



モリト | 9837

東証プライム

構造改革の先へ、成長企業への挑戦

サマリー

■ 2026/11期Q2 決算概要

モリト(以下、同社)の2026/11期Q2決算の主要数値は、売上高33,068百万円(前年同期比28.1%増)、営業利益2,058百万円(同31.2%増)、経常利益2,162百万円(同26.4%増)、親会社株主に帰属する中間純利益(以下、当期純利益)1,645百万円(同29.9%減)であった。上期ベースで売上高、営業利益、経常利益は過去最高を更新した。当期純利益の減益は、前年同期にミツボシコーポレーション取得に伴う負ののれん発生益を特別利益として計上していたことの反動が主因である。ミツボシコーポレーションの連結業績への貢献、オーガニック事業(既存事業)の増収、売上総利益率の改善の3つが営業利益を押し上げた。

■ 2026/11期通期会社業績予想

2026/11期通期会社業績予想数値は、売上高63,000百万円(前期比10.8%増)、営業利益3,500百万円(同5.0%増)、経常利益3,700百万円(同2.1%増)、当期純利益3,000百万円(同2.9%増)である。Q2決算時点の通期業績予想に対する進捗状況は順調に推移しており、売上高および利益ともに通期予想に対して50%を超えている。通期業績予想は期初予想が据え置かれている。中東情勢による原料や製品の調達リスクと調達コストの増加などが不確定要因となるためである。

■ 第9次中期経営計画「ACTION 1000」

2027/11期から2031/11期までの5年間で売上規模1,000億円を目指す。第9次中期経営計画は「量と率の両立」期と位置付けられている。「非連続成長による規模の拡大」と「収益性の維持・向上」の両立を基本方針として掲げている。また、2027/11期から新たに「グロース事業」を設ける計画である。

■ 株価インサイト

2025/11期決算発表前までの株価上昇は、第8次中計において推進してきた構造改革の成果が顕在化し、収益性改善やROE向上、株主還元強化などが市場から評価された結果と考える。一方、現在は第9次中計「ACTION 1000」の実現力が注目される局面に移行している。同計画では、売上高1,000億円を目標に掲げ、既存事業の成長に加え、グロース事業の育成やM&Aによる非連続成長を通じて企業価値の向上を目指している。現時点では、その成果はこれから検証される段階にあるものの、同社が高収益体質を維持しながら新たな成長領域を着実に拡大できれば、中長期的な企業価値向上につながる可能性があると考ええる。

(百万円、%、円)	売上高	YoY	営業利益	YoY	経常利益	YoY	当期純利益	YoY	EPS ⁽¹⁾	DPS
2023/11期	48,529	0.1	2,464	16.4	2,771	18.3	2,217	32.5	82.80	55.00
2024/11期	48,537	0.0	2,868	16.4	3,003	8.4	2,572	16.0	97.12	63.00
2025/11期	56,867	17.2	3,333	16.2	3,624	20.7	2,916	13.4	111.88	70.00
2026/11期(会予)	63,000	10.8	3,500	5.0	3,700	2.1	3,000	2.9	117.21	72.00
2025/11期Q2	25,805	8.7	1,568	5.7	1,711	9.3	2,346	68.4	89.53	33.00
2026/11期Q2	33,068	28.1	2,058	31.2	2,162	26.4	1,645	-29.9	65.13	36.00

出所: 同社決算短信よりSIR作成。(1): 2023/11期は潜在株式調整後のEPS。
SIRでの財務データ処理は短信規定と異なるため記載数字は会社資料と相違することがある。

Q2 Follow-up

MORITO

あたりまえに、新しさ。

Focus Point

進行中の第8次中期経営計画では、経営目標の営業利益とROEは1年前倒しですでに達成。2027/11期から始まる5カ年の第9次中期経営計画「ACTION 1000」を発表した。同計画は「量と率の両立」期と位置付けられている。

主要指標

株価 (8/4)	1,787円
52週高値 (26/3/2)	2,121円
52週安値 (25/8/5)	1,518円
10年間高値 (26/3/2)	2,121円
10年間安値 (14/1/6)	575円
発行済株式数(百万株)	26.8
時価総額(十億円)	47.89
企業価値(十億円)	37.59
25/11 株主資本比率	71.8%
25/11 実績ROE	7.4%
26/11 実績PBR(Q2)	1.10X
26/11 予想PER	15.2X
25/11 EV/EBITDA	7.1X
26/11 予想配当利回り	4.0%

株価チャート (1年)



出所: TradingView

アナリスト 中嶋俊彦

research@sessapartners.co.jp



売上高・営業利益・経常利益は半期開示を始めて以来の最高数値

売上総利益も半期ベースで過去最高を更新

売上高と変動要因

売上高(前年同期比)

+7,262百万円、+28.1%

主な変動要因

- (+) Ms.ID、ミツボシコーポレーションの通期連結
- (+) ヘルスケア関連商品、厨房機器関連サービスが好調
- (+) ベトナムでのスポーツシューズ向け付属品が好調
- (-) 中国・米国での輸送関連事業の減少

出所: 同社IR資料よりSIR作成

■ 2026/11期Q2決算

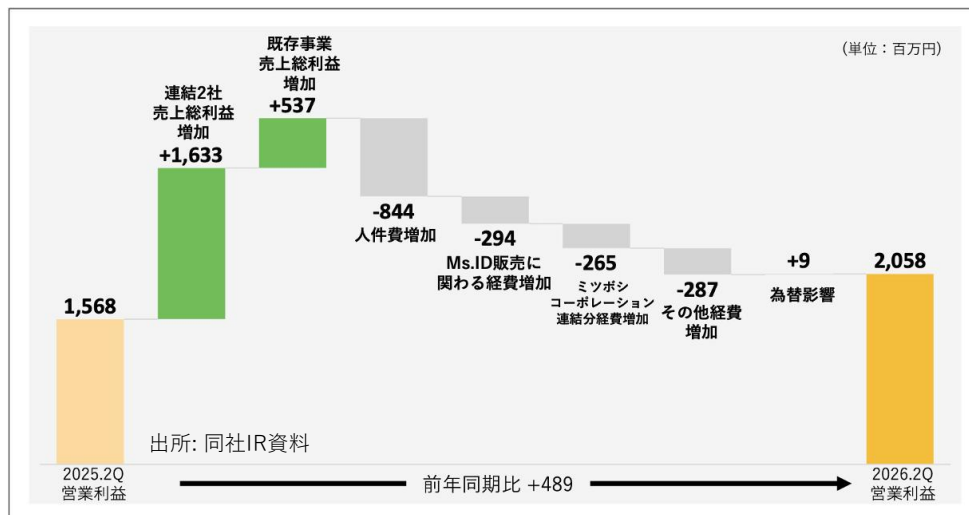
2026/11期Q2累計は、売上高33,068百万円(前年同期比28.1%増)、営業利益2,058百万円(同31.2%増)、経常利益2,162百万円(同26.4%増)となった。一方、当期純利益は1,645百万円(同29.9%減)となった。これは、前年同期にミツボシコーポレーション取得に伴う負ののれん発生益を特別利益として計上していた反動が主因であり、営業段階の収益力はむしろ改善している。

売上総利益は10,116百万円(同28.6%増)に拡大した。これは、2025/11期Q3から連結対象となり、今期は通期で連結しているミツボシコーポレーションの連結業績への貢献、オーガニック事業(既存事業)の増収、売上総利益率の改善の3つが主な要因として挙げられる。特に、ミツボシコーポレーションは空調服の需要拡大もあり、売上面だけでなく利益面でも当初の想定以上に貢献した。

売上総利益率は30.6%(昨年Q2は30.5%)で30%台を維持した。売上総利益率の改善は、高利益率のMs.IDが2025/11期Q2から連結対象に加わったこと、売上総利益率改善に対する意識改革がグループ内および社員に浸透したこと、国内の主要な既存グループ会社であるモリトアパレル、モリトジャパン、モリトオートパーツの売上総利益率が前年同期比で上昇したことが要因として挙げられる。なお、ミツボシコーポレーションの売上総利益率は同社既存事業の売上総利益率より低いため、同社の連結化はQ2の売上総利益率の低下要因となった。

営業利益の増減要因は下の図表の通りである。売上高および売上総利益の増加が、営業利益の大きな増加要因となった。経費面では、人件費の増加およびM&Aにより通期連結対象となった2社に伴う経費の増加があった。その他の経費はおおむね前年並みで推移し、売上高に対する販売費及び一般管理費の比率は24.4%と前年同期Q2と同水準であった。

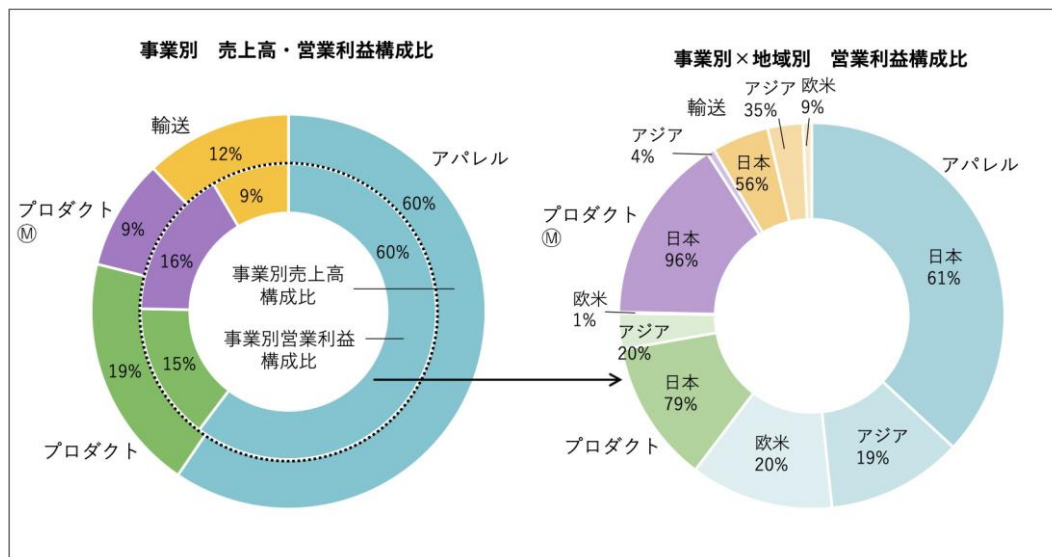
営業利益増減分析



出所: 同社IR資料よりSIR作成

Ms.IDおよびミツボシコーポレーションの連結効果により、アパレル関連事業における日本の売上高と構成比は、それぞれ12,760百万円(前年同期Q2は7,347百万円)、64%(同53%)に拡大した。また、厨房機器サービスやアクションスポーツ関連などのプロダクト[®]、国内の輸送関連事業も利益面で貢献した。

事業別・地域別の売上高と営業利益構成比



出所: 同社IR資料

上記の円グラフは連結消去やのれん消去前の数値である。

※プロダクト[Ⓜ]は買収などによりモリトグループに加わったビジネスで、エース工機(株)、(株)マニューバーラインが含まれている。

■ 2026/11期通期業績見通し

2026/11期通期会社業績予想数値は、売上高63,000百万円(前期比10.8%増)、営業利益3,500百万円(同5.0%増)、経常利益3,700百万円(同2.1%増)、当期純利益3,000百万円(同2.9%増)である。

Q2決算時点の通期業績予想に対する進捗状況は順調に推移しており、売上高および利益ともに通期予想に対して50%を超えている。一方で、通期業績予想は期初予想から据え置かれている。その主な背景は、中東情勢による原料や製品の調達リスクと調達コストの増加が懸念されることである。現時点では、事業の遂行に重大な支障が生じる見込みはない。調達コストについてもタイミングのずれは多少生じ得るものの、価格転嫁は可能な環境にあるとのことである。中東問題の今後の展開については予測が困難であり、そのリスクを織り込んだ慎重な判断として、通期の業績予想を据え置いている。

通期業績予想に対する進捗度

	Q2実績	26/11通期(予)	進捗度
売上高	33,068	63,000	52.5%
営業利益	2,058	3,500	58.8%
利益率	6.2%	5.6%	
経常利益	2,162	3,700	58.4%
利益率	6.5%	5.9%	
当期純利益	1,645	3,000	54.8%
利益率	5.0%	4.8%	

出所: 同社IR資料よりSIR作成

下期の見通し

アパレル 関連事業	日本	中東情勢を受け、一部原材料の調達リスクと調達コストが懸念。価格交渉は適宜継続。ファッションアパレルの停滞と、下期は空調服向けの需要の一服も想定。高級バッグ向け・カジュアルウェア向け付属品・シルバーアクセサリーは好調を維持の見込み。
	アジア	日本・中国内需のカジュアルウェア向けが好調。通期で前年比増加の見込み。
	欧米	作業服・メディカルウェアを中心に堅調。
プロダクト 関連事業	日本	ヘルスケア関連商品・文具関連商品等は順調な推移を見込むものの、円安・中東情勢による調達コスト増加の懸念あり。厨房機器関連サービス事業は堅調な推移を見込む。アクティブスポーツ関連商品は、組織変更などでテコ入れ。
	アジア	大きな増減は見込まず。
輸送関連事業	日本	既存事業でモデルチェンジの影響がありつつも、ネット・ストラップなど主力商品を中心に案件を獲得し、前年対比でプラスを狙う。
	アジア	中国での日系自動車メーカーの不振により、厳しい環境。
	欧米	米国での一部日系自動車メーカー不振により、年初予想よりもマイナスの見込み。

出所: 同社IR資料

Q2では、昨今の酷暑対策需要を背景に空調服(ファン付きウェア)が非常に好調だったことから、ミツボシコーポレーションの営業利益が想定以上に増加した。また、欧米・中国の自動車業界向けの輸送関連事業を除けば、既存事業も概ね順調であったことから、上期の営業利益進捗率は60%近くまで達した。

下期のミツボシコーポレーションにおける空調服は需要期を過ぎるため、営業利益は上期ほどには至らない見込みである。仮に下期に特別なリスクが発生しなかった場合でも、下期単体では上期並みの営業利益水準は想定していないとのことである。

■ 第9次中期経営計画「ACTION 1000」の発表

同社は、2026年7月14日に2026/11期Q2決算発表と同時に、第9次中期経営計画「ACTION 1000」を発表した。同計画において、2027/11期から2031/11期までの5年間で売上規模1,000億円(2026/11期の売上高予想63,000百万円比で約1.6倍弱)を目指す。

主な経営指標 目標

	第8次中期経営計画目標値	2026年11期予想	2031年11期目標
売上高	600億円	630億円	1,000億円
営業利益	30億円	35億円	60億円
ROE	6.5%	7.5%	12%
DOE	4.0%基準	4.6%	6%

第8次中期経営計画は、2022/11期～2026/11期までの5年間で、今期が最終年度に当たる

出所: 第9次中期経営計画資料

中期経営計画発表時期 の変更理由

第8次中期経営計画の主要な経営目標のうち、営業利益3,000百万円は1年前倒して2025/11期にすでに達成している。また、ROE6.5%に関しても、2024/11期に6.6%で達成している。残る売上高目標の60,000百万円については、最終年度に当たる今期の売上高予想が63,000百万円であることから、現時点ではほぼ達成したと考えてよい。

これまで中期経営計画は、対象期間の開始前年度の通期決算発表時(例年1月中旬)に公表されてきた。2022/11期～2026/11期を対象とする第8次中期経営計画についても、2020/11期の通期決算発表が行われた2021年1月14日に公表されている。

一方、第9次中期経営計画(2027/11期～2031/11期)は、2026/11期Q2決算発表と同時に公表され、従来より公表時期が約半年前倒しとなった。同社によれば、主な目的は、グループ全社員が中期経営計画の方向性を十分に理解したうえで次年度の予算編成に取り組める体制を構築することにある。従来のスケジュールでは、9月決算の子会社などにおいて新年度がすでに開始している一方で、中期経営計画の公表前に予算編成を進めざるを得ないケースが生じていた。このことから、同社はグループ全体の経営方針と各社の予算編成との整合性を高めるため、予算編成が本格化する前のQ2決算発表時に、今回の第9次中期経営計画を公表した。

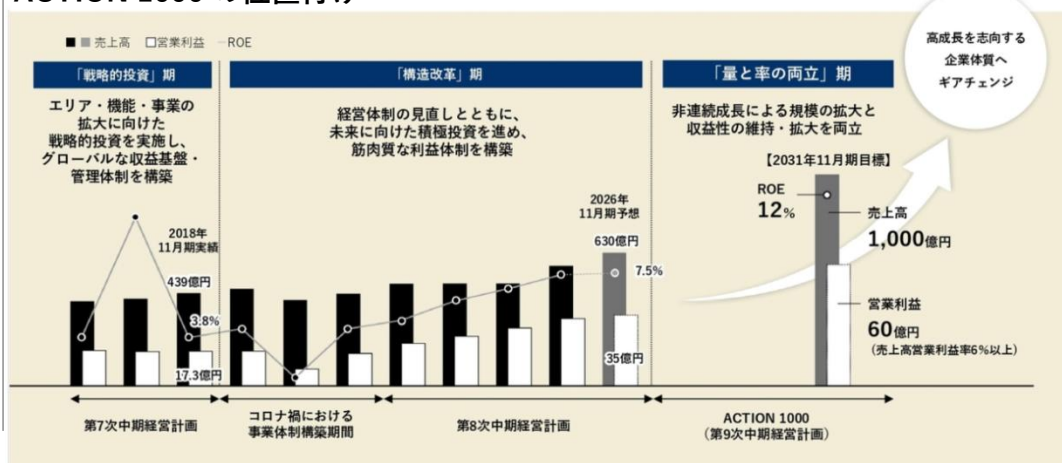
さらに、第9次中期経営計画において売上高1,000億円という大台を目標として掲げたことも無関係ではないと、SIRでは考えている。売上高1,000億円は現行の売上規模から大きな飛躍を意味するだけでなく、「4桁億円企業」へのステージアップを象徴する目標でもある。こうした長期ビジョンを早期に共有することで、グループ全体の求心力向上や成長戦略の浸透を図る意図があったのではと推察される。

第8次中計と第9次中計 におけるビジネスモデル の最大の違い

第8次中期経営計画は、「構造改革」期と位置付けられ、「筋肉質な利益体制の構築」と「未来に向けた積極投資」の2つを柱として取り組んできた。「筋肉質な利益体制の構築」においては、モリトジャパン(株)を3つの会社に分割し、赤字事業の撤退や小ロット取引の見直しなど、各事業の収益性の維持・向上を最優先に事業ポートフォリオの見直しを行った。極端な言い方をすれば、「売上規模が一時的に縮小しても厭わない」というスタンスで取り組み、痛みを伴う改革によって構造改革を推進した。これにより、社員一人ひとりの利益率に対する意識が高まり、収益性は大きく改善した。また、「未来に向けた積極投資」においては、M&A投資資金を活用し、Ms.ID、ミツボシコーポレーション、久永製作所を連結子会社化した。

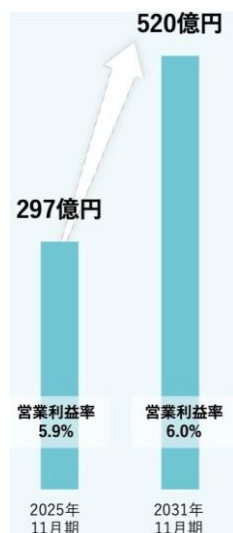
これに対し、第9次中期経営計画は「量と率の両立」期と位置付けられている。「非連続成長による規模の拡大」と「収益性の維持・向上」の両立を基本方針として掲げ、これまで実施してきた設備投資の活用やさらなるM&Aを通じて、売上高1,000億円規模の企業グループを目指すとしている。

ACTION 1000 の位置付け

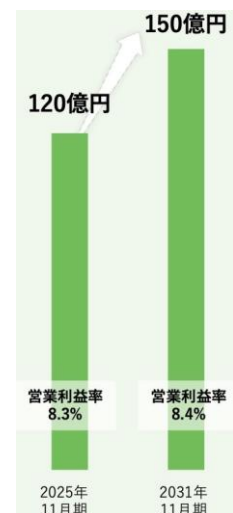


2027/11期より事業
ドメインを変更「ACTION 1000」の成長
ドライバーと位置付け

アパレル関連事業売上高



プロダクト関連事業売上高



第9次中期経営計画「ACTION 1000」における最大の特徴は、売上高1,000億円という数値目標以外には、事業ドメインの拡張を明確に打ち出した点にある。同社はこれまで、アパレル副資材やプロダクト事業など「パーツ」を中核とした事業を展開してきたが、第9次中期経営計画では「パーツへの挑戦、パーツからの飛躍」をVisionとして掲げ、2027/11期から新たに「グロース事業」を設ける計画である。

第8次中期経営計画が収益性向上を目的とした構造改革のフェーズであったのに対し、第9次中期経営計画は収益性を維持しながら事業領域を広げる成長フェーズへの移行を示している。特に、従来の「パーツ販売」に加えてサービス収益やブランド収益を強化し、新たな収益の柱を育成する方針を明確化した点は注目される。今後は、グロース事業が既存事業に次ぐ収益源として成長し、売上高1,000億円達成を支える原動力となるかが、第9次中期経営計画の成否を占う重要なポイントになると考える。

同社によれば、「ACTION 1000」には3つの成長ドライバーがある。1つ目は既存事業の強化である。アパレル関連事業、プロダクト関連事業、輸送関連事業において、パーツを中心としたニッチ領域での競争優位性を磨き上げ、「ニッチ領域でのグローバルトップシェア」の確立を目指している。2031/11期における売上高目標は、アパレル関連事業が520億円、プロダクト関連事業が150億円、輸送関連事業が100億円となっている。

2つ目は「グロース事業への挑戦」である。高い収益性を持つ事業を成長させ、非連続成長を担う第4の柱として確立していく方針である。2031/11期における売上高目標は230億円としている。

3つ目は、人的資本への投資をはじめとする「コーポレート機能の強化」である。これは、1つ目と2つ目の売上高目標の合計1,000億円の達成を支える基盤として位置付けられている。同社は、これら3つを組み合わせることで、持続的成長の加速を実現するとしている。

事業別の重点施策の概略は以下の通りである。

○ アパレル関連事業

地産地消体制の確立に加え、これまでM&Aで獲得した機能を組み合わせることで、製造から顧客への販売までを垂直統合したワンストップ体制の構築を目指している。この体制を基盤として、グローバル市場におけるシェア拡大を図る戦略である。

ホック事業においては、金属ホックの製造工場である久永製作所がグループに加わったことで、これまで外注していた高度なホック製造技術の内製化が可能となった。これにより、久永製作所をマザー工場と位置付け、中国、米国、ベトナムに加え、新たな地域への工場展開においても技術を横展開することで、グローバルで品質の統一を実現できるようになる。また、ミツボシコーポレーションは、アパレルブランドへの直接販売機能に加え、生地や裏地など日本特有のセット販売機能や縫製加工機能を有しており、従来のモリトにはなかった機能を補完している。

この2社が持つ機能を活用することで、パーツの製造・調達・販売にとどまらず、その先の商流上のニーズにもワンストップで対応することが可能となる。両社のグループ参画により強力なシナジー効果が期待され、同社は垂直統合型ビジネスモデルをグローバルに展開していく方針である。

○ プロダクト関連事業

2025/11期の売上高は120億円、営業利益率は8.3%であった。2031/11期には売上高150億円、営業利益率8.4%の達成を目指している。成長率はあまり大きくない。これは、日本国内が主力市場であることから、少子化の影響をはじめとするさまざまな課題を抱えており、一部市場では縮小が進むと見ているためである。

※ 左の棒グラフの数値は管理会計上の連結消去数値を使用。法定開示資料とは差異が生じる場合がある。

輸送関連事業売上高



グロース事業売上高



出所: 第9次中期経営計画資料

※ 管理会計上の連結消去数値を使用。法定開示資料とは差異が生じる場合がある。

今後は、ODMやOEMを中心とした既存ビジネスを基盤に、新たな市場の開拓や付加価値の高い商品の拡充、さらに企画力の強化を進め、自社ブランド商品の比率を高めていく。これにより、売上成長と収益性向上の両立を図っていく。特に重点領域であるヘルスケア製品については、国内ビジネス規模の現状から、まだ成長の余地があると見ている。海外市場への進出や「メイドインジャパン」の価値の発信も視野に入れている。

○ 輸送関連事業

この事業もアパレルと同様に、地産地消へのニーズが高まっており、特に自動車生産台数が多い北中米エリアでの生産・調達力の強化が重要である。また、国内では生産需要の増加が見込まれる九州エリアでの生産・販売体制の構築が必要であると考えている。九州では、今年すでに営業所を立ち上げ、営業強化とともにサプライチェーンの構築を目指している。北中米では、メキシコでの工場立ち上げも視野に入れている。

○ グロース事業

グロース事業は、①エース工機を中心とする空間環境サービスインフラ事業、②マニニューバーラインを中心とするフロンティアスポーツ事業、③Ms.IDを中心とするBtoC事業の3つの事業で構成される。2025/11期の売上高は88億円、営業利益率は9.0%であった。2031/11期には売上高230億円、営業利益率12.0%の達成を目指している。

空間環境サービスインフラ事業は、業務用厨房のフィルターレンタルや清掃などのメンテナンスサービスを展開しており、継続的なサービス収益が期待できる。フロンティアスポーツ事業は、サーフィンやアウトドア関連商品の販売に加え、米国を中心に人気が高まっているピククルボール関連市場への参入を進めており、新たなスポーツ領域の開拓も視野に入れている。BtoC事業は、アパレルブランド「SELECT MOCA」やアクセサリブランド「TEN.」を展開し、EC・SNSを活用したブランドビジネスの成長を目指している。

資本政策と株主還元策の概要は次の通りである。

○ 資本政策

ROICを軸とした事業管理を強化し、持続的な成長を実現するための戦略的な投資を実行することで、資本効率の向上を目指していく。キャッシュアウトの内訳は、M&Aが約100～150億円、設備投資等が約30～80億円、株主還元が約100～170億円である。一方、キャッシュインについては、営業キャッシュフローによる資金創出が約200億円、手元資金が約50億円、有利子負債の活用が約100～150億円となっている。なお、適切なM&A案件がない場合には追加的な資金調達を行わず、既存事業への投資や株主還元資金を振り向ける計画である。

○ 株主還元策

利益成長に合わせて株主還元を積極的に実施し、資本効率の向上を目指す方針を掲げている。2031/11期のROE12%達成を見据え、2027/11期より配当性向は従来どおり50%を基準としつつ、DOEを4%から5%へ引き上げる。また、安定的かつ継続的な配当に加え、累進配当を導入する方針である。さらに、2031/11期にはDOE6%の達成を目指している。自己株式の取得および消却についても、引き続き機動的に実施していくとしている。

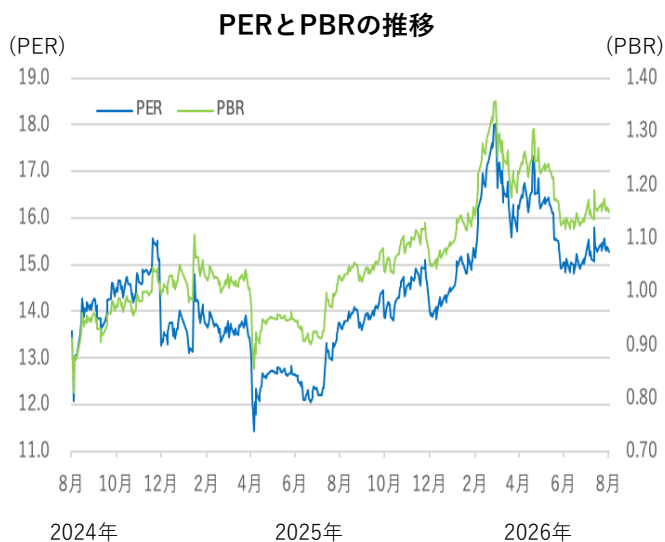
年間配当金の推移と今後の計画



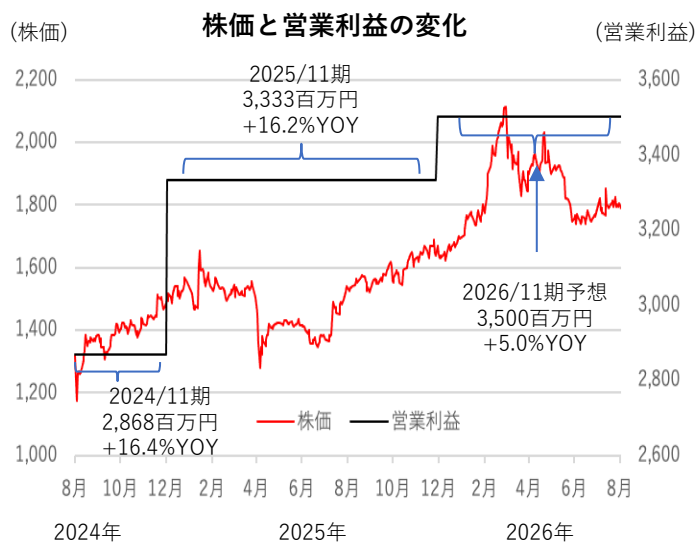
出所: 第9次中期経営計画資料

■ 株価インサイト

2025/11期決算発表前(2026/1/14発表)までの株価上昇は、第8次中期経営計画における構造改革の成果が顕在化したことによるものと考えられる。同社は収益性改善やROE向上に向けた資本政策の推進に加え、増配や自己株式取得などの株主還元強化を進めてきた。また、M&Aによる事業基盤の拡充も評価され、「構造改革に成功した企業」として市場の評価を高めたものと、SIRでは見ている。しかし、その評価は2025/11期決算発表前後の株価上昇によって相応に織り込まれたとみられ、その後は株価が弱含む局面が続いてきた。現在、市場の関心はすでに第8次中計の成果そのものではなく、第9次中期経営計画「ACTION 1000」が掲げる新たな成長戦略を実際に実現できるかどうかへ移行していると考えられる。つまり、旧ストーリーは終わったが、新ストーリーはまだ始まっていないという過渡期にあり、成長株でよく見られる現象ではないだろうか。



出所: SPEEDAデータよりSIR作成



出所: SPEEDAデータよりSIR作成

成長ストーリー

○ 第9次中期経営計画「ACTION 1000」の重要性

同社にとっての重要性

「ACTION 1000」は、同社にとって単なる数値目標ではなく、事業ポートフォリオ改革を中心とした「構造改革」のフェーズから、「成長企業へのギアチェンジ」を図る転換点として位置付けられる。同社自身も第8次中計について、収益性向上には成果があった一方で、「規模の拡大」が課題として残ったと総括しており、第9次中計では「量と率の両立」を掲げている。

同計画では、2031/11期に売上高1,000億円、営業利益60億円、ROE12%を目標に設定している。売上高630億円規模から1,000億円規模への拡大を目指すことで、同社は初めて「4桁億円企業」へのステージアップに挑戦することになる。また、「パーツへの挑戦、パーツからの飛躍」をVisionに掲げ、従来のパーツビジネスに加えてグロース事業を育成することで、事業ドメインの拡張を目指している。これは、既存事業の延長線上で成長するだけでなく、新たな収益の柱を構築することを意味している。

投資家へのインプリケーション

投資家にとっての最大のポイントは、同社が「高収益だが限定された成長の企業」から、「高収益かつ高い潜在成長力を兼ね備えた企業」へ変化できるかどうかを判断する重要な中計である。第8次中計では利益率改善を中心とした構造改革によって収益基盤が強化された。第9次中計ではその収益力を維持しながら、既存事業の成長、グロース事業の育成、M&Aによる非連続成長を通じて企業価値の拡大を目指している。さらに、資本政策面ではROE12%を目標とし、DOEを上げるほか、累進配当や機動的な自己株式取得も実施する方針を示している。利益成長と株主還元を同時に追求する姿勢が明確になった点は、投資家にとって大きな評価ポイントと言える。

したがって、投資家が注目すべき点は売上高1,000億円の達成そのものではなく、グロース事業やM&Aが新たな収益の柱として育ち、モリトが持続的な成長企業へ変貌できるかどうかである。現時点では中計は将来に向けたロードマップの段階にあるが、その進捗が具体的な業績として表れた時に、PERやPBRのリレーティングが起こる可能性がある。

エクイティストーリー

LEGAL DISCLAIMER

ディスクレター／免責事項

本レポートは対象企業についての情報を提供することを目的としており投資の勧誘や推奨を意図したものではありません。本レポートに掲載されたデータ・情報は弊社が信頼できると判断したのですが、その信憑性、正確性等について一切保証するものではありません。

本レポートは当該企業からの委託に基づきSESSAパートナーズが作成し、対価として報酬を得ています。SESSAパートナーズの役員・従業員は当該企業の発行する有価証券について売買等の取引を行っているか、または将来行う可能性があります。そのため当レポートに記載された予想や分析は客観性を伴わないことがあります。本レポートの使用に基づいた商取引からの損失についてSESSAパートナーズは一切の責任を負いません。当レポートの著作権はSESSAパートナーズに帰属します。当レポートを修正・加工したり複製物の配布・転送は著作権の侵害に該当し固く禁じられています。



SESSAパートナーズ株式会社

東京都港区麻布十番2-8-14 i-o Azabu 5a
info@sessapartners.co.jp