

ホリスティック企業レポート タカヨシ

9259 東証マザーズ

新規上場会社紹介レポート
2021年12月28日発行

一般社団法人 証券リサーチセンター



地域の食の産直プラットフォーム型店舗「わくわく広場」を運営 生活者と地元生産者を結び付ける場を提供

アナリスト: 高木 伸行 +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

【9259 タカヨシ 業種: サービス業】

決算期	営業収益 (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)
2020/9	5,165	-10.7	414	84.0	391	2.7×	284	97.2	66.1	-130.1	0.0
2021/9	5,528	7.0	689	66.4	650	66.2	593	2.1×	138.1	8.2	0.0
2022/9 予	6,366	15.2	801	16.3	774	19.1	429	-27.7	85.9	-	0.0

- (注) 1. 単体ベース
2. 2021年9月9日付で1:10の株式分割を実施、過去の1株当たり指標は遡って修正
3. 2022/9期は会社予想。EPSは公募株式数(900千株)を含めた期中平均株式数を基に算出

【株式情報】	【会社基本情報】	【その他】
株価	1,610円(2021年12月27日)	本店所在地 千葉県美浜区
発行済株式総数	5,200,000株	設立年月日 1970年12月24日
時価総額	8,372百万円	代表者 高品 政明
上場初値	1,700円(2021年12月24日)	従業員数 91人(2021年9月)
公募・売出価格	1,560円	事業年度 10月1日~翌年9月30日
1単元の株式数	100株	定時株主総会 毎事業年度終了後3カ月以内
		【主幹事証券会社】 野村證券
		【監査人】 PwC京都監査法人

> 事業内容

◆ シェアショップを地域の生産者や食品メーカーに提供

タカヨシ(以下、同社)は、10月末時点で122のシェアショップ「わくわく広場」を関東地方中心に運営している(図表1)。店舗周辺地域の農家やパン屋、和洋菓子店、飲食店、惣菜店などといった「わくわく広場直売会」に登録した生産者(以下、登録生産者)と「わくわく広場」を販売場所として共有するシェアリングサービスを提供している。同社は、生産者のためのプラットフォームとしての役割に徹することを原則としている。同社の提供するプラットフォームにより、地域の生産者や食品メーカーなどは設備投資を行わなくても新たな販路を利用することが可能になる。

122店舗のうち100店舗はショッピングモール内にテナント(モール店)として出店しており、残りはロードサイド型の路面店である。また、フランチャイズ店が2店舗あるが、同社は直営での出店を基本としている。

【図表1】地域別・タイプ別店舗数

地方区分	モール店	路面店	合計
北海道	2	0	2
東北	1	0	1
関東	60	22	82
中部	19	0	19
近畿	11	0	11
中国・四国	1	0	1
九州	6	0	6
合計	100	22	122

(注) 21年10月末時点。フランチャイズ店2店舗(東北と中部に各1店舗)を含む

(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

(注1) 棚の奥にある商品を生活者が見やすく、手に取りやすい売り場をつくるため、手前まで移動すること

(注2) 商品を陳列すること

登録生産者は販売したい商品をわくわく広場の店頭で直接納品・陳列し、同社は売場管理やレジ業務、商品の前出し^{注1}や配送されてきた商品の品出し^{注2}などを始めとした店舗運営を行う。

登録生産者が決定した販売価格に対して、同社が定める料率(50%~80%)に基づく仕入価格で、販売された商品のみを生産者から仕入れる消化仕入方式を採用している。このため、同社は店頭で陳列された商品について在庫リスクを負わない仕組みとなっている。生活者が購入した商品の販売金額を「流通総額」として集計しており、同社は重要業績評価指標(KPI)として重視している。また、流通総額から消化仕入金額を差し引いた金額が営業収益として損益計算書に記載される。

商品販売に関する資金の流れは、同社が商品を購入した生活者から代金を一旦預かり、毎月末に締めた仕入代金分を翌月15日に生産者に支払うというカタチである。なお、ロードサイド型の路面店では地域の生活インフラとしての側面もあるため、定番の生活必需品や日配品などについてはメーカーから仕入れ、同社の在庫として販売しているものもある。このような売上高は流通総額の約3%に相当している。

生産者が出品するためには、「わくわく広場直売所会」への登録が条件となるが、登録の際に各種の営業許可や免許の確認、農家に対しては栽培履歴を確認するといった審査が同社により行われる。ただし、登録生産者は登録料や保証金、年会費を支払う必要はない。また、契約制ではないため、「いつ、なにを、いくつ、いくらで」出品するかは、登録生産者が自由に決めることができるため、生産者にとって「わくわく広場直売所会」への登録の心理的なハードルは低い。

◆ 事業モデルの特徴

(1) プラットフォーム型の店舗ペースのシェアリングサービスを提供

同社の「わくわく広場」は一見すると通常の小売店と変わらないが、店頭の商品は同社が仕入れたものではなく、原則として登録生産者が自らの意思で出品した商品である。同社のビジネスモデルはインターネット上のフリーマーケットのようなプラットフォーム型のシェアリングサービスであるが、実店舗での販売スペースを地域の生産者と共有している点に特徴がある。

(2) 登録生産者にとっては使い勝手の良い希少な販路

登録生産者にとっては、設備投資や人員の手当てを心配することなく、手軽に販路を確保できるというメリットがある。同社の「わくわく広場」は集客力のあるショッピングモールといった零細な生産者が出店・出品するのが難しいロケーションにあることも生産者にとっては魅力となっている。

加えて、同社の物流センター(千葉県2カ所、愛知県1カ所)を通しての出品或いは宅配便などを利用すると登録生産者の近隣の店舗だけではなく、同社が運営するすべての店舗を売場として活用できるため、登録生産者にとっては比較的容易に売上規模を拡大することが可能になる。

また、上述したように契約制ではなく登録制であるため、好きな時間に好きな物を好きな量だけ、登録生産者が自由に出品することができることから、出品者の負担は少ない。

(3) 幅広い地域の商品を取り扱う

同社は、2000年9月にホームセンターの一角で農産物直売所を開始し、翌01年7月に「わくわく広場」の1号店を千葉県八街市に開店した。現在は農産物以外に店舗周辺地域のパン屋、和洋菓子店、飲食店などの商品、総菜、弁当や日本各地の中小規模の食品メーカーなどが製造する各種加工食品や調味料など、農産物以外の出品も増えている。

21/9期の流通総額に占める商品別の割合は野菜・果実が30%、弁当・総菜・パン類が31%、加工品などが23%、その他が16%となっている。従前から飲食店や食品製造者への出品を働きかけていたという下地もあり、新型コロナウイルス感染症拡大をきっかけに、売上を確保したいという飲食店や食品製造者が登録生産者となり、弁当、総菜、パンなどの出品が増え、流通総額が増加した。

(4) 店舗運営はシンプル且つローコスト

店舗設備は平台、冷蔵ケース、レジなどとなっており、特別な販売設備は設置していない。値付けや陳列などの店舗業務は基本生産者自らがっており、ローコスト運営となっている。

◆ 収益・費用構造

同社の損益計算書の営業収益には、1) わくわく広場での流通総額から仕入金額を差し引いた金額と2) 不動産賃貸収入が計上されている。21/9期の金額は1)が5,299百万円、2)が228百万円となっている。

不動産賃貸収入は19/9期267百万円、20/9期244百万円、21/9期228百万円と漸減傾向にある。同社の方針として、今後、不動産賃貸事業を拡大する予定はない。

商品販売に関しては、消化仕入方式を採用していることから、登録生産者が決めた販売価格に対して同社が定める料率を基にして仕入価格を決定している。

損益計算書には売上原価(21/9期498百万円)が記載されているが、ロードサイド型の路面店で販売している生活必需品をメーカーから仕入れて販売しているものが一部あり、その販売額に対応するものが殆どである。他には登録生産者向けに提供している値札シールなどの販売原価が含まれている。

販売費及び一般管理費(以下、販管費)は21/9期の流通総額の22.7%、営業収益の78.5%に相当している。給与及び手当、ショッピングモールでの賃貸物件に対する地代家賃といったものが、大きな費目となる。21/9期では給与及び手当は販管費の42.1%、地代家賃は同じく25.5%を占めている。ちなみに、21/9期末に同社が差し入れている敷金及び保証金は447百万円だが、イオングループのデベロッパーやスーパー運営企業、大手不動産会社が差入先となっている。

直近3期間の損益計算書には特別損失として、固定資産売却損、固定資産除却損、減損損失、店舗閉鎖損失がほぼ毎期計上されている。過去に手掛けた様々な事業からの撤退費用や15/9期から17/9期にかけて急激に出店ペース(出店53店舗、退店3店舗)を上げた結果、不採算店舗が増え、その整理に伴う損失が中心である。18/9期から20/9期の退店は20店舗と高水準であったが、21/9期の退店は4店舗となり、不採算店舗の整理はほぼ一巡したため、22/9期より出店ペースを加速してゆく意向である。

◆ 重要業績評価指標

同社の業績を見る上で重要な指標として店舗数、登録生産者数及び利益の源泉となる流通総額が挙げられる(図表2)。

【 図表 2 】 重要業績評価指標の推移



(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

利益の源泉となる流通総額を拡大するためにはプラットフォームへ魅力ある商品が数多く出品されることが必要になる。小規模の登録生産者が多いため、個々の生産者からの出品の増加を期待するよりは、登録生産者数を増やす方が、出品量の増加につながり易い。この点で登録生産者数の拡大は重要である。

また、実際に商品が取引される場合は店舗になるため、流通総額の拡大には店舗数の増加が必須となる。店舗網が充実しているか否かは登録生産者数の獲得に際しても重要な要素となるため、単に数の増加だけではなく、各店舗とドミナント化の進展度合や生産者が出品し易く且つ一定の集客が見込めるロケーションといったような個店の質と出店政策についても注視してゆく必要があると証券リサーチセンター(以下、当センター)では考えている。

流通総額は、利益の源泉としての役割以外に、資金の源泉としても重要と当センターでは見ている。仕入相当額を、月末締めで翌月 15 日に登録生産者に支払うという取引形態であるため、一定期間同社の手元に資金が滞留することになる。21/9 期末の自己資本比率は 0.7%と極めて低く財務の安全性は万全とは言えない状況下、流通総額が増加基調にあるか否かは、財務の安全性を評価する上で無視できないと当センターでは考えている。

また、買取仕入方式から消化仕入方式への転換が進んできているが、総額表示される(つまり同社が在庫リスクを追う)部分が仕入方式の変更により純額表示に切り替わる過程では、同社の取り扱い額(流通総額)が増加しているにもかかわらず、営業収益の伸びが抑制される、あるいは減少してしまうことになり、実態と乖離した動きとなる場合がある。同社の事業の拡大ペースと収益性を分析・評価する上で流通総額の動向に注目することは有用と当センターは考えている。

> 特色・強み

◆ 本質は小売業者ではなく食のプラットフォーマー

同社の事業の特徴は、インターネット上のフリーマーケットのようなプラットフォーム型のシェアリングサービスをリアルな販売スペース(実店舗)を使って提供している点にある。一見すると通常の小売店ではあるが、利益を上げる仕組みは小売店とは大きく異なる。登録生産者、生活者、そして同社のそれぞれがメリットを享受できるビジネスモデルとなっている。

登録生産者にとっては、在庫リスクは負うものの、立地の良い店舗に、費用をかけずに好きな時に好きな量を出品できる、宅配便などを利用して複数の店舗に出品することが可能であるといった利点がある。リアルタイムで販売状況が確認できる情報システムも整備されており、機動的な出品も可能である。

生活者にとっては地元の新鮮な農産物以外に地域の食品など、通常の食品スーパーでは買えない商品を購入することができるという楽しみがある。

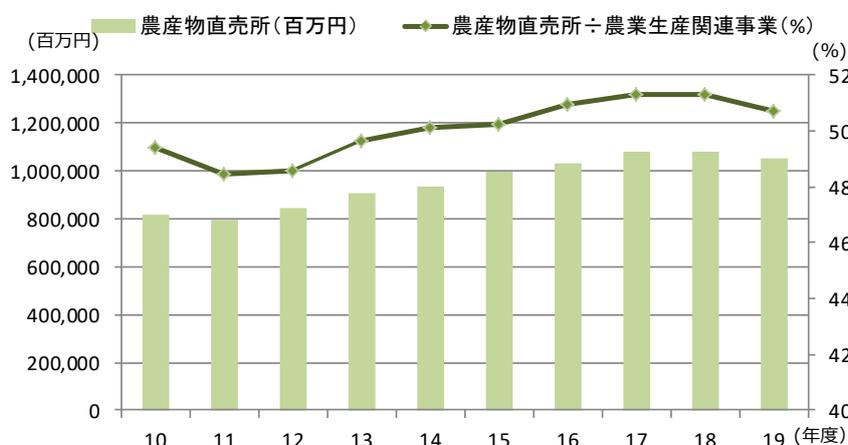
同社にとっては在庫リスクを負わず、生活者の購入代金を一旦同社が預かり、翌月に仕入相当額を登録生産者に支払うことから、資金流入が先行するビジネスモデルとなっている。

> 事業環境

◆ 農産物直売ビジネス

シェアショップ事業と類似する販売スタイルである農産物直売所を経由しての農産物関連事業の販売額は長期的には増加傾向がみられるものの、近年では1兆500億円前後で推移している(図表3)。

【図表3】農産物直売所経由の農産物関連事業の販売額



(出所) 農林水産省「6次産業化総合調査(平成31年度)」を基に証券リサーチセンター作成

農産物を始めとする直売ビジネスには、多くの事業者が参入している。リアルの売場としては道の駅に併設された直売所、JAなどが展開する農産物直売所、農産物直売所が都市部へ定期的に出向く出張直売やスーパーやコンビニでの直売コーナーなどが存在する。また、インターネット通販で生産者から生活者に野菜などを届けるオンラインマルシェにも多くの業者が参入している。

上場企業のなかでは農業総合研究所(3541 東証マザーズ)が「農家の直売所事業」として生産者から農産物を集荷しスーパーマーケットなどの小売店の産直コーナーで委託販売をする流通経路を提供している(委託販売事業)。このビジネスモデルでは、農業総合研究所も小売店も買い取りをしないため、在庫リスクは生産者が持つことになるが、その代わりに生産者は販売先や販売価格を自分自身で決定できる。農業総合研究所は生産者から販売手数料や物流費見合いの出荷手数料を受け取っている。

農業総合研究所の21/8期の委託販売事業の流通総額は前期比1.2%増の8,082百万円にとどまっている。農業総合研究所が農産物を買取り(つまり在庫リスクを負う)、ブランディングした後にスーパーなどへ販売する「産直卸事

業(卸販売)」を第二の主力事業にするために注力していることから、委託販売事業にはあまりリソースを振り向けていないのかもしれない。注力している産直卸事業の流通総額(売上高)は同 6.0 倍増の 867 百万円となっている。プラットフォームとしての役割に徹することを基本方針としている同社と農業総合研究所は事業の方向性が異なりつつあるように思われる。

◆ コロナウイルス感染症拡大で流通ルートとして再評価

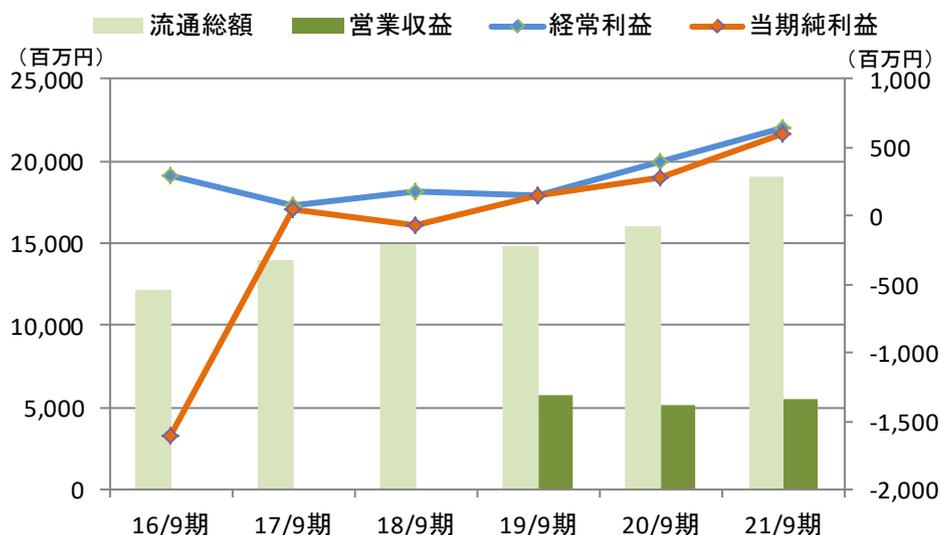
コロナウイルス感染症拡大の影響により、小商圏の小売業者が見直される動きのなかで、わくわく広場への注目が高まっている。感染が懸念され利用が落ち込んだ地元レストランや居酒屋といった事業者が弁当・総菜といった中食需要向けの商品をわくわく広場に出品するようになり、登録生産者の多様性が増しつつある。

> 業績

◆ 過去の業績推移

シェアショップ事業への業態変更の過程で、新規事業への投資や不採算事業からの撤退に伴い使用価値の低下した資産に対して評価損や除却損などを特別損失として計上してきた。16/9期の1,614百万円の当期純損失の計上は同社が行っていたホームセンター事業からの撤退による損失が影響したものである(図表4)。開示されている18/9期以降の損益計算書においても、不採算店舗の整理に伴う損失が計上されている。

【図表4】業績推移



(注) 16/9期から18/9期までは流通総額と営業収益は同額。19/9期以降は、生産者の商品に係る営業収益は販売代金から生産者へ支払う仕入代金を控除した純額を表示(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

一連のリストラクチャリングの影響で同社は 21/9 期第 3 四半期末まで債務超過となっていた(21/9 期末では解消)。金融機関からの借入も増加しており、21/9 期末の有利子負債残高は 2,774 百万円となり負債純資産合計額の 58.0%を占めており、高い水準にある。

◆ 20 年 9 月期業績

20/9 期は、流通総額 16,089 百万円(前期比 8.8%増)、営業収益 5,165 百万円(同 10.7%減)、営業利益 414 百万円(同 84.0%増)、経常利益 391 百万円(同 2.7 倍増)、当期純利益 284 百万円(同 97.2%増)であった(図表 5)。

生産者商品の流通総額は前期比 22.2%増と好調であった(図表 5)。生産者商品にかかる営業収益も同 24.7%増となったものの、同社が直接仕入れて販売している商品の販売額が買取仕入方式から消化仕入方式に切り替わった影響で減少したことや不動産収入などの「その他」の営業収益が同 47.7%減となったため、全体の営業収益は同 10.7%減と実態とは乖離した動きとなった。期末の登録生産者数は前期末比 12.3%増と順調に増加した。

【 図表 5 】 流通総額と営業収益 (20 年 9 月期)

	20/9期	
	金額 (百万円)	前期比 (%)
生産者商品		
流通総額 (A)	14,611	22.2
営業収益 (B)	3,687	24.7
B÷A (%)	25.2	-
その他		
流通総額	1,478	-47.7
営業収益	1,478	-47.7
合計		
流通総額	16,089	8.8
営業収益	5,165	-10.7

(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

「わくわく広場」の店舗については新規出店 14 店、退店 9 店とスクラップアンドビルドを積極的に行った。ただし、固定資産売却損、固定資産除却損、減損損失、店舗閉鎖損失からなる特別損失は 19/9 期の 312 百万円から 20/9 期には 63 百万円に減少したこともあり、税引前当期純利益は 19/9 期の 11 百万円の損失から 430 百万円の利益へと回復した。

◆ 21 年 9 月期業績

21/9 期は、流通総額は 19,109 百万円(前期比 18.8%増)、営業収益 5,528 百万円(同 7.0%増)、営業利益 689 百万円(同 66.4%増)、経常利益 650 百万円(同 66.2%増)、当期純利益 593 百万円(同 2.1 倍増)であった。

期末の登録生産者数は前期末比 13.8%増と増加ペースが加速している。新型コロナウイルス禍下で売上高を確保したいという飲食店などの登録が増加しているものと推察される。21/9 期の出店は 10 店、退店は 4 店となり、期末店舗数は 117 店となった。新型コロナウイルス感染症拡大の影響もあり出店数は目標を下回った。

◆ 22 年 9 月期の会社計画

22/2 期の会社計画は、流通総額 21,952 百万円(前期比 14.9%増)、営業収益 6,366 百万円(同 15.2%増)、営業利益 801 百万円(同 16.3%増)、経常利益 774 百万円(同 19.1%増)、当期純利益 429 百万円(同 27.7%減)である(図表 6)。

同社の 22/9 期計画は 21/9 期の着地見込みを織り込んで策定され、9 月に承認されたものである。当期純利益が減益となるのは、22/9 期中に繰延税金資産の全額回収が見込まれることなどから、税負担が増すと見込んでいるためである。

22/9 期の出店は 25 店、退店は 5 店とし、期末店舗は 137 店と本格的に出店ペースを加速する計画である。期末の登録生産者数は前期末比 3,600 件増の 27,116 件と計画しており、登録生産者数の増加数も 20/9 期の 2,265 件、21/9 期の 2,849 件を上回る増加を計画している。

【 図表 6 】 22 年 9 月期会社計画

	19/9期	20/9期	21/9期	22/9期 会社計画
	(百万円)	(百万円)	(百万円)	(百万円)
流通総額	14,783	16,089	19,109	21,952
営業収益	5,782	5,165	5,528	6,366
売上高	5,515	4,921	5,299	6,140
売上原価	1,739	813	498	-
売上総利益	3,775	4,108	4,801	-
営業収入(不動産賃貸収入)	267	244	228	225
営業総利益	4,042	4,352	5,030	-
販売費及び一般管理費	3,817	3,938	4,341	-
営業利益	225	414	689	801
営業外収支	-82	-22	-38	-27
経常利益	144	391	650	774
税引前当期純利益	-11	430	830	764
当期純利益	144	284	593	429
期末登録生産者数(件)	18,402	20,667	23,516	27,116
期末店舗数(店)	106	111	117	137
出店数(店)	-	14	10	25
退店数(店)	-	9	4	5

(出所) 届出目論見書、「東京証券取引所マザーズ上場に伴う当社決算情報等のお知らせ」を基に証券リサーチセンター作成

◆ 成長戦略

利益の源泉となる流通総額の増加は店舗数と登録生産者数の拡大によってもたらされる。

出店については、大都市の周辺都市といったところへの出店を中心に考えている。出店政策は登録生産者数の拡大にも密接に関連するため、重要となる。生活者の人口が多く、登録生産者にとっては出品のための移動時間があまりかからない立地が望ましい。

また、ドミナント化を進めることも考えている。同社にとってはドミナント化により、生活者への露出が増えることにより、店舗の認知度が高まるという効果が期待できる。生産者にとっては、近隣の出品可能な店舗が増えることで販路拡大ひいては売上拡大につながるため、プラットフォームの魅力が増すことになり、わくわく広場直売会への登録につながることになる。

プラットフォームの魅力を増すことに加えて、登録生産者の開拓については、地道な活動を続けて行く方針である。専属の開拓部隊を持ち、コールセンターも併せてプッシュ型の登録生産者開拓を進めてゆく方針である。

> 経営課題/リスク**◆ 財政状態について**

同社は現在のシェアショップ事業への業態転換の過程において新規投資や不採算事業からの撤退を繰り返すなかで、資産の評価損や除却損が発生し、21/9 期第3 四半期末時点では債務超過となっていた。21/9 期末時点では債務超過を解消したものの、2,774 百万円の有利子負債を抱えており、金融機関とのシンジケートローン契約には財務制限条項が付されている。

◆ 出品商品の安全性について

出品商品の安全性についての責任は最終的には生産者が担うが、店舗における温度管理や納品後の商品管理は当社従業員が行っている。商品チェックや温度管理、食の安全性について同社は注意を払っているが、出品している生産者の商品が原因となり、食中毒や健康被害が起きた場合には信用低下を招き同社の売上に影響を及ぼす可能性がある点には留意が必要である。

◆ 無配が当面続く可能性

同社は、財務体質の強化と事業拡大のための内部留保の充実を図ることを優先しているため、設立以来、配当を実施していない。将来的には株主への配当を実施する方針であるとしているものの、無配が当面続く可能性には注意が必要である。

【 図表 7 】 財務諸表

損益計算書	2019/9		2020/9		2021/9	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
営業収益	5,782	100.0	5,165	100.0	5,528	100.0
売上高	5,515	95.4	4,921	95.3	5,299	95.9
売上原価	1,739	30.1	813	15.7	498	9.0
売上総利益	3,775	65.3	4,108	79.5	4,801	86.8
営業収入	267	4.6	244	4.7	228	4.1
営業総利益	4,042	69.9	4,352	84.3	5,030	91.0
販売費及び一般管理費	3,817	66.0	3,938	76.2	4,341	78.5
営業利益	225	3.9	414	8.0	689	12.5
営業外収益	16	-	34	-	12	-
営業外費用	98	-	56	-	50	-
経常利益	144	2.5	391	7.6	650	11.8
税引前当期純利益	-11	-0.2	430	8.3	830	15.0
当期純利益	144	2.5	284	5.5	593	10.7

貸借対照表	2019/9		2020/9		2021/9	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
流動資産	1,549	37.0	1,786	41.6	2,456	51.4
現金及び預金	815	19.5	957	22.3	1,429	29.9
売上債権	560	13.4	699	16.3	900	18.8
棚卸資産	85	2.0	55	1.3	49	1.0
固定資産	2,640	63.0	2,509	58.4	2,322	48.6
有形固定資産	1,552	37.0	1,577	36.7	1,552	32.5
無形固定資産	38	0.9	43	1.0	80	1.7
投資その他の資産	1,049	25.0	888	20.7	689	14.4
総資産	4,190	100.0	4,295	100.0	4,779	100.0
流動負債	2,450	58.5	2,626	61.1	2,845	59.5
買入債務	943	22.5	1,118	26.0	1,337	28.0
短期借入金	850	20.3	850	19.8	850	17.8
1年内返済予定の長期借入金	220	5.3	243	5.7	243	5.1
固定負債	2,584	61.7	2,228	51.9	1,898	39.7
長期借入金	1,870	44.6	1,645	38.3	1,402	29.3
純資産	-844	-20.1	-559	-13.0	35	0.7
自己資本	-844	-20.1	-559	-13.0	35	0.7

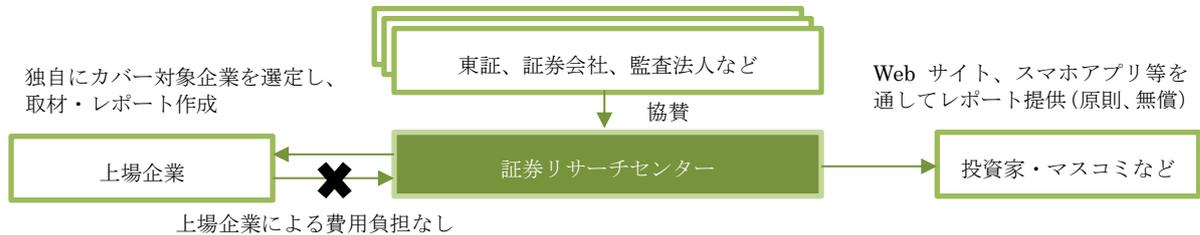
キャッシュ・フロー計算書	2019/9		2020/9		2021/9	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
営業キャッシュ・フロー	387		791		1,113	
減価償却費	230		233		243	
投資キャッシュ・フロー	544		-244		-420	
財務キャッシュ・フロー	-860		-404		-431	
配当金の支払額	-		-		-	
現金及び現金同等物の増減額	71		142		261	
現金及び現金同等物の期末残高	815		957		1,219	

(出所) 届出目論見書を基に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
監査法人 A&A パートナーズ

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
宝印刷株式会社

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
エイチ・エス証券株式会社
株式会社プロネクサス

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ため、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。