

ホリスティック企業レポート

デリー
dely

299A 東証グロース

新規上場会社紹介レポート
2024年12月20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 20241219

レシピ動画や買い物サポートアプリ、エンターテインメントのプラットフォームを運営
ユーザー顧客基盤に対する企業の成果報酬型販売促進支援で成長を目指すアナリスト:鎌田 良彦 +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

【299A dely 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)
2023/3	6,972	10.5	2,079	-	2,075	20.3	1,315	-27.6	31.8	9.8	0.0
2024/3	9,897	42.0	2,340	12.6	2,325	12.0	1,482	12.7	35.9	45.6	0.0
2025/3 予	12,568	27.0	2,526	7.9	2,499	7.5	1,613	8.8	39.1	-	0.0

(注) 1. 単体ベース、2025/3期は会社予想
2. 2024年10月15日付で1:10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 1,032円 (2024年12月19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 41,313,000株	設立年月日 2014年4月22日	大和証券
時価総額 42,635百万円	代表者 堀江 裕介	三菱UFJ
上場初値 1,001円 (2024年12月19日)	従業員数 209人 (2024年10月)	モルガン・スタンレー証券
公募・売出価格 1,200円	事業年度 4月1日~翌年3月31日	【監査人】
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	有限責任監査法人トーマツ

> 事業内容

◆ レシピ動画サービスやエンターテインメントのプラットフォームを運営

dely(以下、同社)は、レシピ動画サービスや買い物サポートアプリ等の提供で獲得した消費者からなるユーザー基盤と、消費者に商品やサービスを提供するメーカーや小売企業を結びリテールデジタルプラットフォーム、及びエンターテインメント提供プラットフォームからなるプラットフォーム事業を展開している。主な収益は、企業からの広告や販売促進に関する収益と、エンターテインメント事業でのマネジメント収益である。

リテールデジタルプラットフォームのサービスとしては、レシピ動画サービスの「クラシル」、お買い物サポートアプリの「クラシルリワード」、人材紹介サービスの「クラシルジョブ」、ライフスタイル情報メディアの「TRILL(トリル)」があり、エンターテインメント提供プラットフォームとしては、クリエイターマネジメントサービスの「LIVEwith(ライブウィズ)」がある。

◆ クラシル

クラシルはレシピ動画サービスで、24年10月時点で25万件以上のレシピ動画を提供している。レシピ動画は、Webやスマートフォンアプリのほか、SNSのYouTubeやInstagram、X、LINE等を通じて配信される。

動画コンテンツには、社内の管理栄養士が監修した公式レシピの他、ユーザーが作成したレシピ等を15~60秒のショート動画にまとめた「クラシルショート」がある。

クラシルのサービスは会員登録することで、レシピ動画の視聴や検索、気に

入ったレシピを「お気に入り」として保存、献立に必要な食材の買い物リスト化等の機能を無料で利用できる。加えて、月額 480 円のプレミアムサービスに加入すると、「お気に入り」上限数解除やプレミアム会員限定レシピの閲覧等のサービスが利用できる。

クラシルの収益は、プレミアム会員からの会費収入、クラシル上の広告枠を Google 等のアドネットワーク事業者を通じて企業向けに販売して得られるアドネットワーク収益、食品・飲料関連企業等がブランドや商品認知のために同社と行うタイアップ広告収益、小売店舗からの電子チラシの掲載収益である。

23 年 10 月には「クラシル比較」のサービスをリリースした。これは、クラシルの食に関するコンテンツから派生して、キッチン用品、調理家電、食料品、生活雑貨等幅広いジャンルの商品の選び方やおすすめ商品を紹介する比較サイトである。主な収益は、消費者がサイトで商品を購入した際の成果報酬であるアフィリエイト収益である。

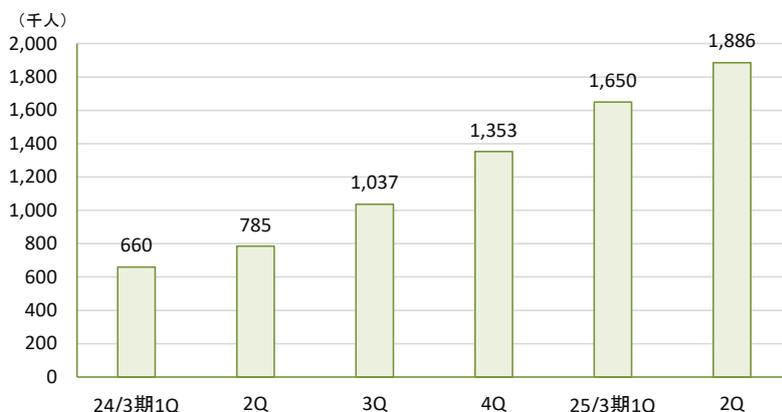
◆ クラシルリワード

お買い物サポートアプリのクラシルリワードは、消費者がプロモーション対象商品やサービスの購入・契約、購入商品レシートのアップロード、小売店舗の電子チラシ閲覧や店舗訪問といった行動をした場合、報酬(リワード)としてコインを獲得できるサービスである。獲得したコインは、他社のポイントやデジタルギフト、電子マネー等に交換できる。サービスは Web 及びスマートフォンアプリで提供している。

(注 1) Monthly Active Users の略。月当たりのアクティブユーザー数

クラシルリワードは、22 年 7 月にサービスを開始し、足元で MAU^{注1}が大幅に増加している(図表 1)。収益は、消費者が商品やサービスを購入・契約した際のアフィリエイト収益、消費者の購買等に報酬を提供する成果報酬型の販売促進案件を消費関連企業から受託することで得られるマストバイ収益、小売店舗の電子チラシ掲載収益等である。

【図表1】クラシルリワードのMAU推移



(出所)届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

◆ **クラシルジョブ**

クラシルジョブは23年11月に開始したサービスで、主に業界未経験の若手の求職者に正社員採用の斡旋を行う人材サービスである。同社の社員が、履歴書の作成から、候補企業の選定や面接の設定等をサポートする。収益は採用が決まった際の求人企業からの成功報酬である。

◆ **TRILL**

TRILLはライフスタイル情報メディアで、250を超えるコンテンツパートナーと提携して、美容、ファッション、占い、グルメや旅行等、多岐にわたるジャンルのコンテンツを提供している。主な収益は広告枠の販売によるアドネットワーク収益と広告主とのタイアップ広告収益である。

◆ **LIVEwith**

LIVEwithは、TikTok LIVE、Pococha、IRIAM等のライブ配信プラットフォームでライブ活動を行うライバーの発掘や活動支援等を行うクリエイターマネジメントサービスである。23年2月にENLOOPを買収して、事業を開始した。

ライバーが所属する事務所をパートナーとして指導するケースと、同社が事務所になって直接ライバーの支援を行うケースがある。収益は、ライバーがライブ配信プラットフォームで獲得したリスナーからの投げ銭等の収益であり、この収益の中からパートナーとライバーへの支払いを行う。

◆ **売上内訳と主要販売先**

同社はプラットフォーム事業の単一セグメントであるが、売上高をメディア(認知)領域、購買(販促)領域、その他領域に分けて開示している。

メディア(認知)領域の売上高は、クラシル、クラシルリワード、TRILLにおけるアドネットワーク広告収益、タイアップ広告収益、電子チラシ掲載収益、及

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。

びクラシルのプレミアム会員の会費収益である。

購買(販促)領域の売上高は、企業から成果報酬として受け取る収益である。主な収益は、クラシルリワード、クラシル比較のアフィリエイト収益、マストバイ収益の他、クラシルジョブの成功報酬が含まれる。

その他領域の売上高は、LIVEwith のライブ配信収益である。

24/3期の売上高構成比は、メディア(認知)領域が74.7%、購買(販促)領域が6.3%、その他領域が19.0%であった(図表2)。直近ではクラシルリワードとLIVEwithの収益寄与により、購買(販促)領域とその他領域の売上高の伸びが大きい。

【図表2】売上内訳

	23/3期		24/3期		25/3期中間	
	売上高 (百万円)	構成比 (%)	売上高 (百万円)	構成比 (%)	売上高 (百万円)	構成比 (%)
メディア(認知)領域	6,959	99.8	7,397	74.7	3,702	63.4
購買(販促)領域	-	-	622	6.3	1,095	18.8
その他領域	13	0.2	1,877	19.0	1,038	17.8
合計	6,972	100.0	9,897	100.0	5,836	100.0

(注)端数処理の関係で合計と一致しない
(出所)届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

主要販売先の Google Asia Pacific Pte. Ltd 向け売上高は、アドネットワーク広告収益とクラシルのスマートフォンアプリの有料会員収益、ディー・エヌ・エー(2432 東証プライム)向けの売上高は、ディー・エヌ・エーが運営するライブ配信プラットフォームの Pococha での売上高、Apple Inc.向けの売上高は、クラシルのスマートフォンアプリの有料会員収益である(図表3)。

【図表3】主要販売先

	23/3期		24/3期	
	金額 (百万円)	割合 (%)	金額 (百万円)	割合 (%)
Google Asia Pacific Pte. Ltd.	2,070	29.7	2,217	22.4
ディー・エヌ・エー	2	0.0	1,058	10.7
Apple Inc.	841	12.1	740	7.5

(注)割合は売上高に対する比率
(出所)届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

> 特色・強み

◆ サービスのユーザー基盤の大きさ

クラシルとクラシルリワードの合計 MAU(24年4月から9月までの平均値で重複を含む)は、アプリで745万人、Webでの利用者を含めると4,100万人に達している。こうした同社のサービスのユーザー基盤の大きさが、食料・飲料関係企業や小売企業にとってのマーケティング機会を提供している。

◆ 安定したサービス上で広告宣伝、販売促進を行う企業顧客基盤

同社は、クラシルやクラシルリワード、TRILL等のサービス上で広告を掲載する食品・飲料メーカーや小売業等の企業顧客基盤を持つ。食品・飲料企業では、上場企業で「食料品」業種に分類されている売上高上位30社のうち、27社との取引実績がある。小売企業では電子チラシの掲載を中心に、スーパーやドラッグストア等で3万店舗をカバーしている。

◆ リワードマーケティングにより企業の効果的な販促活動を支援

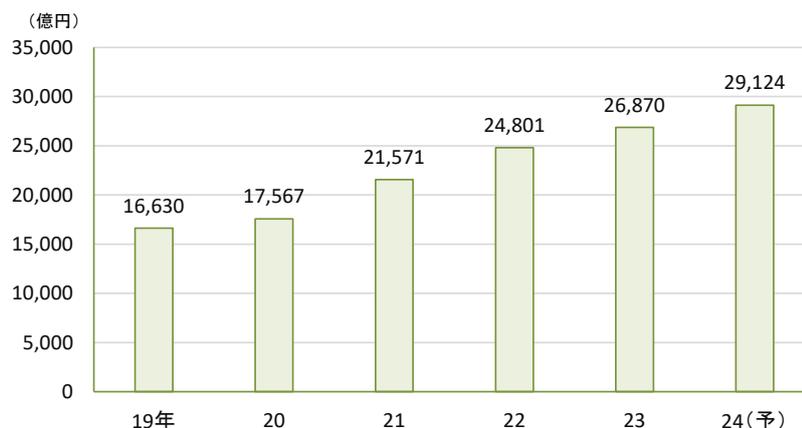
クラシルリワードでは、食品・飲料企業が注力する製品の販売促進に関して、購入者にコインとして販売促進費の一部を直接還元するリワードマーケティングの手法により、効果が直接的に把握でき、費用対効果の高い販売促進手段を企業に提供している。

> 事業環境

◆ 拡大するインターネット広告市場

CARTA COMMUNICATIONS、電通、電通デジタル、セプテーニ「日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」によれば、23年のインターネット広告媒体費は、前年比8.3%増の2兆6,870億円となった。ビデオ(動画)広告や、デジタル販促の伸びが成長を牽引した。24年のインターネット広告媒体費は、同8.4%増の2兆9,124億円と引き続き拡大が見込まれている(図表4)。

【図表4】インターネット広告媒体費



(出所)CARTA COMMUNICATIONS、電通、電通デジタル、セプテーニ「日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」より証券リサーチセンター作成

◆ 競合

料理レシピサービスを提供する企業としては、有料会員向けを中心に、主に画像と文章によるレシピを提供するクックパッド(2193 東証スタンダード)やレシピ動画サイトの DELISH KITCHEN を運営するエブリー(東京都港区)等がある。

商品やサービスの購入や契約に伴う成果報酬型のポイントサービスでは、モッピーを運営するセレス(3696 東証プライム)等がある。

> 業績

◆ 過去の経緯と業績推移

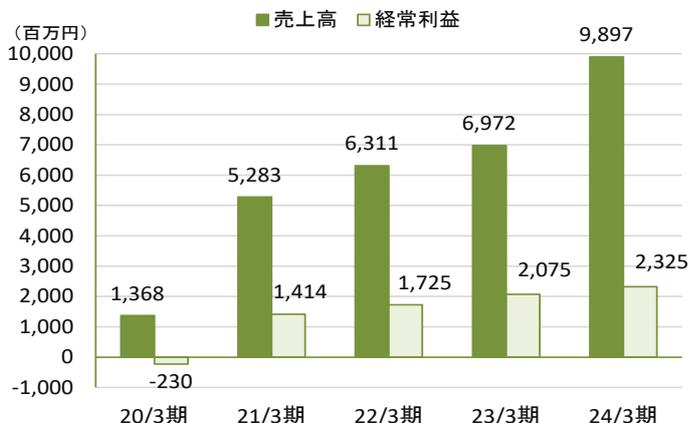
同社は、フードデリバリー事業を目的に 14 年 4 月に設立された。15 年 3 月には外部の情報を収集・整理して配信するキュレーションメディア「クラシル」事業を開始し、16 年 2 月にはキュレーションメディアの「クラシル」をレシピ動画サービス「kurashiru(現クラシル)」としてリニューアルした。

18 年 7 月にはヤフー(現 LINE ヤフー)が同社の株式を取得し、ヤフーの子会社となった。ヤフーの子会社となったことで、ヤフーからの送客等の恩恵を受けた。

19 年 3 月にはヤフーから TRILL を買収し、子会社化した。22 年 7 月にはお買い物サポートアプリ「Hops(現クラシルリワード)」のアプリ提供を開始した。23 年 2 月には ENLOOP を買収して LIVEwith 事業を開始、23 年 11 月にはクラシルジョブを開始する等、M&A も活用し事業の多角化を進めてきた。

過去 5 期間の業績を見ると、20/3 期は経常損失を計上したが、これはクラシルの広告宣伝等の先行投資費用があったためである(図表 5)。21/3 期には新型コロナ禍の巣ごもり需要を受けてクラシル関連の売上高が増加したことに加え、TRILL の吸収合併により、売上高が大きく伸び、経常利益は黒字転換した。24/3 期の売上高拡大には、クラシルリワードと LIVEwith の寄与が大きかった。

【図表5】業績推移



(出所)届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

◆ 25年3月期会社計画

同社の 25/3 期計画は、売上高 12,568 百万円(前期比 27.0%増)、営業利益 2,526 百万円(同 7.9%増)、経常利益 2,499 百万円(同 7.5%増)、当期純利益 1,613 百万円(同 8.8%増)である(図表 6)。24 年 8 月までの実績に、9 月以降の予想を加えた計画となっている。

【図表6】25年3月期会社計画

	24/3期		25/3期会社計画		
	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)	前期比 (%)
売上高	9,897	100.0	12,568	100.0	27.0
メディア(認知)領域	7,397	74.7	7,311	58.2	-1.2
購買(販促)領域	622	6.3	2,866	22.8	4.6x
その他領域	1,877	19.0	2,390	19.0	27.3
売上原価	4,506	45.5	6,255	49.8	38.8
売上総利益	5,391	54.5	6,313	50.2	17.1
販売費及び一般管理費	3,050	30.8	3,787	30.1	24.2
営業利益	2,340	23.6	2,526	20.1	7.9
営業外収支	-15	-	-27	-	-
経常利益	2,325	23.5	2,499	19.9	7.5
当期純利益	1,482	15.0	1,613	12.8	8.8

(注)端数処理の関係で合計と一致しない

(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

メディア(認知)領域の売上高は、7,311 百万円(前期比 1.2%減)を見込んでいる。パリ五輪等のイベントや台風等の自然災害の影響等により、運営するサイトのページ閲覧数の減少や広告単価下落があったためである。

購買(販促)領域の売上高は、2,866百万円(前期比4.6倍)を見込んでいる。クラシルリワードのユーザー数の増加に伴い、そのユーザー層に対してリワードマーケティングで販促活動を行う食品・飲料メーカーや小売企業が増加し、アフィリエイト収益やマストバイ収益を中心に伸びると見込んでいる。

その他領域の売上高は、アクティブなライブ配信者数の増加にともない2,390百万円(前期比27.3%増)を見込んでいる。

売上原価の主要項目は、クラシルリワードで消費者に対して成果報酬として支払うコインのユーザー還元費用と、LIVEwithでライバーに支払う報酬である。メディア(認知)領域に比べて、売上原価率が高い購買(販促)領域とその他領域の売上高が伸びるため、売上原価は6,255百万円(前期比38.8%増)、売上総利益は6,313百万円(同17.1%増)を見込んでいる。

販売費及び一般管理費(以下、販管費)の主要項目は人件費と広告宣伝費である。人件費は事業拡大に伴う採用強化と昇給、広告宣伝費はサービスのユーザー数拡大を目指したデジタル広告の投入により、それぞれ増加が見込まれ、販管費は3,787百万円(前期比24.2%増)、営業利益は2,526百万円(同7.9%増)の計画である。

営業外費用で為替差損と上場関連費用を見込み、経常利益は2,499百万円(前期比7.5%増)の計画である。特別損益は見込んでおらず、当期純利益は1,613百万円(同8.8%増)の計画である。

◆ 成長戦略

同社は今後の成長戦略として、①ユーザー基盤の更なる拡大、②購買(販促)領域での販促支援の拡大、③人材採用市場への領域拡大、④M&Aによる成長を挙げている。

ユーザー基盤の拡大では、クラシルリワードの利用者拡大を進め、この顧客基盤に対してリワードマーケティングによる販売促進を行う、消費関連業種を中心とした企業顧客開拓を進める考えである。

人材採用市場への領域拡大では人材仲介を行う対象業種の拡大を図る考えである。M&Aによる成長では、購買(販促)領域を中心に想定している。

> 経営課題/リスク

◆ 競合について

同社が事業を展開する料理レシピサービス、コンテンツメディア、リワードマーケティング、ライブ配信を行うライバーのマネジメント等では、それぞれ多くの競合企業がある。大手小売企業等による商品供給企業への販売促進支援等、資金力、顧客基盤、マーケティング力のある企業の参入や台頭に

より競争が激化し、顧客の流出やコストの上昇等を招くような場合には、同社の業績に影響を与える可能性がある。

◆ 親会社グループとの関係について

上場時の LINE ヤフーに対する親引けの実施により、LINE ヤフーは間接所有分も含め上場後も同社株式の 56%強を保有し親会社の地位を継続する。同社は LINE ヤフーの料理レシピのコンテンツプロバイダーとの位置づけであり、同社は LINE ヤフーから送客を受ける等、双方が恩恵を受ける関係にある。

一方で、LINE ヤフーは同社の議決権の過半を持つため、取締役の選任や剰余金の処分等の決定に影響を与える可能性がある。また、最終的な親会社であるソフトバンクグループ(9984 東証プライム)は、傘下に多くの企業を抱えているため、同社が今後事業の多角化を進める際に、グループ内企業と競合する可能性がある。

◆ 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として認識しているが、現在は成長過程にあるとの認識から、内部留保を充実し、事業の効率化と拡大のための投資等に充当し、業容拡大を目指すことが株主価値の拡大につながると考えている。このため、現時点で配当実施の可能性及び実施時期等については未定としている。

◆ 流通株式比率について

同社のオーバーアロットメントを除く、新規上場時の流通株式比率は 26%程度と証券リサーチセンターでは試算している。同社が上場する東京証券取引所グロース市場の上場維持基準を満たすには、流通株式比率が 25%以上である必要がある。事業年度末の状況に基づいて上場維持基準の審査が行われるが、何らかの理由でこれらの基準を下回った場合、その後 1 年以内に上場維持基準に適合しない場合には、上場廃止基準に該当する点には留意が必要である。

【図表7】財務諸表

損益計算書	2023/3		2024/3		2025/3 中間	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
売上高	6,972	100.0	9,897	100.0	5,836	100.0
売上原価	2,280	32.7	4,506	45.5	2,817	48.3
売上総利益	4,691	67.3	5,391	54.5	3,018	51.7
販売費及び一般管理費	2,612	37.5	3,050	30.8	1,751	30.0
営業利益	2,079	29.8	2,340	23.6	1,267	21.7
営業外収益	5	-	6	-	2	-
営業外費用	8	-	21	-	29	-
経常利益	2,075	29.8	2,325	23.5	1,240	21.2
税引前当期(中間)純利益	1,878	26.9	2,325	23.5	1,240	21.2
当期(中間)純利益	1,315	18.9	1,482	15.0	787	13.5

貸借対照表	2023/3		2024/3		2025/3 中間	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
流動資産	6,772	75.4	8,591	81.5	9,508	82.7
現金及び預金	5,593	62.3	7,087	67.3	7,842	68.2
売上債権	1,047	11.7	1,343	12.7	1,454	12.6
棚卸資産	3	0.0	4	0.0	3	0.0
固定資産	2,204	24.6	1,944	18.5	1,987	17.3
有形固定資産	190	2.1	177	1.7	173	1.5
無形固定資産	986	11.0	837	7.9	758	6.6
投資その他の資産	1,027	11.4	929	8.8	1,055	9.2
総資産	8,976	100.0	10,535	100.0	11,496	100.0
流動負債	1,554	17.3	1,628	15.5	1,806	15.7
買入債務	-	-	-	-	-	-
固定負債	-	-	-	-	-	-
純資産	7,422	82.7	8,906	84.5	9,689	84.3
自己資本	7,416	82.6	8,899	84.5	9,682	84.2

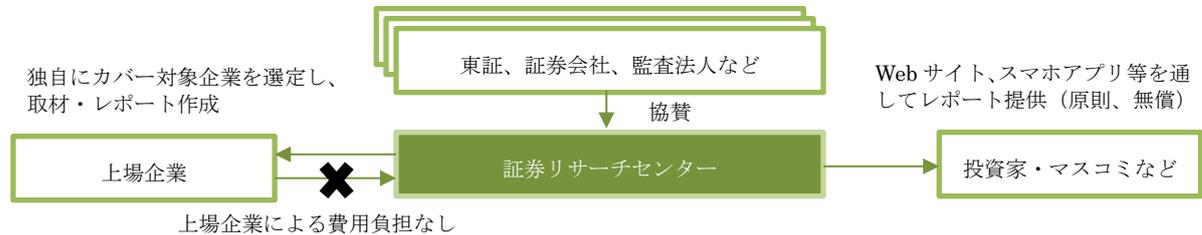
キャッシュ・フロー計算書	2023/3	2024/3	2025/3 中間
	(百万円)	(百万円)	(百万円)
営業キャッシュ・フロー	2,028	1,406	827
減価償却費	87	41	15
のれん償却額	-	128	64
投資キャッシュ・フロー	-824	87	-72
財務キャッシュ・フロー	5	-	-
配当金の支払額	-	-	-
現金及び現金同等物の増減額	1,208	1,493	755
現金及び現金同等物の期末残高	5,593	7,087	7,842

(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
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。