



2025 年 5 月 15 日

各 位

会 社 名 大黒屋ホールディングス株式会社
代表者名 代表取締役社長 小川 浩平
(コード番号 6993 東証スタンダード市場
問合せ先 財務経理部マネージャー 今長 岳志
(TEL 03-6451-4300)

当社連結子会社の株式会社大黒屋における 「中期経営計画 (2025~2029)」の見直しのお知らせ

本日、当社連結子会社である株式会社大黒屋において、本日公表の「2025年3月期決算短信 [日本基準] (連結)」を受けまして、大黒屋の「中期経営計画 (2025~2029)」を見直しましたので、お知らせします。

詳細につきましては、別添添付資料をご参照下さい。

なお、当該資料につきましては、当社ウェブサイト<https://www.daikokuya.jp/>にも掲載しておりますので、併せてご覧ください。

以上

株式会社大黒屋

第3回アップデート版-中期経営計画

2025年5月15日

代表取締役社長 小川浩平

● 大黒屋が目指す世界

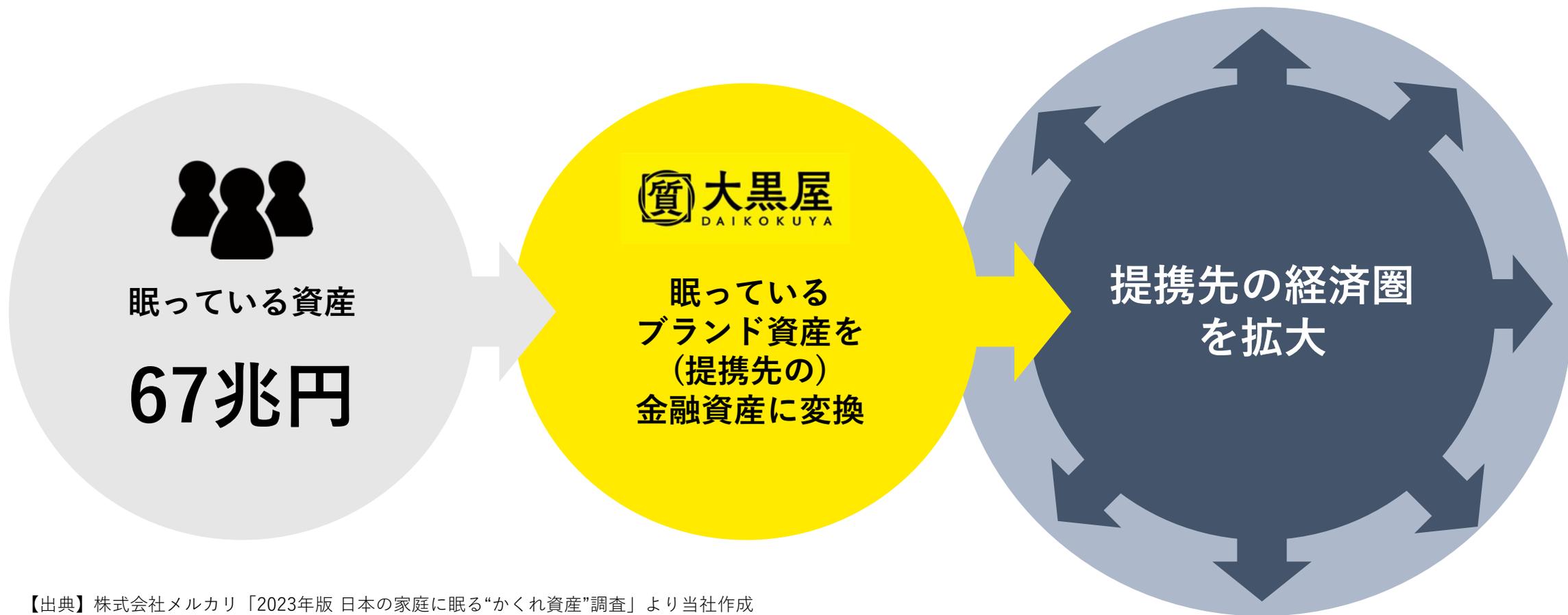
どこでも買える世界を、 どこでも売れる世界に。

街に出れば、すぐに欲しいものが手に入る、経済大国日本。
しかし、将来の環境を見据えて、
買って使うだけでなく、売って循環させていくことも重要に。
大黒屋は、AIやテクノロジーの力を使って、
自宅、ネット、コンビニからモールまで
街のあらゆる拠点で、手軽にモノが売れる世界を創り出す。
そして、日本中に眠る莫大な資産を市場に開放し、
日本経済を元気にしていく。



● 大黒屋が目指す世界 | 循環型社会の促進

国内に眠る67兆円もの眠っている資産を、大黒屋が自宅から引き出す役目を担い、新たな顧客の経済圏を確立していく



【出典】株式会社メルカリ「2023年版 日本の家庭に眠る“かくれ資産”調査」より当社作成

● Agenda

- | | |
|-------------|------|
| 1. サマリー | P.5 |
| 2. 大黒屋の強み | P.6 |
| 3. 今後の方針 | P.14 |
| 4. 事業計画 | P.20 |
| 5. Appendix | P.33 |
| 6. 免責事項 | P.46 |

● サマリー

AIを軸に多様な店舗型企業と提携し、柔軟に買取拠点を拡大していく。提携先企業の店舗面積あたりの収益を向上可能なオペレーションを提供し、成熟化した企業の成長に貢献していく

従前

今後

ビジネス
モデル

自社店舗に依存

- 在庫圧縮
- 新規出店の抑制
- 事業の選択(例：海外事業の撤退等)

AIを軸に
提携によって買取拠点を拡大

- 在庫拡大
- 異業種店舗と提携した買取実施
- オン/オフともに幅広い事業展開
- AIによる自動買取/出品

実現できる
強み

- 高い在庫回転率や粗利率といった**強固な経営基盤**
- 卓越した実績を有するCTOを中心とした**グローバルなデジタル人財体制**

- 中古品買取の**AI即時査定システム**の開発
(※チャットボットやアバター等)
- 査定システムを活用し、実店舗を持つ提携先への**店舗オペレーションモデルの提供**
(※既に大手プラットフォームと提携し、オンオフ融合型で提供を開始)
- **買取から販売にかかるオペレーション効率化**

大黒屋の強み

● 大黒屋の強み | 経営基盤/オペレーション・システム提供

これまで開発してきたAIダイナミックプライシングシステム及び買取システムの即時提供と、資本効率性の高いビジネスモデルをベースに、他業種との融合により買取ネットワークの強化を目指し、利益拡大を図る

経営基盤

・コロナ禍で在庫圧縮によるリスク回避
→過去水準までのキャパシティに余裕

キャパシティ
(売上/仕入)

高い
在庫回転率

- ・在庫期間を意識した買取商品の選定
- ・実店舗/ネットの多様な販売チャンネル
→90日以内での高い現金化率

・適正価格での買取/販売
・インフレの価格転嫁

適切な
プライシング

安定した
キャッシュフロー

- ・積極的な投資が可能
- ・デットファイナンスのしやすさ

オペレーション・システム提供

LINEヤフー/メルカリ等
他業種との提携

・成熟化した小売企業や大手プラットフォームへ、システムを即時提供

・買取オペレーションをホワイトレベルで提供

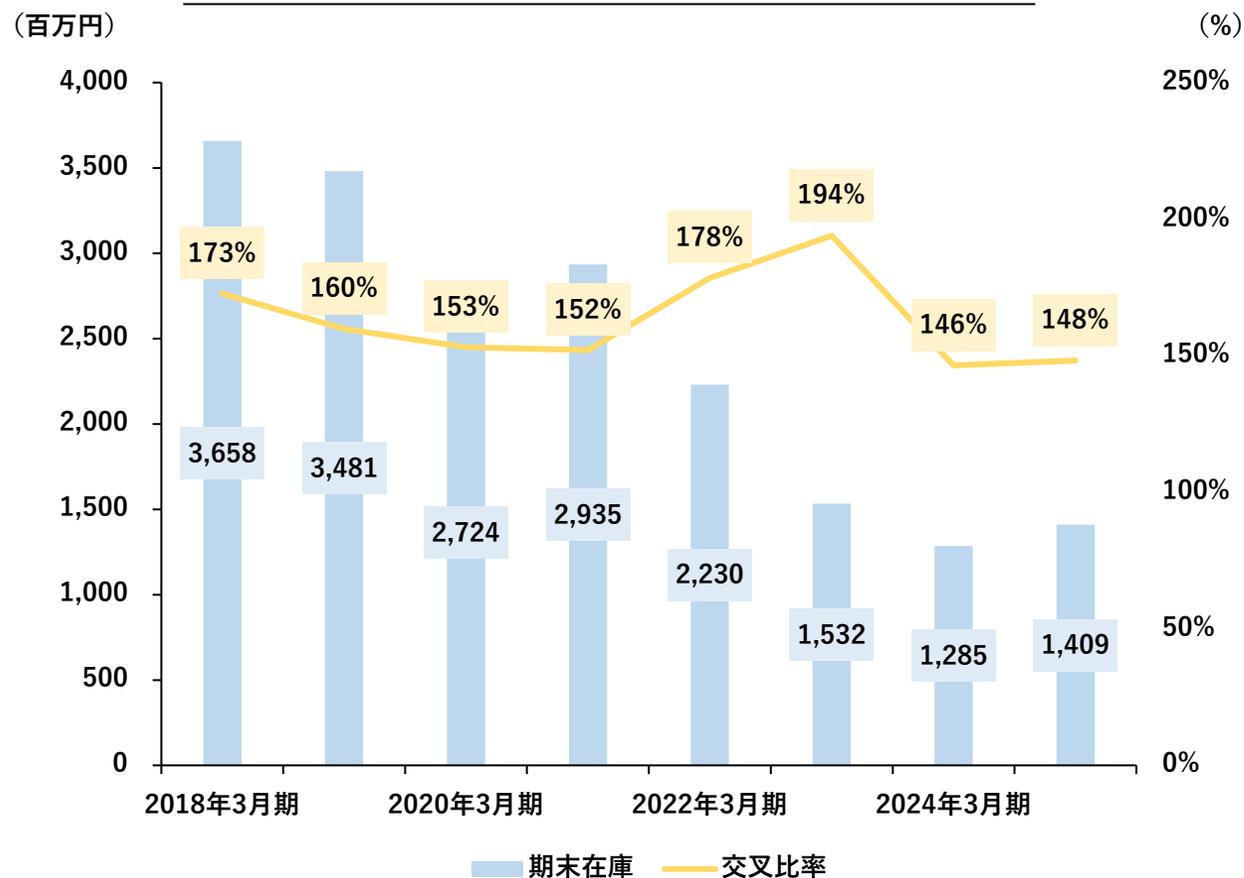
・買取オファーによるプラットフォームの流動性向上



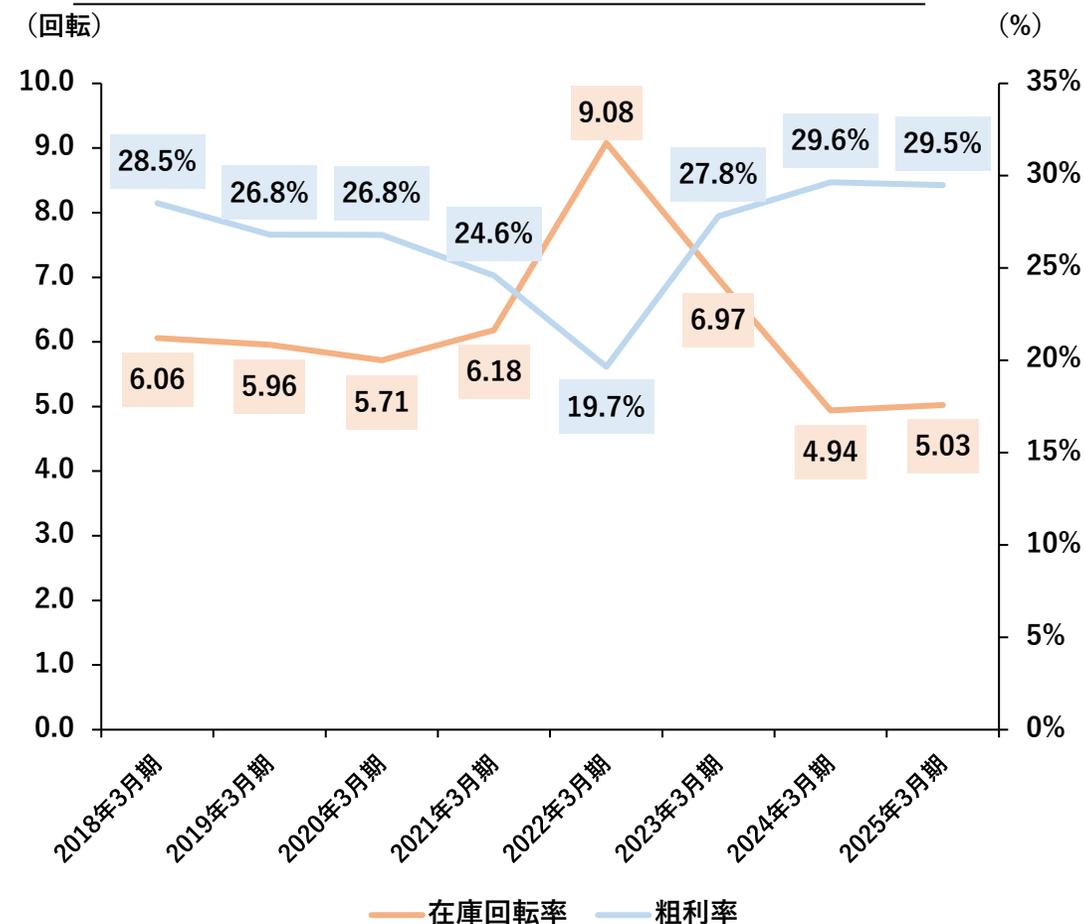
● 大黒屋の強み | 高交叉比率

過去の在庫や交叉比率を分析すると、期末在庫水準の多寡に関わらず、20%~20%代後半の粗利率、4回転以上の在庫回転率を達成している

期末商品在庫/交叉比率



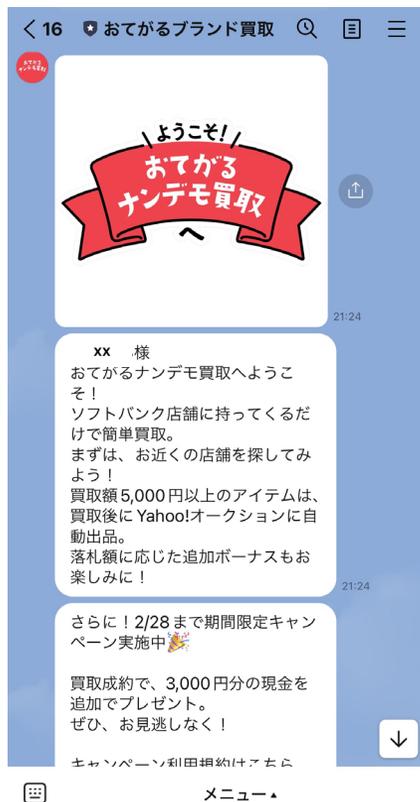
在庫回転率/粗利率



● 大黒屋の強み | AI査定チャットボット(24時間即時査定)

8年以上蓄積した大黒屋のブランド品データをベースに、24時間いつでも、写真から即座に特定のブランド・モデル・価格を提示できることが、当社チャットボットの強みである

AI査定チャットボット



自然言語処理(NLP)とAIを組み合わせた自動チャットボット

- 24時間いつでも対応
- ブランド・モデル・価格を即時査定

この2点が、他社チャットボットにはない強みである

※他社チャットサービスは、
人力対応のため、営業時間内のみ
の対応かつ最短当日査定

● 大黒屋の強み | AIによるプラットフォーム強化

大黒屋の開発したAIシステムは、プラットフォームにおいてユーザー体験を損なうことなく大きな効果を見込むと史料

当社開発AIシステム

画像診断によるAI査定	<ul style="list-style-type: none">VISION AIを活用したAI即時査定システムを用い、プラットフォーム上の商品を対象に一日あたり100万件の画像診断が実施可能
不正商品の自動検知	<ul style="list-style-type: none">他者の画像を使用し出品を行っている場合は、自動で不正を検知
オファー先の自動選別	<ul style="list-style-type: none">当社独自のデータベースの商品情報をスクレイピングすることにより、市場の需要・価格等から流動性を向上すべき有効なオファー先を自動で選別
AIによる自動オファー	<ul style="list-style-type: none">出品者に対してAIで買取価格を自動オファーすることが可能将来的には一日あたり10万件(年間3,650万件、単価を5万円とした場合、1兆8,500億円)の買取オファーの提示ができる見込み

● 大黒屋の強み | AIによる自動買取オファー

AIによる自動買取オファーにより、一日あたりの処理件数は飛躍的に増加。人員数に制限を受けることなく、事業の拡大が可能

AIと人力での想定処理件数/日

AIによる自動化

一人当たり件数

商品情報の抽出

100万件

画像診断を行い、商品情報を自動で抽出
=千人力

1,000~2,000件

オファー先の選別
(=商品の簡易査定)

自動で査定

データベースを参照し査定を実施

目視で商品情報を確認
データベースを見合わせながら
査定を実施

買取オファー

10万件

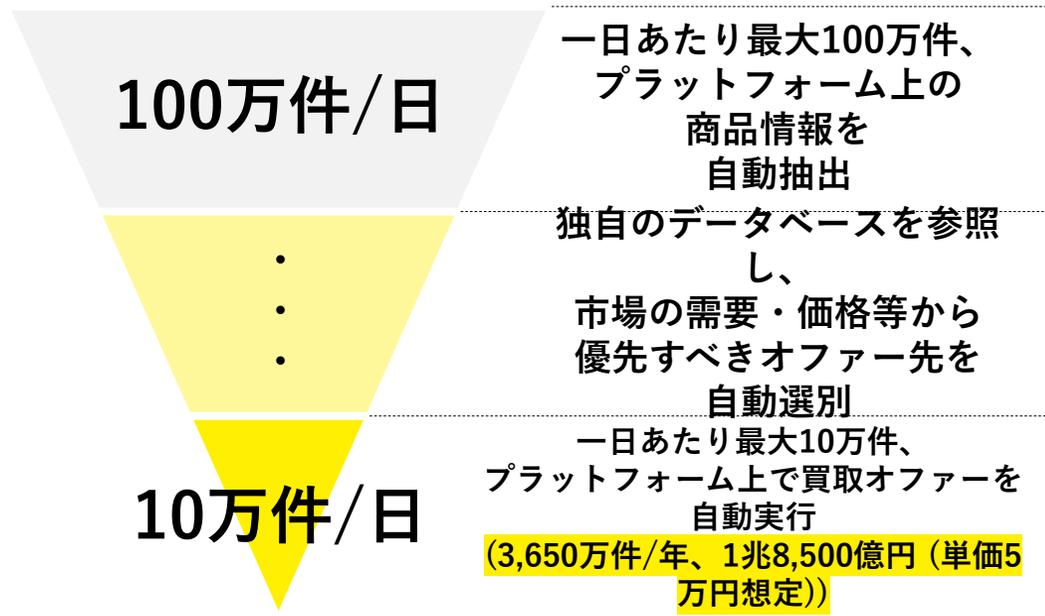
有効なオファー先から自動で実施

10~20件

● 大黒屋の強み | AIによる自動買取オファー/オペレーション効率化

AIによる自動買取で、将来的に1日10万件(年間3,650万件、1兆8,500億規模(単価5万円))の対応を見込む。業務分担による効率化に加え、不正検知への活用も図る

買取オファー



オペレーション効率化

買取

商品の写真から商品情報を自動で特定

出品

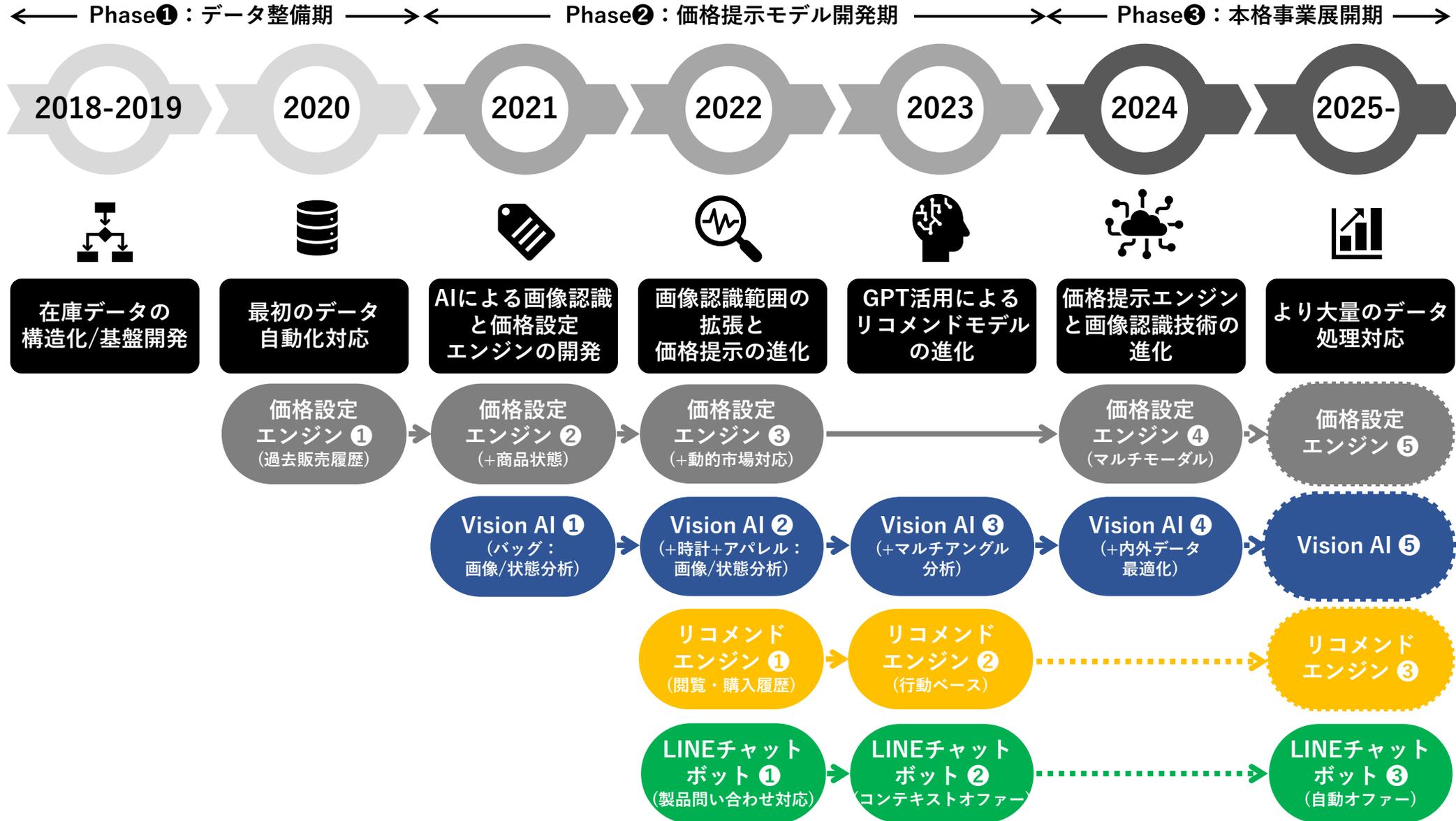
ECサイトへの商品出品時における、商品情報の登録を自動化

非属人的作業を自動化

・ 熟練スタッフは、真贋鑑定のみに注力可能
・ データの補正/確認のみで、上記業務を効率化

- ・ 値段・画像の精度を当社熟練スタッフの画像判断結果をもとにAIトレーニング
- 自動買取オファーの精度向上を図る
- ・ 画像診断技術を基に、プラットフォーム上での不正検知についても協力する方針

● 参考)大黒屋のAI技術年表(2018-2025年)

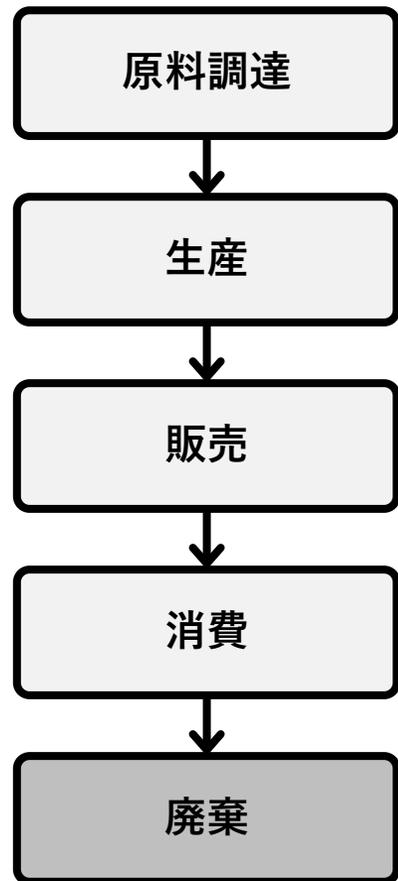


今後の方針

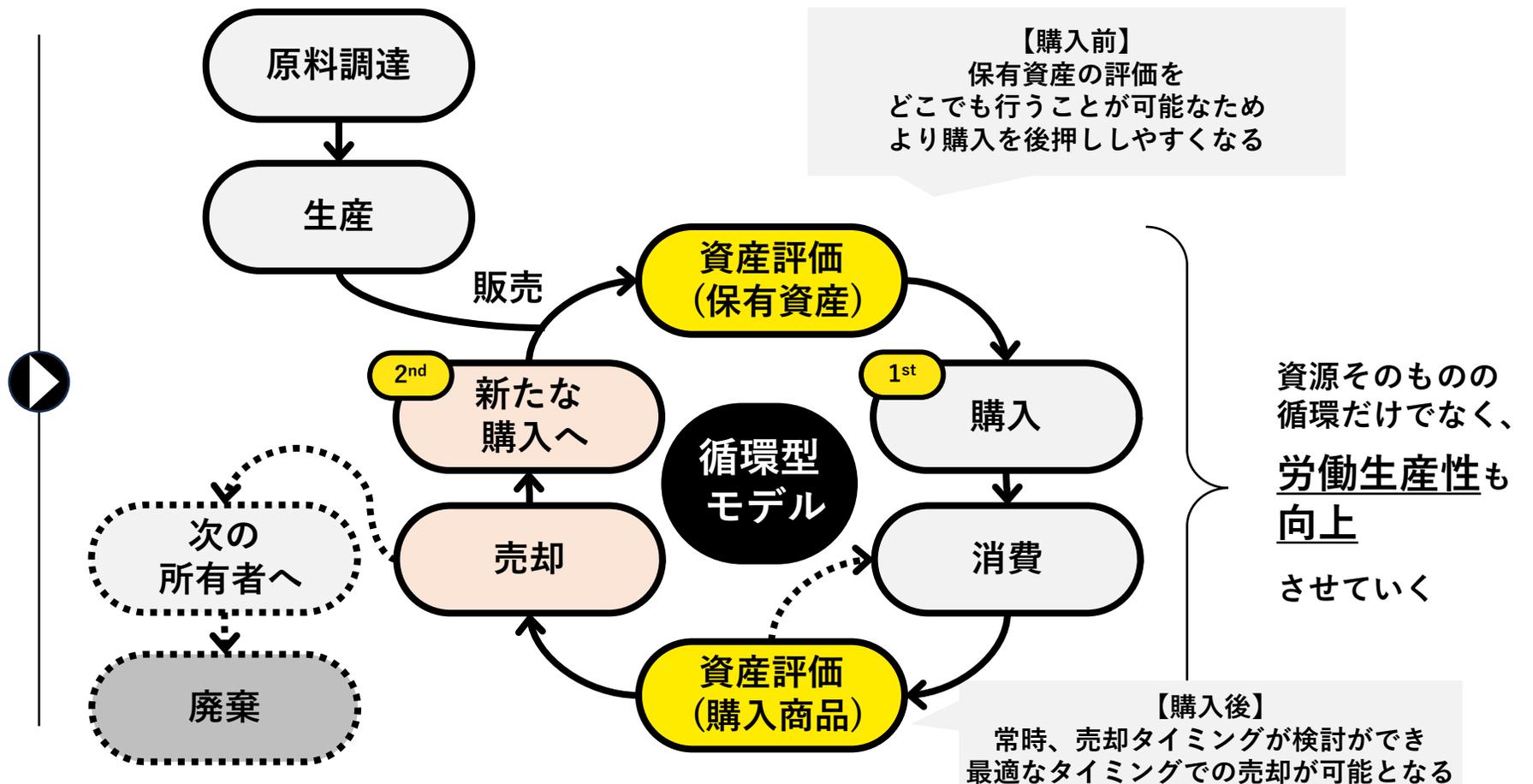
● 今後の方針 | 目指す世界

当社は資産評価を即時に行える世界を確立することで、一次購入と二次購入を促進させ、日本経済の活性化とともに循環型社会の形成を主体的に促進。さらには、そのプロセスで労働生産性も向上させ、SDGsの実現に貢献していく

従来の廃棄社会



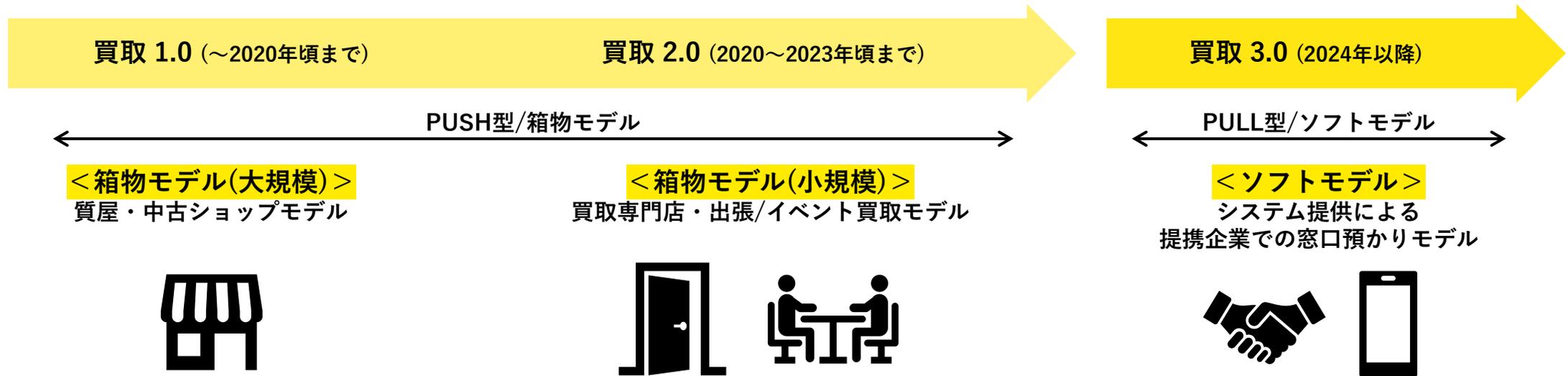
当社介入による労働生産性も向上可能な循環型社会の促進



● 今後の方針 | 目指す世界-成熟化した企業の活性化

今の時代に即した”PULL”型の機能提供を重視し、様々な店舗業態と提携を行ない、消費者の日常動線上にシームレスに進出していく。提携企業は報酬獲得と買取代金を原資とした自社商品購入の促進にも繋がり、企業成長が日本経済全体に波及していく

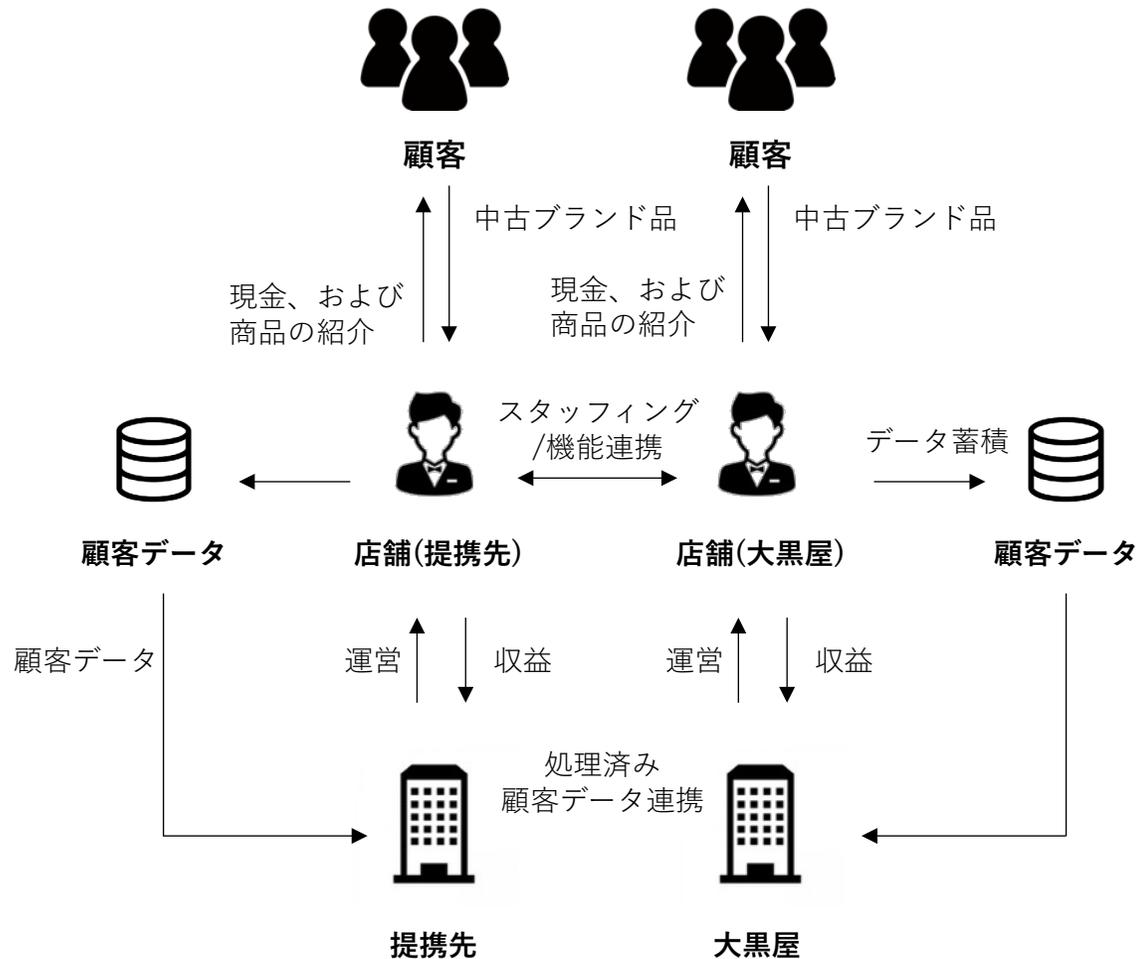
当社が考える買取モデルの変遷



- ✓ 本モデル実現には、買取機能だけでなく、**買取オペレーション機能も必要**であり、**大黒屋は双方を即時提供可能**である。提携先の事業活動に即した柔軟なオペレーション提供で事業拡大に貢献し、店舗を保有する企業を中心とした**成熟化した企業及び日本経済の活性化に貢献**していく
- ✓ ソフト提供のみで良いため、人件費や物流費、店舗スペースなど**様々なコストを削減**し、同時に提携企業は**店舗面積を有効活用でき、収益性向上**も実現

● 今後の方針 | 提携先店舗での買取とクロスセリング

店舗を持つ他業種企業に対して、AIと買取システム・オペレーションを提供する。資産(=ブランド品)の買取と、買取代金の提携先滞留(ポイント・ウォレットの活用)による商品のクロスセリングを行うことで、両社の経済圏拡大を目指す



提携先メリット

- ✓ サービスのタッチポイントの強化
- ✓ ブランド品買取代金の取り込み

提携先への依頼事項

- ✓ 店頭でのブランド品買取預かり・送付
- ✓ 経済圏通貨のAPI連携

● 参考)大黒屋がAIによって目指す買取の多角化

長年のAI活用ノウハウをベースに、二次流通業界でナンバーワンの流動化率を発展/拡張させ、業界と社会の循環を主体的に促進していく

二次流通小売業

プラットフォーム化

今期

Phase 1

Phase 2

中長期

目指す姿

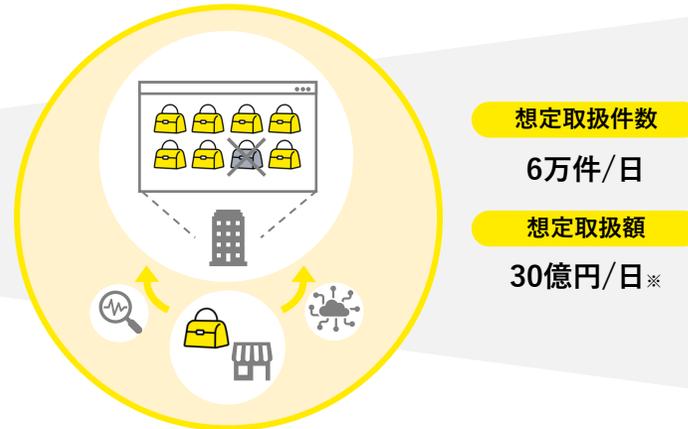
自社での買取機会の創出

AI導入に伴う査定プロセスの簡易化により、顧客の買取機会の敷居を下げ新規顧客を獲得。異業種小売店等に対し機能提供をすることで、顧客範囲を拡大し、新規顧客を獲得。



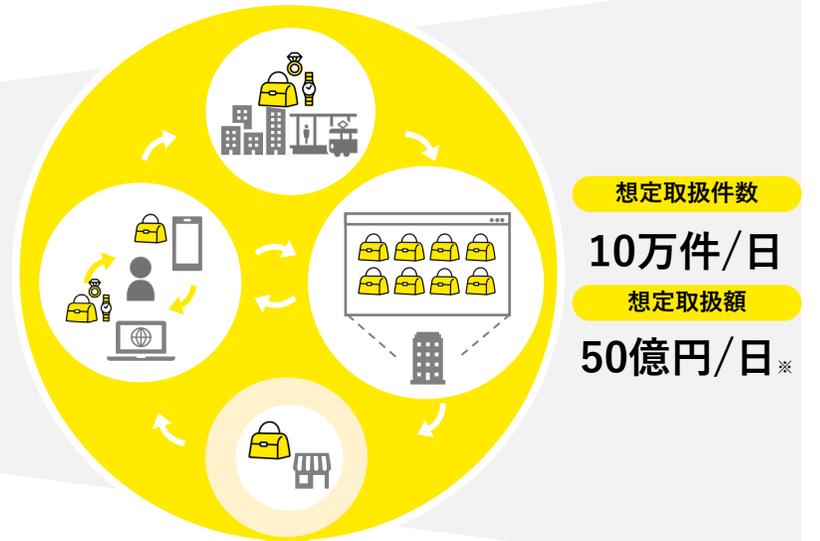
二次流通業界の健全化

プラットフォームへのVision AIによる買取システムを提供することにより、顧客獲得のみならず、偽物出品画像摘出に繋がり、偽物流通の防止に寄与。業界全体の透明性に繋がり業界を健全化。



循環型社会の促進

業界の健全化と更なる査定体験の簡易化により、売上拡大並びに顧客の二次流通利用機会を促進。結果、あらゆる二次流通のGMV向上及び活性化につながり、循環型社会の促進に。



顧客/提携先店舗向けにAIを開放することでオフライン領域で拡張

プラットフォーム/ユーザー向けにAIを開放することでオンライン領域で拡張

更なるAIの精度向上によって業界基準/社会を変革

● 今後の方針 | 提携構想(候補)

他にも異業種との提携を多数構想・協議中である

買取機会創出



新規サービス開発



富裕層クロスマーケティング



店舗有効活用



事業計画

● 事業計画 | 前提条件/将来リスク

提携事業の進展に伴い、29年3月期の着地見込みを上方修正。また、リスクに対する対応策も検討

売上ドライバー	前回提出計画との差異	
仕入	上方修正	<ul style="list-style-type: none"> AIによる自動買取オファー機能の進展を加味し、上方修正。
粗利率/在庫回転率	上方修正	<ul style="list-style-type: none"> 既存事業では、過去実績で大きな変動はないため、前回の計画を踏襲。 提携事業では、短期間での販売(30~60日)を想定し、上方修正。
リスクの種類	リスクの発生確度と対応策	
新規参入リスク	低い	<ul style="list-style-type: none"> トレーニングモデルで当社開発AIは改善されていくため、明確な競合優位性を保有 自社店舗の出店だけでなく、パートナー企業へ買取機能を提供することで面を抑えていくこと、ブランド価値を高めていくことで競合に打ち勝っていく
海外情勢の著しい変化発生リスク	高い	<ul style="list-style-type: none"> 主要顧客を限定せず、国内はもちろんのこと各国の顧客をターゲットとして依存しない体制を構築する

● 事業計画 | 利益拡大の根拠(AI及びシステムの即時提供)

資産効率の高い経営基盤をベースとしながら、当社開発のAI及び保有しているデータベースと即時提供可能なシステムにより、プラットフォーマー・実店舗を持つ企業と融合していくことで、利益拡大を図る

キャパシティ(売上・仕入れ)	高い在庫回転率	一定の粗利率
<ul style="list-style-type: none">・コロナ禍で在庫圧縮によるリスク回避・過去水準までのキャパシティに余裕・円安も追い風に	<ul style="list-style-type: none">・在庫期間を意識した買取商品群と買取アイテムの選定・実店舗/EC/オークション等の多様な販売チャンネル・90日以内での高い現金化率	<ul style="list-style-type: none">・適正価格での買取/販売・インフレの価格転嫁

景気に関係なく安定的なキャッシュフローの確保を実現



今後の方針

他業種との提携

- ・成熟化した小売企業や大手プラットフォーマーへ、即時付加システムとオペレーションをホワイトレーベルで提供

資金調達

- ・デッドファイナンス等を用いて積極的な投資が可能

● 事業計画 | 利益拡大の根拠(他業種との提携事例)

LINEヤフーとメルカリの提携事業は、実行中である

LINEヤフー株式会社

株式会社メルカリ

背景

- 大黒屋は中古ブランド品に関わる各種システム(買取・販売、機械学習を活用した画像査定、ダイナミック・プライシング、国内外での在庫連動システム等)を開発・運用し、更に拡大するため異業種との提携を検討していた

- 大黒屋の定評のある鑑定技術に基づくAIダイナミックプライシング機能を有効活用出来る異業種との提携を検討していた

狙い

- LINEヤフー社が持つ国内最大規模の顧客基盤やオークションシステムに、大黒屋の培ってきたシステムを掛け合わせ、両社のオンライン買取・販売を強化する狙い

- 売れ残り商品の処理に課題を抱えるメルカリ社の顧客に向けて、より多くの商品が売れるサービスの開発を目指し、大黒屋のAIを組み合わせることで、両社のオンライン買取・販売機能の強化を図る

おてがるナンデモ買取

買取リクエスト

実施概要

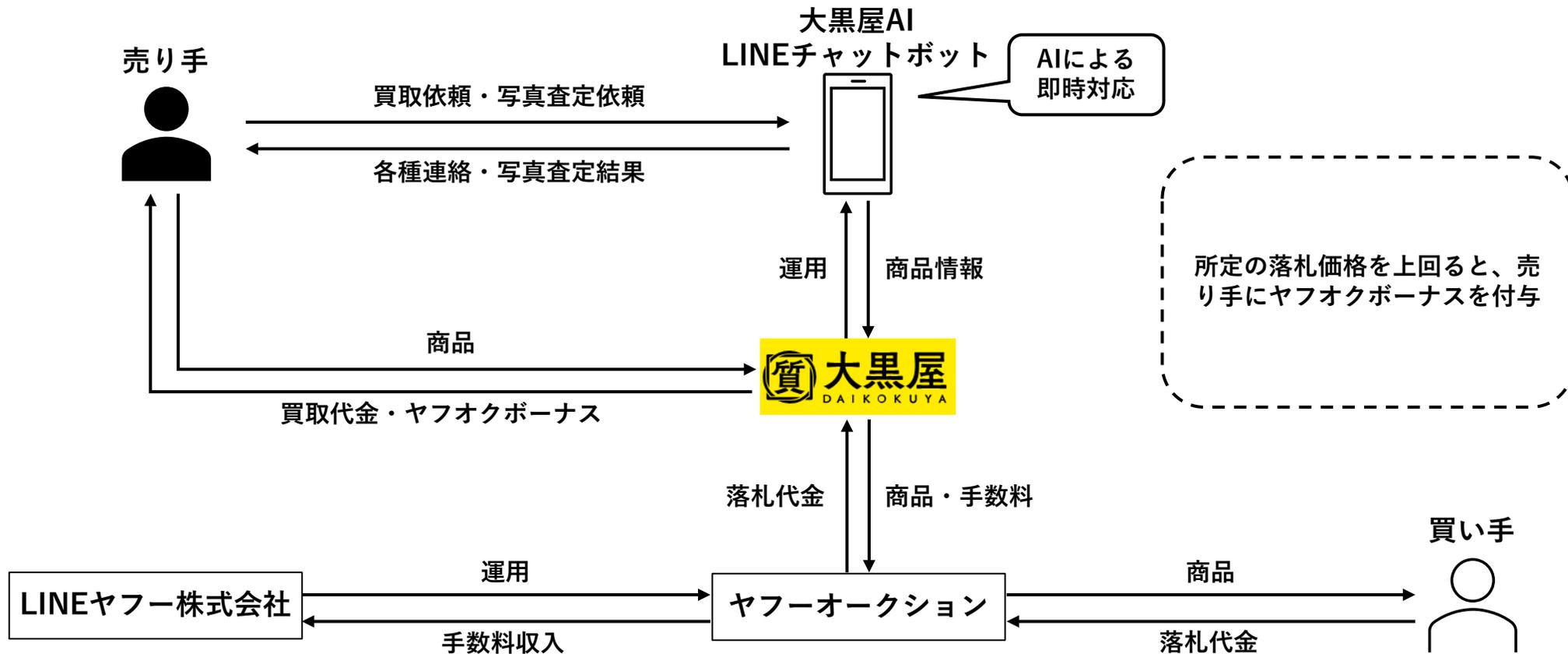
- LINEを利用して中古品を大黒屋が買い取り、Yahoo!オークションに出品し、落札金額に応じた追加の買取代金を利用者に還元
- 利用者は事前にLINEアカウント上のAI査定による簡易画像査定を通じて、目安となる買取額を把握することが可能
- 買取に関わる登録・集荷・査定・振込などの全てのやりとりがLINE公式アカウント上のチャットボット上で完結

- メルカリで出品している商品に、大黒屋による査定金額をベースにした購入価格やAIシステムを活用した自動購入価格を提示。
- 出品者がその価格で売却を希望する場合、通常の個人の利用者同士の取引と同じように商品を送付し、メルカリで商品を受け取り、商品に問題ないことを確認した後、買取が成立。

● 事業計画 | おてがるナンデモ買取_ビジネスモデル

おてがるナンデモ買取は、大黒屋が開発したLINEチャットボット上で、買取にかかるコミュニケーションが完結する。ヤフーオークションにおいて、一定の価格以上で落札された場合は、売り手に対してボーナスを付与

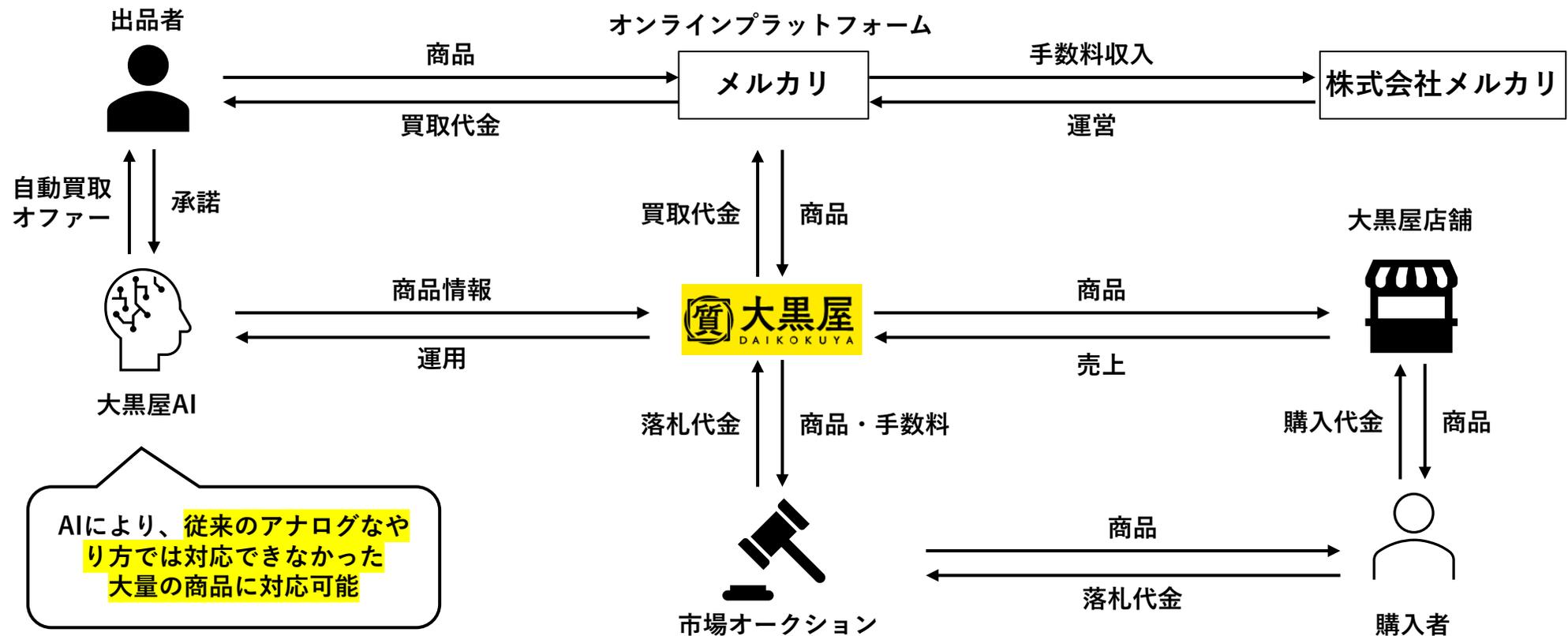
ビジネスモデル(おてがるナンデモ買取)



● 事業計画 | 買取リクエスト_ビジネスモデル

メルカリとの提携事業において、AIによる自動買取オファーを行うサービスを提供。AIによる大量商品の自動オファー(最大10万件/日)により、事業拡大を見込む

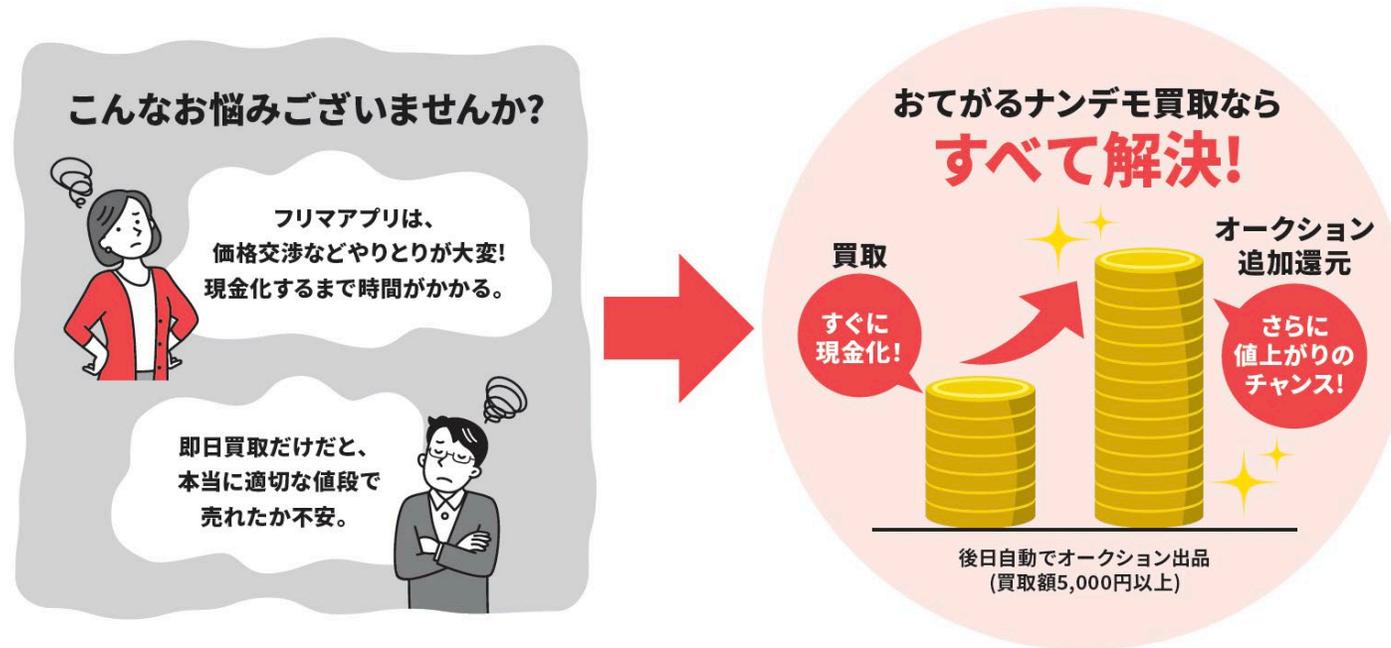
ビジネスモデル(買取リクエスト)



● 参考)おてがるナンデモ買取 | 狙いと概要

大黒屋が買取後、同商品をYahoo!オークションに出品代行し、値上がり分を追加で還元する業界初のスキームを構築。価格の透明化を行い、利用者が不利益を被らない買取を実行

狙いと概要



「フリマアプリは面倒。しかし買取店で売るのも不安」という顧客インサイトに対して、
「買取」と「オークション」の利点を両立させたサービスを開発

● 参考)おてがるナンデモ買取 | 提供サービス

基幹となるAI査定システムから、LINEを通じたオンラインでの顧客対応、店舗における顧客体験の設計・制作・支援等、店舗オペレーションを一貫して提供。さらには、オンオフともに集客まで含めたマーケティングも全面提供



システム/オペレーション/マーケティングを一貫して提供

● 参考)おてがるナンデモ買取 | 実際のLP

おてがる
ナンデモ買取

こんな買取、
今までなかった!

最大100万円の追加入金!
※追加入金はオークションの落札額と買取額の差額から所定の計算式で決定。

大黒屋 Yahoo!オークション

ダブルチャンス買取

ご入金 1 回目

鑑定のプロによる
買取 大黒屋

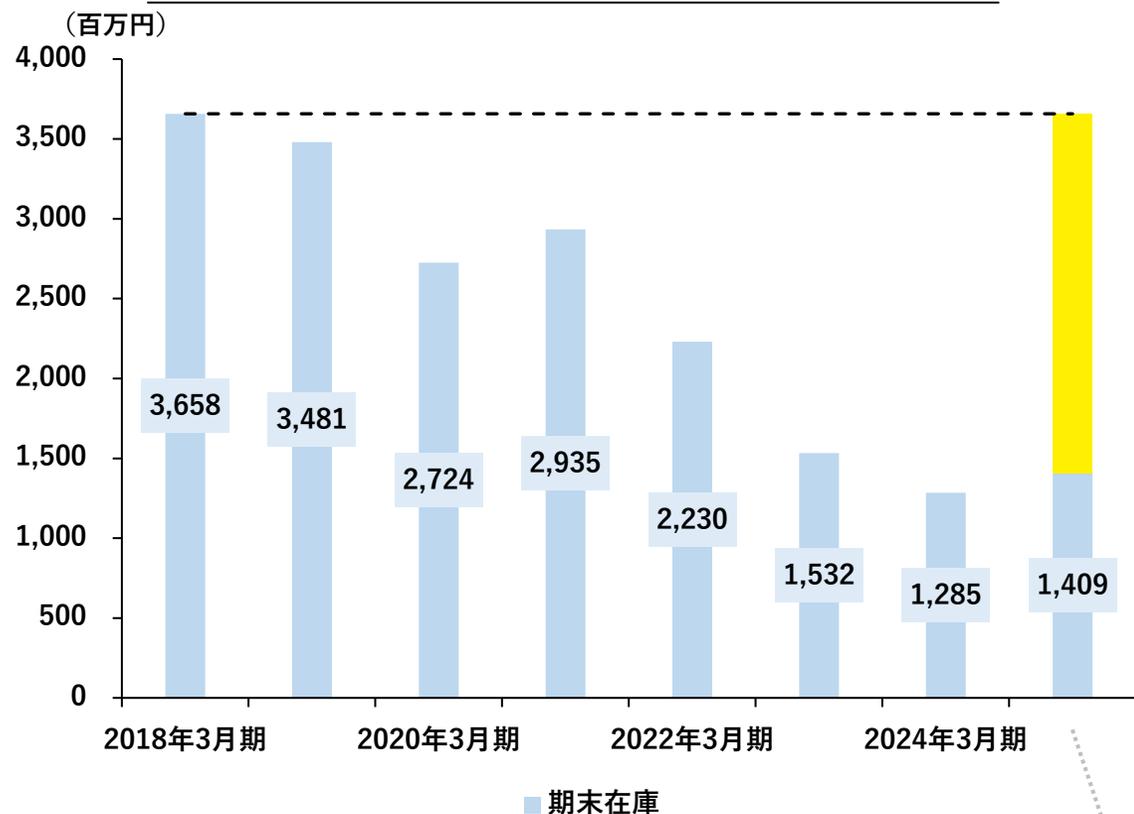
おてがる
ナンデモ買取

おてがるナンデモ買取の
公式アカウントを
友だち追加する

● 事業計画方針

積極的な買取を行い、現在落ち込んでいる在庫水準を2018年3月期水準まで回復させることにより、2027年3月期までの売上達成は可能だと思料

期末商品在庫



過去最高で約36億(2018年3月期)、平均単価は当時と比較し、約1.37倍となっているため、約50億までキャパシティがある

事業計画-方針

~27年3月期

在庫を過去最高水準まで回復させることで
売上拡大を目指す

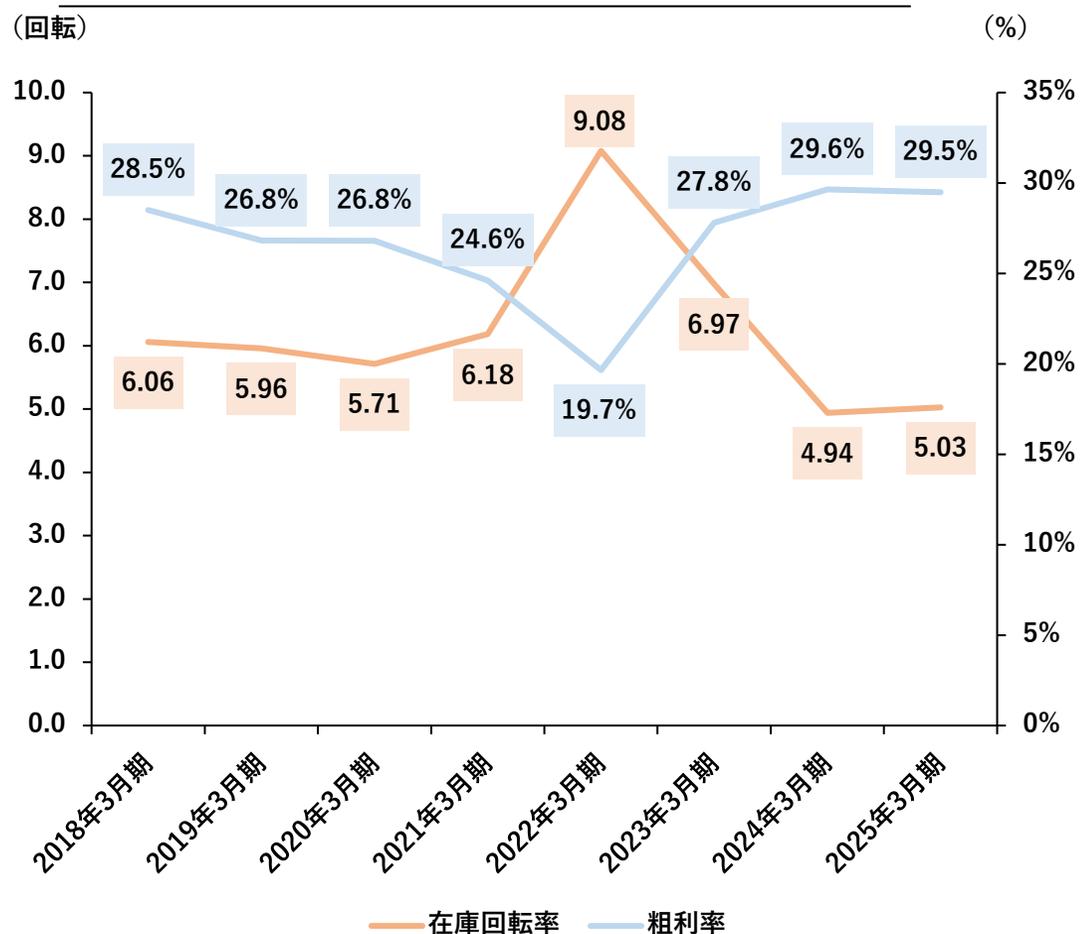
28年3月期~

提携による買取拠点の拡大を図り
さらなる売上拡大を目指す

● 事業計画方針

過去実績では、適切なプライシング及び適切な在庫管理により、在庫回転率/粗利率ともに高い水準を保持していることから、今後も維持できると思料

在庫回転率/粗利率



前提条件根拠

粗利率

過去実績では高い水準を維持

在庫回転率

過去実績では高い水準を維持
適切なプライシング/適切な在庫管理能力
があるため、今後も維持できる

● 事業計画

他社との提携及び資金調達による既存チャネルの拡大を図り、大きな成長を目指していく

単位：百万円	2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期	2027年3月期	2028年3月期	2029年3月期
売上高	10,671	9,900	16,838	27,399	45,189	70,244
成長率	-12.3%	-7.2%	70.1%	62.7%	64.9%	55.4%
粗利	3,164	2,920	4,702	7,307	11,760	18,130
粗利率	29.6%	29.5%	27.9%	26.7%	26.0%	25.8%
営業利益(のれん除く)	226	-484	1,376	2,705	5,073	8,446
営業利益率	2.1%	-4.9%	8.2%	9.9%	11.2%	12.0%
EBITDA	273	-436	1,431	2,774	5,179	8,612
EBITDA-margin	2.6%	-4.4%	8.5%	10.1%	11.5%	12.3%
当期純利益	-452	-827	439	1,920	3,562	5,896

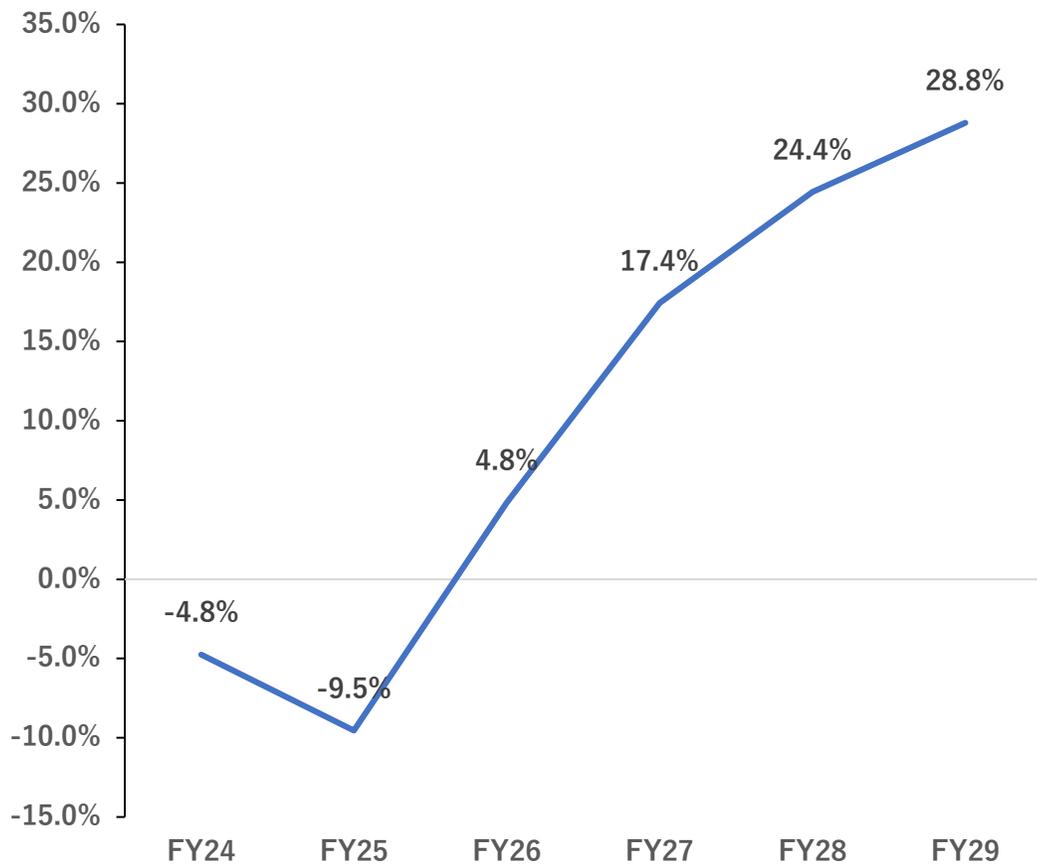
資産	14,867	13,455	15,148	17,794	23,680	32,211
負債	5,385	4,797	6,051	6,776	9,101	11,736
純資産	9,482	8,658	9,097	11,017	14,579	20,474

*上記は子会社としての大黒屋のみを対象とする数値計画です。連結では他にも電機事業を営んでおりますが、連結業績に占める割合は極めて僅少です。

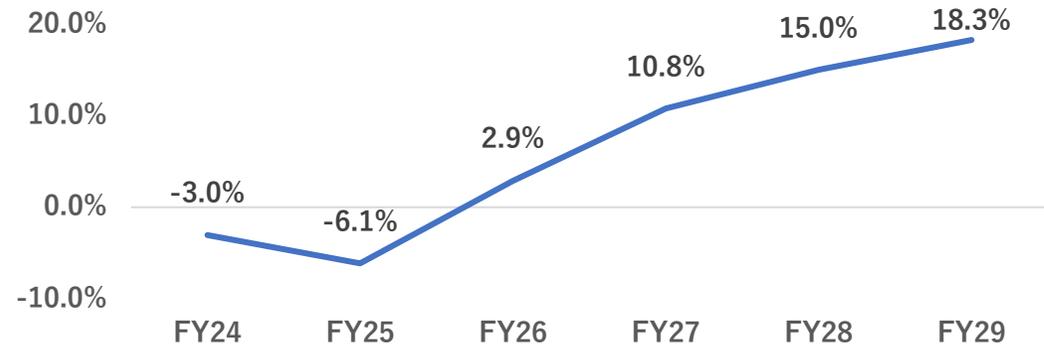
● 事業計画 | 指標

交差比率の高いビジネスモデルを構築しているため、以下のような資本効率の高さを実現できる

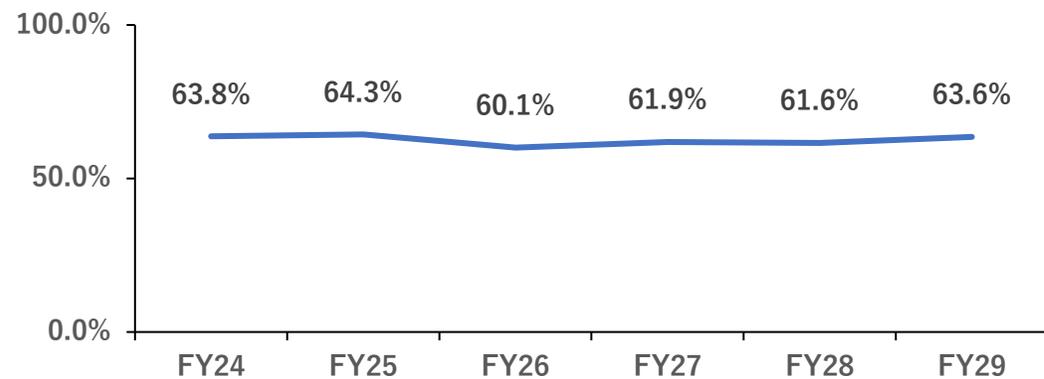
ROE(当期純利益/ 純資産)



ROA (EBITDA / 総資産)



自己資本比率 (自己資本/総資本)



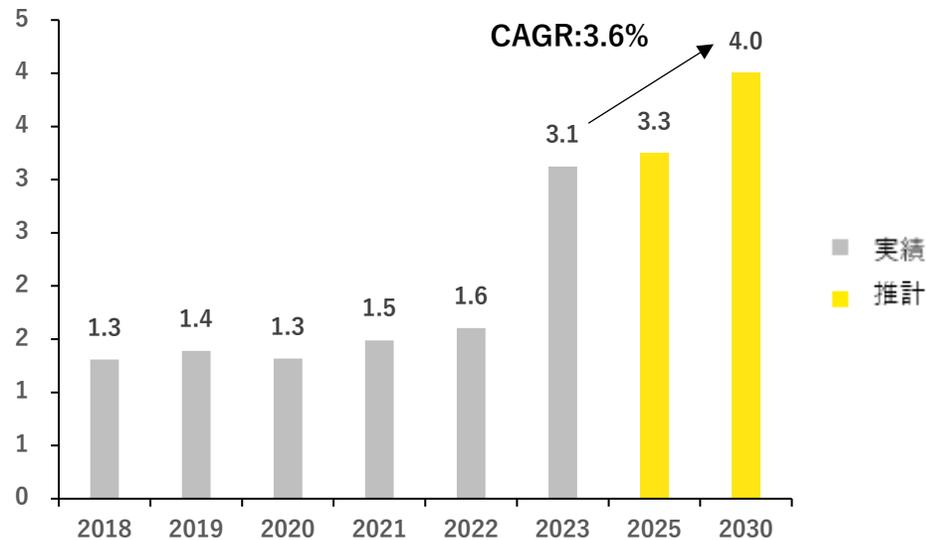
Appendix | 市場環境

● 市場環境 | 顕在化市場

中古品の市場規模は拡大していく見込みであり、今後も注力すべき市場である

中古品市場規模

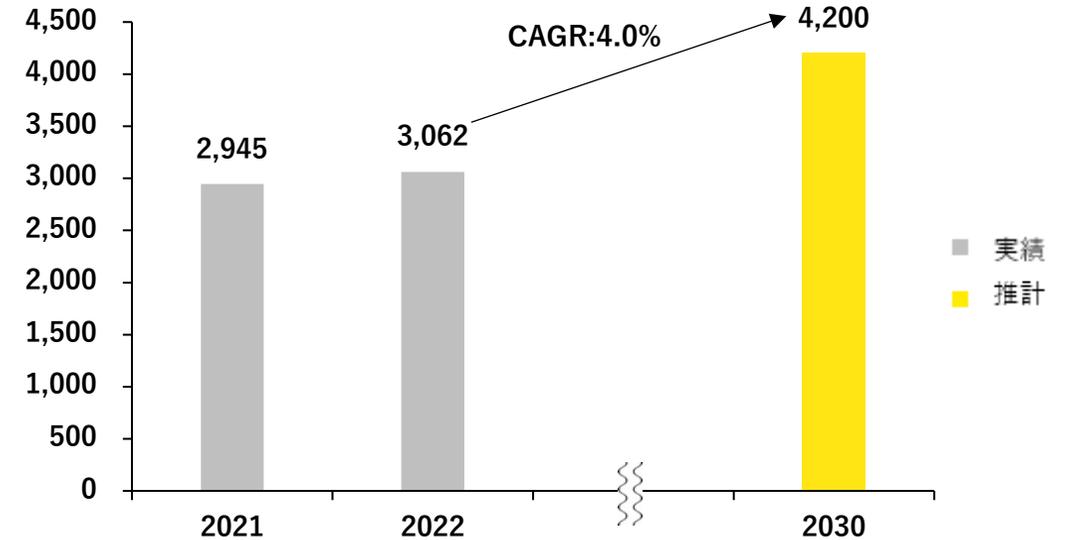
単位:兆円



【出典】リサイクル通信「リユース市場規模の推移と予測」より当社作成

中古ブランド品市場規模

単位:億円

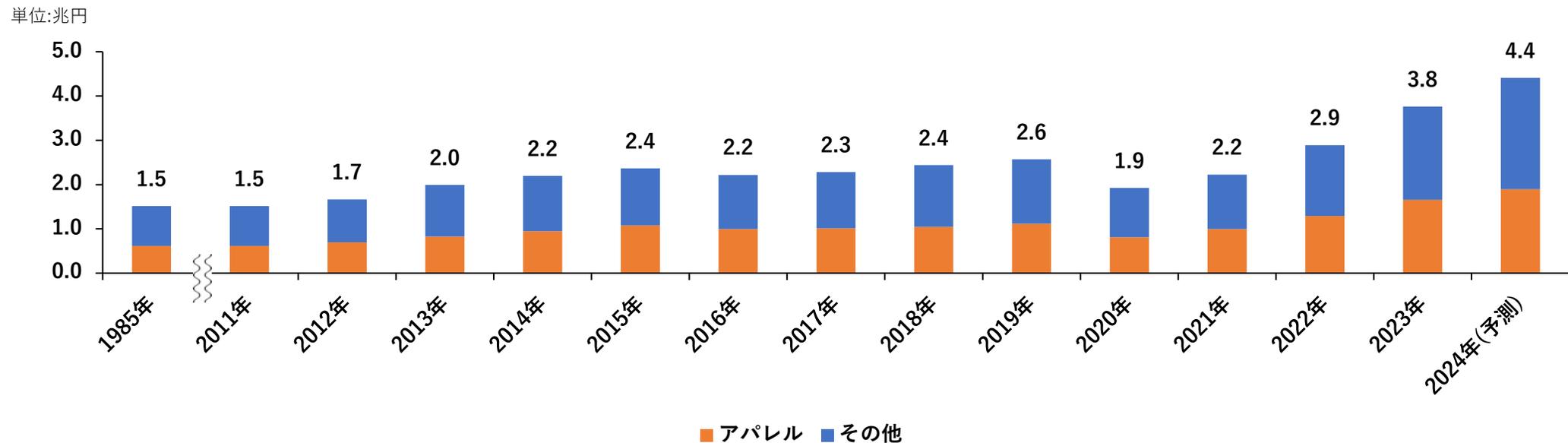


【出典】リサイクル通信「ブランド品市場規模推移」より当社作成

● 市場環境 | 潜在市場

インポートブランドの市場規模は1985年からの累計で約73.9兆円とされ、中古ブランド品市場の潜在的な規模を示している。また、当時ブランド品を購入していた層が、中古ブランド市場のターゲット層となるタイミングにあり、市場は拡大傾向にあると考えられる

国内インポートブランド市場規模

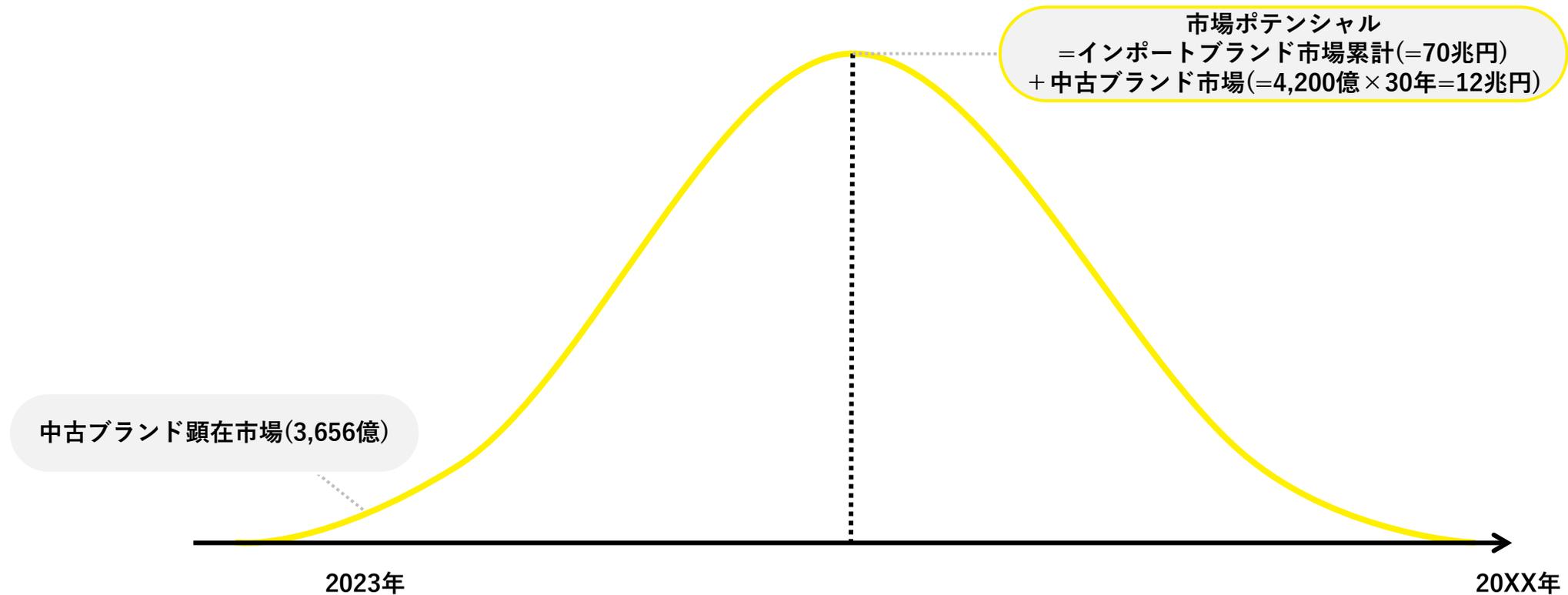


【出典】 矢野経済研究所「国内インポートブランド（主要15アイテム）小売市場規模推移」より当社作成
※2010年以前はデータがないため、2011年と同程度と想定

● 市場環境 | 市場イメージ

中古ブランド市場は、以下のイメージの通り拡大中の市場である。現在は、若年期にブランド品を購入していた層が、中古ブランド市場の主要顧客(50~60代)になるタイミングであることから、今後さらなる市場拡大が見込まれる

中古ブランド品市場イメージ



【出典】 矢野経済研究所「国内インポートブランド（主要15アイテム）小売市場規模推移」を基に、当社作成

Appendix | 顧客体験の設計方針

● 顧客体験の設計方針

ココロを動かすショッピング体験で モノの循環を加速させる。

欲しいモノを手に入れる喜び。
新しいモノにワクワクする楽しさ。
それは、人々の人生を彩ってきた不変の価値。

大黒屋は、質・二次流通を通じて、
お客様一人ひとりが心から楽しめる、
新しいショッピング体験を創造し続ける。

「ココロが動くから、モノも動く。」
お客さまのココロを動かすことで、
循環型社会の実装を加速させる。



● 顧客体験の設計方針 | 循環型社会実現に向けたサービス開発

「ココロを動かすショッピング体験でモノの循環を加速させる。」という顧客体験の実現のために、より手軽で、便利で、楽しいUXを追求した、サービスを開発を追求する

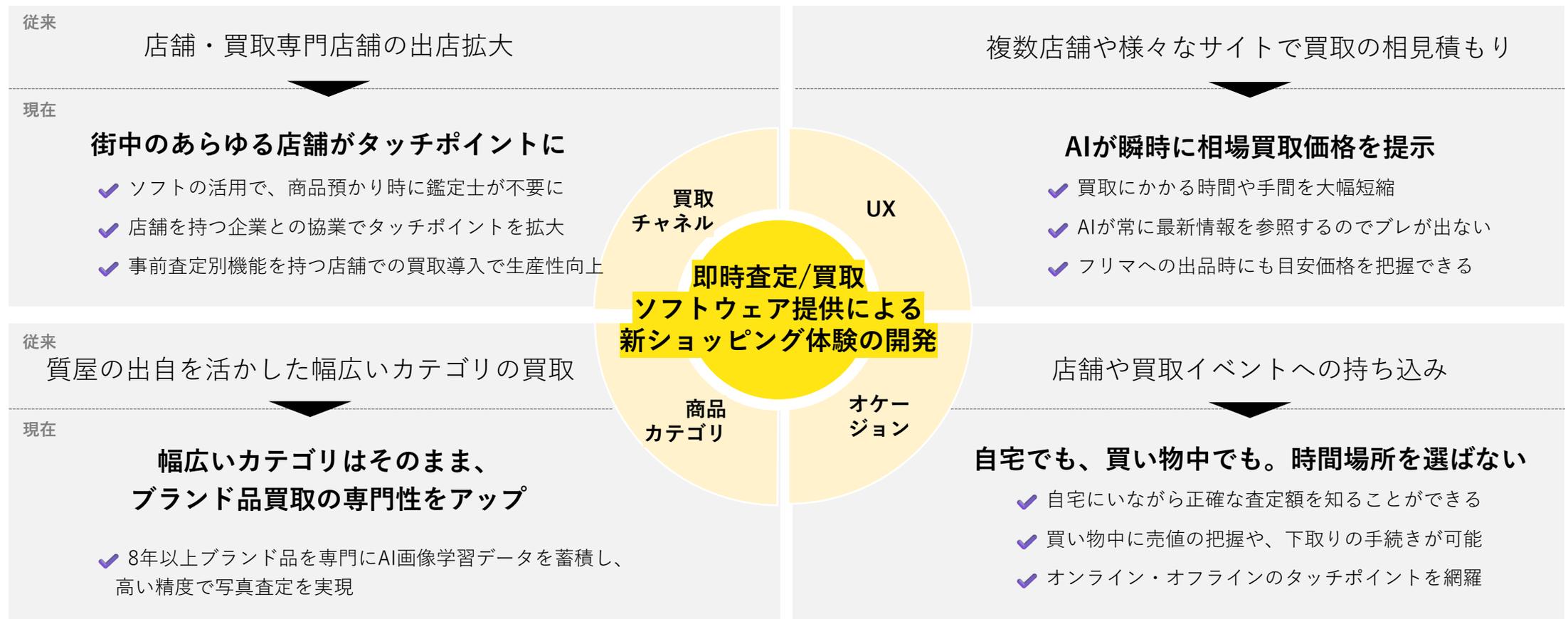
当社が実現を目指す顧客体験例



● 顧客体験の設計方針 | 循環型社会実現に向けたサービス開発

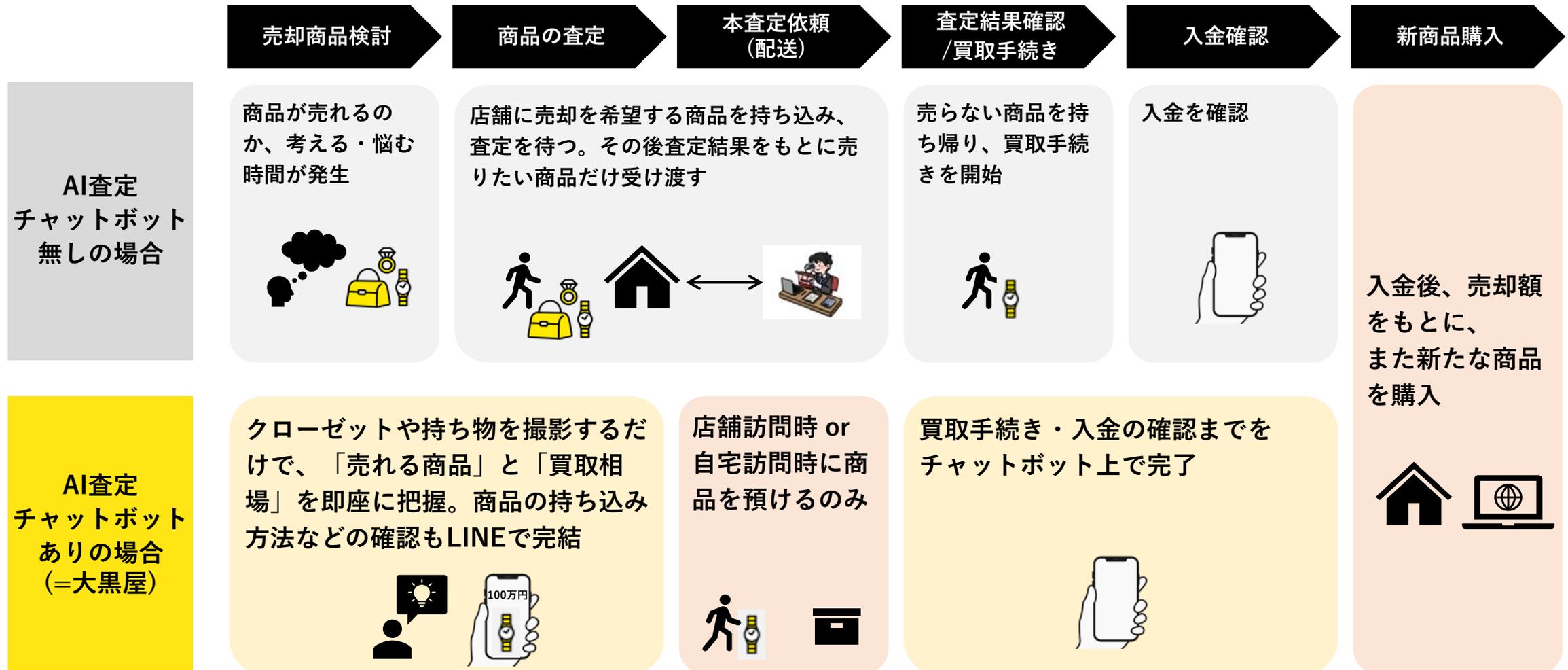
従来の顧客体験を抜本的に改革し、よりユーザーの買取体験への抵抗をなくし、買取件数を増大させる

当社が実現を目指す顧客体験例



● 顧客体験の設計方針 | チャットボットを活用したサービス

当社が開発したAIチャットボットを提供することにより、ユーザーは査定～発送案内までをLINEで完結して案内を受けることが可能になる。店舗ではBOX等に入れるのみ。店舗店員には負荷がかからないスキームを構築



Appendix | なぜ大黒屋ができるのか

● なぜ大黒屋ができるのか | 画像認識AI技術

大黒屋では、約7年前からブランド品のデータ収集を進め、データアナリストやエンジニアの手でAI技術に最も重要な教師データのクレンジングや前処理を地道に積み重ねてきた。Google Vision AIと、同社が長年に亘り培ってきたブランド品データを組み合わせ、入力された商品画像データをもとに、ブランド・商品カテゴリーを瞬時に高い精度で特定

7年間にわたり、約50万点の
商品画像+属性データを蓄積



属性データ

ECデータ

画像データ

C2Cプラットフォームデータ



アルゴリズムと現場知識を掛け合わせ
AI学習用のデータをクレンジング(前処理)

モデルAとモデルA'は分ける？
同様のものとする？

同一ブランドの
表記方法を統一

photo No.	category	brand	model
000	handbag	abc	mno
111	jewelry	def	pqr
222	gold	ghi	stu
333	watch	jkl	vwx

画像認識AIにデータを学習させ、
ブランド品に特化した、
画像認識データセットを作成



この特徴を持つ商品画像が対応するのは…

category	brand	model
handbag	abc	mno

1枚の写真から、
数秒で商品属性情報を瞬時に
判定するシステムが実現

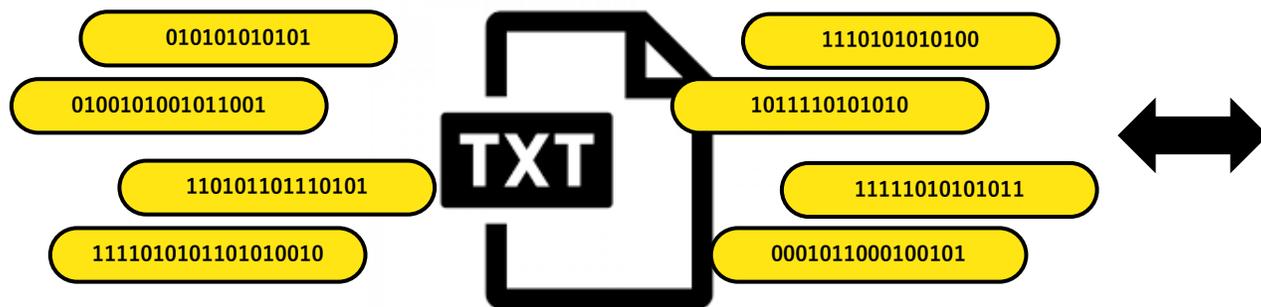


カテゴリー：
handbag
ブランド：
abc
モデル：
mno

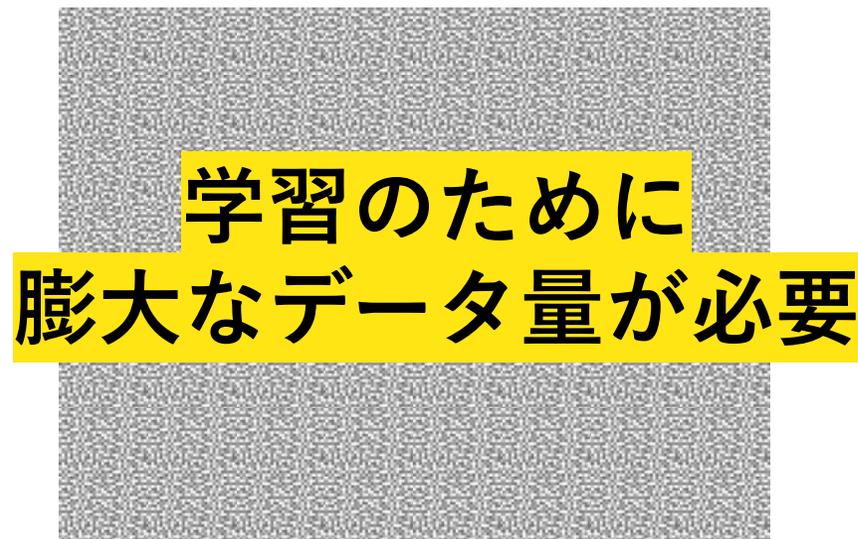
● なぜ大黒屋ができるのか | 画像認識AI技術

ChatGPTなどのテキスト型AI技術と異なり、画像認識には膨大なピクセルデータの学習が必要。大黒屋は、過去の豊富な画像データ（販売用に様々な角度から商品を写したデータ）を8年間に渡り蓄積しており、データサイエンティストと現場の査定技術者のコラボレーションにより中古ブランド品に特化した画像認識学習用データベースを作成

Chat GPT 等のテキストデータAI



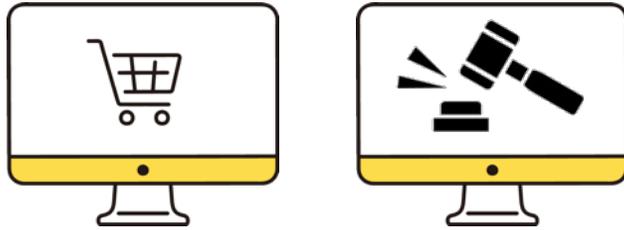
画像認識AI



● なぜ大黒屋ができるのか | ダイナミックプライシング技術

グローバル規模で管理している何千もの当社商品査定データと過去2年間分の二次流通市場のデータを組み合わせ、最新の市場価格を瞬時に提示。参照価格データは常に最新にアップデートされる

二次流通市場購買データ*

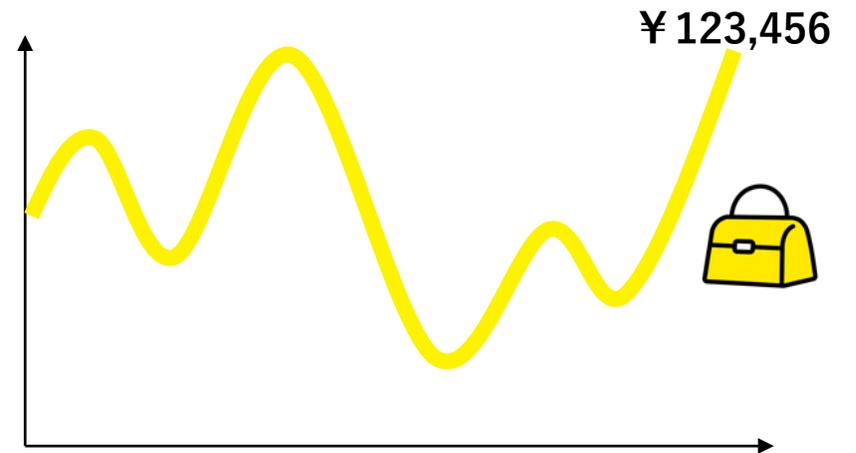


* オークションからリテール販売までのデータを含む

大黒屋での買取・販売実績データ



消費者が、自らの持ち物に
どのくらいの資産価値があるか
瞬時に判断できるシステムを構築



免責事項

● 免責事項及び将来見通しに関する注意事項

- 本資料は、将来の見通しなどに関する記述を含んでおり、これら将来の見通しに関する記述は、現時点で入手可能な情報に基づいた当社の判断により作成されております。
- 本資料は、当社の5カ年事業計画をご理解いただくための情報提供のみを目的としており、株式の購入や売却等の投資勧誘を目的とするためのものではありません。投資に関するご判断は、利用者ご自身の責任において行われますようお願い致します。
- また、これらの記述は、将来の当社業績を保証するものではなく、予測困難なリスクや不確実性が含まれています。従いまして、実際の業績等は、これらの要因によって見通しと異なる結果になることがあります。
- 当社は、将来の経営環境や前提要因の変更もしくは新たな情報などを反映して、将来の見通しに関する記述を更新したり改訂したりする義務を負いません。