ホリスティック企業レポート ĈaŚy 9215 東証マザーズ

新規上場会社紹介レポート 2022年2月25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 20220224

CaSy (9215 東証マザーズ)

発行日: 2022/2/25

家事代行等の暮らし関連サービスのマッチングプラットフォームを運営 サービスの利用拡大が続き 22 年 11 月期は黒字化の見込み

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

【 9215 CaSv 業種:サービス業 】

	t sets of the set of t											
	決算期	売上高	前期比	営業利益	前期比	経常利益	前期比	純利益	前期比	EPS	BPS	配当金
	八开州	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(円)	(円)	(円)
	2020/11	965	19.8	-120	-	-120	-	-120	-	-68.2	27.9	0.0
	2021/11	1,165	20.7	-1	-	-5	-	3	-	1.7	29.6	0.0
	2022/11 予	1,459	25.3	66	-	53	-	67	21.9×	36.3	_	0.0

1. 単体ベース。2022/11期の予想は会社予想

2. 2021年10月27日付で1:30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	ł]	【その他】
株価	1,430円(2022年2月24日)	本店所在地	東京都品川区	【主幹事証券会社】
発行済株式総数	発行済株式総数 1,892,000株		2014年1月30日	SBI証券
時価総額	2,706百万円	代表者	加茂 雄一	【監査人】
上場初値	2,001円(2022年2月22日)	従業員数	23人(2021年12月末)	太陽有限責任監査法人
公募·売出価格	1,350円	事業年度	12月1日~翌年11月30日	
1単元の株式数	100株	定時株主総会	毎年2月	

> 事業内容

◆ 家事代行をはじめとする暮らし関連サービスのマッチング プラットフォームを運営

CaSv(以下、同社)は、家事の代行をして欲しい人または世帯(以下、ユー ザー)と、家事サービスを提供したい人(以下、キャスト)をマッチングするプ ラットフォーム「CaSy」を運営している。CtoBtoC 型のビジネスモデルを採用 していることと、業務プロセスの DX 化を実現していることにより、サービス品 質を保ちながら、従来型の家事代行サービスよりも低価格でのサービス提 供を可能としている。その結果、従来型のサービスでは手が届きにくかった 世帯にもサービスを利用してもらえるようになっており、市場開拓余地は大き いと考えられる。

同社の事業は、家事代行サービス事業の単一セグメントだが、売上高は、 掃除代行と料理代行を提供する家事代行サービスと、ハウスクリーニングや 整理収納等を行うその他暮らしのサービスに区分されている(図表 1)。同社 の売上高の約 97%が家事代行サービスによるものである。なお、ユーザー から受け取る利用料が、同社の売上高として計上されている。

【 図表 1 】区分別売上高

サービス		2020/11期	2021/11期 第3四半期累計期間		
	売上高	前期比	売上構成比	売上高	売上構成比
	(百万円)	(%)	(%)	(百万円)	(%)
家事代行サービス (お掃除代行・お料理代行)	937	20.4	97.1	835	97.6
その他暮らしのサービス	27	0.6	2.9	20	2.4
合計	965	19.8	100.0	855	100.0

(出所) 届出目論見書より証券リサーチセンター作成

新規上場会社紹介レポート

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。

◆ CtoBtoC 型の家事代行サービス

家事代行サービスは 1980 年代から存在するサービスと言われている。その多くは BtoC 型のサービスで、家事代行の依頼に対し、コーディネーターと呼ばれる営業スタッフが顧客を訪問し、サービスの内容を決めるとともに、自社で雇用している家事スタッフをアレンジする。事業者が家事スタッフを管理するため、サービス品質はある程度保たれている。一方、コーディネーターの訪問によるアレンジが必要なためサービス開始までに時間がかかり、また、コーディネーターの存在により、人件費や地域ごとの拠点開設・運営のコストがかかるために、サービスの利用料金が割高となる。

従来のBtoC型に対し、2010年代になり、CtoC型のマッチングサービスが登場した。これは、家事代行をして欲しい人と、家事代行をしたい人をウェブ上でマッチングさせるサービスである。この場合、サービス事業者の役割はマッチングする場の提供、または契約の仲介に留まり、家事代行サービス自体は個人と個人の契約となる。そのため、BtoC型に比べて割安な価格でのサービス提供は可能となるが、マッチング事業者は品質には責任を負わないため、品質のばらつきが大きい上に、何かトラブルがあっても、当事者が自力で解決することになってしまう。

同社は CtoBtoC 型のビジネスモデルで展開している。ユーザー、キャストともに登録を必要とし、依頼したユーザーの家にキャストが訪問してサービスを提供する。キャストに対しては、登録の際に身元確認や試験をし、また、研修も実施する。BtoC 型との違いは、主に以下の3点である。

- (1) 実際の家事代行以外の部分でのユーザーとのコミュニケーションの すべてがウェブまたはアプリで完結するため、コーディネーターが不 要である。その分、料金を低く抑えることができるとともに、キャストへ の報酬を高くすることができる。
- (2) 同社とキャストの間で雇用関係が発生しない。仕事を依頼する時は、同社からキャストへの業務委託となる。
- (3) コーディネーターが不要で、キャストの雇用もないため、物理的な拠点を必要としない。

CtoC 型との違いは、同社がキャストの管理を行うため、同社がサービス品質に責任を持つという点である。

なお、キャストの視点では、雇用関係にないため、空いた時間を活用するという形での参画が多い。そのため、CtoC型及びCtoBtoC型のビジネスモデルは、シェアリングエコノミーのひとつの形態として捉えられることが多く、中でもスキルシェアサービスのビジネスモデルとの類似性が強い。

CaSy(9215 東証マザ<u>ーズ)</u>

発行日: 2022/2/25

◆ CtoBtoC 型ビジネスモデルを支える DX

実際の家事代行以外の部分でのユーザーとのコミュニケーションのすべて をウェブまたはアプリで完結できるよう、同社は業務プロセスの DX 化を進め てきた。

- (1) 独自に構築したマッチングアルゴリズムにより、ユーザーとキャストの マッチングをシステムが行う。また、需給を調整するために、キャスト への報酬を柔軟に変えるダイナミックプライシングの仕組みも導入し て、マッチング機会の向上を図っている。その結果、現在は、スポット 利用の7割が3時間以内でマッチングできるようになっている。
- (2) 従来の BtoC 型であればコーディネーター個人に蓄積されがちな各 種データをデジタル化して一元的に管理することにより、マッチング 精度やサービス品質の向上を図ることが可能になる上、新サービス の開発にもつなげている。
- (3) 他社システムとの連携により、顧客の利便性を高めている。既に、ス マートロックや本人確認サービスとの連携の実績がある。

◆ サービス展開の現状

同社のサービスは、東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県、大阪府、兵庫県、 京都府、愛知県、宮城県の9都府県で展開されている。家事代行サービス には、お掃除代行とお料理代行があり、それぞれスポット利用と定期利用が あって、利用方法によって料金が変わってくる(図表2)。

【 図表 2 】 家事代行サービスの利用料金

サービス	利用方法	利用料金(1時間当たり 税込)
	スポット利用	2,750円
お掃除代行 お料理代行	定期利用	1週間に1回: 2,409円 (「SMART家事代行」の場合は2,750円) 2週間に1回: 2,519円 4週間に1回: 2,629円 *1回につき、お掃除代行は2時間以上、お料理代行は3時間以上 *お掃除代行プラン「SMART家事代行」は1週間に1回1時間から利用可能 *別途、キャスト交通費(700円)、キャスト指名料(1時間当たり440円)等あり

(出所) 届出目論見書より証券リサーチセンター作成

また、家事代行サービスとは別に、ハウスクリーニングや整理収納のサービ スを提供するその他暮らしのサービスがあるが、これらの利用料金は依頼内 容次第となる。

新規上場会社紹介レポート

4/10

上述のビジネスモデルにより、同社が提供するサービスの利用は着実に増加してきた。ユーザー登録数は直近3年で年平均約31.3%のペースで増えて21年11月末時点で約13万人(うちファミリーが56%、単身が39%、その他が5%)、キャスト登録数は直近3年で年平均約42.4%のペースで増えて21年11月末時点で約9,000人となっている。

また同社では、ストック型収入となる定期利用を増やすことを重視している。 定期利用のユニークユーザー数は直近3年で年平均約33.5%のペースで 増えて21年11月末時点で約5,500人となっている。なお、家事代行サービ スの売上高のうち、定期利用からの売上高は約75%を占めており、定期利 用のARR(Annual Recurring Revenue =期末の有効定期契約数×平均単 価×月当たり平均利用回数×12)は21/11期で約11億円まで増加した。

> 特色・強み

◆ CaSyの強み

同社の特色及び強みとして以下の点が挙げられる。

- (1) 家事代行サービスの業務プロセスの DX 化が進んでおり、契約及び 決済のプロセスにおけるユーザーとのコミュニケーションがウェブまた はアプリで完結する。また、ユーザーとキャストのマッチングもシステ ムで行うため、マッチングの精度のばらつきが少なくなり、ユーザー、 キャスト双方の満足度向上に寄与している。
- (2) キャストのモチベーションの維持・上昇につながるような仕組みが用意されている。
- (3) 上記の結果、同業の競合先と比べ、サービス品質を高めながら、ユーザーには低い料金でサービスを提供できるのと同時に、キャストには他社よりも高い報酬を支払うことができる体制が構築できている。
- (4) 家事代行サービスの売上高のうち、定期利用からの売上高が約75% を占めるなど、定着性の高い顧客基盤を築いている。

> 事業環境

◆ 市場環境

野村総合研究所の「平成 29 年度商取引適正化・製品安全にかかる事業 (家事支援サービス業を取り巻く諸課題にかかる調査研究)調査報告書」によると、17 年における家事支援サービス業の市場規模は 698 億円と推計されている。

同報告書では、家事支援サービスの利用状況についてのアンケート調査もあり、「現在利用している」1.8%、「過去に利用したことがある(現在は利用していない)」4.7%、「サービスを知っているが利用したことがない」77.7%、「サービスを知らなかった」15.8%となっており、サービスの認知は高いのに利用されていない状況がうかがえる。

新規上場会社紹介レポート

5/10

CaSy(9215 東証マザーズ)

発行日: 2022/2/25

◆ 競合(1): 家事代行サービス

家事代行サービスまたは家事支援サービスは参入障壁が低い業態であり、 多数の小規模な事業者が各地域に分散している。そのため、圧倒的に高い シェアを有するガリバー企業が存在しない業界である。

そうした中、全国47都道府県で展開をしているのは、「メリーメイド」のサービ ス名で展開するダスキン(4665 東証一部)と、「ニチイライフ」や「サニーメイド」 のサービス名で展開するニチイ学館(東京都千代田区)くらいである。9 都 府県で展開している同社と同程度の都道府県数で展開している企業として は、ベアーズ(東京都中央区)、パソナライフケア(東京都千代田区)、ミッシ ェル・ホームサービス(東京都中央区)等が挙げられる。ただし、これらの企 業はいずれも BtoC 型のビジネスモデルで展開しており、また、家事代行サ ービスまたは家事支援サービス専業ではない。

◆ 競合(2): スキルシェアサービス

同社のビジネスモデルはスキルシェアサービスのビジネスモデルに近いと 言える。CtoC 型で家事代行のマッチングサービスを提供している企業も、ス キルシェアサービスの一形態と見なすことができる。

CtoC 型では、タスカジ(東京都港区)が挙げられる。また、近所のちょっとし た作業という観点でマッチングをするエニタイムズ(東京都港区)では、お掃 除代行やお料理代行といった作業案件もマッチングされている。また、家事 代行とは全く分野は異なり、競合することはないが、ココナラ(4176 東証マザ ーズ) やビザスク(4490 東証マザーズ)といったスキルシェアサービスとは、 ビジネスモデルの類似性が強い。

> 業績

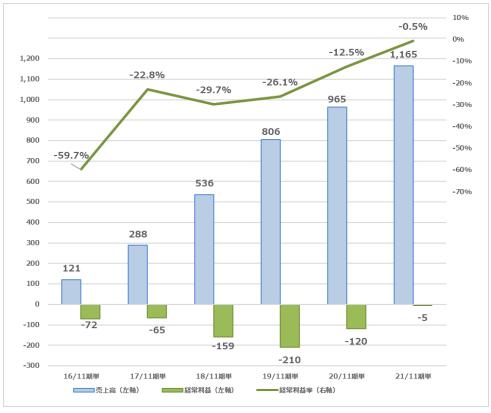
◆ 過去の業績推移

同社は 16/11 期からの業績を開示している(図表 3)。

サービスの利用の増加に伴い、17/11 期以降 5 期連続増収となり、21/11 期 まで年平均 57.0%のペースで拡大してきた。一方、利益面では 2 つの局面 があった。ひとつは、19/11 期までの経常損失が拡大傾向にあった局面であ る。これは損益分岐点を超えるだけの売上高になっていなかったことに加え、 中長期の成長を見込んで研究開発投資を増やしたことによって生じていた。 もうひとつは、20 年に入って新型コロナウイルス禍が広まった時期にあたる 局面である。この局面では、研究開発投資を縮小するとともに、従来外部に 委託していた業務を内製化するなどのコスト削減を進めたため、経常損失 は縮小に向かい、21/11期には収支均衡に近い水準となった。

【 図表 3 】業績推移

(単位:百万円)



(出所) 届出目論見書より証券リサーチセンター作成

◆ 21 年 11 月期決算

21/11 期業績は、売上高 1,165 百万円(前期比 20.7%増)、営業損失 1 百万円(前期は 120 百万円の損失)、経常損失 5 百万円(同 120 百万円の損失)、当期純利益 3 百万円(同 120 百万円の損失)となった。

サービス別売上高の内訳等の開示はないが、ユーザー及びキャストがともに増加したことに加え、定期契約による売上構成比も約75%まで上昇するなど、安定的な収益基盤の拡大が続いている。

同社の原価の中心はキャストへの報酬であるが、費用構造に特に大きな変化はなく、売上総利益率は34.9%で前期の35.0%とほぼ変わらなかった。また、販売費及び一般管理費(以下、販管費)は、研究開発の抑制や外部へ委託していた業務の内製化等により前期比11.1%減と抑えられ、売上高販管費率は同12.5%ポイント低下の35.0%となった。

これらの結果、前期の 120 百万円の営業損失に対し、21/11 期はほぼ収支 均衡水準となった。

新規上場会社紹介レポート

7/10

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。

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。

営業外費用で株式公開費用4百万円が計上された一方、繰延税金資産の 増加が法人税減額の効果をもたらし、当期純利益では3百万円の黒字とな った。

◆ 22 年 11 月期会社計画

22/11 期の会社計画は、売上高 1.459 百万円(前期比 25.3%増)、営業利益 66 百万円(前期は1百万円の損失)、経常利益53百万円(同5百万円の損 失)、当期純利益 67 百万円(同 21.9 倍)である。

家事代行サービスのうち、定期契約の KPI であるユニークユーザー数は前期 比約3割増、スポット契約のユニークユーザー数も同約2割増を計画しており、 サービスの利用の増加を増収の要因としている。

売上総利益率は、前期比 0.7%ポイント上昇の 35.6%を計画している。 販管費 については、正社員は現行体制を維持して人件費を抑制しつつ、追加開発 を外部エンジニアに発注していく方針により、業務委託費は同 45.5%増を想 定している。また、ユーザーやキャストの獲得のために広告宣伝費の同19.9% 増もあり、販管費は同 11.0%増を計画している。それでも、増収効果により売 上高販管費率は同 4.0%ポイント低下の 31.0%としている。これらの結果、 22/11 期に営業利益の黒字化を達成し、売上高営業利益率は 4.6%になると 同社は予想している。

◆ 成長戦略

同社は、現在の主力サービスである家事代行サービスの拡大を成長戦略の 主軸に据えて、その利用を促進していくとしている。その上で、中長期的には、 現在のその他暮らしのサービスを軸とした家の中で提供するその他のサービ スを拡充していくとともに、家の中と外をつなぐラストワンマイルのサービスまで 領域を広げていくことを視野に入れている。

主力の家事代行サービスでは、以下の2点に取り組むことにより、ユーザーと キャストの双方を増やし、プラットフォーム全体の価値を高めていく方針であ

- (1) 知名度向上によるユーザーの集客。ウェブ集客を継続していくほか、 知名度を活用して企業の福利厚生サービスに入っていくことで集客 を促進していく。
- (2) キャストのやりがいを高めるような組織的ブランディング。 特にキャスト のモチベーションの向上のための仕組みを展開し、キャストの離脱を 少なくしていくことに注力していく。

新規上場会社紹介レポート

8/10

CaSy (9215 東証マザーズ)

発行日:2022/2/25

>経営課題/リスク

◆ 個人情報漏洩の可能性

同社は、ユーザー及びキャストの個人情報を扱っている。何らかの事情により 個人情報が漏洩した場合、短期的な業績への影響に加え、サービスに対す るレピュテーションを下げてしまう可能性も考えられる。

◆ サービス提供時のトラブルが発生する可能性

キャストがユーザーの住居に入って提供するという家事代行サービスの性質上、第三者がいないところで、ユーザーとキャストが直接対面することとなる。 そのため、コミュニケーション上のトラブル、事件、事故、犯罪が発生し、ユーザー、キャストの双方が心理的、身体的な被害を受ける可能性がある。発生した事案にきちんと対処できない場合、同社及び同社のサービスに対するレピュテーションが低下し、ユーザーやキャストが集まりにくくなったり、既存契約が解約されたりする可能性も考えられる。

◆ 新型コロナウイルス感染症の感染拡大によるリスク

22 年に入って、オミクロン株が急速に広がり、感染第6波が訪れ、多くの都道府県でまん延防止等重点措置が発出されている。前週の同じ曜日との比較では陽性者数は減少に転じているものの、オミクロン株の亜種が広がる懸念もあり、感染拡大の動向は見通しづらい。感染拡大の状況次第では、同社の事業活動及び業績に影響が出ることも考えられる。

◆ 過年度の損失計上による利益剰余金のマイナス

同社は20/11 期まで当期純損失の計上が継続したため、利益剰余金は21/11 期末時点でマイナス 398 百万円となっている。今後、利益剰余金のマイナスは解消されていく見込みである。

◆ 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、利益剰余金がマイナスであり、また、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 4 】財務諸表

	2019/1	2019/11		2020/11		2021/11	
損益計算書	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	
売上高	806	100.0	965	100.0	1,165	100.0	
売上原価	524	65.0	627	65.0	758	65.1	
売上総利益	281	35.0	338	35.0	406	34.9	
販売費及び一般管理費	493	61.2	458	47.5	407	35.0	
営業利益	-211	-26.2	-120	-12.4	-1	-0.1	
営業外収益	0	-	0	-	0	-	
営業外費用	0	-	0	-	5	-	
経常利益	-210	-26.1	-120	-12.5	-5	-0.5	
税引前当期純利益	-210	-26.1	-120	-12.5	-5	-0.5	
当期純利益	-210	-26.1	-120	-12.5	3	0.3	

*************************************	2019/1	2019/11		2020/11		2021/11	
貸借対照表	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	
流動資産	249	88.1	226	88.4	232	86.0	
現金及び預金	155	55.0	169	66.1	169	62.8	
売上債権	86	30.4	49	19.4	57	21.1	
棚卸資産	_	-	_	-	_	-	
固定資産	33	11.9	29	11.6	37	14.0	
有形固定資産	17	6.1	11	4.5	8	3.0	
無形固定資産	0	0.0	3	1.3	6	2.6	
投資その他の資産	16	5.7	14	5.7	22	8.5	
総資産	283	100.0	255	100.0	270	100.0	
流動負債	113	40.1	136	53.4	147	54.7	
買入債務	57	20.4	78	30.6	74	27.6	
固定負債	_	-	70	27.4	70	25.9	
純資産	169	59.9	49	19.3	52	19.4	
自己資本	169	59.9	49	19.3	52	19.4	

キャッシュ・フロー計算書	2019/11	2020/11	2021/11
ーー・フロー司 异音	(百万円)	(百万円)	(百万円)
営業キャッシュ・フロー	-231	-53	6
減価償却費	6	6	4
投資キャッシュ・フロー	-1	-3	-5
財務キャッシュ・フロー	_	70	_
配当金の支払額	_	_	_
現金及び現金同等物の増減額	-232	13	0
現金及び現金同等物の期末残高	155	169	169

(出所) 届出目論見書より証券リサーチセンター作成

新規上場会社紹介レポート

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。

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。
- ・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。