

2012年12月6日（木）

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

企業調査レポート  
執筆 客員アナリスト  
佐藤 譲

## ■機能性研究を活かす提案型営業で顧客を開拓

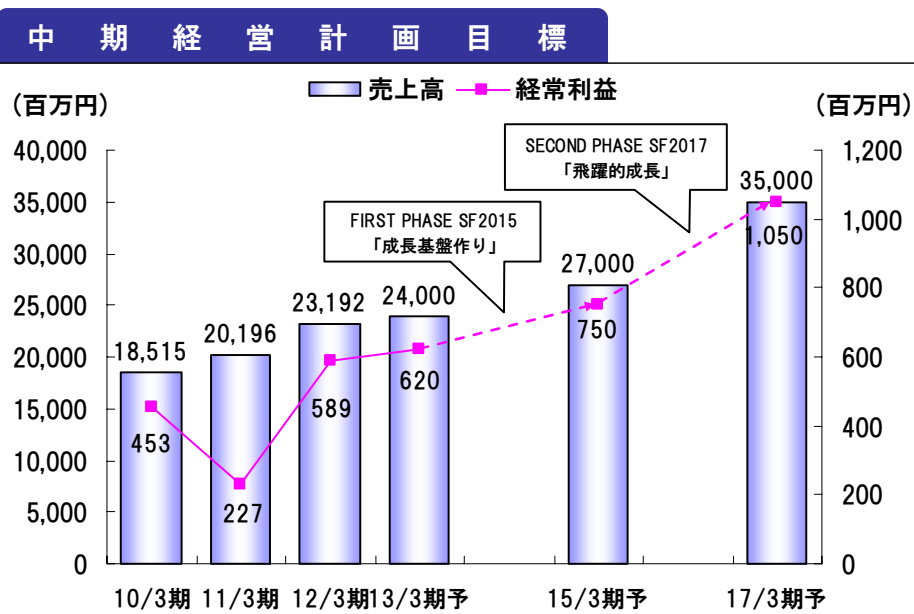
外食・中食業界向けにカット野菜、ホール野菜を卸す、いわゆる「業務用の八百屋」で国内最大手。販売先構成比ではファミリーレストランやファーストフードなどの外食産業向けで85.5%、残り14.5%を食品メーカー問屋や弁当惣菜など中食産業向けに占めている。

2013年3月期の第2四半期累計（4-9月期）の経常利益は前年同四半期比71.4%増の378百万円と大幅な増益となった。同社が推進している機能性研究の成果を活かした提案型営業により、既存顧客の取引量拡大だけでなく新規顧客の開拓も進み、売上高が同10.5%増と好調に推移したことが主因だ。また、当期間中の野菜調達価格が比較的安定して推移したことで、生産性の向上や物流費のコスト削減などが進んだことも利益増に寄与した。2013年3月期の経常利益は前期比5.1%増の620百万円と期初の会社計画から変更はなかったが、第2四半期までの進捗率が当初の計画を上回っていること、足元の市場環境にも大きな変化がみられないことなどから、会社計画は上振れする公算が大きいと弊社ではみている。

同社では中期経営計画として2017年3月期に連結売上高35,000百万円、経常利益1,050百万円の目標を掲げている。「次世代型の青果物流通業」「農業・食・健康を繋ぐ提案企業」として、更なる成長を目指すべく今後は国内エリアの拡大だけでなく、海外での事業展開なども視野に入れ、積極的な経営展開を進めていく方針だ。

## ■Check Point

- ・ 2013年3月期の第2四半期は期初計画をそれぞれ上回る好調な決算
- ・ 2013年3月期の期末配当金は従来予想から3円増額の28円を計画
- ・ 先駆的なビジネスモデルを武器に市場シェア拡大を図る



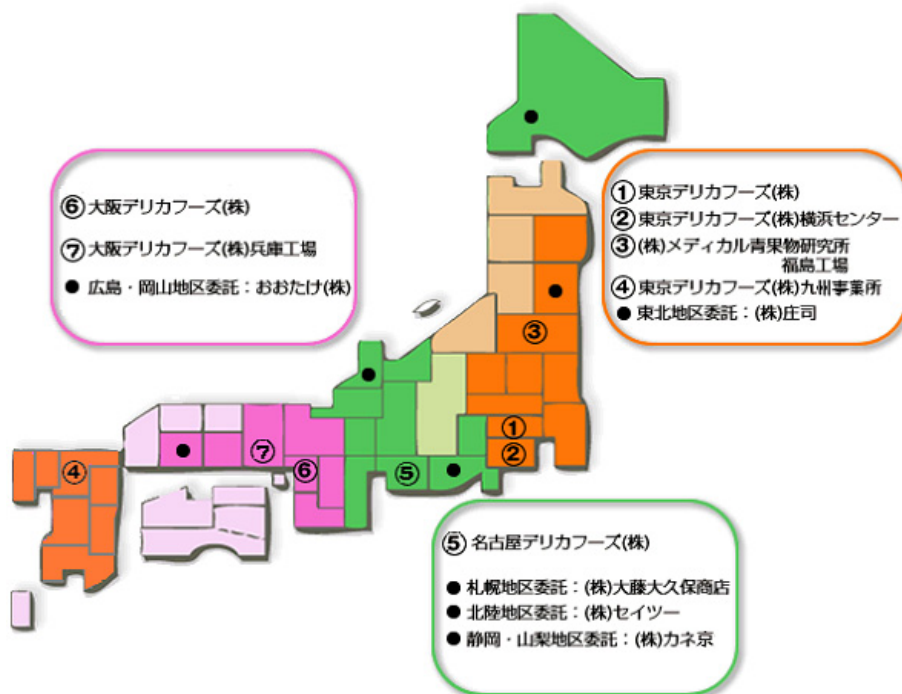
## ■事業概要

### 青果物の物流会社としての配送先数は業界でも最大規模

#### (1) 事業内容と特徴

同社の事業は契約農家や市場などから仕入れた野菜を顧客の要望に合わせて加工し配送するカット野菜事業と、仕入れた野菜をそのまま配送するホール野菜事業、その他事業に分けられる。その他事業には日配品（卵、豆腐、冷凍食品など）の販売、業務委託、コンサルティング業務が含まれている。業務委託とは、同社が現在物流拠点を有していない北海道、東北の一部エリア、中国・四国地域において協力企業に配送を委託しており、その部分にかかる売上となる。コンサルティング業務とは、子会社のデザイナーフーズが外食企業などに対して行っているメニュー提案などのコンサルティングや、食品の栄養成分に関する受託分析サービスのことである。

#### 配送地域と業務委託先

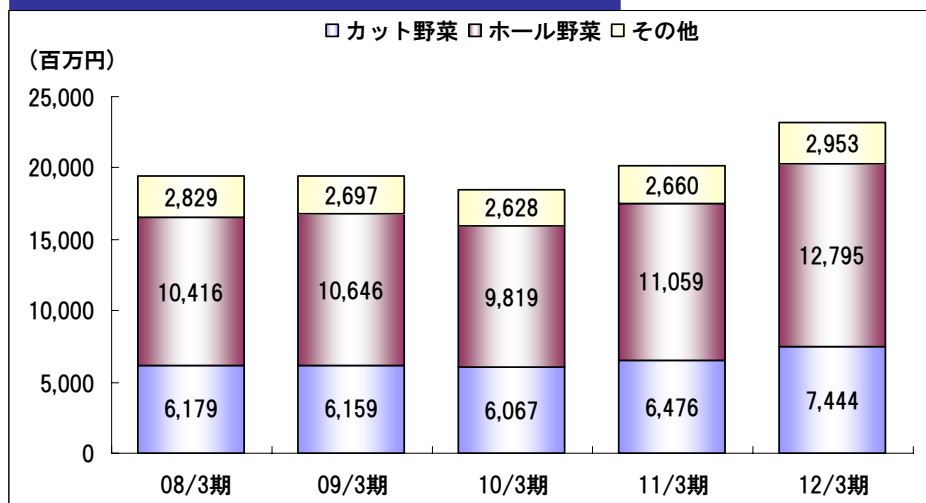


※会社HPより引用

直近5年間の部門別売上高推移でみると、構成比率はホール野菜が55%、カット野菜が32%、その他が13%とここ数年、その比率はほぼ一定で推移している。部門別の収益性に関しては、顧客ごと、発注量ごとに販売単価も変わってくるため、特に偏りはないとみられる。

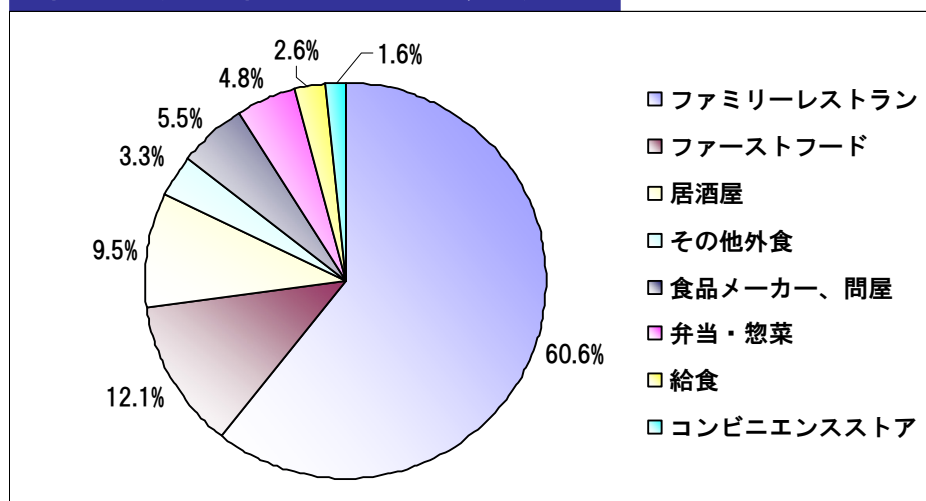
■事業概要

部門別売上高（単位：百万円）



業態別売上構成比では、2012年3月期の実績でファミリーレストランが60.6%と最も高く、次いでファーストフード、居酒屋、食品メーカー・問屋の順となっている（グラフ参照）。外食産業向けが全体の85.5%、中食産業向けが14.5%といった構成になっており、主な顧客としてはモスバーガー、ケンタッキー・フライド・チキン、SUBWAY、デニーズ、ロイヤルホスト、すかいらーく、和民、庄屋、サークルKサンクス、セブンイレブン、オリジン弁当などがある。配送先は全国で約10,000店舗程度あり、青果物の物流会社としては業界でも最大規模となっている。

業態別売上構成比（2012/3期）



同社の事業における特徴は、カット野菜の国内最大手企業ということだけでなく、外食産業など顧客企業が繁盛するためのコンサルティング業務も同時に行っていること、また、「健康」のために野菜の栄養価などの分析や研究開発などを大学院や各種研究機関と提携して行うなど、安全で健康に寄与する野菜市場の拡大に研究開発面から積極的に取り組んでいるということにある。同社のこうした取り組みは、国民の健康増進だけでなく、国内農業の発展にもつながることから、社会的貢献度の極めて高い企業としても評価されよう。

■事業概要

## 契約農家からの直接仕入率は60%強と半分以上の水準

### (2) 野菜の市場規模と同社の強み

同社が対象市場としている外食産業、中食産業向けの野菜市場の規模に関しては具体的な統計データはないものの、年間で1.5～2兆円の規模と推定される。このため業界最大手と言われている同社においても、その市場シェアは1%強の水準にとどまることになる。これは地域ごとに零細企業が多数あり、同社のように全国展開している企業はまだ少ないためだ。

ただ、今後は青果物流通業界においても他の業界と同じく寡占化の動きが進む可能性が高く、そのなかで同社が市場シェアを拡大する余地は大きいとみている。競争が激しい外食業界においては、他社との差別化を図るための施策の1つとして、栄養価の高い野菜に注目し始めているためだ。同じ野菜でも産地や収穫月によって栄養価が変わってくることが同社の研究データからも明らかになっており、同社は顧客のニーズに合致した最適な野菜を全国に張り巡らされている契約農家などから調達し、供給する物流システムを作り上げている。ちなみに、同社が仕入れる野菜のうち契約農家からの直接仕入率は60%強と半分以上の水準となっている。

青果物の機能性に早くから着目して膨大なデータを蓄積し、顧客に対して「青果物を卸す」だけでなく、「付加価値の高いメニューの提案」も同時にできることが、同社の最大の強みとなっている。通常の卸売業者であれば、顧客との打ち合わせは購買担当者のみで終わってしまうが、同社の場合は経営陣とのミーティングも可能であり、顧客との繋がりは同業他社よりも強固なものを築き上げている。

### デリカフーズグループの強み

- ・大都市部での強固な地盤
- ・365日体制のチルド配送網
- ・カット野菜の製造技術ノウハウ
- ・全国に網羅する契約産地（調達率は60%強）
- ・グループ間のバックアップ体制
- ・業界TOPの研究開発部門
- ・野菜の成分分析に関する豊富なデータ蓄積
- ・抗酸化分野でのパイオニア
- ・顧客への提案力

## ■決算動向

### 第2四半期は期初計画をそれぞれ上回る好調な決算

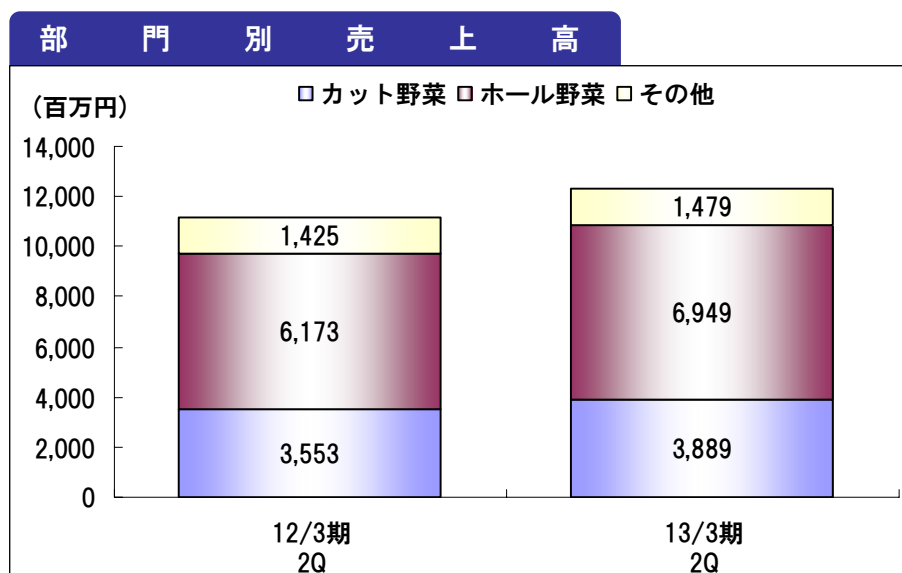
#### (1) 2013年3月期の第2四半期（4-9月期）決算

11月12日に発表された2013年3月期の第2四半期累計（4-9月期）の連結業績は、売上高が前年同四半期比10.5%増の12,317百万円、営業利益が同65.5%増の388百万円、経常利益が同71.4%増の378百万円、四半期純利益が同81.9%増の230百万円と好調な決算となった。期初計画に対してもそれぞれ上回る格好となった。

#### 2013年3月期の第2四半期業績（単位：百万円）

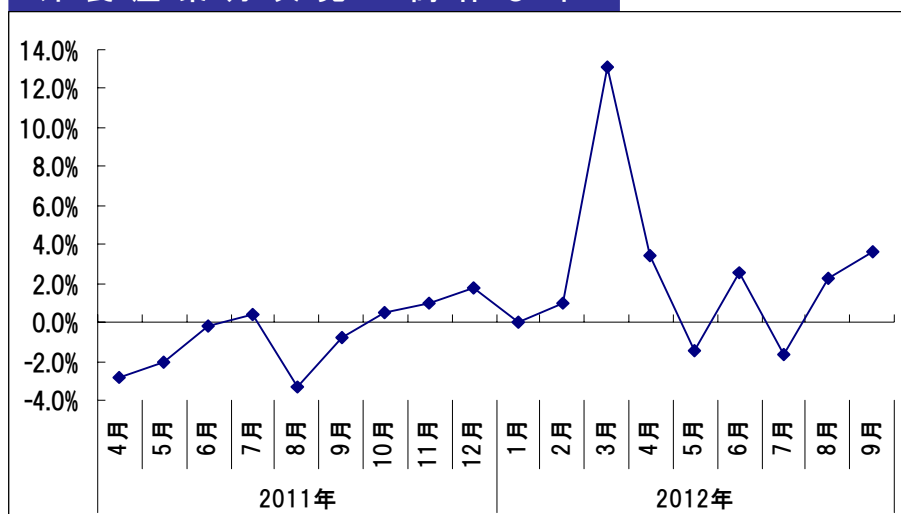
|        | 12/3期<br>2Q | 13/3期<br>2Q |        | 前年同<br>四半期比 | 計画比   |
|--------|-------------|-------------|--------|-------------|-------|
|        | 実績          | 期初計画        | 実績     |             |       |
| 売上高    | 11,151      | 12,000      | 12,317 | 10.5%       | 2.6%  |
| 売上原価   | 8,448       |             | 9,259  | 9.6%        |       |
| 販売管理費  | 2,468       |             | 2,669  | 8.1%        |       |
| 営業利益   | 234         | 300         | 388    | 65.5%       | 29.6% |
| 経常利益   | 220         | 290         | 378    | 71.4%       | 30.6% |
| 四半期純利益 | 126         | 177         | 230    | 81.9%       | 30.0% |
| （売上比）  |             |             |        |             |       |
| 売上原価   | 75.8%       |             | 75.2%  |             |       |
| 販売管理費  | 22.1%       |             | 21.7%  |             |       |
| 営業利益   | 2.1%        |             | 3.2%   |             |       |
| 経常利益   | 2.0%        |             | 3.1%   |             |       |
| 四半期純利益 | 1.1%        |             | 1.9%   |             |       |

売上高を部門別でみると、カット野菜が前年同四半期比9.4%増の3,889百万円、ホール野菜が同12.6%増の6,949百万円、その他が同3.8%増の1,479百万円となり、総じて堅調に推移した。既存顧客向けの取引量が拡大したことに加えて、宅食関連、ファーストフード、専門店（和食・洋食）などで新規顧客を獲得したことも売上増に貢献した。



■決算動向

外食産業月次売上高伸び率

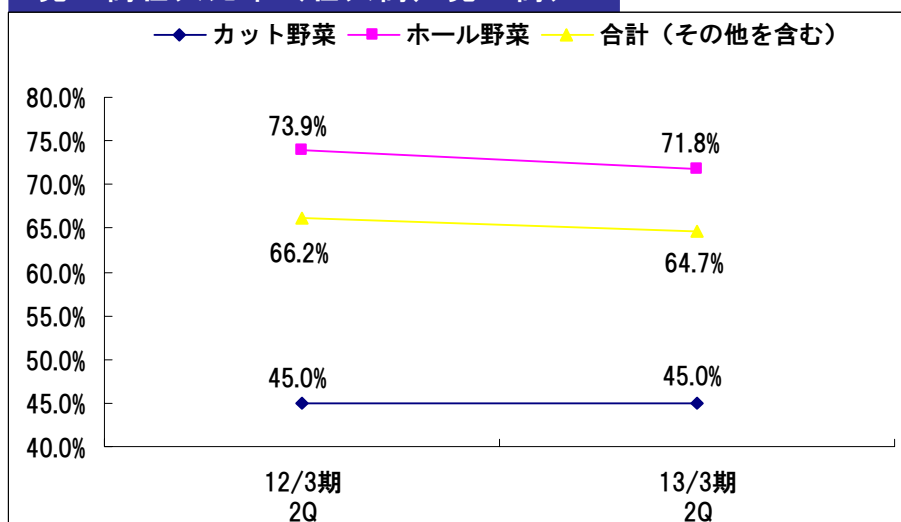


出所：日本フードサービス協会

売上高の85.5%を占める外食産業の同期間における売上高の成長率が1～2%増にとどまっていることから、同社の市場シェアも拡大したものと推察される。

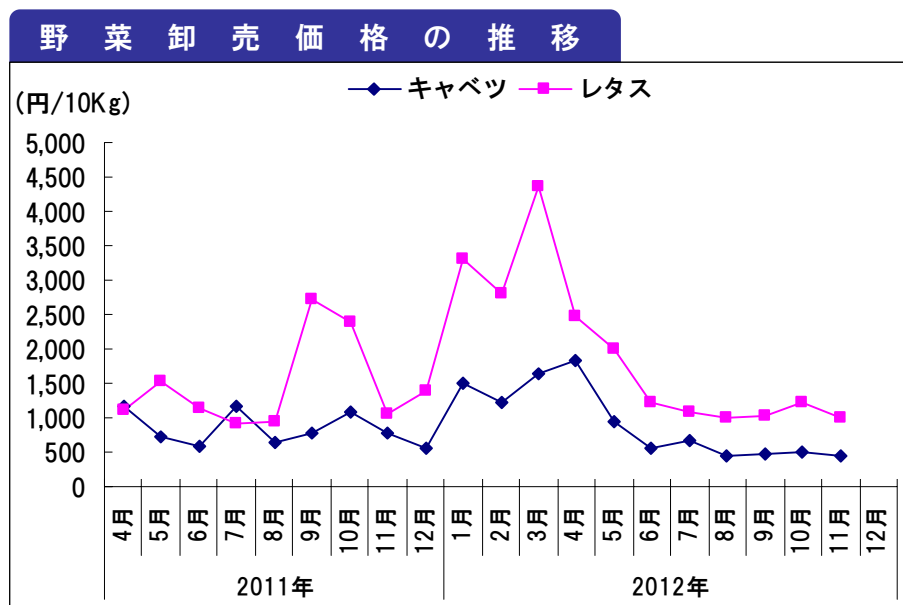
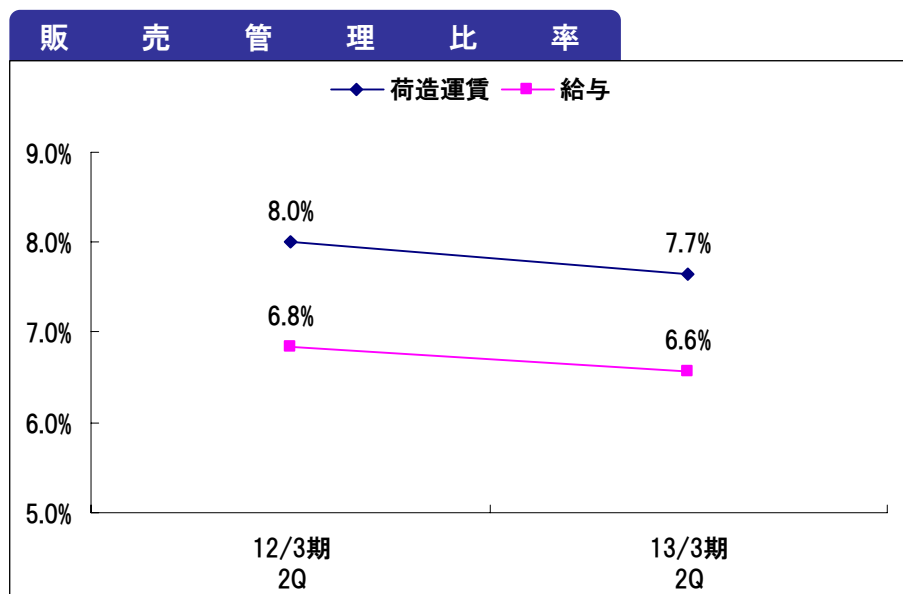
売上高営業利益率は3.2%と前年同四半期比で1.1ポイント上昇した。売上原価率、販売管理費比率ともに改善し、利益率の向上に寄与したことがわかる。売上原価に関しては、仕入高比率が64.7%と前年同期から1.5ポイント低下したことが大きく寄与した。カット野菜の仕入高比率は45.0%で前年同期並みの水準だったが、ホール野菜が71.8%と2.1ポイント低下した。

売上高仕入比率（仕入高／売上高）



一方、販売管理費比率では主要項目である荷造運賃、給与ともに前年同期の水準から低下しており、生産性の向上および物流コストの削減が進んでいることがうかがえる。これは野菜の調達価格、品質が例年に比べて安定して推移したことにより、作業効率が向上したほか、廃棄ロスなども少なかったことが寄与している。

■決算動向



出所：東京都中央卸売市場、価格は第一週目の相対価格中値。

貸借対照表に関してみると、総資産ではほぼ2012年3月末と同水準の10,604百万円となった。当期間中の変化ポイントを挙げれば、2013年7月に竣工予定となる東京第2FSセンターの建設予定地を575百万円で購入したことに伴う現預金の減少、並びに有利子負債の若干の増加が挙げられる。その他の項目に関しては大きな変化は見られなかった。

また、キャッシュフローの動きに関しては、営業キャッシュフローが253百万円となったが、土地取得費用を中心に投資キャッシュフローが▲606百万円と膨らんだことで、9月末の現金および同等物残高は1,559百万円と若干減少した格好となっている。



## ■決算動向

## 連結貸借対照表（単位：百万円）

|         | 12/3期  | 13/3期<br>2Q | 増減額  |                |
|---------|--------|-------------|------|----------------|
| 流動資産    | 5,534  | 4,991       | -543 |                |
| 現預金     | 2,483  | 2,014       | -469 | 新工場予定地取得のため減少  |
| 固定資産    | 5,090  | 5,612       | 522  |                |
| 有形固定資産  | 4,603  | 5,112       | 509  | 土地取得価額575百万円   |
| 資産合計    | 10,625 | 10,604      | -21  |                |
| 流動負債    | 3,569  | 3,539       | -29  |                |
| 短期借入金   | 841    | 1,049       | 207  | 長期からの振替＋土地取得費用 |
| 固定負債    | 2,820  | 2,663       | -156 |                |
| 長期借入金   | 2,682  | 2,530       | -152 | 短期へ振替          |
| 負債合計    | 6,389  | 6,202       | -186 |                |
| 株主資本    | 4,232  | 4,400       | 167  |                |
| 利益剰余金   | 2,055  | 2,223       | 167  | 利益増加による        |
| 純資産合計   | 4,236  | 4,401       | 165  |                |
| 負債純資産合計 | 10,625 | 10,604      | -21  |                |

## キャッシュフロー計算書（単位：百万円）

|             | 12/3期<br>2Q累計 | 13/3期<br>2Q累計 |
|-------------|---------------|---------------|
| 営業キャッシュフロー  | 388           | 253           |
| 税金等調整前利益    | 218           | 384           |
| 減価償却費       | 133           | 134           |
| 法人税等支払額     | -11           | -225          |
| 投資キャッシュフロー  | -271          | -606          |
| 有形固定資産取得    | -182          | -678          |
| 財務キャッシュフロー  | -77           | -24           |
| 借入金増減       | 15            | 55            |
| 配当金支払い      | -72           | -61           |
| 現金及び同等物の増減額 | 38            | -378          |
| 期末現金及び同等物残高 | 1,814         | 1,559         |

## 2013年3月期は5期ぶりに過去最高益を更新する可能性も

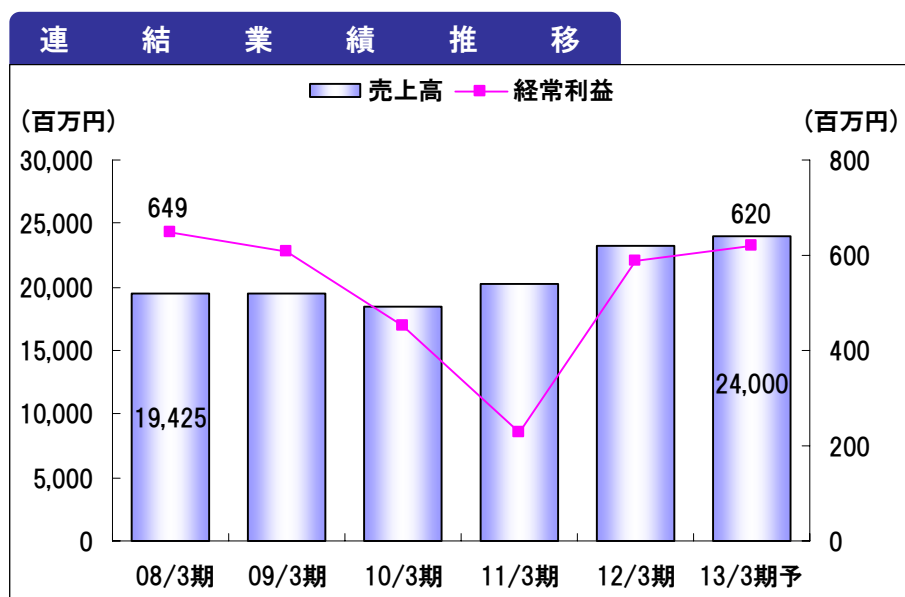
## (2) 2013年3月期見通し

2013年3月期の業績は、売上高が前期比3.5%増の24,000百万円、営業利益が同3.9%増の640百万円、経常利益が同5.1%増の620百万円、当期純利益が同60.6%増の378百万円と期初の会社計画が維持された。国内景気の先行きが厳しくなっており、同社の主要顧客である外食産業や中食産業においても、その影響がでるかどうかが不透明なためだ。



## ■決算動向

ただ、足元の市場動向は特に変化なく引き続き堅調に推移しているものとみられ、第3四半期以降に収益のマイナス要因となるものも現段階では見当たらない。同社の業績の傾向としてはもともと下半期のほうが売上高、利益ともに若干高めとなる傾向にあり（直近5期間の平均では売上高が49：51、営業利益が47：53の比率）、2013年3月期においても市場環境に大きな変化が出なければ、会社側の業績計画を上回る可能性は高く、経常利益では2008年3月期以来5期ぶりに過去最高益を更新する可能性も考えられる。



なお、2010年に稼働した東京FSセンターが予想よりも1年前倒しでフル稼働状態となったことから、同社は隣接地に新たに第2FSセンターを建設する計画を発表した。2013年2月に着工し、7月に竣工予定となっている。延べ床面積で約3,340㎡とFSセンターの80%程度となる。同センター建設による設備投資額は機械装置も含めて、総額で1,500百万円となる。

FSセンターは24時間受発注体制で（受注店舗数業界1位）、ISO22000（食品安全マネジメントシステム）の認証取得をしており、少量多品種ラインであること（受注生産型業界1位）、完全コールドチェーン化しており、業界で初めて自動仕分け機を導入したこと（仕分け速度業界1位）など様々な点で優れた機能を有しており、受注拡大と生産性の向上に寄与している。同社では今後も関西エリアや中部エリアで同様の機能を持ったFSセンターを立ち上げる構想を持っており、更なる収益拡大を目指していく方針だ。

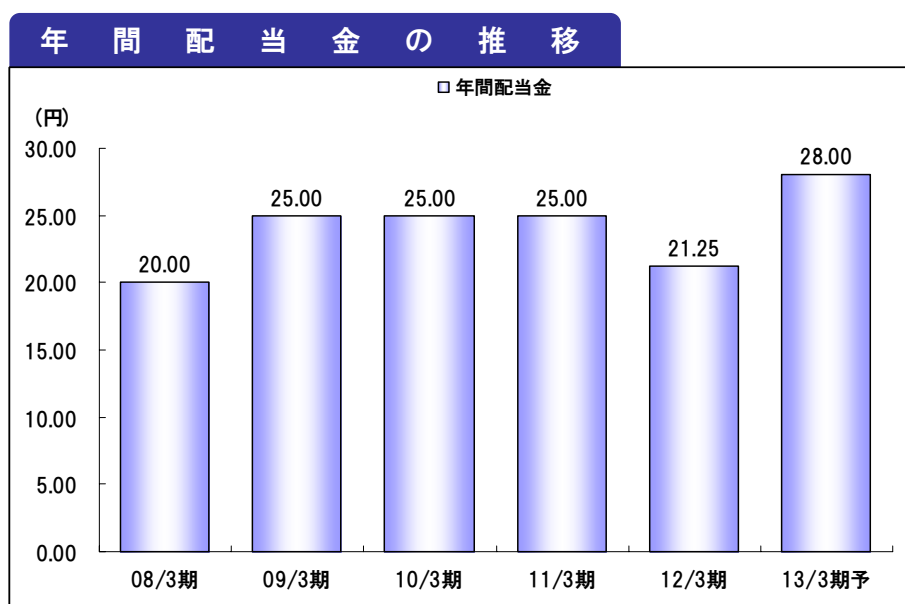
■決算動向

## 期末配当金は従来予想から3円増額の28円を計画

### (3) 株主還元策

同社は業績が好調に推移していることから、期末配当金に関して従来予想の1株当たり25.00円から3.00円増額し28.00円にすることを発表した。今後も安定配当を基本にしながらも、業績動向や設備投資状況、内部留保額などを総合的に勘案して、配当金を決定していく方針だが、将来的には配当性向で20%以上を1つの目安としているようだ。

現在、同社の株式は東京証券取引所第2部市場に上場しているが、将来的には第1部市場への上場も視野に入れているだけに、株主還元策を中心とした株主作りにも積極的なスタンスを維持するものとみられる。



※2012年4月1日付けで株式1株につき200株の株式分割を実施  
2012年3月期以前は遡及修正後の数値

## ■中期経営計画について

### 先駆的なビジネスモデルを武器に市場シェア拡大を図る

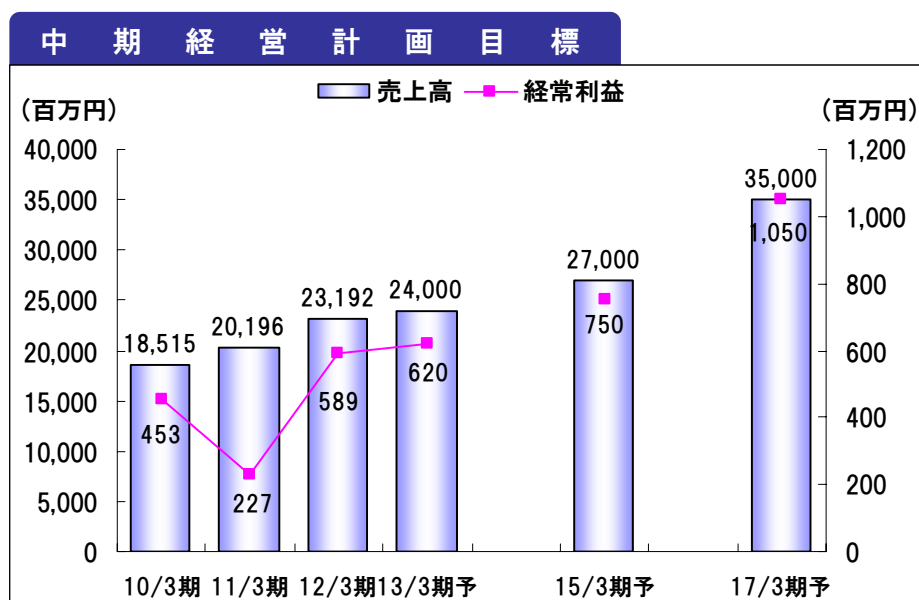
同社は2012年5月に2017年3月期を最終年度とする中期経営計画「THE SECOND FOUNDING STAGE 2017」を発表した。第2創業期として新たな成長ステージへの躍進を目標としたもので、「次世代型の青果物流通業」「農業と健康を繋ぐ創造企業」として、成長戦略を推進していく計画となっている。

「農業と健康を繋ぐ創造企業」とは、野菜の中身（栄養価）分析により得られた「抗酸化力」（体の老化を食い止める力）、「免疫力」（体の異常を監視して、体を守る）、「解毒力」（体から老廃物を出す）、「酵素力」（全ての細胞の代謝に係わる）といった各種データ（10年以上にわたって20,000検体以上を調査分析）をもとに、野菜を単に摂取するのではなく、目的に応じた野菜を摂取して健康の増進に役立てるといった提案型の企業として成長していくという意味合いがある。青果物流通業界のなかでは先駆的なビジネスモデルとなり、これが市場シェアを拡大していくための強力な武器になっていくと考えている。実際、米国では食料品に「抗酸化力」の数値が明示されるようになってきており、今後、日本でも同様の動きになってくる可能性がある。

### 成長基盤作り、飛躍的成長期と計画を2段階に位置付け

#### (1) 中期経営計画概要

中期経営計画は2段階に分けられている。第1段階となる2015年3月期までを成長基盤作りの時期として捉え、第2段階となる2016年3月期から2017年3月期までを飛躍的成長期として位置付けている。具体的な、目標数値と注力ポイントについてはグラフおよび表の通りとなっている。



■中期経営計画について

中期経営計画概要

| 第一期 (SF2015)                                                                                                                                                                                                                                                          | 第二期 (SF2017)                                                                                                                                                                                                                                        |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 連結売上高 270億円<br>連結経常利益 7.5億円<br>・事業構造の強化<br>①安定調達に向けた「国内外契約産地の再構築」<br>②収益力強化に向けた「改革・改善推進」及び「原価低減」<br>③販売市場拡大に向けた「給食・宅食・施設事業でのシェア獲得」<br>・成長基盤の構築<br>①経営者候補及び幹部候補生の育成<br>②国内協力企業とのネットワーク構築及び拠点増設<br>③生産技術・管理機能の再構築及び期間システム集約化<br>・海外での事業展開準備<br>①海外市場への参入準備<br>②海外産地の再開拓 | 連結売上高 350億円<br>連結経常利益 10.5億円<br>・国内エリアの拡大<br>①直営拠点またはFC拠点の増設<br>②機関物流・毛細物流の構築<br>③グループシナジーの発揮及び基幹システムの集中化<br>・海外での事業展開<br>①ビジネスモデル（調達・生産・販売・開発）の拡充<br>②輸出入基点の配置<br>③研究開発の活用による高付加価値化<br>・新規事業、新規マーケットへの参入<br>①B to C事業への本格参入<br>②青果物を原料としたマーケットへの参入 |

これらの計画を達成する上での事業戦略として、R&D部門への積極投資、財務基盤の強化（高収益化、経営のスリム化）、「農と健康を繋ぐ創造企業」としての企業ブランド構築、安全・安心な製品の生産・供給体制への投資などを進めていく。

売上高に関しては過去5年間の平均成長率が3%であったのに対し、今回の中期計画では年平均9%成長と売上高の成長加速を目指していることがわかる。売上増加の要因としては、国内拠点の拡大によるシェアアップ、海外事業展開、新規事業・新規マーケットへの参入を挙げている。以下、3つの増収要因について示す。

物流拠点の拡大は様々なケースを想定して展開する計画

(2) エリア拡大

現在、同社の国内物流拠点としては7拠点あるが、今後これを2017年3月期までに国内14拠点、海外2拠点まで拡大していく計画となっている。候補地としては主力の東名阪エリアだけでなく、今まで物流拠点がなかった中国・四国、東北、北海道エリアにも展開していく予定となっている。これら拠点では現在、協力企業に業務委託しているが、今後は独自で展開していくか、M&Aによって既存の事業者をグループ内に取り込む、もしくはフランチャイズチェーンの格好で展開するということによって様々なケースを想定しながら展開していく計画だ。中期計画の最終年度となる2017年3月期には物流拠点に関して、国内全エリアを自社グループでカバーできる体制が整うことになる。

事業所一覧

| 事業所名                | 機能      |
|---------------------|---------|
| 東京デリカフーズ 本社（FSセンター） | カット野菜工場 |
| 横浜工場                | 物流センター  |
| 九州事業所               | 物流センター  |
| 大田センター              | 物流センター  |
| 名古屋デリカフーズ 本社        | カット野菜工場 |
| かの里工場               | 物流センター  |
| 大阪デリカフーズ 本社         | カット野菜工場 |
| 兵庫工場                | 物流センター  |
| メディカル青果物研究所 福島工場    | カット野菜工場 |
| デザイナーフーズ            | 研究所     |



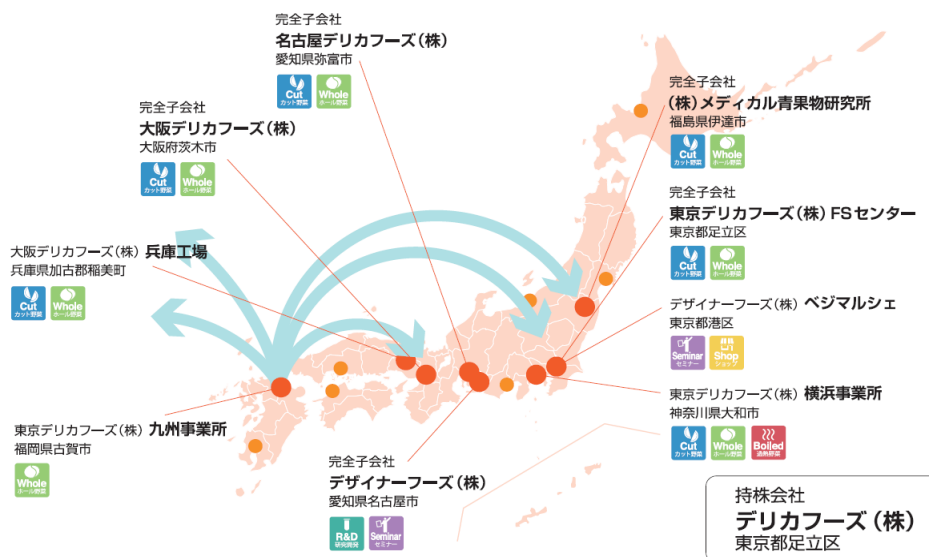
■中期経営計画について

## 九州事業所は海外進出も視野に入れた最前線拠点

### (3) 海外展開

現在、海外ビジネスとしては中国の契約農産地からの輸入を行っている程度だが、中期計画では、中国のほか東南アジアなどでも現地の物流配送を行っていく予定だ。香港や台湾、シンガポールなどに進出している日系外食企業から、進出要請の声が高まっていることも海外進出を後押しする格好となる。同社では2017年3月期までに2拠点ほど現地に進出し、青果物流通事業を開始する計画を立てている。候補地としては、現段階では上海、香港、タイ、台湾が上がっている。

なお、2012年3月に九州事業所を新たに開設しているが、同事業所は九州エリアの顧客開拓、産地開拓・育成としての機能だけでなく、輸出入基地として将来の海外進出のための最前線拠点としての役割も視野に入れた事業所となっている。



※会社資料より引用

## 野菜の機能性を前面に押し出した販売は多店舗展開も視野

### (4) 新規事業、新規マーケット

新規事業としてはB to Cの事業を今後展開していきたい考えだ。既に、子会社のデザイナーフーズで1店舗、東京・六本木に「ベジマルシェ」という野菜中心の食料品店をオープンしているほか、通信販売も行っている。野菜の「抗酸化力」「免疫力」「解毒力」といった機能性を前面に押し出した販売を行っているのが特徴で、順調であれば多店舗展開も視野に入れている。ただ、B to Cの事業に関しては競合他社も多いなかで、軌道にのるかどうかはまだ不透明と言える。

## ■中期経営計画について

一方、新規マーケットとしては漬物、惣菜、ジャムなど食料加工品メーカー向けの市場を開拓していく。従来までは殆ど手つかずの市場であったが、こうした加工食品でも機能性野菜を求めるニーズが増えてきていること、加工食品の市場自体も年々拡大傾向にあることなどが背景にあり、需要は旺盛とみられる。全体に占める比率は小さいが、今後着実に売り上げを伸ばしていく分野とみられる。



※会社HP、会社資料より引用

## 一括配送を行える物流管理会社への需要を取り込む

### (5) その他

そのほか、最近では外食企業が自社農場を経営して、自社の食材に利用する、あるいは自社で直接農家と契約して取引するといった流通形態も出始めているが、単独で農家と契約する事業リスクは高いため、同社のような物流管理会社の存在は必ず必要になるとみており、そういった需要も取り込んでいく。また、物流管理のなかで品質管理が厳しい生鮮野菜を扱っている同社は、日配品（卵、牛乳、パンなど）や乾物などの一括物流を請け負うチャンスも今後、増えてくるとみている。食料品を調達するユーザー側にとっても、一括で配送してくれたほうがコストを低く抑えることができるためだ。実際、東京FSセンターでこうした取り組みが成功しており、受注の拡大に繋がっている。

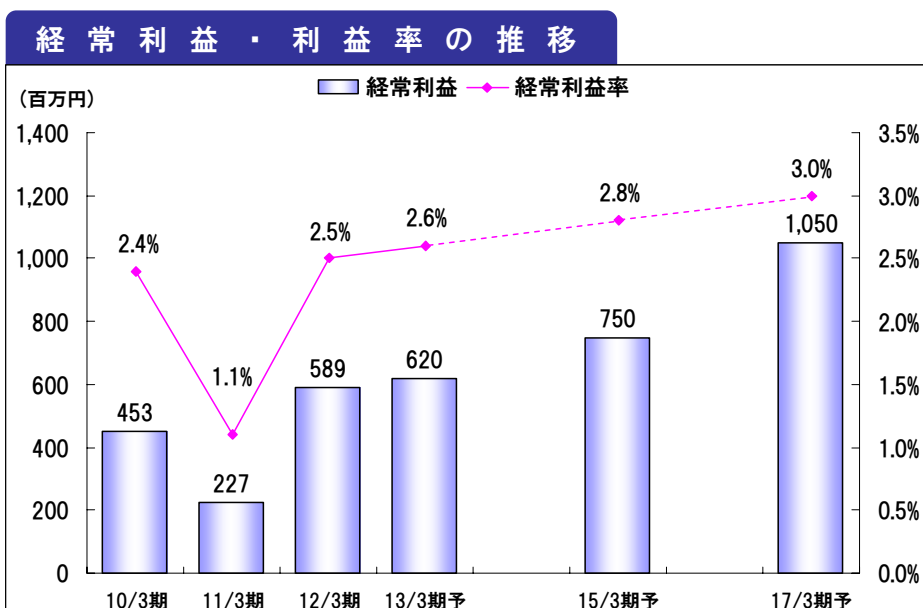


■中期経営計画について

## 新工場建設などの固定費負担増で利益率は緩やかな上昇

### (6) 利益率について

中期経営計画のなかで売上高の伸びに対して、2017年3月期の経常利益率が3%と緩やかな上昇にとどまるが、これは新工場の建設などで固定費負担が若干上昇することと、業界全体の利益率そのものが低いことに起因する。青果物流通業界の平均利益率は1%前後とも言われており、薄利多売の業界構造となっている。業界平均と比較すれば同社の利益率はトップクラスにあると言っても良く、業界内での競争力は抜きんでいえると言えよう。今後、積極的な経営展開によって売上規模が拡大し、提案型ビジネスが増えてくれば長期的には利益率が向上してくる可能性はある。





## ディスクレーマー（免責条項）

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・大阪証券取引所・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、株式会社大阪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、企業との面会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・加工することは強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・譲渡することは強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