

ティーガイア

3738 東証 1 部

2016 年 2 月 23 日 (火)

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

■ 商材・サービスの多様化に的確に対応するため 販売スタッフの教育や店舗投資に注力

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 12 月末現在、国内外で 2,168 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。

2016 年 2 月 10 日付で発表された 2016 年 3 月期第 3 四半期累計 (2015 年 4 月 - 12 月) の連結業績は、売上高が前年同期比 2.3% 減の 453,284 百万円、営業利益が同 1.2% 増の 9,808 百万円となった。携帯電話などの販売台数は過度な販売競争の沈静化や新機種の販売が想定を下回ったことなどにより、前年同期比 31 万台減の 340 万台となったものの、決済サービス事業他の利益増や全社的な業務効率化などの構造改革を継続した結果、増益を確保した。

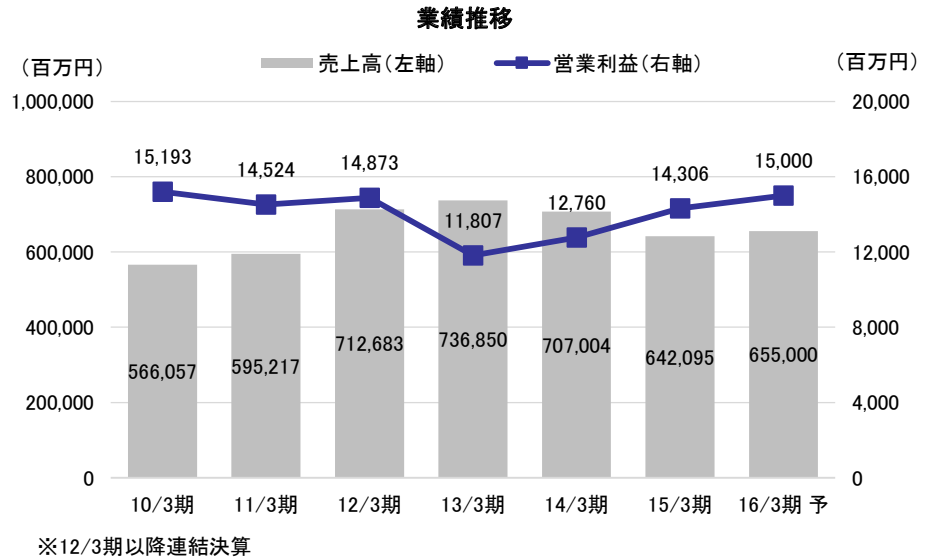
2016 年 3 月期の連結業績見通しは、売上高が前期比 2.0% 増の 655,000 百万円、営業利益が同 4.8% 増の 15,000 百万円と、期初計画を据え置いている。第 3 四半期までの通期計画に対する進捗率は売上高で 69.2%、営業利益で 65.4% となっており、年間最大の商戦期である期末を控えて、利益面での計画達成は射程圏内にあると考えられる。

総務省の指針により、スマートフォンの過度な値引き販売が抑制されるようになったことで、携帯電話販売業界は今後、販売店舗の淘汰が進むと見られる。生き残りのカギを握るのは、アクセサリ等の関連商材や光通信回線、電力や金融商品と言った、多様化が進む商材・サービスの取扱いをいかに拡大できるかがポイントとなる。同社では販売スタッフの教育や店舗投資に注力し、サービス品質を更に向上させることで販売力を高め、安定成長を目指していく戦略だ。

株主還元策として、配当性向 30% 以上の配当を維持していくことに加えて、新たに株主優待制度の導入を発表している。3 月末時点で 100 株以上保有の株主に対して、スマートフォン向けアクセサリ専門ショップ「Smart Labo」用ギフトカード (3,000 円分) を贈呈する。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おり、株主優待も含めた投資利回りは 2016 年 2 月 10 日の株価 (1,223 円) を基準にすると 5% 台となる。

■ Check Point

- ・ 16/3 期 3Q は微減収増益、決済サービス事業他セグメントが増益に貢献
- ・ 同累計期間の利益はほぼ会社計画並み、期末商戦に注力し通期計画達成を目指す
- ・ 携帯電話以外の商材・サービスを拡充し、収益源の多様化を進める

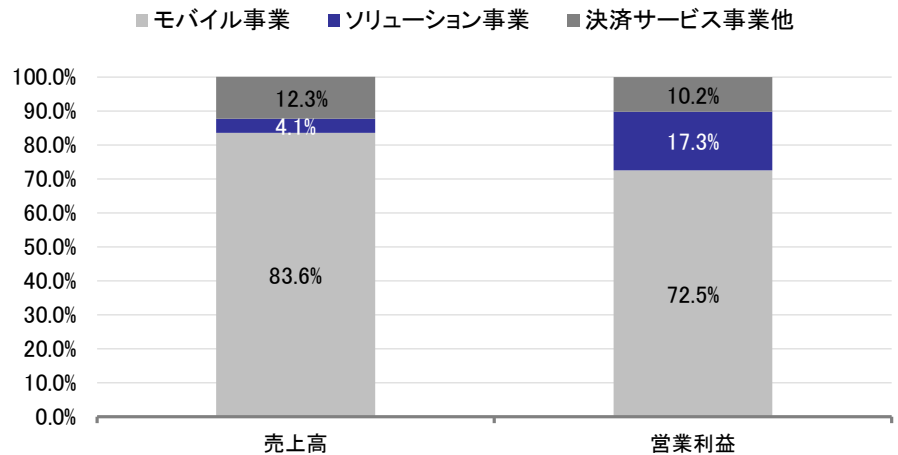


■ 事業概要

決済サービス事業他のギフトカード取扱高は年率 2 ケタ成長が続く

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ぎ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。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 3Q累計)

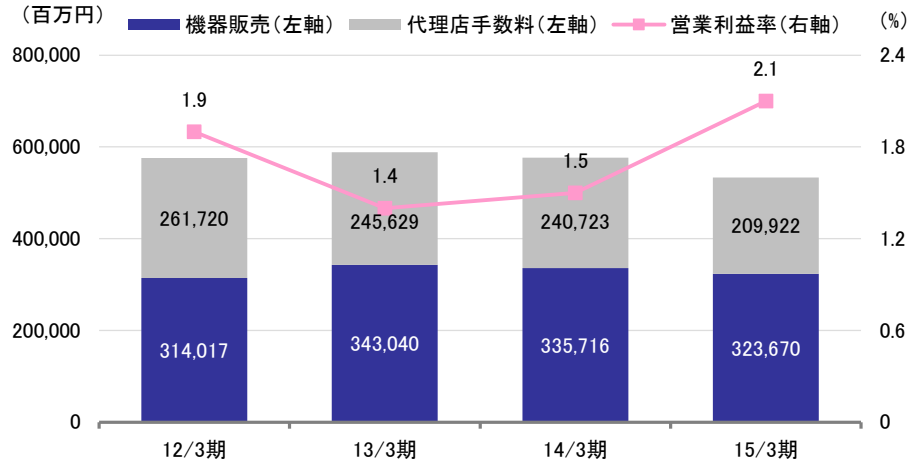


2016 年 2 月 23 日 (火)

○モバイル事業

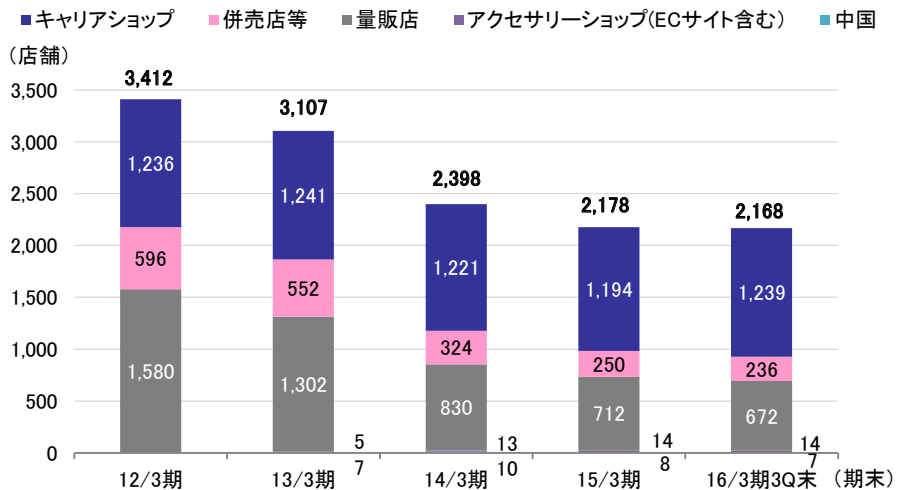
モバイル事業の売上高は、コンシューマ向けの携帯電話やタブレット端末、アクセサリ等関連商材の機器販売と、各通信キャリアとの代理店契約に基づき、サービスの対価として得られる手数料収入からなる。売上構成比で見ると、2015 年 3 月期で機器販売が約 6 割、代理店手数料収入が約 4 割となっており、ここ数年は機器販売の比率が緩やかに上昇している。タブレット端末やアクセサリなど新規商材の販売が拡大していることが一因とみられる。売上高営業利益率に関しては、携帯電話などの契約実績やキャリアの手数料施策の影響を受けるが、販路の適正化や業務効率化などが奏功し、ここ数年は上昇傾向にある。

モバイル事業売上高と営業利益率



2015 年 12 月末の販売拠点数（二次代理店含む）は、全体で 2,168 店舗と前期末比で 10 店舗の減少となった。販売拠点数の内訳を見ると、キャリアショップが 1,239 店舗、併売店など（複数キャリアの端末を販売）が 236 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



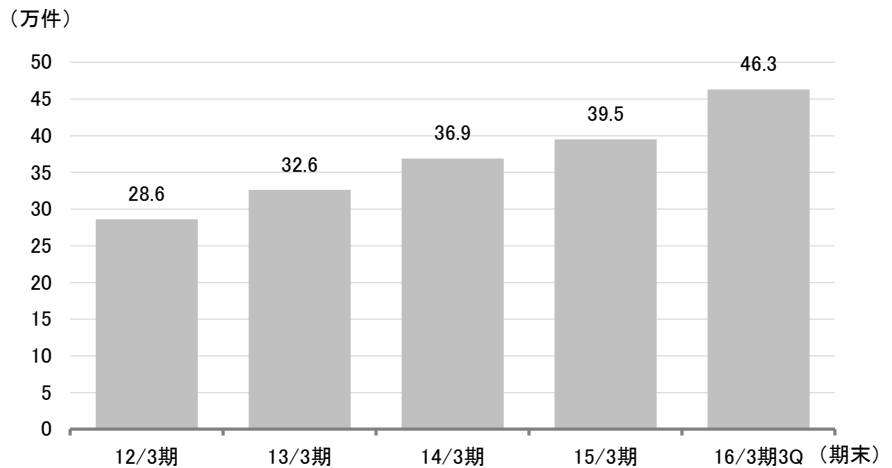
2016 年 2 月 23 日（火）

○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・回線管理サービスなどのソリューションサービス、法人・個人を対象とする FTTH など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の利用状況の管理、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 12 月時点での ID 数は 46.3 万件と順調に拡大している。

movino star 契約ID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などを通じての 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 12 月末の取扱店舗数は約 55,200 店舗（その他シンガポールに約 570 店舗）となっている。取扱商材は、Amazon、BitCash、iTunes など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。ここ最近では PIN からギフトカードへ需要がシフトしているため、見かけ上の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、総取扱高は順調に伸びている。

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 7 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 3Q は微減収増益、決済サービス事業他が増益に貢献

(1) 2016 年 3 月期第 3 四半期累計業績の概要

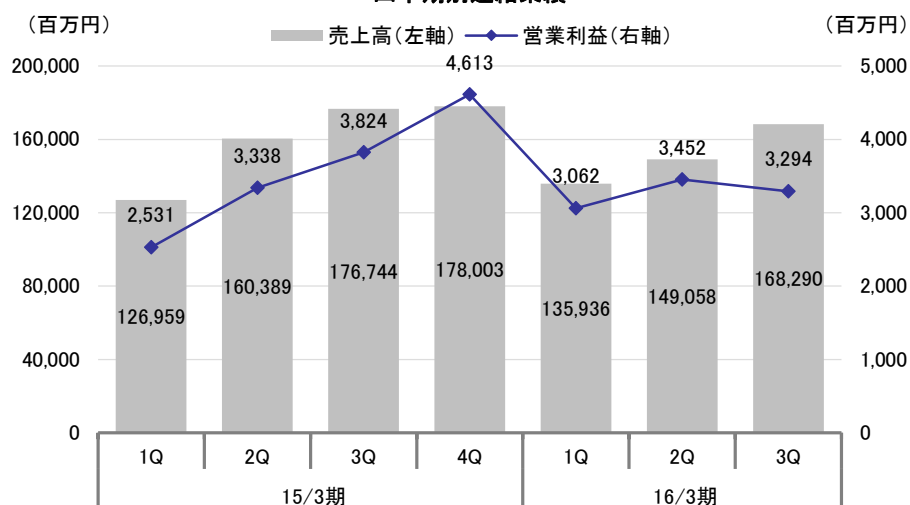
2016 年 3 月期第 3 四半期累計の連結業績は、売上高が前年同期比 2.3% 減の 453,284 百万円、営業利益が同 1.2% 増の 9,808 百万円、経常利益が同 1.5% 増の 9,785 百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益が同 10.4% 増の 5,888 百万円と微減収増益となった。売上高については、携帯電話等の販売台数減少や決済サービス事業における販売構成比の変化などが影響して僅かながら減収となったが、利益面ではタブレット端末やスマートフォン等関連商材の売上拡大や全社的な業務効率化等の構造改革の継続に加えて、主として決済サービス事業他の利益増により増益となった。

2016 年 3 月期第 3Q 累計業績 (連結)

(単位: 百万円)

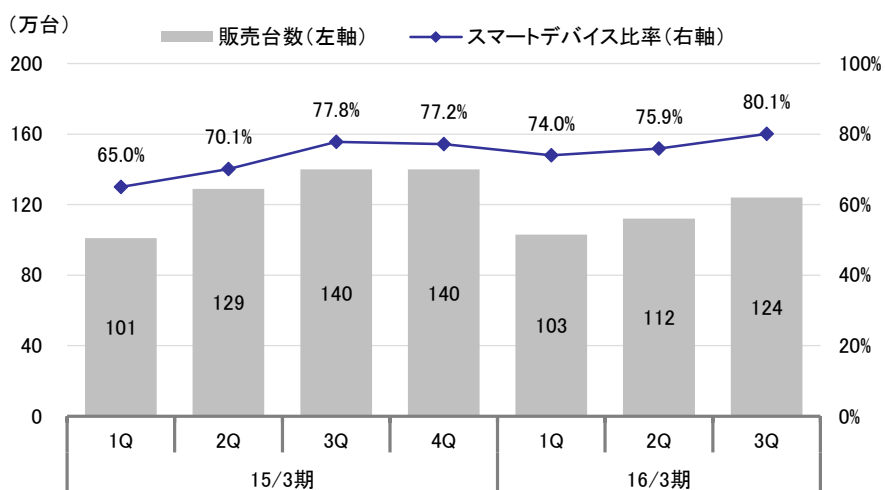
	15/3 期 3Q 累計		16/3 期 3Q 累計			
	実績	対売上比	実績	対売上比	前年同期比	進捗率
売上高	464,092	-	453,284	-	-2.3%	69.2%
売上総利益	44,776	9.6%	45,099	9.9%	0.7%	71.0%
販管費	35,082	7.6%	35,291	7.8%	0.6%	72.8%
営業利益	9,693	2.1%	9,808	2.2%	1.2%	65.4%
経常利益	9,637	2.1%	9,785	2.2%	1.5%	65.7%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	5,333	1.1%	5,888	1.3%	10.4%	65.4%

四半期別連結業績



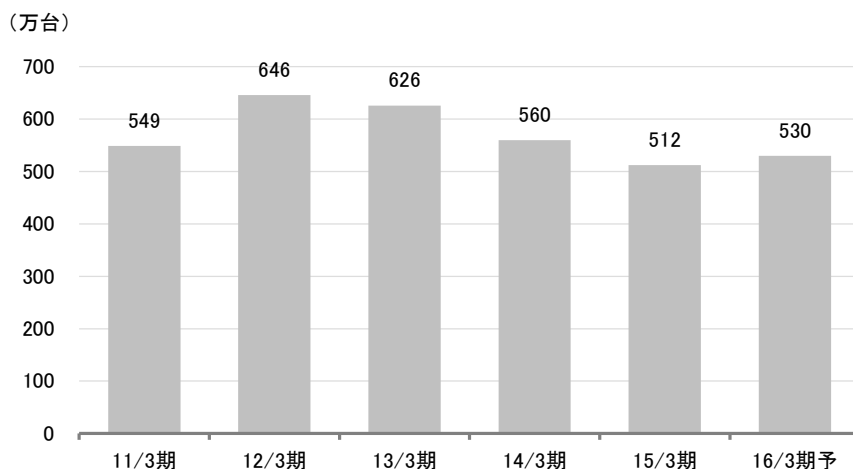
携帯電話等の販売台数を四半期ベースで見ると、第 3 四半期は第 1 および第 2 四半期を上回ったが、前年同期比では 16 万台減の 124 万台となった。iPhone 等の新機種の販売が想定を下回ったことが主な要因だ。なお、全体の販売台数に占めるスマートデバイス (スマートフォン、タブレット端末) の比率は、第 3 四半期で約 80% まで上昇している。

携帯電話等販売台数とスマートデバイス比率



(2) 事業別動向

携帯電話等販売台数

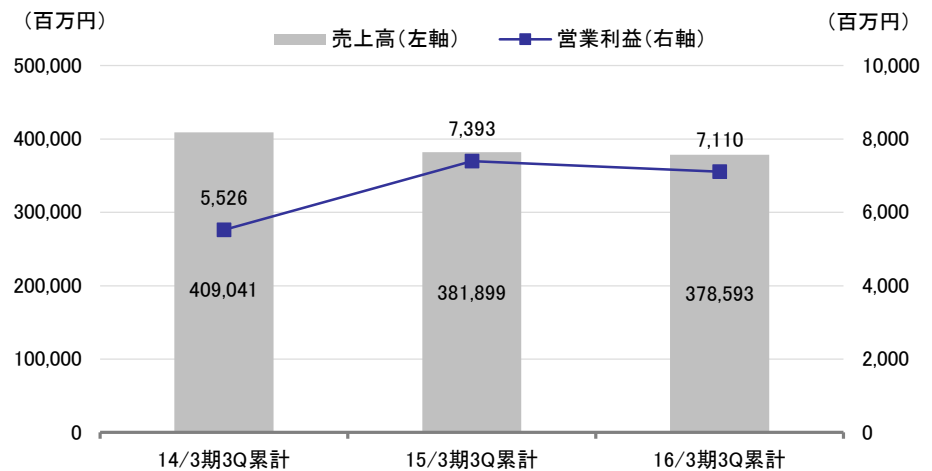


注: Wi-Fi タブレット端末も含む

○モバイル事業

モバイル事業の第 3 四半期累計売上高は前年同期比 0.8% 減の 378,593 百万円、営業利益は同 3.8% 減の 7,110 百万円となった。携帯電話等の販売台数が前年同期比 31 万台減の 340 万台と減少したことが響いたが、アクセサリなど関連商材が同 33% 増収と好調を維持したほか、店舗運営における業務効率化や生産性向上に注力してきたことで、収益性は維持した格好だ。

モバイル事業の業績推移



タブレット端末に関しては前期から直営キャリアショップを中心に販売提案力を強化してきたことに加えて、当期は二次代理店でも提案ノウハウの共有化を進めた効果が出ており、販売台数は前年同期比 17% 増となった。また、スマートフォン向けアクセサリショップ「Smart Labo」も売上高の増加傾向が続いており、前年同期比 32% 増と好調に推移した。ケースや保護フィルム等の販売増に加えて、高価格帯のヘッドフォンやデータバックアップ用のデバイス等の需要も増加しており、客単価も高水準が続いている。ほとんどの店舗で単月黒字を達成しており、2012 年に事業を開始して以降、今期の業績は最も堅調に推移している。なお、2015 年 7 月に出店した「Smart Labo なんば戎橋店（大阪）」では、同社で初めて SIM フリー端末や SIM カードの販売を開始している。認知度の上昇により販売台数も徐々に増加傾向となっており、顧客層も主婦や高齢者など幅広い層に広がっているようだ。今後は関東エリアでも、SIM 関連商材を取り扱う店舗を展開することを検討している。

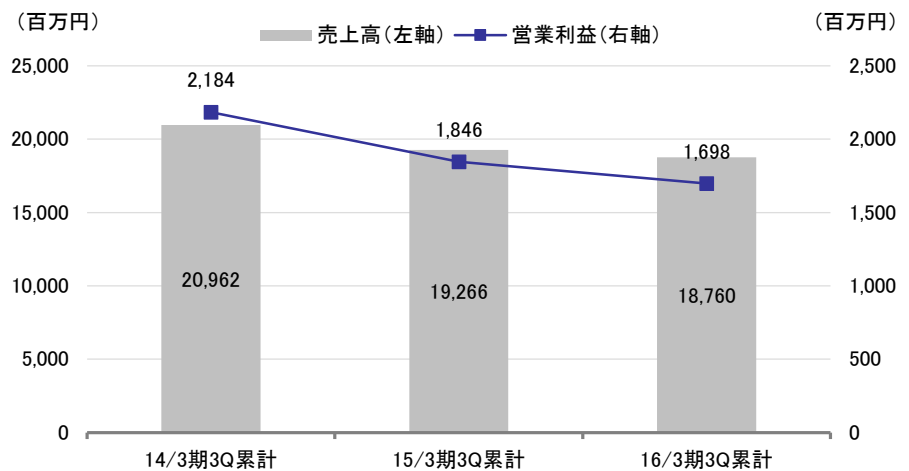
ソリューション事業

ソリューション事業の第 3 四半期累計売上高は前年同期比 2.6% 減の 18,760 百万円、営業利益は同 8.0% 減の 1,698 百万円となった。法人顧客向けの携帯電話等の販売台数は 13.6 万台と前期並みで推移したものの、固定回線系商材において光コラボレーションモデルへの移行等に伴う、従来型の FTTH 等光回線サービスの販売減少が減収要因となった。利益面では、2015 年 11 月からサービス内容を大幅に刷新した「movino star」（法人向け通信回線一括管理サービス）のシステム開発コストや販売体制強化のための人財コストなどが第 3 四半期に増加したことが影響した模様。

「movino star」では従来、通信回線付き端末を対象としてきたが、新サービスでは回線なし端末（Wi-Fi 端末等）やソフトウェアのライセンス情報なども管理サービスの対象として広げた。また、サービス機能として高度な分析機能を加えたほか、購買機能の充実やユーザーインターフェイスの変更（操作性の向上）などによって、利便性を大幅に向上させている。同社では今回のサービス刷新によって、新規顧客の開拓だけでなく既存顧客における管理端末数の増加といった効果なども見込んでいる。12 月末の契約 ID 数は 46.3 万件と 9 月末の 41.5 万件から順調に拡大しており、2016 年 9 月末には 50 万件を目指している。

一方、固定回線系商材については、ISP 光などの光コラボサービスや自社ブランドサービスとなる「TG 光」などの取り扱いが着実に増加している。また、2015 年秋には、法人・店舗向け Wi-Fi サービス「TG Wi-Fi」や「TG 光」の付帯サービスであるインターネット接続サービス「TG.NET」の提供を開始しており、今後の契約増が期待される。

ソリューション事業の業績推移

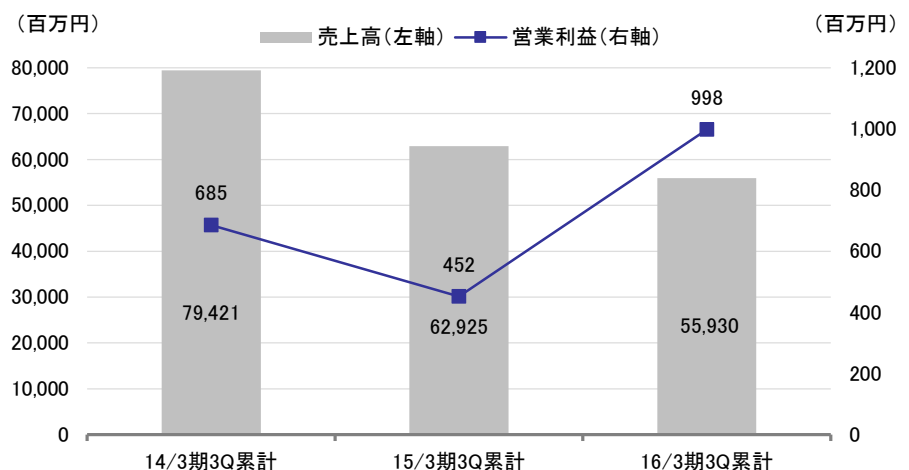


○決済サービス事業他

決済サービス事業他の第 3 四半期累計売上高は前年同期比 11.1% 減の 55,930 百万円、営業利益は同 120.8% 増の 998 百万円と大幅な増益となった。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、コンビニエンスストア以外の小売店への販路開拓もあってギフトカードの取扱高は前年同期比 19% 増と拡大基調が続いており、PIN 系商材とギフトカードを合わせた総取扱高でも前年同期を上回っている。

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継続していることが挙げられる。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などにより管理コストを低減したことで、店舗ベースの損益が黒字化するなど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

期末商戦に注力し通期計画達成を目指す

(1) 2016 年 3 月期連結業績見通し

2016 年 3 月期の連結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。第 3 四半期までの通期計画に対する進捗率を見ると、売上高が 69.2%、営業利益が 65.4% となっているが、利益面ではほぼ会社計画並みで推移している模様で、通期計画の達成に向けて年間最大の商戦期である期末商戦に注力していく。

2016 年 3 月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	15/3 期		16/3 期			
	実績	対売上比	会社計画	対売上比	前期比	計画進捗率 (3Q終了時点)
売上高	642,095	-	655,000	-	2.0%	69.2%
売上総利益	61,984	9.7%	63,500	9.7%	2.4%	71.0%
販管費	47,677	7.4%	48,500	7.4%	1.7%	72.8%
営業利益	14,306	2.2%	15,000	2.3%	4.8%	65.4%
経常利益	14,194	2.2%	14,900	2.3%	5.0%	65.7%
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%	65.4%

第 4 四半期については、季節要因で例年販売台数が伸びる傾向にあるが、2016 年は総務省が「スマートフォンの料金負担の軽減及び端末販売の適正化に関する取組方針」を策定し、携帯電話事業者への要請を行ったことから、過度な値引き競争は 2016 年 2 月以降、手控えられるようになっている。こうした動きを見越して、1 月にはスマートフォンを購入する動きが活発化したものの、1～3 月で見れば販売市場が若干冷え込む可能性がある。一方で、2 年前の 2014 年 3 月は携帯電話事業者の販売施策変更に伴う駆け込み需要が発生し、販売台数のピークを付けた時期でもあることから、2 年経過後の潜在的な買い替え需要そのものは大きく、こうしたユーザー層がどのように動くかで販売台数も変わってくるとみられている。加えて、機種変更ユーザーを優遇する施策が通信キャリアから打ち出されてきており、販売の下支えも見込まれている。このような環境下、売上高については計画を下回る可能性があるが、利益面では 2016 年第 3 四半期までの進捗が会社計画並みであることから、通期の計画達成も射程圏内にあると考えられる。

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。第 4 四半期の携帯電話等の販売市場次第ではあるが、タブレット端末やアクセサリ等関連商材の売上は引き続き好調に推移しており、利益ベースでの計画達成は十分可能とみられる。

2016 年 2 月 23 日（火）

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 百万円と増収増益を計画している。第 3 四半期会計期間における携帯電話等の販売台数はやや伸び悩んだが、法人顧客向けのモバイルソリューションについて期末需要が想定されることから、端末に付随するソリューションサービスの提供機会も増加する見通しだ。加えて、サービスを刷新した「movino star」による新規顧客開拓並びに既存の顧客基盤の拡大や、固定回線系商材である「TG 光」、「TG Wi-Fi」「TG.NET」など新たな自社ブランドサービスの販売、及び第 4 四半期からサービスを開始した「TG 光」の再卸事業も有力電設会社と代理店契約が進んでいる模様で、計画達成を目指していく考えだ。

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 百万円となる計画。売上高については PIN カードからギフトカードへの需要シフトが続いていることが減収要因だが、取扱高ベースでは前年同期を上回り堅調に推移しているとみられる。第 4 四半期も販路の拡大等により決済サービス事業の伸びが見込まれるほか、海外事業についても中国、シンガポールとも引き続き収益が改善傾向にあり、通期でのセグメント計画達成を目指していく。

事業セグメント別売上高および営業利益

(単位：百万円)

	15/3 期	16/3 期予	前期比
セグメント別売上高			
モバイル事業	533,593	550,000	3.1%
ソリューション事業	26,263	27,000	2.8%
決済サービス事業他	82,238	78,000	-5.2%
合計	642,095	655,000	2.0%
セグメント別営業利益			
モバイル事業	11,123	10,700	-3.8%
ソリューション事業	2,498	2,850	14.1%
決済サービス事業他	684	1,450	112.0%
合計	14,306	15,000	4.8%

携帯電話以外の商材・サービスも拡充し、収益源の多様化を進める

(2) 成長戦略

国内の携帯電話等市場は、普及率の上昇によって成熟期を迎えており、販売台数についての成長が見込みにくくなるなかで、今後は販売代理店間の競争がますます激化し、集約が進んでいくものと予想される。こうしたなかで、生き残りのカギを握るポイントとしては、携帯電話以外の商材をいかに拡充し、収益源の多様化を進めていくことができるかにかかっていると言えよう。

2015 年には NTT<9432> の光回線の卸販売が解禁されたことで、「光コラボ（レーション）」サービスが新たな商材として加わったほか、電力小売自由化を踏まえて 2016 年 4 月からは電力サービスも提供が開始される予定となっている。また、2016 年後半からドコモショップで生命保険の販売も開始する予定となっている。生命保険の販売に関しては資格が必要となるため、保険を取り扱うドコモショップには有資格者が配置される格好となる。さらに食品・飲料や日用品なども含めて、今後携帯電話販売店では益々多様な商材を扱うようになり、これらの商材・サービスの契約をいかに獲得できるかが、店舗の収益力に影響する時代が到来することになる。

2016 年 2 月 23 日（火）

こうしたなか同社では、スマートフォンやタブレット端末、各種アクセサリ、光回線や電力サービスに至るまで多種多様な商品・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に最も注力している。ショップ店員の教育・研修機関として 2012 年に「TG アカデミー」を開校し、新人教育からスキルアップ、キャリアアップなどに必要となる各種プログラムを体系化し、人財教育を進めてきた。2014 年には各直営キャリアショップに教育・研修を実施するトレーナーを 1 名以上配置できる体制を構築しており、業界の中でも人財教育に関して積極的な投資を進めてきた企業と言える。また、優秀なスタッフについては正社員への登用も進めている。こうした人財教育によるショップ店員のスキル向上によって、新規商材・サービスの販売も積極的に拡大していく方針だ。

また、店舗戦略についても既存店舗の移転や改装、大型化などの拡充を積極的に推進していく。店舗を大型化することで、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、ラインナップ充実による売上増加等が見込まれる。また、地域特性に合ったコンセプトを生かした店舗づくりによって、顧客満足度や集客力の向上につなげていく。こうした人財投資や店舗投資を積極的に推進することで店舗当たりの収益力強化を図り、持続的成長を目指していく戦略だ。

その他、新たな取り組みとして「Smart Labo メンバースカード&アプリ」の発行を 2016 年 4 月より開始する。「Smart Labo」各店舗と EC サイト「Smart Labo ONLINE」で使用可能な、ハウスカード及び専用アプリで、プリペイドカード機能や商品購入時のポイント付与に加え、アプリでは各種クーポンやおトク情報などがプッシュ通知で届くといったサービスを受けられる。同サービスの開始によって、リピート客や新規顧客の獲得による売上げ増加が期待される。

なお、同社は 2015 年 11 月に 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

2016 年 2 月 23 日 (火)

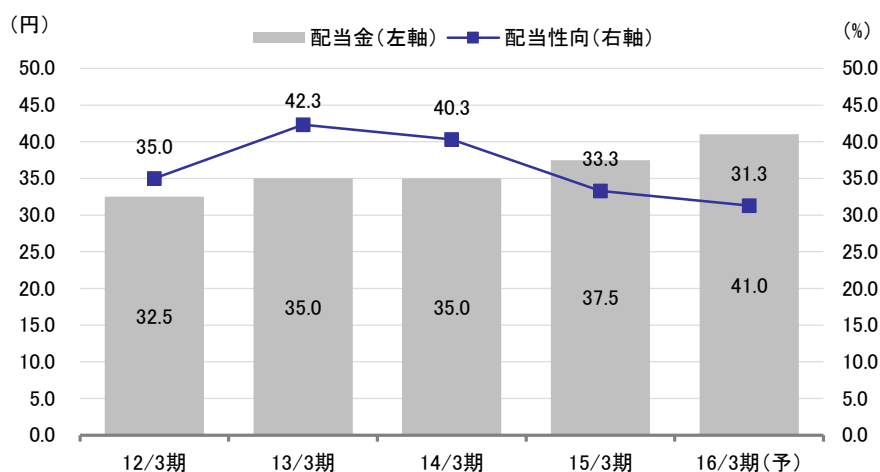
■ 株主還元策

内部留保を確保しつつ、配当性向 30% 以上を目途に利益還元

株主還元策としては、配当による利益還元に加えて今回、新たに株主優待制度の導入を発表した。3 月末の単元株（100 株以上）保有の株主に対して、同社が運営するスマートフォン向けアクセサリショップ「Smart Labo」や EC サイト「Smart Labo ONLINE」で利用可能な「Smart Labo ギフトカード」（3,000 円分）を贈呈する。

配当に関しては、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に変更はない。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。2016 年 2 月 10 日時点の株価（1,223 円）を基準とした投資利回りで見ると、株主優待と合わせて 5% 台となり、魅力的な水準と言えよう。

1株当たり配当金と配当性向



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・表示したのですが、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