

Kuradashi

2024年6月期 第2四半期 決算説明資料

株式会社クラダシ
(証券コード：5884)

1. 24年6月期 第2四半期 業績報告
2. 事業概要
3. 成長戦略
4. サステナビリティ
5. Appendix

1. 24年6月期 第2四半期 業績報告
2. 事業概要
3. 成長戦略
4. サステナビリティ
5. Appendix

売上高（前年同期比）

8.0 億円
(-1.7%)

売上総利益（前年同期比）

3.8 億円
(+4.0%)

累計パートナー企業数^{注1}

1,637 社

営業利益（前年同期比）

0.3 億円
(+1.3億円)

当期純利益（前年同期比）

0.3 億円
(+1.2億円)

累計会員数^{注2}

51.5 万人

食品値上げ等の外部環境の厳しい中、
EC取引の伸長・限界利益額の拡大により、第二四半期黒字化を達成

売上高 804百万円
 (前年同期比▲1.7%)

- ・主力の**EC取引は前年同期比108%と成長**
- ・前期Hub取引・Stores取引のスポット売上が影響し全体では前年同期比▲1.7%

限界利益額:218百万円
 (前年同期比+2.7%)

限界利益率：27.1%
 (前年同期比+1.2pts)

営業利益額:39百万円
 (前年同期比+137百万円)

- ・稼ぐ力である限界利益額^{注1}は前年同期比+2.7%の成長にとどまるも、限界利益率は高水準の27.1%と前年同期比1.2pts上昇
- ・**営業利益額は前年同期比+137百万円の+39百万円と大幅改善し前倒しでの黒字化達成**
 - ・効率の良いマーケティング活動による広告宣伝費の圧縮
 - ・広告宣伝費を圧縮した中での限界利益成長

KPI
 累計パートナー企業数:
 1637社
 累計会員数:
 51.5万人

パートナー企業KPI
 アクティブ企業数552社と大幅に拡張しており、一社当たり仕入高も818千円と回復傾向
 ユーザーKPI
 UUが四半期中に急激に回復 (**10月19,909名→12月31,535名**)
 ARPPUも9,756円と上昇傾向を継続 (コアファン化)

決算ハイライト

ビジネス
 ハイライト
 ・
 今後の展望

第2回 食のサステナビリティ共創・協働フォーラム開催：食品企業を多く巻き込んだ啓発を実施

当期業績予想：
 12月に業績予想の回復ペースに追いついたため下期は前提通りに推移すると想定し、業績予想据え置き

24年6月期 第2四半期 業績

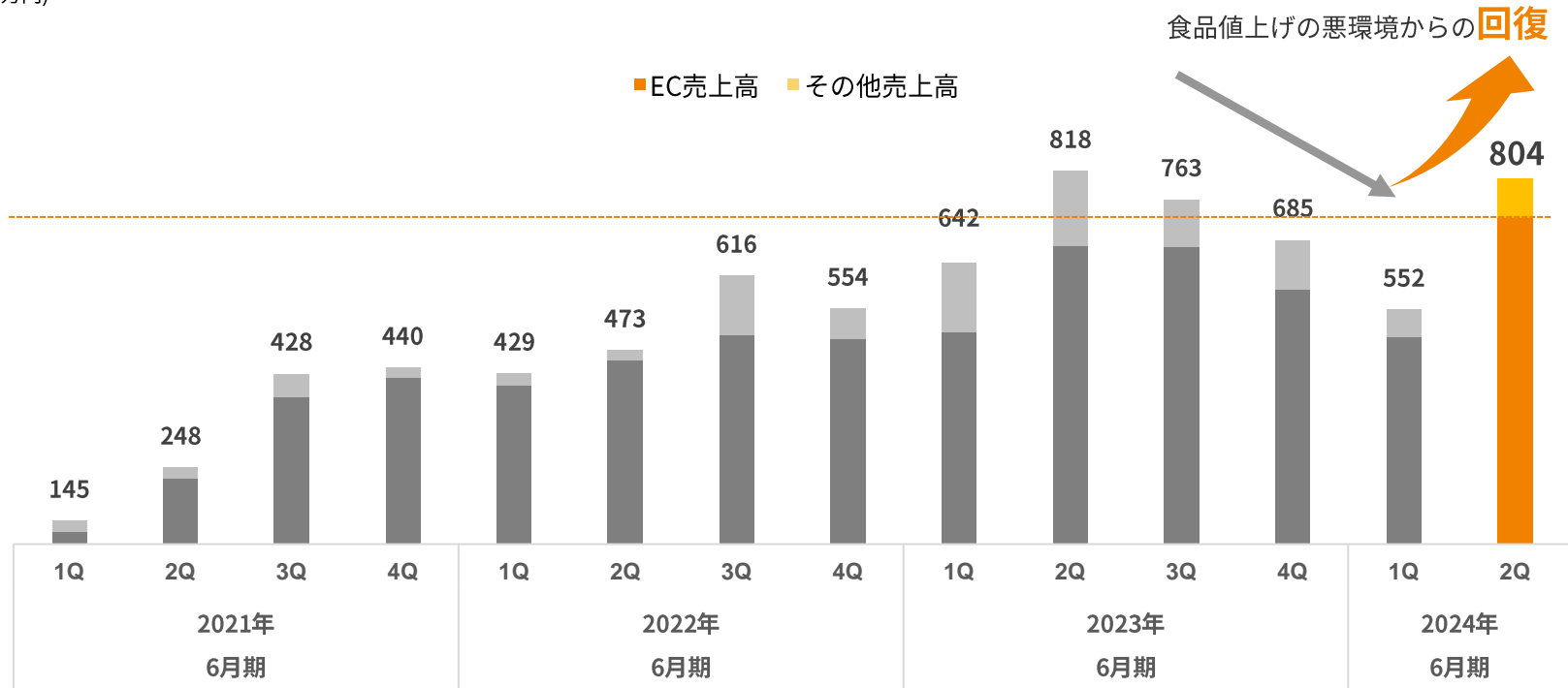
- 売上高：第1四半期からは大きく回復するも、スポット取引未発生により前年同期比減少
- 利益：財務改善活動により各段階損益は第2四半期において黒字に転換

(百万円)	23年6月期 2Q (22年10月-12月)	24年6月期 2Q (23年10月-12月)	前年同期比	23年6月期 2Q累計 (22年7月-12月)	24年6月期 2Q累計 (23年7月-12月)	前年同期比
売上高	818	804	▲1.7%	1,461	1,356	▲7.2%
売上総利益	370	385	+4.0%	642	666	+3.7%
売上総利益率(%)	45.3	47.9	+2.7pts	44.0	49.1	+5.1pts
限界利益 ^{注1}	212	218	+2.7%	346	374	+8.1%
限界利益率(%)	26.0	27.1	+1.2pts	23.7	27.6	+3.9pts
営業利益	▲97	39	+137百万円	▲154	17	+172百万円
経常利益	▲91	40	+132百万円	▲148	19	+168百万円
当期純利益	▲92	31	+124百万円	▲148	13	+163百万円

売上高の四半期別推移

- 食品値上げの悪環境から1Qを底として急回復
- 売上高合計では前年割れしつつも、主力であるECでは前年比成長

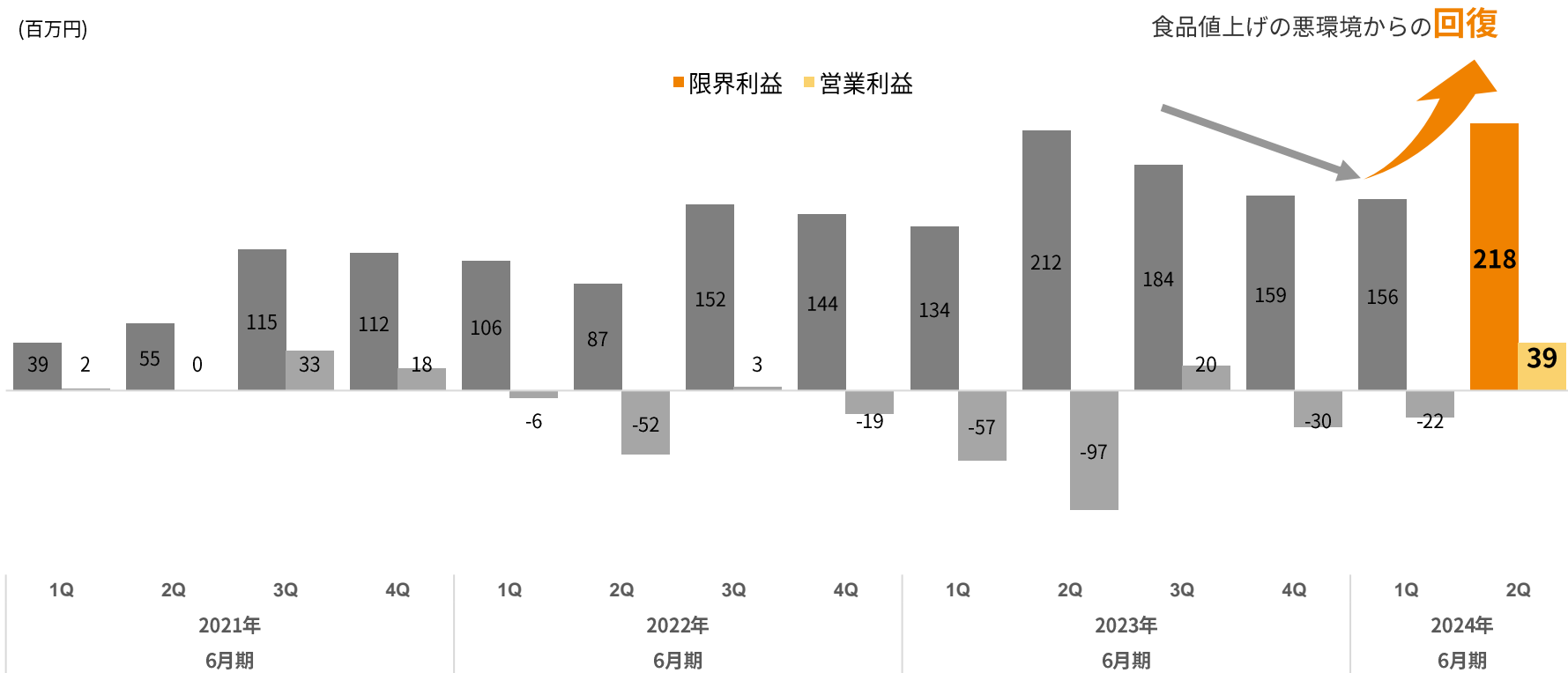
(百万円)



各利益の四半期別推移

- 食品値上げの悪環境から1Qを底として急回復
- 限界利益は前年同期比成長を継続

(百万円)

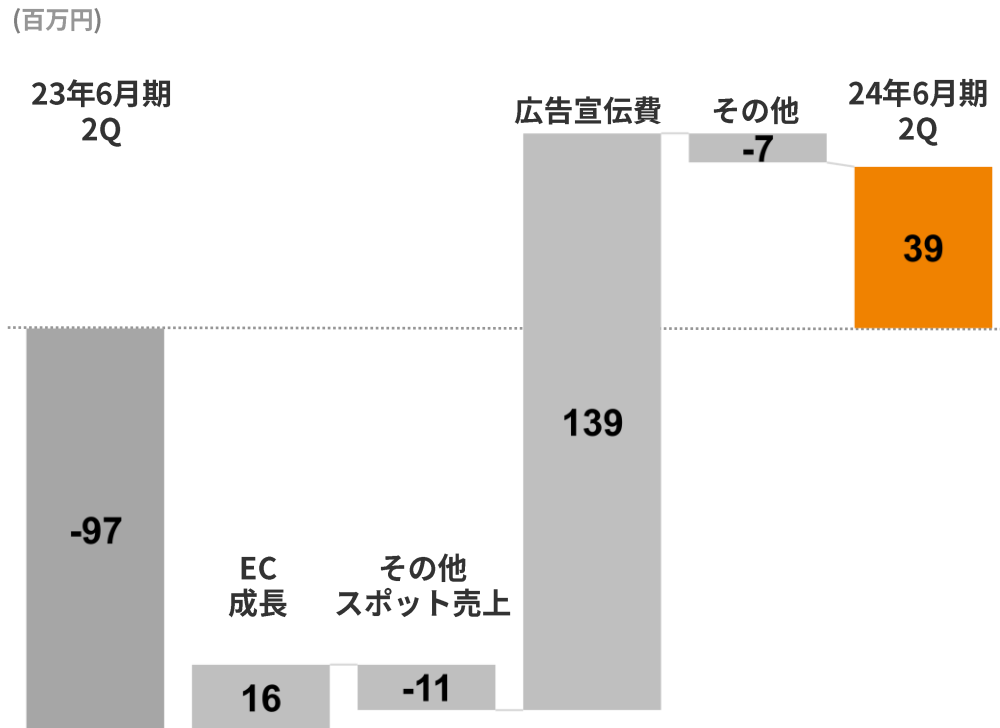


24年6月期 業績予想に対する進捗

- 第1四半期の食品値上げの悪影響のボリューム/回復タイミングが想定よりも大きく/遅く、第2四半期までの売上高は業績予想比87.2%の着地
- 第2四半期中の急回復により12月に業績予想水準を超えた(12月予想比109%)ため、予想据え置き
- 利益は業績予想比で大幅に上振れ着地したが通期では期初予想を据え置き

(百万円)	24年6月期 第2四半期 (23年7月-12月)			24年6月期 通期 (23年7月-24年6月)	
	実績	業績予想 ^{注1}	予想比	業績予想 ^{注1}	進捗率
売上高	1,356	1,556	87.2%	3,500	38.8%
営業利益	17	-6	+25百万円	45	39.0%
経常利益	19	-7	+27百万円	45	43.8%
当期純利益	13	-8	+23百万円	80	17.4%

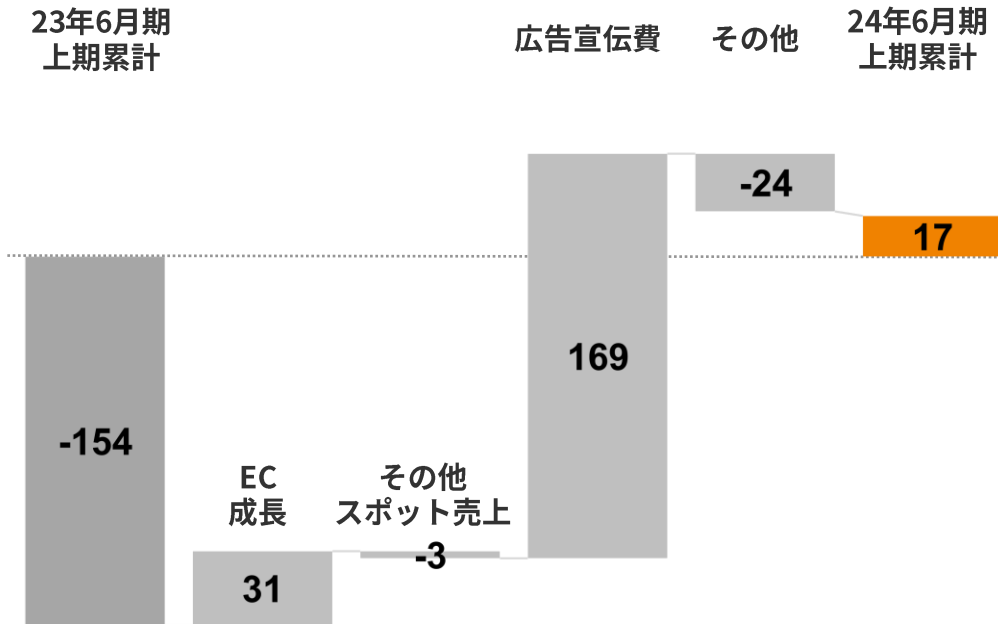
24年6月期 第2四半期 営業利益増減



- EC成長 (+16百万円) :
ECの成長(売上高増・利益率上昇)による限界利益の増加
- その他スポット売上 (-11百万円)
- 広告宣伝費 (+139百万円) :
高効率の水準でのデジタルマーケティング投下
- その他 :
システム費/減価償却費等のデジタル投資、上場維持費用等

24年6月期 上期累計 営業利益増減

(百万円)

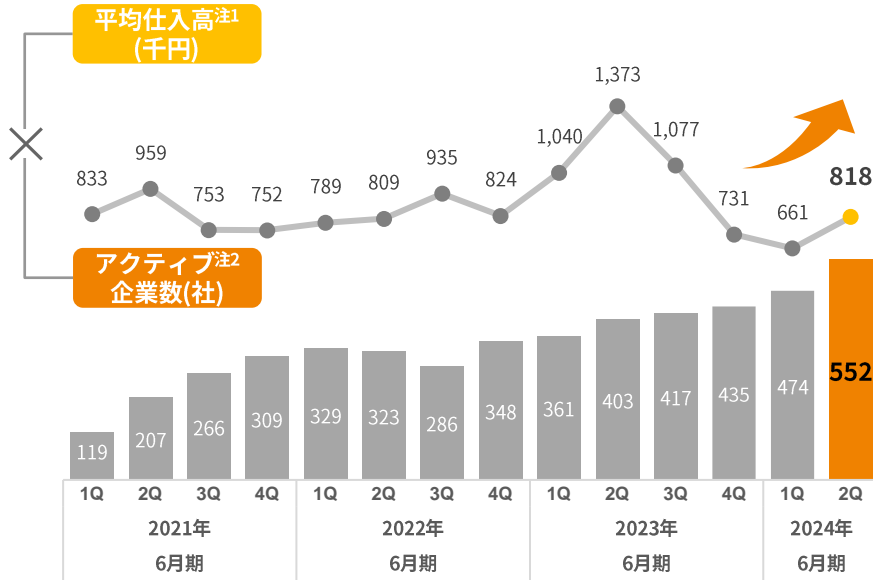


- EC成長 (+31百万円) :
ECの成長(売上高増・利益率上昇)による限界利益の増加
- 広告宣伝費 (-169百万円) :
高効率の水準でのデジタルマーケティング投下
- その他 :
システム費/減価償却費等のデジタル投資、上場維持費用

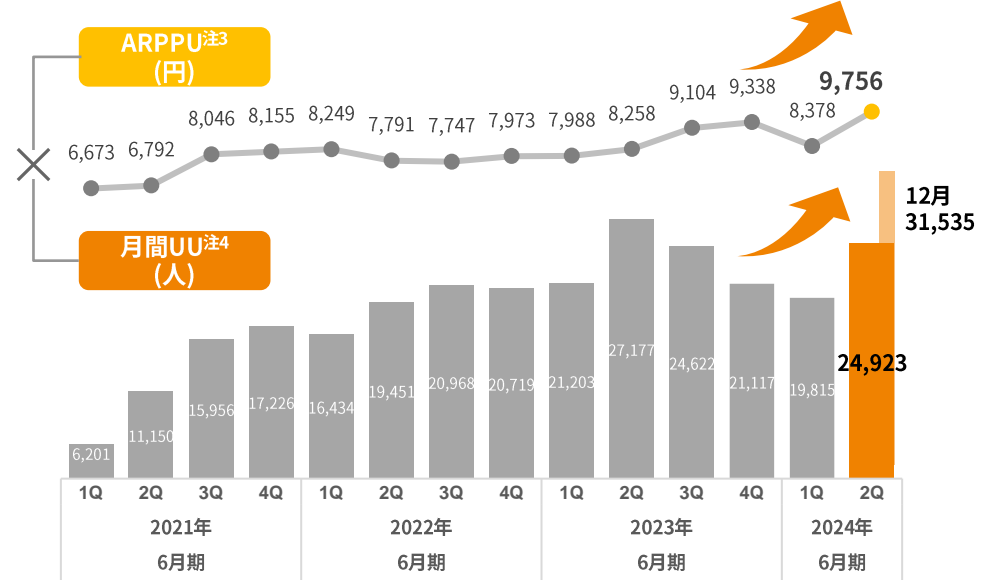
KPI推移（パートナー企業・会員）

- 販売側のKPI「平均仕入高」と購入側のKPI「月間UU」は第1四半期を底に上昇
- ①パートナー企業による供給増加が魅力的な商品の増加につながり、②UU・ARPPUの増加へと作用

パートナー企業：販売側のKPI



会員：購入側のKPI



注1：四半期(3か月間)の仕入額をアクティブパートナー企業数で除して算出

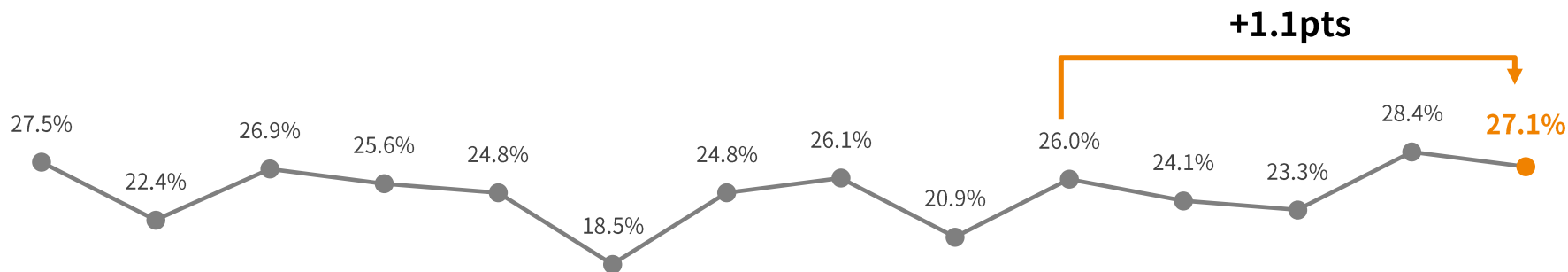
注2：四半期中に取引が発生したパートナー企業数

注3：Average Revenue per Paid User(UU一人当たり平均購入金額)

注4：月次UU数(購入会員ID数)の四半期(3か月)平均数

KPI推移（限界利益率）

- 限界利益率は高水準で維持継続（前年同期比+1.1pts）



1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
2021年				2022年				2023年				2024年	
6月期				6月期				6月期				6月期	

ストックオプションについて

- 以下要領にて、従業員に対するストックオプションを発行することを決定

目的

- 上場後も継続して優秀な人材を確保できるよう、中長期的なインセンティブ及びコミットメントとして機能させ、当社の業績向上と企業価値の向上を図ること

ストックオプションの数

- 121,680個（行使により増加する株式数121,680株：発行済み株式総数^{注1}の1.13%）

割当時期と対象者

- 割当時期：2024年2月26日
- 対象者：当社の従業員

形式

- 無償発行税制適格ストックオプション

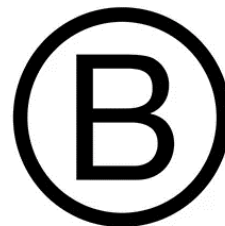
PLへの影響

- 2024年6月期は年額約4百万円の株式報酬費用^{注2}
- 2025年6月期は年額約9百万円の株式報酬費用^{注2}
- 2026年6月期は年額約5百万円の株式報酬費用^{注2}

1. 24年6月期 第1四半期 業績報告
2. 事業概要
3. 成長戦略
4. サステナビリティ
5. Appendix

会社名	株式会社クラダシ
代表取締役	関藤 竜也
創立	2014年7月7日
所在地	東京都品川区上大崎三丁目2番1号
事業内容	「Kuradashi」事業 <ul style="list-style-type: none">● ソーシャルグッドマーケット「Kuradashi」● Kuradashi Hub● Kuradashi Stores

Certified



Corporation

クラダシは、日本で13番目に
B Corp 認証^{注1}を取得しました。

Mission

ソーシャルグッドカンパニーでありつづける

もったいないを価値へ～凸と凹をマッチングすることで世界を豊かにする。
世の中に山積する社会課題解決を目的に設立したソーシャルグッドカンパニー。
社会性、環境性、経済性に優れた活動をしていきます。

Vision

日本で最もフードロスを削減する会社

国内消費食料の約6割を輸入しているにも関わらず、世界有数のフードロス大国である日本。
「3分の1ルール」などの商慣習のために、その多くを無駄にしているのです。
私たちクラダシは1.5次流通革命を通じて、日本のフードロスを削減します。

Kuradashi の特徴的なビジネスモデル

フードロス削減に特化したプラットフォームで
サプライヤー良し、消費者良し、社会良しの三方良しのソーシャルグッドを実現

サプライヤー

在庫の再流通

ZENB



- 廃棄コスト削減、フードロス品再流通
- サステナブルな活動に寄与、SDGsの観点での企業イメージ向上

ソーシャルグッドマーケット

Kuradashi



- 1.5次流通によるフードロス削減
- ダイナミックプライシングによる売り切り

Kuradashi
Hub

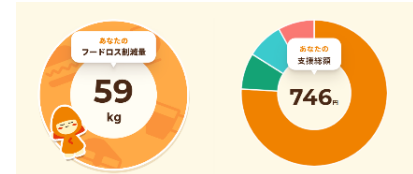
オフライン接点

Kuradashi
Stores

パートナー企業向けサービス

消費者

共感&貢献&おトクに購入



- 品質問題なくコスパ良く買える (お得)
- 珍しいものに出会える (ワクワク)
- 社会貢献に参加できる (お徳)

社会貢献活動 -社会貢献団体への寄付&クラダシ基金の活動原資-

- 購入金額の一部を社会貢献団体へ寄付もしくはクラダシ基金の活動原資へ充当
- 会員は商品購入時に支援先を複数の選択肢から選択可能

おトクな買い物がフードロス削減 更には社会貢献活動へつながるプラットフォーム

楽しいお買い物で、
みんなトクする
ソーシャルグッドマーケット

Kuradashi

フードロス削減を目指し、まだ食べられるにもかかわらず捨てられてしまう可能性のある食品などを、おトクに販売しています。

さらに、売上の一部を環境保護・災害支援などに取り組むさまざまな社会貢献団体への寄付やクラダシ基金として活用し、SDGs17の目標を横断して支援しています。

楽しくておトクなお買い物が、社会に良いことにつながる。そんな、全く新しいソーシャルグッドマーケットを創出しています。



パートナー企業からの賛同

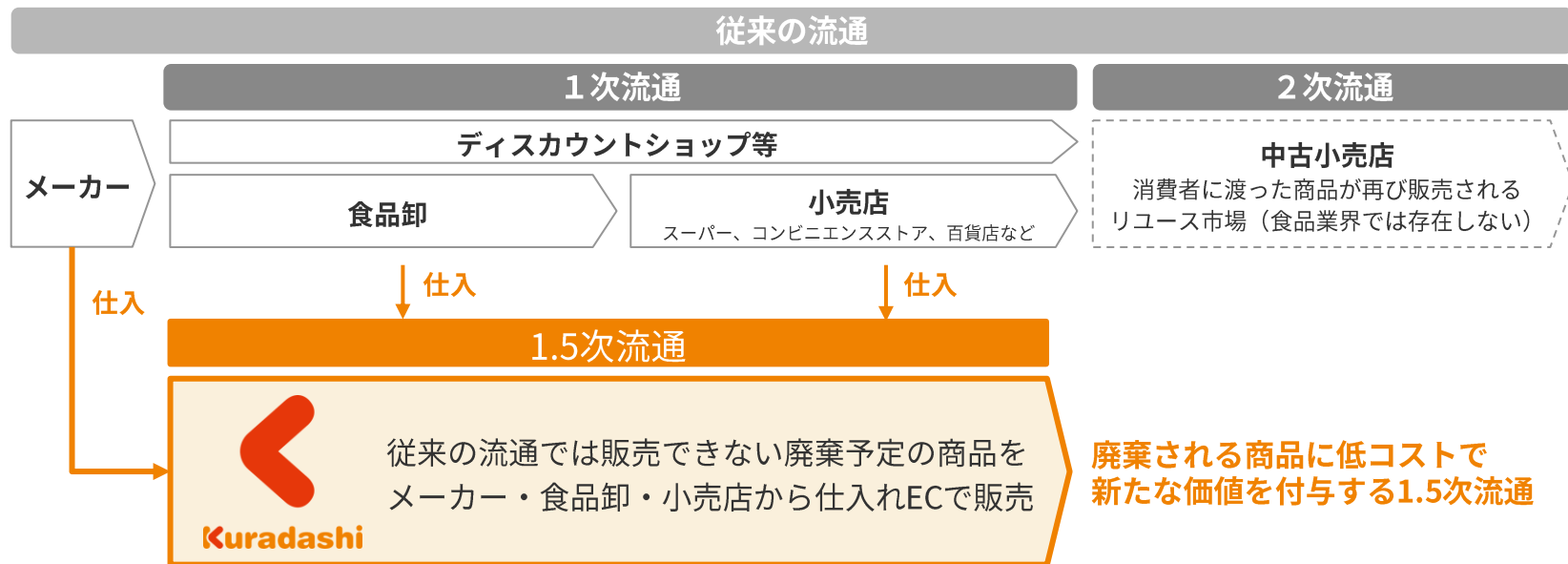
- 事業コンセプトと社会貢献の取り組みに賛同いただき、多くのパートナー企業からの商品出品を継続実現

代表的なパートナー企業例：

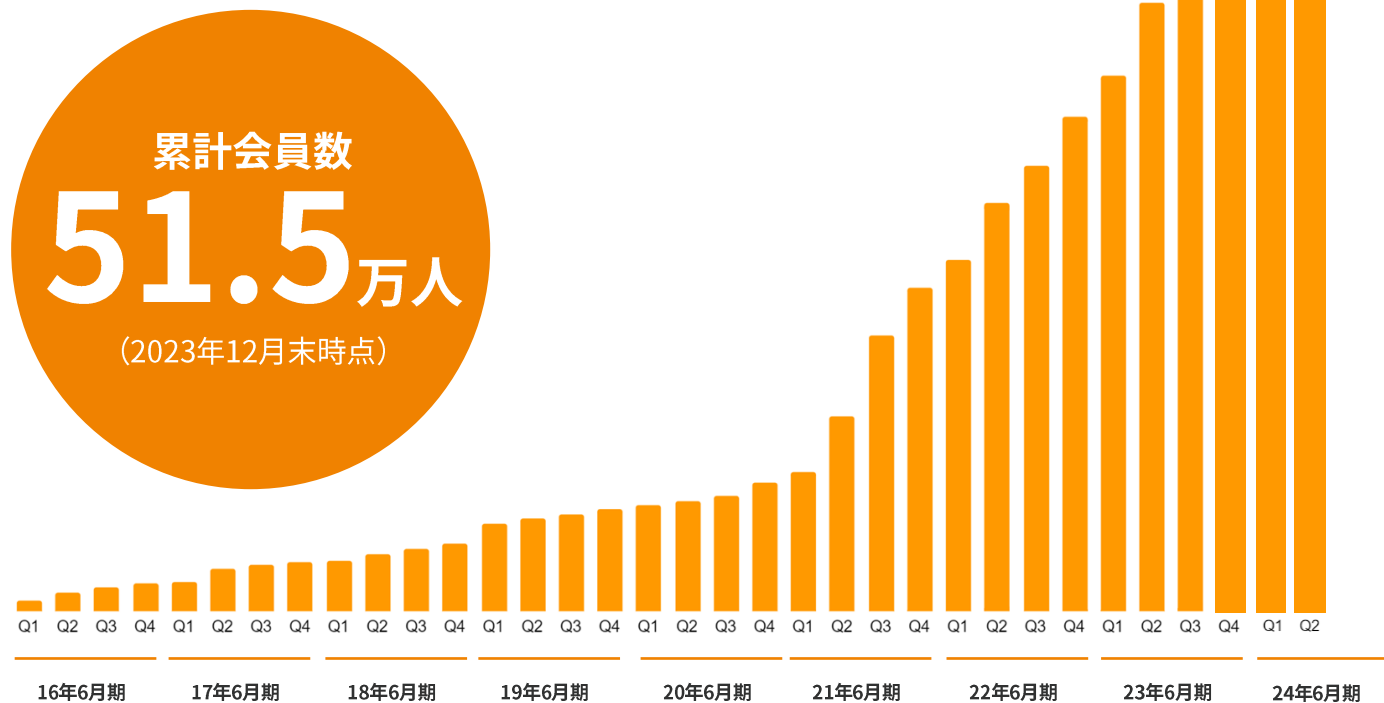


新たな価値を創造する1.5次流通の確立

- クラダシは、従来の流通とは異なる1.5次流通を開拓
- メーカーや卸・小売店から廃棄予定の商品を格安で仕入れ、運営の低コスト性・無地域性・24時間365日営業というECの特性を活かして消費者へお届け

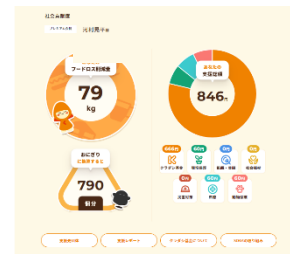
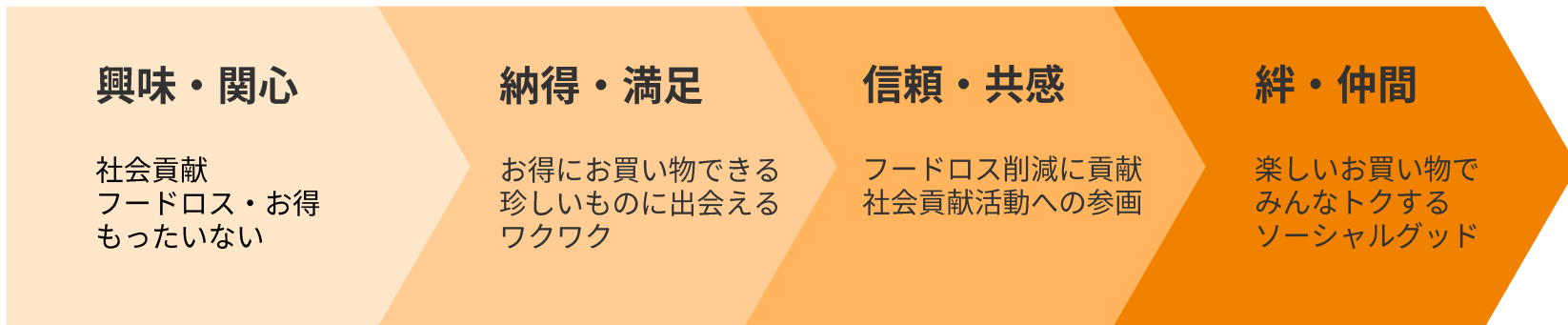


フードロス削減に賛同するKuradashi会員数は加速的に増加



会員への提供価値の全体像

- 自分のお買い物（お得に、楽しい購入体験）が、社会貢献につながる



掲載商品数 **3,300** 以上^{注1}

サステナビリティへの貢献

クラダシのユニークな事業モデルである社会貢献活動への支援

累計支援金額

2023年12月末時点

1.2億円

社会貢献団体への寄付

さまざまな支援先



日本自然保護協会



公益社団法人
国土緑化推進機構



TABLE FOR TWO



Paralym Art®



B&G
ブルーシー・アンド・グリーンランド株式会社



PBV
ピースボート
災害支援センター



On the Road
NPO法人オンロード



Lifeboat
The International Group and Trust



JCV
日本ボランティアセンター



認定NPO法人
レット症候群支援機構



特定非営利活動法人
日本移植支援協会

クラダシ基金の活動原資

代表的な活動

地方創生



食のサステナビリティ研究会



フードバンク支援



SDGs教育



1. 24年6月期 第1四半期 業績報告
2. 事業概要
3. 成長戦略
4. サステナビリティ
5. Appendix

目指すべき方向性



会社視点

Mission ソーシャルグッドカンパニーでありつづける

Vision 日本で最もフードロス削減する会社



フードロス削減においてなくてはならない存在



目指すあるべき姿 **みんなトクするフードロス削減のインフラに**



Brand Purpose 楽しいお買い物で、みんなトクする
ソーシャルグッドマーケットを創る。



会員視点

目指すあるべき姿 みんなトクするフードロス削減のインフラに

1

EC事業の拡大

2

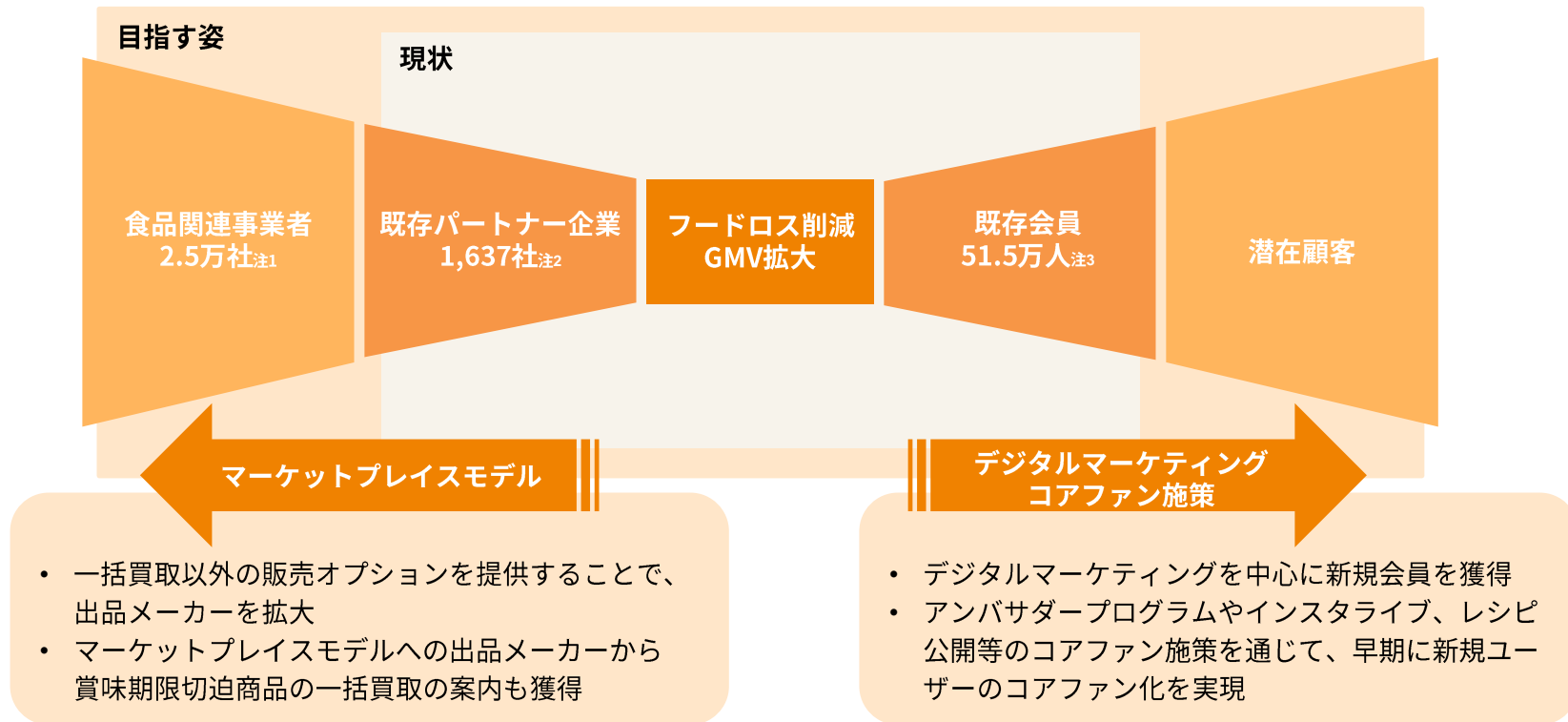
サプライチェーンにおける機能拡張

3

新規事業(M&A含む)による非連続の成長

1.EC事業の拡大

パートナー企業とユーザーの双方向にアプローチすることで、フードロス削減の輪を拡大



注1：経済産業省「2022年経済構造実態調査」

注2：創業から2023年12月末時点までに取引実績のあるパートナー企業数

注3：創業から2023年12月末時点までの累計会員登録者数

2. サプライチェーンにおける機能拡張



Kuradashi
Stores



Kuradashi
Hub



オンライン販売・ブランディングノウハウを食品メーカー等に提供
クライアント企業のブランド価値を高めつつ、自社のメディア効果も最大化

ブランディング



Kuradashi Magazine

くらだしマガジン

エシカル消費に感度の高い会員向け、パートナー企業のブランディングを支援する「ブランドスタジオサービス」

ユーザーを知ろう。

ECコンサル



Kuradashi
Analytics

Kuradashiでの過去販売データを可視化・分析することでよりリアルな販売戦略を立案

マーケティング



Kuradashi
Partner

Kuradashi上に、パートナー特設ページを作成
当該ページの会員回遊率を高めることで販売促進

オフライン



2. サプライチェーンにおける機能拡張

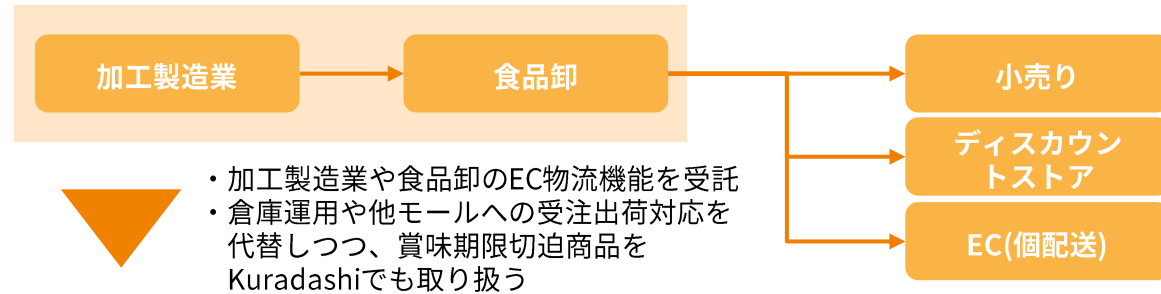


Kuradashi Base



食品EC運用ノウハウ及び食品メーカーとのリレーションを活かして、難易度の高い食品（3温度帯）のEC物流サービスを提供
食品流通の課題を解消しつつ、Kuradashi出品への導線を創出、他モールとの差別化を図る

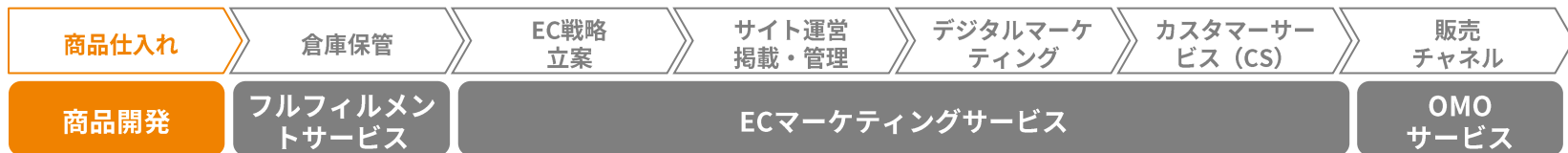
1次流通



1.5次流通



2. サプライチェーンにおける機能拡張



Kuradashi Forecast

Kuradashiのダイナミックプライシング機能など食品ECの蓄積データを活用し、需要予測や新商品開発といったサプライチェーン上流でフードロスが出ない仕組みを構築

事例：プライベートブランド「つくってKuradashi」の開発

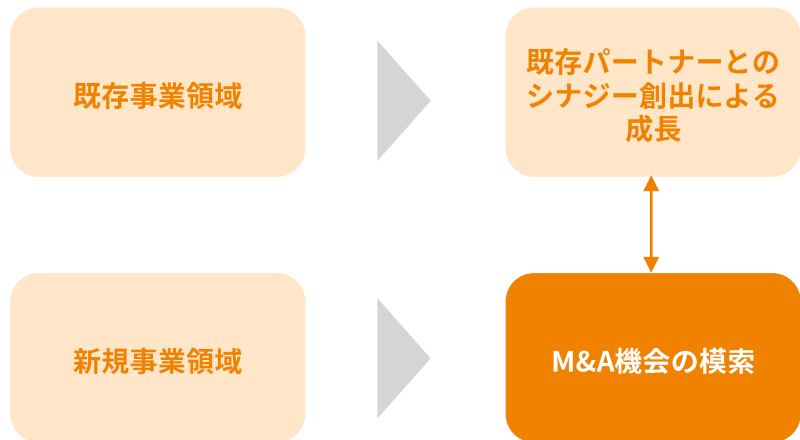
ロスになりそうな食材を、調理加工・冷凍した総菜を開発し販売。購買データを商品開発・改善に活用



3.非連続な成長の為のM&A

Kuradashiの事業バリューチェーン強化をすることで、事業成長の加速・非連続の成長を目指す

成長のための手段の考え方



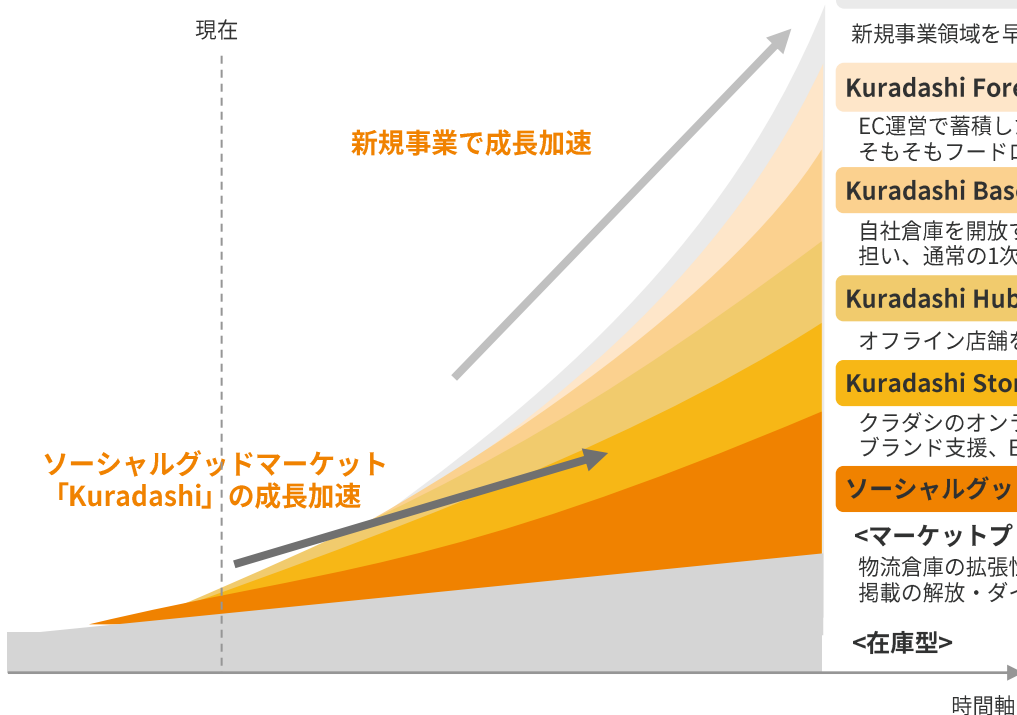
継続的に高い成長を維持しながら、
事業が大きく伸長するような非連続の成長

領域

展開の方向性

領域	展開の方向性
川上 Kuradashi Forecast & 新規事業領域	<ul style="list-style-type: none">• 需給予測 (ダイナミックプライシング)• 商品製造企業• 商品設計/PB (プライベートブランド)
Kuradashi Base	<ul style="list-style-type: none">• 倉庫事業/運送事業• 倉庫管理WMS及びサイト販売システムOMS
Kuradashi Stores	<ul style="list-style-type: none">• ECサイト運営企業のカテゴリ領域拡充• EC戦略/マーケティングコンサルティング• ブランドソリューション (広告事業)
川下 Kuradashi Hub	<ul style="list-style-type: none">• 販売チャネルの拡充 (オンライン・オフライン両軸)• リテールメディアとしてのチャネル活用

マーケットプレイス事業を中心に堅調な既存事業を成長加速 さらに新規事業による収益複線化で成長加速を目指す



M&Aによる非連続の成長

新規事業領域を早期に立ち上げるM&A投資による非連続の成長を狙う。

Kuradashi Forecast 商品開発

EC運営で蓄積したデータ&知見でフードロスの発生抑制を図る需要予測システムと、そもそもフードロスの出ない商品設計・開発をサービスとして提供。

Kuradashi Base フルフィルメントサービス

自社倉庫を開放することで、商品の移動距離を削減。パートナー企業の商品管理を担い、通常の1次流通を管理することでフードロス予備軍の円滑な1.5次流通化を実現。

Kuradashi Hub OMOサービス

オフライン店舗を積極的に展開しオンライン・オフライン接点強化によるシナジーを創造。

Kuradashi Stores ECマーケティングサービス

クラダシのオンライン販売のノウハウをデータ化し食品メーカーなどに開放。ブランド支援、ECコンサルティング支援、マーケティング支援を提供。

ソーシャルグッドマーケット Kuradashi

<マーケットプレイス型>

物流倉庫の拡張性に左右されないスケラビリティ実現済み(Phase1)
掲載の解放・ダイナミックプライシングを開放し機能拡充を図る予定(Phase2,Phase3)

<在庫型>

1. 24年6月期 第1四半期 業績報告
2. 事業概要
3. 成長戦略
4. サステナビリティ
5. Appendix

Kuradashiによる社会・環境・経済へのポジティブ・インパクト（2023年12月末時点 累計）



フードロス削減量

20,653トン



CO2削減量

54,751トン



経済効果

92億6152万円

食品メーカーなどの協働による社会課題への取り組み

食のサステナビリティ共創・協働フォーラム

- 2023年10月に第2回となる同イベントを開催。
- 「食×サステナビリティ」を切り口に有識者による最新の社会・環境課題、業界をリードする食品企業トップによるサステナビリティ経営戦略について発信。



登壇いただいた味の素株式会社 藤江社長

フードバンク・子ども食堂支援

- 森永乳業株式会社と実施した「Remember Viennetta」プロジェクトの企画にて、子ども食堂にビエネッタ40個をプレゼント。
- 株式会社ロッテなどパートナー企業と支援の面でも協力。



「令和6年 能登半島地震緊急支援 ピースボート災害支援センター」への緊急支援を開始

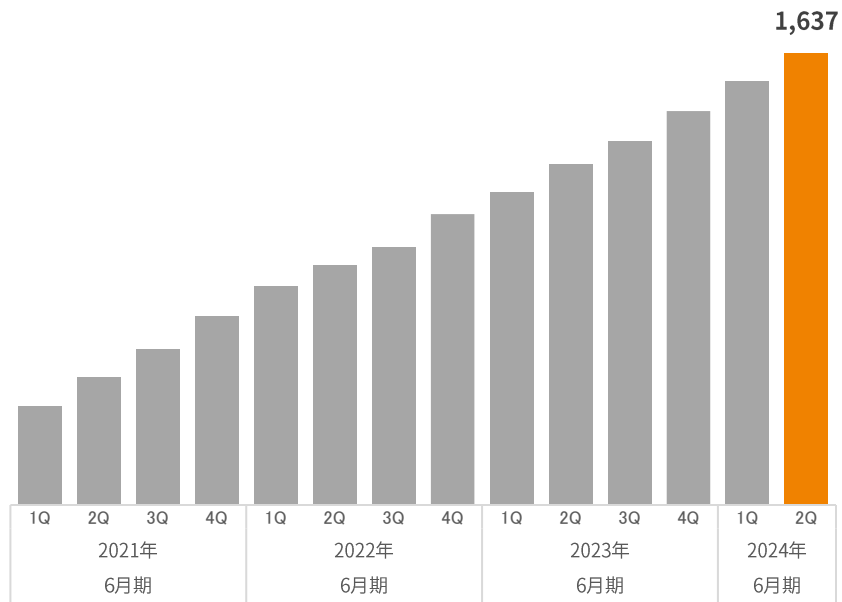


1. 24年6月期 第1四半期 業績報告
2. 事業概要
3. 成長戦略
4. サステナビリティ
5. Appendix

KPI推移 累計指標

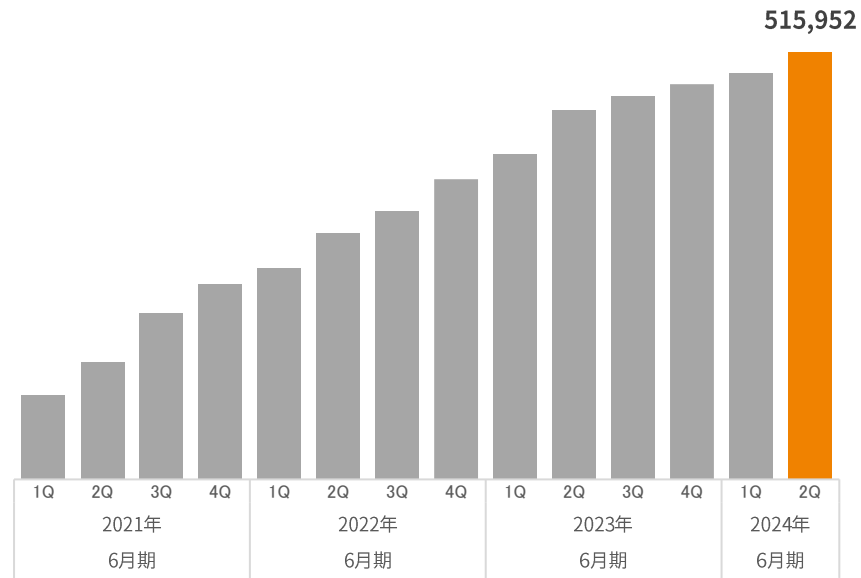
累計パートナー企業数^{注1}

(単位：社)



累計会員数^{注2}

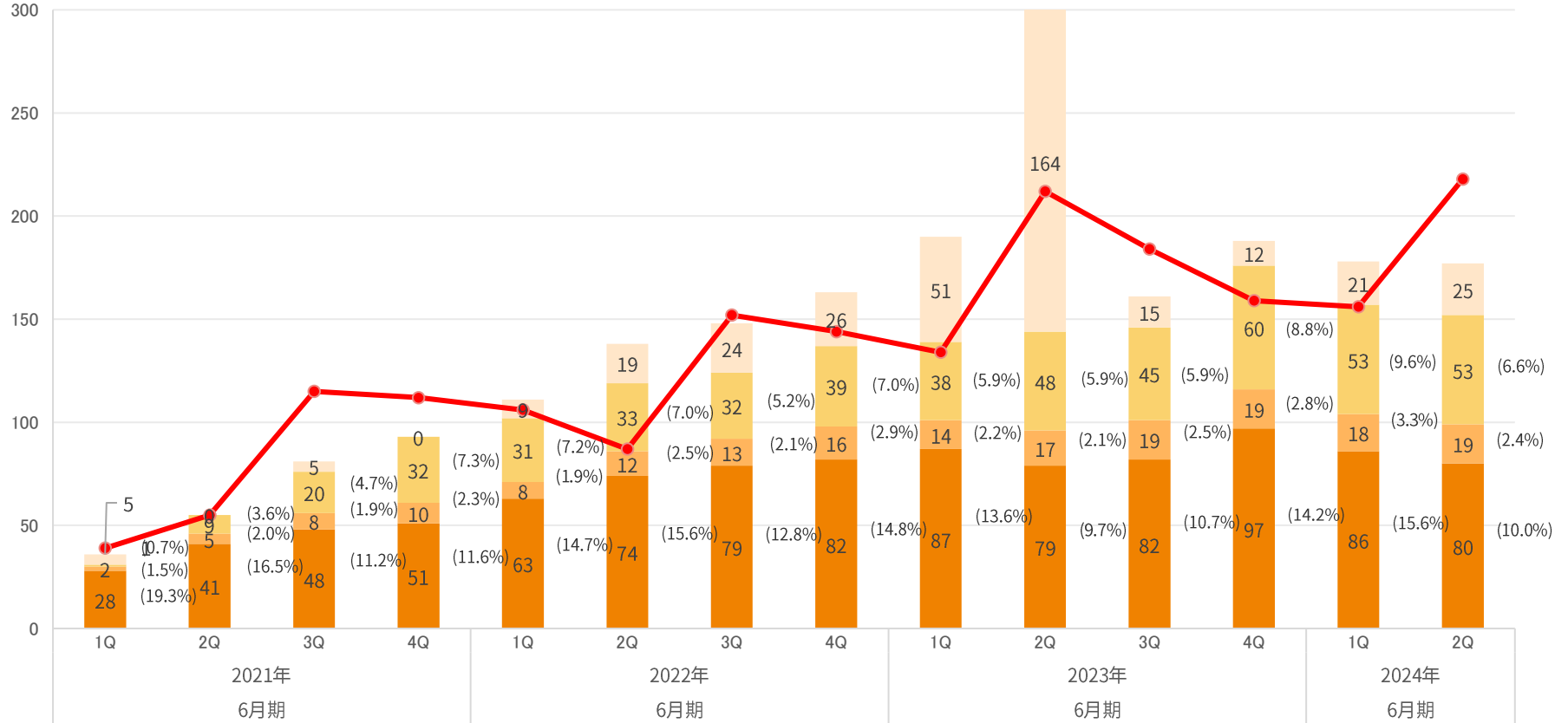
(単位：人)



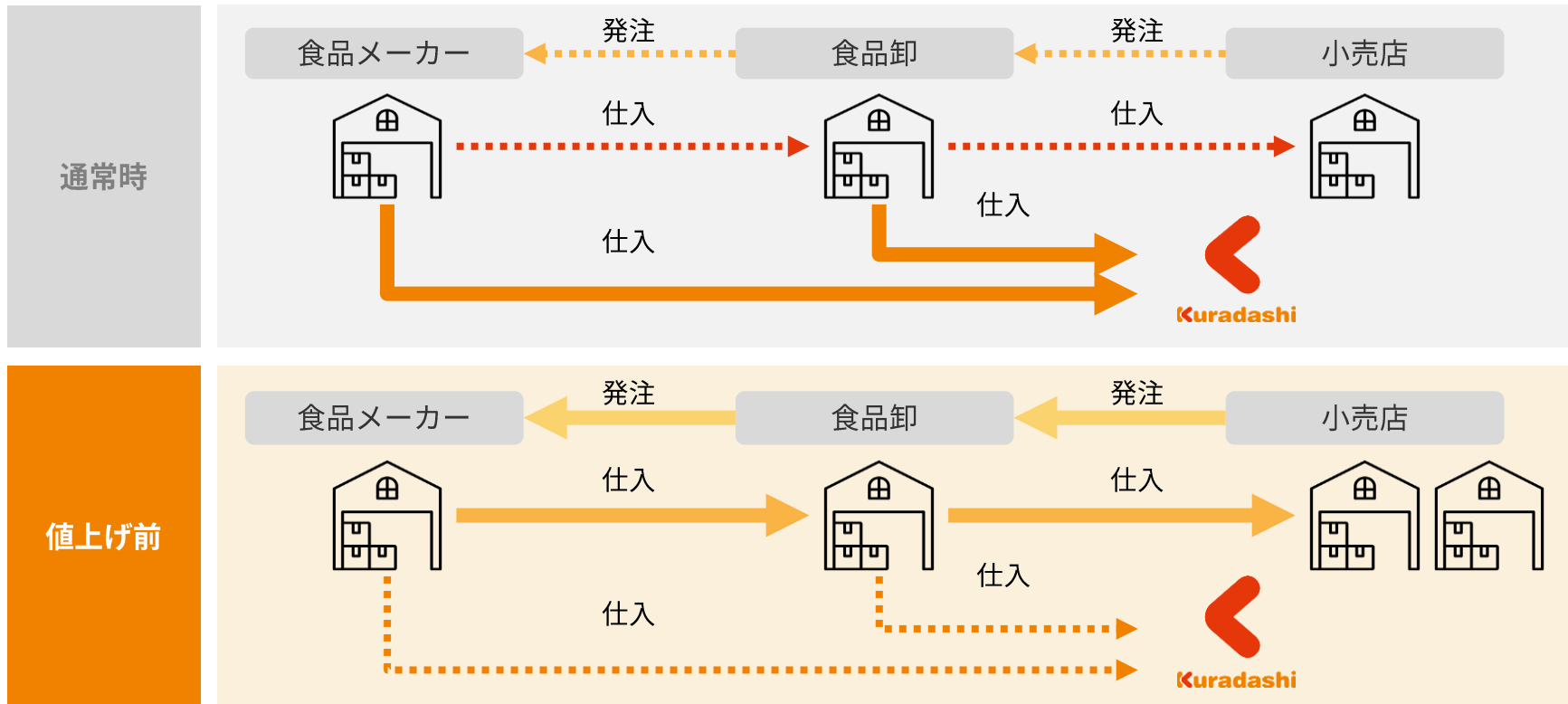
固定費の推移と限界利益

■ 人件費
 ■ システム費・減価償却費
 ■ その他固定費
 ■ 広告宣伝費
 ● 限界利益

(百万円、売上高比率%)



- 値上げ前に小売側が在庫確保をするため、メーカー・卸の在庫処分が進む
- そのため1次流通の回転が上がり、1.5次流通（当社）への流通案内が減少する



貸借対照表

(百万円)	24年6月期 2Q実績	24年6月期 1Q実績	前Q比	23年6月期 4Q実績	前年度末比
流動資産	1,347	1,187	113.5%	1,231	109.4%
現金及び預金	1,056	963	109.7%	1,048	100.8%
固定資産	143	128	111.1%	111	128.6%
資産合計	1,490	1,316	113.2%	1,342	111.0%
流動負債	422	276	153.1%	280	150.9%
借入金	22	24	92.3%	25	86.4%
固定負債	29	33	87.5%	38	76.3%
借入金	29	33	87.5%	38	76.3%
負債合計	451	309	146.0%	318	141.9%
純資産合計	1,038	1,006	103.1%	1,024	101.4%
負債純資産合計	1,490	1,316	113.2%	1,342	111.0%
自己資本比率	69.7%	76.5%	▲6.8pts	76.3%	▲6.6pts

財務データシート

株式会社クラダシ KURADASHI Co., Ltd (証券コード: 5884)
2024年6月期第2四半期 決算補足資料 (データシート)

	2021年6月期				2022年6月期				2023年6月期				2024年6月期	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
	From: 7/1/2020	10/1/2020	1/1/2021	4/1/2021	7/1/2021	10/1/2021	1/1/2022	4/1/2022	7/1/2022	10/1/2022	1/1/2023	4/1/2023	4/1/2023	10/1/2023
To:	9/30/2020	12/31/2020	3/31/2021	6/30/2021	9/30/2021	12/31/2021	3/31/2022	6/30/2022	9/30/2022	12/31/2022	3/31/2023	6/30/2023	6/30/2023	12/31/2023
<主要財務指標> (百万円)														
売上高	145	248	428	440	429	473	616	554	642	818	763	685	552	804
売上高成長率	141.7%	227.5%	290.8%	212.9%	296.2%	190.2%	143.7%	125.8%	149.6%	172.9%	123.9%	123.7%	85.9%	98.3%
売上総利益	72	113	220	231	213	223	292	284	272	370	352	303	281	385
売上総利益率	49.7%	45.6%	51.4%	52.5%	49.7%	47.1%	47.4%	51.3%	42.4%	45.2%	46.1%	44.2%	50.9%	47.9%
販売費及び一般管理費	70	113	186	212	219	275	289	303	329	467	331	333	303	345
変動費	33	58	105	118	106	135	140	139	137	157	168	143	124	167
限界利益	39	55	115	112	106	87	152	144	134	212	184	159	156	218
限界利益率	27.5%	22.4%	26.9%	25.6%	24.8%	18.5%	24.8%	26.1%	20.9%	26.0%	24.1%	23.3%	28.4%	27.1%
固定費	37	55	81	94	112	140	149	163	191	309	163	189	178	178
人件費	28	41	48	51	63	74	79	82	87	79	82	97	86	80
売上高人件費率	19.9%	16.5%	11.3%	11.7%	14.9%	15.7%	12.9%	14.8%	13.5%	9.7%	10.8%	14.2%	15.6%	10.0%
広告宣伝費	5	0	5	0	9	19	24	26	51	164	15	12	21	25
営業利益	2	0	33	18	-6	-52	3	-19	-57	-97	20	-30	-22	39
経常利益	0	0	0	0	-5	-52	4	-21	-56	-91	22	-45	-20	40
当期純利益	0	0	0	0	-3	-31	2	-47	-56	-92	22	-40	-17	31
<その他財務指標>														
固定費	37	55	81	94	112	140	149	163	191	309	163	189	178	178
人件費	28	41	48	51	63	74	79	82	87	79	82	97	86	80
システム費	1	2	4	5	5	9	9	11	11	13	15	13	14	15
減価償却費	0	1	3	3	3	3	3	4	3	4	4	6	6	6
その他固定費	1	9	20	32	31	33	32	39	38	48	45	42	53	53
広告宣伝費	5	0	5	-	9	19	24	26	51	164	15	12	21	25
<主要KPI>														
累計会員数 (人) *1	101,717	142,345	200,997	235,903	255,092	297,609	324,319	362,587	392,706	446,286	462,879	477,552	491,279	515,952
月間UU (人) *2	6,201	11,150	15,956	17,226	16,434	19,451	20,968	20,719	21,203	27,177	24,622	21,117	19,815	24,923
ARPPU (円) *3	6,673	6,792	8,046	8,155	8,249	7,791	7,747	7,973	7,988	8,258	9,104	9,338	8,378	9,756
累計パートナー企業数 (社) *4	359	464	563	683	792	866	934	1,054	1,134	1,233	1,319	1,428	1,536	1,637
アクティブ企業数 (社) *5	119	207	266	309	329	328	348	361	361	403	417	435	474	552
平均仕入高 (千円) *6	833	959	753	752	789	809	935	824	1,040	1,373	1,077	731	661	818
限界利益率 (%) *7	27.5%	22.4%	26.9%	25.6%	24.8%	18.5%	24.8%	26.1%	20.9%	26.0%	24.1%	23.3%	28.4%	27.1%

*1 創業から四半期会計期間の末日までの累計会員登録者数

*2 月間UU (Unique Userの購入ID数) の四半期 (3ヶ月) の平均数

*3 Average Revenue per Paid User (月間UU 1人当たり平均購入金額)

*4 創業から四半期会計期間の末日までに取引実績のあるパートナー企業数

*5 四半期会計期間内に取引が発生したパートナー企業

*6 四半期会計期間の仕入高をアクティブ企業数で除して算出

*7 限界利益 (売上高から売上原価及び配送料等の変動費を控除した金額) を売上高で除して算出

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。これらの将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の情報に基づいて作成されており、将来の結果や業績を保証するものではありません。このような将来予想に関する記述には、既知および未知のリスクや不確実性が含まれており、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黙示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。

これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内および国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限定されるものではありません。また、当社以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいており、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性や適切性を検証しておらず、保証しておりません。また当社は、記載内容に重要な変動がある場合を除き、本資料の記述を修正する予定はありません。

本資料は、情報提供のみを目的として作成しています。本資料は、当社の有価証券の販売の勧誘や購入の勧誘を目的としたものではありません。