

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9月7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 20180904

WASHハウス (6537 東証マザーズ 福証 Q-Board) 発行日:2018/9/7

コインランドリー「WASH ハウス」の出店を全国規模で進める 上期は新規出店の遅れが響き営業損失を計上したが、通期は増収増益を見込む

> 要旨

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

◆ 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、18年6月末時点の店舗数はFC500店、直営28店である。

◆ 18年12月期上期決算の概要

- ・18/12期第2四半期累計期間(以下、上期)の売上高は前年同期比6.9%減の1,342百万円、営業損益は14百万円の損失(前年同期37百万円の利益)であった。FC店舗の新規出店の遅れにより減収となり、人件費を中心とした経費増を吸収できず営業損失となった。会社計画(売上高1,609百万円、営業利益43百万円)に対しても未達である。

◆ 18年12月期の業績予想

- ・18/12期の会社計画は、期初予想通り売上高が前期比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595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、上期決算を踏まえ18/12期予想を下方修正した。

◆ 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が進んでいる。
- ・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続くと予想するものの、新規出店数の想定変更に伴い、前回予想を減額修正している。

【主要指標】

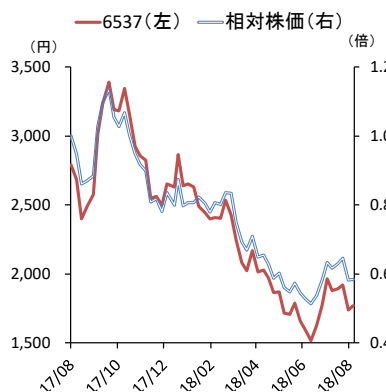
	2018/8/31
株価(円)	1,770
発行済株式数(株)	6,852,200
時価総額(百万円)	12,128

	前期実績	今期予想	来期予想
PER(倍)	77.2	68.0	55.1
PBR(倍)	5.3	5.1	4.7
配当利回り(%)	0.5	0.5	0.5

【株価パフォーマンス】

	1カ月	3カ月	12カ月
リターン(%)	-8.4	1.2	-33.4
対TOPIX(%)	-7.4	1.9	-37.9

【株価チャート】



【6537WASH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	3,726	10.4	268	10.3	269	8.9	178	14.1	26.0	348.9	8.0
2019/12 E	4,413	18.4	331	23.5	332	23.4	220	23.6	32.1	373.2	8.0
2020/12 E	5,141	16.5	399	20.5	400	20.5	265	20.5	38.7	404.0	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。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、18年6月末現在の店舗数は、FC500店、直営28店の合計528店である(図表1)。

【図表1】FC、直営店舗数(18年6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)	401	20
中国地区(岡山県、広島県、山口県)	55	3
四国地区(愛媛県、香川県、徳島県)	18	0
中部地区(愛知県)	5	0
関西地区(大阪府、兵庫県、奈良県)	13	3
関東地区(東京都)	8	2
合計(店)	500	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

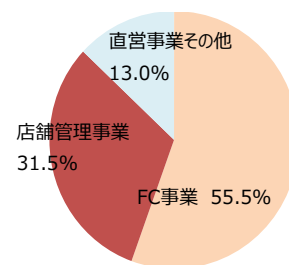
◆ 売上高はFC事業、店舗管理事業、直営事業その他に区分される

同社には連結子会社はなく、事業はコインランドリーシステムの提供のみの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)。

【図表2】事業別売上高、売上構成比(18/12期上期実績)

(単位:百万円)

売上高区分	16/12期	17/12期	18/12期 第2四半期累計
FC事業	2,304	2,358	745
店舗管理事業	523	694	422
直営事業その他	290	322	174
合計	3,118	3,375	1,342



(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

18/12 期第 2 四半期累計期間(以下、上期)の売上高の 55.5%を占めるFC事業が主力事業であり、31.5%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 ハウスコインランドリーシステム(以下、FCパッケージ)」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サービスへの対価

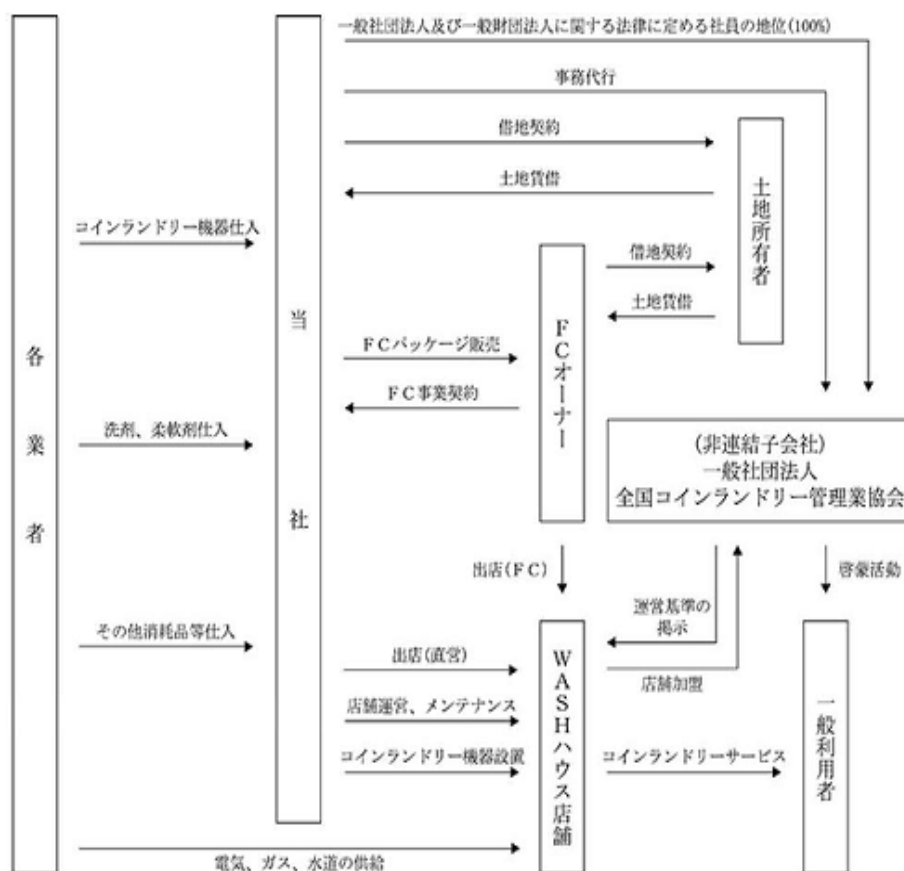
項目	金額(月額)
店舗管理手数料	50千円
システムメンテナンス料	10千円
広告分担金	30千円
清掃費	36千円~47千円

(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

直営事業その他では、「WASH ハウス」を直営店として展開し、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、一般社団法人全国コインランドリー管理業協会から受け取る事務業務等の代行に伴う受託料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なる部分を占める。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員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。

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康孝氏が設立した、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

■ コインランドリー店舗



■ 店内



■ 情報ステーション



店内にはコインランドリーの使用方法、天気予報、運勢情報などがご覧いただけるタッチパネルがあります。

■ スポットリムーバー



店内には無料でご利用いただける、シミ抜き機が設置されています。

■ キレイで明るい店内



専門スタッフが毎日清掃を行います。

(出所) WASHハウス有価証券届出書

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 ^{※1}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 1) 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、録画もしています。

■ 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ハウス有価証券届出書

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」ブランドの店舗の設計、内装工事、

FC パッケージを販売している。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 年間に業績不振で撤退した店舗は 1 店舗もない。

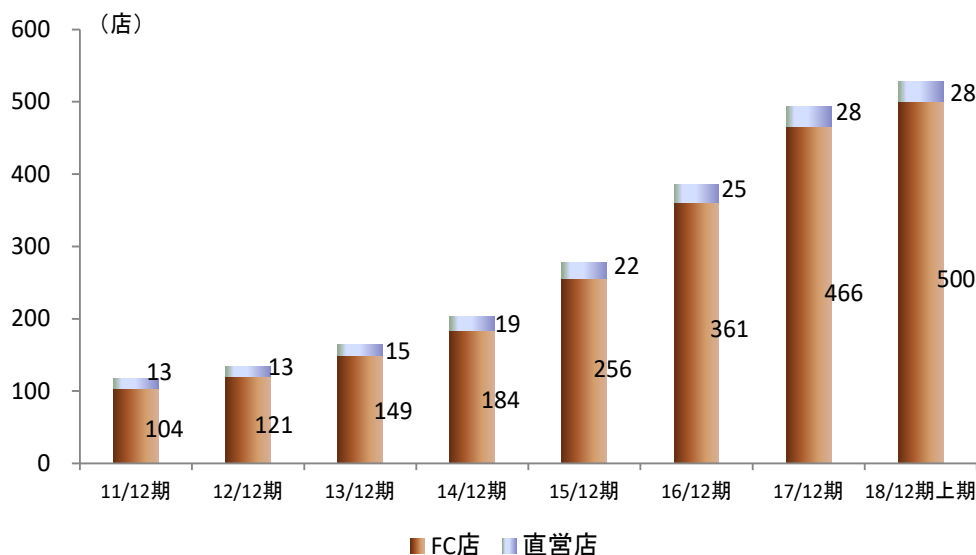
「全店舗一括管理運営方式」とは、

- ・ 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

<p>強み (Strength)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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
<p>弱み (Weakness)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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
<p>機会 (Opportunity)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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
<p>脅威 (Threat)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 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	500店 ※18年6月末現在 16年
	ブランド ・運営店舗 「WASHハウス」	・「安心・安全・清潔」な店舗を統一ブランドで展開	総店舗数528店 ※18年6月末現在
	ネットワーク ・機器の仕入会社 ・業務委託契約を締結	・アクア株式会社 ・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 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 ・IoT型ランドリー機器を導入	特になし
	知的財産 ノウハウ	・独自の「全店舗一括管理運営方式」	・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
		・蓄積されたノウハウ	・02年のFC事業、FC管理事業開始以来蓄積したノウハウ
		・自社で物件開発、加盟店開発を手掛ける	・営業社員数 ・テレフォンアポインター数
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(50.8%) ※18年6月末現在
		・ストックオプション(取締役・監査役)	86,200株(1.3%)
	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	118百万円(5名)
		・従業員数	112名
		・平均年齢	38歳4カ月
		・平均勤続年数	2年4カ月
	・社員持株会制度を導入 ・ストックオプション制度を導入	特になし 特になし	

(注) KPIの数値は、特に記載がない場合は17/12期から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、ヒアリングを基に証券リサーチセンター作成

> 決算概要

◆ 18年12月期上期決算の概要

18/12期上期の売上高は前年同期比6.9%減の1,342百万円、営業損益は14百万円の損失(前年同期は37百万円の利益)、経常損益は12百万円の損失(同40百万円の利益)、四半期純損益は18百万円の損失(同22百万円の利益)であった。

FC店舗の新規出店が前年同期の45店から35店に減少したことで、FC事業の売上高が同23.3%減の745百万円となった。店舗管理事業の売上高は同32.9%増の422百万円、直営事業の売上高は同15.2%増の174百万円であった。売上高が伸びなかったことで人件費を中心とした経費増を吸収できずに営業損失を計上した。

期初に公表した会社計画(売上高1,609百万円、営業利益43百万円、経常利益44百万円、四半期純利益27百万円)に未達となったのは、FC店舗の新規出店が計画の48店を13店下回り、FC事業売上高が計画を下回ったことが要因である。

FC新規出店が未達となった要因は、前下期から進めている営業社員の採用・育成の強化や人員配置の適正化に時間を要し、物件開発が計画通り進まなかったことにある。同社は、今下期からの出店拡大に向け、体制整備に注力した。

通期計画に対する進捗率は売上高で33.5%と低い水準にとどまっている(図表10)。

【図表10】18年12月期上期決算概要

(単位:百万円)

	17/12期	17/12期	18/12期	18/12期		進捗率 (A) / (B)
	通期実績	上期実績	上期実績 (A)	前年同期比	会社計画 (B)	
売上高	3,375	1,440	1,342	-6.9%	4,011	33.5%
FC事業	2,358	971	745	-23.3%	-	-
店舗管理事業	694	317	422	32.9%	-	-
直営事業その他	322	151	174	15.2%	-	-
売上総利益	1,169	493	445	-9.7%	-	-
売上総利益率	34.7%	34.3%	33.2%	-	-	-
営業利益	243	37	-14	-	300	-
営業利益率	7.2%	2.6%	-	-	7.5%	-
経常利益	247	40	-12	-	301	-
経常利益率	7.3%	2.8%	-	-	7.5%	-
当期純利益	156	22	-18	-	186	-

(出所) WASHハウス決算短信より証券リサーチセンター作成

> 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・育成といった点に注力している。

1) 出店エリアの拡大

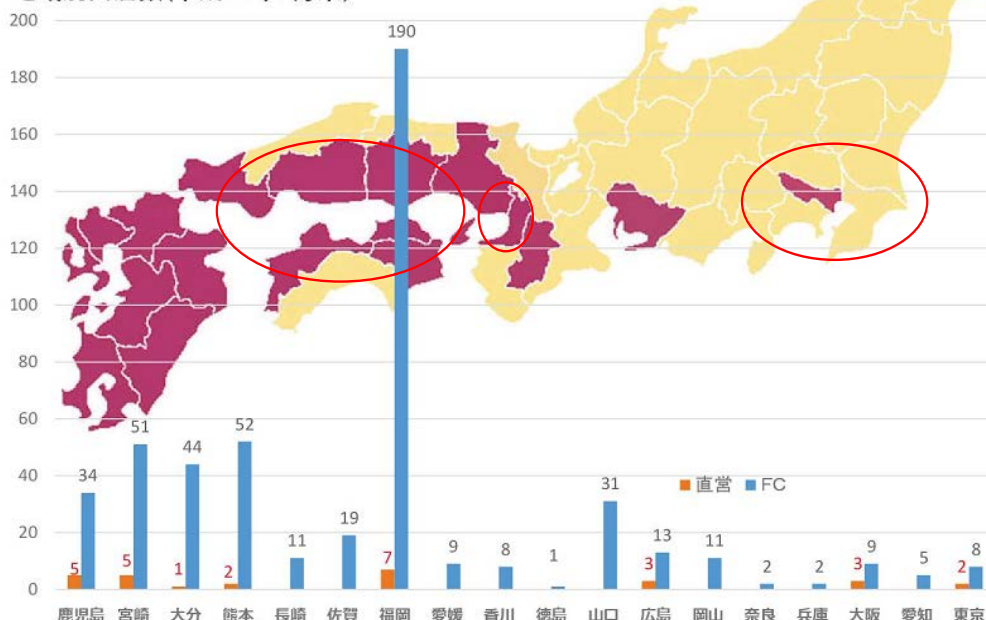
現在の店舗は、創業地である宮崎県を含む九州地区が全体の約8割を占めている。同社は15年には関西地区(大阪府)へ、16年には関東地区(東京都)へ、17年には四国地区(愛媛県、香川県、徳島県)、中部地区(愛知県)へ進出しており、エリア拡大を本格化する考えである(図表11)。

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んでいる。現在、東京都、大阪府では直営店舗での検証が終了しており、18/12期上期には東京都にFC5店の新規出店(6月末のFC店舗数は8店)、大阪府にFC3店の新規出店(同9店)を行った。下期に入った7月には千葉県に直営店舗を出店している。

【図表11】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30年6月末)



(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生産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。18/12 期上期には宮崎県から洗剤製造工場の土地取得に関する許可を得て、19/12 期中の生産開始を目指して準備を続けている。

また、同社が FC オーナー希望者に出店資金を貸し付けるため、18 年 3 月に子会社 WASHHOUSE フィナンシャルを設立した。これは、コインランドリー事業の売上高は天候や季節要因で左右されることを考慮し、毎月の売上高に連動して返済額が変動する「売上高連動返済型」の仕組みを取り入れた商品を提供する目的で設立した会社である。6 月には貸金業登録が承認されたことを公表しており、事業開始については、日本貸金業協会への入会等の様々な準備を整えてからとなる。

3) 人材の確保・育成

課題である人材の確保・育成については、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。この部分については、同社の想定より時間を要しており、上期における出店数未達の要因となった。今後も引き続き人材育成や営業体制の整備に注力し、下期以降の出店拡大を目指していく考えである。

> 業績予想

◆ WASHハウスによる 18 年 12 月期業績予想

同社は 18/12 期の業績について、期初の計画を据え置き、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、当期純利益が同 19.2%増の 186 百万円としている。

FC 店は過去最高となる 130 店の新規出店（期末店舗数 595 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。上期に 35 店を出店済みなので、下期の新規出店は 95 店となる。直営店については、3 店の新規出店を計画しており、全て下期に出店予定である。下期の出店加速について同社は、上期に体制整備を進めた効果が期待できること、従来の郊外型店舗に加え都市型店舗の出店が進むことなどを根拠としている。

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

当センターでは、上期実績を考慮に入れ、18/12期業績予想を減額修正した。売上高は前期比10.4%増の3,726百万円、営業利益は同10.3%増の268百万円、経常利益は同8.9%増の269百万円、当期純利益は同14.1%増の178百万円を予想する(図表12)。従来予想との差異は、FC店舗新規出店の想定を130店から120店に引き下げ、これに伴いFC事業の売上予想を減額したために生じている。店舗管理事業及び直営事業その他については従来予想を変更していない。

当センターでは、下期及び通期の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2,520百万円(前期比6.9%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店の新規出店予想を130店から120店に変更した。上期に35店を出店済みなので、下期の出店は85店となる。1店舗当たりのFCパッケージ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が466店から585店へと増加することが増収に寄与すると予想した。

2) 18/12期の売上総利益率は、前期比ほぼ横ばいの34.6%と予想する。上期の33.2%に対し、下期は34.8%への改善を想定した。上期より下期の売上総利益率が高くなるのは、FCの出店加速に伴い売上が下期偏重となり、原価に含まれる広告費(FCパッケージに含まない地域の情報番組などのスポンサー料などを原価として計上)や設計施工監理を担当する人員の労務費などの経費負担が軽くなるため、17/12期も同様の結果であった。

3) 販管費率については、人件費の増加を増収で吸収して横ばいを想定した。上期は売上高の伸び悩みにより前上期の31.6%から34.3%へ悪化した。下期は売上増により23.0%(前下期24.3%)となる想定である。店舗開発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117百万円増加の348百万円と想定した。

> 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続くと予想するものの、新規出店数の想定引き下げに伴い、前回予想を下方修正している。19/12期の売上高は前期比18.4%増の4,413百万円(前回予想4,698百万円)、営業利益は同23.5%増の331百万円(同380百万円)、20/12期の売上高は同16.5%増の5,141百万円(同5,651百万円)、営業利益は同20.5%増の399百万円(同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FC140店、直営4店、20/12期はFC160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2,940百万円(前期比16.7%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3,360百万円(前期比14.3%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FCパッケージ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横ばい、20/12期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、売上増で吸収し、19/12期に前期比0.3%ポイント、20/12期に同0.2%ポイントの改善を想定した。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25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 (前回)	20/12E
損益計算書									
売上高	3,118	3,375	4,011	4,016	3,726	4,698	4,413	5,651	5,141
前期比	52.1%	8.2%	18.9%	19.0%	10.4%	17.0%	18.4%	20.3%	16.5%
事業別									
FC事業	2,304	2,358	-	2,810	2,520	3,225	2,940	3,870	3,360
店舗管理事業	523	694	-	845	845	1,066	1,066	1,327	1,327
直営事業その他	290	322	-	361	361	407	407	454	454
売上総利益	1,043	1,169	-	1,397	1,289	1,639	1,526	1,972	1,783
前期比	54.1%	12.1%	-	19.5%	10.3%	17.3%	18.4%	20.3%	16.8%
売上総利益率	33.5%	34.7%	-	34.8%	34.6%	34.9%	34.6%	34.9%	34.7%
販売費及び一般管理費	748	925	-	1,079	1,021	1,259	1,195	1,512	1,384
販管費率	24.0%	27.4%	-	26.9%	27.4%	26.8%	27.1%	26.8%	26.9%
営業利益	294	243	300	318	268	380	331	460	399
前期比	34.4%	-17.3%	23.1%	30.9%	10.3%	19.5%	23.5%	21.1%	20.5%
営業利益率	9.5%	7.2%	7.5%	7.9%	7.2%	8.1%	7.5%	8.1%	7.8%
経常利益	284	247	301	319	269	381	332	461	400
前期比	29.9%	-12.9%	21.5%	29.1%	8.9%	19.4%	23.4%	21.0%	20.5%
経常利益率	9.1%	7.3%	7.5%	8.6%	7.2%	8.1%	7.5%	8.2%	7.8%
当期純利益	192	156	186	211	178	252	220	305	265
前期比	45.9%	-18.5%	19.2%	35.3%	14.1%	19.4%	23.6%	21.0%	20.5%
FC出店数	105	109	130	130	120	150	140	180	160
期末FC店舗数	361	466	595	596	585	746	725	926	885
直営出店数	3	0	3	3	3	4	4	4	4
期末直営店舗数	25	28	31	31	31	35	35	39	39

※17/12期はFC3店舗の直営化、契約満了によるFC退店1店、18/12期はFC1店舗の退店(商業施設の再開に伴う)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。

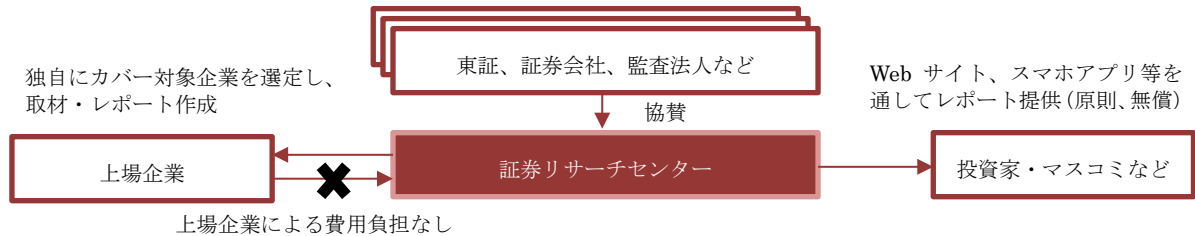
◆ 自然災害について

同社の店舗は九州地区に約8割が集中している。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

EY 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

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・間接的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。