# ホリスティック企業レポート コパ・コーポレーション 7689 東証マザーズ

# 新規上場会社紹介レポート 2020年6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 20200625

発行日:2020/6/26

# TV 通販、インターネット通販などで生活用品を中心に実演販売を行う実演販売士を活かしたマーケティング戦略が特徴

アナリスト: 佐々木 加奈 +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

# 【 7689 コパ・コーポレーション 業種:卸売業】

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)
2019/3	3,506	40.1	458	89.8	475	79.5	320	70.8	133.6	369.6	0.0
2020/3	5,605	59.9	862	87.9	863	81.4	561	75.1	233.9	603.5	0.0
	5,607	0.0	708	-17.9	699	-18.9	457	-18.5	172.9	-	0.0

<sup>(</sup>注) 1.単体決算。2021/3期の予想は会社予想

<sup>2. 2019</sup>年3月15日付で1:5,000、2020年1月31日付で1:2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	5,230円(2020年6月25日)	本店所在地	東京都渋谷区	【主幹事証券会社】
発行済株式総数	2,720,000株	設立年月日	1998年10月21日	野村證券
時価総額	14,226百万円	代表者	吉村 泰助	【監査人】
上場初値	4,530円(2020年6月25日)	従業員数	29人(2020年4月末)	應和監査法人
公募·売出価格	2,000円	事業年度	4月1日~翌年3月31日	
1単元の株式数	100株	定時株主総会	事業年度終了後から3カ月以内	

# > 事業内容

# ◆ 実演販売関連事業の単一セグメント

コパ・コーポレーション(以下、同社)は、現社長である吉村泰助氏により 1998 年 10 月に設立され、99 年 11 月に生活用品の販売を開始した。吉村氏は、國學院大学在学中に実演販売のアルバイトを経験し、卒業後は車両用の内装材やエチケットブラシなどの製造・販売を行う日本シール(大阪府大阪市)の専属販売士として全国の百貨店で実演販売を行った。実演販売とは、実演販売士が消費者の目の前で実際に商品を使い、使用方法や特徴、効果や利点などを巧みな口上でアピールし、購入を促す販売手法である。

03年5月にインターネット通販を、同年11月にTV通販での実演販売を開始した。10年5月にインターネット通販番組「ワォ!の王様」を開始し、同年12月にユーザーがリアルタイムで参加できる動画配信システム「ワォ Live」を開始した(「ワォ!の王様」、「ワォ Live」は終了し、現在は運営していない)。18年4月に自社直営店舗「デモカウ」を東京ソラマチに出店し、同年5月に自社ECサイト「デモカウ」の運営を開始した(図表1)。

同社には連結子会社はなく、実演販売関連事業の単一セグメントであるが、売上高は販売チャネルに応じて、TV 通販、ベンダー(小売業者)販売、インターネット通販、セールスプロモーション、デモカウ、その他に区分されている(図表 2)。売上高の 10%を超える販売先は、19/3 期がジュピターショップチャンネル 13.6%、朝日放送グループホールディングス(9405 東証一部)子会社のロッピングライフ 12.4%、楽天(4755 東証一部)11.1%、アマゾンジャパン 10.0%、20/3 期は 19/3 期の大手取引先との取引はあるものの、10%を

新規上場会社紹介レポート

2/10

本レポートに掲載された内容は作成日における情報に基づくものであり、予告なしに変更される場合があります。本レポートに掲載された情報の正確性・信頼性・完全性・妥 当性・適合性について、いかなる表明・保証をするものではなく、一切の責任又は義務を負わないものとします。

発行日:2020/6/26

超えるのはロッピングライフ 15.5%のみである。大手取引先はいずれも商品 の卸売先である。

# 【 図表1 】事業の概要



(出所) コパ・コーポレーション届出目論見書

# 【 図表 2 】販売チャネル別売上高

(単位:百万円)

		19/3期			20/3期		
	売上高	前期比	構成比	売上高	前期比	構成比	
TV通販	1,336	16.4%	38.1%	2,507	87.6%	44.7%	
ベンダー販売	964	34.6%	27.5%	1,441	49.5%	25.7%	
インターネット通販	918	88.4%	26.2%	1,318	43.6%	23.5%	
セールスプロモーション	143	-0.5%	4.1%	182	26.7%	3.3%	
デモカウ	142	-	4.1%	155	8.6%	2.8%	
その他	0	8.7%	0.0%	0	-69.6%	0.0%	
合計	3,506	40.1%	100.0%	5,605	59.9%	100.0%	

(注) その他は、社員販売制度による売上高 (19/3 期 536 千円、20/3 期 163 千円) (出所) コパ・コーポレーション届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

# 1) TV 通販

同社の実演販売士が出演する地上波テレビの通販番組や、衛星放送の24 時間テレビショッピングチャンネルといった TV 通販専門チャンネルで販売 する商品を TV 通販番組運営会社に卸売販売している。 TV 通販番組は放 送時間が長く、実演販売士による深掘りした商品説明が可能なため、商品 の使用価値をアピールしやすく、ベンダー販売やインターネット販売、直営 店舗での販売促進につながる広告効果が高い。

# 2) ベンダー販売

百貨店や量販店の店頭で販売する商品を卸売販売している。店頭での販

# 新規上場会社紹介レポート

本レポートに掲載された内容は作成日における情報に基づくものであり、予告なしに変更される場合があります。本レポートに掲載された情報の正確性・信頼性・完全性・妥

当性・適合性について、いかなる表明・保証をするものではなく、一切の責任又は義務を負わないものとします。 一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポートの配信に関して閲覧し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ず、投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあり ます。また、本件に関する知的所有権は一般社団法人 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。

発行日:2020/6/26

促活動として、同社の実演販売士が販売を行うことに加え、店頭で視聴する ための販促用ビデオ映像(同社の実演販売士が出演)の提供も行ってい る。

#### 3) インターネット通販

Yahoo!ショッピング、楽天市場、Amazon などの大手 EC サイトのショッピングモールで、同社の実演販売士の出演する動画で商品の特徴や使い方を説明して商品を販売している。

#### 4) セールスプロモーション

企業などからの依頼を受け、展示会などのイベントへの実演販売士の派遣や、セミナーなどへの講師の派遣を行っている。これまで依頼を受けた企業は、自動車メーカー、電機メーカー、通信事業者、食品メーカーなど多岐にわたっている。

#### 5) デモカウ

「デモンストレーション×買う」をコンセプトとする直営店舗「デモカウ」、ECサイト「デモカウ」で商品を販売している。直営店舗「デモカウ」は、東京スカイツリータウン内の商業施設、東京ソラマチに出店しており、生活雑貨や日用品、美容商品を中心に、実演販売士が毎日店頭で実演販売を行っている。直営店舗の展開は、多くの消費者に実演販売を体験してもらい、同社の知名度向上につなげる狙いがある。また、新商品のテスト販売を行って有効な販売戦略を策定する、顧客のニーズを汲み上げて商品企画に繋げる、実演販売士の育成の場とする、メディアに取材の場を提供するといった機能も担っている。

# ◆ 主に生活用品を実演販売士が販売

同社が主に取り扱う商品は生活用品で、代表的な商品が掃除用クロス「パルスイクロス」、コーティングフライパン・包丁など「スーパーストーンバリアシリーズ」、かかと角質削り・爪磨きなど「5 セカンズシャインシリーズ」などである。これらの商品の使用方法や特徴などを、実演販売士が巧みな口上に身振り手振りを交えてアピールして消費者の購買意欲を引き出し、販売につなげている。

同社は、「売の極意塾」という名称の実演販売士育成講座を定期的に開催し、最新の心理学や脳科学に基づく実演ノウハウや、関連する法令知識を身に付けるとともに、顧客のニーズを捉えて商品企画につなげることができる人材を育成することに注力している。「売の極意塾」には、同社の役職員だけではなく、芸人や歌手といった様々な経歴を持つ人物が参加しており、ノウハウを身に付け、実演販売士の認定を受けた人材は、店頭やイベントでの実演販売やセミナーの講師、販促動画への出演などで活躍している。

新規上場会社紹介レポート

4/10

同社の社員以外が実演販売士を目指す場合、①応募、②簡単なオーディションを兼ねた説明会に参加、③双方の同意のもと同社と業務委託契約を締結、④「売の極意塾」実演販売士育成講座基礎コースを受講、⑤「売の極意塾」実演販売士育成講座マスターコースを受講、⑥販売現場で実技を学ぶという段階を経て実演販売士に認定される。説明会や各講座の受講料は無料である。20年3月末時点で39名の実演販売士がいるが、同社の社員が10名、業務委託契約による者が29名となっている。

# 注 1) 独占販売商品

同社における独占販売とは、原 則的にはメーカーが同社のみに 商品を供給する形態の取引のこ と。ただし、同社の合意のもと、 メーカーが他社に商品を供給す る場合には同社が販売手数料を 受領することが契約に定められ ている取引も含む。 また、同社は実演販売の力を最大限に生かすため、「3D マーケティング販売戦略」という独自の販売戦略を取り入れている。「3D マーケティング販売戦略」とは、実演販売士がテレビの通販番組で商品の実演販売を行うことやバラエティ番組で商品を紹介することにより需要の活性化を図り、ベンダー販売、インターネット販売など他の販売チャネルでの販売につなげていく手法である(図表3)。商品面では、プライベートブランド(PB)商品や独占販売商品<sup>達1</sup>を取り扱うことで、商品の値崩れや他社との競合を回避している、

# 【 図表 3 】「3D マーケティング販売戦略」の概念図



「3Dマーケティング販売戦略」の概念図

(出所) コパ・コーポレーション届出目論見書

# > 特色・強み

# ◆ 実演販売を活かした高い販売力

同社の主な特徴は、取扱商品の商品力のみに依存するのではなく、実演 販売により高い販売力を維持している点である。

実演販売には、1)消費者だけではなく、店舗のバイヤーや担当者に商品の特徴や良さが伝わる、2)消費者と直に接して販売するため、消費者のニーズを捉えやすく、次の商品企画に活かすことができる、3)実演販売を行うこと自体が商品の広告宣伝になるといったメリットがある。同社はこうしたメリットを活かし、TV 通販運営会社や小売業者に商品を卸売販売する BtoB から、自社企画した商品を消費者に直接販売する BtoC へと事業領域を拡大している。

# 新規上場会社紹介レポート

5/10

本レポートに掲載された内容は作成日における情報に基づくものであり、予告なしに変更される場合があります。本レポートに掲載された情報の正確性・信頼性・完全性・妥当性・適合性について、いかなる表明・保証をするものではなく、一切の責任又は義務を負わないものとします。

当性・適合性について、いかなる表明・保証をするものではなく、一切の責任又は義務を負わないものとします。
一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レボートの配信に関して閲覧し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ず、投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあり ます。また、本件に関する知的所有権は一般社団法人 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。

発行日:2020/6/26

# > 事業環境

# ◆ 国内の消費者向け EC 市場は拡大が続く

日用品の卸売業界は、インバウンド消費の拡大というプラス要因があるものの、人口減少や生活防衛意識の高まりによる個人消費の伸び悩み、人手不足を背景とした人件費や運賃の上昇などが影響し、事業環境は厳しい。尚、20年3月以降はコロナウィルス感染拡大による店舗の休業や外出自粛の影響も受けている。

一方、ネット環境の普及が進んでいることや、多様なショッピングサイトが増加していることなどから国内 EC 市場は拡大基調となっている。経済産業省が毎年実施している「電子商取引に関する市場調査」によると、18年の日本国内の消費者向け EC 市場の規模は前年比 9.0%増の 18 兆円、そのなかの物販系分野 9.3 兆円における EC 化率は 6.2%となった(図表 4)。

# 【 図表 4 】日本国内消費者向け EC 市場規模と物販系分野の EC 化率



(出所) 経済産業省「電子商取引に関する市場調査」を基に証券リサーチセンター作成

# ◆ 競合

日用品分野で卸売や PB 商品開発を行う上場企業としては、中山福(7442 東証一部)、ドウシシャ(7483 東証一部)、レック(7874 東証一部)などがある。同社は、実演販売を主力とする点が他社と一線を画しているが、商品企画の面では、ドウシシャやレックを競合先と捉えている。また、医薬品や芳香消臭剤、日用雑貨品などを製造販売する小林製薬(4967 東証一部)も競合先と考えている。

実演販売関連事業を主力とする上場企業はなく、非上場企業ではパシオ (愛知県名古屋市)、KODEKA(コデカ、東京都渋谷区)、バーンアップコーポレーション(東京都港区)、Aves(アウェス、愛知県名古屋市)などがある。 いずれの企業も、実演販売士の派遣が事業の中心であり、同社の販売チャネルの一つであるセールスプロモーションにおいては限定的な競合にとどまっている。

新規上場会社紹介レポート

6/10

本レポートに掲載された内容は作成目における情報に基づくものであり、予告なしに変更される場合があります。本レポートに掲載された情報の正確性・信頼性・完全性・妥当性・適合性について、いかなる表明・保証をするものではなく、一切の責任又は義務を負わないものとします。 一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポートの配信に関して閲覧し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

発行日:2020/6/26

# > 業績

# ◆ 過去の業績推移

同社の届出目論見書には、15/3 期以降の業績が記載されている(図表 5)。 販売商品数及びTV通販番組本数の増加、インターネット販売の順調な伸び に伴い、売上高、経常利益とも増加基調にある。17/3 期に小幅な減収減益と なったのは、数年間ヒットしていた商品の売上が減少し、他の商品でカバーで きなかったことが要因である。

# 【 図表 5 】業績推移



(注) 単体決算

(出所) コパ・コーポレーション届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

# ◆ 20 年 3 月期業績

20/3 期業績は、売上高 5,605 百万円(前期比 59.9%増)、営業利益 862 百万円(同 87.9%増)、経常利益 863 百万円(同 81.4%増)、当期純利益 561 百万円(同 75.1%増)であった。

販売チャネル別売上高は、TV 通販が 2,507 百万円(前期比 87.6%増)、ベンダー販売が 1,441 百万円(同 49.5%増)、インターネット販売が 1,318 百万円(同 43.6%増)であった。いずれもインテリア系商品の「G ゼロクッション」やビューティ&ヘルス系商品の「夢ゲンクールタオル」などの商品が売上を牽引した。セールスプロモーションは、販促イベントの案件数増加により 182 百万円(同 26.7%増)、デモカウは、ファイス用タオル「洗顔パルスイタオル」やヘルス系商品「G ゼロインソール」の好調により 155 百万円(同 8.6%増)であった。

原価率の高い TV 通販の売上構成比が上昇したことにより売上総利益率が 19/3 期より 0.7%ポイント低下した一方、経費負担の軽い卸売が増加したことで販売費及び一般管理費(以下、販管費)の売上高に対する比率が同 3.0%ポイント低下し、営業利益率は 19/3 期の 13.1%から 15.4%に上昇した。

発行日:2020/6/26

# ◆ 21 年 3 月期の会社計画

21/3 期の会社計画は、売上高 5,607 百万円(前期並み)、営業利益 708 百万 円(同17.9%減)、経常利益699百万円(同18.9%減)、当期純利益457百万 円(同18.5%減)である(図表6)。

# 【 図表 6 】 21 年 3 月期の会社計画

(単位:百万円)

		18/3期	19/3期	20/3期	21/3	期
		実績	実績	実績	会社計画	前期比
売上高		2,503	3,506	5,605	5,607	0.0%
TV通販		-	1,336	2,507	2,664	6.3%
ベンダー販売		-	964	1,441	1,097	-23.8%
インターネット通販		-	918	1,318	1,551	17.6%
セールスプロモーショ	ョン	-	143	182	147	-19.3%
デモカウ		-	142	155	145	-6.1%
売上総利益		809	1,267	1,991	1,962	-1.5%
	売上総利益率	32.3%	36.2%	35.5%	35.0%	_
販売費及び一般管理費		567	808	1,129	1,254	11.1%
	販管費率	22.7%	23.1%	20.1%	22.4%	-
営業利益		241	458	862	708	-17.9%
	営業利益率	9.7%	13.1%	15.4%	12.6%	-
経常利益		265	475	863	699	-18.9%
	経常利益率	10.6%	13.6%	15.4%	12.5%	_
当期純利益		187	320	561	457	-18.5%

<sup>(</sup>注)予想は会社予想

(出所) コパ・コーポレーション適時開示資料を基に証券リサーチセンター作成

販売チャネル別売上高は、TV 通販は放送予定本数、取扱商品数の増加に より 2.664 百万円 (前期比 6.3%増)を見込んでいる。 ベンダー販売は、新型コ ロナウィルス感染拡大の影響による店舗休業及び外出自粛による客数減少を 考慮して1,097百万円(同23.8%減)、インターネット販売は、既存商品の売上 増と新商品の寄与により 1,551 百万円(同 17.6%増)を見込んでいる。セール スプロモーションは 147 百万円(同 19.3%減)、デモカウは 145 百万円(同 6.1%減)と、イベントの中止や店舗休業による減収を見込んでいる。

売上総利益率は、20/3 期に続き TV 通販の売上構成比が上昇することにより 前期比 0.5%ポイントの低下を想定している。

販管費は、人員増に伴う人件費の増加やオフィス増床による地代家賃の増 加などを考慮し同 11.1%増の 1,254 百万円、販管費率は同 2.3%ポイント上昇 の 22.4%を想定し、営業利益予想は同 17.9%減の 708 百万円としている。

営業外損益には毎期恒常的に発生する受取利息、支払利息に加え、株式上 場関連費用を見込んでいる。特別利益、特別損失については発生を見込ん でいない。

# 新規上場会社紹介レポー

発行日:2020/6/26

# ◆ 成長戦略

同社は、BtoB 事業から BtoC 事業へ経営リソースをシフトし、商品企画から販売まで自社で行う体制を強化していく考えである。具体的な成長戦略として以下の 2 つを挙げている。

# 1)デモカウ事業の強化

東京ソラマチの店舗とECサイトの連携強化を進めることで顧客の利便性向上を図り、販売につなげていく考えである。具体的には、ECサイトで注文した商品を店舗で受け取ることできる「店舗受取サービス」や、店舗からの生配信動画をECサイト上で視聴できる「実演生Live」などを導入する準備を進めている。また、顧客との接点を増やすため、東京ソラマチ以外への直営店舗の出店も視野に入れている。

# 2) 実演販売士の育成と商品企画の強化

現場で把握した顧客ニーズを反映した商品企画ができる実演販売士の育成を強化する考えである。このため、育成講座「売の極意塾」を定期的に開催すると同時に、内容のブラッシュアップを進めている。また、直営店舗の新規出店を進めることで実演販売士が顧客に直に接する場を増やし、商品企画力の強化につなげる考えも持っている。

# >経営課題/リスク

#### ◆ 個人情報の管理について

同社は、インターネット取引などの販売活動により利用者本人を識別できる個人情報を有している。個人情報保護については、社内でのアクセス権限の設定や、システムのセキュリティ強化などを実施している。しかし、個人情報流出に関しては一定のリスクがつきまとうことに留意する必要がある。

# ◆ 代表取締役の保有株比率が高い

上場時点で代表取締役社長である吉村氏及び同氏の資産管理会社が同社 の発行済株式数の 75.0%を保有しており、株主総会の決議事項に関する決 定権及び拒否権を有している。

#### ◆ 配当について

同社では、株主に対する利益還元を重要な経営課題の一つと位置付けている。しかし、現在は財務体質の強化と事業拡大に向けた投資が先行するため、配当を実施していない。配当の実施及びその時期については現時点では未定である。

# ◆ コロナウィルス感染拡大の影響について

新型コロナウィルスの感染拡大の影響により、イベントの中止や店舗休業が再度必要になった場合には、同社の販売チャネルのベンダー販売、セールスプロモーション、デモカウへの悪影響が大きくなる可能性がある。

# 新規上場会社紹介レポート

# 【 図表 7 】財務諸表

損益計算書	2018/3		2019/3		2020/3	
供価可异音	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
売上高	2,503	100.0	3,506	100.0	5,605	100.0
売上原価	1,693	67.7	2,238	63.8	3,614	64.5
売上総利益	809	32.3	1,267	36.2	1,991	35.5
販売費及び一般管理費	567	22.7	808	23.1	1,129	20.1
営業利益	241	9.7	458	13.1	862	15.4
営業外収益	25	1.0	19	0.6	4	0.1
営業外費用	2	0.1	2	0.1	3	0.1
経常利益	265	10.6	475	13.6	863	15.4
税引前当期純利益	265	10.6	475	13.6	863	15.4
当期純利益	187	7.5	320	9.1	561	10.0

貸借対照表	2018	2018/3		2019/3		/3
貝伯列忠衣	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
流動資産	949	91.9	1,386	95.0	2,204	95.0
現金及び預金	367	35.5	764	52.4	944	40.7
売掛金	291	28.2	365	25.0	522	22.5
棚卸資産	271	26.3	247	16.9	690	29.8
固定資産	83	8.1	73	5.0	116	5.0
有形固定資産	8	0.8	14	1.0	31	1.4
無形固定資産	19	1.9	17	1.2	35	1.5
投資その他の資産	55	5.4	41	2.8	49	2.1
総資産	1,032	100.0	1,459	100.0	2,321	100.0
流動負債	463	44.9	570	39.1	864	37.2
買掛金	109	10.6	173	11.9	338	14.6
短期借入金	202	19.6	105	7.2	119	5.2
未払法人税等	45	4.4	125	8.6	236	10.2
固定負債	2	0.2	1	0.1	8	0.4
リース債務	2	0.2	1	0.1	0	0.0
資産除去債務	-	-	-	-	7	0.3
純資産	566	54.9	887	60.8	1,448	62.4
自己資本	566	54.9	887	60.8	1,448	62.4

キャッシュ・フロー計算書	2018/3 (百万円)	2019/3 (百万円)	2020/3 (百万円)
営業キャッシュ・フロー	-85	481	202
減価償却費	5	9	15
投資キャッシュ・フロー	15	31	-36
財務キャッシュ・フロー	78	-114	13
配当金の支払額	-	-	-
現金及び現金同等物の増減額	8	398	179
現金及び現金同等物の期末残高	365	764	944

(出所) コパ・コーポレーション届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

新規上場会社紹介レポート

# 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。



上場企業による費用負担なし

#### ■協賛会員

(協替)

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 野村證券株式会社 なずほ証券株式会社 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 ればならず、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。