

ホリスティック企業レポート

ソーシャルワイヤー

3929 東証マザーズ

アップデート・レポート
2016年12月26日 発行

一般社団法人 証券リサーチセンター



証券リサーチセンター
審査委員会審査済 20161220

ソーシャルワイヤー(3929 東証マザーズ)

発行日: 2016/12/26

プレスリリース配信代行サービスとレンタルオフィスが二本柱の BPO 事業 上期営業減益も第 2 四半期からの回復で通期二桁営業増益を目指す

> 要旨

◆ プレスリリース配信代行・クリッピングとレンタルオフィスが柱

・ソーシャルワイヤー(以下、同社)は、法人を対象顧客として、プレスリリース配信代行・記事クリッピング等のニュースワイヤー事業、レンタルオフィスを展開するインキュベーション事業、翻訳サービスを展開する BPO 企業である。

◆ 17 年 3 月期上期決算の概要

・17/3 期第 2 四半期累計期間(以下、上期)決算は、売上高 1,165 百万円(前年同期比 24.9%増)、営業利益 106 百万円(同 6.1%減)であった。第 1 四半期に人員増を中心とした先行投資の影響で、上期はニュースワイヤー事業、インキュベーション事業ともに二桁の増収であったにもかかわらず営業減益となった。

◆ 17 年 3 月期業績予想

・同社は、17/3 期通期業績を、売上高 2,406 百万円(前期比 23.1%増)、営業利益 256 百万円(同 13.3%増)と期初予想を据え置いた。
・証券リサーチセンター(以下、当センター)では、売上高 2,431 百万円(前期比 24.4%増)、営業利益 267 百万円(同 18.2%増)と前予想を据え置いた。先行指標である未使用前売チケット残高は 9 月末に 7,684 件と過去最高となり、下期も高い増収率が期待できる。

◆ 投資に際しての留意点

・同社は 10 月からサービス内容を変更した影響で、9 月に前売チケット販売の駆け込み需要が見られた。この反動で、第 3 四半期末の前売チケット販売残高は一時的に減少する可能性がある。ただし、ビジネスモデルは安定しており、特に問題視する必要はないと当センターは考えている。

アナリスト: 難波 剛

+81(0)3-6858-3216

レポートについてのお問い合わせはこちら

info@stock-r.org

【主要指標】

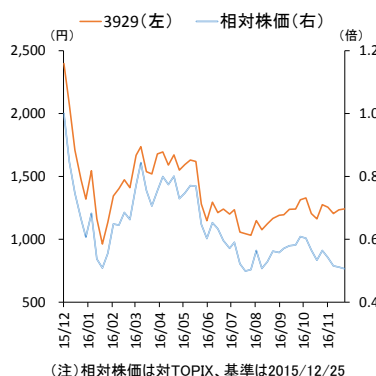
2016/12/16	
株価(円)	1,242
発行済株式数(株)	2,715,600
時価総額(百万円)	3,373

	前期実績	今期予想	来期予想
PER(倍)	20.5	19.4	15.0
PBR(倍)	4.1	4.1	3.5
配当利回り(%)	1.2	1.4	1.9

【株価パフォーマンス】

	1 カ月	3 カ月	12 カ月
リターン(%)	0.5	3.9	-40.0
対TOPIX(%)	-4.7	-11.3	-40.2

【株価チャート】



【3929 ソーシャルワイヤー 業種: 情報・通信業】

決算期	売上高 (百万円)	前期比 (%)	営業利益 (百万円)	前期比 (%)	経常利益 (百万円)	前期比 (%)	純利益 (百万円)	前期比 (%)	EPS (円)	BPS (円)	配当金 (円)
2015/3	1,583	56.5	108	-	110	-	71	-	33.4	168.0	0.0
2016/3	1,953	23.3	225	107.9	209	89.3	146	106.8	60.6	302.4	15.0
2017/3 CE	2,406	23.1	256	13.3	249	18.6	174	18.4	66.4	—	18.0
2017/3 E	2,431	24.4	267	18.2	249	18.7	225	18.4	64.1	305.3	18.0
2018/3 E	2,772	14.0	332	24.5	326	31.2	226	29.7	82.9	359.0	24.0
2019/3 E	3,117	12.4	409	23.0	403	23.5	279	23.8	102.7	418.3	30.0

(注) E: 証券リサーチセンター予想、CE: 会社予想

アップデート・レポート

2/22

本レポートに掲載された内容は作成日における情報に基づくものであり、予告なしに変更される場合があります。本レポートに掲載された情報の正確性・信頼性・完全性・妥当性・適合性について、いかなる表明・保証をするものではなく、一切の責任又は義務を負わないものとします。一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポートの配信に関して閲覧し投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失利益及び損害を含むいかなる結果についても責任を負いません。最終投資判断は投資家個人においてなされなければならず、投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあります。また、本件に関する知的所有権は一般社団法人 証券リサーチセンターに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。

> 事業内容

(注 1) クリッピング
新聞・雑誌・Web メディアから、必要な記事を選別・取得すること。

(注 2) レンタルオフィス
すでに内装・設備工事等が完了し、業務に必要なイス・机・執務空間・情報機器等を備え、小さく仕切られたスペースを貸すサービスのこと。初期コストを抑えることができるため、(ベンチャー) 企業の創業期に活用されることが多い。

(注 3) BPO
Business Process Outsourcing(ビジネスプロセスアウトソーシング)の頭文字をとったもので、企業運営上の業務やビジネスプロセスを専門の企業に外部委託すること。

◆ **プレスリリース配信代行・クリッピングとレンタルオフィスが柱**
ソーシャルワイヤー (以下、同社) は、法人を対象顧客として、①プレスリリース配信代行・記事クリッピング^{注1}等のニュースワイヤー事業、②レンタルオフィス^{注2}を展開するインキュベーション事業、③その他事業として主に翻訳サービスを展開する BPO^{注3}企業である。

ニュースワイヤー事業には 2 種類のサービスがある。第一に「@Press (アットプレス)」のブランドで、情報発信を行いたい法人顧客を対象にプレスリリース文書の校正、配信先メディアの選定等のサポートを含めたプレスリリース配信代行を行っている。第二に「@クリッピング (アットクリッピング)」ブランドで、必要とする情報を新聞等メディアから収集して報告するサービスを提供している。

インキュベーション事業は、国内とアジア各地で小スペースのオフィスを提供するレンタルオフィス事業を行っている。その他事業は、今期から子会社化されたトランススマートによるクラウドソーシング翻訳サービスが中心である (図表 1)。

【 図表 1 】 事業の概況

事業分類	活動	売上高	前期比	内容
ニュースワイヤー事業	プレスリリース配信代行 (ワイヤーサービス) 「@Press」	10.3億円	16.8%増	顧客からの依頼を受けて、メディアに対するプレスリリースの配信を代行するサービスで、8,500を超えるメディアからプレスリリースの内容に適した配信対象メディアを選定し、プレスリリースを配信。
	新聞・雑誌・Web 情報の調査 「@クリッピング」			Web・新聞・雑誌等、幅広いメディアから、顧客が必要としている記事を選別し、報告を行う。
インキュベーション事業	レンタルオフィス 「CROSSCOOP」	9.2億円	31.6%増	新宿2拠点、六本木、青山、仙台、シンガポール、インドネシア (FCIにて1拠点)、インド、ベトナム、フィリピン、タイの日本国内およびアジア 6 カ国に12拠点を運営。
その他事業 (新規事業)	クラウドソーシング (翻訳)	-	-	17/3期より新設事業。日本人翻訳者2,000人により、クラウドソーシング型の翻訳サービスを展開。

(注) 売上高と前期比は 16/3 期の実績

タイのレンタルオフィスは 16 年 4 月 1 日にオープン。仙台のレンタルオフィスは 16 年 10 月 17 日オープン。

(出所) ソーシャルワイヤー有価証券報告書等より証券リサーチセンター作成

◆ **アジア展開を進めるインキュベーション事業**

同社は、クロスボーダーでの成長、特にアジアの成長を取り込むことを経営上の重要な課題としており、国内に留まらず積極的に海外展開を行っており、アジア地域 6 カ国に子会社 7 社を設立し、事業を行っている (図表 2)。

【 図表 2 】 子会社一覧

会社名	所在地	事業内容
SOCIALWIRE SINGAPORE PTE.LTD.	シンガポール	インキュベーション事業
CROSSCOOP SINGAPORE PTE.LTD.	シンガポール	インキュベーション事業
PT.SOCIALWIRE INDONESIA	インドネシア ジャカルタ首都特別州	ニュースワイヤー事業
CROSSCOOP INDIA PRIVATE LIMITED	インド ハリヤーナー州	インキュベーション事業
Crosscoop (Thailand) Co., Ltd.	タイ バンコク都	インキュベーション事業
CROSSCOOP PHILIPPINES INC.	フィリピン マカティ市	インキュベーション事業
Crosscoop Vietnam Consulting Compnay Limited.	ベトナム ホーチミン市	インキュベーション事業

(出所) ソーシャルワイヤー有価証券報告書等より証券リサーチセンター作成

◆ メディアと企業をつなぐワイヤーサービス

(注 4) ワイヤーサービス
プレスリリースをメディアに配信し、サービス事業者の Web サイトや提携メディアに掲載する広報通信サービス。

(注 5) パブリシティ
企業や官公庁、団体などが、製品やサービス、事業などに関する情報をプレスリリースなど通じてメディアに提供し、報道されるように働きかける広報活動。
広告と異なり、情報のコントロール主体はメディア側となるため、一般的に公正かつ平等なニュース記事として消費者にとって信頼度は高くなる。

同社の「@Press」は、ワイヤーサービス^{注4}とも呼ばれ、パブリシティ^{注5}機能の一部を担い、企業に代わって広報、新商品・サービス等のプレスリリースに関して最適なメディアを選別し、配信代行を行っている。

企業が情報を発信する経路は、広告とパブリシティの二つに大きく分かれる。広告は、企業が情報を意図した通りにコントロールでき、情報の掲載も容易であるものの、視聴者には広告と認識されるため、注目されにくい。一方、パブリシティとして情報発信される場合、メディア等の第三者が制作するため、企業は情報をコントロールできず、また掲載の難易度は高いが、記事として視聴者に捉えられるため、読まれやすい。(図表 3)

【 図表 3 】 広告とパブリシティの特性比較

	文脈	主体	掲載面	コスト	伝わり方	投資対効果	掲載難易度	効果測定
広告	コントロール可	企業	広告枠	有償	広告としてスルーされやすい	投下コストに対して、効果は一律	容易	リーチ測定可能
パブリシティ	コントロール不可能	メディア(第三者)	記事枠	無償	ニュースやコラムとして読まれる	効果は千差万別だが、ない場合もある	難	リーチ数測定不可能

(出所) PR TIMES Web サイト

パブリシティとは、メディアが主体となって、社会的価値があると考えられる情報をターゲット視聴者に伝える活動である。そのため、記者やメディア自身は、社会的価値があると考えられる情報、視聴者が求めている情報を継続して見つけ、それをコンテンツとして加工して提供する必要がある。

掲載するコンテンツ、記事のネタを見つける経路は、①取材等を通して記者が自ら情報を収集するケースと、②企業がプレスリリースや自社製品をメディアへ持ち込むケースとがある。

同社のワイヤーサービスは、この二つの経路に関して、記者やメディアと企業を結びつけることで、メディアの情報収集機能をサポートしている。(図表4)。具体的には、同社は企業が発信するプレスリリースを必要としている先を絞り込んで的確に送り届けることを行っている。これにより、メディアはネタ(プレスリリース)探しを簡略化でき、より付加価値を生むコンテンツの制作に集中できることや、プレスリリースをネット等に転載することでコンテンツボリュームを増やすことが可能となる。また、企業が自社の新製品や新サービスをプレスリリースする際に、最も適した窓口を探すことは非常に困難であるが、同社のサービスを利用すれば、効率的にメディアの窓口にたどり着くことができる(図表4)。

(注6) ステルスマーケティングステマとも呼ばれ、消費者に宣伝と気づかれずに宣伝行為をすること。最近では、そのマーケティング手法が問題視されるケースが増え、メディアも避けるようになってきている。

一方で、近年ステルスマーケティング^{注6}と呼ばれる宣伝行為が問題視され、メディア自身がそのような宣伝手法を好まないため、同社はメディアの立場に配慮しつつ、プレスリリースがそのような用途に使われないように注意を払っている。

【図表4】パブリシティにおいて関与する具体的なサービス内容

	目的・内容	コンテンツ作成のための過程	
パブリシティ	メディアがターゲットとする視聴者に伝えたいことを社会的価値をもって掲載する活動。	① メディアの記者が自ら情報を収集して取材	③配信代行会社から、ネタ(プレスリリース)を取得し記者のネタ収集工数を簡略化し、個別取材に時間をかけていく。それをもとに、記者は付加価値を生むコンテンツをつくる。
	内容は視聴者の知りたい情報が主たるものとなる。	② 企業がプレスリリースを記者へ送付/キャラバンする	④配信代行会社からネタ(プレスリリース)を取得することで、メディアはネット転載によりコンテンツボリュームが増える。 ⑤配信代行会社は、企業がからネタ(プレスリリース)を預かり、これをメディアに送付する。これによりメディア窓口を知り得なくても、メディアに情報発信ができる。

(注) ③～⑤は同社が担っているコンテンツ作成のための過程

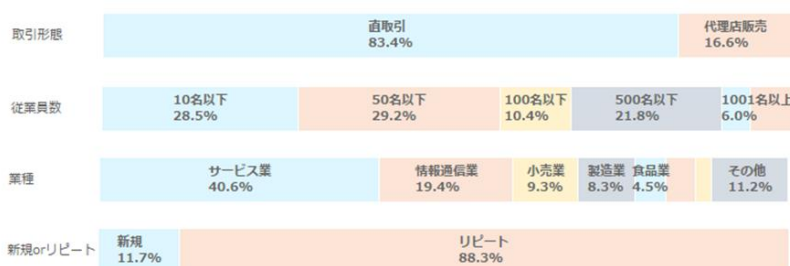
キャラバンとは製品やサービスを持って各メディアを訪問するPRのための営業のこと

(出所) ヒアリングに基づき証券リサーチセンター作成

◆ **リピート顧客の多いニュースワイヤー事業**

同社のニュースワイヤー事業の取引形態は 83.4%が代理店を通さない直取引である。顧客の 57.7%は、従業員数 50 名以下の法人であり、社内に広報機能が十分に備わっていない企業やプレスリリースをしたことがない企業であっても、同社のサポートにより円滑にリリースできるため、中堅・中小企業の利用が多い。業種別ではサービス業、情報通信業が 60.0%を占めている。同社顧客の 88.3%はリピーターであり、高い顧客満足度がリピートオーダーに結びついていることが窺われる (図表 5)。

【 図表 5 】 ニュースワイヤー事業の顧客データ



(出所) ソーシャルワイヤーWeb サイト

◆ **プレスリリースの校正、メディア選定等サポートが充実**

同社の「@Press」の特徴は、記事としてメディアで取り上げられる機会を増やすことを目的に、専属スタッフによる文書の校正、プレスリリースのタイトル提案、メディア選定により、効果的なリリース配信を行う点にある。また、8,500 の選択可能なメディアの中から、効果的に取り扱ってくれる可能性が高いメディアに配信先を絞ることで、企業が狙った視聴者にプレスリリースが到達する可能性を高めている。

また、プレスリリースを各種メディアに配信するだけでなく、大手新聞・通信社・ポータルサイト等 80 超のメディアと提携し、各メディアの「プレスリリース/ニュースリリース」のコーナーへ原文がそのまま掲載されることも同社の「@Press」の特徴の一つである(図表 6)。

【 図表 6 】 同社の提携する大手メディア一覧



(出所) ソーシャルワイヤーWeb サイト

同社サービスのプレスリリース 1 配信当たり単価は、3~6 万円で、平均は 4 万円である。1 回の配信が記事になる平均件数は 13.2 件、プレスリリースがそのまま掲載されるのは 33.3 件である (16/3 期)。記事掲載数は、配信先メディアの充実とともに増加しており、リピーターの定着、新規顧客増加にも結びついている (図表 7)。

【 図表 7 】 ニュースワイヤー事業 KPI 一覧表

	商品力			顧客利益 (プレスリリースの平均掲載数)				当社業績			
	配信先 メディア	原文掲載提 携メディア	掲載調査 メディア	記事掲載数			原文掲載数	@Press			@クリッピング
	WEB・紙 (メディア)	WEB (メディア)	WEB・紙 (メディア)	WEB (件)	紙 (件)	合計 (件)	WEB (件)	チケット販 売数(枚)	リリース 配信数 (件)	平均利用 回数 (件/社)	掲載調査依 頼数(件)
11/3期	2,600	79	-	7.2	1.6	8.8	36.9	1,748	5,022	2.55	-
12/3期	3,500	84	-	8.0	1.6	9.6	39.5	3,230	6,421	2.89	-
13/3期	6,000	86	800	10.1	1.7	11.8	34.0	4,424	7,639	2.97	20
14/3期	7,500	77	3,100	9.2	1.9	11.1	29.3	6,315	8,582	2.98	2,723
15/3期	7,500	76	3,100	11.0	1.8	12.8	32.8	8,997	11,362	3.31	10,656
16/3期	7,500	80	3,900	11.1	2.1	13.2	33.3	11,313	14,021	3.44	9,909

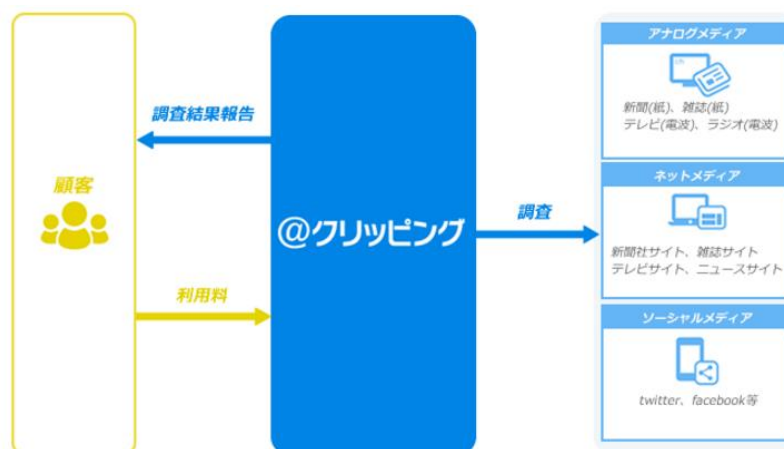
(注) 平均利用回数は、1 社当たりの年間平均利用回数

(出所) ソーシャルワイヤー成長可能性に関する説明資料より証券リサーチセンター作成

◆ 高品質調査が売りの@クリッピング

同社のニュースワイヤー事業の二つ目のサービスである「@クリッピング」は、紙メディア約 2,500 をベースに、Web メディアを合わせると 4,000 を超える媒体に配信されている記事情報を顧客企業のニーズに応じて選別し、報告するサービスである。このサービスにより、自社でリリースした記事がどの程度市場で浸透しているかの検証も可能となっている (図表 8)。

【 図表 8 】 @クリッピングサービスイメージ図



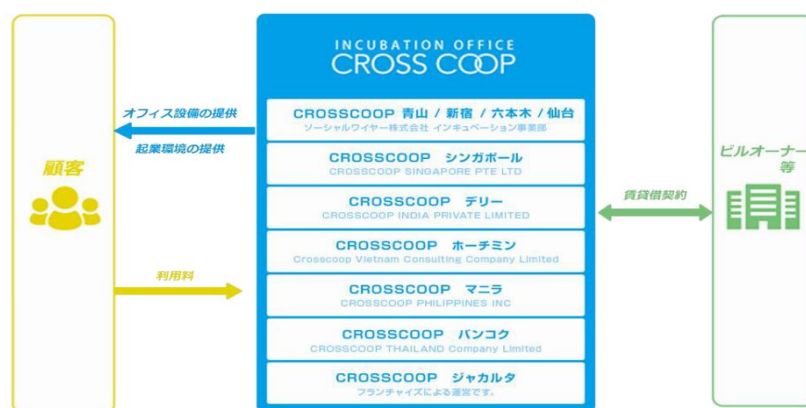
(出所) ソーシャルワイヤーWeb サイト

同社の「@クリッピング」は、「顧客要望のヒアリング方法」「効率的な新聞・雑誌の読み方」「記事発送までのフロー」等のノウハウの蓄積を進めた結果、顧客への誤報告を大幅に低減させ、読み落とし率0.01%以下と高品質のサービスを強みとしている。記事のクリッピングは、著作権の問題から機械によるスキャンができないため、目視によるクリッピングとなり、正確性とスピードの両面が要求される。実際に、全体の83.1% (16/3期) をリピート顧客が占め、品質の高さが窺える。

◆ 国内、アジアに展開するレンタルオフィスサービス

インキュベーション事業として営むレンタルオフィスサービスは、現在、東京都に4拠点を構え、10月17日には仙台オフィスをオープンした。またアジアにおいても6カ国6拠点数にて「CROSSCOOP (クロスコープ)」というブランドで、レンタルオフィスサービスを展開している。同社のレンタルオフィスの特徴は、国内においては利便性の良い主要駅に近いオフィスビル、海外においてはビジネス主要都市のアクセスが良く知名度の高いオフィスビルにおいて、レンタルオフィスを運営している (図表9)。

【 図表 9 】 レンタルオフィス事業の事業系統図



(出所) ソーシャルワイヤーWeb サイト

◆ 小規模事業者ニーズに応えたレンタルオフィス

一般的なオフィスビルのターゲットテナントは、フロア単位での賃貸や一棟借りである。小型ビルでも20坪から50坪程度のスペースはあるため、対象となる従業員規模は、最低でも10名以上となる。東京都において10名以上の事業所の割合は24.4%であり、それ以下の規模の事業所は、通常築年数の古い雑居ビル等対象となる物件に大きく制約を受けることになる。レンタルオフィスを利用する事業所の多くは従業員数が5名以下であり、この需給ギャップを埋めるために生まれたサービスである (図表10)。

【 図表 10 】 東京都における規模別事業所割合

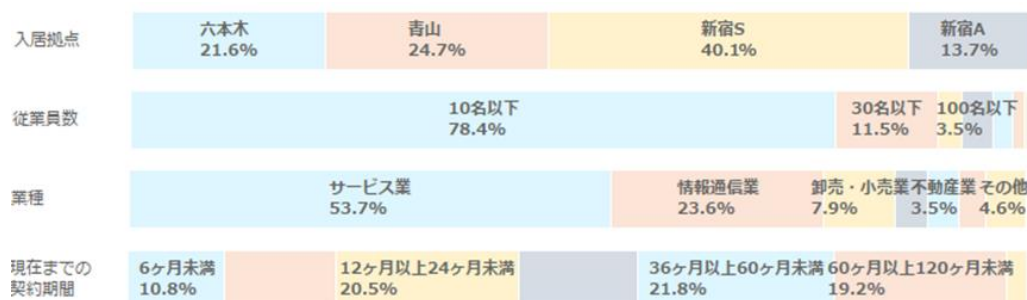
	総数	1~4人	5~9人	10~19人	20~29人	30人以上
事業所総数	653,819	356,584	135,099	80,409	30,472	48,075
(%)	100.0%	54.5%	20.7%	12.3%	4.7%	7.4%

(出所) 東京都産業労働局(2014)

国内の入居者の 53.8%が新宿の 2 拠点を利用しており、残りは青山 (24.7%) と六本木 (21.6%) となっている。従業員規模別では、10 名以下の企業が 78.4%と大多数を占めている。業種別では、サービス業 53.7%、情報通信業 23.6%となっている (16/3 期)。

入居期間別では、1 年未満が 23.1%を占め、1 年以上 2 年未満が 20.5% と、全体の 43.6%が 2 年未満である一方、5 年以上の企業が 21.4%を占めており、同社が 08 年にサービスを開始したことを考えると、立ち上げ時のニーズだけでなく、企業の成長フェーズに合わせたサービス提供ができていているものと考えられる (図表 11)。

【 図表 11 】 国内レンタルオフィス顧客プロフィール

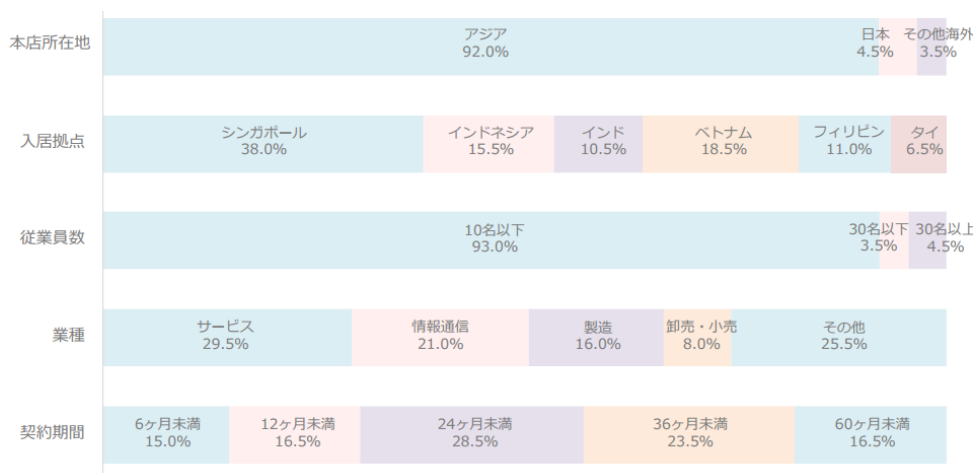


(注) 現在までの契約期間について、6 カ月以上 12 カ月未満が 12.3%、24 カ月以上 36 カ月未満が 13.2%、120 カ月以上が 2.2%である。

(出所) ソーシャルワイヤー説明会資料

海外のレンタルオフィスでは、16/3 期 (1 月~12 月) において、顧客に占める日系企業の割合は 70.0%、非日系企業の割合は 30.0%であるが、非日系企業が増加傾向にあり、本店所在地別で見るとアジアが 92.0%を占めている。拠点別では、全体の 38.0%をシンガポールが占めるが、それ以外の都市は、タイを除き 10%台で均等に分散されている。業種別では、国内と比較して、サービス業のウェイトが小さく、製造業のウェイトが大きい (図表 12)。

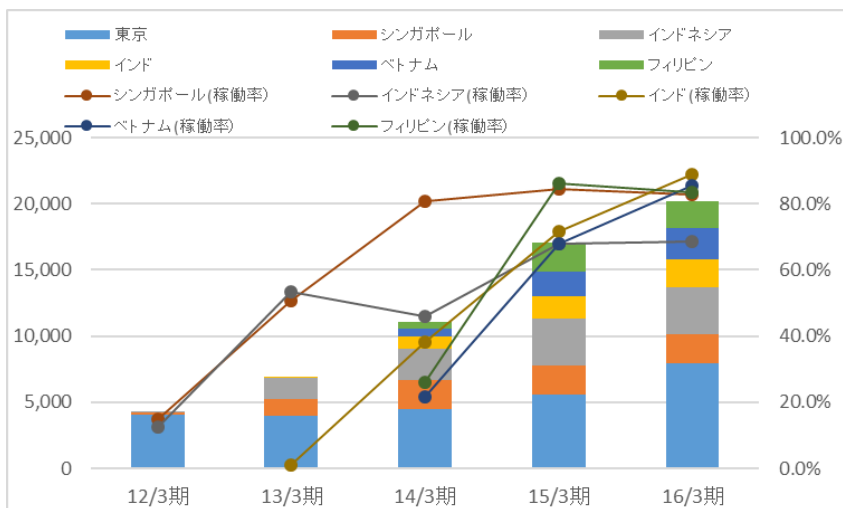
【 図表 12 】 海外レンタルオフィス顧客プロフィール



(出所) ソーシャルワイヤー説明会資料

同社は、年換算で 25,654 席（16/3 期、単月席数を 12 カ月分累積したもの）の席数を確保しており、国内外合計の稼働席数は、20,232 席、年平均稼働率 78.9%となり、15/3 期に平均稼働率が前期比 21.4%ポイントと急速に上昇し 74.3%に達したが、その水準から更に改善した。現在は、海外拠点の稼働率は、フランチャイズ運営のインドネシアを除き、80%台で推移しており、同社が想定するほぼフル稼働に近い状態となっている（図表 13）。

【 図表 13 】 レンタルオフィスの地域別稼働席数と稼働率



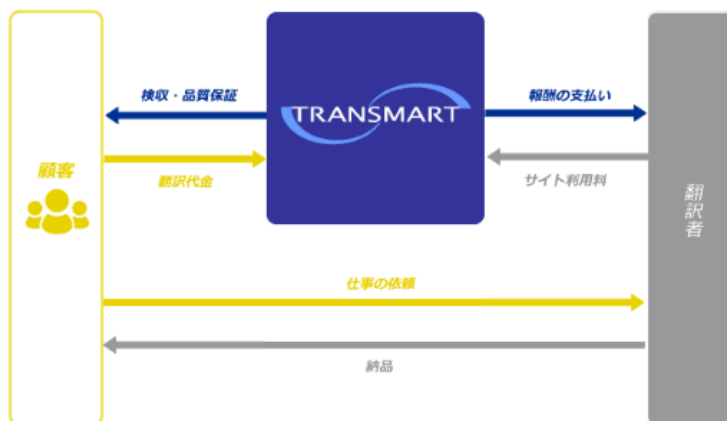
(出所) 有価証券報告書より証券リサーチセンター作成

◆ クラウドソーシングによる翻訳事業

同社は、16年4月にトランススマート株式会社の株式 84.4%を取得し、子会社化した。トランススマートには、約 2,000 人の日本人翻訳者が登録しており、顧客のニーズに応じ、クラウドソーシング^{注7}の形で、翻訳サービスの提供を行っている(図表 14)。

(注 7) クラウドソーシング
不特定多数の人に必要とするサービス、アイデア、またはコンテンツを依頼、取得するプロセスのこと。特定の企業等に委託するアウトソーシングとは対極に位置する業態。

【図表 14】クラウドソーシング翻訳のサービス提供図

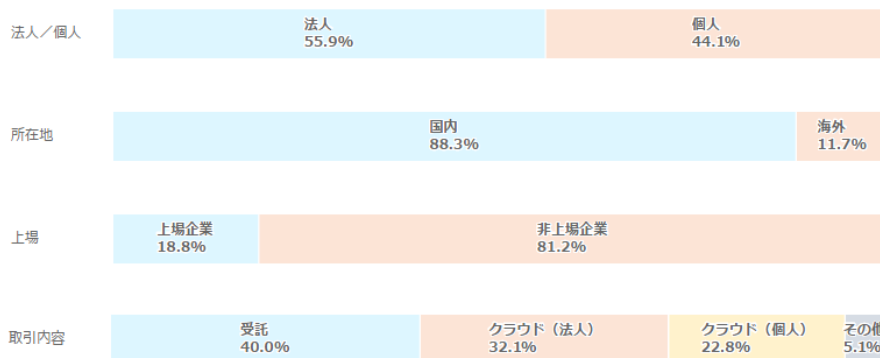


(出所) ソーシャルワイヤーWeb サイト

翻訳サービス「TRANSMART」では、テストに合格し、研修過程を受けた日本人翻訳者 2,000 人を実績によりランク分けしている。利用者は取得資格や得意分野、業界を確認できるため、ニーズに合致した翻訳者を探すことが可能となり、一般のクラウドソーシングで起こりがちな品質面での問題を抑えつつ、直接取引することを可能としている。

顧客は、法人が 55.9%で、国内の顧客が 88.3%を占める。発注元は、個人を含め、81.2%が非上場企業である(図表 15)。

【図表 15】クラウドソーシング翻訳の顧客プロフィール



(出所) ソーシャルワイヤーWeb サイト

➤ ビジネスモデル

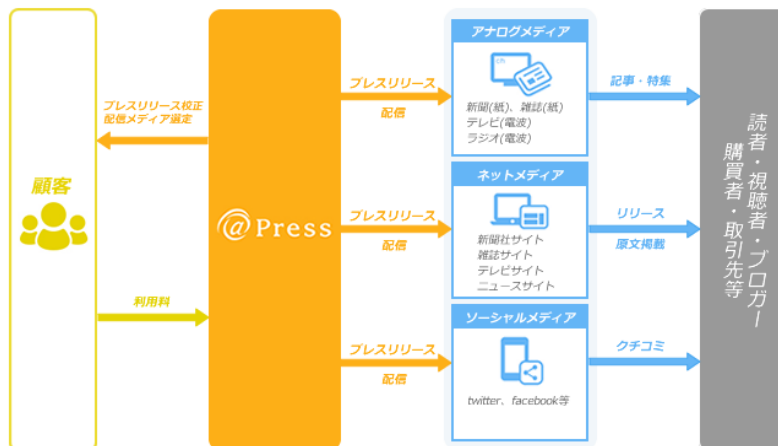
◆ 多様化するメディアがニュースワイヤー事業の需要を拡大

同社のニュースワイヤー事業が拡大してきた要因の一つに、情報発信経路の多様化がある。情報発信媒体は、従来大手メディアや雑誌等アナログメディアに限られていたが、ネットメディア、ソーシャルメディアの発達により、個人に影響を及ぼすメディアが多様化、その情報発信媒体の数も膨大になり、情報発信者とメディアをつなぐサービスへの需要が高まった。

また、ニュースサイト、アプリや、SNS 等で視聴者に強い影響を及ぼすインフルエンサー^{注 8}の存在が大きくなるに従い、トレンドの最新情報を欲するインフルエンサーと情報発信を欲する企業をマッチングするワイヤーサービス提供企業の重要性が高まった (図表 16)。

(注 8) インフルエンサー
有名人やスポーツ選手、有名ブロガーのような、自身のブログや SNS、メディアへの露出などで商品やサービスを紹介することで、大多数の消費者に大きな影響力を發揮するキーパーソンのこと。

【 図表 16 】 情報発信経路のイメージ図

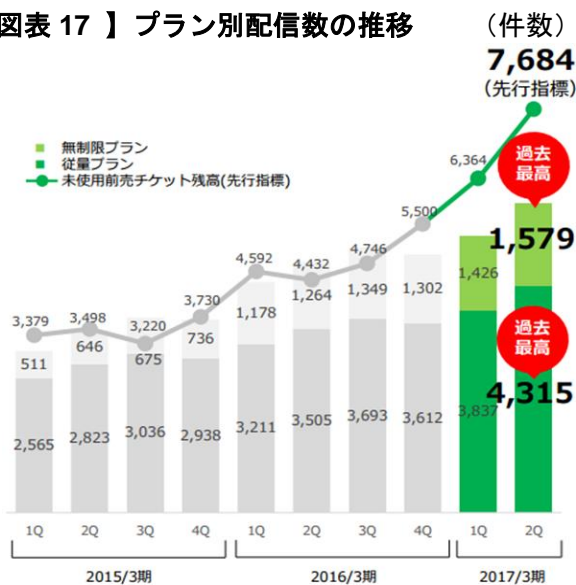


(出所) ソーシャルワイヤーWeb サイト

◆ 1 配信ごとに課金する従量プランがメインサービス形態

「@Press」は、一定額で無制限に配信できるプランと、配信件数に応じて課金する従量プランの二つのサービスを提供している。17/3 期第 2 四半期には、件数ベースで全体の 73%が従量プランを選択し、多くの顧客から支持を得ている (図表 17)。

【 図表 17 】 プラン別配信数の推移



(出所) ソーシャルワイヤー説明会資料

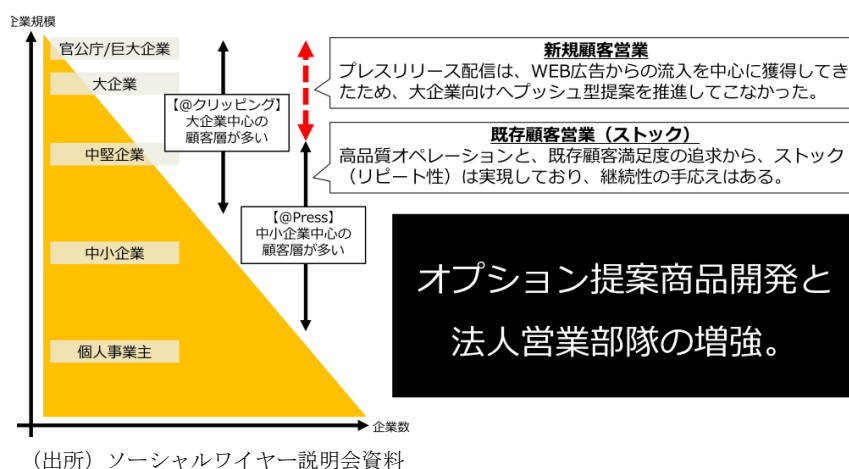
同社では、プレスリリースが効果的に取り上げられるように文書の校正やタイトルの提案、配信先メディアの選択等、コンサルティングに注力し、量よりも質に重きを置いた結果、料金設定は高めとなっているが、リピート率は高い。

同社の配信サービスは、1 配信ごとに課金される従量制であるが、前売チケットを複数枚まとめて購入することで、割引されるシステムとなっている。同社が先行指標として、重要視している未使用前売チケット枚数は、17/3 期第 2 四半期末において前年同期比 73.4%増と、非常に高い伸びを示している。

◆ クロスセルによる顧客層拡大を目指すニュースワイヤー事業

同社のニュースワイヤー事業の顧客層は、「@Press」と「@クリッピング」でやや異なる。「@Press」は、中堅・中小企業が主要な顧客層である一方で、「@クリッピング」は、大企業・中堅企業が情報収集の為の手段として活用してきた。更に「@クリッピング」は、買収により拡大してきたため、「@Press」と別々に営業を担当していた。17/3 期は、営業面でシナジーを生かせるようにクロスセルの方針のもと、両サービスを同一顧客に提供できるように商品性、営業力の強化を開始した (図表 18)。

【 図表 18 】 ニュースワイヤー事業のターゲット層イメージ



◆ 初期投資の軽減を可能としたレンタルオフィス

レンタルオフィスのサービス提供事業者は、サービスを提供する際に、ビルの所有者からフロアを借り受け、企業規模に応じて各種サイズの個室としてフロアを区分けしサブリース^{注 8}している。また、敷金、仲介手数料、電話敷設料、備品の購入等も不要で、借り受ける企業にとって初期投資がかからないシステムになっている (図表 19)。

(注 8) サブリース

不動産の所有者から管理会社が賃貸契約をし、その物件をさらに第三者に転貸すること。

【 図表 19 】 レンタルオフィスと一般賃貸比較

	レンタルオフィス (個室プラン)	事務所を借りの場合
賃料	10,000円 ～150,000円	200,000円
共益費	10,000円前後	数万円
敷金・保証金	0～1カ月	6カ月前後
仲介手数料	0円	1カ月
火災保険料	0円	数万円/年
立地	駅近	様々
電話対応	10,000円前後の オプション	事務社員を雇う
設備	備付け+ 従量制	購入の必要あり
面積当たりコスト	相場より5割程度割高	築年数、グレードによる
その他	入会金 数万円	鍵交換料 数万円

(出所) 証券リサーチセンター

このように利用企業にとっては、小規模なスペースで利用でき、成長に合わせて拡張も可能な上、初期投資を抑えるといったメリットがあるため、坪当たりの単価は周辺相場より割高になるが、不動産を借り受ける際の固定費リスクをレンタルオフィスのサービス提供者が負う形になっているため、利用ニーズは高い。

更にオプションとして、各種サービスを提供しており、必要な際に有料でファシリティを使用できる。電話受付もオプションで対応可能である所が多く、秘書を雇う費用を抑えることも出来る。

同社のレンタルオフィスは、駅に近い立地でグレードの高い設備を備え、ハイエンドのレンタルオフィスにカテゴリーされる。更に、オプションによる追加料金の発生を抑え、基本料金により利用サービスの範囲を競合他社より幅広くすることでトータルコストをハイエンドの競合他社よりも抑えた価格戦略を取っている。

> 決算概要

◆ 17年3月期上期は24.9%増収、営業利益は6.1%減

17/3期第2四半期累計期間(以下、上期)の連結業績は、売上高1,165百万円(前年同期比24.9%増)、営業利益106百万円(同6.1%減)、経常利益95百万円(同12.7%減)、純利益51百万円(同31.8%減)であった。同社は、上期の業績予想を開示していないが、通期会社計画に対する進捗率は、売上高48.4%、営業利益41.7%であり、営業利益は採用による固定費増の影響が大きく昨年より進捗率は低い(図表20)。

第2四半期の売上高は595百万円(前年同期比23.4%増)であった。ニュースワイヤー事業、インキュベーション事業ともに二桁の伸びであったことに加え、当第1四半期より翻訳事業が加わったことで、前四半期同様20%を超える高い増収率であった。販管費率は第1四半期に採用による固定費増で上昇したものの、第2四半期は売上増により2.8%ポイント低下し、42.9%となった。

第2四半期において、ニュースワイヤー事業の売上高は296百万円(前年同期比15.2%増)と、過去最高の四半期売上であった第1四半期から更に伸びており、第1四半期に大きく積みあがった未使用前売チケットが第2四半期に消化されたようである。従量プラン、無制限プランの件数は、それぞれ4,315件、1,579件と過去最高となった。同社の先行指標である未使用前売チケット残高は7,684件とこちらも大幅に伸びて過去最高となった。

インキュベーション事業は、海外では第1四半期に連結子会社化されたタイのレンタルオフィス事業が寄与し、国内では既存オフィスの稼働率の上昇により、累積稼働席数は、国内2,401席(前四半期比130席増)、海外3,113席(同165席増)となった。

第2四半期の営業利益は、ニュースワイヤー事業82百万円(前年同期比横ばい)、インキュベーション事業27百万円(同28.6%増)であった。ニュースワイヤー事業は、前四半期比では、24百万円の増収に対して、20百万円の営業増益と売上増の大部分が利益増に直結している。インキュベーション事業は、前四半期比でほぼ横ばいであった。

円高の進行により為替差損が前四半期末からやや増加し、上期で8.6百万円が営業外費用として計上された。また、第1四半期にEntrehub(Thailand) Co.,Ltdを子会社化したことで、2.7百万円の負ののれん発生益を特別利益に計上した。

【 図表 20 】 四半期業績の推移

(単位:百万円)

決算期	16/3期				17/3期	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
売上高	449	482	504	516	569	595
前年同期比	-	-	-	-	26.7%	23.4%
ニュースワイヤー事業	240	257	269	266	272	296
前年同期比	-	-	-	-	13.3%	15.2%
インキュベーション事業	209	226	234	249	246	250
前年同期比	-	-	-	-	17.7%	10.6%
その他	-	-	-	-	49	48
前年同期比	-	-	-	-	-	-
売上原価	204	215	226	238	264	277
売上構成比	45.6%	44.7%	44.9%	46.2%	46.5%	46.6%
販管費	199	198	213	230	260	255
売上構成比	44.4%	41.1%	42.4%	44.6%	45.7%	43.0%
営業利益	53	60	64	47	44	62
前年同期比	-	-	-	-	-17.0%	3.3%
営業利益率	11.8%	12.6%	12.7%	9.3%	7.8%	10.5%
経常利益	-	-	55	44	36	58
経常利益率	-	-	11.1%	8.6%	6.5%	9.9%
純利益	33	42	38	32	12	39
純利益率	7.3%	8.9%	7.7%	6.2%	2.2%	6.6%

(出所) ソーシャルワイヤー決算短信、決算説明会資料を基に証券リサーチセンター作成

> 事業戦略の進捗

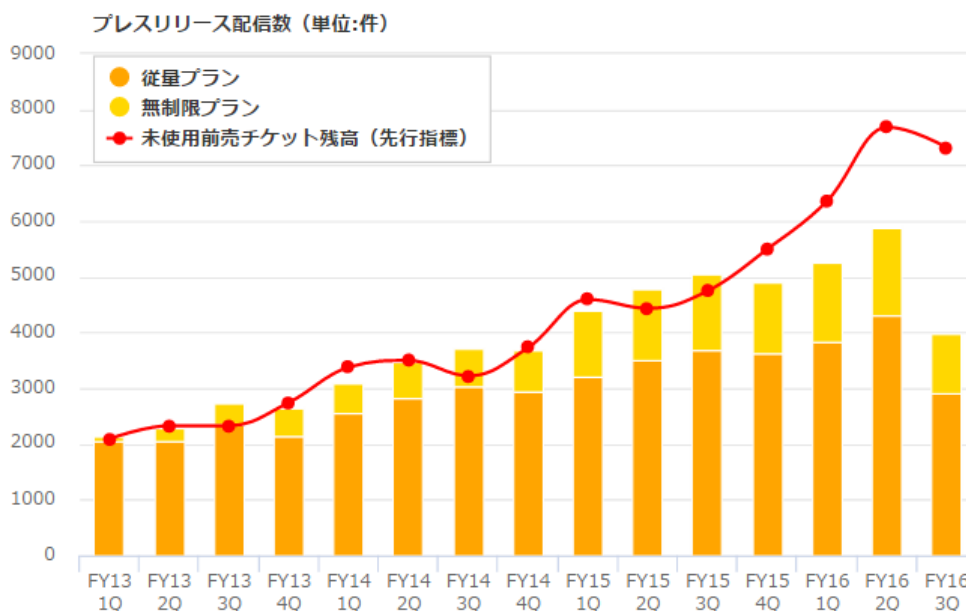
◆ ストックビジネスの進捗

同社は、ストックビジネスにフォーカスすることを基本戦略の一つにしている。特に「顧客のストック化」が商品開発、営業の方向性の大きな軸となっている。

同社は、ビジネスのストック化のために、ニュースワイヤー事業において前売チケットの販売に注力しているが、ボリュームディスカウントがある前売りチケットの販売促進により、1 配信当たりの平均単価が 4 万円を割れてきた。これに対し、10 月よりキュレーションメディアに関する新サービスをオプションとして始めることで、1 配信当たりの平均単価を上げることを試みており、今後の 1 配信当たりの平均単価の動きには注視していきたい。

第 2 四半期末の未使用前売チケット残高は 7,684 枚と過去最高を更新した。9 月末までに購入した前売チケットは、10 月よりスタートする新サービスを含んだチケットとして使用できるため、9 月に駆け込み需要が発生したようであり、この反動が 10 月以降の前売チケット販売に出ているようである。11 月末時点において、未使用前売チケット残高(速報)は、第 2 四半期末を下回る 7,313 枚であるため、第 3 四半期末時点での未使用前売チケット残高は、第 2 四半期末を下回る可能性があるが、中長期的には、同社のビジネスモデルは安定した成長が期待できる(図表 21)。

【図表 21】プレスリリース配信数、未使用前売チケット残高推移



(出所) ソーシャルワイヤーWeb サイト

「@Press」と「@クリッピング」の顧客に対して、今期よりクロスセルを試みているが、その成果が見えてくるのには、やや時間がかかりそうである。

◆ M&A 戦略

同社は、中期経営計画において、M&A で成長を加速させていく戦略を掲げており、今期においても、タイでレンタルオフィスを提供する Entrehub (Thailand) Co.,Ltd、および、翻訳事業を提供するトランススマートを子会社化した。

海外におけるレンタルオフィスは、タイが 7 カ国目となり、着実にアジアへの展開を進めている。翻訳事業は、下期よりサービスリニューアルを行い、上期は赤字であったが、下期は黒字化、通期でものれんの償却を除けば、損益均衡を目指している。

現在保有する自己株式は、今後の M&A 戦略での活用を視野に入れているものであり、引き続き M&A による拡大を目指すものと思われる。

> 業績予想

◆ 17 年 3 月期通期業績予想は据え置き

同社は、17/3 期通期業績に関して、売上高を 2,406 百万円（前年同期比 23.1%増）、営業利益 256 百万円（同 13.3%増）、経常利益 249 百万円（同 18.6%増）、親会社株主に帰属する当期純利益 174 百万円（同 18.4%増）と期初予想を据え置いた（図表 22）。

ニュースワイヤー事業は、先行指標である未使用前売チケット残高は第 2 四半期末に 7,684 枚と前四半期末から 20.7%伸びており、下期以降の売上貢献が見込まれる。インキュベーション事業は、10 月の新宿 CROSSCOOP 新宿 SOUTH の増床、CROSSCOOP 仙台の新規オープン等により、レンタルオフィス事業の席数が増加したことで、下期の増収を見込んでいる。

収益面では、第 1 四半期において、人員増による固定費増加があったものの、当面は現状の固定費レベルでの事業拡大を見込む。下期は前年同期比 21.5%増収、営業利益率は 12.0%と第 2 四半期比で更に改善することを見込んでいる。下期には第 2 四半期と同程度の固定費の推移を計画しているが、限界利益率の高い同社のビジネスモデルを考慮すると、通期業績計画達成の可能性は高いと思われる。

8 月に発表した 45.1 百万円を上限とした自社株買いは、期限である 11 月末において 45.0 百万円と当初設定枠分をほぼ取得した。今後の自社株買いについては明確な方針は示されていない。

◆ 証券リサーチセンターの業績予想

当センターでは、同社の 17/3 期業績を、売上高 2,431 百万円（前期比 24.4%増）、営業利益 267 百万円（同 18.2%増）、経常利益 249 百万円（同 18.7%増）、当期純利益 174 百万円（同 18.4%増）と従来予想を据え置いた（図表 22）。

セグメント別では、ニュースワイヤー事業は、1,219 百万円（前期比 18.0%増）を見込んだ。第 2 四半期末の未使用前売チケット枚数は前四半期末比 20.7%増と過去最高を更新しており、会社の想定をやや上回る高い伸びが続くことを予想する。インキュベーション事業は、10 月に仙台トラストタワーでのレンタルオフィスの開業、新宿 SOUTH の増床が予定通り行われたため、下ぶれリスクは限定的と考え、会社計画程度の 999 百万円（前期比 8.6%増）を予想する。また、今期より加わった翻訳事業は、会社計画と同程度の 212 百万円を予想する。

利益面では、利益率の高いニュースワイヤー事業の伸びが大きいですが、レンタルオフィスの増床及び新規出店に加え、ニュースワイヤー事業のオペレーター兼営業スタッフ及び法人営業要員の増加による固定費負担が重く、利益率は若干の悪化を想定し、営業利益 267 百万円（同 18.2%増）と予想する。為替差損、貸倒引当金繰入等の費用により、当期純利益は 174 百万円（同 18.4%増）を予想する。

【 図表 22 】証券リサーチセンター業績予想（損益計算書）（単位：百万円）

決算期	14/3期	15/3期	16/3期	17/3期CE	17/3期E	18/3期E	19/3期E
売上高	1,011	1,583	1,953	2,406	2,431	2,772	3,117
前期比	69.5%	56.5%	23.3%	23.1%	24.4%	14.0%	12.4%
ニュースワイヤー事業	484	885	1,033	1,196	1,219	1,420	1,580
前期比	36.9%	82.6%	16.8%	15.7%	18.0%	16.4%	11.3%
インキュベーション事業	526	698	920	997	999	1,065	1,193
前期比	24.5%	32.7%	31.6%	8.4%	8.6%	6.7%	11.9%
その他	-	-	-	212	212	286	343
前期比	-	-	-	-	-	35.0%	20.0%
売上総利益	497	880	1,068	-	1,275	1,452	1,639
前期比	-	77.0%	21.4%	-	19.4%	13.9%	12.9%
売上総利益率	49.2%	55.6%	54.7%	-	52.4%	52.4%	52.6%
販売管理費	502	772	842	-	1,008	1,060	1,150
販管費率	49.7%	48.7%	43.1%	-	41.5%	38.2%	36.9%
営業利益	-5	108	225	256	267	332	409
前期比	-	-	109.2%	13.3%	18.2%	24.5%	23.0%
営業利益率	-0.5%	6.8%	11.6%	10.6%	11.0%	12.0%	13.1%
経常利益	-7	110	209	249	249	326	403
前期比	-	-	89.3%	18.6%	18.7%	31.2%	23.5%
経常利益率	-0.8%	7.0%	10.7%	10.3%	10.2%	11.8%	12.9%
税引前利益	-7	110	209	-	249	321	398
前期比	-	-	89.3%	-	18.7%	29.2%	23.8%
当期純利益	-24	71	146	174	174	225	279
前期比	-	-	106.8%	18.4%	18.4%	29.7%	23.8%
当期利益率	-2.4%	4.5%	7.5%	7.2%	7.2%	8.1%	9.0%

(注) E は証券リサーチセンター予想
(出所) 証券リサーチセンター

【 図表 22 】 財務状態、キャッシュ・フローの予想

(単位:百万円)

	14/3期	15/3期	16/3期	17/3期CE	17/3期E	18/3期E	19/3期E
貸借対照表(百万円)							
現預金	233	378	520	-	503	470	483
売掛金	122	123	127	-	83	95	107
繰延税金資産	9	20	16	-	16	16	16
その他	66	81	101	-	125	194	249
流動資産	432	603	765	-	728	776	856
有形固定資産	215	342	440	-	550	674	809
建物及び構築物	165	324	468	-	580	698	826
工具、器具及び備品	124	132	154	-	226	301	385
無形固定資産	152	173	203	-	210	213	214
ソフトウェア	106	119	120	-	131	139	144
のれん代	18	21	16	-	12	8	4
その他	27	32	66	-	66	66	66
投資その他の資産	244	317	427	-	370	370	370
差入保証金	171	237	356	-	356	356	356
長期貸付金	57	64	56	-	56	56	56
繰延税金資産	12	13	13	-	13	13	13
その他	3	1	1	-	1	1	1
固定資産	612	833	1,070	-	1,132	1,258	1,395
資産合計	1,044	1,436	1,836	-	1,860	2,034	2,251
1年内償還予定の社債	62	60	20	-	20	0	0
1年内返済予定の長期借入金	65	116	130	-	130	126	112
未払金	85	139	111	-	95	105	115
未払法人税等	27	37	38	-	74	96	119
前受金	156	181	268	-	317	364	403
その他	60	87	126	-	104	102	113
流動負債	459	622	695	-	741	795	863
社債	80	20	-	-	0	0	0
長期借入金	207	375	303	-	273	246	234
資産除去債務	19	25	27	-	0	0	0
繰延税金負債	2	4	3	-	3	3	3
その他	1	0	-	-	0	0	0
固定負債	311	425	334	-	277	250	238
負債合計	770	1,047	1,030	-	1,018	1,046	1,101
純資産合計	274	389	806	-	842	988	1,149
(自己資本)	249	376	793	-	829	975	1,136

(注) E は証券リサーチセンター予想
(出所) 証券リサーチセンター

	14/3期	15/3期	16/3期	17/3期CE	17/3期E	18/3期E	19/3期E
キャッシュ・フロー(百万円)							
税金等調整前当期純利益	-7	110	209	-	249	321	398
減価償却費	58	81	115	-	126	139	153
売上債権の増減額 (-は増加)	-34	0	-4	-	43	-11	-11
前受金の増減額 (-は増加)	68	24	85	-	48	47	38
未払金の増減額 (-は増加)	14	51	-31	-	0	0	0
その他	31	1	26	-	-23	-68	-54
法人税等の支払額(プラスは還付額)	-19	-38	-55	-	-60	-103	-131
営業活動によるキャッシュ・フロー	111	231	345	-	383	325	391
有形固定資産の取得による支出	-119	-162	-168	-	-180	-189	-207
無形固定資産の取得による支出	-54	-58	-77	-	-77	-77	-77
その他	-45	-84	-117	-	0	0	0
投資活動によるキャッシュ・フロー	-219	-305	-363	-	-257	-266	-285
新株予約権の行使による株式の発行に	6	41	34	-	0	0	0
短期借入金の純増減額 (-は減少)	-45	-	-	-	0	0	0
長期借入れによる収入	96	409	70	-	100	100	100
長期借入金の返済による支出	-43	-191	-127	-	-130	-126	-112
社債の発行による収入	100	-	-	-	0	0	0
社債の償還による支出	-46	-62	-60	-	-20	0	0
株式の発行による収入	-	-	250	-	0	0	0
配当金の支払額	-	-	-	-	-48	-65	-81
自己株式の取得による支出	-	-	-	-	-45	0	0
財務活動によるキャッシュ・フロー	63	194	166	-	-143	-91	-93
現金及び現金同等物に係る換算差額	-10	25	-6	-	0	0	0
現金及び現金同等物の増減額 (-は減少)	-53	195	142	-	-17	-32	12
現金及び現金同等物の期首残高	286	233	378	-	520	503	470
現金及び現金同等物の期末残高	233	378	520	-	503	470	483

> 投資に際しての留意点

◆ M&A による事業形態の急変

同社の基本戦略の1つに M&A による成長があるが、現在のように金融緩和下においては、資金調達が比較的容易であるため、現在の事業規模と比較して大規模な M&A を実行することが可能である。その結果、現在の事業ドメインと全く異なる事業への進出もありえるが、そのような場合は、資金需要だけでなく、将来的なビジョンが不明瞭になるため、短期的には投資家を混乱させる可能性がある。

◆ アジア経済の不安定さによる事業への影響

同社は、アジアの成長を取り込むことを長期的な基本戦略としている。中長期的なアジア経済の成長に疑問の余地は小さいが、東南アジア地域は過去に世界経済が失速した時には、その影響を大きく受けてきた。

米国の通貨政策によりアジア通貨が下落する際には、国際資本の引上げで現地経済が大きく失速する懸念がある。また政治、法律面でも先進国と異なる点が多い為、様々なカントリーリスクがある点に留意する必要がある。

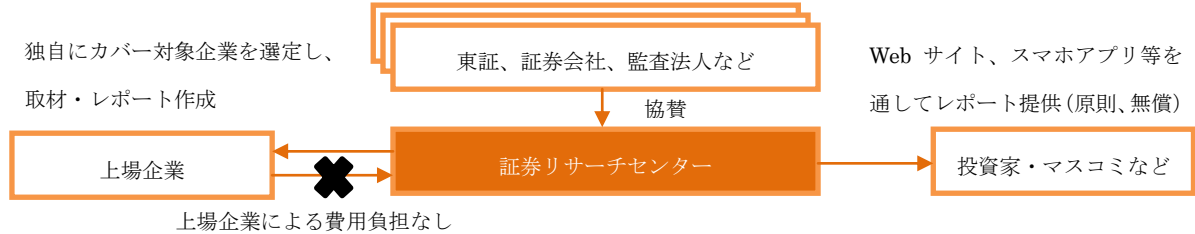
◆ ストックオプションによる希薄化

同社は、ストックオプションによる潜在的な希薄化率が大きく、16年3月末時点で発行済株式数の16.8%に相当する、現状で行使できるストックオプションがある。17年1月からは、さらに204,800株相当

が権利行使可能となるため、株式需給面で一定のネガティブ要因となる可能性がある。

証券リサーチセンターについて

証券リサーチセンターは、株式市場の活性化に向けて、中立的な立場から、アナリスト・カバーが不十分な企業を中心にアナリスト・レポートを作成し、広く一般にレポートを公開する活動を展開しております。



■ 協賛会員

(協賛)

東京証券取引所	SMBC 日興証券株式会社	大和証券株式会社	野村證券株式会社
みずほ証券株式会社	有限責任あずさ監査法人	有限責任監査法人トーマツ	新日本有限責任監査法人
優成監査法人	株式会社 ICMG		
(準協賛)			
三優監査法人	太陽有限責任監査法人	株式会社 SBI 証券	
(賛助)			
日本証券業協会	日本証券アナリスト協会	監査法人 A&A パートナーズ	いちよし証券株式会社

本レポートの特徴

「ホリスティック企業レポートとは」

ホリスティック企業レポートとは、証券リサーチセンターが発行する企業調査レポートのことを指します。ホリスティック企業レポートは、企業側の開示資料及び企業への取材等を通じて収集した情報に基づき、企業価値創造活動の中長期の持続可能性及び株価評価などの統合的分析結果を提供するものです

■ 魅力ある上場企業を発掘

新興市場を中心に、アナリスト・カバーがなく、独自の製品・技術を保有している特徴的な企業を発掘します

■ 企業の隠れた強み・成長性を評価

本レポートは、財務分析に加え、知的資本の分析手法を用いて、企業の強みを評価し、企業の潜在的な成長性を伝えます。さらに、今後の成長を測る上で重要な KPI (業績指標) を掲載することで、広く投資判断の材料を提供します

■ 第三者が中立的・客観的に分析

中立的な立場にあるアナリストが、企業調査及びレポートの作成を行い、質の高い客観的な企業情報を提供します

本レポートは、企業価値を「財務資本」と「非財務資本」の両側面から包括的に分析・評価しております

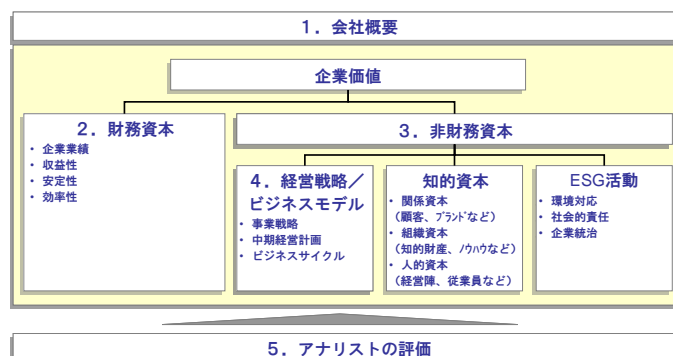
本レポートの構成

企業の価値は、「財務資本」と「非財務資本」から成ります。

「財務資本」とは、これまでに企業活動を通じて生み出したパフォーマンス、つまり財務諸表で表される過去の財務成果であり、目に見える企業の価値を指します。

それに対して、「非財務資本」とは、企業活動の幹となる「経営戦略/ビジネスモデル」、経営基盤や IT システムなどの業務プロセスや知的財産を含む「組織資本」、組織の文化や意欲ある人材や経営陣などの「人的資本」、顧客との関係性やブランドなどの「関係資本」、社会との共生としての環境対応や社会的責任などの「ESG 活動」を指し、いわば目に見えない企業の価値のことを言います。

本レポートは、目に見える価値である「財務資本」と目に見えない価値である「非財務資本」の両面に着目し、企業の真の成長性を包括的に分析・評価したものです。



指標・分析用語の説明

■ PER (Price Earnings Ratio)

株価を1株当たり当期純利益で除したもので、株価が1株当たり当期純利益の何倍まで買われているのかを示すものです

■ PBR (Price Book Value Ratio)

株価を1株当たり純資産で除したもので、株価が1株当たり純資産の何倍まで買われているのかを示すものです

■ 配当利回り

1株当たりの年間配当金を、株価で除したもので、投資金額に対して、どれだけ配当を受け取ることができるかを示すものです

■ ESG

Environment: 環境、Society: 社会、Governance: 企業統治、に関する情報を指します。近年、環境問題への関心や企業の社会的責任の重要性の高まりを受けて、海外の年金基金を中心に、企業への投資判断材料として使われています

■ SWOT 分析

企業の強み (Strength)、弱み (Weakness)、機会 (Opportunity)、脅威 (Threat) の全体的な評価を SWOT 分析と言います

■ KPI (Key Performance Indicator)

企業の戦略目標の達成度を計るための評価指標 (ものさし) のことです

■ 知的資本

顧客関係や業務の仕組みや人材力などの、財務諸表には表れないが、財務業績を生み出す源泉となる「隠れた経営資源」を指します

■ 関係資本

顧客や取引先との関係、ブランド力など外部との関係性を示します

■ 組織資本

組織に内在する知財やノウハウ、業務プロセス、組織・風土などを示します

■ 人的資本

経営陣と従業員の人材力を示します

免責事項

- 本レポートは、一般社団法人 証券リサーチセンターに所属する証券アナリストが、広く投資家に株式投資の参考情報として閲覧されることを目的として作成したものであり、特定の証券又は金融商品の売買の推奨、勧誘を目的としたものではありません。
- 本レポートの内容・記述は、一般に入手可能な公開情報に基づき、アナリストの取材により必要な補充を加えて作成されたものです。本レポートの作成者は、インサイダー情報の使用はもとより、当該情報を入手することも禁じられています。本レポートに含まれる情報は、正確かつ信頼できると考えられていますが、その正確性が客観的に検証されているものではありません。また、本レポートは投資家が必要とする全ての情報を含むことを意図したものではありません。
- 本レポートに含まれる情報は、金融市場や経済環境の変化等のために、最新のものではなくなる可能性があります。本レポート内で直接又は間接的に取り上げられている株式は、株価の変動や発行体の経営・財務状況の変化、金利・為替の変動等の要因により、投資元本を割り込むリスクがあります。過去のパフォーマンスは将来のパフォーマンスを示唆し、または保証するものではありません。特に記載のないかぎり、将来のパフォーマンスの予想はアナリストが適切と判断した材料に基づくアナリストの予想であり、実際のパフォーマンスとは異なることがあります。したがって、将来のパフォーマンスについては明示又は黙示を問わずこれを保証するものではありません。
- 本レポート内で示す見解は予告なしに変更されることがあり、一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポート内に含まれる情報及び見解を更新する義務を負うものではありません。
- 一般社団法人 証券リサーチセンターは、投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失利益及び損害を含むいかなる結果についても一切責任を負いません。最終投資判断は投資家個人においてなされなければならない、投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあります。
- 本レポートの著作権は一般社団法人 証券リサーチセンターに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。