

# ホリスティック企業レポート フィットクルー 469A 東証グロース

新規上場会社紹介レポート  
2025年12月16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 20251215

パーソナルトレーニングジムを直営で展開  
リカーリング収益比率の上昇により、利益率が改善

アナリスト:松尾 十作 +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

【 469A フィットクルー 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)
2023/11	1,768	50.1	77	-	79	-	33	-	34.9	341.7	0.0
2024/11	2,454	38.8	112	44.9	109	37.9	44	33.3	46.1	370.4	0.0
2025/11 予	2,947	20.1	290	2.6×	283	2.6×	261	5.9×	277.0	-	0.0

(注) 単体ベース。2025/11期は会社予想

【株式情報】	【会社基本情報】	【その他】
株価 2,650円 (2025年12月15日)	本店所在地 大阪市西区	【主幹事証券会社】
発行済株式総数 1,075,487株	設立年月日 2015年1月15日	みずほ証券
時価総額 2,850百万円	代表者 鹿島 紘樹	【監査人】
上場初値 3,000円 (2025年12月12日)	従業員数 272人 (2025年9月)	三優監査法人
公募・売出価格 2,200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 毎事業年度の終了後3ヵ月以内	

> 事業内容

◆ パーソナルトレーニングジムを直営で展開

フィットクルー(以下、同社)は、パーソナルトレーニングジムを直営で展開している。整骨院を開業していた現代表取締役である鹿島紘樹氏は健康障害を未然に防ぐ「予防的ヘルスケア」が重要であるとの考えから、15年1月に同社を設立し、女性専用のパーソナルジムを開業した。同社の事業ブランドは、トレーニングジム店舗ブランドである「UNDEUX SUPERBODY」、「UNDEUX SUPERBODY LIFE」、「Dr.plus Fit」、トレーナー養成スクールブランド「プロジム」の合計4ブランドで構成されている(図表1)。

【 図表 1 】 事業ブランド

ブランド	出店立地	コンセプト	対象顧客層
UNDEUX SUPERBODY	都心部	短期間で理想の身体を作る、 女性専用パーソナルトレーニングジム	美容及び健康意識が 高い若年女性
UNDEUX SUPERBODY LIFE	地方都市+郊外	利用しやすい価格でパーソナル トレーニングを提供する女性専用ジム	若年女性
Dr.plus Fit	郊外中心	健康問題をトレーニングと栄養指導 で解決	若年からミドルシニアの幅 広い男女
プロジム	都心部+地方都市	働きながら半年で認定資格取得が 可能なトレーナー養成スクール	トレーナーを目指す男女

(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

出店は東京、千葉、埼玉、神奈川の首都圏並びに大阪に比較的集中している(図表2)。

【 図表 2 】 地域別出店状況

(25 年 8 月末時点)

	UNDEUX SUPERBODY	UNDEUX SUPERBODY LIFE	Dr.plus Fit	プロジム	合計
宮城	-	1	-	-	1
東京	16	2	-	1	19
千葉	1	2	-	-	3
埼玉	2	-	-	-	2
神奈川	4	3	-	-	7
愛知	-	2	-	1	3
京都	1	-	-	-	1
大阪	5	-	4	1	10
兵庫	2	1	-	-	3
広島	-	1	-	-	1
福岡	-	2	-	1	3
合計	31	14	4	4	53

(出所) ヒアリングより証券リサーチセンター作成

UNDEUX SUPERBODY トレーニングジムの主力ブランドで、15 年 1 月に初出店した。短期間で理想の身体を作る、女性専用パーソナルトレーニングジムで、主な対象は美容及び健康意識が高い若年女性である。2 カ月～4 カ月の集中コースを提供しており、23 万円から 44 万円(入会金は別途)という価格設定である。集中コースの修了者にはリバウンド防止などを目的とした月額制のアフターコースが提供されている。

UNDEUX SUPERBODY LIFE は 21 年 7 月に初出店した。顧客対象を広げるため、若年女性を対象に利用しやすい価格でパーソナルトレーニングを提供しており、近年店舗展開に注力しているブランドである。地域によって価格は異なるが、月額 17,600 円(入会金は別途)からとなっている。

Dr.plus Fit は 22 年 10 月からスタートしたブランドで、運動と栄養指導でサポートするパーソナルトレーニングジムである。性別に関係なく利用可能で、若年からミドルシニアの幅広い男女を対象としている。

プロジムは店舗を展開するためにはパーソナルトレーナーが必要であるとの認識から 18 年 4 月に開校されたパーソナルトレーナー養成スクールである。

価格体系はパーソナル対応であるため、セルフトレーニング主体のフィットネスクラブと比較して高くなっている(図表 3)。

【 図表 3 】 ブランド別料金体系

(25 年 11 月末時点)

ブランド	価格例	サービス概要
UNDEUX SUPERBODY 集中コース (パーソナル、女性対象)	230,000円～ (回数、期間などにより価格は異なる)	2～4カ月の短期集中コース 管理栄養士監修の食事改善指導 ヘルシー弁当宅配
UNDEUX SUPERBODY アフターコース (パーソナル、女性対象)	18,900円/月～ (利用可能回数、利用可能時間帯などにより価格は異なる)	集中コースの終了者が対象 月額料金制
UNDEUX SUPERBODY LIFE (パーソナル、女性対象)	17,600円/月～ (地域、利用可能回数、利用可能時間帯などにより価格は異なる)	管理栄養士監修の食事改善指導 月額料金制 駅近立地
Dr.plus Fit (パーソナル、男女対象)	16,900円/月～ (地域、利用可能回数などにより 価格は異なる)	医療機関と連携した検査結果に基づく運動指導・食事指導 整形外科医監修のパーソナルトレーニング
プロジム (トレーナー養成スクール、 男女対象)	572,000円～ (コースにより価格は異なる)	少人数制・完全対面 NSCA資格の取得 就職・独立支援

(注) 1.別途入会金、入学金が必要となるが、キャンペーンで免除されることもある  
2.記載している価格は一例。地域、利用可能回数、利用可能時間帯などにより異なる  
3.NSCA は National Strength and Conditioning Association の略。ストレングス&コンディショニングに関する非営利の教育団体  
(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

> 特色・強み

(注 1) リカーリング収益は顧客の都度払いではなく、顧客の継続利用を前提として決められた頻度で得られる収益

◆ 上昇傾向にあるリカーリング収益比率

同社は、月額料金制の UNDEUX SUPERBODY のアフターコース、UNDEUX SUPERBODY LIFE、Dr.plus Fit の売上高合計をリカーリング収益<sup>注 1</sup>とし、重要な経営指標のひとつと認識している。全体の売上高に占めるリカーリング収益の割合は、21/11 期の 17.8%から 24/11 期には 41.6%、25/11 期第 3 四半期累計では 50.2%と過半を占めるまで上昇してきており、それに伴い営業利益率も向上している(図表 4)。

【 図表 4 】 ブランド別売上高とリカーリング収益比率推移 (単位:千円)

ブランド	21/11期	22/11期	23/11期	24/11期	25/11期 (3Q実績)
UNDEUX SUPERBODY 集中コース	441,168	722,272	1,008,995	1,204,882	843,492
UNDEUX SUPERBODY アフターコース <sup>※1</sup>	110,353	253,126	441,346	631,771	565,889
UNDEUX SUPERBODY <sup>Life</sup>	8,147	46,713	74,574	280,058	399,215
Dr+Fit	—	531	45,082	107,990	103,119
ZOZILL	70,822	85,530	76,921	71,723	55,680
物販	29,409	63,424	113,295	142,032	129,137
その他 <sup>※2</sup>	6,730	6,595	7,880	15,964	30,793
計	666,631	1,178,193	1,768,094	2,454,420	2,127,326
リカーリング 収益	118,500	300,370	561,002	1,019,819	1,068,223
リカーリング 構成比	17.8%	25.5%	31.7%	41.6%	50.2%
営業利益	▲60,710	▲14,039	77,916	112,922	152,101
営業利益率	—%	—%	4.4%	4.6%	7.1%

(注) リカーリング収益は、UNDEUX SUPERBODY アフターコース、UNDEUX SUPERBODY LIFE、Dr.plus Fit の売上高の合計

(出所) 届出目論見書

## > 事業環境

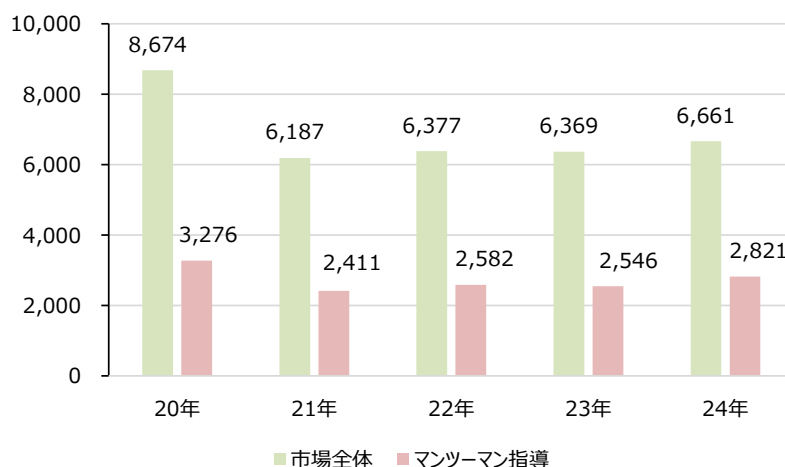
### ◆ フィットネスクラブ市場

ホットペッパービューティーアカデミーの調査によると、ジム・ヨガ・フィットネス市場は20年の8,674億円から21年には6,187億円(前年比28.7%減)へと、新型コロナ禍の影響を受け縮小した。その後復調傾向にあり、24年には6,661億円(同4.6%増)にまで回復している(図表5)。

同社の事業であるパーソナルトレーニング(同調査ではマンツーマン指導)市場も、ジム・ヨガ・フィットネス市場全体と同様の傾向にあり、20年の3,276億円から21年には2,411億円(前年比26.4%減)へと縮小した。その後復調し、24年では2,821億円(同10.8%増)と市場全体よりは高い成長を示している。

【図表5】ジム・ヨガ・フィットネス市場

(単位:億円)



(出所) ホットペッパービューティーアカデミーがまとめたジム・ヨガ・フィットネス市場規模より証券リサーチセンター作成

#### ◆ 競合

フィットネスクラブ全体では、競合先としては、ルネサンス(2378 東証プライム)、RIZAPグループ(2928 札証アンビシャス)、セントラルスポーツ(4801 東証プライム)、カーブスホールディングス(7085 東証プライム)、Fast Fitness Japan(7092 東証プライム)、東祥(8920 東証スタンダード)、コナミグループ(9766 東証プライム)のスポーツ事業など数多い。

パーソナルトレーニングの分野では、RIZAPグループを始めとするパーソナルトレーニングジムが多数存在している。女性向けに特化しているという視点では、カーブスホールディングスやヨガやピラティススタジオなどといったトレーニングのコンセプトは違うものの、女性をターゲットとしたクラブも多い。

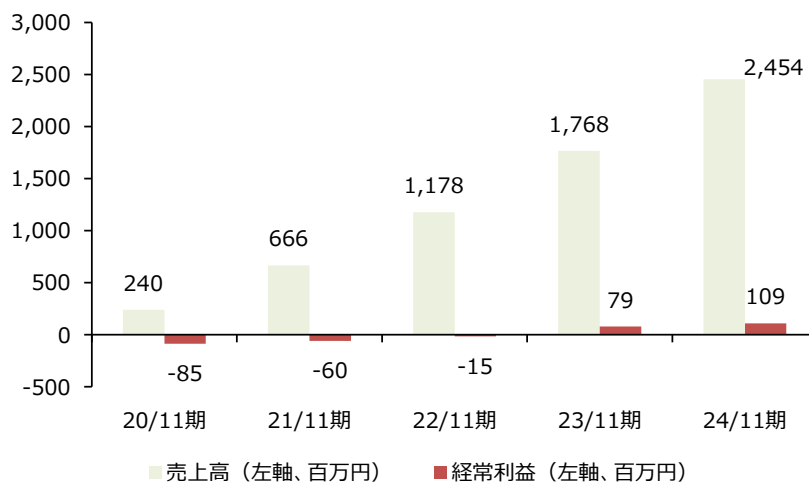
## > 業績

#### ◆ 過去の業績推移

同社は過去5期分の業績を開示している(図表6)。

22/11期まで経常損失を計上していたが、23/11期に黒字転換した。同社の費用構造をみると、労務費や不動産賃借費等の固定費負担が重い。例えば24/11期では、労務費は売上高の36.5%に相当し、同じく地代家賃も11.1%と高い水準にあった。

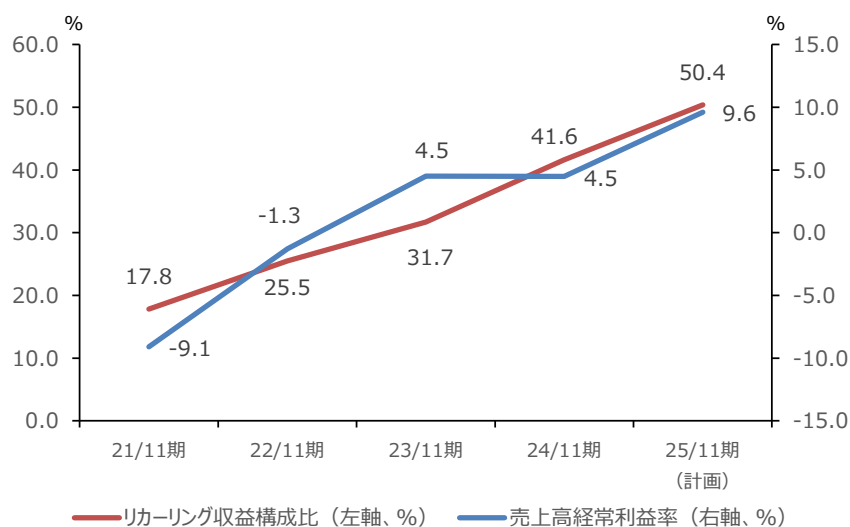
【 図表 6 】 業績推移



(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

リカーリング収益比率の上昇に伴い、売上高経常利益率も改善傾向を示している。(図表 7)。

【 図表 7 】 リカーリング収益比率と経常利益率の推移



(注) 計画は会社計画

(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

## ◆ 24 年 11 月期業績

24/11 期業績は、売上高 2,454 百万円(前期比 38.8%増)、営業利益 112 百万円(同 44.9%増)、経常利益 109 百万円(同 37.9%増)、当期純利益 44 百万円(同 33.3%増)であった。

新規出店は UNDEUX SUPERBODY 5 店舗、UNDEUX SUPERBODY LIFE



5 店舗の合計 10 店舗、期末のパーソナルトレーニングジムの店舗数は 42 店舗となった。

リカーリング収益比率が 41.6%と前期比 9.9%ポイント上昇したこともあり、売上総利益率は同 1.8%ポイント改善し 37.0%となった。店舗数が前期末比 10 店舗増となったことから不動産賃借費が増加するなど、販売費及び一般管理費(以下、販管費)は、増収率を上回る前期比 45.8%増となり、販管費率は同 1.6%ポイント悪化の 32.4%となった。売上総利益率の改善で販管費率の悪化を吸収し、営業利益率は 4.6%と同 0.2%ポイント改善した。

#### ◆ 25 年 11 月期第 3 四半期累計業績

25/11 期第 3 四半期累計期間の業績は、売上高 2,127 百万円、営業利益 152 百万円、経常利益 149 百万円、四半期純利益 155 百万円であった。

新規出店は UNDEUX SUPERBODY 4 店舗、UNDEUX SUPERBODY LIFE 2 店舗(他に UNDEUX SUPERBODY からブランド変更した 4 店舗がある)、Dr.plus Fit 1 店舗の合計 7 店舗、第 3 四半期末のパーソナルトレーニングジムの店舗数は 49 店舗となった。

リカーリング収益比率が 50.2%と前通期比 8.6%ポイント上昇したこともあり、売上総利益率は 39.1%と同 2.1%ポイント改善した。販管費率も同 0.5%ポイント改善の 31.9%となった。売上総利益率及び販管費率の改善により、営業利益率は 7.1%と同 2.5%ポイント改善した。

#### ◆ 25 年 11 月期の会社計画

25/11 期の会社計画は、売上高 2,947 百万円(前期比 20.1%増)、営業利益 290 百万円(同 2.6 倍)、経常利益 283 百万円(同 2.6 倍)、当期純利益 261 百万円(同 5.9 倍)である(図表 8)。同計画は 24 年 12 月から 25 年 6 月迄の実績に 7 月以降の見込み値を合算したものである。

パーソナルトレーニングの売上高については、既存店では店舗毎に 7 月以降の新規入会会員数を考慮した会員数・トレーニング数を見積もり、会員単価を乗じて算出している。新規店舗については、直近の類似店舗の実績を基に、新規入会会員数、会員数を見積もり会員単価を乗じて算出している。

売上原価は人件費とスタジオ等の不動産賃借費で構成されているが、人件費は直近の在籍者数、入社人員数、離職率に基づく退職者数を見込んで算出し、不動産賃借費については契約内容に基づき算出し、その他の経費は直近実績に基づき見積もっている。以上の結果、売上原価は 1,758 百万円(前期比 13.7%増)、売上総利益は 1,189 百万円(同 31.0%増)としている。



【 図表 8 】 25 年 11 月期会社計画

	24/11期		25/11期会社計画		
	百万円	構成比 (%)	百万円	構成比 (%)	前期比 (%)
売上高	2,454	100.0	2,947	100.0	20.1
パーソナルトレーニング	2,224	90.6	2,652	90.0	19.2
スクール	71	2.9	71	2.4	0.3
物販収入	142	5.8	182	6.2	28.3
その他	15	0.7	40	1.4	2.6×
売上原価	1,546	63.0	1,758	59.7	13.7
売上総利益	907	37.0	1,189	40.3	31.0
販売費及び一般管理費	794	32.4	898	30.5	13.1
営業利益	112	4.6	290	9.8	2.6×
経常利益	109	4.5	283	9.6	2.6×
当期純利益	44	1.8	261	8.9	5.9×

(出所) 届出目論見書、「東京証券取引所グロース市場への上場に伴う当社  
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

販管費は、主に人件費、支払手数料(クレジット手数料)、広告宣伝費である。  
人件費は188 百万円(前期比 11.9%増)、支払手数料は78 百万円(同 15.0%  
増)、広告宣伝費は 528 百万円(同 17.1%増)を見込んでいる。以上から、販  
管費は 898 百万円(同 13.1%増)、営業利益は 290 百万円(同 2.6 倍)と計画  
している。

営業外収益は、主に受取利息であり 5 百万円 (前期比 24.2%増)、営業外  
費用は支払利息と上場関連費用等で 12 百万円 (同 66.6%増)を見込んで  
いる。以上の結果、経常利益は 283 百万円 (同 2.6 倍)を計画している。

特別損益は見込まず、賃上げ促進税制の繰越控除制度による将来の税金  
費用削減効果を見積もり、繰延税金資産を計上することから、法人税等  
調整額が多額のマイナスとなり、当期純利益は前期比 5.9 倍の 261 百万  
円と大幅増を見込んでいる。

◆ 成長戦略

同社は今後の成長戦略として、以下の 3 点を挙げている。

(注 2)ロイヤルカスタマーとは、  
企業やブランドに対して高い信  
頼と愛着を持つことで、継続的に  
商品・サービスを購入してくれる  
顧客を指す

(注 3) LTV とは、Life Time Value  
(顧客生涯価値)の略称で、顧客  
が取引を開始してから終了する  
までの期間にどれだけの利益を  
もたらしてくれるかを表す指標

一つ目は UNDEUX SUPERBODY LIFE 及び Dr.plus Fit の出店加速であ  
る。利用しやすい価格でパーソナルトレーニングを提供する UNDEUX  
SUPERBODY LIFE を地方都市、及び郊外に出店することで、ライト層を取り  
込みたいとしている。また、男女を問わずミドルシニア世代の健康意識の  
高まりを捉えて、健康問題をトレーニングと栄養指導で解決する Dr.plus Fit  
の出店も拡大したいとしている。

二つ目は、物販売上も含むが、会員数の拡大とロイヤルカスタマー<sup>注 2</sup>化で  
LTV<sup>注 3</sup>の拡大を目指している。会員数の拡大については広告宣伝やロコ

ミでの1店舗当たりの会員数の増加と、店舗数拡大による増加を目指している。

ロイヤルカスタマー化については、会員の満足度向上が重要となるため、トレーナーの質の向上に向けては厳しい採用基準と育成体制の充実、トレーニングセッション内容の定期的なチェック、スタジオの清潔度のチェック、さらには、会員向けの AI を活用したアプリ「TOROWASU」の提供を行いスタジオ外でのトレーニングもサポートするといったこと等を行い、満足度向上に向けたサービスの提供を行うといったことが挙げられる

TOROWASU とは、自宅トレーニング用アプリで、25 年 9 月より App Store での配信を開始した。名前の由来は、フランス語で「3」を意味する "trois"(トロワ)から生まれた造語である。ジムでのトレーニングと食事管理に続く、第 3 のボディメイクサポートとして開発したソフトである。

三つ目は、新ブランドの開発である。近年女性向けスタジオではピラティスに着目した店舗展開が多い。M&A 若しくは自社でのブランド立ち上げを行い、ピラティスといったフィットネス関連領域への進出も検討していく必要があると考えている。

## > 経営課題/リスク

### ◆ 大株主について

同社の上位株主のうち、代表取締役社長の鹿島紘樹氏は、上場時点の発行済株式数の 44.9%と議決権の 3 分の 1 以上を保有していることから、特別決議(定款変更、合併や解散などの重要な意思決定)を単独で阻止することが可能である点に留意すべきである

### ◆ ハラスメントの発生リスク

同社は、女性向けパーソナルトレーニングジムを運営している。全従業員に対し、ハラスメント研修を行うとともに、各トレーニングブースへの監視カメラの設置や客様相談窓口を設置するなど、ハラスメント対策を講じている。しかしながら、ハラスメント等が発生した場合には、同社の信用度、及び経営成績・財政状態に影響を及ぼす可能性がある。

### ◆ 配当について

同社は、経営基盤の長期安定に向けた財務体質の強化、及び事業の継続的な拡大を目指し、創業来配当を実施していない。今後の事業・投資計画等を総合的に勘案し、配当を検討していく方針である。

【 図表 9 】 財務諸表

損益計算書	2023/11		2024/11		2025/11 3Q累計	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
売上高	1,768	100.0	2,454	100.0	2,127	100.0
売上原価	1,145	64.8	1,546	63.0	1,296	60.9
売上総利益	622	35.2	907	37.0	830	39.1
販売費及び一般管理費	545	30.8	794	32.4	678	31.9
営業利益	77	4.4	112	4.6	152	7.1
営業外収益	6	-	4	-	4	-
営業外費用	4	-	7	-	7	-
経常利益	79	4.5	109	4.5	149	7.0
税引前当期（四半期）純利益	79	4.5	86	3.5	149	7.0
当期（四半期）純利益	33	1.9	44	1.8	155	7.3

貸借対照表	2023/11		2024/11		2025/11 3Q	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
流動資産	649	51.2	1,062	58.4	986	54.8
現金及び預金	464	36.6	816	44.8	575	32.0
売上債権	127	10.0	164	9.0	322	17.9
前払費用	31	2.5	46	2.6	41	2.3
固定資産	619	48.8	757	41.6	813	45.2
有形固定資産	455	35.9	543	29.9	551	30.6
無形固定資産	1	-	0	-	2	-
投資その他の資産	161	12.8	213	11.7	260	14.5
総資産	1,269	100.0	1,820	100.0	1,800	100.0
流動負債	552	43.5	856	47.0	752	41.8
短期借入金	65	5.2	15	0.9	-	-
1年内返済予定の長期借入金	52	4.2	112	6.2	100	5.6
未払金	108	8.6	189	10.4	185	10.3
契約負債	231	18.2	357	19.6	313	17.4
固定負債	387	30.5	613	33.7	541	30.1
長期借入金	252	19.9	443	24.4	373	20.7
リース債務	8	-	6	-	4	-
資産除去債務	110	8.7	151	8.3	163	9.1
純資産	329	26.0	350	19.2	505	28.1
自己資本	329	26.0	350	19.2	505	28.1

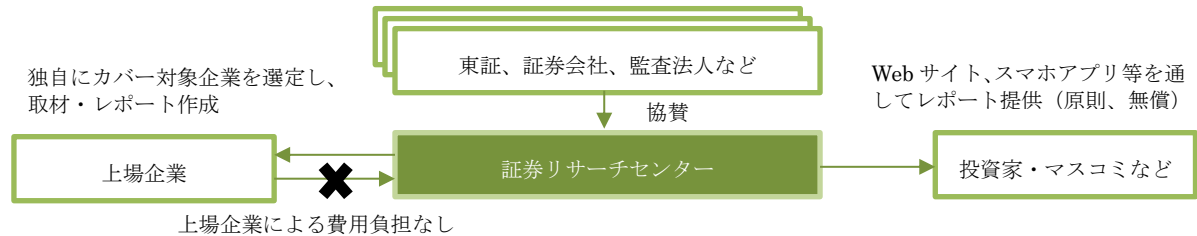
キャッシュ・フロー計算書	2023/11	2024/11
	(百万円)	(百万円)
営業キャッシュ・フロー	169	348
減価償却費	44	76
投資キャッシュ・フロー	-189	-172
財務キャッシュ・フロー	274	175
配当金の支払額	-	-
現金及び現金同等物の増減額	255	351
現金及び現金同等物の期末残高	464	816

(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	S M B C 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	EY 新日本有限責任監査法人	有限責任あずさ監査法人	株式会社 I C M G
太陽有限責任監査法人	有限責任監査法人トーマツ	株式会社 S B I 証券	三優監査法人
PwC Japan 有限責任監査法人	いちよし証券株式会社	監査法人 A&A パートナーズ	仰星監査法人
監査法人アヴァンティア	宝印刷株式会社	株式会社プロネクサス	日本証券業協会
公益社団法人日本証券アナリスト協会			

### ■後援

株式会社名古屋証券取引所	証券会員制法人札幌証券取引所
一般社団法人日本ベンチャーキャピタル協会	一般社団法人日本 IR 協議会
一般社団法人スチュワードシップ研究会	一般社団法人機関投資家協働対話フォーラム

### 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、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。