

2014年1月15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 謙

■アフィリエイト市場の拡大見通しが成長余力に

アフィリエイト広告大手で、金融・オンラインゲーム業界カテゴリ向けに強みを持つ。ゲームアプリ、メディア事業を強化しているほか、海外では中国に続きインドネシア、タイに現地法人を設立した。

2013年9月期の連結業績は、売上高が前期比22.7%増の15,182百万円、営業利益が同5.4%増の592百万円となった。金融、ゲーム業界向けを中心に主力のアフィリエイト広告が好調に推移したのが要因だ。営業利益は売上構成の変化によって伸び悩んだ格好だが、2期連続で最高益を更新した。

2014年9月期は、売上高が前期比8.7%増、営業利益が同8.5%増と増収増益基調が続く見通し。アフィリエイト広告が引き続き収益を牽引する。また、今期は各事業において更なる成長拡大を実現するための、基盤作りを進める年となりそうだ。インターネット広告事業ではスマートフォン向けの販売強化を進めるほか、O2Oマーケティング領域への展開も進めていく。

メディア運営事業では「ママスタジアム」に続く新たなパーティカルメディアの開発に取り組む。さらに海外事業においてはタイやインドネシアでインターネット広告事業を立ち上げるべく、営業ネットワークの構築、顧客開拓を進めていく計画となっている。

成果報酬型のアフィリエイト広告は、広告主にとって費用対効果という面において、最適な広告手法であり、今後も国内市場での順調な拡大が見込まれる。国内アフィリエイト事業の拡大に加えて、メディア運営事業の収益改善やアジア圏での事業展開が成功すれば、成長ポテンシャルも一段と高まってくるものと予想される。

■Check Point

- ・ 2013年9月期は広告収入の伸長で過去最高益を更新
- ・ アフィリエイト販売強化などにより今期も増収増益を維持へ
- ・ 新サービスの足掛かりとして米社などと資本業務提携

売上高と営業利益の推移



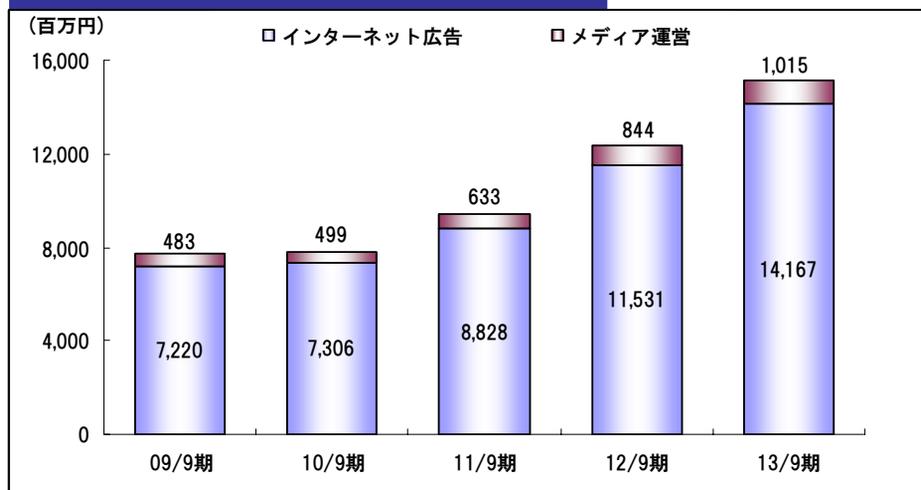
■ 事業概要

アフィリエイトを中心としたネット広告事業が収益の柱

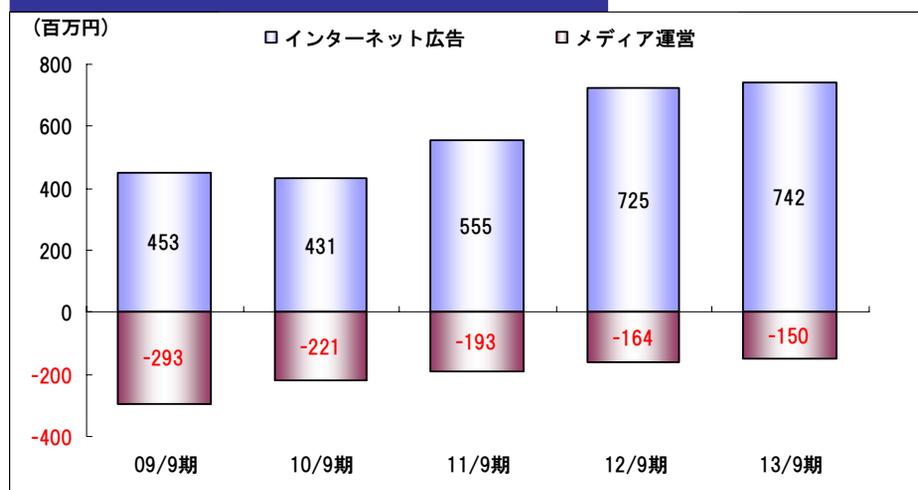
同社の事業はアフィリエイト広告を中心とするインターネット広告事業とメディア運営事業とに分けられる。直近5期間の売上高及び営業利益の推移を見ると、売上高ではインターネット広告事業が全体の9割超を占め、また、営業利益ではメディア運営事業の赤字をインターネット広告事業が吸収する構図が続いている。インターネット広告事業が同社の収益の柱となっている。

グループ子会社は7社で、ソーシャルゲーム開発のmore games（モアゲームズ）、アフィリエイト広告事業を行う電腦広告社、その他事業を展開するCiagram（シアグラム）とインタースペースグローバルのほか、中国、インドネシア、タイにインターネット広告事業を手掛ける海外子会社をそれぞれ設立している（海外子会社は2013年9月期まで非連結子会社）。

セグメント別売上高の推移



セグメント別営業利益の推移



■事業概要

金融・保険やエンタメ業界が主な広告主

(1) インターネット広告事業

インターネット広告事業では、アフィリエイト広告を中心に検索エンジン最適化（SEO：※1）やリスティング広告、DSP広告（※2）などを手掛けている。売上高の大半はアフィリエイト広告による収入で、アフィリエイト運営事業者のなかでは大手の一角を占めている。

アフィリエイト広告とは成果報酬型のインターネット広告のことで、商品購入や資料請求などの最終成果が発生した件数に応じて広告主が広告を掲載したWebサイト（パートナーサイト）やメールマガジンなどの運営者に対して対価を支払う形態のことを言う。広告主からこれら広告掲載者に至るまでの中間段階として、アフィリエイトプログラムを提供する会社のような運営業者が介在することになる。

アフィリエイトプログラムとは広告掲載者が自身のサイトに広告を掲載するためのツールであり、使い勝手の良いツールが各運営業者から提供されている。同社は2001年にアフィリエイトプログラム「アクセストレード」を開発し、2013年9月末時点で38万サイトのパートナーサイトで使用されている。

※1 検索エンジン最適化（SEO）：検索エンジン経由での集客を増やすための施策。希望するキーワードでの検索結果において、より上位に表示されるようにウェブサイトに施す対策、及びその技術を指す。

※2 DSP広告：DSPは「Demand-Side Platform（デマンドサイドプラットフォーム）」の略。オンライン広告において、広告主側の広告効果の最大化を支援するツールのこと。

アフィリエイトの仕組み

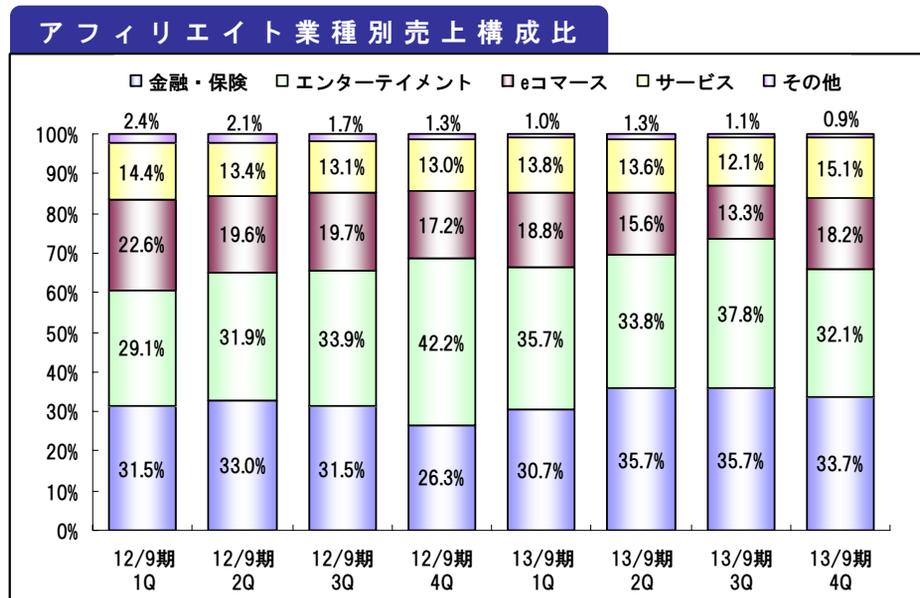


出所：会社HP

■事業概要

同社の収益は広告主からの広告料を売上高として計上し、そのうちパートナーが受け取る報酬額を支払成果報酬として売上原価に計上している。原価率はここ数年、緩やかながらも上昇傾向となっている。これは顧客構成の変化や支払報酬率の高いモバイル向け売上比率の上昇に起因しているものと考えられる。

同社の広告主の業種別売上構成比の推移はグラフの通りで、金融・保険とエンターテインメントがそれぞれ30%超と大きく2つの合計で6割強の水準となっている。金融・保険ではFX業者向けに強く、エンターテインメント向けではオンラインゲームの比率が高くなっている。



また、同事業の売上高を種類別に分けると、パソコン（PC）向けアフィリエイトの比率が6割程度を占めているが、このなかには実際はスマートフォンによって広告を閲覧し、商品の購入など成果報酬につながったケースも多く含まれている。スマホの普及拡大が、アフィリエイト広告市場の成長を牽引したとも言える。

なお、SFAとは「Store Front Affiliate（ストアフロントアフィリエイト）」の略で、リアル店舗型のアフィリエイト広告サービスを指す。主に携帯電話販売店にてサービス提供を行っているもので、携帯電話の購入者に対して、広告主が提供するコンテンツアプリやサービスをショップ店員が勧め、ダウンロードやサービスを開始した段階で成果報酬が発生する仕組みとなる。店員が直接、顧客に商品を提案することが可能であり、広告主にとっては費用対効果の高い広告サービスとなっている。同社は携帯電話ショップでのSFAに関しては、業界でもトップクラスの実績とネットワークを形成している。

こうしたアフィリエイト広告の収益を伸ばすには、いかに人気の高いWebサイトやブログ運営者をパートナーとして囲い込むかが重要な戦略となる。閲覧者数が多いサイトのほうが成果につながる確率も必然的に高まるためだ。同社の提携サイト数は38万サイトを超える水準まで拡大しているが（業界最大はファンコミュニケーションズ<2461>の約180万サイト）、このうち上位50サイトで全売上高の約8割を占めていることから、その重要性がうかがえる。



■事業概要

ママ向けコミュニティサイトやソーシャルゲームなども展開

(2) メディア運営事業

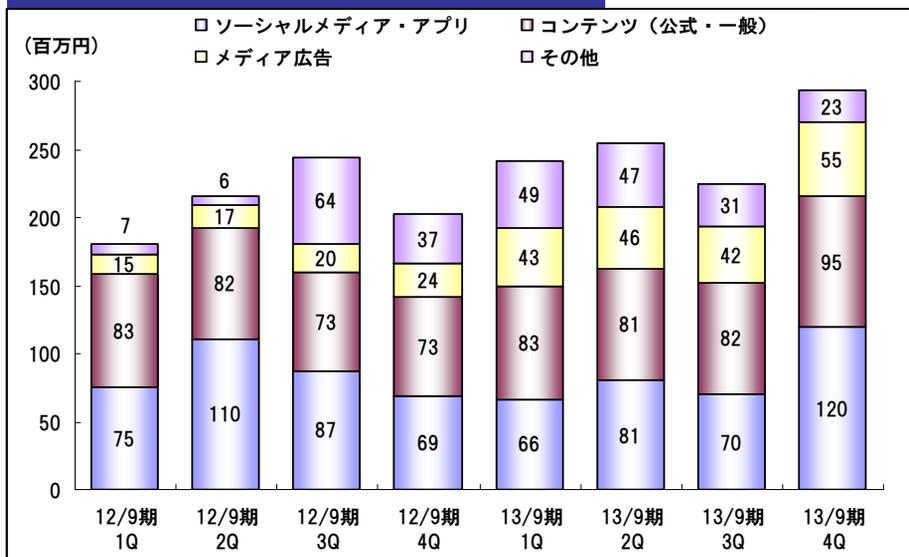
メディア運営事業は、自社運営しているママ向けコミュニティサイト「ママスタジアム」の広告枠を販売するメディア広告事業と、子会社のmore gamesが展開するソーシャルメディア・アプリ事業が中心となる。more gamesでは、主に女性向け恋愛シミュレーションゲームの開発のほか、通信キャリアの公式サイト向けゲームコンテンツの開発も行っている。

ママ向けコミュニティサイト「ママスタジアム」 ～月間利用者数が100万人を突破～



出所：会社説明会資料

メディア運営事業サービス別売上高の推移



■業績動向

2013年9月期は広告収入の伸長で過去最高益を更新

(1) 2013年9月期の業績概要

11月12日付で発表された2013年9月期の連結業績は、売上高が前期比22.7%増の15,182百万円、営業利益が同5.4%増の592百万円、経常利益が同7.5%増の597百万円、当期純利益が同18.2%増の197百万円となり、売上高、営業利益、経常利益はいずれも過去最高を更新した。

2013年9月期の業績概要（単位：百万円）

	12/9期			13/9期			
	実績	売上比	期初計画	実績	売上比	前期比	計画比
売上高	12,375	-	14,616	15,182	-	22.7%	3.9%
売上原価	9,805	79.2%	-	12,331	81.2%	25.8%	-
販管費	2,008	16.2%	-	2,258	14.9%	12.5%	-
営業利益	561	4.5%	750	592	3.9%	5.4%	-21.1%
経常利益	555	4.5%	750	597	3.9%	7.5%	-20.4%
当期純利益	166	1.3%	366	197	1.3%	18.2%	-46.1%

売上高の増加要因は、アフィリエイト広告収入の好調を受けたインターネット広告事業の増収によるものだが、メディア運営事業でも広告収入が牽引し、増収基調を継続した。営業利益に関しては1ケタ台の増益率にとどまったが、これはアフィリエイト広告のなかで原価高なカテゴリーの販売シェアが上昇したことで、売上原価率が81.2%と前期比で2.0ポイント上昇した影響が大きい。増収効果によって販管費率は14.9%と同1.3ポイント低下したものの、原価率の上昇分をカバーできず、営業利益率は3.9%と同0.6ポイントの低下となった。当期純利益の増益率が2ケタ台となっているのは、連結子会社の損失額が縮小した影響による。

また、期初計画との比較で見れば、売上高は計画を上回ったが、利益ベースでは計画を下回って着地した。これはソーシャルゲームの収益改善が当初見込みより遅れた影響が大きい。期初計画ではソーシャルゲームを含むメディア運営事業の黒字化を第3四半期（4-6月期）から計画していたが、実際に黒字化したのは第4四半期（7-9月期）からとなった。

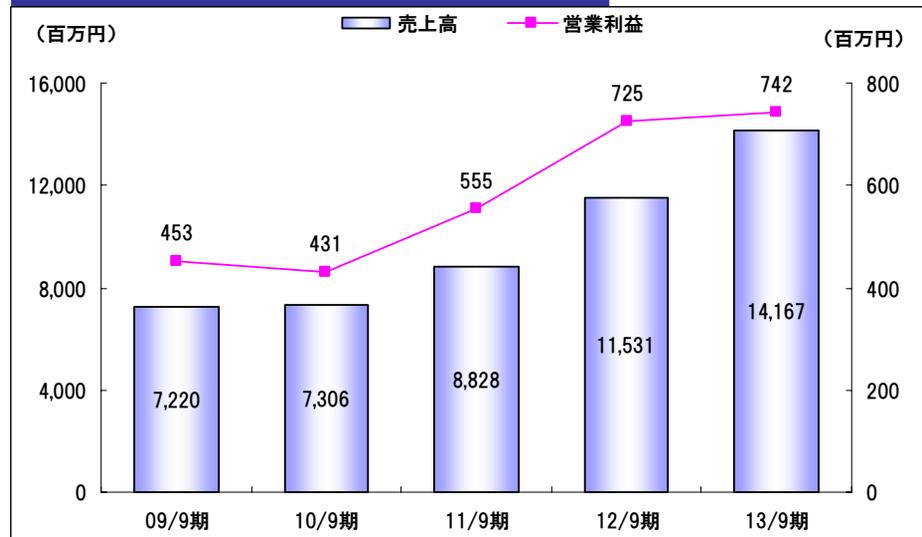
インターネット広告事業では金融・保険向けが好調

(2) インターネット広告事業の動向

インターネット広告事業の売上高は前期比22.9%増の14,167百万円、営業利益は同2.4%増の742百万円となった。業種別で見ると、株式市場やFX市場の活況を背景に、金融・保険業界向けが前期比38%増と好調に推移したほか、エンターテインメント向けもスマートフォン用アプリの広告販売が順調に伸び、同23%増と大幅増ペースが続いた。また、サービス業界向けでは、人材派遣やエステ関連などの広告販売が堅調だった。

■業績動向

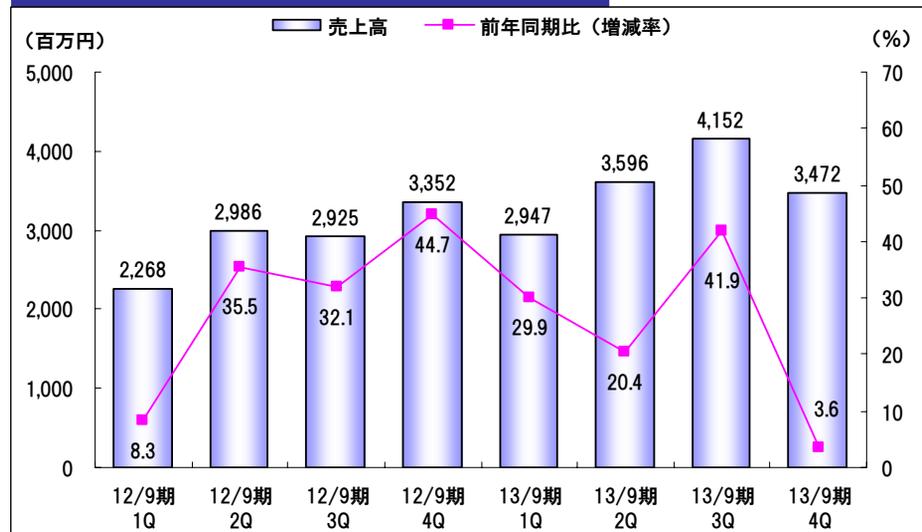
インターネット広告事業の業績推移



前述したようにアフィリエイト広告のうち約半分はスマホ経由となっており、スマホの普及がアフィリエイト広告市場の成長を牽引した格好となっている。特に、SFAについては、スマホ購入者へのコンテンツアプリプロモーションが好調で、前期比31%の増収だった。

また、四半期別の売上高を見ると、第3四半期（4-6月期）の売上高が大きく伸び、第4四半期（7-9月期）に失速した格好となっている。第3四半期に関しては、ゲームコンテンツのテレビCM広告でスポット売上高が計上された影響が大きい。また、第4四半期には、NTTドコモ<9437>がiPhoneの発売を開始したこともあり、SFAの売上高が前年同期の990百万円から730百万円へ減少に転じたことが響いた。SFAで販売するコンテンツアプリは、Android端末向けのプロモーションが多いためだ。

四半期別の業績推移



■業績動向

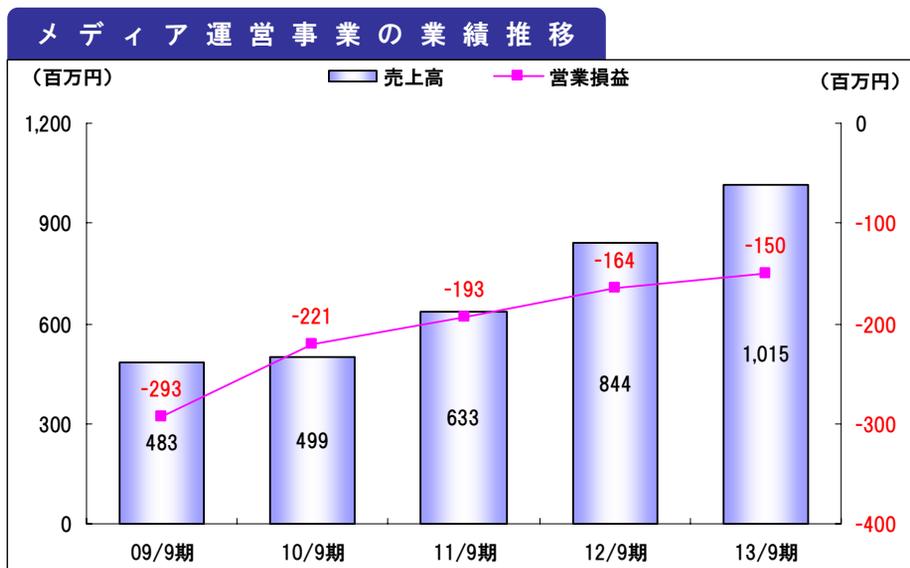
メディア運営事業ではママ向けコミュニティサイトの利用者が拡大

(3) メディア運営事業の動向

メディア運営事業の売上高は前期比20.3%増の1,015百万円、営業損失は150百万円（前期は164百万円の損失）となった。売上高ではメディア広告収入が前期の76百万円から186百万円に増加した。

運営する「ママスタジアム」で、タレントを起用したコラムを定期的に掲載するなど、サイトリニューアルとコンテンツの充実に注力。その結果、月間利用者数が2013年9月時点で140万人弱と、前年同月の20万人強から急拡大し、月間ページビュー（PV）も1億PVを超えるなど、広告媒体としての価値が高まった。ソーシャルゲームアプリでは、女性向け恋愛シミュレーションゲームなど年間3本のタイトルをリリースしたほか、「公式コンテンツ」や「auスマートパス」向けコンテンツの売上高が好調に推移した。

ただ、赤字幅は若干縮小するにとどまった。メディア広告は黒字を継続したものの、ソーシャルゲームアプリの開発負担が重荷となった。



Ameba

女性向け恋愛シミュレーションゲームなど年間3本リリース

出所：会社説明会資料



■業績動向

自己資本比率など安全性指標は良好な水準

(4) 財務状況と経営指標

2013年9月末の財務状況について、総資産は事業規模の拡大に伴って前期末比363百万円増加し、4,908百万円となった。無形固定資産は前期末比で61百万円減少したが、これは子会社ののれん費用76百万円を一括償却したことによるものである。一方、負債合計は前期末比186百万円増加の2,476百万円となった。売上増加に伴う買掛金の増加164百万円が主因となっている。

経営指標を見ると、安全性指標に関しては流動比率、自己資本比率、D/Eレシオなどいずれも問題のない水準であり、現預金が2,387百万円と総資産の半分近くを占めていることから良好な状況と言える。ただ、営業利益率が3.9%と前期比で若干低下したほか、同業他社を下回る水準で推移しており、収益性の改善は今後の経営課題となろう。

2013年9月期の財務概要（単位：百万円）

	10/9期	11/9期	12/9期	13/9期
流動資産	2,470	2,887	3,928	4,098
（現預金）	1,461	1,624	2,366	2,387
有形固定資産	157	74	82	120
無形固定資産	135	270	306	244
投資等	257	365	227	445
総資産	3,020	3,598	4,545	4,908
流動負債	1,280	1,462	2,164	2,371
固定負債	91	32	125	104
（有利子負債）	93	0	100	86
負債合計	1,371	1,495	2,290	2,476
純資産	1,649	2,103	2,254	2,431
負債純資産合計	3,020	3,598	4,545	4,908
【安全性】				
流動比率（流動資産÷流動負債）	192.9%	197.5%	181.5%	172.8%
自己資本比率（自己資本÷総資産）	54.6%	58.2%	49.5%	49.5%
D/Eレシオ	5.7%	0.0%	4.4%	3.5%
【収益性】				
ROA（営業利益÷総資産）	7.0%	10.9%	13.8%	12.5%
ROE（純利益÷自己資本）	4.0%	23.3%	7.7%	8.4%
売上高営業利益率	2.7%	3.8%	4.5%	3.9%

■業績見通し

アフィリエイト販売強化などにより増収増益を維持へ

2014年9月期の連結業績は売上高が前期比8.7%増の16,500百万円、営業利益が同8.5%増の642百万円、経常利益が同7.1%増の639百万円、当期純利益が同61.7%増の319百万円を見込んでいる。当期純利益の増益率が大きいのは特別損失（のれんの一括償却）がなくなることに加えて、子会社の赤字幅が縮小する影響が大きい。

2014年9月期の業績見通し（単位：百万円）

	13/9期		計画	14/9期	
	実績	売上比		売上比	前期比
売上高	15,182	-	16,500	-	8.7%
売上原価	12,331	81.2%	-	-	-
販管費	2,258	14.9%	-	-	-
営業利益	592	3.9%	642	3.9%	8.5%
経常利益	597	3.9%	639	3.9%	7.1%
当期純利益	197	1.3%	319	1.9%	61.7%

インターネット広告事業では、アフィリエイトの販売強化を進めるほか、SFAでの新規プロダクト開発を進めていく。メディア運営事業では「ママスタジアム」のブランディング強化に加えて、新たなパーティカルメディア（特定のテーマに絞った領域特化型メディア）の開発にも取り組む。ソーシャルアプリに関しては、恋愛シミュレーションゲームの横展開（ネイティブアプリ、他社プラットフォームへの提供など）と、1タイトル当たりの開発期間短縮による収益性改善を進めていく方針だ。また、2013年に新規進出したインドネシア、タイにおける現地営業活動も本格化していく。

以上から、事業別の営業利益では、インターネット広告事業で前期比50百万円増の790百万円、メディア運営事業では20百万円への赤字縮小を見込む。一方で、新規メディア開発費用で50百万円、海外事業の立ち上げ費用で80百万円のコスト増加を見込んでおり、全体の営業利益は前期比8.5%増の642百万円となる計算だ。

業績見通しサマリ（営業利益）

13/9期	14/9期
連結営業利益（実績） 592百万円	連結営業利益（予想） 642百万円
インターネット広告 740百万円	インターネット広告 790百万円
メディア運営 ▲150百万円	メディア運営 ▲20百万円 新規メディア事業 ▲50百万円 海外事業 ▲80百万円



■事業戦略

新サービスの足掛かりとして米社などと資本業務提携

(1) インターネット広告事業

インターネット広告事業では、前期は競合他社と比較してスマホへの対応や「LINE」などソーシャルネットワーキングサービス（SNS）向けの取り組みなどで出遅れた。このため、同社ではアフィリエイト事業の強化を再度進めるため、10月に営業の組織変更を行った。従来は顧客カテゴリー別に分けていたが、今後はアフィリエイト事業部、スマートフォン事業部、ストアフロント事業部と機能別に3事業部体制として、それぞれの分野で営業強化を進めていく方針としている。

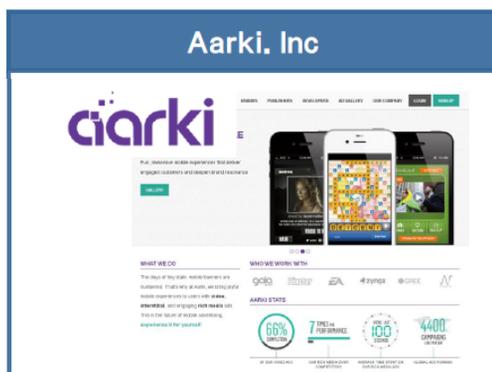
また、スマホ向けのアフィリエイト事業を強化するため、2013年9月に新作アプリ事前登録サービス「RocketStart（ロケットスタート）」をリリースした。ネイティブコンテンツが増えるなか、最新アプリやゲームをいち早く知り、楽しみたいという関心度とプレイ意欲が高いユーザーをリリース前に獲得することが可能となる。

また、スマホ向けのリッチメディア広告（動画やアニメーションを使った広告）をグローバルに展開する米Aarki（アーキ）と資本業務提携を10月に結んでいる。Aarkiが持つリッチメディア広告テクノロジーと、同社のアフィリエイトサービスプラットフォーム「アクセストレード」を融合することで、アフィリエイトでの動画広告やライトゲーム感覚の広告など効果の高い広告を提供し、販売の拡大につなげていくことが狙いだ。

SFA（ストアフロントアフィリエイト）では、従来の携帯ショップ向け以外のチャネル開拓にも取り組んでいく。11月に発表したO2Oマーケティングソリューションプロバイダーのモギーとの資本業務提携がその第1弾となる。モギーは次世代電子クーポンのプラットフォームとなる「moggy」を提供している会社。スマホに搭載された「moggy」アプリ上でデジタルチケットやクーポンを発行し、「紙と同じようにモギる」操作を行うことで、いつ誰がどのチケットを利用したか、チケット発行会社が管理できるシステムとなっている。チケットはスマホの端末IDごとに管理されるため、他人に譲渡・転売することはできなくなる。

また、ビッグデータとしての活用も可能なため、普及拡大が期待される電子クーポンシステムの1つとして注目されている。同社はモギーとの連携によって、SFAにおけるサービスの拡充や携帯ショップ以外の販売チャネル開拓を進めると同時に、クーポンと連動した新たなアフィリエイトサービスの共同開発も行っていく予定。

新たな資本業務提携先



出所：会社説明会資料

■事業戦略

「ママスタジアム」に続く新メディアの開発に注力

(2) メディア運営事業

メディア運営事業では、「ママスタジアム」の月間ユニークユーザー(UU)数、ページビュー(PV)数の拡大を図り、更なる媒体価値の向上を進め、広告収入を拡大していく。また、新規のパーティカルメディア(特定のテーマに絞った領域特化型メディア)の開発にも取り組む。新規メディア領域への投資については、2~3年で回収フェーズに持っていきたい考えだ。

また、ソーシャルアプリに関しては女性向けをターゲットとした恋愛シミュレーションゲームの開発を短期間で行い、1本当たりの損益分岐点を引き下げながら収益改善を進める方針。1タイトル当たりのライフサイクルが短くなってきており、同社でも四半期に1~2本のペースで新タイトルを積極的に投入していく。また、プラットフォームに依存しないネイティブアプリの開発も強化していく方針で、早期に黒字化に持っていきたい考えだ。

インドネシア、タイなど海外事業も本格始動へ

(3) 海外展開

海外事業においては、2012年の中国に次いで、2013年7月にインドネシア、10月にタイにそれぞれ子会社を設立した。これらの子会社では、インターネット広告を中心にWeb全般のサービスを行う。インドネシア、タイともにインターネットが普及期に入っており、特に、スマートフォンを中心としたモバイル系のインターネット市場が急速に拡大している。

インドネシアにおいては、インターネットユーザーが2012年の7,000万人から2016年には1億人を超えると予測されている。現在は主にソーシャルゲームやeコマースでの利用率が高くなっている。同社では海外向けアフィリエイトサービス「ACCESSTRADE」の提供を9月より開始しており、現在は広告掲載主や提携サイトなど営業ネットワークの開拓を進めている段階だ。また、現地ではeコマースが普及していることもあり、商品比較サイトを提供していくことも予定している。

タイでも11月より「ACCESSTRADE」の提供を開始した。タイではインターネット市場の拡大とともに、クレジットカードの需要が高まり、Eコマース市場などが急成長しており、アフィリエイトサービスの参入余地は大きいと考えられる。タイやインドネシアでは、まだアフィリエイト広告の市場は立ち上がっていないが、広告の投資効果に対する見方がセンシティブであり、成果報酬型のアフィリエイトサービスが受け入れられる素地は整っていると言えよう。

中国市場に関しては、スマホ向け広告を中心に営業開拓を進めている段階にあるが、まだ、売上高には結びついていないのが現状だ。あと半年から1年をかけて効果が出ないようであれば、戦略の変更も考えられる。また、同社では海外事業の売上高を3年間でグループ売上高の20%にすることを目標に掲げており、そのためにM&Aも有効な選択肢の1つとして考えている。

■ 同業他社比較

販路拡大や新サービス開発で収益性の向上を目指す

アフィリエイト運営会社の大手は同社のほかファンコミュニケーションズ<2461>、アドウェイズ<2489>、バリューコマース<2491>、リンクシェア・ジャパン（未上場：楽天<4755>の子会社）の4社が挙げられる。同社も含め5社合計での業界シェアは6割程度とみられる。

各社の特徴を見ると、ファンコミュニケーションズは提携サイトが約180万サイトと業界最大。中小企業向け広告ビジネスを長く手掛けており、eコマース向けの依存度が比較的高い。アドウェイズはモバイル向け比率が高く、ゲーム系に強みを持つ。モバイル系の比重が高いため、利益率も相対的に低くなっている。バリューコマースはヤフー<4689>の子会社であり、パソコン向けの比率が圧倒的に高く、またeコマースに強いのが特徴で、ファンコミュニケーションと並んで高い収益性を維持している。

これら上場3社との比較でインタースペースの利益率が低いのは、メディア運営事業の赤字が影響していることに加えて、インターネット広告事業においても、提携サイト開拓や広告主開拓のために人手を多くかけており、それがゆえに固定費が高くなっていることが要因とみられる。同社では顧客とのつながりを重視しており、広告効果の検証、並びに改善案の提案など、顧客サービス品質の維持向上に努めている。今後も販路の拡大や新サービスの開発を進めていくことで、事業規模の拡大と収益性の向上を目指し、上位企業をキャッチアップしていく戦略だ。

同業他社比較（単位：百万円）

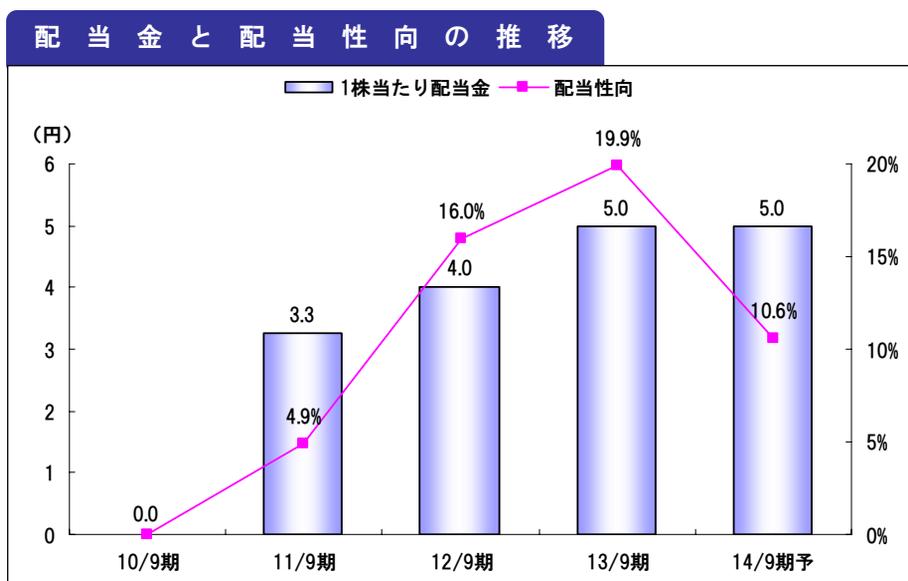
	決算期	売上高	伸び率	経常利益	伸び率	利益率	PER
インタースペース <2122>	13/9期	15,182	22.7%	597	7.5%	3.9%	
	14/9期予	16,500	8.7%	639	7.1%	3.9%	27.9倍
ファンコミュニケーションズ <2461>	12/12期	14,482	36.7%	2,304	28.8%	15.9%	
	13/12期予	20,300	40.2%	3,480	51.0%	17.1%	58.9倍
アドウェイズ <2489>	13/3期	22,639	26.0%	429	-67.8%	1.9%	
	14/3期予	29,500	30.3%	550	28.0%	1.9%	240.3倍
バリューコマース <2491>	12/12期	9,507	22.1%	1,057	27.1%	11.1%	
	13/12期予	11,700	23.1%	1,530	44.7%	13.1%	46.3倍

注) 予想PERは1月15日終値を基に算出

■株主還元策

配当余力は十分、業績・資金需要の動向次第で増配も

同社は特段の配当性向基準を設けておらず、業績動向や資金ニーズ、将来の事業展開のための内部留保等を総合的に勘案し、決定するとしている。2011年9月期に配当を初めて実施してから3期連続で増配を実施しており、株主還元にも前向きなスタンスであることがわかる。現預金も2,000百万円以上有しており配当余力は十分にある。2014年9月期の配当予想は5.0円と前期並みだが、業績が順調に推移し、M&Aなど資金ニーズも発生しなければ、増配の可能性もあると弊社ではみている。



注) 2013年4月1日付で1株につき200株の割合で株式分割を実施。2011年9月期及び2012年9月期の配当は、当該株式分割に伴う影響を加味し、遡及修正を行った場合の配当額を記載

損益計算書 (単位：百万円)

	10/9期	11/9期	12/9期	13/9期	14/9期予
売上高	7,806	9,462	12,375	15,182	16,500
(対前期比)	1.3	21.2	30.8	22.7	8.7
売上原価	6,034	7,312	9,805	12,331	-
(対売上比)	77.3	77.3	79.2	81.2	-
販管費	1,561	1,787	2,008	2,258	-
(対売上比)	20.0	18.9	16.2	14.9	-
営業利益	209	362	561	592	642
(対前期比)	30.8	72.7	55.0	5.4	8.5
(対売上比)	2.7	3.8	4.5	3.9	3.9
経常利益	216	372	555	597	639
(対前期比)	33.5	72.1	49.2	7.5	7.1
(対売上比)	2.8	3.9	4.5	3.9	3.9
特別利益	1	0	2	0	-
特別損失	1	90	63	75	-
税引前利益	215	282	494	522	-
(対前期比)	-	31.0	74.8	5.5	-
(対売上比)	2.8	3.0	4.0	3.4	-
法人税等	150	-151	349	329	-
(実効税率)	69.9	-53.5	70.7	63.2	-
当期純利益	65	435	166	197	319
(対前期比)	-	569.4	-61.7	18.2	61.7
(対売上比)	0.8	4.6	1.3	1.3	1.9
発行済株式数 (千株)	6,680	6,770	6,892	6,934	-
1株当たり利益 (円)	10.04	66.84	24.98	29.29	47.26
1株当たり配当 (円)	0.00	3.25	4.00	5.00	5.00
1株当たり純資産 (円)	253.89	318.04	335.34	360.24	-
配当性向 (%)	0.0%	4.9%	16.0%	19.9%	10.6%
ROE (%)	4.0%	23.3%	7.7%	8.4%	-

注) 2013年4月1日付で1株につき200株の割合で株式分割を実施。2012年9月期以前の1株データは、当該株式分割に伴う影響を加味し、遡及修正を行った場合の数字を掲載

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・大阪証券取引所・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、企業との面会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・加工することは強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・譲渡することは強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