

## ティーガイア

3738 東証 1 部

2015 年 11 月 20 日 (金)

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

### ■ 16/3 期 2Q はすべてのセグメントで増益

ティーガイア <3738> は携帯電話販売の一次代理店として、市場シェア約 12% を占めるトップ企業。二次代理店やスマートフォン向けアクセサリショップも含めて、2015 年 9 月末現在、国内外で 2,155 店舗の販売拠点を持っている。その他、法人向けのソリューション事業や、電子マネーのプリペイド決済サービス事業などを展開している。

11 月 12 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微減の 284,994 百万円、営業利益が同 11% 増の 6,514 百万円となった。携帯電話等販売台数は若干減少したものの、アクセサリを中心とした関連商材の売上好調やショップ等における生産性向上に継続的に取り組んだことで、主力のモバイル事業が増収増益となったほか、ソリューション事業や決済サービス事業などすべてのセグメントで増益となり、利益ベースで計画を上回ったとみられる。

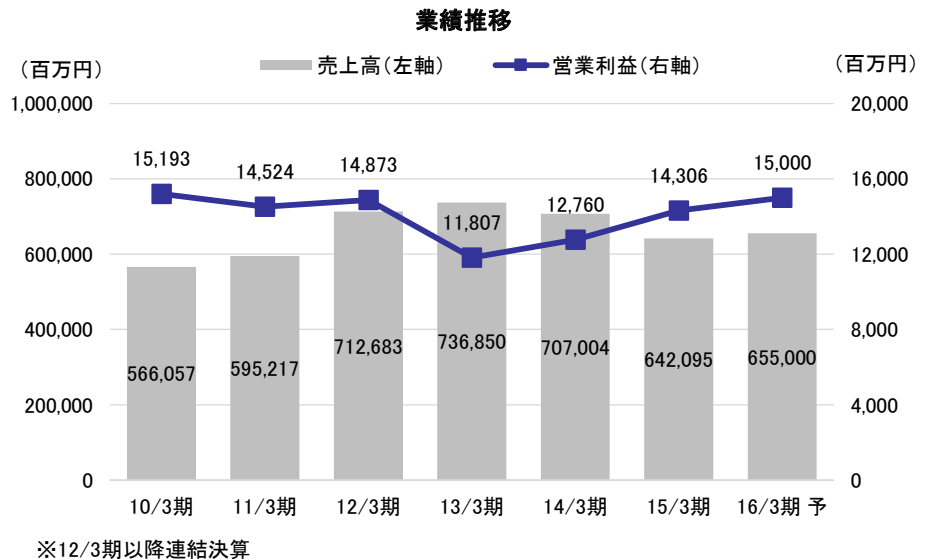
2016 年 3 月期の業績見通しは、売上高が前期比 2.0% 増の 655,000 百万円、営業利益が同 4.8% 増の 15,000 百万円と、期初計画を据え置いている。携帯電話等の販売台数は前期比 3.5% 増見込みとハードルがやや高いものの、アクセサリ等関連商材の好調が続いていることに加えて、全社的な収益改善や間接費用の抑制などによって、利益ベースでは上回る可能性もあると弊社ではみている。

携帯電話のスマートフォン比率が益々高まるなかで、アクセサリ等の関連商材や光通信回線など取扱商材の多様化が進んでおり、これら商材の販売力を高めることが、更なる成長を目指していくうえで重要なポイントの一つとなる。同社では傘下代理店も含めた店頭スタッフへの教育研修拡充による対応スキルアップと、店舗の大型化等による CS (お客様満足度) および集客力向上に取り組んでおり、現状はこうした施策によって、収益力の強化が進んでいるものと判断される。今後、業界の競争激化に伴い、集約化が進むことが想定されるなかで、同社の業績は安定成長が続くものと弊社では予想している。

株主還元策としては、配当性向で 30% 以上を目途に利益還元を実施していく方針を示しており、2016 年 3 月期の 1 株当たり配当金は前期比 3.5 円増配の 41.0 円 (配当性向 31.3%) と、2 期連続の増配を予定している。なお、ROE や営業利益水準などを基準に選出される株価指数「JPX 日経インデックス 400」に、3 度連続で採用されている。

### ■ Check Point

- ・ モバイル事業はタブレット端末などの新規商材の販売が拡大
- ・ 16/3 期 2Q は微減収増益、利益は会社計画を上回る着地
- ・ 多様な取扱商材の提案による CS 向上で店舗の集客力・収益力を強化

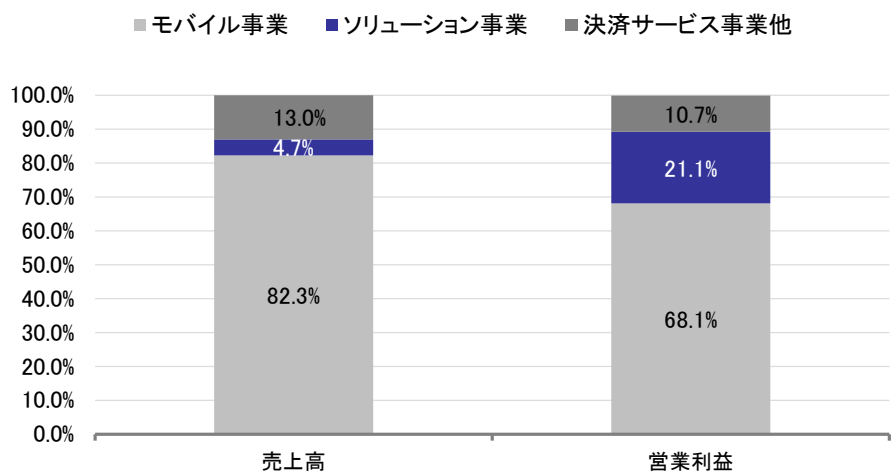


## ■ 事業概要

### モバイル事業はタブレット端末などの新規商材の販売が拡大

同社の事業セグメントは、コンシューマ向けの携帯電話等の販売及び代理店業務を主とするモバイル事業、法人向け携帯電話等の販売やソリューションの提供、光回線サービス等の契約取次からなるソリューション事業、PIN やギフトカード等、インターネット上での決済手段である電子マネー商材の販売や海外事業からなる決済サービス事業他の 3 つのセグメントで構成されている。2016 年 3 月期第 2 四半期累計の事業セグメント別構成比で見ると、モバイル事業が売上高で 8 割強、営業利益で 7 割弱を占める主力事業となっている。事業別の概要を以下に説明する。

#### 事業セグメント別構成比(16/3期2Q累計)

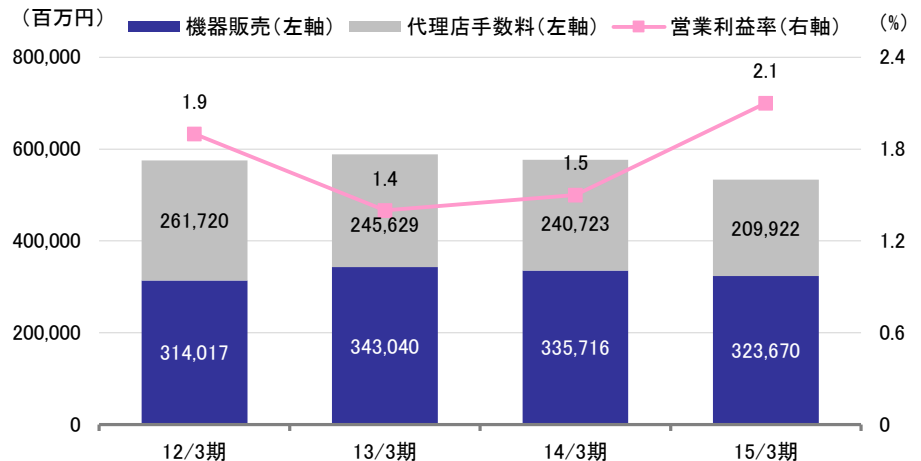


2015 年 11 月 20 日 (金)

## ○モバイル事業

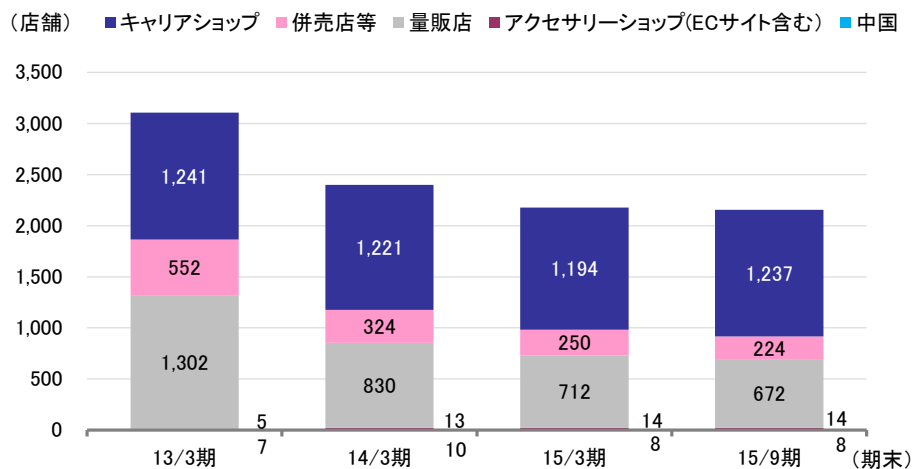
モバイル事業の売上高は、コンシューマ向けの携帯電話やタブレット端末、アクセサリ等関連商材の機器販売と、各通信キャリアとの代理店契約に基づき、サービスの対価として得られる手数料収入からなる。売上構成比で見ると、2015 年 3 月期で機器販売が約 6 割、手数料収入が約 4 割となっており、ここ数年は機器販売の比率が緩やかに上昇している。タブレット端末やアクセサリなど新規商材の販売が拡大していることが一因とみられる。売上高営業利益率に関しては、携帯電話等の契約実績やキャリアの手数料施策の影響を受けるが、販路の適正化や業務効率化等が奏功し、ここ数年は上昇傾向にある。

## モバイル事業売上高と営業利益率



2015 年 9 月末の販売拠点数（二次代理店含む）は、全体で 2,155 店舗と前期末比で 23 店舗の減少となった。店舗数の内訳を見ると、キャリアショップが 1,245 店舗（中国 8 店舗含む）、併売店（複数キャリアの端末を販売）が 224 店舗、量販店が 672 店舗、アクセサリショップが 14 店舗（EC サイト 1 店舗含む）となっており、併売店や量販店は若干減少傾向となっている。国内最大規模の販売拠点数を誇り、携帯電話の販売台数シェアも約 12% でトップを堅持している。キャリアミックスに関しては、NTT ドコモ <9437>、au (KDDI<9433>)、ソフトバンクグループ <9984> と主要 3 キャリアの携帯電話等をバランスよく販売していることが特徴となっている。

## 販売店舗数



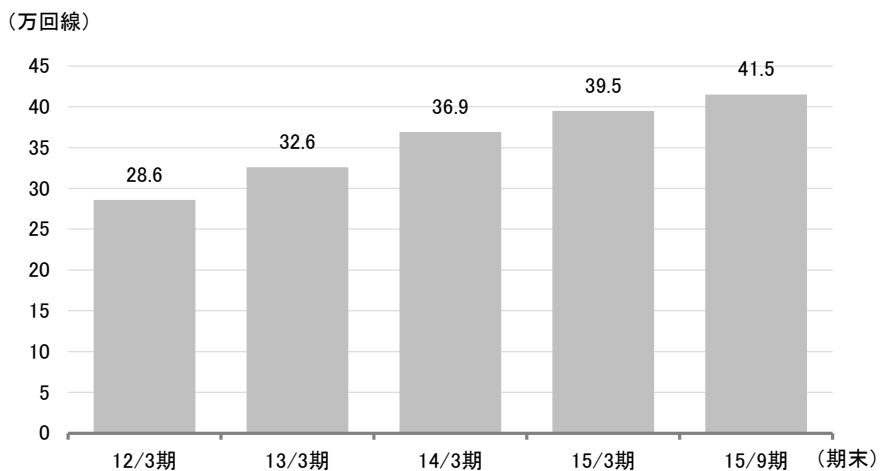
2015 年 11 月 20 日（金）

### ○ソリューション事業

ソリューション事業では、法人向けの携帯電話の販売や端末・回線管理サービス等のソリューションサービス、法人・個人を対象とする FTTH 等の光回線サービスの取次事業、2014 年 3 月に子会社化した日本ワムネット（株）のクラウドを活用した大容量データ伝送サービスなどが含まれる。

このうち携帯電話販売に関しては、コンシューマ向けのモバイル事業とほぼ同様のビジネスモデルとなる。また、端末・回線管理サービスとは、スマートフォンやタブレット端末、固定回線等、法人顧客が利用する様々な通信端末等に関わる利用状況の管理、料金の精算、最適な料金プランのシミュレーション、支払い代行業務などを、同社の ASP サービス「movino star（モビノスター）」で一括して提供することで、顧客企業の業務効率向上やコスト削減を実現するサービスとなる。2015 年 9 月時点での契約回線数は 41.5 万回線と順調に拡大している。

movino star 契約回線数



### ○決済サービス事業他

決済サービス事業とは、全国の主要コンビニエンスストア等を通じての PIN 販売システム※を利用した電子マネー系商材、並びにギフトカードの販売である。2015 年 9 月末の取扱店舗数は約 54,600 店舗（その他シンガポールに約 600 店舗）となっている。取扱商材は、Amazon、BitCash のギフトカードのほか、PIN 商材では WebMoney、Visa ブランドの V プリカなどがある。

なお、ギフトカードと PIN 商材では売上の計上方法が異なっている。ギフトカードが受取手数料のみを売上計上するのに対して、PIN 商材では取扱高全体（券面金額）を売上高として計上している。ここ最近 PIN からギフトカードへ需要がシフトしているため、売上高は減少傾向にあるが、ギフトカードの取扱高は年率 2 ケタ成長が続いており、利益は堅調に推移している。

海外事業では、中国・上海にてチャイナユニコム（中国聯通）との代理店契約に基づきチャイナユニコムショップを 8 店舗展開しているほか、日系企業向けに携帯電話の販売やソリューションサービスも行っている。また、シンガポールではコンビニエンスストアや家電量販店を通じて、ギフトカード販売事業を展開している。

※ PIN (Personal Identification Number: 個人識別番号) 販売システム…インターネットで買物をする際に、クレジットカードを使わずに PIN 情報を入力することで購入する電子決済システム。

## 業績動向

### 16/3 期 2Q は微減収増益、利益は会社計画を上回る着地

#### (1) 2016 年 3 月期第 2 四半期累計業績の概要

2016 年 3 月期第 2 四半期累計の連結業績は、売上高が前年同期比 0.8% 減の 284,994 百万円、営業利益が同 11.0% 増の 6,514 百万円、経常利益が同 11.6% 増の 6,513 百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益が同 19.5% 増の 3,807 百万円と微減収増益決算となった。第 2 四半期累計の会社計画は非開示となっているものの、利益ベースでは会社計画を上回る着地になったとみられる。全社での携帯電話等の販売台数は前年同期比で 6.5% 減の 216 万台となったものの、全社販売台数に占めるスマートフォン及びタブレット端末の割合は、前年同期比で 7.2 ポイントアップの 75% まで上昇しており、スマートデバイスの普及が一段と進んでいる。また、タブレット端末やアクセサリ等の関連商材の販売が引き続き好調に推移したほか、業務効率化等の全社的な構造改革に伴う販管費抑制などが利益率の向上に寄与した。

#### 2016 年 3 月期第 2Q 累計業績 (連結)

(単位：百万円)

	15/3 期 2 Q 累計		16/3 期 2 Q 累計			
	実績	対売上比	実績	対売上比	前年同期比	進捗率
売上高	287,348	-	284,994	-	-0.8%	43.5%
売上総利益	29,364	10.2%	29,818	10.5%	1.5%	47.0%
販管費	23,495	8.2%	23,304	8.2%	-0.8%	48.0%
営業利益	5,869	2.0%	6,514	2.3%	11.0%	43.4%
経常利益	5,838	2.0%	6,513	2.3%	11.6%	43.7%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	3,187	1.1%	3,807	1.3%	19.5%	42.3%

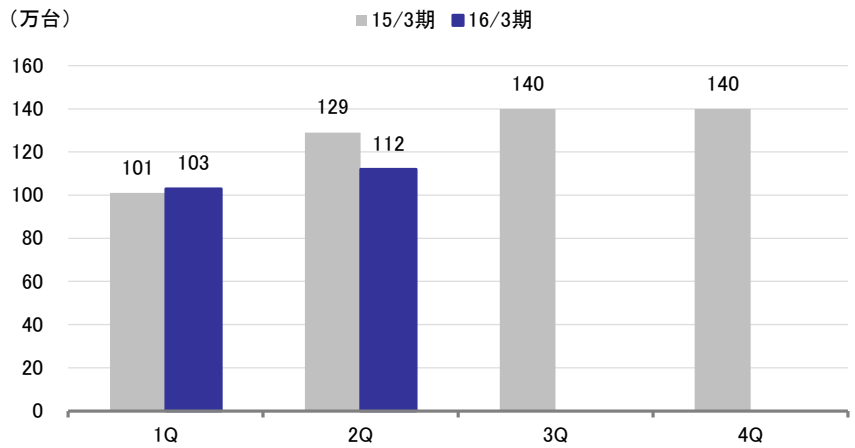
#### 2016 年 3 月期第 1Q 業績 (連結)

(単位：百万円)

	15/3 期 1Q		16/3 期 1Q			
	実績	対売上比	実績	対売上比	前年同期比	進捗率
売上高	126,959	-	135,936	-	7.1%	20.8%
売上総利益	14,179	11.2%	14,537	10.7%	2.5%	22.9%
販管費	11,647	9.2%	11,475	8.4%	-1.5%	23.7%
営業利益	2,531	2.0%	3,062	2.3%	21.0%	20.4%
経常利益	2,531	2.0%	3,084	2.3%	21.8%	20.7%
特別損益	-2	-	-	-	-	-
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,328	1.0%	1,838	1.4%	38.4%	20.4%

携帯電話等の販売台数を四半期ベースで見ると、スマートデバイスを中心に販売が堅調に推移したことから、第 1 四半期は若干増となったものの、第 2 四半期では前年同期を下回っている。市場における販売競争の沈静化や、iPhone の新機種発売日が 9 月 25 日と前年より約 1 週間遅れたことなどが影響したとみられる。

携帯電話等販売台数



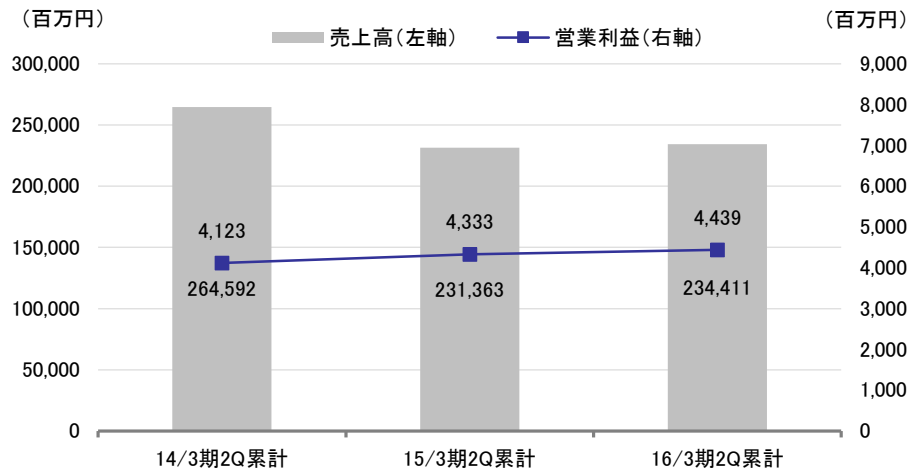
注:タブレット端末も含む

(2) 事業別動向

○モバイル事業

モバイル事業の売上高は前年同期比 1.3% 増の 234,411 百万円、営業利益は同 2.4% 増の 4,439 百万円と増収増益となった。携帯電話等の販売台数は前年同期比 7.2% 減の 206 万台となったものの、タブレット端末やアクセサリなど関連商材の販売拡大が増収のけん引役となった。

モバイル事業の業績推移



タブレット端末に関しては前年度からキャリアショップを中心に提案を強化してきたことで、前年同期比で販売台数が 25% 増加した。当期は二次代理店でも販売実績が伸長しており、グループ全体で更なるレベルアップが実現している。また、アクセサリ等の関連商材の売上高についても前年同期比 41% 増と高成長が続いている。特に、アクセサリ販売は好調で、専門ショップ「Smart Labo」への来客数及び売上高も増加傾向が続いている。ケースや保護フィルムなどの販売増に加えて、データバックアップ用の SD カード等の需要が増加しているのが要因だ。なお、「Smart Labo」は 7 月になんば戎橋（大阪）と神戸三宮（兵庫）に新規出店し、アクセサリ専門ショップとしては EC サイトを含めて 14 店舗となっている。

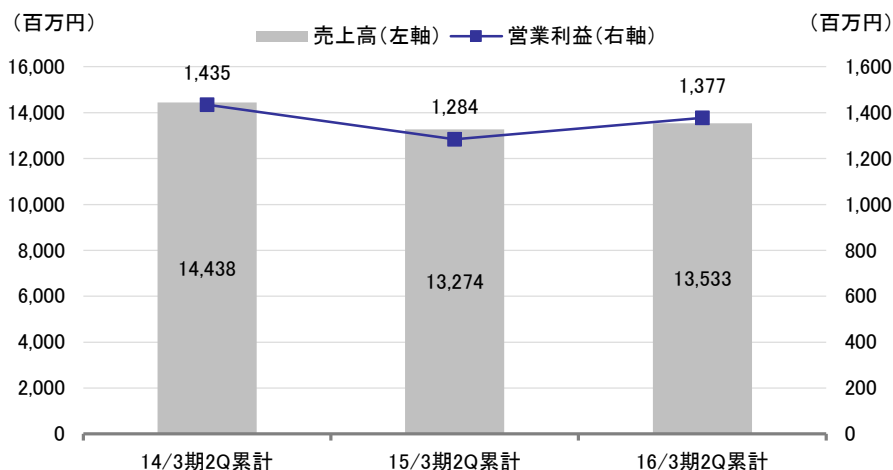
利益面ではタブレット端末やアクセサリなど関連商材による増収が増益要因となったほか、生産性や効率性を重視した店舗運営を推進したことなどが増益に寄与した。

なお、キャリアショップでの光回線とのセット割引サービスについては、今期に入ってからオペレーションもスムーズになってきており、息の長い需要が続くとみられる。

### ○ソリューション事業

ソリューション事業の売上高は前年同期比 2.0% 増の 13,533 百万円、営業利益は同 7.2% 増の 1,377 百万円と増収増益となった。法人顧客向けの携帯電話等の販売台数が前年同期比 8.8% 増の 9.9 万台となったほか、スマートデバイス等に関する多様なニーズに合わせたソリューションパッケージサービス「T-GAIA Smart SUPPORT」の需要が堅調に推移したことが増収要因となった。また、「movino star」（法人向け通信回線等管理サービス）の契約数も 41.5 万件と前年同期末の 37.3 万件から順調に拡大した。一方、固定回線系商材についても、ISP 光など光コラボのサービス取次ぎを推進し、増益に貢献した。また今期より自社ブランドの FTTH 再販として「TG 光」をリリースした模様。

ソリューション事業の業績推移

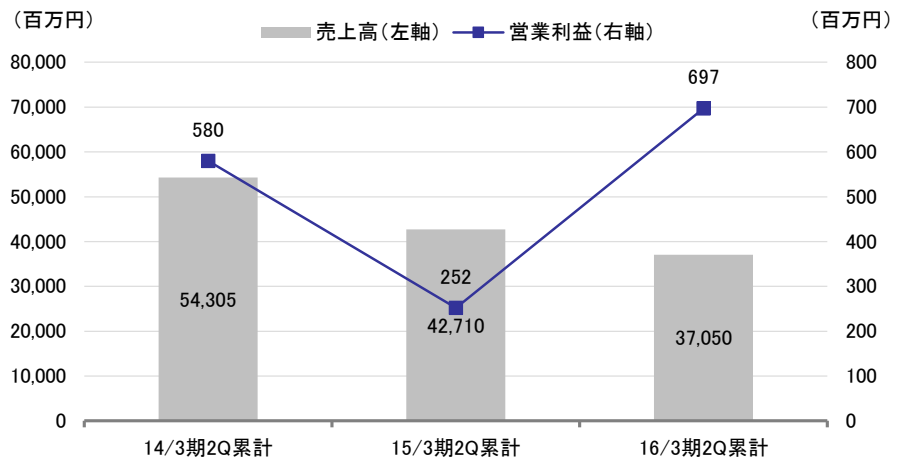


## ○決済サービス事業他

決済サービス事業他の売上高は前年同期比 13.3% 減の 37,050 百万円、営業利益は同 176.6% 増の 697 百万円となった。決済サービス事業において取扱高（券面額）を売上計上する PIN 系商材から、受取手数料のみを売上計上するギフトカードに需要がシフトしていることで減収となっているが、ギフトカードの取扱高は拡大基調が続いている。

増益要因は決済サービス事業におけるギフトカード商材の販売好調に加えて、海外事業の収益改善が進んだことが挙げられる。中国・上海での携帯電話等販売事業に関しては、業務効率化や生産性向上等により管理コストを低減したことで、着実に収益の改善が進んでいる。また、シンガポールで展開している決済サービス事業についても、ギフトカード販売が引き続き好調に推移した。

決済サービス事業他の業績推移



## ■今後の見通し

## 通期業績は増収増益の見通しで期初計画を据え置く

## (1) 2016 年 3 月期業績見通し

2016 年 3 月期の業績は売上高が前期比 2.0% 増の 655,000 百万円、営業利益が同 4.8% 増の 15,000 百万円、経常利益が同 5.0% 増の 14,900 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 16.2% 増の 9,000 百万円と期初計画を据え置いている。携帯電話等の販売台数は前期比 3.5% 増の 530 万台と 4 期ぶりの増加を見込んでいるが、市場における販売競争の沈静化もあり、やや厳しい進捗となっている。利益面では、第 2 四半期までは計画を上回って推移した模様で、下期もアクセサリ等関連商材の販売好調が見込まれること、ソリューション事業や決済サービス事業他での増益基調も続く予想されることから、計画達成の確度は高いと弊社ではみている。



2015 年 11 月 20 日 (金)

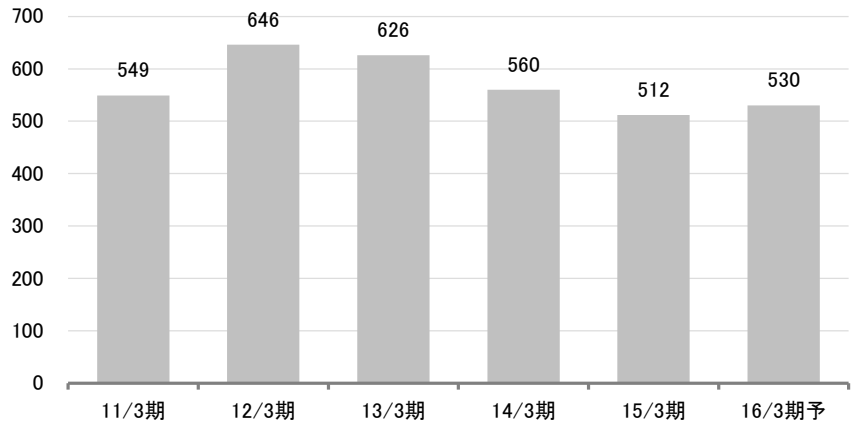
2016 年 3 月期連結業績

(単位：百万円)

	15/3 期		16/3 期 (予)		
	実績	対売上比	会社計画	対売上比	前期比
売上高	642,095	-	655,000	-	2.0%
売上総利益	61,984	9.7%	63,500	9.7%	2.4%
販管費	47,677	7.4%	48,500	7.4%	1.7%
営業利益	14,306	2.2%	15,000	2.3%	4.8%
経常利益	14,194	2.2%	14,900	2.3%	5.0%
親会社株主に帰属する当期純利益	7,748	1.2%	9,000	1.4%	16.2%

携帯電話等販売台数

(万台)



注: Wi-Fi タブレット端末も含む

セグメント別で見ると、モバイル事業は売上高が前期比 3.1% 増の 550,000 百万円、営業利益は同 3.8% 減の 10,700 百万円と増収減益を見込んでいる。これは将来の成長に向けて収益力を強化していくための、人財、店舗関連の投資を積極的に進めていくこと等が要因となっている。携帯電話等の販売台数は計画（前期比 3.2% 増の 510 万台）達成が幾分厳しい面はあるものの、タブレット端末やアクセサリ等関連商材の好調や業務効率化の効果などが下期も継続するようであれば、利益ベースでの計画達成は十分可能と弊社ではみている。

ソリューション事業に関しては、売上高が前期比 2.8% 増の 27,000 百万円、営業利益が同 14.1% 増の 2,850 百万円と増収増益になる見通し。法人向けのモバイルソリューション事業が下期以降も順調に拡大する。企業顧客においてスマートデバイスの導入が活発化するなかで、導入支援からサポートまでをワンストップソリューションとして提案できる強みを活かしていく。携帯電話等の販売台数は前期 18.4 万台から当期は 20.0 万台へ増加するとみている。「movino star」では 11 月より新機能として、顧客が保有する Wi-Fi タブレットやノート PC 等、回線を内蔵しない機器やライセンスなどの資産管理機能も付加し、購買機能を充実させるなどサービスの拡充を図っており、新規顧客の獲得に注力していく。2015 年 9 月末現在、41.5 万の ID (加入回線) 数を、2016 年 9 月末を目処に 50 万まで増加させることを目標としている。また、光回線サービスの多様化を追い風に、自社ブランドサービスである法人向け「TG 光」に加え、「TG Wi-Fi」、「TG.NET」などを新たなサービスとして投入すると発表した。

2015 年 11 月 20 日 (金)

■今後の見通し

決済サービス事業他に関しては、売上高が前期比 5.2% 減の 78,000 百万円、営業利益が同 112.0% 増の 1,450 百万円となる見通し。売上高については前述のように決済サービス事業において、受取手数料のみを売上計上するギフトカードへの需要のシフトにより減収となるが、取扱高ベースでは成長を見込んでいる。コンビニエンスストア以外の小売店舗など販路の拡大とともに、新規商材の開拓などを進めている。また、中国における携帯電話等販売事業については、既存店舗の強化を図り、業務効率化を推進する。一方、シンガポールでのギフトカード販売は引き続き堅調に推移し、海外事業における収益改善が続く見通し。

セグメント別売上高

(単位：百万円)

	13/3 期	14/3 期	15/3 期	16/3 期 予	前期比
モバイル事業	588,670	576,439	533,593	550,000	3.1%
ソリューション事業	27,043	28,549	26,263	27,000	2.8%
決済サービス事業他	121,136	102,014	82,238	78,000	-5.2%
合計	736,850	707,004	642,095	655,000	2.0%

セグメント別営業利益

(単位：百万円)

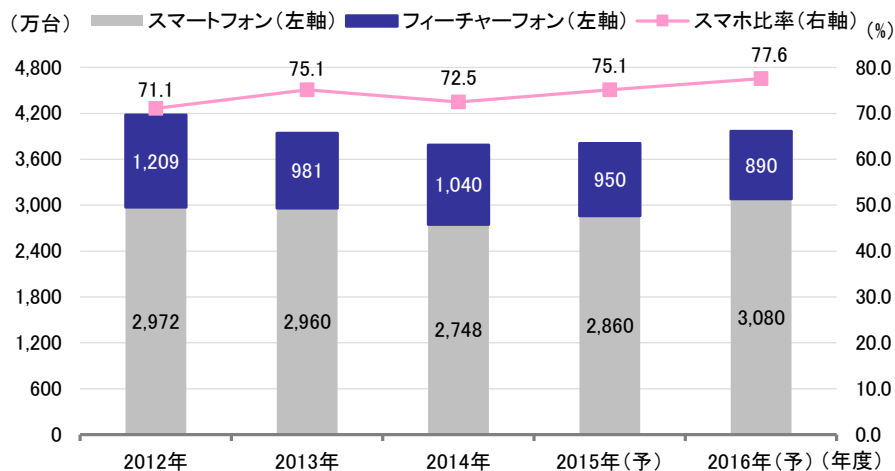
	13/3 期	14/3 期	15/3 期	16/3 期 予	前期比
モバイル事業	8,137	8,799	11,123	10,700	-3.8%
ソリューション事業	2,560	3,182	2,498	2,850	14.1%
決済サービス事業他	1,109	778	684	1,450	112.0%
合計	11,807	12,760	14,306	15,000	4.8%

多様な取扱商材の提案による CS 向上で店舗の集客力・収益力を強化

(2) 成長戦略

国内の携帯電話市場は、MVNO の台頭やキャリアショップでの物販、保険、電力等の商材の広がり、またポイントプログラムでのサービス競争など、大きな変革期を迎えており、携帯電話販売代理店間の競争激化や集約化が進んでいくものと予想される。特にここ最近では、通信キャリアの販促施策も実績をより重視した動きを強める傾向にあり、キャリアショップの実力が今まで以上に問われる時代になってきたと言える。

国内携帯電話販売台数



出所：MM総研

2015 年 11 月 20 日（金）

こうしたなか同社の戦略は明快で、スマートフォンやタブレット端末といったスマートデバイスや、各種アクセサリ、光回線に加え、今後広がる取扱い商材に至るまで、多様な商品・サービスの中から、顧客ニーズに合わせた最適な提案ができるショップ店員の育成を強化すること、及び店舗の移転・改装や大型化の推進によって、顧客満足度と集客力を高めていくことにある。これら将来の成長に向けての取り組みは、店舗当たりの収益力強化にもつながるが、前期よりモバイル事業の収益性が改善していることから、その成果は着実に表れているものと考えられる。

ショップ店員の育成に関しては、社内教育・研修機関 TG アカデミーを分社化した子会社の（株）キャリアデザイン・アカデミー（出資比率 80%）が中心となって推進している。特に、ここ最近では料金体系の複雑化や光回線など取扱商材が多様化し、接客時間も長くなる傾向にあり、販売スタッフの接客スキルの差が店舗の生産性や効率性に直結する傾向が強まっていると言える。このため、同社ではスキルの高い人材に関しては、正社員への登用も積極的に進めている。業界の中でも同社は社員の教育・育成システムに関して先行して強化し、その体制を確立してきた強みがあり、今後は傘下の二次代理店への浸透も含めて、その優位性は保たれるものと弊社では見ている。

一方、店舗の移転・改装や大型化を店舗戦略に据えることによって、アクセサリなど関連商品の販売スペースの拡大が可能となり、ラインナップ充実と売上増加が見込める。また、地域の特性に合ったコンセプトを活かしてお客様やご家族に快適に過ごしていただける空間を創出することで、お客様のニーズにお応えするとともに、顧客満足度や集客力の向上につながるといった効果が見込まれる。このため、同社では移転・リニューアル、大型化などの戦略的投資を積極的に進めていく方針としている。

販売好調が続いているスマートフォン・タブレット関連のアクセサリショップ「Smart Labo」等に関しても、取扱商材やサービスの拡充も含めて、積極的に展開していく予定となっている。7 月に出店した「Smart Labo なんば戎橋」においては、11 月より 3 階に MVNO・SIM フリー端末フロアを新設オープンし、同社としては初めての取り組みとなる SIM カードや SIM フリー端末の販売も開始しており、多様な顧客ニーズや訪日外国人向けの需要などに対応していく。同社では今後もキャリアショップにおける取扱商材・サービスの多様化に的確に対応するとともに、アクセサリショップにおいては自発的に商材やサービス拡充を推進することで、収益を拡大していく考えだ。

また、中国での携帯電話等販売事業については、業務効率化等を継続しながら収益の改善を進めていく。また、シンガポールで展開しているギフトカード事業については、販売が好調に推移していることから、今後は周辺国への展開についても検討を開始している。

更に、同社は本年 11 月、2020 年度に向けた中期目標を掲げた。以下の目標を達成することで、持続的成長を実現し、株主、従業員を含むすべてのステークホルダーの期待に応えていくとしている。

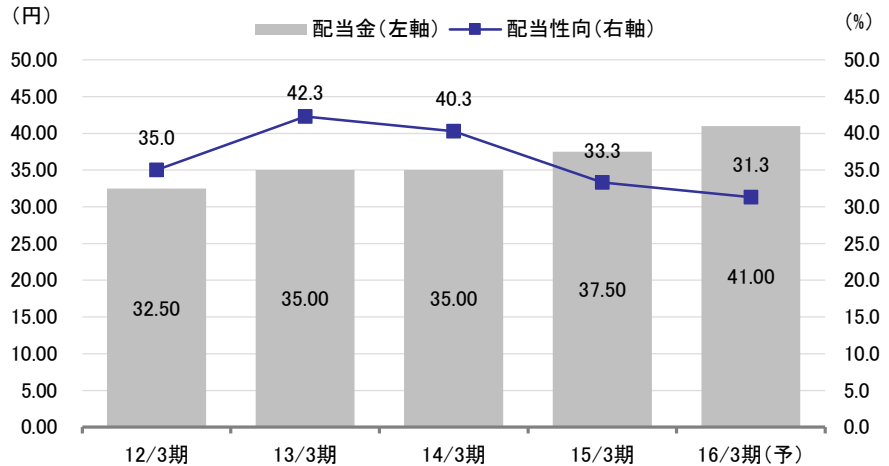
- 中核の携帯電話代理店事業において、リーディングカンパニーとしてのポジションを堅持する
- 法人向け事業、決済事業、海外事業などを確固たるコアビジネスとして育成する
- モバイル、インターネット業界で、新たな事業機会を発掘、開拓する
- 配当性向 30% 以上を維持する

## ■ 株主還元策

### 内部留保を確保しつつ配当性向 30% 以上で利益還元する方針

株主還元策としては、配当による利益還元を中心に実施している。配当水準に関しては前述の中期目標にも記載されているように、業績の進展状況に応じて、将来の事業展開と経営基盤の強化のために必要な内部留保を確保しつつ、配当性向 30% 以上を目途として利益還元していく方針を示している。2016 年 3 月期は前期比 3.5 円増配の 41.0 円（配当性向 31.3%）と 2 期連続の増配を予定しているが、業績が会社計画を大幅に上回る場合には、配当性向 30% を維持する範囲で更なる増配も期待される。

1株当たり配当金と配当性向



なお、同社は ROE や営業利益水準などによって毎年銘柄の見直しが行われる東証株価指数「JPX 日経インデックス 400」において、この 8 月に 3 度連続で選出されており、収益力、資本効率の高い企業として注目されている。

#### 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