

# ホリスティック企業レポート タンゴヤ

7126 東証 JQS

新規上場会社紹介レポート  
2021年8月27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 20210826

## タンゴヤ(7126 東証JQS)

発行日: 2021/8/27

## 「GINZA Global Style」を中核ブランドにオーダースーツ店舗を展開 直近業績は新型コロナウイルス禍の影響があるが、店舗網拡大は継続

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

## 【7126 タンゴヤ 業種: 小売業】

| 決算期      | 売上高<br>(百万円) | 前期比<br>(%) | 営業利益<br>(百万円) | 前期比<br>(%) | 経常利益<br>(百万円) | 前期比<br>(%) | 純利益<br>(百万円) | 前期比<br>(%) | EPS<br>(円) | BPS<br>(円) | 配当金<br>(円) |
|----------|--------------|------------|---------------|------------|---------------|------------|--------------|------------|------------|------------|------------|
| 2019/7   | 9,720        | -          | 662           | -          | 632           | -          | 537          | -          | 397.4      | 518.6      | 40.0       |
| 2020/7   | 9,017        | -7.2       | 193           | -70.8      | 257           | -59.4      | 184          | -65.6      | 140.3      | 618.9      | 14.0       |
| 2021/7 予 | 8,316        | -7.8       | 300           | 55.4       | 312           | 21.4       | 207          | 12.5       | 157.4      | -          | 15.7       |

(注) 1. 単体ベース。2021/7期の予想は会社予想  
2. 2018/7期は決算期変更により2カ月決算のため、2019/7期の前期比はなし

| 【株式情報】  | 【会社基本情報】            | 【その他】                |
|---------|---------------------|----------------------|
| 株価      | 1,431円 (2021年8月26日) | 本店所在地 大阪府大阪市         |
| 発行済株式総数 | 1,751,372株          | 設立年月日 1949年4月26日     |
| 時価総額    | 2,506百万円            | 代表者 田城 弘志            |
| 上場初値    | 1,703円 (2021年8月24日) | 従業員数 218人 (2021年6月末) |
| 公募・売価格  | 1,600円              | 事業年度 8月1日～翌年7月31日    |
| 1単元の株式数 | 100株                | 定時株主総会 毎年10月         |
|         |                     | 【主幹事証券会社】<br>みずほ証券   |
|         |                     | 【監査人】<br>仰星監査法人      |

### > 事業内容

#### ◆ 老舗の毛織物卸売商の事業を土台にオーダースーツ店舗を展開

タンゴヤ(以下、同社)は、オーダースーツの企画、販売を行う企業である。個人事業の期間も含めて戦前より大阪を中心に毛織物卸売商として事業を行ってきた。09年に同社のグループ会社が新規事業としてオーダースーツの「Global Style」ブランドを立ち上げ、12年に同社がその会社を吸収合併して以降、オーダースーツ店舗の運営が同社の主力事業となった。現在は、「GINZA Global Style」を中核ブランドとして、27店舗を運営している。

「Global Style」ブランドが始まった当時、オーダースーツは、各顧客の型紙を用意する手間をかける、1着が20万円を超える「フルオーダー」、あらかじめ用意された複数の型紙から顧客に合うものを用いてスーツを仕立てる、1着2万円を下回るような「イージーオーダー」や「パターンオーダー」といった領域が存在していた。1着2万円超～10万円台の価格帯のサービスは限られており、ここに事業機会を見出したのが「Global Style」であった。

同社の事業は、オーダースーツの販売店舗を運営する事業の単一セグメントだが、売上高は営業部ごとに分類されている。GS営業部が全売上高の9割以上を占めており、中でも「GINZA Global Style」が全売上高の7割超を占める主力業態となっている(図表1)。

【 図表 1 】 営業部/業態別売上高

| 営業部/業態                     | 2019/7期      |              | 2020/7期      |            |              | 2021/7期 第3四半期累計期間 |              |
|----------------------------|--------------|--------------|--------------|------------|--------------|-------------------|--------------|
|                            | 売上高<br>(百万円) | 売上構成比<br>(%) | 売上高<br>(百万円) | 前期比<br>(%) | 売上構成比<br>(%) | 売上高<br>(百万円)      | 売上構成比<br>(%) |
| GS営業部                      | 8,812        | 90.7         | 8,352        | -5.2       | 92.6         | 6,028             | 93.8         |
| GINZA Global Style         | 7,429        | 76.4         | 6,686        | -10.0      | 74.1         | —                 | —            |
| GINZA Global Style COMFORT | —            | —            | 575          | —          | 6.4          | —                 | —            |
| Global Style               | 467          | 4.8          | 425          | -9.1       | 4.7          | —                 | —            |
| MARUNOUCHI Global Style    | 915          | 9.4          | 659          | -27.9      | 7.3          | —                 | —            |
| GSオンラインオーダーサービス            | —            | —            | 5            | —          | 0.1          | —                 | —            |
| TANGOYA営業部                 | 476          | 4.9          | 460          | -3.4       | 5.1          | 313               | 4.9          |
| TANGOYA                    | 476          | 4.9          | 460          | -3.4       | 5.1          | —                 | —            |
| その他                        | 431          | 4.4          | 205          | -52.4      | 2.3          | 85                | 1.3          |
| 合計                         | 9,720        | 100.0        | 9,017        | -7.2       | 100.0        | 6,427             | 100.0        |

(出所) 届出目論見書より証券リサーチセンター作成

## ◆ 業態

GS 営業部で提供するオーダースーツは、「高感度で高品質、且つ低価格から中価格のお買い得感のあるもの」としている。価格帯(税抜価格)としては、1着当たり24,000円から100,000円未満と幅広いが、40,000円を下回る価格帯は初めてオーダースーツをつくる20～30代の人を、40,000円を超える価格帯は、他のラグジュアリーブランドや百貨店等でオーダースーツを作ったことがある人をターゲットとしている。

オンラインサービスを除くGS 営業部の4業態は、提供するスーツの質や価格の違いではなく、接客する店舗のあり方によって分かれている(図表2)。主力の「GINZA Global Style」は「プライベートフィッティングルーム」と呼ばれる個室試着室が用意されていることが特徴で、業界初と言われている。また、「GINZA Global Style COMFORT」はさらにウェイティングカフェを併設した店舗であり、顧客体験をより重視した店舗となっている。

「TANGOYA」は「TANGOYA 九州」を事業譲受したことで加わった業態である。事業譲受前の事業モデルを踏襲しているため、ターゲットとする顧客が40～50代以上が中心である点や、委託先である縫製工場を国内工場に限定している点で、「GINZA Global Style」とは異なった業態となっている。

## 【 図表 2 】 店舗業態

| 業態                         | 店舗数 | 特徴                                                                                 |
|----------------------------|-----|------------------------------------------------------------------------------------|
| GINZA Global Style         | 14  | ・採寸や生地選び等の時間を過ごすための「プライベートフィッティングルーム」と呼ばれる個室試着室を用意（顧客は無料で貸し切ることができる）<br>・全国主要都市に出店 |
| GINZA Global Style COMFORT | 6   | ・店内にウェディングカフェを併設                                                                   |
| Global Style               | 1   | ・「プライベートフィッティングルーム」がない業態<br>・事業開始当時の業態で、今後はこの業態での出店は計画していない                        |
| MARUNOUCHI Global Style    | 1   | ・「プライベートフィッティングルーム」より広い「プライベートテーラリングルーム」と呼ばれる個室オーダー空間を用意                           |
| TANGOYA                    | 5   | ・40～50歳代をメインターゲットに、クラシックなオーダースーツスタイルで仕立てる<br>・九州を中心に出店（九州4店舗、広島1店舗）                |

(注) 店舗数は21年7月16日時点

(出所) 届出目論見書より証券リサーチセンター作成

取り扱っている商品はメンズオーダースーツが中心だが、レディースオーダースーツも取り扱っている。レディースはメンズと異なり、既製品が圧倒的に多く、オーダースーツがほとんど存在してこなかった。言わばこれから開拓されていく市場と言える。同社ではGS営業部の22店舗のうち、13店舗で取り扱いがある。

## ◆ SPA モデル

同社でオーダースーツをつくる際、顧客は、生地やモデル(デザイン)を選択することとなる。長く服地の卸販売を事業としていたこともあり、生地の取り扱いを得意としており、顧客は5,000種類以上の生地から選ぶことができる。なお、どの店舗でも選択できる生地は共通である。また、モデル(デザイン)も10数種類から選ぶことができるが、それらは、縫製工場との協業のもと、自社企画モデル(デザイン)として開発されている。

生地はイタリアから輸入されるものが多い。顧客からオーダーが入ると、生地を仕入先から生産委託先の縫製工場に発送するとともに、デザイン等のオーダー情報が縫製工場の生産管理を行う会社へ送られ、スーツが製造される。

このように、同社は生産を外部の縫製工場に委託し、企画、販売を自社で行う、いわゆるSPAモデルを構築している。

## ◆ 集客と会員制度

「GINZA Global Style」が比較的若い世代の顧客をターゲットとしてきたこともあり、同社は、早くからネット経由での集客に重点を置いてきた。

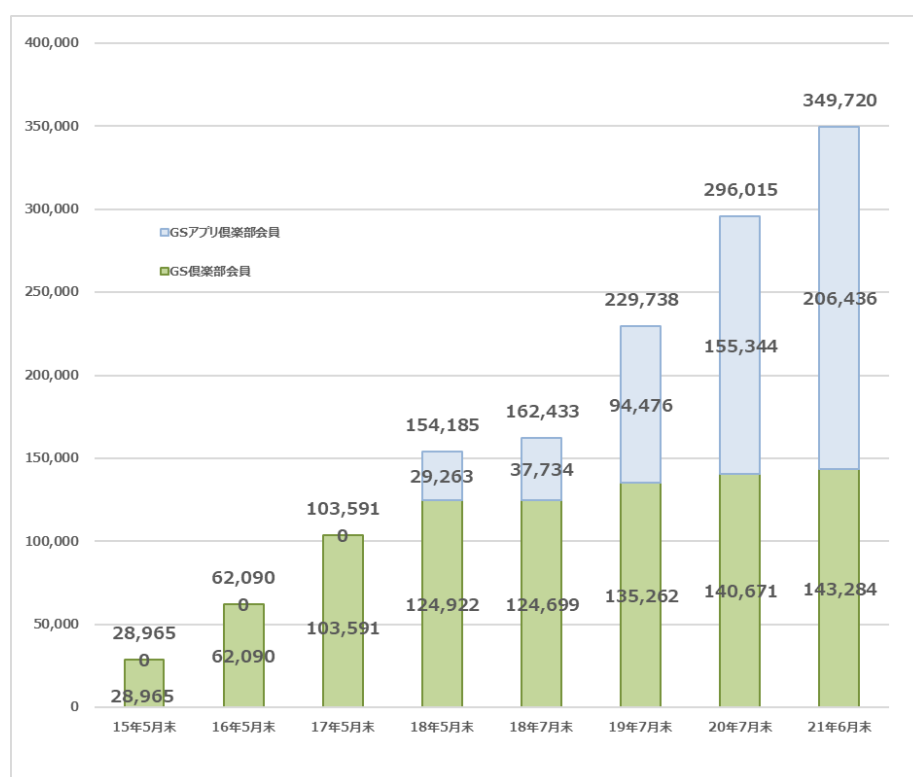
一方、オーダースーツは、他のアパレル製品に比べてリピート率が高いとい

う特徴がある。そのため、同社では、会員制度として「GS 倶楽部」、「GS アプリ倶楽部」を設け、来店促進、顧客満足度向上を図っている。21 年 6 月末時点の会員数は、「GS 倶楽部」が 143,284 人、「GS アプリ倶楽部」が 206,436 人、合計 349,720 人となっている(図表 3)。

同社は、20 年 6 月に「GS オンラインオーダーサービス」を開始した。採寸データを保有する会員を対象に、スタイリストによるカウンセリングを通じてオンラインでオーダー出来るサービスである。同社はこのサービスの拡大に力を入れていく方針であり、その観点でも、この会員制度の存在は大きい。

【図表 3】会員制度の会員数の推移

(単位: 人)



(出所) 届出目論見書より証券リサーチセンター作成

## > 特色・強み

### ◆ タンゴヤの強み

同社の特色及び強みとして以下の点が挙げられる。

- (1) 現代表取締役社長の下でオーダースーツの SPA モデルを早くから構築し、先行優位性を確保している。
- (2) 毛織物卸商としての長年の経験があり、仕入先との関係が確立している。生地の日利き力もあり、豊富な生地を取り揃えにつながっている。
- (3) 生地を取り揃えの豊富さを背景に、高単価な生地の提案も可能となる結果、客単価が高くなり、他社に比べて利益を確保しやすい。

- (4) 業界内でもネットを通じた集客の経験が長い。
- (5) 会員制度のもと、会員及び会員データの蓄積が進んでいる。

## > 事業環境

### ◆ 市場環境

矢野経済研究所の「2020 アパレル産業白書」によると、19年の紳士服・洋品の小売販売ベースでの市場規模は2兆5,453億円であり、直近6年は2兆5,000億円台でほぼ横ばいで推移している。

同社の資料によれば、紳士服・洋品に含まれるスーツ市場の直近の市場規模は2,120億円で、減少傾向が続いている。労働人口の減少やクールビズの定着、在宅勤務の普及に見られるワークスタイルの変化、ビジネスウェアのカジュアル化等が背景にある。

一方、オーダースーツ市場の市場規模は約500億円となり、拡大傾向にあるとされている。先に挙げたワークスタイルの変化や、ビジネスウェアのカジュアル化は個性の多様化に通じるものであり、オーダーアイテムの取り扱いを増やす要因と同社は認識している。

### ◆ 競合

オーダーメイドスーツを展開している店舗またはブランドを、1着当たりの価格帯で分類してみた。

顧客専門の型紙をつくることから始める、1着当たり20万円を超える「フルオーダー」を行っているところとして、「銀座英国屋」や、「壹番館洋服店」といった老舗が挙げられる。これらの老舗の顧客層は、同社がターゲットとしている層とは異なることから、同社とは直接の競合関係にあるわけではないと考えられる。

一方、1着当たり40,000円を下回る水準の価格帯で展開している企業は多くあり、同社がターゲットとしている顧客層と一部重複していると考えられる。紳士服専門店チェーンが展開しているブランドでは、青山商事(8219 東証一部)の「Quality Order SHITATE」や、コナカ(7494 東証一部)の「DIFFERENCE」が挙げられる。なお、AOKIホールディングス(8214 東証一部)傘下のAOKIは、「Aoki Tokyo」というオーダースーツブランドを立ち上げたものの、20年2月に営業を停止し、現在はAOKIの店舗で「パーソナルオーダーメイドスーツ」という商品ジャンルのひとつとして提供している。

同社がカバーする価格帯のうち、比較的高い価格帯では、百貨店と競合している。また、メルボメンズウェア(大阪府大阪市)の「麻布テーラー」や、オンラインでのカスタムオーダーブランドとして展開しているFABLIC TOKYO(東京都渋谷区)の「FABLIC TOKYO」は、比較的若い年齢層をターゲットとしていることから、同社と一部競合していると考えられる。

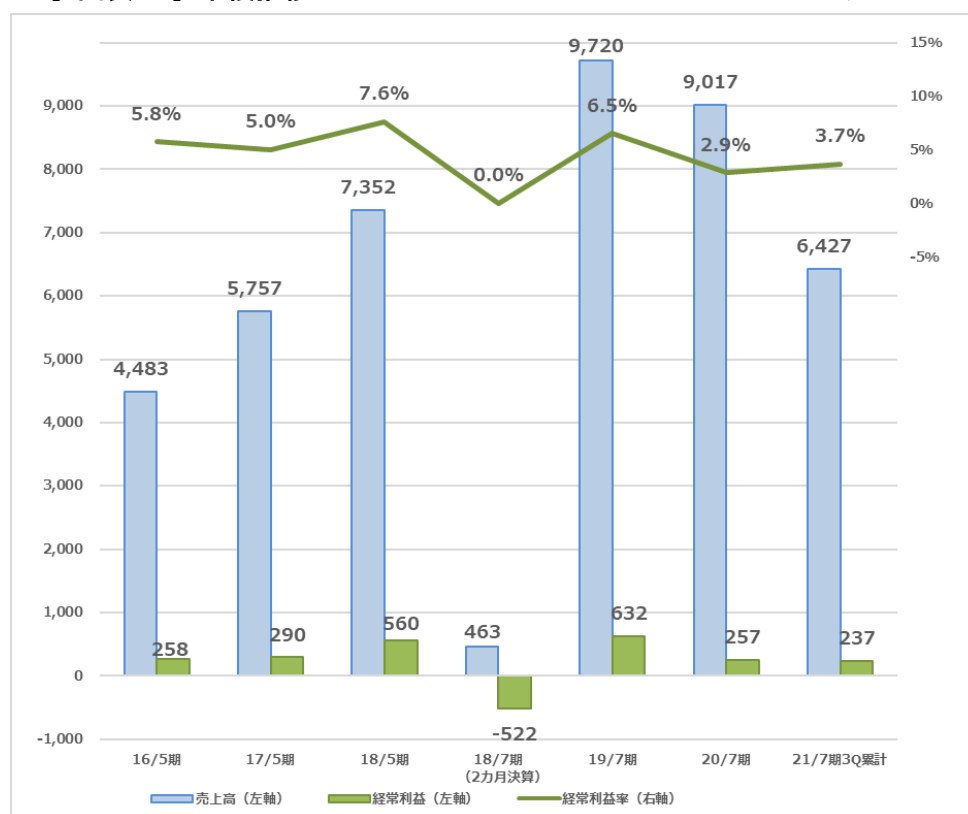
## ◆ 過去の業績推移

同社は 16/5 期からの業績を開示している(図表 4)。

19/7 期までは、決算期変更のため 2 カ月決算となった 18/7 期を除くと、毎期数店舗ずつの新規出店に加え、既存店売上高も総じて増加してきたことで、増収を続けてきた。増収により売上高固定費率が低下することで、17/5 期までは 5% 台で推移していた売上高経常利益率は 18/5 期は 7.6%、19/7 期は 6.5%と、いくらか水準を切り上げてきた。

【図表 4】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

## ◆ 20 年 7 月期決算

20/7 期業績は、売上高 9,017 百万円(前期比 7.2%減)、営業利益 193 百万円(同 70.8%減)、経常利益 257 百万円(同 59.4%減)、当期純利益 184 百万円(同 65.6%減)となった。

新業態として開始した「GINZA Global Style COMFORT」については、19 年 8 月に第 1 号店である博多駅中央街店を、20 年 2 月に横浜西口店を出店し、2 店舗合計で 575 百万円の売上高があった。また、売上高への貢献度は低いものの、20 年 6 月に「GS オンラインオーダーサービス」を新たに立ち上げた。



こうした増収要因はあった一方、新型コロナウイルス禍の影響を受け、「GINZA Global Style」が前期比 10.0%減収、「MARUNOUCHI Global Style」が同 27.9%減収となるなど、既存業態は軒並み減収となり、全体の減収につながった。

売上総利益率は 46.2%で前期比 0.1%ポイント低下と大きな変動はなかった。一方、販売費及び一般管理費(以下、販管費)は、減収にもかかわらず同 3.4%増となった。出店による人件費増もあるが、目立ったのは広告宣伝費が同 34.3%増と大きく増加したことで、売上高広告宣伝費率は同 4.1%ポイント上昇の 13.0%となり、その結果、売上高販管費率は同 4.6%ポイント上昇の 44.1%となった。

主に売上高販管費率の上昇により、売上高営業利益率は前期比 4.7%ポイント低下の 2.1%となった。

#### ◆ 21 年 7 月期第 3 四半期累計期間決算

21/7 期第 3 四半期累計期間業績は、売上高 6,427 百万円、営業利益 227 百万円、経常利益 237 百万円、四半期純利益 152 百万円となった(前年同期比の開示はなし)。21/7 期会社計画に対する進捗率は、売上高 77.3%、営業利益 75.9%、経常利益 76.0%、四半期純利益 73.8%となっている。

「GINZA Global Style COMFORT」については、20 年 9 月に表参道店、11 月に札幌パルコ店、12 月にクラックス仙台店の 3 店舗を出店したほか、大名古屋ビルディング店を増床したこともあり、増収要因となった。一方、新型コロナウイルス禍に伴う一部店舗の休業や時短営業の影響を受けた。

売上総利益率は 51.8%となり、20/7 期通期の 46.2%より 5.6%ポイント上昇した。20/7 期後半から実施した、各協力工場で原材料を保管することで原材料の輸送コストを削減するという外注工賃低減施策の効果が出てきたことが主な要因である。また、販管費については新規出店に伴う地代家賃や人件費の増加があり、売上高販管費率は 48.2%と、20/7 期通期の 44.1%より 4.1%ポイント上昇した。これらの結果、売上高営業利益率は 3.5%となった。

#### ◆ 21 年 7 月期会社計画

21/7 期の会社計画は、売上高 8,316 百万円(前期比 7.8%減)、営業利益 300 百万円(同 55.4%増)、経常利益 312 百万円(同 21.4%増)、当期純利益 207 百万円(同 12.5%増)である。

業態別売上高の詳細の開示はないが、上述の通り、「GINZA Global Style COMFORT」業態で 3 店舗の出店のほか、1 店舗で増床があったものの、新型コロナウイルス禍に伴う一部店舗の休業や時短営業を余儀なくされたことの影響が大きく、全体で減収の計画となっている。



売上総利益率は、第 3 四半期累計期間と同じ前期比 5.6%ポイント上昇の 51.8%を計画している。上述した原価低減の施策が奏功していることを踏まえている。また、販管費は、新規出店に伴う費用増がある中で同 0.9%増に抑える計画だが、減収により売上高販管費率は同 4.1%ポイント上昇の 48.2%になると想定している。これらの結果、21/7 期の売上高営業利益率は同 1.5%ポイント上昇の 3.6%と同社は予想している。

#### ◆ 成長戦略

同社は、20 年 7 月に、23/7 期を最終年度とする中期経営計画を策定している。目標数値の開示はないが、「事業の選択と集中により、GS 事業でのさらなる収益拡大を狙う」ことを基本方針としている。そのために、以下の 6 点について取り組んでいくとしている。

- (1) 全国の政令指定都市、大都市近郊エリアへの出店の拡大
- (2) 多店舗展開のための人材育成力の強化
- (3) 販売のオムニチャネル化、オンラインオーダーサービスへの取り組み強化
- (4) 事業規模拡大に耐えうる基幹システムの開発
- (5) 生産数量増への対応と多様な顧客ニーズへの対応力強化
- (6) 本社物流業務の見直しによる物流業務の効率化

また、現在の同社は、店舗におけるメンズオーダースーツの販売が主体となっているが、今後は、レディースオーダースーツの販売やオンラインオーダーサービスをそれぞれ強化し、商品及び販売チャネルの多様性を広げていく方針である。

#### > 経営課題/リスク

#### ◆ 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。

同社においては、20/7 期以降、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う一部店舗の休業や時短営業により、特に売上高に影響が及んできた。今後も、感染拡大が深刻化、長期化した場合には、改めて業績に影響が及び続ける可能性がある。

## 【図表5】財務諸表

| 損益計算書      | 2019/7 |       | 2020/7 |       | 2021/7 3Q累計 |       |
|------------|--------|-------|--------|-------|-------------|-------|
|            | (百万円)  | (%)   | (百万円)  | (%)   | (百万円)       | (%)   |
| 売上高        | 9,720  | 100.0 | 9,017  | 100.0 | 6,427       | 100.0 |
| 売上原価       | 5,215  | 53.7  | 4,851  | 53.8  | 3,099       | 48.2  |
| 売上総利益      | 4,504  | 46.3  | 4,166  | 46.2  | 3,328       | 51.8  |
| 販売費及び一般管理費 | 3,841  | 39.5  | 3,973  | 44.1  | 3,100       | 48.2  |
| 営業利益       | 662    | 6.8   | 193    | 2.1   | 227         | 3.5   |
| 営業外収益      | 98     | -     | 126    | -     | 55          | -     |
| 営業外費用      | 127    | -     | 63     | -     | 45          | -     |
| 経常利益       | 632    | 6.5   | 257    | 2.9   | 237         | 3.7   |
| 税引前当期純利益   | 871    | 9.0   | 245    | 2.7   | 242         | 3.8   |
| 当期純利益      | 537    | 5.5   | 184    | 2.0   | 152         | 2.4   |

| 貸借対照表    | 2019/7 |       | 2020/7 |       | 2021/7 3Q |       |
|----------|--------|-------|--------|-------|-----------|-------|
|          | (百万円)  | (%)   | (百万円)  | (%)   | (百万円)     | (%)   |
| 流動資産     | 3,633  | 67.3  | 4,093  | 67.4  | 4,292     | 66.4  |
| 現金及び預金   | 1,020  | 18.9  | 1,421  | 23.4  | 1,831     | 28.3  |
| 売上債権     | 385    | 7.1   | 276    | 4.6   | 426       | 6.6   |
| 棚卸資産     | 1,901  | 35.2  | 2,328  | 38.4  | 1,963     | 30.4  |
| 固定資産     | 1,763  | 32.7  | 1,976  | 32.6  | 2,175     | 33.6  |
| 有形固定資産   | 1,196  | 22.2  | 1,347  | 22.2  | 1,505     | 23.3  |
| 無形固定資産   | 184    | 3.4   | 162    | 2.7   | 163       | 2.5   |
| 投資その他の資産 | 382    | 7.1   | 466    | 7.7   | 506       | 7.8   |
| 総資産      | 5,397  | 100.0 | 6,069  | 100.0 | 6,468     | 100.0 |
| 流動負債     | 3,476  | 64.4  | 3,780  | 62.3  | 3,957     | 61.2  |
| 買入債務     | 956    | 17.7  | 445    | 7.3   | 390       | 6.0   |
| 固定負債     | 1,238  | 22.9  | 1,473  | 24.3  | 1,561     | 24.1  |
| 純資産      | 683    | 12.7  | 815    | 13.4  | 949       | 14.7  |
| 自己資本     | 683    | 12.7  | 815    | 13.4  | 949       | 14.7  |

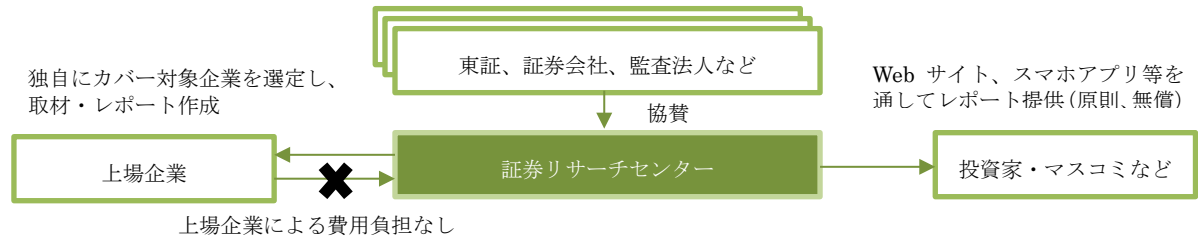
| キャッシュ・フロー計算書   | 2019/7 | 2020/7 |
|----------------|--------|--------|
|                | (百万円)  | (百万円)  |
| 営業キャッシュ・フロー    | 342    | -713   |
| 減価償却費          | 208    | 182    |
| 投資キャッシュ・フロー    | 517    | -155   |
| 財務キャッシュ・フロー    | -555   | 1,270  |
| 配当金の支払額        | -      | -52    |
| 現金及び現金同等物の増減額  | 304    | 401    |
| 現金及び現金同等物の期末残高 | 1,020  | 1,421  |

(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。