

IBJ

6071 東証 2 部

2015 年 5 月 19 日 (火)

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

■ 国内最大規模の婚活サービス企業

IBJ<6071> は婚活サイト「ブライダルネット」の運営からスタート。その後、全国の結婚相談所のデータをネットワークでつなぐ「日本結婚相談所連盟」を立ち上げたほか、ネットを活用した合コン、お見合いパーティー等の企画運営を行うなど婚活を基軸として事業領域を拡大中。現在、同社が提供するサービスの利用者（婚活会員）数は約 34 万人と右肩上がり増加しており、婚活サービス企業では国内最大規模となっている。

5 月 15 日に発表された 2015 年 12 月期第 1 四半期（2015 年 1 月 -3 月）の業績は、売上高が前年同期比 28.2% 増の 927 百万円、営業利益が同 45.5% 増の 194 百万円と 2 ケタ増収増益を継続、社内計画も上回る好調な滑り出しとなった。特に、イベント事業は仙台に 1 月末に出店したほか、神戸店の増床も行うなど、旺盛な需要に合わせてパーティー会場を増強したこともあり、動員数が前年同期比 45.7% 増と大きく伸びた。また、オンライン婚活サービスのコミュニティ事業もスマホアプリの普及や大手企業の参入などにより、入会に対する心理的ハードルが低くなり、3 月末の会員数が同 45.5% 増と想定以上に増加した。

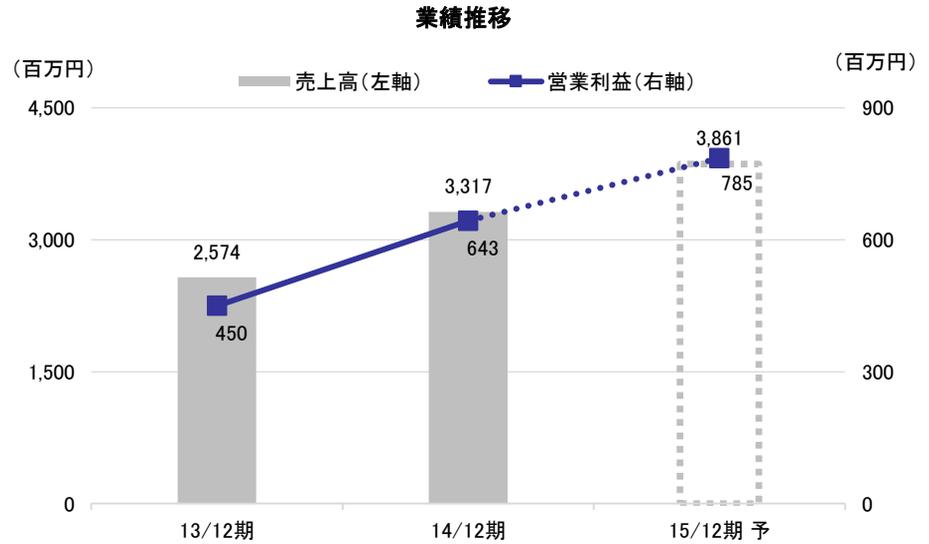
2015 年 12 月期の業績は売上高が前期比 16.4% 増の 3,861 百万円、営業利益が同 22.1% 増の 785 百万円と期初会社計画を据え置いているが、足元の状況からすると上振れする公算が大きいと言えよう。同社の事業モデルはイベント事業を除けばストック型のビジネスモデルであり、会員数の増加基調が続くなかで業績は右肩上がりに拡大を続ける見通しだ。同社では更なる成長を目指すため、婚活周辺事業への展開も進めていく。既に、婚活関連企業との協業により、同社顧客の送客サービスを開始しているほか、保険や不動産分野での協業、もしくは M&A によるグループ展開を視野に入れている。

大手企業のオンライン婚活サービスへの市場参入が懸念されているが、同社のように結婚相談所やイベント開催といったリアルなサービスとネットサービスをうまく融合させた事業を展開している企業はない。また、オンライン婚活サービス市場の成長余地が依然大きいことから、大手企業が参入することで市場の認知度や信頼性が高まり、需要の掘り起こしの観点から同社にとってもポジティブな影響が期待される。

2015 年 12 月期の配当予定は未定となっているが、過去の配当性向が 38% 程度となっていることから、当期も業績拡大が続けば増配が続くものと期待される。なお、同社では 2014 年に JASDAQ 市場から東証第 2 部市場への市場変更を行い、婚活業界初の第 1 部市場への指定を目指している。

■ Check Point

- ・ 収益機会の最大化と収益性の向上を同時に実現
- ・ 旺盛な需要を背景にイベント開催数が大幅増加、動員数を伸ばす
- ・ 業績は計画を上回るペースで推移、通期も会社計画を上回る公算



■ 事業概要

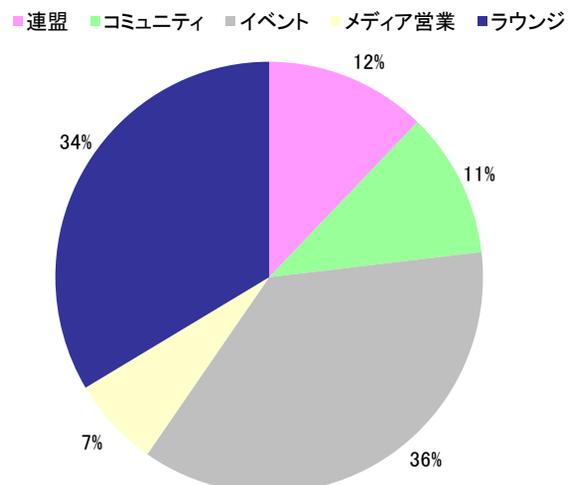
婚活に関わるサービスを提供、年間約 2,500 組成婚

(1) 事業内容

IBJ は婚活に関連する様々なサービスをオンラインであるネットと、オフラインであるリアル店舗の両面から提供する日本最大規模の婚活サービス企業である。同社サービスを利用する婚活会員数は約 34 万人に上り、2014 年は年間約 2,500 組成婚している。

事業セグメントとしてはメディア部門とサービス部門の 2 部門で開示しており、メディア部門は連盟事業、コミュニティ事業、イベント事業、メディア営業で構成されており、サービス部門はラウンジ事業で構成されている。2014 年 12 月期の売上構成比で見ると、イベント事業とラウンジ事業が各 30% 以上となっており、次いで、連盟事業、コミュニティ事業が 10% 超の水準となっている。

事業別売上構成比(14/12期)



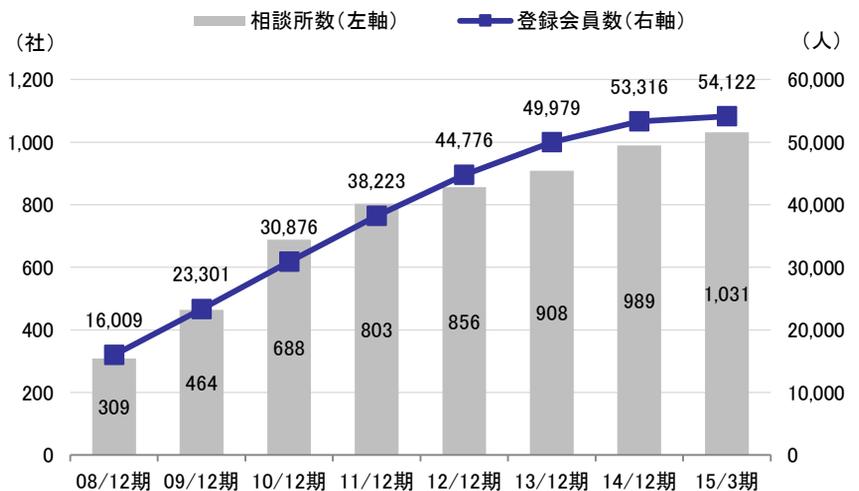
2015 年 5 月 19 日 (火)

○ 連盟事業

連盟事業は、同社が設立した「日本結婚相談所連盟」に加盟する結婚相談所向けのサービスとなる。加盟店は「IBJシステム」と呼ばれるお見合い管理システムを導入することによって、同連盟に登録されている 1,030 社超の相談所、5.4 万人に上る会員データベースを共有することが可能となり、お見合いのセッティング機会が増大するなどのメリットを享受している。現在、国内で事業活動している結婚相談所は約 2,000 社あるとみられており、相談所ベースでのシェアは約 50% の水準となる。

同事業の売上高は加盟店からの加盟料、及びシステム利用料からなる。システム利用料は従量制、固定制に分かれており、平均では月額 2 万円程度となっている。なお、新規開業希望者については事業の立ち上げサポート費用を含めて、一律で加盟金 120 万円を徴収している。また、業界活性化・健全化のための定例会（勉強会）の開催やガイドラインの設定、あるいは加盟店同士のコミュニケーションツールとなる IBJ 新聞（隔月）の発行も行っており、加盟店数も年々増加の一途をたどっている。

日本結婚相談所連盟加盟数と登録会員数



○ コミュニティ事業

コミュニティ事業では、婚活サイト「ブライダルネット」の運営を行っている。登録会員数（無料会員含む）は 2015 年 3 月末で 15 万人超、うち月額有料会員数は 12,572 人と国内最大級の規模を誇っている。同事業の売上高は、主に「ブライダルネット」の有料会員から得られる月額利用料 3,000 円からなる。同サイトを介して実際に出会う人数（連絡先を交換した人数）は月平均で 1 万人となっており、会員数の伸びとともに増加傾向にある。

○ イベント事業

イベント事業には、婚活パーティーサイト「PARTY ☆ PARTY」の運営・イベント事業と、合コン・街コンのセッティングサイト「Rush」の運営事業が含まれる。

「PARTY ☆ PARTY」で企画した婚活パーティーや各種イベントは、主に自社直営のイベントスペースをパーティー会場として利用することで低コスト運営を実現している。会員からのイベント参加料（前払い）が主な収入源となっており、首都圏、京阪神、名古屋や地方主要都市などで月間 1,000 回以上の婚活パーティーが開催されている。

2015 年 5 月 19 日（火）

※ 2014 年実績。成婚率 = 成婚退
会者数 ÷ 全退会者数

一方、「Rush」は登録会員数が約 24 万人と国内最大級の合コン・街コンセティングサイトで、会員は日時や場所、人数、年齢など各種条件検索により希望する合コンに、サイト上から参加申し込みするシステムとなる。同社では合コンのセティングのほか、飲食店の選定・予約・代金精算代行サービスも一括して提供している。合コン参加者からは飲食代金込みの参加料金を前受金で徴収し、また、契約する飲食店からも送客手数料などを別途収受している。

○メディア営業

メディア営業は、同社が保有する「婚活会員基盤（データベース）」を活用した広告商材の販売や、ライフデザインサポート領域に特化したメディア広告枠の運用・販売が含まれている。また、提携先の婚活周辺企業への送客サービスなども同事業に含まれている。

○ラウンジ事業

ラウンジ事業では、主要都市及びターミナル立地に特化した結婚相談所「IBJメンバーズ」の運営を行っている。2015 年 3 月末時点で、首都圏と大阪、神戸、名古屋に合計 9 店舗出店している。徹底した成婚主義にこだわっているのが特徴で、業界最高水準の成婚率 52.2%※を実現している（業界の平均水準は 10～30%）。

また、同事業では国家公務員共済組合連合会（KKR）の福利厚生サービスとして、ほぼ同様のサービスとなる「KKR ブライダルネット」の開発、運営受託も行っており、その取り組みは業界でも高く評価されている。

成婚率の高さの背景には、IBJ システムによる約 5.4 万人の豊富な会員データベースの活用に加えて、優秀なカウンセラーによる少人数専任制（1 カウンセラー当たり担当会員数は約 60 名まで）を敷いていること、成婚報酬主義を採用していることなどが挙げられる。また、同社の新規会員は「PARTY ☆ PARTY」など自社グループ内サービスからの入会者が過半を占めるため、会員獲得のためのマーケティングコストも競合他社と比較して抑えることが可能となっている。そのコスト分を優秀なカウンセラーの維持獲得費用に振り向けており、成婚率の高さの要因の 1 つになっていると考えられる。なお、同事業は会員からの入会金、年間活動サポート費、月会費、成婚料が主な収入となっており、料金プランは 4 つのコースに分かれている。

IBJ メンバーズ

コース・料金	
プレミアコース	初期費用：登録料 30,000 円 + 活動サポート費 135,000 円（1 年間の活動期間） 月会費 15,000 円（個別紹介・面談無し、お相手検索申し込み年間 240 名）
VIP コース	初期費用：登録料 30,000 円 + 活動サポート費 198,000 円（1 年間の活動期間） 月会費 15,000 円 （毎月 3 名まで個別紹介、お相手検索申し込み年間 120 名 2 ヶ月ごとに個別面談）
プラチナコース	初期費用：登録料 30,000 円 + 活動サポート費 348,000 円（1 年間の活動期間） 月会費 6,200 円 （毎月 3 名までお相手紹介、お相手検索申し込み年間 240 名毎月の個別面談）
アンドモアコース （40 代、50 代向け）	初期費用：登録料 30,000 円 + 活動サポート費 115,500 円（1 年間の活動期間） 月会費 15,000 円（個別紹介・面談無し、お相手検索申し込み年間 240 名）

注：成婚退会時に成婚料として一律 210,000 円を別途収受している
出所：同社 HP より作成

2015 年 5 月 19 日（火）

収益機会の最大化と収益性の向上を同時に実現

(2) 同社の強み

同社の強みは、婚活を基軸とした様々なサービスを展開することで、多様な顧客ニーズに対応し集客力を高めるとともに（＝収益機会の最大化）、会員獲得のためのマーケティングコストの極小化（＝収益性の向上）を同時に実現していることにある。もちろん、こうしたビジネスモデルは、婚活の最終目標である成婚率の向上にもつながっている。

また、ビジネスモデルに関して言えば、(B to C)、(B to B) の両分野で事業を展開しているほか、(ストック型)、(フロー型) いずれのビジネスモデルも確立するなど、事業ポートフォリオを多元的に構築していることも、収益の安定性という点において強みになっていると言える。

同社のビジネスモデル

	BtoC	BtoB
ストック型	コミュニティ事業、ラウンジ事業	連盟事業、メディア営業
フロー型	イベント事業	

■ 決算動向

会員数、動員数が拡大、第 1 四半期決算は 2 ケタ増収増益で着地

(1) 2015 年 12 月期第 1 四半期決算の概要

5 月 15 日付で発表された 2015 年 12 月期第 1 四半期決算は、売上高が前年同期比 28.2% 増の 927 百万円、営業利益が同 45.5% 増の 194 百万円、経常利益が同 45.9% 増の 194 百万円、四半期純利益が同 51.7% 増の 122 百万円と 2 ケタ増収増益となり、四半期ベースの業績としても連続で過去最高を更新した。イベント事業、コミュニティ事業を中心に総じて会員数、動員数が拡大し、好調に推移した。また、四半期ベースでの会社計画は開示されていないものの、上半期の計画に対して、売上高、利益ともに 50% を超過していることから、計画を上回って推移したものとみられる。

2015 年 12 月期 1Q 業績

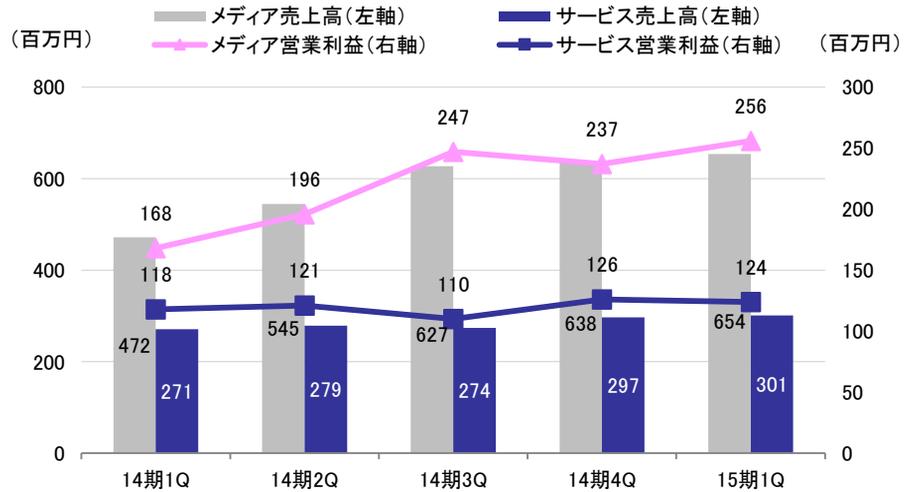
(単位：百万円)

	14/12 期 1Q		15/12 期 1Q			15/12 期 2Q 累計	
	実績	対売上比	実績	対売上比	前年同期比	会社計画	進捗率
売上高	723	-	927	-	28.2	1,775	52.2
売上原価	67	9.4%	87	9.45	28.8	171	50.9
販管費	521	72.1%	644	69.55	23.7	1,281	50.3
営業利益	133	18.5%	194	21.00	45.5	321	60.5
経常利益	133	18.4%	194	20.93	45.9	316	61.4
四半期純利益	80	11.2%	122	13.23	51.7	200	61.1

旺盛な需要を背景にイベント開催数が大幅増加、動員数を伸ばす

(2) 事業セグメント別動向

セグメント別業績推移



注：売上高は、内部売上高を含む

○メディア部門

メディア部門の売上高は前年同期比 38.5% 増の 654 百万円、セグメント利益は同 51.9% 増の 256 百万円となった。最も大きく伸びたのはイベント事業で、第 1 四半期の売上高は前年同期比 38.44% 増の 347 百万円となった。動員数が「PARTY ☆ PARTY」と「Rush」を合わせて、前年同期比 45.7% 増の 81,258 人と大きく伸びたのが主因だ。前年 2 月が大雪の影響で動員数が伸び悩んだ反動もあるが、旺盛な需要を背景に開催数が同 48.8% 増の 6,761 本と大幅に増加したことが動員数の伸びにつながった。特に、「PARTY ☆ PARTY」では、自社専用会場を 1 月末に新たに仙台にも出店したほか、2 月には神戸店の増床も行うなど地方都市部でのニーズ掘り起しも着実に成果に結び付けている。

また、コミュニティ事業の売上高も前年同期比 31.67% 増の 115 百万円と好調に推移した。「ブライダルネット」の 3 月末時点の有料会員数が前年同期比で 45.5% 増の 12,572 人と順調に拡大したことが主因だ。スマホアプリや SNS の普及、大手企業の新規参入などもあって、婚活サイトへの入会に対する心理的なハードルが低くなったことが会員数の増加につながったとみられ、潜在的な成長余地が依然大きいことを示したのとも言える。

また、連盟事業も新規加盟数の増加により、売上高は前年同期比 49.68% 増の 133 百万円と順調に推移した。特にここ最近では新規に事業を立ち上げた結婚相談所が加盟する割合が増えており、日本結婚相談所連盟の業界内での認知度も着実に向上してきたことがうかがえる。

○サービス部門

サービス部門の売上高は前年同期比 11.0% 増の 301 百万円、セグメント利益が同 4.7% 増の 124 百万円となった。3 月末の会員数が前年同期比 9.2% 増と増加したほか、成婚数も同 19.9% 増の 205 人となり、成婚料が増加したことが増収増益の要因となった。

各事業の会員数及び動員数（四半期）

	14年3月	14年6月	14年9月	14年12月	15年3月
連盟事業（日本結婚相談所連盟）					
加盟事業所数（期末、社）	914	913	953	989	1,031
登録会員数（期末、人）	51,049	52,683	53,303	53,316	54,122
（前年同期比）	8.4%	7.9%	7.5%	6.7%	6.0%
コミュニティ事業					
プライダルネット有料会員数（期末、人）	8,642	8,896	9,751	10,481	12,572
（前年同期比）	127.7%	76.4%	50.2%	46.5%	45.5%
イベント事業					
開催本数（累計、本）	4,545	6,020	6,616	6,938	6,761
動員数（累計、人）	55,768	70,731	77,083	82,160	81,258
（前年同期比）	40.8%	56.0%	55.9%	45.4%	45.7%
ラウンジ事業					
ラウンジ会員数（期末、人）	3,694	3,781	3,900	3,951	4,033
（前年同期比）	12.7%	11.6%	7.1%	7.0%	9.2%
成婚数（累計、人）	171	204	202	226	205
（前年同期比）	13.2%	19.3%	37.4%	32.2%	19.9%

■業績見通しと成長戦略

業績は計画を上回るペースで推移、通期も会社計画を上回る公算

(1) 2015 年 12 月期見通し

2015 年 12 月期業績は、売上高が前期比 16.4% 増の 3,861 百万円、営業利益が同 22.1% 増の 785 百万円、経常利益が同 19.8% 増の 754 百万円、当期純利益が同 18.4% 増の 479 百万円と期初計画を据え置いている。前述したように、第 1 四半期の業績が計画を上回るペースで推移したこと、4 月以降も市場環境は良好で、ストック型事業において会員数が順調に積み上がっていることなどから考えると、通期業績も会社計画を上回る公算が大きいと弊社ではみている。

事業別で見ると、引き続きイベント事業、コミュニティ事業、連盟事業が好調に推移する見通し。このうち、イベント事業については通期計画に対する 1Q の売上高進捗率が 22.97% とやや低めだが、これは営業日数の影響で例年、1Q の開催本数が年間で最も低いことで、2Q 以降は一段の拡大が見込まれ、通期の売上高は前期比 18.3% の計画を上回ることが予想される。

また、連盟事業に関しては、既に加盟相談所数が 1,031 社と年間計画を達成しており、今後の上積みも期待される。相談所数の伸びが前期比 4.2% の計画に対して、売上高は 20.0% 増収と高い伸びを見込んでいるが、これは月間平均利用料が新規顧客の拡大に伴って上昇していることが要因となっている。

コミュニティ事業に関しては、会員数を前期比 26.7% 増の 13,277 名を計画しているが、1Q で既に進捗率は 74.8% に達しており、2Q 以降も前年並みの増加ペースでいけば今期末には 14,000 人を超えることも十分想定され、売上高も前期比 19.0% 増からさらに上積みとなる可能性がある。

2015 年 5 月 19 日（火）

メディア営業に関しては通期で前期比 5.1% 増収と、同事業の中では唯一 1 ケタ成長にとどまる。経営資源の集中のために売却した美容系ポータルサイトの影響が第 3 四半期まで残ることが要因だ。また、同事業の中で新規事業として取り組んでいるブライダル企業向けの送客ビジネスに関しては、人員体制の強化を進めている段階で、来期以降に本格的に収益貢献してくるものと予想される。具体的には、従来は送客を行う担当スタッフ（ウェディングコンシェルジュ）を 1 名だけで対応していたが、ノウハウなどを蓄積できたことから、新たに 4 名のチームを組織化し、本格的に IBJ メンバーズの店舗で送客サービスを行っていく。また、加盟店での送客サービスも徐々にではあるが取り組みを開始しており、この取り組みが浸透すれば新たな収益源になるものとして期待される。

ラウンジ事業の今期売上高は前期比 16.0% 増収を見込んでいる。IBJ メンバーズの店舗はほぼ主要都市部に出店し、新たな出店計画もないことから、既存店舗での会員数並びに成婚数の増加で売上げを伸ばしていくことになる。1Q の進捗はほぼ計画どおり順調に推移していることから、通期計画の達成も可能とみられる。

事業別売上高と会員数、動員数見通し

	13/12 期	14/12 期	15/12 期 1Q	15/12 期 計画	前期比	1Q 進捗率
連盟事業						
売上高（百万円）	319	402	127	482	22.0%	26.4%
加盟相談所数（期末、社）	908	989	1,031	1,031	4.2%	100.0%
登録会員数（期末、人）	49,979	53,316	54,122	59,292	11.2%	13.5%
コミュニティ事業						
売上高（百万円）	309	359	113	427	19.0%	26.5%
ブライダルネット有料会員数 （期末、人）	7,153	10,481	12,572	13,277	26.7%	74.8%
イベント事業						
売上高（百万円）	815	1,212	329	1,433	18.3%	23.0%
開催本数（累計、本）	16,918	24,119	6,761	30,778	27.6%	22.0%
動員数（累計、人）	190,919	285,742	81,258	351,814	23.1%	23.1%
メディア営業						
売上高（百万円）	198	224	58	236	5.1%	24.9%
PV 数（万 PV）	3,307	4,028	4,489	7,000	73.8%	0.0%
ラウンジ事業						
売上高（百万円）	931	1,118	301	1,280	14.5%	23.5%
ラウンジ会員数（期末、人）	3,694	3,951	4,033	4,263	7.9%	26.3%
成婚数（累計、人）	640	803	205	879	9.5%	23.3%

注：会員数、事業所数の進捗率は 1Q 増加分 ÷ 通期計画増加分で算出

注：売上高は、内部売上高を除く

既存事業に加えて、周辺事業への展開なども含めた成長を目指す

(2) 成長戦略

同社は現在年間 2,500 組の成婚カップルを同社グループ内で誕生させているが、将来的には国内の成婚数の約 1% となる 6,000 組の成婚カップルを創出していくことを目標に掲げている。国内では未婚化・晩婚化と出生率の低下による少子化問題が長らく言われ続けており、同社が提供する婚活サービスは国策とも合致するためだ。

こうしたなかで、同社は婚活の市場規模を全体で約 1 兆 500 億円程度と算出しており（婚活者数 1,111 万人 × 婚活に関連する年間支出額）、既存事業の拡大に加えて、婚活周辺事業への展開や海外展開なども含めて事業展開を進めながら、更なる成長を目指していく戦略としている。以下に、最近の取り組みをいくつか取り上げる。

2015 年 5 月 19 日（火）

※ 参画企業・・・IBJ、青山商事<8219>、エムティーアイ<9438>、ギフコ（未上場）、テイクアンドグヴ・ニーズ<4331>、ディップ<2379>、藤田観光<9722>、プリモ・ジャパン（未上場）、ミサワホーム<1722>

○地方公共団体との連携

地方創生プロジェクトとも関連するが、ここ最近では地方公共団体から婚活サービスに関する問い合わせが増えてきており、同社もこうした地方での連携を少しずつ進めている。従来より国家公務員向けのオンライン婚活サービス「KKR」を受託運営しているが、これとは別に現在 7 つの県（山形、山梨、岐阜、和歌山、富山、高知、京都）で婚活支援研修やセミナーなどを開催している。

まだ、継続的に売上げに結び付く事業は始まってはいないものの、今後の事業化に当たっては、地方公共団体で結婚相談所を運営してもらい、同社が運営に関わる様々なノウハウやデータなどを提供していく形になることが予想される。同社にとっては、一定の手数料やシステム利用料などを徴収する格好で、業績に寄与してくることになる。最近では子育て支援など地方公共団体でも、人口削減に歯止めをかけるため様々な施策を打ち出しているが、婚活支援に取り組むところもいずれ出てくるものと予想される。ただ、こうした取り組みは民業の圧迫にもつながる恐れがあり、こうした問題を解消するビジネスモデルを構築できるかどうかは鍵を握るものとみられる。

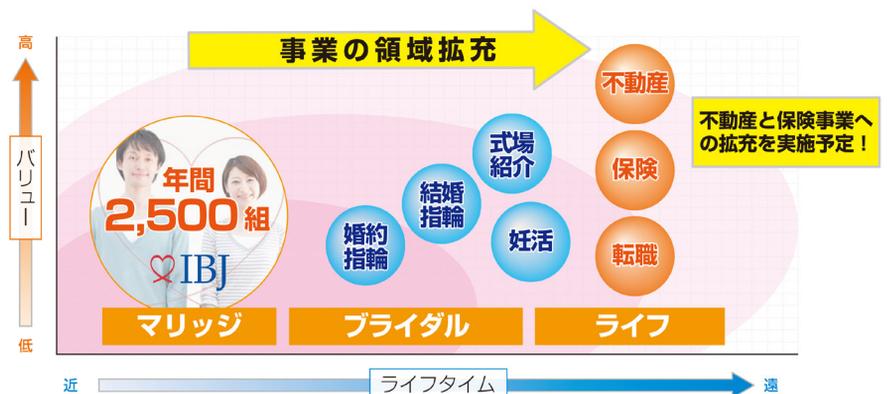
○少子化対策プロジェクト発足

2015 年 1 月に少子化問題に対して、婚活サポートの面から調査分析に基づいた情報発信を行い、社会意識の向上と公共の福祉に寄与することを目的として、婚活関連企業 9 社が集まって「婚活サポートコンソーシアム」※を発足した。この取り組みの 1 つとして、2015 年 6 月 21 日には『『少子化・未婚化時代』に社会に伝える企業とは』をテーマに第 1 回婚活シンポジウムを開催し、小泉進次郎氏など最前線で活躍する著名人が登壇し、これまでにない新しい観点から少子化問題を討論する予定だ。

同コンソーシアムとして、具体的に新規事業を開始するという段階ではまだないが、同社が目指しているライフデザイン領域への拡充、業容の拡大に向けた取り組みにつながるものとして注目されよう。同社では、婚活周辺企業との協業において、ウェディング関連企業 14 社と既に提携し、成婚カップルの送客ビジネスを開始しているが、今後は不動産や保険などへも早期に展開して行く予定で、婚活サービスだけでなく、結婚や結婚後のライフスタイル形成に関わるサービスへと事業領域を拡大していく戦略を掲げている。また、業容拡大を進めるに当たって、今後は M&A も活用していく方針としている。

領域拡充によるビジネスメリット

婚活関連のライフデザイン領域へと拡充



○海外展開

海外展開としては、台湾の婚活オンラインマッチングサービス大手である尚凡資訊股份有限公司（サンファンインフォ）と2014年4月に合併会社を設立し（出資比率57%）、イベント事業を開始している。2014年8月以降、自社店舗でのパーティー運用を開始以降、動員数が月間で300～400人まで伸び始め、2015年中には単月ベースで黒字化する見通しとなっている。台湾以外の国への進出は今のところ計画はなく、台湾内で事業が軌道に乗れば、複数店舗を展開していく予定としている。

■株主還元策

「業績の拡大＋株主還元の積極化＝時価総額の拡大」を目指す

同社は「業績の拡大＋株主還元の積極化＝時価総額の拡大」を目指しており、株主還元としては配当性向で40%前後を目安として配当を行っていく方針としている。2015年12月期は未定としているが、会社計画どおり利益が達成され前期と同じ配当性向（38%）とした場合、14～15円程度が見込まれる。

また、株主優待制度も2014年より導入している。12月末の株主に対して保有株数に応じてQUOカード（500円または1,000円分）を贈呈しているほか、同社グループのサービスで利用できる株主優待券を贈呈している。

株主優待制度の内容（対象者：12月末の株主）

○QUOカード

1～5単元（100～500株）未満の株主に500円分、5単元（500株）以上の株主に1,000円分を贈呈

○株主優待券

1～5単元未満の株主に株主優待券1枚、5単元以上の株主に3枚をそれぞれ贈呈。

利用可能サービス

- ・IBJメンバーズ（プレミアコース）入会初期費用10万円割引券
- ・親御様結婚相談会無料招待券
- ・プライダルネット（月会費コース）6ヶ月無料券
- ・PARTY☆PARTY運営の混発パーティー無料招待券（1回分）
- ・Rush運営の街コン無料招待券（2回分）

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・表示したのですが、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