

## あらた

2733 東証 1 部

2015 年 12 月 14 日 (月)

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

## ■「次世代型卸商社」として更なる進化を遂げるための構造改革

あらた<2733>は日用雑貨・化粧品カテゴリーにおける国内最大級の卸商社で、子会社にはペット関連商品卸で業界トップのジャペル(株)や(株)ファッションあらたなどを抱え、海外では中国、タイに進出している。現在、進行中の中期3ヶ年経営計画では2017年3月期に連結売上高670,000百万円、経常利益6,700百万円を目標として掲げており、「次世代型卸商社」として更なる進化を遂げるべく、構造改革に取り組んでいる。

11月6日付で発表された2016年3月期第2四半期累計(2015年4月-9月)の連結業績は、売上高が前年同期比7.5%増の339,795百万円、経常利益が同235.1%増の2,721百万円と好調な決算となった。売上高は消費増税の影響が一巡したことに加え、インバウンド消費の拡大や夏場の天候に恵まれ季節商材が好調に推移するなど、良好な市場環境が続いたことが増収要因となった。また、利益面でも単価の高い商材が好調だったほか、紙製品の値上げが浸透するなど売上総利益率が改善したことに加えて、受託物流事業の収益改善や貸倒引当金の減少などが増益要因となった。

2016年3月期の連結業績は売上高が前期比1.8%増の650,000百万円、経常利益が同102.5%増の5,000百万円と期初計画を上方修正しているが、上期の増額分を通期で上乗せしただけで、下期だけで見ると期初計画を据え置いたままとなっている。市場環境の見通しが不透明なためだが、10月以降も売上げ状況は順調に推移していることから、通期業績も計画を上回る可能性は高いと弊社では見ている。

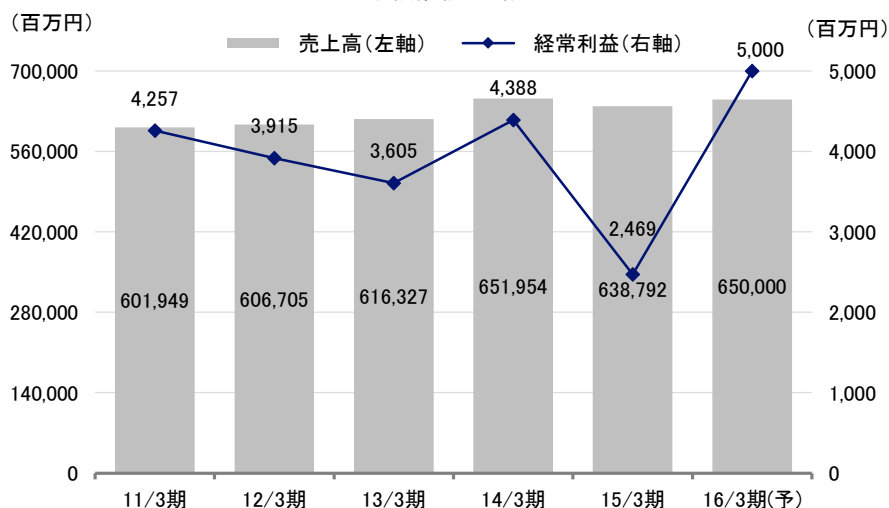
中期計画の達成も視野に入るなかで、今後の成長に向けた取り組みも進めていく。自社PB商品である「アドグッド」商品の開発強化や新規商材の取扱い開始に向けた体制整備、中国で引き合いが活発化している越境EC事業での取り組み、日々収集される販売データを使った取引先メーカーへの情報サービス提供などだ。また、タイの合弁先企業との連携強化も進めていく。これら事業が成長していけば、同社の業績もさらに拡大していくこととなる。

株主還元として、2016年3月期の1株当たり配当金は実質前期比横ばいの50円(中間配当25円期末配当25円)を予定している。配当性向の水準としては35%程度を目安としており、業績が上振れすれば増配も期待される。また、株主優待制度では100株以上保有の株主に対して1,000円相当のQUOカードを3月末と9月末の年2回進呈している。

## ■ Check Point

- ・ 16/3期2Qは増収、利益は大幅増益となる
- ・ 自社企画開発のPB商品「アドグッド」の強化を進める
- ・ アジアマーケットへの進出とネット流通市場への展開を進める

業績推移(連結)



## ■ 会社概要

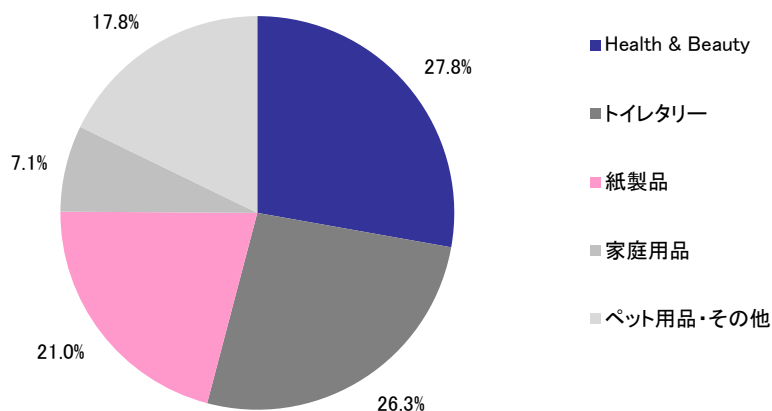
### 日用雑貨・化粧品カテゴリーで国内最大級の卸商社

#### (1) 事業内容

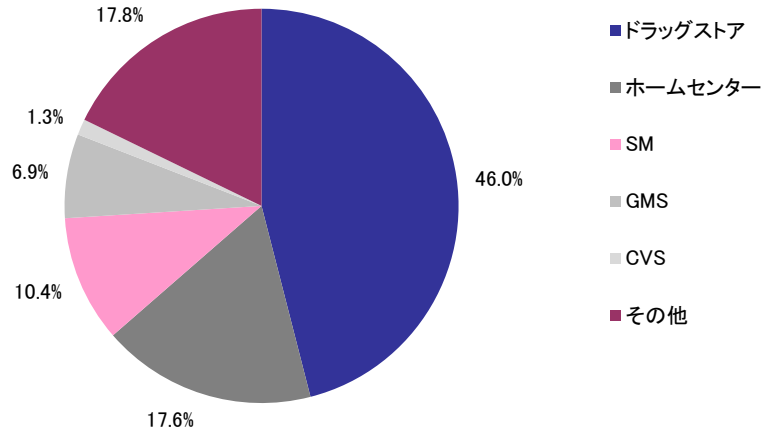
同社は日用雑貨・化粧品カテゴリーで国内最大級の卸商社で、現在の顧客数は全国で約 5,300 社、4.5 万店舗に上り、約 1,300 社の取引先から 14.4 万品目にわたる商品を仕入れ、これら顧客へ供給している。

同社の売上高を商品カテゴリー別(2016 年 3 月期第 2 四半期累計)で見ると、Health & Beauty が 27.8%、トイレタリーが 26.3%、紙製品が 21.0%とこれら 3 分野で全体の 75% を占めている。また、顧客の業態別で見ると、ドラッグストアが 46.0%、ホームセンターが 17.6%と両業態だけで全体の 60% を超える比率となっている。

商品カテゴリー別売上構成比  
(16/3期2Q累計)



顧客業態別売上構成比  
(16/3期2Q累計)



現在の物流拠点は主要な物流センター 10 拠点を核にして、全国に 20 拠点以上を整備しており、2015 年 3 月には東北の大型物流拠点となる北上センター（岩手県）を稼働させている。

主な物流センターの所在地



日用雑貨・化粧品カテゴリーにおける卸売業界の中で同社のポジショニングは、PALTAC<8283>と双壁を成している。同カテゴリーの国内市場規模は 3.6 ～ 3.7 兆円の規模で、業界構造としては大手の寡占化が進む状況にある。現在の同社の業界シェアは 15 ～ 20% 程度と推定され、今後もシェアの拡大余地は大きいとみられる。

2015 年 12 月 14 日 (月)

## 日用雑貨・化粧品卸売業界のランキング

順位	企業名	上場区分	決算期	売上高 (百万円)				3 年間 平均成長率
				2011 年度	2012 年度	2013 年度	2014 年度	
1	Paltac	東証 1 部	3 月	765,654	785,883	831,899	821,074	102.4%
2	あらた	東証 1 部	3 月	606,705	616,327	651,954	638,792	101.7%
3	フジモト HD	非上場	10 月	169,700	172,400	184,900	195,300	104.8%
4	中央物産	ジャスダック	3 月	129,357	132,248	136,683	130,190	100.2%
5	井田両国堂	非上場	11 月	98,000	98,000	100,800	102,900	101.6%

注：Paltacはメディアバルホールディングス傘下の企業。同社売上高には一般薬品 1,238 億円(2014 年度)が含まれている。

出所：非上場企業は各社 HP などをもとにフィスコ作成

## (2) 主要グループ会社

同社のグループ会社は連結子会社が 10 社、持分法適用関連会社 1 社で構成されている。主要な連結子会社としては、ペット関連商品の卸しで業界シェア約 20% と最大手であるジャペルのほか、化粧品雑貨の卸であるファッションあらた、店頭管理を行うインスタマーケティングなどがある。このうち、ジャペルの売上規模は 2015 年 3 月期で 88,348 百万円と、連結売上高の約 14% を占めている。また、海外子会社として 2015 年 3 月にタイの大手消費財関連企業のサハグループと卸売の合併会社、SIAM ARATA をタイに設立し、連結子会社として新たに加えている。

## 関係会社 (事業内容、出資比率)

(連結子会社)	出資比率 (%)	主要事業
ファッションあらた	100.0	装粧品・ファンシー商品・化粧品系雑貨・洋品等の販売業
ケー・シー・エス	100.0	文具・事務用品等の販売及びプリペイド類・パンフレット類等の配送業務
ジャペル	100.0	ペット関連商品の卸売業
ジャペルパートナーシップサービス	100.0	ペット関連商品の小売業及び美容業務、FC加盟店の募集業務等
インスタマーケティング	80.0	店頭管理会社
凱饒泰(上海)貿易	100.0	日用品・化粧品・ペット関連・家庭用品の卸売及び輸出入販売、その他関連サービス
市野	100.0	家庭用雑貨の卸売業
JAPPELL(香港)	100.0	ペット関連商品の小売業、卸売業及び輸出入販売、その他関連サービス
ARATA(THAILAND)	49.0	日用品・化粧品・ペット関連・家庭用品の卸売
SIAM ARATA	75.0	タイ国内での卸売業
(持分法適用関連会社)		
電通リテールマーケティング	36.0	フィールドサポートのサービス事業

## 取引先メーカーからの新製品情報を社内情報システムで一元管理

## (3) 同社の強み

同社の強みとして、「中間流通業が持つサプライチェーン全体を網羅する情報蓄積」「蓄積された情報を活用した店頭提案と小売業を支える在庫の効率化」「ローコストで高精度な物流機能」が挙げられる。

### ○中間流通業が持つサプライチェーン全体を網羅する情報蓄積

同社は約 4.5 万店舗から日々集まる商品別の売上情報や在庫量、約 1,300 社からなる取引先メーカーからの新製品情報などを社内の情報システムで一元管理し、中間的な立ち位置から、双方にとって有用な情報を迅速に発信することを実現している。広域に張り巡らされたネットワークによって日々集まる膨大な情報は、顧客店頭において消費者ニーズを満足させる売り場を作り上げていくための最大の強みとなっている。

### ○蓄積された情報を利用した店頭提案と小売業を支える在庫の効率化

顧客となる小売店舗にとっての目標は、「売上の拡大」であり、そのためには「売れる売り場づくり」が必要となる。同社では全国に配置されている約 1,000 名の営業担当者が PDCA 活動を行うことで、その実現を支援している。

Plan（企画・提案）では 52 週提案や、3ヶ月先行提案、棚割りの提案などを POS データ等活用しながら実施している。Do（店頭の演出・販促）では、次世代型の店頭演出や消費者にとって楽しく見やすい売り場づくりを行う。次世代型の店頭演出とは、地域のマス広告によるメーカーの販促施策と、店頭での販促活動を連動させた売り場づくりのことで、顧客店舗における販促効果の最大化を目指している。マスメディア広告との連携においては関連会社の電通リテールマーケティングと連携して行っており、同業他社にはない同社の特徴と言える。Check（店頭チェック）では、決まった担当者が、決まった日に、決まった店舗に訪問する「定期・定人・定店」が同社のコンセプトとなっており、顧客との信頼関係構築をより強固なものとしている。最後の Action（報告・共有）では、営業担当者が顧客店舗を訪問した際の情報を逐次、社内情報システムに入力し、全体で情報の共有を図ることができる「店頭ナビ」というシステムを有している。

## ■業績動向

### 16/3 期 2Q は増収、利益は大幅増益となる

#### (1) 2016 年 3 月期第 2 四半期累計業績について

11 月 6 日付で発表された 2016 年 3 月期第 2 四半期累計（2015 年 4 月－9 月）の連結業績は、売上高が前年同期比 7.5% 増の 339,795 百万円、営業利益が同 230.1% 増の 2,665 百万円、経常利益が同 235.1% 増の 2,721 百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益（純利益）が同 577.7% 増の 1,566 百万円となり、8 月に上方修正した数値をいずれも上回って着地した。

#### 2016 年 3 月期第 2 四半期累計業績（連結）

（単位：百万円）

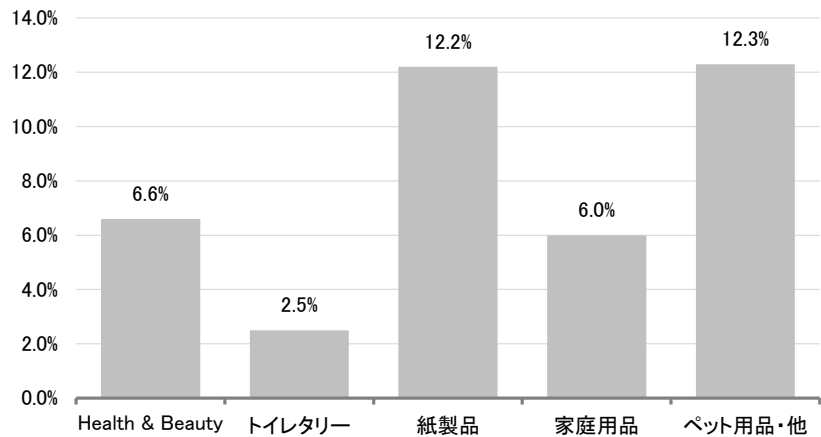
	15/3 期 2Q 累計		16/3 期 2Q 累計				
	実績	売上比	会社計画	実績	売上比	前年同期比	計画比
売上高	316,092	-	324,000	339,795	-	7.5%	4.9%
売上原価	283,923	89.8%	-	304,455	89.6%	7.2%	-
販管費	31,361	9.9%	-	32,674	9.6%	4.2%	-
営業利益	807	0.3%	2,200	2,665	0.8%	230.1%	21.1%
経常利益	812	0.3%	2,300	2,721	0.8%	235.1%	18.3%
純利益	231	0.1%	1,150	1,566	0.5%	577.7%	36.2%

注：会社計画は 2015 年 8 月発表値

売上高の増収要因は、消費増税の影響が一巡したことに加えて、化粧品や紙おむつなどを中心にインバウンド消費が拡大したこと、夏場の天候に恵まれ季節商材の販売が好調に推移したことなどが挙げられる。インバウンド消費の影響額に関しては、全体でおよそ 3,300 百万円程度の上乗せ要因になったと会社ではみている。その他、ペット用品の卸しを展開しているジャペルの売上高も前年同期比で約 10% 増と業界平均を上回る伸びを見せた。新規取引先の開拓が順調に進んだことが要因となっている。

売上高の伸びを商品カテゴリー別で見ると、紙製品とペット用品・他がそれぞれ前年同期比 12% 強の伸びとなったほか、すべてのカテゴリーで増収となった。紙製品については、インバウンド消費拡大の拡大で紙おむつの販売が伸びたほか、トイレトペーパーやティッシュペーパー、再生紙などの値上げが浸透したことも増収要因となった。また、受託物流事業も前年同期の 40 億円から 45 億円に伸びるなど順調に拡大した。一方、海外事業ではタイで DHC 化粧品 ((株)ディーエイチシー) の総代理店として現地日系小売企業向けの販売が順調に進んでいるが、売上規模としては軽微となっている。

商品カテゴリー別伸び率(前年同期比)

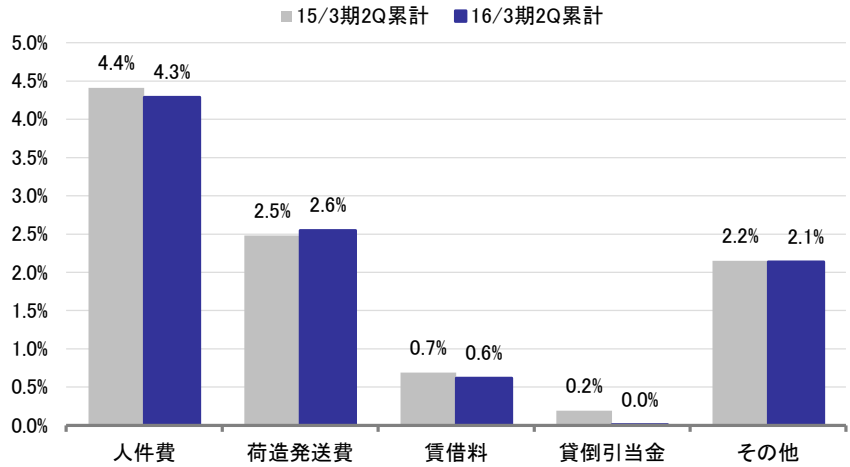


営業利益の増益要因は、増収効果に加えて売上総利益率の上昇、販管費率の低減が寄与している。売上総利益率は前年同期の 10.18% から 10.40% と 0.22% ポイント上昇した。この要因としては、同一商品でも単価を維持したまま販売ができたことが大きい(値下げ販売が少なかった)。また、紙製品の値上げ効果や同一カテゴリーでも高付加価値商品の販売が好調だったこともプラスに寄与している。

販管費率については前年同期の 9.92% から 9.62% と 0.30 ポイント低減が進んだ。主要項目別の対売上比率で見ると、荷造発送費が運送費の上昇を背景に 0.07 ポイント上昇したものの、貸倒引当金が 0.18 ポイント、人件費が 0.12 ポイント、賃借料が 0.07 ポイントそれぞれ低下した。このうち、貸倒引当金の低下については、前年同期に計上した白元の民事再生法申請に伴う貸倒引当金がなくなったことによるもので、金額ベースでは 580 百万円の減少要因となっている。また、人件費については間接業務の集約化に伴う生産性向上の効果が継続して出ている。

その他、受託物流事業の収益が改善したことも大きい。受託物流事業は事業開始後 2 年間ほど苦労してきたが、顧客との取引条件の見直しを進めてきたことで、ようやく収益化してきた。

販管費項目別売上比率



(2) 財務状況について

同社の 2015 年 9 月末の総資産は前期末比 1,898 百万円増加の 213,738 百万円となった。このうち流動資産は、同 1,970 百万円増加の 145,876 百万円となった。売上高の拡大に伴い、売上債権や現預金が増加し、在庫が減少した。固定資産は同 72 百万円減少の 67,862 百万円となった。有形固定資産やのれんなどの償却が進んだ一方で、投資有価証券が増加した。

負債は前期末比 449 百万円増加の 158,378 百万円となった。支払債務や賞与引当金などが増加したが、有利子負債については削減が進んでいる。また、純資産は利益剰余金やその他有価証券評価差額金の増加を主因として、同 1,448 百万円増加の 55,359 百万円となった。

経営指標を見ると、自己資本比率は 25.9%と前期末比 0.5 ポイント上昇し、有利子負債比率は同 4.0 ポイント低下した。収益の拡大と同時にキャッシュ効率を高める取り組みを進めたことで、有利子負債の削減が図られ、財務体質の改善が進んだと言える。キャッシュ効率を高める取り組みとは、取引先との売上債権の回収サイトを短縮する一方で、支払債務の締め日やサイト見直しなどを行っている。こうした取り組みにより、売上債権回転日数は前年同期の 47.2 日から 46.2 日に短縮し、仕入債務回転日数は 41.9 日から 42.5 日に延伸することができ、現預金の増加や有利子負債の削減につながったと考えられる。

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	15/3 期	16/3 期 2Q	増減額	変動要因
流動資産	143,906	145,876	1,970	売上債権 +1,872、在庫 -1,259
(現預金)	11,800	13,196	1,396	
固定資産	67,934	67,862	-72	投資有価証券 +951、有形固定資産 -743、のれん -215
総資産	211,840	213,738	1,898	
負債	157,929	158,378	449	支払債務 +457、賞与引当金 +578
(有利子負債)	58,637	57,983	-654	
純資産	53,911	55,359	1,448	利益剰余金 +785、その他有価証券評価差額金 +625
経営指標 (安全性)				
自己資本比率	25.4%	25.9%		
有利子負債比率	108.8%	104.8%		

■今後の見通し

自社企画開発の PB 商品「アドグッド」の強化を進める

(1) 2016 年 3 月期見通し

2016 年 3 月期の連結業績は売上高が前期比 1.8% 増の 650,000 百万円、営業利益が同 99.1% 増の 4,900 百万円、経常利益が同 102.5% 増の 5,000 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 131.2% 増の 2,600 百万円と前回 8 月の修正計画を再度上方修正している。ただ、これは上期業績の上積み分をほぼスライドさせたものとなっており、下期の計画については売上高、利益ともにほぼ期初計画どおりの数字で置いている（正確に言えば、業績連動型の賞与について期初計画よりも下期に約 3 億円積み増す予定としており、下期だけで見れば営業利益は期初計画から約 3 億円引き下げている）。

このため、下期だけで見ると売上高は前年同期比で 3.9% 減となり、かなり保守的な予想になっていることがわかる。会社側では下期の市場環境について不透明感が強いとして、計画を見直していないが、10 月以降も売上げ状況は順調に推移しており、今後市場環境が急速に変化しない限りは、業績は計画を上回る可能性が高いと弊社ではみている。

2016 年 3 月期業績見通し（連結）

(単位：百万円)

	15/3 期		16/3 期			16/3 期 3-4Q 累計	
	実績	売上比	前回計画	今回計画	前期比	今回計画	前年同期比
売上高	638,792	-	643,000	650,000	1.8%	310,205	-3.9%
営業利益	2,461	0.4%	4,250	4,900	99.1%	2,235	35.1%
経常利益	2,469	0.4%	4,300	5,000	102.5%	2,279	37.5%
純利益	1,124	0.2%	1,900	2,600	131.2%	1,034	15.8%

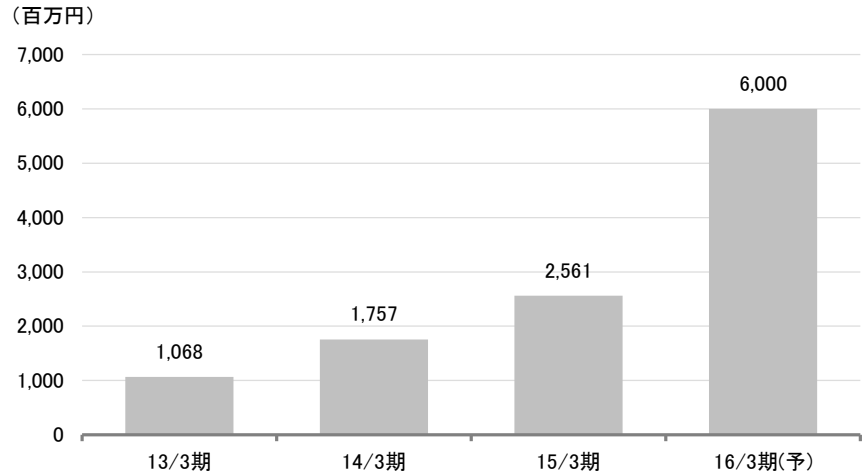
注：前回計画は 2015 年 8 月発表値  
今回計画は 2015 年 11 月 6 日発表値



## (2) 下期の事業戦略について

同社では下期の事業戦略について、本業の深耕とともに「成長の種」を将来へ向けて蒔く時期として位置付けており、新商品・サービスや新市場に向けた取り組みを強化していく方針だ。新商品・サービスとしては、自社企画開発の PB 商品「アドグッド」の強化を進めていく。日用品や雑貨品など幅広いカテゴリーで 320 アイテムの商品を開発していく計画で、売上高は前期比 2.3 倍増となる 6,000 百万円を見込んでいる。自社開発品のため総利益率も高く、収益性向上に寄与することが期待される。

PB商品「アドグッド」売上高



海外事業ではタイの合併会社で大手ドラッグストア向けを中心に卸販売を展開しているほか、DHC 化粧品の新代理店として、現地に展開している日系小売企業やローカル企業向けに販売提案を行っているが、今後は DHC 化粧品以外の商材も拡充していくことを検討している。また、合併相手先であるサハグループのネットワークを活用して、「アドグッド」商品をタイで製造し日本に輸入するなど、サハグループが持つ物流、販売機能などを活用した事業連携も強化していく考えだ。

中国での従来の事業に関しては規模を縮小している。取扱商品は従来のように総合的に扱うのではなく、ペット用品を中心に絞り、取引先も大手チェーンを中心にして、効率性を重視した経営を行う方針に切り替えている。このため、当面はジャベル香港子会社との連携を強化していく方向となる。一方、インバウンド消費の拡大により、越境 EC 事業の取り組みを開始している。中国国内のマーケットプレイス上で日本製品の販売を行いたいとするローカル企業から、同社を通じて仕入を希望する問い合わせが増えてきており、こうした企業に対して卸販売を行っている。また、取扱い規模は小さいものの、越境 EC 市場については中国だけでなくその他の地域でも今後伸びていく可能性があるだけに、その動向は注目されよう。

その他、同社の商品販売情報を収集・分析して、取引先メーカー向けに価値ある情報として提供するサービスも今下期より予定している。

一方、コスト低減施策としては引き続き間接業務における生産性向上に向けた取り組みを実施していくほか、物流コストの低減も進めていく。今期は首都圏に複数ある紙製品の物流拠点や返品業務（小売店から返品された商品をメーカーごとに仕分けて配送する業務）の拠点について、集約化していく予定となっており、2017 年 3 月期にその効果が出てくる見通しだ。

## アジアマーケットへの進出とネット流通市場への展開を進める

### (3) 中期成長戦略

2015 年 3 月期からスタートした中期 3 ヶ年経営計画では、「次世代型卸商社」として更なる成長を目指していく基本方針を打ち出し、経営目標値としては 2017 年 3 月期に売上高 670,000 百万円、経常利益 6,700 百万円、ROE6.0%、D/E レシオ 1 倍を掲げている。2016 年 3 月期の連結業績が好調に推移していることもあり、目標値の達成は射程圏に入ったと言えよう。中期計画における経営施策として、「売上高の拡大」と同時に「収益性の向上」に向けた施策に取り組んでいる。

#### ○売上高拡大施策

売上高の拡大施策としては、販売地域・チャネルの範囲拡大、販売地域・チャネル内での取引シェア拡大、商材ジャンルの拡大が挙げられる。販売地域・チャネルの範囲拡大では、経済成長が進むアジアマーケットへの進出、インターネット流通市場への展開などを進めている。このうち海外市場に関しては当面、中国とタイの事業活動に絞って展開していく予定となっている。

販売地域・チャネル内でのシェア拡大施策では、卸会社としての本来のサービス機能である高い精度での物流サービスや付加価値情報の提供などを、顧客店舗と取引先メーカーの間に立ち最適化していくことで、互いの信頼関係をより強固なものとし、取引シェアの拡大に結び付けていく。

また、「売れる店舗づくり」に向けた取り組みも、子会社のインスタマーケティングや関連会社である電通リテールマーケティングなどと連携して推進していく方針で、顧客店舗の売上アップを支援していく。

商材ジャンルの拡大施策としては、今後需要の拡大が見込まれるシニアマーケットにターゲットを絞った商品の取扱いを強化していくほか、前述した PB 商品である「アドグッド」ブランドの商品開発を強化し、売上拡大につなげていく。「アドグッド」ブランドでは、市場トレンドを先読みし、ニーズに合致した「本当に求められている商品」の開発を行っていくことを基本方針としている。

#### ○収益性向上施策

収益性の向上施策としては顧客ごとの収益管理を行っていくことでの総利益率の改善や、物流コスト及び間接コストの低減がある。物流コストの低減では、拠点の再編による効率化を進めており、2014 年 3 月期に中部エリアで大型物流拠点となる江南センターを稼働し、近隣の物流センターを集約化したほか、2015 年 3 月には北上センターを稼働させている。当面は大型物流センターの開設は予定していないものの、今後も関東エリアや中国・四国エリアに関して物流拠点の見直しを行う方針で、更なる物流コストの低減が期待される。

一方、間接コストの効率化に関しては、各支店で行っている経理業務や受発注、仕入業務などの集約化を進めていくことでコストの圧縮を図っている。事務処理センターに関しては来下期から現在の 7 拠点を 5 拠点到集約し、業務生産性を 10% 程度改善することを見込んでいる。また、人員に関しては引き続き採用を抑制していく方針で、自然減もあって売上高に占める人件費率は低減傾向が続くものと予想される。

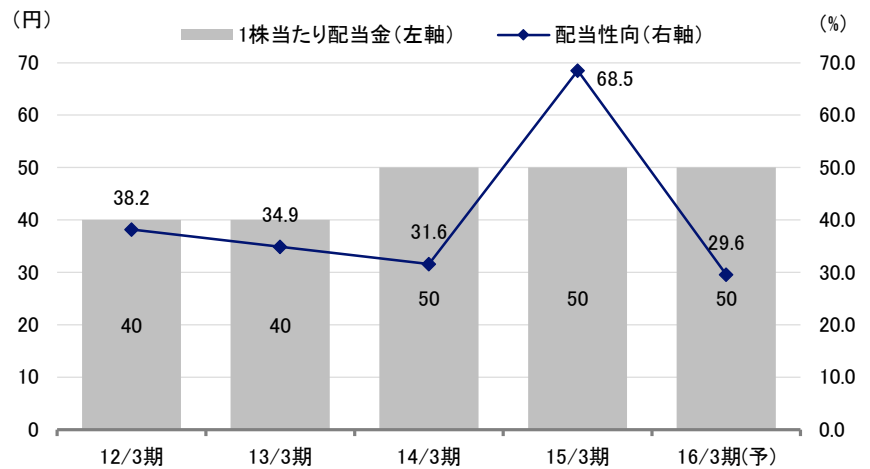
## ■ 株主還元策について

### 配当性向の水準としては 35% 程度と目安としている

同社は株主還元策として、配当金と株主優待を実施している。配当政策としては安定した配当を継続的に実施することを基本とし、各事業年度の業績、財務状況、今後の事業展開等を総合的に勘案しながら配当額を決定する方針としている。配当性向の水準としては 35% 程度を目安としている。2016 年 3 月期の 1 株当たり配当金は実質前期比横ばいの 50.0 円（中間配当 25 円、期末配当 25 円）（配当性向 29.6%）を予定しているが、今後、業績の拡大が続けば増配も期待される。

また、株主優待では 100 株以上保有の株主に対して 1,000 円相当の QUO カードを年 2 回（9 月末、3 月末）進呈する。現状の株価水準（11 月 24 日終値：2,676 円）で見た総投資利回りは 2% 台の水準となる。

1株当たり配当金と配当性向



注：16/3期より5株を1株に併合。配当金は過去遡及して修正。

#### 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、株式会社東京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、企業との電話取材等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・加工することは堅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・譲渡することは堅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