ネクスト

2120 東証1部

Company Research and Analysis Report
FISCO Ltd.
http://www.fisco.co.jp

2014年3月20日（木）

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

企業調査レポート
客員　アナリスト
柴田　郁夫

■総掲載物件数No.1を誇る不動産・住宅情報サイト「HOME’S」の運営

ネクスト<2120>は、不動産・住宅情報サイト「HOME’S（ホームズ）」の運営を主力として、金融情報サイトや地域情報サイトなど、暮らしにまつわる様々な分野の情報サービスを展開している。日本全国の加盟店数は11,182店（2013年12月末）、総掲載物件数は447万件（2013年12月平均）と国内最大規模を誇っている。加盟店に対して利用者からの問合せ数により課金する収益モデルが特徴である。総掲載物件数No.1を武器に、積極的なブランディングプロモーションを展開することで認知度や集客力を高め、業績は順調に拡大している。

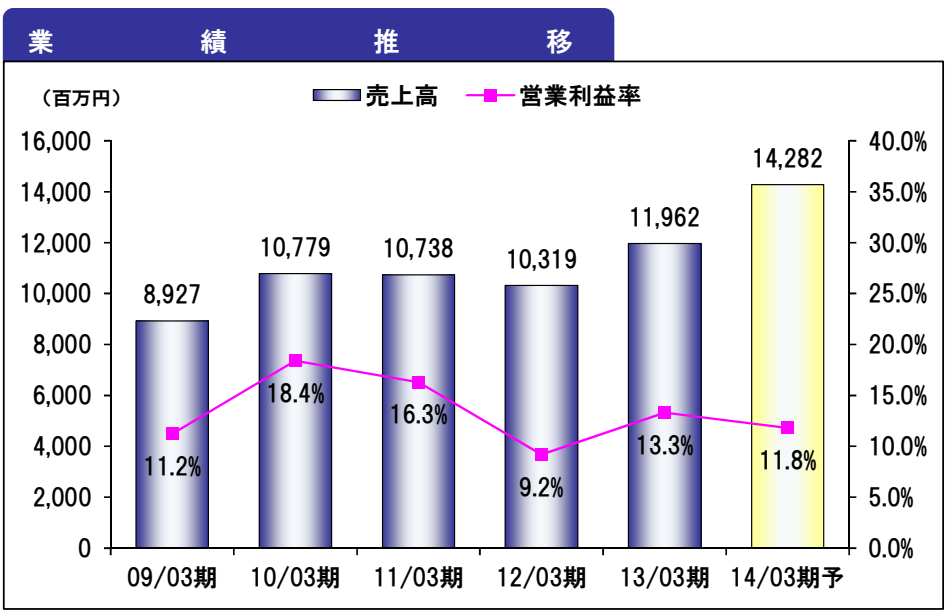
総掲載物件数の拡大に加え、広告費の投入による積極的なブランディングやSEO効果によって訪問者数が増加し、2013年3月期の業績は売上高が前期比15.9%増の11,962百万円、営業利益が同67.0%増の1,591百万円と大幅な増収増益となった。

2014年3月期の第3四半期（2013年4月-12月）も、売上高が前年同期比23.3%増の10,408百万円、営業利益が同59.5%増の2,204百万円と好調な業績が継続している。2013年11月13日には2014年3月期の業績予想を増額修正。修正後の売上高は前期比19.4%増の14,282百万円、営業利益は同6.2%増の1,690百万円を見込んでいる。なお、各利益予想に関しては、第3四半期の実績ですでに通期予想を上回っている。3月20日に発表された2014年2月度の月次動向によると、主力の「HOME’S」の業績進捗率は第4四半期（1-3月）ベースで71.4%、通期ベース（2013年4月-2014年2月）で92.4%と順調な伸びを見せている。3月には引越しシーズンのピークを迎えるということもあり、さらに増額修正される可能性もある。

成長戦略としては、再投資による圧倒的No.1の確立と、不動産会社向け業務支援サービスの拡充による不動産業界ビジネスプラットフォームの構築を当面の柱としている。また、海外展開や新規事業の育成も図っていく方針である。

■Check Point

- 問合せ数に課金する独自の料金体系により総掲載物件数No.1を実現
- 積極的なブランディングプロモーションとSEO対策により訪問者数もNo.1
- 総掲載物件数の拡大と集客力の向上が同社の好調な業績を牽引
- 既存事業の更なる強化と不動産業界プラットフォームの構築が成長戦略の柱



■会社概要

総掲載物件数No.1の不動産・住宅情報サイト「HOME’S」を運営

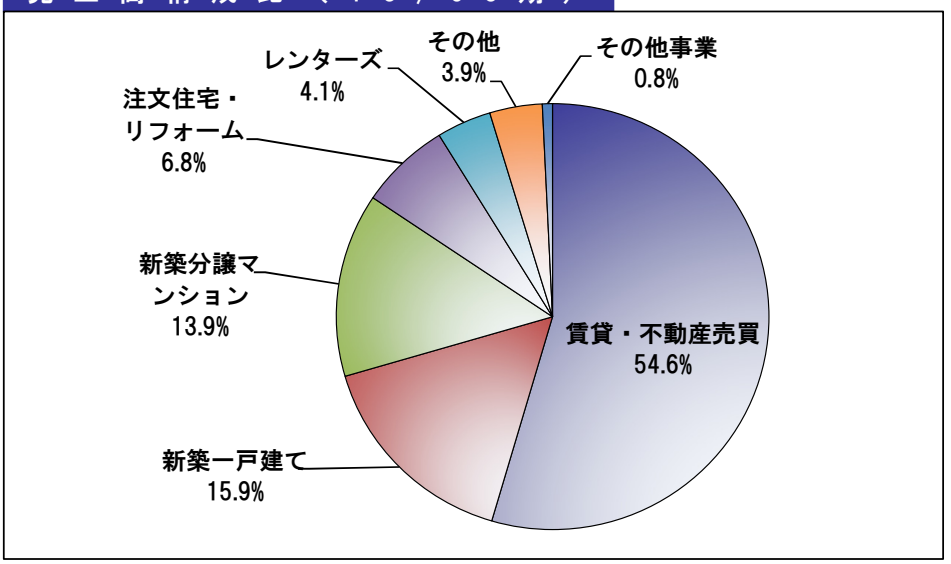
（1）事業内容

同社は、不動産・住宅情報サイト「HOME’S（ホームズ）」の運営を主力として、金融情報サイトや地域情報サイトなど、暮らしにまつわる様々な分野の情報サービスを展開している。「HOME’S」は、全国の賃貸・不動産売買、新築一戸建て、新築分譲マンション、注文住宅・リフォームなど、住まいの情報をワンストップで提供しており、日本全国の加盟店数は11,182店（2013年12月末）、総掲載物件数は447万件（2013年12月平均）と国内最大規模を誇っている。加盟店に対して利用者からの問合せ数により課金する収益モデルに特徴があり、総掲載物件数No.1を武器に積極的なブランディングプロモーションなどを展開することで認知度や集客力を高め、業績は順調に拡大している。

事業セグメントは、「不動産情報サービス事業」と「その他事業」の2つに区分されるが、「不動産情報サービス事業」が全売上高99.0%を占めている。また、「不動産情報サービス事業」の内訳として、「賃貸・不動産売買」「新築一戸建て」「新築分譲マンション」「注文住宅・リフォーム」「レンターズ（不動産会社向けCRM（顧客管理）サービス）」「その他（引越し見積もり、介護、海外事業など）」に分類されている。「その他事業」は、金融情報サイト「MONEYMO（マネモ）」、地域情報サイト「Lococom（ロココム）」などによって構成される。

■会社概要

売上高構成比（13/03期）



連結子会社は6社（国内1社、海外5社）である。その内、国内子会社は、不動産会社向けCRMサービスを展開するレンターズ（保有比率100%）。海外子会社は、インドネシアに1社（同50.0%）、タイに1社（同99.9%）、中国で事業展開していた3社（同90.2%）となっている。なお、中国子会社については一旦精算に向けて調整中である。

不動産情報をオープンにする仕組みづくりを目指して創業

（2）会社沿革

同社は1997年3月、神奈川県横浜市において、不動産物件情報を無料閲覧できるサービス業務を目的に設立された。創業者であり現代表取締役社長の井上高志氏（いのうえたかし）が大手不動産デベロッパーであるリクルートコスモス（現コスモスイニシア）に勤務していた際に、不動産業界における情報の非対称性（情報が公平に行き渡っていないこと）や、不動産会社の経営合理化の余地に課題を感じていたことから、多くの住宅購入者・賃借人への情報をオープンにし、選択の幅を広げることで、利用者及び不動産会社の双方に利益のある情報インフラの構築を目指したことが設立の経緯となった。1997年4月に、主力となる不動産・住宅情報サイト「HOME’S（ホームズ）」のサービスを開始したが、一定の総掲載物件数や集客力を確保するまでは採算ラインに乗らず、不動産会社のWebサイト構築支援などに依存した経営が続いた。しかし、創業時の理念をぶらさずに続けたことやネット利用者の拡大なども追い風となり、次第にメディアとしての価値を高めながら事業基盤を確立。2002年1月にはコンテンツ強化を狙う楽天<4755>と資本提携を締結するなど、メディア価値を高めながら業績を拡大し、2006年10月には東証マザーズへ上場した。

また、2006年10月に地域情報サイト「Lococom（ロココム）」のサービスを開始。2007年4月には、不動産会社向け業務支援CRMサービスを提供するレンターズを完全子会社化するとともに、伊藤忠商事<8001>の運営する家づくりネット事業並びに伊藤忠エレクトロニクスの運営するリフォーム事業を譲り受けるなど、サービス領域の拡充を図り、2010年3月には東証1部へ市場変更した。また、2011年2月には暮らしとお金の情報サイト「MONEYMO（マネモ）」のサービスも開始した。

■会社概要

同社の大きな転機となったのは2011年1月に実施した料金体系の見直しである。同社は、さらに大きく成長するために、また、創業の想いである情報の非対称性を解消するためにも、総掲載物件数の多さで利用者の利便性を高めるとともに、他社との差別化を図ることがポイントになるとの認識に立ち、それまで掲載物件数に応じて課金していたものを問合せ数に応じて課金する体系に変更した。課金体系の変更により、一時的な業績の落ち込みを招いたものの、総掲載物件数が飛躍的に伸びたことで、総掲載物件数No.1のポジショニングを確立し、現在の同社の成長を支えている。

一方、海外展開については、2012年1月にタイ、同年4月には中国で、それぞれ不動産・住宅情報サイトのサービスを開始した。また、2012年8月にはインドネシアでも不動産・住宅情報サイトのサービスを開始した。

総掲載物件数No.1による差別化戦略

（3）企業特徴

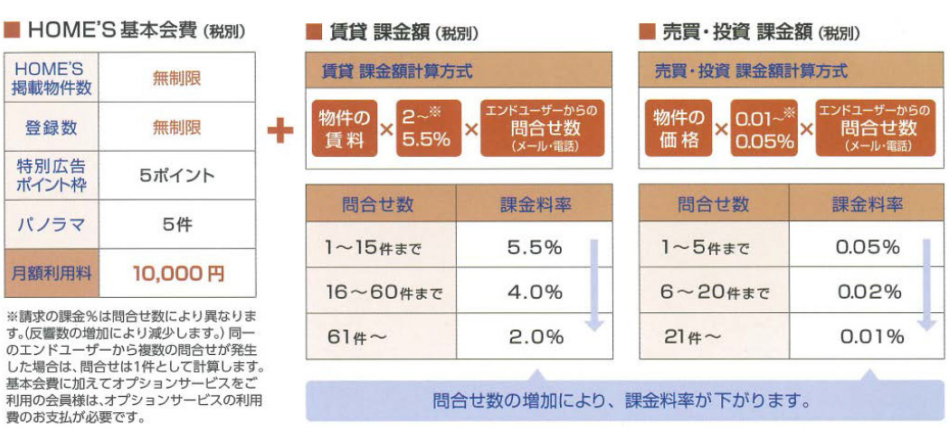
「HOME’S」の最大の特徴は、総掲載物件数No.1を誇るところにある。総掲載物件数No.1のポジショニングを確立したことで、利用者を惹きつけ、それによって加盟店数や総掲載物件数がさらに増えるといったプラスの循環が成立しており、それが同社の業績を牽引している。なお、同社が総掲載物件数No.1を確立できたのは、2011年から3年間かけて実践してきた4P戦略、すなわちプライス戦略（課金形式の変更）、プロダクト戦略（サイトリニューアル）、プロモーション戦略（ブランディングプロモーション）、プレイスメント戦略（営業戦略）によりビジネスを進化させてきたことによる。特に、（1）「独自の収益モデル」と、（2）「集客力の高さ」は同社の優位性を形成している。

1）問合せ数に応じて課金する「独自の収益モデル」

同社の総掲載物件数が拡大する契機となったのは料金体系の見直しである。利用者の利便性を高めるとともに、総掲載物件数で他社との差別化を図るため、ボリュームゾーンである「賃貸・不動産売買」については、業界では一般的となっている総掲載物件数に対する課金から、利用者からの問合せ数に対する課金体系に変更し、それが飛躍的に総掲載物件数を増やすことにつながった。加盟店にしてみれば、一定の基本料金を払えば、物件情報を何件掲載してもコスト増にはならないため、少しでも多くの物件を掲載する誘因となっている。また、総掲載物件数の拡大とともに集客力を高めていく「HOME’S」にはネットワーク外部性（注）が働いており、同社と加盟店の双方の利害が合致したところに成功した要因があると考えられる。なお、同社の問合せ課金は、対象物件の家賃に一定の料率をかけて算定される。

（注）ネットワーク外部性とは、会員数が増えるほどそれぞれの会員の利益が大きくなること

掲載数無制限+問合せ数に応じた従量課金形式



出所：会社資料より引用

■会社概要

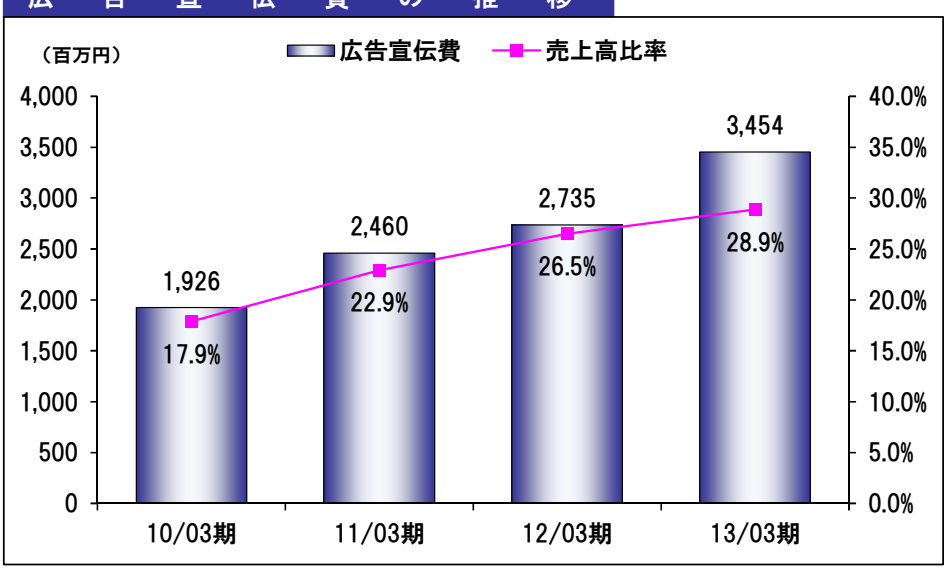
2）ブランディングやSEO対策による「集客力の高さ」

同社は、積極的なブランディングプロモーションや精度の高いSEO対策を通じて、認知度や集客力の強化にも注力している。広告宣伝費に関しては、売上高の25～30%を目安として先行投資的に投下する戦略を継続しており、認知度を高めてきた要因となっている。

また、SEO対策についても、社内に設置した専門チームが外部パートナーと連携を図りながら、総掲載数No.1の情報量とサイト統合などのリニューアル効果などにより、主要キーワード（注）による検索結果の平均順位で1位を継続している。その結果、訪問者数でも業界の中でNo.1を誇っている（Nielsen NetView2012年8～2013年2月度データ家庭及び職場のPCからのアクセスより）。また、利用者の利便性向上にも注力しており、Gomez不動産情報（賃貸・売買）サイトランキング（2012年12月発表）では、使いやすさNo.1に選ばれている。

（注）主要キーワードとは、「賃貸」「賃貸マンション」「マンション」「中古マンション」「アパート」「新築マンション」「一戸建て」「新築一戸建て」を選定

広　告　宣　伝　費　の　推　移



同社HPとお笑いコンビ「バナナマン」を起用したTVCMイメージ

出所：同社HP、会社資料

■業界構造

不動産情報サービス業界は寡占化が進む可能性あり

国内で不動産情報サービスを展開する類似サイトは数多く存在するものの、同社「HOME’S」の他には、リクルートの運営する「SUUMO」や、「YAHOO!不動産」「CHINTAI」「at home」が大手として挙げられる。日経トレンディの調査によれば、総掲載物件数で「HOME’S」が圧倒的にNo.1のポジショニングにある。

同社では流通している空き家物件数が概ね500～550万件と推定しており、創業の想いである日本中のすべての物件情報を網羅することを目標としている。同社の場合、利用者からの問合せが増えれば業績が伸びる収益モデルのため、仮に総掲載物件数が飽和状態に達したとしても、すべての物件をカバーすることで集客力を高めるメリットのほうが大きい。また、総掲載物件数及び集客力で優位に立つサイトがますますメディアとしての価値を高めていくネットワーク外部性が働くことから、今後上位への寡占化が進む可能性が考えられ、他社のシェアを取り込むことで成長する余地も考えられる。

なお、同社のように問合せ数に課金している相当規模の同業他社は存在しない。問合せ課金は予測することが難しいうえに、業績の変動を大きくする可能性が高いため、多くの固定費を抱える大手には導入し難い体系であると考えられる。

掲載物件数上位リスト

	掲載物件数
HOME’S	4,084,700
YAHOO!不動産	1,877,400
SUUMO	1,821,600
at home	1,511,300
CHINTAI	568,100

出所：日経トレンディ

■決算動向

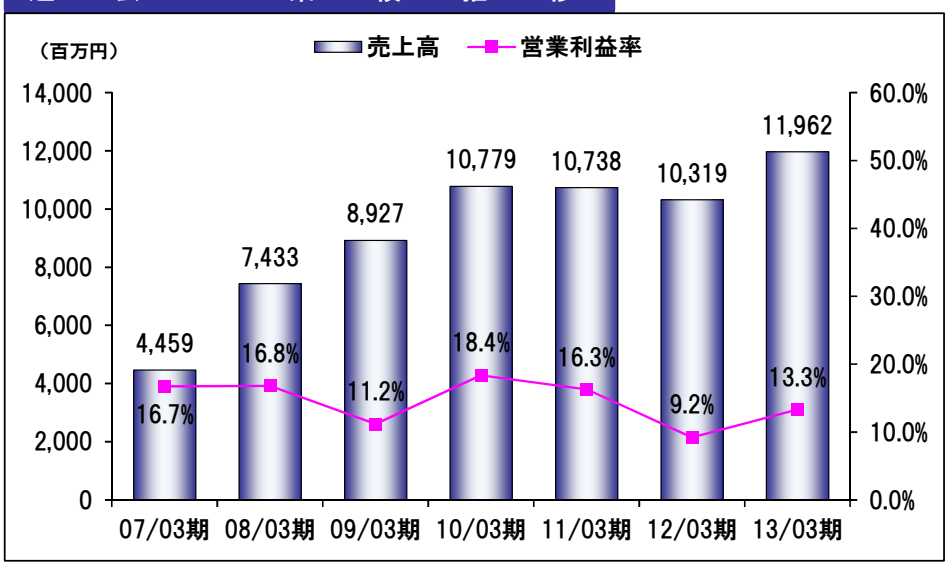
料金体系の変更を契機として新たな成長ステージに進展

（1）過去の業績推移

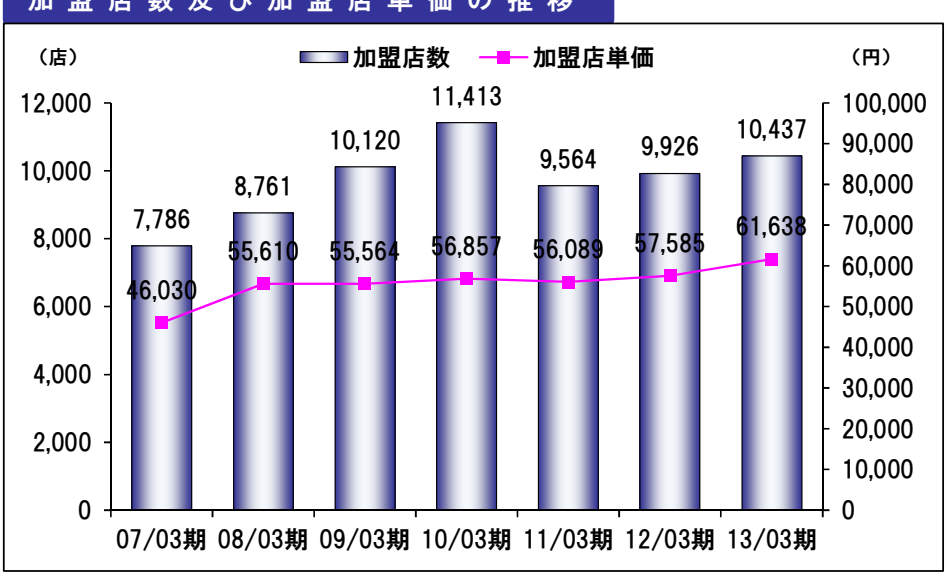
過去の業績を振り返ると、「賃貸・不動産売買」部門が同社の売上高を牽引しており、2010年3月期までは加盟店数及び加盟店単価に連動して順調に業績を拡大してきた。2011年3月期から2012年3月期にかけて業績が落ち込んでいるのは、料金体系の見直しの影響である。問合せ数が同社の想定を下回ったことや、問合せ課金という業界初の試みに困惑した加盟店の一時的な退会があったことから、加盟店数及び加盟店単価がそれぞれ減少したことに起因する。しかし、総掲載物件数が飛躍的に伸びるとともに、2013年3月期からはブランディングプロモーションやサイトリニューアルによるSEO対策を効果的に仕掛けたことで認知度や集客力が一段と高まり、業績は新たな成長ステージに入ったと見られる。また、営業利益率ついては、課金形式の見直しによる減収、本社移転によるコスト増加や積極的な広告宣伝費への先行投資を行ったため、2012年3月期に低下したものの、前述の4P戦略の効果により2013年3月期には売上高拡大によりコストを吸収し、収益性も高い水準に戻りつつある。

■決算動向

過去の業績推移



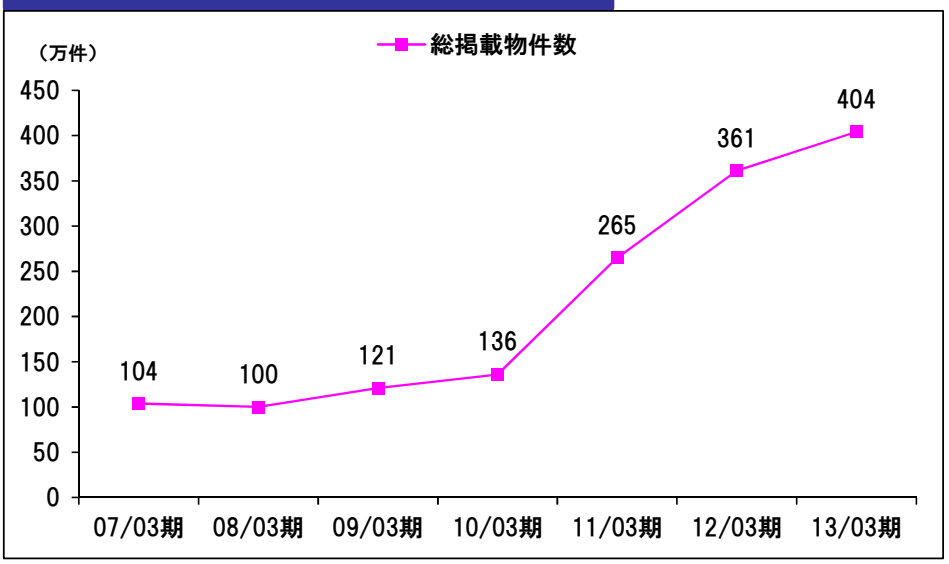
加盟店数及び加盟店単価の推移



注）期末時点、07/03期の数値は2007年4月時点

■決算動向

総掲載物件数の推移



注）件数は期中平均

積極的なブランディングやSEO効果により大幅な増収増益

（2）2013年3月期決算の概要

2013年3月期の業績は、売上高が前期比15.9%増の11,962百万円、営業利益が同67.0%増の1,591百万円、経常利益が同57.7%増の1,549百万円、純利益が同31.8%増の614百万円と大幅な増収増益となった。これは、期初会社予想との対比でも、売上高が115.8%、営業利益が297.4%とともに計画を大きく上回る着地となった。

主力の不動産情報サービスで、総掲載物件数の拡大とともに、ブランディングプロモーションとサイトリニューアル効果により訪問者数が増加し、加盟店数及び加盟店単価ともに期初の想定以上に伸長したことが業績を押し上げた。特にボリュームゾーンの「賃貸・不動産売買」の着実な伸びに加えて、新築一戸建てや新築分譲マンションの領域や、将来的成長を見込んでいる注文住宅・リフォーム分野の伸びも大きかった。

また、利益面では、特集ページの制作費用などで原価率が若干上昇したが、積極的な広告宣伝費（前期比718百万円増）などで販管費が増加したものの、原価率は3.1%と低いため、増収効果による吸収によって営業利益率は大きく上昇した。また、地域情報サービスなど、赤字部門のコスト削減による赤字幅縮小も営業利益率の上昇に寄与した。なお、純利益の伸び率が比較的緩やかなのは、中国子会社関連の特別損失（のれんの減損処理、有価証券評価損など）を計上したことによる。

■決算動向

2013年3月期の決算概要

（単位：百万円）

	12/3期（実績）	構成比	13/3期（実績）	構成比	増減	増減率
売上高	10,319		11,962		1,642	15.9%
不動産情報サービス事業	10,222	99.1%	11,851	99.1%	1,629	15.9%
賃貸・不動産売買	5,956	57.7%	6,513	54.4%	556	9.3%
新築一戸建て	1,404	13.6%	1,902	15.9%	261	18.6%
新築分譲マンション	1,403	13.6%	1,664	13.9%	497	35.4%
注文住宅・リフォーム	596	5.8%	810	6.8%	213	35.8%
レンターズ	399	3.9%	491	4.1%	92	23.2%
その他	461	4.5%	469	3.9%	8	1.7%
地域情報サービス事業	30	0.3%	20	0.2%	-9	-31.5%
その他事業	67	0.6%	90	0.8%	22	34.1%
売上原価	291	2.8%	376	3.1%	84	29.1%
販管費	9,075	87.9%	9,995	83.6%	919	10.1%
営業利益	952	9.2%	1,591	13.3%	638	67.0%
不動産情報サービス事業	1,912	18.7%	1,902	16.0%	-10	-0.5%
地域情報サービス事業	-633	-	-145	-	488	-
その他事業	-326	-	-166	-	160	-
経常利益	982	9.5%	1,549	12.9%	567	57.7%
純利益	465	4.5%	614	5.1%	148	31.8%

総掲載物件数（千件、3月度平均）	3,615	4,043	428	11.8%
加盟店数（店、期中平均）	9,532	9,894	362	3.8%
加盟店単価（円、期中平均）	52,012	54,555	2,543	4.9%

第3四半期(2013年4月-12月)決算も好調な業績が持続

（3）2014年3月期第3四半期（2013年4月-12月）決算の概要

2014年3月期の第3四半期（2013年4月-12月）の業績は、売上高が前年同期比23.3%増の10,408百万円、営業利益が同59.5%増の2,204百万円、経常利益が同63.5%増の2,203百万円、純利益が同83.1%増の1,282百万円と好調な業績が持続している。

主力の不動産情報サービスで、すべての分野が順調に伸長した。特に、TVCMや電車広告、大型看板の設置など積極的なブランディングプロモーションやサイトリニューアルの効果のほか、Facebookを活用した大規模キャンペーンや楽天不動産との共同企画による販促活動の実施により、訪問者数及び問合せ数が順調に拡大した。また、総掲載物件数及び加盟店数、加盟店単価もそれぞれ増加した。

一方、利益面では、広告宣伝費（前年同期比470百万円増）や人件費（同346百万円増）が販管費を増加させたものの、増収効果により吸収したことで営業利益率は大きく上昇した。また、その他事業でも、地域情報サイト「Lococom」の赤字縮小や金融情報サイト「MONEYMO」の黒字転換のほか、赤字事業のサービス終了などにより、赤字幅が改善したことも営業利益率の上昇に寄与した。

2014年3月期第3四半期の決算概要

（単位：百万円）

	13/3期第3Q（累計）（実績）	構成比	14/3期第3Q（累計）（実績）	構成比	増減	増減率
売上高	8,439		10,408		1,969	23.3%
不動産情報サービス事業	8,357	99.0%	10,311	99.1%	1,954	23.4%
賃貸・不動産売買	4,537	53.8%	5,492	52.8%	955	21.0%
新築一戸建て	1,360	16.1%	1,762	16.9%	402	29.6%
新築分譲マンション	1,142	13.5%	1,330	12.8%	188	16.5%
注文住宅・リフォーム	584	6.9%	762	7.3%	178	30.5%
レンターズ	359	4.3%	437	4.2%	77	21.7%
その他	372	4.4%	525	5.0%	153	41.1%
その他事業	82	1.0%	97	0.9%	15	18.3%
売上原価	258	3.1%	336	3.2%	77	30.2%
販管費	6,799	80.6%	7,867	75.6%	1,068	15.7%
営業利益	1,381	16.4%	2,204	21.2%	822	59.6%
不動産情報サービス事業	1,648	19.7%	2,251	21.8%	603	-0.5%
その他事業	-267	-	-47	-	220	-
経常利益	1347	16.0%	2,203	21.2%	856	63.5%
純利益	700	8.3%	1,282	12.3%	582	83.1%

総掲載物件数（12月度平均）	4,204	4,469	265	6.3%
加盟店数（3Q平均）	9,970	11,177	1,207	12.1%
加盟店単価（3Q平均）	52,452	55,725	3,273	6.2%

■決算動向

過去最高の業績を更新する見通し

（4）2014年3月期の業績予想

同社は、第2四半期までの状況を踏まえ、2013年11月13日に通期業績予想の増額修正を行った。修正後の売上高は前期比19.4%増の14,282百万円、営業利益は同6.2%増の1,690百万円、経常利益は同8.9%増の1,687百万円、純利益は同53.2%増の940百万円を見込んでいる。

第3四半期までの実績や引越しシーズンに当たる第4四半期が繁忙期であることなどを勘案すると、会社業績予想の達成は可能性が高いと判断できる。また、各利益予想に関しては、第3四半期（累計）の実績ですでに通期予想を上回っていることから増額修正の公算も大きい。同社は、繁忙期（第4四半期）のタイミングによる広告宣伝費の大型投資を戦略的に計画しており、その費用や効果を見定めたうえで業績修正の必要性を判断するとしている。

なお、3月20日に発表された2014年2月度の月次動向によると、主力の「HOME’S」の業績進捗率は第4四半期（1-3月）ベースで71.4%、通期ベース（2013年4月-2014年2月）で92.4%と順調な伸びを見せている。

2014年3月期の業績予想

（単位：百万円）

	13/3期（実績）	構成比	14/3期会社予想（2013/11/13修正後）	構成比	前期比
売上高	11,962	-	14,282	-	19.4%
不動産情報サービス事業	11,851	99.1%	14,135	99.0%	19.3%
賃貸・不動産売買	6,513	54.4%	7,658	53.6%	17.6%
新築一戸建て	1,902	15.9%	2,382	16.7%	25.2%
新築分譲マンション	1,664	13.9%	1,768	12.4%	6.3%
注文住宅・リフォーム	810	6.8%	1,010	7.1%	24.7%
レンターズ	491	4.1%	589	4.1%	20.0%
その他	469	3.9%	725	5.1%	54.6%
その他事業	110	0.9%	146	1.0%	32.7%
売上原価	376	3.1%	491	3.4	30.6%
販管費	9,995	83.6%	12,100	8437	21.1%
営業利益	1,591	13.3%	1,690	11.8%	6.2%
不動産情報サービス事業	1,902	16.0%	-	-	-
その他事業	-311	-	-	-	-
経常利益	1,549	12.9%	1,687	11.8%	8.9%
純利益	614	5.1%	940	6.6%	53.1%

通期業績推移

（単位：百万円、%）

	売上高	前期比	営業利益	前期比	経常利益	前期比	当期純利益	前期比	EPS（円）	DPS（円）
09/03期	8,927	20.1	998	-20.1	971	-22.4	375	-7.6	6.84	0.70
10/03期	10,779	20.7	1,979	98.2	1,991	104.9	1,026	173.1	19.10	2.16
11/03期	10,738	-0.4	1,749	-11.6	1,758	-11.7	1,107	7.9	19.69	1.96
12/03期	10,319	-3.9	952	-45.6	982	43.6	465	-57.9	8.27	1.23
13/03期	11,962	15.9	1,591	67.0	1,549	57.7	614	31.8	10.90	2.16
14/03期予	14,282	19.4	1,690	6.2	1,687	8.9	940	53.2	16.69	3.30

注）2014年1月に1：3の株式分割を実施、1株当たり数値は分割を考慮

■成長戦略

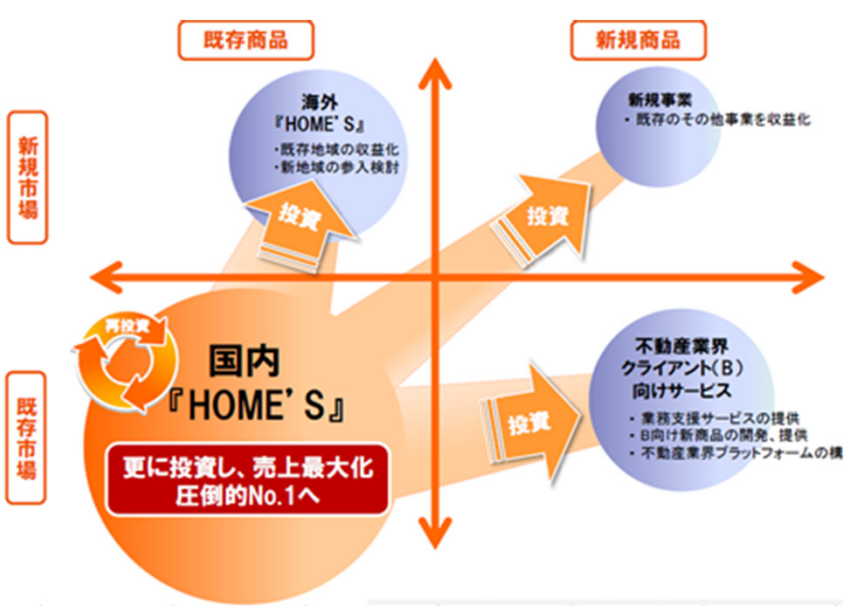
既存事業への再投資と不動産業界プラットフォームが戦略の柱

同社は、中長期事業展開イメージとして、DB＋CCS（データベース＋コミュニケーション＆コンシェルジュサービス）でグローバルカンパニーを目指している。暮らしにまつわるあらゆる領域の情報（データベース）を活用して、各利用者に最適な情報を提供していくサービス（コミュニケーション＆コンシェルジュサービス）を展開するものである。その実現に向けた成長戦略は、既存事業の強化を軸として、海外展開や新規事業の開拓による4つの事象をそれぞれ進めていく方針である。特に、国内の「HOME’S」への再投資による圧倒的No.1の確立と、不動産会社向け業務支援サービスの拡充による不動産業界ビジネスプラットフォームの構築が当面における戦略の柱となっており、引き続き不動産関連事業を基盤としながら、海外展開や新規事業による上乗せを図っていく計画である。また、目標とする経営指標としては、営業利益率25%を掲げている。

既存事業の強化については、これまでやってきた集客力向上策に加えて、リノベーションやトランクルームなど新たな分野へのサービス拡充により集客の間口を広げることや、1度訪問した利用者に対して最適なコンテンツの提供やメールマーケティングなどによる囲い込み（リピーターの確保）、そして住み替え後のコミュニケーションツールの提供などにより利用者が会員として残る仕組みを構築することなどを進めている。同社は、人々が最適な生活を送るためにもっと気軽に（頻繁に）住み替えができる環境づくりや生活提案を目指しており、それによって同社の成長余地も拡大していくものと考えている。

また、不動産業界ビジネスプラットフォームとは、不動産会社の業務に不可欠となるソリューションを提供するものである。具体的には、これまでのサイトを通じた集客機能に加えて、追客、内見・来場、成約に至るまでの顧客管理（CRM）のほか、業界初となる不動産オーナー向けのCRM支援を行うものである。同社の誇る圧倒的な集客力を中心として、その上流と下流の業務プロセスにソリューション領域を広げたところに一体となった価値創造が期待でき、他社との差別化が図れると考えられる。既に集客から追客へのソリューション提供では、賃貸事業者向けのCRMサービス「レンターズネット」で導入店舗数1,000店を突破しているが、今後更なるサービス・顧客領域の拡充により客数及び客単価の向上を目指す。

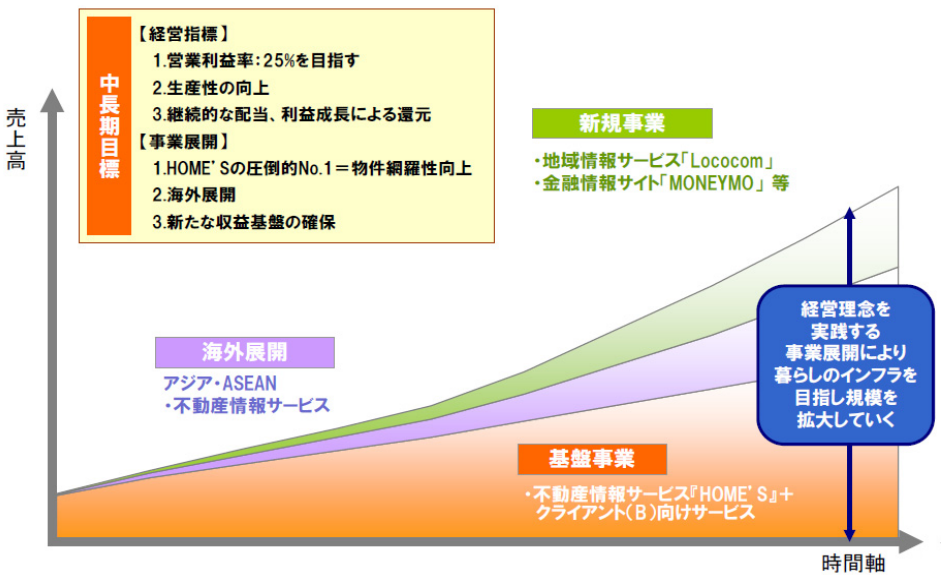
成長戦略4事象（チャート）



出所：会社資料より引用

■成長戦略

中長期の事業展開イメージ



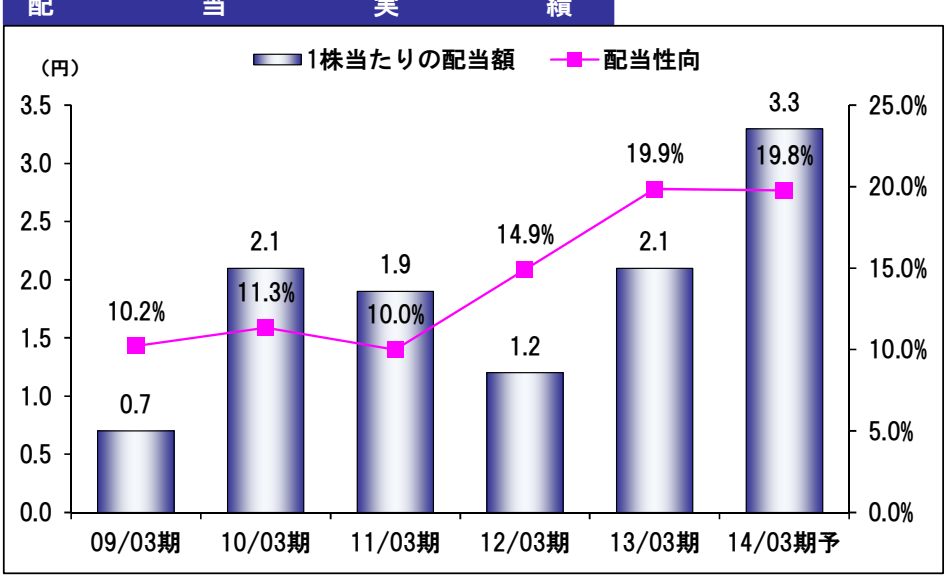
出所：会社資料より引用

■株主還元

利益成長に伴う増配余地は大きい

同社は、利益配当について、「中長期的な事業計画などを勘案して、毎期の業績に応じた弾力的な成果の配分を行う」ことを基本方針とし、普通配当については、前期では15%だった配当性向を5ポイント上げ、配当性向20%程度を目標としている。2013年3月期は1株当たり年2.1円（分割考慮前で6.5円）を実施した（配当性向19.9%）。2014年3月期についても、分割後で1株当たり年3.3円配（分割考慮前で9.9円）と増配を予定している（配当性向19.8%）。なお、同社は、2014年1月1日を効力発生日として1：3の株式分割を実施した。また、中期的にも利益成長に伴う増配の余地は十分に可能性が高いと判断できる。

配　当　実　績



注）2014年1月に1：3の株式分割を実施、1株当たり数値は分割を考慮

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・表示したものですが、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･加工することは堅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・譲渡することは堅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にお願いします。

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

FISCO