

|| 企業調査レポート ||

ジェネレーションパス

3195 東証マザーズ

[企業情報はこちら >>>](#)

2021年7月21日(水)

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. 2021年10月期第2四半期の連結業績概要	01
2. 2021年10月期の通期業績見通し	01
■ 会社概要	02
■ 事業概要	03
■ 業績動向	05
1. 2021年10月期第2四半期の連結業績	05
2. セグメント別業績	06
3. 財務状況	07
■ 今後の見通し	08
1. 2021年10月期の通期業績見通し	08
2. 2021年10月期の重点施策	09
■ トピック	10
■ 株主還元策	10

要約

主力事業である EC マーケティング事業好調、 2021 年 10 月期第 2 四半期は過去最高売上高を達成

ジェネレーションパス <3195> は、インターネット通販サイト「リコメン堂」を多店舗運営するマーケティング支援サービス企業である。同社の基本的なビジネスモデルは、商材メーカーに寄り添って、特定の EC プラットフォームに特化したアプローチを行う独自の Web マーケティング手法「EPO」を活用して拡販支援サービスを行うものである。

1. 2021 年 10 月期第 2 四半期の連結業績概要

2021 年 10 月期第 2 四半期の連結業績は、売上高 6,400 百万円（前年同期比 11.0% 増）、営業損失 4 百万円（前年同期は 67 百万円の黒字）、経常利益 42 百万円（同 24.9% 減）、親会社株主に帰属する四半期純利益 12 百万円（同 47.9% 減）であった。特に主力事業である EC マーケティング事業において、新型コロナウイルス感染症の拡大（以下、コロナ禍）による EC 需要の増加により家具・家電・生活雑貨等の売上が好調であったことから、過去最高売上高を達成した。また、第 2 四半期連結会計期間売上高 3,400 百万円についても過去最高を達成した。

2. 2021 年 10 月期の通期業績見通し

同社は 2021 年 10 月期の通期業績見通しについては、コロナ禍による影響が非常に不透明かつ不確実なものであることから非開示としている。EC 需要・巣ごもり需要の高まりはさらに見込まれるものの、コロナ禍の動向次第では EC 需要・巣ごもり需要の反動も想定されることから、現時点において合理的に算定することが困難であるためとしている。EC マーケティング事業では、前期から引き続き取扱高の拡大と EC サポートでの案件獲得を推進し、商品企画関連事業では、新規商材開発及び新設ベトナム工場の生産能力拡大及び受注活動を推進していくとしている。

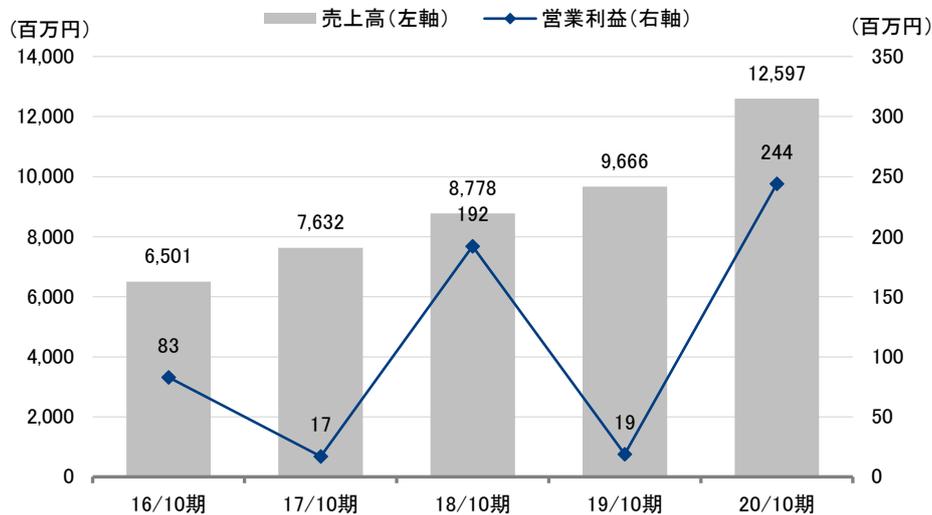
基本的には日本国内の EC 市場は順調に拡大しており、同社のパートナー企業数などの主要業績指標も順調に伸長している。コロナ禍の影響で EC 需要はさらに大きく拡大しており、今後の新生活様式においても長期的な成長が見込まれると弊社では考えている。また、(株)ファミリーマートと推進しているインターネット通信販売「Kaema」の状況については、順調に行けば十億円単位の規模で売上高が積み上がると推測する。一方 GENEPA VIETNAM CO., LTD.（以下、ジェネパベトナム）においては、コロナ禍の影響が不透明要因であり、海外顧客からの受注獲得も厳しい状況と言える。2021 年 10 月期の同社の動向を引き続き見守りたい。

Key Points

- ・ 2020 年 10 月期第 2 四半期は過去最高売上高を達成
- ・ 「EPO」という独自かつ汎用性のあるマーケティング手法を活用
- ・ PV（ページビュー）数、受注件数、パートナー企業数、取扱商品数は堅調な伸びで事業拡大に貢献

要約

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

インターネット通販サイト「リコメン堂」を多店舗運営する マーケティング支援サービス企業。 国内 EC 事業を核にして M&A を含む戦略投資で事業拡大を図る

同社は、創業者で代表取締役社長である岡本洋明（おかもとひろあき）氏によって 2002 年 1 月に思い出写真のアーカイブ化・映像化システムの製造販売を事業目的として設立された。写真や映像など記憶に残るデジタルデータを「世代を超えた人と人との架け橋」になって伝えようという思いが社名の由来である。2007 年 6 月にはネットマーケティング事業に参入し、ネット通販サイト「リコメン堂」を開設した。その後、大手の EC モール各社との業務提携などにより、EC マーケティング事業を主力事業として業容を拡大した。2014 年 9 月には東京証券取引所マザーズ市場に株式上場し、資金調達を図るとともに、2018 年 9 月に（株）カンナートを完全子会社化、2019 年 10 月にはベトナムに子会社ジェネパベトナムを設立、2020 年 4 月には青島新綻紡貿易（有）の株式を追加取得するなど、M&A を含む戦略投資によって飛躍的な事業拡大を図っている。

会社概要

なお、カンナートは2021年6月、世界175ヶ国で170万以上のネットショップが日々運営されているマルチチャンネルコマースプラットフォームを運営するShopify Inc.（本社：カナダ）の日本法人Shopify Japan（株）が行っているShopifyパートナープログラム「Shopify Experts（ショッピングファイエキスパート）」の認定を受けた。Shopify Japanより独自審査をクリアした制作会社に与えられるものであり、創業から16年にわたる大手企業との取引実績に裏打ちされた品質と、Shopifyに熟練した社内スタッフによる相談へのクイックレスポンス、企画・制作・開発を自社内でサポートできる対応力の3点が特に評価された。

■ 事業概要

自社運営のEC事業と、マーケティング機能をサービス提供するECサポート事業が主力事業

同社グループの事業は、ECマーケティング事業と商品企画関連事業、その他にて展開される。

(1) ECマーケティング事業

ECマーケティング事業は、同社グループが直接運営するECサイト「リコメン堂」などを通じて一般消費者向けに商品販売を行う「EC事業」と、同社グループの各種マーケティング機能を、ECサイト運営を検討中もしくは既に運営しているクライアント企業向けにサービス提供する「ECサポート事業」とに分けられる。同社の売上高の約8割を占める中核事業である。

a) EC事業

マーケティングの基礎となるビッグデータを、同社グループが運営するECサイト「リコメン堂」のほか、amazonや楽天市場、Yahoo!ショッピングなどのECモールやインターネット全体から収集・分析し、同社グループと取引のあるメーカー及び卸売業者から提案された商品について、消費者の購買につながる可能性の高いキーワード、商品画像、価格等を設定し、同社グループECサイトで販売を行う事業である。

同社グループは、「EPO」という独自かつ汎用性のあるマーケティング手法を活用し、インテリア、ファッション、美容コスメ、スポーツ、キッズ・ベビー、家電、食品、日用品など、幅広いジャンルの商品を取り扱っている。店舗については主に「リコメン堂」の屋号で、ジャンル別に複数のモールにまたがり、計66店舗が出店し、パートナー企業数は794社、取扱商品数は約179万点（2021年10月期第2四半期現在）に上る。

b) ECサポート事業

同社グループの各種マーケティング機能を、今後ECサイトの運営を検討中、または既に運営している企業向けに提供する事業である。同社グループが獲得した各種マーケティングデータを活用し、戦略的なECサイトの構築及び運営代行や、対象となるECサイトへの売れる商品情報の提供、店舗デザインの編集、商品構成（選定）と最適な検索キーワード及び商品ページの作成、集客、顧客対応等の運営支援を、全般的に行うサービスとして提供している。

事業概要

(2) 商品企画関連事業

2015年2月にスタートした事業である。ECマーケティング事業で培ったマーケティング手法「EPO」とMIS (Marketing Information System) の分析データから、売れ筋となる見込み商材を、試作品から商品試験等のテストを行い開発・製造を行う事業である。具体的には、売れ筋データ分析によるメーカーへの新規商品の企画提案、高品質かつ高採算商品の製造のための海外工場との直接連携による生産管理体制の構築、同社マーケティング事業及びインターネット市場全体の分析による、実店舗への情報提供及び商品提供を行う。同社プライベートブランド「Simplus (シンプラス)」では、売れ筋データ分析等からニーズの高い個性を生かした生活家電製品を国内外の有力メーカーと協力して展開している。商材や取引社数などの拡大により、事業開始後5年で同社の売上高の約20%を占めるまでになっている。

(3) その他

子会社の(株)トリプルダブルが行うソフトウェアの受託開発及びシステム開発事業、及びメディア事業(「イエコレクション (IECOLLE)」ブランドで実施するインテリア情報などECマーケティングデータを活用したメディア関連・情報発信業務)である。

(4) 「EPO」について

「EPO」とは、amazon、楽天市場、Yahoo! ショッピング等に代表されるECモールをマーケティングインフラとして捉え、それぞれのECモールごとにおける特性をデータとして蓄積し、対象となる商品について、販売に最適な各種条件の設定をしていくものである。そして、同社グループECサイトにて販売を行い、その売れ行き状況を判断材料とし、より効果の高い販売結果を導き出すサイクルを実現するものである。ECモールによらない単独サイトでの販売に比べてサイト開設時の初期コストが圧縮できるほか、集客費や広告費が節約され、効率的なマーケティングが行えるという特長がある。

「EPO」のサイクルは、1) 収集・分析、2) 集客、3) 実行(販売)、4) 検証の4つの機能から構成され、このサイクルを実現するためには、1) 多種商品の調達力、2) 多店舗運営能力、3) ローコストオペレーション、4) システム開発力・分析力の4つの基礎能力が必要とされる。

業績動向

主力事業である EC マーケティング事業好調、 2021 年 10 月期第 2 四半期は過去最高売上高を達成

1. 2021 年 10 月期第 2 四半期の連結業績

2021 年 10 月期 第 2 四半期の連結業績は、売上高 6,400 百万円（前年同期比 11.0% 増）、営業損失 4 百万円（前年同期は 67 百万円の黒字）、経常利益 42 百万円（同 24.9% 減）、親会社株主に帰属する四半期純利益 12 百万円（同 47.9% 減）であった。特に主力事業である EC マーケティング事業において、コロナ禍による EC 需要の増加により家具・家電・生活雑貨等の売上が好調であったことから、過去最高売上高を達成した。また、第 2 四半期連結会計期間売上高 3,400 百万円についても過去最高を達成した。

既存の EC マーケティング事業においては、コロナ禍の影響により EC 需要、巣ごもり需要の増加により、PV 数、受注件数、パートナー企業数、取扱商品数などがいずれも堅調な伸びで事業拡大に貢献した。EC サポート事業は、新たな事業分野拡大のための投資が先行しているほか、前期に利益率の高い大型案件が計上されたことによる反動があった。商品企画関連事業については、青島新統紡貿易及び国内事業、ジェネパトナムの全ての拠点においてコロナ禍の影響を受け、納期の遅延や原材料価格の高騰による利益低下要因が発生した。

四半期ベースでは、第 2 四半期は売上高 3,400 百万円（第 1 四半期は 2,999 百万円）、営業利益 29 百万円（同 33 百万円の損失）、経常利益 92 百万円（同 49 百万円の損失）、親会社株主に帰属する四半期純利益 69 百万円（同 57 百万円の損失）となった。売上高は 13.4% 増収となり、各段階利益は黒字に転換した。

販管費全体では前年同期比で 246 百万円の増加、前年同期比対売上高比では同 1.2 ポイント増となった。荷造包装費が増加した要因は、連結売上高に占める EC マーケティング事業の売上比率の上昇に伴う増加であり、広告宣伝費については、マーケティングデータを活用し外部広告費を抑制しているが、当四半期はセール対策等で微増となった。また、ロイヤリティについては、EC マーケティング事業の売上比率が高まったことに伴う上昇があった。一方で、人件費については、高度人材確保のために段階的に給与引き上げを実施しているものの、システム化推進の効果により微減となった。販売促進費についてはポイント付与分であり、付与割合は概ね前年同期と同等であった。

業績動向

2021年10月期第2四半期連結業績

(単位：百万円)

	20/10期2Q		21/10期2Q		前年同期比
	実績	売上比	実績	売上比	
売上高	5,768	-	6,400	-	11.0%
売上原価	4,180	72.5%	4,637	72.5%	10.9%
売上総利益	1,588	27.5%	1,763	27.5%	11.0%
販管費	1,521	26.4%	1,767	27.6%	16.2%
営業利益	67	1.2%	-4	-0.1%	-
経常利益	56	1.0%	42	0.7%	-24.9%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	23	0.4%	12	0.2%	-47.9%

出所：決算短信よりフィスコ作成

2. セグメント別業績

(1) ECマーケティング事業

2021年10月期第2四半期は、売上高5,306百万円（前年同期比14.0%増）、セグメント利益は143百万円（同17.8%減）となった。コロナ禍によって家具・家電・生活雑貨等の売上が好調となり増収となった。また、利益面においては、売上高は好調に推移したが、カンナートにおけるECサポート事業において新たな事業分野拡大のための投資が先行していること、前期に利益率の高い大型案件が計上されたことが主因となり、前年同期を下回る水準で推移した。なお海外でのECマーケティング事業は、中国における青島新綻紡貿易等を拠点として、越境EC事業を積極的に継続していく方針である。

(2) 商品企画関連事業

2021年10月期第2四半期においては、売上高1,019百万円（前年同期比2.6%減）、セグメント損失36百万円（前年同期は3百万円の利益）となった。コロナ禍の影響により、メイン販売先での取扱商材である家具・寝具における納期調整が行われ、事業全体としての売上高は減収となった。利益面においては、売上高の減少に加え、全世界的な原材料及び物流費用の高騰によるコストの増加や、長引く渡航制限により青島新綻紡貿易及びジェネパベトナムへの直接支援が行えないことが主因である。

(3) その他

2021年10月期第2四半期は、売上高80百万円（前年同期比17.8%増）、セグメント利益23百万円（同14.3%増）となった。ECマーケティング事業により得られるビッグデータを利用した非物販事業として、おしゃれなインテリア・雑貨の紹介、それらの実例の紹介及び家に関するアイデアを紹介するWebメディア「イエコレクション」に掲載する記事数やPV数の拡大に向けた各種施策を継続的に実施したところ、コロナ禍の影響による在宅時間の増加に伴い、PV数が順調に推移した。また、システム開発事業において、内閣府より「エビデンスシステム構築における大規模性能調査」にかかる受託売上が計上され、売上面・利益面に寄与した。

業績動向

3. 財務状況

貸借対照表を見ると、2021年10月第2四半期における総資産は前期末比317百万円増加し4,024百万円となった。主な要因は、在庫管理及び滞留在庫削減を徹底した結果、商品及び製品が52百万円減少、取引高の増加により受取手形及び売掛金が388百万円増加したことなどにより流動資産が3,616百万円となったことである。そのほかの要因として、機械装置及び運搬具が27百万円増加したことなどにより有形固定資産が14百万円増加した。また、のれんが10百万円減少したことなどにより無形固定資産が9百万円減少し、繰延税金資産が11百万円減少したことなどにより投資その他の資産が9百万円減少したためである。

負債合計は前期末に比べ284百万円増加し2,265百万円となった。納税により未払法人税等が95百万円減少したが、季節変動により支払手形及び買掛金が247百万円増加、M&Aに関する資金の需要への備えとして締結したコミットメントライン契約による融資により短期借入金が増加したことなどによるものである。

純資産は1,759百万円となり、前期末に比べ32百万円増加した。これは主に、親会社株主に帰属する四半期純利益の計上により利益剰余金が増加、為替換算調整勘定が増加したことなどによるものである。

キャッシュ・フローの状況について見ると、2021年10月期第2四半期における現金及び現金同等物は前期末に比べ150百万円減少し1,118百万円となった。当面の事業資金については、コミットメントライン契約が継続していることから充分に手当できていると判断される。

簡易財務表（連結）

	(単位：百万円)		
	20/10期	21/10期2Q	増減額
流動資産	3,294	3,616	321
現金及び預金	1,271	1,120	-150
受取手形及び売掛金	803	1,191	388
商品及び製品	969	916	-52
固定資産	413	408	-4
有形固定資産	178	192	14
無形固定資産	181	171	-9
投資その他資産	54	44	-9
資産合計	3,707	4,024	317
流動負債	1,694	2,035	340
支払手形及び買掛金	717	964	247
未払金	315	308	-6
借入金	260	510	250
固定負債	286	230	-56
負債合計	1,981	2,265	284
純資産合計	1,726	1,759	32
負債・純資産合計	3,707	4,024	317

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2021年10月期通期予想は非開示。 新規 EC 事業の推進、 新領域開拓のための業務提携や M&A 活用により売上拡大を目指す

1. 2021年10月期の通期業績見通し

同社は2021年10月期の通期業績見通しについては、コロナ禍による影響が非常に不透明かつ不確実なものであることから非開示としている。EC需要・巣ごもり需要の高まりはさらに見込まれるものの、コロナ禍の動向次第ではEC需要・巣ごもり需要の反動も想定されることから、現時点において合理的に算定することが困難であるためとしている。

下期のECマーケティング事業の取り組みについては、売上面では国内及び海外はマーケティングデータの収集及び分析を行うほか、新規EC事業の推進及び新領域開拓のための業務提携やM&Aを活用して売上拡大を図る。また、自社直営サイトの構築や自社ブランド商材の卸売販売を本格始動する。利益面においては、在庫回転率の短縮を目的としたシステム改修を行うほか、ECサポート事業での受託案件の利益拡大を狙う。物流においては、倉庫分散に加えシステム改修により商品の最適配置による配送費削減を開始する。また、新規サービスの立ち上げのほか、その他事業との取り組みとして、マーケティングデータを利用したメディア事業の収益力向上を図る計画である。

商品企画関連事業では、国内においてECマーケティング事業で蓄積されたビッグデータを活用し、商品提案及び新規顧客開拓を加速させ、新規商材の開発及び取引社数の増加による売上・利益の拡大を図る。青島新綻紡貿易では、高付加価値商品の開発及び生産開始、ECマーケティング事業との共同開発製品の販売を開始する。ジェネバベトナムにおいては、ベトナムでの新規工場の正常稼働及び新規取引先の獲得、単月黒字化を目標としている。

同社の属するEC市場においては、さらなる宅配料金の値上げ等の不安もあるなか国内外ともに個人消費者の購買状況は引き続き上昇傾向にある。特に今回のコロナ禍に伴う外出自粛による巣ごもり生活の拡大によりEC需要が急増している。コロナ禍の先行きは不透明ながらもEC需要拡大の流れは続くと思われ、業績は基本的に拡大基調である。スマートフォン経由での利用が増えるなど、ネットショップは多様化する消費者の生活スタイルにマッチするほか、コロナ禍で移動が限られるなか、新たにネット通販市場へビジネス領域を拡大する企業が増えている。老舗企業なども閉店に追い込まれる厳しい状況下において、特に観光客による収益が期待できない中小の企業などによるネット通販市場へのシフトが増えてくると弊社では考えており、同社の事業環境には追い風となるだろう。

今後の見通し

また「Kaema」の状況については、提携先と売上拡大に向けたテストマーケティングを複数回実施し拡大の方向性を確立するとしており、順調に行けば十億円単位の規模で売上高が積み上がると推測する。一方で、ジェネパベトナムにおいては、コロナ禍の影響が不透明要因である。足元では2021年7月9日からの15日間、ホーチミン市でロックダウンに相当する措置がベトナム政府により実施された。またベトナムでは、例えば同社工場地域で新型コロナウイルス感染者が出た場合、エリア一帯で行動制限の措置が取られるもようで、渡航制限もあり、海外顧客からの受注獲得も厳しい状況と言える。2021年10月期の同社の動向を引き続き見守りたい。

2. 2021年10月期の重点施策

(1) M&Aを含めた事業提携の推進

同社では、継続的な事業拡大を図るべくM&Aを含めた事業提携を積極的に推進するとしている。EC事業においては全方位的マーケティングを進めるための一環として、食料品などの今まで取扱いの少ない商品ジャンルの拡大を目的に業務提携を視野に入れた戦略的な販売契約の締結を推進し、売上高の拡大を加速させる。ECサポート事業においては、迅速なシステム開発を達成するために、システム開発を共同で行える戦略的パートナーやM&Aによるシステム開発会社の買収を推進する。「Kaema」については、提携先と売上拡大に向けたテストマーケティングを複数回実施し、拡大の方向性を確立する。また、物流×ECの取り組みとして、ECサイトの構築からEC運営、マーケティング・広告支援、物流サービスをワンストップで提供するための協業できるパートナー企業の選定を推進する。メディア事業においては、現在の「イエコレクション」と並行して新サイトを構築し、メディア事業の規模拡大を加速させる。拡大にあたってはM&Aも推進していく。

(2) インフルエンサーマーケティング「ひろマーレ」を推進

「ひろマーレ」とは、SNSで影響力のあるインフルエンサー（フォロワー数1万～10万のマイクロインフルエンサーが対象）と自社商品をEC出店する企業とのマッチングによって効果的な販売拡大効果を生むマーケティングサービスである。クライアント企業の商品の認知を拡大させ最適なインフルエンサーをマッチングさせるキャストイング力と、Web制作会社としてWebページ作成やクライアント企業のSNSアカウントの運営サポートなどといった提案を行える実績が強みである。2021年10月期は効果的なインフルエンサー施策を提案し、「ひろマーレ」サービスを推進していく。

(3) ネットショップ出店パック「ECツール」を推進

「ECツール」は、ECサイト構築パッケージ及びEC運営からマーケティングまでを一括支援するサービスである。同サービスで用意したデザインテンプレートで作成すれば、最短1.5ヶ月でネットショップがオープン可能となる。カンナートが提供しており、Web制作会社ならではのサービスと当社グループのECノウハウにより、様々なサービスと連携できる土台と、広告・集客、販促サービスが整っている。2021年10月期においては同サービスも推進していく。

(4) ジェネパベトナム

2020年10月期はコロナ禍の影響により工場立ち上げの遅れや生産・納品の遅れ、商談の中断などが発生し苦戦した。しかし、人員・設備・資金を確保し、2020年12月末時点では操業度は大きく改善し、2021年10月期通期では黒字転換となる見込みである。米中貿易摩擦の影響で、日本のみならず第三国からも新規取引が急増しており、生産能力体制の向上により受注拡大を見込んでいる。

トピック

羽田市場との業務提携に関する基本合意書を締結

同社は3月30日、羽田市場と業務提携に関する基本合意書を締結した。羽田市場は、高い衛生基準をクリアした鮮魚センターを保有し、鮮度にこだわった独自の海産物の仕入れ流通ルートを基盤に、漁師や卸業者支援の側面から高品質な生鮮食品を消費者へ販売する事業を展開している。今後は羽田市場の生鮮品仕入ルート及び物流網を活用するとともに、同社の得意領域である複数のEC店舗展開によるマーケティング情報の集積を通じた購買データの分析を進めるなど、両社の強みを生かした各種施策を実行し、生鮮食品分野におけるEC事業のさらなる拡大を目指す。なお基本合意の内容は、「羽田市場」ブランドによるECモール上での多店舗展開、羽田市場が運営する自社ECサイトの認知度向上及び取扱高増加施策の実行、収集されるマーケティングデータの共有、同データを基にした仕入戦略、販売戦略の立案並びに機動的な実行となる。

同社は、コロナ禍において新規の購入者や購入頻度が最も上昇した生鮮食品分野での売上拡大を狙いとしており、テスト販売を通じて商品構成や販売戦略の立案を行っている最中である。2021年10月期下期以降に、本格稼働を予定している。

株主還元策

当面は成長投資優先で配当は行わない

同社では、マザーズ市場においては成長投資優先で、当面は配当を行わない方針である。2021年10月期の業績変動が大きい非開示としているが、新規EC事業をはじめM&Aや事業提携の効果が実績として見えてくれば、新たな中長期経営計画などの目標設定が掲げられるだろう。そうなれば、配当実施なども実現は近いものと弊社では見ている。

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