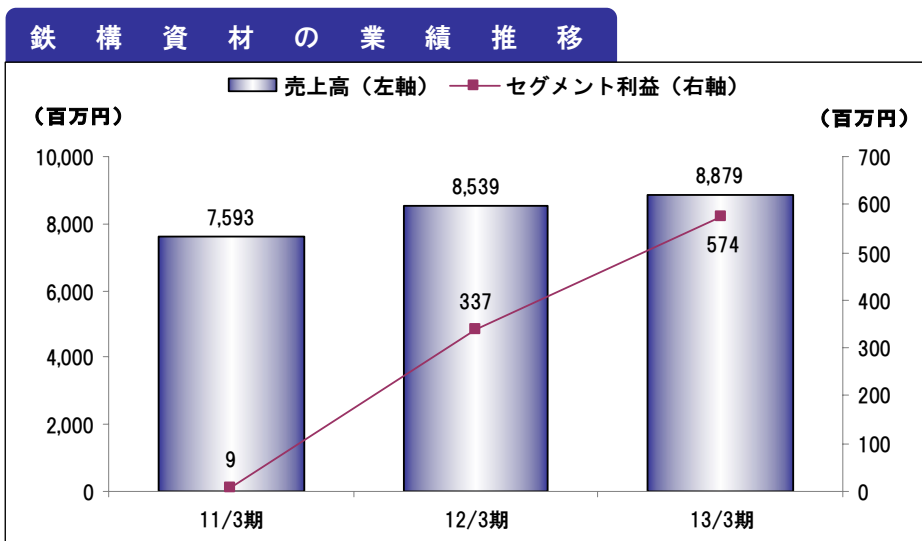


セグメント利益は前期比492百万円の増加となったが、増減益要因をみると、販売数量の増加で364百万円、売上総利益率の改善で244百万円の増益要因となり、価格下落の影響27百万円や運送費を中心とした販管費の増加89百万円など減益要因を吸収する格好となった。

■業績動向

○鉄構資材

鉄構資材の売上高は前期比4.0%増の8,879百万円、セグメント利益は同70.2%増の574百万円と大幅増益となった。第2四半期以降に建物の復興需要が立ち上がり、また、学校施設など公共インフラ設備の耐震補強工事の増加もあって、売上高は堅調に推移した。特にアンカーボルトやブレースを中心に、製品売上高が前期比で約310百万円増と好調に推移した。販売エリア別では東日本が復興需要で約400百万円増加した一方で、西日本は約60百万円減と低調に終わった。この結果、東日本向けの売上構成比率は44%と前期比で3ポイントの上昇となっている。



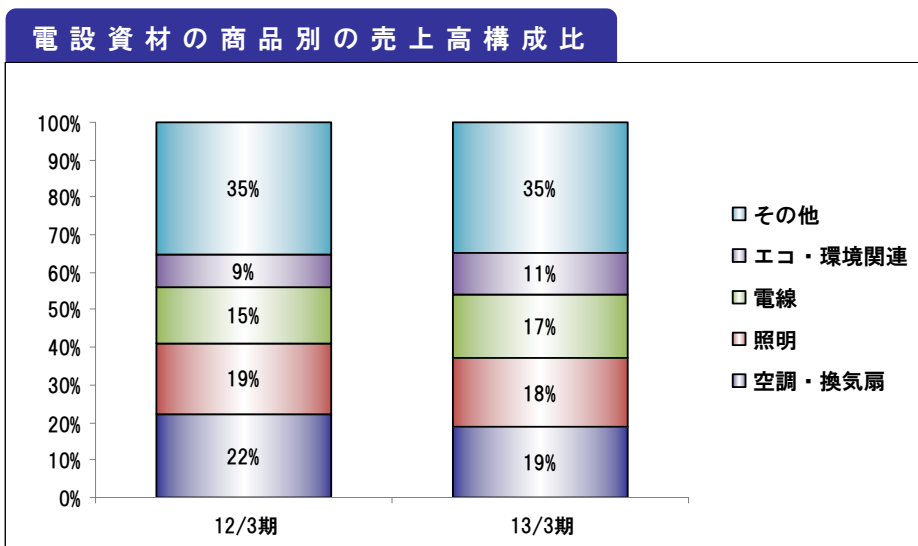
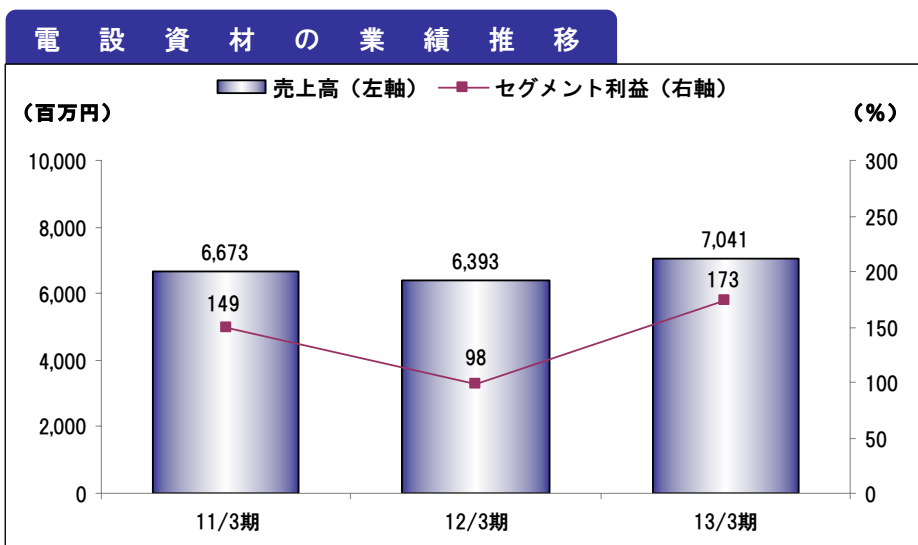
セグメント利益は前期比で237百万円の増益となったが、増減益要因をみると、売上総利益率の改善で216百万円、販売数量の増加で81百万円となり、販管費の増加分60百万円を吸収した格好だ。セグメント利益率は6.5%と前期比で2.5ポイントの改善をみせたが、これは利益率の高い製品売上が好調に推したことで、原材料価格が低下する中で販売価格を維持できたこと、さらには付加価値の高いブレースの生産に集中してアンカーボルトの生産を外注に振り向けたことも利益率の改善に繋がった。

■業績動向

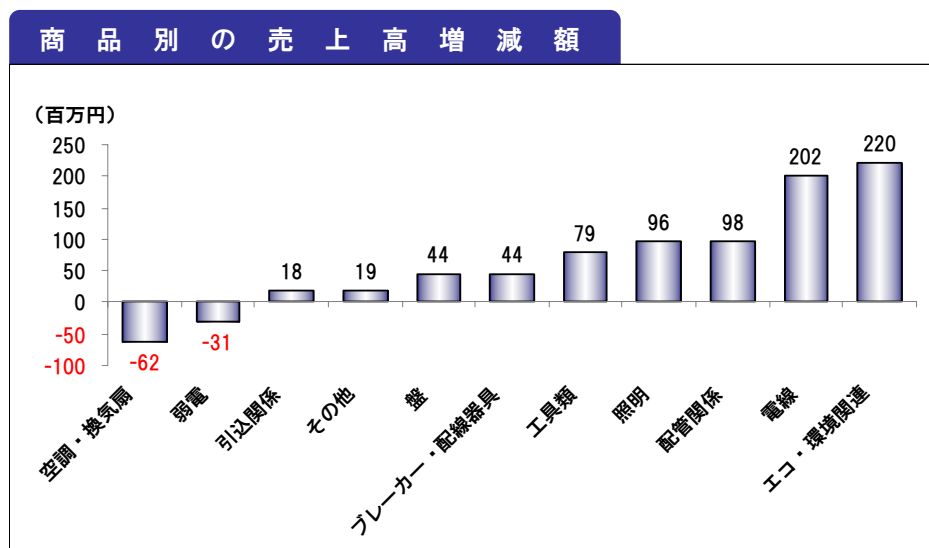
○電設資材

電設資材の売上高は前期比10.1%増の7,041百万円、セグメント利益は同77.0%増の173百万円と2桁台の増収増益となった。省エネ意識の高まりによってLED照明や太陽光発電システム、電線などの需要が好調に推移した。

セグメント利益は前期比で75百万円増加したが、増減益要因でみると増収効果で115百万円、販管費の圧縮で24百万円の増益となり、エアコンの販売単価下落に伴う売上総利益率低下の影響64百万円をカバーした格好だ。



■業績動向



今期は公共投資の拡大などを追い風に計画を上回る可能性

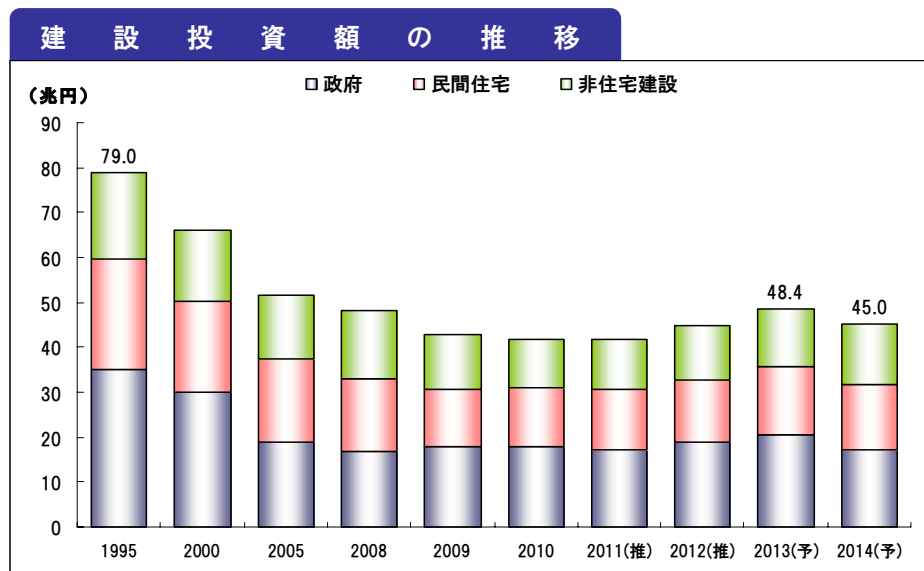
(2) 2014年3月期の業績見通し

2014年3月期の連結業績は、売上高が前期比5.4%増の43,372百万円、営業利益が同8.2%増の2,884百万円、経常利益が同7.9%増の2,972百万円、当期純利益が同4.5%増の1,678百万円が見込まれている。

震災復興需要や住宅着工件数の続伸、更には公共インフラ設備などの改修、耐震化工事などの拡大も見込まれる中で、2013年度の建設投資額は前期比7.9%増の48.4兆円が見込まれている。また、国内の鉄骨需要も前年度に引き続いて旺盛で、2013年度も前年度比10%増の500万トンと4年連続でのプラス成長が見込まれている。実際、主力需要先である鉄骨加工業者もフル操業の状況が続いており、ブレースなど前期から引き続き需要は旺盛だ。このため、同社では関東工場で自動化ラインを増設するなど、生産能力の増強で対応している。円安進展による仕入れコストの上昇に関しても、価格転嫁でカバーできているものとみられ、好調に推移しているようだ。

復興需要に関しては従来、港湾の整備や公共設備などインフラ部分が中心であったが、これからは民間住宅分野の需要も本格的に動き出すとみられる。また、復興需要以外でも政府の経済対策の一つとして公共投資の拡大、設備投資減税による国内需要の活性化を打ち出していることから、今後も同社を取り巻く環境はフォローの風が続く見通しであり、2014年3月期の業績は会社計画を上回る可能性も十分あると弊社ではみている。

■業績動向



出所：国土交通省、2011年度以降は建設経済研究所推計・予測

■成長戦略

アンカーボルトの施工に関する新たな商材を開発中

同社は今後の成長戦略として、復興需要の取り込みを最大のテーマとして掲げている。また、首都圏営業の拡大、鉄構資材事業の成長、鉄道事業、海外事業の育成なども重点強化ポイントとして位置付けている。

首都圏営業の強化に関しては、大手顧客における資材の調達方針がここ数年、本社サイドで集中購買するケースが増えてきたことに対応するもので、2013年7月から新しく東京本社を設置し、大阪本社と2本社制がスタートしている。営業機能も強化しており、アンカーボルト施工部隊を新たに2人配置したほか、海外営業部に1人、技術的な相談に対応するための技術営業人員も1人それぞれ配置し、首都圏での一段の売上高拡大を目指していく方針だ。

また、鉄構資材事業の強化として、アンカーボルトの販売だけでなく、建設現場でのアンカーボルト施工まで請け負うことで、更なる成長を目指していく。施工まで請け負うことで、アンカーボルトの受注拡大のチャンスが広がるだけでなく、基礎工事という建設現場の初期工程から入ることで、そのあとに続く工程で必要となる建設資材の情報などもいち早く掴むことができ、営業に生かすことが可能となるためだ。施工事業を開始するために必要となる免許も2006年に取得し、2013年3月期には481百万円まで事業規模は成長した。

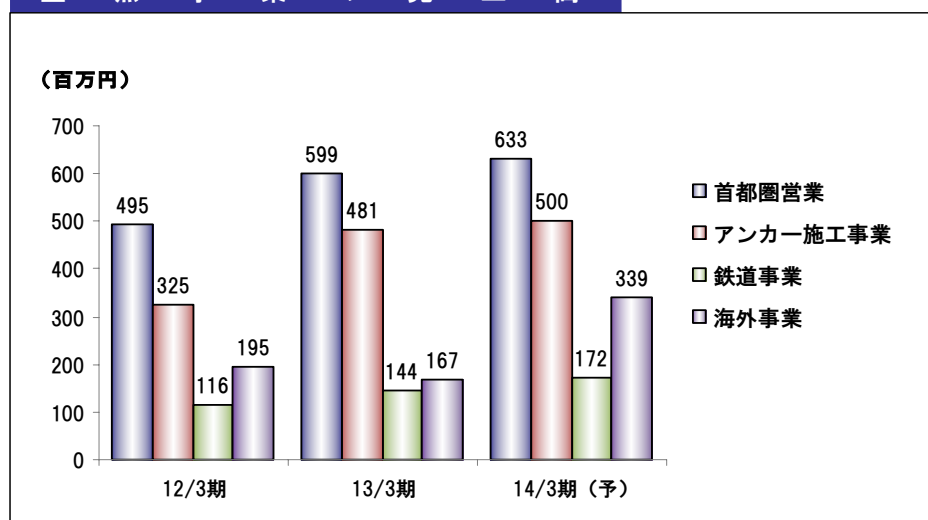
同社では今後更なる成長を目指すべく、アンカーボルト施工に関する新たな商材を開発中だ。実用化すれば、現場での配筋干渉チェックなど煩わしい作業が短縮され、目に見えない経費と時間が削減される。今後の開発動向が注目されよう。同社ではアンカー施工の売上拡大を進め、鉄構資材の市場シェア拡大とともに更なる売上成長が期待される。

■成長戦略

鉄道事業に関しては、同社の特許製品でもある角フックボルトを核にして、更なる用途先の開拓を目指している。角フックボルトは1999年に初めて納品して以降、鉄道各社に幅広く採用されており、同社の中でも高収益製品の一つとなっている。鉄道の鉄橋部分の枕木を固定するために用いられるボルトだが、従来の丸型のボルトが振動で緩んでしまうのに対し、同社の角フックボルトは構造上緩みにくくなっている。このため、定期的実施する点検作業の回数を減らすことが可能となり、鉄道会社にとっては保安点検コストの削減に資する製品として、普及が進んでいった。同社は角フックボルトの実績を足掛かりにして、鉄道で利用されるそのほかの商材を売り込む方針で、鉄道業界向けの更なる売上拡大を目指していく。

更に、同社は円高で様子見姿勢となっていた海外市場に関しても再び強化していく方針を示している。タイやインドネシア、ベトナムといった東南アジア市場においては、ここ数年の経済発展により、需要の拡大が見込めると判断したためだ。2012年11月にタイに現地企業と合弁会社を設立し（出資比率49%）、今後の輸入並びに輸出の強化を進めていく。2014年3月期の売上高は前期比2倍増の339百万円を見込んでおり、今後の成長拡大が期待される。

重点事業の売上高

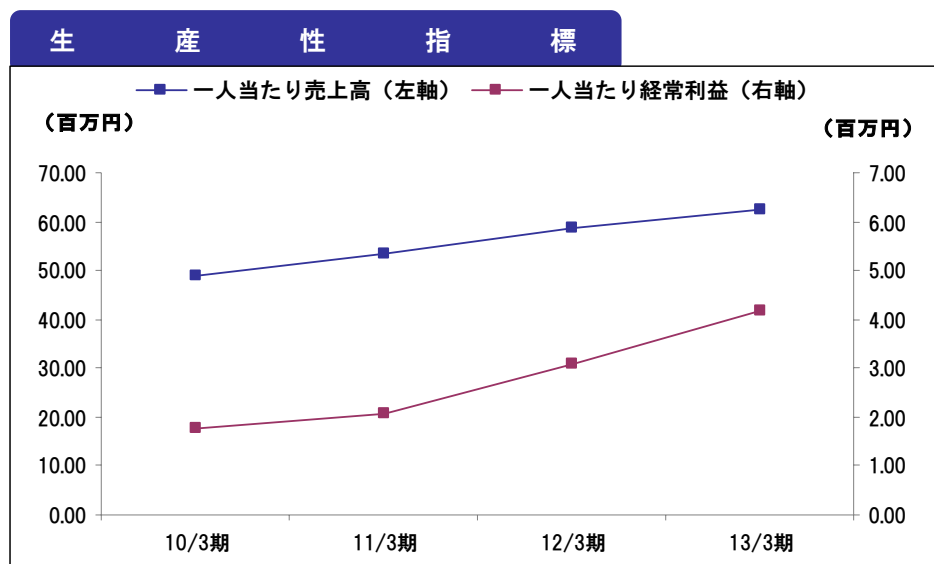


また、継続的な重点戦略としては新規顧客の開拓が挙げられる。同社では営業マン1人当たり月平均1社の新規顧客を開拓しており、年間売上高でみると約5%が新規顧客の寄与となるなど、成長の原動力ともなっている。今後もこうした新規顧客の開拓を継続していくことで、持続的な売上成長を目指していく。

2010年に子会社化した三和電材の電設資材事業に関しても、子会社化以降、営業拠点を開設した大阪営業所は順調に売上げ実績を積み上げており、今後も営業エリアの拡大やシナジー効果によって成長拡大が見込めよう。

■成長戦略

同社では当面の売上高目標として500億円、営業利益率で8%の早期達成を目指している。自社製品比率に関しては25%程度まで引き上げ、利益率の向上を目指す。なお、経営指標としては、従業員一人あたりの生産性を重視している。グラフにみられるように売上高、利益ともにリーマン・ショック以前の水準を上回ってきており、生産性を向上しながら収益を拡大していることがうかがえる。



■財務状況と株主還元策

実質無借金を継続、業績拡大にあわせて財務内容もより良好に

(1) 財務状況

同社の財務状況は前述したように、単独ベースでは2000年度より無借金経営となっており、三和電材を子会社化して以降も、実質無借金体制を続けていると言っても良い。流動比率や自己資本比率など安全性を示す指標はいずれも良好で、収益性に関してもROEで10%台にのせるなど業績拡大とともに収益性も向上している。業績の拡大にあわせて、収益体質並びに財務内容もより良好な状況になっていると言える。

貸借対照表

(単位：百万円、%)

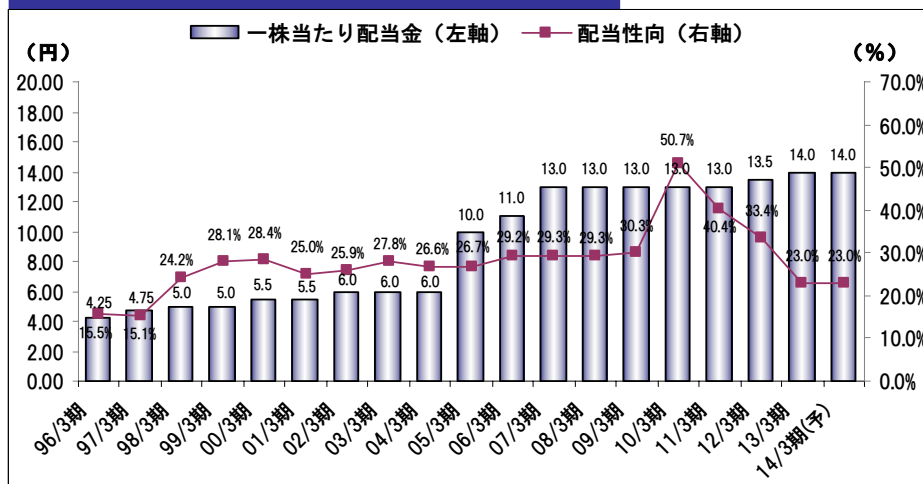
	08/3期	09/3期	10/3期	11/3期	12/3期	13/3期
	単独	単独	単独	連結	連結	連結
流動資産	14,379	15,233	13,943	15,874	18,528	21,310
（現預金）	2,208	3,898	3,234	3,396	2,790	4,798
（在庫）	2,556	2,186	1,878	2,341	2,670	2,746
有形固定資産	8,044	7,733	7,854	8,636	8,425	8,636
無形固定資産	32	84	203	485	378	264
投資等	1,152	1,616	1,615	1,197	1,070	981
総資産	23,608	24,667	23,616	26,194	28,403	31,192
流動負債	9,382	9,096	7,621	10,071	11,551	12,462
固定負債	1,492	1,579	1,678	1,741	1,754	1,739
（有利子負債）	-	-	-	900	700	800
負債合計	10,874	10,676	9,299	11,812	13,305	14,201
純資産合計	12,733	13,991	14,317	14,381	15,097	16,990
負債純資産合計	23,608	24,667	23,616	26,194	28,403	31,192
（安全性）						
流動比率（流動資産÷流動負債）	153.3%	167.5%	183.0%	157.6%	160.4%	171.0%
自己資本比率（自己資本÷総資産）	53.9%	56.7%	60.6%	54.9%	53.2%	54.5%
D/Eレシオ（有利子負債÷自己資本）	-	-	-	6.3%	4.6%	4.7%
（収益性）						
ROA（経常利益÷期中平均総資産）	7.6%	7.9%	4.1%	5.5%	7.4%	9.2%
ROE（純利益÷期中平均自己資本）	9.0%	8.2%	4.7%	5.8%	7.1%	10.0%
売上高営業利益率	5.7%	5.7%	3.4%	3.6%	5.0%	6.5%
（効率性）						
在庫回転率（売上原価÷期末在庫）	9.61	11.84	11.33	12.05	10.84	11.61
総資産回転率（売上高÷期末総資産）	1.33	1.35	1.16	1.36	1.36	1.32
（生産性）						
従業員一人当たり売上高（百万円）	55.85	57.64	48.75	53.62	58.88	62.35
従業員一人当たり経常利益（百万円）	3.15	3.31	1.76	2.08	3.07	4.17

業績の一段の拡大に伴う増配に期待

（2）株主還元策

株主還元策として、同社は業績の拡大とともに増配することで応えてきた。配当の基本方針としては、「収益の向上」「企業価値の増大」を図りながら、配当性向を勘案し、安定配当を目指すとしている。配当性向では20%台前半とここ数年では低水準にあることから、業績が一段と拡大するようであれば、増配も期待される。

一株当たりの配当金の推移



※2012年1月に1株を2株に分割。一株当たり配当金は過去に遡及して修正している

■財務状況と株主還元策

損益計算書

(単位：百万円、%)

	10/3期 単独	11/3期 連結	12/3期 連結	13/3期 連結	14/3期 (予) 連結
売上高	27,347	35,548	38,745	41,153	43,372
(対前期比)	-17.8	-	9.0	6.2	5.4
売上原価	21,291	28,205	30,412	31,890	-
(対売上比)	77.9	79.3	78.5	77.5	-
販管費	5,122	6,067	6,406	6,597	-
(対売上比)	18.7	17.1	16.5	16.0	-
営業利益	933	1,275	1,926	2,664	2,884
(対前期比)	-51.1	-	51.0	38.3	8.2
(対売上比)	3.4	3.6	5.0	6.5	6.7
経常利益	986	1,376	2,019	2,754	2,972
(対前期比)	-48.4	-	46.7	36.4	7.9
(対売上比)	3.6	3.9	5.2	6.7	6.9
特別利益	179	263	0	0	-
特別損失	9	136	19	29	-
税引前利益	1,156	1,503	2,000	2,725	-
(対前期比)	-39.0	-	33.1	36.2	-
(対売上比)	4.2	4.2	5.2	6.6	-
法人税等	492	669	954	1,120	-
(実効税率)	42.6	44.5	47.7	41.1	-
当期純利益	664	834	1,046	1,605	1,678
(対前期比)	-39.4	-	25.4	53.5	4.5
(対売上比)	2.4	2.3	2.7	3.9	3.9
【主要指標】					
期中平均株式数(千株)	25,922	25,922	25,922	26,422	27,622
一株当り利益(円)	25.6	32.1	40.3	60.7	60.7
一株当り配当(円)	13.0	13.0	13.5	14.0	14.0
一株当り純資産(円)	552.3	554.8	582.4	615.2	-
配当性向(%)	50.7	40.4	33.4	23.0	23.0
従業員数	561	663	658	660	-

※2012年1月に1株を2株に分割。一株当たり配当金は過去に遡及して修正している

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・大阪証券取引所・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、企業との面会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