ソフトブレーン

4779 東証1部

Company Research and Analysis Report
FISCO Ltd.
http://www.fisco.co.jp

2014年3月5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

■主力2事業の成長で今期は増収増益へ

ソフトブレーン<4779>は企業の営業課題を解決、支援するためのSFA/CRM（営業支援/顧客管理）ソフトの大手。SFAの分野では国内で2～3割の市場シェアを握る。子会社で展開しているフィールドマーケティング事業が第2の収益柱に成長している。

1月30日付で発表された2013年12月期の連結業績は、売上高が前期比4.2%増、営業利益が同18.8%減だった。主力の「eセールスマネージャー関連事業」「フィールドマーケティング事業」の売上高は堅調に推移したものの、開発費や人件費の増加、「その他事業」の低迷が減益要因となった。

2014年12月期は売上高が前期比8.7%増、営業利益が同7.6%増と増収増益に転じる見通し。主力の「eセールスマネージャー」は新機能の追加や販売チャネルの拡大によって2ケタ成長が見込まれるほか、「システム開発事業」も黒字化が予測される。また、「フィールドマーケティング事業」もアウトソーシング化の流れの中で、拡大基調が続く見通しだ。

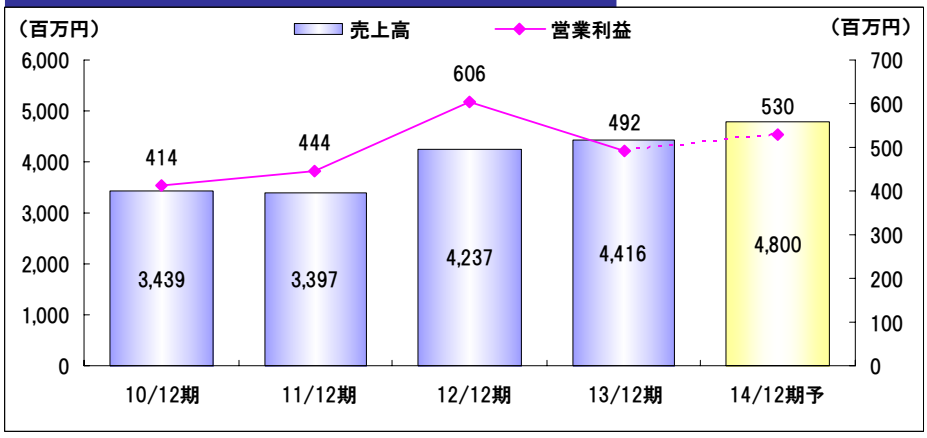
スマートフォンやタブレット端末などスマートデバイスの登場によって、営業部門の生産性向上を後押しする営業支援ソフトの成長ポテンシャルが高まってきている。スマートデバイスを利用することで、今まで以上に効果が表れやすくなってきたことが背景だ。同社も今後、「使い勝手No1のSFA」を目指して「eセールスマネージャー」の更なる機能向上を進め、売上高の拡大を図っていく。2月末には、「eセールスマネージャー」のリニューアル第1弾として、操作性を大幅に改善したデザインの刷新を実施。年度内にはタイムライン機能の追加や表計算ソフトとの連携も予定している。

課題であった販売チャネルについても2013年10月に中堅・中小企業向けに強い販売力を持つ大塚商会<4768>と協業を開始したほか、2014年2月には携帯電話販売事業者のアイ・ティー・エックス（ITX）とも業務提携を結ぶなど拡充が進んでいる。営業支援ソフトの企業への普及率はまだ数パーセントと低いこともあり、今後の同社の成長飛躍が期待される。

■Check Point

- 2013年通期は主力事業の堅調推移で増収を確保
- スマートデバイスの普及が今後の追い風要因に
- eセールスマネージャーの操作性改善など機能向上で売上増目指す

売上高・営業利益の推移



■事業概要

eセールスマネージャーなどで企業の営業活動を支援

同社の事業は「eセールスマネージャー関連事業」「フィールドマーケティング事業」「システム開発事業」「その他事業」の4つに区分されている。売上高、利益ともに「eセールスマネージャー関連事業」「フィールドマーケティング事業」で大半を占めており、両事業が収益の2本柱となっている。連結子会社は2013年12月末で5社と前期末比で1社減少した。同年9月にシステム開発事業のうち、中国子会社（軟脳離岸資源）をパートナー企業に売却している。

連結子会社の一覧

会社名	出資比率	主な事業内容
eセールスマネージャー関連		
ソフトブレーン・サービス	99%	営業コンサルティング、営業スキルトレーニング
フィールドマーケティング		
ソフトブレーン・フィールド	58%	店頭でのフィールド活動業務、マーケット調査
システム開発		
ソフトブレーン・オフショア	70%	ソフトウェアの受託開発
その他		
ソフトブレーン・インテグレーション	100%	スマートデバイスを活用した業務コンサル及び教育
ダイヤモンド・ビジネス企画	70%	ビジネス書籍の企画、編集、発行

クラウド対応や操作性、サポート力などに強み

○eセールスマネージャー関連事業

営業支援ソフト「eセールスマネージャー」のライセンス販売、クラウドサービス、カスタマイズ開発及び営業コンサルティング、営業スキルトレーニング等からなる。

「eセールスマネージャー」は営業活動のプロセスマネジメントを行い、各工程を「見える化」することで定量的に状況を把握し、改善点を見つけ出すことによって営業効率の向上を図っていくツールとなる。プロセスマネジメントによって「御用聞き営業」から脱し、「行くべき所に訪問し、やるべきことをやる営業」に変えていくことで、売上高の拡大と営業生産性の向上（収益率向上）という企業目標を実現するためのソフトウェアと言える。

「eセールスマネージャー」の販売形態としては、ソフトのライセンス販売で収入を得るオンプレミス型と、月額使用料を徴収するクラウド型とに分けられる。従来は、顧客側が自社で保有するサーバーなどにソフトをインストールして利用するオンプレミス型がほとんどであったが、ここ数年はクラウドコンピューティング市場の拡大によって、設備負担を必要とせず、初期導入コストが低いクラウド型の需要も伸びている。

市場規模としてはSFA（営業支援）分野で年間50億～80億円程度となり、同社のシェアは2～3割とみられる。競合企業は、NIコンサルティング（未上場）、セールスフォース・ドットコム（クラウド型のみ）など。クラウド市場ではセールスフォース・ドットコムが4割超のトップシェアを握っている。

■事業概要

「eセールスマネージャー」の導入実績は累計で2,000社を超えており、製造業からサービス業、大手から中小企業に至るまで幅広い企業に導入されている。同社製品の強みは、操作性や処理速度など使い勝手の良さに加えて、オンプレミス型、クラウド型と両方の販売形態に対応可能なこと、導入に向けたコンサルティングや教育研修サービスなどサポート力の高さにあると言える。

eセールスマネージャーの主な導入企業

出所：会社HP

フィールドマーケティングでは国内11万店舗をカバー

○フィールドマーケティング事業

子会社のソフトブレーン・フィールドで展開している事業で、主に店頭におけるフィールド活動やマーケット調査などを、主婦層を中心とした「キャスト（登録スタッフ）」を活用して行っている。

フィールド活動とは、主に食品や日用品など消費財メーカーの新商品発売時期に小売店舗で当該商品に関する店舗商談、売場構築、POP広告を設置する作業がメインとなる。従来は、メーカー社員などが行っていたが、販促費の効率化を進めるためアウトソーシング化する流れとなっている。顧客企業は350社超で食品・飲料やヘルスケア関連のメーカーが多い。キャスト数は2014年2月末に5万人を突破したほか、カバー店舗数は国内全体で11万店舗を超えており、全国をカバーしているのが強みとなっている。

マーケット調査とは、顧客が依頼した競合商品の価格調査、集計、レポート作成業務などを言う。同社では市場調査最大手のインテージ<4326>と共同で一部サービスを進めている。

■事業概要

また、2013年2月から新たなマーケティング支援サービス「購買理由データ提供サービス」（Point Of Buy：POB）を流通カード最大手のクレディセゾン<8253>と共同で開始。インターネットを介して、消費者が小売店で購入した商品（食料品、日用品等）に関する購買理由をレシート付でデータ収集することによって、より信頼性の高い詳細な消費行動を分析できるサービスとなっている。消費者側にとってもクレディセゾンが運営する「永久不滅.com」上でのポイントを獲得できるというメリットが生じる仕組みとなっている。

購買理由データ提供サービスの全体図

出所：会社HP

ソフトウェア開発では国内外の協力企業を活用

○システム開発事業

子会社のソフトブレーン・オフショアでソフトウェアの受託開発を行っている。前述したように、9月に中国の開発子会社を売却しているが、今後も同社を外注先として活用していくほか、国内やベトナムなどの協力企業も活用していく方針となっている。

○その他事業

子会社のソフトブレーン・インテグレーションが展開するiPad等のスマートデバイスを利用した業務コンサルティング及び教育事業と、ダイヤモンド・ビジネス企画による営業販促関連に関する書籍の企画・編集・発行が含まれる。

■決算動向

2013年通期は主力事業の堅調推移で増収を確保

（1）2013年12月期業績

1月30日付で発表された2013年12月期の連結業績は、売上高が前期比4.2%増の4,416百万円、営業利益が同18.8%減の492百万円、経常利益が同20.9%減の492百万円、当期純利益が同14.6%減の391百万円と増収減益だった。期初の会社計画に対して売上高、利益ともに下回る結果となった。

2013年12月期業績の概要

（単位：百万円）

	12/12期		13/12期				
	実績	対売上比	実績	対売上比	前年同期比	期初計画	達成率
売上高	4,237	-	4,416	-	4.2%	4,600	96%
売上原価	2,170	51.2%	2,663	60.3%	22.7%	-	-
販管費	1,460	34.5%	1,260	28.5%	-13.7%	-	-
営業利益	606	14.3%	492	11.2%	-18.8%	650	76%
経常利益	622	14.7%	492	11.2%	-20.9%	650	76%
特別損益	-8	-	17	-		-	-
当期純利益	458	10.8%	391	8.9%	-14.6%	400	98%

注）2013/12期よりソフトブレーン・フィールドの販管費のうち事業収益に対応する人件費・間接経費を売上原価として計上している。この変更に伴う影響額は222百万円（販管費が減少、売上原価が増加）。

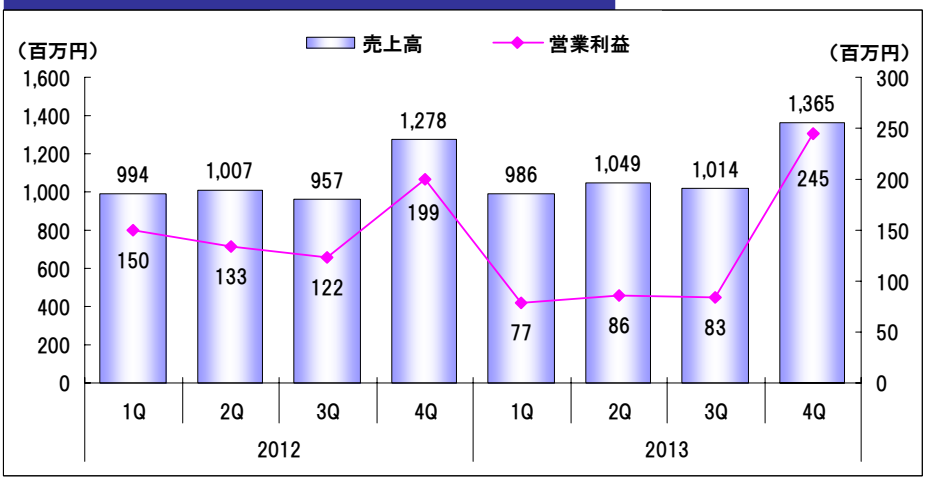
売上高に関しては、「eセールスマネージャー関連事業」や「フィールドマーケティング事業」が堅調に推移したことで増収を維持したが、営業利益は「eセールスマネージャー関連事業」における製品開発費や人件費の増加、並びに「その他事業」の不振によって3期ぶりの減益となった。

営業利益率は11.2%と前期比3.1ポイント低下している。内訳を見ると、売上原価率が60.3%と同9.1ポイント上昇したが、これは子会社のソフトブレーン・フィールドで従来販管費に計上していた人件費・間接経費の一部を売上原価に組み入れたことによるもの。この影響を除けば、55.3%と実質4.1ポイントの上昇だった。フィールド事業のウエート拡大が背景となっている。一方、販管費率も前期と同じベースで見れば33.6%となり、実質0.9ポイント低下した。諸経費の抑制を進めた効果とみられる。なお、特別利益として、子会社等の株式売却益17百万円を計上している。

通期では減益となったものの、四半期ベースで見れば第4四半期（10-12月期）に増益に転じており、足元の収益は回復トレンドに入ったことがうかがえる。

■決算動向

四　半　期　別　の　業　績　推　移



eセールスマネージャー拡販で大塚商会と協業開始

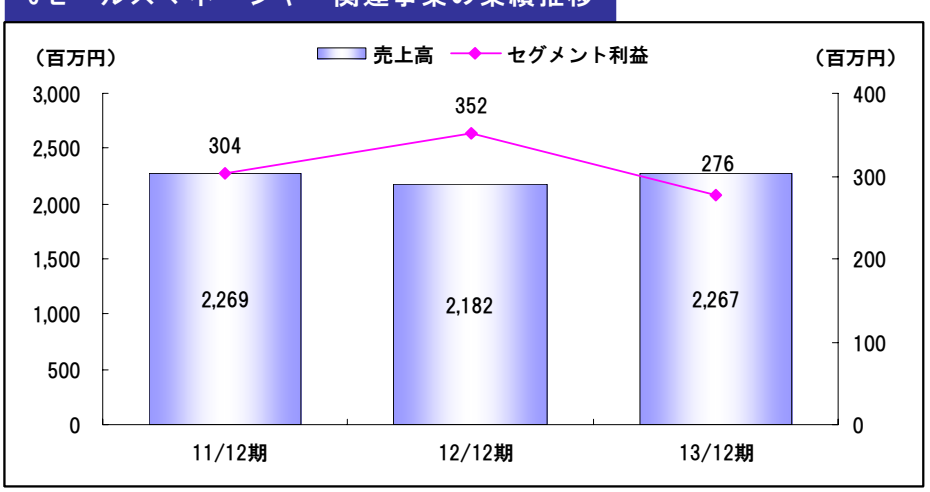
○eセールスマネージャー関連事業

事業セグメント別の動向を見ると、「eセールスマネージャー関連事業」の業績は、売上高が前期比3.9%増の2,267百万円、セグメント利益が同21.3%減の276百万円と増収減益だった。売上高に関しては、新規顧客の開拓が順調に推移し、クラウド型、オンプレミス型ともに増加した。主な新規顧客としては、日本生命の代理店営業部向けがあり、「eセールスマネージャーRemix Cloud」の採用を9月に発表している。システムの柔軟性や導入スピード、運用までのコンサルティングサービスなどが評価された格好だ。

また、10月からは中堅・中小企業向けに強い販売力を持つ大塚商会<4768>との協業も開始し、同社経由での販売もスタートした。このほか、子会社で展開している「営業マン育成コンサルティング」などのサービスも幅広い業種から引き合いが増加し、堅調に推移した。

一方、利益面では前述したように、製品の機能拡充、性能向上のための開発費、人件費の増加や販促・広告宣伝費の増加を受けて減益となった。

eセールスマネージャー関連事業の業績推移



注）2012/12期よりeセールスマネージャー関連事業からシステム開発事業を分離

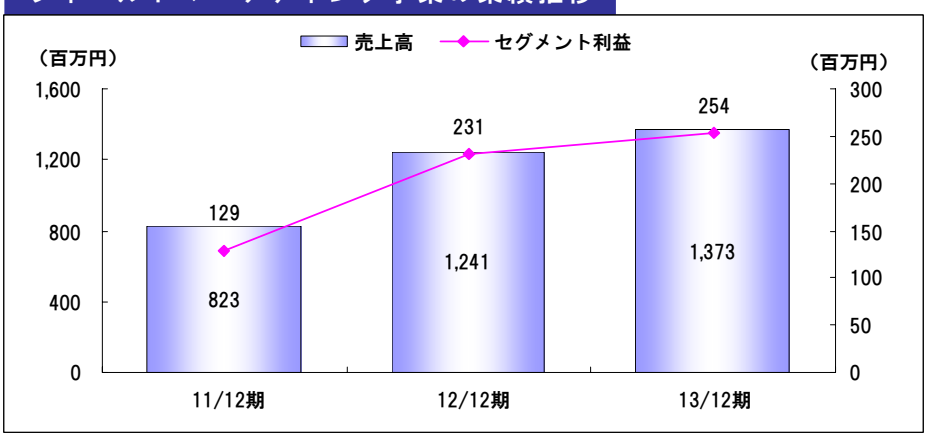
■決算動向

フィールドマーケティングでは新規顧客の開拓が順調に進展

○フィールドマーケティング事業

「フィールドマーケティング事業」の業績は、売上高が前期比10.7%増の1,373百万円、セグメント利益が同10.0%増の254百万円と好調を継続した。主要顧客である製薬・食品・日用品などの消費財メーカーを中心に、店頭でのフィールド活動やマーケット調査が堅調に推移した。同社の高品質なサービスが既存顧客から評価されており、定期的な店頭支援活動や店頭調査などストック型ビジネスの売上高も拡大した。また、新規顧客の開拓も順調に進むなど、同事業は安定的な収益拡大サイクルに入っていると言える。

フィールドマーケティング事業の業績推移

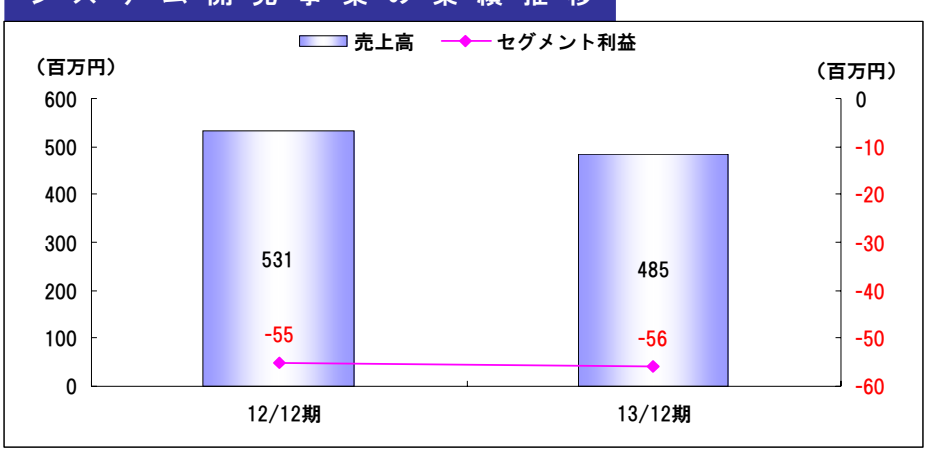


不採算案件の終結でシステム開発は下期に黒字転換

○システム開発事業

「システム開発事業」の業績は、売上高が前期比8.8%減の485百万円、セグメント損失が56百万円（前期は55百万円の損失）だった。第2四半期（4-6月期）まで続いた不採算プロジェクトの影響で2期連続の損失となったが、同プロジェクトに関しては既に終結しており、第3四半期（7-9月期）以降はわずかながらも黒字を回復したことは注目されよう。事業構造改革の一環として、2013年9月末に中国子会社を売却し、固定費を削減したことや、プロジェクトごとの収益管理をより徹底した効果が出たものとみられる。

システム開発事業の業績推移



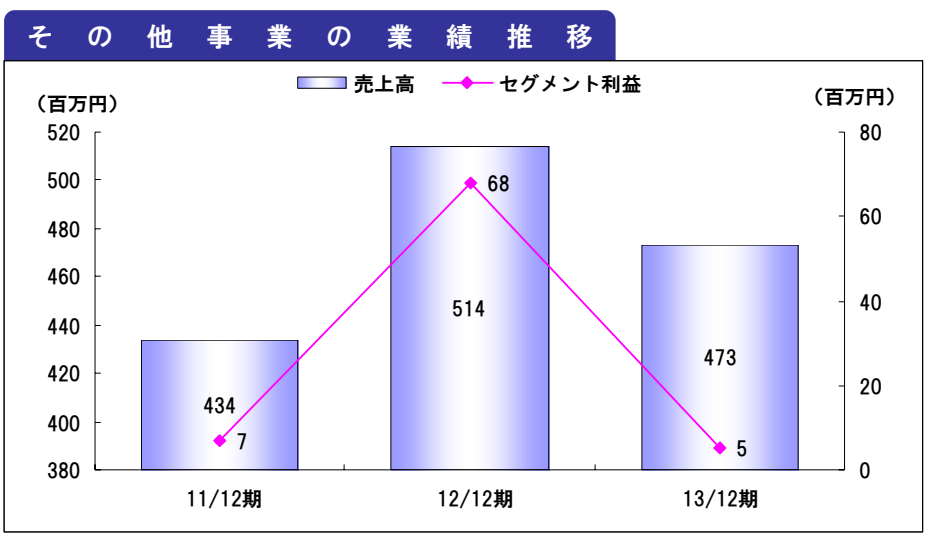
注）2012/12期よりeセールスマネージャー関連事業からシステム開発事業を分離

■決算動向

その他事業では業務コンサルなどに軸足移行

○その他事業

「その他事業」の業績は、売上高が前期比8.0%減の473百万円、セグメント利益が同91.3%減の5百万円だった。ソフトブレーン・インテグレーション、ダイヤモンド・ビジネス企画ともに減収減益となった。ソフトブレーン・インテグレーションについては、主力だった通信回線販売事業が通信キャリアの再編・集約化を背景に苦戦したことが主因。このため、同社では期の後半より、企業向けのスマートデバイスを利用した業務コンサルティング及び教育事業に軸足を移している。一方、ダイヤモンド・ビジネス企画はビジネス書籍の受注件数が減少するなかで販促費や人件費が増加し、減収減益となった。



財務の健全性、収益性ともに安定水準をキープ

（2）財務状況と経営指標

2013年12月末の財務状況を見ると、総資産は前月末比で461百万円増加の3,667百万円となった。このうち流動資産は現預金の増加により354百万円増加し、固定資産はソフトウェア資産の増加（+79百万円）、繰延税金資産の増加（+73百万円）などにより106百万円増加した。一方、負債は特に大きな変動はなく、前期末比で20百万円の増加となり、純資産は441百万円増加の2,722百万円だった。このうち少数株主持分が43百万円増加しているが、これはソフトブレーン・フィールドの収益拡大が主因となっている。

主要経営指標を見ると、安全性を示す流動比率や自己資本比率、D/Eレシオなどはいずれも改善傾向を続けている。2008年12月期に22%台だった自己資本比率は64.4%まで上昇しており、財務の健全性はここ数年間で大幅に改善している。また、収益性に関しても減益に転じたとはいえ、営業利益率、ROEともに10%以上をキープしている。「eセールスマネージャー関連事業」に加えて、「フィールドマーケティング事業」が第2の収益柱へと成長し、収益性の向上に寄与しているのが要因とみられる。

■決算動向

2013年12月期の貸借対照表

（単位；百万円）

	10/12期	11/12期	12/12期	13/12期	増減額
流動資産	1,728	2,085	2,706	3,061	354
（現預金）	1,082	1,267	1,751	2,058	307
固定資産	431	369	500	606	106
資産合計	2,159	2,454	3,206	3,667	461
流動負債	824	694	924	944	20
（有利子負債）	227	150	150	150	0
固定負債	0	0	0	0	0
負債合計	824	694	924	944	20
純資産	1,335	1,759	2,281	2,722	441
（株主資本）	1,158	1,504	1,963	2,361	397
（少数株主持分）	182	260	318	361	43

【安全性】				
流動比率（流動資産÷流動負債）	209.7%	300.1%	292.7%	324.0%
自己資本比率（純資産÷総資産）	53.4%	61.1%	61.2%	64.4%
D/Eレシオ（有利子負債÷株主資本）	19.6%	10.0%	7.7%	6.4%
【収益性】				
ROA（営業利益÷期末総資産）	19.2%	18.1%	18.9%	13.4%
ROE（純利益÷期末自己資本）	33.5%	26.1%	26.5%	18.1%
売上高営業利益率	12.1%	13.1%	14.3%	11.2%

■今後の見通し

スマートデバイスの普及が今後の追い風要因に

（1）2014年12月期見通し

2014年12月期の連結業績は、売上高が前期比8.7%増の4,800百万円、営業利益が同7.6%増の530百万円、経常利益が同7.6%増の530百万円、当期純利益が同36.1%減の250百万円となる見通し。販売・マーケティング戦略における企業の改革意識の高まり、及びスマートデバイスの普及が「eセールスマネージャー関連事業」を中心に追い風になるとみられる。

2014年12月期の業績予想（会社発表値）

（単位：百万円）

	13/12期	14/12期予	増減率
売上高	4,416	4,800	8.7%
営業利益	492	530	7.6%
経常利益	492	530	7.6%
当期純利益	391	250	-36.1%

■今後の見通し

主力の「eセールスマネージャー関連事業」「フィールドマーケティング事業」が順調に伸びることに加えて、システム開発事業の黒字化が見込まれることなどが営業利益の増加要因となる。システム開発事業の損失がなくなるだけで56百万円の増益要因となることから、会社計画は上振れの可能性があると弊社ではみている。

当期純利益は減益となる見込みだが、これは税負担の正常化に加えて、ソフトブレーン・フィールド（出資比率58%）の収益拡大によって、少数株主持分利益も前期から増加することが要因となっている。

機能向上と販売チャネル拡充で一段の成長を目指す

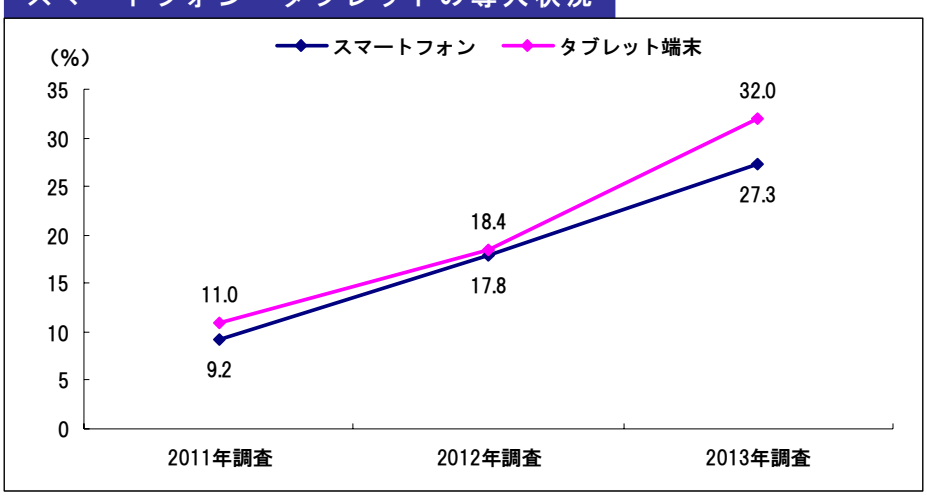
（2）経営環境の展望と事業戦略

○成長ポテンシャルが高まるSFAソフト市場

スマートフォンやタブレット端末などスマートデバイスの企業での普及が進むなかで、SFA（営業支援）ソフトの成長ポテンシャルが一段と高まることが予想される。「eセールスマネージャー」に代表されるSFAソフトは営業マンの生産性向上を目的としたツールだが、スマートデバイスに導入することによって、営業マンが場所や時間を選ばずに使うことが可能となり、今まで以上に導入効果が上がるようになってきたためだ。

特に同社では導入ユーザーに対して、教育トレーニングのサービスも行っており、こうしたサービスも合わせて提供した場合、さらにその効果が高まることが定量的なデータ（1人当たり売上高や受注高の増加など）として明らかになっている。新規顧客開拓の際にも、こうしたデータを基にすることで契約がスムーズに進むケースが増えてきており、「eセールスマネージャー」の販売だけでなく、教育研修サービスの売上高増加にもつながっている。

スマートフォン・タブレットの導入状況



出所：矢野経済研究所「スマートデバイスに関する法人アンケート調査結果2013」

■今後の見通し

SFAソフトの国内での導入企業数は約2万社と言われており、法人企業数が300万～400万社、このうち販売部門を抱える企業の数が100万社としても、普及率はまだ数パーセントにとどまっているのが現状だ。企業が導入するソフトウェアとして例を挙げると、今ではどの企業の経理部門でも一般的に使用されている会計ソフトも、パソコンが普及するまではなかった市場である。同じことがSFAソフトにも当てはまり、スマートデバイスの普及とともに導入率も一気に高まっていくものと予想される。

○機能向上と販売チャネル拡充により一段の成長拡大を目指す

こうした成長市場を取り込むため、同社では「eセールスマネージャー」の機能拡充と販売チャネルの拡大に取り組んでいる。

機能拡充に関しては、2014年2月末に「eセールスマネージャーRemix Cloud」の操作性を大幅に改善したデザインの刷新を実施した（下表参照）。また、年度内に新機能として、活発な社内コミュニケーションを実現するためのタイムライン機能の追加を行うほか、表計算ソフトとの連携やスマートデバイスにフォーカスした使い勝手の向上なども予定している。こうした操作性の向上と機能追加によって、「使い勝手No1のSFA」として、一段の売上高拡大が期待される。

販売チャネルの拡大に関しては、2013年10月に大手システムインテグレーション事業者である大塚商会<4768>で「eセールスマネージャーRemix Cloud」の取り扱いが始まった。大塚商会では、中堅・中小企業向けERPパッケージ「SMILE」のなかに同様のSFAソフトをラインナップしているが、機能性や操作性の面で評価されている同社の製品を加えることで、「SMILE」ユーザーに対するサービスの拡充、並びに新規顧客の開拓を目指していく。大塚商会の強い販売力による売上高の拡大が期待されており、同社では大塚商会の各拠点で「eセールスマネージャー」の説明会を行うことで、販売促進につなげていきたい考えだ。

また、2014年2月には携帯電話販売店の大手であるアイ・ティー・エックス（ITX）とも業務提携を発表。ITXの法人営業チャネルを使って「eセールスマネージャー」の販売増を狙う。今回の大手2社との提携により、同社の経営課題である販売力の強化が進んだと言えよう。

「eセールスマネージャーRemix Cloud」刷新のポイント

作業効率を上げる「操作性の省略化」（平均4.3クリック→2.3クリックへ削減）
マウスカーソルの移動距離を短くするための配置を再設計し、到達までのクリック/画面遷移数を削減。リスト表示や活動履歴の確認、スケジュールの詳細確認など各場面で操作数の削減を図り、作業効率の向上を実現。
一覧性を重視した「画面スペースの効率化」（平均35.8%のスペース削減）
無駄な余白・スペースを省き、一覧表示可能な行数を増加。一列表示から左右二列表示へ改善し、メニューバーを自在に最適位置に変更可能としたことで画面のデッドスペースを平均35.8%削減し、効率的に情報を得ることを可能とした。
「初心者向けガイドライン」の追加
初心者にも使い方がイメージしやすいように、各メニューで初めて操作する際に、説明文とイラストを表示する機能を追加。
「シンプルなデザイン」への変更
質感を保ちながら、可読性を考慮したフォントや配色、シンプルなデザインにすることで分かりやすさ、使いやすさを追求。

出所：会社発表資料

○営業力強化支援サービスでも協業を開始

同社は営業力の強化支援を目的とした各種コンサルティングサービスを、「eセールスマネージャー」を導入している企業はもとより、未導入企業に対しても行っている。こうしたなかで2月には、新たな取り組みとしてコダック合同会社との協業によるサービスの開始を発表した。

具体的には、2014年4月より印刷業界向けに「売れる印刷営業の仕組み作り大学」を開校する。傘下のソフトブレーン・サービスで行っている営業スキルトレーニングサービスをベースに、コダックが持つ豊富な業界ノウハウを統合し、印刷業界向けに特別に研修プログラムをパッケージ化したものとなる。当初は同年9月の開校を予定していたが、早期開催の要望が多数出たことで開校を半年早めた格好となった。

印刷業界はデジタル化の流れの中で、市場が年々縮小しており、売上高の拡大と営業マンの生産性向上が喫緊の経営課題となっている。今後、同社もコダックと共同で、印刷業界向けの営業支援システムなどを構築して行く予定となっており、「eセールスマネージャー」の新規顧客獲得につながるものとして期待される。

○フィールドマーケティング事業は成長トレンド持続

「フィールドマーケティング事業」は、メーカーのアウトソーシング化の流れが続く中で、引き続き安定成長が見込まれる。市場が拡大する中で競争も激しくなっているが、同社では高いサービス品質とコスト競争力を武器に今後も既存顧客での取引拡大、新規顧客の獲得が期待される。

また、前期よりスタートした「購買理由データ提供サービス」に関しても着実に実績を積み重ねており、顧客と共同でさらにブラッシュアップしたサービスの提供に取り組んでいく方針。短期的な収益へのインパクトは軽微だが、中長期的には安定収益源として業績に貢献してくる見通しだ。

■株主還元策

業績トレンド次第では復配の可能性も

同社は株主還元の基本方針として、「企業体質強化と事業展開に備えるため内部留保を中心に捉えながら、成長段階と業績に応じた弾力的な利益配当を実施する」としている。2014年12月期に関しては、現時点で無配を計画しているが、経済環境や業績状況を踏まえながら、株主還元方針を改めて検討していくとしている。前述したように財務体質は大きく改善しており、業績の拡大トレンドが明確になってくれば復配に向けた期待も高まってこよう。

損益計算書

（百万円、%）

	10/12期	11/12期	12/12期	13/12期	14/12期予
売上高	3,439	3,397	4,237	4,416	4,800
（対前期比）	-9.9	-1.2	24.7	4.2	8.7
売上原価	1,717	1,717	2,170	2,663	-
（対売上比）	49.9	50.5	51.2	60.3	-
販管費	1,307	1,234	1,460	1,260	-
（対売上比）	38.0	36.4	34.5	28.5	-
営業利益	414	444	606	492	530
（対前期比）	-50.4	7.3	36.3	-18.8	7.6
（対売上比）	12.1	13.1	14.3	11.2	11.0
経常利益	415	454	622	492	530
（対前期比）	-0.5	9.5	37.0	-20.9	7.6
（対売上比）	12.1	13.1	14.3	11.2	11.0
特別利益	0	2	0	17	-
特別損失	9	9	9	0	-
税引前利益	406	447	614	510	-
（対前期比）	58.3	10.3	37.2	-16.9	-
（対売上比）	11.8	13.2	14.5	11.5	-
法人税等	39	21	103	75	-
（実効税率）	9.8	4.7	16.9	14.7	-
少数株主利益	34	80	52	43	-
当期純利益	331	346	458	391	250
（対前期比）	6.2	4.5	32.4	-14.6	-36.1
（対売上比）	9.6	10.2	10.8	8.9	5.2
[主要指標]					
発行済株式数（千株）	29,255	29,255	29,255	29,255	29,255
1株当たり利益（円）	11.33	11.83	15.67	13.37	8.55
1株当たり配当（円）	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
1株当たり純資産（円）	39.40	51.23	67.11	80.70	-

注）2013年7月1日付で1:100株の株式分割を実施、過去の1株当たりデータも遡及して修正

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にお願いします。

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

FISCO