

株式会社CaSy

2023年11月期

決算説明資料

(第10期：2022年12月1日～2023年11月30日)

- 1 2023年11月期 決算概要**
- 2 2024年11月期 通期業績予想**
- 3 事業概要**
- 4 成長戦略**
- 5 参考情報**

業績ハイライト(Q4会計期間)

売上高

419百万円

前年同期比

13.7%増

営業利益

5百万円

定期UU

7,023人

前年同期比

8.8%増

サマリー

1

売上高は堅調に伸長

定期UU増加が定期サービス売上を押し上げ

2

積極的な人的資本投資を継続

年度計画に基づき採用・人的資本投資を積極化しつつも営業黒字で着地

3

主要KPIである定期UUの成長

売上高の成長の前提となる定期UUは、堅実に増加

業績ハイライト(Q4会計期間)

売上高と売上総利益は成長継続し過去最高を更新。

(百万円)	2022年11月期 Q4	2023年11月期 Q4	前年同期比	
			増減額	増減率
売上高	369	419	+ 50	+ 13.7%
売上総利益	132	158	+ 25	+ 19.2%
販管費	110	152	+ 42	+ 38.4%
営業利益	22	5	△ 16	△ 75.1%
経常利益	22	5	△ 17	△ 76.8%
当期純利益	9	10	+ 0	+ 2.3%

業績ハイライト(累計)

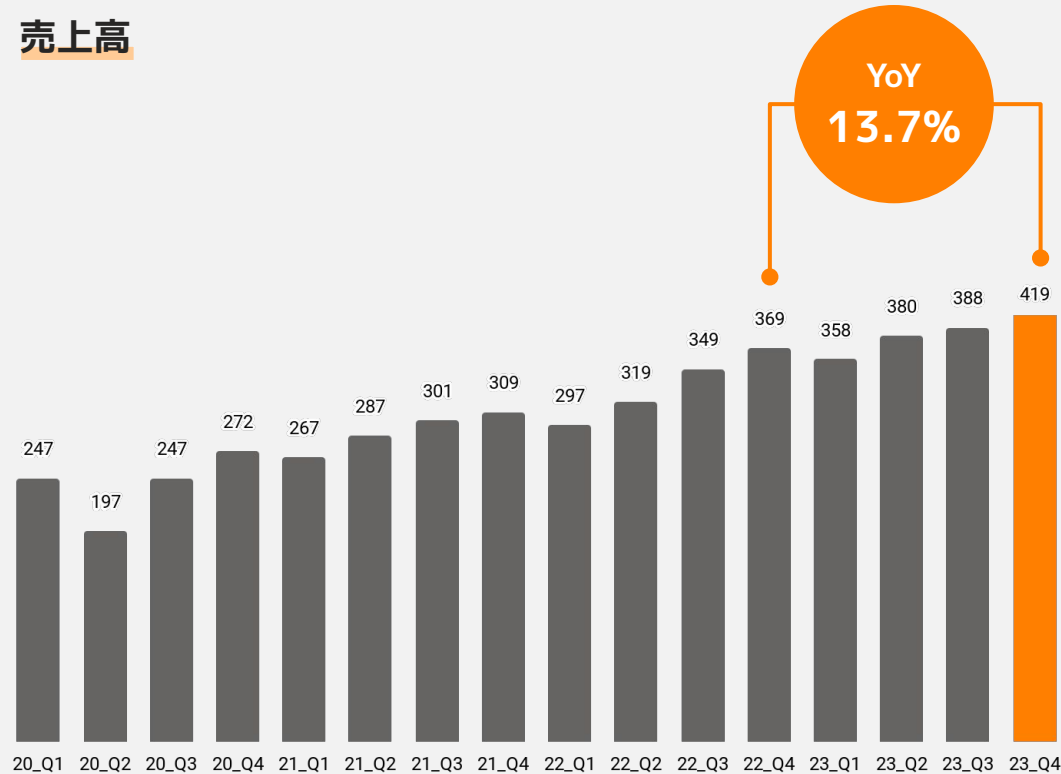
定期UUの増加に伴う顧客基盤の成長で、売上高と売上総利益は想定通りに伸長
 販管費は人的資本への投資や広告投資の強化により前期比で増加しつつも、営業利益で着地

(百万円)	2022年11月期 Q4	2023年11月期 Q4	前年同期比		通期業績予想 (対期初予想値)	進捗率
			増減額	増減率		
売上高	1,335	1,547	+ 212	+ 15.9%	1,537	100.7%
売上総利益	470	561	+ 90	+ 19.3%	545	102.7%
販管費	437	538	+ 101	+ 23.2%	545	98.7%
営業利益	33	22	△ 10	△ 32.5%	0	-
経常利益	22	21	△ 0	△ 2.0%	0	-
当期純利益	9	21	+ 11	+ 116.8%	0	-

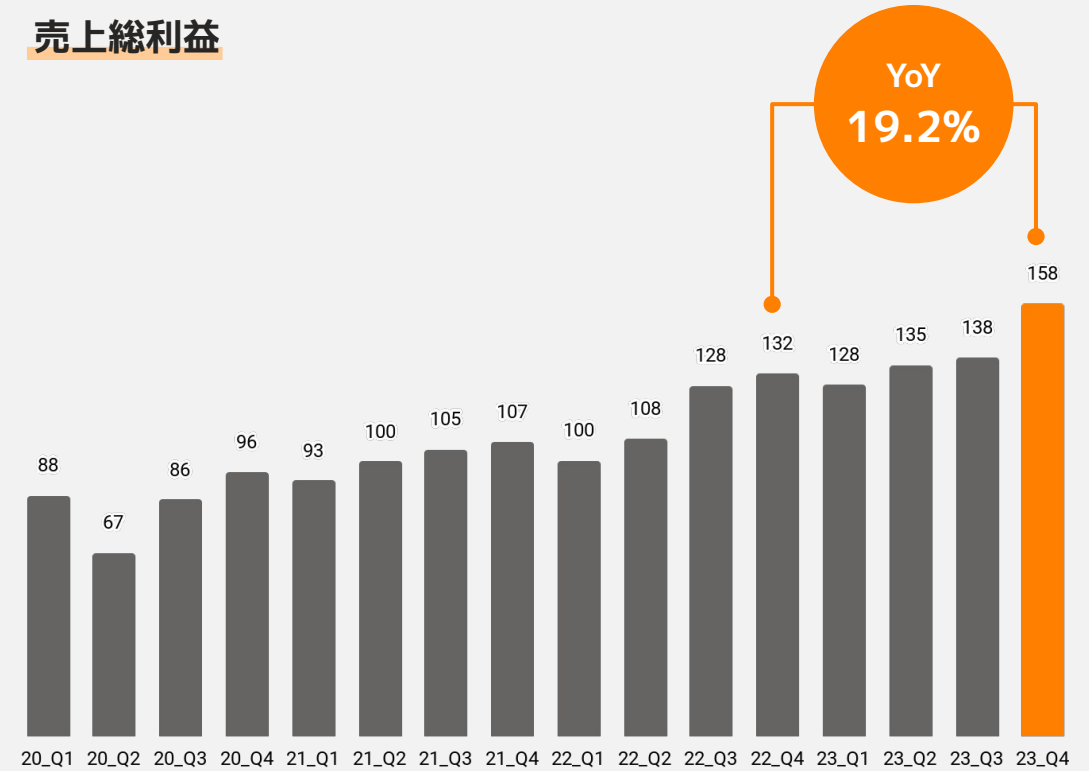
売上高・売上総利益の推移 (単位:百万円)

- 前同四半期と比較し定期契約数増により、前年同期比で13.7%の成長
- 売上総利益は22年6月、23年10月の価格改定の影響もあり前年同期比で19.2%の増加

売上高



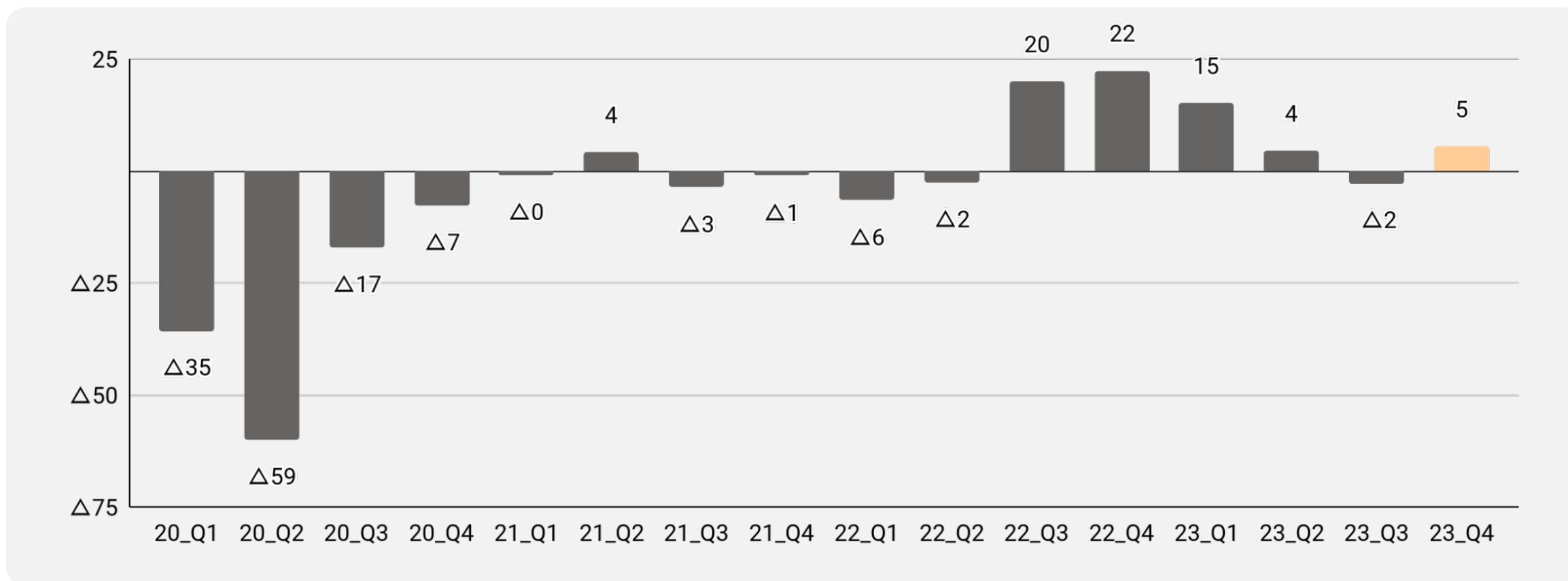
売上総利益



営業損益の推移 (単位:百万円)

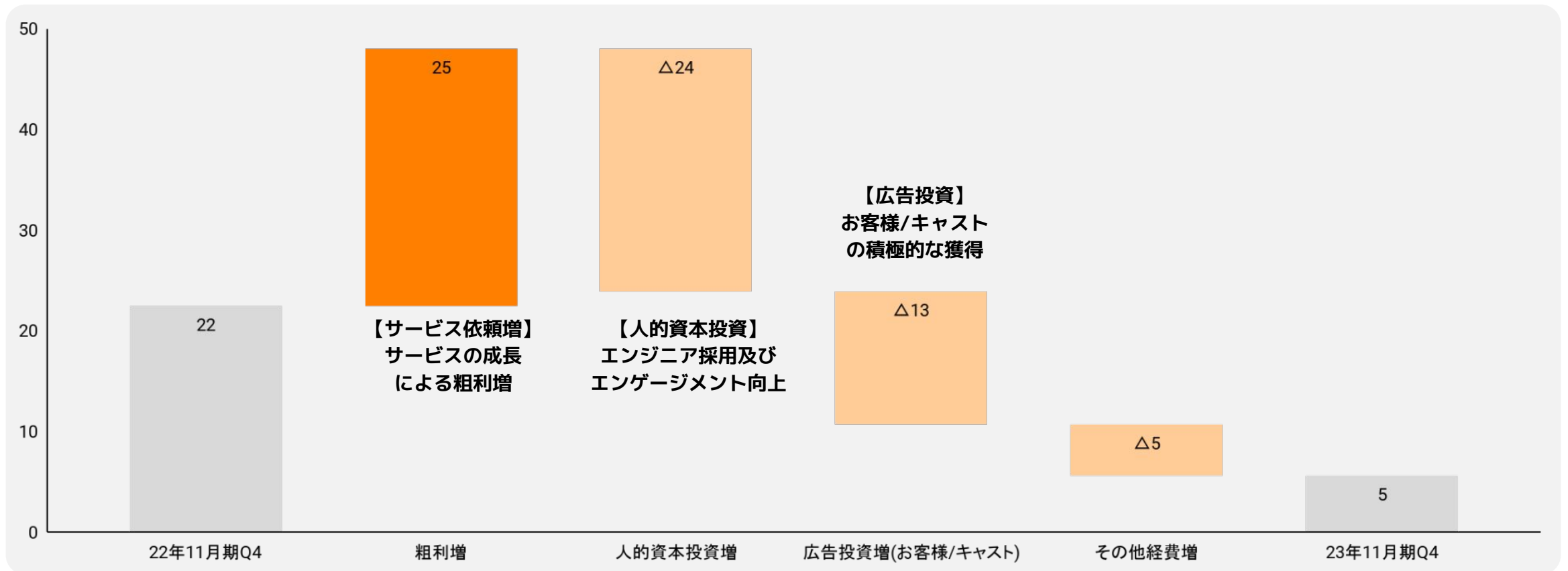
顧客基盤の成長と価格改定の影響で売上総利益は増加。

当期はエンジニア採用や人的資本への投資を積極化し、販管費が増加したが営業黒字で着地。



営業利益の増減分析 (単位:百万円)

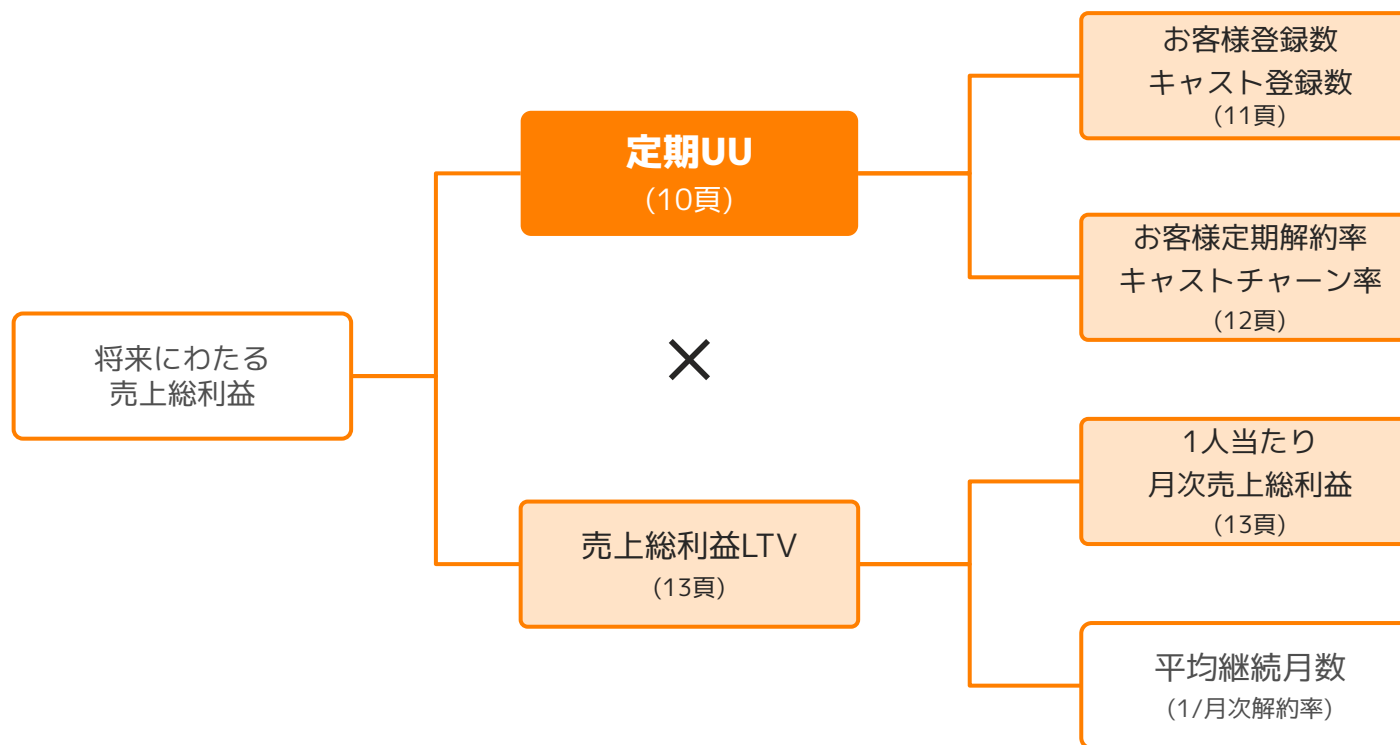
販管費がエンジニア採用や人的資本や広告投資により増加した一方、顧客基盤の拡大によるサービス件数増で売上総利益は約25百万円増加。営業黒字での着地となった。



CaSyの企業価値の源泉とKPI

売上高の8割以上を占める定期サービスの利用者からの将来にわたる売上総利益*が企業価値の礎と認識
 サービス規模の拡大と今後の成長戦略に最も寄与する定期UUを主要KPIとして設定し、最大化に取り組む

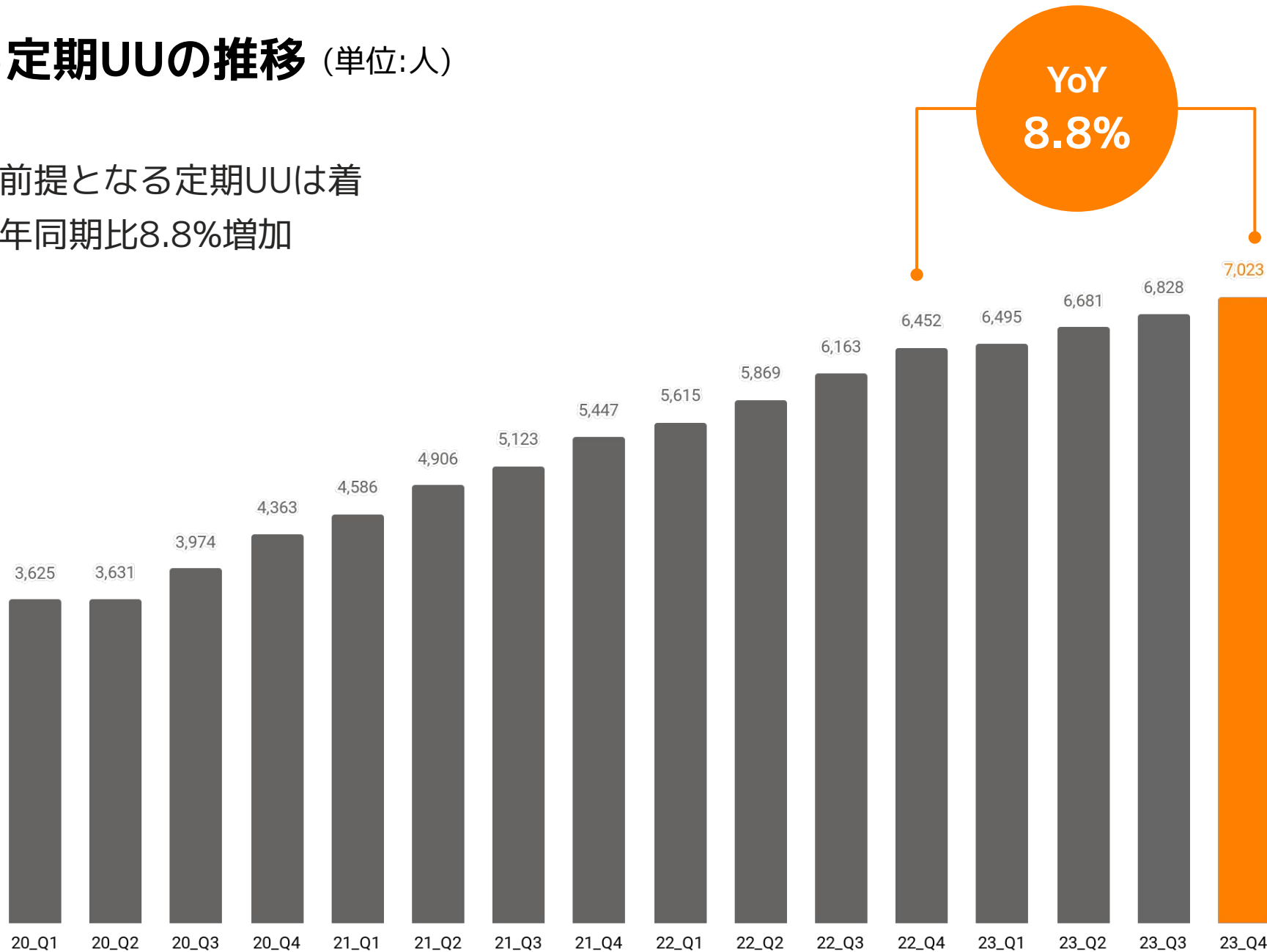
*売上総利益：売上高からサービス提供者に対する報酬を控除した金額を計上



※定期UUとお客様・キャスト登録数以外のKPIについては年度毎での開示

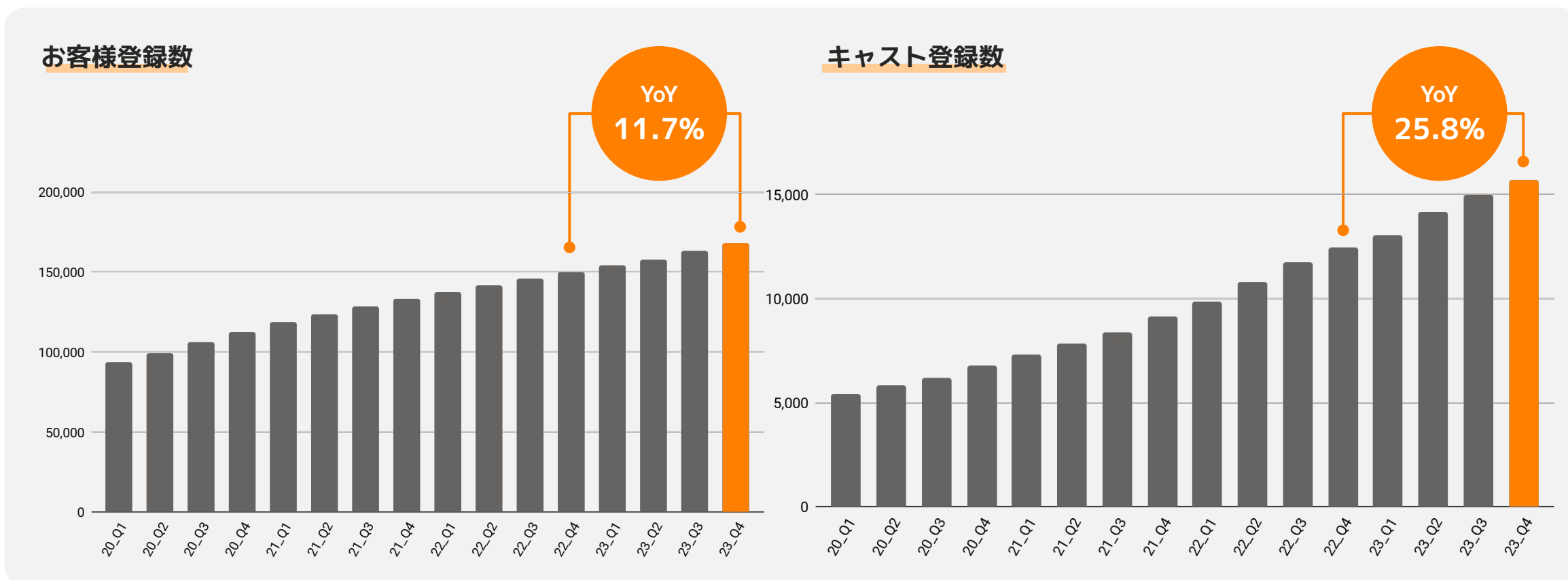
主要KPIである定期UUの推移 (単位:人)

- ストック収入の前提となる定期UUは着実に増加し、前年同期比8.8%増加



お客様・キャスト登録数の推移 (単位:人)

お客様側・キャスト側共に登録数は増加。ユーザー側では広告宣伝費投資を強化し、会員登録数が再加速
キャスト側は、新規キャスト獲得の為の投資を継続的に実施し、前年同期比25.8%の成長

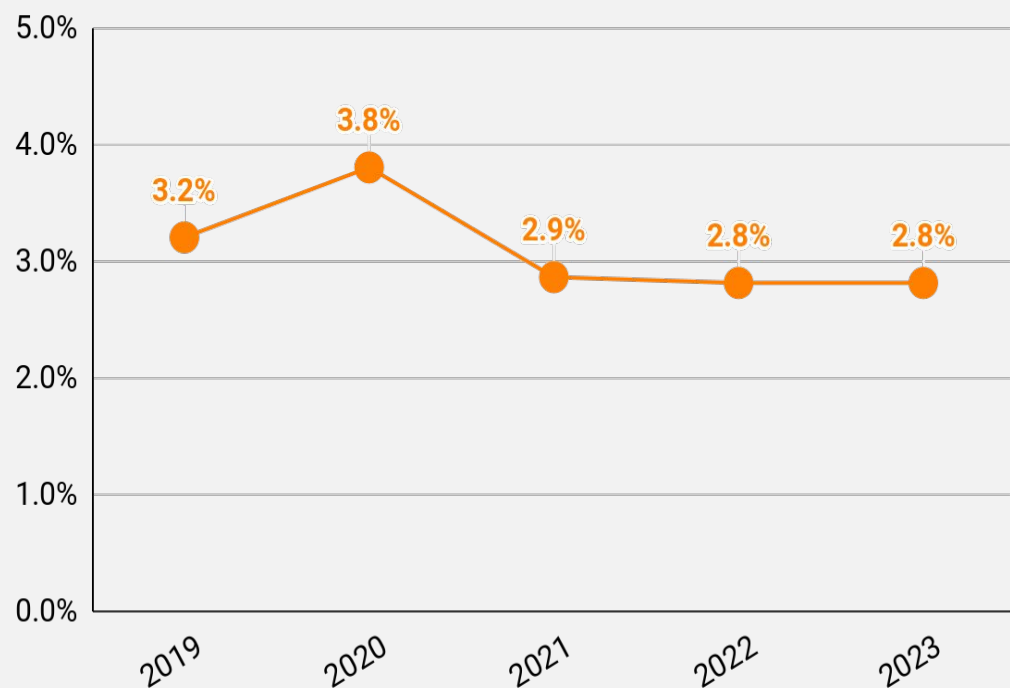


お客様の定期解約率とキャストのチャーンレート

お客様の定期解約率及びキャストのチャーンレートは前期同様の低水準で推移

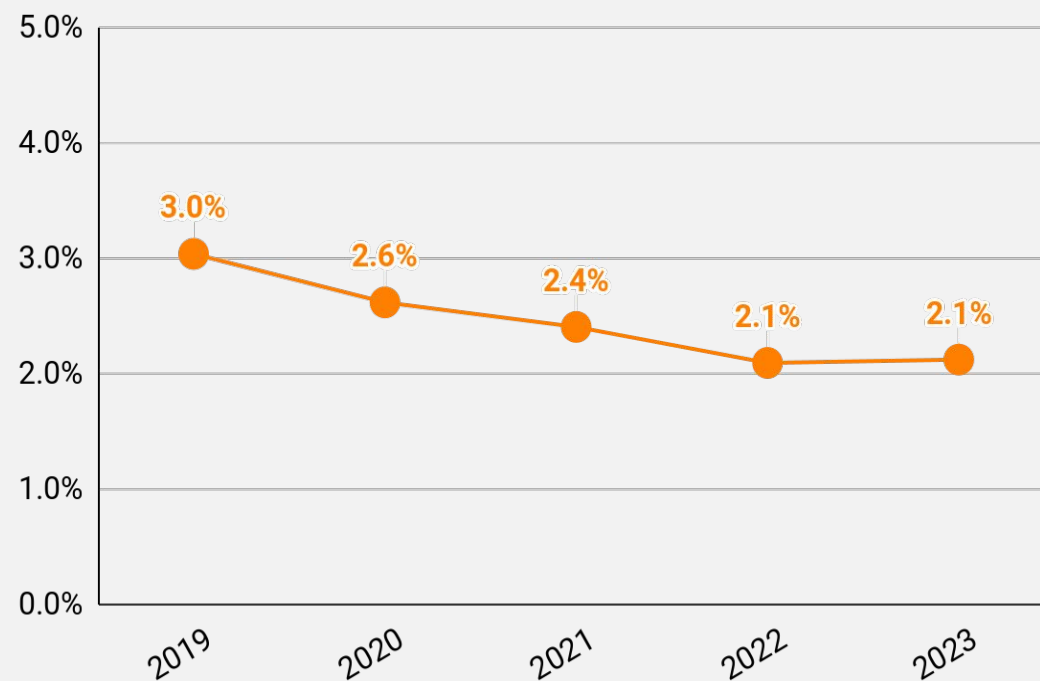
お客様の 月次定期解約率

前月に契約があったが当月に解約された割合で1年間の平均値としている。



キャストの チャーンレート

前月に稼働していたキャストが当月に稼働しなくなった割合で1年間の平均値としている。



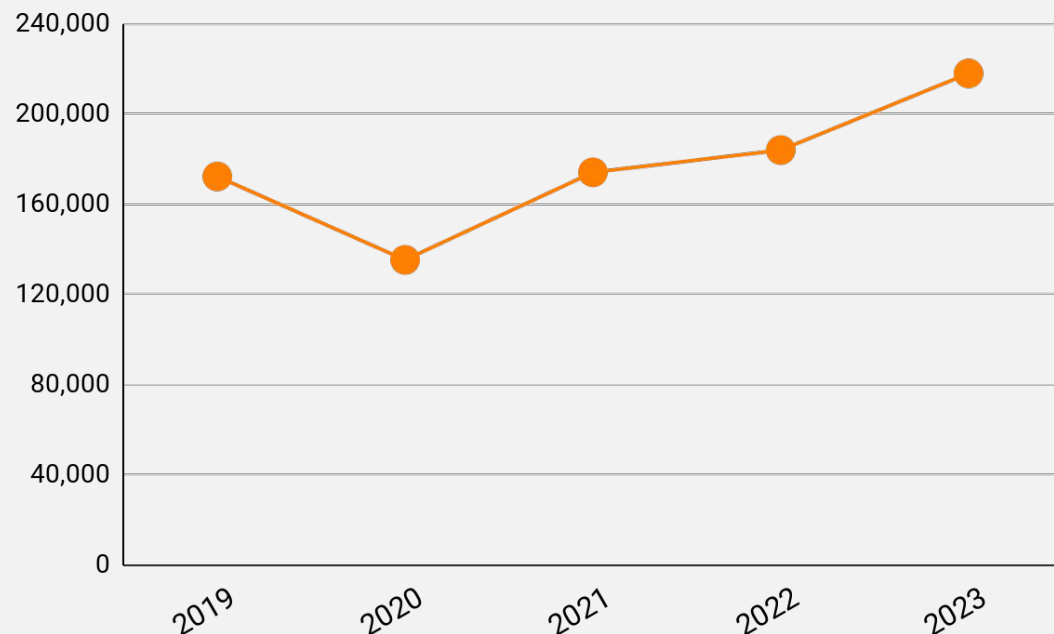
※お客様の定期解約率/キャストのチャーンレートは年度毎に開示しております

売上総利益LTV/1人当たり月次売上総利益の推移

売上総利益LTVは2020年度にコロナ影響がありつつ定期解約率の改善により増加を続けている。
 1人当たり月次売上総利益は22年6月と23年10月に実施した価格改定に伴い微増している。

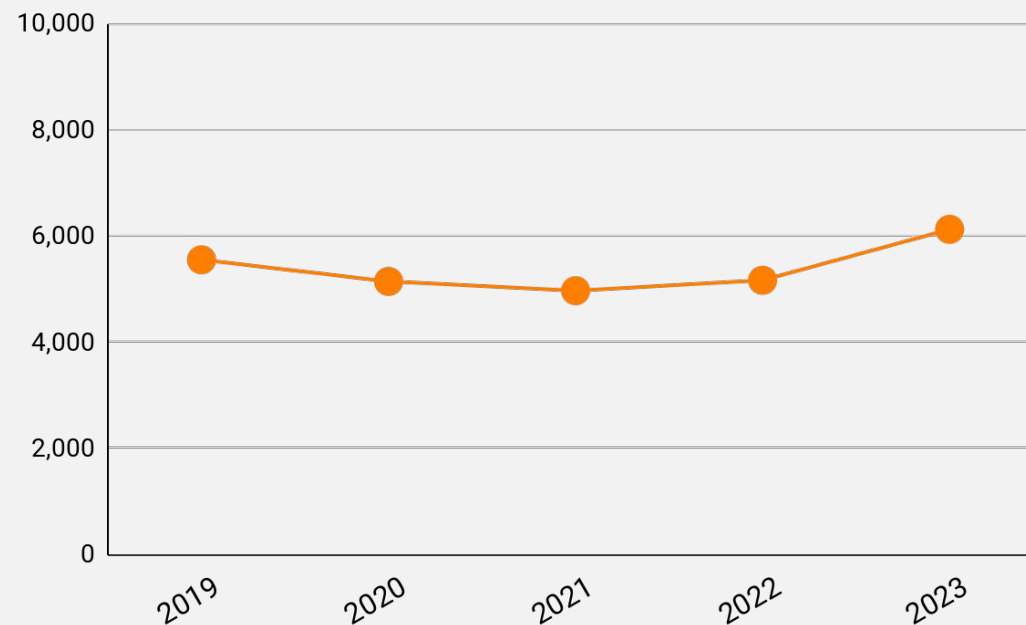
売上総利益LTV

期末月の定期契約者1人当たりの売上総利益×想定継続月数
 想定継続月数=1/月次定期解約率



1人当たり月次売上総利益

期末月の定期契約者1人当たりの月次売上総利益



貸借対照表

前期から大きな変動はないものの、サービス成長と当期純利益の計上に伴い売掛金や純資産等が増加

(百万円 / %)	2022年11月期	2023年11月期	増減額	主な理由
流動資産	400	442	+ 41	
現金及び預金	327	349	+ 21	当期純利益等による増加
固定資産	42	44	+ 1	システム開発等による増加
流動負債	154	177	+ 22	買掛金・未払金等の増加
固定負債	70	70	-	
純資産	218	239	+ 21	当期純利益による増加
負債・純資産	443	486	+ 43	
(自己資本比率)	49.4%	49.2%	-	

家事代行サービスの価格改定

インボイス制度開始や物価高に伴うコスト増を背景に、キャストへの報酬増額と健全な事業継続を目的とした価格改定の実施を決定。新価格の適用は2023年10月1日より開始

サービス料金

サービス種別	頻度	現行価格(税込)		新価格(税込)
定期	1週に1度 (～2時間)	2,560円 / 時間	>>	2,790円 / 時間
	2週に1度	2,670円 / 時間	>>	2,890円 / 時間
	4週に1度	2,780円 / 時間	>>	3,190円 / 時間
	1週に1度 (1～1.5時間)	2,900円 / 時間	>>	3,190円 / 時間
スポット	単発	2,900円 / 時間	>>	3,490円 / 時間

交通費

サービス種別	現行価格(税込)		新価格(税込)
全家事代行サービス共通	700円 / 回	>>	880円 / 回

CO-FUKUI 未来技術活用プロジェクト の採択企業としてCaSyが選出



「CO-FUKUI 未来技術活用プロジェクト」とは

福井県内の事業者・自治体等にデジタル技術を実装し、地域課題の解決に取り組むデジタル実装推進プロジェクトです。地域に存在する社会課題解決に向け、国内外の企業・地域の事業者・福井県の三者が密に連携した実証実験を通じ、社会実装していくことを目指します。CaSyは今回、女性活躍課の皆様と「家事代行浸透による女性活躍への寄与について」実証実験を実施致します。

詳細

https://note.com/co_fukui_2023/n/n53fb531e1b55



- 1 2023年11月期 決算概要
- 2 2024年11月期 通期業績予想
- 3 事業概要
- 4 成長戦略
- 5 参考情報

2024年11月期 業績予想

行政連携や価格改定影響等の不確定要素がある為、売上高は前年比+10-20%のレンジでの成長を想定
 営業黒字を維持しつつ広告宣伝活動や競争優位性の礎となるプロダクト・品質への投資を積極的に行う方針

(百万円)	2023年11月期 実績	2024年11月期 計画	前年同期比	
			増減額	増減率
売上高	1,547	1,702 ~1,856	+ 154 ~ + 308	+ 10.0% ~ + 20.0%
営業利益	22	0	△ 22	-
(利益率)	1.5%	0.0%	-	-
経常利益	21	0	△ 20	-
(利益率)	1.4%	0.0%	-	-
当期純利益	21	0	△ 20	-
(利益率)	1.4%	0.0%	-	-

- 1 2023年11月期 決算概要
- 2 2024年11月期 通期業績予想
- 3 事業概要**
- 4 成長戦略
- 5 参考情報

Vision

笑顔の暮らしを、
あたりまえにする。

Mission

大切なことを、
大切にできる時間を創る。

Company profile

会社名	株式会社CaSy（カジー）
所在地	東京都品川区上大崎3-5-11 MEGURO VILLA GARDEN 6階
設立	2014年1月30日
事業内容	暮らしの中の時間を創るプラットフォーム ・家事代行 ・その他暮らしのサービス等 （ハウスクリーニング・整理収納） WEBサービスの開発及び運営
代表者	代表取締役CEO兼CFO 加茂 雄一 代表取締役 池田 裕樹
所属団体	シェアリングエコノミー協会

提供サービス

家事代行サービス

売上構成 **97%**



お掃除代行 / お料理代行

料金	定期利用		
	税込 / 1時間あたり	1週間に1回	2,790円
	2週間に1回	2,890円	
	4週間に1回	3,190円	
スポット利用			3,490円

利用者の8割が定期利用、スポット利用は2割

その他サービス

売上構成 **3%**



ハウスクリーニング

専用の器具を利用して、主にエアコンやレンジフードの分解洗浄を行う。専門の提携パートナー企業がサービスを提供します。

整理収納

断捨離のコンサルティングも含めて、整理収納のアドバイスを行う。家事代行サービスのキャストおよび専門の提携パートナー企業がサービスを提供します。

CaSyとは

サービス実施以外は**オンラインで完結**できる、暮らしの中の時間を創るサービスのマッチング・プラットフォーム「家事代行などのサービス」を「Easy（簡単）」に「Cozy（安心）」して依頼できる。

《《 4 サービス実施 《《



お客様

1 依頼 《《

3 《《 マッチング通知

5 サービス料金支払い 《《



《《 マッチング 《《 2

委託料支払い 《《 6



キャストなど
サービス提供者

プラットフォームの利用者のメリット

お客様のメリット



時間

- システムを利用して手間なく依頼ができる
- 一定の品質を満たすキャストと楽にマッチングできる



信頼

- モチベーションの高い誠実なキャストが担当してくれる
- トラブル解決や補償などのサポートを受けられる

サービス提供者のメリット



やりがい

- スキマの時間で多くのお客様からの感謝をいただける
- キャスト同士で学びあい、高めあう仕組みがある



安心

- 本人確認や反社犯罪DBなど安心して仕事ができるシステム
- 物損に対する保険や、所得補償保険、前払い制度など、金銭面での安心を得られる仕組み

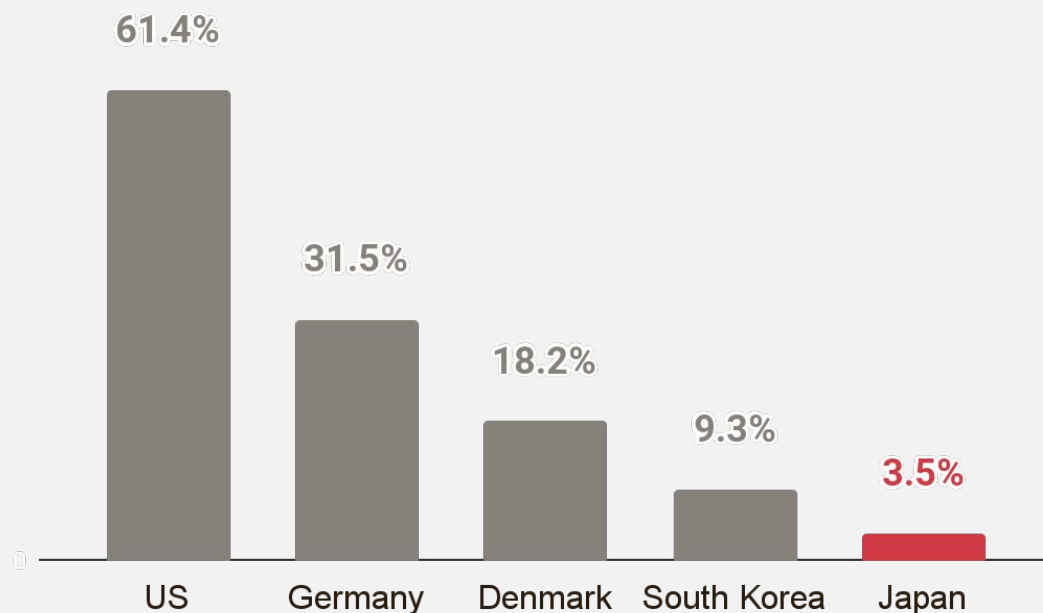
成長性：家事代行市場

現時点の国内利用率が低い一方で、SDGsでも挙げられている

「女性の社会進出」「ワークライフバランス」を背景に高い成長が見込まれる。

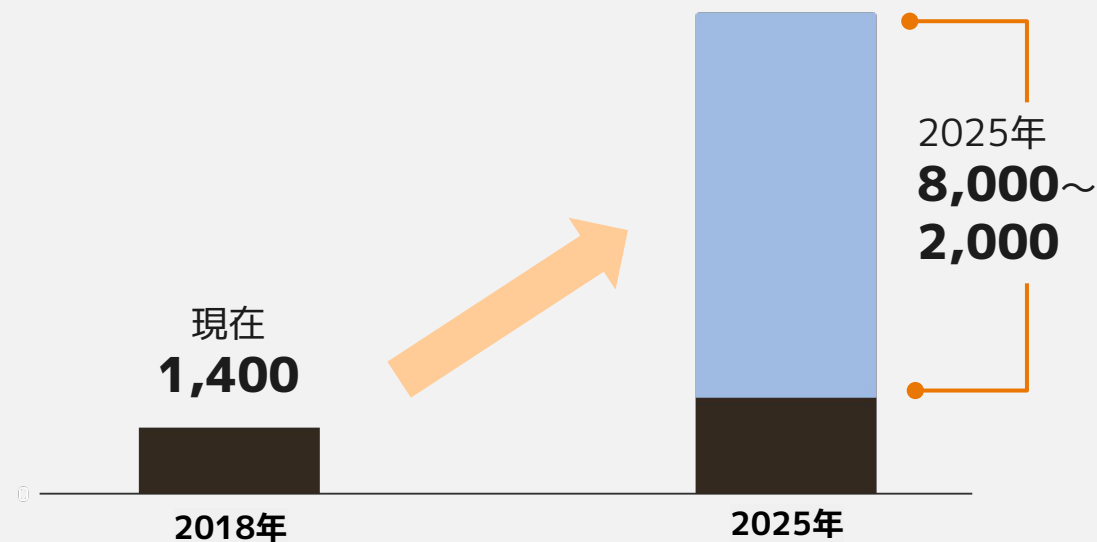
各国の家事代行利用率(%)

出所：2018.2.8リンナイ株式会社によるアンケート調査



家事代行市場の伸び(億円)

出所：2018.3.29株式会社野村総合研究所「家事支援サービス業を取り巻く諸問題に係る調査研究」。2,000億は「利用したい」のみ集計、8,000億は「まあ利用したい」も集計。その他の選択肢は「あまり利用したくない」「利用することはない」。現在の市場規模は、同資料2017年市場規模をもとに2025年までの市場成長率が一定と仮定し、2020年時点の推計値を算出した結果の上下限平均値。

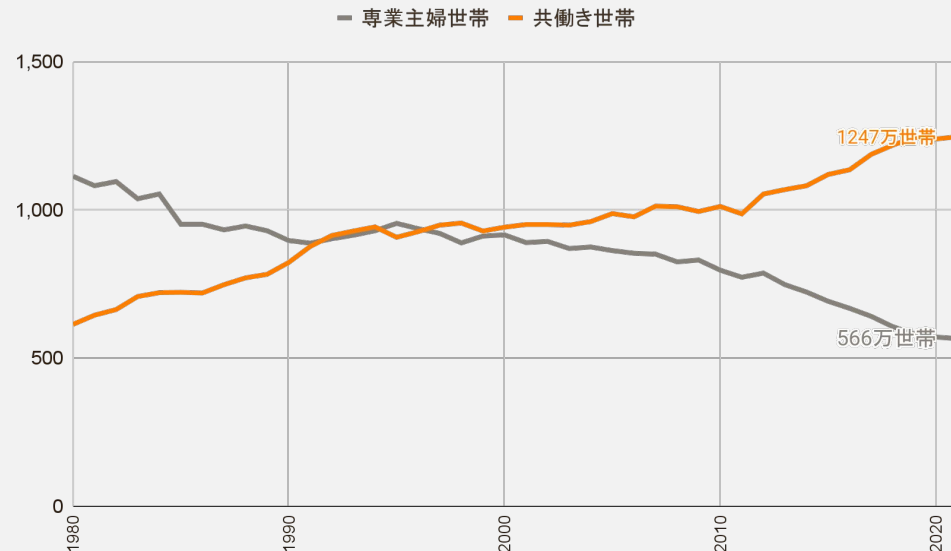


成長性：家事代行市場

市場の成長を後押しする可能性の高い共働き世帯数は足下で顕著に増加しており、専業主婦世帯を上回る。配偶者との家事分担についても、外部サービスの利用意向は伸長している。

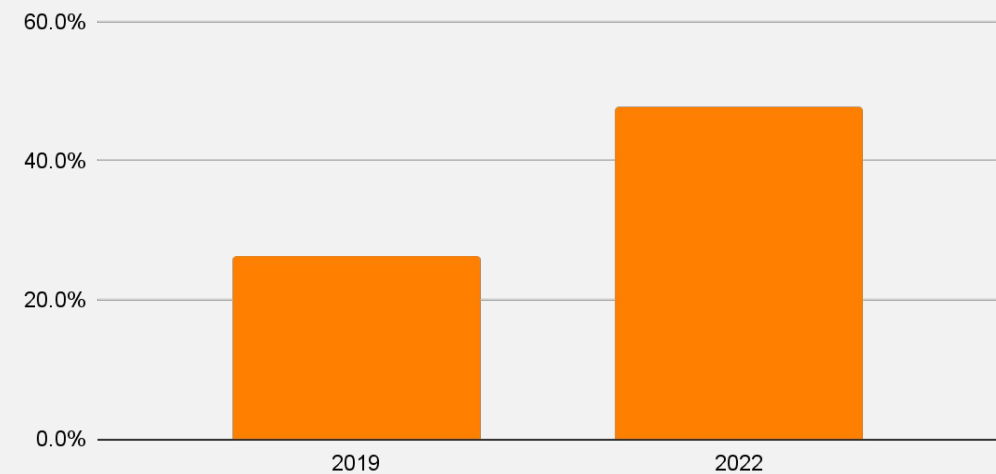
共働き世帯数は増加傾向

出所：総務省統計局「労働力調査特別調査」、総務省統計局「労働力調査（詳細集計）」



家事の外部サービス利用意向の伸長

出所：内閣府「男女共同参画社会に関する世論調査」（令和元年9月、令和4年11月調査）より作成
 2022年の調査では調査方法が個別面接聴取法から郵送法に変更となったため2019年のデータは参考値
 アンケートの選択肢で「外部サービスを利用しながら」が含まれる回答を選択した割合を集計



家事代行市場に関する法整備

主に少子化対策から行政の家事代行支援事業の拡充が実施/計画され、市場拡大が後押しされている。

2022年10月～

出産・子育て応援交付金の創設

妊娠期から出産・子育てまで、様々なニーズに即した相談支援と経済的支援を一体として実施する事業を支援する交付金が創設、各地方自治体が交付金を活用することで家事代行サービスへの助成金を含めた子育て支援サービス等が提供されている。

2023年6月

経済財政運営と改革の基本方針2023(骨太方針2023)

こどもや家庭への包括的な支援体制づくりの推進の一環として、家事代行支援事業の拡充も盛り込まれて閣議決定された。女性版骨太の方針においても、家事支援サービスの普及を図るため、企業の福利厚生としてのサービス提供に向けた方策について検討されることとなっている。

2023年12月

ライフステージを支えるサービス導入等実証実験の公募開始

働く人がキャリア形成する上で直面する、家事負担の軽減等は多様な人材の活躍を後押しする観点から、家事支援サービスの利用機会を従業員に対して提供しようとする中小企業等の取組みに関して実証事業が開始される予定。

2024年4月

改正児童福祉法の施行

子育て世帯に対する包括的な支援のための体制強化及び事業の拡充の一環として、訪問による家事支援等を行う事業がそれぞれ新設され、市区町村が必要に応じ利用勧奨・措置が実施される。

成長性：巨大な暮らしのサービス市場

それぞれのライフステージで利用する、暮らしの中でのアウトソーシング市場という巨大な市場の存在

※1 2018.3.29株式会社野村総合研究所(家事支援サービス業を取り巻く諸問題に係る調査研究)。

※2 矢野経済研究所の保育託児所市場規模2019年度見込み3.5兆円について、訪問型を約3割と推定し計算。

※3 矢野経済研究所のペット産業市場規模2019年度見込み1.5兆円について、サービス関連が約50%であることから、さらにペットシッターはその約3割と想定し計算。

※4 厚生労働省 社保審-介護給付費分科会2017.4.26資料

暮らしのサービス市場
2兆1,000億円

(ベビーシッター1兆円 ※2、ペットシッター1,000億円 ※3、訪問介護8,000億円 ※4)

家事代行サービス市場 ※1

1,400億円

当社の売上高
15億円

CaSyの競争優位性

サービスのDX化・構築している品質管理体制を活かし、売上の8割以上を占める定期サービスの成長に不可欠な定期契約者数の増加と、業界内でも高水準のテイクレートを実現している。

家事代行サービスのDX化



オンライン集客に集中しての効率的な新規顧客の開拓

マッチング品質・速度の向上や利便性の高いアプリ提供で若年層取り込み

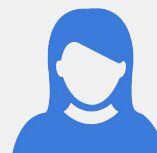


マッチングのコーディネートに必要な人件費抑制によるコスト構造の優位性

UI改善によるお問い合わせ数の削減でのカスタマーサポート費用の低減



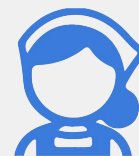
品質管理体制の構築



お客様

安定したサービス品質の維持によって定期解約率を改善

新しくデビューしたキャストを効果的に育成し、マッチング精度を向上



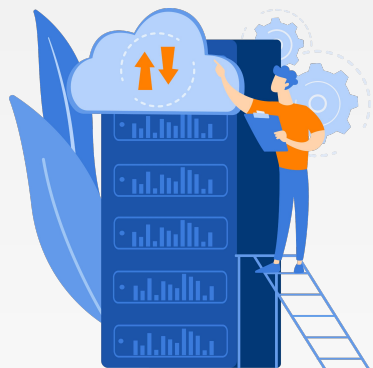
キャスト

モチベーション高く働ける仕組みを構築し、チャーンしにくい環境を構築

キャスト同士の相互交流を通じ、より稼働しやすくなる仕組みを実現

競争優位：家事代行サービスのDX化

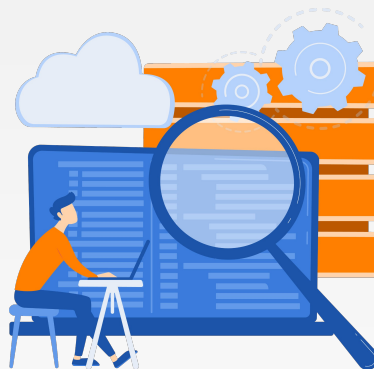
Matching algorithm



① マatchingアルゴリズム

独自のマatchingアルゴリズムによりコスト構造を改善し、かつ、最短3時間以内にマatchingする仕組み

Data driven



② データ活用

従来は埋もれていたデータを活用して、品質改善、利便性向上を図る

API integration



③ システム連携

他サービスとのシステム連携により、お客様の利便性を向上

① 独自のマッチングアルゴリズム

マッチングのDX化による低コスト構造

従来ではコーディネーターが行っていた見積りと日程調整のプロセスを独自のマッチングシステムでDX化したことにより、お客様の依頼の手間とサービスまでの時間の削減に成功したことに加え、DX化で人件費を抑えることで低コスト構造を保つことができています。

マッチングアルゴリズムによるUX向上

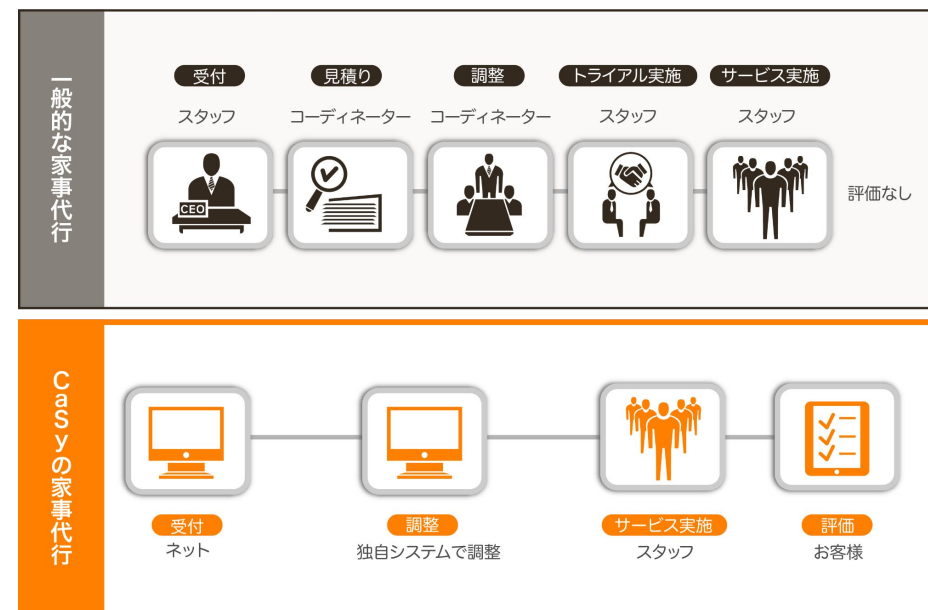
お客様の依頼内容とキャストの情報を基に、独自のマッチングアルゴリズムで精度の高いマッチングを実現することで、最短3時間後のサービス利用が可能となっている。

サービスを実施するキャストも、マッチングアルゴリズムの最適化により自身と相性の良い依頼が来やすくなっており、仕事を確保しやすい仕組みを実現している。

Matching algorithm

低コスト構造の理由

マッチングをシステム化することにより、コーディネートする人件費を削減している。



② データの活用

従来は担当者に属人化していたデータをデジタル化・一元化し、品質改善や利便性の向上に活用。蓄積したサービスデータが競争優位に直結。

お客様
登録データ

マッチング
データ

お客様
評価データ

キャスト
登録データ

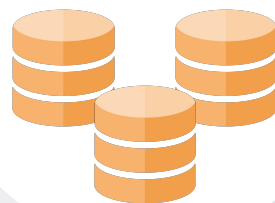
利用データ

キャスト
日報データ



CaSy

カジー

Gift of Happiness


Data driven

相性のよいマッチング

- 独自のマッチングアルゴリズム
- 最短3時間以内のマッチング
- 調整に係る時間・コストの省略

サービス品質改善

- お客様評価5点満点中平均4.9点
- キャストのモチベーションを高めることによるサービス品質の向上

システム改修

- 他社のサービスとのAPI連携
- オペレーション効率化によるコスト削減

新サービス開発

- 他社のイエナカサービスとの連携 (ハウスクリーニング等)

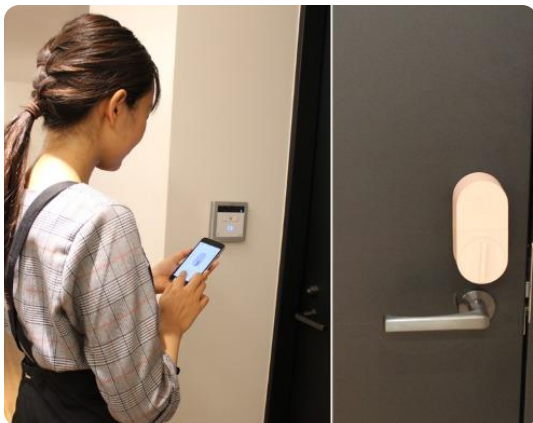
3 システム連携



他社のサービスとAPI連携を進めることにより、お客様のUXの向上を図っている。

スマートロックとの連携

忙しいお客様に対して、不在宅での活用を促進



本人確認で連携

TRUSTDOCKとのシステム連携により、セキュリティの高い本人確認及び反社犯罪DBとの照合を実施



オペレーションシステムと連携

効率的なオペレーションを可能にして、管理の人件費削減に寄与することで、お客様の利用価格を抑えつつ、キャストの高い報酬体系※を実現

Amazon Connect

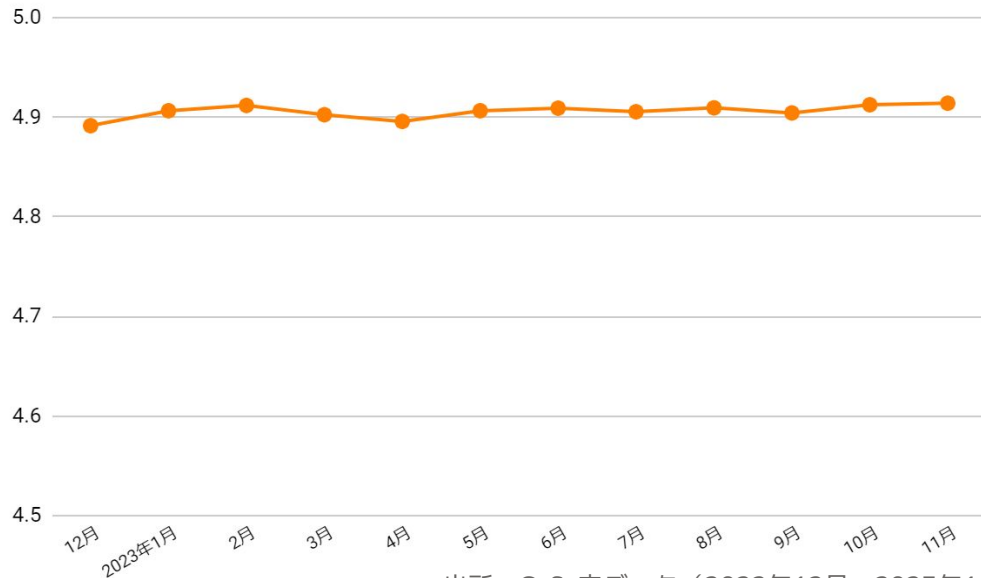



※東京都の最低賃金1,072円との比較（2023年2月24日現在）

競争優位：品質管理体制

5点満点中の **平均が約4.9点を継続** している
 品質管理のポイントは、キャストのモチベーションを
 土台にした品質管理体制。

当事業年度のお客様からの平均評価点（点数/5点満点）



出所：CaSy内データ（2022年12月～2023年11月）

CaSyの品質管理の考え方



競合との比較（家事代行）

	CaSy	訪問型	CtoCマッチング型
最低利用料金目安 (交通費除く) ※1	6,980円 (3,490円×2時間)	13,800円 (4,600円×3時間)	5,250円 (1,750円×3時間)
依頼方法	アプリ・Web	電話・Web	Web
マッチング方法	オンライン完結	営業担当	オンライン完結
品質に対する事業者の責任	○	○	× ※3
店舗展開	本社のみ	多店舗展開	本社のみ
最低キャスト報酬目安 (1Hあたり) ※2	1,500円	1,080円	1,230円
スタッフの主な形態	業務委託	雇用	業務委託

※1 スポットサービスの利用料金（税込）、CaSyの料金は10/1からの価格改定を反映済み

※2 各社の求人情報をもとに主な雇用形態での1時間あたりの最低報酬額を記載

※3 利用者とサービス提供者が直接契約する形態

- 1 2023年11月期 決算概要
- 2 2024年11月期 通期業績予想
- 3 事業概要
- 4 成長戦略
- 5 参考情報

CaSyの今後の成長イメージ

広くお客様の時間を創る暮らしのプラットフォームを目指します。



お客様

時間
信頼



家事代行

やりがい
安心



キャスト



整理収納



ペットシッター
(予定)



ベビーシッター
(予定)



訪問介助
(予定)



不用品回収
(予定)



買物代行
(予定) ※1



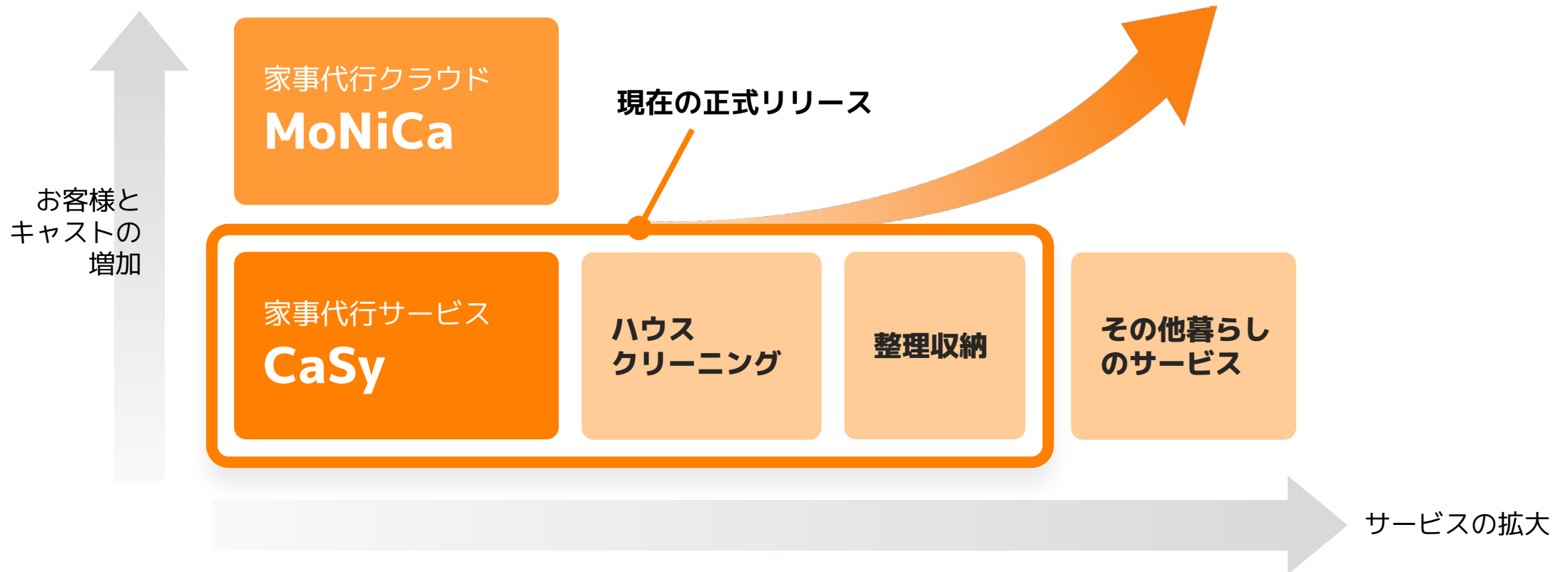
荷物受取
(予定)



ハウス
クリーニング

時間を創る暮らしのプラットフォームへの方針

お客様とキャストを増やしながらか、サービスを増やしていき、面を拡大していく。



※顧客獲得よりも相対的に働き手確保のほうが優先度が高いと考え、前回に開示していた「福利厚生導入」は重点戦略から除外している。
 また、働き手獲得について、前回開示していた「キャストの組織的ブランディング」については継続的に実施しているものの、戦略実行のスピードなどを考慮して、MoNiCaを重要戦略として位置付けて開示している。

家事代行クラウドMoNiCa（モニカ）

概要

MoNiCaは、家事代行会社向けの業務管理システムです。MoNiCaには、も（Mo）っと、日（Ni）本に、家（Ca）事代行をという意味で、業界全体のDX化を図り、お客様とキャストを巻き込んでいきたいという熱意を込めています。

マーケットと競争優位性

日本には4,000社（※）の家事代行会社があると言われていたが、中小規模の会社が多く、自社でのDX化が難しい状況である。CaSyは創業時からIT投資を続けておりITに強みがある。また、上場していることの信用力を活用できる。※出所：iタウンページ

進捗

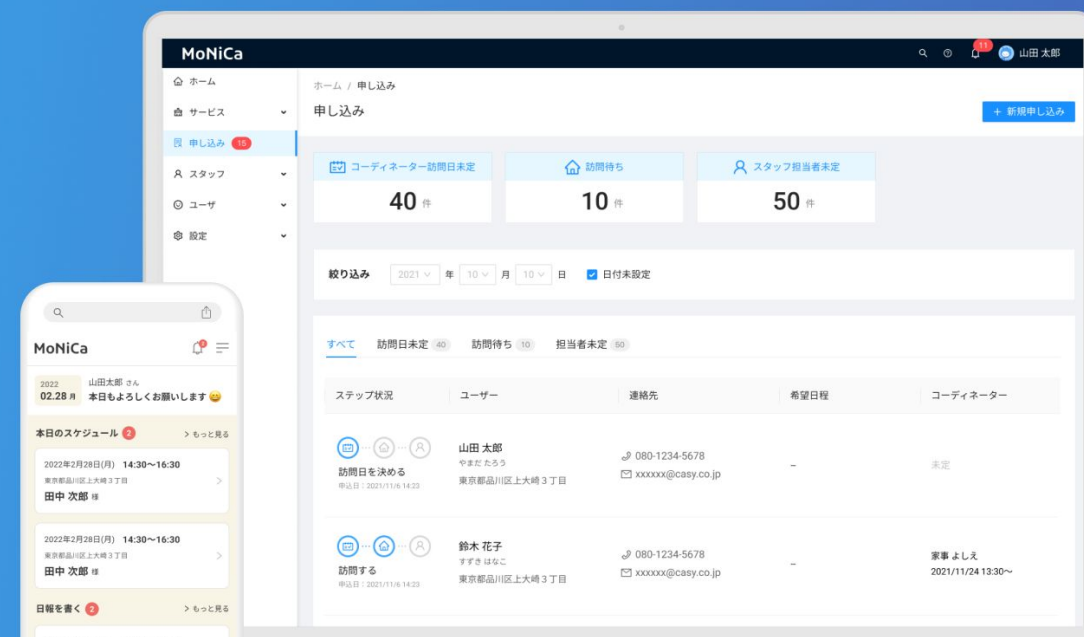
2022年3月にティザーサイトを開設し、登録企業に対してβ版を提供し実証実験中。

MoNiCaティザーサイト <https://teaser.casy-monica.com/>

家事代行クラウド

MoNiCa

DXのチカラ家事代行を成長させる



その他暮らしのサービス領域： アップセルの伸びしろ

家事代行サービスでの訪問からお客様のお困りごとを吸い上げ、クロスセルにつなげる機能開発を拡充し、売上総利益のアップセルに転換していく。



CaSyの日報システムから把握した顧客ニーズ

整理収納

クリーニング受渡

ペットシッター

ベッドメイク

ベビーシッター

リネン交換

リフォーム

家庭教師

学童保育

見守り

裁縫

消耗品の補充

水道工事

送迎

庭掃除

買い物

洗濯

壁紙張替え

不在時荷物受取

ハウスクリーニング

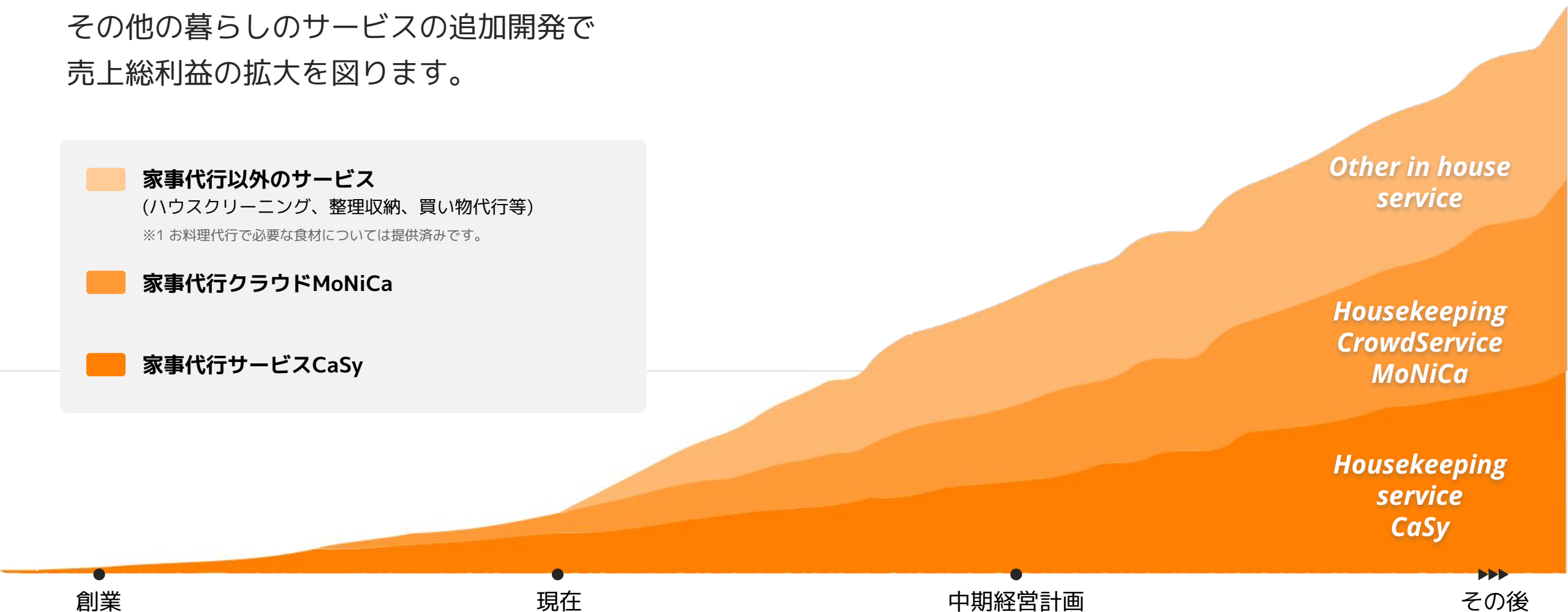
○ はサービスとして正式リリース済

出所：CaSyの日報システムから把握した顧客ニーズについて、ニーズの大きさをフォントサイズで表現している。洗濯については家事代行の範囲内で、ハウスクリーニング、整理収納は個別に提供済み。他サービスは検討中。

中長期戦略イメージ

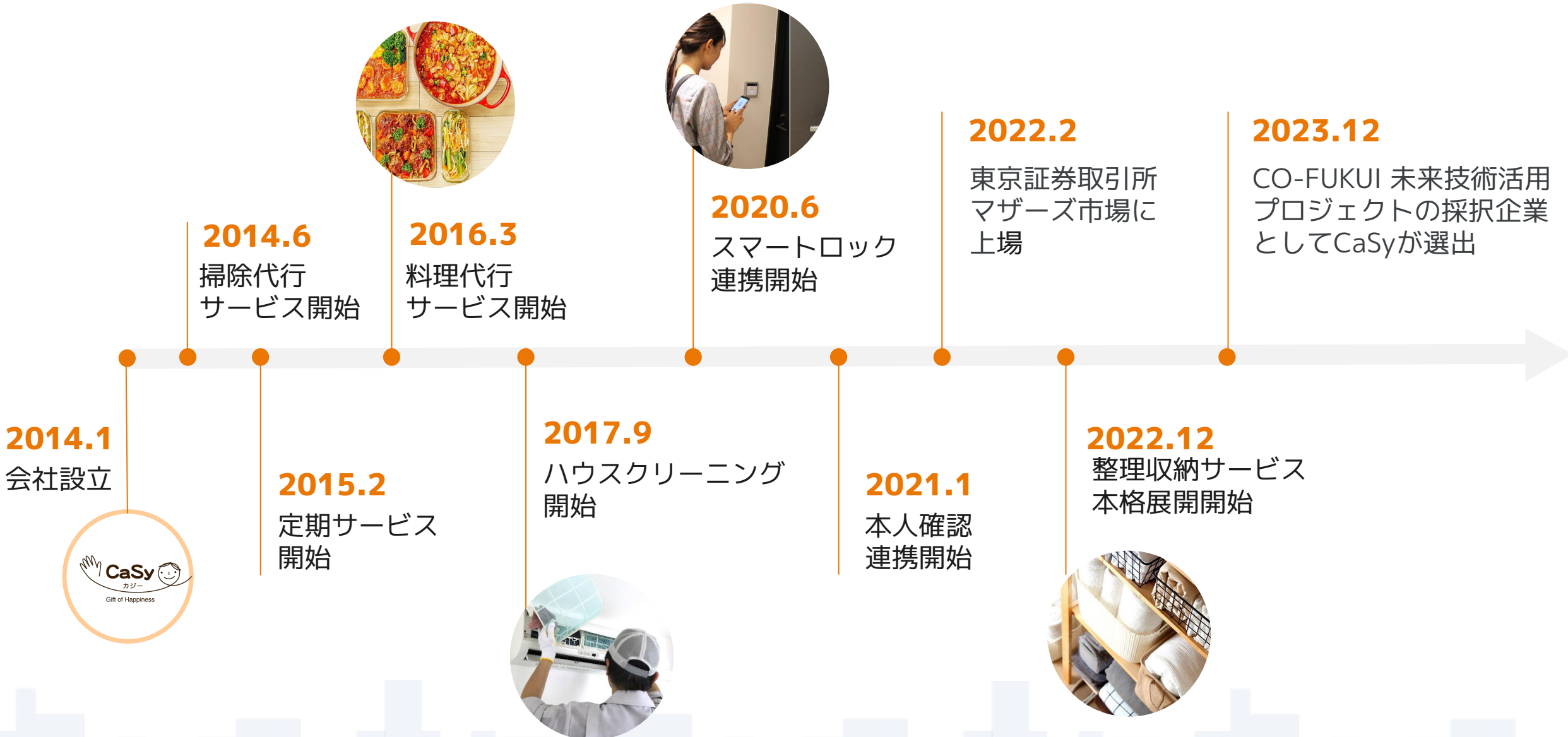
家事代行サービスの安定成長を基盤に、
その他の暮らしのサービスの追加開発で
売上総利益の拡大を図ります。

- 
家事代行以外のサービス
 (ハウスクリーニング、整理収納、買い物代行等)
※1 お料理代行に必要な食材については提供済みです。
- 
家事代行クラウドMoNiCa
- 
家事代行サービスCaSy



- 1 2023年11月期 決算概要
- 2 2024年11月期 通期業績予想
- 3 事業概要
- 4 成長戦略
- 5 参考情報

沿革



役員紹介



加茂 雄一 / 代表取締役CEO兼CFO

- 早稲田大学商学部卒
- 公認会計士として、中央青山監査法人、太陽ASG有限責任監査法人にて監査業務に従事
- 2014年株式会社CaSyを設立



加藤 智久 / 社外取締役

- 2007年株式会社レアジョブ創業、マザーズ市場にIPO後、フィリピンでZuitt groupを創業
- 2021年CaSy社外取締役就任



小松原 丈夫 / 常勤監査役

- 日本生命保険相互会社の支配人、ニッセイアセットマネジメント株式会社、株式会社朝日工業社の役員を経験
- 2020年CaSy監査役に就任



池田 裕樹 / 代表取締役

- 東京大学大学院工学系研究科物理工学専攻修了
- 株式会社エヌ・ティ・ティ・データにてファイナンス系システムの開発及び事業企画に従事
- 2014年株式会社CaSyを設立



平野 圭二 / 社外取締役

- ワタキューホールディングス株式会社執行役員
- ワタキューセイモア株式会社執行役員
- 2018年CaSy社外取締役就任



田岡 恵 / 非常勤監査役

- グロービス経営大学院で、会計および異文化マネジメント関連の講義を担当
- 2018年CaSy監査役に就任



白坂 ゆき / 取締役CHRO

- お茶の水女子大学大学院人間文化研究科修了
- 株式会社リンクアンドモチベーションにて、組織人事開発のコンサルティング業務に従事
- 2018年CaSy参画
- 社内のHRのみでなく、家事代行キャストのモチベーションマネジメントも担う



亀甲 智彦 / 非常勤監査役

- Crossbridge法律事務所代表複数社の監査役・監査等委員を担当
- 2021年CaSy監査役に就任

本資料の取扱いについて

- 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ています。これらの記述は、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しております。その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または暗黙的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。
- これらの将来展望に関する表明の中には、様々なリスクや不確実性が内在します。すでに知られたもしくは、未だに知られていないリスク、不確実性その他の要因が、将来の展望に関する表明に含まれる内容と異なる結果を引き起こす可能性があります。
- 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もありません。
- 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。