

業種別格付方法「クレジットカード・信販」、「消費者金融」を改定

株式会社日本格付研究所（JCR）では、業種別格付方法「クレジットカード・信販」、「消費者金融」を改定しましたので、お知らせします。本件改定は、JCRが22年5月23日付の意見募集のニュースリリース「業種別格付方法『クレジットカード・信販』、『消費者金融』の見直しにつき意見募集」により公表した検討の結論です。意見募集時にお示した案のとおり格付方法を決定しました。

本件改定に伴い、JCRでは、オリエントコーポレーション、ジャックスの長期発行体格付につき、格付の見直しを速やかに行う予定です。見直しの結果、格付が変更された場合の変化幅は1ノッチになるとみています。

意見募集においては、リスク対比の資本の余裕度といった資本充実度の評価指標について、指標の水準やその変化に関するレポートの記述を充実させてほしいとの要望がありました。この点については、個別の発行体レポートの中で説明していく方針です。

（担当）坂井 英和・浅田 健太

■留意事項

本文書に記載された情報は、JCRが、発行体および正確で信頼すべき情報源から入手したものです。ただし、当該情報には、人為的、機械的、またはその他の事由による誤りが存在する可能性があります。したがって、JCRは、明示的であると黙示的であるとを問わず、当該情報の正確性、結果、的確性、適時性、完全性、市場性、特定の目的への適合性について、一切表明保証するものではなく、また、JCRは、当該情報の誤り、遺漏、または当該情報を使用した結果について、一切責任を負いません。JCRは、いかなる状況においても、当該情報のあらゆる使用から生じうる、機会損失、金銭的損失を含むあらゆる種類の、特別損害、間接損害、付随的損害、派生的損害について、契約責任、不法行為責任、無過失責任その他責任原因のいかんを問わず、また、当該損害が予見可能であると予見不可能であるとを問わず、一切責任を負いません。また、JCRの格付は意見の表明であって、事実の表明ではなく、信用リスクの判断や個別の債券、コマーシャルペーパー等の購入、売却、保有の意思決定に関して何らの推奨をするものでもありません。JCRの格付は、情報の変更、情報の不足その他の事由により変更、中断、または撤回されることがあります。格付は原則として発行体より手数料をいただいております。JCRの格付データを含め、本文書に係る一切の権利は、JCRが保有しています。JCRの格付データを含め、本文書の一部または全部を問わず、JCRに無断で複製、翻案、改変等を行うことは禁じられています。

■NRSRO登録状況

JCRは、米国証券取引委員会の定めるNRSRO（Nationally Recognized Statistical Rating Organization）の5つの信用格付クラスのうち、以下の4クラスに登録しています。(1)金融機関、ブローカー・ディーラー、(2)保険会社、(3)一般事業法人、(4)政府・地方自治体。

■本件に関するお問い合わせ先

情報サービス部 TEL：03-3544-7013 FAX：03-3544-7026

株式会社 日本格付研究所

Japan Credit Rating Agency, Ltd.
信用格付業者 金融庁長官（格付）第1号

〒104-0061 東京都中央区銀座 5-15-8 時事通信ビル

業種別格付方法

【クレジットカード・信販】

本稿では、国内のクレジットカードおよび信販会社を対象とする。海外のクレジットカード会社、信販会社などについては、所在地の法・会計制度、金融行政のあり方などを踏まえ、分析指標などに関して、必要な調整を加えた上で、本格付方法を準用する。

1. 事業基盤

(1) 産業の特性

クレジットカード会社、信販会社は、商品やサービスの代金の立替払いによる消費者への販売信用を行う。クレジットカード会社は、主に会員募集・カード発行などを行う会員業務、加盟店募集・管理などを行う加盟店業務、カード関連の事務受託など行う受託業務などを営む。信販会社は、加盟店募集・管理や、加盟店において消費者が分割払いを行う際の代金の立替・回収を手掛ける個品割賦を中核としている。

① 市場規模・市場成長性

カードショッピングの市場規模は大きい。クレジットカードは、少額から高額の決済に至るまで、広範な分野で利用されており、消費者に広く浸透している。また、カードショッピングは中長期的な市場成長性も高い。高い利便性や政府の推進などを背景に現金決済からキャッシュレス決済への移行が続いている。

個品割賦の市場規模はカードショッピングと比較すると小さい。個品割賦の取扱いは、分割払いが選好されやすい高額商品が中心である。個品割賦はカードショッピングに比較すると景気変動の影響を受けやすい面があるものの、主力である自動車や住宅リフォームなどの分野を中心に需要が底堅い。

② 競合状況

クレジットカード業界は、多数の業者が存在しており、競合が激しい。多くの顧客は、複数枚のクレジットカードを既に保有している。そうした中で、会員基盤を維持・拡大するためには、入会キャンペーンやポイント還元など多額の販売促進費用を投入する必要がある。加盟店についても、複数のクレジットカード会社と契約を結んでいる場合が多く、加盟店手数料率には低下圧力がかかりやすい。また、キャッシュレス決済の浸透に伴い、決済の小口化・大量化が進展し、システム投資や決済ネットワーク業者への手数料の負担が大きくなっていることは、収益性低下に繋がっている。クレジットカード以外では、電子マネーやQRコード決済といった決済手段との競合も生じている。

個品割賦業界は、大手業者のシェアが高いものの、中小業者も多く存在することから、競合は比較的激しい。加盟店は複数の信販会社と契約を結んでいる場合が多いため、加盟店手数料率には低下圧力がかかりやすい。

③ 規制

クレジットカード会社と信販会社は、主に貸金業法と割賦販売法の影響を受ける。消費者保護の観点から、規制が強化されるリスクには留意する必要がある。

貸金業法については、10年に貸金業法が完全施行され、総量規制により借入残高の上限が定められたほか、上限金利が引き下げられた。割賦販売法については、10年に改正割賦販売法が施行され、支払可能見込額の調査が義務付けられた。その後の改正では、加盟店調査が義務付けられたほか、加盟店におけるクレジットカード情報の適切な管理や不正利用の防止が義務付けられた。

(2) 市場地位・競争力

高い市場地位と競争力を構築できているかどうかは将来の収益力を大きく左右するため、信用力をみる上で極めて重要である。

クレジットカード会社については、会員業務、加盟店業務、受託業務など業界内における各業務の市場地位と競争力を評価する。会員業務では、会員数、会員の稼働率・利用単価、会員獲得・利用促進キャンペーンといった営業施策などから会員基盤の強さを分析する。加盟店業務については、加盟店数、大口加盟店・業種別加盟店の状況、加盟店手数料率の状況などを確認し、加盟店網の強さを評価する。受託業務では、会員業務や加盟店業務で培った自社のノウハウを活かし、業容を拡大できているか確認する。これらを踏まえ、取扱高や営業資産残高の規模や成長性などを評価する。

信販会社については、個品割賦における加盟店数、大口加盟店・業種別加盟店の状況、加盟店手数料率などの状況を確認し、加盟店と強固な関係を構築し、採算を確保できているか評価する。クレジットカード会社と同様に、取扱高や営業資産残高の規模や成長性などを確認する。

各事業の市場地位、競争力に加えて、事業ポートフォリオ全体でみたときの事業の多様性・安定性の高さも重要である。クレジットカード会社は、クレジットカード以外にもプリペイドカード、デビットカード、後払い決済といった多様な決済サービスや、個人向けローンの信用保証を手掛けている場合が多く、そのような周辺事業の充実度を確認する。信販会社についても、個品割賦に加えて、クレジットカードや信用保証などの周辺事業の充実度をみている。また、クレジットカード会社、信販会社は、国内市場を主な対象としているが、収益源分散および成長性という観点では、海外市場への展開状況も重要となる。

クレジットカード会社、信販会社は、銀行および流通グループに属している場合が多い。銀行グループの会社は、銀行口座といった顧客基盤などを利用できる。流通グループの会社は、グループの顧客獲得チャネルを持つほか、グループの共通ポイントや経済圏などを利用できる。親会社およびグループ企業の事業動向が、傘下のクレジットカード会社、信販会社の取扱高や営業資産残高の規模や成長性に大きく影響する。そのため、親会社およびグループ企業の経営資源の活用状況を市場地位と競争力の評価に強く反映させる。

(3) 経営戦略・ガバナンス

経営戦略とガバナンスは、事業基盤の方向性に大きな影響を及ぼすため、リスクを低減あるいは増大させる要素となる。経営戦略については、事業環境を踏まえた経営戦略を策定し、遂行できているか評価する。また、リスクテイク方針を確認した上で、リスクとリターンのバランスに留意しているか注目している。ガバナンスについては、取締役会などの企業統治体制、経営管理体制、リスクマネジメントやコンプライアンスといった内部統制などの状況を確認している。

2. 財務基盤

(1) 収益力

クレジットカード会社や信販会社は、販売促進費用やシステム関連費用が膨らみやすく、加盟店手数料率に低下圧力がかかりやすい。そうした中でも、償却引当前の利益により、貸倒関連費用や金融費用などを吸収できるか評価する。また、経費効率をみる上では、販売費および一般管理費から貸倒関連費用や利息返還関連費用を調整した経費率を確認する。

収益性については、ROAに注目している。分子については、貸倒関連費用を控除する前と控除した後の経常利益を利用する。分母については、総資産あるいは営業資産を利用する。その際には流動化債権や簿外保証といったオフバランス債権を加えるなどの調整を行う。

なお、クレジットカード会社、信販会社間の会計基準の差異に留意する必要がある。収益認識基準については、手数料が分割期間に応じて計上される場合と売上時に一括で計上される場合がある。また、債権流動化により、収益が一時的に増加している場合がある点に注意する。

定量的な観点に加えて、収益構成や収益の安定性・多様性を重視する。クレジットカード会社の主な収益源は、加盟店手数料、会員からの年会費、ショッピングリボ・分割払い手数料、融資利息、事務受託手数料である。加盟店手数料の採算を確保できているか、収益性の高いショッピングリボ・分割手数料、融資利息が充実しているか注目している。また、事務受託手数料、信用保証収益などの周辺事業による収益源の分散度合をみている。信販会社についても、個品割賦収益において採算を確保できているか、クレジットカード収益や融資収益、信用保証収益などの周辺事業からの収益源が多様化されているか確認する。

(重視する指標)

- 経常利益、償却引当前経常利益
- 経費率
- ROA

(2) 資産の質

資産の質の劣化は、貸倒関連費用の増加に直結し、ひいては経営の悪化に繋がる。資産の質をコントロールできているか過去の実績をみる上で、営業資産対比の貸倒関連費用の推移を確認している。今後の資産の質の動向を見極める上では、先行指標となる延滞債権の状況などを確認する。延滞発生や貸倒償却の状況、引当の保守性などをみている。

定性面では、与信運営態勢が重要となる。初期与信や途上与信、債権回収のスタンスや手法などをみた上で、適切に運営されているか確認する。営業資産は小口分散された個人向け債権が中心である。クレジットカード会社および信販会社は、大数の法則に基づいてスコアリングモデルを構築し、与信判断を行っている。一般的に、クレジットカードのマンスリークリア債権（1回払い）や個品割賦債権などは商品購入に基づいた与信であり、貸倒リスクが小さくなる一方、キャッシングなどは他の債務の返済に充てられることもあり、貸倒リスクが高くなる傾向がある。顧客属性や商品内容、リスクテイク方針などをみた上で、営業資産のリスクプロフィールを把握する。

信用リスク以外では、利息返還金リスク、加盟店リスクなどの状況を確認している。利息返還金リスクについては、先行指標となる開示請求件数の推移に加えて、返還件数・金額の推移、引当金の十分性について評価している。加盟店リスクについては、加盟店の役務の提供に瑕疵があった場合、契約の取り消しや解除によるチャージバックの負担が発生する可能性がある。加盟店の管理業務の一連の流れを把握した上で、問題が起きていないか確認する。

（重視する指標）

- 営業資産対比の貸倒関連費用
- 延滞債権比率、貸倒償却率、貸倒引当率
- 利息返還金、利息返還損失引当金

（3）資本充実度

顕在化したリスクの最終的なバッファーとして、資本充実度は重要である。評価にあたっては、自己資本比率に注目している。分子については、自己資本に対して、割賦利益繰延、のれん、繰延税金資産、資本性証券などを調整する。分母については、営業資産および債権流動化や簿外保証といったオフバランス債権に関して、リスクプロフィールに応じたリスクウェイトを反映した上で、総資産に含めるなどの調整を行う。

また、リスク対比でみた資本の余裕度を重視している。ストレスシナリオに基づいた信用リスクや市場リスクなどのリスクを自己資本、将来の利益などでどの程度カバーできるか評価する。

定性面では、抱えているリスクをどのように認識しているか、リスク・リターンとのバランスを踏まえた資本を十分に確保し、適切に管理できているかといったリスク管理態勢についても考慮する。

（重視する指標）

- 自己資本比率
- リスク対比の資本の余裕度

（4）流動性

クレジットカード会社や信販会社のようなノンバンクにとって、資金調達は仕入れにあたり、事業継続に大きく影響する。事業環境や業績の悪化により資金調達力が乏しくなった場合、営業資産を拡大する上での制約要素となる。資金調達構造を確認し、資金調達の安定性や金融費用の状況を確認している。

具体的には、手元流動性、取引金融機関の構成、各金融機関との取引状況（借入金額・条件、当座貸越やコミットメントラインなどの状況）、担保設定状況、コベナントの考え方、親会社およびグループ企

業による資金管理の状況、調達手段の多様性（CP、社債、債権流動化など）、資金調達構成（長期調達と短期調達、間接調達と直接調達、固定金利調達と変動金利調達のバランス）、債務返済時期の分散状況（特定の時期に多額の資金返済が集中していないか）などを確認している。

また、クレジットカード会社や信販会社は、毎月特定の日に会員、顧客からの代金回収、加盟店への立替金支払いが発生し、その金額も大きいので、資金繰りの管理は重要である。平時の資金繰り方針に加えて、コンティンジェンシープランについても確認している。

（重視する指標）

- 手元流動性
- 直接調達比率、短期調達比率

以 上

◆留意事項

本文書に記載された情報には、人為的、機械的、またはその他の事由による誤りが存在する可能性があります。したがって、JCRは、明示的であると黙示的であるとを問わず、当該情報の正確性、結果、的確性、適時性、完全性、市場性、特定の目的への適合性について、一切表明保証するものではなく、また、JCRは、当該情報の誤り、遺漏、または当該情報を使用した結果について、一切責任を負いません。JCRは、いかなる状況においても、当該情報のあらゆる使用から生じうる、機会損失、金銭的損失を含むあらゆる種類の、特別損害、間接損害、付随的損害、派生的損害について、契約責任、不法行為責任、無過失責任その他責任原因のいかんを問わず、また、当該損害が予見可能であると予見不可能であるとを問わず、一切責任を負いません。また、当該情報はJCRの意見の表明であって、事実の表明ではなく、信用リスクの判断や個別の債券、コマーシャルペーパー等の購入、売却、保有の意思決定に関して何らの推奨をするものでもありません。本文書に係る一切の権利は、JCRが保有しています。本文書の一部または全部を問わず、JCRに無断で複製、翻案、改変等を行うことは禁じられています。

株式会社 日本格付研究所

Japan Credit Rating Agency, Ltd.
信用格付業者 金融庁長官（格付）第1号

〒104-0061 東京都中央区銀座 5-15-8 時事通信ビル

業種別格付方法

【消費者金融】

本稿では、国内で個人向けに無担保ローンを提供している消費者金融会社を対象とする。クレジットカード会社、信販会社については本稿の対象ではない。海外の消費者金融会社などについては、所在地の法・会計制度、金融行政のあり方などを踏まえ、分析指標などに関して、必要な調整を加えた上で、本格付方法を準用する。

1. 事業基盤

(1) 産業の特性

消費者金融会社は、個人向けに無担保ローンを提供している。無担保ローンで培ったノウハウを活用し、信用保証や債権回収といった周辺事業も手掛ける。

① 市場規模・市場成長性

消費者金融の市場規模はかつてに比べて縮小している。06年の最高裁判決や貸金業法施行の影響を大きく受けた。また、消費者金融は中長期的にみた市場成長性がやや低い。総量規制が制約となり、大幅な成長は見込みにくい状況にある。長期的な観点でみると、少子高齢化に伴い、主要顧客である若年層が減少していく点にも留意する必要がある。

② 競合状況

消費者金融業界は、競争が比較的激しい。貸金業法施行後の市場縮小を経て、貸金業の登録業者数が大幅に減少した結果、大手業者のシェアが高まっている。しかし、法定の上限金利により、消費者金融各社の貸出金利には大きな差がなく、商品の差別化が図りにくい。消費者金融会社の無担保ローンは、銀行のカードローンや、クレジットカードのキャッシングおよびショッピングリボとも競合する。また、異業種から個人向け無担保ローンへ参入する動きもある。

③ 規制

消費者金融会社は、主に貸金業法の影響を受ける。消費者保護の観点から、規制が強化されるリスクには留意する必要がある。

消費者金融会社は、利息制限法、出資法によって、上限金利が規定されてきた。利息制限法による上限金利は、1954年の制定以来、15%～20%とされていた。一方では、出資法による上限金利は、1954年の制定当初、109.5%であったが、その時々々の社会情勢を踏まえ、段階的に引き下げされてきた。

貸金業法は、06年から10年にかけて段階施行されてきた。10年以降は出資法の上限金利が29.2%から20%に引き下げられる金利規制が課され、出資法と利息制限法との間の金利帯であるグレーゾーン金利の融資が禁止となった。総借入残高が年収の3分の1を超える貸付を原則禁止とする総量規制なども課された。また、06年に最高裁がみなし弁済規定を実質無効と判示して以来、利息返還請求が急増した。

(2) 市場地位・競争力

高い市場地位と競争力を構築できているかどうかは将来の収益力を大きく左右するため、信用力をみる上で極めて重要である。

消費者金融会社については、主として無担保ローンにおける市場地位と競争力を評価する。新規および既存の顧客数を確保し、営業資産残高を維持・拡大できるかが重要である。新規顧客の獲得にあたっては、貸出金利で差別化がしにくい中、ブランド力や営業チャネル、審査態勢などが競争優位性となる。ブランド力に関しては、テレビ、インターネットなど各メディアにおいて広告を効果的に展開し、認知度を向上させるとともに企業イメージを高め、顧客の資金需要が生じた場合に選択肢に挙がる必要がある。営業チャネルについては、かつては店舗窓口や自動契約機、自社ATMへの来店型が主流であったが、近年はインターネット、電話、提携ATMなど非来店型が中心となっており、利便性向上がポイントとなる。審査態勢については、顧客が借り入れる際には複数の消費者金融会社に同時に申し込む場合が多く、回答が早い会社を選ばれやすいため、効率的な審査が求められる。これらの状況を踏まえ、営業資産残高の規模や成長性などを評価する。

各事業の市場地位、競争力に加えて、事業ポートフォリオ全体でみたときの事業の多様性・安定性の高さも重要である。消費者金融会社は、無担保ローンで培ったノウハウを基に、個人向けローンの信用保証や、債権回収を手掛けている場合が多く、そのような周辺事業の充実度を確認する。信用保証では、提携金融機関との関係性、商品内容、保証残高などの状況を確認する。また、消費者金融会社は、国内市場を主な対象としているが、収益源分散および成長性という観点では、海外市場への展開状況も重要となる。

消費者金融会社は、銀行など特定のグループに属している場合がある。銀行グループの会社は、銀行口座といった顧客基盤などを利用できるほか、親銀行およびグループ企業の個人向けローンの信用保証を担っている。親会社およびグループ企業の事業動向が、傘下の消費者金融の営業資産残高・保証残高の規模や成長性に大きく影響する。そのため、親会社およびグループ企業の経営資源の活用状況を市場地位と競争力の評価に強く反映させる。

(3) 経営戦略・ガバナンス

経営戦略とガバナンスは、事業基盤の方向性に大きな影響を及ぼすため、リスクを低減あるいは増大させる要素となる。経営戦略については、事業環境を踏まえた経営戦略を策定し、遂行できているか評価する。また、リスクテイク方針を確認した上で、リスクとリターンのバランスに留意しているか注目している。ガバナンスについては、取締役会などの企業統治体制、経営管理体制、リスクマネジメントやコンプライアンスといった内部統制などの状況を確認している。

2. 財務基盤

(1) 収益力

消費者金融会社は、他の業態に比べて積極的にリスクテイクを行っていることから、一定の貸倒関連費用の発生が避けられない。そうした中でも、償却引当前の利益により、貸倒関連費用や利息返還関連費用、金融費用などを吸収できるか評価する。経費効率をみる上では、販売費および一般管理費から貸倒関連費用や利息返還関連費用を調整した経費率を確認する。

収益性については、ROA に注目している。分子については、営業収益や貸倒関連費用を控除する前と控除した後の経常利益を利用する。分母については、総資産あるいは営業資産を利用する。その際には流動化債権や簿外保証といったオフバランス債権を加えるなどの調整を行う。

定量的な観点に加えて、収益構成や収益の安定性・多様性を重視する。消費者金融会社の主な収益源は、無担保ローンの貸出金利息であるが、信用保証収益などの周辺事業からの収益源が多様化されているか確認する。

(重視する指標)

- 経常利益、償却引当前経常利益
- 経費率
- ROA

(2) 資産の質

資産の質の劣化は、貸倒関連費用の増加に直結し、ひいては経営の悪化に繋がる。資産の質をコントロールできているか過去の実績をみる上で、営業資産対比の貸倒関連費用の推移を確認している。今後の資産の質の動向を見極める上では、先行指標となる延滞債権の状況などを確認する。延滞発生や貸倒償却の状況、引当の保守性などをみている。

定性面では、与信運営態勢が重要となる。初期与信や途上与信、債権回収のスタンスや手法などをみた上で、適切に運営されているか確認する。営業資産は小口分散された個人向け債権が中心である。消費者金融会社は、大数の法則に基づいてスコアリングモデルを構築し、与信判断を行っている。一般的に、消費者金融会社は、所得が比較的低い顧客層に無担保で貸し出すため、貸倒リスクが高くなる傾向がある。顧客属性や商品内容、リスクテイク方針などをみた上で、営業資産のリスクプロフィールを把握する。

信用リスク以外では、利息返還金リスクなどの状況を確認している。利息返還金リスクについては、先行指標となる開示請求件数の推移に加えて、返還件数・金額の推移、引当金の十分性について評価している。

(重視する指標)

- 営業資産対比の貸倒関連費用
- 延滞債権比率、貸倒償却率、貸倒引当率
- 利息返還金、利息返還損失引当金

(3) 資本充実度

顕在化したリスクの最終的なバッファーとして、資本充実度は重要である。評価にあたっては、自己資本比率に注目している。分子については、自己資本に対して、のれん、繰延税金資産、資本性証券などを調整する。分母については、営業資産および債権流動化や簿外保証といったオフバランス債権に関して、リスクプロフィールに応じたリスクウェイトを反映した上で総資産に含めるなどの調整を行う。

また、リスク対比でみた資本の余裕度を重視している。ストレスシナリオに基づいた信用リスクや市場リスク、利息返還金リスクなどのリスクを自己資本、将来の利益などでどの程度カバーできるか評価する。

定性面では、抱えているリスクをどのように認識しているか、リスク・リターンとのバランスを踏まえた資本を十分に確保し、適切に管理できているかといったリスク管理態勢についても考慮する。

(重視する指標)

- 自己資本比率
- リスク対比の資本の余裕度

(4) 流動性

消費者金融会社のようなノンバンクにとって、資金調達は仕入れにあたり、事業継続に大きく影響する。事業環境や業績の悪化により資金調達力が乏しくなった場合、営業資産を拡大する上での制約要素となる。資金調達構造を確認し、資金調達の安定性や金融費用の状況をみている。

具体的には、手元流動性、取引金融機関の構成、各金融機関との取引状況（借入金額・条件、当座貸越やコミットメントラインなどの状況）、担保設定状況、コベナントの考え方、親会社およびグループ企業による資金管理の状況、調達手段の多様性（CP、社債、債権流動化など）、資金調達構成（長期調達と短期調達、間接調達と直接調達、固定金利調達と変動金利調達のバランス）、債務返済時期の分散状況（特定の時期に多額の資金返済が集中していないか）などを確認している。

また、消費者金融会社は、顧客からの代金回収などが毎月発生しており、その金額も大きいいため、資金繰りの管理は重要である。平時の資金繰り方針に加えて、コンティンジェンシープランについても確認している。

(重視する指標)

- 手元流動性
- 直接調達比率、短期調達比率

以上

◆留意事項

本文書に記載された情報には、人為的、機械的、またはその他の事由による誤りが存在する可能性があります。したがって、JCRは、明示的であると黙示的であるとを問わず、当該情報の正確性、結果、的確性、適時性、完全性、市場性、特定の目的への適合性について、一切表明保証するものではなく、また、JCRは、当該情報の誤り、遺漏、または当該情報を使用した結果について、一切責任を負いません。JCRは、いかなる状況においても、当該情報のあらゆる使用から生じうる、機会損失、金銭的損失を含むあらゆる種類の、特別損害、間接損害、付随的損害、派生的損害について、契約責任、不法行為責任、無過失責任その他責任原因のいかなを問わず、また、当該損害が予見可能であると予見不可能であるとを問わず、一切責任を負いません。また、当該情報はJCRの意見の表明であって、事実の表明ではなく、信用リスクの判断や個別の債券、コマーシャルペーパー等の購入、売却、保有の意思決定に関して何らの推奨をするものでもありません。本文書に係る一切の権利は、JCRが保有しています。本文書の一部または全部を問わず、JCRに無断で複製、翻案、改変等を行うことは禁じられています。

株式会社 日本格付研究所

Japan Credit Rating Agency, Ltd.

信用格付業者 金融庁長官（格付）第1号

〒104-0061 東京都中央区銀座 5-15-8 時事通信ビル