

2024年3月期通期決算説明資料

2024年5月15日

株式会社ハルメクホールディングス

ハルメクグループは、
50代からの女性がよりよく生きることを応援します。

これからのために、生きてきた

ハルメク
h a l m e k

1. 2024年3月期決算概要
2. 2025年3月期業績予想
3. 今後の取り組み

1. 2024年3月期決算概要

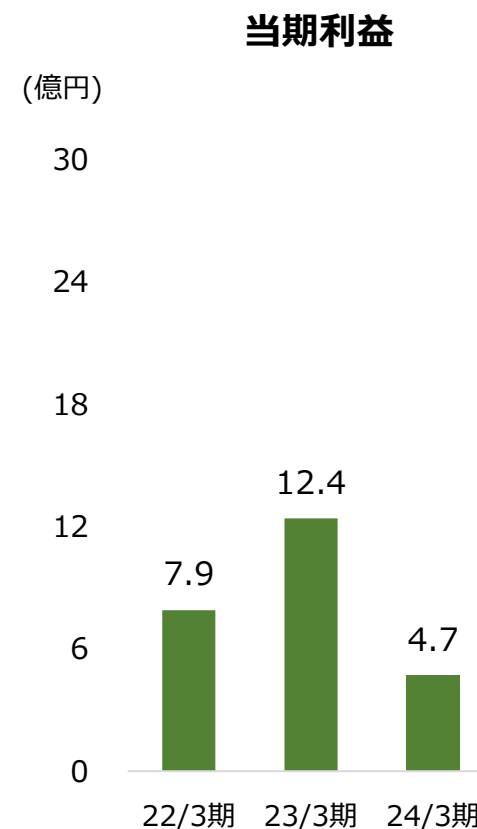
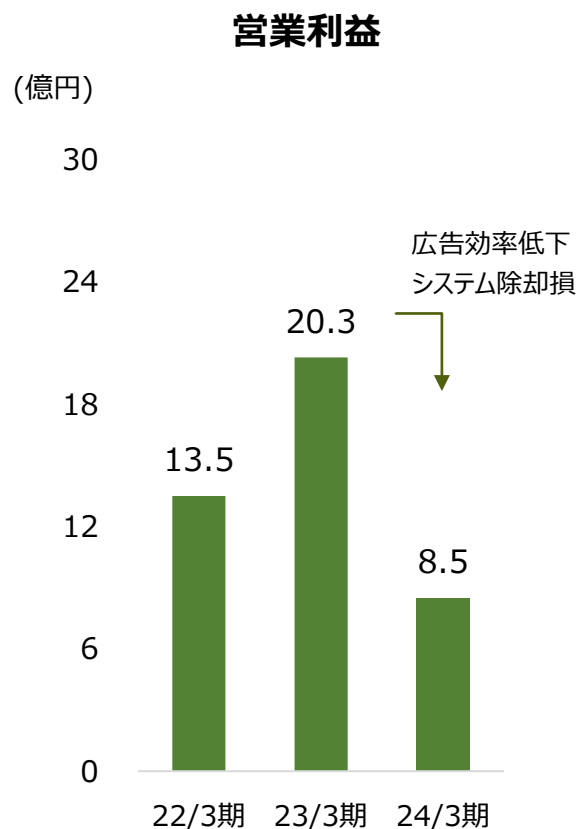
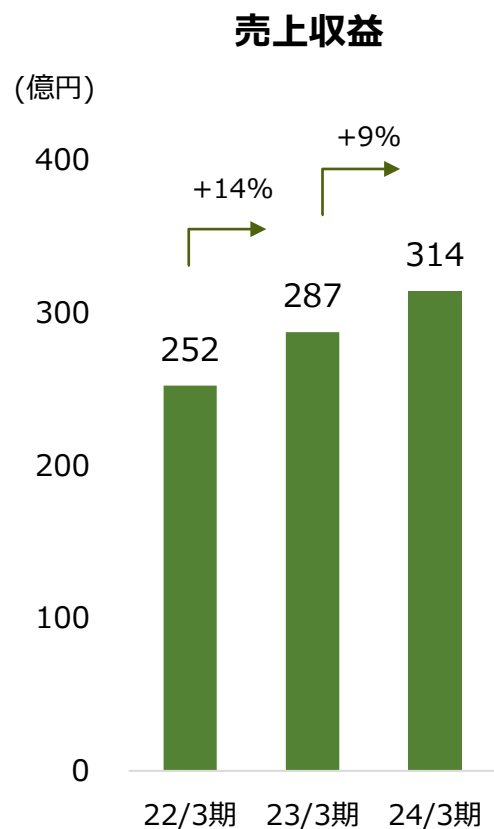
業績ハイライト（連結損益計算書）

- 売上は増収を継続、過去最高を更新
- 営業利益は、TVへの大型露出による新規読者獲得効果がなくなったことと、秋以降、コロナ禍による追い風がなくなったことから、広告効率やカタログ効率が巡航速度まで低下し、減少（△4.1億）。更に、システムの除却損失(△5.7億)を計上したことで、前年比大幅減

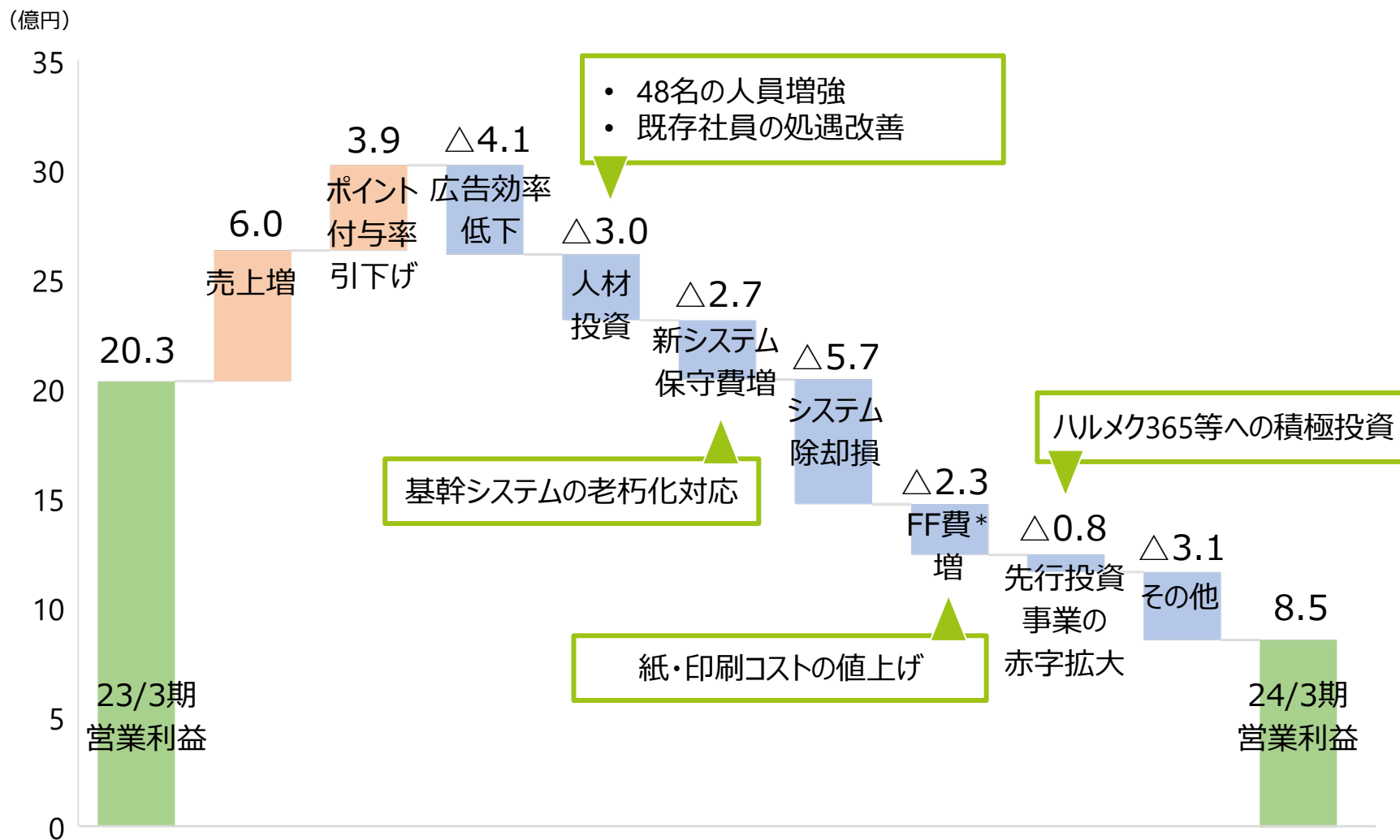
| (IFRS基準) | 2023/3期 実績 | 2024/3期 | | 前年同期比 | 修正予想比 |
|----------|---------------|---------|--------|--------|--------|
| | | 修正予想 | 実績 | | |
| 売上収益 | 28,738 | 31,000 | 31,415 | +9.3% | +1.3% |
| 営業利益 | 2,030 | 800 | 857 | △57.7% | +7.2% |
| 税引前利益 | 1,864 | 625 | 681 | △63.4% | +9.1% |
| 当期利益 | 1,248 | 400 | 476 | △61.9% | +19.1% |

単位：百万円

ハルメクグループの業績推移 (IFRS)



2024年3月期通期決算 営業利益の分析



* FF費→FulFillment費の略。受注、梱包、発送、顧客サポート等、注文を受けてからお客様に商品をお届けするまでの一連のプロセスに関わるコスト

セグメント別業績

- ハルメク事業は、売上8.9%成長で過去最高を更新も、広告効率の低下と先行投資により利益減
 - 全国通販事業は、積極的な新規顧客獲得への投資を実施し、売上二桁増、利益減
- ※下表のEBITDAとIFRS基準営業利益の主な差異はシステム除却損と償却費になります

| (日本基準) | | 2023/3期 実績 | 2024/3期 実績 | 前年同期比 |
|--------|--------|---------------|---------------|--------|
| グループ連結 | 売上 | 28,735 | 31,405 | +9.3% |
| | EBITDA | 2,286 | 1,908 | △16.5% |
| | (マージン) | 8.0% | 6.1% | △1.9% |
| ハルメク | 売上 | 22,056 | 24,029 | +8.9% |
| | EBITDA | 1,988 | 1,707 | △14.1% |
| | (マージン) | 9.0% | 7.1% | △1.9% |
| 全国通販 | 売上 | 7,007 | 7,721 | +10.2% |
| | EBITDA | 87 | 30 | △64.7% |
| | (マージン) | 1.2% | 0.4% | △0.8% |
| 調整額 | 売上 | △328 | △345 | — |
| | EBITDA | 211 | 169 | — |

* 本ページで記載する業績は全て日本基準のため、4ページの業績ハイライト及び16ページの業績予想と一致しない箇所あり。EBITDA：営業利益＋償却費、EBITDA率（マージン）：EBITDA÷売上高

単位：百万円

| (日本基準) | | 2023/3期 実績 | 2024/3期 実績 | 前年同期比 | |
|--------|--------------|------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| ハルメク事業 | 売上 | 22,056 | 24,029 | +8.9% | |
| | EBITDA | 1,988 | 1,707 | △14.1% | |
| | (マージン) | 9.0% | 7.1% | △1.9% | |
| | 情報 コンテンツ | 売上 EBITDA (マージン) | 3,454 998 28.9% | 3,467 722 20.8% | +0.4% △27.7% △8.1% |
| | 物販 | 売上 EBITDA (マージン) | 14,721 1,680 11.4% | 15,836 1,770 11.2% | +7.6% +5.3% △0.2% |
| コミュニティ | 売上 EBITDA | 47 △12 | 52 △25 | +12.1% - | |
| 先行投資 | 売上 EBITDA | 3,834 △678 | 4,671 △758 | +21.8% - | |

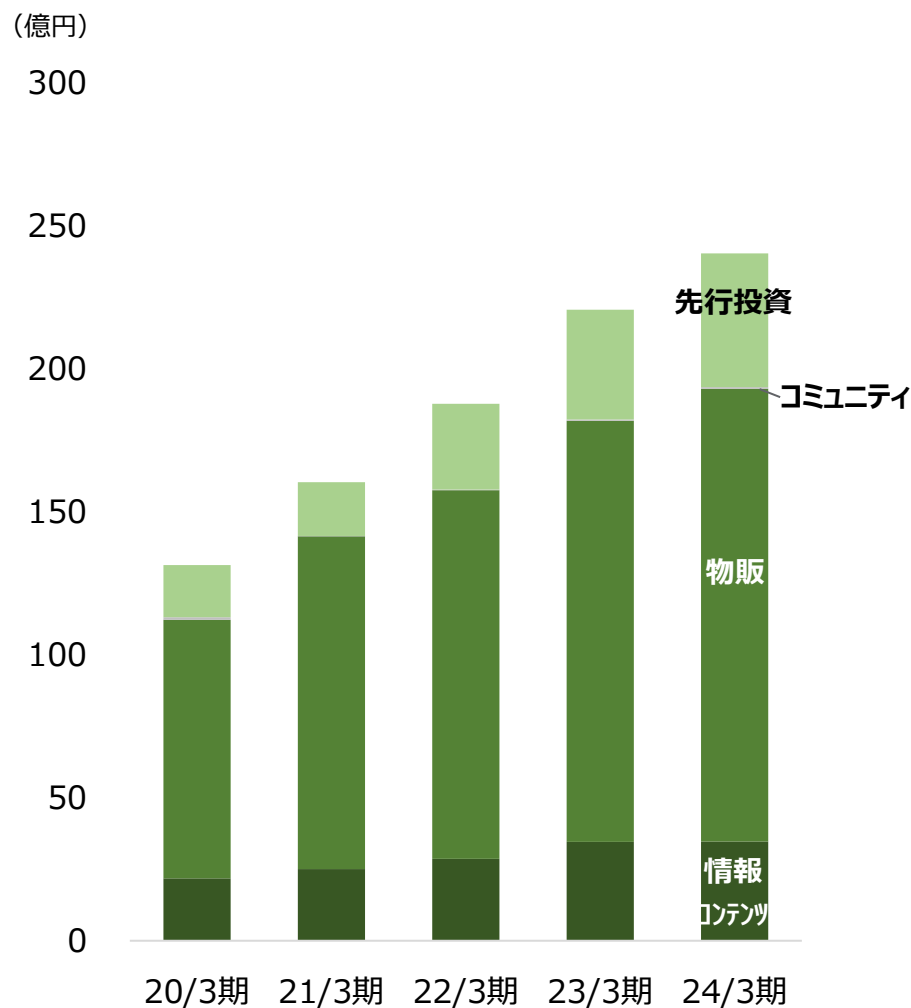
*1 本ページで記載する業績は全て日本基準。EBITDA：営業利益＋償却費、EBITDA率（マージン）：EBITDA÷売上高

*2 既存事業：情報コンテンツ、物販、コミュニティ、先行投資：店舗＋新聞外販、法人事業、ハルメク365、物販（新プロジェクト）、コミュニティ（押し花）、サービス（終活）、中国事業準備

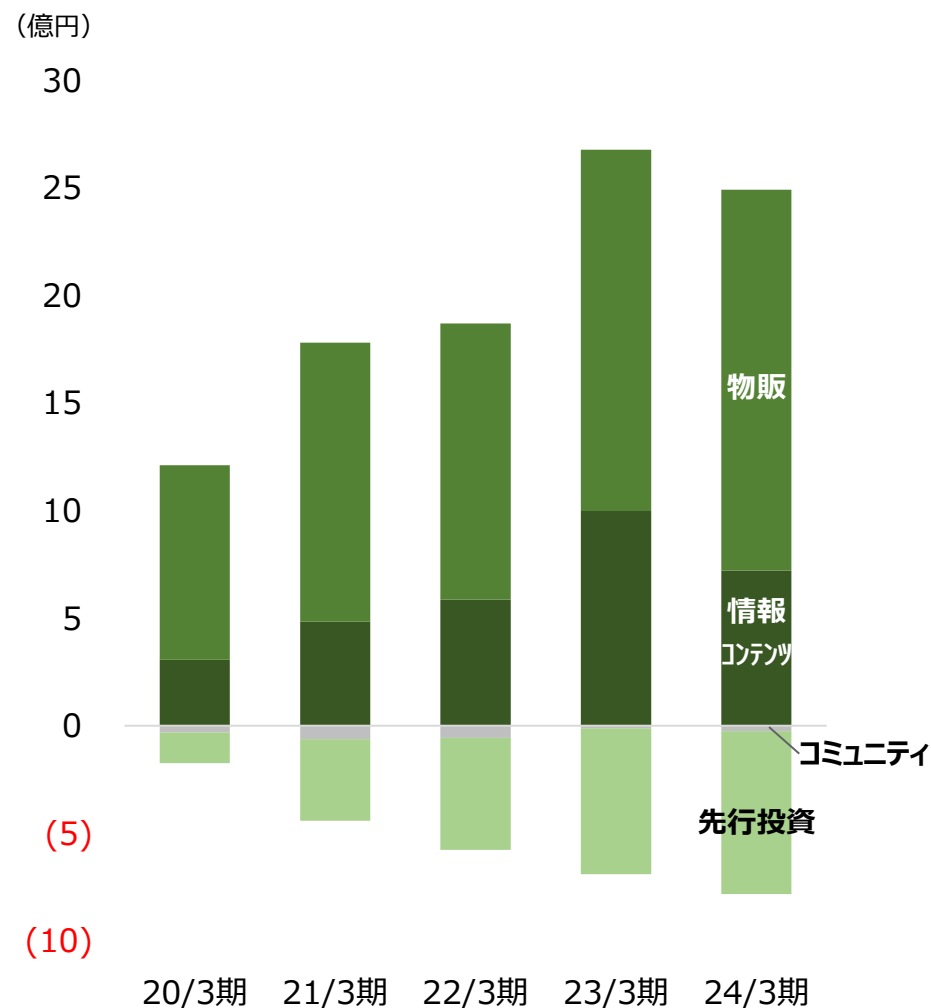
単位：百万円

セグメント別業績推移：ハルメク事業

売上高



EBITDA



セグメントと事業内訳の対比表

- 今後は、セグメント区分に加えて、下表のように事業別の内訳を開示します
- 安定成長・安定収益の基盤事業と、規模が大きくなってきた法人事業、ハルメク365を中心とした先行投資事業。従来、先行投資事業としていたもののうち、一部は基盤事業に含めて開示するよう変更しています

| セグメント | 区分 | 区分先 | 事業 | 区分 | |
|---------------|-------------------|---|--------------------|---|--------|
| ハルメク事業 | • 情報コンテンツ（ハルメク誌） | ▶ 基盤事業 「情報コンテンツ」 | 基盤事業 | <ul style="list-style-type: none"> • 情報コンテンツ（ハルメク誌） • ハルメク物販（カタログ通販+現EC+店舗+新聞外販） • ことせ物販 | |
| | • 物販（ハルメク物販） | ▶ 基盤事業 「ハルメク物販」 | | | |
| | • コミュニティ（講座・イベント） | ▶ 先行投資 「ハルメク365」 | 法人事業 | <ul style="list-style-type: none"> • シニア企業向けにマーケティング戦略立案から実行・改善までをトータルで支援するB2B事業 | |
| | 先行投資 | • 店舗+新聞外販 | ▶ 基盤事業 「ハルメク物販」 | | 先行投資事業 |
| | | • 法人事業 | ▶ 法人事業 | | |
| | | • ハルメク365 | ▶ 先行投資事業 | | |
| • 物販（新プロジェクト） | | | | | |
| • コミュニティ（押し花） | ▶ 先行投資事業 | <ul style="list-style-type: none"> • ハルメク365（講座・イベント含） • 物販（新プロジェクト） • コミュニティ（押し花） • サービス（終活） • 中国事業準備 | | | |
| • サービス（終活） | | | | | |
| • 中国事業準備 | | | | | |
| 全国通販事業 | ことせ物販 | ▶ 基盤事業 「ことせ物販」 | | | |

| (日本基準) | | 2023/3期 実績 | 2024/3期 実績 | 前年同期比 | |
|--------|--------|---------------|---------------|--------|-------|
| グループ連結 | 売上 | 28,735 | 31,405 | +9.3% | |
| | EBITDA | 2,286 | 1,908 | △16.5% | |
| | (マージン) | 8.0% | 6.1% | △1.9% | |
| | 基盤事業 | 売上 | 27,848 | 30,431 | +9.3% |
| | EBITDA | 2,308 | 2,117 | △8.3% | |
| | (マージン) | 8.3% | 7.0% | △1.3% | |
| 法人事業 | 売上 | 1,127 | 1,246 | +10.6% | |
| | EBITDA | 68 | 102 | +48.3% | |
| | (マージン) | 6.1% | 8.2% | +2.1% | |
| 先行投資事業 | 売上 | 117 | 162 | +38.4% | |
| | EBITDA | △290 | △454 | — | |
| | (マージン) | | | | |
| 調整額 | 売上 | △357 | △435 | — | |
| | EBITDA | 199 | 142 | — | |

*1 本ページで記載する業績は全て日本基準のため、4ページの業績ハイライト及び16ページの業績予想と一致しない箇所あり。EBITDA：営業利益＋償却費、EBITDA率（マージン）：EBITDA÷売上高

*2 基盤事業：「情報コンテンツ（ハルメク誌）」「ハルメク物販（カタログ通販＋現EC＋店舗＋新聞外販）」「ことせ物販」
 法人事業：ハルメク・エイジマーケティングが担当しているシニア企業向けにマーケティング戦略立案から実行・改善までをトータルで支援するB2B事業
 先行投資事業：ハルメク365（講座・イベント含）、物販（新プロジェクト）、コミュニティ（押し花）、サービス（終活）、中国事業準備

単位：百万円

基盤事業内訳

- 情報コンテンツは、8ページ「ハルメク事業内訳」と同様の数字
- ハルメク物販は、8ページ「ハルメク事業内訳」の物販に、店舗 + 新聞外販を加えた数字
- ことせ物販は、7ページ「セグメント別業績」の全国通販と同様の数字

| (日本基準) | | 2023/3期 実績 | 2024/3期 実績 | 前年同期比 |
|--------|---------|---------------|---------------|--------|
| 基盤事業 | 売上 | 27,848 | 30,431 | +9.3% |
| | EBITDA | 2,308 | 2,117 | △8.3% |
| | (マージン) | 8.3% | 7.0% | △1.3% |
| | 情報コンテンツ | 売上 | 3,454 | 3,467 |
| | EBITDA | 998 | 722 | △27.7% |
| | (マージン) | 28.9% | 20.8% | △8.1% |
| ハルメク物販 | 売上 | 17,387 | 19,241 | +10.7% |
| | EBITDA | 1,223 | 1,365 | +11.6% |
| | (マージン) | 7.0% | 7.1% | +0.1% |
| ことせ物販 | 売上 | 7,007 | 7,721 | +10.2% |
| | EBITDA | 87 | 30 | △64.7% |
| | (マージン) | 1.2% | 0.4% | △0.8% |

単位：百万円

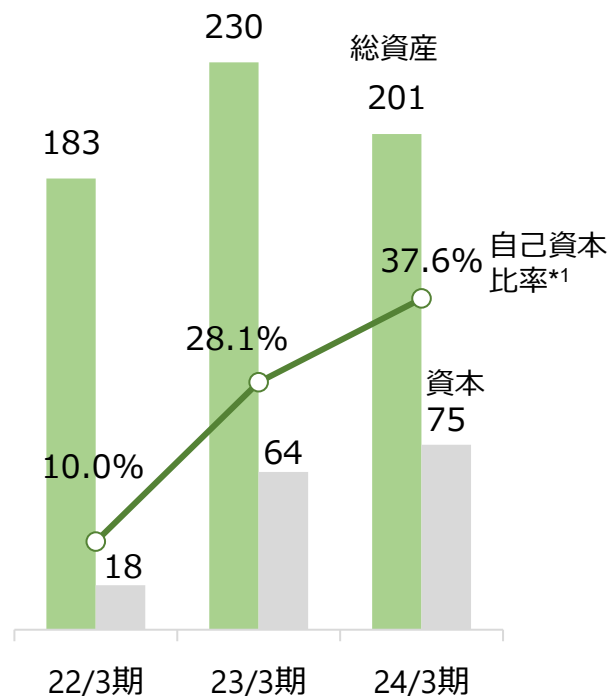
*1 本ページで記載する業績は全て日本基準。EBITDA：営業利益+償却費、EBITDA率（マージン）：EBITDA÷売上高

*2 基盤事業：「情報コンテンツ（ハルメク誌）」「ハルメク物販（カタログ通販+現EC+店舗+新聞外販）」「ことせ物販」

財政状態関連指標

財政状態

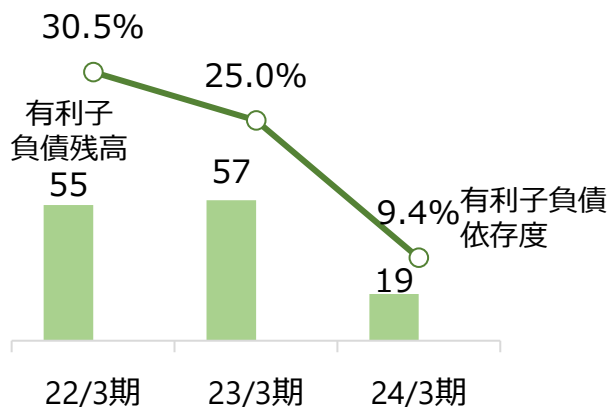
(単位：億、%)



*1 親会社所有者帰属持分比率

有利子負債残高及び依存度*2

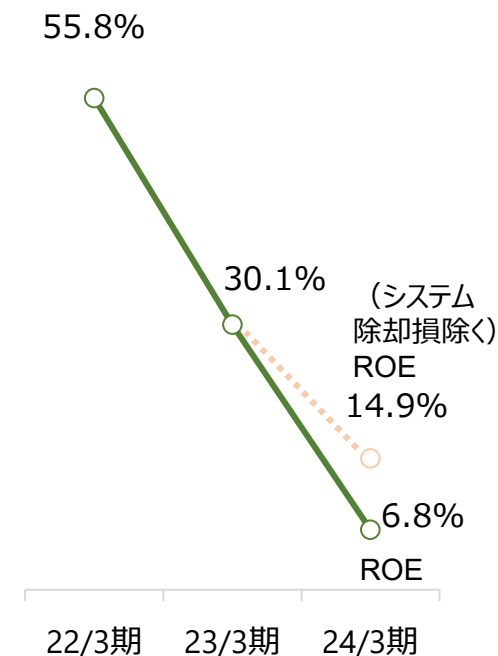
(単位：億、%)



*2 有利子負債依存度 = 有利子負債(借入金) ÷ 総資産合計

ROE*3,4

(単位：%)

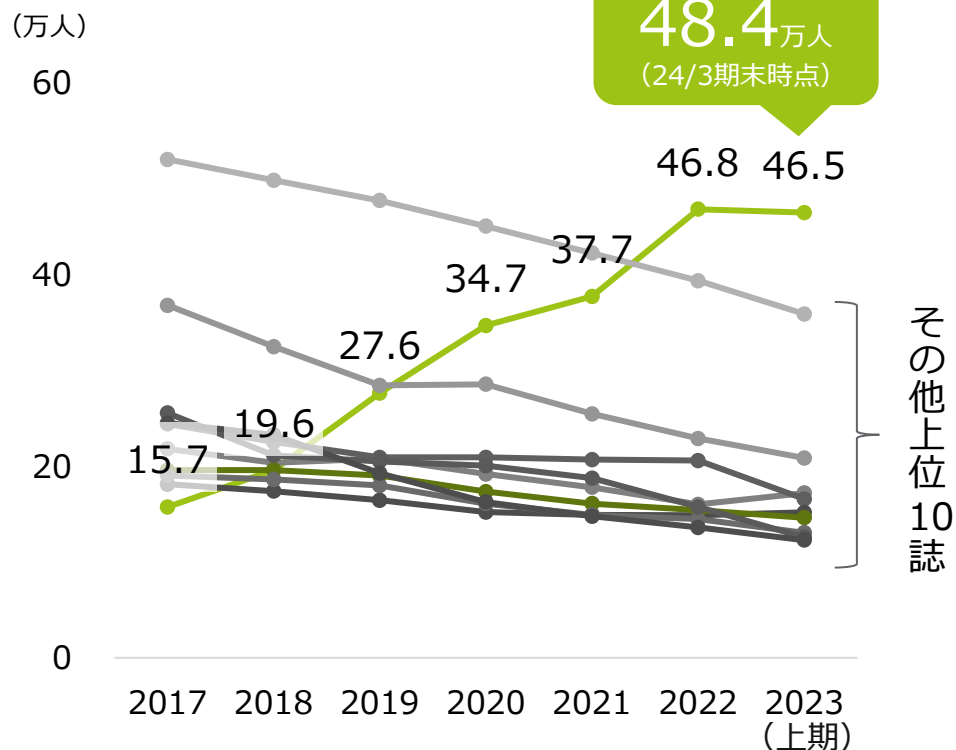


*3 親会社所有者帰属持分当期利益率

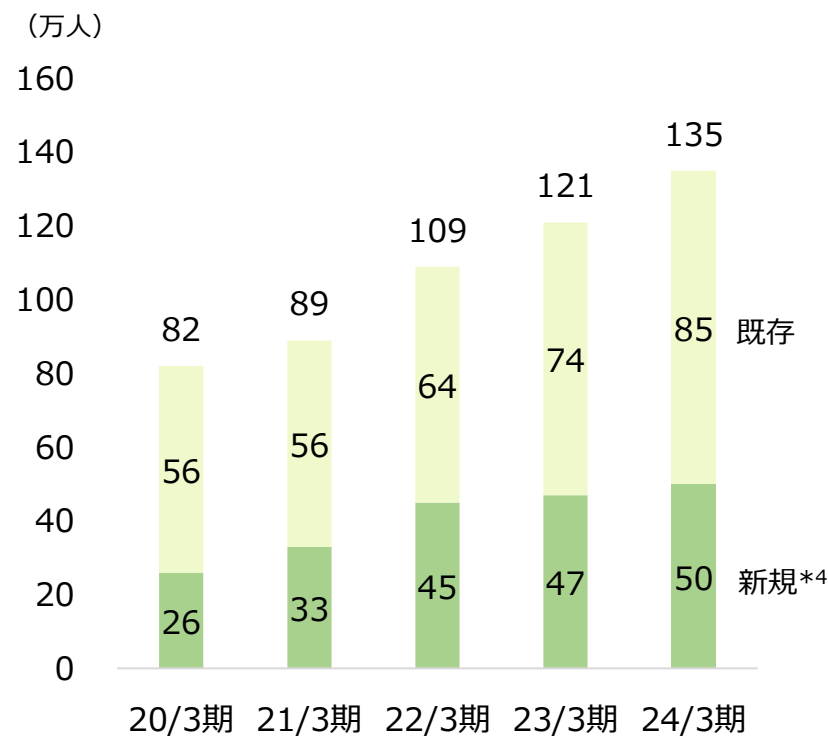
*4 22/3期、23/3期は、上場前で資本が小さかったため、ROEが非常に高い値となっています

- ハルメク誌は販売部数の国内全雑誌No.1*1を維持
- 物販においても、新規顧客獲得を進め、顧客数は伸長

他誌比較（ハルメク誌読者数）*2



R-12*3顧客数



*1 一般社団法人日本ABC協会発行社レポート（2023年上期実績）
 *2 一般社団法人日本ABC協会発行者レポート（2023年上期実績）上位10位年間の読者数は、上期（1～6月）、下期（7～12月）の単純平均、2023年の読者数は上期実績

*3 該当期末においてハルメク誌を購読している顧客数、当該期間において、ハルメク及びことせ物販を利用した顧客数
 *4 24/3期 第3四半期に開示した新規顧客には復活顧客を含めた顧客数を表示しております

2. 2025年3月期業績予想

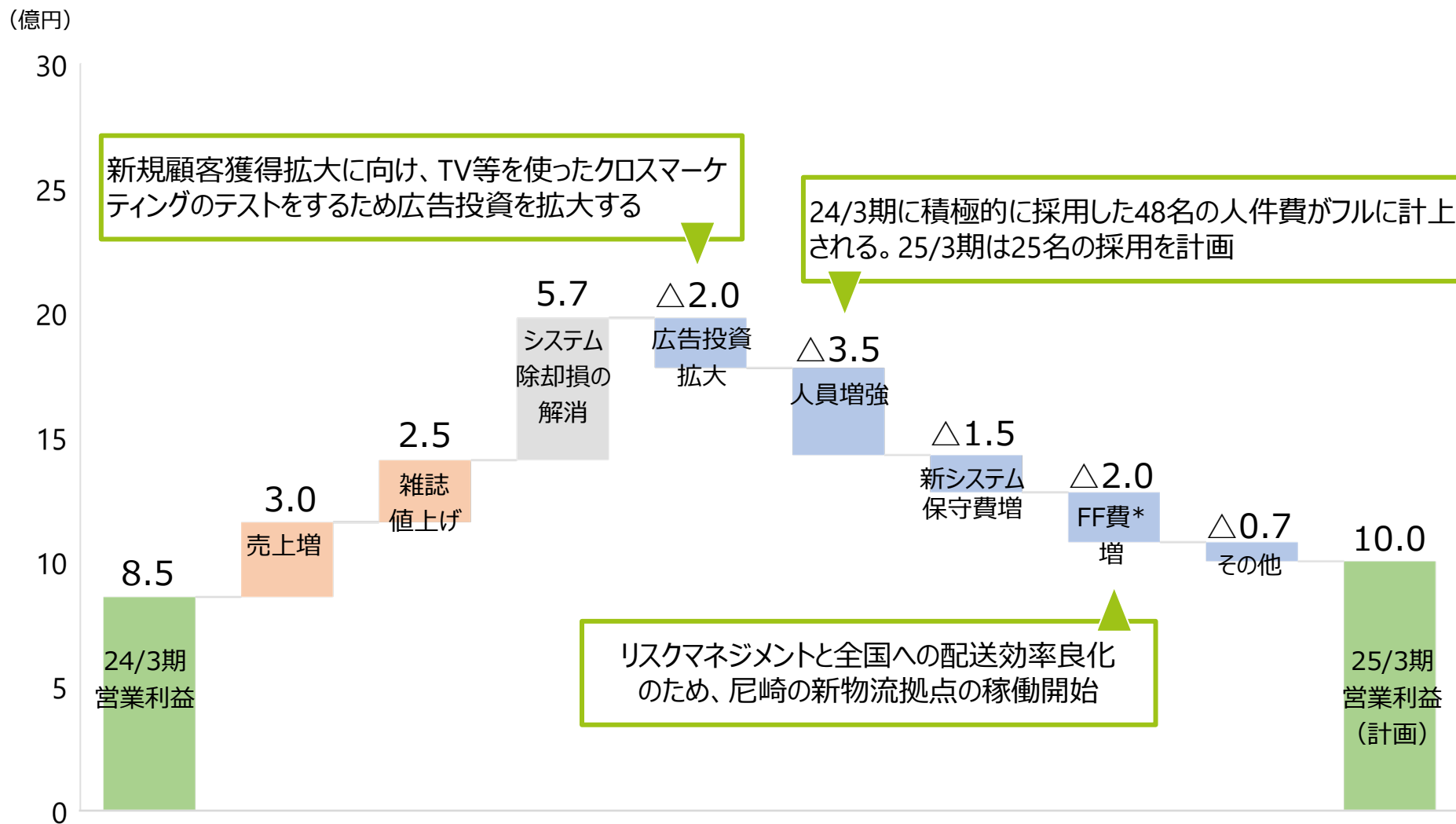
連結業績予想

- 売上収益は、顧客数と読者数の増加を背景に安定成長で過去最高の更新を見込む
- 一時的なシステム除却損の影響がなくなり、営業利益も前年同期比増

| (IFRS基準) | 2024/3期 実績 | 2025/3期 業績予想 | 前年同期比 |
|----------|---------------|-----------------|--------|
| 売上収益 | 31,415 | 34,000 | +8.2% |
| 営業利益 | 857 | 1,000 | +16.6% |
| 税引前利益 | 681 | 950 | +39.4% |
| 当期利益 | 476 | 600 | +26.0% |

単位：百万円

前期実績と今期業績予想の営業利益差異要因



* FF費→Fulfillment費の略。受注、梱包、発送、顧客サポート等、注文を受けてからお客様に商品をお届けするまでの一連のプロセスに関わるコスト

事業別業績予想

- 2023年秋以降に悪化しているカタログ効率について、改善に取り組んでいるが、改善効果を見込まないで業績予想している

※下表のEBITDAとIFRS基準営業利益の主な差異はシステム除却損と償却費になります

| (日本基準) | | 2024/3期 実績 | 2025/3期 業績予想 | 前年同期比 |
|--------|--------|---------------|-----------------|---------|
| グループ連結 | 売上 | 31,405 | 34,000 | +8.3% |
| | EBITDA | 1,908 | 1,600 | △16.1% |
| | (マージン) | 6.1% | 4.7% | △1.4% |
| 基盤事業 | 売上 | 30,431 | 32,900 | +8.1% |
| | EBITDA | 2,117 | 1,910 | △9.8% |
| | (マージン) | 7.0% | 5.8% | △1.2% |
| 法人事業 | 売上 | 1,246 | 1,100 | △11.8% |
| | EBITDA | 102 | 100 | △2.0% |
| | (マージン) | 8.2% | 9.1% | +0.9% |
| 先行投資事業 | 売上 | 162 | 500 | +207.0% |
| | EBITDA | △454 | △450 | — |
| 調整額 | 売上 | △435 | △500 | — |
| | EBITDA | 142 | 40 | — |

*1 本ページで記載する業績は全て日本基準のため、4ページの業績ハイライト及び16ページの業績予想と一致しない箇所あり。EBITDA：営業利益＋償却費、EBITDA率（マージン）：EBITDA÷売上高

*2 基盤事業：「情報コンテンツ（ハルメク誌）」「ハルメク物販（カタログ通販＋現EC＋店舗＋新聞外販）」「ことせ物販」
法人事業：ハルメク・エイジマーケティングが担当しているシニア企業向けにマーケティング戦略立案から実行・改善までをトータルで支援するB2B事業
先行投資事業：ハルメク365（講座・イベント含）、物販（新プロジェクト）、コミュニティ（押し花）、サービス（終活）、中国事業準備

単位：百万円

- 情報コンテンツは、ハルメク誌の値上げにより増収増益予想
- ハルメク物販は増収減益予想。2023年秋以降に悪化しているカタログ効率について、改善に取り組んでいるが、改善効果を見込まない業績予想としているため

| (日本基準) | | 2024/3期 実績 | 2025/3期 業績予想 | 前年同期比 |
|--------|---------|---------------|-----------------|--------|
| 基盤事業 | 売上 | 30,431 | 32,900 | +8.1% |
| | EBITDA | 2,117 | 1,910 | △9.8% |
| | (マージン) | 7.0% | 5.8% | △1.2% |
| | 情報コンテンツ | | | |
| | 売上 | 3,467 | 3,800 | +9.6% |
| | EBITDA | 722 | 900 | +24.6% |
| | (マージン) | 20.8% | 23.7% | +2.9% |
| ハルメク物販 | 売上 | 19,241 | 20,600 | +7.1% |
| | EBITDA | 1,365 | 1,000 | △26.7% |
| | (マージン) | 7.1% | 4.9% | △2.2% |
| ことせ物販 | 売上 | 7,721 | 8,500 | +10.1% |
| | EBITDA | 30 | 10 | △67.5% |
| | (マージン) | 0.4% | 0.1% | △0.3% |

*1 本ページで記載する業績は全て日本基準。EBITDA：営業利益＋償却費、EBITDA率（マージン）：EBITDA÷売上高

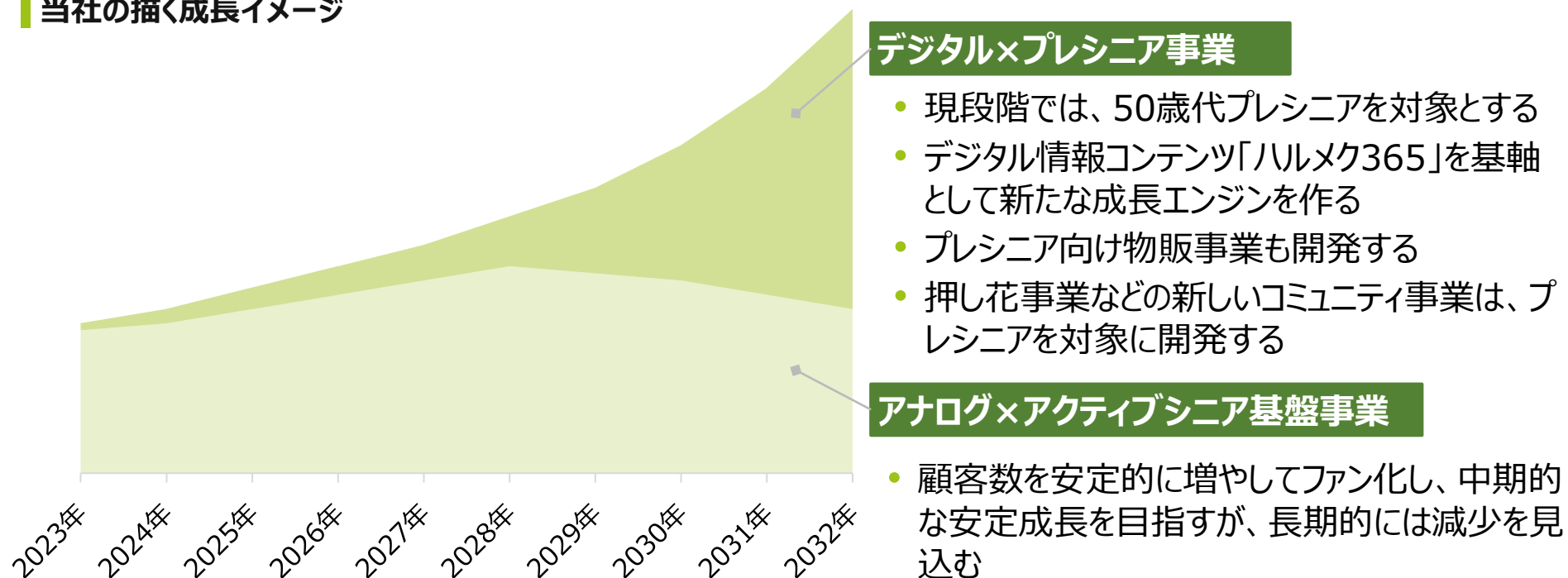
*2 基盤事業：「情報コンテンツ（ハルメク誌）」「ハルメク物販（カタログ通販＋現EC＋店舗＋新聞外販）」「ことせ物販」

単位：百万円

3. 今後の取り組み

- 65歳以上の「アクティブシニア」を主たる顧客とするアナログの基盤事業は安定成長を目指す
- 50歳代の「プレシニア」を主たる顧客としたデジタル事業に先行投資する
 - シニアがアナログからデジタルへ徐々に移行している中で、プレシニアは既にデジタル中心の世代である
 - プレシニアをメインターゲットにし、デジタルを中心としたビジネスモデルを開発する
- 法人事業は大口クライアント離脱と健食業界の広告縮小の穴を埋める

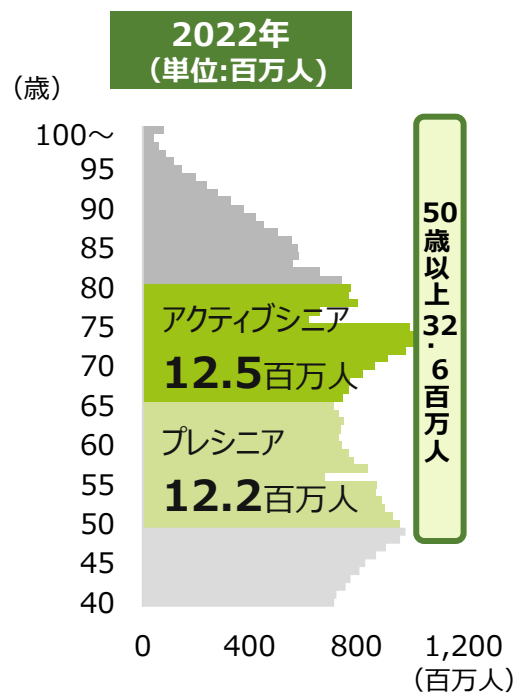
当社の描く成長イメージ



アナログ x アクティブシニア基盤事業の市場規模とシェア

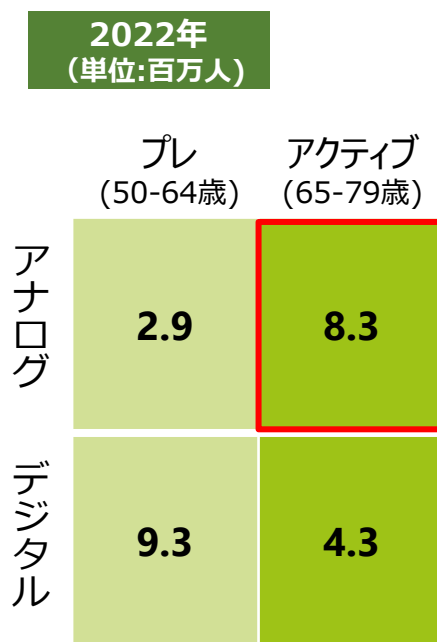
- 現在のハルメクは、65歳以上のアナログxアクティブシニアがメインターゲット
- アナログxアクティブシニア市場は未だ大きな市場を有しており、当社のシェアは7%とシェア拡大の余地有り
- 24/3期はアクティブシニア基盤事業の収益性が低下したが、基本的に安定成長・安定収益ビジネス

当社ターゲット層（シニア女性）



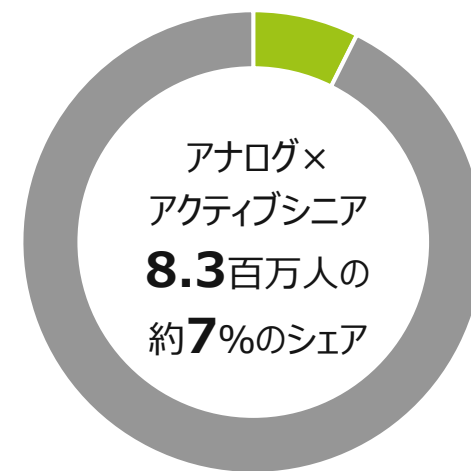
* 総務省統計局データより作成

シニア女性のアナログ/デジタル人口



* 総務省統計局データより当社推計

当社ターゲット層のシェア率



* 24/3期末時点の当社顧客数を2022年時点の
アナログxアクティブシニア人口で除して算出

アナログ x アクティブシニア基盤事業での取り組み①

3事業の連携を強化

- 情報コンテンツを中核に各事業が連動することで、ハルメクとのつながりやロイヤリティを高め、商品・サービスの利用率を高める

シニア女性に役立つ情報を提供



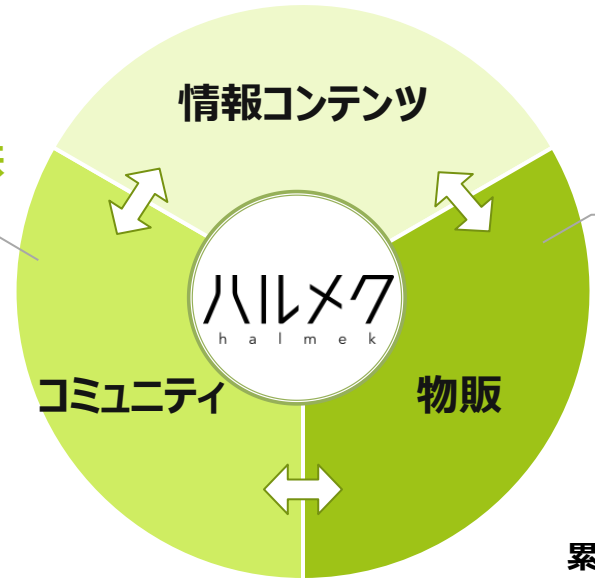
48万人*1

シニア女性に「繋がり」を提供

オフラインとオンラインのイベント・講座・旅行



約4.0万人参加*2



シニア女性のリアルな声をもとにオリジナル商品を開発 (D2Cモデル)

自社EC・カタログ通販・店舗



人参ジュース
累計約4,380万杯*3



おせち
約4万セット*4



ハルメク おみせ
12店舗*5

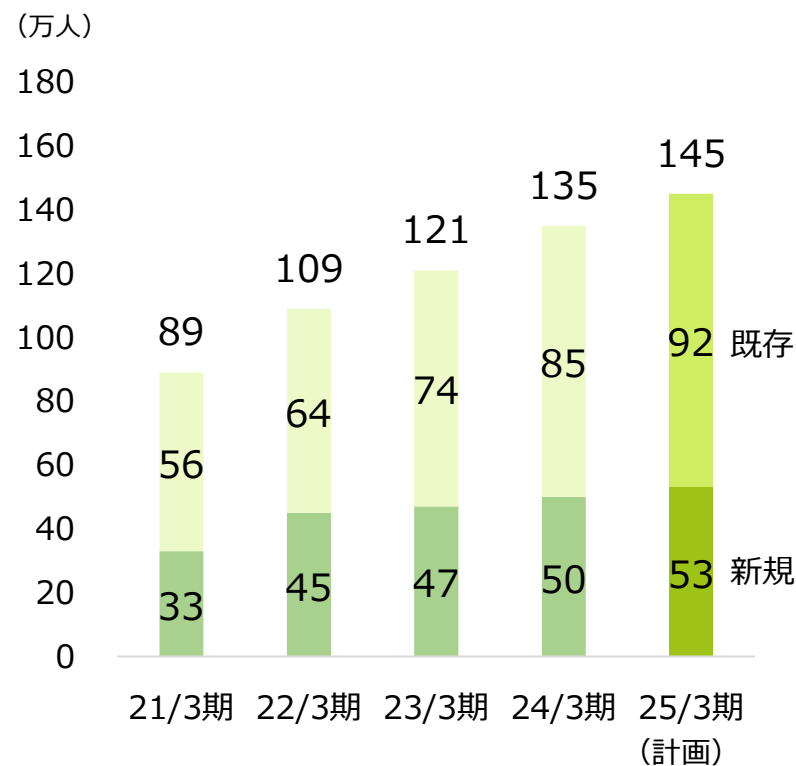
*1 2024年3月の定期購読者数、一般社団法人日本ABC協会発行社レポートの女性誌分野で2019年上期から販売部数9半期連続No.1
 *2 2024年3月期におけるイベント・講座・旅行の延べ参加人数
 *3 2005年3月～2022年2月のビン、缶の販売総数をコップ1杯（190g）で換算
 *4 2023年12月における出荷セット数
 *5 2024年3月末時点の店舗数

アナログ x アクティブシニア基盤事業での取り組み②

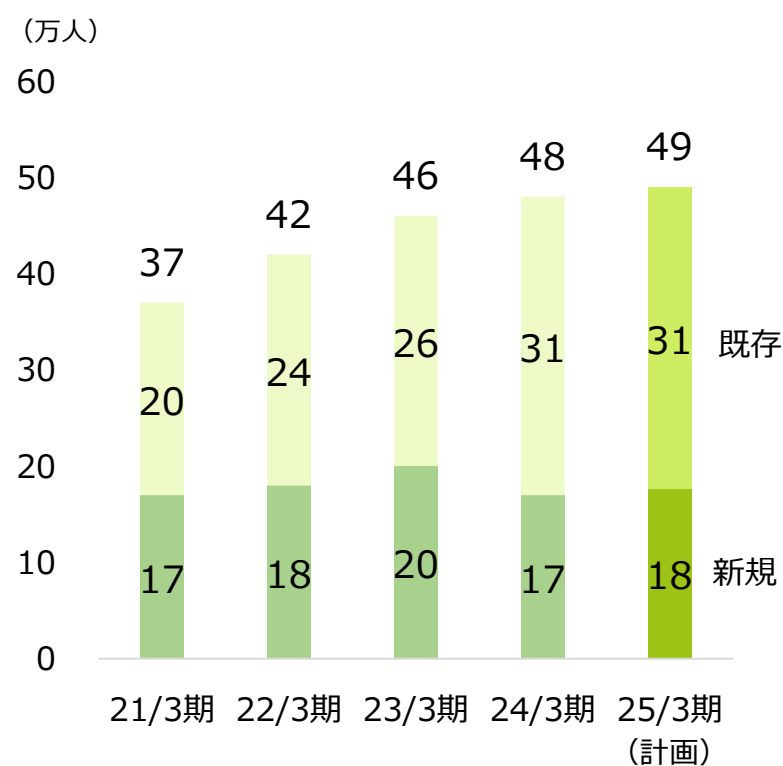
顧客数を安定的に増やし、ファン化する

- 情報コンテンツ広告、ハルメク物販広告、ハルメク新店舗展開で新規客を獲得する
- 情報コンテンツとハルメク物販はTV広告等を活用したクロスマーケティングによる獲得手法確立に取り組む
- ことせ物販は新聞広告による獲得を大きく伸ばす

R-12 顧客数推移*1,2,3



ハルメク誌読者数推移*1,3



*1 該当期末においてハルメク誌を購読している顧客数

*2 当該期間において、ハルメク及びことせ物販を利用した顧客数

*3 24/3期 第3四半期に開示した新規顧客には復活顧客を含めた顧客数を表示しております

アナログ x アクティブシニア基盤事業での取り組み③

2024年3月期の課題に取り組む(1)

情報コンテンツ

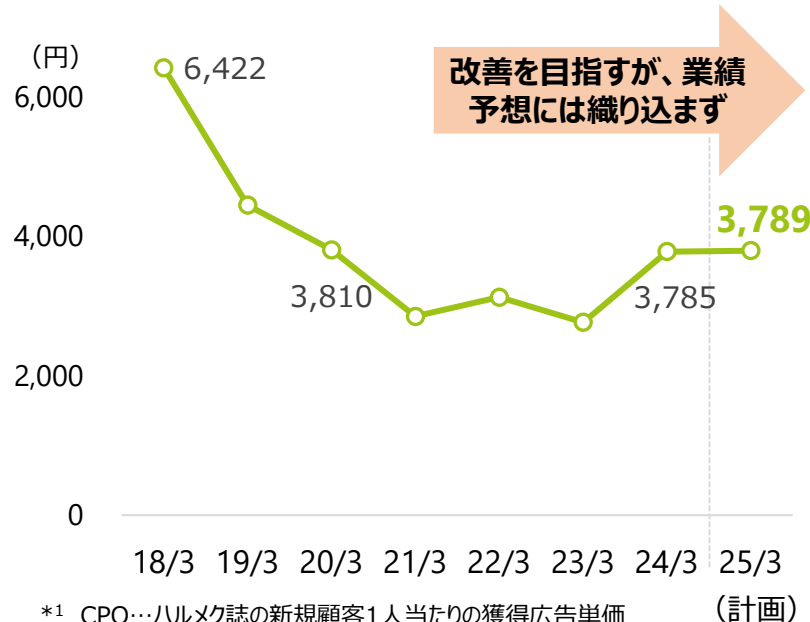
24/3期の課題

- コロナ禍による追い風と、TVへの大型露出による新規読者獲得効果がなくなり、巡航速度に戻った

25/3期の取り組み

- ハルメク誌の広告効率(CPO)改善(業績予想には織り込まず)
- 値上による収益性改善

ハルメク誌 CPO推移*1



ハルメク物販

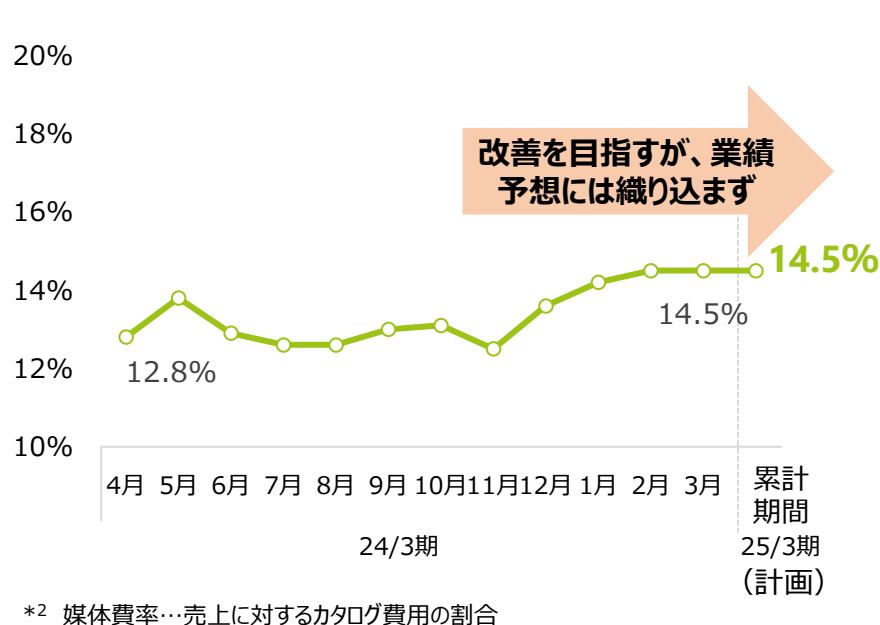
24/3期の課題

- コロナ禍による追い風がなくなった
- 70代顧客の支持は強いが、60代顧客に響かなくなってきた

25/3期の取り組み

- 60代、70代の年代別マーケティング手法確立
- 広告効率(媒体費率)改善(業績予想には織り込まず)

ハルメク物販 媒体費率*2



アナログ x アクティブシニア基盤事業での取り組み③

2024年3月期の課題に取り組む(2)

ことせ物販

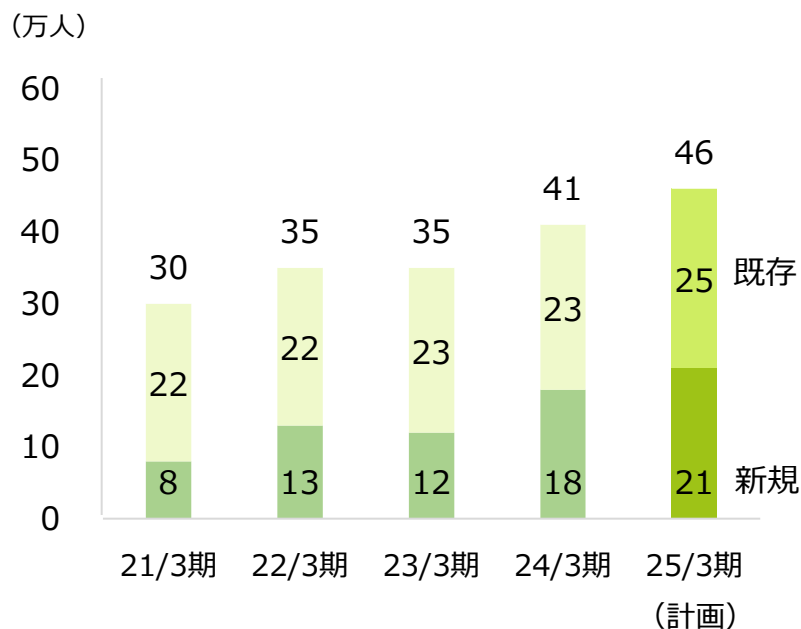
24/3期の課題

- 地方紙広告展開の余地大きい

25/3期の取り組み

- 地方紙広告展開による新規顧客獲得拡大

ことせ物販 R-12顧客数/新規獲得数



法人事業

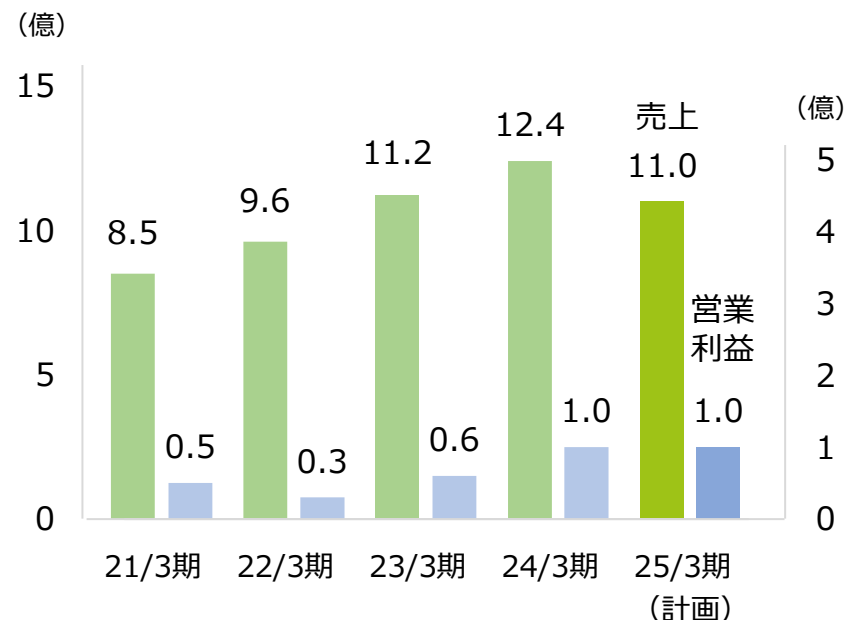
24/3期の課題

- 大口クライアントの剥落

25/3期の取り組み

- 新規クライアントを開拓し、前年並み利益確保を目指す

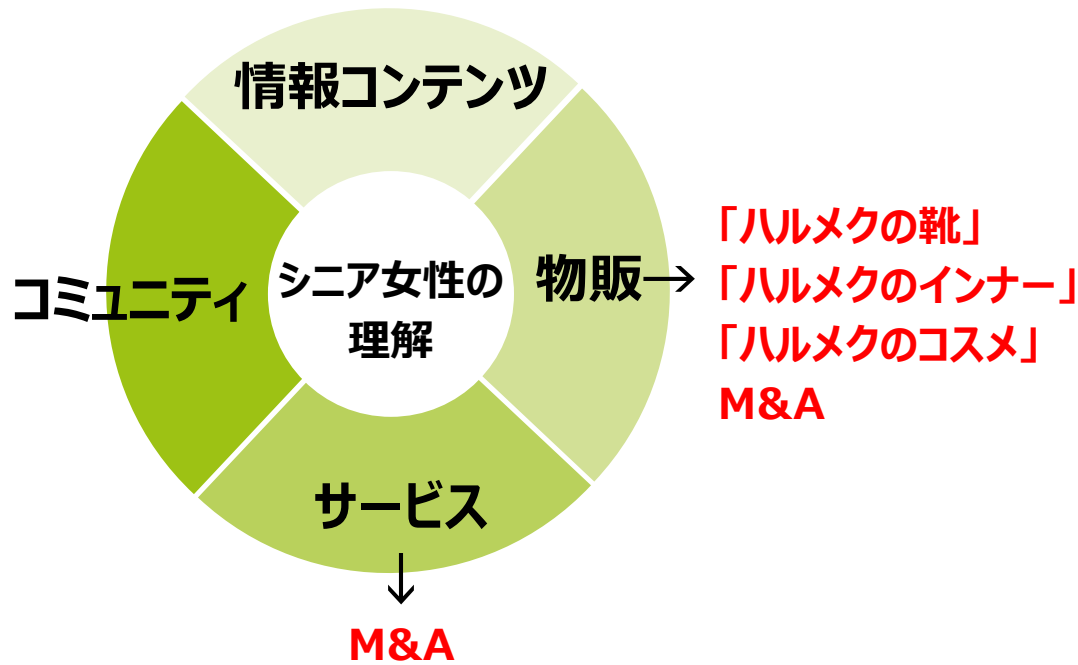
法人事業の売上/営業利益



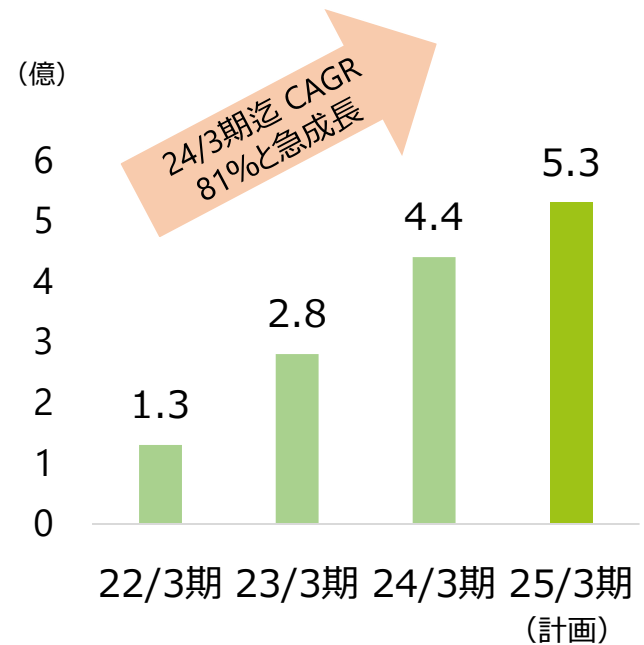
* 本ページで記載する業績指標は全て日本基準

アナログ x アクティブシニア基盤事業での取り組み④ 各事業のコンテンツ・商品・サービスを拡充する

- 競争力の高いハルメクの靴やインナー、コスメの展開を強化
- 顧客基盤とブランド力を兼ね備えた企業のM&Aを推進



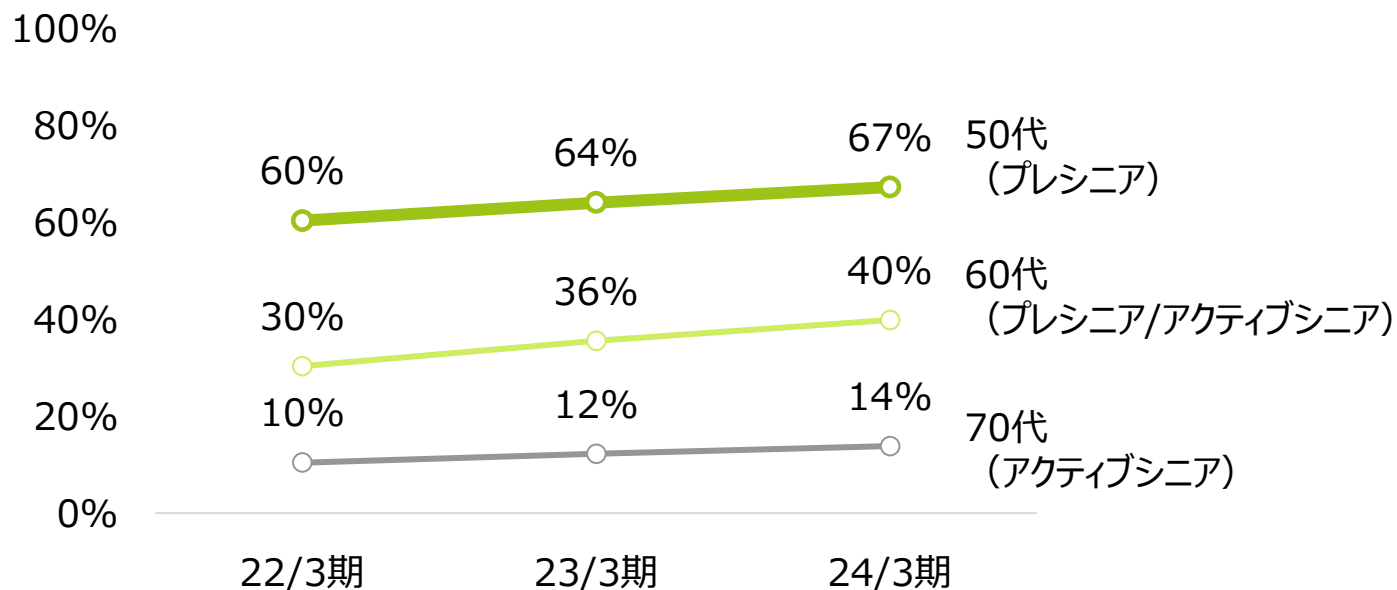
「ハルメクの靴」売上推移



デジタル x プレシニア新事業での取り組み

- デジタル親和性の高いプレシニアをターゲットにデジタルを中心としたビジネスモデルを開発する
- 具体的には、ハルメク365、50代向け物販、コミュニティ事業を進める
 - ハルメク365は50代向けコンテンツ企画・開発、サイト構造改革、UI/UX改善、SNS等を活用し手法開発を行う
- 中国でのデジタルマーケティングによる物販ビジネスを準備する

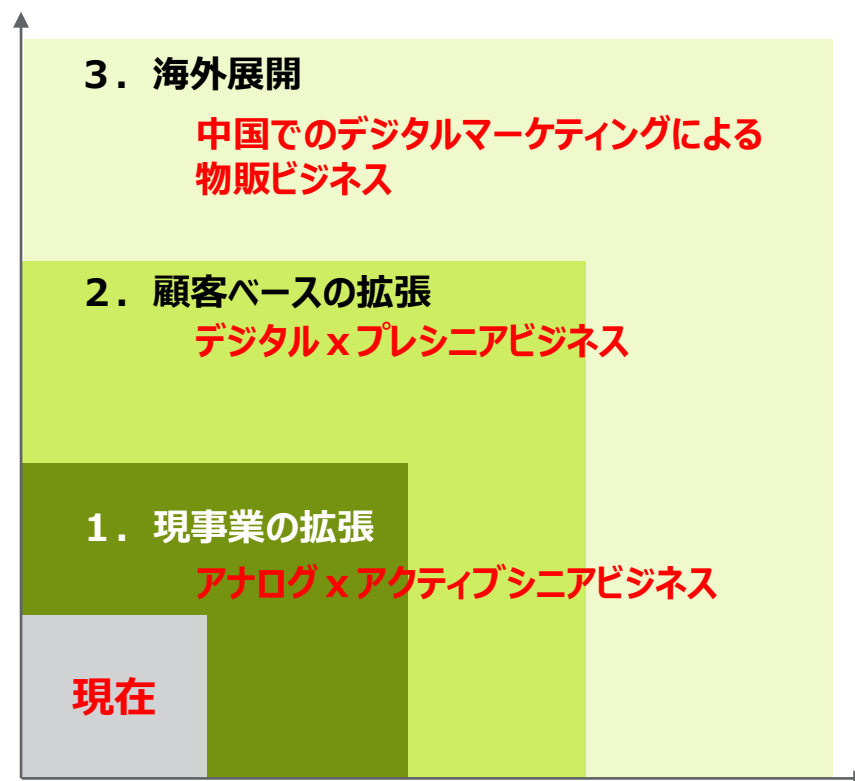
EC利用率推移*



* ハルメク物販における通販利用者の実績データを基に算出

今後の取り組みのまとめ

1. アナログ x アクティブシニアビジネスを安定的に成長させ、安定的に収益を得る
2. デジタル x プレシニアビジネスに取り組み、顧客ベースを50歳代へ拡張する
3. 中国でのデジタルマーケティング中心の物販ビジネスの準備を開始する



APPENDIX

連結財政状態計算書

単位：百万円

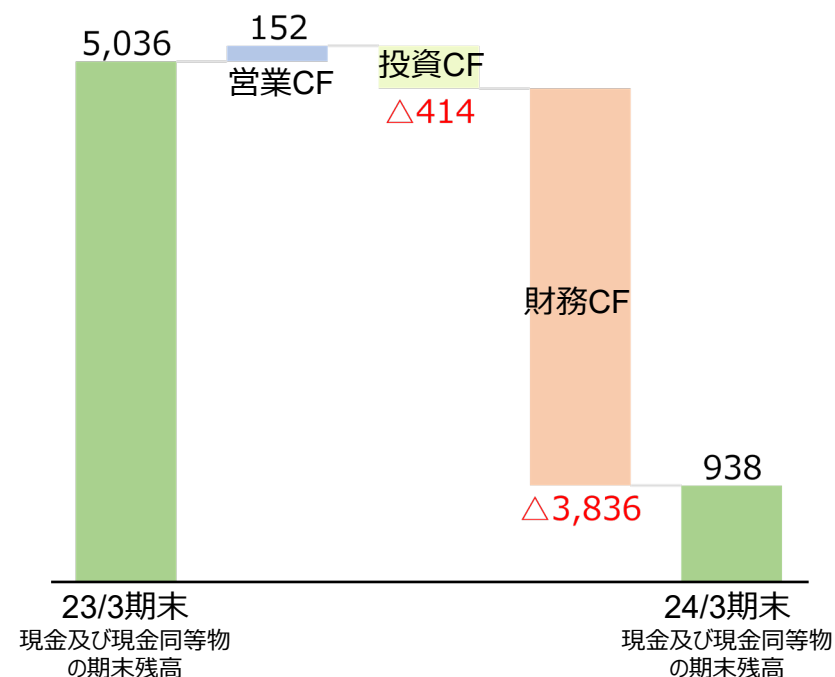
| | 2023/3期 実績 | 2024/3期 実績 | 前年同期比 |
|--------------|---------------|---------------|--------|
| 流動資産 | 9,280 | 6,229 | △3,051 |
| 現金及び現金同等物 | 5,036 | 938 | △4,098 |
| 営業債権 | 1,545 | 1,879 | +333 |
| 棚卸資産 | 2,295 | 3,017 | +722 |
| 非流動資産 | 13,816 | 13,885 | +69 |
| 使用権資産 | 2,332 | 2,988 | +656 |
| のれん | 4,452 | 4,452 | 0 |
| 無形資産 | 6,291 | 5,641 | △649 |
| 資産合計 | 23,097 | 20,114 | △2,982 |
| 流動負債 | 10,232 | 8,784 | △1,448 |
| 営業債務及びその他の債務 | 3,190 | 3,173 | △16 |
| 契約負債 | 2,313 | 2,512 | +198 |
| 非流動負債 | 6,381 | 3,774 | △2,606 |
| 負債合計 | 16,614 | 12,559 | △4,054 |
| (有利子負債残高) | 5,768 | 1,900 | △3,868 |
| 資本合計 | 6,482 | 7,555 | +1,072 |
| 負債及び資本合計 | 23,097 | 20,114 | △2,982 |

キャッシュ・フローの状況

単位：百万円

| | 2023/3期 実績 | 2024/3期 実績 |
|-------------------------|---------------|---------------|
| 営業活動によるCF | 2,260 | 152 |
| 税引前利益 | 1,864 | 681 |
| 減価償却費及び償却費 | 673 | 915 |
| 投資活動によるCF | △464 | △414 |
| 財務活動によるCF | 2,275 | △3,836 |
| 短期借入れによる収入 | 400 | 1,900 |
| 長期借入金の返済による支出 | △402 | △5,892 |
| 株式の発行による収入 | 3,516 | 612 |
| 償還条項付優先株式の償還による支出 | △1,000 | — |
| 現金及び現金同等物の増減額 (△は減少) | 4,071 | △4,098 |
| 現金及び現金同等物の期首残高 | 964 | 5,036 |
| 現金及び現金同等物の期末残高 | 5,036 | 938 |

連結キャッシュ・フロー



(ご参考) 事業別KPI

- 基盤事業であるアナログ×アクティブシニアビジネスの主なKPI

| NO | 指標分類 | 指標名 | 説明 |
|----|-------------------------------------|--------------|---|
| 1 | 全体共通 | 新規顧客数 | 当期中に当社との取引を始めた顧客の数 |
| 2 | ハルメク (ハルメク誌) | 読者数 (期間平均) | 一般社団法人日本ABC協会発行社レポートの上期 (1~6月)、 下期 (7~12月) の読者数の単純平均 |
| 3 | | 新規読者数 (期間合計) | 当期中に新規購読を始めた読者の数 |
| 4 | | CPO | ハルメク誌の新規顧客1人当たりの獲得広告単価 |
| 5 | 物販 (カタログ通販 + 現EC + 店舗 + 新聞外販) | R-12顧客数 | 12ヶ月以内に物販を利用した顧客 |
| 6 | | 媒体比率 | 売上に対するカタログ費用の割合 |
| 7 | | EC利用率 | 通販利用者のEC利用比率 |

- 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、日本、米国、その他の地域における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。
- 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います。これらの記述は、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、必ずしも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、保証していません。