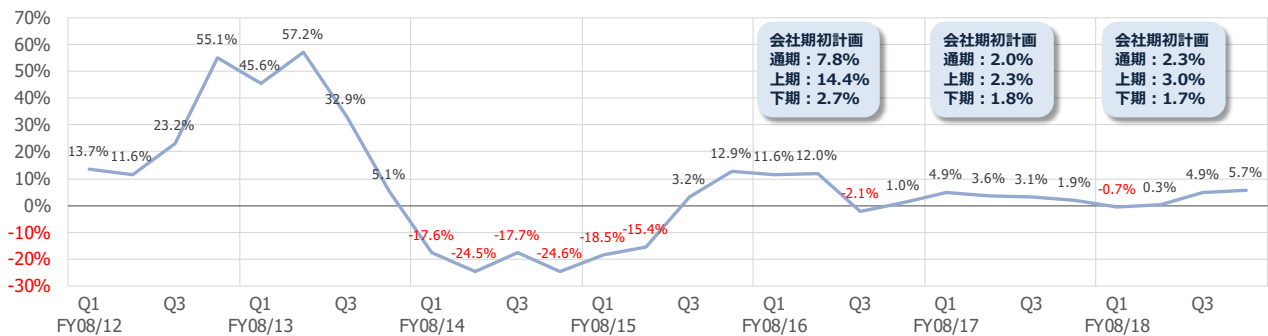


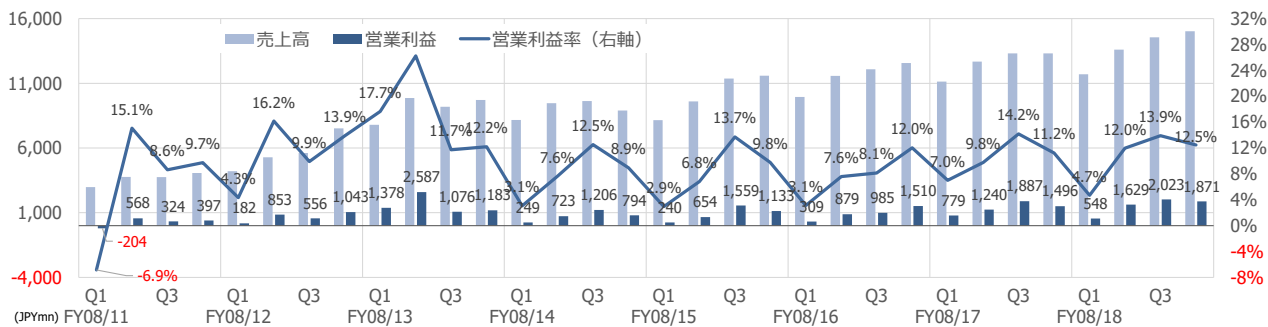
2018年8月期通期決算（2018年10月12日発表）

- ▷ FY08/18：8.8%増収、12.4%増益。国内既存店の回復、海外で収益性改善するも、雑貨の想定以上の不調が継続
- ▷ 計画比：売上高は計画通り、営業利益は海外で大幅未達、雑貨で赤字計上により計画未達
- ▷ 国内：各種取組で下期に既存店が回復。3プライス制の新価格戦略の一巡もあり一式単価も持ち直す
- ▷ 既存店：期初計画2.3%増に対し2.7%増。Q1は0.7%減も、Q2は0.3%増、Q3は4.9%増、Q4は5.7%増と改善
- ▷ 一式単価：上期の不調を踏まえた取組が奏功し、機能性・矯正共に下期は一式単価が持ち直し傾向
- ▷ 中国：競争環境厳しさ増すも模倣店との差別化強化。既存店回復・粗利率改善で利益積み増す。黒字定着図れたとの認識
- ▷ 米国：商品力向上、店舗オペレーション改善等で既存店が大幅増収。レンズ調達先変更で粗利率も上昇、収益構造改善
- ▷ 雑貨：レディス不振で想定以上の営業減益。既に不採算店閉鎖や店舗オペレーション及び商品戦略見直しに着手
- ▷ アイウェア出店：61店出店（国内30、中国30、米国0）。通期計画通りに進捗。
- ▷ トピックス：9月に海外5地域目の香港進出。2019年7月1日付で商号をジンズホールディングスとし持株会社体制へ移行
- ▷ FY08/19：営業利益は19%増・12億円増を計画。台湾新規連結開始。国内回復・海外増益に期待、雑貨動向は注意

既存店売上高前年同期比推移



業績推移（百万円）



出所：会社資料よりSR作成

業績概要

FY08/18通期業績は、売上高54,872百万円（前年比8.8%増）、営業利益6,071百万円（同12.4%増）となった。前年比営業増益額669百万円の内訳は、国内アイウェア事業が537百万円増、海外アイウェア事業は397百万円増、雑貨事業が266百万円減。Q1は231百万円減益（29.7%減）であったが、Q2は389百万円増（31.4%増）、Q3は136百万円増（7.2%増）、Q4は481百万円増とQ2以降は増益に転じ、通期としては増益を確保した。

計画比では営業利益が106百万円の未達となった。国内アイウェア事業が149百万円上回ったが、雑貨事業の大幅未達（152百万円減）と海外アイウェア事業の104百万円未達を補えなかった。

海外事業（7~6月を連結）は前年比397百万円の営業増益。地域別には、1）中国：既存店が回復基調で粗利率も高水準を維持し黒字を積増、2）米国：米国向けデザイン商品の投入及び店舗オペレーションの改善により既存店が大幅増収と収益率の改善（レンズ仕入原価低減）、が寄与したとみられる。

国内事業は前年比537百万円増益。上期は各種コラボ商品が好調だったものの、秋冬の新作シリーズ「JINS×TIME」の販売不振、セール構成比の増加、低価格商品への偏り及び10月の天候不順要因により、国内既存店売上は上期計画3.0%増に対して0.2%減となった。販売数量はまとめ買いセール等で伸びたものの、上記要因による平均価格の下落（前年比約500円低下の7,200円）が影響。同社では、商品MDと消費者ニーズのズレが秋冬投入商品の販売不振、セール構成比増に繋がったとみていた。価格帯別では5,000円ライン充実による顧客獲得戦略は効果が表れつつあるものの、8,000円ラインや12,000円ラインでの価値訴求に課題を有し、在庫増やセール構成比増に繋がったと分析。上期後半より対応策を打ち出した。

下期は「JINS Switch」の好調、3プライス制の新価格戦略が一巡し、一式単価が持ち直してきたことで、国内既存店売上は下期計画1.7%増に対し5.3%増収となった。

Q3時点では機能性眼鏡の一式単価がFY08/17Q3の3,400円からFY08/18Q3は4,000円へ上昇したことが貢献。JINSスクリーンで3,000円ラインがほぼなくなり、想定通りに2017年10月のJINS Design Project World Designer Series第1弾Jasper Morrison氏との協業による5,000円ラインが売れ始めたことによる影響が大きい。矯正眼鏡もQ2時の下方修正を踏まえた8,000円ライン充実の取組の効果がつつある模様。12,000円ラインに課題は残るが6月発売のWorld Designer Series第2弾は好調の模様だ。

「JINS オリジナルアプリ」も好評で、2018年8月末にはダウンロード数が180万件（5月末時点120万件）を突破した。2018年5月末時点では5%前後が購入につながっているとのこと（仮に9万人×一式単価約7千円とすると売上6.3億円と、国内アイウェア事業の売上1.4%に相当する）。

雑貨事業は、重要性の観点から今Q1よりセグメント化（従来はその他事業）された。但し、期初通期計画営業利益100百万円、修正計画損失83百万円に対して225百万円の営業損失を計上、業績の足枷となっている。要因は、レディス事業における商品MDの不首尾。通販サイト及び中古市場の台頭など市況の変化の影響もあったとみられる。店舗オペレーションや商品戦略見直し等に注力しているが、Q4時点でも赤字を継続している。アパレルでの雑貨販売等競合環境は激化の一途をたどっており、厳しい状況が続くが、同社では、FY08/18はFY08/17並みの営業損失で抑えたいとしている。眼鏡の商品力強化プロジェクトも担当した外部デザイナーを起用して、ベーシックに回帰した商品開発を進めており、8月から店頭に並び始める予定としていた。取材にて確認したい。

業績補足

市場認識

同社では市場環境について、国内眼鏡小売市場は2016年3月以降前年比マイナスの傾向が持ち直し、足許では改善の兆しが見受けられると認識している。そうした中、重要な経営課題として、1）商品戦略の再構築、2）店舗オペレーションの改善、3）店舗戦略では郊外ロードサイド型店舗展開を強化すべく出店の継続、を進めてきた。

FY08/18の既存店売上高の四半期毎の状況は下記の通り。

- ▷ Q1の既存店売上高は0.7%減。2017年3月に導入した3プライス制への移行の効果が限定的であること、それに伴う商品開発も不十分であったこと等によるもの。
- ▷ Q2の既存店売上は0.3%増と微増ではあったが、月次では12月の2.6%減が響き、1月（1.7%増）2月（2.2%増）と改善。

- ▷ Q3の既存店売上はその流れを受け継ぎ4.9%増となった。3月は10.1%増と2016年1月依頼の二桁増を記録、4月（3.6%増）、5月（1.4%増）と花粉対策用商品や簡単にサングラスになるメガネ「JINS Switch」が売上を牽引した。
- ▷ Q4の既存店売上は5.7%増。6月には「JINS Design Project」第2弾Konstantin Grcicと協業したメガネが好評をもって受け入れられ7.2%増、7月も3.8%増、8月はエアフレーム商材の好調とサマーセールが堅調で6.2%増と好調を維持した。

同社では、更なる成長を目指して、a) 商品力の向上及び接客力、b) 店舗マネジメントの強化が必要不可欠とし、これら諸課題に取り組んでいる。また、郊外ロードサイド型店舗については、店舗開発の社内体制を強化し、出店加速に向けた基盤を強固なものとしたとのこと。FY08/18は郊外ロードサイド店舗を強化する計画であり、今後効果は顕在化していくと考えている模様だ。

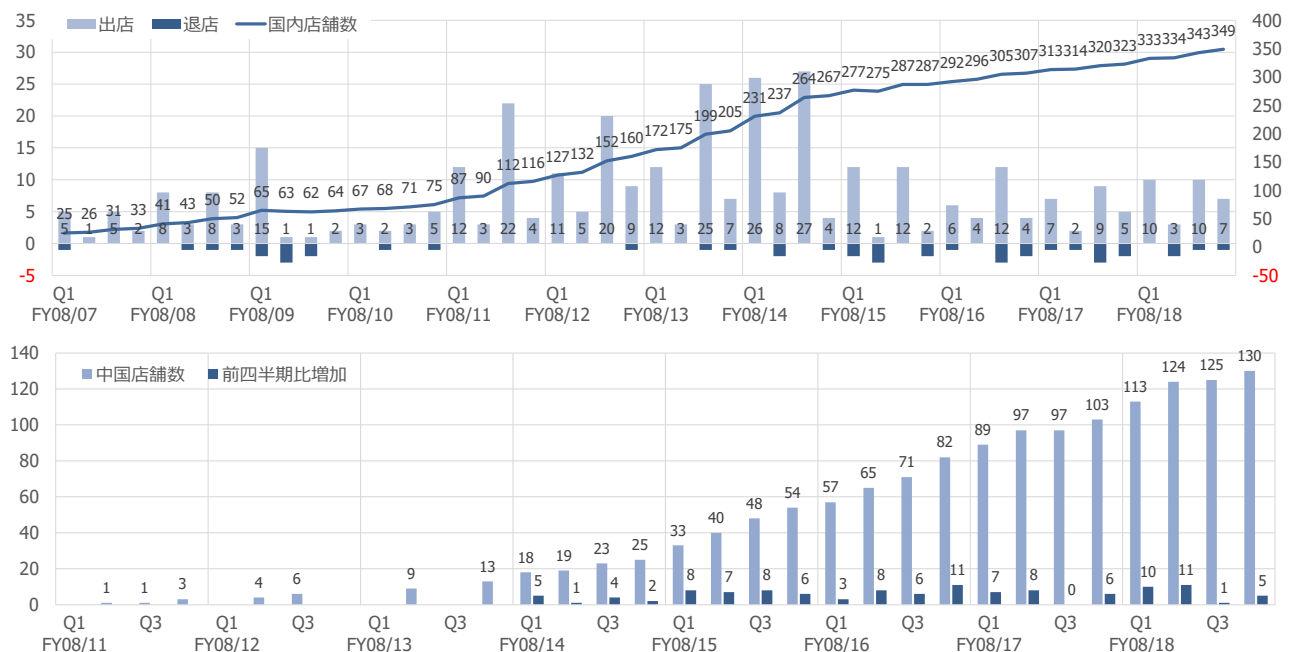
店舗展開

アイウェア出店：61店舗出店（国内30、中国31、米国0）

FY08/18の店舗数は国内349店舗（出店30、退店4）海外134店舗（中国130、米国4。出店31：中国31、米国0、退店4：中国4）となった。出店は通期計画（国内30、中国32）に対して概ね計画通りとなった。国内ロードサイド店舗の期初計画は出店29店舗としていたが、Q3時点ではFY08/18は25店舗の着地となる見通し（期ずれが3店舗、計画中止1店舗）とのことであった。既存ロードサイド店舗におけるシニア向けの売上も着実に上昇している模様だ。ロードサイド店舗では、シニアの構成比が4ptほど高く、全体のシニア比率も徐々に上がっているとのこと。カフェ等併設店舗（FY08/17末4）もQ1に1店舗を出店、Q2、Q3も着実に増加していた。詳しくは取材時に確認したい。

同社では、これまでの出店である程度勝ちパターンが見えてきたとしており、今後はジズの知名度等を考慮しつつ、ある程度ドミナント戦略での出店を計画しているとみられる。その好例が前橋の成功。前橋は34万人商圈に3店舗（SC1、ロードサイド2）を出店、マーケット規模は標準的な12~13億円、そのうちシェア35%を獲得している。今後は、地方の県庁所在地を中心に、まずは群馬や栃木での展開を計画している。既に宇都宮での出店を計画中で、前橋より市場規模は大きく、4店舗（SC3、ロードサイド1）の展開を見込む。SC3店舗はQ3時点で既に出店済、ロードサイド1店舗はFY08/19中に出店を予定する。

アイウェア事業店舗数（上段：国内、下段：中国）



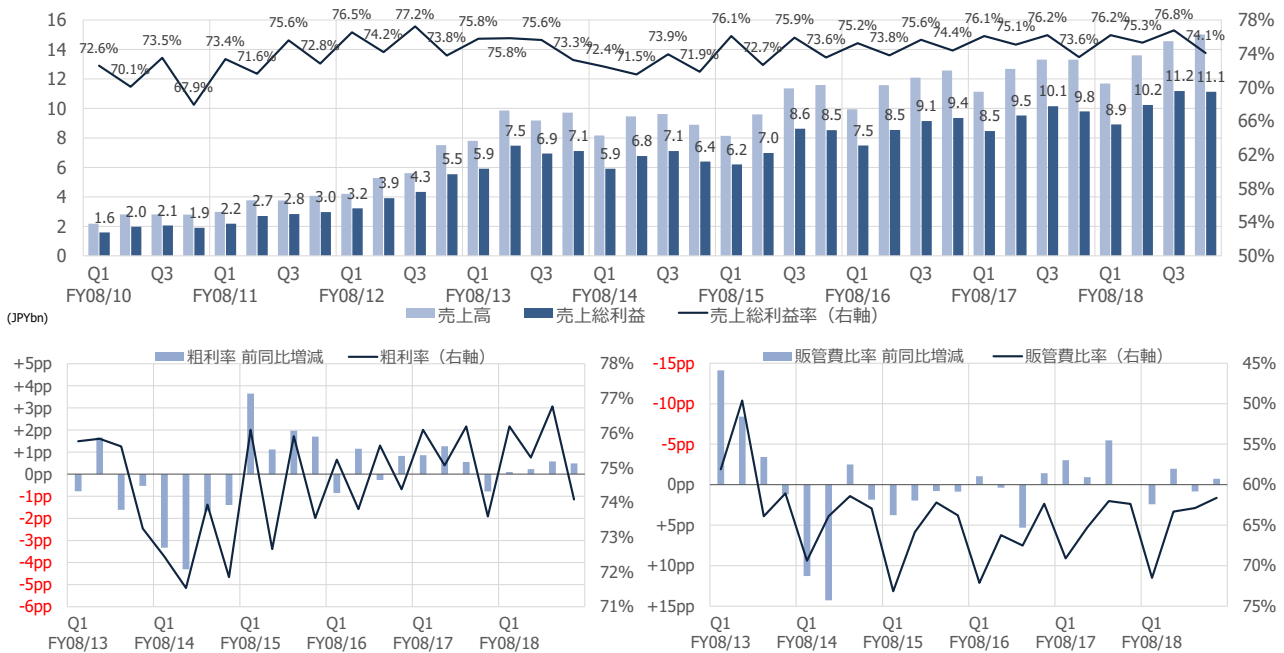
出所：会社資料よりSR作成

粗利

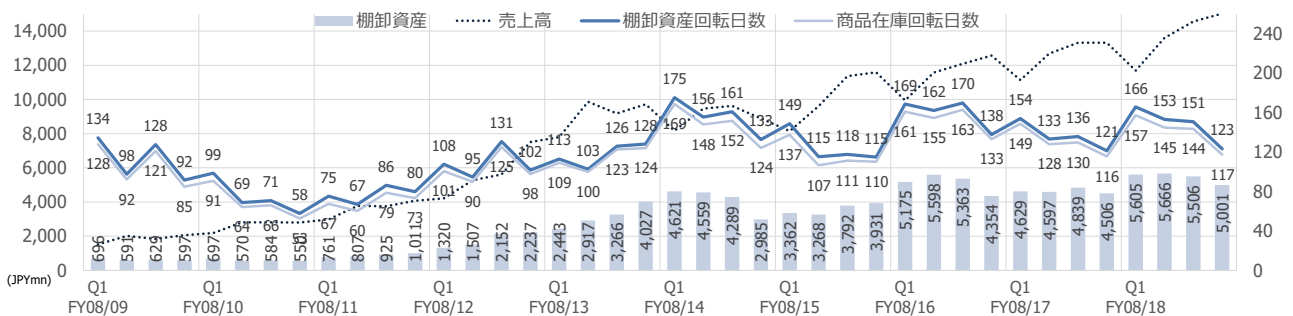
FY08/18の粗利率は75.5%と前年比0.3pt上昇した。海外事業のレンズ仕入原価低減等による改善と、相対的に粗利率が高い海外事業の構成比上昇による面が大きい。国内事業の粗利率は3プライス制の価格体系に改定したことで一式単価は下落したものの、セールスの抑制や原価管理を徹底したことによりほぼ前年並み、海外では調達先の見直し等により大幅に改善した。

ただ、同社では原価低減により得られた利益は商品価値を上げる方向で還元したいとの意向も示している。商品価値向上が客数増、そして粗利高増に繋がるかに期待したい。在庫についても、供給をコントロールしながら、a) リードタイムや在庫の持ち方、b) 店頭・倉庫在庫の持ち方、c) 適正価格での販売、等に根本的に構造にメスを入れる方針。下期中にある程度在庫に対する考え方を明確化し、2019年8月期は、具体的にオペレーションに移していく予定である。進捗を取材等で確かめたい。

粗利率推移



棚卸資産ほか (百万円)

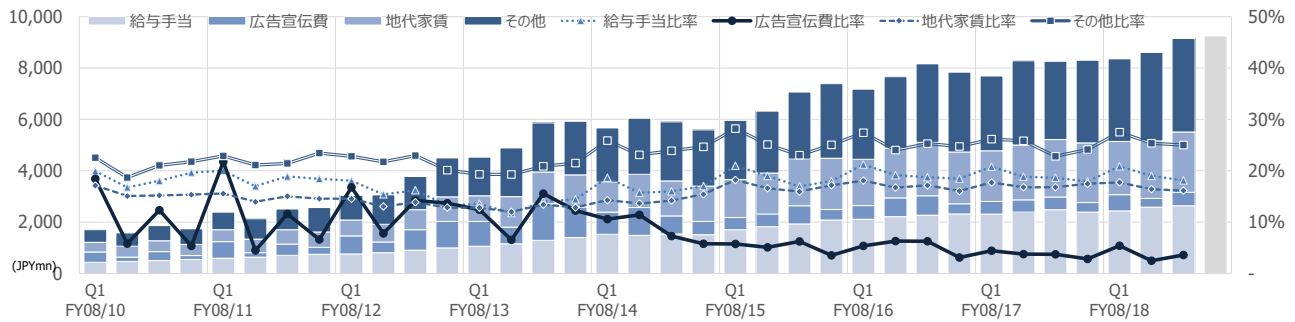


出所：会社資料よりSR作成

販管費

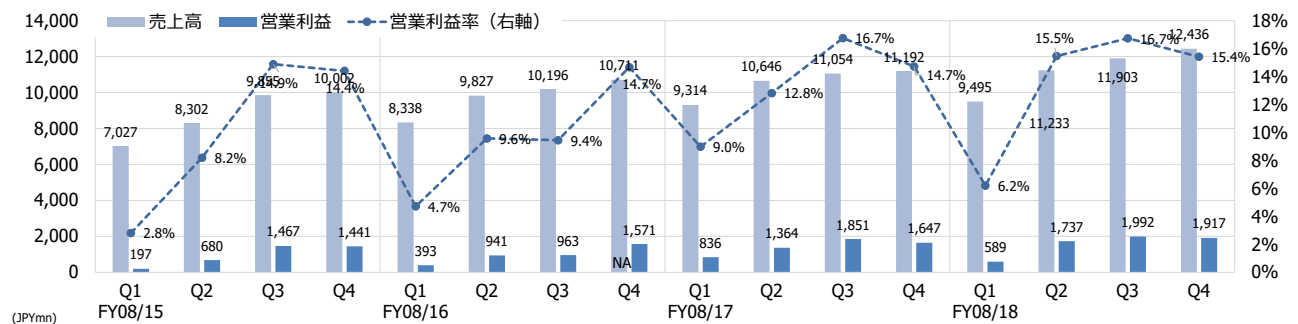
販管費は8.7%増、売上構成比は64.5%。売上は堅調に推移したが、広告宣伝費が増加したことや配送費の高騰によりと前年並みとなった。

販管費（百万円）



出所：会社資料よりSR作成

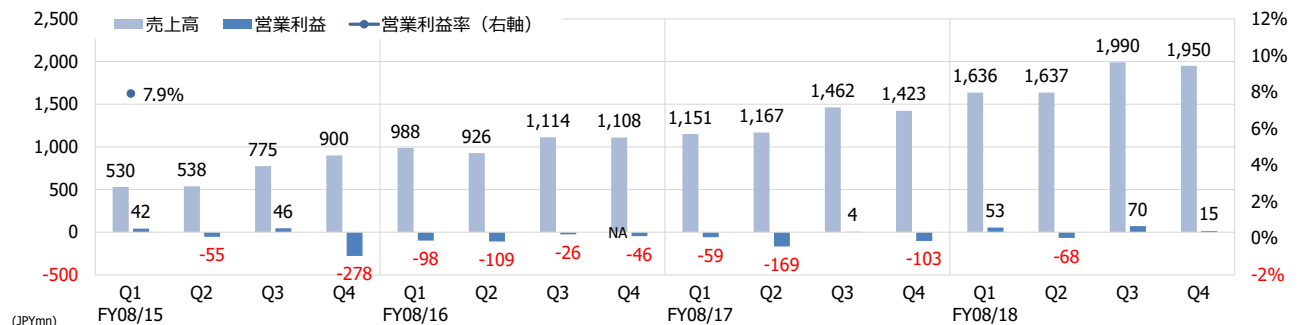
国内アイウェア事業



海外事業（7~6月を連結）

FY08/18の海外事業は、売上高7,213百万円（前年比38.6%増）、営業利益70百万円（前年同期は327百万円の営業損失）となった。米国事業の損失を中国事業で補う構図に変化はないが、1) 中国事業：競争環境は激しさを増しているものの、模倣店との差別化を図り、既存店の回復と粗利率が改善したこと、2) 米国事業：米国向けデザイン商品投入及び店舗オペレーション改善により既存店が大幅増収、レンズの調達先変更による粗利率上昇、により海外事業全体では黒字化した。米国の損失幅削減の貢献が大きかったとみられる。4月には同社の海外進出4カ国目となるフィリピンで、初のFC店第1号店を出店した。また、9月には5カ国目となる香港に1号店を出店した。

海外事業



出所：会社資料よりSR作成

FY08/19に向けて

FY08/19は売上高62,800百万円（前年比14.4%増）、営業利益7,250百万円（同19.4%増）を見込む。商品力、接客力の向上に努め、イノベーティブな商品の開発や様々な需要に応えられるサービスの導入を進めて、より一層の顧客価値の向上を最重要課題として取り組む方針。

国内事業は、FY08/18に引き続き郊外ロードサイドへの出店を加速、市場規模の大きいシニア層の獲得への取組を進め、「JINSオリジナルアプリ」等によりオンライン・実店舗でもより購買しやすい革新的な顧客体験の創造を進めるとして

る。海外事業では、中国は既存店の着実な増収及び適切な新規出店を、米国では米国向けにデザインした商品投入を継続的に実施する等地域に適したビジネスモデルを構築しながら収益性の改善に取り組む。また、FY08/19期初より台湾新規連結を開始する、とのこと。

Q4及びFY08/19に向けて（参考：Q3時点）

2018年4月5日に修正した通期計画については、2018年7月時点では計画通りに進捗しているとみている。利益面においては、国内アイウェア事業は計画を上回るものの、海外アイウェア事業は中国が想定外の資産除去債務計上と5月の売上減速の影響、雑貨事業の底打ちはまだとみられるため、予断を許さない状況としている。

国内アイウェア事業

これは、商品力回復による一式単価の回復を見込んでいるため。その要因として、1) Q2後半より取り組んでいる8,000円ラインの拡充、2) 新スポット商品の投入、3) スイッチの好調、4) 2017年3月の3プライス制移行のデメリット一巡をあげている。平均単価のハードルがFY08/17上期は7,700円（FY08/18上期は7,300円）、下期は7,200円と下がることもあり、平均単価は上昇に転じる見通しである。

1) については、12,000円ラインを中心とするタイムの不調により、5,000円ラインの構成比が高まった模様だが、タイムの下振れを受けて、3月より8,000円ラインの拡充に取り組んだ。8,000円ラインの構成比が従来は36%だったが、3月になり40%へと増加、一方で5,000円ラインは4%構成比を下けている。その結果、3月の平均単価は7,300円と上昇、矯正眼鏡でも、一式単価は上期の8,250円から下期は8,600円へと上昇しており、Q3でもこの状況は続いている模様だ。

具体的には、2) については、6月14日より新たなエッジの効いたスポット商品「JINS Design Project World Designer Series」の第2弾Konstantin Grčićと協業したメガネを販売開始した。12,000円ラインも含めて、6月、7月の売上は好調に推移した模様だ。同シリーズは今後も半期に1度の頻度で継続的に実施される。

3) については、スイッチの好調が継続、同社では着脱式サングラスの認知度を上げることで客数増を期待。なお、5,000円ラインを充実させることによる新規客開拓施策は着実に効果を表しており、今後は12,000円ラインが受け入れられる環境作りを重視していく方針。

4) については、機能性・矯正共に一式単価が上昇したことによる影響が一巡したことに加えて、機能性眼鏡の一式単価がFY08/17Q3の3,400円からFY08/18Q3は4,000円へ上昇したことが貢献している。JINSスクリーンで旧価格帯の3,000円ラインがほぼなくなり、想定通りに5,000円ラインへ移行且つ5,000円ラインの商品力強化が影響している。また、矯正眼鏡でも、1) の取組とも重なるが一式単価は上期の8,250円から下期は8,600円へと上昇している。

FY08/19は引き続き既存店増収を狙う方針。商品力強化と、広告宣伝費を使った新規顧客獲得により客数増を優先する。また、客単価もオーガニックの成長を見込む。機能性眼鏡の単価上昇をベースに、ロードサイド出店によりシニア構成比も徐々に増加しており、高単価ラインや遠近両用レンズ等オプション追加による単価上昇が期待される。また、2018年1月よりJINSオンラインショップでオリジナルコンタクトレンズの販売を開始した。現在は資格者を育成に取り組んでおり、今後はオンラインに限らず段階的に取り扱い店舗を増やすことでシナジー効果を見込んでいる。

出店計画

店舗戦略においては、郊外ロードサイド型店舗展開にSR社では注目している。期初計画では出店29店舗としていたが、FY08/18は25店舗の着地となる見通し（期ずれ3店舗、計画中止1店舗）。FY08/19の純増はFY08/18比若干増の25~30店舗を計画しており、カフェ等を併設したロードサイド型店舗が中心となる模様だ。

販管費

Q4は、大型な広告案件は予定しておらず、Q3までと同水準で推移し、通期では計画を下回る見通し。FY08/19以降は、新規顧客と他社に流れていた顧客を取り込むためにこれまでより攻めの姿勢に転じて広告宣伝費を使っていく模様だ。とはいえ、営業利益率向上を念頭に、効率的に使っていく方針と見られる。

海外アイウェア事業（決算期は6月、Q3は1~3月）

海外アイウェア事業について、中国では足許は若干成長が鈍化している模様。米国では足許は順調で、連結営業利益を押し下げる局面は過ぎ、利益を押し上げる段階に入ったと同社では見ている。通期の174百万円の営業利益計画に対しては、米国は順調、中国は未達とみられる。地域別概要は以下。

中国のQ3は既存店の2桁成長や新店効果もあり、営業損益は黒字基調を維持した。なお、既存店成長率は上期には10%超え、Q3は1桁後半、4月は順調だったが、5月に前年比でマイナスとなった。6月には2桁成長に戻ったものの、既存店の成長鈍化に加えて、構造的な問題が同社固有の問題かが不明瞭だが、同社では深刻な問題ではないと見ている。利益面では、Q4時に特殊要因がある点に留意したい。FY08/18期初には想定していなかった4店舗が閉店したことにより、資産除去債務を一気に計上する必要が出てきた。販管費にまとめて計上するため、利益への影響が大きいとみられる。

なお、今後はキッズレンズのバイオレットプラスの販売に注目したい。販売価格は1,500円（約24,000円）一部店舗ではキッズコーナーを設けている。こちらの動向にも期待したい。

米国は、Q3は損失ではあるものの損失幅は縮小しており、本部費用を除いては黒字化がほぼ見えている点に変わりはない。Q4も既存店を含めて順調に推移し、FY08/19の米国の動向には注意したい。これは、米国既存店が2017年8月から高い成長を示し、7月で一巡するため。FY08/18の既存店は33%増、客数は28%増となり、足許も同様の水準だった模様。FY08/19は前年のハードルは高いが、利益積み上げが期待できよう。

また、既存店については米国向けフレームの投入とブランドの認知が進み売上が順調に増加、既存店・モール共に順調に推移している。FY08/19は8月にLAのモールへの5号店の出店予定している。5号店は初年度からの利益貢献を見込むが、米国事業全体での黒字化はまだ難しいと見ている模様。他モールからも出店要請は来ているが、5号店の業績次第で出店を検討するとのこと。

台湾は、FY08/19期初からの連結する考え。損益的にもプラスで連結される見通し。店舗数は、6月末21、通期計画（22）通りの進捗。既存店も好調で、将来的には40店舗ほどの出店を見込んでいる模様。1店舗当たり平均売上高は1億円を超えてきており、国内アイウェア1店舗当たり売上高1.3～1.4億円（SR推定）と遜色ない水準に上昇しているとみられる。

フィリピンは18年4月にFC第1号店を開店、初のFC業態での海外出店となり、計画通りに進捗している。

香港は、2018年6月に子会社を設立し、2018年秋には1号店を開店する予定。業績への影響は軽微とみられる。

雑貨事業

アパレルでの雑貨販売等競合環境は激化の一途をたどっており、FY08/19でも黒字転換は難しいと見ている。同社ではFY08/18の不振の原因を商品力低下にあったとみており、現在は外部のデザイナーを投入し、MDの立て直しを図っている。8月からベーシックに回帰した新製品が店頭に並び始める予定。予断を許さない状況であり、10月開催予定の決算説明会では将来の見通しを含む説明を期待したい。

トピックス

コンタクトレンズ

同社はコンタクトレンズ事業に参入し、1日使い捨てオリジナルコンタクトレンズ「JINS 1DAY」を2018年1月よりJINS オンラインショップで、2017年12月よりJINS渋谷店にて販売を開始した。今後は資格者を育成しつつ、段階的に取り扱い店舗を増やすことを検討しているとのこと。1DAYコンタクトレンズ購入者の半数以上がJINS眼鏡の購入者で、そのうち80%は購入意向があり、適正価格で購入したい、というお客様からの高いニーズを受けて、オリジナルコンタクトレンズ「JINS 1DAY」（1箱30枚入り税別2,000円）の販売を開始する。JINSのWEBまたはアプリを通じて購入が可能。また、アイウェアで培ったビジネスモデルを採用し、自社ブランド製品を提供することで市場価格よりも安く提供することが可能になる、としている。Q2時点では、ユーザーの評価は比較的高く、販売店舗数次第では、売上増も見込んでいる模様。

フィリピン

2018年3月、同社はアイウェアブランド「JINS」のフィリピンでの展開を目指し、現地企業Suyen Corporation社とフランチャイズ契約を締結することを発表した。1号店（SM Aura Premier 1階）の出店は2018年4月19日、連結業績への影響は軽微とのこと。

なお、Suyen社は同国及び米国・中国等でアパレル、雑貨、コスメ、飲食店舗を幅広く展開し、日系飲食ブランドも数多く手掛けており、同国や中国等で巨大ショッピングモールを展開するSMグループを30年来続く強い信頼関係を有し、フランチャイズ店舗を多く運営するなど実績がある企業とコメントしている。

「サロン de メガネ」

2018年4月、美容院での眼鏡選びができる新サービス「サロン de メガネ」を全国美容院100店舗で導入を開始した。2018年中に、1,000店舗での展開を目指す。売上はECに計上、1サロンあたり数本/月の売上を見込んでいる模様。

「J of JINS」

2018年7月、「真価を見抜く目を持つ人へ」をコンセプトとしたハイエンド層向け新業態「J of JINS」の第1号店を開店した。サービスを重視し、JINS社内資格の最高ランクとなるマイスターを取得しているスタッフが接客を実施する。フレーム3~10万円、レンズ1~8万円とJINSの3プライス（5,000円、8,000円、12,000円）と比べて高価格帯となっている。ターゲットに限られるため、横展開は難しいが、高品質なオリジナルを出すことによりブランドイメージ向上や、通常のJINSでの12,000円ラインの拡販を狙っている。なお、2017年10月の説明会で公表された黒ジズズの展開とは異なるもの。

「JINS DRUG+」

2018年5月、同社は、トータルアイケアカンパニーを目指して、医薬品販売サービス「JINS DRUG+」をJINSオンラインショップで開始することを発表。初回は目薬、サプリメント12品目を展開し、順次取扱商品を増やしつつ、将来的には多店舗展開を見込む。具体的には、集まった眼の情報データベース利用し、あらゆる目の悩みを総合的にサポートしてくれるような医師と連携したメディカルサービスへの展開を考えている模様だ。2018年中には、MEMEと連携した新商品など、様々なビジネスモデルを検討している。

LINEビジネスコネク

2018年7月より、JINS全店にてLINEビジネスコネクの導入を開始。視力測定の待ち時間や特注品の加工完了時間の通知の確認が可能となる。土日の繁忙期には待ち時間が発生するが、順番待ち受付表をLINEに連携することで、販売機会損失減少や効率的な店舗運営が可能になるとみられる。

香港

海外5地域目となる香港に進出、9月28日に「JINS」1号店を大型ショッピングモール「apm」にオープンすることを発表した。香港への出店は、2010年12月の中国（8月末時点133店）、2015年4月の北米（同5店）、同11月の台湾（21店）、2018年4月のフィリピン（2店）に続くもの（国内は349店舗）。同社では、1）香港の人口は約40万人、1人あたりGDPは台湾の約2倍で日本よりも高い成長率を維持していること、2）これまで出店した地域では確実に影響力を高めていること、3）更なるグローバル化を加速すべく、市場成長が見込める香港への進出を決定したとしている。

持株会社体制移行

2019年7月1日付で商号を株式会社ジズホールディングスに変更し、持株会社体制へ移行することを発表した。その目的として、グループ事業の多角化が進展する中で更なる成長のために、a) グループ経営戦略の立案機能を強化することで、グループ内経営資源の最適化を図りブランド力を向上させること、b) 各事業会社における収益性及び経営責任の明確化を図ること、c) 各事業会社の意思決定の迅速化により戦略的かつ機動的に事業運営を推進すること、をあげている。連結業績への影響は軽微であるとのこと。

今期会社予想 (期初予想)

Table with columns for FY08/14 to FY08/19, split into 'FY08/14' and 'FY08/15' sections. Rows include sales (売上高), operating profit (営業利益), and other financial metrics. Values are provided for upper and lower estimates, with YoY percentage changes.

出所: 会社資料よりSR作成

注: 表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意

このリサーチメモは、掲載企業の最新レポートにも掲載されています。

株式会社シェアードリサーチは今までにない画期的な形で日本企業の基本データや分析レポートのプラットフォーム提供を目指しています。さらに、徹底した分析のもとに顧客企業のレポートを掲載し随時更新しています。

ディスクレーム

本レポートは、情報提供のみを目的としております。投資に関する意見や判断を提供するものでも、投資の勧誘や推奨を意図したものではありません。SR Inc.は、本レポートに記載されたデータの信憑性や解釈については、明示された場合と黙示の場合の両方につき、一切の保証を行わないものとします。SR Inc.は本レポートの使用により発生した損害について一切の責任を負いません。

本レポートの著作権、ならびに本レポートとその他Shared Researchレポートの派生品の作成および利用についての権利は、SR Inc.に帰属します。本レポートは、個人目的の使用においては複製および修正が許されていますが、配布・転送その他の利用は本レポートの著作権侵害に該当し、固く禁じられています。SR Inc.の役員および従業員は、SR Inc.の調査レポートで対象としている企業の発行する有価証券に関して何らかの取引を行っており、または将来行う可能性があります。そのため、SR Inc.の役員および従業員は、該当企業に対し、本レポートの客観性に影響を与える利害を有する可能性があることにご留意ください。

金融商品取引法に基づく表示

本レポートの対象となる企業への投資または同企業が発行する有価証券への投資についての判断につながる意見が本レポートに含まれている場合、その意見は、同企業からSR Inc.への対価の支払と引き換えに盛り込まれたものであるか、同企業とSR Inc.の間に存在する当該対価の受け取りについての約束に基づいたものです。

連絡先

株式会社シェアードリサーチ / Shared Research Inc.
東京都文京区千駄木3-31-12
HP: <https://sharedresearch.jp>
TEL : (03)5834-8787
Email: info@sharedresearch.jp