

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

MonotaRO

3064 東証 1 部

[企業情報はこちら >>>](#)

2020 年 5 月 28 日 (木)

執筆：客員アナリスト

角田秀夫

FISCO Ltd. Analyst **Hideo Kakuta**



FISCO Ltd.

<http://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 2020 年 12 月期第 1 四半期の単体業績	01
2. 2020 年 12 月期の連結業績見通し	02
3. 新型コロナウイルスの影響はプラス・マイナス両面あり	02
■ 業績動向	03
● 2020 年 12 月期第 1 四半期の単体業績概要	03
■ 今後の見通し	05
● 2020 年 12 月期の連結業績見通し	05
■ トピックス	06
1. 新型コロナウイルスの影響（プラス面、マイナス面）	06
2. 新型コロナウイルスの物流・IT プロジェクトへの影響	08
■ 株主還元策	09

■ 要約

2020 年 12 月期第 1 四半期は 20% 前後の増収増益となり 順調な滑り出し。 各種マーケティング施策奏功、新型コロナウイルス関連商品需要増加

MonotaRO<3064> は、兵庫県尼崎市に本社を置く、インターネットなどを利用した工場・工事用、自動車整備用等の間接資材※の通信販売会社である。

※ 間接資材とは、製造工程で使用される研磨剤やドリル、軍手など、事業者が自社内で使用し、再販を目的としない商品を目指す。業種により個性が高い。

同社のビジネスモデルの特徴は、同一の価格で間接資材を販売するという点である。市場の慣習により売り手から不公平な価格を強いられがちであった中小企業を中心に支持を受け、ニッチ市場における専門通販業者として確固たる地位を確立した。438.4 万口座（2020 年 3 月末現在）の顧客に対して 1,800 万点を超えるアイテムを取り扱い、当日出荷対象商品 59.0 万点（うち自社保有在庫で 46.4 万点）を販売する。

1. 2020 年 12 月期第 1 四半期の単体業績

2020 年 12 月期第 1 四半期単体業績は、売上高で前年同期比 19.1% 増の 35,585 百万円、営業利益で同 23.9% 増の 4,640 百万円、経常利益で同 23.5% 増の 4,633 百万円、四半期純利益で同 24.0% 増の 3,231 百万円と売上高・各利益ともに 20% 前後の成長を達成した。売上高に関しては、リスティング広告、SEO 対策など各種マーケティング施策が奏功したことや、新型コロナウイルス関連商品を求める個人顧客が増えたことなどにより獲得口座数が拡大したため、年初計画を超えて進捗した。通販事業（大企業連携は除く）は新規顧客増と新型コロナウイルス関連商品への需要増等により、対前年同期・対計画ともに上回った。購買管理システム事業（大企業連携）では、大企業連携社数及び売上高が成長し期初計画どおりの進捗である。売上総利益率は、前年同期比 0.2 ポイント低下したが、販管費率が、同 0.7 ポイント低下し、結果として、営業利益は前年同期比 23.9% 増、営業利益率は同 0.5 ポイント上昇となった。同社計画比でも営業利益で 3.5% のプラスであり、第 1 四半期として順調な滑り出しをしたと言えるだろう。

要約

2. 2020 年 12 月期の連結業績見通し

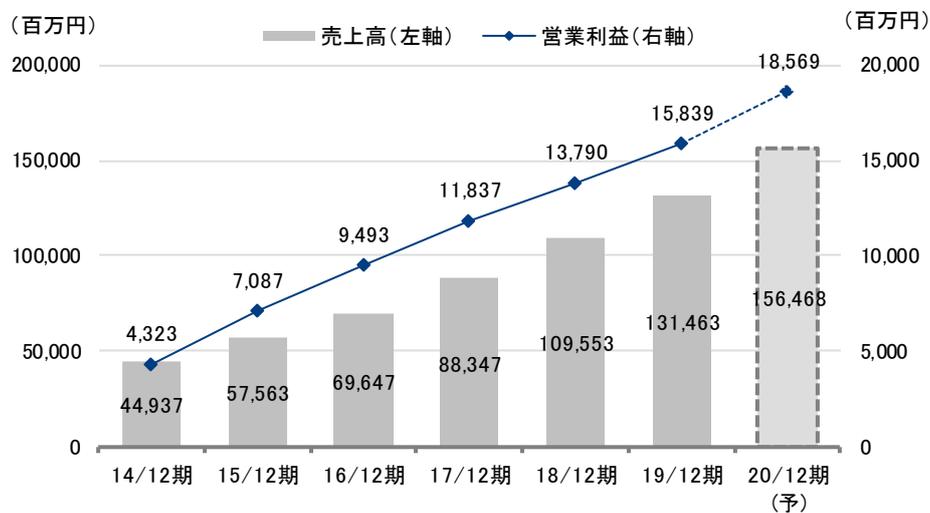
2020 年 12 月期通期の連結業績は、売上高で前期比 19.0% 増の 156,468 百万円、営業利益で同 17.2% 増の 18,569 百万円、経常利益で同 17.0% 増の 18,584 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同 18.3% 増の 12,997 百万円と、売上高・各利益ともに高い成長を維持する予想である（期初の予想を据え置き）。この計画が達成されれば、19 期連続の増収、11 期連続の増益となる。足元の 4 月以降においては、新型コロナウイルスのプラス・マイナス両面の影響があるものの、プラス要因（新型コロナウイルス関連商品や、在宅勤務などの働き方の変化に関連する商品の売上が増加）が若干上回っているもようである。特に新規顧客獲得が好調。年間目標で 91.8 万口座（前期は 74.5 万口座）に対して、第 1 四半期の段階で 27.4 万口座（進捗率 29.9%）を獲得した。通期の全社売上高予想（単体）に対する第 1 四半期進捗率は 23.7%（前年同期は 23.6%）と前期並みである。売上総利益率は仕入れの最適化や円高による商品粗利増により 28.5%（前期比 0.3 ポイント増）とやや上昇する予想。販管費率に関しては、例年スケール効果により下がる傾向だったが、進行期は商品情報管理・受発注管理システムの使用開始に伴う費用が発生するため、16.7%（前期比 0.5 ポイント増）とやや上昇する見込みだ。結果として、営業利益で売上比 11.9%（前期比 0.1 ポイント減）、前期比 17.2% 増を予想する。通期の全社営業利益予想（単体）に対する第 1 四半期進捗率は 24.1%（前年同期は 22.8%）と順調な進捗である。弊社では、新型コロナウイルスの影響により、法人のオンライン調達の加速と個人新規顧客の増加が続くことなどにより、通期業績は上振れる可能性があると考えている。

3. 新型コロナウイルスの影響はプラス・マイナス両面あり

新型コロナウイルスの感染拡大は同社の事業に大きな影響を与えており、プラス面とマイナス面の両方が考えられる。現時点（2020 年 4 月末時点）ではマイナス面は一過性と考えられるものが多く、中期的にネット通販の普及促進というプラス面が上回っていくことが想定される。ネット通販事業（monotaro.com）では、現時点でプラス面が上回っている。新型コロナウイルス関連商品を求める個人顧客の登録が急増し、新規登録者は計画を上回って進捗。需要面では、新型コロナウイルス関連商品（マスク、消毒液などの衛生用品等）、在宅勤務等働き方の変化による関連商品（家具、消耗品等）の売上が好調に推移する傾向だ。マイナス面では、マスク、消毒液、防護服等一部の商品で供給が追い付かず、注文制限を設定していることや、個人顧客比率が増えたことなどにより、平均注文単価が 7% 低下した（4 月）ことが挙げられる。業種別には、特に製造業からの受注が他の業種（建設工事業、自動車整備業ほか）に比べて伸びが弱い傾向である。製造業は主力業種であり、緊急事態宣言やサプライチェーンの混乱による一過性の落ち込みかどうか注視する必要がある。購買管理システム事業（大企業連携）に関しては、前期比で売上高が伸びてはいるが、4 月は計画未達であり弱含みである。この落ち込みを個人向けが好調のネット通販事業（monotaro.com）が補い成長を維持している構図となっている。大企業連携の売上構成比が想定よりも抑えられると、全社利益率は上がることが想定できる。業界全体としては、消費者（法人、個人）が外出や対面販売を控える風潮のなかで、ネット通販業界の成長が加速しており、同社においても追い風と言えるだろう。

Key Points

- ・2020年12月期第1四半期は20%前後の増収増益となり順調な滑り出し。各種マーケティング施策奏功、新型コロナウイルス関連商品需要増加
- ・2020年12月期は11期連続増収増益の期初予想を据え置き。新型コロナウイルスの影響により計画上振れの可能性あり
- ・新型コロナウイルスの影響はプラス・マイナス両面あり。業績的には追い風、物流・ITプロジェクトは遅延要因となる

売上高及び営業利益の推移(連結)


出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

**2020年12月期第1四半期は20%前後の増収増益。
 新規顧客獲得施策の奏功と
 新型コロナウイルス関連商品を求めた個人顧客が増加**

● 2020年12月期第1四半期の単体業績概要

MonotaRO<3064>の2020年12月期第1四半期単体業績は、売上高で前年同期比19.1%増の35,585百万円、営業利益で同23.9%増の4,640百万円、経常利益で同23.5%増の4,633百万円、四半期純利益で同24.0%増の3,231百万円と売上高・各利益ともに20%前後の成長を達成した。

業績動向

売上高に関しては、各種マーケティング施策が奏功したことや、新型コロナウイルス関連商品の売上増などにより、年初計画を超えて進捗した。新規顧客獲得では、検索エンジンへのインターネット広告の出稿（リスティング広告）と自社サイトを検索エンジンにおいて上位に表すための検索エンジン最適化（SEO）が奏功したことや、新型コロナウイルス関連商品を求める個人顧客が増えたことなどにより獲得口座数が拡大。第1四半期の新規獲得口座は274千口座、累積で4,384千口座となった。通販事業（大企業連携は除く）は新規顧客増と新型コロナウイルス関連商品への需要増等により、対前年同期・対計画ともに上回った。購買管理システム事業（大企業連携）では、大企業連携社数が875社（前年同期比236社増）、売上高で64億円（同40%増）と期初計画どおりの進捗である。

売上総利益率は、前年同期比0.2ポイント低下した。商品ミックスの変動や円高などによる粗利率増（0.3ポイント増）があったものの、配送料率の増加（0.4ポイント減）、海外ロイヤリティの減少が押し下げた。販管費率に関しては、前年同期比0.7ポイント低下。広告宣伝費率の減少（TVCM減等、0.8ポイント減）と売上増によるスケール効果が主要因である。

上記の結果として、営業利益は前年同期比23.9%増、営業利益率は同0.5ポイント上昇となった。同社計画比でも営業利益で3.5%のプラスであり、第1四半期として順調な滑り出しをしたと言えるだろう。

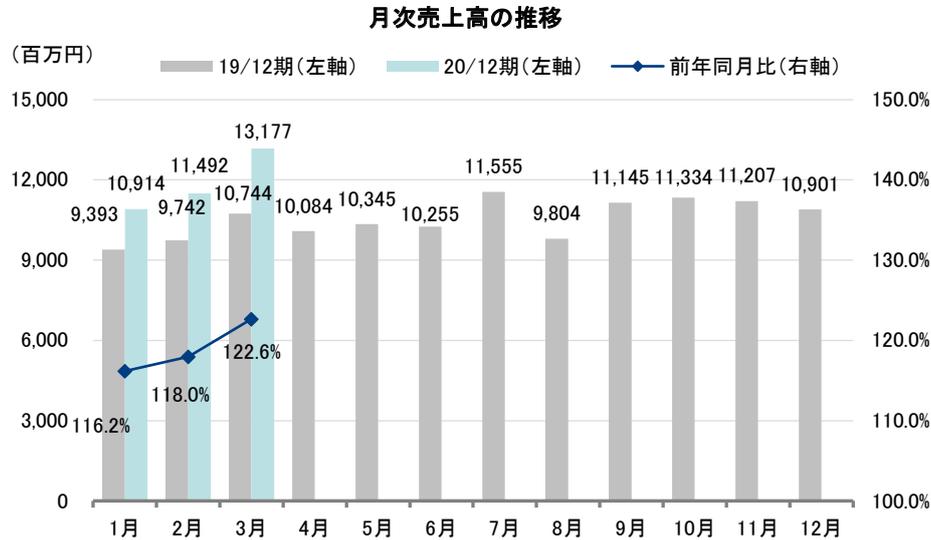
2020年12月期第1四半期単体損益サマリー

(単位：百万円)

	19/12期1Q		20/12期1Q			変化要因
	実績	売上比	実績	売上比	前年同期比	
売上高	29,879	100.0%	35,585	100.0%	19.1%	<ul style="list-style-type: none"> 検索キーワード・リスティング広告強化、SEO強化、新型コロナウイルス関連商品を求める個人顧客登録増等が奏功し新規顧客拡大（274千口座増） 購買管理システム事業（大企業連携）は連携社数・利用増により増収（前年同期比40%増）
売上総利益	8,600	28.8%	10,171	28.6%	18.3%	<ul style="list-style-type: none"> 売上総利益率が前年同期比0.2P低下 配送料率増（0.4P低下） 商品ミックス・円高などによる粗利率増（0.3P増加） 海外ロイヤリティ減の影響等
販売管理費	4,855	16.2%	5,531	15.5%	13.9%	<ul style="list-style-type: none"> 売上高販管費率は前年同期比0.7P低下 広告宣伝費率減（0.8P低下）及び売上増によるスケール効果が主因
営業利益	3,745	12.5%	4,640	13.0%	23.9%	<ul style="list-style-type: none"> 前年同期比0.5P上昇
経常利益	3,752	12.6%	4,633	13.0%	23.5%	<ul style="list-style-type: none"> 前年同期比0.4P上昇
四半期純利益	2,605	8.7%	3,231	9.1%	24.0%	<ul style="list-style-type: none"> 前年同期比0.4P上昇、営業利益率改善が主因

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

業績動向



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2020年12月期は11期連続増収増益の期初予想を据え置き。 新型コロナウイルスの影響により計画上振れの可能性あり

● 2020年12月期の連結業績見通し

2020年12月期通期の連結業績は、売上高で前期比19.0%増の156,468百万円、営業利益で同17.2%増の18,569百万円、経常利益で同17.0%増の18,584百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同18.3%増の12,997百万円と、売上高・各利益ともに高い成長を維持する予想である（期初の予想を据え置き）。この計画が達成されれば、19期連続の増収、11期連続の増益となる。

期初に公表された2020年12月期の連結業績予想は、新型コロナウイルスの影響を想定していない数値をベースに算定したものである。第1四半期の業績は、3月には新型コロナウイルスの影響が拡大したものの、緊急事態宣言（4月7日発出）が出される前であった。足元の4月以降においては、新型コロナウイルスのプラス・マイナス両面の影響があるものの、プラス要因（新型コロナウイルス関連商品や、在宅勤務などの働き方の変化に関連する商品の売上が増加）が若干上回っているもようである。

今後の見通し

新規顧客獲得に関しては、400万を超える口座から得られる検索・購買行動データの更なる活用をベースに、各種マーケティング施策を推進し、新規で年間で91.8万口座（前期は74.5万口座）を目指す計画。第1四半期の段階で27.4万口座（進捗率29.9%）を獲得しており、新規顧客の流入が進捗しているのがわかる。購買管理システム事業（大企業連携）に関しては2020年12月期の売上高272億円（前期比35%増）と進行期も高い成長率を見込むものの、足元4月は、前期比でプラスではあるものの、当初計画は未達で推移している。通期の全社売上高予想（単体）に対する第1四半期進捗率は23.7%（前年同期は23.6%）と前期並みである。

売上総利益率は28.5%（前期比0.3ポイント増）とやや上昇する予想。大企業連携売上比率が増加することは利益率を下げる方向に働くものの、仕入れの最適化や円高による商品粗利増により利益率を押し上げる見込み。販管費率に関しては、例年スケール効果により下がる傾向だったが、2020年12月期は16.7%（前期比0.5ポイント増）とやや上昇する見込みだ。2020年12月期は商品情報管理・受発注管理システムの使用開始に伴うシステム利用料及び減価償却費、人件費その他の費用がかかるためである。結果として、営業利益で売上比11.9%（前期比0.1ポイント減）、前期比17.2%増を予想する。通期の全社営業利益予想（単体）に対する第1四半期進捗率は24.1%（前年同期は22.8%）と順調な進捗である。弊社では、新型コロナウイルスの影響により、法人のオンライン調達の加速と個人新規顧客の増加が続くことにより、通期業績は上振れる可能性があると考えている。

連結事業計画

（単位：百万円）

	19/12期		20/12期			
	実績	売上比	予想	売上比	前期比	1Q進捗率
売上高	131,463	100.0%	156,468	100.0%	19.0%	23.6%
売上総利益	37,095	28.2%	44,653	28.5%	20.4%	23.4%
販売管理費	21,256	16.2%	26,084	16.7%	22.7%	22.9%
営業利益	15,839	12.0%	18,569	11.9%	17.2%	24.3%
経常利益	15,887	12.1%	18,584	11.9%	17.0%	24.2%
親会社株主に帰属する当期純利益	10,984	8.4%	12,997	8.3%	18.3%	24.4%

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

トピックス

新型コロナウイルスの影響はプラス・マイナス両面あり。業績的には追い風、物流・ITプロジェクトは遅延要因となる

1. 新型コロナウイルスの影響（プラス面、マイナス面）

新型コロナウイルスの感染拡大は同社の事業に大きな影響を与えており、プラス面とマイナス面の両方が考えられる。現時点（2020年4月末時点）ではマイナス面は一過性と考えられるものが多く、中期的にネット通販の普及促進というプラス面が上回っていくことが想定される。

Monotaro | 2020年5月28日(木)
 3064 東証1部 | <https://www.monotaro.com/main/ir/>

トピックス

ネット通販事業 (monotaro.com) では、現時点でプラス面が上回っている。新型コロナウイルス関連商品を求める個人顧客の登録が急増し、新規登録者は計画を上回って進捗。需要面では、新型コロナウイルス関連商品(マスク、消毒液などの衛生用品等)、在宅勤務等働き方の変化による関連商品(家具、消耗品等)の売上が好調に推移する傾向だ。マイナス面では、マスク、消毒液、防護服等一部の商品で供給が追い付かず、注文制限を設定していることや、個人顧客比率が増えたことなどにより、平均注文単価が7%低下した(4月)ことが挙げられる。業種別には、特に製造業からの受注が他の業種(建設工事業、自動車整備業ほか)に比べて伸びが弱い傾向である。製造業は主力業種であり、緊急事態宣言やサプライチェーンの混乱による一過性の落ち込みかどうか注視する必要がある。購買管理システム事業(大企業連携)に関しては、前期比で売上高が伸びてはいるが、4月は計画未達であり弱含みである。一過性の落ち込みかどうか注視する必要がある。この落ち込みを個人向けが好調のネット通販事業(monotaro.com)が補い成長を維持している構図となっている。大企業連携の売上構成比が想定よりも抑えられると、全社利益率は上がるのが想定できる。海外事業(韓国、中国、インドネシア)に関しては、中国での受注停止(1月末~3月初旬)のような一過性の売上減はあったものの、4月時点では落ち着きを取り戻した。むしろ新型コロナウイルスで外出が制限されるなか、ネット通販としての認知度向上、初回購入の増加が期待される。同社のオペレーション面では、4月5日に尼崎DCで感染者1名が発生し、直ちにDC内関連箇所の消毒、接触者29名の自宅待機が実施された(売上への影響はなし)。今後も、お客さま対応窓口や物流センター等はオペレーション現場での感染者発生リスクはあるが、危機管理体制は整備されており、影響は最小限となろう。小売り業界全体としては、消費者(法人、個人)が外出や対面販売を控える風潮のなかで、ネット通販業界の成長が加速しており、同社においても追い風と言えるだろう。

新型コロナウイルスの影響(プラス面、マイナス面)

対象事業・セグメント	プラス面	マイナス面(費用を含む)
ネット通販事業 (monotaro.com)	新規顧客 ■新型コロナウイルス関連商品を求める個人顧客の登録が急増し、計画を上回って進捗	■マスク、消毒液、防護服等一部の商品で供給が追い付かず注文制限を設定していることや、個人顧客比率が増えたことなどにより、平均注文単価7%低下
	既存顧客 ■新型コロナウイルス関連商品、在宅勤務等働き方の変化による関連商品の売上増	■特に製造業からの受注が他の業種(建設工事業、自動車整備業ほか)に比べて伸びが弱い
購買管理システム事業 (大企業連携)	(大企業連携の売上構成比が想定よりも抑えられると、全社利益率は上がる)	■前期比で売上高が伸びてはいるが、4月は計画未達
海外事業	■ネット通販としての認知度向上、初回購入の増加	■中国での受注停止(1月末~3月初旬)による売上減 ■韓国での初期の売上減
全社としての機会・リスク	■外出や対面販売を控える風潮のなかで、ネット通販業界の成長が加速	■お客さま対応窓口・物流等はオペレーション現場での感染者発生リスク(実際に4月5日に尼崎DCで感染者1名発生) ■特別支援金(全従業員対象)、食事手当(出社が必要な従業員対象)の支給(約1.1億円)を実施

出所：決算説明資料、ヒアリングよりフィスコ作成

トピックス

2. 新型コロナウイルスの物流・ITプロジェクトへの影響

新型コロナウイルスは、同社が進めている物流センター構築プロジェクトやサプライチェーン高度化のためのITシステム構築プロジェクトへも影響を及ぼしている。物流センターに関しては、笠間DCのバックヤード機能が主機能の茨城中央サテライトセンター（茨城中央SC）の建設工事が中断中だ。緊急事態宣言を受けて建設会社の新型コロナウイルス対策として中断しているものであり、順次再開の見込みだ。当初計画では2021年4月に稼働開始予定だったが遅れる可能性がある。関西での最新鋭DCとなる猪名川DCも同様に建設工事が中断中だ。当初計画では2022年4月に第1期稼働開始予定だったが遅れる可能性がある。

同社は、2019年初めから、サプライチェーン高度化のために商品情報管理及び受発注管理の新システムの導入プロジェクトを推進してきた。商品情報管理システムは、同社のような多くの商品（現状1,800万点超）を効率的に扱う場合には、不可欠になる。取扱商品増等の商品情報拡大対応へ向けマスターデータ基盤（商品、仕入先等）を構築・整理し商品情報の多様化・充実化を図り、将来的にサプライヤー向けポータルサイト開設やワークフロー整備を行う。当初計画では、初期版（Phase1）運用開始は2020年12月期第1四半期予定だったが、新型コロナウイルスなどの要因で若干遅れが生じ、第2四半期中ごろまで延期された。また、受発注管理システムは同社のような複数の在庫拠点から配送する事業モデルに不可欠である。多様なルールに基づく最適な配送方法の選定を可能にし、物流オペレーション平準化、荷別れ抑制、物流ネットワークの更なる最適化、配送・物流関連コスト抑制を図る。こちらも同様に当初計画では、初期版（Phase1）運用開始は2020年12月期第1四半期予定だったが、新型コロナウイルスほかの要因で若干遅れが生じ、第2四半期中ごろまで延期された。

新型コロナウイルスの物流・ITプロジェクトへの影響

プロジェクト	概要	新型コロナウイルス等の影響
物流プロジェクト	茨城中央 SC 笠間 DC から車で 10 分の距離に立地し、海外コンテナを常陸那珂港から陸揚して商品を保管する笠間 DC のバックヤードが主機能のセンター。稼働開始は 2021 年 4 月目途	■新型コロナウイルスの影響により建設工事が中断中
	猪名川 DC 関西での最新鋭 DC。使用面積は約 130,000㎡が想定されており、尼崎 DC（延べ床面積 44,000㎡）の約 3 倍に相当する。第 1 期稼働開始は 2022 年 4 月目途、第 2 期稼働開始は 2023 年 12 月期第 3 四半期目途	
ITプロジェクト	商品情報管理システム 取扱商品増等の商品情報拡大対応へ向けマスターデータ基盤（商品、仕入先等）を構築・整理し商品情報の多様化・充実化を図る。将来的にサプライヤー向けポータルサイト開設やワークフロー整備を行う。初期版（Phase1）運用開始は当初 2020 年 12 月期第 1 四半期予定だった	■初期版（Phase1）運用開始は 2020 年 12 月期第 1 四半期から第 2 四半期中ごろまで延期
	受発注管理システム 多様なルールに基づく最適な配送方法の選定を可能にし、物流オペレーション平準化、荷別れ抑制、物流ネットワークの更なる最適化、配送・物流関連コスト抑制を図る。配送リードタイムの短縮による利便性向上で受注増へつなげる。初期版（Phase1）運用開始は当初 2020 年 12 月期第 1 四半期予定だった	

出所：決算説明資料、ヒアリングよりフィスコ作成

■ 株主還元策

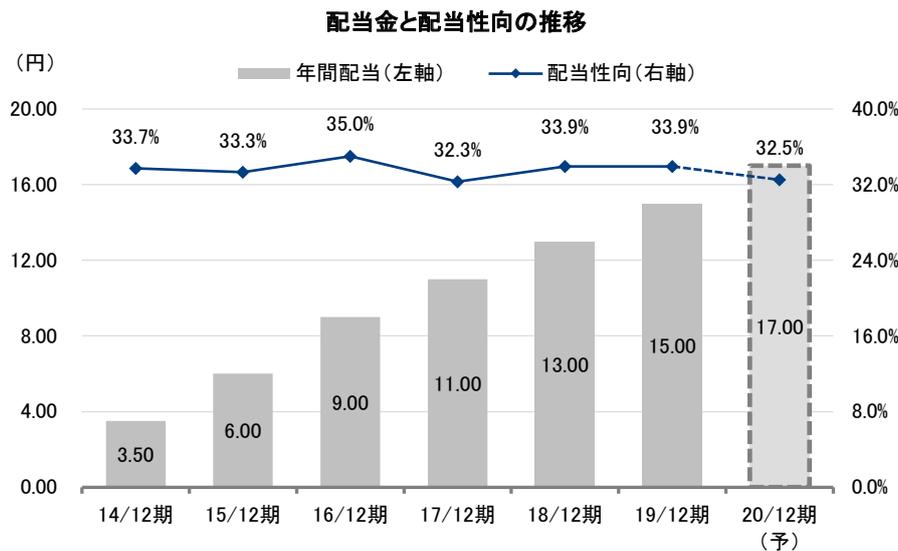
連続増配中。

2020 年 12 月期は配当金 17 円 (2 円増配)、配当性向 32.5% を予想

同社は業績に合わせて安定配当していく方針である。2013 年 12 月期 (配当金 3 円) から増配を続け、配当性向も 30% 以上を続けている。2020 年 12 月期の配当金予想は、年 17 円 (前期比 2 円増配、第 2 四半期末 8.5 円、期末 8.5 円)、配当性向は 32.5% である。同社は利益の成長率が高いため、速い増配ペースが期待できる。

同社は株主優待として、決算期末 (12 月末日) に 100 株以上を半年以上継続して保有している株主に対し継続保有期間に応じた金額相当分のプライベートブランド商品を贈呈している (半年以上 : 3,000 円分、3 年以上 : 5,000 円分、5 年以上 : 7,000 円分※)。商品への変換率も高く好評を得ている。

※ 金額は税抜。



注 : 2015 年 12 月期及び 2018 年 12 月期に 1 : 2 の株式分割を実施した。記載の配当金額は遡って修正済み
 出所 : 決算短信よりフィスコ作成

重要事項（ディスクレマー）

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。

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、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

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。フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、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。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になん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、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、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、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

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、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-11-9

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（情報配信部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp