

ラクーン

3031 東証マザーズ

2015年7月10日（金）

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

■ 中小小売店向け BtoB サイトを運営、第 2 の収益柱も成長

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月末の会員店舗数は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。

2015年4月期の連結業績は、売上高が前期比6.4%増の2,056百万円、営業利益が同35.7%増の336百万円と好調な決算となった。主力のEC事業において「スーパーデリバリー」の流通額が前期比3.2%増と堅調に推移したほか、広告費を中心とした変動費の抑制による利益率の向上、並びに新規事業である「Paid（ペイド）」事業の営業損失縮小が増益要因となった。

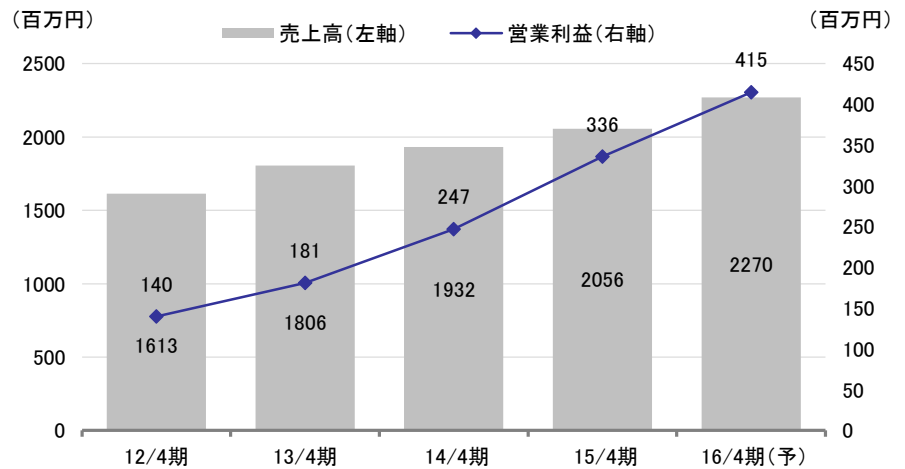
2016年4月期は売上高が前期比10.4%増の2,270百万円、営業利益が同23.5%増の415百万円と2ケタ増収増益が見込まれる。8月より「スーパーデリバリー」の海外版サービスとなる「SD export」を開始する。同サービスの開始によって流通額全体の拡大が見込まれるほか、出展企業・掲載商材数の増加により、国内小売店舗向けの売上増といった効果も期待できる。また、Paid事業は事業提携の進展による加盟企業数の増加により、黒字化が見込まれるほか、売掛債権保証事業も新サービスの拡充などで保証残高が積み上がっており、2ケタ増収増益となる見通しだ。

「スーパーデリバリー」の流通額は海外サービスの本格化により、今後も持続的な成長が見込まれるほか、売掛債権保証事業やPaid事業など「スーパーデリバリー」に次ぐ事業も育ってきたことから、同社の業績は中期的に成長局面が続くものと予想される。2016年4月期の1株当たり配当金は未定としているが、配当方針として20%程度をめどとしていることから、業績計画を達成したとすれば9.0円程度と、連続増配となる可能性が高い。

■ Check Point

- ・すべてのセグメントで増収増益を達成、過去最高収益を連続更新
- ・事業規模の拡大とともに収益性の向上も進む
- ・海外サービス「SD export」の開始へ、今後の動向に注目

売上高と営業利益の推移

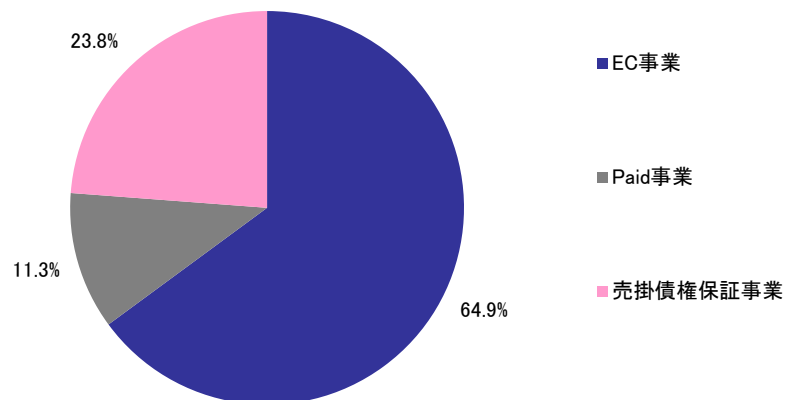


■ 事業概要

中小小売店向けの仕入れ EC サイトが同社の主力事業

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 事業で開示している。2015 年 4 月期のセグメント別売上構成比で見ると、EC 事業が 64.9%、Paid 事業が 11.3%、売掛債権保証事業が 23.8% となっている。各事業の概要は以下のとおり。

事業セグメント別売上構成比(2015/4期)



注：社内取引消去前ベース

(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 事業には、「スーパーデリバリー」事業と 2014 年 3 月よりサービスを開始した「COREC (コレック)」事業が含まれる。

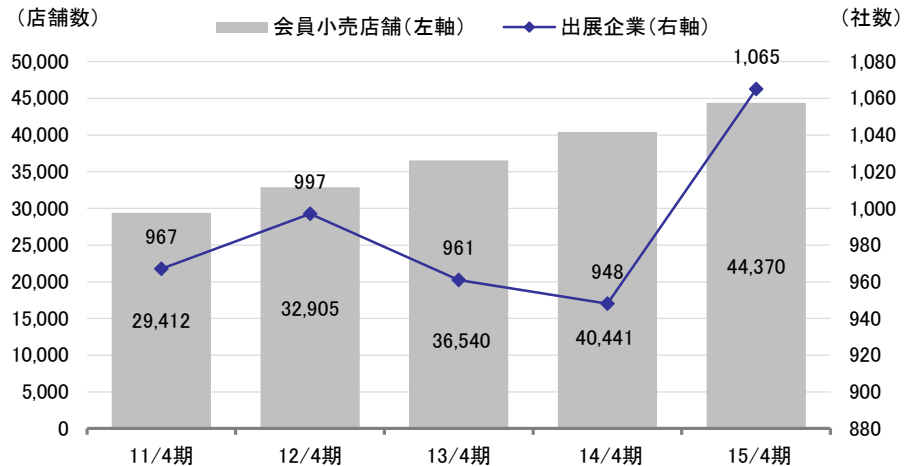
2015年7月10日（金）

○スーパーデリバリー

同社の主力事業である「スーパーデリバリー」は、アパレル・雑貨を中心とした中小小売店向けの仕入れ EC サイト事業である。2015年4月末の会員小売店舗数は44,370店舗、出展企業数は1,065社、商材掲載数は456,349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。

会員小売店舗数が年々拡大している一方で、出展企業数に関しては2014年4月期まで減少していたが、これは質の高いECサイトを構築するために、出展企業の審査を厳格化した影響による。直近ではこうした審査の厳格化による減少が一巡しており、再び出展企業数も増加に転じている。

会員小売店舗と出展企業数



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になるといったメリットを享受できる。一方、出展企業（メーカー・卸業者）にとっては、新規取引先開拓にかかる営業費用及び販売代金回収のための決済コストを、同サイトを利用することによって削減できるというメリットがある。特に、ここ最近では企業における人材不足が顕在化していることもあり、ECサイトを活用するメリットは今まで以上に大きくなっていると思われる。

「スーパーデリバリー」の収益構造は会員小売店、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ビジネスモデルとなっている。定額収入としては出展企業から得る出展基本料（月額4万円）と、会員小売店から得る小売店月会費（月額2千円）がある。また、変動収入としては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送るため、同社は介在しない。しかし、代金の流れとしては同社が出展企業の代わりに会員小売店から回収し、出展企業に支払う。なお、2014年4月期までは「スーパーデリバリー」の売上高として商品代金を含める総額表示方式を採用していたが、2015年4月期より商品代金を除いた純額表示方式に変更している。このため、売上高が目減りした格好となるが、営業利益に与える影響はない。

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>やディー・エヌ・エー<2432>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、これらサービスで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。

2015年7月10日（金）

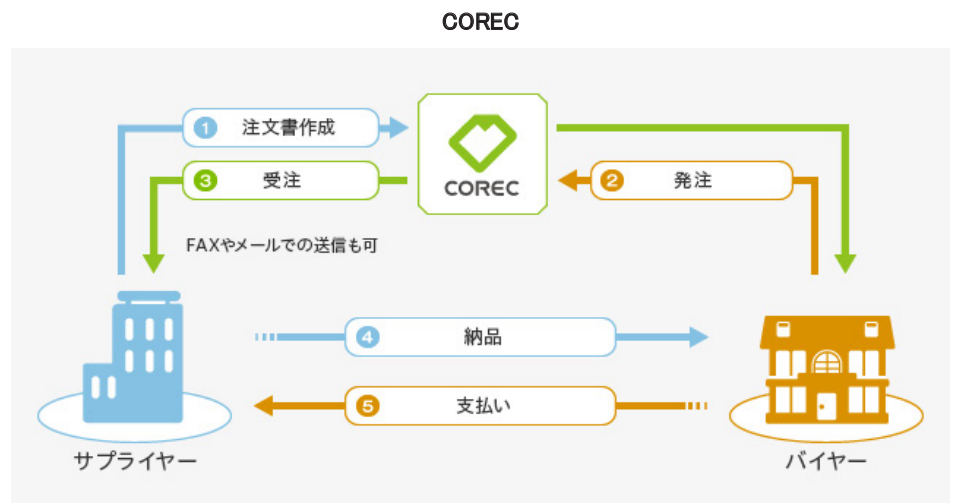
○ COREC

2014年3月よりサービスを開始した「COREC」とは、BtoBにおける受発注処理業務を、Web上で一元管理するクラウド型の受発注ツールの提供サービスである。受発注処理のコスト削減、効率化を目的として開発された。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形態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。こうした課題を解決したものが「COREC」のサービスとなる。

バイヤー側から見ると、従来は取引先ごとにFAXやメールなど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、取引先ごとにあらかじめ設定された手段（FAX、メールなど）で発注書が送信されるシステムとなっている。このため、取引先が「COREC」の会員でなくても発注書が従来どおり届くことになる。

「COREC」のもう1つの特長は、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」の広告が付いており、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4月末時点の会員数は2,290社と順調に拡大している。会員は「スーパーデリバリー」の会員以外の企業が大半を占めており、バイヤーとサプライヤーの比率は6対4となっている。なお、「COREC」の仕組みに関して同社はビジネスモデル特許を申請中である。



「COREC」料金プラン

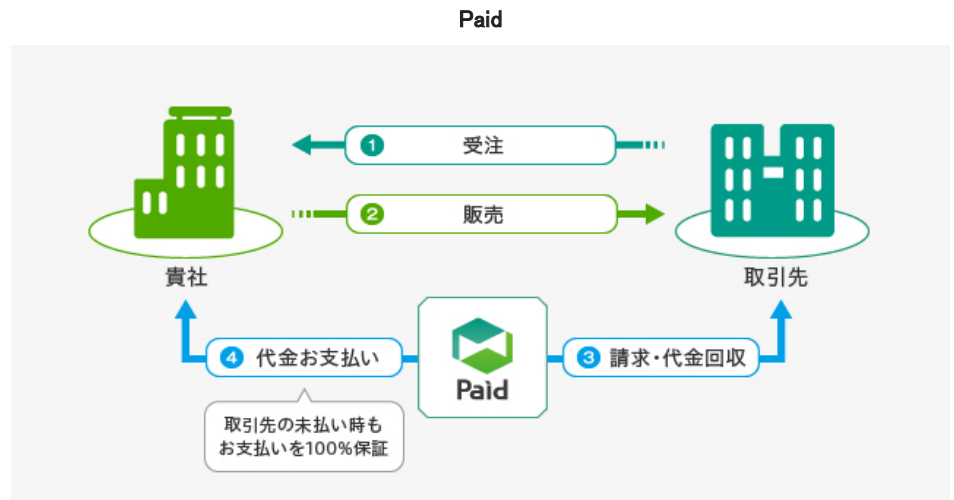
	無料プラン	有料プラン
バイヤー向け		
料金	0円/月	980円/月
発注回数	無制限	無制限
社内ユーザー数の上限	1人	無制限
発注の一時保存	全体で1件	取引先ごとに1件
お届け先の登録	1件	30件
無料FAX可能回数	30回/月	200回/月
サプライヤー向け		
料金	0円/月	9,800円/月
受注回数	無制限	無制限
社内ユーザー数の上限	1人	無制限
作成せきる注文書の種類	3件	200件
一括HTMLメール送信	100通/日	1,000通/日
オリジナルURLの利用	不可	可

出所：会社HPより作成

「Paid」事業は、加盟企業数の増加ペースが加速

(2) 「Paid」事業

2011年10月よりサービスを開始した「Paid」事業とは、BtoBの企業間取引で取引先に対する与信審査から請求・代金回収手続きまでを一括して請け負い、売掛金を保証する決済サービスである。売掛金の保証額に対して一定料率を掛けたものを「保証料」（保証額の3.0%程度）として売上高に計上している。



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。同社は2004年に「スーパーデリバリー」で「掛売り決済」を導入した後、売上高が急成長した実績があり、「スーパーデリバリー」以外の企業間取引にも広く開放するために開始したサービスが「Paid」である。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%ヘッジされている。

2015年7月10日（金）

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成長している。主に掛売り決済ニーズの高いアリーステージのベンチャー企業を中心に、加盟企業数は直近1年間で約500社増の1,400社超と、増加ペースもここに来て加速している。

保証残高は右肩上がりで拡大、小口案件の多さが特徴

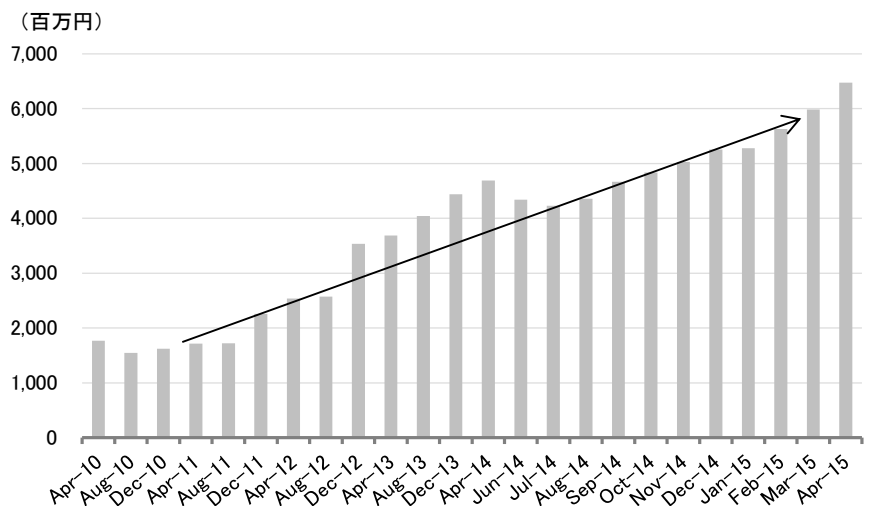
(3) 売掛債権保証事業

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、貸し倒れ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ことになる。なお、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る。

2015年4月末の保証残高は6,471百万円と右肩上がりで拡大している。保証引受先の業種別構成比では、卸売・小売業が最も大きく、サービス業や建設業、製造業など幅広い業種にわたっている。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。顧客の獲得は自社で開拓するほか、提携代理店（金融機関等）経由での顧客紹介も受けている。

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



■ 決算動向

すべてのセグメントで増収増益を達成、過去最高収益を連続更新

(1) 2015年4月期の連結業績概要

2015年4月期の連結業績は、売上高が前期比6.4%増の2,056百万円、営業利益が同35.7%増の336百万円、経常利益が同31.8%増の327百万円、当期純利益が同63.4%増の201百万円と増収増益基調を継続した。売上高は実質過去最高を連続で更新し、営業利益、経常利益はともに連続で過去最高を更新、当期純利益も4期ぶりの過去最高を更新した。

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となり、また、営業利益も売掛債権保証事業での人件費増加はあったものの、その他変動費の抑制を図ったことで、すべてのセグメントで増益（「Paid」事業は営業損失が縮小）となった。特に、EC事業の収益性向上により、営業利益率は前期の12.8%から16.3%へ大きく上昇した。会社計画比では経常利益が若干未達となったが、これは営業外収支で「Paid」事業の売掛債権流動化に伴う債権流動化費用を10百万円（一時的費用）計上したことが主因となっている。事業セグメント別の動向は以下のとおり。

2015年4月期連結業績

（単位：百万円）

	14/4期		15/4期				
	実績	対売上比	会社計画	実績	対売上比	前期比	計画比
売上高	1,932	-	2,050	2,056	-	6.4%	0.3%
売上原価	305	15.8%	-	314	15.3%	3.0%	-
販管費	1,379	71.4%	-	1,405	68.4%	1.9%	-
営業利益	247	12.8%	325	336	16.3%	35.8%	3.4%
経常利益	248	12.9%	330	327	15.9%	31.8%	-0.7%
当期純利益	123	6.4%	200	201	9.8%	63.4%	0.8%

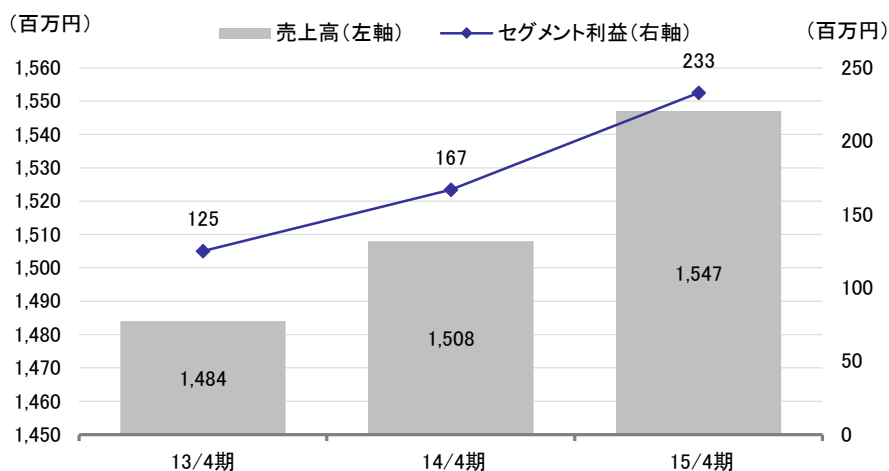
注：14/4期の売上高は純額表示方式に合わせている。会社計画は1月15日発表の業績修正値。

○ EC事業

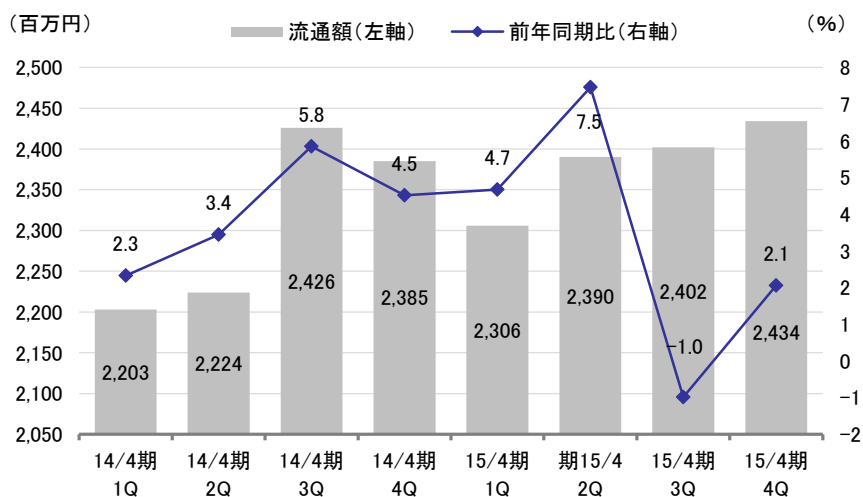
EC事業の売上高は前期比2.6%増の1,547百万円、セグメント利益は同39.4%増の233百万円となった。主力事業である「スーパーデリバリー」の流通額は前期比3.2%増の9,534百万円と拡大基調が続いたほか、広告宣伝費の抑制やポイント制度、配送料金体系などの変更を実施したことなどで、利益率は前期の11.1%から15.1%に上昇した。

当期は質の高い出展企業の開拓に注力したほか、ECサイトの使い勝手を向上し、会員小売店舗数も増加したことなどが流通額の拡大につながった。2015年4月末の会員小売店舗数は前期末比3,929店舗増の44,370店舗、出展企業数は同117社増の1,065社、商材掲載数は同3,234点増の456,349点となった。

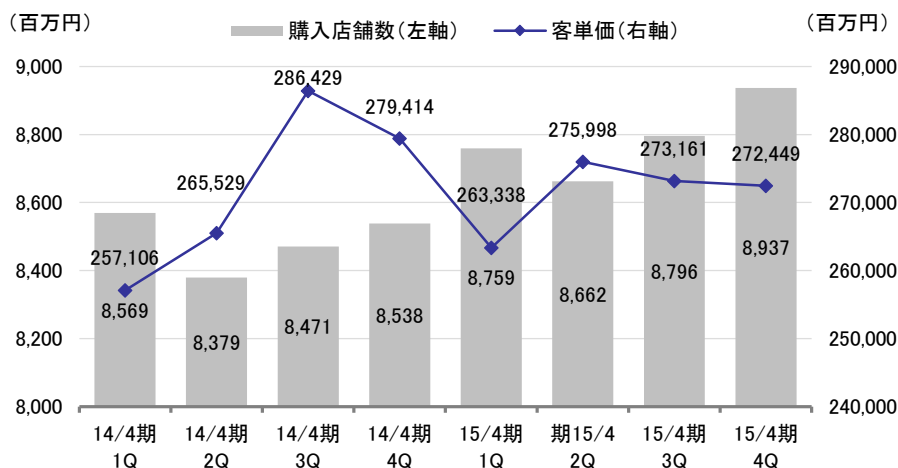
EC事業



商品流通額と伸び率



購入客数と客単価



注: 客単価とは当該四半期に商品を購入した店舗数の平均購入額

2015年7月10日（金）

ただ、四半期ベースの動きを見ると第3四半期の流通額が前年同期比で1.0%減と若干ではあるもののマイナスに転じ、第4四半期も同2.1%増にとどまるなど直近では伸び率が鈍化しているのも事実。購入客数の増加傾向は続いているものの、客単価が前年同期比で減少していることが要因だ。また、会員数は4万店舗を超えているものの、年間で取引実績のある店舗数はそのうち約1.2万店舗となっており、休会客の比率が若干ながら上昇傾向となっているのも今後の課題と言える。

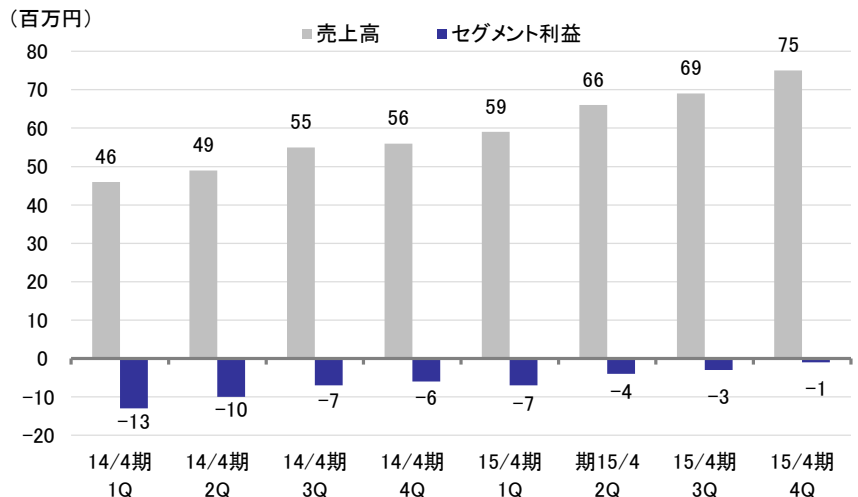
一方、「COREC」の事業については2014年9月より有料プランの課金を開始したが、売上の寄与は僅少で、当面は知名度の向上と無料会員の獲得に注力する戦略となっている。会員数拡大に向けた取り組みとしては、2014年10月にSquare(株)の提供するPOSレジアプリ「Squareレジ」、2015年4月にヤフー<4689>が運営する「Yahoo!ショッピング」とシステム連携を行うなど利便性の向上を図っている。また、顧客ニーズを取り入れながら、機能の拡張も順次進めており、2015年4月末の会員数は2,290社と順調に拡大している。

○「Paid」事業

「Paid」事業の売上高は前期比29.8%増の269百万円、セグメント損失は16百万円（前期は37百万円の損失）となった。取扱高に関しては、前期比27.7%増の10,494百万円となっている。マーケティング施策の強化による認知度向上に加えて、三菱自動車<7211>など大手企業が同サービスを利用し始めたことで信頼感も高まり、加盟企業が1年前の900社超から直近では1,400社超と大幅に増加したことが売上高の拡大につながった。

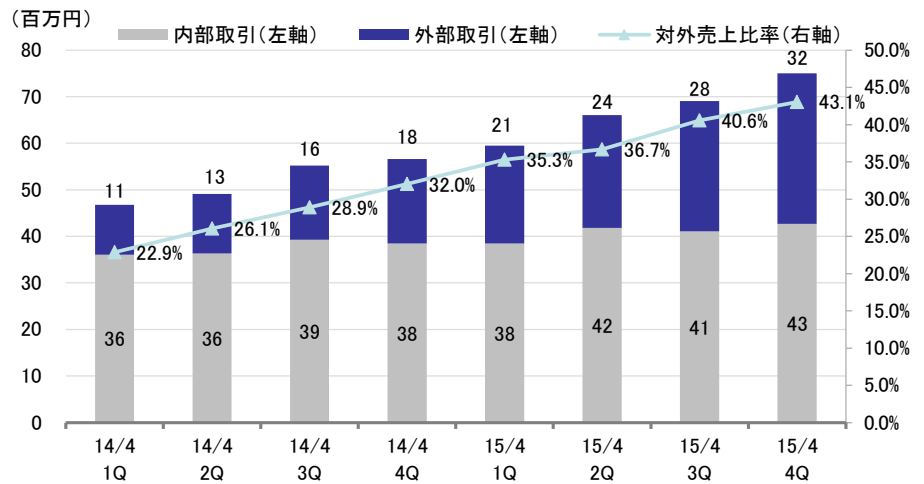
売上高のうち、「スーパーデリバリー」以外の顧客売上高は前期比83%増の105百万円と大幅増となっている。従来は「スーパーデリバリー」の顧客が売上高の大半を占めていたが、当第4四半期（2015年2月-4月）では「スーパーデリバリー」以外の顧客が売上高の43.1%を占めるまでになっている。なお、営業損失は売上高の増加とともに縮小してきており、第4四半期ではほぼ収支均衡ラインに近づき、2016年4月期以降は黒字に転換する見通しとなっている。

Paid事業の四半期業績推移



2015年7月10日（金）

Paid事業売上内訳推移



○ 売掛債権保証事業

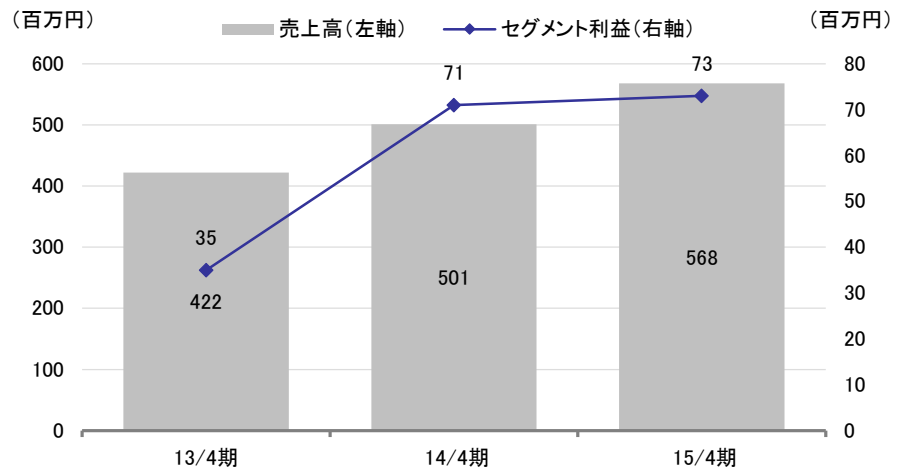
売掛債権保証事業は売上高が前期比 13.3% 増の 568 百万円、セグメント利益が同 2.9% 増の 73 百万円となった。保証残高に関しては 2015 年 4 月末で 6,471 百万円と前期末比 38.0% 増となっている。

保証残高の増加要因は、2014 年 4 月より開始した事業用家賃保証サービスが下期以降、本格的に伸び始めたことに加えて、既存サービスメニューにおいても 8 月より新プランを導入したことが大きく貢献した。事業用家賃保証サービスは、現時点では東京都内のみのサービスとなっており、2015 年 4 月末時点で保証残高は 380 百万円程度に積み上がっている。保証料率は月額 0.3% 程度と同業平均の 1% 弱に対して低いものの、デフォルト発生件数は今のところゼロとなっている。

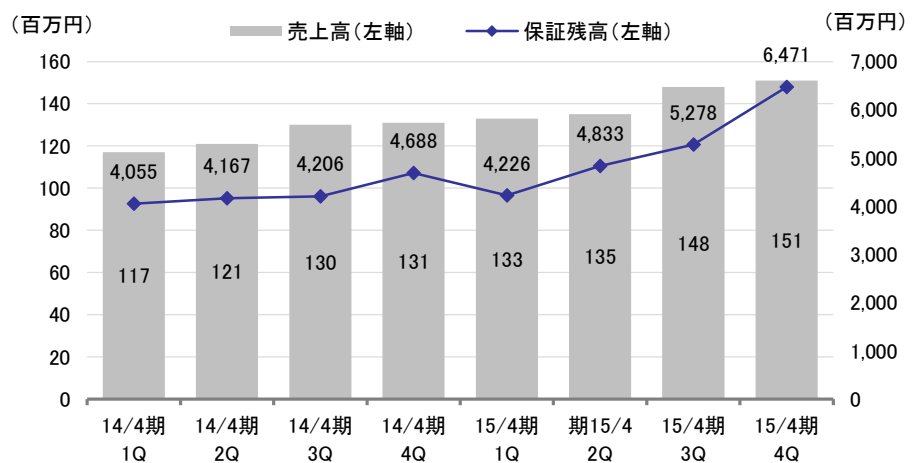
一方、2014 年 8 月から導入した新プランとは、保証先対象社数が 7 社以上のもので、保証額は保証引受額合計の 50% に抑える代わりに、保証料率も 0.55% と通常の半分近くまで引き下げたサービスとなる。サービス開始当初から販売が好調で、下期以降の保証残高が増加した要因の 1 つとなっている。収益性に関しては通常プランと変わりはないが、保証残高に対する売上高という点で見れば従来よりも低くなる。保証残高の伸びに対して、売上高の伸び率が低いのはこうした保証料率の低いサービスの構成比が上昇したことが要因となっている。

また、セグメント利益が伸び悩んだが、これは第 4 四半期のセグメント利益が 3 百万円の損失（前年同期は 15 百万円の利益）と子会社化以降、四半期ベースで初めて赤字となったことが影響した。収益の悪化要因は、一時的に多額の保証履行が発生したことによるもので、このうち約 10 百万円は特定案件となり、その他にも通常より保証履行件数が多く発生したことが響いた。ただ、いずれも一時的なものとの認識であり、5 月以降は収益性も元の水準近くまで回復している。

売掛債権保証事業の業績推移



保証残高と売上高推移



注:保証残高は期末ベース

事業規模の拡大とともに収益性の向上も進む

(2) 財務状況について

2015年4月末の財務状況を見ると、総資産残高は前期末比1,098百万円増の4,327百万円となった。「Paid」事業の売掛債権流動化に伴い現預金が675百万円増加したほか、事業規模の拡大に伴い売掛金が291百万円増加したことが主因となっている。

一方、負債は前期末比1,101百万円増の2,783百万円となった。有利子負債が57百万円減少したものの、事業規模の拡大に伴い買掛金が402百万円増加したほか、「Paid」事業の売掛債権流動化に伴い支払債務が165百万円、預り金が469百万円増加した。また、純資産は前期末比1百万円減少の1,543百万円となった。当期純利益201百万円を計上したものの、自己株式取得費用199百万円、配当金支払い24百万円を計上したことで、利益剰余金が24百万円減少したことが要因となっている。

2015年7月10日（金）

■決算動向

経営指標を見ると、自己株式取得により自己資本比率が35.6%と前期の47.8%から低下したものの、収益拡大とともに有利子負債比率が12.7%と低下傾向を続けているほか、「Paid」事業の債券流動化に伴う現預金の増加もあって、財務体質は着実に強化されている。また、収益性指標を見るとROA、営業利益率ともにここ数年、上昇傾向が続いており、事業規模の拡大とともに収益性の向上が進んでいる。また、ROEに関しても自己株式取得に伴い13.1%と2期ぶりに10%台に回復するなど、株主資本効率も意識した経営が遂行されていることがうかがえる。

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	12/4期	13/4期	14/4期	15/4期	増減額
流動資産	2,271	2,451	2,894	3,982	1,088
(現預金)	835	857	969	1,645	675
固定資産	357	386	334	344	10
総資産	2,628	2,837	3,228	4,327	1,098
流動負債	1,155	1,334	1,656	2,634	977
固定負債	245	158	26	148	122
(有利子負債)	399	237	252	195	-57
負債合計	1,401	1,493	1,683	2,783	1,100
純資産	1,227	1,344	1,545	1,543	-1
(安全性)					
流動比率	196.5%	183.7%	174.7%	151.2%	
自己資本比率	46.7%	47.3%	47.8%	35.6%	
有利子負債比率	32.6%	17.7%	16.4%	12.7%	
(収益性)					
ROA (総資産経常利益率)	5.0%	6.5%	8.2%	8.7%	
ROE (自己資本利益率)	9.3%	10.4%	8.6%	13.1%	
売上高営業利益率	8.7%	10.0%	12.8%	16.3%	

■今後の見通し

2ケタ増収増益、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。すべてのセグメントで増収増益を見込んでいる。

○EC事業

EC事業では会員小売店、出展企業の獲得を進めるとともに、客単価・稼働率向上による流通額の拡大を推進していく方針で、売上高は前期比7～8%程度の増収が見込まれる。流通額では初めて100億円の大台に乗せる見通しだ。特に、今期は年々増加する海外需要に本格的に対応していくため、海外向けサービスとして「SD export」を8月25日から開始する予定となっており、流通額拡大のけん引役になるものとして注目される（詳細は後述）。

また、会員数の獲得においては従来の小売店だけでない。なお、直近5～6月の流通額を見ると、前年同期比で5%程度の増加となったもようで、再び勢いを取り戻す傾向となっている。

ラクーン

3031 東証マザーズ

2015年7月10日（金）

「COREC」については引き続き会員数の獲得とサービス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ユーザーを獲得できる仕組みが機能し始めているようで、6月上旬段階でユーザー数は2,600件（4月末2,290件）を超えるなど、増加ペースも加速している状況にある。

○「Paid」事業

「Paid」事業については2ケタ増収、セグメント利益は初めての黒字化となる見通しだ。企業間決済サービスで与信審査など含めて100%オンラインでサービスを提供しているのは同社のみであり、今後もEC市場の拡大とともに同サービスの取扱高は年率2ケタ成長が見込まれる。

特に2015年3月からは売掛債権流動化スキームを導入したことで資金効率も高まり、多種多様な顧客ニーズに対応した商品設計の提案も可能となった。大手企業との提携も2015年に入って広がりをみせており、足元も好調に推移している。早晩、第3の収益柱として成長するものと予想される。

Paid事業の提携先（2015年以降）

サービス提供時期	相手先・サービス内容
2015年3月	(株)グラフィックが運営する「印刷の通販®グラフィック」の法人向け決済サービスとして提供
2015年3月	GMO コマース(株)が運営するO2O事業における複数のサービスにPaidを提供。まずは、「GMO チェックイン」※1と「LINE@」から導入を開始
2015年4月	三菱自動車工業(株)〈7211〉の電動自動車利用者向けサービス「三菱自動車 電動車両サポート」の法人会員向けプランにサービス提供
2015年6月	(株)ロックオン〈3690〉が運営する「EC-CUBE」※2のユーザー向け決済ツールとして提供

※1 GMO チェックイン：大手ネットメディアやスマホアプリから実店舗へお客様を送客する来店連動型広告サービスのこと。同サービスを利用する店舗運営者がGMOコマースに対して支払う広告手数料代金に対してPaidの利用が可能となる。

※2 EC-CUBE：ロックオンが開発したECサイト構築パッケージをオープンソースとして公開したもので、日本No.1EC構築オープンソースとして認定されており、推定22,000店舗以上で稼働している

○売掛債権保証事業

売掛債権保証事業は、2ケタ増収増益となる見通しだ。前期から開始した事業所用家賃保証サービスは依然好調に推移しているほか、今期は都内だけでなく、周辺エリアへのサービス展開にも取り組んでいく予定で、保証残高のさらなる積上げが期待される。また、2014年12月に業務提携した日本最大の物流ネットワークであるトラボックス(株)の会員向け運賃全額保証サービス※も、保証残高が4月末時点で100百万円を超えるなど、順調に拡大している。

同社では、今後も提携先や販売代理店などを広げていきながら、保証残高の積上げを加速していきたい考えで、今期は前期末比で2,000～3,000百万円程度の上積みを目指している。なお、営業体制の強化を進めるため新卒者5名を採用しており、人件費については今期も若干増加する見通しとなっている。

海外サービス「SD export」の開始へ、今後の動向に注目

(2) 海外サービス「SD export」について

同社はBtoBの卸サイトとして、海外向けサービスとなる「SD export」を8月25日から開始することを発表した。従来からも海外顧客への対応は少量ではあるが行ってきたが、取引条件として「日本語のみの対応」「国内に受取拠点を持つ」という2つの条件を付けていたこともあり、実際の引き合いの9割以上は断ってきた経緯がある。それでも、日本製の商品や日本で企画された商品の人気は高く、同社でもこうした海外需要を本格的に取り込んでいく体制を整えるため、同サービスを新たに開始する。

※トラボックスが会員向けに提供する「単発便でGO!（求荷求車サービス/求車情報）」の通常月額会費に、5,000円の追加料金を支払うことで、成約した運賃の全額を保証するサービス。トラボックスの運送事業者の会員数は2015年6月時点で11,663社（会員保有トラック数452,851台）と日本最大級の規模となっている。

2015年7月10日（金）

「SD export」の最大の特長は、出展企業にとって国内取引と同様の作業で海外販売を行えることにある。通常、輸出の際にはインボイスの作成や関税手続きなど複数の手続きを行う必要があり、中小企業にとっては手間とコストがかかるだけで、メリットが少なかった。しかし、今回のサービスでは提携先となるディーエムエス<9782>がこうした作業をすべて代行するスキームとなっている。出展企業はディーエムエスの倉庫に商品を配送するだけでよく、代金の支払いは従来と同様「スーパーデリバリー」経由で回収できることになる。なお、海外顧客向けの決済に関しては回収リスクを考慮して、クレジットカード決済または前払による振込のみに限定している。

販売対象国は、世界134ヶ国以上となる予定だが、当初は現在、需要の大半を占めている中国、韓国、台湾、香港、北米などでインターネット広告を中心とした販売プロモーションを実施し、集客していく方針だ。6月10日より海外小売店舗の事前申込み受付も開始している。なお、海外小売店舗に関しては月額会費を無料としている。

一方、出展企業に関しては現在、既存顧客向けに説明会を開催している段階だが、関心度は非常に高く、追加の説明会を開催しなければならないほどの盛況ぶりとなっている。出展企業も中小企業が大半で、輸出実績のない企業が大半であるためだ。また、海外向けサービスのみに加盟したいという企業からの問い合わせも増えている。出展企業の費用としては、既存顧客であれば月額会費は追加で発生せず、取引額の10%のシステム利用料のみとなる。一方、「SD export」のみのサービス利用者はシステム利用料に月額会費4万円（国内と同額）が必要となる。

新規顧客としては、海外からの人気が高くなっている。なお、当初の輸送手段としては飛行機のみとなるが、いずれは船便にも対応していきたいとしている。

海外向け流通額に関しては直近4月時点で月間30百万円程度だが、今期末には70百万円程度に拡大することを見込んでおり、今期の業績計画に織り込んでいる。2014年の海外向け実績としては流通額で約250百万円（購入店舗数で約420店舗）であり、流通額では2倍以上の伸びを見込んでいることになる。

なお、海外でのプロモーション費用は年間約20百万円程度を計画しているが、開発費用に関しては社内リソースを使うため、負担増はほとんどない。また、今回、本格サービスの開始にあわせて海外向けの専属チームを新設し、5名程度を社内移動により配置して、海外販売の推進とフォローを行っていく予定だ。

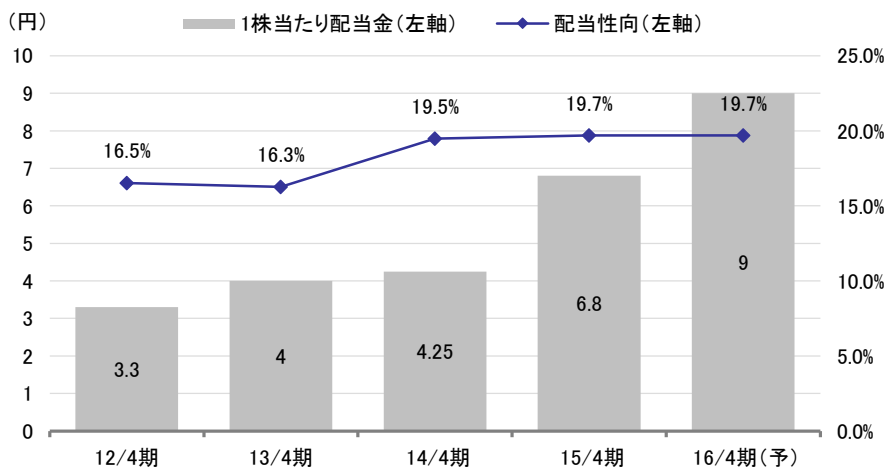
同社では今回の「SD export」の開始によって、海外需要の取り込みによる流通額の一段の成長を進めていくほか、国内市場の活性化にも期待している。具体的には、「SD export」の開始により、新規出展企業の増加と商品アイテム数の拡充が進むことで、伸び悩んでいた国内小売店舗からの平均購入額の増加、並びに新規会員店舗数の増加などが期待される。「SD export」のサービス開始によって、同社の業績も大きく飛躍する可能性が出てくるだけに、今後の動向が注目されよう。

■ 株主還元策

配当性向 20% をめどに還元を実施、当期の見通しは 9.0 円程度か

株主還元策として、同社は配当による還元を実施している。配当の基本方針として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の利益還元を実施するとしている。配当性向としては 20% をめどに、業績の拡大とともに増配を積み重ねていきたい意向である。2016 年 4 月期の配当に関しては未定としているが、業績の見通しが固まった段階で例年発表しており、当期も同様となる見通しだ。会社計画どおりの利益が達成されれば前期比 2.2 円増の 9.0 円（配当性向 19.7%）程度が見込まれる。

1株当たり配当金と配当性向



注: 16/4期は会社業績計画を基にフィスコ予想

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