

|| 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 >>>](#)

2019年1月29日(火)

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. 市場環境・強み	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
■ 市場環境・ベンチマーク	04
■ 強み	06
1. 「不動産テック」への取り組み	06
2. 「豊かな地域情報」の収集と発信	07
■ 業績動向	07
1. 2019年3月期第2四半期の業績概要	07
2. 2019年3月期通期の業績予想	08
■ 中長期の成長戦略	09
■ 株主還元策	11

■ 要約

都市集中化や IT 化の流れにいち早く対応し、業界トップクラスの成長。強みは「不動産テック」と「豊かな地域情報」による店舗競争力

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> グループの成長企業である。住宅需要の高い首都圏と東海圏を中心に直営 173 店舗（2018 年 10 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。近い将来には東証本則市場への市場変更を視野に入れていることも公表している。

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、収益構造を改善・維持しながら、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. 市場環境・強み

全国の世帯数は、2023 年をピークにその後急速に減少に転じるが、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。同社は 2019 年 1 月 21 日現在 178 の直営店舗を持つが、首都圏や愛知県などの都市部に集中し、市場の成長を追い風にする戦略を実行する。また、顧客に関しては、インターネットやスマートフォンの普及により、不動産を選ぶ顧客の行動様式は大きく変わった。特に情報検索の仕方、意思決定の仕方は様変わりし、その変化に追従できない不動産業者は機会を失うことになる。同社では、「リアル店舗」を持つ強みを生かして地域情報を収集し、様々な「IT ツール活用」を通じて顧客の検討を助け、その両方の相乗効果で成約を獲得する戦略である。賃貸仲介事業を行う上場企業において、営業収益及び営業利益の成長性を比較すると、同社の成長性はいずれもトップクラスであり、市場環境への高い対応力が数字でも確認できる。

2. 業績動向

2019 年 3 月期第 2 四半期の業績は、営業収益で前期比 7.3% 増の 5,268 百万円、営業利益で同 18.7% 減の 264 百万円と、ほぼ計画どおりの増収減益となった。上期において増収をけん引したのはリフォーム事業である。本格参入から 4 年目を迎え、既存店売上が増加したことに加え、2018 年 6 月には太田（群馬県）に営業所を開設し全国 7 営業所体制とエリアも拡大した。新規出店に伴う人件費増加などにより減益となったが、上期の営業利益計画より 87 百万円超過しており、また出店（2018 年 10 月までに 9 店舗）及び増員（前年同期比 49 名増）も予定の範囲であり、先行投資が順調に進んでいると評価したい。

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1,096百万円と期初の予想を据え置く。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。営業収益計画に対する第2四半期進捗率は46.4%(前年同期は45.4%)と前期を超える。リフォーム事業を中心に収益構造の多様化も進んでいる。営業利益の計画に対する第2四半期進捗率は24.2%(同30.3%)ではあるが、繁忙期が2月-3月となる業界特性から、例年どおり下期偏重の業績を見込む。今期は4月の新卒採用を75名(前期は49名)と増やしたため、育成期間の人件費負担が重かったが、戦力となって繁忙期を迎えるため下期は業績貢献が期待できる。

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中期経営計画を策定している。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。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、今回も保守的な計画値と見た方がよい。あくまで弊社試算ではあるが、店舗数の増加(31店舗増)ペースで成長すると、売上高で13,100百万円前後まで到達すると推計できる。

リフォーム事業は、4年目を迎え、本格的な成長期に入った。2019年3月期第2四半期の営業収益は410百万円(前年同期は195百万円)と倍増の勢いだ。2018年6月には7営業所目になる太田店(群馬県)を新設した。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メニューも増え、運営も効率化され、既に黒字化している。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りフォーム”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。

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。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。株主優待も拡充されており、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1,000円分が贈呈される。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流動性が高まった。

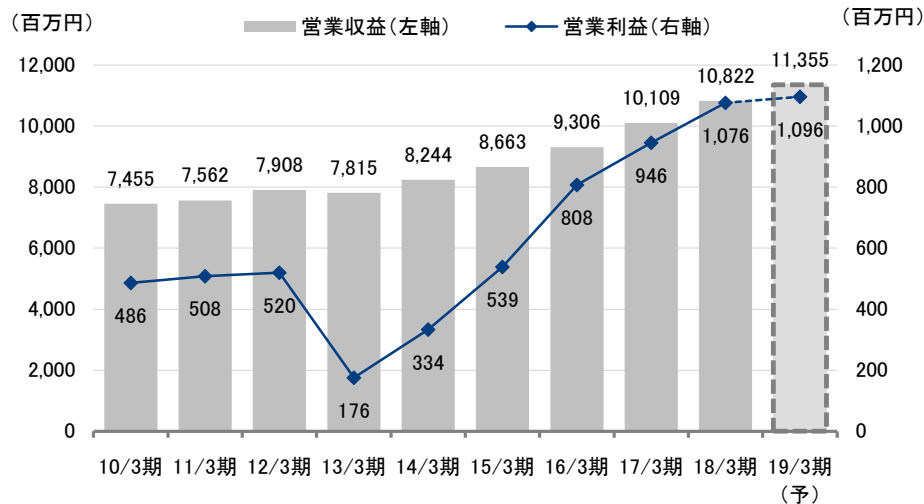
※ 株式分割を行う前の配当金は、年間67円(中間31円、期末36円)であった。

Key Points

- ・都市集中化やIT化の流れにいち早く対応。業界トップクラスの成長性
- ・強みは「不動産テック」と「豊かな地域情報」による店舗競争力
- ・中期経営計画はやや保守的。新店計画と好調なりフォーム事業を加味するとさらに大きな成長が期待できる
- ・配当性向30%維持方針。過去5年連続増配の実績。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

首都圏と東海圏を地盤に店舗展開する不動産仲介業界の成長企業

1. 会社概要と沿革

同社は、首都圏と東海圏を地盤に不動産仲介及び住まい関連サービスを行う業界有数の成長企業である。1998年に大東建託の100%出資子会社として設立され、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。出店は関東と東海を中心とした都市部に集中しており、2018年10月末で全国174店舗(FC店1店舗含む)を持つ。従業員数は1,038名(2018年9月末現在)。2011年6月に、大証JASDAQ市場(現東証JASDAQ市場)に上場。近い将来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、収益構造を改善・維持しながら、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85.0%（2019年3月期第2四半期）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44.7%（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、サニタリーサービスなど多岐にわたり、営業収益構成比は40.3%（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（2019年3月期第2四半期）

（単位：百万円）

事業セグメント	主な業務内容	営業収益	営業収益構成	前年同期比
不動産賃貸仲介事業	個人向け住宅の賃貸仲介手数料	2,357	44.7%	1.2%
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	2,121	40.3%	19.5%
その他事業	貸会議室 データ作成業務 その他	788	15.0%	-2.0%
合計		5,268	100.0%	7.3%

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 市場環境・ベンチマーク

都市集中化やIT化の流れにいち早く対応。 業界トップクラスの成長性

賃貸仲介市場は、世帯数の推移に影響を受ける。全国の世帯数は、2023年をピークにその後急速に減少に転じる。しかし、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（国立社会保障・人口問題研究所）。同社は2018年10月末時点で173の直営店舗を持つが、首都圏に112店舗（構成比64.7%）、愛知県で27店舗（構成比15.6%）であり、市場の成長を追い風にする戦略を実行する。顧客が40代を中心に“持家志向”から“賃貸志向”に変化していることも賃貸市場の成長を後押ししている。

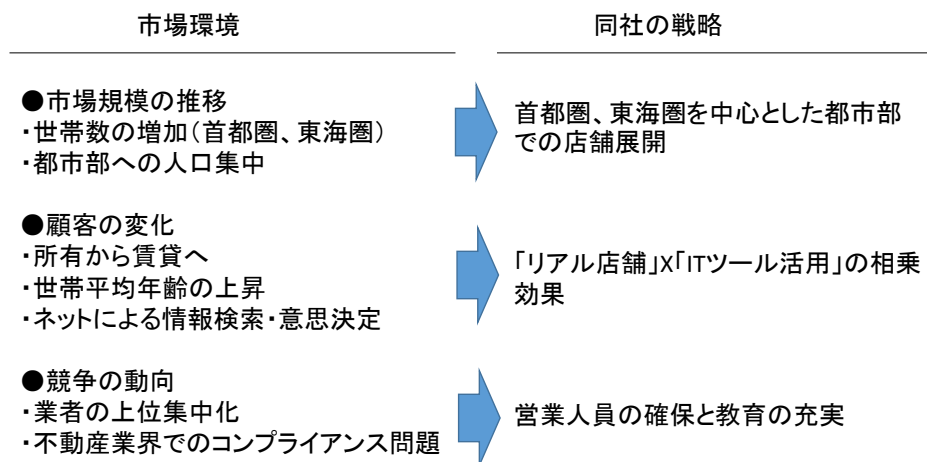
また、顧客に関しては、インターネットやスマートフォンの普及により、不動産を選ぶ顧客の行動様式は大きく変わった。特に情報検索の仕方、意思決定の仕方は様変わりし、その変化に追従できない不動産業者は機会を失うことになる。同社では、「リアル店舗」を持つ強みを生かして地域情報を収集し、様々な「ITツール活用」を通じて顧客の検討を助け、その両方の相乗効果で成約を獲得する戦略である。

ハウスコム | 2019年1月29日(火)
 3275 東証 JASDAQ | <https://www.housecom.co.jp/ir/>

市場環境・ベンチマーク

競争環境も変化をしている。マクロでは宅建業者の数は個人営業が減り、法人事業者は増える傾向にある（国土交通省）。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。2018年は大手不動産企業（及び金融機関）のコンプライアンスに関わる不祥事が相次いだ。シェアハウス経営やアパート経営へのずさんな融資などはその代表例である。同社では、新卒を中心に営業人員を確保し、直営店ならではの充実した社員教育を行うことで他社との差別化を図る戦略である。

市場環境と同社の戦略



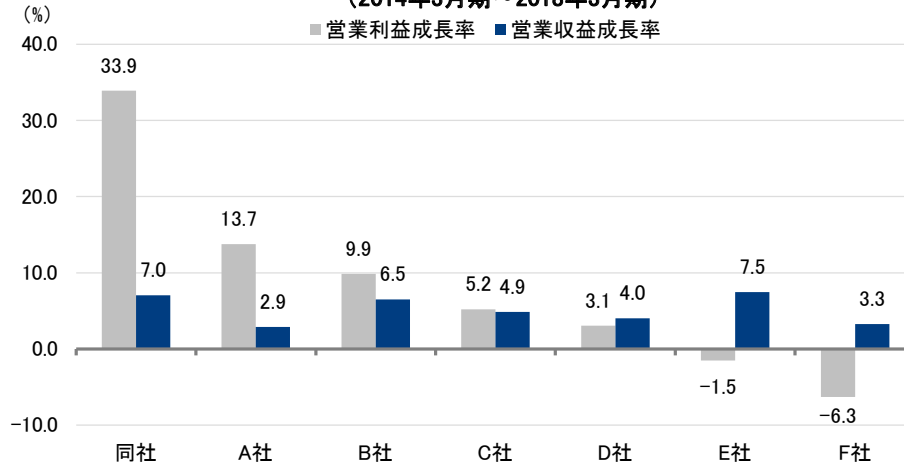
出所：会社資料よりフィスコ作成

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（株）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。賃貸仲介事業を行う上場企業において、営業収益及び営業利益の成長性を比較すると、同社の成長性の高さが浮き彫りになる。具体的には、2014年3月期から2018年3月期までの4年間に、同社は営業収益で年平均7.0%、営業利益で33.9%の成長を遂げている。増収率でトップクラス、増益率では抜きん出た業績である。積極的な新規出店とともに、ITツールを活用して店舗の競争力及び生産性を向上させてきたことが結果に表れている。

※ 2016年10月～2017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。

市場環境・ベンチマーク

賃貸仲介業界ベンチマーク
営業利益・営業収益の年平均成長率
(2014年3月期～2018年3月期)



出所：各社決算短信、A社、B社は賃貸事業セグメント（管理収入、賃貸仲介収入を含む）の数値、C社は賃貸仲介事業セグメントの数値、同社・D社・E社・F社は会社全体の数値

強み

強みは「不動産テック」と「豊かな地域情報」による店舗競争力

インターネットとスマートフォンの普及は顧客の行動に大きな変化をもたらしている。そして、この変化に対応できる業者と対応できない業者の格差を生む原因にもなっている。

1. 「不動産テック」への取り組み

同社では2015年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。他社に先駆けて新技術を取り入れていることは業界内でもよく知られている。代表的な取り組みである「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。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や予約機能が便利。遠方からの引っ越しの顧客には、「オンライン内見システム」や「IT重説」が好評である。ちなみに「マイボックス」を持つ登録者は累積で250万人に達し、顧客の好みや物件検討履歴が蓄積されており、同社にとって貴重な情報資産となっている。

2. 「豊かな地域情報」の収集と発信

同社は、地域に根差した“豊かな情報”を充実させる取り組みを強化してきた。この背景は、顧客にとって部屋探しは、単なる“住居の移動”ではなく、“新生活の充実”であるという考えからである。“豊かな情報”の一例としては、Web マガジン「Living Entertainment」の発信。専属のライターが街を歩き、現地の歴史や魅力のある人、場所についてレポートする。また、全国のハウスコム直営店の店長が、店舗で日々働くなかで得た街情報を発信する「ご当地コラム」も人気が高い。このように自社のオウンドメディアを通じて地域情報を発信するだけでなく、店舗のスタッフが地域情報に精通して提案力を高めていくことにも取り組んでいる。物件そのものについての情報だけでなく、そこに暮らしたらどのような生活を営むことができるのか、顧客一人ひとりに対してその提案をどこまでできるかが顧客満足につながり他社との差別化になると考えているからだ。その取り組みのひとつとして、同社の接客力等を競う社内コンテストがある。特に、同コンテストでは接客技能部門だけでなく「街のマイスター」部門を設けており、その街で生活しようとする人に向けた提案力が競われていることが象徴的だといえよう。

■ 業績動向

2019 年 3 月期第 2 四半期はリフォーム事業が成長し増収、期中の減益は計画範囲内。新店 9 店（2018 年 10 月末現在）、人員採用など進捗順調、2019 年 3 月期も着実に増収増益を予想

1. 2019 年 3 月期第 2 四半期の業績概要

2019 年 3 月期第 2 四半期の業績は、営業収益で前期比 7.3% 増の 5,268 百万円、営業利益で同 18.7% 減の 264 百万円、経常利益で同 19.1% 減の 266 百万円、四半期純利益で同 18.0% 減の 169 百万円となり、増収減益となった。

上期において増収をけん引したのはリフォーム事業である。本格参入から 4 年目を迎え、既存店売上が増加したことに加え、6 月には太田（群馬県）に営業所を開設し全国 7 営業所体制とエリアも拡大した。一方で、不動産賃貸仲介事業では、大型台風や豪雨等による影響を受けた地域があったことや新卒採用人数の増加・店舗間での人員の再配置の影響等により営業収益は微増にとどまった。費用面では、リフォーム事業の拡大に伴い原価が増えたこと（前年同期比 170 百万円増）、新規出店に伴う人件費増加（同 89 百万円増）などにより増加し、結果として営業利益は減益となった。減益ではあるが、上期の営業利益計画より 87 百万円超過しており、また出店（上期 5 店舗、2018 年 10 月に 4 店舗出店）及び増員（前年同期比 49 名増）も予定範囲であり、先行投資が順調に進んでいると評価したい。

業績動向

2. 2019年3月期通期の業績予想

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880百万円と期初の予想を据え置く。

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、2018年10月末時点で9店舗を開設し進捗は順調。営業収益計画に対する第2四半期進捗率は46.4%（前年同期は45.4%）と前期を超える。リフォーム事業を中心に収益構造の多様化も進んでいる。利益面では、新規出店費用や店舗人員の充足などで費用がかかるため、一時的な期中の減益は想定どおりである。営業利益の計画に対する第2四半期進捗率は24.2%（前年同期は30.3%）ではあるが、繁忙期が2月-3月となる業界特性から、例年どおり下期偏重の業績を見込む。今期は4月の新卒採用を75名（前期は49名）と増やしたため、育成期間の人件費負担が重かったが、戦力となって繁忙期を迎えるため下期は業績貢献が期待できる。

2019年3月期第2四半期実績、2019年3月期通期業績予想

（単位：百万円）

	18/3期			19/3期					
	2Q 実績	2Q 対売上比	通期 実績	2Q 実績	2Q 対売上比	2Q 前年同期比	通期 予想	前期比	2Q 進捗率
営業収益	4,909	100.0%	10,822	5,268	100.0%	7.3%	11,355	4.9%	46.4%
営業費用	4,583	93.4%	9,746	5,003	95.0%	9.1%			
営業利益	325	6.6%	1,076	264	5.0%	-18.7%	1,096	1.9%	24.2%
経常利益	329	6.7%	1,328	266	5.1%	-19.1%	1,344	1.2%	19.8%
当期純利益	206	4.2%	856	169	3.2%	-18.0%	880	2.8%	19.2%

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 中長期の成長戦略

中期経営計画はやや保守的。新店計画と好調なリフォーム事業、外国人対応強化等を加味するとさらに大きな成長が期待できる

(1) 中期経営計画（現在初年度）

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中期経営計画を策定している。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、今回も保守的な計画値と見た方がよい。あくまで弊社試算ではあるが、店舗数の増加（31 店舗増）ペースで成長すると、売上高で 131.6 億円前後※まで到達すると推計できる。

※賃貸仲介事業（リフォーム事業除く）の売上高は 2018 年 3 月期実績を基準値に店舗数と同じペースで成長すると仮定。リフォーム事業の売上高は 2019 年 3 月期の予想売上高（上期実績を 2 倍）を基準値に店舗数と同じペースで成長すると仮定。

「2021 年 3 月期の姿」と題するビジョンは「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。

中期経営計画の概要

		内容
2021 年 3 月期の数値計画	営業収益	108.2 億円 (18/3 期) ⇒ 124.2 億円 (21/3 期)
	営業利益	10.7 億円 (18/3 期) ⇒ 11.8 億円 (21/3 期)
	期末店舗数	164 店舗 (18/3 期末) ⇒ 195 店舗 (21/3 期末)、年 12 店舗ペースの新規出店
	仲介件数	74 千件 (18/3 期) ⇒ 83 千件 (21/3 期)
ビジョン (2021 年 3 月期の姿)		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
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

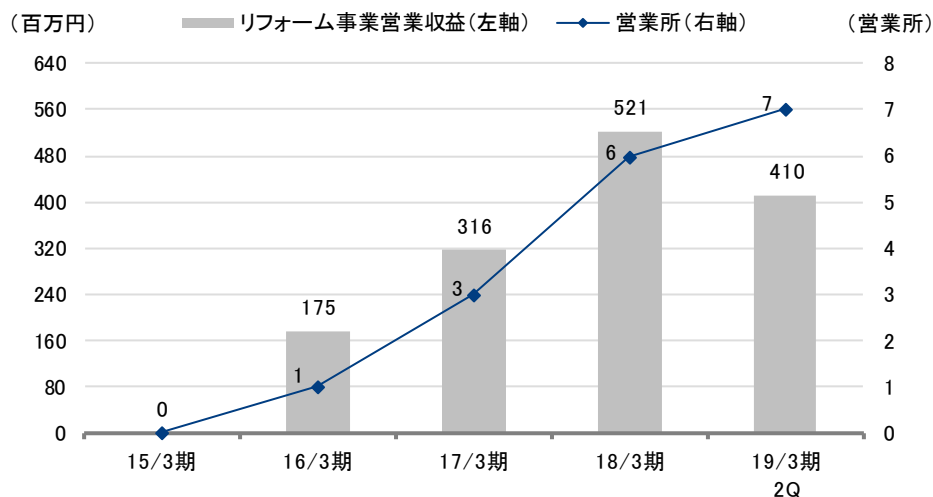
出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

中長期の成長戦略

(2) 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、4年目を迎え、本格的な成長期に入った。2019年3月期第2四半期の営業収益は410百万円（前年同期は195百万円）と倍増の勢いだ。船橋、川口、立川とリフォーム営業所を増やしてきた会社だが、2018年3月期は一気に3営業所（横浜、静岡、名古屋）を開設。2018年6月には7営業所目になる太田店（群馬県）を新設した。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メニューも増え、運営も効率化され、既に黒字化している。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。

リフォーム事業営業収益と営業所数



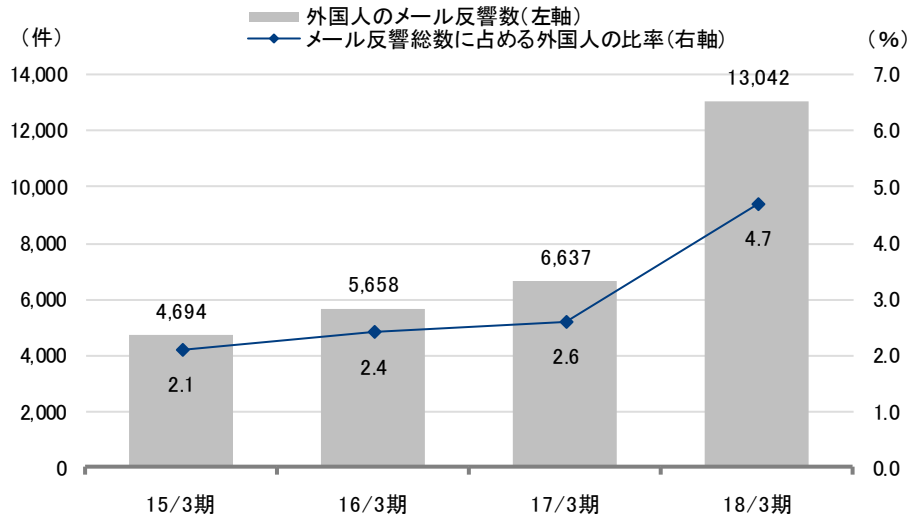
出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

(3) 外国人対応の強化

日本国内で居住する外国人は年々増えてきた。2019年4月施行の改正入国管理法により、今後も増加トレンドは続く予想される。同社はこれまでも、外国人の顧客に向けた賃貸仲介サービスを行ってきたが、今後は外国人の存在感が増す可能性が高い。メールの反響（問い合わせ）数で見ると、2015年3月期に4,694件（全メール反響の2.1%）だったが、2018年3月期には13,042件（全メール反響の4.7%）と3年間で倍増した。2019年3月期も第3四半期までの累計で10,929件（全メール反響の5.1%）と過去最高を更新する勢いだ。社内体制の強化も急ぐ。2018年4月以降、外国人従業員を14名増やした（新卒、中途、パート採用を含む）。国籍は中国、ベトナム、ネパール、ブラジル、ロシア、デンマーク、韓国など多国籍だ。2019年4月の新卒新入社員133名のうち外国人従業員は7名（ベトナム、中国、タイ、韓国）の予定である。多言語での対応ができる業界内プレーヤーは限られており、同社の競争力が更に増すことになろう。

中長期の成長戦略

外国人のメール反響の推移



出所：ヒアリングよりフィスコ作成

株主還元策

配当性向 30% 維持方針。過去 5 年連続増配の実績。株主優待も拡充

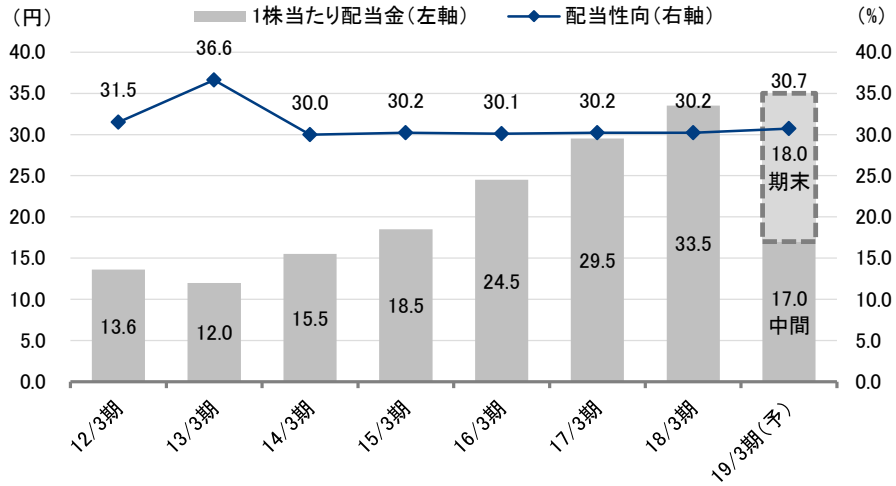
同社は株主還元策として配当を実施している。企業価値を継続的に拡大し株主への利益還元を行うことを重要な経営課題と位置付けており、配当性向「30%」の継続を基本方針とする。2018年3月期の1株当たり配当金は年間33.5円(中間15.5円、期末18.0円)※、配当性向30.2%と5年連続増配を達成した。2019年3月期は、増益予想を背景に、年間35.0円(中間17.0円、期末18.0円)、配当性向30.7%と6年連続の増配を予想する。

※ 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、今期からは株主優待制度を拡充する。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1,000円分を贈呈する。これらの施策の結果もあり、株主数は2,086人(2018年9月末、前年同月末1,128人)と大幅に増え、流動性が向上した。

株主還元策

1株当たり配当金と配当性向



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