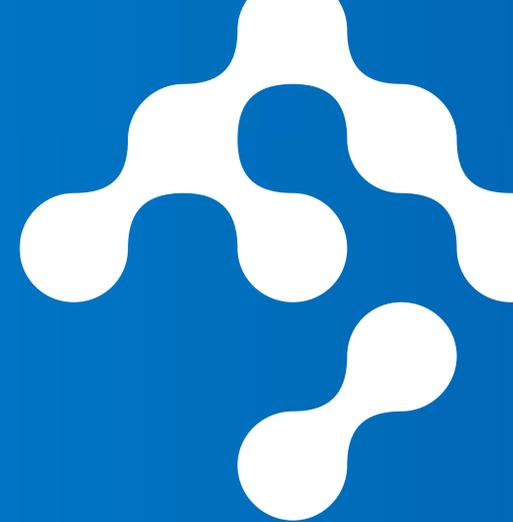




株式会社ファインズ
事業及び成長可能性に関する説明資料
2023年9月28日



INDEX

目次

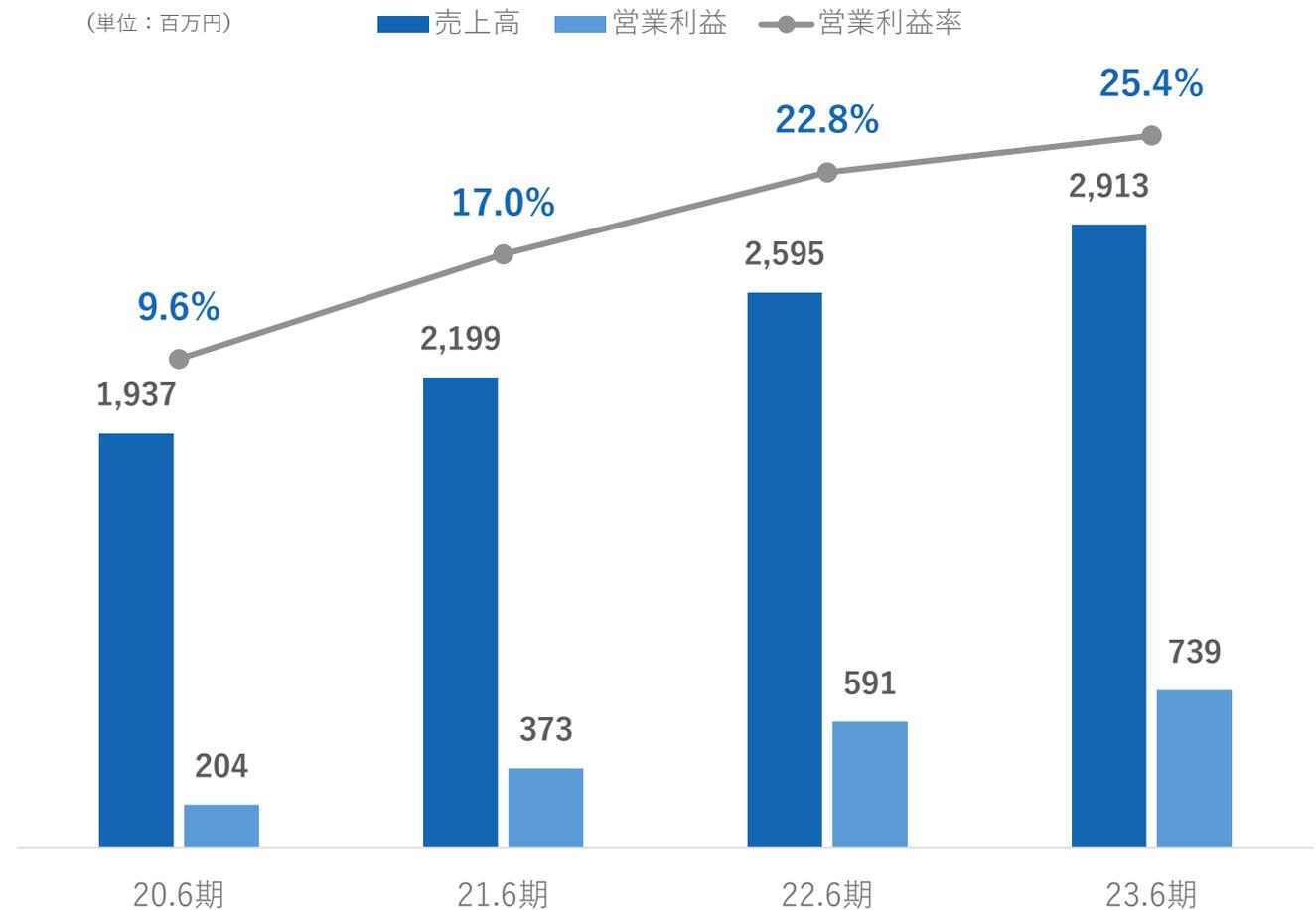
1. 会社概要	PAGE 2
2. ビジネスモデル	PAGE 10
3. 市場機会	PAGE 20
4. 成長戦略	PAGE 28
5. 財務サマリー	PAGE 48
6. APPENDIX	PAGE 51

Company overview

1. 会社概要

会社名	株式会社ファインズ [※] (Fines inc.)
代表者	代表取締役社長 三輪 幸将
所在地	東京都渋谷区渋谷二丁目12番15号 日本薬学会長井記念館 6階
設立 ¹	2009年5月8日
資本金	223百万円 ²
売上高	2,913百万円 ²
営業利益	739百万円 ²
従業員数	293人 ²
事業内容	Videoクラウド事業 ・動画制作サービス ・動画配信プラットフォームサービス ・DXコンサルティング 店舗クラウド事業
営業所	東京、大阪、名古屋、福岡、仙台、札幌、金沢

(単位：百万円)



2019年6月30日に旧株式会社ファインズを吸収合併し、商号を株式会社ファインズに変更

注1：旧株式会社ファインズの設立

注2：2023年6月期末時点のデータ

・取締役



三輪 幸将 (みわ ゆきまさ)

代表取締役

- ・ 2008年 株式会社フリーセル (現ブランディングテクノロジー株式会社) 入社
- ・ 2011年 旧株式会社ファインズ入社
- ・ 2015年 旧株式会社ファインズ常務取締役就任
- ・ 2018年 旧株式会社ファインズ代表取締役就任
- ・ 2019年 株式会社エスピーシー (現 当社) 代表取締役就任 (現任)



赤池 直樹 (あかいけ なおき)

取締役 執行役員経営管理本部長

- ・ 2011年 株式会社ワイズビジョン (現 株式会社ytv Nextry) 入社
- ・ 2013年 株式会社ファインズ (旧 株式会社ファインズ) 入社
- ・ 2020年 当社経営管理本部長就任
- ・ 2021年 当社執行役員就任
- ・ 2022年 当社取締役就任 (現任)

・取締役 (社外)



市野澤 剛士 (いちのさわ つよし)

取締役 (社外)

- ・ 2004年 あずさ監査法人 (現 有限責任あずさ監査法人) 入所
- ・ 2014年 弁護士登録 小笠原六川国際総合法律事務所入所
- ・ 2015年 半蔵門総合法律事務所入所
- ・ 2017年 市野澤法律事務所入所 (現職)
- ・ 2020年 株式会社ソルブレイン社外監査役就任 (現任)
- ・ 2022年 当社 社外取締役就任 (現任)
- ・ 2023年 GMO OMAKASE株式会社社外監査役就任 (現任)



白木 政宏 (しらき まさひろ)

取締役 (社外)

- ・ 1990年 株式会社ネクサス (現 株式会社ジェイ・コミュニケーション) 代表取締役就任
- ・ 1997年 株式会社エヌディー代表取締役就任 (現任)
- ・ 2014年 旧株式会社ファインズ取締役就任
- ・ 2019年 当社社外取締役就任 (現任)

・常勤監査役



柳谷 一郎 (やなぎや いちろう)

常勤監査役

- ・ 1980年 三菱信託銀行株式会社 (現 三菱UFJ信託銀行株式会社) 入社
- ・ 2010年 株式会社イーネット入社
- ・ 2015年 株式会社マリオン入社 取締役常勤監査等委員
- ・ 2017年 オスカーテクノロジー株式会社入社
- ・ 2019年 当社入社 内部監査室 担当部長
- ・ 2020年 当社 監査役就任 (現任)

・監査役 (社外)



野地 博久 (のじ ひろひさ)

監査役 (社外)

- ・ 1997年 朝日監査法人 (現 有限責任あずさ監査法人) 入所
- ・ 2003年 公認会計士登録
- ・ 2020年 株式会社軽子坂パートナーズ入社 (現職)
- ・ 2020年 当社社外監査役就任 (現任)
- ・ 2022年 株式会社ジェノバ社外監査役就任 (現任)



平木 太生 (ひらき たいき)

監査役 (社外)

- ・ 2009年 あずさ監査法人 (現 有限責任あずさ監査法人) 入所
- ・ 2017年 弁護士登録
- ・ 2018年 湊総合法律事務所入所
- ・ 2018年 公認会計士再登録
- ・ 2020年 当社社外監査役就任 (現任)
- ・ 2021年 弁護士法人トライデント入所 (現職)
- ・ 2022年 株式会社ソーシャルインテリア 監査役就任 (現任)
- ・ 2022年 株式会社加藤ゼミナール社外監査役就任 (現任)

創業以来、DXに軸足を置いた事業を展開し、様々なノウハウを蓄積

- 2022 東京証券取引所グロース市場へ上場（9月28日）
- 2021  動画配信プラットフォームサービス「Videoクラウド」の本格リリース
- 2019  LBOを経て、新ファインズがスタート
インタラクティブ動画の提供開始
- 2018 カスタマーサクセス部門の発足
本格的なDXコンサルティングサービスの開始
- 2016  デジタルマーケティング支援サービスの提供開始
- 2015  動画サービスの提供開始
- 2013 予約システム「TSUNAGU」「いつあき」の提供開始
- 2010 SEO・MEO（Google地図連動型サービス）・スマートフォンサイト制作の提供開始
- 2009 ファインズ創業
モバイルFlashサイトの提供開始

BtoB向け動画制作サービス
累計取引社数 日本最大級¹

9,343 社²

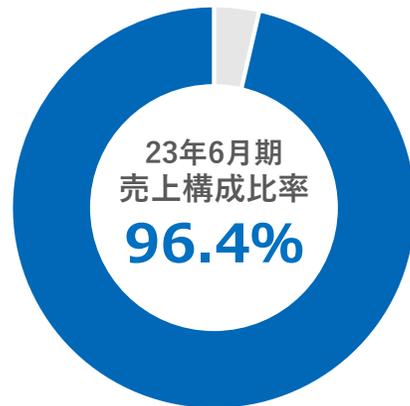
当社の累計取引社数

20,962 社²

注1：矢野経済研究所「動画コンテンツビジネス市場動向2022」での当社掲載記事をもとに作成
注2：2023年6月末時点でのデータ

企業の付加価値の向上と業務の効率化の両輪をサポート

Videoクラウド事業



Videoクラウドを中心とした
動画マーケティングDXサービスの提供



Videoクラウド

動画分析
プラットフォーム

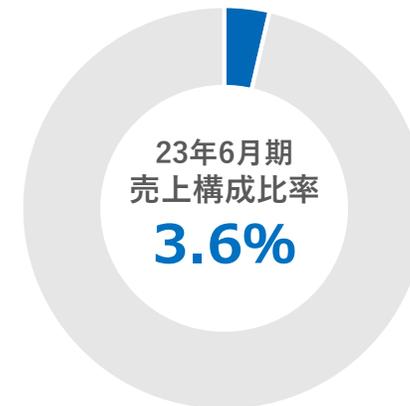


動画制作サービス



DXコンサルティング

店舗クラウド事業¹



お客様の業務効率化につながる
店舗DXソリューションの提供



予約プラットフォーム
「TSUNAGU」「いつあき」

注1：店舗クラウド事業は2022年6月期を以って新規販売を停止しております。今後は既存顧客のみへのサービス提供を行う予定となっております。



Management Philosophy

誰からも必要とされる会社になる



Vision

世の中をより豊かに



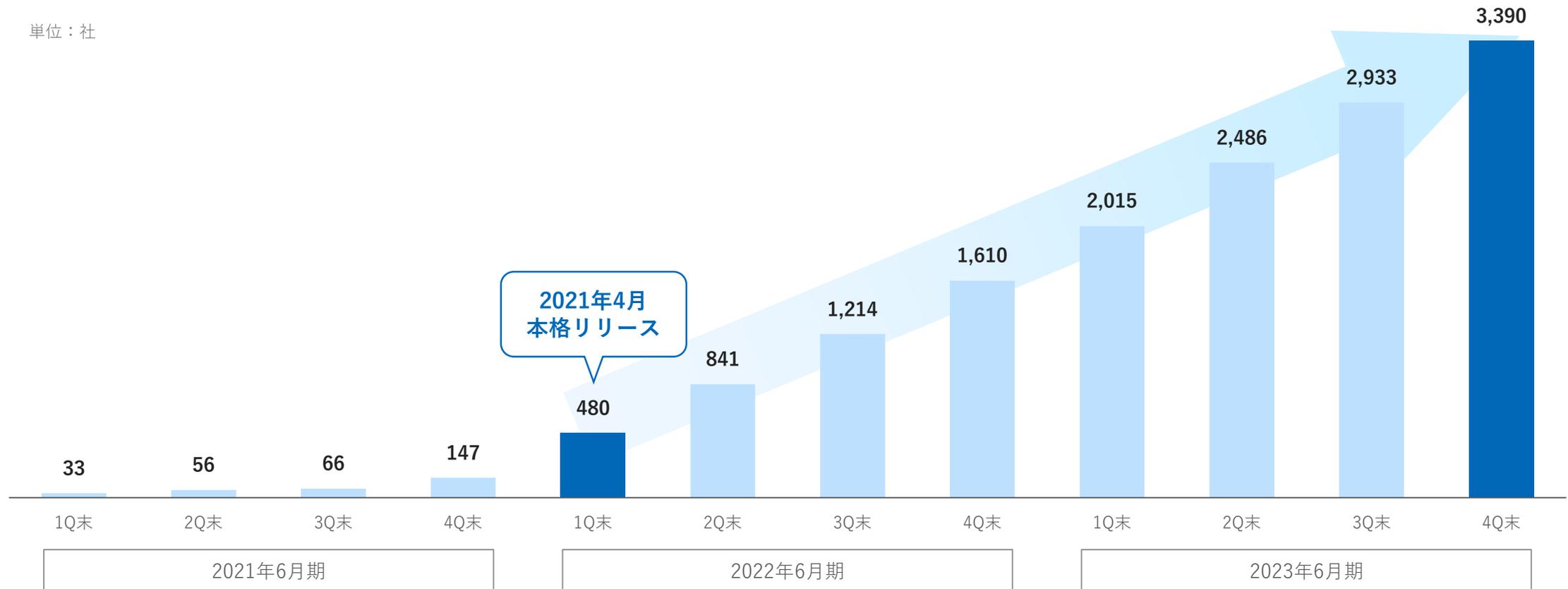
Mission

すべての中小企業のDXをサポートする

SMB領域の課題解決の取り組みとして「動画を起点としたマーケティングDX」を提供。
Videoクラウドのサービス導入社数は順調に積み上がっている。

Videoクラウド 導入実績社数

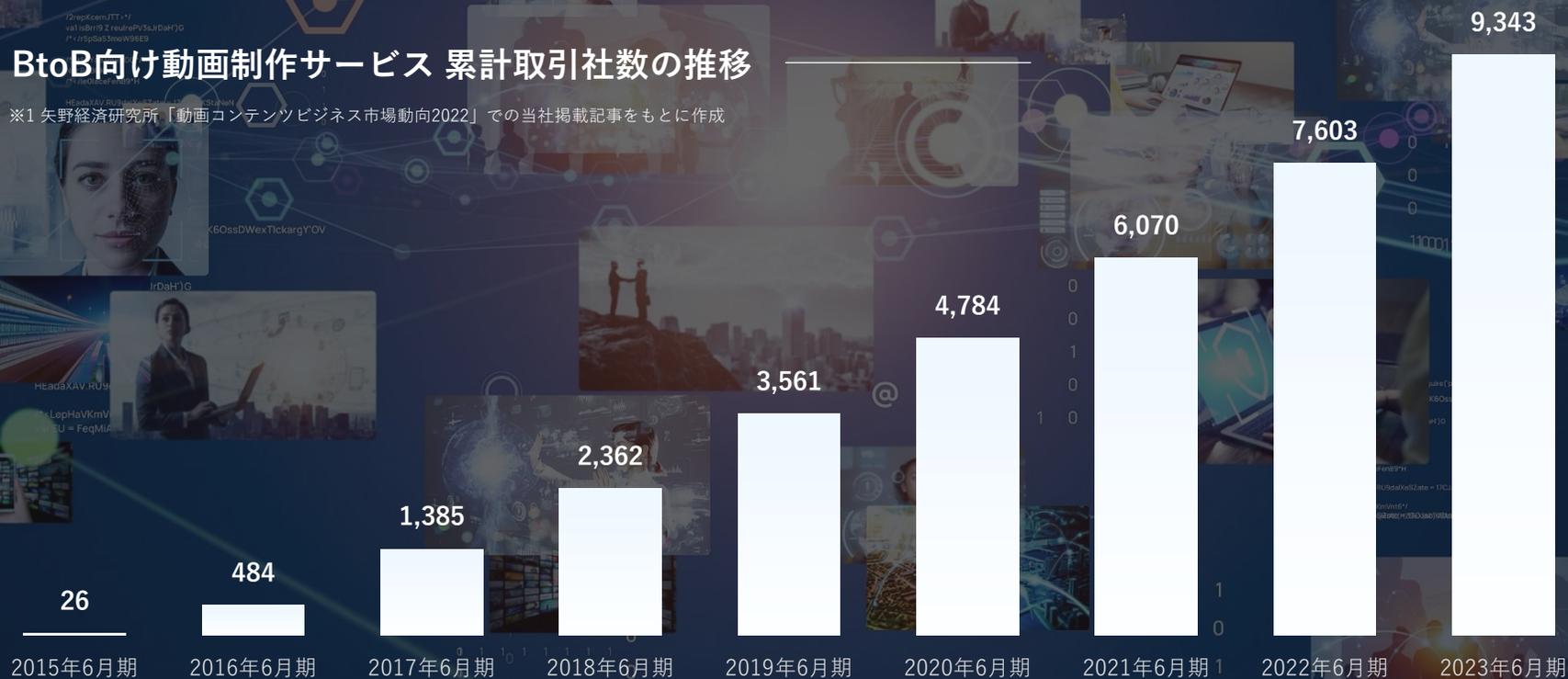
単位：社



BtoB向け動画制作サービス市場における 累計取引社数で日本最大級¹

BtoB向け動画制作サービス 累計取引社数の推移

※1 矢野経済研究所「動画コンテンツビジネス市場動向2022」での当社掲載記事をもとに作成



Business Model

2. ビジネスモデル



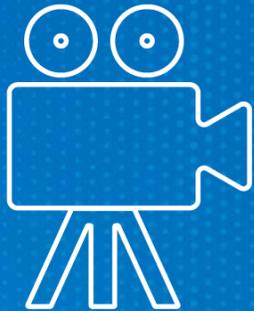
直接クライアント企業と対話を重ねるシンプルなビジネスモデル



注1：売上比率は、2023年6月期における当社売上高全体に占めるセグメントの売上高に対する比率

動画を起点としたマーケティングDXを実現

1 動画制作サービス Video Production



動画制作及び
プラットフォーム
サービス提供に
よるデータ収集

2 動画分析プラットフォーム Video Platform



動画の視聴データ



動画内の行動データ

データを活用した
クロスセル

3 DXコンサルティングサービス DX Consulting



ウェブサイト制作・運用



広告運用



採用マーケティング



セキュリティ対策

動画分析プラットフォーム



動画の価値を最大限に発揮することができる
動画分析プラットフォーム



動画を配信する



動画を分析する



動画を拡張する

動画活用の問題点として、せっかく予算と時間を投下したにも関わらず、良かったのか悪かったのかの評価が難しい点がある。Videoクラウドは、これを解消し、経営の意思決定に直結するデータを蓄積できる。



Videoクラウドを通じて動画を拡張させることで 視聴者の興味関心や行動などのデータを取得することが可能

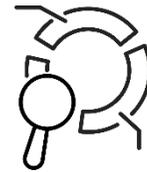


中小企業が抱える課題に対して、フェーズに応じた適切なソリューションを展開

中小企業が抱える課題



集客や採用に課題を感じているが何をすればいいか分からない

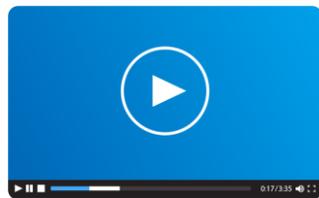


施策の効果検証が出来ていない次に何をすべきか分からない



データを活用して企業活動を変革していきたい

ファインズのソリューション



動画制作サービス

企業の強みを端的に伝えるコンテンツの制作
動画広告の配信



Videoクラウド

動画データの活用・分析

動画内の行動データや
視聴者の興味関心を収集・分析



DX Consulting Services

データを活用した複合的なDX支援

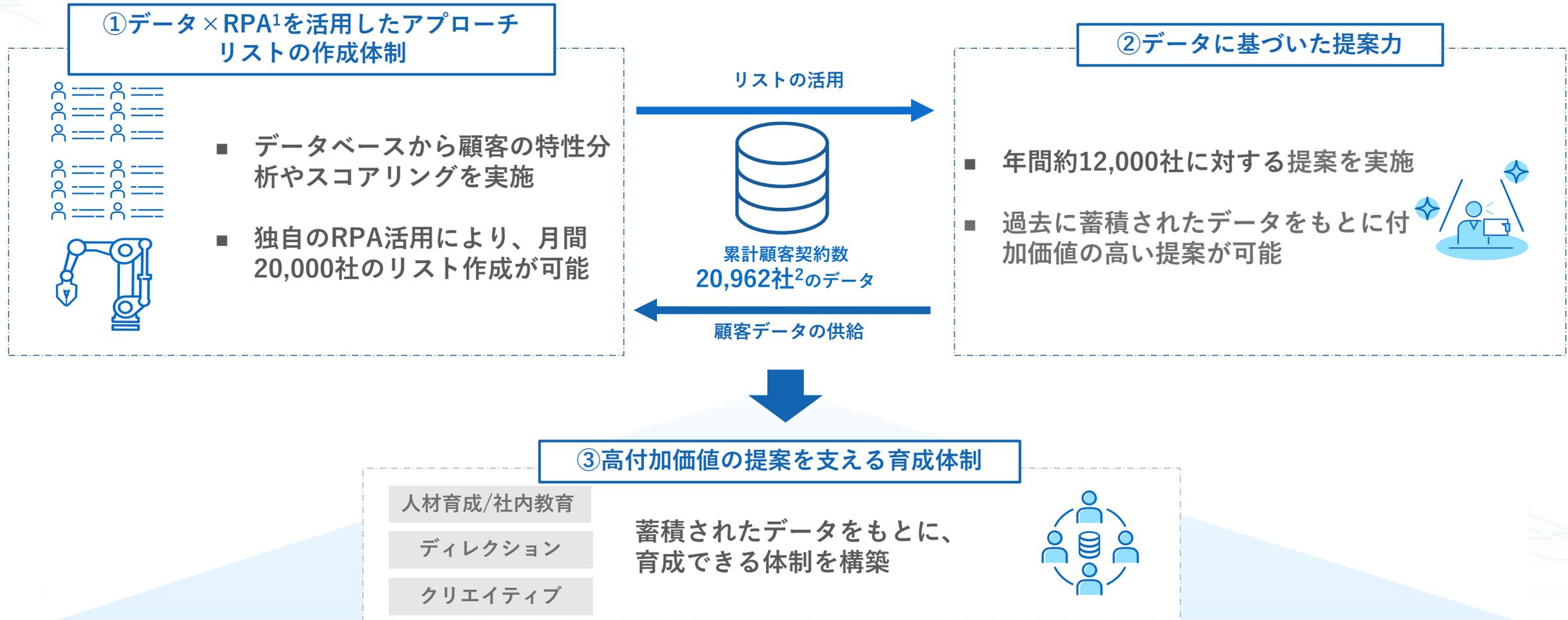
Videoクラウドで得たデータを元により潜在的な課題への支援を実行

ニーズが潜在的な中小企業・個人事業主を対象にビジネスを展開 中小企業向け動画制作市場は巨大な潜在ニーズを抱えるブルーオーシャン



出典：経済産業省「令和3年度経済センサス活動調査」を元に作成

付加価値の高い提案を連続的に行うことができるデータドリブンな営業体制



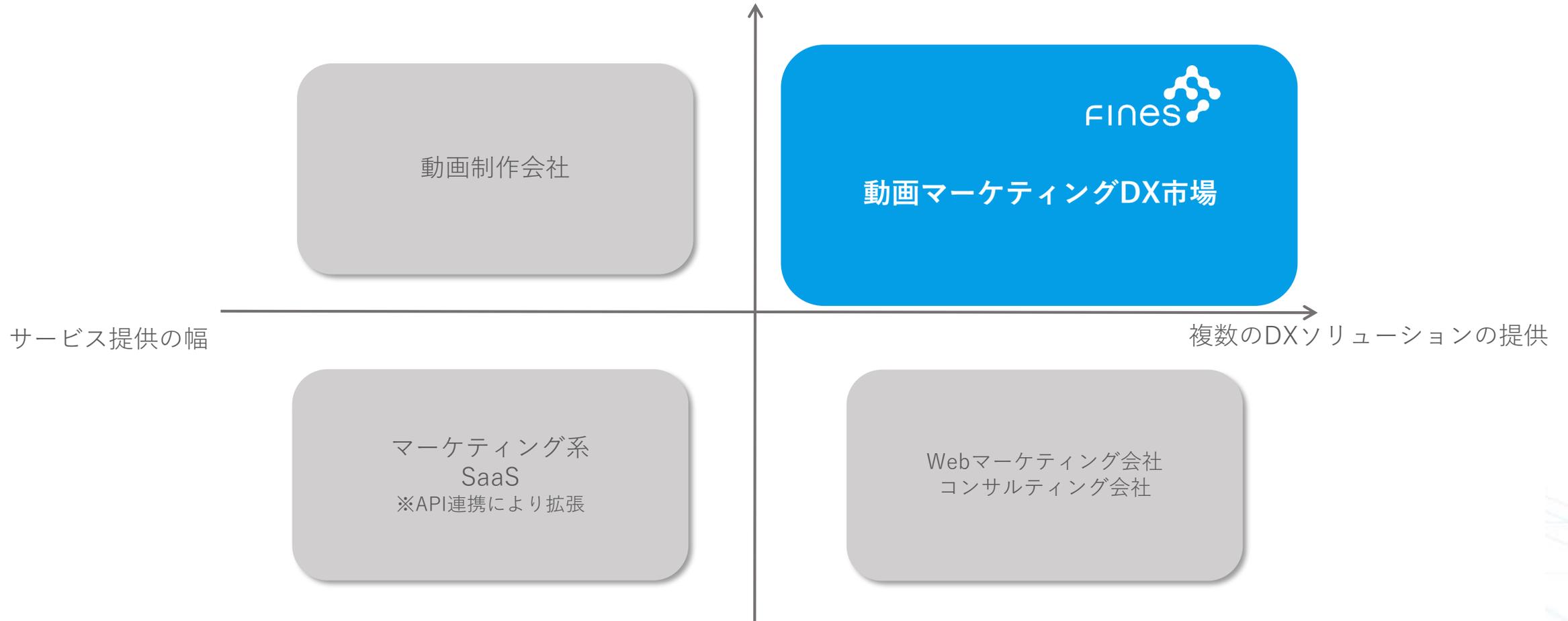
注1：ロボティック・プロセス・オートメーションの略称。これまで人間のみが対応可能と想定されていた作業、もしくはより高度な作業を、人間に代わって実施できるルールエンジンやAI、機械学習等を含む認知技術を活用して代行・代替する取り組みの総称

注2：2023年6月末時点

© FINES ALL RIGHT RESERVED.

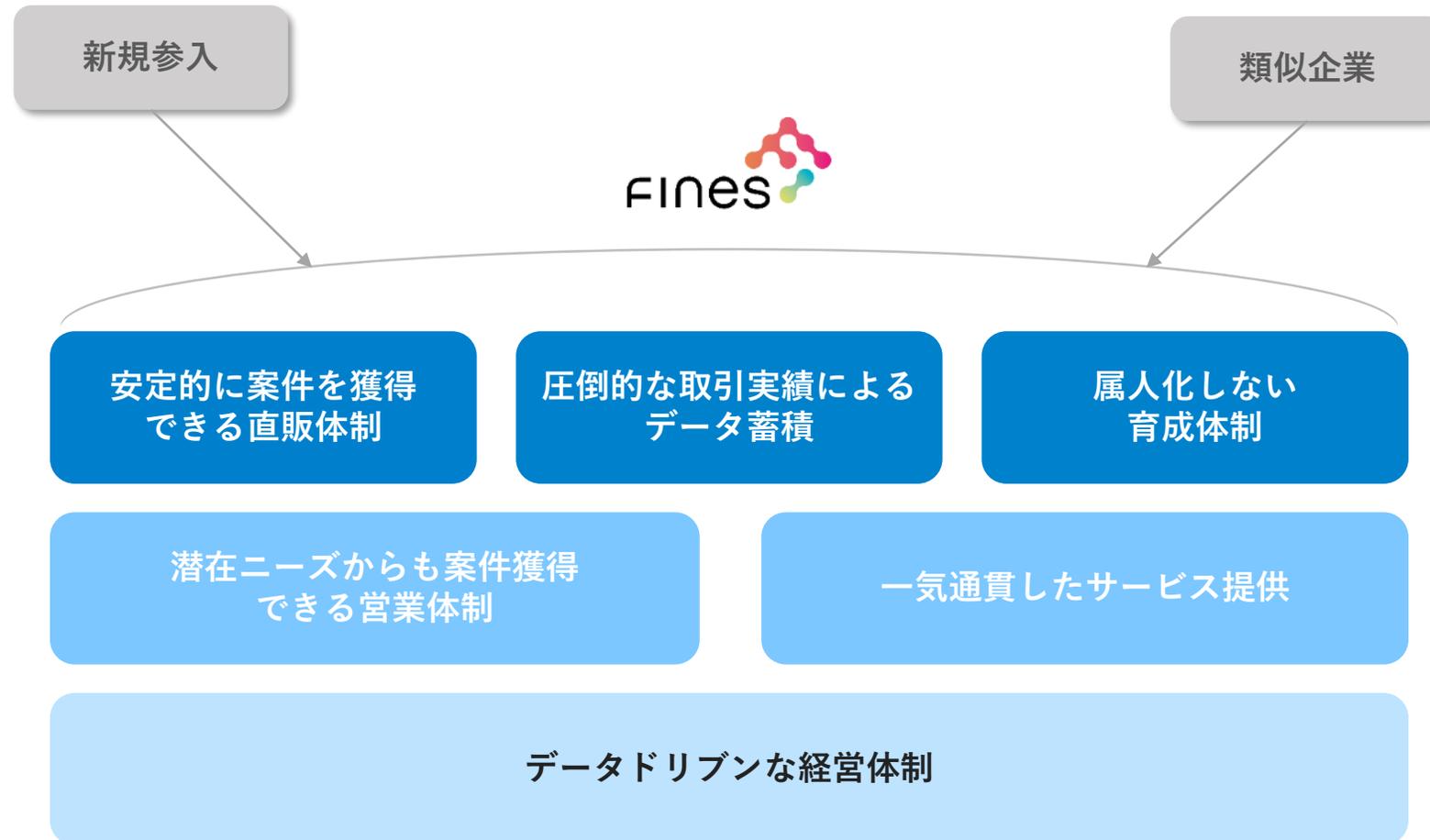
直接的な競合企業がほとんどおらず、ユニークなポジションを取っている。
国内市場においてもまだまだ成長余地が残ったマーケットに位置している。

動画のビジネス活用の知見が豊富



動画の知見が乏しい

当社のポジションに新規企業が参入するためには
直販体制の構築から模倣する必要があり、参入障壁は高いと考える



Market Opportunity

3. 市場機会



中長期的に当社のサービスニーズは高まっていくものと考えられる

背景：DX（デジタルトランスフォーメーション）化が求められている

国内の経済状況



少子高齢化による
労働人口の不足

技術革新による
デジタル化の促進

企業全体の課題



2025年に約43万人のIT人
材の不足¹

企業の9割がDXに満足に
取り組めていない²

コロナ禍でさらに加速

ファイズの提供するValue

動画を起点としたマーケティングDXで中小企業のDX化を支援

注1：2018年9月経済産業省「DXレポート」より抜粋
注2：2020年12月経済産業省「DXレポート2」より抜粋

アナログで行っていたマーケティング活動から動画を活用したマーケティングDXの時代へ

2010年以前

アナログマーケティング



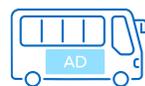
新聞・雑誌広告



TVCM



看板広告



交通広告

マスメディアや、紙、看板広告などのアナログマーケティング中心
※近年は縮小傾向¹

2010年代～

デジタルマーケティング



検索連動型広告



(Web) バナー広告

インターネットの普及により、アナログからデジタルマーケティングが主流となる

2010年代後半～

動画マーケティング



動画広告 (デスクトップ)



動画広告 (スマートフォン)

YouTubeなどのSNSの普及により、動画広告市場が拡大

2022年広告市場成長率 (前年比)²

インターネット広告

114.3%%

動画広告

115.4%

2020年代～

動画を活用したマーケティングDX



5Gの普及



動画の視聴データ活用



ライブ配信



VR/AR/MR動画を活用したバーチャル体験

5Gが今後も普及する中で、動画から得られる詳細な視聴データを生かしたデータドリブンなマーケティングDXが鍵

注1：電通「2022年 日本の広告費」より

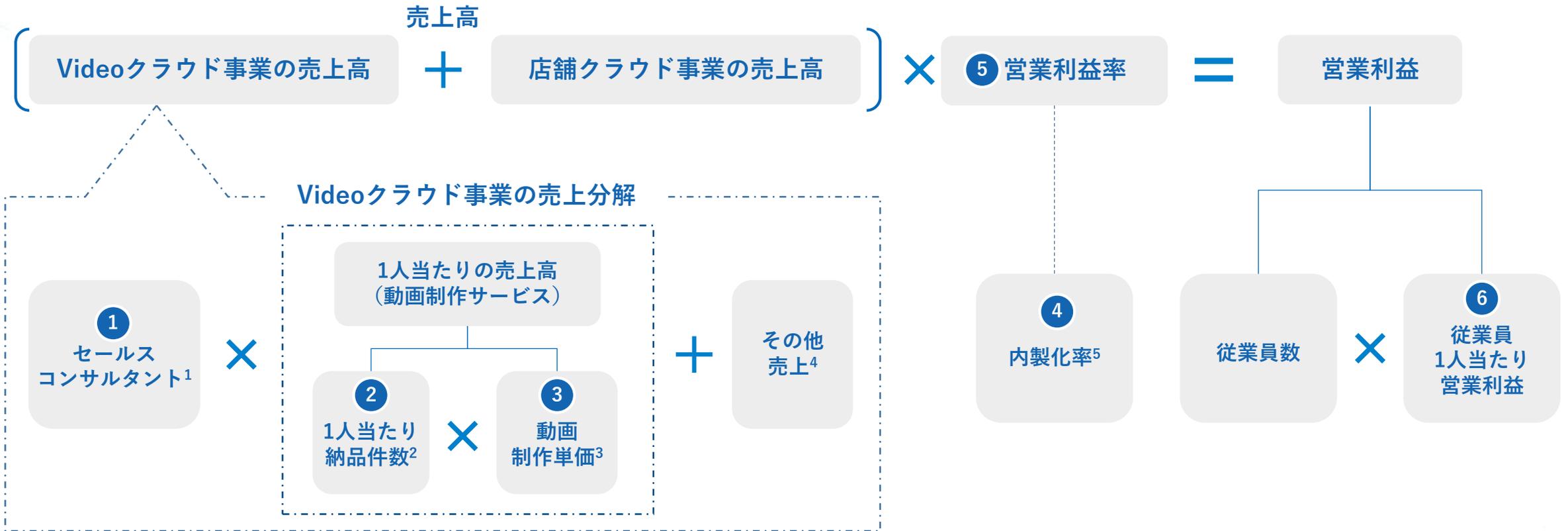
注2：電通「2022年 日本の広告費 インターネット広告媒体費 詳細分析」

Key Performance Indicator

重要指標 (KPI)



当社のメトリクスイメージ



注1. Videoクラウド事業のセールスコンサルタント在籍人数（期中平均）

注2. 動画制作サービスの納品件数を、各期セールスコンサルタント在籍人数（期中平均）で除して算出

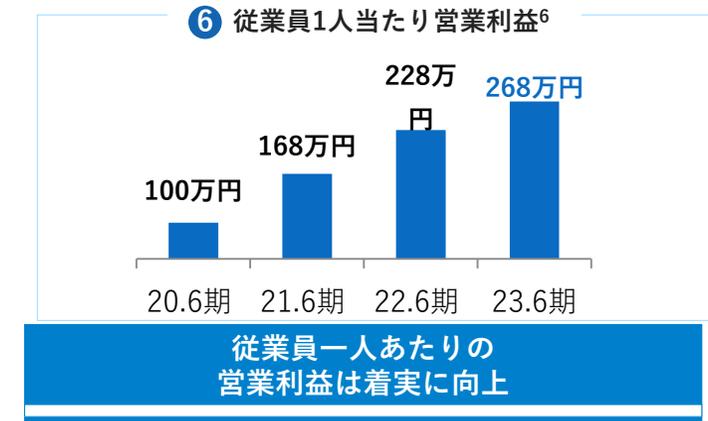
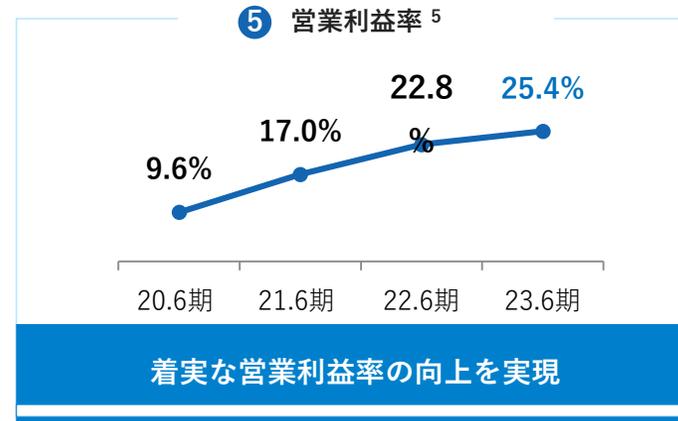
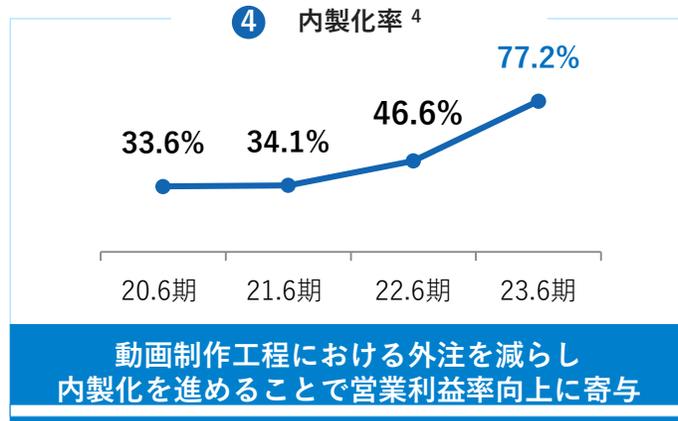
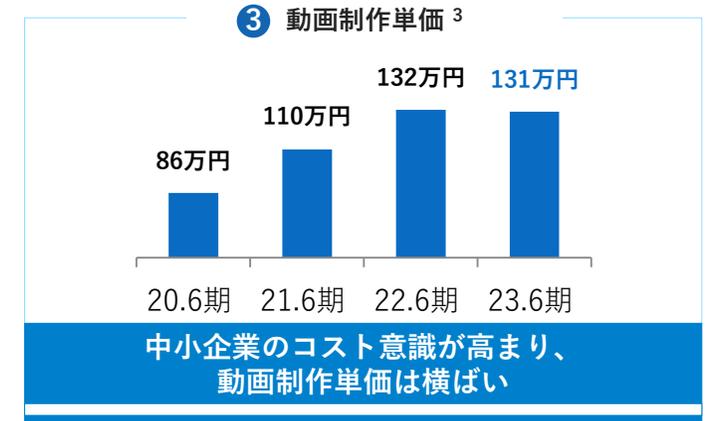
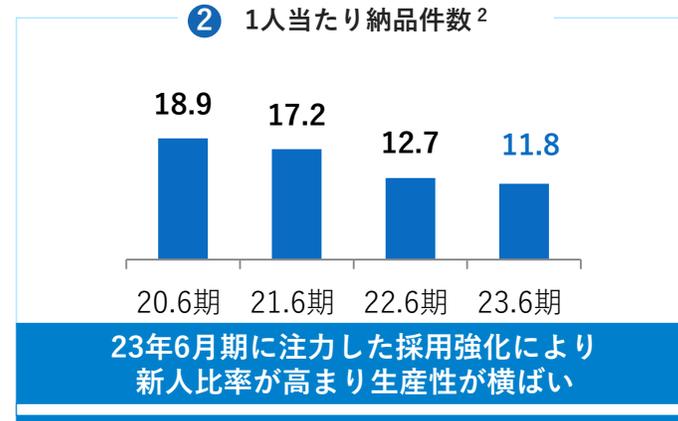
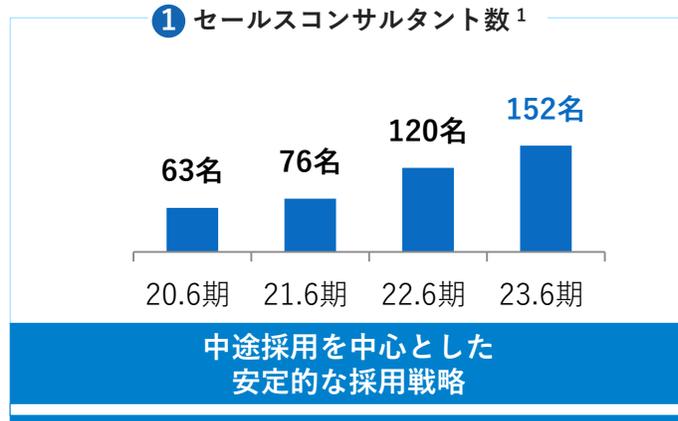
注3. 動画制作サービスの平均納品単価

注4. Videoクラウド事業のうち、「動画制作サービス」を除いた「動画配信プラットフォームサービス」と「DXコンサルティングサービス」の売上高

注5. 営業利益率に影響を及ぼさず経営指標。該当期の動画制作工程の「①ディレクション」「②撮影」「③編集」「④納品」のうち、「②撮影」以外の全ての工程を当社で担った案件の比率を算出

注6. 営業利益を該当期の従業員数（期末時点）で除して算出

売上・利益成長を支える主要KPIのトレンド



注1. 該当期におけるVideoクラウド事業（DXコンサルティング事業を除く）のセールスコンサルタント在籍人数を期中平均算出（各期末時点在籍人数：2020/6期末73名、2021/6期末93名、2022/6期末139名、2023/6期末163名）

注2. 該当期における動画制作サービスの納品件数を、同期セールスコンサルタント在籍人数の期中平均で除して算出

注3. 該当期における動画制作サービスの平均制作単価であり、小数点以下は四捨五入

注4. 該当期の動画制作工程の「①ディレクション」「②撮影」「③編集」「④納品」のうち、「②撮影」以外の全ての工程を当社で担った案件の比率を算出

注5. 該当期の当社全事業における営業利益率

注6. 該当期の営業利益を、該当期の期末時点従業員数（各期末時点在籍人数：2020/6期末205名、2021/6期末223名、2022/6期末259名、2023/6期末293名）で除して算出

成長戦略の実現に向けて、
販売拠点の新規開設・人材への投資・サービスの改善に着手。

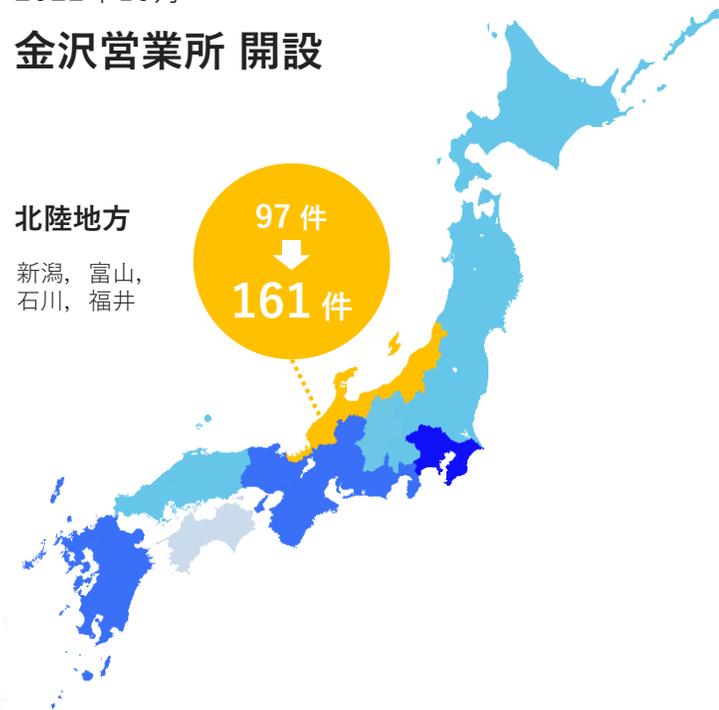
販売拠点拡大

2022年10月

金沢営業所 開設

北陸地方

新潟, 富山,
石川, 福井



人材への投資

採用活動を強化し、人員数の増加に成功。
セールスイネーブルメントの強化にも
取り組む。

2022年6月期 259 名



2023年6月期 293 名

34名増加
(+13%)

サービスへの投資

Brightcove社との提携など

Videoクラウドのアップデートを実施。
セキュリティなどのDXソリューション商材も
拡充した他、新サービスの企画も進行中。

Videoクラウド
アップデート

- ・Brightcove社との
マスターライセンス
契約による機能拡張
- ・SNS連携機能

新サービスの
開発

DXソリューション
の拡充



付加価値の向上



課題解決領域の拡大

Growth Strategy

4. 成長戦略



中小企業のコスト増加懸念

原材料価格の高騰

世界情勢や円安の影響で資源価格が高騰。様々な原材料価格への影響が生じ、間接的に取引価格への反映が進んでいる。

コロナ融資の返済開始

日本政策金融公庫による融資返済がすでに開始している他、民間金融機関による融資の返済が開始。ゼロゼロ融資の元金返済が資金繰りへのさらなる負担に。

電気料金の値上げ

上記2点の影響を受けて日本の燃料輸入価格も高騰。各電力会社において赤字供給を解消するために電気料金の値上げが行われ、企業の収益を圧迫する状況が続いている。

最低賃金の引き上げ

2023年7月には全国平均が初の1000円台になる目安が取りまとめられており、人件費増加の影響が想定される。

働き方改革関連法・2024年問題の影響

2019年4月より順次施行されている働き方改革関連法により、時間外労働の上限規制や年次有給休暇の取得義務が課せられている。猶予が設けられていた自動車運転業務・建設事業においても、2024年4月から上限規制が適用される。このため、限られた時間内で成果を出すことが必要となり、生産性向上への取り組みがより一層求められている。

足元の厳しい市場環境下において、生産性向上への取り組みが更に求められる状況。

ミッション実現に向けた3カ年と位置づけ、成長戦略に基づく事業強化・拡大に挑戦

2024年6月期

営業体制の強化

イネーブルメントを増員し
強固な教育体制を整備

Salesforce再構築による
商談機会の最大化

クラウドワーカーと連携した
インサイドセールスチームの構築

2025年6月期

ソリューションの拡大

Videoクラウドのアップデート

新サービスのローンチ

業務提携等
他社とのシナジー拡大

2026年6月期

多様なソリューションで DXを実現

クロスセル・アップセルの最大化

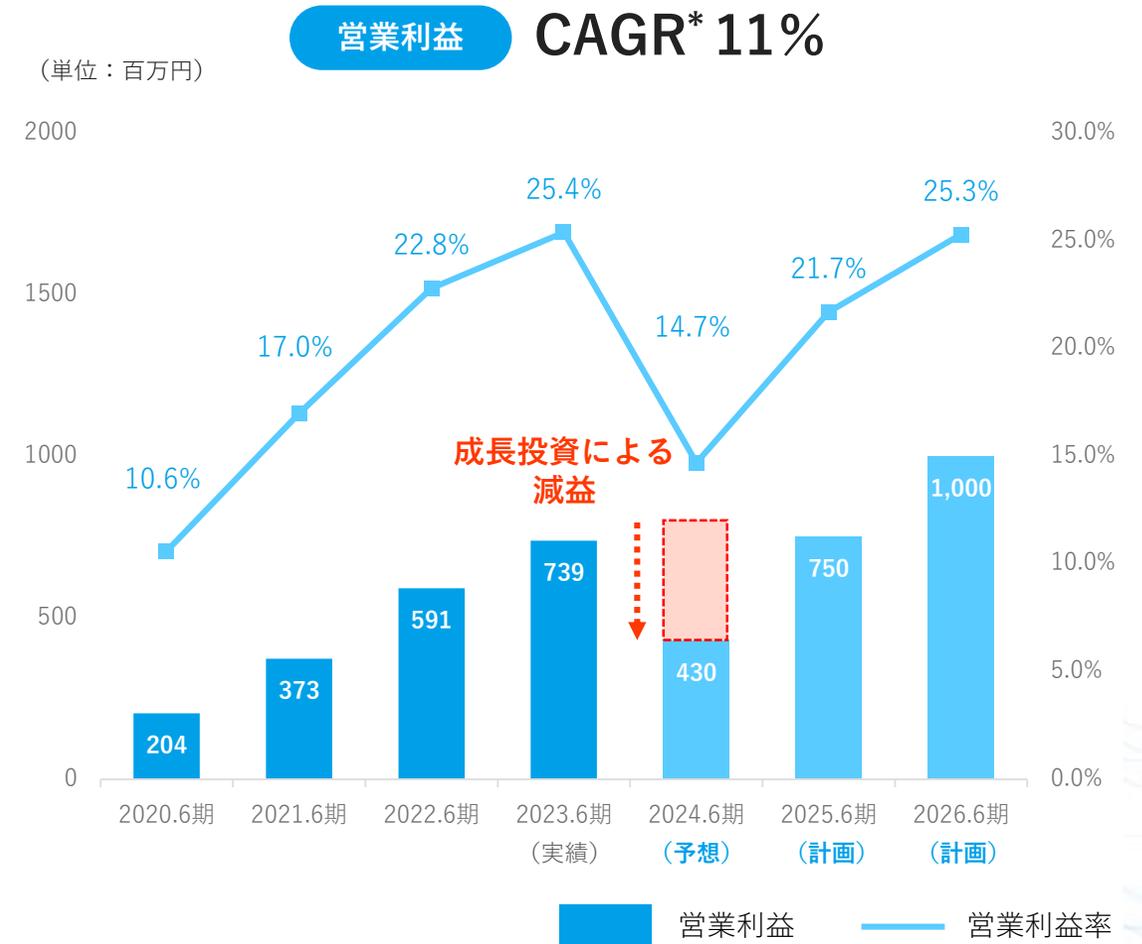
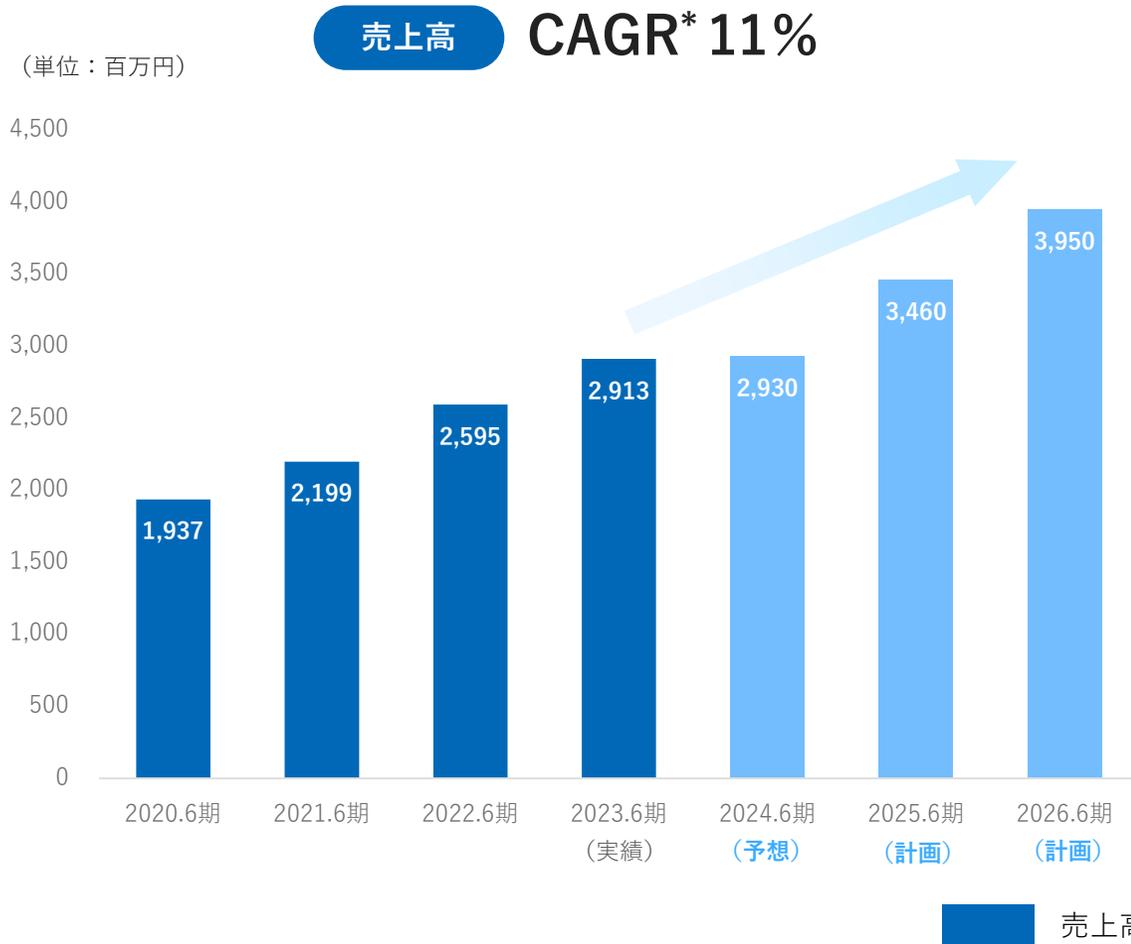
ビジネスモデルの変革

ミッションの実現

すべての中小企業の
DXをサポートする

中期経営計画に掲げる取り組みの成果によって、
売上高のさらなる成長を目指す

事業拡大に備え営業体制の強化や新規事業への
投資を行い、3年後には**10億円**を達成する



※CAGR：2023年6月期実績から2026年6月期計画における年間平均成長率

成長戦略①

営業体制の強化

1

イネーブルメントを増員し
強固な教育体制を整備

2

Salesforce再構築による
商談機会の最大化

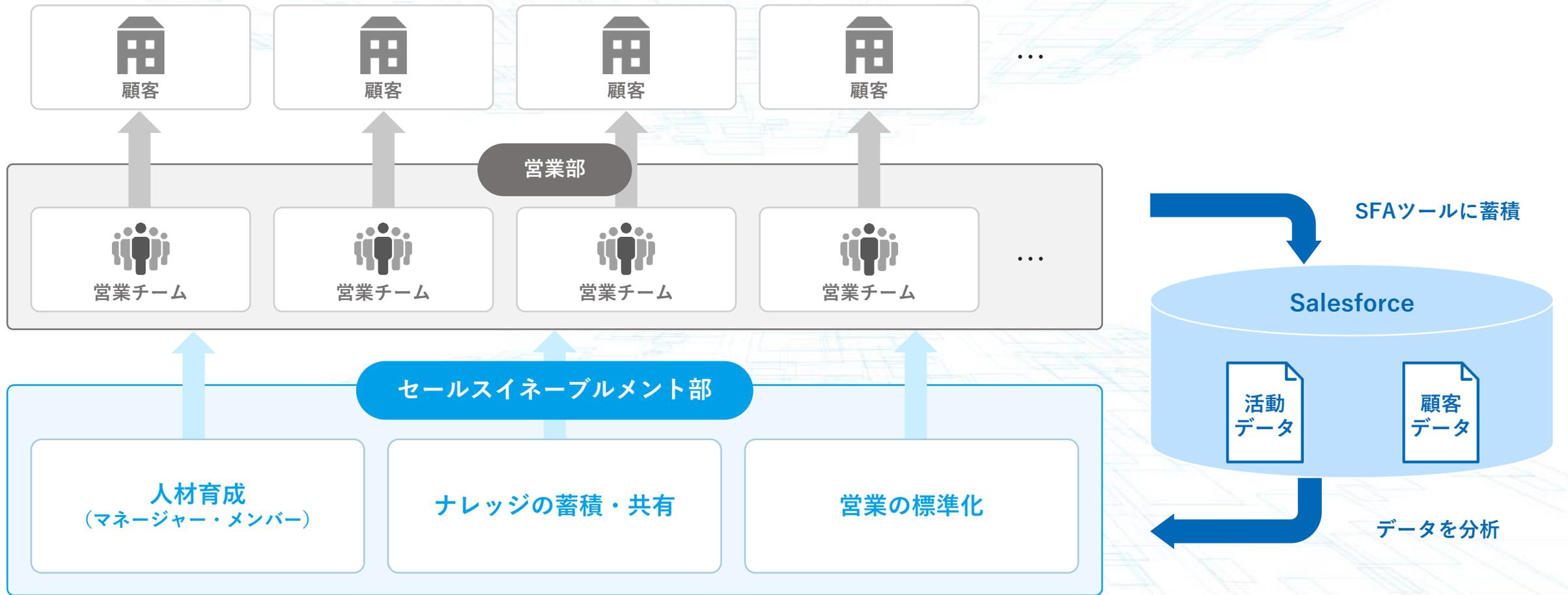
3

クラウドワーカーと連携した
インサイドセールスチームの構築

①セールスイネーブルメント※の強化

セールスイネーブルメントを強化させ、教育体制を整備。

イネーブルメントを起点に人材育成、ナレッジの蓄積・共有、営業の標準化を進め、営業生産性を向上させる。

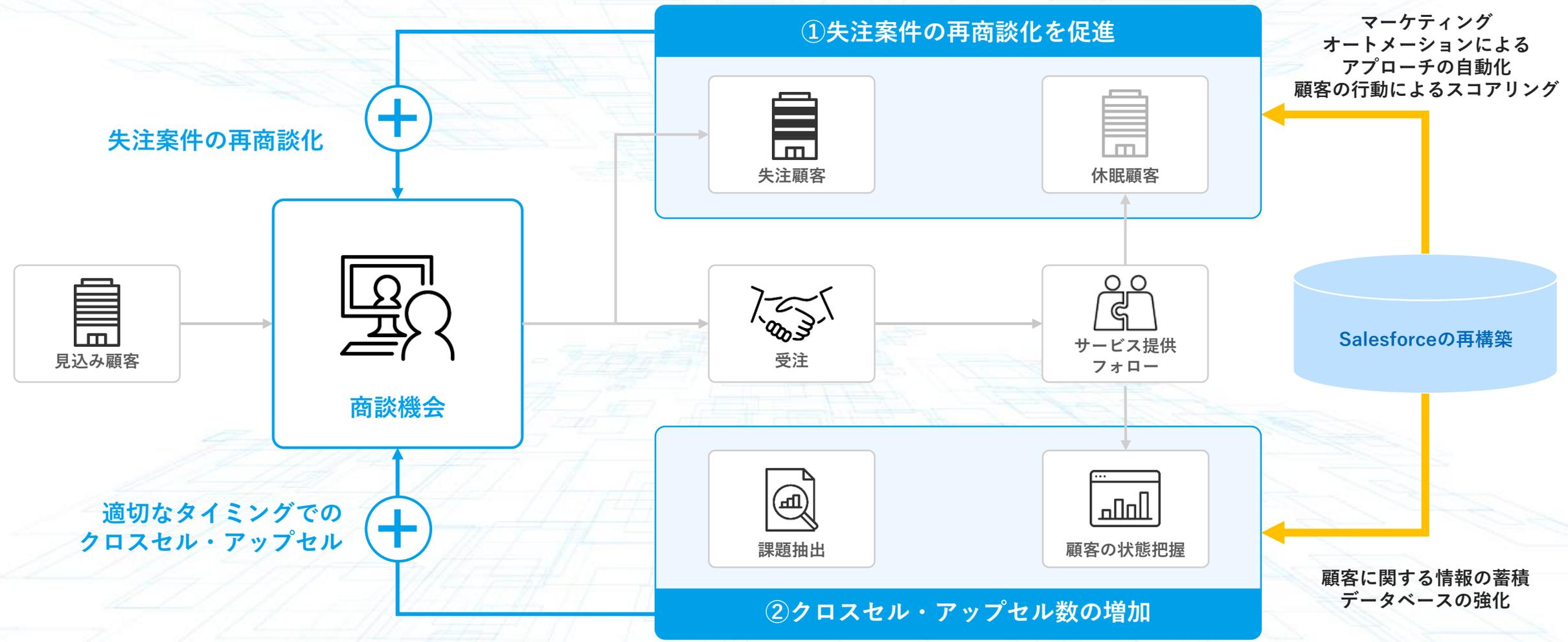


※セールスイネーブルメント (Sales Enablement) とは、営業組織を強化・改善するための取り組みのこと。

②Salesforce再構築による商談機会の最大化

Salesforceの再構築を行い、顧客・施策に関する情報を今まで以上に蓄積し、活用できる環境を整備

①失注案件の再商談化や②既存顧客へのクロスセル・アップセルを効率的に進めていく



③クラウドワーカーと連携したインサイドセールスチームの構築

アイドマ・ホールディングス(東証グロース：7373)と業務提携契約を締結。
クラウドワーカーを活用したインサイドセールスチームの構築を進め、営業活動の効率化を図る。



成長戦略②

ソリューションの拡大

1

Videoクラウドのアップデート

2

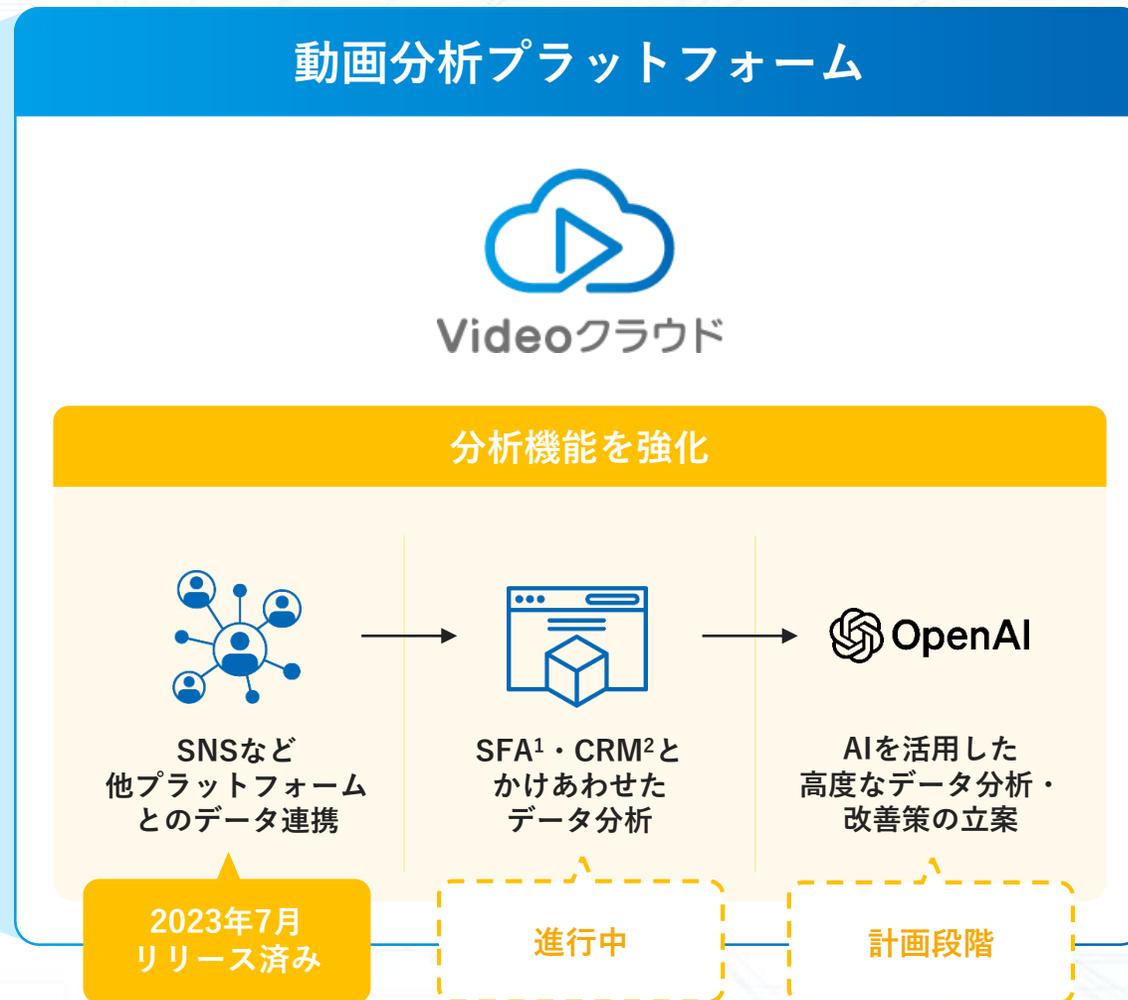
新サービスのローンチ

3

業務提携等
他社とのシナジー拡大

①Videoクラウド「動画分析プラットフォーム」へのアップデート

“動画配信プラットフォーム”から、“**動画分析プラットフォーム**”へ
視聴データの分析・改善施策の策定を支援するサービスへの進化を目指す



※1 SFA : Sales Force Automationの略称。「営業支援システム」とも称され、営業を支援する手法、およびそのためのツールを指し、営業が商談を開始してから受注に至るまでの進捗状況を可視化し、その活動の管理を行うシステム。
※2 CRM : Customer Relationship Managementの略称。「顧客関係管理」とも称され顧客情報を一元管理することで、顧客との関係性を維持・向上させるというアプローチ、およびその目的のために開発されたツール。

②新サービスのローンチ：背景

中小企業でDXが進まず、生産性が向上しない要因



ツールの煩雑さ

様々なツールを使って
データを見に行く手間がかかる



データの知識不足

データが何を指し示すのかが
読み取れない



データの活用方法

データを使って
何をすればいいか分からない

データがあっても
使わない／使えない

会社の状態を
正確に把握できない

感覚的な施策立案
PDCAを回せない

解決策

データを一元管理し、会社の状態を可視化する
プラットフォームの提供

②新サービスのローンチ：サービス概要

中小企業の経営にかかわる あらゆる情報を一元管理できるプラットフォーム



②新サービスのローンチ：機能と課題解決領域

フェーズを分けて段階的に機能をリリース予定
次第に機能拡張を行い、提供価値・課題解決領域を拡大していく



※本スライドの内容には検討中の事項が含まれます。

②新サービスのローンチ：ソリューション提供イメージ

様々なデータをワンストップで確認できることで
お客様にとっての利便性が向上することに加え、弊社からのコンサルティングの質も良化



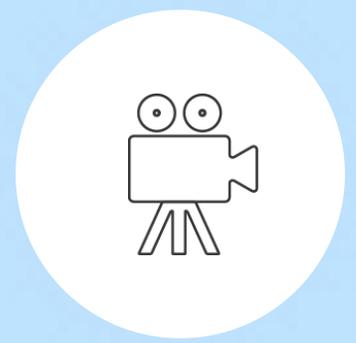
データを包括的に分析し、課題を抽出
データに基づく課題解決コンサルティングを提供

③ソリューションの拡充

「動画を起点としたマーケティングDX」を実現するための提供サービスを順次拡大していく

01

動画制作サービス



動画に関する視聴データや
行動データを収集・蓄積

2023/07/21

全国のドローン取扱事業者
との提携

02

プラットフォーム



収集したデータを分析
課題の発見

Brightcove社との提携
SNS連携サービスのリリース

03

DXソリューション



サイト制作



採用
マーケティング



DX
コンサルティング



セキュリティ



新サービス

③ソリューションの拡充：株式会社No.1との提携

DXソリューションの拡充にあたり、株式会社No.1(東証スタンダード：3562)と業務提携契約を締結
企業のDX化の根底となるセキュリティについて、課題解決の提案が可能に



フェーズ
デジタルデータ量
セキュリティリスク

	<p>デジタルデータが存在しない</p>	<p>アナログで管理していたものをデジタルデータ化</p>	<p>業務プロセスをデジタル化</p>	<p>技術・データをもとにビジネスモデルの変革</p>
	なし	急激に増加	業務量に応じて増加していく	デジタルデータが無いとビジネスが回らない
	なし		デジタルデータの取り扱い量が増え、相対的にリスクも増加	



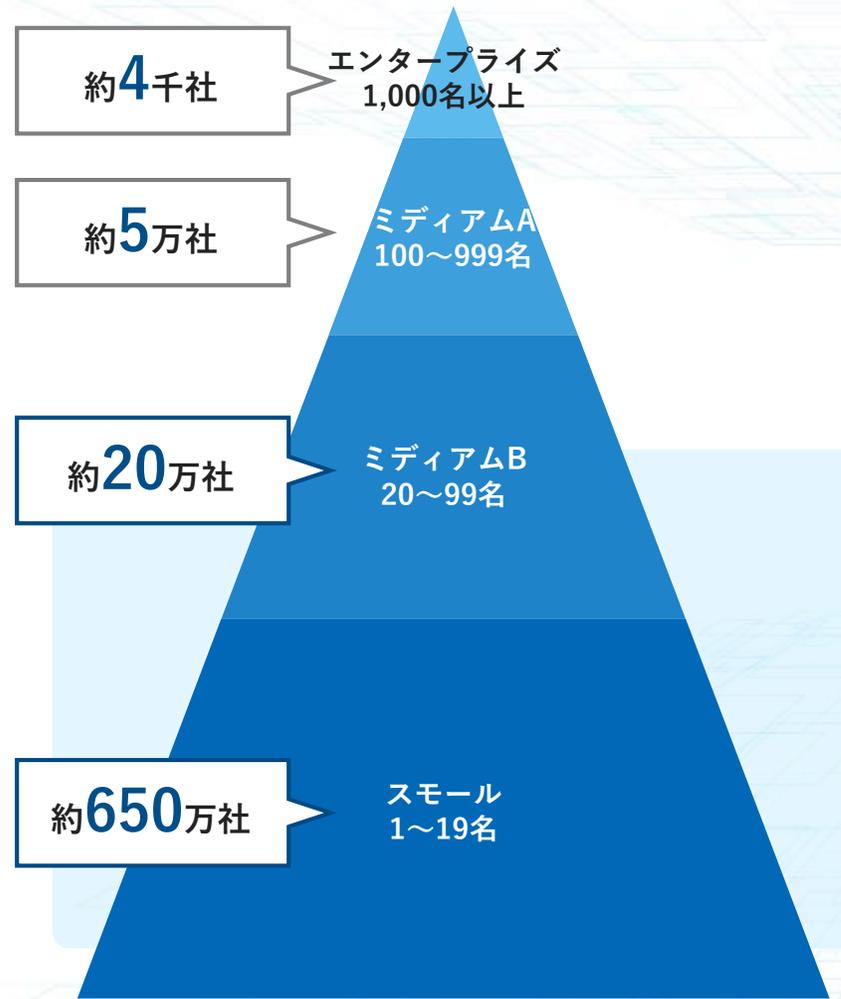
情報セキュリティ商材



動画を起点としたマーケティングDX

③ソリューションの拡充：今後の展開

事業親和性がある企業とのシナジーを狙い
事業提携やM&Aも視野に入れてソリューションの拡大を進めていく



出典：経済産業省「令和3年度経済センサスー活動調査」を元に作成

成長戦略③

多様なソリューションで DXを実現

1

クロスセル・アップセルの最大化

2

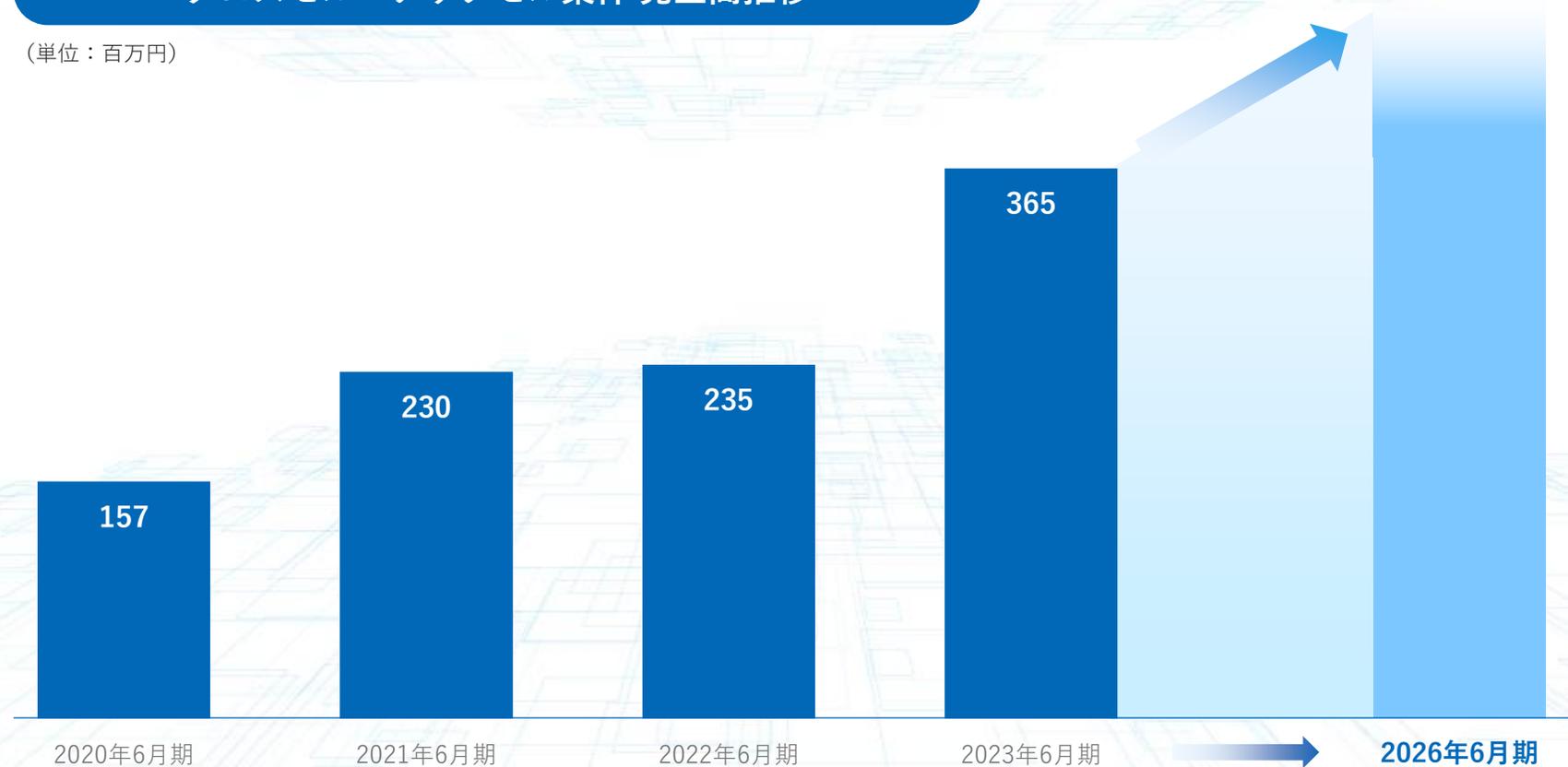
ビジネスモデルの変革

①クロスセル・アップセルの拡大

2023年6月期よりクロスセル・アップセルへの取り組みを強化
DXソリューションの拡充を進め、LTV※の向上を狙う

クロスセル・アップセル案件 売上高推移

(単位：百万円)



※LTV：Life Time Value（ライフタイムバリュー）の略称で、ある顧客が自社と取引を開始してから終了するまでの期間にどれだけの利益をもたらしてくれるかを表す指標

② ビジネスモデルの変革

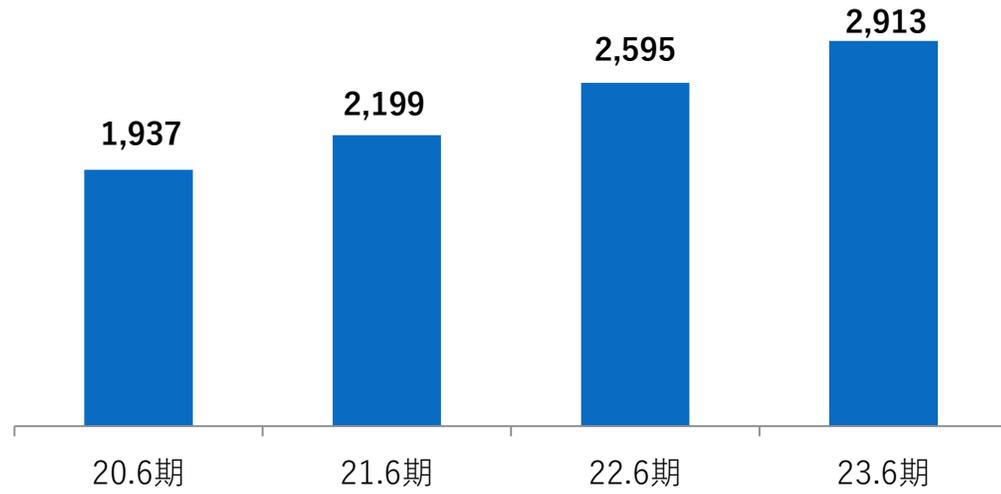
ソリューションの拡充を進め、今後の収益の柱になりうるサービスを創出
Videoクラウド事業に集中しているビジネスモデルから、複合的なDX支援を実現できる体制へ



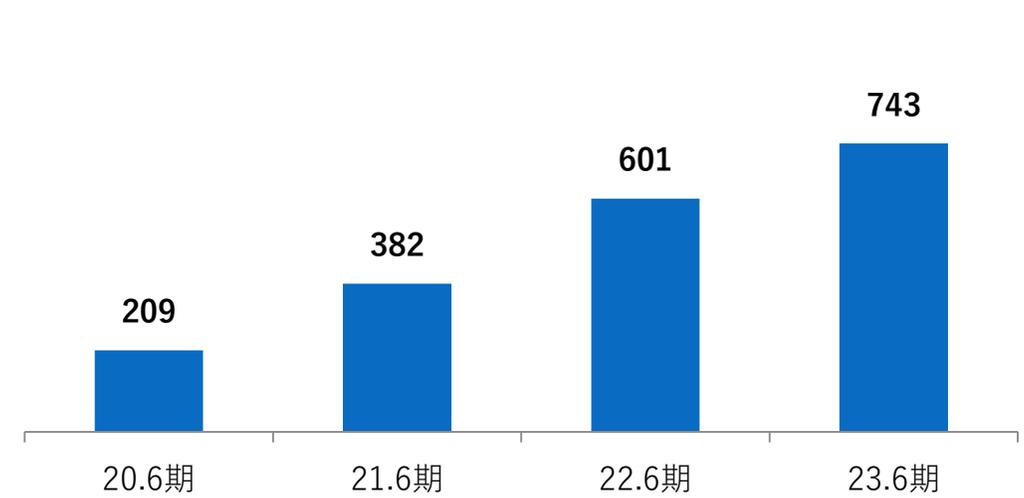
Financial summary

5. 財務サマリー

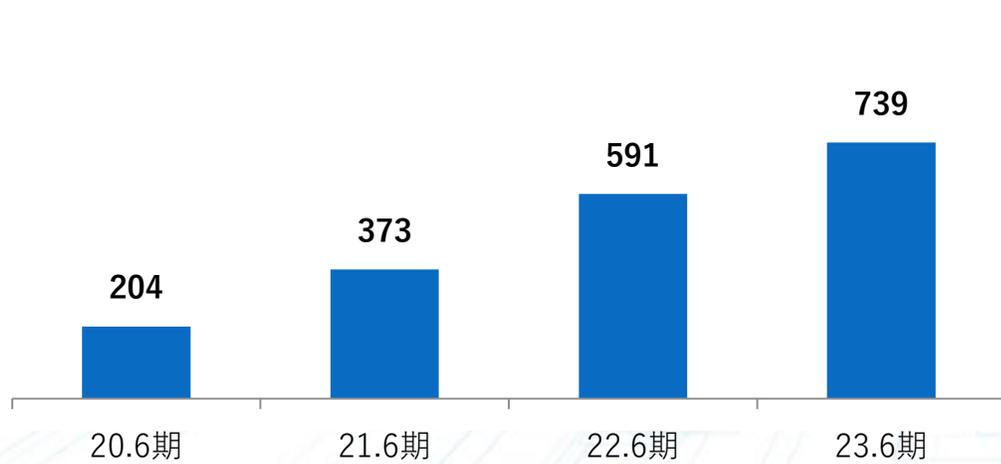
売上高 (百万円)



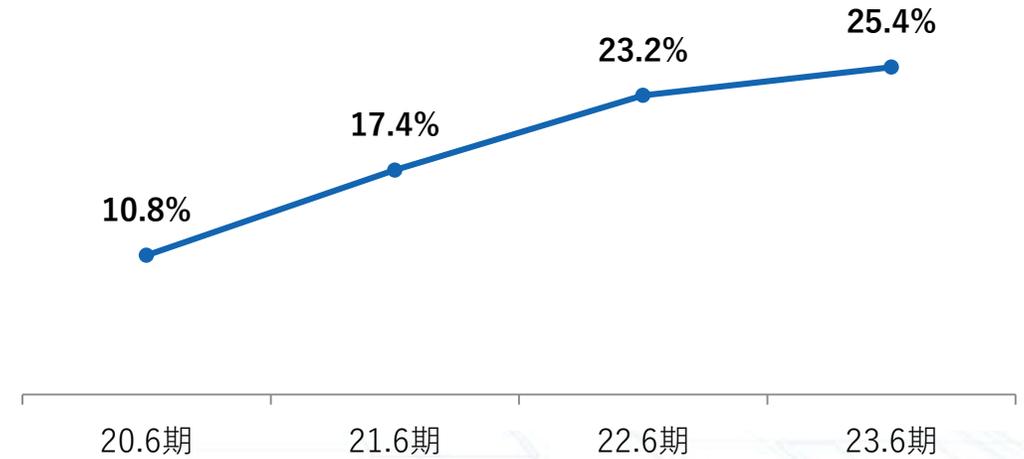
経常利益 (百万円)



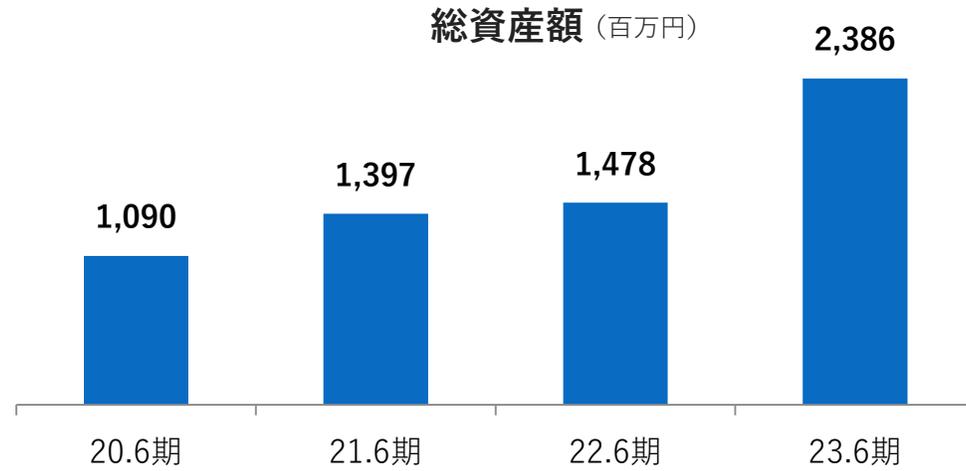
営業利益 (百万円)



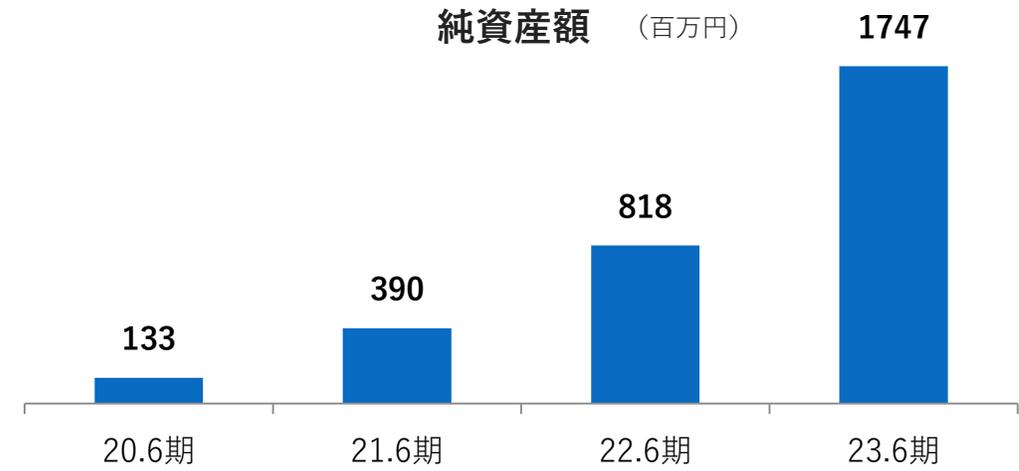
経常利益率 (%)



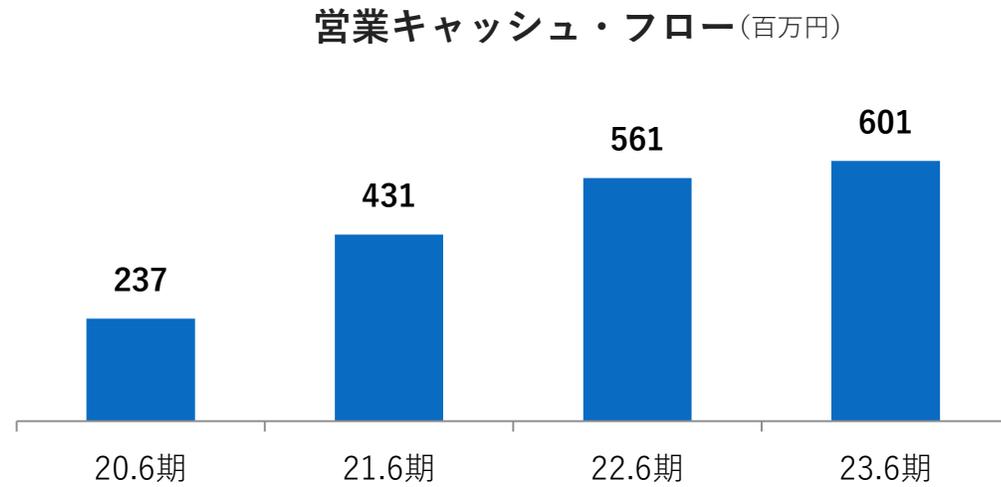
総資産額 (百万円)



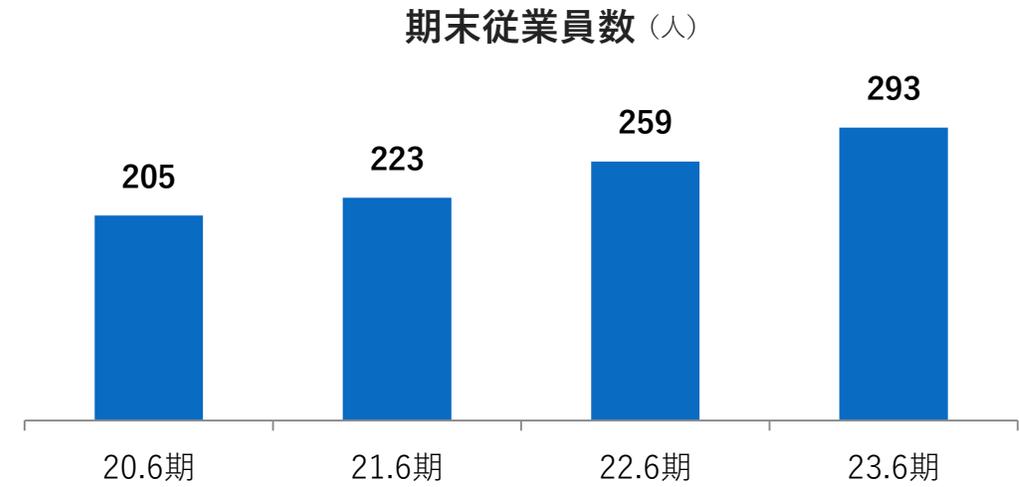
純資産額 (百万円)



営業キャッシュ・フロー (百万円)



期末従業員数 (人)



Appendix

6 . Appendix



367百万円程度の投資コストを積極的に投入
 今後の継続的な成長のためのインフラ投資（本社移転投資を含む）などを計画

			[2024年6月期 投資額]	[期待効果]
新規	Videoクラウド事業	新サービス	40百万円	ビジネスモデルの多様化
成長	全社	営業体制の強化 ¹	158百万円	生産性向上
経営インフラ投資			169百万円	迅速化・効率化

※1 営業体制の強化には外部研修・インサイドセールスチームの構築・イネーブルメントの人的費・採用費が含まれます。

本社移転による採用力の向上とオフィス環境の良化

今後の事業伸長に伴う人員増加を見越して2024年1月に本社オフィスの移転を実施予定。
働きやすいオフィス環境を用意し、従業員のエンゲージメント・生産性の向上を図る。



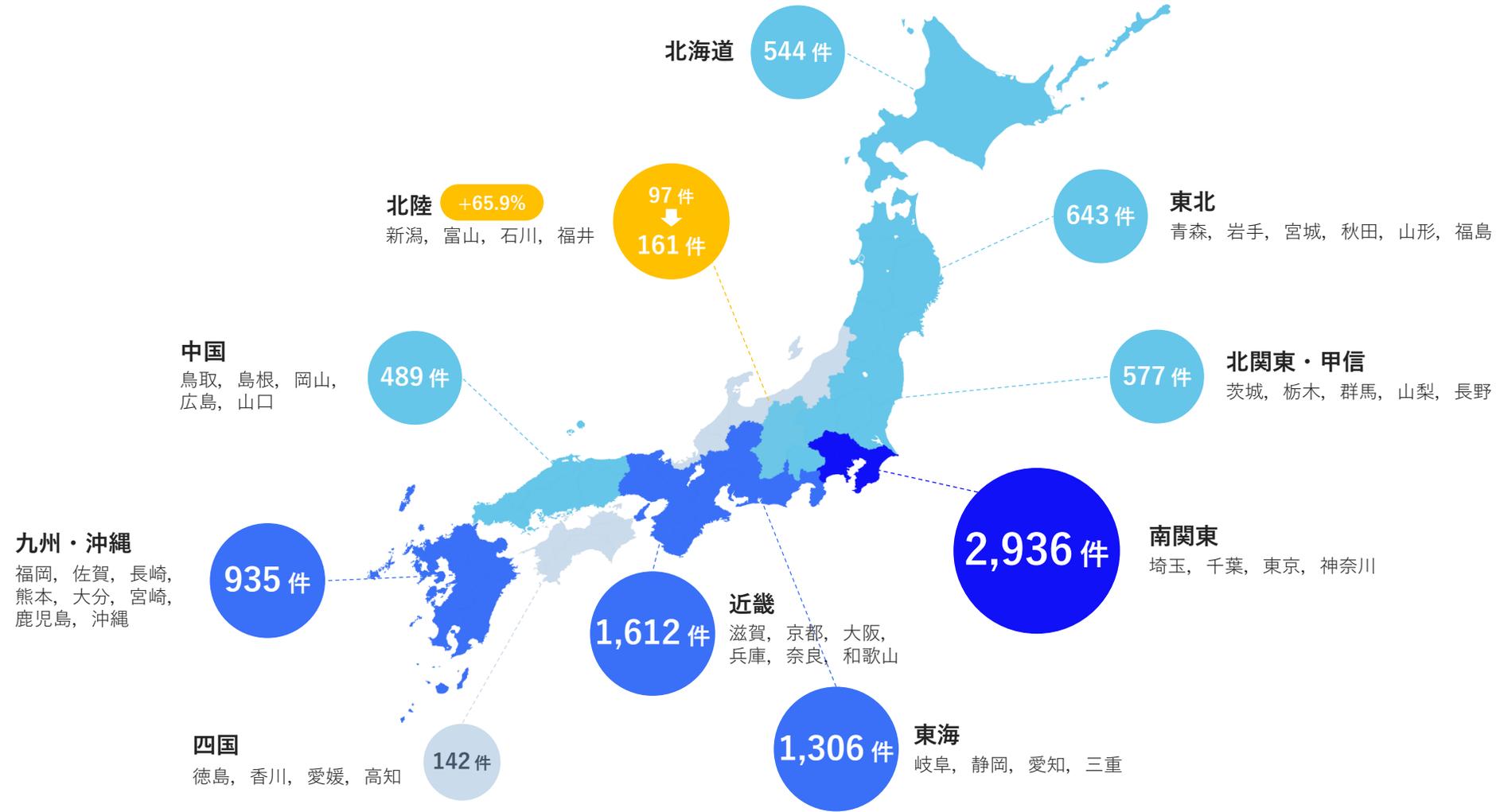
移転先

東京都港区芝浦1-2-1
シーバンスN館19階

移転時期

2024年1月（予定）

動画制作サービスは全国各地で導入が進んでおり、金沢営業所（2022年11月開設）の業績も好調



※2023年6月期の数値
「北陸」の対比数値は2022年6月期のもの

項目	項目	可能性	時期	影響度	リスク対応策
競合他社の動向について	競合の新規参入による、競争優位性の低下	中	長	大	一気通貫したサービス提供を行える体制を構築 顧客データの蓄積による、参入障壁の構築
特定の事業への依存について	Videoクラウド事業への集中によるリスク 市場規模が減少した際のリスク	中	中	中	クロスセルの展開による、周辺事業への展開
技術革新への対応について	競争優位性低下のリスク 研究開発費の増大リスク	小	長	大	顧客ニーズに合わせたサービスの展開 技術変化への対応を強化
景気動向について	商談数減少のリスク 受注単価低下のリスク	大	中	大	商談数増加施策の実施
人材の採用・確保について	人材争奪による人材流出リスク 人件費増大リスク	大	長	中	人事制度見直しや社内教育による体制の強化 業務の標準化の推進
システム障害について	機会損失の発生、代金の返還 損害賠償の支払、レピュテーションリスク	小	長	小	外部サービスを含めたシステム環境を構築

注：上記リスクについては、有価証券報告書に記載の内容のうち、事業及び成長可能性に関連するリスクを抜粋して記載しております。
より適切な内容を抜粋すべきと鑑み、「特定人物への依存について」を除外し「景気動向について」を抜粋しております。
その他のリスクは、該当書面をご参照ください。

本発表において提供いたしました資料および情報は、「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、実質的にこれらの情報とは異なる結果を招き得る不確実性を含みます。それらリスクや不確実性には、一般的な業界および市場の状況、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。これらの将来に関する記述は、当社が現時点で合理的と判断した前提に基づいたものであり、その達成を約束するものではありません。本発表は、当社に関する情報提供を目的としたものであり、国内外を問わず、いかなる有価証券、金融商品または取引に関する募集、投資の勧誘または売買の推奨を目的としたものでもありません。

なお、当資料のアップデートは今後、本決算後9月頃を目途とし、次回は2024年9月頃を目途として開示を行う予定でございます。