



事業計画及び成長可能性に関する事項

モイ株式会社

2022年4月

ツイキャス

ライブ配信コミュニケーションプラットフォーム



目次

- 1 会社概要
- 2 事業の特徴と強み
- 3 成長戦略
- 4 財務ハイライト
- 5 リスク情報



1 会社概要

会社概要

会社名 モイ株式会社(moi Corporatiton)

設立年月日 2012年2月29日

代表者名 赤松洋介

資本金 1,344,800,000円(2021年10月30日現在)
(資本準備金575,000,000円を含む)

事業内容 ライブ配信コミュニケーションプラットフォーム
「ツイキャス」の企画、開発、運用

従業員 34名(2022年2月末)

主要株主 赤松洋介
イーストベンチャーズ株式会社
Mandela Capital Limited
(Sinar Mas Group (インドネシア))
グローバル・ブレイン株式会社
SBIインベストメント株式会社

MISSION

ミッション

人と人をつなげて
世界中の人々の生活を豊かに変えます

Vision

ビジョン

心地よいコミュニケーション空間=健全なコミュニティ
を創造し世界中の人々をダイレクトにつなぐ

代表取締役社長 赤松 洋介

- 1994/3 京都大学工学部工学研究科修士課程修了
-
- 1994/4 株式会社オージス総研
オブジェクト技術部 シニアエンジニア
オブジェクト指向DBシステム開発・コンサルティングを担当
-
- 1996/2 スタンフォード大学
Computer Science 客員研究員
Digital Library Projectに参画
-
- 2000/1 サイボウズ株式会社
サイボウズ Office プロジェクトマネージャー
サイボウズ Office の開発・マーケティング全般の総責任者
-
- 2005/8 サイドフィード株式会社 設立 (現 Moi Labs 株式会社)
代表取締役
-
- 2010/2 ライブ配信サービス「ツイキャス」リリース
-
- 2012/2 モイ株式会社 設立
代表取締役社長



マネジメントチーム – 取締役・監査役



取締役 サービス運用本部長
芝岡寛之

サイボウズ株式会社でWebアプリエンジニアを経験。サービス黎明期から当社に参画し、2013年取締役に就任。



取締役 経営管理本部長
入山高光

サイボウズ株式会社で海外事業立上げに従事後、ヤフー株式会社で新規事業開発等を担当。2020年に当社取締役就任。



社外取締役
本田謙

株式会社フリークアウト代表取締役就任等を経て、2018年株式会社フリークアウト・ホールディングス代表取締役社長Global CEO就任。2019年当社社外取締役就任。



常勤監査役(社外)
石崎文雄

Korea University 招聘准教授、南山大学教授等を経て、株式会社Orchestra Holdings常勤監査役などを歴任。2019年に当社監査役就任。



監査役(社外)
竹内亮

朝日新聞を経て、2008年に弁護士登録後、2019年鳥飼総合法律事務所パートナー就任。2020年より当社監査役就任。



監査役(社外)
伊藤耕一郎

ゴールドマン・サックス証券株式会社、税理士法人プライスウォーターハウスクーパーズを経て独立し、2011年伊藤国際会計税務事務所開業。2020年より当社監査役就任。

沿革とツイカスの成長

10年に及ぶ独自文化への投資・スマホSNS特化・女性も安心

- 2012年2月 サイドフィード株式会社からの会社分割にてモイ株式会社を設立
- 2015年4月 有料チケット販売サービス「キヤスマーケット」をリリース
- 2018年6月 ユーザーが「ツイカス」を通じて収益化できる「ツイカス・マネタイズ」機能をリリース
- 2019年2月 デジタルコンテンツ販売機能を「キヤスマーケット」にてリリース
- 2019年8月 ゲーム実況アプリ「ツイカスゲームズ」をリリース
- 2020年3月 ユーザーが自身の配信を有料販売できる「プレミアム配信」を「キヤスマーケット」にてリリース
- 2020年11月 配信者を月額で支援できる「メンバーシップ」機能をリリース
- 2021年5月 「ツイカス」の音声SNS機能として「ツイカス・コール」機能をリリース
- 2021年8月 「ツイカス」の日本語版サービス正式名称を「TwitCasting」からカタカナの「ツイカス」に変更

ツイカス 累計登録ユーザー数*1

(単位:千人)

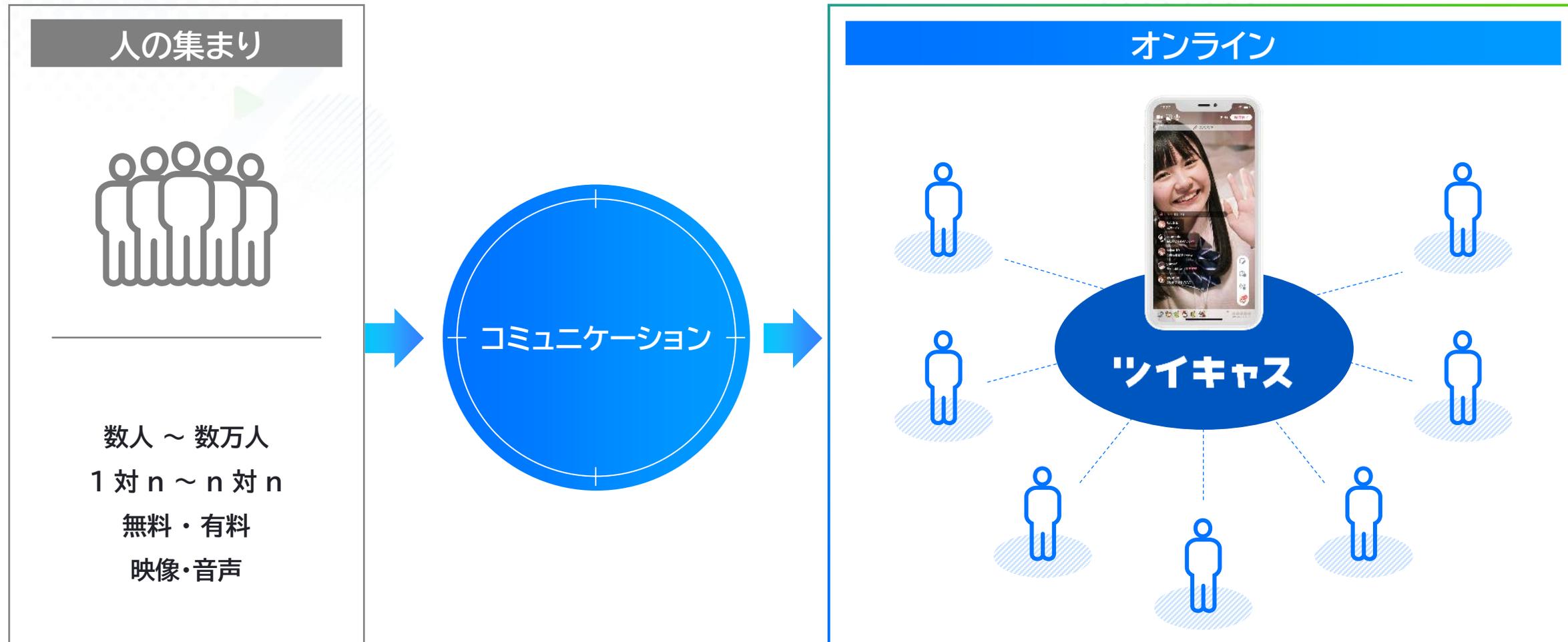


*1 サービス開始から2021年7月31日までの累積登録ユーザー数。

2 事業の特徴と強み

事業コンセプト

あらゆる人の集まりを快適なコミュニケーションにフォーカスしてオンライン化し、新たな価値を提供する



事業概要

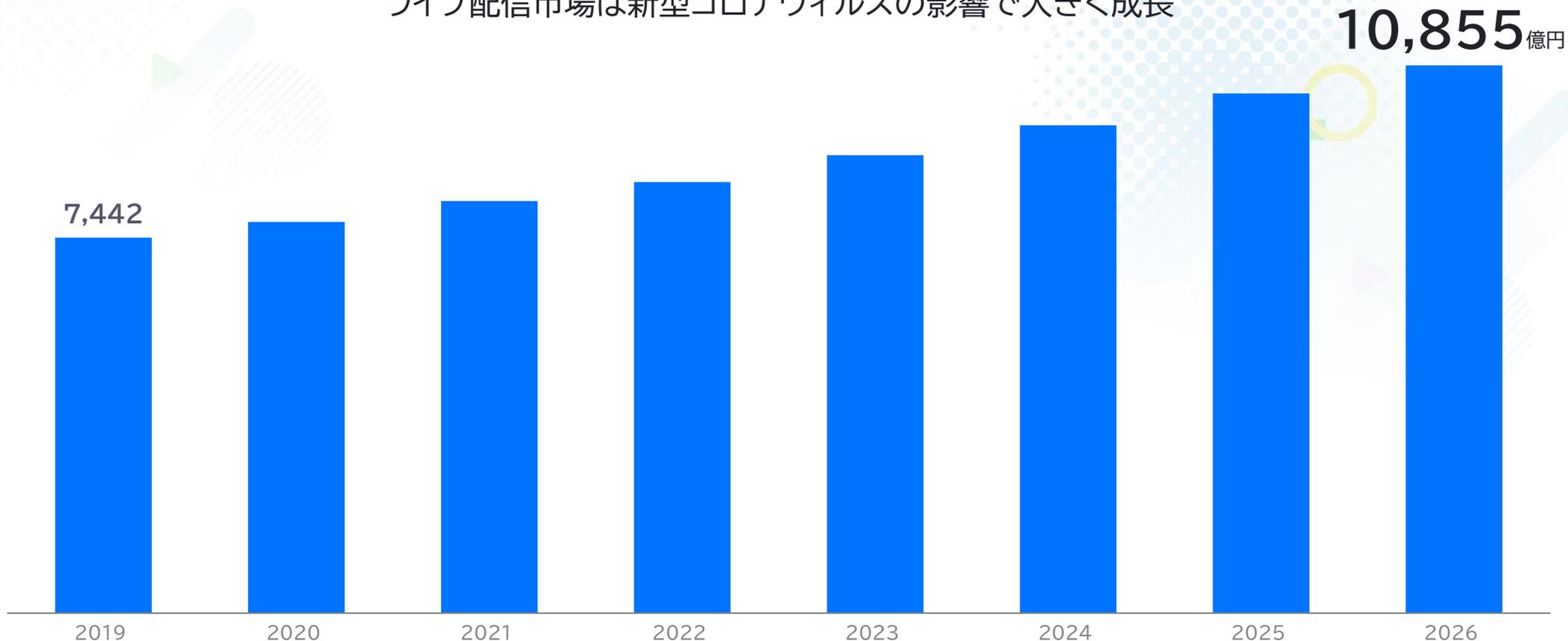
快適なコミュニケーションから収益が生まれるライブ配信コミュニケーションプラットフォーム



動画投稿・ライブ配信サービスの市場規模

動画投稿・ライブ配信*¹の市場規模*²は2025年に1兆円越えと推計されている*³

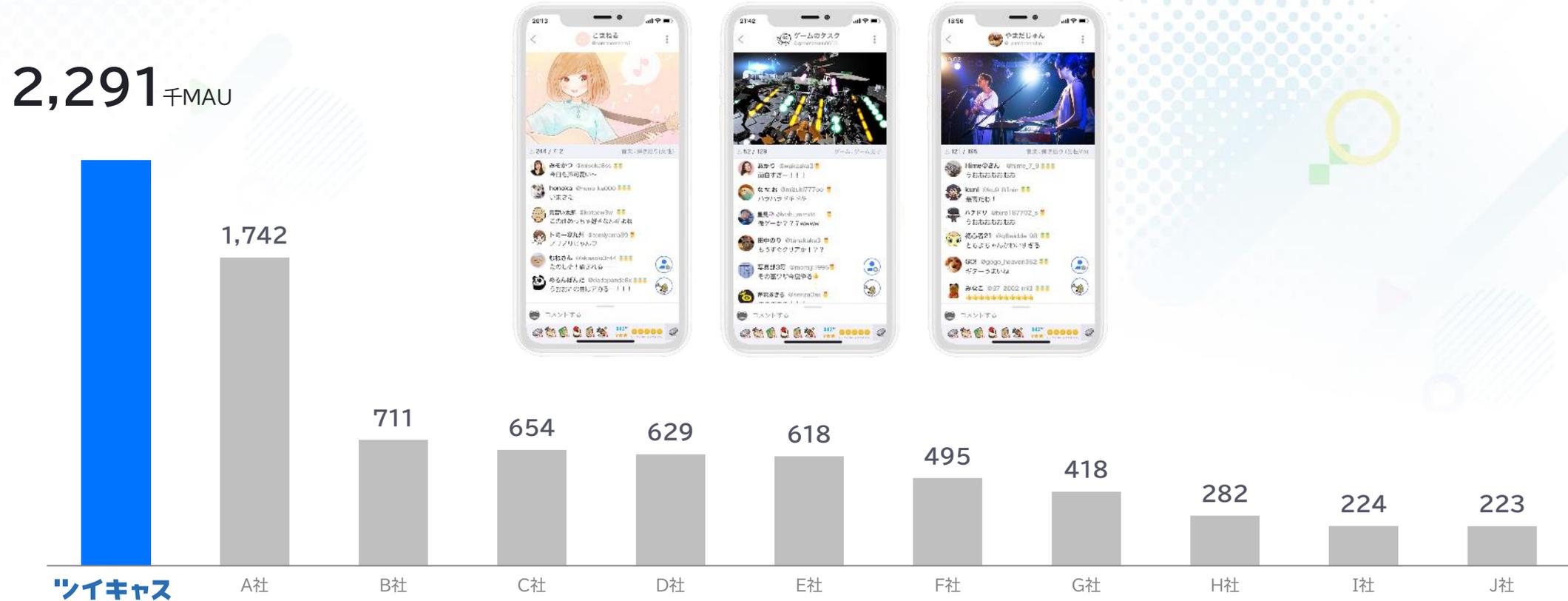
ライブ配信市場は新型コロナウイルスの影響で大きく成長



- *1 「YouTube」や「ニコニコ動画」などの、消費者や企業が動画を投稿できる動画投稿サービス、および「SHOWROOM」「17 LIVE」など、消費者や企業がライブ配信できるライブ配信サービスに関連する分野を「動画投稿・ライブ配信市場」と定義する。
- *2 動画投稿サービスおよびライブ配信サービスにおける「プレミアム会員費」「ファンクラブ会員費」「ギフティング」「アバター購入費」、動画投稿者・ライブ配信者の「関連イベントへの参加費」「関連グッズの購入費」、動画投稿者・ライブ配信者が宣伝する「商品の購入費」を含めるほか、動画投稿サービスおよびライブ配信サービス上で掲載される「インターネット広告料(広告製作費は除く)」を含む。なお、これらのうち、2019年度の広告費は、電通によるインターネット広告媒体費総額の推計値よりNRIが推計。2020年度以降はNRI予測。
- *3 出典:株式会社野村総合研究所「ITナビゲータ2021年版」2020年12月17日発行

国内のマーケットリーダー

国内ライブ配信アプリMAU *1 No.1*2*3

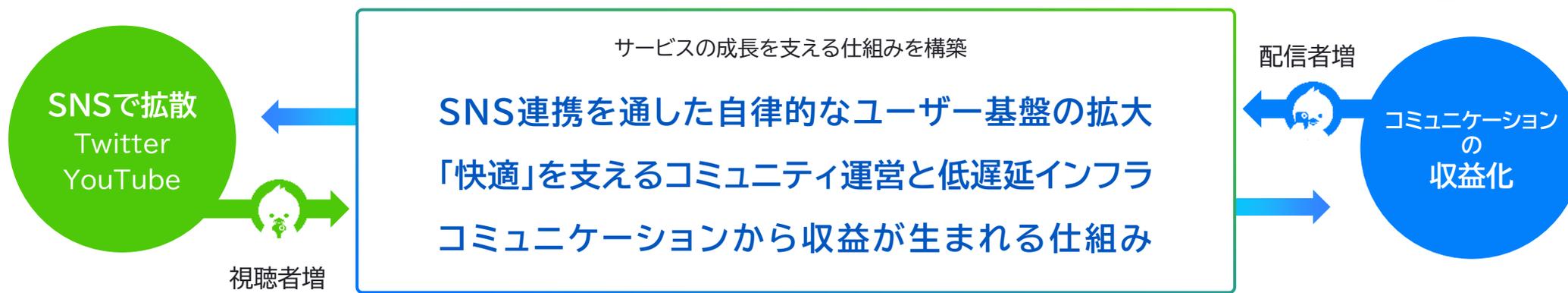
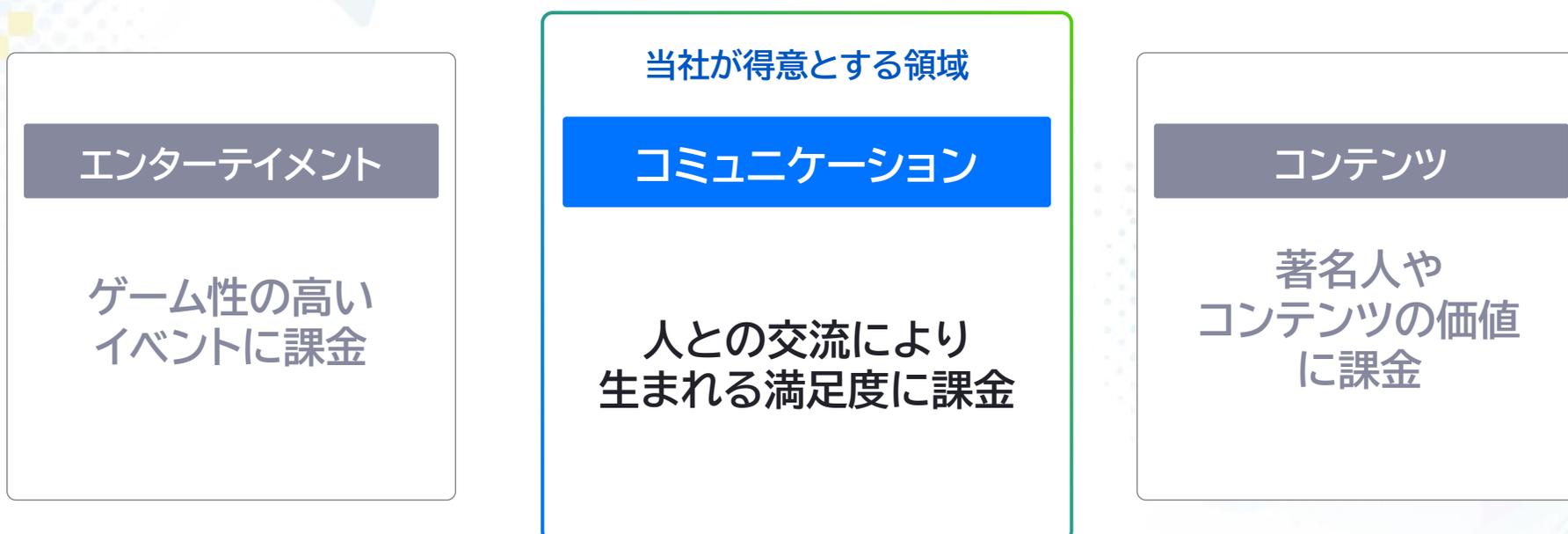


*1 MAU:月間アクティブユーザー数。

*2 出典:Business Insider「ツイキャス・ニコ生・SHOWROOM…コロナ禍の「ライブ配信アプリ」戦国時代。主要11タイトル徹底比較」2020年7月27日

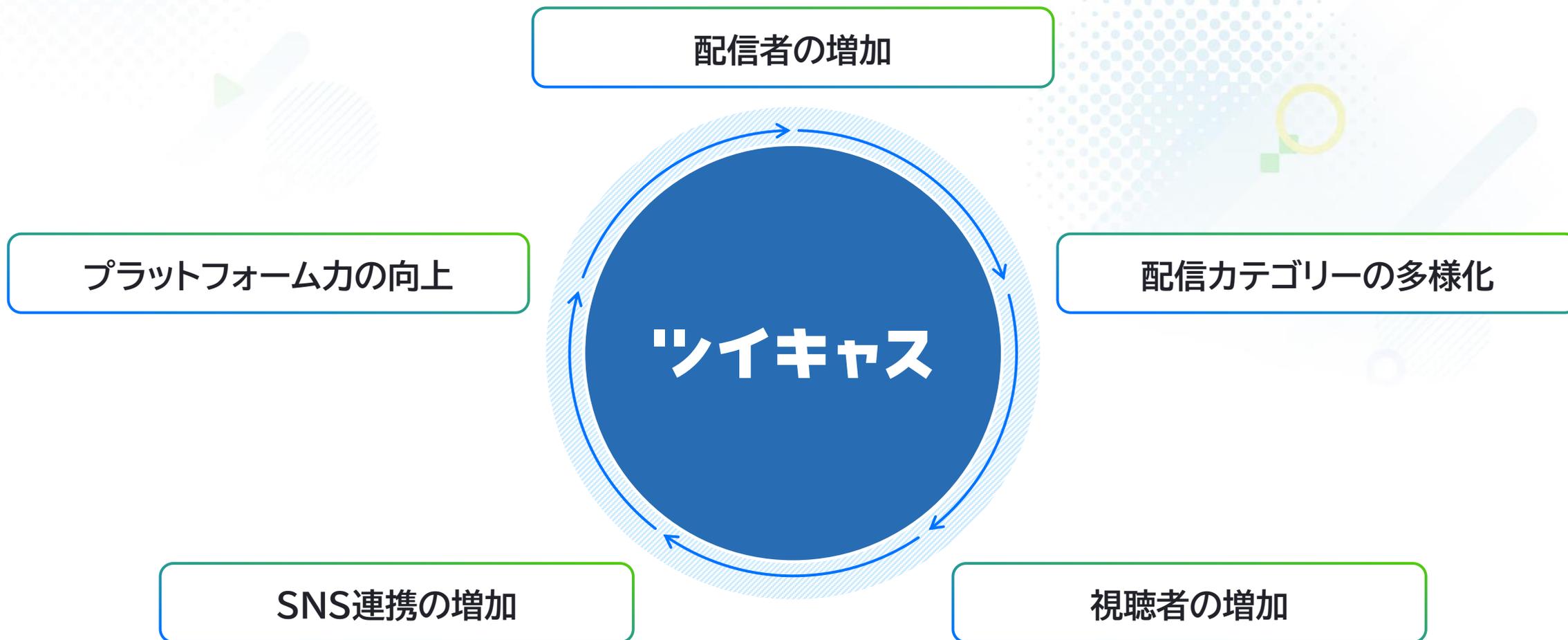
*3 スマートフォンなどを使った動画の生配信及びそれらの視聴を主目的としたアプリが対象となります。YouTube等、ライブ配信機能を有するSNSサービスについては、対象に含まれておりません。

サービス特徴



SNS連携を通じた自律的なユーザー基盤の拡大

配信者と視聴者双方のエンゲージメントが向上し、SNS連携することで、自律的にユーザー基盤が拡大



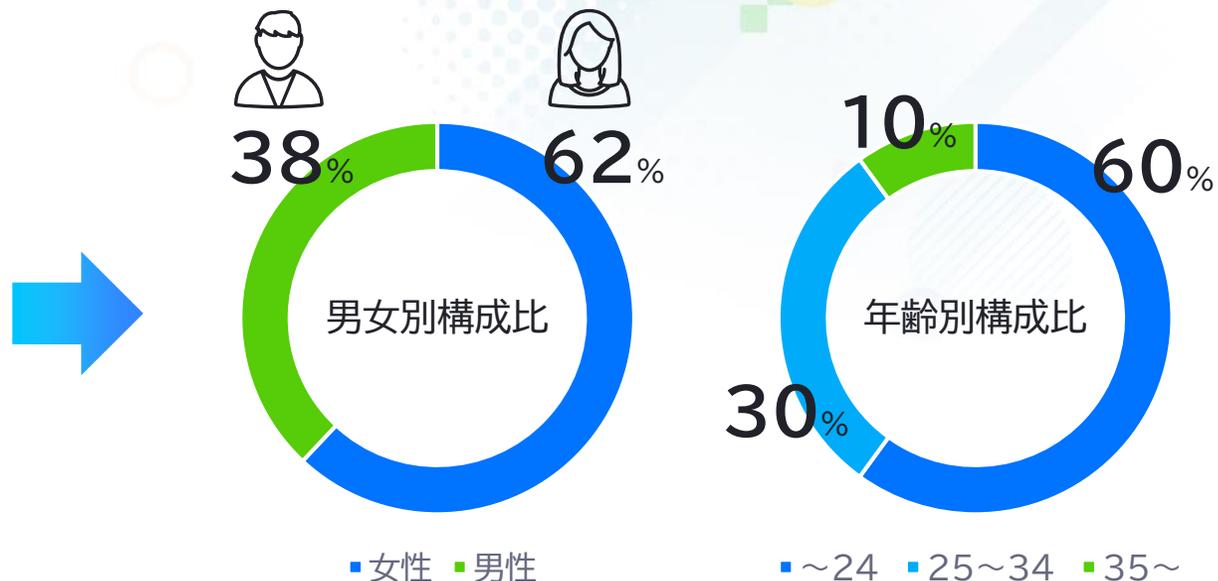
「快適」を支えるコミュニティ運営

10年間の運営ノウハウと仕組みのシステム化により、女性・若年層が安心できるコミュニティ構築を推進

ユーザーが安心して使えるコミュニティとそれを支える健全な運営システム



女性率、若年層率が高い
配信／視聴で分布に偏りが無い



* ユーザーの性別分布及び年齢分布は、2021年1月20日から2021年4月19日までの90日間を対象とした実績を集計しております。集計データは全て、Google LLCが提供するFirebaseから入手したものを利用しております。

「快適」なコミュニティ運営のための主な取組

トピック	主な取組内容
児童・未成年ユーザー保護対応	<ul style="list-style-type: none">• ユーザー登録時に年齢確認を行い、未成年ユーザーに対して月間のポイント購入金額に上限を設定し未成年による多額のポイント購入を未然に防止• 児童ユーザーに対する出会い系コメントや露出を誘導するコメントをシステムで自動検知し、アカウントの自動規制や注意喚起を行うことで、児童被害の発生・拡大を防ぐ• 「ツイキャス」の収益化機能を通じて報酬を受け取ることができる対象を法人または18歳以上の個人に限定することで、児童ユーザーが金銭トラブルに巻き込まれるリスクを最小化• 15歳未満のユーザーに対してセンシティブ・コンテンツ(児童の視聴にふさわしくないコンテンツ)の表示・アクセス制限を実施
配信者保護対応	<ul style="list-style-type: none">• ライブ配信中のユーザー間トラブル発生を事前に防止する仕組みとして、特定のユーザーや単語をブロックできるNG機能を配信者ユーザーに提供• ライブ配信中の迷惑コメントをシステムで自動検知し、アカウントの自動規制を実施• 配信者が指定したユーザーが、その配信者のライブ配信内で投稿された迷惑コメントをリアルタイムで削除できる機能(モデレーター機能)を提供
ユーザー啓蒙活動推進	<ul style="list-style-type: none">• 利用規約やサービスを利用する上でのルールや注意事項を記載したコミュニティ・ガイドラインをはじめとする様々なガイドラインを設け禁止行為を明確にし、ユーザーに周知徹底するための啓蒙活動を継続的に実施
著作権保護対応	<ul style="list-style-type: none">• 著作権に関するガイドライン、楽曲利用に関する注意喚起ページ、ゲーム実況配信に関するガイドライン等を公開し、ユーザーに注意啓発を実施• 著作権者専用の通報フォームを設置し、著作権侵害行為に対して迅速に対応できる体制を構築• 著作権を有する権利団体や個別の会社との間で、サービス上の利用に関する包括契約を締結
サービス監視体制	<ul style="list-style-type: none">• アウトソーシング(外部委託)の活用による24時間365日監視対応• ユーザー等からの報告のハードルを下げる仕組み構築による違反行為の早期発見と早期対応• 無作為サンプリングによるリアルタイムでの配信監視の実施• 無作為サンプリング監視における音声のテキスト化の活用とテキスト監視体制• アカウント規制判断基準の定期評価及び更新
ユーザー主導監視促進	<ul style="list-style-type: none">• ユーザーが違反行為を報告しやすくするためユーザー通報機能の提供および継続的な改善• コミュニティ・ガイドライン等において違反行為に対するユーザー報告を啓発• ユーザー通報に対して適切かつ速やかに対応することにより、ユーザーコミュニティ間で「違反行為を報告すれば対応される」という意識を醸成

「快適」を支える低遅延インフラ

低遅延かつ大規模配信コミュニケーション・インフラ

- 1 独自配信システムをオンプレミスで運用
- 2 クラウド併用による柔軟な拡張性
- 3 スマホ・遅延に特化した独自の配信システム



低コスト



大規模

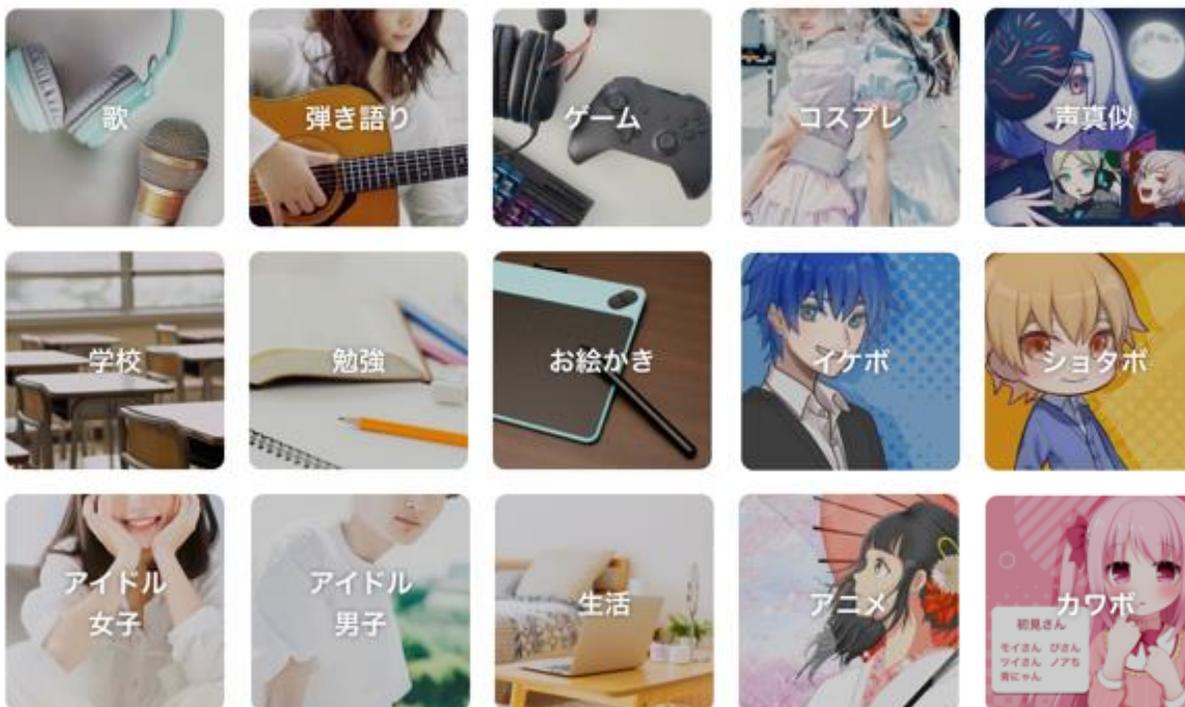
ユーザー基盤拡大に貢献する多様な配信カテゴリ（文化）

100以上のカテゴリでユーザーが興味を持てる「入口」を形成
ユーザー規模の大きい配信カテゴリは拡大をサポート

同じ興味で人とつながることができる配信カテゴリが拡大中

アニメ放送

独自の視聴システムで
アニメの共有視聴体験を
オンライン化



VTuber

新しいコミュニケーション手段
専用プログラムに
3000人以上が登録

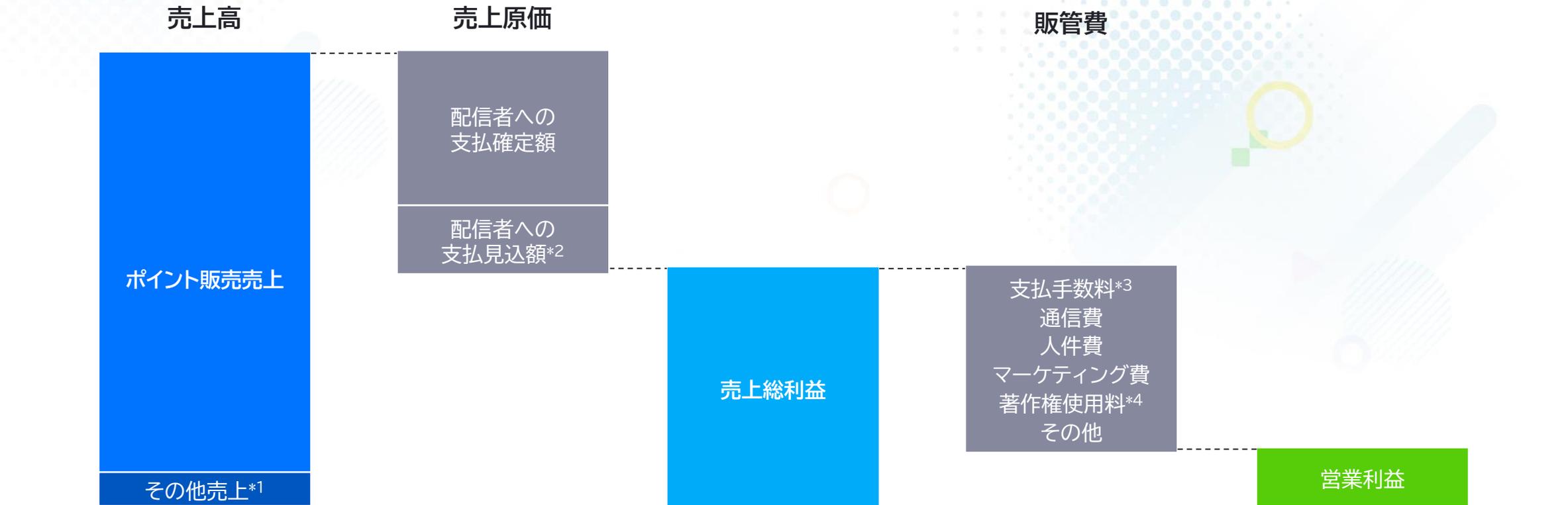


コミュニケーションから収益が生まれる仕組み

課金を通して個人が個人を応援できるプラットフォーム



収益構造



*1 メンバーシップ販売手数料売上、「キャスマーケット」におけるチケット・コンテンツ販売手数料売上、広告売上となります。

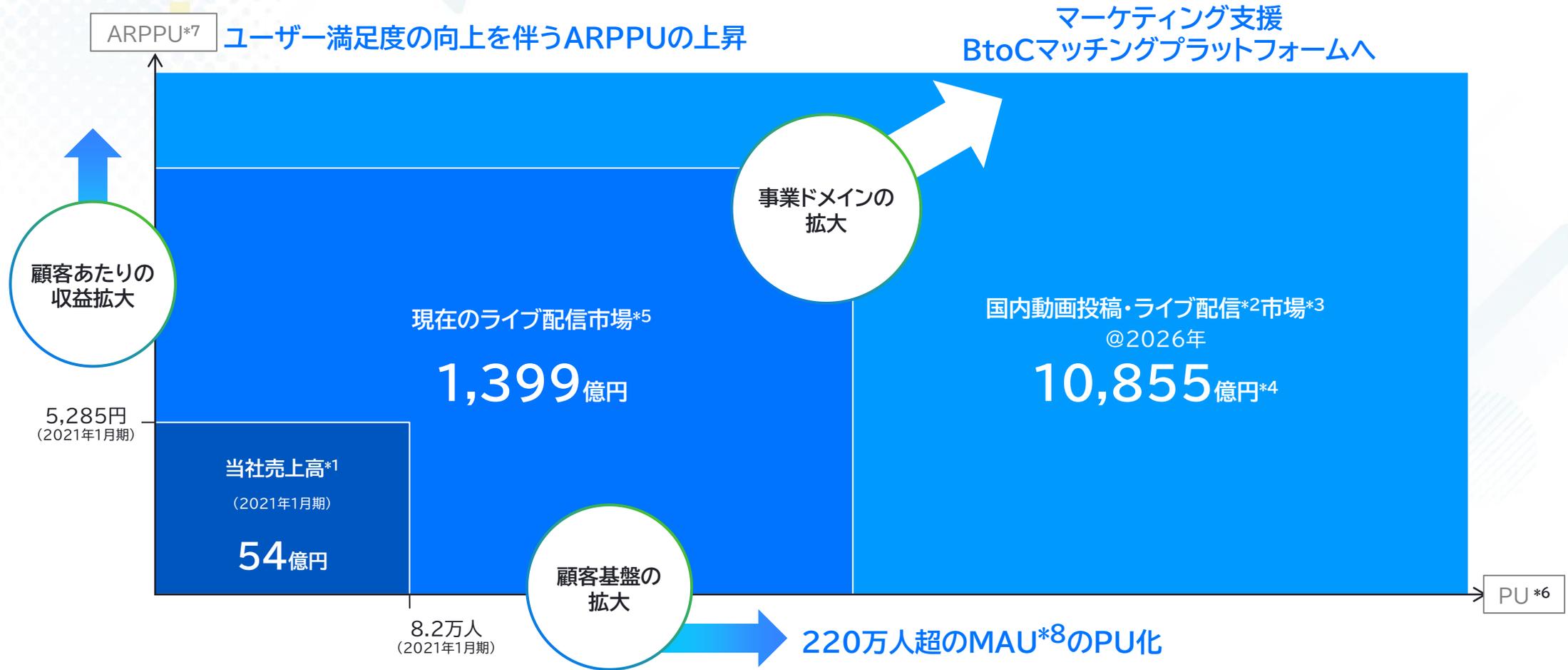
*2 将来に配信者へ支払を行う可能性の高い金額のうち、一定額を見込額として売上原価計上しております。

*3 Apple、Googleなどのプラットフォームに対して支払う決済手数料になります。

*4 音楽著作権の利用に伴いJASRAC、NexToneに対して支払う使用料等になります。

3 成長戦略

市場規模を見据えた成長の基本戦略



*1 当社2021年1月期の売上高。

*2 「YouTube」や「ニコニコ動画」などの、消費者や企業が動画を投稿できる動画投稿サービス、および「SHOWROOM」「17 LIVE」など、消費者や企業がライブ配信できるライブ配信サービスに関連する分野を「動画投稿・ライブ配信市場」と定義する。

*3 動画投稿サービスおよびライブ配信サービスにおける「プレミアム会員費」「ファンクラブ会員費」「ギフト」「アバター購入費」、動画投稿者・ライブ配信者の「関連イベントへの参加費」「関連グッズの購入費」、動画投稿者・ライブ配信者が宣伝する「商品の購入費」を含めるほか、動画投稿サービスおよびライブ配信サービス上で掲載される「インターネット広告料(広告製作費は除く)」を含む。なお、これらのうち、2019年度の広告費は、電通によるインターネット広告媒体費総額の推計値よりNRIが推計。2020年度以降はNRI予測。

*4 出典:株式会社野村総合研究所「ITナビゲータ2021年版」2020年12月17日発刊

*5 *4における株式会社野村総合研究所による2021年度当該市場規模推計値を前提として、ライブ配信アプリ市場における月間アクティブユーザー数(自社調査による2021年8月時点での集計値)をもとに自社で試算した推計値。

*6 PU:月間平均課金ユーザー数。

*7 ARPPU:課金ユーザーあたりの月間平均課金額。

*8 MAU:月間アクティブユーザー数。

成長の基本戦略

既存事業の拡大

顧客あたりの収益拡大

定期的なイベントの開催
(課金ユーザーの拡大)



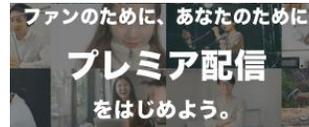
サブスクリプションの拡大



顧客基盤の拡大

既存セグメントの深耕

動画SNSとの連携強化
有料ライブ配信



新規セグメントへのリーチ

タレント・企業サポート

OFFICIAL PROGRAM

TALENT MANAGER

海外



新規事業への挑戦

事業ドメインの拡大



X

BtoCマッチングプラットフォーム

定期的なイベントの開催

既存顧客基盤とブランド力を生かした大規模イベントの定期開催

コミュニケーションを活性化し課金のきっかけをつくる

課金ユーザー
(高ロイヤリティユーザー)の
新規獲得

+

既存課金ユーザーの
平均課金額(ユーザー満足度)の
健全かつ継続可能な向上

サブスクリプションの拡大

配信者をサブスクリプション(月額課金)で継続的に応援できる仕組みを展開



© Asako Hashi

ユーザー収益の安定化とユーザーロイヤリティ向上に貢献

顧客基盤の拡大

既存ユーザーセグメントの深耕と新しいユーザーセグメントへのリーチ

既存セグメントの深耕

ユーザー増

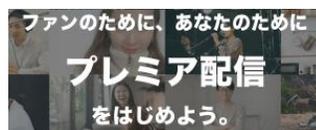


成長マーケットである
動画SNSとの連携を強化

ロイヤリティ向上



配信カテゴリーの拡大



新規セグメントへのリーチ

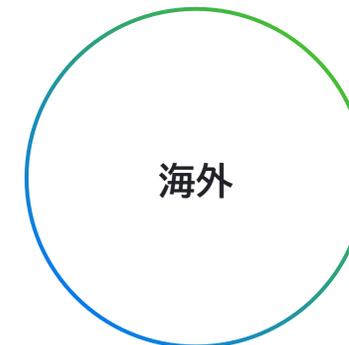
新たなユーザー層の獲得



タレントや芸能事務所の活用を支援
公式アニメ放送の展開



既存資産の展開



強い日本の文化資産である
VTuberを海外市場にリーチ



有料ライブイベント（プレミアム配信）

常時2,000件以上の開催予定が登録されている
日本でも有数の有料ライブ配信システム

- 音楽から落語や演劇まで幅広く利用が広がるアーカイブも再販可能なユニークなシステム
- 新たなユーザー層(30代後半以上層)の獲得に貢献

参加者

- チケット購入
- 視聴
- コメント
- アイテム送信



主催者

- チケット販売
- グッズ販売
- イベント配信
- リアクション



新たな価値を創造

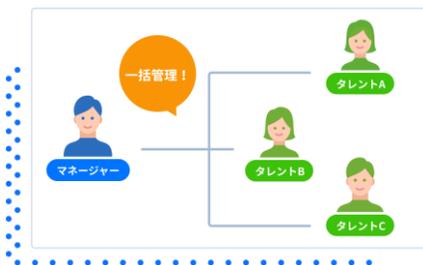
コンテンツを見る

みんなで
コミュニケーションを
楽しむ

ライブ配信市場の拡大により事務所などの参入が増加

タレントマネージャー

大手VTuber事務所など、
60以上の事務所がタレント収益の管理に利用



複雑な収益管理もスムーズに



代理操作でタレントがより
配信活動に専念できる環境に

オフィシャルプログラム

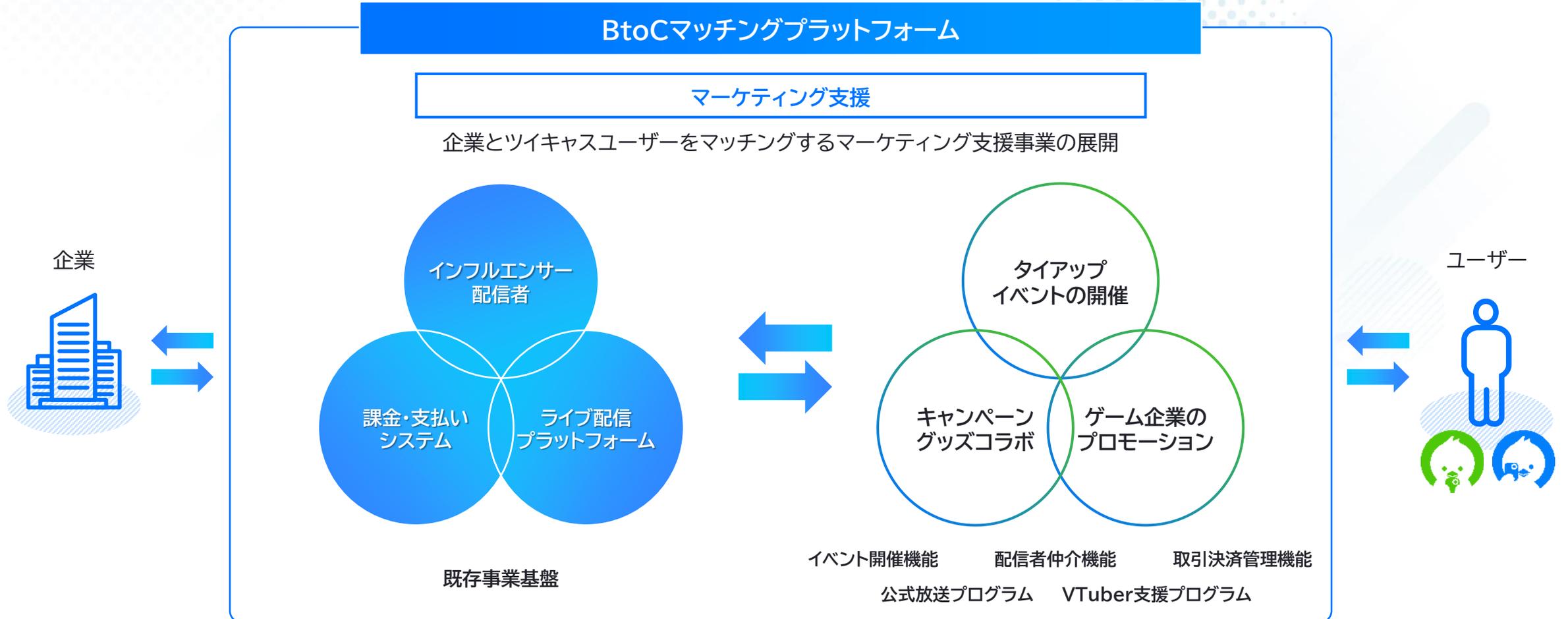
法人や著名人など120以上の団体や個人が、
より公式な配信に利用



ライブ配信事業をとりまく法人ユーザーのサポート
ブランド価値の向上と新規ユーザー層拡大に貢献

事業ドメインの拡大

事業基盤を生かしたBtoCマッチングプラットフォームへ進化



4 財務ハイライト

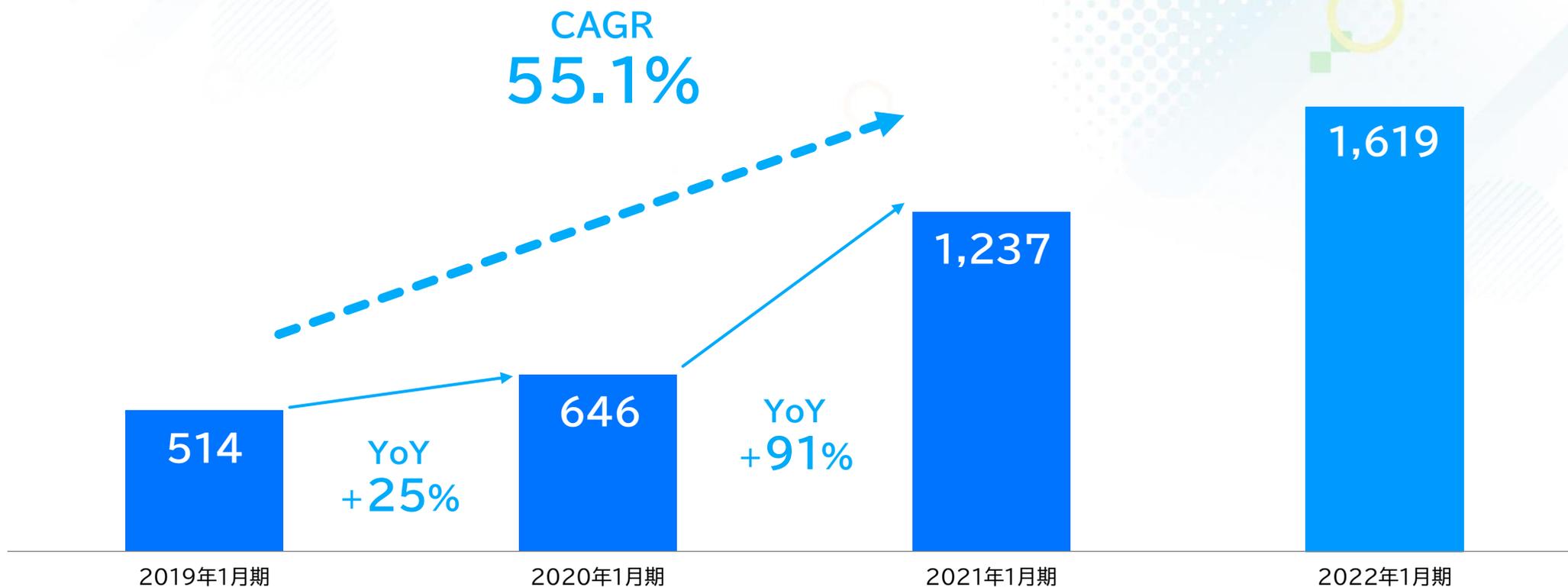
主要KPI(実質売上総利益・ポイント販売売上・ポイントPU・ポイントARPPU)

定義	実質売上総利益 プラットフォームとしてユーザーに提供できた付加価値	=	売上高 ポイント販売売上 + メンバーシップ売上 + キャスマ売上	-	売上原価 配信者ユーザーへの支払	-	手数料 決済代行業者に対する手数料 (必要経費)
	ポイント販売売上 ユーザーによるポイント使用額	=	ポイントPU ポイント購入ユーザー数	×	ポイントARPPU ポイント購入ユーザー1人当たりの平均課金額	-	未使用ポイント ユーザー購入ポイントのうち未使用額

実質売上総利益の推移

コロナ禍の影響を受け、成長率が上昇
今後は、売上拡大と原価コントロールを同時に実現する成長を目指す▶

単位:百万円



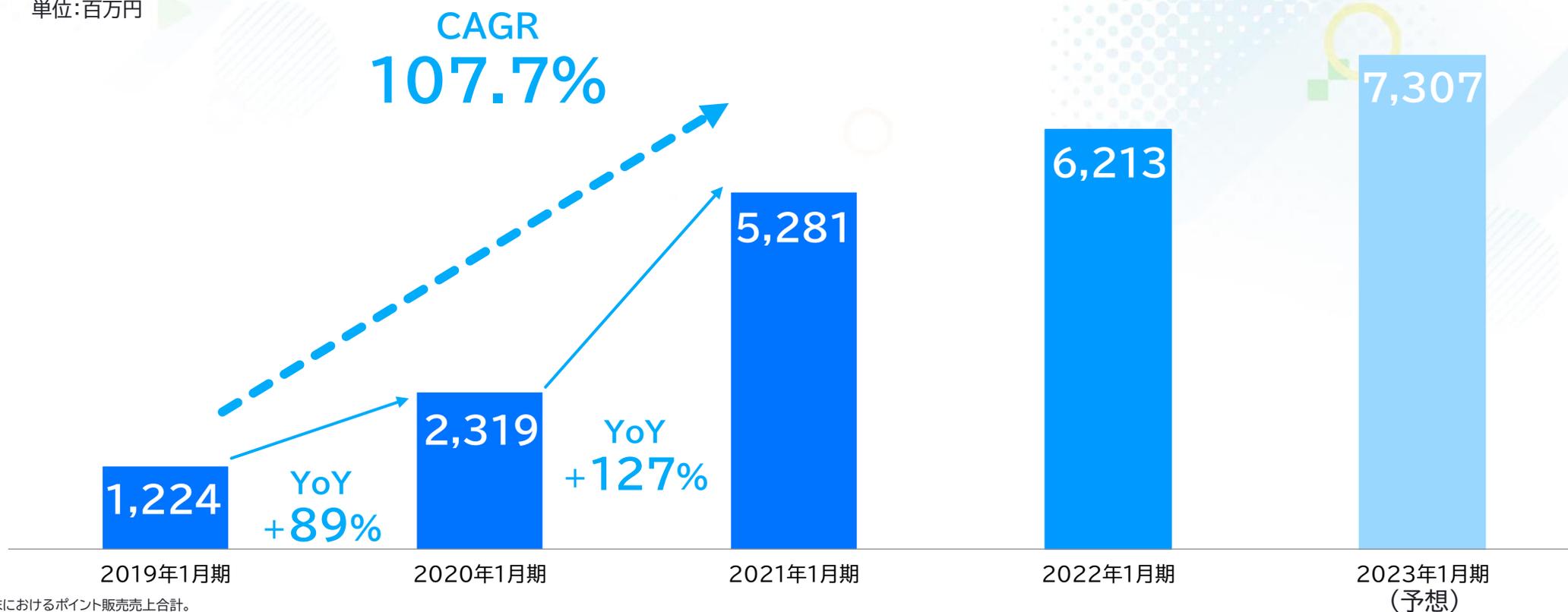
* 各事業年度末における実質売上総利益。

* 2023年1月期の予想数値については、公表しておりません。

ポイント販売売上の推移

コロナ禍以前より、課金ユーザー数を成長ドライバーとして順調に成長

単位:百万円



* 各事業年度末におけるポイント販売売上合計。

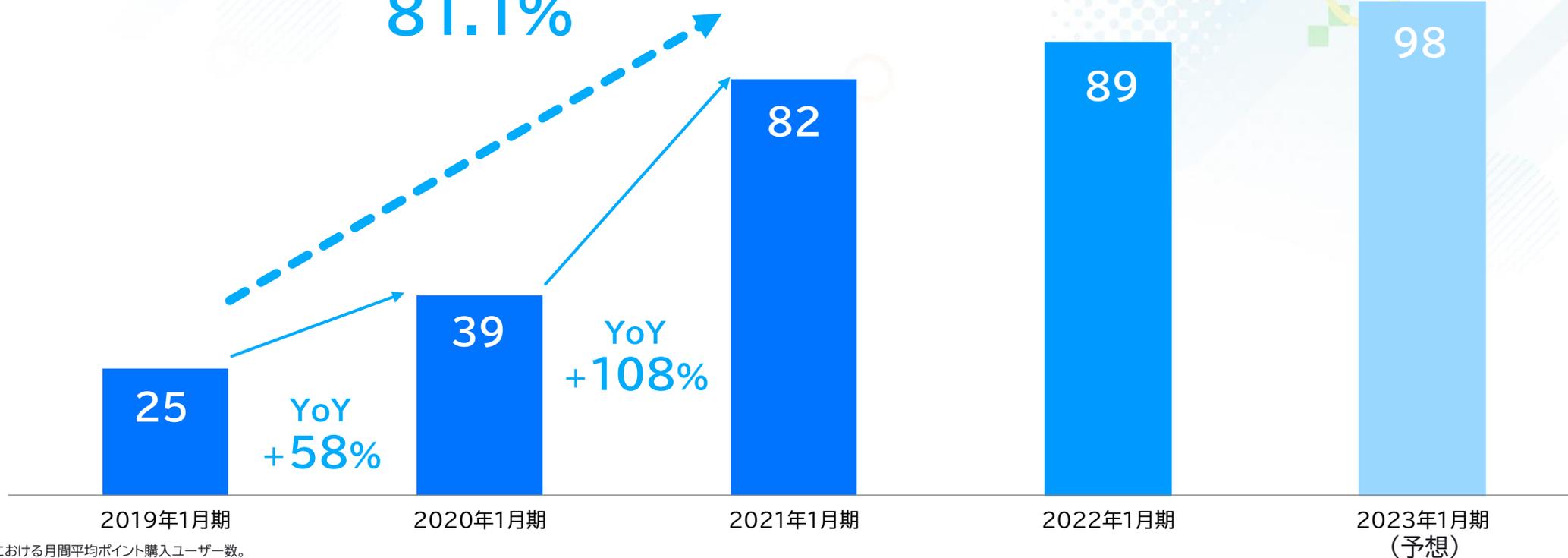
* 2023年1月期の予想については、本資料作成日現在において入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の業績は今後の様々な要因により予想数値と異なる場合があります。

ポイントPU(月間ポイント購入ユーザー数)の推移

コロナ禍で拡大した顧客基盤を維持しつつ、着実に成長中

単位:千人

CAGR
81.1%



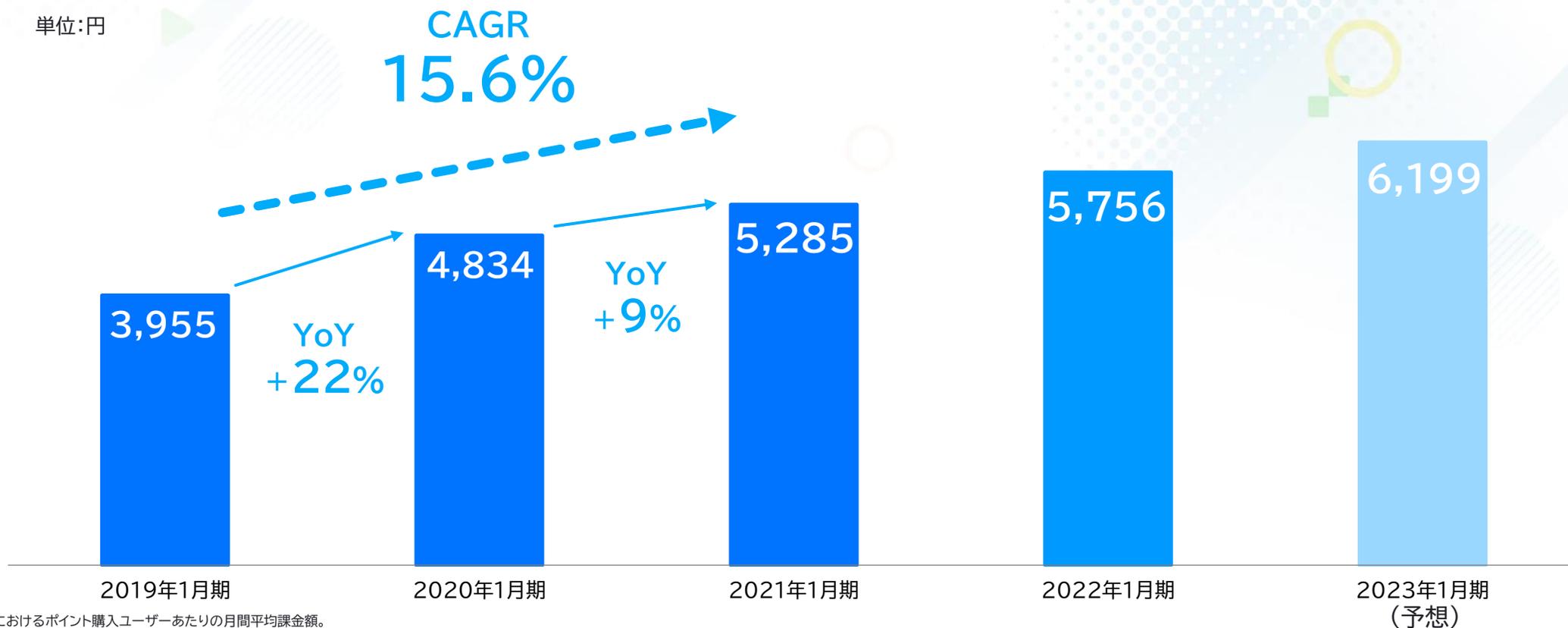
* 各事業年度における月間平均ポイント購入ユーザー数。

* 2023年1月期の予想については、本資料作成日現在において入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の業績は今後の様々な要因により予想数値と異なる場合があります。

ポイントARPPU(ポイント購入ユーザーあたり月間平均課金額)の推移

サービス健全性維持を前提に、ユーザー満足度の向上に伴い、健全なペースで上昇

単位:円



* 各事業年度におけるポイント購入ユーザーあたりの月間平均課金額。

* 2023年1月期の予想については、本資料作成日現在において入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の業績は今後の様々な要因により予想数値と異なる場合があります。

業績推移及び業績予想

単位:千円

	第8期 (実績)	第9期 (実績)	第10期 (実績)	第11期 (予想)
決算年月	2020年1月	2021年1月	2022年1月	2023年1月
売上高	2,359,209	5,479,467	6,552,032	7,738,884
売上原価	1,046,219	2,800,414	3,313,094	3,795,252
売上総利益	1,312,989	2,679,053	3,238,937	3,943,631
販売費及び一般管理費	1,510,720	2,812,713	3,036,833	3,657,626
営業利益又は営業損失(△)	△ 197,730	△ 133,660	202,103	286,005
経常利益又は経常損失(△)	△ 190,230	△ 136,237	206,214	287,993
税引前当期純利益又は当期純損失(△)	△ 186,208	△ 136,237	206,176	287,993
税引後当期純利益又は当期純損失(△)	△ 193,828	△ 146,616	246,652	247,088

前提条件

- 第10期においては、決済手段の多様化による支払手数料/売上高比率の低下や、より効率的な広告宣伝施策の実施による広告宣伝費/売上高比率の低下等により、売上高の増加率に比して、販売費及び一般管理費の増加率を低下させることができたことにより、単年度黒字を達成することができました。
- 第11期売上高は、ポイントPU及びポイントARPPUが順調に成長している実績を踏まえて、売上高の約94.4%である73.1億円をポイント販売売上で見込んでおります。
- 第11期販管費は、Apple、Google等への手数料18.8億、通信費4.0億、人件費3.9億円、マーケティング費用3.3億円、著作権利用に対する費用等2.2億円等を見込んでおります。
- 第10期及び第11期においては、将来の合理的な見積可能期間内の課税所得見込み額に基づいて、当該見積可能期間の繰延税金資産は回収可能性があるものと判断し、法人税等調整額(△は利益)をそれぞれ△91百万円(第10期)、△34百万円(第11期)計上する見込みです。
- 第11期の予想については、本資料作成日現在において入手可能な情報に基づき作成したものであり、実際の業績は今後の様々な要因により予想数値と異なる場合があります。

調達資金の使途

成長戦略の実現のため、調達資金を以下の使途に充当する予定です

区分	主な使途	想定充当金額 (2023年1月期)
インフラシステム	BCP対応及びインフラシステム強化に伴う設備投資等	379百万円
マーケティング	ユーザー満足度向上と新規ユーザー獲得のためのブランディング 及びキャンペーン費用	209百万円

5 リスク情報

主な事業等のリスクについて

リスク	リスク概要	顕在化の可能性／影響度	当社対応方針
業界の成長性	当社の属するインターネット業界におけるライブ配信市場は、日々進化しており、国内外の経済状況はもとより、関連する法規制や新たな法規制等の出現や個人の嗜好等の変化に大きな影響を受ける傾向にあります。これに伴い、当該市場の成長が鈍化した場合、当社の事業、業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	小／中	市場調査やユーザー問合せ対応等を通して、本リスクが顕在化する可能性、時期、程度等を早期に把握し、必要な対応を適宜適切に行うことに努めております。
売上にかかる第三者への依存	当社が提供するスマートフォン用アプリは、Apple Inc.及びGoogle Inc.といったプラットフォーム運営事業者を介して一般ユーザーに提供されており、代金回収やシステム利用、ユーザー獲得等において、かかるプラットフォーム運営事業者に相当程度依存しております。これらの事業者との契約継続が困難となった場合、当社の事業、業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	小／大	本リスクの顕在化を防止するために、かかるプラットフォーム運営事業者との良好な関係構築や適時な情報収集及び対応に努めております。
サービスの健全性の維持	当社の提供するサービスは、不特定多数のユーザーが、配信者と視聴者、それぞれの立場から、リアルタイムでオンラインコミュニケーションを行うプラットフォームを提供することをその基本的性質としています。そのため、ユーザー間のコミュニケーションや行為等で発生した諸問題により、当社及び当社が提供するサービスに対する信頼性が低下し、ユーザー離れにつながる可能性があります。更に、当社もプラットフォームを提供する者としての責任を問われた場合、当社の企業イメージ、信頼性の毀損、ひいては当社の事業、業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	中／大	サービスの利用規約において、ユーザーが各種の問題行為、違法行為を当社サービスで行うことを禁止しております。また、通報制度の整備・運用、機能面では、特定のユーザーや単語をブロックする機能、特定のユーザーのみが視聴できる機能等の提供をしております。さらに、ユーザー間のコミュニケーションに対するモニタリング体制を構築しており、社内でのユーザーサポート人員の確保・教育、及び外部監視委託業者を利用し、監視体制の強化を図っております。
システムトラブル	当社サービスへのアクセスの急増などの一時的な過負荷、外部連携システムにおける障害、自然災害など、当社の予測不可能な様々な要因によってコンピュータシステムがダウンした場合、復旧等に際して特別な費用負担を強いられることにより、当社の利益が減少する可能性があります。	中／大	システムトラブルの発生可能性を低減するために、安定的運用のためのシステム強化、冗長化、セキュリティ強化を徹底しており、継続的なシステム等への設備投資を行っております。また、当社は、事業を運営するためのシステムを外部事業者が保有するデータセンターに設置し、セキュリティ強化による不正アクセス対策や、データのバックアップ、冗長化の体制を構築しております。
情報管理体制	当社が保有する個人情報等について、外部漏えい、改ざん、不正使用等が生じる可能性を完全に排除することはできません。これらの事態が起こった場合、適切な対応を行うための相当なコストの負担、損害賠償請求、当社に対する信用の低下等によって、当社の事業、業績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	中／大	当社ではプライバシーマークを取得・維持し、個人情報保護に積極的に取り組むとともに、研修や教育などを通じて社員への啓蒙活動を継続的に実施しております。また、個人情報保護基本規程等を制定し、個人情報の取り扱いに関する業務フローを定めて適切に管理し、同法及び関連法令並びに当社に適用される関連ガイドラインの遵守に努めるとともに、個人情報の保護に積極的に取り組んでおります。

※事業等のリスクについて、新規上場申請のための有価証券報告書(I の部)に掲載のリスクの中から、当社が特に重要と考えているリスクを抽出して記載しております。その他の事業等のリスクについては、新規上場申請のための有価証券報告書(I の部)「第一部企業情報 第2事業の状況 2事業等のリスク」に記載しております。

本資料の取り扱いについて

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。これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されたものにすぎません。さらに、こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますが、これらに限られるものではありません。また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。

本資料は今後通期決算発表時に更新して開示いたします。次回の開示時期は2023年3月頃を予定しています。