

2012年7月4日（水）

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

■国内上場企業トップクラスの高配当利回り

中小企業向け経営コンサルティングの大手。セールスプロモーション(SP)事業も手掛ける。2012年3月期の業績は滑り出しこそ震災の影響で低迷したが、後半に盛り返して通期では売上高で前期比2.1%増、営業利益で同1.6%増とほぼ横ばい圏の着地となった。部門別では、主力のコンサルティング事業が震災や景気低迷の影響により若干の減収減益となったものの、SP事業部が新規顧客の開拓、大口受注の獲得等で増収黒字転換となった。

2013年3月期業績は売上高が前期比5.8%増、営業利益が同13.7%増と増収増益を見込む。コンサルティング統轄本部では顧客ニーズにマッチした商品の提供、コンサルタント人員の増強により売上拡大を見込むほか、ネットワーク本部やSP事業部も新規顧客の開拓によってそれぞれ成長を目指していく方針。また、設立して6年目になる中国・上海におけるコンサルティング事業も漸く軌道に乗りはじめ、2012年12月期には黒字化する見通しとなっている。

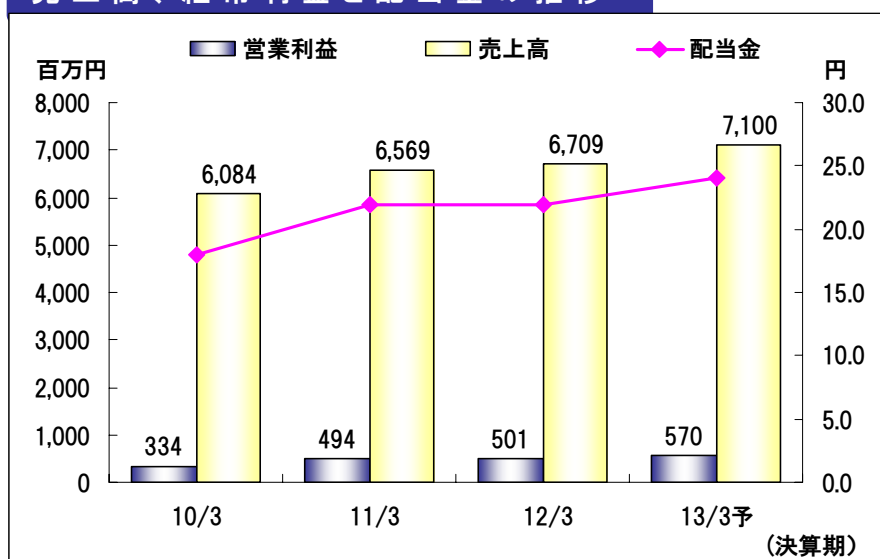
同社では中期計画として2015年3月期に売上高7,700百万円、経常利益670百万円を目指している。コンサルティング統轄本部はコンサルティング体制の強化、コンサルタント人員の増強によって契約件数、売上の拡大を目指していく。ネットワーク本部では会計事務所や社会保険労務士事務所など提携先の拡大に引き続き注力する。セールスプロモーション事業部では、イベント企画、販促キャンペーンなど付加価値の高い分野にシフトしていくほか、新たに進出した上海市場での開拓を強化していく。またセールスプロモーション事業に関してはM&Aも事業拡大の選択肢の1つとして考えているようだ。

株主還元方針として配当性向60%を1つの目安としていることから、2013年3月期の1株当たり配当金は前期比2円増配の24円を予定。収益・財務の安定性や配当利回りの高さなどが注目される。

■Check Point

- ・経営相談事務所から総合型コンサルティングサービス提供会社へ
- ・震災による減益要因を生産性と間接費抑制でカバー
- ・4～5月までの滑り出しは順調で2013年3月期は増収増益を見込む

売上高、経常利益と配当金の推移



■会社概要

経営相談事務所から総合型コンサルティング提供会社へ

(1) 会社沿革

1957年に創業者の田辺昇一氏（現ファウンダー名誉会長）が、京都市において田辺経営相談所を個人経営にて開設したのが始まり。1963年に株式会社化し、1971年に業容拡大とともに本社を大阪に移転した。1993年に日本証券業協会に株式を店頭登録し、2004年にJASDAQ証券取引所へ上場したほか、中国・上海に駐在員事務所を開設している（現 田辺企業管理諮詢（上海）有限公司）。2011年12月には同じく上海に販売促進支援サービスを行う子会社、拓捺貝貿易（上海）有限公司も設立した。

1957年10月	当社創業者田辺昇一（現 当社ファウンダー名誉会長）が、京都市において田辺経営相談所を個人経営にて創業。
1963年 4月	経営相談及び経営に関する講座、出版、その他用具の販売、並びに付帯業務を目的として、株式会社田辺経営相談所を設立。
1967年 1月	商号を株式会社田辺経営相談所から株式会社田辺経営に変更。
1971年 6月	大阪市東区（現 大阪市中央区）に本社を移転。
1972年12月	神奈川県三浦市に湘南研修センターを設置。
1980年 9月	業務の拡大に伴い、本社を大阪府吹田市江の木町に移転。
1986年 3月	商号を株式会社田辺経営から株式会社タナベ経営に変更。
1988年 9月	愛知県西春日井郡西春日町（現 愛知県北名古屋市）に名古屋研修センターを設置。
1993年10月	日本証券業協会に株式を店頭登録。
2004年10月	上海市及びその周辺地域において、日系企業に対して経営コンサルティング業務に関する市場調査、情報収集を図ることを目的として上海駐在員事務所を開設。
2004年12月	日本証券業協会への店頭登録を取消し、ジャスダック証券取引所に株式を上場。
2006年 6月	上海駐在員事務所を閉鎖し、田辺企業管理諮詢（上海）有限公司（現在 非連結子会社）を設立。
2008年 9月	業務の拡大に伴い、本社を大阪市淀川区に移転。
2010年 4月	ジャスダック証券取引所と大阪証券取引所の合併に伴い、大阪証券取引所 JASDAQ（現 大阪証券取引所 JASDAQ（スタンダード））に上場。
2011年12月	中国市場における販売促進支援サービスを目的として、拓捺貝貿易（上海）有限公司（現在 非連結子会社）を設立。

会社資料より引用

■会社概要

チームコンサルティングで生産性と顧客満足度を向上

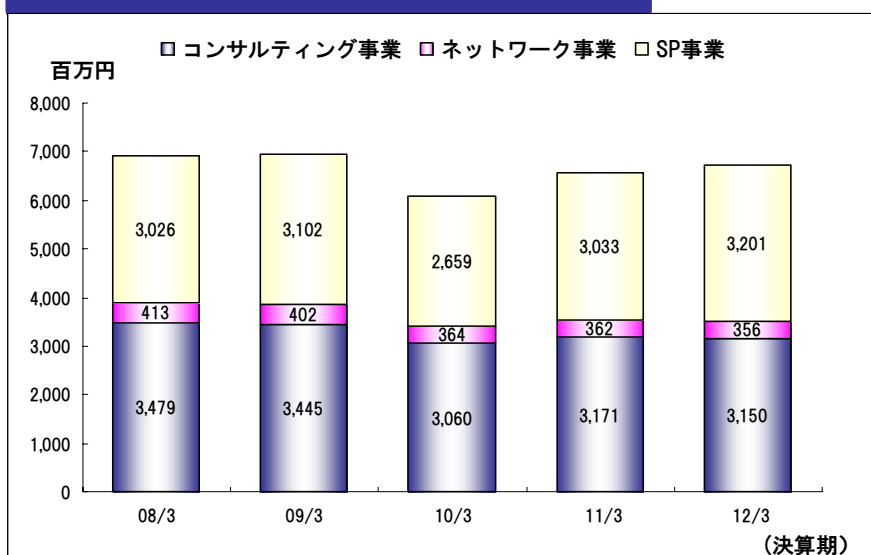
(2) 事業内容

同社の現在の部門は、コンサルティング統轄本部、ネットワーク本部、セールスプロモーション事業部と大きく3つに分かれている。以下に各事業の概要について紹介する。

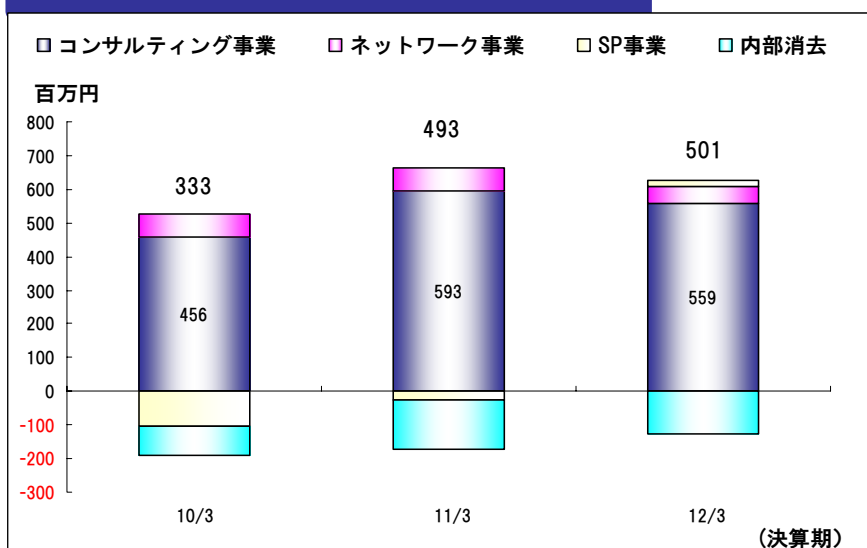
(a) コンサルティング統轄本部

同社の主力事業部である。2012年3月期の売上高構成比は47%、営業利益ではほぼ100%近くを同事業で稼ぎ出す格好となっており、グラフにみられるようにこの収益構造はここ数年間では殆ど変化していない。

部門別売上高の推移



部門別営業利益の推移



■会社概要

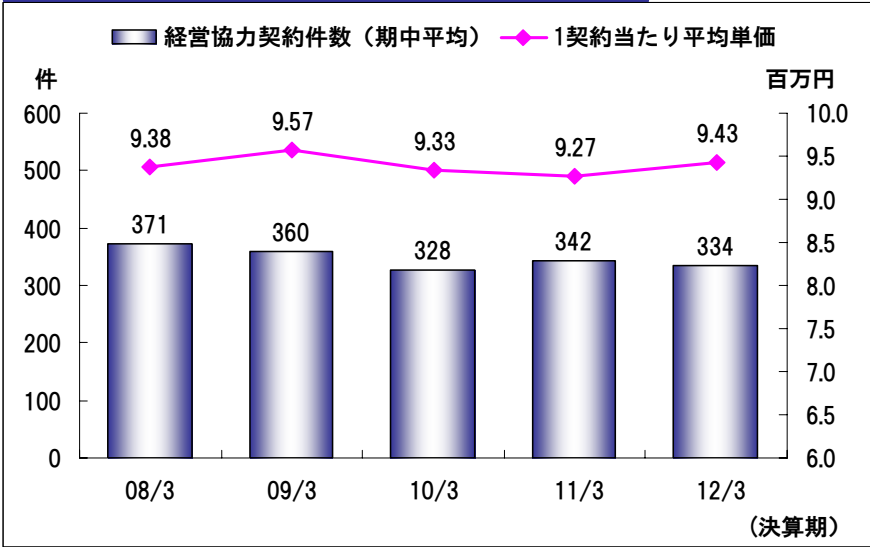
コンサルティング会社の種類には、経営全般に関するコンサルティングを行う総合型と、ITや財務、生産など機能ごとに専門化した機能特化型、また、医療分野など専門的な知識などが求められるような業界特化型、調査分析を専門に行うシンクタンクと大きく4種類に分類されるが、同社はこのうち総合型のコンサルティング事業を展開している。

企業の事業戦略や収益構造、組織体制、経営システム、後継体制づくりなど経営全般に渡る問題点に関して、現状の認識及び問題点の抽出・分析を行い、改善案や今後の経営戦略を提案するといった流れになる。サービス内容と支払い体系に関しては表の通りで、最近の傾向としては調査・経営診断といった単発的なサービスの需要は減少傾向となっており、経営協力というトータルサービスパッケージとして契約する比率が上昇している。直近5期間の経営協力契約件数はやや落ち込んでいるが、1社の中での複数契約を包括契約としている影響がある。また、平均単価に関してはほぼ一定の範囲内で推移しており、価格に関しては安定しているとみられる。

コンサルティングサービスと支払い体系

主なサービス	契約期間	支払い方法
経営協力 顧問型コンサルティング チームコンサルティング	年間または半年	月払い
調査・経営診断	納期（3ヶ月～半年）	契約時・完了時（半金払い）
各種教育	実施ベース	実施ベース・月払い

経営協力契約件数と平均単価



注)平均単価＝売上高÷期中平均契約数

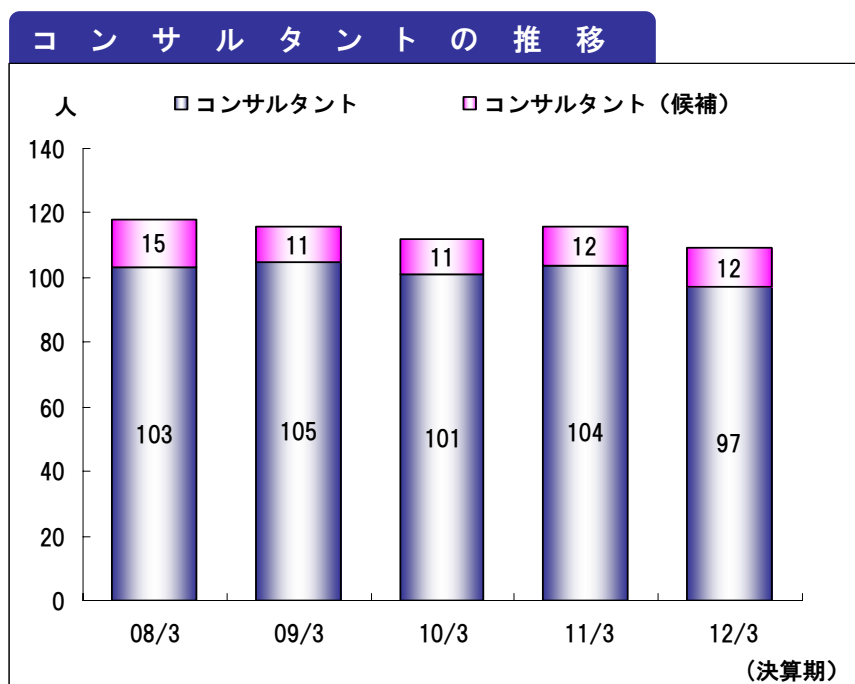


■会社概要

また、経営協力サービスの形態でも個人や少人数で担当する顧問型コンサルティングと4～10人でチームを編成して行うチームコンサルティングがある。従来は顧問型コンサルティングが大半であったが、同社ではチームコンサルティングの比率を上げていく方針をここ数年採っている。これは、複数のコンサルタントが1つの企業を担当することで、生産性の向上が図られるほか、顧客満足度も向上しやすく、契約の更新率が高まる効果が期待できるためだ。実際、契約更新率に関しては、5年前に50%台であったのが2011年3月期に60%台となり、2012年3月期には初めて70%を突破した。チームコンサルティング制を強化するもう一つの理由としては、特定のコンサルタントが退職した際のマイナスの影響を極力緩和するといった狙いもある。現在、顧問型とチームコンサルティングの比率は75：25で、まだまだ顧問型が主流を占めているが、同社では引き続きチームコンサルティングへの移行を進めていく方針だ。

同社の顧客を業種別でみると、製造業が39%、卸売業が22%、サービス業が20%と顧客の業種に特に偏りはみられない。売上規模でみれば年商10～30億円の中小企業がボリュームゾーンであるが、最近では年商30億円以上の企業の契約も徐々に増加傾向にある。

なお、同事業の成長を図る上で最も重要なのはコンサルタントの数である。直近5期間の推移をみると伸び悩んでおり、今後はコンサルタントの増強を図ることが重要な経営課題となっている。



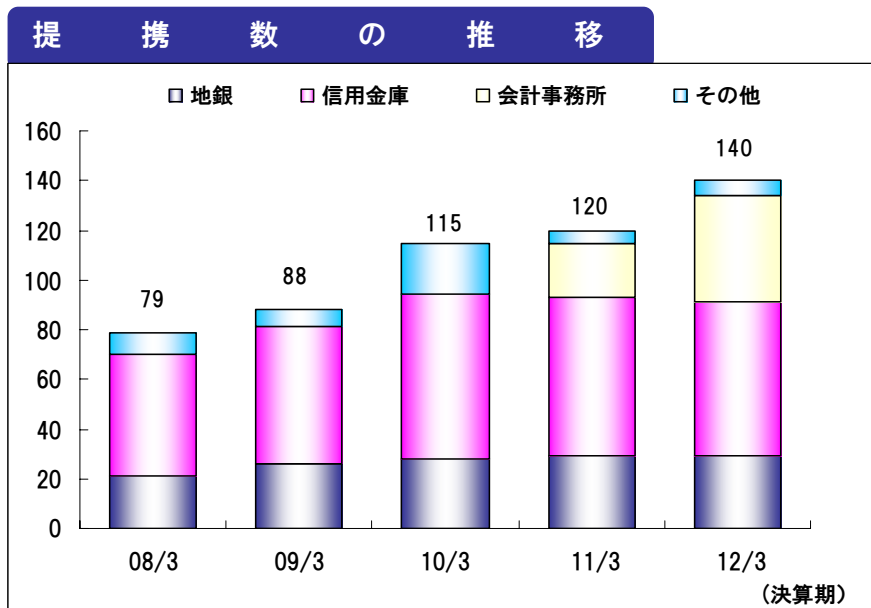
■会社概要

有料会員向けの情報サービスと顧客創造支援サービスを提供

(b) ネットワーク本部

同社が直接、有料会員向けに発行する各種経営情報誌やFAXレポートの販売及びインターネットを介した情報サービスのほか、提携先である金融機関や会計事務所向けに提供される顧客創造支援サービスに分けられる。提携先である会計事務所などは同業他社との差別化、顧客サービスの一貫として、同社の経営情報コンテンツを活用している格好となる。サービスのなかには経営情報誌のほかにも、各種勉強会の開催支援サービスなども含まれ、勉強会にコンサルタントが講師として出向くこともある。

売上高のなかで有料会員向けの直接販売の構成比は約26%、提携先向けが約74%となっている。提携先に関してはここ数年、会計事務所向けを積極的に開拓してきた効果が発現。2008年度3月期と比較し1.7倍に増えているおり、年々増加傾向にある。



注)10/3期まで会計事務所はその他に含む。

【商品例】

◆インターネットサービス

- 成功事例に学ぶ 変革への軌跡
- コンサルノウハウ大公開 経営情報レポート
- 経営を体系的に学ぶ ネット経営塾
- 現状突破をサポート ネット経営相談
- いざという時の法律百科事典 法律 Q&A
- 研修に活かせる ネットセミナー
- 戦略と業務改善ノウハウを開発するオンラインマガジン ネットマガジン
- 成功経営者の実体験を活かす 経営リーダーに学ぶ
- ヒントはいらない 答えがほしい 聞く見る経営情報
- 時間を減らすスキルを高める eラーニング
- 価値ある情報がお手元 メールマガジン
- 経営現場のいまを語る 業種動向
- リーダーシップの本質は！ リーダーズレポート
- マネジメント文書のテンプレート集 ビジネスフォーム

◆経営情報誌

◆経営CD

◆会計事務所通信

◆FAXレポート

会社説明会資料より引用

■会社概要

販売促進支援に注力して付加価値の最大化を図る

(c) セールスプロモーション (SP) 事業部

SP事業では、3～4割がビジネス手帳の販売で占められている。同社の手帳は高い支持を得ており利益率は高い水準を維持しているがスマートフォンなどの登場により手帳全体のマーケットが縮小しているため、縮小分を補うために手帳以外のノベルティ（販促）商品を展開してきた。しかし、ノベルティ自体は利益率が手帳と比較すると低い水準にあるため、企業の販売促進支援（販促用品の販売、POP、各種イベントの企画、開催など）や顧客ブランド商品の企画仕入代行、コーポレートプロモーション（企業イメージ向上のための総合支援）など付加価値の高い分野へ営業の重点をシフトしてきている。顧客は中小企業から大企業まで幅広く、顧客数も年々増加し2012年3月期は2,000社を初めて突破した（2008年3月期で約1,700社）。

■業界動向

国内のコンサルティング市場は細分化状態

国内の経営コンサルタントの市場規模についてだが、参入企業が個人から大手企業まで多岐に広がっており、統計データもないことから明確ではないものの、年間で4,000～5,000億円規模と推測されている。コンサルタントの事業タイプは、その特長により経営全般に関するコンサルティングを行う総合型と、ITや財務、生産など機能ごとに専門化した機能特化型、また、医療分野など専門的な知識などが求められるような業界特化型、調査分析を専門に行うシンクタンクと、4つのタイプに区分される。同社のような総合型経営コンサルタントでは、日本能率協会が売上規模で年間150～160億円規模とトップに位置しているとみられている。また、上場企業としては船井総合研究所<9757>、山田コンサルティンググループ<4792>、リンクアンドモチベーション<2170>などが挙げられる。ただし、営業面でこうした企業と競合することはほとんどないようで、未上場企業のビジネスコンサルタントや三菱UFJリサーチ&コンサルティングなどと競合する場合がある程度で、市場が細分化されている状況にある。

市場規模は国内景気の低迷を背景に、ここ数年伸び悩んでいるものと思われるが、事業継承や事業戦略といったテーマに関する案件が増加傾向にある。コンサルタント業務の品質向上および顧客ニーズにマッチした商品を開発提供できるかが、今後の成長の鍵を握っていると言えそうだ。

■2012年3月期決算

震災による減益要因を生産性と間接費抑制でカバー

(1) 総括

5月11日付で発表された2012年3月期業績は、売上高が前期比2.1%増の6,709百万円、営業利益が同1.6%増の501百万円、経常利益が同0.1%増の550百万円、当期純利益が同4.4%減の260百万円となった。震災の影響で2012年3月期の第1四半期（4 -6月期）は業績が落ち込んだものの、2011年7月以降はコンサルティング契約件数も回復に向かい、SP事業部も新規顧客開拓の効果で増収となるなど、全体的に収益は回復。通期では2011年3月期並みの着地となった。セグメント別で見ると、唯一、SP事業部が増収増益となった。

当期純利益が減益となったが、これは法人税率の改定によって繰延税金資産の取り崩しがあったため。期初計画と比較すると、営業利益、経常利益で10%を超える増額となった。生産性の向上や間接費の抑制が予想以上に進んだことが主因だ。

セグメント別の事業動向

売上高	09/3	10/3	11/3	12/3	伸び率
コンサルティング統轄本部	3,445	3,060	3,172	3,151	-0.7%
ネットワーク本部	402	364	363	357	-1.7%
SP事業部	3,102	2,660	3,034	3,202	5.5%
合計	6,950	6,084	6,569	6,709	2.1%

セグメント利益	09/3	10/3	11/3	12/3	伸び率
コンサルティング統轄本部	-	457	594	560	-5.8%
ネットワーク本部	-	68	72	49	-31.4%
SP事業部	-	-106	-27	19	-
調整額	-	-84	-145	-126	-
合計	-	334	494	501	1.6%

2012年3月期の業績

	(百万円)				
	11/3期	12/3期	伸び率	期初計画	計画比
売上高	6,568	6,709	2.1%	6,600	1.7%
売上総利益	2,945	3,017	2.4%	3,000	0.6%
販売管理費	2,451	2,515	2.6%	2,545	-1.1%
営業利益	493	501	1.6%	455	10.2%
経常利益	550	550	0.1%	500	10.2%
当期純利益	273	260	-4.4%	270	-3.4%

SP事業部は大口の新規顧客の獲得で増収増益

(2) セグメント別の状況

(a) コンサルティング統轄本部

同部門はサービスの種類によって、コンサルティング部門、セミナー部門、研修センター部門に分かれている。主力のコンサルティング部門の売上高は、2011年3月期比0.9%減の2,550百万円となった。震災の影響で、東北エリアを中心に経営協力の契約数が2012年3月期の第1四半期（4-6月期）に前年同期比7%減と落ち込んだことが影響した。震災の影響額としては、期中平均で334契約と前の期に比べて2%減となったものの、経営診断サービスを付加したチームコンサルティングサービスを伸ばしたことで、売上高の減少は最小限に食い止めた格好だ。

セミナー部門では新規顧客開拓のための事前説明会を開催するなど積極的な営業戦略によって受講者数が増加、売上高も前期比3.3%増の487百万円となった。一方、研修センター部門は国内景気低迷を映して外部施設の利用を控える動きが続いており、同11.6%減と低調に終わった。

セグメント利益は、2012年3月期の第1四半期（4-6月期）のコンサルティング売上減少や、東北エリアで復興に向けた無料経営相談会などを開いたことなどもあり、前期比5.8%減の559百万円となった。

(b) ネットワーク本部

同部門のうち、提携する金融機関や会計事務所向けの顧客創造支援サービスの売上は、提携先が会計事務所を中心に拡大したことで堅調に推移したものの、イーグルクラブ（EC）など有料会員向け直販分は会員数減少や震災の影響等もあり低調に推移。全体の売上高は前期比1.7%減の356百万円に、セグメント利益は同31.4%減の49百万円となった。

(c) SP事業部

同部門は、2012年3月期の第1四半期（4-6月期）こそ震災後のイベントや販促キャンペーン等の自粛により低調に推移したが、第2四半期（7-9月期）以降は新規顧客の開拓や、大口SPの受注獲得等もあって好調に推移。通期の売上高は前期比5.5%増の3,201百万円、セグメント利益は19百万円（前期26百万円の損失）と黒字転換した。

なお、震災の売上面での影響額として、コンサルティング統轄本部、ネットワーク本部で約250百万円、SP事業部で300百万円程度あったとみられる。

■2013年3月期見通し

2012年4～5月までの滑り出しは順調で増収増益を見込む

2013年3月期の会社側業績見通しは、売上高が前期比5.8%増の7,100百万円、営業利益が同13.7%増の570百万円、経常利益が同8.9%増の600百万円、当期純利益が同24.6%増の325百万円と増収増益を見込んでいる。なお、1株当たり配当金については、配当性向60%を目安としていることから2012年3月期比2円増配の24円とする予定だ。

2013年3月期業績見通し

	(百万円、人)		
	12/3期	13/3期予	伸び率
売上高	6,709	7,100	5.8%
売上総利益	3,017	3,207	6.3%
販売管理費	2,515	2,637	4.9%
営業利益	501	570	13.7%
経常利益	550	600	8.9%
当期純利益	260	325	24.6%
従業員数	278	293	5.4%
うちコンサルタント数	97	105	8.2%

2013年3月期事業別売上高見通しの前提

コンサルタント事業 (3,260百万円・前期比+3.5%)		
経営協力	増収	経営診断付加型協力契約の件数拡大
教育	微増	スポット教育、長期契約型教育のニーズが増加
調査・経営診断	減収	市場調査の需要は増加するも、経営診断の需要減少
その他	増収	各セミナーの受講者数等の増加
ネットワーク事業 (390百万円、前期比+9.3%)		
有料会員向け	微増	コンサル部門との連携により会員数回復見込む
提携先向け	増収	会計事務所、社労士事務所との連携増強と金融機関へのアプローチ継続
SP事業 (3,450百万円、前期比+7.7%)		
手帳	横ばい	横ばいをキープ
セールスプロモーション	増収	イベントプロモーションをベースに拡大継続
MD (顧客販売品の企画)	微増	前期並みの増収率継続

コンサルタント事業においてはコンサルタント人員の増強を予定通りできるか、また、契約更新率を引き続き改善できるかどうかのポイントとなる。更新率に関しては前述したように、2012年3月期に初めて70%を超えたが、同社では以下の3つの施策を継続することによって、更なる更新率の改善を目指している。

① CSアンケートの実施

契約3ヶ月後及び終了前に顧客にアンケートを実施。顧客の要望や不満などを抽出し、改善に向けたフォローアップを実施する

② 医局会議の実施

顧客企業の状況について、社内全体で会議を行い、どのようにすればクライアントの業績が改善するか、担当コンサルタントだけでなく、全体でその方策を考えていく

③ チームコンサルタント制の一層の強化

ネットワーク事業では有料会員数回復の実現と、提携先の開拓がどの程度進むかがポイントとなる。セールスプロモーション事業では営業の強化を継続、また2013年3月期は上海子会社との連携による中国での調達先、OEM先の開拓が順調に進むかがポイントとなる。

2012年4～5月までの滑り出しに関しては順調に推移している模様で、弊社では増益基調が続く公算が大きいとみている。

■中期計画

SP事業部ではM&Aも視野に入れた事業展開を予定

同社では表の通り、中期業績計画を発表している。目標とする経営指標としては経常利益率で10%以上を目指しているが、これには現在、収益性が最も低いSP事業部の底上げが必要となつてこよう。同社ではSP事業部のセグメント利益率に関して、付加価値の高いイベント企画、販促キャンペーンなどを強化していくことによって5%程度まで高めることを目標としており、これが実現できれば経常利益率で10%の水準も十分超えてくるものと思われる。

中期計画

	(百万円)		
	13/3期	14/3期	15/3期
売上高	7,100	7,400	7,700
コンサルティング事業	3,260	3,380	3,500
ネットワーク事業	390	400	410
SP事業	3,450	3,620	3,790
経常利益	600	630	670
当期純利益	325	365	390

また、コンサルティング事業においては、成長のベースとなるコンサルタント人員の増強が必要不可欠となっており、同社では年間5人ペースでコンサルタントの人員を増やしていく方針だ。また、コンサルティングメソッドの開発においても、時代のニーズにマッチした商品を開発、提供し続けることで新規顧客の開拓に結び付けていく。

ネットワーク本部では提携先の開拓、とりわけ会計事務所や社会保険労務士事務所の開拓を強化し、顧客創造の仕組みを構築していく。同社では前期末で140の提携先を開拓したが、将来的には300程度まで拡大できる可能性がある。会計事務所（従業員30人規模がターゲット）は全国に数多くあり、同社では前期末の43件から2013年3月期は65件、将来的には150～200件まで提携先を増やすことが可能とみている。また、同様に社会保険労務士事務所においても、2013年3月期に10件程度を新たに見込んでおり、将来的に30～40件までの拡大を目指している。ネットワーク事業の75%はこうした提携先向けの売上高となっていることから、今後の提携先の拡大ペースによっては同事業の売上高も大幅に伸びていく可能性がある。

SP事業部では付加価値の高いイベント企画や販促プロモーションに注力していく方針。また、MD（顧客ブランド商品の企画開発）やCP（コーポレートプロモーション：企業イメージ向上のための総合支援）についても積極的に取り組んでいく方針で、全体の収益力アップを狙う。同事業においてはM&Aも今後の事業拡大における選択肢の1つとして考えられる。販促支援事業において、そのインフラとなる媒体（専門雑誌など）を同社では持っていないためだ。条件に合致する案件に関しては検討していく方向であり、また、M&Aの必要資金に関しても豊富な手元資金（2012年3月期末で現預金＋有価証券で3,760百万円）で十分賄えると弊社ではみている。

■海外戦略

日系企業の海外進出に伴い海外での業容は拡大へ

海外戦略として同社では中国で経営コンサルティング、及びセールスプロモーション事業の子会社を設立、今後の事業規模拡大を目指している。

中国への進出は2004年に上海に現地日系企業に対するコンサルティングサービスを行うための駐在事務所を開設したのがはじまり（現在は子会社化、田辺企業管理諮詢（上海）有限公司）。当初は生産部門でのコンサルティングニーズが多いとみていたが、売上面で伸び悩みの時期が続いていた。

しかし、ここにきて同子会社の売上も上向きに転じ、2012年は黒字決算が見込めるまでに成長してきた。けん引役となっているのは国内で顧客向けに販売している「性格能力判定テスト」の中国版がヒットしていること。人材採用の際に、応募者の適正を判断するためのツールとして、好評を得ているようで販売代理店も増加傾向にある。また、コンサルティング統轄本部においても、販売マーケティング部門におけるコンサルティングメソッドの提供をはじめ、これも売上が伸びているという。現地日系企業にとっては、いかに現地での販売マーケティングを行っていくかが最重要課題となっており、中国人スタッフの採用から教育、人事管理までニーズは強い。

同子会社の2012年度の売上高は約30～40百万円となる見通し。まだ、連結子会社とするほどの規模ではないため、非連結子会社扱いとなっているが、今後事業規模が拡大していけば、連結決算の対象となってくる可能性がある。現在、人員は日本人2名と中国人の営業兼コンサルタント2名、間接スタッフ1名の5名体制となっている。

一方、2011年12月には同じく上海に現地で販売促進支援サービスを行う子会社、拓捺貝貿易（上海）有限公司も設立している。

日本と同じ販促サービスを現地の日系企業に提供しているほか、これから中国への販売進出を狙っている企業やすでに進出している企業に対しても同様のサービスを提供し、また、その商品やサービスをPRするのに最適な展示会の紹介や出展にあたり展示会での設営作業、現地案内や通訳サービスなどフルセットで提供している。

以上、上海における子会社2社については、現在はまだ事業規模が小さいため同社の収益への貢献度も低い。しかし、今後は日系企業の中国での販売活動が活発化していくにつれ、同社のようなコンサルティング、販売促進に関わる企業へのニーズは今後も高まっていく見通しで、中長期的にみれば中国での事業が同社の業績に貢献し、収益成長の新たなけん引役の1つとなる可能性があると同社ではみている。

■株主還元

国内上場企業トップクラスの高利回り、配当性向は60%を目安

2013年3月期の会社側業績見通しは増収増益であり、1株当たり配当金については配当性向60%を目安としていることから2012年3月期比2円増配の24円とする予定となっている。6月13日現在での配当利回りは5.11%となっており、国内上場企業の中でトップ5%内にランクする高利回りとなっている。また、時価総額4,100百万円に対して前述のように、豊富な手元資金（2012年3月期末で現預金＋有価証券で3,760百万円）を有している点も注目されよう。

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・大阪証券取引所・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、株式会社大阪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、企業との面会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