

|| 企業調査レポート ||

表示灯

7368 東証スタンダード市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2024年12月24日(火)

執筆：客員アナリスト

星 匠

FISCO Ltd. Analyst **Takumi Hoshi**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2025年3月期中間期の業績概要	01
2. 2025年3月期業績見通し	01
3. 中長期の取り組み	01
■ 会社概要	02
1. 会社概要	02
2. 沿革	04
3. 事業内容	05
■ 業績動向	07
1. 2025年3月期中間期の業績概要	07
2. 事業セグメント別動向	07
3. 財務状況と経営指標	10
■ 今後の見通し	11
■ 中長期の成長戦略	12
■ 株主還元策	13

要約

周辺案内地図付き広告ビジネスは安定的、 新規サービス領域の拡大が中長期成長のカギ

表示灯 <7368> は、自社開発の周辺案内地図を基礎媒体とした連合広告「ナビタ」(地図広告) が主力事業である。「ナビタ」では、周辺地図・公共施設・災害避難場所等の情報を提供しており、公共性の高い社会インフラの役割を担っている。2024 年 9 月末時点で、2,409 駅、1,050 自治体、308 病院など既に多くの場所に設置されている。また、全国の各交通機関ごとに広告を取り扱うことが許可される指定代理店となっていることから後発企業に対して高い参入障壁を築き上げており、優位性を確保している。

1. 2025 年 3 月期中間期の業績概要

2025 年 3 月期第 2 四半期 (以下、中間期) の業績は、売上収益で前年同期比 0.1% 減の 4,805 百万円、営業利益で同 55.3% 増の 412 百万円、経常利益で同 48.5% 増の 438 百万円、中間純利益で同 52.3% 増の 284 百万円となった。ナビタ事業とアド・プロモーション事業の好調が増収増益に貢献した。大幅な増益となった主な要因として、「ナビタ」の戦略的な投資抑制、設置場所の土地所有者 (以下、ロケーションオーナー) への広告納金改定、内製化率が高いデジタルサイネージの販売の推進、利益率の高いインバウンド向け Web サービスの好調、「NAVI アラート」開発費の一巡が挙げられる。

2. 2025 年 3 月期業績見通し

2025 年 3 月期通期の連結業績は、売上収益で前期比 3.1% 増の 10,454 百万円、営業利益で同 5.8% 増の 785 百万円、経常利益で同 5.0% 増の 835 百万円、当期純利益で同 40.0% 増の 562 百万円と、増収増益の見通しだ。中間期までの会社計画の進捗率は売上収益で 46.0%、営業利益で 52.5%、経常利益で 52.5%、純利益で 50.6% となった。中間期実績は高い進捗率を示しているが、おおむね会社計画どおりに推移している。

3. 中長期の取り組み

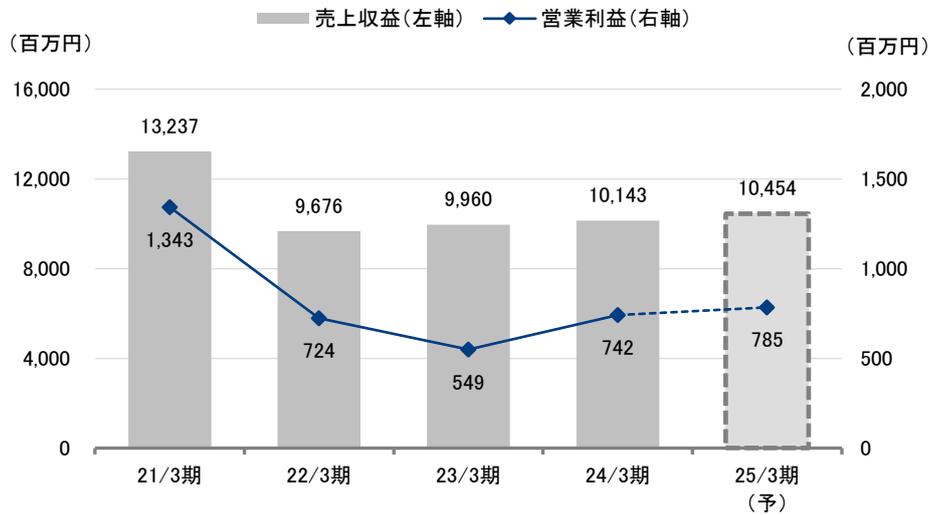
同社の中長期の成長戦略としては、既存事業の進化と新規サービス領域の創造の両輪を進める。既存事業のうち、主力事業の「ナビタ」は今後、人流がある程度期待できるエリアにおいて従来の印刷物としての周辺案内地図ではなく、デジタルサイネージに一層の転換を進める。新規サービス領域の創造については、直近ではデジタルサイネージの各種ソリューション、既存媒体と連携した Web サービスや、番号案内システムなどを推進している。これらの新規事業を軌道に乗せ、さらなる事業の創出を目指す。

Key Points

- ・ 2025 年 3 月期中間期は採算改善の取り組みや内製化が進展し、収益性が大幅に改善
- ・ 2025 年 3 月期は増収増益の見通し
- ・ 既存事業の進化と新規サービス領域の創造により中長期の成長目指す

要約

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

公共施設を中心に周辺案内地図に広告掲載する「ナビタ」が主力事業

1. 会社概要

同社は、自社開発の周辺案内地図を基礎媒体とした連合広告である「ナビタ」（地図広告）が主力事業である。「ナビタ」は、周辺地図・公共施設・商業施設・行政情報・災害避難場所等の情報を提供しており、公共性の高い社会インフラの役割を担っている。2024年9月末時点で、2,409駅、1,050自治体、308病院に設置されており、全国で同様のサービスを同社ほどの規模で行っているサービスは見当たらない。既に多くの場所に設置していることに加え、全国の各交通機関ごとに広告を取り扱うことが許可される指定代理店となっていること、1つの媒体に多くの地場の広告主（以下、協賛スポンサー）を募集し掲載するというユニークな連合広告の形態を展開していることから、後発企業に対して高い参入障壁を築き、優位性を確保している。

設置場所は、人流や協賛スポンサーに対して広告効果が見込める設置場所、ロケーションオーナーに支払う場所代などの提案を踏まえて決定する。協賛スポンサーとして広告を出稿するのは、主に周辺案内図の範囲内の企業・病院・小売店・飲食店・宿泊施設・サービス業企業である。契約期間は3年だが、継続率は8～9割を占めており、空き枠を新規スポンサー募集営業活動で埋める安定したビジネスモデルを構築している。

当初はナビタ事業のみだったが、交通広告や屋外広告などの周辺領域をカバーするためにアド・プロモーション事業を開始し、その後広告の設置工事を内製化するためにサイン事業も立ち上げた。3事業が揃ったことで、総合広告代理店として企画立案から設置まで一気通貫で対応できる体制となっている。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレマー）をお読みください。

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

表示灯 | 2024年12月24日(火)
7368 東証スタンダード市場 | https://www.hyojito.co.jp/ir/

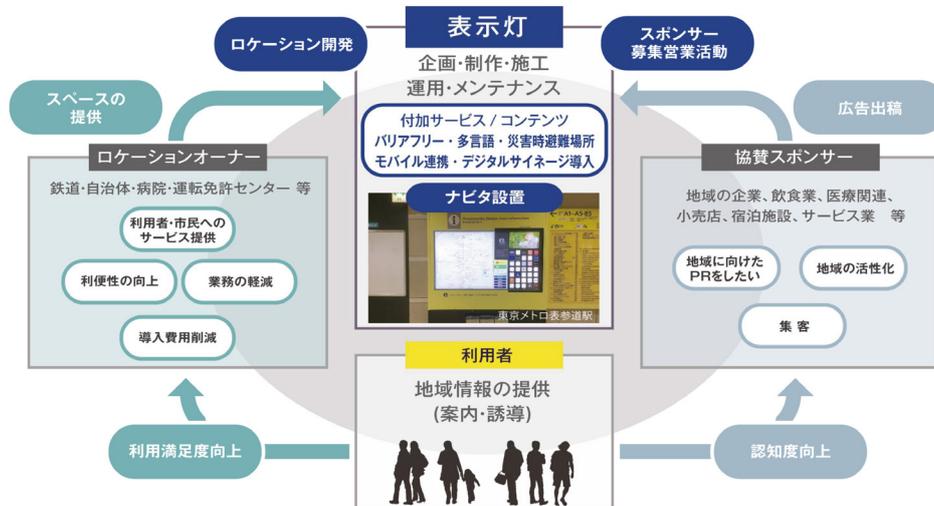
会社概要

「ナビタ」の例



出所：決算説明会資料より掲載

同社のビジネスモデル



出所：決算説明会資料より掲載

会社概要

2. 沿革

同社は、創業者の吉田大士（よしだ もとひと）取締役会長と栗本肇（くりもと はじめ）取締役相談役が中心となり1967年2月に日本交通表示灯（株）を創業し、愛知県名古屋市市中区において市バスのバス停に交通広告を掲出する事業を開始した。

1967年12月に主力事業となる駅周辺案内地図「ナビタ」の第1号機を名古屋鉄道<9048>の上飯田駅（愛知県名古屋市北区）に設置した。並行して、1968年2月に「ナビタ」以外の各種広告を幅広く扱うためにアド・プロモーション事業を開始した。1969年7月には名古屋市営地下鉄への「ナビタ」の設置に伴い、広告・看板・案内板などを扱うサイン事業を開始した。1971年7月に日本国有鉄道（現JRグループ各社）に「ナビタ」を設置したのを機に、全国の鉄道の駅に設置した。「ナビタ」の設置場所は現在、自治体や交番、神社・寺院、病院などの公共施設全般にまで拡大している。

沿革

年月	主な沿革
1967年 2月	公共の分野で貢献することを目的として日本交通表示灯（株）を設立（資本金 5,000 千円）
1968年12月	名古屋鉄道<9048>上飯田駅に駅付近優良商工案内図（現「ナビタ」）第1号機を設置
1968年 2月	「ナビタ」以外の各種広告を幅広く扱うアド・プロモーション事業を開始
1969年 7月	名古屋市営地下鉄へ「ナビタ」の設置を開始
1969年 7月	設置に施工が伴う広告、看板、案内板等を扱うサイン事業を開始し、名古屋市営地下鉄星ヶ丘駅バスターミナルに「広告付きバスシェルター」を設置
1970年 5月	東京支社を開設し、関東地区の大手電鉄（東武鉄道<9001>・小田急電鉄<9007>・西武鉄道（株）・京浜急行電鉄<9006>）にナビタの設置を開始
1971年 7月	日本国有鉄道（現JRグループ各社）に「ナビタ」の設置開始
1972年 4月	札幌市営地下鉄に「ナビタ」設置開始
1972年 8月	横浜市営地下鉄に「ナビタ」設置開始
1977年 5月	商号を表示灯（株）に変更
1989年 3月	都営地下鉄に「ナビタ」設置開始
1992年10月	大阪市営地下鉄に「ナビタ」設置開始
1993年11月	福岡市営地下鉄に「ナビタ」設置開始
1997年 5月	仙台市営地下鉄に「ナビタ」設置開始
1997年 6月	首都圏JR（山手線など）へ「ナビタ」設置開始
2004年 4月	営団地下鉄（現 東京メトロ<9023>）へ「ナビタ」設置開始
2005年 4月	「ナビタ」の色弱者に対応した色覚バリアフリーマップ化がスタート
2007年 8月	全株取得により、トー・ナビタ（株）を完全子会社化
2010年 2月	名古屋市天白区役所に地域の情報を提供する「自治体シティナビタ」1号機を設置
2012年11月	トー・ナビタを関連会社化
2013年12月	大阪府内の3交番に公共ナビタ1号機を設置
2014年 9月	インバウンド対応の推進に向けて（独）国際観光振興機構（日本政府観光局）と連携
2017年 4月	東京、名古屋の2本社制を導入
2017年11月	トー・ナビタを完全子会社化
2017年12月	トー・ナビタを吸収合併
2021年 4月	東京証券取引所（以下、東証）市場第二部に上場
2022年 4月	東証の新市場区分化に伴い、スタンダード市場に上場市場を移行

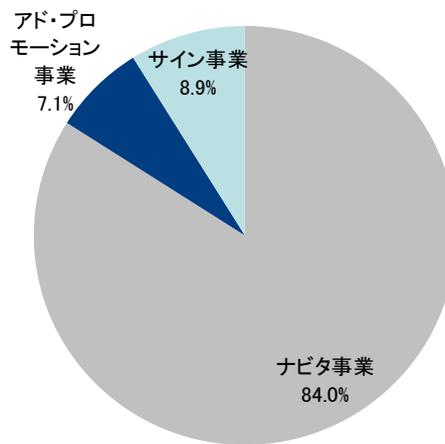
出所：有価証券報告書よりフィスコ作成

会社概要

3. 事業内容

同社の事業セグメントは、ナビタ事業、アド・プロモーション事業、サイン事業の3つで開示している。2025年3月期中間期の事業別構成比では、ナビタ事業が売上収益の84.0%、営業利益の大半を占める主力事業となっている。

売上収益の構成比(2025年3月期中間期)



出所：決算短信よりフィスコ作成

(1) ナビタ事業

「ナビタ」は、自社開発の周辺案内地図を基礎媒体とした連合広告である。現在は全国の鉄道駅や路面電車の停留所、自治体庁舎、交番・警察署、病院、神社・寺院などへ設置されている。地図情報や公共施設情報、災害時の避難場所情報等を盛り込んだ公共性の高い媒体となっており、LED / 液晶モニター / タッチパネル / 多言語対応 / 屋内・屋外仕様など様々なタイプがある。ナビタ事業は、設置場所のロケーションオーナー、協賛スポンサー、利用者の3者にとってメリットがあるビジネスモデルとなっている。ロケーションオーナーはナビタの設置により施設利用者へのサービス向上につながるとともに、設置場所を提供する対価として収入を得ることができる。協賛スポンサーは、好立地の場所に連合広告という形で広告料を抑えて出稿することができる。広告料が安価なうえ、利用者が多い施設に設置するため広告効果が期待されることもあり、2024年9月末時点の「ナビタ」総契約件数は72,247件となった。ナビタ事業はターゲット・設置場所などにより、ステーションナビタ / シティナビタ / 公共ナビタ / メディカルナビタ / 神社・寺院ナビタ等に分類される。

a) ステーションナビタ

ステーションナビタは、2024年9月末現在でJR・私鉄・地下鉄の全国2,409駅（うち、乗降者数3万人以上 / 日の主要994駅では80%を超える駅）の改札付近に設置されており、スポンサー数は72,000件を超えている。交通広告は鉄道会社の指定代理店が取り扱うのが慣例だが、同社はナビタ事業を端緒として全国の各鉄道会社の指定代理店になっている。

会社概要

b) シティナビタ

シティナビタは全国の自治体庁舎内に設置され、地図上で公共施設や避難場所情報などを知らせるとともに、庁舎内の案内や行政情報を表示し、広告スペースでは民間商業施設を地域情報として活用している。設置する自治体にとっては費用の負担なく税外収入（広告納金）が得られるうえ、来庁者サービスの向上につながるというメリットがある。2024年9月末現在で全国1,050の自治体に設置されており、スポンサー数は33,550件となっている。

c) 公共ナビタ

公共ナビタは、交番・警察署、運転免許センター、交通安全協会などの全国の警察施設合計153ヶ所に設置されている。警察関連施設の公共の場で情報を発信することで、地域に密着し、ターゲットを特定した広告効果を得られるメリットがある。

d) メディカルナビタ

メディカルナビタは、高難度手術や高度先進医療を提供する地域医療支援病院・特定機能病院合計308ヶ所に設置されている。単なる広告媒体ではなく、周辺地図を通じた地域医療の強化・促進コンテンツとして社会性のある広告媒体に位置付けている。

e) 神社・寺院ナビタ

神社・寺院ナビタは、全国149ヶ所の神社・八幡宮・天満宮・東照宮などに設置されている。多言語解説を掲載することができ、設置された場所の由来や境内案内をはじめ、周辺の街区案内、公共施設情報、災害時の避難場所を掲載する。設置場所の由来なども伝えることで、文化的背景や地域の歴史などを知ることができるメリットがある。

(2) アド・プロモーション事業

同社は全国の主要駅やエリアで指定業者となっており、交通媒体（車内・駅構内など）、マス媒体（テレビ・ラジオ・新聞・雑誌）、屋外媒体（看板・ボードなど）による各種広告を手掛けている。鉄道関連以外では、インターネット広告、デジタルサイネージ広告、Webサービスといったデジタル技術を活用した広告も展開している。広告目的に沿った最適な媒体選定・企画立案・プレゼンテーション・予算管理・制作までを含めたトータルプランニングを提案している。

商品構成は、駅構内に掲出される「駅広告」／電車内に掲出される「車両広告」／歩行者やドライバーなどを対象にする「屋外広告」／「バス広告」／テレビ・ラジオ・新聞・雑誌などの主要媒体を対象にする「マス広告」／「Webサービス」などがある。「Webサービス」には、免税店情報を紹介する「TAXFREESHOPS.JP」、QRコードにより目的地までの道案内機能を持つモバイルナビゲーションアプリ「ここからGO!」などのサービスがある。

(3) サイン事業

サイン事業は、全国の鉄道会社や自治体などの取引先ネットワークを活用し、広告・看板・案内板などの企画設計から施工に至るサービスを提供している。商品構成は、鉄道会社向けの「交通サイン」／自治体向けの「公共サイン」／商業施設向けの「商業サイン」／緊急時に音と光で注意を喚起する「NAVIアラート」を展開する「避難誘導サイン」／モニターに案内情報を表示したり、リアルタイム情報を発信するシステムを導入する「デジタルサイネージ」／自治体を中心に導入から運用管理まで手掛ける「番号案内表示システム」などに分類される。

業績動向

2025年3月期中間期は採算改善の取り組みや内製化が進展し、収益性が大幅に改善

1. 2025年3月期中間期の業績概要

2025年3月期中間期の業績は、売上収益で前年同期比0.1%減の4,805百万円、営業利益で同55.3%増の412百万円、経常利益で同48.5%増の438百万円、中間純利益で同52.3%増の284百万円となった。ナビタ事業とアド・プロモーション事業の好調が増収増益に貢献した。

大幅な増益となった主な要因は、1) ナビタ事業において拡大路線型から案件を厳選した収益重視型にシフトし、償却負担が減少したこと、2) ナビタの設置場所の価値に準じた金額改定交渉を実施したこと、3) 自社で対応できる内製化率の高い製品やサービスの販売を推進したこと、4) 利益率の高いインバウンド向けWebサービスの好調、5) 防災関連ソリューションの新規開発が一段落し先行投資が一巡したこと、の5つが挙げられる。

2025年3月期中間期業績

(単位：百万円)

	24/3 期中間期		25/3 期中間期		前年同期比	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率
売上収益	4,810	-	4,805	-	-5	-0.1%
売上原価	2,188	45.5%	2,034	42.3%	-154	-7.0%
売上総利益	2,622	54.5%	2,770	57.7%	148	-5.7%
販管費	2,356	49.0%	2,358	49.1%	1	0.1%
営業利益	265	5.5%	412	8.6%	146	55.3%
経常利益	295	6.1%	438	9.1%	143	48.5%
当期純利益	186	3.9%	284	5.9%	97	52.3%

出所：決算短信よりフィスコ作成

自治体と医療機関へのナビタ設置が増加し、増収増益に寄与

2. 事業セグメント別動向

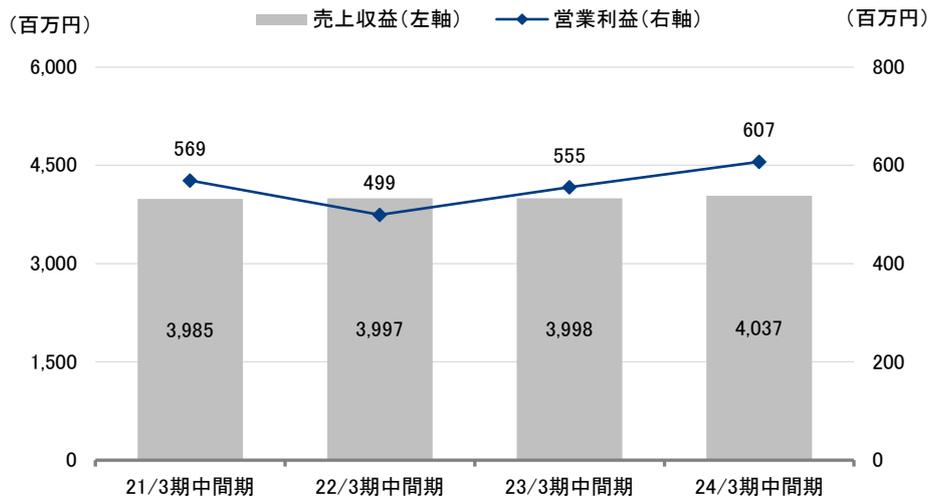
(1) ナビタ事業

ナビタ事業の売上収益は、前年同期比1.0%増の4,037百万円、営業利益は同9.4%増の607百万円となった。中間期末の設置数は、ステーションナビタは2,409駅、シティナビタは1,050自治体、公共ナビタは153ヶ所、メディカルナビタは308病院、神社・寺院ナビタは149社/寺である。シティナビタとメディカルナビタが堅調に推移し、増収増益に寄与した。

業績動向

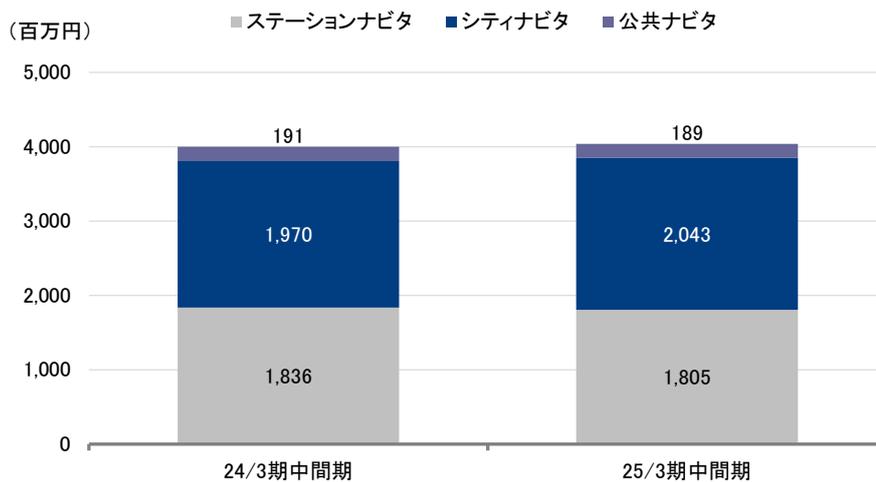
売上収益の内訳は、神社・寺院ナビタの設置数が堅調に推移したが、交通広告分野の広告需要がコロナ禍以前の水準まで復活しておらず、ステーションナビタが前年同期比 1.7% 減の 1,805 百万円となった。シティナビタは同 3.7% 増の 2,043 百万円で、シティナビタとメディカルナビタがそれぞれ自治体と病院への設置数を拡大し、ナビタ事業のけん引役となった。公共ナビタは同 0.7% 減の 189 百万円でほぼ横ばいとなった。

ナビタ事業



出所：決算短信よりフィスコ作成

ナビタ事業の売上収益内訳

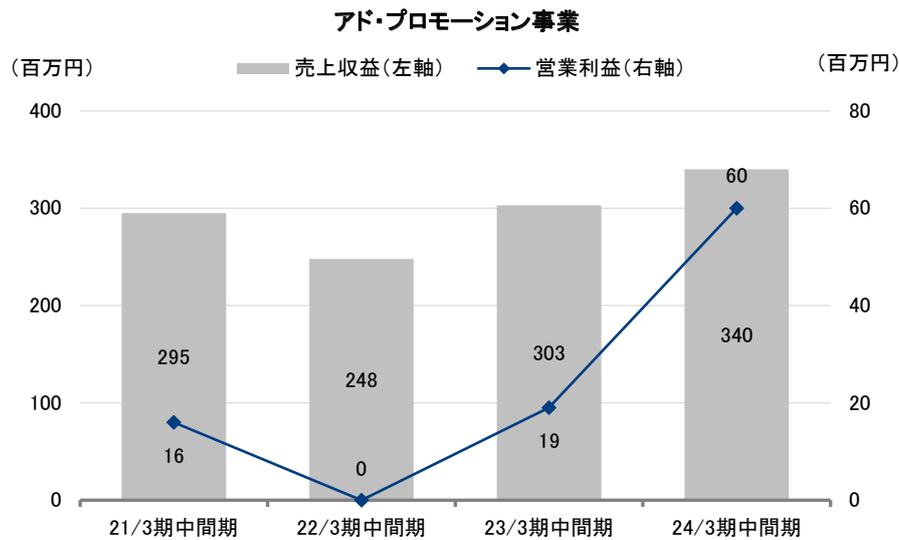


出所：決算説明資料よりフィスコ作成

業績動向

(2) アド・プロモーション事業

アド・プロモーション事業の売上収益は、前年同期比 12.3% 増の 340 百万円、営業利益は同 212.3% 増の 60 百万円となった。広告需要においては回復の兆しが見られ、鉄道以外の媒体広告の拡販、マス媒体の強化、自治体ビジネス及び Web 商材開発などの取り組みが増収増益に寄与した。広告以外においても、デジタルサイネージの配信・運営管理や免税店検索サイト「TAXFREESHOPS.JP」の好調も貢献した。

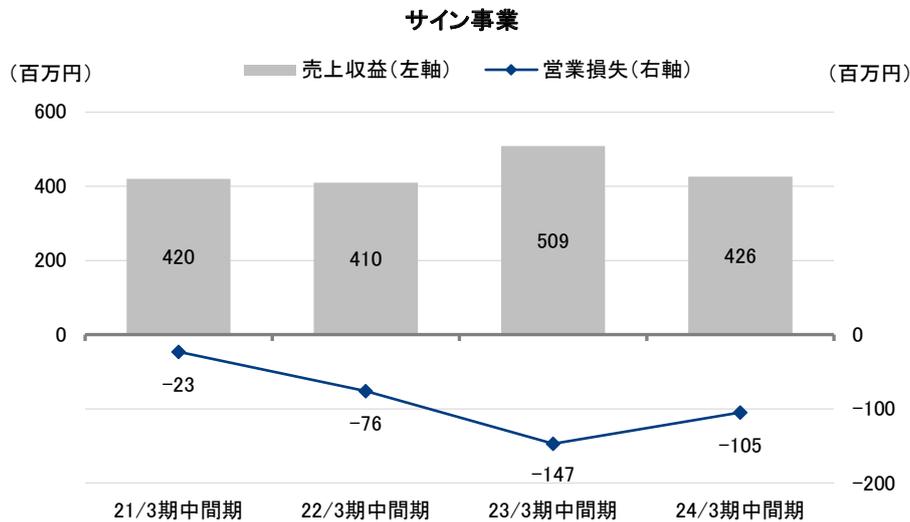


出所：決算短信よりフィスコ作成

(3) サイン事業

サイン事業の売上収益は、前年同期比 16.2% 減の 426 百万円、営業損失は 105 百万円（前年同期は営業損失 147 百万円）となった。大型案件の減少が響き、売上収益は減収となった。営業損失が縮小したのは、デジタルサイネージ関連の製品やサービスの取り扱いが増えたことにより利益率が向上したこと、新規に防災関連ソリューションとして開発してきた「NAVI アラート」が開発を終えたことで、先行投資が一巡したことが要因である。

業績動向



出所：決算短信よりフィスコ作成

3. 財務状況と経営指標

2025年3月期中間期末の資産合計は前期末比109百万円減少の13,840百万円となった。主な増減要因は、流動資産で売上債権が561百万円減少した一方で、現金及び預金が258百万円、棚卸資産が23百万円増加したことで、同3百万円減少の8,688百万円となった。固定資産は、有形固定資産が108百万円減少した一方で、投資その他の資産が3百万円増加したことで、同105百万円減少の5,152百万円となった。

負債合計は前期末比253百万円減少の6,277百万円となった。主な増減要因は、流動負債では買掛金が143百万円、未払金が75百万円減少したことにより、262百万円減少の6,038百万円となった。固定負債では、役員退職慰勞引当金が8百万円減少し、退職給付引当金が16百万円増加したことにより、9百万円減少の238百万円となった。引き続き、有利子負債はない。純資産合計は同143百万円増加の7,563百万円となった。利益剰余金が142百万円増加した。

経営指標については、自己資本比率が前期末比1.4ポイント上昇の54.6%となり、有利子負債もなく、財務の健全性は良好であると評価される。

業績動向

連結貸借対照表及び主要な経営指標

(単位：百万円)

	22/3 期末	23/3 期末	24/3 期末	25/3 期中間期末	増減
流動資産	7,710	8,217	8,692	8,688	-3
現金及び預金	6,351	6,584	6,966	7,224	258
棚卸資産	107	99	90	114	23
固定資産	5,802	5,544	5,257	5,152	-105
資産合計	13,512	13,762	13,950	13,840	-109
流動負債	5,824	6,261	6,301	6,038	-262
固定負債	197	208	229	238	9
負債合計	6,021	6,470	6,530	6,277	-253
純資産合計	7,490	7,292	7,419	7,563	143
(安全性)					
自己資本比率	55.4%	53.0%	53.2%	54.6%	1.4pp

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2025年3月期は増収増益の見通し

2025年3月期の連結業績は、売上収益で前期比3.1%増の10,454百万円、営業利益で同5.8%増の785百万円、経常利益で同5.0%増の835百万円、当期純利益で同40.0%増の562百万円と、増収増益の見通しだ。シティナビタとメディカルナビタにおいて、引き続き「ナビタ」設置の増加基調が続く見込みである。

中間期までの会社計画の進捗率は売上収益で46.0%、営業利益で52.5%、経常利益で52.5%、純利益で50.6%となる。原価低減や採用計画（営業人員）の月ずれ等による販管費の減少などにより、営業利益は通期業績予想値に対し高い進捗率であるが、おおむね当初の事業計画どおりに推移している。

2025年3月期業績見通し

(単位：百万円)

	24/3 期		25/3 期		前期比		中間期進捗率
	実績	売上比	予想	売上比	増減率	増減額	
売上収益	10,143	-	10,454	-	3.1%	311	46.0%
営業利益	742	7.3%	785	7.5%	5.8%	43	52.5%
経常利益	795	7.8%	835	8.0%	5.0%	40	52.5%
当期純利益	401	4.0%	562	5.4%	40.0%	161	50.6%

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 中長期の成長戦略

既存事業の進化と新規サービス領域の創造により中長期の成長を目指す

既存事業のうち、主力事業の「ナビタ」は安定的かつ強固なビジネスであり、事業継続が重要である。今後、人流がある程度期待できるエリアにおいては従来の印刷物としての周辺案内地図ではなく、デジタルサイネージへ一層の転換を進める。媒体価値を高め、広告単価の上昇が期待される。デジタルサイネージに転換するためには、一定程度の投資金額が必要となることから、投資対効果次第では筐体をリメイク（枠替え）する形で媒体価値を高める方法も進める。「ナビタ」は連合広告形式であるため、複数の広告空き枠が出た場合に広範囲に訴求したい広告スポンサー向けに複数の空き枠をパッケージで販売できるほか、Web との連携も可能になり、アップセルが見込める。このように、「ナビタ」収益の拡大に向けて取り組む予定である。

新規サービス領域については、直近ではデジタルサイネージの各種ソリューション・Web サービス・番号案内システムなどがある。

デジタルサイネージの各種ソリューションは、これまで蓄積したノウハウを生かしたシステム設計からソフトウェア開発、コンテンツ製作、機器の設定や設置までの一連の工程を含むシステム構築をはじめ、札幌市内の商業施設「BiVi 新さっぽろ」※のように、「ナビタ」以外のデジタルサイネージに自社で開発した配信システム「Navitage」を用いて、配信・保守などの運用管理のサービスを提供する事業を推進する。

※「BiVi 新さっぽろ」内にある「デジタル室内公園 BiVi PARK」において、同社は映像空間の映像システムの設計協力及び技術提供、持続的な運営をサポートするための配信システムと広告スキームの導入で参画した。

Web サービスとしては、免税店情報を紹介しクーポンを提供する「TAXFREESHOP.JP」が旺盛なインバウンド需要に支えられて好調である。引き続き、既存媒体と Web を連携して各種情報を提供するなどのサービスを創出していく。

番号案内システムは、2023年4月に三菱電気（株）より譲り受けた番号案内事業を「Turn NAVI 事業」として本格始動した。

新規サービス領域では、以上のように同社の顧客リレーションを最大限活用し、事業拡大を図る。同社では積極的に新規サービス分野に取り組む文化がある。新規サービスを軌道に乗せ、さらなる事業の創出を目指す。

成長戦略の具現化に向けたボトルネック要因は、人的リソースの枯渇である。同社は人材確保に向けて対応を進めるが、自社リソースだけの対応が難しい場合には外部とのアライアンスにより対応する方針である。同社は無借金経営を維持しており、潤沢なキャッシュがあることから同社の事業に相乗効果が見込まれる企業がある場合は買収も視野に入れている。

表示灯 | 2024年12月24日(火)
7368 東証スタンダード市場 | <https://www.hyojito.co.jp/ir/>

中長期の成長戦略

「BiVi 新さっぽろ」におけるデジタルサイネージソリューション例



BiVi新さっぽろ施設内①



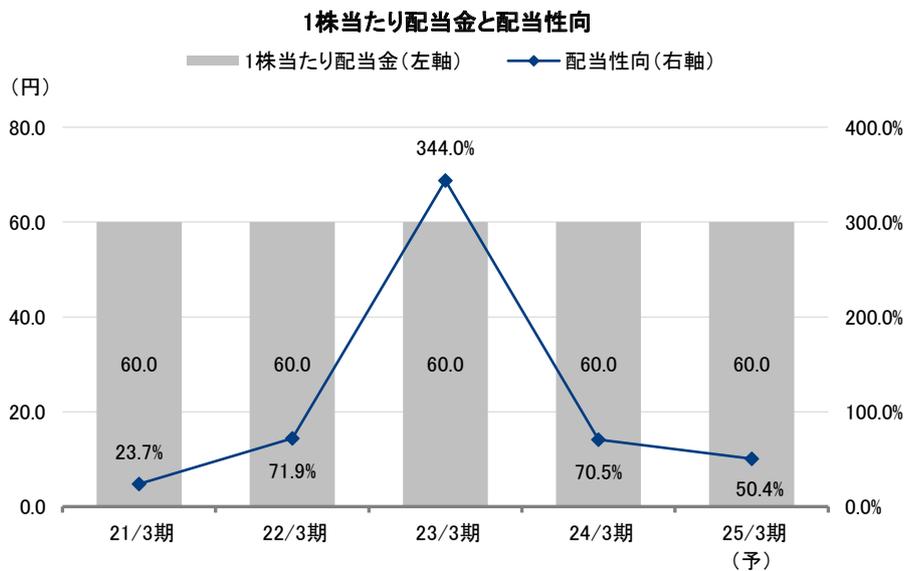
BiVi新さっぽろ施設内②

出所：決算説明会資料より掲載

株主還元策

通期で 60.0 円の配当を継続し、安定配当を維持

同社は、通期で 60.0 円の配当を継続することで株主へ安定的に還元する方針である。過去、収益低下局面においても通期 60.0 円配を維持しており、配当性向が 100% を超えることもあった。2025 年 3 月期の 1 株当たり配当金は、前期同額の 60.0 円（配当性向 50.4%）を予定している。



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