

タナベ経営

9644 ジャスダック

2015年7月29日（水）

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

■ 売上高は連続で過去最高を更新、増収増益基調が続く見通し

タナベ経営<9644>は、中堅企業向け経営コンサルティングの大手。事業戦略の立案から、経営システムの構築、事業承継、人材育成まで経営全般にわたるコンサルティングを地域密着で全国展開している。また、地域金融機関や会計事務所等130以上の提携先に対して顧客支援サービスを提供するネットワーク事業や、法人向けセールスプロモーション事業（以下、SP事業）にも注力している。堅実経営と無借金経営、自己資本比率で80%超となる強固な財務体質を強みとする。

2015年3月期の業績は、売上高が前期比3.7%増の7,865百万円、経常利益が同13.9%増の808百万円と増収増益基調が続いた。主力のコンサルティング事業を始め、全事業で増収となり、売上高は連続で過去最高を更新、経常利益が800百万円を超えたのは19年ぶりであり、経常利益率10%以上を達成したのは7年ぶりである。コンサルティング事業では成長分野のビジネスモデルを学べる戦略ドメイン&マネジメント研究会が好評で、同研究会を通じて主力サービスであるチームコンサルティング型経営協力契約数の増加（前期比19件増の409件）につながるなど、アップセルに向けた取り組みが奏効している。

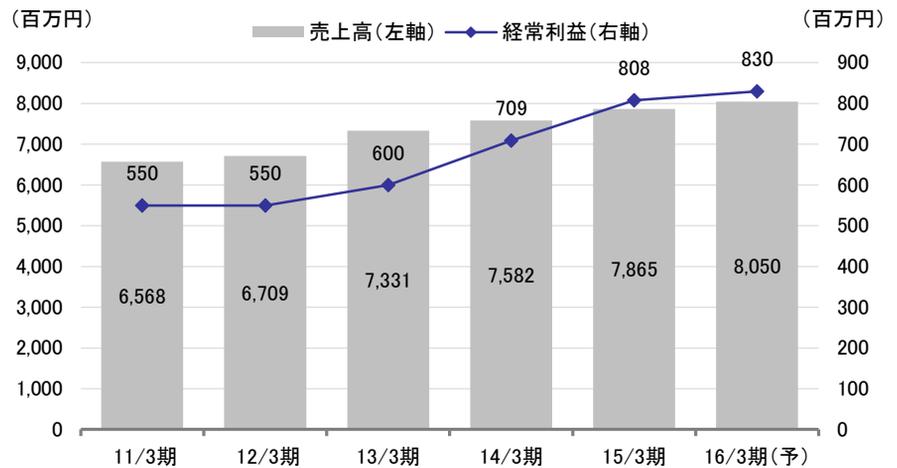
2016年3月期は売上高が前期比2.3%増の8,050百万円、経常利益が同2.7%増の830百万円と増収増益基調が続く見通し。同社が顧客ターゲットとする中堅・中小企業では、事業承継や新規事業の創出、人材育成といったコンサルティングニーズが増加しており、引き続き市場環境は良好と言える。このため、今後の受注動向次第では、会社計画を上回る可能性も十分考えられる。

中期の経営数値目標としては、2018年3月期に売上高8,600百万円、経常利益900百万円を掲げている。顧客最適に向けたチームコンサルティング体制の強化、提携先となる金融機関及びその顧客企業における人材育成サービスの強化に加えて、SP事業においても後はコンサルティングサービスを強化し、全社チームコンサルティングの拡大により、一段の成長を目指していく方針だ。なお、株主還元策として引き続き配当性向60%を目安に配当を実施していく方針で、収益成長とともに配当成長も期待される。

■ Check Point

- ・ 主力のコンサルティング事業を中心にすべての事業で増収
- ・ 更なる成長を推進していくため社内組織の変更を実施
- ・ 業績拡大とともに収益性の向上も進む

業績推移

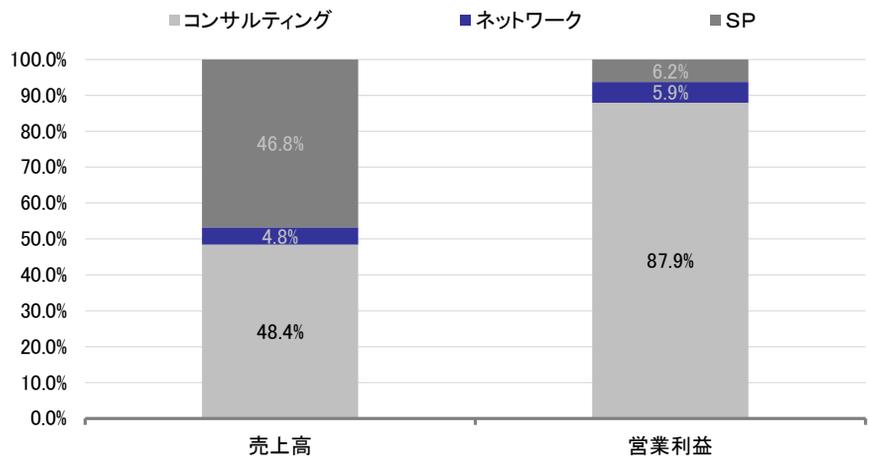


■ 事業概要

営業利益全体の87.9%を占めるコンサルティング事業が主力

同社の事業セグメントはコンサルティング事業、ネットワーク事業、SP事業の3つの事業に分かれている。2015年3月期の売上構成比を見ると、コンサルティング事業が48.4%、SP事業が46.8%と両事業で全体の90%超を占めるが、営業利益ではコンサルティング事業だけで全体の87.9%を占める主力事業となっている。以下に各事業の概要について紹介する。

セグメント別構成比(2015年3月期)



注) 営業利益は本社管理費控除前ベース

(1) コンサルティング事業

コンサルティング会社の種類としては、経営全般に関するコンサルティングを行う「総合型」、ITや財務、生産など機能ごとに専門化した「機能特化型」、また、医療分野など専門的な知識などが求められる「業界特化型」、調査分析を専門に行う「シンクタンク」と大きく4種類に分類される。同社はこのうち総合型のコンサルティング事業を展開しており、「ファーストコールカンパニー(100年先も一番に選ばれる会社)」を創造していくための、的確な戦略判断を提供している。



タナベ経営

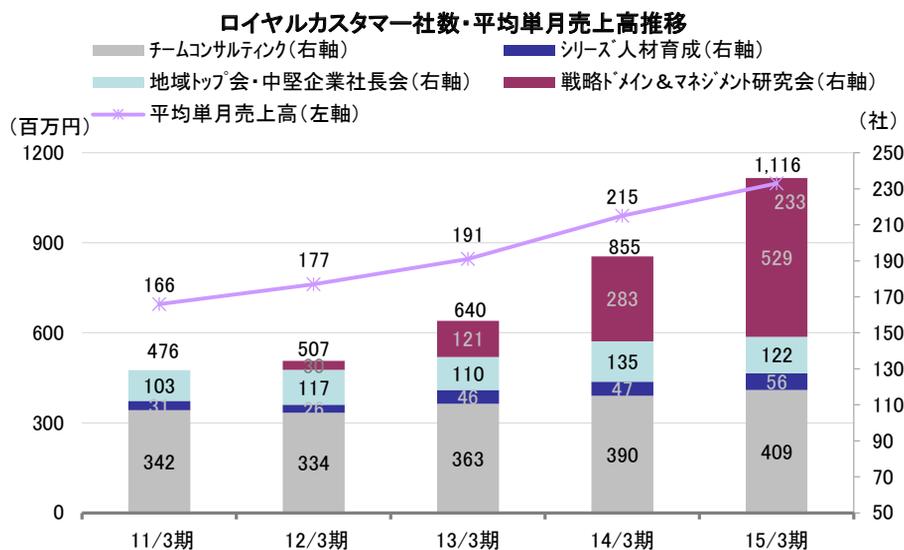
9644 ジャスダック

2015年7月29日（水）

※半年～1年間契約のサービスを利用した顧客。

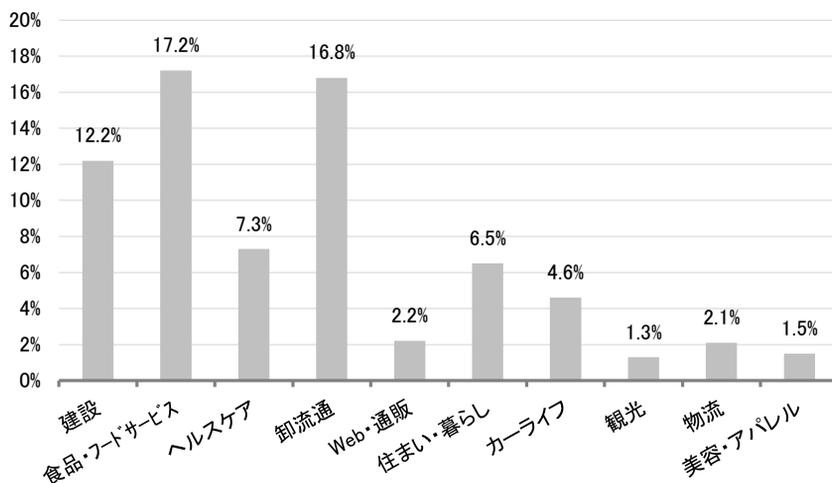
同事業の売上高はサービスの内容によって、コンサルティング部門とセミナー部門の2つに分けられている。このうち主力となるコンサルティング部門には、企業と経営に関するコンサルティング契約を結ぶ「経営協力」のほか、「教育」「各種会」などがある。「各種会」には「戦略ドメイン&マネジメント研究会」「地域トップ会」「中堅企業社長会」などが含まれる。

同社ではコンサルティングサービスの中で、チームコンサルティングやシリーズ人材育成、地域トップ会・中堅企業社長会、戦略ドメイン&マネジメント研究会の顧客を「ロイヤルカスタマー」※として集計し、社数・売上高をKPIに設定している。2015年3月期における同顧客数は、1,116社と前期の855社から大幅に増加した。「ファーストコールカンパニー（100年先も一番に選ばれる会社）」の実現に向け、成長ドメイン（事業領域）やファンクション（経営機能）を13分野に分けて開催している「戦略ドメイン&マネジメント研究会」が、2011年のサービス開始以降好評を博しているため、同研究会の参加を通じてチームコンサルティング（経営協力）の契約を結ぶ企業も増加するなど、収益拡大の要因ともなっている。



なお、ロイヤルカスタマーのうち、建設・食品（フード）・ヘルスケアなど同社が分類する「成長戦略ドメイン」に属する企業が全体の72%を占めており、今後も成長戦略ドメインに属する企業群の拡大とコンサルティングメニューを拡充していく方針となっている。

ロイヤルカスタマー 成長戦略ドメイン別内訳



金融機関や会計事務所などが同社の経営情報コンテンツを活用

(2) ネットワーク事業

同社が直接、中小企業の経営者など有料会員向けに発行する各種経営情報誌やFAXレポート・経営CDの販売、インターネットを介した経営情報サービスのほか、提携先である金融機関や会計事務所向けに提供する顧客創造支援型サービスが含まれる。

提携先である金融機関や会計事務所などは、同業他社との差別化や顧客サービスの向上を目的として、同社の経営情報コンテンツを活用している。サービスの中には経営情報誌のほか、提携先の顧客を対象とした各種勉強会の開催支援サービスなども含まれ、勉強会（「経営塾」）にコンサルタントが講師として出向くこともある。2015年3月末時点での有料会員数は11,308名（前期末11,641名）と若干減少したが、提携先数は地域金融機関を中心に139先（同135先）と増加した。

SP事業は中小企業から大企業まで幅広い顧客層を獲得

(3) SP事業

消費者が商品を購入する際に決定的な動機付けを与えるセールスプロモーション及びプロモーションマネジメント（以下、SP・PM）、販売用商品を企画開発するマーチャンダイジング、オリジナルブランド商品の販売という3つのソリューションにより、企業の成長をサポートしている。

SP・PMでは、販売促進計画の策定支援やノベルティ、POP・ディスプレイ什器の制作や、各種イベントにおいて企業や商品のPR活動を支援しており、同社が協力するイベントの中には、来場者が1万人を超えるような大型のものもある。

マーチャンダイジングでは、オリジナル商品の企画・調達ノウハウを生かして、アパレルチェーンや観光土産店向けの顧客オリジナル商品の企画開発、商品製作・調達を行っている。

また、オリジナルブランド商品の販売では、同社が開発したビジネス手帳のブルーダイアリーの法人販売や流通卸販売を行っている。

これらSP事業の顧客層は中小企業から大企業まで幅広く、2015年3月末の顧客数は約3,500社となっている。

SP事業の概要

分野	カテゴリー	チャネル
販促プロモーション	販促用品の法人直接販売	広告代理店と競合しない先 (TV媒体不要先)
プロモーション 支援 マネジメント	イベント、店頭プロモーション、キャンペーン、 サンプリング、専門誌広告、Web等	自社ブランド保有企業 (食品、サービス業など)
手帳の卸売	手帳を書店、文具卸、小売量販店を通じて 販売	書店・文具卸・小売量販店
ノベルティパーツの販売	ノベルティパーツ等を地方印刷業者に販売し、 SP事業を支援	印刷加工業者
マーチャンダイジング	顧客の販売用商品の企画開発の展開	オリジナル商品展開の小売店 (アパレル、観光土産店等)

■ 決算動向

主力のコンサルティング事業を中心にすべての事業で増収

(1) 2015年3月期業績概要

5月15日付で発表された2015年3月期の業績は、売上高が前期比3.7%増の7,865百万円、営業利益が同13.3%増の762百万円、経常利益が同13.9%増の808百万円、当期純利益が同59.6%減の315百万円となった。

主力のコンサルティング事業を中心にすべての事業で増収となり、売上高は連続で過去最高を更新した。売上総利益率もコンサルティング事業を中心にすべての事業で改善し、前期比1.8ポイント上昇の45.8%となった。販管費率が前期比1.0ポイント上昇したが、これは新体制スタートに向けての先行投資（プロモーション広告・システム投資）などを実施したことによる。増収効果と付加価値向上によって、販管費の増加分を吸収し、営業利益は前期比13.3%増と2ケタ増益となった。また、期初計画比で見ると、売上高はほぼ計画並みであったが、営業利益、経常利益はいずれも10%近く上回る格好で着地した。収益性の高いコンサルティング事業の構成比が上昇したことが主因となっている。なお、当期純利益については、名古屋研修センターの減損損失224百万円を特別損失として計上したことと、前期は遊休地の譲渡により欠損金に対する繰延税金資産の計上により、税金費用がマイナスであったことにより、減益となった。

2015年3月期業績

(単位：百万円)

	14/3期		15/3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	7,582	100.0%	7,890	7,865	100.0%	3.7%	-0.3%
売上原価	3,336	44.0%	3,450	3,598	45.8%	7.9%	4.3%
販管費	2,662	35.1%	2,754	2,836	36.1%	6.5%	2.9%
営業利益	673	8.9%	695	762	9.7%	13.3%	9.7%
経常利益	709	9.4%	730	808	10.3%	13.9%	10.8%
特別損益	-19	-0.3%	-	-227	-2.9%	-	-
当期純利益	780	10.3%	450	315	4.0%	-59.6%	-29.9%

注) 会社計画は期初計画

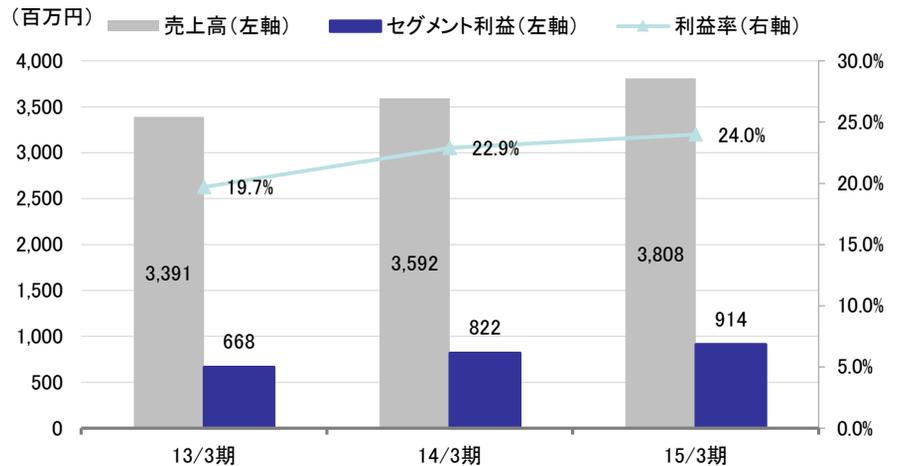
高単価なチームコンサルティングサービスの契約数が増加

(2) 事業セグメント別動向

○コンサルティング事業

コンサルティング事業の売上高は前期比6.0%増の3,808百万円、セグメント利益は同11.2%増の914百万円となり、セグメント利益率も22.9%から24.0%へ上昇した。成長分野の戦略ドメイン&マネジメント研究会の活動を通じて新規顧客の開拓が進み、高単価なチームコンサルティング（経営協力）サービスの契約数が増加したことが主因だ。

コンサルティング事業



同事業の売上高の内訳を見ると、主力の経営コンサルティング部門は前期比 5.4% 増の 3,128 百万円となった、チームコンサルティング型経営協力の推進や、コンサルティングメソッドの開発、品質の向上を進めたことで、経営協力契約数が期中平均で 409 件（前期 390 件）と順調に拡大したことによる。また、戦略ドメイン&マネジメント研究会も、新たに 3 つの研究会（住まいと暮らし、戦略財務、ブランディング）を発足、合計 13 テーマに拡充されたことで、参加者数が前期の 283 社から 529 社へと大幅に増加した。同研究会の売上高は僅少なものの、これら研究会の参加を通じて、経営協力サービスの契約につながるケースも増えており、フック役としての機能は十分に果たしていると言えよう。

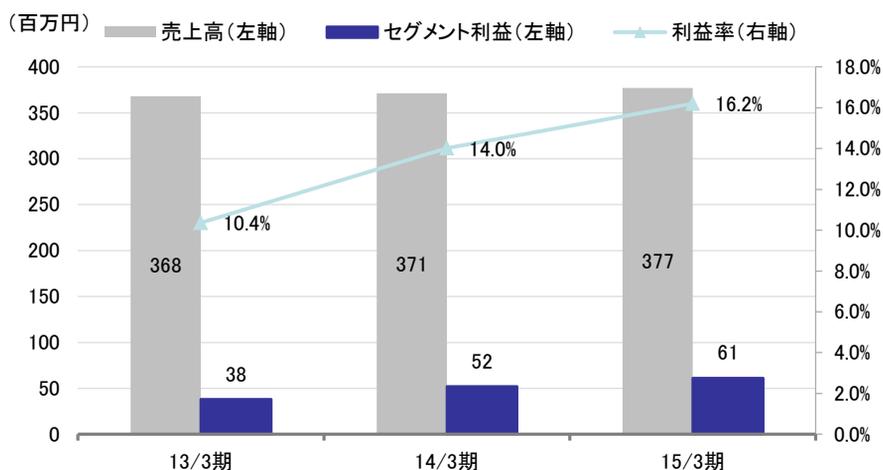
地域別では、首都圏や関西、名古屋など主要都市部での売上が好調だったが、各地方拠点も全般的に売上高が伸びた。

一方、セミナー部門については、企業の人材教育に対する意識の高まりを背景に、新入社員教育実践セミナーや幹部候補生スクールの受講者数が伸び、また、全国 10 拠点で開催した「ファーストコールカンパニーフォーラム」や「経営戦略セミナー」なども好評で、売上高は前期比 8.8% 増の 600 百万円と増収基調が続いた。

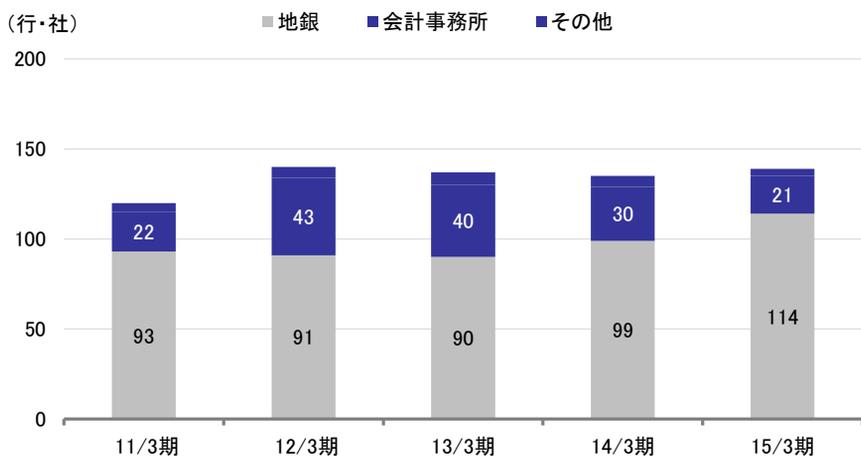
○ネットワーク事業

ネットワーク事業の売上高は前期比 1.6% 増の 377 百万円、セグメント利益は同 17.4% 増の 61 百万円となった。イーグルクラブ等の有料会員数は前期の 11,641 名から 11,308 名と微減となったものの、提携先となる地域金融機関向けの支店長研修や情報提供サービスの売上が順調に拡大したことが増収増益要因となった。提携先数は 2015 年 3 月末で前期末比 4 先増加の 139 先となり、なかでも地域金融機関は前期の 99 先から 114 先へと大きく増加した。地域金融機関では顧客へのサービス向上に対する取り組みを強化しており、そのなかで同社に対する引き合いも増加傾向となっている。支店長研修については提携先のうち 2～3 割が導入している。

ネットワーク事業



提携先数の推移

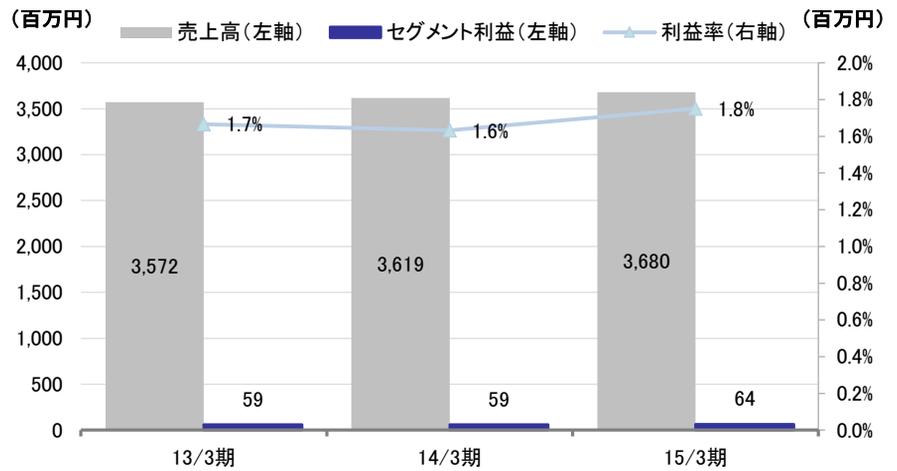


○ SP 事業

SP事業の売上高は前期比1.7%増の3,679百万円、セグメント利益は同9.0%増の64百万円となった。売上高の6割強を占めるSP部門では、BtoC企業に対する幼稚園・育児マーケットを中心としたトータルプロモーション支援サービスが好調に推移した一方で、ノベルティグッズ販売において利益率を重視した受注活動を行ったことで、売上高は前期並みの水準にとどまった。

また、売上高の1割弱を占めるMD部門では、中堅・中小企業の販売商材の開発・商品化を中心とした支援を実施し、新規顧客の開拓が進んだことで、売上高は前期比で増収となった。また、売上高の3割弱を占めるビジネス手帳分野に関しては前期比横ばい水準で推移した。

セールスプロモーション事業



■業績見通し

更なる成長を推進していくため社内組織の変更を実施

(i) 2016年3月期業績見通し

2016年3月期の業績は、売上高が前期比2.3%増の8,050百万円、営業利益が同4.2%増の795百万円、経常利益が同2.7%増の830百万円、当期純利益が同80.6%増の570百万円と増収増益が続く見通し。国内景気の回復傾向が続き、中堅・中小企業におけるコンサルティングニーズが高まるなかにおいて、同社の業績も堅調に推移することが予想される。

2016年3月期業績見通し

(単位：百万円)

	15/3期		16/3期		
	実績	対売上比	会社計画	対売上比	前期比
売上高	7,865	-	8,050	-	2.3%
売上原価	3,598	45.8%	3,696	45.9%	2.7%
販管費	2,836	36.1%	2,901	36.0%	2.3%
営業利益	762	9.7%	795	9.9%	4.2%
経常利益	808	10.3%	830	10.3%	2.7%
特別損益	-227	-	-5	-	-
当期純利益	315	4.0%	570	7.1%	80.6%

注) 会社計画は期初計画

こうした環境下において同社は総合コンサルティング企業として更なる成長を推進していくため、社内組織の変更を4月より実施した。具体的には、コンサルティング統轄本部とネットワーク本部を統合し、コンサルティング戦略本部とし、その下に経営コンサルティング部門、アライアンス&人材育成部門、戦略総合研究所を組織化した。経営コンサルティング部門では、成長戦略ドメインやファンクションごとの専門性をより一層強化し、また、アライアンス&人材育成部門においては、提携先地方金融機関の研修(教育)サービスに加えて、その顧客先企業に向けた人材育成サービスを提供していく。従来、別組織だった両事業を一体化したことで、情報の共有化が図られ、提携先の顧客企業に対するサービス連携もスムーズに進むものと期待される。また、戦略総合研究所は、各種セミナーや出版などによる情報発信やファーストコールカンパニーの研究・分析、新たなコンサルティングメソッドの開発などを行う組織となる。

一方、SP事業については、名称をSPコンサルティング本部と改称した。従来のセールスプロモーションを主軸とした営業活動に、コンサルティング価値を付加し、より高付加価値型のサービスを提供していくことで、収益性を高めていく戦略だ。

また、同社では「顧客最適の全社チームコンサルティング」を標榜し、東京・関東マーケットを攻略するため、現在、分散している経営コンサルティングの東京本部（東京・恵比寿）とSPコンサルティング本部の営業拠点（東京・八丁堀、大宮）を一元化し、2016年1月に新東京オフィス（東京・丸の内）に移転する予定となっている。ワンフロアに両事業部の社員が一体となって仕事をする環境を整えることで、事業間の連携もスムーズに進み、新規顧客開拓などの面でシナジーが発揮されるものと期待される。なお、オフィス移転に関連する費用として約50百万円を販管費の中に織り込んでいく。

地域活性化に向けた取り組みは同社にとって好機

(2) セグメント別見通し

○コンサルティング戦略本部

コンサルティング戦略本部は売上高が前期比1.5%増の4,250百万円、セグメント利益が同2.5%増の1,000百万円となる見通し。中堅企業における事業承継コンサルティングのニーズが増加していることに加えて、新たな成長エンジンを構築するためのビジョンづくりや次世代人材育成、持株会社経営などといったコンサルティングニーズが増加しており、こうしたニーズを取り込んでいく。また、提携先である地域金融機関における支店長研修等の教育サービス、並びにその顧客先企業への人材育成サービスなどの取り組みもさらに強化していく。

特に、地方創生プロジェクトなど地域活性化に向けた取り組みが国策として進むなかで、地方の中堅・中小企業のコンサルティングニーズも今後より一層高まっていくことが予想される。こうしたなかで、北海道から沖縄まで全国に10ヶ所の経営コンサルティング拠点を配置し、また、地方金融機関との提携も進めている同社にとっては、新規顧客を開拓していく好機となろう。今期は戦略ドメイン研究会の新テーマとして「観光・ツーリズムビジネス」「戦略ロジスティクス」の2つのテーマを追加することもあり、関連企業の新規顧客開拓が期待される。

なお、売上高の成長率が1.5%と低成長の計画となっているが、これは今期に事業組織の変更を実施したことで、まずは収益性を重視した経営を行っていくためとしており、今後の受注状況次第では上振れする可能性も十分考えられる。

○SPコンサルティング本部

SPコンサルティング本部の売上高は前期比3.3%増の3,800百万円、セグメント利益は同16.4%増の75百万円を見込む。ノベルティ商品やOEM、ビジネス手帳等の物販の受注拡大を図るとともに、物販を差別化要因として、トータルプロモーションコンサルティングやオリジナル商品開発支援を強化し、収益性の向上を図っていく。

トータルプロモーションコンサルティングでは、前期に好調だった幼稚園・育児マーケットを対象としたプロモーション案件が引き続き拡大しそうだ。BtoCの企業にとって、幼児を対象とした商品の販促活動は、将来につながる潜在需要を獲得する機会ともなるため、魅力が大きい。同社は全日本私立幼稚園連合会と提携しており、全国約8,000園の私立幼稚園で販促活動を行うことができる強みを生かしていくことになる。また、オリジナル商品開発支援では、地域の中堅・中小企業の開拓を進めていく。

そのほか「顧客最適の全社チームコンサルティング」を進めていくなかで、経営コンサルティングの顧客のうち、マーケティング戦略や商品政策、店頭販促といったニーズがあれば、SP コンサルタントが請け負い、これらのサービスを提供していく。なお、ビジネス手帳に関しては今期も横ばい水準を見込んでいる。

タナベ経営

9644 ジャスダック

2015年7月29日（水）

セグメント別事業動向

(単位：百万円)

	14/3 期	15/3 期	16/3 期予	伸び率
売上高	7,582	7,865	8,050	2.3%
コンサルティング戦略本部	3,963	4,185	4,250	1.5%
SP コンサルティング本部	3,619	3,679	3,800	3.3%
売上総利益	3,336	3,598	3,696	2.7%
コンサルティング戦略本部	2,311	2,514	2,562	1.9%
SP コンサルティング本部	1,025	1,083	1,134	4.7%
営業利益	673	762	795	4.3%
コンサルティング戦略本部	874	975	1,000	2.5%
SP コンサルティング本部	59	64	75	16.4%
本社管理費	-260	-276	-280	

コンサルティング & コングロマリット戦略を推進

(3) 中期経営目標

同社では中期経営数値目標として創業 60 周年となる 2018 年 3 月期に、売上高 8,600 百万円、経常利益 900 百万円、売上高経常利益率 10.5% を目標として掲げている。2015 年 3 月期から 2018 年 3 月期までの 3 年間の平均成長率は、売上高が 3.0%、経常利益が 3.7% 成長と堅実な伸びを計画しており、達成の可能性は高いとみられる。

中期数値目標

(単位：百万円)

	15/3 期	16/3 期	17/3 期	18/3 期	平均成長率
売上高	7,865	8,050	8,300	8,600	3.0%
コンサルティング戦略本部	4,185	4,250	4,400	4,620	3.4%
SP コンサルティング本部	3,679	3,800	3,900	3,980	2.7%
営業利益	762	795	830	870	4.5%
経常利益	808	830	860	900	3.7%
当期純利益	315	570	583	610	24.6%
経常利益率	10.3%	10.3%	10.4%	10.5%	
ROE	3.3%	5.5%	6.1%	6.4%	

経営戦略としては、同社の祖業であり強みでもあるコンサルティングを全社、全事業へと領域拡大し、変化と成長により新たなコンサルティングバリューを創造していく「コンサルティング&コングロマリット戦略」を推進していく方針だ。

経営コンサルティング部門では引き続き顧客最適のチームコンサルティングを推進し、中堅企業の戦略コンサルティングをより強化していく。企業のコンサルティングニーズを、成長ドメイン（事業領域・業種別）×ファンクション（経営機能）×リージョナル（地域）と 3 つの方向から掘り下げていくことで、コンサルティング事業の成長拡大を進めていく。このため、成長ドメイン（事業領域・業種別）やファンクション（経営機能）ごとの専門コンサルタントを増強し、配置していくこととなる。

顧客最適のチームコンサルティング

<成長ドメイン>

多様なバックグラウンドと業界での経験を持つスペシャリストが、業界特有の戦略メソッドにより、固有の戦略的課題を解決



<ファンクション>

事業戦略、収益構造、組織デザイン、経営システム、事業承継といったファンクションのスペシャリストが、長年の実績、臨床研究等を踏まえた的確なコンサルティングを提供



<リージョナル>

国内主要10都市の拠点到駐在する地域性を熟知したスペシャリストが、全国ネットワークを活かした地域密着型のエリア戦略を推進

また、アライアンス&人材育成部門では、前述したように提携先金融機関とその顧客企業（中小・零細企業）の人材育成サービスを推進していく。提携先の顧客企業数としてはおよそ5,500社程度ある。これら企業の人材育成サービスを進めていくなかで、経営コンサルティングの受注獲得につながっていく可能性もあり、成長ポテンシャルとしては大きいと言える。

SPコンサルティング部門においては、セールスプロモーションに関するオールラウンドコンサルティングを展開していく方針で顧客企業の成長加速を支援していく。これに伴い、SPコンサルタントの人員増強も進めていく計画となっている。

業績拡大の鍵を握るコンサルタント人材

(4) 人材戦略

今後の経営課題としては、コンサルタント人材の増員が挙げられる。コンサルティング事業にとって、人材が最も重要な経営資源であり、収益を拡大していくための要となるためだ。このため、同社では経営管理本部の人事チームを強化し、採用のスピードアップを図っていく。また、全社コンサルタントアカデミーを設立し、経営コンサルタントに加えて、アドバイザー（人材開発コンサルタント）、SPコンサルタントの育成も強化していくほか、戦略総合研究所の人員も増強し、全社戦略・成長エンジンの加速化をサポートしていく。当面の人員の目標として、全社350名体制を早急に目指しており、その中からこれらのコンサルタント人材を数多く育てていく方針である。

■財務状況と株主還元策

業績の拡大とともに収益性の向上も進む

(1) 財務状況

同社の財務状況は、無借金経営で自己資本比率が80%台と極めて良好であると判断される。2015年3月期については総資産で前期末比402百万円増の11,792百万円となったが、主な増加要因は、流動資産で現預金・有価証券が110百万円増、固定資産で投資有価証券・長期預金が705百万円増となったことによる。長短合わせた現預金・有価証券の期末残高は7,656百万円となっている。一方、減少要因としては流動資産で未収還付法人税等、繰延税金資産が268百万円減、固定資産では名古屋研修センターの減損損失計上により、有形固定資産が268百万円減となった。

負債は前期末比193百万円増の2,240百万円となった。未払法人税等及び未払消費税等が214百万円増加したことが主因となっている。また、純資産は利益剰余金の増加、及び有価証券評価差額、土地再評価差額金の変動により、同208百万円増の9,552百万円となった。

収益性に関しては、2015年3月期は特別損失を計上したことでROEが低下したものの、ROAや営業利益率は上昇傾向が続いており、業績の拡大とともに収益性の向上も進んでいることがうかがえる。

貸借対照表

(単位：百万円)

	13/3期	14/3期	15/3期	増減額
流動資産	5,372	6,051	5,960	-91
(現金・有価証券)	4,465	4,905	5,016	110
固定資産	5,362	5,338	5,832	493
総資産	10,735	11,389	11,792	402
流動負債	1,410	1,484	1,697	213
固定負債	546	562	542	-19
負債合計	1,957	2,046	2,240	193
純資産	8,778	9,343	9,552	208
(経営指標)				
自己資本比率	81.8%	82.0%	81.0%	
ROA	5.7%	6.4%	7.0%	
ROE	3.7%	8.6%	3.3%	5.5%
営業利益率	7.6%	8.9%	9.7%	

タナベ経営

9644 ジャスダック

2015年7月29日(水)

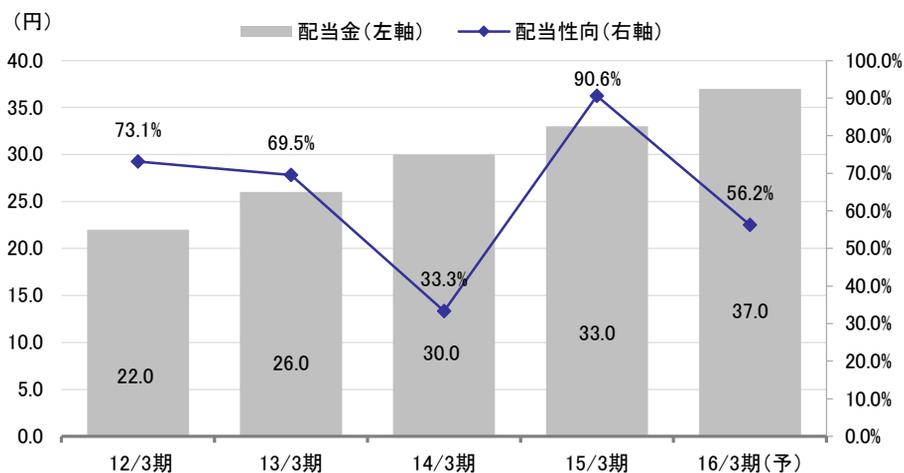
今期は4期連続の増配を予定

(2) 株主還元策

株主還元策として、同社では配当金と株主優待制度を導入している。配当金に関しては配当性向60%を目安に、業績等を勘案(特殊要因は除く)して検討していくとしている。2016年3月期は前期比4.0円増配の37.0円(配当性向56.2%)と4期連続の増配を予定しており、今後も収益拡大が続けば増配が期待されよう。

また、株主優待制度として9月末の株主に対してオリジナル手帳「ブルーダイアリー」を1冊(3,000円相当)贈呈している。7月13日現在の株価水準(1,010円)を基準にすると、株主優待も含めた投資利回りは約6.6%の水準となる。

1株当たり配当金と配当性向の推移



注:14/3期の配当性向は特殊要因を除いたベースでは62.2%



タナベ経営

9644 ジャスダック

2015年7月29日(水)

損益計算書(単独)

(単位:百万円)

	12/3期	13/3期	14/3期	15/3期	16/3期予
売上高	6,709	7,331	7,582	7,865	8,050
(対前期比)	2.1%	9.3%	3.4%	3.7%	2.3%
売上原価	3,692	4,146	4,246	4,266	4,354
(対売上比)	55.0%	56.6%	56.0%	54.2%	54.1%
販管費	2,515	2,624	2,662	2,836	2,901
(対売上比)	37.5%	35.8%	35.1%	36.1%	36.0%
営業利益	501	560	673	762	795
(対前期比)	1.6%	11.8%	20.1%	13.3%	4.2%
(対売上比)	7.5%	7.6%	8.9%	9.7%	9.9%
経常利益	550	600	709	808	830
(対前期比)	0.1%	9.1%	18.1%	13.9%	2.7%
(対売上比)	8.2%	8.2%	9.4%	10.3%	10.3%
特別利益	-	116	18	-	-
特別損失	8	205	38	227	50
税引前利益	542	511	690	580	780
(対前期比)	9.6%	-5.7%	34.8%	-15.9%	34.3%
(対売上比)	8.1%	7.0%	9.1%	7.4%	9.7%
法人税等	281	187	-90	265	210
(実効税率)	51.9%	36.7%	-	45.6%	26.9%
当期利益	260	323	780	315	570
(対前期比)	-4.5%	24.2%	140.9%	-59.6%	80.6%
(対売上比)	3.9%	4.4%	10.3%	4.0%	7.1%
[主要指標]					
期中平均株式数(千株)	8,663	8,663	8,663	8,663	8,663
1株当たり利益(円)	30.1	37.4	90.1	36.4	65.8
1株当たり配当(円)	22.0	26.0	30.0	33.0	37.0
1株当たり純資産(円)	992.2	1,013.3	1,078.5	1,102.6	-
配当性向(%)	73.1%	69.5%	33.3%	90.6%	56.2%

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