

ホリスティック企業レポート

コンペイトウ
KOMPEITO

618A 東証グロース

新規上場会社紹介レポート
2026年9月18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 20260917

設置型健康社食「OFFICE DE YASAI(オフィスでやさい)」を全国展開 契約社数と顧客当たり売上高の増加により 26 年 8 月期は黒字転換を計画

アナリスト: 吉林 拓馬

+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

【 618A KOMPEITO 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)
2024/8	3,101	23.0	-453	-	-460	-	-466	-	-55.1	-188.2	0.0
2025/8	5,737	85.0	-225	-	-245	-	-161	-	-16.4	-204.6	0.0
2026/8 予	9,871	72.0	880	-	877	-	1,126	-	114.4	-	0.0

(注) 1. 単体ベース

2. 2026/6期は会社予想。2026/6期のEPSは公募株式数(189.1千株)を含めた予定期中平均株式数により算出

3. 2026年3月1日付で1:100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 】	【 その他 】
株価 1,584円 (2026年9月17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 9,898,300株	設立年月日 2012年9月3日	SBI証券
時価総額 15,679百万円	代表者 渡邊 瞬	【監査人】
上場初値 1,480円 (2026年9月11日)	従業員数 209人 (2026年6月)	ESネクスト有限責任監査法人
公募・売価 1,600円	事業年度 9月1日～翌年8月31日	
1単元の株式数 100株	定時株主総会 毎事業年度末日の翌日から3カ月以内	

> 事業内容

◆ 冷蔵・冷凍食品を職場に常備する設置型健康社食を提供

KOMPEITO(以下、同社)は、設置型健康社食サービス「OFFICE DE YASAI(オフィスでやさい)」を主力とする福利厚生サービス事業を展開している。野菜や果物、惣菜等を職場に常備し、食事の栄養が偏りがちな従業員が健康的な食事を手軽に選べる環境を提供する点から、「健康社食」と称している。全国の事業所へ冷蔵・冷凍食品を定期的に届け、社員食堂を設けにくい企業にも、手軽に利用できる食事環境を提供している。

同社は12年9月に農産物の新たな流通経路をつくることを目的に設立された。生産者と消費者を結ぶ直売ECや青果店の運営を経て、14年4月に「OFFICE DE YASAI」の提供を開始した。18年7月には冷凍食品のラインナップを追加し、24年以降は米国事業、乳製品宅配事業、高齢者向け配食事業へ事業領域を広げている。

報告セグメントは「福利厚生サービス事業」の単一セグメントである。25/8期の売上高構成比は、主力のOFFICE DE YASAI(オフィスでやさい)オフィスでやさい事業が95.4%、その他事業が1.8%、連結子会社が2.8%であった。OFFICE DE YASAI(オフィスでやさい)事業では、顧客の獲得から導入後の支援までを行うとともに、商品の企画、委託製造、仕分け、配送までの流れを一体で管理している。

OFFICE DE YASAI(オフィスでやさい)は、顧客企業の職場に専用の冷蔵庫・冷凍庫を設置し、従業員が好きな時間に食品を購入できるサービスで

ある(図表 1)。冷蔵食品を扱う「オフィスでやさい」では、サラダ、カットフルーツ、総菜、軽食などを提供する。冷凍食品を扱う「オフィスでごはん」では、弁当、主菜、パスタなど、食事としての満足感を重視した商品を提供している。26 年 5 月末時点の品揃えは両ラインナップ合計で約 160 品であり、会社負担がある場合には従業員は 1 品 100 円から購入できる。設置場所と電源があれば導入できるため、社員食堂を設けにくい小規模な事業所にも対応している。

【図表 1】「OFFICE DE YASAI」のサービスイメージ



(出所) ホームページ

顧客獲得では、地方銀行等の地域金融機関や事業会社などの営業連携先から見込み顧客の紹介を受け、全国に配置した同社の営業担当者が提案して契約を獲得している。また、オンライン広告で集客し、オンライン商談で受注する経路も設けている。

同社の収入は、顧客企業からの月額利用料と購入された商品の代金で構成されている。顧客企業が福利厚生の一環で食費の補助を行うことで、従業員は商品を低価格で購入できる。2 カ月間のトライアル契約を結び、その後 1 年間の本契約へ移行するため、継続的な収入が見込まれる。同社は月額利用料と商品代金をもとに ARR^{注1}を算出しており、26 年 5 月末時点の ARR は 89.2 億円に達している。

(注 1) Annual Recurring Revenue の略語であり、継続課金契約から毎年継続して得られる年次経常収益。

商品については、同社が企画し、製造ノウハウや品質管理手法を共有した連携工場に製造を委託する。完成した商品は連携倉庫で仕分けし、宅配

便または自社グループの配送網を使って全国の顧客企業へ届けている。同社は倉庫設備への投資に加え、ピッキングや搬出入時間の管理を支援している。自社配送では専用アプリによって作業手順を標準化し、配送時に顧客の利用状況を把握している。

その他事業として、無人販売機「SALAD STAND」、商品サンプリングや広告配信を行う「OFFICE DE MEDIA」、専用決済アプリ「YASAI PAY」を展開している。

連結子会社には、米国ロサンゼルスでオフィス向け冷凍食品サービス「Lumeal」を運営する KOMPEITO USA Inc.、乳製品宅配と OFFICE DE YASAI(オフィスでやさい)の一部配送を担う ODY デリバリーズ、岡山県で高齢者宅や介護施設向けに配食サービスを提供する優食がある。

> 特色・強み

◆ 全国配送網と販売提携網を構築、低い解約率を実現

同社の主な特徴は、1) 生鮮食品を週次で全国へ届ける物流体制、2) 地域金融機関や事業会社などで構成される販売代理店網、3) 契約後の顧客支援と幅広い商品ラインナップの3点である。

1) 生鮮食品の製造・配送を支える全国供給体制

同社は各地域の提携工場にカットサラダやカットフルーツ等の製造・加工を委託するとともに、冷蔵7拠点と冷凍1拠点の合計8つの配送拠点を運営し、北海道の利尻島から沖縄県の与那国島まで供給できる体制を整えている。消費期限が短く、破損や液漏れが生じやすい生鮮食品を高頻度で届けるには、地域ごとの製造・加工体制に加え、需要予測、温度管理、梱包、人員配置に関するノウハウが必要となる。同社は、製造委託先と配送拠点を地域ごとに配置し、商品の鮮度を保ちながら全国へ安定供給できる体制を構築している。

配送は、同社グループの社員が商品交換や陳列まで行うデリバリー方式と宅配便方式を併用しており、現在デリバリー方式は全体の約2割を占める(この割合には24年9月に設立した子会社のODY デリバリーズによる配送も含まれる)。ODY デリバリーズは24年11月、25年9月と11月に首都圏の牛乳販売店から計3件の事業を譲り受け、乳製品宅配に加えて「OFFICE DE YASAI(オフィスでやさい)」の一部配送を担っている。ODY デリバリーズの配送網を活用してデリバリー件数を増やし、配送効率と顧客満足度の向上を図っている。

2) 地方銀行や事業会社との販売代理店網

同社の営業連携先は、26年5月末時点で地域金融機関81機関、事業会社189社の計270に達する。営業連携先が見込み顧客を紹介し、同社の営業担当者が契約と導入を担う。地方銀行などの地域金融機関は多種多様な地

元企業との接点が多く、業種や企業規模を問わず提案しやすい OFFICE DE YASAI(オフィスでやさい)との相性が良い。類似サービスを複数取り扱わない先も多く、この面でも先行優位性が発揮できている。

3) 契約後の顧客支援と幅広い商品ラインナップ

配送担当者、営業担当者、カスタマーサクセス(契約後に顧客を支援して継続利用を促す活動)の担当者が利用状況を確認し、品揃えや数量を調整している。月替わりで約 160 品を用意し、冷蔵と冷凍の併用や複数拠点への導入を提案できるため、契約継続に加えて ARPU^{注2}も引き上げやすい。

(注2) Average Revenue Per User
の略語であり、1 顧客当たりの平均売上高を示す指標。

> 事業環境

◆ **対象企業の裾野は広く、食事補助の非課税限度額引き上げが追い風**
総務省・経済産業省の「令和 3 年経済センサス-活動調査」によると、同社が主な顧客候補とする従業員 5～999 名の国内企業は約 70.5 万社である。同社は、同企業数に 26 年 5 月末の年間 ARPU134 万円を乗じ、既存サービスで獲得可能な市場規模を約 9,000 億円と試算している。

同社の 26 年 5 月末の本契約社数は 6,644 社、ARR は 89.2 億円で、いずれも対象企業数や市場規模の約 1%に過ぎない。対象企業のすべてが導入可能とは限らないものの、OFFICE DE YASAI(オフィスでやさい)は冷蔵庫や冷凍庫を置くだけで利用でき、厨房や調理スタッフを必要としないため、従来型の社員食堂を設置しにくい中小企業にも提案しやすい。対象市場におけるシェアを拡大する余地は大きいと考えられる。

また、26 年 4 月 1 日以後に支給される食事について、企業負担分の非課税限度額が税別で月額 3,500 円から 7,500 円へ引き上げられた。改定は 42 年ぶりで、従業員が食事価額の 50%以上を負担し、企業負担額が月額 7,500 円以下であることが非課税の要件となる。適用の可否は各企業の制度設計によるものの、限度額が 2 倍以上になったことで、企業は従業員に課税負担を生じさせずに 1 人当たりの食事補助を増やすことが出来るようになった。

これを機に既存顧客が利用商品の拡充や冷蔵・冷凍両プランの併用を選ぶようになれば、ARPU の上昇につながる可能性がある。新規顧客についても、食事補助を新たに導入する企業や制度を拡充する企業の増加が契約獲得を後押しすると考えられ、同社にとって顧客数と顧客単価の両面で追い風となる。

◆ 競合

同社の主な競合先は、冷蔵の総菜を提供する「オフィスおかん」を運営する OKAN(東京都豊島区)、冷凍食品を提供する「オフィスプレミアムフローズン」を運営する SL Creations(東京都大田区)、冷蔵の総菜を月替わりで取り揃える「ES キッチン」を運営する ES キッチン(群馬県北群馬郡)などである。

同社の主な差別化要因は3点ある。第1は、商品ラインナップの多さである。冷蔵の「やさいプラン」と冷凍の「ごはんプラン」を用意し、顧客企業は約160品の中から選ぶことができる。競合先と比べて品揃えが豊富で、人気の定番品を残しながら新商品を継続的に投入している。このため、利用者を飽きさせずに、健康志向の軽食から昼食、夜勤時の食事まで幅広い需要に対応することができる。

第2は、全国規模で生鮮食品を配送できる点である。同社によると、サラダやカットフルーツなどの生鮮食品を全国規模で定期配送できる設置型社食事業者は同社のみである。全国7カ所の生鮮食品配送拠点と、宅配便及び自社配送を組み合わせた物流網を構築しており、消費期限の短い商品も鮮度を保ちながら供給できる。

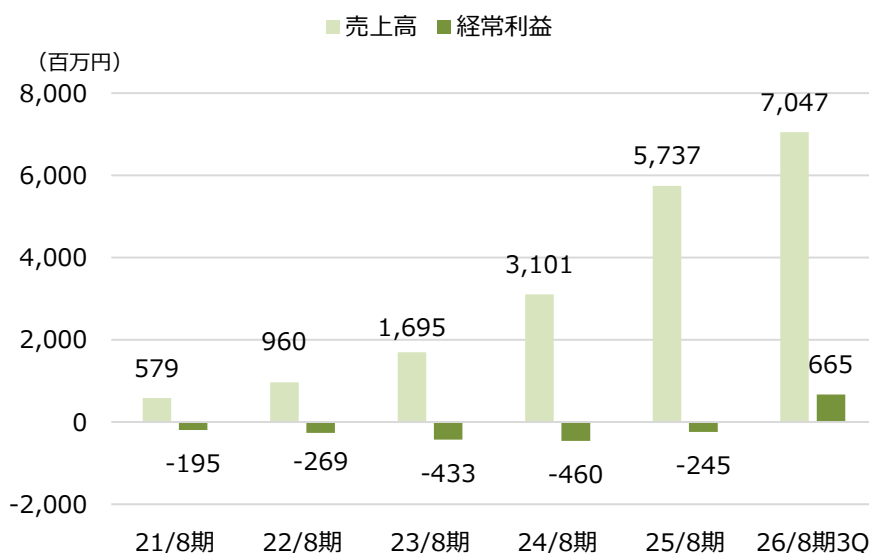
第3は、先行者としての優位性である。同社は市場の立ち上がり期から顧客を獲得し、26年5月末の本契約社数は6,644社に達した。営業連携先の多さを生かし、相対的に大きな商品発注ロットを確保できるほか、仕分けや配送の効率も高めやすい。これにより、規模の経済が働き、商品開発力や価格競争力の向上につながっている。

> 業績

◆ 過去の業績推移

届出目論見書には、21/8期からの業績が記載されている。なお、23/8期までは単体決算、24/8期以降は連結決算の数値である。売上高は21/8期の579百万円から25/8期には5,737百万円へ順調に拡大した(図表2)。

【図表2】業績推移



(注) 26/8期3Qは26/8期3Q累計

(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

一方で、顧客獲得に向けて広告宣伝費や営業費用を先行して投下したため、24/8 期にかけて経常損失が拡大した。25/8 期は本契約社数の増加と ARPU の上昇による増収効果により、経常損失が 24/8 期の 460 百万円から 245 百万円へ縮小した。

◆ 25 年 8 月期実績

25/8 期の業績は、売上高 5,737 百万円(前期比 85.0%増)、営業損失 225 百万円(前期は 453 百万円の損失)、経常損失 245 百万円(同 461 百万円の損失)、親会社株主に帰属する当期純損失 161 百万円(同 466 百万円の損失)であった。

売上高は、地域金融機関や事業会社からの紹介、オンライン広告の活用、全国的な営業体制の構築により本契約社数が増加したことに加え、冷蔵・冷凍プランの併用拡大や価格改定に伴う ARPU の上昇により、大幅に増加した。売上総利益は 3,787 百万円(前期比 87.3%増)となり、売上総利益率は前期の 65.2%から 66.0%へ 0.8%ポイント改善した。

販売費及び一般管理費(以下、販管費)は、新規顧客獲得に向けた広告宣伝の強化、及び営業人員や顧客支援人員の増員などにより 4,012 百万円(前期比 62.1%増)となった。一方で、増収効果により固定比率が低下したことから、営業損失は前期から縮小した。なお、親会社株主に帰属する当期純損失が経常損失を下回ったのは、繰延税金資産の計上に伴い、法人税等調整額 92 百万円を計上したためである。

◆ 26 年 8 月期第 3 四半期累計実績

26/8 期第 3 四半期累計業績は、売上高 7,047 百万円、営業利益 671 百万円、経常利益 665 百万円、親会社株主に帰属する四半期純利益 554 百万円であった(前年同期の実績が開示されていないため、前年同期比は記載せず)。売上高は 25/8 期通期実績を 22.8%上回り、営業損益は黒字へ転じた。

売上総利益は 4,639 百万円、売上総利益率は 65.8%であった。販管費は 3,968 百万円で、販管費率は 25/8 期の 69.9%から 56.3%へ低下した。契約社数増による増収により広告宣伝費や人件費などの負担増を吸収できたことが黒字転換の主因である。

26 年 5 月末の本契約社数は 6,644 社、ARPU は 134 万円、ARR は 89.2 億円、月次解約率は 1.1%であった。

◆ 26 年 8 月期の会社計画

26/8 期の会社計画は、売上高 9,871 百万円(前期比 72.0%増)、営業利益 880 百万円(前期は 225 百万円の損失)、経常利益 877 百万円(同 245 百万

円の損失)、親会社株主に帰属する当期純利益 1,126 百万円(同 161 百万円の損失)である(図表 3)。

【 図表 3 】 26 年 8 月期会社計画

	25/8期		26/8期 会社計画	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
売上高	5,737	100.0	9,871	100.0
売上原価	1,950	34.0	3,287	33.3
売上総利益	3,787	66.0	6,584	66.7
販売費及び一般管理費	4,012	69.9	5,703	57.8
営業利益	-225	-3.9	880	8.9
営業外収益	7	-	-	-
営業外費用	27	-	-	-
経常利益	-245	-4.3	877	8.9
税引前当期純利益	-245	-4.3	-	-
親会社株主に帰属する当期純利益	-161	-2.8	1,126	11.4

(出所)「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

売上高の内訳は、冷蔵の「オフィスでやさい」5,116 百万円(売上構成比 51.8%)、冷凍の「オフィスでごはん」3,386 百万円(同 34.3%)、初期導入費 238 百万円(同 2.4%)、子会社の ODY デリバリーズ 640 百万円(同 6.5%)、優食 428 百万円(同 4.3%)などである。売上計画の前提は、期末本契約社数 7,052 社(前期末比 41.3%増)、ARPU136 万円(前期比 8.8%増)、ARR96.4 億円(前期末比 54.1%増)である。提携金融機関は前期末の 7 機関から第 3 四半期末には 81 機関へ増加しており、年間新規契約 2,907 社の約 64%を、地域金融機関などの紹介により獲得する計画である。また、冷蔵・冷凍両プランの併用提案や複数拠点への導入により、1 社当たりの平均アカウント数(冷蔵庫・冷凍庫を導入する拠点数)は前期末 1.77 から 1.83 へ上昇すると見込んでいる。

売上原価は 3,287 百万円(前期比 68.6%増)、売上総利益は 6,584 百万円(同 73.8%増)を見込み、売上総利益率は 66.7%と同 0.7%ポイント上昇する計画である。24/8 期末から 25/8 期末にかけて仕入価格が約 3%上昇したものの、発注先の分散、プライベートブランド比率の 60%以上への引き上げ、継続的な価格改定で吸収する方針である。

販管費は 5,703 百万円(前期比 42.1%増)を見込んでいる。販管費率は前期の 69.9%から 57.8%へ低下する計画である。主な内訳は、広告宣伝費・営業獲得費 1,327 百万円、配送費 1,140 百万円、人件費 1,167 百万円、消耗品費 339 百万円である。広告宣伝費・営業獲得費は、営業連携先への紹介料

増加により前期の 1,166 百万円から増加する計画であるが、対売上比は 20.3%から 13.5%への低下を見込んでいる。

◆ 成長戦略

同社は成長戦略として、1)OFFICE DE YASAI(オフィスでやさい)の顧客基盤拡大、2)M&A による調達・製造・配送機能の一体化、3)北米市場の開拓の 3 点を掲げている。

1)OFFICE DE YASAI(オフィスでやさい)の顧客基盤拡大

オンライン広告や自社営業に加え、営業連携先経由の顧客獲得を強化する方針である。社員や配送パートナーが商品交換や冷蔵庫内の陳列まで行う「デリバリー方式」の比率を高め、顧客満足度の向上と解約率の低下も図る考えである。

2)M&A による調達・製造・配送機能の一体化

24 年以降に乳製品宅配事業を 3 件譲り受けており、今後は惣菜工場やフルーツ加工工場なども M&A 候補とする考えである。調達から配送までの一体運営により、コスト削減と供給力向上を進め、買収先の顧客に対する OFFICE DE YASAI(オフィスでやさい)の販売拡大も狙うとしている。

3)北米市場の開拓

24 年に米国法人を設立し、ロサンゼルスを中心に、設置型冷凍庫を用いたオフィス向けフードサービス Lumeal を展開している。現地での初期的なサービス検証を終え、国内で培った営業、配送管理、在庫管理のノウハウを活用し、本格展開を進めている。

> 経営課題/リスク

◆ 利益成長の定着と限界利益率の維持・向上

同社は 25/8 期まで先行投資により営業損失が続き、通期で営業利益を計上した実績はない。26/8 期第 3 四半期累計では営業黒字に転換したが、継続的な利益計上には、顧客獲得効率と限界利益率の維持・向上が必要となる。新規顧客の獲得では営業連携先からの紹介を重要なチャネルとしていることから、これらの先の提携方針の変更などは獲得ペースの鈍化やコスト上昇につながり得る。このため、獲得チャネルを分散するとともに、原材料費や配送費の上昇に対応し、収益性を維持できるかが重要となる。

◆ 食品の安全性及び安定供給に関するリスク

同社は生鮮食品や調理済み食品を扱い、製造の大部分を外部工場に委託している。食中毒や異物混入、表示誤りが発生した場合、商品回収や損害賠償、信用低下により業績に影響が及ぶ可能性がある。同社は専任部署による品質管理や委託先の監査を行っているが、事故を完全には防げない。また、委託工場の生産能力不足や取引停止により供給が需要に追いつかず、事業拡大の制約となる可能性がある。委託先の分散や自社工場の活用による供

給能力の確保が重要となる。

◆ 物流・原材料コストの上昇及び配送網の維持リスク

同社は仕分け拠点の運営や地域配送、宅配便の多くを外部企業に委託している。運転手不足や労働時間規制により、配送運賃の上昇や配送網の拡大に遅れが生じる可能性がある。また、原材料価格の上昇を販売価格に十分に転嫁できなければ、限界利益率が低下するおそれがある。なお、同社はプライベートブランド商品を多く取り扱い、商品の内容や規格を柔軟に変更できるため、原材料価格の上昇による影響を一定程度抑える余地がある。

【 図表 4 】 財務諸表

損益計算書	2024/8		2025/8		2026/8 3Q累計	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
売上高	3,101	100.0	5,737	100.0	7,047	100.0
売上原価	1,078	34.8	1,950	34.0	2,408	34.2
売上総利益	2,022	65.2	3,787	66.0	4,639	65.8
販売費及び一般管理費	2,475	79.8	4,012	69.9	3,968	56.3
営業利益	-453	-14.6	-225	-3.9	671	9.5
営業外収益	5	-	7	-	15	-
営業外費用	12	-	27	-	20	-
経常利益	-460	-14.9	-245	-4.3	665	9.4
税引前当期(四半期)純利益	-464	-15.0	-245	-4.3	673	9.6
当期(四半期)純利益	-466	-15.0	-161	-2.8	554	7.9

貸借対照表	2024/8		2025/8		2026/8 3Q	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
流動資産	2,811	94.2	2,475	85.2	3,284	81.2
現金及び預金	2,314	77.6	1,529	52.6	1,765	43.6
売掛金	366	12.3	686	23.6	1,190	29.4
棚卸資産	89	3.0	183	6.3	227	5.6
固定資産	172	5.8	431	14.8	762	18.8
有形固定資産	125	4.2	220	7.6	368	9.1
無形固定資産	-	-	24	0.8	58	1.5
投資その他の資産	47	1.6	186	6.4	335	8.3
総資産	2,983	100.0	2,906	100.0	4,046	100.0
流動負債	703	23.6	973	33.5	1,710	42.3
買掛金	156	5.3	267	9.2	347	8.6
短期借入金	166	5.6	-	-	-	-
1年内返済予定の長期借入金	82	2.8	185	6.4	213	5.3
1年内償還予定の社債	-	-	-	-	112	2.8
未払金	170	5.7	279	9.6	394	9.7
固定負債	1,315	44.1	1,129	38.9	978	24.2
純資産	965	32.4	803	27.6	1,357	33.5
自己資本	964	32.3	802	27.6	1,356	33.5

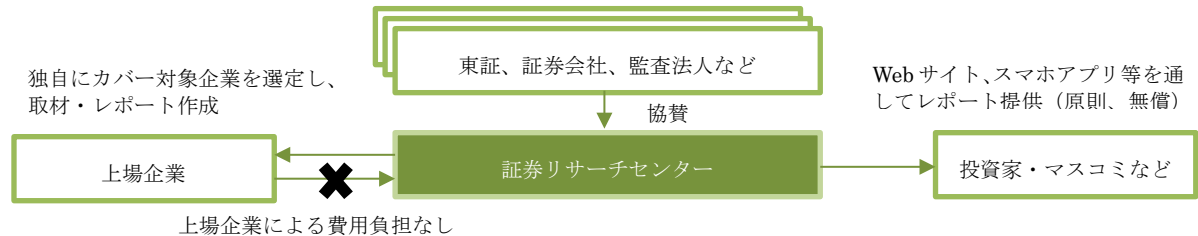
キャッシュ・フロー計算書	2024/8	2025/8
	(百万円)	(百万円)
営業キャッシュ・フロー	-523	-341
減価償却費及びその他の償却	13	20
投資キャッシュ・フロー	-92	-193
財務キャッシュ・フロー	2,106	-249
現金及び現金同等物の増減額	1,484	-784
現金及び現金同等物の期末残高	2,314	1,529

(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。