

## クリエイティブ・レストランズ・ホールディングス

3387 東証 1 部

2015 年 7 月 16 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  
柴田 郁夫

## ■ 既存店売上高が好調、積極的な出店も奏功で順調な滑り出し

クリエイティブ・レストランズ・ホールディングス<3387>は、ショッピングセンター内のレストラン及びフードコートの運営を主力とするとともに、M&Aにより獲得した居酒屋業態や飲食店業態も展開している。集客力の高い立地へのこだわりとそれぞれの立地環境（地域特性や顧客属性、競合状況等）に見合った業態の組み合わせによるマルチブランド・マルチロケーション戦略に特徴があり、それが同社の主力事業を支えてきた。現在の店舗数は約 180 業態で 647 店舗となっている（2015 年 5 月末現在）。また、最近では、駅前好立地での 24 時間営業により人気業態となっている海鮮居酒屋など、積極的な M&A を通じて成長性のある業態を同社の成長に取り込む「グループ連邦経営」により高い成長性を実現しており、同社は新たな成長フェーズに入ったとみられる。

2016 年 2 月期第 1 四半期の業績は、売上高が前年同期比 22.6% 増の 19,817 百万円、経常利益が同 18.6% 増の 1,631 百万円と順調な滑り出しとなった。既存店売上高が想定以上に好調であったことや、前期における積極的な出店拡大が増収に寄与した。特に、海鮮居酒屋業態「磯丸水産」が順調に店舗数を拡大することで同社の業績をけん引している。

2015 年 6 月 30 日には、(株) KR フードサービス（以下、KR）を資本提携により連結子会社とした。関西圏に高い認知度を誇る和食レストランチェーン「かごの屋」ブランドの取得と、同社グループが本格的に参入できていない「郊外ロードサイド立地」への展開に狙いがあるとみられる。

KR を連結化したことに伴い、同社は、2016 年 2 月期の業績予想を増額修正した。修正後の業績予想として、売上高を前期比 39.7% 増の 96,800 百万円、経常利益を同 52.8% 増の 6,700 百万円と更なる業容拡大を見込んでいる。

同社は、2016 年 2 月期を初年度とする中期経営計画を推進している。(1) 国内グループ事業会社の持続的成長、(2) 良質な国内 M&A の実施、(3) グローバル展開の促進により、2018 年 2 月期の店舗数 824 店舗、売上高 108,000 百万円（平均成長率 15.9%）、経常利益 9,000 百万円（同 27.1%）と高い成長率の実現を目指している。

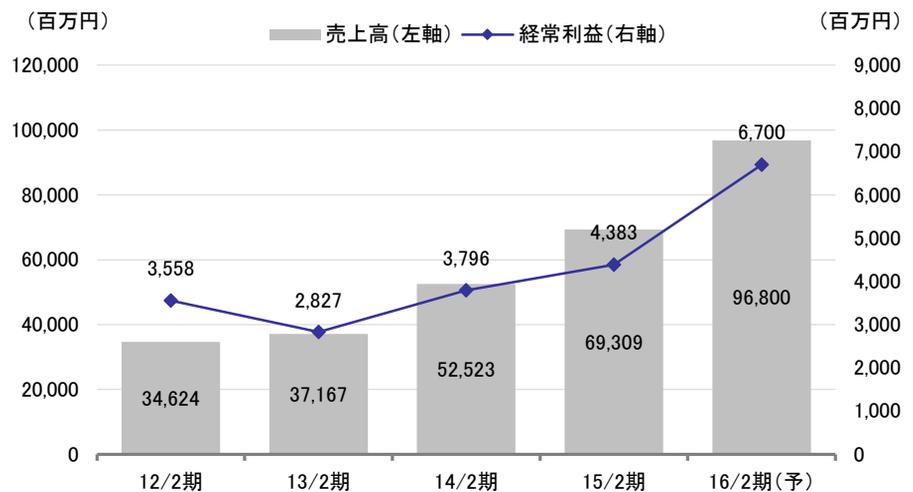
特に、好調な海鮮居酒屋業態による積極的な店舗数の拡大が、中期的な成長をけん引する計画である。また、主力事業についても、新設されるショッピングセンターや既存ショッピングセンターのテナント入れ替えなどをターゲットとして出店余地は十分にあることから着実な伸びを見込んでいる。一方、M&A については、引き続き重要な成長戦略として位置付けている。ただし、今回の KR との資本提携を含めて計数目標の中には織り込んでいないため、案件成立の時期や規模によっては業績の上振れ要因となる。

## ■ Check Point

- ・ 関西圏に強いブランドと郊外ロードサイド立地展開を獲得
- ・ 1Q は前年同期比で大幅な増収増益、1Q 決算では過去最高
- ・ 配当性向 30% 水準を維持、16 年 2 月期は 10.3 円増配予想

2015 年 7 月 16 日 (木)

### 通期業績の推移



## ■ 事業概要

### 成長性ある業態を積極的な M&A で取り込む「グループ連邦経営」

#### (1) 事業内容

同社は、ショッピングセンター内のレストラン及びフードコートの運営を主力とするとともに、M&A により獲得した居酒屋業態や飲食店業態も展開している。持株会社として、連結子会社 12 社（その内、海外 4 社）、非連結子会社 1 社（台湾）、関連会社 2 社（上海及び大連）を束ねている（2015 年 5 月末現在）。

集客力の高い立地へのこだわりとそれぞれの立地環境（地域特性や顧客属性、競合状況等）に見合った業態の組み合わせによるマルチブランド・マルチロケーション戦略に特徴があり、それが同社の主力事業を支えてきた。また、最近では、成長性のある様々な業態を積極的な M&A により同社成長に取り込む「グループ連邦経営」※を推進することで高い成長率を実現している。店舗数は約 180 業態で 647 店舗となっている（2015 年 5 月末現在）。

同社の事業カテゴリーは、1) ショッピングセンター内のレストラン及びフードコートを運営する「CR カテゴリー」、1) 居酒屋業態を運営する「SFP カテゴリー」、3) 様々な飲食店業態を運営する「専門ブランドカテゴリー」、4) シンガポールや香港及び中国等で日本食レストランを運営する「海外カテゴリー」、5) 業務受託収入等による「その他」の 5 つに分類される。

※ 同社が推進しているグループ経営のことで、ホールディングスの「求心力」と各グループ事業会社の「遠心力」のバランスをとりながら成長を促進するものである。



クリエイティブ・レストランズ・ホールディングス

3387 東証 1 部

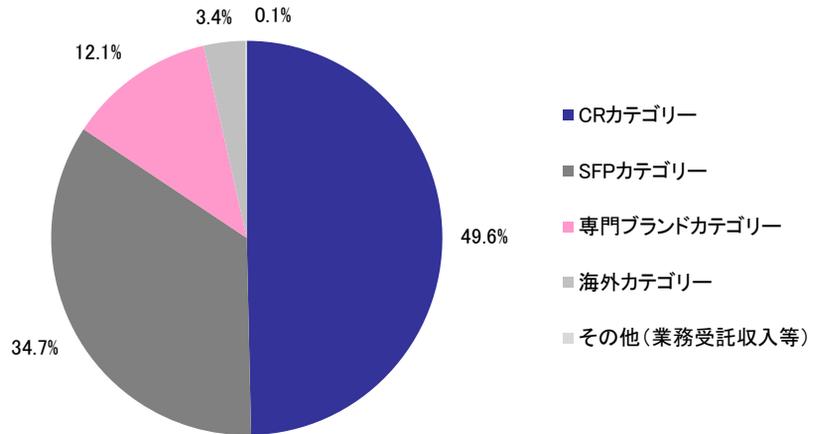
2015 年 7 月 16 日 (木)

事業カテゴリーの概要 (2015 年 5 月末現在)

CR カテゴリー	<p>クリエイティブ・レストランズ (CR) が運営する店舗にて構成。 郊外のショッピングセンターを中心にマルチブランドにてレストラン及びフードコート運営。 2015 年 5 月末の店舗数は 379 店舗。 主要な業態として、「はーべすと」、「しゃぶ菜」、「デザート王国」などがある。</p>
SFP カテゴリー	<p>2013 年 4 月に資本提携した SFP ダイニングが運営する店舗にて構成。 都心繁華街に居酒屋を運営。 2015 年 5 月末の店舗数は 150 店舗。 主要な業態として、海鮮居酒屋「磯丸水産」や手羽先唐揚専門店「鳥良」などがある。</p>
専門ブランド カテゴリー	<p>クリエイティブ吉祥 (CK)、ルモンデグルメ (LG)、イートウオーク (EW)、YUNARI (YNR)、上海美食中心 (SBC)、グルメブランドカンパニー (GBC) にて構成。 主に都市型商業施設を中心に、それぞれの専門ブランドを展開。 2015 年 5 月末の店舗数は合計で 88 店舗。 主要な業態として、日本料理専門店「吉祥」、イタリアンレストラン「TANTO TANTO」、野菜をメインとしたイタリアン「AWkitchen」、「つけめん TETSU」、小籠包専門店「南翔饅頭店」、ベーカリー&amp;カフェ「ジャン・フランソワ」などがある。</p>
海外 カテゴリー	<p>シンガポール、香港、中国の海外子会社が運営する店舗にて構成。 2015 年 5 月末の店舗数は合計で 30 店舗。 主要な業態として、「しゃぶ菜」、抹茶の専門店「MACCHA HOUSE」などがある。</p>

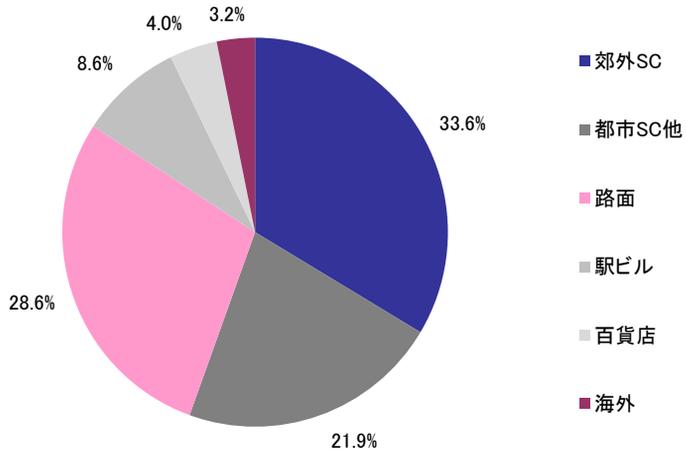
主力の CR カテゴリーが売上高の 49.6% を占める一方、SFP カテゴリーが 34.7%、専門ブランドカテゴリーが 12.1%、海外カテゴリーが 3.4% を構成している (2016 年 2 月期第 1 四半期実績)。

カテゴリー別売上高構成比 (15/2 期 1Q 実績ベース)



また、立地別店舗数の構成比は、郊外 SC が 33.6%、都市 SC が 21.9%、路面が 28.6%、駅ビルが 8.6%、百貨店が 4.0%、海外が 3.2% となっている (2015 年 5 月末現在)。

立地別店舗数の構成比(2015年5月末現在)



## 関西圏に強いブランドと郊外ロードサイド立地展開を獲得

### (2) KR フードサービスとの資本提携

同社は、前述した「グループ連邦経営」による成長戦略の一環として、2015年6月30日付けでKRを資本提携（株式取得）により連結子会社とした。KRは、和食レストラン「かごの屋」等を郊外ロードサイドにて展開しており、関西圏を中心として中部圏や関東圏にも進出している。店舗数は、国内にて「かごの屋」88店舗、その他7店舗、海外にて11店舗の合計106店舗となっている。

本件の目的は、関西圏に高い認知度を誇る和食レストランチェーン「かごの屋」ブランドの取得と、同社グループが本格的に参入できていない「郊外ロードサイド立地」への展開にある。特に、従来の「商業施設立地」やSFPダイニング<3198>による「路面繁華街立地」に加えて、「郊外ロードサイド立地」を事業ポートフォリオの中に組み込んだことで、スケールメリットの享受のみならず、リスク分散を図りながら新たな成長機会を獲得したところに戦略的な意図があると考えられる。

KR連結後の立地別店舗数の構成比（2015年6月末現在）は、郊外SCが28.7%、都市SCが19.3%、路面が24.6%、ロードサイドが13.7%、駅ビルが7.5%、百貨店が3.4%、海外が2.7%と大きく変化している。

なお、約150億円の取得価額については全額を銀行借入にて調達しており、のれん代として約100億円（償却期間20年により每期約5億円の償却費を計上予定）が発生する見込みとなっている。過去3年間のKRの決算をみると、每期6億円から12億円程度の経常利益を計上しており、連結初年度から十分に採算がとれるものとみている。

KRは、中部圏や関東圏への出店拡大による成長余地があり、中期的には300店舗体制（関西圏で50店舗増、中部及び関東圏で150店舗増）を目指している。また、SFPダイニングのように、将来的な株式上場も視野に入れているようだ。

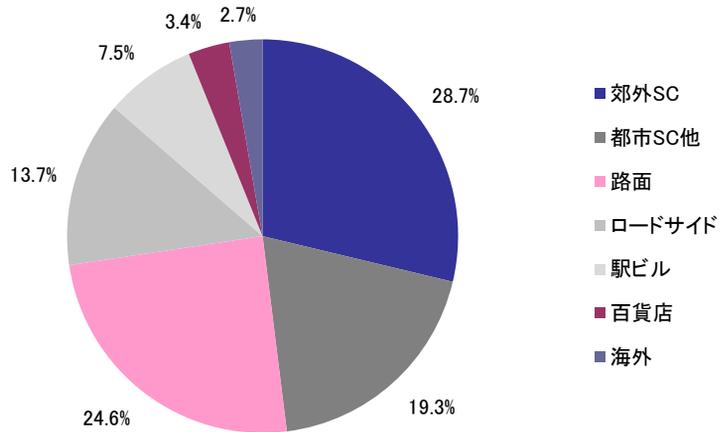
2015 年 7 月 16 日 (木)

## KR の業績推移

(単位：百万円)

	2013/3 月期		2014/3 月期		2015/3 月期	
		構成比		構成比		構成比
売上高	19,434		26,374		20,097	
営業利益	1,059	5.4%	1,292	4.9%	881	4.4%
経常利益	605	3.1%	1,224	4.6%	868	4.3%
当期純利益	292	1.5%	657	2.5%	454	2.3%
純資産	7,351		8,030		8,521	
総資産	18,549		18,659		16,644	

立地別店舗数の構成比(2015年5月末ベース ※KR店舗含む)



## ■ 決算概要

## 1Q は前年同期比で大幅な増収増益、1Q 決算では過去最高

## (1) 2016 年 2 月期第 1 四半期決算の概要

2016 年 2 月期の第 1 四半期業績は、売上高が前年同期比 22.6% 増の 19,817 百万円、営業利益が同 21.3% 増の 1,508 百万円、経常利益が同 18.6% 増の 1,631 百万円、四半期純利益が同 111.7% 増の 664 百万円と大幅な増収増益となり、第 1 四半期決算では過去最高を更新した。会社計画に対しても売上高、利益ともに上回った模様であり、順調な滑り出しと言える。

既存店売上高が前年同期比 100.1% (計画では 97.6%) と想定以上に好調であったことに加えて、前期の積極的な出店拡大 (純増 86 店舗) が増収に寄与した。すべてのカテゴリーが伸長したが、主力の CR カテゴリーが堅調に推移する一方で、注力する SFP カテゴリーが前期出店分の業績寄与により大きく伸びた。また、専門ブランドカテゴリーも、前期出店分と 2014 年 5 月から連結化された YUNARI が期初から業績寄与したことで大きく拡大している。

また、出退店の状況についても、新規出店が 40 店舗 (計画では 33 店舗)、2015 年 5 月末の店舗数が 647 店舗 (計画では 642 店舗) と計画を上回るペースで進捗している模様である。

2015 年 7 月 16 日（木）

一方、損益面では、原材料費の高騰（特に肉類）などにより原価率が上昇したことに加えて、新規出店の前倒しによる出店費用の増加等により経常利益率は 8.2%（前年同期は 8.5%）に低下したが、増収によって大幅な増益となった。

カテゴリ別の業績は以下のとおりである。

CR カテゴリは、売上高が前年同期比 9.9% 増の 9,837 百万円、カテゴリ利益が同 9.6% 減の 1,025 百万円となった。既存店売上高が 100.6%（計画では 97.9%）と想定以上に好調であったことや、前期出店分（純増 14 店舗）が増収に寄与した。特に、低価格ランチビュッフェ等による施策が奏功したビュッフェ事業部が好調であった模様である。ただ、損益面では、肉類等の原価高騰（前年同期比 1.0% 増）が、想定範囲内にコントロールしたものの、経常利益率を 10.4%（前年同期は 12.7%）に低下させる要因となった。

SFP カテゴリは、売上高が前年同期比 43.5% 増の 6,867 百万円、カテゴリ利益が同 69.8% 増の 783 百万円と大幅な増収増益となった。「磯丸水産」を軸とした既存店売上高が 99.3%（計画では 97.0%）と想定以上に好調であったことや、前期出店分（純増 35 店舗）が増収に寄与した。また、今期に入っても、既に 13 店舗（計画では 10 店舗）を前倒しで新規出店しており、出店拡大に向けて順調な進捗をみせている。損益面でも、食材価格の高騰の影響はあったものの、仕入れ先に対するボリュームディスカウントの発現により原価低減を図ったことや、前倒し分を含めた出店費用の増加分についても増収効果により吸収することにより、経常利益率は 11.4%（前年同期は 9.6%）と大きく改善した。

専門カテゴリも、売上高が前年同期比 29.8% 増の 2,407 百万円、カテゴリ利益が同 69.2% 増の 291 百万円と大幅な増収増益となった。2014 年 5 月から連結化された YUNARI が期初から業績寄与したことや前期出店分（M&A を含めて純増 36 店舗）が増収に寄与した。損益面でも、業績が低迷していた EW のリストラ（不採算店舗の閉鎖等）が完了（黒字化）したことや、増収効果による固定費負担の軽減等から経常利益率は 12.1%（前年同期は 9.3%）に大きく改善した。

海外カテゴリは、売上高が前年同期比 18.7% 増の 680 百万円、カテゴリ利益が 22 百万円の損失（前年同期は 66 百万円の損失）と増収及び損失幅の縮小となった。前期出店分が増収に寄与するとともに、中国における不採算店舗の閉鎖が損失幅の縮小につながった。なお、中国における不採算店舗については、前期 5 店舗に加えて、今期も既に 4 店舗（計画どおり）を閉鎖しており、通期黒字化に一定の目処がたつたとみられる。

2015 年 7 月 16 日 (木)

## 2016 年 2 月期第 1 四半期決算の概要

(単位：百万円)

	15/2 期 1Q 実績		16/2 期 1Q 実績		増減	
		構成比		構成比		増減率
売上高	16,170		19,817		3,647	22.6%
CR	8,950	55.3%	9,837	49.6%	887	9.9%
SFP	4,785	29.6%	6,867	34.7%	2,082	43.5%
専門ブランド	1,855	11.5%	2,407	12.1%	552	29.8%
海外	573	3.5%	680	3.4%	107	18.7%
その他	5	0.0%	24	0.1%	19	3.8%
原価	4,454	27.6%	5,553	28.0%	1,098	24.7%
販管費	10,471	64.8%	12,755	64.4%	2,283	21.8%
営業利益	1,243	7.7%	1,508	7.6%	264	21.3%
経常利益	1,376	8.5%	1,631	8.2%	255	18.6%
CR	1,134	12.7%	1,025	10.4%	-109	-9.6%
SFP	461	9.6%	783	11.4%	322	69.8%
専門ブランド	172	9.3%	291	12.1%	119	69.2%
海外	-66	-	-22	-	44	-
本社経費等	-326	-	-446	-	-120	-
純利益	313	1.9%	664	3.4%	350	111.7%

	15/2 期 (通期) 実績	16/2 期 1Q 実績	増減
既存店売上高 (前年同期比)	99.6%	100.1%	-
新規出店	102	40	-
M&A	26	-	-
退店	42	9	-
グループ総店舗数	616	647	31
カテゴリー別店舗数			
CR	364	379	15
SFP	137	150	13
専門ブランド	82	88	6
海外	33	30	-3

## M&A、好調な「磯丸水産」出店等で大幅な増収・経常増益見通し

### (2) 2016 年 2 月期の業績予想

同社は、2016 年 6 月 30 日付で KR を連結子会社としたことに伴い、2016 年 2 月期の業績予想を増額修正した。修正後の業績予想は、売上高が前期比 39.7% 増の 96,800 百万円、営業利益が同 46.5% 増の 6,100 百万円、経常利益が同 52.8% 増の 6,700 百万円、当期純利益が同 43.0% 減の 3,700 百万円と大幅な増収及び経常増益となる見込みである。なお、当期純利益が減益となるのは、前期に SFP ダイニングの新規上場に伴い、同社保有株式の持分変動利益（一過性利益）が発生したことの反動によるものである。

ただ、今回の増額修正は、2016 年 7 月から連結化された KR の業績寄与（8ヶ月分）を上乗せしたことが要因であり、それ以外では、期初会社予想の前提に変更はない模様である。

売上高は、CR カテゴリー及び SFP カテゴリーの店舗数の拡大に加えて、KR の連結化が業績寄与する専門カテゴリーが増収に寄与する想定である。出退店の前提については、好調な海鮮居酒屋業態「磯丸水産」を軸として、新規出店 92 店舗のほか、M&A による取得 106 店舗により期末店舗数 792 店舗（前期末比 176 店舗増）を計画している。また、既存店売上高は前期比 97.5% を見込んでいる。

2015 年 7 月 16 日 (木)

カテゴリ別の業績見通しは以下のとおりである。

CR カテゴリは、売上高が前期比 6.1% 増の 38,382 百万円、カテゴリ利益が同 1.8% 増の 3,601 百万円と伸長する見通しである。積極的な新規出店（30 店舗を予定）が業績の伸びに寄与する想定である。

SFP カテゴリは、売上高が前期比 39.0% 増の 30,970 百万円、カテゴリ利益が同 59.8% 増の 3,397 百万円と大幅な増収増益を見込んでいる。好調な海鮮居酒屋業態「磯丸水産」を中心とした積極的な新規出店（40 店舗を予定）が業績の伸びを牽引する見通しである。

専門ブランドカテゴリは、売上高が前期比 192.0% 増の 24,209 百万円、カテゴリ利益が同 255.9% 増の 1,776 百万円を見込んでいる。2014 年 5 月から連結化された YUNARI が通期で寄与することや新規出店（12 店舗を予定）に加えて、2015 年 7 月からは KR が連結化されたことにより業容が大きく拡大する見込みである。

海外カテゴリは、売上高が前期比 19.8% 増の 2,974 百万円、カテゴリ利益が 71 百万円（前期は 147 百万円の損失）と増収及び黒字転換を見込んでいる。新規出店（6 店舗を予定）が増収に寄与するとともに、中国における不採算店舗の閉鎖（4 店舗を予定）により損益改善を図る方針である。

### 2016 年 2 月期の業績予想

(単位：百万円)

	15/2 期 実績		16/2 期 予想				前期比	
			修正前		修正後		修正前	修正後
		構成比		構成比		構成比		
売上高	69,309		82,000		96,800		18.3%	39.7%
CR	36,192	52.2%	38,382	46.8%	38,382	39.7%	6.1%	6.1%
SFP	22,288	32.2%	30,970	37.8%	30,970	32.0%	39.0%	39.0%
専門ブランド	8,292	12.0%	9,374	11.4%	24,209	25.0%	13.0%	192.0%
海外	2,483	3.6%	2,974	3.6%	2,974	3.1%	19.8%	19.8%
その他	52	0.1%	297	0.4%	262	0.3%	471.2%	403.8%
原価	19,370	27.9%	23,306	28.4%	28,009	28.9%	20.3%	44.6%
販管費	45,774	66.0%	53,193	64.9%	62,691	64.8%	16.2%	37.0%
営業利益	4,164	6.0%	5,500	6.7%	6,100	6.3%	32.1%	46.5%
経常利益	4,383	6.3%	6,100	7.4%	6,700	6.9%	39.1%	52.8%
CR	3,537	9.8%	3,601	9.4%	3,601	9.4%	1.8%	1.8%
SFP	2,126	9.5%	3,397	11.0%	3,397	11.0%	59.8%	59.8%
専門ブランド	499	6.0%	995	10.6%	1,776	7.3%	99.4%	255.9%
海外	-147	-	71	2.4%	71	2.4%	-	-
本経費等	-1,630	-	-1,965	-	-2,146	-	-	-
当期純利益	6,495	9.4%	3,500	4.3%	3,700	3.8%	-46.1%	-43.0%

既存店売上高	99.6%	96.9%	97.5%	-	-
新規出店	102	90	92	-12	-10
M&A	26	0	106	-26	80
退店	42	22	22	-20	-20
グループ総店舗数	616	684	792	68	176
カテゴリ別店舗数					
CR	364	382	382	18	18
SFP	137	177	177	40	40
専門ブランド	82	90	198	8	116
海外	33	35	35	2	2

2015 年 7 月 16 日 (木)

## ■ 成長戦略

### 18 年 2 月期末 824 店舗、売上高 1,080 億円への成長を目指す

同社は、2016 年 2 月期を初年度とする中期経営計画を推進している。前中期経営計画の基本戦略を引き継ぎ、「グループ連邦経営」のもと (1) 国内グループ事業会社の持続的成長、(2) 良質な国内 M&A の実施、(3) グローバル展開の促進により、2018 年 2 月期の店舗数 824 店舗、売上高 108,000 百万円 (3 年間の平均成長率 15.9%)、経常利益 9,000 百万円 (同 27.1%) と高い成長率の実現を目指している。また、資本効率を示す ROE についても、20% 以上の水準を維持していく方針である。

特に、好調な海鮮居酒屋業態「磯丸水産」が、積極的な新規出店 (年間 40 店舗を予定) により同社の中期的な成長をけん引する想定である。また、主力の CR カテゴリーについても、新設されるショッピングセンターや既存ショッピングセンターのテナント入れ替えなどをターゲットとして、年間 30 ~ 40 店舗の出店により着実な伸びを計画している。

一方、M&A については、引き続き重要な成長戦略として位置付けているものの、今回の KR との資本提携を含めて、計数目標の中には織り込んでいない。従って、案件成立の時期や規模によっては業績の上振れ要因となることに注意が必要である。

#### 中期経営計画

	15/2 期 (実績)	16/2 期		17/2 期 (計画)	18/2 期 (計画)
		(当初計画)	(修正後)		
売上高	69,309	82,000	96,800	95,000	108,000
(伸び率)	32.0%	18.3%	39.7%	15.9%	13.7%
経常利益	4,383	6,100	6,700	7,400	9,000
(利益率)	6.3%	7.4%	6.9%	7.8%	8.3%
当期純利益	6,495	3,500	3,700	3,800	4,700
(利益率)	9.4%	4.3%	3.8%	4.0%	4.4%
新規出店数	102	90	92	80	80
M&A による増加	26	-	106	-	-
期末店舗数	616	684	792	754	824

※ 17/2 期計画における売上高の伸び率は、16/2 期当初計画に対するもの。

2015 年 7 月 16 日 (木)

## ■ 株主還元

### 配当性向 30% 水準を維持、16 年 2 月期は 10.3 円増配予想

同社は、業績や今後の事業展開等を勘案し、連結配当性向 30% 程度を目安として安定的な配当を行うことを基本方針としている。2016 年 2 月期は 1 株当たり 10.3 円増配(分割調整後)の年 33.0 円配を予定しており、配当性向でも概ね 30% の水準を維持する計画である。同社の中期経営計画に基づけば、今後も積極的な事業展開による高い成長率を見込んでいるため、中期的にも利益成長に伴う増配の余地は大きいものと考えられる。

また、同社は、所有株数に応じて食事券を配布する株主優待制度を年 2 回 (8 月末日、2 月末日) 実施している。100 株以上 300 株未満の株主に 3,000 円分 (年間 6,000 円分)、300 株以上 1,500 株未満の株主に 6,000 円 (年間 12,000 円)、1,500 株以上の株主に 30,000 円 (年間 60,000 円) の食事券を贈呈する内容となっている。

#### 株主優待制度の内容

所有株式数	優待内容 (8 月末日、2 月末日の年 2 回)
100 株以上 300 株未満	食事券 : 3,000 円分 (年間 6,000 円分)
300 株以上 1,500 株未満	食事券 : 6,000 円分 (年間 12,000 円分)
1,500 株以上	食事券 : 30,000 円分 (年間 60,000 円分)

#### 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