

ホリスティック企業レポート

しきがく
識学

7049 東証マザーズ

新規上場会社紹介レポート

2019年2月26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 20190225

誤解や錯覚の発生要因と解決策を体系化した独自開発理論である「識学」を使った経営・組織コンサルティングを開発・提供

アナリスト:高木 伸行 +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

【7049 識学 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)
2017/2	317	2.7×	-5	-	-7	-	-6	-	-3.3	20.8	0.0
2018/2	755	2.4×	68	-	69	-	42	-	19.5	35.7	0.0
2019/2 予	1,194	58.1	235	3.5×	224	3.2×	146	3.5×	66.6	-	0.0

(注) 1. 単独ベース。2019/2期は会社予想
 2. 2016年9月16日付で1:100、2018年11月3日付で1:2,000の株式分割を実施。1株当たり指標は遡って修正
 3. 2019/2期の1株当たり指標は公募株式数(240千株)を含めた期中平均株数より算出

【株式情報】	【会社基本情報】	【その他】
株価 4,700円(2019年2月25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 2,440,000株	設立年月日 2015年3月5日	S M B C日興証券
時価総額 11,468百万円	代表者 安藤 広大	【監査人】
上場初値 4,550円(2019年2月25日)	従業員数 40人(2018年11月)	EY新日本有限責任監査法人
公募・売出価格 1,800円	事業年度 3月1日~翌年2月末日	
1単元の株式数 100株	定時株主総会 事業年度終了後3カ月以内	

> 事業内容

◆ 組織コンサルティング事業を展開

識学(しきがく、以下、同社)は、意識構造に着目し、独自に開発した「識学」を基礎理論として、組織の生産性向上のための現状把握、改善及びその定着サービスを提供する組織コンサルティング事業を展開している。15年3月の設立と社歴は浅い。

売上高はマネジメントコンサルティングサービスとプラットフォームサービスに分類されるが、マネジメントコンサルティングサービスが売上高の大部分を占めている(図表1)。プラットフォームサービスは17年7月に開始して以来、順次サービスを拡充してきており、18年3月から本格的に有料契約を開始している。

【図表1】サービス別売上高

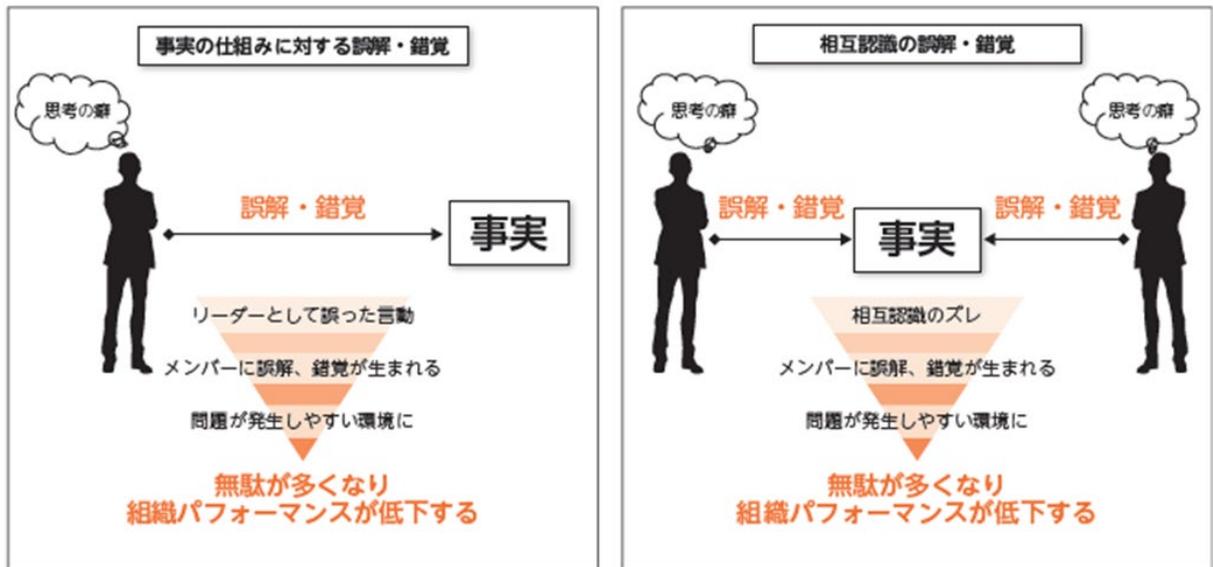
サービス	18/2期		19/2期第3四 半期累計期間
	売上高	前期比	売上高
	(千円)	(%)	(千円)
マネジメントコンサルティングサービス	754,745	2.4×	877,682
プラットフォームサービス	277	-	28,905
合計	755,023	2.4×	906,587

(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

◆ 基幹理論「識学」

識学とはヒトの意識構造を分析し、行動を阻害する誤解や錯覚の発生原因を研究する同社が独自に開発した理論である。ヒトの思考の癖から生じる誤解や錯覚は個人の行動の質・量を低下させ、更に組織のパフォーマンスを低下させる(図表 2)。識学はこの誤解や錯覚の発生要因と解決策を体系化しており、組織に導入することでパフォーマンスを向上させる。

【 図表 2 】組織パフォーマンスを低下させる誤解・錯覚



(出所) 届出目論見書

識学ではヒトの領域は大きく5つの領域(位置、結果、変化、恐怖、目標)に分けることができるとしている。いずれかの領域で、間違った認識が発生すると行動の質・量にずれが発生する。これらの5領域を正しく認識するという前提が無ければ充実した環境を構築することも、個々人の能力向上も十分には出来ず、生産性を低下させてしまうというのが識学の考え方である。

識学メソッドは一般的な研修と比べると多くの点で異なっている(図表 3)。「従業員のモチベーションを上げる」、「従業員の努力や業務に取り組むプロセスも評価する」、「現場とのコミュニケーションを密にとる」という一般的な研修では推奨される良きリーダーの言動が、識学メソッドでは誤解や錯覚を発生させることにつながるという点を指摘し、リーダーに対して組織内で誤解や錯覚を生じさせない組織マネジメント求めている。

識学を受講した経営者は社長が本来やらなければならない役割を再認識した結果、従業員から時として「社長が冷たくなった」、「社長が変わった」という印象を持たれるようである。しかし、受講した経営者は「会社の未来」と「社員の未来」という二つの未来にコミットするようになる。会社の未来へのコミットは会社を成長させ、結果的に社員に多くの利益を分配すること、社員の未

来へのコミットは社員を成長させどんな環境変化があっても生き抜いていく力を身につけさせるということにつながる。

【 図表 3 】識学メソッド vs 一般的な研修

識学メソッド		一般的な研修
経営陣・幹部層がメイン	研修対象	一般社員層がメイン
従業員の“未来”にコミット	対策ポイント	従業員の“今”のストレス解消
マンツーマン	スタイル	集団
マネジメントの対象外	従業員モチベーション向上の取組み	重要
評価の対象外	努力の評価	重要
遠い距離感を推奨	現場との距離感	近い距離感を推奨

(出所) 届出目論見書

◆ マネジメントコンサルティングサービス

マネジメントコンサルティングサービスは、経営者向け、幹部向け、管理職・新入社員向けに識学に基づく組織運営を導入・浸透し、組織の生産性を上げるサービスである(図表4)。18年11月時点で同サービスの導入累計社数は864社となり、売上構成比が高いのは組織長(経営者)向けのマスタートレーニング3rd、2nd、継続の3サービスで、売上高の約6割を占めている。料金はマスタートレーニング3rdを例にとると、一般講師で120万円、シニア講師で180万円、上級講師(取締役の梶山啓介氏)は300万円となる。

【 図表 4 】マネジメントコンサルティングサービス

サービス名	対象	期待される効果	サービス提供形式
マスタートレーニング3rd	組織長(経営者)	組織長に識学を導入し、生産性の高い組織を実現	3か月間、全12回、1回1時間程度のマンツーマントレーニング
マスタートレーニング2nd	組織幹部	組織長以下の幹部層に識学を浸透させ生産性の高い組織運営を実現	2.5か月間、全10回、1回1時間程度のマンツーマントレーニング
マスタートレーニング継続	マスタートレーニング修了者	マスタートレーニング受講者が時間の経過により行動が元に戻ってしまうことを防ぐ	回数を決めて、毎月1回1時間~2時間程度のマンツーマントレーニング
集合研修	管理職、新入社員	階層別集合型研修で識学を組織に浸透させ生産性の高い組織運営を実現	講義及びワークショップ形式
浸透パック	管理職	組織への識学の浸透及び定着を図り、継続的に生産性の高い組織運営を実現	動画学習及び集合型の講義形式(全6回)
評価制度構築		評価の対象を結果にフォーカスし評価制度で起こりがちな上司と部下との評価のズレをなくし、自走する組織へ変化	評価制度についてコンサルティングを実施
顧問サービス	マスタートレーニング受講者かつ経営者	個別事象の解消	定期的な訪問(月1回または2回)を行い、マンツーマンで悩みや相談を受けて解決

(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

◆ **プラットフォームサービス**

プラットフォームサービスはウェブ上で顧客の識学実践を支援するサービスで、主なサービスは組織診断、動画による復習等がある(図表5)。19/2期から本格的に有料サービスを開始し、18年11月現在での導入実績は122社となっている。

【図表5】プラットフォームサービス

サービス名	サービス内容
識学クラウド組織診断	組織の状態を診断。顧客の組織構成員(非経営・幹部層)に対してウェブ上でアンケートを実施。組織の一員として生産性高く業務に取り組める状態かどうか等の現在の状態を把握
識学クラウド動画復習	マスタートレーニングで伝える理論をウェブ上の動画で復習できる。識学理論の理解度を維持することが可能
識学クラウド評価制度運用支援	主に評価制度構築サービスの後、制度の実践運用を支援
識学クラウド日常業務支援	日常のマネジメントの補助ツール(タスク管理)を提供

(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

◆ **中規模企業が顧客に多い**

同社の顧客属性を見てみると、従業員数200人未満の企業が9割弱を占め、比較的社歴の長い企業が多い(図表6)。また、マザーズ上場企業が顧客に多い。世の中の常識的なコンサルティングとは真逆の独自の理論であるため、意思決定の早い中堅企業での採用が多くなる傾向にある。

【図表6】識学の顧客属性

従業員数	構成比	社歴	構成比
	(%)		(%)
200人以上	12.2	20年以上	27.9
200人未満	14.7	20年未満	28.2
100人未満	18.0	10年未満	27.1
50人未満	55.0	5年未満	16.8
合計	100.0	合計	100.0

(注) 四捨五入の関係で合計が100.0%にならない場合もある

(出所) 成長可能性に関する説明資料を基に証券リサーチセンター作成

◆ **重要なのは講師の質と量の確保**

同社の成長にとって、識学の講師の確保は非常に大切となる。18年11月末現在で講師は25人であり、19/2期末にかけては数名の増、20/2期は10人以上講師を増やす計画である。識学の講師としてはマネジメント経験のある30代から40代の人材が求められているが、上場承認以降は応募者が急速に増加しているとのことである。

同社は短期間で講師を育成するノウハウの蓄積が進んでおり、採用された

講師候補者が講師として認定され、一定品質のサービスが提供できるまでの期間は平均で3カ月とのことである。月額300万円の講師料を獲得できるようになるまで7~8カ月が必要となるが、20人弱の講師が月額300万円の売上を上げているとのことである。

また、一度認定された講師であっても毎月品質確認テストを受験しなければならない。基準を下回ると再学習しなければならない。品質確認テストは現場で発生した事例で横展開できそうなものから出題されるため、講師の質の向上にも寄与している。なお、一般講師からシニア講師への昇格には一定の売上実績、つまり経験も重視されている。

> 特色・強み

◆ 汎用性が高く様々な組織に適用可能

識学はヒトが行動する際の意識構造に着目している理論であるため、汎用性が高く、様々な組織に適用可能である。顧客の規模や業種によってプログラムを大幅に変更する必要がない。企業だけではなくプロスポーツチームや大学のスポーツチーム、歯科医院や整骨院などでの採用実績があるのは汎用性の高さによるものである。

汎用性が高いため導入累計社数は17/2 期末 214 社、18/2 期末 522 社、19/2 期第3 四半期末 864 社とペースを上げながら増加している。

◆ リピートオーダーを獲得し易い

経営者へのマンツーマントレーニングを入り口に、経営幹部、管理者層、新入社員と複数回のトレーニングを必要とする顧客が多い。また人事異動のタイミングで定期的なサービス提供を求められる場合もある。ウェブによるプラットフォームサービスによる顧客接点の増加で中長期的な取引関係の構築につながっている。この結果、19/2 期第3 四半期累計期間のリピート率は55%(18/2 期末時点の導入累計社数 522 社中、287 社がリピーター)となっており、同社のサービスに対する顧客満足度は高いものと思われる。

(注)リピート率は発注数2回以上の顧客を累計導入社数で除して算出

◆ 紹介顧客が多い

顧客からの紹介が18/2 期の新規契約顧客の49.0%を占めており、紹介代理店経由の21.8%を含めると、実質的な紹介による顧客は70.8%と高い比率を占めている。この点からも、顧客満足度の高さが見て取れる。

> 事業環境

◆ 着実に拡大する国内ビジネスコンサルティング市場

IT 専門調査会社である IDC Japan よれば、国内ビジネスコンサルティング市場は15年3,389億円、16年3,625億円、17年3,921億円とされ、22年には5,612億円に達すると予想されている。

企業を対象とした組織コンサルティング事業を行う先としては、研修会社やコンサルティング会社、シンクタンク系の研修会社等、多数の企業

が存在している。同社のメソッドと同じ先はないが、企業の研修予算を奪いあうという意味ではこれらの企業と競合関係にあると言える。但し、同社の売上規模からすれば、今後の成長余地は大きいものと思われる。

同社の顧客の中心を占める中規模企業を取ってみても全国に約 56 万社あり、中規模企業の労働生産性の低い現状を鑑みれば、事業機会は依然として大きいと考えられる。

> 業績

◆ 過去の業績推移

同社は 15 年 3 月の設立と社歴が浅く、業績を評価する上で十分なデータを得られないのが実情である。設立 1 期目の 16/2 期は 1.8 百万円の当期純利益を上げたが、翌期の 17/2 期は 6.6 百万円の当期純損失となった(図表 7)。

【 図表 7 】 業績推移

	17/2期		18/2期		19/2期第3四半期 累計期間	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
売上高	317	100.0	755	100.0	906	100.0
売上原価	39	12.3	82	10.9	102	11.3
売上総利益	278	87.7	672	89.0	804	88.7
販売費及び一般管理費	284	89.6	603	79.9	601	66.3
営業利益(損失)	-5	-1.6	68	9.0	203	22.4
経常利益(損失)	-7	-2.2	69	9.1	202	22.3
当期(四半期)純利益(損失)	-6	-1.9	42	5.6	126	13.9

(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

18/2 期業績は、売上高 755 百万円(前期比 2.4 倍増)、営業利益 68 百万円(前期は営業損失 5 百万円)、経常利益 69 百万円(前期は経常損失 7 百万円)、当期純利益 42 百万円(前期は当期純損失 6 百万円)であった。18/2 期末の導入累計社数が 522 社と前期末の 214 社から大幅に増加し、リピート率も 39.3%と前期比 3.3%ポイント上昇した。

19/2 期第 3 四半期累計期間は、売上高 906 百万円、営業利益 203 百万円、経常利益 202 百万円、四半期純利益 126 百万円となった。広告宣伝の強化並びにセミナーの定期開催などの拡販策により第 3 四半期末の導入累計社数は 864 社となり 18/2 期末の 522 社から大幅に増加した。

後述する 19/2 期の同社計画に対する第 3 四半期累計期間実績の進捗率は売上高 75.9%、営業利益 86.4%、経常利益 90.2%、四半期純利益 86.3%となった。経常利益以下の進捗率が高いが第 4 四半期には上場諸経費の発生も見込まれることから、概ね計画通りの進捗率と見て良いようである。

◆ 業績予想

同社は19/2期業績について、売上高1,194百万円(前期比58.1%増)、営業利益235百万円(同3.5倍増)、経常利益224百万円(同3.2倍増)、当期純利益146百万円(同3.5倍増)と計画している(図表8)。

同社は期首に取締役会で承認された業績予想を18年8月に修正したが、12月時点までは概ね修正後の予想どおりとしている。

【図表8】19年2月期業績予想

	18/2期			19/2期予想		
	金額	構成比	前期比	金額	構成比	前期比
	(百万円)	(%)	(%)	(百万円)	(%)	(%)
売上高	755	100.0	2.4×	1,194	100.0	58.1
売上原価	82	10.9	2.1×	147	12.3	79.3
(労務費)	71	9.4	2.4×	-	-	-
売上総利益	672	89.0	2.4×	1,047	87.7	55.8
販管費及び一般管理費	603	79.9	2.1×	812	68.0	34.7
(給与手当)	137	18.1	3.2×	233	19.5	70.1
(広告宣伝費)	120	15.9	2.2×	200	16.8	66.7
(その他)	346	45.8	87.0	379	31.7	9.5
営業利益	68	9.0	-	235	19.7	3.5×
経常利益	69	9.1	-	224	18.8	3.2×
当期純利益	42	5.6	-	146	12.2	3.5×

(注) 予想は会社予想。17/2期の営業利益以下は損失であったため、18/2期の前期比を表示していない
(出所) 適時開示資料を基に証券リサーチセンター作成

プラットフォームサービスについては19/2期からサービスを開始したばかりであるため、売上高を見込んでおらず、売上高のすべてはマネジメントコンサルティングサービスからのものとしている(但し、19/2期第3四半期累計期間のプラットフォームサービスの売上高は28百万円となっている)。

売上高については、「顧客単価×顧客数×サービス完了率」から算出している。

顧客単価は、コンサルティング単価の低い一般講師(同社のコンサルタントのランクで、新人がスタートする際のランク)の増員を予定しているため、単価低下の可能性を考慮に入れて、前期比20%減と見込んでいる。顧客数はウェブマーケティング、代理店経由、受講企業からの紹介による3経路全体で前期比67%増を見込んでいる。内訳はウェブマーケティングで同152%増、代理店経由同50%増、受講企業からの紹介が同24%増としている。サービス完了率はマネジメントコンサルティングの最長完了期間を16週間と定義し、4カ月で完了する形で売上を配賦している。

売上総利益率の悪化を予想しているが、売上原価の約 8 割を占める人件費が新規採用や既存コンサルタントへの報酬増加により増加することを見込んでいるためである。

販管費については、コンサルタントの昇給や新規採用者増を考慮し、販管費に配賦される給与手当は前期比 70%増、広告宣伝費は同 67%増と高い伸びを見込んでいる。また、上場関連費用 36 百万円が見込まれるものの、18/2 期に計上した事務所移転費用やプラットフォームサービスの初期開発費用が剥落することや採用や教育の効率向上により、販管費率は 18/2 期の 79.9%から 19/2 期は 68.0%へと大きく低下する計画となっている。この他、主な営業外損益としては上場に伴う諸経費として 9.6 百万円を見込み、特別損益については見込んでいない。

◆ 中期ビジョン

中期的には(1)識学の認知度向、(2)ストックビジネス構築、(3)さらなる顧客ニーズへの対応を考えている。

認知度の向上に向けては、広報活動の積極化を考えている。上場時に調達した資金の使途として広告宣伝費への充当を挙げており、ウェブマーケティングやテレビコマーシャル、雑誌等への広告掲載を考えている。また、昨年末時点で山梨、和歌山、鳥取、岡山、高知、長崎の各県では取引がないように、首都圏に比して相対的に知名度の低い地方における認知度を高めてゆくことも意識している。

ストックビジネス構築についてはプラットフォームサービスの強化が主軸となるが、トレーニングサービスを提供した先にプラットフォームサービスの利用を促す方針である。今後、動画を見易くしたり、アウトプットのビジュアルを改善するなどのシステム改善により、商品性を高めてゆく計画である。

さらなる顧客ニーズへの対応としては、M&A デューデリジェンスへの識学適用領域の拡大を考えている。企業買収成立後の経営統合プロセスにおいて、買収対象先のみならず、自社の組織をも把握し統合効果を早期に最大化することを可能にするというものである。

また、企業以外、例えばスポーツチームなどへの識学の導入にも、積極的に応えてゆく方針である。

さらに BtoC ビジネスの準備も進んでおり、中間管理職向けスクールを 2 月 9 日に開講したばかりである。この中間管理職向けスクールは主に大手企業の中間管理職をターゲットに置いている。新興・中堅企業においてはトップマネジメントにアプローチできているが、大手企業へのアプローチは相対的に十分ではないため、スクールを足掛かりに大手企業を開拓する意向にある。

> 経営課題/リスク

◆ 特定人物への依存

代表取締役社長の安藤広大氏及び取締役の梶山啓介氏は設立以来の事業推進者であり、両氏に対する依存度は高い。18/2 期の売上高の 35.4%は両氏によってもたらされたものである。両氏が退任もしくは職務を遂行できなくなった場合には、同社の事業展開や業績に影響を与える可能性がある。

また、識学理論の創作者である識学研究室室長である福富謙二氏からの識学に関するノウハウの移管は完了しており、権利関係も同社に帰属しているが、福富氏が同社から離脱し競合する会社を設立した場合には同社の業績に影響を及ぼす可能性がある。

◆ 講師の確保

質の高いコンサルティングサービスを提供するには的確なスキルや知識、経験を持った講師の確保が不可欠となるが、このような講師の確保が困難となった場合、同社の業績に影響を与える可能性がある。

◆ 社歴の浅さ

15 年 3 月に設立された社歴が浅い会社であるため、期間業績比較を行う上で十分な財務情報を得ることが出来ず、今後の業績を判断する情報が不足している点には留意が必要である。

◆ 配当政策

現時点では配当実施の可能性及び配当の開始時期については未定としている。

【図表9】財務諸表

損益計算書	2017/2		2018/2		2019/2 3Q累計	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
売上高	317	100.0	755	100.0	906	100.0
売上原価	39	12.3	82	10.9	102	11.3
売上総利益	278	87.7	672	89.0	804	88.7
販売費及び一般管理費	284	89.6	603	79.9	601	66.3
営業利益(損失)	-5	-1.6	68	9.0	203	22.4
営業外収益	0	-	2	-	0	-
営業外費用	1	-	1	-	1	-
経常利益(損失)	-7	-2.2	69	9.1	202	22.3
税引前当期(四半期)純利益(損失)	-7	-2.2	69	9.1	202	22.3
当期(四半期)純利益(損失)	-6	-1.9	42	5.6	126	13.9

貸借対照表	2017/2		2018/2		2019/2 3Q	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
流動資産	160	93.0	335	90.5	527	93.3
現金及び預金	131	76.2	278	75.1	428	75.8
売上債権	19	11.0	34	9.2	53	9.4
固定資産	12	7.0	35	9.5	37	6.5
有形固定資産	3	1.7	11	3.0	10	1.8
無形固定資産	-	-	-	-	-	-
投資その他の資産	8	4.7	23	6.2	27	4.8
総資産	172	100.0	370	100.0	565	100.0
流動負債	72	41.9	243	65.7	281	49.7
買入債務	-	-	-	-	-	-
固定負債	54	31.4	50	13.5	24	4.2
純資産	45	26.2	76	20.5	259	45.8
自己資本	45	26.2	76	20.5	259	45.8

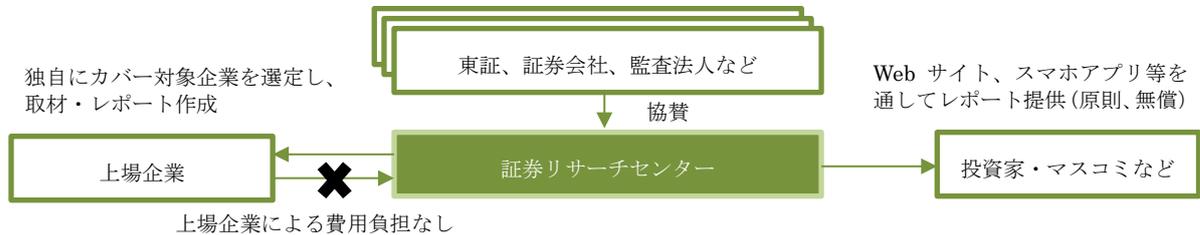
キャッシュ・フロー計算書	2017/2	2018/2
	(百万円)	(百万円)
営業キャッシュ・フロー	22	178
減価償却費	0	3
投資キャッシュ・フロー	-13	-20
財務キャッシュ・フロー	111	-10
配当金の支払額	-	-
現金及び現金同等物の増減額	120	147
現金及び現金同等物の期末残高	126	273

(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

(協賛)

株式会社東京証券取引所

SMBC 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

有限責任あずさ監査法人

有限責任監査法人トーマツ

EY 新日本有限責任監査法人

株式会社 ICMG

(準協賛)

三優監査法人

太陽有限責任監査法人

株式会社 SBI 証券

(賛助)

日本証券業協会

日本証券アナリスト協会

監査法人 A&A パートナーズ

いちよし証券株式会社

宝印刷株式会社

株式会社プロネクサス

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・間接的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。