

Briefing Transcription

|| 2026年6月期第2四半期 決算説明文字起こし ||

株式会社アイスタイル

3660 東証プライム市場 情報・通信業

[企業情報はこちら >>>](#)

[紹介動画はこちら >>>](#)

2026年2月25日(水)



FISCO Ltd.

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

■ 目次

■ 2026年6月期第2四半期決算 決算説明会を受けての FISCO アナリストコメント	01
■ 出演者	02
■ 決算説明	03
■ 質疑応答	16

■ 2026年6月期第2四半期決算 決算説明会を受けての FISCO アナリストコメント

- ・ユーザーアクション総数(=アクションしているユーザー数×1人あたりアクション数)は過去最高、メディア(1,670万 MAU)・EC(月間購入者数19万)・店舗(同51万)間での効率的な送客を実現できており、コロナ禍からの完全復活を確認。稼ぐ力は過去最高レベルに到達している。
- ・2Q決算はリテール事業がトップラインを牽引し、シナジーでマーケティング支援事業の成長が加速、複数の成長投資を吸収して増益となっており、下期偏重の通期業績予想に対しても順調な進捗。
- ・2026年6月期は売上高で前期比20.7%増、営業利益で同20.1%増と引き続き高い成長を見込む。
- ・メディア MAU と EC・店舗月間購入者数の差分が伸びしろであり、インナーケア(サブリメント)、エイジングケア フェムテック等、他の BEAUTY 領域などの新規領域も含め、2028～2029年度の売上高1,000億円、営業利益80億円を目指す。
- ・中期目標達成時の営業利益 CAGRは+25～35%程度となり、現状の PER15 倍にアップサイドポテンシャルを感じる。中計最終年度の PER15 倍でも時価総額は840億円が試算される(現在464億円)。

■ 出演者

株式会社アイスタイル
代表取締役会長 兼 CEO

吉松 徹郎様

株式会社アイスタイル
代表取締役社長 兼 COO

遠藤 宗様

株式会社アイスタイル
取締役副会長 兼 CFO

菅原 敬様

株式会社アイスタイル
上級執行役員 兼 CSO

濱田 健作様

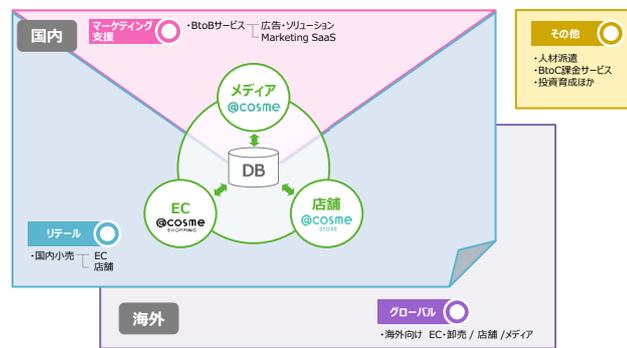
司会者

決算説明

■アイスタイル 吉松様

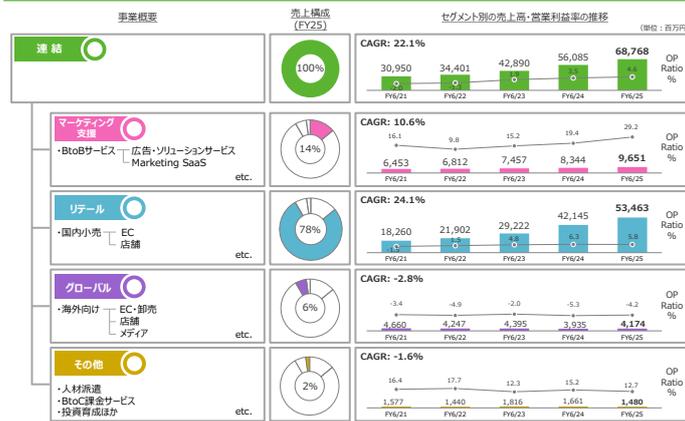
株式会社アイスタイル代表取締役 CEO の吉松です。お忙しい中お集まりいただきまして、誠にありがとうございます。2026年6月期第2四半期の決算説明をさせていただきます。

【参考】事業セグメントの構造



© style Inc. 1

【参考】事業セグメント別業績 / 年次推移



決算説明

2Q累計 / 決算サマリー & トピックス

決算サマリー

連結売上高 YoY **+21.2%** / 連結営業利益 YoY **+23.0%**

- ✓ 複数の成長投資を吸収して増益
- ✓ 通期業績予想に対して順調な進捗
- ✓ **リテール事業**がトップラインを牽引し、シナジーで**マーケティング支援事業**が成長加速

マーケット

マーケットポジションの強化と拡大

- ✓ プラットフォーム全体(メディア・EC・店舗)が活性化し、**ユーザーアクション総数も続伸**
- ✓ 香港旗艦店「@cosme HONG KONG」をオープン。中長期で東アジアの起点へ
- ✓ 業界内外と共創する大型イベント「Tokyo Beauty Week」を2Qに初開催

© isjye Inc. 3

1 ページ目、2 ページ目は参考として私たちのビジネスモデル、過去の成長について書いてあります。3 ページの今回の 2Q 累計決算サマリーからお話いたします。

まず、連結の売上高は前年比 21.2% 増、連結営業利益も前年比で 23% 増ということで、順調な成長をしています。過去の成長投資を吸収して増益しておりますし、通期業績に対しても順調な進捗をしています。

やはり私たちの事業においては、リテール事業を広げつつ、同時にその恩恵をマーケティング支援事業という形で回収していく、成長させていくという、このモデルが引き続き非常に良い回転に入っていると私たちとしては感じています。

トピックスとして挙げていますが、何より「マーケットポジションの強化と拡大」と書きました。今、化粧品業界、ビューティー業界において、ネットとリアル融合を実際に実現できている企業は非常に限られています。その中において、各ブランドのマーケティング支援をきちんとできるという意味で、私たちの数字が伸びているのも、このマーケットにおけるポジションをきちんと確立しているからだと思っています。その根底になるユーザーアクションも伸びています。

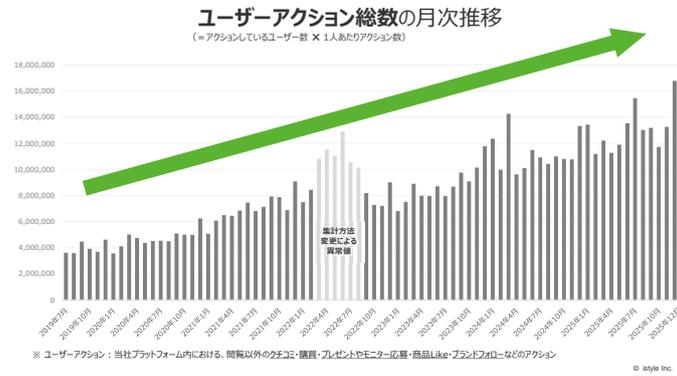
また今期からは、さらに私たちの事業可能性を広げるため、@cosme HONG KONG（アットコスメ香港）もオープンいたしました。また、@cosme というブランドだけではなく「Tokyo Beauty Week」を今回開催しているというのも大きなポイントになっています。

株式会社アイスタイル | 2026年2月25日(水)
3660 東証プライム市場 情報・通信業

決算説明

KPI ○ ユーザーアクションの総数(生活者の熱量)は過去最高値へ

- AI時代においても不変の価値(信頼・体験)で、ユーザーの熱量を最大化

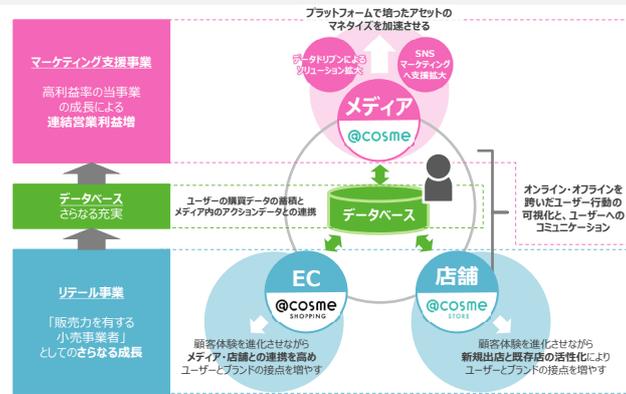


こちらのユーザーアクションの総数、推移につきましては、こちらに表示させていただいております。実際にサイトに集まってくるユーザーが、サイトの情報を見るということだけではなく、ブランドのイベントに参加したり、サンプルや購入という形で、私たちのプラットフォームにおけるアクションをこちらで示しています。

プラットフォームの成長方針

再掲

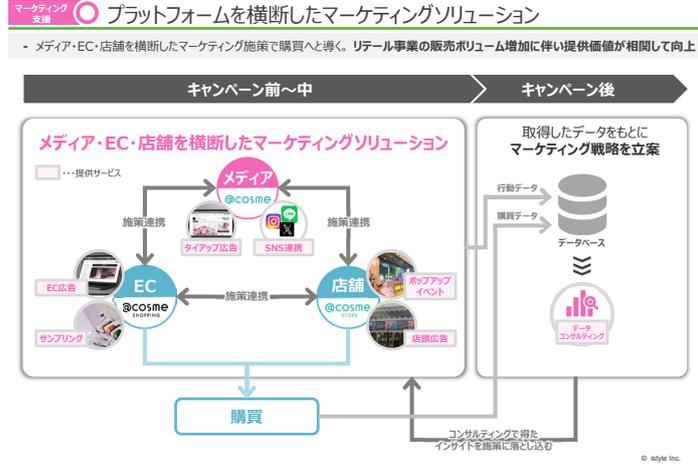
- これまでと変わらず、リテール事業でユーザーとブランドの接点を増やし、マーケティング支援事業でデータをマネタイズ



私たちのプラットフォームは、このECと店舗、そしてメディア、これがきっちり1つのデータベースでつながっています。また、これが構造だけではなく、会社の中のサービスとして連携しているのが非常に大きなポイントになっています。

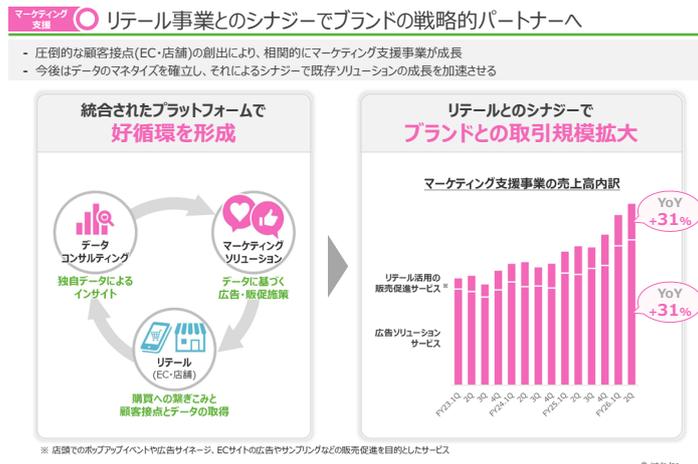
株式会社アイスタイル | 2026年2月25日(水)
3660 東証プライム市場 情報・通信業

決算説明



実際にこれを横断したマーケティングソリューションという形で、私たちはブランドとユーザーをつなぐということだけではなく、その出口としての購買というところまで一気通貫で展開していきます。このキャンペーンのデータ、メディアとECと店舗を合わせたデータと同時に購買データを合わせるからこそ、どういうユーザービヘイビア、ユーザー行動が起きているかを見ることができ、今回はこれを「データコンサル」という形で、より深くクライアントさんへ提案できる体制になりました。

このデータコンサルがあるからこそ、次、来年度はこういうキャンペーンをやろう、こういうコミュニケーションを年間でやっていこうという中長期的な提案が効いており、クライアントさんとの関係性、その中にあるサービスの深度、深さが深まってきているのが今の状況です。



実際に私たちのリテールは、単に物を売るという場所だけではなく、ブランドとユーザーが実際に会っていく一番大きな場所と捉えています。ネットとリアル両方があるからこそ、私たちのサービス提案の幅が、そして深さが増して行って、結果として両方の数字が伸びているのが今の私たちの状況です。

この後、具体的な話につきましては、実際の各セグメントの状況について遠藤の方から詳細をお話しさせていただきます。

決算説明

確立したプラットフォーム領域を拡大へ

- さらに他プレイヤーを巻き込み業界全体を活性化し、中長期中でもプラットフォーム領域の拡大・確立へ

領域拡大に向けた施策



私たちの @cosme というサービスは、実は日本だけではなく、今回香港の方にも展開しました。コロナ前、グローバルでは100億近くまで事業を一度成長させることにトライしていましたが、色々な状況があり、一度国内に集中することをしてきました。この国内の足元がきっちり固まり、数字が出始めたからこそ、次への展開として海外、香港にまず第一歩をもう一度踏み出すということをしております。

合わせて、今回この Tokyo Beauty Week も発表し実施させていただきました。@cosme というブランドに限らず、色々な可能性でユーザーとブランドさんとの出会いを創造していく。将来への投資も始まっています。これからまだまだ当社の広がりにご期待いただければと思っています。では、具体的な数字について遠藤の方からご説明いたします。

■アイスタイル 遠藤様

2Q累計 / ハイライト (単位: 百万円)

連結	マーケティング支援・リテールなどの国内事業が業績牽引。複数の成長投資を吸収して増益。	売上高 40,089 (YoY +21.2%)	営業利益 1,839 (YoY +23.0%)
マーケティング支援	ブランドとの取引規模拡大もあり増収加速。同イベントの費用を吸収して増益。	売上高 6,048 (YoY +28.9%)	営業利益 1,769 (YoY +24.4%)
リテール	EC・店舗ともに購買客数の増加により増収・増益を継続。	売上高 30,826 (YoY +20.7%)	営業利益 1,664 (YoY +27.6%)
グローバル	香港旗艦店のオープン(1ヵ月計上)で増収。同店のオープン関連費用を除外した本来収益は黒字化。	売上高 2,431 (YoY +18.3%)	営業利益 -248 (YoY -225 百万円)
その他	一部のBtoC課金サービスの終了に伴い減収・減益となるも、想定内の推移。	売上高 784 (YoY -1.0%)	営業利益 47 (YoY -63.2%)
全社費用 (経理課金含む)	(管理部門の人員費や本社家賃等)		営業利益 -1,393 (YoY -59 百万円)

では、2Q累計のハイライトをご説明させていただきます。

株式会社アイスタイル | 2026年2月25日(水)
3660 東証プライム市場 情報・通信業

決算説明

今、吉松から全体の概略をご説明させていただいた通り、売上高はほぼ400億、前年比で21.2%増、営業利益は18.4億、前年比で23%増ということで、マーケティング支援、そしてリテールという主力事業が業績を牽引してくれました。先ほどのTokyo Beauty Weekや香港の旗艦店という、今後の成長を見据えた投資を今回この2クォーターでやっておりますが、それも吸収して増益を図ることができました。

マーケティング支援事業に関しましては、売上高60億5,000万円、前年比で28.9%増、営業利益も17.7億、前年比で24.4%増ということで、ここ最近ずっとこのマーケティング支援事業の成長が当社全体の収益を押し上げる一番のポイントだというお話をさせていただいておりますが、ここが順調に成長してきていることを非常にポジティブに捉えています。

実際にブランドさんとの取引拡大もあって増収がさらに加速していますし、先ほどのTokyo Beauty Weekのイベントコストもここに含まれておりますが、それも吸収して増益を図ることができました。

リテールに関しましては、売上高300億強、前年比で20.7%増、そして営業利益は16.6億ということで、ここも前年比で27.6%の成長となりました。順調にEC、店舗ともに顧客数を増やしており、増収増益を継続しております。

そして、グローバルです。売上高24.3億で18.3%の前年比より成長。営業利益はマイナス2.5億ということで、前年比で2.2億程度のマイナスになっております。2クォーターに香港の旗艦店オープンがあり、売り上げとしては増収していますが、そのオープンに至るまでのコストがここに乗ったため、トータルではマイナスになりました。ただし、この香港オープンの関連費用を除くと、本来の収益は黒字化できていると考えています。その他に関しましては、一部のサービス終了もありましたが、想定内の推移となっております。また全社費用は、マイナス14億程度ですが、これも前年比でマイナス6,000万ということで、コストコントロールも全体できております。

2Q累計 / 連結業績予想に対する進捗率

- 各段階利益は通期業績予想(下期偏重の利益計画)に対して順調な進捗

(単位: 百万円)	連結業績概要			通期業績予想に対する進捗率	
	通期業績予想	2Q累計実績	YoY		
売上高	83,000	40,089	+21.2%	48.3%	
売上総利益	-	16,829	+17.6%		
販売管理費	-	14,990	+17.0%		
営業利益	3,800	1,839	+23.0%	48.4%	
経常利益	3,800	1,868	+17.7%	49.2%	
親会社株主に帰属する純利益	2,650	1,211	+10.1%	45.7%	

© style inc. 11

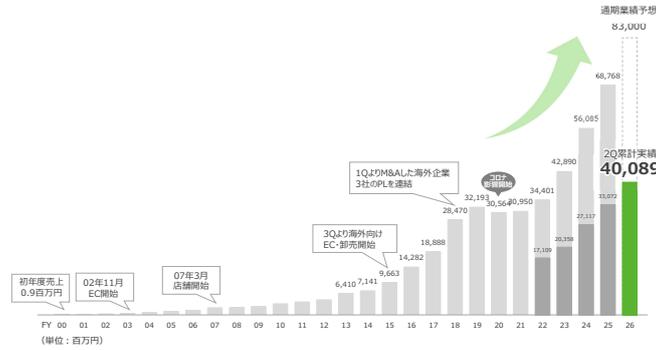
業績の進捗です。通期の業績予想は売上高830億、営業利益38億円ということで出させていただきました。期初にご説明させていただいた通り、下期偏重の利益計画で進んでおりますので、全体の売上高の進捗48.3%、営業利益も48.4%。経常利益、純利益とも比例しておりますが、非常に順調に進捗していると考えております。下期もまた、順調な成長の中でも気を緩めずに通期の達成に向かって進んでまいります。

株式会社アイスタイル | 2026年2月25日(水)
3660 東証プライム市場 情報・通信業

決算説明

連結売上高 / 年別推移

- 順調にトップラインを更新

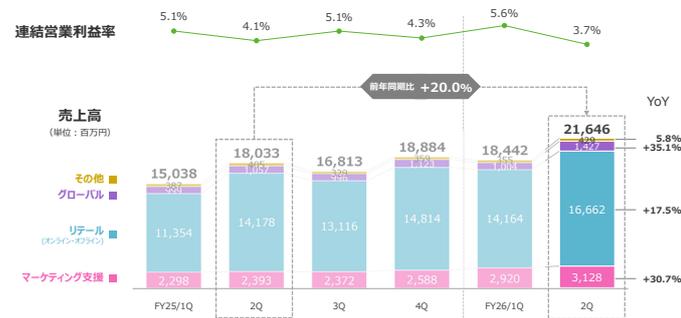


© istyle Inc. 12

連結売上高は経年で示させていただいておりますが、順調に成長しています。

セグメント別売上高 / 四半期別推移

- 香港旗艦店(グローバル事業)の寄与に加え、主力のマーケティング支援・リテール事業が共に成長しグループ全体のトップラインを牽引



© istyle Inc. 13

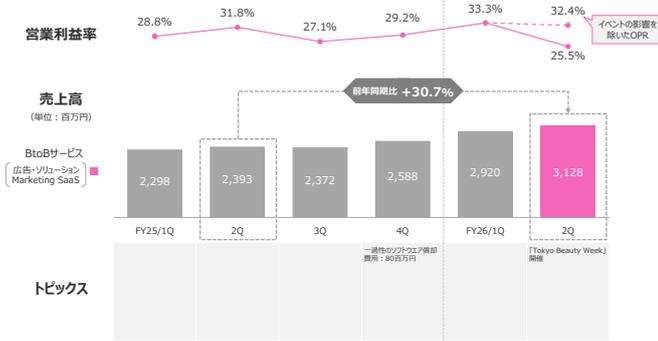
セグメント別の売上高についても、主力事業すべてで順調に売上高を伸ばしています。連結営業利益率は、前年が4.1%、今期3.7%ということでは下がっているように見えますが、先ほど申し上げた通り、香港の旗艦店オープン、そしてTokyo Beauty Weekという新しい取り組みの成長投資が含まれております。それを除けば順調に成長できていますし、この投資は我々にとって今後必要なものだと考えておりますので、特に営業利益率に関しては問題視しておりません。

株式会社アイスタイル | 2026年2月25日(水)
3660 東証プライム市場 情報・通信業

決算説明

マーケティング支援 ○ セグメント別売上高 / 四半期別推移

- 売上高：大型イベント「Tokyo Beauty Week」の開催に加え、リテール事業とのシナジーでブランドとの取引規模が拡大
- 営業利益率：前述イベントの影響を除いた場合、32.4%で好調に推移

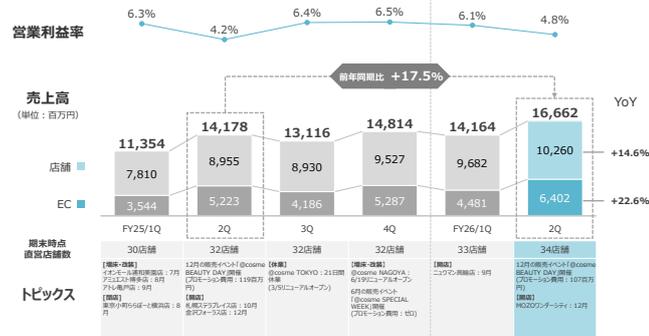


© istyle Inc. 14

そして、マーケティング支援事業です。売上高は先ほどのご説明の通り順調に成長しております。営業利益に関しましても、イベントの費用を除くと32.4%ということで、前年と比べても成長を果たしています。リテール事業が成長していることと合わせて、先ほどの吉松の説明の通り、リテールでの接点が増えてデータがさらに強化していく中で、ブランドとの取引が拡大している。オンライン、オフラインの両方のサービスが成長できているのが、この事業の成長の根源となっていると考えます。

リテール (化粧品・ヘアケア) ○ セグメント別売上高 / 四半期別推移

- 売上高：【店舗】インバウンドの一部減少がありがたながらも、国内客や新店の寄与でYoY・QoQで伸長
【EC】販売イベント「@cosme BEAUTY DAY」の寄与で成長軌道を維持
- 営業利益率：販売ボリュームの増加に伴い収益性が向上しYoY改善

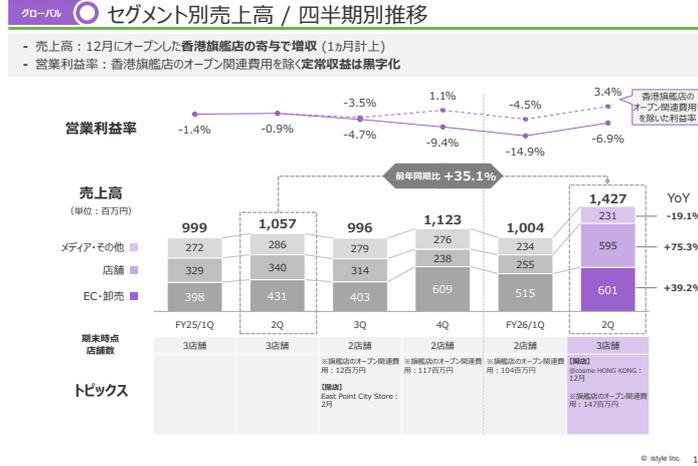


© istyle Inc. 15

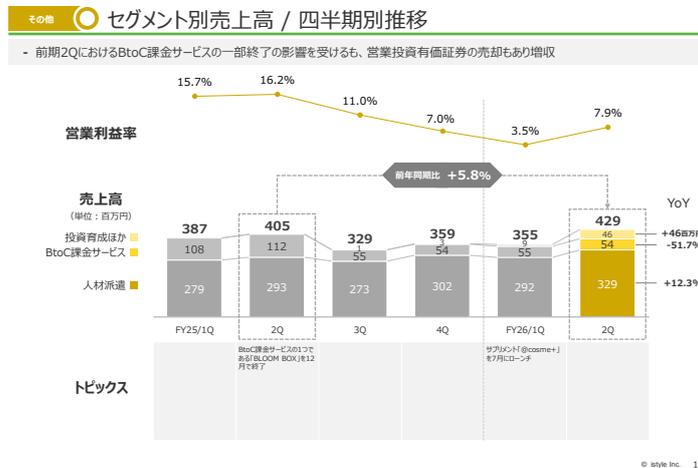
リテールも順調に成長できています。インバウンドの減少が色々なところで言われておりますが、12月ぐらいいには一部影響を受けたものの、国内のお客様や新店の寄与もあり、前年比、そして全四半期比でも成長できています。ECに関しましても、例年通り「@cosme BEAUTY DAY」が12月にありましたので、ここでの成長も加えてトップラインは成長できています。合わせて営業利益率も、前年4.2%、今期4.8%と、販売ボリュームが増加して生産性が高まっていると言え、前年比では改善できています。

株式会社アイスタイル | 2026年2月25日(水)
3660 東証プライム市場 情報・通信業

決算説明



グローバルについては、トップラインは順調に成長しました。これは、香港旗艦店の増収がインパクトを与えています。ただし、営業利益率に関しては、旗艦店オープンに伴う事前の賃料や関連費用がありましたので、マイナス6.9%という結果になりました。ただ、このオープン関連費用を除くとプラス3.4%ということで、前年がマイナス0.9%でしたので、順調に戻ってきて、やっと黒字化が見えてきたと考えています。



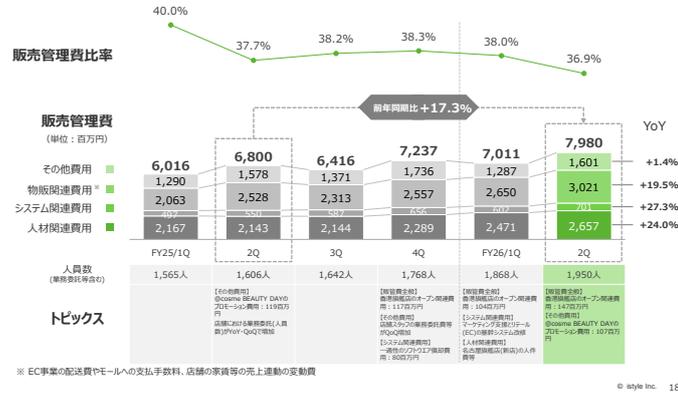
その他に関しましては、元々見込んでいた一部の BtoC 課金サービスの終了の影響を受けておりますが、当初の見立て通りに推移しています。

株式会社アイスタイル | 2026年2月25日(水)
3660 東証プライム市場 情報・通信業

決算説明

販売費及び一般管理費 / 四半期別推移

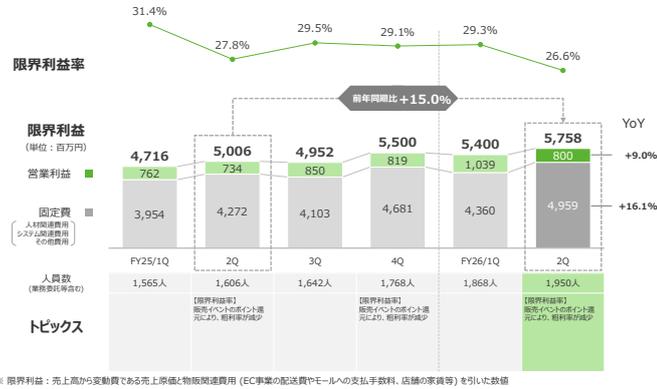
- 香港旗艦店・「Tokyo Beauty Week」の費用を計上するも、トップラインの伸長で販管比率はYoY改善



販管費全体では、前年同期比で17.3%の増加となっておりますが、全体での販管費率は36.9%ということで、ほぼ横ばいに少し下がったような感じですが、十分にコントロールできている状態にあると考えています。

限界利益※ / 四半期別推移

- 粗利率が相対的に低いリテール・グローバル事業の急伸により限界利益率がYoY減少するも、限界利益は着実に成長



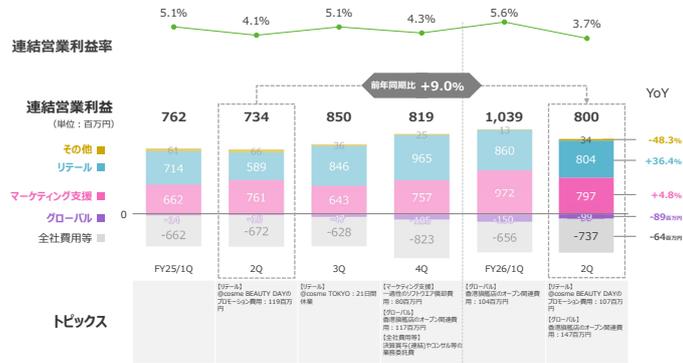
限界利益率については、粗利が相対的に低いリテール事業、そして香港旗艦店もリテールですので、この成長がぐっと伸びたことで限界利益率は減少していますが、限界利益は着実に成長することができています。マーケティング支援事業の成長は着実ですので、この全体の限界利益率自体も今後上げていくことが、果たしていかなければいけないことです。

株式会社アイスタイル | 2026年2月25日(水)
3660 東証プライム市場 情報・通信業

決算説明

セグメント別営業利益 / 四半期別推移

- 販売ボリュームの増加によるリテール事業の増益が連結営業利益を牽引



© style Inc. 20

セグメントについては、先ほど申し上げた通りです。

直近の運営サービスの状況

© style Inc. 21

KPI ユーザーアクションの総数

- ベストコスメアワードで認知・関心を高め、その熱意を「@cosme BEAUTY DAY」の購買アクションへ繋ぎこみユーザーアクションが増加

ユーザーアクション総数の月次推移

(=アクションしているユーザー数 × 1人あたりアクション数)

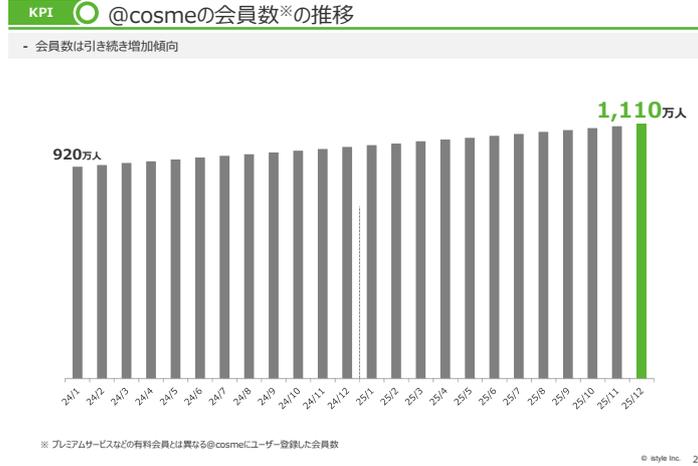


※ ユーザーアクション：当社プラットフォーム内における、閲覧以外のタグ付、購買、プレゼントやモニター応募、商品Like、ブランドフォローなどのアクション

© style Inc. 22

株式会社アイスタイル | 2026年2月25日(水)
3660 東証プライム市場 情報・通信業

決算説明



直近の運営サービスの状況です。ユーザーアクションの総数ですが、メディア、店舗、EC など色々なサービスの中でのアクション数の総和ですが、ここも順調に成長できています。会員数も 1,110 万人ということで増加傾向にあります。

グローバル 香港旗艦店「@cosme HONG KONG」を12月オープン

- オープン初月から黒字となり、東アジアにおける@cosmeプラットフォームの構築に向けて着実なスタートをきる

【店舗概要】

所在地： Yue Hwa International Building, No.1 Kowloon Park Drive and No.7 Ashley Road, Kowloon, Hong Kong

売場面積： 1,298m² (1~3階)

オープン日： 2025年12月5日

ブランド数： 500ブランド以上

© istyle Inc. 24

@cosme HONG KONG(アットコスメ香港)は、12月にオープンしました。ちょうど香港で大規模なマンション火災等があって、非常にオープンのタイミングが難しい時期ではあったのですが、いいスタートが切れていると考えています。

決算説明

業界内外との共創型の大型イベント「Tokyo Beauty Week」を11月実施

- 原宿・表参道エリアを舞台に、ブランド・メディア・地域商店会など多方面のパートナーと様々なビューティ体験を提供
- 単なるサンプル配布イベントではなく、10,000人を超える生活者とブランド等との確かなエンゲージメントを達成



※ 詳細は2025年12月1日発表のプレスリリースを参照 <https://www.istyle.co.jp/news/press/2025/12/1201-tbw.html>

© istyle Inc. 25

そして Tokyo Beauty Week というイベントを 11 月に実施いたしました。単純にメーカーさんにご出店ただいでブースを出していただくということだけではなく、アパレルや地元の商店街の皆様など色々なパートナーの方々と、ビューティを軸にして、新しいユーザーさんとの出会いを作っていくということで開催いたしました。

単純にサンプルを配布したということではなく、色々なユーザーさんがブランドさんや自分のことをより深く知るということをテーマに掲げて、約 1 万人を超える生活者とブランドさんとの出会いを作れたと思います。1 万人という数自体はもっと集めることもできますが、単純なサンプル配布ではなく、ブランドへの理解や自分への理解をユーザー様に体感していただきたく、入場数をコントロールいたしました。一人一人のユーザー様が「そのブランドと出会えて良かった」と思っていたらよいように努めてきたので、見立て通りのお客様に来ていただけました。

ユーザー満足度も 95.3%、ブランド満足度も 95%、そしてベニューパートナーとしても参画させていただきましたが、こちらも満足度 100% ということで、非常にいい初回のイベントになったと思います。また今年も開催したいと考えておりますので、ぜひご期待いただければと思います。以上、全体のご説明を申し上げます。ありがとうございました。

■ 質疑応答

▲ 司会者

質疑応答に移らせていただきます。それでは、お願いいたします。

▲ 質問者

遠藤さんをお願いしたいのですが、旗艦店が東京、名古屋、大阪、そして香港も進出ということで、だんだんと国内で大きな旗艦店を出す出店余地は難しくなってくると思うのですが、リテール事業の今後の成長の可能性について、またマーケティング支援事業をさらに加速させていくには、もう一歩何が必要だと考えてらっしゃるのか。

もう一点、アジアの需要をどう増やしていくか、香港を起点にアイスタイルがどう存在感を出していくか、将来的な期待を教えていただけますでしょうか。

■ アイスタイル 遠藤様

はい、わかりました。今後の店舗出店に関しましては、もちろん旗艦店のようなものを次々に出していくというよりも、一店舗ずつの規模拡大はこれからも図っていきたくて思っておりますし、まだ空白地帯はあると考えています。化粧品専門店や百貨店や減少している中、我々の店舗に出てほしいというお話をいただくことも非常に多くなりましたので、まだまだ店舗は拡大していけると考えています。既存店を大きくしていくこともできますし、まだ我々が出店していないエリアに出店して、面としてカバーしていくことは今後必要と考えています。

二番目のマーケティング支援事業につきましては、今取り組んでいることとして、一つはコンサルティング事業、そしてもう一つは、最近リリースしたクチコミを生成AIで分析する「@cosme Copilot」というツール。このようなものを通して、ブランドさんとユーザーの理解度をより深めていただくサービスを強化していきたいと思っています。また広告サービスとしても、今プランニング中ですが、従来の予約型広告だけではなく、運用型の領域に対しても取り組むことが必要と考えておりますので、このあたりを強化して加速させていきたいと考えています。

グローバルの展開に関しましては、今回香港旗艦店をオープンしました。コロナの際に一回グローバルを集約した時にも、東アジアの可能性は消さないという話をさせていただいたと思いますが、そこはこれからさらにアクセルを踏んで進んでいきたいと考えています。吉松の方からも補足させていただきます。

株式会社アイスタイル | 2026年2月25日(水)
3660 東証プライム市場 情報・通信業

質疑応答

■アイスタイル 吉松様

細かい話は期末の新しい計画に盛り込んでいきたいと思いますが、今クライアント様とお話ししていて、やはり皆様、日本国内だけではなく世界にどう出ていくかというお話を非常に多くいただきます。

香港の店は、事実上2店舗、3店舗をずっとキープしてきましたし、台湾には現地の@cosme、韓国にもGLOWPICK（グロウピック）があり、苦しいながらもその可能性をずっと掘ってきたので、ここを次のプラットフォームとして提案していけるようなことを今計画しております。詳細はまた来期に向けて発表させていただきます。

ただ、物販で今期計画の630億程度というのは、化粧品市場2.5兆円においてまだ2、3%を超えたぐらいの話です。ECを含めたこのマーケットで、3、4、5%と、あとどれだけシェアを取っていけるかという議論をしています。旗艦店というのはあくまでその一つのハブであって、他の面を取りに行くためにどういうやり方をすればいいのか。Tokyo Beauty Weekのように、@cosmeという今ある武器の展開だけではないことも含めて、色々考えていきたいと思っています。ありがとうございました。

▲司会者

以上をもちまして、本日の決算説明会を終了させていただきます。本日はありがとうございました。

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・表示したのですが、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、企業から報酬を受け取って作成されています。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、理由のいかなを問わず、いかなる責任も負いません。

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 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp