

ホリスティック企業レポート エブリー

607A 東証グロース

新規上場会社紹介レポート
2026年8月7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 20260806

レシピ動画視聴者基盤と店頭サイネージを活用し、メーカー、小売りの販売を支援
食品・飲料メーカー向け支援で顧客単価の高いロイヤル顧客の拡大で成長を目指す

アナリスト:鎌田 良彦 +81(0)3-6858-3216
レポートについてのお問い合わせはこちら info@stock-r.org

【 607A エブリー 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)
2024/6	3,359	30.2	-642	-	-644	-	-771	-	-154.3	-2,402.4	0.0
2025/6	4,250	26.5	-24	-	-30	-	-32	-	-6.6	-2,408.9	0.0
2026/6 予	5,016	18.0	345	-	335	-	331	-	16.9	-	0.0

(注) 1. 単体ベース
2. 2026/6期は会社予想

【 株式情報 】	【 会社基本情報 】	【 その他 】
株価 227円 (2026年8月6日)	本店所在地 東京都港区	【主幹事証券会社】
発行済株式総数 20,738,108株	設立年月日 2015年9月1日	S M B C 日興証券
時価総額 4,707百万円	代表者 吉田 大成	【監査人】
上場初値 294円 (2026年8月4日)	従業員数 174人 (2026年5月)	有限責任あずさ監査法人
公募・売出価格 230円	事業年度 7月1日～翌年6月30日	
1単元の株式数 100株	定時株主総会 毎事業年度の末日の翌日から3か月以内	

> 事業内容

◆ レシピ動画と店舗のサイネージを活用しメーカー、小売の販売を支援
エブリー(以下、同社)は、料理レシピ動画メディアの「デリッシュキッチン」等の運営によるユーザー基盤と、スーパー等の小売店舗に設置したデジタルサイネージを通じた広告配信等による食品・飲料メーカー等の広告宣伝、販売促進の支援及び小売企業の DX を推進する Marketing Solution ビジネスと、メディアのユーザーを中心とする消費者向けの Consumer ビジネスを展開している。

25/6 期の売上構成比は、Marketing Solution ビジネスが 74.0%、Consumer ビジネスが 10.3%、その他ビジネスが 15.8%であった。近年は Marketing Solution ビジネスの拡大に注力しており、同事業の売上構成比が上昇している(図表 1)。

【 図表 1 】 売上内訳

	24/6期		25/6期		26/6期3Q累計期間	
	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)
Marketing Solution ビジネス	2,268	67.5	3,144	74.0	3,020	78.9
Consumer ビジネス	400	11.9	436	10.3	350	9.1
その他ビジネス	690	20.5	670	15.8	460	12.0
合計	3,359	100.0	4,250	100.0	3,830	100.0

(注) 端数処理の関係で各数値の和が合計と一致しない場合がある
(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

◆ Marketing Solution ビジネス

Marketing Solutionでは食品・飲料等のメーカー向けと小売企業向けのサービスを提供している。ビジネスの中核は、食品・飲料メーカー等に対するブランドや商品の認知拡大から、店頭での販売促進までの一気通貫のマーケティング支援である。これを支えるのが「デリッシュキッチン」の運営により獲得するユーザー属性やレシピ検索等のオンラインデータと、全国のスーパー等に設置した 11,000 台以上のデジタルサイネージと小売・卸売企業との連携を通じて取得するオフラインの購買データである。

1) デリッシュキッチン

デリッシュキッチンは、15 年 9 月の同社創業時から運営しているレシピ動画メディアである。26 年 4 月時点で 57,000 本以上のレシピ動画が登録されている。レシピは管理栄養士が監修し、同社が動画を制作している。26 年 4 月のアプリとウェブを合算した月間利用者数は 3,100 万超、Instagram、Facebook、YouTube 等の SNS の総フォロワー数は 1,300 万超となっている。

同社はデリッシュキッチンのレシピの検索結果に基づく最近の食トレンドや、時系列変化、季節による需要変化等を把握して、食品・飲料メーカー等への広告企画の提言に役立てている。

こうした分析等も踏まえ、同社は食品・飲料メーカー等とのタイアップ広告を制作し、デリッシュキッチンのアプリやウェブ、SNS に配信している。また、SNS 等への広告出稿に関するプランニングや配信設定、広告効果の測定・分析等を行う、運用型広告の受託も行っている。

2) デジタルサイネージ

デジタルサイネージのスーパー等の小売店舗への設置は、18 年から開始され、19 年 7 月に伊藤忠(8001 東証プライム)傘下の食品卸の伊藤忠食品とのリテールメディア^{※1}分野での業務提携により加速した。リテールメディア分野での食品卸企業との提携は、その後、加藤産業(9869 東証プライム)、旭食品(高知県南国市)とも行っている。

デジタルサイネージによる小売店舗でのマーケティングは、食品・飲料メーカー等、同社と伊藤忠食品、小売企業の連携によって行われる。

伊藤忠食品はデジタルサイネージを購入し、小売店舗に設置する。同社は食品・飲料メーカー等がプロモーションを行いたい商品を使ったデリッシュキッチンのレシピ動画や商品広告動画を、デジタルサイネージにストアビジョン広告として配信し、食品・飲料メーカーから広告配信費による収入を得、収益の一部を伊藤忠食品に支払う。

小売企業は、プロモーション商品の販売 POS データや会員証等と紐づいた

(注 1)小売事業者が自社の持つ購買データを活用しアプリやEC サイト、店頭などの顧客接点を「広告媒体」として活用し、メーカー等の広告主に広告枠を提供する仕組み

(注 2) 低消費電力の無線技術等を利用して、周囲のスマートフォン等に位置情報や固有のID情報を発信する小型端末

ID POS データを提供する。こうした連携により、小売企業はプロモーション商品の販売拡大の恩恵を受け、食品・飲料メーカー等は、販売促進施策の費用対効果を、実際の購買データを通じて可視化することができる。

デジタルサイネージにはビーコン^{※2}が設置され、ビーコンが発する電波をアプリをインストールした顧客のスマートフォンが受信すると位置情報等の人流データを取得することができ、同社はデジタルサイネージのおおよその視聴率を把握することが出来る。一部のデジタルサイネージはAIカメラを搭載しており、画像を性別、年代、滞在時間等のデータに転換し、視聴率を取得している。

デリッシュキッチンスマートフォンアプリの利用者の場合には、アプリでレシピ検索をしたか、スーパーのデジタルチラシを見たユーザーが店舗でデジタルサイネージを視聴したかといったデータを取得することが出来る。小売事業者の会員である場合には ID POS データと突き合わせることで実際に購入したか等のデータを得ることができる。

3) retail HUB

小売事業者の DX を推進する複数のサービスを retail HUB という名称で提供している。具体的なサービスとしては、①デジタルサイネージの設置や、デジタルチラシのデリッシュキッチンへの配信等のストア DX、②ネットスーパー運営のための顧客向けアプリ、店舗運営用アプリ、管理システムの提供、③ポイント機能、クーポン機能、ニュース機能等が利用できる小売アプリの提供等がある。

◆ Consumer ビジネス

Consumer ビジネスでは、デリッシュキッチンアプリの有料プレミアムサービス(税込月額 480 円)と、冷凍弁当「ミールズ」の宅配サービスを行っている。

デリッシュキッチンのプレミアムサービスでは、お気に入りの登録数が無制限になる、限定レシピを閲覧できる等の機能を利用することができる。

◆ その他ビジネス

その他ビジネスでは、自社メディアの運営で培った動画制作力やシステム開発の知見を活かし、顧客の個別案件の業務受託を行っている。

主要販売先として開示されているKDDI(9433 東証プライム)傘下の au コマース&ライフは、その他ビジネスの主要顧客で、同社は au PAY マーケット内でライブ配信による商品紹介や販売を行うライブコマース機能のシステムの保守・運用や番組制作、動画制作受託を行っている。

同社は au コマース&ライフから、ライブコマースの共同運営に関する契約を

26 年 9 月末で終了するとの通知を受けており、26 年 10 月以降は、au コマース&ライフ向けの売上高はなくなる見込みである。

【図表 2】主要販売先

	24/6期		25/6期		26/6期3Q累計期間	
	金額 (百万円)	割合 (%)	金額 (百万円)	割合 (%)	金額 (百万円)	割合 (%)
auコマース&ライフ	392	11.7	451	10.6	317	8.3

(注)割合は売上高に対する比率
(出所)届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

> 特色・強み

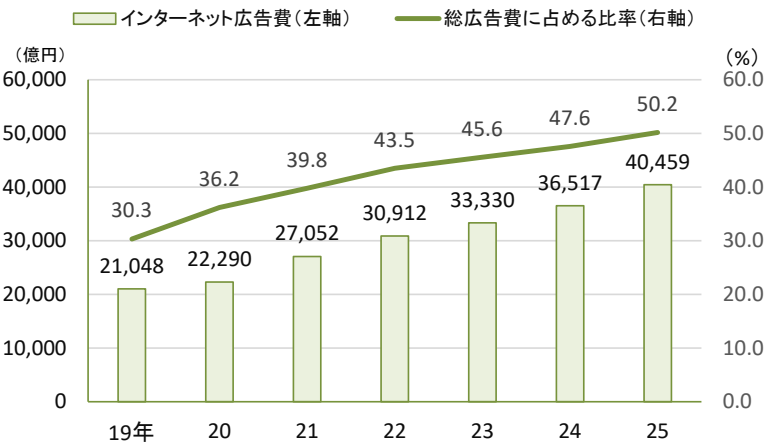
◆ **オンラインのレシピ検索データと店舗での購買データを活用した提案力**
同社の Marketing Solution ビジネスの強みは、デリッシュキッチン動画レシピ検索データ等による食トレンドの把握等に伴う広告企画や、小売店の店頭でのデジタルサイネージを活用した商品の認知や購買促進等、食品・飲料メーカー等のマーケティング活動を幅広く支援できる点にある。

この強みにより、食品・飲料メーカー向けを中心とする顧客単価は、タイアップ広告や運用型広告等複数のサービス提供や、マーケティング対象商品の拡大等により上昇している。

> 事業環境

◆ **総広告費の過半に達したインターネット広告費**
電通の「2025 年 日本の広告費」によれば、25 年のインターネット広告費は、動画広告や SNS 広告等の伸びにより前年比 10.8%増の 4 兆 459 億円となり、総広告費 8 兆 623 億円の 50.2%と初めて総広告費の過半を占めた(図表 3)。

【図表 3】インターネット広告費と総広告費に占める比率



(出所)電通「2025 年 日本の広告費」を基に証券リサーチセンター作成

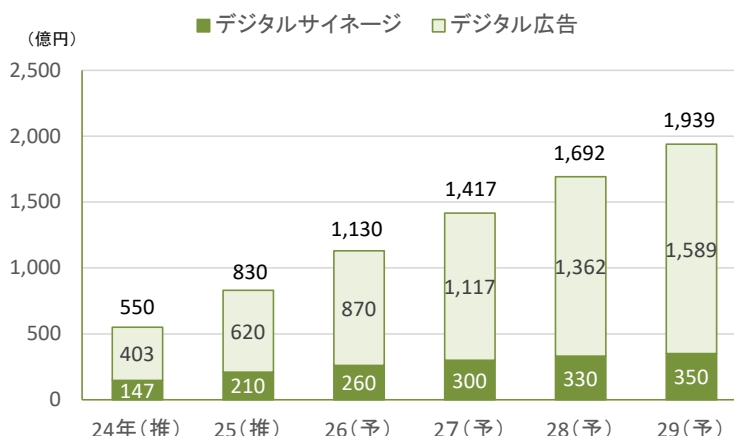
総広告費は 20 年に新型コロナウイルス感染症の拡大を受けて前年比減少したが、インターネット広告費はその間も減少することなく増加を続けた。

◆ 拡大が見込まれるリテールメディア広告市場

デジタルマーケティング事業を行う CARTA HOLDINGS の「リテールメディア広告市場調査」(26 年 1 月)によれば、店舗事業者が提供するリテールメディア広告市場は、25 年に前年比 50.9%増の 830 億円となったと推計されている。内訳は公式アプリ内のバナー広告やクーポン配信等のデジタル広告が同 53.8%増の 620 億円、デジタルサイネージが同 42.9%増の 210 億円である(図表 4)。

今後もリテールメディア分野での技術の進歩が多くの店舗事業者の参入を促し、広告主の継続的な需要の高まりのもと、29 年の店舗事業者によるリテールメディア広告市場は 25 年比 2.3 倍の 1,939 億円に拡大すると予測されている。うち、デジタル広告は同 2.6 倍の 1,589 億円、デジタルサイネージは同 1.7 倍の 350 億円と予測されている。

【図表 4】店舗事業者のリテールメディア広告市場



(出所)CARTA HOLDINGS「リテールメディア広告市場調査」(26 年 1 月)を基に
証券リサーチセンター作成

◆ 競合

料理レシピサービスを提供する企業としては、有料会員向けを中心に、主に静止画像と文章によるレシピを提供するクックパッド(2193 東証スタンダード)や、レシピ動画サイトのクラシルを運営するクラシル(299A 東証グロース)がある。

クラシルは、ドラッグストアやスーパー等の小売企業、日用品、食品メーカー等との連携のもと、消費者が小売店舗で購入した商品のレシート画像をクラシルのアプリに投稿するとポイントが得られるレシチャレ事業により、メーカーの販売促進活動を支援している。ドラッグストアでの日用品が主な対象商品となっていると見られる。

> 業績

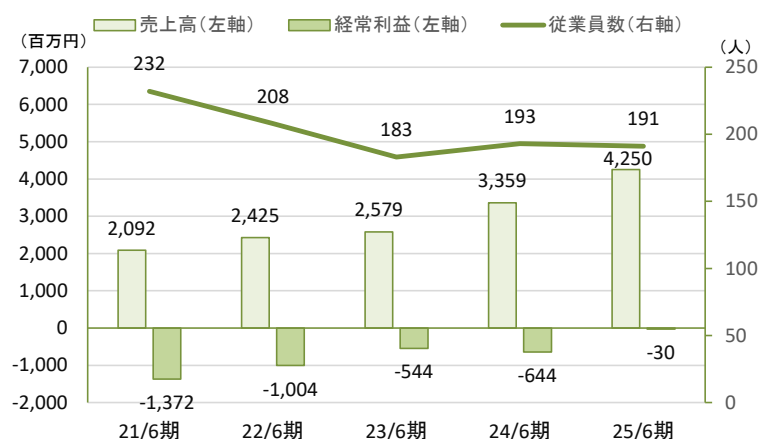
◆ 過去の業績推移

同社は、過去5期分の業績を開示している。売上高は24/6期以降、前期比25%以上の増加と増収率が高まったが、過去5期間に亘って経常損失を計上している(図表5)。

経常損失の要因としては、①デリッシュキッチンレシピ動画制作や今より多くのメディアを運営していたことによる制作費用や人件費負担、②デリッシュキッチンの認知拡大のための広告宣伝費の投入、③広告主のテレビ広告等の従来型広告からインターネット広告へのシフトに想定よりも時間がかかったこと等が挙げられる。

デリッシュキッチンレシピ動画ストックの拡大に伴う新規のレシピ動画制作の減少、運営メディアをデリッシュキッチンと子育て動画メディアの「トモニテ」に集約したことで人員が減少する一方、Marketing Solution事業の売上高が拡大したことで、経常損失額は縮小してきた。

【図表5】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

◆ 26年6月期第3四半期累計期間の業績

26/6期第3四半期累計期間の業績は、売上高3,830百万円、営業利益323百万円、経常利益323百万円、四半期純利益320百万円となり、黒字転換を果たした。

注力しているMarketing Solutionビジネスにおいて、広告主に対するオンライン、オフライン双方の広告手段の提供により、顧客単価が1,000万円を超えるロイヤル顧客社数が増え、売上高が拡大したことが寄与した(図表6)。ロイヤル顧客の平均単価は4,000万円程度と、Marketing Solutionビジネス全体の顧客平均単価500万円強を大幅に上回っている。

【 図表 6 】 Marketing Solution ビジネスの主要指標

		24/6期	25/6期	26/6期3Q累計
売上高	(百万円)	2,268	3,144	3,020
顧客社数	(社)	564	588	577
うちロイヤル顧客社数	(社)	42	62	66
顧客単価	(百万円)	4.0	5.3	5.2

(出所)届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

◆ 26 年 6 月期会社計画

同社の 26/6 期計画は、売上高 5,016 百万円(前期比 18.0%増)、営業利益 345 百万円(前期は 24 百万円の損失)、経常利益 335 百万円(同 30 百万円の損失)、当期純利益 331 百万円(同 32 百万円の損失)である(図表 7)。第 3 四半期までの実績値に第 4 四半期の予想数値を合算した計画である。

第 4 四半期の業績予想が売上高 1,186 百万円、営業利益 22 百万円、経常利益 12 百万円、四半期純利益 11 百万円と、第 3 四半期までの実績に比べて低い水準となっているのは、au コマース&ライフ向けの売上高減少、上場関連費用、及び4月の新卒採用による人件費増加を見込んでいるためである。

【 図表 7 】 26 年 6 月期会社計画

	25/6期		26/6期会社計画		
	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)	前期比 (%)
売上高	4,250	100.0	5,016	100.0	18.0
Marketing Solution ビジネス	3,144	74.0	4,015	80.0	27.7
Consumer ビジネス	436	10.3	480	9.6	10.1
その他ビジネス	670	15.8	520	10.4	-22.4
売上原価	1,592	37.5	1,927	38.4	21.0
売上総利益	2,658	62.5	3,088	61.6	16.2
販売費及び一般管理費	2,682	63.1	2,743	54.7	2.3
営業利益	-24	-	345	6.9	-
営業外収支	-6	-	-10	-	-
経常利益	-30	-	335	6.7	-
税引前当期純利益	-30	-	335	6.7	-
当期純利益	-32	-	331	6.6	-

(注)端数処理の関係で各数値の和が合計と一致しない場合がある
(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

Marketing Solution ビジネスの売上高は、ロイヤル顧客社数の前期比 20 社程度の増加を見込み、4,015 百万円(前期比 27.7%増)の計画である。Consumer ビジネスの売上高は、デリッシュキッチンプレミアムサービスの有料会員の増加等を想定し、480 百万円(同 10.1%増)を見込んでいる。その他ビジネスの売上高は、au コマース&ライフ向けの売上高減少を主因に 520 百万円(前期比 22.4%減)を見込んでいる。

売上原価の主要項目は、コンテンツ制作の労務費、Marketing Solution ビジネスでの外注費、外部媒体への配信費用等からなる広告売上原価である。労務費は前期比ほぼ横ばいを見込むが、Google 等の外部媒体を利用する運用型広告、タレントを起用するタイアップ広告の増加等に伴い、広告売上原価が増加するため、売上原価は 1,927 百万円(前期比 21.0%増)、売上総利益は 3,088 百万円(同 16.2%増)を見込んでいる。

販売費及び一般管理費(以下、販管費)の主要項目は、人件費、地代家賃、自社メディアにかかるサーバー費用、広告代理店や食品卸企業に対する案件獲得対価としての手数料である。サーバー費用と広告代理店や食品卸企業に対する手数料は増加するものの、人件費のコントロールにより、販管費は 2,743 百万円(前期比 2.3%増)に留まり、営業利益は 345 百万円(前期は 24 百万円の損失)の計画である。

営業外費用で支払利息、上場関連費用等を見込み、経常利益は 335 百万円(前期は 30 百万円の損失)の計画である。特別損益は見込んでおらず、当期純利益は 331 百万円(同 32 百万円の損失)を見込んでいる。

◆ 27 年 6 月期業績ガイダンス

同社は 27/6 期の業績ガイダンスとして、売上高は前期比 20%弱の増加、営業利益率は 10%程度としている。Marketing Solution ビジネスの売上高はロイヤル顧客の増加により引き続き拡大を見込むが、その他ビジネスの売上高は、26 年 9 月でライブコマース事業の契約が終了する au コマース&ライフ向け及びKDDI向け売上高(25/6 期で合計 649 百万円)の大幅な減少を見込んでいる。販管費の伸びを抑制し、営業利益率は上昇を見込んでいる。

◆ 成長戦略

同社は、今後の成長戦略として、Marketing Solution ビジネスでは、オンラインとオフラインでの広告主のマーケティング支援を行い、ロイヤル顧客社数を毎年 20 社程度増やすことによる売上高拡大を見込んでいる。Consumer ビジネスでは、有料プレミアム会員向けに 24 年 12 月に開始した、チャット形式で AI に話しかけてレシピの提案を受けられる「デリッシュ AI」による有料プレミアム会員の増加を目指している。

費用面では業務効率化を進めて人件費を中心とした販管費の伸びを抑え

ることで、収益性の改善を見込んでいる。

新規上場時の調達資金 401 百万円は、29/6 期にかけて、広告主獲得のための営業職、システム基盤を拡充するエンジニア職、内部管理体制強化のためのコーポレート職等の採用費と人件費に 311 百万円、サービスの認知や顧客拡大のための広告宣伝費に 90 百万円を使用する計画である(図表 8)。

【図表 8】新規上場時調達資金の使途

(単位: 百万円)

	27/6期	28/6期	29/6期	合計
採用活動費及び人件費	100	100	111	311
広告宣伝費	30	30	30	90
合計	130	130	141	401

(出所)訂正届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

> 経営課題/リスク

◆ 食品・飲料メーカー等の広告宣伝費、販売促進費削減について

新型コロナウイルス感染症等のパンデミックの発生等により、食品・飲料メーカー等の広告宣伝費、販売促進費が削減されるような場合には、同社の業績に影響を与える可能性がある。

◆ 伊藤忠食品との関係について

同社は 19 年 7 月に伊藤忠食品とデジタルサイネージの設置を通じたリテールメディア分野での業務提携を行い、デジタルサイネージを通じたストアビジョン広告は、同社の収益源となっている。市場環境変化や伊藤忠食品の方針変更等により、提携関係維持が困難となった場合には、同社の業績に影響を与える可能性がある。

◆ システム障害について

同社のサービスは、Amazon Web Services のクラウドシステムを通じて提供されている。Amazon Web Services で重大な障害が生じるような場合には、同社の業績に影響を与える可能性がある。

◆ 1 株当たり純資産について

同社の 25/6 期末の 1 株当たり純資産は-2,408.9 円であった。これは、1 株当たり純資産は、自己資本から A 種、B 種、C 種、D 種、E 種の優先株式の払込金額を控除した金額を、普通株の期末発行済株式数で除して求めているため、自己資本額を優先株式払込額が上回りマイナスとなった。これら 5 種の優先株式は 26 年 2 月 24 日付で普通株式に転換されている。26 年 3 月末の自己資本 1,608 百万円に基づく 1 株当たり純資産は 82 円程度であったと証券リサーチセンターでは試算している。

【 図表 9 】 財務諸表

損益計算書	2024/6		2025/6		2026/6 3Q累計	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
売上高	3,359	100.0	4,250	100.0	3,830	100.0
売上原価	1,164	34.7	1,592	37.5	1,480	38.6
売上総利益	2,195	65.3	2,658	62.5	2,350	61.4
販売費及び一般管理費	2,837	84.5	2,682	63.1	2,027	52.9
営業利益	-642	-	-24	-	323	8.4
営業外収益	5	-	5	-	8	-
営業外費用	7	-	11	-	8	-
経常利益	-644	-	-30	-	323	8.4
税引前当期（四半期）純利益	-769	-	-30	-	323	8.4
当期（四半期）純利益	-771	-	-32	-	320	8.4

貸借対照表	2024/6		2025/6		2026/6 3Q	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
流動資産	2,394	96.8	2,348	96.0	2,594	96.4
現金及び預金	1,895	76.6	1,741	71.2	1,888	70.1
売上債権	416	16.8	481	19.7	612	22.7
棚卸資産	9	0.4	8	0.3	11	0.4
固定資産	80	3.2	97	4.0	97	3.6
有形固定資産	-	-	10	0.4	10	0.4
無形固定資産	-	-	-	-	-	-
投資その他の資産	80	3.2	86	3.5	86	3.2
総資産	2,474	100.0	2,445	100.0	2,692	100.0
流動負債	645	26.1	856	35.0	780	29.0
買入債務	-	-	-	-	-	-
1年内返済予定の長期借入金	21	0.8	201	8.2	200	7.4
固定負債	508	20.5	301	12.3	303	11.3
長期借入金	501	20.3	300	12.3	300	11.1
純資産	1,320	53.4	1,287	52.6	1,608	59.7
自己資本	1,320	53.4	1,287	52.6	1,608	59.7

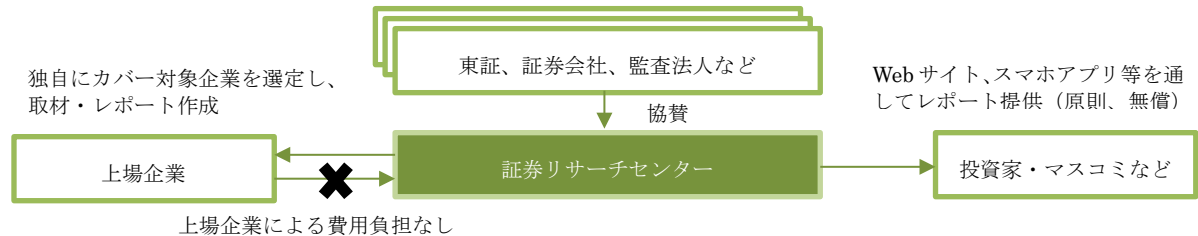
キャッシュ・フロー計算書	2024/6	2025/6
	(百万円)	(百万円)
営業キャッシュ・フロー	-587	-81
減価償却費	14	5
のれん償却額	4	-
投資キャッシュ・フロー	-113	-38
財務キャッシュ・フロー	142	-32
配当金の支払額	-	-
現金及び現金同等物の増減額	-558	-153
現金及び現金同等物の期末残高	1,895	1,741

(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
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	証券会員制法人福岡証券取引所
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。