

|| 企業調査レポート ||

ネットイヤーグループ

3622 東証グロース市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2025年7月16日(水)

執筆：客員アナリスト

佐藤 譲

FISCO Ltd. Analyst **Yuzuru Sato**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2025年3月期の業績概要	01
2. 2026年3月期の業績見通し	01
3. 成長戦略	02
■ 事業概要	03
1. 会社概要	03
2. 事業内容と強み	03
3. 同社が想定するコミュニケーションの将来モデル	04
4. 生成AIの利活用におけるNTTデータとの協業	04
■ 業績動向	06
1. 2025年3月期の業績概要	06
2. 財務状況と経営指標	08
■ 今後の見通し	09
1. 2026年3月期の業績見通し	09
2. 成長戦略	10
■ 株主還元策	13

■ 要約

生成 AI 技術の積極活用と NTT データグループとの協業により 成長を目指す

ネットイヤーグループ<3622>は、社内外に「生成 AI 全振り宣言」を発表し、これまでの UX/CX（ユーザー / 顧客体験）の向上を標榜しながらも、それらに加えて急速に顧客企業のデジタルマーケティング施策の生成 AI を利活用に取り組んでいる。2019 年 2 月に（株）NTT データ（現 NTT データグループ<9613>の事業子会社）と資本業務提携契約を締結し、グループ会社となった。NTT データのシステム開発力と同社の生成 AI 活用による事業支援力の融合によるシナジー創出を成長戦略の 1 つとして掲げている。

1. 2025 年 3 月期の業績概要

2025 年 3 月期の業績は、売上高で前期比 7.0% 減の 3,377 百万円、営業利益で同 43.0% 減の 82 百万円で着地した。売上高は NTT グループ向けの落ち込み（前期比 21.0% 減の 1,040 百万円）をその他顧客向けの増収（同 1.1% 増の 2,337 百万円）でカバーできず 2 期連続の減収となった。利益面では、販管費の抑制に取り組んだものの減収に伴う売上総利益の減少が響いた。期初計画（売上高 4,100 百万円、営業利益 300 百万円）に対しても、人材の確保・育成の遅れに起因する人材リソースの制約等により、下期に想定していた大型案件を複数失注したことが響いて未達となった。

2. 2026 年 3 月期の業績見通し

2026 年 3 月期の業績は、売上高で前期比 3.6% 増の 3,500 百万円、営業利益で同 21.0% 増の 100 百万円と 3 期ぶりの増収増益に転じる見通しだ。同社がこれまで知見として蓄積してきたマーケティングフルファネルの各段階におけるデジタル施策と生成 AI 技術・ツールを活用することでサービスの高度化または提供領域の拡大を進め、デジタル・リアル（店舗等）を問わないマルチチャネル化により、デジタルマーケティング支援サービスを強化する。NTT データグループとも生成 AI 領域での連携強化を図る方針だ。期初の受注残高は 1 年前と比べて高い水準でスタートするなど順調な滑り出しであり、人材リソースの強化も進めながら業績計画の達成を目指す。

要約

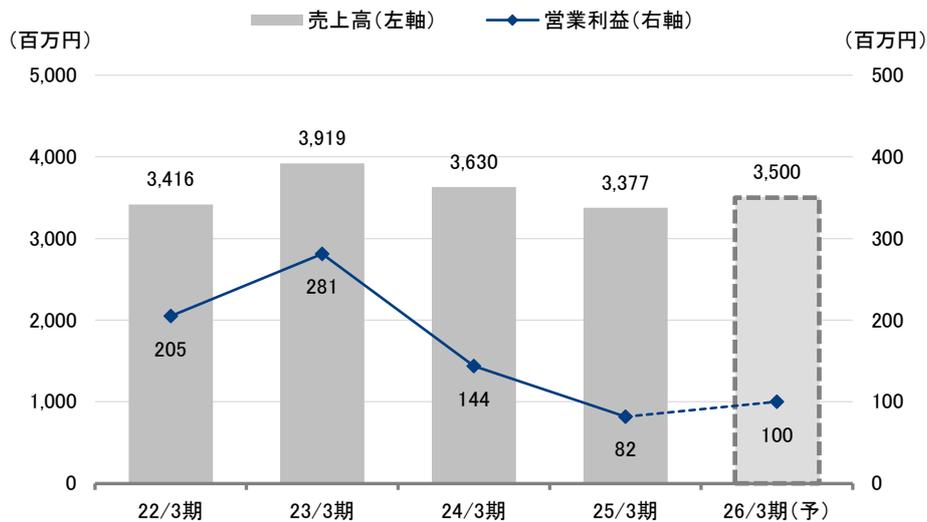
3. 成長戦略

成長戦略として、重点顧客の育成に取り組んでいる。デジタルプロモーションの領域だけに留まらず、顧客基盤の分析から、ロイヤリティマーケティングの施策の実践など顧客企業のポテンシャルを引き上げるサービスを提供する。これにより、1社当たり年間5億円前後の売上が期待できる顧客企業を増やす。現在は4社程度と見られるが、今後この数を増やしていくことで持続的な成長につなげる考えだ。現在、売上規模は数千万円規模と小さいものの、将来的に数億円規模に育つ可能性のある企業も数社ある。生成AI技術をデジタルマーケティング領域で積極的に活用していく方針で、生成AI人材のリソースを強化する。社内でリスキングを行っているほか、生成AI人材のキャリア採用にも注力している。また、同社の強みを訴求することでブランディングも強化する。2024年6月に代表取締役社長が交代し、真っ先に取り組んできた社内の意識改革も浸透してきたようで、今後は積極的な事業展開を推進していくものと期待される。2025年6月には中長期経営方針が発表され、2026年3月期からの3ヶ年の数値計画を発表した。なお、株主還元方針は従来と変わらず、配当性向20%程度を目安に安定的な利益還元を行うこととし、2026年3月期の1株当たり配当金は前期と同額の6.0円（配当性向60.9%）を予定している。

Key Points

- ・顧客企業のマーケティングフルファネル全般に支援可能な総合力に強み
- ・2026年3月期業績は3期ぶりに増収増益に転じる見通し
- ・生成AI技術の活用によりデジタルマーケティング支援サービスを強化し、中長期的な成長を目指す

単独業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 事業概要

デジタルマーケティング支援事業を展開、 2019年にNTTデータグループ入り

1. 会社概要

同社は、「生成 AI を活用して未来の社会を創造する」をビジョンとして、企業や行政に対しインターネット技術を活用した DX やデジタルマーケティング支援をする SIPS (Strategic Internet Professional Services) 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施策の立案、新規事業開発の支援、あるべき UX/CX を実現するためのデザイン設計、オウンドメディア及びアプリの開発、デジタル広告及び SEO 運用、各種マーケティングツールの販売・導入支援・運用、EC 構築支援等を行っており、これらはすべて顧客企業の成長を支援することが特徴である。

会社設立は 1999 年で、2008 年に東京証券取引所マザーズ市場に株式上場し、2022 年 4 月の同市場区分再編に伴いグロース市場へ移行した。2019 年 2 月に NTT データとの資本業務提携を発表し、株式の公開買い付けを経て同年 3 月に NTT データが同社株式の 48.5% を保有する筆頭株主となった。2025 年 3 月期末の従業員数は 185 名である。

顧客企業のマーケティングフルファネルに生成 AI の利活用を取り入れ、 顧客企業の成長に貢献できることが強み

2. 事業内容と強み

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、顧客との最初の接点となる広告や SNS などから始まり、オウンドメディアやインターネット通販などの EC サイト、アプリケーションを経て、購買などのアクションに導き、その顧客の購買行動を分析して、来訪を促し、顧客のロイヤリティ化を促進することである。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・実践することで、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き出すサービスである。

同社の強みは創業から 26 年間、顧客企業の成長を促進するための施策を顧客と協働して培ってきた蓄積にある。それぞれの業種、業界で顧客企業の異なった課題に真摯に向き合い、その課題解決を顧客企業とともに実現してきた経験は、他の競合企業を寄せ付けない。今後は、生成 AI の活用を推進することで、従来型プロジェクトの効率や品質を向上させるほか、AI エージェントが介在する新しい顧客企業とユーザーの関係性を構築し、顧客企業のデジタル戦略の策定を支援していく方針である。

事業概要

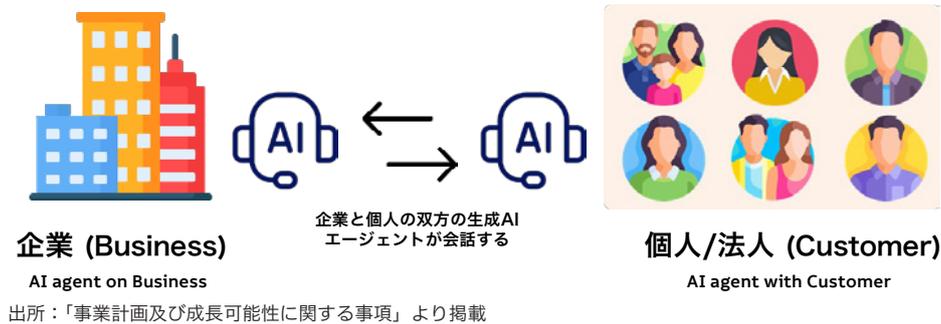
3. 同社が想定するコミュニケーションの将来モデル

同社では、企業と消費者のあいだのマーケティングコミュニケーションについて、将来的なモデル ABAC モデル※を提唱している。具体的には、近い将来、消費者側の代理人である生成 AI エージェントと企業側の代理人である生成 AI エージェントが直接会話をして様々な顧客側のニーズを叶えてくれる世界が到来すると予測している。例えば、就寝前にちらっと見た YouTube に出てきたポロシャツが気になったとする。そのポロシャツに近い商品を探しておいてくれと消費者の代理人である生成 AI エージェントに頼んでおくと、その消費者の代理人である生成 AI エージェントは、消費者が寝ている間に、世界のアパレルメーカーやショッピングサイトの代理人である生成 AI エージェントと「自律的 (Autonomous)」に会話をし、このような商品がないか、確認するのである。朝起きると、昨夜に探しておいてくれと頼んだポロシャツが家の前に到着しているかもしれない。そのような将来像を同社では予測し、このような世界が実現するための技術、システム、データベースをどう構築するべきか研究を始めている。

※ ABAC モデルは、AI agent-Based Autonomous Communication の略 (商標登録出願中)。

ABAC モデル

AI agent-Based Autonomous Communication



4. 生成 AI の利活用における NTT データとの協業

生成 AI 分野に注力していこうとしている同社であるが、その親会社の NTT データは、2025 年 4 月に世界的な生成 AI の代表企業である Open AI 社と戦略的提携を開始した。NTT データグループの一員である同社は NTT データグループが保持する様々な生成 AI に関するケイパビリティを最大限活用してデジタルマーケティングの市場で、生成 AI に関する領域を凌駕する目標を掲げている。

ネットイヤーグループ | 2025年7月16日(水)
3622 東証グロース市場 | <https://www.netyear.net/ir/>

事業概要

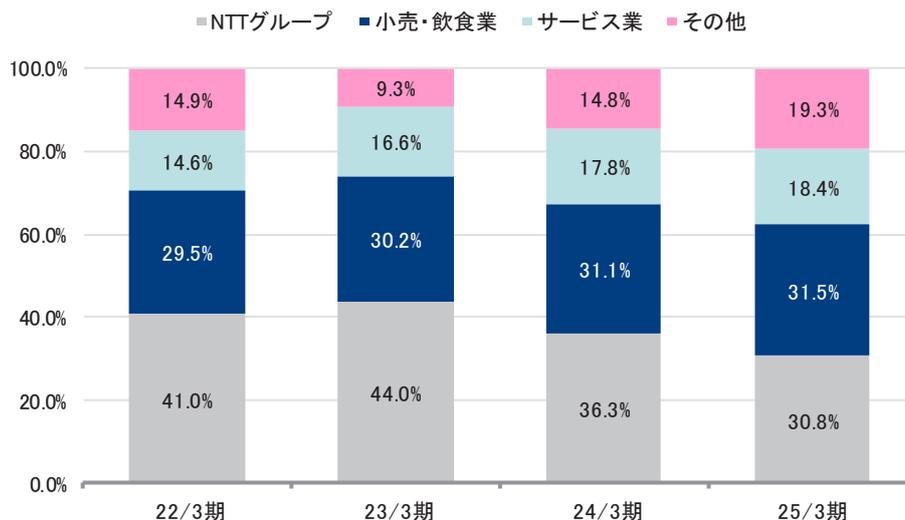
主な顧客企業



出所：「事業計画及び成長可能性に関する事項」より掲載

2025年3月期までの4期間の顧客別売上構成比では、NTTデータを中心としたNTTグループが3～4割、小売・飲食業が3割、サービス業が1割台で推移している。2024年3月期以降はNTTグループの主要顧客における特定プロジェクトの規模縮小が続いたことで、NTTグループ向けの売上構成比が2023年3月期の44.0%から30.8%まで低下した。2025年3月期の個別売上構成比ではNTTデータが25.7%、スターバックス コーヒー ジャパン（株）（以下、スターバックス）が13.7%となっており、両社で売上高の40%弱を占めている。NTTデータ向けでは通信業や金融、自治体向けの協業案件が多い。大型プロジェクトの規模縮小や終了が影響して直近2期間で減収傾向が続いているものの、今後も協業関係を強化し売上拡大を目指す方針に変わりない。

顧客別売上構成比



出所：有価証券報告書よりフィスコ作成

業績動向

2025年3月期はNTTグループ向けの落ち込みにより減収減益に

1. 2025年3月期の業績概要

2025年3月期の業績は、売上高で前期比7.0%減の3,377百万円、営業利益で同43.0%減の82百万円、経常利益で同42.3%減の83百万円、当期純損失で33百万円(前期は106百万円の利益)と2期連続で減収減益となった。また、期初計画比でも売上高で722百万円、営業利益で217百万円、経常利益で215百万円、当期純利益で238百万円の未達となった。

2025年3月期業績

(単位：百万円)

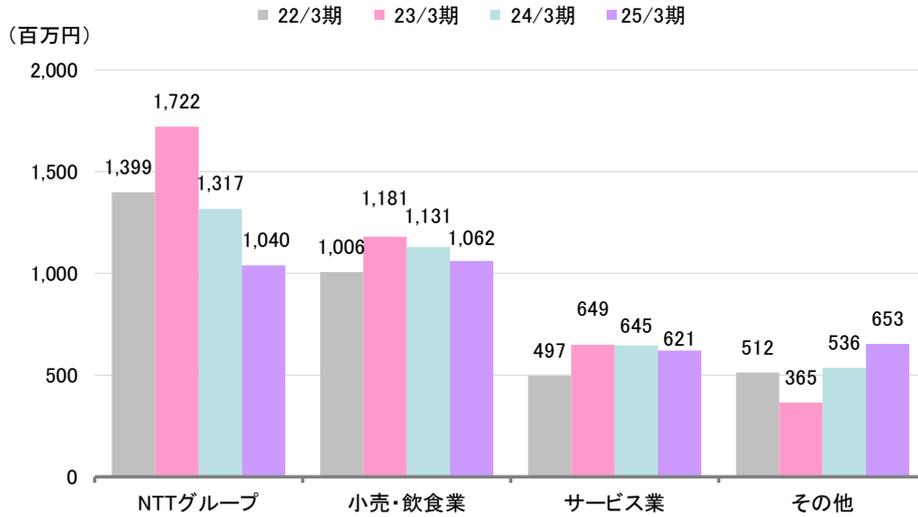
	24/3期		25/3期		前期比		計画比 増減額	
	実績	売上比	期初計画	実績	売上比	増減率		増減額
売上高	3,630	-	4,100	3,377	-	-7.0%	-252	-722
売上原価	2,813	77.5%	-	2,693	79.8%	-4.2%	-119	-
売上総利益	817	22.5%	-	683	20.2%	-16.3%	-133	-
販管費	672	18.5%	-	601	17.8%	-10.6%	-71	-
営業利益	144	4.0%	300	82	2.4%	-43.0%	-62	-217
経常利益	144	4.0%	299	83	2.5%	-42.3%	-60	-215
特別損益	-	-	-	-90	-	-	-90	-
当期純利益	106	2.9%	205	-33	-	-	-139	-238
期末従業員数(人)	189			185		-2.1%		

出所：決算短信よりフィスコ作成

減収の主な要因は、期初の受注残高が667百万円と前年同期の909百万円と比較して低い水準でスタートしたことや、大型プロジェクトの業務縮小や終了等があったことでNTTグループ向けの売上高が前期比21.0%減の1,040百万円と2期連続で落ち込んだことによる。NTTグループ以外では、小売・飲食業向けが同6.1%減の1,062百万円、サービス業向けが同3.7%減の621百万円とそれぞれ減少し、その他業界向けが同21.8%増の653百万円であった。主要顧客別では、NTTデータ向けが同22.5%減の869百万円、スターバックス向けが同3.3%増の462百万円となった。小売・飲食業やサービス業ともに2期連続の減収となったが、コロナ禍が収束したことによりEC市場の伸びが減速し、店舗投資などに企業の投資予算の配分が振り向けられたことや、複合的な大規模プロジェクトが増加傾向にあるなかで、こうしたプロジェクトを受注するための人的リソースが不足し、下期に想定していた大型案件を複数失注したことが減収並びに計画比での未達要因となった。

業績動向

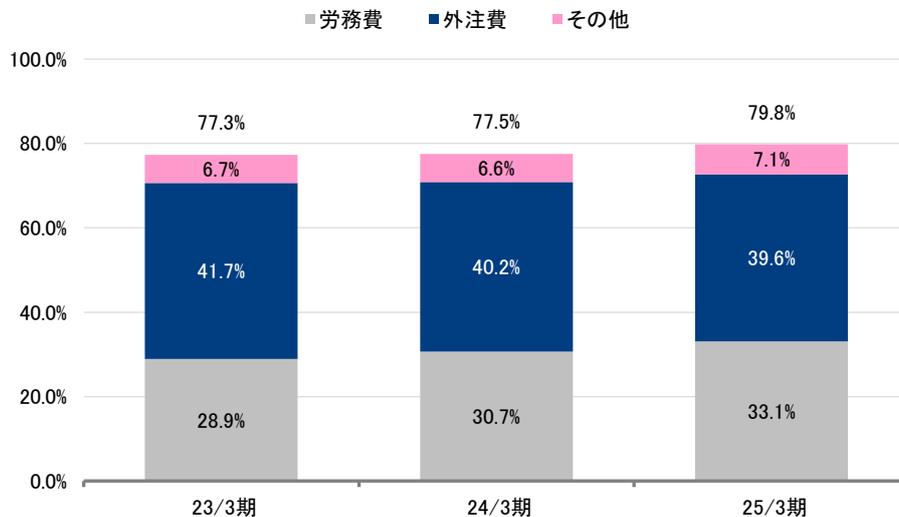
業種別売上高



出所：決算短信よりフィスコ作成

売上原価率は前期比で2.3ポイント上昇の79.8%となり、売上総利益は同133百万円減少の683百万円となった。原価率の上昇要因は、減収に伴うエンジニアの稼働率低下により労務費率が同2.5ポイント上昇したことが主因だ。外注費率は同0.6ポイント改善したが、ソフト使用料や支払手数料、賃借料などその他売上原価も同0.4ポイント上昇した。また、大型プロジェクトの減収分をカバーすべく、小型案件の積み上げに取り組んだことも原価率上昇の一因となった。販管費率は採用費やその他経費の節減に努めたことで前期比71百万円減少したが、売上総利益の減少をカバーしきれなかった。また、資本業務提携先企業の純資産が減少したことに伴い、取得価額の全額となる90百万円を投資有価証券評価損として特別損失に計上した。ただ、提携先との協業については継続している。なお、期末従業員数は前期比4名減の185名となり、人的リソース強化の取り組みについても今後の課題を残した格好だ。

売上原価率の内訳



出所：決算短信よりフィスコ作成

無借金経営で自己資本比率は 80% 台と財務内容は良好

2. 財務状況と経営指標

2025年3月期末の財務状況は、資産合計が前期末比 52 百万円減少の 3,135 百万円となった。主な増減要因として、流動資産では現金及び預金が 27 百万円、契約資産が 20 百万円それぞれ増加し、固定資産では投資有価証券が 90 百万円減少した。

負債合計は前期末比 22 百万円増加の 494 百万円となった。未払金が 24 百万円、賞与引当金が 20 百万円、預り金が 11 百万円それぞれ減少した一方で、買掛金が 74 百万円増加した。また、純資産合計は同 75 百万円減少の 2,641 百万円となった。当期純損失 33 百万円の計上と配当金支出 41 百万円により、利益剰余金が減少した。

経営指標については、自己資本比率が 84.2% と高水準を維持しており、無借金経営で現金及び預金も 2,188 百万円と事業規模からすると問題のない水準を確保していることから、財務内容は健全な状態にあると判断できる。手元資金については、M&A・アライアンスも含めた成長投資と株主還元に充当する方針だ。M&A・アライアンスの対象は、AI、ビッグデータ領域の先進技術や人的リソースを持った会社となる。現在不足しているリソースを M&A・アライアンスで補充することで、効率的に事業を拡大させる戦略だ。

貸借対照表

(単位：百万円)

	22/3 期末	23/3 期末	24/3 期末	25/3 期末	増減
流動資産	3,005	3,075	3,003	3,049	46
（現金及び預金）	1,962	2,220	2,160	2,188	27
固定資産	116	101	185	86	-99
資産合計	3,122	3,176	3,188	3,135	-52
流動負債	643	520	464	488	24
固定負債	5	5	7	5	-1
負債合計	648	525	471	494	22
（有利子負債）	-	-	-	-	-
純資産	2,474	2,651	2,717	2,641	-75
<安全性>					
自己資本比率	79.2%	83.5%	85.2%	84.2%	-1.0pp
有利子負債比率	-	-	-	-	-
<収益性>					
ROA	7.5%	8.9%	4.5%	2.6%	-1.9pp
ROE	26.4%	7.8%	4.0%	-	-
売上高営業利益率	6.0%	7.2%	4.0%	2.4%	-1.6pp

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2026年3月期業績は3期ぶりに増収増益に転じる見通し

1. 2026年3月期の業績見通し

2026年3月期の業績は、売上高で前期比3.6%増の3,500百万円、営業利益で同21.0%増の100百万円、経常利益で同20.3%増の100百万円、当期純利益で69百万円（前期は33百万円の損失）と3期ぶりの増収増益に転じる見通しだ。DXに対する企業の投資意欲は依然として堅調で、同社が展開するデジタルマーケティング領域におけるニーズも引き続き高い状態が続くものと見込まれる。

2026年3月期業績見通し

(単位：百万円)

	25/3期		26/3期		
	実績	売上比	計画	売上比	前期比
売上高	3,377	-	3,500	-	3.6%
営業利益	82	2.4%	100	2.9%	21.0%
経常利益	83	2.5%	100	2.9%	20.3%
当期純利益	-33	-	69	2.0%	-
1株当たり当期純利益(円)	-4.82		9.86		

出所：決算短信よりフィスコ作成

こうした環境下で、強みとするマーケティングフルファネル全般を見通したデジタルマーケティング領域の知見を生かし、生成AIツールの活用によってサービスの提供領域を広げ、デジタル・リアル（店舗等）を問わないマルチチャネル化に取り組むほか、営業面ではNTTデータ及びグループ企業との協業を強化し増収増益を目指す。NTTデータ経由の特定プロジェクトについては若干の減収または横ばい圏に留まる見込みだが、その他の主要顧客向けの増収が見込まれている。開発面では多様なパートナー企業との共創により、デジタル技術、生成AI技術を活用したプロダクトや新サービスの開発を進める方針だ。

課題は人的リソースの強化である。デジタル人材は流動性が高く、同社においても毎年10数名の退職者が出ている状況にあり、これを補うための中途採用や社内の人材育成が成長のカギを握る。新卒者の採用については2024年以降、取りやめている。新卒者が戦力化するまでには一定の時間を要するほか、戦力化しても短期間で退職するケースがあり、投資効率を考えると現時点ではマイナス影響のほうが大きいと考えているためだ。今後は、生成AIの利活用を全社に推進し、人材の強化を進める方針としている。

利益面では、増収に伴う売上総利益率の改善と販管費の抑制を継続することで増益を見込む。期初の受注残高が前年同期よりも高い水準でスタートしていることや、良好な市場環境、現在の人的リソース等を考えると売上高の3,500百万円は保守的な印象だ。これは同社が中長期的な成長を実現するために今後必要な施策を打つためだと弊社では見ている。

生成 AI 技術の活用によりデジタルマーケティング支援サービスを強化し、中長期的な成長を目指す

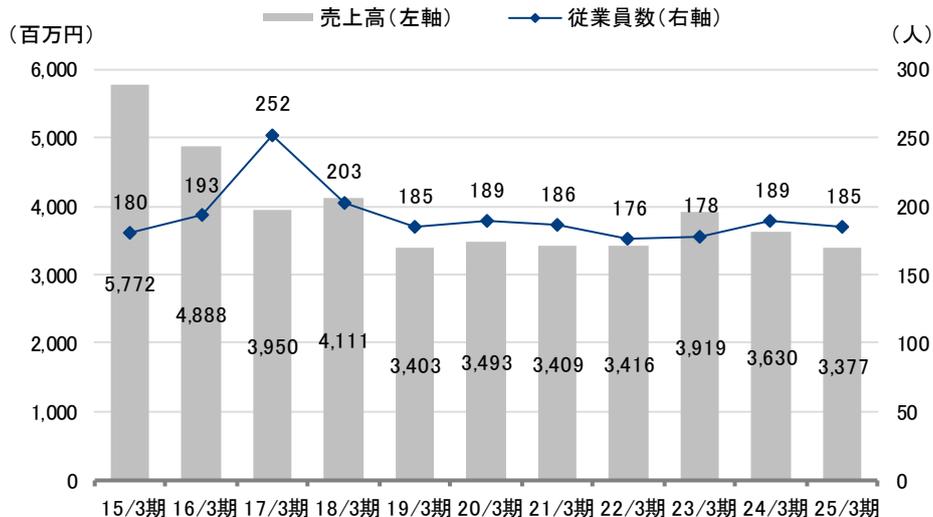
2. 成長戦略

同社はこれまで長年培ってきた UX/CX の設計とデジタル技術のノウハウを生かして事業拡大を目指してきたが、今後はこれらのノウハウに加えて生成 AI の技術やツールを積極的に活用することで、顧客企業の DX 推進と費用対効果の高いデジタルマーケティング支援サービスを提供し、一段の成長を目指す。生成 AI 技術は UX/CX の設計から実装、改善に至る PDCA サイクルの各段階において採り入れ、プロジェクトの効率化と高付加価値化の両立を図る方針で、2024年6月に代表取締役社長に就任した廣中龍蔵(ひろなかりゅうぞう)氏の強いリーダーシップのもと、全面的に推進することとしており、今後の展開が注目される。なお、持続的成長の実現に向けて取り組むべき課題として、「人材の確保と育成」「サービス領域の拡大」「生成 AI 技術の利活用」「NTT データグループとの協業」「ブランディングの強化」の5つを挙げている。

(1) 人材の育成と確保

IT 業界では人材の流動性が高く、また DX に対する投資需要の高まりに伴い IT エンジニアの慢性的な需要不足が続いており、優秀な人材の獲得が困難な状況にある。同社においても IT エンジニアの不足、特にプロジェクトが複合化・高度化するなかでエンジニアに求められるスキルも多様化するなか、特定のスキルを持つエンジニアが不足していたため失注につながったケースが前期は複数件発生した。また、2026年3月期からスタートした新中期計画3ヶ年の内容を推察すると、今後ますます需要が高まる生成 AI 関連の技術者の獲得が同社の想定した成長シナリオを実現できるかどうかの分水嶺になるであろうと想定できる。同社では、従来に増して自社による人材の獲得を強化するとともに、NTT データグループ各社との緊密な連携を元に、人材の融通性についても協力していく考えだ。

単体売上高と期末従業員数の推移



出所：有価証券報告書よりフィスコ作成

今後の見通し

また、中長期的な視野で事業の主軸となる人材を定め、戦略的に確保・育成するとともに、それらの人材のパフォーマンスを最大化するための人事制度等の仕組みを整備する考えだ。

(2) サービス領域の拡大

同社が強みとするデジタルマーケティングのフルファネル領域について、一層の拡大と深耕を果たしていく予定である。これまで、フルファネルのなかで、ある特定領域のみ受注していたプロジェクトを隣接する領域に拡大し、集客から顧客管理（CRM）、そのデジタルデータの解析から新たなプロモーション施策へと展開していく考えだ。実際に、ホテル業界の顧客データを分析し、ロイヤルカスタマー化のシナリオを提示し、特定顧客へのプロモーション、キャンペーンを実施し、成果を上げてきている。

今後はこうした取り組みに生成 AI 技術を取り入れることで、さらにプロジェクトの効率化と高付加価値化を図り、顧客企業のビジネス支援を強化する方針だ。

(3) 生成 AI 技術の利活用

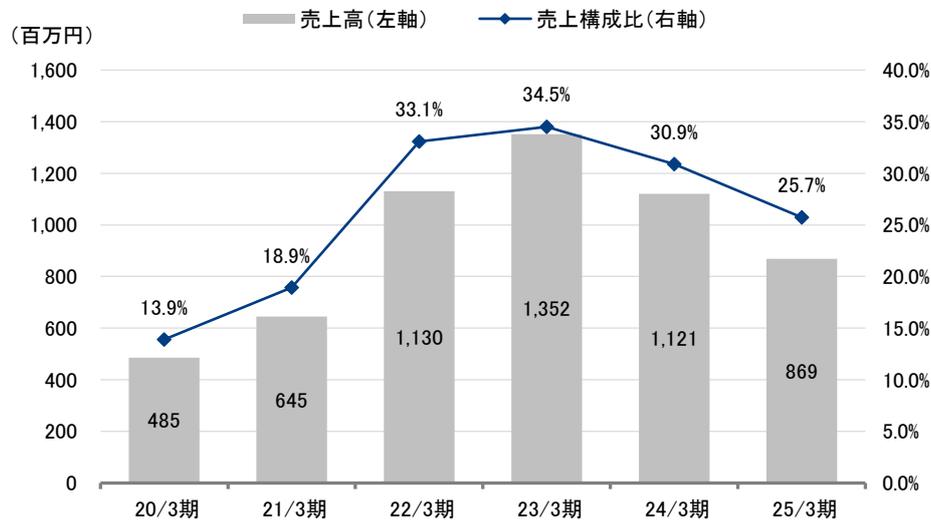
生成 AI 技術を顧客の成長シナリオにあてはめ、プロジェクトに適切な各種ツール・技術の活用を提案し、実装を支援するとともに、サービスの設計・実装・運用フェーズの各段階において生成 AI 技術を活用していく。生成 AI 技術の活用例として、オウンドメディアの設計段階の仮説検証の際に、様々な属性のユーザーの行動履歴などを調査し検証を進めていくが、生成 AI 技術を活用することで、属性ごとの行動パターンがある程度類推できるようになるため、効率化と迅速化が可能となる。同社では社内に生成 AI の推進部署を新設し、より高度な活用ノウハウの蓄積、普及を推進するとともに、外部との連携・共創を促進していく。

(4) NTT データグループとの協業

NTT データとの資本業務提携以降、NTT データが持つ顧客資産や技術力を背景として、案件拡大や新規顧客の開拓など一定の成果に結びつけてきたが、今後は、生成 AI の技術分野についてどのようにシナジーが発揮されていくかに弊社では注目したい。現状、NTT データ向けの売上の大半は通信事業会社向けのデジタルマーケティング支援案件であるが、今後、NTT グループが基幹システムを開発しているインフラ企業や、金融分野の顧客に対して、デジタルマーケティングを基軸としたサービスの提供並びに取引規模の拡大を図っていく。特に生成 AI 領域に関しては NTT データも注力している分野であり、今まで以上にシナジーを創出できる好機になると弊社では見ている。

今後の見通し

NTTデータ向け売上高と構成比の推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

(5) ブランディングの強化

今後生成 AI 技術・ツールの利活用をより一層強化し、新たな事業基盤となるサービスを展開するにあたり、顧客をはじめとするステークホルダーからの認知もそれに相応しいものとなるよう、外部向けの広報を強化する。企業向けに生成 AI 技術を活用した新たな付加価値を提供し、実績を積み重ねていくことで、営業面や採用面で訴求する。

(6) 中期的成長イメージ

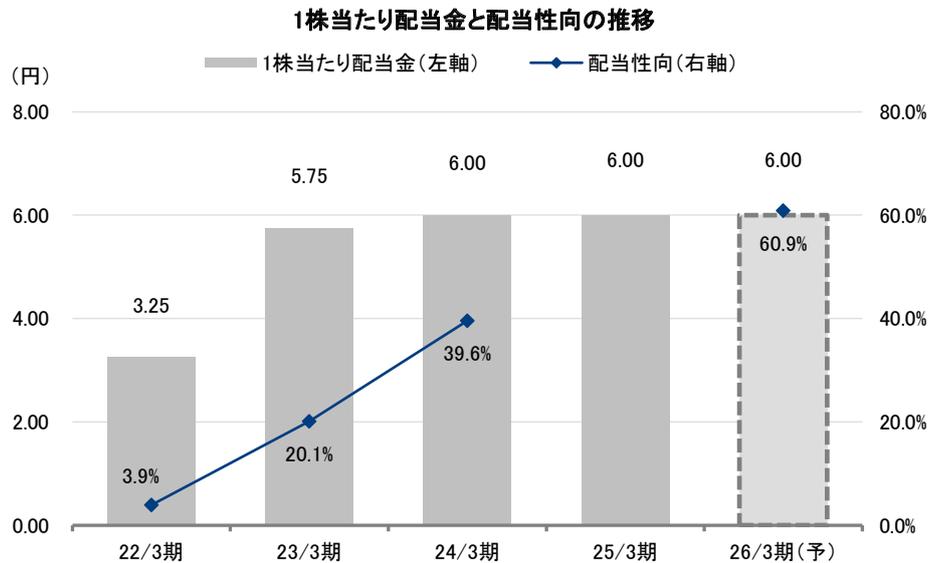
今後の業績成長に向けては、2025年3月期を底にして持続的な成長を実現していくための経営基盤を構築しながら、収益を拡大していく戦略だ。中長期の経営戦略については2025年6月に発表されたが、かなり野心的な計画である。

従来は、継続的に年間500百万円前後の売上高が見込める重点顧客を10社程度創出し、営業利益率で10%以上を目指していた。2025年3月期までに4社程度が重点顧客となっているようだ。2026年3月期以降は重点顧客をさらに拡充することで持続的な成長に取り組むとともに、今後、同社が力を入れる生成 AI 技術をこれまでの顧客にどのように提案し、受注していくか、生成 AI 技術を通して高付加価値サービスの提供により競争力を高め、収益を成長軌道に乗せていく。

■ 株主還元策

配当性向 20% 程度を目安に安定的かつ継続的な配当を行う

同社は株主還元策として配当を実施している。配当方針については2023年3月期より安定的かつ継続的な配当を行うことを基本方針とし、配当性向で20%程度の水準を目安に配当を行う方針を決定した。同方針に基づき、2025年3月期は当期純損失を計上したものの、1株当たり配当金で前期と同額の6.0円を実施した。2026年3月期も同額の6.0円（配当性向60.9%）を予定している。今後、収益成長により配当性向で20%を下回る状況となれば増配を検討すると思われる。なお、定量基準については今後の外部環境の変化や財政状態、事業展開等を総合的に勘案して適宜見直す考えである。



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、企業から報酬を受け取って作成されています。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、理由のいかなを問わず、いかなる責任も負いません。

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