



株式会社ココナラ
事業計画及び成長可能性に関する事項

創業時の 課題認識

- 経済的な先行き不安
 - 少子高齢化
 - 人生100年時代
 - 経済の長期停滞
- 個人の幸福感の欠乏
 - 働く理由の欠如
 - 貢献感の未充足
 - 個の時代への不安

ココナラの ビジョン/ ミッション

- 一人ひとりが「自分のストーリー」を生きていく世の中をつくる
- 個人の知識・スキル・経験を可視化し、必要とする全ての人に結びつけ、個人をエンパワーメントするプラットフォームを提供する

事業内容

知識・スキル・経験を商品化して
「ECのように売買できる」マッチングプラットフォーム

「サービスEC」市場は、10~20年遅れで「モノのEC」市場の変遷を辿る
ココナラは総合型の「サービスEC」プラットフォームを目指す



「ココナラ」とは

知識・スキル・経験を商品化し、「ECのように売り買いできる」
マッチング型プラットフォーム※



※ 当社は出品者・購入者間の取引で仲介・調整等の業務を行わず、出品者・購入者間で売買するインターネット上の場のみを提供

会社概要

Point 1

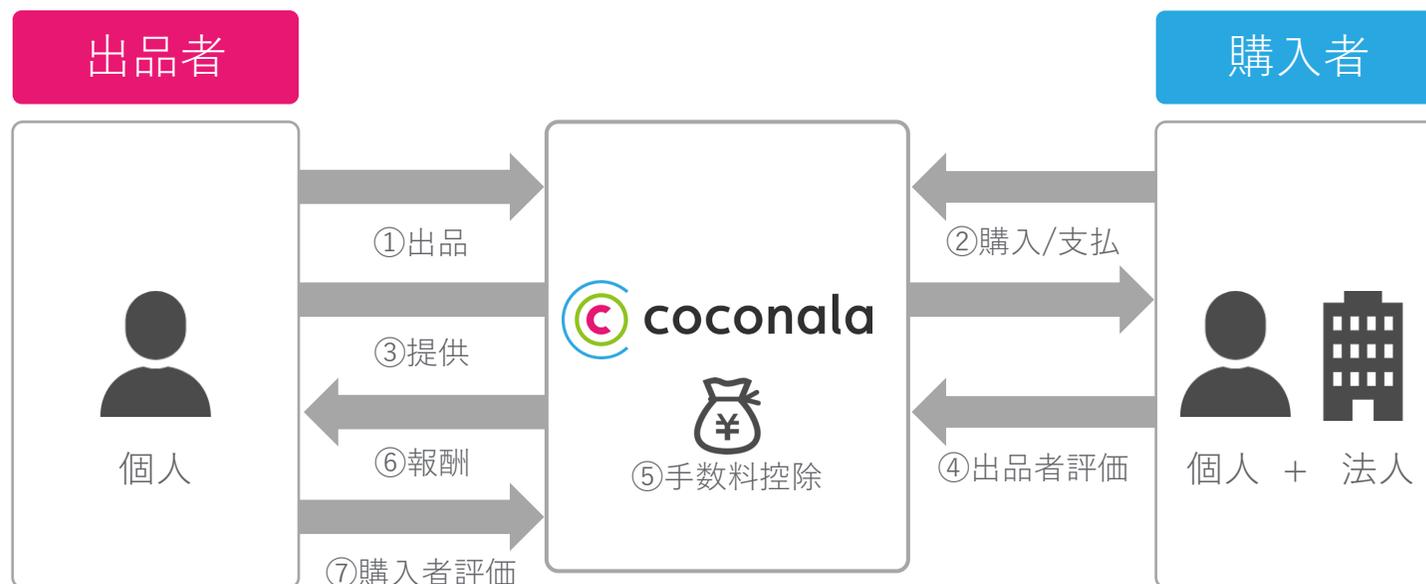
納品まで
「オンライン」
で完結

Point 2

EC型で
簡単購入/出品

Point 3

幅広いカテゴリ



スキルのフリーマーケット **coconala** サービス ▼

サービスを探す | 出品者を探す | 公開依頼をする | 仕事・相談を探す

「台風19号」で被災された方へのお見舞いと、お取引中のみなさまへのご協力をお願い

用途・スタイルから探せます
ロゴデザイン

新着PICK UP!
ココナラスタッフが選ぶ
イチ押しサービス

法人・企業様向け
請求書払いで購入できる
アカウントサービス

カテゴリから探す

カテゴリ別ランキング 期間：10/9～10/15

- PRO認定 新着
- デザイン
- イラスト・似顔絵・漫画
- Webサイト制作・Webデザイン
- 音楽・ナレーション
- 動画・写真・画像
- ライティング・ネーミング
- IT・プログラミング
- ビジネスサポート・代行
- ビジネス相談・アドバイス
- 集客・Webマーケティング
- 翻訳・語学

デザイン

1 Matty 100,000円	2 sixamo 10,000円	3 techiochan 12,000円	4 Waterm... 150,000円	5 ndl 15,000円	6 こころもり 25,000円	7 Hello De... 30,000円
---------------------	---------------------	-------------------------	-------------------------	------------------	--------------------	--------------------------

イラスト・似顔絵・漫画

1 FaceRigなどで動くLive2D...	2 販促/広告漫画制作致します お店の宣伝...	3 Vtuber用のLive2Dモデルを製...	4 通常価格!アイコン・ヘッダー作成いたし...	5 修正無制限!こだわりのオリジナルキャラ...	6 イメージに合わせた色々なイラストお描き...	7 あなたの本の挿絵と表紙とタイトルロゴを...
----------------------------	-----------------------------	-----------------------------	-----------------------------	-----------------------------	-----------------------------	-----------------------------

もっと見る

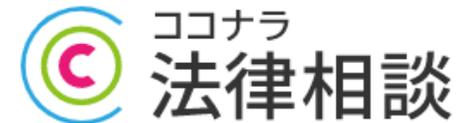
もっと見る



「ココナラミーツ」「ココナラ法律相談」とは

ココナラミーツ : 対面サービスのマッチング型プラットフォーム

ココナラ法律相談 : 無料法律相談と弁護士検索ができるサービスサイト
(広告掲載課金モデル)



ココナラは総合カテゴリ型のマッチング型プラットフォームであり、クラウドソーシングとは異なるビジネスモデル

	ココナラ	一般的なクラウドソーシング
ビジネスフロー	マッチング型プラットフォーム(EC型) 出品されたサービスを購入	クラウドソーシング 発注者が案件を公募
カテゴリ	制作系 + 相談系	制作系
利用シーン	ビジネス + プライベート利用	ビジネス利用
法人／個人	法人 + 個人による購入	法人による購入

ビジネス目的の利用例



ビジネスからプライベートまで、「困ったらココナラ」



プライベート目的の利用例



■ 制作・ビジネス系

■ 相談・プライベート系

デザイン

ロゴ作成、チラシ作成・フライヤーデザイン、名刺作成、カタログ・パンフレットデザイン、等

イラスト・似顔絵・漫画

イラスト作成、似顔絵作成、漫画制作、キャラクター作成、キャラクターモデリング、等

Webサイト制作・Webデザイン

ホームページ作成、WordPress制作、LP制作、パンナー作成、ECサイト構築・商品登録撮影・代行、等

音楽・ナレーション

作曲・編曲、作詞、ナレーション、仮歌・歌入れ、ミックス・マスタリング、BGM、等

動画・写真・画像

動画制作・編集・加工、動画撮影、アニメーション作成、写真加工・修正、等

ライティング・ネーミング

文章・記事の作成、小説・シナリオ、文章校正・編集・リライト、キャッチコピー、等

士業（行政書士・税理士etc.）

契約書作成、税金・確定申告、労務・社会保険、経理・財務・会計、等

IT・プログラミング

プログラミング、Excelマクロ作成、Webシステム開発、インフラ構築、ITサポート、アプリ開発、等

ビジネスサポート・代行

資料・企画書の作成、データ入力、データ整理・集計、データ分析、リサーチ、等

ビジネス相談・アドバイス

マーケティング相談、独立・起業相談、事業相談、経営・管理部門の相談、等

集客・Webマーケティング

集客・SNSマーケティング、SEO対策、広告運用・掲載、アクセス解析、メルマガ作成、等

翻訳・語学

英語翻訳、中国語翻訳、韓国語翻訳、フランス語翻訳、スペイン語翻訳、ドイツ語翻訳、等

占い

タロット占い、カードリーディング、手相診断、四柱推命、等

マネー・副業・アフィリエイト

FXの相談、株式相談、副業・収入を得る方法、等

悩み相談・カウンセリング

心の悩み相談、愚痴聞き、人間関係の悩み相談、うつの相談、家庭・介護の悩み相談、等

恋愛・結婚

恋の悩み相談、男心・女心のアドバイス、失恋・復縁の相談、モテる方法、彼氏・彼女の悩み相談、等

美容・ファッション・健康

ダイエットサポート、ファッションの相談、メイクの相談、ヘアケアの相談、健康に関する相談、等

キャリア・就職・資格・学習

学習方法の相談、転職・キャリアの相談、就職活動（新卒）の相談、受験の相談、資格取得の相談、等

ライフスタイル

住まい・賃貸・購入の相談、子育て・教育、旅行・お出かけ、家計・税金・ローン・保険の相談、等

趣味・エンターテイメント

楽器演奏の相談、スポーツ、ゲーム、アイドル、タレント・アーティスト、オリジナルグッズ、等

その他

店の覆面調査、先祖・ルーツ調査、商品レビュー、保険請求のサポート、献立作成、等

購入者のメリット



たくさんのサービスから比較して選べる



コストパフォーマンスが高い※



すぐに発注できるので納品までの期間が短い



多くの課題をワンストップで解決できる

出品者のメリット



全国に販路を拡大できる



提供内容と価格を自分で決められる



個人ではしづらい集客ができる

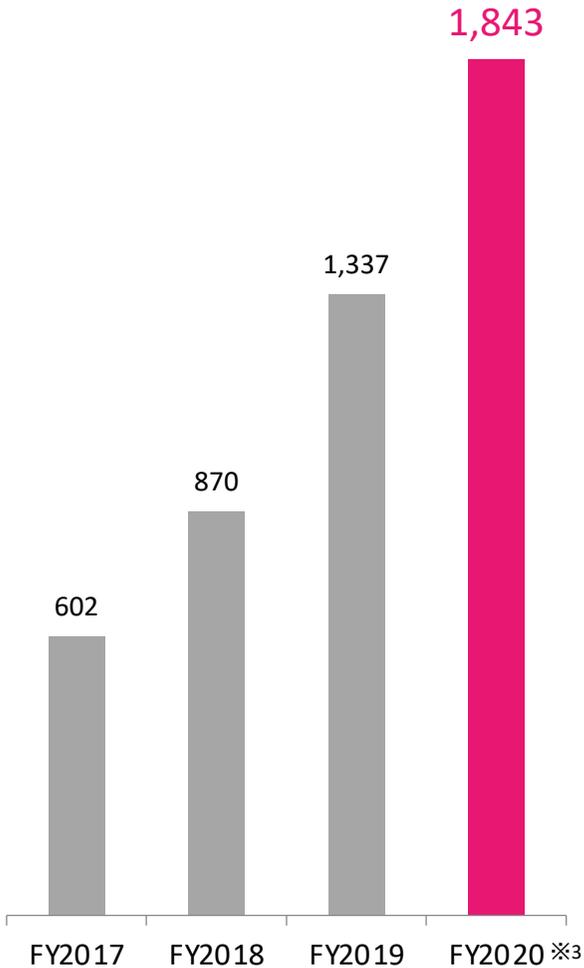


人の役に立つことによる喜びが得られる

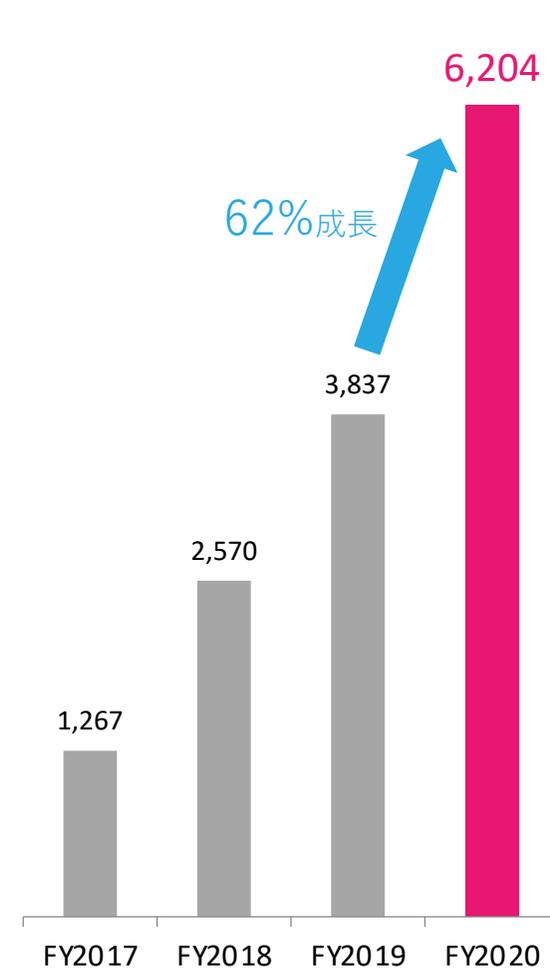
※ 対面販売等による既存の業者等に頼む場合と比べ、移動もなく、また、様々な内容・価格帯の出品からコストパフォーマンスの高いサービスを探すことが可能

財務実績と主要KPI

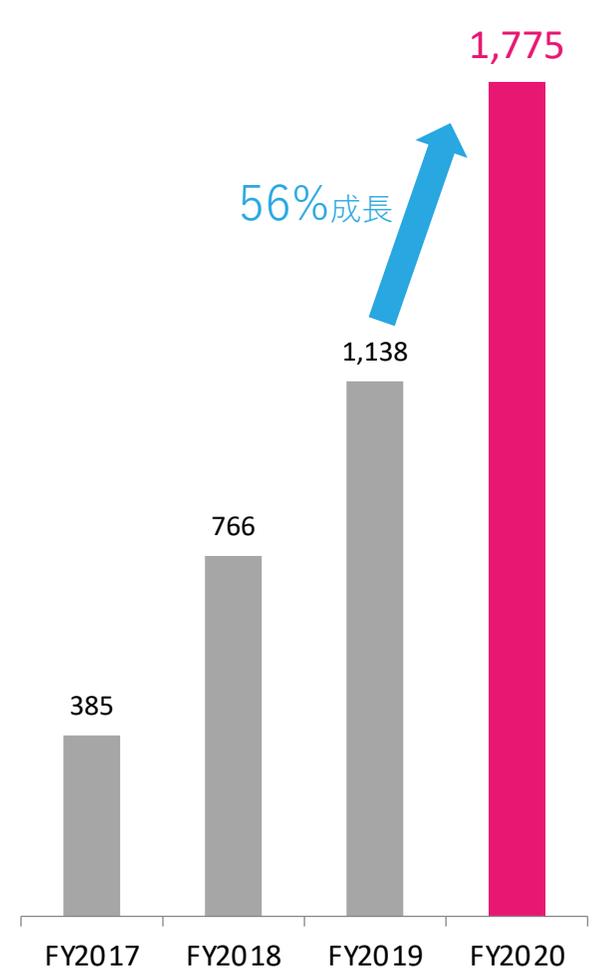
会員登録数※1 (単位：千人)



流通高※2 (単位：百万円)



営業収益 (単位：百万円)



※1 会員登録数：本登録が完了し、かつ、年度末における各時点において退会していないユーザー
 ※3 FY20●●=20●●年8月期

※2 「ココナラ」サービスの流通高：各年度中に納品が完了したサービス購入金額総額から、販促費を除いた金額

(注) FY2019については売掛金及び前受金に係る会計上の誤りが判明したため、誤謬の修正を行っております。FY2018については当該会計上の誤りによる影響は軽微であるため当該修正を反映しておりません。また、FY2018以前は未監査の数値となります。

流通高を構成する、有料購入UU・ARPPUは順調に成長

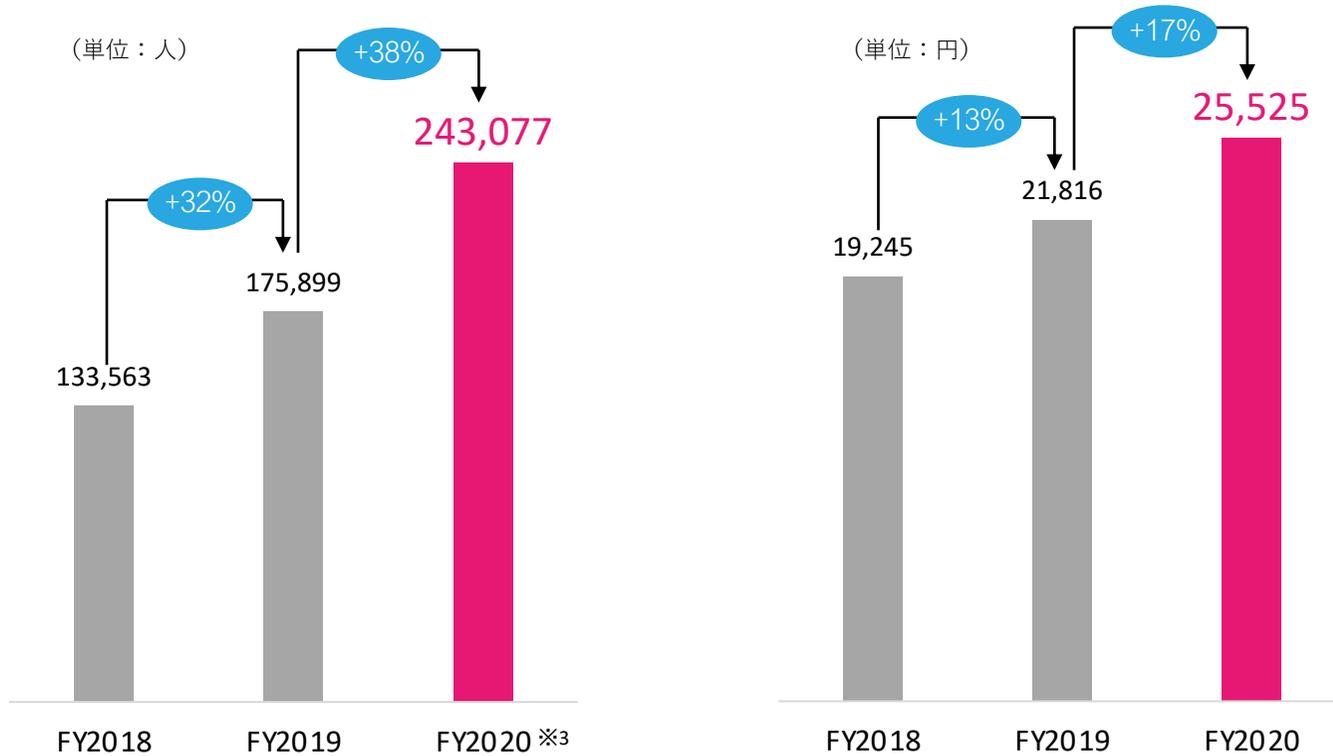
流通高

=

有料購入UU※1

×

ARPPU※2



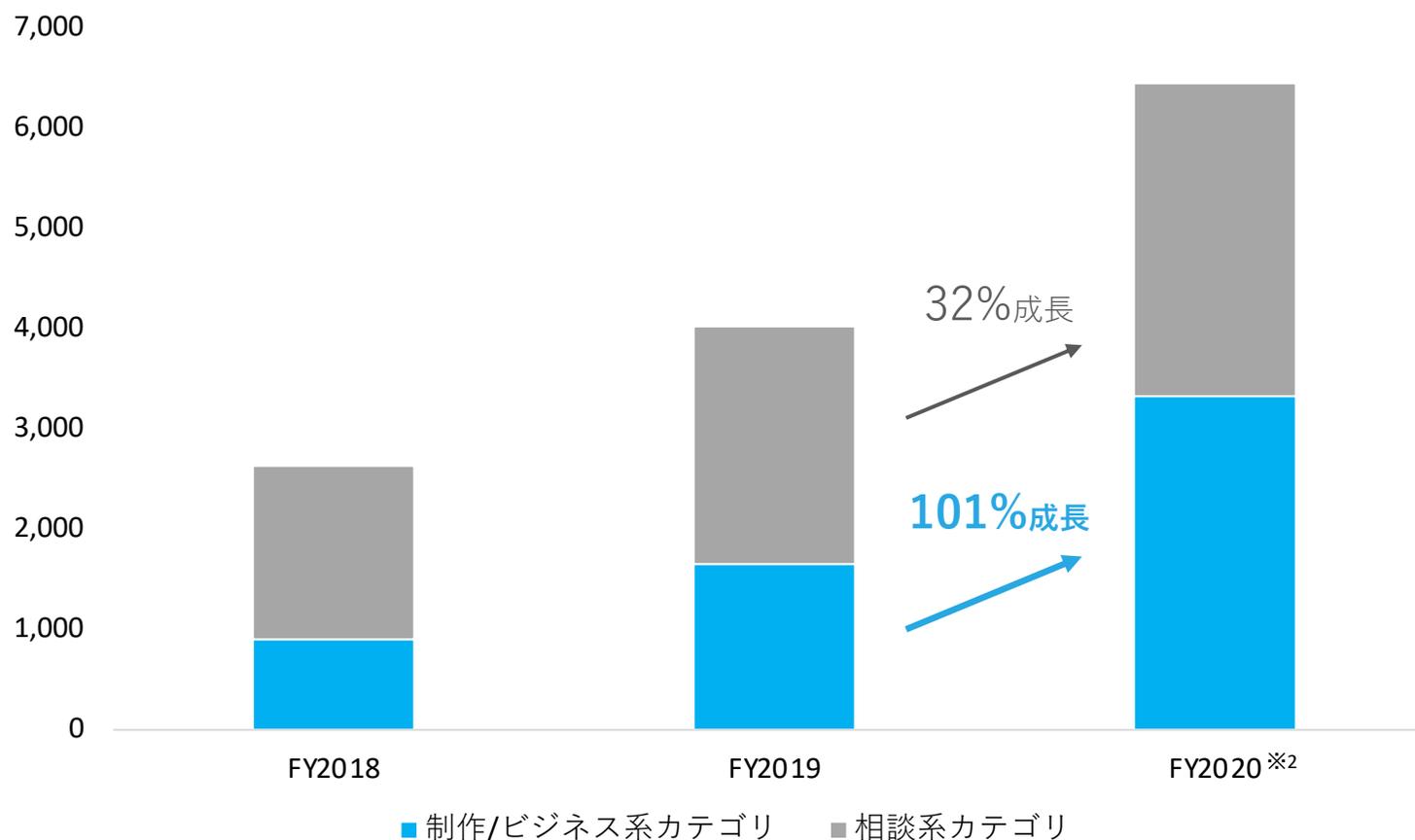
※1 有料購入UU：各年度内に有料サービスを購入したユーザー数
 ※3 FY20●●=20●●年8月期

※2 ARPPU (Average Revenue Per Paid User)：各年度内の有料購入UU1人当たりの購入金額

制作/ビジネス系カテゴリの成長が加速

カテゴリ別流通高(契約ベース※1)

(単位：百万円)



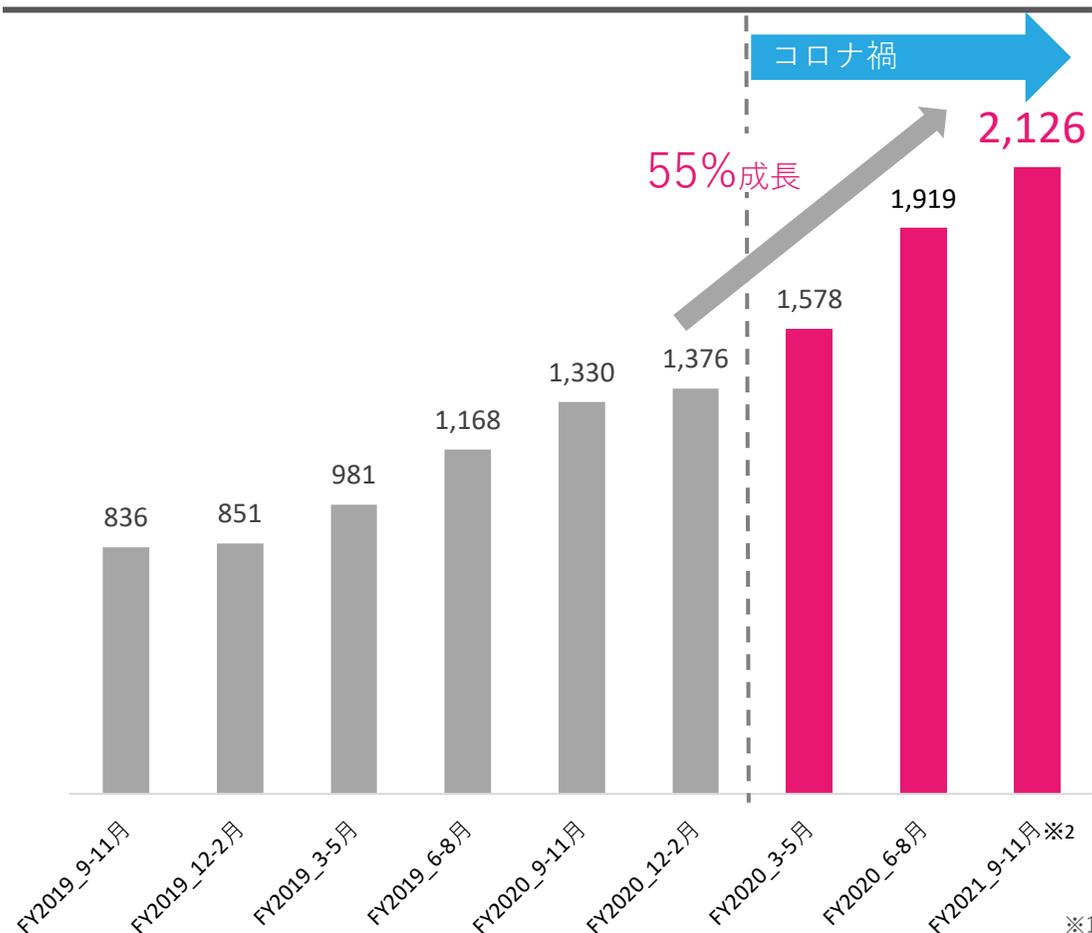
※1 契約ベース流通高：年度中に締結されたサービス購入契約に基づく契約金額総額。納品完了時に会計上収益認識される金額とは異なる

※2 FY20●●=20●●年8月期

コロナ禍においてもDX、在宅時間の増加や働き方・生活の変化（ニューノーマル）が後押しする形で、高い成長を継続

流通高※1

(単位：百万円)



出品の増加

- 副業の増加
 - ・ 勤務先による副業推進
 - ・ 在宅勤務の環境整備
 - ・ 収入減少の補填
- オンライン販売へのシフト

購入の増加

- DXニーズの取り込み
 - ・ Webサイト制作
 - ・ Webマーケティング
- 非対面取引への抵抗感の払拭
 - ・ ココナラを利用する心理的抵抗感の軽減

※1 「ココナラ」サービスの流通高：各期間中に納品が完了したサービス購入金額総額から、販促費を除いた金額

※2 FY20●●=20●●年8月期

特徴と強み

当社は高成長プラットフォームの以下の特徴を有する

① 圧倒的な出品数

② 高いユーザー獲得力

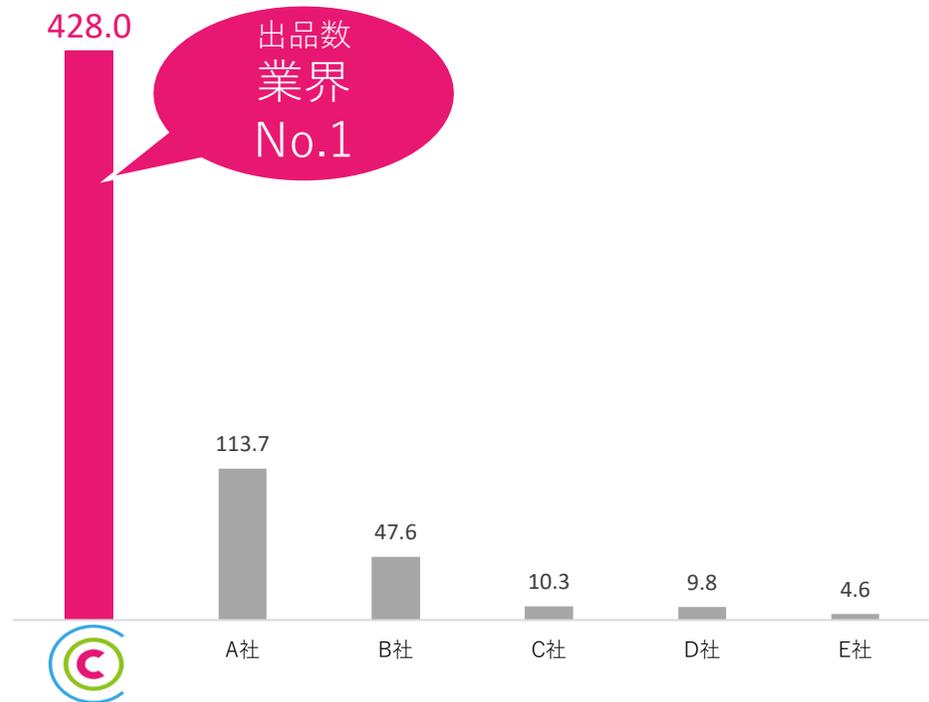
③ 高い付加価値と
テイクレート※

④ 安定した継続購入

※ テイクレート（営業収益率）：流通高に対する営業収益の割合。
$$\frac{((\text{販促費控除前流通高} \times \text{手数料率}) - \text{販促費})}{\text{流通高}}$$

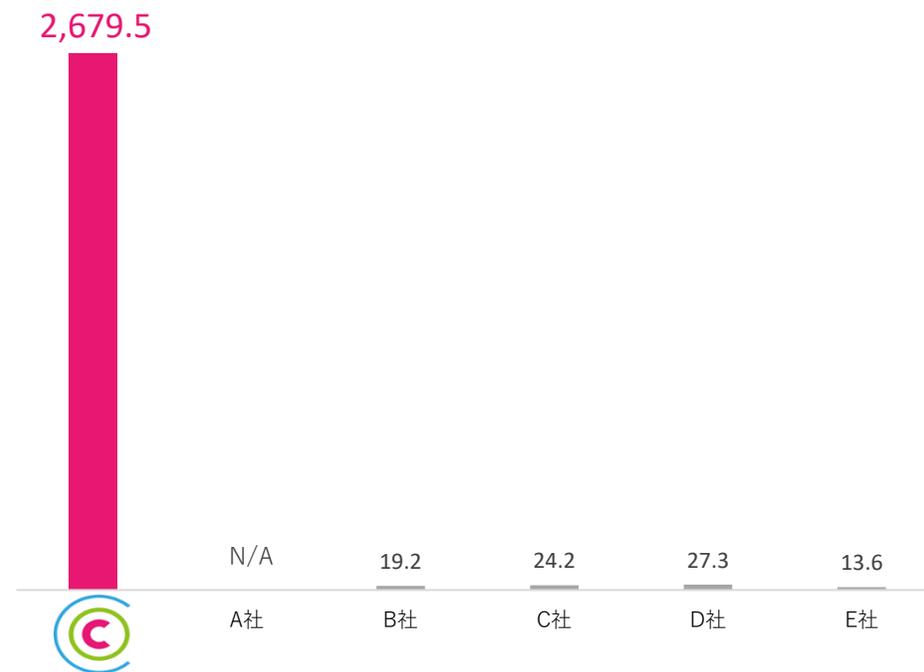
豊富なスキル・レビュー数を揃えた業界随一のプラットフォーム

サービス出品数※1の他社比較 (単位：千件)



※1 対象：2020年11月時点のデータ。
 当社以外のデータは、各社サービスサイトより集計した当社社内資料。
 出所：総務省 第1回 地方公共団体のシェアリングエコノミー活用に係るタスクフォース(2017年10月) 資料5「代表的なシェアリングエコノミーサービス」のP2のシェア×スキルのうち、出品件数が4,000件以上のサービスを比較。
 集計方法(当社)：サービスサイト上に公開されている出品サービス数を集計。当社の出品サービス数は購入者から出品者への公開依頼・非公開依頼への出品者からの提案を含まない。(各社サービスサイトの出品サービスと異なり、予め出品されたEC型のサービスではないため)
 集計方法(他社)：サービスサイト内サービス検索画面で表示されるサービス数を集計。

レビュー数※2の他社比較 (単位：千件 [累計])



※2 対象：2020年11月時点のデータ。
 当社以外のデータは、各社サービスサイトより集計した当社社内資料。
 出所：総務省 第1回 地方公共団体のシェアリングエコノミー活用に係るタスクフォース(2017年10月) 資料5「代表的なシェアリングエコノミーサービス」のP2のシェア×スキルのうち、出品件数が4,000件以上のサービスを比較。
 集計方法(当社)：サービスサイト上に公開されている出品サービスのレビュー数を集計。
 集計方法(他社)：サービスサイト内サービス検索・出品者検索画面で表示される、サービス・出品者のレビュー数を集計。A社はレビュー数がサイト設計上存在しないため件数表示無し。購入者によるレビュー制度は、各社が独自の方法により行っているため、各社で内容が異なる。

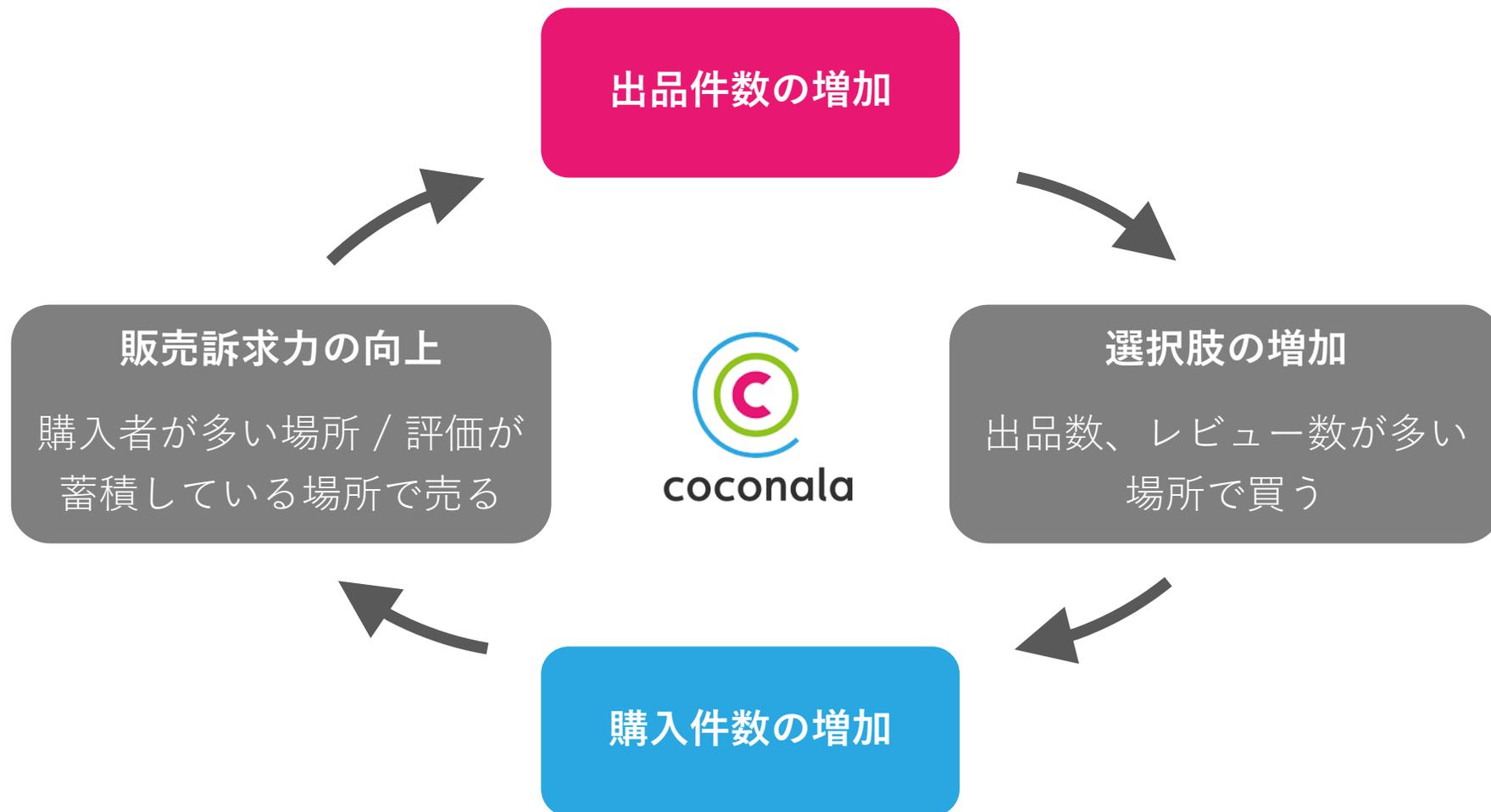
詳細な出品者情報でサービスのクオリティに対し安心・安全を提供

出品者紹介画面例

詳細な出品者情報

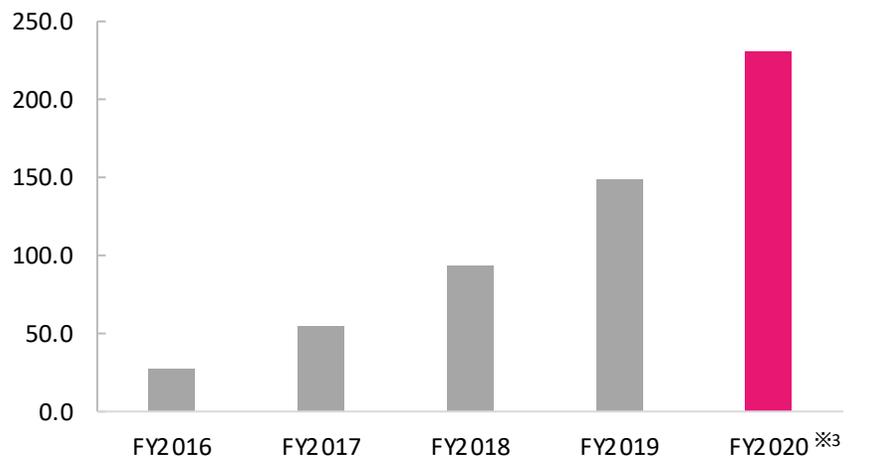
- 性別・出身・職業
- スキルの実務経験・経歴
- 保有資格
- ポートフォリオ（過去の制作作品）
- 受賞歴/執筆歴/講演歴
- 個人ブログ
- ココナラでの評価・感想

ネットワークの拡大に伴って双方のエンゲージメントが向上
自律的な成長に伴って強固な参入障壁が構築されていく

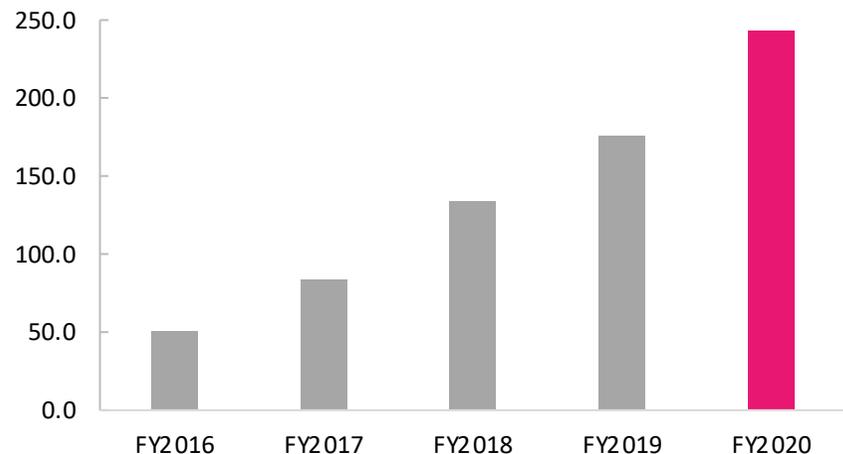


ネットワーク効果で自律的に向上するプラットフォーム価値

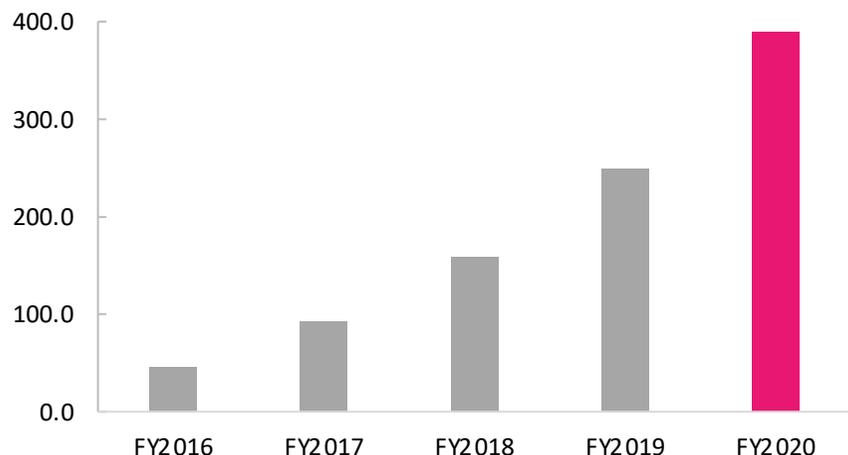
出品者数 (各年度末) (単位：千人)



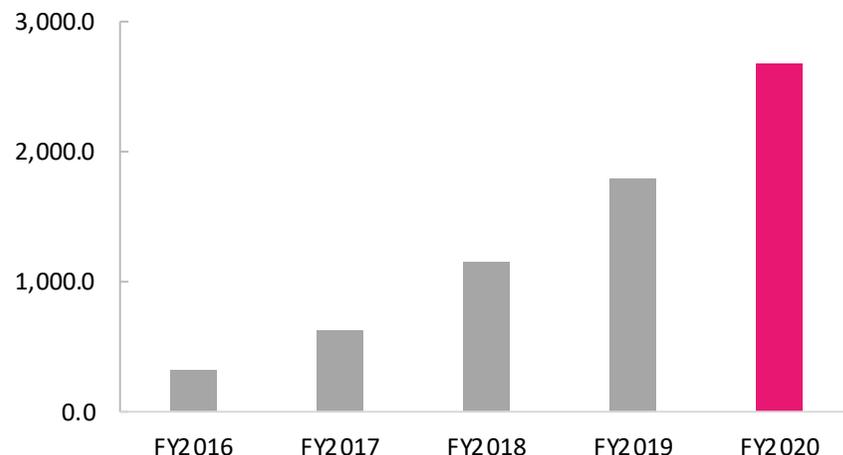
購入者数 (各年度中) (単位：千人)



サービス出品数^{※1} (各年度末) (単位：千件)



レビュー数^{※2} (各年度末) (単位：千件)

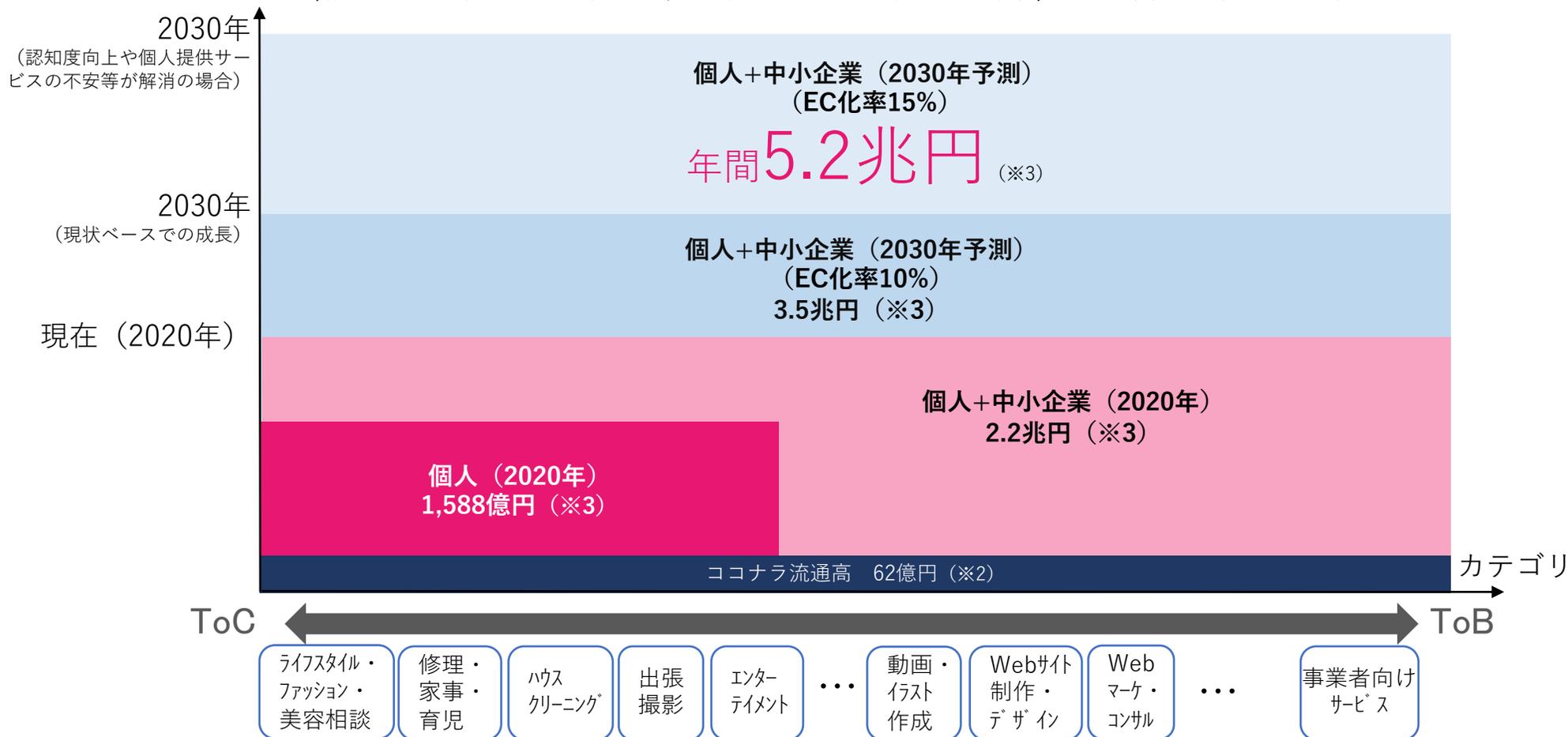


※1 出品数：公開されている出品サービス数を集計。購入者から出品者への公開依頼・非公開依頼への出品者からの提案を含まない。

※2 レビュー数：サービス購入者による出品者評価の、各年度末累計評価数
※3 FY20●●=20●●年8月期

成長戦略

足元のSAM※1として、CtoCのみで1,588億円、中小企業を加えると2.2兆円
 サービスEC（個人・中小企業※4、対面・非対面合算）の潜在市場規模は5.2兆円



※1 Serviceable Available Market (TAMの中でターゲティングした部分の市場規模)

※2 2020年8月期の流通高：2020年度中に納品が完了したサービス購入金額総額から、販促費を除いた金額

※3 出典：情報通信総合研究所「スキルシェア市場規模に関する調査報告書」2019年10月 が調査作成した対面・非対面のスキルシェア・サービスEC市場規模予測

※4 中規模企業（従業員数20-300名）、小規模企業（従業員数1-20名）

ココナラが注力するミッションは以下の4つ

ココナラ経済圏の構築

サービス提供 手法の拡張

オンラインから
オフラインへの
広がり

カテゴリの 拡張

購入者の分野に
対する広範な
ニーズへの対応

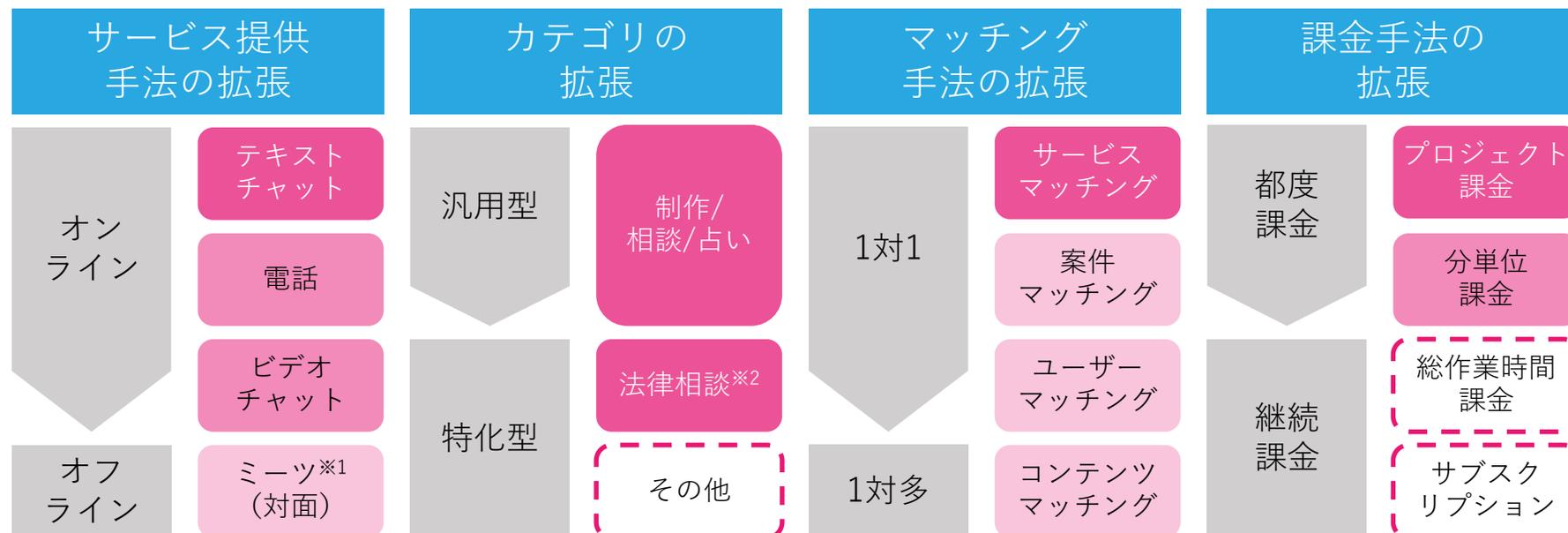
マッチング 手法の拡張

出品者と購入者が
出会う仕組みの
多様化

課金手法の 拡張

課金手法の
多様化

既に4つのミッションに着手・推進。ユーザー対象がこれまで以上に拡大



(注)色の濃淡は進捗度(イメージ)を示す。
色が濃い方が進捗度が高く、
破線は今後検討(現時点では未着手)

購入者属性の変化

出品者属性の変化

主に個人

主にプライベート

主に副業

個人／中小企業／大企業

プライベート／ビジネス

副業／本業／プロ

※1 対面サービスのマッチング型プラットフォーム「ココナラミーツ」
※2 無料法律相談と弁護士検索ができるサービスサイト「ココナラ法律相談」

4つのミッションの拡張により、ビジネス利用が推進される

サービス提供
手法の拡張

「トークルーム※」の
管理機能やコミュニ
ケーション機能を拡充

カテゴリの
拡張

主に制作・ビジネスを
中心に、既存の大カテ
ゴリ内に、新規の小カ
テゴリの追加を検討

マッチング
手法の拡張

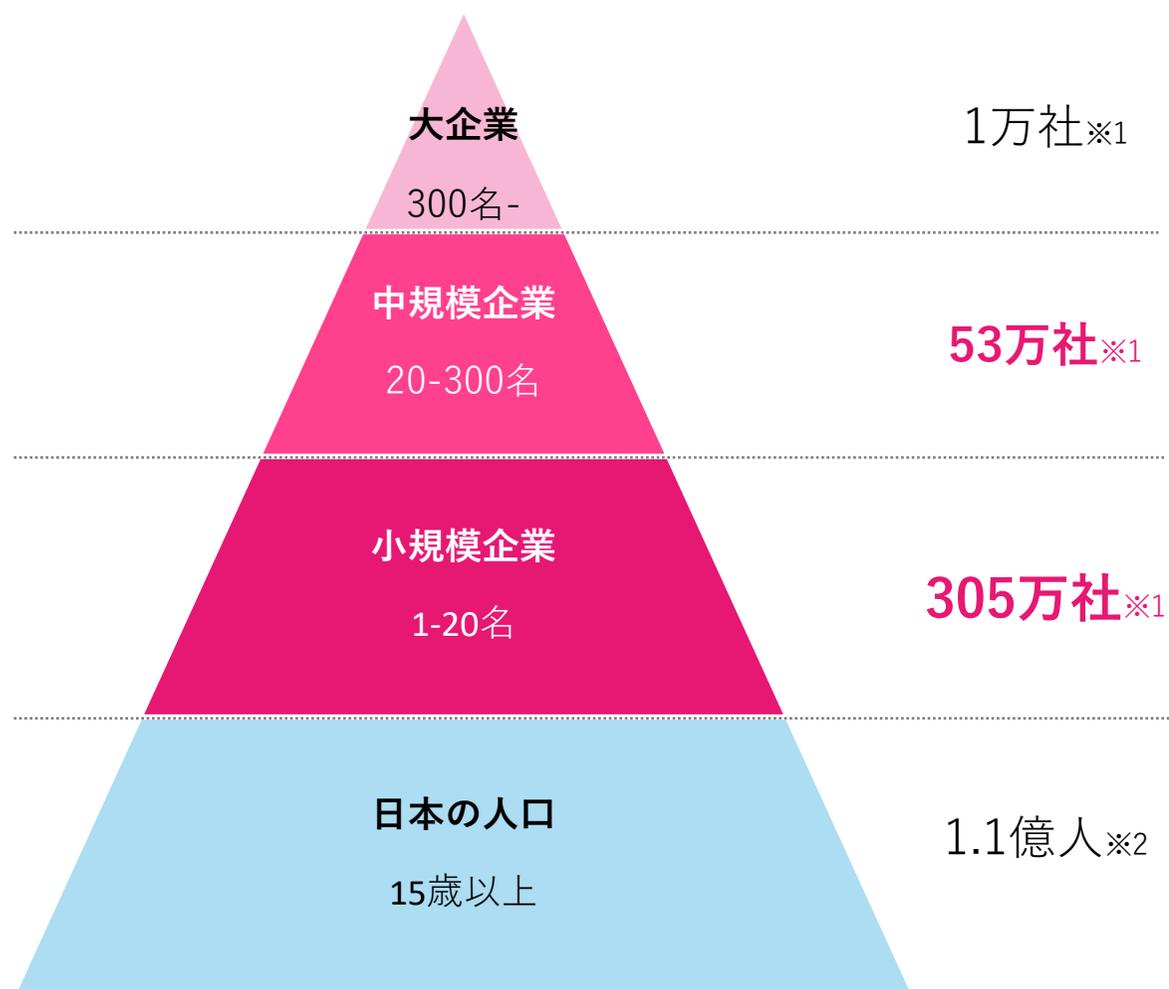
制作・ビジネス利用が
ほぼ全てのユースケー
スである「見積もり機
能」「公開依頼機能」
の強化

課金手法の
拡張

作業総量が見えづらい
サービスに最適な「総
作業時間課金」を検討

※ サービスの購入後に出品者と購入者の2人のみが閲覧できる非公開のページ。
取引相手とのやりとりや、添付ファイルの送受信ができる。

短期重点戦略として、開拓余地が大きいtoB領域（中小企業）のシェア獲得を目指し、ビジネス向け機能開発に注力



中期的な注力ターゲット (中小企業を中心とした法人)

ビジネスユーザー向けに機能の大幅拡充、マーケティング投資を行っていく

これまでのターゲット (個人+個人事業主)

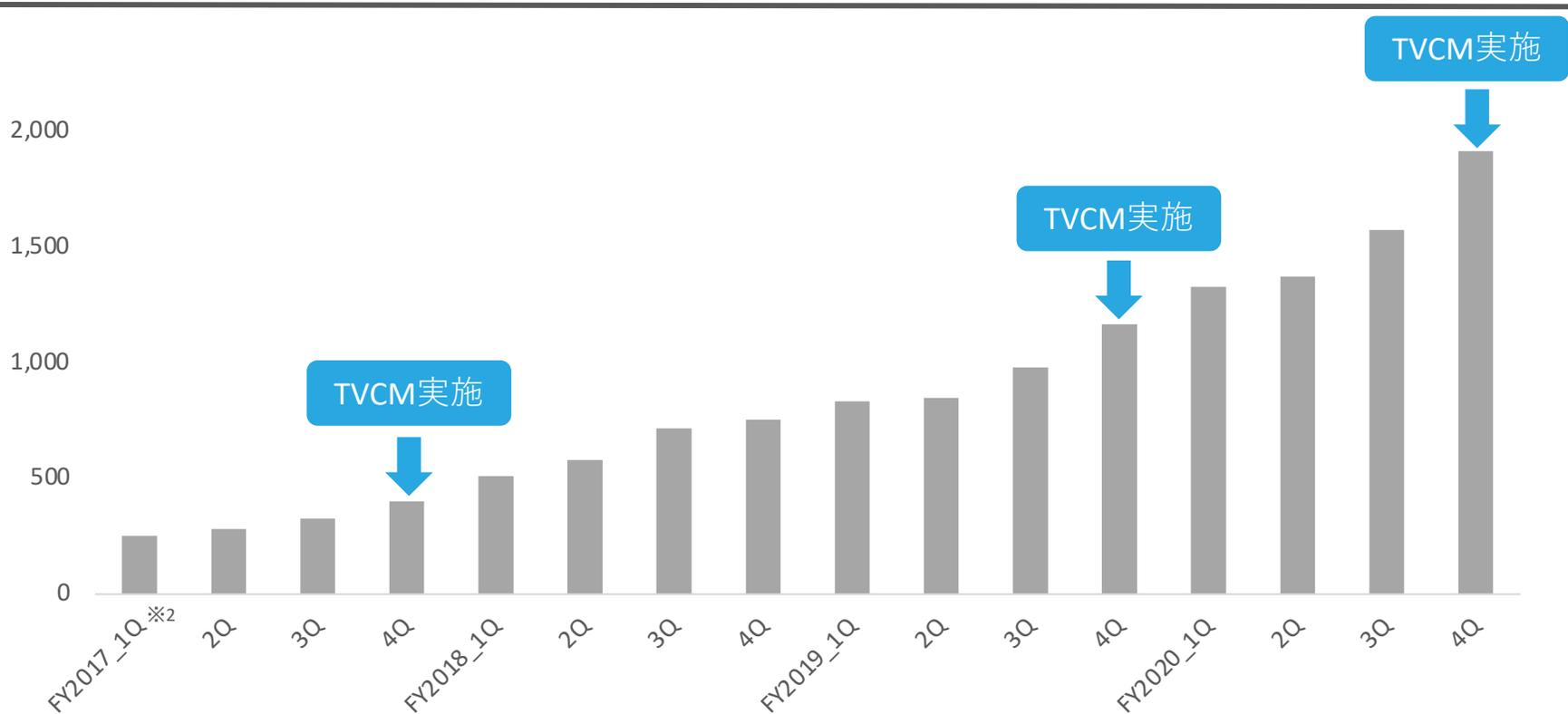
No.1プラットフォームの立場を活かして引き続き拡大

出典：※1 経済産業省「平成28年度版 経済センサス」 ※2 総務省統計局「人口推計 -2020年（令和2年）10月報-」

今後も過去に行ったTVCM時の効果分析を考慮して、より効果の大きい放送局、時間帯等をターゲットとして、利益の確保を意識しながら慎重にTVCM実施の可否及びタイミングを決定してまいります

流通高※1

(単位：百万円)



※1 「ココナラ」サービスの流通高：各期間中に納品が完了したサービス購入金額総額から、販促費を除いた金額

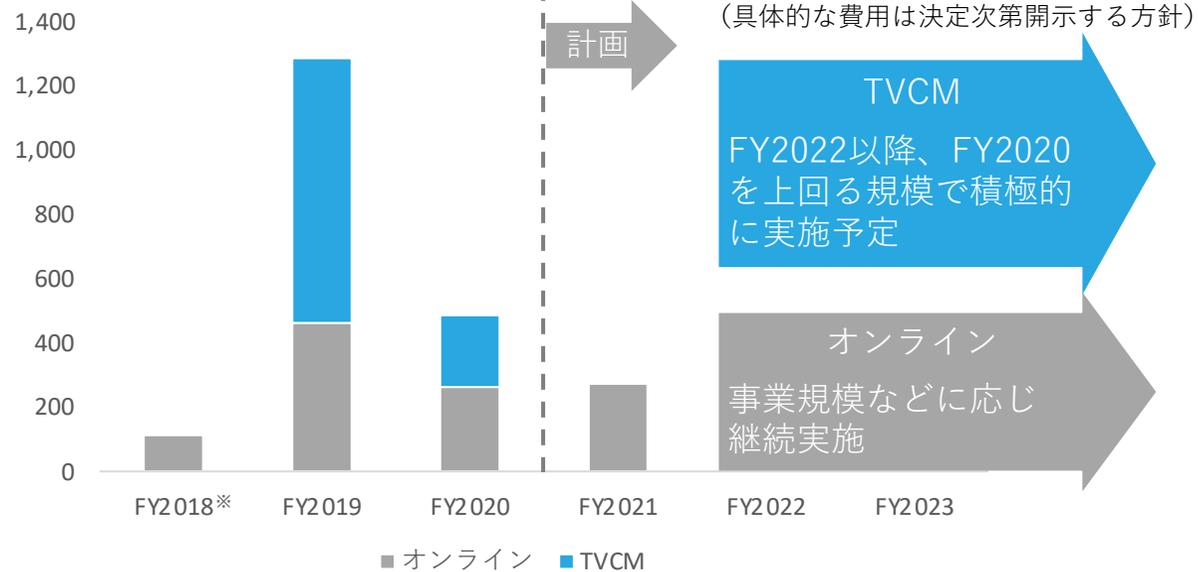
※2 FY20●● = 20●●年8月期

FY2021は、FY2022のTVCM準備のためTVCM非実施

FY2022以降は、重点的な成長投資として、継続的にTVCMを実施予定

広告宣伝費

(単位：百万円)



(単位：百万円)	FY2018	FY2019	FY2020	FY2021 (計画)
オンライン	112	462	262	272
TVCM	0	822	224	0
合計	112	1,285	486	272

※ FY20●● = 20●●年8月期

上場時における調達資金※1の使途内訳

(単位：百万円)

使途	予定金額	予定時期		
		FY2021※2	FY2022	FY2023
借入金の返済原資	800	800	0	0
人件費・採用費	530	246	178	106
広告宣伝費	362	17	345	0
システム関連費	95	38	57	0
合計	1,787	1,101	580	106

※1 上記使途以外の残額は、将来における人員獲得や事業所拡充、広告宣伝等の当社サービスの成長に寄与する支出又は投資に充当する方針ですが、当該内容等について具体化している事項はなく、具体的な資金需要が発生し、支払時期が決定するまでは、安全性の高い金融商品等で運用していく方針であります。

※2 FY20●●=20●●年8月期

FY2018※1 黒字化を実現

FY2019/FY2020 大型TVCMで営業費用増加

(単位：百万円)

	FY2018	FY2019	FY2020	FY2021 (計画)
流通高	2,583	3,858	6,207	8,410
営業収益	766	1,138	1,775	2,426
営業収益率※2	30%	29%	29%	29%
経常利益	40	△1,052	△83	46
経常利益率	5%	△92%	△5%	2%
当期純利益	46	△1,054	△94	44
当期純利益率	6%	△93%	△5%	2%
人件費	292	400	604	964
人件費率	38%	35%	34%	40%
広告宣伝費	112	1,285	486	272
広告宣伝費率	15%	113%	27%	11%

※1 FY20●●=20●●年8月期

※2 営業収益率（テイクレート）：流通高に対する営業収益の割合（(販促費控除前流通高×手数料率）－販促費）÷流通高

(注) FY2019については売掛金及び前受金に係る会計上の誤りが判明したため、誤謬の修正を行っております。FY2018については当該会計上の誤りによる影響は軽微であるため当該修正を反映しておりません。また、FY2018以前は未監査の数値となります。

2020年8月末時点

(単位：百万円)

資産		金額	負債		金額
現金及び預金		1,284	未払金		214
売掛金		347	前受金		178
その他		55	預り金		537
			短期借入金		730
			その他		113
流動資産合計		1,687	流動負債合計		1,773
			負債合計		1,773
			資本金及び資本剰余金		1,324
			利益剰余金		△1,153
固定資産合計		258	純資産合計		171
資産合計		1,945	負債・純資産合計		1,945

有料購入UU・ARPPUの拡大、テイクレートの維持により営業収益の最大化を目指す

目標	当社の方針	足元の実績		当期ターゲット
		FY2019※2	FY2020	FY2021
営業収益の 最大化	有料購入UUの拡大	175,899人/年	243,077人/年	流通高 8,410百万円
	×			
	ARPPUの拡大	21,816円	25,525円	
	×			
	高テイクレート※1の維持	30%	29%	28～29%

テイクレートは、高単価取引シェアの増加や電話取引シェアの減少により長期的には緩やかに逓減する見込み

※1 テイクレート（営業収益率）：流通高に対する営業収益の割合。

$$\frac{(\text{販促費控除前流通高} \times \text{手数料率}) - \text{販促費}}{\text{流通高}}$$

※2 FY20●●=20●●年8月期

当社事業に関する特有のリスクについて、本書提出日時点で特に重要な事項として以下のとおり認識しており、今後も対応を行ってまいります。

「ココナラ」における 特定カテゴリの高いシェア について

古いカテゴリは、従前よりインターネット上のコンテンツとして普及していたことや当社サービスとの親和性が高いことなどから、他の分野よりも構成比が高くなっているものと考えております。近年のプラットフォーム機能の開発において、主に制作系・ビジネス系カテゴリの出品及び取引拡大を企図した施策の導入やPROR認定制度及びビデオチャット機能、見積り・カスタマイズ相談機能、出品者検索の導入、法人アカウントの導入等の施策を実施しており、「古い」カテゴリのシェアは低下傾向にあります。

当社サービス及びサイト 運営について

ユーザー同士が無形商材である「知識・スキル・経験」を売買することから、ユーザーの悪意の有無に関わらず、トラブル等が生じる可能性があります。取引の安全性のため、利用規約及びガイドライン等において禁止行為や出品禁止サービスを詳細に定め、定期的に見直しを実施しております。ユーザーによる通報体制の構築、健全化専任の担当人員配置及び社内マニュアル・基準等の策定により、出品サービス及び取引内容にかかる監視体制の構築及び継続的な運用も実施しております。また、エスクロー機能を提供することにより、不適切取引に対する牽制を図り、安全性向上に努めております。

ユーザーの獲得及び 継続性の維持について

当社が成長していくためには、ユーザーの継続的な獲得及びユーザーによる継続的な利用が重要であると考えております。広告宣伝活動の一環として過去テレビCMを対象として実施しており、ユーザーの新規獲得及び同社サービスの知名度向上について一定の効果が出ているものと認識しております。今後のテレビCMについては、費用対効果等を考慮し、慎重に検討した上で、実施する方針であります。

事業領域拡大への 投資について

今後もサービス、案件、ユーザー、コンテンツなどの各種マッチング経路の拡充などプラットフォーム機能の開発や、対面サービスのココナラミーツなどの新事業領域の拡大への取り組みを進めていく予定であり、事業規模の拡大および収益力の向上に努めてまいります。これらの実現には、人材の採用、サービス・システム開発費用等の追加的な支出が発生し、さらに、事業領域の拡大が目論見通りに推移しないことで、追加的な支出についての回収が行えず、業績に影響を及ぼす可能性があります。投資判断については、事業進捗や計画との差異の確認のもと行っていく方針であります。

特定のプラットフォーム 事業者の動向について

当社はスマートフォン向けアプリケーションを提供しており、Apple Inc.及びGoogle Inc.の両社にアプリケーションを提供することが現段階の同社の事業の重要な前提条件であり、動向を注視してまいります。

投資者の判断にとって特に重要であると当社が考える事項について、積極的な情報開示の観点から記載しております。本項の記載内容は当社株式の投資に関する全てのリスクを網羅しているものではありません。当社は、これらのリスクの発生可能性を認識した上で、発生回避及び発生した場合の迅速な対応に努める方針であります。当社株式に関する投資判断は、本項及び本項以外の記載内容並びに有価証券届出書「事業等のリスク」をあわせて参照し、慎重に検討した上で行われる必要があると考えております。なお、文中の将来に関する事項は、本書提出日現在において当社が判断したものであります。

私たちはサービス版のAmazonを創ります

Appendix

米国に比べて、日本は利用意向に対する利用率が低く、仮に、副業解禁など米国と同等の条件が揃う場合、利用率は将来的に大きく伸びる余地がある



出典：総務省「スマートフォン経済の現在と将来に関する調査研究」（平成29年）」

ウェブアンケート調査（実施時期2017年3月）
 日本・米国共に年齢（20,30,40,50,60代）・性別（男女）で100件ずつ、各国で合計1,000件の回収

出品者の本人確認



- 購入者からの信頼性向上を目的に、出品者に対する本人確認を実施

365日の監視体制



- 専任スタッフによる365日体制の問い合わせ対応やサービス監視を実施
- 出品ガイドラインを定め、出品禁止サービスや禁止行為を明示

エスクロー決済の導入



- サービス提供が完了するまで購入代金を当社にてお預かりするエスクロー制度

ユーザー相互評価制度



- 利用時の参考になるよう、出品者と購入者がお互いに評価しその評価内容を表示

シェアリングエコノミー認証制度取得



- 内閣官房IT総合戦略室が策定した遵守すべき事項に基づいている旨の証明制度を取得し、安心安全なプラットフォームを提供

運用管理体制の強化



- 登録者数が増加した際のシステムの安定稼働に向けたシステム投資、運用監視体制の強化

- 本資料は、情報提供のみを目的として作成しています。本資料は、日本、米国、その他の地域における有価証券の販売の勧誘や購入の勧誘を目的としたものではありません。
- 本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の情報に基づいて作成されています。これらの記述は、将来の結果や業績を保証するものではありません。このような将来予想に関する記述には、必ずしも既知および未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。
- これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内および国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限定されるものではありません。
- また、当社以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいており、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性や適切性を検証しておらず、保証していません。

◆次回の「事業計画及び成長可能性に関する事項」の開示時期
2021年10月を予定しております。