

ホリスティック企業レポート

ポストプライム
PostPrime

198A 東証グロース

新規上場会社紹介レポート
2024年6月21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 20240328

お金のことを楽しく学べる金融・経済情報プラットフォーム「PostPrime」を運営サービスの拡充による新規ユーザーの獲得などに注力し、業績拡大を目指す

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

【198A PostPrime 業種: 情報・通信業】

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)
2022/5	644	-	368	-	419	-	200	-	20.1	41.6	0.0
2023/5	787	22.2	247	-32.9	260	-37.9	186	-7.3	18.6	60.2	0.0
2024/5 予	936	18.9	343	39.1	366	40.8	240	29.1	24.0	-	0.0

(注) 1. 単体ベース、2021/5期は3カ月の変則決算のため2022/5期の前期比は記載なし

2. 2024/5期は会社予想

【株式情報】	【会社基本情報】	【その他】
株価 530円 (2024年6月20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 10,100,000株	設立年月日 2020年9月18日	みずほ証券
時価総額 5,353百万円	代表者 高橋 ダニエル圭	【監査人】
上場初値 450円 (2024年6月20日)	従業員数 19人 (2024年3月)	史彩監査法人
公募・売価格 450円	事業年度 6月1日～翌年5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

(注1) SNS

ソーシャルネットワーキングサービス (Social Networking Service) の略で、インターネット上のコミュニティサイトのこと

◆ 金融・経済情報プラットフォームを運営

PostPrime (以下、同社) は、「最新テクノロジーを使用して、誰でもお金のことを楽しく学べるプラットフォームを拡大」をミッションに掲げ、金融・経済情報に関する様々なコンテンツを網羅した SNS ^{※1} である「PostPrime (ポストプライム)」を運営している。

同社は 20 年 9 月に DKT という社名で設立され、22 年 4 月に現在の社名となった。「PostPrime」のリリースは 21 年 9 月で、その後「ありがとう」機能、ライブ機能などを追加している。同社に連結子会社はなく、金融・経済情報プラットフォーム事業の単一セグメントである。

◆ 「PostPrime」の概要

同社が運営する「PostPrime」は、誰でも気軽にお金を増やす方法を学べる SNS で、世界中の最新ニュースや金融・経済情報などに関する様々なコンテンツを網羅している (図表 1)。

「PostPrime」への会員登録は無料で、会員登録したユーザーは、文章、画像、音声、動画、ライブ配信など、情報発信の方法を選択して無料で投稿できると同時に、他のユーザーによる投稿を視聴・閲覧することができる。また、コメント機能やライブチャット機能を使い、ユーザー間でコミュニケーションをとることも可能となっている。

【 図表 1 】「PostPrime」のサービス概要と画面イメージ



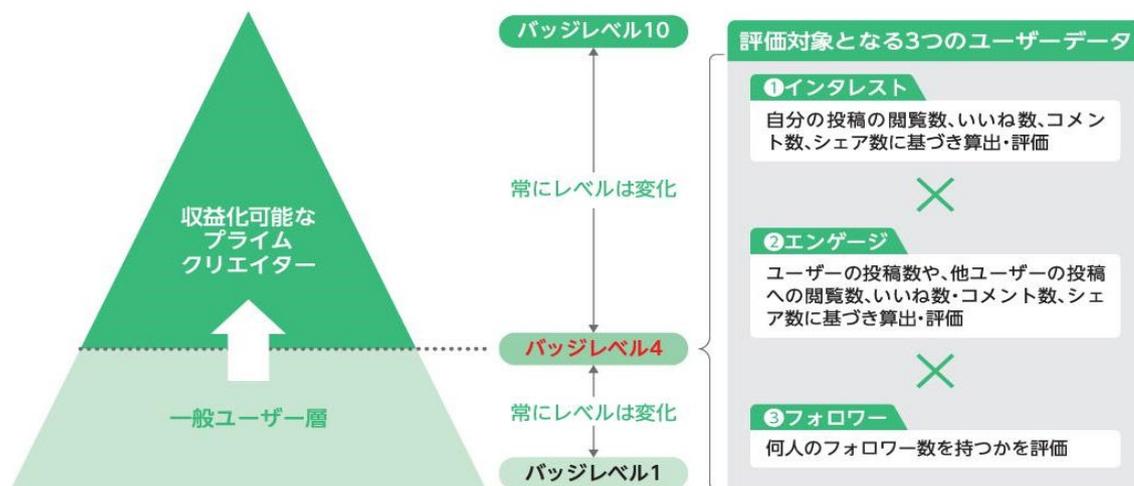
(出所) 届出目論見書

無料登録の他に有料投稿の視聴・閲覧や様々な有料機能を利用できるプライム登録(一定の視聴・閲覧期間に対応する料金を支払う)や、加入すると有料で特典が付与されるメンバーシップといったサービスもある。プライム登録に際しては、プロフィール画面のプライム登録ボタンをクリックし、支払情報を登録するだけで完了する。メンバーシップについては、トップページのバナーからメンバーシップの新規登録・再開を選択し、任意のメンバーシップを選んで支払情報を入力するだけ加入が完了する。

メンバーシップには利用料金に応じて、GREEN(グリーン・メンバーシップ)、SILVER(シルバー・メンバーシップ)、GOLD(ゴールド・メンバーシップ)、PLATINUM(プラチナ・メンバーシップ)というグレードがあり、グレードに応じてより有利な情報が閲覧できる仕組みになっている。

また、ユーザーは一定の要件を満たせば、自らの投稿を有料に設定して情報発信により収益を得ることが可能なプライムクリエイターになることができる。プライムクリエイターになるためには、他ユーザーからの関心度、投稿者自身の投稿数や他の投稿者の投稿への閲覧数、いいね数、コメント数などに基つき評価されるユーザーの行動力、フォロワー数などのデータを評価してバッジのレベルを決定するシステムにおいて、バッジレベル4以上(バッジレベルは1から10まで)になる必要がある(図表2)。

【 図表 2 】 バッジシステムの概要



(出所) 届出目論見書

◆ 収益構造

同社の売上高には、1)プライム登録売上、2)メンバーシップ売上、3)アフィリエイト広告売上、4)その他がある。尚、売上構成比については開示されていない。

1) プライム登録売上

「PostPrime」のコンテンツのなかに、プライムクリエイターによって有料として設定され、プライム登録した会員が視聴・閲覧できる投稿があるが、同社は、ユーザーが支払ったプライム登録料金からプライムクリエイターに対してレベルに応じた還元率によりロイヤリティを支払い、残りを収益として得ている。尚、同社自身も「日本株 News」などの有料投稿を行う複数のアカウントを運営している。

24年2月末時点のプライム登録件数は28,213件、毎月のプライム登録売上とメンバーシップ売上の合計を月末の件数で除して同社が算出した平均課金単価は1,968円である(図表3)。

【 図表 3 】 プライム登録件数、平均課金単価など

	22/5期	23/5期	24/5期 第3四半期
プライム登録件数 (件)	13,310	23,852	28,213
メンバーシップ加入件数 (件)	-	8,048	8,861
平均課金単価 (円)	1,734	1,869	1,968

(注) プライム登録件数及びメンバーシップ加入件数は各期末時点の残高件数
メンバーシップ機能は22年6月にリリース

平均課金単価は毎月の(プライム登録売上+メンバーシップ売上)÷各月末の件数の対象期間の平均値

(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

2) メンバーシップ売上

ユーザーがメンバーシップに加入すると、月額料金を支払う必要があり、それが同社の収益となる。メンバーシップの月額料金は、グレードに応じて GREEN が 920 円、SILVER が 1,650 円、GOLD が 3,600 円、PLATINUM が 5,850 円で、契約期間は 1 カ月、6 カ月、1 年のプランがある。24 年 2 月末時点のメンバーシップ加入件数は 8,861 件である。

3) アフィリエイト広告売上

アフィリエイト広告とは成果報酬型の広告の一つで、広告主がサービス・プロバイダー (ASP) を通じてウェブメディア運用者に広告を出稿し、一定の成果条件を達成した場合に成果報酬が支払われる。同社は「PostPrime」に掲載した広告について、一定の成果条件を達成した場合に成果報酬を受け取っている。

4) その他

ありがとう

「ありがとう」は、特定のプライムクリエイターの投稿内容に対し、ユーザーが感謝を伝えるための有料アイテムである。同社は、「ありがとう」に支払われた料金からプライムクリエイターにロイヤリティを支払い、残りを収益として得ている。

プライムパートナーズ

プライムクリエイターの概要欄にアフィリエイト広告を掲載し、成果報酬を得ている(成果報酬の一部はプライムクリエイターに支払われる)。

コース

プライムクリエイターまたは同社アカウントが投稿した動画等のコンテンツを一般ユーザーが購入できるサービス。プライムクリエイターが投稿したコンテンツの場合は、支払われた料金からプライムクリエイターにロイヤリティを支払い、残りが同社の収益となる。同社アカウントが投稿したコンテンツの場合は、全て同社の収益となる。

人材紹介

「PostPrime」に会員登録したユーザーのうち転職を希望しているユーザーについて、同意を得た上で求人企業とのマッチングを行い、入社に至った場合に一定の成功報酬を得ている。

他のメディア

同社が運営する YouTube チャンネルにおける動画配信及びライブ配信について、Google LLC から視聴に応じた広告収入を得ている。また、YouTube チャンネルにアフィリエイト広告を掲載し、成果報酬を得ている。

> 特色・強み

◆ 多様な機能や充実したコンテンツなどが強み

同社が運営する「PostPrime」の特色及び強みとして、以下の点が挙げられる。

- (1) ユーザーが分かりやすい情報発信をするための機能として、文章、画像、音声、動画、ライブ配信など様々な選択肢を備えていること。また、ユーザー間での交流を促すためのコメント機能、ライブチャット機能なども充実していること
- (2) 新 NISA (少額投資非課税制度) の導入などにより幅広い世代で貯蓄から投資へという動きが広がるなか、金融・経済情報に関するコンテンツを幅広く網羅して、情報を求めるユーザーにとっての利用価値を高めていること
- (3) SNS であるため、ユーザーが迅速に分かりやすいかたちで有益な情報を入手することが可能なこと
- (4) AI や担当チームによるモニタリング体制を構築するとともに著作権保護やユーザーへの啓蒙活動の推進などにも継続的に取り組み、ユーザーが安心して利用できる SNS の運営を行っていること

> 事業環境

◆ SNS 利用者数は増加が続く

日本における SNS 利用者数は年々増加している。ICT 総研の「2022 年度 SNS 利用動向に関する調査」によると、21 年末のネット利用人口は 10,078 万人と推計され、SNS 利用者数はその 80.9%にあたる 8,149 万人であった(図表 4)。日本の総人口は減少しているものの、格安料金プランの登場などにより幅広い年齢層にスマートフォンの普及が進んでいる。スマートフォンの普及に伴い SNS 利用者数も増加が続くと予測されている。

【 図表 4 】 日本における SNS 利用者数



(注) SNS 利用率はネット利用人口に対する SNS 利用者数の割合 (20 年末までは実績値、21 年末の SNS 利用者数は実績値、ネット利用人口は 10,078 万人と ICT 総研が推計、22 年末以降は ICT 総研推計値 (出所) ICT 総研「2022 年 SNS 利用動向に関する調査 (22 年 5 月 17 日)」を基に証券リサーチセンター作成

◆ 競合

個人向けのメディアやライブ配信プラットフォームなどを運営し、課金収入や広告収入などを得ている上場企業には、ユーザーが様々なコンテンツを配信する「はてなブログ」などを運営するはてな(3930 東証グロース)、資産形成に関する情報サイト「MINKABU(みんかぶ)」などを運営するミンカブ・ジ・インフォノイド(4436 東証グロース)、ライブ配信サービス「ツイキャス」を運営するモイ(5031 東証グロース)、ライブ配信アプリ「ふわっち」を運営するjig.jp(5244 東証グロース)などがある。また、金融メディア「ZUU オンライン」を運営して、送客による手数料や広告収入を得ているZUU(4387 東証グロース)がある。

同社は、多様な機能やコンテンツの独自性、バッジシステムの採用などにより差別化を図っているが、資本力や知名度のある SNS 運営企業により同様のサービス提供がなされた場合、競争が更に厳しくなる可能性がある。

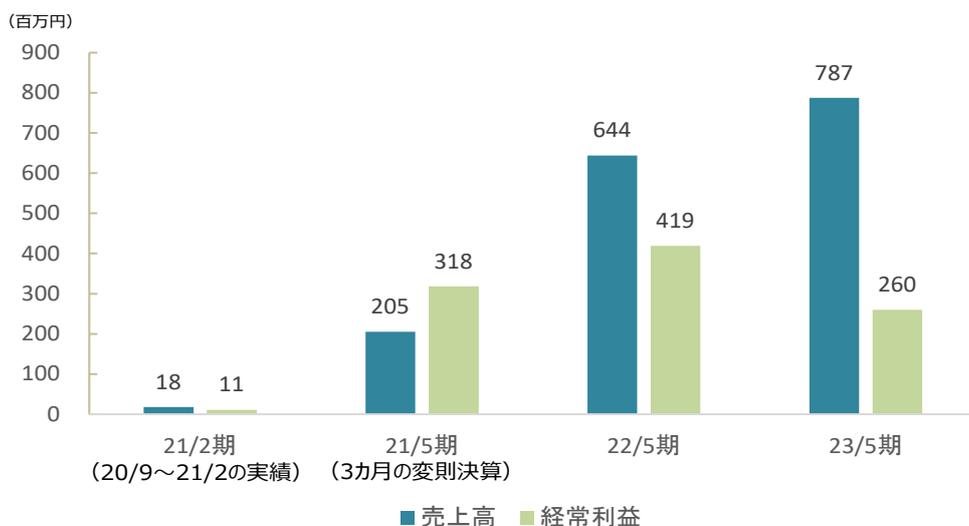
> 業績

◆ 過去の業績推移

同社の届出目論見書には、21/2 期以降の業績が記載されている(図表 5)。同社は 20 年 9 月設立のため、21/2 期は 20 年 9 月から 21 年 2 月までの実績、21/5 期は決算期の変更により 3 カ月の変則決算である。プライム登録件数の増加とメンバーシップ機能の導入に伴うメンバーシップ売上の寄与で 23/5 期は同 22.2%増収となった。

21/5 期の経常利益が売上高を上回るのは新型コロナ関連の補助金などを営業外収益に計上したためと推測されるが、詳細な内容や金額については開示されていない。22/5 期の経常利益率 65.1%に対し、23/5 期に 33.1%となったのは、支払ロイヤリティや人件費、システム利用料などの増加が理由である。

【 図表 5 】 業績推移



(注) 単体ベース
(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

◆ 23年5月期決算

23/5期業績は、売上高 787 百万円(前期比 22.2%増)、営業利益 247 百万円(同 32.9%減)、経常利益 260 百万円(同 37.9%減)、当期純利益 186 百万円(同 7.3%減)であった。

プライム登録件数が 22/5 期末の 13,310 件から 23/5 期末は 23,852 件に増加したことに加え、22 年 6 月リリースしたメンバーシップの加入件数が 8,048 件となり増収に寄与した(平均課金単価は、22 年 5 月の 1,734 円から 23 年 5 月は 1,869 円に上昇)。

バッジレベルが高い(ロイヤリティ率が高い)クリエイターが増えて支払ロイヤリティが増加したことにより売上総利益率は前期比 8.6%ポイント低下の 90.1%となった。上場に向けた体制構築のための増員に伴う人件費の増加、事業規模拡大に伴うシステム利用料の増加により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は同 17.2%ポイント悪化の 58.7%となり、営業利益は前期比 32.9%減、営業利益率は 31.4%となった(22/5 期は 57.2%)。

営業外収益は消費税等免除益がなくなったことにより 13 百万円(22/5 期は 51 百万円)、営業外費用及び特別損益の計上はなかった(22/5 期は暗号資産売却損 63 百万円を含む 117 百万円を特別損失に計上)。

◆ 24年5月期第3四半期累計期間

24/5期第3四半期累計期間の業績は、売上高 734 百万円、営業利益 316 百万円、経常利益 338 百万円、四半期純利益 221 百万円であった(四半期決算の開示は 24/5 期からのため前年同期との比較はなし)。

プライム登録件数が 23/5 期末の 23,852 件から 24/5 期第3四半期末は 28,213 件に、メンバーシップ加盟件数が同じく 8,048 件から 8,861 件に増加した(平均課金単価は 23 年 5 月の 1,869 円から 24 年 2 月は 1,968 円に上昇)。

支払ロイヤリティの増加により売上総利益率は 23/5 期通期比 0.8%ポイント悪化の 89.3%、売上増に伴う固定費負担の軽減により販管費率は同 12.5%ポイント改善の 46.2%となり、結果として営業利益率は同 11.8%ポイント改善の 43.2%となった。

◆ 24年5月期会社計画

24/5 期の会社計画は、23 年 6 月から 24 年 3 月までの実績に、4 月、5 月の予測値を加算して作成されており、売上高 936 百万円(前期比 18.9%増)、営業利益 343 百万円(同 39.1%増)、経常利益 366 百万円(同 40.8%増)、当期純利益 240 百万円(同 29.1%増)である(図表 6)。

【 図表 6 】 24 年 5 月期会社計画

(単位: 百万円)

	22/5期	23/5期	24/5期	
	実績	実績	会社計画	前期比
売上高	644	787	936	18.9%
売上原価	8	78	102	31.5%
売上総利益	635	709	833	17.6%
売上総利益率	98.7%	90.1%	89.0%	-
販売費及び一般管理費	267	461	490	6.1%
対売上高比	41.5%	58.7%	52.4%	-
営業利益	368	247	343	39.1%
営業利益率	57.2%	31.4%	36.7%	-
経常利益	419	260	366	40.8%
経常利益率	65.1%	33.1%	39.2%	-
当期純利益	200	186	240	29.1%

(注) 単体ベース

(出所) 届出書目論見書、「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のお知らせ」を基に証券リサーチセンター作成

プライム登録売上については、予算策定時の過去3カ月程度の実績を基に登録件数及び平均単価を想定して前期比約3%増と見込んでいる(金額の開示はなし)。メンバーシップ売上も同様に同約2.5倍と見込んでいる。アフィリエイト広告については、予算策定時の過去3カ月程度の実績及び新たな広告主との取引条件などを考慮し、同約32%減と見込んでいる。

売上原価は、主に支払ロイヤリティの増加により102百万円(前期比31.5%増)、販管費は内製化を進めることによる外注費の減少を見込む一方、システム利用料や人件費の増加により490百万円(同6.1%増)と見込み、営業利益は前期比39.1%増の343百万円と計画している。営業外収益は有価証券利息など24百万円、営業外費用の計上は見込んでいない。特別利益に新株予約権戻入益(100万円未満)を見込むが、特別損失の計上は見込んでいない。

尚、第3四半期累計期間の実績、売上高734百万円、営業利益316百万円を踏まえた、第4四半期の計画は、売上高202百万円、営業利益27百万円となる。第4四半期における利益率低下は、株式上場に係る諸費用が発生するためである。

◆ 成長戦略

同社は、「PostPrime」のサービスの拡充による新規ユーザーの獲得や、顧客単価の引き上げに注力し、持続的な事業規模拡大を目指す方針である。顧客単価引き上げのため、従来はGREEN、SILVER、GOLDとランク分けして

いたメンバーシップに、24年7月には上位ランクの PLATINUM を導入した。

新規ユーザー獲得のためには、AI アニメキャラクターの活用やライブ配信の機能改善を進めるとともに、各種メディアでの広告宣伝やプロモーション活動を行っていく方針である。

また、「PostPrime」のユーザーのうち、潜在的な転職希望者と求人企業のマッチングを行う人材紹介や、クリエイターの金融・経済情報に関する知見を活かした教育コンテンツの提供など、新規領域への事業展開も進めており、中長期的には、海外展開や M&A、金融商品の取引プラットフォーム構築による事業規模拡大も視野に入れている。

> 経営課題/リスク

◆ システム障害について

同社の事業は、インターネットを通じてサービスを提供する形態であり、自然災害や外部委託業者等における障害等により通信トラブルが発生した場合には事業運営に影響が出る可能性がある。また、同社システムにおいてソフトウェアやシステム機器等の瑕疵・欠陥等によるトラブルが発生した場合も同様である。

◆ 個人情報の管理について

同社は、プライムクリエイターの個人情報を獲得し、保有している。個人情報保護については、法律に基づき保護管理体制の整備を進めるとともに、情報セキュリティ管理規程等を定めて役職員への啓蒙活動を継続しているが、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。

◆ サービスの健全性の維持について

同社は、コンテンツのモニタリング体制を構築するとともに特定のユーザーや単語をブロックする機能を導入し、サービスの健全性を維持する取り組みを継続している。しかし、ユーザーが投稿するコンテンツの内容やユーザー間のコミュニケーション内容などを完全に把握することは困難で、ユーザーによる公序良俗に反するコンテンツの配信や不適切な行為の発生により、同社の企業イメージや信頼性が低下するリスクがある。

◆ 代表取締役への依存について

創業者で代表取締役社長である高橋ダニエル圭氏は、ニューヨークのウォール街における投資銀行業務等の経験に基づくグローバルな金融経済に関する知見を有しており、知見を活かして情報を発信する YouTube チャンネルの登録数は約 50 万人となっている。同氏による「PostPrime」及び YouTube の同社チャンネルからの収益は 23/5 期における同社の売上高の約 3 割を占めており(同氏に対するロイヤリティの支払いはない)、何らかの理由により同氏の業務継続が困難になった場合には業績に影響を及ぼす可能性がある。

◆ **社歴が浅いことについて**

同社の設立は20年9月で、社歴は4年に満たない。このため、過年度の経営成績のみでは、今後の業績を判断することが難しい点に留意が必要である。

◆ **大株主について**

代表取締役社長である高橋氏及び同氏の資産管理会社との合計で上場時発行済株式総数の71.0%を保有している。高橋氏及び資産管理会社は、安定株主として同社株式の保有を継続すると見られるが、今後、何らかの事情により保有株式の一定以上の売却が行われた場合や売却の可能性が生じた場合には、同社の株価に影響を及ぼす可能性がある。

◆ **新株予約権の行使による株式価値の希薄化について**

同社の新株予約権による潜在株式数は1,354千株(24年4月末時点)、上場時発行済株式総数の13.4%となっている。新株予約権が行使され、1株当たりの株式価値が希薄化する可能性がある。

◆ **流通株式比率について**

上場時点の流通株式比率は25.2%程度と推測され、東証グロース市場の上場維持基準である25%に近い水準である。何らかの事情により適合しない状態となった場合、定められた期間内に上場維持基準に適合しなければ上場廃止基準に該当することとなる。

◆ **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としている。

【 図表 7 】財務諸表

損益計算書	2022/5		2023/5		2024/5 3Q累計	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
売上高	644	100.0	787	100.0	734	100.0
売上原価	8	1.3	78	9.9	78	10.7
売上総利益	635	98.7	709	90.1	656	89.3
販売費及び一般管理費	267	41.5	461	58.7	339	46.2
営業利益	368	57.2	247	31.4	316	43.2
営業外収益	51	-	13	-	21	-
営業外費用	-	-	-	-	-	-
経常利益	419	65.1	260	33.1	338	46.1
税引前当期(四半期)純利益	302	46.9	260	33.1	338	46.1
当期(四半期)純利益	200	31.2	186	23.6	221	30.2

貸借対照表	2022/5		2023/5		2024/5 3Q	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
流動資産	402	76.1	884	96.4	1,182	93.8
現金及び預金	335	63.3	656	71.5	850	67.5
売上債権	24	4.6	31	3.4	36	2.9
棚卸資産	1	0.3	3	0.3	2	0.2
固定資産	126	23.9	33	3.6	77	6.2
有形固定資産	1	0.2	2	0.3	3	0.3
無形固定資産	-	-	-	-	-	-
投資その他の資産	125	23.7	30	3.4	74	5.9
総資産	529	100.0	918	100.0	1,259	100.0
流動負債	110	20.8	312	34.0	432	34.4
買入債務	4	0.9	17	1.9	17	1.4
固定負債	-	-	-	-	-	-
純資産	419	79.2	605	66.0	826	65.6
自己資本	415	78.6	602	65.6	823	65.4

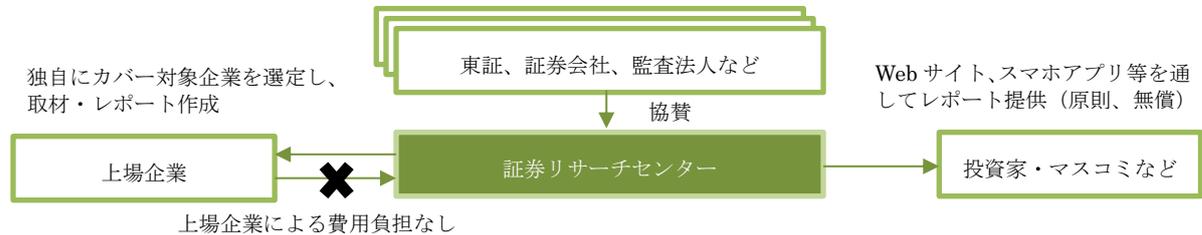
キャッシュ・フロー計算書	2022/5	2023/5
	(百万円)	(百万円)
営業キャッシュ・フロー	323	359
減価償却費	1	0
投資キャッシュ・フロー	-17	-19
財務キャッシュ・フロー	-	3
配当金の支払額	-	-
現金及び現金同等物の増減額	306	336
現金及び現金同等物の期末残高	364	701

(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
監査法人アヴァンティア	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
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

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。