



レカム株式会社
2015年9月期第2四半期
決算説明資料

レカム株式会社
JASDAQ (3323)
2015年5月19日

目次

1. 2015年9月期 第2四半期 業績総括

- 連結業績 … P3
- 情報通信機器事業 … P13
- BPO事業 … P19

2. 2015年9月期 通期見通し

- グループ全体 … P23
- 情報通信機器事業 … P26
- BPO事業 … P30

補足資料

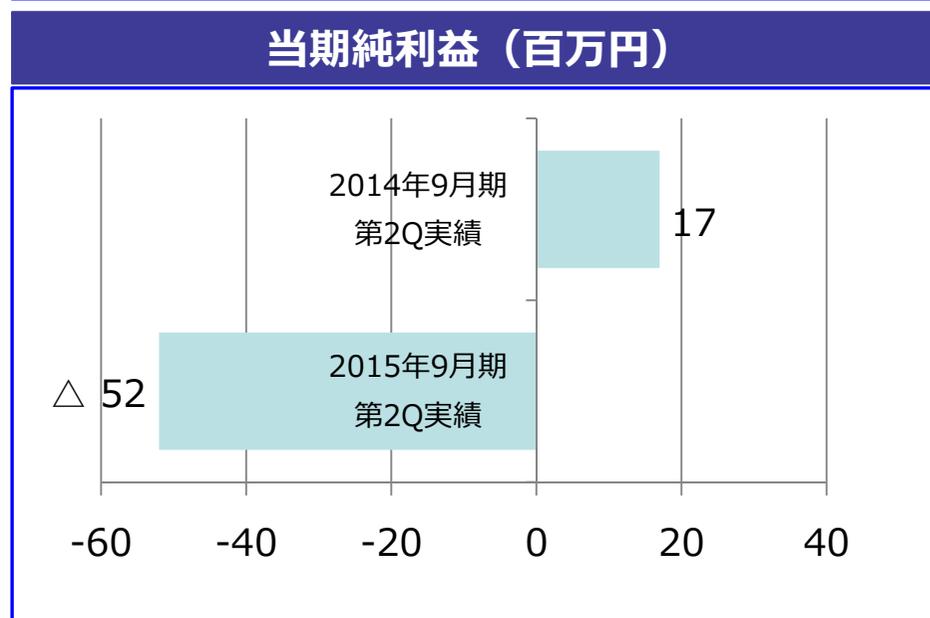
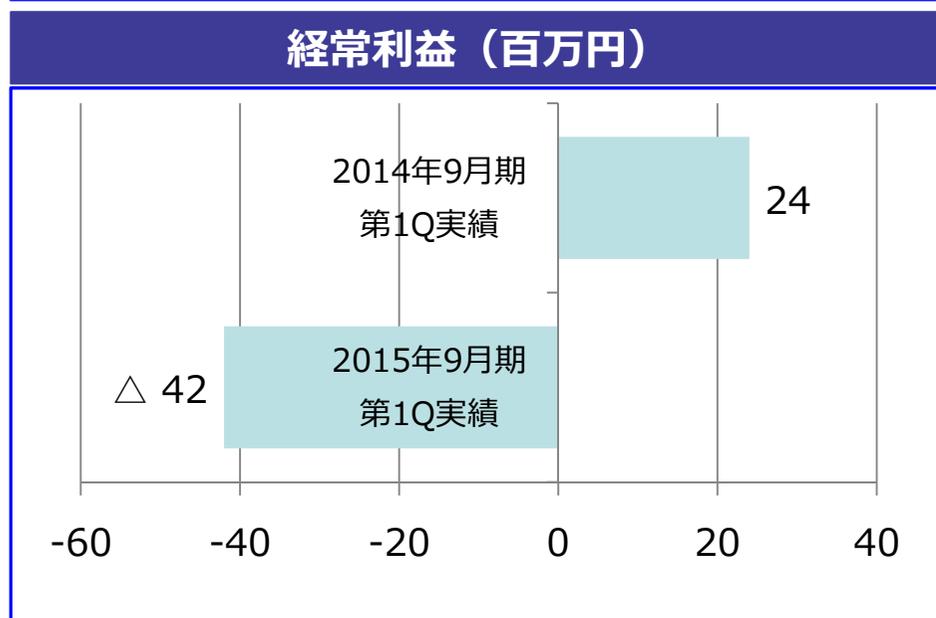
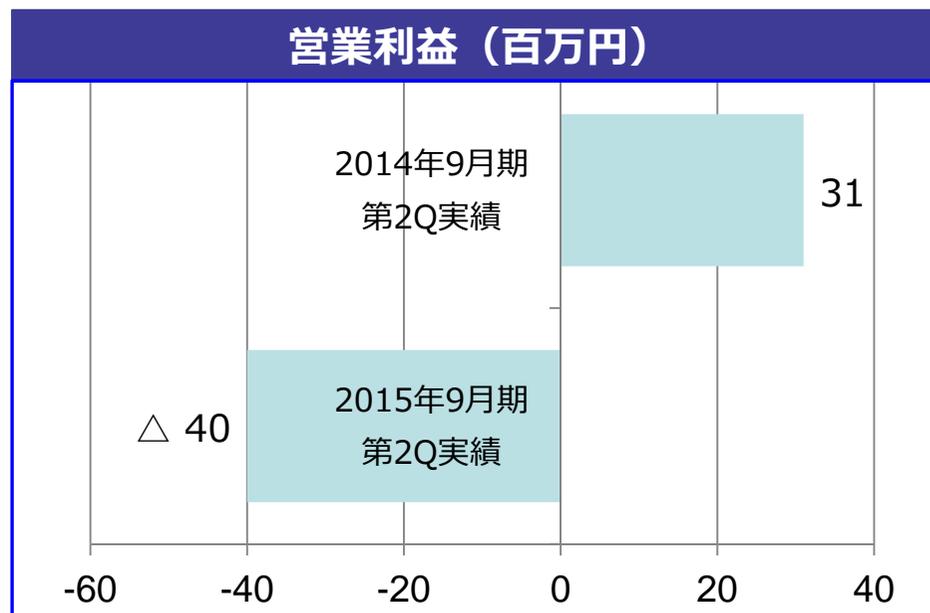
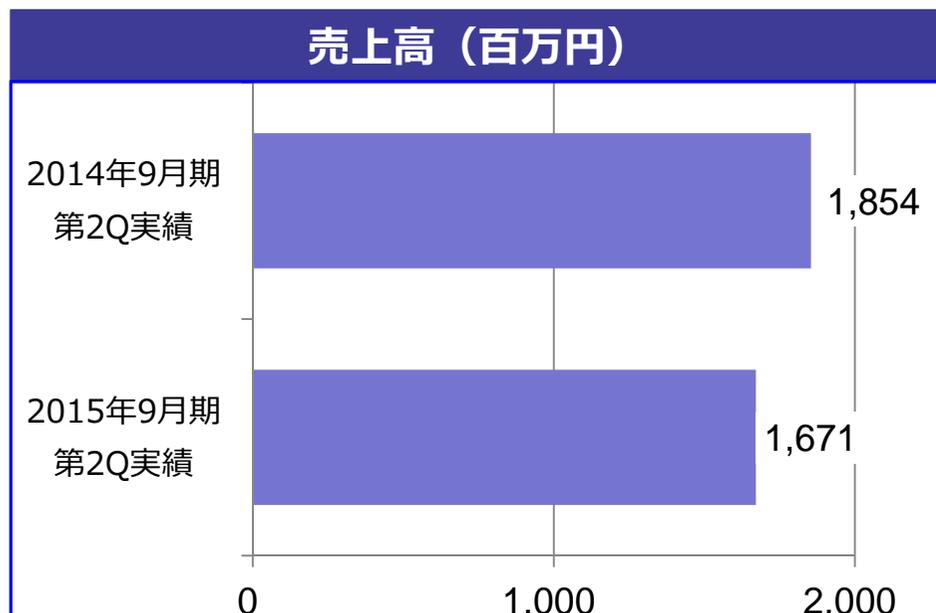
1. 2015年9月期 第2四半期 業績総括

▶ 連結業績

2015年9月期 第2四半期 業績サマリー

| | | | | |
|--------------------|------------------|-----------------|--------------------|----------|
| 売上高 | 1,671 百万円 | 対前年同期比 90.1% | EPS | △ 1.02 円 |
| 営業利益 | △ 40 百万円 | 前年同期 31百万円 | EBITDA | △ 24百万円 |
| 経常利益 | △ 42 百万円 | 前年同期 24百万円 | 自己資本 比率 | 39.7 % |
| 四半期 純利益 | △ 52 百万円 | 前年同期 17百万円 | ROE | △ 6.0% |

連結業績前年比較



連結業績 5 力年の推移

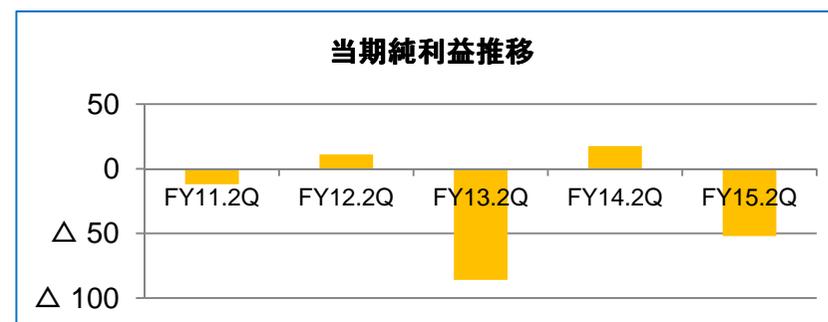
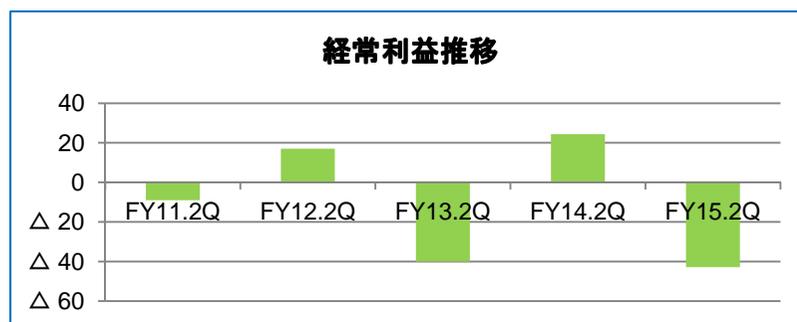
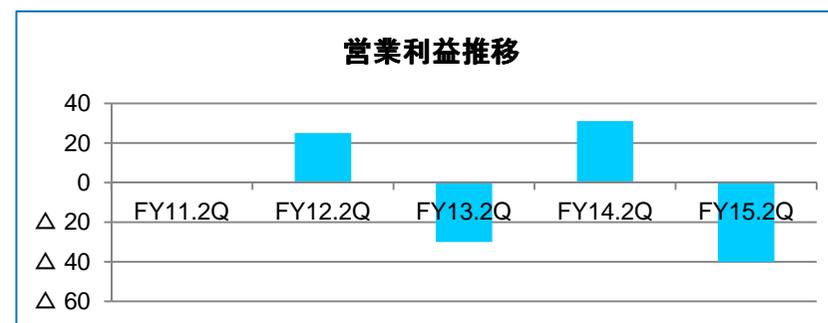
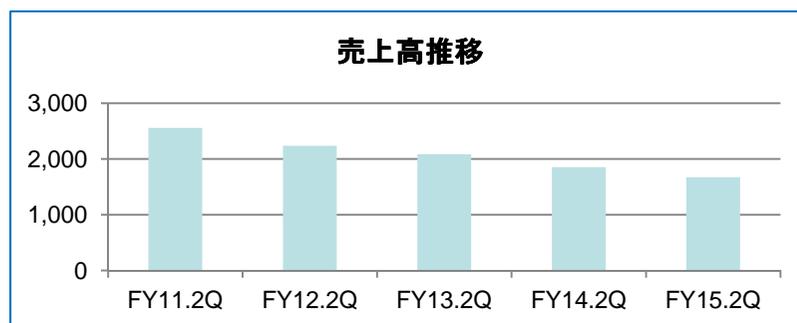


One stop service company

単位：百万円

| | 2011年9月期 第2Q実績 | 2012年9月期 第2Q実績 | 2013年9月期 第2Q実績 | 2014年9月期 第2Q実績 | 2015年9月期 第2Q実績 |
|---------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| 売上高 | 2,559 | 2,237 | 2,085 | 1,854 | 1,671 |
| 営業利益 | 0 | 25 | △ 30 | 31 | △ 40 |
| 経常利益 | △ 9 | 17 | △ 40 | 24 | △ 42 |
| 当期純利益 | △ 12 | 11 | △ 86 | 17 | △ 52 |
| EPS (円) | △ 0.54 | 0.51 | △ 3.87 | 0.41 | △ 1.02 |

売上・利益の大半を占める情報通信機器事業が営業改革中のため、低調な結果となる。



情報通信機器事業直営店売上前年同期比**83.3%**

⇒ 期初に導入した直営店の営業改革効果の兆しが見え始め、10-12月期の売上高は前年同期比68.5%であったが、1-3月期の売上高は前年同期比98.8%に回復。

BPO事業は売上前年同期比**123.4%**

⇒ ただし円安の影響で、**営業利益は対前年10百万円減少**

財務体質の健全性は維持。自己資本比率**39.7%**

⇒ 2015年3月末自己資本比率：39.7%

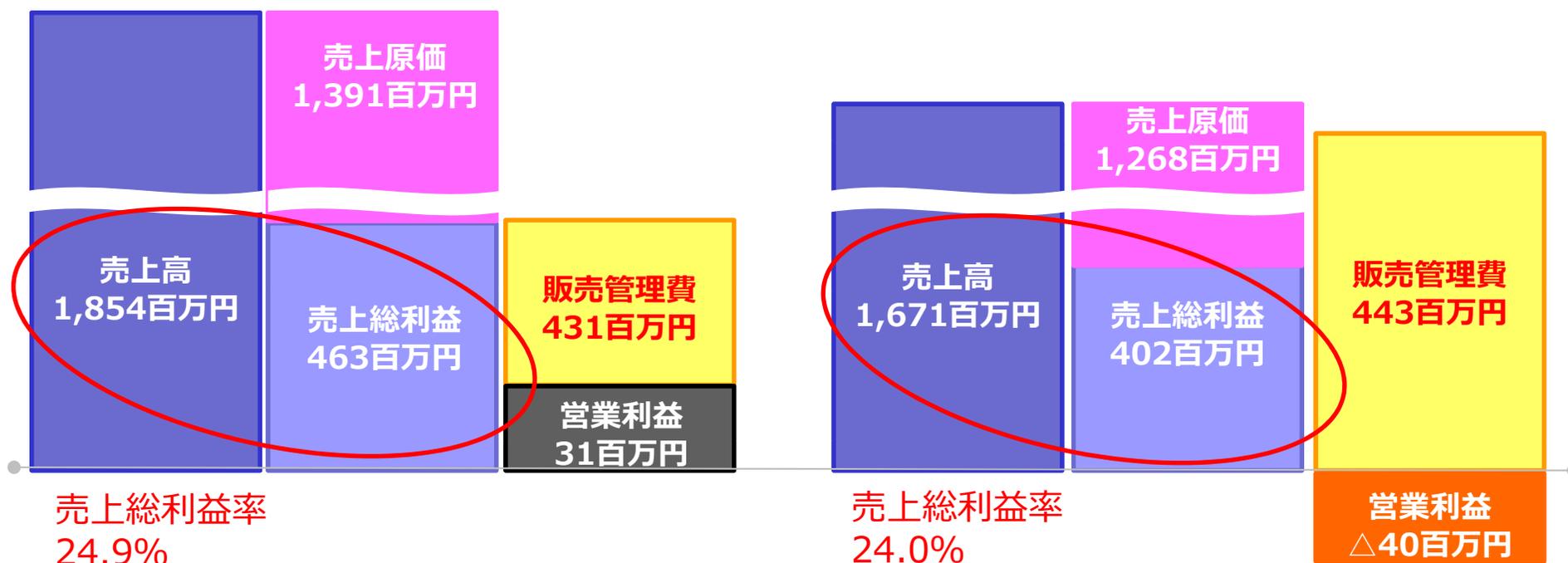


第2四半期累計での黒字転換はならなかったが、
1-3月期の営業利益は前年同期比149.9%と大幅に増益。
(前期1-3月期営業利益：23百万円、当期1-3月期営業利益：34百万円)

営業赤字の要因

2014年9月期第2四半期

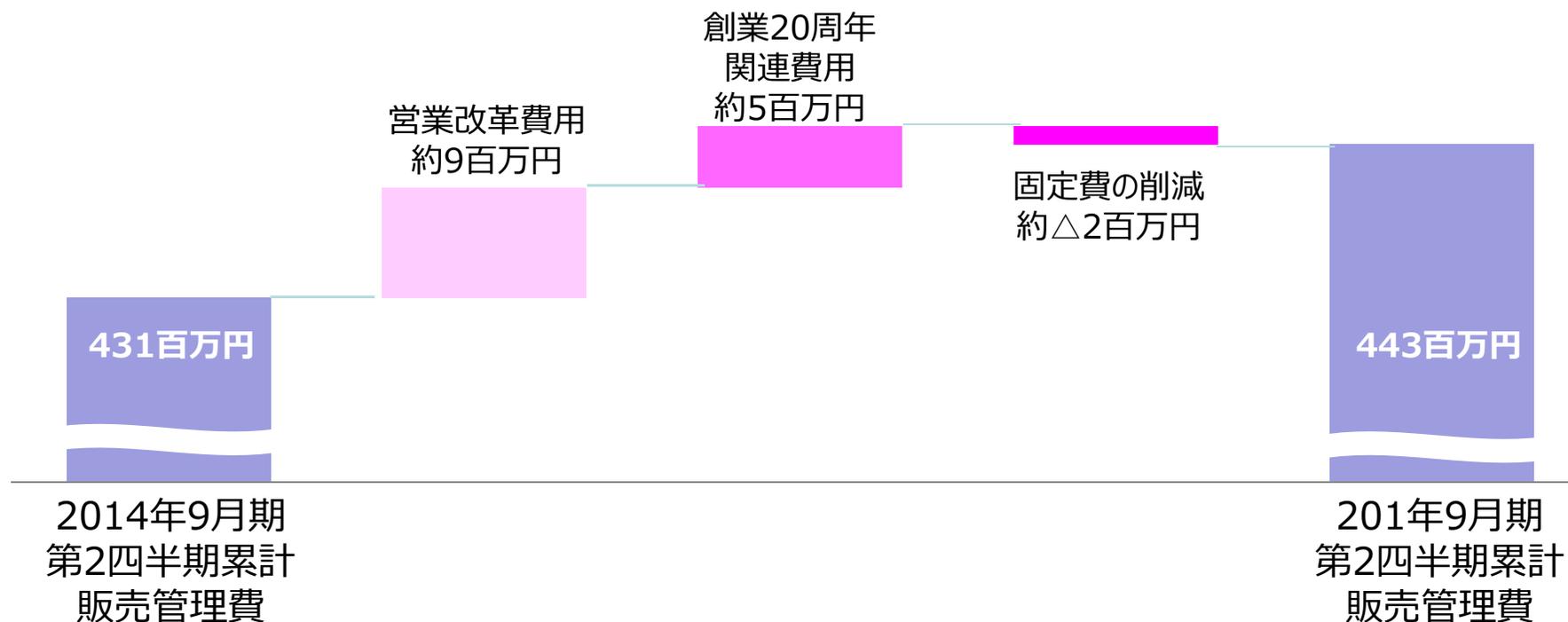
2015年9月期第2四半期



売上総利益率には大きな変動はなく、

売上高そのものの減少と販売管理費の増加が営業赤字の要因

販売管理費増加要因



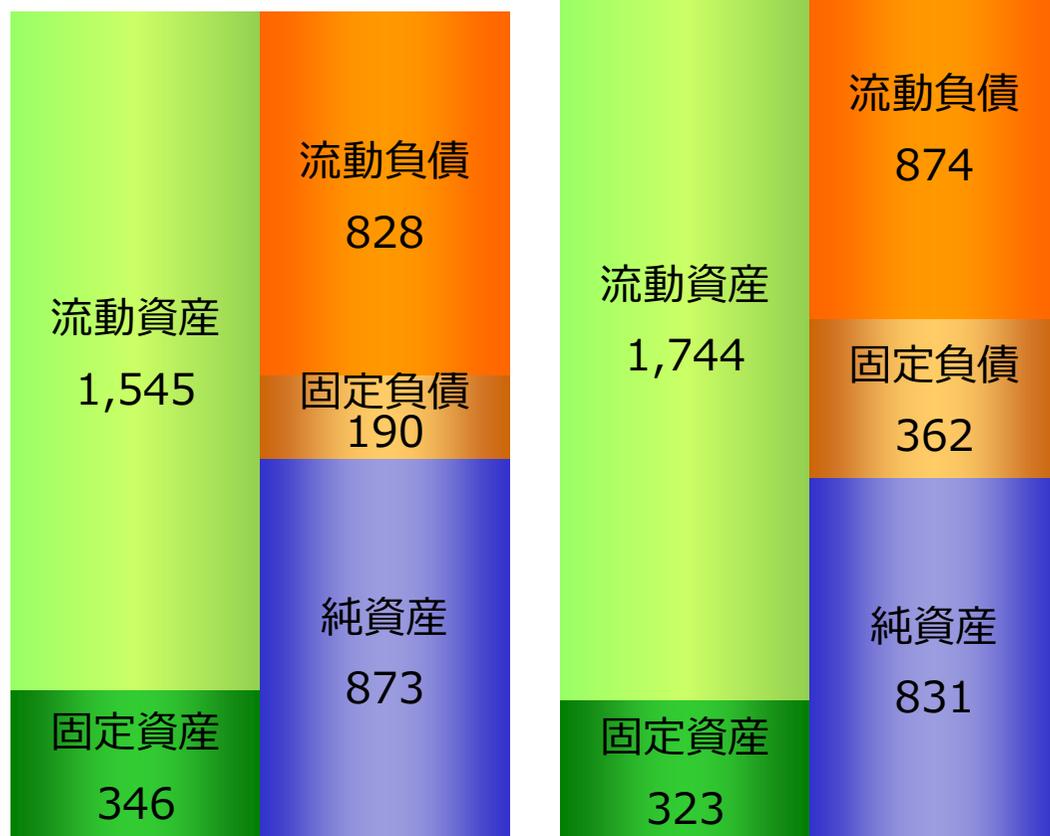
直営店で導入した営業改革に関する費用や
創業20周年関連費用により、一時的に販売管理費が増加

連結貸借対照表

2014年9月期
年度末

2015年9月期
第2四半期末

(単位：百万円)



【資産】

- 現金及び預金が35百万円増加
⇒ 貸付金の回収等により増加
- 商品が165百万円増加
⇒ OEM商品の在庫仕入等により増加

【負債】

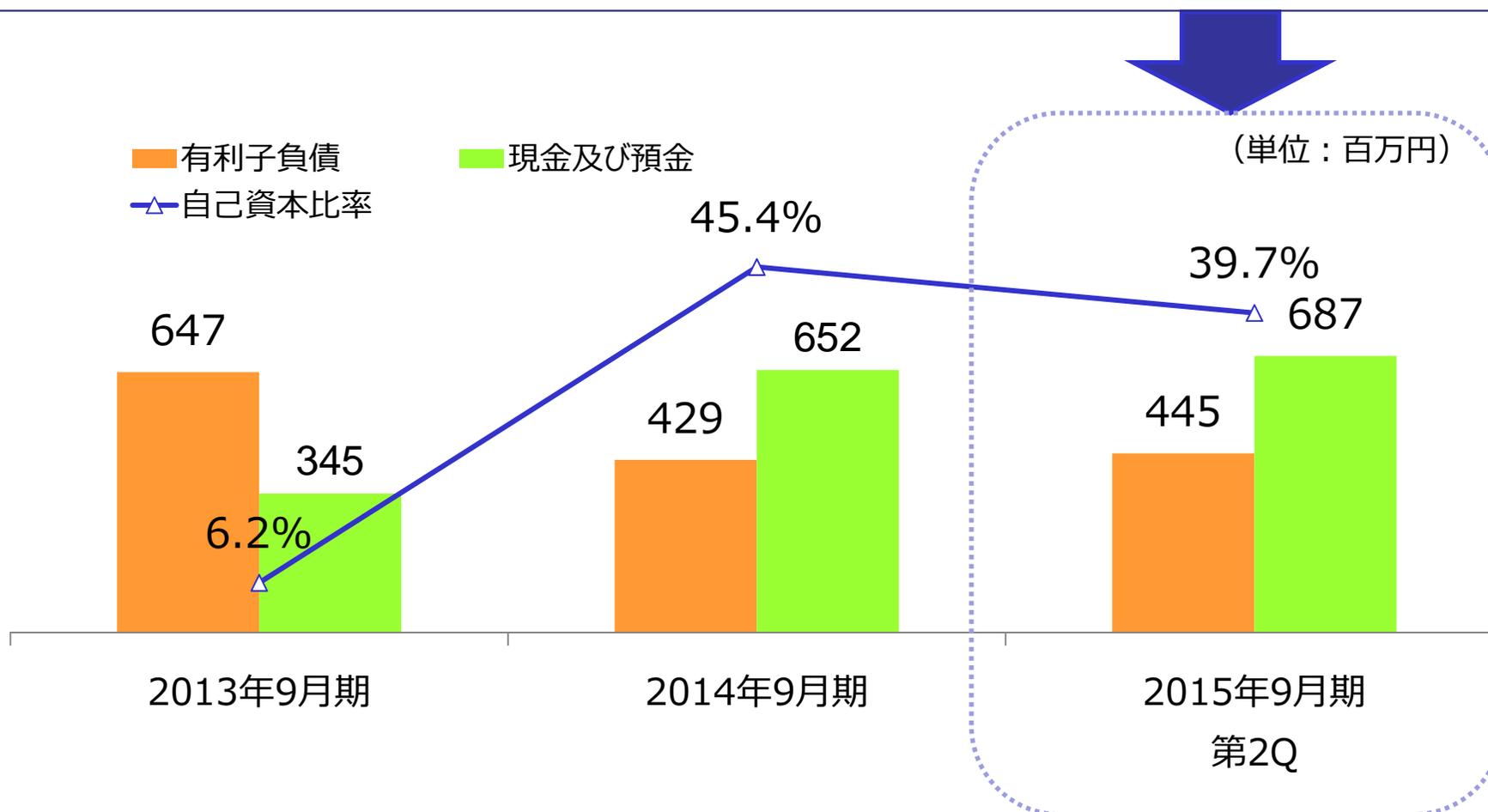
- 短期借入金が211百万円減少
- 長期借入金が227百万円増加
⇒ 流動性向上のための借り換えを実施。
2014年9月期末流動比率186%
2015年9月期第2四半期流動比率194%
(流動比率=流動資産/流動負債)
- 買掛金が187百万円増加
⇒ OEM商品の在庫仕入等を実施

【純資産】

- 第2四半期累計純損失52百万円を計上

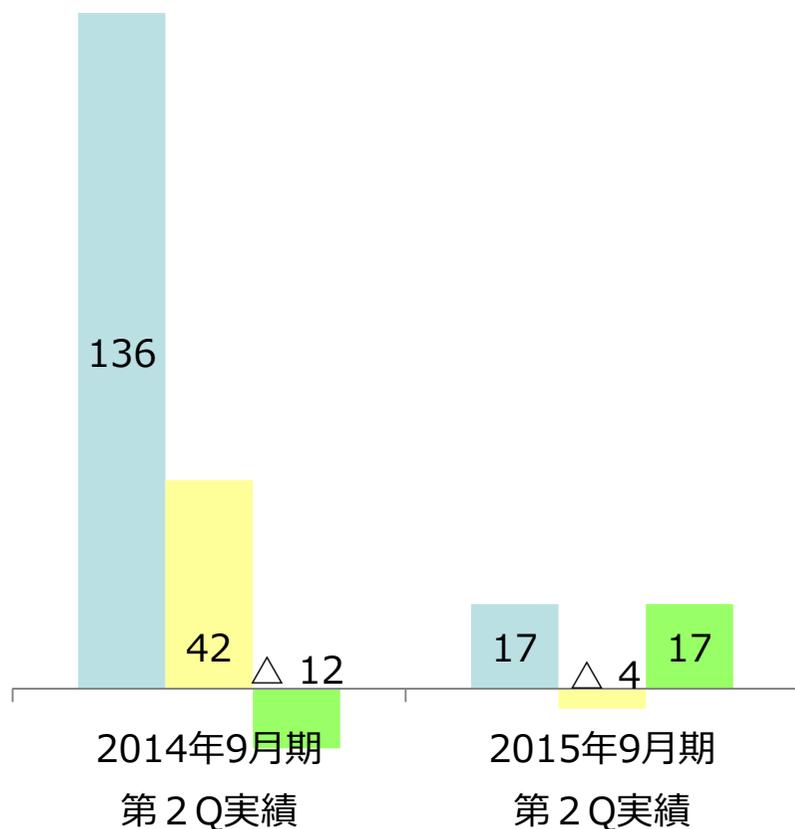
財務状況の推移

- 前年度に改善された財務体質は、引き続き健全性を維持。
- 適度に有利子負債を残し、機動的なM & AやI T投資を実施できる資金を引き続き保持。



(単位：百万円)

- 営業活動によるキャッシュ・フロー
- 投資活動によるキャッシュ・フロー
- 財務活動によるキャッシュ・フロー



【営業活動によるキャッシュ・フロー】

- 棚卸資産の増加により163百万円減少。
- 税金等調整前四半期純損失により42百万円減少
- 営業債権債務の増減により229百万円増加。

など

【投資活動によるキャッシュ・フロー】

- 関係会社の株式取得により21百万円支出。
- 有形・無形固定資産の取得により9百万円の支出。
- 貸付金の回収により30百万円増加。

など

【財務活動によるキャッシュ・フロー】

- 借り換えにより、短期借入金が211百万円減少、長期借入金が227百万円増加。

など

1. 2015年9月期 第2四半期 業績総括

▶ 情報通信機器事業

全体総括

売上高

1,605百万円
(対前年同期比88.0%)

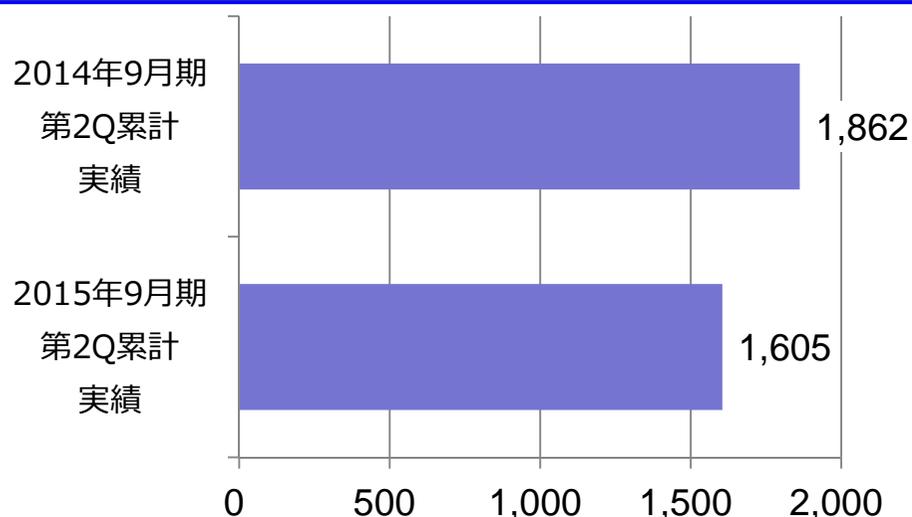
営業利益

△42百万円
(対前年同期比△62百万円)

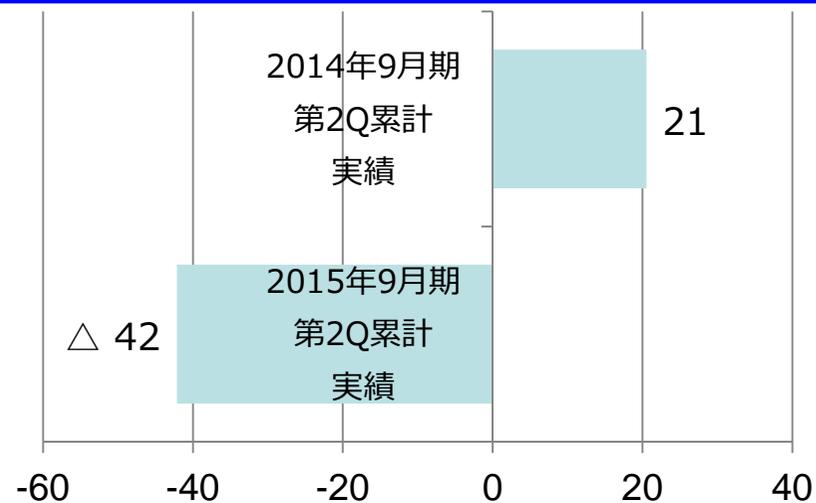
- 期初に直営店チャネルでの抜本的な営業手法の改革を実施。導入時の10-12月期は商談件数が一時的に大きく減少、**10-12月期（1Q）の対前年比が68.5%に落ち込んだ**影響が情報通信機器事業全体に響き減収。

- **1-3月期（2Q）の営業利益は32百万円の黒字**だが営業手法改革のための初期投資費用（顧客データベース再構築や教育研修費）投下などによる**10-12月期（1Q）の営業利益△74百万円**を吸収しきれず、**累計としては赤字**。

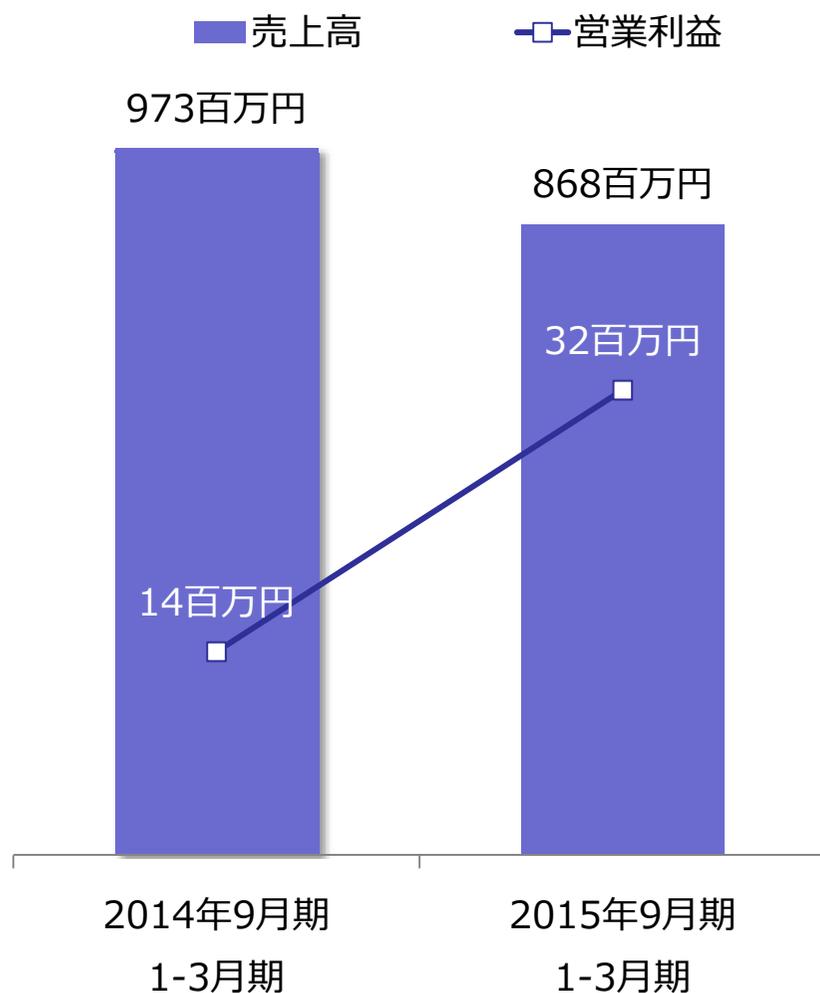
売上高（百万円）



営業利益（百万円）



(1-3月期比較) 増益の要因



【1-3月期の直営店と加盟店の売上が逆転】

利益率の高い直営店チャンネルが対前年98.8%に回復した結果、加盟店チャンネルの売上を超える。

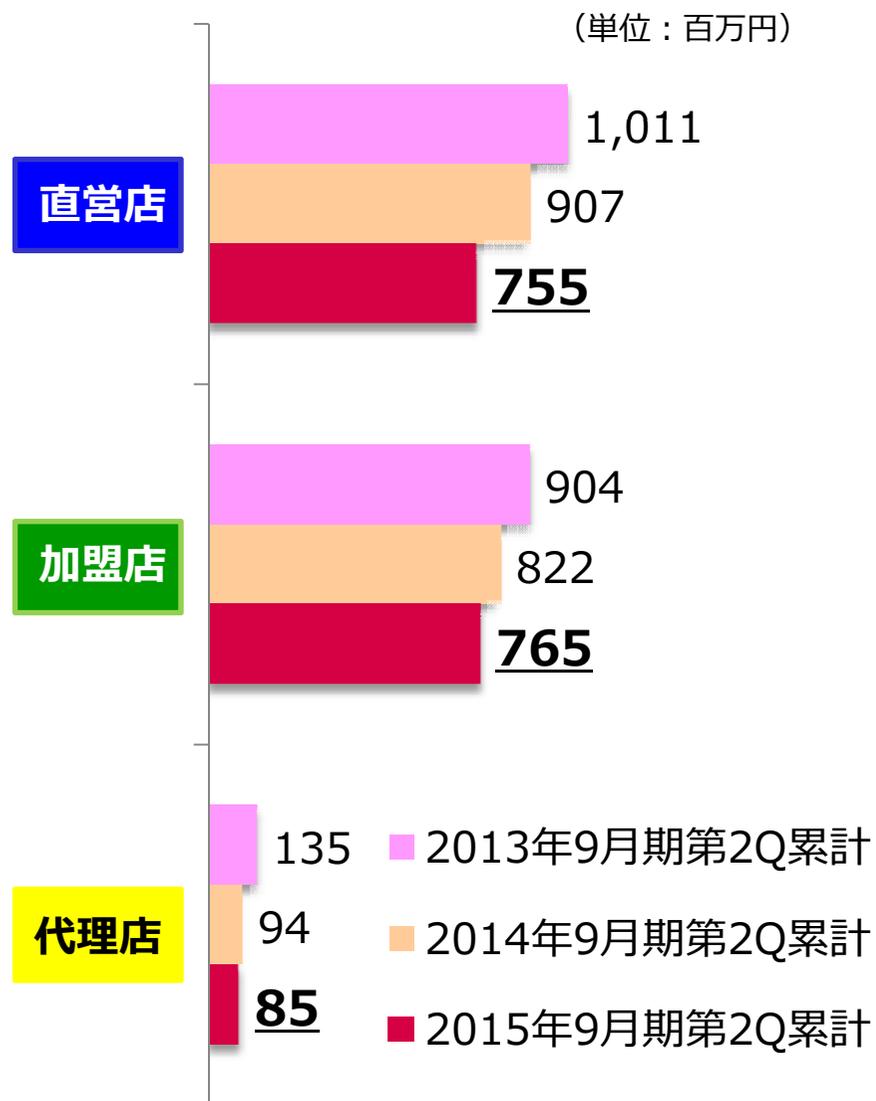
| (チャンネル別売上比率) | 直営店 | 加盟店 | 代理店 |
|--------------|-------|-------|------|
| 2014年9月期1-3月 | 45.5% | 49.4% | 5.1% |
| 2015年9月期1-3月 | 50.4% | 44.5% | 5.1% |

【1-3月期の直営店の粗利率が向上】

前年度から本格的な販売を開始したLED照明の設置工事において、今年度から工事専門会社のオーパス株式会社による内製化に取り組んだことなどにより、利益率が約5%向上

営業利益率1.5%から3.7%に向上

販売チャネル別売上総括



直営店

対前年同期比
83.3%

中期計画である「業界トップ水準の営業1人あたり売上」を目指すため期初に「**抜本的な営業手法改革**」を導入し効果が見え始めたが、**第1四半期の落ち込み**を取り戻すまでには至らず。

加盟店

対前年同期比
93.0%

デジタル複合機の売上が対前年同期比**102.3%増**となったものの、**ビジネスホンの売上が対前年同期比87.0%**となったことなどから減収。

代理店

対前年同期比
90.5%

採算性の更なる見直しを継続しているため政策的に**減収傾向**。

直営店の営業改革について

従来の営業手法

- **新規開拓が中心**
商品力（差別化）に依存した売上。
アポイント数・商談数を重視。
- **顧客訪問は受動的**
顧客の問い合わせに応じて訪問。
いつの間にか他社に乗り換えられていることも。

いわゆる狩猟型営業

市場の黎明期・拡大期には適した営業手法

今期からの営業手法

◆ 全社方針としての顧客訪問

「売ること」が目的ではなく、「顧客の状況を常に把握すること」と「困りごとを解決する」ための訪問を実施。

◆ 全ての顧客に定期訪問

訪問スケジュールを組んで、全ての顧客に定期訪問。
全営業マンの顧客訪問数と「定期訪問漏れ」がないかを管理。

顧客固定化と売上増大の両立を目指す

顧客満足度を高めることが結果として定期的に売上があがる、市場成熟期に適した手法

2014年10月導入

新営業手法の研修、
データベース再構築を実施。

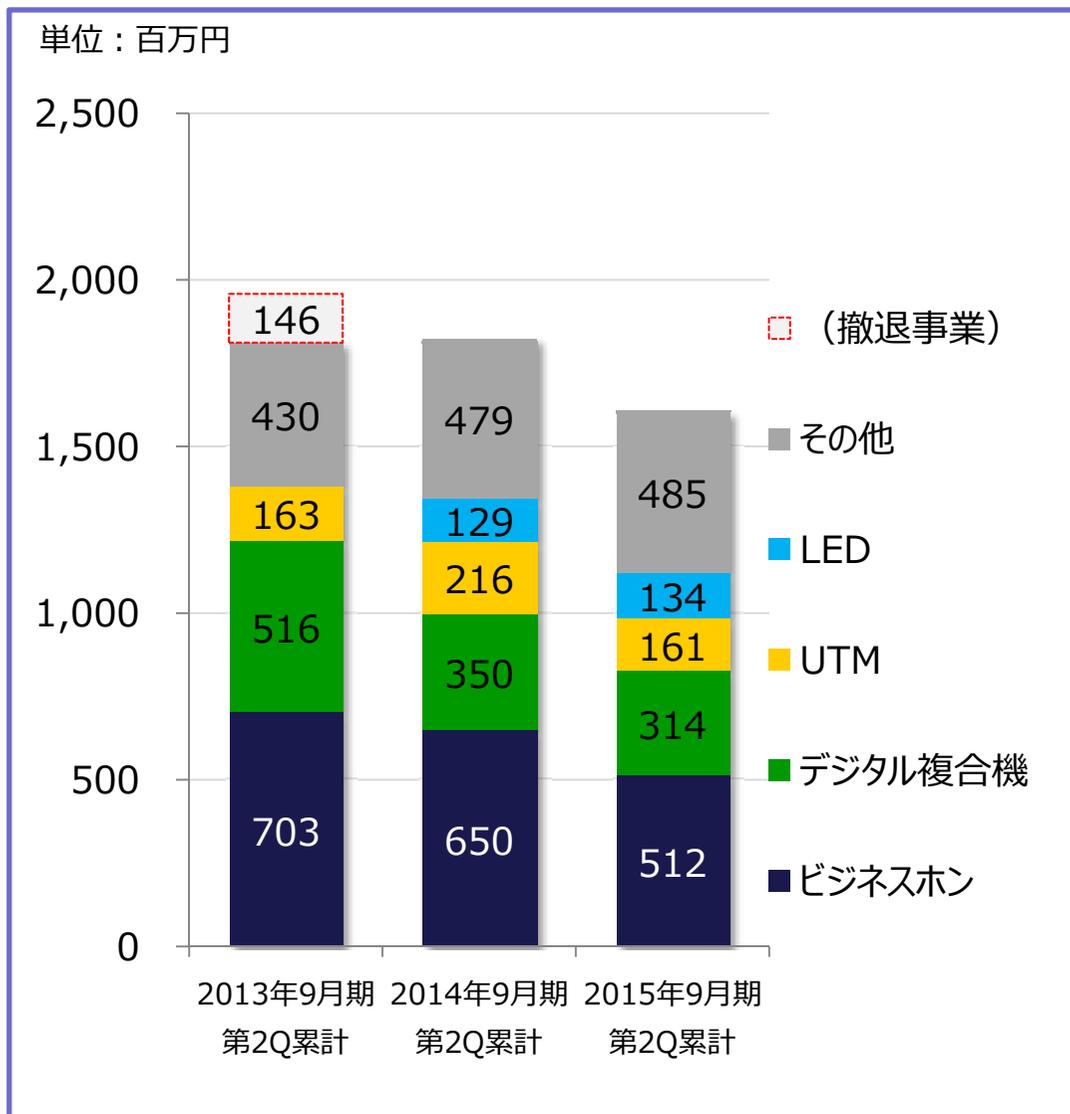
第1四半期

手法転換により、一時的に
商談数が減少、売上が減少。

第2四半期

新営業手法効果の兆しも、
まだ理解度・定着度に
バラつきあり。

商品別売上総括



LED

対前年同期比**103.8%**

事業全体の売上は対前年で減収となったが、前年度から本格的に取り組みを開始したLEDは、環境関連商材の需要の高まりを捉えて、**対前年で増収**。

ビジネスホン

対前年同期比**78.8%**

特に**直営店において68.8%**となったことなどが大きく影響し、全体として大きく減少。

1. 2015年9月期 第2四半期 業績総括

▶ BPO事業

全体総括

売上高

146百万円
(対前年同期比123.4%)

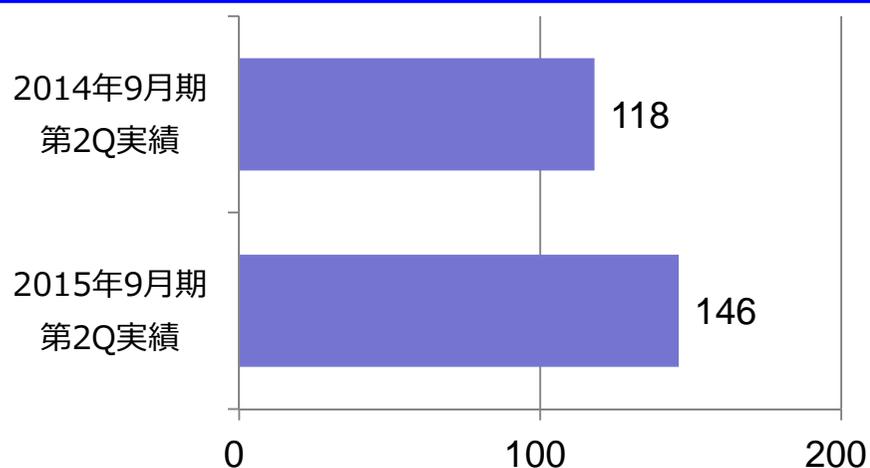
営業利益

1百万円
(対前年同期比9.5%)

- 国内営業部門の**営業社員を増員し、営業体制を強化した結果、新規獲得顧客が増大。**
- 前年度に実施した**M&A実施効果もあり、グループ外からの受託業務売上が大幅に増加。**

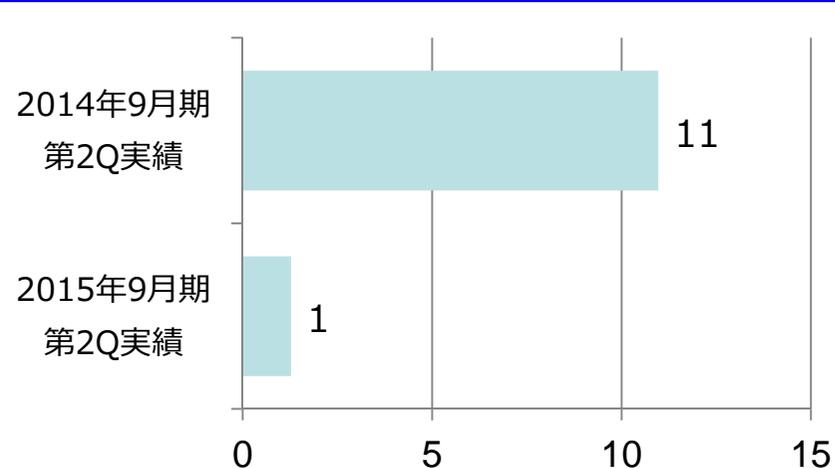
- M&A実施後の中国3社合併手続きが、中国当局の認可待ちによる**管理コストの圧縮が未実現などにより減益。**
- 円安の進行により円換算時のオペレーションコストが増加したものの、**営業黒字は確保。**

売上高 (百万円)

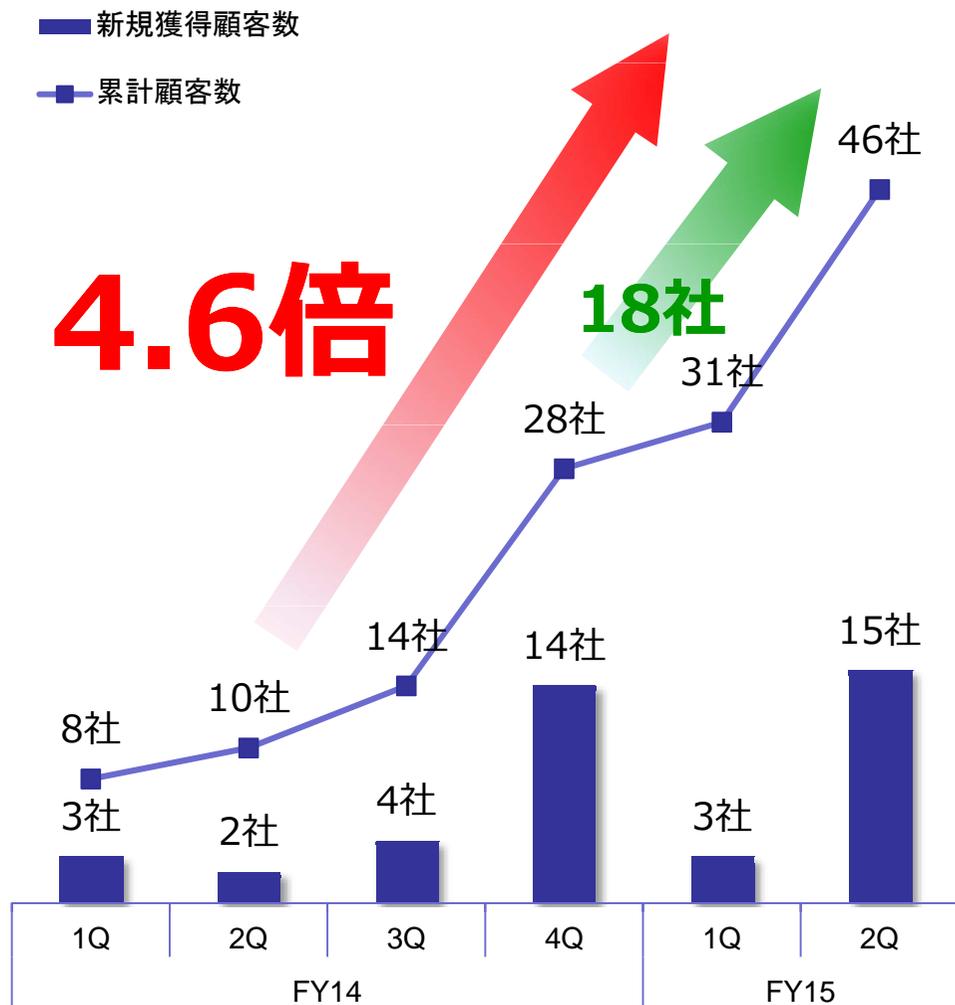


※売上高には連結調整分を含めております。

営業利益 (百万円)



顧客数推移の状況



※継続契約顧客数のみ。スポット取引の顧客数は除く

・ 国内営業強化

⇒ 期初に営業人員を増員し、**新規顧客開拓**を強化し結果、10-3月期で18社獲得。

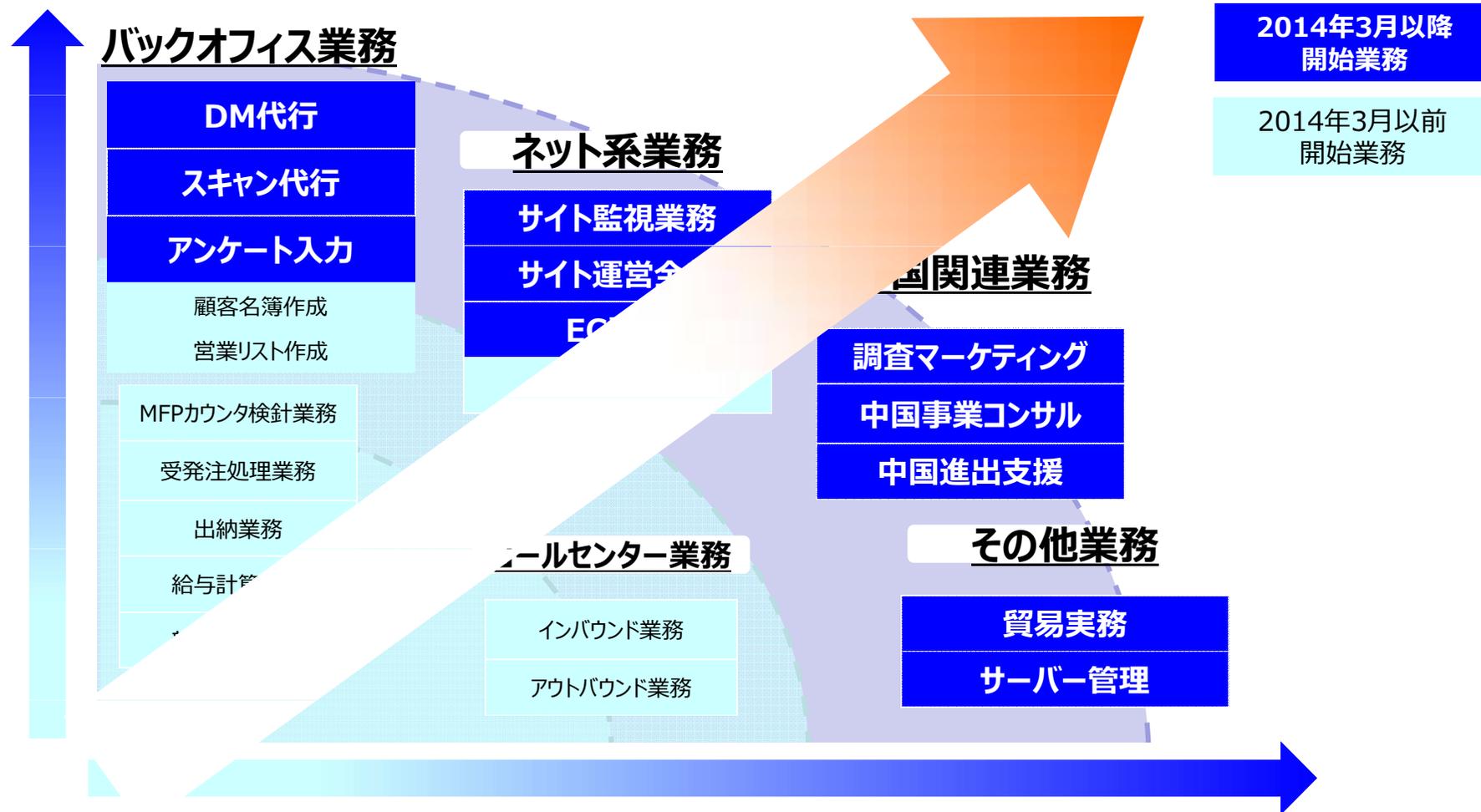
・ M & A 実施効果

⇒ **前年度に実施したM&A**により顧客数が増加し、確実な引き継ぎを行い固定化。

前年度 2 Q 時点と比較して

顧客数は4.6倍に増加

受託業務内容の増加



新規受託案件の増加、前年度のM&A実施により、
BPO拠点の規模と受託可能業務のバリエーションが大きく拡大

2. 2015年9月期 通期見通し

▶ グループ全体

2015年9月期 通期業績予想

売上高：4,662百万円

(対前年同期比：126.9%)

営業利益：160百万円

(対前年同期比：160.0%)

経常利益：157百万円

(対前年同期比：189.2%)

当期利益：136百万円

(対前年同期比：191.5%)

2014年11月14日公表の業績予想から変更はありません

1. 経営資源の集中

事業の多角化を目指さず、情報通信機器事業およびBPO事業の拡大と収益性向上を目指す。

2. M&Aの推進

既存2事業に関連する案件に関しては積極的に推進を行い、事業の拡大を目指す。

3. IT投資の推進による生産性向上

スマートフォンやタブレット端末と顧客管理システムの連動による営業効率の向上や、販売管理システムのリプレイスによる業務効率の向上を図り、売上拡大と販売管理費削減の両立を目指す。

2. 2015年9月期 通期見通し

▶ 情報通信機器事業

2015年9月期情報通信機器事業計画

売上高：4,523百万円

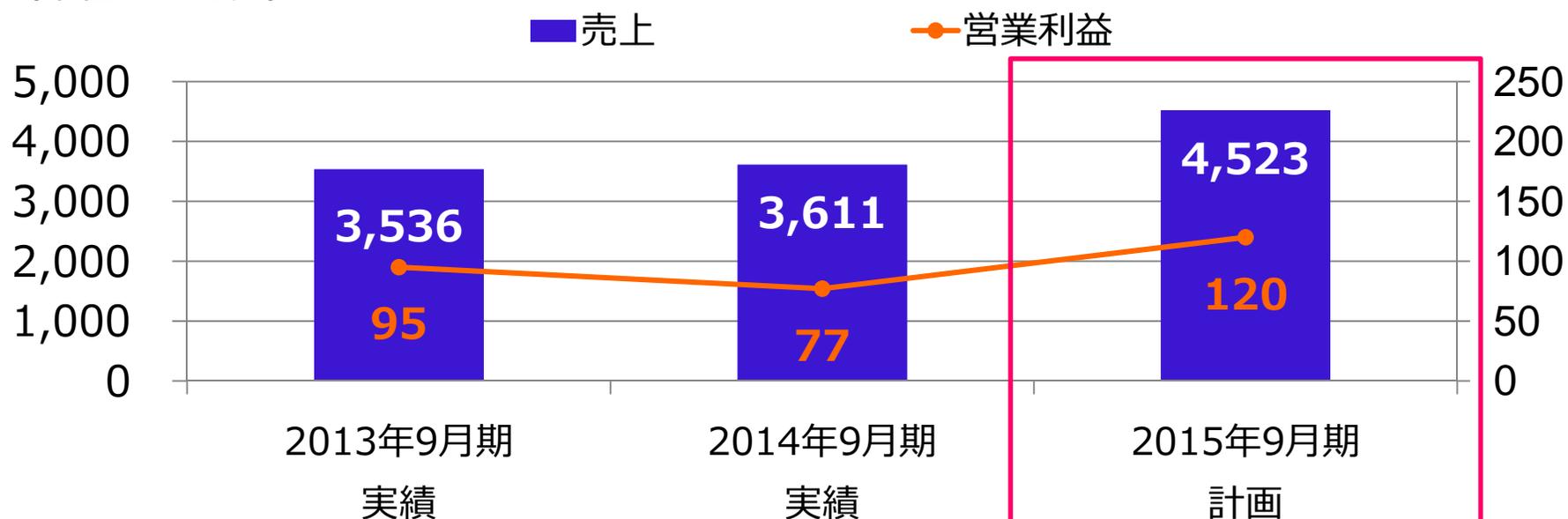
(対前年同期比：125.2%)

営業利益：120百万円

(対前年同期比：153.8%)

(単位：百万円)

売上/営業利益計画



※2013年9月期の直営店売上は、撤退した事業を除いております。

第3四半期以降の取り組み

▶ 直営店チャンネルでの抜本的な営業手法改革（継続）

一時的に売上は減少しても、中期計画の「業界トップ水準の営業1人当たり売上」の達成のため、改革を「徹底的に」断行する。

▶ 新卒営業社員の育成（2015年4月から）

21名の新卒社員が入社。当初から上記営業手法を身に付けさせ、早期戦力化を実現させる。

▶ 自社ブランド光回線サービスを獲得強化（継続）

N T T の光回線卸販売開始により、2015年2月から自社ブランド光回線サービス「Ret'sひかり」サービスを開始。

一元的にマネジメントを行う専門部署（オフィスインフラ推進事業部）を設置し、自社による直販のみならず、Ret'sひかり代理店および異業種アライアンスパートナーの開拓を行う。

▶ UTMの卸売事業に参入

中国No.1セキュリティメーカーであるヴィーナステック社と日本国内の独占販売権を持つ合併会社の設立に合意。

2015年5月中に会社設立、6月から事業を開始。

自社ブランド光回線サービス「Ret's ひかり」

2015年2月から販売を開始した自社ブランド光回線サービス



ストック型収益（継続収益）の拡大
通信インフラ獲得による顧客固定化
ビジネスホン販売戦略における差別化

今期末 1 万回線が目標。
来期以降の安定的な収益基盤を確立させる。

2. 2015年9月期 通期見通し

▶ BPO事業

2015年9月期BPO事業計画

売上高：400百万円

(対前年同期比：117.3%)

営業利益：40百万円

(対前年同期比：173.9%)

売上/営業利益計画

(単位：百万円)

■売上高

●営業利益

(単位：百万円)



※売上高には連結調整分を含めております。

第3四半期以降の取り組み

▶ 営業社員の増強（2015年4月）

新規案件受託強化による拡大、既存案件のフォロー充実による積み上げ受注の拡大がさらに見込めるため、2014年10月に増員した営業体制からさらに増員し、体制を増強。今期末までに、グループ売上比率80%を目指す。

▶ 中国BPOセンターの経営効率化（継続）

前年度のM&Aにより合計3社になった大連子会社合併による管理コストの減少、BPO各拠点（中国・大連市、長春市）のマネージメント力アップによる生産性（オペレーター1人あたりの処理能力等）の向上、IT化・システム投資の実施によるオペレーション効率化に取り組み、円安によるコスト増を吸収し、営業利益率15%を目指す。

▶ ミャンマー連邦共和国BPOセンターの早期立ち上げ

日本語スキル・データ処理スキルなどの人材教育、通信インフラなどの環境を整備し、本格稼働に向けたトレーニングやテスト運用を通じて、増加している新規案件に対応し、グループの収益性向上を実現させる。

▶ M&Aの積極的推進

規模を拡大することによるスケールメリットを追求。

経営ビジョン

A & A 1 1 1 +

(Action & Achievement 「行動、そして達成」)

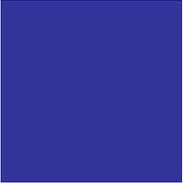
- 株主にとって投資リターン「No.1」
- 顧客にとって「オンリー 1」
- 業界で質量共に「No.1」
- 従業員にとって最も魅力的な
「Best 1」企業グループ

中期経営計画主要指標

(2015年9月期～2017年9月期)

- ◆ 営業利益5億円（2017年度）の達成
= 2014年度の5倍
- ◆ 顧客内シェア100%の達成
- ◆ 営業マン1人あたり売上業界NO. 1の
達成（2017年度下期）

**2017年度に中期経営計画を達成することにより
A & A 1 1 1 + を実現！**



補足資料

企業理念

- 私たちはお客様にとって、最適の情報通信システムの構築をすることにより、社会に貢献致します。
- 私たちはお客様にとって、最大限の経費削減のお手伝いする事により、社会に貢献致します。
- 私たちはお客様に、迅速かつ安心して頂ける保守サービスを提供することにより、社会に貢献致します。
- 私たちは私たち自身が人間として成長することにより、社会に貢献致します。

社是

| | | |
|---|---------------------|--------|
| R | ・・・ Real Power Rule | 実力主義 |
| E | ・・・ Enterprising | 積極思考 |
| C | ・・・ Challenge | 挑戦 |
| O | ・・・ Open | オープン経営 |
| M | ・・・ Management | 全員経営 |
| M | ・・・ Mind | 心 |

会社概要およびグループ経営体制



代表者 : 代表取締役社長 伊藤 秀博
設立 : 1994年9月30日
上場日 : 2004年5月26日
(JASDAQ市場スタンダード : 3323)

資本金 : 707百万円
発行済株式数 : 50,762,500株
従業員数 : 連結223名
(2015年3月31日現在)

情報通信機器事業

レカム株式会社

【支店 : 24拠点】

足利支店 / 前橋支店 / 埼玉支店 / 東京支店 / ECO営業部 /
豊島支店 / 八王子支店 / 長野支店 / 静岡支店 / 掛川支店 /
岐阜支店 / 名古屋第一支店 / 名古屋第二支店 /
名古屋中央支店 / 豊橋支店 / 四日市支店 / 大阪支店 /
松江支店 / 広島支店 / 福山支店 / 周南支店 / 北九州支店 /
久留米支店 / 沖縄支店

【営業所 : 7拠点】

宇都宮営業所 / 新宿第一営業所 / 千代田営業所 /
神奈川西営業所 / 長野南営業所 / 名古屋東営業所 /
都城営業所

オーパス株式会社

(レカム株式会社連結子会社)

【事業所 : 6拠点】

技術本部 / 足利技術部 / 前橋技術部 / 長野技術部 /
大阪技術部 / 広島技術部

BPO事業

大連レカム通信設備有限公司

(レカム株式会社連結子会社)

長春レカムBPOサービス有限公司

(大連レカム通信設備有限公司連結子会社)

レカムBPOソリューションズ株式会社

(大連レカム通信設備有限公司連結子会社)

大連新涛諮詢服務有限公司

(レカムBPOソリューションズ株式会社連結子会社)

大連求界奥信息服务有限公司

(レカムBPOソリューションズ株式会社連結子会社)

MYANMAR RECOMM CO.,LTD

(レカムグループ子会社)

主な沿革

| | |
|------|--|
| 1994 | <ul style="list-style-type: none"> • 業界の常識を覆す営業のフランチャイズを展開する会社として設立 |
| 1995 | <ul style="list-style-type: none"> • フランチャイズ加盟店 1 号店開業 |
| 2003 | <ul style="list-style-type: none"> • 中国・遼寧省大連市に子会社大連レカム通信設備有限公司を設立し、B P O 事業を開始 |
| 2004 | <ul style="list-style-type: none"> • 大阪証券取引所『ヘラクレス』（現：東京証券取引所「J A S D A Q」）に株式を上場 |
| 2006 | <ul style="list-style-type: none"> • 株式会社ケーイーエスを子会社化し、情報通信機器製造事業に参入 |
| 2008 | <ul style="list-style-type: none"> • ウォーターワン株式会社、有限会社サイバーワンより、カウネット（オフィス通販）販売代理店事業を承継 • 株式分割により純粋持株会社へ移行し、商号を『レカムホールディングス株式会社』へ変更。事業会社『レカム株式会社』を設立 • 株式会社ケーイーエスの商号を『株式会社アスモ』へ変更 |
| 2012 | <ul style="list-style-type: none"> • 中国・吉林省長春市に『長春レカム B P O サービス有限公司』を設立し、B P O 事業を拡大 |
| 2013 | <ul style="list-style-type: none"> • 持株会社『レカムホールディングス株式会社』の商号を『レカム株式会社』に変更し、旧レカム株式会社を吸収合併。事業持株会社へ移行 • 株式会社アスモ（現：株式会社オーパス）の情報通信機器製造事業を株式会社三洋化成に譲渡 • カウネット販売代理店事業を株式会社アルファライズに譲渡 • ライツ・オフリング（ノンコミットメント型）を実施し、資本金を4億2,537万円に増資 • B P O 営業に特化する会社として『レカム B P O ソリューションズ株式会社』を設立。 • 株式会社アスモの商号をオーパス株式会社へ変更。情報通信機器の設置工事・保守サービスを行う会社に事業転換 |
| 2014 | <ul style="list-style-type: none"> • M&Aによりニューウェーブビジネスソリューションズ株式会社を連結子会社化し、B P O 事業を拡大 • M&AによりH J オフショアサービス株式会社を連結子会社化し B P O 事業を拡大 • エクイティファイナンスの実施により、資本金を7億455万円に増資 • ミャンマー共和国・ヤンゴン市に「MYANMAR RECOMM CO.,LTD」を設立 |

レカムの強み



中期方針

- 1 顧客内の“レカムシェア”拡大
(より信頼される企業となる)
- 2 ストック型サービスの拡大
(より安定収益を充実する)
- 3 アジアにおける
経営ノウハウの有効活用

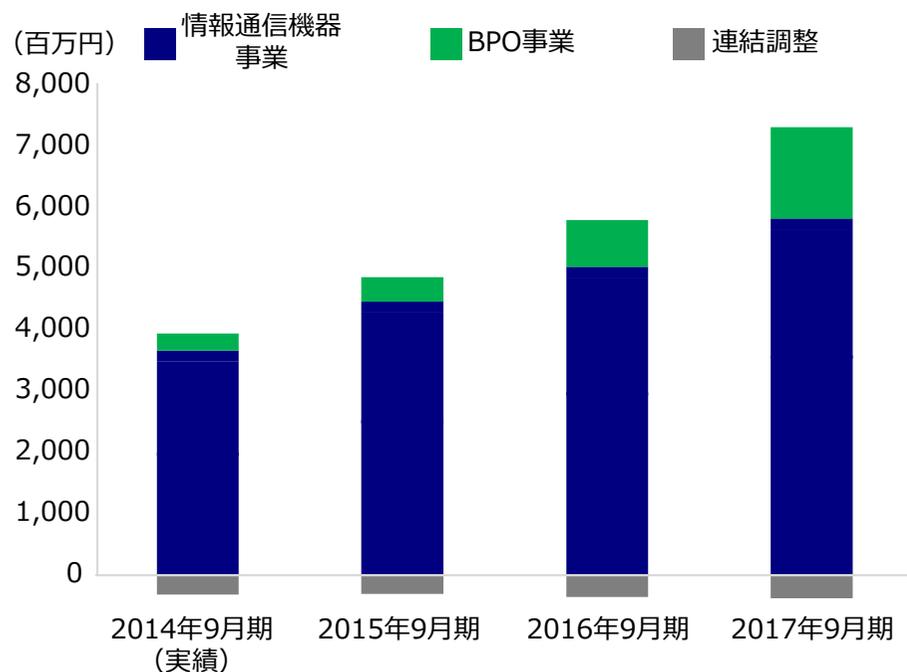
中期経営計画指標

| (単位：百万円) | 2014年9月期 (実績) | 2015年9月期 | 2016年9月期 | 2017年9月期 |
|----------|------------------|----------|------------------|------------------|
| 売上高 | 3,675 | 4,662 | 5,500 | 7,000 |
| 営業利益 | 101 | 160 | 300 過去最高益 | 500 最高益更新 |
| 当期純利益 | 71 | 136 | 260 | 310 |
| 営業利益率 | 2.7% | 3.4% | 5.5% | 7.1% |
| FCF | 102 | 100 | 100 | 170 |
| 有利子負債残高 | 429 | 300 | 300 | 300 |
| 株主資本 | 821 | 1,000 | 1,260 | 1,570 |
| 自己資本比率 | 46.5% | 50% | 50% | 50% |

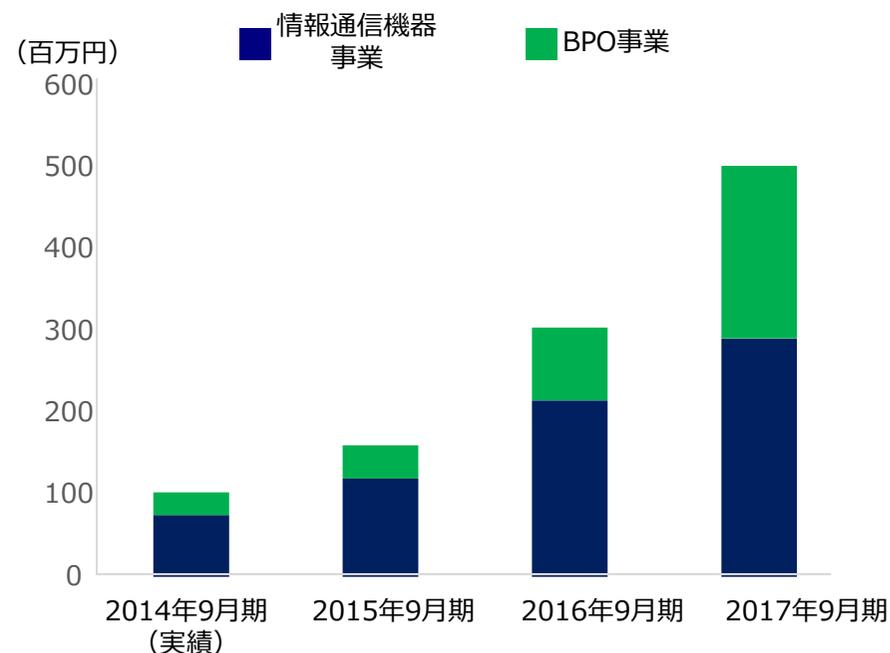
上場以来の経営目標達成へ

「営業利益率7%」 「自己資本比率50%」 「配当性向30%」

【連結】売上高計画



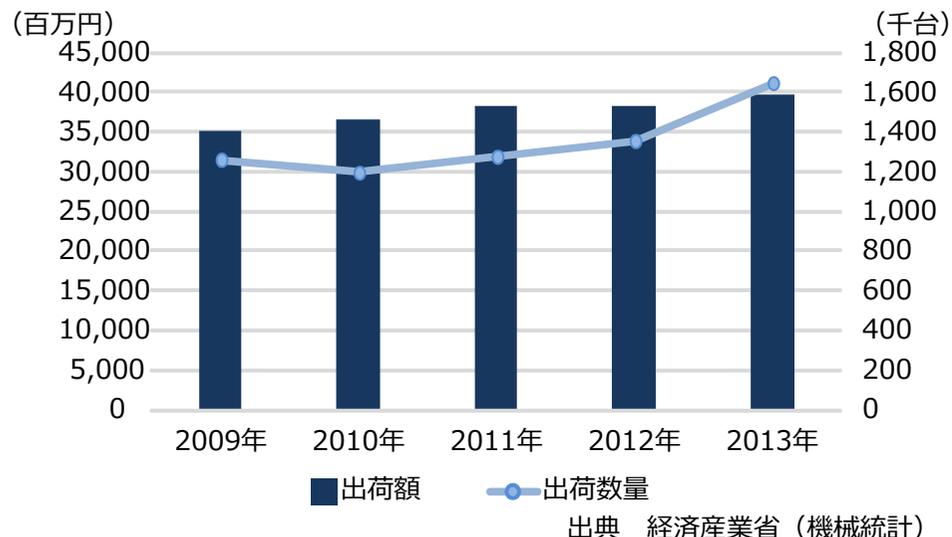
【連結】営業利益計画



- 情報通信機器事業は安定収益事業として堅調な成長
- BPO事業は更なる成長を牽引し、営業利益の4割を担う事業へ

(参考) 主力商品の市場規模推移

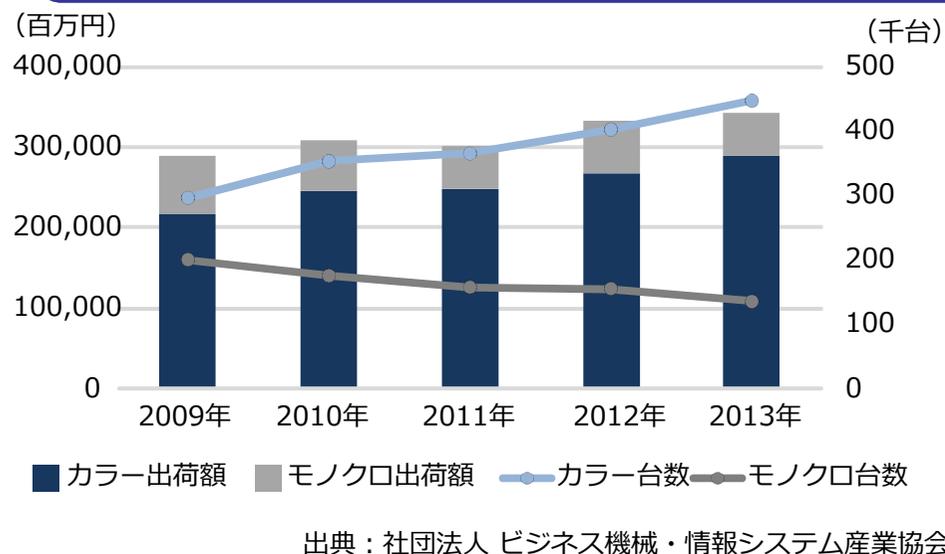
ビジネスホン



直近4ケ年は台数、市場規模ともに伸長。
安定した売上を見込める。
今後の大きな成長が見込める市場ではないが、
商材特性として安定したリプレイスによる底堅い
市場といえる。

当社は、ビジネスホン販売のノウハウが蓄積して
おり、リプレイス獲得を中心に優位に展開できる。

デジタル複合機 (MFP)



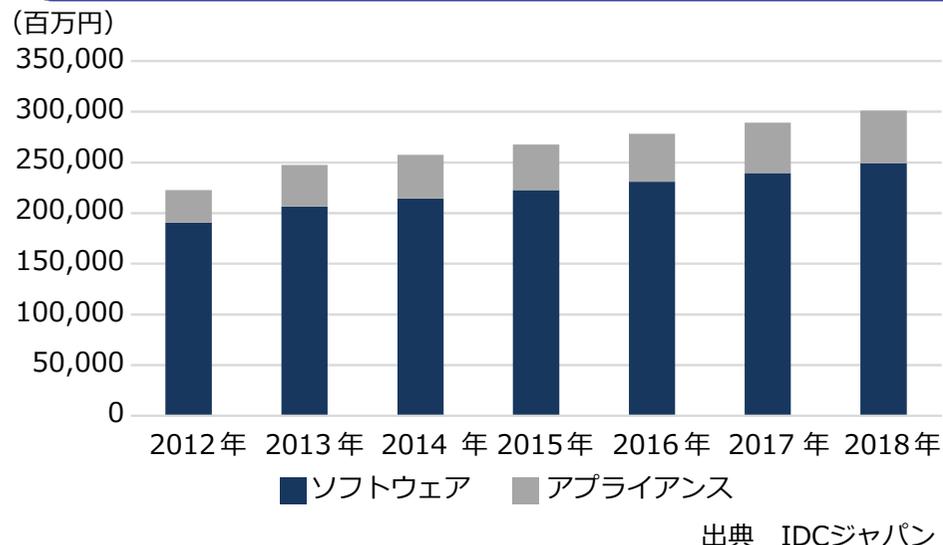
カラーMFPは成長を遂げており、モノクロMFPを
合わせた合計でも2011年以降は市場拡大を続けて
いる。

景況の安定に伴うリプレイス需要によって
2014年も成長傾向と予測されている。
リプレイスにより安定的な市場であるが、
一方、価格競争の激化は継続傾向。

当社としては、従来からの顧客の巡回徹底/接点強化
によって他社からの切替えも可能と考える。

(参考) 主力商品の市場規模推移

セキュリティ市場 (UTM)

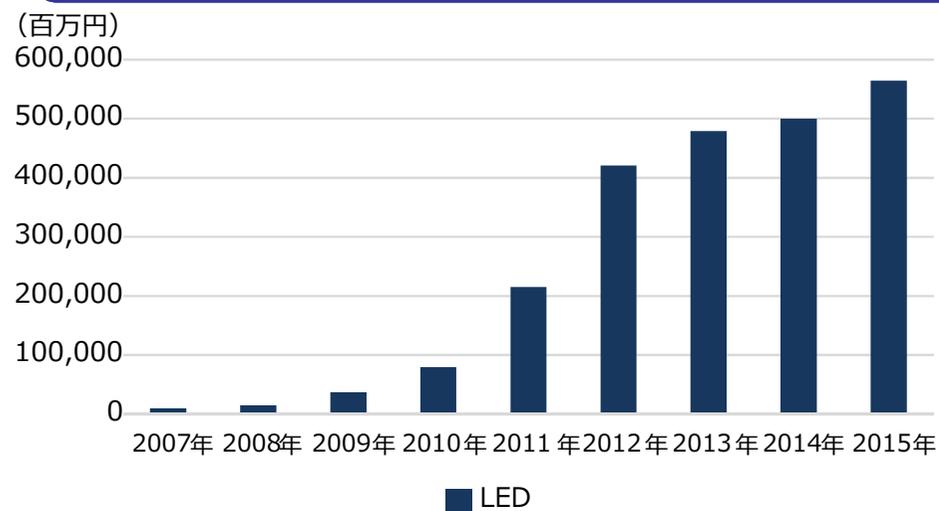


巧妙化・悪質化する攻撃への防衛意識の高まりから、中小企業への普及も予測されており、今後も市場は拡大傾向。

2013年～2018年における年間平均成長率は4%。

セキュリティソフトウェアサービスについては2014年以降、クラウドサービスやモバイル端末の利用拡大によって、アイデンティティ/アクセス管理とエンドポイントセキュリティ、セキュリティ/脆弱性管理への需要が拡大すると見られており、今後安定した拡大が見込める市場である。

LED市場



環境問題への関心の高まり、省エネ・コスト削減効果が見込め、電気料金の値上げの後押しも牽引し、市場は拡大傾向。

2015年には5,644億円に達すると予測されている。2020年まで長期的に安定した市場を形成すると考えている。

さらにLED照明器具の中でも光源ユニットのみ交換可能な製品も販売されており、将来的にはLED光源ユニットのリプレイス市場が形成される可能性がある。新しい販売アイテムとして拡大を見込める可能性が高い。

BPOとは

■ BPO (ビジネス・プロセス・アウトソーシング)

企業運営上の業務やビジネスプロセスを専門企業に外部委託すること。

特に、企業内部のノンコア業務を顧客企業から業務委託を受けて代行するサービスが一般的。

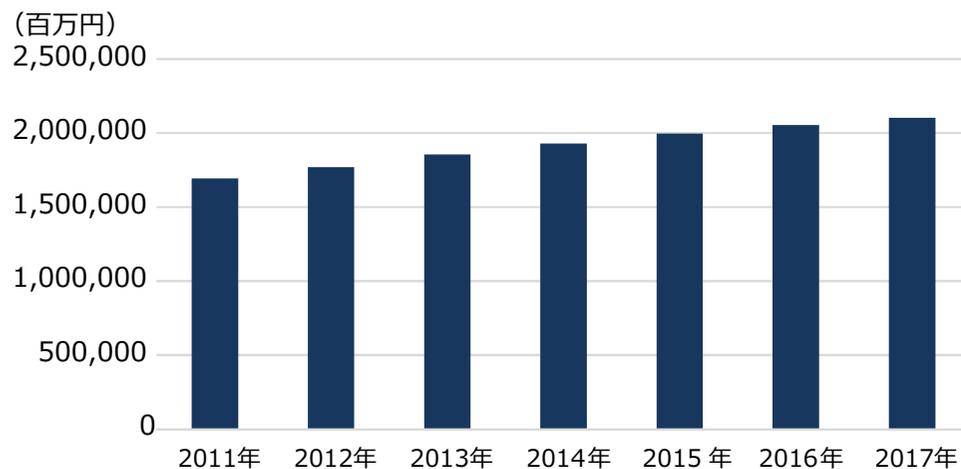
顧客メリット

- ・コスト削減の実現
- ・事業効率化の実現
- ・高品質化の実現
- ・本業 (コア業務) への注力

対象業務 (一例)

- ・データ入力業務
- ・コールセンター業務
- ・間接部門系業務
(人事、福利厚生、総務、経理)
- ・直接部門系業務
(購買・調達、コア部門単純業務/業界固有業務)

BPO市場



■ 売上 (事業者) 出典: 矢野経済研究所推計

2016年以降に2兆円を超える市場規模まで成長すると見込まれている。

現在異業種からの参入企業が増加しているため、価格競争は激化。グローバル化の進展や、少子高齢化の進展による労働力不足から、企業が外部リソースに頼らざるを得なくなっていくことなどが想定でき、今後も成長を維持していくものと予測されている。

当社は、他社が展開していない中小企業に対するBPOサービスを提供することで、当該ドメインのパイオニアを目指す。

本資料における注記事項

- 本資料もしくは口頭による説明において、歴史的事実でないものは、一定の前提の下に作成した将来の見通しです。これらは、現在入手可能な情報を基に当社経営陣が判断したものであり、リスクや不確実性を含んでおります。
- 本資料は、株主・投資家等の皆様に当社の経営方針、計画、財務状況等の情報をご理解いただくことを目的としており、利用者に対して、当社の株式の購入、売却等、投資を勧誘するものではありません。投資に関する決定は、利用者ご自身の判断において行われるようお願いいたします。
- 情報・資料の掲載には注意を払っておりますが、掲載された情報の内容が正確であるか等について一切保証するものではありません。また、掲載された情報またはその誤りについて、その理由の如何に関わらず、当社は一切責任を負うものではありません。

本資料に関する御問い合わせ

レカム株式会社 取締役常務執行役員CFO 川畑大輔
Email : ir@recomm.co.jp URL : <http://www.recomm.co.jp>