

■2186 ジャスダック ■ ソーバル

■ 強固な既存事業を背景に新規事業の育成を目指す

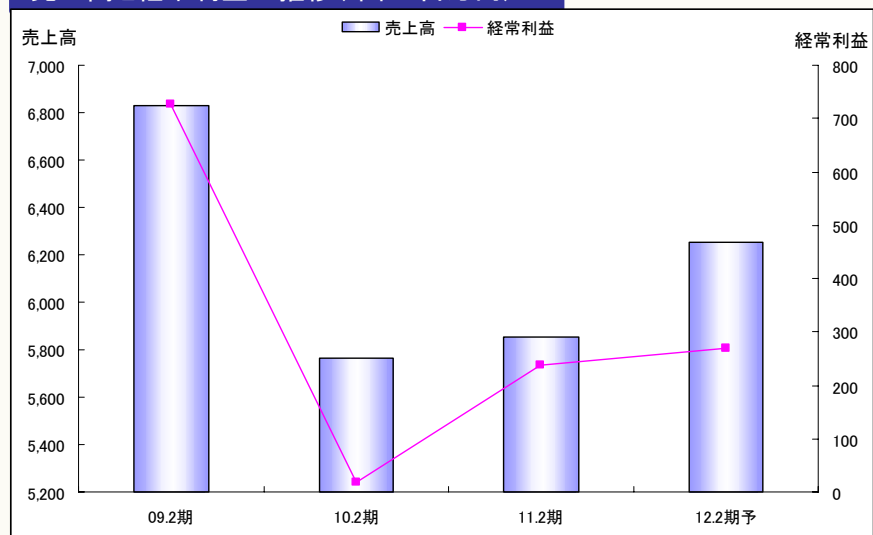
2011年4月13日、大証ジャスダックに上場するソーバル<2186>より2011年2月期の決算が発表された。当期純利益は124百万円(前期は▲19百万円)、リーマン・ショックによるエンジニアリング事業の受注落ち込みにより、上場以来初の最終赤字となった10年2月期から、わずか1期で平時の事業体制に戻ったと言ってもよい業績を達成した。同社の事業構造から言って、今後も着実な業績を積み重ねることができそう。盤石な既存事業を堅持しながら、次の成長戦略の要となる新規事業の育成にどのように取り組むかが注目点である。

今回の決算から見てくるポイントは以下の通りである。

★Check Point

- ・主力のキャノンからのファームウェア受注が回復
- ・エンジニアの稼働率がほぼ100%に
- ・初の企業買収など、新規事業の本格的な拡大がスタート

売上高と経常利益の推移(単位:百万円)



■ 2186 ■
ソーバル

2011年4月18日(月)
更新:18時00分

業容の特色

大証ジャスダックに上場するソーバルは、デジタル製品メーカーに対してファームウェア、ソフトウェア、ハードウェアの開発サービスを提供。現在はRFID(後述)など新規事業として製品の自社開発にも乗り出し、事業の裾野を広げている。サービスの提供体制は特定派遣と業務請負になっており、その約63～68%が特定派遣形態での受注となっているため、人材派遣業者のイメージが湧き安い。しかし、これはまったくの誤解である。同社のビジネスモデルを正確に理解するには、以下の3点を押さえる必要がある。

★ビジネスモデルのポイント

- ・国内ではほとんどない、一次受けの独立系ファームウェア開発会社である
- ・派遣要員は全員が正社員であり、人材育成にも熱心で定着率が高い
- ・エンジニアの育成が成功した結果、低リスクで新規ビジネスに取り組める

国内ではほとんどない、一次受けの独立系ファームウェア開発会社

a)ファームウェアの特殊性

同社のビジネスモデルを理解するには、同社の主力ビジネスであるファームウェアというソフトの特殊性を知る必要がある。ファームウェアとは、デジタル製品のハードウェアを動かすための専用ソフトのことだが、一般のソフトウェアとは大きな違いがある。一般のソフトがハードと別々に存在するのに対して、ファームウェアはハードのなかに存在する。一般にデバイスを制御するICチップに組み込まれているのである。そこで、ファームウェアは「組み込みソフト」と呼ばれることもある。具体的には、デジタルカメラの手振れ補正、携帯電話でゲームをプレーする際のキー設定、プリンタの両面印刷など、デジタル製品に様々な付加機能を与えるのに使われている。

従って、製品としては、従来からハードの一種と認識されてきた。また、ファームウェアは一般的なソフトウェアと同じようにプログラミングによって開発されるが、ハードに組み込まれるという特殊性から、開発には一般のソフトとは違った技術や知識、ノウハウが必要となる。汎用性がなく、デジタル製品の性能を司る心臓部でもある。このような背景から、ファームウェアの中身は高い秘匿性を持つことになり、デジタル製品メーカーは自社、もしくは自社の全額出資子会社内でデジタル機器ごとに開発するのが一般的となっている。

業容の特色

b)エンジニアリング事業の約80%がファームウェア開発

ソーバルの創業は1983年。当時、ファームウェアの開発サービス会社として発足した。ファームウェア開発の外注など、常識では考えられない時代である。しかし、同社は特殊なソフトであるが故に、「開発のための人材育成システムが確立されていない」「ソフトに汎用性がない」などの面から、メーカーがすべて自前で開発し続けることはできないと判断した。顧客の不信を取り除くため、同社は外注を一切使わず、すべての受注案件を社内の正社員が行うことによってメーカーが情報漏えいを心配する必要がないビジネスモデルを構築した。この考えは的中。デジタルカメラで後発組だったキヤノン<7751>が開発要員の派遣を要請したのである。その後、ソニー<6758>も重要な顧客に加わることになる。

2011年2月期における売上の98.7%を占めるエンジニアリング事業は、ファームウェアの開発サービスが約80%を占めている。また、売上の76.2%がキヤノン、8.7%がソニー(2011年2月期)からの受注となっている。特にキヤノンからの受注はデジカメだけでなく、プリンタのファームウェア開発にも及び、キヤノン製品に組込まれるファームウェアの多くを開発するまでになっている。余談ではあるが、同社の本社はキヤノン本社からわずか200m程度しか離れていない。

顧客別の売上高比率

構成比率	09年2月期	10年2月期	11年2月期
キヤノン	73.50%	74.10%	76.20%
キヤノングループ	1.40%	1.90%	2.90%
ソニー	16.60%	14.10%	8.70%
その他	8.50%	9.90%	12.20%

顧客が特定のメーカーに偏るのは、ファームウェア開発ビジネスの宿命ともいえる。開発情報の秘匿性が高いため、1社のある製品の開発に携わると同じ製品で他社の開発に携わることができない。特定の顧客に依存するビジネスモデルは、顧客の事業方針によって左右されるリスクがあることは確かである。一方で、開発に携わった製品が市場からなくならない限り、常に安定した収益を得ることができるメリットもある。信頼に裏打ちされた同社の主要顧客であるキヤノンとの取引は、デジタルカメラを中心に売上で年率2.0~2.5%程度の伸びが見込めると考えてよいだろう。

これを裏付けたのが、2010年2月期決算である。10年2月期に同社は最終赤字に転落する。これは、キヤノンが大型プリンタの抜本的な見直しを行ったことが最も大きな要因となっている。リーマン・ショックによって、広告市場が冷え込み、ポスターを印刷する大型プリンタの需要が世界的に落ち込んだ。当時、同社は80人の人材をこのプリンタ開発のために派遣していたが、キヤノンによるゼロベースからの事業見直しにより、いったんは全員が契約を解除された。しかし、リーマン・ショックの後遺症から回復基調にあった2011年2月期には、業務遂行において必要不可欠との判断から8割強の人員が現場に復帰している。通常ならば、半分も戻れないのだが、キヤノンとの間で築いた信頼関係がわずか1年でスピード回復を実現させているともいえよう。また、リーマン・ショック以降のような状況こそが異常であり、基本的にはデジタルカメラ向けの受注がなくならない限り、安定感のある実績を残せると言える。

業容の特色

一方、もうひとつの大口顧客であるソニーからの受注は、今後も横ばいが続きそうだ。エンジニアリング事業の売上比率で、2009年2月期に過去最大の16.6%まで上昇したが、2011年2月期は8.7%にまで縮小している。これは、ソニーが世界展開を明確に打ち出し、海外でのエンジニア育成に力を入れているためである。

また、特殊性の高いソフトであるため、新規顧客の開拓は比較的困難な面がある。同社は、新規顧客に関しては、医療系に力を入れている。検査機器などに画像認識技術のノウハウが応用できるためである。そして、このほど、大手医療メーカーから初めて受注した。更に、自動車メーカーとの取引にも取り組んでいる。センサー類のファームウェア開発、ワイヤレスのエレクトロニクス技術開発などをターゲットとしている。新規顧客に関しては、最初は一人程度の派遣から始まる。しかし、成果が認められれば、翌年度には数十人を要請されることも少なくない。このように、受注が伸びる場合、一気に拡大すると予想されることから、売上の見通しは立てにくい、大きな期待は見込めよう。

最大の事業リスクは、優秀な人材確保である。ファームウェアというデジタル製品の中核を担うソフト開発を担える優秀な人材は現在、確保が困難な状況にある。その最も大きな理由が、イメージが地味ということにある。従って、ただでも少ない優秀な人材を大手のメーカーと奪い合う構図となっている。このような背景から、同社の大きな課題としては人材確保に加え、労働集約型のビジネスモデルに依存するリスクをどのように減らしていくかという点が挙げられよう。対策については、後述の新規ビジネスにて解説する。

c) 利益率確保、プロジェクトの引当の心配なし

同社の過去4年間の売上高営業利益率は、2008年2月期9.9%、09年2月期10.9%、10年2月期0.3%、11年2月期3.9%となっている。09年2月期の利益率の高さは、ソニーからの受注が好調であったためだ。特殊なソフトを開発できるという強みは裏を返せば、下請という立場にありながら顧客を選別できる立場にあると分析できる。

利益率の推移を見れば、リーマン・ショックを原因とする企業のコスト削減方針により受注金額が低下し、利益率も低下する傾向にあるのは確かである。そのうえ、同社は下請を一切、使用しない。その分、受注減少時はコスト比率が高くなり、利益が圧迫されるのが普通だが、実際は一般のエンジニアリング会社とほぼ同程度水準の利益率を維持し続けている。これは、ファームウェア開発という特殊技術が利益率の過度の低下を防いでいる面があるためといえよう。さらに、一次受けという地位にあることも利益率を維持できる重要な要素である。独立系で一次受けができ、下請を一切しないファームウェア開発会社はまず、存在しない。

また、営業費用には社員研修なども含めて研究開発費が年間で1~2億円前後計上されている。新期ビジネスへの取り組みに対する種まきの時期であり、研究開発費をゼロにするということは現実的でないが、仮にゼロと仮定すると営業利益率7%を達成できる状況にはある。

更に、同社には開発の失敗による引き当てのリスクがほとんどない。派遣形態によるサービス比率が多いことと、請負でも3~6か月の短期プロジェクトが大半を占めるためである。また、派遣費用の受取は翌月となっており、安定したキャッシュフローの確保にも貢献している。

なお、同社は携帯電話のファームウェアを手掛けていない。携帯のファームウェアは、キャリア各社がプラットフォームの共通化を図った結果、開発需要が大幅に縮小してしまっている。同社には初めからこのようなリスクが存在しない。ただ、スマートフォンの急激な普及に伴い、アンドロイドに関わるアプリケーションの開発には2009年に進出している。プラットフォームに関わる開発とともに、家電向けを中心に11年2月期で60百万円の売上を確保している。具体的には新期ビジネスへの取り組みで解説する。

■ 2186 ■
ソーバル

2011年4月18日(月)
更新:18時00分

業容の特色

派遣要員は全員が正社員であり、人材育成にも熱心で定着率が高い

同社の派遣は、自社の常用雇用者(=正社員)を派遣する特定労働者派遣である。社会問題となっており、法規制も検討されている一般労働者派遣とはまったく違う。同社の社員は、派遣されていないときは、エンジニアの研修を受けたり、請負開発をする。

これが同社のエンジニアリング事業のサービス提供体制と密接に関係している。派遣と請負の受注金額の割合はおおよそ2:1。派遣は時間がかかればかかるほどリスクなしに収益を獲得できるが、プロジェクトマネージャーが育たない。請負は人材を育成しつつ、派遣に人材を供給する重要な役割を果たしている。派遣と請負の割合は、利益率の問題ではなく、社員のために意図的に行っているとも言える。つまり、同社の派遣は、一般のイメージにあるような派遣社員ではなく、あくまでもファームウェアという特殊なソフト開発を請負うための形式でしかない。なお、ファームウェア開発の性質上、派遣されたエンジニアは顧客企業の技術の中核に身を置くことになる。開発の実践の場でソフトばかりでなく、ハードの知識・技術も幅広く習得できる。

また、同社はこのような業態において珍しく、残業が少なく、休暇も消化できる状況にある。エンジニアも働きづめだと、新たな知識を蓄えることができずに消耗する。オンとオフの切り替えがうまくいっていることが、社員の満足度を高めていることは間違いない。80%程度が理想とされる稼働率は現在100%だが、逆説的に言えば残業や休暇の分だけ売上拡大余地を残しているとも言える。自然減で人員が減少した2011年2月期において、売上高を拡大できたのも、人員の効率的な配置も含めて、このあたりに秘密がありそうだ。なお、同社の社員定着率は92.8%、平均勤続年数6.2年となっている。

セグメント別売上比率

構成比率	09年2月期	10年2月期	11年2月期
エンジニアリング事業	97.6%	98.7%	98.7%
特定派遣	68.6%	65.0%	62.5%
業務請負	29.0%	33.7%	36.2%
その他事業	2.4%	1.3%	1.3%

業容の特色

エンジニアの育成に成功、低リスクで新規ビジネスに取り組める

同社の最近の最も注目すべき動きは、新規ビジネスへの取り組みである。同社の新規ビジネスは、「自社ブランドによる製品開発」「自社の独自開発技術のライセンス」が柱となっている。セグメント上の「その他事業(RFID)」とエンジニアリング事業の一部を加えた概念とも言える。

その他事業のRFIDは、ICタグに代表される、電波および電磁誘導方式を用いた非接触型の自動認識技術のこと。同社にとっては、2008年に事業化した初の自社ブランド製品となっている。

新規事業はエンジニアリング事業部門においても着実に展開を始めている。これらの新規事業には、今後ニーズの拡大が見込める技術研究も含まれており、それらは自社独自のビジネスにはならないが、エンジニアリング事業において売上貢献している。新規事業への注力の目的は、顧客層が偏ったファームウェア開発と、派遣による労働集約型のビジネスモデルの2つが持つリスクを軽減し、同時にビジネスの裾野を広めることによって、事業拡大を行うためである。

足元で最も注力する事業はネットビジネス。例えば、ウェブを軸にビジネスモデルの構築からホームページの作成、運用、保守までのサービスを一貫して提供する。年間契約による更新制なので、更新契約を取れば、売上が自然と積み上がっていく。同社では、少なくとも2～3年以内に数億円の売上規模を目指す。

また、電力分野、海外市場の調査・研究も進めている。電力分野ではスマートグリッドのスマートメーターをはじめとした消費電力計測・省エネシステム開発、海外市場に関しては将来爆発的に普及が見込めると考えられるスマートフォン関連のソフト開発ビジネスである。スマートメーターとスマートフォンを組み合わせたビジネスも検討されている。

さらに、同社は、潤沢なキャッシュフローを活用し、今後は企業買収も検討していく方針。2010年3月に完了した、ウェブシステム開発会社の「コアード」買収を皮切りに、今後、1年に1社の割合で買収先を探していく計画。

一方、FRIDの受注は増加しているものの、単価が減少傾向にあるため、当面、売上は横ばいを目指している。

新規事業の見通しは、まだ、はっきりしない。しかし、エンジニアをはじめ、今まで社内に蓄積してきたノウハウを活用するという意味でリスクは小さい。

以上のことから、同社のビジネス展開は以下のように総括できよう。まず、主力のエンジニアリング事業には、確実な収益を確保できる確固とした基盤がある。従って、この強い経営基盤を守りながら、成長路線を探ることになろう。成長路線としては、新規事業の育成はもちろん、ファームウェア開発サービスで自動車や医療関係などの新規業態開拓を着実に図ることが挙げられる。

新期事業・研究開発の一覧

進出年	事業	累計売上
2008	RFID	490
2008	USB3.0／TransferJet	25
2009	Bluetooth／Android	80
2009	Facebook	60
2010	SilverLight	—
2011	ネットビジネス	—

■ 2186 ■
ソーバル

2011年4月18日(月)
更新:18時00分

2011年2月期決算

(1) 概観

4月13日に発表された2011年2月期決算(非連結)では、売上高が5,852百万円(前期比1.5%増)、営業利益が227百万円(前期比14.1倍)、経常利益が239百万円(前期比12.5倍)、当期純利益が124百万円(前期は▲19百万円)となった。

売上高、利益ともに当初予想を上回っての着地。主力のエンジニアリング事業に関しては、当初計画通りにソニーグループからの受注が減少したものの、キヤノングループからの受注が回復。また、新規顧客からの受注も増加している。3月に買収が完了したコアードとの業務提携により、ウェブ系のシステム開発案件も増加した。その他事業のRFIDは、受注件数が増加したものの、単価の下落で売上は前期比4.0%減とわずかながら減少した。

営業利益は期初予想(150百万円)を大幅に上回った。製造部門の人件費が期初予想に比べて36.6百万円増加し、派遣の売上が35.3百万円減少したことが影響したものの、請負の売上増加が37.5百万円、研究開発費のうち社員の研修費分の減少が51.0百万円、間接費、消耗品、人材募集の削減により経費削減が合計で約63百万円となり、増益に貢献した。売上高営業利益率は3.9%(前年度比3.6ポイントの増加)。利益面の向上は、間接部門を中心に社員数を減少させ、同時に組織改編や稼働率の引き上げを行うなどの事業再構築をした効果が大きい。

同社の場合、従前で分析したビジネスモデルを踏まえれば、安定した決算数字は自然と導き出せるといえよう。10年2月期の当期純損益の赤字は、リーマン・ショックによる特殊な要因によるものと考えられる。

■ 2186 ■
ソーバル

2011年4月18日(月)
更新:18時00分

2011年2月期決算

(2) セグメント別成績

事業セグメント別の業績概況を見てみよう。エンジニアリング事業の売上は、5,777百万円(前年度比1.6%増)となった。内訳は特定派遣が3,657百万円(前年度比▲2.3%)、業務請負が2,120百万円(前年度比9.0%増)。主要顧客別では、キヤノンからの売上が4,461百万円(前年度比4.3%増)、ソニーからの売上が511百万円(前年度比▲37.4%)となっている。

キヤノンにおいては、10年2月期に大型プリンタの開発案件が完全に凍結され、約80人の派遣社員が契約を解除されたが、11年2月期には8割が復帰、その後は他の案件も伸びている。一方、ソニーは、海外展開に軸足を移しており、エンジニアに関しても海外拠点での整備が進んでいる。このため、受注案件は減少傾向にある。ただ、売上に関しては、期初予想通りの着地となった。

新規顧客は、医療系、自動車業界への営業を強化。医療系へは画像認識技術のノウハウを応用した検査用機器のファームウェア開発、自動車業界へはワイヤレスのエレクトロニクスシステム、センサー関連のソフト開発などの受注を目指した。その結果、医療系では、大手医療機器メーカーに対し、初めて派遣によるサービスを受注した。11年2月期の売上はさほどでもないが、12年2月期以降、派遣規模が大きくなる可能性がある。自動車業界は現段階において、受注が実現していない。ただ、キヤノン、ソニー以外の顧客からの売上はエンジニアリング事業全体の12.2%(前年度は9.9%)を占めており、年々比率が拡大している。

エンジニアリング事業のうち、業務請負の受注額は1,996百万円(前年度比9.1%増)、年度末の受注残は10年2月期末比で123百万円の減少となっているが、これは、12年2月期に計上予定だったキヤノンのプロジェクトの一部が当初予定よりも早く完了したためである。

同社の売上高営業利益率は3.9%(10年2月期比3.6ポイント増)となっている。これは、事業再構築による人材稼働率の向上と、それに伴う研究開発費の減少が主な要因。同社の人材稼働率は平均で80%程度だが、11年2月期は100%、フル稼働になっている。また、研究開発要員として確保していた社員を一時的にエンジニアリング事業に移したことで、研究開発費が約51百万円減少した点も利益率を押し上げる要因となっている。

その他事業であるRFIDは、74百万円(前年度比4.0%減)。特に下半期から受注件数が増加したものの、単価の下落が響いた。ただ、同事業の売上比率は現段階において1.3%と小規模。他の新規事業との相乗効果や、ライセンス収入なども視野に入れ、当面は売上を横ばいに維持し、利益率の向上を図る戦略である。

■ 2186 ■
ソーバル

2011年4月18日(月)
更新:18時00分

2011年2月期決算

(3) 財務状況

同社の財務上状況は以下の通り。自己資本比率76.4%、実質無借金経営を貫いており、極めて堅固な財務体質を持つ。また、期末の現預金は、1,216百万円(10年2月期末比34.6%増)と潤沢だ。

財務状況(単位:百万円)

科目	10年2月期	11年2月期
総資産	2,221	2,472
純資産	1,778	1,887
自己資本比率	80	76.4
1株当たり純資産	818.83	869.25

キャッシュ・フロー(単位:百万円)

科目	10年2月期	11年2月期
営業活動によるキャッシュフロー	▲ 218	344
投資活動によるキャッシュフロー	7	▲ 16
財務活動によるキャッシュフロー	▲ 138	▲ 15
期末残高	903	1,216

(4) 地震の影響

同社は東日本大震災の被災地域に事業所を持たないため、直接的な影響はない。また、顧客の被害による事業への影響も現段階において確認されていない。ただし、今後は夏場に予想される東京電力の電力制限、震災および原子力発電所事故による消費マインド低下の長期化、為替動向などによるリスクはある。

■ 2186 ■
ソーバル

2011年4月18日(月)
更新:18時00分

2012年2月期予想

12年2月期の事業展開

エンジニアリング事業においては、盤石の基盤を持つファームウェア開発サービスの新規顧客開拓と既存顧客の利益率向上を図る。新規顧客に関しては医療系、自動車業界向けの開拓を推進。また、既存顧客に対しては、社員の効率的な配置、新規採用の正常化および稼働率の向上によって利益率を高める。新規採用に関しては、11年2月期は数名に絞ったが、通常に戻す計画だ。

他の重点項目は、新規事業の育成。「自社ブランド品の開発」「自社開発技術のライセンス供与」を大きな軸に据えて事業開発を進める。派遣形態によるファームウェア開発サービスという労働集約型ビジネスのリスク軽減と、長期・安定的な企業成長の両方が目的である。現在、最も期待しているのが、ウェブ事業。今まで業務提携で関係してきたウェブ系システムの開発会社、コアードを3月に買収。同社としては初めてのM&Aとなる。コアードとの関係強化により、ウェブ系システム開発の受注を拡充していく。ウェブを活用した新ビジネスの企画からコンサルティング、システム構築、運用、保守までを一貫して請け負う。

同社の新規事業は、過去のソフト、ハード受注で社内に蓄積された技術・知識・ノウハウを応用するというスタンス。いきなり大きなリスクを背負って新規事業に進出するという方針ではなく、社内の様々な資産を使って、新しいビジネスにつなげていくという考え方である。そのため、急激な拡大は期待できないかもしれないが、低リスクで、着実な進展が期待できる。

新規事業の拡大に伴い、潤沢なキャッシュフローを使ったM&Aも活発化させる。12年2月期も1件程度のM&Aを実施する予定である。

2012年2月期予想

数値の概要

売上高6,255百万円(11年2月期非連結数値比6.9%増)、営業利益270百万円(同18.9%増)、経常利益270百万円(同13.0%増)、純利益163百万円(同31.5%増)。現在の見通しでは、売上増加はほとんどがキャノンからの受注増。ソニーからの受注は横ばいを見込む。

新規事業の売上はRFIDが横ばいの約100百万円。Bluetooth関連システムが60百万円、フェイスブックのアプリケーションが50百万円、ウェブ事業が30百万円。

売上高営業利益率は4.1%とほぼ横ばいに推移。事業再構築が一段落したことと、社員教育のための研究開発費の投入を通常ベースに戻す一方で、人員の生産性を向上させることによって、利益率の確保を目指す。

2013年2月期以降も、キャノンの受注増と新規顧客の増加により、売上は前年度比2~3%増が期待できそうだ。売上高営業利益率も4%程度をキープできると見られる。

新規事業は見通しを立てるのが難しいが、同社の慎重な事業運営方針を前提として考えれば、大きなリスクになる可能性は低い。新規事業拡大の方法として掲げるM&Aに関しては、どのような企業の買収を行うかを注視していく必要がある。優秀な人材確保は課題。同社にとって、人材は最も重要な資産ともいえるため、リクルーティングの成否が注目される。

通期の業績推移

決算期	売上高 (百万円)	前期比	経常利益 (百万円)	前期比	純利益 (百万円)	前期比	EPS (円)	配当 (円)
09.2期	6,828	-	728	-	422	-	220.0	54.0
10.2期	5,766	-15.6%	19	-97.4%	-19	-	-8.9	10.0
11.2期	5,852	1.5%	239	1157.9%	124	-	57.4	17.0
12.2期予想	6,255	6.9%	270	13.0%	163	31.5%	75.3	未定

※11年2月期までは非連結、12年2月期予想は連結数値。

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。
- 掲載される情報はフィスコが信頼できると判断した情報源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、適時性について、フィスコは保証を行っておりません。また、いかなる責任を持つものでもありません。
- 本資料に記載された内容は、資料作成時点において作成されたものであり、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。
- フィスコが提供する投資情報は、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。
- 本資料に掲載される株式、投資信託、債券、為替および商品等金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。
- 本資料は、本資料により投資された資金がその価値を維持または増大することを保証するものではなく、本資料に基づいて投資を行った結果、お客様に何らかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、責任を負いません。
- フィスコおよび関連会社とその取締役、役員、従業員は、本資料に掲載されている金融商品について保有している場合があります。
- 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