

|| 企業調査レポート ||

True Data

4416 東証グロース市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2025年6月30日(月)

執筆：フィスコアナリスト

村瀬智一

FISCO Ltd. Analyst **Tomokazu Murase**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2025年3月期の業績概要	01
2. 2026年3月期の業績見通しと中期目標	02
■ 業績動向	03
● 2025年3月期の業績概要	03
■ 今後の見通し	04
1. 2026年3月期の業績見通し	04
2. 2026年3月期の重点施策	05
3. 協業ネットワークの構築	07
■ 中期成長戦略	09

要約

2025 年 3 月期は好調な受注も、売上計上時期のずれ等で減収減益。 2026 年 3 月期は増収増益の見通し

True Data<4416> は「データと知恵で未来をつくる」という理念の下、POS^{※1}/ID-POS^{※2} など消費者購買データを扱うビッグデータプラットフォームを運営し、小売業や消費財メーカーなどに消費者データ分析や購買行動分析ソリューションを開発・提供している。2025 年 3 月期の実績は、消費者購買データ量が約 5.5 兆円、年間アクティブ数（購入実績のあるポイントカード会員数）が 6,000 万人規模に上る。

- ※1 POS は Point of Sales の略。POS レジで商品が売れた時に蓄積される「販売実績」を記録したデータのこと。POS データには販売金額以外にも、どの商品が、いつ、どこで、いくらで、どのくらい販売されたか、という情報が含まれる。
- ※2 ID-POS は、POS データに顧客の ID（識別情報）を付与したデータのこと。POS データの情報に、誰が購入したか、という情報が加わり、性別、年代別の購買層、リピート率の高い商品、来店頻度や他の商品からの乗り換え（スイッチング）などの分析が可能となる。

1. 2025 年 3 月期の業績概要

2025 年 3 月期の業績は、売上高 1,554 百万円（前期比 2.4% 減）、営業利益 48 百万円（前期比 24.2% 減）、経常利益 49 百万円（前期比 21.6% 減）、当期純利益 13 百万円（前期比 77.9% 減）となった。売上高は前期比でわずかに減収、各段階利益は前期比でマイナスとなった。なお通期業績予想に対する達成率は、売上高は 86.8%、営業利益は 48.5%、経常利益は 50.2%、当期純利益は 15.2% となった。減収減益の要因は、2025 年 3 月期に計上を見込んでいた複数の大型案件の計上時期が 2026 年 3 月期にずれ込んだことや、長期的な収益力確保のため、期初の計画にはなかった低採算案件の打ち切りを行ったことによる。売上面をスポット型、ストック型に分けて見ると、スポット型は前述の理由により売上高は前期比 43.3% 減の 127 百万円となった。ストック型は主力製品のイーグルアイが堅調に推移したものの、低採算案件の打ち切りや、スポット案件のストック型への移行による収益増効果が遅れたことで売上高は前期比 4.3% 増の 1,426 百万円に留まった。売上高に占めるストック型売上比率は 91.8% と前期比で 5.9 ポイント上昇したが、これはスポット型売上の減少による影響が少なくない。利益面では、一部低採算案件の打ち切りによる売上総利益率の改善効果があったものの、一方で売上規模の縮小により固定費をカバーし切れず、売上総利益率は 57.6% と前期比 0.1 ポイントの改善に留まった。また、IR 強化や人件費・採用費の増加により販管費率が 54.5% と前期比 1.1 ポイント上昇し、結果として営業利益率が 3.1% と前期比 0.9 ポイント低下した。なお、投資有価証券の評価損として 26 百万円を計上しており、その分当期純利益が低下した。

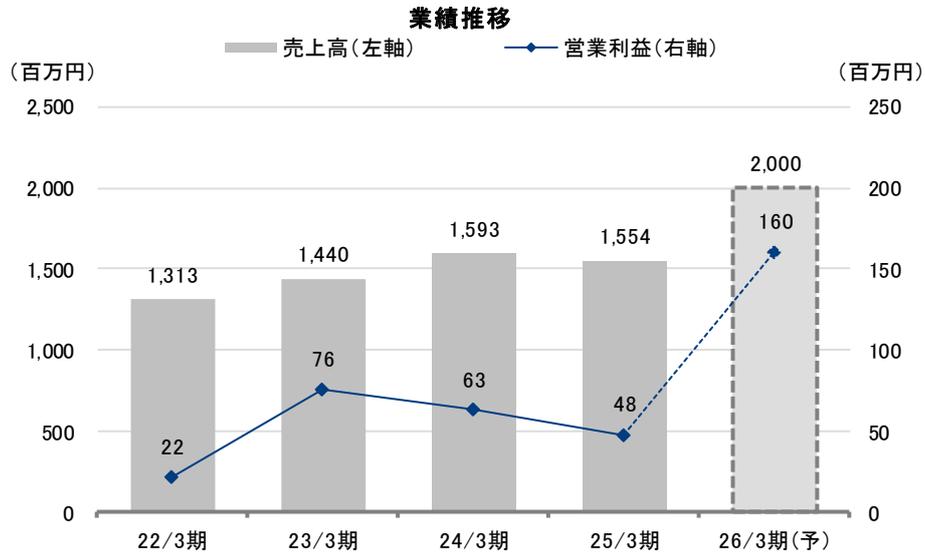
要約

2. 2026年3月期の業績見通しと中期目標

2026年3月期の業績は、売上高 2,000 百万円（前期比 28.7% 増）、営業利益 160 百万円（同 231.1% 増）、経常利益 162 百万円（同 230.2% 増）、当期純利益 129 百万円（同 882.4% 増）と大幅な増収増益を見込んでいる。2025年3月期受注の期ずれ分計上等の上振れ要素の一方で、国内経済の不透明感もあり、業績動向が読みづらい状況だ。同社はこの状況を考慮し、中期経営計画の計画値を据え置き、業績予想とした。売上面では、これまでどおり、「イーグルアイ」「ショッピングスキャン」等主力製品の着実な拡販を進める。さらに2025年3月期に発表した伊藤忠商事<8001>との協業や、アルフレッサヘルスケア(株)、東京海上スマートモビリティ(株)、(株)Hakuhodo DY ONE 等との販売チャネル構築を進める。また、ウエルシアホールディングス<3141>向けのAI販促および出店時売上予測サービスや、(株)セブン-イレブン・ジャパン向けのリテールDXサービスといった、2025年3月期受注済案件の業績寄与を見込む。まずは受注済案件の確実なリリースに注力し、ストック型売上の増加に結び付ける。さらに未受注案件を取り込み、計画を上回る業績向上を狙う。成長加速フェーズと位置付けた現中期経営計画の最終期として、数値目標（売上高 2,000 百万円、営業利益 160 百万円、営業利益率 8.0%）の達成に向けて、採算性を重視した事業運営を進める。

Key Points

- ・ 既存事業の強みに加え、新サービスの矢継ぎ早の投入により成長戦略を加速
- ・ 2025年3月期は好調な受注ながら売上計上時期のずれや、不採算案件の解約等で減収減益
- ・ 中期経営計画の最終年度である2026年3月期は売上高 2,000 百万円、営業利益 160 百万円、営業利益率 8.0% を目指す



出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

2025年3月期は減収減益ながら、顧客開拓とカスタマーサクセス強化が進行

● 2025年3月期の業績概要

2025年3月期の業績は、売上高1,554百万円（前期比2.4%減）、営業利益48百万円（前期比24.2%減）、経常利益49百万円（前期比21.6%減）、当期純利益13百万円（前期比77.9%減）となった。売上高は前期比でわずかに減収、各段階利益は前期比でマイナスとなった。なお通期業績予想に対する達成率は、売上高は86.8%、営業利益は48.5%、経常利益は50.2%、当期純利益は15.2%となった。減収減益の要因は、2025年3月期に計上を見込んでいた複数の大型案件が2026年3月期にずれ込んだことや、長期的な収益力確保のため、期初の計画にはなかった低採算案件の打ち切りを行ったことである。第4四半期にスポット型案件の獲得によるリカバリーを図ったが積み上げは限定的となった。売上面をスポット型、ストック型に分けて見ると、スポット型は前述の理由により売上高は前期比43.3%減の127百万円となった。ストック型は主力製品のイーグルアイが堅調に推移したものの、低採算案件の打ち切りや、スポット案件のストック型への移行による収益増効果が遅れたことで前期比4.3%増の1,426百万円に留まった。売上高に占めるストック型売上比率は91.8%と前期比で5.9ポイント上昇したものの、これはスポット型売上の減少による影響が少なくない。利益面では、低採算案件の打ち切りにより売上総利益率の改善効果があったものの、一方で売上規模の縮小により固定費をカバーしきれず、全体としての売上総利益率は57.6%と前期比0.1ポイントの改善に留まった。また、IR強化や人件費・採用費の増加により販管費率が54.5%と前期比1.1ポイント上昇し、結果として営業利益率が3.1%と前期比0.9ポイント低下した。なお、投資有価証券の評価損として26百万円を計上しており、その分当期純利益が低下した。

ストック型売上高の状況をサービス別に見ると、消費財メーカー向けのSaaSサービスである「イーグルアイ」の売上高は前期比5.8%増の820百万円となった。2024年10月開始の大型案件が貢献した。契約社数については前期比19社増の159社となり、前期の6社増に対して大きく伸びたことになる。これは、2025年3月期は中堅消費財メーカー等を中心とした顧客開拓に加え、その他の要因としてカスタマーサクセスの強化が進んだことによる。社内で専門チームを立ち上げ、利用者向けの勉強会や営業担当者向け営業資料作成に役立つデータ活用の支援など、顧客現場で活用支援を行っている。これにより顧客があらためて製品の有効性を実感する機会が多く、解約率の低下に寄与した。その結果、Churn rate（解約率）が0.29%と前期比0.16ポイント改善した。これは過去と比較しても低い解約率であり、改善が進んでいると評価できる。また消費財メーカー向けのSaaSサービスである「ドルフィンアイ」の売上高は前期並みの61百万円となった。小売業向けのSaaSサービスである「ショッピングスキャン」等は、前期比10.4%減の269百万円となった。2024年3月期に受注した複数の小売業へのサービス導入が進んだ一方で、一部顧客との低採算契約終了による影響が大きい。「その他ストック型」は前期比19.1%増の274百万円となった。広告ソリューション関連の受注が順調に推移したことが奏功した。

なお、「ショッピングスキャン」を通じて取得した購買データ量は、2025年3月期に5.5兆円（前期比8.3%増）まで拡大した。引き続き、消費財メーカーや小売業等が有効活用できるビッグデータとして成長が進んでいる。

業績動向

2025年3月期業績

(単位：百万円)

	24/3期 実績	25/3期		前期比		計画比
		期初計画	実績	増減額	増減率	
売上高	1,593	1,791	1,554	-38	-2.4%	86.8%
ストック型売上高	1,367	-	1,426	58	4.3%	-
イーグルアイ	775	-	820	45	5.8%	-
ドルフィンアイ	60	-	61	0	1.0%	-
ショッピングスキャン等	300	-	269	-31	-10.4%	-
その他ストック型売上	230	-	274	44	19.1%	-
スポット型売上高	225	-	127	-97	-43.3%	-
売上総利益	914	1,028	894	-19	-2.1%	87.0%
販管費	850	928	846	-4	-0.5%	91.2%
営業利益	63	100	48	-15	-24.2%	48.5%
経常利益	62	98	49	-13	-21.6%	50.2%
当期純利益	60	87	13	-46	-77.9%	15.2%

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2026年3月期は増収増益の見通し。 中期経営計画最終年度の目標達成を目指す

1. 2026年3月期の業績見通し

2026年3月期の業績は、売上高2,000百万円（前期比28.7%増）、営業利益160百万円（同231.1%増）、経常利益162百万円（同230.2%増）、当期純利益129百万円（同882.4%増）と大幅な増収増益を見込む。2025年3月期受注の期ずれ分の計上等の上振れ要素がある一方で、米国の関税政策の影響で国内経済も不透明感が広がっており、業績動向が読みづらい状況だ。同社は、最終的な顧客であるメーカーや小売業が受ける米国の関税政策の影響を一定程度想定し、中期経営計画の計画値をそのまま業績予想とした。売上面では、これまでの方針を継続して「イーグルアイ」「ショッピングスキャン」をはじめとする製品の着実な拡販を進める。さらに2025年3月期に発表した伊藤忠商事との協業や、アルフレッサヘルスケア、東京海上スマートモビリティ、Hakuhodo DY ONE 等との販売チャネル構築を進める。なお、これらの協業や販売チャネル拡大による2026年3月期業績への貢献は限定的で、予想値はそれを考慮した。また、ウエルシアホールディングス向けのAI販促および出店時売上予測サービスや、セブン-イレブン・ジャパン向けのリテールDXサービスといった、2025年3月期受注済案件の業績寄与を見込んでいる。まずは受注済案件の確実なリリースに注力し、ストック型売上の増加に貢献する。さらに未受注案件を取り込み、計画を上回る業績向上を狙う。

今後の見通し

利益面は 2025 年 3 月期の反動で各段階利益の大幅な増益を見込んでいる。売上総利益率については、スポット型大型案件の売上計上に伴う開発費の原価計上や、スポット型売上比率が一時的に高まることで 56.4%（前期比 1.1 ポイント減）と若干の低下を見込む。また、人件費で 6% 程度の増加を見込んでいるが、その他費用の大きな増減を計画しておらず、営業利益率は前期比 4.9 ポイント増の 8.0% と高い水準を予想している。なお販管費の中に、2027 年 3 月期以降の新たなフェーズに向けての戦略予算枠を設けており、M&A を含む様々な戦略的な施策に活用する予定だ。

2026 年 3 月期の業績見通し

(単位：百万円)

	25/3 期		26/3 期		前期比	
	実績	構成比	予想	構成比	増減額	増減率
売上高	1,554	100.0%	2,000	100.0%	446	28.7%
売上総利益	894	57.6%	1,127	56.4%	232	26.1%
販管費	846	54.5%	966	48.3%	120	14.2%
営業利益	48	3.1%	160	8.0%	112	231.1%
経常利益	49	3.2%	162	8.1%	113	230.2%
当期純利益	13	0.9%	129	6.5%	116	882.4%

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

2. 2026 年 3 月期の重点施策

同社は 2025 年 3 月期の重点施策として、2024 年 3 月期まで実施してきた 4 つの施策をこれまでの進捗に合わせる形で目標を引き上げ、施策内容を再設定し推進した。この 4 つの施策は中期経営計画でも重点施策とされており、中期経営計画の最終年度となる 2026 年 3 月期も引き続き推進する。

(1) クライアントに選ばれるデータプラットフォームとして小売業の DX を推進【リテール DX 領域】

2025 年 3 月期の実績として、ウエルシアホールディングスへの「AI 販促ソリューション」及び「SalesSensor」導入が決定した。ウエルシアホールディングスは「ショッピングスキャン」を利用中だが、加えて新サービス「AI 販促ソリューション」を導入することで、販促施策の最適化と業務負担の軽減を実現し、データドリブン経営を高度化させる。同社は小売業の顧客、特に同社サービスを利用中の顧客に対するクロスセルの好事例ができたことで、2026 年 3 月期はこのノウハウを他の既存顧客へのクロスセルにも活用する考えだ。ほかに小売業向けには、伊藤忠商事と協業して拡販体制を構築し、2026 年 3 月期以降に協業を本格始動する方針である。

(2) 将来の成長のタネである新領域の立ち上げ【ビジネスアナリティクス領域・広告領域ほか】

2025年3月期は消費財メーカー向けに、ベトナム進出のためのテストマーケティングサービスβ版の提供や、Hakuhodo DY ONE との協業による広告精度向上のためのビッグデータ連携、及びブランドマーケティング支援サービスを開始した。前者ではベトナムのIT通信企業であるFPTコーポレーションの中核企業「FPT IS COMPANY LIMITED」及び「TECHUP COMMUNICATION JOINT STOCK COMPANY」と共同で、日本国内の消費財メーカー向けにベトナム市場におけるオンラインテストマーケティングサービスの提供を開始した。東南アジア諸国の中で高い経済成長を続けるベトナム市場に注目する国内企業は多いと考えられ、2026年3月期の成果が期待される。後者は購買データに基づいた精緻な広告運用を目指すメーカーが関心を持つと考えられ、今後の動向が注目される。また2024年11月にはアドバンテージ・パートナーズ(株)から事業を譲受し、中小企業向けのコンサルティングサービスを開始している。あらゆる産業の中小企業向けに、間接費の最適化やバックオフィス業務の効率化で生産性向上を支援する。

(3) 消費財メーカーのDXに貢献(データ活用に進むホワイトゾーン)【データマーケティング領域】

消費財メーカー向けの拡販施策として伊藤忠商事と協業し、伊藤忠商事の提供する「FOODATA」と同社のID-POSデータ及び分析システムの連携による食品メーカー向けの新サービス「FOODATA ID-POS powered by True Data」の提供を2025年1月より開始した。2026年3月期は協業して販売を推進するほか、伊藤忠商事からの顧客紹介によるサービス拡販に期待できる。また東京海上スマートモビリティとの協業では、発注量計算や出店売上予測など、ビッグデータ・テクノロジー・リスクマネジメントを活用したソリューションの開発と提供の開始に向けた基本合意を締結した。2026年3月期は協業が進み、具体的な成果の発表が期待される。

(4) 「人と組織の成長」「事業運営基盤の整備」による成果の最大化

「人と組織の成長」については、次世代リーダーの育成を目的とするコーチングプログラムの導入や、従業員に対する資格取得支援を実施している。組織の拡大と成長を推進するため、従業員を短期間でオンボーディング(戦力化)するプログラムに加えて、従業員のキャリア開発を進め、組織への定着を図る仕組みづくりを推進している。また、従業員のアントレプレナーシップ醸成に向けた社内体制の強化にも取り組んでおり、従業員持株会はその1つで、従業員の拠出金に奨励金として20%のプレミアムを上乗せする制度とすることで、従業員も自社の株価を意識した業務運営を行っている。これらの結果、短期間のうちに従業員100名規模へと組織を拡大させた。

3. 協業ネットワークの構築

同社は2025年3月期から2026年3月期にかけて、将来の成長に向けた重点施策推進の一環として様々な企業等との協業を進めており、成果を上げ始めている。2026年3月期にはサービスの提供数や提供領域が加速度的に拡大し、業績面への寄与が期待される。

(1) 協業の全体像

同社は協業ネットワークの構築について「協業ネットワーク拡大」と「ソリューション幅の拡大」に分類し、それぞれの目的を、前者は「販路」の拡大、後者は「ツール」の強化とした。現在の成長加速フェーズから飛躍フェーズに移行し、収益の飛躍的な増加を目指す。

協業の全体像



出所：決算説明資料より掲載

(2) 協業ネットワーク拡大

同社は、多数のタッチポイントを有する大手企業との協業を指向し、販路を拡大することで同社サービスの提供数や提供領域を加速度的に拡大する戦略を推進している。

a) 楽天グループの広告ソリューションとの購買データ連携（2023年5月）

楽天グループ<4755>の広告関連サービス「Instore Tracking」と同社の購買データを連携させ、広告主にとって精度の高い広告ターゲティングと、広告配信による購買誘導の事後分析を提供する。

b) 東京海上スマートモビリティとの業務提携（2024年11月）

物流ロスの削減や移動・物流データを活用したDXソリューション（発注量計算ソリューション・出店売上予測ソリューション・販促最適化ソリューション）の開発・提供により、企業のデータに基づく適切な意思決定を支援する。

**c) 伊藤忠商事との資本業務提携及び新サービス「FOODATA ID-POS」の提供開始
(2024年12月・2025年1月)**

伊藤忠商事と資本業務提携契約を締結した。同社が食品メーカーなどに提供する ID-POS データ分析システムと伊藤忠商事の食品業界のデータ利用を推進するデータ分析システム「FOODATA」を連携した新サービス「FOODATA ID-POS powered by True Data」を提供開始し、食品業界でのデータ利活用を通じて競争力強化と事業成長を促す。また、同社が小売業向けに展開している ID-POS 分析・開示システム「Shopping Scan」について、伊藤忠商事が販売代理店となり、導入企業数の拡大を推進する。

d) Hakuhodo DY ONE の DMP「AudienceOne」と同社の広告用購買データとの連携開始 (2025年1月)

Hakuhodo DY ONE の DMP (Data Management Platform) である「AudienceOne」を同社の広告用購買セグメントデータと接続し、食品・飲料・日用品などのカテゴリやブランドにおける見込み客を精緻にターゲティングし、広告効果を分析することが可能となった。また、3月には Hakuhodo DY ONE の広告配信サービスである「WISE Ads」のシステムと、同社の購買データ及び分析技術を組み合わせ、ターゲットの策定から広告配信、事後の効果分析までスピーディーかつ高品質に提供する、新たなブランドマーケティング支援サービス「WISE Ads BrandBooster」を開発し提供を開始した。

e) アルフレッサヘルスケアとの協業 (2025年5月)

ヘルスケアメーカーとの取引基盤を有する専門商社のアルフレッサヘルスケアの購買データ分析クラウドサービス「Ms-POS」を開発し、同社の統計化した市場データを提供する。「Ms-POS」はヘルスケアメーカー向けに OTC 医薬品（処方箋なしに購入できる医薬品）と健康食品に特化したサービスで、悩みや薬の効能などヘルスケア用品特有の切り口での分析が可能である。

協業先は、いずれも各業界で同社のターゲットとなる小売業者や消費財メーカーと多くの接点を持ち、密な取引関係にある企業だ。同社は、協業企業の保有するネットワークを活用し、接点を確保することでサービスの販売拡大を狙っている。中長期的な業績貢献のみならず、2026年3月期には各提携・協業関係から具体的な成果が現れることを期待したい。

(3) ソリューション幅の拡大

「AI 販促」や「コスト削減」の切り口からのリテールデータ活用を目的とした同社サービスの導入実績が拡大しており、顧客開拓における新たなソリューションとして水平展開が期待される。

a) ウエルシアへの AI 販促ソリューション導入 (2024年12月)

ウエルシアホールディングスが同社のリテール DX サービスを採用し、第1弾として AI 販促ソリューションの導入が決定した。顧客一人ひとりに合わせた 1to1 マーケティングが実現することで、データドリブン経営による LTV（顧客生涯価値）の最大化や販促業務の大幅な省力化が可能となる。また 2025年2月には第2弾として、ウエルシアホールディングスのグループ企業であるウエルシア薬局（株）へ AI サービス「SalesSensor」の導入が決定しており、新規出店時の売上予測精度向上が期待される。

b) 政府の地域経済分析システム「RESAS」の新システムへデータ提供 (2025 年 3 月)

経済産業省と内閣府が提供している地域経済分析システム「RESAS」の新システムが提供開始され、同社はマーケティングマップデータ等を提供した。同社は 2016 年より継続して「RESAS」へデータ提供を行っている。「RESAS」は都道府県単位での生活用品消費分析や、生産・消費地分析が誰でも無料で利用できるツールで、地域経済活性化に貢献している。

a) については AI を活用した新たなソリューションとして、新規顧客開拓のための提案に有効となり、同社の既存顧客へのアップセルが期待できるほか、b) については公共システムに継続して採用されることでデータの信頼性や有効性が市場に評価され、顧客をはじめとした様々なステークホルダーへの訴求力となっている。

■ 中期成長戦略

2026 年 3 月期は売上高 2,000 百万円を目指す。 期中に次期中期経営計画を発表予定

今期は同社が成長加速フェーズと位置付ける現中期経営計画の最終年度である 2026 年 3 月期の業績見通しとして、売上高 2,000 百万円、営業利益 160 百万円、営業利益率 8.0% を掲げた。計画策定時の目標数値を踏襲したもので、国内の経済動向に不透明感がありながらも、2025 年 3 月期までの成果を踏まえて実現可能と判断した。2027 年 3 月期以降の飛躍フェーズに向けた協業ネットワークと導入事例の拡大が進んでいることを考慮し、2026 年 3 月期中に次期中期経営計画を発表する予定である。

2026 年 3 月期は現在の主力サービスからなる既存領域の成長と合わせ、新領域のスケール化により業績拡大を図ることでさらに成長を加速させ、数値目標を達成する考えだ。今後の成長戦略として、同社の武器であるリテールデータをコアバリューとするとともに、高いソリューションの拡張性とエンパワーメントな組織力によって加速度的な成長の実現を目指している。また 2025 年 3 月期に大きく拡大したパートナー各社との協業によって得た「販路」と「ツール」を梃に、「顧客拡大」「単価上昇」「業容拡大」を推進する。顧客拡大では、パートナー各社との協業を生かすことで大企業から中堅・中小企業まで拡販し、単価上昇策としてはソリューションの拡充や販売強化によるアップセル・クロスセルを推進する。業容拡大としては守りの DX (コストコンサルティング等の支援) を展開する。弊社では、これらの方針を踏まえて発表される次期中期経営計画の内容に注目したい。

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