

株式会社ジモティー（7082）  
2021年12月期 第3四半期  
**決算説明資料**



---

（事業計画及び成長可能性に関する事項）

## 1. 2021年12月期第3四半期業績概要

## 2. 今後の戦略

## 3. 参考資料

# 2021年12月期 第3四半期業績概要

# 2021年12月期 第3四半期の主なポイント

## ・売上高は前年比+22%

売上高は前年比+22%と比較的堅調に推移  
PV数は1人当たりPVの増減影響で売上相関が低下傾向

## ・官民共同のリアルスポットを世田谷区で運営開始

モノと利用者数の密度向上を一気に加速させる取組みを実施し、  
各市区町村で人口の過半数に利用されるサービスを目指す

## ・収益構造を強化する取組みが進捗

7月から開始した中古車カテゴリでのFinTech・エスクローサービスの検証が順調に進捗  
収益構成の過半を広告収益以外とすることを目指す

## ・広告戦略の検証でCMがパフォーマンス型よりも高い成果を実証

9月実施のCMのROIが高いと判断し4Qも営業利益額20%成長の範囲内で地方CMを予定  
(年初にCMに代替して検証したパフォーマンス型の広告よりも高い数値を計測)

# 2021年12月期 第3四半期の業績概要

売上高は通期予想が前年比+7%のところ、+22%と堅調に推移  
3Qに関東でTVCMを実施したため、営業利益の成長率は+4%に留まっている

	2021年12月期 第3四半期累計 (単位：百万円)	2020年12月期 第3四半期累計 (単位：百万円)	前年比 (小数点以下四捨五入)
売上高	1,237	1,015	+22%
売上原価	146	102	+43%
売上総利益	1,090	912	+19%
販売費及び 一般管理費	785	619	+27%
営業利益	305	292	+4%
営業利益率	25%	29%	-4pt
経常利益	298	292	+2%

# 2021年12月期 第3四半期実績と業績予想に対する進捗率

いずれの指標も進捗率は順調に推移  
直近の業績動向を踏まえ業績予想を修正

	2021年12月期 第3四半期累計実績 (単位：百万円)	2021年2月15日発表 2021年12月期 業績予想 (単位：百万円)	進捗率 (小数点以下四捨五入)
売上高	1,237	1,467	84%
営業利益	305	335	91%
経常利益	298	334	89%
純利益 <sup>(注)</sup>	251	279	90%

注 当期純利益または四半期純利益

# 2021年12月期 通期業績予想の修正

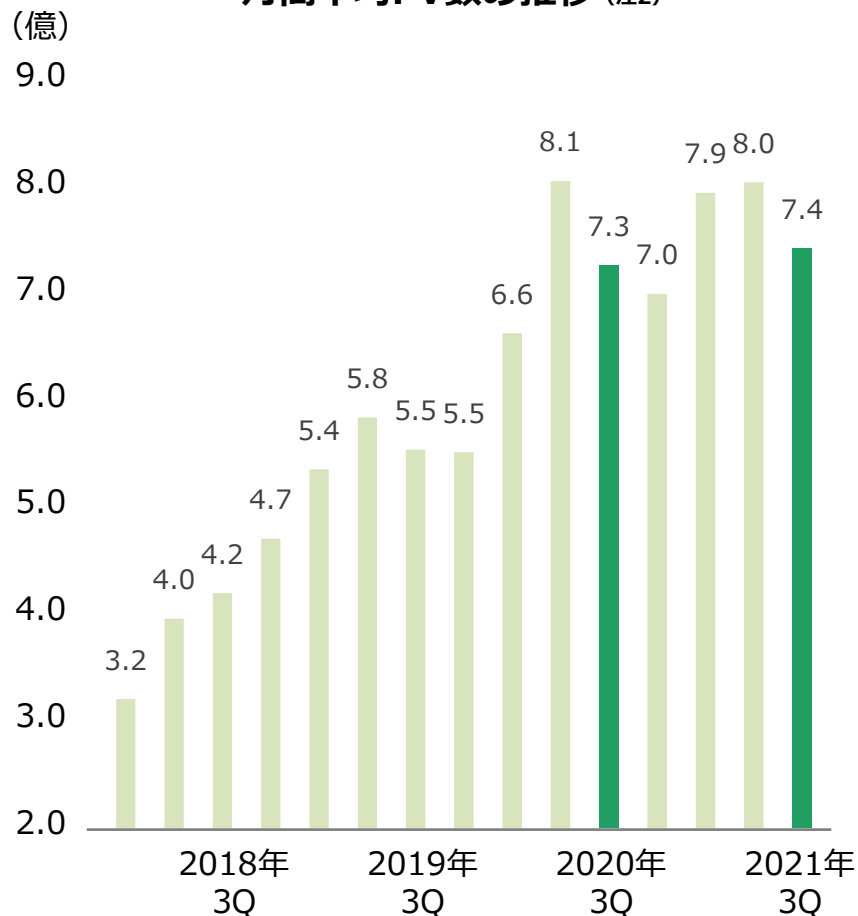
売上高、営業利益ともにそれぞれ前年比+24%、+20%の成長率に上方修正

	2021年2月15日発表 2021年12月期 前回予想 (単位：百万円)	2021年11月15日発表 2021年12月期 今回予想 (単位：百万円)	増減額 (単位：百万円)	2020年 12月期実績 (単位：百万円)	今回予想 前年比 (小数点以下四捨五入)
売上高	1,467	1,700	233	1,376	+24%
営業利益	335	369	33	308	+20%
経常利益	334	363	29	307	+18%
当期 純利益	279	306	26	254	+20%

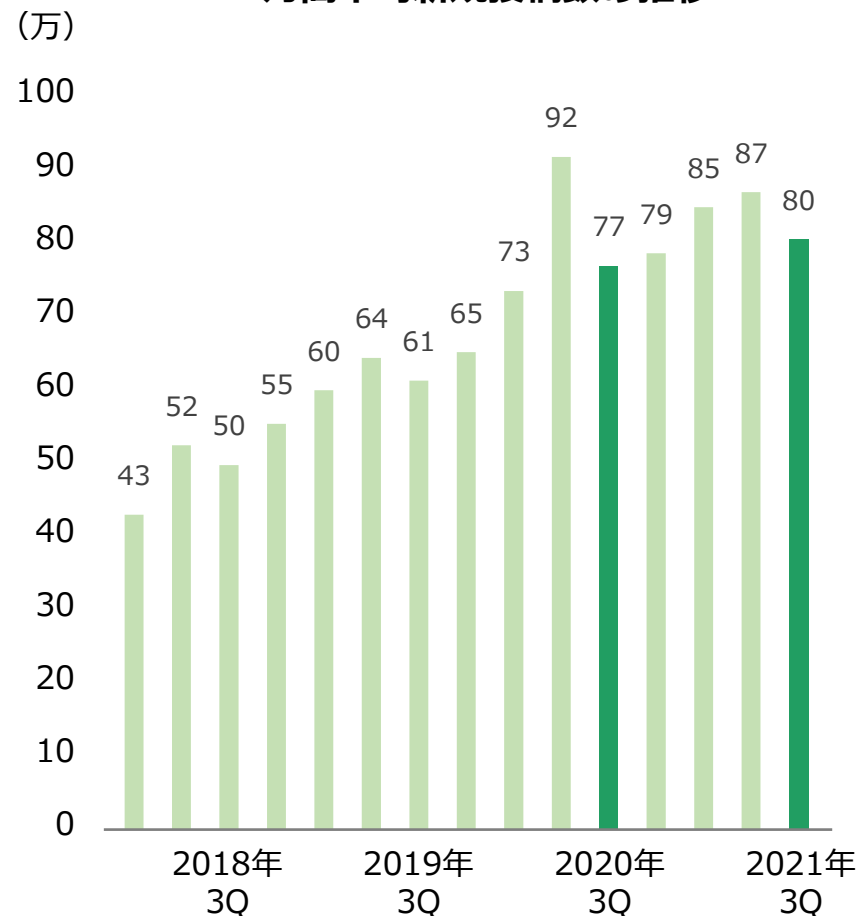
# PV数・投稿数の推移

前年比でPV数+2%、投稿数+5% PV数と売上の相関性が落ちているため、指標の見直しを検討（1人あたりPV数の増減が約20%程度ある）（注1）

## 月間平均PV数の推移（注2）



## 月間平均新規投稿数の推移



注 (1) 新型コロナウイルス感染症による巣ごもり需要（2020年3月～2021年8月）と、2020年に突発的なテレビ露出が複数回あったことにより、1人あたりのPV数が平均よりも上昇  
(2) PV数の計測方法について取得方法を一部変更した為、新しい計測方法に基づき2018年1月以降の値を修正

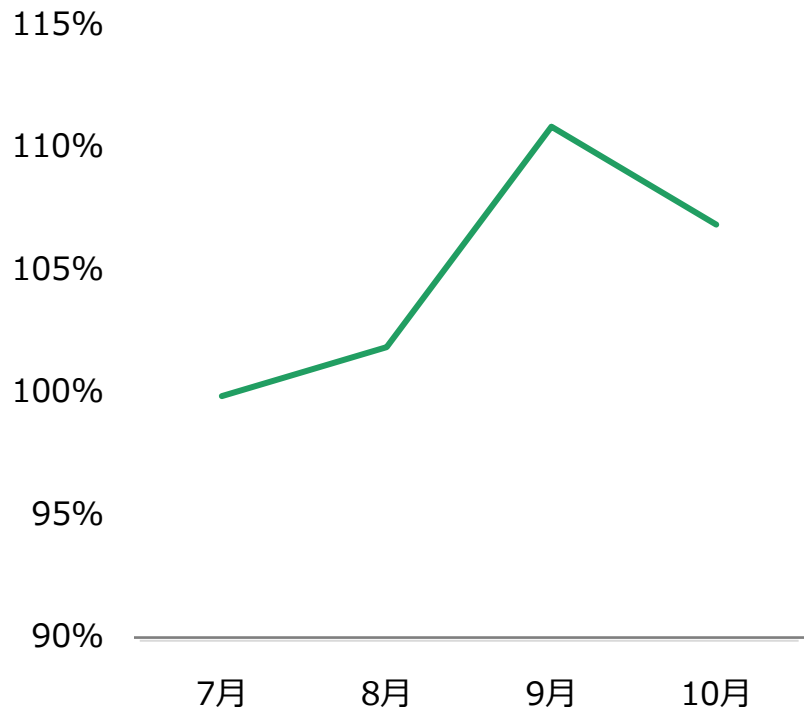


# 広告宣伝の振り返りと方針

関東でTVCMを実施し、PV数は7月対比で実施当月+11%、翌月以降+7%で推移  
継続効果も高いため営業利益目標を達成しつつ4QもPV数最大化への先行投資を予定

## CMによるPV数上昇効果 (注1)

CM実施月の9月は7月対比で+11%の伸び、  
10月以降も+7%程度のベースアップが継続



## PV数の拡大余地

海外のクラシファイドサイトの対人口利用率と  
比較して当社も5~10倍程度の拡大余地があると想定

対象国	提供サービス	月間訪問者数 <small>(注2)</small>	人口 <small>(注3)</small>	対人口利用率
アメリカ	craigslist	2.9億	3.3億	0.9倍
オーストラリア	gumtree	0.3億	0.3億	1.0倍
ポーランド	OLX	1.1億	0.4億	2.8倍
日本	ジモティー	0.2億	1.3億	0.2倍

注 (1) 2021年7月の月次平均を1とした場合の伸び率を算出

(2) 出所：similarwebの合計訪問数（2021年10月）※合計訪問数とは訪問者が1つ以上のページにアクセスした場合にカウントされており、30分以上操作を行わずそれ以降にユーザーが再びアクティブになった場合には、新たな訪問として計測。アプリの訪問者数は含まれていない。

(3) 出所：アメリカ、オーストラリア、ポーランド：外務省各国一般情報参照、日本：総務省（2021年）「人口推計」

# 補足：売上の構成

企業向けのマーケティング支援売上と、PV数に応じた自動配信売上、トランザクションに対して課金する手数料売上+その他売上の3種類

## ① マーケティング支援売上

### 機能課金

投稿を目立たせる機能を販売

リストの上部に戻すリフレッシュ

リストの上部に固定するPR枠



### 成果報酬

メディアとデータを連携し送客



## ② 自動配信売上

アドネットワークを利用した自動配信型の広告をコンテンツ内に掲載

## ③ 手数料売上+その他売上

Jimoty内で特定の機能を利用したトランザクションに対して、一定の金額を課金（一部を抜粋して記載）

### ネット決済機能

オンライン上で決済を済ませる機能で、決済金額の5%が売上となる



### FinTech/エスクローサービス

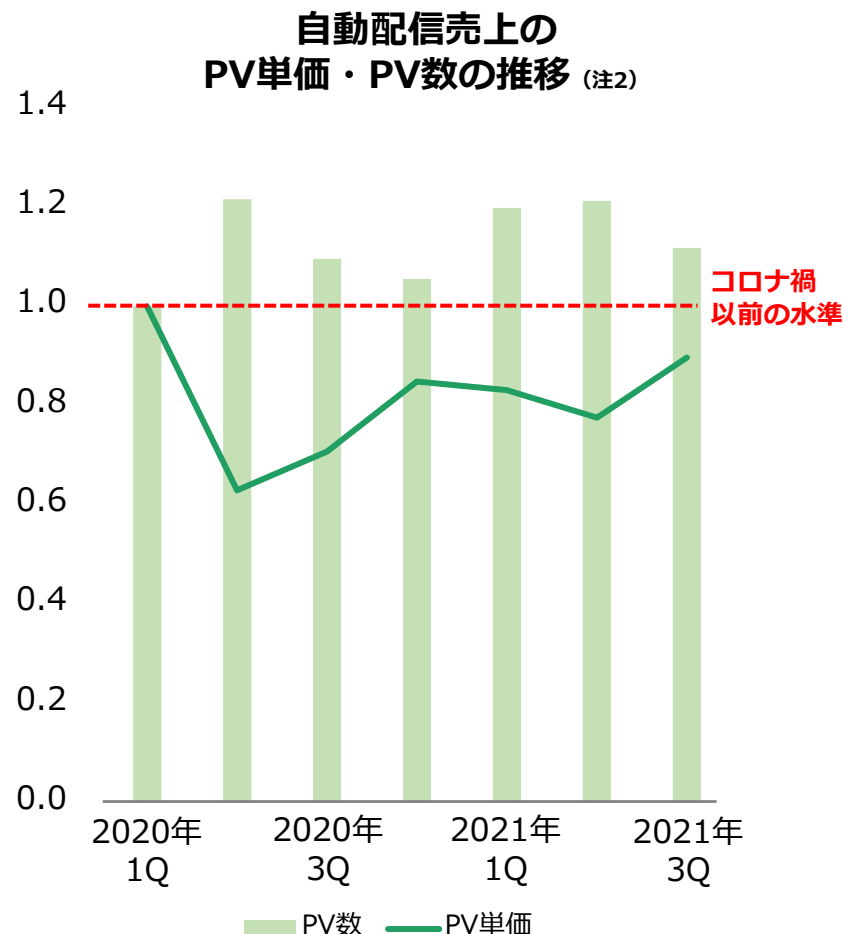
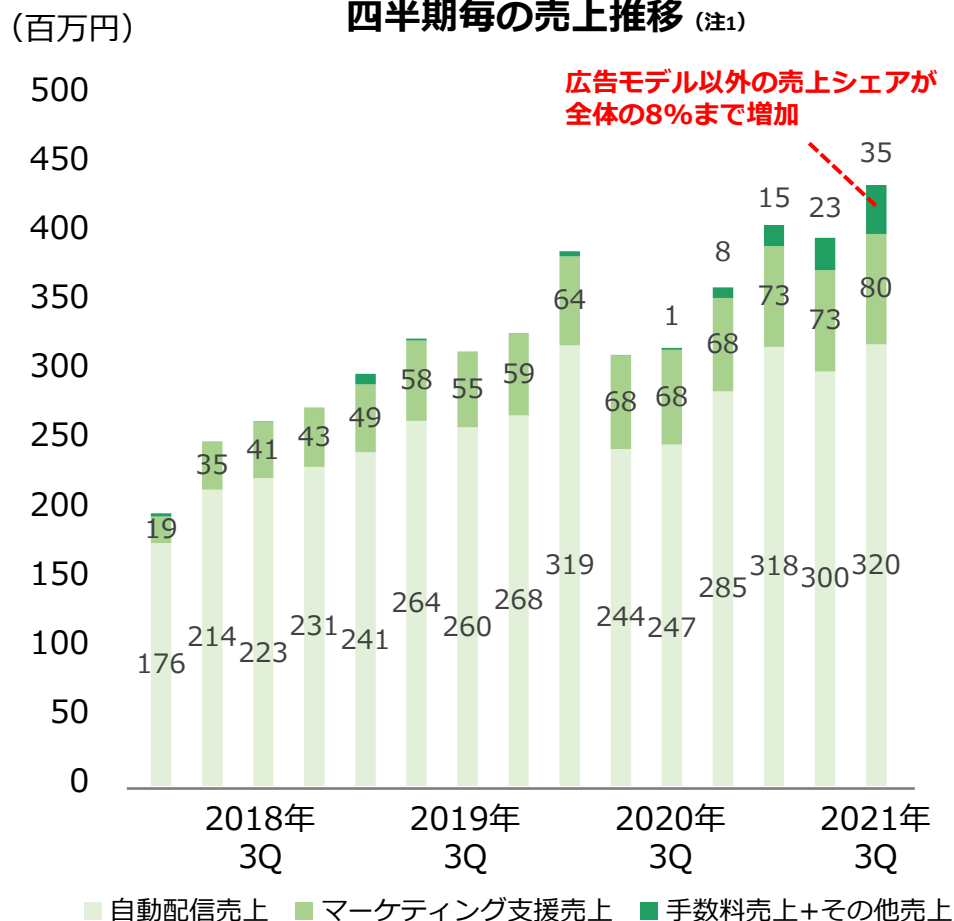
各カテゴリで取引時に必要な決済機能や付加機能を提供し、一定の金額を課金



# 売上推移（内訳別）

■ 広告モデル以外の売上シェアが全体の8%まで増加

自動配信売上のPV単価は1人当たりPVの影響もあり相対的に回復率が高め

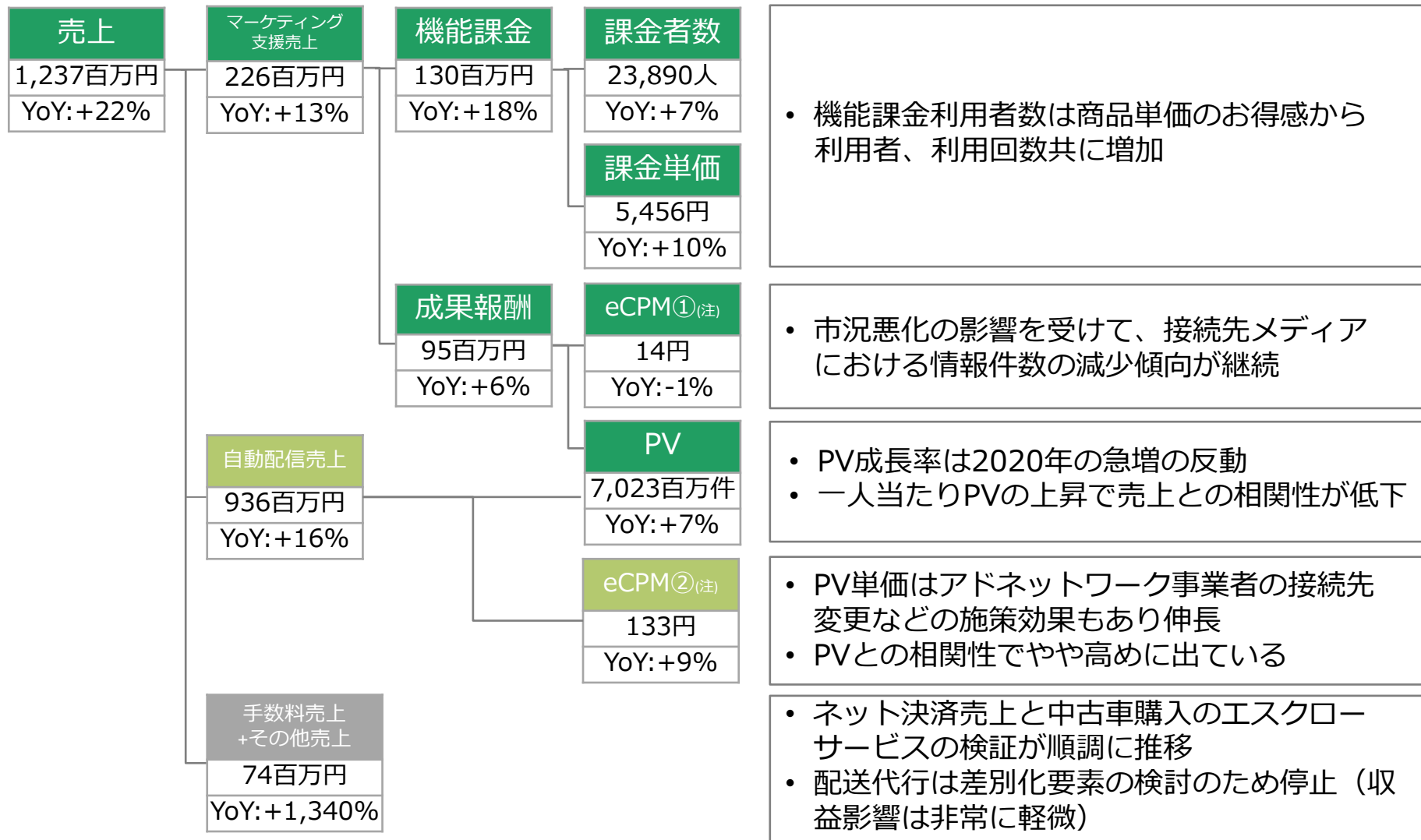


注 (1) 自動配信売上・マーケティング支援売上（機能課金+成果報酬）、手数料売上（ネット決済+配送代行）以外の売上を「その他売上」として区分。

(2) PV数・自動配信売上のPV単価推移ともに2020年1Qの月次平均を1とした場合の指数を算出。

# 2021年第3四半期累計と2020年第3四半期累計のKPI比較

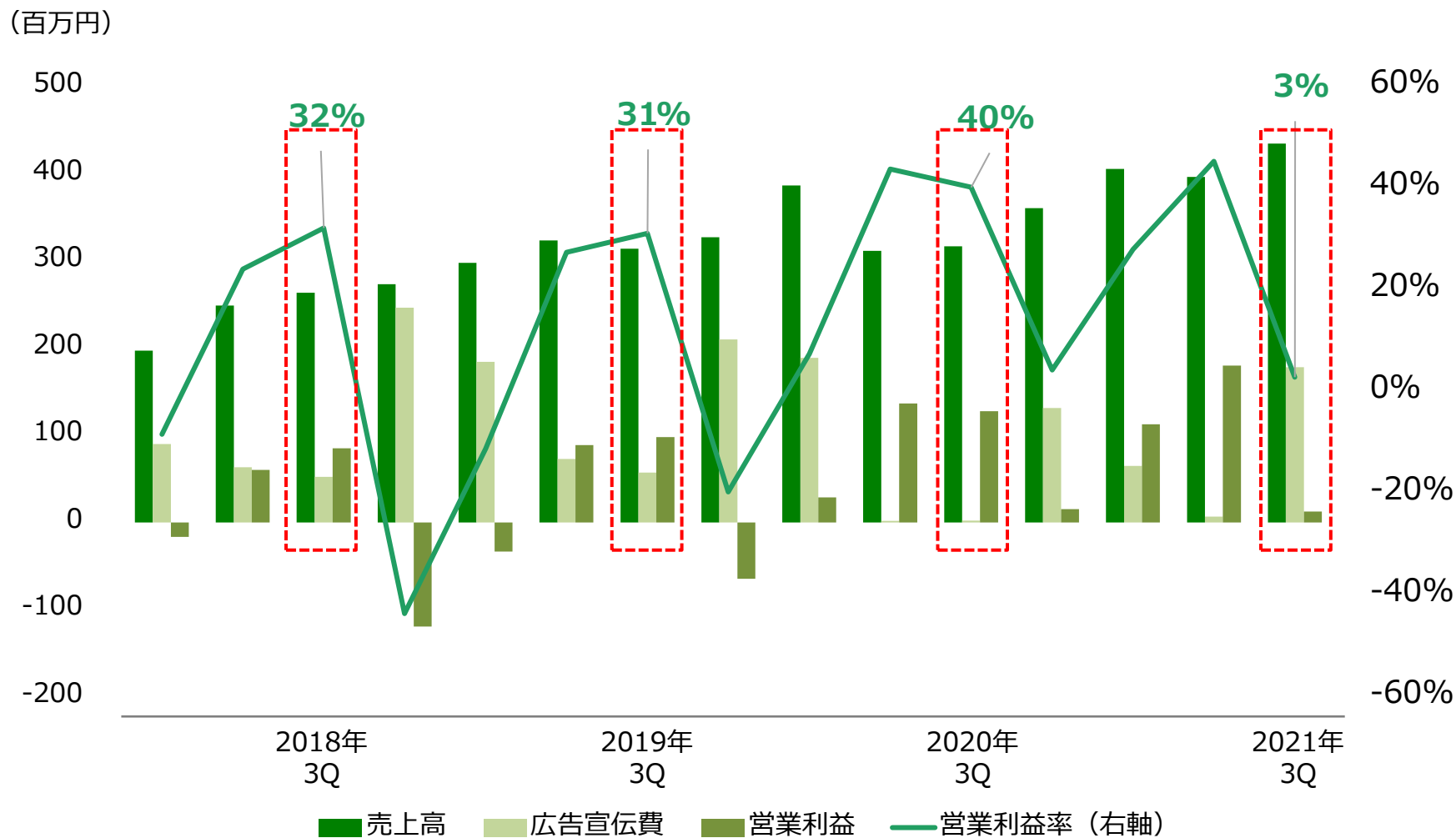
マーケティング支援売上及び自動配信売上は前年比で+15%前後の成長と回復基調が続く



注 eCPM : 1000回表示当たりの収益

# 四半期ごとの売上・営業利益率

3Qは約1.8億円の広告宣伝費を投下しTVCMを実施したため、営業利益率は減少



# 貸借対照表

前回開示からの大きな変更なし

	2021年12月期 第3四半期 <small>(単位：百万円)</small>	2020年12月期 期末 <small>(単位：百万円)</small>	増減 <small>(単位：百万円)</small>
流動資産	1,373	1,623	-249
現金及び預金	1,142	1,399	-256
固定資産	112	99	+13
総資産	1,486	1,722	-236
流動負債	416	318	+97
固定負債	211	6	+205
純資産	858	1,397	-539
自己資本比率	58%	81%	-23pt

# 今後の戦略

# 当社の経営理念

当社は「地域の今を可視化して人と人の未来をつなぐ」という経営理念のもと、地域生活に必要な情報量を最大化、その流れを阻害する要因の課題解決していくことを使命としている

## 当社の経営理念

# 地域の今を可視化して 人と人の未来をつなぐ

## 当社が行うべき事

流れる商材・情報量を増やす

可視化のUP

流れの阻害要因を除く

つなぐのUP

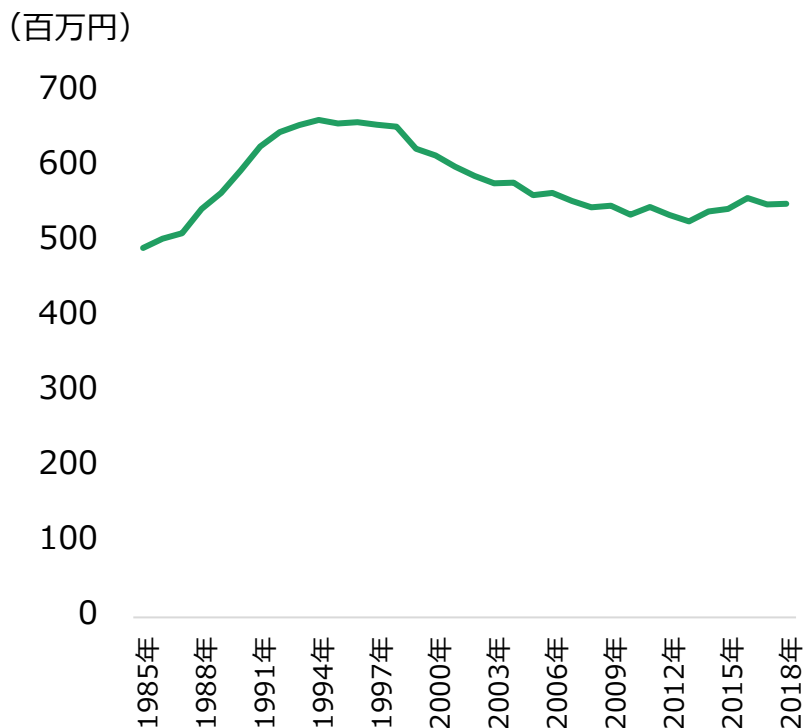


# 社会的背景

平均所得の低下とともに、生活コストを下げる必要のある世帯が増加している  
地域生活における効率化を促すインフラが過半数の人にとって必要

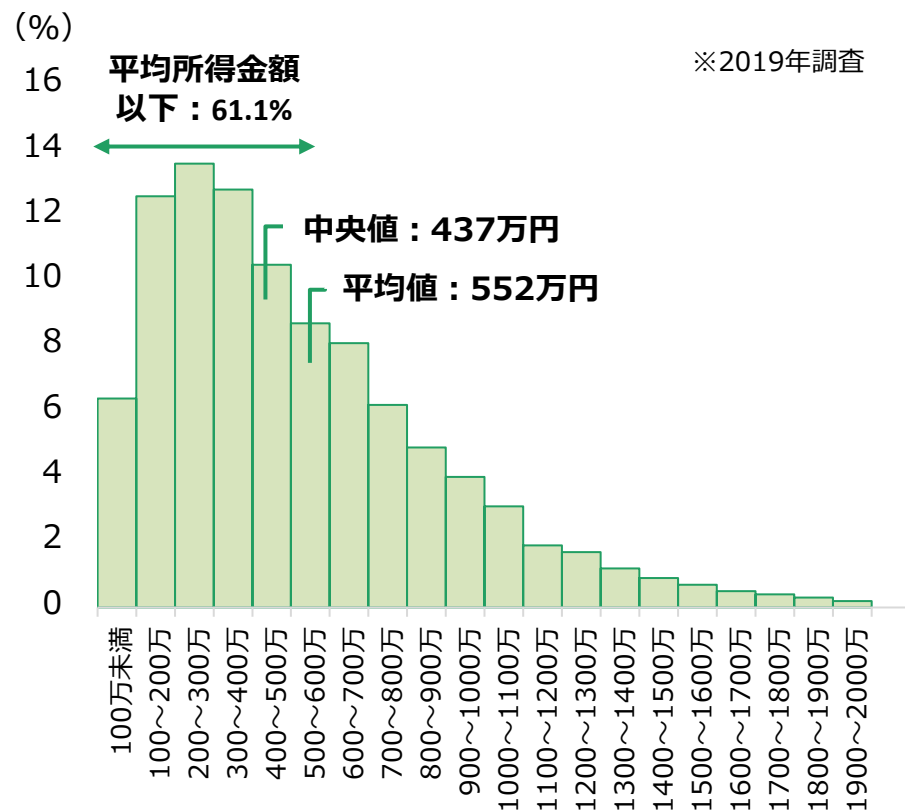
## 1世帯あたり平均所得金額 (注)

平均所得は1994年をピークに低下傾向



## 所得金額別世帯数の相対度数分布 (注)

中央値は437万円であり過半数の人は合理的な生活インフラを必要としていると想定



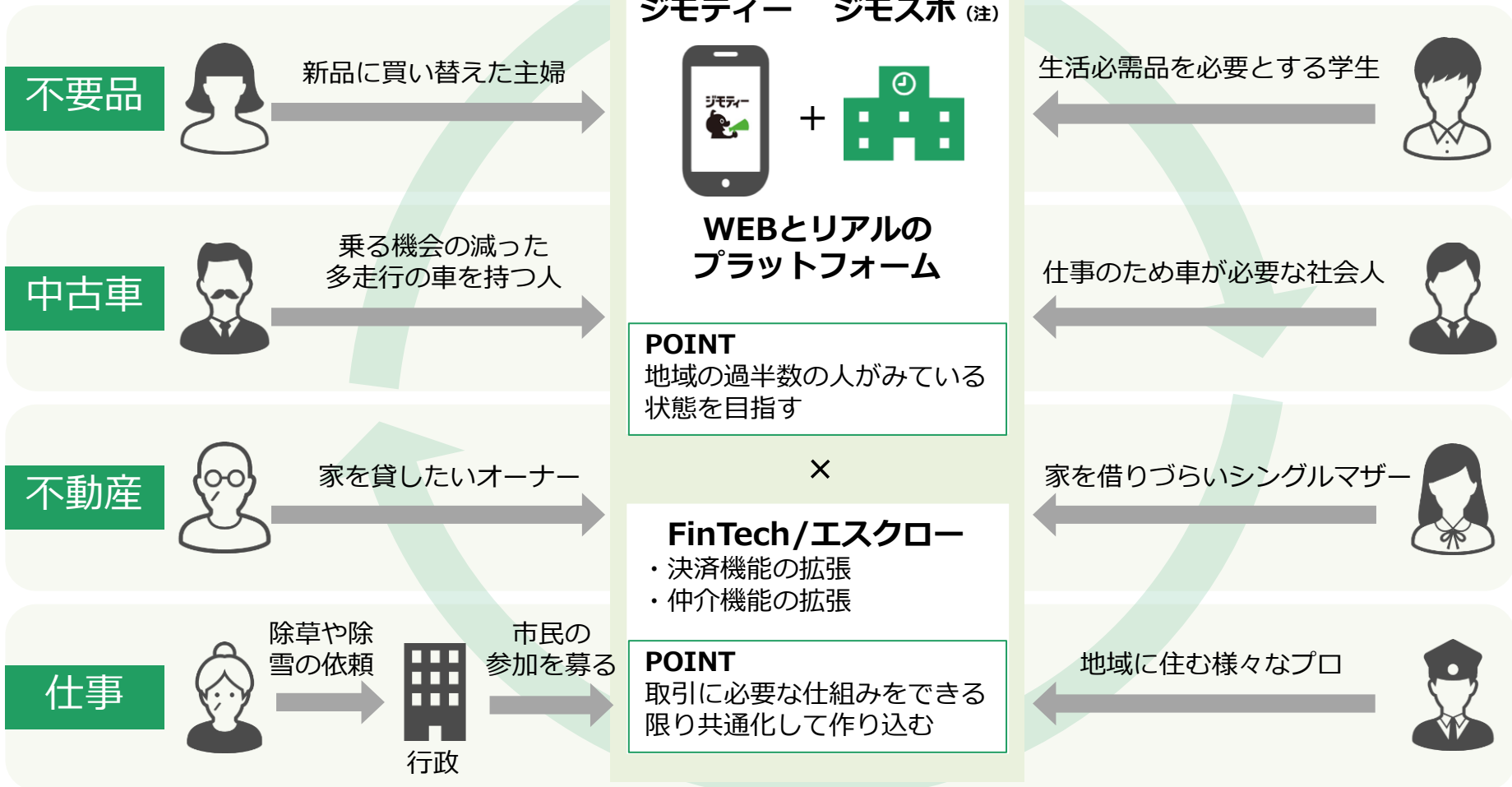
注 出所：厚生労働省（2019年）「国民生活基礎調査」

# 目指す世界観

地域の全ての人が見ているサービスがあれば、もっとモノや情報は効率的に流れる  
地元で個人・企業・行政の全てが参加して必要なものを必要な人へ届ける仕組みを作る

## 募集する人

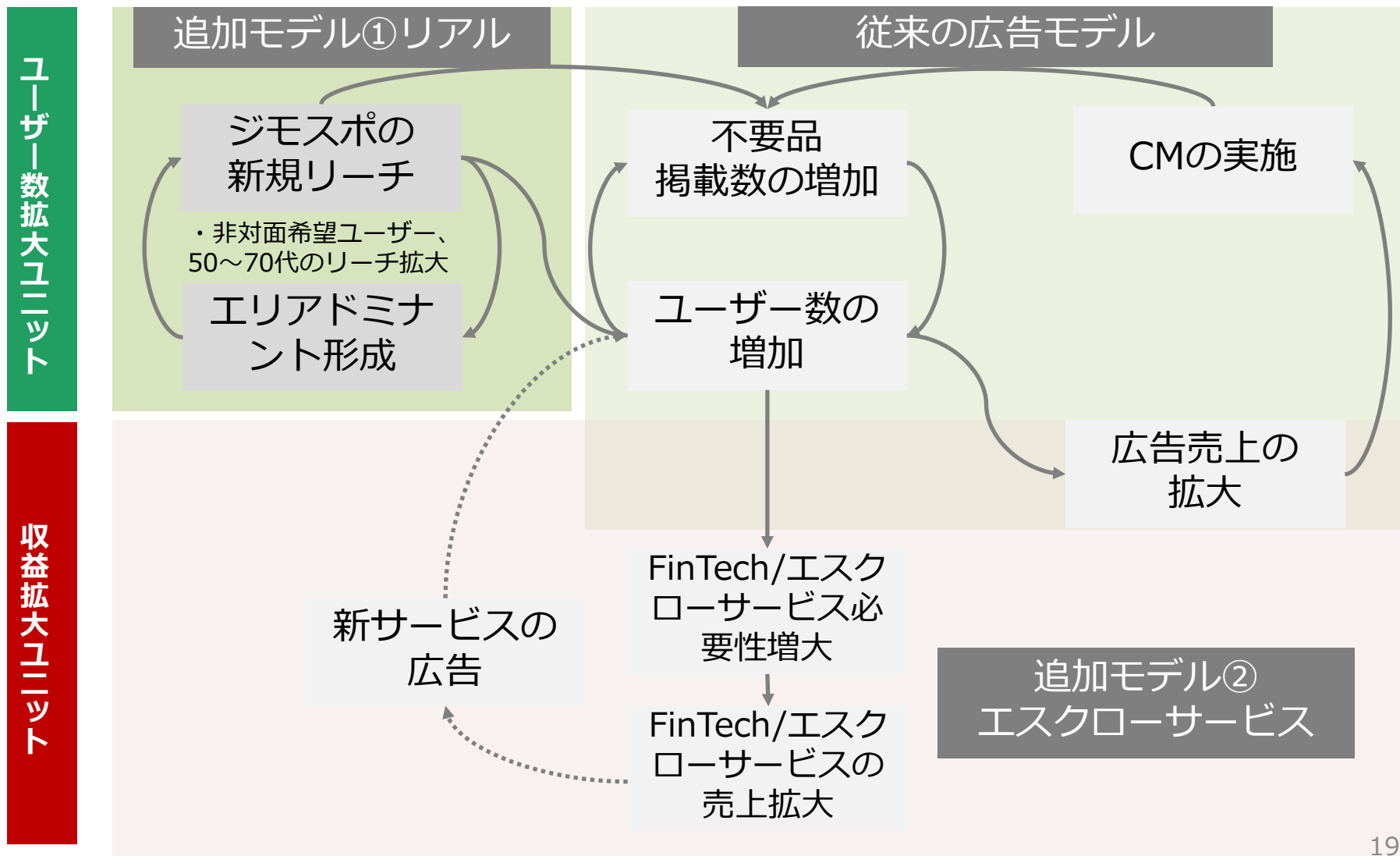
## 応募する人



注 ジモティースポットの略で、当社が運営するリアル拠点の名称。以降のページにおいても「ジモスポ」で記載。

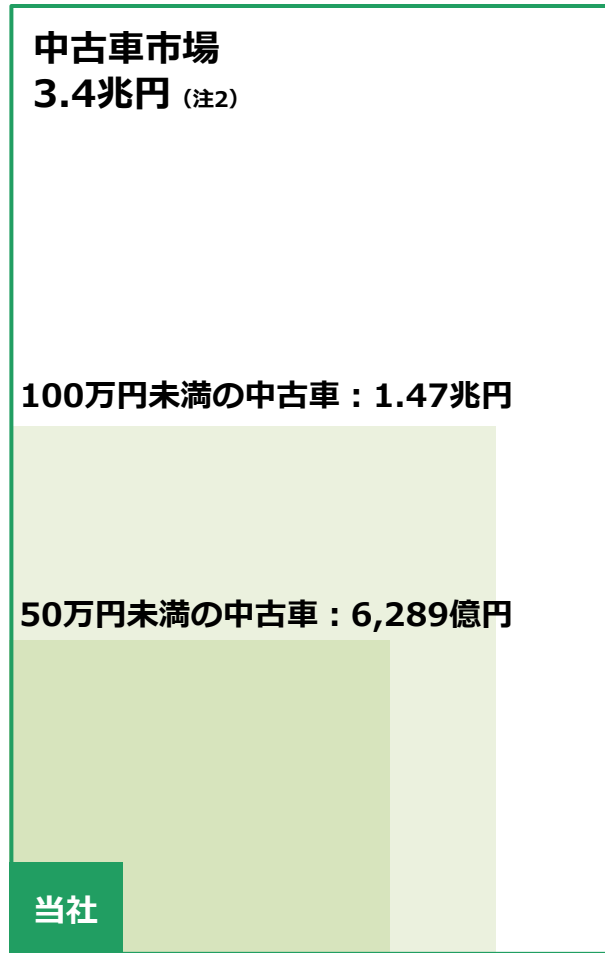
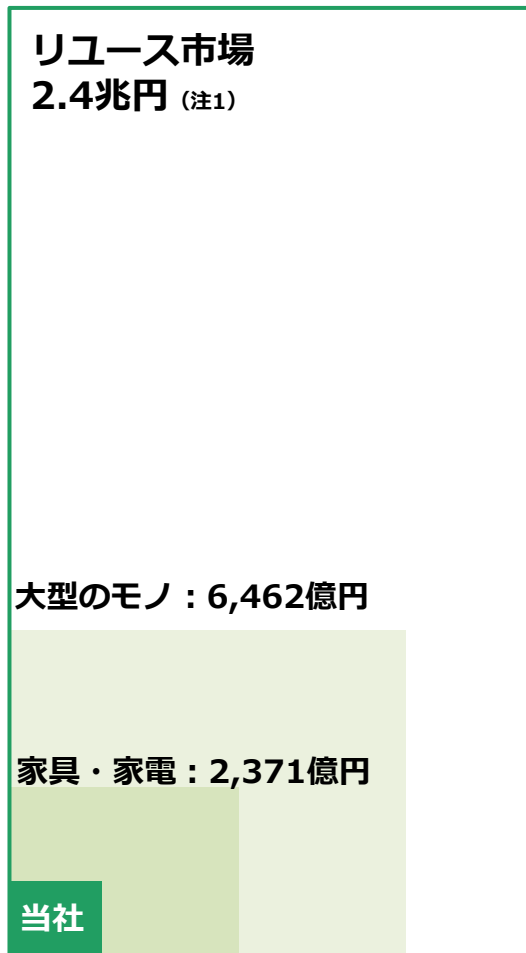
# ビジネス構造の整理

これまでの広告モデルに加えユーザー数拡大ユニットをリアル拠点であるジモスポにて拡張するとともに、収益拡大ユニットを作りユーザーの課題解決により深く貢献していく



# アクセス可能なマーケットの規模

現状はリユース市場の中でも家具・家電を、中古車市場の中でも100万円未満の中古車を優先的にターゲットとしていく想定



## 長期的にターゲットとする市場



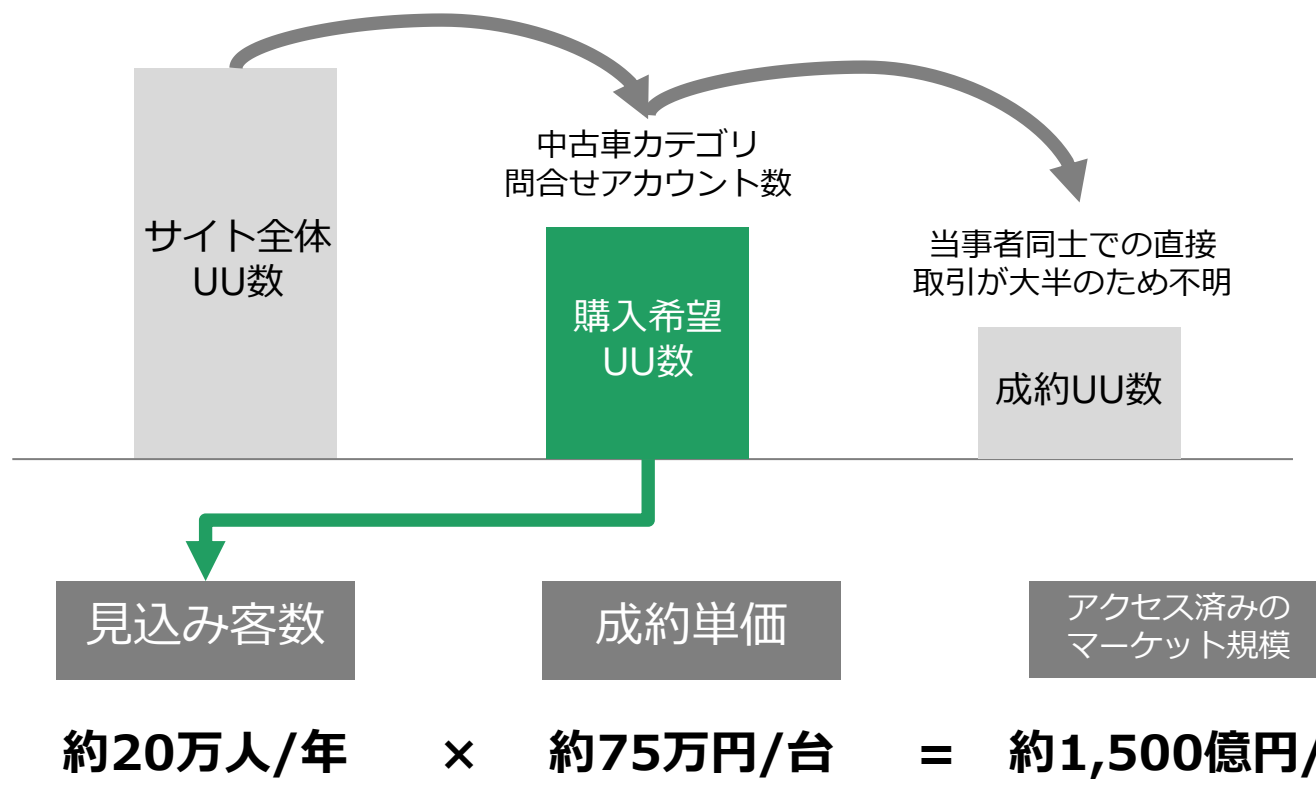
注 (1) 出所：リサイクル通信（2021年）「データで見るリユース市場」大型のモノは家具・家電、バイク原付、自転車、スポーツ・レジャー、カー用品の合計  
(2) 出所：リクルート（2020年）「カーセンサー中古車購入実態調査2020」価格帯別割合は中古車の支払総額 二次調査より当社試算  
(3) 出所：一般社団法人 人材サービス産業協会（2021年）「2030年の労働市場と人材サービス産業の役割」  
(4) 出所：一般財団法人 日本不動産研究所（2020年）「不動産取引市場調査」、みずほコーポレート銀行（2013年）「賃貸住宅市場の現状と展望」より当社試算

# リーチ済みのマーケット規模の例～中古車～

収益拡大  
ユニット

ジモティーでリーチしてる中古車のカスタマーのお財布は既に約1,500億円/年の規模  
カスタマーの課題解決とともにマネタイズを進める

## ジモティーでリーチしている中古車カテゴリのカスタマーのお財布規模

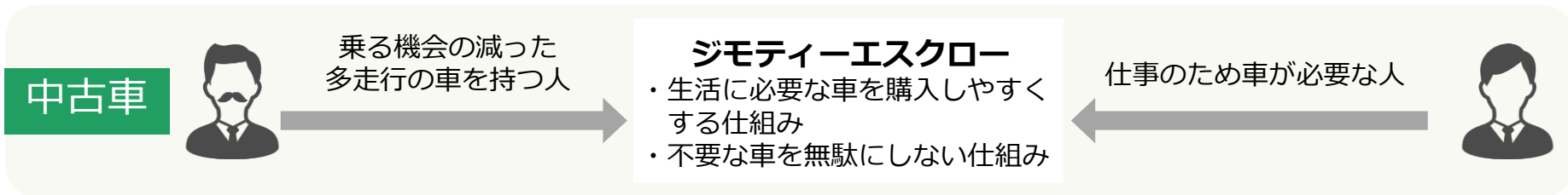


注 見込み客数、成約単価ともに2021年9月実績から当社試算。成約単価は問合せのある車両単価とその乗り出しにかかる諸費用から算出した概算数字。

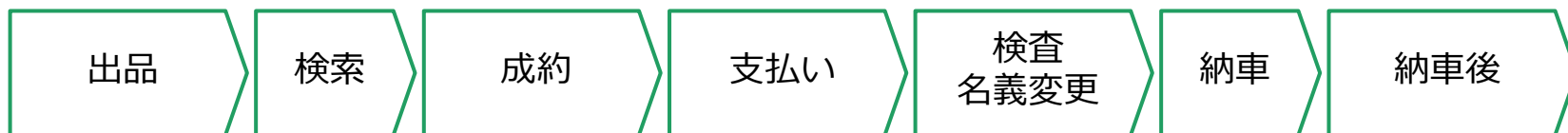
# ジモティーで中古車を売買するカスタマーの課題

決済機能を提供するだけでは解決できない課題が多くある

ジモティー独自のエスクローサービス提供のため子会社（株式会社ジモカー）を設立



## 中古車購入のエスクローに必要な要素の分解



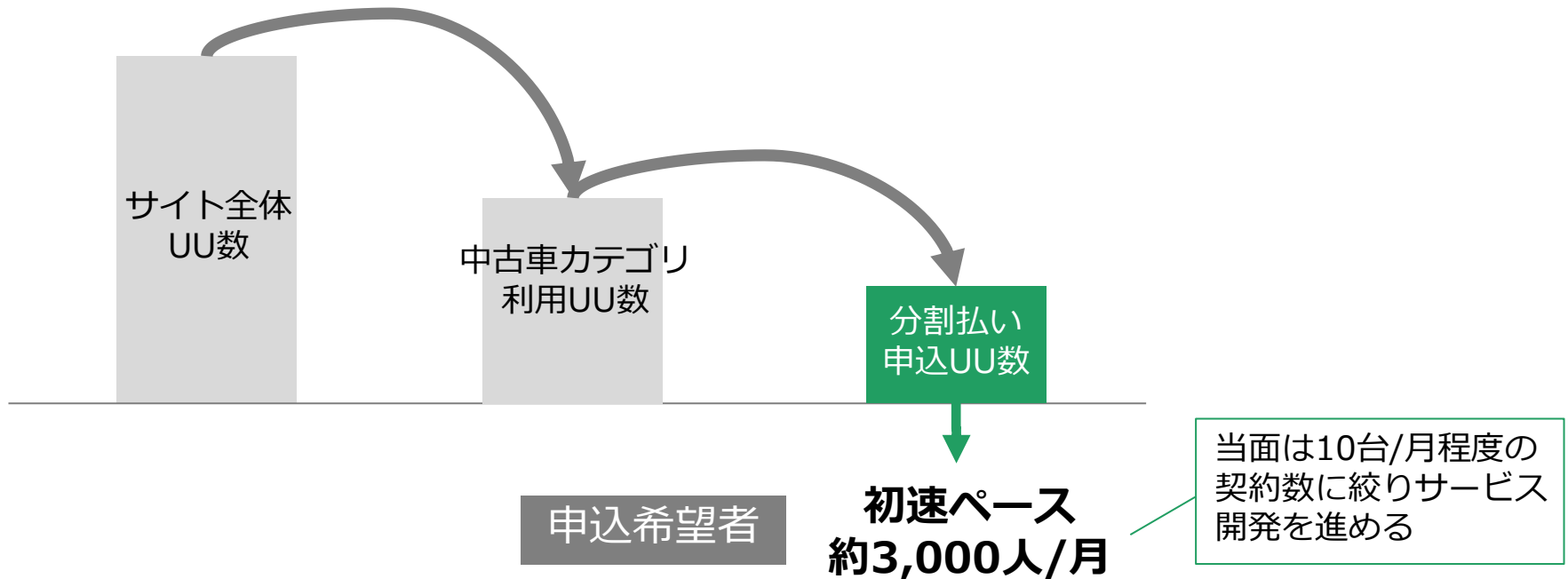
	出品	検索	成約	支払い	検査 名義変更	納車	納車後
<b>現状の課題</b>	自分で面倒な出品作業	欲しい車が見つからない	売れる確率が低い	知らない人と現金手渡し	自分で品質を確認し手続きを実施	現車確認 含め複数 回行く 必要有	購入後のケアがない
<b>提供サービスイメージ</b>	誰でも簡単に所有車を売れる仕組み	場がない車両も提案	売れやすい値付け提案	分割払いなどBNPL(注)サービスの提供	保険/保証販売 手続きの代行	陸送代行	品質保証/加修/買取オファー

注 「Buy Now Pay Later」の略で、後払い式の決済手段を指す。

# 中古車カテゴリのマネタイズの検証進捗

7月から分割払いを中心としたエスクローサービスの検証を開始し順調な滑り出し  
カスタマーの課題解決に貢献するマネタイズのスキーム開発を進める

## 検証の進捗

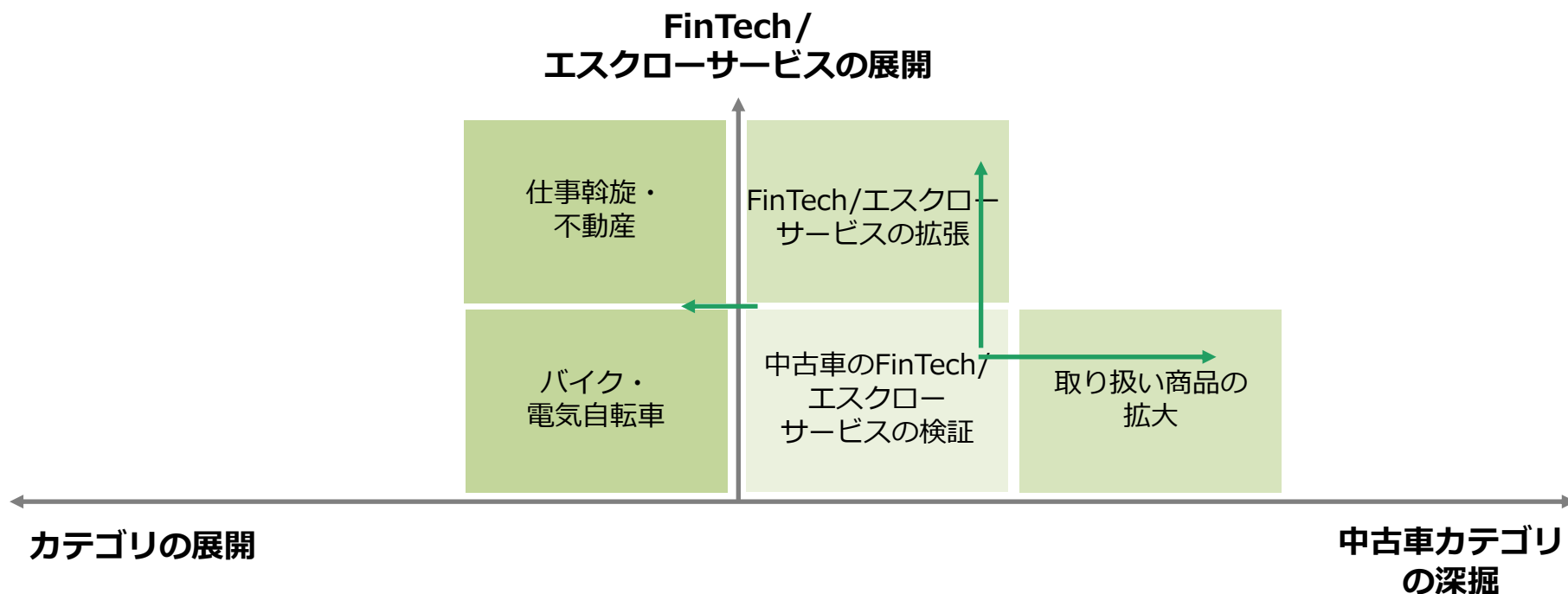


注 検証中のエスクローサービスは車両提案から品質の検査等を含んだ包括的なサービスを提供。また、現状の契約形態は当社と購入者の割賦販売契約にて実施。サービスの提供範囲、契約形態、クレジットの審査方法等は、今後検証を通して継続して変更していく想定。

# 今後のエスクローサービス展開イメージ

収益拡大  
ユニット

まず中古車の取引に特化したFinTech/エスクローサービスの開発に注力  
その後、機能の拡張と他カテゴリへの展開を行う



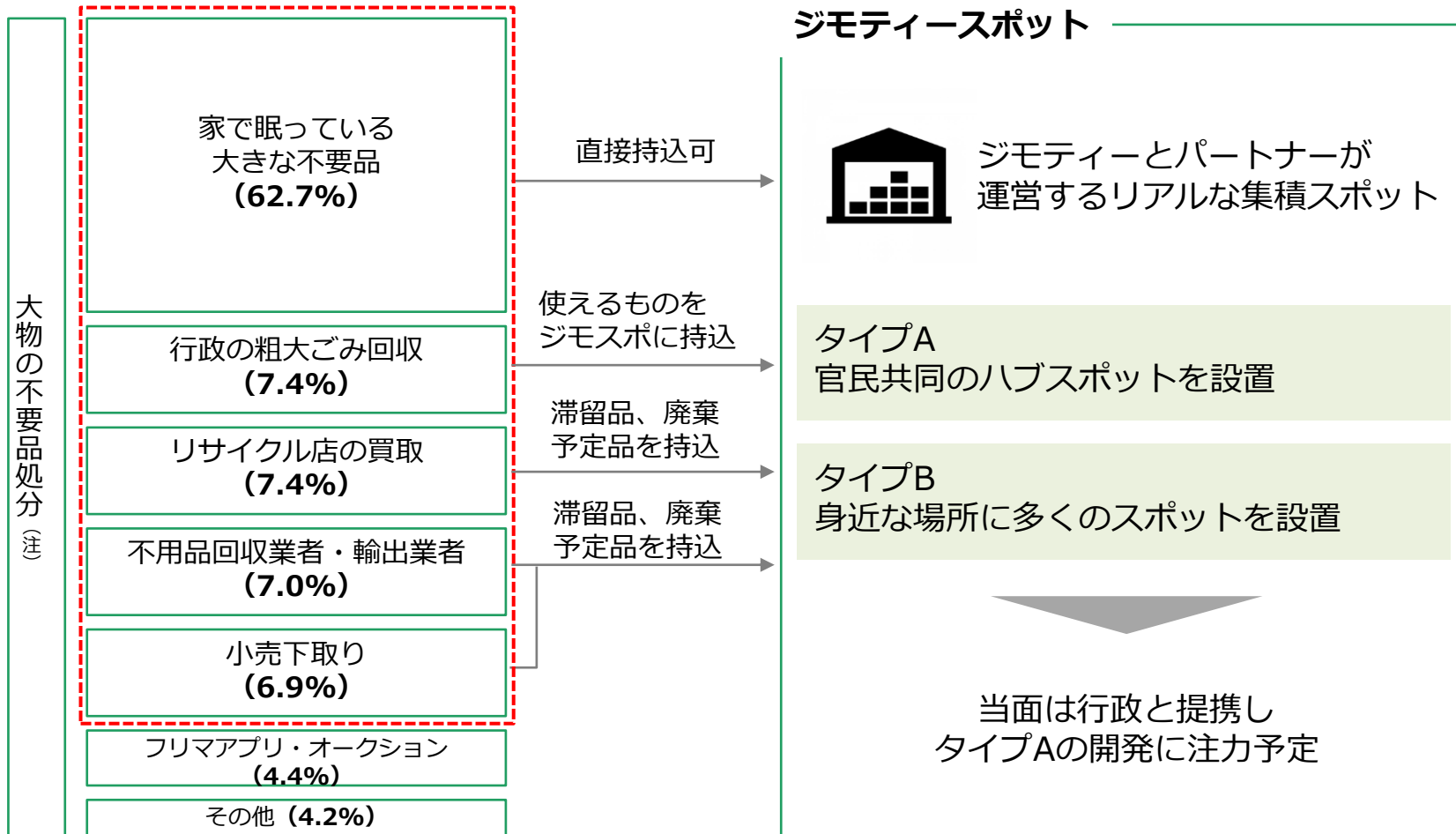


# 社会の持続性と利便性向上と事業の成長を同時に実現

ユーザー数  
拡大ユニット

リアルの持込場所を官民で共同運営、ゴミ減量とリユース数の最大化を同時に実現し、非対面での取引希望ユーザー・高齢者ユーザーなどの取り込みを目指す

このなかで当社の想定シェアは1.7%  
莫大な成長余地がある



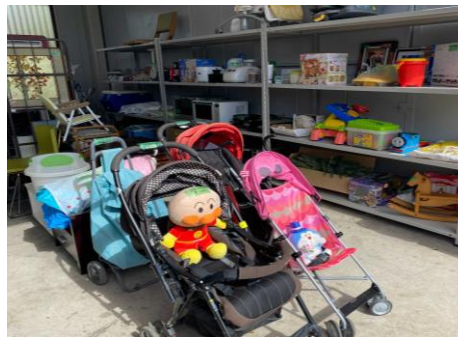
注 出所：特に廃棄・放置されやすい家具・家電や自転車・バイク・自動車などの大型のものの処分方法を、環境省（平成30年度）「リユース市場規模調査 報告書」より当社試算割合はそれぞれの品種の不要品個数で加重して算出／当社数値データは該当期間の同品種に関する実績数値から想定を試算

# 世田谷区とのリユース拠点の検証進捗

世田谷区と官民共同で実証実験を開始したリユース拠点は想定を上回るスタートとなった  
今後は該当地域でのジモティー利用ユーザー最大化を図りより合理的な資源分配を目指す

	実績	今後の方針
持込数	◎ ジモティーの世田谷区の投稿が 単月で約 <b>1.4倍</b> に増加 (拠点収容量の制約がなければ 2倍以上の持込が可能であった想定)	短期的には「持込数の最大化」より 「エリア内のスポット利用率 の最大化」を最重要視 (検証拠点の制約、ゴミ減量の結果的な 最大化双方の観点から目標を設定)
在庫回転率	◎ 約 <b>90%</b> の在庫が譲渡/販売	未譲渡/売れ残りゼロを目指し サービス改善を継続

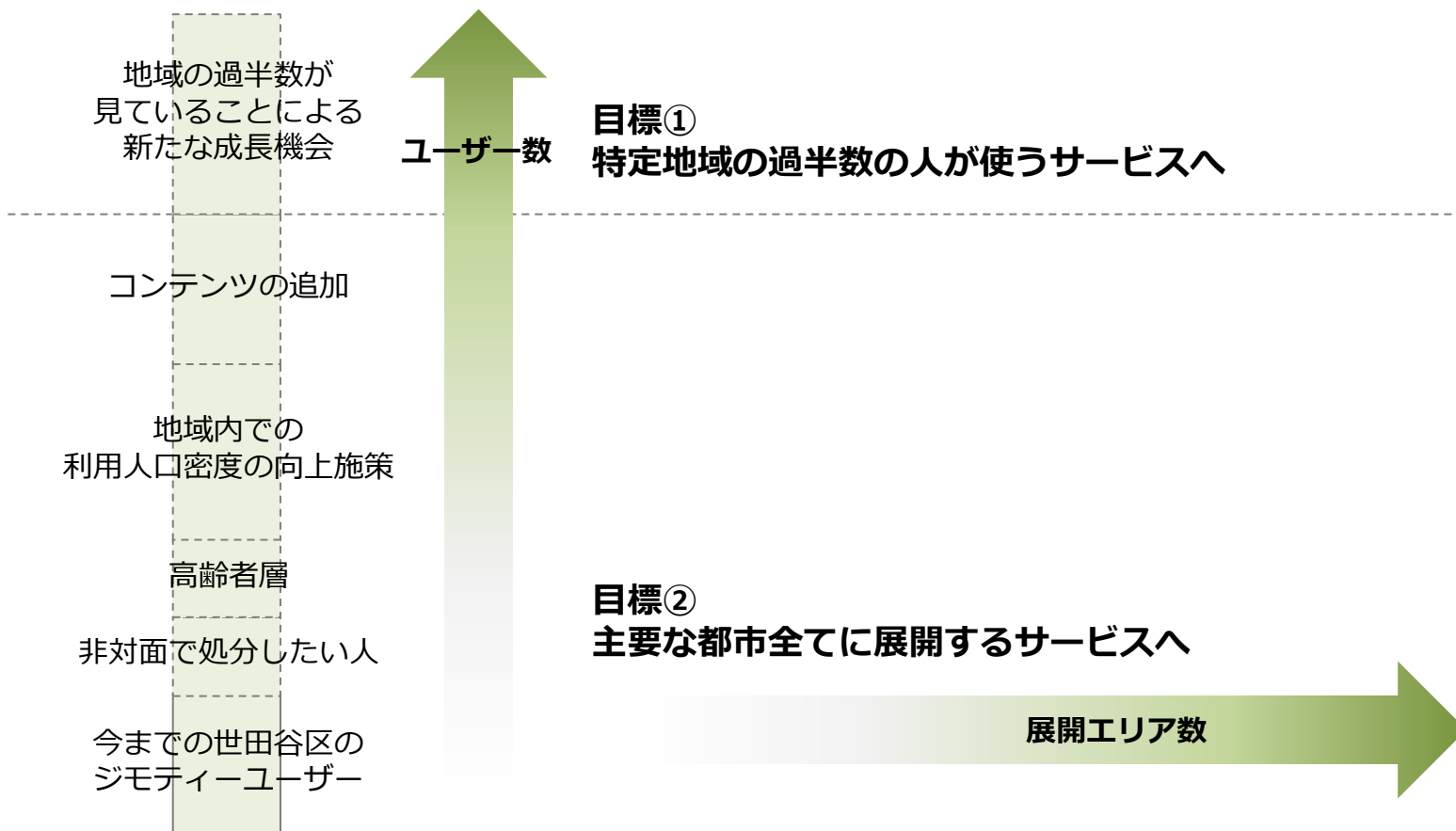
リユース  
拠点の様子



# 官民共同リユース拠点の今後の展開

ユーザー数  
拡大ユニット

世田谷区民、その周辺住人におけるスポット利用率を集中的にあげる取組みを強化  
これまでの中域メディア的な役割から、より狭域のメディアとしての役割を強化していく

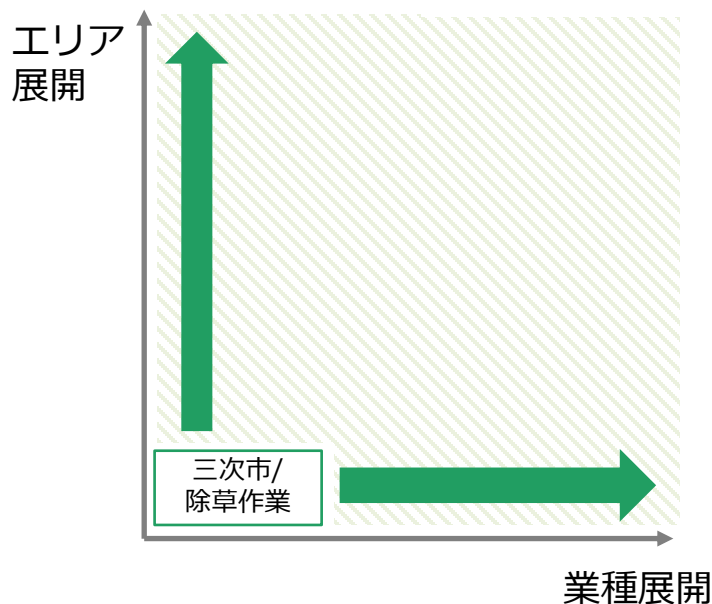


# 人材マッチングの取組み進捗

自治体と地域住民のマッチングを促進する取組みを広島県三次市と実施  
除草作業の申請システムとしての利用はテスト完了し、来期テスト範囲を拡大予定 (注1)

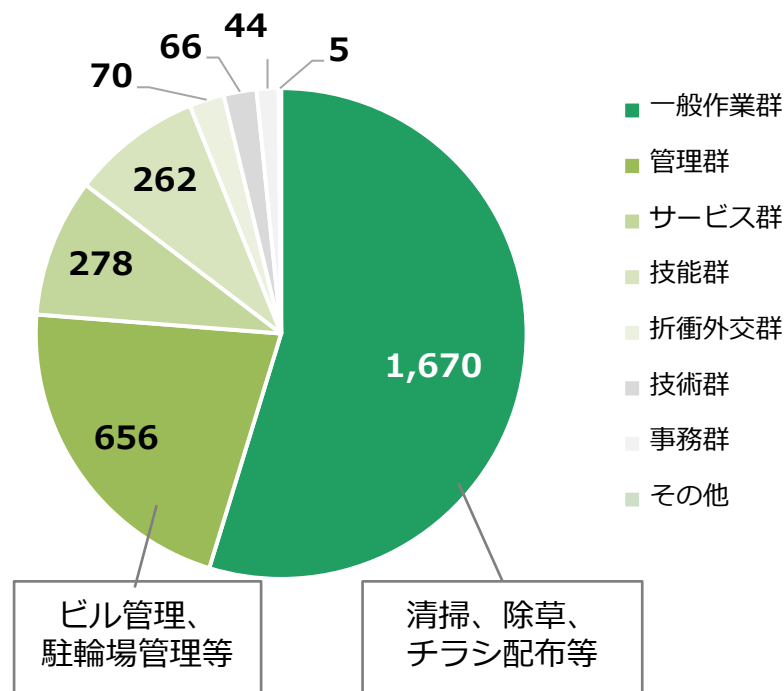
## 展開イメージ

エリアごとに存在するセミプロマッチング  
×業務管理システムの市場に展開を行う



## ターゲットとなる市場例

シルバー人材センター  
就業分野別契約金額推計 (億円) 注2



注 (1) 申請システムのテストは予定通り完了。新規参加者募集はコロナ禍の影響もあり来期に延期。  
(2) 出所：公益社団法人全国シルバー人材センター事業協会（平成26年度）「シルバー人材センター事業統計」より当社試算

# 補足：エコプロアワードで「環境大臣賞」を受賞

第4回エコプロアワードにおいて最高位賞の一つである「環境大臣賞」を受賞  
「サーキュラー・エコノミー」を体現するサービスとして評価をいただいた



## エコプロアワードとは

国内において事業者、消費者、投資家、市場関係者に評価が高く、優れた環境配慮が組み込まれた製品、サービス等を表彰し、持続可能な社会づくりに寄与することを目的とした表彰制度

## 受賞理由

- 主に以下2点について評価をいただいた
- 地域内での譲り合いを可能にし、資源循環を促進している点で「サーキュラー・エコノミー」を体現するサービスとして社会貢献の要素が強くありながら、事業として成長させている点
  - 自治体のリユース活動の促進に大きく貢献している点

# 補足：市場選択区分について

■ 当社は2022年4月4日に予定されている新たな市場区分への移行に関して「グロース市場」を選択

- 当社は2021年7月9日付で株式会社東京証券取引所より「新市場区分における上場維持基準への適合状況に関する一次判定結果について」を受領し、「グロース市場」の上場基準に適合していることを確認いたしました。
- この結果に基づき、新市場区分「グロース市場」を選択することといたしました。今後東京証券取引所の定める申請スケジュールに従い、所定の手続きを進めます。

ご参考

# 会社概要

会社名: 株式会社ジモティー

所在地: 東京都品川区西五反田1-30-2

設立: 2011年2月

事業内容: クラシファイドサイト「ジモティー」の企画・開発・運営

従業員数: 110名（2021年9月末現在）※臨時雇用者数63名を含む

経営陣: 代表取締役社長 加藤貴博

取締役 片山翔

取締役 岩崎優一

取締役 日向野朋実

社外取締役 伊藤邦宏

※株式会社NTTドコモ マーケティングメディア部長 兼  
事業戦略室 事業戦略担当部長（現任）

社外取締役 吉田大志

※本多・森田・吉田法律会計事務所 パートナー（現任）

監査役 平井新也

監査役 川波拓人

監査役 神先孝裕



# 経営陣



**代表取締役社長  
加藤貴博**

早稲田大学政治経済学部卒業後、2001年株式会社リクルート入社。広告営業、メディアプロデューサー、編集長、新規事業開発責任者を経て、2011年株式会社ジモティーの代表取締役に就任。



**取締役  
片山翔**

慶應義塾大学卒業後、2008年株式会社リクルート入社。広告営業や新規事業開発、事業企画に従事。2016年株式会社ジモティーに入社。マーケティング部部長、代表取締役を経て、2021年取締役に就任。



**取締役  
岩崎優一**

東京理科大学卒業後、1996年会計事務所に入所し、クライアント先の経理、労務等の業務に従事。その後事業会社にてバックオフィス業務及び上場準備業務に携わる。2015年株式会社ジモティーに入社、2018年取締役に就任。



**取締役  
日向野朋実**

一橋大学社会学部卒業後、2007年名古屋テレビ放送株式会社に入社。スポットCM業務、番組企画などを経験し、2011年株式会社ジモティーに創業期メンバーとして入社。2021年取締役に就任。



**社外取締役  
伊藤邦宏**

明治学院大学社会学部卒業。株式会社NTTドコモ入社後、法人営業や決済サービス、ポイントビジネスなどの新規事業の立ち上げに携わる。現在はマーケティングビジネスを担当。2019年株式会社ジモティー社外取締役に就任。



**社外取締役  
吉田大志**

成蹊大学大学院法務研究科修了。最高裁判所司法研修所修了。新規事業のリーガルサポート、民事訴訟を中心に取扱う法律事務所を経て、本多・森田・吉田法律会計事務所にパートナーとして参画。2020年株式会社ジモティー社外取締役に就任。

# サービスの概要

地域に根付いたフロー情報をあらゆるカテゴリで無料で掲載可能  
地域内でモノ、サービスを見つけることでより豊かな暮らしを送れるようにする



## 提供カテゴリ

-  売ります・あげます
-  中古車
-  不動産
-  アルバイト
-  正社員
-  地元のお店
-  教室・スクール
-  イベント
-  メンバー募集
-  里親募集
-  助け合い

# 具体的な掲載内容

各カテゴリで他のサービスには掲載されにくい、お得な情報が増加している

## 実際の投稿例

## 投稿の特徴

不要品の譲渡



引っ越しのため家具家電一掃します！  
0円

千代田区

2月3日

- ・ 0円で譲渡
- ・ 早く処分

中古車の処分



軽トラ ホンダ アクティ AC  
5F  
60,000円  
アクティ  
174,400km

- ・ 高走行距離
- ・ 低価格

アルバイト募集

単発 01/21  
日給 11000円  
建築

【急募】 01月21日/単発/日払い/  
渋谷区: 【日給1万円! 事務所待…  
日給11,000円

東京都 渋谷区

1月18日 ★

- ・ 単発
- ・ 日払い

不動産の入居者募集



【短期シェアハウス】 水天宮前駅  
から徒歩5分★礼金0円★  
12,600円

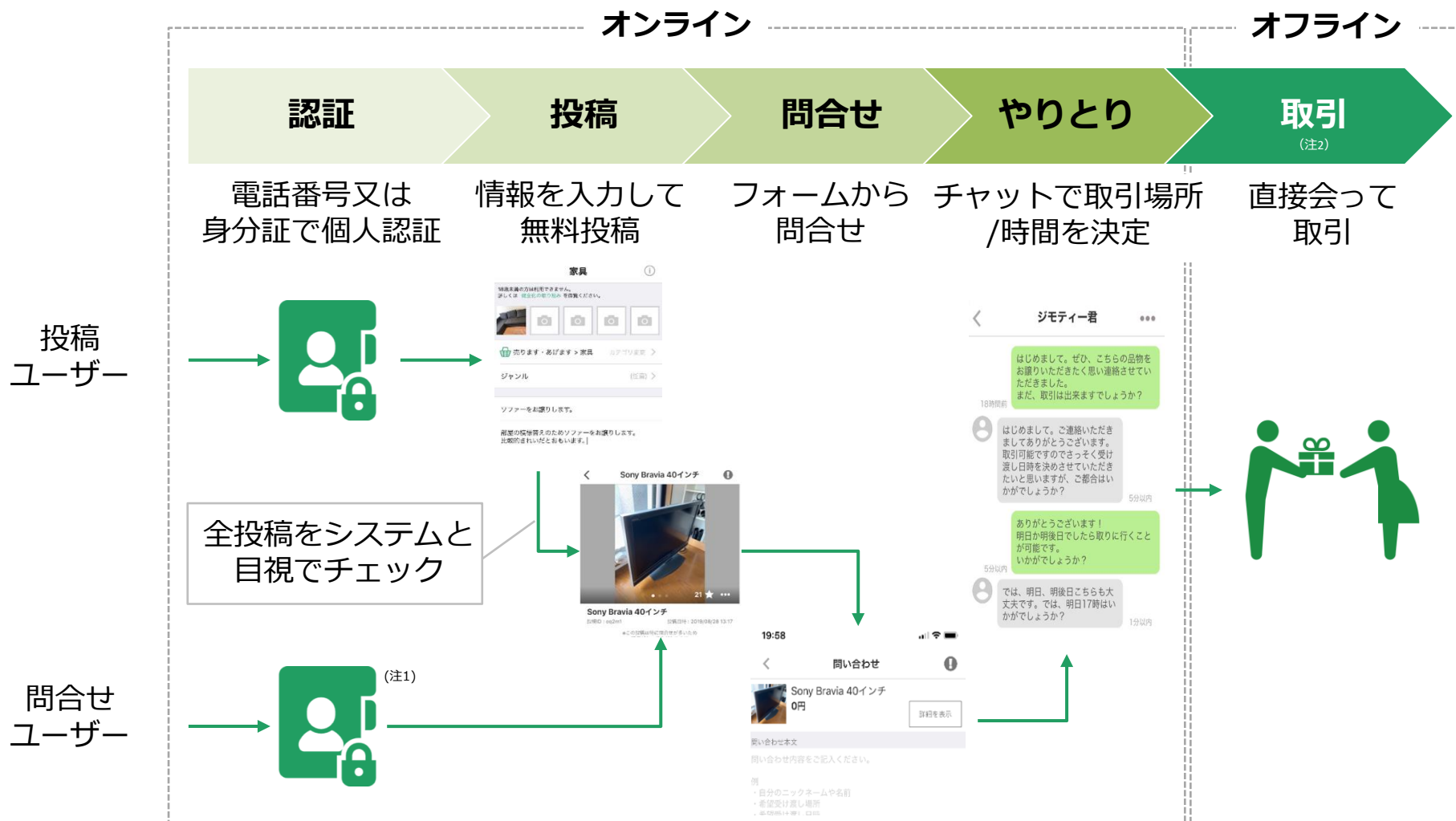
1R 共有部約45.5㎡ 専有部7㎡  
水天宮前駅

8月29日

- ・ 低価格
- ・ 初期費用安

# ユーザーの利用フロー

オンライン上でやりとり後、オフラインで直接取引を行うことが前提



注 (1) 問合せユーザーの認証は一部カテゴリでは任意  
(2) 「売ります・あげます」カテゴリにおける取引例

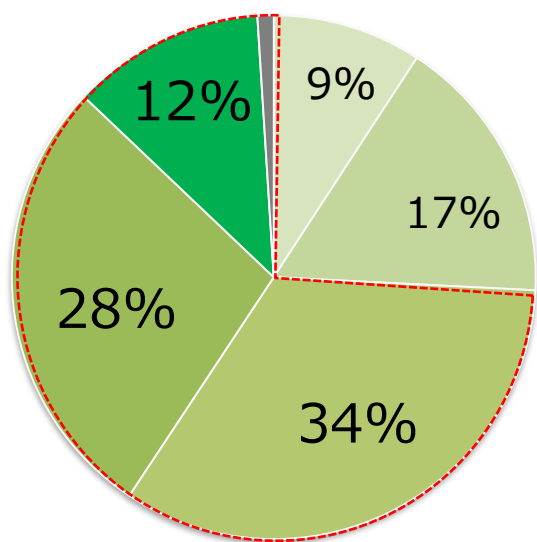
# ユーザーの特徴

40代以上の子供のいる女性が多く利用

40代以上で全体の70%以上 (注1)

子供有り世帯は平均の約3倍 (注1)

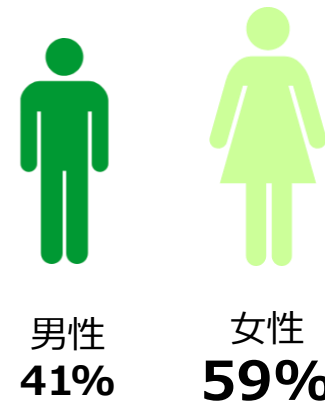
女性の利用が約6割 (注2)



■ 20～29歳 ■ 30～39歳 ■ 40～49歳  
■ 50～59歳 ■ 60歳以上 ■ 19歳以下



■ ジモティー ■ 全国平均



注 (1) 出所：会社資料 2018年7月のサービス利用者調査。サンプル数約4,000人  
(2) 出所：会社資料 2018年12月のサービス利用者調査。サンプル数約800人

# 安心・安全の取組み

健全なサービス提供のため継続的な改善が重要

## 認証レベル

## 投稿の品質

## やりとりの質

## 取引後のケア

### 取組みの 基本姿勢

投稿内容に合わせた  
認証レベルの担保

投稿品質の維持、  
禁止物の排除

履歴の保存、  
トラブルを未然防止

トラブル解決に向け  
た積極的な関与

### 実施施策の 概要

- ・ 投稿時の電話番号  
or 身分証必須

- ・ システム&目視で  
全件チェック

- ・ やりとり内容の  
全件フィルタリング

- ・ トラブル時の  
積極的なケア

- ・ カテゴリや  
投稿内容による  
認証レベルの強化

- ・ 投稿禁止項目の随時  
アップデート

- ・ サービス外での  
やりとりの禁止、  
ユーザー啓蒙<sup>(注)</sup>

- ・ 有事に備えた  
保険商品の用意

- ・ 利用履歴引き継ぎ、  
行動履歴による  
信頼度の評価

- ・ 各種外部機関との  
情報連携

- ・ 通報情報などによる  
警告、利用停止、  
利用禁止の実施

- ・ 評価情報の蓄積に  
よる信頼性の向上

例：

- 古物商許可証
- 法人書類
- 身分証2枚

注 カテゴリにより異なる

# 認識するリスク及び対応策について

当社事業に関するリスクについては以下の通りと認識しており今後も継続的に対応を実施

リスク項目	認識するリスクと対応策
プラットフォーム提供会社の動向について	<p>&lt;顕在化可能性：中／影響：中&gt;            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.並びに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における当社事業の重要な前提条件であり、動向を注視しております。これらプラットフォーム事業者の事業戦略の転換並びに動向によっては、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>
投稿内容の健全性について	<p>&lt;顕在化可能性：低／影響：大&gt;            当社が運営する「ジモティー」では、利用規約やガイドライン等を整備し、全投稿チェックによる監視体制の構築、適切なサポート人員配置等を行うことで、投稿内容の健全性の維持に努めております。その中で誹謗中傷や嫌がらせ、知的財産権の侵害等、明らかに不適切な投稿を発見した場合には、一定の基準に基づいて当該投稿を削除する等により、規制しております。しかしながら、ビジネスの特性上悪意をもって行われた取引を全て排除することは難しく、健全性の維持は可能な範囲で行われているため、一定のユーザー間でトラブルが発生する可能性があります。さらに、それらのトラブルが適切に解決されない場合は当社のブランドイメージ及び社会的信用の低下等により、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>
事業拡大に伴うシステム開発について	<p>&lt;顕在化可能性：低／影響：中&gt;            当社はサービスの安定稼働やユーザー満足度向上を図るため、サービスの成長に合わせてシステムやインフラの開発を継続的に進めていくことが必要であると認識しており、今後予測されるユーザー数、PV数及び投稿数の伸長、新サービスの導入、セキュリティ向上に備えて継続的なシステム開発を計画しております。しかしながら、想定よりも急速に増加した場合には、システム開発計画の前倒し等により想定外の開発費用が生じる可能性、また、適切な対応ができない場合はサービスの稼働やユーザー満足度が低下する可能性があります。そのような場合には、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>
事業運営体制について	<p>&lt;顕在化可能性：低／影響：低&gt;            当社は組織規模が小さく、規模に応じた業務執行体制となっております。また、今後の堅調な事業成長のために、有能な人材確保と育成が必要であると認識しており、適宜、採用を行い、社内研修制度の充実を図り、組織力の強化に注力してまいります。しかしながら、事業の急速な拡大等により、適切なタイミングで当社の求める人材の確保が十分になされない場合は、当社の事業及び業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>

※その他のリスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

# 免責事項

本資料に掲載されている情報には、業績予想・事業計画等の将来の見通しに関するものが含まれています。これらの情報については、現時点で当社が入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、リスクや不確実性を含むものです。当社としてその実現や将来の業績を保証するものではなく、実際の業績はこれら将来の見通しと異なる可能性があることにご留意ください。

本資料は当社についての情報提供を目的とするものであり、当社株式の購入や売却等の勧誘を目的としたものではありません。当社の有価証券への投資判断は、ご自身の判断で行うよう、お願いいたします。

「事業計画と成長可能性に関する資料」は、今後、本決算後2月頃を目途としてアップデートを行う予定です。