

ソフトブレーン

4779 東証 1 部

2014 年 5 月 21 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

■ 主力 SFA ソフトの商品力強化で業績は堅調に推移へ

ソフトブレーン<4779>は、企業の営業課題解決を支援するための SFA/CRM（営業支援 / 顧客管理）ソフトの大手で、SFA の分野では国内で 2 ～ 3 割の市場シェアを握る。子会社で展開しているフィールドマーケティング事業が第 2 の収益の柱に成長している。

2014 年 12 月期第 1 四半期（2014 年 1-3 月期）の連結業績は、売上高が前年同期比 24.3% 増の 1,226 百万円、営業利益が同 87.2% 増の 145 百万円と順調な滑り出しとなった。主力の「e セールスマネージャー関連事業」「フィールドマーケティング事業」を中心にすべてのセグメントで増収となったほか、利益面でも事業構造改革を実施した「システム開発事業」を中心に 2 四半期連続で 2 ケタ増益となるなど、回復基調が続いた。

2014 年 12 月期は、売上高が前期比 8.7% 増の 4,800 百万円、営業利益が同 7.6% 増の 530 百万円を見込む。主力の営業支援ソフト「e セールスマネージャー」は、操作性の向上を図るため大幅なデザイン刷新を 2 月末に行ったほか、期中にタイムライン機能や表計算ソフトとの連携など複数の機能追加を予定しており、商品力がさらに強化される見通し。大塚商会<4768>やアイ・ティー・エックス（以下、ITX）との業務提携による販売チャネル拡大効果もあって、同事業の売上高は 2 ケタ成長が予想される。その他の事業セグメントにおいても、国内景気の回復を追い風に堅調に推移する見通しだ。

スマートフォンやタブレット端末などスマートデバイスの普及によって、営業支援ソフトの成長ポテンシャルはこれまで以上に高まっている。営業支援ソフトの導入企業数は国内で約 2 万社程度という普及率の低さもあり、今後成長が加速していくことも十分考えられる。同社では「使い勝手 No.1」の営業支援ソフトとして機能拡充を進めていくと同時に、販売チャネルの拡充を図りながら同事業の成長拡大を目指していく方針だ。

■ Check Point

- ・ 1Q は四半期ベースで 2 四半期連続の増収増益、回復色が鮮明に
- ・ 自己資本比率は 66.0% まで上昇、ネットキャッシュも大幅プラスに
- ・ 通期業績は主力 2 事業がけん引して 2 期ぶり増益に転じる見通し

業績推移



■ 事業概要

e セールスマネージャー関連事業とフィールドマーケティング事業が収益の 2 本柱

同社の事業は、「e セールスマネージャー関連事業」「フィールドマーケティング事業」「システム開発事業」「その他事業」の 4 つに区分されている。売上高、利益ともに「e セールスマネージャー関連事業」「フィールドマーケティング事業」で大半を占めており、両事業が収益の 2 本柱となっている。連結子会社は 2014 年 3 月末で 5 社あり、出資比率と事業内容は表のとおりとなっている。

連結子会社の一覧

会社名	議決権比率	主な事業内容
フィールドマーケティング事業		
ソフトブレン・フィールド	58.1%	店頭でのフィールド活動業務、マーケット調査
e セールスマネージャー関連事業		
ソフトブレン・サービス	98.7%	営業コンサルティング・営業スキルトレーニング
システム開発事業		
ソフトブレン・オフショア	70.4%	ソフトウェアの受託開発
その他事業		
ソフトブレン・インテグレーション	100.0%	スマート端末を活用した業務コンサルティング及び教育
ダイヤモンド・ビジネス企画	70.0%	ビジネス書籍の企画・編集・発行

出所：会社資料

「e セールスマネージャー」はクラウド型の需要が伸張

○ e セールスマネージャー関連事業

営業支援ソフト「e セールスマネージャー」のライセンス販売、クラウドサービス、カスタマイズ開発及び営業コンサルティング、営業スキルトレーニング等からなる。

「eセールスマネージャー」は、営業活動のプロセスマネジメントを行い、各工程を「見える化」することによって定量的に状況を把握し、改善点を見つけ出すことによって、営業効率の向上を図っていくツールである。プロセスマネジメントによって「御用聞き営業」から脱し、「行くべき所に訪問し、やるべきことをやる」営業に変えていくことで、売上の拡大と同時に営業生産性の向上（収益率向上）という企業目標を実現するためのソフトウェアと言える。

「eセールスマネージャー」の販売形態としては、ソフトのライセンス販売で収入を得るオンプレミス型と、月額使用料を徴収するクラウド型とに分けられる。従来は、顧客側が自社で保有するサーバーなどにソフトをインストールして利用するオンプレミス型がほとんどであったが、ここ数年はクラウドコンピューティング市場の拡大によって、設備負担を必要とせず初期導入コストが低いクラウド型の需要も伸びている。

SFA（営業支援）の市場規模は、年間 50 ～ 80 億円程度であり、そのうち同社のシェアは 2 ～ 3 割とみられる。競合企業は、NI コンサルティング（未上場）、セールスフォース・ドットコム（クラウド型のみ）など。クラウド市場ではセールスフォース・ドットコムが 4 割超のトップシェアを握っている。

「eセールスマネージャー」の導入実績は累計で 2,000 社を超えており、製造業からサービス業、大手企業から中小企業に至るまで幅広い企業に導入されている。同社製品の強みは、操作性や処理速度など使い勝手の良さに加えて、オンプレミス型、クラウド型と両方の販売形態に対応可能なこと、導入に向けたコンサルティングや教育研修サービスなどサポート体制が充実していることにある。

「eセールスマネージャー」の主な導入企業



フィールドマーケティング事業は多業態対応と全国展開に強み

○フィールドマーケティング事業

子会社のソフトブレーン・フィールドで展開している事業で、主に店頭におけるフィールド活動やマーケット調査などを、主婦層を中心としたキャスト（登録スタッフ）を活用して行っている。また、パート型の人材派遣事業のほか企業の新卒採用時におけるコンサルティング、アウトソーシングサービスなども開始している。

フィールド活動とは、主に食品や日用品など消費財メーカーの新商品の発売時期に、小売店舗において、当該商品に関する店頭商談、売場構築、POP 広告設置作業などを行う業務がメインとなる。従来、同活動はメーカーの社員などが行っていたが、販促費の効率化を進めるために、近年はアウトソーシング化する流れとなっている。顧客企業は 350 社超で、食品・飲料やヘルスケア関連のメーカーが多い。キャスト数は 2014 年 2 月末時点で 5 万人を突破したほか、カバー店舗数もドラッグストアやコンビニエンスストアなど多くの業態に渡り、北海道から沖縄まで全国で展開していることが強みとなっている。

業態別全国カバー店舗数 (2014 年 2 月現在)

業態	カバー店舗数	業態	カバー店舗数
ドラッグストア	18,766 店舗	ディスカウントストア	2,182 店舗
GMS/SM	18,739 店舗	家電量販店	2,797 店舗
コンビニ	15,953 店舗	専門店	23,937 店舗
書店	9,091 店舗	その他	19,039 店舗
ホームセンター	4,100 店舗	合計	114,604 店舗

出所：会社 HP

マーケット調査とは、顧客が依頼した競合商品の価格調査、集計、レポート作成業務などを言う。同社では市場調査大手のインテージ<4326>と共同で一部サービスを始めている。

また、2013 年 2 月から新たなマーケティング支援サービス「購買理由データ提供サービス」(Point Of Buy : POB) を流通カード最大手のクレディセゾン<8253>と共同で開始している。インターネットを介して、消費者が小売店で購入した商品(食料品、日用品等)に関する購買理由データをレシート付で収集することによって、より信頼性の高い詳細な消費行動を分析できるサービスとなっている。消費者側にとってもクレディセゾンが運営する「永久不滅.com」上でのポイントを獲得できるというメリットが生じる仕組みとなっている。

○システム開発事業

子会社のソフトブレン・オフショアでソフトウェアの受託開発を行っている。2013 年 9 月に事業構造改革により中国の開発子会社を売却したが、今後も外注先として活用していくほか、コストメリットがあれば国内やベトナムなどの協力企業も活用していく方針となっている。

○その他事業

子会社のソフトブレン・インテグレーションが展開する iPad 等のスマートデバイスを利用した業務コンサルティング及び教育事業と、子会社のダイヤモンド・ビジネス企画による営業販促関連に関する書籍の企画・編集・発行が含まれる。

■ 決算動向

1Q は四半期ベースで 2 四半期連続の増収増益、回復色が鮮明に

(1) 2014 年 12 月期第 1 四半期の業績

2014 年 4 月 25 日付で発表された 2014 年 12 月期第 1 四半期(2014 年 1-3 月期)の連結業績は、売上高が前年同期比 24.3% 増の 1,226 百万円、営業利益が同 87.2% 増の 145 百万円、経常利益が同 92.5% 増の 144 百万円、四半期純利益が同 31.3% 増の 62 百万円となり、四半期ベースでは 2 四半期連続の増収増益となり、回復色が鮮明となった。

2014 年 5 月 21 日 (水)

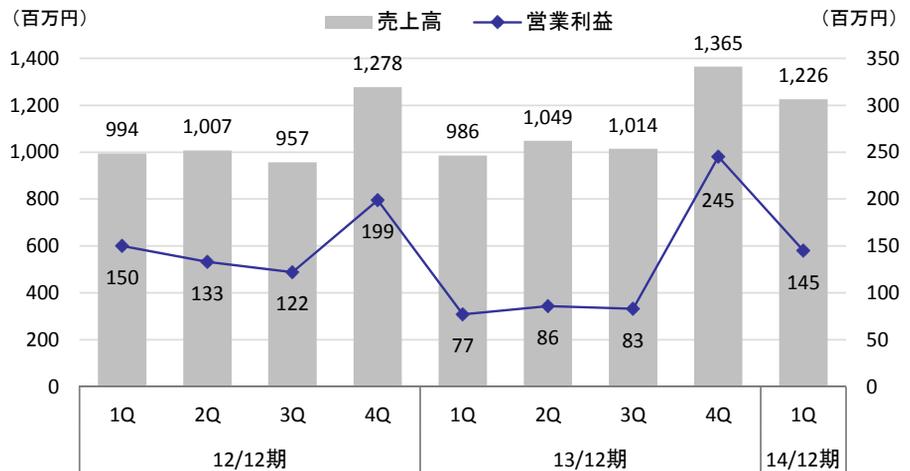
2014 年 12 月期第 1 四半期連結業績

(単位：百万円)

	2013/12 1Q		2014/12 1Q			
	実績	対売上比	実績	対売上比	前年同期比	進捗率
売上高	986	-	1,226	-	24.3%	25.6%
売上原価	596	60.4%	740	60.4%	24.2%	-
販管費	311	31.6%	340	27.7%	9.1%	-
営業利益	77	7.9%	145	11.9%	87.2%	27.5%
経常利益	75	7.6%	144	11.8%	92.5%	27.4%
法人税等	28	2.9%	67	5.5%	139.8%	-
少数株主損益	-0	-0.0%	15	1.2%	-	-
当期純利益	47	4.8%	62	5.1%	31.3%	24.9%

(注) 進捗率は通期会社計画比

四半期別業績推移



売上高、営業利益ともにすべての事業セグメントで前年同期を上回ったことが特徴だが、なかでも事業構造改革を実施した「システム開発事業」の損益改善が営業利益の増加に大きく寄与した。

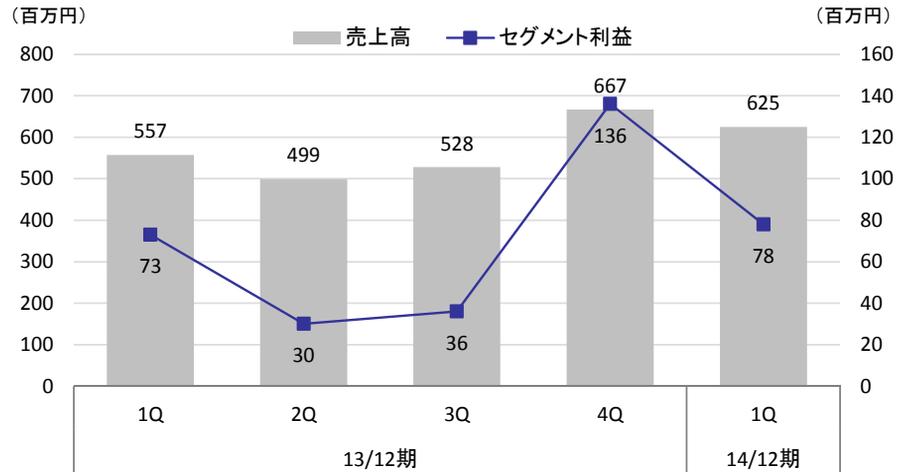
四半期純利益の増益率が経常利益と比較して低くなっているが、これは実効税率が上昇したことに加えて、連結子会社の収益拡大により少数株主持分利益が増加したことが要因となっている。通期会社計画に対する進捗率では売上高、営業利益ともに 25% をやや上回る水準となった。「eセールスマネージャー関連事業」の受注案件において一部前倒しで第 1 四半期に売上計上されたこともあるが、それを考慮しても順調な滑り出しになったと言える。セグメント別の状況は以下のとおり。

○ eセールスマネージャー関連事業

「eセールスマネージャー関連事業」の業績は、売上高が前年同期比 12.1% 増の 625 百万円、セグメント利益が同 7.2% 増の 78 百万円と増収増益となった。当四半期においては「eセールスマネージャー」の操作性を向上するための大幅なデザイン刷新を 2 月末に実施した。企業の IT 投資マインドが改善していることもあって、オンプレミス型、クラウド型とも順調に売上を伸ばした。また、2013 年 10 月に業務提携した大塚商会 <4768> を経由した受注も着実に増加した。子会社で展開している営業マン育成コンサルティングや営業スキルトレーニングなどサービス事業に関しても、引き続き堅調に推移した。

セグメント利益率は、機能拡充のための開発費増加や、人件費、販促費などの増加により、12.5%と前年同期比で0.6ポイント低下したものの、増収効果により4 四半期ぶりの増益となった。

eセールスマネージャー関連事業

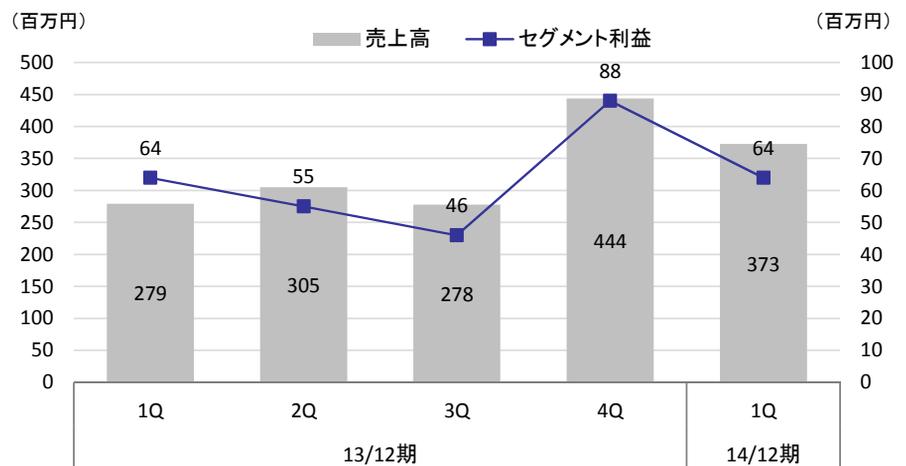


○フィールドマーケティング事業

「フィールドマーケティング事業」の業績は、売上高が前年同期比 33.5% 増の 373 百万円、セグメント利益が同 1.1% 増の 64 百万円と堅調に推移した。主要顧客である消費財メーカーを中心に、店頭でのフィールド活動事業が売上を拡大した。

セグメント利益が微増にとどまったが、これは事業拡大のため人員を増強したことに加えて、一部収益性の低い案件の売上構成比が上昇したことが影響した。

フィールドマーケティング事業

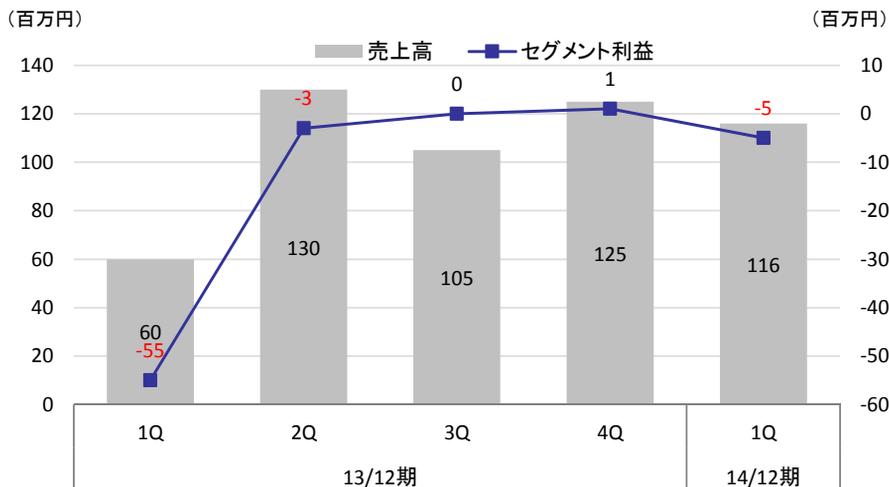


2014 年 5 月 21 日 (水)

○システム開発事業

「システム開発事業」の業績は、売上が前年同期比 93.6% 増の 116 百万円、セグメント損失が 5 百万円（前年同期は 55 百万円の損失）と大幅に赤字幅を縮小させた。前年の第 1 四半期は特定顧客の不採算プロジェクト発生による影響が残っていたが、同プロジェクトも前年第 2 四半期には収束し、また、2013 年 9 月には事業構造改革として中国子会社を売却して固定費負担を軽減したことで、損益的にはほぼ収支均衡ラインを維持できる体制となっている。

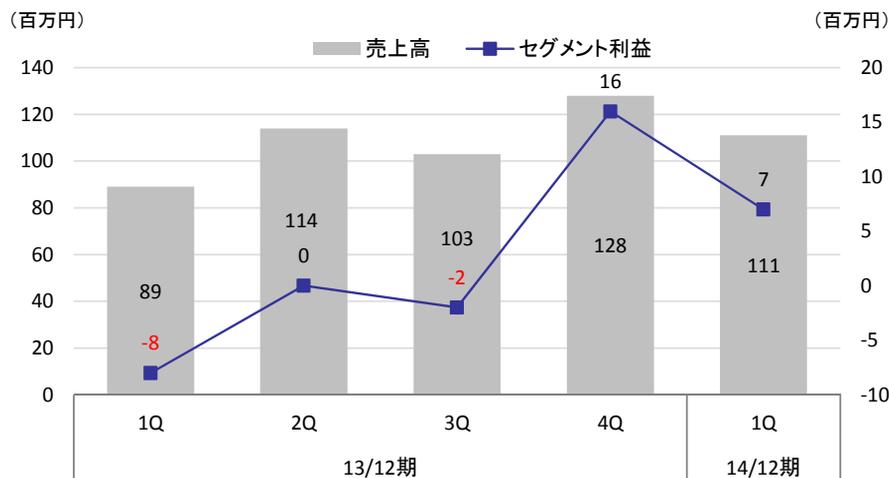
システム開発事業



○その他事業

「その他事業」の業績は、売上が前年同期比 24.8% 増の 111 百万円、セグメント利益が 7 百万円（前年同期は 8 百万円の損失）と黒字転換した。子会社のソフトブレン・インテグレーション、ダイヤモンド・ビジネス企画ともに収益が改善した。特にソフトブレン・インテグレーションで取り組んでいるスマートデバイスを用いた業務コンサルティングサービス事業は、「eセールスマネージャー」とのシナジー効果もあって好調に推移した。

その他事業



2014 年 5 月 21 日 (水)

自己資本比率は 66.0% まで上昇、ネットキャッシュも大幅プラスに

(2) 財務状況と経営指標

2014 年 3 月末の財務状況について見ると、総資産は前期末比で 5 百万円増加の 3,672 百万円と大きな変動は見られなかった。主な増減項目を見ると、現預金が 105 百万円増加し、繰延税金資産が 28 百万円減少、棚卸資産が 18 百万円減少した。負債側では未払法人税等の減少を主因に流動負債が前期末比で 72 百万円減少した。また、純資産は利益の増加により同 77 百万円増加している。

主要な経営指標を見ると、安全性を示す流動比率や自己資本比率、D/E レシオなどはいずれも改善傾向が続いている。2008 年 12 月期に 22% 台まで落ち込んだ自己資本比率は 66.0% まで上昇したほか、ネットキャッシュ（現預金－有利子負債）も 2008 年 12 月期の -2 百万円から +2,014 百万円まで拡大するなど、財務の健全性はここ数年で大幅に改善したと言える。

連結貸借対照表

(単位：百万円)

【勘定科目】	13/12 期末	14/12 期 1Q 末
流動資産	3,061	3,096
（現預金）	2,058	2,164
固定資産	606	576
資産合計	3,667	3,672
流動負債	944	872
（有利子負債）	150	150
固定負債	0	0
純資産	2,722	2,800
（株主資本）	2,361	2,423
（少数株主持分）	361	376
負債純資産合計	3,667	3,672
【安全性指標】	13/12 期末	14/12 期 1Q 末
流動比率（流動資産÷流動負債）	324.0%	354.8%
自己資本比率（自己資本÷総資産）	64.4%	66.0%
D/E レシオ（有利子負債÷株主資本）	6.4%	6.2%
【収益性】	13/12 期末	14/12 期 1Q 末
売上高営業利益率（営業利益÷売上高）	11.2%	11.9%

注) 百万円未満は切り捨て

■ 今後の見通し

通期業績は主力 2 事業がけん引して 2 期ぶり増益に転じる見通し

(1) 2014 年 12 月期の業績見通し

2014 年 12 月期の連結業績は、売上高が前期比 8.7% 増の 4,800 百万円、営業利益が同 7.6% 増の 530 百万円、経常利益が同 7.6% 増の 530 百万円、当期純利益が同 36.1% 減の 250 百万円となる見通し。売上高に関しては「eセールスマネージャー関連事業」や「フィールドマーケティング事業」がけん引し、過去最高（2007 年 12 月期 4,547 百万円）を 7 期ぶりに更新する計画。営業利益は、開発費や人件費が増加するものの、増収効果や「システム開発事業」の損益改善により、2 期ぶりに増益に転じる見通しだ。当期純利益に関しては、税負担の正常化に加えて、連結子会社の収益拡大に伴う少数株主持分利益の増加によって減益を見込んでいる。

通期業績の推移

(単位：百万円)

	売上高	前期比	営業利益	前期比	経常利益	前期比	当期純利益	前期比	EPS (円)	配当 (円)
10/12 期	3,439	-9.9%	414	-3.4%	415	-0.5%	331	6.2%	11.33	0.00
11/12 期	3,397	-1.2%	444	7.3%	454	9.5%	346	4.5%	11.83	0.00
12/12 期	4,237	24.7%	606	36.3%	622	37.0%	458	32.4%	15.67	0.00
13/12 期	4,416	4.2%	492	-18.8%	492	-20.9%	391	-14.6%	13.37	0.00
14/12 期予	4,800	8.7%	530	7.6%	530	7.6%	250	-36.1%	8.55	0.00

注) 2013 年 7 月 1 日付けで 1:100 の株式分割を実施、過去の 1 株当たりデータも遡及して修正

企業収益の回復とスマートデバイス普及を背景にSFAの需要拡大へ

(2) eセールスマネージャー関連事業の業績見通し

企業収益の回復による投資マインドの改善が続くなかで、売上拡大と営業部門の生産性向上につながる営業支援ソフトの需要も拡大していくことが予想される。特に、スマートフォンやタブレット端末などのスマートデバイスが営業ツールとして普及してきたことも、成長を後押しするものと考えられる。スマートデバイスを使うことで営業支援ソフトの導入効果が今まで以上に高まるためだ。

営業支援ソフトの国内での導入企業数は約 2 万社と言われている。法人企業数が 300 ~ 400 万社、このうち販売部門を抱える企業の数も 100 万社としても、普及率はまだ数%にとどまっているのが現状だ。現在、企業の経理部門で一般的に普及しているソフトウェアとして会計ソフトがあるが、同ソフトもパソコンが普及するまではなかった市場である。同じことが営業支援ソフトにも言うことができ、スマートデバイスの普及が、企業の営業部門における営業支援ソフトの普及を促進していくものと予想される。

こうした市場環境において、同社は「eセールスマネージャー」の成長戦略として、機能向上による商品力強化と販売チャネルの拡大による販売力の強化を進めている。機能向上に関しては、2014 年 2 月に操作性の向上を図るため画面デザインを大幅刷新したほか、今期中に社内コミュニケーションツールとなるタイムライン機能、表計算ソフトとの連携、スマートデバイスにフォーカスした使い勝手の向上などの新機能追加を予定している。こうした操作性の向上と新機能の追加によって、「使い勝手 No.1」の営業支援ソフトとして、更なる売上拡大を目指していく。

「e セールスマネージャー Remix Cloud」 デザイン刷新のポイント

<ul style="list-style-type: none"> ・作業効率を上げる「操作性の省略化」(平均 4.3 クリック→ 2.3 クリックへ削減) マウスカーソルの移動距離を短くするため、配置を再設計し、到達までのクリック / 画面遷移数を削減。リスト表示や活動履歴、スケジュール詳細確認など各場面で操作数の削減を図ったことで、作業効率の向上を実現。
<ul style="list-style-type: none"> ・一覧性を重視した「画面スペースの効率化」(平均 35.8% のスペース削減) 無駄な余白やスペースを省き、一覧の表示可能行数を増やしたほか、一列表示から左右二列表示へ改善。また、メニューバーを最適位置に変更可能としたことで、画面のデッドスペースを平均 35.8% 削減し、効率的に情報を得ることが可能となった。
<ul style="list-style-type: none"> ・「初心者向けガイドライン」の追加 初心者にも使い方がイメージしやすいように、各メニューで初めて操作する際に、説明文とイラストを表示する機能を追加。
<ul style="list-style-type: none"> ・「シンプルなデザイン」への変更 質感を保ちながら、可読性を考慮したフォントや配色、シンプルなデザインにすることで、分かりやすさと使いやすさを追求。

出所：会社プレスリリース

一方、販売チャネルの拡大に関しては、2013 年 10 月に大手システムインテグレーターの大家商会 <4768> と、2014 年 2 月に携帯電話販売店の大手である ITX と「e セールスマネージャー」の販売に関する業務提携を発表した。ITX では法人営業チャネルを使って「e セールスマネージャー」の販売拡大を狙う。通常、商談から成約まで半年程度の期間がかかるため、実績としてはまだわずかであるが、それでも大家商会を経由した受注は少しずつ増え始めているようだ。今回の大手 2 社との提携によって、販売力の強化・整備がさらに進んだ格好となり、今後の受注拡大が期待される。

東具との業務提携がフィールドマーケティング事業の拡大に貢献へ

(3) フィールドマーケティング事業の業績見通し

「フィールドマーケティング事業」は、メーカーの販売促進部門におけるアウトソーシング化の流れが続く中で、引き続き安定成長が見込まれる。市場が拡大する中で競争も激しくなっているが、同社では高いサービス品質とコスト競争力を武器に今後も既存顧客での取引拡大や新規顧客の開拓を進めていく方針だ。

また、ソフトブレン・フィールドは 2014 年 4 月 14 日付でインスタセールスプロモーション専門の広告会社である東具と業務提携を発表した。東具は、店頭で用いられる POP や試供品など各種 SP (販売促進) ツールの企画から生産、営業及び梱包発送までを提供する会社で、東具が同日より開始したセールスプロモーション (以下、SP) ツールのマネジメントサービス「Sp-ring.jp」(スプリング ドット ジェイピー) において、各種 SP ツールの店頭設置から効果の測定・改善まで行う「店頭マーケティングサービス」を同社がサポートしていくことになる。

今回の提携によって、東具は SP ツールの企画制作からデリバリー、店頭設置、効果測定などの店頭販促支援サービスをワンストップで提供できることになる。また、同社にとっては、SP ツールの企画・制作段階から情報を共有することができ、タイムリーで適切な店頭構築、営業支援の実現が可能となる。新サービスのため、売上へのインパクトはまだ軽微とみられるが、フィールドマーケティング事業の拡大に貢献するものとして注目される。

システム開発事業は高付加価値の案件獲得などで一層の収益改善へ

(4) システム開発事業、その他事業の業績見通し

システム開発事業に関しては、事業構造改革の実施によって、収益をほぼ収支均衡ラインまで改善してきたが、今後も収益性の改善に重点を置いた事業戦略を進めていく方針だ。具体的には、既存顧客を中心に付加価値の高い受注案件の獲得を目指していくこと、また、プロジェクトマネジメント体制を強化していくことなどで収益性の改善を進めていく考えだ。

一方、その他事業に関してはソフトブレーン・インテグレーションでの iPad などスマートデバイスを活用した業務コンサルティング及び教育サービス事業を強化していく。同事業を強化していくことで、「e セールスマネージャー」の新規顧客開拓につながるケースも増えてくることが考えられ、シナジー効果が期待される。

事業セグメント別の収益推移

(単位：百万円)

	10/12 期	11/12 期	12/12 期	13/12 期	伸び率
売上高					
e セールスマネージャー関連	2,250	2,253	2,165	2,253	4.0%
フィールドマーケティング	679	758	1,171	1,307	11.6%
システム開発	-	-	420	420	-0.0%
その他	509	385	479	435	-9.3%
合計	3,439	3,397	4,237	4,416	4.2%
セグメント利益					
e セールスマネージャー関連	276	304	352	276	-21.3%
フィールドマーケティング	122	129	231	254	10.0%
システム開発	-	-	(55)	(56)	2.3%
その他	32	7	68	5	-91.3%
内部消去	(16)	2	9	11	23.2%
合計	414	444	606	492	-18.7%
利益率					
e セールスマネージャー関連	12.3%	13.5%	16.3%	12.3%	-
フィールドマーケティング	18.0%	17.1%	19.8%	19.5%	-
システム開発	-	-	-	-	-
その他	6.4%	2.1%	14.3%	1.4%	-
合計	12.1%	13.1%	14.3%	11.2%	-

注) 百万円未満は四捨五入で表記。予想数字はフィスコ。

12/12 期より「システム開発事業」を「e セールスマネージャー関連事業」から分離している。

■株主還元策

業績拡大トレンドが明確になれば復配への期待も高まる

同社は株主還元の基本方針として、「企業体質強化と事業展開に備えるため内部留保を中心に捉えながら、成長段階と業績に応じた弾力的な利益配当を実施する」としている。2014 年 12 月期は現時点で無配を計画しているが、経済環境や業績状況を踏まえながら、株主還元方針を改めて検討していくとしている。前述したように財務体質は大きく改善しており、業績の拡大トレンドが明確になってくれば復配に向けた期待も高まってこよう。

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