



2024年1月期第2四半期 決算説明資料

モイ株式会社

2023年9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 2024年1月期 2Q決算概要
- 2 2024年1月期 業績予想
- 3 成長戦略
- 4 Appendix



1 2024年1月期 2Q決算概要

サービスハイライト: ユーザー満足度の向上

- 人気キャラクターとのコラボスタンプ公開や、季節に合わせたユーザー参加型プレゼントキャンペーンの実施。



©sanpoimo/©Anova, Inc.



© '23 SANRIO CO., LTD. APPR. NO. L637687

人気キャラクターコラボスタンプ



©はしあさこ

季節に合わせたプレゼントキャンペーン

サービスハイライト：プラットフォーム規模の拡大

- ショート動画作成機能「クリップ」で、音声認識AIを活用した日本語・英語での自動文字起こしが可能に。



- オンライン共同視聴文化拡大のため人気ホラー・アニメ作品等とのコラボを継続。



©Remember Dreaming, LLC



©竹岡葉月・Tiv・一迅社/「政宗くんのリベンジ」製作委員会R

- 配信者向けグッズ制作サービス「ツイキャス グッズファクトリー」のグッズ販売個数が2万個を突破。



業績ハイライト

2024年1月期2Q	累計実績	YoY	計画比
ポイントPU	76千	- 10.9%	- 2.8%
ポイントARPPU	6,531円	+ 9.6%	+ 1.4%
ポイント販売売上	2,976百万円	- 2.3%	- 1.5%
売上高	3,203百万円	- 1.2%	- 1.7%
実質売上総利益	857百万円	+ 5.8%	+ 0.5%
営業利益	109百万円	+ 30.1%	+ 91.2%

ポイントPUの減少傾向とポイントARPPUの増加傾向が継続。

ポイントPUの影響により、ポイント販売売上がYoYで減少し、売上高も連動。

決済手段の比率変化が継続し、決済業者の取分率が低下 & 当社取分率が上昇し、実質売上総利益はYoY、計画比ともにプラスへ。

決済業者の取分率低下に伴う手数料の減少と、3Q以降へのマーケティング予算のスライドにより、営業利益は、YoY、計画比ともに上振れて着地。

主なコストの推移

2024年1月期2Q	累計実績	YoY
売上原価 (ユーザー報酬)	1,610百万円	- 1.0%
手数料	736百万円	- 7.3%
インフラ	280百万円	+ 5.7%
体制強化	291百万円	+ 16.3%
マーケティング	59百万円	- 39.2%

売上原価は、ポイント販売売上と連動して減少傾向が継続。

手数料はポイント購入時の決済手段比率の変化が進み、YoYで減少。

インフラシステムのBCP対応に伴う減価償却費及び通信費の増加等により、インフラ関連費用はYoYで増加。

体制強化費用は、社外協力会社との連携強化を継続したことにより、想定範囲内にて増加。

マーケティングは、上半期予算の一部を3Q以降に再配分したことにより、YoYで減少。

ポイントPUとポイントARPPUの推移

ポイント販売売上

=

ポイントPU

×

ポイントARPPU

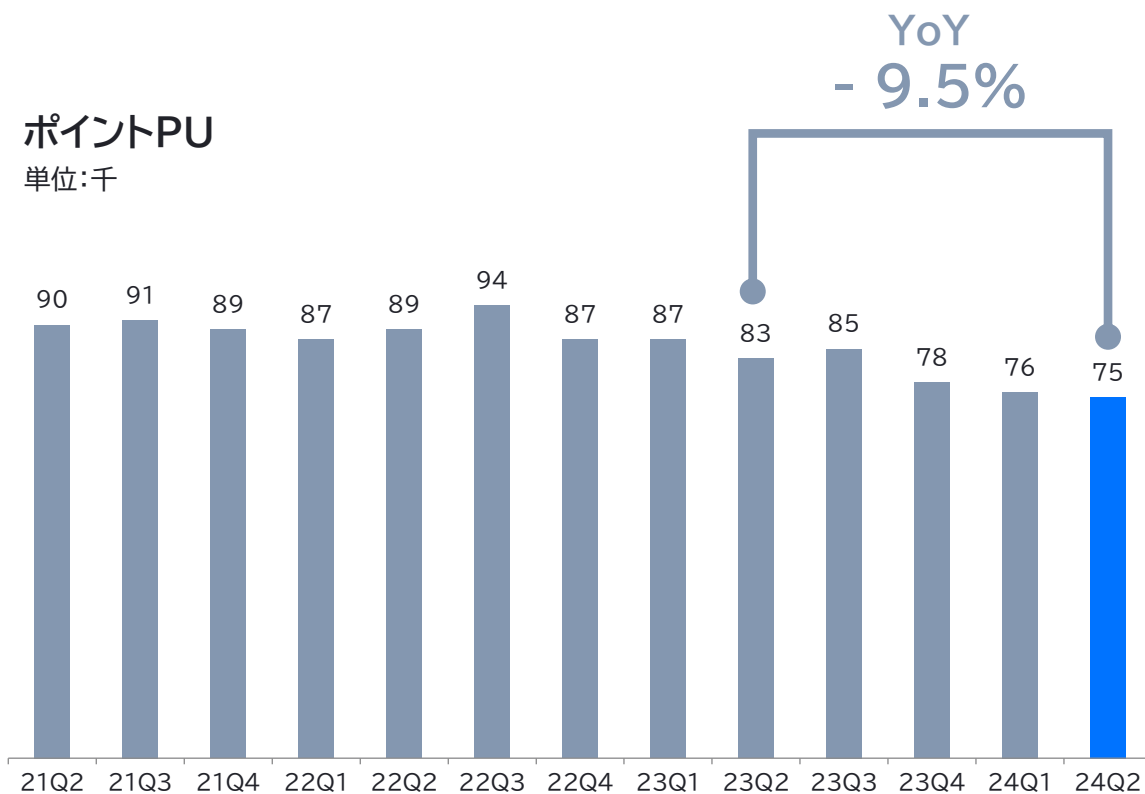
-

未使用ポイント

- 月間平均ポイントPUは、YoY -9.5%(-7千)の75千に。
- 月間平均ポイントARPPUはYoY+7.6%(+460円)の6,514円で着地。

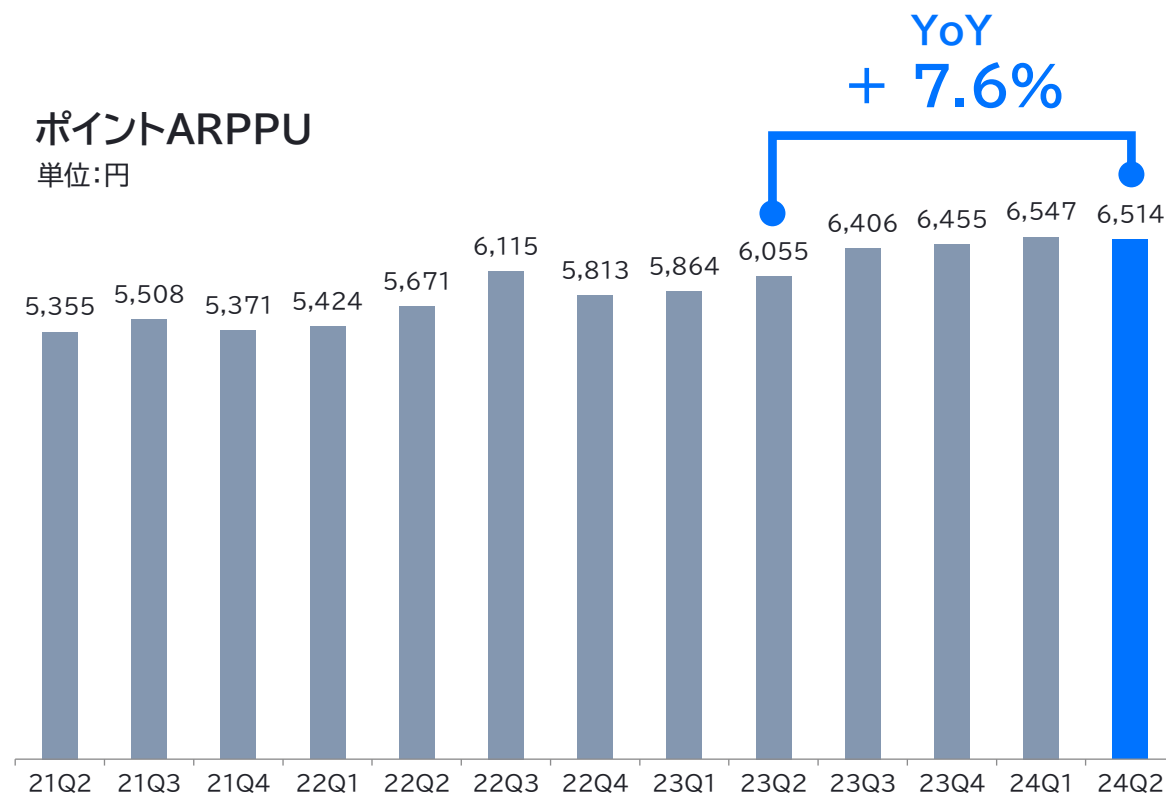
ポイントPU

単位:千



ポイントARPPU

単位:円



ポイント販売売上と売上高の推移

売上高

=

ポイント販売売上

+

メンバーシップ売上

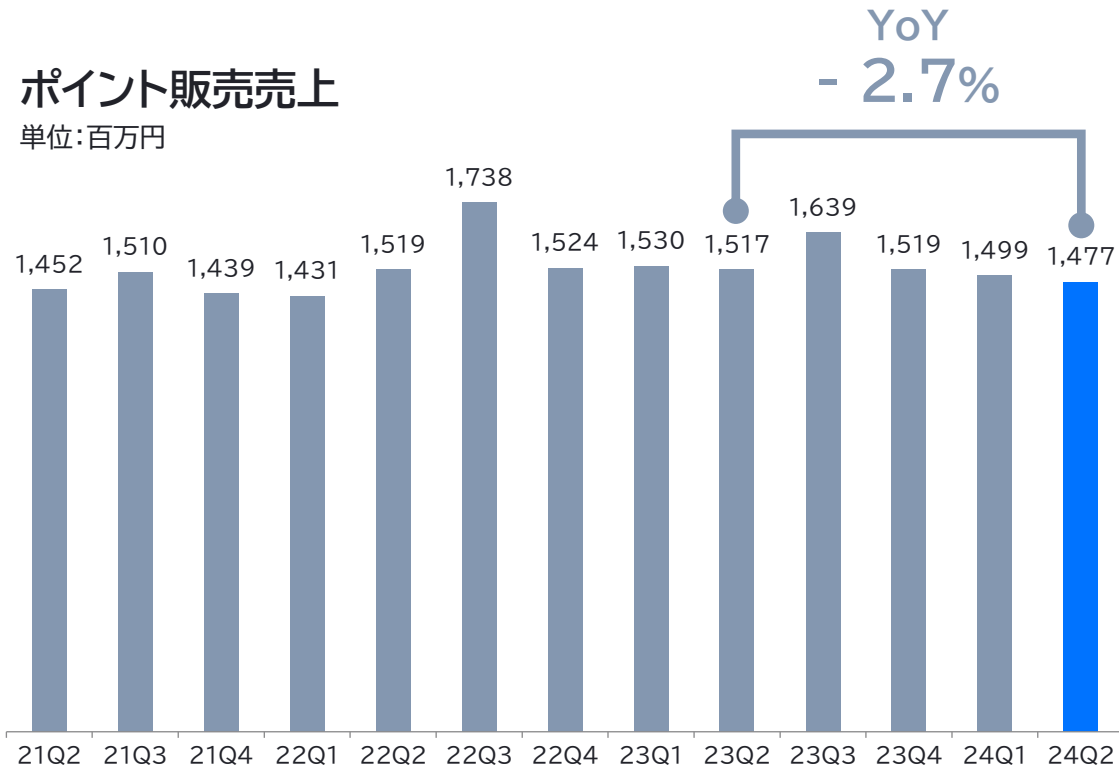
+

プレミアム配信売上

- ポイント販売売上は、YoY -2.7%(-40百万円)の1,477百万円に。
- 売上高は、YoY -1.4%(-23百万円)の1,598百万円に。

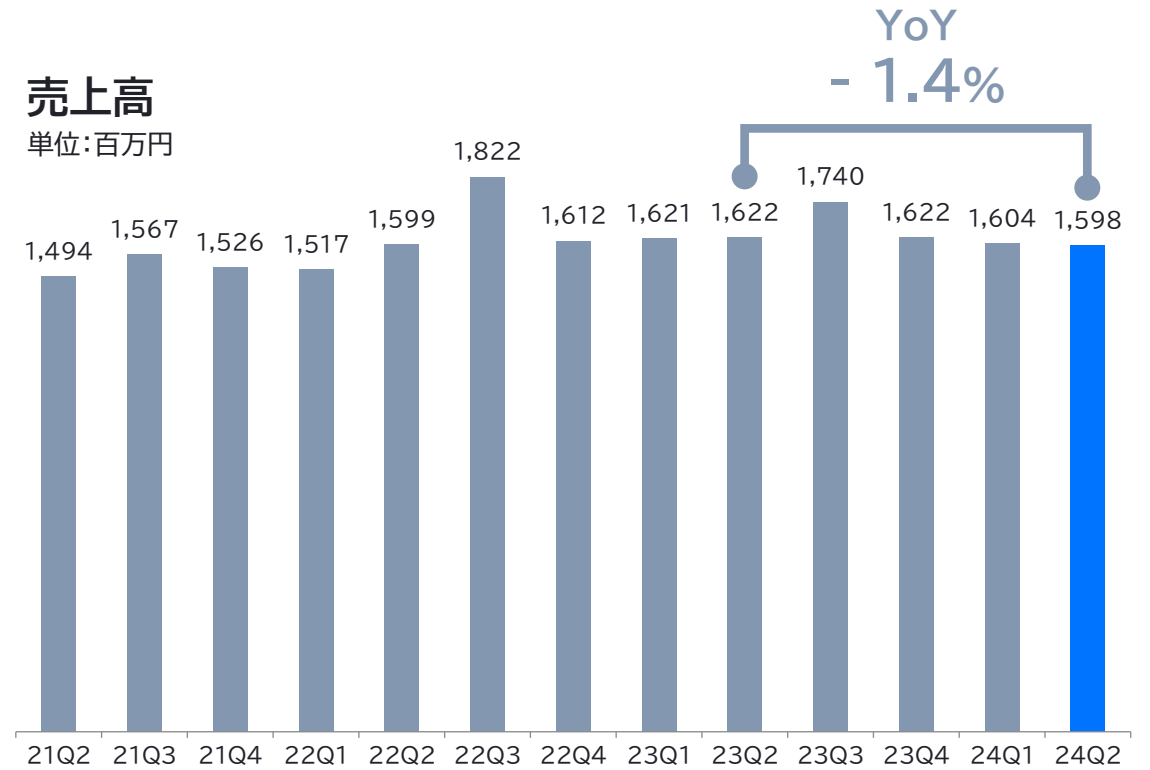
ポイント販売売上

単位:百万円



売上高

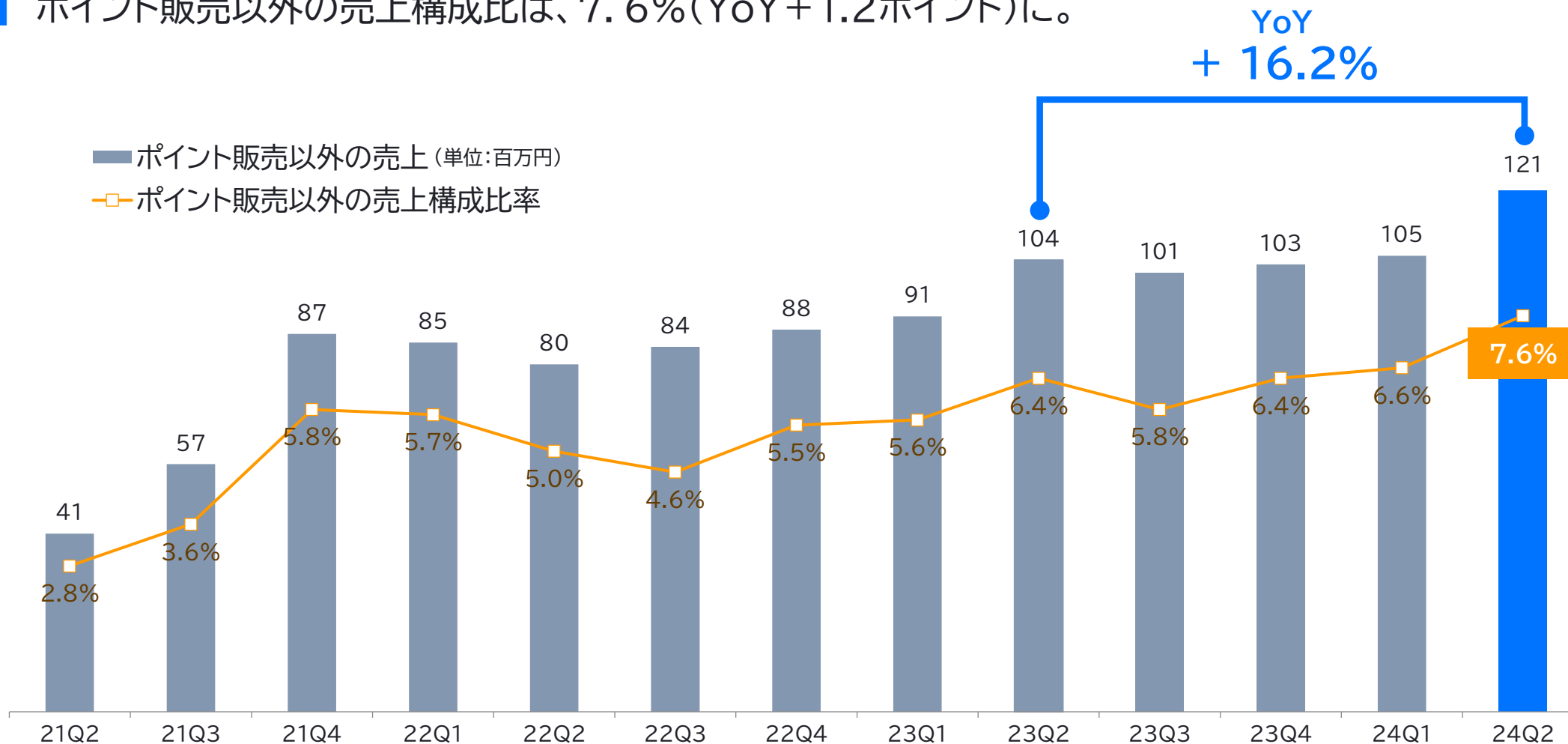
単位:百万円



ポイント販売以外の売上合計の推移

売上高 = ポイント販売売上 + メンバーシップ売上 + プレミア配信売上

- ポイント販売以外の売上合計は、YoY+16.2%(+16百万円)の121百万円で着地。
- ポイント販売以外の売上構成比は、7.6%(YoY+1.2ポイント)に。



メンバーシップ売上とプレミアム配信売上の推移

売上高

=

ポイント販売売上

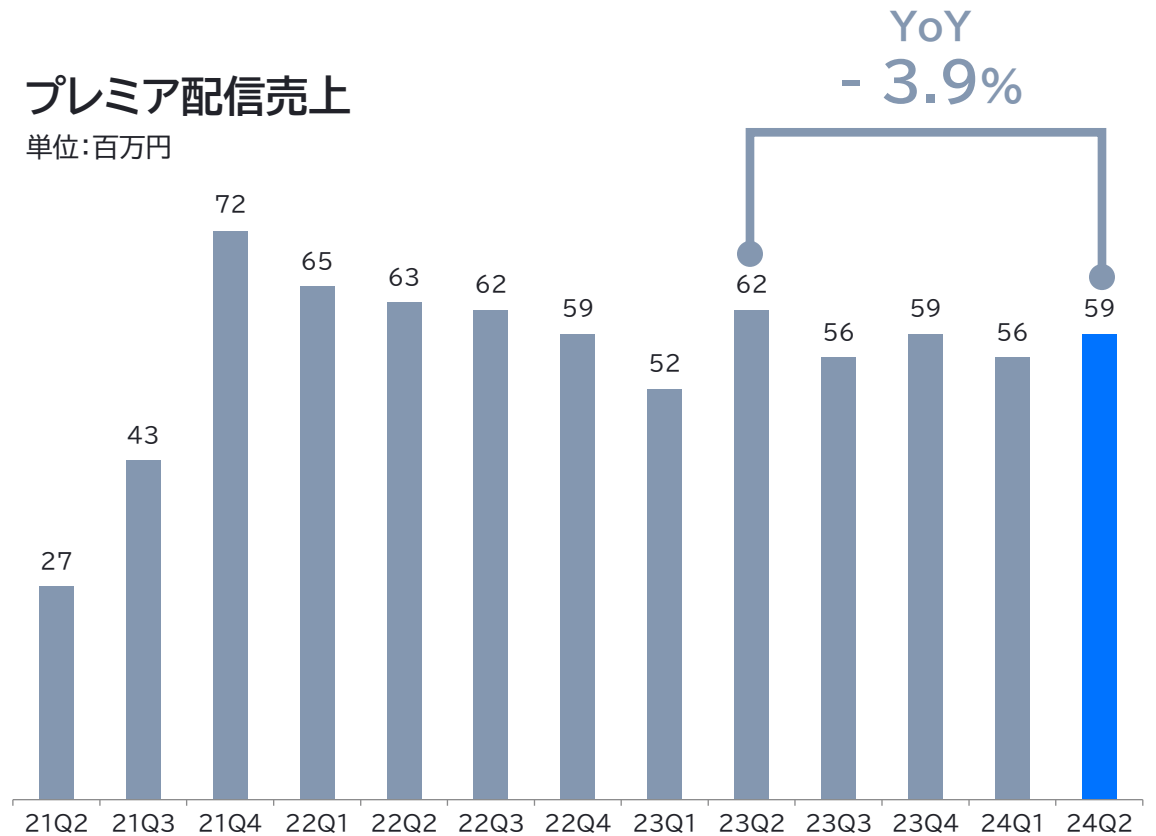
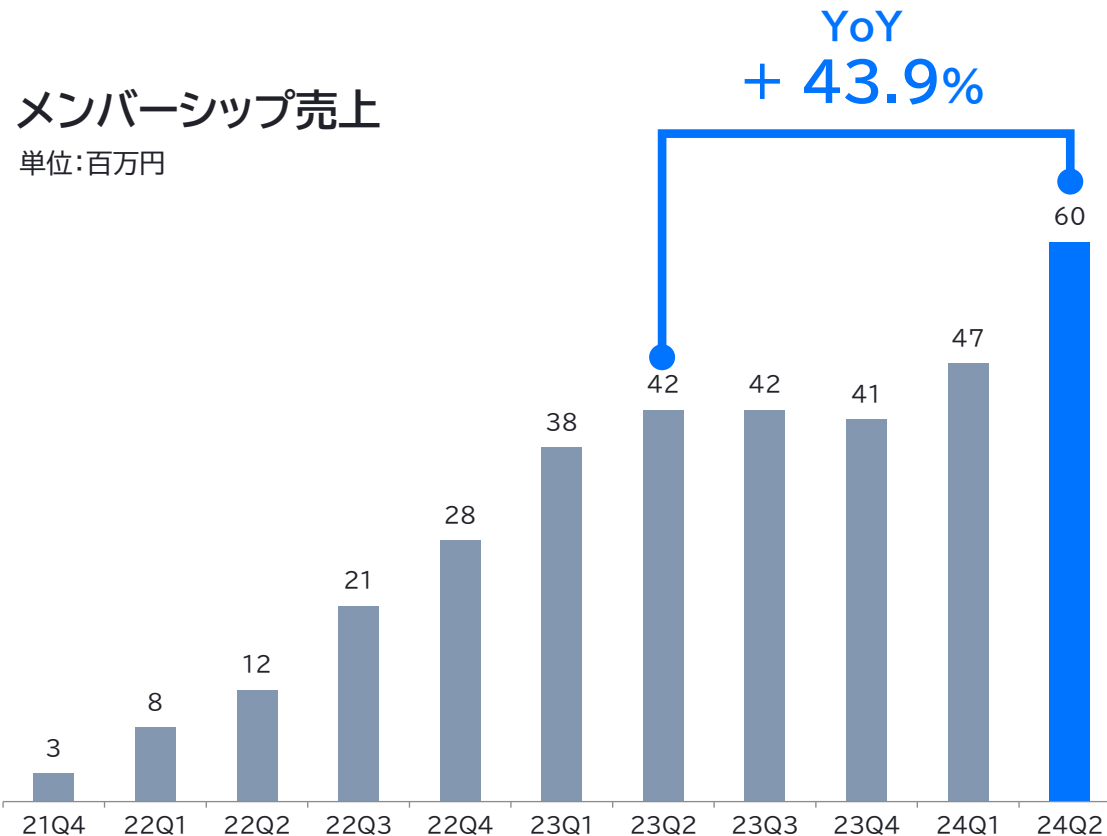
+

メンバーシップ売上

+

プレミアム配信売上

- メンバーシップ売上はYoY+43.9% (+18百万円)の60百万円と堅調に増加。
- プレミア配信売上は、YoY-3.9%(-2百万円)の59百万円に。



実質売上総利益の推移

実質売上総利益

=

売上高

-

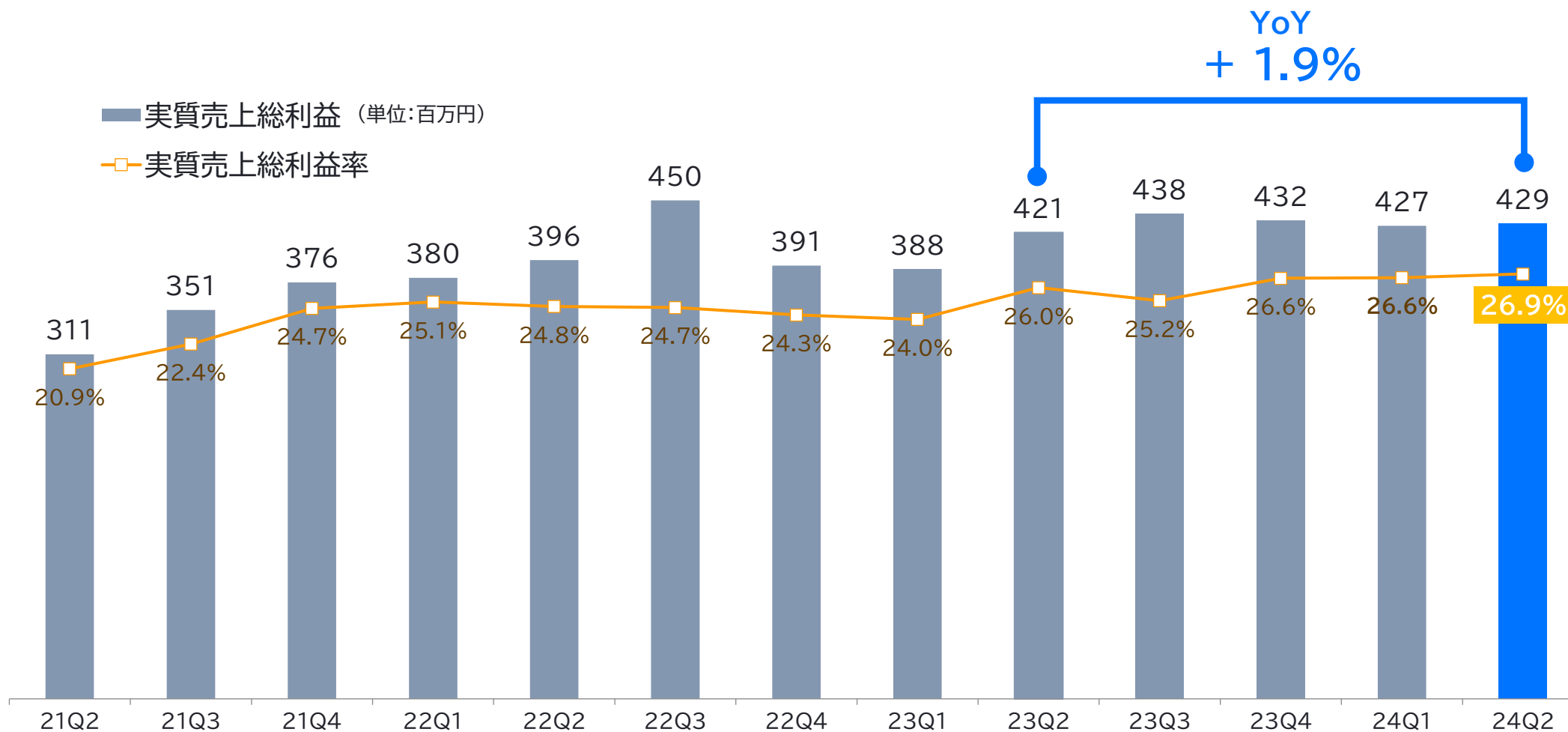
売上原価

-

手数料

■ 実質売上総利益は、YoY+1.9%(+8百万円)の429百万円で着地。

■ 実質売上総利益率は、YoYプラス0.9ポイントの26.9%に。

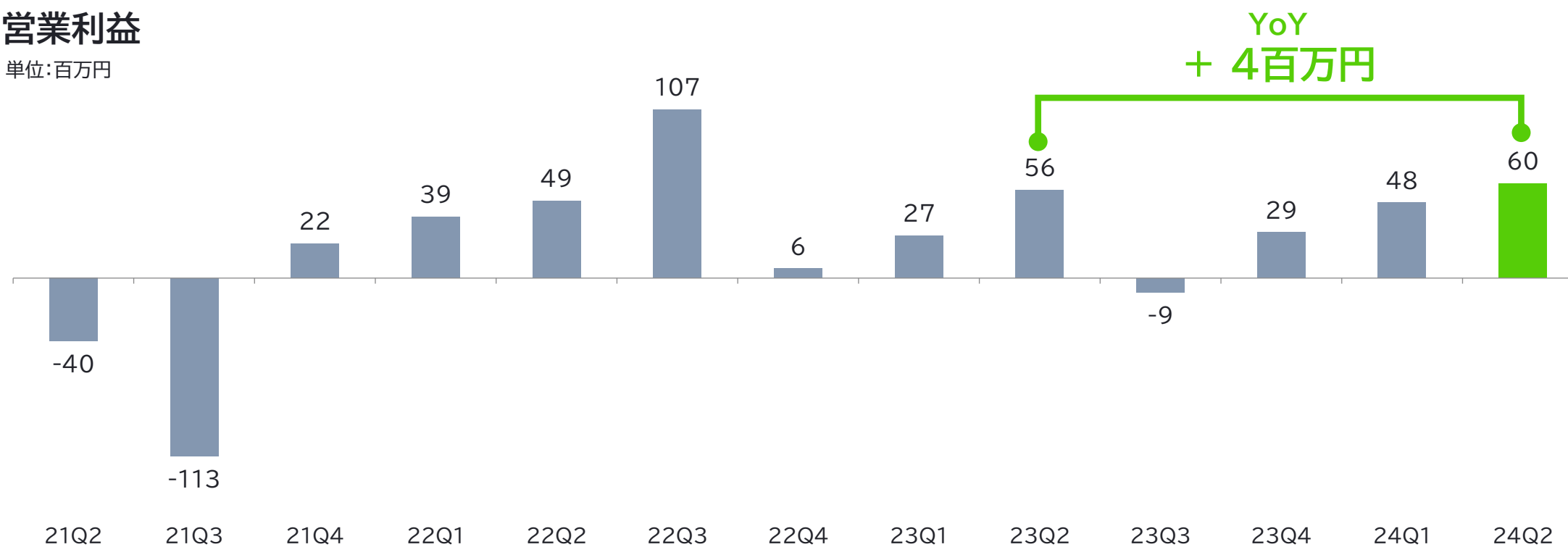


営業利益の推移

■ 営業利益は4百万円増加(YoY+7.8%)し、60百万円に。

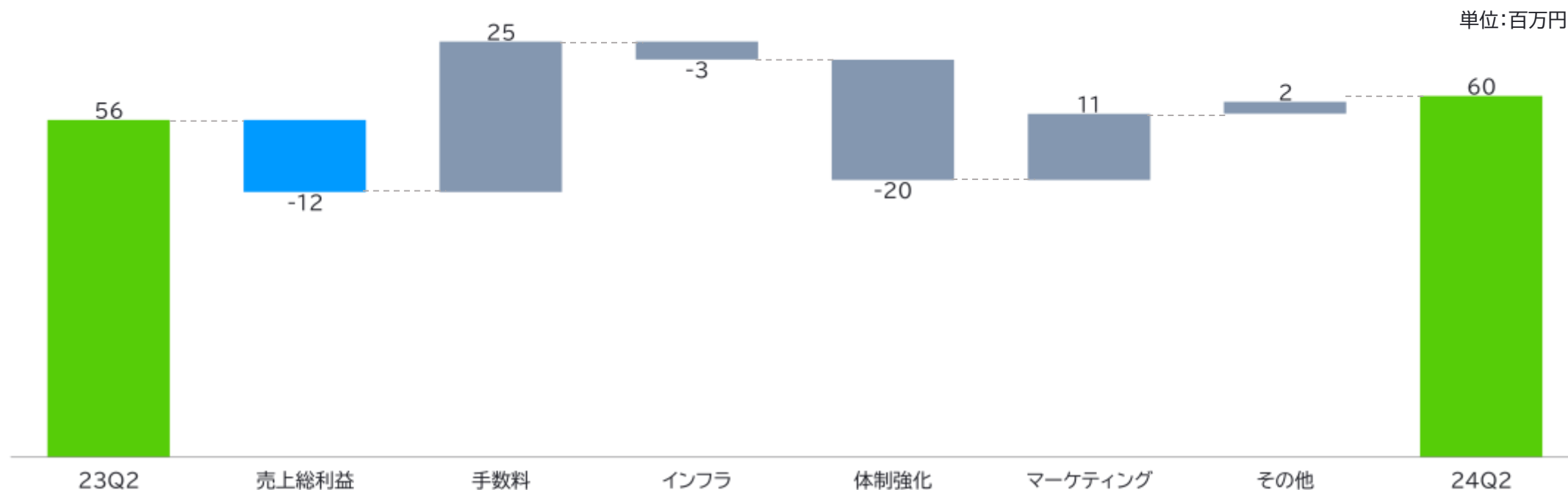
営業利益

単位:百万円



営業利益の増減分析(会計期間)

- ポイント販売売上とプレミアム配信売上の減少により、売上総利益が減少(-12百万円)。
- 決済手段比率の変化による手数料の減少(-25百万円)が継続し、広宣費予算の3Q以降へのスライドの影響で、マーケティング費用も減少(-11百万)。
- 前期のBCP対応システム投資に伴い、減価償却費と通信費は増加したが、システム備品購入の減少等の影響により、インフラ費用は微増(+3百万円)、体制強化費用は、社外パートナー連携の継続により増加(+20百万円)。



損益計算書サマリ

■ 売上高は減少(YoY -1.2%)、営業利益は増加(YoY+30.1%)。

単位:百万円	2023年1月期2Q	2024年1月期2Q	増減	前年同期比
売上高	3,244	3,203	-40	-1.2%
売上原価	1,627	1,610	-17	-1.0%
売上総利益	1,616	1,592	-23	-1.4%
販売費及び 一般管理費	1,532	1,483	-48	-3.2%
営業利益	84	109	25	30.1%
経常利益	84	115	31	36.7%
税引前四半期純利益	84	115	31	36.7%
四半期純利益	63	92	29	45.7%

貸借対照表サマリ

■ 純資産1,742百万円、自己資本比率50.9%と、財務基盤として健全な水準を維持。

単位:百万円	2023年1月期末	2024年1月期2Q末	増減
流動資産	2,951	3,042	90
現金及び預金	1,749	1,932	182
売掛金	1,169	1,026	-143
固定資産	423	382	-40
流動負債	1,736	1,682	-54
買掛金	801	730	-70
預り金	387	421	33
純資産	1,638	1,742	104
負債・純資産	3,375	3,424	49
(自己資本比率)	48.6%	50.9%	2.3%

2 2024年1月期 業績予想

前提条件を踏まえ、中長期での持続的なサービス成長に向けた事業基盤のアップデートと新規事業への挑戦

前提条件

前期に発生したコロナ禍の行動制限解除に伴うユーザー行動の変化とそれに伴う競争環境の変化が当社事業に与えた影響は、2024年1月期も一定の規模において継続すると想定

フォーカスポイント

1. ポイント販売売上中心である収益構造の変化を戦略的に推進
2. エンジニア採用を中心に、体制強化領域に対して積極的に投資
3. インフラ、マーケティング領域は、費用対効果を見極め、必要十分な投資を継続

2024年1月期業績予想サマリ

- 前提条件を踏まえて、収益構造の変化を推進することにより、売上高は保守的な見積。
- 中長期での成長に向けた投資の継続により、営業利益は減少。
- 繰延税金資産の回収可能性を適正かつ合理的に見積もることが困難なため、当期純利益は未定。

単位:百万円	2023年1月期 実績	2024年1月期 予想	増減	前年同期比
売上高	6,607	6,610	3	0.1%
営業利益	104	74	-29	-28.5%
経常利益	105	74	-30	-29.0%
当期純利益	53	—	—	—

主なコストの推移見込

- ポイント販売売上に連動して、売上原価と手数料は大きな変動を見込まず。
- インフラ領域は、BCP対応が一旦落ち着き、大規模な投資は想定せず。
- 体制強化領域は、中長期の事業成長に向けて、引き続き、積極的に投資。
- マーケティング領域は、費用対効果を検討の上で投資。

単位:百万円	2023年1月期 実績	2024年1月期 予想	増減	前年同期比
売上原価 (ユーザー報酬)	3,304	3,277	-27	-0.8%
手数料	1,612	1,615	2	0.2%
インフラ	581	554	-26	-4.6%
体制強化	534	622	88	16.5%
マーケティング	215	221	6	3.1%

2024年1月期業績予想に対する進捗

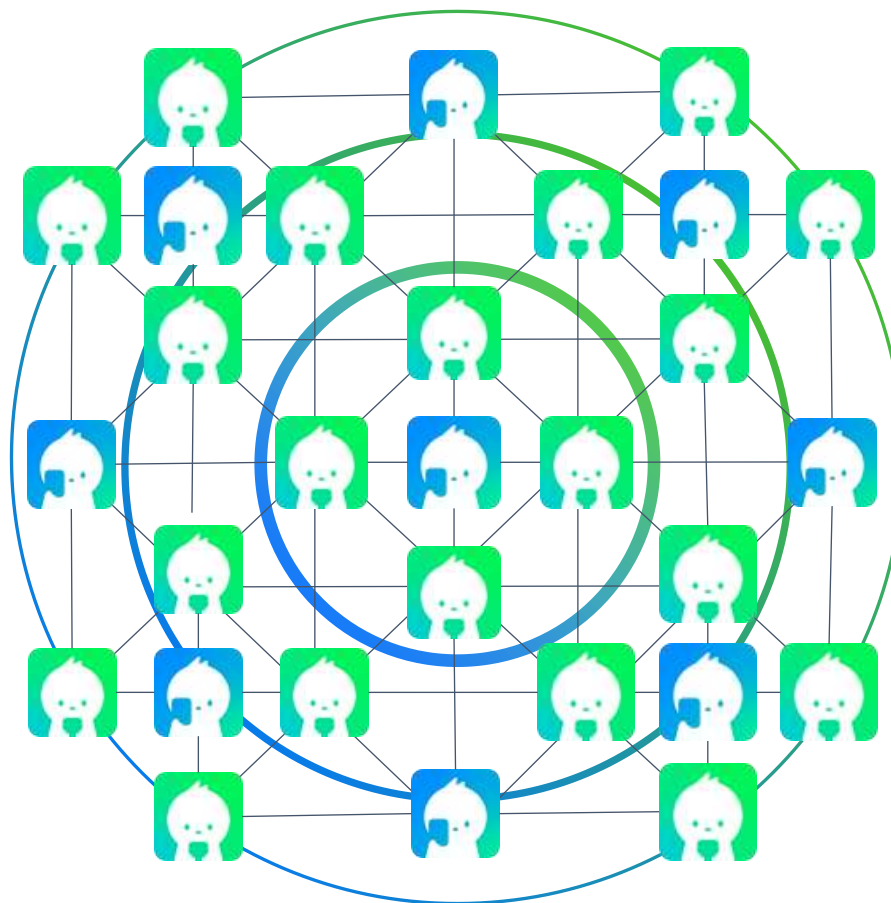
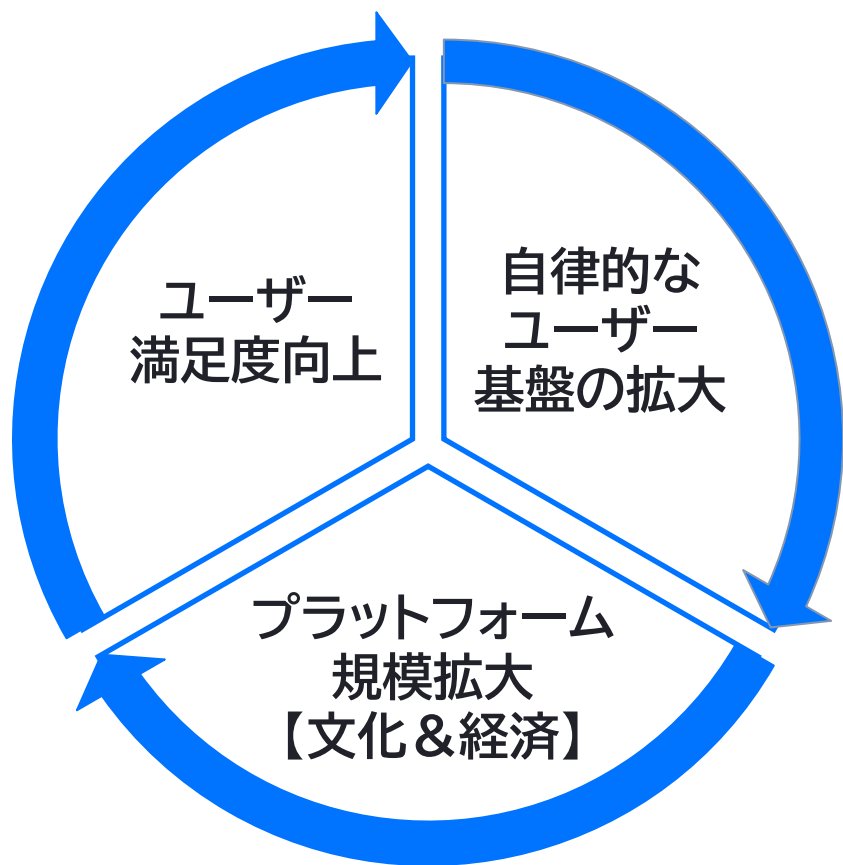
- 売上は進捗率48.5%で想定範囲内の推移。
- 販管費が計画を下回った影響で、営業利益と経常利益は、期初予想を上回って着地。
- 3Q以降のマーケティング投資に伴う販管費の増加を見込んでおり、業績予想に変更はなし。

単位:百万円	2024年1月期 予想	2024年1月期2Q実績	進捗率
売上高	6,610	3,203	48.5%
営業利益	74	109	146.9%
経常利益	74	115	155.0%
当期純利益	—	92	—

3 成長戦略

目指す成長の方向性

ツイキャスが目指すのは、ユーザー満足ドリブンで成長するコミュニケーションインフラ



ユーザー満足度の向上

ユーザー満足度を生み出す基盤の強化 & ユーザー満足度を高める施策の深耕

コミュニティ運営=安心

プラットフォームを安心して利用できる環境整備を推進



サービスインフラ=快適

低遅延なユーザー体験を支えるインフラシステムのさらなる進化



キャンペーン=楽しさ

他社IPコラボや季節ごとのイベントなどユーザーが楽しさを共有できる企画の充実



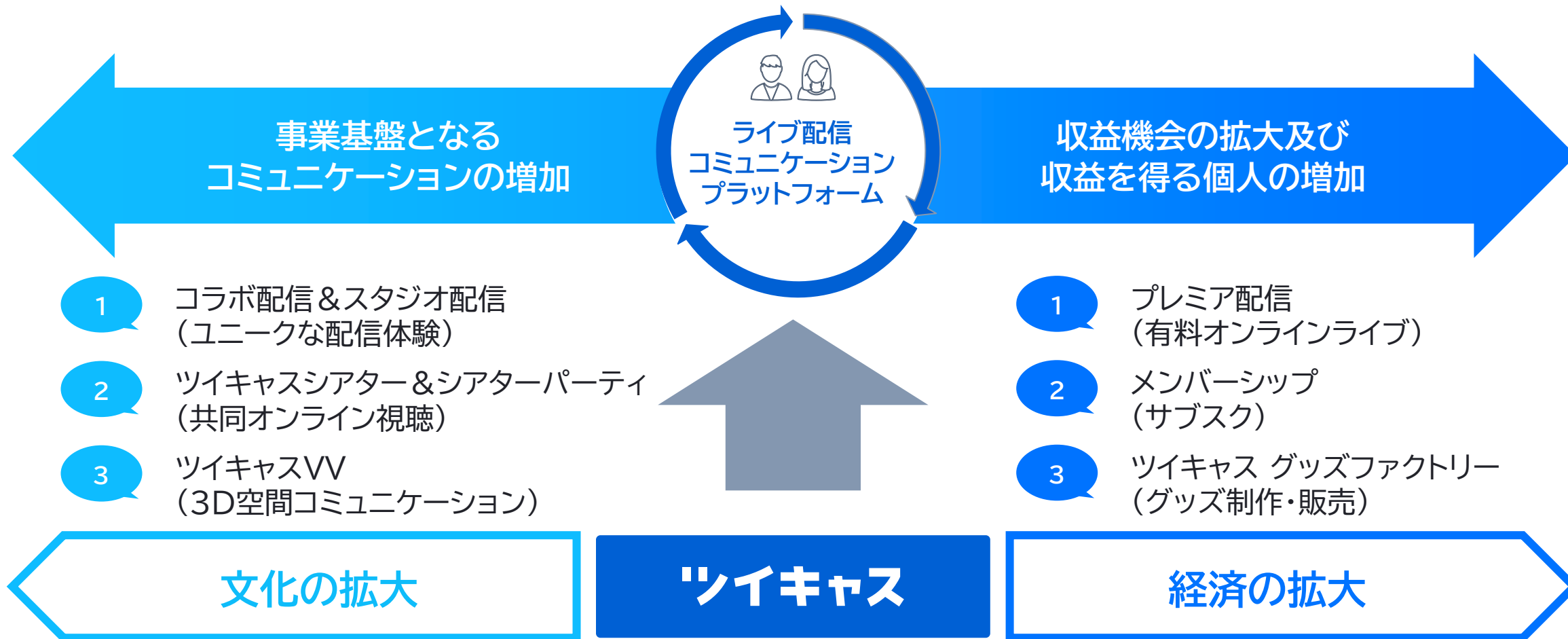
© '23 SANRIO CO., LTD. APPR. NO. L637687



©はしあさこ

プラットフォーム規模の拡大

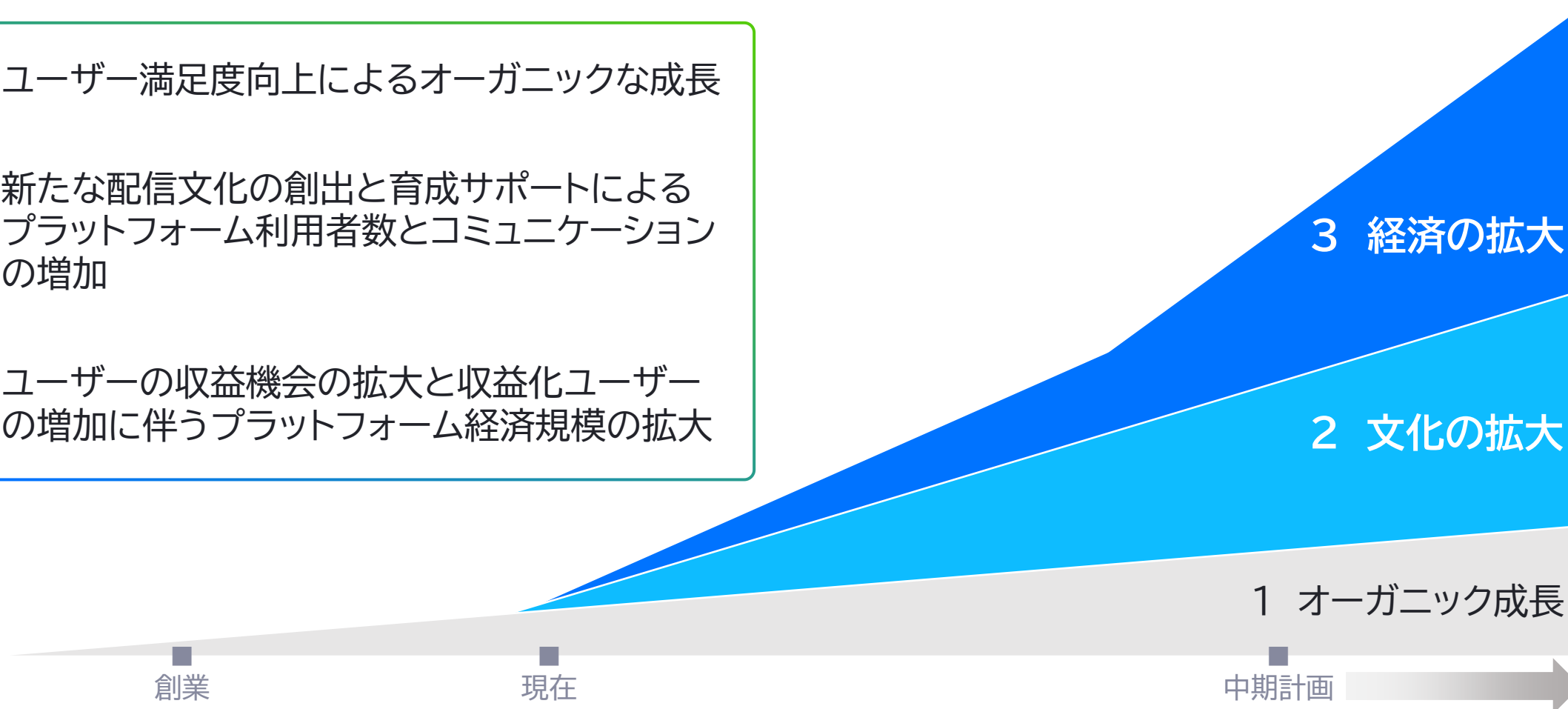
文化&経済の両面から規模を拡大



中長期成長イメージ

オーガニック成長をベースに、文化と経済の規模拡大を通して、持続的な成長を実現

1. ユーザー満足度向上によるオーガニックな成長
2. 新たな配信文化の創出と育成サポートによるプラットフォーム利用者数とコミュニケーションの増加
3. ユーザーの収益機会の拡大と収益化ユーザーの増加に伴うプラットフォーム経済規模の拡大



4 Appendix

会社概要

会社名	モイ株式会社 (Moi Corporation)
設立年月日	2012年2月29日
代表者名	赤松洋介
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	40名(2023年7月末)



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年に当社取締役に就任。



社外取締役
本田謙

株式会社フリークアウト代表取締役に就任等を経て、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年当社社外取締役に就任。



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年に当社監査役に就任。



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年より当社監査役に就任。



監査役(社外)
伊藤耕一郎

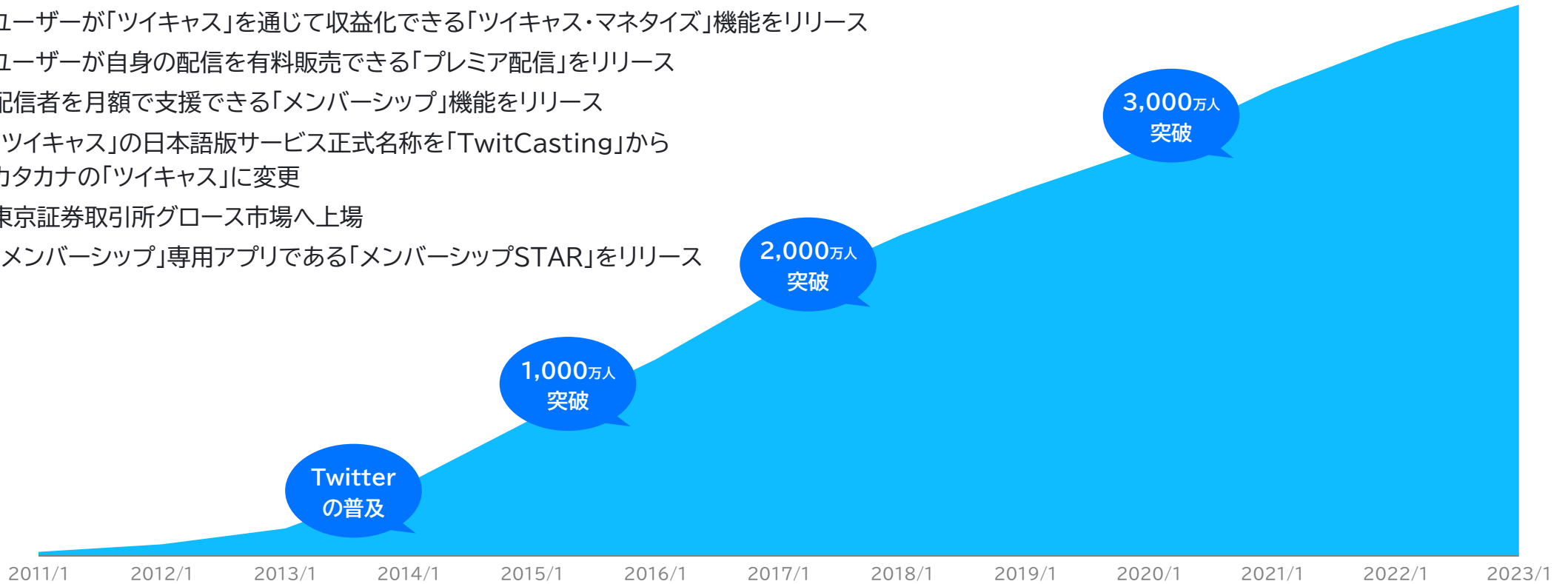
ゴールドマン・サックス証券株式会社、税理士法人プライスウォーターハウスクーパーズを経て独立し、2011年伊藤国際会計税務事務所開業。2020年より当社監査役に就任。

沿革とツイキャストの成長

スマホ・SNSと共に成長 / 若年層・女性が安心 / コミュニケーションにフォーカス

- 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「キャストマーケット」(現:公式ストア)をリリース
- 2018年6月 ユーザーが「ツイキャスト」を通じて収益化できる「ツイキャスト・マネタイズ」機能をリリース
- 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8月 「ツイキャスト」の日本語版サービス正式名称を「TwitCasting」からカタカナの「ツイキャスト」に変更
- 2022年4月 東京証券取引所グロース市場へ上場
- 2022年8月 「メンバーシップ」専用アプリである「メンバーシップSTAR」をリリース

ツイキャスト
累計登録ユーザー数*



* サービス開始から2023年1月末までの累積登録ユーザー数。

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」の運営

サービス	プラットフォーム	概要
ツイキャス 		スマホ1台で、誰でも、簡単に、無料で、生放送を配信・視聴できるライブ配信サービス。
公式ストア 	iOS ・ Android ・ Web (Browser)	有料のオンラインライブを手軽に開催できる「プレミアム配信」機能を備えたオンラインストア。
メンバーシップ 		視聴者が毎月定額で継続的に配信者を応援できるサブスクリプションサービス。

ツイキャス

ツイキャスとは？



視聴者

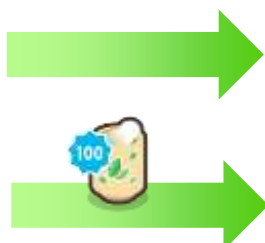
あらゆる人の集まりをオンライン化し、
快適なコミュニケーションを発生させるプラットフォーム



配信者



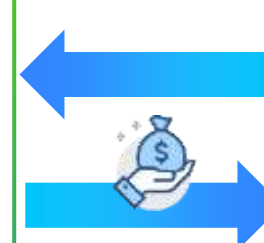
視聴



ポイント購入
アイテム利用
(仮想ギフト)



配信



報酬支払



コメントで
楽しむ



アイテムで盛り上げる



コラボ配信も



ギガ制限中も
サクサク！



ライブ配信の市場規模は1,399億円*5と推定



*1 当社2023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。

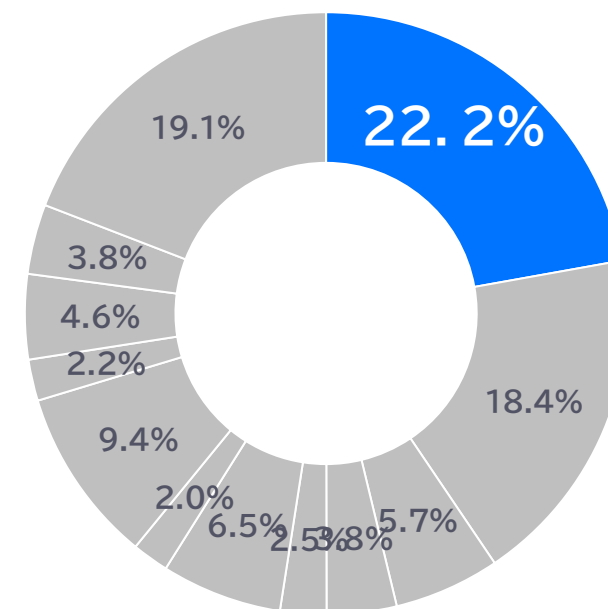
*4 出典:株式会社野村総合研究所「ITナビゲータ2021年版」2020年12月17日発刊

*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。

国内ライブ配信アプリ市場における当社サービスのポジション

国内ライブ配信アプリMAU *1No.1*2*3

主要12アプリにおけるMAUシェア



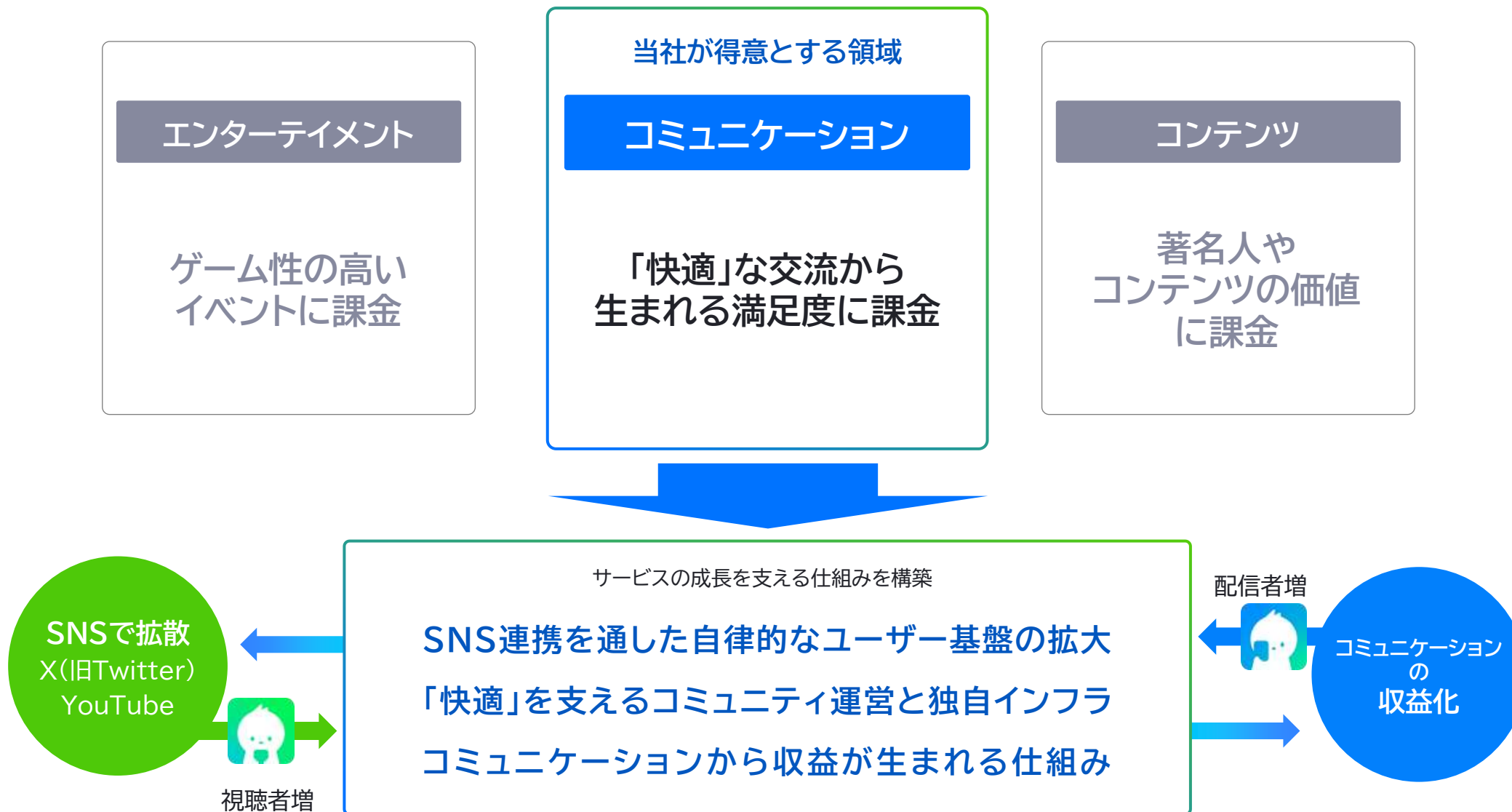
■ ツイキャス ■ A社 ■ B社 ■ C社 ■ D社 ■ E社 ■ F社 ■ G社 ■ H社 ■ I社 ■ J社 ■ K社

*1 MAU:月間アクティブユーザー数。

*2 国内ライブ配信アプリ各社のMAU比率は、フラール株式会社が提供するアプリ分析サービスApp Apeから入手した2023年1月末時点の情報を元に自社で集計しております。なお各比率を計算する際に使用した母数は、対象とした12アプリの各MAUの合計となります。

*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、TikTok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



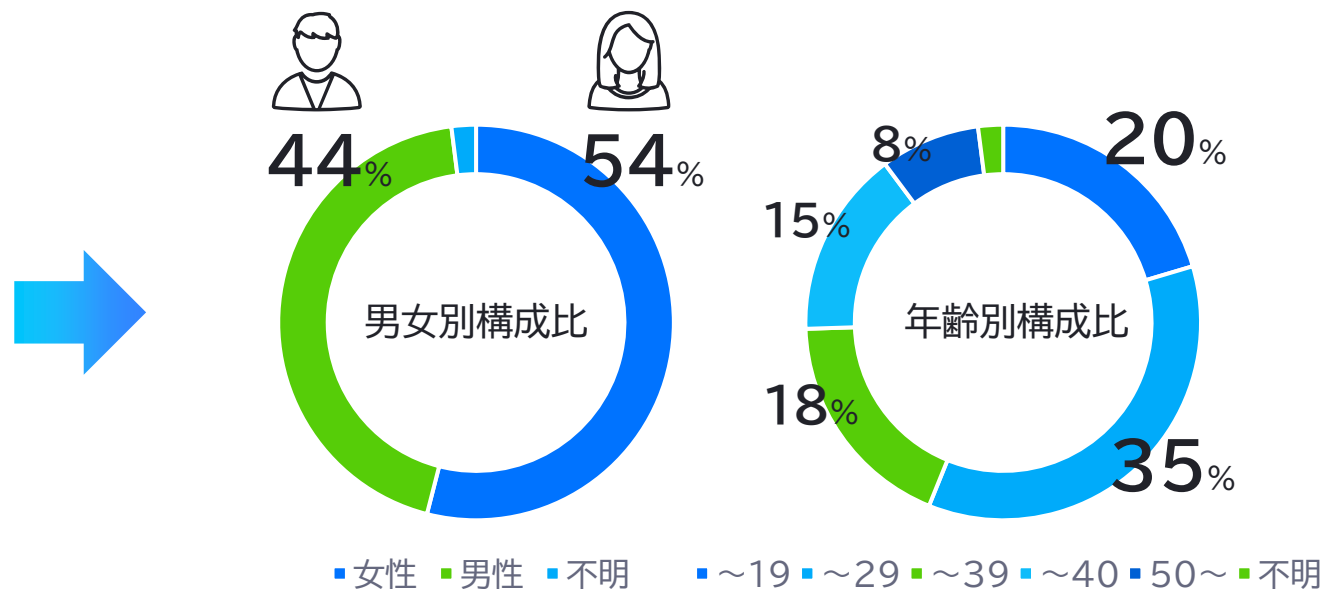
「快適」を支えるコミュニティ運営

10年以上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を構築

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、10代・20代率が50%以上
30代以上比率も増加傾向



* ユーザーの性別分布及び年齢分布は、2022年2月1日から2023年1月31日までの1年間を対象とした実績値を集計しております。集計データは全て、フラール株式会社が提供するアプリ分析サービスApp Apeから入手したものを利用しております。

「快適」を支える独自インフラ

大規模な双方向コミュニケーションを低遅延で実現

- 1 オンプレミスによる大規模&低コスト運用の実現
- 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システム設計
- 4 配信システムのBCP対応による事業継続性の強化



低コスト



大規模

低遅延 = 快適なコミュニケーション
による満足度の向上

関連サービス概要：プレミア配信

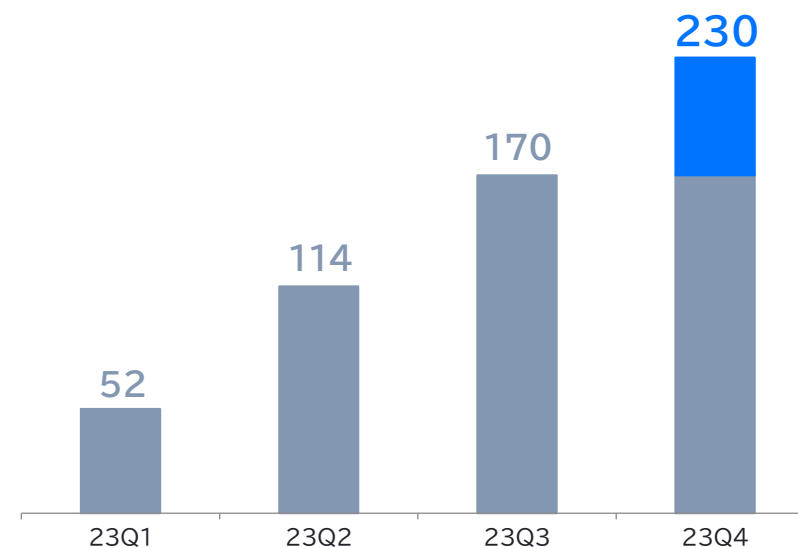
常時2,000件以上の開催予定が登録されている日本でも有数の有料ライブ配信システム



- ライブコンテンツ視聴 x コミュニケーション、という新しい価値の提供
- 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

✓ プレミア配信売上推移※(累計実績)

単位:百万円



* 「公式ストア」におけるチケット・コンテンツ販売手数料売上

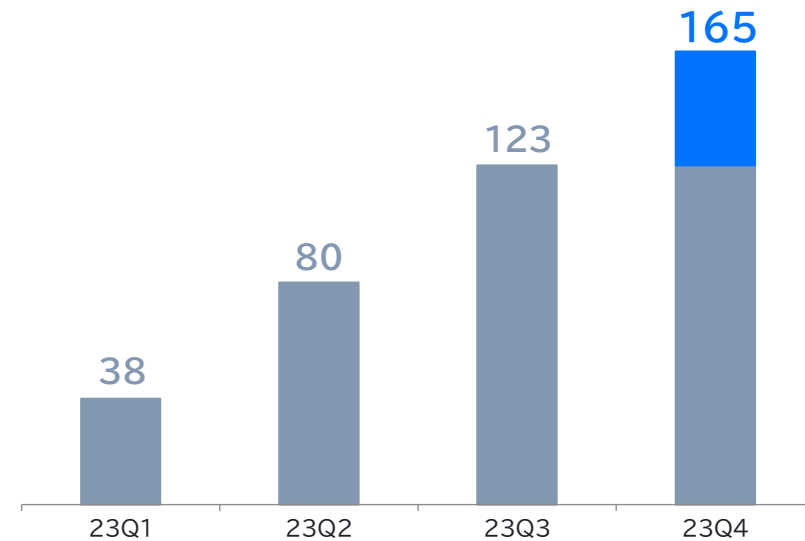
関連サービス概要：メンバーシップ

配信者をサブスクリプション(月額課金)で継続的に応援

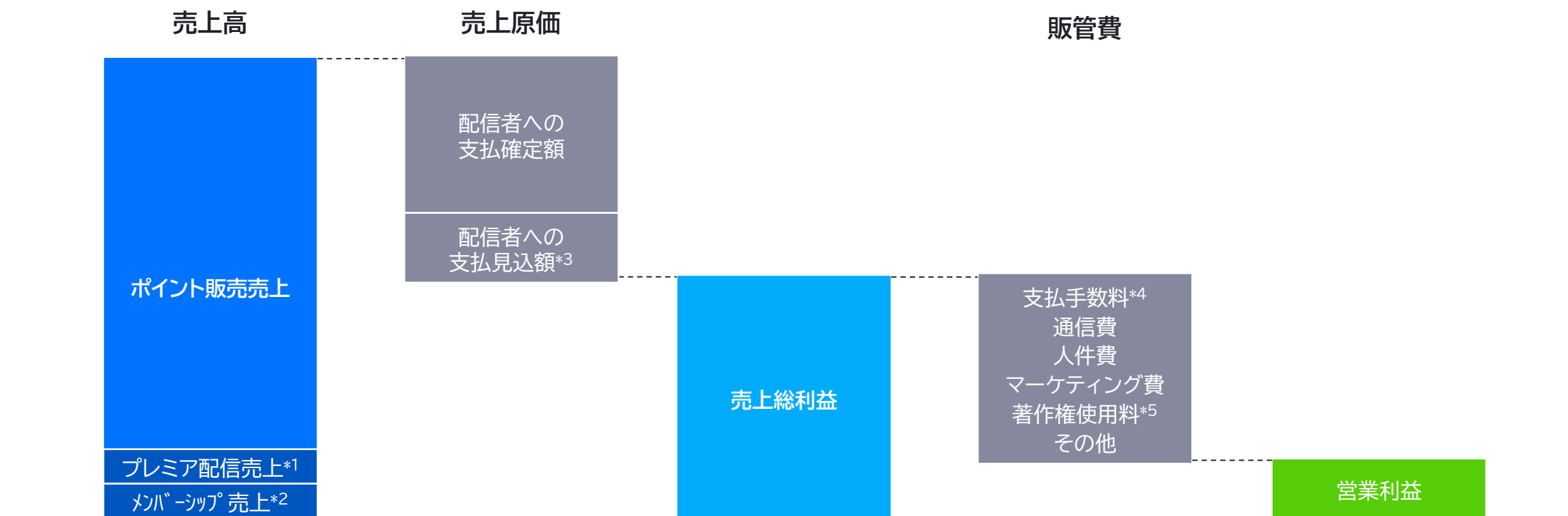
- 配信者は、ロイヤリティの高いファンの獲得と安定した収入の確保
- 視聴者は、自分が応援する配信者とのより密なコミュニケーションにより満足度向上
- 当社は、ロイヤリティの高いユーザーの増加とストック収益の発生

✓ メンバーシップ売上推移※(累計実績)

単位:百万円



収益構造



*1 公式ストアにおけるチケット・コンテンツ販売手数料売上等となります。2023年1月期における売上高全体に占める割合は3.5%となります。

*2 メンバーシップ販売手数料売上となります。2023年1月期における売上高全体に占める割合は2.5%となります。

*3 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。

*4 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。

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

業績の実績推移

単位:千円	第8期 (実績)	第9期 (実績)	第10期 (実績)	第11期 (実績)
	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	6,607,710
売上原価	1,046,219	2,800,414	3,313,094	3,304,754
売上総利益	1,312,989	2,679,053	3,238,937	3,302,955
販売費及び一般管理費	1,510,720	2,812,713	3,036,833	3,198,601
営業利益又は営業損失(△)	△ 197,730	△ 133,660	202,103	104,354
経常利益又は経常損失(△)	△ 190,230	△ 136,237	206,214	105,310
税引前当期純利益又は当期純損失(△)	△ 186,208	△ 136,237	206,176	105,310
税引後当期純利益又は当期純損失(△)	△ 193,828	△ 146,616	246,652	53,425

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)



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。
一部機能にかかる第三者への依存	当社は、ユーザーの利便性向上を目的とし、X Corp.及びGoogle Incといった第三者が提供する複数のAPIサービスを利用しており、その一つとして、ユーザーが第三者の提供するサービスのアカウントの情報を利用して当社サービスにログインできる機能を提供しております。従来通り当社が第三者のAPIサービスを利用したアカウントの登録機能・ログイン機能を提供できなくなった場合、ユーザーはポイントを購入しにくくなり、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	当社では、第三者のAPIサービスに依らない当社サービス独自のアカウント登録・ログイン方法の提供、第三者のAPIサービスが利用できなくなった場合に備えた当該第三者サービスのアカウント情報及び当社サービスに登録した方法によりログイン可能とする方法の提供をしております。
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。

※事業等のリスクについて、有価証券報告書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、有価証券報告書「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。

本資料は当社についての情報提供を目的とするものであり、当社株式の購入や売却等の勧誘を目的としたものではありません。投資に関する決定はご自身の判断において行っていただくよう、お願いいたします。