

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

トーカイ

9729 東証プライム市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2022年7月1日(金)

執筆：客員アナリスト

佐藤 譲

FISCO Ltd. Analyst **Yuzuru Sato**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

| | |
|----------------------------|----|
| ■ 要約 | 01 |
| 1. 2022年3月期の業績概要 | 01 |
| 2. 2023年3月期の業績見通し | 01 |
| 3. 中期経営計画について | 01 |
| 4. 株主還元策 | 02 |
| ■ 事業概要 | 02 |
| 1. 健康生活サービス | 03 |
| 2. 調剤サービス | 04 |
| 3. 環境サービス | 04 |
| 4. その他 | 04 |
| ■ 業績動向 | 04 |
| 1. 2022年3月期の業績概要 | 04 |
| 2. 事業セグメント別の動向 | 06 |
| 3. 財務状況と経営指標 | 10 |
| ■ 今後の見通し | 12 |
| 1. 2023年3月期の業績見通し | 12 |
| 2. 事業セグメント別の見通し | 14 |
| ■ 中期経営計画 | 17 |
| 1. 中期経営計画の概要 | 17 |
| 2. サステナビリティ経営とESGの取り組みについて | 21 |
| ■ 株主還元策 | 23 |

要約

医療・介護の分野で成長を続け、レンタルを中心とした ビジネスで環境にも貢献する総合ヘルスケア企業

トーカイ <9729> は、「健康生活サービス」「調剤サービス」「環境サービス」の3つのセグメントを柱とする企業グループ。超高齢社会を迎えるなかで医療と介護の両分野で事業を展開している強みを生かし、「総合ヘルスケア企業」として成長を続けている。

1. 2022年3月期の業績概要

2022年3月期の連結業績は、売上高で前期比4.6%増の123,484百万円、営業利益で同13.1%増の8,252百万円と過去最高を2期ぶりに更新し、すべてのセグメントで増収増益を達成した。健康生活サービスでは、期初の想定より新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）の影響が長引き、宿泊施設向け寝具・リネンサプライ事業やクリーニング設備製造事業が計画を下回ったものの、「入院セット」や介護用品レンタルサービスの伸長によりカバーした。調剤サービスは新規出店効果による処方箋枚数の増加や技術料単価の上昇により増収増益となった。環境サービスは病院清掃がコロナ感染者受け入れ病床の清掃業務を受託したこともあり好調に推移した。

2. 2023年3月期の業績見通し

2023年3月期の連結業績は、売上高で前期比5.5%増の130,307百万円、営業利益で同5.7%減の7,782百万円となる見通し。with コロナが続く環境下において、清潔・健康に対するニーズの拡大が続くほか、ホテル向け寝具・リネンサプライやリーススキンの回復基調が続き、売上高は増収を見込む。一方、利益面ではエネルギーコストの上昇による費用増や中期成長に向けた積極投資に伴う減価償却費の増加（前期比634百万円増）により減益を見込んでいる。なお、2022年度の調剤報酬改定の同社業績への影響は軽微だったようで、調剤サービスについては増収増益が続く見通しだ。

3. 中期経営計画について

2022年3月期からスタートした4ヶ年の中期経営計画「Challenge for the new stage!」では、経営数値目標として2025年3月期に売上高1,400億円、営業利益95億円を掲げている。既存事業におけるシェア拡大及び戦略商品の拡販等により売上を拡大し、デジタルトランスフォーメーション（以下、DX）の推進などによる業務効率化や生産性向上に取り組むことで、営業利益率も2021年3月期の6.2%から6.8%に引き上げていく。4年間で新工場建設も含めて250億円の設備投資を進める予定で、中長期的な成長に向けた事業基盤を構築していく。超高齢社会に向けて地域包括ケアシステムの構築が求められる社会状況は、医療と介護の両分野を展開する同社にとって事業拡大の好機である。

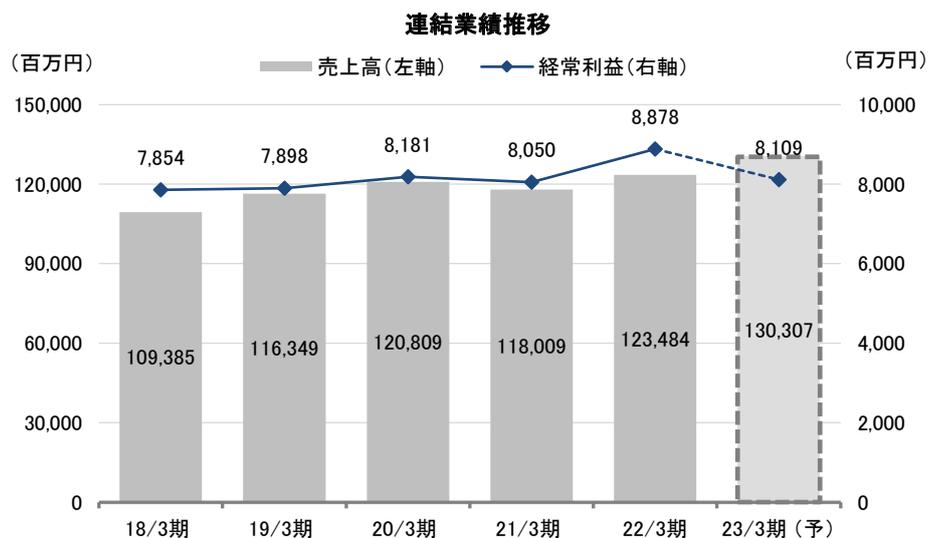
要約

4. 株主還元策

同社は株主還元方針として、2022年3月期より「配当性向25%」を目安とすることとした。これに伴い、2022年3月期の1株当たり配当金は前期比12.0円増配の42.0円（配当性向25.5%）とし、2023年3月期も同1.0円増配の43.0円（同25.3%）と連続増配を予定している。また、自社株の取得については、株価の水準によって適宜機動的に検討していくことにしている。

Key Points

- ・ 2022年3月期業績はすべての事業で増収増益となり、売上高、営業利益、経常利益は過去最高を更新
- ・ 2023年3月期は持続的成長に向けた基盤構築のための先行投資を実施
- ・ 創業以来、廃棄物削減と循環型社会の実現に寄与するレンタル事業を通じてSDGsに貢献



出所：決算短信よりフィスコ作成

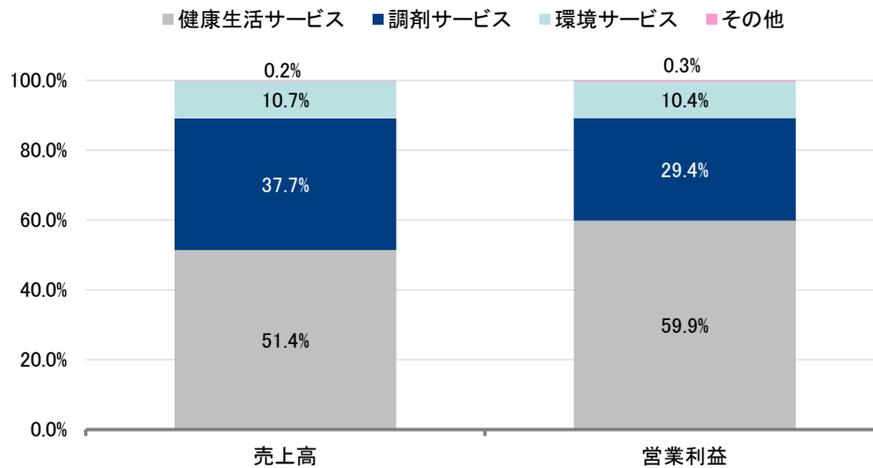
■ 事業概要

「健康生活サービス」と「調剤サービス」を合わせたヘルスケア分野が収益の柱

同社は、「健康生活サービス」「調剤サービス」「環境サービス」の3つのセグメントを軸に展開する企業で、岐阜県に本社を置く。セグメント別の構成比は、「健康生活サービス」と「調剤サービス」を合わせたヘルスケア分野で売上高、営業利益ともに全体の9割弱を占めている。

事業概要

事業セグメント別構成比(2022年3月期)



注：営業利益は内部売上消去前ベース
出所：決算短信よりフィスコ作成

1. 健康生活サービス

健康生活サービスセグメントは、病院関連事業（医療機関・介護福祉施設向けリネンサプライ、看護補助、院内物品管理などの医療周辺業務受託）、寝具・リネンサプライ事業（ホテルなど宿泊施設向けのリネンサプライや寝具類のレンタル）、シルバー事業（介護用品レンタル・販売）、給食事業（医療機関・介護福祉施設向け）、クリーニング設備製造事業、アクアクララ事業（宅配水「アクアクララ」のサブフランチャイザー）などで構成されている。

同セグメントのうち、病院関連事業及び寝具・リネンサプライ事業の売上高が5～6割を占めている。病院・介護施設・宿泊施設向けに提供するリネンサプライに関しては、東北・関東・中部・関西・中国・四国エリアで営業展開しており、このうち病院・介護施設向けでは業界トップのワタキューセイモア（株）に次いで業界第2位に位置している。また、病院向けではリネンサプライのほか看護補助、院内物品管理など、医療周辺業務をワンストップで提供できることが強みとなっている。

同セグメント売上高の3割強を占めるシルバー事業は、介護保険制度に基づき電動ベッドや車いすなどの介護用品のレンタル・販売を行っている。直販レンタル売上では、フランスベッドホールディングス<7840>やパナソニックホールディングス<6752>の子会社（パナソニックエイジフリー（株））と業界トップを競っていると見られる。営業エリアは東北から九州地方まで、高齢者の増加が見込まれる都市部を中心にカバーしており、2022年5月末時点で73ヶ所の支店・営業所と7ヶ所のメンテナンスセンターを設置している（連結子会社の拠点含む）。市場シェアは地域によって異なり、四国地方では3割程度の高いシェアを獲得しているが、3大都市圏では5～10%と市場シェア拡大の余地を残す。同社は各地域におけるケアマネジャーとの密な連携により、きめ細かいサービスを提供している。また、医療機関との関係性を生かし退院患者の紹介を受けるルートを構築して利用者数の拡大を図るなど、同社ならではの戦略を推進し市場全体を上回る成長を続けている。M&Aも活用しながら地域内シェアの拡大に取り組んでおり、「直販レンタル売上日本一」の地位を確立することを目標としている。

事業概要

2022年3月期業績で見ると、病院関連事業と寝具・リネンサプライ事業、シルバー事業の3事業で売上高、利益の大半を占め、収益性に関してはシルバー事業が最も高くなっている。

2. 調剤サービス

調剤サービスセグメントは、連結子会社のたんぼぼ薬局(株)が東海・北陸・関西・四国地区で調剤薬局を展開しており、2022年3月末の店舗数は145店舗となっている。原則オーガニック成長で店舗数を拡大し、出店先を大規模病院の門前に特化することで経営効率を高める戦略を推進してきた。このため利益率は業界トップクラスの水準を維持している。近年は、国が示す「患者のための薬局ビジョン」のもと調剤薬局は地域の「かかりつけ薬局」としての機能を果たすことが今まで以上に求められている同社においても出店の多角化や地域の「かかりつけ薬局」としての機能を高めるとともに、専門性の高い薬剤師の育成を通じて地域医療に貢献する方針である。

3. 環境サービス

環境サービスセグメントは、リースキン事業と清掃事業などで構成されている。リースキン事業では、主にオフィスや店舗、個人宅などで用いるモップやマット等の環境美化用品のレンタル・販売を「リースキン」というブランド名でフランチャイズ展開している。地方本部・代理店を含めて全国に約1,000拠点の販売ネットワークを構築しており、業界シェアはダスキン<4665>に次ぐ第2位となっている。現在はトイレ周り商品に注力し他社との差別化を図っている。清掃事業では、建物の清掃・管理業務の受託サービスを展開している。近年は医療機関における院内感染を防止する高度な清掃サービスの提供に注力しており、売上の過半は医療機関や介護福祉施設向けの清掃となっている。そのほか、太陽光発電による売電事業等も行っている。

4. その他

その他セグメントでは連結子会社の(株)日本情報マートが経営情報の提供サービス等を行っている。

業績動向

2022年3月期業績はすべての事業で増収増益となり、売上高、営業利益、経常利益は過去最高を更新

1. 2022年3月期の業績概要

2022年3月期の連結業績は、売上高で前期比4.6%増の123,484百万円、営業利益で同13.1%増の8,252百万円、経常利益で同10.3%増の8,878百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同5.9%増の5,806百万円と増収増益となり、売上高、営業利益、経常利益は2期ぶりに過去最高を更新した。

業績動向

期初の想定よりもコロナ禍が長引いたことで、宿泊施設向け寝具・リネンサプライ事業やクリーニング設備製造事業の回復が限定的なものにとどまった。一方で、在宅介護需要の高まりを受けシルバー事業が好調に推移したほか、「入院セット」※¹や「ネクサージ」※²の売上伸長、「コロナ病床」の清掃業務等を受託したことが収益増に貢献し、すべての事業セグメントで増収増益となった。

また、コロナ禍で需要が増加した製品・サービスの収益貢献により、売上高、各利益ともに会社計画比を上回って着地した。事業セグメント別の利益は、調剤サービスが概ね計画通りで、健康生活サービス及び環境サービスが計画を上回った。

※¹ 入院セット:入院に必要な日用品を日額定額制で提供するサービス。タオル類、日常着、寝巻、下着、歯ブラシ、ボディソープなどが含まれる。

※² ネクサージ:同社が業界に先がけて事業化した手術用リネンのリユースシステム。従来の使い捨て商品と比較して、医療廃棄物コストの削減と環境負荷低減というメリットがある。

2022年3月期連結業績

(単位:百万円)

| | 21/3期 | | 会社計画 | 22/3期 | | | |
|---------------------|---------|-------|---------|---------|-------|-------|-------|
| | 実績 | 対売上比 | | 実績 | 対売上比 | 前期比 | 計画比 |
| 売上高 | 118,009 | - | 123,160 | 123,484 | - | 4.6% | 0.3% |
| 売上原価 | 88,628 | 75.1% | - | 92,503 | 74.9% | 4.4% | - |
| 販管費 | 22,086 | 18.7% | - | 22,729 | 18.4% | 2.9% | - |
| 営業利益 | 7,294 | 6.2% | 7,732 | 8,252 | 6.7% | 13.1% | 6.7% |
| 経常利益 | 8,050 | 6.8% | 8,067 | 8,878 | 7.2% | 10.3% | 10.1% |
| 特別損益 | -107 | - | - | -230 | - | - | - |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | 5,481 | 4.6% | 5,315 | 5,806 | 4.7% | 5.9% | 9.2% |

出所:決算短信よりフィスコ作成

事業セグメント別業績

(単位:百万円)

| | | 21/3期 | 会社計画 | 22/3期 | | |
|------|------|--------|--------|--------|-------|-------|
| | | 実績 | | 実績 | 前期比 | 計画比 |
| 健康生活 | 売上高 | 60,631 | 63,571 | 63,517 | 4.8% | -0.1% |
| | 営業利益 | 5,403 | 6,042 | 6,312 | 16.8% | 4.5% |
| 調剤 | 売上高 | 44,098 | 46,183 | 46,561 | 5.6% | 0.8% |
| | 営業利益 | 3,006 | 3,116 | 3,097 | 3.0% | -0.6% |
| 環境 | 売上高 | 13,072 | 13,219 | 13,194 | 0.9% | -0.2% |
| | 営業利益 | 944 | 896 | 1,101 | 16.6% | 22.8% |

出所:決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

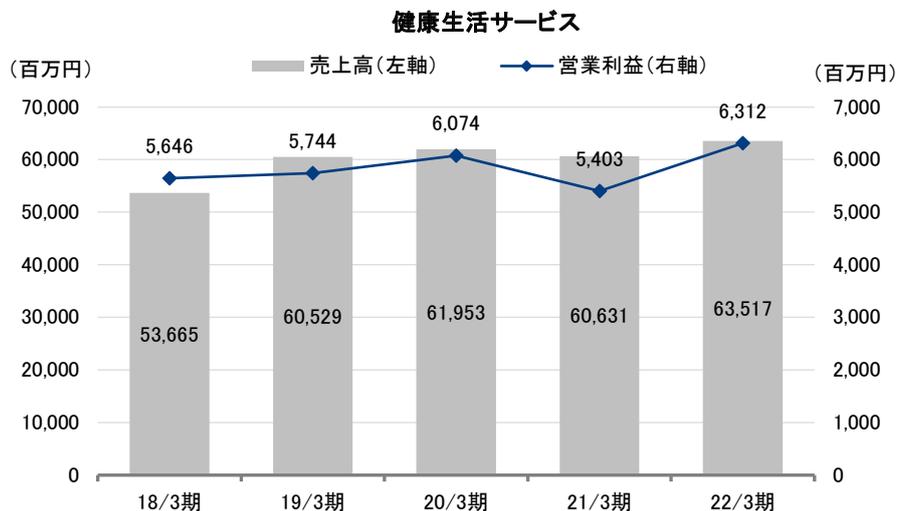
業績動向

すべての事業セグメントで増収増益となり、 健康生活サービス、調剤サービスは過去最高売上を更新

2. 事業セグメント別の動向

(1) 健康生活サービス

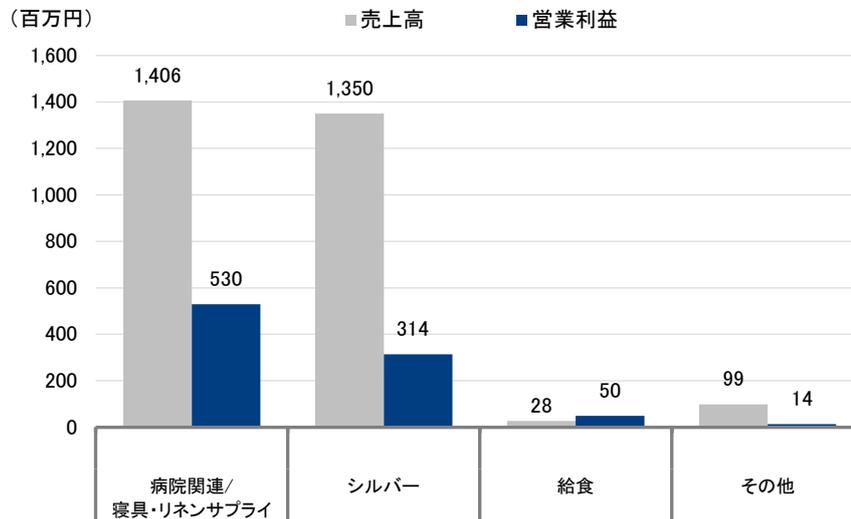
健康生活サービスの業績は、売上高で前期比 4.8% 増の 63,517 百万円、営業利益で同 16.8% 増の 6,312 百万円と 2 期ぶりに過去最高を更新した。コロナ禍が長引いたことでホテル・旅館の稼働率の回復が想定より遅れ、寝具・リネンサプライ事業やクリーニング設備製造事業の業績が計画を下回ったものの、病院関連事業やシルバー事業の伸長によりカバーした。



出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

事業別の前期比増減額



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

a) 病院関連及び寝具・リネンサプライ事業

病院関連事業及び寝具・リネンサプライ事業は売上高で前期比 1,406 百万円の増収、営業利益で同 530 百万円の増益となり、2 期ぶりに過去最高業績を更新した。約 14 億円の増収のうち、約 3 億円強が寝具・リネンサプライ事業での増収分となっており、病院関連事業の戦略商品である「入院セット」(前期比 17.3% 増)と「ネクサージ」(同 5.6% 増)の売上増が合わせて約 7.7 億円と全体の半分以上を占めた。「入院セット」は契約施設数の増加に加えて、コロナ禍で入院患者への面会が制限される状況が続いたことも需要増の要因となった。「ネクサージ」は競合となるディスプレイタイプの供給不足によって 10.2% 増となった 2021 年 3 月期よりも伸び率は鈍化したものの、SDGs の観点から導入する動きもあり、堅調に推移した。

病院・介護施設向けのリネンサプライについては、契約床数が前期比 2.6% 増の 20.8 万床となった。介護施設や臨時医療施設の新規受託のほか、病院向けも稼働床数の回復により同 0.5% 増と 3 期ぶりに増加に転じ、売上高も堅調に推移した。一方、宿泊施設向けのリネンサプライ事業については、売上高で前期比 8% 強の増加に転じたものの、2020 年 3 月期と比較すると約 70% の水準にとどまった。

b) シルバー事業

シルバー事業は売上高で前期比 1,350 百万円の増収、営業利益で同 314 百万円の増益となり、過去最高業績を連続更新した。在宅介護サービスの需要増加を背景に、介護用品の直販レンタル売上が同 8.4% 増と好調に推移した。伸び率も 2020 年 3 月期の 5.1% 増、2021 年 3 月期の 7.3% 増と年々高まる傾向となっている。新規利用者数が 8.2% 増と順調に拡大し、なかでも同社が強みとしている退院窓口経由の獲得件数が同 10.2% 増となった。新規利用者獲得ルート全体に占める比率も前期の 23.9% から 24.3% に上昇した。利益面では介護用品の需要拡大に伴うレンタル資材費の増加や人件費増を増収効果でカバーし、利益率も前期比で 0.5 ポイント程度上昇したと見られる。

業績動向

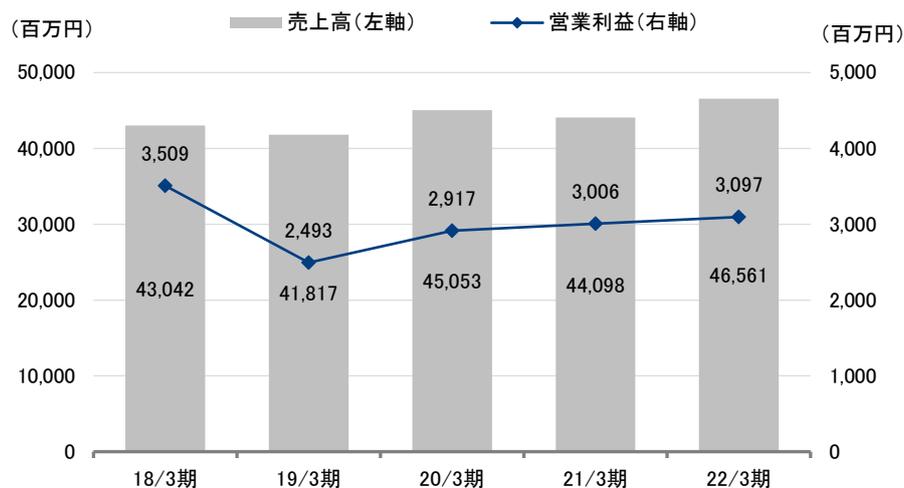
c) 給食事業・その他

給食事業は売上高で前期比 28 百万円増と 7 期ぶりの増収に転じ、営業利益も同 50 百万円増と 2 期ぶりの増益に転じた。受託件数の増加が増収要因となっており、利益面では工程改善による生産性の向上に取り組んだことが増益要因となった。また、クリーニング設備製造事業を中心としたその他事業については、売上高で前期比 99 百万円の増収、営業利益で同 14 百万円の改善となった。クリーニング製造設備事業は前期比で増収に転じたものの、2020 年 3 月期と比較すると 50% 強の水準にとどまり、当初計画していた 70% の水準までは回復しきれなかった。

(2) 調剤サービス

調剤サービスの業績は、売上高で前期比 5.6% 増の 46,561 百万円、営業利益で同 3.0% 増の 3,097 百万円となり、売上高は 2 期ぶりに過去最高を更新した。処方箋単価が前期比 1.4% 低下したものの、新規出店効果（11 店舗出店、うち 9 店舗が敷地内薬局）により処方箋枚数が同 7.1% 増加し、増収となった。2022 年 3 月期末の店舗数は、前期末比 7 店舗増の 145 店舗となっている。

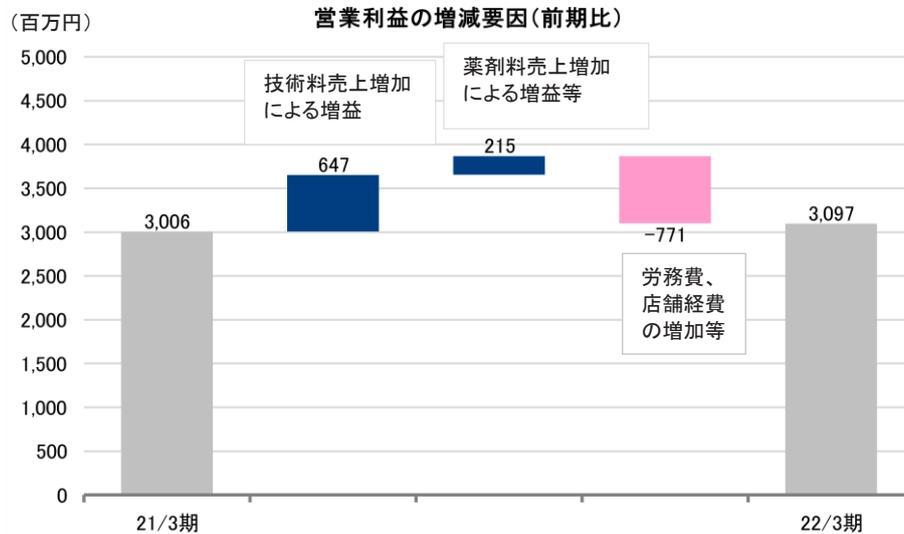
調剤サービス



出所：決算短信よりフィスコ作成

処方箋単価の内訳は、コロナ禍で処方長期化の傾向にあった前期と比較して処方期間がやや短くなったことや、薬価引き下げの影響で薬剤料単価が低下した。一方で、在宅調剤など地域に密着したかかりつけ機能の強化に取り組んだことで技術料単価が同 2.8% 上昇した。営業利益増減要因を見ると、大型の新規出店に伴う労務費や店舗経費等の増加が 771 百万円の減益要因となったものの、技術料売上の増加による増益 647 百万円、薬剤料売上の増加等による増益 215 百万円でカバーした。

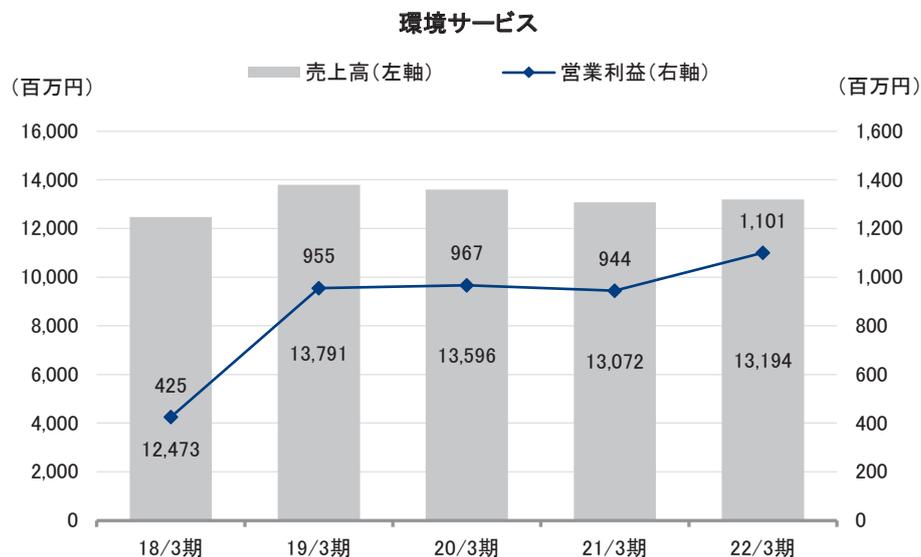
業績動向



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

(3) 環境サービス

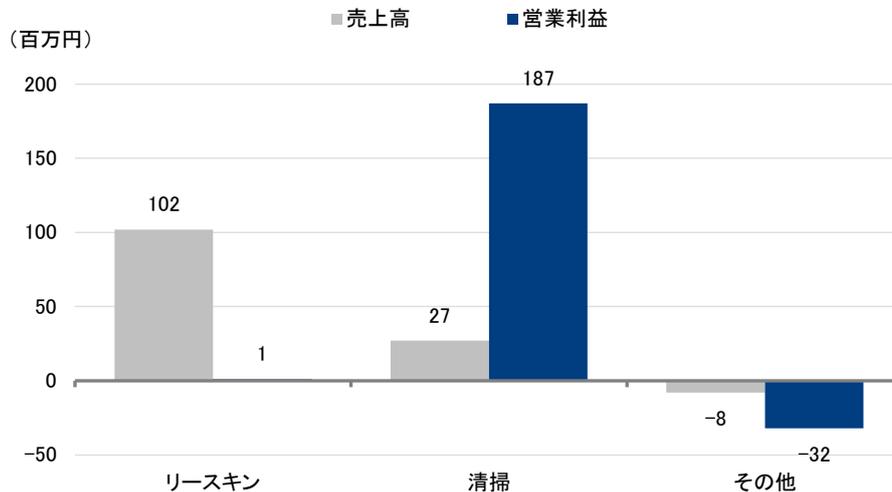
環境サービスの業績は、売上高で前期比 0.9% 増の 13,194 百万円と 3 期ぶりの増収に転じ、営業利益で同 16.6% 増の 1,101 百万円と過去最高を 2 期ぶりに更新した。



出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

事業別前期比増減額



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

リースキン事業はコロナ禍で飲食店等取引先の業況悪化が続いたものの、一方で衛生管理ニーズの高まりにより注力アイテムであるトイレ周り商品が前期比 7.9% 増となった。また、一部需要の回復により加盟店の資材購入意欲が高まったことで、売上高で前期比 102 百万円の増収となった。営業利益は資材購入費用の増加を増収効果でカバーして同 1 百万円の増益となった。

清掃事業は、一般施設向けの清掃売上は減少したものの、コロナ病床への対応や環境表面殺菌システム専用装置「Halofogger®」※の導入台数の増加もあって、病院向けの清掃売上が好調に推移したことで、売上高は前期比 27 百万円の増収となった。営業利益もコロナ病床対応など難易度の高い案件が増加したことなどにより利益率が上昇し、同 187 百万円の増益となった。

※ 殺菌効果の高い薬剤を自動噴霧し、人の手が行き届かない部屋の隅々まで効果的に消毒することができる。院内感染でクラスターの発生が確認された医療機関において、院内全エリアの消毒を実施し、外来診療の早期再開に貢献した。

財務の健全性は引き続き高い

3. 財務状況と経営指標

2022年3月期末の財務状況を見ると、資産合計は前期末比 3,719 百万円増加の 105,900 百万円となった。主な増減要因を見ると、流動資産では棚卸資産が 1,010 百万円減少したものの、現金及び預金が 646 百万円、有価証券が 268 百万円、受取手形及び売掛金が 1,059 百万円それぞれ増加した。固定資産ではリース資産が 432 百万円増加したほか、建設仮勘定が 340 百万円、投資有価証券が 849 百万円、差入保証金が 615 百万円それぞれ増加した。

業績動向

負債合計は前期末比 78 百万円増加の 28,381 百万円となった。主に有利子負債が 478 百万円、繰延税金負債が 201 百万円それぞれ減少した一方で、未払法人税等が 394 百万円、未払金が 304 百万円増加した。また、純資産合計は同 3,640 百万円増加の 77,519 百万円となった。配当金の支払いで 1,203 百万円、自己株式の取得で 824 百万円、その他有価証券評価差額金で 222 百万円の減少要因となり、親会社株主に帰属する当期純利益 5,806 百万円の計上が主な増加要因となった。

経営指標を見ると、自己資本比率が前期末の 71.8% から 72.7% と 0.9 ポイント上昇し、有利子負債比率は逆に 0.9 ポイント低下した。ネットキャッシュ（現金及び預金 + 有価証券 - 有利子負債）は同 1,392 百万円増加の 32,757 百万円と過去最高水準に積み上がるなど、財務基盤は年々強固なものとなっている。収益性については売上高営業利益率、ROA でそれぞれ前期比 0.4 ポイント上昇するなど安定して推移している。同社のビジネスモデルは、レンタルビジネスが主力事業となっていることが要因で、強みの一つと言える。

連結貸借対照表

(単位：百万円)

| | 20/3 期末 | 21/3 期末 | 22/3 期末 | 増減額 |
|---------------|---------|---------|---------|--------|
| 流動資産 | 55,657 | 58,769 | 59,748 | 979 |
| （現金及び預金） | 32,202 | 35,148 | 35,794 | 646 |
| （棚卸資産） | 5,360 | 5,646 | 4,635 | -1,010 |
| 固定資産 | 41,374 | 43,411 | 46,151 | 2,740 |
| 総資産 | 97,031 | 102,180 | 105,900 | 3,719 |
| 流動負債 | 22,859 | 22,689 | 23,194 | 505 |
| 固定負債 | 5,350 | 5,612 | 5,186 | -426 |
| 負債合計 | 28,210 | 28,302 | 28,381 | 78 |
| （有利子負債） | 4,176 | 3,876 | 3,398 | -478 |
| 純資産合計 | 68,821 | 73,878 | 77,519 | 3,640 |
| (安全性) | | | | |
| 自己資本比率 | 70.5% | 71.8% | 72.7% | 0.9pt |
| 有利子負債比率 | 6.1% | 5.3% | 4.4% | -0.9pt |
| (収益性) | | | | |
| ROA（総資産経常利益率） | 8.5% | 8.1% | 8.5% | 0.4pt |
| ROE（自己資本利益率） | 7.8% | 7.7% | 7.7% | 0.0pt |
| 売上高営業利益率 | 6.5% | 6.2% | 6.7% | 0.5pt |

出所：決算短信、有価証券報告書よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2023年3月期は持続的成長に向けた基盤構築のための先行投資を実施

1. 2023年3月期の業績見通し

2023年3月期の連結業績は、売上高が前期比5.5%増の130,307百万円、営業利益が同5.7%減の7,782百万円、経常利益が同8.7%減の8,109百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同3.3%増の5,998百万円となる見通し。

with コロナの事業環境のなかで、清潔・健康に対するニーズは継続して拡大していくものと想定している。コロナ禍の影響を受けていた宿泊施設向け寝具・リネンサプライ事業やクリーニング設備製造事業も回復トレンドが続くことで、売上高の拡大を見込んでいる。一方で、営業利益が減益となるのは、地政学リスクに起因する資源高、円安の進行によるエネルギーコストの増加や資材価格の上昇に加えて、DXや工場新設など持続的な成長に向けた投資を積極化することが要因である。ただ、全般的には保守的な印象で、外部環境がさらに悪化するようなことが無ければ利益ベースでの上振れ余地はあると弊社では見ている。なお、親会社株主に帰属する当期純利益については、子会社で不動産売却益を計上することにより増益を確保する。

2023年3月期連結業績見通し

(単位：百万円)

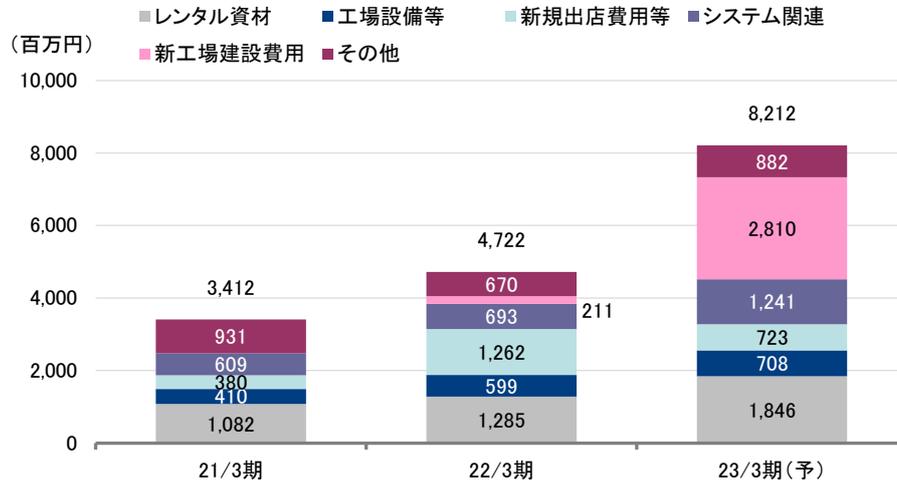
| | 22/3 期 | | 23/3 期 | | |
|---------------------|---------|------|---------|------|-------|
| | 実績 | 対売上比 | 会社計画 | 対売上比 | 前期比 |
| 売上高 | 123,484 | - | 130,307 | | 5.5% |
| 営業利益 | 8,252 | 6.7% | 7,782 | 6.0% | -5.7% |
| 経常利益 | 8,878 | 7.2% | 8,109 | 6.2% | -8.7% |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | 5,806 | 4.7% | 5,998 | 4.6% | 3.3% |
| 1株当たり当期純利益(円) | 164.42 | | 170.27 | | |

出所：決算短信よりフィスコ作成

2023年3月期の設備投資額は前期比3,489百万円増加の8,212百万円、減価償却費は同634百万円増加の4,498百万円を計画している。主な設備投資の内容を見ると、新工場建設費用で2,810百万円を見込んでいる。病院リネンの新工場及び介護用品のメンテナンスセンターを、埼玉県毛呂山町に建設する。2022年夏に着工し、2023年秋の稼働開始を予定している。病院リネンについては横浜工場からの移転となり、エネルギー効率の高い環境配慮型の工場として、関東エリアでのさらなる事業拡大を進めていくための基幹工場となる。

今後の見通し

設備投資の推移

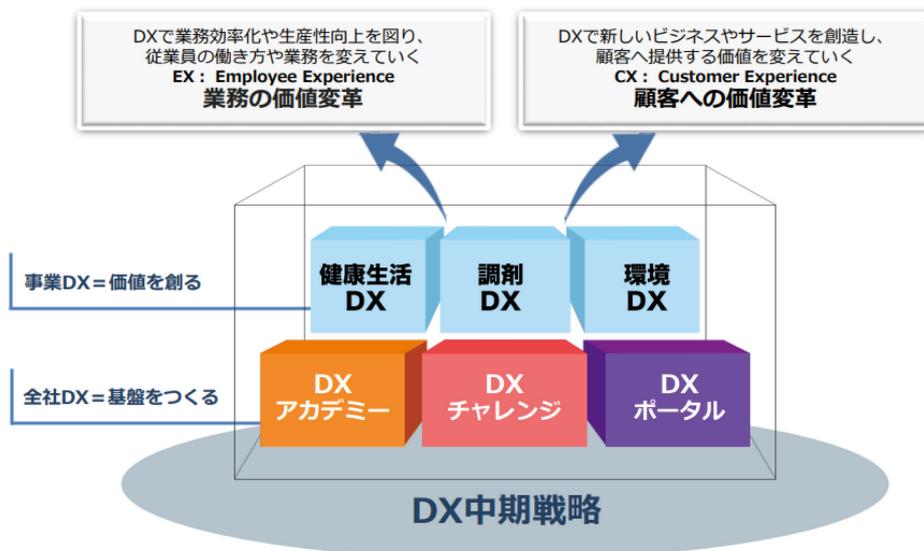


出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

また、システム関連投資についても同 548 百万円増加の 1,241 百万円を計画している。同社は持続的な成長に向け全社的な DX 基盤の構築に着手しており、業務の価値変革（DX による業務効率の向上や生産性向上）と顧客への価値変革（DX を活用することで新たなビジネスやサービスを創造）を実現していくため、2022 年 3 月期から 2025 年 3 月期までの 4 年間で合計 35 億円のデジタル投資を計画している。DX 基盤の構築のため社内では、DX 人材の育成（DX 推進者を 3 年間で 180 名育成）、DX を積極活用する企業文化の創造や環境整備といった施策を推進する。

同社グループ DX 中期戦略

全社DXで基盤をつくり、事業DXを通じて価値創出へ



出所：決算説明会資料より掲載

今後の見通し

事業面におけるDXの施策として、シルバー事業ではITやAIを活用した最適な福祉用具サービスの提案（AIを使ったサービス計画書の作成）などに取り組んでいる。調剤薬局事業では、スマートフォンアプリの活用やオンライン服薬指導による患者の利便性の向上、調剤ロボット等の自動化機器の導入による店舗業務の生産性向上などを進める。リースキン事業においては、取扱商品を動画で紹介し、見積書も同時に作成できる専用アプリを開発、リースキンチェーン全体に展開していくことで、営業の生産性向上とサービス力の向上を図る。生産部門においては、トレーサビリティシステムの導入により不具合発生時の対応を早期化するなど、各工場で可視化、省力化、省エネ化を推進することで生産性向上だけでなく顧客満足度の向上につなげていく。

すべての事業で増収継続、営業利益は調剤サービスで増益が続く見通し

2. 事業セグメント別の見通し

事業セグメント別業績

(単位：百万円)

| | 20/3期 | 21/3期 | 22/3期 | 23/3期(予) | 前期比 |
|-------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|--------------|
| セグメント別売上高 | | | | | |
| 健康生活サービス | 61,953 | 60,631 | 63,517 | 67,430 | 6.2% |
| 調剤サービス | 45,053 | 44,098 | 46,561 | 49,138 | 5.5% |
| 環境サービス | 13,596 | 13,072 | 13,194 | 13,560 | 2.8% |
| その他 | 206 | 206 | 211 | 178 | -15.8% |
| 合計 | 120,809 | 118,009 | 123,484 | 130,307 | 5.5% |
| セグメント別営業利益 | | | | | |
| 健康生活サービス | 6,074 | 5,403 | 6,312 | 6,220 | -1.5% |
| 調剤サービス | 2,917 | 3,006 | 3,097 | 3,263 | 5.4% |
| 環境サービス | 967 | 944 | 1,101 | 961 | -12.6% |
| その他 | 29 | 31 | 34 | -28 | - |
| 内部消去 | -2,081 | -2,091 | -2,294 | -2,635 | - |
| 合計 | 7,908 | 7,294 | 8,252 | 7,782 | -5.7% |

出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

今後の見通し

(1) 健康生活サービス

健康生活サービスの業績は、売上高で前期比 6.2% 増の 67,430 百万円、営業利益で同 1.5% 減の 6,220 百万円となる見通し。病院関連及び寝具・リネンサプライ事業の売上高は前期比 1,823 百万円の増収、営業利益は同 204 百万円の減益を見込んでいる。増収分のうち、約 8 億円は宿泊施設向け寝具・リネンサプライ事業の増加によるものだ。足元はコロナ禍もやや沈静化しており、外国人旅行者の入国制限も徐々に緩和される方向にあることから、宿泊施設の稼働率上昇を見込んでいる。2020 年 3 月期の売上と比較すると 83% の水準であり、今後、外国人の入国制限が全面解除となれば稼働率もコロナ禍前の水準まで回復するものと思われる。一方、病院関連事業については引き続き「入院セット」「ネクサージ」がけん引役となる見通しだ。増収にも関わらず減益を見込んでいるのは、燃料価格や電気・ガス料金の値上げ等の影響を含めてエネルギーコストが前期比 3.8 億円増加することや、資材費用が同 2.8 億円（うち、大型案件の白衣等更新で 1 億円）増加すること、基幹システムの更新に伴う減価償却費の増加が見込まれることなどが要因だ。

シルバー事業については、売上高で前期比 1,436 百万円の増収、営業利益で同 23 百万円の増益を見込んでいる。在宅介護需要の拡大を好機に引き続き営業強化を図ることに加えて、2019 年に取得した子会社を連結対象に組み入れることで約 3 億円の上乗せとなる。利益面では、積極的な資材購入やシステム投資、新規出店に伴う費用増等を増収効果で吸収し、増益を確保する見通しだ。新規出店に関しては東京 23 区内に 2 店舗を予定しており、首都圏内でのシェア拡大に取り組んでいく。また、九州エリアには今まで香川のメンテナンスセンターから商品を配送していたが、2021 年 7 月に長崎県でトップシェアを握る（株）ニッシュウをグループ化（非連結、売上規模は年間 4 億円）したことで、2024 年 3 月期には九州にメンテナンスセンターを新設する予定となっている。これにより、物流コストの抑制と納期のリードタイム短縮を図る。

同社では今後も介護用品直販レンタル売上日本一を目指して、M&A も活用しながらシェアアップを図る計画である。2022 年 8 月には愛知県豊川市に拠点を置く（株）もみの木の福祉用具レンタル・販売事業を会社分割により承継する（取得費用は 150 百万円、承継事業の 2021 年 3 月期売上高は 272 百万円）。

給食事業については売上高で前期比 52 百万円の増収、営業利益で 4 百万円の増益を見込んでいる。新規顧客の獲得と既存顧客における受託業務の拡大により売上の増加を図る。食材コストの上昇はあるものの増収効果で吸収して増益を確保する計画である。その他事業についてはクリーニング設備製造事業の受注回復により売上高で前期比 600 百万円の増収、営業利益で 83 百万円の改善を見込む。クリーニング設備製造事業については、コロナ禍前の売上水準と比べると 75% の水準まで回復する見通しだ。

今後の見通し

なお、新規事業として開発を進めているリストバンド型のウェアラブルデバイス「iAide2」については、コロナ禍の影響で遅れていたものの、2022年1月から無症候性心房細動※を検知する臨床研究が開始された。東京医科歯科大学病院、静岡市、静岡市清水医師会及びTDK<6762>との共同プロジェクトとなり、これにより実用性が確認できれば、健康寿命の延伸に貢献するデバイスとして普及を目指す考えだ。

※無症候性心房細動は自覚症状がなく、放置しておく心原性脳梗塞を発症するリスクが高まると言われており、推定潜在患者数は国内で約100万人と見られる。「iAide2」による脈波データ収集とAIを活用したプログラムを使って無症候性心房細動を早期発見することで、脳梗塞の発症予防につながる事が期待されている。

そのほかに心臓リハビリテーションでの活用についても国立の大学病院とともに検討を進めている。後期回復期や維持期にある患者の在宅時の脈拍数や歩数、活動量等のデータを「iAide2」を通じて収集、可視化することで、患者のリハビリに対するモチベーション維持や医療従事者のリハビリ指導に活用すること等を目指しており、今後の動向が注目される。

(2) 調剤サービス

調剤サービスの業績は、売上高で前期比5.5%増の49,138百万円、営業利益で同5.4%増の3,263百万円と増収増益が続く見通し。2022年度の調剤報酬及び薬価改定により、処方箋単価が薬剤料、技術料ともに若干低下するものの、2022年3月期の下期に大型店舗の出店が続いたことから処方箋枚数の大幅伸長を見込んでいる。

新規出店は7店舗を計画しており、門前、敷地内、医療モール、クリニック前など多様な形態で出店を進める。かかりつけ薬局として地域医療に貢献することを目指しており、今後、全店舗で専門医療機関連携薬局もしくは地域連携薬局の認定取得を目指す。営業利益の増減要因を見ると、技術料売上の増加で461百万円の増益、薬剤料売上の増加等により589百万円の増益となり、労務費や店舗経費の増加885百万円を吸収する格好となる。なお、4月の状況を会社計画比で見ると、処方箋枚数はコロナ禍の影響でやや下回ったが、技術料や薬剤料については上回っているようだ。

調剤報酬改定の主なポイントと同社業績への影響

| | 改正ポイント | 業績への影響 |
|-------------|---|--|
| 調剤基本料 | 特別調剤基本料の引き下げ及び施設基準に同一グループの店舗数(300以上)が加わる | 敷地内薬局の調剤基本料(=特別調剤基本料)が若干下がるものの大きな影響は無し。ただし、今後は敷地内薬局の出店メリットが無くなるため、同形態での出店は少なくなる見通し |
| 地域支援体制加算 | 調剤基本料の算定、地域医療への貢献に係る体制や実績に応じて類型化した評価体系に見直し | 一部実績基準が引き上げられたものの、要件区分が細分化されたことにより算定店舗数が増加しプラス要因に |
| 後発医薬品調剤体制加算 | 後発医薬品の調剤数量割合の基準を引き上げるとともに評価(点数)を見直し | 基準が引き上げられたものの点数も上昇するため、改定による減収分は期末までに回復する見通し |
| オンライン服薬指導 | 算定要件が緩和され利用可能な患者数が増加 | 全店舗においてオンライン服薬指導対応体制整備済み。利用者数拡大に向け取り組みを積極化 |
| リフィル処方箋 | 症状が安定している患者について、医師の処方により一定期間内に処方箋を反復利用できる仕組みを2022年4月に導入 | 患者の利便性を第一にリフィル処方推進のための運用方法を確立していくが、医師側の理解も必要なため実際の影響はほとんど無いと見られる |

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

今後の見通し

(3) 環境サービス

環境サービスの業績は、売上高で前期比 2.8% 増の 13,560 百万円、営業利益で同 12.6% 減の 961 百万円と増収減益を見込んでいる。

リースキン事業は売上高で前期比 449 百万円の増収、営業利益で 58 百万円の減益を見込む。売上高は、コロナ禍からの需要回復を受けて、FC 本部から加盟店への商品売上及びユーザーへのレンタル売上がともに増加する。利益面ではコロナ禍で発生していなかった FC 本部費用の増加などのほか、2021 年 10 月に子会社化したレンテックス（非連結対象）※の収益力強化に向けた投資費用の増加が減益要因となる。レンテックスに係る投資としては、商品配送機能の統合のほか、取扱商品についても同社の商品に切り替えていく予定であり、インフラ部分をグループで共有化することにより事業の効率化を図っていく。

※ 白洋舎 <9731> が 2021 年 7 月に事業分割して設立した（株）レンテックスの株式の 90% を 2021 年 10 月に取得し、子会社化した。売上規模は約 17 億円で、顧客には大手ホテルや工場など大口顧客も多い。

清掃事業は売上高で前期比 72 百万円の減収、営業利益で 45 百万円の減益を見込んでいる。一般清掃の減収が続くほか、前期に受託したコロナ病床の縮小が見込まれていることが減収減益要因となる。

■ 中期経営計画

2025 年 3 月期に売上高 1,400 億円、営業利益 95 億円を目指す

1. 中期経営計画の概要

同社は 2022 年 3 月期から 2025 年 3 月期までの 4 ケ年の中期経営計画「Challenge for the new stage!」をスタートしている。コロナ禍で生活様式が大きく変わるなかでも、引き続き「医療」「介護」「環境」の事業領域における社会課題の解決、並びに持続的な社会の実現に貢献する企業グループとして、成長を目指す考えだ。

また、今回の中期経営計画のコンセプトとして「持続的な成長の実現に向けて、『続ける』『変える』『創る』で新たなステージへ」を設定。「続ける」「変える」「創る」の 3 つの観点に基づき、持続的な成長につながる施策を実行することを基本方針とした。その内容及び事業戦略、経営数値目標は以下のとおりとなる。

(1) 基本方針

a) 社会の要請や顧客のニーズに応えるために「続ける」

- ・循環型社会に資する「レンタル事業モデル」
- ・医療及び介護の社会インフラを支えるサービスの安定供給（病院関連事業、給食事業、シルバー事業、調剤薬局事業、清掃事業）
- ・既存のコア事業の強化及び地域シェアの向上（病院関連事業、シルバー事業、調剤薬局事業、リースキン事業）
- ・顧客本位のサービス提供とさらなる専門性の追求
- ・差別化の要となる「人的資本」の強化

b) 経営環境の変化に対応し、さらなる成長につなげるために「変える」

- ・ニューノーマル時代における個人、組織の新しい働き方の整備
- ・DXの推進による業務効率化及び生産性向上
- ・プライム市場にふさわしいコーポレートガバナンスの整備
- ・経営人材育成と若い世代の積極登用
- ・多様性を重視した経営

c) 次世代につながる新たな価値を生み出すために「創る」

- ・ヘルスケア分野における新たな事業やサービスの開発（需要拡大が見込まれる在宅市場領域など）
- ・DXの推進による新たなビジネスモデルの創出（シルバー事業や調剤薬局事業で蓄積されるデータを基盤としてサービス化するなど）
- ・グループの経営資源の有機的な結合による新たな事業価値の創出（売上増につながる事業間連携の実行）
- ・成長に資する投資分野の発掘と機動的な投資実行
- ・働きがいや誇りを持って働き続けることができる企業風土

(2) 事業戦略

基本方針を踏まえ、各事業セグメントにおいて以下の事業戦略を推進することで持続的な成長の実現を図っていく。

a) 健康生活サービス

健康生活サービスでは、事業基盤の根幹である医療機関や介護福祉施設との信頼関係をより一層深耕する。病院関連事業については、リネンサプライを中心とした既存サービスを安定的かつ高品質に提供できる体制の強化を推進する。戦略商品である「入院セット」「ネクサージ」では高付加価値化や新規アイテムの追加等によって他社との差別化を図っていく。また、医療機関向けの新たな基幹アイテムの創出、デジタル化による業務効率の向上等にも取り組んでいく。

シルバー事業については、「直販レンタル売上日本一」を目指すべく、引き続き経営資源を積極的に投下していく。物流改革やデジタル化推進を通じたサービス提供、スピードの向上を図るとともに、要介護者にとって必要な介護用品を必要なタイミングで提案できるスキルを持った専門性の高い人材を育成し、競合他社との差別化を図る。また、今後高齢者の人口増加が見込まれる都市部を中心に、M&Aも積極的に活用しながら事業拠点の拡充と地域シェアの拡大を推進していく方針である。

中期経営計画

そのほか、ヘルスケア分野において社会課題の解決につながる新たな在宅サービスの開発、事業化（「iAide2」等）にも取り組んでいく。

b) 調剤サービス

調剤サービスでは、高い専門性をもって地域医療に貢献する「地域で一番のかかりつけ薬局」を目指す。具体的には、多職種連携をはじめとする在宅医療の現場で求められる役割と機能の追求に取り組む。クリニック前薬局や医療モール内薬局、在宅特化型薬局などの出店を増やし、バランスの取れた薬局形態を確立する。基幹病院の処方箋対応を通じて蓄積してきた高度薬学管理のノウハウを生かし、高い専門性を持って地域住民の健康維持・増進を支援する。また、DXを通じた業務改革や患者の利便性向上に資するサービスの開発なども推進する予定だ。

c) 環境サービス

環境サービスでは、「衛生管理のプロ」としての強みをさらに強化し、成長を持続できる事業構造の変革に取り組む。リースキン事業については、トイレ周りを中心とした衛生管理ニーズに応える商品の拡販・開発に注力し、その売上構成比を引き上げる。

清掃事業については、新たな環境表面殺菌システムの提案に加え手術室支援業務※など、医療機関のニーズに応える独自サービスの展開により他社との差別化を図り、売上構成比に占める病院向けの比率（現在は約7割）を高めることで収益性の向上を図っていく。

※術前・術後の清掃や手術機器のセット業務などを、教育・訓練を受けたスタッフが代行。手術室の稼働率向上に貢献する。

(3) 経営数値目標

経営数値目標として、最終年度となる2025年3月期に売上高1,400億円、営業利益95億円を掲げている。2021年3月期を起点とした4年間の年平均成長率は売上高で4.4%、営業利益で6.8%で、目標数値は基本的にオーガニックな成長によるものであり、M&Aによる影響は織り込んでいない。

経営数値目標

(単位：百万円)

| | 21/3期 | 22/3期 | 23/3期(予) | 25/3期目標 | CAGR※ |
|----------|---------|---------|----------|---------|-------|
| 売上高 | 118,009 | 123,484 | 130,307 | 140,000 | 4.4% |
| 健康生活サービス | 60,631 | 63,517 | 67,430 | 71,000 | 4.0% |
| 調剤サービス | 44,098 | 46,561 | 49,138 | 54,000 | 5.2% |
| 環境サービス | 13,072 | 13,194 | 13,560 | 14,800 | 3.2% |
| その他 | 206 | 211 | 178 | 200 | -0.7% |
| 営業利益 | 7,294 | 8,252 | 7,782 | 9,500 | 6.8% |
| 売上高営業利益率 | 6.2% | 6.7% | 6.0% | 6.8% | |

※ 21/3期を起点とした4年間の年平均成長率

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

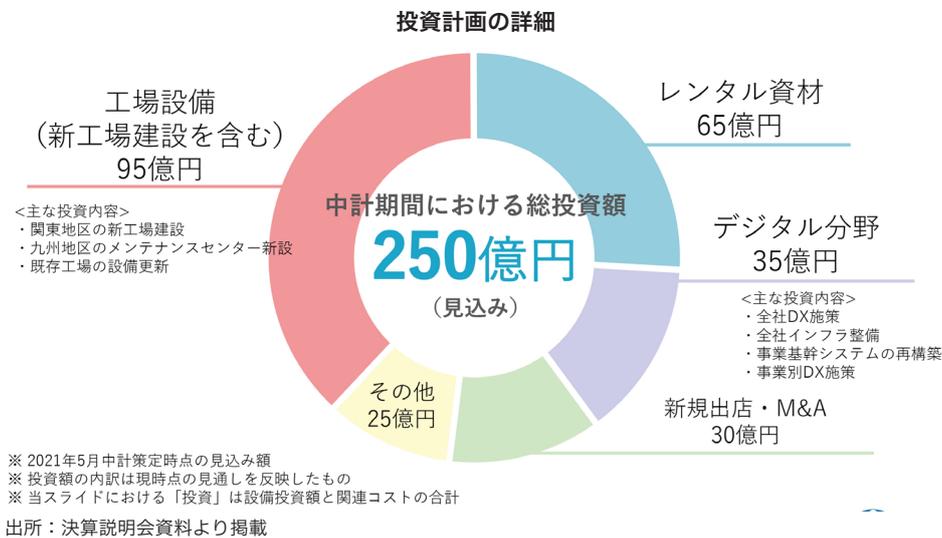
中期経営計画

セグメント別売上高の年平均成長率を見ると、調剤サービスが5.2%と最も高く、次いで健康生活サービス、環境サービスとなる。調剤サービスについては、2022年3月期の第3四半期以降に複数オープンした病院敷地内の大規模店舗の貢献が高い伸び率を見込む一因となっている。ただし、敷地内薬局は門前薬局に比べて収益性が低くなっており、2022年度の調剤報酬改定もマイナス改定であったことから、今後の出店は慎重に進めていくことになる。営業利益率は2025年3月期で6.8%と2021年3月期の6.2%から上昇する見込みである。調剤サービスは調剤報酬改定の影響が読みにくいいため、利益率は2021年3月期と比較して低下する前提となっている。一方で、健康生活サービスや環境サービスについては付加価値の高い製品・サービスの成長により、利益率の上昇を見込んでいる。

中期経営計画初年度の業績については会社計画を若干上回り、順調な滑り出しとなったが、エネルギー価格の高騰という想定外の環境変化があったため、2023年3月期については利益面で一旦、後退する見通しとなった。エネルギー価格が沈静化してくれば2025年3月期の営業利益9,500百万円も射程圏にあると言える。

(4) 設備投資計画

中期経営計画期間内の設備投資額としては総額250億円を計画している。このうち、95億円は新工場建設を含む工場設備に、65億円はレンタル資材購入費に、35億円をデジタル投資に、30億円を新規出店およびM&A投資に投下していく予定だ。2023年3月期までの投資実績・計画は129億円となっており、順調な進捗となっている。



創業以来、廃棄物削減と循環型社会の実現に寄与するレンタル事業を通じて SDGs に貢献

2. サステナビリティ経営と ESG の取り組みについて

(1) サステナビリティ経営に向けた取り組み

同社はサステナビリティ経営を一層推進していくため、2022年5月にサステナビリティ基本方針を制定するとともに、サステナビリティ委員会を新設した。

サステナビリティ基本方針は、2020年に制定した「3つの宣言」を再定義したもので、1) 創業来の基幹事業であるレンタルビジネスを通じて、廃棄物の削減、循環型社会の実現に貢献していくこと、2) 超高齢社会における医療・介護の健全な発展に貢献していくこと、3) グループ全従業員が笑顔で、たくさんのありがとうに囲まれた会社を目指すこと、の3点を掲げている。

この基本方針に則した企業活動を体系的かつグループ横断的に実践すること、サステナビリティ課題の共有、各種施策の検討、実施事項の整備・運用に関する協議、ESG戦略の推進などを行うことを目的としてサステナビリティ委員会を新設した。

今後の取り組みとしては、2023年3月期第2四半期までに非財務情報開示の場として、サステナビリティサイトを構築していくほか、サステナビリティ委員会傘下に環境委員会を設置し、サプライチェーン排出量の把握と算出、削減に向けた取り組みについての検討を開始する予定である。

なお、レンタルを通じた破棄物削減への貢献など同社グループとSDGsとの関りについてわかりやすく紹介した「サステナビリティコミュニケーションブック」を2022年2月に発行している。

(2) ESG の取り組みについて

寝具のレンタルを祖業とする同社は、創業から今日に至るまで廃棄物の削減と循環型社会の実現に貢献するレンタルビジネスを事業の中心に据えている。このため、現在、展開している主力事業の多くがSDGsの考え方に沿うものとなっており、事業を拡大することがSDGsへの貢献につながる。

特に、環境負荷の低減に寄与する取り組みについては、2025年3月期に向けた定量目標を設定している。廃棄物の削減に関しては、使い捨てタイプの製品から同社のリユース品に切り替えることでの廃棄物削減効果を算出しており、2025年3月期には2021年3月期比23%増を目指している。また、CO₂の排出量削減に関しては、洗濯工場におけるエネルギー効率の向上や自社グループ内に設置する太陽光発電量を増やすことで貢献する。さらに、水資源の有効利用を目的に、洗濯工場における排水リサイクル率を2021年3月期の10.2%から2025年3月期は20%に、2030年には40%まで引き上げていく目標を立てている。2023年秋に稼働開始を予定している埼玉県の新工場は、こうした目標を達成するための最新鋭工場となり、エネルギー効率や排水リサイクル率の大幅な向上が見込まれている。

中期経営計画

そのほか、健康寿命の延伸というテーマに対しては、シルバー事業や調剤薬局事業を中心にサービスの拡大を図ることで貢献し、子育て支援の充実や女性管理職比率の向上などダイバーシティ経営にも取り組む方針を掲げている。また、2022年4月の東京証券取引所の市場再編に伴って、同社はプライム市場に移行しており、コーポレートガバナンスの強化にも取り組んでいる。2022年6月29日の定時株主総会の承認を経て、取締役11名のうち、4名が社外取締役の体制となり、同日の取締役会において、任意の指名・報酬委員会の設置を決定している。

SDGsの取り組みと2025年3月期に向けた目標

| | 取り組み内容 | 定量目標 |
|---------------------------|--|--|
| E 廃棄物削減 | レンタル商品の拡販を通じて、廃棄物の削減につなげる | 廃棄物削減効果※ ¹ 7,500トン(2020年度比+23.0%) |
| CO₂排出削減 | 洗濯工場の燃料原単位改善によるCO ₂ 排出量削減、太陽光発電によるグリーンエネルギーの創出 | 燃料原単位※ ² 137.5リットル/トン(2013年度比-12.1%) 発電量※ ³ 11,125千kwh(2020年度比+5.7%) |
| 水資源の有効活用 | 洗濯工場において、洗濯排水のリサイクルにより水資源の消費量を削減 | 排水リサイクル率※ ⁴ 20%(2020年度比+9.8pt) →約239千トンの水消費量削減 |
| S 健康寿命の延伸 | 介護用品のレンタルを通じて高齢者の自立を支援し、健康寿命の延伸につなげる 在宅患者や施設入居者に対する薬の提供や服薬指導、オンライン服薬指導等により、様々な状況に応じた医療の提供に努める | |
| ダイバーシティ経営の推進 | 子育て支援を中心に多様な働き方への対応を進めることで誰もが輝ける職場づくりに努める 管理職に占める女性の割合を高めていくことで、多様性を生かした組織づくりにつなげる 障がい者が働きやすい職場づくりと就業機会の確保 | |
| G コーポレートガバナンスの強化 | 2022年6月の株主総会の承認を経て、取締役11名のうち4名を社外取締役の体制とする | |

※¹ ディスポーザブルが主流となっている商品について、同社リユース商品の拡販により廃棄物の削減に貢献したと考えられる量を推計して算出。

※² 洗濯物1トンを生産するのに必要な燃料(ガス・重油等)の量を原油換算したもの。

※³ 工場等の屋根発電設備およびグループ会社の発電所による発電量の合計。

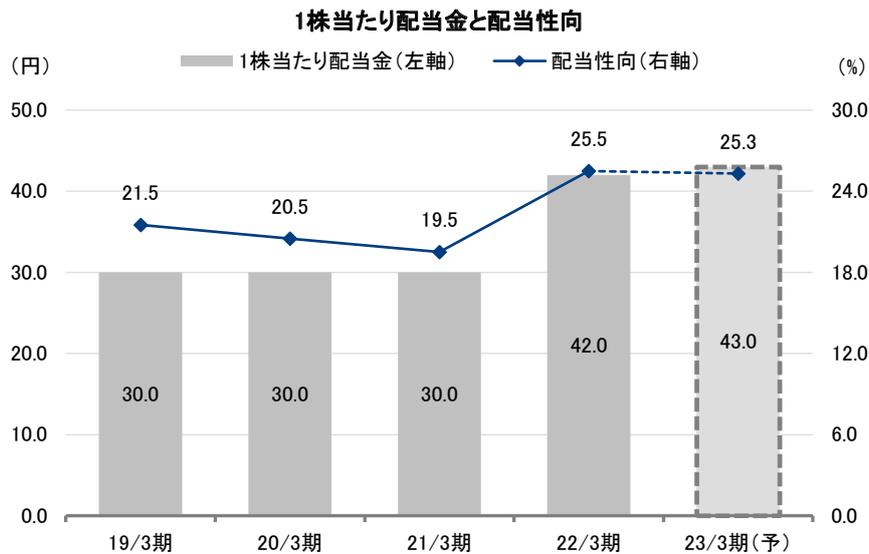
※⁴ 排水リサイクル率=排水リサイクル量÷総排水量×100

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

■ 株主還元策

配当性向 25% を目安に安定的かつ継続的な配当を実施

同社は株主還元方針として、2022年3月期より基準とする指標を変更し、「配当性向 25%」を目安に安定的かつ業績に応じた配当を継続することとした。この方針に沿って、2022年3月期の1株当たり配当金は前期比12.0円増配の42.0円（配当性向 25.5%）と4期ぶりの増配を実施した。2023年3月期についても同1.0円増配の43.0円（同 25.3%）を予定しており、今後も利益成長により配当性向が 25% を下回る水準になれば増配が期待できる。また、自己株式の取得についても株価の水準によっては適宜機動的に検討していくこととしている。2022年3月期については、2021年2月から10月に実施した自己株式の取得により、総還元性向は 39.7%となった。



出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

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。

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、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

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・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、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、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

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、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp