

ぐるなび

2023年3月期 第3四半期 決算説明会資料

株式会社ぐるなび（証券コード / 2440）

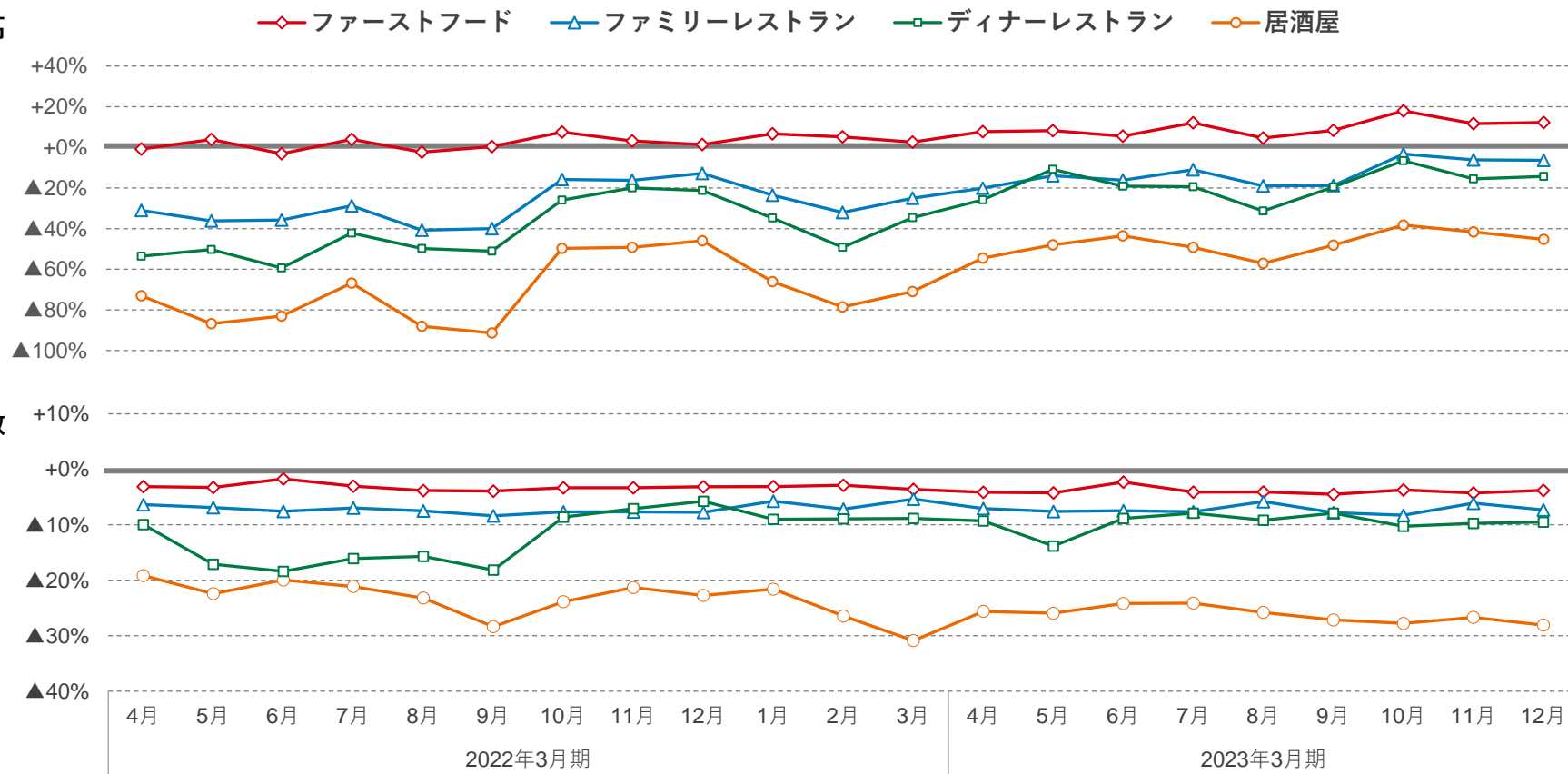
食でつなぐ。
人を満たす。



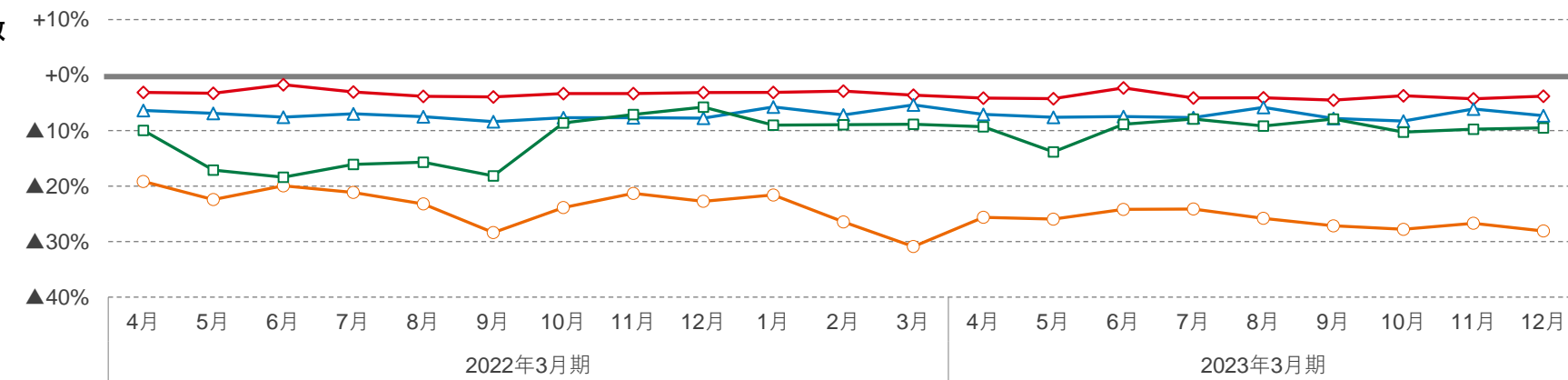
飲食店の状況 ～ 2019年（コロナ禍前）同月比 ～

- ✓ 売上は全体的に緩やかな回復基調にあるが、業態により差がみられる
- ✓ 特に居酒屋業態について、売上回復が鈍く店舗数はコロナ禍前のおよそ3割減の水準

■ 売上高



■ 店舗数



出典：一般社団法人 日本フードサービス協会

施策進捗

- ✓ 飲食店経営のDX支援の強化・拡大を目的に、株式会社オプティムとの間で資本業務提携を締結（P.15－16）
- ✓ モバイルオーダーサービスの契約企業数は計画通りに進捗
先行導入店での実績を踏まえたグループ全体への導入活発化に兆し（P.17－19）

業績

3Q累計

経営資源配分の見直しにより損失は前年同期比縮小

4Q

黒字化の方針に変更なし

通期業績予想については、新規サービス売上の立ち上がりが遅れていることのほか、居酒屋業態における外食需要の回復に鈍さが見られること等の外部環境を勘案し、前回予想を据え置き

決算概要

- ✓ 総有料加盟店舗数は、デリバリー・テイクアウト事業を終了（2022年7月）したことを主因に減少
- ✓ 一方、ユーザー基盤である楽天ID連携会員数は、前年同期末比138万人増加し667万人へ

	第3四半期累計	
	2022年3月期	2023年3月期
売上高	9,563 百万円	8,956 百万円 ↓
営業損失	-3,483 百万円	-2,046 百万円 ↑
親会社株主に帰属する四半期純損失	-3,606 百万円	-1,918 百万円 ↑
総有料加盟店舗数（2022年12月末）	60,614 店	45,450 店 ↓
楽天ID連携会員数（2022年12月末）	528 万人	667 万人 ↑

連結損益計算書

(単位：百万円)	2022年3月期 第3四半期累計	対売上高 比率	2023年3月期 第3四半期累計	対売上高 比率	前年同期比 変化率
売上高	9,563	100.0%	8,956	100.0%	-6.3%
売上原価	4,050	42.4%	3,691	41.2%	-8.9%
売上総利益	5,513	57.6%	5,264	58.8%	-4.5%
販売費及び一般管理費	8,997	94.1%	7,311	81.6%	-18.7%
営業損失	-3,483	-	-2,046	-	-
経常損失	-3,564	-	-1,996	-	-
税引前四半期純損失	-3,597	-	-1,908	-	-
親会社株主に帰属する四半期純損失	-3,606	-	-1,918	-	-

売上高内訳

(単位：百万円)	2022年3月期 第3四半期累計	2023年3月期 第3四半期累計	前年同期比 変化率
売上高	9,563	8,956	-6.3%
飲食店販促サービス	7,692	6,715	-12.7%
ストック型サービス	6,381	5,804	-9.0%
スポット型サービス	1,311	911	-30.5%
プロモーション	920	891	-3.2%
関連事業	950	1,349	+42.0%

ストック型サービス

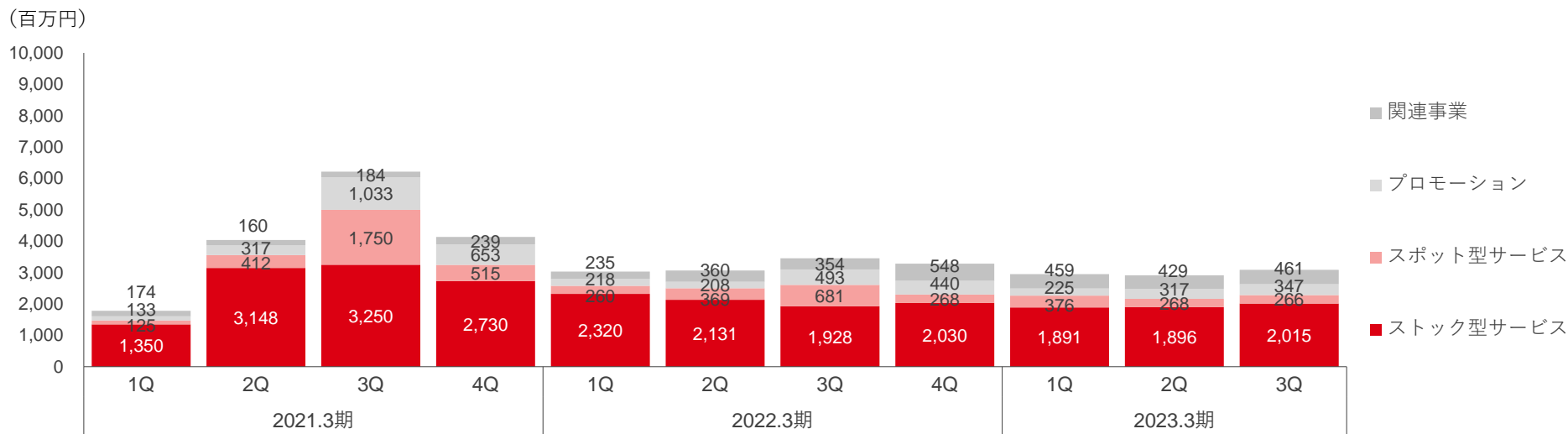
- ✓ 前期において断続的に発出された緊急事態宣言・まん延防止等重点措置の影響により、期初におけるベース売上が低下したことから前年同期比減少
- ✓ 月次では、4月をボトムに回復（P.11参照）

スポット型サービス

- ✓ 販促商品等のスポット販売売上が増加
- ✓ 他方、ネット予約手数料売上が2021年9月に開始した新加盟プランにおける手数料改定影響により減少したほか、デリバリー・テイクアウト売上がサービス終了（2022年7月）により減少

関連事業

- ✓ 新規事業の一つである店舗開発事業における商業施設からの収益を計上

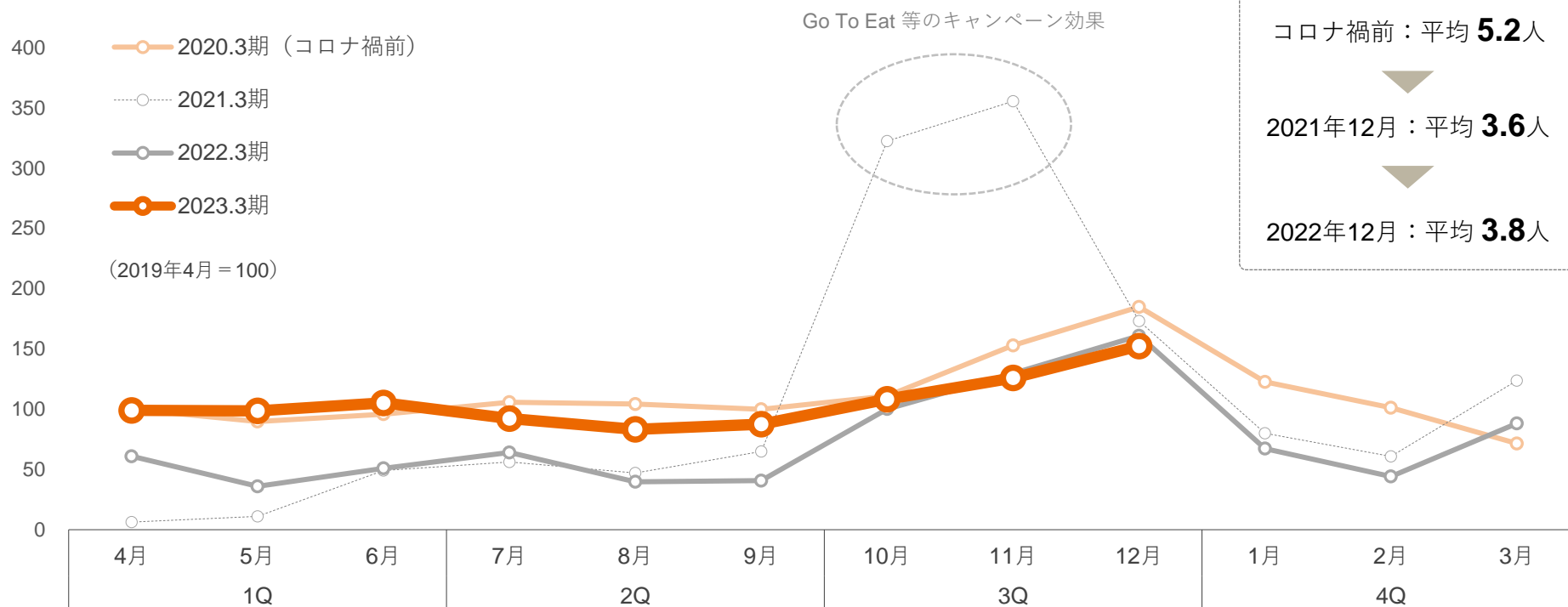


2022年3月期の期首より「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を適用。本資料において、2021年3月期以前の数値は適用前の開示済み数値を記載。

ネット予約サービス ①

- ✓ 12月のネット予約件数はコロナ禍前（2019年12月）の82%
- ✓ 1組あたりの人数は少人数傾向が継続

■ ネット予約件数の月次推移



ネット予約サービス ②

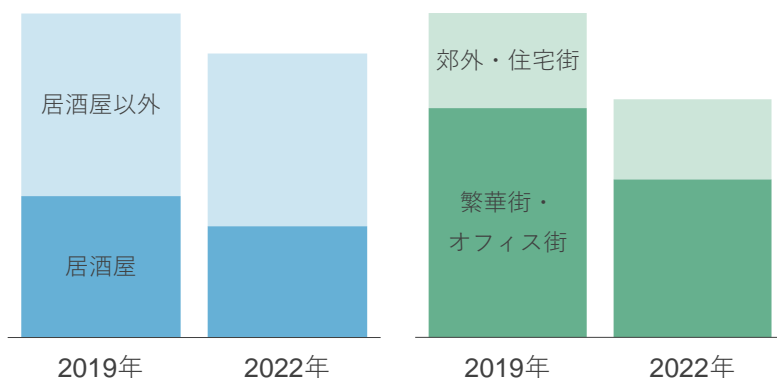
12月ネット予約数のコロナ禍前比較

ネット予約件数

ネット予約対応店舗数 (2019年=100)

業態別

立地別 ※

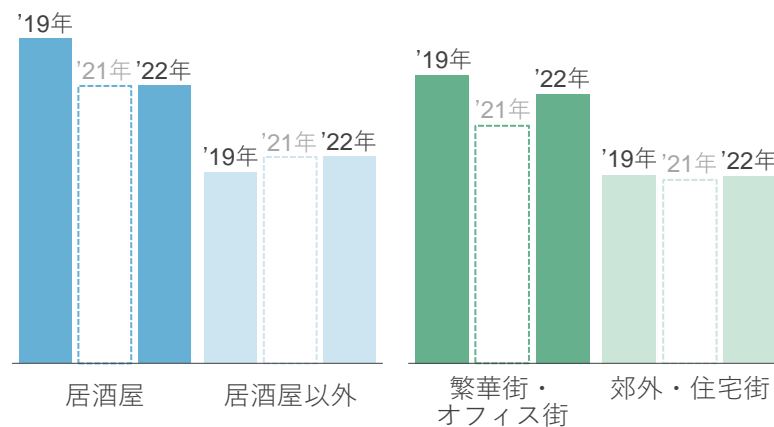


コロナ禍の影響をとりわけ強く受けた「居酒屋」ならびに「繁華街・オフィス街」のネット予約対応店舗が減少

1店舗あたりネット予約件数

業態別

立地別 ※



1店舗あたりネット予約件数の回復状況には業態、立地により濃淡
※ 繁華街・オフィス街は2021年比増加

※ 東京都の加盟飲食店をもとに集計

ネット予約サービス ③

ネット予約促進キャンペーンは効果を発揮

付与ポイント増量キャンペーン

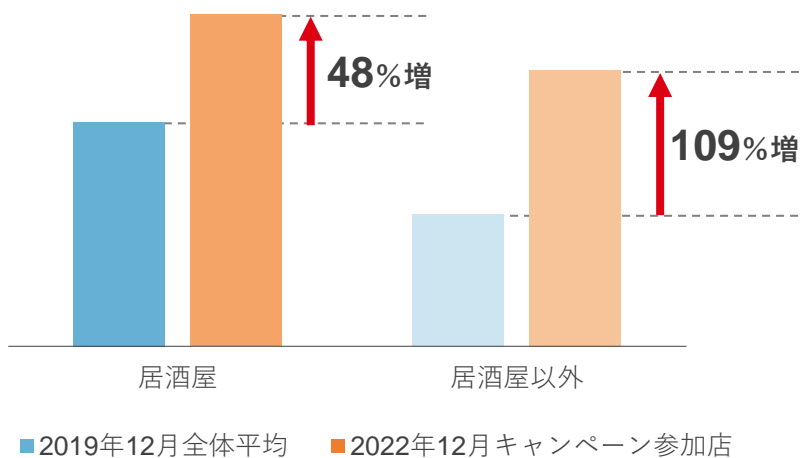


ネット予約クーポンキャンペーン

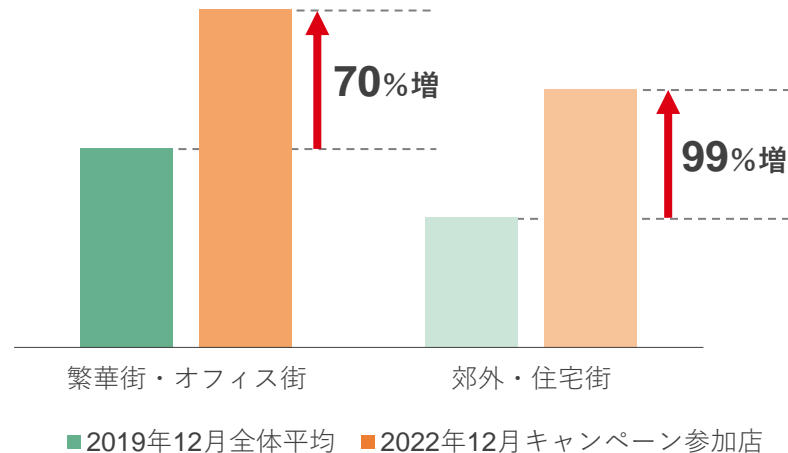


1店舗あたりネット予約件数

業態別



立地別*



※ 東京都の加盟飲食店をもとに集計

有料加盟店舗数とARPU (ストック型サービス)

営業活動方針：既存加盟店に対するプランアップ提案・サポートに注力

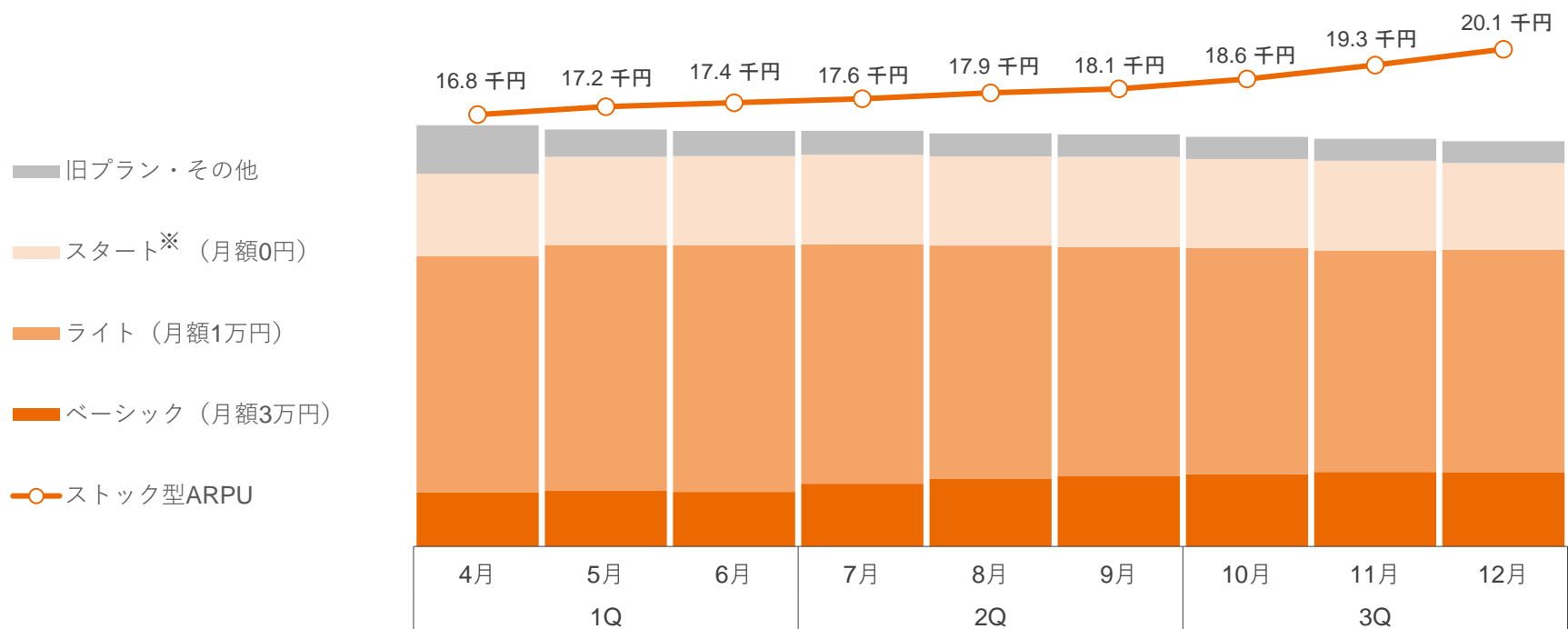
✓ 店舗数・ARPUともに想定通りの進捗

店舗数

解約数には落ち着きが見られるものの、新規獲得が低調なことから微減

ARPU

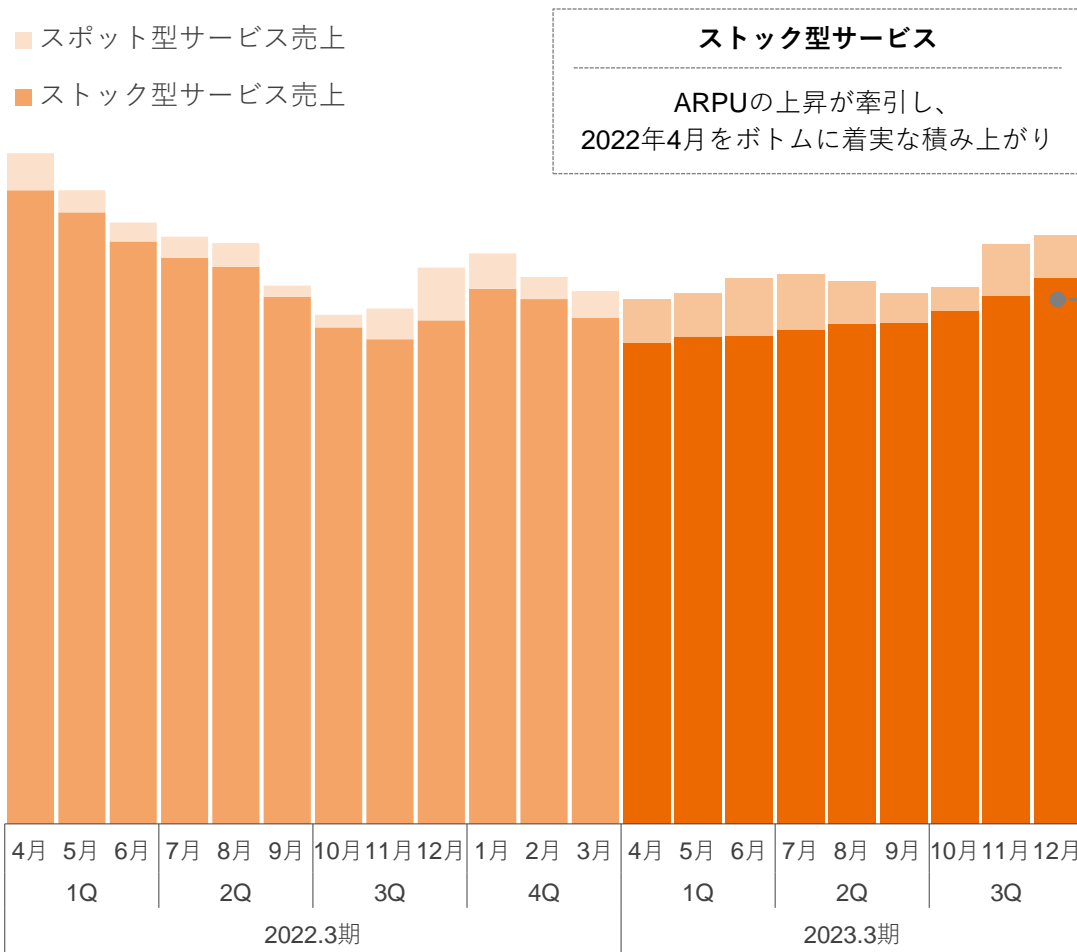
ベーシックプランの増加により上昇



※ ネット予約掲出/オプション商品購入店のみ

デリバリー・テイクアウト事業を除いてグラフを作成

飲食店向け販促商品の月次売上※動向



※ ネット予約手数料売上、デリバリー・テイクアウト売上を除く

懸念

販促商品を積極的に活用する傾向のある
 「居酒屋」「繁華街・オフィス街」
 における需要回復の鈍さ



外食需要の喚起

歓送迎会シーズンに向けた
 ポイント・クーポンキャンペーンの
 実施ならびに参加促進

減額・解約を抑制し

さらなるストック型の積み上げを目指す

原価・費用内訳

(単位：百万円)	2022年3月期 第3四半期累計	2023年3月期 第3四半期累計	前年同期比 変化率
総費用	13,047	11,003	-15.7%
売上原価	4,050	3,691	-8.9%
販売費及び一般管理費	8,997	7,311	-18.7%
人件費	5,255	4,518	-14.0%
賃借料	985	805	-18.3%
業務委託費	1,120	705	-37.0%
広宣・販促費	537	350	-34.9%
その他	1,097	931	-15.1%

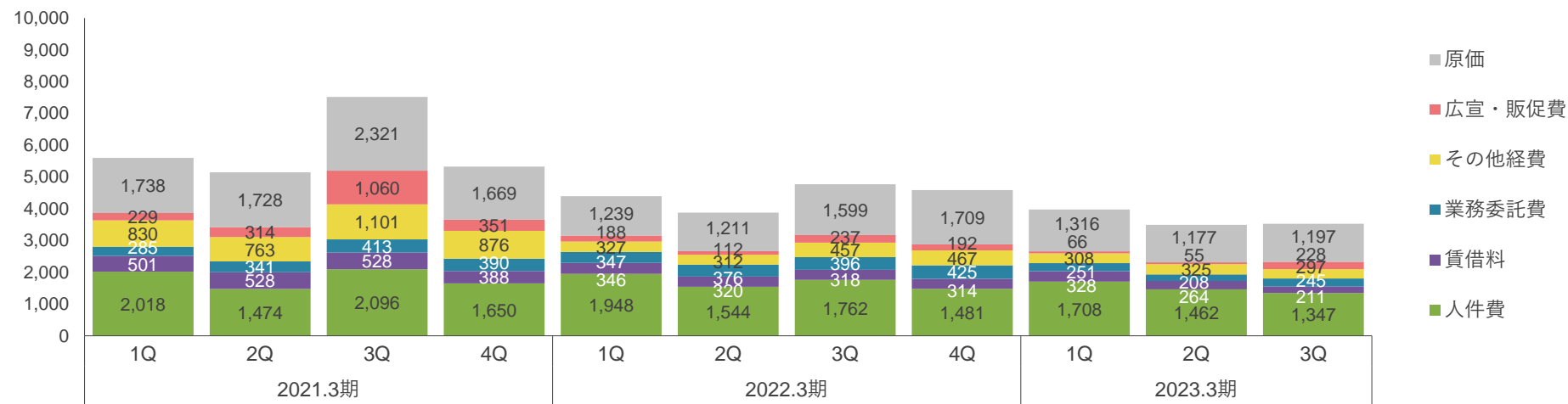
売上原価

- ✓ コロナ禍による厳しい業績を背景とした採用の抑制および自然減による従業員数の減少ならびに協業先企業への出向拡大により労務費が減少

販売費及び一般管理費

- ✓ 人件費
 - ・売上原価と同様の理由により減少
- ✓ 業務委託費
 - ・注力サービスの絞り込み等を通じ低減
- ✓ 広宣・販促費
 - ・「ネット予約クーポン」等を活かしたマーケティングを展開することにより、ネット予約利用促進に係る広告費を抑制
 - ・注力サービスの絞り込み等を通じ販促費を低減

(百万円)



連結貸借対照表

✓ 2022年8月 資本性劣後ローンによる資金調達（22億円）を実施

(単位：百万円)	2022年3月末	2022年12月末	前期末比	(単位：百万円)	2022年3月末	2022年12月末	前期末比
流動資産合計	10,691	11,724	1,032	流動負債合計	3,134	3,748	613
現金・預金※	6,962	7,965	1,002	未払金	1,302	1,145	-157
受取手形及び売掛金	2,661	2,495	-165	預り金※	1,040	1,832	792
未収入金	740	846	106	未払法人税等	34	16	-17
前払費用	379	401	21	賞与引当金	239	215	-23
貸倒引当金	-139	-75	63	ポイント引当金	19	14	-5
その他	87	91	3	その他	498	523	24
固定資産合計	1,415	1,556	140	固定負債合計	121	2,424	2,302
有形固定資産	-	303	303	長期借入金	-	2,200	2,200
無形固定資産	-	301	301	その他	121	224	102
投資その他の資産	1,415	950	-464	負債合計	3,255	6,172	2,916
				純資産合計	8,851	7,108	-1,743
				自己資本	8,767	7,030	-1,737
資産合計	12,107	13,281	1,173	負債純資産合計	12,107	13,281	1,173

2022年12月末コミットメントライン契約の総額 4,000百万円
(借入実行残高 -)

※ 農林水産省からの受託事業（Go To Eatキャンペーン）の運営に関連する現預金および預り金を計上（2022年3月末：各873百万円、2022年12月末：各1,623百万円）

強化施策進捗

2022年12月21日

株式会社オプティムとの間で資本業務提携契約を締結

食でつなぐ。人を満たす。

ぐるなび

販促支援から業務・経営支援等への
事業領域拡大を推進



ネットを空気に変える

OPTiM[®]

AI・IoT・Cloud・Roboticsを用いた
さまざまな産業のDX支援に注力

目的

外食産業のDX推進に資するサービス展開の強化・拡大

飲食店DXに関するサービスの開発等
飲食店向け情報プラットフォーム（ぐるなびPRO）の改善等

当社事業の推進に不可欠な3つの力を強化・拡大



消費者とつながる力

Rakuten

楽天エコシステムにおける
“外食”のプレゼンス向上



プラットフォーム構築力

その常識、変えてみせる。

SHIFT

システム開発の
迅速化と品質向上

OPTiM®

AI・IoT活用等の推進



飲食店とつながる力

新規サービス
TENPos
Dr.テンポス

新規加盟店の拡大
ソリューション拡充

モバイルオーダーサービス ～ぐるなびFineOrder～ ①

TOPICS

サービス連携

- ✓ 販促機能強化の一環として、「LINEミニアプリ」との連携を開始
- ✓ PC型POSレジ2大メーカーに加え、NECモバイルPOSとの連携を開始

導入店拡大

- ✓ チムニー(株)において全国約100店舗へ導入拡大
※ 複数企業より、先行導入店の効果を踏まえたグループ店展開の意向を確認

契約企業数

計画通りに進捗



1 継続的なチェーン企業の開拓

2 テイクアウト業態の開拓

3 中小規模飲食店の開拓

デファクトスタンダードを目指す

省人化・客単価向上の効果を発揮

成功事例 ①

ホールスタッフを3~4割省人化しつつ
最大限に座席を稼働

導入前

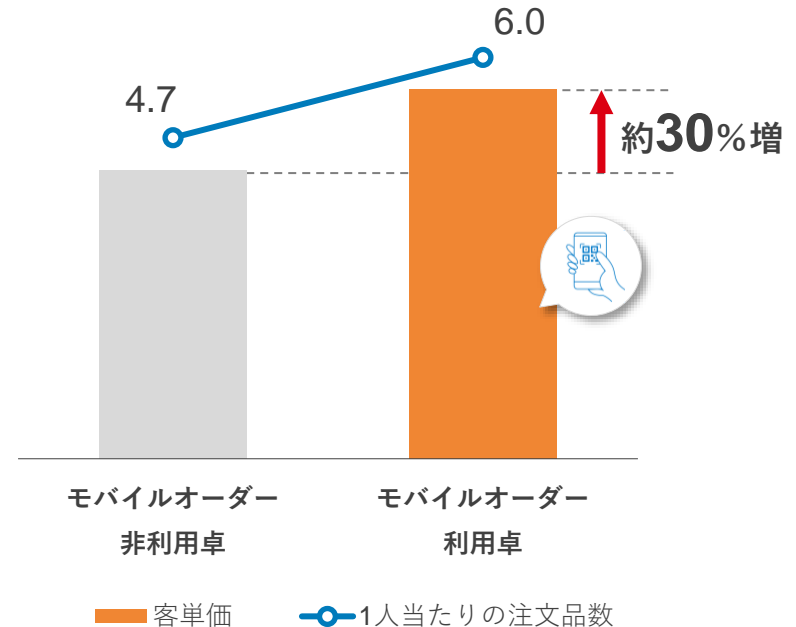


導入後



成功事例 ②

1人あたり注文品数が増え客単価が向上



業務効率化だけでなく売上拡大にも寄与するサービスへ

業務効率化

成功事例 ①

省人化
(人手不足の低減)

売上拡大

成功事例 ② 客単価の向上

新規集客

リピート促進

① LINE連携

「LINEミニアプリ」「LINEで予約」
との連携機能を活かした集客支援

② 楽天協業

「楽天Pay」との連携等
楽天ポイントが貯まる・使える
モバイルオーダーへ

③ オプティム協業

注文情報等を活用した
CRM機能の検討

「2050年カーボンニュートラル」を目指して

NEDO グリーンイノベーション基金事業に採択

実施体制

株式会社ぐるなび、全国農業協同組合連合会、
片倉コープアグリ株式会社、ヤンマーエネルギーシステム株式会社、
国立研究開発法人農業・食品産業技術総合研究機構

事業期間

2022年度～2030年度（9年間）

農業副産物を活用した高機能バイオ炭の製造・施用体系の確立

主な目的

- ✓ バイオ炭の製造・施用コストの削減
- ✓ 農作物の収量向上に資する高機能バイオ炭の開発
- ✓ 「温室効果ガス削減に貢献する農産物」といった環境価値の見える化を通じたバイオ炭農法の収益性改善
- ✓ CO₂排出権クレジットの創出

優れた日本の食文化を人々の共通の遺産として記録に残し、保護・継承するために

2022年「今年の一皿」発表

概要

- ✓ ぐるなびの持つ食のビッグデータ※を活用し、ぐるなび会員アンケート、メディア関係者による審査を経て、その年の世相を反映した「食」を決定
- ✓ 日本の優れた食文化を国内外に向けて発信

※ 飲食店情報サイト「ぐるなび」を通じて発信される飲食店の一次情報
およびぐるなびユーザーの閲覧・行動履歴データ等



<創業からつなぐ想い>

日本の食文化を守り育てる

<パーパス（存在意義）>

食でつなぐ。人を満たす。

<中期ビジョン>

飲食店経営サポート企業への進化

参考資料

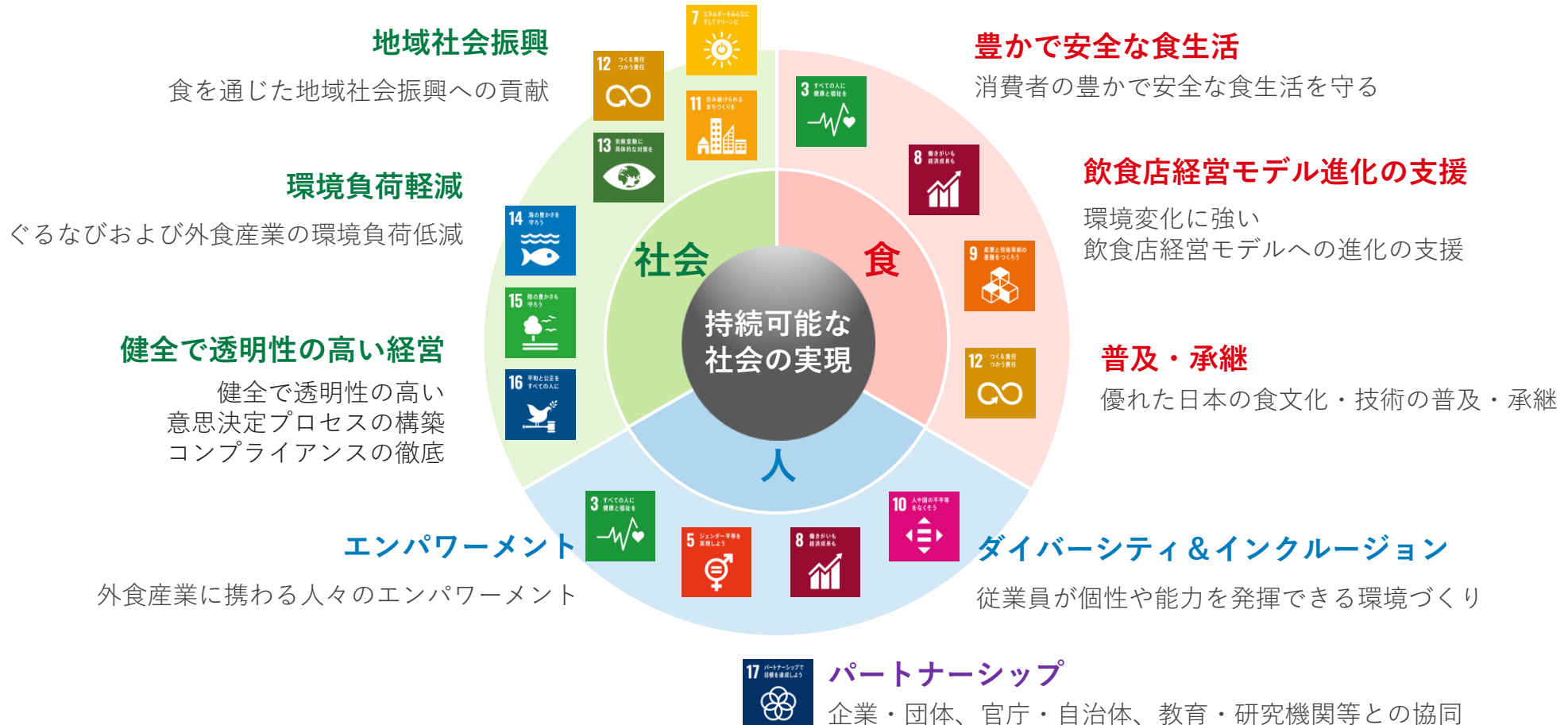
2023年3月期 通期業績予想

(単位：百万円)	2022年3月期 (実績)	2023年3月期	
		(3Q累計実績)	(通期予想)
売上高	12,852	8,956	12,800
営業損失	-4,786	-2,046	-2,550
経常損失	-4,692	-1,996	-2,550
親会社株主に帰属する当期純損失	-5,768	-1,918	-2,400

「サステナビリティ」に関する取り組み

「食」「人」「社会」が豊かであり続けるために

<https://corporate.gnavi.co.jp/profile/sustainability/>



新加盟プラン ※ 2021年9月～提供開始

- ✓ 旧プランと比較し、月額固定費負担の軽いプランを新設
 - ✓ 繁盛店など販促支援を必要としない飲食店は、ネット予約機能、業務支援商品のみの活用も可能
- **ターゲットとなる飲食店の拡大、解約率低減とそれに伴う営業効率の向上により、加盟店舗数の拡大、新規事業へのリソース再配分が可能に**

■ 販促プラン（店舗ページの掲載を前提としたプラン）

	ベーシックプラン	ライトプラン	スタートプラン
基本加盟料	30,000円/月	10,000円/月	0円/月
担当営業	○	×	×
ネット予約	付与ポイント数選択可能（ポイント数に応じて課金） ランチ：11～41円/人 ディナー：55～205円/人		付与ポイント数固定 ランチ：41円/人 ディナー：205円/人
ぐるなび台帳（アプリ版）	○	○	×
クーポン活用	○	○	×
露出強化 （広告枠、特設ページ掲載）	○	×	×
+			
オプション商品（露出強化、業務代行、店内ICT化、経営支援等）を購入可能			

■ 販促プラン未加盟（店舗ページ無し）で、店内ICT化／経営支援／業務代行等の商品のみ購入も可能

有料加盟店舗数

2023年3月期 第3四半期実績

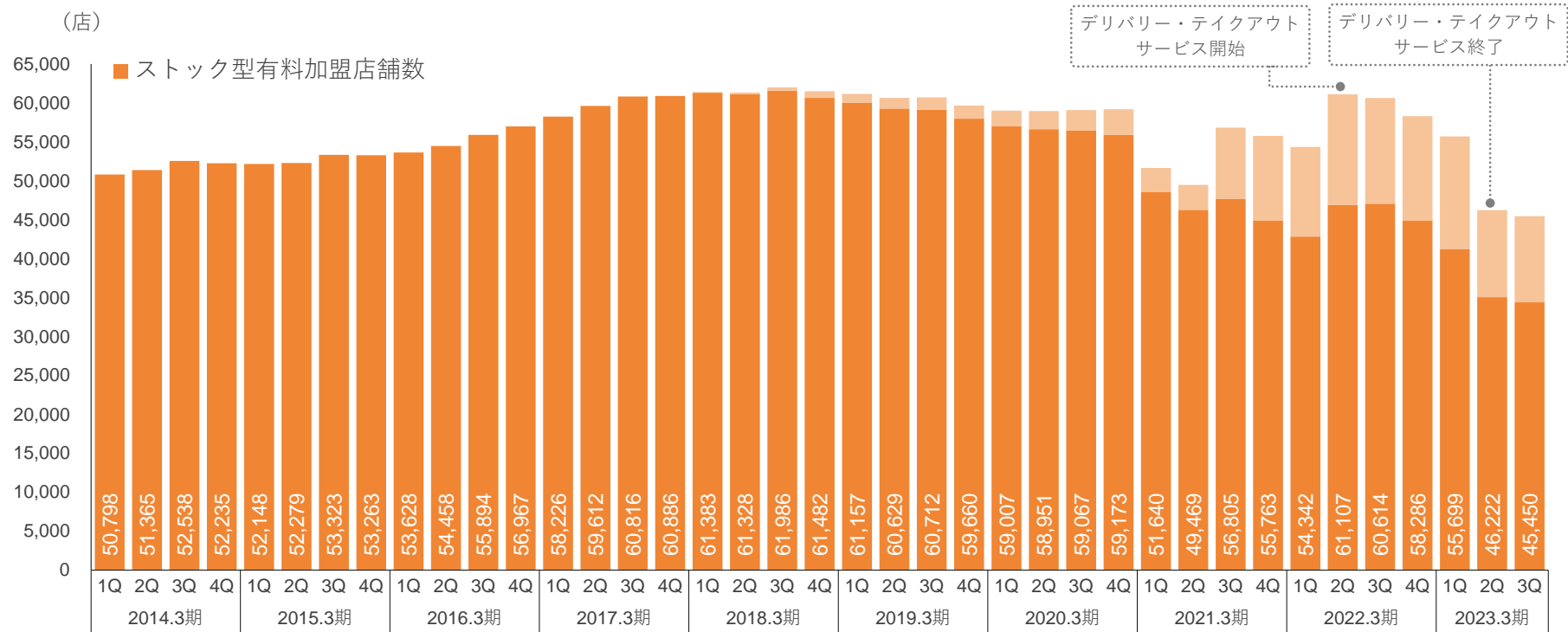
総有料加盟

45,450 店 (前年同期末比 ▲15,164店 ▲25.0%)

うちストック型有料加盟

34,406 店 (前年同期末比 ▲12,644店 ▲26.9%)

(月額固定課金サービスの利用店舗)



※グラフ内の数値は総有料加盟店舗数

ユーザー数

■ 楽天ID連携会員数 : 667万人

(2022年12月末、2021年12月末は528万人)

■ ぐるなび会員数 : 2,353万人

(2023年1月1日時点、2022年1月は2,204万人)

■ 月間ユニークユーザー数 : 3,800万人

(2022年12月、2021年12月は4,100万人)

※ 月間ユニークユーザー : 月間で「ぐるなび」を見たブラウザー数

※ ぐるなび会員数 : 「ぐるなび」に登録しているユーザー数

四半期別データ（連結）

売上高（単位：百万円）		2020.3期				2021.3期				2022.3期				2023.3期		
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
ストック型サービス	a	6,014	5,978	6,093	5,823	1,350	3,148	3,250	2,730	2,320	2,131	1,928	2,030	1,891	1,896	2,015
スポット型サービス	b	967	1,021	1,511	995	125	412	1,750	515	260	369	681	268	376	268	266
飲食店販促サービス	c= a+b	6,982	6,999	7,605	6,819	1,475	3,561	5,000	3,245	2,581	2,501	2,610	2,299	2,267	2,165	2,282
プロモーション	d	118	179	200	293	133	317	1,033	653	218	208	493	440	225	317	347
基盤事業計	e= c+d	7,100	7,178	7,805	7,113	1,608	3,879	6,033	3,899	2,799	2,709	3,104	2,739	2,493	2,482	2,630
関連事業	f	451	433	461	382	174	160	184	239	235	360	354	548	459	429	461
合計	g= e+f	7,551	7,611	8,267	7,495	1,783	4,040	6,217	4,139	3,034	3,070	3,458	3,288	2,953	2,911	3,091

(単位：円/月)		2020.3期				2021.3期				2022.3期				2023.3期		
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
飲食店販促サービスの 店舗当たり契約高 (ARPU)	h*1	39,227	39,557	42,961	38,449	8,878	23,486	31,367	19,224	15,628	14,442	14,298	12,892	13,263	14,164	16,600
ストック型サービスの 店舗当たり契約高 (ARPU)	i*2	34,872	35,071	35,924	34,547	8,617	22,136	23,064	19,657	17,631	15,838	13,687	14,724	14,646	16,585	19,347

*1) 飲食店販促サービスの店舗当たり契約高(ARPU)：飲食店販促サービス売上を、総有料加盟店舗数（期首期末平均）で除して算出 $h=2/3*c/(jt-1+j)$

*2) ストック型サービスの店舗当たり契約高(ARPU)：ストック型サービス売上を、ストック型有料加盟店舗数（期首期末平均）で除して算出 $i=2/3*a/(kt-1+kt)$

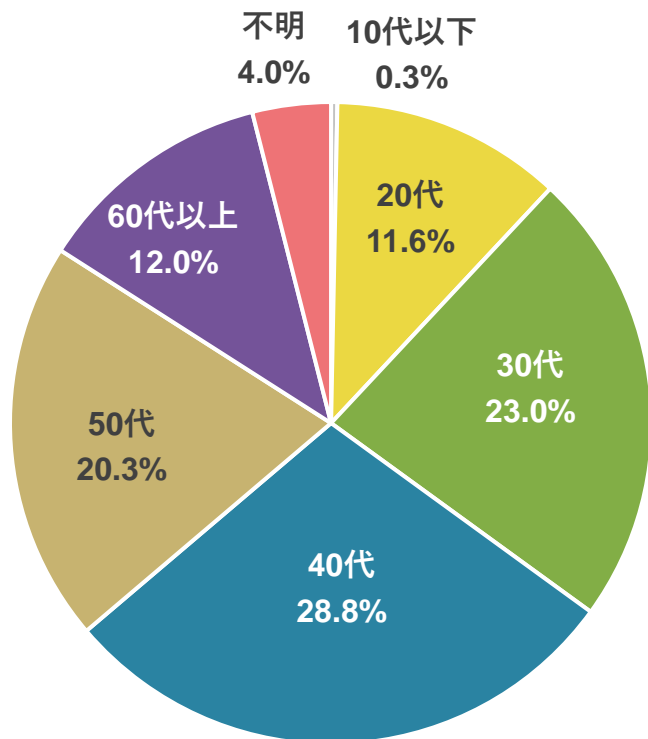
2022年3月期第1四半期以前の開示済み数値との乖離は、下記*3)の定義によるストック型有料加盟店舗数に基づき再算出したことによる

(単位：店)		2020.3期				2021.3期				2022.3期				2023.3期		
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
総有料加盟店舗数	j	59,007	58,951	59,067	59,173	51,640	49,469	56,805	55,763	54,342	61,107	60,614	58,286	55,699	46,222	45,450
うちストック型有料加盟店舗数	k*3	57,027	56,612	56,469	55,910	48,580	46,256	47,694	44,917	42,830	46,904	47,050	44,906	41,195	35,052	34,406

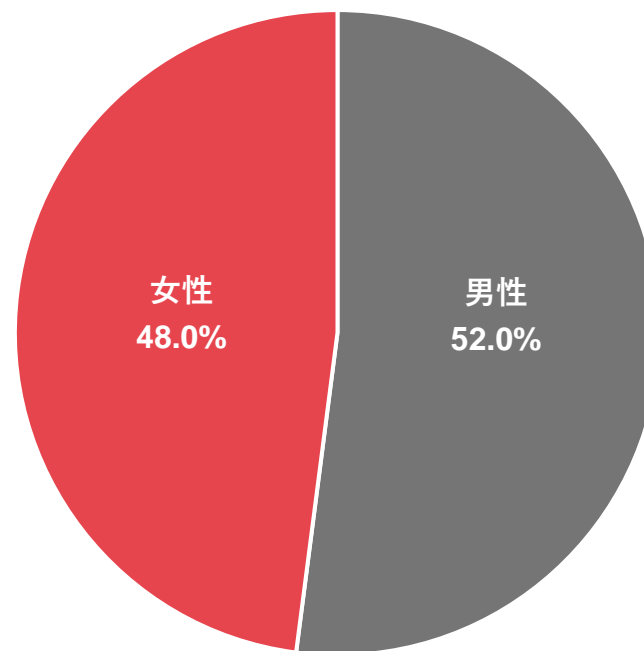
*3) 月額固定課金サービスの利用店舗（ぐるなびサイトの有料掲載契約の有無問わず）

ユーザー属性

年代別利用属性



性別利用属性

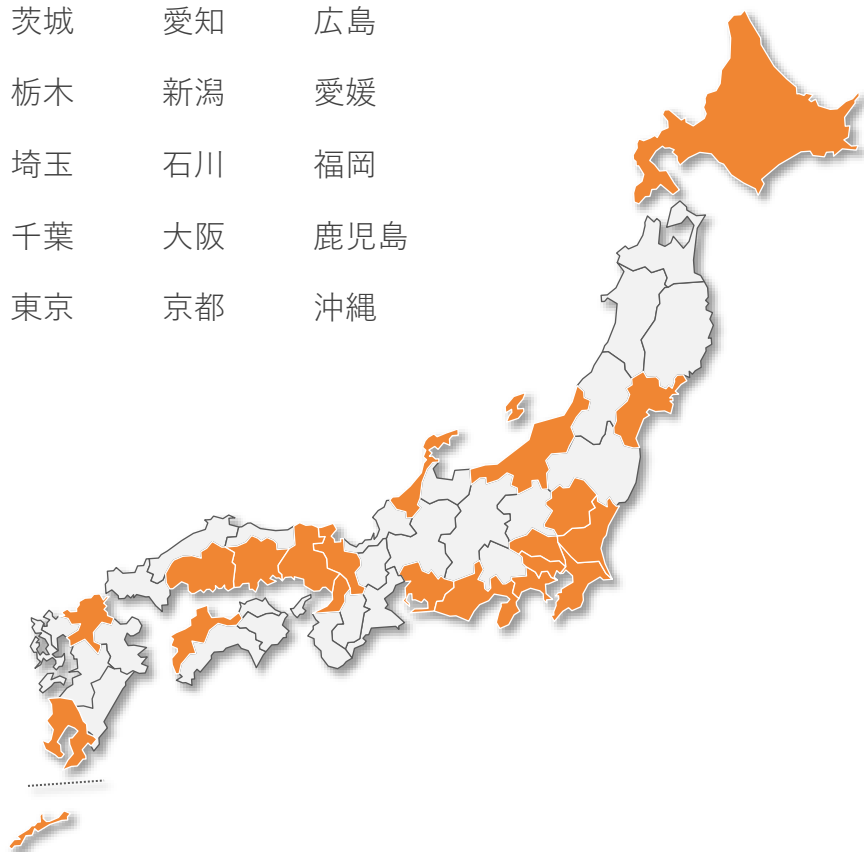


出典：ぐるなび会員情報（2022年12月時点）

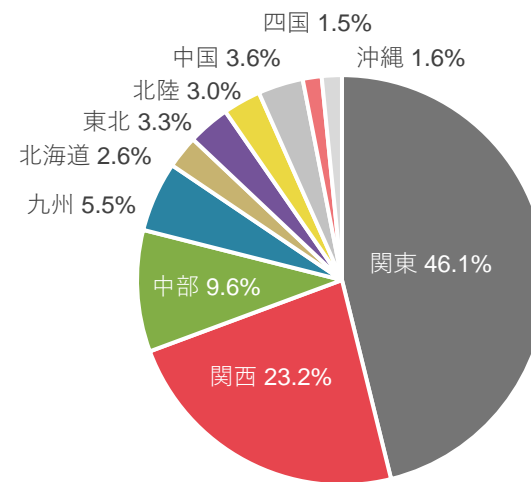
地域展開と加盟飲食店の属性

営業在籍エリア（21都道府県）

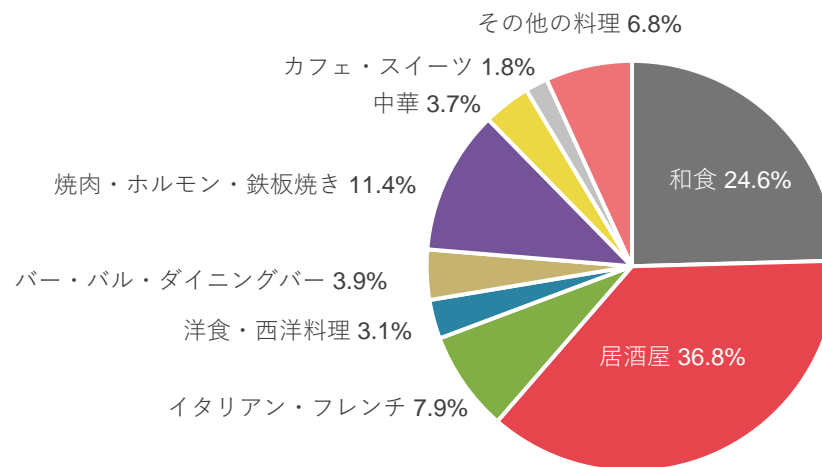
北海道	神奈川	兵庫
宮城	静岡	岡山
茨城	愛知	広島
栃木	新潟	愛媛
埼玉	石川	福岡
千葉	大阪	鹿児島
東京	京都	沖縄



エリア別 有料加盟店割合



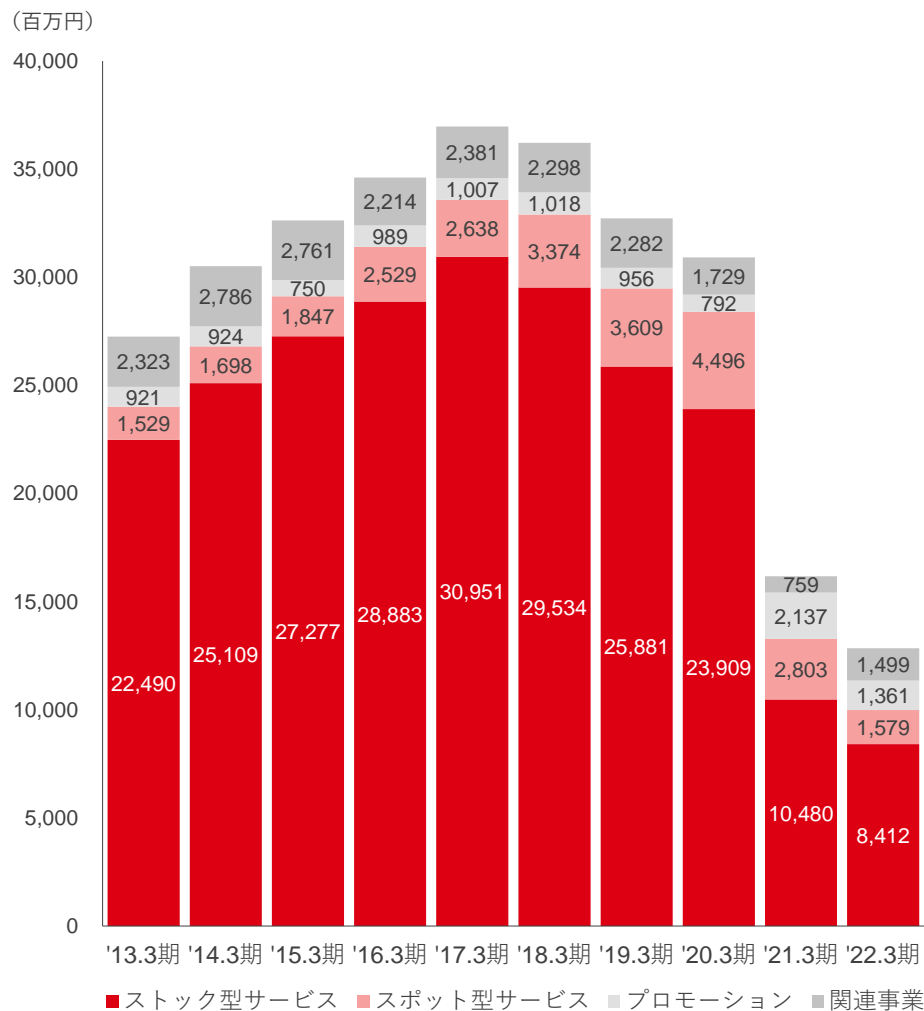
業態別有料加盟店割合



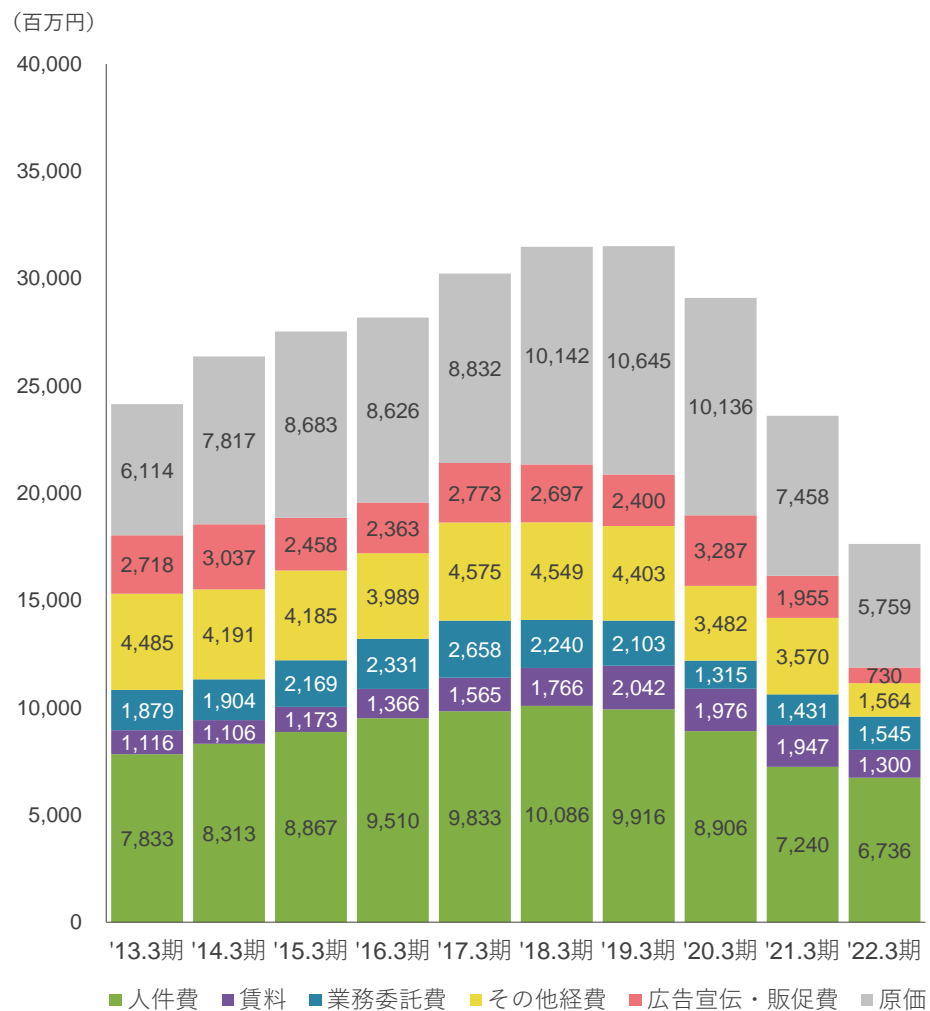
(2022年12月時点)

年度別 売上高と原価・費用の推移

売上高



原価・費用



長期データ (連結)

(単位：百万円)	2013年3月期	2014年3月期	2015年3月期	2016年3月期	2017年3月期	2018年3月期	2019年3月期	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期
営業成績										
売上高	27,265	30,518	32,636	34,617	36,979	36,226	32,728	30,927	16,181	12,852
営業利益 又は 営業損失 ※1	3,116	4,147	5,099	6,429	6,740	4,742	1,216	1,821	-7,423	-4,786
経常利益 又は 経常損失	3,153	4,167	5,127	6,492	6,813	4,809	1,289	1,894	-7,269	-4,692
当期純利益 又は 当期純損失	1,959	2,420	3,279	4,367	4,799	3,192	581	949	-9,704	-5,768
資産・負債・純資産										
総資産	19,103	22,071	23,665	27,322	23,917	25,457	23,797	23,979	13,567	12,107
現金・預金	7,399	9,448	10,492	13,131	7,922	8,000	7,630	11,653	7,507	6,962
負債	5,005	5,926	6,201	7,026	5,878	6,270	5,093	4,709	4,192	3,255
純資産	14,098	16,145	17,464	20,296	18,038	19,186	18,704	19,270	9,375	8,851
自己資本	14,042	16,099	17,427	20,266	18,013	19,166	18,662	19,211	9,290	8,767
1株当たりデータ										
1株当たり当期純利益 又は 当期純損失 (EPS,円) ※2	40.15	49.56	67.26	90.19	102.25	68.27	12.42	20.26	-206.90	-114.46
1株当たり配当金 (円) ※2	10	15	28	38	42	44	8	8	-	-
その他										
営業利益率 (%)	11.4	13.6	15.6	18.6	18.2	13.1	3.7	5.9	-	-
自己資本当期純利益率 (ROE,%)	14.7	16.1	19.6	23.2	25.1	17.2	3.1	5.0	-	-
総資産当期純利益率 (ROA,%)	10.9	11.8	14.3	17.1	18.7	12.9	2.4	4.0	-	-
配当性向 (%)	24.9	30.3	41.6	42.1	41.1	64.5	64.4	39.5	-	-
自己資本比率 (%)	73.5	72.9	73.6	74.2	75.3	75.3	78.4	80.1	68.5	72.4
自己株数 (株)	1,585,400	1,503,649	266,059	216,459	1,924,559	1,892,159	1,839,162	1,806,562	1,757,262	1,128,462
総有料加盟店舗数	50,310	52,235	53,263	56,967	60,886	61,482	59,660	59,173	55,763	58,286

※1：2020年3月期まで販売費及び一般管理費の「支払手数料」に含めていたコミットメントフィーは、2021年3月期より営業外費用の「コミットメントフィー」にその表示を変更（2021年3月期決算短信連結財務諸表に関する注記事項参照）。本表において2020年3月期以前の数値の組替え等は行っていない。

※2：2014年4月1日を効力発生日として1株につき2株の株式分割を実施しているため、2013年3月期の期首（2012年4月1日）に当該株式分割が行われたと仮定して算定した数値。

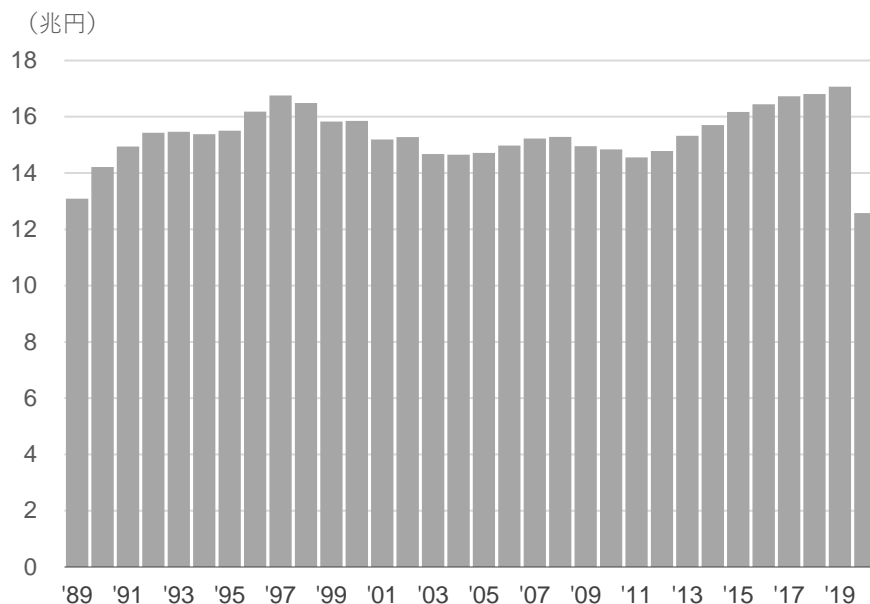
■ 飲食店舗数

2016年：約49万店（ピーク時：1986年 約65万店）

昭和61年 事業所統計調査、平成28年経済センサス活動調査より

* 管理、補助的経済活動を行う事業所およびバー・キャバレー・ナイトクラブを除く

■ 外食市場規模

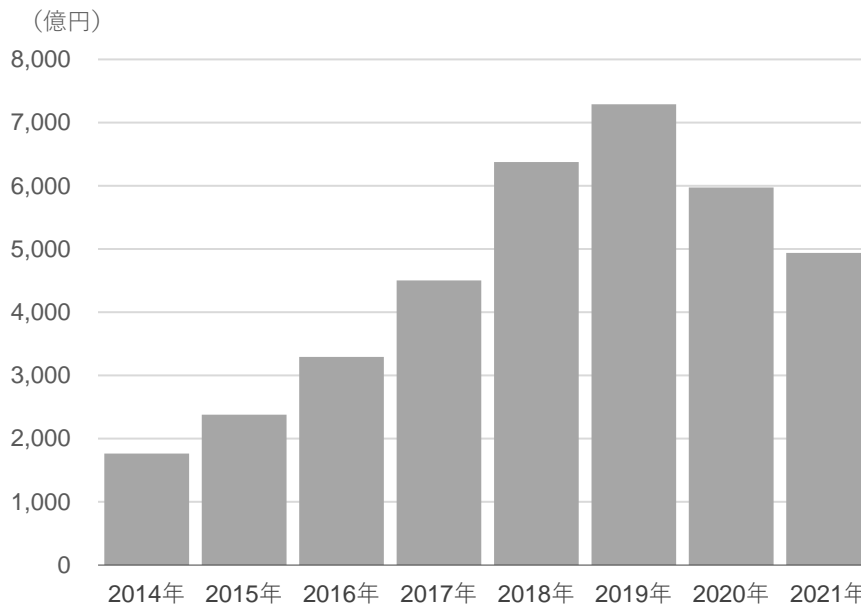


(財)食の安全安心財団「外食産業市場規模推移」より

* 機内食等、宿泊施設、集団給食、バー・キャバレー・ナイトクラブを除く

2020年は前年比26%減の12.6兆円

■ 飲食店におけるネット予約 市場規模



経済産業省「令和3年度 電子商取引に関する市場調査」より

2021年は前年比17%の減少

会社概要 (2022年12月末)

社名	株式会社ぐるなび (証券コード: 2440)
設立年月日	1989年10月2日 (会社設立) 2000年2月29日 (株式会社ぐるなび発足)
本社所在地	東京都千代田区有楽町1-1-2 日比谷三井タワー11F
資本金	100百万円
発行済株式数	普通株式: 56,124,500株 A種優先株式: 3,400,000株
事業内容	パソコン・スマートフォン等による飲食店等の情報提供サービス、飲食店等の経営に関わる各種業務支援サービスの提供 その他関連する事業
役員	取締役会長 / 滝久雄、代表取締役社長 / 杉原章郎、 社外取締役 / 月原紘一 (独立社外取締役)、佐藤英彦 (独立社外取締役)、藤原裕久 (独立社外取締役)、武田和徳、小野由衣 執行役員12名、監査役4名 (内、社外3名)
大株主 上位10名 (2022年9月末)	楽天グループ(株) 16.9%、滝久雄 12.9%、日本マスタートラスト信託銀行(株) (信託口) 7.0%、(株)SHIFT 4.1%、 (公財) 日本交通文化協会 3.4%、杉原章郎 2.3%、小田急電鉄(株) 2.1%、東京地下鉄(株) 1.8%、滝裕子 1.5%、 BNY GCM CLIENT ACCOUNT JPRD AC ISG (FE-AC) 1.4% ※ 持株比率は自己株式 (1,128,462株) を控除して計算
総人員数	単体: 1,161名 連結: 1,372名 ※ 役員、アルバイトを含む総人員数
連結子会社	(株)ぐるなびプロモーションコミュニティ (100%)、ぐるなび上海社 (100%) (株)ぐるなび総研 (100%)、(株)ぐるなびサポートアソシエ (100%)、(株)Gダイニング (100%)

ぐるなび

企業情報

<https://corporate.gnavi.co.jp/>

IRに関するお問い合わせ

<https://ssl.gnavi.co.jp/company/contact/?page=ir>

Disclaimer

本資料は、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的としたものではありません。また、本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報および合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する主旨のものではありません。実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。