



2024年1月期第1四半期 決算説明資料

2023年 6月13日

株式会社 coly (東証グロース: 4175)

株主・投資家のみなさまへ



皆様には、平素より格別のご高配を賜り、厚く御礼を申し上げます。

当社は「もっと、面白く」というビジョンの実現を目指し、オリジナルIPのモバイルオンラインゲーム運営と各種メディア展開および他社様IPを使用したライセンスビジネスの拡大に取り組んでおります。

24年1月期第1四半期は、運営中ゲームの伸び悩みにより、前年同期比で減収となりました。利益につきましても、新規開発・新規事業への先行投資を中心としたコストの増加により、減益着地となっております。

24年1月期のゲーム運営に関しましては、作品を愛してくださるお客様に喜んでいただくことを念頭に、「ユーザー様ファースト」の視点に立ち返り、IPとしての信頼獲得に注力してまいります。

メディア事業に関しましては、自社・他社様IPを活用したグッズ販売事業に加え、リアルイベントなど「体験」を重視した新たな事業を確立していく予定です。第1四半期には、東京・池袋に「coly cafe!」をオープンし、当社が推奨するEX (Entertainment Transformation) を見据えた事業をキックオフいたしました。

また、現在目覚ましい実用化が進んでいるAI領域にも、エンタメという観点で積極的な参入を目指しており、第1四半期にはAIを活用した事業が複数開始しております。

業績を真摯に受け止めたうえで、今後も事業成長に尽力してまいりますので、より一層のご指導・ご支援を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。

2023年6月13日

代表取締役社長 中島瑞木



Agenda

- 01 当社のビジョン ————— 03
- 02 2024年1月期 第1四半期 業績 ————— 07
- 03 TOPICS ————— 16
- 04 会社概要・ビジネスモデル ————— 21
- 05 市場環境・競争優位性 ————— 29
- 06 事業計画 ————— 34

01

当社のビジョン

当社のビジョン①



私たちは女性向けエンタメ市場をリードする
IPクリエイター&ディベロッパーです。

3つの成長戦略

ゲーム事業

×

メディア事業

×

AI活用

IPの信頼を高める・IP数を増やす

「体験」を重視するEX展開の加速

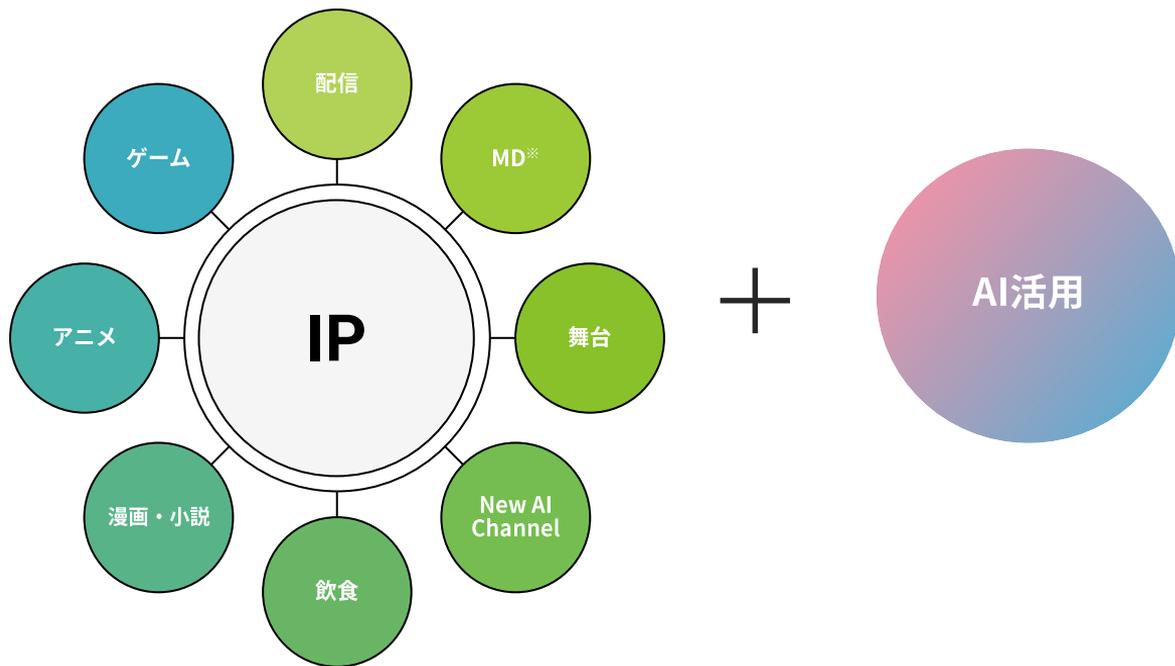
AIを活用したエンタメ事業の開始

もっとうまく面白く

当社のビジョン② IPクリエイター&ディベロッパーとしての事業拡張



IPクリエイター&ディベロッパーとして、IPを軸としたさまざまな事業を展開。今後はゲーム発のIPのみではなく、各事業からIPを創出/運営することを目指す。また、AIを取り入れた事業の創出/運営を進行中。

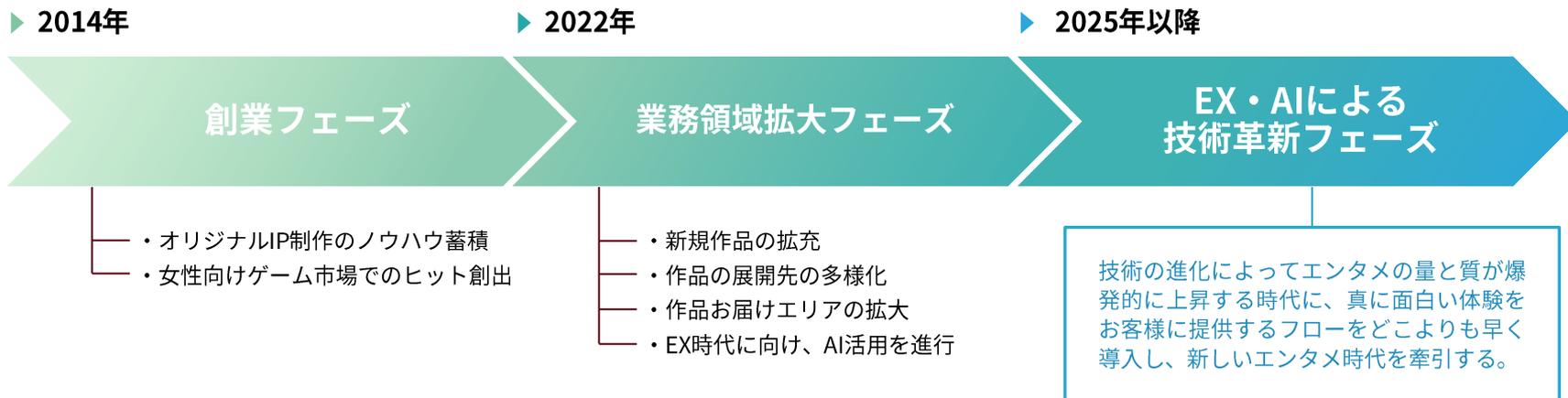


※マーチャндаイジングの略

当社のビジョン③



あらゆる産業がデジタル化したDX（Digital Transformation）の先に、感情をゆさぶる体験が最も重視されるEX※（Entertainment Transformation）時代の到来を見据える。足元では、創業以来培ってきたオリジナルIP制作のノウハウを軸に、作品開発/展開の多様化に注力しつつ、EX時代に向け、AIに関する研究と事業化を引き続き進めている。



※：EXとは当社独自の造語で、あらゆる産業において「感情」に結びつくような体験の提供が求められる状態を指す。
ゲーム業界やエンタメ業界以外の業態においても、今後エンターテインメントの持つ力が重視される時代が来ることを想定している。

02

2024年1月期 第1四半期 業績

2024年1月期 第1四半期業績について

- ゲーム・メディア事業ともに大型施策への準備期間が続いたことから、売上高は863百万円（前年同期比△267百万円）となった。
- 新規施策・新規事業への先行投資を中心としたコストの増加により、営業利益は△400百万円（前年同期比△321百万円）と減益着地。
- 減収減益の営業赤字となったものの、主要タイトルの大型リニューアルや飲食事業店舗のオープンなど、今後に繋がる地盤づくりをおこなった。

業績サマリー



売上高：863百万円 前年同期比：△267百万円（△23.6%）

- **モバイルオンラインゲーム：662百万円 前年同期比：△265百万円（△28.6%）**

『スタンドマイヒーローズ』の大型リニューアルを実施したものの、実施時期が4月中旬だったことで1Q売上高への寄与が限定的となった。その他の運営中タイトルの成熟もあり、前年同期比で減収となった。

- **メディア：200百万円 前期比：△1百万円（△0.9%）**

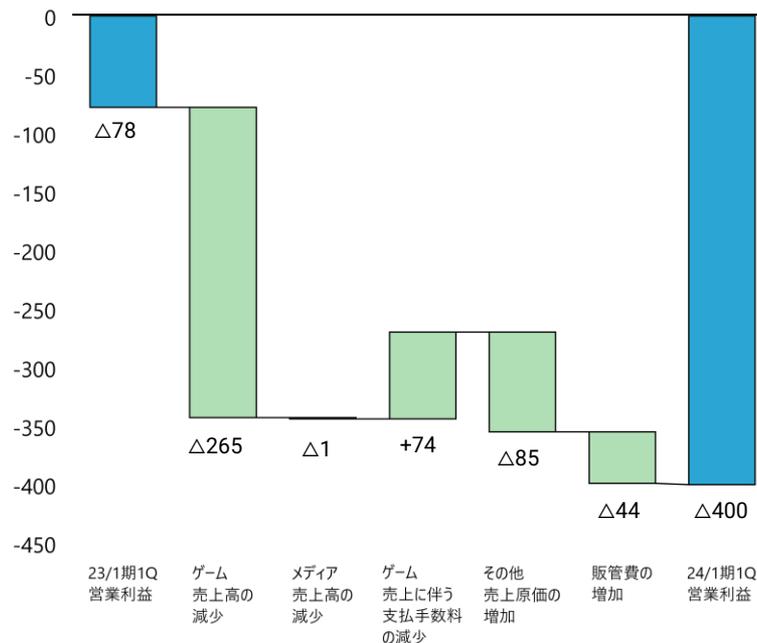
常設飲食店舗「coly cafe!」のオープンや、他社様IPを活用したグッズ販売が売上高に寄与したものの、運営中タイトルの大型イベントの影響等がなかったことから前年同期比で減収となった。

営業利益：△400百万円 前年同期比：△321百万円（-%）

新規施策・新規事業への先行投資が膨らみ、減益着地となった。

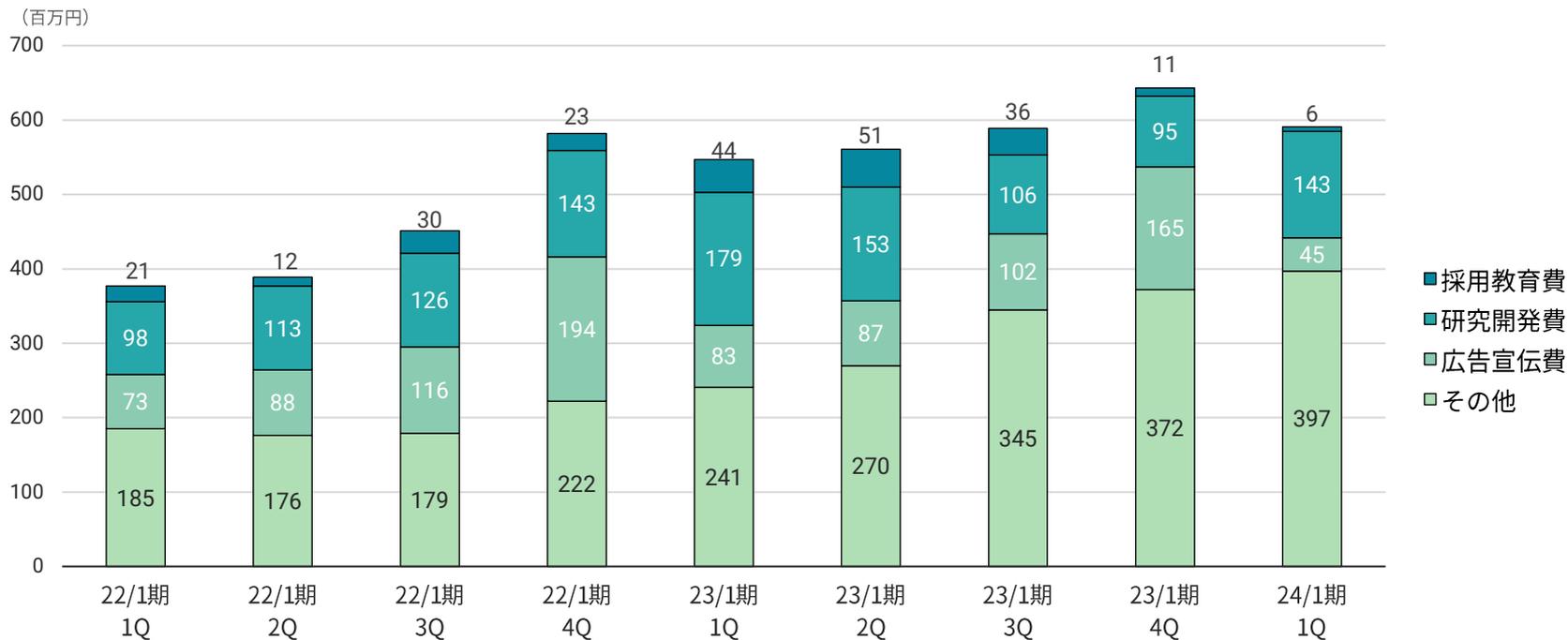
2024年1月期 第1四半期 業績PL

(百万円)	第9期 2023年1月期 第1四半期	第10期 2024年1月期 第1四半期	前年同期比 増減額	前年同期比 増減率
売上高	1,130	863	△267	△23.6%
売上原価	659	670	+10	+1.6%
売上総利益	471	193	△277	△59.0%
販売管理費及び 一般管理費	549	593	+44	+8.0%
営業利益	△78	△400	△321	(-%)
経常利益	△78	△399	△321	(-%)
当期純利益	△49	△400	△351	(-%)



販管費の推移・内訳

前期で組織体制強化の目途が立ったことから、採用教育費が大幅に減少。販管費の「その他」項目が増加しているが、これはメディア事業ほか、新規事業拡大のための人員増が主な増加要因となっている。



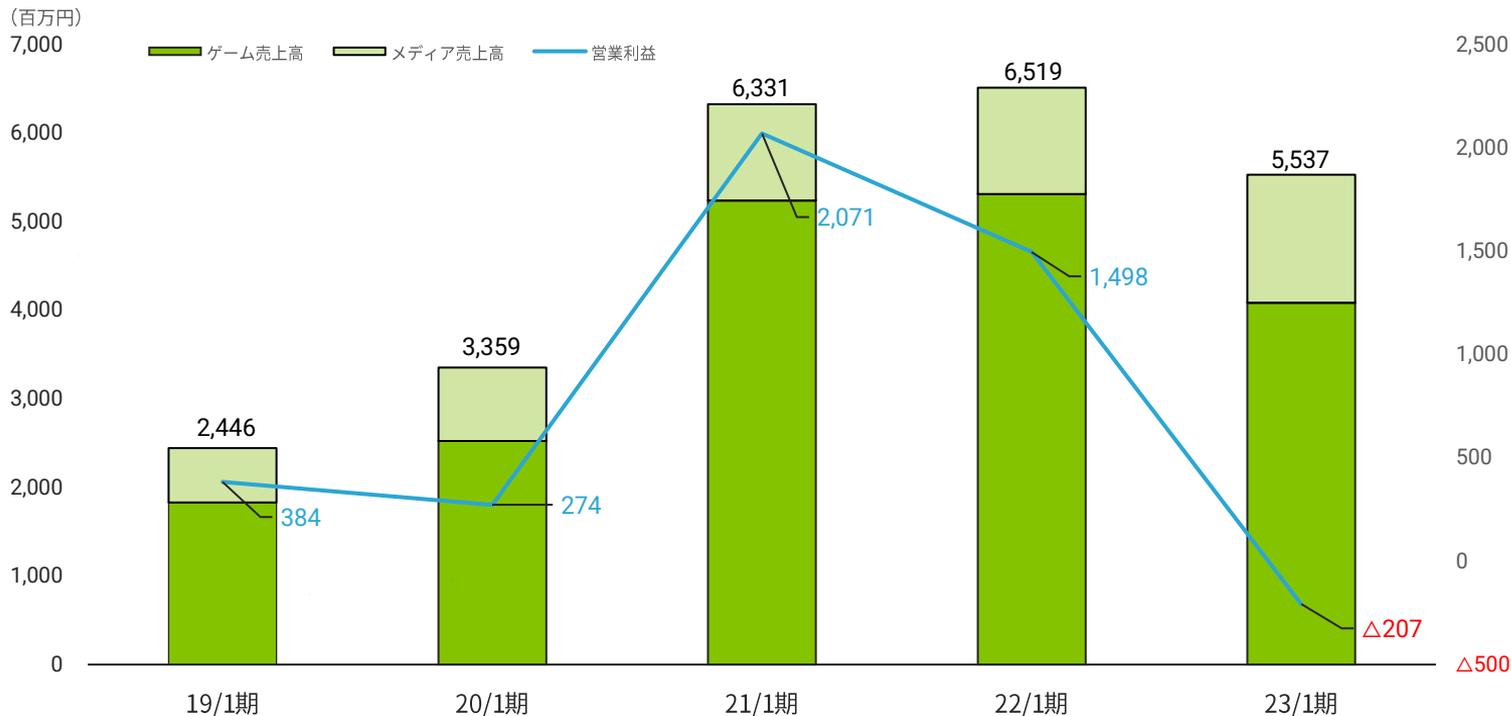
BSサマリー

自己資本比率89.7%と高い水準で推移。借入金はなく、財務状況は良好。

(百万円)	第9期 2023年1月期 期末	第10期 2024年1月期 第1四半期末	対前期末 増減額	主要因
流動資産	7,043	6,650	△392	現預金の減少
(現預金)	6,097	5,828	△269	
固定資産	200	261	+60	
資産合計	7,243	6,911	△332	
流動負債	646	714	+68	
負債合計	646	714	+68	
純資産	6,597	6,197	△400	四半期純損失の計上により減少
負債純資産合計	7,243	6,911	△332	

業績推移

当社では事業規模を拡大し、収益性を向上させることが経営上重要であるという前提のもと、客観的な指標として売上高及び営業利益を重視。23年1月期は、運営中タイトルの伸び悩みと投資の先行により、減収減益となっている。



2024年1月期業績予想について

24年1月期の業績予想は、以下の理由から非開示といたします。

- 直近の新作ゲームについてサービス終了判断を行うに至った状況も踏まえ、今期リリース目標としている作品について、現時点での売上高の合理的な算出が困難であること
- モバイルオンラインゲーム市場を取り巻く競合環境の変化が激しく、売上動向の予測が困難であること
- 新型コロナウイルスに関する規制緩和による、エンターテインメント業界への経済的影響が読み切れないこと

以上の点から、合理的かつ信頼性のある業績予想の提示が困難と判断いたしました。

今後の進捗を踏まえ、算定が可能になり次第、速やかに開示いたします。

2024年1月期見通し

売上高

- ゲーム『スタンドマイヒーローズ』については、アプリの大型アップデートを行い、ユーザー様に喜んでいただける施策によって、業績に寄与することを目指してまいります。
- ゲーム『魔法使いの約束』については、運営をより一層丁寧に行うとともに、ゲーム外での展開も含め、IP全体としての盛り上げ施策を展開してまいります。
- MD売上に関しましては、24年1月期からはより広範な事業領域を扱う「メディア売上」とし、リアル店舗数の拡大、リアルイベント数の増加によって、収益増を目指してまいります。

営業利益

- 37ページに掲載している複数の新規ゲーム作品について、開発投資を想定しています。
- 新規開発/新規事業の人員確保に一定の目処がついたため、採用スピードについては、23年1月期と比較すると緩やかになる想定です。
- 未来の収益のための新規投資を行いながらも、業務効率化によるコストコントロールに努め、利益確保を目指してまいります。

03 TOPICS

2024年1月期1Qの取り組み (モバイルオンラインゲーム)



スタンドマイヒーローズ

2023年4月17日に大型リニューアルを実施。パズルゲームの機能/演出の強化やホーム画面のUI刷新、メインストーリー第2部の開始などを通して、新しい『スタンドマイヒーローズ』をお届け。

リニューアル後も引き続き、既存ユーザー様・新規ユーザー様両方に楽しんでいただけるゲーム運営をおこなう。



魔法使いの約束

2023年4月にはエイプリルフールイベントを実施。特設サイトでの展開やゲーム内イベント・キャンペーンを実施し、大きな反響をいただく。

また、第1回ユーザーアンケートでいただいたお声をもとに、各種アップデート準備・イベント準備を進行。



新規作品

2023年3月9日には当社初のNintendo Switchプラットフォーム対応ソフト『ドラッグ王子とマトリ姫 for Nintendo Switch』をDL専売で発売したほか、2023年4月28日にはアニメ『永久少年 Eternal Boys』のスピノフオーディオノベルゲーム『永久少年Side Project-トワイライトなスピカ-』をリリース。

2024年1月期2Qの取り組み (モバイルオンラインゲーム)



スタンドマイヒーローズ

大型リニューアル以後、定期的なイベント実施、メインストーリー第2部の更新をおこなっているほか、6月には毎年ご好評をいただいているジュンブライドイベントを実施。

そのほか、7周年に向けた各種準備を進行。



魔法使いの約束

5月26日に3.5周年アニバーサリーを迎え、これを記念した限定イベント・施策を実施したほか、2Qについてもメインストーリー第2部の配信やイベントの実施を引き続き予定している。

また、メディア事業で実施している『魔法使いの約束』リアルイベントとの結びつきを強化し、ゲーム内外で『魔法使いの約束』をお楽しみいただけるよう努める。

鋭意開発中

新規作品

今期リリース目標としている自社IP作品の開発を進行。

2024年1月期1Qの取り組み(メディア)



coly more!

coly初の常設オフィシャルストア「coly more!池袋PARCO店」はオープン1周年を迎えた。

1Qにはコスメアイテム「more color!」を発売するなど、オリジナルアイテムの企画・販売にも力を入れている。



coly cafe!

2023年4月にはイートインカフェを東京・池袋PARCOにオープン。

「料理」「ホスピタリティ」「空間」を通じ、お客様の「コミュニティ」を創造するというコンセプトのもと、店舗運営をおこなっている。



SugarDia

coly初の自社運営飲食店として2022年9月、東京・原宿に第1号店をオープン。1Qから2Qにかけては『スタンドマイヒーローズ』とのコラボを実施し、多くのお客様にご来店いただいた。



©金城宗幸・ノ村優介・講談社/「ブルーロック」製作委員会

ライセンスビジネス

他社様IPとcolyのノウハウをかけあわせたMD展開を実施。提携IP数は続々と増えており、ポップアップストアやECを中心に販売をおこなっている。

04

会社概要・ビジネスモデル

会社概要



社名	株式会社coly（英：coly Inc.）
所在地	東京都 港区 赤坂 4-2-6 住友不動産新赤坂ビル5階
事業内容	<ol style="list-style-type: none">1. インターネットコンテンツ・コンピュータソフトの企画・制作・販売2. キャラクターグッズの企画・制作・販売3. 著作権・著作隣接権・商標権・意匠権・特許権などの知的財産権の取得、利用開発、管理、利用許諾、販売4. 飲食店の経営
資本金	19億1,030万円
設立	2014年2月3日
従業員	正社員327名、契約社員・アルバイト等115名（2023年4月30日現在） ※従業員について、23年1月期より、従業員数及び平均臨時雇用人員の区分について見直しを行いました。



沿革

2014.2 会社創業

小さなマンションの一室からスタート。
社名は「共に」を意味する接続語「co」を元に命名。



2016.9 『スタンドマイヒーローズ』リリース

パズル×ドラマ×豪華声優陣を合言葉にヒーローたちの愛と正義を描く作品。

2017.3 ECサイト coly store オープン

2019.11 『魔法使いの約束』リリース

特別な存在であるがゆえに、人に期待されたり、人に恐れられたりする魔法使いたちが描く群像劇。



2023.4 coly cafe! 池袋PARCO店オープン

2014

2015

2016

2017

2018

2019

2020

2021

2022

2023

2015.3 『ドラッグ王子とマトリ姫』リリース

coly初の恋愛ノベルゲーム誕生。麻薬取締官と警察官の彼らとの、奇跡のような出会いとそれからを描く。



2018.8 『オンエア!』リリース

キャッチフレーズは「届け、この声。」どんなにすれ違ってても声が届けば、きっと伝わる。青春の瞬間の輝きを描く作品。



2022.4 coly more! 池袋PARCO店オープン

2022.5 『&0』リリース

記憶と感情を失った『私』が、出会ったのは9人の「ハロー探偵事務所」の探偵たちと、4人の警察組織「歌舞輝町特別対策課」のメンバー。彼らと出会い、一生ものの恋をする探偵&恋愛シミュレーションアプリ。



事業概要



ゲーム事業

モバイルオンラインゲームの開発・運営

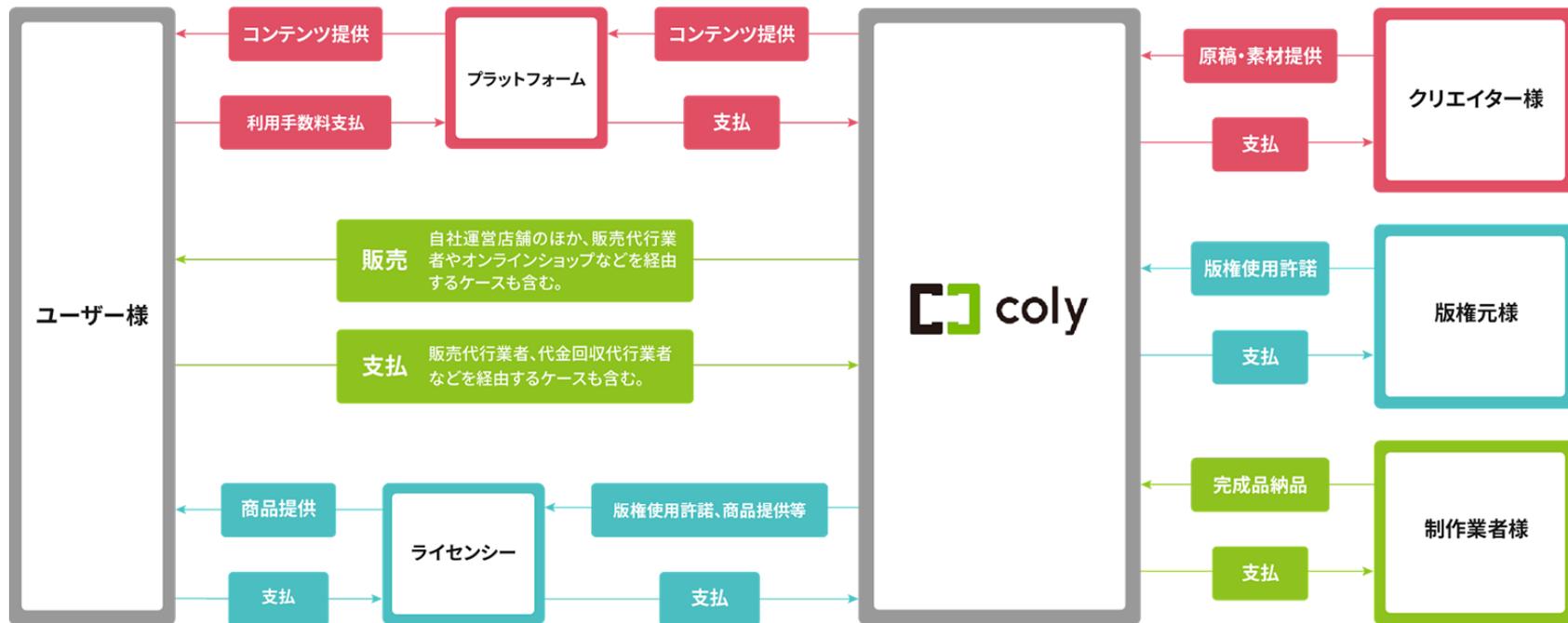


メディア事業

IPを軸とした各種メディア事業の運営
(グッズ・イベント・飲食・配信など)

ビジネスモデル

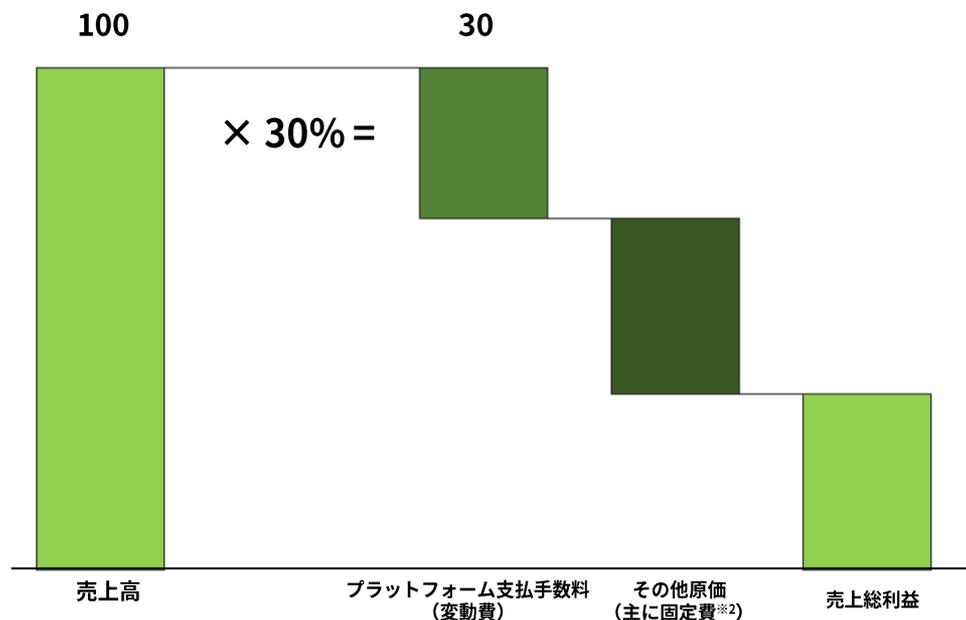
モバイルオンラインゲーム開発・運営 — IP利用許諾 — グッズ販売 —



ゲーム事業のコスト構造について

- モバイルゲームにおける変動費は原則として配信プラットフォーム手数料（売上に対し30%）のみ。
- リリース前の作品の開発費用は研究開発費として計上。ソフトウェア仮勘定等の資産計上に伴う償却費及び減損損失は発生しない。

モバイルゲームにおけるコスト（原価）構造イメージ※1



※1: 売上高を100とした場合
※2: 労務費、外注費等

SDGSに関する取り組み



女性活躍の推進

ジェンダーギャップ指数が2022年統計で146か国中116位^{*1}である日本国において、当社では性別に依らないキャリア形成を掲げる。代表取締役社長及び副社長を女性が務めており、女性管理職比率も高水準である等、いずれも平均を上回る数値。

女性社員比率



女性管理職比率



全国平均約9.4%^{*2}

女性役員比率



全国平均約9.1%^{*3}

(注) 社員比率等については、2023年4月30日時点を基準に算出

出所1:2022年内閣府男女共同参画局「共同参画」2022年8月号

出所2:2022年帝国データバンク『特別企画：女性登用に対する企業の意識調査』

出所3:内閣府男女共同参画局「上場企業における女性役員の状況」より(2022年7月末時点)



ダイバーシティの推進

当社の経営理念のもと、当社従業員、ステークホルダー、ひいては社会全体が「もっと、面白く」を楽しめるように、ジェンダー・国籍等による差別のない就業環境を整備。

外国籍社員比率



外国籍の方の採用

国籍・人種を問わず、企業文化にマッチする方を採用し、欧州・アジアなど多くの外国籍の社員が活躍。

導入済みの制度

パートナーシップ制度

同性間の事実婚、結婚についても異性間の婚姻と同様に結婚祝金、結婚休暇等を付与。



役員紹介



中島 瑞木 代表取締役社長

東京大学教養学部卒業後、外資系証券会社に入社。
2014年2月に共同創業者である中島 杏奈（代表取締役副社長）と
共にcolyを創業し、主にビジョン戦略および組織戦略を統括。



中島 杏奈 代表取締役副社長

早稲田大学教育学部卒業後、産業経済新聞社に入社。
2014年2月にcolyを創業し、主にマーケティング戦略および
コンテンツ戦略全般を統括。



佐々木 大地 取締役執行役員

東京大学教養学部を卒業、同大学院を中退し、
2014年創業時よりcolyに参画。2018年よりゲーム事業を統括。

秋山 裕俊 取締役（社外）

慶應義塾大学経済学部卒業後、経営コンサル
ティングファームに入社。戦略コンサルタント
兼データサイエンティストとして中期経営
計画策定、新規事業開発等に従事。2019年より
当社社外取締役。

早川 治彦 常勤監査役（社外）

和歌山大学経済学部卒業。兼松株式会社を
経て、中堅商社にて上席執行役員として経営企
画部門を管掌。2018年より当社常勤監査役就
任。

中川 直政 監査役（社外）

日比谷パーク法律事務所パートナー。東京大
学法学部卒業後、2001年に弁護士登録、2009
年にニューヨーク州弁護士登録。企業法務全
般を取り扱う。2018年より当社社外監査役。

須黒 統貴 監査役（社外）

早稲田大学教育学部を卒業後、新日本監査法
人（現EY新日本有限責任監査法人）に入所。
2017年に独立後、決算・税務・内部統制・
IPO等の支援業務等を展開。2019年より当社
社外監査役。

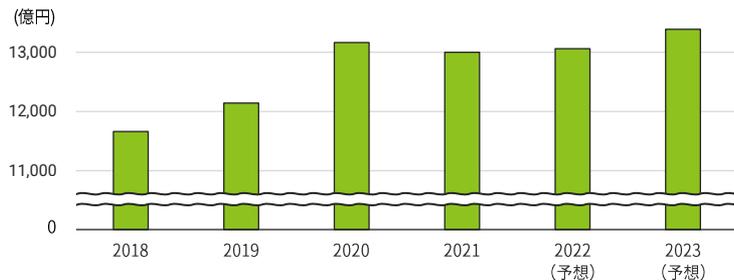
05

市場環境・競争優位性

市場環境

スマートフォンゲーム市場・コンテンツ市場ともに底堅く推移。スマートフォンゲームにおいては、当社の主なお客様である、女性ユーザーの割合も全体の50%程度を維持している。

スマートフォンゲーム市場推移*1



スマートフォンゲーム 推定男女別ユーザー数 (2021年、単位は千人) *1



各媒体推定市場規模 (グッズ・漫画は2022年度、その他は2021年度のデータ)

グッズ：1兆5,300億円*2

漫画(紙+電子)：6,770億円*3

アニメ：2,927億円*4

2.5次元舞台：239億円*4

カフェ (コラボカフェとアニメカフェの合計)：66億円*4

*出所1：『ファミ通ゲーム白書 2022』株式会社角川アスキー総合研究所、国内オンラインプラットフォームゲームコンテンツ市場規模推移「ゲームアプリ（スマートデバイス+SNS）」より当社作成

*出所2：株式会社キャラクター・データバンク『Chara Biz Data 2022②』「キャラクター商品の小売市場規模の推移」

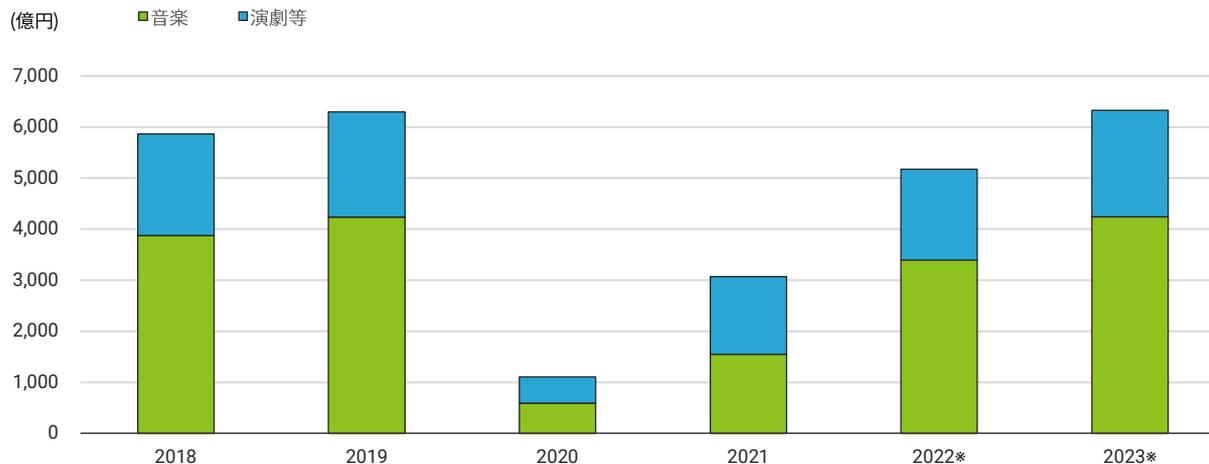
*出所3：全国出版協会・出版科学研究所『出版月報』2023年2月号

*出所4：一般社団法人日本動画協会『アニメ産業レポート2022』内「アニメ業界市場（狭義のアニメ市場）」、「2021年ライブエンタテインメント市場」2.5次元ミュージカル（びあ総研調べ）及びアニメカフェ

市場環境

ライブ・エンターテインメント市場は、新型コロナウイルスによる規制が行われる以前（2019年）の水準へ戻りつつある。

ライブ・エンターテインメント市場推移※1



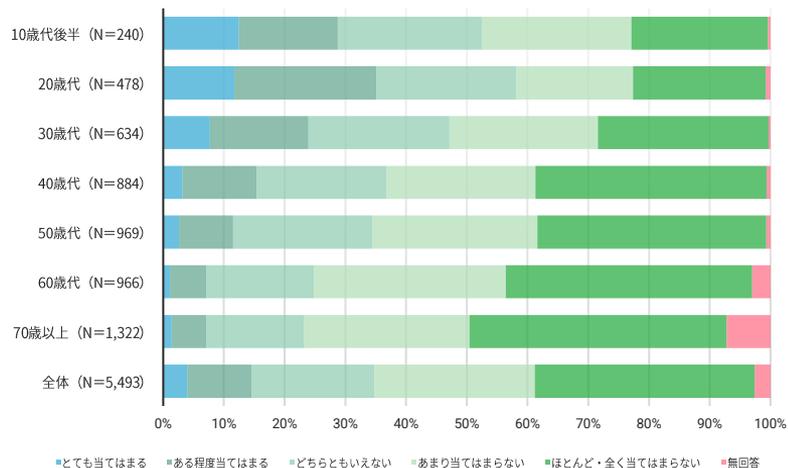
※出所1：びあ株式会社「ライブ・エンタテインメント市場規模の推移予測グラフデータ」（2022年6月15日）より当社作成

推計にオンライン配信市場は含まない。2022年以降は、2022年3月までにイベント開催制限が完全撤廃され、政府の支援が2025年まで継続することを前提とした予測値。

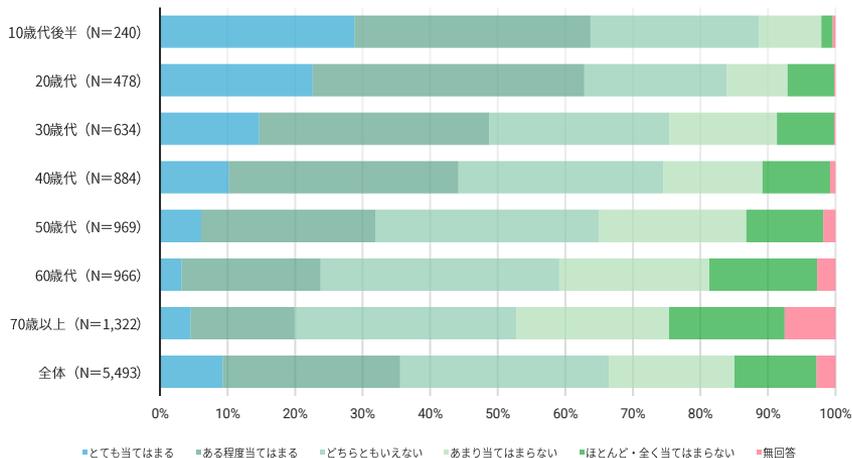
市場環境

アフターコロナでの「体験型消費」の増加にあわせ、「今しかできない体験」が10代～30代を中心に重要視される傾向がある。市場環境を踏まえ、当社としては「体験」を重視したリアルイベント等、EX展開を加速予定。

「今しかできない参加型の体験やコンテンツにお金を使う」人の割合（年齢層別）※1



「その時・その場でしか得られない体験をしたい」かどうか（年齢層別）※2



※出所1：消費者庁 令和4年版消費者白書 第1部 消費者問題の動向と消費者の意識・行動 図表1-2-2-11

「今しかできない参加型の体験やコンテンツにお金を使う」人の割合(年齢層別)[CSV]より当社作成

※出所2：消費者庁 令和4年版消費者白書 第1部 消費者問題の動向と消費者の意識・行動 図表1-2-1-17

「その時・その場でしか得られない体験をしたい」かどうか、という問への回答の割合(年齢層別)[CSV]より当社作成

競争優位性

当社作品のユーザー様と近い属性の社員が多く在籍しているため、お客様目線で企画・開発を行える組織を実現している。また、創業フェーズの早い段階からグッズ販売等のMD展開を手がけたことにより、IP展開のノウハウが蓄積しており、ゲーム以外のビジネスを自社企画できる点が、ゲーム運営のみを手がける他社と比較した場合の優位性になると考える。

当社の強み

ユーザー様と近い目線を持つ 社員比率の高さ

女性社員比率が約7割と高く、ユーザー層から
当社へ入社した従業員も多数在籍。

IPを軸とした 展開ノウハウ

ゲーム開発に加え、
MD展開においてもノウハウが蓄積。



コンテンツ市場での多様な展開

ゲーム

グッズ

メディア
ミックス

- 漫画
- アニメ
- 舞台

イベント

店舗

06

今後の成長戦略

2024年1月期 3軸の成長戦略

23年1月期の成長戦略としていた「新規作品の拡充」「作品の展開先の多様化」「作品お届けエリアの拡大」について、「ゲーム事業」「メディア事業」を軸にまとめ直した。そのうち、ゲームの海外展開に関しては、世界的なモバイルオンラインゲーム市場の動向等をふまえ、引き続き検討は進めるものの、今期の注力戦略からは外している。また、当社の目指すEX展開の一環として、世の中で急速な実用化が進むAIの活用を新たに成長戦略に加えた。

ゲーム事業

IPの信頼を高める・IP数を増やす

- ・運営中のゲームでの信頼獲得
- ・新作ゲームでのヒット創出

メディア事業※

「体験」を重視するEX展開の加速

- ・既存IPのマルチメディア展開
- ・ヒット商品創出と販路拡大
- ・新規事業の創造/育成/展開

AI活用

AIを活用したエンタメ事業の開始

- ・AI技術の社内活用
- ・最新技術へのキャッチアップ

※23年1月期において「MD事業」と表現していた領域について、今後はマーチャンダイジングのみならず、より多様な媒体での展開を予定していることから、24年1月期以降は「メディア事業」と総称する。

成長戦略 ゲーム事業① 運営中タイトル



前期、ユーザー様にとって最もよい形で作品を届けきれなかった反省から、今期は「ユーザー様ファースト」を社内徹底し、IPの信頼獲得に努める。

運営中IP

ゲームIPにおける
“ユーザー様
ファースト”
の徹底

作品の魅力を伝えきる

作品を愛してくださる皆様に、
世界観に沿ったイベントをお届け

アプリのアップデートによる
ユーザー様還元

スタンドマイヒーローズの
大型リニューアルを実施

メディア事業との連携

新たなゲーム外イベントの創出や、
アプリサービス終了したIPの
メディア展開を予定

成長戦略 ゲーム事業② 新規開発

期中リリースを目指す自社開発作品や、26年1月期のリリースを予定している他社様協業作品など、新作ゲームの開発を丁寧に行い、作品の充実を進める。

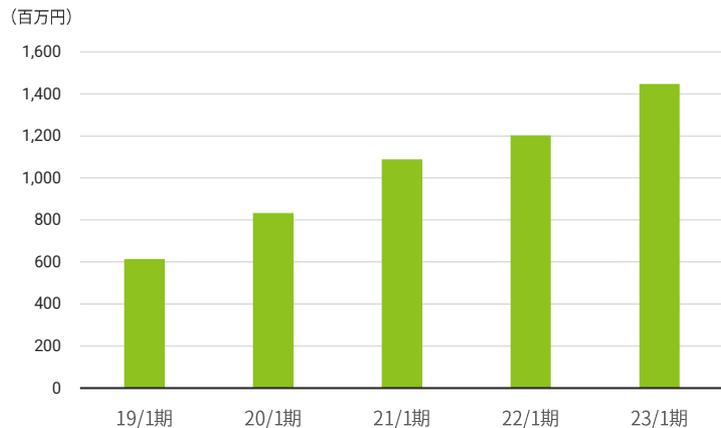
	3月リリース	4月リリース	開発中	開発中
	ドラッグ王子とマトリ姫 for Nintendo Switch	永久少年Side Project -トワイライトなスピカ-	自社IP作品	大手エンターテインメン ト企業様との協業案件
リリース	2023年3月9日発売 ※DL専売	2023年4月28日リリース	2024年1月期リリース目標	2026年1月期リリース予定
概要	当社1作目『ドラッグ王子とマトリ姫』のNintendo Switch向け作品。	フジテレビ様が製作・放映をしている『永久少年 EternalBoys』のIPを使用したオーディオノベルゲーム。	詳細の発表をお待ちください。	詳細の発表をお待ちください。

その他の新規開発も検討中

成長戦略 メディア事業①

グッズの企画・制作・販売や、イベント開催等を自社展開しており、直近5年のCAGRは23.9%と拡大を続けている。自社IPの活用のほか、24年1月期以降は他社様IPを活用したライセンスグッズ事業にも力を入れる。

MD売上高の推移



直近5年(2019/1期~2023/1期)の
MD売上高CAGR **23.9%**

自社展開のメリット

- ・ 自社企画による高クオリティな制作
- ・ ゲーム内施策との連動
- ・ 自社ECサイト、自社運営店舗による販売コスト削減
- ・ 高い利益率の実現



オープン1周年を迎えた常設店舗「coly more!池袋PARCO店」は引き続き賑わいを見せている。

成長戦略 メディア事業②

グッズ企画・制作・販売等を自社展開。

総合エンターテインメント企業として、今後もゲームにとどまらない多面的な展開を目指す。

既存IPのマルチメディア展開

- ・ 既存IPのリアルイベント実施回数の増加

ヒット商品創出と販路拡大

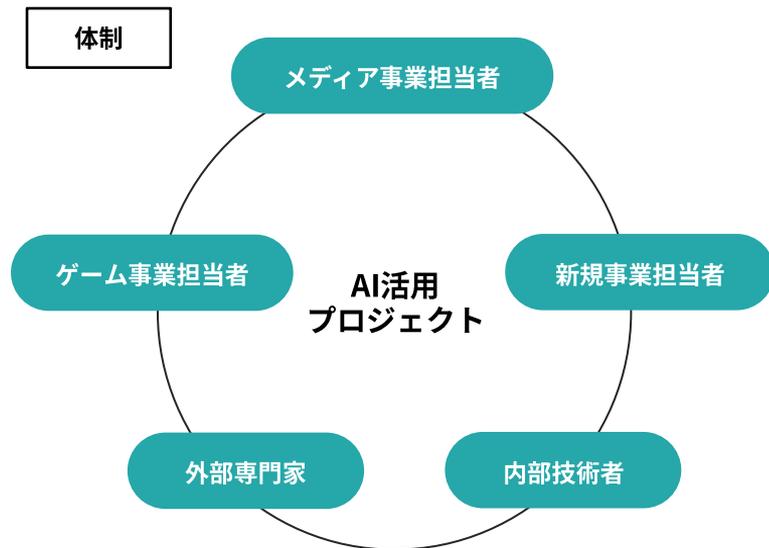
- ・ リアル店舗の拡充
- ・ 他社様IPと提携したライセンスグッズ事業の加速

新規事業の創造/育成/展開

- ・ メディア事業からの事業創出

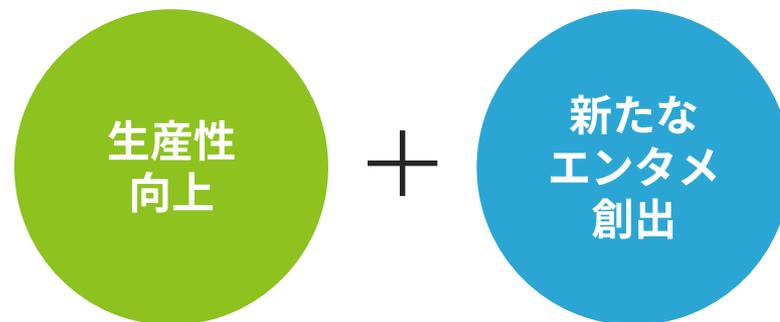
成長戦略 AI活用①

EX時代に向け、現在世の中で急速に実用化が進んでいるAIの活用を進めている。



部署を横断したAIプロジェクトを発足。
互いに連携しながら活用を進める。

活用軸

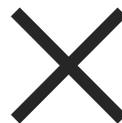


AIによる「生産性向上」と、AIそのものを競争力とした
「新たなエンタメの創出」の2軸でAI活用をおこなう。

クリエイティブ × AIの共創

クリエイティブ

引き続き丁寧な創作をおこなう



AI

AIによる生産性の向上

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「見通し情報」を含んでいます。これらは当該資料を作成した時点における見込み及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。

上記の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及び国際的な経済状況が含まれます。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、一般に公開されている情報等から引用しており、かかる情報の正確性、適切性等について当社はこれを保証するものではありません。

問い合わせ窓口: 管理本部 経営企画室

Mail : ir@coly.info

IR 情報 : <https://colyinc.com/ir/>