

|| 企業調査レポート ||

ネットイヤーグループ

3622 東証マザーズ

[企業情報はこちら >>>](#)

2018年6月21日(木)

執筆：客員アナリスト

佐藤 譲

FISCO Ltd. Analyst **Yuzuru Sato**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2018年3月期業績	01
2. 2019年3月期業績見通し	01
3. 成長戦略	02
■ 事業概要	03
1. 会社概要	03
2. 事業内容	03
■ 業績動向	04
1. 2018年3月期の業績概要	04
2. 財務状況と経営指標	06
■ 今後の見通し	07
1. 収益改善施策	07
2. 2019年3月期業績見通し	08
3. 中期戦略について	09
■ 株主還元策	11
■ 情報セキュリティ対策	11

■ 要約

2019年3月期は利益の回復を最優先に ビジネス基盤の再構築に集中する方針

ネットイヤーグループ<3622>は、インターネット技術を活用したデジタルマーケティング支援事業を手掛ける。子会社にソーシャルメディアに関する分析・コンサルティング分野で業界トップクラスの(株)トライバルメディアハウスを持つ。なお、業務用アプリの子会社、rakumo(株)については経営資源を本業に集中するため、2017年8月末に全株式を売却した。

1. 2018年3月期業績

2018年3月期の売上高は前期比4.8%増の6,189百万円と3期ぶりの増収に転じたものの、営業損失は51百万円(前期は206百万円の損失)と2期連続で損失計上する格好となった。企業のデジタルマーケティング投資が活発化するなかで、ソーシャルメディア、オウンドメディア案件を中心に売上高は増加したものの、前期から継続していた不採算プロジェクトの費用が想定以上に拡大したほか、新たに赤字プロジェクトが2件発生したことにより、受注損失引当金を60百万円計上したことが要因だ。同社では前期より赤字プロジェクト防止のための管理体制を強化したが、同プロジェクトはそれ以前に受注したものの、1件については既に終了し、残り1件については2018年7月に検収が上がる予定になっており、追加で損失が発生する可能性は低いと見られる。なお、子会社のrakumo(株)の売却による業績への影響額は、売上高で2億円の減少、営業利益で5百万円の増益要因となっており、特別利益として株式売却益413百万円を計上している。この結果、親会社株主に帰属する当期純利益については312百万円(前期は297百万円の損失)と2期ぶりに黒字転換している。

2. 2019年3月期業績見通し

2019年3月期の売上高は前期比1.5%減の6,100百万円、営業利益は80百万円と3期ぶりの黒字に転じる見通し。売上高はrakumo売却の影響を除けば実質微増収となる。2019年3月期は利益体質の確立を最優先に受注活動を進めていく方針となっており、赤字プロジェクトの撲滅と適正な価格での受注活動に取り組むことで黒字定着を目指す。一方で、年々受注案件の難易度が上がっていることから社員のスキルアップに向けた教育研修投資も積極的に行っていく予定だ。

要約

3. 成長戦略

今後の成長戦略としては、デジタルマーケティング分野の中でも資本集約型・ストック型ビジネスを重点領域と設定し、売上げの拡大を進めていく方針だ。現在、同領域の売上高は全体の約13%だが、中長期的に50%程度まで引き上げることで、収益の安定性を高めながら成長を目指していく。このため、2019年3月期は新サービスとして「カスタマーサクセス支援サービス」をスタートしている。マーケティングオートメーション（以下、MA）ツール^{※1}やデータマネジメントプラットフォーム（以下、DMP）^{※2}を導入したが活用できていない企業向けにシステム、データ分析、コンサルティング、コンテンツ運用をパッケージで提供するサービスとなる。同社は米Salesforce.com<CRM>のMAツールの導入支援サービスを行っているが、導入実績も前期比で2倍増と伸びてきており、ストック型サービスも提供していくことで、継続的な収入を獲得していく格好となる。デジタルマーケティング関連市場は今後も成長拡大が期待できることから、同領域に特化して事業展開を進めている同社にとってビジネスチャンスは大きいと言える。

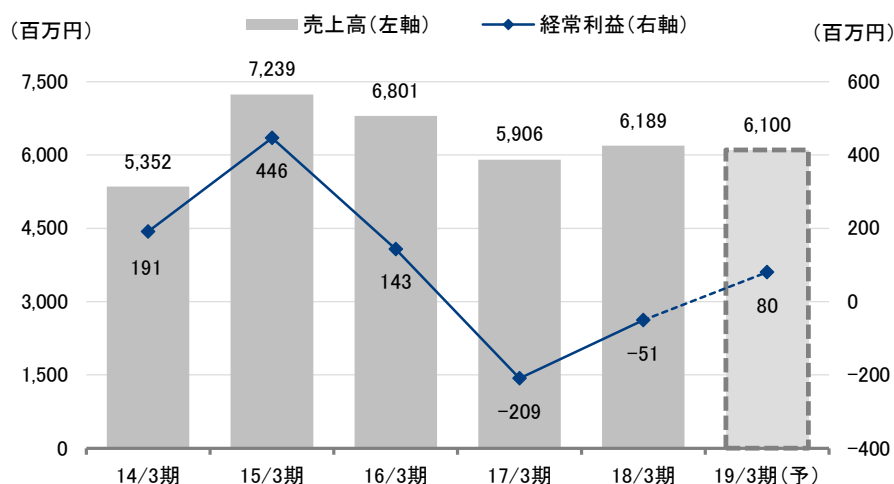
^{※1} MA (Marketing Automation) …マーケティングの各プロセスにおけるアクションを自動化するための仕組みやプラットフォーム。顧客や見込み顧客に対して、どんなアクションをとったかを記録し、「最適なコンテンツを、最適なタイミングで、最適な方法で届ける」ことを目的に利用される。

^{※2} DMP (Data Management Platform) …インターネット上の様々なサーバーに蓄積されるビッグデータや自社サイトのログデータなどを一元管理、分析し、最終的に広告配信などのアクションプランの最適化を実現するためのプラットフォーム。

Key Points

- ・インターネット技術を活用したデジタルマーケティング支援事業が主力
- ・2019年3月期は収益改善施策により3期ぶりに営業利益で黒字転換する見通し
- ・資本集約、ストック型ビジネスを重点分野として伸ばしていく方針

業績の推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 事業概要

インターネット技術を活用したデジタルマーケティング支援事業が主力

1. 会社概要

同社は、「ビジネスの未来をデジタルで創る、ビジネスの未来をユーザーと創る。ユーザーエクスペリエンスからすべてが始まる。」をグループビジョンとして、企業や地域に対しデジタル時代に求められる変革を支援する事業を展開している。具体的には、デジタルマーケティングに関するコンサルティング、デジタルコンテンツの企画制作、システム開発、マーケティングツールの企画販売などを行っている。

グループ子会社には、ソーシャルメディアを活用したマーケティング支援、分析・コンサルティングを行うトライバルメディアハウス(2009年に子会社化)がある。なお、2017年8月末にクラウドアプリケーションの開発・販売を行う子会社、rakumoの全株式を売却している。本業のデジタルマーケティング支援事業の収益力回復を最優先とし、同事業に経営リソースを集中するために売却を決定した。

2. 事業内容

同社が事業領域とするデジタルマーケティングとは、企業活動において自社 Web サイトを中心に、既存メディアや営業、コールセンター、店舗などと連携させるマーケティング手法を指す。企業や自治体などのクライアントに対して、新たなデジタルマーケティング戦略を提案・実践していくことで、クライアントが目標とするブランド価値の向上や売上成長、業務変革の推進などの成果を導いていくサービスとなる。

同社の特徴は、Web 上での「ユーザーエクスペリエンス (UX)」を高めることに焦点を当てたシステム開発・設計を行っていることにある。ユーザーエクスペリエンスとは直訳するとユーザー体験のことだが、ここでは「自社 Web サイト上に訪問した利用者がサイト上で体験すること、また体験して興味・関心も持ってもらうこと」を指し、「ユーザーエクスペリエンス」を高めることで、商品の購入につなげる、あるいはその企業のファンになってもらうことが最終的な目標となる。

デジタル情報化社会の到来により、必要な情報を場所や時間を選ばずインターネットを通じて入手できるようになったことで、顧客接点となる自社 Web サイトの「ユーザーエクスペリエンス」を高めていくことは、企業にとってマーケティング戦略やブランド戦略を進めるうえで、今まで以上に重要な位置付けとなっている。「ユーザーエクスペリエンス」を効果的に高めていく方法は、クライアントの事業内容によって変わるため、案件ごとに要件定義が異なるカスタムプロジェクトとなる。一般的に開発期間は3ヶ月程度、長いもので1年程度となる。システム開発部分に関しては大半を外注で賄っている。また、受注単価は10万円から1億円を超えるものまで案件によって様々だが、最近では「データ分析・活用」を取り入れたマーケティング手法の活用、あるいは他のシステム連携などによりプロジェクトの難易度も上昇しており、受注規模も大型化する傾向にある。同社の強みは、企画力の高さやマーケティングに対する先進的な感覚を持つ人材を社内に多く抱えているという点が挙げられる。

事業概要

カスタムプロジェクトの導入支援サービス以外では、自社及び他社開発プロダクトの販売にも注力している。トライバルメディアハウスのソーシャルメディア統合管理ツール「Engage Manager」のほか、第三者の製品ラインアップとして米 Salesforce.com や Oracle の MA ツール、Google<GOOG> や Adobe<ADBE> のアクセス解析ツールなどの販売・導入支援も行っている。最近ではカスタムプロジェクトで開発したシステムに MA ツールを組み合わせるといったニーズも増えている。

なお、デジタルマーケティング支援事業におけるクライアントの業種は、小売業や製造業、金融業、情報通信サービス業など幅広い業界にわたっており、顧客規模も日本を代表する大企業が多く、累計で 250 社以上と取引実績を持つ。

業績動向

2018年3月期は不採算プロジェクト発生により 2期連続で営業損失を計上するも、 子会社株式売却益計上で最終利益は黒字転換

1. 2018年3月期の業績概要

2018年3月期の連結業績は、売上高が前期比4.8%増の6,189百万円、営業損失が51百万円（前期は206百万円の損失）、経常損失が53百万円（同209百万円の損失）、親会社株主に帰属する当期純利益が312百万円（同297百万円の損失）となり、売上高は3期ぶりに増収となった。また、営業利益は2期連続で損失計上したものの、損失額は縮小し、最終利益に関しては子会社売却益413百万円の計上により2期ぶりに黒字転換した。

2018年3月期連結業績

(単位：百万円)

	17/3期		会社計画	18/3期		前期比	増減額
	実績	対売上比		実績	対売上比		
売上高	5,906	-	6,000	6,189	-	4.8%	283
売上原価	5,134	86.9%	-	5,381	86.9%	4.8%	246
販管費	978	16.6%	-	860	13.9%	-12.1%	-118
営業利益	-206	-3.5%	45	-51	-0.8%	-	154
経常利益	-209	-3.6%	43	-53	-0.9%	-	155
親会社株主に帰属する 当期純利益	-297	-5.0%	444	312	5.1%	-	610

注：会社計画は2017年8月修正発表値

出所：決算短信よりフィスコ作成

ネットイヤーグループ | 2018年6月21日(木)
 3622 東証マザーズ | <http://www.netyear.net/ir.html>

業績動向

売上高の増収要因は、前期（2017年3月期）が不採算プロジェクトの収束に追われ低水準だったこともあるが、企業のデジタルマーケティング領域における投資が活発で、ソーシャルメディアやオウンドメディアの制作、MA ツールの導入支援などの引き合いが旺盛だったこと、子会社のトライバルメディアハウスで SNS を活用したプロモーション等の大型案件を受注したことなどが増収要因となった。

単独ベースでは、同社最大の大型開発案件を計上した 2015 年 3 月期の 5,772 百万円をピークに減少傾向が続いていたが、2018 年 3 月期は前期比で 4.1% 増の 4,111 百万円と増収に転じ、減少傾向によりやく歯止めが掛かったと言える。また、子会社のトライバルメディアハウスの売上高は、大型案件の寄与で同 30% 増収の約 20 億円に拡大した。なお、rakumo を 2017 年 8 月末に売却したことにより約 2 億円の減収要因となっている。

営業利益については損失計上となったものの、前期比では 154 百万円の改善となった。主な増減要因を見ると、増収要因としては売上高の増収効果で 96 百万円、プロジェクトの収益性改善効果で 98 百万円、新事業中止に伴う費用減で 50 百万円、人材採用の減少で 24 百万円、のれん償却費の減少で 11 百万円等となっている。このうち、新事業とは 2015 年に販売を開始した小売店舗向けアプリサービス「ぼぶろう」のことで、プラットフォーム側のガイドライン変更により、2018 年 1 月にサービスを中止することとなった。売上実績としてはまだ小さかったため、影響は軽微だった。

一方、減収要因としては 2017 年 3 月期から継続していた不採算プロジェクトに関して、想定よりも損失額が拡大してことで 34 百万円、新規プロジェクトにおいて 2 件の不採算プロジェクトが発生したことによる受注損失引当金で 60 百万円、本社の増床を行ったことによる賃借料の増加で 42 百万円となっている。なお、新規に発生した不採算プロジェクトのうち、1 件については既に終了しており、もう 1 件については 2018 年 7 月に検収予定となっており、追加費用が発生する可能性はほとんどないと見られる。

また、会社計画対比ではトライバルメディアハウスの大型受注案件の寄与により、売上高で 189 百万円の上振れとなり、営業利益に関してはトライバルメディアハウスの利益増があったものの、前期から継続していた不採算プロジェクトの費用増並びに新たな不採算プロジェクトの発生が下振れ要因となった。なお、トライバルメディアハウスの営業利益は約 1 億円と前期比 1.5 倍増になったと見られる。

18/3 期の営業利益増減要因

(単位：百万円)

増収要因	金額	減収要因	金額
売上増加による利益増	+96	前期継続赤字 PJ の損失拡大	-34
プロジェクト利益の改善	+98	受注損失引当金の新規計上	-60
新事業中止による増益	+50	増床に伴う家賃増	-42
rakumo 売却による増益	+5		
のれん償却減	+11		
新規採用抑制	+24		
その他費用減	+7		

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

子会社売却により、今後の投資資金を確保

2. 財務状況と経営指標

2018年3月期末の財務状況を見ると、総資産は前期末比30百万円増加の3,203百万円となった。主な増減要因を見ると、流動資産では仕掛品が98百万円減少したものの、子会社売却等により現預金が237百万円増加した。また、固定資産では子会社の売却に伴いソフトウェアが91百万円、のれんが22百万円減少した。

負債合計は前期末比263百万円減少の1,141百万円となった。主に有利子負債が160百万円減少したほか、前受収益が80百万円、受注損失引当金が50百万円それぞれ減少した。また、純資産合計は前期末比294百万円増加の2,062百万円となった。配当金の支払22百万円があったが、親会社株主に帰属する当期純利益312百万円を計上したことによる。

経営指標を見ると、子会社売却資金を獲得したことにより自己資本比率が前期末の55.0%から63.5%に回復したほか、有利子負債比率も17.9%から7.5%に低下するなど財務体質の改善が進んだと言える。今後は獲得した資金でデジタルマーケティング支援の収益力回復に向け、人材のスキルアップ等による付加価値強化、並びにマーケティング強化のための費用に充当していく予定になっている。

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	14/3期	15/3期	16/3期	17/3期	18/3期	増減額
流動資産	2,495	2,947	2,806	2,753	2,909	156
(現預金)	1,031	1,463	1,219	1,052	1,289	237
固定資産	647	405	369	419	294	-125
総資産	3,143	3,352	3,176	3,172	3,203	30
流動負債	957	1,220	1,046	1,231	1,094	-136
固定負債	276	159	87	173	46	-127
負債合計	1,234	1,380	1,134	1,404	1,141	-263
(有利子負債)	393	266	179	313	152	-160
純資産	1,909	1,972	2,042	1,768	2,062	294
(安全性)						
自己資本比率	60.4%	58.4%	63.7%	55.0%	63.5%	
有利子負債比率	20.7%	13.6%	8.9%	17.9%	7.5%	
(収益性)						
ROA (総資産経常利益率)	6.8%	13.8%	4.4%	-6.6%	-1.7%	
ROE (自己資本利益率)	3.2%	3.8%	3.8%	-15.8%	16.6%	
売上高営業利益率	3.5%	6.1%	2.1%	-3.5%	-0.8%	

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2019年3月期は収益改善施策により 3期ぶりに営業利益で黒字転換する見通し

1. 収益改善施策について

(1) プロジェクトの収益性向上施策

同社の業績は直近2期間において不採算プロジェクトの発生が損失計上の要因となっていた。このため、2018年3月期は期中にプロジェクト管理体制を強化し（提案時と要件定義終了時の2段階で社内レビューを徹底する）、開発遅延等による不採算プロジェクトの発生防止に努めてきたが、2018年3月期に新たに発生した2件のプロジェクトに関しては、管理体制を強化する以前に受注した案件だったことから、こうしたチェック機能が働かなかった。

この結果、2018年3月期における同社の不採算プロジェクト発生比率（件数ベース）は全体の2%とほぼ前期並みの水準にとどまり、金額ベースでは人件費も含めて2億円の損失となった。ただ、管理体制を強化して以降の受注案件については大規模な不採算プロジェクトが発生していない。2018年4月にはこうした取り組みを強化するため新たな組織（プロジェクト途中における仕様及び品質チェック部門）も立ち上げた。また、今後は属人的になっていたプロジェクトの各工程における各種成果物の内容やプロジェクト進行方法について標準化を図り、プロジェクト品質のバラつきをなくしていくほか、受注時における値引きの抑制など、徹底した採算管理を行うことで不採算プロジェクトの撲滅に取り組んでいく。さらに、受注活動についても大規模案件を優先して獲得していくことで、営業・事務効率の改善を図っていく。こうした取り組みによって2019年3月期はプロジェクトの収益性を改善していく方針だ。

(2) 既存人材の高付加価値化

ここ数年、IT業界ではエンジニア不足が深刻化し中途採用も含めた人材の確保が難しくなっており、同社も同様の傾向となっている。一方で、顧客ニーズは複数システムとの連携や、複数ベンダーの参加による複雑なプロジェクトの進行など、プロジェクトの難易度が飛躍的に上昇してきている。こうした難易度の高いプロジェクトを受託していくために、同社では新規採用に注力するのではなく既存社員のスキルアップを図ること、また働き方改革や労働環境改善等による退職率の抑制に努めることで対応していく方針だ。スキルアップについては、各種資格を取得するための教育研修制度を拡充し、個々の社員の付加価値を高めていく。

(3) マーケティング強化

同社の営業スタイルはインバウンド営業が主軸となっているが、今後は引き合いを更に多く獲得していくため、デジタルマーケティングに関連したセミナーを有償セミナーも含めて積極的に開催していく予定にしている。2018年3月期は自社セミナーを25回（前期比7回増）開催し、問い合わせ件数（見込み顧客）は前期比で60%増加したことから、2019年3月期についてもさらに積極開催することで問い合わせ件数を増やしていく。

ネットイヤーグループ | 2018年6月21日(木)
 3622 東証マザーズ | <http://www.netyear.net/ir.html>

今後の見通し

2. 2019年3月期業績見通し

2019年3月期の連結業績は売上高で前期比1.5%減の6,100百万円、営業利益で80百万円（前期は51百万円の損失）、経常利益で79百万円（同53百万円の損失）、親会社株主に帰属する当期純利益で前期比82.1%減の56百万円となる見通し。

売上高はrakumo売却の影響で130百万円の減収要因となるため、実質ベースでは微増収となる。このうち、トライバルメディアハウスは前期の大型案件の反動減で減収となる見通しで、同社単独ベースでは1ケタ台の増収となる見込みだ。

営業利益に関しては、トライバルメディアハウスが減益となる一方で、同社単独ベースでは40百万円程度の黒字転換を見込んでいる。前述した収益改善施策によりプロジェクトの収益性改善を見込んでいることが主因だ。前期は不採算プロジェクトで2億円の損失となったため、不採算プロジェクトがなくなるだけでも2億円の増益効果が見込まれる。なお、人件費については人員の増加をほとんど見ていないため前期比若干増程度となるが、教育研修費用やマーケティング費用等が増加する見通し。

2019年3月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	18/3期		19/3期	
	実績	前期比	会社計画	前期比
売上高	6,189	4.8%	6,100	-1.5%
営業利益	-51	-	80	-
経常利益	-53	-	79	-
親会社株主に帰属する当期純利益	312	-	56	-82.1%
1株当たり当期純利益(円)	44.71	-	8.00	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

なお、今後の成長に向けた取り組みとしては、MA、DMP領域専任事業部を新設し、「カスタマーサクセス支援サービス」を開始した。ここ数年でMAツールやDMPを導入する企業は増えているが、実際にこれらツールをうまく活用しきれている企業はまだ少ない。同社ではこうした企業に対してシステム、データ分析、コンサルティング、コンテンツ運用などをパッケージに、MAツールやDMPの導入効果を最大限引き出していくサービスを提供していく。実際にはSalesforce.comのMAツール等を導入した企業や、これから導入する企業に対してサポートサービスとして同サービスを提案していくことになる。同社にとっては、ストック型収入となるため安定した収益を確保できることになる。今後は同サービスの提供によりノウハウを蓄積し、中期的に自社サービスとしての展開を狙っている。

今後の見通し

「カスタマーサクセス支援サービス」

■ 成長が見込めるMA,DMP市場分野でのサービス強化

■ 主にMA,DMPを導入したが活用できていない企業向けにシステム、データ分析、コンサルティング、コンテンツ運用をパッケージで提供



出所：決算説明会資料より掲載

一方、トライバルメディアハウスに関しては2016年12月に立ち上げた自社メディア「Funmee!!」への投資を継続して行っていく予定だ。「Funmee!!」は共通の関心事やライフスタイルを持った人々が集う情報メディアサイトとなっており、2017年7月にはスマートフォンアプリ(iOS版)もリリースしている。現在はキャンプやDIY、ドライブといった趣味の分野を中心に写真や記事の作成を同社で行っている。マネタイズの方法としては、UU数を増やし媒体価値を高めた上で広告収入を獲得していくほか、BtoC企業が同サイトを自社のマーケティング活動に利用することで得られる利用料等を想定している。アクセスユーザー数は非公表なもの、着実に増加してきているようだ。ただ、まだ投資フェーズであり、収益への貢献も少し先のこととなりそうだ。その他サービスでは、2018年4月にファンイベント支援ツール「Co-meet」をリリースしている。オフラインで開催されるイベントを最大限盛り上げるためのプロモーションツールとなる。

資本集約、ストック型ビジネスを重点分野として伸ばしていく方針

3. 中期戦略について

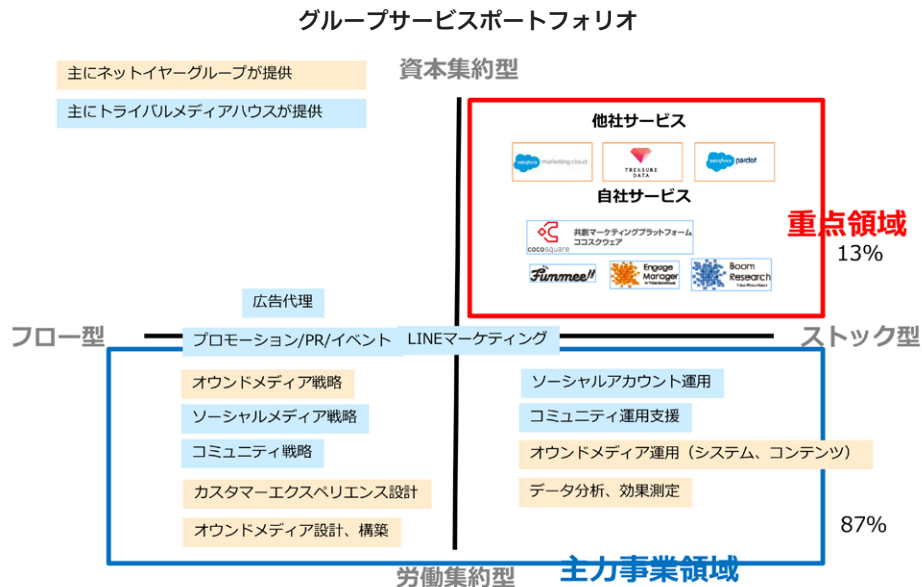
同社は中期的な市場環境について、デジタルマーケティング関連市場の拡大が進み、テクノロジーの進化による人的サービスの代替や低付加価値サービスの淘汰が進むと見ている。また、同時にクライアントが要求するプロジェクトについては複雑化し、難易度の高いプロジェクトに対応できる高付加価値プレイヤーへのニーズがより一層高まっていくものと予想している。同社ではこうした難易度の高いプロジェクト領域にチャレンジし、実績を積み上げていくことで業界内における優位性を確保していく戦略だ。

ネットイヤーグループ | 2018年6月21日(木)
3622 東証マザーズ | http://www.netyear.net/ir.html

今後の見通し

また、一方でこれらプロジェクトについては労働集約型で案件ごとに規模や仕様が異なること、また、景気の影響も少なからず受けることからため収益変動リスクが高いという点も挙げられ、現在の同社の事業規模を考慮すると安定した収益柱を確立することが持続的な成長を実現していくうえで重要なポイントとなる。このため同社では現在、収益ポートフォリオの約9割を占めている労働集約型ビジネスの比率を5割程度まで引き下げ、安定した収益性が期待できる資本集約、ストック型ビジネスの比率を5割程度まで引き上げていくことを目標として掲げている。

資本集約、ストック型ビジネスとしては Salesforce.com の MA ツール等他社サービスのほか、トライバルメディアハウスの共創マーケティングプラットフォームである「ココスクウェア」など一部サービスにとどまっておらず、自社サービスとしてのラインナップはまだないが、今後「カスタマーサクセス支援サービス」を拡大していくことで同比率を引き上げていく方針だ。



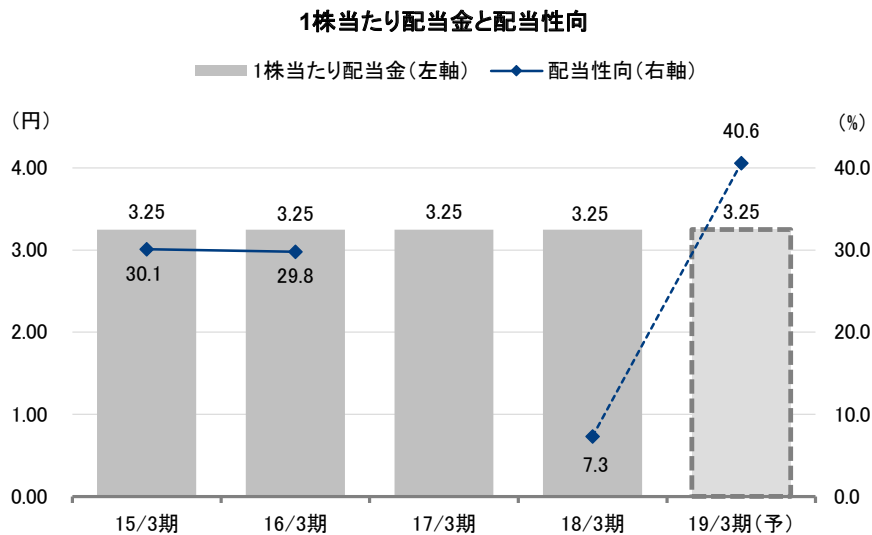
出所：決算説明会資料より掲載

同社の業績はここ2年間、不採算プロジェクトの影響で損失が続いてきたが、収益改善施策や成長戦略を着実に進めていくことで、今後は業績も上向きに転じていくものと弊社では予想している。

■ 株主還元策

内部留保の確保と、安定的かつ継続的な配当が基本方針

同社は株主還元策として配当を実施している。配当の基本方針としては、将来の事業展開と経営体質強化のために必要な内部留保を確保しつつ、安定的で継続的な配当を行っていくこととしている。このため、1株当たり配当金は2008年3月期以降3.25円で一定となっており、2019年3月期についても3.25円の配当を継続する予定となっている。なお、将来的に内部留保が充実し、安定したキャッシュが每期得られるようになれば、業績連動型配当を導入していくことも検討する。



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 情報セキュリティ対策

同社グループでは、顧客企業等の機密情報や個人情報を取り扱う場合があるため、情報管理については経営の重要事項と認識しており、2005年にプライバシーマークの認定を社団法人情報サービス産業協会より受けている。また、実際の業務面ではシンクライアント※システムを導入し、外部にデータを流出できないようにするなどの対策を行っている。

※ユーザーが使うクライアント端末に必要最小限の処理をさせ、ほとんどの処理はサーバー側で行うシステムアーキテクチャ。

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。“JASDAQ INDEX”の指数値及び商標は、株式会社東京証券取引所の知的財産であり一切の権利は同社に帰属します。

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・表示したものです。その内容及び情報の正確性、完全性、適時性や、本レポートに記載された企業の発行する有価証券の価値を保証または承認するものではありません。本レポートは目的のいかんを問わず、投資者の判断と責任において使用されるようお願い致します。本レポートを使用した結果について、フィスコはいかなる責任を負うものではありません。また、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、投資その他の行動を勧誘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、企業との電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けていますが、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、資料作成時点におけるものであり、予告なく変更する場合があります。

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、事前にフィスコへの書面による承諾を得ることなく本資料およびその複製物に修正・加工することは堅く禁じられています。また、本資料およびその複製物を送信、複製および配布・譲渡することは堅く禁じられています。

投資対象および銘柄の選択、売買価格などの投資にかかる最終決定は、お客様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

株式会社フィスコ