アクトコール

6064 東証マザーズ

Company Research and Analysis Report
FISCO Ltd.
http://www.fisco.co.jp

2012年9月20日（木）

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

■業績の急拡大で過去最高業績を達成へ

7月に東証マザーズに新規上場。賃貸住宅利用者向けに住まいに係わるトラブルを解決する、会員制の緊急駆けつけサービスを提供している。5月末現在で会員数は334千人、民間賃貸市場でのシェアは2.5%の水準で、今後の成長余地は大きい。コールセンター事業やテナント出店代行事業などの周辺ビジネスも直近1年間で相次いで立ち上がる。

ガス漏れ、水漏れ、カギの紛失など住まいに係わるトラブルを24時間、365日体制でサポートする「アクト安心ライフ24」サービスが好調だ。2007年10月に同サービスを開始して以降、年率2ケタ増ペースで会員数が拡大。2012年5月末で会員数は334千人と2011年11月末の293千人から半年で13.9%増加した。これを受け、2012年11月期の第2四半期（12-5月期累計）決算は売上高が前年同期比33.4%増、経常利益が同193.2%増と急拡大している。下期以降も順調に会員数は増加しており、通期業績は売上高が前期比20.5%増の1,706百万円、経常利益が同124.5%増の301百万円と2011年11月期に記録した過去最高業績を大幅更新する見通しだ。

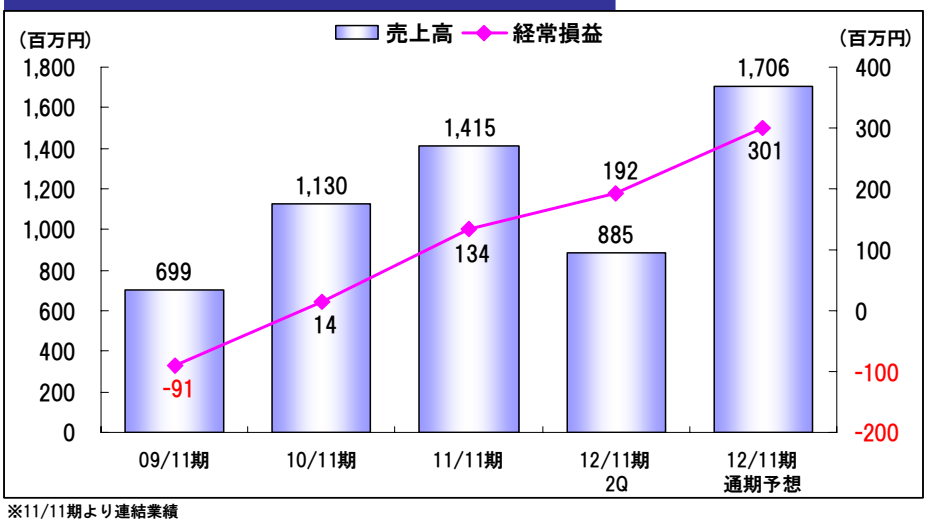
「アクト安心ライフ24」は2年契約の初回全額納入制であったが、同社ではサービス内容もほぼ同様にした月額サービス「緊急サポート24」を2011年7月に開始した。同サービスは入居者に対する月額家賃もしくは管理費に含んだ形での請求形態も可能であり、賃貸管理会社や不動産オーナーの契約ニーズも強いことから、賃貸物件に入居する契約者の多くを会員に取り込むことも可能となる。また、他の不動産会社のブランド名でOEM提供もできることになり、今後一段の会員者数拡大が期待できそうだ。

さらには子会社でテナント市場にも参入。「Tenant+（テナントプラス）」というポータルサイトを立ち上げ、テナント出店代行事業も立ち上げた。今後はテナント向けの緊急駆けつけサービスも開始したい考えだ。緊急駆けつけサービスが始まってまだ10年も立っておらず、市場は今後飛躍期入りすることが予想されるだけに、同社の今後の展開が注目されよう。

■Check Point

- 活発な事業展開をみせ2012年7月に東証マザーズへ上場
- 代理店事業を除くすべての事業の売上が順調
- 利益剰余金が黒字化する上場1期目から配当実施の可能性

売　上　高　・　経　常　損　益　の　推　移



※11/11期より連結業績

■会社概要

活発な事業展開をみせ2012年7月に東証マザーズへ上場

(1) 会社沿革

アクトコール<6064>は現代表取締役社長である平井俊広氏によって2005年1月に設立された会社で、賃貸不動産の「住居提供者」と「住居利用者」の双方に貢献する商品・サービスの提供を事業コンセプトに掲げている。「住居提供者」には新たな付加価値事業と業務効率化を提案し、また、「住居利用者」には「安心、安全、快適、便利」な生活を支援する商品、サービスの提供を行っている。

会社設立時の社名は全管協サービスとなっている。これは平井氏が現在の主力事業である緊急駆けつけサービスを世の中に広めていくにあたって、最初にビジネス提案をしにいった全国賃貸管理ビジネス協会から名前をとったものである。同協会は賃貸管理業者が管理業の近代化、入居者の保護や家主の便益向上などを目的に設立された任意団体で、現在は全国で1200～1300社の会員が在籍する。賃貸居住者向けサービスを広めるにあたっては、同協会で賛同を得て事業展開していくことが経営をスムーズに軌道に乗せる上では必須と考えたわけだ。また、同協会の理事からは会社設立にあたって出資も募っており、こうした経緯が会社名の由来となっている。なお、現在の社名「アクトコール」は、積極的・意欲的・活動的・活発という意味のactiveやchallenge等の造語で、2006年11月に改称している。

設立当初は既に同様のサービスを展開していたジャパンベストレスキューシステム<2453>の「安心入居サポート」サービスの総代理店としてスタートしたが、ユーザーニーズによりマッチした独自のサービスプランを作り上げ、「アクト安心ライフ24」として2007年10月より自社の会員制サービスを開始した。同年11月には不動産管理会社向け電話代行サービス「アクシスライン24」を開始するなど、その他の関連するサービスも相次いで立ち上げている。なお、2007年12月にジェイビー総研を吸収合併しているが、同社も平井氏が1997年に設立した会社で、元々はジャパンベストレスキューシステムの総代理店やその他、全管協非加盟企業向けのサービスを行っていた。賃貸居住者向け緊急駆けつけ会員サービスを広めるにあたって、平井氏が新たに設立した会社が「全管協サービス」で、同事業が軌道に乗り始めたこともあって、ジェイビー総研を吸収合併したという流れになる。

2011年3月にはリロ・ホールディング<8876>の子会社であるリロケーション・ジャパンと資本提携し、社宅代行事業の一部業務を受託。同年7月には同社初の月額サービスとなる「緊急サポート24」の提供を開始している。また、9月には同社初の子会社となる「アンテナ」を設立し、テナント出店代行事業を開始、10月には自社コールセンターを発足するなど、ここにきて活発な事業展開をみせている。2012年7月には東証マザーズへ上場し、現在に至っている。

なお、代表取締役社長の平井氏について、インターネットの掲示板上で同氏が過去にビジネス上で、脱法行為を行っていたかのような憶測情報がながれているが、そのような事実はない。関わりがあるとすれば同氏が過去に経営していた会社と取引のある代理店社員が訪問販売法の法令違反を行っていたということだけであり、同氏とは無関係であることが確認されている。

■会社概要

沿革	
2005年 1月	株式会社全管協サービス設立〔資本金4,200万円、東京都港区〕
	株式会社賃貸管理ビジネスネットワークと業務提携
2006年 10月	日本放送協会「NHK放送受信契約」取次業務開始
11月	株式会社アクトコールへ社名変更
2007年 2月	本社を東京都新宿区に移転
8月	綜合警備保障株式会社と業務提携
10月	緊急駆けつけサービス「アクト安心ライフ24」サービス提供開始
	生活便利サイト「おうちでねっと」（アクト安心ライフ24会員限定）オープン
2007年 11月	不動産管理会社向けアウトソーシングサービス「アクシスライン24」サービス提供開始
12月	株式会社ジェイビー総研を吸収合併、資本金1億2,760万円とする
2009年 4月	賃貸ライフガイドブック「LISCO」vol.1を発刊
	「おうちでねっと」をリニューアル、新生活まるごと応援サイト「LISCOM」オープン
6月	西日本電信電話株式会社と提携、インターネット取次業務を開始
10月	株式会社リラックス・コミュニケーションズと業務提携
	福利厚生サービス「ACT Club Off」（アクト安心ライフ24会員限定）サービス提供開始
2010年 7月	シニア向け緊急駆けつけサービス「まごころ安心ライフ24」サービス提供開始
9月	コンシェルジュサービス「e暮らしコンシェル」サービス提供開始
2011年 3月	株式会社リロケーション・ジャパン（株式会社リロ・ホールディング100%出資）と資本提携
7月	同社初の月額サービス「緊急サポート24」サービス提供開始
9月	テナント出店代行事業を営む株式会社アンテナ設立
10月	自社コールセンター発足
2012年 7月	東証マザーズ上場

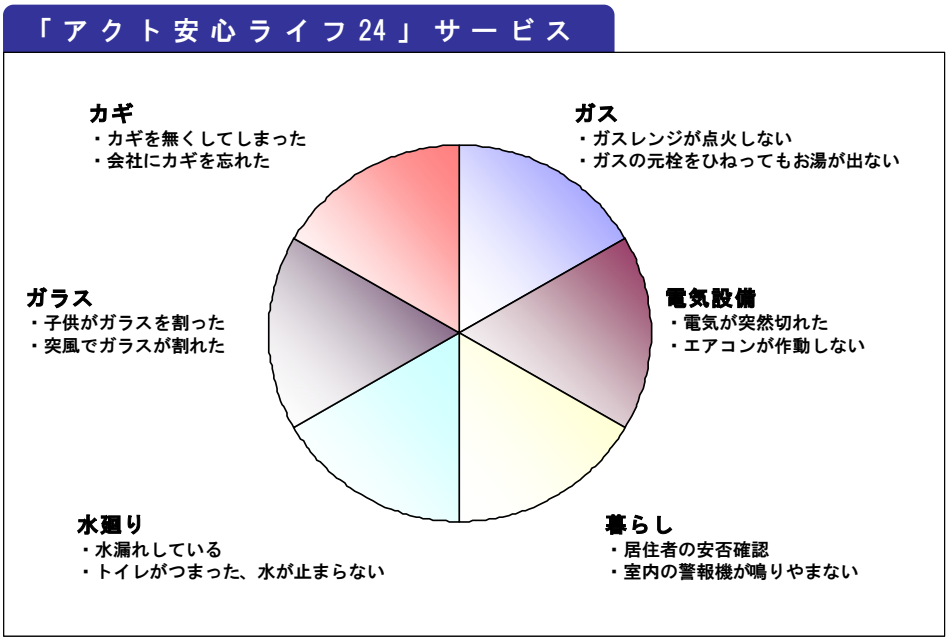
売上高の8割以上を会員制事業が占める

（2）事業概要

同社の事業概要は、売上高の8割以上を占める会員制事業と、その周辺事業である代理店事業、コールセンター事業、アライアンス事業、その他事業（テナント出店代行事業）とに分けられる。

会員制事業は賃貸住宅の利用者向けの会員制緊急駆けつけサポートサービスである「アクト安心ライフ24」（2年契約または1年契約）、それとほぼ同じ内容の月額サービス「緊急サポート24」がある。また、「緊急サポート24」サービスではオプションサービスとしてコンシェルジュサービスなどの付加サービスも用意されている。「アクト安心ライフ24」のサービス内容は図の通りで、「住まい」に係わる緊急の困り事などが発生した場合に、利用者が電話で同社コールセンターに対応を依頼し、その相談内容によって、実際に現場で処理作業を行う専門業者の手配を行う格好となる。コールセンターは24時間365日体制で対応している。2011年10月から自社のコールセンターを発足させているが、それ以前はアウトソーシングで対応していた。

■会社概要



出所：同社HPより引用

「アクト安心ライフ24」は当初、2年契約で料金は契約時一括支払いの格好をとっていた。ただ、契約期間の短いものを求める要望も多かったことから、2011年7月より「緊急サポート24」を、また、2012年1月より「アクト安心ライフ24」の1年版のサービスもスタートさせている。

「アクト安心ライフ24」と「緊急サポート24」の大きな違いは、直接の契約者が「住宅利用者」か「住宅提供者」（不動産管理会社、不動産オーナーなど）かということになる。「緊急サポート24」では、契約者が「住宅提供者」である不動産管理会社や不動産オーナーとなる。このため、同サービス料金は月々の家賃、あるいは共益費の一部という格好で徴収される事例が多いと想定される。

■会社概要

サービス料金は2年版が15,000円、1年版が8,000円、月額版が380円（いずれも税別）となっている。月額版が月当たりでみると安くなっているように見えるが、これは代理店（不動産管理会社等）への手数料が含まれていないため。例えば、2年版では代理店への手数料約6,000円、1年版では約4,000円が含まれた料金となっており、実質ベースでのサービス料金は殆ど変らない。また、「緊急サポート24」はOEMサービスとしても提供しており、不動産管理会社が自社ブランドで使用することも可能となっている。

なお、売上高の計上方法であるが、2年版は25か月で均等割り、同様に1年版は13か月で均等割りしてサービス提供期間にあわせて毎月売上高に計上している。貸借対照表上で前受収益が2012年5月末で短期長期あわせて1,445百万円計上されているが、この数字は契約金として一括入金されたもののうち、まだ売上高として認識されていない部分（＝残りのサービス期間に対応する売上高）の金額となっている。

同社にとっては、月額サービスのほうが賃貸住宅利用者のサービス加入率が高くなるため、同サービスの拡大に注力している。ちなみに、賃貸住宅入居者のサービス加入率は不動産会社での仲介件数の50%を切る位の水準であるのに対し、月額版はほぼ100%加入することになる。これは同サービスの直接的な契約者が不動産管理会社やオーナーであるため、入居契約時に既に共益費などの一部として同サービス料金が組み込むことが可能であるためだ。

コールセンターの対応における顧客満足度で業界No.1を目指す

代理店事業とは、賃貸住宅の利用者向けにNHKの放送受信契約やNTTフレッツ光のインターネット契約などの取次業務などを行っており、こうした付随商品に関わる売上高となる。

アライアンス事業とは、2011年3月に資本提携した社宅代行事業大手リロケーション・ジャパンの一部業務受託部分をいう。具体的には、リロケーション・ジャパンが行っている社宅代行事業のうち、社宅物件を提供する不動産会社の開拓・フォローなど不動産側の対応部分を同社が業務受託する格好となっている。リロケーション・ジャパンは全国に店舗、工場、事務所などを構える多数の企業を顧客としており、同社が介在することで地方物件の情報をより充実させるとともに、業務軽減につながっているようだ。また同事業の展開により不動産賃貸会社と強固な関係を築けるようになってきており、同社の不動産賃貸会社に対する立ち位置が変化してきている。

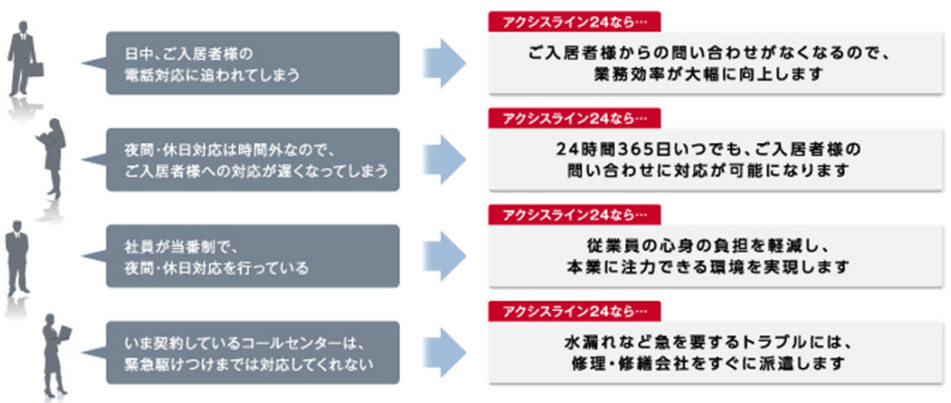
コールセンター事業に関しては、不動産管理会社向けのコールセンター対応及び、緊急駆けつけ対応サポートをする「アクシスライン24」のサービスを展開している。2011年10月に自社コールセンターを東京・新宿区に立ち上げた。都心にコールセンターを構えたのは、電話オペレーターの質を重視したため。同社ではコールセンターの対応に関して、顧客満足度で業界No.1を目指しており、そのための社内における研修体制に力を注いでいる。なお、同事業は自社の会員制サービス「アクト安心ライフ24」「緊急サポート24」の電話サポート部分も兼ねた事業となっており、コール数では6:4で自社会員向け、従量比では圧倒的に自社サービスの会員向けの比率が多くなっているが、今後は外部向けのサービスも増やしコールセンター事業としての収益貢献につなげたい方針。

■会社概要

「アクシスライン24」の概要

出所：同社HPより引用

「アクシスライン24」のメリット



出所：同社HPより引用

その他事業は、2011年9月に設立した子会社アンテナが行うテナント出店代行事業が含まれる。テナント出店代行事業とは、同社が2012年2月からスタートした事業で（同年6月にはポータルサイト「Tenant+」も稼働）、全国の不動産会社が提供するテナント物件情報と、出店希望者の情報をマッチングさせ、契約に結び付けることを目的とした事業だ。テナント関係の物件情報は信用問題もあることから、入退去に関わる情報をリアルタイムで取りづらい。こうした詳細な情報を希望するユーザーには専用のコールセンターでの情報提供も行っていく。不動産会社にとっては出店ニーズ情報の増加、取引契約数の拡大というメリットがあり、出店希望者にとっても迅速で的確な物件情報の入手が可能になるというメリットが生じる。

サービス料金としては入居希望者が成約した場合に支払う仲介手数料のほか、同サイトを利用する不動産会社が支払うシステム利用料（月額5万円）となる。また、同社では社宅代行事業で提携しているリロケーション・ジャパンとも協力し、企業の出店情報を得ていく考えで、現在は同サイトを利用する双方の会員数のボリュームを増やしている段階。2013年6月期以降、本格的に立ち上がることになろう。なお、同社ではこうしたビジネスモデルが業界初であることから、ビジネスモデルの特許を出願中である。

■会社概要

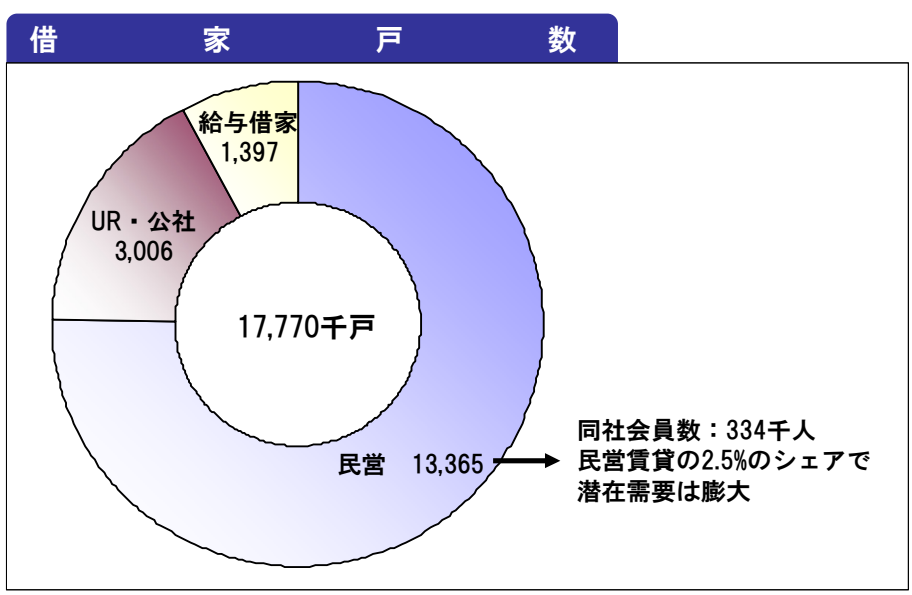
また、同社は会員制事業およびコールセンター事業において、提携不動産会社に対して会員（入居者）情報を管理する独自のASP管理システム「ACSYS」を提供しているが、同システムはビジネス特許を取得している（特許第5035974号/登録日2012年7月13日）。同システムによって、サービス提供対象の会員情報を不動産会社と共有し、コールセンターシステムと連動させることで、入居者の入電内容をリアルタイムに不動産会社と共有できるようになる。不動産会社は経過をすべて把握できるので、安心して入居者対応を同社にまかせることができるというメリットがある。

緊急駆けつけサービスにおいて市場の裾野は膨大

（3）業界環境

同社の会員制事業で対象となる市場は、賃貸住宅のなかでも民間部分の賃貸住宅件数が対象となってくる。現在、民営の賃貸住宅戸数は1,300万戸超となっており、同社の会員数334千人を割れば、市場シェアは2.5%とまだまだ低い。業界で同様の事業を行っているトップ10社をあわせてもシェアは10%に満たないとも言われており、まだまだ緊急駆けつけサービスそのものが賃貸不動産業界に広く浸透しているとは言い難い状況にある。

ただし、不動産賃貸業界では人口の減少に伴い全体のパイが縮小していくなかで、いかに顧客サービスを充実して空室率を下げていくかということが経営課題となっており、そのなかで「緊急駆けつけサービス」のようなサポート体制がサービスメニューとして付加されていることは、他社との差別化を図る上で効果的な手段の一つであることは言うまでもない。一方で、こうしたサービスを不動産賃貸管理会社が自前で行うことは、人件費負担の増大にもつながるだけに難しいのが実情で、必然的に同社のような専門業者にアウトソーシングする流れが今後、加速していくことは想像に難くない。ちなみに、同業他社としてはジャパンベストレスキューシステムが会員数50万件超とトップとなっている。サービス開始時期が同社よりも早かったためだが、市場の裾野は膨大で今後シェアが逆転する可能性も十分あると言える。



出所：総務省、平成20年・土地統計調査

■決算動向

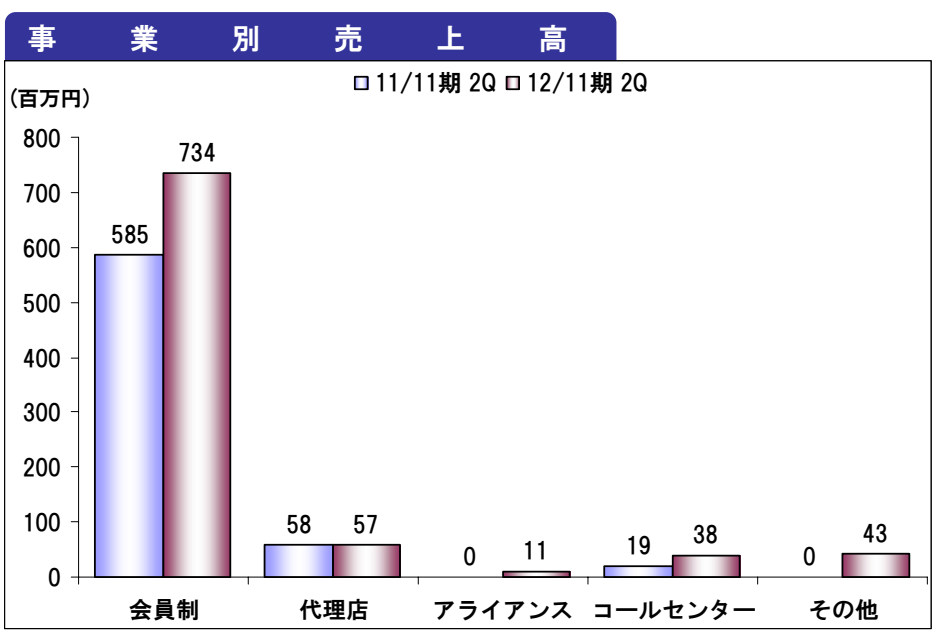
代理店事業を除くすべての事業の売上が順調

(1) 2012年11月期の第2四半期決算

同社が7月13日に発表した2012年11月期の第2四半期(12-5月期累計)の連結業績は、売上高が前年同期比33.4%増の885百万円、営業利益が同194.8%増の192百万円、経常利益が同193.2%増の192百万円、当期純利益が同297.0%増の93百万円と大幅な増収増益決算となった。主力の会員制事業が同25.4%増の734百万円と好調に推移したことに加えて、代理店事業を除くすべての事業の売上が順調に推移。コールセンター立ち上げに伴う人件費増やシステム開発費用増などを吸収して、営業利益率は21.8%と過去最高を記録した。

第2四半期の業績推移(単位:百万円)

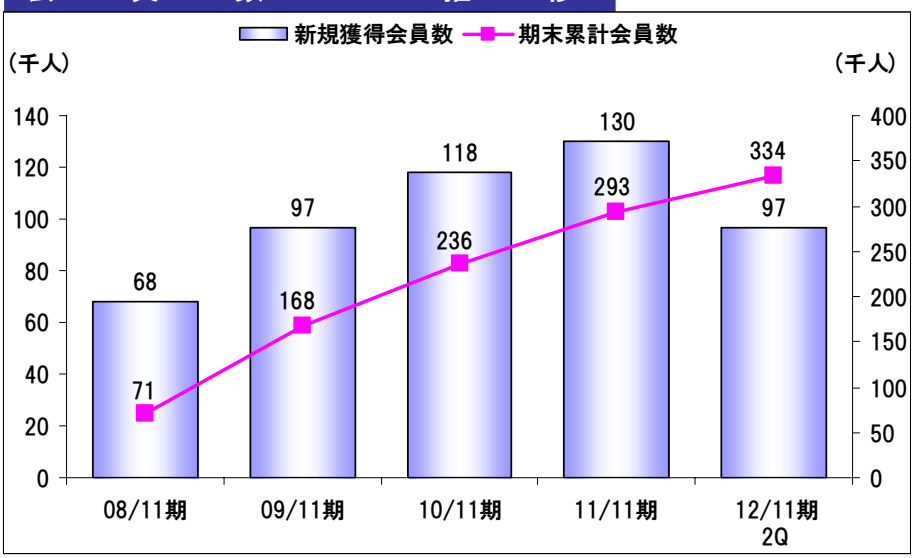
	11/11期 2Q	12/11期 2Q	伸び率
売上高	663	885	+33.4%
売上原価	303	355	+17.2%
(対売上比)	45.7%	40.1%	
販管費	295	338	+14.6%
(対売上比)	44.5%	38.2%	
営業利益	65	192	+194.8%
(対売上比)	9.8%	21.8%	
経常利益	65	192	+193.2%
(対売上比)	9.9%	21.8%	
当期利益	23	93	+297.0%
(対売上比)	3.5%	10.6%	



■決算動向

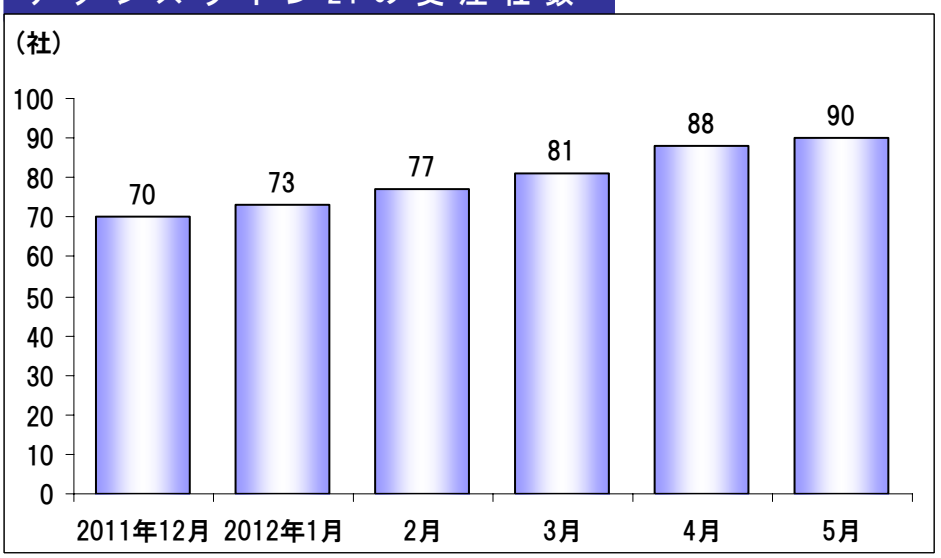
会員制事業では、2012年5月末時点での累計会員数が334千人となり、順調に拡大している。半年間の新規獲得会員数でも97千人と前年を上回るペースとなっており、年を追うごとに新規の獲得会員数も拡大していることが窺える。会員数拡大の背景には、前述したように市場での認知が広まってきたことに加えて、サービスプランも月額制プランや1年プランと充実させた効果があると思われる。特に、同社が最も注力している月額プランの5月末の会員数は25千人と昨年7月のサービス開始以降、順調に拡大している。ちなみに、今年1月からスタートした1年プランの会員数は数千人レベルとなっている。

会員数の推移



一方、コールセンター事業においても、不動産管理会社向けのコールセンター事業「アクシスライン24」の受託社数が5月末時点で90社に達するなど、順調に拡大している。

アクシスライン24の受注社数



■決算動向

新規事業として2011年以降立ち上げたアライアンス事業では、リロケーション・ジャパン向けの受託業務が稼働し、売上が立ちはじめている。また、5月9日に社宅サミットを同社が企画して開催。社宅代行事業会社14社と不動産会社94社が参加し、情報交換会の場を設けるなど、業界の活性化につながるよう積極的な取り組みをみせており、社宅代行事業に関わらず、事業上シナジーのある企業との提携は取り組んでいく意向だ。

その他事業（テナント出店代行事業）においても、2012年2月よりスタートした「Tenant+（テナントプラス）」の加盟店が順調に増加しており、月額利用料収入が売上げとして寄与し始めている。

通期業績は計画を若干上回る可能性

（2）2012年11月期見通し

2012年11月通期の連結業績見通しは、売上高で前期比20.5%増の1,706百万円、営業利益で同163.4%増の351百万円、経常利益で同124.5%増の301百万円、当期純利益で同250.6%増の170百万円、1株当たり当期純利益（EPS）で149.26円が予想されている。

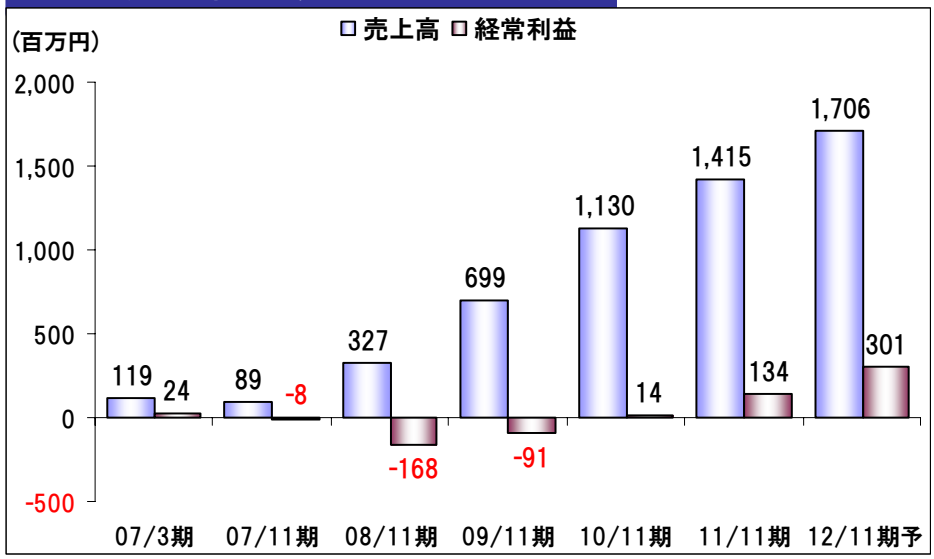
2012年11月期の連結業績見通し（単位：百万円）

	11/11期	12/11期予	前期比
売上高	1,415	1,706	+20.5%
営業利益	133	351	+163.4%
経常利益	134	301	+124.5%
当期純利益	48	170	+250.6%
1株当たり当期純利益（円）	49.51	149.26	+201.5%

会員制事業における期末会員数は360千件を目標としている。5月末対比で26千件の上積みとなるが、第2四半期までの加入ペース（97千件）からみれば、十分射程圏内の数値と言えよう。通期計画に対する第2四半期までの進捗率は、売上高が51.9%、営業利益が54.8%と良好であり、今後市場環境に大きな変化が起こらなければ、通期業績は計画を若干上回ってくる可能性が高いと弊社ではみている。なお、営業外収支が通期で若干悪化する格好となっているが、これは株式上場に係わる費用計上があるためだ。

■決算動向

通　期　業　績　の　推　移



※11/11期より連結業績

■今後の戦略

「借家」市場での売上拡大と「持家」市場への進出を目指す

(3) 今後の戦略

同社では今後の戦略として、「中小零細企業」「自主管理家主」に向けたサービス展開、「借家」市場での売上拡大に加えて「持家」市場への進出も目指していく方針だ。

既存事業での成長戦略として、従来は手薄だった中小・零細オーナー向け会員制事業の拡大を目指していく。その切り札となるのが、2012年1月に商品化した家財保険を組み合わせた「緊急サポート24」プランだ。外資系保険会社と共同で開発し、5月以降本格的な売り込みをスタートしている。

何故この商品が切り札になるかと言えば、賃貸不動産業界では賃借人が入居する際の契約時には家財保険に加入するが、保険の契約更新時に継続更新をしないケースが多いためだ。継続更新するかしないかは、賃借人の判断に委ねられているのが現状で、仮に契約が切れたあとに賃貸物件で火災などのトラブルが生じた場合、その費用負担はほぼ全額オーナーにかかってくることになり(保険契約を更新しない人は経済的余裕の少ない人が多いため)、経済的損失リスクが大きいためだ。このため、家財保険機能付きの月額プランサービスがあれば、入居時に契約の際に既に家賃または共益費の料金に家財保険のコストも組み込まれているため、賃借人が退去するまでは、家財保険に継続契約していることになり、もし火災が起きたとしても保険で対処できることになる。また、保険代理店登録がなくても商品売買が出来ることで、不動産オーナーの負担軽減にもつながる。

こうしたニーズが、とりわけ中小零細の不動産オーナーから強かったことも、同商品開発の背景にある。同社では今後、販路拡大のために全国の地域ごとで形成されている「家主の会」での説明会開催やインターネットの不動産オーナーのブログなどを活用しながら、周知広報活動を進めていく方針だ。前述したように民営の賃貸物件戸数は約1,300万戸程度あるが、このうちオーナー自らが管理をしている物件が約700万戸と半分以上を占めており、これらの物件も今後、同社商品を販売する対象市場として加わることになる(従来は不動産管理会社が管理をする物件約600万戸が対象であった)。

同社では販路先拡大のため営業マンの増強も進めていく方針で、正社員を年間15名程度のペースで増やしていく考えだ(2011年11月期末正社員数46名)。現在、営業マンは20名程度で、各営業マンは月曜日のみ本社に出社しミーティングに参加、火曜日からは個々の担当エリアに出張し、新規開拓を続けている。足を使って現場の要望を数多く聞きながら、商品企画開発に結び付けるといった手法は同社の強みの1つと言える。

また、新規市場としてはテナント企業向けの会員制サービスにも進出していく計画だ。現在、緊急駆けつけサービスは住居用のみだが、テナント出店代行事業も開始したことから、出店後のアフターサービスまで取り込むことも可能とみている。テナント企業側でも出店代行から出店後のサポートサービスまで含めたワンストップサービスに対するニーズは強い。現在、テナント向けの会員制サービスの商品を開発中で、2013年11月期の半ばぐらいの商品化を目指している。コスト試算などを含めた実証試験を今秋にも行う予定となっている。さらに将来的には、戸建て住宅や分譲マンションへの参入も視野に入れている。

■今後の戦略

一方、インフラ面では会員数の増加とともに、サービス提供基盤の強化を図る必要がでてくる。コールセンターの増強計画になるが、同社では2013年後半から2014年にかけて第2コールセンターを地方拠点において増設する計画を立てている。現在のコールセンターでノウハウを吸収した人材を第2コールセンターに配置することで、質の安定は維持することが可能と同社ではみている。人件費などコスト面では東京都心に比べて3割程度低く抑えることができるため、同事業の収益性も向上することが予想される。

同社では既存事業、並びに新規事業の拡大によって、2013年11月期末には累計会員数で500千件の獲得を目指していく。売上高では20%成長、営業利益率では25%の水準が目標となってこよう。

当面の経営課題としては新商品開発の効率化によるコスト低減、代理店事業における取扱い商材の拡大による売上高増、会員サイト(LISCOM)の利用率向上による住生活商品の売上高増などが挙げられる。

■株主還元とM&Aについて

利益剰余金が黒字化する上場1期目から配当実施の可能性

最後に株主還元策についてだが、同社では利益剰余金で黒字転化した段階で、その時の経営環境なども鑑みながら、問題がなければ配当金を出すことも検討したいとしている。業績が会社計画通りに進めば、2012年11月期末において利益剰余金が黒字転化するため、早ければ上場1期目から配当を実施する可能性はある。

M&Aに関しては、過去においてもビジネス拡大のための業務提携を多く行ってきていることから、今後も同様の業務提携や資本提携などは積極的に取り組んでいく方針だ。

同社が主力事業とする「住まい」に関する緊急駆けつけサービスという市場は、立ち上がってまだ10年も立っておらず、今後の成長余地も大きいだけに、同社の今後の展開が注目されよう。

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にお願いします。

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