

当PDF文書は上に示されている企業に関する詳細レポートのアップデート版として作成されたものです。
詳細レポート全体につきましては[弊社ウェブサイト](#)をご覧ください。

2021年1月13日、株式会社吉野家ホールディングスは、2021年2月期第3四半期決算を発表した。

四半期業績推移 (累計) (百万円)	19年2月期				20年2月期				21年2月期			21年2月期	
	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q	1Q	1-2Q	1-3Q	1-4Q	1Q	1-2Q	1-3Q	進捗率	通期会予
売上高	49,794	100,339	150,016	202,385	52,799	107,066	159,876	216,201	39,681	81,998	126,882	73.6%	172,300
前期比	2.7%	2.7%	2.4%	2.0%	6.0%	6.7%	6.6%	6.8%	-24.8%	-23.4%	-20.6%		-20.3%
売上総利益	31,977	64,416	96,311	129,581	34,387	69,524	103,697	139,949	24,362	50,885	79,414		
前期比	1.0%	1.1%	1.1%	0.5%	7.5%	7.9%	7.7%	8.0%	-29.2%	-26.8%	-23.4%		
売上総利益率	64.2%	64.2%	64.2%	64.0%	65.1%	64.9%	64.9%	64.7%	61.4%	62.1%	62.6%		
販管費	32,156	64,361	96,873	129,476	33,343	66,588	100,807	136,023	29,317	56,855	84,750		
前期比	4.1%	4.5%	4.5%	3.7%	3.7%	3.5%	4.1%	5.1%	-12.1%	-14.6%	-15.9%		
売上高販管費比率	64.6%	64.1%	64.6%	64.0%	63.2%	62.2%	63.1%	62.9%	73.9%	69.3%	66.8%		
営業利益	-178	55	-562	104	1,044	2,936	2,890	3,926	-4,955	-5,970	-5,336	-	-8,700
前期比	-	-97.4%	-	-97.4%	-	5238.2%	-	3675.0%	-	-	-	-	-
営業利益率	-	0.1%	-	0.1%	2.0%	2.7%	1.8%	1.8%	-	-	-	-	-
経常利益	-44	332	-129	349	1,254	3,023	3,351	3,369	-4,278	-5,004	-3,892	-	-7,800
前期比	-	-86.4%	-	-92.4%	-	810.5%	-	865.3%	-	-	-	-	-
経常利益率	-	0.3%	-	0.2%	2.4%	2.8%	2.1%	1.6%	-	-	-	-	-
四半期純利益	-388	-850	-1,558	-6,000	1,097	1,879	1,774	713	-4,087	-5,708	-5,499	-	-9,000
前期比	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
四半期純利益率	-	-	-	-	2.1%	1.8%	1.1%	0.3%	-	-	-	-	-
四半期業績推移 (3ヵ月) (百万円)	19年2月期				20年2月期				21年2月期				
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q		
売上高	49,794	50,545	49,677	52,369	52,799	54,267	52,810	56,325	39,681	42,317	44,884		
吉野家	24,909	25,933	25,490	27,275	26,656	28,057	27,406	29,566	26,124	25,761	26,948		
はなまる	7,355	7,466	7,107	7,077	7,783	8,112	7,402	7,596	3,982	5,535	5,726		
アークミール	5,346	4,990	4,730	5,181	5,291	4,967	4,570	5,082	-	-	-		
京樽	6,958	6,727	6,634	7,004	7,275	7,034	6,743	7,492	3,670	4,890	5,098		
海外	5,005	5,207	5,558	5,392	5,283	5,521	5,710	5,431	4,529	4,485	5,352		
前期比	2.7%	2.7%	1.9%	0.6%	6.0%	7.4%	6.3%	7.6%	-24.8%	-22.0%	-15.0%		
吉野家	3.8%	5.5%	2.0%	-0.9%	7.0%	8.2%	7.5%	8.4%	-2.0%	-8.2%	-1.7%		
はなまる	9.8%	8.1%	4.9%	6.0%	5.8%	8.7%	4.2%	7.3%	-48.8%	-31.8%	-22.6%		
アークミール	-7.1%	-13.1%	-10.3%	-9.2%	-1.0%	-0.5%	-3.4%	-1.9%	-	-	-		
京樽	2.2%	2.5%	3.9%	0.9%	4.6%	4.6%	1.6%	7.0%	-49.6%	-30.5%	-24.4%		
海外	8.4%	6.1%	7.0%	7.6%	5.6%	6.0%	2.7%	0.7%	-14.3%	-18.8%	-6.3%		
売上総利益	31,977	32,439	31,895	33,270	34,387	35,137	34,173	36,252	24,362	26,523	28,529		
前期比	1.0%	1.2%	1.0%	-1.0%	7.5%	8.3%	7.1%	9.0%	-29.2%	-24.5%	-16.5%		
売上総利益率	64.2%	64.2%	64.2%	63.5%	65.1%	64.7%	64.7%	64.4%	61.4%	62.7%	63.6%		
販管費	32,156	32,205	32,512	32,603	33,343	33,245	34,219	35,216	29,317	27,538	27,895		
前期比	4.1%	5.0%	4.5%	1.3%	3.7%	3.2%	5.3%	8.0%	-12.1%	-17.2%	-18.5%		
売上高販管費比率	64.6%	63.7%	65.4%	62.3%	63.2%	61.3%	64.8%	62.5%	73.9%	65.1%	62.1%		
営業利益	-178	233	-617	666	1,044	1,892	-46	1,036	-4,955	-1,015	634		
吉野家	511	732	910	1,369	1,445	1,844	1,113	1,533	-367	956	2,109		
はなまる	392	377	-93	-52	517	691	78	-34	-1,581	-585	-456		
アークミール	-86	-257	-397	-101	-147	-92	-243	173	-	-	0		
京樽	206	-16	-57	29	283	48	-79	205	-1,330	-504	-185		
海外	114	200	272	220	284	255	332	101	-175	85	396		
前期比	-	-83.2%	-	-53.3%	-	712.0%	-	55.6%	-	-	-		
吉野家	-44.2%	-30.3%	-24.4%	-27.8%	182.8%	151.9%	22.3%	12.0%	-	-48.2%	89.5%		
はなまる	-15.5%	-31.6%	-	-	31.9%	83.3%	-	-	-	-	-		
アークミール	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
京樽	-15.6%	-	-	-81.6%	37.4%	-	-	606.9%	-	-	-		
海外	-63.7%	-44.1%	-34.6%	41.9%	149.1%	27.5%	22.1%	-54.1%	-	-66.7%	19.3%		
営業利益率	-	0.5%	-	1.3%	2.0%	3.5%	-	1.8%	-	-	1.4%		
吉野家	1.0%	1.4%	1.8%	2.6%	2.7%	3.4%	2.1%	2.7%	-	2.3%	4.7%		
はなまる	0.8%	0.7%	-	-	1.0%	1.3%	0.1%	-	-	-	-		
アークミール	-	-	-	-	-	-	-	0.3%	-	-	-		
京樽	0.4%	-	-	0.1%	0.5%	0.1%	-	0.4%	-	-	-		
海外	0.2%	0.4%	0.5%	0.4%	0.5%	0.5%	0.6%	0.2%	-	0.2%	0.9%		
経常利益	-44	376	-461	478	1,254	1,769	328	18	-4,278	-726	1,112		
前期比	-	-76.7%	-	-70.3%	-	370.5%	-	-96.2%	-	-	239.0%		
経常利益率	-	0.7%	-	0.9%	2.4%	3.3%	0.6%	0.0%	-	-	2.5%		
四半期純利益	-388	-462	-708	-4,442	1,097	782	-105	-1,061	-4,087	-1,621	209		
前期比	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
四半期純利益率	-	-	-	-	2.1%	1.4%	-	-	-	-	0.5%		

出所：会社資料によりSR社作成

*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

**アークミールは株式会社アークミールの株式譲渡により、2020年2月期まで。同セグメントは2021年3月期以降消滅する。

吉野家月次売上データ

通期計		(前年比、%)												
		FY2/11	FY2/12	FY2/13	FY2/14	FY2/15	FY2/16	FY2/17	FY2/18	FY2/19	FY2/20	FY2/21	FY2/22	FY2/23
既存店	売上高	-6.8	-4.9	-2.3	7.3	1.2	0.8	0.1	1.4	0.8	6.7			
	客数	1.0	-3.9	-6.8	13.4	-6.4	-11.5	1.7	0.2	-0.2	2.0			
	客単価	-7.2	-1.1	4.8	-5.3	8.2	13.9	-1.6	1.3	1.1	4.6			
全店	売上高	-3.8	-3.3	1.7	11.2	5.3	3.9	3.8	4.8	3.7	9.4			
	客数	3.9	-2.4	-3.1	17.4	-2.6	-9.0	5.3	3.5	3.0	4.8			
	客単価	-7.0	-0.9	4.9	-5.3	8.2	14.2	-1.5	1.3	0.7	4.4			
年度別月次推移		(前年同月比、%)												
21年2月期		3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	通期
既存店	売上高	-1.8	-4.0	-7.3	-12.3	-5.7	-16.8	-9.2	0.4	-6.6	-11.2			-7.6
	客数	0.1	-1.0	-9.2	-18.9	-10.2	-19.8	-12.4	-7.6	-9.7	-15.3			-10.6
	客単価	-2.0	-3.0	2.1	8.1	5.1	3.7	3.7	8.7	3.4	4.8			3.3
全店	売上高	0.0	-2.4	-6.0	-11.0	-4.0	-15.4	-7.1	2.7	-4.8	-9.6			-5.9
	客数	2.1	0.6	-7.9	-17.7	-8.6	-18.4	-10.3	-5.5	-7.9	-13.7			-9.0
	客単価	-2.0	-3.0	2.1	8.1	5.1	3.7	3.6	8.7	3.4	4.8			3.3
20年2月期		3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	通期
既存店	売上高	8.1	4.8	5.2	7.1	2.6	13.9	4.6	8.2	7.3	11.3	9.5	-2.1	6.7
	客数	2.3	-0.9	-0.6	5.4	-0.7	10.3	0.2	4.0	4.7	10.8	6.2	-14.5	2.0
	客単価	5.6	5.8	5.8	1.6	3.4	3.2	4.3	4.1	2.5	0.4	3.1	14.5	4.6
全店	売上高	11.0	7.8	8.1	10.6	5.8	17.3	7.3	10.4	9.9	13.6	11.7	0.1	9.4
	客数	5.6	2.4	2.6	8.9	2.3	13.6	2.8	6.1	7.3	13.1	8.4	-12.6	4.8
	客単価	5.1	5.3	5.4	1.6	3.4	3.2	4.3	4.1	2.5	0.4	3.1	14.5	4.4
19年2月期		3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	通期
既存店	売上高	3.3	7.0	2.1	6.3	3.3	2.1	4.7	-0.7	-3.0	-1.2	-3.3	-7.4	0.8
	客数	3.6	4.4	2.9	7.5	2.9	3.7	3.0	-0.8	-5.4	-2.9	-4.5	-10.0	-0.2
	客単価	-0.3	2.5	-0.8	-1.2	0.4	0.3	1.6	0.1	2.5	1.8	1.3	3.0	1.1
全店	売上高	6.6	10.4	5.3	8.9	6.3	4.8	7.5	2.6	-0.4	1.5	-0.8	-4.7	3.7
	客数	7.3	8.1	6.6	10.7	6.3	4.4	6.2	2.8	-2.4	0.1	-1.6	-7.1	3.0
	客単価	-0.7	2.1	-1.2	-1.6	0.0	0.4	1.3	-0.3	2.1	1.4	0.8	2.6	0.7
18年2月期		3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	通期
既存店	売上高	1.1	-8.4	0.6	-5.5	-1.2	0.2	1.6	-15.1	5.7	4.5	6.3	36.3	1.4
	客数	0.4	-12.2	-0.7	-7.1	-2.5	-0.9	0.9	-21.6	3.1	2.3	5.1	54.0	0.2
	客単価	0.8	4.4	3.5	1.7	1.3	1.1	0.8	8.2	2.6	2.1	1.2	-11.5	1.3
全店	売上高	4.6	-5.6	3.6	-2.1	1.9	3.3	4.5	-12.6	8.3	7.1	9.3	39.6	4.8
	客数	4.2	-9.3	0.4	-3.6	0.9	2.6	4.0	-19.0	6.0	5.3	8.5	58.3	3.5
	客単価	0.4	4.1	3.2	1.5	1.0	0.7	0.4	7.9	2.2	1.8	0.8	-11.8	1.3
17年2月期		3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	通期
既存店	売上高	-3.0	6.7	0.1	4.7	2.3	-13.1	-2.8	15.1	0.8	-1.1	-2.3	-4.6	0.1
	客数	-4.6	14.1	3.2	6.2	3.5	-12.2	-1.3	21.8	0.9	-1.6	-2.8	-5.9	1.7
	客単価	1.6	-6.5	-3.0	-1.4	-1.1	-1.0	-1.4	-5.5	-0.1	0.5	0.6	1.5	-1.6
全店	売上高	-0.2	10.1	3.6	8.6	5.8	-10.0	0.6	19.2	4.9	2.7	1.2	-1.3	3.8
	客数	-1.8	17.7	6.7	10.1	7.0	-9.3	2.4	26.5	5.4	2.5	0.9	-2.5	5.3
	客単価	1.6	-6.4	-2.9	-1.4	-1.2	-0.8	-1.8	-5.8	-0.5	0.2	0.2	1.2	-1.5

出所：会社資料によりSR社作成

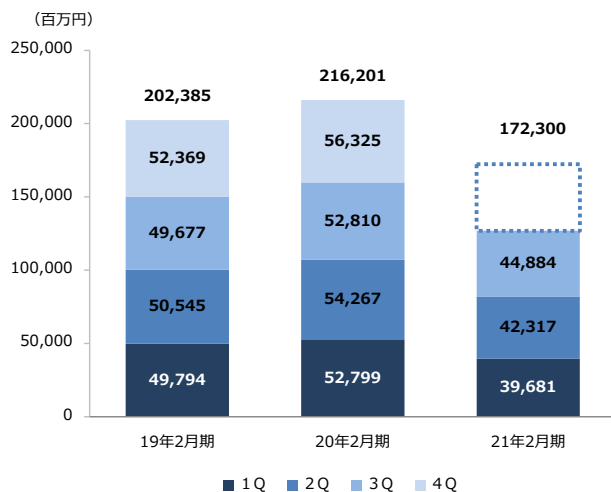
2021年2月期第3四半期実績

業績概要

- ▷ 2021年2月期第3四半期（2020年3月～2020年11月）の連結業績は、売上高126,882百万円（前年同期比20.6%減）
- ▷ 売上総利益79,414百万円（同23.4%減）
- ▷ 営業損失5,336百万円（前年同期は2,890百万円の利益）
- ▷ 経常損失3,892百万円（同3,351百万円の利益）
- ▷ 親会社株主に帰属する四半期純損失5,499百万円（同1,774百万円の利益）

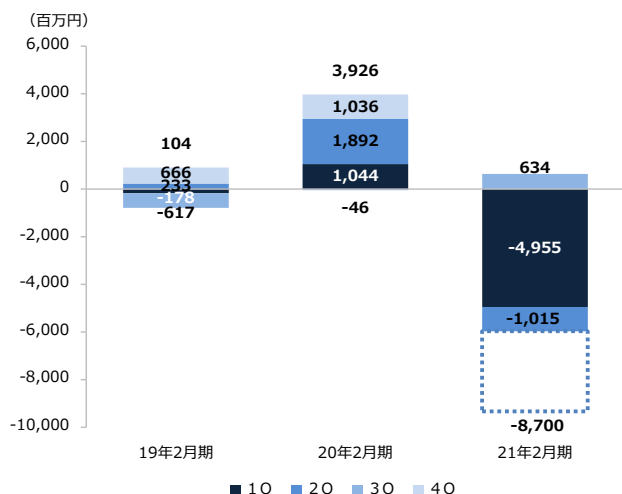
- ▷ 減収要因：新型コロナウイルス感染症の拡大影響に伴い、グループ各社で店舗の休業、営業時間の短縮を実施したことにより、売上が前年同期比で大幅な減収となった。国内においては、緊急事態宣言の解除以降、海外においては、外出禁止令の解除以降、営業再開が進み、新商品の投入や各セグメントで販促活動を積極的に展開したことから売上高は回復基調となった。しかし、感染者の増加に伴う政府・各自治体からの外出自粛要請や営業時間の短縮もあり、前年同期の水準を下回った。
- ▷ 利益変動要因：賃料の減額交渉や管理可能経費の削減に加え、グループ全体での構造改革に取り組みコスト削減を進めたこともあり、第3四半期（2020年9月～11月）では営業黒字に転じた。また、売上の減少に対し、当期はキャッシュフローを重視し、当初計画していた出店・改装投資も抑制し、不採算または売り上げの回復が見込めない店舗について閉店を進めている。しかしながら、売上高の大幅な減少や、閉店や店舗資産の収益力の低下に伴う減損損失および新型コロナウイルス感染症による損失など総額2,718百万円を特別損失として計上したことにより、親会社株主に帰属する四半期純損失は前年同期に対して7,273百万円の悪化となった。なお、営業外収益に、助成金等収入（997百万円）、特別損失に、各国政府や各行政の指示・ガイドラインに従い休業した店舗の休業期間中に発生した固定費の一部を新型コロナウイルス感染症による損失（607百万円）として計上した。

四半期売上高推移



出所：会社資料によりSR社作成

四半期営業利益推移



出所：会社資料によりSR社作成

セグメント別

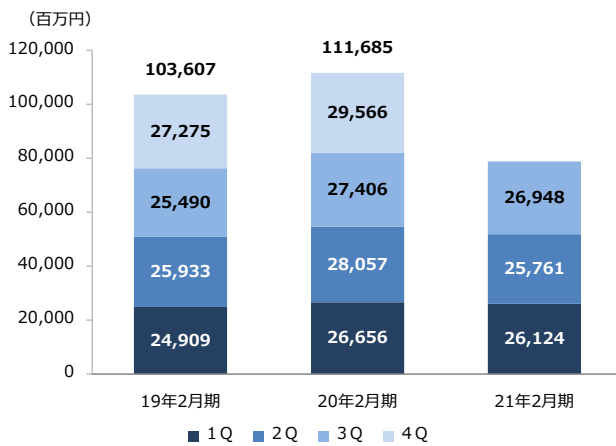
吉野家

- ▷ 2021年2月期第3四半期累計売上高：78,833百万円（前年同期比4.0%減）
- ▷ 減収要因：新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、店舗の営業時間が短縮されたこともあり、既存店の売上高が前年同期比7.2%減となった。
- ▷ 当期の既存店売上高は、月別では、3月1.8%減、4月4.0%減、5月7.3%減、6月12.3%減、7月5.7%減、8月16.8%減、9月9.2%減、10月0.4%増、11月6.6%減（客数：0.1%増、1.0%減、9.2%減、18.9%減、10.2%減、19.8%減、12.4%減、7.6%減、9.7%減、客単価：2.0%減、3.0%減、2.1%増、8.1%増、5.1%増、3.7%増、3.7%増、8.7%増、3.4%増）と、客数が伸び悩んだ。
- ▷ 店舗数：1,206店（出店21店、閉鎖29店）

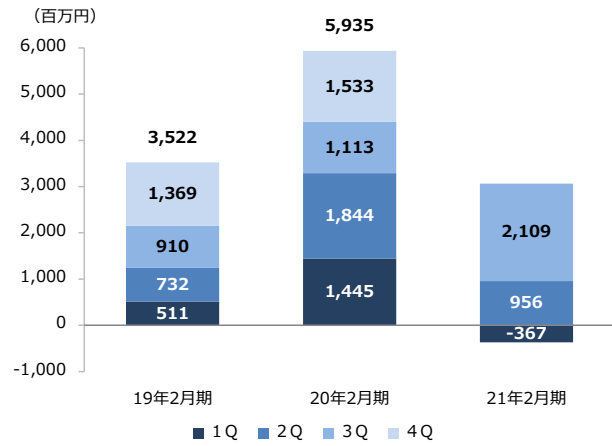
▷ 主な施策：3月上旬から、全国一斉休校に対し「お客様の食事支援」を実施し、3月下旬からは外出自粛要請を受けて「ご家庭の食事支援」へと拡大した。4月には、外出自粛要請の拡大や緊急事態宣言を受け、「牛丼テイクアウト15%オフキャンペーン」の実施、「テイクアウト限定ファミリーセット」を販売するなど、食のインフラとして各種支援策を機動的に実施しながら、店内飲食からテイクアウトへと変化する顧客ニーズに迅速に対応した。また、宅配需要の高まりに対応するため、宅配サービス対応店舗を712店舗へと積極的に拡大した。商品施策としては、テイクアウトでもおいしく食べられる商品開発を基本方針とし、4月から「肉だく牛丼」や「スタミナ超特盛丼」を、6月から期間限定の「牛たん麦とろ御膳」を、10月から冬の定番「牛すき鍋膳」に加え、「黒毛和牛すき鍋膳」を販売した。また、販売施策としては、5月、7月、9月、11月に、昨年大好評であった「ポケ盛」キャンペーンを実施、6月には「超特盛祭」、11月にはプレミアム食事券の「Go To Eatキャンペーン」に参加した。

▷ 同セグメント利益：2,698百万円（前年同期実績4,402百万円の利益）

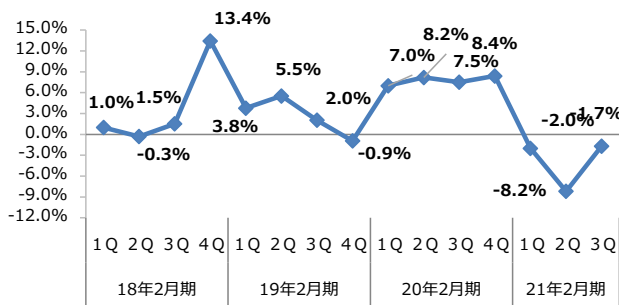
吉野家四半期売上高推移



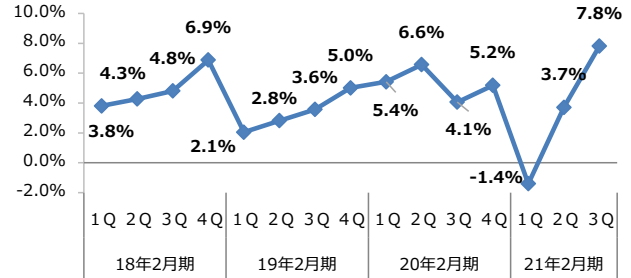
吉野家四半期セグメント利益推移



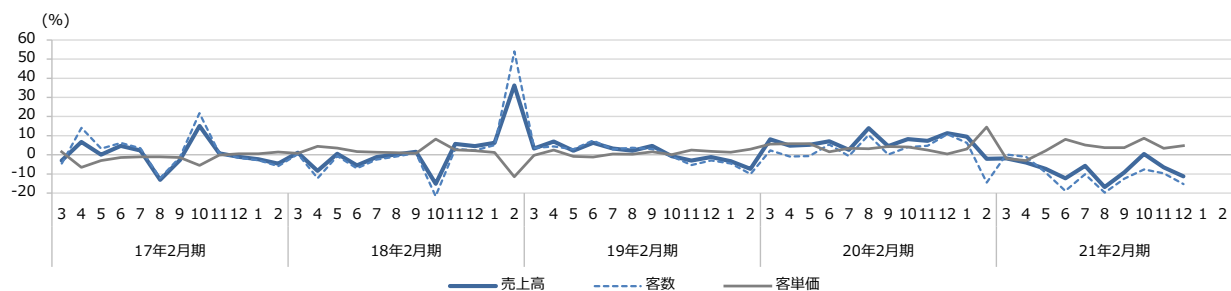
吉野家四半期売上高前年同期比推移



吉野家四半期セグメント利益率推移



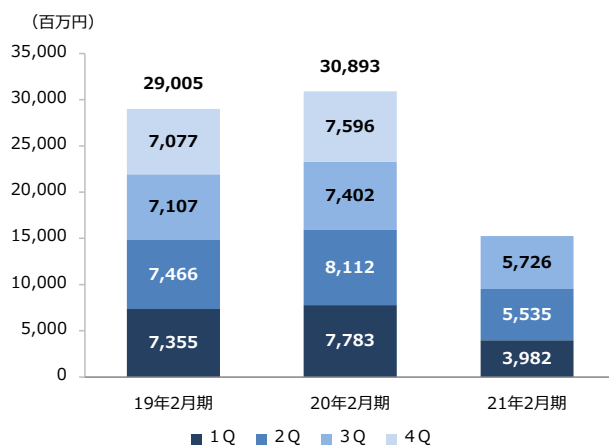
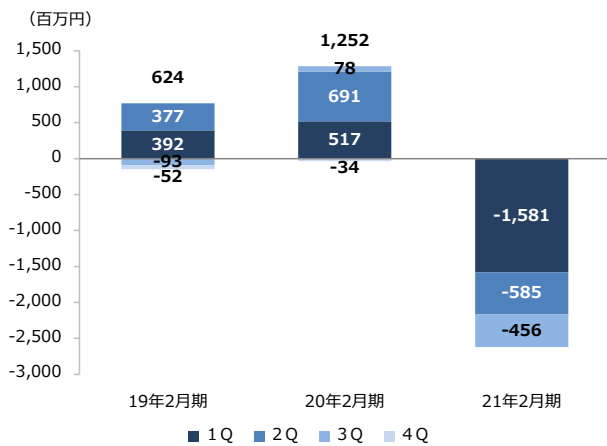
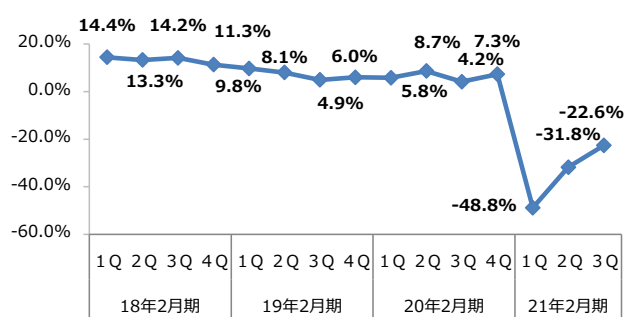
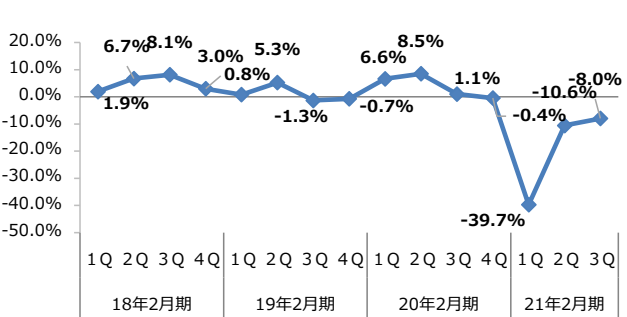
吉野家既存店月次売上高前年比推移



出所：会社資料によりSR社作成

はなまる

- ▷ 2021年2月期第3四半期累計売上高：15,244百万円（同34.6%減）
- ▷ 減収要因：新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い商業施設内店舗の大規模な休業や営業時間の短縮を行ったため、既存店売上高が前年の7割に減少した。商業施設の営業再開に伴い、第2四半期（2020年6月～8月）以降は回復傾向にはあるものの、都市部への通勤人口の減少やフードコートの客席稼働率の低下といった厳しい状況が続いている。
- ▷ 店舗数：498店（出店18店、閉鎖42店）。
- ▷ 主な施策：商品施策としては、3月には「とろ玉フェア」を、6月に「冷かけフェア」を、8月には「清涼辛旨！冷やし坦々フェア」を、9月には「温もり、とろーり！あんかけフェア」を実施、11月には「具・たくさん！豚汁うどん」を販売した。販売施策としては、3月と9月に、好評の「天ぷら定期券」を販売、7月には「コウペンちゃん はなまる日和」とのコラボキャンペーンを実施した。また、テイクアウト・デリバリー需要の高まりに対応するため、新たに「テイクアウト専用の500円（税込）メニュー」を販売し、デリバリー対応店舗を前期末より96店増加して171店に拡大した。11月には、「お持ち帰り天ぷら100円キャンペーン」の実施や、プレミアム食事券の「Go To Eatキャンペーン」に参加した。これらに加え、かけうどんの価格改定を行うなど機動的に施策を展開した。
- ▷ 同セグメント損失：2,622百万円（同1,286百万円の利益）

はなまる四半期売上高推移

はなまる四半期セグメント利益推移

はなまる四半期売上高前年同期比推移

はなまる四半期セグメント利益率推移


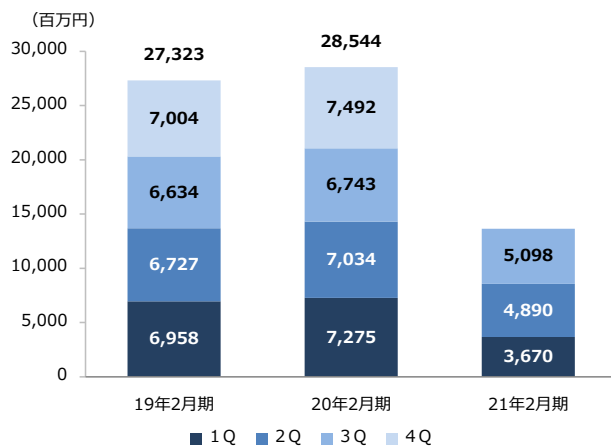
出所：会社資料によりSR社作成

京樽

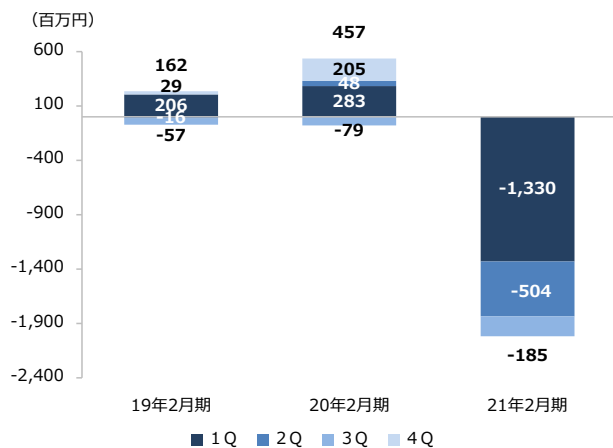
- ▷ 2021年2月期第3四半期累計売上高：13,659百万円（同35.1%減）

- ▷ 減収要因：新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い店舗の大規模な休業や営業時間の短縮を行ったため、既存店売上が前年の7割に減少したことや、外出自粛要請に伴いイベントによる弁当販売の減少。商業施設の再開に伴いテイクアウト事業を中心に売り上げは回復傾向にあるものの、アルコール需要の減少により外食事業は厳しい状況が続いている。
- ▷ 店舗数：294店（出店12店、閉鎖53店）
- ▷ 主な施策：商品施策としては、テイクアウト・デリバリー需要の高まりに対応するため、全業態において家庭で握り寿司を手軽に楽しむことができる「すしパーティーセット」や、海鮮三崎港において「ちらしずしのタネ」を販売するなど、テイクアウト商品の充実を図り、デリバリー対応店舗を前期末から92店舗増加し、94店に拡大した。また、寿司ネタ人気No.1のサーモンをチルド流通で提供するなど、素材にこだわった旬の食材を用いた季節メニューを各業態で販売した。販売施策としては、テイクアウト事業において、「創業88周年記念祭あかふじセール」や好評の「中巻セール」、外食事業における「本まぐる祭」「(赤皿) 99円セール」などを実施し、「Go To Eatキャンペーン」に参加した。
- ▷ 同セグメント損失：2,019万円（同252百万円の利益）

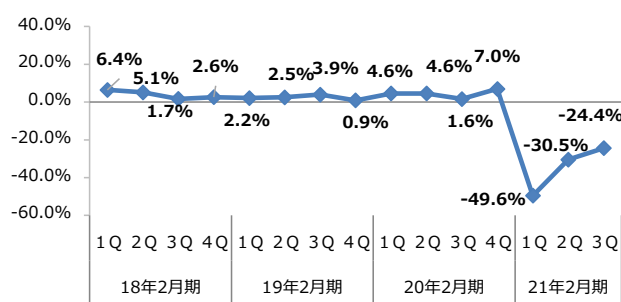
京樽四半期売上高推移



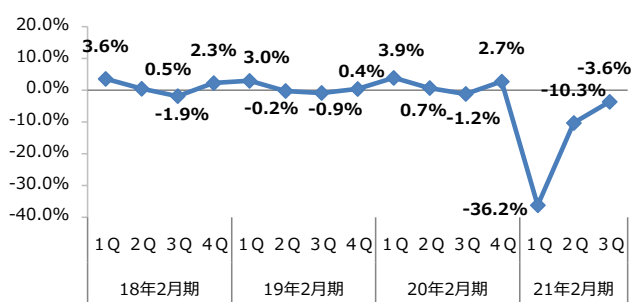
京樽四半期セグメント利益推移



京樽四半期売上高前年同期比推移



京樽四半期セグメント利益率推移



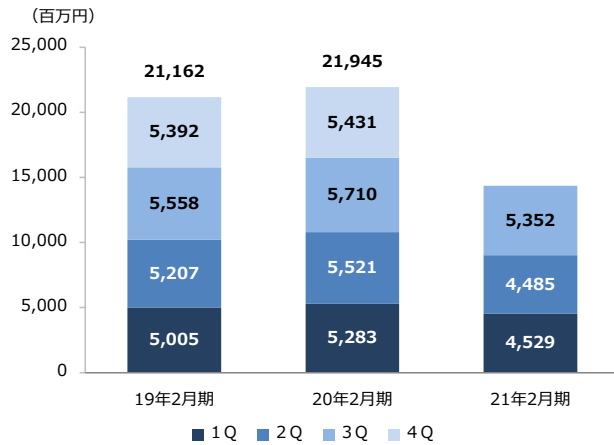
出所：会社資料によりSR社作成

海外

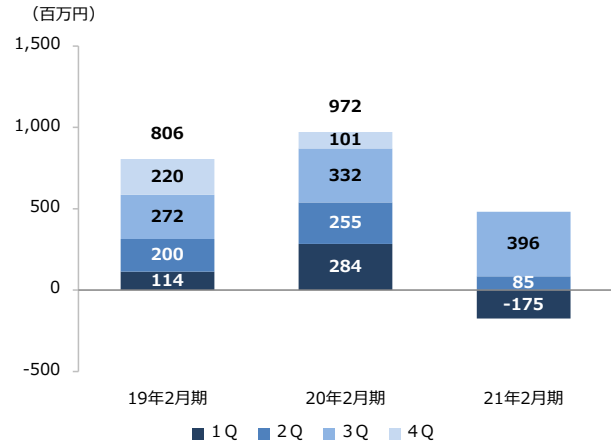
- ▷ 2021年2月期第3四半期累計売上高：14,366百万円（同13.0%減）
- ▷ 減収要因：新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い各エリアにおいて外出禁止令が発令されたことにより、店舗の大規模な休業・営業時間の短縮を行ったこと。

- ▷ 店舗数：961店舗（出店54店、閉鎖87店）
- ▷ アメリカでは、感染の拡大に加え店内飲食の禁止が続いているが、テイクアウト需要を獲得して既存店の売上高は前年並みに回復している。営業再開が進む中国では、既存店売上高が前年をやや下回っているものの、回復基調にある。新型コロナウイルス感染症拡大が続くアセアンでは、売上高が前年を下回って推移している。
- ▷ 同セグメント損失：306百万円（同871百万円の利益）

海外四半期売上高推移

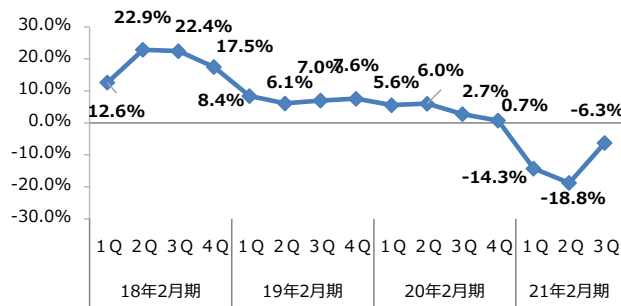


海外四半期セグメント利益推移



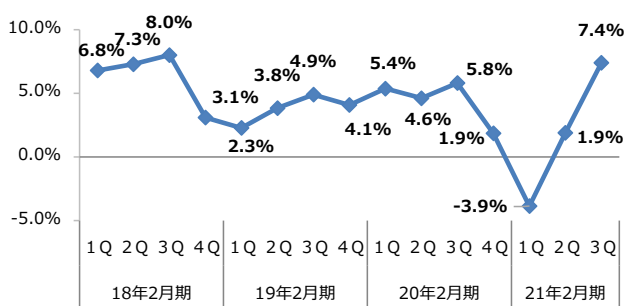
出所：会社資料によりSR社作成

海外四半期売上高前年同期比推移



出所：会社資料によりSR社作成

海外四半期セグメント利益率推移



出所：会社資料によりSR社作成

このリサーチメモは、掲載企業の[最新版レポート](#)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