

Gunosy

2020年5月期 決算説明資料



株式会社 Gunosy

東証一部（証券コード：6047）

2020年7月14日

INDEX

1	<small>Financial Results for FY2020</small> 2020年5月期 決算の概要	P 4
2	<small>FY2021 Outlook</small> 2021年5月期方針・通期業績予想	P 10
3	<small>Business Overview of Media Business</small> メディア事業の状況	P 25
4	<small>Business Overview of Ad Business</small> 広告事業の状況	P 33
5	<small>New Business</small> 新規領域の進捗	P 37
6	<small>APPENDIX</small> 参考資料：（株）Gunosyの概要	P 47

1

2020年5月期は「グノシー再成長」に対する積極的な投資により
「MAU・DAU」が成長、一方で収益面に課題

2

新型コロナウイルスによる広告市況の悪化と、
広告ガイドライン刷新の影響によりQ4はQonQ・YonY大幅減収

3

既存メディアは一旦は収益性向上に注力
メディア健全化による価値向上を行い、将来の再投資に備える

4

With/AfterコロナにおけるDX化の加速を成長機会と捉える
新規事業の社内創造、社外投資による成長ドライバー獲得を推進

1

Financial Results for FY2020
2020年5月期 決算の概要

2020年5月期 連結業績【対前年比】

広告ガイドライン刷新および新型コロナウイルスの影響による広告市況の悪化を受け減収減益。一方で、Q4は機動的なコスト削減により、営業利益率はYonYで改善。

(百万円)

	対前年比（四半期）			対前年比（通期）		
	2019年5月期 Q4	2020年5月期 Q4	YonY	2019年5月期	2020年5月期	YonY
売上高	3,835	2,696	70.3%	15,017	13,987	93.1%
営業利益	446	359	80.5%	2,302	859	37.3%
営業利益率	11.6%	13.3%	-	15.3%	6.1%	-
経常利益	445	354	79.5%	2,289	838	36.6%
親会社株主に帰属 する当期純利益	292	167*	57.2%	2,009	386	19.2%

* 当Q4において投資有価証券評価損を88百万円計上。

2020年5月期 連結業績【対計画比】

売上高は、おおむね2020年4月14日公表の**修正した通期業績予想通りの着地**。

営業利益は、①広告宣伝費、②ライブ動画制作費、③業務委託費等を対象に徹底的なコスト削減を図るも、**営業利益ベースで計画比86.0%の着地**。

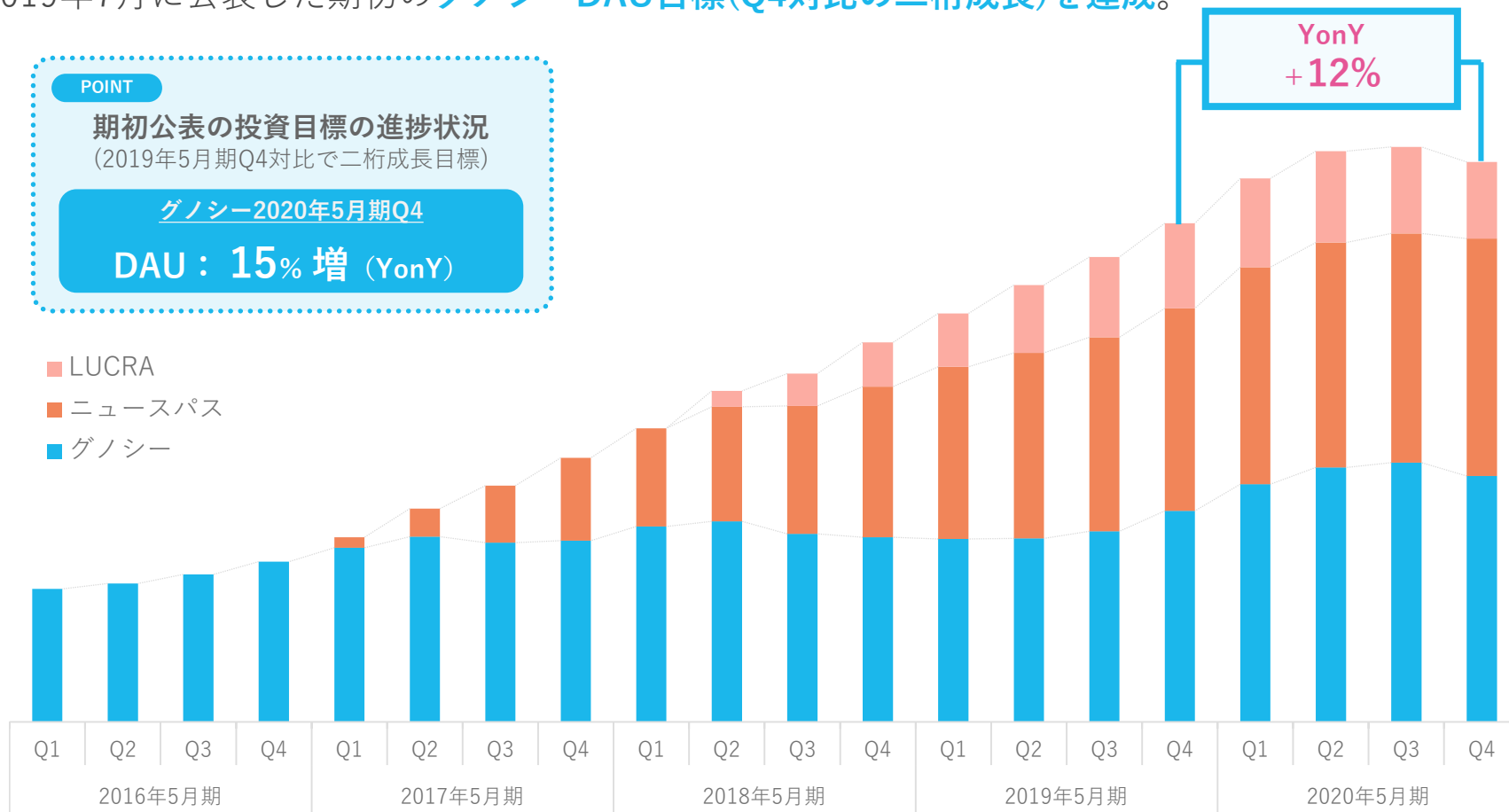
(百万円)

	対計画比（四半期）			対計画比（通期）		
	2020年5月期 Q4計画	2020年5月期 Q4	計画比	2020年5月期 計画	2020年5月期 実績	計画比
売上高	2,708	2,696	99.6%	14,000	13,987	99.9%
営業利益	499	359	71.9%	1,000	859	86.0%
営業利益率	18.4%	13.3%	-	7.1%	6.1%	-
経常利益	476	354	74.4%	960	838	87.3%
親会社株主に帰属 する当期純利益	345	167*	48.3%	565	386	68.4%

* 当Q4において投資有価証券評価損を88百万円計上。

アクティブユーザー数(MAU) ^{*1}

Q4は広告宣伝費を大幅に抑制。結果としてQonQでMAUは減少したが、
巣ごもりによるユーザーのアクティブ率増加に伴い、**DAU ^{*2}はQ4においても高水準で推移**。
2019年7月に公表した期初の**グノシーDAU目標(Q4対比の二桁成長)**を達成。

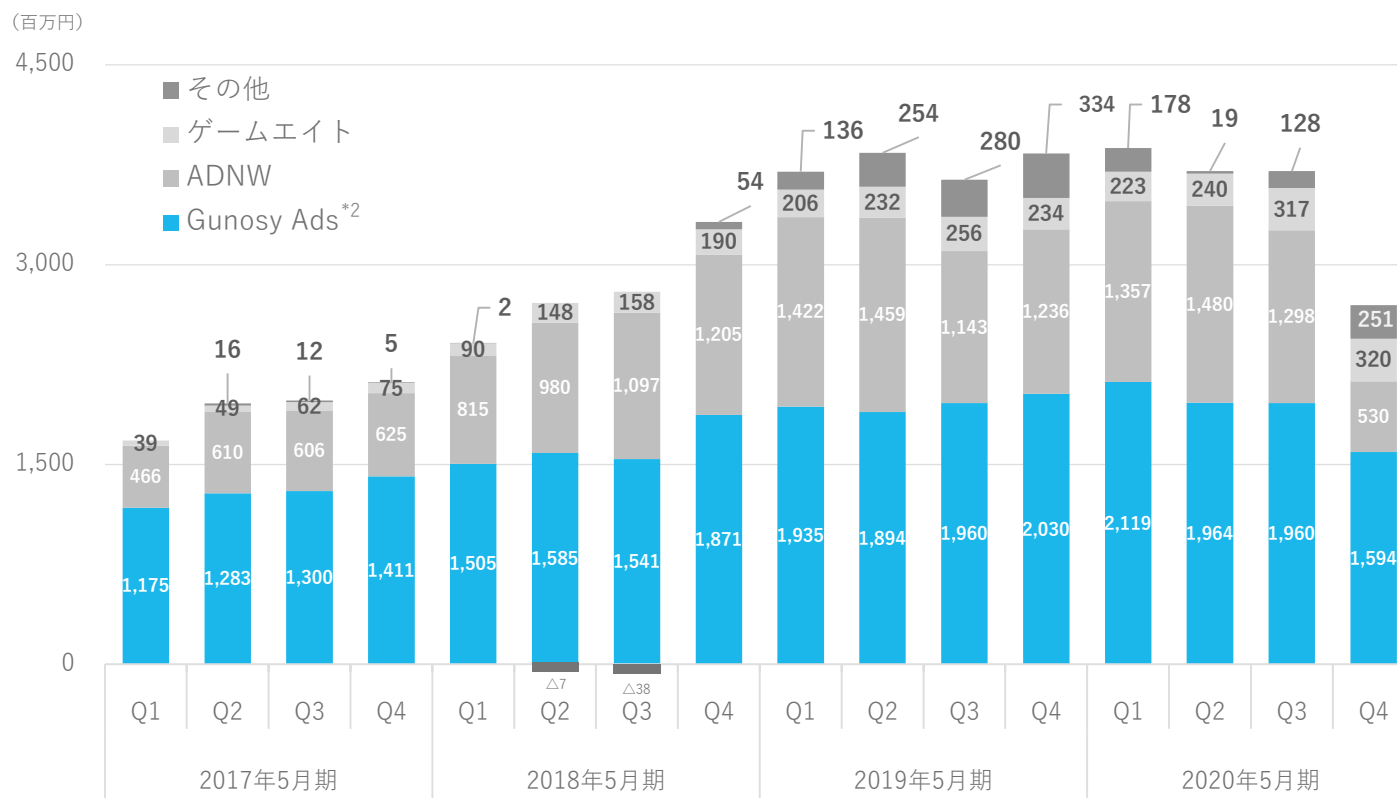


*1 「グノシー」、「ニュースパス」、「LUCRA」のMAU (Monthly Active User) の各四半期平均

*2 Daily Active User

売上高構成 ^{*1}

新型コロナウイルスによる広告市況悪化影響を主として、Gunosy AdsはQonQで約2割の減収、ADNWは広告ガイドラインの刷新によるシェア減の影響もあり約6割の減収となった。その他売上はVIDPOOL社・Grill社の貢献と、Smarprise社の新規連結の影響により増収。



減少の主な要因

- ✓ 新型コロナの影響
- ✓ 広告ガイドラインの刷新によるADNW競争力の減退

減少の主な要因

- ✓ 新型コロナの影響

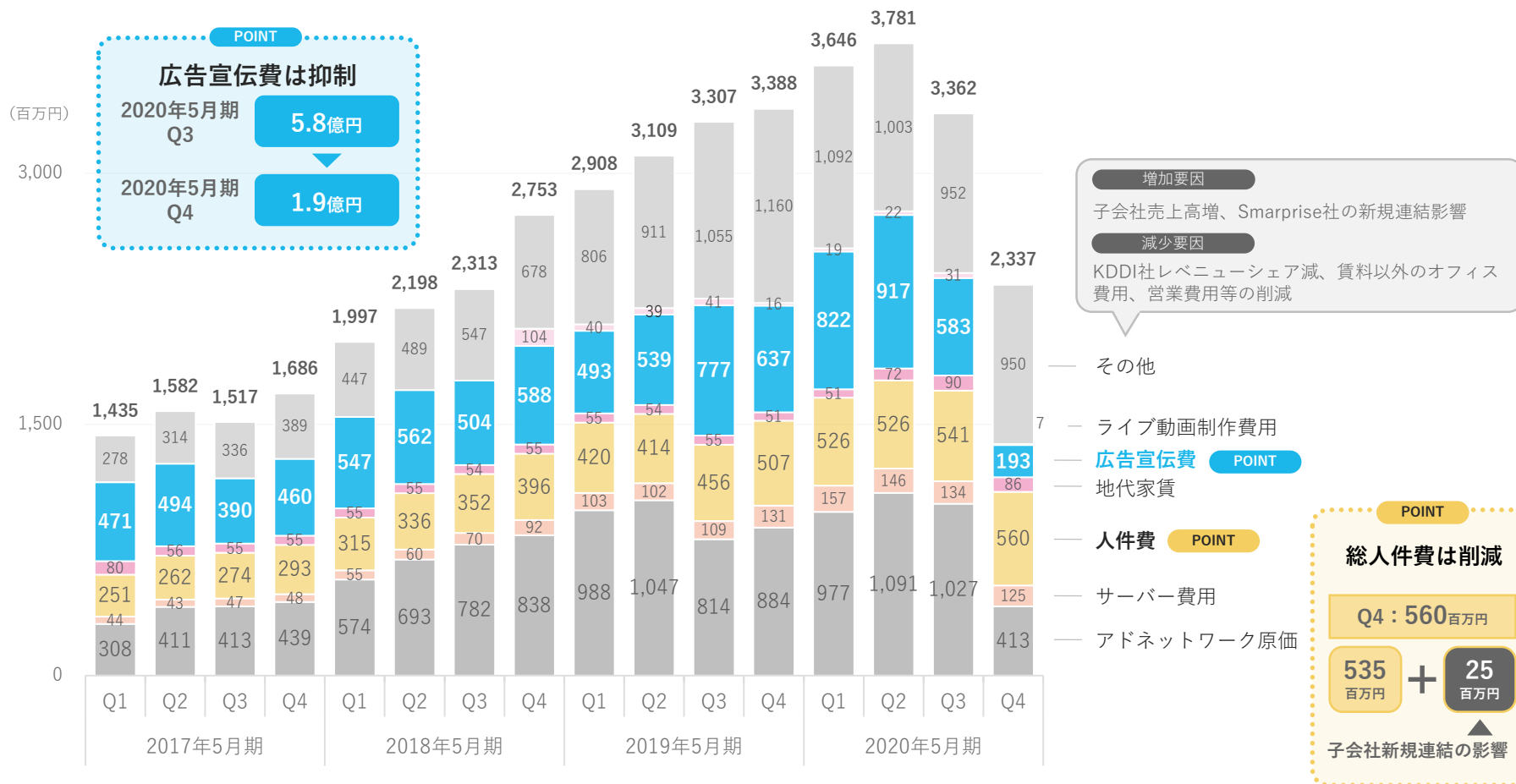
*1 「Gunosy Ads」、「ADNW」、「ゲームエイト」は単体での数値。内部取引高調整は「その他」に含む

*2 Gunosy Adsは「グノシー」、「ニュースパス」および「LUCRA」の合計

コスト構造の推移

Q4は市況悪化及び巣ごもりによるDAU上振れを踏まえ**広告宣伝費を大幅削減**。

人件費については、560百万円のうちSmarprise社の新規連結影響25百万円を除くと535百万円と、採用活動の抑制の効果もあり、**QonQで減少着地**。その他コストについても厳格なモニタリングを実施し、業務委託費や水道光熱費など複数の費目で大幅な削減を達成。



2

FY2021 Outlook

2021年5月期方針・通期業績予想

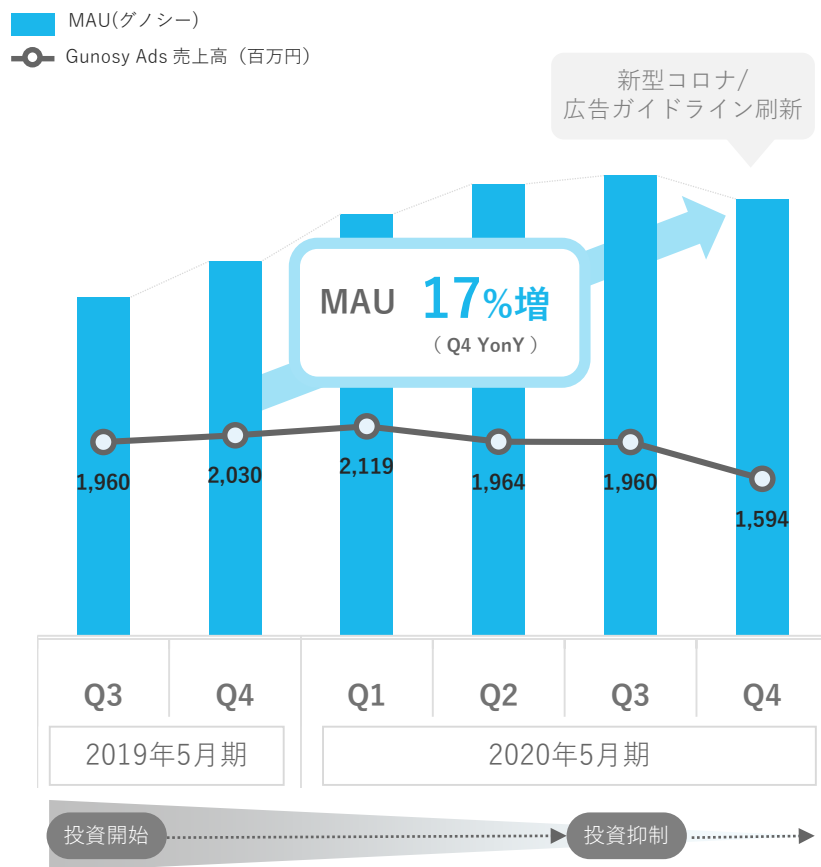
全体の整理

新型コロナウイルスの影響による事業環境の大幅な変化を踏まえ、
経営体制を含め、**全社的な中長期方針の見直しを実施。**

①	2020年5月期の総括	積極的な投資により、グノシーのユーザー基盤拡大に成功 一方、新型コロナ影響も踏まえた収益性改善が課題	P 12
②	新型コロナウイルスの影響と見通し	短期的には広告市況が回復しないことを覚悟 一方、DX×自社技術領域の新規事業展開の好機	P 13
③	中長期方針の再検討	新型コロナウイルスの影響を考慮し、 中長期の全社戦略・事業戦略を再検討	P 14-18
④	経営体制の強化	より大胆かつ積極的な事業推進に向けて代表取締役2名体制へ	P 19
⑤	財務面の強化	強固な財務基盤を構築。コスト削減推進により、筋肉質なPLへ	P20-21
⑥	中長期の成長イメージ	当期は既存事業の立て直しと、新規事業の育成・創造に集中	P 22
⑦	2021年5月期の予想		P 23-24

「グノシー」への積極投資の年。その結果、ユーザー基盤の拡大には成功した一方で、広告単価は伸び悩み、新型コロナウイルスの影響を中心に一段と悪化。収益性の改善が喫緊の課題。

グノシーへの投資成果



投資に対する総括

クーポン訴求を軸とした積極的な広告宣伝への投資により、**グノシーのMAUは大幅成長**

MAU

大幅成長

DAU

成長
Q4 : 15%増 (YonY)

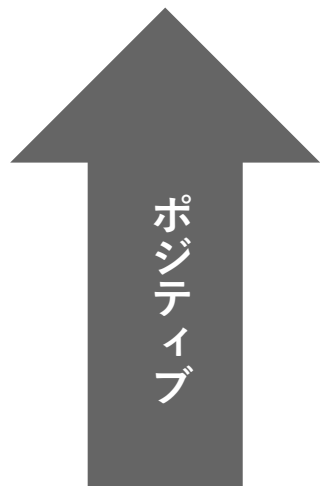
広告単価

期中を通じて伸び悩み

直近の状況

新型コロナウイルスの影響を中心とした広告単価の下落により収益性悪化

広告市況の回復は短期では実現しない可能性があり、**中期戦となることを前提とした経営を意識**。一方、**DX×自社技術領域の新規事業展開の機会は増加**、広告領域以外の収益拡大の好機と見る。



発生事象

- **巣ごもりによるユーザー増加**
 - 広告宣伝への投資を抑制しながらも、高DAUを狙える環境

将来機会

- **スタートアップ投資、M&A機会の増加**
- **DXニーズの高まり**
 - メディアコンテンツのデジタル化による既存事業の価値向上機会増加
 - 新規事業への投資機会増加、社外投資の好機



- **広告主の予算不透明化**
- **マクロ経済の停滞、
広告市場を含めた景気の長期低迷リスク**

これまでの方針
(Before コロナ)

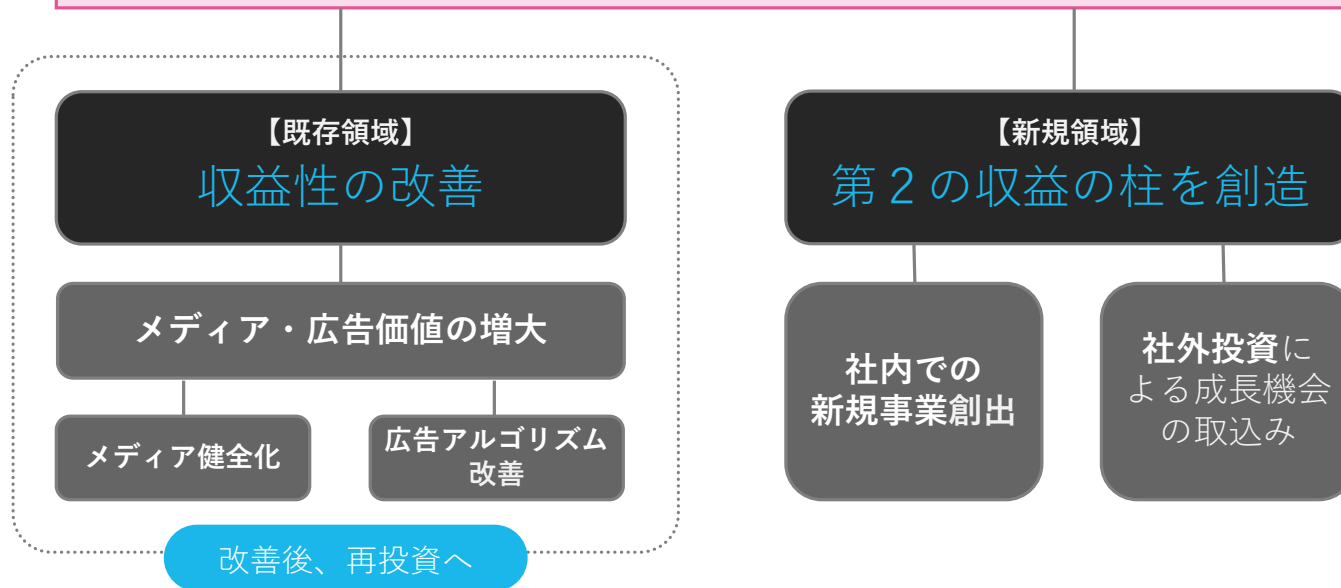
主にグノシーを中心としたメディア事業の再成長に注力
(現状、新型コロナウイルスの影響を受け、メディア事業の投資対効果が悪化)



これからの方針
(With/After コロナ)

既存領域 (メディア・広告) は一旦は収益性向上に注力し、
新規領域 (新規事業・社外投資) としてDX分野に積極的に投資

アクション



	既存領域				新規領域			
	メディア事業			広告事業	新規事業			投資事業
	グノシー	ニュースパス	LUCRA	ADNW	Game 8 (海外)	オトクル	GTL	
これまで	メディア事業のユーザー拡大に向けて積極的に投資を実施				新規事業(オトクル・GTL)と、ゲームエイト事業の海外展開に向けた種まきを推進			国内外への投資を実施
これから	当期は メディア健全化 を通じた 収益性向上 に一旦注力する				積極的に投資を実施 新たな収益の柱の創造			より 積極的に 資金投入
成長余地	 収益性改善※1	 KDDI社連携※2						
期待リターン	重要な利益貢献事業であり、 安定的なキャッシュ創出 を期待				中	中～高	中	中～高
リソースの追加投下 (資本・人材)	有望領域に絞り追加投資	抑制	抑制	抑制	積極投資	積極投資	積極投資(主に人材)	大胆な資本投資 を計画
	投資抑制(資本)				積極的に投資(人材・資本)			

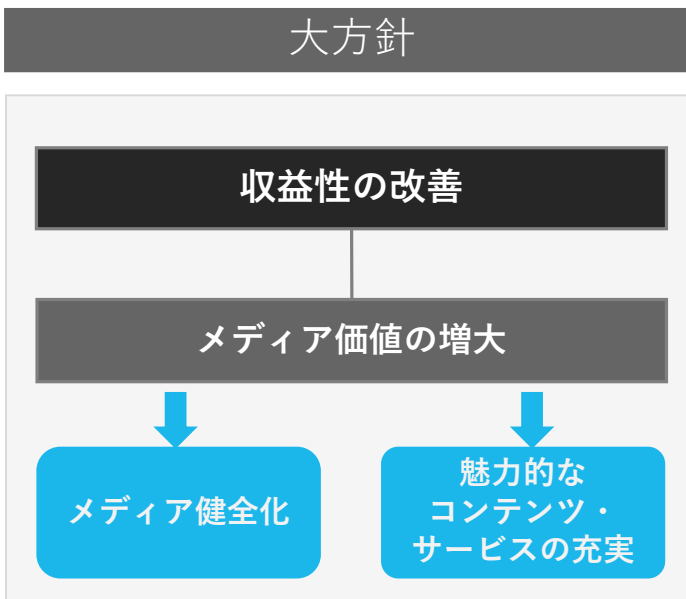
※1：収益性改善が好調な場合、比較的高い成長余地があると想定
 ※2：KDDI社との連携強化により、比較的高い成長余地があると想定

2020年5月期はグノシーを中心にユーザー規模拡大を実現するも、**収益性向上**が課題として残る。
2021年5月期は、**メディア価値・広告価値の向上に注力**し、収益性向上を実現させる。

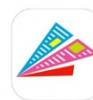
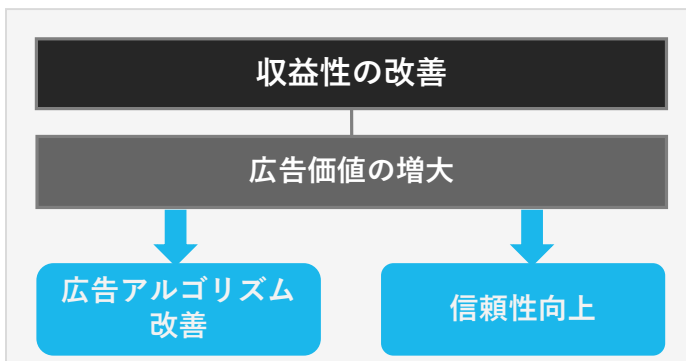
大方針

個別戦略

① メディア 事業



② 広告事業



- **アルゴリズムの刷新**による顧客体験の向上、**音声領域**のコンテンツ投資



- 現状のメインユーザーであるスマホ初心者層をターゲットとした**顧客体験の向上**



- より幅広い年齢層に向けたトレンド情報の配信、**D2C**への挑戦

Gunosy
Ads

- **自社開発の自動入札機能「UOP」**などの**広告アルゴリズムのブラッシュアップ**

ADNW

- アドフラウド・メディア審査機能拡張による**信頼性向上**
- アルゴリズムによる広告効果向上を土台とした堅実な営業による**広告主数の積み上げ**

DX領域を中心とした成長機会へ積極的に投資し、新たな収益の柱の創造を目指す。



メディア・広告領域にとどまらない、有望な成長機会の獲得に向けて、今後の2年間において、**最大で45億円**を目途とした、積極的な社外投資を計画。

投資総額

最大45億円
※今後2年間

成長分野の取り込みを
目的とした投資を
積極的に行う



ポートフォリオ A	
リスク	リターン
↑↑↑ 高	↑↑↑ 高

ポートフォリオ B	
リスク	リターン
↑↑ 中	↑↑ 中

ポートフォリオ C	
リスク	リターン
↑ 低	↑ 低

投資概要	投資額 目安	分野
<ul style="list-style-type: none"> 海外スタートアップ <p>成長分野の取り込みを 目的に積極的に投資を実施</p>	10~ 20億円	<ul style="list-style-type: none"> EC Fintech Infrastructure …等
<ul style="list-style-type: none"> Tech系スタートアップへの投資 成長企業のM&A スタートアップ系 ファンドへのLP出資 等 <p>投資機会発掘に向けた ネットワーク強化のために LP投資も積極推進</p>	10~ 25億円	<ul style="list-style-type: none"> DX分野 With/After コロナ環境で の成長分野 Game 8 関連 事業 …等

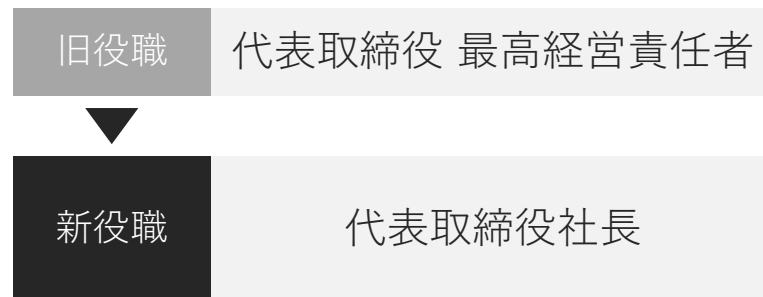
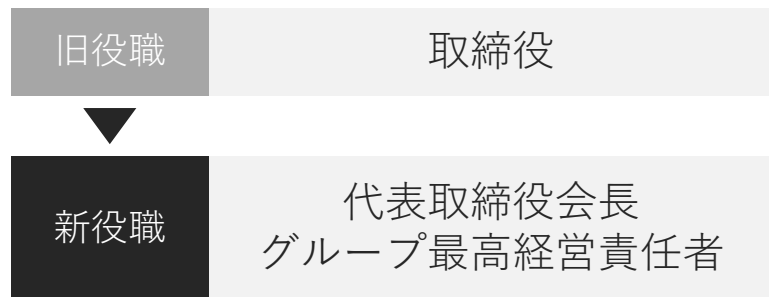
新型コロナウイルスに端を発する社会情勢の変化に対応し、**より大胆かつ積極的に事業を推進**するため、先進的なビジネスに精通し、グローバルな知見も豊富な木村氏を代表取締役に加えることで、リーダーシップを強化。



木村 新司
Kimura Shinji



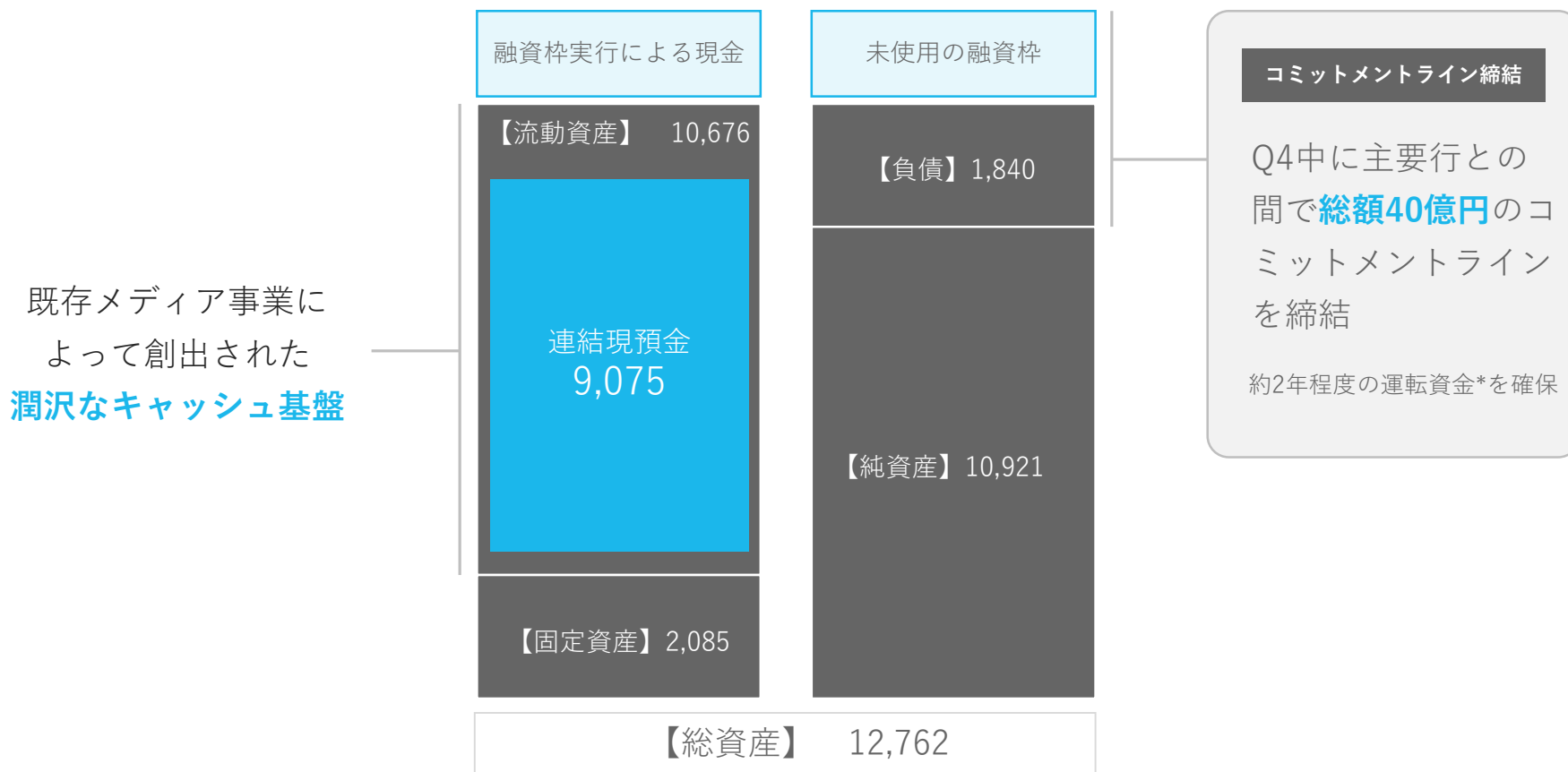
竹谷 祐哉
Taketani Yuya



メディア健全化を通じたメディア価値向上およびWith/Afterコロナでの成長に向けて、大胆かつ積極的な意思決定ができる体制を構築

潤沢な現預金水準かつ無借金な非常に強固な財務基盤を構築。

2020年5月期末B/S (単位：百万円)



* ADNW原価、レベニューシェア費用などの変動費用及び支出がコントロールできる広告宣伝費などを除いた、固定的に発生する支出に対応する資金

筋肉質なPL構造実現に向け、**コスト削減を推進**。

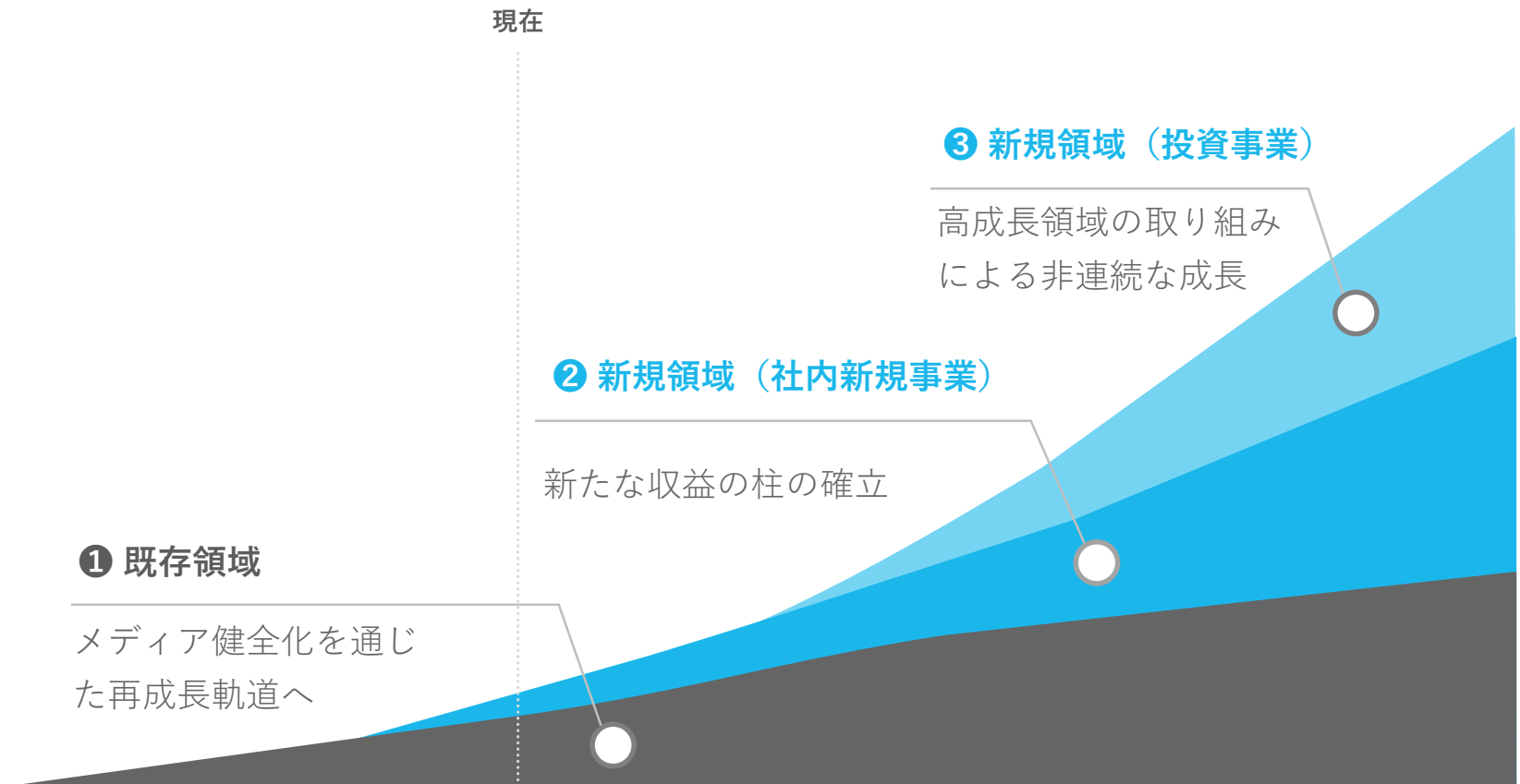
① 広告宣伝費の抑制

- 2020年5月期25.1億円→**2021年5月期見込6.7億円(▲18.4億円)**
- 当期は一旦は収益性向上にフォーカスし、メディア健全化等を通じたメディア価値向上に重点を置くため、規模拡大に向けた**投資は抑制する**

② 固定費の削減

- 役員報酬総額の減額
- Gunosy単体の採用関連費用や業務委託費などの固定費について、2019年5月期水準をベンチマークに圧縮
(ex. 採用関連費用・業務委託費あわせて、2020年5月期比で約25%程度の削減を計画)
- その他、リモートワーク期間中は水道光熱費など一部のオフィス運営費用についても削減を見込む

当期は安定した財務基盤を前提とした、**既存事業の立て直しと新規事業の育成・創造に集中**。
2019年1月公表の中長期ビジョンにおける2022年5月期の各種目標指標については、現在の状況を踏まえ、見直しを検討。新たな中期目標指標については、2021年5月期末を目途に策定・公表を行う。



新型コロナウイルスの影響による広告市況悪化は短期的には回復しないことを前提に、前期比での減収を見込む。一方で、**徹底的なコスト削減を通じ、利益ベースでは前期比増益**を計画。

(百万円)

	2020年5月期 実績	2021年5月期 通期業績予想	YoY
売上高	13,987	10,297~11,297	73.6%~80.8%
営業利益	859	1,030~1,414	119.9%~164.5%
営業利益率	6.1%	10.0%~12.5%	-
経常利益	838	1,011~1,395	120.6%~166.3%
親会社株主に帰属 する当期純利益	386	615~882	159.3%~228.2%

新型コロナウイルスの 影響について

- 業績予想の下限・上限共に、当期において広告市況は回復しない前提
- コロナ禍による巣ごもりで増加したユーザーのアクティブ率については、経済活動の再開に伴い徐々に平常化されていく前提

レンジ上限 シナリオ

- メディア・広告事業における収益性改善の取り組みや、ADNW領域における新規施策等が短期間で一定程度の成果を出した場合の予想

レンジ下限 シナリオ

- メディア・広告事業における収益性改善の取り組みや、ADNW領域における新規施策等について、保守的に確度が高いものに絞って成果を織り込んだ予想

3

Business Overview of Media Business

メディア事業の状況

(1) Q4のメディア事業サマリー

Q4は広告宣伝費を大幅に抑制するも、**巣ごもりによるトラフィック増加の好影響**を受け、各メディアともDAUは好調に推移。



(2) 収益性向上に向けたメディア事業方針

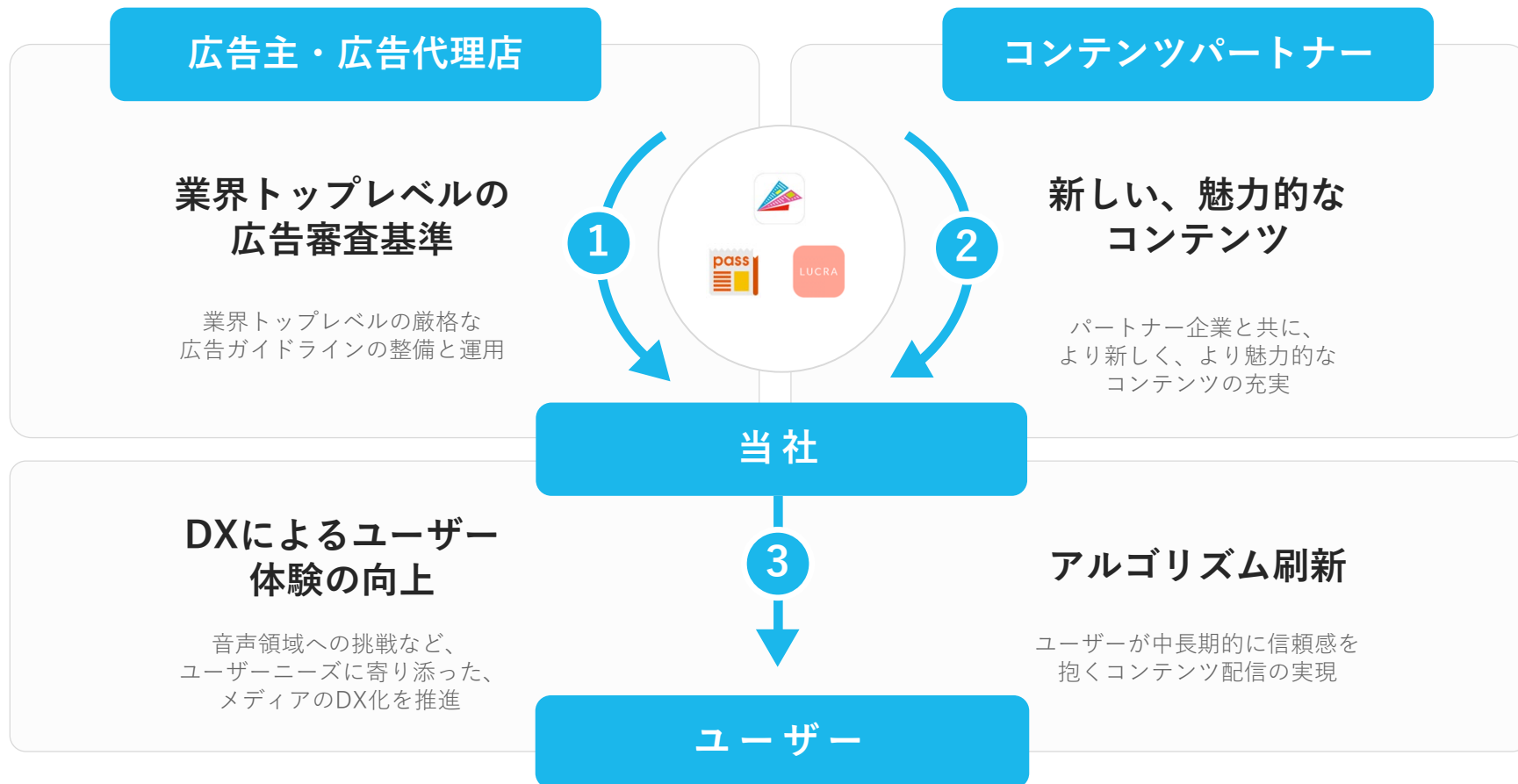
メディア価値の向上による収益性改善に向けて、メディアの健全化を推進すると共に、アルゴリズムの刷新を通じた顧客体験の向上、マクロトレンドを踏まえた新コンテンツの投入、広告以外のマネタイズ手段の構築に取り組む。



(3) メディア健全化への取り組み

中長期的な競争優位の確立に向けて、企業理念である

「情報を世界中の人に最適に届ける」に根差した、**三方良しのメディア価値向上**を推進する。



(4) ユーザー体験強化

各アプリのユーザー特性に合わせた**機能開発、コンテンツ・サービスの拡充を推進**。



グノシー



ニュースパス



LUCRA

グノシーアプリ内で貯められるオトクな
グノシーポイントのテスト開始



グノシーアプリ内で貯めることができるオトクなポイント機能。貯まったポイントはAmazonギフト券と交換可能。

スマホ初心者も見やすい
UI・UXに改善



各種コンテンツやサービスへの導線を整理、主要ニュースを見やすくわかりやすく、情報を取得しやすいように画像や文字サイズなどを大きく調整。

トレンド情報が簡単に毎日オトクに手に入る
トレンド情報メディアへ



幅広い年齢層の女性ユーザーを対象に、トレンド情報が「簡単に」しかも「毎日オトクに」手に入るメディアへ。暮らしを豊かにする商品の**D2C開始に向けても準備中**。



「音で楽しむ」を提供するメディアへ

Gunosy

「ラジコ」タブを新設し、トライアル配信を開始(2020年7月1日～)。
ニュースを「読む」だけでなく、「**耳で聞く**」領域にいち早く対応。

ユーザー体験の向上

スマホで

ラジオ聞き放題！

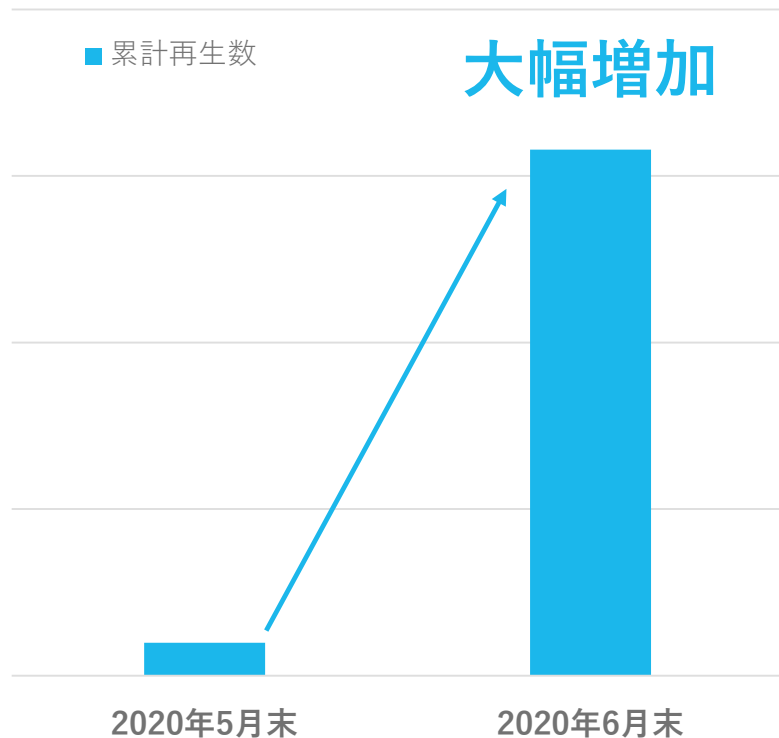




「音で楽しむ」を提供するメディアへ

音声コンテンツについては、リリース月から約1カ月で**累計再生数の大幅増加を達成**。
基礎KPIの状況は既存の動画コンテンツと比較しても良好。高いポテンシャルを持つ。

累計再生数



KPI検証状況

コンテンツ
再生率
(CTR)

動画コンテンツの
↑ 約2.5倍

コンテンツ
視聴
完了率

動画コンテンツの
↑ 約1.3倍

1分時点の
視聴継続率

動画コンテンツの
↑ 約1.7倍

ビッグタイトルのPVシェア獲得が引き続き好調。過去最高レベルの売上高・営業利益をキープ。
 (Q4は親会社の連結決算期との期ズレにより、2020年1月から3月までの業績)

業績推移*

直近(2020年4月-6月)の状況



増収増益 (YonY)

引き続き売上高・営業利益共に好調



* 単体決算数値 (連結調整前)

	2020年3月期Q4	YonY
売上高	320 百万円	136.6%
営業利益	113 百万円	198.4%

月間5億PV達成!

(2020/5/1ゲームエイト社プレスリリース)

広告市況悪化による

RPM低下

4

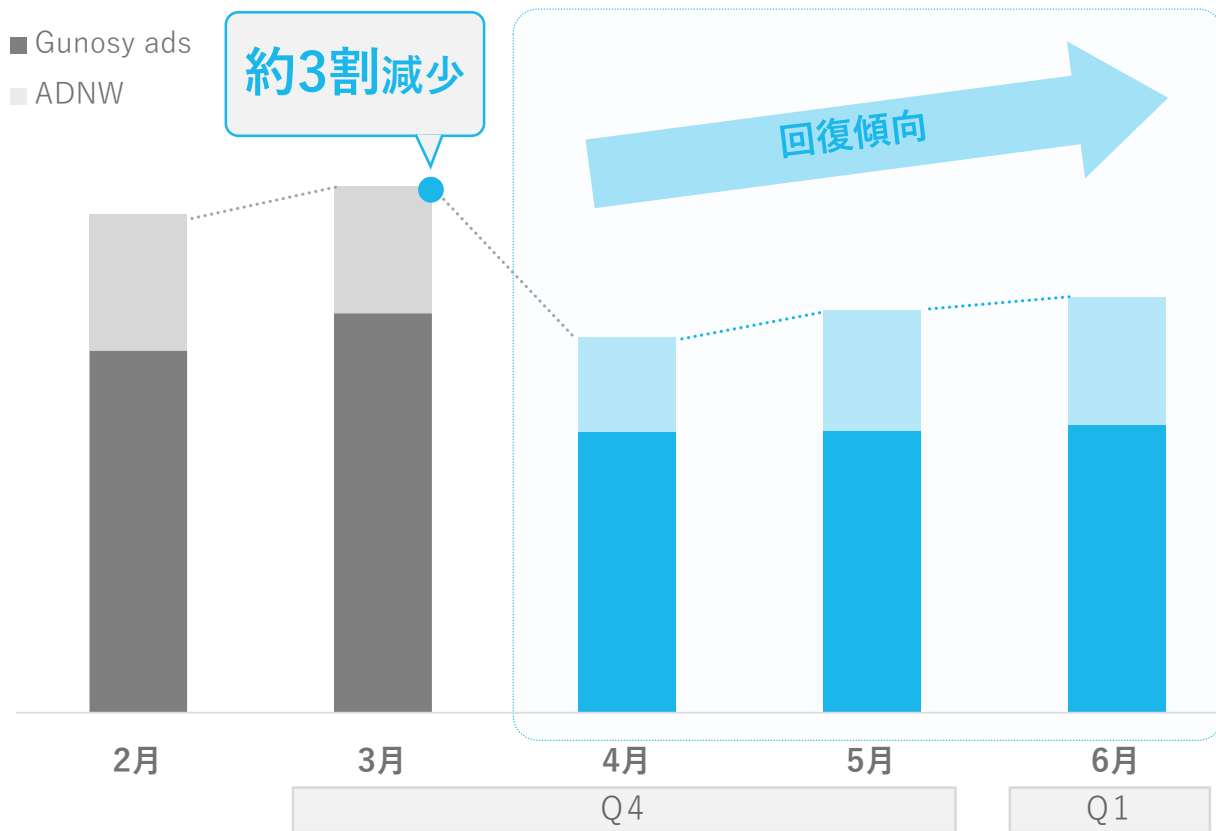
Business Overview of Ad Business

広告事業の状況

広告主数の状況

広告ガイドラインの刷新および新型コロナウイルスの影響による広告市況の悪化により、**4月時点で広告主数は大きく減少**。現在は大底からは脱却し、**緩やかな回復傾向**にあり。

Q4 広告主数推移



広告主数は緩やかに

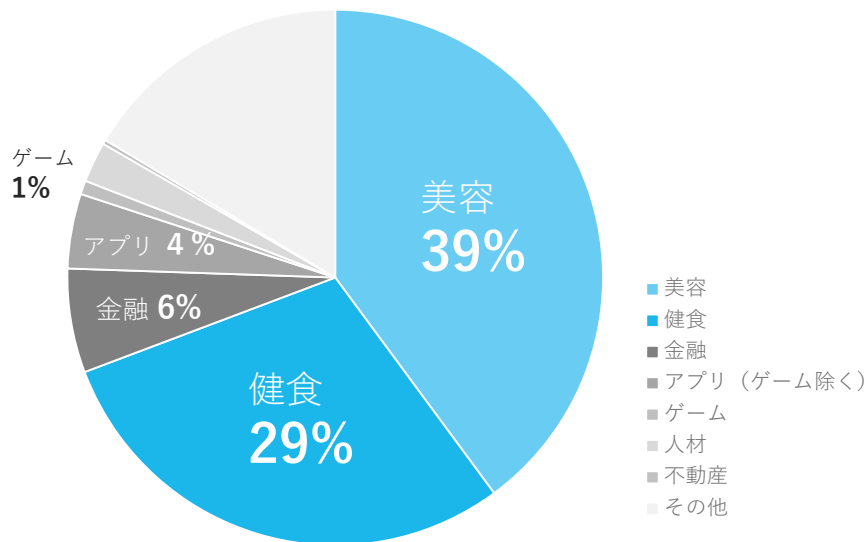
回復傾向

Withコロナ状況下でも
需要のある広告主への
営業を強化

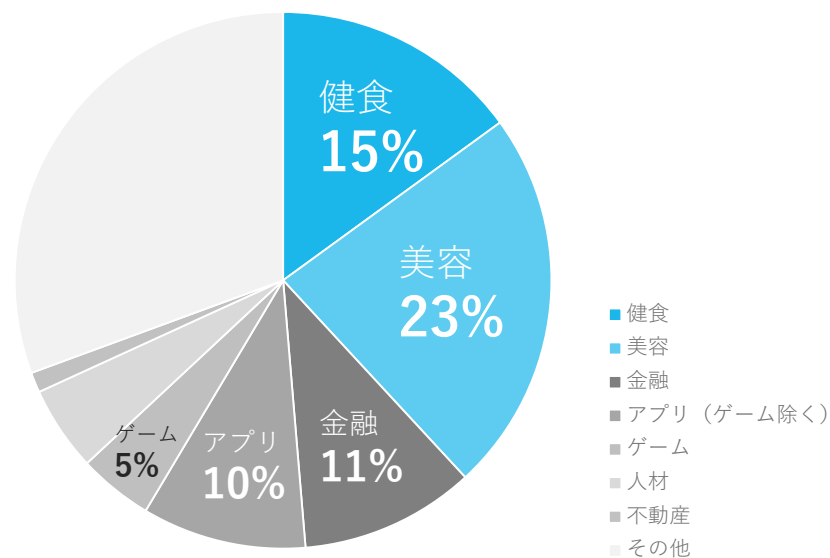
広告主構成

広告ガイドライン刷新・新型コロナウイルスによる広告市況悪化を受け、広告主構成は大幅に変化。
幅広い広告主に対応できるよう、メディア健全化及びアルゴリズムの刷新を推進する。

2020年5月期Q3



2020年5月期Q4



健食・美容
の割合

68%

アプリ・金融・ゲーム
の割合

12%

健食・美容
の割合

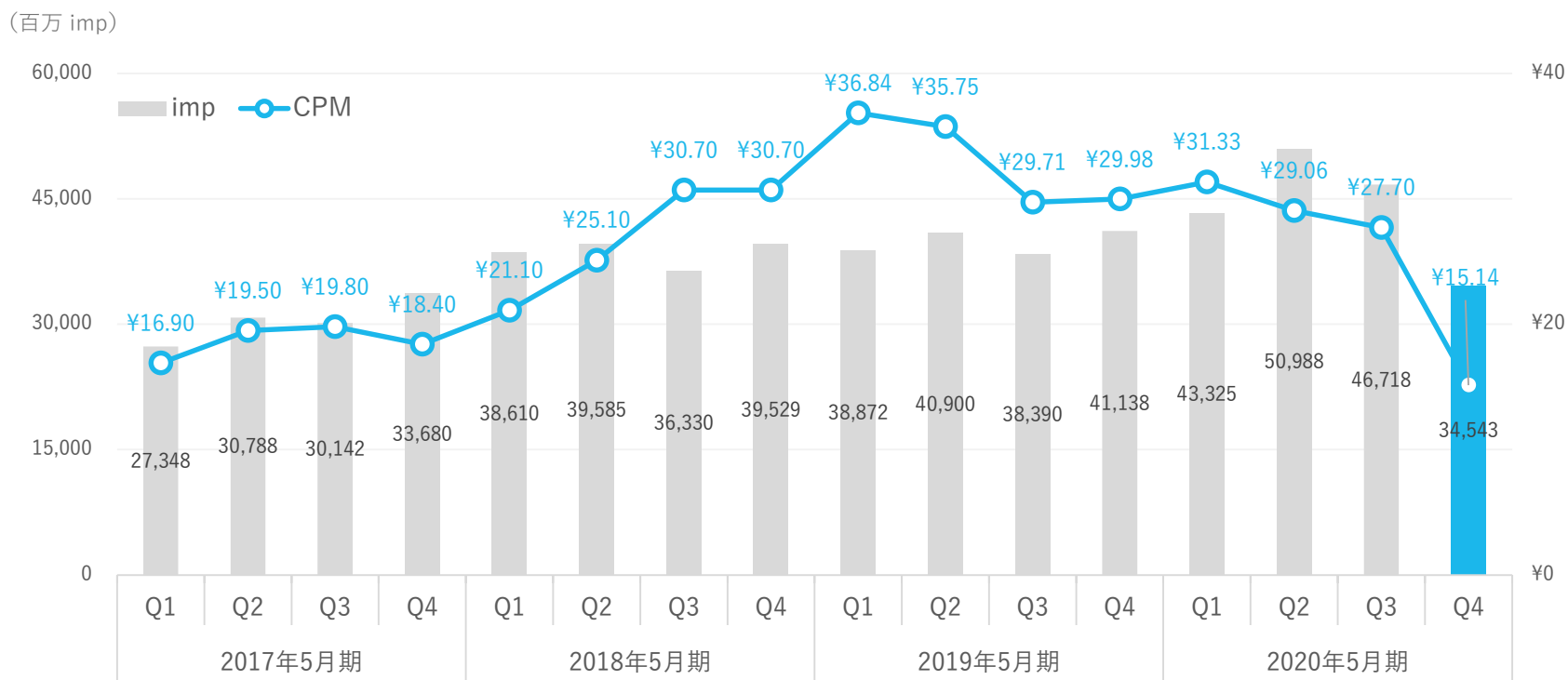
38%

アプリ・金融・ゲーム
の割合

25%

新型コロナウイルス・広告ガイドラインの刷新の影響により、imp・CPM*共に下落。
 impの下落は、厳格な広告審査により競争力が低下し、一時的なシェア減が起きていることが背景。

imp数・CPMの推移



* CPM : Cost Per Mille。広告1,000回表示あたりの単価

5

New Business

新規領域の進捗

- ・ 新規事業 P38-44
- ・ 投資事業 P45-46



楽しく節約できるためのコンテンツを充実。オトクな消費体験を演出。
直近で、ユーザーニーズとの親和性が高い**ECサービスのテストを開始**。

「オトクル」コンテンツ



ECサービス「とくまる商店」





オトクル

KPI状況

新規事業

投資事業

Gunosy

広告収益によるマネタイズを検証中。ユーザーロイヤリティが高く、既存メディアと比べても投資対効果は良好。**今後はEC領域への投資を強化し、新たな収益の柱となる事業を目指す。**

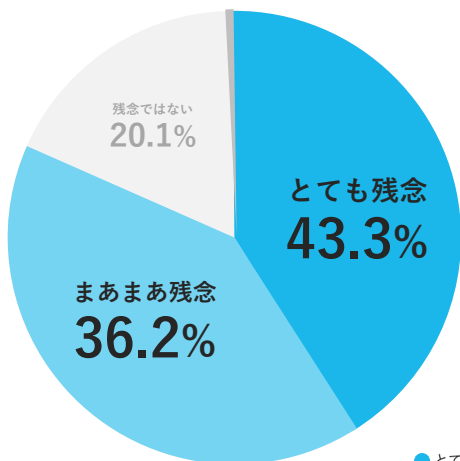
ユーザーロイヤリティ

質問

明日から、もうオトクルが使えなくなったとしたらどう思いますか？

高いユーザーロイヤリティ

約8割のユーザーがオトクルに価値を感じている



- とても残念
- まあまあ残念
- 残念ではない (あまり便利ではなかった)
- もう使っていない

(オトクルユーザーアンケート 2020/05/13 ; n = 2,381)

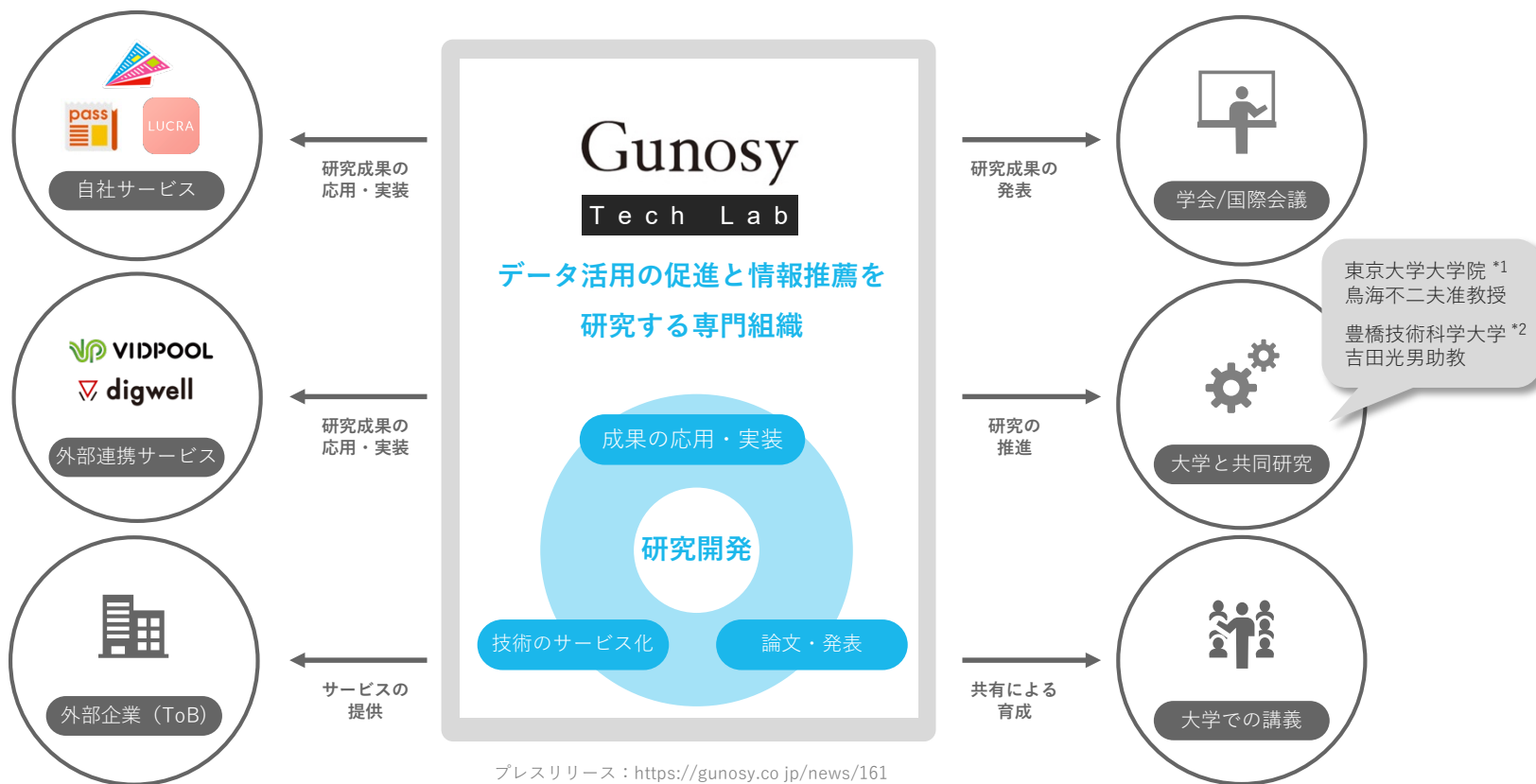
広告モデルでの投資対効果(既存アプリ比)

投資対効果	獲得コスト	◎
	リテンション	◎
	ユーザーあたり収益 (広告モデル)	△

EC領域への投資を強化し、収益性強化

新たな収益の柱へ

データ活用の促進と情報推薦を研究する社内の専門組織。
研究成果を、**自社サービスでの実装、外部企業への提供**、論文発表などでアウトプット。



*1 東京大学大学院工学系研究科システム創成学専攻鳥海不二夫准教授
*2 豊橋技術科学大学計算社会科学吉田光男助教

保有技術の収益化に向けた活動を継続。

2020年6月30日
「Guhack」をプレスリリース

パートナー企業

各パートナーと活動を継続中



KDDI株式会社



株式会社博報堂DY
メディアパートナーズ



株式会社スポーツ
ニッポン新聞社



東芝データ株式会社



Gunosy
Tech Lab

DX（デジタルトランスフォーメーション）の推進



目指しているコト

協業による事業開発、自社技術のSaaSモデルでの提供など、
メディア・広告領域以外の収益獲得を目指す

TVCMによる獲得成果最適化を実現するSaaSプラットフォーム「Guhack」の提供を開始。
(2020年6月30日プレスリリース)

DX事業
SaaS
プラットフォーム

データで、CMをハックする。

Gu  **hack**™

TVCMによる獲得成果最適化を実現するSaaSプラットフォーム

- ① 成果の可視化・分析ダッシュボード
- ② 放映期間中にも改善アクション可能
- ③ 社内外へのCM効果の説明が容易に

評価ポイント

魅力的なダッシュボード

- ・ 社内での分析に苦勞していた点の解消(EC系サービス)

カスタマイズ可能

- ・ 機能開発要望への柔軟な対応 (Web系サービス)

産学連携での基礎研究と、研究結果の対外発表を推進。

技術テーマ

直近の主要な取り組み

当社へのインパクト

パーソナライズ
ロジックの強化

- パーソナライズロジックの強化
- ニュース推薦に適した埋め込み手法の開発 (DEIM2020で発表)
- マルチリーピング手法の開発 (Recsys2019で発表)

ユーザーに最適化
された記事配信

CVR予測精度向上
およびクリエイ
ティブ作成支援

- 効果的な広告クリエイティブの作成支援
- 広告クリエイティブからの解釈可能なCVR予測 (KDD2019で発表)
- 広告クリエイティブの停止予測 (JSAI2020で発表)

広告効果の向上

ライトユーザ向け
推薦

- ユーザ行動の多様性とサービスへのエンゲージメントの関係分析 (DEIM2020で発表、東京大学大学院鳥海不二夫准教授との共同研究)

ライトユーザー層に
とっての価値向上

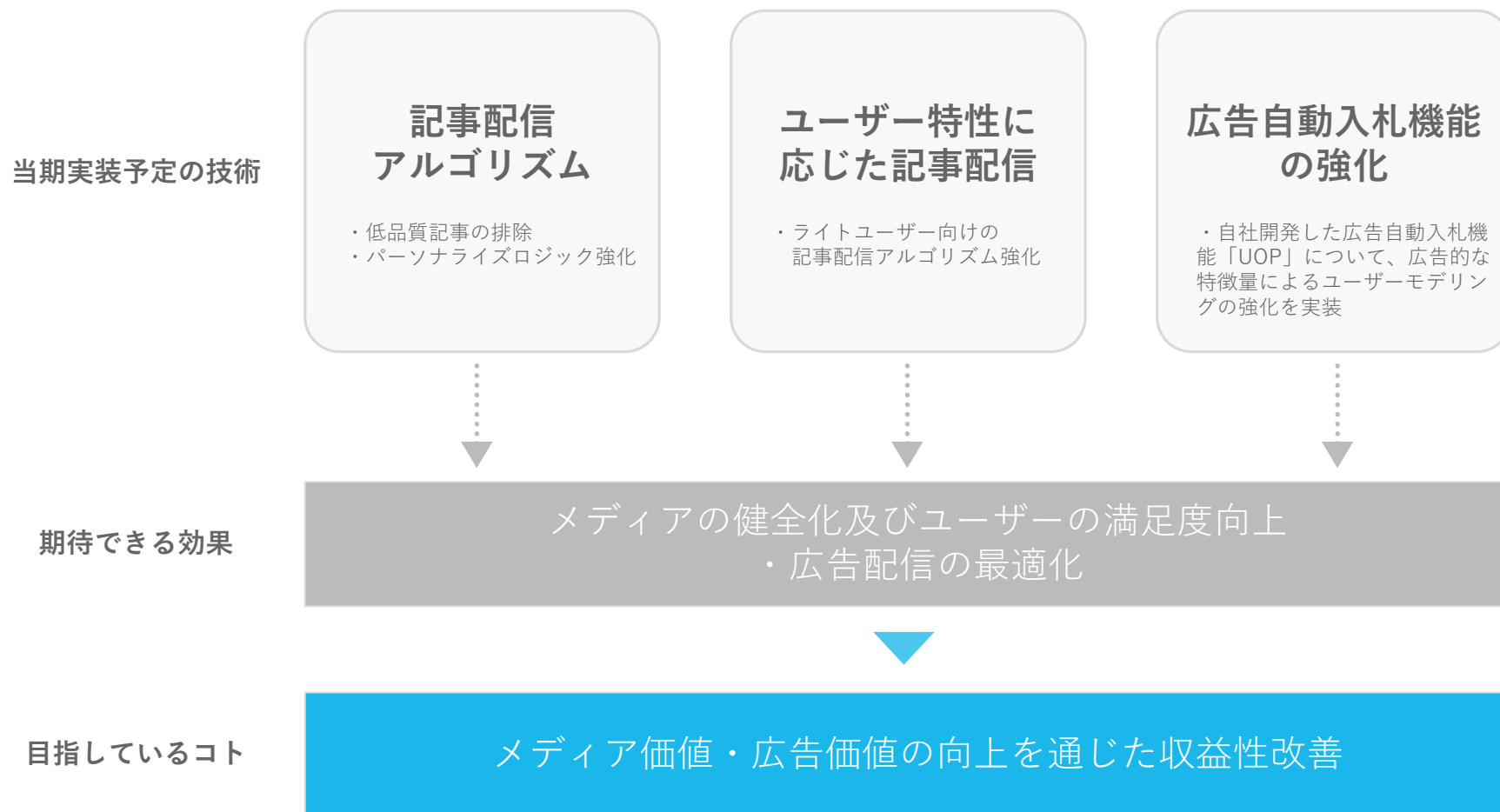
記事分類精度向上

- メディア特性を考慮したニュース記事分類モデルの構築 (自然言語処理シンポジウムにて発表)

メディア健全化

* 東京大学大学院工学系研究科システム創成学専攻鳥海不二夫准教授

より質の高いメディア・広告の実現に向け、**研究成果の実装**も推進。



これまで、厳格な投資基準の元に、有望な銘柄にセレクトティブに投資を推進。
 新型コロナウイルスによる市況悪化を受けても、既存投資先は軒並み健全な財務状況をキープ。

6銘柄 合計約8億円の投資を実行



Zoomcar, Inc.

オンラインレンタカー、
カーシェアリング事業



Instamojo, Inc.

中小企業向けオンライン決済サービス



株式会社キャスト

オンラインアシスタントサービス等



株式会社すむたす

オンラインの不動産直接買取サービス



Fairassets Technologies India Pvt. Ltd.

オンライン融資仲介サービス



GaragePreneurs Internet Pvt Ltd.

若者向け少額デジタル融資

2020年6月に、インドで若者向けにキャッシュレス決済・少額デジタル融資サービスの「slice」を提供する GaragePreneurs Internet Pvt Ltd. へ追加出資(前回：2019年10月)。

インド × フィンテック

金融デジタル
プラットフォーム



「slice」の概要

- ✓ 主に学生や勤続年数の短い若者に対して、スマートフォン・クレジットカード等を用いた信用決済を可能にするキャッシュレス決済・少額デジタル融資サービス。
- ✓ 伝統的な手法では与信を受けることが難しく、キャッシュレス決済を行うことができない学生・若者層の需要を取り込むことによりインドで急拡大。

投資強化の背景

- ✓ 2019年10月の出資以降も急激に成長。(Gunosy Capital社から実施)
- ✓ 直近では約 200 万人のユーザを有する金融プラットフォームとして、インド国内で確かな支持を獲得。
- ✓ 将来的な協業可能性を見据え、追加出資を Gunosy から直接実施。

6

APPENDIX

参考資料：（株）Gunosyの概要

基礎情報

- ・ 会社名 株式会社Gunosy
- ・ 代表者 木村 新司
竹谷 祐哉
- ・ 創業 2012年11月14日
- ・ 決算期 5月
- ・ 資本金 4,077百万円（2020年5月末現在）
- ・ 証券コード 6047（東証一部）
- ・ 監査法人 EY新日本有限責任監査法人
- ・ 従業員数 251名
（2020年5月末現在 連結ベース）
- ・ 所在地 東京都港区赤坂1-12-32
アーク森ビル
- ・ 事業内容 情報キュレーションサービス
その他メディアの開発及び運営
- ・ 役員 : 代表取締役会長 木村 新司
グループCEO
: 代表取締役社長 竹谷 祐哉
: 取締役 長島 徹弥
: 取締役CFO 間庭 裕喜
: 取締役CDO 大曾根 圭輔
: 取締役（社外） 神山 隆
: 取締役（社外） 冨塚 優
: 取締役（社外） 眞下 弘和
: 監査役 石橋 雅和
: 監査役（社外） 清水 健次
: 監査役（社外） 柏木 登

本資料に含まれている将来の見通しに関する記述は、本資料作成時点において入手可能な情報を基にした判断及び仮定に基づいて作成されたものであり、その正確性を保証するものではありません。また、本資料には独立した公認会計士または監査法人による監査を受けていない財務数値が含まれています。

実際の業績は、これらの判断及び仮定に含まれる様々な不確定要素、リスク要因の変更や経済環境の変動などにより、見通しと大きく異なる可能性がありますことをご了承ください。

Gunosy

情報を世界中の人に最適に届ける