

ソフトブレーン

4779 東証 1 部

2015 年 3 月 16 日（月）

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

■ 営業支援・顧客管理ソフト大手、14 年 12 期は過去最高更新

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）ソフトの大手で、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 の収益の柱に成長している。

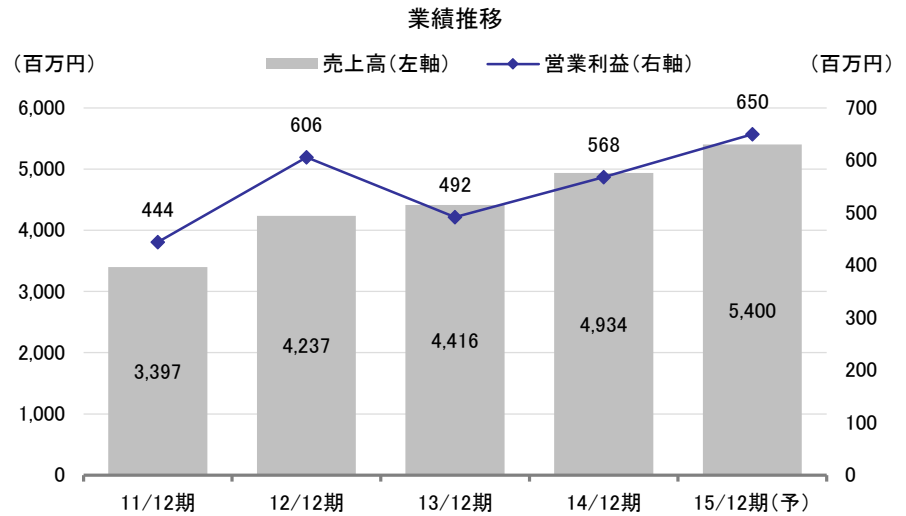
2014 年 12 月期の連結業績は、売上高が前期比 11.7% 増の 4,934 百万円と 7 期ぶりに過去最高を更新し、営業利益も同 15.4% 増の 568 百万円と 2 期ぶりの増益に転じるなど好調な決算となった。顧客数の拡大並びに取引シェアの拡大でフィールドマーケティング事業が高成長を持続したほか、システム開発事業やその他事業の収益改善が増益要因となった。また、e セールスマネージャー関連事業も、開発費や販促費など先行投資負担がかさんだことで減益となったものの、売上高は着実に増加した。

2015 年 12 月期は売上高が前期比 9.4% 増の 5,400 百万円、営業利益が同 14.3% 増の 650 百万円と増収増益が続く見通し。フィールドマーケティング事業の好調が続くほか、e セールスマネージャー関連事業も利便性をさらに高めた製品開発を進めることで顧客数の拡大を目指す。同事業では売上拡大を重視しており、今期は中堅・中小企業向けに強い販売チャネルを持つ企業との協業も強化しながら、2 ケタの売上伸長を目指していく考えだ。

なお、配当金に関しては今期も無配を予定している。現状は事業を拡大していくための投資フェーズにあると考えているため、内部留保資金に関しては開発投資や販促費などに優先的に振り向けていく。株主還元方針に関しては、経営状況を鑑みながら改めて検討していくとしている。

■ Check Point

- ・クラウド、オンプレミス契約によるストック型収入の比率が上昇
- ・営業利益率、ROE、ROA などの収益性は 10%を超える
- ・新規大型案件を予定、ラウンダー人材ビジネスの成長も見込む



■ 事業概要

同社製品の導入実績累計は大企業から中小企業まで 3,000 社を超える

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 2014 年 12 月末で 5 社あり、事業内容は表のとおりとなっている。

連結子会社と事業内容

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事業		
ソフトブレン		営業支援システムのライセンス販売、Cloud サービス、カスタマイズ開発、営業コンサルティング、営業スキルトレーニング
ソフトブレン・サービス	98.7%	
フィールドマーケティング事業		
ソフトブレン・フィールド	58.1%	フィールド活動業務、マーケットリサーチ
システム開発事業		
ソフトブレン・オフショア	100.0%	ソフトウェアの受託開発
その他		
ソフトブレン・インテグレーション	100.0%	スマートフォン端末を活用した業務コンサルティング及び教育
ダイヤモンド・ビジネス企画	70.0%	ビジネス書籍の企画・編集・発行

○ 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」することによって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るソフトウェアツールとなる。



ソフトブレン

4779 東証 1 部

2015 年 3 月 16 日（月）

「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。ここ最近では、サーバーなどの設備負担を必要とせず、初期導入コストを抑えることができるクラウド型サービスの契約が大半を占めるようになっている。なお、クラウド型に関しては「e セールスマネージャー Remix Cloud」（1 ユーザー当たり月額 6,000 円～）のほか、従業員 10 名以下の中小企業向けに機能を絞った簡易版「e セールスマネージャー nano」（1 ユーザー当たり月額 500 円）の提供を行っている。

SFA（営業支援システム）の国内市場規模は 50 ～ 80 億円程度で、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。

「e セールスマネージャー」の導入実績は累計で 3,000 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、導入効果を高めるためのコンサルティング、教育研修サービスなどサポート体制が充実していることなどが挙げられる。

導入企業例

商社・卸売 イシクロ株式会社 IIS UBE 宇部興産株式会社 神鋼商事 SHIROKI	保険・金融 NISSAY 昭和リース さわやか信用金庫 三井住友アセチマセメント	システムインテグレーション NEC NEC NEC FUTURE NEC NEC 株式会社福島情報処理センター
食品・日用品 ichika SCB pocka/sapporo 伊勢野永商店 株式会社シマヤ マルコ	サービス 国際航空グループ MAO Benefit one SBS ロジウム ajisai TSR	建設不動産 小田急不動産 ミサフホーム 東邦リース株式会社 野村不動産 戸田建設 NOHARA 新昭和
医療・介護 上野製薬株式会社 株式会社 モントー BML	エネルギー TOKYO GAS 東芝	車両・機械・精密機器 TDK Lasertec FURUNO 本多通信工業株式会社
情報・通信 IJ Internet Initiative Japan NTT DATA 株式会社 NTT データ 東海	教育 アルフ教育社 emBex	出版・広告 サンケイリビング新聞社 関西印刷株式会社 記載されている会社名、ロゴは、各社の登録商標または商標です。 ※ご承諾頂いたお客様のみの掲載で一部掲載となります。

出所：会社資料

○フィールドマーケティング事業

子会社のソフトブレン・フィールド（株）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。また、フィールド活動を行うラウンダー人材の派遣・紹介事業や、自社で集めたショッパードータの提供サービスなども行っている。

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において、当該商品に関する店舗商談、売場構築、POP 広告設置作業などを行う業務がメインとなる。従来はメーカーの社員が行っていたが、販促費の効率化を進めるために、アウトソーシング化する流れとなっている。顧客企業は過去実績も含めて 200 社超で、食品・飲料やヘルスケア関連メーカーを中心に多岐に広がっている。キャスト数は 2014 年 12 月末時点で 5 万人超、カバー店舗数もドラッグストアやコンビニエンスストアなど様々な業態にわたり、全国で展開していることが強みとなっている。



ソフトブレーン

4779 東証 1 部

2015 年 3 月 16 日（月）

業態別カバー店舗数

業態	実績チェーン数	実績店舗数
ドラッグストア	186	19,831
GMS・SM	321	19,651
コンビニ	18	16,658
書店	12	9,153
ホームセンター	45	4,164
ディスカウントストア	16	2,216
家電量販	12	2,863
専門店		24,124
その他		16,484
合計	610	115,144

注：2015 年 1 月現在

また、2013 年より新たなマーケティング支援サービスとして、「購買理由データ提供サービス」(Point Of Buy：以下 POB) を、流通カード最大手のクレディセゾン〈8253〉と共同で開始している。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、あるいは飲食店で注文したメニューなどに関する購買理由などをレシート付で収集することによって、より信頼性の高い消費行動分析を提供するサービスとなっている。消費者側にとっては、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。登録会員数（消費者）は 12 万人を超え、国内最大級のプラットフォームを構築している。

○システム開発事業

子会社のソフトブレーン・オフショア（株）でソフトウェアの受託開発を行っている。2013 年 9 月に事業構造改革により中国の開発子会社を売却したが、現在も同社を外注先として活用しているほか、ベトナムや国内ニアショアの活用も進めている。

○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（株）が展開する企業向けのスマートデバイスの販売・導入支援及び教育サービス事業と、（株）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・発行・販売事業が含まれる。

■ 決算動向

クラウド、オンプレミス契約によるストック型収入の比率が上昇

(1) 2014 年 12 月期業績概要

1 月 30 日付で発表された 2014 年 12 月期の連結業績は、売上高が前期比 11.7% 増の 4,934 百万円、営業利益が同 15.4% 増の 568 百万円、経常利益が同 17.5% 増の 578 百万円、当期純利益が同 35.4% 減の 252 百万円となり、純利益を除いてすべて前期を上回る実績となった。また、期初会社計画に対しては純利益を含めてすべてが上回る結果となった。

売上高はフィールドマーケティング事業をけん引役として、7 期ぶりに過去最高を更新した（2007 年 12 月期：4,546 百万円）。販促費や人件費など販管費が増加したものの、増収効果やシステム開発事業の事業構造改革効果などにより、営業利益は 2 期ぶりの増益に転じている。純利益が減益となったが、これは税負担が正常化したことと、ソフトブレーン・フィールドなど子会社の収益拡大に伴う少数株主利益の増加が主因となっている。事業セグメント別の概況は以下のとおり。

2014 年 12 月期連結業績

（単位：百万円）

	2013/12 期		2014/12 期				
	実績	対売上比	期初計画	実績	対売上比	前年同期比	計画比
売上高	4,416	－	4,800	4,934	－	11.7%	2.8%
売上原価	2,658	60.2%	－	2,906	58.9%	9.4%	－
販管費	1,260	28.5%	－	1,442	29.2%	14.4%	－
営業利益	492	11.2%	530	568	11.5%	15.4%	7.3%
経常利益	492	11.2%	530	578	11.7%	17.5%	9.2%
税引前利益	510	11.5%	－	577	－	13.2%	－
法人税等	75	－	－	242	－	222.0%	－
少数株主利益	43	－	－	82	－	88.9%	－
当期純利益	391	8.9%	250	252	5.1%	−35.4%	1.1%

○ e セールスマネージャー関連事業

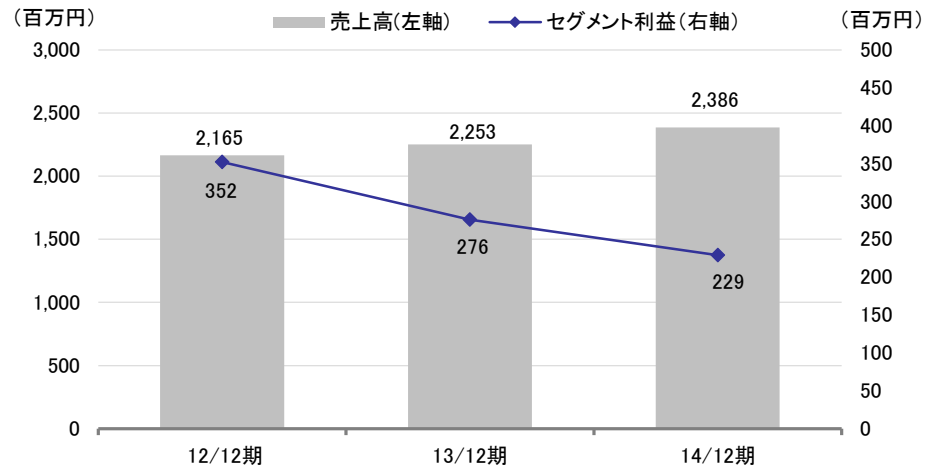
e セールスマネージャー関連事業の業績は、売上高（外部顧客向け、以下同様）が前期比 5.9% 増の 2,386 百万円、セグメント利益が同 17.2% 減の 229 百万円となった。

同事業の約 4 割を占める「e セールスマネージャー Remix Cloud」は機能向上を段階的に進めたこともあり、新規顧客の開拓が順調に進み、売上高は前期比 2 ケタ増と好調に推移した。また、同事業の 2 ～ 3 割を占める営業マン育成トレーニングやプロセスマネジメント大学といった各種コンサルティングサービスも、e セールスマネージャー導入時にあわせて受注するケースが増え、前期比 2 ケタ増収となった。一方、オンプレミス型については 2013 年に大規模案件が計上されたこともあり、前期比で横ばいにとどまった。

セグメント利益が 2 期連続で減益となったのは、「e セールスマネージャー」の機能拡充に向けた開発費や顧客獲得のための販促費など先行投資負担の増加が要因となっている。なお、クラウドサービスやオンプレミス契約による保守サービス収入などストック型の売上比率は同事業の 5 割程度まで上昇しており、収益基盤の安定性は着実に向上している。

2015 年 3 月 16 日（月）

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

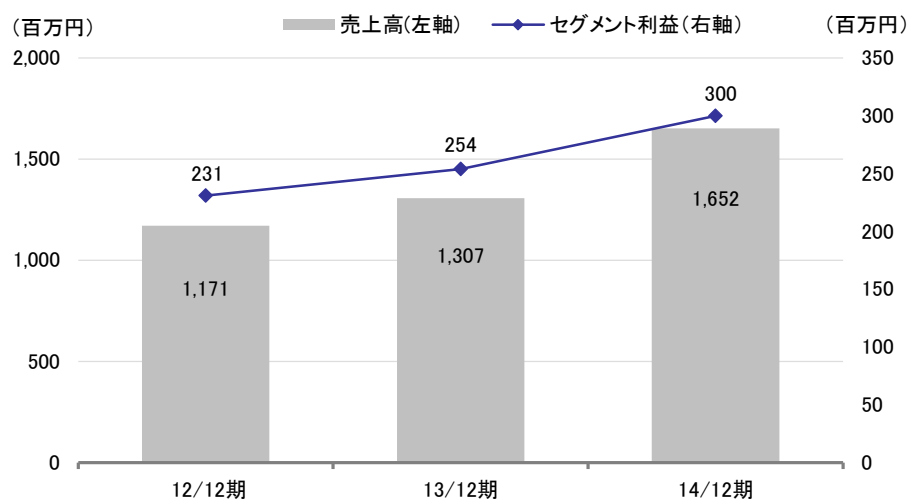
フィールドマーケティング事業の業績は、売上高が前期比 26.4% 増の 1,652 百万円、セグメント利益が同 18.0% 増の 300 百万円と高成長を持続した。同社のサービス品質やコストメリットなどが顧客から高い評価を受けており、主要ターゲットとする製薬・食品・日用品など消費財メーカーからの継続案件が積み上がっているほか、大型定期案件の獲得などが増収要因となった。

2013 年 2 月よりサービスを開始した POB 事業に関しては、収益への貢献はまだ少ないものの、登録会員数が 12 万人を突破し、顧客企業がマーケティング分析を行ううえで、利用価値の高いプラットフォームに着々と仕上がりつつある。2014 年 10 月には実際の商品購入者の声をランキング形式で紹介する消費者向け Web サイト「RECEIPO（レシーポ）」も開設しており、会員数の拡大によって更なる事業拡大を進めていく方針だ。

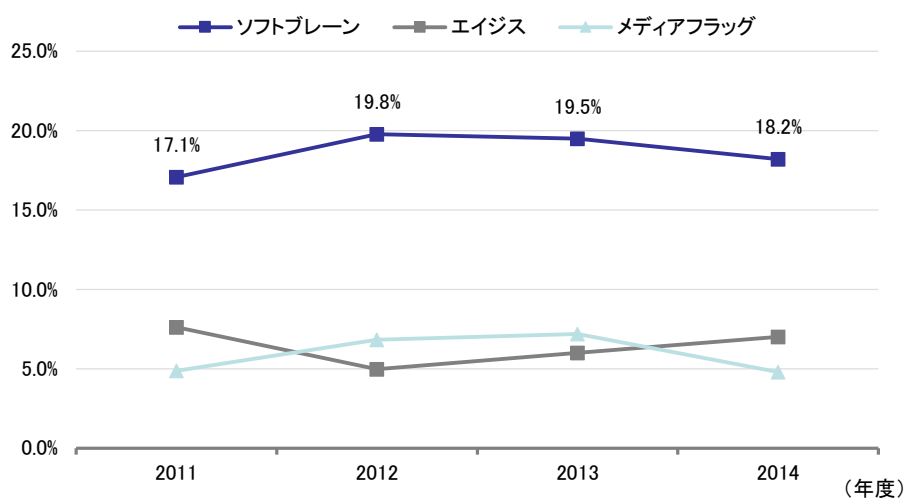
同様に 2013 年 3 月より事業を開始したラウンダー人材バンク事業（顧客企業へのフィールドサポートスタッフの派遣・紹介事業）も、取引社数が 50 社を超えるなど一定の成果を挙げており、今後の収益貢献が期待される。

セグメント利益は増益となったものの、利益率は 19.5% から 18.2% へ若干低下した。競争の激化や新規事業の立上げに伴う費用増などが影響したとみられる。とはいえ、フィールドマーケティング事業を行う同業他社との比較においては、依然高い収益性を維持している。

フィールドマーケティング事業



営業利益率同業他社比較



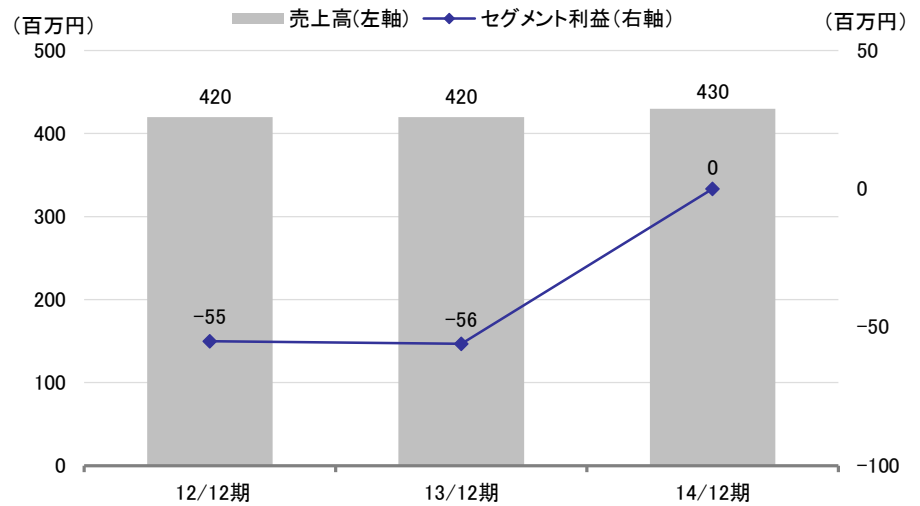
注) エイジスの2014年度は会社予想ベース

○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 2.3% 増の 430 百万円、セグメント利益が 0.04 百万円(前期は 56 百万円の損失)と若干の黒字に転換した。

IT 投資の回復と開発要員の慢性的な人財不足を背景に、顧客企業への開発要員の派遣ビジネスが堅調に推移し、増収につながった。また、損益面では前期に発生した不採算プロジェクトの影響が一巡したことに加えて、中国開発子会社の売却による固定費削減効果などが収益改善に寄与した。

システム開発事業



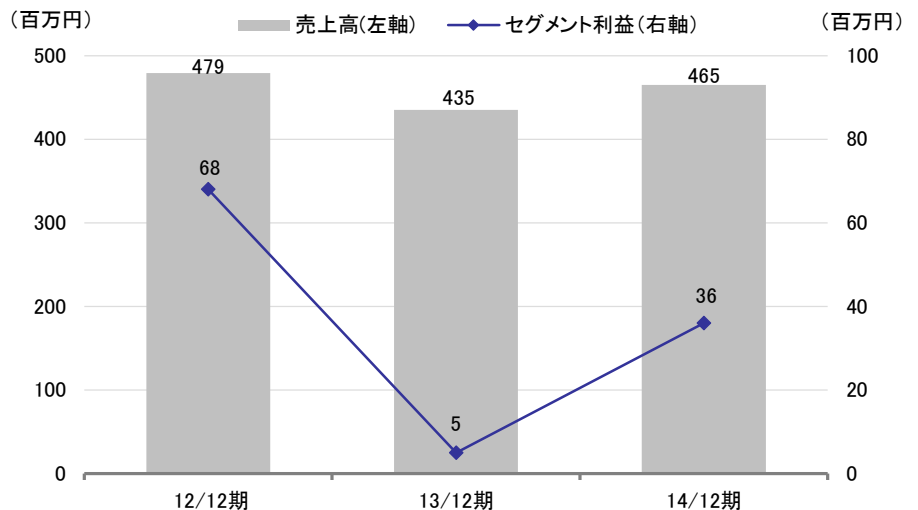
○その他事業

その他事業の業績は、売上高が前期比 7.0% 増の 465 百万円、セグメント利益は約 6 倍増となる 36 百万円となった。

ソフトブレーン・インテグレーションでは、iPad 等スマートデバイスを用いた業務コンサルティング及び教育サービス事業が、「eセールスマネージャー」とのクロスセル効果もあって好調に推移した。また、7 月には米 Apple 社より iPad の企業への導入実績が評価され、「Apple Consultants Network」への加入が認可され、Apple 社認定の IT コンサルタントとして最新の情報と技術を用いてプロフェッショナル・サービスを展開している。

また、ダイヤモンド・ビジネス企画の出版事業も、企業の出版ニーズが拡大したことで増収増益となった。

その他事業



2015 年 3 月 16 日（月）

営業利益率、ROE、ROA などの収益性は 10%を超える

(2) 財務状況と経営指標

2014 年 12 月末の財務状況について見ると、総資産は前期末比で 478 百万円増加の 4,145 百万円となった。主な増減項目を見ると、現預金が 619 百万円増加した一方で、売上債権 40 百万円、繰延税金資産が 71 百万円それぞれ減少した。

一方、負債合計は前期末比 189 百万円増加の 1,134 百万円となった。有利子負債が 30 百万円増加したほか、事業の拡大に伴い未払金や前受金、支払債務などがそれぞれ若干程度増加した。純資産は利益剰余金が 248 百万円増加したほか、少数株主持分が 35 百万円増加したことで、同 288 百万円増の 3,011 百万円となった。

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前期末比で若干悪化しているが、問題のない水準であり財務の健全性は維持していると言える。また、収益性に関しても ROA や ROE、営業利益率といずれも 10% 以上の水準となっている。ただ、利益増に伴う自己資本の充実により、ROE の低下が目立ってきており、今後は資本効率の維持、向上に向けた取り組みが必要になってくるものと思われる。

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	11/12 期	12/12 期	13/12 期	14/12 期	増減額
流動資産	2,085	2,706	3,061	3,589	528
(現預金)	1,267	1,751	2,058	2,677	619
固定資産	369	500	606	555	-50
資産合計	2,454	3,206	3,667	4,145	478
流動負債	694	924	944	1,124	179
(有利子負債)	150	150	150	180	30
固定負債	-	-	-	9	9
純資産	1,759	2,281	2,722	3,011	288
(株主資本)	1,504	1,963	2,361	2,613	252
(少数株主持分)	260	318	361	397	35
主要経営指標					
(安全性)					
流動比率	300.1%	292.7%	324.0%	319.1%	
自己資本比率	61.1%	61.2%	64.4%	63.0%	
D / E レシオ	10.1%	7.7%	6.4%	6.9%	
(収益性)					
ROA (総資産経常利益率)	19.7%	22.0%	14.3%	14.8%	
ROE (自己資本利益率)	26.1%	26.5%	18.1%	10.2%	
売上高営業利益率	13.1%	14.3%	11.2%	11.5%	

■今後の見通し

フィールドマーケティング事業の高成長で増収増益を見込む

(1) 2015 年 12 月期見通し

2015 年 12 月期の連結業績は、売上高が前期比 9.4% 増の 5,400 百万円、営業利益が同 14.3% 増の 650 百万円、経常利益が同 12.3% 増の 650 百万円、当期純利益が同 18.7% 増の 300 百万円となる見通し。フィールドマーケティング事業の高成長が続くほか、eセールスマネージャー関連事業でも、機能強化を継続しながら顧客数の拡大を図っていく方針。システム開発事業やその他事業に関しては、計画上では前期比横ばい水準で織り込んでいる。以下、主力 2 事業の今期の取り組みを示す。

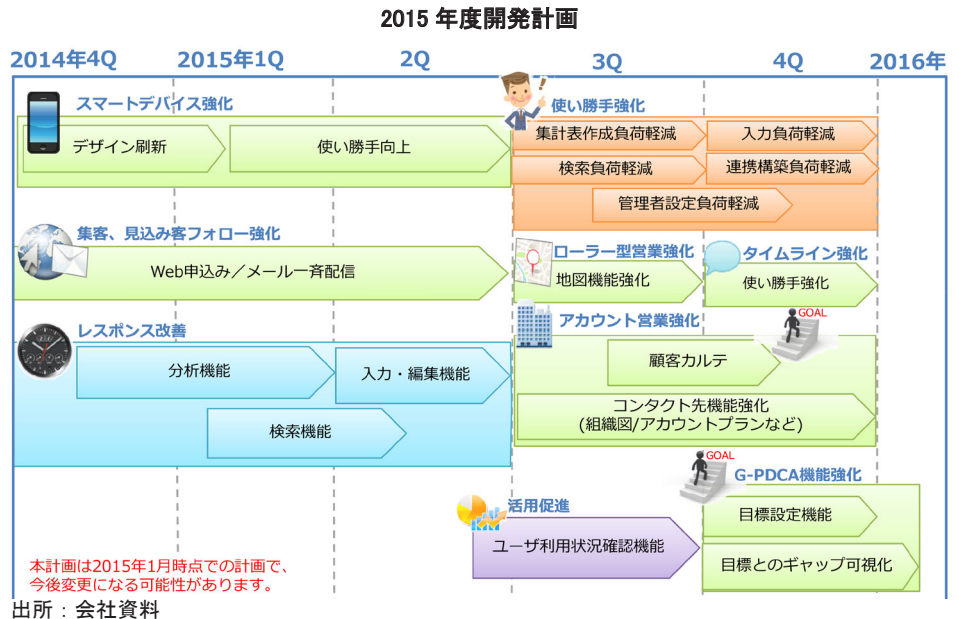
2015 年 3 月 16 日（月）

機能向上を図りながらクラウド型、オンプレミス型の顧客数を拡大

(2) e セールスマネージャー関連事業

e セールスマネージャー関連事業の今期売上高は、前期比 10% 以上の増収を目標としている。「使い勝手 No.1」の SFA を目指した開発投資を積極化し、機能向上を図りながらクラウド型、オンプレミス型ともに顧客数の拡大を進めていく戦略だ。

機能の拡充に関しては前期に 4 回実施しており、いずれも顧客からの評価は高かったが、今期も 1 月に実施したスマートフォン版のデザイン刷新による操作性向上を行っており、今後も図のとおり各種機能の強化を図りながら、製品競争力を高めていく計画となっている。



2014 年度に実施したバージョンアップの内容

実施時期	機能追加及び改善ポイント
2014年2月28日	PC版デザイン改善 シンプルで見やすいデザインに一新し、画面上の無駄なスペースを 35.8% 削減 入力時に必要となる操作クリック回数を平均 47% 削減し、操作性の向上を実現
2014年6月9日	タイムライン機能を新設 営業活動報告の入力情報が自動的にタイムラインに投稿されることで、社内での情報共有が最短で実現可能となり、上司や関係者はタイムライン上で指示を送ることが可能に 会議での無駄な報告を削減するだけでなく、顧客対応スピードの迅速化にも寄与
2014年6月16日	Excel連携機能 e セールスマネージャーの入力データとの連携を実現し、会議用資料などの作成時間を大幅削減
2014年6月30日	コンタクト先管理機能 顧客や見込み顧客におけるコンタクト先の一元管理を実現し、組織的かつ効率的な訪問戦略を実現

また、新規顧客の開拓に当たっては、中堅・中小企業などのボリュームゾーンの開拓に特に注力していく方針で、前期より活発化させている他企業との協業を一段と強化していくほか、Web 広告など販促費も積極的に投下していく方針だ。

2015 年 3 月 16 日（月）

e セールスマネージャーの協業に関する取り組み

2013年10月	大塚商会で「e セールスマネージャー Remix Cloud」の販売を開始
2014年 2月	携帯販売大手の ITX と提携。同社法人営業部にて「e セールスマネージャー Remix Cloud、及び nano」の販売を開始
2014年 5月	コダック合同会社と提携し、印刷業界向けに最適化した「e セールスマネージャー Remix Cloud」の販売を両社で開始
2014年 7月	ベネフィット・ワンと業務提携し、営業プロセスの「見える化」と「評価」を同時に行う新サービスの提供を開始
2014年 8月	ネオジャパン、ジェクシードと業務提携し、グループウェアソフトと営業支援システムの相互連携を実現、協業開始
2014年12月	不動産会社向けインターネット支援サービスを提供するリングアンドリンクと提携、不動産営業支援システムと「e セールスマネージャー nano」の連携を実現、協業開始
2015年 1月	日立INSと業務提携し、BIツールと「e セールスマネージャー Remix Cloud」の連携を実現し、協業を開始

このため、今期も開発費や販促費などの増加により、利益面では伸び悩む可能性もあるが、同事業においては顧客獲得を最優先事項として打ち出している。企業内でのスマートデバイスの普及によって、営業マンの生産性向上に役立つツールとして営業支援ソフトの導入が今後加速化してくるとみられるためだ。営業支援ソフトの国内での導入企業数は約 2 万社とされている。法人企業数が 300 ～ 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 % にとどまっており、成長ポテンシャルは大きいと言えよう。

新規大型案件を予定、ラウンダー人材ビジネスの成長も見込む

(3) 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今期売上高は前期比 20% 増と大幅増収となる見通しだ。フィールドサポート案件における新規大型案件が予定されているほか、ラウンダー人材ビジネスの成長が見込まれている。

フィールドサポート業務においては、同社のサービス品質が高く、サービス料金も訪問単価制※を採用しており、顧客企業にとってコストメリットがあること、また全国に 5 万人のキャストを配置しており、広域かつ短期間での業務遂行能力があることなどが、同社の強みとなっており、成長の原動力になっている。市場環境もフィールドサポート業務のアウトソーシング化という追い風が続いており、当面は高成長が続くものと予想される。

また、人材不足が様々な業界で深刻化する中において、顧客企業によっては経験値の高い優秀なフィールドサポートスタッフを自社で抱えたいというニーズも拡大している。こうしたニーズに応える格好で、2013 年 3 月よりスタートしたラウンダー人材バンク事業についても、今期は同事業の売上高の 1.5 割程度まで拡大する見通し。人材派遣・紹介のうち派遣が大半を占めるため、利益率は従来よりも低くなるものの、事業拡大には貢献するものとみられる。

また、POB 事業に関しては消費財メーカーだけでなく、飲食チェーン企業向けのサービスも順調に拡大している。消費財メーカー向けには 2014 年 5 月より、他社の類似商品と比べ、低価格にて約 12 万人の会員をベースに収集したショッパーインサイト情報（購入商品、購入理由、購入店舗、比較検討商品等）や各カテゴリーの情報が閲覧可能となるサービスを開始しており、また、同年 6 月からは外食企業向けにも、同様のサービスを提供している。

商品の購入者からの実際の購入動機や評価などを短期間で収集できることから、企業のマーケティングツールとして、今後もその価値が高まっていくものと予想される。収益にインパクトを与えるまで事業が拡大するには、あと数年程度かかる見通しだが、ストック型のビジネスモデルとなることから、安定収益源の 1 つに成長することが見込まれる。

※ 訪問単価制・・・業務受託料は、1 訪問先、1 業務、1 報告ごとの料金設定となるため、キャストの移動時間分のコスト負担は発生しない。従来型の料金モデルは時間当たり単価で決められているが、キャストが複数の店舗を担当している場合は、その移動時間もコストが発生することになる。

■株主還元策

業績に応じた弾力的な利益配当を実施

同社は株主還元の基本方針として、「企業体質強化と今後の事業展開に備えるための内部留保の充実を中心に捉えながら、成長段階及び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、利益配分を行うほどの蓄積、利益水準にはまだ達していないとの判断から無配としており、2015 年 12 月期に関しても今のところ無配を予定している。前述したように、現在は e セールスマネージャーや新規事業などの投資段階であり、内部留保資金はこれら事業の開発費や販促費などに積極的に投下していく方針としているためだ。なお、今後は経済環境や経営状況の変化を鑑みながら、株主還元方針についても改めて検討するとしている。

連結損益計算書

(百万円、%)

	11/12 期	12/12 期	13/12 期	14/12 期	15/12 期 会社計画
売上高	3,397	4,237	4,416	4,934	5,400
（対前期比）	-1.2	24.7	4.2	11.7	9.4
売上原価	1,710	2,163	2,658	2,906	
（対売上比）	50.4	51.0	60.2	58.9	
販管費	1,234	1,460	1,260	1,442	
（対売上比）	36.4	34.5	28.5	29.2	
営業利益	444	606	492	568	650
（対前期比）	7.3	36.3	-18.7	15.4	14.3
（対売上比）	13.1	14.3	11.2	11.5	12.0
経常利益	454	622	492	578	650
（対前期比）	9.5	37.0	-20.9	17.5	12.3
（対売上比）	13.4	14.7	11.2	11.7	12.0
税引前利益	447	614	510	577	650
（対前期比）	10.3	37.2	-16.9	13.2	12.7
（対売上比）	13.2	14.5	11.5	11.7	12.0
法人税等	21	103	75	242	
（実効税率）	4.7	16.9	14.7	41.9	
少数株主利益	80	52	43	82	
当期利益	346	458	391	252	300
（対前期比）	4.5	32.4	-14.6	-35.4	18.7
（対売上比）	10.2	10.8	8.9	5.1	5.6
期中平均株式数（千株）	29,255	29,255	29,255	29,255	29,255
1 株当り利益（円）	11.83	15.67	13.37	8.64	10.25
1 株当り配当（円）	0.00	0.00	0.00	0.00	0.0
1 株当り純資産（円）	51.23	67.11	80.70	89.34	-

注：株式数を 2013 年に 1：100 株に分割、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