

FY2022 2Q 決算説明資料

メドピア株式会社(6095)

MedPeer, Inc.

Mission

－存在意義－

Supporting Doctors, Helping Patients.

医師を支援すること。そして**患者を救う**こと。

Vision

－実現したい姿－

集合知により医療を再発明する。

各事業の概要及び長期戦略

- 医師・薬剤師の会員サービス「集合知プラットフォーム事業」を中心に、4つのプラットフォームを構築。

		サービス名	事業内容
ドクタープラットフォーム	集合知PF		<ul style="list-style-type: none"> 製薬会社マーケティング支援事業 医療機器マーケティング支援事業 人材紹介関連事業
	プライマリケアPF		<ul style="list-style-type: none"> 薬局向けアプリサービス事業 クリニック向けアプリサービス事業 オンライン診療事業
	介護支援PF		<ul style="list-style-type: none"> 退院支援サービス
ヘルスケアソリューション	予防医療PF		<ul style="list-style-type: none"> 特定保健指導事業 産業保健支援事業 予防医療サービス/広告事業

メドピアグループの事業ポートフォリオ

セグメント / PF		主要サービス	運営会社	事業開始年	FY2021 売上構成比	潜在顧客に対する 会員/導入実績
ドクタープラットフォーム事業	集合知	 医師専用コミュニティサービス	メドピア	2007年	 約70%	 40%超 ※全国の医師数に対する会員数
	プライマリケア	 かかりつけ薬局/クリニック化支援サービス	メドピア <共同運営> 日医工(株) (kakari for clinic)	2019年	 5%未満	 5%未満 ※全国の薬局数に対する導入薬局数
	介護支援	 退院支援サービス	メドピア <提携会社> (株)クレディセゾン	2021年	 5%未満	エリアを限定した トライアル期間であり 今後拡大フェーズへ
ヘルスケアソリューション事業	予防医療	 クラウド型健康管理サービス	Mediplat	2016年	 10%未満	 5%未満 ※従業員50人以上の 企業数に対する契約件数
		 特定保健指導サービス	フィッツプラス	2016年	 約10%	 10%未満 ※対象者数に対する 指導件数
		 「歩数計」を中心とした ヘルスケアアプリサービス	<パートナー企業> (株)スギ薬局 CCCマーケティング(株) 等	2019年	 10%未満	パートナーの拡充による ユーザー基盤の拡張フェーズ

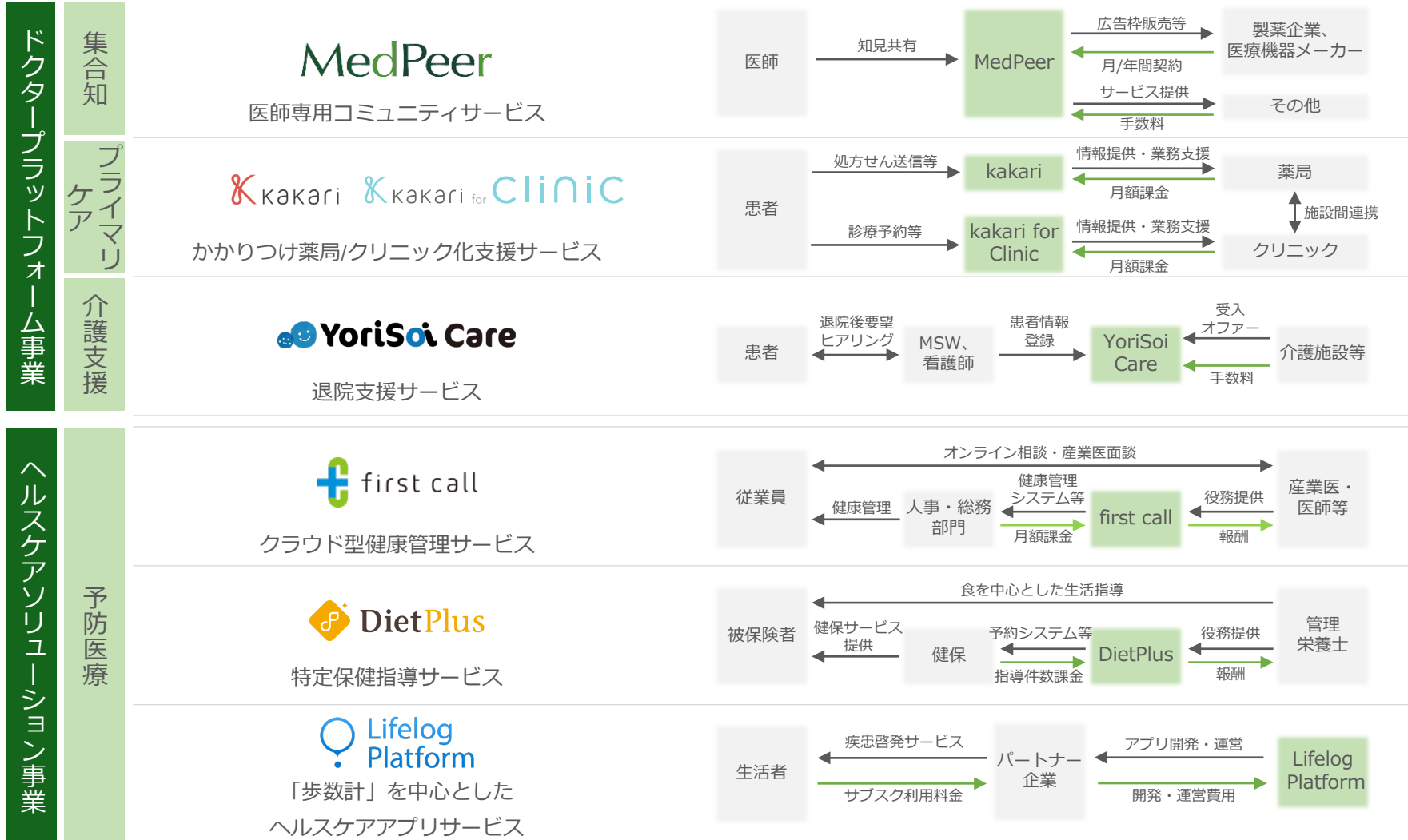
各事業のビジネスモデル

セグメント / PF

主要サービス

収益モデル

→ サービス内容
→ おカネの流れ



- 外部環境の変化に起因し、ヘルスケア業界のゲームチェンジが発生。
- 良質な医師コミュニティを中心にヘルスケアバリューチェーンを網羅している当社に勝算あり。

注目すべきトレンド

1 ヘルスケア業界のDX加速

COVID-19を契機とした診療・MR営業等のオンライン化の加速

2 医療パーソナライゼーション加速

ゲノム解析等の技術進歩による医療のパーソナライゼーション進展

3 医師の2024年問題

2024年には医師の労働時間規制が適用となり、医療現場の効率化が必須に

4 医療データ連携加速

IT技術を活用したPHR(Personal Health Record)の連携増進

ヘルスケア業界のゲームチェンジ

製薬企業のマーケティングが“マス”から“個”へ

- 大規模・一方通行から小規模・双方向に、マーケティングがシフト
- 患者個人に最適化された医療の確立

医療情報プラットフォームの社会的要請

- 予防、疾病、介護まで個人データを統合した医療情報プラットフォームに対する社会的要請
- 医療従事者、各医療関連機関、企業、行政等の連携強化による医療の効率化・安定化

予防医療の増進

- 企業等による健康増進プログラムの強化
- ライフログを活用した疾病前からの健康管理、増進の機運

当社事業により実現させる未来

必要な医療情報を
誰もがどこでも入手可能

医療従事者が
専門分野に特化できる環境

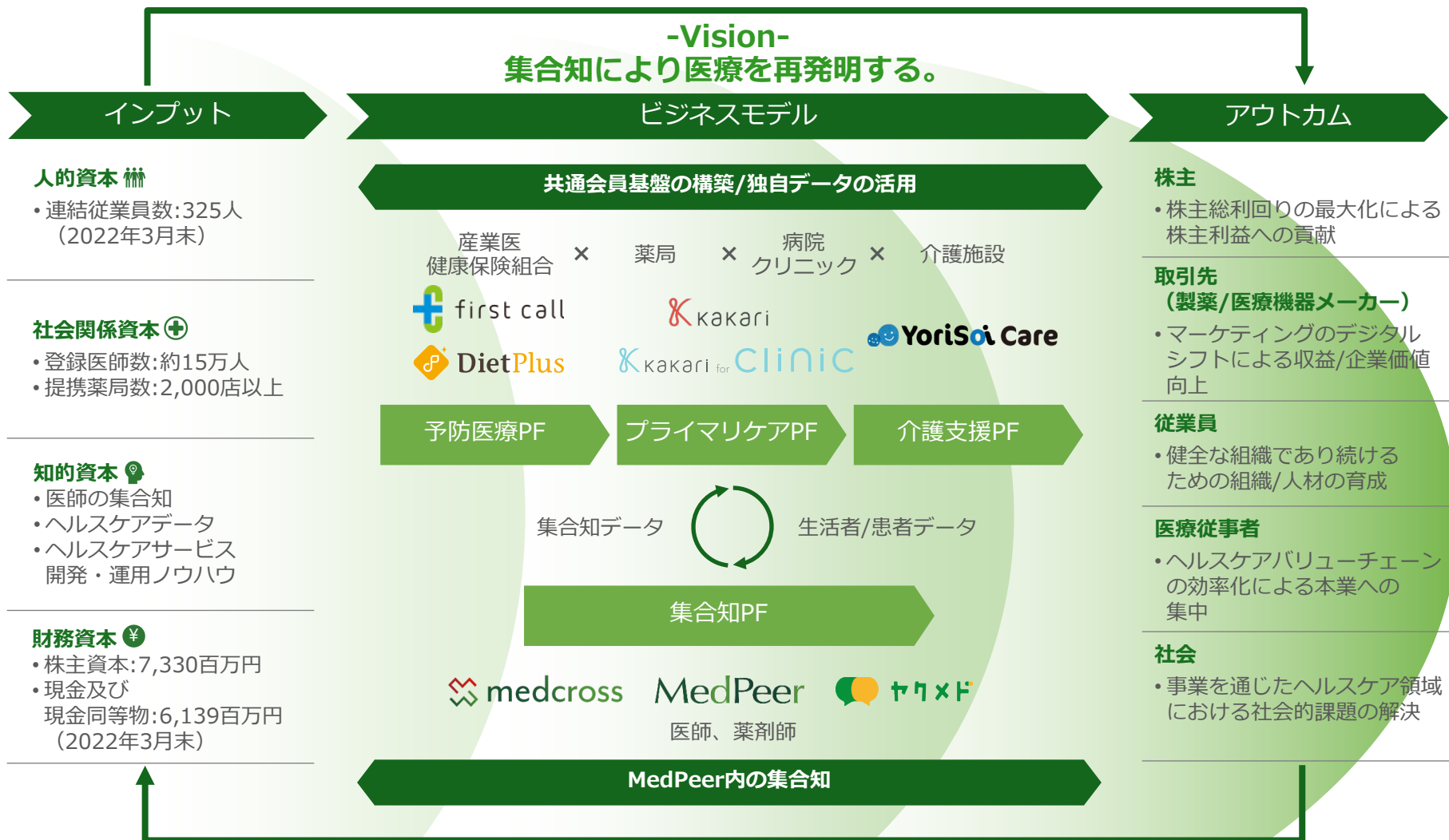
生活習慣に沿った
予防プログラム

早期発見・
早期治療

機能回復
サポート

介護業務の効率化

⋮
⋮
⋮



-Mission-

Supporting Doctors, Helping Patients.

医師を支援すること。そして患者を救うこと。

Copyright(C) 2022 ALL RIGHTS RESERVED, MedPeer, Inc.

- **CAGR40%の売上高成長を継続**するとともに、**営業利益率30%超**を実現。
- 集合知PFの完成度を高めるとともに、予防医療PF、プライマリケアPF、介護支援PFの各サービスにおける利用生活者を拡大。



FY2022 2Q 財務ハイライト

グループ全体

売上高 : 4,440百万円 YonY : 1.2倍 / 営業利益 : 866百万円 YonY : 0.8倍

- 各事業が成長し、YonYで1.2倍の増収。
- 人材獲得や会員基盤拡大のための投資を積極的に実施。
- 通期予算の達成に向けた施策を各事業で展開。

ドクタープラットフォーム事業

売上高 : 3,405百万円 YonY : 1.1倍 / 営業利益 : 1,045百万円 YonY : 0.9倍

- 事業は堅調に拡大も、収益性の高いWeb講演会実施件数が一時的に減少。
- 「みんコレ！」を活用した会員獲得により、**会員数が15万人を突破**。
- 通期予算達成に向け、メドクロス等を活用した新たなサービスを強化。

ヘルスケアソリューション事業

売上高 : 1,042百万円 YonY : 1.3倍 / 営業利益 : 137百万円 YonY : 1.1倍

- 「first call」の契約件数は、YonYで1.5倍と堅調に増加。
- 特定保健指導事業の初回面談件数は、**四半期過去最高を更新し、順調に拡大**。

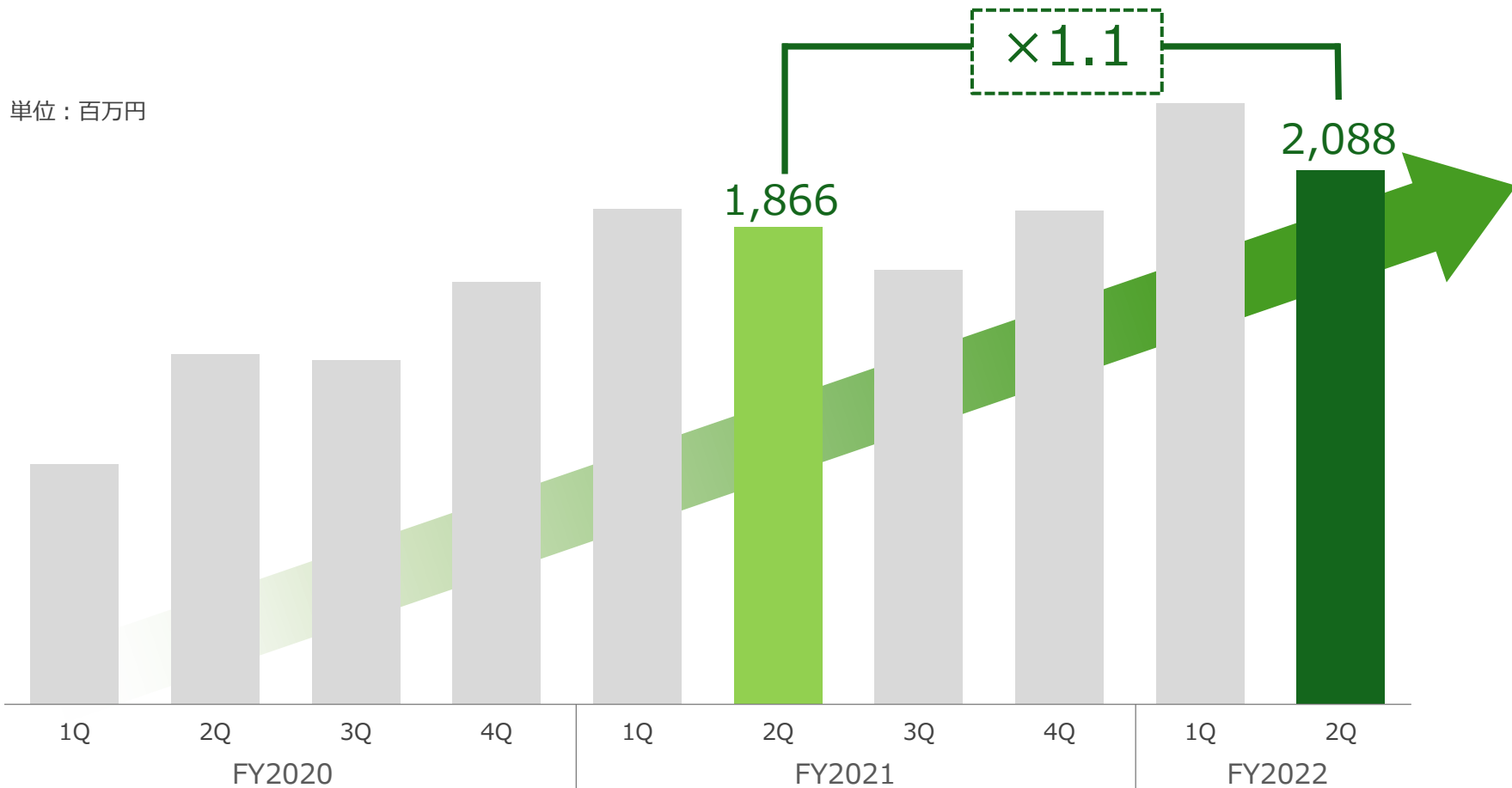
- 期初予算が下期偏重の中、**YonYで1.2倍の増収**。
- 事業拡大のための人員増加等、先行投資の発生により営業利益率は減少傾向にあるものの、下期の収益拡大により期初予算水準（23.8%）に収れんする見込み。

単位：百万円

	第2四半期（6ヶ月）			
	FY2021	FY2022	増減額	前年同期比
売上高	3,804	4,440	635	1.2倍
営業利益	1,112	866	▲245	0.8倍
営業利益率	29.2%	19.5%	—	▲ 9.7pt

※「収益認識に関する会計基準」等を当期首より適用しておりますが、FY2021の数値については当該会計基準を適用前の数値となっております。

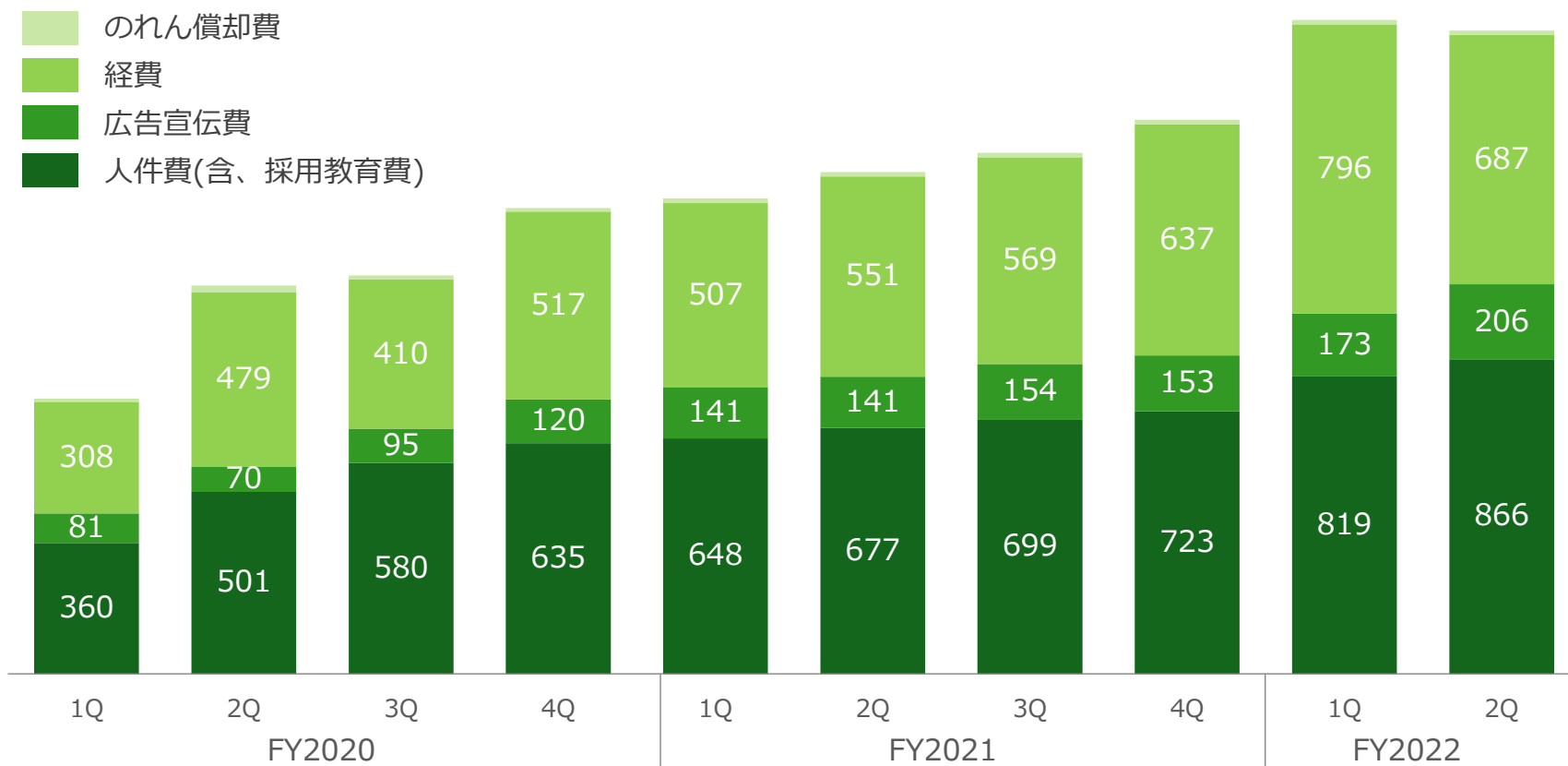
- Web講演会等、昨年度の反動で一時的に売上が減少したサービスが一部あったものの、各事業がそれぞれ成長し、グループ全体では**前年同期比1.1倍**の増収。



※「収益認識に関する会計基準」等を当期首より適用しておりますが、FY2021以前の数値については当該会計基準を適用前の数値となっております。

- コンテンツ制作、first call、特定保健指導等の売上増加に伴い直接原価（経費）が増加。
- 「みんコレ！」を活用した会員獲得関連費用の発生により、広告宣伝費が増加。

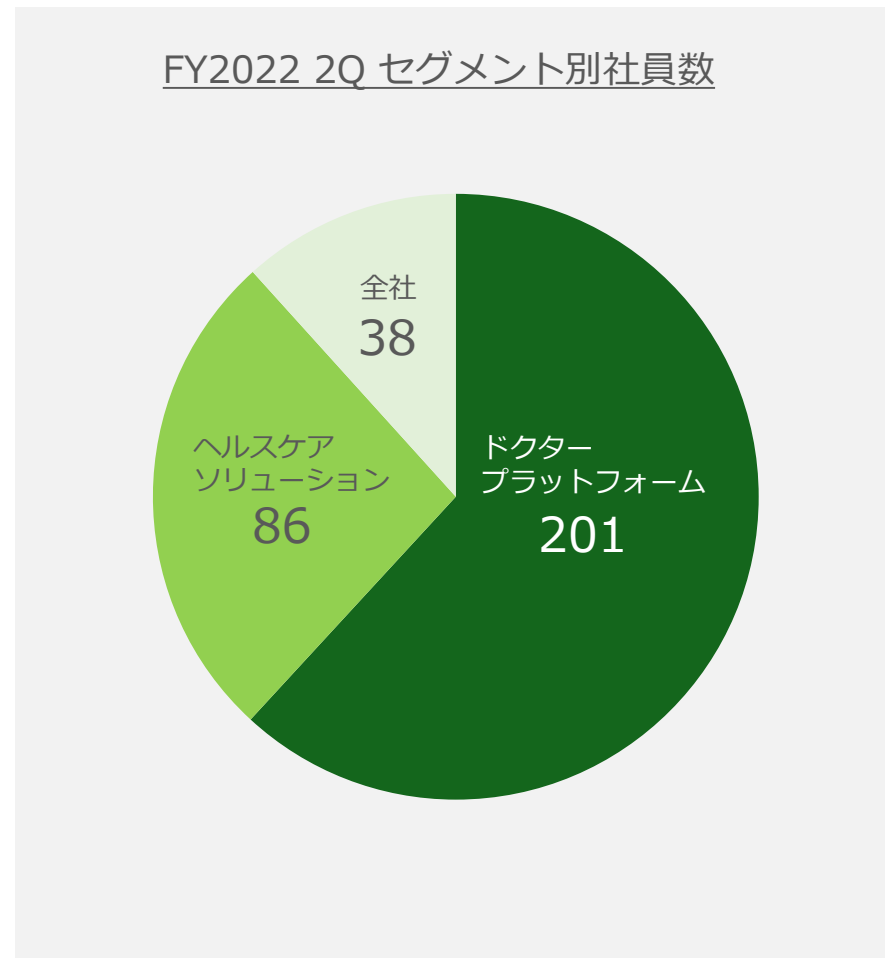
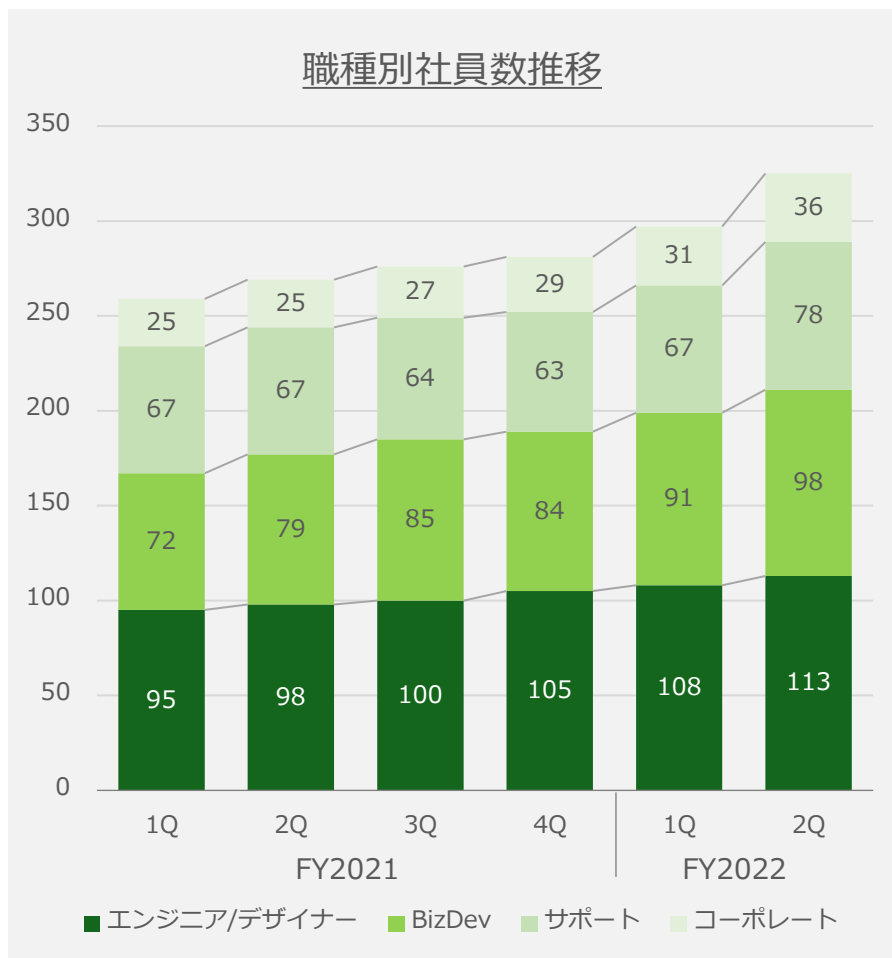
単位：百万円



※「収益認識に関する会計基準」等を当期首より適用しておりますが、FY2021以前の数値については当該会計基準を適用前の数値となっております。

- さらなる事業成長を見据え、エンジニア・BizDevを中心に積極的な採用活動を展開。
- 堅調に採用が進捗し、YonYで56名、QonQで28名増加。

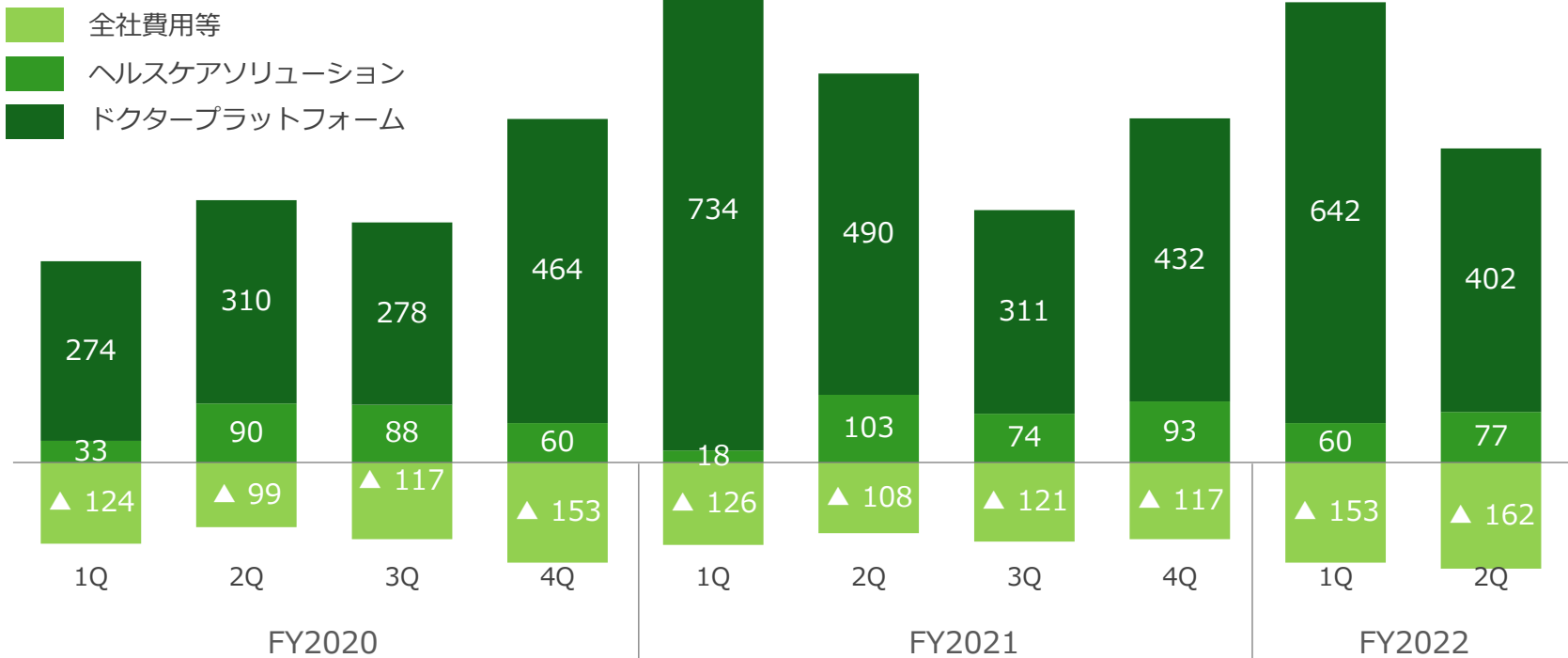
単位：人



セグメント損益の推移

- ドクタープラットフォーム事業は、利益率の高いサービスの割合が減少したことで減益。
- 全社費用は、順調に採用活動が進捗しているに伴い採用教育費が増加。

単位：百万円



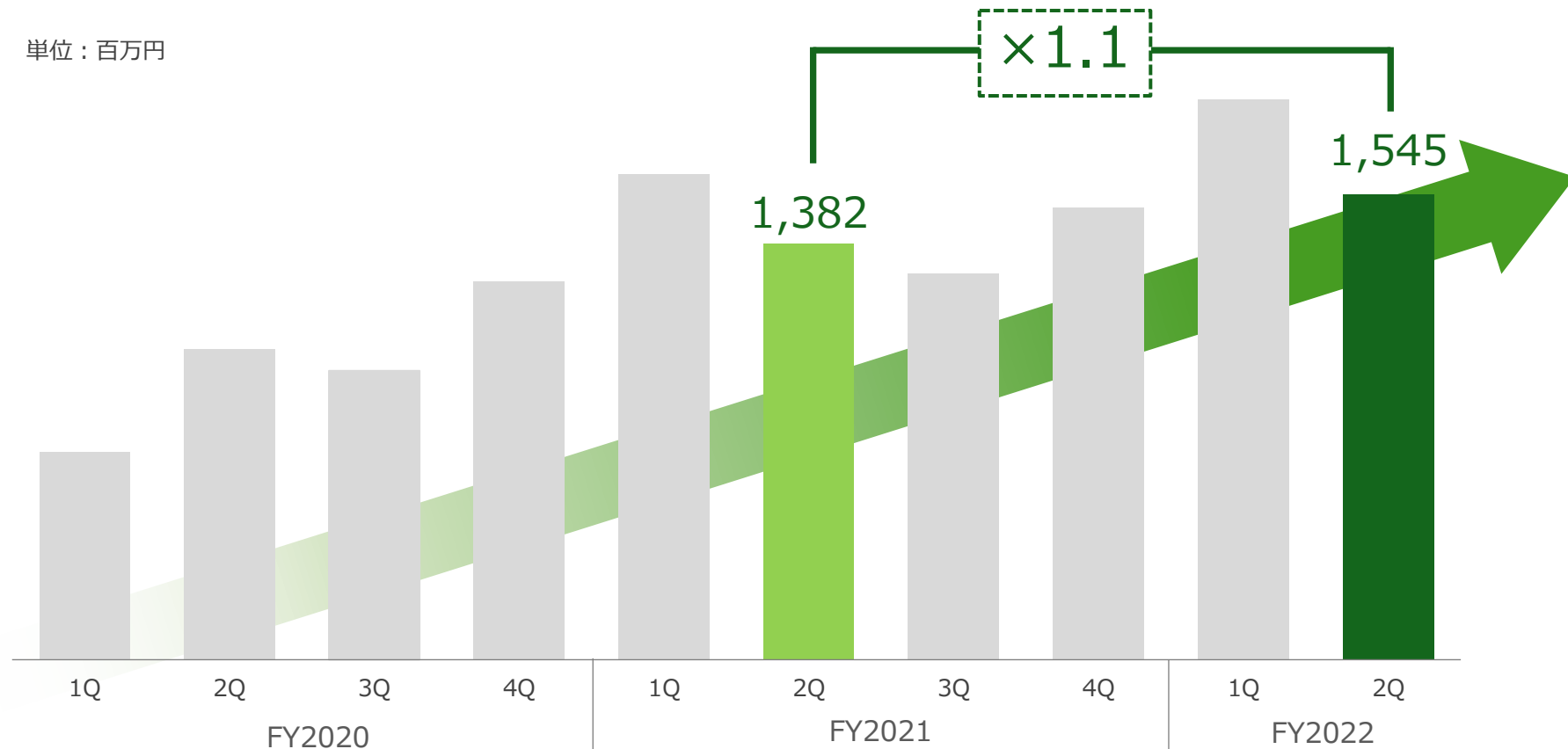
※「収益認識に関する会計基準」等を当期首より適用しておりますが、FY2021以前の数値については当該会計基準を適用前の数値となっております。

FY2022 2Q
ドクタープラットフォーム事業

ドクタープラットフォーム事業 ～セグメント別売上推移～

- 集合知プラットフォームは、Web講演会等一部のサービスで昨年急増した需要の反動が見られたものの、事業全体の成長は継続。
- プライマリケアプラットフォームは、加盟店の増加に伴い、**前年同期比1.4倍**と順調に成長。

単位：百万円



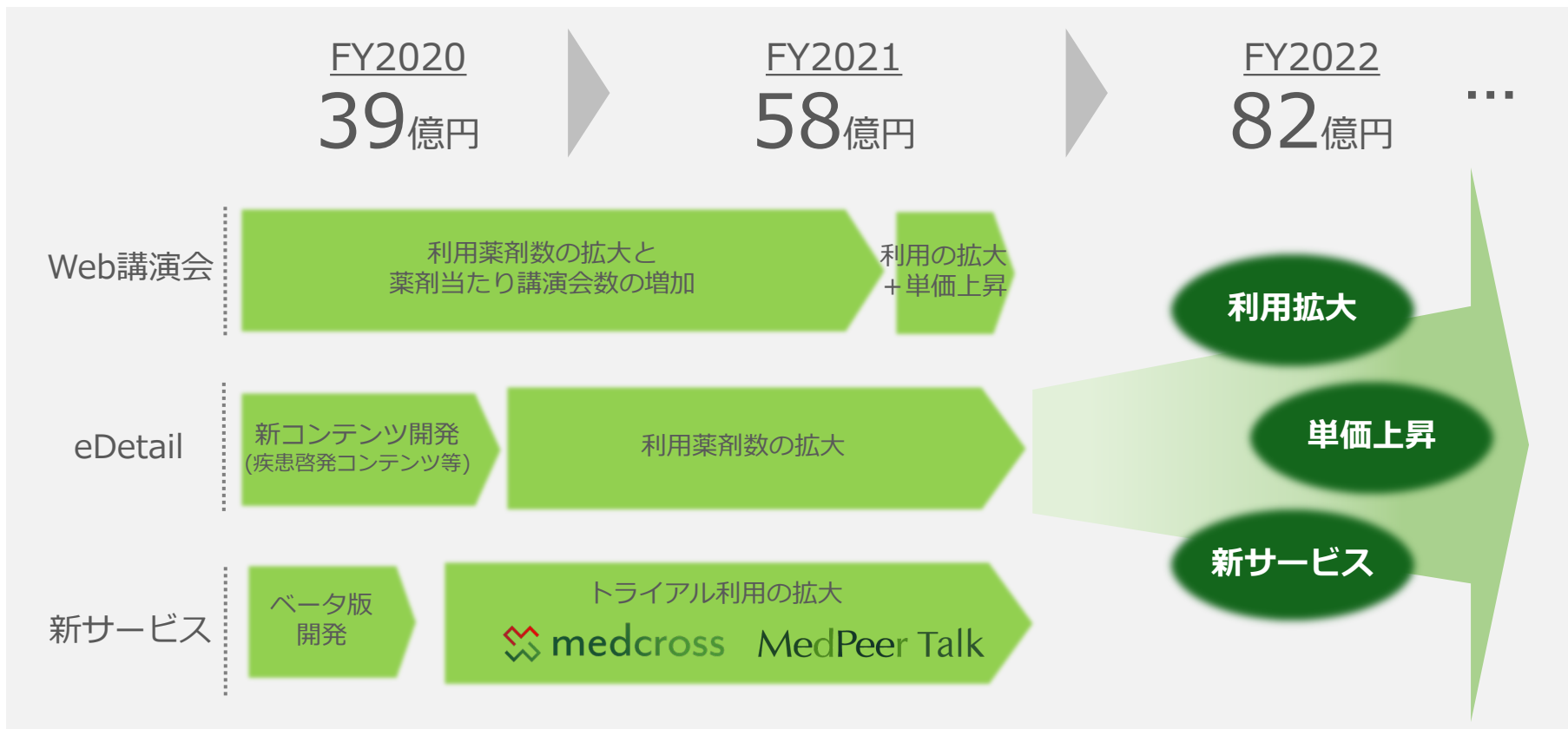
※「収益認識に関する会計基準」等を当期首より適用しておりますが、FY2021以前の数値については当該会計基準を適用前の数値となっております。

ドクタープラットフォーム事業

～期初計画の前提～

- COVID-19の感染拡大以後、製薬企業のDXが加速し、Web講演会/eDetailの活用が定着。
- 今後は単価向上、製薬企業以外への利用拡大に加え、新たなマーケティング手法が成長をけん引する新たなステージへ。

売上高の成長イメージ



集合知プラットフォーム事業

～2Qまでの概況及び下期の見通し～

- 単価上昇及び新サービスのPJTについては想定通りの進捗も、従来サービスの利用が想定に届かず。
- 3Qは2Qと同水準を計画するも、4Qにニーズの変化に対応した新たなサービスの拡販を見込む。

	1Q	2Q	下期
利用拡大	 <ul style="list-style-type: none"> 概ね想定通り 計画比若干の上振れ 	 <ul style="list-style-type: none"> eDetailは利用拡大 Web講演会は急増した昨年の反動で開催数が一時的に減少 	<ul style="list-style-type: none"> 次世代型マーケティングへのシフトに合わせ、利用再拡大
単価上昇	<p>—</p> <ul style="list-style-type: none"> 約8割の取引先が値上げを応諾 2Q以降順次売上に貢献 	 <ul style="list-style-type: none"> 12月決算企業から値上げ効果出現 一方で、配信対象者数を限定する傾向 (ex.1万人限定等) がみられ、全体的に案件単価が抑制 	<ul style="list-style-type: none"> 2Qの傾向が継続
新サービス	 <ul style="list-style-type: none"> 計画通り複数PJTを進行 	 <ul style="list-style-type: none"> リード件数は増加 インベーションTalk等、サービスラインナップを着実に拡大 	<ul style="list-style-type: none"> 進行PJTの完遂とともに継続PJTの獲得 利用実績に基づいた横展開の加速

集合知プラットフォーム事業

～新たなコミュニケーションサービス「インビテーションTalk」～

- 医師の情報収集にオンラインが積極活用される中、MRが医師と適切なコミュニケーションを図ることが困難に。
- MRが医師に直接Web講演会の招待状を送ることができる「インビテーションTalk」サービスの提供を開始。

顕在化した課題

- MRによるメール等、旧来型のツールによる集客
 - ↳ 医師のメールアドレスが入手できない
- メールで案内を送付
 - ↳ 送付したメールが開封されない

MRがWeb講演会の招待状を医師に送付可能な
コミュニケーションサービス
インビテーションTalk

登壇医師からの招待状形式

講演会をきっかけにコミュニケーション

小規模Web講演会に対応
(営業所単位で開催)

- 医師の連絡先を知らなくてもWeb講演会の招待状を送ることが可能
- Web講演会の開催前でもMRに直接質問ができるため、情報収集の効率化を図ることが可能

集合知プラットフォーム事業

MedPeer

～市場の変化と集合知を基軸としたMedPeerの価値創造プロセス～

- 医薬品のスペシャリティシフトが進んだことで、従来のマスマーケティング的手法から医師一人ひとりのニーズや特性を把握したマーケティングが主流に。
- MedPeerは「集合知」と「MedPeer Talk」、「メドクロス」の連携で個別最適化された医薬品マーケティングのインフラに進化。

長期的なマーケットの変化

スペシャリティシフト

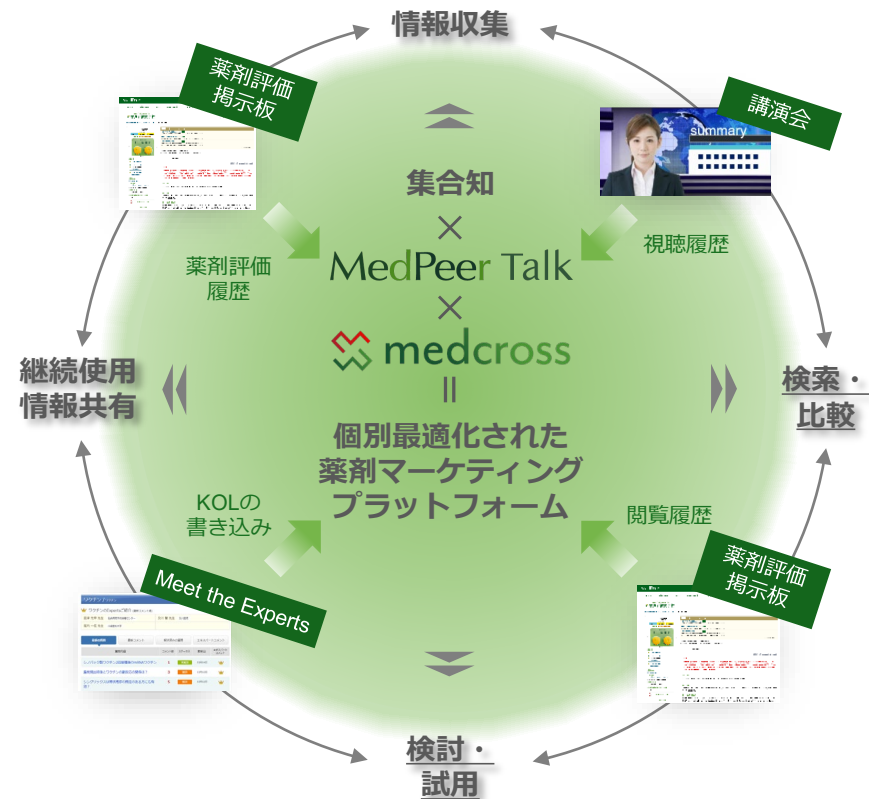
×

パーソナライゼーション

×

オンラインチャネルの活用

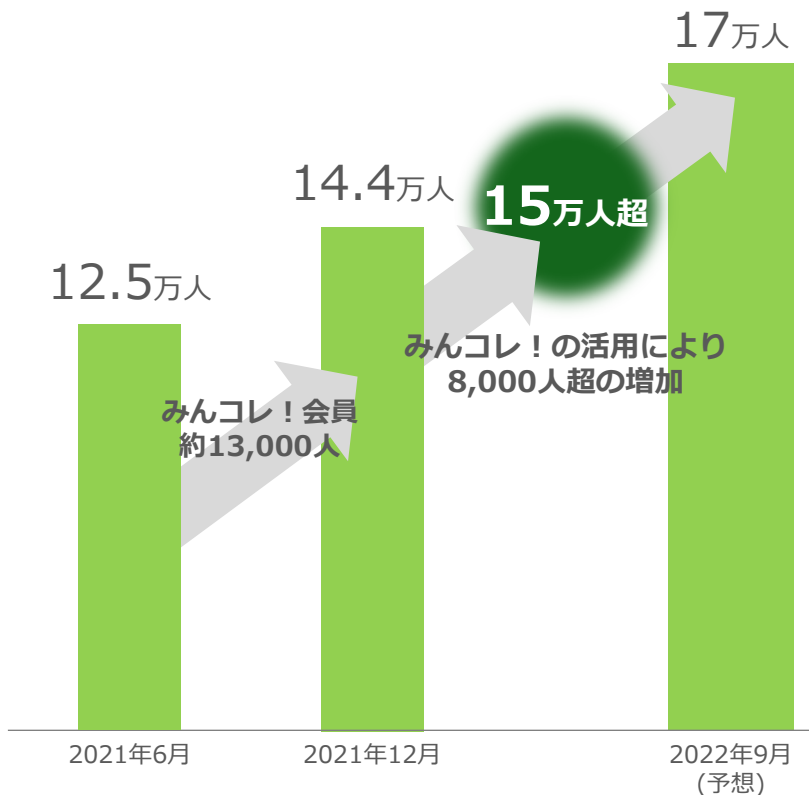
集合知を基軸とした価値創造プロセス



集合知プラットフォーム事業 ～会員数増加に向けた戦略～

- 「みんコレ！」の活用のみならず、自社サービスの拡充や、製薬企業及び外部団体との連携による会員数増加を狙う。

会員数推移イメージ



会員数増加の施策

①メディア価値の拡充

- パーソナライゼーションを進めることで、ユーザーにとっても自分の欲しいタイミングで情報が届くメディアに

②製薬企業との連携

- 製薬企業と共にPJTを推進することで、会員数を増加させる取り組みも共同で実施

③外部との連携

- 事業上シナジーのある企業と提携・連携することで、会員の相互送客を実施
- 業界内の組合や団体と連携し、相互の会員のアクティブ化を促進

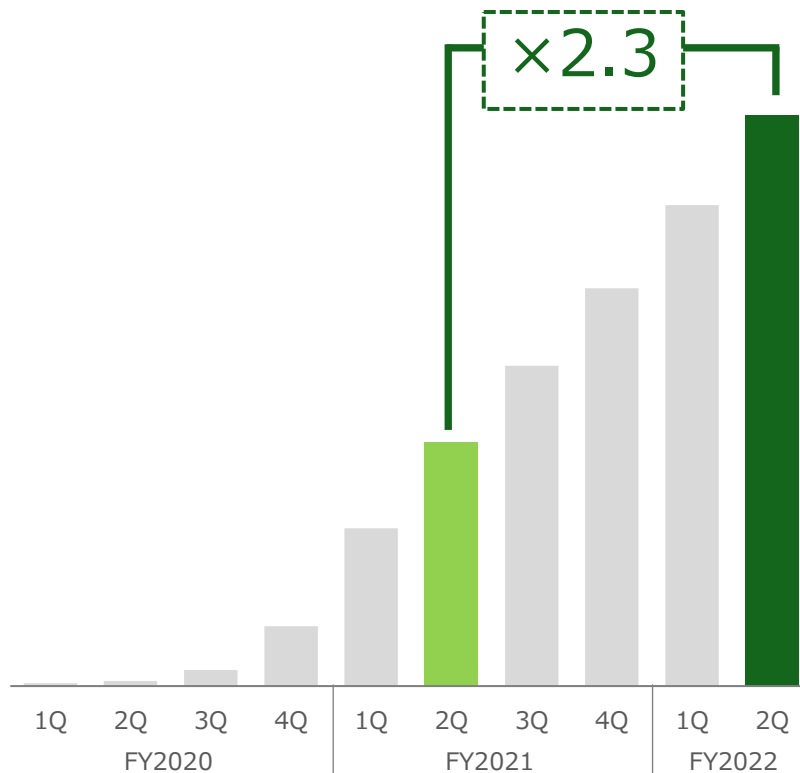
プライマリケアプラットフォーム事業

～ kakari「攻め」の課題解決を支えるアクティビティ～

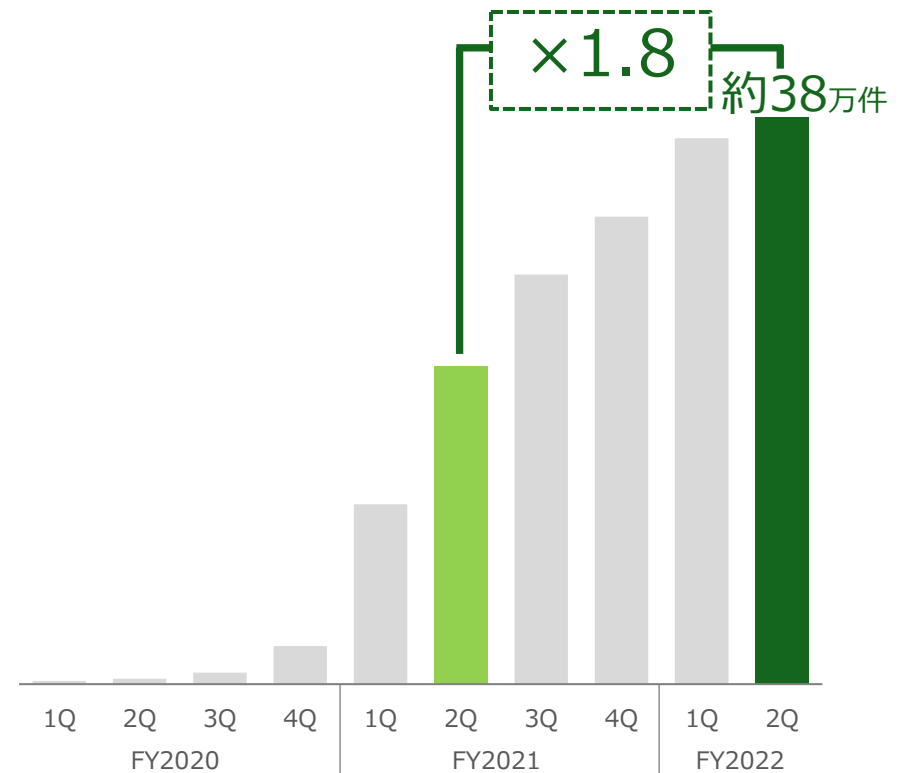
- kakari加盟店薬局数は**2,220件**とYonYで**1.3倍**に成長。
- アプリ累計ダウンロード数が**2022年2月に50万件を突破**するとともに、処方せん送信数もYonYで**1.8倍/約38万件**と大きく成長。
- アクティビティ向上により、**kakariアプリ経由の処方せん受信枚数/店**がYonYで**1.8倍**に増加(*)。

※ 処方せん送信枚数÷加盟店店舗数

アプリダウンロード数 (累計)



処方せん送信数四半期推移

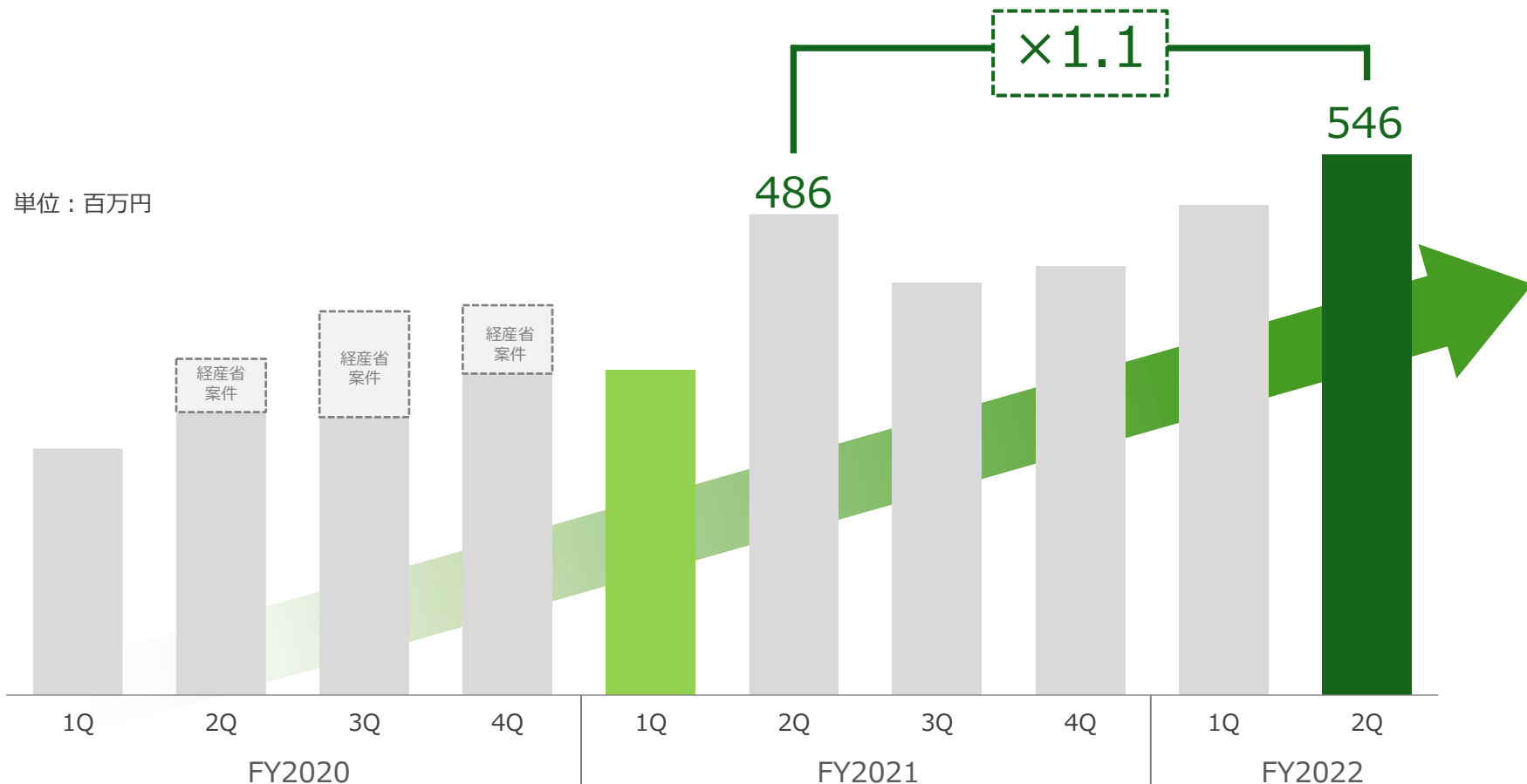


FY2022 2Q ヘルスケアソリューション事業

セグメント別売上推移


～ヘルスケアソリューション事業～

- 前年同期比**1.1倍**の増収。
- first callの契約件数は対前年同期比で**1.5倍**、特定保健指導事業の初回面談件数も**四半期過去最高**を記録する等、堅調に成長。



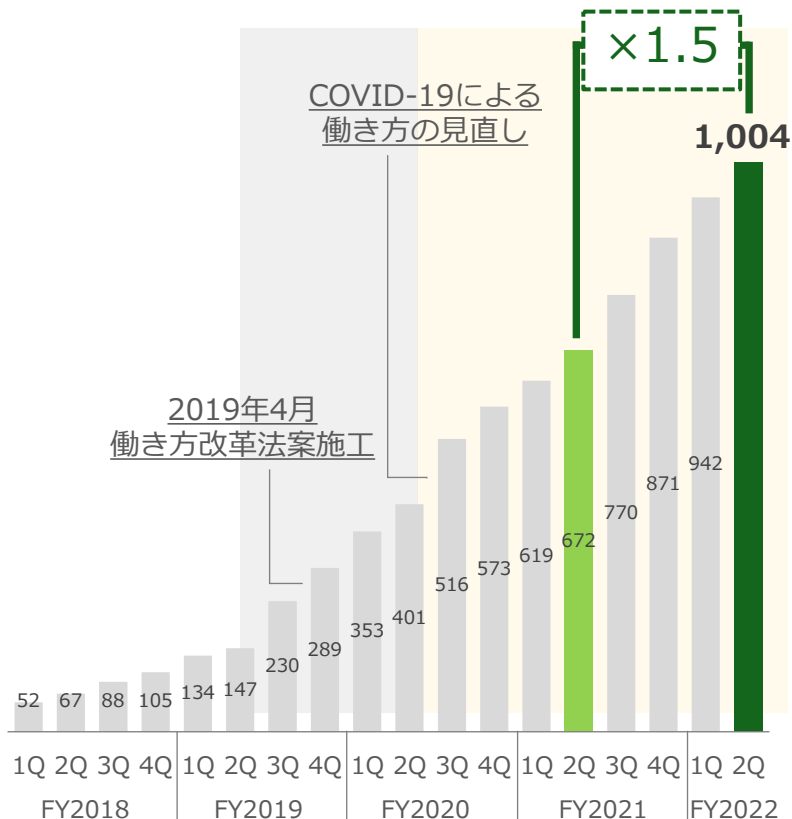
※「収益認識に関する会計基準」等を当期首より適用しておりますが、FY2021以前の数値については当該会計基準を適用前の数値となっております。

予防医療プラットフォーム事業

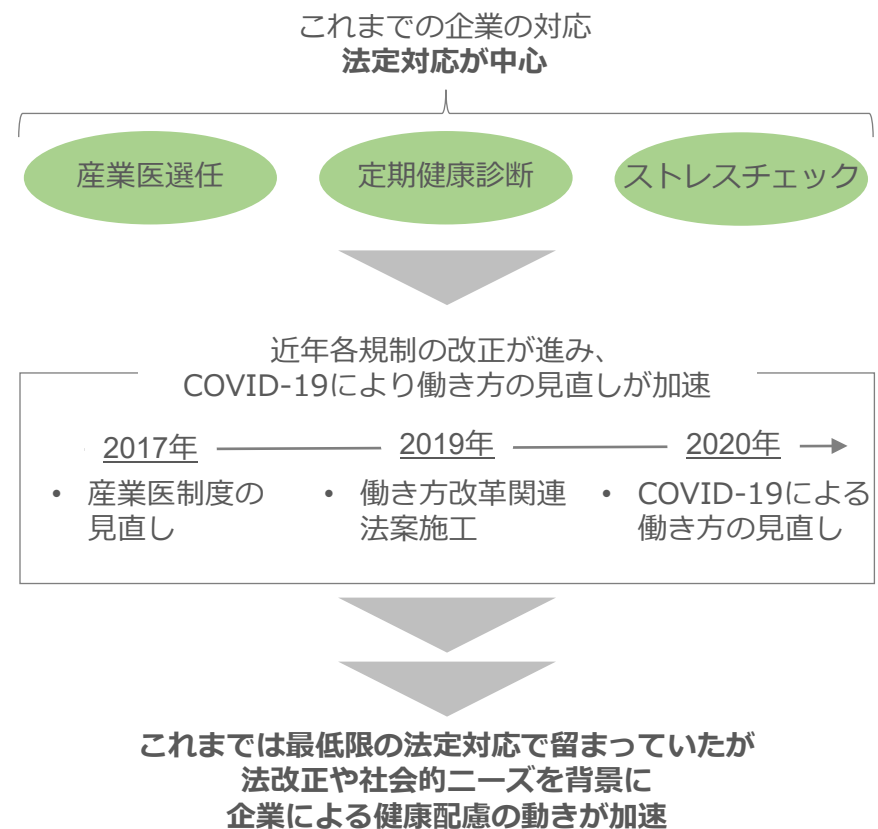
～ MEDIPLAT  first call の法人契約数推移～

- 法改正や社会的ニーズの高まりに伴う需要拡大をとらえたサービスラインナップの拡充により、契約数は着実に増加し、2022年3月末時点の契約件数は**YoY1.5倍の1,004件**に増加。
- 今後も健康経営や人的資本開示対応等、産業保健に対するニーズが拡大する新たなフェーズへ。

first callの法人/健保契約件数推移



企業による健康配慮の動き

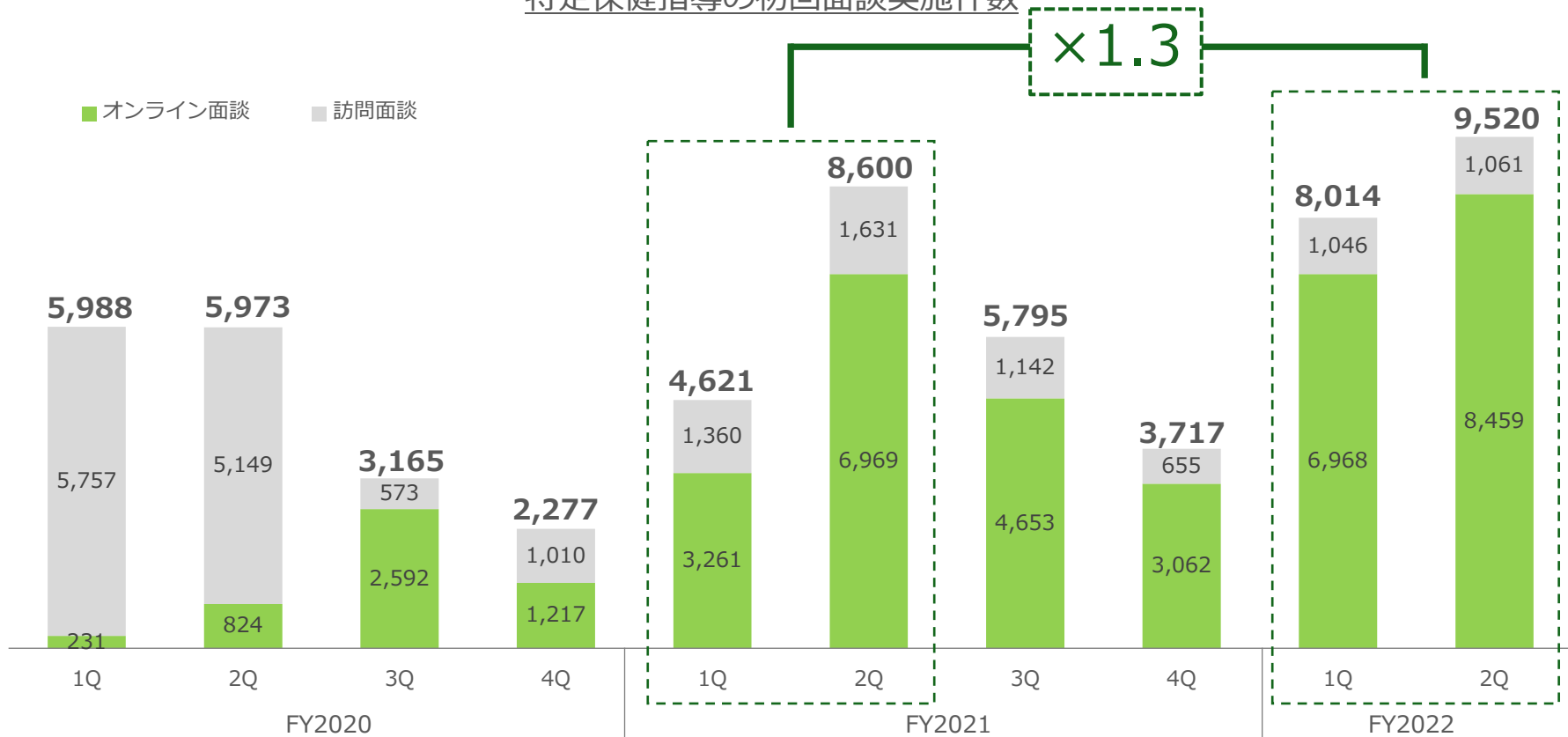


予防医療プラットフォーム事業

～ FitsPlus 特定保健指導サービスの強化～

- COVID-19の影響で対面指導に制約が発生したFY2020 2Q以降、独自のオンライン面談モデルを強力に推進した実績が評価され、高い成長率水準を維持。
- 2Qの初回面談件数が四半期過去最高の9,520件となるとともに、前年上期比では1.3倍に拡大。

特定保健指導の初回面談実施件数



予防医療プラットフォーム事業

MedPeer

～ MEDIPLAT 製薬企業によるライフログプラットフォームの活用事例～

- アストラゼネカがCOPDの受診行動変容の検証に歩数記録アプリ「スギサポwalk」を採用。
- “ミッション機能”を活用した認知度調査を実施。また疾患啓発のみならず、その後の行動変容のトレースが可能となり、早期発見・早期治療に向けた効果的な情報提供機会を創出。

アストラゼネカの取り組み事例

スギサポ walk

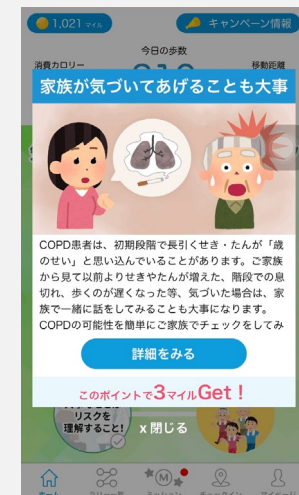
×

AstraZeneca

スギサポwalk上の“ミッション機能”を活用し、抽出されたユーザーに対してCOPDに関する認知度調査を実施



疾患啓発“ウォーキングラリー”を実施し、その後の受診行動変容を検証



※COPD：慢性閉塞性肺疾患

新たな成長分野

(再掲) ヘルスケア業界の外部環境の変化

- 外部環境の変化に起因し、ヘルスケア業界のゲームチェンジが発生。
- 良質な医師コミュニティを中心にヘルスケアバリューチェーンを網羅している当社に勝算あり。

注目すべきトレンド

1 **ヘルスケア業界のDX加速**

COVID-19を契機とした診療・MR営業等のオンライン化の加速

2 **医療パーソナライゼーション加速**

ゲノム解析等の技術進歩による医療のパーソナライゼーション進展

3 **医師の2024年問題**

2024年には医師の労働時間規制が適用となり、医療現場の効率化が必須に

4 **医療データ連携加速**

IT技術を活用したPHR(Personal Health Record)の連携増進

ヘルスケア業界のゲームチェンジ

製薬企業のマーケティングが“マス”から“個”へ

- 大規模・一方通行から小規模・双方向に、マーケティングがシフト
- 患者個人に最適化された医療の確立

医療情報プラットフォームの社会的要請

- 予防、疾病、介護まで個人データを統合した医療情報プラットフォームに対する社会的要請
- 医療従事者、各医療関連機関、企業、行政等の連携強化による医療の効率化・安定化

予防医療の増進

- 企業等による健康増進プログラムの強化
- ライフログを活用した疾病前からの健康管理、増進の機運

当社事業により実現させる未来

必要な医療情報を誰もがどこでも入手可能

医療従事者が専門分野に特化できる環境

生活習慣に沿った予防プログラム

早期発見・早期治療

機能回復サポート

介護業務の効率化

⋮

- 規制改革、データヘルス計画等の進展により医療機関を取り巻く環境が急速に変化するなか、両社の強みを活かし、医療機関のDXを支援する共同事業展開の検討を開始。

アルフレッサ株式会社と共同事業を開始

MedPeer

alfresa

医療従事者・医療機関向けの
情報サービス、デジタル技術において強み

×

医療従事者・医療機関向けの
リアルでの接点や物流網に強み

両社の強み、経営資源を活用し
医療機関のDXを支援

※本共同事業の開始は2022年夏頃を予定

- 高齢者人口の増加に伴い在宅医療のニーズが拡大する中、医療従事者の業務負担軽減が必須。
- クラウドクリニックは、専門性の高いスタッフによる在宅医療に特化した独自のサービスに強み。
- メドピアの医療事業運営ノウハウ・ネットワークと、クラウドクリニックの在宅医療に特化した独自サービスを統合することで、より充実した在宅医療関連サービスの開発が可能。

在宅医療の課題

【背景】

- 24時間365日対応
- 在宅医療に詳しいスタッフ不足 等・・・

医師の負担が大きく、課題が多く残存

クラウドクリニックの強み

独自のポジショニングを有し、在宅医療の課題を解決

- 現場のニーズから独自に作り上げた在宅医療に特化したサービスラインナップ
- 在宅医療と関連システムの操作に精通した独自の人材育成プログラム

期待するシナジー

MedPeer



Cloud Clinic

医師会員15万人の
コミュニティサイト

在宅医療事務の
アウトソーシング

- 両社のリソース・顧客基盤を活用した拡販・クロスセルの実現
- 今後増加が見込まれる、在宅医療を手掛けるクリニックへの各種支援事業の促進
- クラウドクリニックが持つ医療事務支援のノウハウに基づく新しいサービスの実現
-
-
-

サステイナビリティに関する取り組み

サステナビリティに関する基本方針

- 当社グループは、社会そのものが持続可能であることが、当社グループが存続するための前提条件であると認識
- 社会の一員として、社会課題や地球環境へ対応する責務があるとの認識のもと、当社グループの成長のみならず、持続可能な社会の実現に貢献する取り組みを推進する方針

ESGに関する当社グループの認識と対応方針

Environment (環境)

- 気候変動や、その原因といわれている二酸化炭素排出量の増加等、自然環境に関する問題の重要性を認識
- 事業活動の中で省エネルギー・省資源活動の推進等を通じて環境負荷低減に努めていく方針

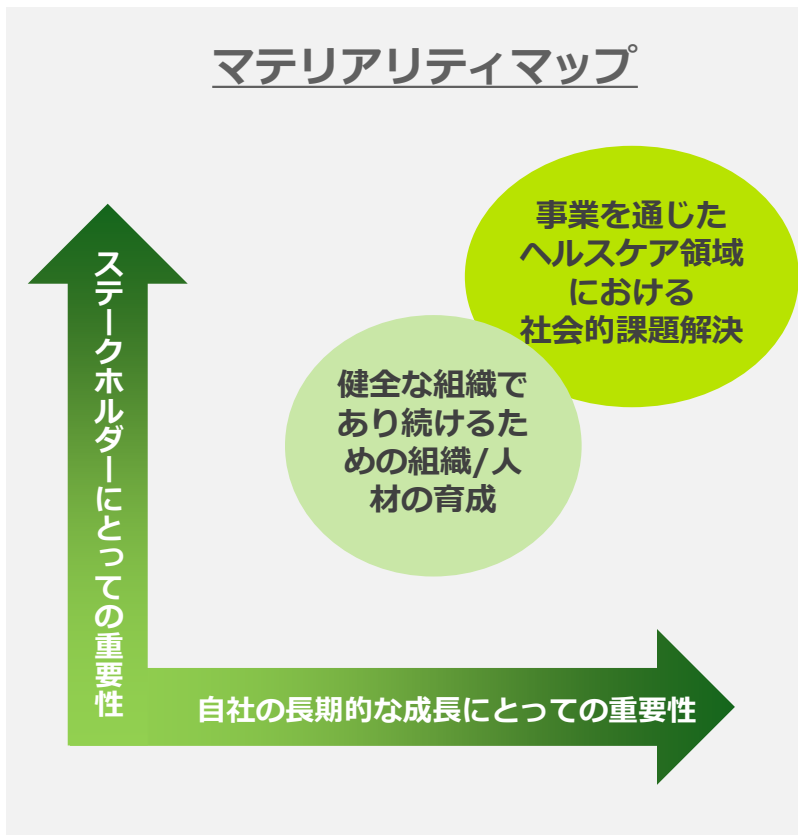
Social (社会)

- 当社グループの事業領域の適切な発展そのものが社会的課題の解決に直結するものであると認識
- ミッションである「Supporting Doctors, Helping Patients.」に基づき事業を適切に推進することで、持続可能な社会の実現に貢献する方針

Governance (ガバナンス)

- 事業を継続的かつ適切に推進するためには、適切なガバナンスが確立されている必要があると認識
- 社会の公器である上場企業として、CGCやその他指標を参考にしつつ、ガバナンス体制の強化・充実を継続的に取り組んでいく方針

- 「自社の長期的な成長にとっての重要性」と「社会の持続可能性を望むステークホルダーにとっての重要性」の二軸でマテリアリティを整理。
- ヘルスケアを事業ドメインとする当社グループにとって、「事業を通じたヘルスケア領域における社会的課題解決」と、その実現に向けた「健全な組織であり続けるための組織/人材の育成」を、優先的に取り組むべき重要課題であると特定。



今後の取り組み

- 本年4月の東証プライム上場を機に、ESG情報開示体制を強化
- FY2022決算発表時（本年11月）をめぐり、マテリアリティマップを精緻化（マテリアリティの最終特定）
- ステークホルダーとの対話や取締役会の討議を経て、開示対象とする非財務情報も特定（長期目標は一部KPIに限定）
- 2022年末までに当社ホームページを更新し、上記ESG指針を公開
- TCFD開示についても、FY2022の有価証券報告書に基本方針（ガバナンス、リスク管理、リスク/機会、指標/目標）を記載

Appendix

- メドピアは、医師である代表の石見がITで医療の課題を解決するために創業。
- 石見は現在も医療現場に立ち、現場のニーズを汲みながら経営。

会社概要

会社名	メドピア株式会社
URL	https://medpeer.co.jp/
設立	2004年12月
代表者	代表取締役社長 石見 陽（医師・医学博士）
上場市場	東証プライム市場（6095）
所在地	東京都中央区築地1-13-1 銀座松竹スクエア9階
事業内容	医師専用コミュニティサイト「MedPeer」 の運営、その他関連事業
子会社	株式会社Mediplat、株式会社フィッツプラス、 株式会社コルボ、 メドピアキャリアエージェント株式会社、 メドクロス株式会社
関連会社	株式会社medパス、Nichi-Med 株式会社
従業員数	325名（連結、2022年3月末時点）

代表プロフィール



石見 陽 / Yo Iwami
代表取締役社長 CEO（医師・医学博士）

1999年に信州大学医学部を卒業し、東京女子医科大学病院循環器内科学に入局。医師として勤務する傍ら、2004年12月に株式会社メディカル・オブリージュ（現メドピア株式会社）を設立。2014年に東証マザーズに上場し2020年9月に東証一部に市場変更。

「世界一受けたい授業」等多数メディアに出演し、現場の医師の声を発信している。
現在も現在も医療の最前線に立つ、現役医師兼経営者。

ドクタープラットフォーム事業

メドピア株式会社 MedPeer

※ 東証プライム上場

- 医師専用コミュニティサイト「MedPeer」（医師会員数15万人）
- 製薬企業向け マーケティングサービス
- 人材紹介会社向け 人材紹介機会の提供
- 「kakari」を中心としたプライマリケアプラットフォーム事業

株式会社コルボ



- 医薬品・医療機器メーカー等に対する学術的エビデンスに基づいた各種制作事業

メドピアキャリアエージェント株式会社



- 医師向け有料人材紹介サービス
- ※ 2020年5月設立

メドクロス株式会社



- アルゴリズム技術を活用した、製薬企業等に対するプロダクト開発やコンサルティングサービス
- ※ 株式会社PKSHA TechnologyとのJV
※ 2020年11月設立

ヘルスケアソリューション事業

株式会社Mediplat



- 医師による産業保健支援サービス「first call」
- ライフログプラットフォームサービス

※ 株式会社スギ薬局とのJV

株式会社フィッツプラス

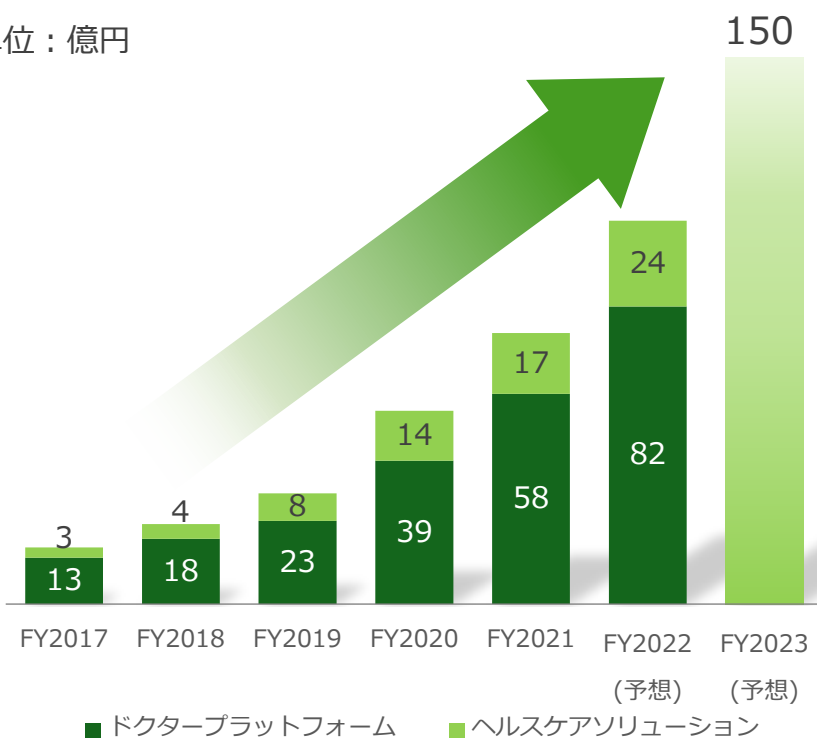


- 管理栄養士による健康保険組合向け特定保健指導サービス

- ドクタープラットフォーム、ヘルスケアソリューションともに**対前年比1.4倍**と大幅増収を見込む。
- 中長期の事業目標達成に向けて、各事業拡大のための施策をそれぞれ推進。

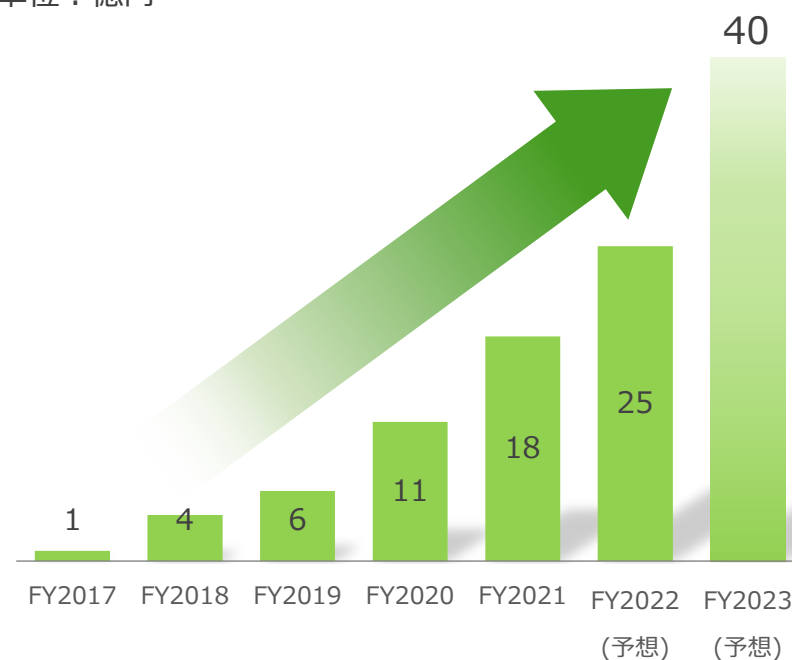
連結売上高

単位：億円



連結営業利益

単位：億円



- 現役医師に加え、ITやコンサル等多様な業界出身者で構成されたメンバーにより、医療業界に潜む真の課題解決に挑む。



石見 陽
代表取締役社長 CEO (医師)

東京女子医大循環器内科で勤務後、メドピア創業。
医師・医学博士。



天坊 吉彦
取締役 COO

PwC (現日本IBM) 等にて、15年にわたり経営戦略コンサルティングに従事。



平林 利夫
取締役 CFO (公認会計士)

監査法人トーマツの後、エニグモで管理部門の立ち上げ、M&Aアドバイザーに従事。



福村 彰展
執行役員 CTO

大手SIerの後、ミクシィに入社。ミクシィでは「Find Job!」開発責任者等を務める。



冬木 裕人
執行役員/集合知PF
事業部 事業部長
オムロンヘルスケア、SMSにて、一貫して医療ヘルスケアでの事業企画、マーケティングに従事。



七久保 卓郎
執行役員/
メディカルサービス部 部長
リクルートにて新規事業の立ち上げ、海外での起業を経て、事業企画、セールス、マーケティングに従事。



森 優子
執行役員/
オペレーション企画部 部長
アクセンチュアにて公共機関に対する業務改善、コンサルティング業務に従事。



縄田 愛美
執行役員/グループ戦略室 室長
予防医療PF事業部 事業部長
じげんにて複数のサービスの事業開発や営業、マーケティング、ディレクションに従事。

<本資料の取り扱いについて>

本資料に含まれる将来の見通しに関する記述等は、現時点における情報に基づき判断したものであり、マクロ経済動向及び市場環境や当社の関連する業界動向、その他内部・外部要因等により変動する可能性があります。

従いまして、実際の業績が本資料に記載されている将来の見通しに関する記述等と異なるリスクや不確実性がありますことを、予めご了承ください。