

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

三栄コーポレーション

8119 東証スタンダード市場

企業情報はこちら >>>

2025年12月11日(木)

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. 2026年3月期中間期の業績概要	01
2. 2026年3月期の業績見通し	01
3. 成長戦略	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要と沿革	03
2. 事業構成	03
■ 事業概要	04
1. 家具家庭用品事業の動向	04
2. 服飾雑貨事業の動向	04
3. 家電事業の動向	04
4. その他事業の動向	05
■ 業績動向	05
1. 2026年3月期中間期の業績概要	05
2. 財務状況	06
■ 今後の見通し	06
● 2026年3月期の業績見通し	06
■ 成長戦略	07
1. 事業ポートフォリオの見直し：家電事業で海外製造工場を解散・清算へ。 服飾雑貨事業では合理化から成長投資へシフト	08
2. 成長ドライバー：海外取引の拡大が加速	08
3. 人的資本投資：生産性向上につながる人事戦略を強化	08
■ 株主還元策	09

要約

2026年3月期中間期は、 前期の旺盛な旅行・外出需要が沈静化し減収減益も、利益は堅調に推移

三栄コーポレーション<8119>は79年の歴史を持ち、高付加価値品を主に取り扱う多機能商社である。生活用品全般を扱い、製造・輸出入・卸・小売までのサプライチェーンを幅広く手掛ける。海外には17拠点、国内では直営店舗11店舗を持ち、欧州ブランドの日本導入や、良品計画<7453>に代表される商品OEM供給など、付加価値の高い商品を取り扱う点で個性が明確である。売上高比率はOEM事業が約8割、ブランド事業が約2割である。事業セグメント別では家具家庭用品事業（2026年3月期中間期売上構成比50.8%）、服飾雑貨事業（同36.3%）、家電事業（同7.7%）の3事業が柱である。

1. 2026年3月期中間期の業績概要

2026年3月期中間期の連結業績は、売上高が17,655百万円（前年同期比15.5%減）、営業利益が765百万円（同42.4%減）、経常利益が808百万円（同33.6%減）、親会社株主に帰属する中間純利益が456百万円（同55.2%減）と、減収減益となった。なお、各利益に関しては、期初の計画を上回った。売上高に関しては、服飾雑貨事業の減収が大きく響いた。売上総利益は、減収を主要因に同15.5%減となった。販管費は、ブランド販売子会社の直営店舗数削減による店舗経費の縮減等により同6.7%減となった。これにより営業利益及び経常利益は前年同期比で減益となった。なお、計画比では、営業利益で65百万円増、経常利益で108百万円増となった。これは、一時期の円高進行で売上原価率が一部改善したことや、ブランド販売子会社での販管費縮減が奏功したことなどが要因である。

2. 2026年3月期の業績見通し

2026年3月期の連結業績は、売上高が前期比7.2%減の37,000百万円、営業利益が同38.0%減の1,300百万円、経常利益が同39.5%減の1,300百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同38.4%減の600百万円と、減収減益を見込んでいる。上期の業績や直近の動向を踏まえて、売上高のみ下方修正した。2026年3月期は、長期の成長に向けた足場固めの1年と位置付け成長投資を積極化している。売上面では、主に服飾雑貨事業において旅行・外出需要等の縮小トレンドは下期も継続することを予想するものの、家具家庭用品事業の成長により、下期の売上高は上期比で1,689百万円増加することを見込む。利益面では、経常利益で前期比849百万円減の1,300百万円と、一定の利益水準を確保するものの減益となる。また2026年3月期は、構造改革をさらに推し進めるとともに、将来の成長に向けた攻めの投資も積極的に行っている。

三栄コーポレーション
8119 東証スタンダード市場

2025年12月11日 (木)
<https://www.sanyecorp.com/ir/>

要約

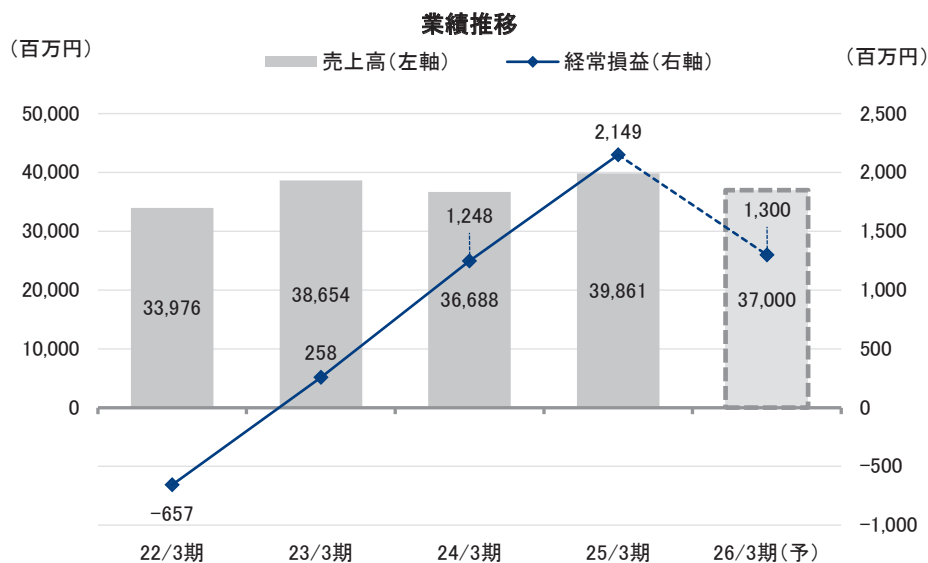
3. 成長戦略

家電事業では、2025年9月に中国の子会社である三發電器製品(東莞)有限公司を解散し、2026年12月までに清算することを決議した。近年では工場稼働率の低下などにより苦戦しており、生産設備・生産体制の合理化を推進してきたが、採算性の悪化により解散することとした。今後、生産設備・生産体制の合理化推進のため、一過性の費用が発生するが、2026年3月期連結業績への影響については軽微である。

服飾雑貨事業では、店舗のスクラップ&ビルドがほぼ終了しており、現在は反転攻勢に向けた、存続店舗のリロケーションやコンセプト変更の推進を行っている。そのなかで、次期主力商品として位置付けているのが、プレミアムハンズフリーシューズ「Orthofeet (オーソフィート)」である。ハンズフリーシューズの国内市場は成長傾向にあり、今後も拡大が予想される。

Key Points

- ・ 2026年3月期中間期は、前期の旺盛な旅行・外出需要が沈静化し減収減益。計画比では増益
- ・ 2026年3月期は売上高370億円(下方修正)、経常利益13億円(期初予想どおり)の見込み
- ・ 家電事業で海外製造工場を解散・清算へ。服飾雑貨事業では合理化から成長投資へシフト



出所：決算短信よりフィスコ作成

三栄コーポレーション
8119 東証スタンダード市場

2025年12月11日(木)
<https://www.sanyecorp.com/ir/>

■ 会社概要

「くらしに、良いものを。」をコンセプトに 生活用品を世界で製造・販売

1. 会社概要と沿革

同社は、戦後間もない1946年に装飾品の輸出業務を目的に大阪市で創業し、79年の歴史を持つ。現在では生活用品全般を扱い、製造・輸出入・卸・小売りまでのサプライチェーンを幅広く手掛けている。海外は17ヶ所の拠点、国内直営店舗は11店舗(2026年3月期中間期末)を持つ、多機能商社に成長した。欧州の差別化されたブランドの日本への導入や、良品計画に代表されるこだわりある商品のOEM供給など、「健康と環境」をテーマとする付加価値の高い生活用品を取り扱う点で個性が明確である。「くらしに、良いものを。」をコンセプトに国内外でモノづくりに携わり、日本市場のみならず海外市場にも販売展開するグローバルな企業である。2022年1月より代表取締役社長に水越雅己(みずこしまさき)氏が昇格し、新しい経営体制に移行した。水越氏は住友商事<8053>出身であり、卸売・小売・eコマース・通販等の豊富な経験と知見を生かし、次の10年を見据えた事業展開を担う。2022年4月の東京証券取引所再編においては、スタンダード市場に移行した。

2. 事業構成

事業セグメントは、「家具家庭用品事業」「服飾雑貨事業」「家電事業」「その他」に分類される。家具家庭用品事業は国内外の大手企業に対してOEM製品を調達する事業がメインで、家具の自社eコマースショップ「MINT(ミント)」もこのセグメントに含まれる。服飾雑貨事業は、サンダル・シューズの「BIRKENSTOCK(ビルケンシュトック)」やバッグの「Kipling(キプリング)」など販売権を持つブランド商品の輸入販売、直営セレクトショップ「BENEXY(ベネクシー)」の展開、国内外向けOEM事業などを行っている。家電事業は、OEM製品調達とブランドビジネスの両方があり、ブランドとしては、調理家電の「Vitantonio(ピタントニオ)」や理美容家電の「mod's hair(モッズヘア)」が主力である。その他事業はペットショップや動物病院などを展開している。2026年3月期中間期の売上構成は、家具家庭用品事業が50.8%、服飾雑貨事業が36.3%、家電事業が7.7%、その他事業が5.2%であった。

ビジネスモデルの面では、ブランド事業とOEM事業に分類される。ブランド事業は、海外ブランドや自社ブランド商品の卸売・小売りを主に国内で展開している。ブランドについては、主に歴史があり日本で紹介されていないものを取り扱うほか、近年は誕生間もない環境ブランドも積極的に導入しており、売上全体の22%(2026年3月期中間期)がブランド事業である。生活用品カテゴリーにおいて事業の幅を広げ、ブランド事業の売上を拡大させることを目標としている。一方のOEM事業売上高は78%(同)である。同事業は顧客企業のニーズに合う商品の製品仕様検討、工場選定、価格交渉、生産管理、輸出入・物流など調達業務を行う。長年の海外展開で構築されたアジアにおける製造ネットワークと自社スタッフによる生産管理が強みである。

三栄コーポレーション
8119 東証スタンダード市場

2025年12月11日 (木)
<https://www.sanyecorp.com/ir/>

事業概要

良品計画に代表される大手顧客のOEMと 輸入ブランドを中心とした店舗販売を展開

1. 家具家庭用品事業の動向

同社最大の事業セグメントが家具家庭用品事業である。同事業は、OEMの比率が高く、良品計画に代表される大手顧客の事業の伸びとともに成長してきた。良品計画とその子会社への売上高構成比は56.7%（2025年3月期、全セグメント合計）である。新たな販売チャネルとしてさらなる成長が期待されるのが自社のeコマースインテリアショップ「MINT」である。楽天市場やYahoo!ショッピングで1,000を超えるアイテムを販売しており、リーズナブルな価格の良質なベッドやマットレス、アンティーク調家具、インテリア、ガーデンエクステリア、アウトドア用品、また2024年からは観葉植物の取扱いを開始する等、積極的に商品レンジを広げている。同社では、自社ブランドやOEM商品の製造及びODM提案が可能な開発拠点として、マレーシアに家具・インテリアの自社工場（約4,000平方メートル）を有している。

2. 服飾雑貨事業の動向

服飾雑貨事業では、特に外出・旅行関連商材のOEMが好調に推移している。家具家庭用品事業と比較するとブランド事業の売上の割合が大きい傾向にある。ドイツで誕生して2024年に250周年を迎えたコンフォートサンダル・シューズを扱う「BIRKENSTOCK」も取扱いブランドの1つであるが、この商材を含め子会社の（株）ベネクシーが小売事業を運営する。なお、従来は「BIRKENSTOCK」専門店を展開していたが、2024年9月に契約を終了し、直営セレクトショップ「BENEXY」「Quorinest（クオリネスト）」等に業態転換を進めている。今後の成長が期待されるのが、ハンズフリーと解剖学的インソールが特徴のフットウェア「OrthoFeet」である。ベルギー発のブランドバッグ「Kipling」、環境性能に優れたセレクトブランド商品群「OUR EARTH PROJECT」なども取り扱う。2025年9月には、英国発のライフスタイルブランドである「Cath Kidston（キャス キッドソン）」バッグ、ケース、トラベルグッズの製造及び販売に関するサブライセンス契約を（株）スタイリングライフ・ホールディングスと締結し、販売を開始した。

3. 家電事業の動向

OEM事業では、中国の子会社である三發電器製品（東莞）有限公司、香港の子会社である三發電器製造廠有限公司が小物家電を製造・輸出する。自社工場に関しては、工場稼働率の低下などにより苦戦しており、生産設備・生産体制の合理化を推進してきたが、2025年8月に三發電器製品（東莞）有限公司を解散及び清算することを決議した（結了は2026年12月予定）。ブランド事業においては、調理家電の自社ブランドである「Vitantonio」、理美容家電の「mod's hair」、業務用調理機器の「Multi Chef（マルチシェフ）」などを製造販売している。「Vitantonio」では、ホットサンドペーカーやコードレスマイボトルブレンダーなどが売れ筋である。ホットサンドを家庭で作るという生活スタイルやオリジナルドリンクが楽しめる生活スタイルなどを提案するユニークな家電ブランドとして知名度が高い。現在は巣ごもり需要が一段落したこともあり、ブランドの再生に挑戦中である。理美容家電では、ヘアドライヤーやヘアアイロンのほか、「mod's hair スタイリッシュ コンパクトイオンヒートブラシ」も人気がある。

4. その他事業の動向

千葉県・埼玉県を中心にペットショップ(動物病院3拠点含む)を計8店舗展開している。このほか、当該セグメントでは、輸送資材・生活雑貨等の企画・販売や事務代行業務の展開を担う子会社の売上を計上している。また、2025年6月には、防災関連商品の製造・販売を行う(有)防災防犯ダイレクトと(株)防災ダイレクトを子会社化し、合併・統合した(合併後の商号は「(株)防災ダイレクト」)。同社はこれを将来の成長ドライバーの1つと位置付け、グループ内でのシナジー創出を図る。

業績動向

2026年3月期中間期は、 前期の旺盛な旅行・外出需要が沈静化し減収減益。計画比では増益

1. 2026年3月期中間期の業績概要

2026年3月期中間期の連結業績は、売上高が17,655百万円(前年同期比15.5%減)、営業利益が765百万円(同42.4%減)、経常利益が808百万円(同33.6%減)、親会社株主に帰属する中間純利益が456百万円(同55.2%減)と、減収減益となった。なお、各利益に関しては、期初の計画を上回った。

売上高に関しては、服飾雑貨事業(前年同期比28.0%減)の減収が大きく響き、家具家庭用品事業及び家電事業においても同様に減収となった。服飾雑貨事業では、旺盛な旅行・外出需要を背景に好調だった前期の需要増からの反動が大きく、予定していた事業再編の加速や直営店舗削減の影響もあった。一方で、サステナブル商品及びブランド事業を行うベネクシーでは、快適歩行生活を促進する米国発のプレミアムハンズフリーシューズ「Orthofeet」等の拡販に力を入れた。家具家庭用品事業では、OEM事業での欧州ブランド向けキッチンツールの受注拡大やブランド事業での家具・インテリアのeコマース「MINT」の堅調など好材料があったものの、セグメント全体では前期の旺盛な受注が一服し減収となった。家電事業では、国内家電市場が縮小傾向にあるなか、OEM事業での出荷の後ろ倒しの影響もあり減収となった。

売上総利益は、減収を主要因に前年同期比836百万円減、同15.5%減となった。販管費は、ブランド販売子会社の直営店舗数削減による店舗経費の縮減等により同272百万円減、同6.7%減となった。これにより営業利益は同563百万円減の765百万円、経常利益は同408百万円減の808百万円と減益となった。なお、計画比では、営業利益で65百万円増、経常利益で108百万円増となった。これは、トランプ関税での市場混乱による円高進行で売上原価率が一部改善したことや、ブランド販売子会社での販管費縮減が奏功したことなどが要因である。

三栄コーポレーション
8119 東証スタンダード市場

2025年12月11日 (木)
<https://www.sanyecorp.com/ir/>

業績動向

2026年3月期中間業績 (連結)

(単位：百万円)

	25/3期中間期		26/3期中間期			前年同期比	
	実績	売上比	期初予想	実績	売上比	増減額	増減率
売上高	20,900	100.0%	20,000	17,655	100.0%	-3,244	-15.5%
家具家庭用品	9,444	45.2%	-	8,968	50.8%	-476	-5.0%
服飾雑貨	8,902	42.6%	-	6,410	36.3%	-2,492	-28.0%
家電	1,646	7.9%	-	1,357	7.7%	-289	-17.6%
売上原価	15,514	74.2%	-	13,105	74.2%	-2,408	-15.5%
売上総利益	5,386	25.8%	-	4,549	25.8%	-836	-15.5%
販管費	4,057	19.4%	-	3,784	21.4%	-272	-6.7%
営業利益	1,328	6.4%	700	765	4.3%	-563	-42.4%
経常利益	1,217	5.8%	700	808	4.6%	-408	-33.6%
親会社株主に帰属する 中間純利益	1,018	4.9%	430	456	2.6%	-561	-55.2%

出所：決算短信よりフィスコ作成

2. 財務状況

2026年3月期中間期末の財務状況は、自己資本比率が57.3%（前期末は56.4%）と高い安全性を維持している。現金及び預金残高は7,646百万円と有利子負債残高（4,652百万円）と比較しても潤沢である。過去からの資本の蓄積により財務の健全性に定評があるが、利益成長期に入り、ますます財務体質が強化されている。今後、M&A戦略も積極的に実施する方向性を打ち出しているが、原資は潤沢であると考えられる。

■ 今後の見通し

2026年3月期は売上高370億円、経常利益13億円の見込み

● 2026年3月期の業績見通し

2026年3月期の連結業績は、売上高が前期比7.2%減の37,000百万円、営業利益が同38.0%減の1,300百万円、経常利益が同39.5%減の1,300百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同38.4%減の600百万円と、減収減益を見込んでいる。上期の業績や直近の動向を踏まえて、売上高のみ下方修正した。2026年3月期は、長期の成長に向けた足場固めの1年と位置付け成長投資を積極化している。

三栄コーポレーション
8119 東証スタンダード市場

2025年12月11日 (木)
<https://www.sanyecorp.com/ir/>

今後の見通し

売上面では、主に服飾雑貨事業において旅行・外出需要等の縮小トレンドは下期も継続することを予想するものの、家具家庭用品事業の成長により、下期の売上高は上期比で1,689百万円増加することを見込む。家具家庭用品事業では、EC事業の増収のほか、欧州ブランド向けキッチンツールの増収などが好材料であり、前期比1,166百万円増を見込む。服飾雑貨事業では、前期の反動を主要因に同4,236百万円減と大幅減収を予想する。その中でも、環境関連商材や新鋭ブランドの育成に取り組む。家電事業では、市場環境が厳しいなかでOEMでの受注立て直しを図っているが、ブランド商品販売でのダウントrendが継続するため、若干の減収予想である。

利益面では、経常利益で前期比849百万円減の1,300百万円と、一定の利益水準を確保するものの減益となる(期初予想据え置き)。下期では、売上構成比の高い家具家庭用品事業の伸長により売上総利益率の低下が予想される。しかし、売上高自体が上期から増加することによる効果もあり、利益額は各計画値を確保できる見込みである。また2026年3月期は、構造改革をさらに推し進めるとともに、将来の成長に向けた攻めの投資も積極的に行っている。弊社では、攻めの成長投資(新鋭ブランドの拡販、海外ブランド開発、EC事業の拡大、防災分野M&Aなど)の効果が顕在化するかに注目している。

2026年3月期通期連結業績予想

(単位：百万円)

	25/3期		26/3期		前期比		中間期進捗率
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率	
売上高	39,861	100.0%	37,000	100.0%	-2,861	-7.2%	47.7%
家具家庭用品	18,584	46.6%	19,750	53.4%	1,166	6.3%	45.4%
服飾雑貨	16,236	40.7%	12,000	32.4%	-4,236	-26.1%	53.4%
家電	3,199	8.0%	3,000	8.1%	-199	-6.2%	45.2%
営業利益	2,096	5.3%	1,300	3.5%	-796	-38.0%	58.9%
経常利益	2,149	5.4%	1,300	3.5%	-849	-39.5%	62.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	974	2.4%	600	1.6%	-374	-38.4%	76.1%

出所：決算短信よりフィスコ作成

成長戦略

家電事業で海外製造工場を解散・清算へ。 服飾雑貨事業では合理化から成長投資へシフト

同社は、2026年3月期を最終年度とする中期経営計画「SANYEI 2025」を推進中である。前期には中期経営計画の目標であった経常利益20億円を達成し、次の成長に向けた土台づくりを行う。「SANYEI 2025」の重点施策は、事業ポートフォリオの見直し(低採算事業の整理促進)と成長ドライバーの育成(1)EC事業の拡大、2)海外売上高の拡充、3)サステナブルビジネスの推進)である。また、人財を最重要資産として、人的資本への投資を強化している。

1. 事業ポートフォリオの見直し：家電事業で海外製造工場を解散・清算へ。服飾雑貨事業では合理化から成長投資へシフト

家電事業では、2025年9月に中国の子会社である三發電器製品（東莞）有限公司を解散し、2026年12月までに清算することを決議した。近年では工場稼働率の低下などにより苦戦しており、生産設備・生産体制の合理化を推進してきたが、採算性の悪化により解散することとなった。今後、生産設備・生産体制の合理化推進のため、一過性の費用が発生するが、2026年3月期連結業績への影響については軽微としている。

服飾雑貨事業では、従来より「BIRKENSTOCK」（コンフォートサンダル・シューズ）ブランドの専門店を展開してきたが、現在は総代理店としての契約が終了した。直営店舗数は、2021年12月期末に47店舗であったが、2026年3月期末には7店舗まで縮小する。

現在は反転攻勢に向けた、存続店舗のリロケーションやコンセプト変更の推進を行っている。次期主力商品として位置付けているのが、「Orthofoet」である。ハンズフリーシューズの国内市場は成長傾向にあり、今後も拡大が予想される。脱ぎ履きの簡便性と快適性を両立したこれらの商品群は、通勤や通学、子育て世帯、高齢者層まで幅広い層からの需要を見込んでいる。同社がねらう市場は、ハンズフリーシューズ市場の中でも中・高価格帯のプレミアム市場である。米国専門機関（米国ノースカロライナ大学チャペルヒル校応用生体力学研究所）における臨床研究では、歩行時の足首安定性の向上や歩行時のからだの左右揺れの減少が得られたとしている。2025年12月現在、Orthofoetの全国での取扱い店舗数は大きく伸び、80店以上拡大している。

2. 成長ドライバー：海外取引の拡大が加速

中期経営計画の成長ドライバーの1つとして「海外売上高の拡充」がある。同社は従来より海外で製造し、海外に販売するビジネスモデルを構築してきた。中期経営計画3年目となる2026年3月期は、その成果が顕在化しており、海外売上高は2024年3月期の10億円強から2026年3月期の30億円超（予想）に増加する見込みである。具体的には、キッチンツールを中国にて生産・調達し、欧米ブランド向けに輸出販売する取引が拡大している。また、2025年8月には新潟県燕市の燕商工会議所とパートナーシップ契約を締結し、加盟サプライヤーの海外展開サポートを担う取り組みを開始した。

3. 人的資本投資：生産性向上につながる人事戦略を強化

同社では、人財を最重要資産として投資を強化し、生産性向上につながる人事戦略を実行している。

具体例としては、

- ・ 2025年3月期、2026年3月期と2期連続で賃金のベースアップを実施
- ・ 働き方の自由度向上のための制度改革（リモート、時間有給取得等）
- ・ 新規案件社内公募や、社内オープンポジション募集の実施
- ・ グループ全員を対象としたTown Hall Meetingを恒例開催
- ・ 採用制度、研修制度、評価制度の見直し継続

などがある。新規案件社内公募では、新たな商材の候補が挙がっており、将来的な成長にも寄与することが期待できる。

三栄コーポレーション
8119 東証スタンダード市場

2025年12月11日(木)
<https://www.sanyeicorp.com/ir/>

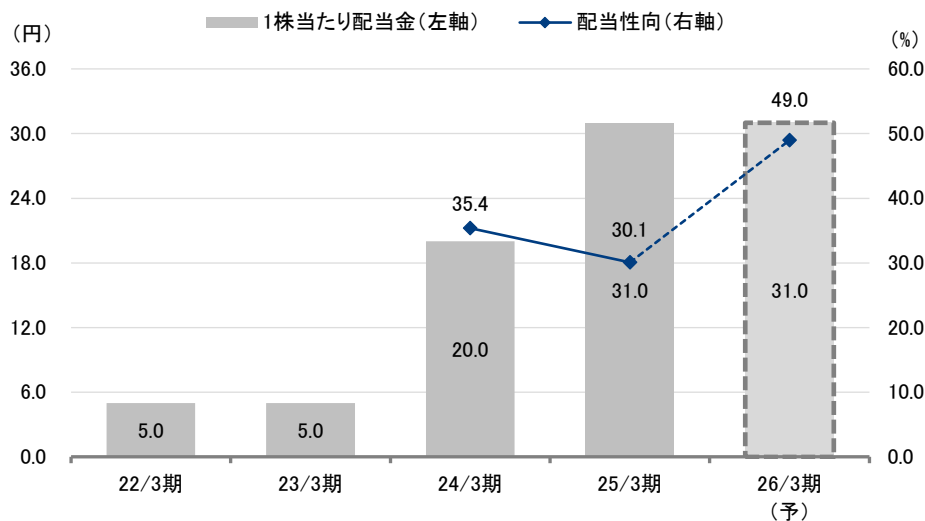
株主還元策

2026年3月期は年31.0円、配当性向49.0%を予想

同社では、企業理念である「随縁の思想」の下、同社と縁を紡ぐ株主への適切な利益還元を経営の重要課題の1つと位置付けている。利益配分に関しては、将来の事業展開や不測の事態に備える内部留保による経営基盤の維持強化だけでなく、持続的成長と中長期的な企業価値の向上の実現に資するよう、人的資本への投資を含めた適切な投資の実施などを踏まえ、財務状態や今後の業績動向、資金需要などを総合的に判断し決定する。配当に関しては、中間配当及び期末配当の年2回を基本とし、配当性向30～50%を目途に実施する。実績として、1998年3月期から28期連続配当を実施している。2026年3月期は、前期と同額の年間配当31.0円（中間15.5円実施済み、期末15.5円予定）、配当性向は49.0%を予想する。

また、同社は株主優待制度を導入している。株主優待基準日（毎年3月31日）の株主に対して、保有株式数・保有期間に応じて「優待ポイント」を進呈し、優待商品と交換できる仕組みである。1) 同社グループの取扱商品、2) グループ直営店で利用できる優待割引券、3) 指定のオンラインショップで利用できる優待割引クーポン、4) オリジナルQUOカード、5) 指定の社会貢献活動への寄付、から希望のものに交換できる（2025年3月期実績）。

1株当たり配当金と配当性向の推移



注：2024年10月に普通株式1株につき4株の割合で株式分割を実施しているため、24/3期以前は遡及して算出
出所：決算短信よりフィスコ作成

重要事項 (ディスクレーマー)

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、理由のいかんを問わず、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、配布等することは強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