

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

リソー教育

4714 東証1部

[企業情報はこちら >>>](#)

2020年12月9日(水)

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. 新型コロナウイルス感染症対策と業績への影響について	01
2. 2021年2月期第2四半期累計業績の動向	01
3. 2021年2月期業績見通し	01
4. 成長戦略について	02
■ 会社概要	03
1. 会社沿革	03
2. 事業の概要	04
3. 特長・強み	06
■ 業績動向	10
1. 新型コロナウイルス感染症対策への取り組みと業績への影響について	10
2. 2021年2月期第2四半期累計業績の概要	12
3. 事業セグメント別動向	14
■ 今後の見通し	16
1. 2021年2月期業績見通し	16
2. 成長戦略について	17
■ 株主還元策	21

■ 要約

新型コロナウイルスに対する徹底した独自の感染防止対策が奏功し、生徒数は回復軌道へ

リソー教育 <4714> は“完全個別指導”と“進学指導”とを組み合わせた独自のビジネスモデルを構築し、事業領域を拡大している教育サービス企業である。幼稚園・小学校受験指導の(株)伸芽会や家庭教師派遣事業の(株)名門会、学校内個別指導の(株)スクール TOMAS、ツアー体験企画や体操教室などを行う(株)プラスワン教育などを子会社に持つ。

1. 新型コロナウイルス感染症対策と業績への影響について

新型コロナウイルス感染症拡大(以下、コロナ禍)に伴う政府の緊急事態宣言発出に伴い、同社グループでは「TOMAS」「名門会(教室指導のみ)」について2020年4月8日から22日までの2週間、完全休校としたほか、「伸芽会」についても4月8日から5月7日まで完全休校とした。「TOMAS」では休校期間中に教室の改修工事を行い、独自の徹底した感染防止対策を講じて学習塾業界の中ではいち早く授業を再開し、その様子はテレビのニュース番組でも取り上げられた。徹底した感染防止対策によって、安心して通塾できる環境を整えたことが評価され、生徒数も8月には前年同月比でプラスに転じ、その後も増加基調が続いており、徹底した対策を迅速に講じたことで、生徒数並びに業績の回復も早期に実現できる見通しとなっている。

2. 2021年2月期第2四半期累計業績の動向

2021年2月期第2四半期累計(2020年3月-8月)の連結業績は、売上高で前年同期比14.5%減の11,109百万円、営業損失で460百万円(前年同期は1,166百万円の利益)となった。コロナ禍によって、一時的に休校を強いられたことで、主力の「TOMAS」を中心にすべての事業で売上高が前年同期比で減少と低迷した。また、新型コロナウイルス対策費用等を計上したことが減益要因となった。最も影響の大きかった2021年2月期第1四半期は前年同期比21.2%の減収となったが、第2四半期は同9.8%減と減少率も縮小に向かっている。

3. 2021年2月期業績見通し

2021年2月期の連結業績は、売上高で前期比2.6%減の26,000百万円、営業利益で同44.4%減の1,510百万円となる見通しだ。2021年2月期下期だけで見ると売上高は前年同期比8.6%増、営業利益は同27.0%増を見込んでいる。「TOMAS」の生徒数は2020年10月時点で前年同月比3%増と増勢に転じており、受験に向けて生徒1人当たりの授業回数も増加する見通しだ。「伸芽会」についても10月時点で生徒数が同8%増と好調に推移している。「名門会」については生徒数の回復が若干遅れているものの、オンライン授業を開始したこともあり、今後はキャッチアップできる見通しだ。また、上期は学校の休校に合わせて休校を強いられていた「スクール TOMAS」についても、学校再開に合わせて売上が回復に転じており、個別指導に加えてオンライン授業の提供も行っていることから問い合わせ件数も増加傾向にあり、2022年2月期以降の成長が期待できる状況となっている。

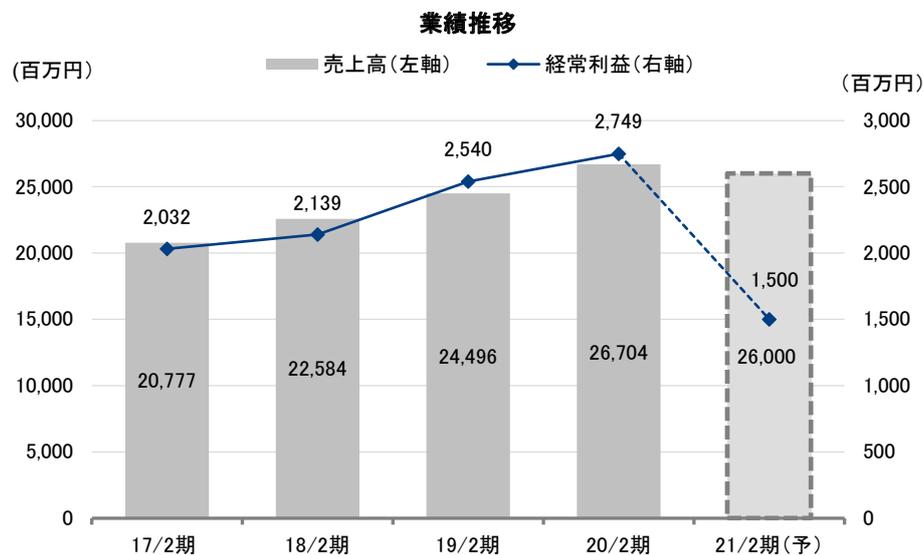
要約

4. 成長戦略について

同社は今後の成長戦略の1つとして幼児教育分野の拡大を掲げており、その一環として、2020年9月にコナミスポーツ(株)と業務提携、ヒューリック<3003>と資本業務提携をそれぞれ締結した。コナミスポーツとは互いが展開している幼児向け教育サービス(「伸芽'Sクラブ」「運動塾」)において、相互のサービスを受けられるようにし、同社では「伸芽'Sアカデミースポーツ(仮称)」として提供する。また、ヒューリックが今後開発する子ども向けのワンストップ・サービス型ビルのテナントとして、同社の「伸芽'Sクラブ」、コナミスポーツの「運動塾」が入居し、子ども向け教育サービスを総合的に提供していく構想を描いている。ヒューリックによれば、2022年に第一弾を開業し、2029年までに首都圏に20棟程度を開発していくようだ。立地場所の探索が課題であった同社にとっては、幼児教育の一段の拡大につながる取り組みとして注目される。そのほか、個別指導学習塾に関しては、首都圏で「TOMAS」、首都圏以外の地域では名門会にて「TOMEIKAI」のブランドで新規開校を進めていくほか、「スクールTOMAS」についても現在60校弱の導入校数を早期に100校まで拡大していくことを目指している。コロナ禍の影響で業績は一旦足踏みするが、2022年2月期以降は再成長ステージに入るものと予想される。

Key Points

- ・ TOMAS、名門会、伸芽会を中心に各種教育サービス事業を展開
- ・ 徹底した感染防止対策が評価され生徒数が回復、2021年2月期の下期は増収増益に転じる見通し
- ・ コナミスポーツ、ヒューリックと提携して幼児教育事業拡大に向けた取り組みを開始する



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

質の高い教育サービスの提供を目的に 1985 年に設立

1. 会社沿革

同社は現取締役会長の岩佐実次（いわさみつぐ）氏が、自身が経営に参画していた（株）日本こどもびあが教育機器の販売を重視する方針であったことを機に、日本こどもびあから14教室を譲り受け、1985年7月に個人別指導による質の高い教育サービスを目的に株式会社日本教育公社を設立したことに始まる。

設立当初は理想教育研究所（略称：理想研）という教室名の集団指導でスタートし、1クラス6名、学力別クラス編成、100%正社員講師を基本として教室運営を行い、1990年3月から同社独自の「完全個室の1対1の個人教授システム」を開発、名称を「東京マンツーマンスクール」と改称して提供を開始した。これが後に「TOMAS」へと名称変更（1997年に愛称として採用後、2000年に正式名称化）されて今日に至っている。

同社は教育サービスの多角化にも積極的で、1989年5月に名門会家庭教師センターを開設し家庭教師部門に進出した。また、2000年にはインターネットテレビ電話を活用したリアルタイム双方向の完全個別指導を目的に、（株）日本エデュネット（現スクールTOMAS）を設立した。さらには人格情操合宿教育を目的として（株）スクールツアーズ（現プラスワン教育）を2002年に設立したほか、名門幼稚園・小学校の受験指導を目的に伸芽会の株式を2003年に取得し子会社化した。直近では2019年7月に（学）駿河台学園と資本業務提携を行い、最難関校の受験に特化した個別指導塾「spec.TOMAS」を展開すべく、合併で（株）駿台TOMAS（出資比率51%）を設立している。

証券市場には、1998年に日本証券業協会に株式を店頭登録したのち、2001年の東京証券取引所市場第2部上場を経て2002年6月に同市場第1部に上場し、現在に至っている。

リソー教育 | 2020年12月9日(水)
 4714 東証1部 | <https://www.riso-kyoikugroup.com/ir/>

会社概要

会社沿革

年月	沿革
1985年 7月	株式会社日本こどもびあより14教室の営業譲渡を受け、質の高い個人別指導サービスの提供を目的に、株式会社日本教育公社を東京都新宿区に設立。「理想教育研究所」という教室名で教室展開をスタート
1989年 5月	名門会家庭教師センターを開設し、家庭教師部門に進出
1990年 3月	独自の「完全個室の1対1の個人教授システム」を開発し、教室名を「東京マンツーマンスクール」と改称
1998年10月	「株式会社日本教育公社」から「株式会社リソー教育」に商号変更
1998年12月	日本証券業協会に株式を店頭登録
2000年 7月	インターネットテレビ電話を活用した双方向型の完全個別指導を目的に株式会社日本エデュネットを設立
2001年 3月	株式会社東京証券取引所市場第2部に上場
2002年 6月	株式会社東京証券取引所市場第1部に上場
2002年12月	人格情操合宿教育を目的として株式会社スクールツアーシップを設立
2003年 1月	家庭教師派遣部門を分社化して株式会社名門会を設立。幼稚園・小学校の受験指導を行う株式会社伸芽会を完全子会社化
2005年 7月	生徒募集勧誘事業部門を株式会社スクールツアーシップに事業譲渡し、併せて商号を株式会社リソー教育企画に変更
2013年10月	英語スクール部門を分社化し、株式会社インター TOMAS を設立。人格情操合宿教育事業を分社化し、株式会社プラスワン教育を設立。株式会社日本エデュネットの商号を株式会社スクール TOMAS に変更。株式会社リソー教育企画の商号を株式会社 TOMAS 企画に変更
2016年11月	セブ島 IT パークに学校法人向けオンライン英会話事業「TOMAS ENGLISH TRAINING CENTER, INC.」を設立(株式会社スクール TOMAS が99.99%出資)
2019年 9月	学校法人駿河台学園との資本業務提携に基づき、合併会社「駿台 TOMAS」を設立(出資比率51%)
2020年 2月	駿台 TOMAS にて新ブランド「Spec.TOMAS」第1号校を自由が丘校に開校。 株式会社インター TOMAS、株式会社 TOMAS 企画を吸収合併
2020年 8月	グループ会社の講師の採用及び育成並びに紹介を専門とする株式会社ココカラTチャーズ設立

出所：有価証券報告書及び同社プレスリリースよりフィスコ作成

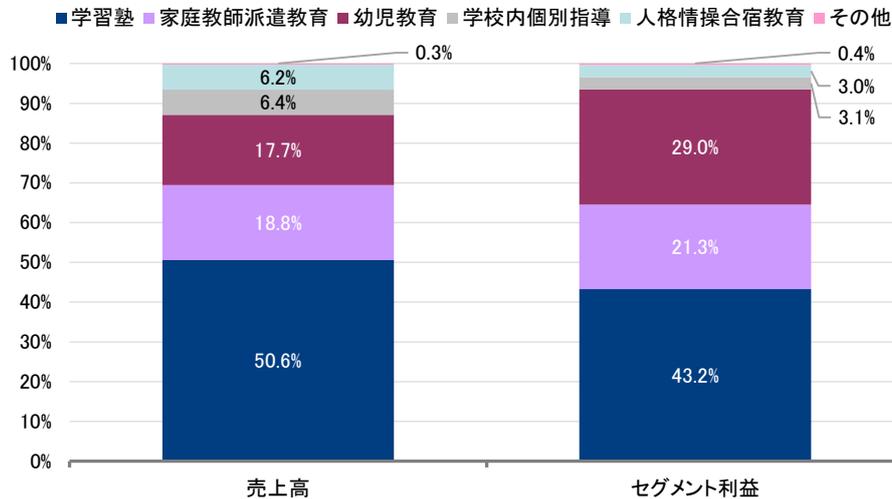
TOMAS、名門会、伸芽会を中心に各種教育サービス事業を展開

2. 事業の概要

同社及び主要子会社5社で、学習塾事業を中心に各種教育サービスを展開しており、事業セグメントとしては学習塾事業、家庭教師派遣教育事業、幼児教育事業、学校内個別指導事業、人格情操合宿教育事業に分けて開示している。2020年2月期の事業別売上構成比で見ると、学習塾事業が売上高の50.6%、セグメント利益の43.2%を占める主力事業となっており、家庭教師派遣教育事業、幼児教育事業と合わせた3つの事業で収益の大半を占める格好となっている。

会社概要

事業セグメント別構成比(2020年2月期)



注：構成比は調整額を除き算出
 出所：決算短信よりフィスコ作成

学習塾事業は主力事業である完全個別指導塾「TOMAS」を首都圏で84校(2020年8月末時点、以下同様)展開しているほか、英会話スクールの「インターTOMAS」を11校、医学部受験専門個別指導塾「MEDIC TOMAS」を2校展開している。また、子会社の駿台TOMASにおいて、2020年2月に最難関校受験専門の個別指導塾「spec.TOMAS」(自由が丘校)を開校している。

「TOMAS」は小学生から高校生までを対象とした1対1の完全個別指導塾で、志望校合格という目標を実現すべく、個々のスキルに応じて最適なカリキュラムを作成・提供している。講師は学生、社会人等のアルバイト講師が大半を占め、学習相談・サポートなどを正社員で対応している。また、「spec.TOMAS」については入塾のための試験を実施しており、不合格となった生徒については近隣の「TOMAS」を紹介している。自由が丘校では小学3～6年生を対象とし、最難関中学校の合格を目指すべく、講師も正社員として採用しているのが特徴だ。

家庭教師派遣教育事業では、名門会が全国に33校を展開しており、社会人のプロ講師が家庭教師としてサービスを提供している。また、首都圏以外をサービスエリアとする個別指導塾として「TOMEIKAI」を8校(九州エリア4校、東海エリア3校、甲信越エリア1校)展開している。講師は学生講師となるため、開設する地域は近隣に医科大学など優秀な大学生が多くいる地域をターゲットにしている。

幼児教育事業では、名門幼稚園・小学校受験のパイオニアである伸芽会が、首都圏を中心に23校(首都圏20校、京阪神3校)を展開しているほか、需要が旺盛な学童・保育事業として「伸芽'Sクラブ」を首都圏で21校(学童15校、託児6校)展開している。

会社概要

学校内個別指導事業では、スクール TOMAS が各学校と契約して放課後の時間を活用して同社が派遣した講師による個別指導やインターネットを活用したオンライン英会話授業「ハロー e 先生」に加えて、2020 年からは AI 学習支援システム「atama+ (アタマプラス)」や映像教材システム「駿台サテネット 21」などと組み合わせた個別指導のサービスの拡充を図っている。導入校数は「ハロー e 先生」を含めて 59 校 (契約ベースでは 70 校) で、大半は私立中高一貫校となっている。

人格情操合宿教育事業では、プラスワン教育でサッカー教室、体操教室を各 7 校運営しているほか、土・日曜日や夏休みなどの長期休暇を利用した体験型教育プログラム「School Tour Ship」を企画・提供している。「School Tour Ship」に参加して様々な体験をすることで、行動力や判断力などを育成していくことが目的となっている。

事業セグメントと主要事業会社の概要

事業セグメント	会社名	事業内容	サービス地域
学習塾事業	リソー教育	学習塾事業。完全個別指導塾「TOMAS」を中心に、英会話スクール「インター TOMAS」、医学部受験専門個別指導塾「MEDIC TOMAS」などを運営	首都圏
	駿台 TOMAS	最難関校受験専門の個別指導塾「spec.TOMAS」を運営	首都圏 (将来的に拡大)
家庭教師派遣教育事業	名門会	家庭教師派遣「名門会」、及び地方 (1 都 3 県以外) における個別指導塾「TOMEIKAI」の運営	家庭教師は全国 「TOMEIKAI」は首都圏以外
幼児教育事業	伸芽会	名門幼稚園・小学校の受験指導教室「伸芽会」のほか、「伸芽'Sクラブ」ブランドで託児事業・学童保育事業を展開	「伸芽会」は首都圏及び京阪神 「伸芽'Sクラブ」は首都圏
学校内個別指導事業	スクール TOMAS	学校内における個別指導、及び子会社でセブ島を拠点としたオンライン英会話事業「ハロー e 先生」を展開	全国
人格情操合宿教育事業	プラスワン教育	サッカー教室や体操教室の運営を行うスクール事業や、様々な体験を通じて行動力や判断力を養うツアー事業を展開	-

出所：有価証券報告書、決算説明会資料等よりフィスコ作成

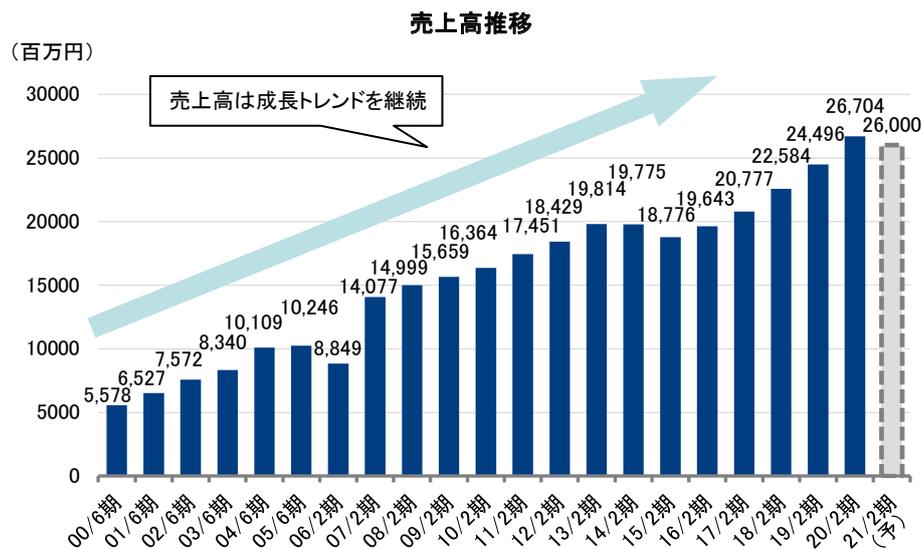
高品質な教育サービスを基盤に、 少子化を追い風にして第 2 次ゴールデン成長期に入る

3. 特長・強み

同社は様々な特長や強みを有しているが、弊社では特に以下の 2 つが重要だと考えている。すなわち、1) 長期的にほぼ一貫して業績が拡大基調を歩んでいることと、2) 高い利益率を実現していること、の 2 つだ。これら 2 つの特長は、同社が構築してきた優位性のある事業モデルに起因するものと考えており、これらを理解することで同社の中長期的な成長シナリオに対する理解度や確信度が高まるものと考えている。

会社概要

同社の売上高は創業初年度となる1986年6月期で163百万円を計上し、2013年2月期まで増収を継続してきた(2006年2月期は決算期変更によって8ヶ月の変則決算のため減収となったが、12ヶ月換算すると実質的に増収を達成)。その後、不適切な会計処理の問題が発覚し、内部管理体制の再構築を行い、2017年2月期に4期ぶりに過去最高売上高を更新して以降は再び増収基調をたどっている。2021年2月期についてはコロナ禍の影響で成長が一旦足踏みするものの、2022年2月期以降は再度成長ステージに復帰する見込みとなっている。



注：06/2期は8カ月決算

出所：決算短信、有価証券報告書、決算説明資料よりフィスコ作成

重要なことは、少子化の進行で学習塾・予備校市場が頭打ちとなり、参入企業の増加によって生徒獲得競争が激化し、業界全体としては決して環境が良いとは言えないなかで、「TOMAS」や「名門会」「伸芽会」といった主要事業においていずれも生徒数を伸ばし、成長を続けてきたことにある。主要ターゲットとなる小・中学校の国内生徒数は、2014年の1,010万人から2019年は959万人と年率1.0%の減少トレンドであったのに対して、同社の主要3事業の売上高は2015年2月期の17,176百万円から2020年2月期は23,523百万円と年率6.5%の成長を遂げており、主力のTOMASに関して見れば7.4%の成長となっている。

会社概要

主力事業の売上高と小・中学校生徒数の推移



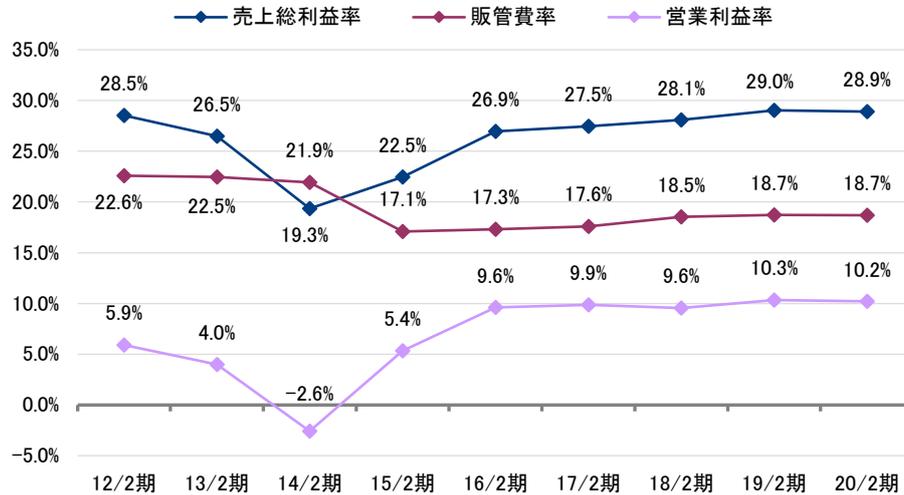
出所：有価証券報告書、文部科学省「文部科学統計要覧（令和2年版）」よりフィスコ作成

また、同社の利益率について、売上総利益率、販管費率及び営業利益率の推移を見ると、直近期の2020年2月期の売上高営業利益率は10.2%と2ケタ台をキープしている。同社自身は現在の10%前後という営業利益率には決して満足しておらず、営業利益率で15%を当面の目標に掲げて取り組んでいる最中にある。学習塾・予備校業界を俯瞰した場合、営業利益率10%の水準は平均よりも上位に位置する。上場する同業他社の中には同社よりも高い営業利益率を実現している企業も複数あるが、それらは集団指導を中核の事業モデルとしているかFC事業展開によりロイヤルティ収入を獲得している企業となる。同社のように直営教室だけで個別指導をメインとするか、集団と個別とを半々で展開するような業態で、2ケタの営業利益率を実現できている同業他社は極めて少ない。

2020年2月期までは新規教室の開設や新規事業の立ち上げなど先行投資を実施していることも考慮すれば、営業利益率で15%の水準も十分達成可能な水準であると弊社では考えている。その先の将来においては更なる利益率の上昇も狙えるが、一方でコンプライアンスなども重視され、かつて（例えば上場以前の営業利益率20%超を誇っていた時代）とは内部管理体制にかかるコストも一定水準必要であることを考慮すれば、同社が目指す営業利益率15%という目標設定は妥当な水準と言えるだろう。

会社概要

売上総利益率、販管費率、営業利益率の長期推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

このように同社が持つ安定した売上成長と高い収益性という2つの特長は、同じところに起因するというのが弊社の理解だ。現取締役会長の岩佐氏は創業に当たり中国の一人っ子政策から2つの大きなヒントを得た。それは一人っ子政策による少子化の進行と、少子化の結果として子ども1人当たりには投下される教育費が増大するという点の2点だ。このヒントをもとにして、少子化を当初から想定して事業モデルを構築してきたことが、現在までの成長につながっており、また子ども1人当たりの教育費が増大する点を看破したことで、少子化を逆風ではなく追い風に変えることに成功している。

少子化を追い風にするための重要なポイントが、1対1の完全個別指導による高品質な教育サービスの提供と、その目的（ゴール）を進学指導に置いたことの2点にある。この2つは現在の「TOMAS」を始めとする各業態に共通した要素でもある。この2つを組み合わせた個別指導を本格的に展開しているところは現状ではほかになく、現在の個別指導市場で一般的なモデルとしては、1対少数（2～3名）の“準”個別指導で、学校の授業の補習目的というものが多。他社が同社のモデルを採用しない大きな理由は明確で、一言で言えば事業リスクが高いためだ。完全個別指導を行おうとすれば料金を高くせざるを得ないが、“授業の補習”ではその高い料金を正当化することはできない。高い授業料を正当化するものは唯一、進学実績だけという厳しい現実がある。このため、同社と同様の事業モデルで新規参入する企業はほとんどなく、個別指導の進学学習塾として高いブランド力を確立している要因となっている。

会社概要

同社は、質の高い個別指導の提供を設立目的としながらも創業当初は「1 クラス 6 名の学力別クラス編成」という集団指導からスタートし、岩佐氏が思い描いていた完全個別指導を提供したのは創業 5 年後の 1990 年だった。その間は社内でも意見・方針の対立もあったと推察されるが、最終的に完全個別指導が実現したのは、「学習塾産業はサービス業である」という意識の導入とその徹底にある。その意識のもと、高い顧客満足度を提供することに心を砕いてきた。学習塾・予備校業界における高い顧客満足度とは志望校への合格にほかならない。同社は創業以来、現在に至るまでサービス業という意識が一貫して保持されており、サービス事業者の使命として進学実績の追求を最大の経営目標としている。この“進学実績追求型”の事業モデルこそが同社の強みの源泉であり、冒頭の安定増収と高利益率の 2 つを実現できる要因であると考えられる。

同社がサービス産業という意識を高く持って経営していることを表す 1 つの事例が、同社の正社員はマネジメントに徹するというスタイルだ。前述したとおり、「TOMAS」では同社の講師陣は学生や社会人のアルバイトであり、各教室に在籍する正社員はそうした講師陣と児童・生徒、及びその保護者との調整役に徹している。具体的には、1) 生徒・保護者の本音の目的・目標（ゴール）を引き出し、2) それを担当講師としっかり共有した上でカリキュラムを作成し、3) 授業開始後は進捗状況やその後の指導方針等について保護者に対して説明責任を果たす、という作業だ。この一連のサイクルを繰り返して行うことで、高い顧客満足度を維持しつつ、最終的に志望校合格という最大の顧客満足へとつなげている。

同社の安定成長・高利益率という状況が将来的に持続可能かという点については投資時期や規模をどう設定するにもよるが、5 年から 10 年という時間軸の中では持続する可能性は十分高いと弊社では考えている。まず、同社の展開する事業モデル（高価格・高品質のサービス）に対する需要は常に一定数存在することが挙げられる。次に、その市場への他社の参入がポイントになるが、この点は前述のように他社の参入で過当競争に陥るリスクは小さいと見ている。同社が創業から長年構築してきた事業モデルを後追い・再現するには、事業リスクが高いためだ。同社の進学実績追求型事業モデルに対する参入障壁の高さは同社の 3 つ目の特長と言えるだろう。

業績動向

新型コロナウイルス感染症に対して徹底した独自の防止策を実施、早期の授業再開を実現したことで評価が高まる

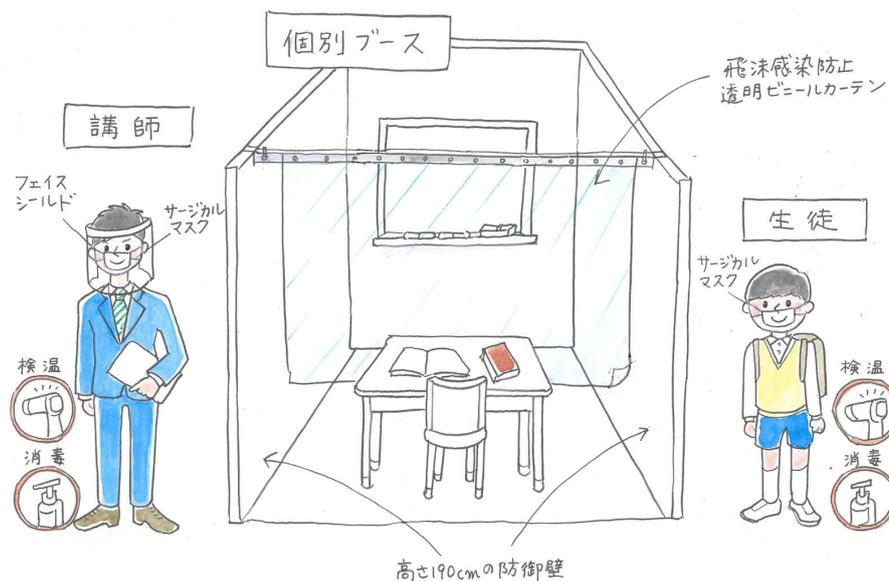
1. 新型コロナウイルス感染症対策への取り組みと業績への影響について

新型コロナウイルス感染症が 2020 年 3 月以降、国内でも感染拡大し、2020 年 4 月 7 日には政府による緊急事態宣言が発出されたことで、同社グループの各教室でも休校を強いられ、生徒募集活動も十分に行えないなかで、生徒数と授業数が減少し、業績面で多大な影響を受ける格好となった。主力の TOMAS では 4 月 8 日 - 22 日の 2 週間、完全休校とし、その間に徹底した感染防止策を講じたことで、5 月下旬の緊急事態宣言の解除を待つことなく早期の授業再開にこぎ着けた。

業績動向

具体的には、全教室にある高さ190cm超の壁に囲われた個別ブースへ、生徒と講師を仕切るビニールカーテンを設置した。生徒と講師は教室入出時に手指の消毒と検温を行い、サージカルマスクを着用のうえ、講師についてはフェイスシールドも着用して授業を行うようにした。また、授業終了後は講師がブース内の消毒作業を実施している。こうした感染防止に対する徹底した取り組みは、テレビのニュース番組で取り上げられたほか、JR東日本<9020>でも、山手線を中心に22駅で約2ヶ月以上、無料で同社の感染防止対策に関する大型看板を掲出するなど、大きな注目を浴びた。

TOMASの新型コロナウイルス感染症対策のイメージ図



出所：TOMAS ホームページよりフィスコ掲載

同社では安心して通塾できる環境づくりをいち早く整備したことで、生徒や保護者からの評価が高まっただけでなく、入塾の問い合わせ件数も2020年6月以降は前年同月比で20%以上のペースで増加するなどの効果が出ている。また、生徒だけでなく講師の応募件数についても、6月は前年同月比で40%増と大幅増となるなど好調に推移している。応募件数が増えている理由として、生徒だけではなく講師の感染防止対策もしっかり行っている点が評価されているものと同社では見ている。

こうした新型コロナウイルス感染症に対する徹底した対策はTOMASだけでなく、名門会や伸芽会でもそれぞれの状況に応じて実施しており、それぞれ夏以降は順調に生徒数が回復する状況となっている。2020年8月時点の生徒数で見ると、TOMASが前年同月比で0.8%増、伸芽会が同6.5%増と増加に転じている。名門会についてはTOMASよりも若干、感染対策が遅れ気味となったこともあり同5.2%減と減少が続いているものの、減少率は縮小しており早晚、増加に転じる見通しとなっている。伸芽会の生徒数増加が目立っているが、迅速かつ徹底した感染防止対策を実施したことが評価されて入会希望者数が増加したものと見られる。生徒数の増加は収益の回復に直結するため、今後の見通しに関しては明るいと言える。

業績動向

なお、こうした一連の新型コロナウイルス感染症対策に関する費用として、教室の改修工事費や感染防止のための各種消耗品の購入費に加えて、講師に対する休校時の補償手当や授業再開後の特別手当などの費用を計上しており、TOMAS 単独では2021年2月期の通期で約5億円、連結ベースでは約8億円の費用増要因として見込んでいる。大半は人件費や消耗品費となるが、2021年春以降はこうした費用増分について料金改定を行うことで吸収していく予定にしておき、2022年2月期には逆に8億円程度の増益要因になると見ることができると見られる。

コロナ禍によるグループ各社の影響

会社	影響	4・5月売上高 前年同期比	8月生徒数 前年同月比	9月以降の状況
TOMAS	4月8日-22日まで完全休校	-25.7%	0.8%	9月生徒数は前月比4%増、講師数も増加
名門会	4月8日-22日まで完全休校(教室指導のみ)	-15.2%	-5.2%	減少率は縮小傾向
伸芽会	4月8日-5月7日まで完全休校	-44.6%	6.5%	9月生徒数は前月比1.4%増、11月の受験に向け増加
スクール TOMAS	3月からの学校休校に伴って休校	-31.7%	-	オンライン授業導入に関する問合せが増加、開校ラッシュ
プラスワン教育	ツアーの全面中止、6月以降再開	-93.3%	-	ツアー再開、Go to トラベル対象

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

2021年2月期第2四半期累計業績はコロナ禍（第1四半期）の影響大

2. 2021年2月期第2四半期累計業績の概要

2021年2月期第2四半期累計の連結業績は、売上高で前年同期比14.5%減の11,109百万円、営業損失で460百万円（前年同期は1,166百万円の利益）、経常損失で416百万円（同1,165百万円の利益）、親会社株主に帰属する四半期純損失で468百万円（同727百万円の利益）となった。前述したようにコロナ禍の影響で2020年4月から5月にかけて主力事業のTOMASや名門会（教室指導のみ）、伸芽会で休校を実施したほか、スクール TOMAS やプラスワン教育なども大幅減収を強いられたこと、新型コロナウイルスの感染対策費用を計上したことなどが収益悪化要因となっている。

四半期ベースの売上動向を見ると、2021年2月期第1四半期に前年同期比21.2%減と大きく落ち込んだが、第2四半期は同9.8%減と減少率は大きく縮小しており、授業再開によって新規入会生徒数も増加し始めていることがうかがえる。特に幼児教育部門についてはほぼ前年同期並みの水準まで売上高が回復している。前述したように、感染対策を迅速かつ徹底的に実施して早期に授業を再開したことが、売上回復につながっている。

リソー教育 | 2020年12月9日(水)
 4714 東証1部 | <https://www.riso-kyoikugroup.com/ir/>

業績動向

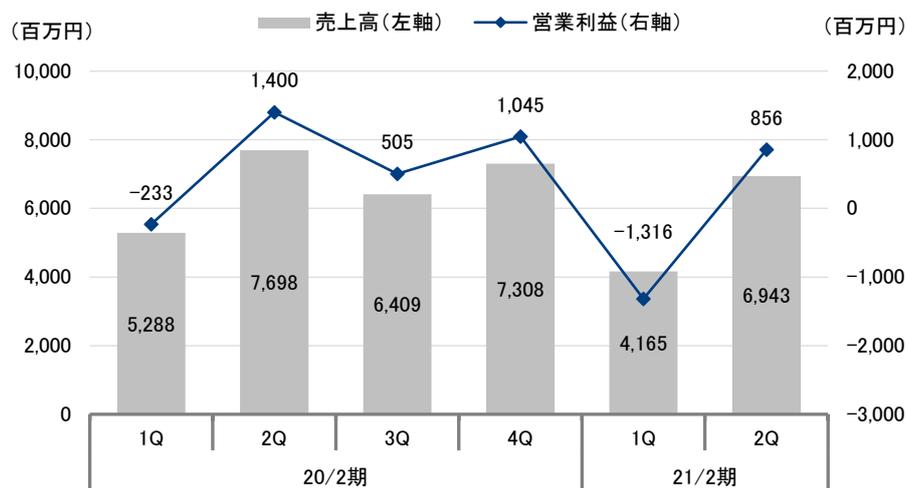
2021年2月期第2四半期累計業績

(単位：百万円)

	20/2期2Q累計		21/2期2Q累計		前年同期比
	実績	売上比	実績	売上比	
売上高	12,987	-	11,109	-	-14.5%
売上原価	9,342	71.9%	9,019	81.2%	-3.5%
販管費	2,478	19.1%	2,549	23.0%	2.9%
営業利益	1,166	9.0%	-460	-4.1%	-
経常利益	1,165	9.0%	-416	-3.8%	-
親会社株主に帰属する 四半期純利益	727	5.6%	-468	-4.2%	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

四半期業績推移



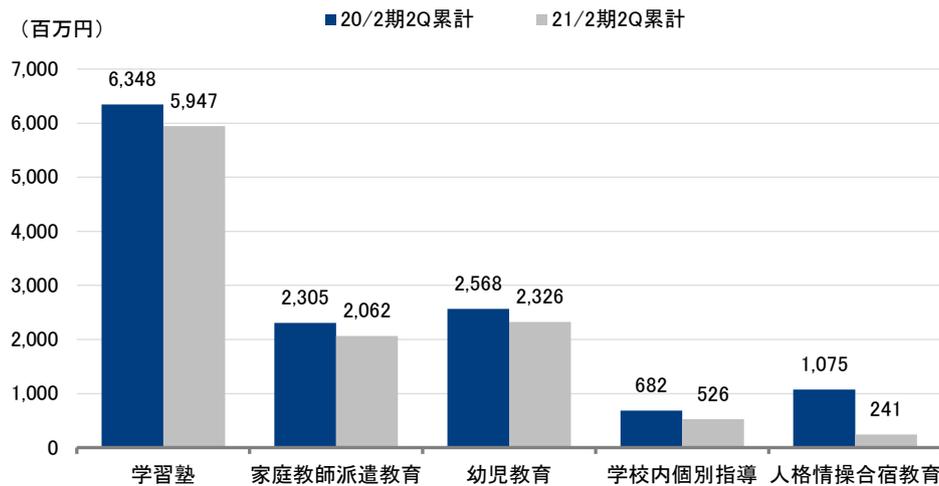
出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

すべての事業で減収となるも、名門会と伸芽会は黒字を確保

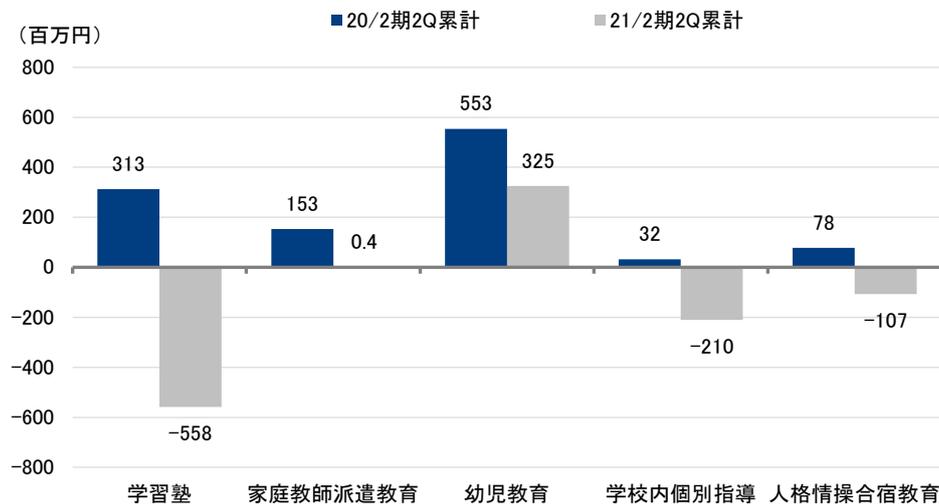
3. 事業セグメント別動向

事業セグメント別売上高



注：内部取引高を除く
 出所：決算短信よりフィスコ作成

事業セグメント別営業利益



出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

(1) 学習塾事業

学習塾事業の売上高は前年同期比 6.3% 減の 5,947 百万円、営業損失は 558 百万円（前年同期は 313 百万円の利益）となった。売上高についてはコロナ禍の影響で 2020 年 4 月に 2 週間、完全休校を実施したことなどが影響した。利益面では、減収要因に加えて休校時の講師に対する生活補償手当や授業再開後の特別手当を支給するなど人件費が増加したことや、感染防止対策関連費用を計上したことなどが減益要因となった。2021 年 2 月期第 2 四半期累計期間における新規出校は「インター TOMAS」の 1 校（3 月桜新町校）だけで、生徒数の増加に伴う移転または増床リニューアルを「TOMAS」で 4 校（3 月大宮校、桜新町校、三軒茶屋校、8 月藤沢校）実施した。第 2 四半期末の生徒数は前年同期末比 0.8% 増となっている。

(2) 家庭教師派遣教育事業

家庭教師派遣教育事業の売上高は前年同期比 10.5% 減の 2,062 百万円、営業利益は同 99.7% 減の 0.4 百万円となった。学習塾事業と同様に「名門会」「TOMEIKAI」ともに 2020 年 4 月に約 2 週間、教室での指導を休止したこと、新型コロナウイルス感染症対策等にかかる費用を計上したことなどが減収減益要因となった。2021 年 2 月期第 2 四半期累計期間における新規出校は、「TOMEIKAI」で 1 校（5 月名古屋御器所校）となり、「名門会」では移転リニューアルを 1 校（4 月藤沢駅前校）実施した。第 2 四半期末の生徒数は「名門会」「TOMEIKAI」合わせて前年同期末比 5.2% 減となっている。

(3) 幼児教育事業

幼児教育事業の売上高は前年同期比 9.4% 減の 2,326 百万円、営業利益は同 41.2% 減の 325 百万円となった。2020 年 4 月から 5 月にかけて「伸芽会」で約 1 ヶ月完全休校した影響で減収減益となったものの、例年業績のピークとなる 2021 年 2 月期第 2 四半期には生徒数がいち早く回復したこともあって、売上高で前年同期比 0.7% 増の 1,501 百万円、営業利益で同 1.0% 増の 476 百万円と前期を上回っている点は注目される。第 2 四半期累計期間における新規出校はなく、生徒数の増加によって「伸芽'Sクラブ(学童)」を 1 校（7 月藤沢校）移転リニューアルした。また第 2 四半期末の「伸芽会」「伸芽'Sクラブ学童・託児」を合わせた生徒数は前年同期比 6.5% 増となっている。

(4) 学校内個別指導事業

学校内個別指導事業の売上高は前年同期比 22.9% 減の 526 百万円、営業損失は 210 百万円（前年同期は 32 百万円の利益）となった。2020 年 3 月から 5 月にかけて学校が休校となったことに合わせて、「スクール TOMAS」も休校となったことが減収減益要因となった。ただ、コロナ禍において学校でのオンライン授業への取り組みが検討されるなかで、そのノウハウを持つ同社への問い合わせ件数が増加しているほか、Sier からシステム構築から運用を含めた協業の引き合いがあり、現在 60 校弱の導入校数がさらに拡大していく見通しとなっている。

(5) 人格情操合宿教育事業

人格情操合宿教育事業の売上高は前年同期比 77.6% 減の 241 百万円、営業損失は 107 百万円（前年同期は 78 百万円の利益）となった。コロナ禍により、情操分野を育む体験型ツアーを一定期間自粛したほか、「TOMAS 体操スクール」「TOMAS サッカースクール」をそれぞれ 2020 年 4 月から 5 月にかけて 2 ヶ月間完全休校したことが収益悪化要因となった。2021 年 2 月期第 2 四半期累計期間では、「TOMAS サッカースクール」を 2 校（4 月水道橋校、東陽町校）、「TOMAS 体操スクール」を 1 校（7 月二子玉川校）新規開校している。

■ 今後の見通し

徹底した感染防止対策が評価され生徒数が回復、 2021年2月期の下期は増収増益に転じる見通し

1. 2021年2月期業績見通し

2021年2月期の連結業績は、売上高で前期比2.6%減の26,000百万円、営業利益で同44.4%減の1,510百万円、経常利益で同45.4%減の1,500百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同48.8%減の1,000百万円と減収減益となる見通しだ。コロナ禍の影響による2021年2月期第2四半期累計業績の落ち込みが響く格好だが、下期だけで見ると売上高で前年同期比8.6%増、営業利益で同27.0%増と増収増益に転じる見込みとなっている。

2021年2月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	20/2 期実績		21/2 期計画			
	下期	通期	下期	前年同期比	通期計画	前期比
売上高	13,717	26,704	14,890	8.6%	26,000	-2.6%
営業利益	1,550	2,716	1,970	27.0%	1,510	-44.4%
経常利益	1,584	2,749	1,916	21.0%	1,500	-45.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,226	1,953	1,468	19.8%	1,000	-48.8%
1株当たり当期純利益(円)	8.31	13.24	10.12		6.89	

出所：決算短信よりフィスコ作成

前述したように、コロナ禍でも、早期に安心して通塾でき高品質な教育サービスを提供できる環境を整備するため、徹底した感染防止対策を迅速に実施したことが評価され、グループ各社の生徒数の回復につながっていることが背景となっている。なお、2021年2月期下期については新規校舎の開設予定はなく、2021年4月に「MEDIC TOMAS」(吉祥寺校)、「伸芽会」(吉祥寺教室)、「伸芽'Sクラブ学童」(吉祥寺校)、「伸芽'Sクラブ託児」(荻窪校)の出校が決定している。

事業セグメント別の売上見通しを見ると、主力の学習塾事業は前期比2.4%増の13,900百万円を見込む。「TOMAS」の2020年10月の生徒数が前年同月比3%増まで回復しており、今後も受験シーズンに向けて生徒数並びに生徒当たり授業数の増加により増収を目指していく。質の高い講師数の採用が増えていることも売上を拡大していくに当たっては追い風となっている。

家庭教師派遣教育事業については前期比8.7%減の4,700百万円と主力事業の中では唯一減収となる見通し。「TOMAS」に関しては、新型コロナウイルス感染症対策の徹底した取り組みがメディアでも多く取り上げられ、その効果が生徒数増加の一因になっていると考えられるが、「名門会」ではそうした取り組みに関する認知度が十分に浸透しておらず、生徒数の回復が遅れている一因になっている可能性がある。ただ、「TOMEIKAI」だけに限って見ると既存校並びに新設校ともに生徒数が伸びており、2020年10月末時点では前年同期比57%増と順調に拡大している。

今後の見通し

幼児教育事業は前期比4.1%増の5,000百万円となる見通し。「伸芽会」でも新型コロナウイルス感染防止対策が評価され、受験学年を中心に生徒数が既に回復しており、2020年11月の受験に向けて日曜日も教室を開いて授業を実施したことが増収要因となる。また、学校内個別指導事業についても2021年2月期通期では前期比6.7%増の1,600百万円と増収になる見通しだ。前述したようにオンライン授業の導入に向けた学校からの引き合いが増加しており、導入校数の拡大を見込んでいる。下期だけで見ると売上高の減少率は前年同期比で6%減程度まで縮小する見込みとなっている。

事業セグメント別売上高

(単位：百万円)

	18/2期	19/2期	20/2期	21/2期(予)	前期比
学習塾	11,463	12,497	13,575	13,900	2.4%
家庭教師派遣教育	4,799	4,873	5,147	4,700	-8.7%
幼児教育	3,761	4,330	4,800	5,000	4.1%
学校内個別指導	1,093	1,153	1,499	1,600	6.7%
人格情操合宿教育	1,453	1,631	1,669	800	-52.1%
その他	13	9	12	-	-
合計	22,584	24,496	26,704	26,000	-2.6%

出所：決算短信、会社ヒアリングよりフィスコ作成

コナミスポーツ、ヒューリックと提携して幼児教育事業拡大に向けた取り組みを開始する

2. 成長戦略について

(1) 中期経営計画の概要

同社は2020年2月期よりスタートした3ヶ年の中期経営計画における成長戦略として、既存主力事業である「TOMAS」「名門会」「伸芽会」の更なる拡大に加えて、「スクールTOMAS」「伸芽'Sクラブ」「インターTOMAS」「プラスワン教育」などの事業展開を一段と積極化していくことで持続的な成長を目指していく方針を打ち出した。コロナ禍によって、事業環境が大きく変化したことから、2021年2月期においては収益の回復を最優先に、新規出校計画を凍結している。このため、2022年2月期の経営数値目標(売上高330億円、経常利益38億円)についても、一旦先送りする格好となるが、基本戦略については変わらず2022年2月期以降は積極展開を再度進めていく予定となっている。

今後の見通し

(2) 幼児教育事業の成長戦略

幼児教育事業では新たな取り組みとして 2020 年 9 月にコナミスポーツ、ヒューリックと 3 社で業務提携を締結（ヒューリックとは資本提携※¹も発表）した。その内容は、ヒューリックが今後、首都圏で開発する子ども向けワンストップ・サービス型のビル内において、同社の「伸芽'Sクラブ」やコナミスポーツが提供している「運動塾」※²等を展開し、三社一体となって幼児教育の囲い込みを進め、事業の拡大を目指していく。また、「伸芽'Sクラブ」でコナミスポーツのサービスをオプションメニューとした「伸芽'Sアカデミースポーツ（仮称）」を展開し、コナミスポーツ施設内でも「伸芽'Sクラブ」の授業が受けられるようにしていく。子どもを勉強と運動の両面でバランス良く育てていきたいというニーズは多く、同一の場所でサービスを提供することで応えていく。今後 3 年間で東京、神奈川など首都圏の 20 ヶ所程度で相互サービスが受けられる拠点を作っていく考えだ。なお、ヒューリックによれば幼児教育をターゲットとしたビル開発については、2022 年に第 1 弾を開業し、2029 年までに首都圏で 20 棟程度の開発を目指しているようだ。

※¹ ヒューリックが同社株式の 5.01% を新たに保有し、主要株主となった。

※² コナミスポーツの運営する「運動塾」は、子ども向け運動スクールの運営で全国に約 400 ヶ所、会員数で 8 万人以上を有している。

現在、「伸芽'Sクラブ学童」は首都圏で 15 校展開しており、いずれも需要は旺盛であるものの、不動産物件の探索が事業を拡大していくに当たった課題の 1 つとなっていた。このため、今回の業務提携によって教育サービスの場が確保できることは、今後の事業拡大において大いにプラスになるものと考えられる。また、幼児教育事業を拡大していくことができれば、その顧客基盤を「TOMAS」や「名門会」など次の教育サービスに連携していくことも可能となり、グループシナジーもより一層高まることが期待される。

一方、「伸芽会」の教室数拡大に関して、同社は慎重な姿勢を貫いている。名門幼稚園・小学校のお受験というある種、特定の市場において、首都圏で既に 20 校、京阪神で 3 校を展開しており、入会生徒数の増加に対しては、既存教室の増床などで対応している。「伸芽会」についての成長は収益性が高く、また毎年安定した需要が見込めることから、キャッシュ・カウ的な事業として位置付けている。

(3) 学習塾事業の成長戦略

学習塾事業は個別進学指導塾「TOMAS」のほか、英会話スクールの「インター TOMAS」、医学部受験専門の個別指導塾となる「メディック TOMAS」に加えて、2020 年 2 月より最難関中学受験個別指導塾の「spec. TOMAS」が新たに加わった。2022 年 2 月期以降は教室数・生徒数の拡大によって年率 10% 程度の売上成長を目指していくものと見られる。

「TOMAS」の教室展開について同社は、2018 年 2 月期から取り組んでいる「首都圏サテライト校戦略」を推進していく方針となっている。「首都圏サテライト校戦略」とは、従来、ターミナル駅において 150 ～ 200 坪の広さで 200 ～ 400 名規模で教室を展開していたのに対して、周辺の中堅駅において 50 ～ 60 坪の広さに 100 ～ 150 名の規模で教室を展開する戦略を言う。2020 年 11 月末時点で首都圏において 84 校を展開しており、2022 年 2 月期以降は年間 5 ～ 10 校のペースでサテライト校の新規開校を展開し、120 校体制を当面の目標として確立したい考えだ。なお、既存校についても生徒数の増加により手狭となった教室については順次、移転リニューアルを進めていく予定となっている。

今後の見通し

新規ブランドとして立ち上げた「spec.TOMAS」については、2021年2月期に2校目を開校する予定であったが、コロナ禍の影響により先送りすることとなり、当面は既存の自由が丘校での収益化に取り組んでいく。1校当たりの生徒数は入塾試験で厳選することもあり、150～200名と「TOMAS」よりもやや小規模となる。「spec.TOMAS」の特徴は、駿河台学園と当社がそれぞれ蓄積してきたノウハウを融合して、最難関校を志望する生徒に対してオリジナルのカリキュラムを使用し、プロの社会人講師による完全個別指導によって、志望校の合格に導いていくことにある。駿河台学園との提携によって、駿河台学園が持つ講師人材を活用できることや、オリジナル教材の制作・出版面で質の向上が期待できるなどシナジー効果は大きい。進学塾では合格実績が生徒獲得のパロメーターとなるため、今後合格実績を積み重ねていくことで最難関校受験専門の個別指導塾としてのブランド確立を目指していくことになる。

なお、「TOMAS」については2021年2月期において、新型コロナウイルス感染対策として講師の件数増や対策グッズの費用増が収益圧迫要因となったことから、2021年春以降は授業料金を改定してこうした費用増分を吸収していく意向となっている。2022年2月期の業績面では料金の改定効果で5～6億円程度の増益要因になると弊社では見ている。

(4) 家庭教師派遣教育事業の成長戦略

家庭教師派遣教育事業は子会社の名門会が担っている。1989年から事業を開始しており、100%プロの社会人講師が指導すること、家庭教師業界の中で進学実績を公表している唯一の事業者であるという点が特長であり、競合他社との差別化要因となっている。

家庭教師は個別指導であるが、指導場所が異なる。同社グループとしては1都3県では「TOMAS」の拡大に注力し、その他の地域については名門会による個別指導という形ですみ分けてきた。その結果、名門会の地域別売上構成は、首都圏が31%、それ以外が69%となっている。名門会としての成長戦略は、既存事業である「名門会」による拠点数拡大と、新規事業としての個別指導塾「TOMEIKAI」の展開の2点となる。

「名門会」については従来、首都圏や大阪、名古屋など大都市での展開が中心だったが、今後は地方の主要都市への展開も積極的に進めていく方針となっている。実際、2020年2月期は北関東地域に4校を新設したほか、岡山にサテライト校を開校した。また、ポストコロナを見据えて、独自開発したオンラインの双方向授業「名門会 Online」も2020年11月より人数を限定してスタートしている。全国どこからでも質の高い社会人のプロ講師による授業を、パソコンとインターネット環境を揃えるだけで受けられるようになる。生徒の集客についてはWebプロモーションによって効率的に進めていく方針で、今まで校舎を展開していなかった地域からの生徒獲得も期待できることになり、新たな成長ドライバーとなる可能性もあり、今後の動向が注目される。

「TOMEIKAI」については首都圏以外の主要都市への展開を進めていく。現在、九州エリアに4校、東海エリアに3校、甲信越エリアに1校の合計8校にとどまっているが、講師採用・育成・紹介のための子会社となる(株)ココカラTチャーズを2020年8月に設立し、同子会社を通じてアルバイト講師の増員が今まで以上に容易となることで、新規出校ペースも加速していくものと考えられる。同社では今後、大阪や名古屋、福岡などの主要都市部への展開も視野に入れている。「TOMEIKAI」のポテンシャルについては、1県2校平均と考えて全国で80～90校の開校余地があると考えられるが、地方での少子化が進行していることなども考慮すれば、潜在市場規模も半分の50校程度と見ておく方が妥当と弊社では考えている。同社では名門会の売上について、中期的に年率5～10%の堅実な成長を目指している。

(5) 学校内個別指導事業の成長戦略

「スクール TOMAS」では、学校内で希望者に 1 対 1 の個別指導を行い、授業の内容も補習ではなく受験指導であるという点が大きな特徴となっている。このため、導入する学校側の目的も進学実績の向上にある。私立学校などでは生徒獲得のため、進学実績をアピールポイントとしていることが多い。学校の授業に「スクール TOMAS」を付加することで合格実績を高めることができれば、入学志望者数の増加につながっていくことが可能となり、潜在的なニーズも極めて多いと推測される。一方、同社側のメリットとしては、不動産経費や生徒募集のための広告宣伝費がかからないことが挙げられる。このため、「スクール TOMAS」の営業利益率は理論上、15～20%程度が期待できると同社では見ている。

2020 年 8 月末時点の導入校数は 60 校弱程度と年々拡大している。2019 年に駿河台学園と資本業務提携を締結して以降、駿台予備学校の卒業生をアルバイト講師として採用し、これら導入校へ派遣できる体制を整備できたことが背景にある。前述したように学校でのオンライン授業導入への取り組みが進むなかで、そのノウハウを持つ同社に対する問合せも増えており、今後も導入校はさらに拡大していくことが予想される。同社では、当面の目標として早期に 100 校への導入を目指しているが、潜在需要としては 300 校程度まで拡大余地があると見ている。「スクール TOMAS」についても、進学実績という結果を出し続けることで認知度を向上し、中期的に 2 ケタ台の売上成長を目指していく。

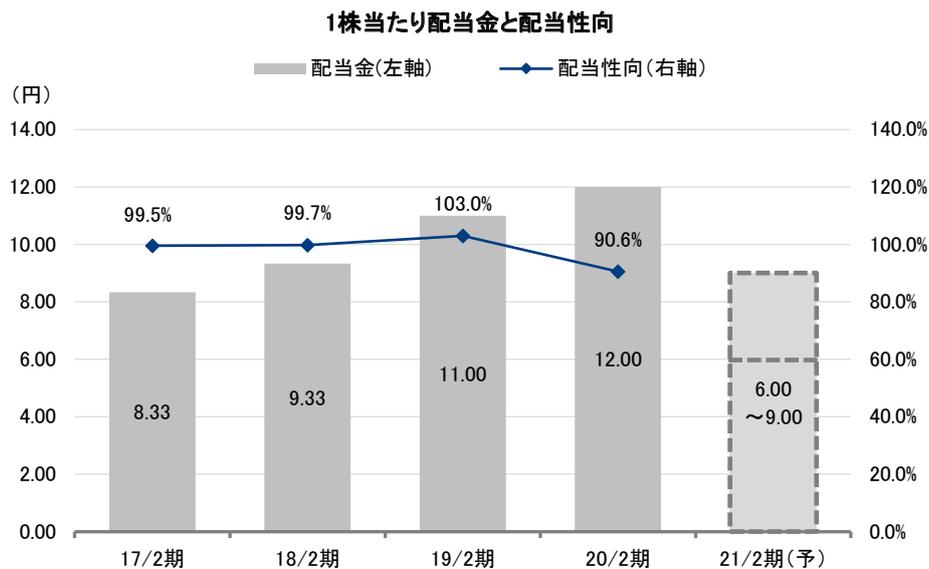
(6) 講師の採用効率化に向けて専門子会社を設立

グループ各社で校舎数を拡大していくためには、質の高い講師の採用・育成が重要なカギを握る。前述したように、地方での校舎展開では講師の採用が課題となることが多い。このため、同社では講師の採用・育成及び紹介を行うココカラ T チャーズを設立して、グループ会社の講師採用を一括して行い、講師の適正に応じて各グループ会社に配置していく仕組みを今後構築していく考えだ。「TOMAS」については現状、独自でも講師採用を行っており、当面は同時並行で採用を進めていく予定にしている。グループ全体の採用・育成を一括して行うことで、採用費や育成費の効率化が図られ、また、適正に応じて配置していくため、前述したように「TOMEIKAI」での地方展開も進みやすくなる可能性があり、グループ全体の成長加速につながる取り組みとして注目される。

■ 株主還元策

2021年2月期の1株当たり配当金は期末一括で6.0～9.0円を予定

同社は株主への利益還元を経営の重要課題の1つと位置付けており、2017年2月期以降は配当性向で100%を目安に四半期ごとに配当を実施してきた。しかしながら、過去4回の配当において社内のチェック機能が不十分であったことに起因して、分配可能額を超えた配当を実施していたことが判明し、外部調査委員会及び社内調査委員会を設置して、その原因究明と再発防止策を取りまとめ、2020年9月に発表している。今回の件を受けて、同社では再発防止策が完了するまでは四半期配当については慎重に行うべきとの結論に至り、2021年2月期については期末に一括配当する方針を明らかにした。1株当たり配当金としては6.0～9.0円のレンジで発表しており、今後の業績動向を見ながら最終決定する予定となっている。また、配当政策についても今後改めて議論し、方針決定していくことにしている。



注：2018年12月1日付で1：3の株式分割を実施。配当金は遡及して修正

出所：決算短信よりフィスコ作成

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・表示したものです。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