

システムインテグレータ

3826 東証 1 部

<http://www.sint.co.jp/ir/>

2016 年 5 月 16 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

[企業情報はこちら >>>](#)

■ 16/2 期は 2 期ぶりに最高業績を更新

システムインテグレータ<3826>は独立系のソフトウェア開発会社で、ソフトウェア開発支援ツールで高シェア・高収益を誇る。また、中堅企業向けを対象として Web-ERP パッケージ「GRANDIT」が成長しているほか、EC サイト構築パッケージやオムニチャネル対応の統合管理分析クラウドサービス「SI Omni Channel Services (以下、SOCGS)」にも注力している。

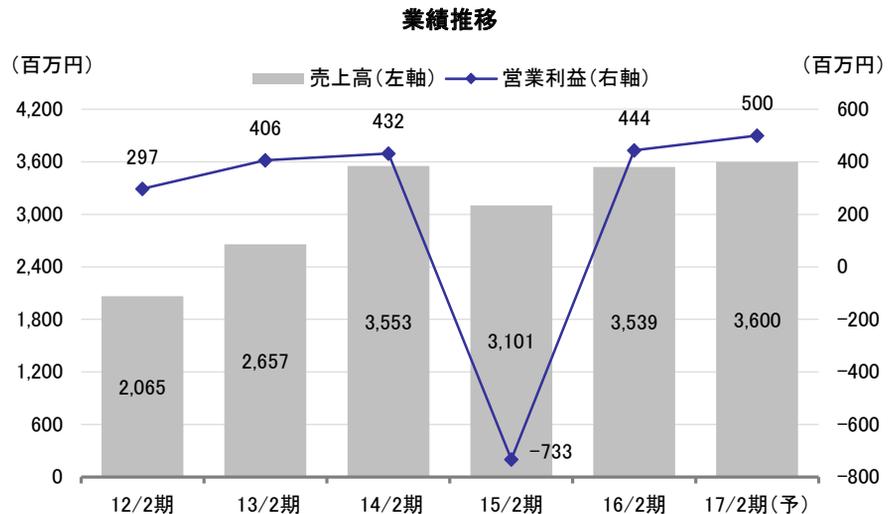
2016 年 2 月期の業績は、売上高が前期比 14.1% 増の 3,539 百万円、営業利益が 444 百万円 (前期は 733 百万円の損失) となり、2 期ぶりに最高業績を更新した。売上高は企業の IT 投資拡大を背景に、ERP や「SI Object Browser PM (以下、OBPM)」(プロジェクト管理パッケージ) が前年比 2 ケタ増収となりけん引役となった。利益面では増収効果に加えて、2 年前に発生した不採算プロジェクトから立ち直ったこと、人件費や経費などの削減を実施したことなどを要因に大幅増益となった。なお、EC・オムニチャネル事業におけるソフトウェア資産の償却 122 百万円を実施し、今後の収益力強化につながっている。

2017 年 2 月期は売上高が前期比 1.7% 増の 3,600 百万円、営業利益が同 12.4% 増の 500 百万円と増収増益が続く見通し。増収率が鈍化するが、これは ERP 事業の開発能力が需要に追い付かず、直近は受注活動を制限しているため。今期は社内の人材育成や協力会社の開拓・育成に注力する 1 年と位置付け、2018 年 2 月期以降 2 ケタ成長を目指していく方針だ。前期低迷した EC・オムニチャネル事業は、機能拡充した製品の最新バージョンを 5 月以降リリースする予定となっており受注増が期待されるが、売上計画は前期比微増収と保守的に見込んでいる。「OBPM」についてはプロジェクト管理パッケージとしての市場認知度が向上してきたことで、今期も 2 ケタ増収が見込まれる。また、2015 年に業務提携した中国・成都ウィナーソフト有限公司 (以下、ウィナーソフト社) で中国版の「OBPM」を今期から販売開始する予定となっている。中国には同様のツールが市販品でないことから、普及が進めば市場規模は日本よりも格段に大きいだけに、業績面でも今後プラスに寄与するものとして注目される。

株主還元としては、基準配当性向を 30% と設定しており、収益と連動した配当を実施している。2017 年 2 月期は前期比 2 円減配の 20.0 円 (配当性向 30.8%) を予定しているが、今後業績が拡大していけば、増配が見込めることになる。また、株主優待として 6 ヶ月超同社株式を保有している株主を対象に、「新潟産コシヒカリ」の贈呈を行っている。

■ Check Point

- ・ パッケージソフトの開発販売及び保守サービス、コンサルティング業務を行う
- ・ ROE が 35.1%、営業利益率は 12.6%と経営指標は健全
- ・ 17/2 期業績は連続で過去最高を更新する見通し

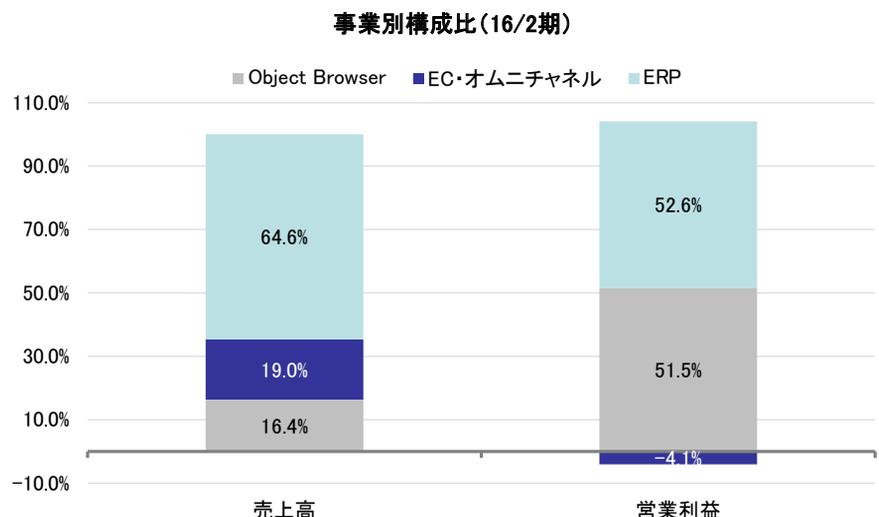


■ 事業内容

パッケージソフトの開発販売及び保守サービス、コンサルティング業務を行う

同社は独立系のソフトウェア開発会社で、パッケージソフトの開発販売及び保守サービス、コンサルティング業務などを行っている。また、新製品に関しては基本的にクラウドサービス型での事業展開を指向している。現在の主力製品はデータベース開発支援ツール「SI Object Browser」やプロジェクト管理パッケージ「OBPM」のほか、Web-ERP パッケージ「GRANDIT」や EC サイト構築パッケージ「SI Web Shopping」等がある。事業セグメントに関しては、従来「パッケージソフトウェア関連事業」の単一セグメントとしていたが、2016 年 2 月期から Object Browser 事業、ERP 事業、EC・オムニチャネル事業の 3 つに分けて開示している。

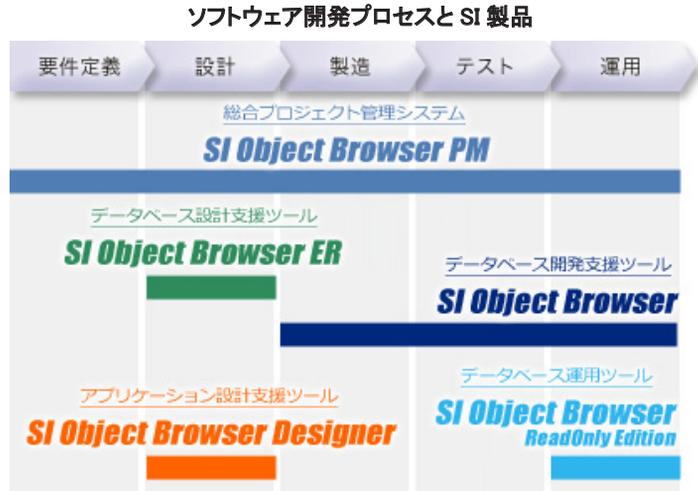
2016 年 2 月期の売上構成比で見ると、ERP 事業が全体の 64.6% を占めており、次いで EC・オムニチャネル、Object Browser 事業と続くが、営業利益の構成で見れば、Object Browser 事業と ERP 事業で各 5 割を占め、EC・オムニチャネル事業は若干の赤字となっている(ソフトウェア資産の大幅償却を実施したため)。各事業の内容は以下のとおり。



注: 営業利益は全社費用控除前ベース

(1) Object Browser 事業

Object Browser 事業ではデータベース開発支援ツール「SI Object Browser」、データベース設計支援ツール「SI Object Browser ER」(以下、「SI Object Browser」シリーズ)のほか、プロジェクト管理パッケージ「OBPM」、2013 年 6 月にリリースしたアプリケーション設計支援ツール「SI Object Browser Designer (以下、OBDZ)」等のソフトウェア製品の開発販売を行っている。「SI Object Browser」「SI Object Browser ER」については従来、パッケージ販売のみであったが、現在はクラウド対応も開始している。売上構成比としては「SI Object Browser」シリーズで約 6 割、「OBPM」で約 4 割を占める。



「SI Object Browser」シリーズは 1997 年の発売以降 1.6 万社に導入され、国内ではデファクトスタンダードとなっている。現在は売上高の 25% が保守料金となっているが、毎年安定した売上が見込めるほか、売上総利益率も 90% 超と高収益製品となっている。「OBPM」は開発プロジェクトの進捗状況を統合管理することで、不採算プロジェクトの発生を未然に防止し、開発部門の生産性向上に寄与するツールとなる。2008 年の発売以降、120 社以上に導入され着実に普及が進んでいる。市販品での競合品がないため、売上総利益率も 70% 前後と高くなっている。導入企業は中堅規模の IT 企業が多い。大手は自社開発品を使用し、中小企業では Excel など市販ソフトを使って管理しているケースが大半のためだ。ただ、認知度の向上や品質の高さなどから大手企業でも導入を検討するところが出てきたほか、ソフトウェア開発分野以外の業界からの引き合いも増え始めている。また、「OBDZ」に関しては 2013 年のリリース以降、機能改良の途上段階ではあるものの、導入社数が 10 社を超え、ここに来て契約が増え始めている。なお、「SI Object Browser」シリーズと「OBPM」については、中国市場でも現地提携先を通じて販売を行っている。ただ、売上規模はまだわずかで業績への影響はない。

(2) ERP 事業

ERP 事業は Web-ERP パッケージ「GRANDIT」を導入販売している。「GRANDIT」は 14 社の IT 企業が参画したコンソーシアム方式で運営されている ERP パッケージで、同社は 2004 年のコンソーシアム結成時より「GRANDIT」の企画・開発に携わり、普及拡大に貢献してきた。「GRANDIT」の顧客ターゲットは中堅企業となり、導入社数は直近で 860 社超まで拡大している。「GRANDIT」の特徴は、完全 Web ベースの ERP であり、バージョンアップ対応などのクライアントメンテナンスが不要なこと、また、スマートデバイスにも対応可能なことが挙げられる。ハードウェアに依存しないため、Web が動作する環境であれば、どこでもシステムの利用が可能となる。また、14 社それぞれの技術ノウハウが「GRANDIT」の製品開発に活かされるため、機能面での競争力も高い。

GRANDIT の導入社数推移



出所：同社 HP

同社の導入実績は百数十社と、コンソーシアムの中でトップの実績を誇っている。「GRANDIT」の基本機能を補完するアドオンモジュールとして製造業向けの生産管理アドオンモジュールを、また、ソフトウェア業界向けには「OBPM」と連携させた「プロジェクト管理テンプレート (IT テンプレート)」を開発しており、導入が広がっている。

国内の ERP 市場は全体で約 1,000 億円強の規模とみられるが、顧客規模別に棲み分けがなされている。大企業向けでは SAP や Oracle が圧倒的に強い。同社が顧客対象とする中堅企業向けでは、富士通 <6702> の「GLOVIA」やオービック <4684> の「OBIC7」など複数の製品が競合として挙げられる。売上総利益率は製品構成や仕様などによって変わるため一概に言えないが、平均すると 20% 台の水準になっていると見られる。

(3) EC・オムニチャネル事業

EC・オムニチャネル事業は、日本初の EC サイト構築パッケージ「SI Web Shopping」を主力製品として導入販売している。同社の EC サイト構築パッケージソフト「SI Web Shopping」の特徴は、大規模 EC サイトに強いということにある。具体的には、売上金額が数百億円規模となる大量のトランザクション処理に対応可能なスケーラビリティと、高いセキュリティ機能を有しており、スマートフォン等のモバイル対応機能や、英語、中国語など多言語への対応も行っている。発売以降累計で 1,100 超の EC サイトに導入実績がある。

EC サイト構築パッケージ業界でのポジションは、大規模事業者向けに限定すれば同社と、ソフトクリエイティブホールディングス <3371> の子会社である (株)ecbeing、(株)コマース 21 の 3 社でほぼ寡占状態となっていたが、ここ最近では参入企業が増え価格競争も激化するなど、厳しい環境となっている。

また、同事業の中には 2012 年にリリースした Wi-Fi インフラを活用した O2O マーケティングサービスとなる「SI Mobile Portal (以下、モバポタ)」、2015 年にリリースしたオムニチャネル対応の統合管理分析クラウドサービス「SOCS」がある。「SOCS」は複数の EC サイトや実店舗における商品・在庫、顧客情報等の経営情報を統合し、統一されたインターフェースで分析を可能としたサービスとなる。いずれも導入実績はまだ少なく、今後普及拡大が期待されるサービスとなる。

EC・オムニチャンネル



出所：同社 HP

■ 決算動向

販管費の減少などが増益に寄与

(1) 2016 年 2 月期業績について

4 月 8 日付で発表された 2016 年 2 月期の業績は、売上高が前期比 14.1% 増の 3,539 百万円、営業利益が 444 百万円（前期は 733 百万円の損失）、経常利益が 447 百万円（同 731 百万円の損失）、当期純利益が 364 百万円（同 906 百万円の損失）となり、2 期ぶりに過去最高業績を更新した。

2015 年 2 月期は不採算プロジェクト発生に伴う受注損失引当金 1,067 百万円を計上したことで赤字となったが、当期はその影響が一巡したこと、また収益回復を図るためプロジェクト管理強化に取り組みプロジェクト利益率が大幅に改善したこと、人件費や研究開発費、経費の抑制に努め販管費が減少したことも増益要因となった。なお、2016 年 1 月に業績修正した会社計画値に対して見ると、売上高が 39 百万円の増額となる一方で、営業利益は 55 百万円の未達となった。これは EC・オムニチャンネル事業において販売計画の見直しからソフトウェア資産の追加償却 122 百万円を実施したことが要因となっている。この償却がなければ営業利益も計画を上回ったことになる。なお、不採算プロジェクトに関しては既にプロジェクトは中止されており、新たな損失が発生する可能性はほとんどないものと思われる。事業セグメント別の動向は以下のとおり。

2016 年 2 月期業績

(単位：百万円)

	15/2 期		16/2 期				
	実績	対売上比	会社計画	実績	対売上比	前期比増減額	計画比増減額
売上高	3,101	-	3,500	3,539	-	+438	+39
売上原価	3,135	101.1%	-	2,508	70.9%	-627	-
(受注損失引当金)	1,067	34.4%	-	-91	-	-1,158	-
(減価償却費)	86	2.8%	-	242	6.9%	+156	-
販管費	699	22.5%	-	586	16.6%	-112	-
営業利益	-733	-	500	444	12.6%	+1,178	-55
経常利益	-731	-	500	447	12.6%	+1,178	-52
当期純利益	-906	-	390	364	10.3%	+1,270	-25

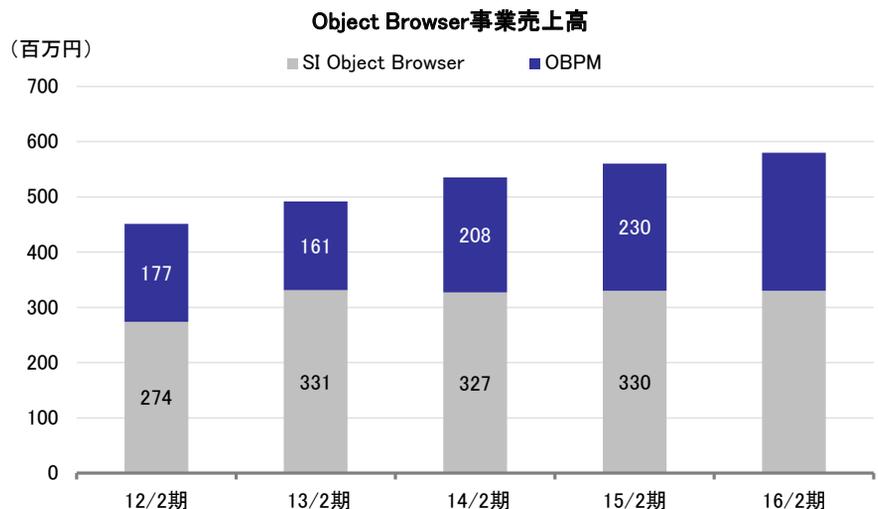
注：会社計画は 2016 年 1 月時点

○ Object Browser 事業

Object Browser 事業の売上高は 580 百万円、営業利益は 392 百万円となった。同事業の売上高は、前期までの「SI Object Browser」関連、「OBPM」関連の売上高を合計した金額となり、これとの比較では 3.5% 増と増収基調を継続した。

「SI Object Browser」シリーズについては、業界デファクトスタンダードとして累計約 1.6 万社に導入されており、売上高としては前期比横ばい水準となった。一方、「OBPM」については発売後 8 年がたち、認知度向上とともに導入社数も前期末の約 90 社から 120 社超へ拡大し、2 ケタ増収となった。また、2015 年 5 月に中国のウィナーソフト社と業務提携を結び、中国版「OBPM」の開発及び販売に関する業務提携を締結した。具体的な提携内容は、中国向けにローカライズした「OBPM」の開発委託、中国国内における総販売代理店及び販売先ユーザーに対する製品サポート活動となる。ウィナーソフト社は中国で中堅規模のソフトウェア開発会社となり、2016 年に中国市場での IPO を予定している。ソフトウェアの PM ツールやコンサルティング領域で中国 No.1 カンパニーを目指しており、「OBPM」の第 1 号ユーザーでもあり、今後中国版「OBPM」を戦略商品として中国で販売していく予定だ。

「OBDZ」はソフトウェア分野における設計の自動化ツールとなる。IT 業界の人手不足が慢性化するなかで、生産性を高めるツールとして徐々に注目され始めており、売上規模はまだ小さいものの導入社数は 10 社超となっている。適時、ユーザーの要望を反映させながら製品改良を行っており、競合製品が無いなかで新たな収益源に成長するものとして期待される。



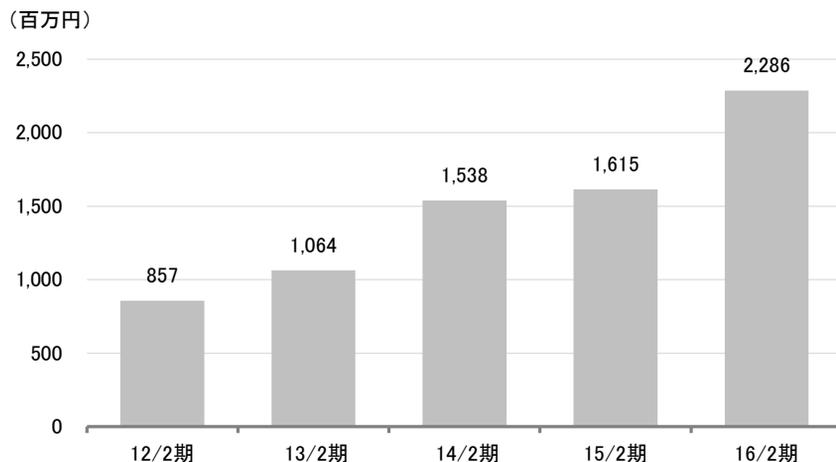
注: 16/2期の内訳は同社へのヒアリングより推計

○ ERP 事業

ERP 事業の売上高は 2,286 百万円、営業利益は 401 百万円となった。同事業の売上高は、前期までの「GRANDIT」関連に相当するもので、これとの比較では 41.5% 増と大幅増収となった。前期はその他事業において発生した不採算プロジェクトの収束を優先するため、営業・開発リソースを同プロジェクトに振り向けたため売上高が伸び悩んだが、当期は通常の業務体制に戻ったことや、企業の IT 投資の活発化を背景に大幅増収となった。

特に、同社独自開発の「個別生産管理アドオンモジュール」「繰返生産管理アドオンモジュール」が製造業向けに、また、「OBPM」との組み合わせによる「プロジェクト管理テンプレート (IT テンプレート)」が IT 関連業界向けにそれぞれ好調に推移した。「GRANDIT」コンソーシアム 14 社のなかで、エンジニアの数で約 60 名と最大人数を抱えており、また、様々な顧客ニーズに対応できるだけの高いスキルを兼ね備えていることも売上好調の要因となっている。

ERP事業

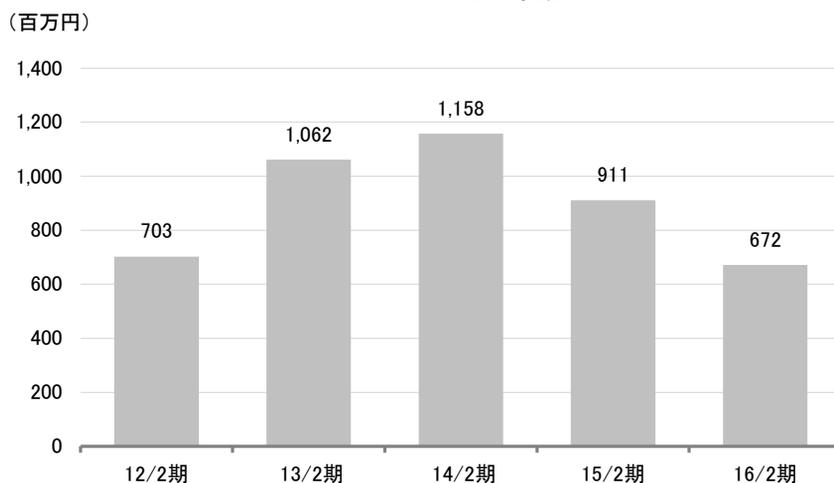


○ EC・オムニチャネル事業

EC・オムニチャネル事業の売上高は 672 百万円、営業利益はソフトウェア資産の償却 122 百万円を計上したこともあり、30 百万円の損失となった。同事業の売上高は、前期までの「SI Web Shopping」関連に相当するもので、これとの比較では 26.2% 減と 2 期連続の減収となった。

EC 市場は拡大が続いているものの、EC サイト構築パッケージの競争激化が続いていることが売上低迷の主因となっている。「SOCS」については 2015 年 1 月のリリース以降、機能拡充に注力しており、導入が進むのは 2017 年 2 月期以降となる見通しだ。

EC・オムニチャネル事業



ROE が 35.1%、営業利益率は 12.6%と経営指標は健全

(2) 財務状況と経営指標

2016 年 2 月末の財務状況を見ると、総資産は前期末比 6 百万円減少の 2,946 百万円となった。このうち流動資産の主な変動要因としては、現預金が 386 百万円増加した一方で、棚卸資産が 320 百万円減少した。また、固定資産はソフトウェアの追加償却の影響もあり 30 百万円減少した。

一方、負債は前期末比 385 百万円減少の 1,717 百万円となった。主に有利子負債が 332 百万円減少している。なお、有利子負債については直近ですべて完済している。純資産は当期純利益の計上により、前期末比 378 百万円増加の 1,229 百万円となった。

経営指標を見ると、自己資本比率は 41.7%と前期末比で 12.9 ポイント上昇し、財務の健全性は大きく改善した。また、収益性に関しても ROE が 35.1%、営業利益率が 12.6%と 2 ケタ台に復帰しており、不採算プロジェクト発生による財務・収益面への影響は完全に払拭されたと言えるだろう。

貸借対照表

(単位：百万円)

	13/2 期	14/2 期	15/2 期	16/2 期	増減額
流動資産	1,891	2,212	2,497	2,520	23
(現預金)	1,047	1,130	401	788	386
固定資産	205	323	456	426	-30
総資産	2,096	2,535	2,953	2,946	-6
負債合計	499	693	2,102	1,717	-385
(有利子負債)	-	-	353	20	-332
純資産合計	1,597	1,841	850	1,229	378
(利益剰余金)	870	1,088	99	464	364
経営指標					
(安全性)					
流動比率	382.0%	323.8%	119.5%	146.8%	
自己資本比率	76.2%	72.6%	28.8%	41.7%	
(収益性)					
ROE (自己資本利益率)	16.8%	15.8%	-67.3%	35.1%	
売上高営業利益率	15.3%	12.2%	-23.7%	12.6%	

■今後の見通し

17/2 期業績は連続で過去最高を更新する見通し

(1) 2017 年 2 月期業績見通し

2017 年 2 月期の業績見通しは、売上高が前期比 1.7% 増の 3,600 百万円、営業利益が同 12.4% 増の 500 百万円、経常利益が同 12.5% 増の 503 百万円、当期純利益が同 1.3% 減の 360 百万円を見込む。税負担の正常化で当期純利益が微減益となるのを除けば、連続で過去最高を更新する見通しだ。

売上高については ERP 事業のリソース不足がボトルネックとなり、前期比微増収にとどまるが、追加償却 122 百万円がなくなることで 2 ケタ増益となる。費用面では前期に抑制した人件費や研究開発費、広告宣伝費などを通常レベルに戻す予定にしている。今期については収益回復が軌道に乗ったことから、再成長に向けた人員体制の強化並びに社外協力企業の開拓・育成に重点を置く 1 年と位置付け、2018 年 2 月期以降の 2 ケタ成長を目指していく方針だ。なお、新卒採用者数に関して 2016 年は採用がなかったが、2017 年は 10 名超の採用を予定している。事業セグメント別の見通しは以下のとおり。

2017 年 2 月期業績見通し

(単位：百万円)

	16/2 期		17/2 期			
	実績	前期比	上期計画	前年同期比	通期計画	前期比
売上高	3,539	14.1%	1,700	-8.2%	3,600	1.7%
営業利益	444	-	250	-19.6%	500	12.4%
経常利益	447	-	250	-19.9%	503	12.5%
当期純利益	364	-	170	-39.6%	360	-1.3%

○ Object Browser 事業

Object Browser 事業は今期も堅調な推移を見込んでいる。「SI Object Browser」シリーズは若干増、「OBPM」は 2 ケタ増収基調が続く見通しだ。IT 業界では慢性的な人不足が続くなかで繁忙状況が続いており、プロジェクト管理体制が行き届かず、開発期間の長期化などにより不採算化するケースも増えている。こうしたなかで、競合品のない「OBPM」に対する関心も高まっており、自社製品からの切り替えを検討する大手 IT 企業も出始めているほか、ソフトウェア開発とは異なる他業界からの引き合いも増え始めているようだ。例えば、エンジニアリング会社などでプラントの設計・施工の管理ツールとして「OBPM」の導入を検討している。導入社数は前期末で 120 社超だが、今後はさらに顧客層が拡大していく可能性がある。

また、中国でも提携先のウィナーソフト社が中国版「OBPM」の販売を 5 月より開始するため、その動向が注目される。中国のソフトウェア開発の市場規模は日本の 10 倍以上と大きいからだ。また、中国では PM に対する意識が高いことも今後の成長期待として挙げられる。これは、プロジェクトマネジメントに関するアプローチ手法を体系化した PMBOK (ピンボック) ※の国際資格である PMP の有資格者数でも見て取れる。数年前の中国の資格取得者数は約 3 万人と日本並みの水準であったが、現在は約 10 万人と日本の 3 倍以上に増加している。中国では Excel で自作してプロジェクト管理を行っており、市販品はまだない状態にある。中国においても人件費の高騰により生産性の向上が求められており、性能の良い PM ツールがあれば導入が進む可能性が高いと言えるだろう。

ウィナーソフト社では現在、中国大手 IT 企業 1 社にトライアルで導入しており、評価が良ければ今後の販売にも弾みが付くものと予想される。中国市場向けでは「SI Object Browser」も現地代理店を通じて販売しているが、こちらはフリーソフトの競合品やそのコピー品が出回っていることもあり、売上げはほとんど伸びていないだけに、「OBPM」にかかる期待は大きい。

2013 年にリリースした「OBDZ」については顧客の要望などを取り入れながら製品改良を進めている段階にある。また、業績へのインパクトは軽微だが、ソフトウェア設計の自動化ニーズは確実にあるため、数年後には認知度の向上とともに 2 ケタ成長局面に入り、収益に貢献してくるものと予想される。

※ PMBOK (Project Management Body of Knowledge) : 米国のプロジェクトマネジメント協会が発行する「プロジェクトマネジメント知識体系ガイド」の略称。建設、製造、ソフトウェア開発など幅広いプロジェクトに適用可能なプロセスベースのアプローチ手法を体系的にまとめたもの。プロジェクトマネジメントを効果的に達成するためのアプローチ手法として、5 個の基本的なプロセス群と 10 個の管理エリアに分類し、必要なプロセスがまとめられている。

※ CMS (Content Management System) : Web コンテンツを構成するテキストや画像、レイアウト情報などを一元的に保存・管理し、サイトを構築したり編集したりするソフトウェアのこと。

○ ERP 事業

ERP 事業の売上高は前期比で 2 ~ 3% の増収を見込んでいる。需要は引き続き旺盛なもの、受注案件の規模も年々大きくなっており、開発能力の問題から受注活動を制限しているためだ。課題は能力拡大にあり、今期は中途採用人員の育成のほか、協力会社の開拓及び育成を最重点課題として取り組んでいく方針だ。能力が増強する 2018 年 2 月期には再び 2 ケタ成長を目指していくことになる。

また、「GRANDIT」でもクラウド対応を前期末より開始しており、既に数社で稼働している。ネットワークは AWS (アマゾン ウェブ サービス) を利用する。ERP を導入する企業の中には、ハードウェアとソフトの一括導入を希望する企業もあるが、同社はハードウェアを扱わないため、今まではこうした企業の受注を取り逃すケースもあった。しかし、クラウドではハードウェアやネットワークをクラウド事業者が用意するため同社の負担は掛からず、受注獲得の機会が増すことになる。「GRANDIT」の料金プランは従来と変わらないが、クラウドのサポートフィー (ネットワーク料金、ハードウェア利用料等) が毎月の収入として入ってくることになり、顧客の囲い込み効果も期待できる。

○ EC・オムニチャネル事業

EC・オムニチャネル事業の売上高は前期比で微増収を見込んでいる。前述したように EC サイト構築パッケージについては、競争激化により厳しい環境が続いているが、今 6 月に新バージョンをリリースする予定となっている。新バージョンでは、CMS (コンテンツマネジメントシステム) ※機能を実装し、顧客側で導入後に簡単に EC サイトのレイアウト変更などをできるようにした。従来は、追加料金を支払って同社が対応する格好だったが、同機能を実装したことにより、顧客の利便性が向上することになる。また、同製品でも AWS を使ったクラウドサービスを開始しており、既に 1 社受注を獲得している。

「SOCS」についても今 4 月に新バージョンをリリースした。2015 年 1 月に発表して以降、機能面での改善に注力し、ようやくサービス・機能面で実用化レベルに達する製品に仕上がった。このため、今期は各種セミナーなどを通じて営業活動を本格化していくフェーズに移る。本格的な営業活動初年度となるため、売上げ面での寄与は軽微と見ているが、小売業界の中でオムニチャネルに対する関心度は高く、また経営統合管理分析システムのニーズは強いだけに、認知度が向上してくれば導入社数も広がっていくものと予想される。

なお、前期は追加償却の影響で営業損失を計上したが、当期については償却費が減少するため、黒字に転換する見通しだ。

(2) 中期経営計画について

同社は、2015 年 4 月に中期経営計画「Core2015」を策定、発表している。基本方針としては、同社の強みであるコア製品・事業に経営リソースを集中し、同時に低コスト・高収益体質を取り戻すことで、早期に業績を回復させることを掲げていた。また、クラウドサービスの強化により、ストック売上比率を高めることで、安定性の高い収益構造に変革していく方針に変わらない。

業績目標値としては最終年度である 2018 年 2 月期に売上高 4,000 百万円、経常利益 600 百万円を掲げている。中期経営計画初年度の 2016 年 2 月期に関しては売上高、利益とも上回る結果となり、順調な滑り出しを見せていると言えよう。今後については、国内の景況感がやや悪化していることが懸念要因ではあるものの、企業の生産性向上に向けた IT 投資は堅調な推移が予想されること、また、流通業界においてはオムニチャネル体制の構築に向けた投資が、活発化することが予想されることから、中期計画を達成する可能性は高いと弊社では見ている。また、国内だけでなく、中国においても「OBPM」が普及拡大するようであれば、業績面でプラスに寄与することが予想される。

業績目標

(単位：百万円)

	15/2 期	16/2 期		17/2 期		18/2 期
	実績	目標値	実績	目標値	期初計画	目標値
売上高	3,101	3,000	3,539	3,500	3,600	4,000
経常利益	-731	350	447	450	503	600
経常利益率	-23.6%	11.7%	12.6%	12.9%	14.0%	15.0%

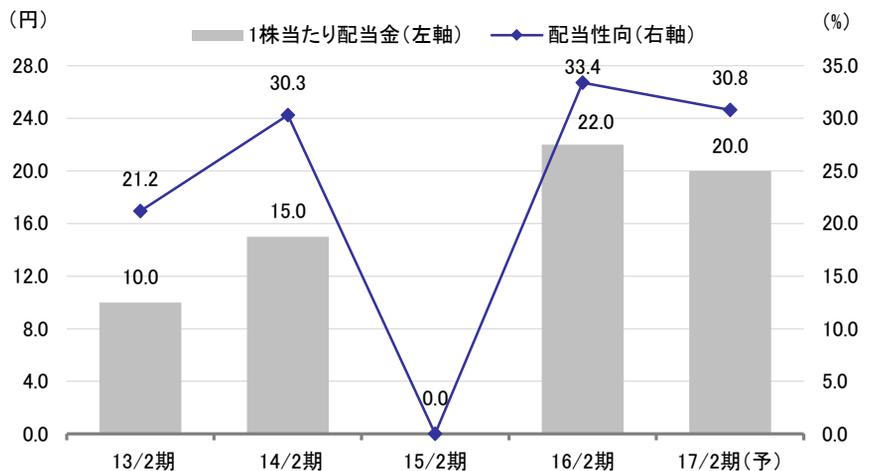
■株主還元策について

配当方針は業績連動型とし、配当性向 30% を基準としている

同社は企業価値の向上を図るため、株主還元にも積極的に取り組んでいる。配当方針は業績連動型とし、配当性向 30% を基準としている。2017 年 2 月期は当期純利益が減益見込みということもあって、前期比 2 円減配の 20.0 円 (配当性向 30.8%) を予定しているが、今後業績が拡大していけば、増配が見込めることになる。

また、同社は中長期的に株式を保有する安定株主作りを目的として、株主優待制度も導入している。対象となる株主は毎年 2 月末及び 8 月末現在の株主名簿に同一株主番号で記載のある株主で、100 株以上保有する株主となる。優待内容は、減農薬減化学肥料で栽培された新潟産の新米コシヒカリとなる。100 株以上 2,000 株未満で 2kg、2,000 株以上 8,000 株未満で 5kg、8,000 株以上で 10kg のコシヒカリを毎年秋の収穫後に発送する。

1株当たり配当金と配当性向



ディスクレームー（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・表示したものです。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