

# 米国のStay-at-home企業の現状

## —コロナ禍で増えた顧客数は維持するも株価は下落—

2022/7

三井物産戦略研究所  
国際情報部 北米・中南米室  
鈴木雄介

### Summary

- コロナ禍はデジタル技術を活用したリモート・サービスの需要を高めた。このようなサービスを提供する企業はStay-at-home企業と呼ばれ、一時株価が高騰したことでコロナ禍の勝ち組と呼ばれた。
- Stay-at-home企業の顧客数や契約数は2021年半ば以降にコロナ禍の脅威が低下した後もコロナ禍前を大きく上回る水準を維持している。2020年に急増後、2021年半ば以降は伸びが鈍り、さらに2022年になると減少に転じた企業もあるが、コロナ禍を追い風に増加した顧客の大半は契約を続けている。
- 成長期待が剥落したことで、Stay-at-home企業の株価は大きく下落した。未だ利益を確保できていない企業は多く、まず黒字化が喫緊の課題となる。

### 1. 「Stay-at-home」企業とは？

コロナ禍は社会経済活動に大きな影響を与え、ロックダウン（外出制限措置）の導入はインターネット等のデジタル技術を活用したリモート・サービスの需要を高めた。米国では、このようなサービスを提供する企業は「Stay-at-home」企業と呼ばれる。従来の分類では、通信（メディア）、一般消費財、テクノロジーといった産業に属する企業が多い。コロナ禍を追い風に顧客が増え株価が上昇したことで、コロナ禍の勝ち組と見なされたこともあった。

しかし、2021年になりコロナ禍の脅威が低下すると<sup>1</sup>、急騰した株価が下落に転じ、顧客数や契約数の伸びに陰りが見えるようになった。そこで、本稿では、主に、株価、顧客数や契約数、最終利益という3つのデータに基づき、コロナ禍の脅威が低下した後の米国のStay-at-home企業の現状を確認することにした。

ただし、Stay-at-home企業の明確な定義はなく、インターネットを活用したサービスを提供する企業でも、Expedia Group社やAirbnb社のように、ロックダウンで甚大な打撃を被った企業はある。本稿では、主要メディアがStay-at-homeをテーマに報じた記事で取り上げた回数が多かった、デジタル技術を活用してリモート・サービスを提供する図表1の企業14社をStay-at-home企業とした<sup>2</sup>。なお、いわゆるBig Tech

<sup>1</sup> Gallup社の調査によれば、新型コロナウイルスの罹患を懸念する人の割合は、2021年2月まで50%近い水準が続いた後、6月になると17%に低下した。その後、ふたたび上昇したが、7月にはワクチンの2回接種を終えた人が過半に達した。これらを勘案すると、2021年半ばまでにコロナ禍の脅威は一時に比べ低下したと考えられる。

<sup>2</sup> Dow Jones社のデータベースFactivaを使い、「Stay-at-home stocks」をキーワードに、主要メディア（Reuters、Dow Jones Newswires、Investor's Business Daily (U.S.)、Barron's、MarketWatch、Forbes、Business Insider、The Wall

(Tech Giants) 5社<sup>3</sup>は2020年初時点でS&P500株価指数の時価総額上位5社を占める巨大企業であったことから、本稿の対象とするStay-at-home企業には含めなかった。

図表1 Stay-at-home企業14社

	セクター	業種	設立年	従業員数
<b>ビデオ・ストリーミング・サービス</b>				
Netflix	Communications	Media	1997	11,300
Netflixは、オンラインDVDレンタルと映画やテレビ番組のインターネット配信(ストリーミング配信)を提供。ストリーミングサービスはパソコン、携帯端末のほか、家庭用ゲーム機でも利用できる。				
Roku	Communications	Media	2002	3,000
Rokuは米国のエンターテインメント企業。同社ユーザーにテレビ番組や映画のストリーミング・サービスを提供、スポーツ、音楽、ニュースのコンテンツも提供する。				
<b>消費者向けサービス</b>				
Peloton Interactive (Peloton)	Consumer Discretionary	Consumer Discretionary Products	2012	8,662
ペロトン・インタラクティブは米国のフィットネスサービス企業。フィットネスバイクなどのフィットネス関連機器の開発・販売と、オリジナルエクササイズ動画やライブ・イベントのストリーミング配信を通して顧客が自宅で本格的なトレーニングを行える環境を提案。				
Chegg	Consumer Discretionary	Consumer Discretionary Services	2005	2,464
チェグはオンラインの学習プラットフォームを手掛ける。高校生、大学生、大学院生向けに、チューターのマッチング、宿題の支援、コース選択、教科書レンタルなどのサービスを提供。				
Pinterest	Communications	Media	2008	3,430
ピンタレストは米国のソーシャル・ネットワーキング・サービス企業。ユーザーが興味のあるテーマや趣味の写真を共有するウェブサイト運営、写真やビデオによるイベントのアイデアやハウツーの共有を可能にする。				
Snap	Communications	Media	2010	5,661
スナップは写真・動画共有アプリ「スナップチャット」により、短いビデオや画像イメージによるコミュニケーション・サービスを提供するソーシャル・メディア企業。				
<b>企業向けサービス</b>				
Zoom Video Communications (Zoom)	Technology	Software & Tech Services	2011	6,787
ズーム・ビデオ・コミュニケーションズは米国のソフトウェア開発企業。クラウドプラットフォームを使用したマルチデバイス対応のビデオ会議、音声会議、チャット、ウェブセミナーなどのビデオコミュニケーションサービスを企業向けに提供。				
DocuSign	Technology	Software & Tech Services	2003	7,461
ドキュサインは米国のIT・ソフトウェア企業。主にクラウドベースで、電子署名のソフトウェアや関連サービスを提供する。契約書などをデジタルで準備し、電子署名により契約書の締結をスピーディーに行う。				
Anaplan	Technology	Software & Tech Services	2008	2,200
アナプランは企業経営に必要とされる計画立案やパフォーマンス管理などを分析するクラウド型のプランニング・ソリューションを提供する。SaaSモデルでサブスクリプション・サービスとしてインターネット上でアプリケーションを提供する。				
CrowdStrike Holdings (CrowdStrike)	Technology	Software & Tech Services	2011	4,965
クラウドストライク・ホールディングスはサイバーセキュリティ・テクノロジー企業。SaaSサブスクリプション・ベースで、AI、インテリジェンス、専門知識を活用したエンドポイント保護プラットフォームを提供する。				
Twilio	Technology	Software & Tech Services	2008	8,199
トウィリオは、モバイルやWebアプリケーションと、電話、SMS、チャット、ビデオ等のさまざまなコミュニケーション・ツールを接続するAPIを提供する企業。ユーザーのアプリケーション開発時にクラウド・ベースで提供する。				
<b>マーケットプレイス (電子商取引) 関連</b>				
Etsy	Consumer Discretionary	Retail & Wholesale - Discretionary	2005	2,402
エッツイは米国のオンラインコミュニティサイト運営会社。オンラインコミュニティwww.etsy.comを運営し、世界中の人々がユニークな手作りクラフト品を売買できる市場を管理、提供する。				
Paypal Holdings (Paypal)	Technology	Software & Tech Services	1998	30,900
ペイパル・ホールディングスは電子決済サービス「ペイパル」を提供する企業。				
Zillow Group	Communications	Media	2004	8,005
ジローは、米国の不動産情報サイトZillow.comの運営会社。ウェブサイトやモバイルアプリZillowを通して、サイト・アプリ利用者に不動産価格をはじめ、地元の不動産業者、賃貸情報等の不動産関連の情報を提供。				

出所：Yahoo! ファイナンス、Bloombergのデータから三井物産戦略研究所作成

Street Journal、The New York Times、CNBC Network、CNN、Newsweek) が2020年1月1日から2021年12月31日の間に報じた記事で4回以上取り上げられたリモート・サービスを提供する企業14社を対象にした。ただし、本社が米国外にある企業、株式を2020年1月2日以降に公開した企業、Big Tech5社、The Walt Disney Company社(ビデオ・ストリーミング・サービスを手掛ける)は除いた。また、検索対象となった記事は、医薬品メーカーや半導体メーカー等も取り上げているが、本稿の対象は主にリモート・サービスを提供する企業に限定した。

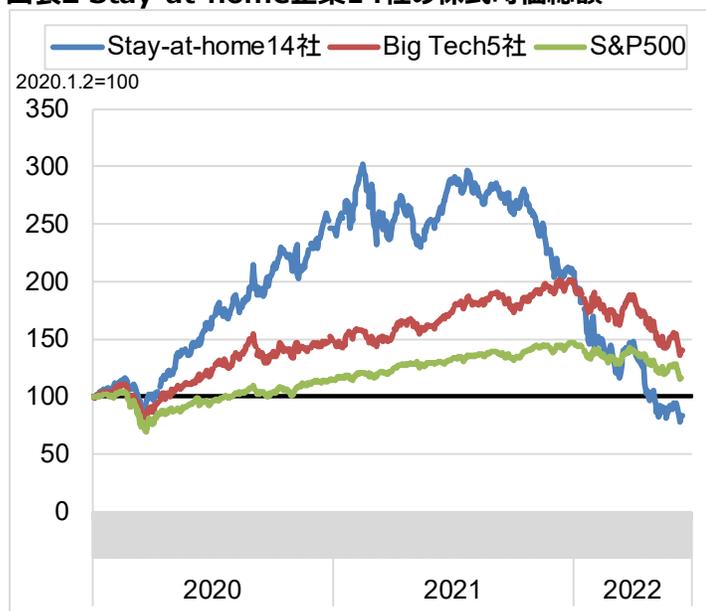
<sup>3</sup> Alphabet社 (Google)、Amazon.com社、Apple社、Meta Platforms社 (Facebook)、Microsoft社の5社。

## 2. コロナ禍の脅威が低下した後の変化

### 2-1. 株価が下落

Stay-at-home企業14社の株式時価総額を合計すると、図表2のように、2021年2月までコロナ禍を追い風に急騰した後、高原状態になり、2021年11月になると下落に転じた。S&P500株価指数やBig Tech5社の株式時価総額合計と比べても下落幅が大きい。

図表2 Stay-at-home企業14社の株式時価総額

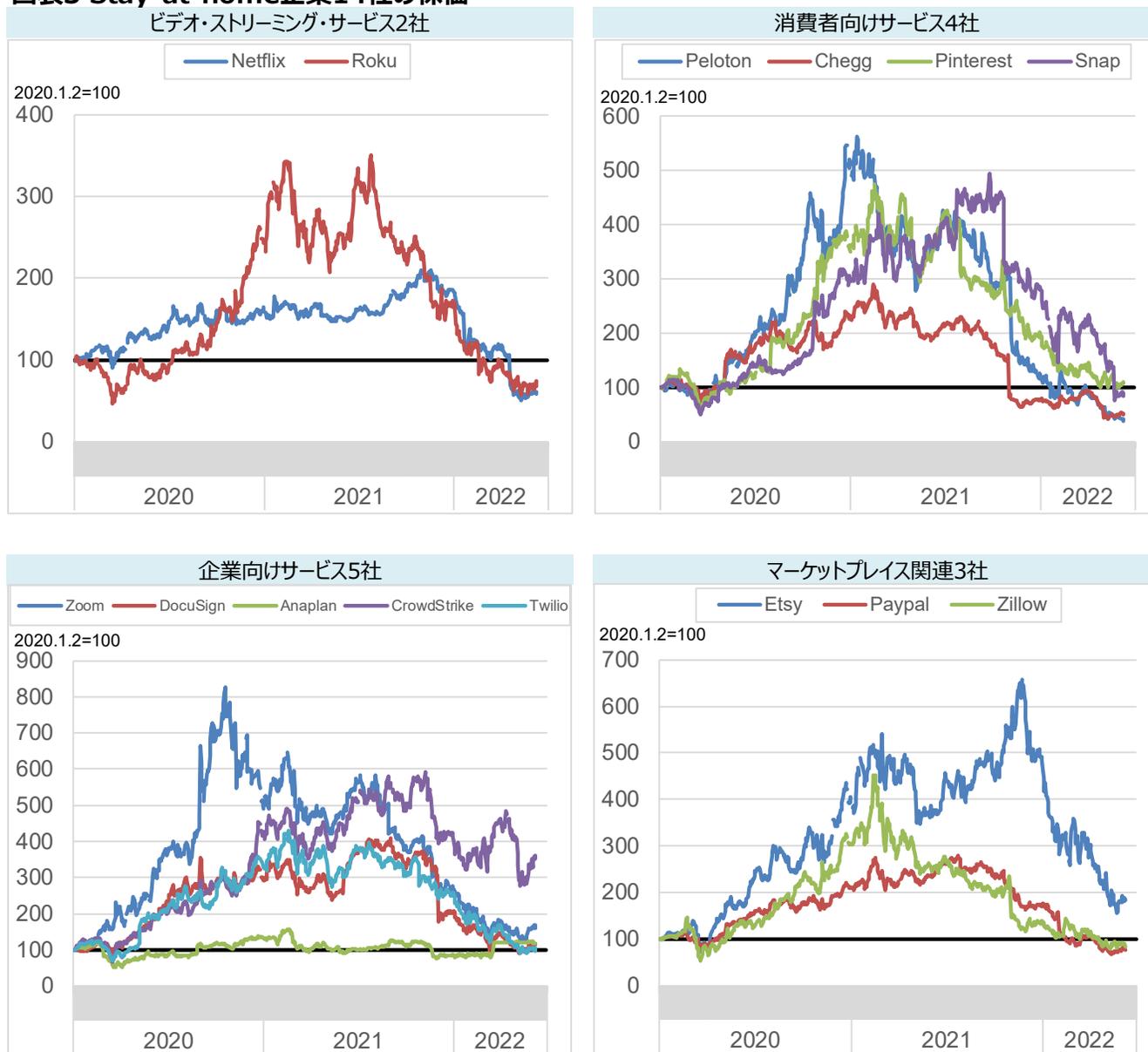


注：直近は6月15日まで

出所：Bloombergのデータから三井物産戦略研究所作成

また、現在の株価は、図表3のように、コロナ禍前と同程度あるいは下回る企業が多いが、Zoom Video Communications (Zoom) 社、DocuSign社、Anaplan社、CrowdStrike Holdings社、そしてEtsy社の5社の5月末時点の株価は2020年初を10%以上上回った。このうち、Etsy社を除く4社は、企業向けに主にリモート・サービスを提供している。また、Etsy社は、電子商取引市場を運営しており、アーティスト等が作成するハンドメイドの作品を中心とするという特色がある。

図表3 Stay-at-home企業14社の株価



注：直近は6月15日まで

出所：Bloombergのデータから三井物産戦略研究所作成

株価下落の理由は、やはり成長期待が行き過ぎたためであろう。将来への期待を反映する指標である株価収益率は、2021年の株価高値時で、Stay-at-home企業14社の場合、最も高かったTwilio社が1,285倍、最も低かったNetflix社は49倍と、S&P500株価指数やBig Tech5社に比べ高く<sup>4</sup>、成長期待を維持できなくなれば株価が下落に転じる恐れは大きかった。

<sup>4</sup> Stay-at-home企業14社のうち2021年を通じて赤字予想が続いたAnaplan社は除く。また、S&P500株価指数の2021年の高値時の株価収益率は23倍であり、Big Tech5社では、Amazon.com社の株価高値時の株価収益率が推定で最も高く41倍、Meta社が最も低く21倍だった。

## 2-2. 顧客数や契約数の伸びは鈍化

図表4のように、2020年に急増したStay-at-home企業14社の顧客数や契約数は、決算発表時の開示資料によると、コロナ禍の脅威が低下した2021年半ば以降に伸びが鈍り、さらに2022年になると減少に転じた企業もある。ただし、依然としてコロナ禍前の水準を大きく上回り、コロナ禍を追い風に増加した顧客の大半は契約を続けている。

図表4 Stay-at-home企業14社の顧客数や契約数

	2020				2021				2022
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1
ビデオ・ストリーミング・サービス									
Netflix (百万件、各期末、paid memberships in the United States and Canada)									
	69.97	72.90	73.08	73.94	74.38	73.95	74.02	75.22	74.58
Roku (各期末、百万件、active accounts)									
	39.80	43.00	46.00	51.20	53.60	55.10	56.40	60.10	61.30
消費者向けサービス									
Peloton (各期末、百万件、connected fitness subscriptions)									
	0.89	1.09	1.33	1.67	2.08	2.33	2.49	2.77	2.96
Chegg (各期末、百万人、subscribers)									
	2.91	3.72	3.75	4.43	4.77	4.86	4.39	4.63	5.36
Pinterest (各期末の30日間、百万人、monthly active users)									
	367.00	416.00	442.00	459.00	478.00	454.00	444.00	431.00	433.00
Snap (各期平均、百万人、average daily active users in North America)									
	88.00	90.00	90.00	92.00	93.00	95.00	96.00	97.00	98.00
企業向けサービス									
Zoom (各期末、千社、enterprise customers)									
	76.700	99.800	122.200	141.100	160.300	173.000	183.700	191.000	198.900
DocuSign (各期末、千社、enterprise & commercial customer)									
	85	95	110	125	135	148	159	170	182
Anaplan (各期間中の決算資料公表時、社、customers)									
	1,400	1,400	1,500	1,500	1,600	1,700	1,750	1,800	1,900
CrowdStrike (各期末、件、subscription customers)									
	6,261	7,230	8,416	9,896	11,420	13,080	14,687	16,325	17,945
Twilio (各期末、千件、active customer accounts)									
	190.000	200.000	208.000	221.000	235.000	240.000	250.000	256.000	268.000
マーケットプレイス関連									
Etsy (各期末、百万人、active sellers)									
	2.81	3.14	3.68	4.37	4.70	5.23	7.46	7.52	7.65
Paypal (各期末、百万件、active accounts)									
	325.00	346.00	361.00	377.00	392.00	403.00	416.00	426.00	429.00
Zillow (各期平均、百万人、average monthly unique users)									
	192.50	218.10	236.20	200.70	221.00	228.80	226.60	198.00	211.00

注：Zoom社、DocuSign社、Anaplan社、CrowdStrike社は1月決算のため、たとえば、2022年Q1欄は2022年2～4月の該当するデータを記載した。なお、Snap社の全世界ユーザー数は、2020年Q1が2億2,900万人、2022年Q1は3億3,200万人だった。

出所：各社決算資料、Bloombergのデータから三井物産戦略研究所作成

たとえば、主要メディアがStay-at-home企業をテーマとした記事で取り上げた回数が最も多かった<sup>5</sup>Zoom社の企業顧客数<sup>6</sup>は2020年1月末の5.5万社から2021年4月末の16.0万社へと急速に増加した。その後、伸びが

<sup>5</sup> 主要メディアが取り上げた回数は、Zoom社が49回で最も多く、第2位はNetflix社の28回、第3位がPeloton社の23回だった。

<sup>6</sup> Zoom社が従来示していた「従業員10人以上の顧客数 (Customers with More Than 10 Employees)」は、2020年1月末の81,900件から4月末に265,400件へと急増した後、2021年10月末に512,100件に達したが、2022年1月末には509,800件と減少に転じた。企業顧客 (Enterprise Customers) をZoom社は営業班や代理店等を通じた顧客と定義し、その他の顧客をオンライン顧客と位置付けている。

鈍化したが、2022年4月末は19.9万社と増加を続けている。Zoom社のサービスは、コロナ禍で一時的に私的なリモート飲み会の場としても利用されたが、個人等からなるオンラインでアカウントを開設した比較的規模が小さい顧客の数は、すでに減少に転じているようだ。Stay-at-home企業14社では、同様に電子署名サービスを主に企業向けに提供するDocuSign社の企業顧客数<sup>7</sup>も、2020年1月末の7.5万社から増加を続け、2021年下期になると伸びが鈍化したが、2022年4月末は18.2万社となった。さらに、サイバー・セキュリティ関連の先端技術を提供するCrowdStrike社の顧客数は2020年1月末の5,431社から2022年4月末の17,945社へと3倍以上に増え、株価が依然として2020年初の3倍前後の水準にあることも注目されよう。社会経済活動はコロナ禍前に回帰しつつあるが、リモート・ワークは曲がりなりにも続く兆しがあり<sup>8</sup>、また、このようなサービスはうまく活用すれば経費の節減に役立つことから、スケール・メリットが働きやすい大企業を中心に顧客の支持を得やすいと考えられる。

ビデオ・ストリーミング・サービスを提供するNetflix社の場合、1～3月期決算の公表後、会員数が2021年12月末の7,522万件から7,458万件に減少したことが大きく報じられた。ただし、2020年3月末の6,997万件や2021年3月末の7,438万件は上回り、コロナ禍を追い風に得た顧客の多くは契約を維持している<sup>9</sup>。一方で、従来型のケーブル又はサテライトのテレビ・プロバイダは、同様にリモートでサービスを提供するにもかかわらず、契約数の減少が続いた<sup>10</sup>。ロックダウンのため自宅で過ごす余暇時間が増えたことがNetflix社の提供するようなビデオ・ストリーミング・サービスの契約が増えた主因だろうが、加えて、スマートフォンやパーソナル・コンピュータに向けた配信が好まれたことも一因と考えられる。ただし、コロナ禍で需要の増加が前倒しで進んだ可能性は高く、また、まだ市場拡大の余地はある<sup>11</sup>とはいえ、Amazon.com社(Prime Video)やThe Walt Disney Company社(hulu)のように似たサービスを提供する企業同士の競争が激しくなるとみられ、当面は会員数の伸びは頭打ちが続くことになろう。

さらに、リモート・フィットネス・サービスを提供するPeloton Interactive (Peloton) 社の場合、2020年3月末に89万件だった契約数が2021年3月末には208万件と2倍以上に増え、その後は伸びが鈍化したが2022年3月末は296万件となった。一方で、競合する従来型の店舗によるフィットネス・クラブの大手運営

<sup>7</sup> DocuSign社はウェブサイト等で顧客自身が利用を開始したのではない、営業担当等を通じた顧客を企業顧客(Enterprise & Commercial Customers)と定義している。なお、企業顧客以外の顧客を含む総顧客数(Total Customers)は、2020年1月末の59万件から2022年4月末の124万件へと増加を続けている。

<sup>8</sup> たとえば、シカゴ大学の研究者らからなる調査グループのWFH Researchは、従業員がコロナ禍の収束後に在宅勤務が認められると予想する日数が、2021年1月の週あたり1.6日から2022年4月になると2.3日に増加したと試算しており、一部でリモート・ワークが定着しつつある可能性や従業員がリモート・ワークの定着を期待している可能性が窺える。

<sup>9</sup> 北米地域の会員数。全世界の会員数は、同様に、2021年10～12月の2億2,184万件から2022年1～3月は2億2,164万件に減少したが、2020年1～3月の1億8,286万件や2021年1～3月の2億764万件を上回った。

<sup>10</sup> サテライト・テレビのプロバイダであるDISH Network社の契約数は、2019年1～3月1,206万件、2020年1～3月1,132万件、2021年1～3月1,106万件、2022年1～3月1,025万件と減少が続いている。ちなみに、スマートフォンやパーソナル・コンピュータに向けて従来型のテレビ・プロバイダと同様のサービスを提供するfuboTV社の契約数は、2020年1～3月の29万件が2021年1～3月に59万件に増え、10～12月には113万件に達した後に2022年1～3月は110万件となった。

<sup>11</sup> 米国家計のビデオ・ストリーミング・サービスへの支出額はコロナ禍を経て2021年に総額342億ドルとなったが、従来型のテレビ・プロバイダへの支出額は合計で983億ドルと依然として大きい。

会社であるPlanet Fitness社の会員数は、2020年3月末の1,550万人が一時12月末には1,350万人に減少したが<sup>12</sup>、その後は回復に転じ2022年1月末には1,560万人とコロナ禍前を上回っている。社会経済活動がコロナ禍前に回帰しつつあることで、従来型サービスとの競争が厳しくなっているはずだが、Peloton社の場合、ワークアウト・プログラムの配信サービスと専用のトレーニング器具を組み合わせたサービスの評価が依然として高いこと<sup>13</sup>が契約数の増加を持続している理由と考えられる。ただし、加入初年度に必要な費用が最低1,913ドルと安くはないことが、今後は新規契約を伸ばす妨げとなるかもしれない。

### 2-3. 最終利益は赤字の企業が多いままで変わらず

Stay-at-home企業14社のうち、直近の四半期に黒字を確保した企業は、図表5のように、6社となった。2022年1～3月はChegg社とZillow社も黒字となったが、2021年に黒字が定着したかに見えたRoku社とPinterest社がふたたび赤字に沈んだことを鑑みると、まだ楽観はできそうにない。最終利益は赤字の企業が多いまま変わっておらず、顧客数や契約数の伸びが鈍化していることを勘案すると、大幅なコスト・カットに乗り出さないかぎり、当面の黒字化は難しいかもしれない。

図表5 Stay-at-home企業14社の最終利益

(百万ドル)	時価総額 (22/5/31)	2019				2020				2021				2022
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1
ビデオ・ストリーミング・サービス														
Netflix	87,717	344	271	665	587	709	720	790	542	1,707	1,353	1,449	607	1,597
Roku	12,904	▲10	▲9	▲25	▲16	▲55	▲43	13	67	76	73	69	24	▲26
消費者向けサービス														
Peloton	4,710	▲39	▲47	▲50	▲55	▲56	89	69	64	▲9	▲313	▲376	▲439	▲757
Chegg	2,450	▲4	▲2	▲11	8	▲6	11	▲37	26	▲65	33	7	24	6
Pinterest	13,037	▲41	▲1,160	▲125	▲36	▲141	▲101	▲94	208	▲22	69	94	175	▲5
Snap	23,089	▲310	▲255	▲227	▲241	▲306	▲326	▲200	▲113	▲287	▲152	▲72	23	▲360
企業向けサービス														
Zoom	32,061	2	6	2	15	27	186	199	261	228	317	340	491	114
DocuSign	16,774	▲46	▲69	▲47	▲47	▲48	▲65	▲58	▲72	▲8	▲26	▲6	▲30	▲27
Anaplan	9,871	▲37	▲41	▲35	▲37	▲40	▲36	▲37	▲42	▲51	▲51	▲41	▲60	▲58
CrowdStrike	37,121	▲26	▲52	▲36	▲28	▲19	▲30	▲25	▲19	▲85	▲57	▲50	▲42	▲32
Twilio	19,107	▲37	▲93	▲88	▲90	▲95	▲100	▲117	▲179	▲207	▲228	▲224	▲291	▲222
マーケットプレイス（電子商取引）関連														
Etsy	10,312	32	18	15	31	13	96	92	149	144	98	90	162	86
Paypal	98,677	667	823	462	507	84	1,530	1,021	1,567	1,097	1,184	1,087	801	509
Zillow	9,832	▲68	▲72	▲65	▲101	▲163	▲84	40	46	52	10	▲328	▲261	16

注：決算期については図表4と同様

出所： Bloombergのデータから三井物産戦略研究所作成

### 3. おわりに

コロナ禍の脅威の低下に続いて、米国では、物価と金利の上昇が鮮明になっている。このまま社会経済活動のコロナ禍前への回帰が続いても、Stay-at-home企業の顧客数や契約数がコロナ禍前の水準まで減少

<sup>12</sup> Planet Fitness社はコロナ禍が広がった2020年3月に一時全店舗の営業休止を余儀なくされたが、6月末までに約7割の施設で営業を再開した。

<sup>13</sup> たとえば、Wirecutter, “Peloton Review: What to know before you buy” 2022年4月28日、<https://www.nytimes.com/wirecutter/reviews/peloton-review-what-to-know-before-you-buy/>

---

することはないだろう。しかし、物価の上昇が消費者の購買力の低下を招きサービスの選別を強めることで、当面は顧客数や契約数が伸び悩む傾向が続く可能性が高い。ただし、技術の活用によって、相対的に安価にサービスを提供することや、従来と違う特色あるサービスを提供することができれば、Stay-at-home企業が中期的に成長する可能性は十分にあるだろう。

金利の上昇は、引き続き、株価を抑えるように働くだらう。時価総額が減少すると、M&Aの対象となる可能性が高まる。Stay-at-home企業14社のうち、経営支援システムをクラウドで提供するAnaplan社はすでに3月に投資会社のThoma Bravo社に107億ドルで買収されることに合意したと発表した。メディアの観測記事等では、豊富な資金を持つBig Tech5社のうちAmazon.com社やApple社がPeloton社を買収するとの観測や、あるいは、Stay-at-home企業14社のうち比較的規模が大きいNetflix社がRoku社を、また、Paypal社がPinterest社を買収するという観測、さらに、インドを拠点にリモート教育サービスを提供するByju's社<sup>14</sup>が大学生向けのリモート・チューター・サービスで成長したChegg社を買収するとの観測が報じられたことがあった。リモート・サービスを提供する企業や、似たサービスを従来型の店舗等で提供する企業であれば、Stay-at-home企業14社を買収することでなんらかの相乗効果が生まれる可能性は高い。当面はこれらの企業を狙ったM&Aの観測が折に触れ浮上することになるだろう。

---

<sup>14</sup> Byju's社はインドのベンガルールを拠点に幼稚園児から高校生ままでを対象にリモート教育サービスを提供する企業。2011年設立の未公開企業ながら、2022年3月時点の評価額は220億ドルともいわれ、近く株式公開を行うとの観測がある。

当レポートに掲載されているあらゆる内容は無断転載・複製を禁じます。当レポートは信頼できると思われる情報ソースから入手した情報・データに基づき作成していますが、当社はその正確性、完全性、信頼性等を保証するものではありません。当レポートは執筆者の見解に基づき作成されたものであり、当社及び三井物産グループの統一的な見解を示すものではありません。また、当レポートのご利用により、直接的あるいは間接的な不利益・損害が発生したとしても、当社及び三井物産グループは一切責任を負いません。レポートに掲載された内容は予告なしに変更することがあります。