

ホリスティック企業レポート

WASHハウス

6537 東証マザーズ 福証Q-Board

アップデート・レポート
2018年3月2日 発行

一般社団法人 証券リサーチセンター



証券リサーチセンター
審査委員会審査済 20180227

WASHハウス (6537 東証マザーズ 福証 Q-Board) 発行日:2018/3/2

コインランドリー「WASH ハウス」を九州地区中心に展開 FC 店舗数増加により 18 年 12 月期は増収増益を見込む

> 要旨

◆ 事業内容

- ・WASH ハウス(以下、同社)は、コインランドリー「WASH ハウス」のチェーン本部としてフランチャイズ(以下、FC)システムをオーナーに提供する FC 事業及び、提供した FC 店舗の運営・管理を行う店舗管理事業、直営店舗の運営等を行う直営事業その他を手掛けている。
- ・店舗は九州地区を中心に展開しており、17年12月末の店舗数はFC466店、直営28店である。

◆ 17年12月期決算の概要

- ・17/12 期の売上高は前期比 8.2%増の 3,375 百万円、営業利益は同 17.3%減の 243 百万円であった。FC 店舗の新規出店により増収となったものの、出店は計画より遅れが生じたために売上高は期初想定より伸びなかった(17年12月21日付で減額修正を公表)。FC 事業の売上未達により、人件費を中心とした経費増を吸収できず営業減益となった。

◆ 18年12月期の業績予想

- ・18/12 期の会社計画は、売上高が前期比 18.9%増の 4,011 百万円、営業利益が同 23.1%増の 300 百万円である。FC 事業では過去最高となる 130 店の新規出店(期末店舗数 596 店)を計画しており、FC 事業及び店舗管理事業の増収に寄与することを見込んでいる。
- ・証券リサーチセンター(以下、当センター)では、前回予想を見直し、会社予想を若干上回る水準を予想する。

◆ 事業戦略と中期業績見通し

- ・同社は持続的な成長のために、出店エリアの拡大、関連事業及び周辺事業への進出などに注力している。今期からは大阪府、東京都などでの FC 展開を加速する計画である。関連事業では、洗剤の内製化に向けた準備を進めている。
- ・当センターでは、同社の店舗数拡大余地は大きいと考えており、20/12 期まで増収増益が続くと予想している。

アナリスト:佐々木 加奈

+81(0)3-6858-3216

レポートについてのお問い合わせはこちら

info@stock-r.org

【主要指標】

	2018/2/23
株価(円)	2,398
発行済株式数(株)	6,842,200
時価総額(百万円)	16,408

	前期実績	今期予想	来期予想
PER(倍)	104.5	77.6	65.0
PBR(倍)	7.2	6.8	6.3
配当利回り(%)	0.3	0.3	0.3

【株価パフォーマンス】

	1カ月	3カ月	12カ月
リターン(%)	-8.2	-16.0	-36.0
対TOPIX(%)	-4.2	-14.5	-44.2

【株価チャート】



【6537 WASHハウス 業種：サービス業】

決算期	売上高 (百万円)	前期比 (%)	営業利益 (百万円)	前期比 (%)	経常利益 (百万円)	前期比 (%)	純利益 (百万円)	前期比 (%)	EPS (円)	BPS (円)	配当金 (円)
2016/12	3,118	52.1	294	34.4	284	29.9	192	45.9	35.3	317.3	8.0
2017/12	3,375	8.2	243	-17.3	247	-12.9	156	-18.5	22.9	331.4	8.0
2018/12 CE	4,011	18.9	300	23.1	301	21.5	186	19.2	27.3	-	8.0
2018/12 E	4,016	19.0	318	30.9	319	29.1	211	35.3	30.9	354.3	8.0
2019/12 E	4,698	17.0	380	19.5	381	19.4	252	19.4	36.9	383.2	8.0
2020/12 E	5,651	20.3	460	21.1	461	21.0	305	21.0	44.7	419.9	8.0

(注) CE：会社予想、E：証券リサーチセンター予想。17年4月1日付で1：2の株式分割を実施。過去のEPS、BPSは株式分割を考慮に入れて修正

アップデート・レポート

2/16

本レポートに掲載された内容は作成日における情報に基づくものであり、予告なしに変更される場合があります。本レポートに掲載された情報の正確性・信頼性・完全性・妥当性・適合性について、いかなる表明・保証をするものではなく、一切の責任又は義務を負わないものとします。

一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポートの配信に関して閲覧し投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失利益及び損害を含むいかなる結果についても責任を負いません。最終投資判断は投資家個人においてなされなければならず、投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあります。また、本件に関する知的所有権は一般社団法人 証券リサーチセンターに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。

> 事業内容

◆ コインランドリー「WASHハウス」をFC中心に展開

WASHハウス(以下、同社)は、コインランドリー「WASHハウス」のチェーン本部として、フランチャイズ(以下、FC)システムをFCオーナーに提供するFC事業、提供したFC店舗の運営・管理を行う店舗管理事業、直営店舗の運営等を行う直営事業その他を手掛けている。

店舗は、本社所在地である宮崎県を含む九州地区を中心として、中国地区、四国地区、中部地区、関西地区、関東地区に展開しており、17年12月末の店舗数は、FC466店、直営28店の合計494店である。

【図表1】FC、直営店舗数(17年12月末現在)

	FC	直営
九州地区(福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県)	387	20
中国地区(岡山県、広島県、山口県)	51	3
四国地区(愛媛県、香川県)	14	0
中部地区(愛知県)	1	0
関西地区(大阪府)	10	3
関東地区(東京都)	3	2
合計(店)	466	28

(出所) WASHハウス決算短信より証券リサーチセンター作成

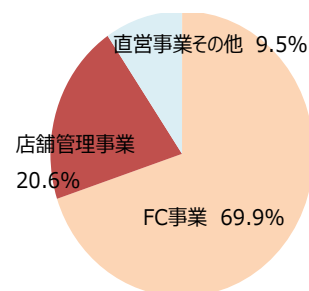
◆ 売上高はFC事業、店舗管理事業、直営事業その他に区分される

同社には連結子会社はなく、コインランドリーシステムの提供を行う単一セグメントである。売上高については、FC事業、店舗管理事業、直営事業その他に区分されている。

【図表2】事業別売上高、売上構成比(17/12期実績)

(単位:百万円)

売上高区分	15/12期	16/12期	17/12期
FC事業	1,469	2,304	2,358
店舗管理事業	351	523	694
直営事業その他	229	290	322
合計	2,050	3,118	3,375



(出所) WASHハウス決算短信、有価証券報告書より証券リサーチセンター作成

> **ビジネスモデル**

◆ **主力はFC事業**

17/12期の売上高の69.9%を占めるFC事業が主力事業であり、20.6%を占める店舗管理事業もFC店舗に関するものである。

FC事業では、同社が出店候補地を選定し、FC加盟契約を結んだオーナーに「WASHハウス」ブランドの店舗の設計、内装工事、機器の設置等をパッケージ化した「WASHハウランドリーシステム」を販売しており、販売代金(標準的なシステム一式で約21百万円)が同社の収益となる。また、オープン時の広告等の開業準備費用及びFC加盟金が同社の収益となる。加盟金は1店舗毎に50万円となっている。

店舗管理事業では、24時間365日受付のコールセンターやWebカメラと遠隔コントロールによる即時サポート、洗剤の補充やメンテナンス巡回などのサービスを提供しており、対価をFCオーナーから収受している。同社は、全てのFC店舗の管理を受託しており、店舗収支を含む運営状況を月次でFCオーナーに報告し、集金した売上高から差し引くかたちで、コインランドリー管理収入を得ている。この事業では、店舗数に応じて、FCオーナーから店舗管理手数料、システムメンテナンス料、広告分担金、清掃費を徴収するため(図表3)、店舗数増加が継続的な売上増につながるストック型の収益構造となっている。

【図表3】加盟店から定期的に徴収する費用

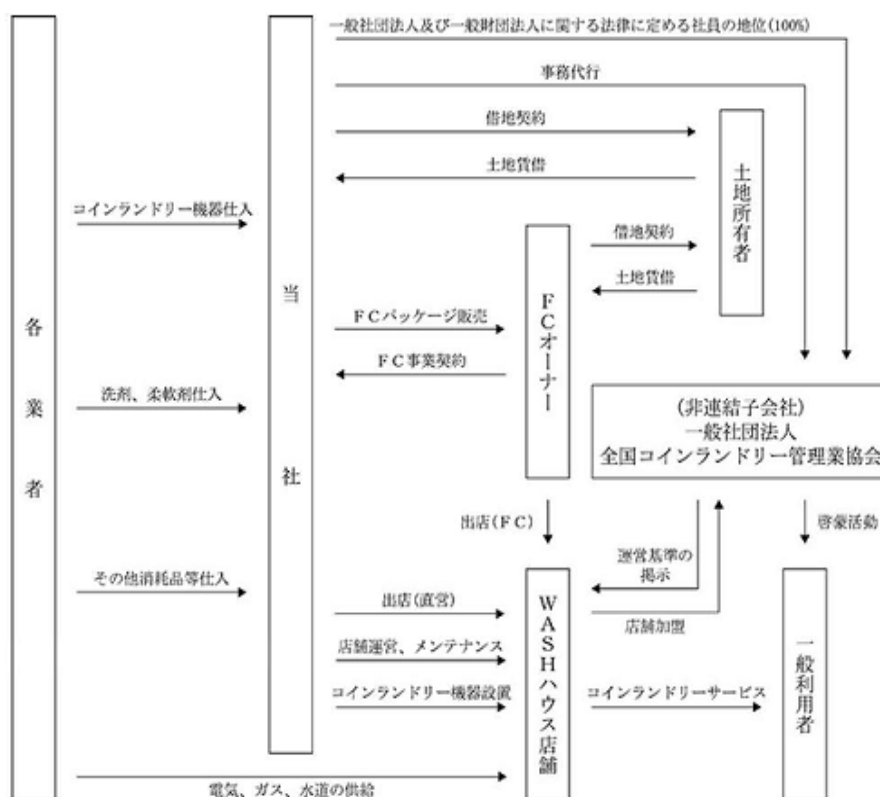
項目	金額(月額)
店舗管理手数料	50千円
システムメンテナンス料	10千円
広告分担金	30千円
清掃費	36千円~47千円

(注) 1店舗当たりの費用

(出所) WASHハウス有価証券報告書から証券リサーチセンター作成

直営事業その他の直営事業では、「WASHハウス」を直営店として展開し、一般の店舗利用者から受け取る洗濯機及び乾燥機の利用料が売上高となる。その他では、コインランドリーの経費精算業務に伴う業者からの事務手数料収入などが同社の収益となる(図表4)。直営店は、新たなエリアで店舗展開を開始する際の商圈調査を目的とし、その後のFC展開につなげるために出店している例が多い。

【 図表 4 】 WASHハウスの事業系統図



(出所) WASHハウス有価証券報告書

同社のFC事業の売上原価は、メーカーに支払うコインランドリー機器等の仕入代金が大きな部分を占める。店舗管理事業の売上原価は、洗剤等の費用、清掃スタッフ及びコールセンタースタッフの人件費及びスタッフが使用する社用車の燃料費が主である。直営事業の売上原価は、水道光熱費や店舗修繕費が主である。全社ベースの原価率は17/12期実績で65.3%であった。販売費及び一般管理費（以下、販管費）の25.0%を占めるのは人件費で、販管費率は27.4%であった。

図表4の一般社団法人全国コインランドリー管理業協会とは、03年に同社社長である児玉氏が設立した、法令等に準拠した設備と衛生管理についての運営基準を定める会員組織である。同組織は、コインランドリーの利用を促進するためには、自社において「安全・安心・清潔」な店舗作りを進めると同時に、業界全体の健全化を図ることが不可欠であるとの考えから設立された。同社の直営店及びFC加盟店は店舗単位で加盟しており（入会金30,000円、月会費5,000円）、会員の会費のみで運営されている。同社は、一般社団法人全国コインランドリー管理業協会と業務委託契約を締結しており、店舗管理維持の確認や、事務業務等の代行業務を行っている。

◆ 特徴と強み

同社の特徴と強みとしては、1) これまでのイメージを払拭する明るく清潔な店舗、2) 独自の FC 事業モデルを構築して運用している点が挙げられる。

1) これまでのイメージを払拭する明るく清潔な店舗
 コインランドリー「WASH ハウス」は、女性や小さい子供を持つファミリー層をメインターゲットとしている。店舗は、「安心・安全・清潔」をコンセプトとして、全店舗統一のブランド戦略を採っており、個人や小規模事業者が経営する従来型のコインランドリーとは一線を画した明るいイメージの店舗となっている (図表5)。

【 図表 5 】「WASH ハウス」の店舗と店内



(出所) WASH ハウス有価証券報告書

店舗には、自宅では洗濯することのできない布団やじゅうたんなどの大物洗いが可能な洗濯機（標準的な店舗では 22kg まで対応）や、スポーツシューズやスニーカーなどが洗濯できるスニーカーランドリーなどが設置してある他、無料で使用できるシミ抜き用の機器も提供している。また、Web カメラによる 24 時間管理や本社からの遠隔操作でランドリー機器をコントロールできる IoT ^{※2}型ランドリー機器を導入するなど、無人店舗でありながら、きめの細かいサービスをリアルタイムで提供できるシステムを構築している（図表 6）。

注 2) IoT

Internet of Things の略で、あらゆるものがインターネットを通じてつながることで実現する新たなサービス、ビジネスモデル、それを可能とする要素技術の総称。

【 図表 6 】 24 時間 365 日受付のコールセンターと店舗設備例



24時間・365日受付のコールセンター



コールセンターでは、当社社員が直接対応

■ Webカメラ



店内には複数台のカメラが設置されていて、録画も行っています。

■ 遠隔操作



機器が動かない等のトラブル時には遠隔操作にて対応することができます。

(出所) WASH ハウス有価証券報告書

2) 独自の FC 事業モデルを構築して運用

FC 事業では、同社が出店候補立地を選定し、FC 加盟契約をしたオーナーに対して、「WASH ハウスランドリーシステム」を販売している。独自の「全店舗一括管理運営方式」を導入した FC 事業モデルと、優

良な物件選定を行うことができるノウハウが同社の強みとなっており、過去 16 年間で業績不振で撤退した店舗は 1 店舗もない。

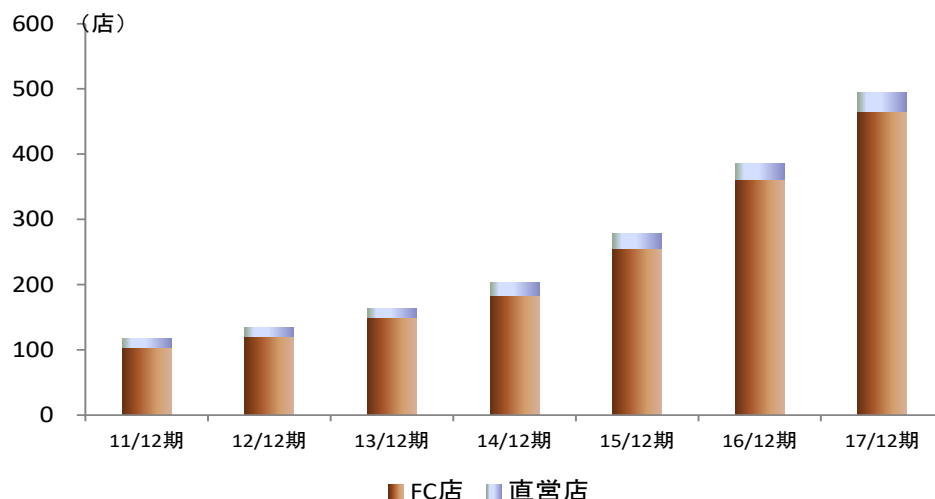
「全店舗一括管理運営方式」とは、

- ・ 24 時間 365 日受付のコールセンター
- ・ Web カメラと遠隔コントロールによる即時サポート
- ・ 毎日の点検・清掃
- ・ 洗剤の補充
- ・ メンテナンス巡回
- ・ 集金
- ・ 広告活動

といった店舗の運営・管理に関する作業全てを同社が行い、加盟店の負担を極力低減する仕組みである。

また、物件の選定に関しては月商 100 万円以上を基準に定め、地域の人口や収入状況、年齢分布などのデータを精緻に分析して行っている。このため、収益性の高い物件を FC オーナーに提供することが可能となる。独自の店舗管理運営システムと優良物件の開拓力の相乗効果で加盟店の満足度を高めることに成功し、順調に店舗数を伸ばしている(図表 7)。

【 図表 7 】 期末店舗数の推移



(出所) WASH ハウス有価証券報告書、決算短信より証券リサーチセンター作成

> 強み・弱みの分析

◆ SWOT 分析

同社の内部資源（強み、弱み）、および外部環境（機会、脅威）は、図表 8 のようにまとめられる。

【 図表 8 】 SWOT 分析

強み (Strength)	・成長が続くコインランドリー市場において、独自のFC事業モデルを構築して展開していること ・「全店舗一括管理運営方式」を導入し、効率的な店舗運営をしていること ・「安心・安全・清潔」をコンセプトとした、差別化された店舗を展開していること ・ストック型の安定した収益構造であること
弱み (Weakness)	・特定人物（代表取締役社長）への依存度が高い事業運営 ・小規模組織であること ・九州地区以外における認知度が低いこと
機会 (Opportunity)	・布団を洗う習慣の定着により、市場がさらに拡大する可能性があること ・洗剤の内製化による原価率の改善余地があること ・上場による人材確保の容易化や知名度向上による顧客獲得の容易化
脅威 (Threat)	・季節的要因や天候により需要が変動すること、給水制限や断水により機器が使用できなくなる可能性があること ・競合先の増加による事業環境の悪化 ・景気の悪化により、FCオーナーの出店意欲が低下する可能性があること

(出所) 証券リサーチセンター

> 知的資本分析

◆ 知的資本の源泉は「全店舗一括管理運営方式」を確立し、それを活かした事業展開をしていることにある

同社の競争力を、知的資本の観点で分析した結果を図表 9 に示し、KPI の数値をアップデートした。

知的資本の源泉は、独自の「全店舗一括管理運営方式」を確立し、それを活かした効率的な事業展開をしていることなどにある

【 図表 9 】 知的資本の分析

項目	分析結果	KPI	
		項目	数値
関係資本	ユーザー ・一般消費者 (「WASHハウス」利用ユーザー)	・女性や小さい子供のいるファミリー層がメインターゲット	特になし
	クライアント ・FCオーナー	・FC店舗数 ・1号店出店からの期間	466店 16年
	ブランド ・運営店舗 「WASHハウス」 ・機器の仕入会社	・「安心・安全・清潔」な店舗を統一ブランドで展開 ・アクア株式会社	総店舗数494店 特になし
	ネットワーク ・業務委託契約を締結	・一般社団法人全国コインランドリー管理業協会(非連結子会社)	特になし
組織資本	プロセス ・「全店舗一括管理運営方式」で店舗展開 ・清潔で使いやすい店舗を展開	・24時間365日受付のコールセンター ・Webカメラと遠隔コントロールによる即時サポート	特になし
		・IoT型ランドリー機器を導入	
	知的財産 ノウハウ ・独自の「全店舗一括管理運営方式」 ・蓄積されたノウハウ	・コインランドリー管理システムがビジネスモデル特許を取得してからの期間	14年
		・02年のFC事業、FC管理事業開始以来蓄積したノウハウ	16年
人的資本	経営陣 ・現代取締役社長の下での体制 ・インセンティブ	・在任期間	17年
		・代表取締役社長CEO(資産管理会社含む)の保有	3,481千株(51.0%) 17年6月末現在
		・ストックオプション(取締役・監査役)	47,200株(1.4%) 16年12月末現在
	従業員 ・企業風土 (機械メンテナンスのできる人材や営業スタッフを積極採用) ・インセンティブ	・役員報酬総額(取締役) *社外取締役は除く	101百万円(5名) 16年12月期
		・従業員数	112名
		・平均年齢	37歳11カ月 16年12月末現在
		・平均勤続年数	1年11カ月 16年12月末現在
	・社員持株会制度を導入	特になし	
	・ストックオプション	9,000株(0.3%) 16年12月末現在	

(注) KPIの数値は、特に記載がない場合は17/12期か17/12期末のもの

(出所) WASHハウス有価証券報告書、決算短信、決算説明会資料、株主総会招集通知書、ヒアリングをもとに証券リサーチセンター作成

> 決算概要

◆ 17年12月期決算の概要

17/12期の売上高は前期比8.2%増の3,375百万円、営業利益は同17.3%減の243百万円、経常利益が同12.9%減の247百万円、当期純利益は同18.5%減の156百万円であった。

同社は17年12月21日付で期初計画(売上高4,260百万円、営業利益374百万円、経常利益377百万円、当期純利益256百万円)を減額修正しており、修正計画を若干上回る結果となった。減額修正の要因はFC店舗の新規出店の遅れである。FC店舗の新規出店は109店と

期初計画の152店を下回り、FC事業の売上高は期初計画3,192百万円に対して2,358百万円(前期比2.3%増)となった。FC事業の売上未達により、人件費を中心とした経費増を吸収できず、営業利益以下は前期比2桁の減益となった。

FCの新規出店が未達となった要因は、営業社員の採用・育成の遅れにより、物件の開発が計画通り進まなかったことにある。同社は対応策として、人材会社と契約による採用の強化並びに社員教育の強化を進めている。

尚、店舗管理事業の売上高は前期比32.7%増の694百万円、直営事業その他の売上高は同10.8%増の322百万円であった。

> 事業戦略の進捗

◆ 出店エリアの拡大、関連事業及び周辺事業への進出などに注力し、持続的な成長を目指す

同社は持続的な成長のため、1) 出店エリアの拡大、2) 関連事業及び周辺事業への進出、3) 人材の確保といった点に注力している。

1) 出店エリアの拡大

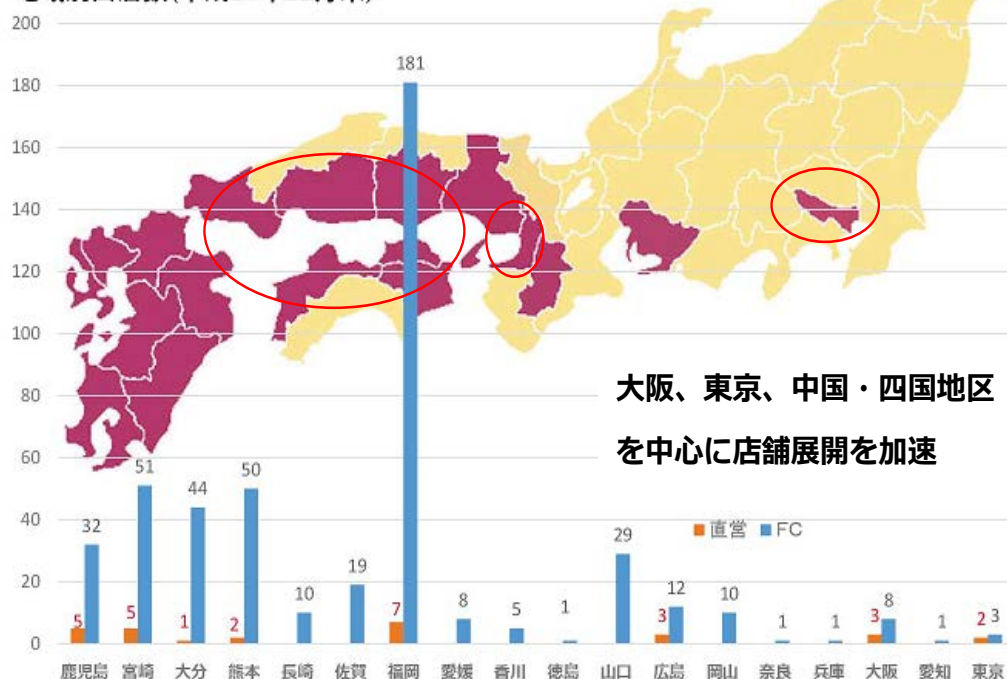
現在の店舗は、創業地である宮崎県を含む九州地区が全体の8割超を占めている。同社は15年には関西地区(大阪府)へ、16年には関東地区(東京都)へ、17年には四国地区(愛媛県、香川県)、中部地区(愛知県)へ進出をしており、これを足掛かりとしてエリア拡大を本格化する考えである(図表10)。

新たなエリアでの展開を始める際には、直営店を出店し、約1年間をかけて利用状況などを精緻に調査したうえで、FC展開を開始するという手順を踏む。現在、大阪府、東京都では直営店舗での検証が終了し、FC展開を加速する段階に入っており、18/12期は関東地区41店、関西地区31店のFC店舗の新規出店を計画している。また、中国、四国地区での物件開発も進んでおり、18/12期も積極的な出店を継続する考えである。その後は、その他の未開拓地区についても店舗展開を進め、全国展開を本格化する方針である。

【 図表 10 】 今後の事業展開 (出店エリアの拡大)

🏠 出店エリアの拡大

地域別出店数(平成29年12月末)



大阪、東京、中国・四国地区
を中心に店舗展開を加速

(出所) WASH ハウス決算説明会資料を基に証券リサーチセンター作成

2) 関連事業及び周辺事業への進出

関連事業として取り組みを進めているのが、洗剤の内製化による収益機会の拡大と原価率の改善である。同社では、多い月では月間約 30 トンの洗剤を外部から購入して FC 店舗に納入しており、この洗剤を全て自社工場で内製化することを目指している。

同社は以前より宮崎県と共同で洗剤製造の研究を進めており、想定したコストで生産する目途がたったため、自社生産に切り替える考えである。現在、具体的な計画を立案・精査しており、今期以降の生産開始を視野に入れている。

3) 人材の確保

同社は、全国展開を加速するためには、人材の確保が必要であると考えており、営業管理職クラスの人材並びに案件選別能力に長けた営業人員の採用を強化している。そのため、複数の人材会社と契約をして紹介件数を増やす他、社長自らが営業現場で指揮を執り、案件選別力の強化を図る等の取り組みを行っている。

> 業績予想

◆ WASHハウスによる18年12月期業績予想

18/12期の会社計画は、売上高が前期比18.9%増の4,011百万円、営業利益が同23.1%増300百万円、経常利益が同21.5%増の301百万円、当期純損益が同19.2%増の186百万円である(図表11)。

【図表11】WASHハウスの18年12月期業績見通し

(単位:百万円)

	15/12期 実績	16/12期 実績	17/12期 実績	18/12期 会社計画	前期比
売上高	2,050	3,118	3,375	4,011	18.9%
FC事業	1,469	2,304	2,358	-	-
店舗管理事業	351	523	694	-	-
直営事業その他	229	290	322	-	-
売上総利益	677	1,043	1,169	-	-
売上総利益率	33.0%	33.4%	34.7%	-	-
営業利益	219	294	243	300	23.1%
営業利益率	10.7%	9.5%	7.2%	7.5%	-
経常利益	219	284	247	301	21.5%
経常利益率	10.7%	9.1%	7.3%	7.5%	-
当期純利益	131	192	156	186	19.2%

(注) 前期比は17/12期実績と18/12期会社計画との比較

(出所) WASHハウス決算短信、決算説明会資料を基に証券リサーチセンター作成

FC店は過去最高となる130店の新規出店(期末店舗数596店)を計画しており、FC事業及び店舗管理事業の増収に寄与することを見込んでいる。直営店については、3店の新規出店を計画している。

出店契約については順調に進んでおり、17年12月末時点で23店の契約済みで未出店の店舗があると同社はコメントしている。

人件費や広告宣伝費などの経費増を想定しているものの、増収効果で吸収して営業利益率は7.5%と前期比0.3%ポイントの改善を見込んでいる。

株主還元に関しては、17/12期と実質同額となる1株当たり年間配当金8円を予定している。

◆ 証券リサーチセンターの業績予想

証券リサーチセンター(以下、当センター)では、同社の18/12期業績について、売上高が前期比19.0%増の4,016百万円、営業利益が同30.9%増の318百万円、経常利益が同29.1%増の319百万円、当期純利益が同35.3%増の211百万円と、会社計画を若干上回る水準を予想する(図表12)。前回予想との差異は、FC店舗新規出店の想定を前回予想192店から130店に引き下げたために生じている。

当センターでは、業績予想を策定する上で、以下の想定をした。

1) 事業別の売上高については、FC 事業 2,810 百万円 (前期比 19.2% 増)、店舗管理事業が 845 百万円 (同 21.8% 増)、直営事業その他が 361 百万円 (同 12.1% 増) と想定した。FC 店の新規出店は 17/12 期の 109 店を上回る 130 店、直営店は 3 店の新規出店を前提とし、それぞれの事業の売上高を算定した。1 店舗当たりのコインランドリー機器等のパッケージング価格及び加盟店が支払う店舗管理手数料は 17/12 期と同水準を想定し、新規出店数の増加と管理店舗数 466 店から 596 店への増加が増収に寄与するとした。

2) 18/12 期の売上総利益率は、機器や什器の仕入れ面でのスケールメリットにより前期比 0.1%ポイント改善の 34.8%と予想する。

3) 販管費率については、人件費の増加を売上増で吸収して同 0.5%ポイント改善すると想定した。FC 事業の出店加速に伴い、店舗開発や店舗管理に携わる人員増加が続くと考えられることから、営業担当を中心に社員は 30 名増加し期末社員数は 142 名、それに伴い人件費は 17/12 期より 117 百万円の増加の 348 百万円を想定した。

> 中期業績予想

◆ 証券リサーチセンターの中期業績予想

同社は中期経営目標について、数値、期間を含めて公表はしていないものの、出店エリアの拡大や関連事業及び周辺事業への進出を進めることにより、持続的な成長を目指す考えである。

当センターでは、19/12 期以降も FC 店の出店加速が牽引役となり業績拡大が継続すると予想している。19/12 期の売上高は前期比 17.0% 増の 4,698 百万円、営業利益は同 19.5% 増の 380 百万円を予想する。前回予想との差異は、FC 店舗の新規出店数引き下げに伴い、FC 事業及び店舗管理事業の売上想定を前回より減額したことが主因で生じている。20/12 期の売上高は同 20.3% 増の 5,651 百万円、営業利益は同 21.1% 増の 460 百万円を予想する。

予想の前提は以下の通りである。

1) 19/12 期の新規出店は FC150 店、直営 4 店、20/12 期は FC180 店、直営 4 店を前提とした。事業別の売上高については、19/12 期が FC 事業 3,225 百万円 (前期比 14.8% 増)、店舗管理事業 1,066 百万円 (同 26.2% 増)、直営事業その他 407 百万円 (同 12.7% 増)、20/12 期が FC 事業 3,870 百万円 (前期比 20.0% 増)、店舗管理事業 1,327 百万円 (同 24.5% 増)、直営事業その他 454 百万円 (同 11.5% 増) と想定した。1

店舗当たりのコインランドリー機器等のパッケージング価格及び加盟店が支払う店舗管理手数料は17/12期と同水準を想定し、新規出店数及び管理店舗数の増加が増収に寄与するとした。

2) 19/12期の売上総利益率は、機器や什器の仕入れ面でのスケールメリットにより前期比0.1%ポイント改善の34.9%と予想する。20/12期については、横ばいを想定した。

3) 販管費率については、広告宣伝費や人件費の増加が予想されるものの、売上で吸収し、19/12期に前期比0.1%ポイントの改善、その後は横ばいを想定した。店舗開発や店舗管理に携わる人員増加が続くと考えられることから、営業担当を中心に社員は毎期30名の増加を想定した。

配当については、17/12期と同水準の1株当たり年間配当金8円が継続すると予想する。

【 図表 12 】証券リサーチセンターの業績予想 (損益計算書) (単位:百万円)

	16/12	17/12	18/12CE	18/12E (前回)	18/12E	19/12E (前回)	19/12E	20/12E
損益計算書								
売上高	3,118	3,375	4,011	5,400	4,016	6,805	4,698	5,651
前期比	52.1%	8.2%	18.9%	34.0%	19.0%	26.0%	17.0%	20.3%
事業別								
FC事業	2,304	2,358	-	4,030	2,810	5,040	3,225	3,870
店舗管理事業	523	694	-	985	845	1,333	1,066	1,327
直営事業その他	290	322	-	385	361	432	407	454
売上総利益	1,043	1,169	-	1,873	1,397	2,368	1,639	1,972
前期比	54.1%	12.1%	-	34.4%	19.5%	26.4%	17.3%	20.3%
売上総利益率	33.5%	34.7%	-	34.7%	34.8%	34.8%	34.9%	34.9%
販売費及び一般管理費	748	925	-	1,402	1,079	1,769	1,259	1,512
販管費率	24.0%	27.4%	-	26.0%	26.9%	26.0%	26.8%	26.8%
営業利益	294	243	300	469	318	598	380	460
前期比	34.4%	-17.3%	23.1%	35.9%	30.9%	27.5%	19.5%	21.1%
営業利益率	9.5%	7.2%	7.5%	8.7%	7.9%	8.8%	8.1%	8.1%
経常利益	284	247	301	472	319	601	381	461
前期比	29.9%	-12.9%	21.5%	35.6%	29.1%	27.3%	19.4%	21.0%
経常利益率	9.1%	7.3%	7.5%	8.7%	8.6%	8.8%	8.1%	8.2%
当期純利益	192	156	186	314	211	400	252	305
前期比	45.9%	-18.5%	19.2%	34.8%	35.3%	27.4%	19.4%	21.0%
FC出店数	105	109	130	192	130	240	150	180
期末FC店舗数	361	466	596	695	596	935	746	926
直営出店数	3	0	3	4	3	4	4	4
期末直営店舗数	25	28	31	33	31	37	35	39

※17/12期はFC3店舗の直営化、契約満了によるFC退店1店がある

(注) CE: 会社予想 E: 証券リサーチセンター予想

(出所) WASHハウス決算短信、決算説明会資料を基に証券リサーチセンター作成

> 投資に際しての留意点

◆ 気象・天候条件について

コインランドリーの売上高は、季節的な要因、特に天候に左右される。降雨日が少ない状態が続いた場合には乾燥機への需要減少により、台風などによる大雨が継続した場合には客数減少により、売上高に悪影響を与える可能性がある。

また、給水制限や断水が生じた場合には機器の使用ができないため、売上高に悪影響を与える可能性がある。

◆ コインランドリー機器について

同社の店舗では、全てアクア株式会社(東京都千代田区)の洗濯機及び乾燥機を使用しており、専用の仕様に変更も加えている。アクア株式会社の経営方針の変更等により、同仕様のコインランドリー機器が確保できなくなった場合には、事業運営に影響が出る可能性がある。

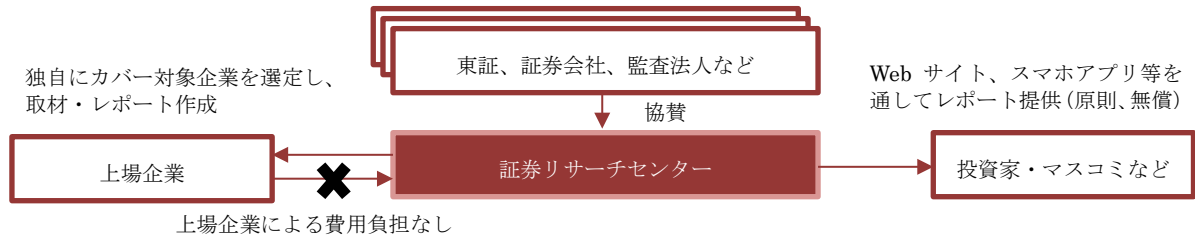
◆ 自然災害について

同社の店舗は九州地区に8割超が集中している。この地域において、大規模な自然災害が発生し、店舗施設に被害が及んだ場合には、通常の営業継続が困難となり業績に悪影響が出る可能性がある。

証券リサーチセンターについて

証券リサーチセンターは、株式市場の活性化に向けて、中立的な立場から、アナリスト・カバーが不十分な企業を中心にアナリスト・レポートを作成し、広く一般にレポートを公開する活動を展開しております。

※当センターのレポートは経済産業省の「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス」を参照しています。



■協賛会員

(協賛)

株式会社東京証券取引所

SMBC 日興証券株式会社

大和証券株式会社

野村證券株式会社

みずほ証券株式会社

有限責任あずさ監査法人

有限責任監査法人トーマツ

新日本有限責任監査法人

株式会社 ICMG

(準協賛)

三優監査法人

太陽有限責任監査法人

優成監査法人

株式会社 SBI 証券

(賛助)

日本証券業協会

日本証券アナリスト協会

監査法人 A&A パートナーズ

いちよし証券株式会社

宝印刷株式会社

株式会社プロネクサス

アナリストによる証明

本レポートに記載されたアナリストは、本レポートに記載された内容が、ここで議論された全ての証券や発行企業に対するアナリスト個人の見解を正確に反映していることを表明します。また本レポートの執筆にあたり、アナリストの報酬が、直接的あるいは間接的にこのレポートで示した見解によって、現在、過去、未来にわたって一切の影響を受けないことを保証いたします。

免責事項

- ・本レポートは、一般社団法人 証券リサーチセンターに所属する証券アナリストが、広く投資家に株式投資の参考情報として閲覧されることを目的として作成したものであり、特定の証券又は金融商品の売買の推奨、勧誘を目的としたものではありません。
- ・本レポートの内容・記述は、一般に入手可能な公開情報に基づき、アナリストの取材により必要な補充を加え作成されたものです。本レポートの作成者は、インサイダー情報の使用はもとより、当該情報を入手することも禁じられています。本レポートに含まれる情報は、正確かつ信頼できると考えられていますが、その正確性が客観的に検証されているものではありません。また、本レポートは投資家が必要とする全ての情報を含むことを意図したものではありません。
- ・本レポートに含まれる情報は、金融市場や経済環境の変化等のために、最新のものではなくなる可能性があります。本レポート内で直接又は間接的に取り上げられている株式は、株価の変動や発行体の経営・財務状況の変化、金利・為替の変動等の要因により、投資元本を割り込むリスクがあります。過去のパフォーマンスは将来のパフォーマンスを示唆し、または保証するものではありません。
- ・本レポート内で示す見解は予告なしに変更されることがあり、一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポート内に含まれる情報及び見解を更新する義務を負うものではありません。
- ・一般社団法人 証券リサーチセンターは、投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失利益及び損害を含むいかなる結果についても一切責任を負いません。最終投資判断は投資家個人においてなされなければならない、投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあります。
- ・本レポートの著作権は一般社団法人 証券リサーチセンターに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。