



事業計画及び成長可能性に関する説明資料

GMOリサーチ株式会社

2021年8月

1. 会社概要
2. 事業の内容
3. 市場環境
4. 競争優位性
5. 成長戦略
6. リスク情報

Appendix

1. 会社概要

- フィロソフィー
- 会社概要①②
- 社長紹介

想いを、世界に

Engaging people around the world

～私たちは、生活者と企業の「想い」に向き合い、わくわくするアイデアやテクノロジーで「世界」につなぎ、笑顔・感動の創造に貢献する～

デジタル情報革命が進行する中で、世界中の生活者たちと企業の関係性が大きく変わろうとしています。「価値の共創」という表現に代表されるように、生活者と企業の関係の再構築を実現する、新しいマーケティング・ソリューション・プラットフォームへのニーズが高まっています。

私たちは、世界の人々の生活に貢献したい企業の情熱と、より良い生活を目標に暮らす人々の想いが活発に行き交うプラットフォーム上で、自然と化学反応が起きて未来が開かれるような世界を創りたいと考えています。わくわくする最先端のテクノロジーが詰まったプラットフォームがきっかけとなり、結果、私たちの社会が笑顔豊かな方向に導かれることになるのであれば、これに越す幸せはありません。

そのような未来のため、アジア16の国と地域に展開するNo.1 マーケティング・ソリューション・プラットフォームとしてのアジアクラウドパネルを、アジア全域の生活者の皆様と世界中の企業の皆様に活用いただき、世の中に必要とされるサービスを次々に展開していきたいと考えております。

GMOリサーチは、業界最大級のパネルネットワークと技術力を背景に、日本・アジアを中心にグローバルに市場調査・マーケティングで新しい価値を提供する会社です。

会社名	GMOリサーチ株式会社 (GMO Research, Inc.)	
所在地	【本社】東京都渋谷区桜丘町26番1号 セルリアンタワー 【下関サテライトオフィス】山口県下関市細江町1丁目2-7 住友生命下関ビル	
設立日	2002年4月1日	
代表取締役社長	細川 慎一	
従業員数	160人 (連結) ※2020年12月末現在	
経営メンバー	取締役会長 熊谷 正寿 代表取締役社長 細川 慎一 常務取締役 伊藤 隆司 常務取締役 本郷 哲也 取締役 安藤 健一郎 取締役 森 勇憲	取締役 安田 昌史 取締役 橋本 昌司 常勤監査役 竹崎 祥二郎 監査役 橋 弘一 監査役 浜谷 正俊
事業内容	インターネットリサーチ事業	
連結子会社	GMO Research Pte. Ltd. (シンガポール) GMO Research Sdn. Bhd. (マレーシア) 技慕驿动市场调查(上海)有限公司(中国) GMO Research Pvt. Ltd.(インド)	

設立
2002年

売上高（連結）
33億円+*3

アジアクラウドパネル所在地
16の国と地域*5

正社員数（連結）
160人*1

D.I.YサービスCAGR
15%*4

創る人比率（連結）*2
38%+*2

外国籍社員比率（連結）
28%*1

アンケートモニター数
4,269万人+*5

*1 2020年12月末現在

*2 エンジニア・デザイナー等

*3 2020年12月期

*4 2016年-2020年の5年間平均

*5 2021年7月現在



代表取締役社長

細川 慎一

(Shinichi Hosokawa)

経歴

- 1973年** 香川県生まれ
- 1996年** 大学卒業後、在エチオピア日本国大使館勤務
- 1998年** 株式会社ケンウッド入社
(シリコンバレーの事業所立上メンバーとして赴任)
- 2000年** アメリカ サンダーバード米国経営大学院 (MBA) 入学
- 2001年** KPMGコンサルティング株式会社入社
- 2005年** GMOメディアソリューションズ株式会社入社
新規事業開発室長としてリサーチ事業立上
同年リサーチ事業スピンアウト
- 2006年** GMOリサーチ株式会社代表取締役社長就任
- 2013年** 中国、インド法人設立
- 2014年** シンガポール法人設立、東証マザーズ上場
- 2017年** マレーシア法人設立
- 2019年** シンガポール移住し、更なるアジア展開にフォーカス

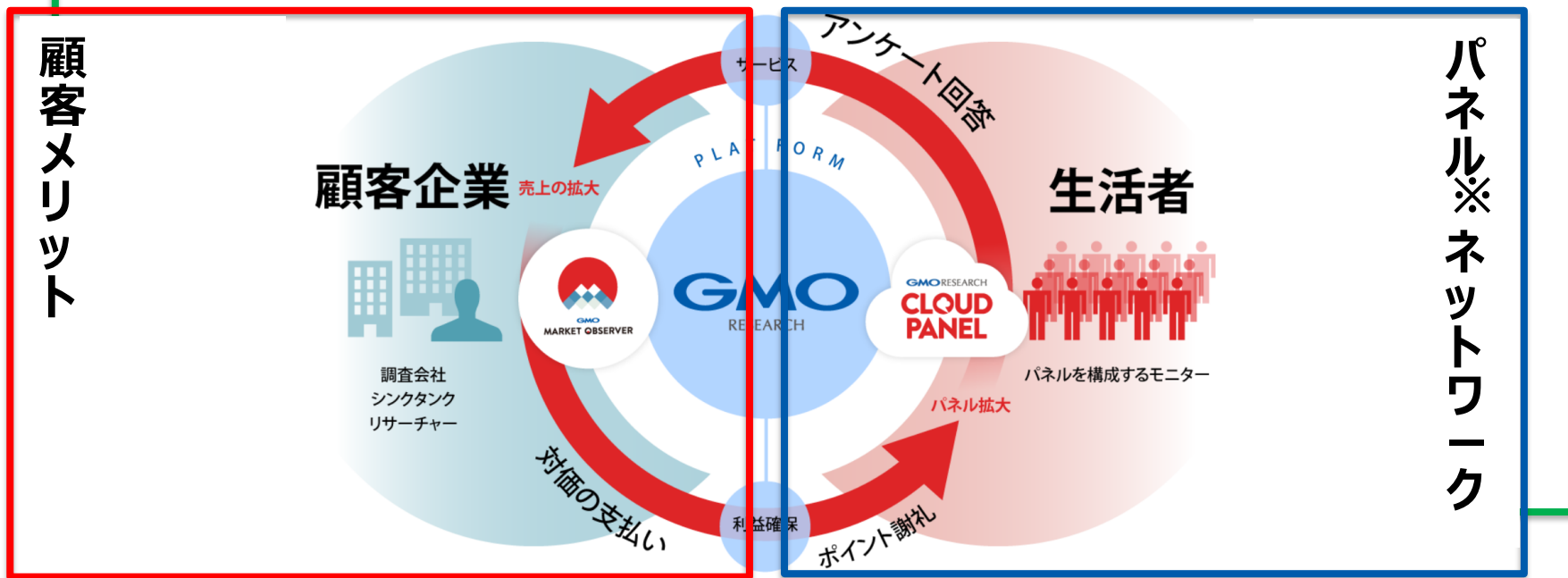
世界で戦ってダントツNo.1になれるグローバル企業となることを目指しております

2. 事業の内容

- ビジネスモデル①②③
- リサーチ・ソリューション・プラットフォーム
- サービス種別
- 当社の業務受託範囲（サービス別）
- 顧客企業例
- 商品ラインナップとサービス種別／顧客種別の関係
- コスト構造

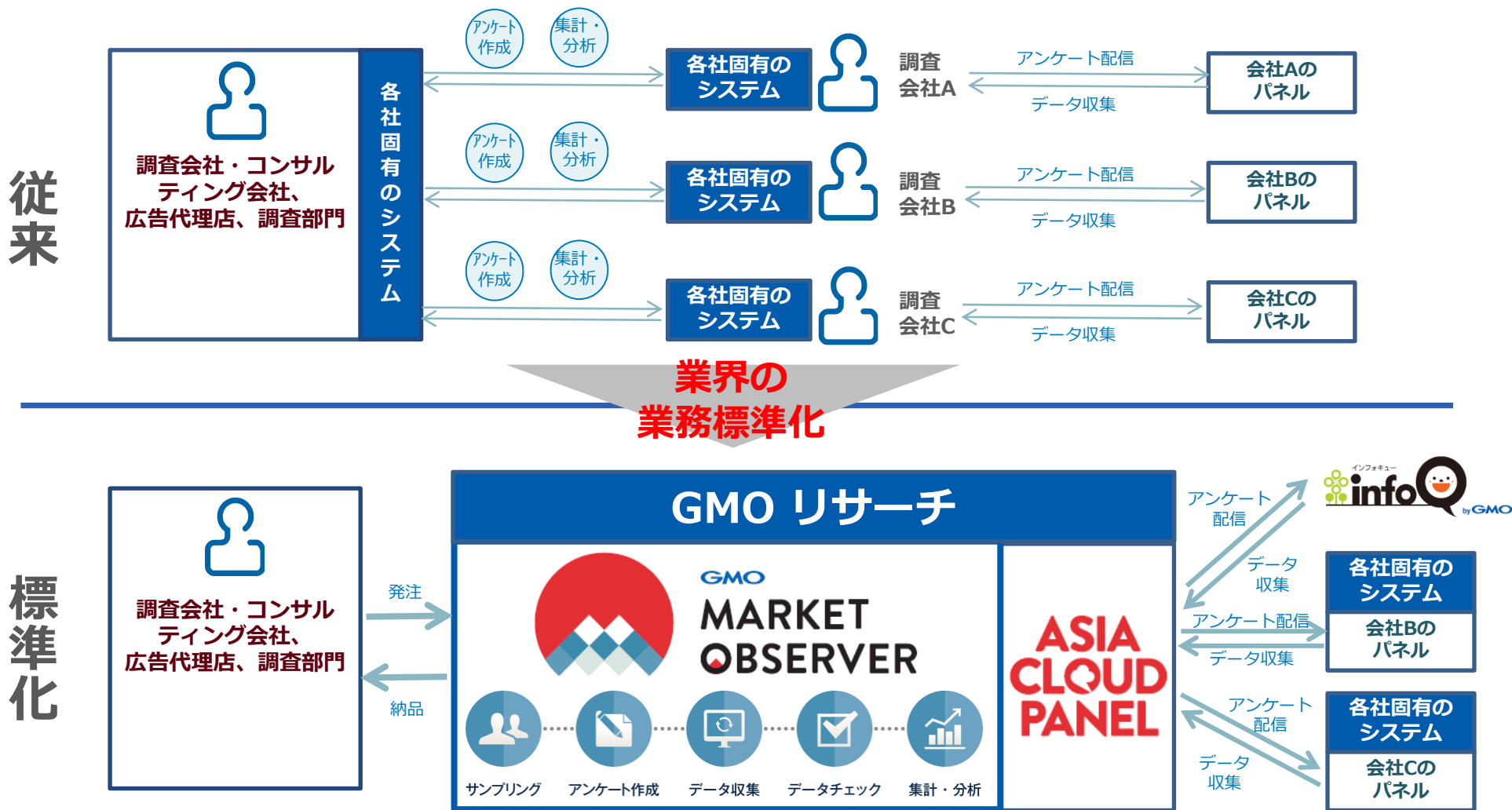
- インターネット上で、アンケート調査を手軽に利用できる仕組みを国内外で提供
- 顧客企業（案件量）と生活者（パネル会員ネットワークの規模）を両輪で拡大

海外展開

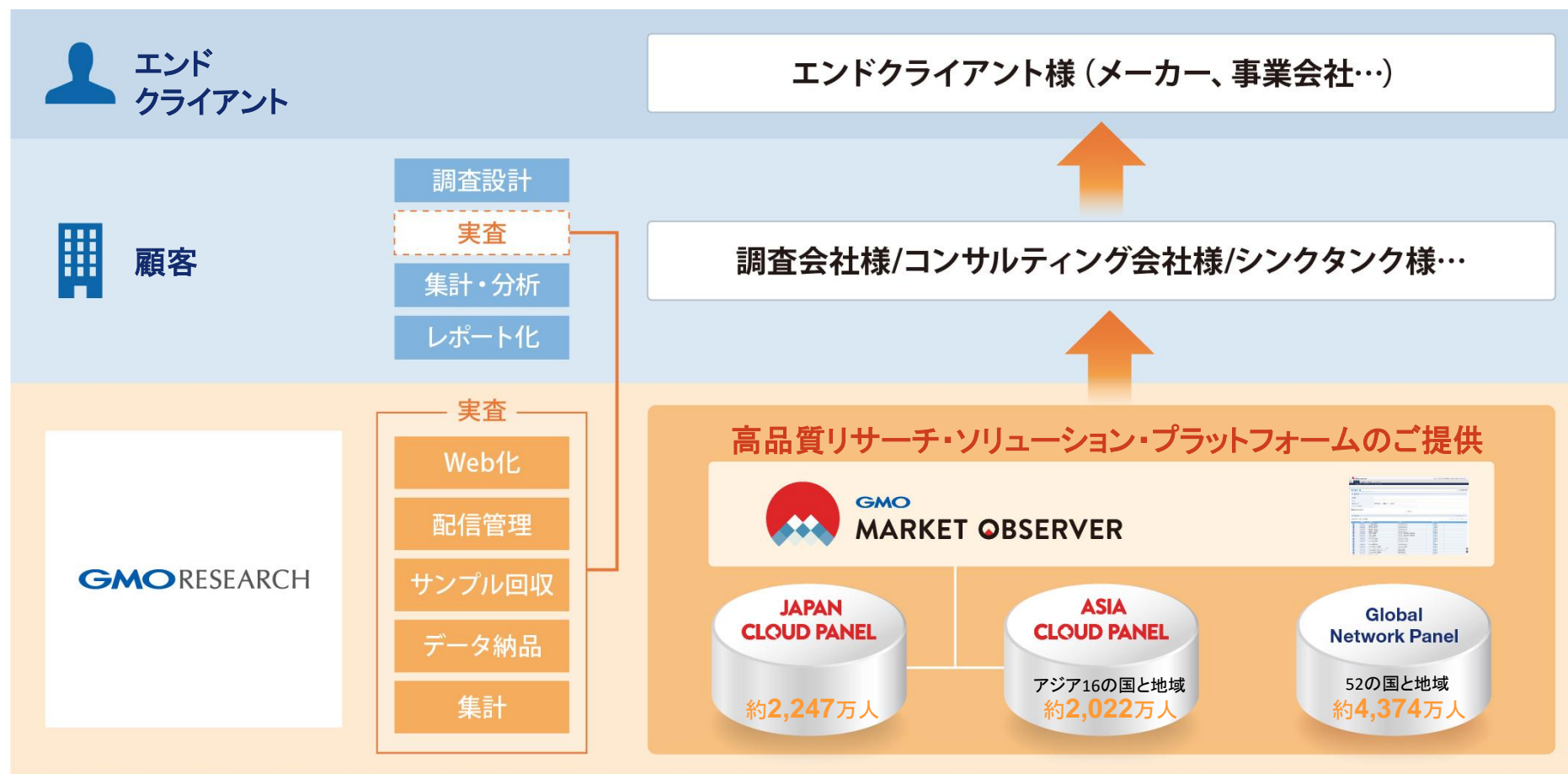


※パネルとは、調査に回答する一般消費者やビジネスパーソン

- 従来各社ごとに開発されていたインターネットリサーチツールを標準化し、低コストで提供



- 調査会社様等の顧客が行うインターネット調査業務のうち実査工程に特化することで、調査会社様の実査業務の効率化を実現しています。



業務提携先（パネルパートナー数）：144社 取引社数：1,324社（弊社プラットフォーム利用顧客数） ※2021年7月現在

- リサーチを効率的に実施できるリサーチ・ソリューション・プラットフォームとして、「Market Observer (MO)」をご提供しています。



部分的な利用から一連の利用まで可能となっております。



サービスの名称		サービスの内容
アウトソーシングサービス	Full Service	オンラインのアンケート画面作成、アンケート案内配信、アンケートデータの回収、クリーニング、集計といった一連の工程を一貫して提供するサービスです。「MO Insights byGMO」(*1)はここに含まれます。また、アドテクのプラットフォームと連携した広告業界向けサービス(CPAT)も提供しています。
	Sample Supply	顧客が自社内でオンラインのアンケート画面を作成している場合に、当社グループが回収管理(プロジェクトマネジメント)を行い、顧客のアンケート画面に回答結果を提供するサービスです。
D.I.Yサービス	Self Sample Supply (SSS)	インターネットリサーチにおいて、当社グループがサービスインフラとパネルのみを提供するサービスです。「MO Lite アンケート byGMO」(*2)及び「MO Lite インタビュー byGMO」(*3)が含まれます。
	システム関連売上(*4)	当社グループの研究ソリューションプラットフォームであるGMO Market Observer(*5)を、顧客のリサーチプラットフォームとして提供するサービスです。
その他サービス	コンベンショナル調査など	コンベンショナル調査は、オフライン(現場)で実施する調査手法です。

*1 MO Insights byGMO

消費者への定量・定性調査をオンラインで完結できるクラウドソリューションです。

*2 MO Lite アンケート byGMO

顧客が利用するDIY型(セルフ型)アンケートツールから、国内・アジア最大級の調査用パネルへのアンケート調査ができるサービスです。

*3 MO Lite インタビュー byGMO

国内・アジア最大級の調査用パネルへのインタビューができる、パッケージ型のオンラインインタビューサービスです。

*4 システム関連売上

D.I.Yサービスのシステム関連売上は、当社グループはシステムのみを提供するビジネスモデルです。

*5 GMO Market Observer

当社グループが開発・提供しているインターネット上でリサーチ業務のすべてを完結できるリサーチソリューションプラットフォームの総称であり、「Market Observer」は当社の登録商標です(登録番号5671869号)。





		アウトソーシングサービス		D.I.Y.サービス	
サービス名称		Full Service	Sample Supply	Self Sample Supply	システム関連 売上
業務工程					
1. 調査設計		顧客	顧客	顧客	
2. 調査画面作成		GMO Research	顧客	顧客	
3. プロジェクト マネジメント		GMO Research	GMO Research	顧客	
4. パネル管理		GMO Research	GMO Research	GMO Research	
5. Cloud Panel 利用		GMO Research	GMO Research	GMO Research	顧客 (注)

(注) お客様の中には、当社のCloud Panelをご利用にならない場合もあります。

- 大手調査会社等の調査を専門とする企業を中心とし、そのほかりサーチニーズのある一般事業会社様まで、当社サービスをご利用いただいております。



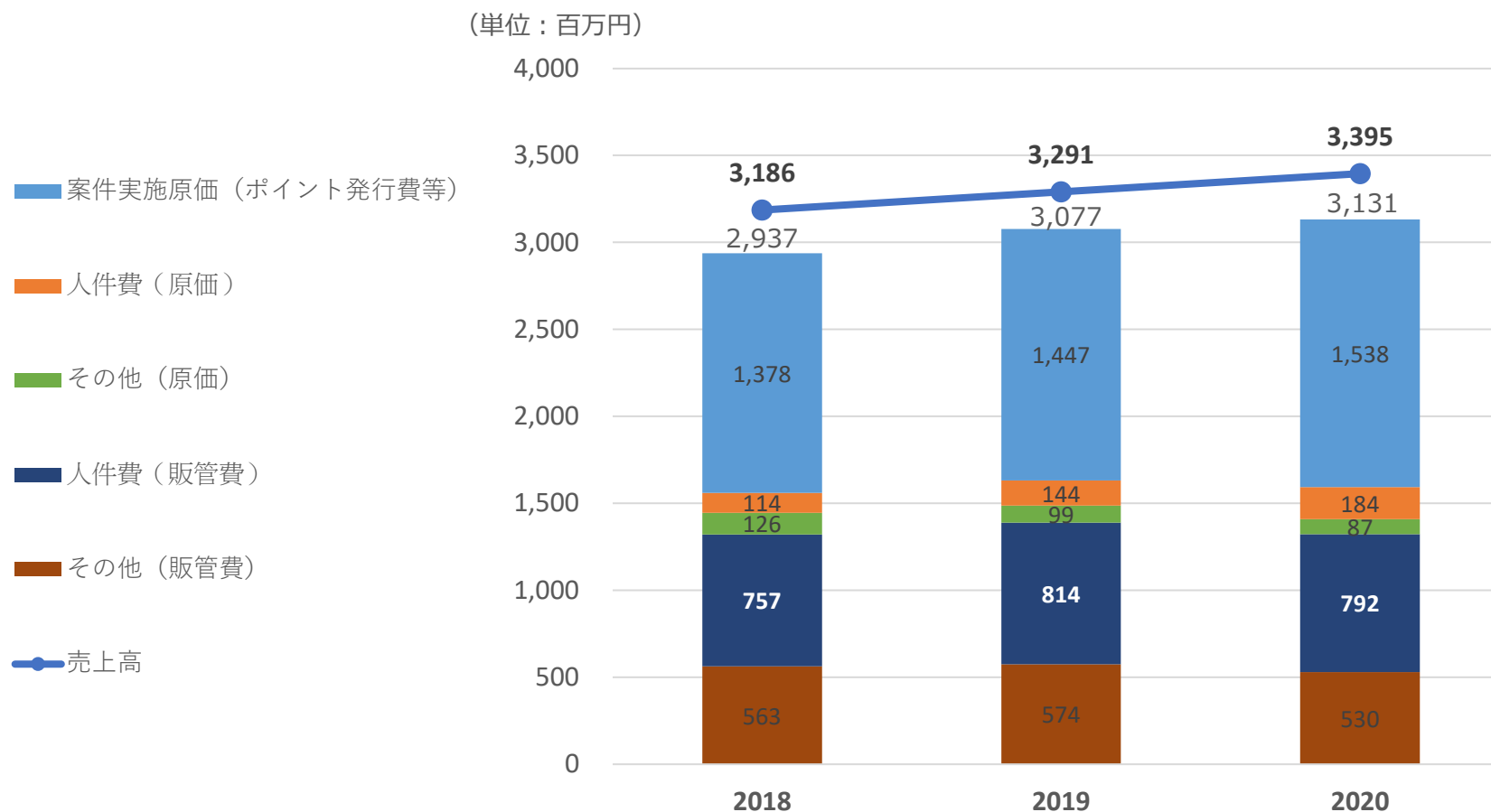
- 調査を専門とする調査会社向けの商品／サービスのほか、一般事業会社向けの商品／サービスを提供しています。

		主なお客様		サービス種別	
		調査会社*1	一般事業会社*2	アウトソーシングサービス	D.I.Yサービス
商品 ライン ナップ		●		●	●
		●		●	
			●		●
			●		●

*1 調査会社には、調査会社、シンクタンク、コンサルティング会社等を含みます。

*2 一般事業会社には、学校や官公庁を含みます。

- 全体コストに対し、案件実施原価（ポイント発行費等）および人件費（販管費）の構成比が大きく、売上高に対して安定的に推移しています。

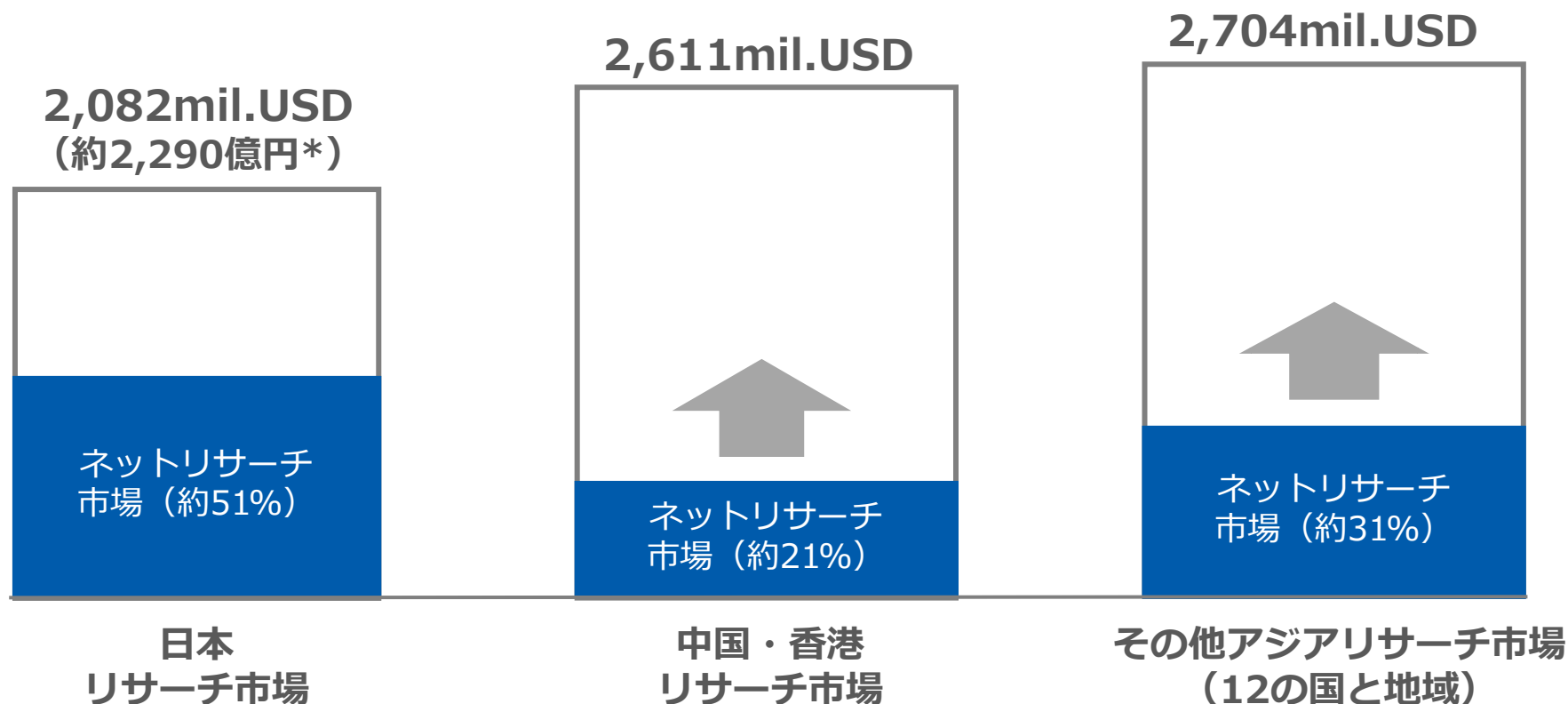


3. 市場環境

- アジアのリサーチ市場規模
- アジアのリサーチ市場の推移
- 事業の拡大ポテンシャル

- マーケティング・リサーチ市場（以下、「リサーチ市場」、「調査市場」という）において、インターネットリサーチ(*1)市場の拡大が期待される
- 特にアジア地域のリサーチ市場のインターネット化の余地が大きい

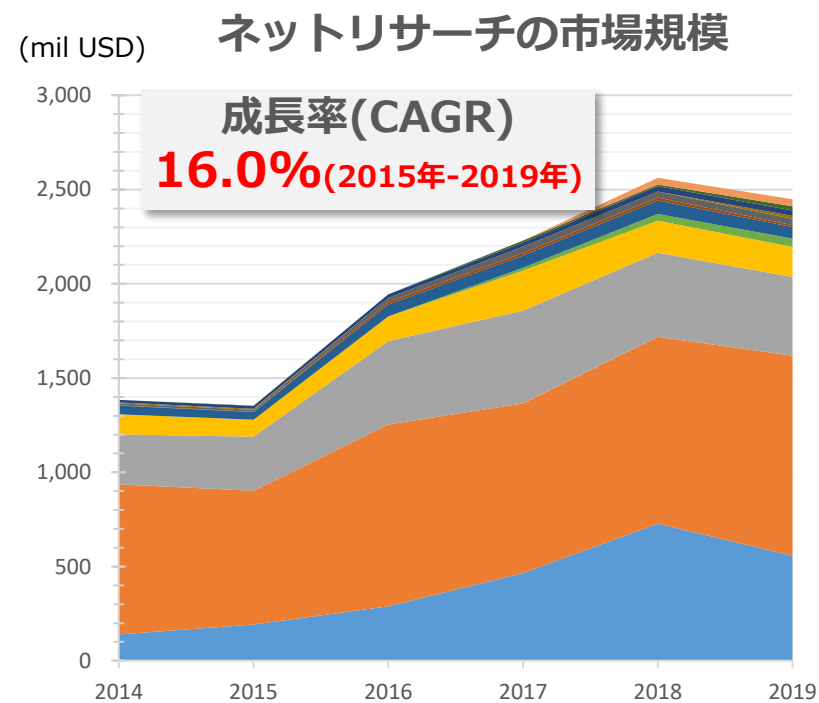
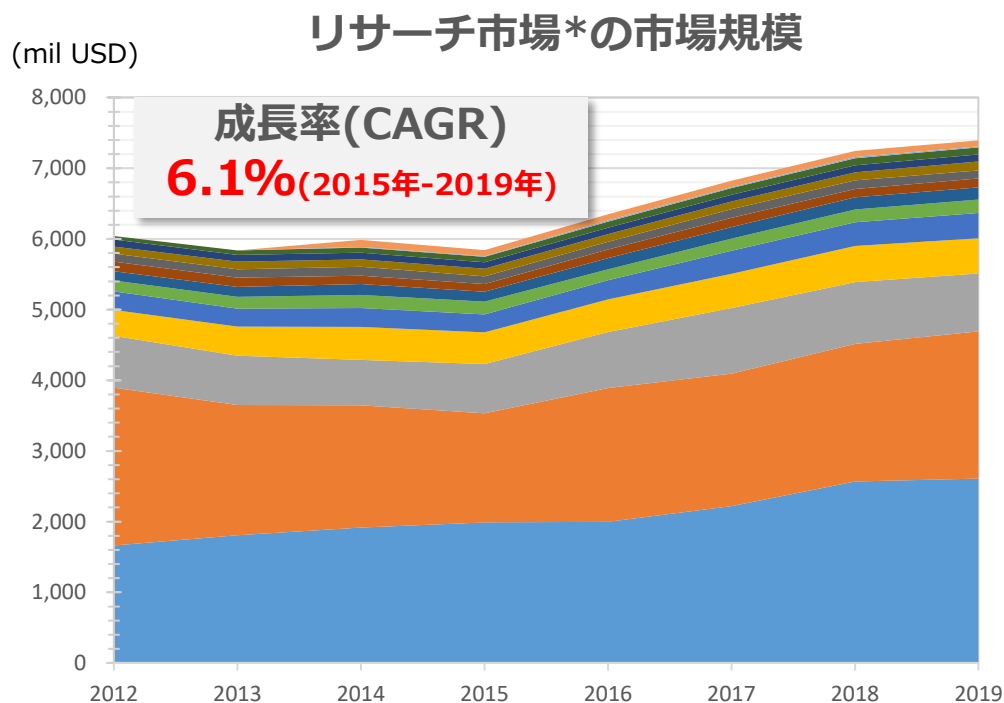
(*1) インターネットリサーチとは、マーケティング・リサーチのうち、インターネットを用いてマーケティング・リサーチを行うことを指します。



(*) 1ドル110円換算

『Global Market Research 2020』(An ESOMAR Industry Report) より

- リサーチ市場（ネットリサーチ市場含む）は順調に市場規模を拡大。
- ネットリサーチ市場については、リサーチ市場全体の拡大スピード以上の拡大が想定される



(*)ネットリサーチ含む

- | | | | |
|---------|------------|-----------|----------|
| ■ 中国・香港 | ■ 日本 | ■ オーストラリア | ■ 韓国 |
| ■ インド | ■ タイ | ■ シンガポール | ■ インドネシア |
| ■ マレーシア | ■ フィリピン | ■ 台湾 | ■ ベトナム |
| ■ ミャンマー | ■ ニュージーランド | | |

(ESOMAR Industry Reportより)

- 日本を含むアジア市場における有力なサンプルパネルプロバイダー（消費者パネルのサンプル提供会社）として、アジア市場全体に対する現在の市場占拠率は約12%。

全世界のサンプルパネル市場規模
1,209mil.USD（約1,330億円）*2*3

日本を含むアジア市場全体のサンプルパネル市場規模
195mil.USD（約215億円）*2*3

当社グループ売上高*1
約24mil.USD（約26億円）*2
当社グループ市場占有率 約12%

(*1) 日本を含むアジアにおける売上高

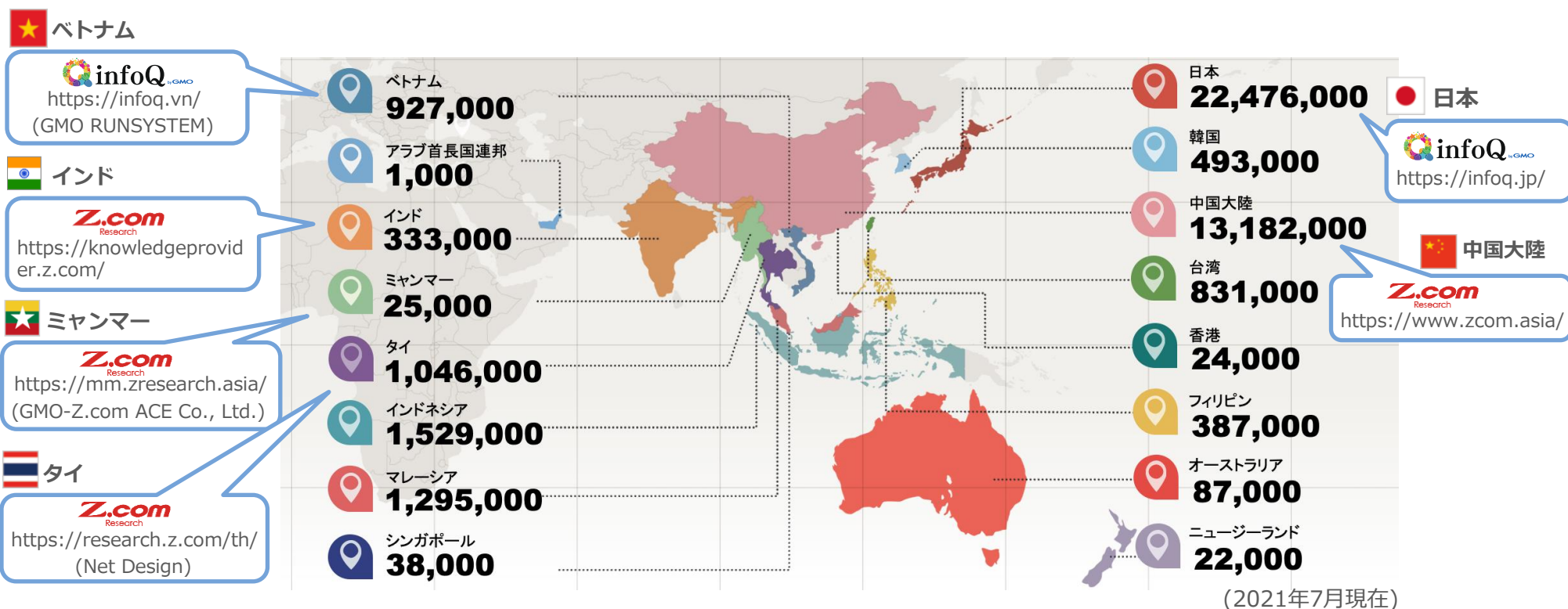
(*2) 1ドル110円換算

(*3) 『Global Market Research 2020』(An ESOMAR Industry Report)

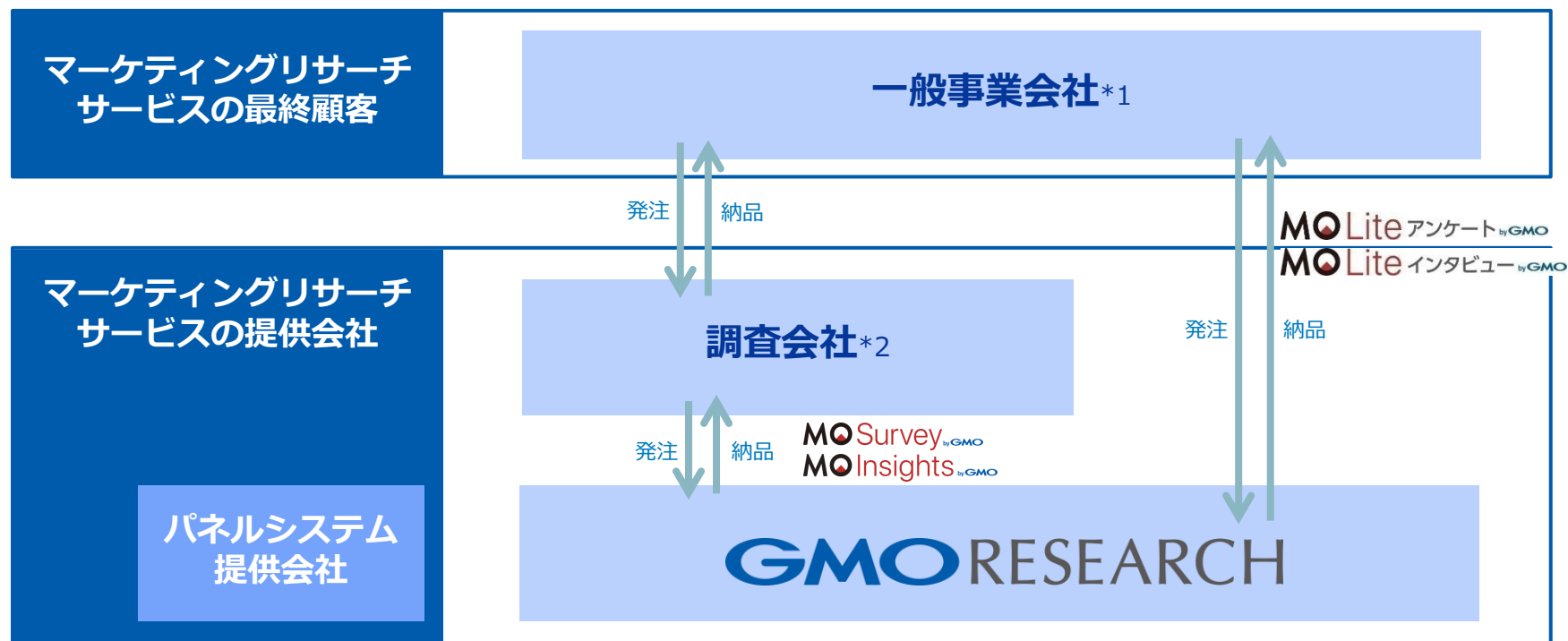
4. 競争優位性

- パネルネットワーク
- ポジションの特異性
- 業界トップの収益力
- D.I.Yサービスの成長

- アジア16の国と地域で4,269万人超の業界最大規模のパネルネットワークを構築
- 大型・複数ヶ国にまたがる案件に対応可能であり、競争力、提案力が高くなる



- 調査を専門とする調査会社にパネルとシステムを提供するという特異なポジションを取っています。これにより、当社の競争力の源泉である業界最大規模のパネルネットワーク活用の効率性が高まり、収益力が高くなります。
- 調査会社向けに培った効率的なパネル提供システムを事業会社にもご利用いただくことで、さらなるパネル活用と販売効率化を図ります。

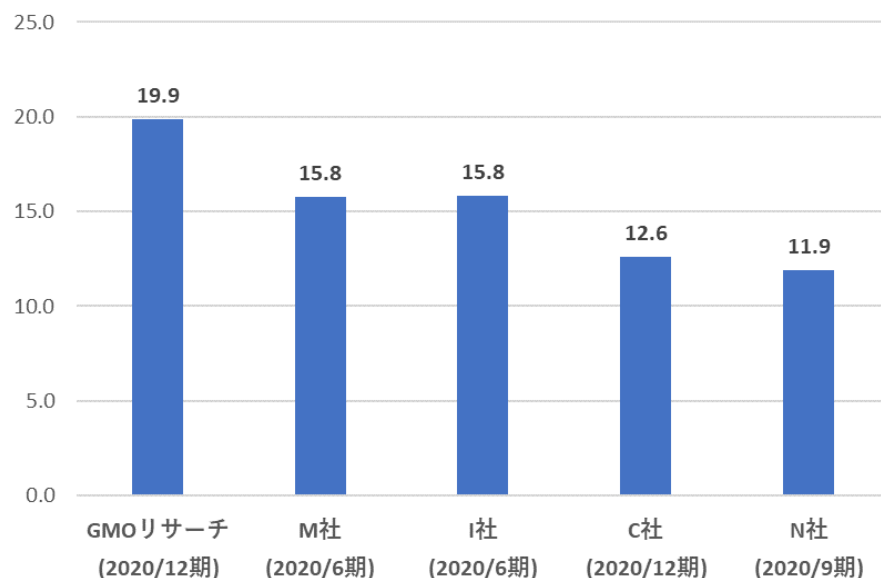


*1 一般事業会社には、学校や官公庁を含みます。

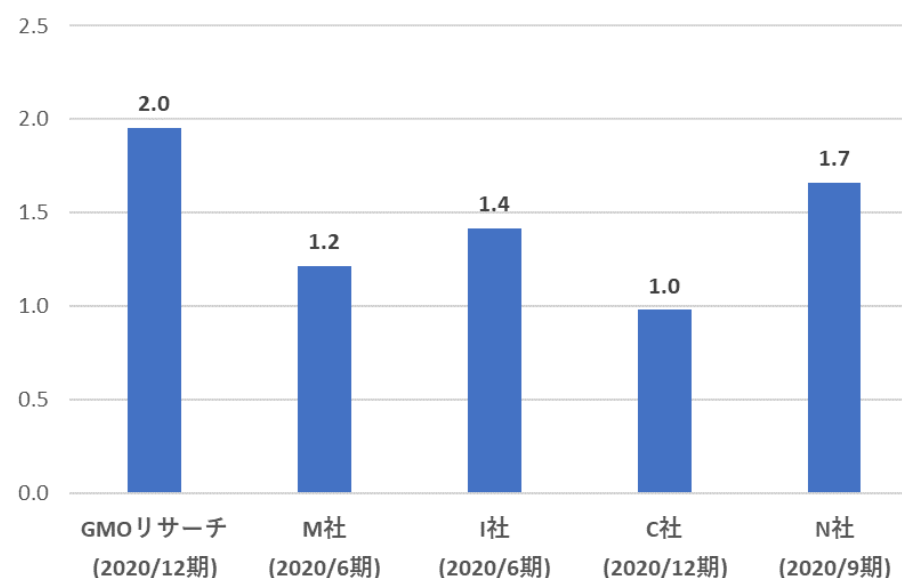
*2 調査会社には、調査会社、シンクタンク、コンサルティング会社等を含みます。

- 顧客のニーズに対し、テクノロジーの力で、マーケティング・ソリューション・プラットフォームの提供で応えているため、他のマーケティングリサーチサービスの提供会社(*1)に比べて業界トップの収益力（一人あたり売上高/EBITDA）を実現しています。

(単位：百万円) **一人あたり売上高**(*2)(*3)



(単位：百万円) **一人あたりEBITDA**(*2)(*3)(*4)



(*1) 日本国内で上場するマーケティングリサーチサービスの提供会社

M社：株式会社マクロミル

I社：株式会社インテージホールディングス(*4)

C社：株式会社クロス・マーケティンググループ

N社：株式会社ネオマーケティング

(*2) 比較対象会社の財務数値につきましては、各社が公表している有価証券報告書・四半期報告書に記載の数値によっております。なお、株式会社インテージホールディングスについては、2020年6月期は2019年4月から2020年6月までの15

か月決算であったことから、当該15か月間の財務数値から2019年4月から2019年6月までの3か月間の財務数値を差し引く方法によって調整を行った調整値を使用しております。なお、EBITDAを計算する際に調整を行う減価償却費・のれん償却費については2019年4月から2019年9月までの6か月間の数値の1/2を2019年4月から2019年6月までの数値とみなして調整しております。

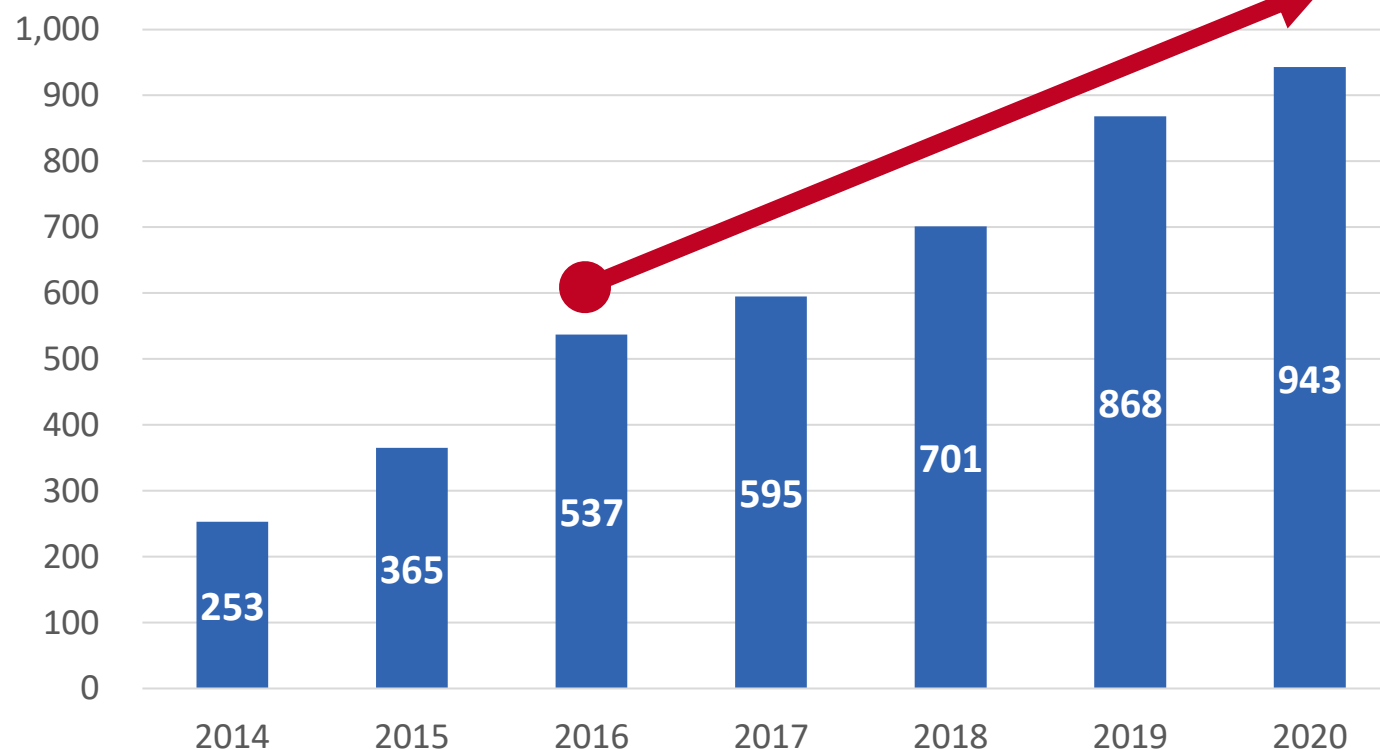
(*3) 従業員数および臨時従業員数の合計人数を使用して計算しております。

(*4) EBITDA = 営業利益 + 減価償却費 + のれん償却費

- D.I.Yサービスは、当社のリサーチ・ソリューション・プラットフォーム上で顧客自身がすべてのインターネットリサーチ工程を完結できるサービスであり、コスト優位性等の理由により、一度利用を開始いただくと継続的な利用が見込まれるサービスです。
- D.I.Yサービスは、過去5年平均成長率15%で成長を継続しています。

(単位：百万円)

■ D.I.Y売上高(国内・海外合計)



成長率(CAGR)
15%(2016年-2020年)

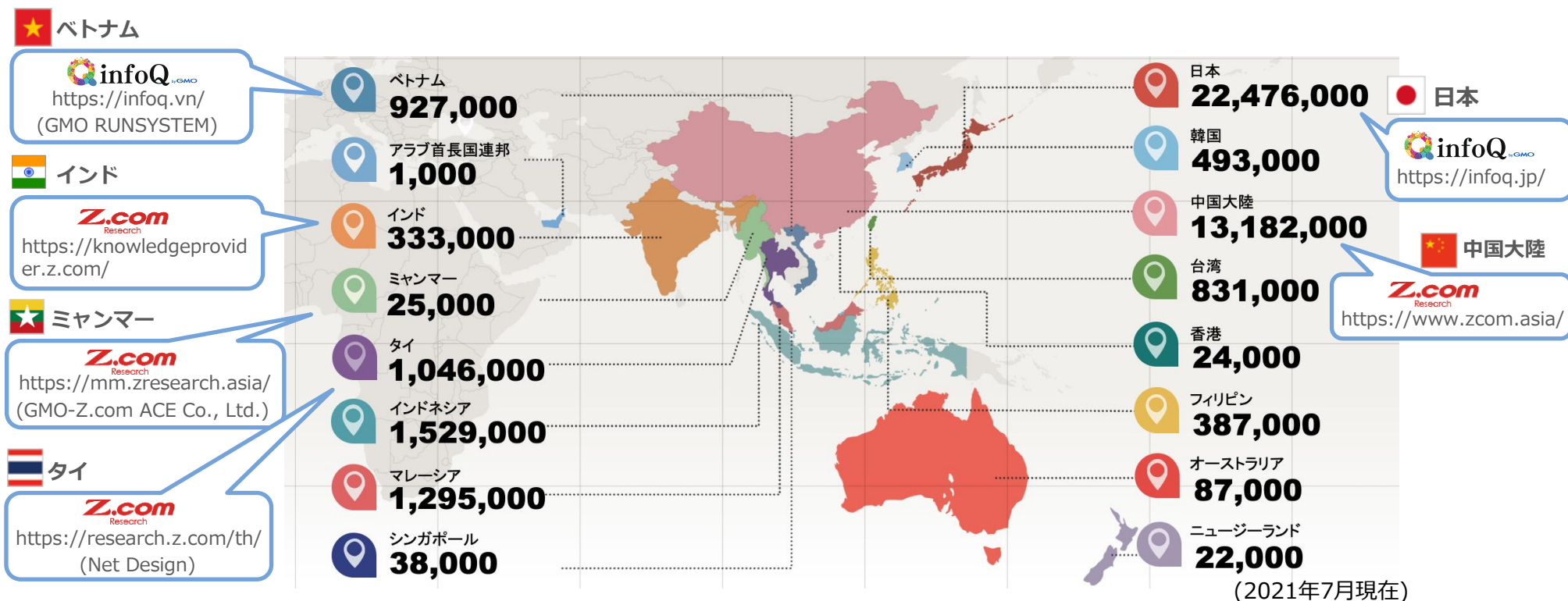
5. 成長戦略

- 中期的成長シナリオ
- ①地域深耕・エリア拡大
- ②販売商品の充実
- ③データ・AI
- サービス別売上高推移
- 国内・海外売上高推移

- 競争力の源泉であるアジア16の国と地域における4,269万人超の消費者へのリーチ力をベースに、①地域深耕・エリア拡大、②販売商品の充実、③データ・AIを生かした業界変革の3軸で中長期的に安定した成長を目指します。



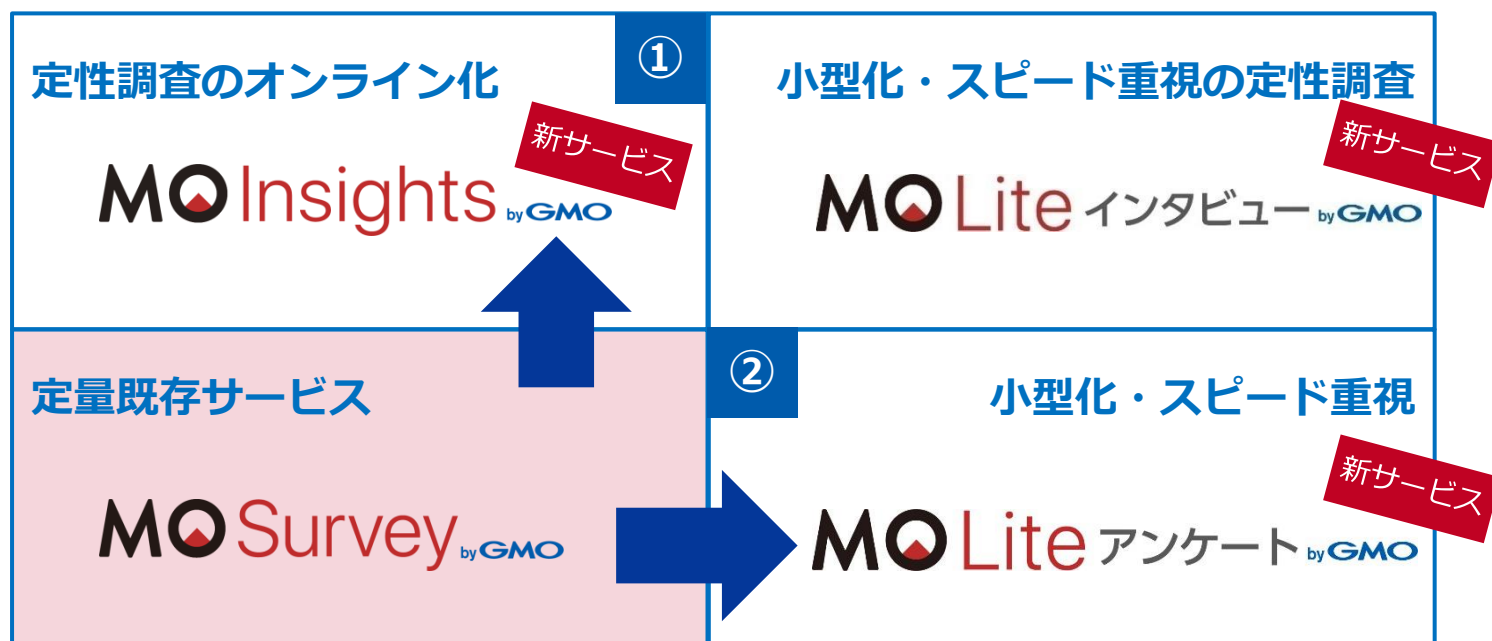
- 競争力の源泉であるアジアクラウドパネルを質量ともにさらに充実させることで、アジアの調査対応地域の深耕とエリアの拡大を進めます。
- 具体的には、中国・インド・オーストラリアの重点3ヶ国を中心に、クラウドパネルの拡充を進めます。
- 2021年には、インドでの自社運営パネルのリリース、アラブ首長国連邦（UAE）でのパネル新規追加を行いました。



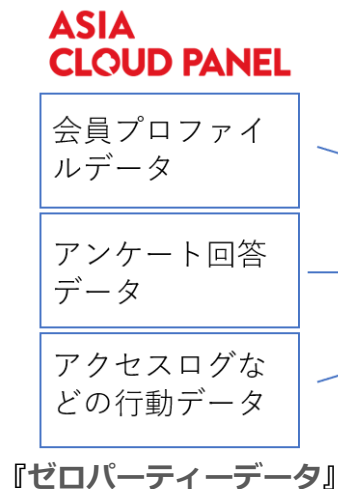
- マーケティングリサーチ業界の市場の変化に対応した事業展開により成長を目指します。
- 具体的には、顧客ニーズに適合させた「MO Insights」「MO Liteアンケート」「MO Liteインタビュー」等の商品のウェブマーケティング活動を実施し、新規顧客の開拓活動を行います。

<マーケティングリサーチ業界での市場の変化>

- ① 定性調査のオンライン化・・・インタビュー等の定性調査が急速にオンライン化
- ② 小型化・スピード重視・・・D.I.Yで安価に、スピード重視で、リサーチの内製化が進展



- 「MO CDP byGMO」サービスでは、アジアクラウドパネルから集めたプロフィールデータ、アンケート回答データ、行動データ等のゼロパーティーデータ(*)を各種マーケティングプラットフォーム等で連携・活用しやすいようにDWHに格納し、データの公開をしております。
- このサービスを通して、マーケティングへのデータ活用の提案活動に取り組んでいます。その一環として2021年6月に台湾に駐在員事務所を設立しました。
- また、AIとデータを活用してアンケートの回収可否の予測精度の向上、アンケート回答品質の改善、会員のアクティブ率の改善等に取り組んでいます。



MOCDP
byGMO



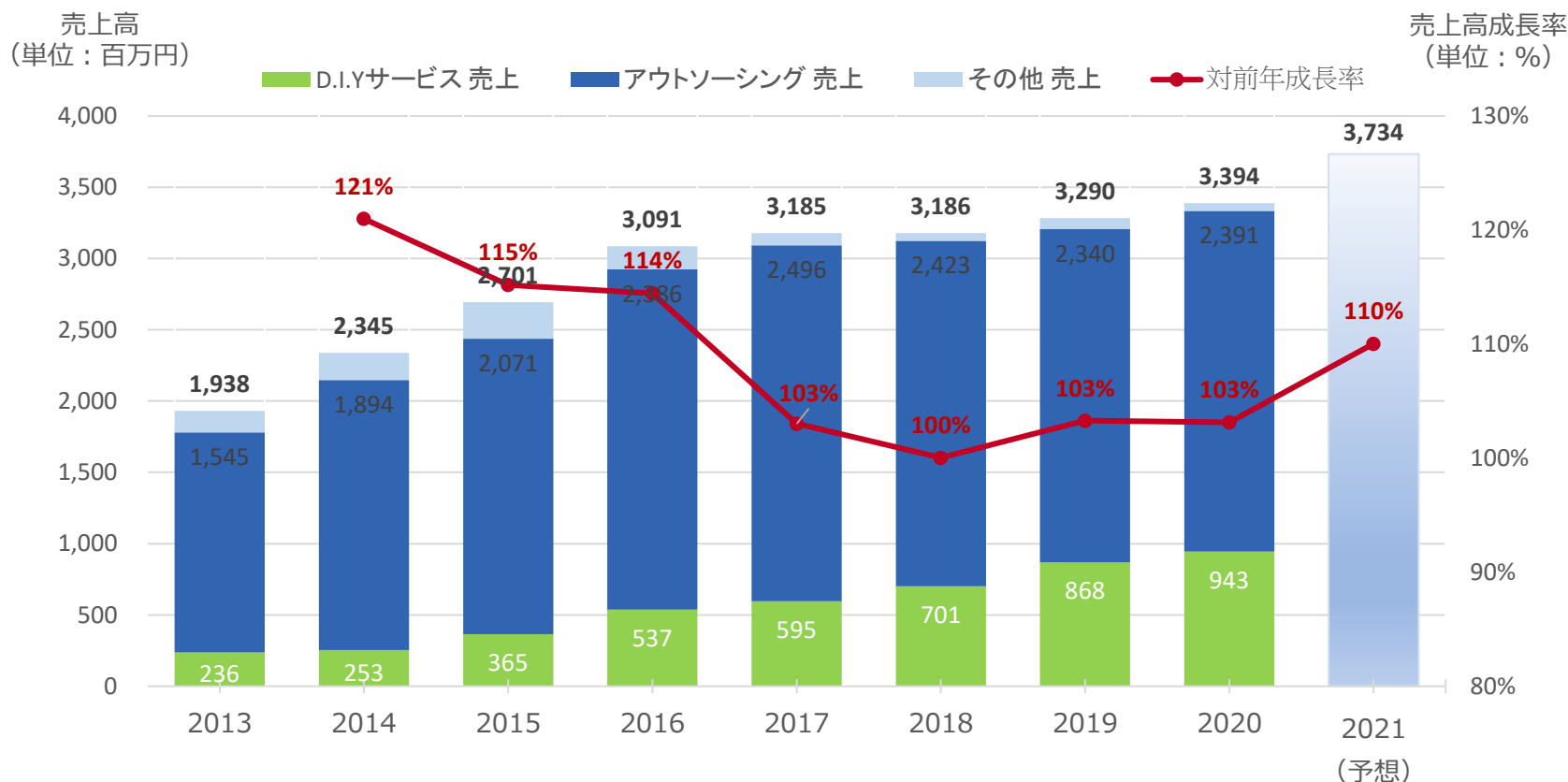
アジアクラウドパネルのゼロパーティーデータをもっと使いやすく、連携しやすく一般公開



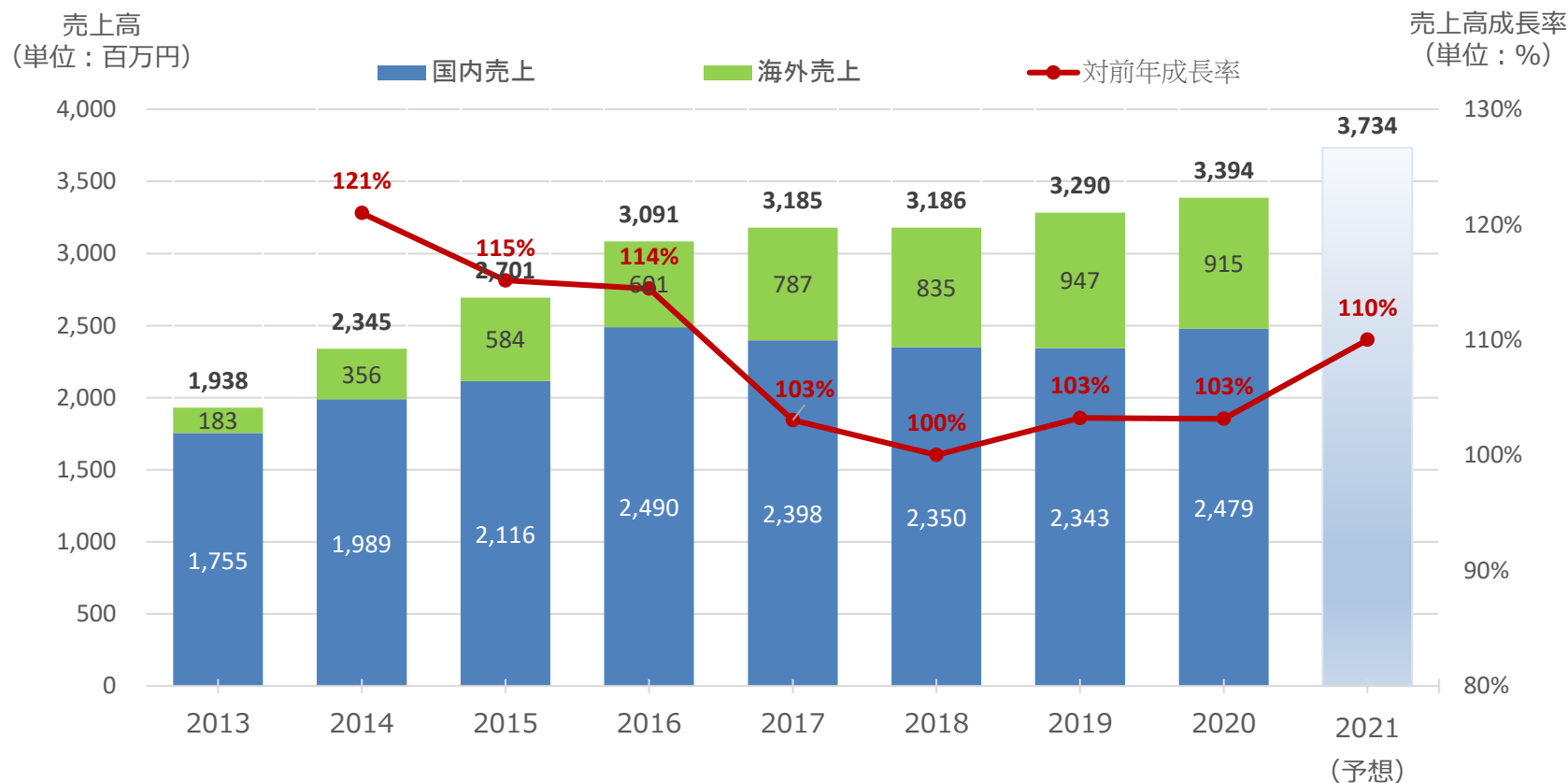
(*)ゼロパーティーデータとは

ユーザーが何らかの対価を得ようと自ら企業に提供するデータ。「同意を得た1stパーティデータ」とも解釈される。調査企業のフォレスターが2018年11月に命名した用語です。GDPR (EU一般データ保護規則) やCCPA (カリフォルニア消費者プライバシー法) に見られるように、データに関する同意の必要性の重要度が増している現状、ゼロパーティーデータはプライバシーを守りつつ、精緻な情報を収集する手法として活用できるデータです。

- 各サービスの売上高成長率を重要な経営指標として設定
 - 全体の売上高成長率は每期10%程度、特にD.I.Yサービスは每期15%程度の推移を想定
 - D.I.Yサービスの成長施策：クラウドパネル強化継続（連携拡大や自社パネル整備）、調査会社とのシステム連携推進、事業会社向けサービスのMO Liteの顧客開拓
 - アウトソーシングサービスの成長施策：営業体制強化、MO Insightsの販売強化



- 国内・海外の売上高成長率を重要な経営指標として設定
 - 国内・海外ともに毎期10%程度の売上高成長率の推移を想定
 - 国内売上上の成長施策：コロナ禍で顕在化したニーズである、オンライン定量インタビュー（MO Insight）、事業会社向けサービス（MO Lite）に注力
 - 海外売上上の成長施策：クラウドパネル強化及び大手調査会社とのシステム連携によるD.I.Yサービスの成長、また事業会社向けサービス（MO Lite）の販売体制整備



6. リスク情報

- 主要なリスクに関する情報
- セキュリティ・プライバシー保護等

- 当社グループの成長の実現や事業計画の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスクは以下の通りです。

※ 投資者の判断に特に重要と当社グループが考える事項について記載しています。本項の記載内容は当社株式の投資に関するすべてのリスクを網羅しているものではありません。当社グループはこれらのリスクの発生可能性を認識したうえで、発生回避および発生した場合の迅速な対応に努める方針です。本項記載以外のリスクについては、当社グループの有価証券報告書、「第一部【企業情報】」「第2【事業の状況】」「2【事業等のリスク】」をご参照ください。

	発生可能性 発生時期	成長の実現や事業計画 の遂行に与える影響	リスクの内容と対応策
市場の成長	小	● 売上成長の鈍化	インターネットリサーチの市場規模は、従来の調査手法等からの切り替えなどの要因により、順調に成長を継続しておりますが、インターネットリサーチニーズの飽和等の何かしらの要因により、市場規模の成長が鈍化するリスクがあります。当該リスクに対し、当社グループは、インターネットリサーチの普及度がより低く今後のより高い成長が見込まれるアジアを中心とする海外市場でのシェア拡大に取り組んでおります。
	常時		
競合	中	● シェアの低下 ● 販売単価の下落	インターネットリサーチ事業において大きな参入障壁がないことにより、他の事業者による新規参入や事業拡大のリスクがあります。当該リスクに対し、当社グループは、アジア最大規模の調査用パネルであるアジアクラウドパネルを構築するとともに、パネルシステムの提供に特化することで、競合企業に対する独自性と差別化および優位性の構築を行っております。当社グループは、競争力の源泉であるアジアクラウドパネルのさらなる強化とパネル提供システムの改良に努めることで、当社グループの独自性と優位性の強化に取り組んでおります。
	常時		

(続く)

(続き)

	発生可能性 発生時期	成長の実現や事業計画 の遂行に与える影響	リスクの内容と対応策
特定業界・顧客 への集中	中	● 売上高の減少	当社グループの売上高の多くは、調査会社への売上となっております。当社グループは、当社のプラットフォームの信頼性や安全性の強化、提供サービスの多様化を図り、顧客基盤を拡大することで、特定業界・顧客への集中リスクの低減に努めております。
	低下中		
ネット調査用パネル の回収力と品質	低	● 売上高の減少 ● 仕入単価上昇	当社グループのネット調査用パネル（アジアクラウドパネル）は、自社運営パネルと複数の提携パネルによって構築されております。何らかの事情により、提携パネルの利用が困難になると、回答回収力が低下する可能性があります。また、調査用パネルの回答品質について、何らかの理由により回答品質を確保できないと追加調査等により追加原価が発生するリスクがあります。当社グループは、既存のクラウドパネルパートナーとの関係強化や新規のクラウドパネルパートナーの開拓に取り組むとともに、回答品質向上のため、品質管理基準に基づく回答品質の確保に取り組んでおります。
	常時		
個人情報流出	低	● 損害賠償請求 ● 社会的信用の失墜	当社グループは、自社パネル会員の個人情報やクラウドパネルとして他社から委託を受けたアンケート配信先情報（暗号化されたメールアドレス）を保有しており、それらの情報が流出するリスクがあります。当該リスクに対し、当社グループは、情報セキュリティに関する規程の策定、情報セキュリティに関する研修・教育の実施等のほか、ISMSの認証取得やプライバシーマークの取得等の取り組みを行っております。詳細について次頁を参照ください。
	常時		

- 個人情報や情報セキュリティに関するリスクに関して、それらを保護するためのセキュリティ及びプライバシー・個人情報保護等への取り組みを行っております。

セキュリティの安全性

■ 認証

外部からの脅威に対するリスクアセスメントを実施し、総合的な情報セキュリティを確保するため、ISMS（情報セキュリティマネジメントシステム）認証基準の国際規格「ISO/IEC 27001:2013」および国内規格「JIS Q 27001:2014」の認証を取得。



■ 脆弱性対応

業界標準のツールによる脆弱性の試験を実施するほか、外部機関による定期的な脆弱性診断を実施。JPCERT等の情報を常に確認し、その影響を考慮した上でパッチ等を適用している。

■ アクセス制御

システムやアプリケーションへのアクセスは、許可された人員のみ許可された作業を実施できるよう制限をかけている。

■ 通信のセキュリティ

アンケート及びモニター向けサイトはHTTPS（TLS）を利用し、セキュリティを確保しています。ファイアウォール/ロードバランサーにより必要な通信のみを許可している。

プライバシー・個人情報保護

■ 認証

法律への適合性およびより高い保護レベルの個人情報保護マネジメントシステムを確立・運用することを目的としてプライバシーマークを取得。

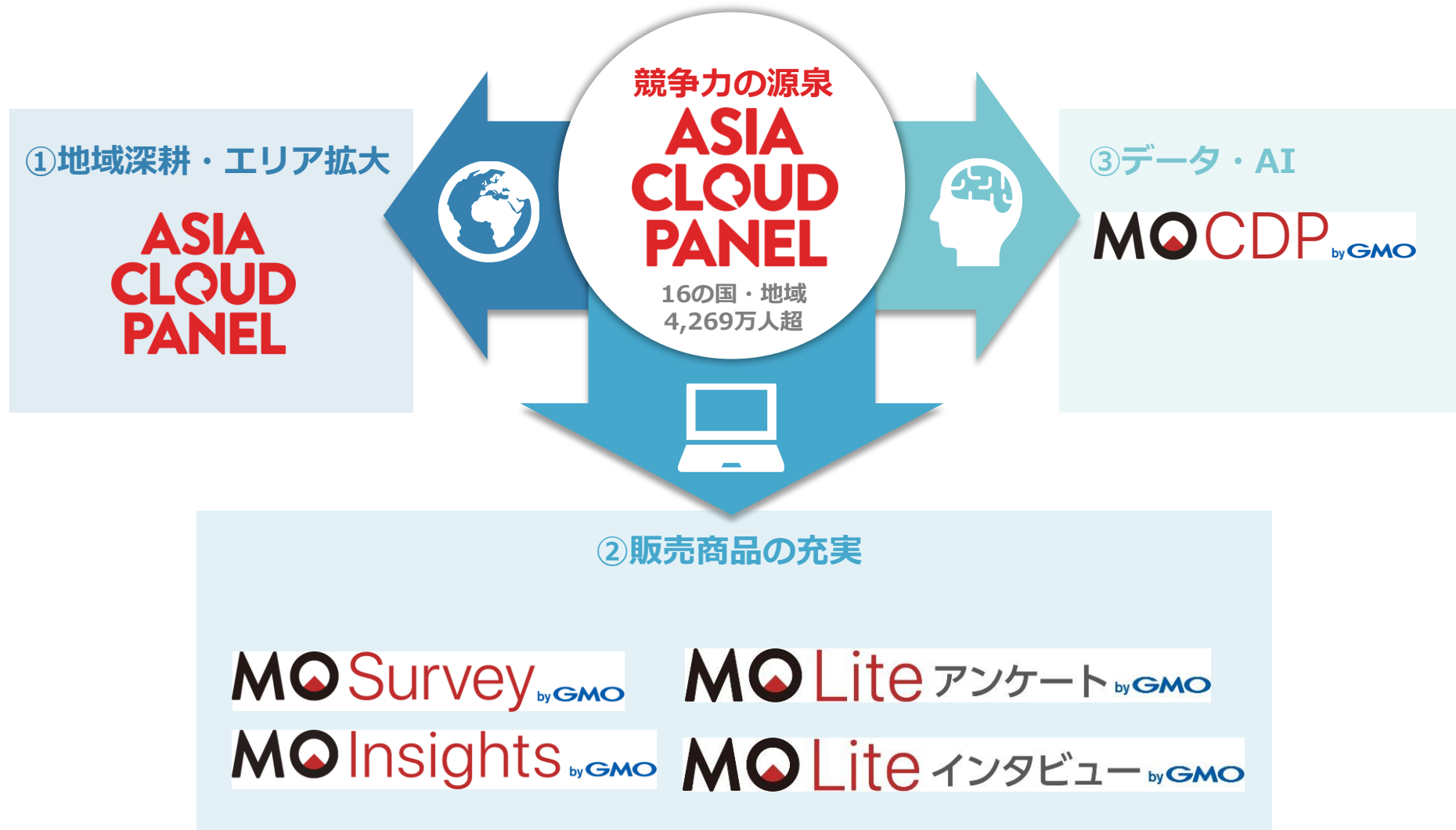


■ パーミッション取得

個人情報を取得するときは、パーミッションをいただく等、法令・規制の要請を踏まえた対応を行っている。

Appendix

- 中長期成長シナリオの3軸と商品ラインナップの対応関係



2020年3月に新クラウドソリューションサービス「**MO Insights byGMO**」
(以下、「MO Insights」)をリリースしました。



① オンラインで
インタビュー機能



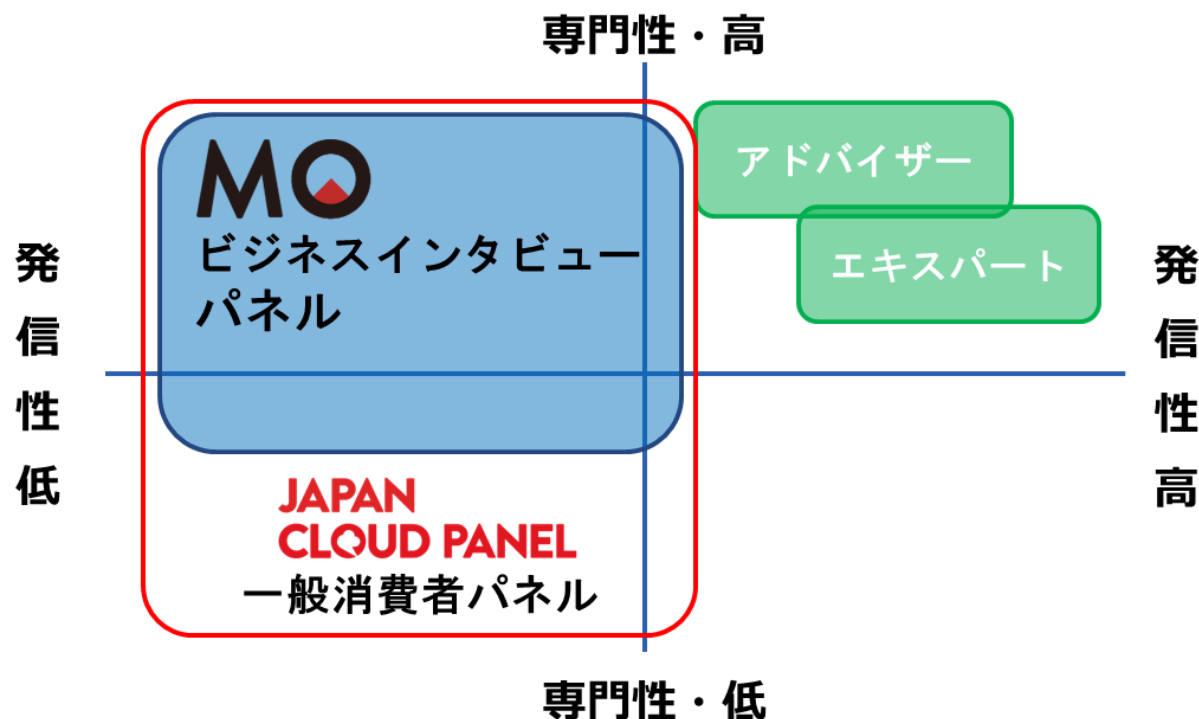
② インサイトを掴む
チャット機能



③ 画像や動画も簡単
ボード機能

「MO Insights」は、クラウドパネルネットワークに登録されているアジア15の国と地域の消費者とリアルに対面することなく、オンライン上で定量・定性調査を完結することができるクラウドソリューションサービスです。

2021年8月に、ビジネス領域に関するインタビューへの参加意向がある**約900万人**で構成する「**MOビジネスインタビューパネル**」の提供を開始いたしました。これにより、様々な**ビジネス領域における一次情報や経験値を収集するためのインタビュー**を簡単かつスピーディーに実施することが可能となります。



- 「MOビジネスインタビューパネル」は、「MO Insights byGMO」をお申込みいただいたお客様が無料でご利用いただけるサービスです。
- 「MOビジネスインタビューパネル」は、複数の媒体から構成される「Japan Cloud Panel」のモニター2,247万人の中から、自身が就業しているビジネス領域に関するインタビューへの参加意向がある約900万人で構成され、幅広いビジネス領域に就業している人へのアプローチが可能です。

2020年8月に「**MO Liteアンケート byGMO**」をリリースしました。
 お客様ご自身が作られたアンケートを、当社のクラウドパネルに連携して、お客様ご自身で簡単に安価にアンケートを配信できるツールとして公開しました。

各種アンケートシステム連携（オープン戦略、利便性優先）

サーベイモンキー



MarketObserver

シンプルサーベイ（無料版）



クリエイティブサーベイ



Google フォーム



差別化

他社サービス （囲い込み戦略）

自社のアンケートツールとパネルがクローズドで繋がり、
 自社顧客の囲い込みを狙う



2020年11月に「**MO Liteインタビュー byGMO**」をリリースしました。
インタビュー対象者のリクルーティングから1対1のインタビューまでをオンライン上で完結できるパッケージ型のオンラインインタビューの提供を開始しました。

対象者募集



対象者選定



実施



「MO Liteインタビュー」は、インタビュー対象者のリクルーティングから1対1のインタビューまでをオンライン上で完結できるパッケージ型のオンラインインタビューサービスです。

オンラインインタビューは、通常のオフライン調査で必要となるインタビュー実施会場や録画・録音機器の手配などが不要なため、コスト削減にもつながります。

想いを、世界に — GMOリサーチ

GMO RESEARCH

Engaging people around the world

本資料につきましては、毎事業年度末後、3ヵ月以内に最新の状況を反映した内容で開示することを予定しております。経営指標の進捗状況につきましては、四半期ごとの決算説明資料において説明をいたします。

本資料、および本説明会における質疑応答などにおける市場予測や業績見通しなどの内容は、現時点で入手可能な情報に基づき、当社が判断したものであります。従いまして、これらの内容はリスクや不確実性を含んでおり、将来における実際の業績は、様々な影響によって大きく異なる結果となりうることを、あらかじめご承知おきください。