

ホリスティック企業レポート

ビジネスコーチ

9562 東証グロース

新規上場会社紹介レポート
2022年10月21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 20221020

企業役員、管理職、一般社員を対象にビジネスコーチングを提供 ビジネスコーチングで日本企業の活性化を目指す

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

【9562 ビジネスコーチ 業種: サービス業】

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)
2020/9	687	5.7	16	-	18	-62.5	15	-55.9	16.0	152.5	4.0
2021/9	1,001	45.7	231	14.4×	230	12.8×	156	10.4×	161.6	310.1	50.0
2022/9 予	1,130	12.9	217	-6.1	215	-6.5	144	-7.7	149.1	-	48.0

(注) 1.単体ベース
2.2022/9期は会社予想

【 株式情報 】	【 会社基本情報 】	【 その他 】		
株価	3,455円 (2022年10月20日)	本店所在地	東京都千代田区	【主幹事証券会社】
発行済株式総数	1,104,000株	設立年月日	2005年4月6日	S M B C 日興証券
時価総額	3,814百万円	代表者	細川 馨	【監査人】
上場初値	4,155円 (2022年10月20日)	従業員数	41人 (2022年7月)	EY新日本有限責任監査法人
公募・売出価格	2,070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	毎年12月	

> 事業内容

◆ ビジネスコーチングを中心とした人材開発事業を展開

ビジネスコーチ(以下、同社)は、ビジネスコーチングを中心とした人材開発事業を主な事業としている。

(注1) 出典は、橋場剛著「ビジネスコーチング大全」(日経 BP)。橋場剛氏はビジネスコーチの取締役副社長

ビジネスコーチングとは、「ビジネス目標を達成するために、クライアント(人と組織)の行動変容を支援する行為」である。また、ビジネスコーチとは、「ビジネスコーチングを提供できる実践知とスキルを有する人」である^{注1}。

研修やコンサルティングと混同されがちだが、課題解決に向けてのアプローチは大きく異なる。研修は受講者が必要とする知識をインプットするアプローチであり、コンサルティングはコンサルタントがクライアントに対して専門的な情報を提供し、現状分析やソリューションを提供するアプローチである。これに対してコーチングは、コーチが承認・傾聴・質問などのプロセスによりクライアントに「気づき」をもたらし、クライアントの「行動変容」のアイデアを引き出し、「自発的な行動」を促すアプローチである。

同社の提供するビジネスコーチングは一人のコーチが一人のクライアントに対してコーチングを行う「1対1型」と一人のコーチがクライアントのグループに対してコーチングを実施する「1対n型」に分けられる。

同社の提供するサービスはビジネスコーチングのフェーズ(気づき、実践、継続・定着)とサービスのタイプ(1対1型、1対n型、その他)のマトリックスで構成されている(図表1)。また、各サービスの内容は図表2に示したとおりである。ビジネスコーチング以外では人事コンサルティング、公開セミナー、コーチング資格取得プログラムをその他サービスとして提供している。

21/9 期の各サービスの売上構成比はビジネスコーチングプログラムが 55%、マイクロラーニングが 12%となり、以上で構成される 1 対 n 型で 67%であった。また、エグゼクティブコーチングが 18%、ビジネスリーダー/ビジネスパーソンコーチングが 5%となり、以上からなる 1 対 1 型が 23%を占めた。残りの 10%はビジネスコーチング以外のサービスである。

【 図表 1 】 ビジネスコーチング フェーズ×サービス マトリックス

	フェーズ1 (気づき)	フェーズ2 (実践)	フェーズ3 (継続・定着)
1 対 1 型	個人アセスメント (事前)	エグゼクティブコーチング ビジネスリーダーコーチング ビジネスパーソンコーチング	個人アセスメント (事後) クラウドコーチング
1 対 n 型	導入ガイダンス 組織アセスメント (事前)	ビジネスコーチングプログラム マイクロラーニング	コーチングダイアログレビュー 組織アセスメント (事後)
その他	人事コンサルティング 公開セミナー コーチング資格取得プログラム		

(出所) 届出目論見書

【 図表 2 】 サービス概要

サービス	対象	内容
1 対 1 型		
エグゼクティブコーチング	企業トップ、経営幹部クラス	優れたリーダーとして周囲に肯定的な影響を及ぼせるようになるために意識変革・行動変容を促すプログラム
ビジネスリーダー/ビジネスパーソンコーチング	部長職、課長職、非管理職	各受講者の目標達成に特化したコーチング
クラウドコーチング	1 対 1 型受講者	エグゼクティブコーチングやビジネスリーダー/ビジネスパーソンコーチングのフォローアップツール
1 対 n 型		
ビジネスコーチングプログラム	マネジメント層、管理職、リーダー	受講者が企業においてGood Coachとして、対話の質向上に資するため、コーチング導入の目的に合わせたオーダーメイド型サービス
マイクロラーニング	1 対 n 型受講者	事前学習用並びに復習用に利用できる動画配信システム
コーチングダイアログレビュー	1 対 n 型受講者	管理職やリーダーが実際にGood Coachとして機能しているかを確認しレベルアップに導くサービス
その他		
人事コンサルティング	企業	人事制度改革・運用に向けての実行支援
公開セミナー	個人	ビジネスコーチングに関する知識習得
コーチング資格取得プログラム	個人	コーチになるための実践的なプログラムを提供。合格者にはビジネスコーチの認定資格を授与

(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

◆ 1対1型コーチング

1対1型コーチングは基本的なサービス提供形態で、企業の役員などに対して同社の契約するパートナーコーチ(業務委託先)が1対1でコーチングを行うエグゼクティブコーチング(21/9期売上構成比 18%)が代表的なものである。また、管理職、リーダー、一般社員向けに行う個人のビジネス目標達成のための行動変容支援コーチングであるビジネスリーダー/ビジネスパーソンコーチングがある。20年8月に開始したばかりのサービスだが、需要が多く、21/9期は売上高の5%を占めるに至った。

◆ 1対n型コーチング

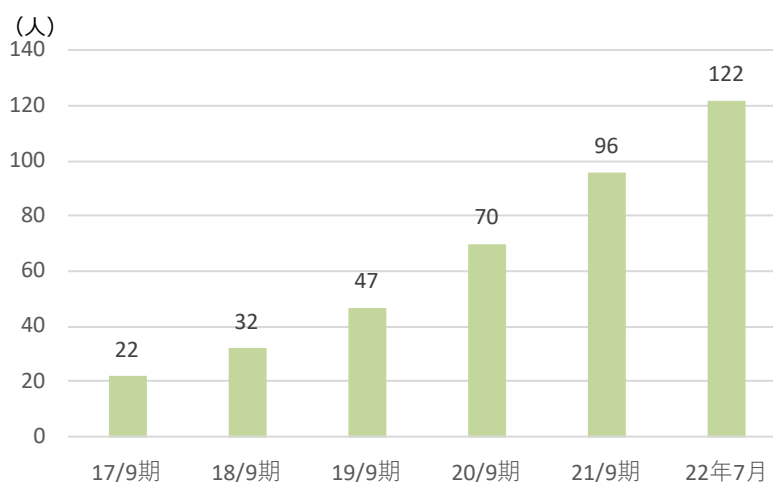
1対n型ミーティングは、1人のパートナーコーチが複数の対象者に対してコーチングの方法を教えるサービスで主に管理職向けに提供している。

企業の管理職を対象とするビジネスコーチング・プログラム(21/9期売上構成比 55%)が同サービスの主力である。この他、管理職や一般社員向けにコーチングサービスコンテンツを動画化したeラーニングサービスであるマイクロラーニングサービス(同 12%)がある。

◆ 事業展開で重要な鍵を握るパートナーコーチ

コーチングの依頼に対して、同社のコーチ陣が対応するが、コーチにはパートナーコーチと社内コーチがある。主力は外部委託先である122名(7月末現在)のパートナーコーチである。パートナーコーチの数は順調に拡大している(図表3)。一方、社内コーチは6名であるが、研究・開発チームとしての位置づけで、社内コーチを増員する予定はない。

【 図表 3 】 パートナーコーチの推移



(出所)「事業計画及び成長可能性に関する事項」を基に証券リサーチセンター作成

パートナーコーチのネットワークは同社の知的資本の根幹をなす。年間 150 名程度の応募があるが、選抜試験の合格率は 2 割から 2 割 5 分程度で、合格者とパートナーコーチとして契約を結ぶ。ただし、専属契約を結んでいるわけではなく、パートナーコーチは引き受ける仕事の選択や、他社の業務を行うことは可能である。

122 名のパートナーコーチは、出身企業の規模でみると 54% が従業員 1,000 人超の企業の出身者であり、企業在籍時の役職でみると、37% は経営者、役員、部長以上のバックグラウンドを持つものである。

パートナーコーチに対しては、フォーマット化された内容をベースにコーチングすることや、定期的な研修やフィードバックを義務化することで品質の維持・向上に努めている。企業のトップや経営幹部に対するエグゼクティブコーチングについては、パートナーコーチの中でも成績上位者に限定している。また、一定の評価に達しないパートナーコーチへの発注は控えるといったことも徹底している。

◆ 大手企業中心で継続率の高い顧客基盤

コーチング対象者が所属する企業は東証プライム市場に上場する企業並びにそのグループ企業が多数を占める。取引企業数は 19/9 期 261 社、20/9 期 245 社、21/9 期 302 社と推移し、新型コロナウイルス感染の影響を受けた 20/9 期は前期比減少したが、20 年 8 月から開始したビジネスリーダー/ビジネスパーソンコーチングの寄与により、21/9 期は回復した。

売上高に占める既存顧客の割合は、19/9 期 64.9%、20/9 期 63.6%、21/9 期 66.5%と高い水準を維持している。また、21/9 期の取引継続年数別売上高内訳を見ると 5 年以上取引のある先からの売上高は 24%、3 年以上 5 年未満が 25%、2 年が 22%と 2 年以上取引のある先が約 7 割を占めた。

◆ 労働集約型のビジネスモデル

21/9 期の売上原価率は 28.8%であった。売上原価明細書によると、売上原価の 9 割弱はパートナーコーチへの報酬である外注加工費である。パートナーコーチへの報酬は売上高に対して一定の料率で設定されている。また、売上高に占める販売費及び一般管理費(以下、販管費)の比率は 48.0%であるが、開示されている情報からは、給料及び手当が販管費の 6 割強、その他の人件費項目を加えると、販管費の 4 分の 3 が人件費関係となる。このように同社の費用構造は労働集約的な事業構造を反映したものである。

AI の導入により、コーチングの質を上げ、パートナーコーチの特性や適性の分析を進めて生産性を上げて行く計画であるが、同社の事業の拡大にはパートナーコーチの確保は不可欠であり、事業の拡大に比例して、外注加工費が増加することは避けられない。

> 特色・強み

(注 2) エグゼクティブコーチングの第一人者。GE やフォードなど世界的企業の経営者 100 人以上をコーチングしたことで知られる。

◆ コーチングノウハウに加えて、関係資本が充実

同社の特色及び強みはコーチングについてのノウハウという組織資本に加え顧客企業との関係、業績を上げるのに必要なパートナーコーチのネットワークといった関係資本にある。

コーチングの教材やメニューは同社の自社開発によるものである。同社は、エグゼクティブコーチングの第一人者であるマーシャル・ゴールドスミス氏^{注 2} やその弟子の教えを受けるとともに、ビジネスコーチングの実践経験から得た知見を体系化した独自の行動変容プログラムを提供している。

顧客企業は年々増加傾向にあるなか、7 割弱の顧客が継続顧客という、顧客との良好な関係を維持できている点も同社の強みとして挙げられる。継続的なフォローアップの仕組みとサービスのカスタマイズ力が確立しており、コーチングの成果を極大化するとともに、フォローアップの過程で取引先からの追加依頼を受けることにより事業拡大にもつながっている。また、エグゼクティブコーチング件数は開示されていないが、コーチングを通して築き上げられた経営層との関係は同社の事業を拡大してゆく上では重要な役割を果たしていると考えられる。

> 事業環境

◆ 回復基調にある企業向け研修サービス市場

矢野経済研究所「2022 企業向け研修サービス市場の実態と展望」によれば、企業向け研修サービス市場は、新型コロナウイルス感染症が蔓延する前の 19 年度までの 5 年間で年率 1.6%と成長率は低いが、前年度の水準を下回ることなく成長を続けていた。

新型コロナウイルス感染症の影響を受けた 20 年度は前年度比 8.5%減となったが、21 年度はオンライン研修の整備などの寄与により、企業向け研修サービス市場は同 8.1%増の 5,210 億円と推計されている。また、22 年度は同 2.1%増と予想されており、市場は過去の安定成長トレンドを回復しつつある。

◆ 競合

企業向け研修を提供している会社にはグロービス(東京都千代田区)、リクルートマネジメントソリューションズ(東京都品川区)といった未公開企業やセルム(7367 東証スタンダード)、識学(7049 東証グロース)といった上場企業が挙げられよう。企業の研修予算を奪い合うという意味では競合関係にはあるが、同社は行動変容コーチングに特化していることから、これらの先との競合は実際には起きていないようである。

コーチングに関しては、海外の方が日本より普及していることから、海外のコーチング関連企業が日本に進出してきた場合は、同社にとって脅威となることは十分に考えられる。

業績

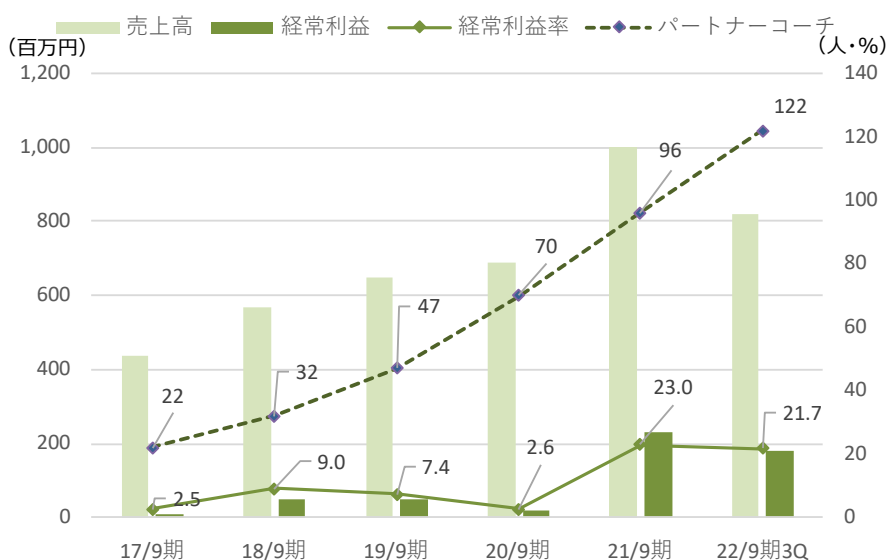
◆ 過去の業績推移

同社は 05 年に現代表取締役社長である細川馨氏が設立した。生命保険会社に勤務していた時にコーチングと出会い、コーチングをベースに営業部隊を作り上げた経験を持つ。勤務していた生命保険会社が外資系企業に買収されたのを機に独立した。同氏は企業を変革するには経営層へのコーチングが必要という強い信念を持っている。また、コーチングの効果を測る指標のひとつとして対象企業の株主価値(時価総額)の増加を強く意識している点が印象的である。

当初は法人顧客向けに 1 対 n 型コーチングを提供していた。09 年に経営幹部を対象としたエグゼクティブコーチング(1 対 1 型コーチングサービス)の提供を開始した。その後、16 年 11 月にクラウドコーチングサービス、20 年 8 月に Web 会議システムを活用したビジネスリーダー/ビジネスパーソンコーチングのサービス(ビジネスパーソン向けのオンラインコーチング)を開始し、1 対 1 型サービスを充実していった。1 対 n 型コーチングについても 19 年 11 月にマイクロラーニングサービスを開始するなどサービスラインアップを充実した。

同社の業績は 17/9 期から開示されている(図表 4)。

【 図表 4 】 業績推移



(注) 単体ベース。22/9 期 3Q は第 3 四半期累計期間
(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

サービスの拡充とパートナーコーチの増加に支えられて、売上高は順調に拡大している。20/9 期は新型コロナウイルス感染症の影響により、増収率は 5.7%へと鈍化した。21/9 期はビジネスリーダー/ビジネスパーソンコーチングが対面コーチングを上回る効果が認められたこともあり、全体の増収率は 45.7%と加速した。

売上高が拡大する一方で、経常利益は19/9期に前期比5.9%減、20/9期には同62.5%減と連続して前期を下回った。19/9期は従業員数が前期末の20名から27名へと大幅に増加したことによる人件費負担増加が影響している。20/9期は新型コロナウイルス感染症拡大の影響によりコーチング実施の延期や契約のキャンセルの影響が大きかった。

◆ 21年9月期業績

21/9期は、売上高1,001百万円(前期比45.7%増)、営業利益231百万円(同14.4倍)、経常利益230百万円(同12.8倍)、当期純利益156百万円(同10.4倍)であった。

売上高の増加は新型コロナ禍で延期となっていたサービス提供が再開されたこと、コロナ対策として単にオンラインを利用するというのではなく、必要とする資料を画面にすぐに提示するなど、オンラインサービス特有の付加価値を実現して標準化した結果、1対1型サービスであるビジネスリーダー/ビジネスパーソンのコーチングが立ち上がったことも貢献している。

売上総利益率は、20/9期の65.6%から71.1%に上昇した。採算の良い動画コンテンツの販売を本格化したことによるものである。販管費は前期比10.6%増加したが、増収効果により販管費率は同15.2%ポイント改善した。給料及び手当が同8.7%増加し299百万円となったが、対売上比は前期の40.0%から、29.9%と大幅に低下した。販管費率の改善の大半は給料及び手当の負担の軽減によるものであり、残りは区分掲記されていない費目の改善によるものである。以上から、営業利益、経常利益ともに前期の水準から大幅に増加した。

◆ 22年9月期第3四半期累計期間

22/9期第3四半期累計期間の業績は、売上高819百万円、営業利益180百万円、経常利益178百万円、四半期純利益118百万円であった。

1対n型サービスでパートナーコーチの稼働率が上昇し外注費が増加したことから、売上総利益率は前通期の71.1%から70.3%へと若干悪化した。販管費率も48.0%から48.4%へと同様に悪化した。これらの結果、営業利益率並びに経常利益率も前通期の水準を下回った。

◆ 22年9月期の会社計画

22/9期の会社計画は、売上高 1,130 百万円(前期比 12.9%増)、営業利益 217 百万円(同 6.1%減)、経常利益 215 百万円(同 6.5%減)、当期純利益 144 百万円(同 7.7%減)である(図表5)。同計画は第3四半期までは実績値、第4四半期は実績を踏まえて策定された見通しである。

法人顧客向け売上高の割合は96%程度と推定されるが、1社当たり平均単価 3.2 百万円、法人顧客数は 340 社程度で計画している。個人顧客向け売上高を含めた売上高は 1,130 百万円(前期比 12.9%増)を見込んでいる。

サービス型別売上高については、1対1型サービスは前期比 21.2%増の 282 百万円、1対n型サービスは同 9.7%増の 737 百万円、その他は同 14.8%増の 111 百万円という計画である。

売上原価はパートナーコーチへの支払いである外注加工費の増加などから前期比 17.4%増の 338 百万円、販管費は人件費の増加から、同 19.4%増の 573 百万円を計画している。

【 図表 5 】 22年9月期会社計画

	21/9期		22/9期 会社計画		第3四半期累計実績		第4四半期計画	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
売上高	1,001	100.0	1,130	100.0	819	100.0	311	100.0
1対1型サービス	233	23.3	282	25.0	201	24.5	81	26.0
1対n型サービス	672	67.1	737	65.2	529	64.6	208	66.9
その他サービス	97	9.7	111	9.8	88	10.7	23	7.4
売上原価	288	28.8	338	29.9	242	29.5	96	30.9
売上総利益	712	71.1	792	70.1	576	70.3	216	69.5
販売費及び一般管理費	480	48.0	573	50.7	396	48.4	177	56.9
営業利益	231	23.1	217	19.2	180	22.0	37	11.9
営業外収支	0	-	-2	-	-1	-	-1	-
経常利益	230	23.0	215	19.0	178	21.7	37	11.9
税引前当期(四半期)純利益	230	23.0	215	19.0	178	21.7	37	11.9
当期(四半期)純利益	156	6.6	144	12.7	118	14.4	26	8.4

(注) 21/9期の売上高内訳は22/9期会社計画の各サービスの売上高と増収率(1対1型サービス 21.2%、1対n型サービス 9.7%、その他 14.8%)を基に証券リサーチセンターが推定

(出所)「東京証券取引所グロース市場上場に伴う当社決算情報等のお知らせ」、届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

◆ 成長戦略

成長に向けての戦略として、1)フォローアップ体制の強化、2)1対1型サービスの拡大、3)AI分析導入によるコーチングレベルの引き上げやコーチ配置の最適化を掲げている。

1)フォローアップ体制の強化

企業は人的資本投資の開示が求められるようになるが、成果を把握し易いビジネスコーチングへの需要は増加するものと思われる。1対1型サービス、1対n型サービスともに、すべてのコーチング対象者に対してフォローアップサービスを強化するとともに、既存顧客との関係強化を図り継続的な取引を確保する考えである。

フォローアップサービスの強化策については、動画サービスの充実やクラウドサービスを活用することにより、省力化できる部分も追求してゆく考えである。クラウドシステム投資については今後3年間で1億円以上を投資する計画である。

フォローアップサービスの充実に向けては、後継者育成計画における個人アセスメントを3年間無償で実施するといった人的リソースの比重が大きい施策もあるため、人材の拡充も必須となる。パートナーコーチを現在の120名体制から倍増の240名体制への拡大を目指している。1対1型コーチを現在の32名から120名へ、1対n型コーチを90名から120名に拡大したいとしており、後述する1対1型サービス拡大も意識した人員計画となっている。また、取引先企業のフォローを行うクライアントサービス人材を現在の4名から10名へ拡充する考えである。

2)1対1型サービスの拡大

3年から5年の間に1対1型サービスの売上高を1対n型サービスと同じくらいの割合まで引き上げることを計画している。1対1型サービスのコーチング対象者は19/9期145名、20/9期185名、21/9期748名、22/9期は1,000名超と急速に増加しているが、引き続き対象者数の多いビジネスリーダー/ビジネスパーソンコーチングを軸に拡大を図る方針である。

3)AI分析導入によるコーチングレベルの底上げやコーチ配置の最適化

属人的なコーチングスキルに過度に依存しないようAI分析を活用し、コーチ陣を正しく理解し、コーチングレベルの引き上げを図る考えである。オンラインコーチングの分析結果を評価するアルゴリズムのβ版は既に完成している。また、AI分析によってコーチの特性や適性を見極め、コーチング目的に応じて適切なコーチを割り当てることにより、コーチング成果を高め、顧客満足度の引き上げを図る考えである。

> 経営課題/リスク**◆ リスク管理とコンプライアンス体制の充実**

同社は上場準備の過程でリスク管理委員会やコンプライアンス委員会を設置しており、全社的なリスク管理体制やコンプライアンス体制を構築し、運用している。ただ、同社の顧客には東証プライム上場企業やそのグループ企業が多く、顧客企業と同等以上の体制を整備することは、取引の継続や新規受注の上で重要と考えており、今後も体制強化に継続的に取り組むとしている。

◆ ビジネス面での課題

フロント強化、管理部門の強化といった組織力の強化も課題としている。また、業務執行に携わる取締役 5 名のうち代表取締役である細川馨氏を始めとする 3 名は 60 歳代半ばということで、サクセッションプランの構築も急務と考えられる。

◆ 大株主の株式売却リスク

同社の代表取締役社長である細川馨氏は、同氏の資産管理会社による保有分も含め、公募増資を実施した上場時点でも同社株式の 42.8%を保有している。同氏及び同氏の資産管理会社は引き続き同社株式を一定割合保有する見通したが、将来、何らかの事情により、同氏が同社株式の全部、または、一部を売却した場合、同社の株価や議決権行使の状況に影響を及ぼす可能性がある。

◆ 配当政策

同社は、19/9 期から配当を実施しており、今後も株主への利益還元を安定的かつ継続的にを行うことを基本方針とし、配当性向は 30%を目安としている。

【 図表 6 】 財務諸表

損益計算書	2020/9		2021/9		2022/9 3Q累計	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
売上高	687	100.0	1,001	100.0	819	100.0
売上原価	236	34.4	288	28.8	242	29.5
売上総利益	451	65.6	712	71.1	576	70.3
販売費及び一般管理費	434	63.2	480	48.0	396	48.4
営業利益	16	2.3	231	23.1	180	22.0
営業外収益	6	-	1	-	0	-
営業外費用	3	-	2	-	1	-
経常利益	18	2.6	230	23.0	178	21.7
税引前当期(四半期)純利益	18	2.6	230	23.0	178	21.7
当期(四半期)純利益	15	2.2	156	15.6	118	14.4

貸借対照表	2020/9		2021/9		2022/9 3Q	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
流動資産	412	89.4	667	91.4	610	92.1
現金及び預金	263	57.0	498	68.2	453	68.4
売上債権	121	26.2	132	18.1	133	20.1
棚卸資産	7	1.5	10	1.4	7	1.1
固定資産	46	10.0	60	8.2	49	7.4
有形固定資産	4	0.9	2	0.3	1	0.2
無形固定資産	29	6.3	37	5.1	37	5.6
投資その他の資産	13	2.8	20	2.7	10	1.5
繰延資産	2	0.4	2	0.3	1	0.2
総資産	461	100.0	730	100.0	662	100.0
流動負債	158	34.3	320	43.8	214	32.3
買入債務	30	6.5	32	4.4	35	5.3
1年内償還予定の社債	20	4.3	20	2.7	20	3.0
1年内返済予定の長期借入金	25	5.4	24	3.3	25	3.8
固定負債	155	33.6	109	14.9	77	11.6
社債	60	13.0	40	5.5	30	4.5
長期借入金	93	20.2	68	9.3	47	7.1
純資産	147	31.9	300	41.1	370	55.9
自己資本	147	31.9	300	41.1	370	55.9

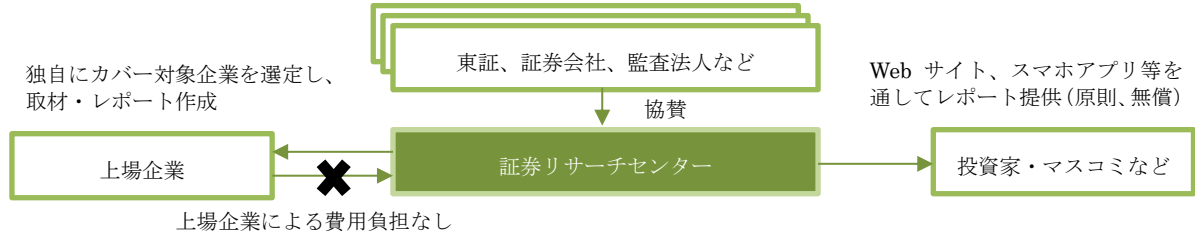
キャッシュ・フロー計算書	2020/9	2021/9
	(百万円)	(百万円)
営業キャッシュ・フロー	46	295
減価償却費	29	11
投資キャッシュ・フロー	-36	-11
財務キャッシュ・フロー	95	-49
配当金の支払額	-9	-3
現金及び現金同等物の増減額	105	235
現金及び現金同等物の期末残高	228	464

(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
太陽有限責任監査法人
PwC 京都監査法人
監査法人 A&A パートナーズ
株式会社プロネクサス

SMB C日興証券株式会社
EY 新日本有限責任監査法人
有限責任監査法人トーマツ
いちよし証券株式会社
仰星監査法人
日本証券業協会

大和証券株式会社
有限責任あずさ監査法人
株式会社SBI証券
Jトラストグローバル証券株式会社
監査法人アヴァンティア
日本証券アナリスト協会

野村證券株式会社
株式会社ICMG
三優監査法人
宝印刷株式会社

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。