

2012年11月22日 (木)

■最高益の連続更新と新中期経営計画を発表

一般スポーツ、ゴルフ用品の小売チェーンで業界4位。中期経営ビジョンである「売上高『スポーツ業界トップ3』へ」を達成するべく、関東以西の中小規模の商圈をターゲットに新規出店を積極的に展開中。

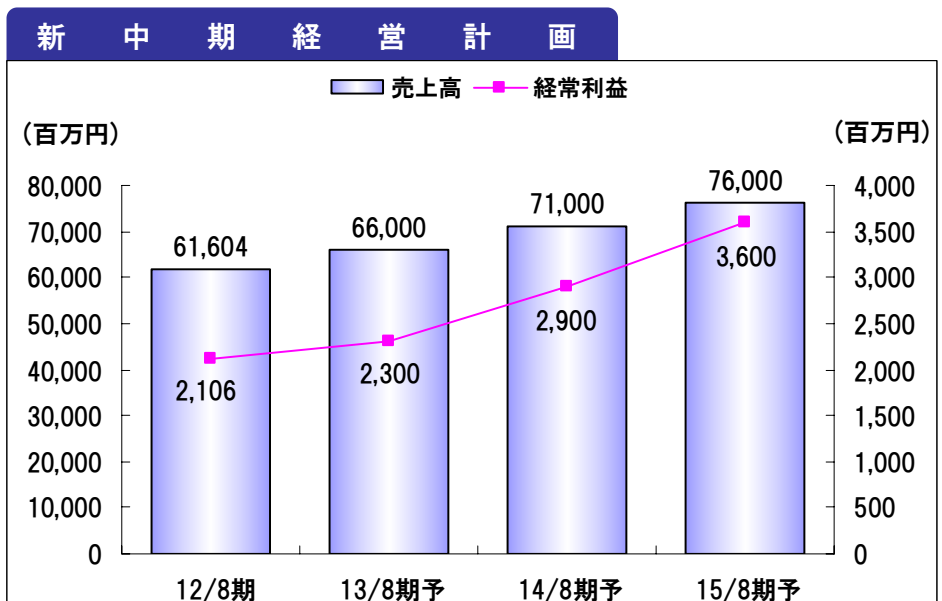
9月27日に発表された2012年8月期の連結決算（初開示）は売上高が61,604百万円、経常利益が2,106百万円となった。売上高はほぼ計画通りだったが、経常利益は販売管理費の効率化を進めたことで計画を23.2%上回った。商品別売上高ではランニングブームを背景にシューズ関連商品群が前期比2割増と好調を持続した。単独経常利益は新規出店費用の増加や子会社B&Dとの業務統合費用を前倒しで実施したことで前期比7.0%減となった。なお、当期純利益は特別損失の減少等により、計画を19.2%上回る900百万円となり2期連続で最高益を更新した。

2013年8月期の連結業績は、売上高が前期比7.1%増の66,000百万円、経常利益が同9.2%増の2,300百万円と増収増益を見込む。新規出店数は2012年8月期並みの13店舗を計画しており、連結で138店舗体制となる。粗利益率の高いPB商品の売上拡大や店舗のローコスト運営を進めることで、収益性の向上も見込まれる。B&Dとの業務統合によるシナジー効果も徐々に顕在化してこよう。

同社では新たな中期3カ年計画を発表。最終年度となる2015年8月期に売上高76,000百万円、経常利益3,600百万円、店舗数164店舗を目指す方針だ。現在、国内のスポーツ小売市場は年間で約1兆5,000～1兆8,000億円の水準となっており、このうち個人商店のシェアがまだ過半を占めていると言われており、このため、同社が売上を伸ばす余地は依然として大きいと言え、新規出店を加速していくことによって、目標の達成は十分可能と弊社ではみている。

Check Point

- ・ 2012年8月期は計画を上回って2期連続の最高益を更新
- ・ 新中期経営計画の最終年度はEPSで160円前後か
- ・ 2013年8月期の配当は記念配抜きでも18円を予定



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

■会社概要

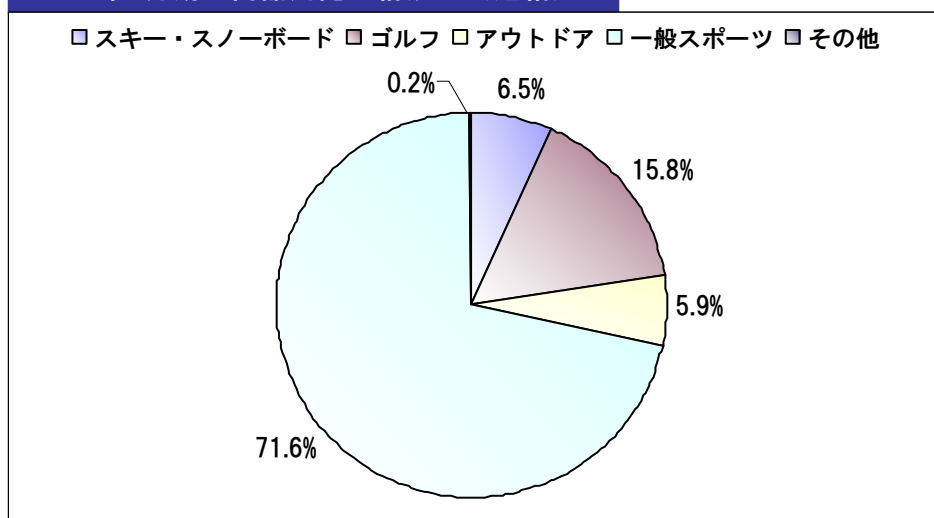
PB比率の順調な拡大が収益率向上に寄与

岐阜県に本社を置くスポーツ用品の小売チェーン店。店舗は現在、関東以西で展開しており、店舗数は2012年8月末で100店舗。また、2011年7月に子会社化したB&Dを含めると129店舗体制となる。

同社の出店戦略は、商圈規模で人口10～15万人の中小規模商圈、売場面積としては300～600坪クラスとなり、業界大手のアルペン<3028>やゼビオ<8281>が30万人以上の大規模商圈を対象エリアとしているのに比べて差異化を図っている。また、新規出店の場合には、居抜き物件等も活用して初期コストを抑え、早期投資回収を図っているのが特徴だ。なお、退店に関しても資産効率を重視した同社独自のルールを定め、退店候補を常に明確にし、スクラップ&ビルドを進めている。

連結ベースでの商品別売上高構成比はグラフの通りで、一般スポーツ用品（テニス、野球、サッカー、ランニング等の関連用品）が全体の71.6%を占め、ゴルフ用品が15.8%、スキー・スノーボード用品が6.5%、アウトドア用品が5.9%となっている。ここ数年は一般スポーツやアウトドア用品の構成比が上昇し、スキー・スノーボード、ゴルフ用品が低下傾向となっている。

2012年8月期の商品別売上構成比（連結）



※B&Dの売上高はすべて一般スポーツに含む

また、ここ数年で業界他社が注力しているプライベートブランド（PB）商品については、同社も強化してきており、売上構成比でも2009年8月期の8%弱から2011年8月期は12.0%、2012年8月期は13.5%と順調に拡大してきている。PB商品は野球やサッカーの練習用衣服や練習用ボール、その他全ての品種に渡る消耗品など多岐に渡る分野で開発されており、製造に関しては商社を通じて中国等で委託生産を行っている。

PB商品に関しては売上総利益率もナショナルブランド（NB）商品と比べて10%前後高く、全体の収益率向上に寄与している。ちなみに、業界大手のアルペン<3028>、ゼビオ<8281>のPB商品比率は30～40%であり、両社との収益率の差の要因の1つに、PB商品比率の差があると考えている。このため、同社の戦略としては中期的にPB商品の売上比率を20%まで引き上げていく方針だ。

■決算動向

2012年8月期は計画を上回って2期連続の最高益を更新

(1) 2012年8月期の決算

9月27日に発表された2012年8月期の連結決算は売上高が61,604百万円、営業利益が2,098百万円、経常利益が2,106百万円、当期純利益が900百万円となった。連結業績の開示は当期からとなるため前期との比較はないが、会社計画比でみると売上高がほぼ計画通り、営業利益、経常利益はそれぞれ20%超の上振れで着地した。ちなみに、単独ベースの業績は表の通りで、売上高が前期比7.0%増の53,096百万円、営業利益が同8.1%減の2,097百万円、経常利益が同7.0%減の2,115百万円、当期純利益が同16.7%増の897百万円だった。新規出店の前倒しによる費用の増加や子会社化したB&Dとの業務統合費用（POSシステム、物流システムなど基幹系システムを統合）の計上などにより、営業利益、経常利益は減益となったが、当期純利益は特別費用が大幅に減少したこと等により、2期連続で最高益を更新する格好となった。

2012年8月期業績（単位：百万円）

	連結		単独			
	会社計画	実績	11/8期	会社計画	12/8期	前期比
売上高	61,600	61,604	49,611	53,000	53,096	7.0%
売上総利益	23,210	23,280	18,847	20,115	20,225	7.3%
(対売上比)	37.7%	37.8%	38.0%	38.0%	38.1%	
販管費	21,490	21,182	16,566	18,380	18,128	9.4%
(対売上比)	34.9%	34.4%	33.4%	34.7%	34.1%	
営業利益	1,720	2,098	2,280	1,735	2,097	-8.1%
(対売上比)	2.8%	3.4%	4.6%	3.3%	3.9%	
経常利益	1,710	2,106	2,274	1,735	2,115	-7.0%
特別損益	-53	-279	-870	-89	-283	
当期純利益	755	900	769	790	897	16.7%

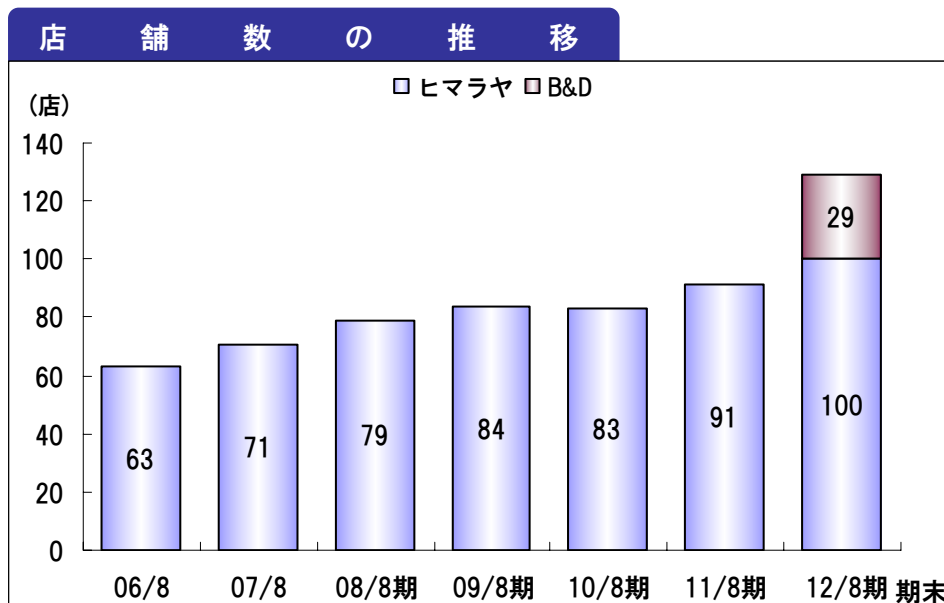
店舗については新規出店が13店舗となり、ここ数年では最も多い出店数となった。地域別では中国・四国地区で5店舗、九州・沖縄地区で4店舗、関東・信越地区で3店舗、東海・北陸地区で1店舗の出店となり、ドミナント戦略による地域集中型の出店を展開している。一方で4店舗の閉店があったため、2012年8月末のヒマラヤ店舗は9店舗増の100店舗に、首都圏で展開するB&Dの29店舗を含めると、合計で129店舗体制となった。売り場面積では222,164㎡となっている。

2012年8月期の新規出店店舗

店舗名	所在地	売場面積 (㎡)	時期
ゆめタウンみゆき店	広島県広島市	1,224	2011年9月
蒲郡店	愛知県蒲郡市	1,816	9月
フジグラン宇部店	山口県宇部市	1,201	9月
岡山豊浜店	岡山県岡山市	2,647	10月
柏崎店	新潟県柏崎市	1,450	10月
マーケットシティ桐生店	群馬県桐生市	1,219	11月
日田店	大分県日田市	1,913	11月
日南店	宮崎県日南市	1,205	11月
フジグラン川之江店	愛媛県四国中央市	1,232	2012年3月
前橋リリカ店	群馬県前橋市	1,577	3月
延岡店	宮崎県延岡市	2,698	4月
倉敷店	岡山県倉敷市	2,970	4月
福岡新宮店	福岡県糠屋郡	1,486	6月

※増床を本館（岐阜県）とB&D立川店（東京都）で実施している。

■決算動向



売上高に関しては積極的な出店によって拡大基調を継続。商品別でみると表にみられる通り、一般スポーツ用品が好調を継続しており、単独ベースでは前期比11.2%増収となった。ランニングブームによりシューズ関連用品が前期比2割増と好調だったほか、冬場の低気温により防寒衣料品も好調に推移したのが要因だ。また、オリンピック開催で日本選手が活躍した卓球やテニスなどの関連用品も売上を伸ばした。アウトドア用品も前期比11.2%増と好調に推移した。トレッキングブームが継続していることに加え、アウトドア系ブランドのタウンユースでの需要が増加したことも増収要因となっている。

一方、ゴルフ用品は景気低迷の影響及び価格競争の激化等で高額クラブの売上不振と価格下落が続いており、前年同期比2.2%減と低調に推移したほか、スキー・スノーボード用品も新規参加者の減少傾向が続いており、同5.6%減と低調に推移した。

2012年8月期の商品別売上高（単位：百万円）

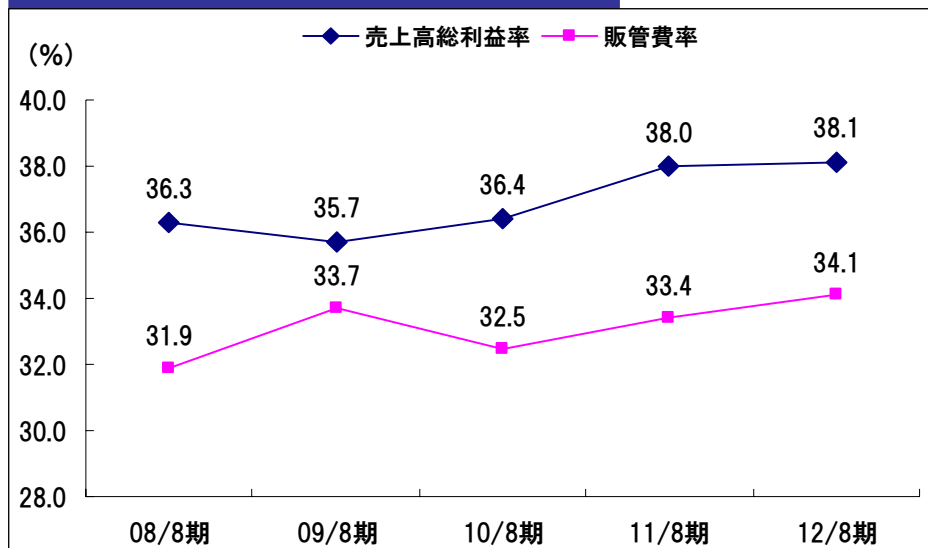
	連結		単独			
	会社計画	実績	11/8期	会社計画	12/8期	前期比
スキー・スノーボード	3,950	4,024	4,264	3,950	4,024	-5.6%
ゴルフ	10,050	9,759	9,978	10,050	9,759	-2.2%
アウトドア	3,600	3,649	3,282	3,600	3,649	11.2%
一般スポーツ	43,930	44,076	31,946	35,330	35,568	11.2%
その他	70	95	140	70	95	-31.9%
合計	61,600	61,604	49,611	53,000	53,096	7.0%

単独の売上高総利益率でみると、2012年8月期は38.1%と前期比で0.1ポイント上昇し、直近5期間でも着実に上昇していることがうかがえる。仕入コスト低減に努めているほか、売上総利益率の高いPB商品の売上構成比が着実に上昇している（2011年8月期12.0%→2012年8月期13.5%）効果がでているものと思われる。

連結の売上高総利益率においても、今2013年8月期からB&Dとの仕入調達コストの効果が本格的に顕在化してくるとみられる。

■決算動向

売上高総利益率、販管費率の推移（単独）



販売管理費の内訳（単独、単位：百万円）

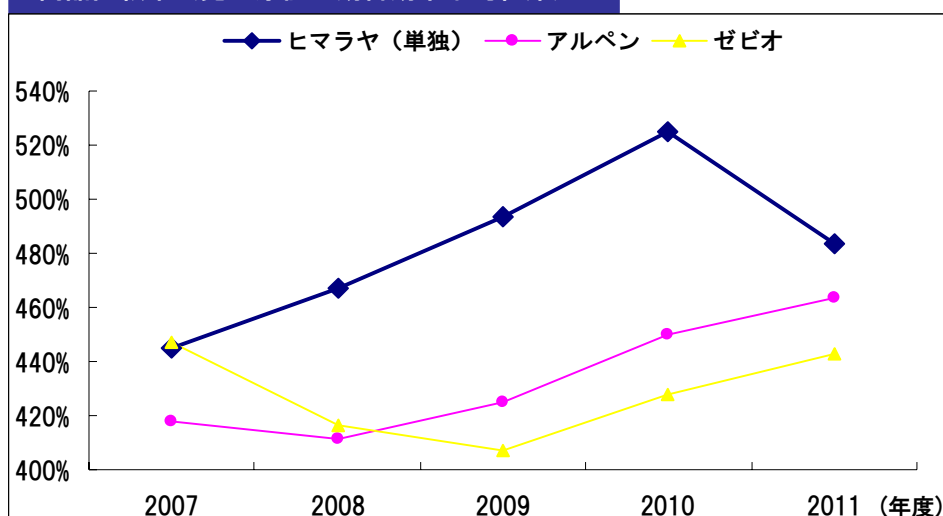
	11/8期		12/8期		
	実績	対売上比	実績	対売上比	前期比
販促費	2,451	4.9%	2,683	5.0%	9.5%
管理費	1,202	2.4%	1,429	2.7%	18.9%
人件費	6,142	12.4%	6,740	12.7%	9.7%
設備費	6,770	13.6%	7,275	13.7%	7.5%
合計	16,566	33.4%	18,128	34.1%	9.4%

一方、販管費率は34.1%と前期比0.7ポイント上昇している。内訳は表の通りで、全ての項目において、実績、対売上比ともに上がっている。このうち、販促費や人件費、設備費は新規出店数を13店舗と大幅に増やしたことによるもので、管理費はB&Dとの業務統合費用の増加によるものだ。それぞれ期初の計画に対しては下回っており、販管費のコントロールが十分機能している結果と言えよう。

なお、8月末の在庫水準については単独ベースで前期末比20.9%増の12,012百万円、連結ベースで同18.8%増の13,974百万円となっており、在庫回転率は2011年8月期と比較して若干悪化している。これに関しては、2012年8月期の積極的な新規出店によるものであり、問題の無い水準であるとみている。実際、同業他社と比較しても回転率は高水準にあり、依然良好な水準にあると言えよう。

■決算動向

商品回転率（売上原価÷期首期末平均在庫）



※ヒマラヤは8月、アルペンは6月、ゼビオは3月決算

2012年8月期より新たに子会社化したB&Dの業績も売上高が11年3月期比で5.0%増収、利益も子会社化初年度から黒字転換を実現するなど順調に推移したと言える。売上高に関しては立川店（東京都）の移転増床が成功したこと、シューズ関連用品や防寒衣料品の需要が好調に推移したことなどが増収要因となった。また、利益面ではヒマラヤの子会社となったことで、仕入価格の条件が改善しつつあること、業務統合に伴って間接費用の削減が進んだことなどが増益要因に繋がった。さらに、従業員に対して明確な数値目標を持たせるなど、収益に対する意識改革が進んだことも目に見えない形で表れているようだ。

B&Dの業績推移（単位：百万円）

	09/3期	10/3期	11/3期	12/8期	13/8期予
売上高	9,185	8,239	8,108	8,510	9,250
売上総利益			2,856	3,054	
販管費			2,951	2,997	
営業利益	35	▲ 72	▲ 95	57	
経常利益	45	▲ 68	▲ 72	67	77
特別損益			102	3	
当期純利益	1	4	▲ 3	79	97

※前期は決算期変更11/8期の5ヶ月変則決算のため省略

2013年8月期は連結・単独ともに増収増益を見込む

(2) 2013年8月期の見通し

2013年8月期の連結業績予想については表の通りで、連結ベースでは第2四半期（2012年9月-2013年2月期）累計で減益となるものの、通期では売上高で前期比7.1%増、経常利益で同9.2%増と増収増益を見込んでいる。単独ベースも同様に1けた台の増収増益を見込んでいる。第2四半期累計業績で減益を見込んでいるのは新規出店が集中することに加え、天候リスクによって影響を受ける冬物商戦について厳しくみているためだ。

■決算動向

2013年8月期の会社業績予想（連結）

	12/8期		13/8期予		12/8期		13/8期予	
	2Q累計	2Q累計	前期比	前期比	通期	通期	前期比	前期比
売上高	29,942	31,500	5.2%		61,604	66,000		7.1%
売上総利益	11,326	11,831	4.5%		23,280	24,927		7.1%
(対売上比)	37.8%	37.6%			37.8%	37.8%		
販管費	10,392	11,231	8.1%		21,182	22,627		6.8%
(対売上比)	34.7%	35.7%			34.4%	34.3%		
営業利益	933	600	-35.7%		2,098	2,300		9.6%
(対売上比)	3.1%	1.9%			3.4%	3.5%		
経常利益	917	600	-34.6%		2,106	2,300		9.2%
特別損益	-30	-101			-279	-139		
当期純利益	386	250	-35.3%		900	1,300		44.3%

2013年8月期の会社業績予想（単独）

	12/8期		13/8期予		12/8期		13/8期予	
	2Q累計	2Q累計	前期比	前期比	通期	通期	前期比	前期比
売上高	25,855	27,350	5.8%		53,096	56,750		6.9%
売上総利益	9,845	10,341	5.0%		20,225	21,551		6.6%
(対売上比)	38.1%	37.8%			38.1%	38.0%		
販管費	8,897	9,671	8.7%		18,128	19,301		6.5%
(対売上比)	34.4%	35.4%			34.1%	34.0%		
営業利益	947	670	-29.3%		2,097	2,250		7.3%
(対売上比)	3.7%	2.4%			3.9%	4.0%		
経常利益	929	690	-25.8%		2,115	2,300		8.7%
特別損益	-30	-96			-283	-159		
当期純利益	420	320	-23.9%		897	1,280		42.5%

新規出店店舗数は13店舗を計画しており、このうち3店舗はB&Dの新規出店となる。一方で、4店舗の退店を見込んでおり、2013年8月期末では138店舗体制となる見込みだ。ただ、市場環境が良ければ、出店店舗数を上積みすることも考えている。出店にかかる設備投資額は16～18億円と2012年8月期からは若干減少する見込み。これは2012年8月期に出店した店舗のうち2店舗が自社物件として購入したもので、2013年8月期はすべて賃借物件を予定しているため。既に出店済み及び出店が決まっている店舗は表の通りとなっている。

2013年8月期の新規出店計画

店舗名	所在地	売場面積 (㎡)	時期
クロスガーデン中津川店	岐阜県中津川市	1,560	2012年9月
出水店	鹿児島県出水市	1,818	9月

出店予定店舗	所在地	売場面積 (㎡)	時期
各務原インター店	岐阜県各務原市	2,225	10月
コムプラザ笠岡店	岡山県笠岡市	1,772	10月
越前店	福井県越前市	1,950	10月
門真店	大阪府門真市	2,644	11月
呉駅前店	広島県呉市	2,083	11月

出店予定：ヒマラヤ10店、B&D3店、退店予定：ヒマラヤ3店、B&D1店

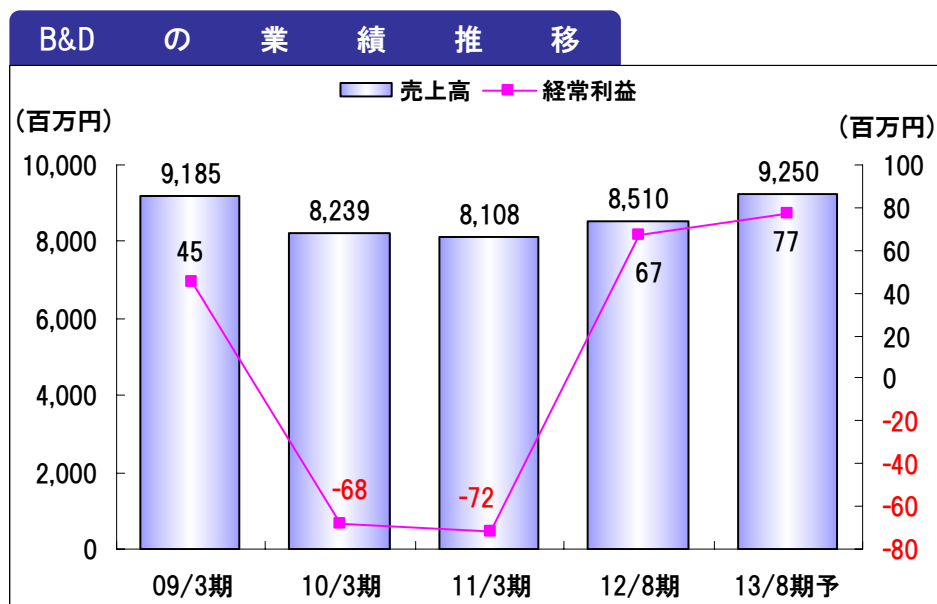
商品別売上計画では、一般スポーツ用品が前期比8.5%増と引き続き牽引役となる。また、ゴルフ用品が同6.3%増とプラスに転じる計画だが、これは新規出店効果によるものだ。スキー・スノーボード用品に関しては同2.1%減と引き続き減少傾向を見込んでいる。なお、2013年8月期の売上計画のなかで既存店増収率に関しては、前期比1%減で計画に織り込んでいる。

■決算動向

商品別売上高計画（連結）

	12/8期実績	13/8期計画	前期比
スキー・スノーボード	4,024	3,941	-2.1%
ゴルフ	9,759	10,376	6.3%
アウトドア	3,649	3,798	4.1%
一般スポーツ	44,076	47,812	8.5%
その他	95	71	-25.2%
合計	61,604	66,000	7.1%

子会社のB&Dについても売上高は前期比8.7%増の9,250百万円、経常利益は同14.9%増の77百万円と引き続き増収増益を見込んでいる。新規出店に伴う経費増があるものの、ヒマラヤとの業務統合によるシナジー効果が引き続き寄与するものとみられる。



そのほか、PB商品の売上構成比上昇（2012年8月期13.5%→2013年8月期14%）や、店舗のローコスト運営の更なる実施、効率的販促策の継続などを進めていくことで、出店増による経費増加を吸収しながら収益性も高めていく戦略だ。

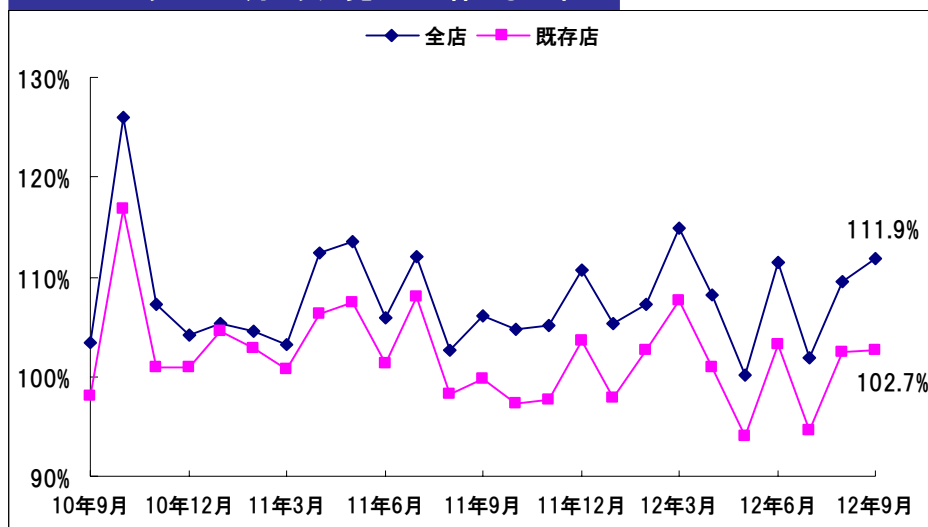
PB商品に関してB&Dでも取扱いアイテム数を増やしていき、シナジー効果をフルに発揮していくほか、三菱商事<8058>との事業提携においては新商品の開発だけでなく、生産拠点に関しても東南アジア各国にリスク分散を進めるための新たな拠点を模索していく方針。

店舗のローコスト運営に関しては、正社員とアルバイトの担当作業を明確に分け、正社員に関しては接客など重要な作業に特化させることで、売上高人件費率の効率化を進めていく。2012年8月期にモデル店舗での検証作業を完了しており、2013年8月期より主力店へ順次波及させていく計画となっている。

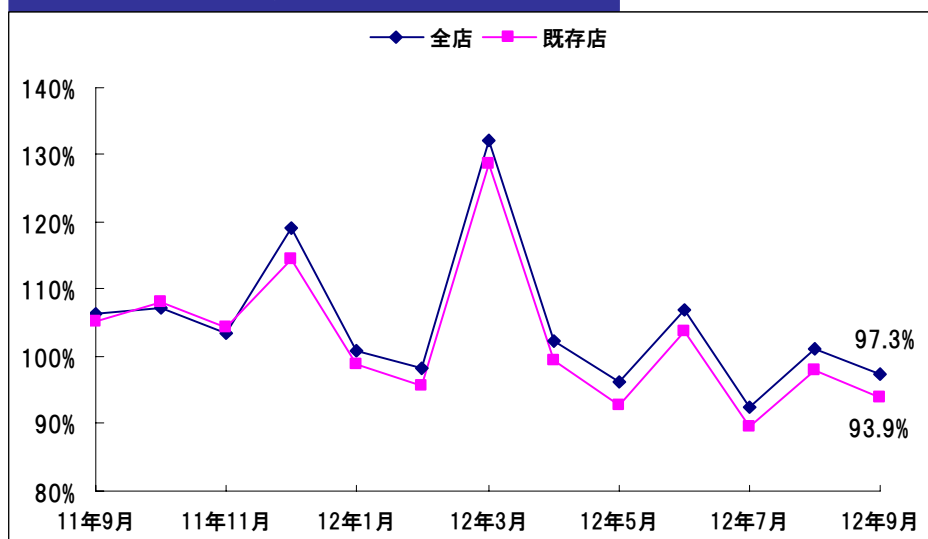
■決算動向

なお、9月の全店ベースでの月次売上高（前年同月比伸び率）は、ヒマラヤが11.9%増、B&Dが2.7%減となっており、順調な滑り出しと言える。

ヒマラヤ 月次売上伸び率



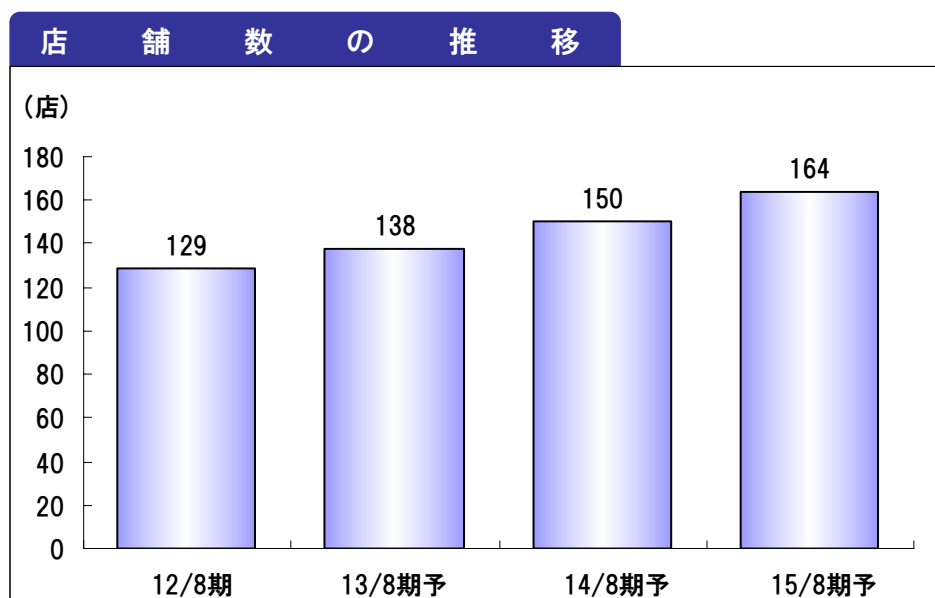
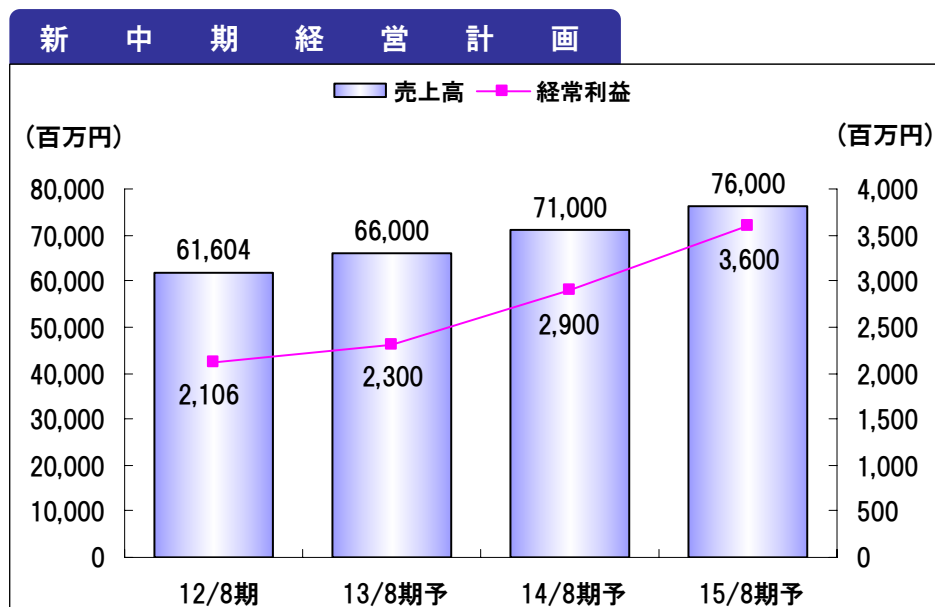
B&D 月次売上伸び率



■新中期経営計画

2014年8月期以降は2ケタ増益と成長スピードが加速

同社は10月11日に開催された決算説明会において、新たな3カ年中期経営計画を発表した。具体的には最終年度となる2015年8月期に連結業績で売上高76,000百万円、経常利益で3,600百万円、店舗数で164店舗を目標としており、売上高に関しては前回計画を1年前倒しで達成するペースとなっている。経常利益に関しては、2014年8月期以降は2ケタ増益と成長スピードが加速する計画となっている。



■新中期経営計画

中期経営ビジョンに関しては前回と同様で、「接客」力を武器に、売上高で「スポーツ業界トップ3」を目指し、成長を続けていくという方針に変わりはない。中期経営ビジョン達成のための課題として同社では、「成長性の継続」「利益率・収益性の向上」「ローコスト運営の継続的進行」「グループとしての事業最大化」という4点を掲げている。

B&Dも2013年8月期より都心部での新規出店を再開

(1) 成長性の継続

新規出店戦略に関しては、積極的かつ効率的な出店を継続していく方針で、年間13～15店舗のペースの出店を計画している。地域的には関東以西のエリアでドミナント戦略を推進し、地域シェアNo.1を目指していく。人口15万人程度の中規模商圈では600坪クラスの出店、人口10万人程度の小規模商圈では300～400坪クラスの出店を行っていく。また、800坪クラスの大型店舗の出店も検討していく。2012年8月期に出店した大型店舗3店舗がいずれも好調だったためだ。B&Dについても2013年8月期より都心部での新規出店を再開する予定となっている。一方、既存店についても好調な店舗は追加投資を行い、移転増床なども踏まえた売上拡大を進めていく。

収益性の高いPB商品の比率を中期的に20%まで引き上げへ

(2) 利益率・収益性の向上

商品戦略面では、収益性の高いPB商品の売上構成アップを目指す。アイテム数を増やし、品質の向上を図りながら売上の拡大を進めていく。同社では2012年8月期の実績で13.5%だったPB商品比率を中期的に20%まで引き上げたい考えだ。また、地域性を踏まえた最適な商品構成の構築をグループ内の販売情報も活用しながら作り上げていき、売上アップを推進していく。

仕入面においては、B&Dを子会社化したことによる規模の拡大によって、仕入価格の引き下げを進めていくほか、各仕入先との協力体制を更に密にし、顧客への情報発信ができる、またニーズを満たすことができる店舗の構築を進めていくことで、来店客数の増加だけでなく売上の増加、利益率の改善に繋げていく。

作業分担の見直しにより顧客満足度の向上を実現

(3) ローコスト運営の継続的進行

販売戦略としては、「接客」力を向上させるために継続的な教育体制を実施していくほか、最小限の人員で店舗を運営できる人員配置体制、人員管理手法の導入を進めていく。作業分担の見直しにより、正社員に関しては「接客」の時間に最大限あてることができるようになり、結果、顧客満足度の向上を実現していく。中期経営計画では、こうした人員管理手法の導入によって売上高人件費比率の効率化を進めていくことが目標となっている。

また、将来的にはグループ200店舗体制を見据えた新たな物流体制の構築も検討していく。

販促戦略としては、積極的な販売促進を継続しつつも、ドミナント化を活かしたテレビCMやチラシなど効果が大きい販促策を実施し、経費の効率化を進めていく。

新中期経営計画の最終年度はEPSで160円前後か

(4) グループとしての事業最大化

出店に関しては規模と立地に合わせた出店フォーマットの活用により、ヒマラヤでは300～800坪、B&Dでは100～200坪クラスの店舗の出店を進めていく方針だ。また、物件情報のグループ内共有化により、検討スピードの迅速化も進めていく。

商品面では、NB商品、PB商品ともにスケールメリットを活かした取組みをさらに進めていく。

販売面では情報システムの統合によってヒマラヤの運営オペレーションをB&Dに早期に移植するほか、B&Dが持つ専門的な知識、情報などの共有化も進め、販売力、接客力の向上に努めていく。

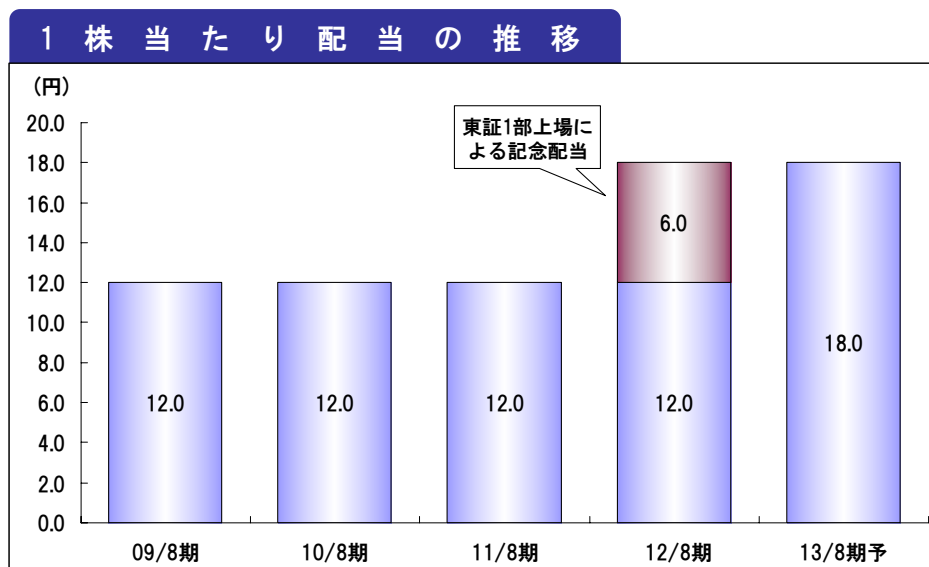
なお、事業提携先である三菱商事<8058>との連携においては、PB商品の開発だけでなく、調達先の開拓や物流システムの再構築など今後、様々な面においてプラスの効果が期待できるものと思われる。

現在、国内のスポーツ小売市場は年間で約1兆5,000～1兆8,000億円の水準となっており、ここ数年横ばい傾向にあるが、このうち個人商店のシェアがまだ過半を占めていると言われている。今後、市場の寡占化は一段と進む可能性が高く、同社を含めた大手企業が売上を伸ばす余地は大きいと言えよう。同社においては現在業界で4番手ではあるが、逆に言えば大手3社と比べて出店余地が多く残されているとも言える。このため、市場環境に大きな変化がなければ、中期経営計画達成の可能性は十分であると弊社ではみている。さらに、今回B&Dの買収が成功したことによって、将来的には新たなM&Aの可能性も見えてきている。仮に、実効税率が同水準で推移したとすると、2015年8月期の1株当たり利益は160円前後となる見通しだ。

■ 配当政策

2013年8月期の配当は記念配抜きでも18円を予定

最後に、1株当たり配当金に関しては、2012年8月期に東証1部上場記念配6円を含めて18.0円（前期比6.0円増配）としたが、2013年8月期も同様に18円を予定している。配当性向に関しては特に基準を作っていないため連続増配の可能性は流動的だが、業績が好調に推移することでの、今後の株主還元策も注目される。



ディスクレマー（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。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