

|| 企業調査レポート ||

## ハウスコム

3275 東証 JASDAQ

[企業情報はこちら >>>](#)

2018年6月21日(木)

執筆：客員アナリスト

**角田秀夫**

FISCO Ltd. Analyst **Hideo Kakuta**



FISCO Ltd.

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

## 目次

■ 要約	01
1. 事業内容	01
2. 業績動向	01
3. 成長戦略	02
4. 株主還元策	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要と沿革	03
2. 事業構成	04
3. 事業領域とポジション	04
■ 事業概要	05
1. 新規出店の継続	05
2. 店舗競争力の強化：「不動産テック」と「豊かな地域情報」	06
3. 収益構造の多様化：リフォーム事業の拡大	07
■ 業績動向	08
1. 2018年3月期通期の業績概要	08
2. 財務状況と経営指標	09
■ 今後の見通し	10
■ 中長期の成長戦略	11
● 新中期経営計画を発表	11
■ 株主還元策	12

## ■ 要約

### 2019 年 3 月期は 6 年連続増配及び配当性向 30% 継続予想。 株式分割実施、株主優待も拡充

ハウスコム <3275> は、賃貸住宅の仲介及び周辺サービスを行う大東建託 <1878> グループの会社である。住宅需要の高い首都圏と東海圏を中心に直営 164 店舗（2018 年 3 月末）を展開し、賃貸住宅の仲介件数では業界 4 位規模である。2011 年 6 月、大証 JASDAQ 市場（現東証 JASDAQ 市場）に上場した。

2014 年 3 月に代表取締役社長に就任した田村穂（たむらけい）氏は、4 年にわたりリーダーシップを発揮し、収益構造を維持・改善しながら、事業規模の拡大を行ってきた。営業収益は、8,244 百万円（2014 年 3 月期）から 10,822 百万円（2018 年 3 月期）に 31.3% 増加し、当期純利益は、402 百万円（2014 年 3 月期）から 856 百万円（同）に 112.7% 増加し、5 年連続の増収増益に導いた。この 4 年間に、積極的かつ立地を吟味した店舗網の拡大（純増 30 店舗）、Web や AI などの IT ツールの積極活用、リフォーム事業への進出・拡大などを成功させている。

#### 1. 事業内容

同社は店舗数の増加とともに売上高を伸ばしてきており、新規出店の継続が基本方針だ。2018 年 3 月期は、期初の新規出店計画は 11 店舗であったが、実際の出店は 8 店舗となった。出店に当たっては、店舗当たり人材が 4 名～6 名必要であり、駅などの集客施設から 1 分から数分の一等地で視認性の良い物件をタイミングよく見つける必要がある。同社の店舗の特徴は、コンビニのように入りやすく、白を基調に明るく相談しやすい店内だ。なお、同社のメインの対象エリアは首都圏と愛知県だが、出店候補地は 200 箇所以上であると推定され、新規出店の伸びしろは大きい。

収益構造の多様化にも積極的に取り組んでおり、リフォーム事業の拡大がその 1 つである。2016 年 3 月期から本格的にスタートしたリフォーム事業は成長期を迎えている。船橋、川口、立川とリフォーム営業所を増やしてきた同社だが、2018 年 3 月期は一気に 3 営業所（横浜、静岡、名古屋）を開設した。元々「大家さんへのお役立ち」を主目的として開始されたサービスではあるが、案件をこなすなかで既に黒字化。今後は、現在主体となっている“空室を埋めるための軽微なリフォーム”に加え、“資産価値を大幅に高めるための本格リフォーム”を増やしていく。

#### 2. 業績動向

2018 年 3 月期通期の業績は、営業収益で前期比 7.1% 増の 10,822 百万円、営業利益で同 13.7% 増の 1,076 百万円、経常利益で同 12.8% 増の 1,328 百万円、当期純利益で同 13.0% 増の 856 百万円となり、5 年連続の増収増益を達成した。収益面では、6 店舗純増し合計 164 店舗体制としたことで仲介件数及び仲介関連サービスの営業収益が増加し、リフォーム事業も増収に貢献した。営業費用は、人件費の増加（210 百万円）、店舗数増加による地代家賃の増加、工事売上原価の拡大（リフォーム事業）などがあったものの、増収効果が上回り、増益を達成した。

要約

2019年3月期通期の業績は、営業収益で前期比4.9%増の11,355百万円、営業利益は同1.9%増で1,096百万円、経常利益で同1.2%増の1,344百万円、当期純利益で同2.8%増の880百万円の見込みである。新規出店は12店舗（純増11店舗）行い、175店舗体制（2018年3月末164店舗）を計画する。新規店は、新規出店費用や店舗人員の充足などで費用がかか一方で、店舗当たり売上は低いスタートとなる。このため一時的に期中減益を想定しており、2019年3月期第2四半期の段階では減益、通期では増益を見込む。

### 3. 成長戦略

同社は2019年3月期を初年度、3年後の2021年3月期を最終年度とする新中期経営計画を策定した。本来2018年3月期を初年度とする中期経営計画があったが、初年度で2年目の計画を超えたために新しい中期経営計画が策定された。3年後の2021年3月期に営業収益で12,420百万円、営業利益1,180百万円、期末店舗数195店舗を目標としている。2018年3月期の実績と比較すると、営業収益で1.15倍、営業利益で1.10倍、店舗数でも1.19倍となる。過去4回の中期経営計画はいずれも前倒しに達成しており、今回も前倒しでのローリングが期待される。新中期経営計画では、新たにビジョンが付け加えられた。「2021年3月期の姿」と題するそのビジョンは「賃貸サービス業における成長企業として、新たな姿をデザインする」である。「デザイン」という言葉には、「お客様のライフプランをデザインする」という意味と「ハウスコムらしさをデザインする」という意味が含まれる。賃貸仲介業界の先端を行く同社だけに、従来のやり方にとらわれない成長モデル姿を描けるかが注目される。また、経営の方向性として「将来的な東証本則市場への市場変更を視野に入れて経営管理体制の強化を図る」という目標を継続する。

### 4. 株主還元策

同社は株主還元策として配当を実施している。企業価値を継続的に拡大し株主への利益還元を行うことを重要な経営課題と位置付けており、配当性向「30%」の継続を基本方針とする。2018年3月期の1株当たり配当金は年間33.5円（中間15.5円、期末18.0円）※、配当性向30.2%と5年連続増配を達成した。また、2018年4月に1株を2株にする株式分割が行われたことにより発行済株式数は2倍になった。株式分割後も配当性向30%の基本方針は継続され、2019年3月期は、増益予想を背景に、年間35.0円（中間17.0円、期末18.0円）、配当性向30.7%と6年連続の増配を予想する。

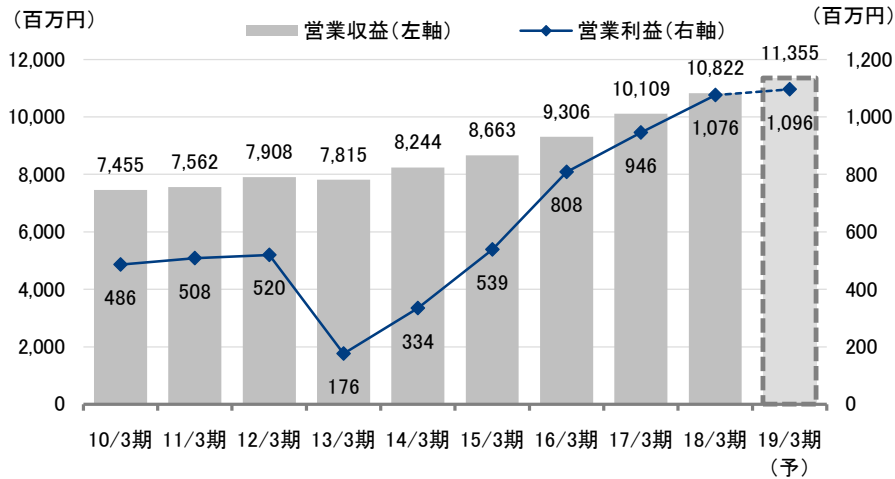
※株式分割を行う前の配当金は、年間67円（中間31円、期末36円）であった。

### Key Points

- ・「地域社会の玄関」と位置付ける賃貸仲介店舗を首都圏と東海圏に展開
- ・2018年3月期は5年連続で増収増益を達成。新規出店による仲介・関連サービス売上増、リフォーム事業拡大が成長に貢献
- ・旧中期経営計画の利益目標を前倒しで達成し、新中期経営計画（3ヶ年）に移行
- ・2019年3月期は6年連続増配及び配当性向30%継続予想。株式分割実施、株主優待も拡充

## 要約

## 通期業績の推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 会社概要

### 「地域社会の玄関」と位置付ける賃貸仲介店舗を首都圏と東海圏に展開

#### 1. 会社概要と沿革

同社は、1998年に大東建託の100%出資子会社として、賃貸建物の仲介斡旋を事業目的に設立された。2003年に現在の(株)ジューシー情報センターから、首都圏及び東海圏の62店舗の営業権を取得し、店舗網の基盤とした。直営店の新規出店とともに、周辺業務(損害保険代理店・リフォーム工事取次・引越取次・広告代理店など)を取り込み、順調に業績を伸ばしてきた。「住まいを通して人を幸せにする。」というミッションを掲げ、「地域社会の玄関」と位置付ける店舗を通して入居者や家主に対してのお役立ちや地域密着を徹底。出店は関東と東海が中心であり、全国165店舗(直営店164店舗、FC店1店舗)を持つ(2018年3月末)。2011年6月に、大証JASDAQ市場(現東証JASDAQ市場)に上場。将来的には東証本則市場を視野に入れていることも公表している。

2014年3月に同社社長に就任した現在の田村穂社長は、4年にわたりリーダーシップを発揮し、収益構造を維持・改善しながら、事業規模の拡大を行ってきた。営業収益は、8,244百万円(2014年3月期)から10,822百万円(2018年3月期)に31.3%増加し、当期純利益は、402百万円(2014年3月期)から856百万円(同)に112.7%増加し、5年連続の増収増益に導いた。この4年間に、積極的かつ立地を吟味した店舗網の拡大(純増30店舗)、WebやAIなどのITツールの積極活用、リフォーム事業への進出などを成功させている。

会社概要

## 2. 事業構成

同社の事業は、「不動産賃貸仲介事業」と「仲介関連サービス事業」が柱であり、営業収益の85.3%(2018年3月期)を占める。「不動産賃貸仲介事業」は、住宅を探す個人に対して、アパートやマンションなどの賃貸物件を紹介し、成約時に不動産仲介手数料を得るサービスである。営業収益構成比は47.6%(同)であり、同社事業の中核である。「仲介関連サービス事業」は、家主及び入居者の不動産仲介に伴って発生するニーズに対応した事業である。広告代理店手数料、リフォーム・リノベーション、鍵交換、損害保険、ブロードバンド/CATVサービスなど多岐にわたり、営業収益構成比は37.7%(同)である。なかでもリフォームサービスには力を入れており、リフォーム営業所の開設に伴い成長が加速している。住む人と部屋をつなぐという点では両事業は類似する事業である。

### 事業の内容と構成 (連結、2018年3月期)

(単位:百万円)

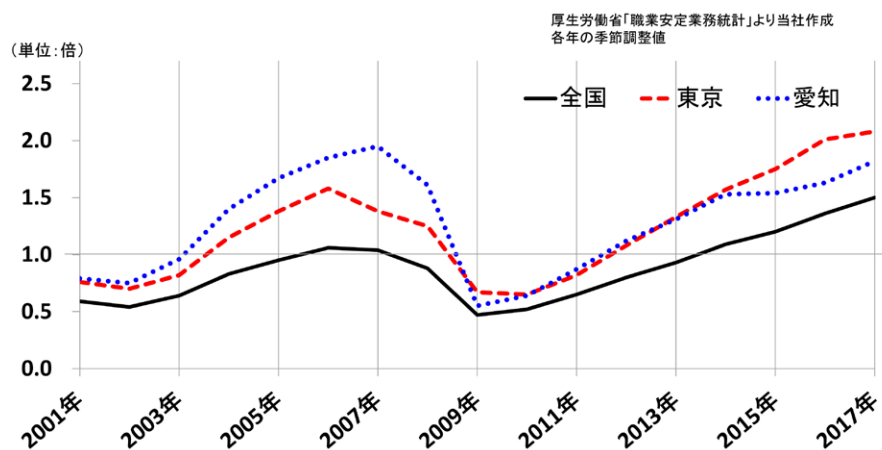
事業セグメント	主な業務内容	営業収益	売上構成	前期比
不動産賃貸仲介事業	個人向け住宅の賃貸手数料	5,150	47.6%	2.2%
仲介関連サービス事業	広告代理店手数料 リフォーム・リノベーション、鍵交換、損害保険、 ブロードバンド/CATV、その他	4,083	37.7%	15.5%
その他事業	貸会議室 データ作成業務 その他	1,588	14.7%	3.6%
合計		10,822	100.0%	7.1%

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 3. 事業領域とポジション

賃貸仲介市場は、世帯数の推移に影響を受ける。国立社会保障・人口問題研究所によると、首都圏（東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県）及び愛知県においては、2025年まで世帯数が増加し、それ以降の減少も他の地域よりも緩やかなペースになると予測されている。同社の直営店舗は、首都圏に115店舗（構成比70.1%）、愛知県で27店舗（構成比16.5%）であり、市場の成長を取り込める環境にある。また、これらの地域は企業活動及び雇用が好調だ。雇用のある地域には人も動き、賃貸需要もより多く発生することが見込まれる。

### 有効求人倍率の推移



出所：決算説明会資料より掲載

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレマー）をお読みください。

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

会社概要

国土交通省によると、宅地建物取引業者の数は個人営業が減り、法人営業は増える傾向にある。特に賃貸仲介ではチェーン化した企業グループが業界内のポジションを高めている。同社は、週刊全国賃貸住宅新聞が発表した賃貸仲介件数ランキング（直営店のみ、2016年10月～2017年9月）において、大東建託（1位）、（株）ミニミニ（2位）、に次ぐポジションに位置している\*。今回の調査では前回2位であったエイブルが回答していないため、実質的に4位のポジションと位置付けられる。競合他社には、仲介手数料を半額にするなど価格面の競争を指向する不動産業者もあるが、同社はサービス内容の充実を図ることで顧客満足度を高め、価格競争を回避している。

\* 2015年10月～2016年9月は大東建託グループとして集計されているが、同社単体の賃貸仲介件数はランキングにおいて実質4位である。

賃貸仲介件数ランキング 2018

（単位：件）

企業名、企業グループ名		仲介件数	
1位	大東建託グループ	大東建託・大東建託リーシング	136,596
		ハウスコム	73,978
2位	ミニミニ		151,663
3位	東建コーポレーション		71,370
4位	ハウスメイトグループ		70,051
5位	タイセイ・ハウジー		50,910
6位	スターツグループ		42,277
7位	大和リビング		42,162
8位	タウンハウジング		41,034
9位	常口アトム		36,974
10位	アパマンショップリーシング		32,359

出所：全国賃貸住宅新聞、賃貸仲介件数ランキング 2018 よりフィスコ作成

## 事業概要

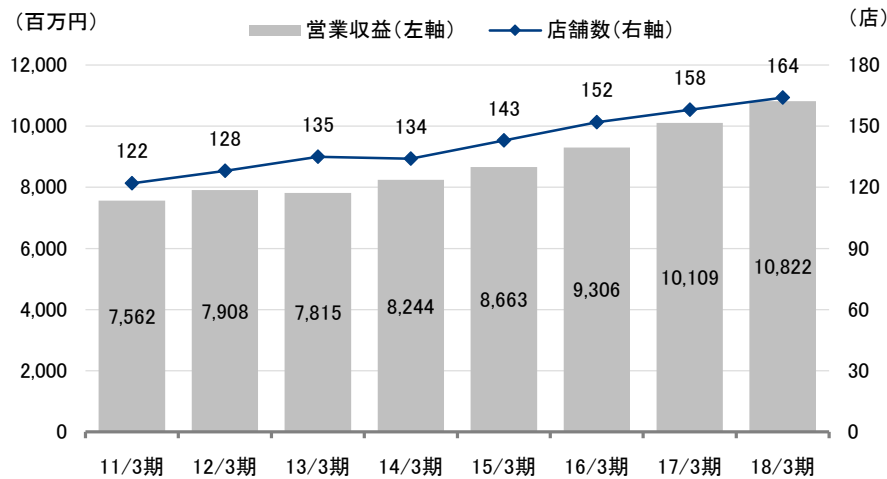
### 着実な新規出店と“不動産テック”などによる店舗競争力の向上で成長

#### 1. 新規出店の継続

同社は店舗数の増加とともに営業収益を伸ばしてきた。2011年3月期末の122店舗から7年後の2018年3月期末には1.34倍の164店舗に、営業収益もその間1.43倍となった。2018年3月期は、期初の新規出店計画は11店舗であったが、実際の出店は8店舗となった。出店に当たっては、店舗当たり人材が4名～6名必要であり、駅などの集客施設から1分から数分の一等地の視認性の良い物件をタイミングよく見つける必要がある。同社の店舗の特徴は、コンビニのように入りやすく、白を基調に明るく相談しやすい店内だ。なお、同社のメインの対象エリアは首都圏と愛知県だが、出店候補地は200箇所以上あると推定され、新規出店の伸びしろは大きい。

事業概要

**店舗数と営業収益の推移**



出所：会社資料よりフィスコ作成

## 2. 店舗競争力の強化：「不動産テック」と「豊かな地域情報」

インターネットの普及は不動産業界に大きな変化をもたらしている。顧客はスマートフォンで、ポータルサイトを利用して物件を吟味し、メールや SNS で不動産会社と連絡を取るようになってきている。また、現在のネット上の物件情報は規格化されたスペック情報が主であり、住み始めた後に価値がわかる地域に根差した情報（“豊かな地域情報”）が求められるようになってきている。不動産業界に求められる対応としては、ネット上に掲載させる物件情報の質と数、信頼・安心できる店舗であることの伝達、効率的なツールの提供、対応スピードと 24 時間化、“豊かな地域情報”の充実と提供、などがある。

### (1) 「不動産テック」への取り組み

同社では 3 年ほど前から顧客接点のレベルアップを目的に“不動産テック”の導入を行ってきた。代表的な取り組みとしては、AI（人工知能）を使った物件検索やチャットサービス、「マイボックス」システム、LINE 上でやりとりができる仕組み、オンラインのライブ中継内見システム、IT 重説システムなど、賃貸仲介の業界では一歩先を行くシステム・サービスである。大きな進捗を見せているのは「マイボックス」システムだ。個人別に設けられる専用 Web サイト「マイボックス」では、チャット形式でスピーディに店舗スタッフとやりとりができる。チャットは LINE などを日頃から使用する若年層にマッチしたコミュニケーションとして注目の接客ツールだ。夜間や休日は「人工知能 @ コムくん」が、24 時間 365 日、物件に関する質問にスピーディに答える機能が予約機能が便利である。「マイボックス」を持つ登録者は、累積で 250 万人に達し、同社にとって貴重な情報資産となっている。



事業概要

**(2) 「豊かな地域情報」に関する**

同社は、地域に根差した“豊かな情報”を充実させるために、他社との業務提携を積極的に活用している。第1弾として昭文社<9475>の「まっぷる」とデータ連携し、賃貸物件の近所のお店や施設の情報を提供するサービスを開始。具体的には、同社物件サイト及び「マイボックス」に掲載している物件を対象に、近所の飲食店、ショッピング、レジャー、宿泊・温泉などの施設を自動的にピックアップし紹介する。昭文社のデータを活用することで所在地や外観写真だけでなく、お店の特徴や営業時間等まで紹介している。また、ご近所 SNS「マチマチ」と業務提携し、賃貸物件・口コミ情報に関するサービスの相互紹介を開始した。具体的には、マチマチのサイト内で同社の物件情報を表示・紹介したり、マチマチ内の口コミ情報を個人情報が特定できない安全な形で加工した上で、同社の営業マンが活用するなどである。地域の“豊かな地域情報”を充実させる取り組みとして注目したい。

ハウスコムの「変化」への対応 一覧

**1. 「不動産テック」への積極的な取り組みを進めています。**

- ・人工知能の技術を採用した物件検索の新サービス
- ・全店舗のホームページで、お店の様子や全スタッフの写真を掲載
- ・「WEB来店予約システム」の導入
- ・「マイボックス」システムの導入
- ・「AIチャット(人工知能による自動回答)」の導入
- ・「オンライン内見システム」の導入
- ・「IT重説」への対応
- ・LINE上で利用できる「マイボックスでお部屋探し」サービスの導入
- ・人工知能を使った「AI PET(アイペット)」の共同研究

**2. 「豊かな地域情報」に関する取り組みを強化しています。**

- ・昭文社との提携による近隣情報の提供
- ・ご近所 SNS「マチマチ」との連携
- ・地域に根ざす活動との関わり
- ・地域に根ざした情報を発信する仕組みの開発

**⇒立ち止まることなく、新たな取り組みを進行中です。**

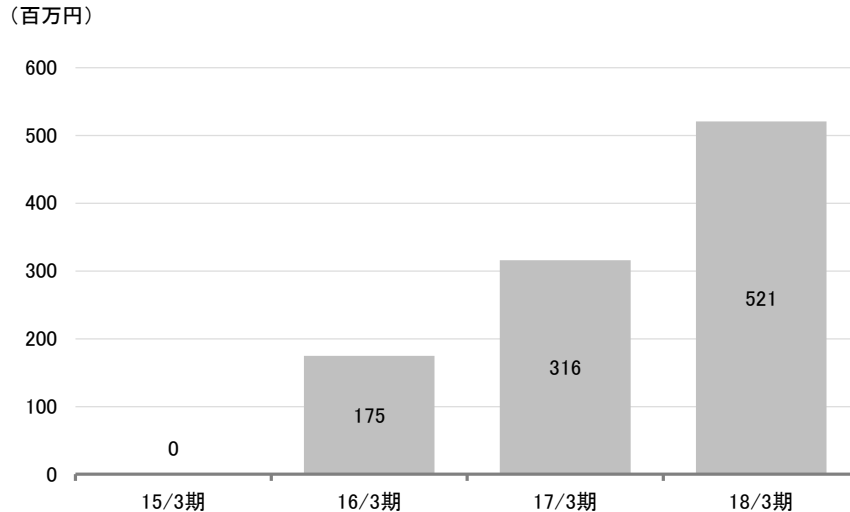
出所：決算説明会資料より掲載

**3. 収益構造の多様化：リフォーム事業の拡大**

2016年3月期から本格的にスタートしたリフォーム事業は成長期を迎えている。船橋、川口、立川とリフォーム営業所を増やしてきた同社だが、2018年3月期は一気に3営業所(横浜、静岡、名古屋)を開設した。元々「大家さんへのお役立ち」を主目的として開始されたサービスではあるが、案件をこなすなかで既に黒字化。今後は、現在主体となっている“空室を埋めるための軽微なリフォーム”に加え、“資産価値を大幅に高めるための本格リフォーム”を増やしていく方針である。

## 事業概要

## リフォーム事業営業収益



出所：会社資料よりフィスコ作成

## 業績動向

**2018年3月期は5年連続で増収増益を達成。  
 新規出店による仲介・関連サービス売上増、  
 リフォーム事業拡大が成長に貢献**

### 1. 2018年3月期通期の業績概要

2018年3月期通期の業績は、営業収益で前期比7.1%増の10,822百万円、営業利益で同13.7%増の1,076百万円、経常利益で同12.8%増の1,328百万円、当期純利益で同13.0%増の856百万円となり、5年連続の増収増益を達成した。

売上面では、6店舗純増し合計164店舗体制としたことで仲介件数を74,655件（前期から1,831件増）とし、仲介関連サービス（損害保険手数料、サニタリー関連、各種取次手数料など）が増収となった（547百万円の増収）。リフォーム事業も営業所を増やし事業規模が拡大し増収に貢献した（204百万円の増収）。営業費用は、人件費の増加（210百万円）、店舗数増加による地代家賃の増加（64百万円）、工事売上原価の拡大（リフォーム事業）などがあったものの、増収効果が上回り、増益を達成した。

業績動向

**2018年3月期通期業績**

(単位：百万円)

	17/3 期		18/3 期		前期比
	実績	対売上比	実績	対売上比	
営業収益	10,109	100.0%	10,822	100.0%	7.1%
営業費用	9,162	90.6%	9,746	90.1%	6.4%
営業利益	946	9.4%	1,076	9.9%	13.7%
経常利益	1,177	11.7%	1,328	12.3%	12.8%
当期純利益	757	7.5%	856	7.9%	13.0%

出所：決算短信よりフィスコ作成

## 2. 財務状況と経営指標

2018年3月期末の総資産残高は1,004百万円増（前期末比）の8,895百万円と資産規模は拡大した。うち流動資産は901百万円増の6,723百万円であり、主な要因は現預金の増加845百万円である。固定資産は103百万円増の2,172百万円であり、主な要因は投資その他の資産の増加97百万円である。

負債合計は399百万円増（前期末比）の3,457百万円となった。そのうち流動負債は368百万円増であり、主な要因は賞与引当金106百万円増や未払法人税等70百万円増である。固定負債に大きな変化はない。純資産合計が605百万円増（前期末比）の5,438百万円となったのは、繰越利益剰余金の増加608百万円が主な要因である。

経営指標（2018年3月期末）では、流動比率が238.6%、自己資本比率が60.8%と、無借金経営を背景に安全性が非常に高い。将来的には事業領域拡大のためのM&Aも視野に入れており、そのための資本の蓄積が進捗している。

### 連結貸借対照表、経営指標

(単位：百万円)

	17/3 期末	18/3 期末	増減額
流動資産	5,821	6,723	901
（現預金）	5,047	5,892	845
固定資産	2,069	2,172	103
総資産	7,890	8,895	1,004
流動負債	2,448	2,817	368
固定負債	609	640	30
負債合計	3,058	3,457	399
純資産合計	4,832	5,438	605
負債純資産合計	7,890	8,895	1,004
<安全性>			
流動比率（流動資産÷流動負債）	237.7%	238.6%	-
自己資本比率（自己資本÷総資産）	61.0%	60.8%	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

## ■ 今後の見通し

### 2019年3月期も着実に増収増益を予想、 新卒採用積極化し新規出店を加速（12店舗計画）

2019年3月期通期の業績は、営業収益で前期比4.9%増の11,355百万円、営業利益は同1.9%増で1,096百万円、経常利益で同1.2%増の1,344百万円、当期純利益で同2.8%増の880百万円の見込みである。

営業収益に関しては、新規出店及び店舗競争力の強化、収益源の多様化の推進により着実な成長を狙う。新規出店は12店舗（2018年3月期は8店舗）を計画しており、閉店1店舗（2018年3月期は2店舗）を差し引くと175店舗体制（2018年3月末164店舗）となる。新規店は、新規出店費用や店舗人員の充足などで費用がかかる一方で、店舗当たり収益は低いスタートとなる。このため一時的に期中減益を想定しており、2019年3月期第2四半期の段階では減益、通期では増益を見込む。繁忙期が2月～3月となる業界特性から、下期偏重の業績は例年通りだが、2019年3月期はより新卒採用を積極的に行ったために（75名）、谷が深く、山も大きい。

#### 2019年3月期業績予想

（単位：百万円）

	第2四半期			通期				
	18/3期2Q	19/3期2Q		18/3期		19/3期		
	実績	予想	前期比	実績	対売上比	予想	対売上比	前期比
営業収益	4,909	5,195	5.8%	10,822	100.0%	11,355	100.0%	4.9%
営業利益	325	177	-45.6%	1,076	9.9%	1,096	9.7%	1.9%
経常利益	329	178	-45.9%	1,328	12.3%	1,344	11.8%	1.2%
当期純利益	206	123	-40.1%	856	7.9%	880	7.8%	2.8%

出所：決算短信よりフィスコ作成

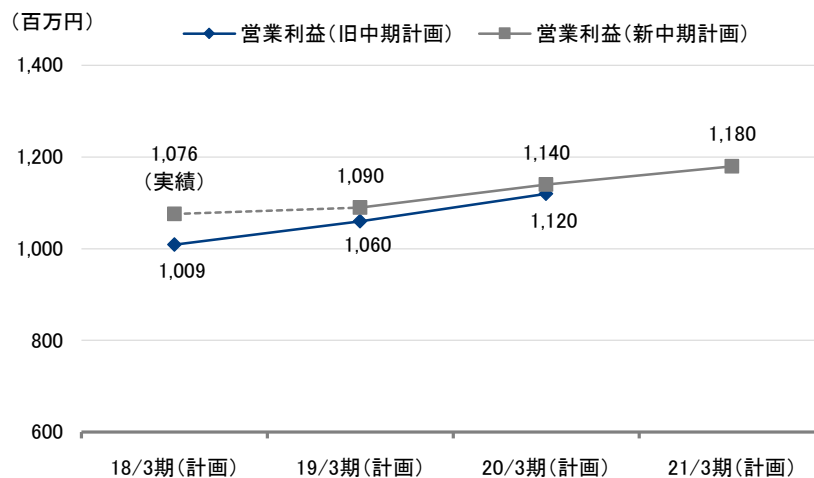
## ■ 中長期の成長戦略

### 旧中期経営計画の利益目標を前倒しで達成し、 新中期経営計画（3ヶ年）に移行

#### ● 新中期経営計画を発表

同社は2019年3月期を初年度、3年後の2021年3月期を最終年度とする新中期経営計画を策定した。本来2018年3月期を初年度とする中期経営計画があったが、初年度で2年目の計画を超えたために新しい中期経営計画が策定された。3年後の2021年3月期に営業収益で12,420百万円、営業利益1,180百万円、期末店舗数195店舗を目標としている。2018年3月期の実績と比較すると、営業収益で1.15倍、営業利益で1.10倍、店舗数でも1.19倍となる。過去4回の中期経営計画はいずれも前倒しに達成しており、今回も前倒しでのローリングが期待される。

中期計画における営業利益目標



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

新中期経営計画では、新たにビジョンが付け加えられた。「2021年3月期の姿」と題するそのビジョンは「賃貸サービス業における成長企業として、新たな姿をデザインする」である。“デザイン”という言葉には、「お客様のライフプランをデザインする」という意味と「ハウスコムらしさをデザインする」という意味が含まれる。賃貸仲介業界の先端を行く会社だけに、従来のやり方にとられない成長モデル姿を描けるかが注目される。

4つの重点施策 1) 既存店の競争力強化、2) 新規出店による規模の拡大、3) 新商品・新規事業による収益源の多様化、4) 成長を支える内部体制、に変わりはなく、競争力と成長力を兼ね備えた強い企業を目指す。また、経営の方向性として「将来的な東証本則市場への市場変更を視野に入れて経営管理体制の強化を図る」という目標を継続する。

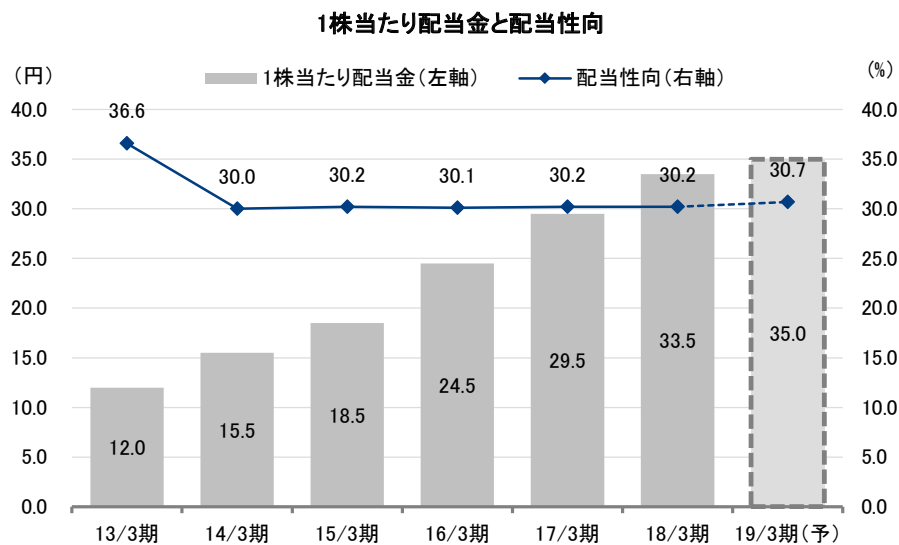
## ■ 株主還元策

### 2019年3月期は6年連続増配及び配当性向30%継続予想。 株式分割実施、株主優待も拡充

同社は株主還元策として配当を実施している。企業価値を継続的に拡大し株主への利益還元を行うことを重要な経営課題と位置付けており、配当性向「30%」の継続を基本方針とする。2018年3月期の1株当たり配当金は年間33.5円（中間15.5円、期末18.0円）※、配当性向30.2%と5年連続増配を達成した。2019年3月期は、増益予想を背景に、年間35.0円（中間17.0円、期末18.0円）、配当性向30.7%と6年連続の増配を予想する。

※株式分割を行う前の配当金は、年間67円（中間31円、期末36円）であった。

同社は、株式の流動性向上と株主還元を目的に株式分割を実施し、2018年4月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行った。また、株主優待制度も拡充を発表した。従来期末の株主のみを対象としていたが、2019年3月期から中間と期末の年2回実施する。具体的には、株式1単元（100株）以上保有する株主に対し、9月末と3月末の年2回、いずれもQUOカード1000円分を贈呈する。



注：2018年4月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行った。株式分割後の数値で表示  
 出所：決算短信よりフィスコ作成

#### 重要事項（ディスクレーマー）

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