

ホリスティック企業レポート

ジェイフロンティア

2934 東証マザーズ

新規上場会社紹介レポート
2021年8月31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 20210830

ジェイフロンティア(2934 東証マザーズ)

発行日:2021/8/31

「ヘルスケアテックカンパニー」を目指す健食・医薬品の通信販売会社
サービス開始した医療プラットフォーム「SOKUYAKU」の拡大が今後の焦点アナリスト:藤野 敬太 +81(0)3-6812-2521
レポートについてのお問い合わせはこちら info@stock-r.org

【2934 ジェイフロンティア 業種:食料品】

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)
2020/5	7,106	16.0	170	-53.7	174	-52.5	96	15.7×	25.1	219.3	0.0
2021/5	8,493	19.5	671	294.3	679	289.4	424	340.9	110.8	330.0	0.0
2022/5 予	10,497	23.6	853	27.1	817	20.4	523	23.2	118.7	-	0.0

(注) 1. 単体ベース。2022/5期の予想は会社予想
2. 2021年7月7日付で1:2の株式分割を実施。1株当たり指標は遡って修正

【株式情報】	【会社基本情報】	【その他】
株価 4,020円 (2021年8月30日)	本店所在地 東京都渋谷区	【主幹事証券会社】
発行済株式総数 4,587,000株	設立年月日 2008年6月10日	SBI証券
時価総額 18,440百万円	代表者 中村 篤弘	【監査人】
上場初値 3,560円 (2021年8月27日)	従業員数 45人 (2021年6月末)	監査法人アヴァンティア
公募・売出価格 4,190円	事業年度 6月1日～翌5月31日	
1単元の株式数 100株	定時株主総会 毎事業年度末日の翌日から3カ月以内	

> 事業内容

◆ 健康食品や医薬品の通信販売が現在の主力事業

ジェイフロンティア(以下、同社)は、ヘルスケア分野を対象にソリューションを提供している。08年6月にヘルスケア分野におけるインターネット広告代理業として創業し、販売促進支援を行ってきたが、蓄積した販売促進のノウハウをもとに、12年8月に健康食品の自社ブランドの企画、開発、販売を開始した。その結果、現在は健康食品と医薬品の通信販売が主力事業となっている。

また、医療機関の検索、医師によるオンライン診療の予約及び受診、薬剤師によるオンライン服薬指導、処方薬の宅配サービスをワンストップで提供する医療プラットフォームサービス「SOKUYAKU」を21年2月に開始し、これから育成を本格化させる段階に入った。

同社の事業は、ヘルスケアセールス事業、メディカルケアセールス事業、ヘルスケアマーケティング事業の3つの報告セグメントに分類されている(図表1)。健康食品の通信販売を担うヘルスケアセールス事業が全売上高の約7割を占めているが、医薬品の通信販売はメディカルケアセールス事業に含まれているため、その分を合わせると、通信販売は全売上高の約9割を占めている。

【図表1】セグメント別売上高・営業利益

セグメント	2019/5期						2020/5期					
	売上高 (百万円)	前期比 (%)	売上構成比 (%)	セグメント利益 (百万円)	前期比 (%)	利益率 (%)	売上高 (百万円)	前期比 (%)	売上構成比 (%)	セグメント利益 (百万円)	前期比 (%)	利益率 (%)
ヘルスケアセールス事業	4,918	8.4	80.3	1,080	6.8	22.0	5,161	4.9	72.6	700	-35.1	13.6
メディカルケアセールス事業	837	230.9	13.7	-453	-	-54.2	1,300	55.3	18.3	-224	-	-17.3
ヘルスケアマーケティング事業	369	-8.7	6.0	-13	-	-3.7	644	74.3	9.1	-23	-	-3.7
調整額	-	-	-	-244	-	-	-	-	-	-281	-	-
合計	6,125	17.9	100.0	368	-37.9	6.0	7,106	16.0	100.0	170	-53.7	2.4

セグメント	2021/5期					
	売上高 (百万円)	前期比 (%)	売上構成比 (%)	セグメント利益 (百万円)	前期比 (%)	利益率 (%)
ヘルスケアセールス事業	5,911	14.5	69.6	1,280	82.8	21.7
メディカルケアセールス事業	1,827	40.5	21.5	-219	-	-12.0
ヘルスケアマーケティング事業	754	17.1	8.9	-26	-	-3.6
調整額	-	-	-	-362	-	-
合計	8,493	19.5	100.0	671	294.3	7.9

(注) 2019/5期の前期比は事業計画及び成長可能性に関する事項に記載の数値を用いて算出
(出所) 届出目論見書、事業計画及び成長可能性に関する事項より証券リサーチセンター作成

◆ ヘルスケアセールス事業

21/5期の売上高の69.6%を占めるヘルスケアサービス事業では、自社ブランドの健康食品の通信販売を行っている。複数の大学教授と連携して開発した「酵水素328選」を主力ブランドとして、生サプリメントや生スムージー等を販売している。

商品の製造は東洋新薬(佐賀県鳥栖市)をはじめとするOEM調達先に、商品の保管・発送は物流倉庫事業者、消費者からの受注のうち電話注文は外部のコールセンター運営会社にそれぞれ委託し、同社は商品企画、品質管理、販売、電話以外での受注を行っている。

ヘルスケア分野での販売促進支援が創業事業であるため、販売のプロセスでは同社は強みを発揮している。一番の特徴は、インターネット経由のオンラインの通信販売にも、インターネット経由以外のオフラインの通信販売にも強いという点にある。その結果、相対的に若い世代向けにはオンライン中心に、中・高齢層向けにはオフライン中心に販売するという展開が可能である。

その結果、21/5期末の同社の顧客会員基盤^{注1}は166万人となっている。また、同社では、利益率が高い定期購入会員数を重視しており、21/5期末時点での定期顧客数^{注2}は30.1万人となっている。

◆ メディカルケアセールス事業(1)

21/5期の売上高の21.5%を占めるメディカルケアセールス事業は、医薬品の販売を担っており、医薬品通販事業、調剤薬局事業、医療プラットフォーム

注1) 顧客会員基盤

同社では、顧客会員基盤を、「商品販売開始日以降、1度でも商品を購入したことがある会員の累計数」と定義している。

注2) 定期顧客数

同社では、定期顧客数を、「全商品の定期コースの会員の延べ人数」と定義している。

ムサービス「SOKUYAKU」事業で構成されている。21/5 期においては、メディカルケアセールス事業の売上高の大半は医薬品通販事業によるものである。

◆ メディカルケアセールス事業(2)：医薬品通販事業

医薬品通販事業は、ヘルスケアセールス事業と同じビジネスモデルで展開しており、違いは、販売する商品が健康食品ではなく医薬品であるという点だけである。

16 年 12 月に開設した通販サイト「くすりの健康日本堂」にて、しみやそばかすに効く「ホワイピュア」シリーズや、肘や膝等の関節痛に効く「トンデケア」のブランドで医薬品、医薬部外品を販売しているほか、アインホールディングス(9627 東証一部)傘下のアインファーマシーズから譲受したオンラインショップ事業をリニューアルして 19 年 11 月に開設した「JFD オンラインショップ」にて「生漢煎®防風通聖散」や「生漢煎®八味地黄丸」といった漢方薬を販売している。

◆ メディカルケアセールス事業(3)：調剤薬局事業

通信販売以外の販売チャネルとして 19 年 5 月に開設した「健康日本堂調剤薬局」がベースとなっている。近隣病院が発行する処方箋に基づいて調剤を行うほか、患者が薬局で待たずに薬を受け取ることができるよう処方箋を薬局に事前送信する「速薬」アプリの提供を行っている。

なお、20 年 4 月から、新型コロナウイルス感染症の拡大抑制の目的で、時限措置ではあるものの、電話やウェブ面談を通じた服薬指導や医療用医薬品の宅配が可能となっている。同社の調剤薬局でも、この特別措置に準拠したサービスを行っている。

◆ メディカルケアセールス事業(4)：「SOKUYAKU」事業

調剤薬局事業での、電話やウェブ面談を通じた服薬指導と処方箋医薬品の宅配の仕組みをさらに進化させたのが医療プラットフォームサービス「SOKUYAKU」である。

「SOKUYAKU」を通じてサービスを提供するのは、病院やクリニック、調剤薬局、宅配業者である。「SOKUYAKU」を利用することで患者ができることは、(1)同社が提携する病院やクリニックの検索、(2)オンライン診療の予約、(3)ビデオチャットによるオンライン診療の受診、(4)提携先調剤薬局の薬剤師によるオンライン服薬指導、(5)処方薬の宅配サービスである。これらすべてをワンストップで、オンラインで完結することができるのが、「SOKUYAKU」の最大の特徴である。

同社の収益源は、(1)患者からのオンライン診断 1 回当たり 150 円の利用

料、(2)オンライン服薬指導 1 回当たり 150 円の利用料、(3)病院・クリニック及び調剤薬局からの初期導入手数料 200,000 円である。(1)と(2)は患者が同社に支払うことになる。(3)は 21 年 8 月までは無料で、9 月から徴収が始まる。ただし、「SOKUYAKU」は IT 補助金適用対象となっているため、病院・クリニック及び調剤薬局は実質無料で導入することができる。なお、導入後は、病院・クリニック及び調剤薬局に対する月額利用料はかからない。

21 年 7 月末時点で、提携した病院・クリニックは 709 件、調剤薬局は 681 件、登録会員数は 34,166 人である。また、処方薬の宅配サービスの展開エリアは、21 年 8 月の時点で東京 23 区、横浜市、大阪市となっている。

◆ ヘルスケアマーケティング事業

21/5 期の売上高の 8.9%を占めるヘルスケアマーケティング事業では、創業時の事業がインターネット広告事業という経緯から、ヘルスケア分野に特化したマーケティング支援を行っている。売上高の多くを占めるのは、商品のイメージに合う著名人を起用して広告宣伝を行う「キャスティング」と、自社ブランド商品及び他社商品の卸である。

> 特色・強み

◆ ジェイフロンティアの強み

同社の健康食品及び医薬品の通信販売における特色及び強みとして以下の点が挙げられる。

- (1) 創業来、インターネット広告業を中心にヘルスケア分野での販売促進支援を行ってきたノウハウが蓄積されており、オンライン、オフラインの両方でのプロモーション販売を得意としている。
- (2) その結果として、比較的幅広い世代を対象とした自社商品を持つことが可能である。
- (3) 新商品開発にあたって、製薬会社や大学との連携をとることができる。
- (4) 166 万人の顧客会員基盤(商品購入履歴がある会員)がある。

> 事業環境

◆ 市場環境 (1) : 健康食品の通信販売

TPC マーケティングリサーチの調査によると、19 年度の通信販売の健康食品の市場規模は 5,427 億円で、同社が自社ブランドの健康食品の通信販売を開始した 12 年度を基点とすると年率 2.5%のペースで拡大してきた。20 年度は前年度比 2.5%増の 5,562 億円の見込みとしている。19 年度の市場規模の商品別内訳は約 77%がサプリメントであり、青汁が約 10%、飲料が約 9%となっている。

◆ 市場環境 (2) : 医薬品のネット販売

通信販売全体ではなく、EC に限っての話となるが、経済産業省の「電子商取引に関する市場調査」によると、薬事法の改正でほとんどの一般用医薬品のインターネット上での販売が可能になったことにより、詳細の数字はな

いものの、医薬品のネット販売は右肩上がりであり伸びている。また、20年度には厚生労働省が医薬品医療機器法を改正し、オンライン指導を介した「ネット処方薬」を解禁したことで、一般用医薬品のECに対する消費者の心理的ハードルが下がる可能性があるとしている。

◆ 競合(1):健康食品等の通信販売

TPCマーケティングリサーチの調査によると、通信販売の健康食品の市場においては、シェアが10%台後半のサントリーウエルネス(東京都港区)や同7~8%程度のディーエイチシー(東京都港区)が上位企業となる。三番手以下は2%台後半から3%台のシェアの企業が並んでいるが、商品の流行の波が大きいことや、小規模経営でも成り立ちやすい業界であるため、競争は激しいものと考えられる。

同社の通信販売は、商品を絞り込む単品通販で、かつ、オンラインでもオフライン(テレビ、新聞、雑誌、カタログ)でも販売していることが特徴である。他社はオンライン中心かオフライン中心のどちらかに偏ることが多い。健康食品だけでなく化粧品も含まれるが、オンライン中心で展開している例としては、基礎化粧品のプレミアアンチエイジング(4934 東証マザーズ)や、ヒアルロン酸化粧品や目元クリームが主力の北の達人コーポレーション(2930 東証一部、札証一部)、オフライン中心で展開している例としては、卵黄由来のサプリや化粧品が主力のファーマフーズ(2929 東証一部)、ポーラ・オルビスホールディングス(4927 東証一部)傘下のオルビス、オールインワン化粧品が主力の新日本製薬(4931 東証一部)が挙げられる。

◆ 競合(2):「SOKUYAKU」に関連するサービス

病院・薬局検索、オンライン診察、オンライン服薬指導、処方薬の配送の各プロセスをすべてカバーするサービスは「SOKUYAKU」以外では見当たらない。しかし、プロセスごとには類似サービスは存在している。

病院・薬局検索ではEPARK(東京都港区)の「EPARK クリニック・病院」、オンライン診察とオンライン服薬指導をセットで展開しているメドレー(4480 東証マザーズ)の「CLINICS」やMICIN(東京都千代田区)の「curon」及び「curon お薬サポート」、オンライン診察のみのMRT(6034 東証マザーズ)の「ポケットドクター」やZホールディングス(4689 東証一部)傘下のLINEが運営する「LINE ドクター」、オンライン服薬指導と薬の配送をセットで行う凸版印刷(7911 東証一部)の100%子会社のおかびファーマシーシステム(東京都千代田区)が運営する「とどくすり薬局」が挙げられる。

これらのサービスは、ビジネスモデルのコンセプト、主な収益源等が「SOKUYAKU」とは異なっている。

> 業績

◆ 過去の業績推移

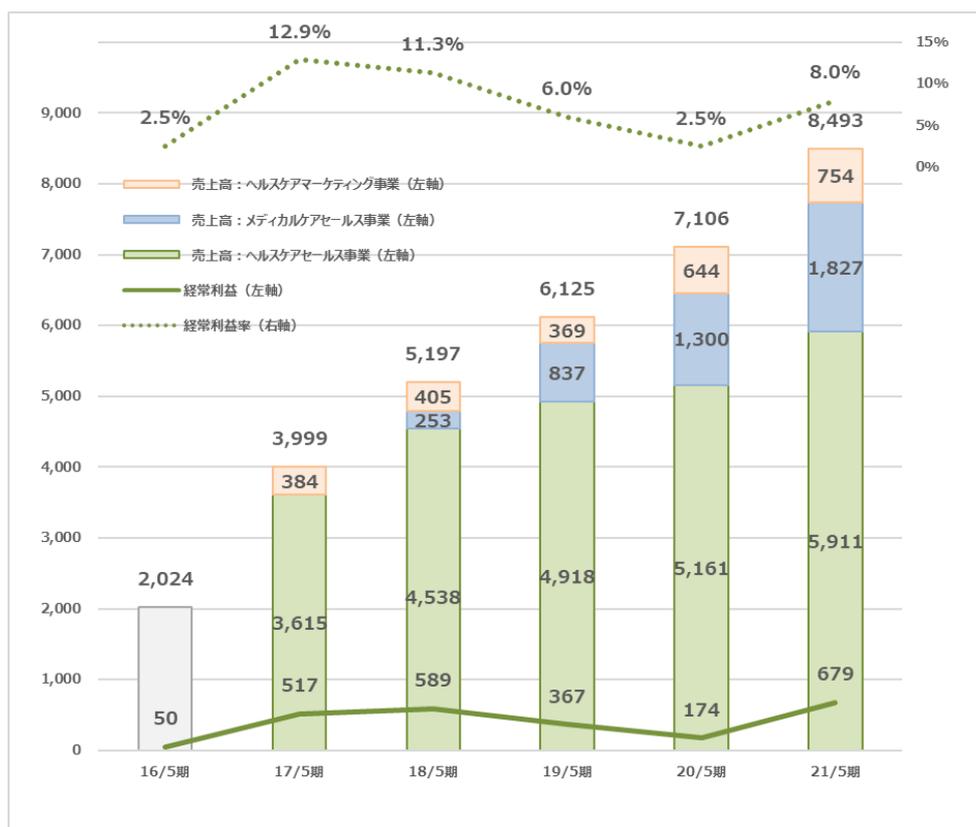
同社は16/5期からの業績を開示している(図表2)。

17/5期以降、主力であるヘルスケアセールス事業の増収に加え、18/5期に開始したメディカルケアセールス事業の貢献等により増収基調にある。

一方、利益面では18/5期まで経常増益が続いたが、19/5期と20/5期は連続減益となり、20/5期には売上高経常利益率は2.5%まで低下した。19/5期はメディカルケアセールス事業で医薬品通販事業の拡販や調剤薬局の開設に伴う費用が増加したことが、20/5期はヘルスケアセールス事業で戦略的に広告費を積み増したことが、減益となった主な要因である。なお、19/5期～21/5期にかけて、メディカルケアセールス事業とヘルスケアマーケティング事業はセグメント損失を計上し続けており、ヘルスケアセールス事業が全体の利益を支えている状況が続いている。

【図表2】業績推移

(単位:百万)



(出所) 届出目論見書、事業計画及び成長可能性に関する事項より証券リサーチセンター作成

◆ 21年5月期決算

21/5期業績は、売上高 8,493 百万円(前期比 19.5%増)、営業利益 671 百万円(同 294.3%増)、経常利益 679 百万円(同 289.4%増)、当期純利益 424 百万円(同 340.9%増)となった。

ヘルスケアセールス事業は、売上高が前期比 14.5%増、セグメント利益が同 82.8%増となった。20/5期に実施した積極的な広告宣伝により、「酵素素 328 選」シリーズの定期会員の新規獲得が大きく増加し、大幅増益につながった。

メディカルケアセールス事業は、売上高が前期比 40.5%増、セグメント損失は 219 百万円(前期は 224 百万円の損失)となった。広告出稿増と 19 年 11 月に取得した「JFD オンラインショップ」が通年寄与して大幅増収につながった。一方、「SOKUYAKU」におけるアプリ開発費用や、医療機関及び調剤薬局との提携のための営業費用が増加し、セグメント損失となった。

ヘルスケアマーケティング事業は、売上高が前期比 17.1%増、セグメント損失は 26 百万円(前期は 23 百万円の損失)となった。キャストイングを活用した販売支援やテレビ通販向け卸業務の拡大により増収となった一方、営業人員増員のために採用費及び人件費が増加し、セグメント損失のままとなった。

これらの結果、ヘルスケアセールス事業が牽引する形で売上高営業利益率は前期比 5.5%ポイント上昇の 7.9%となった。

◆ 22年5月期会社計画

22/5期の会社計画は、売上高 10,497 百万円(前期比 23.6%増)、営業利益 853 百万円(同 27.1%増)、経常利益 817 百万円(同 20.4%増)、当期純利益 523 百万円(同 23.2%増)である。

ヘルスケアセールス事業は、広告投下による生サプリメントの増収と、21 年 6 月発売開始の新商材のダイエットコーヒー「カフェリーチェ」の拡販が牽引して、前期比 7.5%増収を計画している。

メディカルケアセールス事業は、前期比 71.9%増収を計画している。医薬品通販事業は、広告出稿を大きく増やす「ホワイピュア」で同 45.9%増収、広告出稿を減らす「トンデケア」で同 19.1%減収、直近の新規獲得が好調な「JFD オンラインショップ」でオフライン広告への展開を始めることで同 68.4%増収をそれぞれ見込んでいる。

メディカルケアセールス事業のうち、調剤薬局事業と「SOKUYAKU」事業は、合計で前期比 566.7%増収を計画している。「SOKUYAKU」事業において、

これまで無料だった医療機関及び薬局からの初期導入費用 20 万円を 21 年 9 月から受け取るようになることが大幅増収の要因である。

ヘルスケアマーケティング事業は、前期に実施した営業人員の増員や提供メニューの拡充によって取引社数を増やすことで、前期比 32.6%増を予定している。

売上総利益率は、売上高の増加により前期比 0.7%ポイント低下の 77.3%を計画している。また、新規顧客獲得のために広告宣伝費を同 30.4%増とするほか、荷造運賃費や販売手数料の増加もあり、販管費は同 22.0%増となるものの、増収効果により売上高販管費率は同 0.9%ポイント低下の 69.2%としている。これらの結果、22/5 期の売上高営業利益率は同 0.2%ポイント上昇の 8.1%と同社は予想している。

なお、セグメント利益は、ヘルスケアセールス事業は前期比 40.5%減益となるが、メディカルケアセールス事業は 219 百万円の損失から 442 百万円の利益へ、ヘルスケアマーケティング事業は 27 百万円の損失から 21 百万円の利益へ黒字転換するため、全体として営業増益になる計画である。

◆ 成長戦略

同社は、ヘルスケアセールス事業と、メディカルケアセールス事業に含まれる医薬品通販事業を合わせた通販事業で安定的にキャッシュを創出し、通販事業で獲得したキャッシュを「SOKUYAKU」事業へ投資する方針を打ち出している。

「SOKUYAKU」事業は、当面は、医療機関及び薬局の提携先の増加や当日宅配エリアの拡大といった、プラットフォームを強化することに主眼が置かれる。そして、マス広告も利用しながら、プラットフォームのユーザーである患者に対して認知を上げていく。21 年 7 月末時点で 3.4 万人の登録会員数を、24/5 期末には 420 万人まで増やすことを目標としている。

また、プラットフォームの規模拡大に応じて新たな事業の展開を進める計画である。(1) 提携医療機関の電子カルテや提携薬局の薬歴等の医療情報システムとの連携、(2) 「SOKUYAKU」に登録した医師や薬剤師の人材派遣、(3) 医師、薬剤師向けの情報メディアの運用を同社は構想しており、23/5 期までの事業化を目指すとしている。

通販事業については、従来通りにマーケティングの精度向上、新商品の投入、休眠会員の掘り起こし等を通じて拡販を進めていく。また、現在の事業モデルにおいては、製造プロセスを外部に委託しているが、商品開発のスピードアップの目的で、23/5 期を目途に製造工場を自前で持つことを計画している。

また、中長期的には現在の健康食品や医薬品だけでなく、食品も投入していく方針である。その一環として、東京農業大学と共同で低糖質米の開発に着手している。

◆ 製造委託が特定の会社に集中

同社は製造設備を持たないファブレスメーカーであり、商品の製造は全て外部に委託している。同社の売上高の約7割を占める「酵素素 328 選」シリーズの委託先である東洋新薬への依存度は高い。万が一、急な契約解消となった場合や、天災等により東洋新薬の生産設備等に不測の事態が生じた場合は、商品の円滑な供給に支障をきたす可能性がある。

◆ 新型コロナウイルス感染症の感染拡大によるリスク

新型コロナウイルス感染症は、現在、デルタ株の出現により、感染第5波の拡大に歯止めがかからず、今後について予断を許さない状況が続いている。

同社はこれまで、新型コロナウイルス禍によって大きな影響を受けずにきた。しかし、今後の新型コロナウイルス感染症の感染拡大の状況によっては、同社の事業展開や業績に何かしらの影響を及ぼす可能性は残る。

◆ 配当について

同社では、株主に対する利益還元を重要な経営課題のひとつと位置づけている。しかし、現在は将来の成長に向けた資金の確保を優先するため、配当を実施していない。配当の実施及びその時期については現時点では未定としている。

【図表3】財務諸表

損益計算書	2019/5		2020/5		2021/5	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
売上高	6,125	100.0	7,106	100.0	8,493	100.0
売上原価	972	15.9	1,611	22.7	1,864	22.0
売上総利益	5,153	84.1	5,494	77.3	6,628	78.0
販売費及び一般管理費	4,785	78.1	5,324	74.9	5,956	70.1
営業利益	368	6.0	170	2.4	671	7.9
営業外収益	0	-	6	-	10	-
営業外費用	1	-	2	-	3	-
経常利益	367	6.0	174	2.5	679	8.0
税引前当期純利益	111	1.8	134	1.9	678	8.0
当期純利益	6	0.1	96	1.4	424	5.0

貸借対照表	2019/5		2020/5		2021/5	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
流動資産	1,807	94.7	1,863	91.7	2,407	92.8
現金及び預金	953	49.9	908	44.7	1,638	63.1
売上債権	269	14.1	404	19.9	362	14.0
棚卸資産	478	25.1	396	19.5	350	13.5
固定資産	102	5.3	168	8.3	186	7.2
有形固定資産	40	2.1	8	0.4	10	0.4
無形固定資産	13	0.7	40	2.0	18	0.7
投資その他の資産	48	2.5	120	5.9	157	6.1
総資産	1,909	100.0	2,032	100.0	2,594	100.0
流動負債	994	52.1	1,114	54.8	1,318	50.8
買入債務	31	1.6	102	5.0	107	4.1
固定負債	168	8.8	75	3.7	8	0.3
純資産	745	39.0	842	41.5	1,267	48.9
自己資本	744	39.0	841	41.4	1,266	48.8

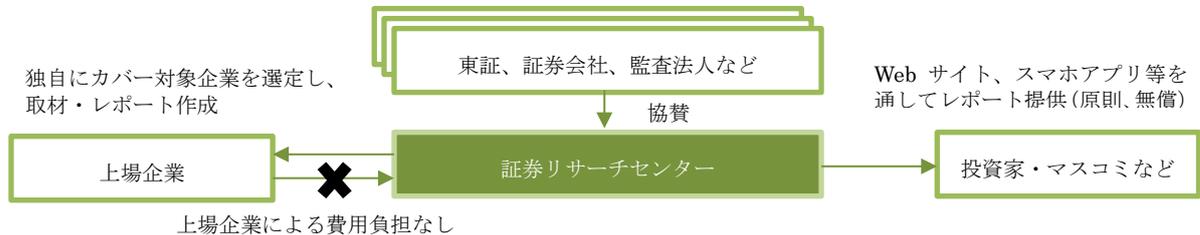
キャッシュ・フロー計算書	2019/5		2020/5		2021/5	
	(百万円)	(百万円)	(百万円)	(百万円)	(百万円)	(百万円)
営業キャッシュ・フロー	13	218	830			
減価償却費	6	12	5			
投資キャッシュ・フロー	-62	-165	-7			
財務キャッシュ・フロー	130	-99	-93			
配当金の支払額	-	-	-			
現金及び現金同等物の増減額	81	-45	729			
現金及び現金同等物の期末残高	947	901	1,631			

(出所) 届出目論見書より証券リサーチセンター作成

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。

※当センターのレポートは経済産業省の「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス」を参照しています。



■協賛会員

株式会社東京証券取引所
みずほ証券株式会社
有限責任監査法人トーマツ
日本証券業協会
宝印刷株式会社

SMBC 日興証券株式会社
有限責任あずさ監査法人
三優監査法人
日本証券アナリスト協会
株式会社プロネクサス

大和証券株式会社
EY 新日本有限責任監査法人
太陽有限責任監査法人
監査法人 A&A パートナーズ

野村證券株式会社
株式会社 ICMG
株式会社 SBI 証券
いちよし証券株式会社

アナリストによる証明

本レポートに記載されたアナリストは、本レポートに記載された内容が、ここで議論された全ての証券や発行企業に対するアナリスト個人の見解を正確に反映していることを表明します。また本レポートの執筆にあたり、アナリストの報酬が、直接的あるいは間接的にこのレポートで示した見解によって、現在、過去、未来にわたって一切の影響を受けないことを保証いたします。

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。
- ・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・間接的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。