

ホリスティック企業レポート ブリッジインターナショナル 7039 東証マザーズ

新規上場会社紹介レポート
2018年10月9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 20181005

**豊富な実績を誇るインサイドセールスソリューションを提供
デジタルインサイドセールスで顧客の法人営業改革を支援**

アナリスト:前田 吉弘 +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

【7039ブリッジインターナショナル 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)
2016/12	2,522	4.2	228	-	228	31.9	138	37.9	95.2	636.3	0.0
2017/12	2,785	10.5	294	29.0	297	30.1	196	42.2	135.4	771.5	0.0
2018/12 予	2,910	4.5	333	13.2	308	3.7	200	2.0	120.5	-	0.0

(注) 1. 2018/12期の予想は会社予想
2. 2017年7月24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 6,620円 (2018年10月5日)	本店所在地 東京都世田谷区	【主幹事証券会社】
発行済株式総数 1,660,500株	設立年月日 2002年1月8日	S M B C日興証券
時価総額 10,993百万円	代表者 吉田 融正	【監査人】
上場初値 4,920円 (2018年10月4日)	従業員数 400人 (2017年7月)	EY新日本有限責任監査法人
公募・売出価格 2,310円	事業年度 1月1日~12月31日	
1単元の株式数 100株	定時株主総会 毎年3月	

> 事業内容

◆ インサイドセールスに関わる総合的なソリューションを提供

ブリッジインターナショナル(以下、同社)は、02年の設立以来一貫してBtoB企業(法人を対象に商品、サービスを提供する企業)に対して、インサイドセールス(顧客には訪問せず、電話やメール・Web等を活用して営業活動を行う非対面型手法)の導入による法人営業改革支援を行っている。

日本企業の法人営業活動は、見込客の発掘から、育成・案件醸成(提案書の作成、プレゼンテーション)、成約(クロージング)活動までを一人の営業担当者が属人的に全て行っている場合が多い。こうした営業手法は、迅速性や顧客満足度等でメリットがある一方、案件数の増加に伴い、営業担当者に過度な負担を強いる恐れや営業プロセスのどこかでボトルネックが生じ易い等のマイナス面を持つ。

同社は、この問題点に着目し、営業プロセス毎に従来のフィールドセールスと呼ばれる訪問型営業担当者と顧客には訪問せずに電話やメール等で営業活動をするインサイドセールス担当者として分業を行い、フィールドセールスが案件醸成とクロージングプロセスに専念できる効率的で機動的な営業活動を提案している。

同社の主要顧客は、インサイドセールスに慣れ親しんでいるグローバルIT企業が多いが、インサイドセールス導入により、営業活動の生産性向上と働き方改革の実現に取り組むことが可能となることへの認知が進み、顧客層は国内大手企業に拡大している。

◆ 主力はインサイドセールスアウトソーシング

同社は、単一セグメントでインサイドセールスに関わる一連のソリューションサービスを総合的に提供しているが、サービス内容は以下の 3 つに区分される。

(注1) MA

Marketing Automation の略。企業のマーケティング業務を効率化するために、ウェブサイトの訪問者分析、リードスコアリング(商談に進む可能性が高い見込み客を抽出する機能)、リードナーチャリング(見込客に対して興味を高め、自社の優位性をアピールする活動)、キャンペーン管理等の機能をもった情報システムを指す。

1つ目は、インサイドセールス導入やMA^{注1}導入のコンサルティング等の「しくみの提供」を行うインサイドセールスコンサルティングサービスである。2つ目は、インサイドセールスの活動及び MA の運用を実行する「リソースの提供」を行うインサイドセールスアウトソーシングである。3つ目は、人工知能(AI)を中心とする最新デジタルテクノロジーを活用した様々な IT ソリューション、「道具の提供」を行うシステムソリューションサービスである(図表 1)。

17/12 期のサービス別売上構成比は、インサイドセールスアウトソーシングサービスが 88.1%と大半を占め、システムソリューションサービスが 8.8%、インサイドセールスコンサルティングサービスが 3.2%となっている(図表 2)。同社は自らを、インサイドセールスに関わるアウトソーシング、コンサルティング、システムソリューションの 3 つのサービスをワンストップで提供しているオンリーワン企業であると自負している。

アウトソーシングサービスはストック型ビジネスであり、顧客企業数の増加と顧客 1 社あたりの売上拡大という両面から成長が期待できる。また、コンサルティングサービスやシステムソリューションサービスは、内製化によりインサイドセールスに取り組もうとしている企業を顧客化できる事業であり、同社業績の安定化に貢献しよう。

【 図表 1 】 提供サービスの内容

1.「しくみの提供」：インサイドセールスコンサルティングサービス	
① インサイドセールス・コンサルティング	顧客の社内要因（インサイドセールス活用の目的と成果目標、営業体制等）や事業環境（対象市場と商材のポジション等）といった複数の観点からセールスモデルを構築するサービス。 顧客毎にカスタマイズしたインサイドセールス導入モデルのデザイン～業務設計を行う。
② インサイドセールス・アセスメント/研修	既存のインサイドセールス部門のアセスメント（評価）を実施し、改善が必要な事項を整理するサービス。 インサイドセールスに関して、初歩的研修からアセスメント結果による改善研修、運用管理者向け研修に至るまで、レベルと役割に応じた研修を実施するサービス。
③ MAコンサルティング	マーケティング部門がリード（見込客）を育成するプロセスを効率化させるだけでなく、営業部門がフォローし、成約に結び付けられる仕組みづくりを考慮した、MAの最適な全体設計を支援するコンサルティングサービス。 MAを運営するために必要な事前準備と、全体計画の設計、業務手順の策定などを行う。
2.「リソースの提供」：インサイドセールスアウトソーシングサービス	
① インサイドセールスアウトソーシングサービス	インサイドセールス特有のスキル教育を受けた同社正社員が顧客企業のインサイドセールスとして、営業活動を実施するサービス。顧客は、質の高いインサイドセールス活動の立ち上げを短期間で実現できる。 同サービスは、スーパーバイザー（SV、インサイドセールスのパフォーマンスを最大限に高めるための管理改善を行う）とインサイドセールス（ISR、実際に顧客と接触し営業活動を行う）の2つに区分される。
② MAアウトソーシングサービス	人手不足等の理由でMAの導入や運用が困難な企業に対し、当該運用業務をアウトソーシングで提供するサービス。 同サービスには、MA伴走支援コンサルティング（システム導入からその後の改善活動等までを支援）とMA運用支援サポート（リモートサポート、定期的な業務や簡易な設定等の支援）の2つがある。
3.「道具の提供」：システム・ソリューションサービス	
① MA実装支援サービス	MAの実装支援を行うサービス。自社製品のSalesforceCRM ^{注1} アドオンツールとして、以下の3つを提供している。 「Lead Navi（リードナビ）」 リード獲得の経緯や配信メールの開封率、Webサイトの閲覧状況、各種イベントへの参加状況を通じて収集されたプロファイル情報から、適切なタイミング・内容でのコミュニケーションを支援するMAツール。 「SCOBLE（スコブル）」 リードの現在価値や潜在価値を可視化し、効果的・効率的な営業活動の計画立案をサポートするツール。 「AshiAto（アシアト）」 Webサイトの閲覧行動を可視化するツール。顧客およびリードが問い合わせに至るまでの経緯やサイト閲覧内容をリアルタイムで把握・管理することが可能となる。
② CRM ^{注2} /SFA ^{注3} 実装支援サービス	クラウドプラットフォーム ^{注4} 上にプロトタイプを活用してシステム構築するサービス。導入後の保守サービスも提供している。 顧客は初期投資の抑制と構築期間の短縮化の両立が可能となる。
③ 営業活動支援ツール	同社は、これまでの実績・経験を活かして開発したクラウドサービスとして、以下の2つを提供している。 「Funnel Navigator（ファネルナビゲーター）」 インサイドセールスのトータル業務支援システムであり、株式会社セールスフォース・ドットコムとのOEM ^{注5} パートナー契約のもとで提供している。 「SAIN」 インサイドセールス営業支援AI。顧客との会話データを学習することで、AIが顧客状況に応じた会話をナビゲートする機能を搭載し、現場支援や担当者指導に活用が可能となる。

(注1) セールスフォース・ドットコムが提供するクラウド型 CRM システムを指す。

(注2) Customer Relationship Management の略。企業内で顧客属性やコンタクト履歴を記録・管理することで、それぞれの顧客に応じた対応を可能にし、顧客満足度を向上させる取り組みを行うための情報システムを指す。

(注3) Sales Force Automation の略。企業における営業活動を支援して効率化させるために使用される情報システムを指す。

(注4) ネットワーク、サーバー、ストレージ、アプリケーションサービスなどの構成可能なコンピューティングリソースがインターネットを通じて、便利かつオンデマンドで提供されるシステム基盤を指す。

(注5) Original Equipment Manufacturer の略。納入先商標による受託製造を指す。

(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

【 図表 2 】 サービス区分別売上高

売上高区分	2017/12期			2018/12期 2Q累計	
	売上高 (百万円)	前期比 (%)	構成比 (%)	売上高 (百万円)	構成比 (%)
インサイドセールスアウトソーシングサービス	2,453	10.9	88.1	1,243	86.5
インサイドセールスコンサルティングサービス	88	21.2	3.2	45	3.2
システムソリューションサービス	244	3.0	8.8	148	10.3
合計	2,785	10.5	100.0	1,437	100.0

(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

◆ インサイドセールスの実績 No.1 企業

同社は、インサイドセールスにおける一気通貫したサービス(「しくみ」、「リソース」、「道具」)の提供により、市場における先行者のポジションを確立している。同社はホームページで、BtoB アウトバウンドテレコールサービス(≒インサイドセールス市場)の売上高シェア首位の座を09年度から17年度の期間で8回獲得したとしており、国内実績 No.1 を謳っている。なお、17年度の同社のシェアは21.7%で、2位がKDDI(9433 東証一部)の子会社であるKDDI エボルバの19.8%、3位がトランスコスモス(9715 東証一部)の8.4%となっている。

◆ デジタルテクノロジーを積極活用

同社は、実績 No.1 企業としての経験値をAI等の最新のデジタルテクノロジーに投入し、より進化したデジタルインサイドセールスとして、事業を展開している。ICT の積極活用は、パイプラインを質量ともに充実させ、これまで以上の売上拡大と生産性向上が期待されるわけだが、「リソースの提供」のみならず「道具の提供」を行っている同社の強みとなっている。

◆ 部分的にも総合的にも対応可能なサービスメニュー

同社は、デジタルインサイドセールスのコンセプトから創出した8つの製品サービス群を提供している。こうした多彩なサービスメニューは、顧客のニーズや状況・体制に合わせて、部分的にも総合的にも活用することが可能であり、営業改革に取り組む顧客企業にとって大きな魅力となっている。

> 特色・強み

◆ 継続率は高く契約期間は長期にわたる

同社が提供する最終顧客が法人となるBtoBtoB型サービスは、最終顧客が個人となるBtoBtoC型サービスに比べ顧客が持つ重要情報を活用した営業ノウハウの習熟など経験値の蓄積がより求められる。このため、一旦外部委託すると顧客からみたスイッチングコストは高くなり、90%程度と高い継続率が特徴となる。結果、契約期間は5~10年の長期にわたり、年を重ねるほど売上高が遡増し、収益率が向上するストック型ビジネスモデルの構築が可能となる。

◆ 拡大余地が大きい国内インサイドセールス市場

米国のインサイドセールス企業である InsideSales.com によると、17 年の法人営業人員におけるインサイドセールス人員の比率は米国で 47.2%、EU で 37.1%に達している。この背景としては、①広大な国土が訪問を要しないインサイドセールスに対するニーズを高め、②ニーズの大きさがインサイドセールスのプロフェッショナル化や産業化を促し、③雇用の流動化(社員の定着率の低さ)がインサイドセールスのアウトソーシングにつながるといった点が挙げられよう。

日本におけるインサイドセールス人員の比率は、同社の推計では 1%程度にとどまっているのではないかとのことである。営業活動に関する日本と欧米の違いを勘案しても、その拡大余地は大きいといえよう。

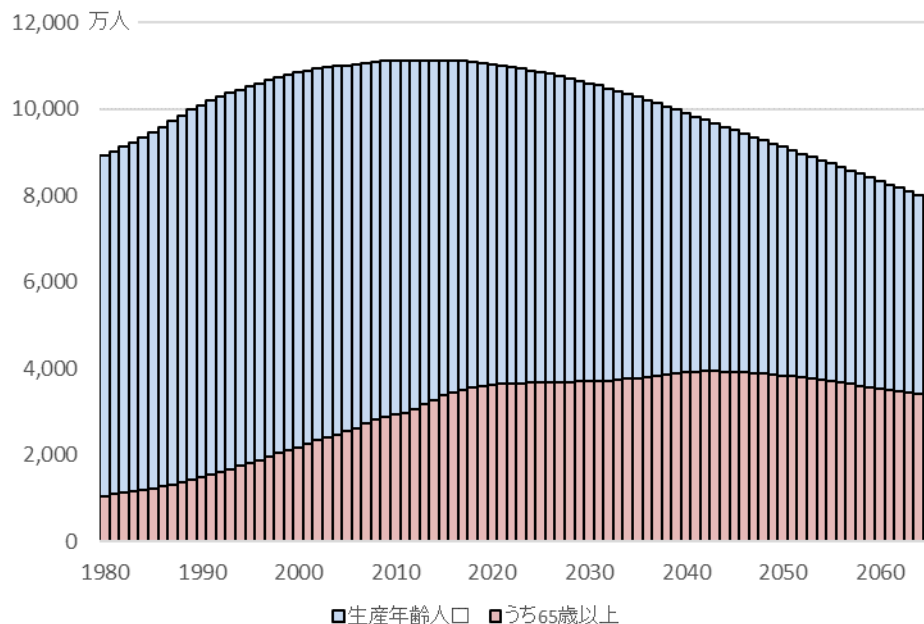
> 事業環境

(注 2) 生産年齢人口
生産活動に従事する年齢の人口であり、日本では 15 歳以上の人口を指す。
生産年齢人口は、労働力人口と非労働力人口に分けられる。

◆ 時代の潮流がインサイドセールス市場の成長を後押し

総務省の「労働力調査年報」によると、日本の生産年齢人口^{注 2}は 11 年の 1 億 1,117 万人をピークに横ばいから減少傾向に転じつつある。さらに、国立社会保障・人口問題研究所の「日本の将来推計人口」では、65 年までに生産年齢人口はピーク比 28.8%減、65 歳未満に限れば 1997 年のピークから 47.9%減(11 年比でも 44.4%減)となる見通しが示されている(図表 3)。

【 図表 3 】 日本の生産年齢人口



(注) 2018 年以降は推計値

(出所) 総務省「労働力調査年報」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」を基に証券リサーチセンター作成

(注3) 労働力人口

15歳以上で労働する能力と意思を持つ者の数。15歳以上であっても、働く意思や能力のない者、病弱者、学生、専業主婦等は非労働力人口とされる。

労働力人口調査では、毎月末の1週間における15歳以上の「就業者数+休業者数+求職者数」で算出される。

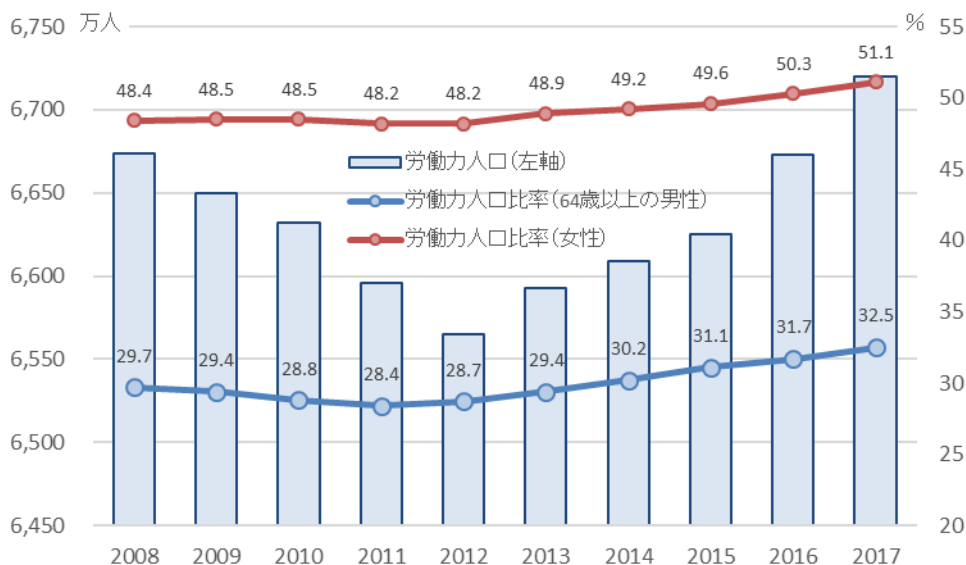
人手不足問題を労働力人口^{註3}の動向からみると、インサイドセールスの活用が問題解決の一手になり得ることが読み取れる。

11年以降、生産年齢人口がピークアウト傾向となるなかで、労働力人口比率(労働力人口/生産年齢人口)の上昇(11年48.2%→17年51.1%)が、労働力人口の伸びを支えてきた(図表4)。15-64歳男性の労働力人口比率が過去最高の85.6%に達しているだけに、今後については、労働力人口比率が32.5%に留まる65歳以上男性や51.1%の女性の労働参加を如何に促進するかが重要となる。

この点、顧客訪問を必要としないインサイドセールス領域は、スキルはあっても体力的な問題を抱える高齢者や育児等の制約が大きい女性にとって活躍余地が大きい場だと考えられる。

少子高齢化社会や東京一極集中が進むなかで、「1億総活躍社会」、「生産性向上」、「働き方改革」、「ICT利活用」、「AI」、「地方創生」等が国策テーマとなっている。インサイドセールスは、そもそも「生産性向上」や「働き方改革」を実現するために導入されるものであり、AIを含むICTと親和性は高く、ニアショア拠点を活用するため地方での雇用も創出する。国策テーマに映し出される時代の潮流がインサイドセールス市場の成長を後押ししよう。

【図表4】日本の労働力人口



(出所) 総務省「労働力調査年報」を基に証券リサーチセンター作成

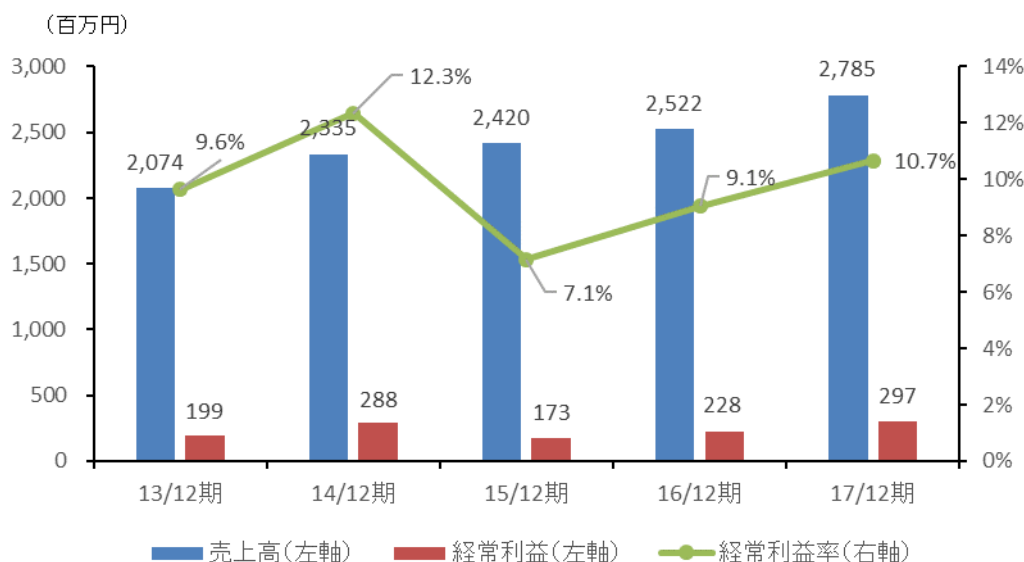
> 業績

◆ 過去の業績推移

過去の業績推移をみると、売上高は13/12期の2,074百万円から17/12期の2,785百万円へと、年率7.7%のペースで順調に拡大している。なお、14/12期の増収率が12.3%と高い理由は、同社がインサイドセールスを請け負っている大手顧客の主力製品に大規模な買換え需要が発生し、同社のアウトソーシングサービス事業の売上を押し上げたことによる。その需要一巡が15/12期の増収率低下の主因である。

経常利益は、15/12期を除き前期比増益となっている。15/12期の減益は、業容拡大を目的とした先行投資負担増(福岡事業所の開設等)によるものであり、問題視する必要はない。また、経常利益率は前述した特需の反動や先行投資負担増の影響を除けば、売上高の拡大に連れて上昇しており、同社がストック型ビジネスモデルを実現していることを示している(図表5)。

【図表5】過去5期間の業績推移



(注) 16/12期以降は監査法人監査済み

(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

◆ 18年12月期第2四半期

18/12期第2四半期累計の売上高は1,437百万円、経常利益は167百万円、四半期純利益は111百万円、経常利益率は11.7%であった。18/12期通期計画に対する進捗率は、売上高で49.4%、経常利益で54.4%、四半期純利益で55.9%となっており、概ね順調に推移している。

企業において法人営業の生産性向上や働き方改革の実現に向けての取り組みが活発化するなかで、同社が提供するインサイドセールス関連サービスへの関心は高まる方向にあり、事業環境は引き続き良好といえる。

こうしたなかで、留意すべきは大手顧客の動向である。同社の最大手顧客である日本マイクロソフト向けの売上高は、16/12期の897百万円(売上高構成比35.6%)から17/12期には753百万円(同27.0%)に減少、18/12期第2四半期累計では、183百万円(同12.7%)と一段と落ち込んでいる。この主因である顧客による内製化は、18/12期で一巡する見通しであるが、引き続き注視しておく必要がある(図表6)。

【図表6】売上高上位顧客

	2016/12期		2017/12期		2018/12期 2Q累計	
	金額	割合	金額	割合	金額	割合
日本マイクロソフト	897	35.6	753	27.0	183	12.7
東日本電信電話	-	-	335	12.1	163	11.4

(注) 割合は売上高に占める比率。2016/12期における東日本電信電話への販売実績は、売上高に占める割合が10%未満であるため記載していない。

(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

◆ 18年12月期の会社計画

同社は18/12期業績について、売上高が前期比4.5%増の2,910百万円、経常利益が同3.7%増の308百万円、当期純利益が同2.0%増の200百万円、を計画している(図表7)。

売上高見通しをサービス区別にみると、①インサイドセールスアウトソーシングサービスが前期比2.2%増、②インサイドセールスコンサルティングサービスが同14.8%増、③システムソリューションサービスが同23.4%増となっている。日本マイクロソフトの内製化の影響を除けば、良好な事業環境を享受し、既存及び新規の顧客からの順調な案件積上げを見込んでいる。

一方、コスト面の前提としては、①売上原価(前期比2.7%増):17/12期実績と同程度の人件費率が前提、②販管費(前期比5.9%増):昇給・採用計画を基にやや保守的な前提、③営業外費用:株式上場関連費用24百万円、を見込んでいる。

【 図表 7 】 18 年 12 期業績の会社計画

	2017/12期			2018/12期予想		
	金額 (百万円)	前期比 (%)	構成比 (%)	金額 (百万円)	前期比 (%)	構成比 (%)
インサイドセールスアウトソーシングサービス	2,453	10.9	88.1	2,508	2.2	86.2
インサイドセールスコンサルティングサービス	88	21.2	3.2	101	14.8	3.5
システムソリューションサービス	244	3.0	8.8	301	23.4	10.3
売上高	2,785	10.4	100.0	2,910	4.5	100.0
売上原価	1,964	7.3	70.5	2,018	2.7	69.3
販売費及び一般管理費	526	13.9	18.9	557	5.9	19.1
営業利益	294	28.9	10.6	333	13.2	11.4
営業外損益	2	-	0.1	-25	-	-0.9
経常利益	297	30.3	10.7	308	3.7	10.6
当期純利益	196	42.0	7.0	200	2.0	6.9

(出所) 届出目論見書及び開示資料を基に証券リサーチセンター作成

> 経営課題/リスク**◆ 人材の採用と育成について**

同社のサービスは、労働集約型のところがあり、人材の採用と育成が不可欠である。また、日本におけるインサイドセールス経験者の数は未だ限定的であり、同社は入社後の研修実施等、育成を積極的かつ継続的に進めている。

しかしながら、人材獲得競争が激化し、優秀な人材の採用が困難となる場合や人材の社外流出が大量発生した場合には、同社業績に大きな影響を与える可能性がある。

◆ 顧客による内製化等のリスクについて

同社の既存主要取引先 10 社に対する売上高依存度は 70% (17/12 期) に達している。同社は事業拡大のために新規顧客の獲得に注力しているものの、主要取引先において内製化や営業戦略の方針変更が起こった場合、同社業績に大きな影響を与える可能性がある。

◆ 情報管理体制について

同社は、提供するサービスに関連して顧客企業の機密情報を多数取り扱っている。これらの情報資産を保護するために情報セキュリティ基本方針を定め、この方針に従って適切な管理・保護を行っているものの、これらの情報資産が外部に漏洩した場合、同社業績に大きな影響を与える可能性がある。

◆ 配当政策について

同社は、株主に対する利益還元を重要な経営課題の一つとして認識している。しかしながら、成長過程にある現在においては、①経営基盤の強化及び

積極的な事業の多角化、②新規事業への取り組み等のための内部留保充実、を通じ更なる業容拡大を実現することが、株主に対する最大の利益還元につながるかと考えている。よって、18/12 期に関しては無配の計画としている。

【 図表 8 】 財務諸表

損益計算書	2016/12		2017/12		2018/12 2Q累計	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
売上高	2,522	100.0	2,785	100.0	1,437	100.0
売上原価	1,830	72.6	1,964	70.5	1,004	69.9
売上総利益	691	27.4	820	29.4	433	30.1
販売費及び一般管理費	462	18.3	526	18.9	264	18.4
営業利益	228	9.0	294	10.6	168	11.7
営業外収益	1	0.0	5	0.2	1	0.1
営業外費用	2	0.1	3	0.1	2	0.1
経常利益	228	9.0	297	10.7	167	11.6
税引前利益	223	8.8	295	10.6	165	11.5
当期純利益	138	5.5	196	7.0	111	7.7

貸借対照表	2016/12		2017/12		2018/12 2Q	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
流動資産	1,214	82.6	1,368	81.0	1,335	76.7
現金及び預金	725	49.4	811	48.0	796	45.7
売掛金	381	25.9	431	25.5	428	24.6
棚卸資産	4	0.3	14	0.8	10	0.6
固定資産合計	255	17.4	319	18.9	404	23.2
有形固定資産	147	10.0	144	8.5	152	8.7
無形固定資産	25	1.7	95	5.6	166	9.5
投資その他の資産	83	5.7	79	4.7	85	4.9
総資産	1,469	100.0	1,688	100.0	1,740	100.0
流動負債	480	32.7	507	30.0	470	27.0
買掛金	12	0.8	36	2.1	43	2.5
短期借入金	93	6.3	100	5.9	83	4.8
固定負債	63	4.3	58	3.4	35	2.0
社債	30	2.0	10	0.6	-	-
長期借入金	33	2.2	48	2.8	35	2.0
純資産	925	63.0	1,122	66.5	1,740	100.0
自己資本	925	63.0	1,122	66.5	1,740	100.0

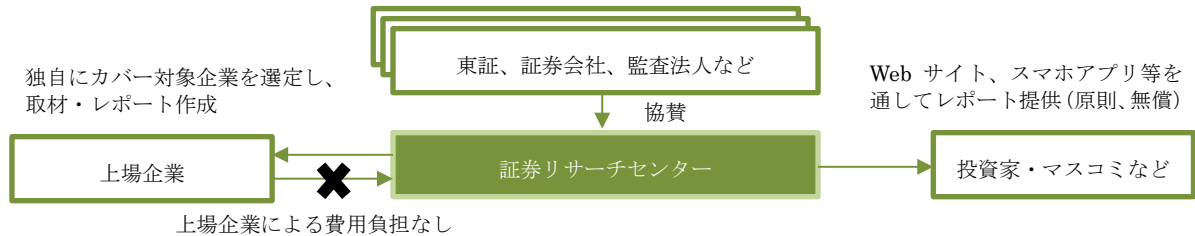
キャッシュ・フロー計算書	2016/12		2017/12		2018/12 2Q累計	
	(百万円)	(百万円)	(百万円)	(百万円)	(百万円)	(百万円)
営業キャッシュ・フロー	268		209		125	
減価償却費	54		54		34	
投資キャッシュ・フロー	-37		-125		-100	
財務キャッシュ・フロー	-88		2		-39	
配当金の支払額	-		-		-	
現金及び現金同等物の増減額	142		85		-14	
現金及び現金同等物の期末残高	705		791		776	

(注) 短期借入金は1年内返済予定の長期借入金と1年内償還予定の社債を含む
(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。