

|| 企業調査レポート ||

J- オイルミルズ

2613 東証 1 部

[企業情報はこちら >>>](#)

2019 年 9 月 6 日 (金)

執筆：客員アナリスト

宮田仁光

FISCO Ltd. Analyst **Kimiteru Miyata**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
■ 事業概要	02
1. 会社概要	02
2. 事業内容	03
3. 強みの源泉	04
■ 中期経営計画	05
1. 第五期中期経営計画	05
2. 成長戦略と構造改革	06
■ 業績動向	07
1. 2020年3月期第1四半期の業績	07
2. 事業戦略の進捗	08
3. 2020年3月期の業績見通し	10
■ 株主還元	11
1. 配当政策	11
2. 株主優待	12
■ 情報セキュリティ	12

要約

最重点施策の高付加価値品が好調

Ｊ-オイルミルズ<2613>は、(株)ホーネンコーポレーション、味の素製油(株)、吉原製油(株)の3社が統合して設立された油脂メーカー大手である。大豆など輸入原料を国内で搾油し、国内で油脂・油糧製品を製造販売する油脂事業を主力としている。ほかにマーガリンや粉末油脂などの油脂加工品事業、スターチや化成品などの食品・ファイン事業も展開している。同社の強みは、統合した3社がそれぞれに培ってきたノウハウや技術にあり、味の素製油は油脂のおいしさの研究や「AJINOMOTO」ブランドによる高い認知度、ホーネンコーポレーションは原料を使い切る取り組みや業務用における強固な営業基盤、吉原製油は油種のバラエティや顧客に対する課題解決力が強みとなっている。同社は、こうした各社の強みとシナジーを生かした事業戦略を展開している。

事業戦略の中心は成長戦略と構造改革だが、同社は第五期中期経営計画(2017年度-2020年度)の中で特に成長に力点を置いている。人口減少などで数量の増加を期待しづらい国内では、そのための最重点施策として、油脂などの高付加価値化の拡大と業務用におけるソリューション事業の強化を推進している。同社は、家庭用では需要が増しているオリーブオイルやプレミアムオイルなどを販売、業務用としては長持ち油「長調得徳®」やプロのための調味油「J-OILPRO®」シリーズといった調理場の課題を解消する商品の販売に注力している。このように同社は、高付加価値化とソリューションをバネに、「あぶら」を究めることでおいしさを創造する「おいしさデザイン企業」への進化を図っている。

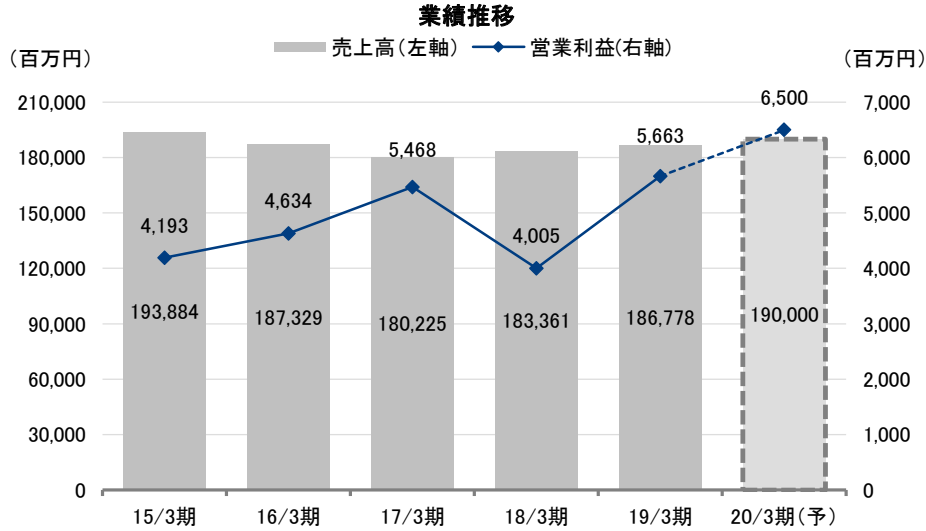
2020年3月期第1四半期の業績は、売上高45,895百万円(前年同期比2.6%減)、営業利益1,903百万円(同3.1%増)となった。原料相場やミール相場が低位で推移するなか、高付加価値品の販売を強化したことなどにより、減収ながら営業増益を確保した。事業戦略の進捗は順調で、特に最重点施策の高付加価値品については、家庭用においてオリーブオイルの用途拡大や香味油や調味油の分野での新商品投入、業務用では「長調得徳®」や「J-OILPRO」での新シリーズ投入など着実に拡大を進めている。2020年3月期目標の高付加価値品売上高48,500百万円(前期比10.5%増)、粗利益13,910百万円(同20.3%増)へ向かって第1四半期は順調な滑り出しとなったが、さらに秋季シリーズとして新商品を続々投入する予定である。

2020年3月期業績見通しについて、同社は売上高190,000百万円(前期比1.7%増)、営業利益6,500百万円(同14.8%増)を見込んでいる。油脂コストの上昇や物流費の増加を、販売価格の改定や高付加価値品の販売強化、広告費の抑制などでカバーし、2ケタ営業増益を達成する計画になっている。各事業とも引き続き第五期中期経営計画の事業戦略に沿って成長戦略と構造改革を展開していく方針で、油脂事業で高付加価値品の拡大や汎用品の収益改善、油脂加工品事業で製菓・製パン領域の強化や粉末油脂の拡大、食品・ファイン事業ではソリューション提案の強化やSOYシートの拡大、ケミカルの強化――を推進する計画である。

Key Points

- ・ 統合3社の強みを生かした油脂メーカー大手
- ・ 高付加価値品の拡大など成長戦略を展開
- ・ 2020年3月期は2ケタ営業増益を目指す

要約



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 事業概要

「おいしさデザイン企業」を目指し、高付加価値品を創出する

1. 会社概要

同社は、ホーネンコーポレーション、味の素製油、吉原製油の3社が統合して設立された油脂メーカー大手である。油脂事業（油脂・ミール）を基盤に、マーガリンや粉末油脂といった油脂加工品事業、スターチやケミカルといった食品・ファイン事業などを展開している。味の素<2802>グループ企業の1社だが、3社がそれぞれに培ってきた長い歴史と様々な商品群に裏打ちされたノウハウ・技術は、大きな強みとなっている。現在、そうしたノウハウ・技術をもとに第五期中期経営計画を策定、成長戦略と構造改革を推進しているところである。生産や物流などの効率化を進める一方、将来にわたって「おいしさをデザインする」ことで新たな高付加価値品を創出し、強みの業務用を磨き、家庭用を強化し、遅れていた海外事業の展開も図っていく考えである。

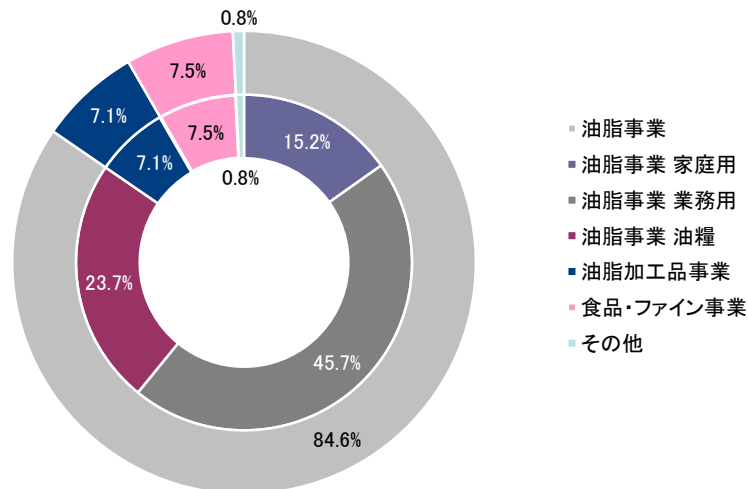
独自技術を生かした商品を展開

2. 事業内容

同社は国内で搾油し、国内で油脂・油糧製品を製造販売することを主力事業としている。油脂汎用品の需要は安定しているが、大きく伸びず横ばいを続けている。これは、少子高齢化や女性の社会進出などによる需要構造の変化が理由と考えられる。一方、原料を輸入に依存しているため、大豆相場や菜種相場、為替相場といった海外市況の変動が収益に影響を与える構造になっている。そうした環境のなかでも同社は、統合した3社がそれぞれに培ってきたノウハウや技術をもとに、「あぶら」の持つ価値や可能性を広げ、調理、健康、調味といった様々な機能の高付加価値化を徹底的に追求することで、収益性と成長性の向上を目指している。2020年3月期第1四半期のセグメント別売上高構成比は、油脂事業 85%、油脂加工品事業 7%、食品・ファイン事業 7%、その他 1%となっている*。

*用途別には、家庭用（植物油とマーガリン）、業務用（植物油とタンパク質、スターチ、その他）、油糧（ミール）の3つに分けることができる。

売上高の構成比(2020年3月期第1四半期)



出所：決算短信、決算概況よりフィスコ作成

事業概要

油脂事業では、サラダ油やキャノーラ油など様々な用途に使われるベーシックオイルから、調理や調味、健康といった様々な領域で使うことのできる高付加価値品まで幅広く品ぞろえしている。消費者や顧客企業に対し、安心・安全を基本に、「油を良い状態で使っていただく」「油で美味しく」「油で健康に」という3つの軸で貢献することを目指していることが、品ぞろえの幅になって現れていると言える。「AJINOMOTO」ブランドで有名な家庭用油脂では、国内オリーブオイル市場のリーディングブランド「AJINOMOTO® オリーブオイル」や栄養機能食品「AJINOMOTO® さらさら® キャノーラ油健康プラス」、特定保健用食品「AJINOMOTO® 健康サララ®」など、消費者のおいしい料理づくりと健康づくりに役立つ様々な商品を取りそろえている。市場シェア40%を誇る業務用油脂では、長持ち効果がある「長調得徳®」シリーズを独自技術により酸化を抑制してリニューアルしているほか、肉メニューに香ばしさと旨味を増強した「グリルオイル」やミルクのような贅沢な香りとおコクのある「バターフレーバーオイル」など「J-OILPRO - プロのための調味油 -」シリーズのラインナップ拡充も進めている。油糧では、良質なタンパク質を多く含む、大豆や菜種などの原料を搾油処理した後の搾り粕（ミール）を、配合飼料の原料などに活用している。なお、業務用油脂の売上高構成比が54%であることから、業務用に強いという同社の特徴がうかがえる。

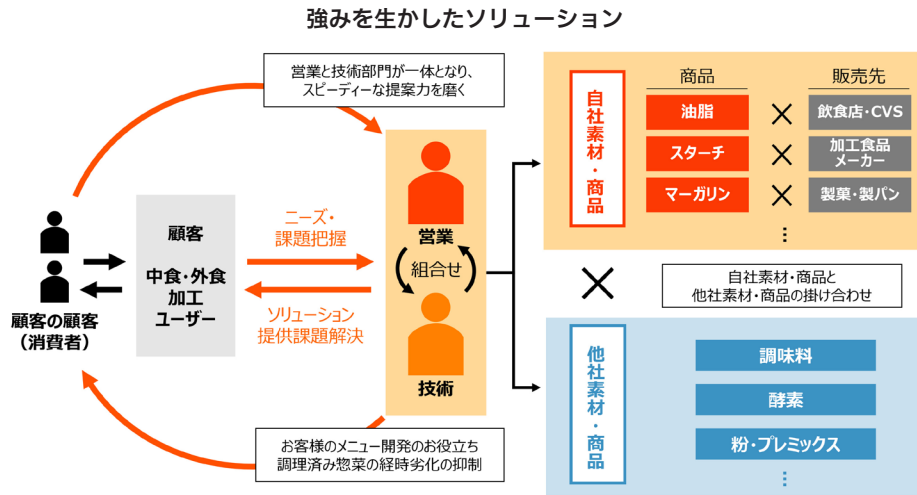
油脂加工品事業では、マーガリンやショートニング、粉末の油脂などを取り扱っている。なかでも「ラーマ®」ブランドの家庭用マーガリンは長く好評を得ている。業務用マーガリンでは、製菓・製パン分野における製造現場の課題解決に向けた提案を強化しており、独自のフレーバー技術でバター風味を実現した「マイスター」やバターコンパウンドマーガリン「グランマスター®」などシリーズで商品を展開している。液体の油脂にたく固体や粉体の油脂にある様々な機能を生かした商品によって、顧客の課題に対するソリューションを提案している。食品・ファイン事業は、原料から出る粕や微量成分の持つ効果に着目した事業である。スターチはトウモロコシやタピオカ由来のでん粉をベースに独自の高性能加工を施した加工でん粉で、ジューシー感など食感改良材として様々な加工食品に使われている。また、ビタミンK2やイソフラボンといった食品素材のほか、住宅建材や家具などに使用される、合成樹脂接着剤・塗料といった商品も開発・販売している。

3 社の強みを統合してシナジーを発揮

3. 強みの源泉

同社の強みの源泉は、15年前に統合した3社が三様に有していた強みとそのシナジーにある。もともと味の素製油は油脂のおいしさの研究や「AJINOMOTO」ブランドによる家庭用市場での高い認知度に強みがあり、ホーネンコーポレーションは原料を使い切る取り組みや業務用市場での強固な営業基盤、吉原製油は油種のバラエティや顧客に対する課題解決力に強みがあった。こうした三者三様の強みを掛け算することで、3社の販路を合わせた広範なカバー範囲と対応可能な商品カテゴリーの多さ、味の素グループの営業力、業務用商品の展開力、業務用ノウハウの家庭用への展開力、必要とあらば他社の素材や商品を利用するフレキシビリティーなどのシナジーが生じ、高付加価値な商品を創出することができるのである。しかし、統合後しばらくは効率化に経営の主眼が置かれていたため、現在、改めて三者三様の強みを掛け合わせ、相乗的な強みを発揮しようとしているところである。その結果、商品の高付加価値化のみならず、味や作業など料理や調理場におけるソリューション能力をも高めることができるようになった。

事業概要



出所：事業説明会資料より掲載

■ 中期経営計画

「おいしさデザイン企業」への進化を目指す

1. 第五期中期経営計画

2017年度に始まった第五期中期経営計画（～2020年度）は、成長性に力点を置いた計画となっており、数量の増加を期待しづらい国内においては高付加価値化、成長が期待できる海外においてはアジアでの市場開拓を目標としている。2020年に目指す姿としては、加工度の低い単純な搾油事業から、「あぶら」を究めることでおいしさを創造する「おいしさデザイン企業」への進化である。これにより、熱媒体用途に過ぎなかった「あぶら」の価値を調理価値・健康価値・調味価値へと拡張し、さらには省力化や食資源に関わる消費者ニーズや社会課題を解決できる、より高い次元の価値へと引き上げる考えだと思われる。将来的（2030年）には、海外や食以外の領域において事業を拡大することで、人々の生活を豊かにする「Joy for life」を実現することを目指している。

成長戦略と構造改革で中長期成長を目指す

2. 成長戦略と構造改革

こうした基本方針のもと、同社は2019年度－2020年度の事業戦略を策定した。事業戦略は、少子高齢化など様々な社会的課題や取引先それぞれが持つ課題にターゲットした、成長戦略と構造改革で構成されている。成長戦略では、油脂のみならず油脂加工品や食品・ファインといった育成領域の高付加価値化、業務用におけるソリューション事業の強化、アセアン諸国での海外展開加速、汎用油脂製品の収益力強化——を目標としている。構造改革では、バリューチェーンの効率化と高度化、生産拠点の最適化、選択と集中による効率化などが目標となっている。こうした成長戦略と構造改革によって、同社は2021年3月期に売上高2,150億円以上（年平均成長率5%以上）、営業利益80億円以上（同10%以上）、ROE5.0%以上を目指している。売上高はミール相場次第で上下することもあるだろうが、高付加価値化などで原価の変動への耐性を高めることで、営業利益とROEは是非とも達成したい数値である。

成長戦略と構造改革で構成される事業戦略



出所：決算概況より掲載

業績動向

高付加価値品の販売強化で営業増益

1. 2020年3月期第1四半期の業績

2020年3月期第1四半期の業績は、売上高45,895百万円（前年同期比2.6%減）、営業利益1,903百万円（同3.1%増）、経常利益2,077百万円（同3.7%増）、親会社株主に帰属する四半期純利益1,807百万円（同1.2%減）となった。米中関係の悪化などから搾油原料相場やミール相場が低位で推移するなか、高付加価値品の販売を強化したことで、減収ながら営業利益と経常利益は増益を確保した。なお、前期発生した台風被害による受取保険金を特別利益に計上したが、製品の自主回収に伴う製品回収関連損失を特別損失に計上、また、前年同期に計上した繰延税金資産の反動もあり、親会社株主に帰属する四半期純利益は減益となった。

2020年3月期第1四半期の業績

（単位：百万円、%）

	19/3期1Q		20/3期1Q		増減率
	実績	売上高比	実績	売上高比	
売上高	47,121	100.0	45,895	100.0	-2.6
売上総利益	8,518	18.1	9,137	19.9	7.3
販売費及び一般管理費	6,672	14.2	7,234	15.8	8.4
営業利益	1,845	3.9	1,903	4.1	3.1
経常利益	2,004	4.3	2,077	4.5	3.7
親会社株主に帰属する四半期純利益	1,829	3.9	1,807	3.9	-1.2

出所：決算短信よりフィスコ作成

セグメント別の業績動向では、油脂事業が減収増益となった。油脂部門では、キャノーラ油が微減となった一方、高付加価値品のオリーブオイルが伸長し、家庭用油脂が前年同期並みの売上高を確保、業務用油脂は、労働環境改善やオペレーション改善といったソリューション提案により「長調得徳®」や「J-OILPRO®」など高付加価値品が堅調に推移したが、販売価格が低位で推移したため微減収となった。油糧部門は、主要需要先である配合飼料の国内生産量は前年同期並みで推移し、大豆ミールと菜種ミールはともに販売数量を伸ばしたが、販売価格が低位で推移したことから売上高は微減となった。

油脂加工品事業は微減収、原料価格の高騰や委託加工賃の上昇により赤字となった。マーガリン部門において、市場が厳しい家庭用で「ラーマ®」シリーズのパッケージリニューアルや増量セールを実施、前年同期並みの売上高を確保した。業務用では高付加価値品が堅調だったが、製パン市場が伸び悩んだため売上高は前年同期をやや下回った。粉末油脂部門は、安定した受託生産により売上高は順調に推移した。食品・ファイン事業は微増収、大幅増益となった。スターチ部門で、コーンスターチ製品の需要減少、原料コスト上昇に対し、価格改定に取り組んだことから前年同期並みの売上高を確保、ファイン部門では、ファインマテリアルの海外向け販売が好調、SOYシートは北米に加え海外現地商社との取り組みを強化して新規導入を進め、売上高は大きく伸びた。ケミカル部門では、製品価格改定に努めたが、住宅着工戸数の微減影響があり、微減収となった。

業績動向

2020年3月期第1四半期セグメント別業績動向

(単位：百万円、%)

売上高	19/3期1Q		20/3期1Q		増減率
	実績	売上高比	実績	売上高比	
油脂事業	40,021	84.9	38,827	84.6	-3.0
油脂加工品事業	3,294	7.0	3,238	7.1	-1.7
食品・ファイン事業	3,410	7.2	3,457	7.5	1.4
その他	394	0.8	371	0.8	-5.7

セグメント利益	19/3期1Q		20/3期1Q		増減率
	実績	利益率	実績	利益率	
油脂事業	1,545	3.9	1,627	4.2	5.3
油脂加工品事業	131	4.0	-37	-1.1	-
食品・ファイン事業	162	4.8	246	7.1	51.9
その他	7	1.8	67	18.1	857.1

出所：決算短信よりフィスコ作成

高付加価値品が収益拡大をけん引

2. 事業戦略の進捗

2020年3月期の各事業における施策は、同社の事業戦略における成長戦略と構造改革に沿って進められている。油脂事業が高付加価値品の拡大、汎用品の収益力強化、構造改革、油脂加工品事業が製菓・製パン領域の強化、家庭用チルド付加価値品の拡充、粉末油脂の拡大、海外展開の検討、食品・ファイン事業がソリューション提案力の強化、SOYシートの拡大、ケミカルの強化——などで、なかでも高付加価値品の拡大は最重点施策と位置付けられている。

(1) 高付加価値品の拡大

家庭用のオリーブオイルに関しては、2020年3月期に入って前期に実施したプロモーションによる売上・利益の刈り取りを進めている。オリーブオイルは、市場が健康志向や各社のマーケティング戦略によって拡大するなか、TVCMを投入したことで3月の世帯購入者数が前年同月比17%伸び、その後も効果が継続しているもようである。人気の同社ツイッター「#ちょい塩オリーブ」で顧客と相互コミュニケーションを図り、スナックえんどうやアボカドなどへとオリーブオイルの用途を広げている。本格的な料理を手軽に味わうことができる人気の香味油や調味油の分野では、2019年春季新商品として「から揚げの日の油」を新たにラインナップに加えた。「長調得徳®」や「J-OILPRO®」シリーズは、少し値は張るが使ってみると高機能で経済的と評判で、様々な中食・外食企業や食品メーカーで新規の採用が続いている。加えて原料価格の低下もあり、2020年3月期第1四半期の高付加価値品は、売上高11,270百万円（前年同期比1.7%増）、粗利益3,160百万円（同14.1%増）、粗利益率28.1%（同3.1ポイント上昇）と業績が好調に推移、目標の売上高48,500百万円（前期比10.5%増）、粗利益13,910百万円（同20.3%増）、粗利益率28.7%（同2.4ポイント上昇）へ向けて順調な滑り出しとなった。

業績動向

重点施策である「高付加価値品の拡大」の進捗



(2) 2019年秋季新商品

同社は7月に秋季新商品を発表したが、引き続き高付加価値品を積極展開している。「軽くてあっさりしたオリーブオイル」はクセのない100%オリーブオイルで、炒め物から揚げ物、生食、和食まで、従来の食用油と同様に使用することができる。このため大容量タイプを用意した。技術力に定評のあるグループ会社の太田油脂(株)と共同開発した、オメガ3脂肪酸を含有し健康イメージの強い「AJINOMOTO えごま油」と「AJINOMOTO アマニ油」も、新鮮なうちに使いきれの小容量タイプで投入した。業務用では、衣の吸油率を下げるによりカロリーと油っぽさを抑えた「長調得徳®ヘルシータイプ」と、釜へのこびりつきを抑えることで食品ロス低減と作業効率向上を実現した「ごはんのための米油(炊飯用)」を発売する。米油は抗酸化作用にあっさり感があることから、家庭用の「ラーマ®」シリーズにも「ラーマ®ソフトこめ油入り」として投入する予定である。なお、春季新商品として家庭用に投入した「から揚げの日の油」については、一部製品で包装容器の接着不良が判明したため自主回収をすることになった。しかし、早期に販売を再開するなどスピーディに対応したため、オーダーは既に回復基調にあるもようだ。第2四半期以降の収益貢献が期待される。

2019年秋季新商品



出所：プレスリリースより掲載

(3) その他の事業戦略の進捗

その他の事業戦略も順調に進捗している。ソリューションについては、「長調得徳[®]」や「J-OILPRO[®]」シリーズは商品自体が作業軽減や省エネなどのソリューションとなっているが、水も油も吸ってやわらかさやジューシーさを実現する「ネオトラスト[®]」がハンバーグ弁当に、保水効果の高いスターチ「ハイトラスト[®]」とコク味を向上させる油脂「美味得徳」を合わせたロングライフ技術がから揚げ弁当に採用されるなど、展開のバリエーションが幅広くっており、売上・利益とも順調に伸長している。特にスターチを使ったソリューションは今後も伸びそうである。また、価格改定を進めながら「長調得徳[®]」などを合わせて提案することで、顧客の課題ソリューションと同社の高付加価値化を両にらみすることもできる。ほかに、タイを基点にしたアジアでの海外展開や、全社視点での業務の最適化、資産効率改善など外部環境の変動に左右されにくい事業構造の構築、コーポレート・ガバナンスや人財育成面での体質進化など、各施策を着実に進めているところである。

価格改定や高付加価値化で2ケタ増益予想

3. 2020年3月期の業績見通し

2020年3月期業績見通しについて、同社は売上高190,000百万円(前期比1.7%増)、営業利益6,500百万円(同14.8%増)、経常利益6,900百万円(同9.1%増)、親会社株主に帰属する当期純利益5,400百万円(同13.7%増)を見込んでいる。引き続き第五期中期経営計画の事業戦略における成長戦略と構造改革、なかでも高付加価値品の拡大を推進する方針である。

2020年3月期業績見通し

(単位：百万円、%)

	19/3期		予想	20/3期	
	実績	売上高比		売上高比	増減率
売上高	186,778	100.0	190,000	100.0	1.7
売上総利益	34,819	18.6	-	-	-
販売費及び一般管理費	29,155	15.6	-	-	-
営業利益	5,663	3.0	6,500	3.4	14.8
経常利益	6,326	3.4	6,900	3.6	9.1
親会社に帰属する 当期純利益	4,749	2.5	5,400	2.8	13.7

出所：決算短信よりフィスコ作成

油脂事業において物流費や燃料費などインフラコストや油脂コストの上昇に合わせた価格改定と高付加価値品の一層の拡大を進める一方、油脂加工品事業及び食品・ファイン事業では収益力向上を目指す。特に中期を見据えて、高付加価値品や海外事業などへの投資、コストコントロール、継続的な構造改革などをより積極的に推進する方針である。具体的には、重点施策である高付加価値品の販売強化はもちろん、販売価格の改定や広告費の抑制などにより物流費や燃料費の増加をカバー、汎用油脂製品に関しても、6月以降に実施する価格改定によって採算性を改善する方針で、2020年3月期は2ケタ営業増益を達成する計画である。

業績動向

2020年3月期セグメント別見通し

(単位：百万円、%)

売上高	19/3期		20/3期		
	実績	売上高比	予想	売上高比	増減率
油脂事業	158,456	84.8	160,000	84.2	1.0
油脂加工品事業	12,781	6.8	13,400	7.1	4.8
食品・ファイン事業	14,095	7.5	15,300	8.1	8.5
その他	1,445	0.8	1,300	0.7	-10.0

セグメント利益	19/3期		20/3期		
	実績	利益率	予想	利益率	増減率
油脂事業	4,919	3.1	5,300	3.3	7.7
油脂加工品事業	148	1.2	300	2.2	102.6
食品・ファイン事業	458	3.2	700	4.6	52.7
その他	137	9.5	200	15.4	46.0

出所：決算短信よりフィスコ作成

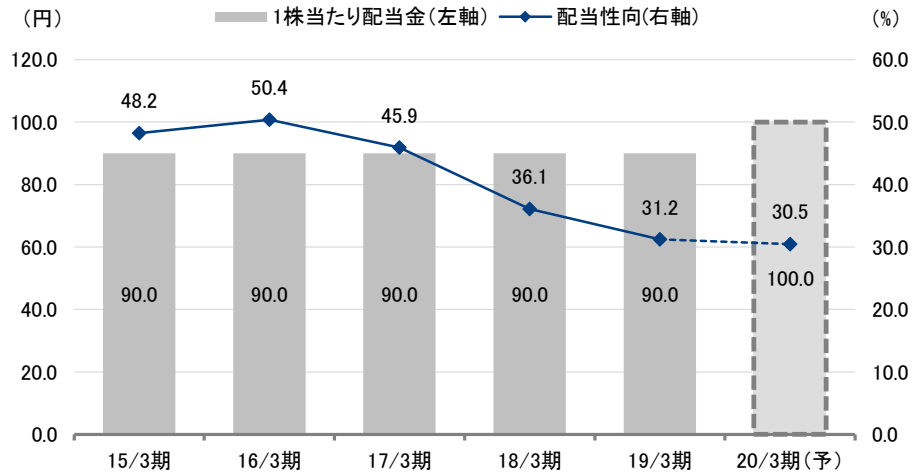
株主還元

1. 配当政策

同社は、株主への安定した利益還元の維持に努めるとともに、企業体質の強化や積極的な事業展開に必要な内部留保など、長期視野に立った安定的かつ適正な利益配分を行うことを基本方針としている。2017年度に開始した第五期中期経営計画においては、連結配当性向30%以上の維持を目指している。内部留保資金の用途については、収益体質の構築による企業価値向上を目指し、経営基盤強化の投資資金として有効活用していく方針である。このため、2020年3月期の1株配当金は100円(中間配当金50円)を予定している。なお、同社は2016年10月1日付で普通株式10株を1株に併合している。

株主還元

1株当たり配当金と配当性向の推移



※ 2016年10月1日に10株→1株に株式併合。1株当たり配当金は遡及修正済み。
 出所：決算短信よりフィスコ作成

2. 株主優待

同社は3月末の権利確定を基準に株主優待を実施しており、所有株数100株以上の株主に市価3,000円相当の自社商品を贈呈している。贈呈時期は毎年6月下旬～7月上旬を予定している。

■ 情報セキュリティ

同社は、情報資産及びコンピュータシステムに関して、運用体制の整備や情報管理の徹底など、適切なセキュリティ対策を実施している。

免責事項（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 5-11-9

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（情報配信部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp