



2022年12月期 第3四半期

決算説明資料

株式会社スペースマーケット
(東証グロース：4487)

2022年 11月 11日



ビジョン チャレンジを生み出し、世の中を面白くする

ミッション スペースシェアをあたりまえに

「何かやりたい」と踏み出すその一歩は、どんなに小さなことでもチャレンジです。

私たちは、スペースシェアをあたりまえの選択肢にすることで人々の発想を広げ、

多様なチャレンジを生み出し、世の中を面白くしたいと考えています。

| 決算の報告

トピックス

Appendix

- 会社概要
- 事業の概要

利用スペース数は引き続き堅調に推移しております。また、利用スペース数の増加によって全社総取扱高・GMVは3Q累計でYonYプラスで推移しております。課題であった、検索エンジンへの対応強化・Web広告投資の方針調整については、8月の業績予想修正後、徐々に効果を確認しております。通期の着地見込みに対しては、修正予想時の想定の範囲で推移しています。

全社総取扱高

2,531 百万円
YonY +7.1%

(3Q累計期間)

GMV

2,306 百万円
YonY +3.9%

(3Q累計期間)

月間利用スペース数合計

54,859 SP
YonY +31.9%

※1月に1回以上利用されたスペースの9ヶ月合計
(3Q累計期間)

掲載スペース数

22,000 SP

(2022年11月)

テイクレート **30.9%**

総取扱高に対する
売上総利益率 **23.8%**

(3Q累計期間)

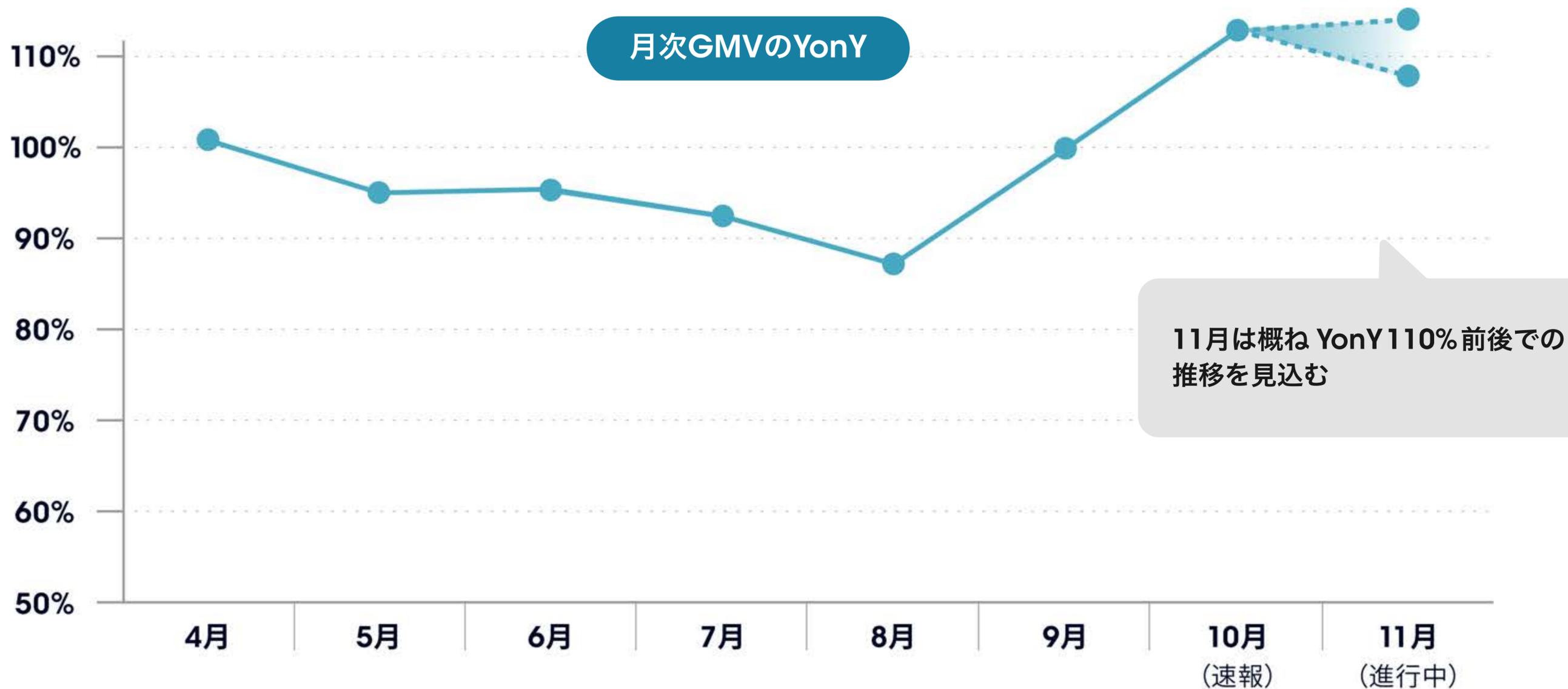
従業員数

73 名

(2022年9月末連結)

検索エンジンへの対応強化・Web広告投資方針の調整による効果が徐々に発現し、8月以降は月次ベースでのYonY成長が少しずつ回復傾向にあります。

10月の速報値・11月の初速は堅調ですが、11月後半から12月の季節性によるボラティリティを考慮し、業績予想については前回発表時から据え置きとさせていただきます。



全社総取扱高の推移

全社総取扱高は3Q累計でYoYプラス推移、通期の着地見込みに対しては修正予想時の想定範囲で推移しています。

■ + ■ + ■ 全社総取扱高

■ GMV※1

■ スペースモールのグループ外取扱高※2

■ 法人向けソリューション他の売上高

(百万円)

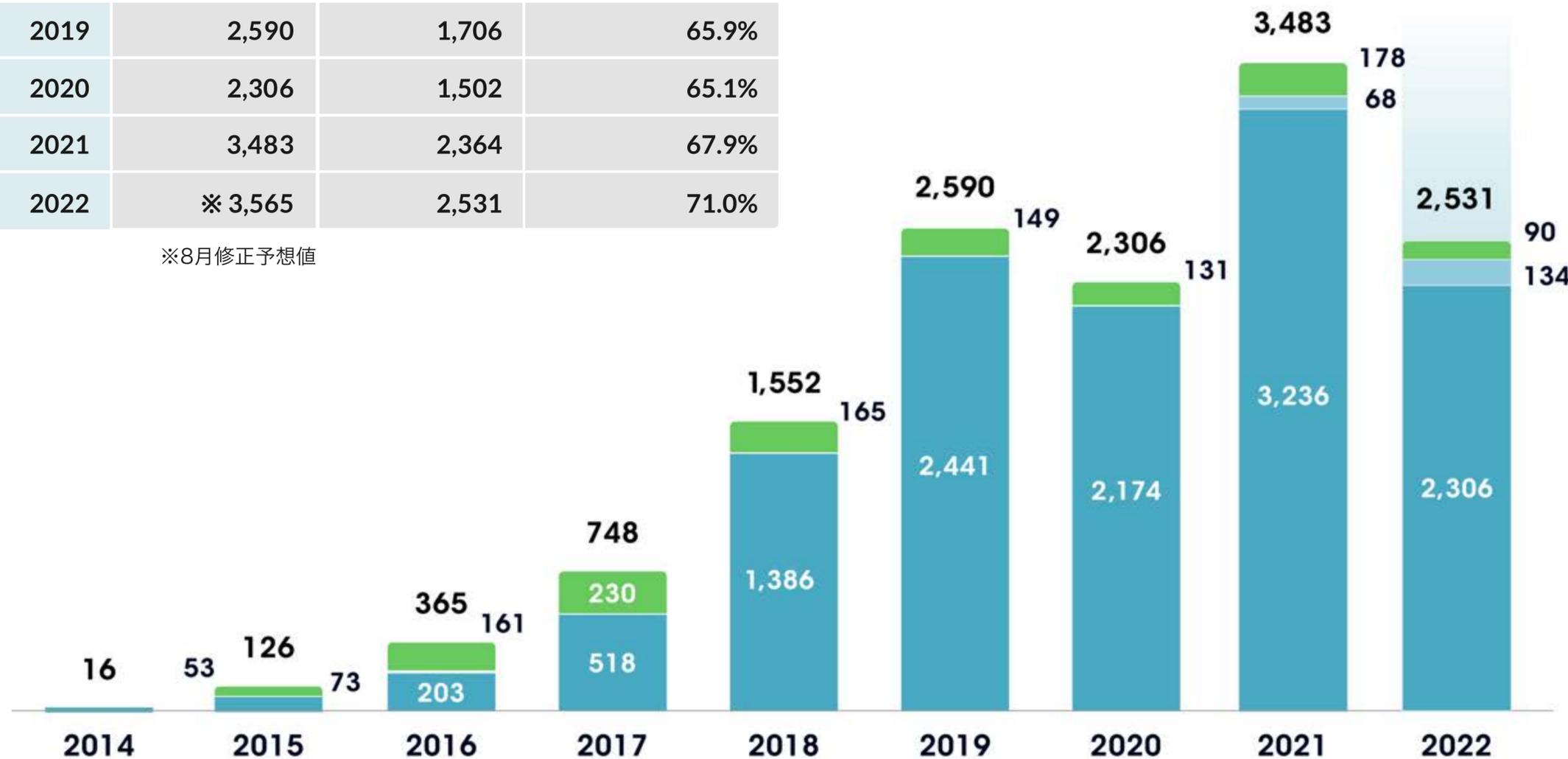
(※1) プラットフォーム利用金額の総額
(Gross Merchandise Value)

(※2) スペースモール社の総取扱高のうち
スペースマーケット社との取引高を
除いた金額

(参考)

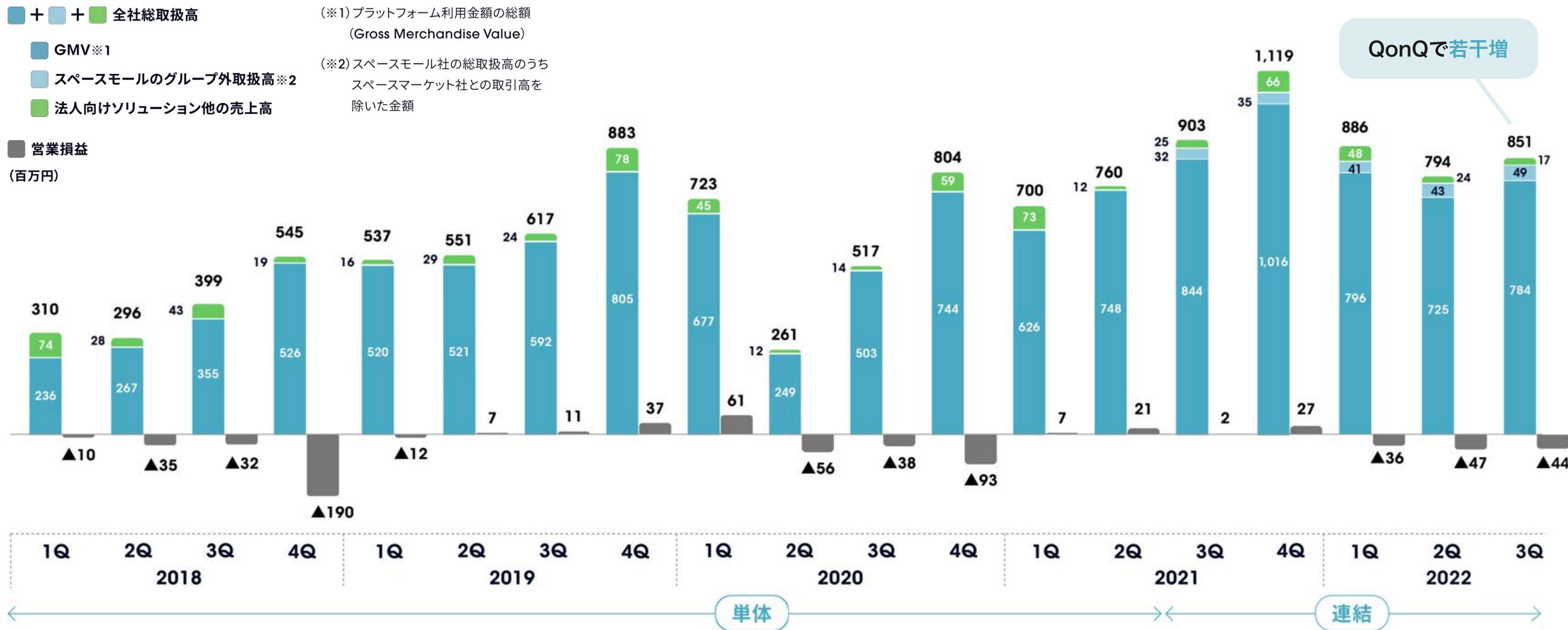
	通期	3Q累計	通期に対する進捗
2018	1,552	1,006	64.8%
2019	2,590	1,706	65.9%
2020	2,306	1,502	65.1%
2021	3,483	2,364	67.9%
2022	※ 3,565	2,531	71.0%

※8月修正予想値

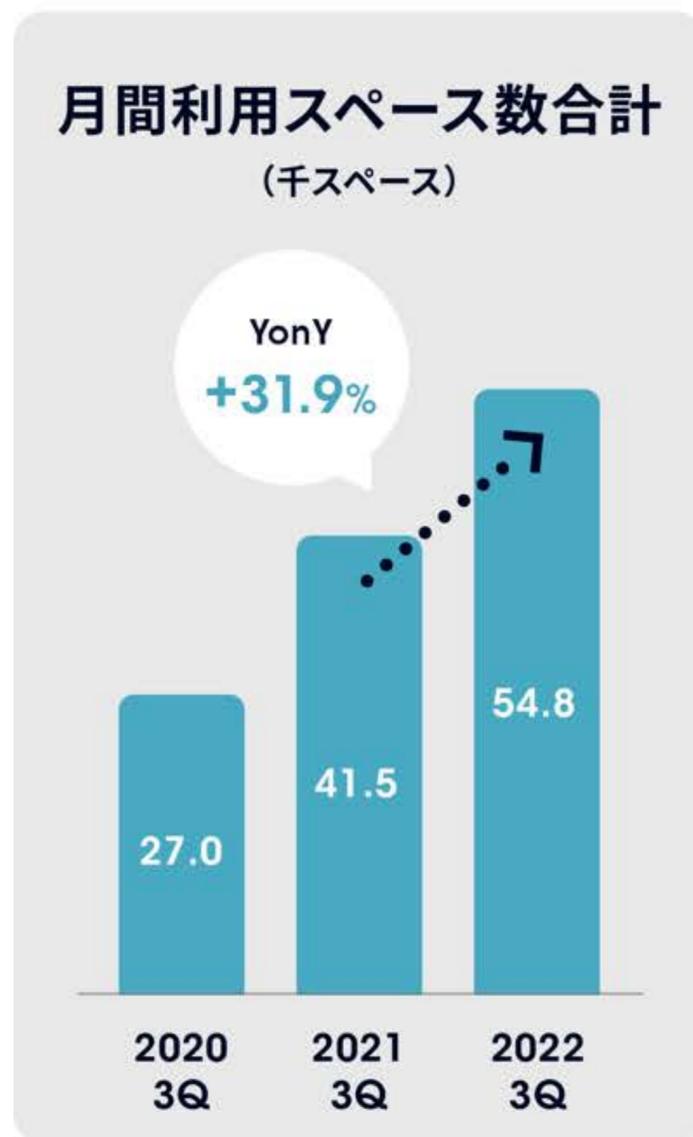


全社総取扱高と営業損益の推移（四半期）

個別の施策の効果が徐々に発現し、QonQでトップラインは若干の増加で推移しています。



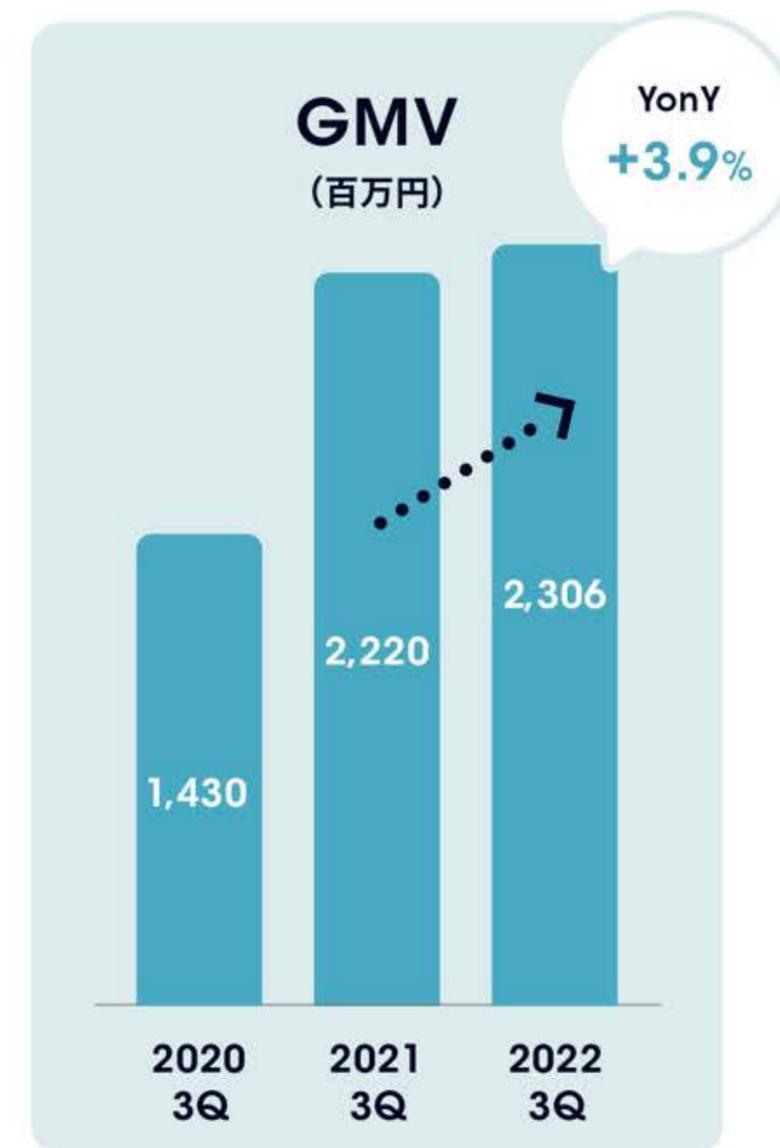
行動規制の緩和によるイベントスペース利用の増加・コロナ禍以降定着しつつあるワークボックスの利用、レンタルジムの利用などを中心に、幅広いセグメントで利用スペース数は継続して増加しております。1スペースあたりのGMVは、比較的小規模なスペースの利用が増加したことからYoYで減少し、結果としてGMVは微増で推移しています。



×



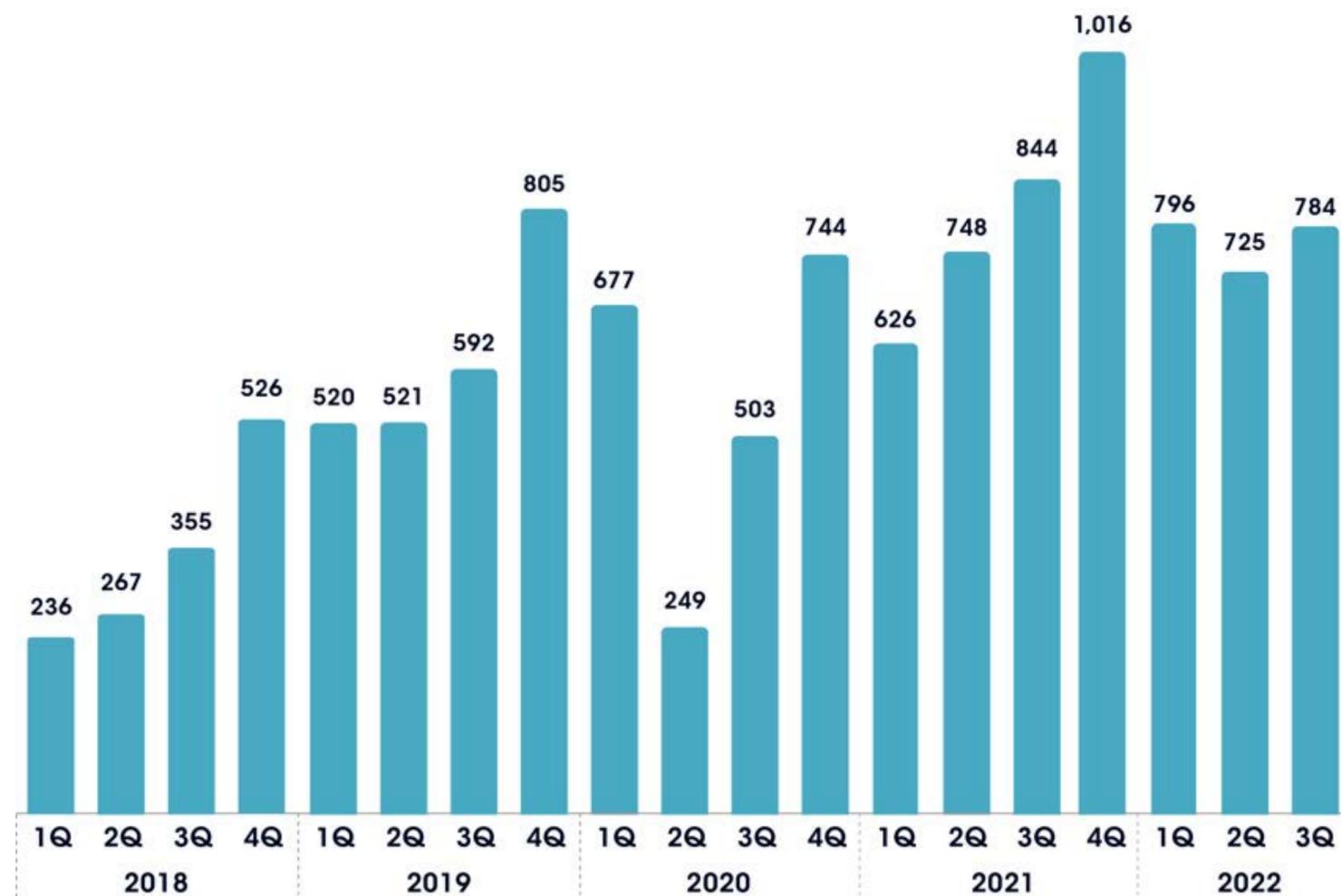
=



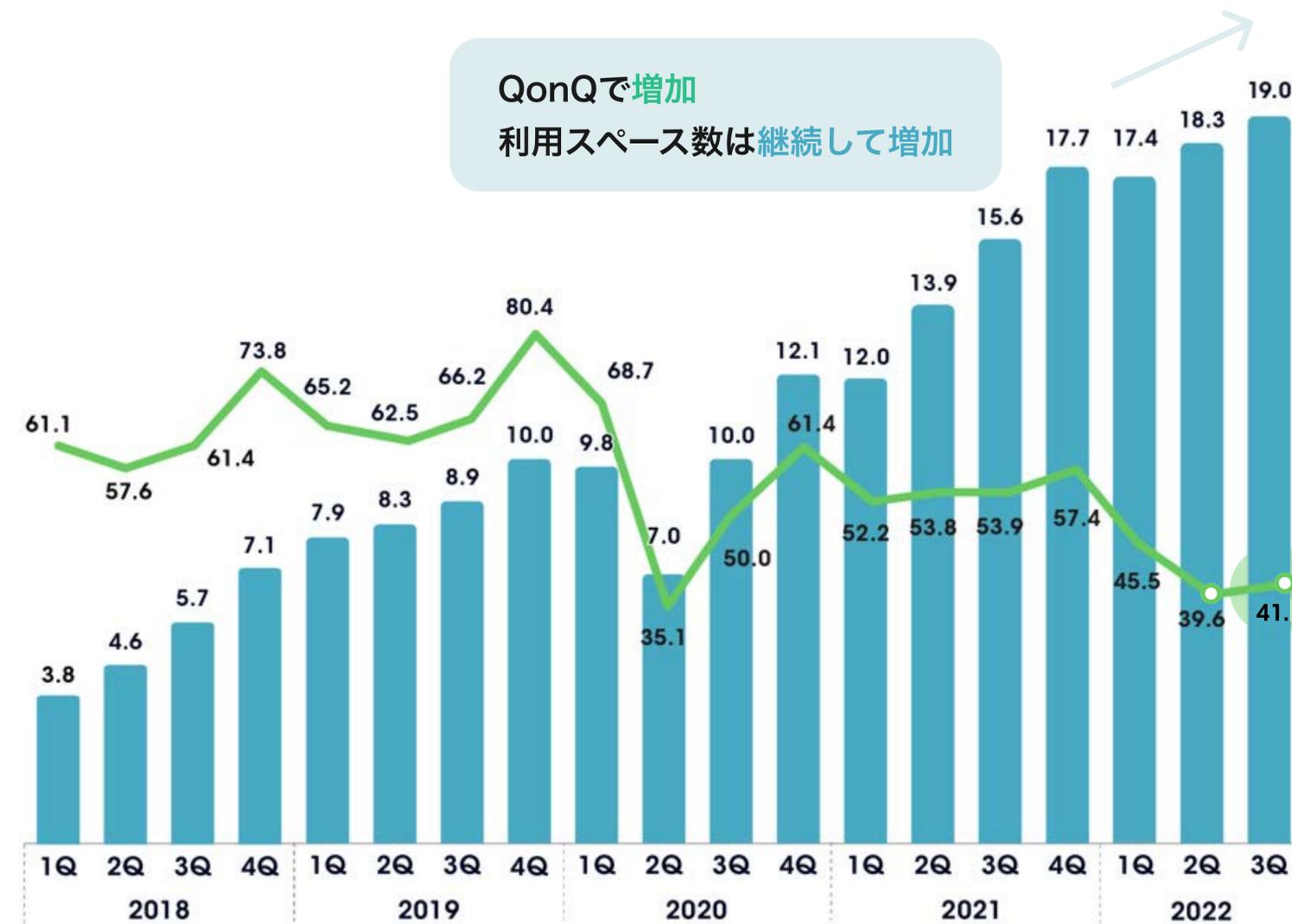
主要KPIの推移 (四半期)

利用スペース数、1スペースあたりのGMVはともにQonQで若干増で推移しています。

■ GMV(百万円)



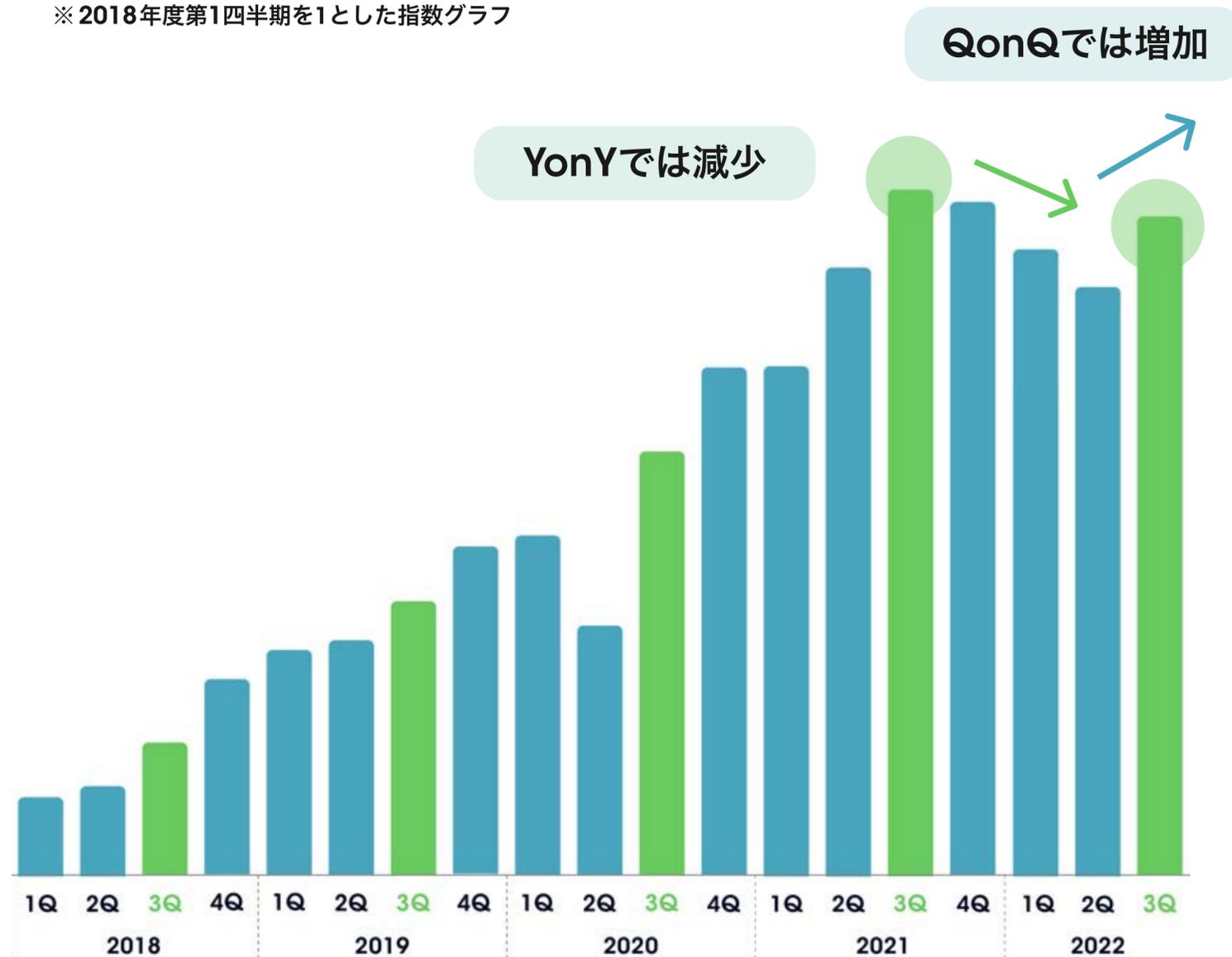
■ 月間利用スペース数合計 (千スペース)
 — 月間GMV/SP (千円)



行動制限の緩和等に伴い、少人数の利用はYonYでは減少しているものの、QonQではプラットフォーム全体のGMVの伸びとともに増加に転じています。

■ 4名以下利用のGMV

※ 2018年度第1四半期を1とした指数グラフ



予約時のゲストのメッセージ例



パーティー・女子会

オンラインライブを友人と観覧するために、初めて利用させていただきます！



パーティー・女子会

好きなアイドルの本人不在の誕生日パーティーに利用させていただきたいです。



音楽・楽器練習

いつもお世話になります。今回は歌とアコースティックギターの録音で使います。

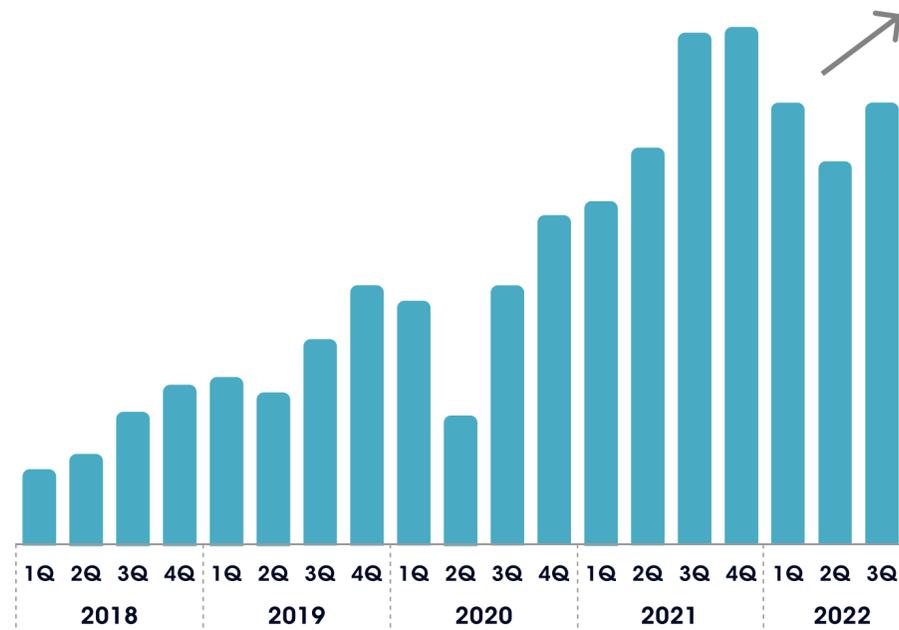
プラットフォーム全体のトレンドと同様に、各エリアでQonQで増加に転じました。

■ GMV

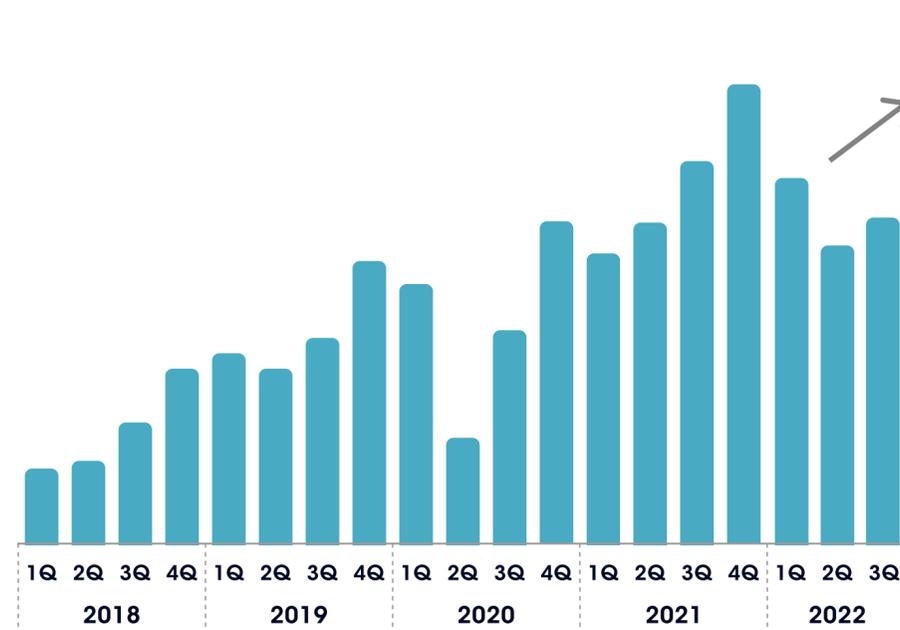
※2018年度第1四半期を1とした指数グラフ

各エリア QonQでは**増加**

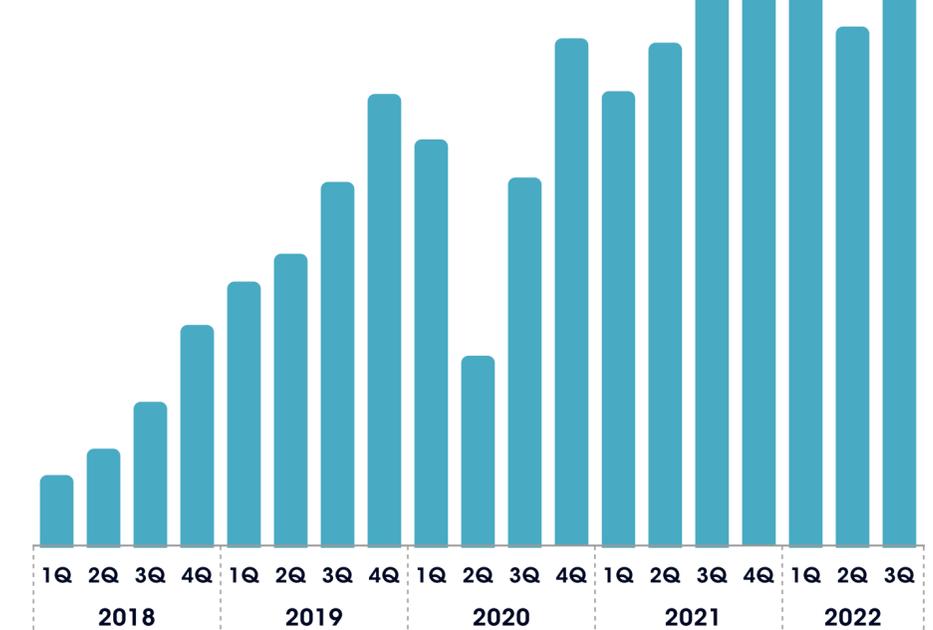
東京都以外の首都圏3県 (神奈川県・千葉県・埼玉県)



関西3府県 (大阪府・京都府・兵庫県)



それ以外の道県 (左記を除く1道39県)

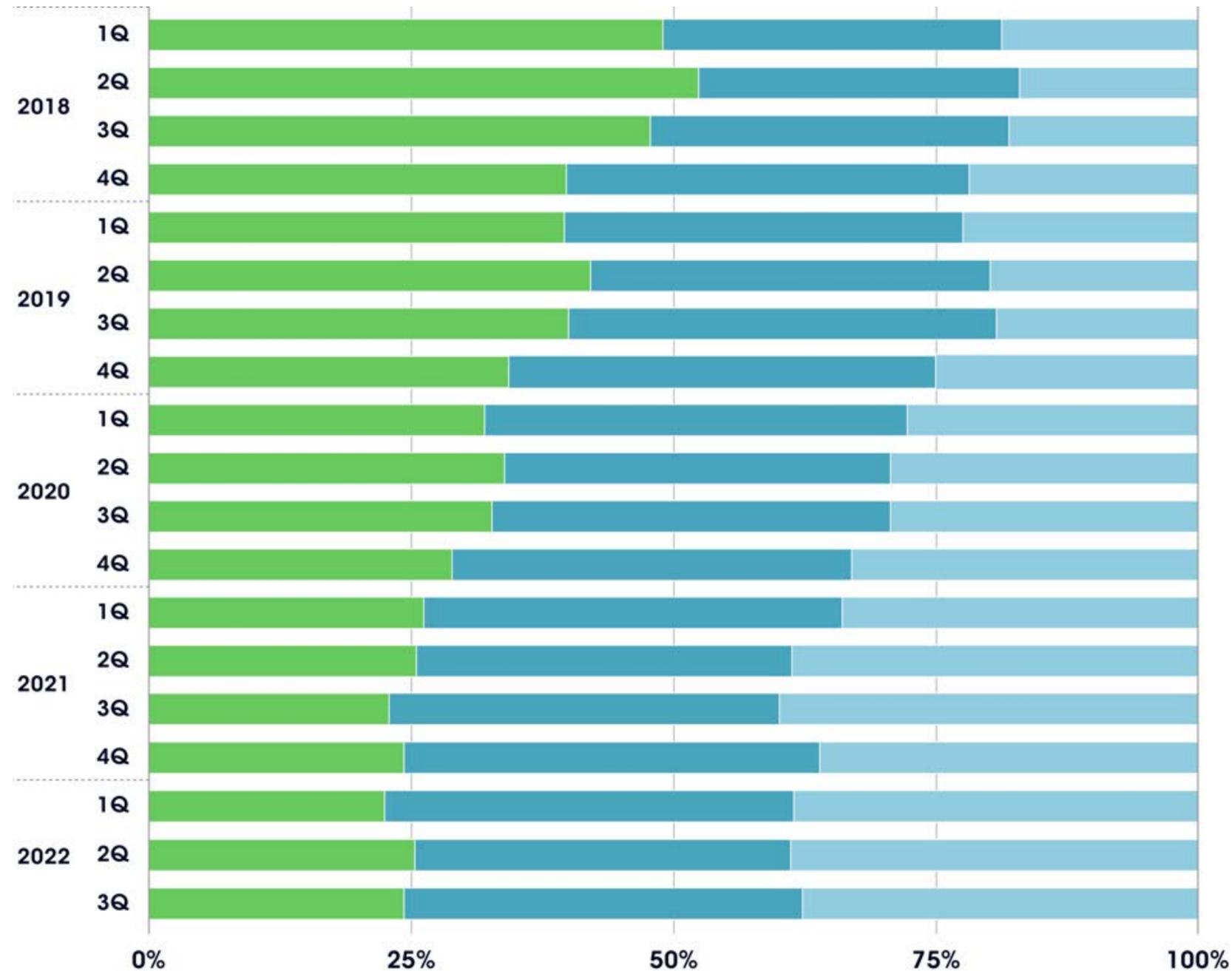


デバイス別のGMV構成

デバイス別のGMV構成は概ね横ばいで推移しました。引き続き、ニーズの大きいモバイルでの利便性向上に取り組んでまいります。

- デスクトップ (ブラウザ)
- モバイル (ブラウザ) *
- モバイル (アプリ)

(*) タブレットを含む



トップライン、ボトムラインともに8月に修正した業績予想に対して想定の範囲内での進捗となりました。
 新規プロダクトへの投資は1Qから継続して行っており、3Q累計で43百万円程度の投資を実行しています。

(百万円)

	(連結) 2021.3Q累計	(連結) 2022.3Q累計	YoY
全社総取扱高	2,364	2,531	+7.1%
売上高	813	856	+5.3%
売上総利益	591	602	+1.9%
全社総取扱高に対する 売上総利益率	25.0%	23.8%	▲1.2pt
販管費	560	732	+30.6%
営業損益	31	▲129	-
営業損益(戦略投資除く)	31	▲85	-
純損益	19	▲128	-

新規プロダクトについて

基本機能はリリースし、実証実験とクローズドでの
 セールス活動を開始しています。

GMVは3Q累計ではプラス推移となりました。ポイント・クーポンの発生額は当期の方が大きいものの、昨年夏に実施したホスト向け還元キャンペーンの影響から、3Q累計では売上高の計上額は旧基準・新基準ともに同程度の増加率となりました。

(百万円)

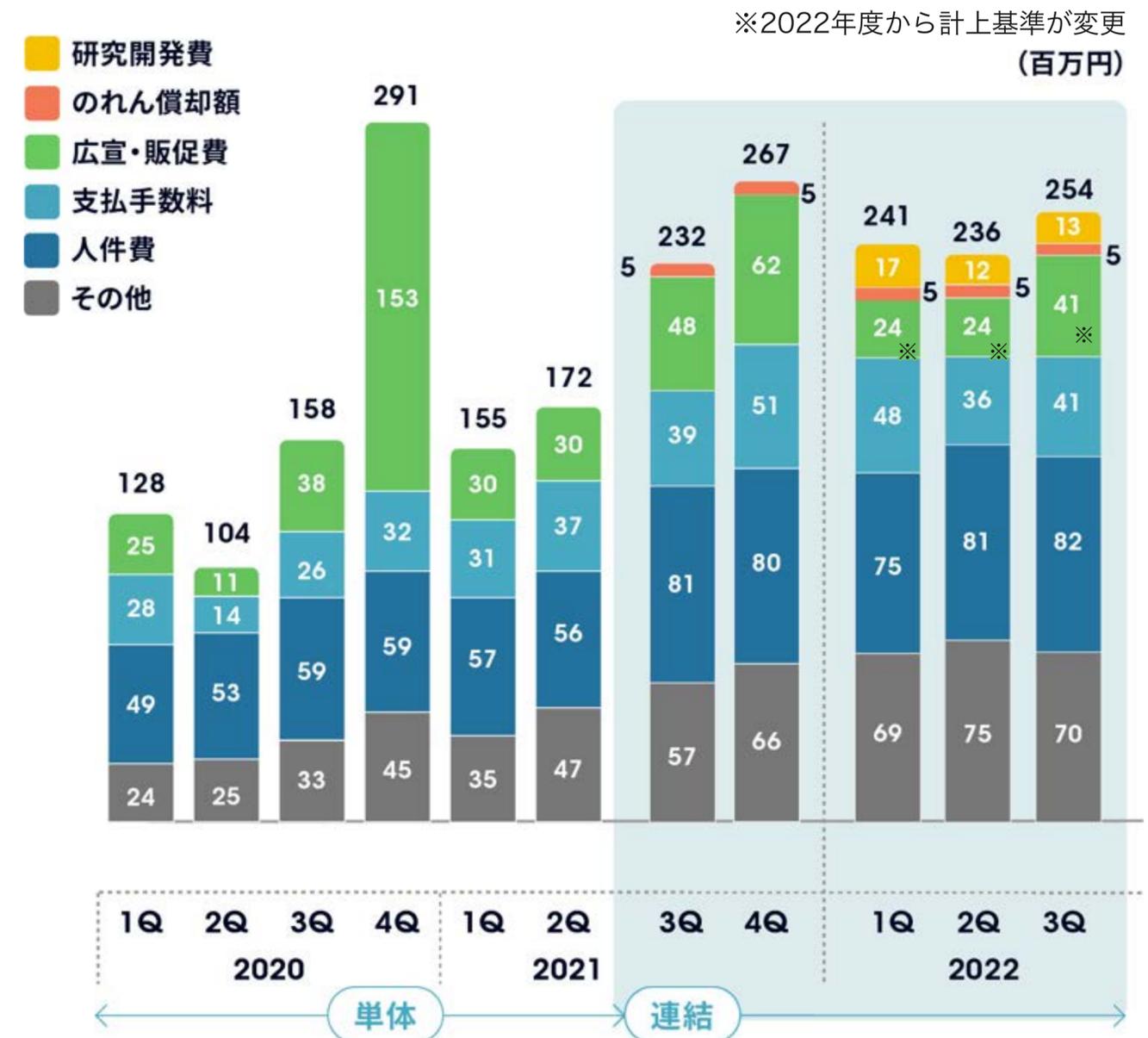
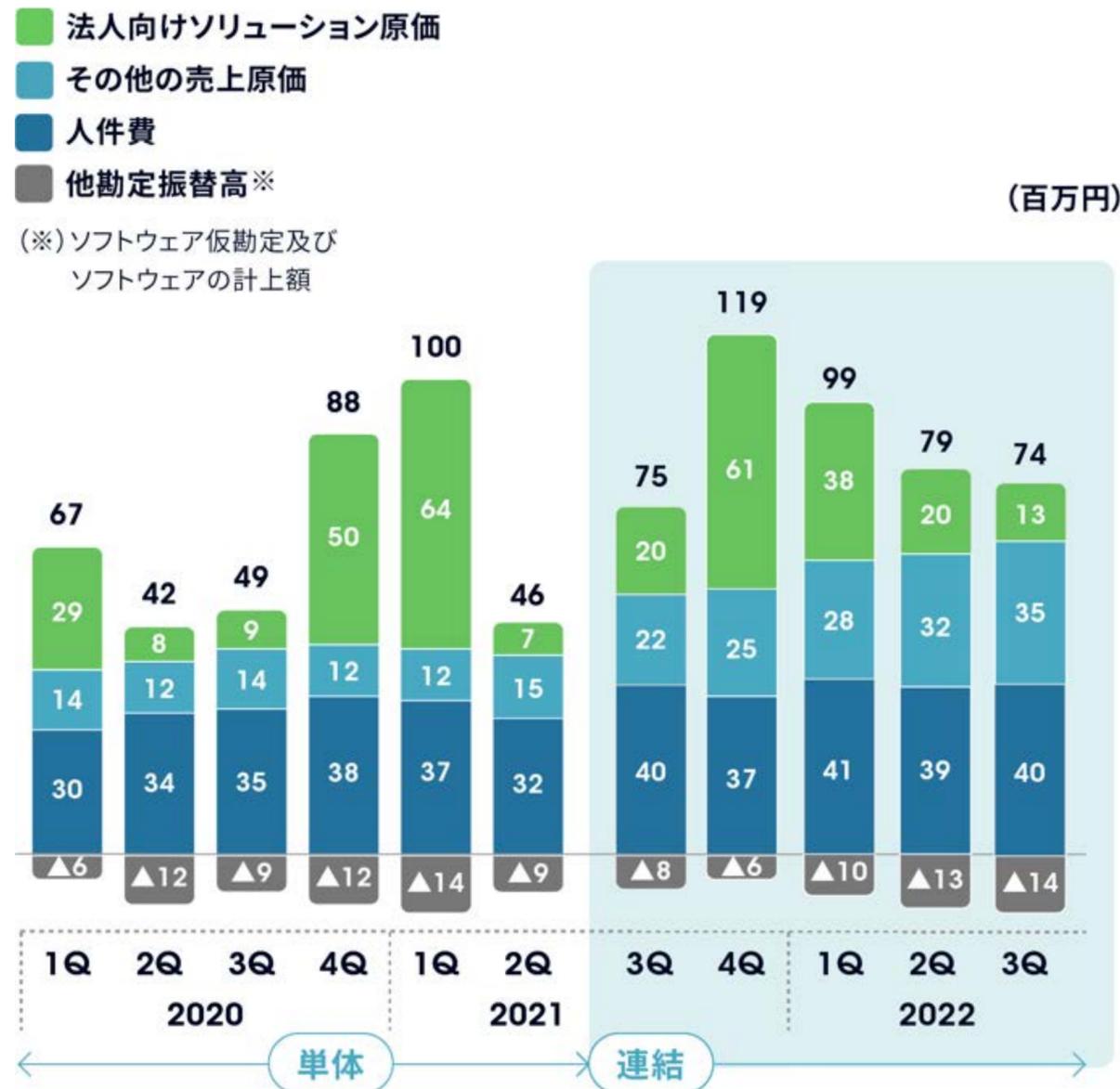
	2021.3Q累計	2022.3Q累計	YoY
GMV	2,220	2,306	+3.9%
売上高(純額) 旧基準ベース	674	712	+5.6%
売上高(純額) 新基準ベース	624	660	+5.8%
テイクレート※	30.4%	30.9%	+0.5pt

※ テイクレートについては、GMVに対する当社のプラットフォーム収益部分を表す旧基準ベースで表示しています。

財務会計上は2021年度は旧基準、
2022年度は新基準により売上高が算出されています。

コストの推移

Web広告の投資方針を調整したことから、広告宣伝費がQonQで増加しております。人件費を中心とした固定費については、QonQでは概ね同程度で推移しています。
2022年度より会計基準の変更に伴い、ポイント・クーポンの利用額が売上高の控除項目として扱われ、本スライドの広宣・販促費の計上額から除かれています。

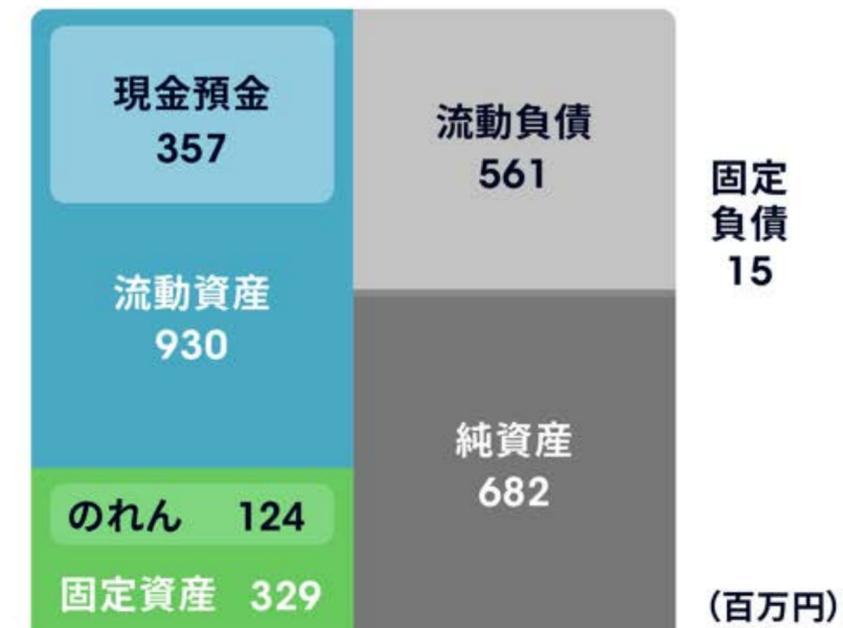


営業損失の計上による影響のほか、スペースモール株式の対価の分割支払い分・借入金の返済、税金の中間納付などにより前年度末から現預金が減少しております。

2021年度末 連結

 自己資本比率 **46.9%**

2022年 3Q末 連結

 自己資本比率 **53.3%**


決算の報告

| トピックス

Appendix

- 会社概要
- 事業の概要

多種多様なスペースの利用 (1/2)

当社のプラットフォームでは日々さまざまな利用が生まれていますが、直近では特に面接や面談・自習に加え、ピアノなどの楽器練習による利用が多く見られました。

1人～の少人数利用が昨年比で増加中

面接・面談

利用数 **2.9倍**※ ↑

自習

利用数 **4.3倍**※ ↑

楽器練習

利用数 **1.9倍**※ ↑

※2021年7月～9月の利用数と2022年7月～9月の利用数を比較



面接・面談：利用人数 1人

引っ越したばかりでまだWi-Fiが繋がってないため
ウェブ面接で利用したいと思います。



自習：利用人数 1人

自宅では集中できないため、**誰にも邪魔されない状況で勉強**ができる場所を探していました。



楽器練習：利用人数 1人

おかげさまで、先日娘が**ピアノコンクール**で優秀賞を受賞することができました！**今回も娘の練習**にぜひお借りしたいです。

ライフスタイルの多様化により、ダンスやヨガ・トレーニングなどの利用も多く見られました。

ライフスタイル多様化による需要拡大

ダンス

利用数 **1.6倍** ※ ↑



ダンス：利用人数 1～3人

今度ある、友人の結婚式で行う予定の余興の練習で利用させていただきます！

ヨガ

利用数 **1.7倍** ※ ↑



ヨガ：利用人数 1～3人

都内でフリーランスのヨガインストラクターをしています。綺麗で素敵なスタジオでしたので、ぜひ利用させていただきたいです。

トレーニング

利用数 **1.5倍** ※ ↑



トレーニング：利用人数 1～2人

会社の同僚と合同トレーニングをするスペースを探しました。職場からも近いので助かります。

※2021年7月～9月の利用数と2022年7月～9月の利用数を比較

「推し会」利用の増加

「推し会」とは、特定のアイドルや芸能人・声優・アニメのキャラクターなど、自分が推している”推し”について仲間や友人と語り合ったり、映像を見て応援したり、誕生日をお祝いする会のことです。ここ数年で、このような利用の需要が増加しています。

推し会

利用数 **8倍**※ ↑



推し活利用のゲスト

推し活で、推しの誕生日の記念に飾り付けをして
お祝いをします。

推しの誕生日をお祝いします。
当日は祭壇を作って写真を撮ったり、プロジェクターで
PVなどを鑑賞する予定です。

▲「推し活」利用の特集記事も複数作成・公開中

※2021年7月～9月の利用数と2022年7月～9月の利用数を比較

※レンタルスペース予約時に任意で記入するメッセージに「推し活」の記載が含まれる件数

2022年下期のマーケティング活動

9月は出前館とのコラボレーションキャンペーンを実施しました。また11月からは年末の利用増加に合わせ、年末～来年ゴールデンウィークまでを対象に予約時期が早いほど割引となる「早得」・11月～12月の利用者を対象とした「最大全額分還元」キャンペーンを開催しています。コロナ禍から徐々に人の集まりの需要が回復するタイミングで、ニーズをしっかりと取り込むべく、施策を実施しています。



SPACEMARKET | Demaecon

レンタルスペースで出前パーティー!

出前館を初めてご利用の方限定 **最大 3,000円分 OFF** 先着 15万名様

初めのご注文で使える! アプリから 3,000円以上のご注文で **2,300円 OFF**

次回のご注文で使える! アプリから 1,500円以上のご注文で **700円 OFF**

開催期間: 2022年9月1日(木)～9月30日(金)

出前館コラボレーション

需要が高まりつつある貸切空間での新しい**中食**※
市場拡大のため、スペースマーケットと国内最大級のデリバリーサービス・出前館が連携。



予約が早ければ早いほど得をする!

開催期間 11月7日(月)～12月19日(月)

早得 キャンペーン **最大 10,000円 OFF**

抽選で最大10万円分還元キャンペーン同時開催中!

早得キャンペーン

繁忙期の予約を早めに確保するため、年末～来年ゴールデンウィークまでを対象に予約時期が早いほど割引金額が大きくなるキャンペーンを実施。



11月・12月に2万円以上ご利用で自動エントリー

抽選で最大 **総額 100万円分 山分け 全額還元**

進呈上限 10万円分のAmazonギフトコード

※還元はAmazonギフトコードで行います。※キャンペーン詳細を必ずご確認ください

期間: 2022年11月7日(月)～12月25日(日)

最大全額分還元キャンペーン

抽選当選者には最大10万円分のAmazonギフトコードを付与。早割キャンペーンとの同時開催を案内し、さらなる**年末利用を促進**。

※惣菜店やコンビニエンスストア・スーパーなどでお弁当や惣菜などを購入したり、外食店のデリバリーなどを利用して、家庭外で商業的に調理・加工されたものを購入して食べる形態の食事をさします。(厚生労働省HPより)

**スペースマーケットはこれからも
新たなスペース利用の可能性を創造、
スペースシェアのモデルを確立していきます。**

決算の報告

トピックス

| Appendix

- **会社概要**
- **事業の概要**

会社名 株式会社スペースマーケット 設立年月日 2014年1月 グループ会社 株式会社スペースモール
 所在地 東京都渋谷区 従業員数 73名 ※2022年9月30日現在、連結



重松 大輔 代表取締役社長

早稲田大学法学部卒。2000年NTT東日本に入社。主に法人営業企画、プロモーション等を担当。2006年フォトクリエイイトに入社。一貫して新規事業、広報、採用に従事。国内外企業とのアライアンス実績多数。2014年1月にスペースマーケットを創業。2016年1月に一般社団法人シェアリングエコノミー協会を設立、代表理事に就任。



徳光 悠太 取締役兼上級執行役員 CFO

立命館大学卒。公認会計士・税理士・USCPA合格者。EY新日本有限責任監査法人にて監査業務に従事後、東南アジアのコンサルティングファームに入社。2014年よりディー・エヌ・エーにおいて経営企画、M&A後のPMI業務等に従事。2016年に独立開業。同年スペースマーケットに参画、社外監査役を経て2021年3月より取締役に就任。



須田 将啓 社外取締役

慶應義塾大学大学院修了。2004年エニグモを創業。2005年にソーシャル・ショッピング・サイトBUYMAを開始。2012年に東証マザーズ上場。その後英語版BUYMAを開始、グローバル事業展開を行い、2018年に旅行事業に参入。2019年に東証一部上場。



寺田 修輔 社外取締役

東京大学経済学部卒。CFA協会認定証券アナリスト。2009年シティグループ証券に入社。不動産業界の株式調査業務、財務アドバイザー業務等に従事。2016年じげんに入社、取締役執行役員CFOとして投資戦略、財務戦略、経営企画の統括や東証一部への市場変更等を牽引。2020年よりミダスキャピタルに取締役パートナーとして参画。



石原 遥平 取締役（監査等委員長）

慶應義塾大学大学院法務研究科修了。弁護士法人淀屋橋・山上合同にて幅広く法務に従事。2016年から2020年までスペースマーケットに出向、法務に限らずビジネススキームの策定、資金調達、内部監査、上場業務等を担当。同社General Counselを経て2021年3月より取締役（監査等委員）就任。



田中 優子 社外取締役（監査等委員）

東京大学法学部卒。トヨタ自動車にてマーケティング、ジュピターショップチャンネルで経営企画、事業開発などを担当。A.T.カーニの消費財・サービスプラクティスマネージャーとして、大企業向けコンサルティングに従事。2014年、クラウドワークスに参画。執行役員として東証マザーズ上場を経験。2019年より同社取締役に就任。



松本 一範 社外取締役（監査等委員）

東京大学大学院法学政治学研究科修士課程修了。NEC、外資系半導体メーカーにて企業再建等に従事。2011年よりディー・エヌ・エーにてM&A、ガバナンス強化等に従事。2018年より横浜DeNAベイスターズに出向、2021年4月より同社常務取締役コーポレート本部長に就任。横浜スタジアム専務取締役総務部長を兼任。

スペースマーケット事業



スペースシェアをあたりまえの選択肢にするために

シェアリングエコノミープラットフォームの運営



あらゆるスペースを15分単位で貸し借り



選ばれるスペースを増やすために

シェアスペース運営サポート

企画開発

内装や備品の選定
発注・設置から
サイトへの掲載まで実施

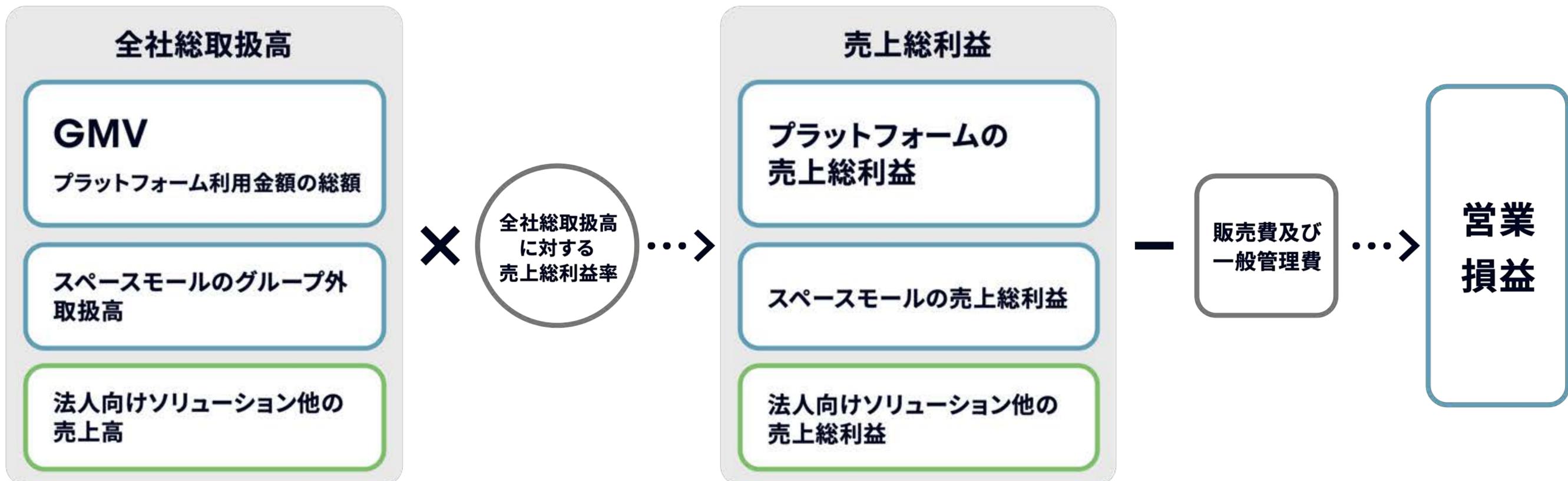
運営代行

売上を最大化する
オペレーションで
物件オーナーに代わり
スペースを運営

主要 KPI



財務



決算の報告

トピックス

| Appendix

- 会社概要
- 事業の概要

スペースシェアをあたりまえの選択肢にするために、シェアリングエコノミープラットフォームの運営を行っています。

あらゆるスペースを15分単位で貸し借りできる



掲載
スペース数
22,000件※

(※) 2022年11月現在

スペースを借りたい「ゲスト」と、スペースを貸したい「ホスト」をマッチング。双方から手数料をいただきます。



スペースマーケットに掲載されているスペースは全国47都道府県にわたり、住宅や会議室からユニークなスペースまで種類も豊富です。



住宅



飲食店



スポーツ施設



映画館



会議室



スタジオ



結婚式場



ユニークなスペース



ワークボックス



オフィス

業界有数の種類と掲載数でゲストのさまざまな用途に対応。スペースマーケットを利用した新しい「場所での体験」が生まれています。



パーティー 飲み会

女子会・ママ会
誕生日会
料理
バーベキュー



撮影・収録

写真撮影
動画撮影
テレビ収録
YouTube収録



趣味・遊び

ボードゲーム
スポーツ観戦
オフ会・交流会
映画鑑賞



スポーツ フィットネス

トレーニング
ピラティス
ヨガ、ダンス
個別レッスン



仕事

会議
オフサイトミーティング
テレワーク
サテライトオフィス

自分の持つ不動産の収益化を行いたい物件オーナーに向けて、シェアスペースの運営サポートを行っています。

シェアスペースの運営サポート



選ばれるスペースづくりをご提案

スペース企画開発

物件をシェアスペースとして貸し出せる状態に

内装の整備

シェアスペースに適した
家具や備品の選定・発注・設置 など



プラットフォームへの掲載

宣材写真の撮影、掲載文作成、
価格設定、利用時のルール作成 など



オペレーションで売上を最大化

スペース運営代行

物件オーナーに代わってスペースを運営

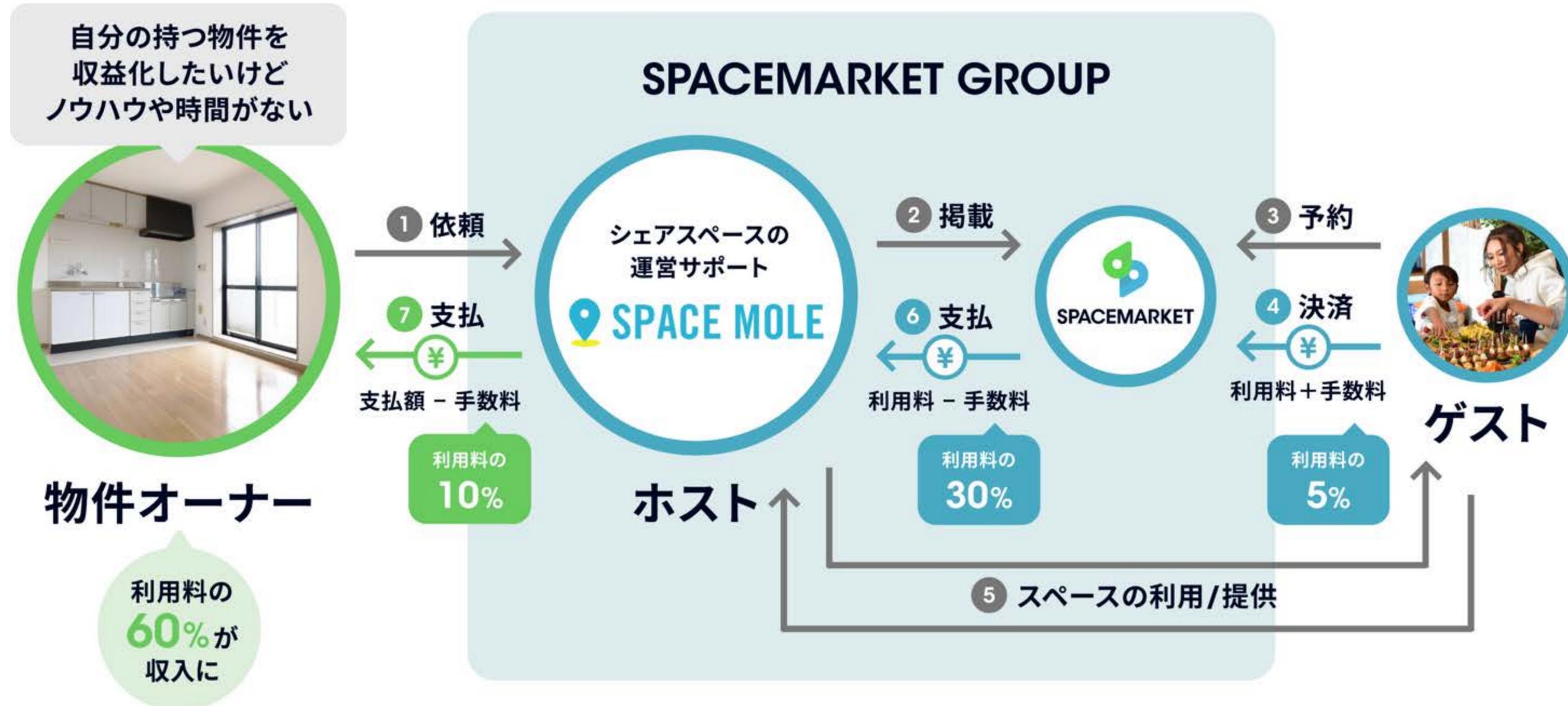
予約時・貸出時の対応、清掃、
備品補充、お問い合わせ対応、
掲載内容のブラッシュアップ など

運営代行
スペース数
185件※



(※) 2022年5月現在

物件オーナーに代わってシェアスペースを運営。スペースの利用料から手数料をいただきます。



下記の世の中の流れにより、スペースシェアの市場環境は追い風にあると考えています。

サステナビリティの
考えが世の中に浸透

1 遊休スペースの活用が 求められる社会に

サステナビリティの考えが世の中に浸透。空き家・空きビルなどの遊休スペースを活用し、持続可能な社会を実現することが求められるようになりました。

年単位から
月・週・時間単位へ

2 短期間の所有・利用が 求められる時代に

多様性が認められる社会への変化により、場所の所有・利用シーンも多様化。今までより短い期間での場所の所有・利用が求められる時代になりました。

リアルな場所の
重要性を改めて認識

3 どんな時代においても 「場所」の必要性は不変

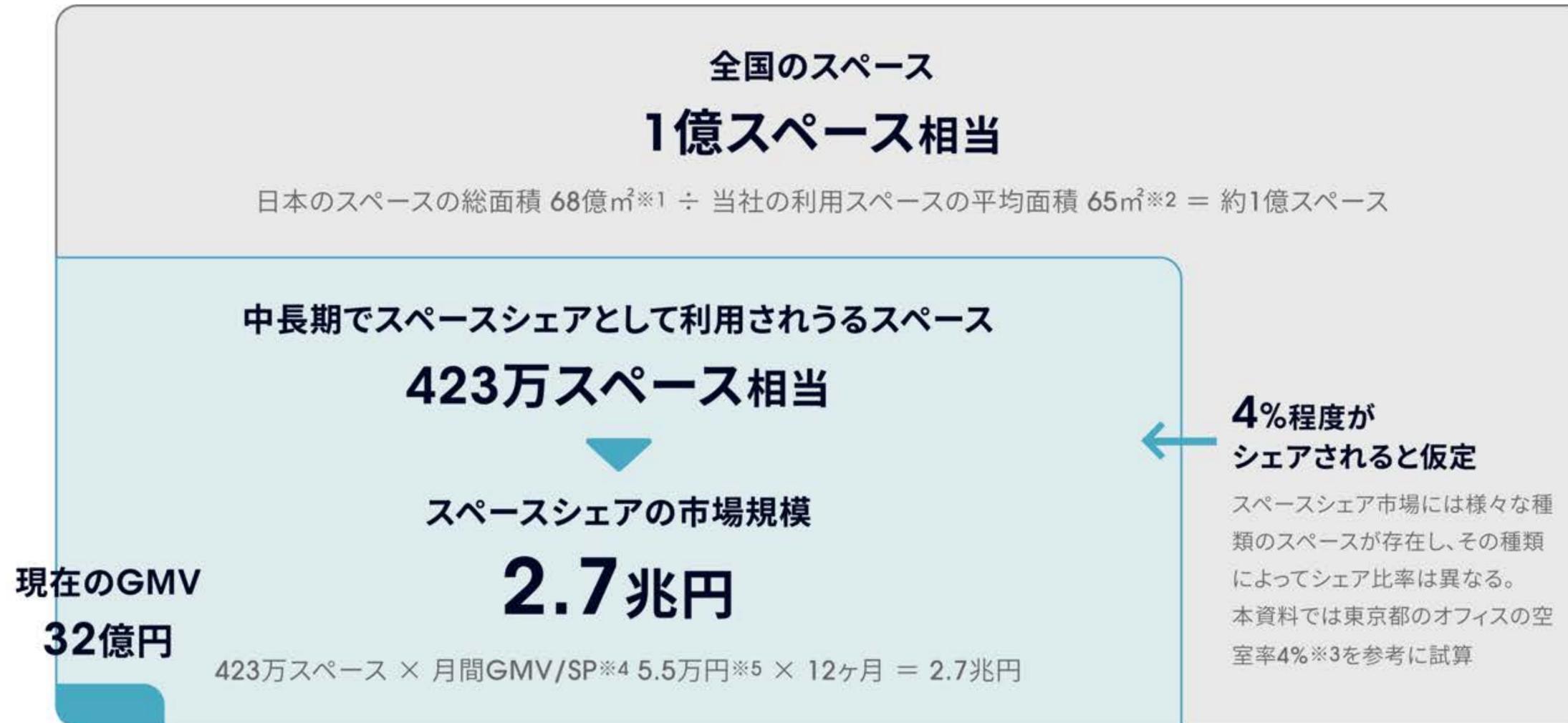
時代がどのように変化しても、「はたらく」「あそぶ」「くらす」のあらゆるシーンにおいて場所の必要性は不変であり、重要であることが改めて認識されました。

スペースシェアの市場環境は追い風

スペースシェアの市場規模

スペースシェアの市場は、中長期で約2.7兆円規模と試算しています。

当社は、スペースシェアのリーディングカンパニーとして、この市場でトップシェアを獲得していきたいと考えています。



(※1) 出所:国土交通省建築物ストック統計より当社試算(68億m²=住宅総面積 57億m²+工場・倉庫除く非住宅総面積 11億m²) (※2) 2020年第4四半期の当社の利用スペースより試算

(※3) 出所:MIKI OFFICE REPORT TOKYO 2021 (※4) 1スペースあたりの平均月間利用金額 (※5) 2020年度の当社の月間GMV/SP

スペースマーケットの強み

業界トップのスペースシェアノウハウ

スペースマーケットは日本国内のスペースシェアのリーディングカンパニーとして、スペースシェアという新しい文化を一から創造してきました。そのため、創業来蓄積してきたスペースシェア事業に関するノウハウの量は業界トップです。

スペースシェアの
リーディングカンパニーだからこそ

スペースシェアノウハウの蓄積が業界トップ

プロダクトだけでなく「場所」に関するノウハウが非常に重要だが
新しい消費活動のため **ノウハウ所有者がいない**



プロダクトに
対するノウハウ



スペースでの体験に
対するノウハウ



スペースの立ち上げ・
運営に対するノウハウ

同じ課題を持つ仲間との連携・共創

スペースシェアの文化を広げるため、創業時からホスト・ゲスト・自治体・大手企業等とともに、同じ課題を持つ仲間として連携・共創を行ってきました。当社の力だけでなく、仲間たちを起点とした価値創出によっても成長が期待できます。

ホスト・ゲスト
自治体・企業など

同じ課題を持つ仲間との連携・共創が可能



スペースマーケットの強み

幅広い角度からの成長可能性

「業界有数の掲載数」×「多様な利用用途」により生まれる新しい体験やニーズは無限大で、ジャンルを問いません。
 その体験やニーズの中から成長可能性のある分野を見つけることで、幅広い角度から成長を加速させることができます。

業界有数の掲載数×多様な利用用途

幅広い角度からの成長が可能

業界有数の掲載数

ゲストの獲得 / 再利用の促進 / 新しい体験の創出



住宅



飲食店



スポーツ施設



映画館



会議室



新ジャンルのスペース



多様な利用用途

稼働率向上 / リスク分散 / 新しい成長可能性分野の創出



パーティー・飲み会



撮影・収録



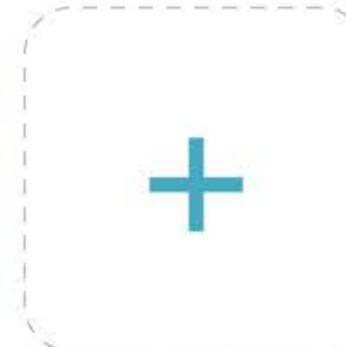
趣味・遊び



スポーツ・フィットネス



仕事



新しい用途

おもなリスクとその対応 (1/2)

当社事業に関するおもなリスクは下記のとおりです。これらリスクに対しては、記載のと通りの対応を行います。

市場に関するリスク

シェアリングエコノミーサービス市場におけるスペースシェア市場は今後も堅調な成長を見込んでおりますが、予測通りに市場が拡大しないリスクを認識しています。このリスクに対しては、シェアリングエコノミーサービス市場の動向を注視し、柔軟に対応できる体制構築に努めてまいります。

競合他社に関するリスク

同様のサービスを提供する競合他社が現れた場合等には、既存事業者や新規参入事業者を含めた競争の激化により、財政状態や経営成績に影響を及ぼす可能性があります。このリスクに対しては、今後もサービスをより充実させていくと同時に、競合優位性を高めてまいります。

サービスの健全性に関するリスク

公序良俗に違反するようなサービスの利用がされた場合や、第三者の知的財産権を侵害する行為、詐欺等が行われた場合には、提供するサービスに対する信頼性が低下し、ユーザーの利用が減少する可能性があります。このリスクに対しては、健全性確保のため、サービス内における禁止事項を利用規約に明記し、法令や公序良俗に反する行為の排除に努めております。また、問題発見および対処の一層の迅速化を進めるため、担当部門の拡充やシステム開発を進めてまいります。

外部検索エンジンへの依存に関するリスク

外部検索エンジンの運営者が検索結果を表示するロジックを変更するなどして、それまで有効であったSEO対策が機能しなくなった場合には、集客力が低下し、財政状態や経営成績に影響を及ぼす可能性があります。このリスクに対しては、外部検索エンジンにおける検索結果及びユーザー流入数を継続的にモニタリングし、外部検索エンジンの表示方針の変更に適時に対応できるよう努めてまいります。

おもなリスクとその対応 (2/2)

当社事業に関するおもなリスクは下記のとおりです。これらリスクに対しては、記載のと通りの対応を行います。

人材確保に関するリスク

採用基準を満たす優秀な人材の確保や人材育成が計画通りに進まなかった場合には、事業展開及び経営成績に影響を及ぼす可能性があります。このリスクに対しては、一定以上の水準を満たす優秀な人材を継続して採用できる施策を実施するとともに、既存の人材のさらなる育成・維持に積極的に努めてまいります。

個人情報保護に関するリスク

個人情報外部に流出し、悪用されるといった事態が発生した場合には、財政状態及び経営成績並びに企業としての社会的信用に影響を及ぼす可能性があります。このリスクに対しては、「プライバシーポリシー」および「個人情報保護規程」を定めており、社内教育の徹底と管理体制の構築を行ってまいります。

システムトラブルに関するリスク

アクセスの急激な増加等による負荷の拡大、災害や事故等により大規模なシステム障害が起こった場合には、財政状態や経営成績に影響を及ぼす可能性があります。このリスクに対しては、安定的なサービス運営を行うために、サーバー設備等の強化や社内体制の構築を行ってまいります。

技術革新への対応に関するリスク

技術革新知見やノウハウの獲得に困難が生じた場合、また技術革新に対する当社の対応が遅れた場合には、競争力が低下する可能性があります。このリスクに対しては、エンジニアの採用・育成や創造的な職場環境の整備、技術・知見・ノウハウの取得に注力するとともに、開発環境の整備等を進めてまいります。

伝染病や災害に関するリスク

新型コロナウイルス感染症のような伝染病の発生や地震等の災害によって社会的に人々の行動が大幅に制限される場合には、サービスの利用が大幅に減少し、経営成績に影響を及ぼす可能性があります。このリスクに対しては、掲載スペースのエリア分散や適切なコストコントロールによって適時に対応できるよう努めてまいります。

将来見通しに関する注意事項

本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。

これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。

