

|| 企業調査レポート ||

MonotaRO

3064 東証プライム市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2024年3月1日(金)

執筆：客員アナリスト

角田秀夫

FISCO Ltd. Analyst **Hideo Kakuta**



FISCO Ltd.

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

目次

| | |
|-------------------------------------|----|
| ■ 要約 | 01 |
| 1. 2023年12月期の単体業績 | 01 |
| 2. 2024年12月期の連結業績見通し | 02 |
| ■ 業績動向 | 03 |
| ■ 今後の見通し | 05 |
| ■ 戦略・トピックス | 06 |
| 1. 今後のさらなる成長に向けて新体制がスタート | 06 |
| 2. セグメント別に顧客拡大を図るため、より精緻なマーケティングを導入 | 06 |
| 3. 自動化が進んだ新関東 DC により現在の3倍の生産性実現へ | 07 |
| ■ 株主還元策 | 08 |

要約

2023年12月期は、売上高・営業利益ともに前期比2ケタ成長を達成。 次の10年の成長を見据えて新社長へバトンタッチ。 より精緻なマーケティングを導入し高成長の継続を目指す

MonotaRO<3064>は、大阪府大阪市※に本社を置く、間接資材のインターネット通販会社である。間接資材は、製造工程で使用される研磨剤やドリル、軍手など品目が多種にわたり、業種により個別性が高い。間接資材の市場規模は5～10兆円で、主な販売チャネルは訪問工具商・金物屋・自動車部品商などであり、特にインターネット通販チャネルの成長性は高い。同業他社には、アスクル<2678>、ミスミグループ本社<9962>、アマゾンジャパン(同)などがある。

※2023年11月、本社を兵庫県尼崎市から大阪市北区「JPタワー大阪」に移転した。今後、業務効率化と生産性向上をさらに推し進めるとともに、社員相互のコミュニケーションを活性化させ、さらなる成長を図ることを目的とした移転である。そのため、1フロアが約4,000㎡の広さを生かし、一人ひとりの社員がクリエイティブなアイデアを自由に出し合い、セレンディピティを高めて協創を生み出せるようなスペースと打合せスペースを多く設けている。

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。不透明な価格での購入を強いられることが多か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。近年は大企業との連携による購買管理システム事業も急成長している。2023年12月末現在で9,106千口座の顧客に対して2,200万点を超えるアイテムを取り扱い、55.9万点を自社センターに在庫する。ロングテールの圧倒的な品揃え、コストパフォーマンスに優れるPB商品、サイトでの商品推薦や短いリードタイムなど、同社の間接資材プラットフォームは他社と差別化されており、2ケタ以上の高い成長を継続している。加えて、ROE27.5% (2023年12月期)、自己資本比率67.3% (2023年12月末)と、収益性・安全性ともに際立つ業績である。また同社は2024年1月1日をもって、新しい代表執行役社長に常務執行役の田村咲耶(たむらさくや)氏が昇格した(戦略・トピックス章にて詳述)。10年以上にわたり同社の成長をけん引してきた前代表執行役社長の鈴木雅哉(すずきまさや)氏は、代表執行役会長として経営全般・海外分野などを担当する。

1. 2023年12月期の単体業績

2023年12月期単体業績は、売上高は前期比12.3%増の243,352百万円、営業利益は同20.6%増の32,675百万円、当期純利益は同15.9%増の22,072百万円となり、2ケタ成長を継続した。しかし、2022年12月期の特需(半導体関連、新型コロナウイルス感染症関連など)の反動減を計画に十分織り込んでいなかったため、売上高・各利益は計画比で未達となった。この要因として、主力の事業者向けネット通販事業及び購買管理システム事業(大企業連携)において、注文顧客数の減少と注文単価の減少が挙げられ、商品価格の値上げや景気の影響が考えられる。顧客数は前期末比1,100千口座増と堅調に増加し、営業利益は売上総利益の増加により、前期比で20.6%増となった。一方で、売上総利益率は改善したものの、計画比で売上未達により営業利益額は計画を0.9ポイント未達となった。

要約

2. 2024年12月期の連結業績見通し

2024年12月期の連結業績は、売上高は前期比12.7%増の286,570百万円、営業利益は同14.4%増の35,820百万円、経常利益は同13.6%増の35,835百万円、親会社株主に帰属する当期純利益は同15.1%増の25,096百万円と、売上高・各利益ともに10%を超える成長を予想する。

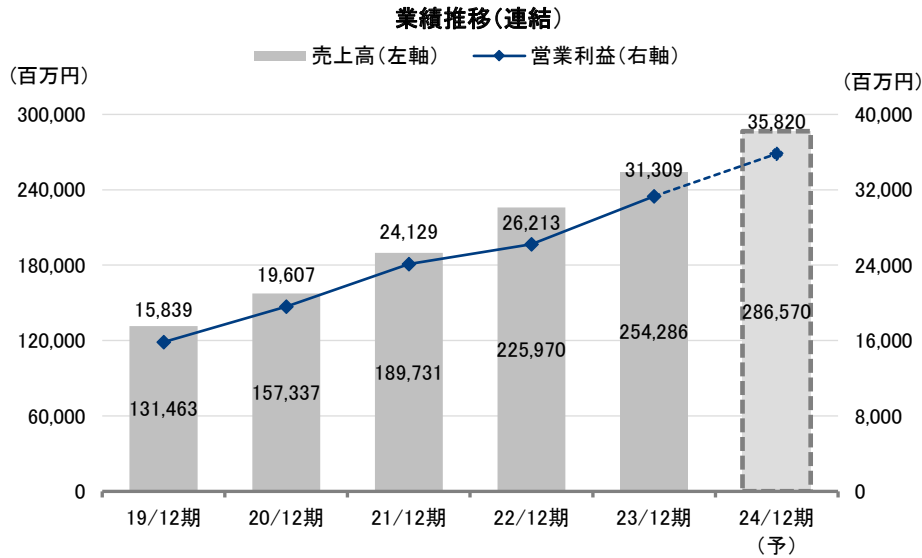
売上高に関しては、前期の増収率（12.5%増）並みの予想で依然として高い成長を見込む。同社の年間計画の予測は、ネット通販事業の登録年度別に想定し、これに新規顧客からの売上を加算して、大企業連携顧客の成長を推測したうえで足し合わせて行っている。ネット通販事業・新規に関しては、1,027千口座（前期は1,100千口座）と前期からやや目標は下がるが、顧客生涯価値（Life Time Value：LTV）がより高い法人は獲得数を増加させる計画である。購買管理システム事業（大企業連携）に関しては、前期比28.3%増と引き続き高成長を続け、売上構成比で31.6%に上る見込みである。ロイヤリティ事業は、欧米Zoro事業が増収に向かうと見ているが、ロイヤリティの受領額は前期比で減少の見込みだ。

売上総利益率は29.7%（前期比0.2ポイント減）と下降に転じる予想である。大企業連携の販売価格の契約見直しによる継続効果が一部あるものの、同事業の売上比率の増加及び円安等が影響する。販管費率は17.2%（前期17.6%）と前期からさらに改善を見込む。箱当たり売上の増大及び猪名川ディストリビューションセンター（以下、DC）の生産性改善などによる業務委託比率減少が主なドライバーである。結果として、営業利益率12.5%（前期比0.2ポイント増）を予想する。弊社では、インフレに伴う価格見直しの効果が一巡し粗利率が低下するものの、猪名川DCの生産性が高まるなど販管費率の改善が期待できると考えている。顧客セグメントごとの分析に基づくマーケティング（後述）の効果は予算に織り込んでおらず、期中に効果が顕在化する可能性がある。

Key Points

- ・ 2023年12月期は、売上高・営業利益ともに前期比2ケタ成長を達成。前期の特需（半導体関連等）の反動減の影響で計画は未達
- ・ 2024年12月期連結予想は売上高2,865億円、営業利益358億円。粗利率の減少を見込むも、物流効率改善により増益を目指す
- ・ 次の10年の成長を見据えて新社長へバトンタッチ。より精緻なマーケティングを導入し高成長の継続を目指す
- ・ 10年以上にわたり増配を続けており、2023年12月期は16.0円（前期比2.5円増）を実施。2024年12月期は19.0円（同3.0円増）を予想

要約



出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

2023年12月期は、売上高・営業利益ともに前期比2ケタ成長を達成。前期の特需(半導体関連等)の反動減の影響で計画は未達

2023年12月期単体業績は、売上高は前期比12.3%増の243,352百万円、営業利益は同20.6%増の32,675百万円、当期純利益は同15.9%増の22,072百万円となり、2ケタ成長を継続した。2022年12月期の特需(半導体関連、新型コロナウイルス感染症関連など)の反動減を計画に十分織り込んでいなかったため、売上高・各利益は計画比で未達となった。

主力の事業者向けネット通販事業及び購買管理システム事業(大企業連携)は、計画から若干下振れて推移した。この要因として、注文顧客数の計画未達と注文単価の計画未達が挙げられ、商品価格の値上げや景気の影響が考えられる。顧客数は前期末比1,100千口座増と堅調に増加した。購買管理システム事業(大企業連携)単独では連携社数が前期末比で1,057社増加し、売上高は前期比34.6%増と高い成長となったが、計画には届かなかった。

営業利益は、売上総利益の増加(価格変更や1箱当たりの注文単価上昇による配送料率の減少などの影響)により、前期比で20.6%増と増加した。一方で、売上総利益率は改善したものの、売上未達により営業利益額は計画に0.9ポイント未達となった。この主な要因は、販管費率は計画比並み(16.9%)であったが、その他費率の減少(営繕費など)や広告宣伝費の増大(既存顧客向けチラシ配布増等)である。結果として、営業利益率は前期比0.9%増加、計画比でも0.4ポイント上回る13.4%となった。なお、当期純利益に関しては、営業利益の未達及びインド子会社株式評価損(1,746百万円)により、計画比で5.2%減となった。財務の安全性についても、自己資本比率67.3%(2023年12月末)、流動比率203.5%(同)と極めて健全である。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項(ディスクレマー)をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

業績動向

2023年12月単体損益のサマリー

(単位：百万円)

| | 22/12期 | | 23/12期 | | 23/12期 | | 前期比 進捗* | 計画比 進捗* | 変化要因 | 計画比 進捗* | 変化要因 |
|------------------|---------|--------|---------|--------|---------|--------|------------|------------|------|---|--|
| | 実績 | 売上比 | 計画 | 売上比 | 実績 | 売上比 | | | | | |
| 売上高 | 216,638 | 100.0% | 253,373 | 100.0% | 243,352 | 100.0% | 12.3% | -4.0% | ○ | 【事業者向けネット通販事業 (monotaro.com)】 ・注文単価上昇及び注文回数増加により増収 ・顧客数増加 (1,100千口座増加) | △ 【事業者向けネット通販事業 (monotaro.com)】 ・前期の特需 (半導体関連、新型コロナウイルス感染症関連など) の反動減を織り込んでいなかったため計画未達 ・注文顧客数の減少及び注文単価の減少 |
| (内 大企業 連携売上高) | 50,027 | 23.1% | 69,250 | 27.3% | 67,327 | 27.7% | 34.6% | -2.8% | ◎ | ・連携社数の増加及び注文顧客数の増加により引き続き高成長(前期比 34.6%増) | △ ・特定大手顧客の売上未達及び注文件数の下振れにより計画未達(計画 -2.8%) |
| 売上総利益 | 63,643 | 29.4% | 75,672 | 29.9% | 73,759 | 30.3% | 15.9% | -2.5% | ○ | ・売上総利益率は前年同期比 0.9P増 ・商品粗利率増 (国内商品価格の変更等の影響、0.6P増) ・配送料・諸掛率減 (箱当たり注文単価上昇等の影響、0.6P増) ・ロイヤリティ受領額減 | △ ・売上総利益率は計画比 0.4P上回る ・商品粗利率増 (国内 / 輸入商品とも粗利率改善、0.4P増) ・配送料・諸掛率改善 (箱当たり注文単価上昇、輸入品輸送料率改善等、0.4P増) ・ロイヤリティ受領額減 |
| 販売管理費 | 36,558 | 16.9% | 42,711 | 16.9% | 41,084 | 16.9% | 12.4% | -3.8% | ○ | ・販管費率は前期並み ・既存顧客向けチラシ送付増等による広告宣伝費率増 (0.3P増) ・賃上げ等による人件費増 (0.2P増) ・箱単価上昇による業務委託費率減 (0.5P減) ・カタログ等の通信費率減 (0.3P減) など | △ ・販管費率は前期並み ・その他費率減 (営業費、備品消耗品費等、0.3P減) ・既存顧客向けチラシ送付増等による広告宣伝費率増 (0.4P増) など |
| 営業利益 | 27,085 | 12.5% | 32,960 | 13.0% | 32,675 | 13.4% | 20.6% | -0.9% | ○ | ・営業利益額は売上総利益増により前期比 20.6%増 ・営業利益率は売上総利益率改善を主因に同 0.9P増 | ○ ・粗利率は改善したものの売上未達により営業利益額は計画に 0.9%未達 |
| 当期純利益 | 19,044 | 8.8% | 23,283 | 9.2% | 22,072 | 9.1% | 15.9% | -5.2% | ○ | ・当期純利益率は営業利益率上昇等により同 0.3P増 | △ ・営業利益の未達及びインド子会社株式評価損 (1,746百万円) により、当期純利益は計画比 5.2%未達 |

※ 進捗に関してはフィスコが評価
出所：決算概要よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2024年12月期予想は売上高 2,865 億円、営業利益 358 億円。 粗利率の減少を見込むも、物流効率の改善により増益を目指す

2024年12月期の連結業績は、売上高は前期比 12.7% 増の 286,570 百万円、営業利益は同 14.4% 増の 35,820 百万円、経常利益は同 13.6% 増の 35,835 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益は同 15.1% 増の 25,096 百万円と、売上高・各利益ともに 10% を超える成長を予想する。

売上高に関しては、前期の増収率（12.5% 増）並みの予想で依然として高い成長を見込む。同社の年間計画の予測は、ネット通販事業の登録年度別平均売上高を算出し、大企業連携顧客の成長を推測したうえで足し合わせて行っている。ネット通販事業・新規に関しては、1,027 千口座（前期は 1,100 千口座）と前期からやや目標は下がるが、LTV がより高い法人は獲得数を増加させる計画である。2024年12月期は、新体制の下、既存顧客を「Micro」「Small」「Mid」「Large」にセグメントし、より緻密なマーケティングを展開する方針である。同社の顧客が多い「Small」における購買拡大を目的にパーソナライズ化や統合マーケティングを推進するなど、施策の精緻化を推進する。購買管理システム事業（大企業連携）に関しては、2024年12月期の売上高は 86,382 百万円（前期比 28.3% 増）と引き続き高成長を見込む。ロイヤリティ事業は、欧米 Zoro 事業が増収に向かうと見ているが、ロイヤリティの受領額は前期比で減少の見込みだ。

売上総利益率は 29.7%（前期比 0.2 ポイント減）と下降に転じる予想である。大企業連携の販売価格の契約見直しによる継続効果が一部あるものの、同事業の売上比率の増加及び円安等が影響する。販管費率は 17.2%（前期 17.6%）と前期からさらに改善を見込む。箱当たりの売上の増加及び猪名川 DC の生産性改善などによる業務委託比率減少が主なドライバーである。結果として、営業利益率 12.5%（前期比 0.2 ポイント増）を予想する。弊社では、インフレに伴う価格見直しの効果が一巡し粗利率が低下するものの、猪名川 DC の生産性が高まるなど、販管費率の改善が期待できると考えている。前期に手応えをつかんだ新マーケティング（後述）の効果は予算に織り込んでおらず、期中に効果が顕在化する可能性がある。

連結事業計画

（単位：百万円）

| | 23/12 期 | | 24/12 期 | | |
|---------------------|---------|--------|---------|--------|-------|
| | 実績 | 売上比 | 予想 | 売上比 | 前期比 |
| 売上高 | 254,286 | 100.0% | 286,570 | 100.0% | 12.7% |
| 売上総利益 | 75,964 | 29.9% | 84,990 | 29.7% | 11.9% |
| 販売管理費 | 44,654 | 17.6% | 49,169 | 17.2% | 10.1% |
| 営業利益 | 31,309 | 12.3% | 35,820 | 12.5% | 14.4% |
| 経常利益 | 31,538 | 12.4% | 35,835 | 12.5% | 13.6% |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | 21,813 | 8.6% | 25,096 | 8.8% | 15.1% |

出所：決算概要よりフィスコ作成

■ 戦略・トピックス

次の10年の成長を見据えて新社長へバトンタッチ。 より精緻なマーケティングを導入し高成長の継続を目指す

1. 今後のさらなる成長に向けて新体制がスタート

同社は2024年1月1日、新しい代表執行役社長に常務執行役の田村咲耶氏が昇格した。田村新社長は2020年3月に同社に入社し、中核部門であるサプライチェーンマネジメント部門において、新型コロナウイルス感染症拡大で混乱した状況の対応や猪名川DCの計画・運用などにおいて、高いリーダーシップを発揮し大きな成果を上げた。その後、マーケティング、カスタマーエクスペリエンス(CX)マネジメント、ビジネスプロセスマネジメント(BPM)などの経験を積み、後継に向けて十分な時間をかけてきた。特に2024年12月期の事業計画策定時には、計数計画立案などにおいて田村新社長が大いに関与した。これまで10年以上にわたり同社の成長をけん引し、ネット小売業大手の一角に押し上げた前代表執行役社長の鈴木雅哉氏は、今後、代表執行役会長として経営全般及び海外子会社などを管掌する。

2. セグメント別に顧客拡大を図るため、より精緻なマーケティングを導入

同社は、田村新社長へのバトンタッチを新しい成長の起爆剤にしたいと考えており、様々な挑戦を行っていく予定である。マーケティング面では、新社長の参画により、顧客セグメントが明確に定義され、進捗期に施策が実行される。主な標的市場は、「Small」「Mid」「Large」の3セグメントである。売上構成比で約40%を構成する「Small」は450万社に及ぶ法人であり、法人登録率は約30%とまだ潜在市場が大きい。LTVを加味し、より高度なマーケティングで新規企業獲得を推進する。売上構成比で25%を占める「Mid」は売上高300億円未満の法人約6万社であり、法人登録率は約80%と高い。従業員数で50人～500人規模であり間接資材の発注担当者が複数存在し利用者と発注者が異なる場合があることから、顧客企業内における新規ユーザーの獲得を強化し利用者に届くマーケティングを立案する。主に大企業連携で獲得してきた「Large」は、売上高300億円以上の法人約6千社であり、同社の売上構成比の約25%を占め、法人登録率は90%と高い。従業員数で500人規模であり間接資材の発注パターンが複雑である。こういった顧客企業のプロセスや課題をパターン化し、効果的な営業活動の型化を行う。MRO※の国内市場規模は5兆円から10兆円と推定され、同社の売上高シェアは2.5%～5%程度であり、今後獲得可能な大きな潜在市場が存在する。セグメントの特徴に応じた対策を行うことで、きめ細かな顧客獲得を目指す。

※ MROとは製造業の現場でよく使われている用語で、工場や施設のメンテナンス(maintenance)、リペア(repair)、オペレーション(operations)及び、それらの作業に必要な消耗品や副資材のこと。

戦略・トピックス

顧客事業規模別 市場分析と自社現状

| | 顧客売上規模 | 事業者の特徴 | 当社の状況 | 今後の戦略 |
|----------------------------|--------------------------------------|--|---|---|
| 事業者向けネット通販事業 購買管理システム事業 | Micro (個人事業主、一般消費者、その他) | ・個人事業主、一般消費者 ・個人が事業やプライベートで利用するものを購入。 | ・売上構成比(注1)：約10%、 前年比成長率：約0% ・コロナ関連商材の反動により成長率鈍化。 | ・期待LTVを加味した上でダイレクトマーケティングを最適化。 |
| | Small (売上20億円未満の法人、約450万社) | ・従業員：10名未満 ・間接資材購買担当者は、1~2名で「商品発注者=利用者」 | ・売上構成比(注1)：約40%、 前年比成長率：約9% ・法人企業登録率は約30% ・新規顧客獲得はSEM/SEO/チラシ。 ・2023年は半導体等の供給不安による特需の反動影響大。 | ・期待LTVを加味し、より高度なダイレクトマーケティングで新規企業獲得推進。 ・既存ユーザーの購買拡大のためのパーソナライズ化/統合マーケティング推進。 |
| | Mid (売上300億円未満の法人、約6万社) | ・従業員：約50~500人規模 ・複数拠点/事業所保有。 ・間接資材購買担当者は複数存在 ・「商品発注者」が複数の他人分を代理発注するケースも。 - 商品発注者≠利用者 | ・売上構成比：約25% 前年成長率：約15% ・法人企業登録率は約80%と高い中、 企業内ユーザー層が成長ドライバー。 | ・企業内新規ユーザー獲得策を強化(例：チラシ) ・ユーザー単価向上に向けた施策展開 - 利用者に関するマーケティングとサイト販促機能強化。 |
| | Large (売上300億円以上、約6,000社) | ・従業員：約500人以上 ・高い上場企業比率。 ・拠点/部署が多数存在し、間接資材発注パターンも複雑。 - 全社統制型/拠点決定型 | ・売上構成比：約25% 前年成長率：約25% ・法人企業登録率は90%以上、 システム購買連携による企業内ユーザー層が成長ドライバー。 | ・ターゲット企業の調達プロセス、購買構造、ニーズ、課題理解により効果的営業活動を強化。 - 上記により企業内フォロントシェア拡大を進める。 |

注1：売上は2023年
注2：当社登録率=企業内で1人でも当社アカウントを保有している法人事業者。

出所：決算概要より掲載

3. 自動化が進んだ新関東 DC により現在の 3 倍の生産性実現へ

同社の新関東 DC (茨城県水戸市) の全貌が明らかになってきた。同 DC の出荷能力は 30 万行 / 日と、現在の関東で主力となっている笠間 DC の約 3 倍の生産性が実現できる。投資総額は建築資材や人件費の高騰が懸念されたが、設計の最適化により約 460 億円に抑制された。設備竣工時期が 2 年遅れの 2028 年 2 月に延期されたが、これは足元の箱当たり売上高の上昇などにより、出荷能力に余裕があることが判明したことによる。なお、同社の最新鋭の DC は猪名川 DC だが、在庫やピッキングを中心にマニュアルオペレーションが残っている。新関東 DC では検品以外のほぼすべての DC 内業務を自動化する予定である。また、自社物件で初めて免震を採用し災害への備えも整っている。

新関東 DC 概要

- 設備等概要**
 - 所在地：茨城県水戸市
 - 建物着工時期：2025年5月
 - 建物竣工時期：2027年4月
 - 設備竣工時期：2028年2月
 - 出荷能力：30万行/日
 - 在庫能力：50万SKU
- 投資総額：約460億円**
 - 土地：約27億円
 - 建物：約210~220億円(延床面積79,000㎡)
 - 設備：約200億円
 - その他：約20億円
- 特徴**
 - 自社物件に初めて免震を採用し、災害に備える。
 - 建設費高騰を受け、設計を通じ、能力・コストを最適化。
 - 新設備により、作業フローを集約・変更し、笠間DCと比較して生産性3倍の実現を目指す。




| | 出荷能力(行/日) | 在庫能力(SKU) |
|--------|-----------|-----------|
| 笠間DC | 10万 | 33万 |
| 茨城中央SC | 3万 | 3万 |
| 猪名川DC | 18万 | 55万 |
| 新関東DC | 30万 | 50万 |

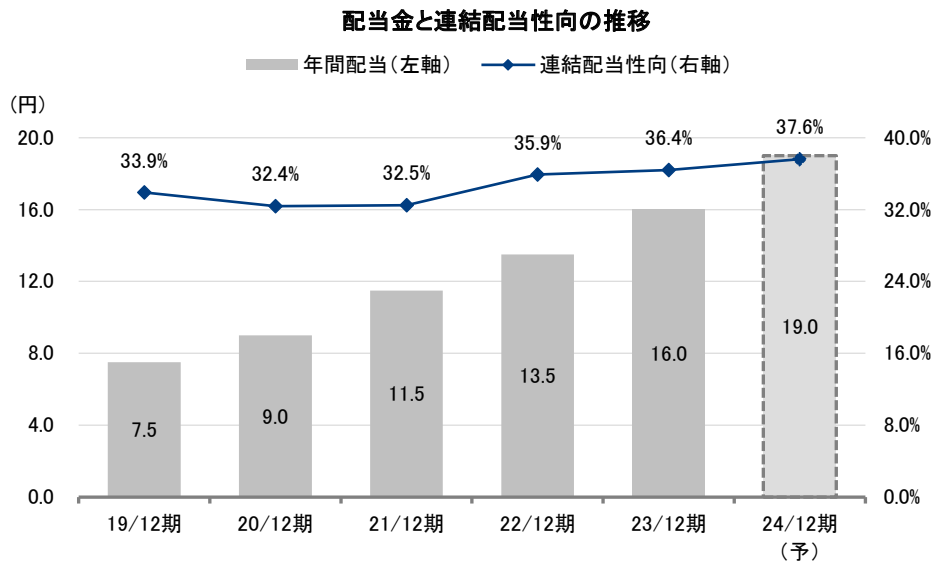
出所：決算概要より掲載

■ 株主還元策

10年以上にわたり増配を続け、
 2023年12月期は16.0円（前期比2.5円増）を実施。
 2024年12月期は19.0円（同3.0円増）を予想

同社は業績に合わせて安定配当する方針である。過去10年以上にわたり連続して増配を続けており、配当性向は2022年12期以降35%を超えて上昇傾向である。2023年12月期の配当金は前期比2.5円増配の年間配当16.0円（上期末8.0円済、期末8.0円）、配当性向は36.4%となった。2024年12月期の配当金は前期比3.0円増配の年間配当19.0円（配当性向は37.6%）を予想する。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。

また、同社は株主優待として、決算期末（12月末日）に100株以上を半年以上にわたって継続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PB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）。掃除用品やキッチン用品などをはじめ様々な商品と交換できる。



注：2021年4月1日に1：2の株式分割を実施しており、20/12期以前を遡って修正
 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 5-13-3

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