

**PIALA**

Smart Marketing for Your Life

# 2024年12月期 第2四半期 (中間期) 決算補足資料

---

2024年8月14日

株式会社ピアラ 東証スタンダード市場 (証券コード：7044)

# Agenda

**01** 2024年12月期 第2四半期決算概要

**02** 2024年12月期 通期見通し

**03** Appendix

# 01 2024年12月期 第2四半期決算概要

# 2024年12月期 第2四半期決算進捗

- 売上高は大手回復及び異業種の拡大もあり、5,927百万円と**前年同期比20.5%増加**で進捗
- 前年の売上高上位20社をベースに、新規クライアントの獲得が進み売上高は好調
- 利益については、想定以上に販管費が増加したことや一部の新規クライアントで粗利額が低いことが要因であり、クロスセルや改善施策を行い、早急な改善を目指す

売上高

5,927百万円

前年同期比  
+1,006百万円 (+20.5%)

営業利益

△174百万円

前年同期比  
△69百万円 (-%)

経常利益

△153百万円

前年同期比  
△75百万円 (-%)

親会社株主に  
帰属する  
中間純利益

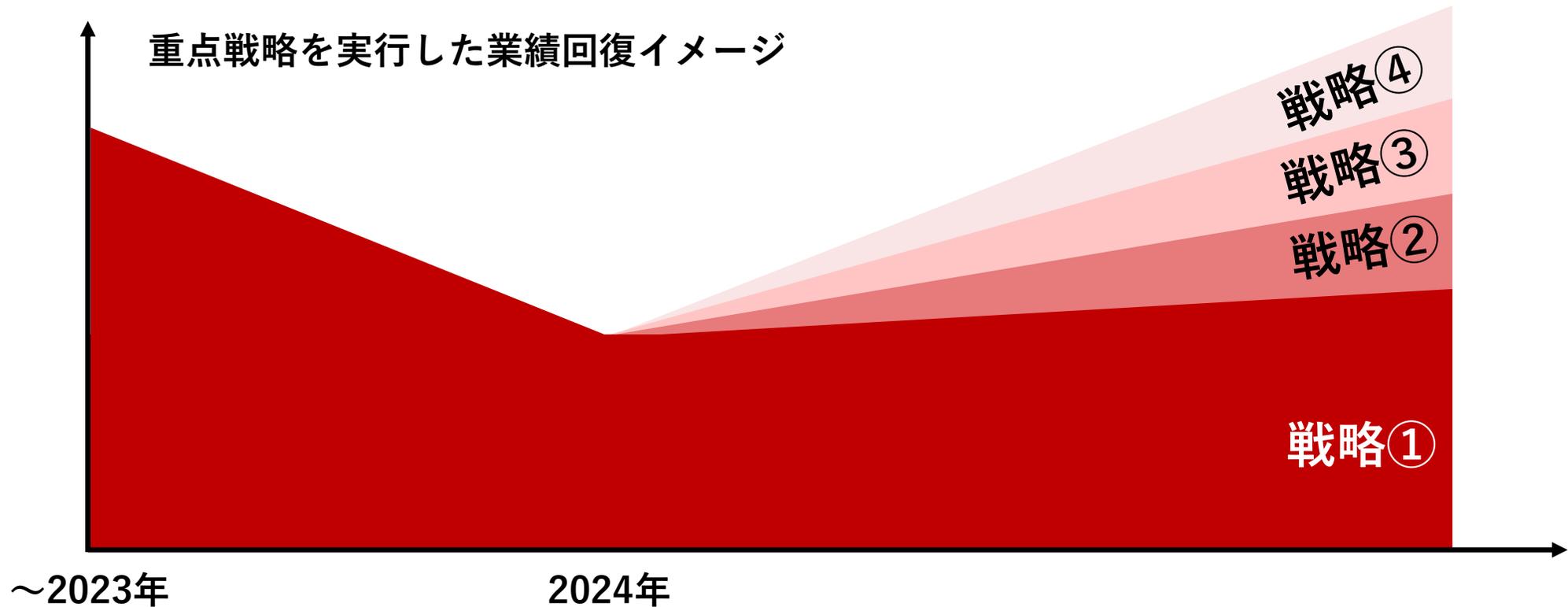
△185百万円

前年同期比  
△99百万円 (-%)

ご参考：EBITDA △132百万円

# ④ 2024年12月期の重点戦略

- 1 2023年売上高上位20社の大型クライアントの落ち込みを止め、前年を上回る
- 2 既存クライアントの成長と新規クライアントの獲得及び納品力の向上
- 3 マーケティングDX事業の取引社数増加
- 4 one move(株)等の子会社及び自社事業での成長

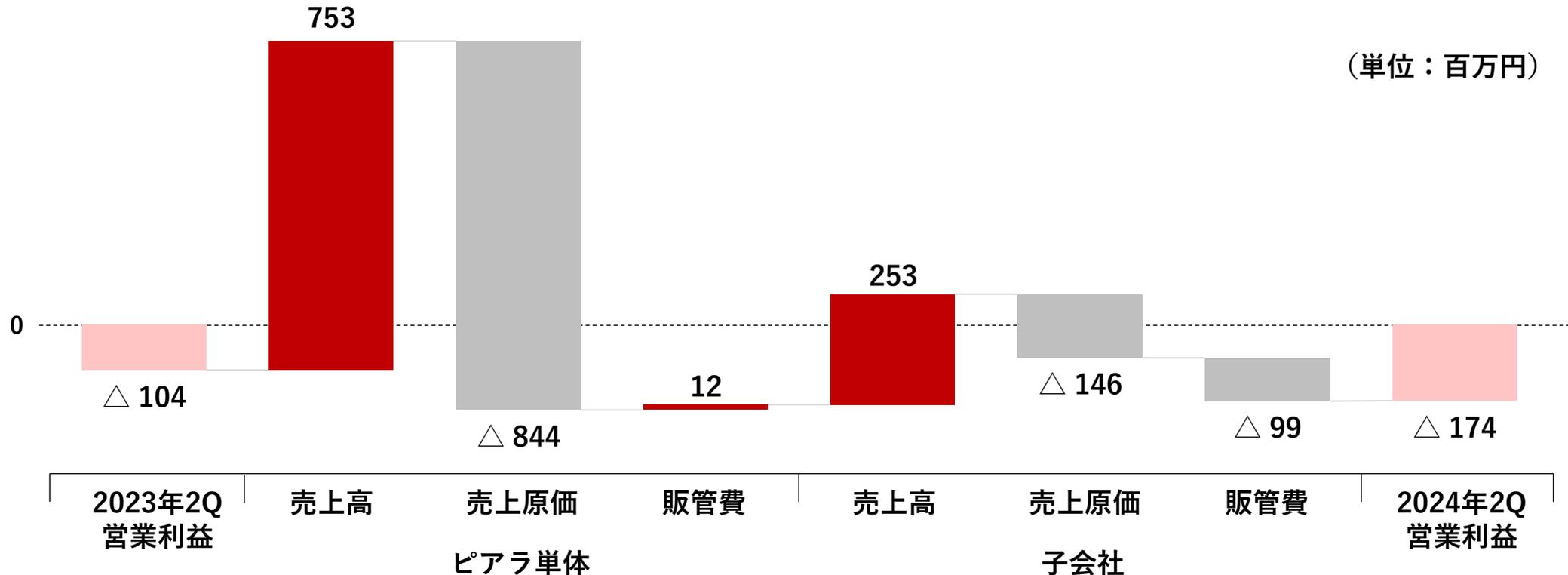


# 重点戦略の進捗状況

項目	進捗	評価
戦略①	<ul style="list-style-type: none"><li>2023年売上高上位20社は計画値に対して進捗率51.4%と引き続き好調</li><li>一部クライアントで取引停止になるも、他のクライアントでカバー</li><li>引き続き、売上高の拡大を目指す</li></ul>	
戦略②	<ul style="list-style-type: none"><li>2023年売上高上位20社以外においても、拡大しているクライアントが複数あることで既存クライアントの成長は概ね計画通りに推移</li><li>新規クライアントの獲得は計画値に対して大幅に上振れて推移 売上高は好調だが粗利額は計画に沿った推移であり、今後は粗利額拡大に向けて注力</li><li>通常は納品までの期間に平均3ヶ月程度の期間が必要 拡張のスピード感を上げるため、今後のリソース拡大が重要</li></ul>	
戦略③	<ul style="list-style-type: none"><li>取引社数は計画に対して△1社とほぼ計画通りに推移</li><li>平均売上高は順調に増加 平均粗利額は横ばいのため、各クライアントの粗利額拡大へ注力</li></ul>	
戦略④	<ul style="list-style-type: none"><li>第2四半期より(株)ジョシュアツリーの業績を連結、one move(株)と同様に業績は好調に推移しており、シナジー効果でピアラへもプラス影響</li><li>PG中国等の赤字を計上している子会社についても販管費の圧縮等を実施しつつ、下期反転へ向けた業績回復施策を実施中</li></ul>	

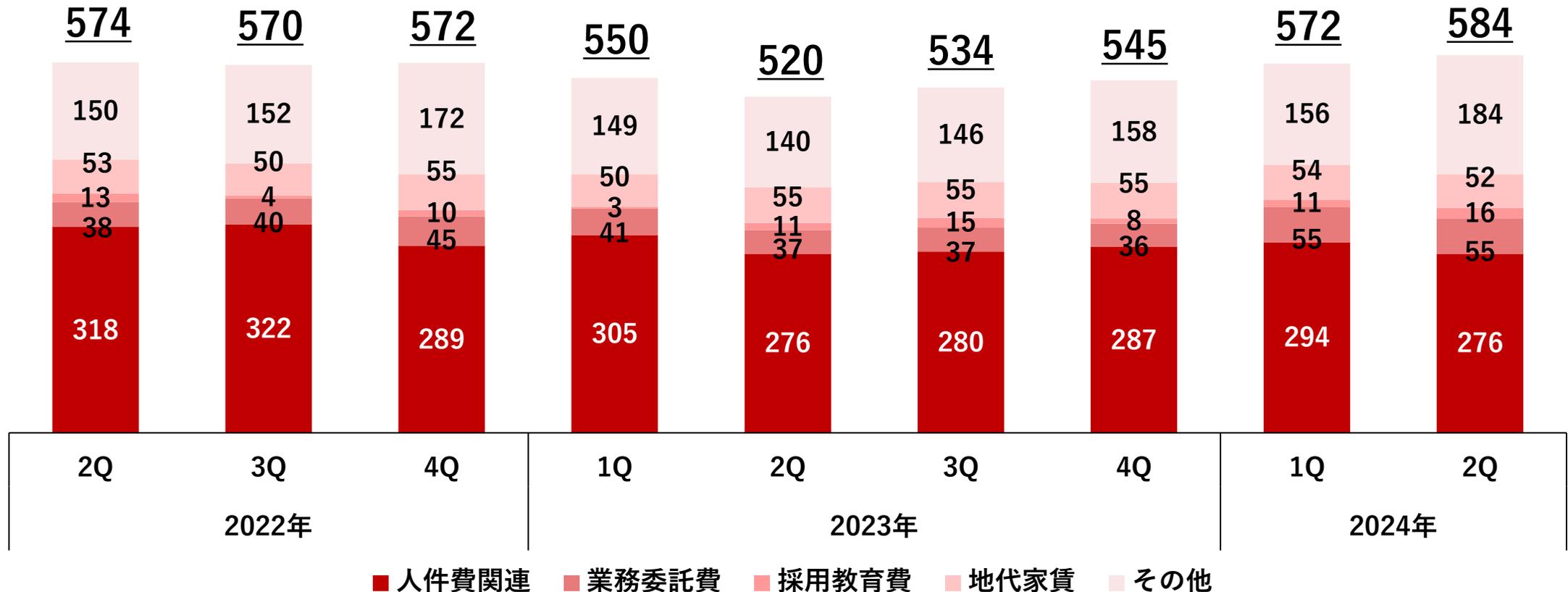
# ② 連結営業利益の増減分析（対前年同期比）

- ピアラ単体では売上高は大幅に増加したものの、一部の新規クライアントの粗利率が低いことや高粗利率だったエンタメDX事業を子会社化したこと等で売上原価が増加
- 販管費は、人件費及び減価償却費用が減少
- 子会社は、one move(株)を含む3社増加したことで売上高が増加
- PG中国を含む一部子会社は厳しい状況の中、販管費削減等の回復施策に注力



# ◎ 販管費の推移

- Q on Q : 2.2%増、Y on Y : 12.3%増
  - 販管費合計は前1Qから2.2%増加、採用強化したことで採用教育費が増加
  - その他の増加については、子会社増加によるのれん償却費を計上したこと及び一部クライアントとの取引に関して貸倒引当金を計上したことが主な要因
- (単位：百万円)



# PIALA 連結貸借対照表

- ピアラ及び一部子会社の売上が増加したことで流動資産、流動負債が増加

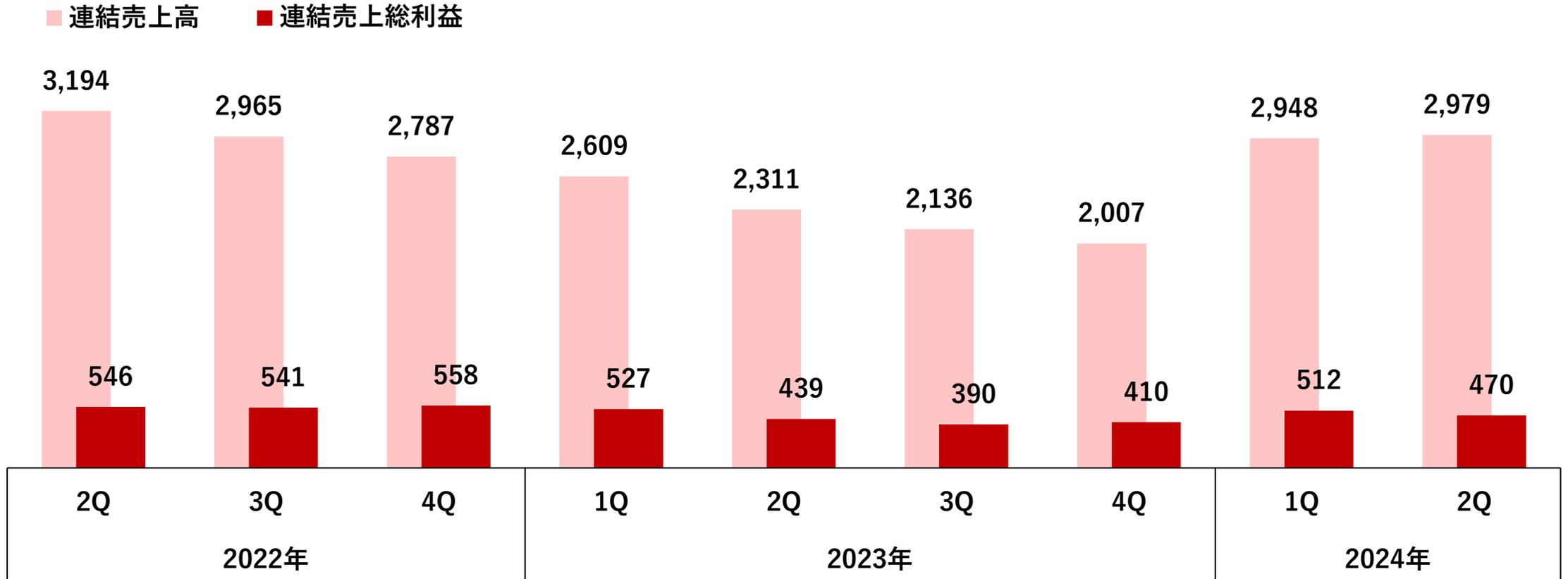
(単位：百万円)

	2023年12月末	2024年6月末	増減額	
資産の部	現金及び預金	1,952	1,409	△542
	受取手形及び売掛金	879	1,352	472
	流動資産合計	3,057	3,056	△1
	投資その他の資産	418	432	13
	固定資産合計	485	658	172
	資産合計	3,543	3,715	171
負債の部	買掛金	747	1,101	353
	短期借入金	1,130	1,091	△38
	流動負債合計	2,751	3,091	339
	長期借入金	188	201	12
	固定負債合計	208	222	13
	負債合計	2,960	3,314	353
純資産の部	株主資本合計	529	348	△181
	純資産合計	582	400	△181
負債純資産合計	3,543	3,715	171	

# ② 連結売上高及び売上総利益の推移

- 売上高 Q on Q : 1.0%増、Y on Y : 28.9%増
- 売上総利益 Q on Q : 8.3%減、Y on Y : 7.0%増
- 売上高28.9%、売上総利益7.0%の前年同期比増加と回復傾向
- (株)ジョシュアツリーを新たに連結し、前年を上回るペースで推移

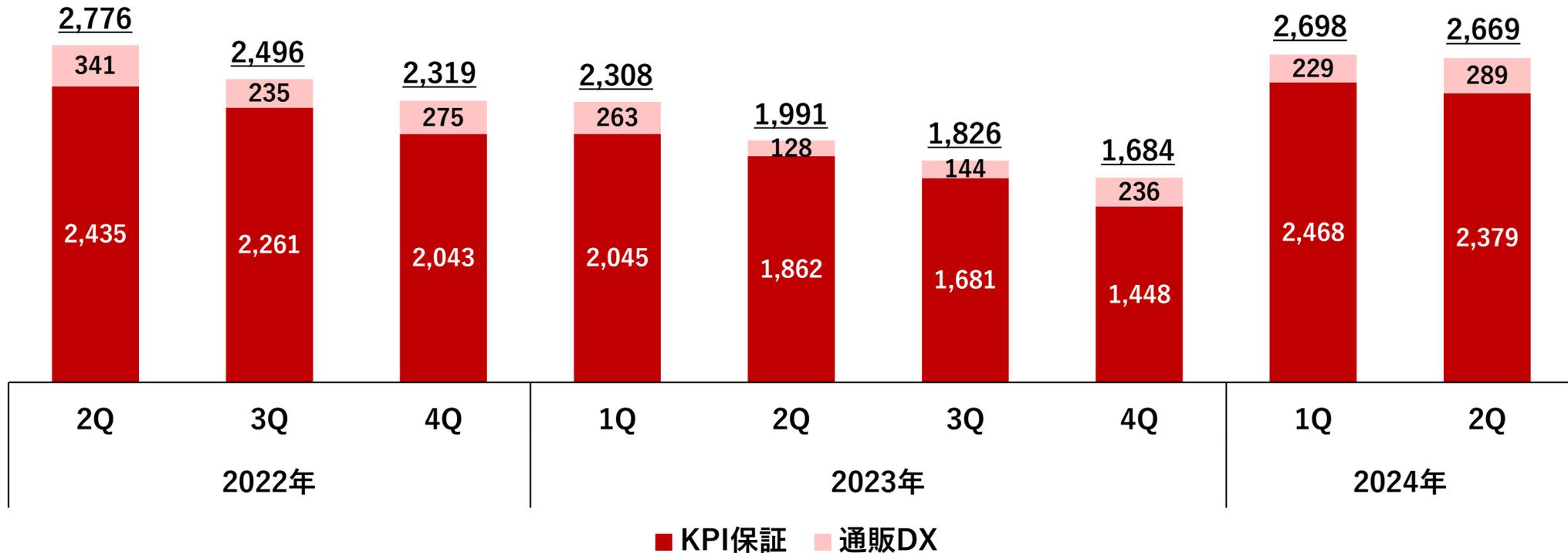
(単位：百万円)



# 売上高（KPI保証・通販DX）の推移

- KPI保証 Q on Q：3.6%減、Y on Y：27.8%増
- 通販DX Q on Q：26.1%増、Y on Y：124.9%増
- 好調なone move(株)に牽引され、ピアラグループ全体として好調に推移

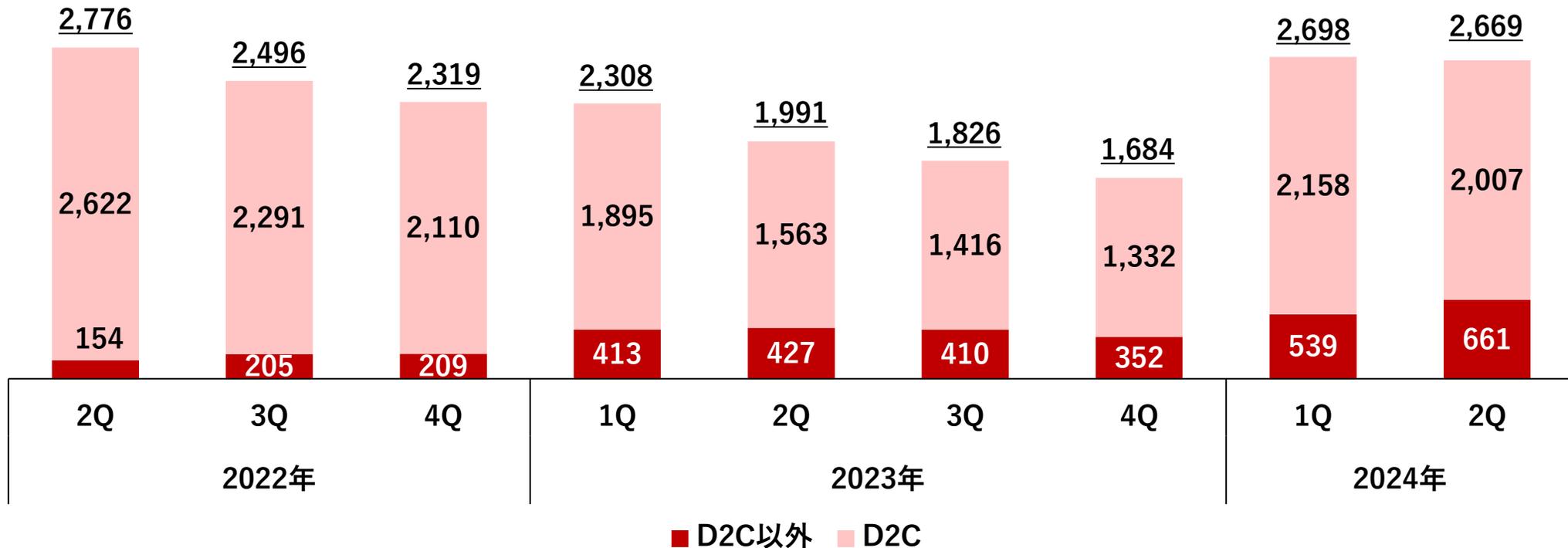
(単位：百万円)



# ② D2C以外の売上高（KPI保証・通販DX）推移

- D2C以外 Q on Q : **22.6%増**、Y on Y : **54.7%増**
- D2C Q on Q : **7.0%減**、Y on Y : **28.4%増**
- D2C以外（主に美容健康の店舗系・医療・人材・不動産など）のサービス提供及び納品に再現性ができたことで、順調に社数及び取扱高が増加
- 引き続き D2C以外の拡張に向けて、組織再編を含めた社内リソースの最適化により積上げ加速

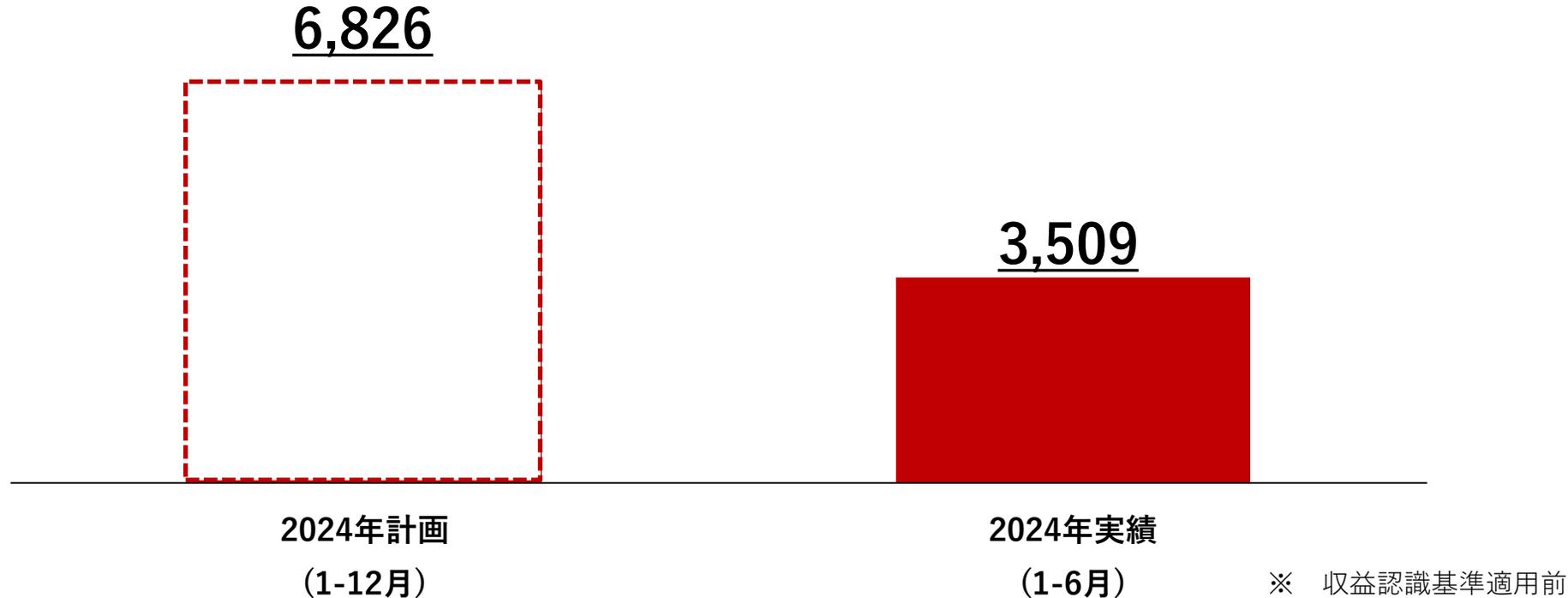
（単位：百万円）



# ◎ 戦略① 売上高上位20社の進捗

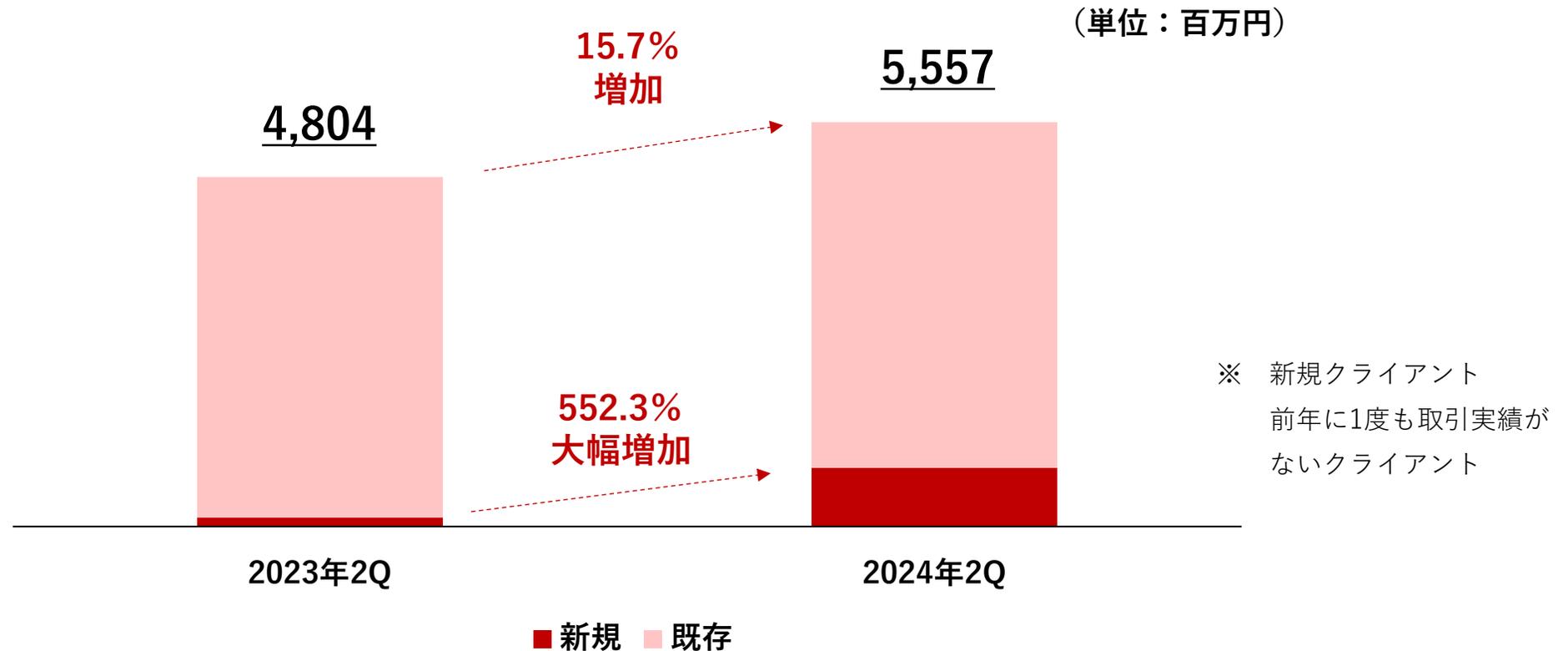
- 計画に対して51.4%と計画値以上で推移
- 一部のクライアントが計画以上に推移するなど好調、取引終了となるクライアントが発生するも、全体としては計画以上に推移
- 引き続き上位20社の収益基盤を維持しつつ、各クライアントの成長に注力

(単位：百万円)



## ◎ 戦略② 新規クライアントの進捗

- ピアラ単体の売上高は前年同期比で15.7%増と引き続き好調
- 既存クライアントは前年同期と同水準にて推移、新規クライアントが**前年同期比552.3%増加**と大幅に伸長
- one move(株)や(株)ジョシュアツリーとのシナジーで、クライアント提案の質向上や納品力が上がったことがピアラへプラス要因

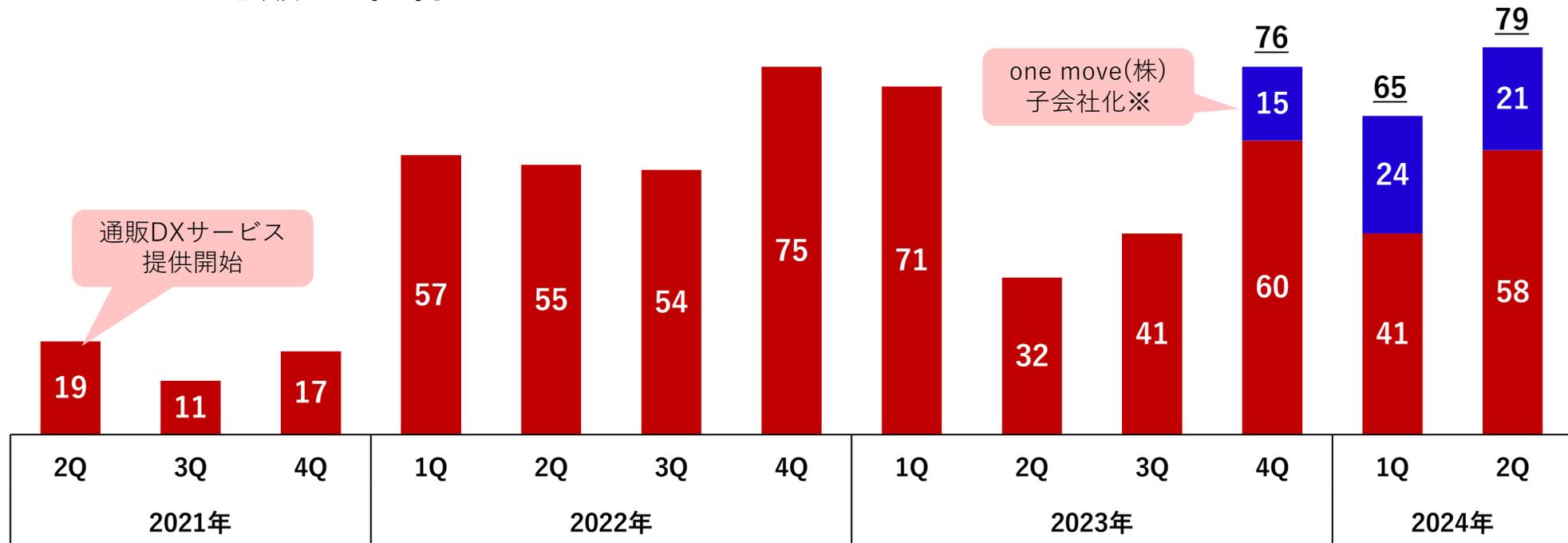


# 通販DXサービス（SNSellマーケティング）の進捗

- 通販DX Q on Q : **20.7%増**、Y on Y : **146.2%増**
- SNSを利用した効率的なSNSellマーケティングを推進したことで、グループ全体として順調に成長
- one move(株)との連携も強化することで更なる成長を目指す

## 通販DX粗利

(単位：百万円)



※one move(株)を連結したことで業績（8-12月）5ヶ月分を取り込み

# 納品力強化の進捗

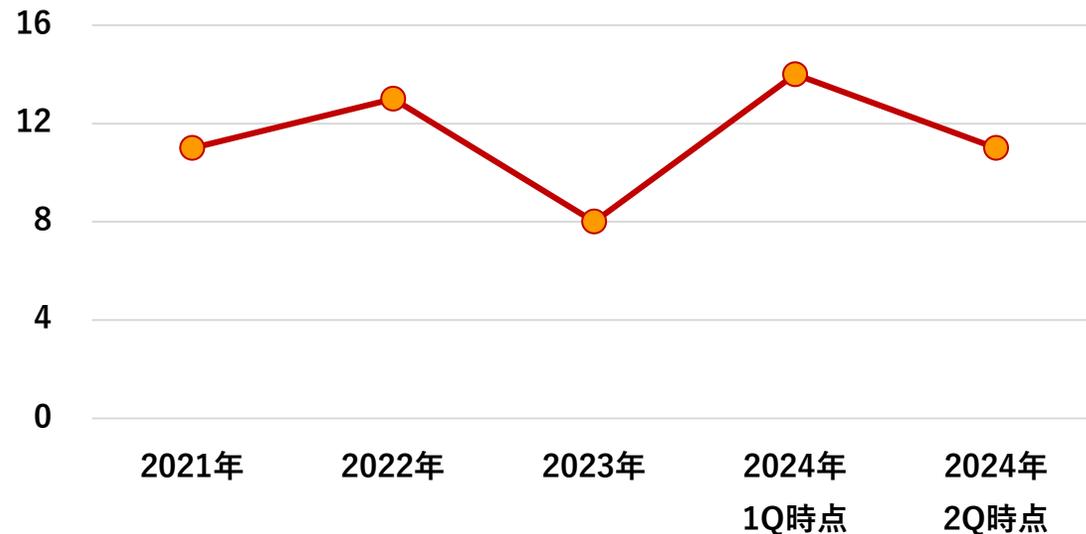
- (株)ジョシュアツリーがピアラグループに参画したことで、ナレッジの強化と人員増加を実現
- AI (ChatGPT) を活用した社内向けサービスの導入により、効率化だけでなく、一部では購入率が向上した事例も発生
- 人員増加に伴う新メンバーへの研修等もあり一時的に納品力は低下するも想定内
- D2C以外の納品は再現性が高いため、リソースを最適化し成長スピードを加速

## 納品力の強化施策

- M&A
- AI活用
- 体制変更、人員投資

## 1人当たり納品力の推移

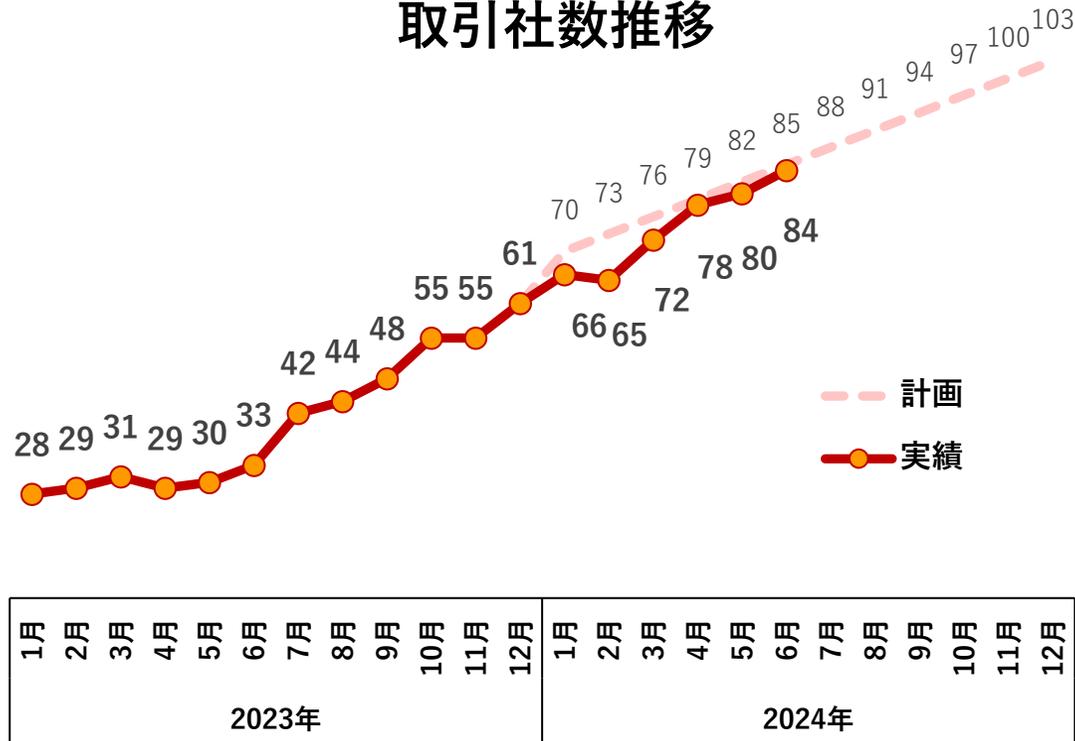
(単位：百万円)



# ◎ 戦略③ マーケティングDX事業の進捗

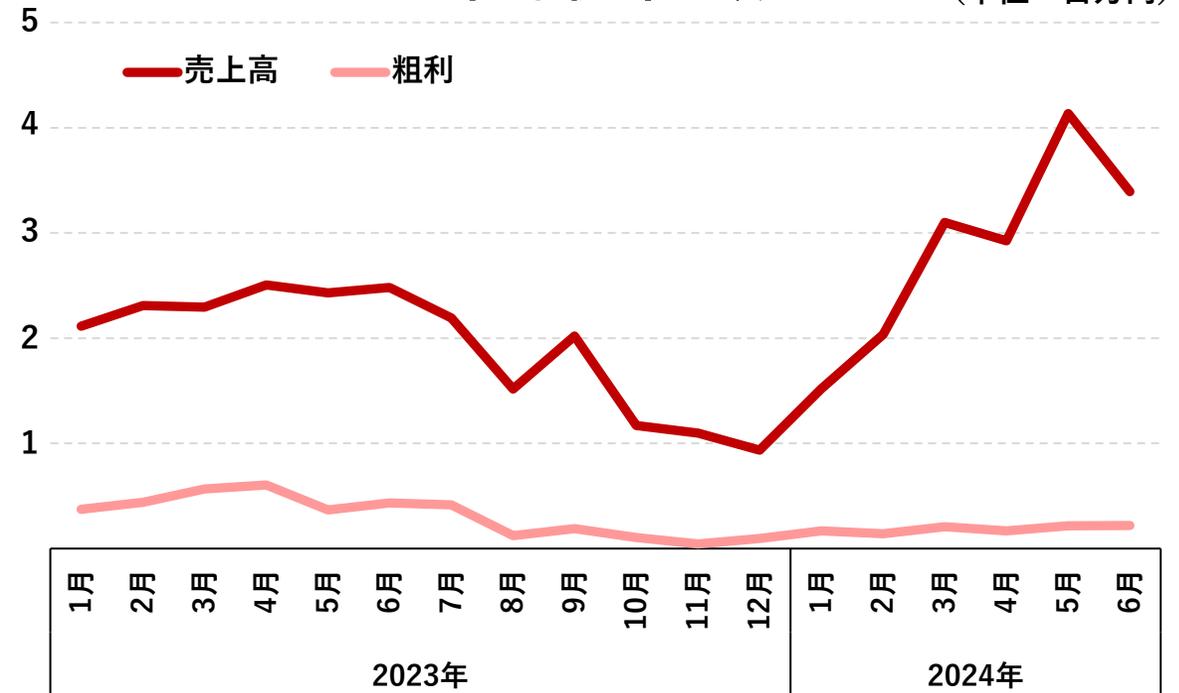
- 取引社数は計画比△1社と概ね計画通りに推移、更なる加速へ向けて社内リソースを最適化
- 2024年から社数と共に売上は順調に増加しており、3Qでの黒字転換を目指す
- 平均粗利額については新規開始から積み上がりまでに一定（3～6ヶ月）程度時間が掛かるため、クロスセルの拡大及びリソースの最適化により利益拡大を促進

### 取引社数推移



### 平均取引金額

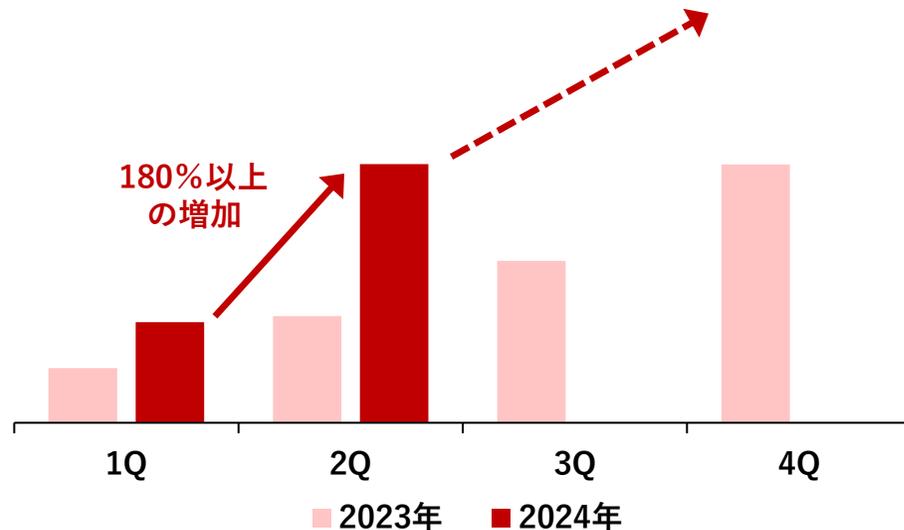
(単位：百万円)



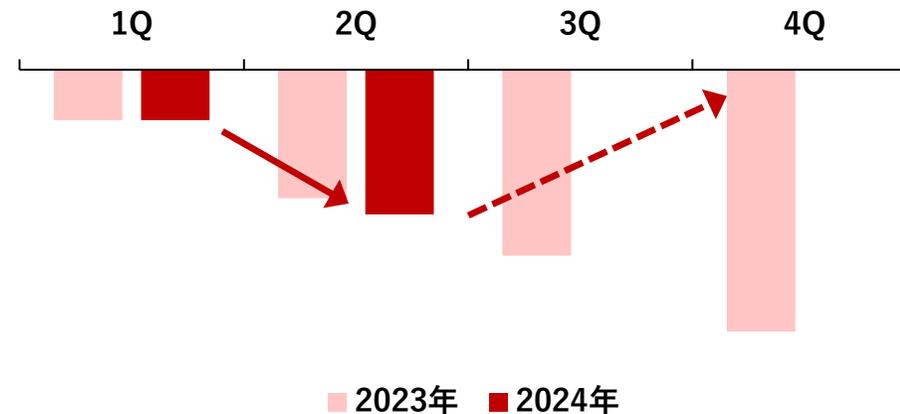
# ◎ 戦略④ 子会社の進捗

- 2024年12月期第2四半期より(株)ジョシュアツリーの業績（2024年1～3月分）を連結業績に取り込み開始
- 2024年4月1日付で、エンタメDX事業の新設分割により(株)サイバースターを設立、よりフレキシブルな運用体制にすることで事業拡大を目指す
- 主にone move(株)や(株)ジョシュアツリーの業績は、黒字で推移しており好調  
当社とのシナジーも高く、クライアントへの提案や納品力の質が向上
- その他の子会社は厳しい状況が続いているものの、今後の受注見立ては伸長  
販管費削減により赤字幅縮小及び反転を目指す

### 子会社の売上高合計



### 子会社の営業利益合計



※ 子会社の合計値は単純合算

# ◎ 自社事業の進捗（エンタメDX）

- サイバースターカプセルは複数案件に提供しており安定して推移
- 5社共同新規IPプロジェクト「らぶフォー」から生まれた5人組ユニット「DIVINE」の1st oneman LIVE「THE MAGICIAN -魔術師-」が開催決定（2024年9月）
- 自社IPであるVTuber「音狼ビビ」は、2024年6月にリアルイベントを開催  
YouTubeチャンネル登録者数も順調に増加しており、単月売上100万円突破

※YouTubeチャンネル登録者 1.21万人（2024年8月10日現在）



5社共同新規IPプロジェクト「らぶフォー」



自社IP VTuber「音狼ビビ」

# ◎ 自社事業の進捗

- 子会社の(株)P2Cが伊藤忠商事株式会社と業務提携し、韓国コスメ「TONYMOLY」を販売
- 2024年4月に株式会社ロフトが開催する「ロフト Kコスメフェスティバル 2024SS」に出店したことで問い合わせが増加、今後ドラッグストア等への進出も見込み、店舗数を拡大予定
- 「良朝丸※」は店舗数増加・ECモール共に売上が安定して推移
- オンライン販売での送料が想定以上のため、改善施策を実施中

## TONYMOLY



主力商品の「ワンダーC モチトナー」と「ワンダーC モチエマルジョン」

## 良朝丸※



※販売名：レイスターズ

- ✓ ウルソデオキシコール酸を承認基準の最大量（60mg）配合※  
※健胃清涼剤製造承認基準の最大量配合承認基準とは審査の透明性の確保を図るため、厚生労働省が定めたもの
- ✓ その他にもウコン末、ニンジン末、ショウキョウ末、センブリ末を豊富に配合
- ✓ 効果効能  
食べ過ぎ又は飲み過ぎによる胃部不快感及びはきけ（むかつき、胃のむかつき、二日酔い・悪酔いのむかつき、嘔気、悪心）



## **02** 2024年12月期 通期見通し

# 2024年12月期連結業績予想の進捗

- 売上高は計画以上の推移も利益項目が遅れている状況
- 粗利額や粗利率の低いクライアントが一定数いることが要因
- 単価向上や不採算サービスの見直し等の施策を推進し、利益項目の回復を急ぐ

(単位：百万円)	2024年2Q 業績予想	2024年4Q 業績予想	2024年2Q実績	2024年2Q 進捗状況	2024年4Q 進捗状況
売上高	5,403	12,283	5,927	109.7%	48.3%
営業利益	△74	165	△174	—	—
経常利益	△93	142	△153	—	—
親会社株主に帰属 する当期純利益	△95	97	△185	—	—

# 2024年12月期の重点戦略①④

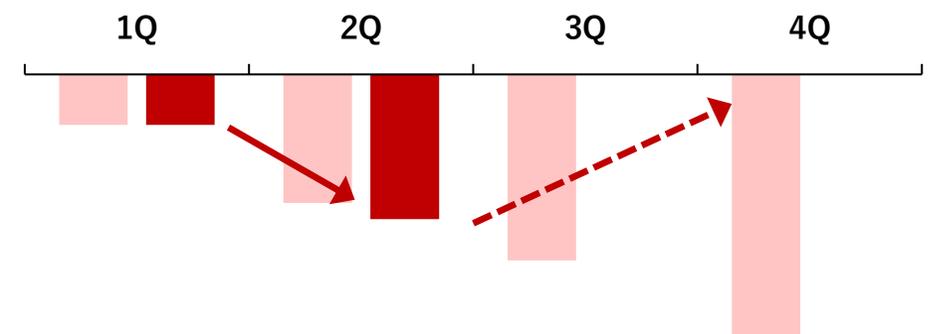
## 1 2023年売上高上位20社の大型クライアントの落ち込みを止め、前年を上回る

- ✓ 前年同期比51.4%と順調に推移、業績回復へ向けたベースとして引き続き取り組む
- ✓ 2023年売上高上位20社の大型クライアントは下期も予算増などもあり堅調な見込み
- ✓ 大型クライアントの新商品や、一部クライアント予算増で他ボラティリティを吸収

## 4 one move(株)等の子会社及び自社事業での成長

- ✓ 子会社群の選択と集中でグループ全体の黒字化へ
- ✓ 好調のone move(株)、(株)ジョシュアツリーはピアラとのシナジー効果をさらに強化
- ✓ 海外子会社も規制等の影響が緩和され、反転攻勢に向け下期回復を目指す
- ✓ 新規事業は徐々に成長し、選択集中することで黒字転換へ
- ✓ 今後も一部不採算サービスの停止等を実施予定

### 子会社の営業利益合計



※ 子会社の合計値は単純合算

■ 2023年 ■ 2024年

# 2024年12月期の重点戦略②③

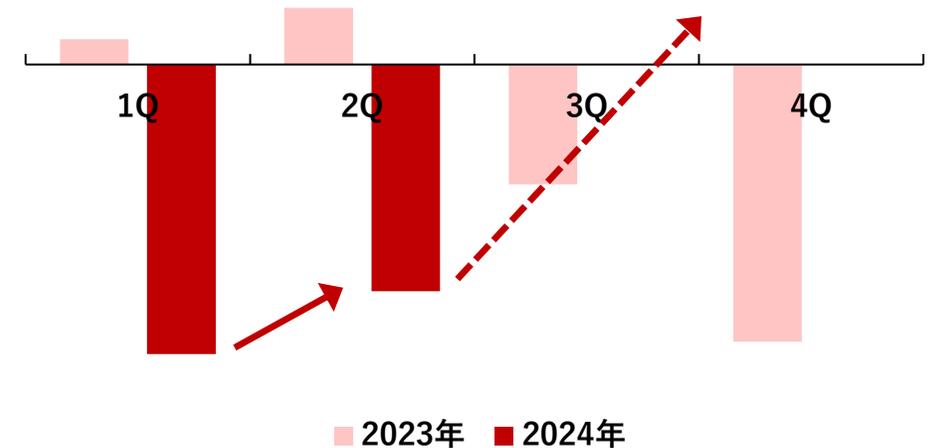
## 2 既存クライアントの成長と新規クライアントの獲得及び納品力の向上

- ✓ 新規クライアントの獲得は好調に推移、(株)ジョシュアツリーが参画したことで納品力は向上しており、人員増加やナレッジ共有で更なる向上へ
- ✓ 既存クライアントの成長は概ね計画通りに推移、更なる成長に向けて施策提案を行う

## 3 マーケティングDX事業の取引社数増加

- ✓ マーケティングDX事業は全社的により注力
- ✓ 異業種に向き合うリソースを最適化し成長速度を加速、社数増加をより早めると共に再現性で黒字幅拡大施策へ
- ✓ 平均粗利額の増加には時間を要している状況、引き続きクロスセル及び最適化による単価向上を目指す
- ✓ 納品としてデジタルマーケティング以外のオフラインDX、SNSellなどクロスセルを強化

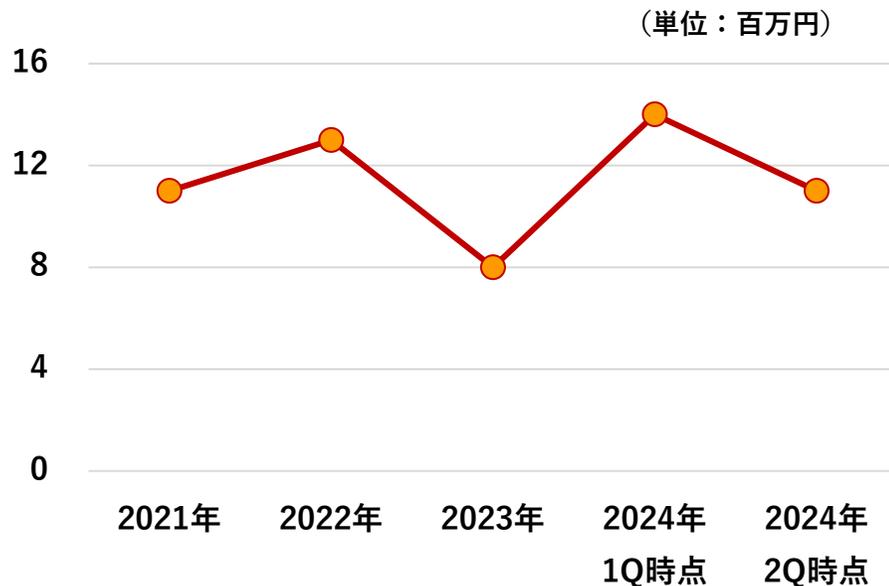
### 異業種の営業利益推移



# ④ 戦略①②③を牽引するための納品力強化

- (株)ジョシュアツリーのナレッジ共有及び人員の再教育に着手  
人員増加と再教育に着手したことによって納品力が一時的に減少しているが、想定の範囲内  
一定水準以上の納品額を担保した成長が見込めるため、人員増加と教育は継続予定
- (株)ジョシュアツリーの持つ異業種のナレッジ共有で取引業界の拡大を加速
- 人員の更なる確保と生成AI活用による効率化及び活用範囲の拡張を実施

## 1人当たり納品力の推移



## 納品力向上のイメージ

(株)ジョシュアツリーとナレッジ共有及び再教育

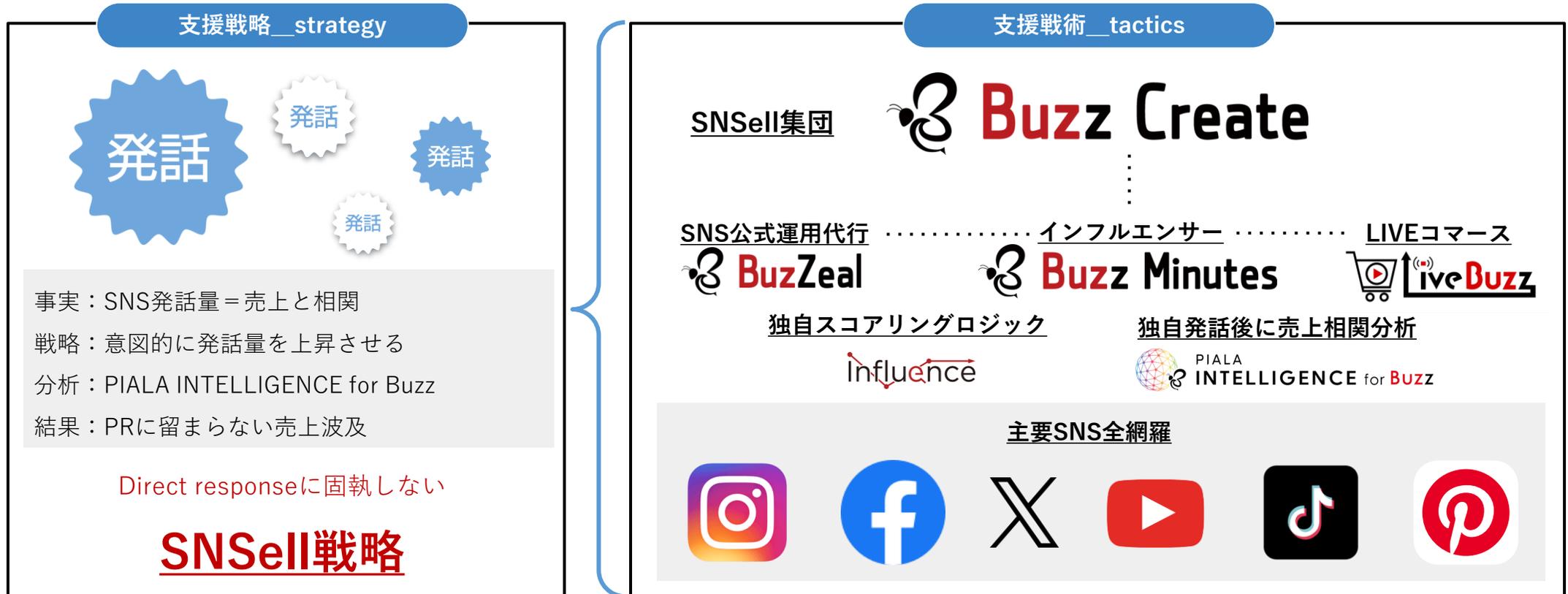
幅広い業界対応体制及び  
育成モデル構築と採用強化

生成AI活用範囲拡張  
による収益性の向上

2023年の  
ピアラ納品能力

# ① SNSellマーケティングとは

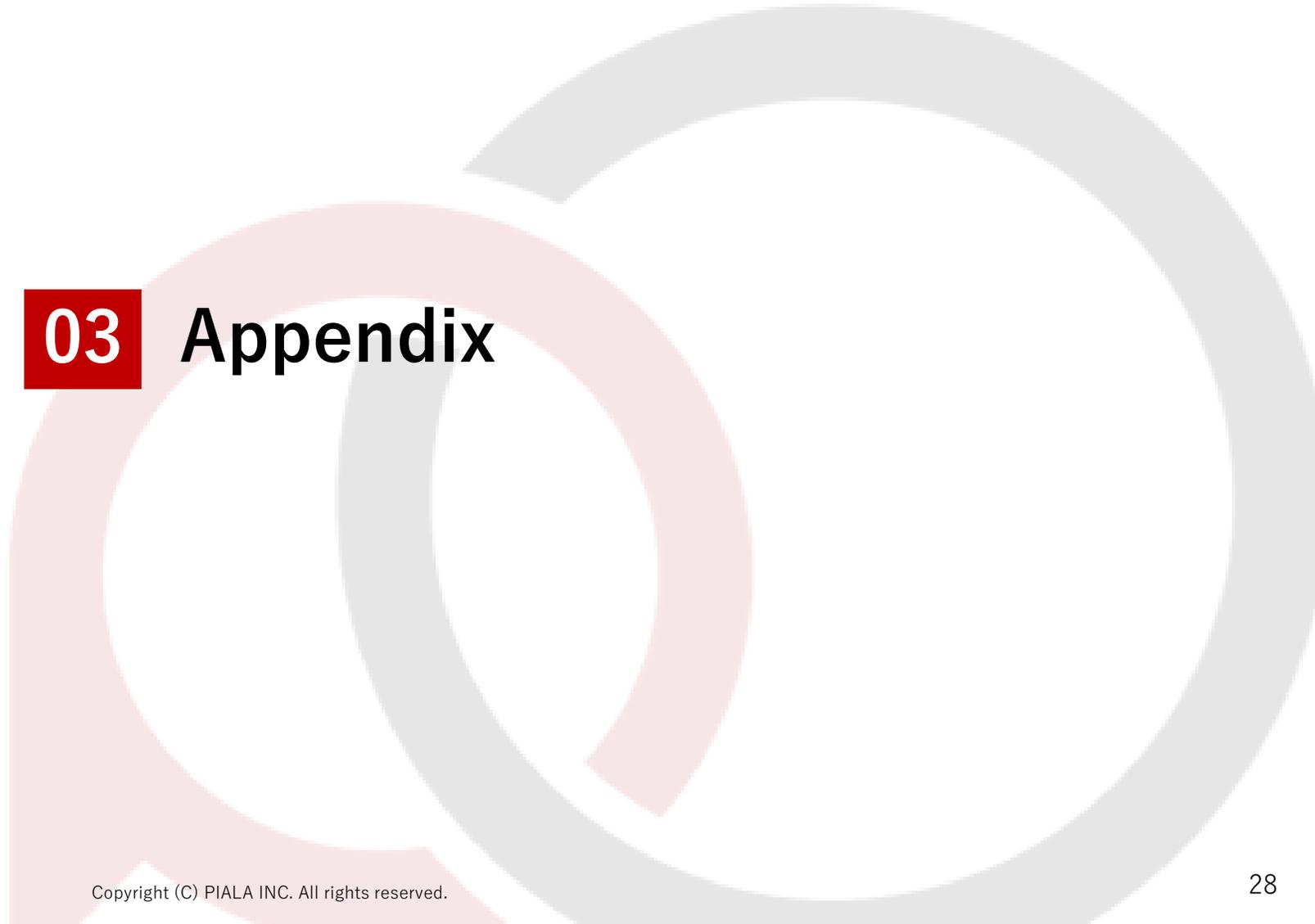
- コスト増、広告効率悪化によりSNSを使った効率的なマーケティング（NoPaid）が必須に
- PRや口コミ、ユーザーの発話（発する単語）をバズらせ、売上を増加させる戦略を「**SNSellマーケティング**」と命名し認知から共感・理解、購入・ファン化までの鍵として会社全体で最大注力
- 一定の発話と売上の相関ができる  **PIALA INTELLIGENCE for Buzz** を武器に収益向上の為のSNS戦略を提供



# ② 連結子会社の株式譲渡

- 2024年7月22日付で、連結子会社である(株)PIALab.の全株式譲渡を決定
- 2014年に設立し、コールセンター事業を中心に事業展開
- 直近では、赤字が続いており業績回復を目指していたが、株式譲渡が最善と判断
- 関係会社株式売却益として、特別利益62百万円を第3四半期に計上予定





# **03** Appendix

# Smart Marketing For Your Life

あなたの生活をマーケティングでより素敵に便利に

人々の生活をいかに豊かに幸せにできるか——

人に寄り添うマーケティング

攻めのイノベーション

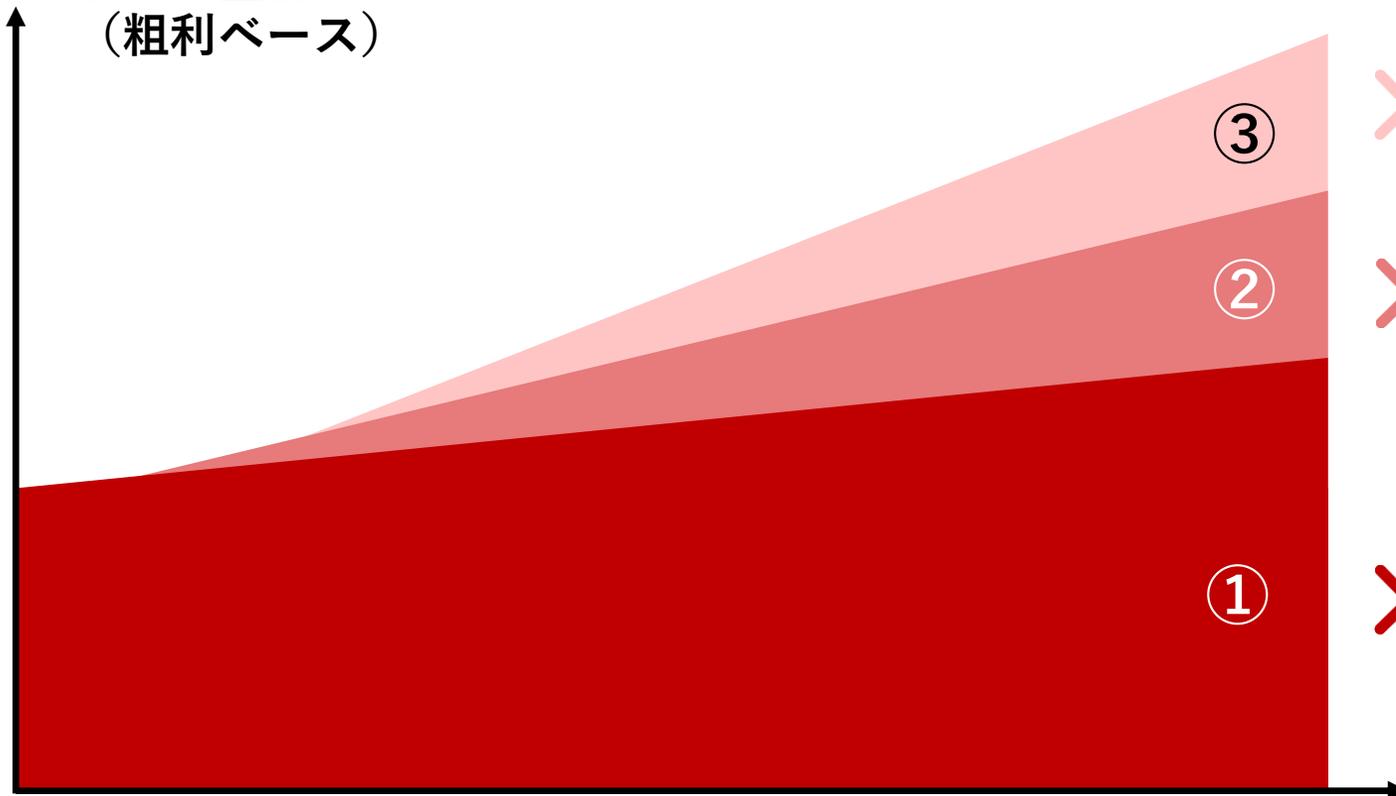
ピアラグループは進んでいきます



# 成長戦略

- 2023年12月期からを第3創業期と位置付け、3軸の成長戦略からブランド価値創造企業として更なる成長を目指す
- 成長戦略は「①通販DX事業」「②マーケティングDX事業」「③自社事業」の3軸

## 収益基盤構築のイメージ (粗利ベース)



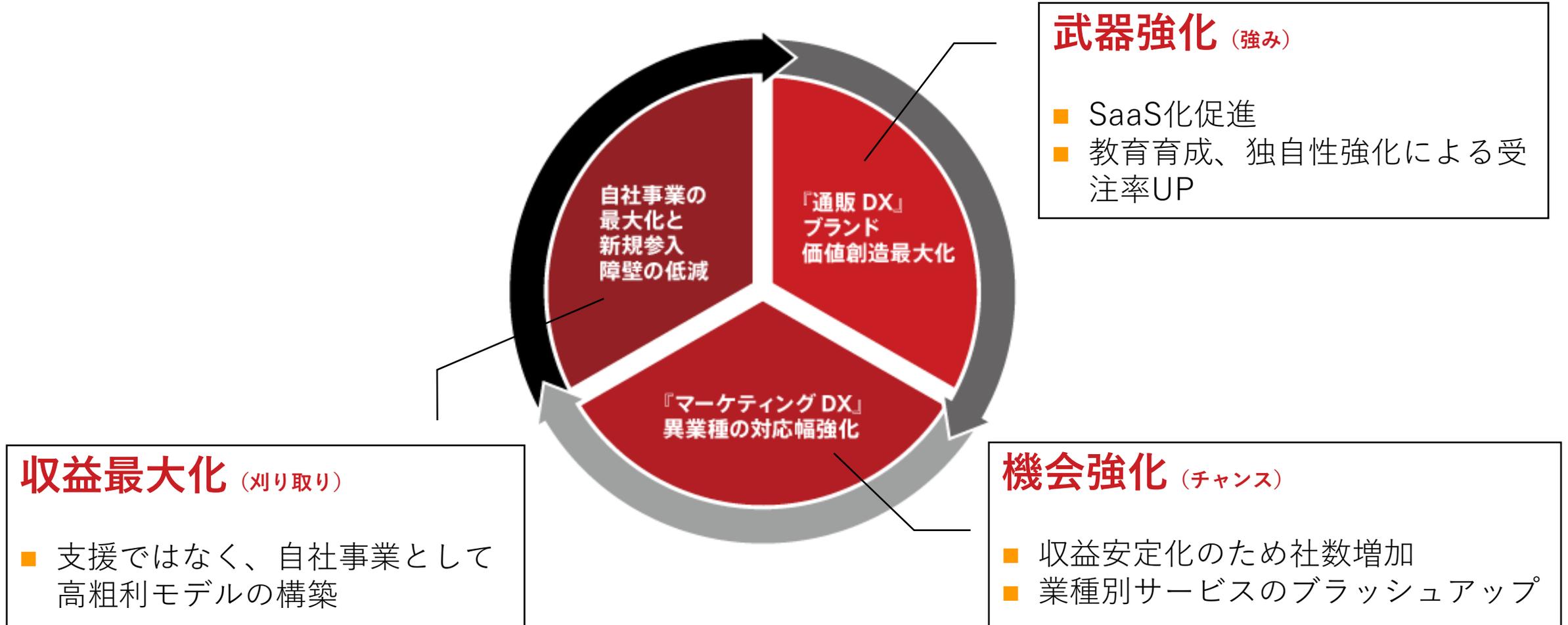
- 自社事業（新規事業）
- エンターテインメント業界を中心にP2CやD2Cブランド立ち上げ等、幅広く展開

- マーケティングDX事業（異業種展開）
- これまで培ってきたヘルスケア&ビューティ、食品市場の知見を基に、異業種へ展開

- 通販DX事業（既存事業）
- 当社の主力である「KPI保証サービス」から領域を拡大し、ブランディングやTVCM等、一気通貫で提供
- 新たにSNS上での発話量を増加させ、コストを抑える「SNSell戦略」

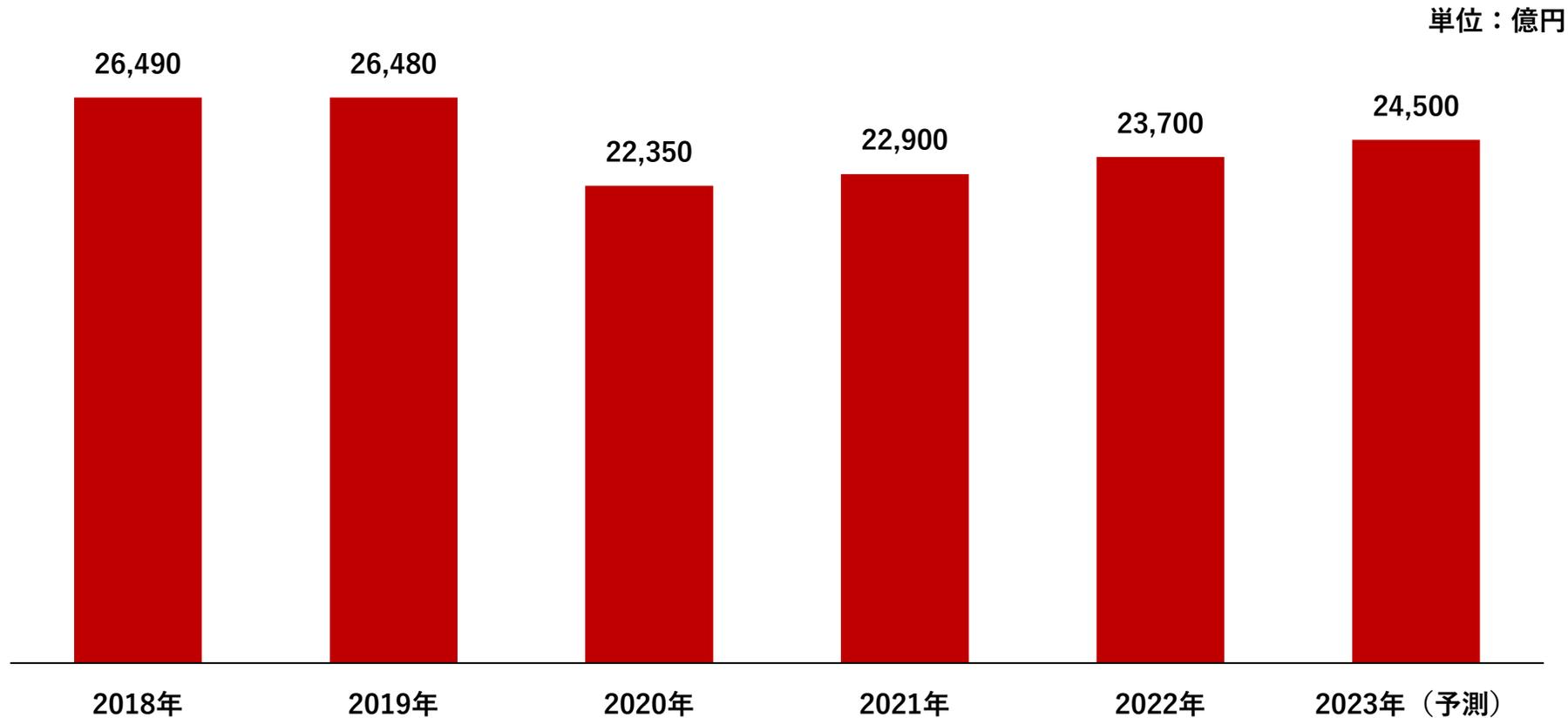
# PIALAグループの中期戦略

- 成長性及び収益性向上を目指し、事業ポートフォリオを3軸へ変更
- 安定した収益基盤の構築を目指す



# 国内化粧品市場

- 新型コロナウイルスの影響で一時的に縮小したものの、2022年は消費者の外出機会が徐々に増加したことで需要回復が進む
- その他、日本政府が個人旅行の受け入れを再開したことなどで、インバウンド需要も回復



出典：株式会社矢野経済研究所  
「化粧品市場に関する調査を実施（2023年）」をもとに作成

# 国内DX市場（投資額）

- 日本のDX市場は2030年に6兆5,195億円に達する見込み
- DXの取り組みを開始している企業は67.8%、3年以内に開始予定の企業が13.4%
- DX化の進展は顕著なもの、DXの企画・推進を行う人材の不足や利用・導入コストの高さが課題

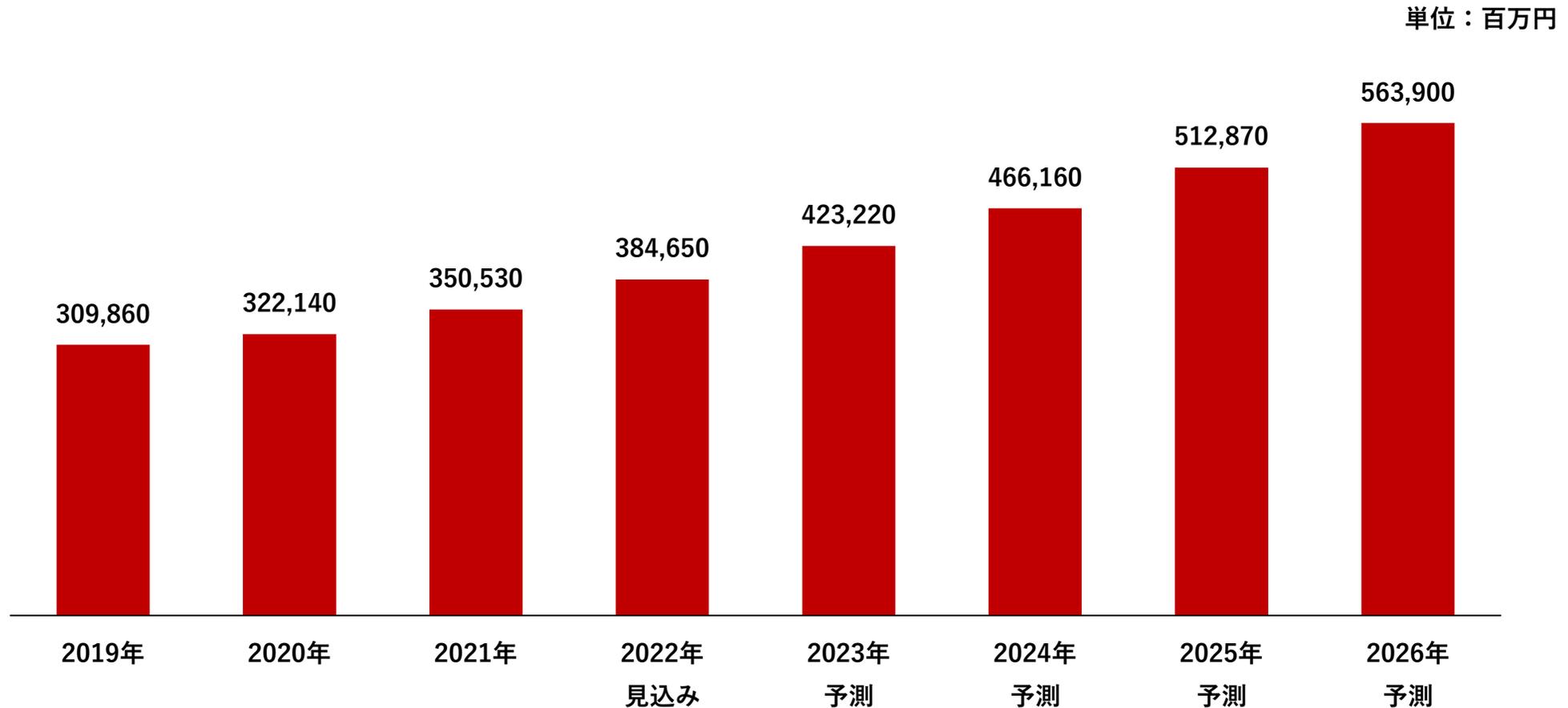
	2022年度見込み	2021年度比	2030年度予測	2021年度比
全体	2兆7,277億円	117.5%	6兆5,195億円	2.8倍
製造	2,990億円	115.4%	8,130億円	3.1倍
流通/小売	669億円	129.4%	1,852億円	3.6倍
金融	3,020億円	122.5%	8,880億円	3.6倍
交通/運輸/物流	3,842億円	119.5%	1兆1,795億円	3.7倍
不動産/建築	502億円	115.4%	1,514億円	3.5倍
バックオフィス（業種共通）	2,789億円	117.2%	6,515億円	2.7倍

※ 製造、流通/小売、金融、交通/運輸/物流、不動産/建築、バックオフィスは全体の内数です。

出典：株式会社富士キメラ総研レポートをもとに作成

# ② 国内アフィリエイト市場

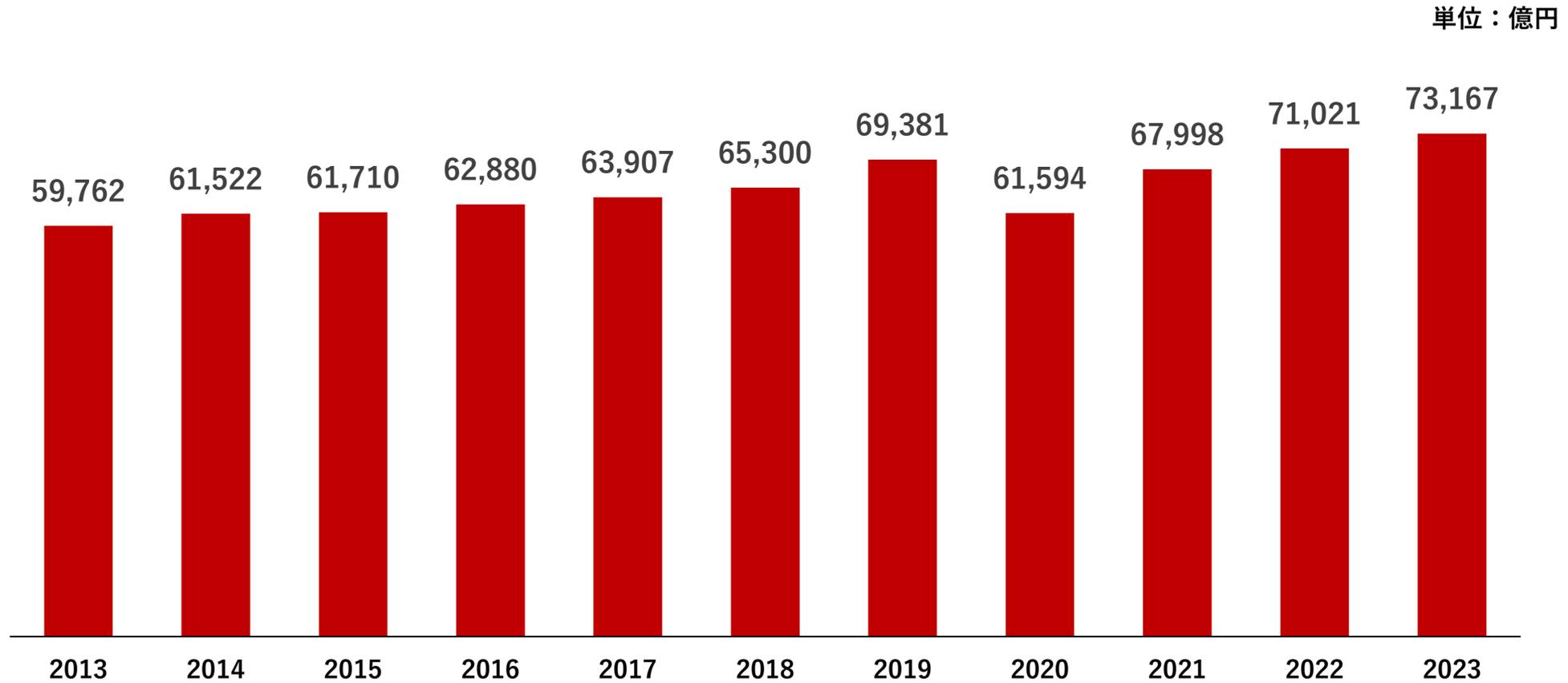
- オンライン特化型のサービスが大きく成長
- 景表法に基づく指針が改定され、悪質な広告や事業者が排除されることで、市場は健全化され、中長期的には成長促進の要因



出典：株式会社矢野経済研究所  
「アフィリエイト市場に関する調査を実施（2022年）」をもとに作成

# 国内マーケティング市場

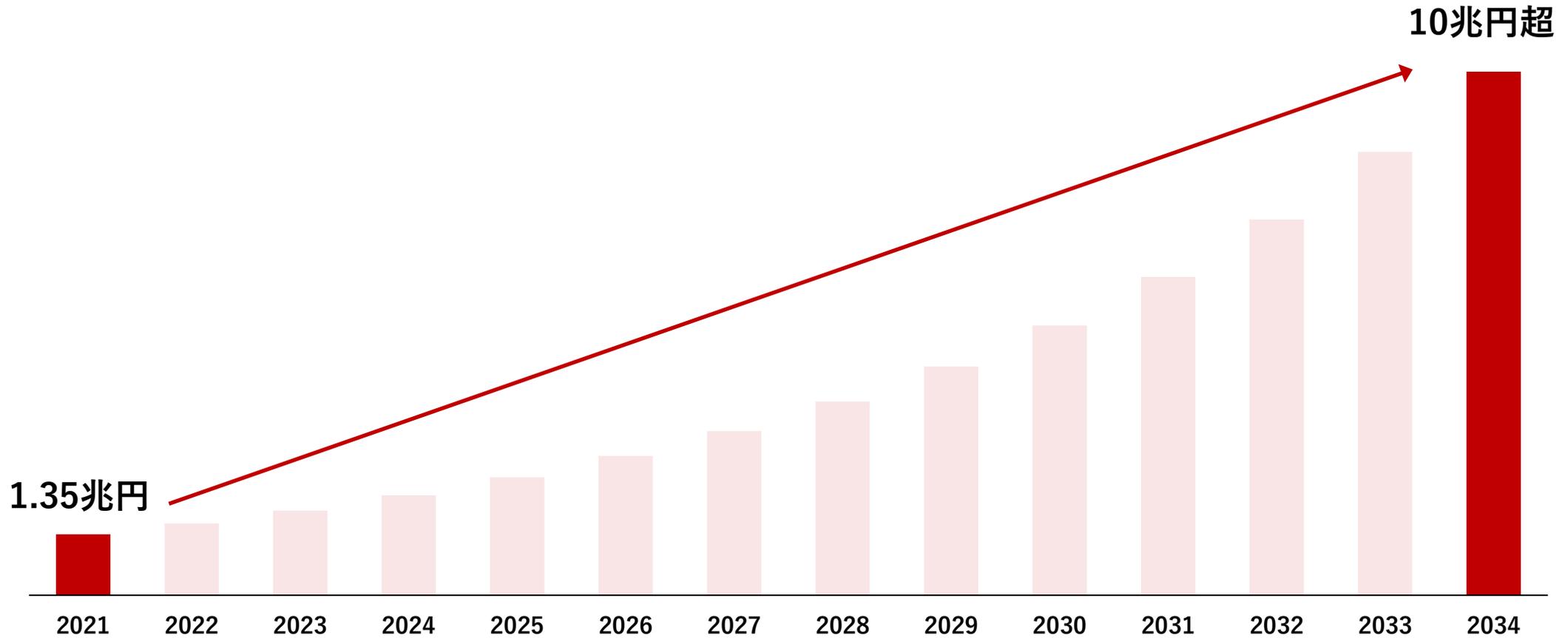
- 過去最高の2022年を上回る7兆3,167億円（前年比103.0%）
- インターネット広告費は3兆3,330億円（前年比107.8%）と引き続き好調
- 「イベント・展示・映像ほか」のプロモーションメディア広告が特に成長



出典：株式会社電通「2023年 日本の広告費」をもとに作成

# ② 国内クリエイターエコノミー市場

- クリエイターエコノミー市場は2034年に10兆円を超えると予想
- 日本の潜在的なクリエイター数は2,200万人と推計される



出典：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社  
「国内クリエイターエコノミーに関する調査結果」をもとに作成

# ① クリエイターエコノミー市場の課題

## 課題

クリエイター活動の促進	安心安全な場の担保
	付帯活動の手間の削減
	収益化の後押し
自社サービス品質向上 事業拡大	プラットフォームの品質向上
	海外展開
制度対応	クリエイターの実態に即した制度の検討

## 課題の概要

- ✓ クリエイターとユーザーの距離が近づくことで増加する誹謗中傷への対応や、意図せず著作権等の権利侵害を犯すことのないような仕組みの構築
- ✓ クリエイターが創作活動に集中できるよう、確定申告をはじめとした税務面でのサポートやグッズ販売の在庫管理のサポートによる環境整備
- ✓ ユーザーとのタッチポイントを強化することでファン化を促進し、グッズ販売やコミュニティでの収益化につなげるとともに、軌道に乗るまでの活動をサポート
- ✓ クリエイター/ユーザー数が拡大するにつれて増加が見込まれる、著作権法等の法令に違反した不適切なコンテンツを提供しない仕組みの構築
- ✓ 規制・文化・言語の差異を踏まえた、最適な海外展開の在り方の検討
- ✓ 著作権やプライバシーの保護、課税（NFTや投げ銭）、インボイス制度や個人事業主になる場合の登記などの匿名性の維持に関する問題など、クリエイター活動のハードルともなりうる制度について、望ましい制度の在り方の検討と発信

出典：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社  
「国内クリエイターエコノミーに関する調査結果」をもとに作成

# PIALA 会社概要 (2024年6月現在)

社 名 株式会社ピアラ (PIALA INC.)

代 表 者 代表取締役社長 飛鳥 貴雄

資 本 金 851百万円

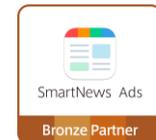
市 場 東京証券取引所スタンダード市場 (証券コード：7044)

事 業 内 容 ECマーケティングテック事業、広告マーケティング事業

所 在 地 東京都渋谷区恵比寿4-20-3 恵比寿ガーデンプレイスタワー13階

ピアラグループ  
PIATEC(Thailand)Co., Ltd.、比智(杭州)商貿有限公司、株式会社PIALab.、  
CHANNEL J (THAILAND) Co., Ltd.、PG-Trading (Vietnam)Co., Ltd.、  
株式会社ピアラベンチャーズ、株式会社P2C、one move株式会社、  
株式会社ジョシュアツリー、株式会社サイバースター

従 業 員 数 160名 (連結)



2004 創業 広告代理事業・プロダクション事業開始

2008 ECシステム・クローズ型アフィリエイトASP提供開始

2012 AI搭載マーケティングツール提供、海外進出支援サービス開始、タイに子会社設立

2013 中国に子会社設立

2014 国内に子会社設立

2016 第2創業期「KPI保証サービス」の提供開始

2018 東京証券取引所マザーズ上場

2019 台湾、タイ、ベトナムに子会社設立

2020 次世代型総合エンターテインメントプラットフォーム「CYBER STAR」提供開始  
東京証券取引所市場第一部へ市場変更、国内に子会社設立

2021 「通販DXサービス」提供開始

2022 異業種支援「マーケティングDXサービス」の提供開始、国内に子会社設立  
市場区分の見直しに伴い、東京証券取引所プライム市場へ移行

2023 第3創業期「ブランド価値創造企業」へ  
「自社事業」の本格開始、「PIALA INTELLIGENCE」提供開始  
東京証券取引所スタンダード市場へ市場変更、国内でM&Aによる子会社取得

2024 国内でM&Aによる子会社取得  
会社分割によりエンターテインメントDX事業を分割し国内に子会社設立

RESULT PLUS RESULT EC

RESULT MASTER PIATEC  
PIALA Technology

PG 比智  
PG-TRADING CO., LTD.

PIALab.8

PG TWN Channel J PG VNM  
PG-TRADING (TWN) CO., LTD. チャンネルJ PG-TRADING (VNM) CO., LTD.

CYBER STAR

PIALA VENTURES

P2C INC.

PIALA INTELLIGENCE ONE MOVE

Joshuatree CYBER STAR

# PIALAグループ

- PIALAグループは当社を中心として、中国、タイ、ベトナムなどの海外拠点も持つ**グローバルマーケティング企業**として展開しています。



**PIALA**  
Smart Marketing for Your Life

株式会社ピアラ  
Tokyo, Osaka,  
Nagoya, Fukuoka



株式会社PIALab.  
Tokushima



株式会社ピアラベンチャーズ  
Tokyo



株式会社P2C  
Tokyo



株式会社ジョシュアツリー  
Tokyo



one move株式会社  
Tokyo



株式会社サイバースター  
Tokyo



比智（杭州）商貿有限公司  
Hangzhou, Shanghai CHINA



PG-Trading (Vietnam)Co., Ltd.  
Ho Chi Min VIETNAM



PIATEC(Thailand)Co., Ltd.  
Bangkok THAILAND



CHANNEL J(THAILAND)Co., Ltd.  
Bangkok THAILAND

国内

海外

## 「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内容が含まれておりますが、本資料作成時点において入手可能な情報に基づいて作成されたものであり、リスクや不確実性等を含むため、将来の経営成績等の結果を保証するものではありません。

したがって、実際の結果は、環境の変化などにより、本資料に記載された将来の見通しと大きく異なる可能性があります。

上記のリスクや不確実性には、国内外の経済状況や当社グループの関連する業界動向等の要因が含まれますが、これらに限られるものではありません。

今後、新しい情報・事象の発生等があった場合においても、当社グループは、本資料に含まれる将来に関するいかなる情報について、更新・改訂等を行う義務を負うものではありません。

また、本資料に含まれる当社グループ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、当社グループは当該情報の正確性、適切性等を保証するものではありません。