

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

あらた

2733 東証 1 部

[企業情報はこちら >>>](#)

2017 年 7 月 11 日 (火)

執筆：客員アナリスト

佐藤 譲

FISCO Ltd. Analyst **Yuzuru Sato**



FISCO Ltd.

<http://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 2017年3月期は会社計画を上回る増収増益に	01
2. 2018年3月期も増収増益が続く見通し	01
3. 新中期経営計画を発表	01
4. 株主還元は積極的に対応	02
■ 会社概要	03
1. 事業内容	03
2. 主要グループ会社	05
3. 同社の強み	05
■ 業績動向	07
1. 2017年3月期の業績概要	07
2. 財務状況と経営指標	10
■ 今後の見通し	11
1. 2018年3月期の業績見通し	11
2. 中期経営計画	12
■ 株主還元策	15

■ 要約

中期経営計画を発表、 2020 年 3 月期に連結経常利益 100 億円を目指す

(株) あらた <2733> は日用雑貨・化粧品カテゴリーにおける国内最大級の卸商社である。販売先の業態別売上構成比 (2017 年 3 月期) は、ドラッグストアが 47.0%、ホームセンターが 16.7% と両カテゴリーで全体の 60% を超える。子会社にペット関連商品卸商社で業界トップのジャペル (株) や化粧品・雑貨卸商社である (株) ファッションあらたなどを抱え、海外では中国とタイに進出し事業を展開している。

1. 2017 年 3 月期は会社計画を上回る増収増益に

2017 年 3 月期の連結業績は、売上高が前期比 4.1% 増の 704,610 百万円、経常利益が同 35.0% 増の 7,842 百万円といずれも会社計画を上回り、過去最高業績を 2 期連続で更新した。化粧品・雑貨やトイレタリー商品などの販売がドラッグストア向けを中心に堅調に推移したほか、越境 EC を含めた EC 事業者向けも 2 ケタ伸長したことが増収要因となった。利益面では、増収効果に加えて人件費や荷造発送費等を中心に販管費率が前期比 0.3% 低下し、営業利益率の改善に寄与した。

2. 2018 年 3 月期も増収増益が続く見通し

2018 年 3 月期の連結業績は、売上高で前期比 2.0% 増の 719,000 百万円、経常利益で同 5.8% 増の 8,300 百万円となる見通し。国内の消費マインドは底堅く推移しており、今期も化粧品・雑貨を中心に堅調な推移が見込まれる。2017 年 3 月には埼玉で新物流センターを開設し、千葉でも既存センターの増床を行い、いずれも 150 億円の処理能力アップとなったことから、売上増に貢献するものと見られる。また、間接業務の効率化に向けた取り組みも継続しており、利益率も改善傾向が続く見通しだ。

3. 新中期経営計画を発表

同社は 2020 年 3 月期までの中期経営計画を新たに発表した。同社設立から 15 年間が経ち、収益性の向上や業務改革等に取り組み、一定の成果を得たことから、今回の中期経営計画では、10 年後を見据えて卸商社としての新たな可能性を追求していく期間と位置付けている。2020 年 3 月期の経営目標値としては売上高で 7,600 億円、経常利益で 100 億円、ROE で 9% 台の水準を設定した。成長戦略として、東名阪エリアでのシェア拡大、M&A も含んだカテゴリーの拡大、EC 市場の拡大に対応したシステム・物流の検討、企画提案力を強化した小商圏化への対応を進めていくことで、目標達成を目指す。など、3 年間の設備投資額としては 100 億円を予定している。

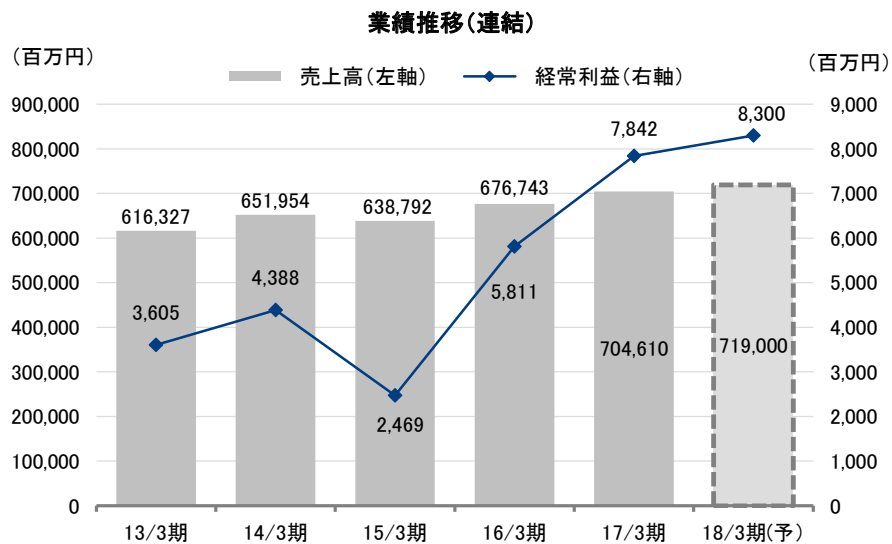
要約

4. 株主還元は積極的に対応

同社は株主還元にも積極的に取り組んでいる。2018年3月期の1株当たり配当金は前期比5円増配の70.0円と3期連続の増配を予定しており、今後も業績拡大とともに配当成長が期待される。また、株主優待として100株以上保有の株主に対して1,000円相当のQUOカードを3月末と9月末の年2回進呈している。

Key Points

- ・ 日用雑貨・化粧品カテゴリで国内最大級の卸商社
- ・ 2017年3月期は化粧品・雑貨を中心に売上げが拡大し、過去最高業績を更新
- ・ 新規カテゴリの拡充等の成長戦略を実行し、更なる成長を目指す



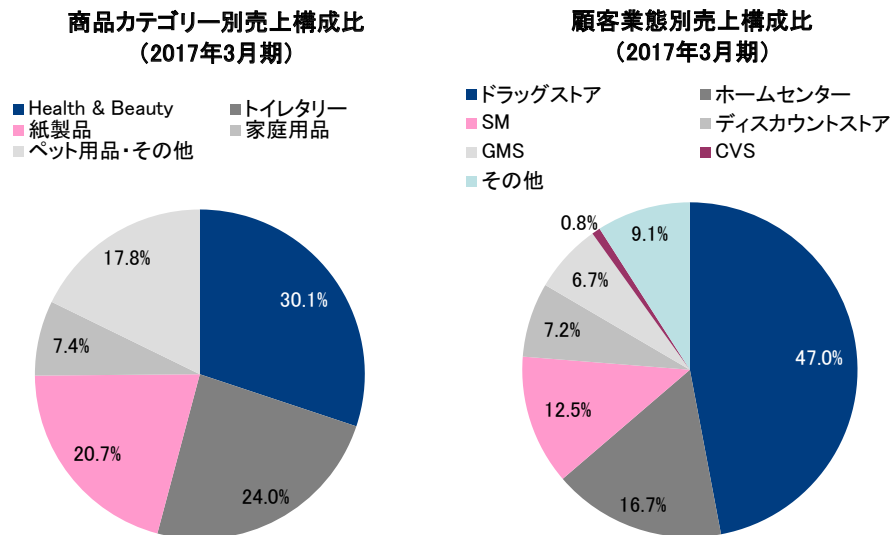
出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

日用雑貨・化粧品カテゴリーで国内最大級の卸商社

1. 事業内容

同社は日用雑貨・化粧品カテゴリーで国内最大級の卸商社である。現在の顧客数は全国で約 5,000 社、5.5 万店舗に上り、約 1,600 社の取引先から 12 万品目にわたる商品を仕入れ、これら顧客へ供給している。同社の売上高を商品カテゴリー別（2017年3月期）で見ると、Health & Beauty が 30.1%、トイレットリーが 24.0%、紙製品が 20.7% とこれら 3 分野で全体の約 75% を占めている。また、顧客の業態別で見ると、ドラッグストアが 47.0%、ホームセンターが 16.7%、SM が 12.5% とこれら 3 業態で全体の約 76% を占めている。



出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

現在の物流拠点は、全国に 20 拠点以上を整備しており、直近では 2017 年 3 月に埼玉県越谷市に年間処理能力 150 億円規模の物流センターを開設したほか、千葉支店関東物流センターを増床し、同様に 150 億円規模の処理能力を増強した。

あらた | 2017年7月11日(火)
2733 東証1部 | http://www.arata-gr.jp/

会社概要

主な物流センターの所在地



出所：同社ホームページより掲載

日用雑貨・化粧品カテゴリーにおける卸売業界の中で同社のポジショニングは、PALTAC<8283>と双璧を成している。同カテゴリーの国内市場規模は3.6～3.7兆円の規模で、業界構造としては大手の寡占化が進む状況にある。現在の同社の業界シェアは15～20%程度と推定され、今後もシェアの拡大余地は大きいとみられる。

日用雑貨・化粧品卸売業界のランキング

(単位：百万円)

順位	企業名	上場区分	決算期	売上高				3年間 平均成長率
				2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	
1	PALTAC	東証1部	3月	831,899	821,074	860,350	922,095	3.5%
2	あらた	東証1部	3月	651,954	638,792	676,743	704,610	2.6%
3	フジモトHD	非上場	10月	184,900	195,300	207,900	210,200	4.4%
4	中央物産	ジャスダック	3月	136,683	130,190	140,686	150,072	3.2%
5	井田両国堂	非上場	11月	100,800	102,900	114,300	131,900	9.4%

注：PALTACはメディパルホールディングス傘下の企業。同社売上高には一般医薬品1,325億円(2016年度)が含まれている。

出所：各社ホームページよりフィスコ作成

会社概要

2. 主要グループ会社

同社のグループ会社は連結子会社9社、持分法適用関連会社1社で構成されている。主要な連結子会社としては、ペット関連商品の卸商社で業界シェア約20%と最大手であるジャベル(株)のほか、化粧品・雑貨の卸商社である(株)ファッションあらた、店頭管理を行う(株)インストアマーケティングなどがある。このうち、ジャベル(株)の売上規模は2017年3月期で1,030億円と、連結売上高の約15%を占めている。また、海外では中国及びタイに子会社を展開しており、事業規模としてはまだ小さいが、成長事業として中期視点で育成を進めている。

関係会社(事業内容、出資比率)

(連結子会社)	出資比率(%)	事業内容
(株)ファッションあらた	100.0	化粧品・ファンシー商品・化粧品雑貨・洋品等の販売業
ジャベル(株)	100.0	ペット関連商品の卸売業
ジャベルパートナーシップサービス(株)	100.0	ペット関連商品の小売業及び美容業務、FC加盟店の募集業務等
(株)インストアマーケティング	80.0	店頭管理会社
(株)リビングあらた	100.0	家庭用雑貨の卸売業
凱饒泰(上海)貿易有限公司	100.0	日用品・化粧品・ペット関係・家庭用品の卸売及び輸出入販売、その他関連サービス
JAPPELL (HONG KONG) Co.,Ltd.	100.0	ペット関連商品の小売業、卸売業及び輸出入販売、その他関連サービス
ARATA (THAILAND) Co.,Ltd.	49.0	タイ国内での卸売業
SIAM ARATA Co.,Ltd.	75.0	タイ国内での卸売業
(持分法適用関連会社)		
(株)電通リテールマーケティング	36.0	フィールドサポートのサービス事業

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

3. 同社の強み

同社の強みとして、「中間流通業が持つサプライチェーン全体を網羅する情報蓄積」「蓄積された情報を活用した店頭提案と小売業を支える在庫の効率化」「ローコストで高精度な物流機能」が挙げられる。

(1) 中間流通業が持つサプライチェーン全体を網羅する情報蓄積

同社は約5.5万店舗から日々集まる商品別の売上情報や、約1,600社から成る取引先メーカーからの新製品情報などを社内の情報システムで一元管理し、中間的な立ち位置から、双方にとって有用な情報を迅速に発信することを実現している。広域に張り巡らされたネットワークによって日々集まる膨大な情報量は、顧客店頭において消費者ニーズを満足させる売り場を作り上げていくための最大の強みとなっている。

会社概要

広域に張り巡らされたネットワーク



出所：同社ホームページより掲載

(2) 蓄積された情報を利用した店頭提案と小売業を支える在庫の効率化

顧客となる小売店舗にとっての目標は、「売上の拡大」であり、そのためには「売れる売場づくり」が必要となる。同社では全国に配置されている約1,000名の営業担当者がPDCA活動を行うことで、その実現を支援している。

PLAN（提案・分析）では52週提案や、3ヶ月先行提案、棚割りの提案などをPOSデータ等活用しながら実施している。Do（店頭の演出・販促）では、次世代型の店頭演出や消費者にとって楽しく見やすい売場づくりを行う。次世代型の店頭演出とは、地域のマス広告によるメーカーの販促施策と、店頭での販促活動を連動させた売場づくりのことで、顧客店舗における販促効果の最大化を目指している。マスメディア広告との連携においては関連会社の（株）電通リテールマーケティングと連携して行っており、同業他社にはない同社の特徴と言える。Check（店頭チェック）では、決まった日に、決まった担当者が、決まった店舗に訪問する「定期・定人・定店」が同社のコンセプトとなっており、顧客との信頼関係構築をより強固なものとしている。最後のAction（報告・共有）では、営業担当者が顧客店舗を訪問した際の情報を逐次、社内情報システム「店頭ナビ」に入力し、全体で情報の共有を図っている。

会社概要

同社のPDCAサイクル



出所：同社ホームページより掲載

業績動向

2017年3月期は化粧品・雑貨を中心に売上が拡大し、過去最高業績を更新

1. 2017年3月期の業績概要

2017年3月期の連結業績は、売上高が前期比4.1%増の704,610百万円、営業利益が同29.6%増の7,384百万円、経常利益が同35.0%増の7,842百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同49.9%増の4,863百万円となり、期初計画及び11月に上方修正した計画をすべての項目で上回る増収増益となり、2期連続で過去最高業績を更新した。

2017年3月期連結業績

(単位：百万円)

	16/3期		17/3期		17/3期		
	実績	売上比	期初計画	修正計画	実績	売上比	前期比
売上高	676,743	-	679,000	690,000	704,610	-	4.1%
売上総利益	70,730	10.5%	-	-	73,068	10.4%	3.3%
販管費	65,030	9.6%	-	-	65,683	9.3%	1.0%
営業利益	5,699	0.8%	6,600	7,100	7,384	1.0%	29.6%
経常利益	5,811	0.9%	6,700	7,300	7,842	1.1%	35.0%
親会社株主に帰属する当期純利益	3,244	0.5%	3,600	3,900	4,863	0.7%	49.9%

注：修正計画は2016年11月発表値

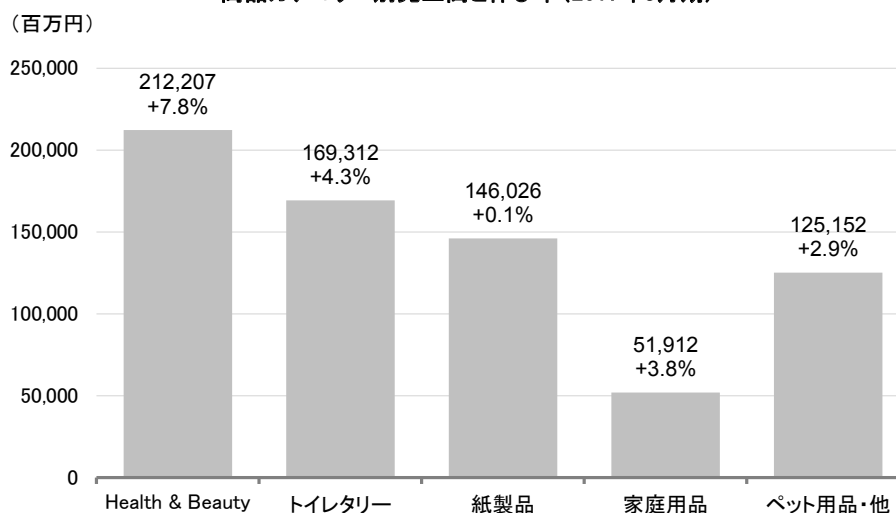
出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

売上高は、ドラッグストア業態の主要顧客先が出店数を拡大したことで取引量が増加したこと、夏場の猛暑により季節商材が好調に推移したことなどが増収要因となった。また、ネット関連・越境 EC 事業者向けの売上高が前期比 35% 増と急伸したほか、子会社のジャベル(株)の売上高が同 4% 増、(株)ファッションあらたが同 24% 増とそれぞれ好調に推移したことも増収要因となった。ジャベル(株)については、新規取引先メーカーが増加したほか、販売先の小売店舗数が増加し、市場シェアを拡大していることが増収要因となった。(株)ファッションあらたについては、化粧品・雑貨市場全体がインバウンド需要を追い風に拡大していることに加え、ドラッグストアを中心に販売先の店舗数が増加したこと、取り扱うオーガニックスキンケア商品が SNS の口コミを通じて大ヒットしたことなどが好調の要因となっている。

売上高の伸びを商品カテゴリー別で見ると、Health & Beauty が前期比 7.8% 増となったほか、トイレタリー商品が同 4.3% 増、家庭用品が同 3.8% 増、ペット・その他が同 2.9% 増とそれぞれ増加した。紙製品については前年にインバウンド需要で大幅増となった紙おむつのブームが一巡したことが響いて、前期比 0.1% 増とほぼ横ばい水準にとどまった。

商品カテゴリー別売上高と伸び率(2017年3月期)

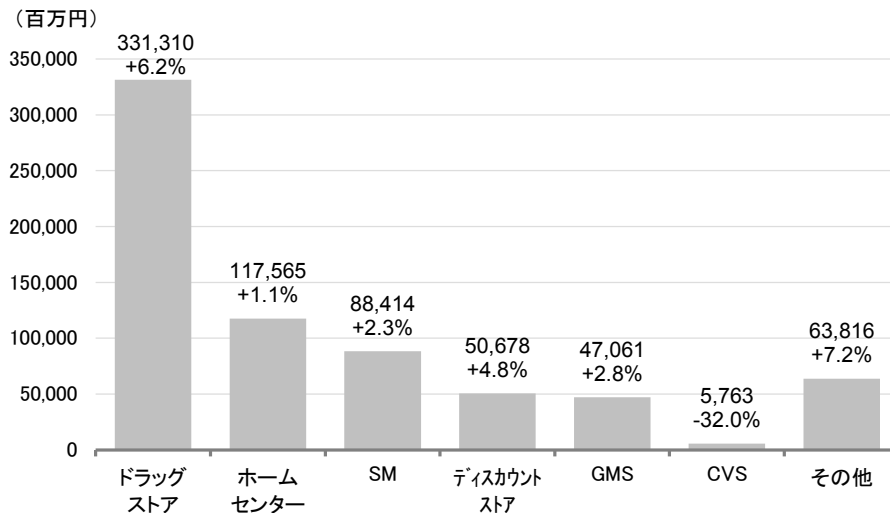


出所：決算短信よりフィスコ作成

業態別売上高で見ると、主力販売先であるドラッグストア向けが前期比 6.2% 増と好調に推移したほか、ホームセンター向けが同 1.1% 増、SM (スーパーマーケット) 向けが同 2.3% 増、ディスカウントストア向けが同 4.8% 増、GMS 向けが同 2.8% 増といずれも堅調に推移した。また、ネット関連・越境 EC 事業者向けが含まれるその他も同 7.2% 増と高い伸びを示した。唯一、CVS 向けが同 32.0% 減と大きく減少したが、これは同社顧客が 2016 年 9 月に経営統合されたことで、取扱量を段階的に減らしたことが影響している。なお、海外事業ではタイで DHC 化粧品 ((株)ディーエイチシー) の総代理店として現地日系小売企業向けに卸販売しているが、売上規模としてはまだ軽微となっている。

業績動向

業態別売上高と伸び率(2017年3月期)



出所：決算短信よりフィスコ作成

営業利益の増益要因は、増収効果に加えて売上高販管費率が前期の9.6%から当期は9.3%と0.3%低下したことが要因となっている。特に、売上高人件費率は間接業務の効率化を目的に、事務センターを7拠点から5拠点に集約したこと等により、同0.1%低下した。また、売上高荷造発送費比率は商品単価の上昇に加えて、物流生産性の効率化に取り組んだことにより同0.1%低下し、その他販管費についても賃借料等の低減により同0.1%低下した。商品単価の上昇についてはメーカーの商品戦略が高付加価値商品重視となったことが影響しており、カテゴリー別ではHealth & Beautyやトイレットリーが4%増と上昇率が大きかった。なお、紙製品のみ0.7%減と唯一低下したが、これは前期にインバウンド需要で高単価の紙おむつの爆買いがあった反動減によるものとなっている。

カテゴリー別個口単価増減率

	16/3期	17/3期
Health & Beauty	+3.3%	+4.4%
トイレットリー	+2.8%	+4.3%
紙製品	+3.3%	-0.7%
家庭用品	+4.0%	+2.0%
ペット用品	+2.2%	+3.2%

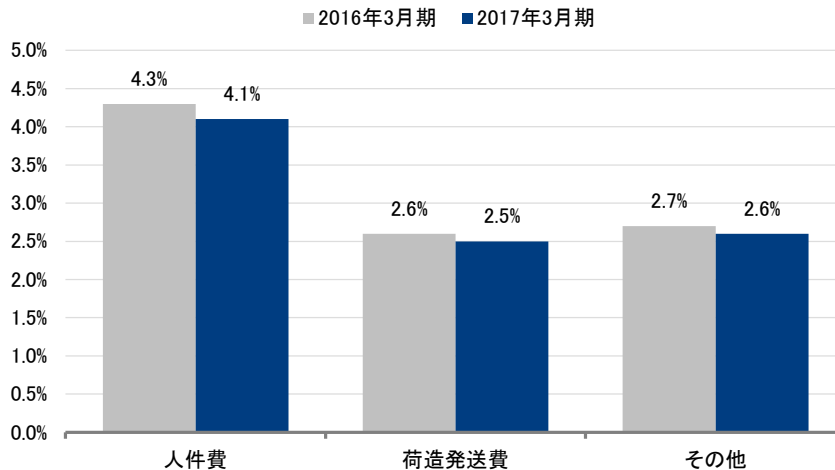
出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

なお、売上総利益率が前期の10.5%から当期は10.4%と0.1%低下したが、これは受託物流事業において従来、販管費に計上していた項目を売上原価に計上したことが主因となっている。この影響を除けば、売上総利益率も前比で若干上昇している。受託物流事業については、顧客との取引条件の見直しや物流センター内業務の効率化を進めてきた効果により増益に寄与している。

業績動向

経常利益の増益率が営業利益よりも大きくなっているが、これは営業外収支が前期比で346百万円改善したためだ。この要因を見ると、有利子負債の削減等に金融収益が136百万円改善したほか、貸倒引当金戻入額が前期比109百万円増、業務受託手数料が同56百万円増となっている。

販管費項目別売上比率



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

財務内容は年々改善し、収益性も向上する

2. 財務状況と経営指標

2017年3月末の総資産は前期末比3,284百万円増加の222,974百万円となった。主な増減要因を見ると、流動資産では売上債権が3,921百万円、現預金が426百万円減少した一方で、棚卸資産が1,585百万円、未収入金が4,062百万円増加した。また、固定資産では投資有価証券が1,981百万円増加し、有形固定資産が593百万円、のれんが223百万円減少した。

負債合計は前期末比386百万円減少の163,361百万円となった。主な増減要因を見ると、仕入債務が4,444百万円増加した一方で、有利子負債が6,413百万円減少した。また、純資産は前期末比3,671百万円増加の59,613百万円となった。親会社株主に帰属する当期純利益が4,863百万円を計上したほか、その他有価証券評価差額金が1,240百万円増加した一方で、自己株式の取得で2,101百万円、配当金の支払いで910百万円の減少要因となった。

経営指標を見ると、経営の安全性指標となる自己資本比率は前期末比1.2ポイント上昇の26.7ポイントとなり、有利子負債比率は同17.3ポイント低下の88.2%となるなど財務体質の改善が着実に進んでいる。同社では売上債権回転日数と仕入債務回転日数のバランスを改善してキャッシュ効率を高めることで、有利子負債の削減に取り組んでいるが、当期末は売上債権回転日数が3.9日短縮し、仕入債務回転日数が0.7日伸張するなどキャッシュ効率の改善が進んだことが、有利子負債の削減につながったと言える。

業績動向

一方、収益性に関しては ROE が前期比 2.5% 上昇の 8.4%、売上高経常利益率が同 0.2% 上昇の 1.1% といずれも上昇した。前述したように、売上高の拡大と同時に業務効率の向上を進めたことで利益率が上昇したことが要因となっている。なお、同社は 2017 年 3 月期までの中期経営計画における経営目標値として、売上高 6,790 億円、経常利益 67 億円、ROE6% 台を設定していたが、全ての項目において計画を上回ったことになる。

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	14/3 期	15/3 期	16/3 期	17/3 期	増減額
流動資産	158,015	143,906	151,873	153,455	+1,581
(現預金)	10,965	11,800	14,119	13,693	-426
(売上債権)	89,542	82,649	86,133	82,212	-3,921
固定資産	63,186	67,934	67,815	69,518	+1,703
総資産	221,202	211,840	219,689	222,974	+3,284
負債合計	170,161	157,929	163,747	163,361	-386
流動負債	122,910	122,414	129,756	124,003	-5,753
固定負債	47,250	35,514	33,991	39,357	+5,366
(有利子負債)	70,872	58,637	58,982	52,569	-6,413
純資産	51,041	53,911	55,941	59,613	+3,671
経営指標					
(安全性)					
自己資本比率	23.1%	25.4%	25.5%	26.7%	+1.2
有利子負債比率	138.9%	108.8%	105.5%	88.2%	-17.3
(効率性)					
売上債権回転日数	50.1	47.2	46.5	42.6	-3.9
仕入債務回転日数	43.7	44.8	44.1	44.8	+0.7
(収益性)					
ROE (自己資本利益率)	4.8%	2.1%	5.9%	8.4%	+2.5
売上高経常利益率	0.7%	0.4%	0.9%	1.1%	+0.2

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2018 年 3 月期も増収効果と生産性向上により増収増益が続く

1. 2018 年 3 月期の業績見通し

2018 年 3 月期の連結業績は、売上高が前期比 2.0% 増の 719,000 百万円、営業利益が同 9.7% 増の 8,100 百万円、経常利益が同 5.8% 増の 8,300 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 6.9% 増の 5,200 百万円と増収増益が続く見通し。市場環境に大きな変化はなく、今期も化粧品・雑貨、家庭用品、ペット用品などを中心に売上高は堅調な推移が見込まれる。

あらた | 2017年7月11日(火)
2733 東証1部 | <http://www.arata-gr.jp/>

今後の見通し

また、間接業務の効率化に伴う売上高人件費率の低減も進む見通しとなっている。事務センターについては前期に5センターに集約したが、今期は各センターに配置している売上債権管理部門のうち、全国チェーン展開している取引先に関して首都圏の事務センターで一括管理するようにした。いずれは仕入債務管理部門などその他の機能についても、1ヶ所に集約化する方向となっている。機能を集約化することで更なる業務効率の向上が見込まれる。同様に、2017年4月より首都圏、中部、関西支社の組織体制も集約化している。具体的には、各支社の下に配置していた支店ごとにあった機能を支社に一本化したほか、首都圏では3つの支社を1社に統合した。こうした組織の集約化による間接コストの低減が見込まれている。

なお、2020年の東京オリンピック開催に向けて需要拡大が見込まれる首都圏の物流機能強化のため、2017年3月に越谷物流センター（埼玉県越谷市）を新設したほか、同時期に千葉支店関東物流センターの増床を完了し、稼働を開始している。いずれも年間処理能力は150億円規模となり、今期以降の売上増に寄与することになる。越谷物流センターに関しては、最新鋭ラインの導入により生産性向上が見込まれるほか、主要顧客との配送距離が従来よりも短くなるため、物流コストの低減効果も期待できる。一方、関東物流センターの増床分は特定顧客の事業規模拡大に対応するための専用センターの位置付けとなっている。

2018年3月期に入り足元の業績も売上高が前年同月比で2～3%増加で推移したようで、今後も個人消費動向が底堅く推移すれば、会社計画を達成する可能性は高いと弊社では見ている。

2018年3月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	17/3 期実績		18/3 期会社計画			
	通期	前期比	上期計画	前年同期比	通期	前期比
売上高	704,610	4.1%	364,000	2.3%	719,000	2.0%
営業利益	7,384	29.6%	3,800	2.6%	8,100	9.7%
経常利益	7,842	35.0%	4,000	2.3%	8,300	5.8%
当期純利益	4,863	49.9%	2,500	2.7%	5,200	6.9%
1株当たり当期純利益(円)	330.95		170.06		353.72	

注：当期純利益は親会社株主に帰属する当期純利益

出所：決算短信よりフィスコ作成

新規カテゴリーの拡充等の成長戦略を実行し、更なる成長を目指す

2. 中期経営計画

(1) 中期経営計画の概要

同社は2002年に日用・雑貨品の卸商社3社が経営統合して設立された会社だが、この15年間は収益力の向上、業務改革、統合統一を主軸として、次世代型卸商社としての経営基盤の強化に取り組んできた。同社は同期間をファーストステージとして位置付けている。前述したように、2017年3月期までの中期経営計画は当初の目標を上回る成果を上げており、その取り組みは順調に進んでいると言える。

今後の見通し

こうした成果を受けて、新中期経営計画では「10年後を見据えて、卸売業の新たな可能性を追求」していくセカンドステージとして位置付け、更なる成長戦略を推進していく方針とした。10年後の目標としては、「企業価値を倍増する」「SCMの中核を担う企業へと成長する」「様々な領域でのNo.1を目指す」ことを掲げている。このうち、企業価値の倍増とは顧客や社員、株主、社会に対して満足度を倍増していくことで、それを遂行していくために経営密度やマネジメント密度を倍増させていく。経営指標としては、売上規模や経常利益率を倍増することを目指している。

(2) 基本戦略
a) 成長戦略を描き続ける

新中期経営計画の基本戦略の1つとして、成長戦略を描き続けることを挙げている。カテゴリ別では、M&Aも活用しながら、既存の各カテゴリの売上を拡大していくほか、新たなカテゴリ（一般用医薬品等）への進出も計画している。また、企業別では年率2ケタ成長が続くEC市場に対応するためのシステムや物流体制の検討を進めていく。同社のネット関連・越境EC事業者向けの売上高も年々増加傾向をたどっている。同領域を強化することでEC市場の成長を取り込んでいく考えだ。エリア別では、東名阪エリアでのシェア拡大に注力していく方針となっている。また、業態別での取り組みとして、各業態ともに小商圏化が進み、業態間の垣根がなくなりつつあることから、同社では企画提案力を強化し、これら小商圏化への対応を進めていくことで、売上高を伸ばしていく方針となっている。

b) 未来への布石を打つ

当中期経営計画期間において、未来の成長に向けた布石も打っていく。第1に、収益事業の育成が挙げられる。商品開発においては自社ブランド商品である「アドグッド」商品の開発を強化し、売上高を拡大していく計画となっている。売上規模としては2017年3月期実績で約23%増となり、まだ全体に占める比率は小さいが、自社開発商品となるため利益率は高く、同商品の売上高が伸びれば利益率の向上に寄与することになる。また、海外事業の育成にも注力していく。タイでは販売先を日系小売企業だけでなく、現地小売企業へ拡大していく取り組みを進めていく。取扱商材についても現在はDHCの商品のみだが、取扱商材を増やしていくことを考えている。一方、中国ではペット商品を中心に卸販売を行っているが、新たなビジネスを模索している段階にある。海外事業についてはまだ収益化できていないものの、中長期的には成長市場であることから、投資を継続しながら収益化していく計画となっている。

第2に、投資戦略として3年間で100億円の設備投資を計画している。このうち、物流センターとしては鹿児島に2018年春を目途に新物流センターを開設する計画となっている。設備投資額としては約21億円となる。九州には物流センターが福岡県の1ヶ所のみであり、これを2ヶ所に増やすことで自然災害が発生した場合のリスクヘッジの機能を果たすことになる。また、人手不足に対応するため、物流センター内での自動化投資やITを活用することで生産性の向上を進めていく。さらには、人材育成の強化にも取り組んでいく。教育・研修制度を充実させ、中間管理職の育成を進めていくほか、キャリアパス制度など新しい人事制度の導入も検討していく予定となっている。

c) 経営基盤の更なる強化

経営基盤の強化を継続して進めていく。前述したように組織体制をスリム化することで、市場変化にスピーディに対応していく体制を構築していくほか、グループ会社間でのリソースの共有や最適化に取り組んでいく。具体的には、各子会社で独自に行っていた資金管理を一本化し、資金効率をさらに高めていく計画である。また、ペット用品について従来は同社と子会社のジャベル(株)で並行して事業を行ってきたが、中期計画期間内にジャベル(株)に段階的に移管していく方針とした。ジャベル(株)はペット用品だけでなくペット周辺ビジネスへと事業領域を拡大し、ペット関連の総合企業として更なる成長を目指していくことになる。

(3) 経営目標値

中期経営計画の最終年度となる2020年3月期の経営目標値は、連結売上高で7,600億円、経常利益で100億円、ROE9%台とした。今後3年間の平均成長率で見ると、売上高は2.6%増、経常利益は8.4%増となる。弊社では今後、国内の経済環境が悪くならなければ、同数値目標は既存事業での売上拡大や生産性向上施策等によって十分達成可能な水準であり、これにM&A効果等も加われば前倒しで達成できる可能性もあると見ている。

中期経営計画

(単位：億円)

	17/3期	18/3期予	20/3期計画	年平均成長率
売上高	7,046	7,190	7,600	2.6%
経常利益	78	83	100	8.4%
経常利益率	1.1%	1.2%	1.3%	
親会社株主に帰属する当期純利益	48	52	60	7.3%
ROE	8.4%		9%台	
設備投資計画		3年間で100億円		

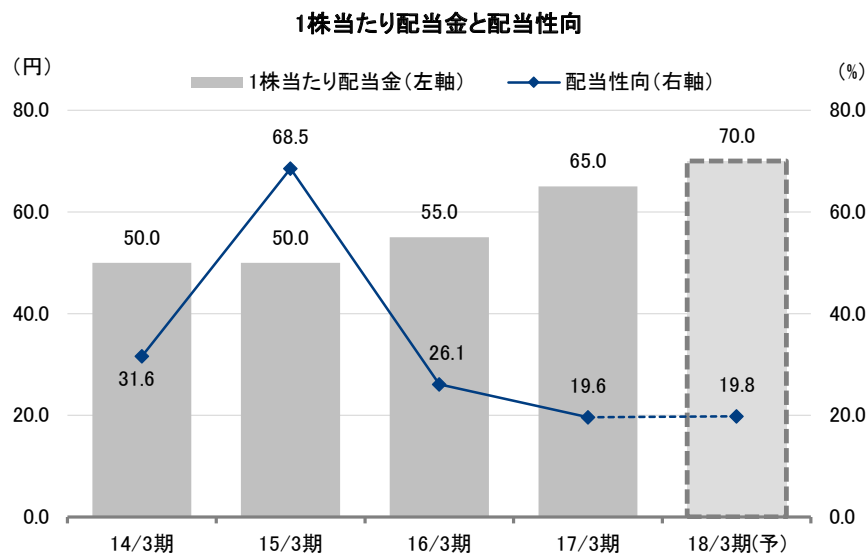
出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

■ 株主還元策

積極的な株主還元策を継続し、3期連続の増配を予定

同社は株主還元にも積極的に取り組んでいる。2018年3月期の1株当たり配当金は前期比5.0円増配の70.0円（配当性向19.8%）とし、3期連続の増配を予定している。配当政策としては安定した配当を継続的に実施することを基本とし、各事業年度の業績、財務状況、今後の事業展開等を総合的に勘案しながら配当額を決定する方針としている。このため、今後も業績の拡大が続けば増配が期待される。

また、株主優待制度も導入しており、100株以上保有の株主に対して1,000円相当のQUOカードを3月末と9月末の年2回進呈している。



出所：決算短信よりフィスコ作成

重要事項（ディスクレマー）

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