

ドクターシーラボ (4924)

連結通期 (百万円)		売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	EPS (円)	DPS (円)	BPS (円)
FY07/2010		31,789	8,370	8,376	4,699	17,366	3,200	58,155
FY07/2011		36,233	10,247	10,176	5,999	22,280	6,700	57,193
FY07/2012会予		41,000	11,300	11,280	6,610	26,329	7,900	-
FY07/2011	前年比	14.0%	22.4%	21.5%	27.7%	-	-	-
FY07/2012会予	前年比	13.2%	10.3%	10.8%	10.2%	-	-	-
連結半期 (百万円)		売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	EPS (円)	DPS (円)	BPS (円)
1Q-2Q FY07/2011		17,463	5,148	5,144	2,853	-	-	-
3Q-4Q FY07/2011		18,770	5,099	5,032	3,146	-	-	-
1Q-2Q FY07/2012会予		19,740	5,470	5,460	3,200	-	-	-
3Q-4Q FY07/2012会予		21,260	5,830	5,820	3,410	-	-	-
1Q-2Q FY07/2012会予	前年比	13.0%	6.3%	6.1%	12.2%	-	-	-
3Q-4Q FY07/2011会予	前年比	13.3%	14.3%	15.7%	8.4%	-	-	-
連結四半期 (百万円)		売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	EPS (円)	DPS (円)	BPS (円)
1Q FY07/2011		7,429	1,971	1,957	1,069	-	-	-
2Q FY07/2011		10,034	3,177	3,187	1,784	-	-	-
3Q FY07/2011		8,078	2,069	2,073	1,165	-	-	-
4Q FY07/2011		10,692	3,030	2,959	1,981	-	-	-
1Q FY07/2012		7,759	2,099	2,105	1,250	-	-	-
2Q FY07/2012会予		11,981	3,371	3,355	1,950	-	-	-
1Q FY07/2012	前年比	4.4%	6.5%	7.6%	16.9%	-	-	-
2Q FY07/2012会予	前年比	19.4%	6.1%	5.3%	9.3%	-	-	-

出所: 会社データ、弊社計算

1.0 エグゼクティブサマリー (2012年1月31日)

本商品購入率の回復

メディカルコスメ市場を開拓するドクターシーラボの短期的な売上高推移が復調しつつある。2012年7月期第1四半期(8-10月)の売上高は前年比4.4%増に留まり、第2四半期(11-1月)の当初においてもその増収トレンドに大きな変化はなかった。ただし、ここに来て、主力の通信販売における新規登録会員による本商品購入率が回復に転ずる見込みである一方、卸売販売での一時的な減収が一巡している。売上高の伸び率の調整は収束しつつあり、同社は従来の二桁増収トレンドを取り戻していく方向にある模様である。

同社は、創業者(現取締役会長)であり美容皮膚科の医師である城野親徳氏が開発したスキンケア化粧品を市場に投入することを主要業務としており、ここでのアクアコラーゲンゲルシリーズを中核とした商品群がメディカルコスメと呼ばれている。多様な面でユーザーニーズに適合した商品やサービスを提供している同社は、制度化化粧品メーカーの商品を代替するかたちで売上高を大きく拡大させてきた。また、2011年7月期においては、経常利益率28.1%、ROE39.9%が達成されている。国内市場における通信販売の総登録会員数は最終的には1,300万人~1,400万人に達する可能性があるとしており、第1四半期末実績は787万人に過ぎない。同社では、今後に向けても国内市場での啓蒙活動を継続することによって同社の商品の相対的優位性を訴え続けてゆき、更なる市場開拓を進めていくことを計画している。また、同社は、中国等の海外市場での啓蒙活動も開始しており、

これが同社の中長期的な売上高に対する成長ドライバーとなる見通しである。

第1四半期(8-10月)における通信販売の新規登録会員開拓戦略は基本的には従来と同じであったが、「見せ方」の変更が試みられた。従来、無料サンプルの提供を通して新規登録会員を獲得し、そのうえで本商品購入を促してきたのだが、第1四半期においては、ポーチとミニサイズ商品のセットが抽選で当たる訴求方法にしたのである。その結果、プレゼント獲得を主目的とした新規会員登録が発生し、新規登録会員による本商品購入率が低下を余儀なくされた。同社では、従来の「見せ方」への回帰を予定しており、本商品購入率は今後回復に向かうと見込んでいる。

2.0 会社概要

メディカルコスメのダントツ企業

商号	株式会社ドクターシーラボ Web サイト IR 情報 株価情報	
設立年月日	1999年2月26日	
上場年月日	2003年3月26日：東京証券取引所一部（証券コード：4924）	
資本金	1,192百万円（2011年10月末）	
発行済株式数	254,085株、自己株式内数3,00株（2011年10月末）	
特色	<ul style="list-style-type: none"> ● メディカルコスメで国内シェア30%超 ● 通信販売を中心として、百貨店で対面販売、ドラッグストアに卸売販売 ● 商品の生産は100%外部委託 ● 中国等の海外市場での展開を進捗中 	
事業内容	I. 化粧品事業 II. 健康食品事業	
代表者	代表取締役社長 石原智美、取締役会長 城野親徳	
主要株主	株式会社C I C 26.1%、城野親徳 21.9%（2011年10月末、弊社推定値）	
本社	東京都渋谷区	
従業員数	連結692名、単体627名（2011年10月末）	

出所：会社データ

3.0 業績推移

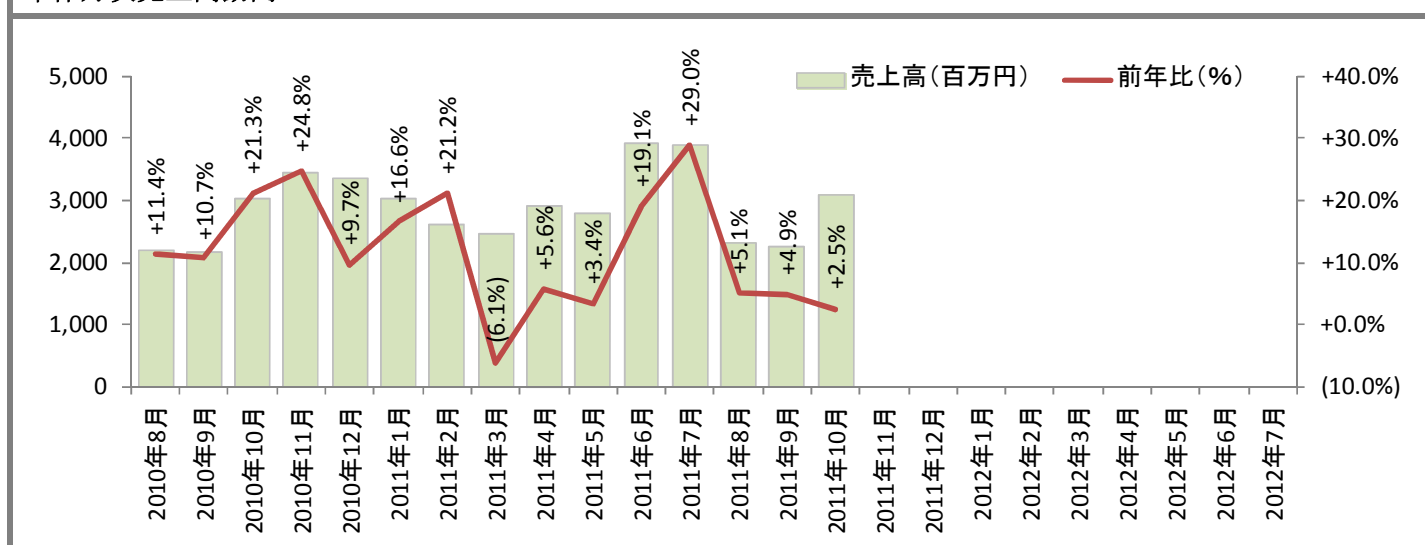
2012年7月期第1四半期実績

2012年7月期第1四半期実績は、売上高78億円（前年比4.4%増）、営業利益21億円（6.5%増）、経常利益21億円（7.6%増）、当期純利益13億円（16.9%増）での着地となった。上半期の会社予想に対する進捗率は、売上高でも利益でも40%を少し下回る水準に留まった。同社の四半期業績動向は季節要因の影響を受けるため、第1四半期は第2四半期に対して売上高が少なくなり、そのため利益水準も低くなる傾向はあるものの、今回の第1四半期実績は例年以上の調整となり、会社予想の想定値に対しても下振れた推移となった模様である。

単体月次売上高動向（連結ベースとほぼ同じ）においては、8月が前年比5.1%増、9月が4.9%増、10月が2.5%

増での着地である。販売チャネル別では、主力の通信販売（売上高構成比 63%）が前年比 9.9%増収となった。新規登録会員数は 243 千人となり、総登録会員数は 2011 年 7 月末の 763 万人から 787 万人へと 3.2%増加した。ここでの新規登録会員数は想定通りではあったものの、新規登録会員による本商品購入率が想定値を下回る水準に留まったため、この分だけ通信販売の売上高は想定値を下回る推移を余儀なくされた模様である。売上高の拡大を目的として、従来のサンプル訴求型からプレゼント訴求型への新規登録会員獲得戦略における「見せ方」の転換が行われたのだが、結果としては、ポーチ付きセット（小売価格：1,500 円相当）の獲得を主目的とした新規会員登録が発生し、従来の水準での本商品購入率が達成できなかったとのことである。一方、卸売販売（売上高構成比 21%）においては、流通在庫の返品を受け入れたため前年比 10.6%減収を余儀なくされた。

単体月次売上高動向



出所：会社データ、弊社計算

また、第 1 四半期の売上総利益率は 83.5%での着地となり、前年同期の 83.1%に対して 0.4%ポイントの上昇となった。相対的に利益率が高いとされる通信販売が増収となった一方、相対的に利益率が低いとされる卸売販売が減収となったため、セールスマックスが向上した模様である。そして販管費売上高比率は前年同期の 56.6%から 56.4%へと 0.2%ポイント下落したため、営業利益率は 26.5%から 27.1%へと 0.6%ポイント上昇した。8 月、9 月と広告宣伝費（主に TV CM 費用）が一時的に前年比を下回る水準に抑えられたことが販管費売上高比率の漸減の主因となった。

営業利益率の向上を背景として、経常利益率は 26.4%から 27.1%へと 0.5%ポイント上昇した一方、当期純利益率は 14.4%から 16.1%へと 1.7%ポイント上昇した。第 1 四半期実績においては、同社は留保金課税の対象とはなっていない一方、前年同期においては留保金課税の対象であったため、前年比で法人税等の実効税率が低減したことにより、当期純利益率は経常利益率以上の向上を示すこととなった。

第 1 四半期末における同社は、総資産 177 億円、純資産 139 億円、ネットキャッシュ 64 億円と相当に健全な財務体質を維持している。

大株主の持株比率と発行済株式数の推移

2012 年 7 月期第 1 四半期末における城野会長による実質的な持株比率は 49.6%であったと推定される。2011 年 1 月 31 日（2011 年 7 月期第 2 四半期末）時点では、城野会長、株式会社 C I C（城野会長が株式の 100%を保有）、城野智子氏の持株比率を合算した城野会長による実質的な持株比率は 53.4%であったが、株式会社 C I C

が同社の自己株買付けに応じて 20,000 株を同社に譲渡したため、2011 年 7 月 31 日（2011 年 7 月期末）時点では、城野会長による実質的な持株比率が 49.6%にまで減少している。

また、同社は、8 月 19 日付けで 26,813 株に及ぶ自己株を消却したため、発行済株式数が 280,868 株から 254,055 株にまで減少している。ただし、城野会長による実質的な持株比率は、そもそも自己株式を除いた発行済株式数を母数として算出されているため、これによる影響を受けていない。加えて、9 月 9 日には、城野会長から株式会社 C I C へ 7,000 株が譲渡されており、筆頭株主が城野会長から株式会社 C I C に移行しているものの、これもまた城野会長による実質的な持株比率に対して影響を及ぼしていない。また、10 月 31 日（2012 年 7 月期第 1 四半期末）時点では、ストックオプションの行使によって発行済株式数が 30 株増加しているが、大株主による持株比率に対するインパクトは実質的には認められない水準での増加である。

城野会長による実質的な株式保有	1月31日	7月31日	8月19日	9月9日	10月31日
城野親徳	62,047	62,047	62,047	55,047	55,047
株式会社 C I C	78,500	58,500	58,500	65,500	65,500
城野智子	4,000	4,000	4,000	4,000	4,000
発行済株式数(自己株式を含む)	280,520	280,868	254,055	254,055	254,085
自己株式	9,813	29,813	3,000	3,000	3,000
発行済株式数(自己株式を除く)	270,707	251,055	251,055	251,055	251,085
城野会長による実質的な株式保有(株)	144,547	124,547	124,547	124,547	124,547
城野親徳	22.9%	24.7%	24.7%	21.9%	21.9%
株式会社 C I C	29.0%	23.3%	23.3%	26.1%	26.1%
城野智子	1.5%	1.6%	1.6%	1.6%	1.6%
発行済株式数(自己株式を除く)	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
城野会長による実質的な株式保有(比率)	53.4%	49.6%	49.6%	49.6%	49.6%

出所: 会社データ、弊社計算

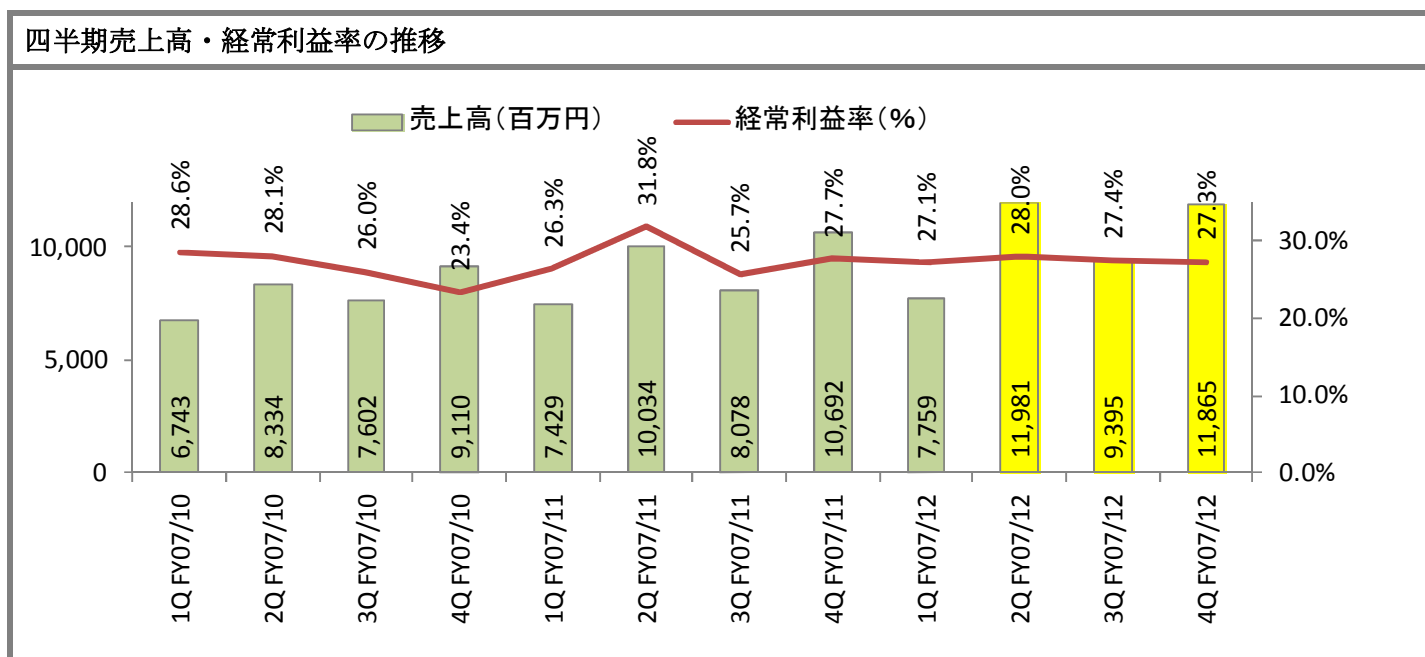
2012 年 7 月期会社予想

2012 年 7 月期会社予想においては、売上高 410 億円（前年比 13.2%増）、営業利益 113 億円（10.3%増）、経常利益 113 億円（10.8%増）、当期純利益 66 億円（10.2%増）が見込まれている。増収・増益の主因として見込まれているのは、2011 年 7 月期に引き続いて、主力商品であるアクアカラーゲングルシリーズの拡販が通信販売で好調に推移することである。通信販売の新規会員数の想定値は 130 万で、2011 年 7 月期実績の 101 万を上回ることが見込まれている。また、配当性向 30%を目標として挙げた同社は、2012 年 7 月期に対して一株当たり配当金 7,900 円（配当性向 30.0%、純資産配当率 11.8%）を想定している。

第 1 四半期実績は、会社予想の想定を下回る水準での着地となった模様だが、通期会社予想は据え置かれている。第 2 四半期に入った当初においても売上高動向には芳しい傾向が認められなかったものの、ここにきて回復基調に転換しつつあるのは既に述べた通りである。ただし、上半期に対する会社予想の売上高が達成されるほどまでには至らない模様である。一方、利益水準においては、広告宣伝費の効率化等が進捗していること等に鑑みれば、上半期に対して想定されている利益水準がほぼ達成される可能性も指摘できよう。

また、同社の単月ベースの売上高は拡販キャンペーンの有無等によって大きく変動する一方、これによって四半期ベースの売上高も大きな影響を受けている。具体的には、第 2 四半期（11-1 月）と第 4 四半期（5-7 月）の売上高が相対的に大きくなる一方、第 1 四半期（8-10 月）と第 3 四半期（2-4 月）が相対的に小さくなる。第 2 四半期及び第 4 四半期は一般的なサラリーマンのボーナス支給時期と重なるため、通信販売の新規登録会員獲得等

のためのキャンペーンが強化され、そのため実際に売上高が拡大する傾向にある。2012年7月期に関しても、同様の方向性での推移となる見込みである。



出所：会社データ、弊社計算（2012年7月期下半期の四半期予想は、過去2年間の季節性から推測）

中長期業績見通し

同社の第3次中期経営計画（2011年7月期～2013年7月期）においては、最終年度である2013年7月期に対して売上高470億円、経常利益率26.5%の達成が見込まれている（2010年7月期実績：318億円、26.3%）。中期経営計画の初年度に当たる2011年7月期実績は、中期経営計画の想定値を上回る着地となった一方、直近の会社予想では、中期経営計画の2期目に当たる2012年7月期に対して中期経営計画の想定値以上の利益水準が見込まれている。ただし、売上高410億円は中期経営計画の想定値と同じである。従って、売上高利益率が中期経営計画の想定以上の水準で推移することが見込まれていることになる。2012年7月期における経常利益率は中期経営計画の想定では26.5%だが、直近の会社予想では27.5%が見込まれている。ここでは、同社が将来に向けての投資に対してやや慎重になっていることが影響している模様である。

2012年7月期会社予想での経常利益113億円は中期経営計画の水準に対して3.9%大きい水準である。また、当期純利益での上振れは更に大きく8.5%に及んでいる。ここでは、中期経営計画で想定されていなかった同社が留保金課税の対象外となり税率が低くなることが織り込まれている。また、自社株買付けによる発行済株式数の減少も織り込まれていなかったため、2012年7月期会社予想における一株当たり当期純利益は中期経営計画の想定値に対して17.0%上振れた水準に及んでいる。

1) 第3次中期経営計画(2010年9月14日)	FY07/2011	FY07/2012	FY07/2013
売上高(百万円)	36,000	41,000	47,000
経常利益(百万円)	9,600	10,860	12,450
当期純利益(百万円)	5,270	6,090	6,970
一株当たり当期純利益(円)	19,469	22,498	25,750
売上高(前年比、%)	+13.2%	+13.9%	+14.6%
経常利益率(%)	26.7%	26.5%	26.5%
2) 2011年7月期決算短信(2011年9月8日)	FY07/2011	FY07/2012	FY07/2013
売上高(百万円)	36,233	41,000	-
経常利益(百万円)	10,176	11,280	-
当期純利益(百万円)	5,999	6,610	-
一株当たり当期純利益(円)	22,280	26,329	-
売上高(前年比、%)	+14.0%	+13.2%	-
経常利益率(%)	28.1%	27.5%	-
2) / 1) - 1	FY07/2011	FY07/2012	FY07/2013
売上高	+0.6%	+0.0%	-
経常利益	+6.0%	+3.9%	-
当期純利益	+13.8%	+8.5%	-
一株当たり当期純利益	+14.4%	+17.0%	-

出所: 会社データ、弊社計算

4.0 ビジネスモデル

メディカルコスメのダントツ企業

同社は、国内メディカルコスメ市場において 30%以上のシェアを有していると推定される。最大の同業他社においても、そのシェアは 10%に満たない模様であることに鑑みれば、同社は、メディカルコスメのダントツ企業であると考えられる。スキンケア向け（市場占有率 45%前後）とメイクアップ向け（55%前後）から構成される化粧品全般の国内市場においては、総計 30,000 社前後の参入があり、その市場規模は年間 2.2 兆円前後（小売ベース）にまで及ぶとのことである。ただし、将来に向けての成長性は既に喪失されているというのが一般的な見方である。一方、同社の商品群は、基本的にスキンケア向けであり、その内容としては一般的な制度化粧品とは一線を画するメディカルコスメである。メディカルコスメは、一般的な制度化粧品に対する多様な優位性をもってその市場を代替するかたちで自らの市場規模を拡大させているが、同社はメディカルコスメ市場においてもシェアを拡大させている模様である。

メディカルコスメとは、皮膚科等の医師や医薬品メーカーが、自らの専門知識に鑑みて開発したスキンケア関連を中心とする化粧品の商品群のことであり、その主な効用は人間の顔面の皮膚に対する保湿効果である。また、医薬品メーカーによって開発されている部分を取り除いて、医師によって開発されている部分のみを取り出したドクターズコスメという概念も存在する。同社は、このドクターズコスメに特化しており、この市場に限って言えば、同社の市場シェアは 40%を超える水準にあると推定される。



- 同社の売上高の 90%前後を占める主力ブランド
- 対象年齢層：40 才代～
- 平均単価：5,000 円

Labo Labo



- 対象年齢層：20 才代～30 才代
- 平均単価：2,000 円

GENOMER



- 対象年齢層：45 才～
- 平均単価：10,000 円

出所：会社データ

アクアコラーゲンゲルシリーズ

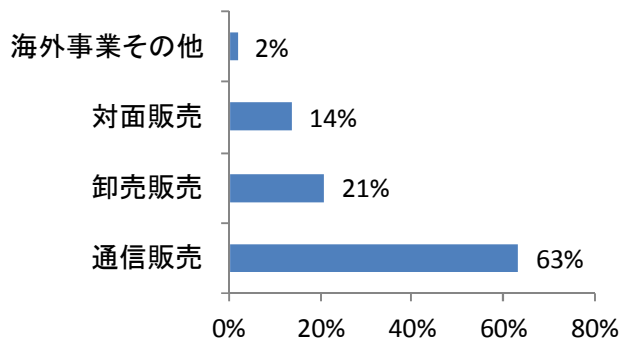
同社の 2012 年 7 月期第 1 四半期売上高 78 億円 (前年比 4.4% 増) においては、化粧品事業の売上高構成比 94.1%、健康食品事業 5.9% であり、同社の化粧品事業に対するエクスポージャーは圧倒的に大きい。販売チャネル別では、通信販売の売上高構成比が 63% と高く、また当該期間の同社の売上高純増額 330 百万円に対して 443 百万円 (134%) を通信販売が占めた。卸売販売 (売上高構成比 21%) では一時的な売上高の減少があり、これが第 1 四半期における同社の売上高に対して 193 百万円に及ぶ純減の影響を及ぼした。

また、同社のメディカルコスメ商品の総アイテム数は 290 前後に及ぶものの、同社の売上高は、一部の売れ筋商品に依存する傾向がある。第 1 四半期において、同社のトップ 10 商品の売上高合計は同社の売上高の 53.0% に及んでいる。なかでも単品商品として最大の売上高を計上したのは、「アクアコラーゲンゲルエンリッチリフト EX」であり、同社の売上高における構成比は 22.0% に及んでいる。これは、アクアコラーゲンを原材料としたスキンケア向け化粧品である。また、同商品を中核とするアクアコラーゲンゲルシリーズ全体の売上高構成比は 36.9% であった。

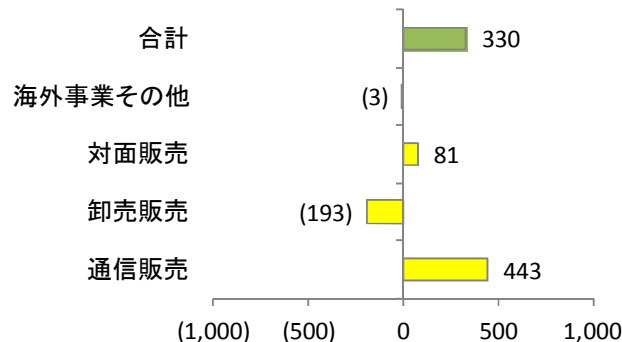
「アクアコラーゲンゲルエンリッチリフト EX」の小売単価は 9,000 円弱であるが、これによってもたらされる効用を制度化粧品によって実現させようとする場合には、総計 20,000 円前後の抛が必要となることである。国内の大手制度化粧品メーカーが提唱するスキームにおいては、メイクアップを開始する前提条件を満たすための一定の保湿効果を得るためには、①化粧水、②乳液、③美容液、④化粧下地、以上の四段階における作業が最低限でも必要であり、それぞれに異なる化粧品を揃えることが絶対条件であるとされている。これに係る費用が総計で 20,000 円前後になるのである。一方、「アクアコラーゲンゲルエンリッチリフト EX」は、同等の効用をもたらしつつ、また作業工程数を 4 から 1 にまで減少させながら、抛出費用を半分以下に抑えていることに鑑みれば、制度化粧品に対して一定の相対的優位性をもっていると考えられる。

販売チャネル別売上高：2012年7月期第1四半期実績

売上高構成比



売上高純増減（前年比）



出所：会社データ、弊社計算

通信販売

同社の通信販売における総登録会員数は787万人（2012年7月期第1四半期末）に及んでいるが、数年後を目途に1,000万人を達成することが見込まれており、また最終的には1,300万人～1,400万人にまで増加させる余地があるとされている。同社は、同社の商品の相対的優位性を訴えるべく各種のマーケティング手法を用いて登録会員数を継続的に拡大させている一方、既存の登録会員に対してはCRM等を用いて徹底的な顧客管理を行っている。同社の通信販売の登録会員と成り得るユーザー層のなかには、未だ大手制度化化粧品メーカーのスキームを盲信する傾向も認められるため、同社の商品に対する認知度の向上が今後さらに進むことを想定すれば、将来に向けての登録会員数は拡大していくと考えられる。また、同社は、定期的なカタログの郵送加えてWebサイトでの商品紹介等を展開している。これらのメディアを通して同社の登録会員は新商品情報等に触れることとなり、同社に対する発注が促されることになるというのが基本的な同社の通信販売における販売促進スキームである。

同社の通信販売会員が同社に発注する手段のひとつとして、スマートフォン等を含むインターネットメディアを通じた形式（Eコマース）がある。Eコマースによる売上高構成比は、40%前後にまで上昇してきている。また、残る60%前後は主に電話による発注である。将来に向けては、Eコマースに対するエクスポージャーが更に高まることになる見通しではあるが、同社としては、将来に向けてここでのエクスポージャーの上限を50%前後に抑える一方、残る50%前後を電話による発注で維持することを目指している。なぜならば、同社では登録会員との電話での会話を通じた直接的なコミュニケーションを相当に重要視しているからである。ここでは、登録会員のナマの声に触れることによってユーザーニーズを迅速かつ的確に捉えて、それに適合した商品の開発に結びつけることが目指されている。また、同社では、商品提供以外でのサービス（例えば、年齢層の高い会員の話し相手になること等）も重要であると考えられており、電話での発注に注力することは、最も効率的に同社のこの意図に適合するサービスを提供する機会を設けることになる想定されている。

年齢層別売上高構成比の推移

同社の過去3年間に及ぶ通信販売の売上高を牽引してきたのは、40才以上の中高年層の登録会員に対するエクスポージャーの拡大である。換言すれば、中高年層における同社の商品の特性に係る認知度が向上してきたと考えられる。ただし、未だ市場全体における認知度が十分高い水準まで上昇したとの判断はなされておらず、更なる認知度の向上が見込まれている。

顧客の年齢層	売上高構成比		
	現在	3年前	増減
10-19	0.4%	0.8%	(0.4%)
20-29	7.9%	20.7%	(12.8%)
30-39	28.8%	38.7%	(9.9%)
40-49	27.5%	20.4%	+7.1%
50-59	18.0%	11.6%	+6.4%
60-69	17.4%	7.8%	+9.6%
合計	100.0%	100.0%	-

出所: 会社データ、弊社計算

また、地域的には都市部での認知度が相対的に高い一方、地方での認知度が相対的に低いとされている。将来においては、いずれ地方での認知度が都市部と同水準にまで上昇することが想定されており、この側面でも同社の商品の特性に係る認知度には上昇余地があると考えられている。

5.0 財務諸表

一株当たりデータ

一株当たりデータ (円)	連結実績 (6ヶ月)	連結実績 通期	連結実績 通期	連結実績 通期	連結実績 通期	連結会予 通期
	07年7月期	08年7月期	09年7月期	10年7月期	11年7月期	12年7月期
一株当たり当期純利益	2,051	7,677	11,208	17,366	22,280	26,329
一株当たり配当金	600	3,100	2,700	3,200	6,700	7,900
一株当たり純資産	31,428	36,899	43,541	58,155	57,193	76,820
a) 期末発行済株式数(株)	277,988	278,916	280,348	280,496	280,868	254,055
b) 期末自己株式数(株)	3,198	7,198	9,813	9,813	29,813	3,000
a) - b)	274,790	271,718	270,535	270,683	251,055	251,055

出所: 会社データ、弊社計算

要約財務諸表

要約財務諸表 (百万円)	連結実績 (6ヶ月) 07年7月期	連結実績 通期 08年7月期	連結実績 通期 09年7月期	連結実績 通期 10年7月期	連結実績 通期 11年7月期	連結会予 通期 12年7月期
売上高	9,078	21,618	25,900	31,789	36,233	41,000
営業利益	1,161	3,817	5,403	8,370	10,247	11,300
経常利益	1,148	3,823	5,391	8,376	10,176	11,280
特別損益等	(52)	(303)	(80)	(50)	(63)	(140)
税金等調整前当期純利益	1,095	3,520	5,311	8,326	10,113	11,140
法人税等合計	532	1,416	2,264	3,627	4,114	4,530
当期純利益	563	2,104	3,047	4,699	5,999	6,610
配当金総額	164	842	730	866	1,682	1,983
純資産	8,636	10,026	11,779	15,742	14,358	19,286
総資産	11,861	13,262	15,252	21,520	20,190	-
営業活動によるCF	749	3,071	2,803	6,584	4,886	-
投資活動によるCF	(392)	(572)	(674)	(452)	(412)	-
営業活動CF + 投資活動CF	357	2,498	2,128	6,131	4,474	-
財務活動によるCF	(781)	(1,742)	(1,392)	(712)	(7,363)	-
売上高伸び率(%)	-	-	+19.8%	+22.7%	+14.0%	+13.2%
経常利益率(%)	12.6%	17.7%	20.8%	26.3%	28.1%	27.5%
法人税率(%)	48.6%	40.2%	42.6%	43.6%	40.7%	40.7%
配当性向(%)	29.3%	40.4%	24.1%	18.4%	30.1%	30.0%
純資産 / 総資産(%)	72.8%	75.6%	77.2%	73.2%	71.1%	-
ROE(%)	-	22.6%	27.9%	34.1%	39.9%	39.3%
純資産配当率(%)	1.9%	9.9%	7.3%	7.3%	11.6%	11.8%

出所: 会社データ、弊社計算

Disclaimer

ここでの情報は、ウォールデンリサーチジャパンが当該事業会社の発信する「IR情報」を中立的かつ専門的な立場から要約して、レポート形式にまとめたものである。「IR情報」とは、すなわち当該事業会社に係る①弊社との個別取材の内容、②機関投資家向け説明会の内容、③適時開示情報、④ホームページの内容等である。

商号: 株式会社ウォールデンリサーチジャパン

本店所在地: 〒104-0032 東京都中央区八丁堀 4-12-4-1110 クイーンズパレス東京中央

URL: www.walden.co.jp

E-mail: info@walden.co.jp

電話番号: 03 (3553) 3769