

|| 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 >>>](#)

2017年12月22日(金)

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. 収益改善に向けた取り組みが奏効し、受注状況は改善傾向に	01
2. 2018年3月期は2期ぶりの黒字転化を目指す	01
3. トライバルメディアハウスでは自社メディアサイト「Funmee!!」を育成中	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月期第2四半期累計の業績概要	04
2. ネコ型マーケティングの調査・分析をスタート	05
3. 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. 2018年3月期業績見通し	08
3. 今後の戦略について	09
■ 株主還元策	11
■ 情報セキュリティ対策	12

■ 要約

収益改善施策の実行により今下期以降、収益は回復トレンドに

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。顧客は大企業が中心。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、業務用アプリを展開していた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ている。

1. 収益改善に向けた取り組みが奏効し、受注状況は改善傾向に

2018年3月期第2四半期累計の売上高は前年同期比13.3%増の2,637百万円、営業損失は194百万円(前年同期は315百万円の損失)となった。同社の業績は2015年3月期に計上した大型プロジェクト案件が一巡して以降、その落ち込みをカバーするため小規模な案件が増え、売上あたりの営業及びプロジェクト工数が増加したこと、業界全体の人材不足の影響で社内体制が不十分なプロジェクトが増え、プロジェクト採算性が悪化したことなどにより、2017年3月期まで収益悪化を続けてきた。当第2四半期ではこうした悪循環を断ち切る施策を実行し、下期以降の収益回復に向けた道筋を整備した期間と言える。具体的には、新たな不採算プロジェクトの発生防止策としてのQA部門の新設、働き方改革による生産性向上、社内教育の強化による従業員スキルの底上げがある。また、収益力回復のために低採算となっている継続案件について値上げ交渉も個別で進めている。8月末には子会社のrakumoの株式を売却し、獲得した資金で専門性の高い人材の確保・育成やマーケティング等に投資していく予定にしている。前期に発生した不採算プロジェクトに関しては、当第3四半期で売上計上できる見込みとなり、同プロジェクトの収拾に当たっていた優秀なエンジニアを他の新規案件に振り向けることで生産性の向上も見込めるようになる。

2. 2018年3月期は2期ぶりの黒字転化を目指す

2018年3月期の業績は、売上高で前期比1.6%増の6,000百万円、営業利益で45百万円と2期ぶりの黒字転化を見込む。期初会社計画(売上高6,200百万円、営業利益110百万円)から下方修正となるが、売上高についてはrakumoの売却による影響で、営業利益については下期に人材投資やマーケティング投資を強化するため、これら投資費用の増加が減額要因となる。今後も収益回復トレンド基調が継続するかどうかは、ここ数年苦勞している優秀な人材の確保ができるかどうかにかかっていると看做される。デジタルマーケティング支援事業では、高いコンサルティング能力と同時に、それを具現化するためのシステム開発能力も求められるためだ。

要約

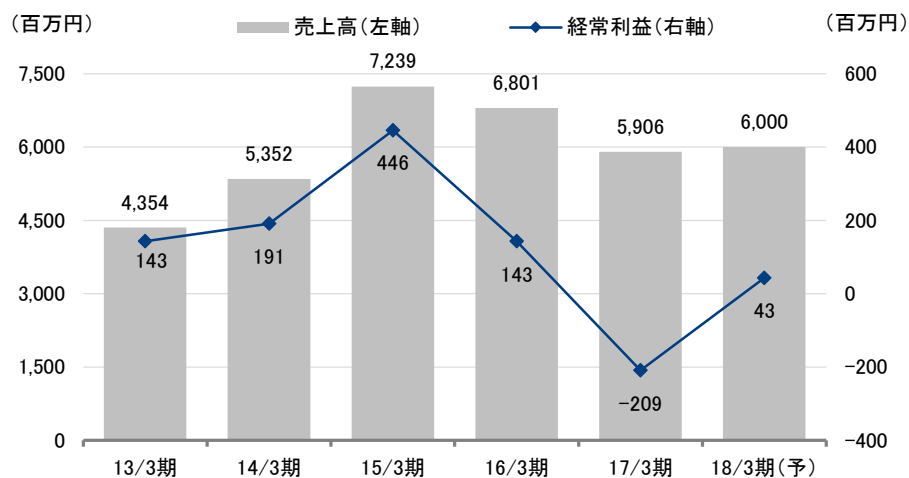
3. トライバルメディアハウスでは自社メディアサイト「Funmee!!」を育成中

子会社のトライバルメディアハウスでは、2016年12月に立ち上げた自社メディアサイト「Funmee!! (ファンミー!!)」の育成に注力している。「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メディアサイトとなっており、将来的にBtoC企業がファン層の囲い込みや市場リサーチ等に活用できるサイトに育成していく考えだ。2017年7月にはiOS版のアプリもリリースしている。現在は記事や写真投稿のほか、ネット販売などを試験的に行っている。当面はアクセスユーザー数を積み上げていくフェーズとなるため、収益への貢献は期待できないものの、利用者数が増加しメディア価値が高まれば、広告収入やマーケティング支援サービスとしてマネタイズしていく方針であり、今後の動向が注目される。

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
- ・受注契約単価の見直しや不採算プロジェクトの発生防止策導入により、今下期から収益は回復トレンドに
- ・最良のカスタマーエクスペリエンスを実現するマーケティングテクノロジー会社として成長を目指す

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課題とし、同事業に経営リソースを収集するために売却を決定した。売却で得た資金287百万円については今下期以降の人材採用や育成、マーケティング投資等に充当していく予定となっている。

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」を採り入れたマーケティング手法の重要性が高まっており、プロジェクト単価も上昇傾向にある。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が多いという点が挙げられる。また、プロジェクトマネジメント力やシステムの安定性、信頼性なども顧客から高く評価されている。

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<CRM> や Oracle<ORCL> のマーケティングオートメーションツール、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マーケティングオートメーションツールを組み合わせると言ったニーズも増えている。

なお、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、同社が展開するデジタルマーケティング支援事業については日本を代表する大企業を中心に 250 社以上と取引実績を持つ。

業績動向

不採算プロジェクトの収束と増収効果等により営業損失が縮小、子会社売却益の計上で最終利益は黒字転化

1. 2018年3月期第2四半期累計の業績概要

2018年3月期第2四半期累計の連結業績は、売上高が前年同期比 13.3% 増の 2,637 百万円、営業損失が 194 百万円（前年同期は 315 百万円の損失）、経常損失が 194 百万円（同 315 百万円の損失）、親会社株主に帰属する四半期純利益が 224 百万円（同 360 百万円の損失）となり、第2四半期累計では2年ぶりの増収となり、営業利益、経常利益の損失額も縮小した。なお、親会社株主に帰属する四半期純利益については rakumo の株式売却益 413 百万円を計上したことにより黒字転化している。rakumo については当第2四半期から連結対象から外れており、売上高で約 1 億円の減収要因になったと見られるが、営業利益については影響がなかった。

2018年3月期第2四半期累計業績（連結）

(単位：百万円)

	17/3期2Q累計		18/3期2Q累計		前年同期比
	実績	対売上比	実績	対売上比	
売上高	2,327	-	2,637	-	+13.3%
売上原価	2,133	91.7%	2,357	89.4%	+10.5%
販管費	508	21.8%	474	18.0%	-6.7%
営業利益	-315	-13.5%	-194	-7.4%	赤字縮小
経常利益	-315	-13.5%	-194	-7.4%	赤字縮小
特別損益	-	-	413	15.7%	-
親会社株主に帰属する 四半期純利益	-360	-15.5%	224	8.5%	黒字転化

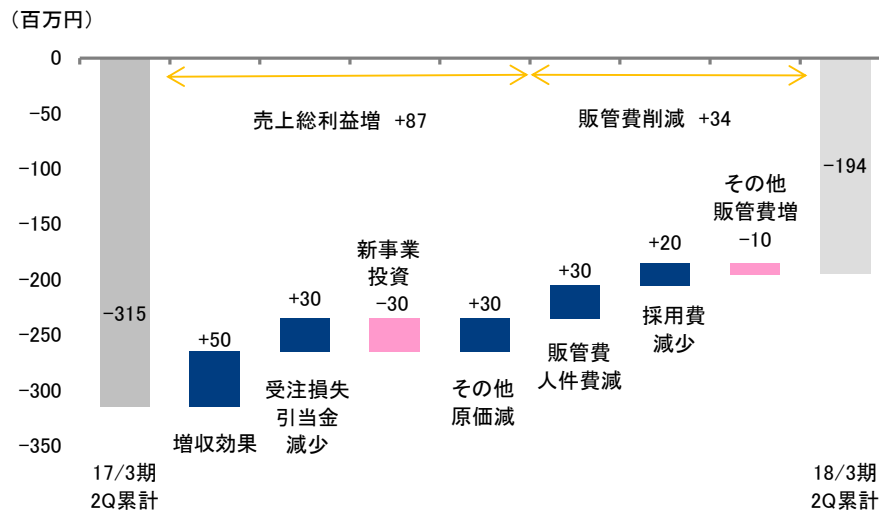
出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

売上高の増収要因は、前年同期が不採算プロジェクト発生の影響で極端に低かったこともあるが、不採算案件の収束にめどが立ったことにより、人的リソースを他の案件に振り向けることが可能となったことである。また、子会社のトライバルメディアハウスについても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・コンサルティングサービスが好調で前年比2ケタ増収となっている。

営業利益の主な増減要因を見ると、売上高の増収効果で50百万円、受注損失引当金の減少で30百万円、販管費項目のうち人件費の減少で30百万円、採用費の減少で20百万円の増益要因となった。一方、減益要因としてはトライバルメディアハウスで育成中の自社メディアサイト「Funmee!!」に関する投資で30百万円、その他販管費増で10百万円となっている。

営業利益増減要因(18/3期2Q累計)



2. ネコ型マーケティングの調査・分析をスタート

同社は新たな取り組みとして2017年6月より、「ネコ型マーケティング」の調査・分析を開始すると発表した。インターネットショッピングを良く利用する人の属性として、インターネットマーケティング施策に従順に反応する「イヌ型」と、従来のマーケティング施策には反応を示さない「ネコ型」に分類されると考え、同社の調査によれば約6割が「ネコ型」に分類される結果であった。企業が行うマーケティング施策は現在、「イヌ型」「ネコ型」とも同様の施策を打っているが、約6割を占める「ネコ型」に関してはほとんど効果がないということになる。逆に言えば、こうした「ネコ型」に対して効果のあるマーケティング施策を打てるようになれば、販売効率はさらに向上することを意味する。こうしたことから、同社ではこの「ネコ型」顧客に対して、どのようなマーケティング施策が効果的なのかを調査・研究する「ネコラボ」を設立し、ブログ上で情報を発信している。直接的に収益への影響はないものの、今後のコンサルティング営業等で生かされるものと期待される。

子会社売却により、今後の投資資金を確保

3. 財務状況と経営指標

2018年3月期第2四半期末の財務状況を見ると、総資産は前期末比200百万円減少の2,972百万円となった。主な増減要因を見ると、流動資産では子会社売却等により現預金が448百万円増加したほか着手中プロジェクトの増加により仕掛品が65百万円増加した。一方で、売上債権は3月期末の債権回収が進んだことにより612百万円減少した。固定資産では子会社の売却に伴いソフトウェア資産やのれん等の無形固定資産が129百万円減少した。

負債合計は前期末比400百万円減少の1,004百万円となった。主な増減要因を見ると、流動負債では買掛金が227百万円減少したほか、子会社の売却により前受収益が99百万円、受注損失引当金が38百万円それぞれ減少した。固定負債では、長期借入金が77百万円減少している。また、純資産合計は前期末比200百万円増加の1,968百万円となった。主に親会社株主に帰属する四半期純利益224百万円の計上によるものとなっている。

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65.5%に回復したほか、有利子負債比率も17.9%から11.4%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た投資を進めていく予定で、業績の回復とともに財務基盤もさらに拡充していくものと予想される。

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2Q	増減額
流動資産	2,495	2,947	2,806	2,753	2,662	-90
(現預金)	1,031	1,463	1,219	1,052	1,500	+447
固定資産	647	405	369	419	309	-109
総資産	3,143	3,352	3,176	3,172	2,972	-200
流動負債	957	1,220	1,046	1,231	907	-323
固定負債	276	159	87	173	96	-76
負債合計	1,234	1,380	1,134	1,404	1,004	-400
(有利子負債)	393	266	179	313	222	-90
純資産	1,909	1,972	2,042	1,768	1,968	+200
(安全性)						
流動比率	260.6%	241.6%	268.2%	223.6%	293.4%	
自己資本比率	60.4%	58.4%	63.7%	55.0%	65.5%	
有利子負債比率	20.7%	13.6%	8.9%	17.9%	11.4%	
(収益性)						
ROA(総資産経常利益率)	6.8%	13.8%	4.4%	-6.6%		
ROE(自己資本利益率)	3.2%	3.8%	3.8%	-15.8%		
売上高営業利益率	3.5%	6.1%	2.1%	-3.5%		

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

受注契約単価の見直しや不採算プロジェクトの発生防止策導入により、今下期から収益は回復トレンドに

1. 収益改善施策

同社は2016年3月期以降、業績の悪化が続いたことを受け、その要因分析と今後の改善施策を決算説明会にて発表している。IT業界全体の活況が続くなかで、同社の業績が悪化した要因としては、人材の採用が同社の計画どおりに進まなかったことが根底にある。こうしたなかで、2014年度から2015年度にかけて同社最大の大型プロジェクトの開発に参画し、人材を同プロジェクトに集中させたことにより、他のプロジェクトの開発体制や営業・提案体制が脆弱となっしまい、結果、プロジェクト品質の低下や新規受注活動のための提案力低下をきたした。同プロジェクトについては2015年度で大半が終了したため、2016年度からの売上確保を図るべく、営業現場では低採算案件や要件定義を細部まで固めないまま開発案件の受注を取っていった。こうした営業活動の影響で、比較的大型案件となるプロジェクトで開発遅延等のトラブルが発生し、その収束に当たるためスキルの高い人材を投入しなければならず、他のプロジェクトの生産性が落ちる、あるいは人的リソースが限られるなかで新規の受注活動ができないといった悪循環に陥り、収益が悪化したと分析している。

同社ではこうした悪循環を断ち切るべく、いくつかの収益改善施策に取り組み始めている。2017年8月に経営リソースを本業に集中することを目的に子会社のrakumoの株式をすべて売却し、獲得した資金で今下期以降の人材採用及び教育費などの人材投資、マーケティング関連への投資を行う予定にしている。また、一定水準以下の低採算案件については受注しない方針としたほか、既存の継続案件についても利益率が低い案件や不採算になっている案件に関しては値上げ交渉を進めており、下期からその効果が出てくる見通しだ。

さらには、不採算プロジェクトの発生を防止するための施策も打っている。8月に新たに品質管理を行うQA部門を設置し、開発プロジェクトに関しての社内チェックを2段階で行う体制とした。具体的には、顧客提案時前段階でのプロジェクト計画に対する審査を行うほか、「要件定義」に関しての品質チェックを綿密に行うことで、開発途中段階での急な仕様変更等によるプロジェクト遅延を防止する。

これら施策に取り組むことにより、悪循環に陥っていた営業・開発現場の流れを好循環に切り替え、収益力を回復していく考えだ。今後の課題としては、人材の採用が進むかどうかにかかっていると言える。ここ2年間、社内の悪循環が続くなかで開発人員が疲弊してしまい、従業員数が前期末から減少している。同社では社内教育プログラムや福利厚生制度の強化、多様な働き方施策等にも取り組むことで、人材の拡充を図っていく方針としている。

ネットイヤーグループ | 2017年12月22日(金)
 3622 東証マザーズ | <http://www.netyear.net/ir.html>

今後の見通し

2. 2018年3月期業績見通し

2018年3月期の連結業績は売上高で前期比1.6%増の6,000百万円、営業利益で45百万円(前期は206百万円の損失)、経常利益で43百万円(同209百万円の損失)、親会社株主に帰属する当期純利益で444百万円(同297百万円の損失)となる見通し。前述した収益改善施策の効果によって今下期は黒字化し、通期でも2期ぶりの黒字転化、3期ぶりの増収増益を見込んでいる。

なお、期初会社計画から売上高で200百万円下方修正しているが、これはrakumoが第2四半期より連結対象から外れたことによる。ただ、rakumoの利益はほぼ均衡水準だったため、営業利益段階での影響はほとんどない。営業利益を期初計画の110百万円から45百万円に下方修正したが、これは専門性の高い人材の確保、育成、マーケティングなどに積極的に投資していくため、採用費、教育研修費、マーケティング関連費用の増加が要因となっている。なお、親会社株主に帰属する当期純利益については子会社株式売却益413百万円の計上により、期初計画の97百万円から444百万円に増額修正している。

同社の四半期業績の推移を見ると、第2四半期と第4四半期に偏重する傾向にあるため、第3四半期についてはまだ営業利益段階で損失が出る可能性はあるものの、足許の受注状況は順調に回復が進んでいるようで、第4四半期には収益回復も鮮明化するものと予想される。

2018年3月期連結業績見通し

(単位:百万円)

	17/3期		期初計画	18/3期		
	実績	前期比		会社計画	前期比	期初計画比
売上高	5,906	-13.2%	6,200	6,000	+1.6%	-3.2%
営業利益	-206	-	110	45	-	-59.1%
経常利益	-209	-	107	43	-	-59.8%
親会社株主に帰属する当期純利益	-297	-	97	444	-	+357.7%
1株当たり当期純利益(円)	-43.1	-	13.9	63.4	-	-

出所:決算短信よりフィスコ作成

最良のカスタマーエクスペリエンスを実現する マーケティングテクノロジー会社として成長を目指す

3. 今後の戦略について

同社は中長期的な成長戦略として、企業のデジタルマーケティング活動を支援するソリューションサービスを提供していくほか、それを補完するツールやライセンスサービスの提供、並びに自社メディアサービスの育成によって、最良のカスタマーエクスペリエンス（CX）を実現するマーケティングテクノロジー会社として、業界 No.1 を目指していく方針となっている。

特に、今後はマーケティングに必要な CMS※¹ や DMP※²、MA※³、e コマースを中心としたテクノロジーに注力していく。また、システム開発に当たっては業務要件をベースとする従来の SI 企業と異なり、「カスタマーエクスペリエンス要件」をベースとして「売上を拡大するシステム」を開発していくことを差別化戦略としていく方針だ。具体的には、Web サイトを訪問するカスタマー目線に立ってシステム開発を行っていくというものだ。こうした差別化戦略を推進していくには、UX、戦略、クリエイティブ、テクノロジー、データといったそれぞれの分野において専門性の高い人材が必要となるため、同社ではこうした人材の採用、育成に今後注力していく方針となっている。こうした戦略が機能するようになれば、高付加価値の受注も獲得できるようになり、収益性の向上にもつながっていくと予想される。

※¹ CMS (Content Management System) …Web コンテンツを構成する画像やテキスト、レイアウト情報などを一元的に保存・管理し、サイトを構築したり編集したりするソフトウェア。広義には、デジタルコンテンツの管理を行うシステムの総称。

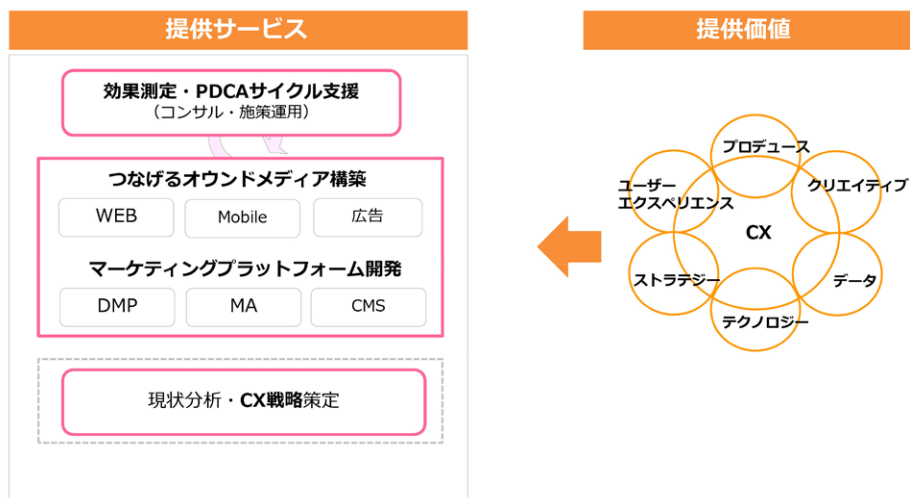
※² DMP (Data Management Platform) …インターネット上の様々なサーバーに蓄積されるビッグデータや自社サイトのログデータなどを一元管理、分析し、最終的に広告配信などのアクションプランの最適化を実現するためのプラットフォーム。

※³ 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取ったかを記録し、「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。

今後の見通し

また、サービスラインナップについてもフルカスタマイズの大型案件対応に加えて、多様な顧客ニーズに対応するためサービスメニューを拡充する。デジタルマーケティング市場そのものは拡大しているものの、その領域が多岐に広がっており、顧客企業もどこから手を付けてよいかわからない状況となっているのが実情のためだ。同社では、顧客企業がデジタルマーケティングに取り組みやすいよう、領域ごとにサービスラインナップを細分化して導入支援を行っていく。また、CXを実現するオウンドメディア（Web、Mobile、広告）の構築や、マーケティングプラットフォーム（DMP、MA、CMS）の構築等を手掛け、効果測定とともにPDCAサイクルにより、顧客企業にとって最適なCXの実現を目指していく。

CX 経営支援サービスの強化



出所：決算説明会資料より掲載

なお、子会社のトライバルメディアハウスではソーシャルメディア分野における深い知見を生かして、新たな自社メディアサービスを育成すべく、2016年12月に「Funmee!!」を立ち上げた。「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月にはスマホアプリ（iOS版）もリリースしている。現在はキャンプやDIY、登山、釣りなど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ほか、オリジナルコーヒーの販売等も試験的に行っている。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。カテゴリーの種類については今後、アクセスユーザー数が増えてくれば自然と増加していくものと考えられる。アクセスユーザー数は非公表なものの、着実に増加してきているようだ。ただ、まだ投資フェーズとなるため、収益への貢献はもう少し先のこととなりそうだ。同サイトでは将来的にBtoBやCtoC利用での新規サービスの開発も検討しているようで、今後の展開が目玉される。

今後の見通し

自社メディア Funmee!!

「共通の興味関心やライフスタイルを持った集団」「好き」から始まるライフスタイルの確立を後押し

企業に対しては、コアなファン層との繋がりの強化、リサーチ、共創といったサービスを提供。

B2B、B2C、C2C等新ビジネスを展望

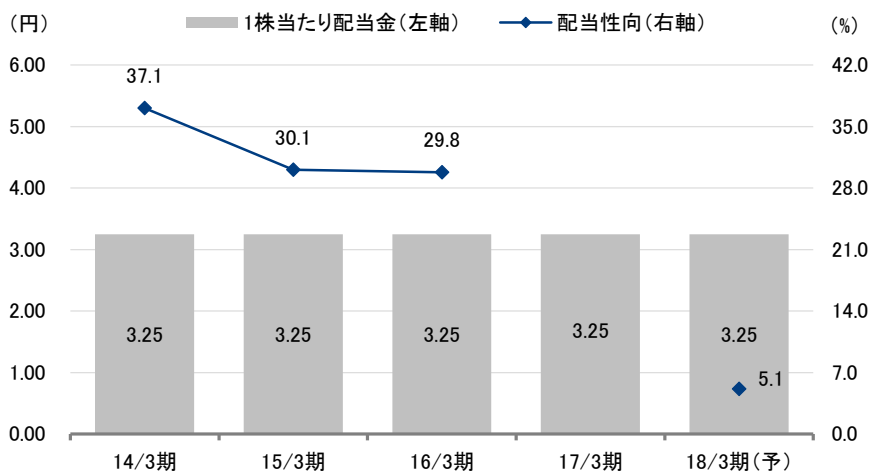
出所：決算説明会資料より掲載

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、2018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さらに充実し、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。

1株当たり配当金と配当性向



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