

|| 企業調査レポート ||

ジェネレーションパス

3195 東証グロース市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2024年7月9日(火)

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. 2024年10月期第2四半期の連結業績概要	01
2. 2024年10月期の連結業績見通し	02
■ 会社概要	03
■ 事業概要	03
1. ECマーケティング事業	04
2. 商品企画関連事業	05
3. その他	05
■ 業績動向	06
1. 2024年10月期第2四半期の連結業績概要	06
2. セグメント別の業績	07
■ 今後の見通し	08
1. 2024年10月期の連結業績見通し	08
2. 事業戦略	09

要約

2024年10月期第2四半期は前年同期比で営業減益も、増収。 D2C商品の売上が堅調に推移

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（EC Platform Optimization）」を活用して拡販支援サービスを行うものである。

1. 2024年10月期第2四半期の連結業績概要

2024年10月期第2四半期の連結業績は、売上高が8,017百万円（前年同期比3.1%増）、営業利益が46百万円（同19.6%減）、経常利益が26百万円（前年同期は11百万円の損失）、親会社株主に帰属する四半期純利益が6百万円（同23百万円の損失）であった。主力のECマーケティング事業においては、人気の家具・生活雑貨の好調な販売や、「s!mplus（シンプラス）」や「カクシング」といったD2C商品^{※1}の売上が堅調に推移し、前年同期比で増収となった。商品企画関連事業では、第1四半期において取引先の販売低迷の影響を受けて遅延していた商品の出荷・納品が進んだこと等により増収となった。その他、システム開発事業における内閣府からの案件受注の寄与もあり、売上高全体として前年同期比で増収となった。利益面では、ECマーケティング事業において、利益率の高いD2C商品の販売が拡大したことに加え、物流の効率化等の利益改善策が進んだ。一方、商品企画関連事業においては、納期の集中による一時的な効率性の悪化もあって利益率が低下したことに加え、ラオスでの新工場設立に伴う投資や、USP（Unique Stores Platform）事業^{※2}の立ち上げに伴う投資を実施したことにより、全体の営業利益は前年同期比で減益となった。経常損益については前年同期比で為替差損が縮小したこともあり、前年同期の11百万円損失から26百万円の利益計上となった。

^{※1} 工場やメーカーが商品を企画開発・製造して一般消費者に直接販売する商品、または企業が商品を企画して工場に直接依頼し製造された商品と定義する。

^{※2} 既存のECモールでは実現しにくい特色ある自社ECサイトを多数構築し、それらを有機的に結合させることにより、自社ECサイト群を基礎としたプラットフォーム事業。

要約

2. 2024年10月期の連結業績見通し

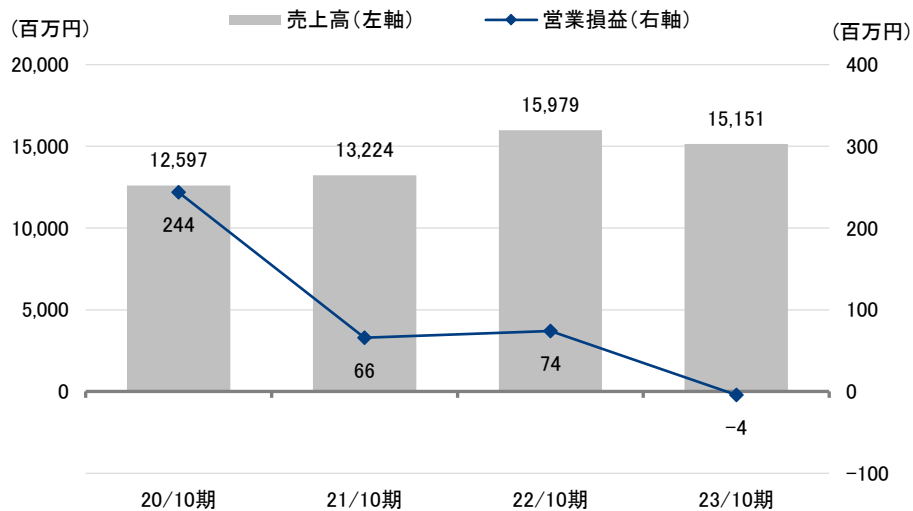
2024年10月期の連結業績予想については現時点では非開示であり、決定次第の公表としている。基本方針として掲げる「売上高の加速度的な成長」の実現に向けて、ECマーケティング事業においては、「EPO」の手法とそれを支える「MIS」※の継続活用によりマーケティングをさらに強化するとともに、取扱商品数の増加やD2C商品の投入を拡大する。商品企画関連事業については、ECマーケティング事業において蓄積されたマーケティングデータを活用して顧客ニーズに合致したOEM商品を企画し、海外にある自社及び協力工場との連携により、低価格かつ高品質な商品を開発し生産する。2024年6月に公表した2024年5月の月次売上高は1,334百万円と、前年同月比で11.0%増加し、2023年11月から2024年5月までの累計でも前期累計比4.1%増と堅調に推移している。今後は、EC市場のみならず量販店などにも販売チャネルを増やし、オリジナルブランド商品の認知度や販売機会を獲得するほか、商品1点当たりの売上増加にも注力することで、さらなる売上規模の拡大につなげる。海外子会社の業績推移も堅調であることから、2024年10月期も前期と同等の増収を達成することは可能だと弊社では見ている。利益面では、引き続き適正価格での販売により一定の利益率を確保し、物流費用削減策を継続する。物流対策については2023年10月期より一定の成果が出ていることから、2024年10月期においても同様に費用削減効果が期待できる。

※ MIS (Marketing Information System): 自社店舗だけでなく Web 全体からマーケティングの基礎となるビッグデータを収集して分析を行うシステム。

Key Points

- ・ 2024年10月期第2四半期は、前年同期比で営業減益も増収に
- ・ 海外生産や営業活動の本格始動とD2C商品等の投入拡大により、売上高の成長を目指す
- ・ コスト削減とコスト上昇分の売価への適正反映、PB商品の企画開発強化により利益改善を図る

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

会社概要

国内 EC 事業を核として、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想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、インターネット通販サイト「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として業容を拡大した。2014年9月に東京証券取引所（以下、東証）マザーズ市場に株式上場して資金調達を図り、2018年9月にWebマーケティングに必要なソリューションを提供する（株）カンナートを完全子会社化した。2019年10月にはベトナムに子会社 Genepa Vietnam Co.,Ltd. を設立し、2023年11月には青島新綻紡貿易（有）の株式を追加取得し完全子会社化するなど、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。2022年4月には東証グロース市場へ移行した。

事業概要

自社運営の通販サイト「リコメン堂」を運営する EC マーケティング事業が主力

同社グループの事業は、同社及び連結子会社である（株）トリプルダブル、中国子会社である青島新綻紡貿易とその子会社である青島新嘉程家紡（有）、カンナート、（株）フォージ、Genepa Vietnam の計7社で構成されており、ECサイトで商品販売を行う「ECマーケティング事業」、マーケティングデータを基に商品の企画サポートを行う「商品企画関連事業」、子会社トリプルダブルがソフトウェアの受託開発及びシステム開発、並びにメディア事業を行う「その他事業」を展開する。

主要グループ会社の概要（2024年4月30日時点）

社名	事業内容
（株）トリプルダブル	システム開発の技術支援、システム及びアプリケーションの受託開発、メディア事業
（株）カンナート	Web制作、各種Webサービスの企画・立案、ECサポート
（株）フォージ	EC通販
青島新綻紡貿易（有）、青島新嘉程家紡（有）	インテリア・ファブリック製品の企画・販売及び輸出入、製造
Genepa Vietnam Co.,Ltd.	インテリア・ファブリック製品の製造

出所：第22回定時株主総会招集通知よりフィスコ作成

事業概要

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「マーケティング事業」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。同社売上高の約 8 割を占める中核事業である。

(1) マーケティング事業

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、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「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「リコメン堂」の屋号で、ジャンル別に複数の EC モールにまたがり、2024 年 4 月末時点で計 71 店舗が出店し、パートナー企業数は 952 社、取扱商品数は 212 万点を超える。足元においても店舗及びパートナー企業数、取扱商品数は増加傾向にある。

(2) 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、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 サイトに対して、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いサービスとして提供する。

(3) Web 制作・開発事業

キャンペーンやプロモーションの戦略立案から Web 制作、システム開発、運用まで、各分野のスペシャリストがワンストップで行うほか、コンテンツ運用やマーケティングサポート、顧客集客、保守管理などを、一括受託または共同事業として展開し、事業開発を総合的にサポートする。

事業概要

2. 商品企画関連事業

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 の分析データを基に、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り、クライアントのニーズに応える OEM 商品の提案及び企画・開発を、生産から納品まで一貫したサービスで提供する。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。D2C 商品のブランドである「s!mplus (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。生産から納品まで一貫して行うため、東南アジアの提携工場ネットワークを構築しており、自社 QC (Quality Control:品質管理) スタッフや同社提携 QC が提携工場を巡回して品質を管理・改善し、デザインから機能開発・商品化を行う。

商品開発・ブランド開発・自社工場を展開



出所：同社ホームページより掲載

3. その他

2024年10月期より、量的な優先順位が低くなったことから、これまで単独の報告セグメントに分類していた「受託開発事業」を「その他」セグメントに含めることとした。子会社のトリプルダブルがソフトウェアの受託開発及び保守業務に関する事業を展開しており、主に国、大学、企業の研究所との共同研究を通じた、システム開発、システム開発の支援、及び保守業務を行う。

また、非物販事業としてメディア事業を展開し、「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・情報発信業務を行っている。

業績動向

ECマーケティング事業は増収増益。 商品企画関連事業は海外工場の業況改善により回復基調

1. 2024年10月期第2四半期の連結業績概要

2024年10月期第2四半期の連結業績は、売上高が8,017百万円（前年同期比3.1%増）、営業利益が46百万円（同19.6%減）、経常利益が26百万円（前年同期は11百万円の損失）、親会社株主に帰属する四半期純利益が6百万円（前年同期は23百万円の損失）となった。

主力のECマーケティング事業においては、EC市場拡大の追い風を受け、人気の家具・生活雑貨の好調な販売や、「s!mplus」や「カクシング」といったD2C商品の売上が堅調な推移を見せ、前年同期比で増収を果たした。商品企画関連事業では、第1四半期において取引先の販売低迷により遅延していた商品の出荷・納品が進んだこと等により増収となった。その他、システム開発事業における内閣府からの案件受注の寄与もあり、売上高全体として前年同期比で増収を確保した。利益面では、ECマーケティング事業において、利益率の高いD2C商品の販売が拡大したことに加え、物流の効率化等の利益改善策が進んだ。一方、商品企画関連事業においては、納期の集中による一時的な効率性の悪化もあって利益率が低下したことに加え、ラオスでの新工場設立に伴う投資や、USP事業の立ち上げに伴う投資を実施したことにより、全体の営業利益は前年同期比で減益となった。経常損益については前年同期比で為替差損が縮小したこともあり、前年同期の11百万円損失から26百万円の利益計上となった。

2024年10月期第2四半期連結業績

(単位：百万円)

	23/10期2Q		24/10期2Q		前年同期比	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率
売上高	7,775	-	8,017	-	241	3.1%
売上総利益	2,080	26.8%	2,121	26.5%	41	2.0%
販管費	2,022	26.0%	2,074	25.9%	52	2.6%
営業利益	57	0.7%	46	0.6%	-11	-19.6%
経常損益	-11	-0.2%	26	0.3%	38	-
親会社株主に帰属する 四半期純損益	-23	-0.3%	6	0.1%	30	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

2. セグメント別の業績

(1) EC マーケティング事業

EC マーケティング事業については、売上高が 6,707 百万円（前年同期比 2.5% 増）、セグメント利益が 162 百万円（同 20.4% 増）となった。売上面では、新型コロナウイルス感染症の「5 類移行」後も堅調な EC 需要があるなか、従来から強みを持つ家具や生活雑貨、家電、ペット用品、ベビー用品などの分野において新しい商材の販売が好調だった。オリジナルブランドの「s!mplus」や「カクシング」については D2C 商品の販売を強化したことで売上高が堅調に推移した。EC モール別では Amazon で大幅な増収となった。同社の第 2 四半期は 2～3 月の新生活を迎える準備期間と重なることから、特に家電製品の売上が好調だったほか、広告への注力や商品ページ表示の改善、タイムセール等への対応を強化し、増収につなげた。利益面では、前年から続く円安による仕入価格上昇の影響を受けるなか、売上高の増加や、利益率の高い D2C 商品の販売拡大、物流費対策として提携倉庫との協力による商品配置の最適化や、商品輸入時のコンテナ積載量改善等によりコスト削減を図った。EC サポート事業においては複数の大型案件を受注したことで案件当たりの利益率が高まり、前年同期比で大幅な増益となった。

同社の運営サイト「リコメン堂」は、自社サイトや Amazon、楽天市場、Yahoo! ショッピングといった主要 EC モールに加え、他の EC モールにも積極的に出店している。2024 年 4 月から 5 月にかけては計 3 店を出店した。4 月には、ギフト特化型の EC ギフトモール「Giftmall（ギフトモール）」に出店し、お取り寄せスイーツや厳選フード、プチギフト、ギフト向けのキッチン・生活雑貨、ベビーキッズ商品等を取り扱っている。ANA ホールディングス <9202> の子会社である ANA X(株) が運営するショッピングモール「ANA Mall」にも出店しており、同社としてこれまで取り扱いの少なかったゲーム機や家電ジャンルを中心に商品を展開するほか、人気の高い家具家電やインテリア雑貨を商品ラインナップに揃える。「ANA Mall」は約 4,000 万人のマイレージクラブ会員を擁しており、平均購買単価が高い傾向にあるため、さらなる売上拡大が期待できる。5 月にはぐるなび <2440> が運営するお取り寄せサイトである「ぐるすぐり」に出店した。国内各地の逸品おつまみやスイーツなどの食品・食材を提供する。同社は出店の拡大によりさらなるモール内マーケティングを強化し、業績拡大を図る。

(2) 商品企画関連事業

商品企画関連事業については、売上高が 1,257 百万円（同 12.2% 増）、セグメント利益が 33 百万円（同 41.9% 減）となった。売上高については、Genepa Vietnam の稼働が本格化し、商品化のための提案活動が進んだことで受注が増加した。第 1 四半期には取引先の販売低迷により出荷が一時遅延した影響を受けたが、第 2 四半期において出荷・納品が進んだことで売上増につながった。中国の子会社である青島新綻紡貿易の受注も好調で、売上高は前年同期比 2 ケタ増を記録した。利益面では Genepa Vietnam での納期集中による一時的なコスト効率性の悪化から利益水準が目標に届かなかったことや、ラオスでの子会社設立手続きと生産準備、新規顧客開拓のための費用増加により、セグメント利益は大幅な減益となった。Genepa Vietnam における事業については、取引拡大のため戦略的に小ロット大量受注を獲得した影響だが、下期においては、効率的な生産配送体制を構築し利益率が改善されることを期待する。

業績動向

ラオスの子会社では、青島新統紡貿易が開発した高付加価値なオリジナル機能性繊維を基にクライアントに新商品を提案し、契約が成立した商品を生産する。日本国内での特許を取得した、高度な技術による独自開発繊維を使用するため、模倣による価格競争のリスクが少なく、青島新統紡貿易における商品に対する需要も旺盛であることから、今後の業績への貢献が期待される。なお新拠点での生産開始は2024年8月を予定している。

(3) その他

その他については、売上高が94百万円(同59.7%減)、セグメント利益が10百万円(同89.6%減)となった。システム開発事業において内閣府より「e-CSTI※(エビデンスシステム)の保守」に関する業務を受託したことで売上増の効果があった一方で、非物販事業においては前期の一部大手サービスの終了に伴う減収の影響及び、今後の掲載記事数やPV数の拡大に向けた人員増加への投資を行ったことで、減収減益となった。

※ Evidence data platform constructed by Council for Science, Technology and Innovationの略。大学等の研究機関における「研究」「教育」「資金獲得」に関するエビデンスを収集し、インプットとアウトプットの関係性を「見える化」するための各種分析機能を開発し、関係省庁や国立大学・研究開発法人等の関係機関に対して分析機能・データを共有するプラットフォームのこと。

■ 今後の見通し

D2C商品や新商品の積極的な市場投入により成長を目指す

1. 2024年10月期の連結業績見通し

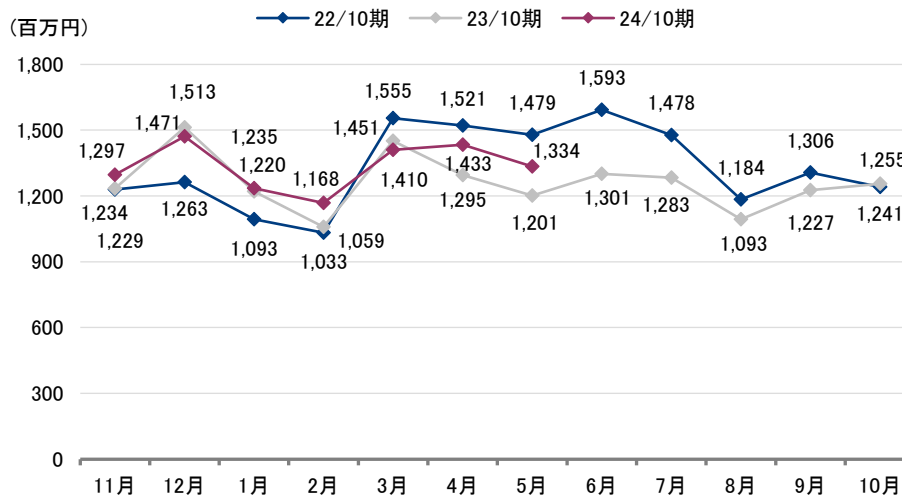
2024年10月期の連結業績予想については現時点では非開示であり、決定次第の公表としている。同社は、今まで以上の成長速度を達成するため重点投資施策の絞り込みを進めており、投資案及び事業計画が確定し次第公表する考えだ。基本方針として掲げる「売上高の加速度的な成長」の実現に向けて、ECマーケティング事業においては、「EPO」の手法とそれを支える「MIS」の継続活用によりマーケティングをさらに強化するとともに、取扱商品数の増加やD2C商品の投入を拡大する。商品企画関連事業については、ECマーケティング事業において蓄積されたマーケティングデータを活用して顧客ニーズに合致したOEM商品を企画し、海外にある自社及び協力工場との連携により、低価格かつ高品質な商品を開発する。

2024年6月に公表した2024年5月の月次売上高は1,334百万円と、前年同月比で11.0%増加した。引越し関連商品である家電やインテリア商品、ペット用品、ベビー用品等の好調な売れ行きが貢献した。2023年11月から2024年5月までの累計でも前期累計比4.1%増と堅調に推移した。今後は、EC市場のみならず量販店などにも販売チャネルを増やし、オリジナルブランド商品の認知度や販売機会を獲得するほか、商品1点当たりの売上増加にも注力することで、さらなる売上規模の拡大につなげる。海外子会社の業績推移も堅調であることから、2024年10月期も前期と同等の増収を達成することは可能と弊社では見ている。

今後の見通し

利益面では、引き続き適正価格での販売により一定の利益率を確保し、物流費用削減策を継続する。物流対策については2023年10月期より一定の成果が出ていることから、2024年10月期においても同様に費用削減効果が期待できる。一方で、現在物流に関しては、懸案事項を抱えている。同社が展開する主要ECモールの1つである楽天市場において、楽天グループ<4755>が2024年7月より「配送品質向上制度」を開始する。この制度では、翌日配送など顧客利便性の向上に資する一定の基準を満たしたモール出店者に対し「最強配送ラベル」を付与するもので、消費者にとっては検索時間の短縮や節約効果などメリットが大きい。出店者においては検索順位が上がるなど売上拡大等への寄与が見込まれるものの、提携先の倉庫での入出荷負担の増加など、考えられるリスクも多い。同社は同制度に参加するかどうか慎重に検討を進めている。

月次売上高推移



出所：「月次売上高前年同期比についてのお知らせ」よりフィスコ作成

2. 事業戦略

同社は、事業の将来像として「ECの枠を超えたグローバルバリューチェーンへ」を掲げ、ECの枠を超えたバリューチェーンを日本国内からアジア圏にかけて構築し、将来的には世界へと拡大して発展することを目指す。まずはパートナー企業を国内企業からアジア圏に拡大し、各企業間でECマーケティングやオリジナルブランドの企画開発・製造など顧客価値を協創するバリューチェーンを構築し、成長を加速させる。重点投資施策を絞り込んだ中から、各事業において以下の施策を推進している。

(1) ECマーケティング事業

(a) USP事業の開始

ECマーケティング事業において、楽天市場、Yahoo! ショッピング、Amazon等のECモールでの最適化を行ってきたノウハウを活用し、独自のコンセプトを持つ商品の展開や特定のテーマ別EC、特色ある決済手段等を有するECなど、既存のECモールでは実現できない自社専用サイトを多数構築し、それらを有機的に結合させた自社ECサイト群を基礎としたUSP事業を構築している。

今後の見通し

これは EC モール内での EC サイト運営とは異なり、自社で集客を行う必要はあるが、詳細なマーケティングが可能となるため顧客属性に応じた細かいサービスの提供を実現できるほか、リピート購入やサブスクリプション購入などにも対応できる。いわば自営の EC モールをプラットフォームとして構築するものであるが、同社は 950 社を超えるパートナー企業との取引により 212 万点にも及ぶ商品を既存の EC モールで取り扱っており、USP 事業においてはこれらの商品を個別に差別化・最適化した自社サイト群で販売する。精緻なマーケティングと組み合わせた商品販売により、他の EC モールの動向に左右されない独自性を持った EC サイトとして運営していく。

2024 年 4 月には 3 サイトの運営を開始しており、今後マーケティング情報の分析により改善サイクルを構築し、その結果を踏まえて 1 年以内には 10 サイト程度まで拡大する予定である。

(b) D2C 商品の拡大

マーケティング事業でこれまでに蓄積してきたビッグデータを活用し、企画開発した自社製品を、D2C 商品として販売を進める。D2C 商品とは、工場やメーカーが商品を企画開発・製造して一般消費者に直接販売する商品、または企業が商品を企画して工場に直接依頼して製造された商品であり、これまで同社が PB（プライベート・ブランド）商品として企画・開発してきた商品ラインナップを強化したものだ。オリジナルブランドを確立すると同時に、EC モールだけでなく量販店へも販路を拡大し、商品の機能性やデザインの良さを消費者に直に訴求することで、販売を促進する。オリジナルブランド商品は、他社製品との差別化により価格競争を回避できるため、利益率が高い。同社は、既存ブランドである「s!mplus」や「カクシング」の商品ラインナップの充実に加えて、顧客ニーズに対応した新ブランドを追加し、ブランドの充実にも注力する。

(2) 商品企画関連事業

商品企画関連事業においては、ラオスでの新規工場稼働に向けた準備を推進する。ラオスの子会社では、中国の青島新綻紡貿易が開発した高付加価値なオリジナル機能性繊維を基にクライアントに新商品を提案し、契約が成立した商品を「with core」等のブランド商品として生産する。ラオスは同社の子会社がある中国やベトナムと陸続きであるため交通の便が良い。中国ではなくラオスに工場を設立する理由として、チャイナリスクの回避が挙げられるほか、人件費の観点でも優位性が高い。JETRO（日本貿易振興機構）が実施した 2023 年度海外進出日系企業実態調査（アジア・オセアニア編）（2023 年 11 月発表）では、同地域 20 ヶ国で活動する日系企業 4,982 社の回答から有効回答を得た。同調査結果を見ると、製造業・作業員における基本月給の平均値について、中国の 576 ドルに対しラオスは 129 ドルと 5 倍近くの給与差が生じていることがわかった。青島新綻紡貿易との連携強化により、中国では高付加価値素材を開発・商品化して売上を向上させ、ラオスでは人件費を抑えた生産により原価の低減を図ることで、同社の収益及び利益への貢献を実現する。

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