

事業計画及び成長可能性に関する事項

株式会社 TORICO

2022年3月

会社概要

特徴と強み

市場規模

成長戦略

リスク情報

会社概要

特徴と強み

市場規模

成長戦略

リスク情報

会社概要

会社名：株式会社TORICO

設立：2005年7月29日

事業内容：マンガに特化した各種サービスの提供

従業員数：65名（2021年12月末現在）

経営陣

代表取締役社長 安藤拓郎

専務取締役 鯉沼充

取締役 高橋まりほ

取締役 四柳剛

取締役 濱田潤

社外取締役 廣木響平

常勤監査役 大和政之

非常勤監査役 森孝司

非常勤監査役 佐藤孝幸

代表

安藤拓郎

2005年、株式会社TORICO創業。

宮城県仙台市出身。

早稲田大学政治経済学部を卒業後

日本オラクル株式会社

三井物産株式会社

株式会社VIBEを経て起業。





VISION

世界を**虜**にする

MISSION

世界に**”楽しみ”**を増やす

例えば

本屋でマンガを買って早足で帰ったり

鏡の前で明日着る新しい服を着てみたり

来週行くライブのチケットを何度も眺めたり

今日届くはず荷物を首を長くして待っていたり

そんな**未来にときめく瞬間=楽しみ**を

一つでも多く増やすことで社会に貢献していきたい。

沿革

売上高

シナジーによる売上拡大

サービスの拡張

M 漫画全巻ドットコム
アプリ開始(2021/9)

MANGA.CLUB

開始(2016/10)

スキマ

開始(2016/7)

マンガ展

開始(2016/7)

HorIn
LOVE BOOKS

事業譲受(2015/4) 事業譲受(2016/5)

まんが王

M 漫画全巻ドットコム

デジタル配信開始(2012/11)

M 漫画全巻ドットコム

開始(2006/8)

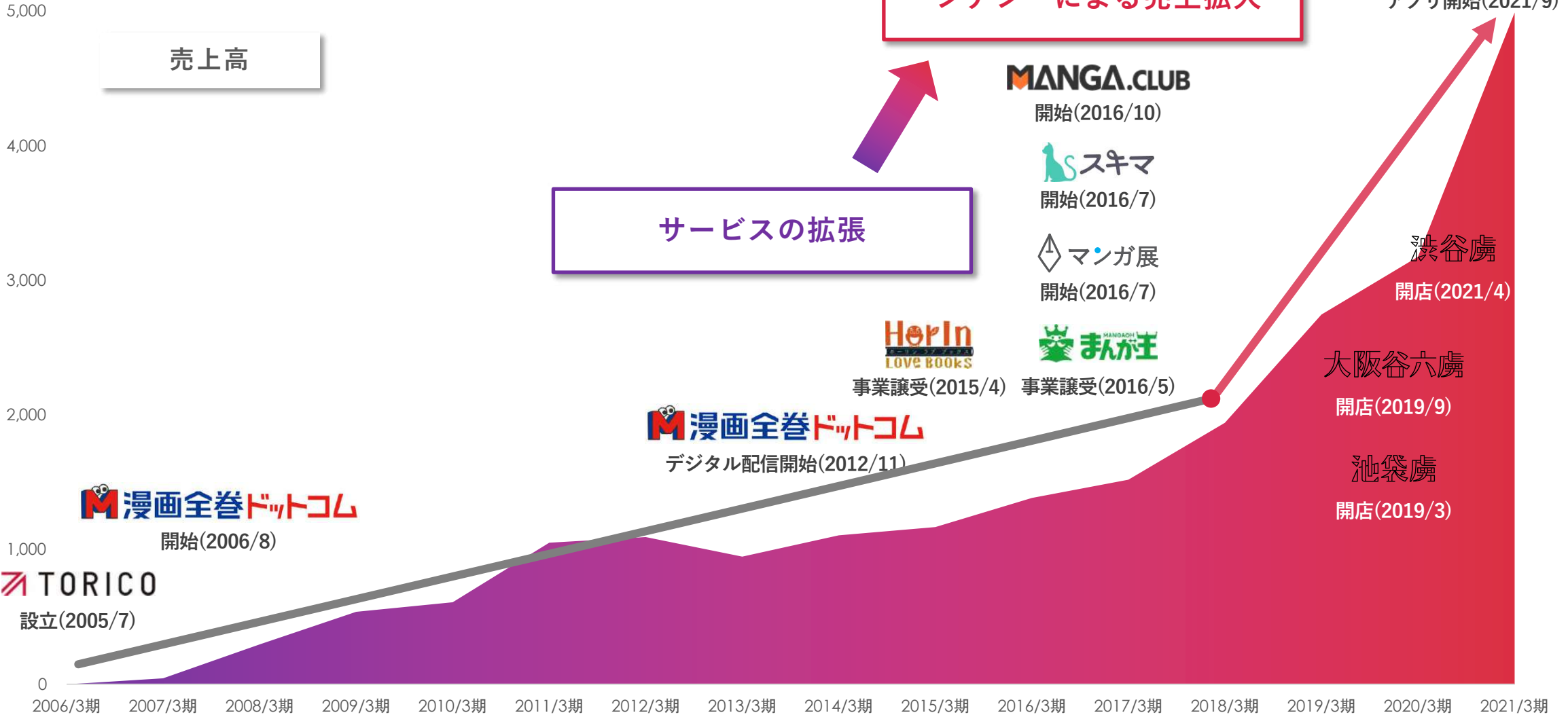
TORICO

設立(2005/7)

渋谷店
開店(2021/4)

大阪谷六店
開店(2019/9)

池袋店
開店(2019/3)



サービス概要

サービス領域	主なサービス	サービス概要	売上高* (構成比)
EC		<p>漫画全巻セット販売に特化したECサイト</p>	<p>4,507 (90.3%)</p>
デジタル		<p>ウェブ・アプリで10,000冊以上の電子コミックが読み放題</p> <p>英語版コミックを世界中に配信</p>	<p>270 (5.4%)</p>
イベント	<p>マンガ展 池袋場 渋谷場 大阪谷六場</p>	<p>マンガアニメイベントを企画運営</p> <p>限定グッズを店舗/ECで販売</p>	<p>213 (4.3%)</p>

* 2021/3期売上高、営業利益(百万円)

ECサービス概要



概要

- 1巻から最終巻までの全巻セットのみを販売するECサイト
- 最新コミックから往年の名作までを簡単購入
- 最短当日発送

男女比 *1

男性53%

女性47%

会員数

441,284
(2021年12月末時点)

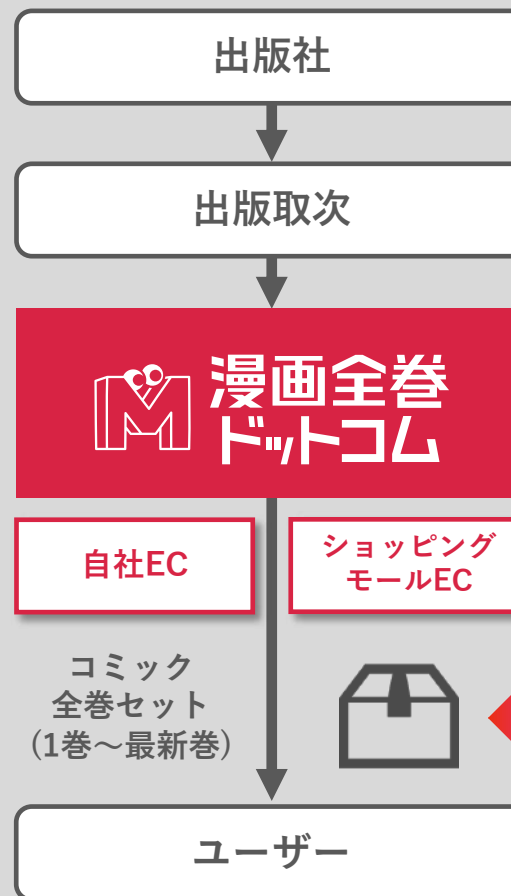
MAU *2

609,812
(2021年12月)

平均購入単価

13,997円
(2021年12月)

事業系統図



出版社とのリレーションを活かした当社限定ノベルティ



進撃の巨人©諫山創/講談社 宇宙兄弟©小山宙哉/講談社 七つの大罪©鈴木央/講談社 四月は君の嘘©新川直司/講談社
ちはやふる©末次由紀/講談社 のだめカンタービレ©二ノ宮知子/講談社 五等分の花嫁©春場ねぎ/講談社
ザ・ファブル©南勝久/講談社 ダイヤのA©寺嶋裕二/講談社

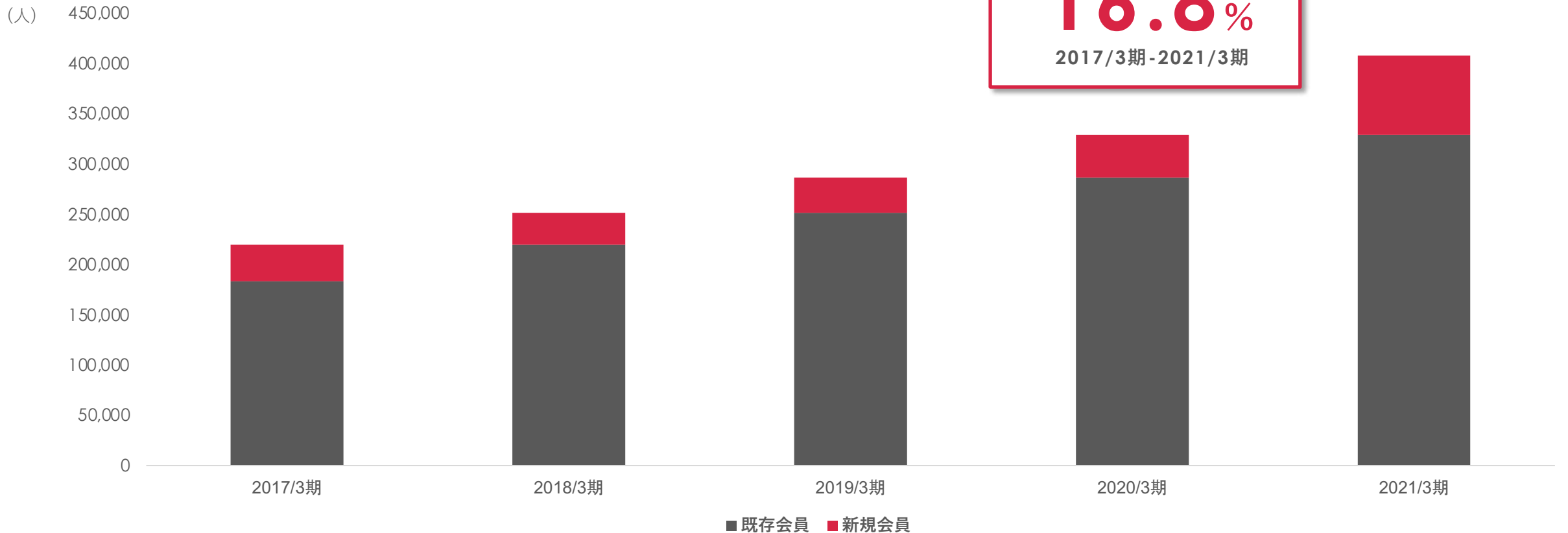
*1 2021/3期にアクセスしたユーザーから算出 (Google Analytics>ユーザー属性>性別)

*2 「Monthly Active Users」の略で1ヶ月に1回以上サービスにアクセスしたユーザーの数

漫画全巻需要の堅調な拡大

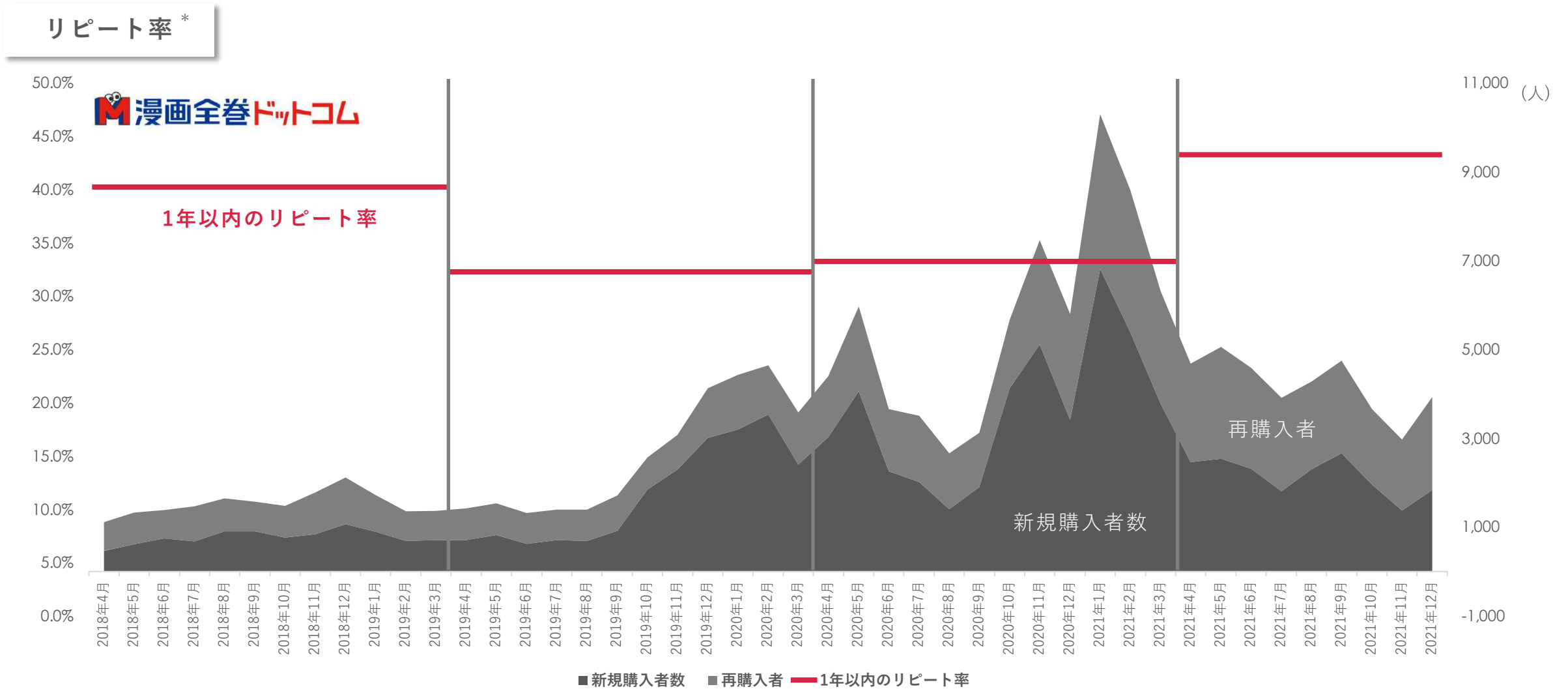
会員数*

M 漫画全巻ドットコム



* 会員登録後、実際に購入を行なったユーザー数

新規購入者増とリピート率向上によるECサービスの拡大



* リピート率：当月購入者の内、その前の12ヶ月以内に1回以上購入履歴のある購入者の割合。計算式は(A-13)月～(A-1)月に購入し且つA月に購入したユーザー数/A月の全購入者数

デジタルサービス概要



概要

- 日本語の電子コミックを配信
- 収益モデル
 - ①無料閲覧+広告
 - ②有料配信

男女比*

男性53% 女性47%

会員数

2,964,122
(2021年12月末時点)

MAU

826,980
(2021年12月)

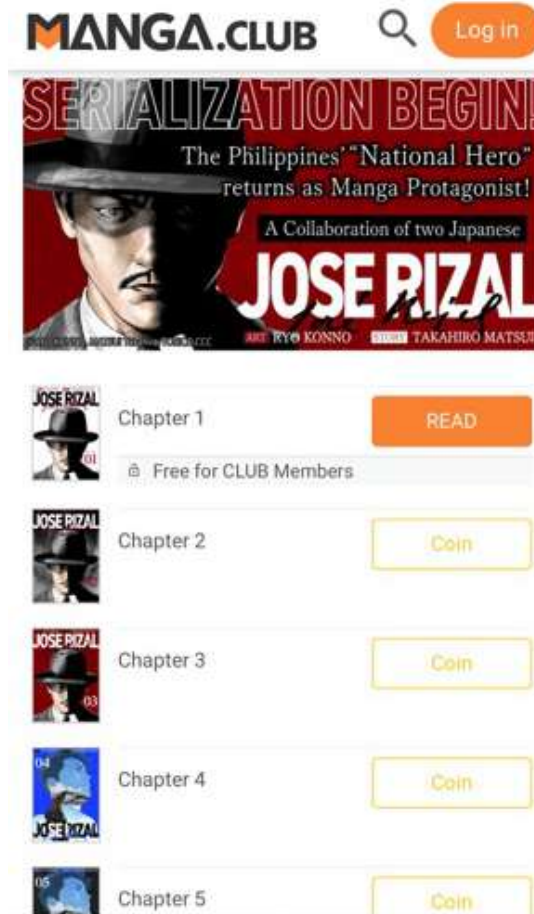
平均購入単価

1,984円
(2021年12月)

閲覧国数

204ヵ国/地域
(2021年3月期)

MANGA.CLUB



概要

- 英語版の電子コミックを世界中に配信
- 収益モデル
 - ①無料閲覧+広告
 - ②有料配信

男女比*

男性42% 女性58%

会員数

696,403
(2021年12月末時点)

MAU

161,017
(2021年12月)

平均購入単価

2,559円
(2021年12月)

閲覧国数

239ヵ国/地域
(2021年3月期)

ザ・ファブル©南勝久/講談社 ウロボロス©神崎裕也/新潮社 いつかティファニーで朝食を©マキヒロチ/新潮社
宇宙兄弟©小山宙哉/講談社 炎炎ノ消防隊©久保篤/講談社 女子高生に殺されたい©古屋兎丸/新潮社
ヒル・ソー©今井大輔/新潮社 グ・ラ・メ〜大宰相の料理人〜©大崎充/新潮社
青野くんに触りたいから死にたい©椎名うみ/講談社

* 2021/3期にアクセスしたユーザーから算出 (Google Analytics>ユーザー属性>性別)

マンガ展

池袋場 渋谷場
大阪谷六場



イベントサービス概要

概要

- コラボカフェ運営
国内3店舗
 - ・東京池袋
 - ・東京渋谷
 - ・大阪谷六
 の常設店舗にて
1コンテンツ約2週間の
期間限定イベントを毎月2回程度実施

店内にて

- ・マンガ原画展示
 - ・コラボフード/ドリンク提供
 - ・当社限定グッズ販売
- 等を行う

- **限定グッズ**を国内外に販売/発送

男女比*

男性27%

女性73%

店舗平均顧客単価

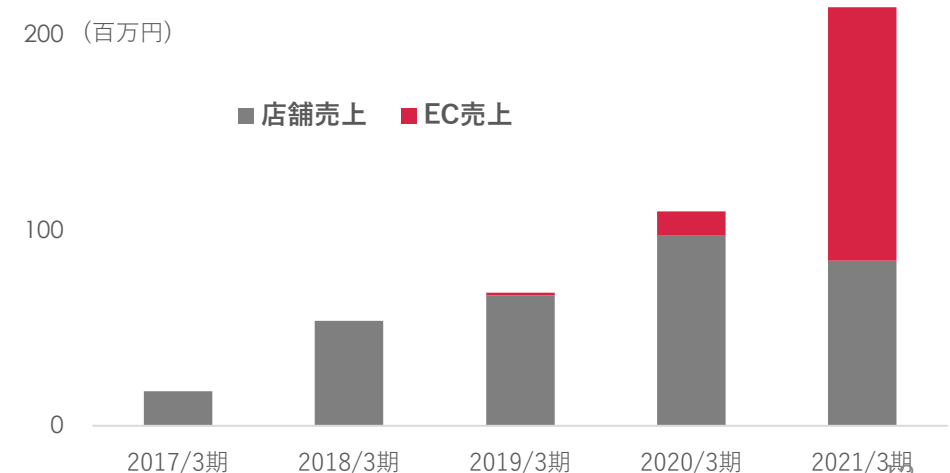
6,615円 (2021年3月期)

EC平均顧客単価

6,088円 (2021年3月期)

売上推移

200 (百万円)

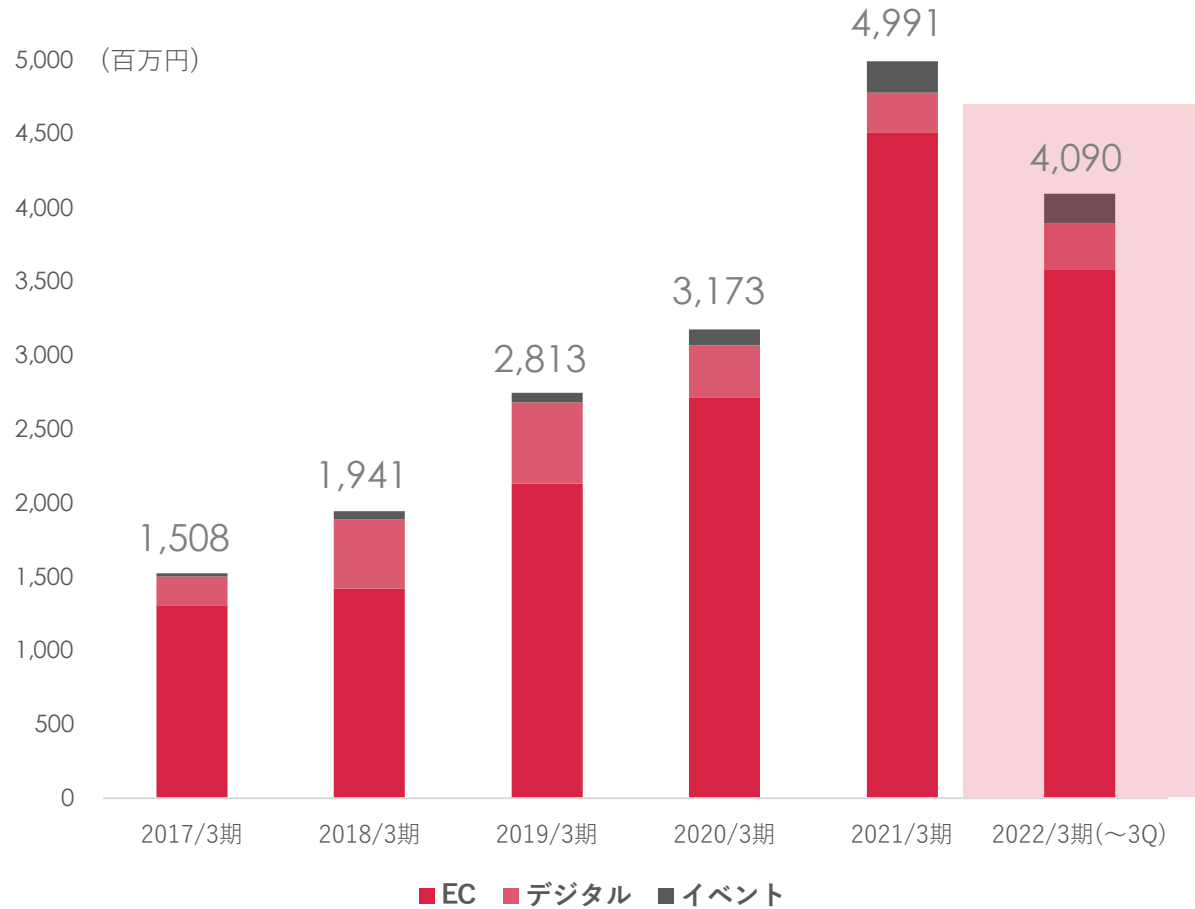


©タツノコプロ・読売テレビ

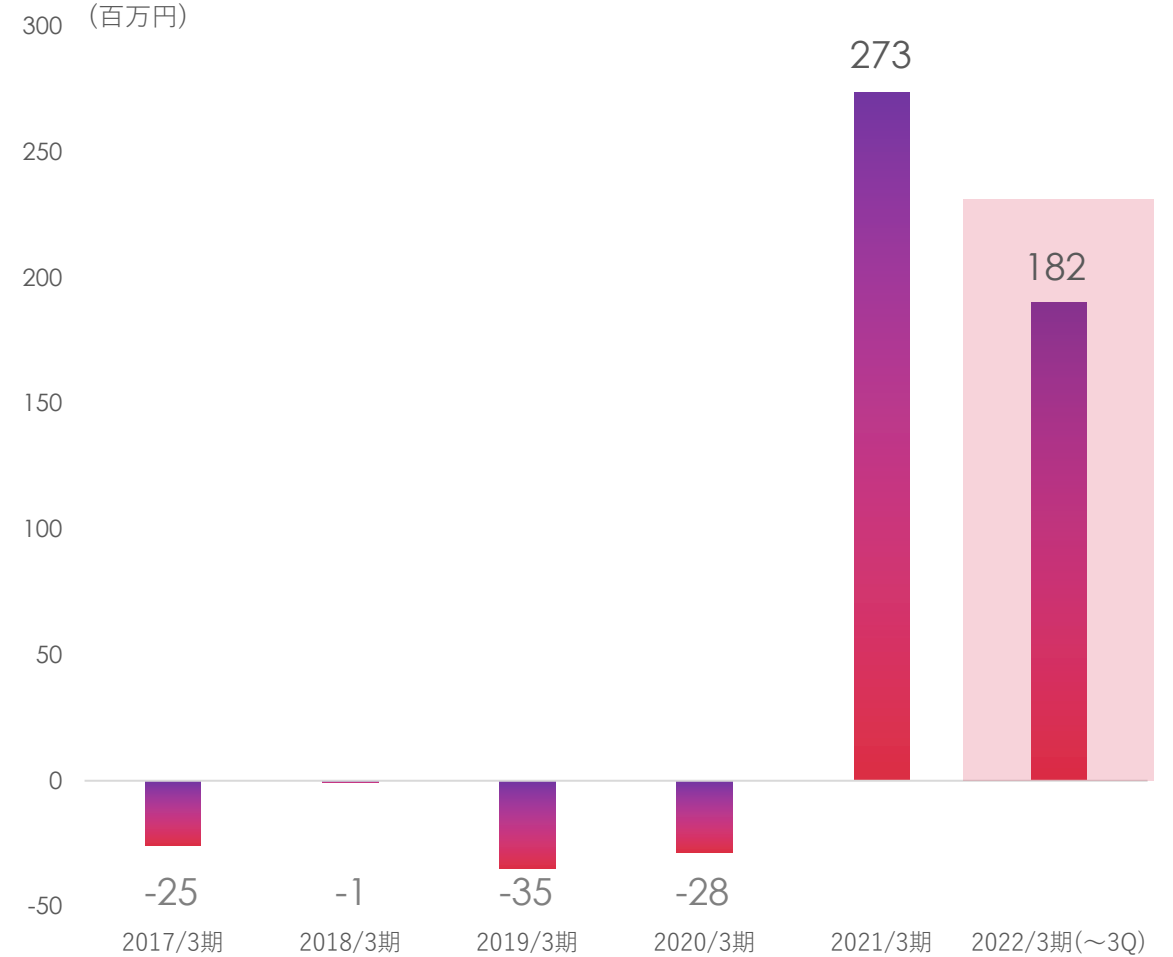
* 2021/3期にマンガ展サイトにアクセスしたユーザーから算出 (Google Analytics>ユーザー属性>性別)

ECサービスの拡大継続を背景に2021/3期に黒字転換

売上高推移



経常利益推移



成長率の伸縮を繰り返しながら継続的に拡大

年度別月次売上高

売上高成長率

売上高年平均成長率

34.9%

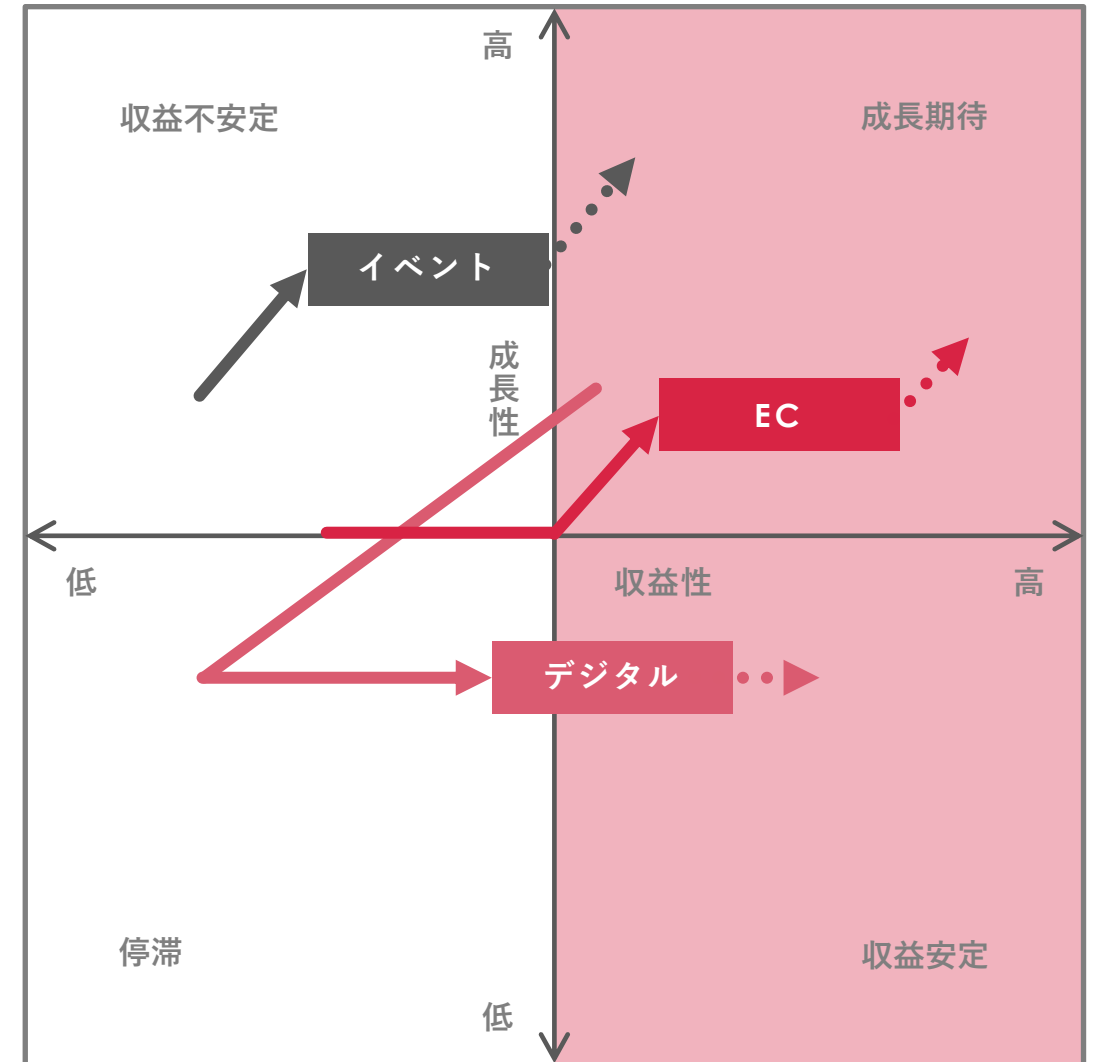
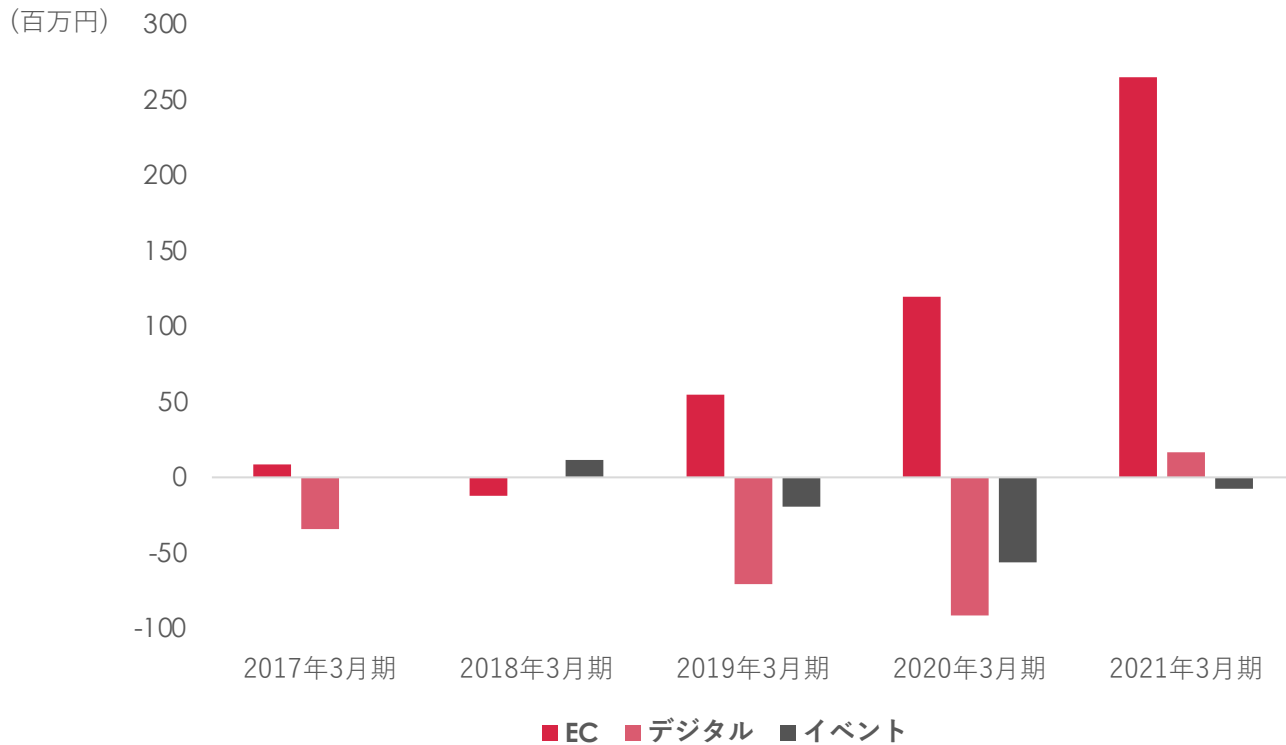
2017/3期-2021/3期



ECの利益拡大とデジタル・イベントの収益化

サービス別営業利益

- ・ EC：システム・倉庫への先行投資が一巡し**利益拡大フェーズ**へ移行
- ・ デジタル：市場環境変化による**安定収益**サービスへの転換
- ・ イベント：収益性をバランスしつつ成長に向けた**先行投資フェーズ**



会社概要

特徴と強み

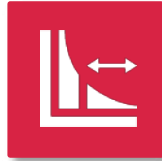
市場動向

成長戦略

リスク情報



当社の強み



ロングテール戦略による差別化



販売力と仕入力が生む好循環



サービス間回遊によるシナジー

コミック全巻セットの品揃えによる差別化

購入可能コミック全巻セット作品数

22,303

2021年11月末時点



 **漫画全巻
ドットコム**

112

外資系大手書籍EC

113

国内大手書籍EC

購入可能コミック全巻セット数を下記方法にて抽出

- ・外資系大手書籍EC：「セット買い」で検索>フォーマット「コミック」>コンディション「新品」
- ・国内大手書籍EC：「巻セット」で検索>フォーマット「コミック」>ジャンル「漫画（コミック）」>在庫あり

2万セット常時販売を可能にするデータベースと倉庫運営



成長し続ける
当社独自の
データベース

15年間にわたるデータの蓄積、更新をし続けている独自のデータベースにより

- ・年間2万回以上発生するデータ更新(巻数/価格/表紙等)作業のシステム化
- ・人気作品の在庫確保に好影響を与える極めて低い返本率を実現する在庫管理を可能にしています。



全巻セットに
特化した
倉庫運営

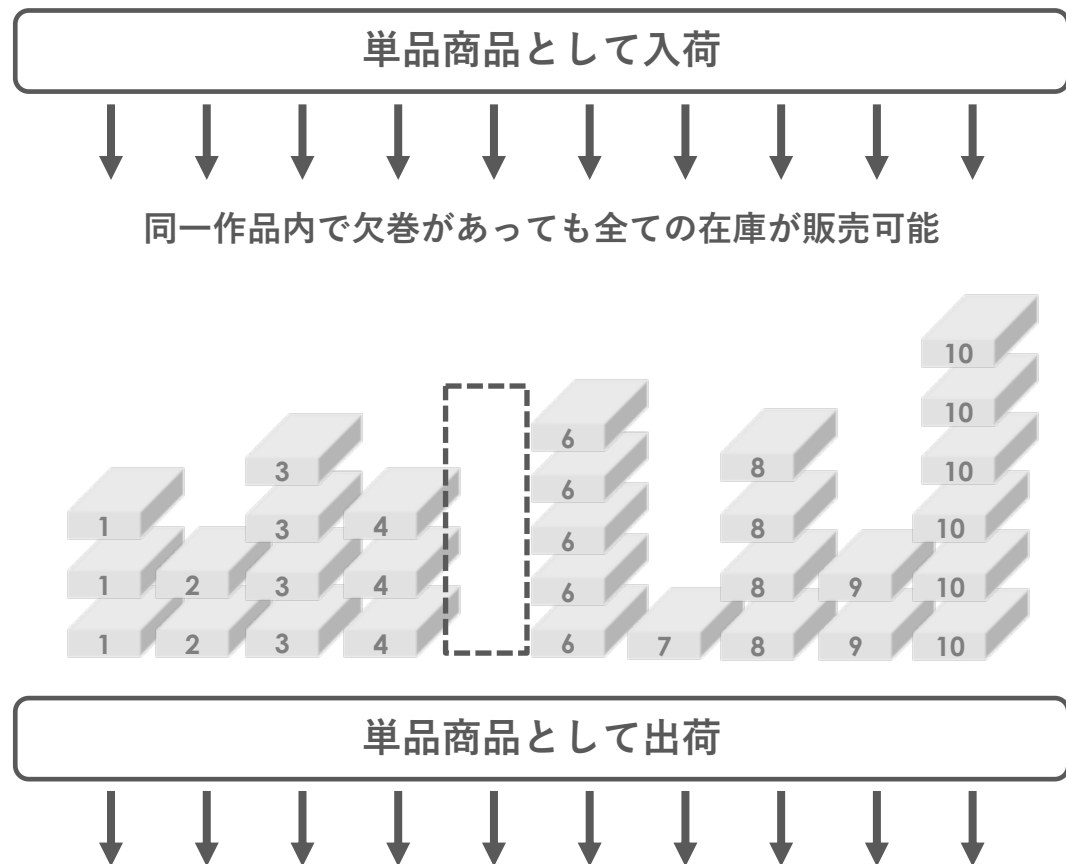
一般書籍ECのような1冊単位ではなく全巻セット向けに最適化した倉庫の構築・運営により

- ・巻単位で大量に入荷するコミックの全巻セット化
- ・100万冊以上ある在庫のロケーション管理による最短当日出荷を可能にしています。

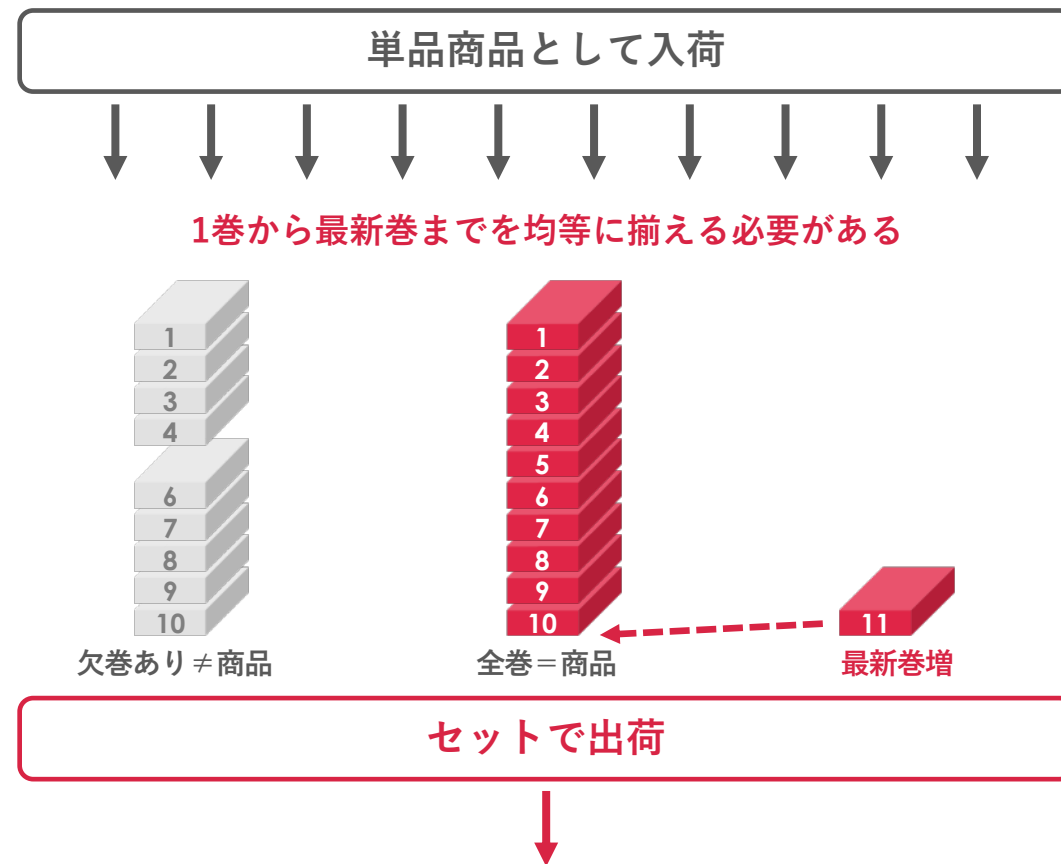
一般的なECとは異なる「セット化」に特化した倉庫運用

一般EC

「単品商品を単品として販売」を最適化



 「単品商品をセット化して販売」を最適化

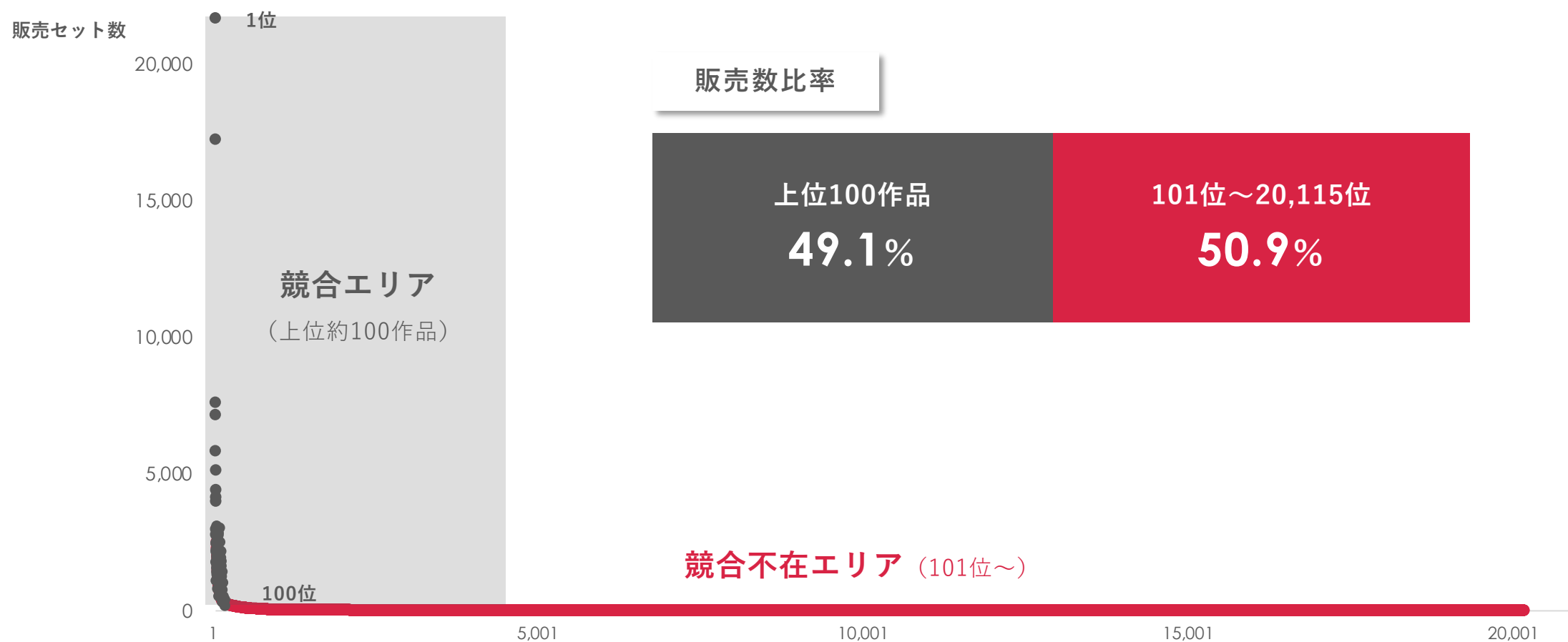


「個別」「セット」の共存は非効率

ロングテール戦略により増え続ける競合不在エリアを深耕

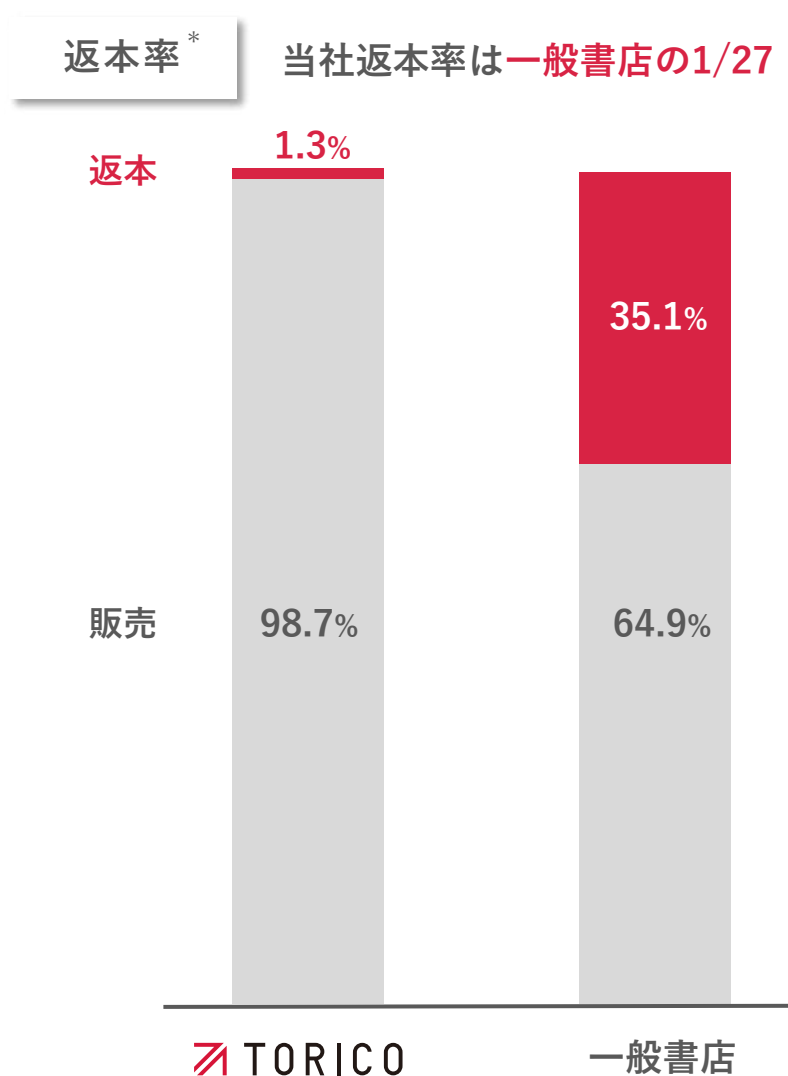
販売数散布図*

 漫画全巻ドットコム



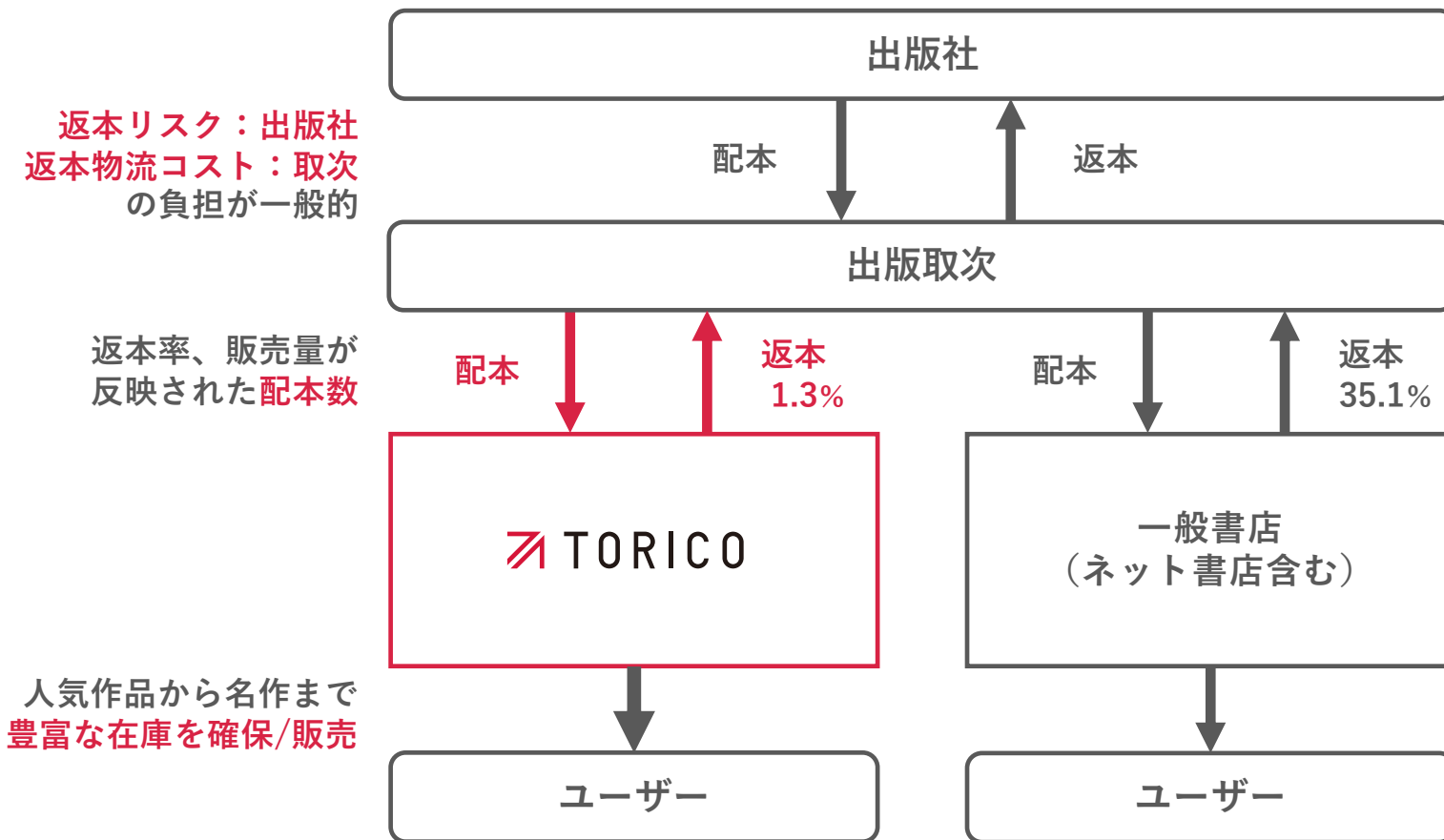
* 2021/3期の販売された商品を販売セット数と販売数ランキングで分布

低返本率による豊富な品揃えの実現



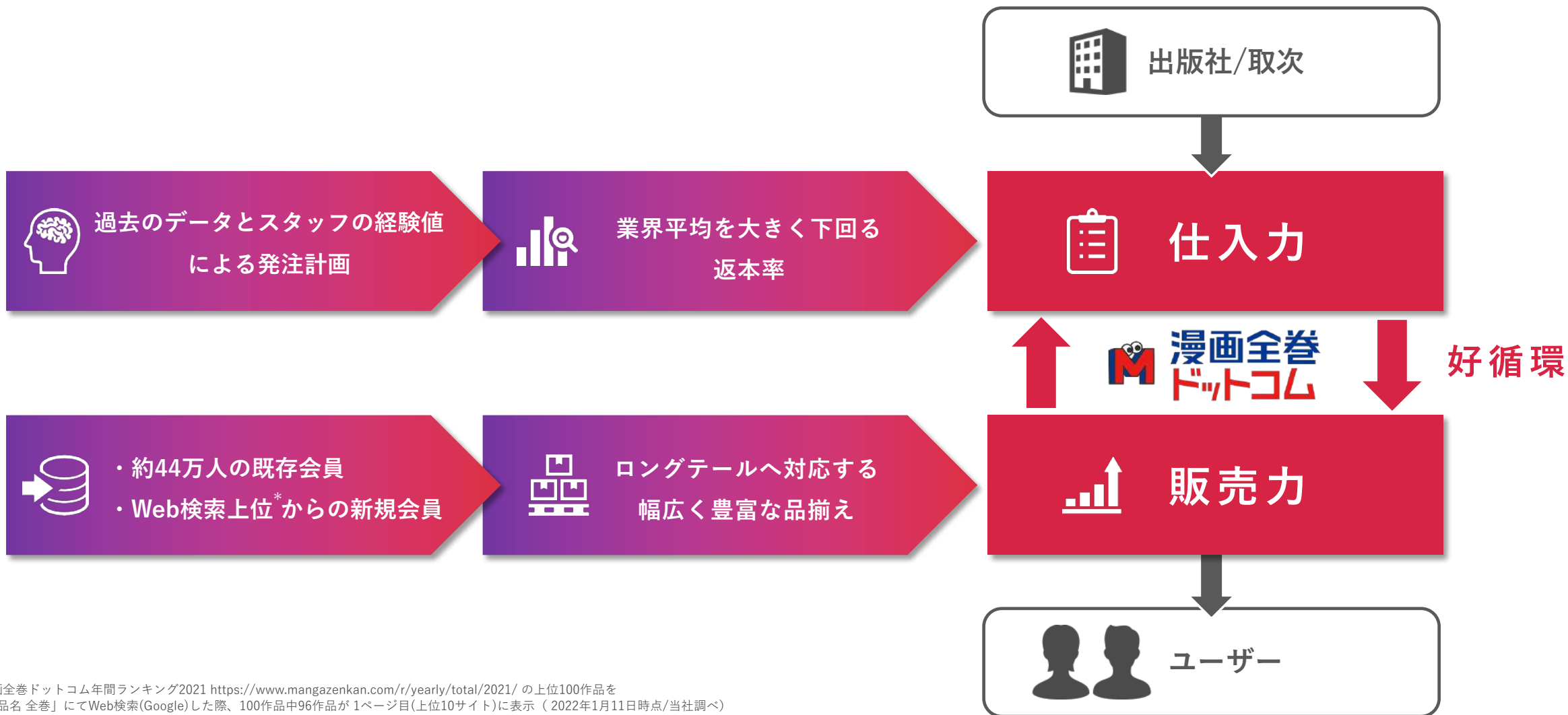
商流図

返本率、販売数が人気作品の配本数に影響



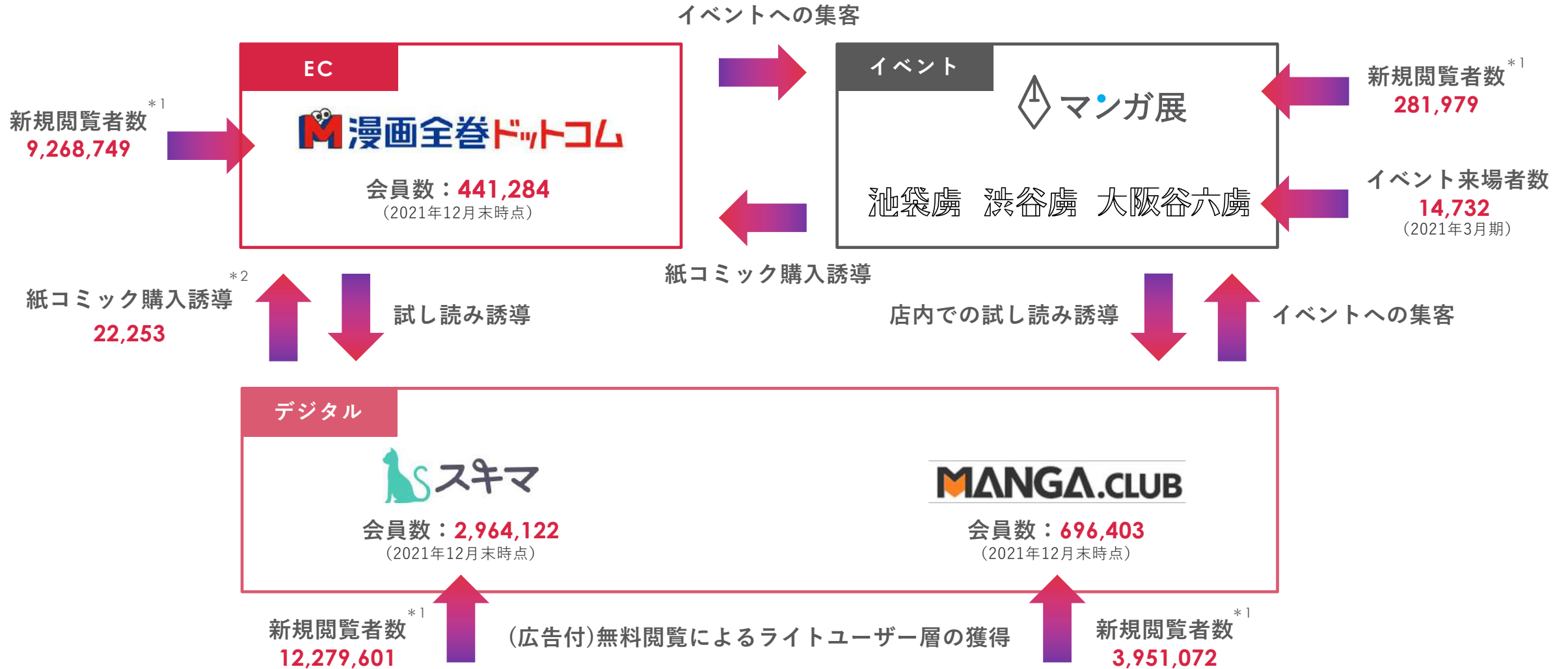
* 当社返本率：2021年3月期当社実績
一般書店返本率：日本販売出版株式会社2020年度中間決算報告

好循環をもたらす販売力と仕入力



*漫画全巻ドットコム年間ランキング2021 <https://www.mangazekan.com/r/yearly/total/2021/> の上位100作品を「作品名 全巻」にてWeb検索(Google)した際、100作品中96作品が1ページ目(上位10サイト)に表示 (2022年1月11日時点/当社調べ)

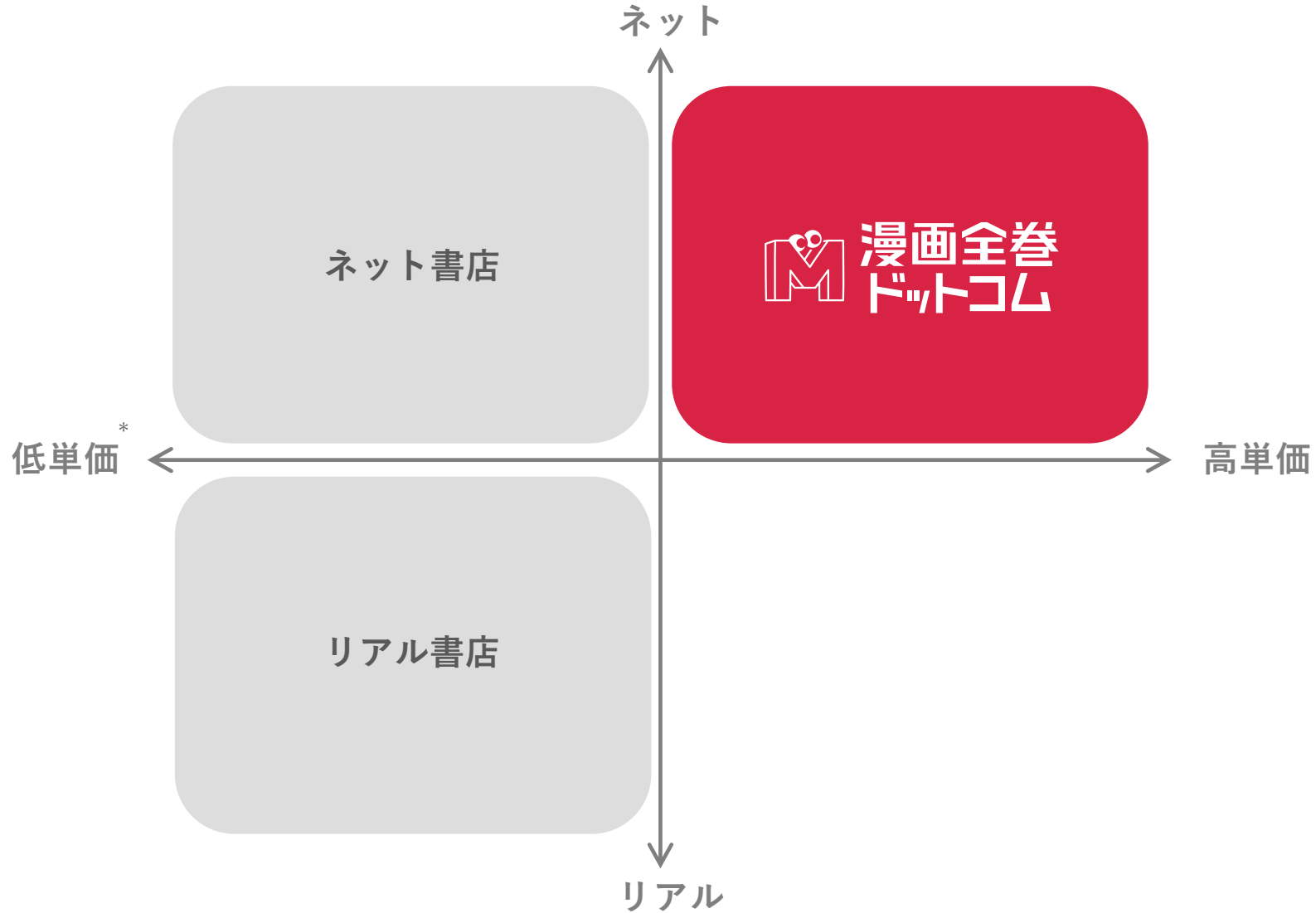
サービス横断によるユーザーの循環



*1 2021年3月期における各数値をGoogle Analyticsにて抽出

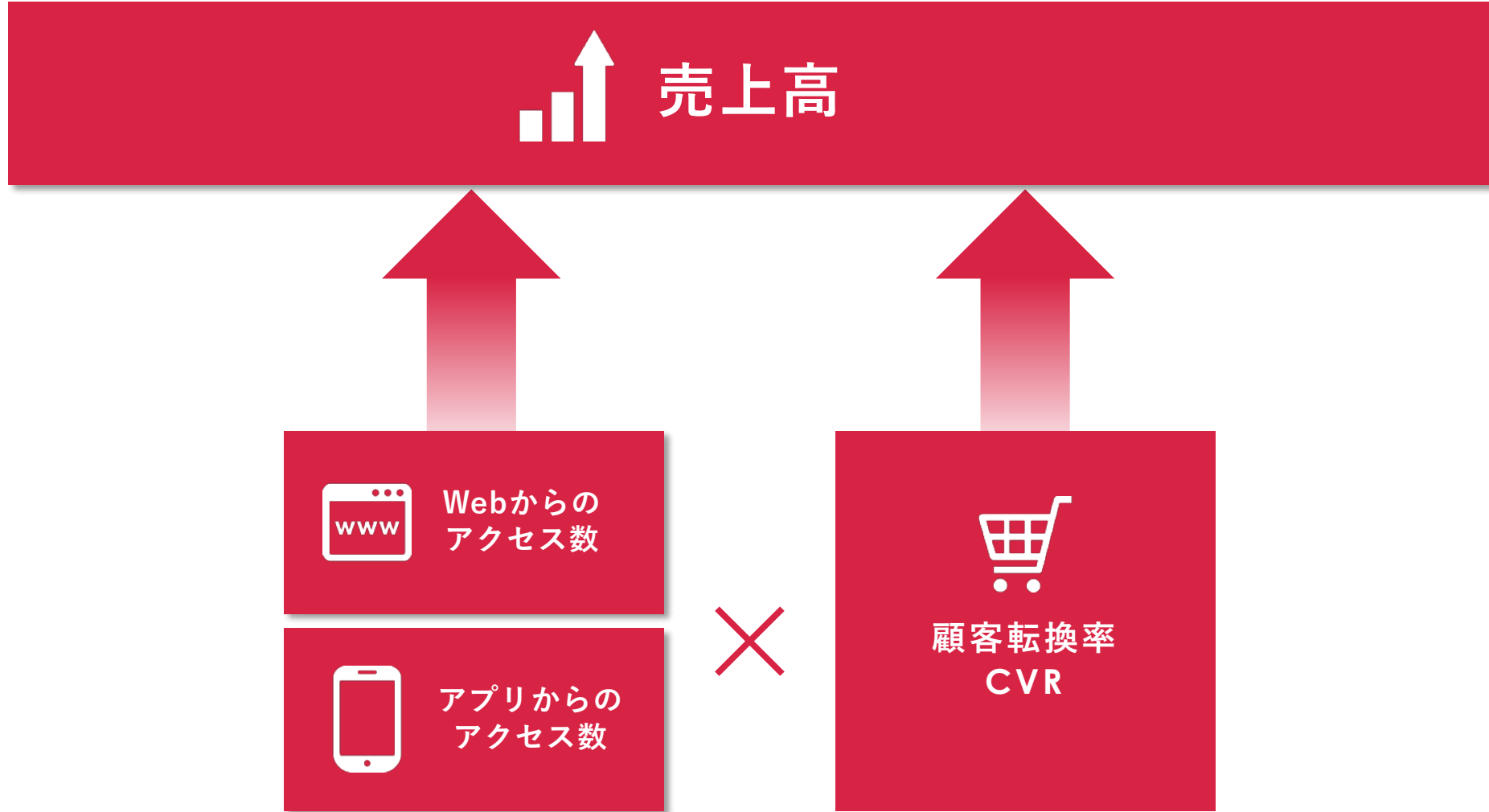
*2 2020/04/01~2021/12/31における数値をGoogle Analyticsにて抽出

リアル書店ともネット書店とも差別化されたユニークなポジション



* 2018年度の書店平均客単価：1,331円（出版流通学院）をもとに当社分析

EC事業の売上高の最大化を重視した重要指標を設定

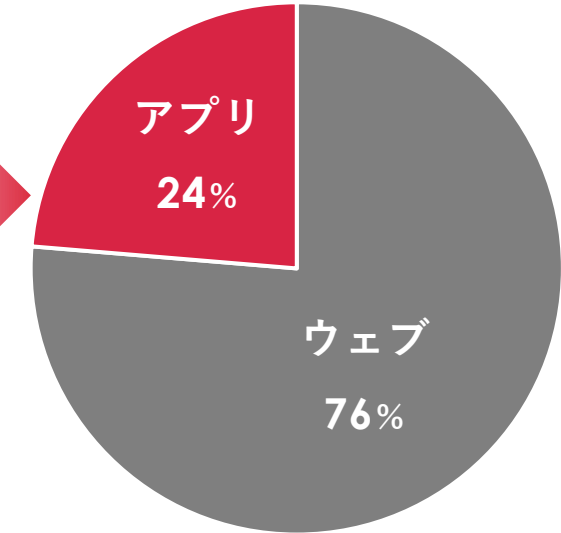
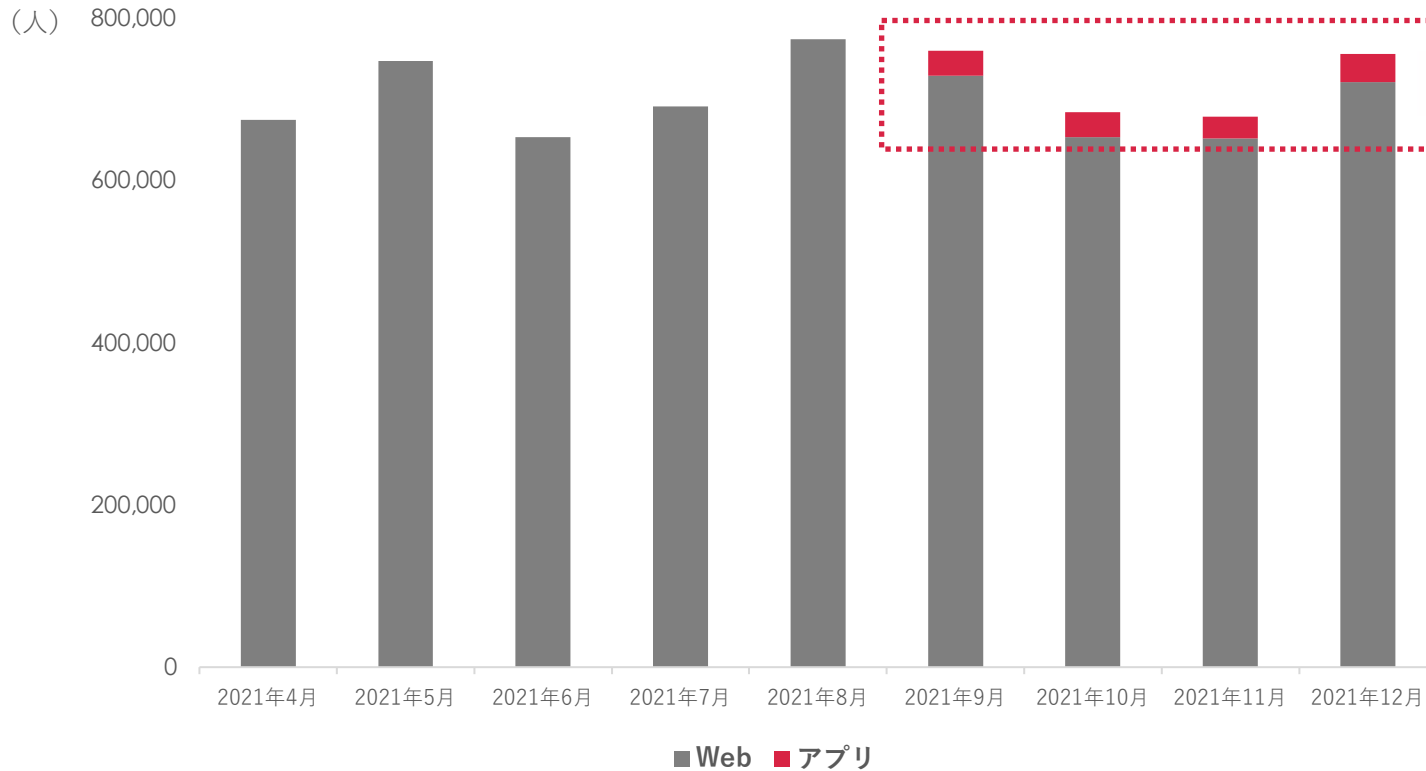


売上貢献度の高いアプリユーザー

アクティブユーザー数^{*1}

売上高比率^{*2}

M 漫画全巻ドットコム



漫画全巻ドットコムアプリ

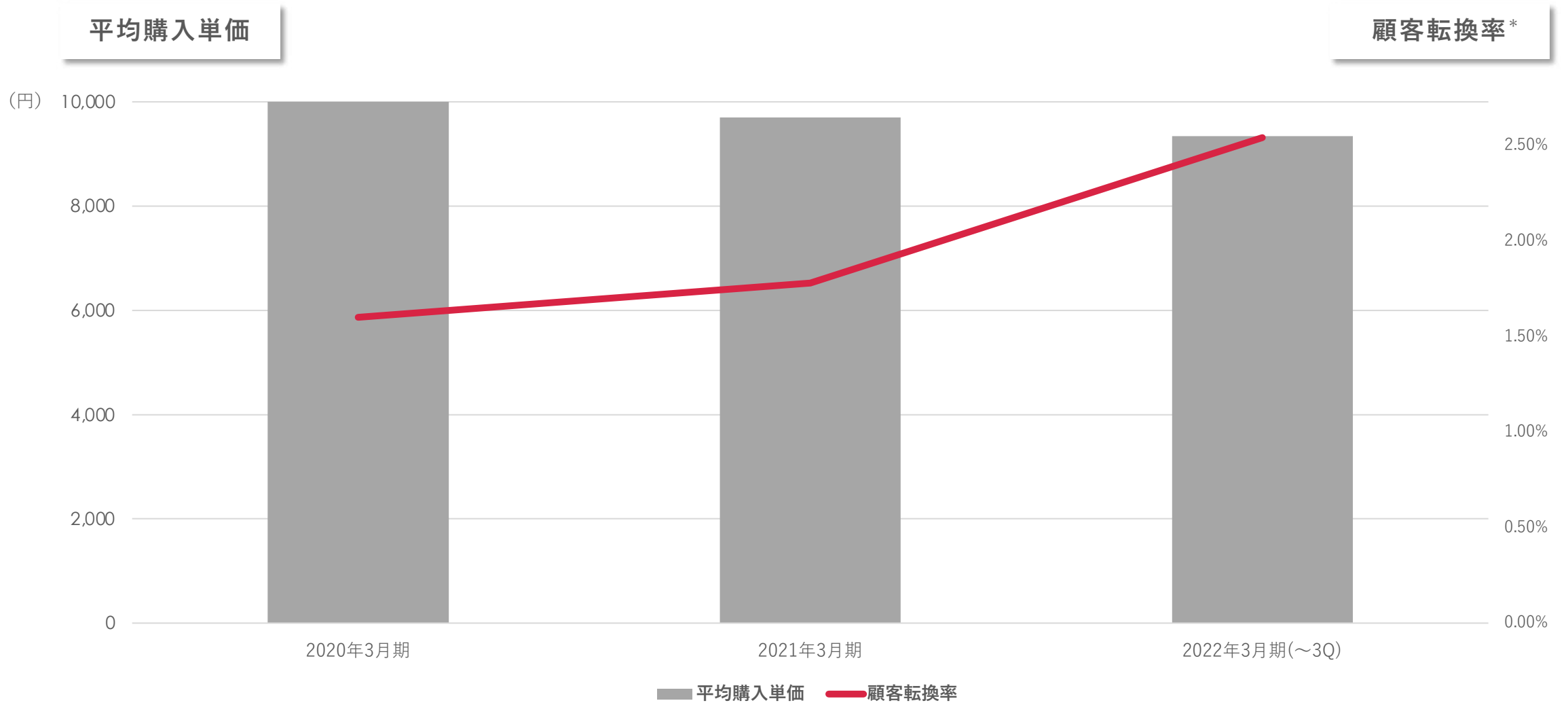
- ・ 2021年9月リリース
- ・ ダウンロード数^{*3}：15,940

*1 Web、アプリともDAU（Daily Active Users）=1回以上サイトに訪れたユーザー数

*2 2021年12月におけるウェブ/アプリの売上比率

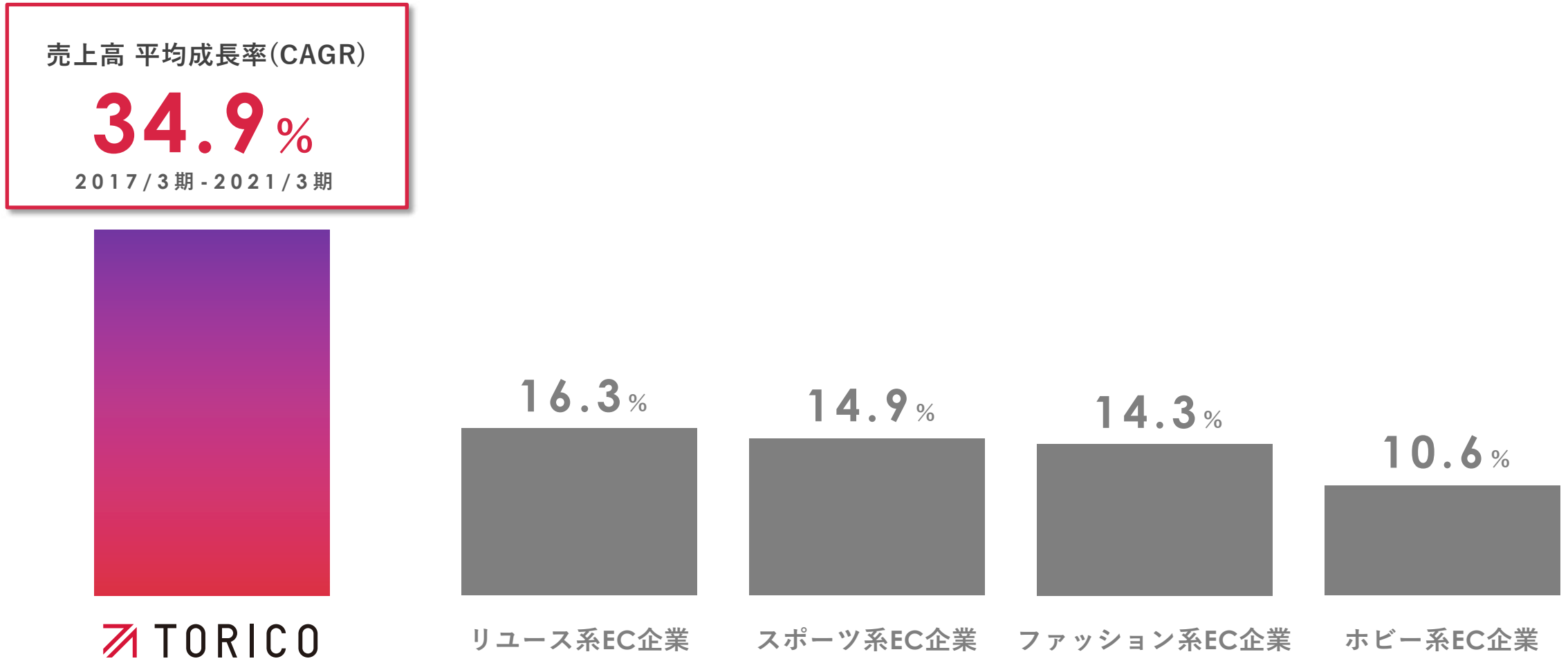
*3 2021年12月末時点のiOS、Androidの累計ダウンロード数の合計

高い購入単価を維持しつつ顧客転換率を向上



* 顧客転換率 = 当社ECサービスにおける購入回数/アクセス数

各ジャンルの代表的なEC企業を上回る成長性



*当社と同規模で各業種のEC企業で最もCAGRが高い企業を選択し、各社決算説明資料等により当社試算

会社概要

特徴と強み

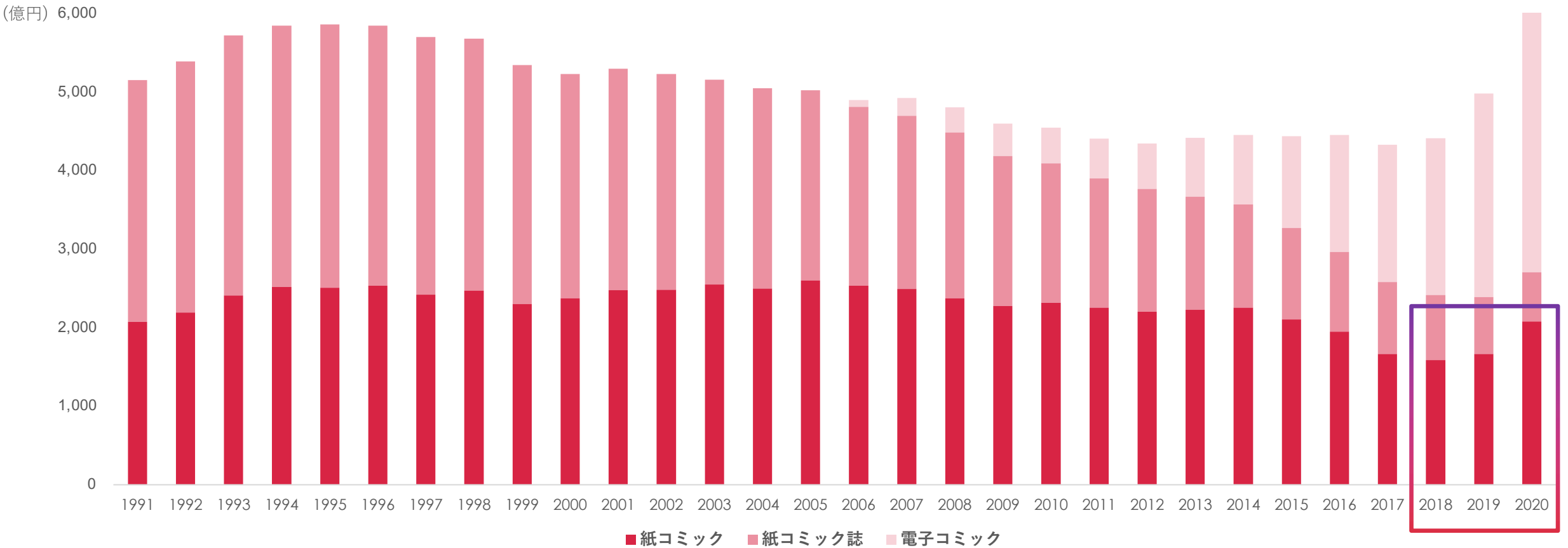
市場動向

成長戦略

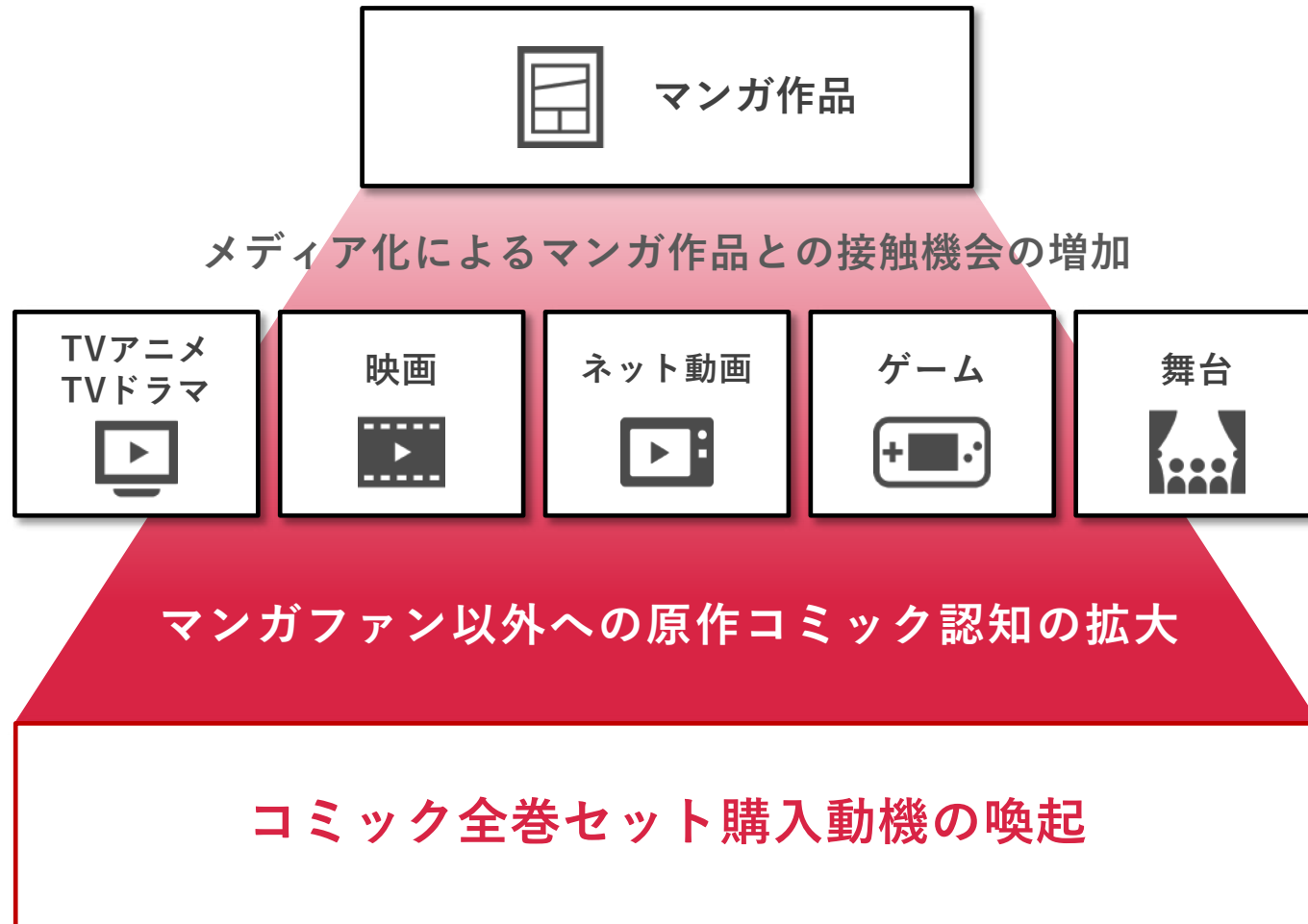
リスク情報

紙コミック市場は3年連続拡大

コミック市場規模



メディアミックスによるマンガ全巻需要の拡大



コミック原作のメディア化 *当社調べ

TVアニメ
TVドラマ

2021年マンガ原作作品
・TVアニメ：132作品
・TVドラマ：60作品

映画

2021年興行成績
上位20作品中8作品がマンガ原作

ネット動画

2021年12月度Netflixランキング
上位10作品中4作品がマンガ原作

世界的にポテンシャルの高いキャラクター物販市場への挑戦



* コミック市場長期推移 (出典：出版科学研究所)、「コンテンツの世界市場・日本市場の概観」商務情報政策局 コンテンツ産業課 (2020年) を用いて当社作成

会社概要

特徴と強み

市場動向

成長戦略

リスク情報

売上/利益の継続的拡大に向けた戦略



マーケティング活用によるアクセス数の拡大

① 認知度向上を目的としたマーケティング活動

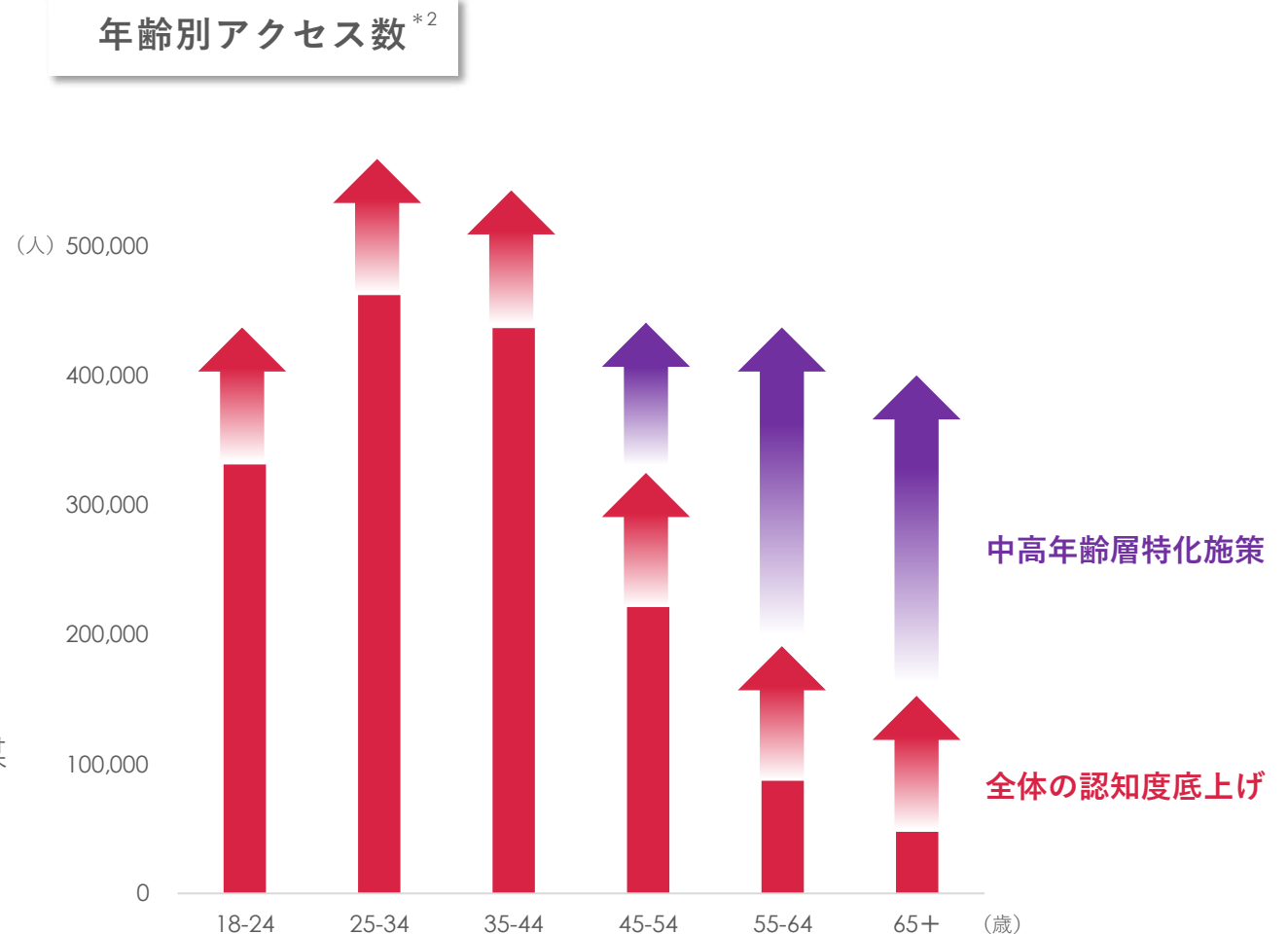
これまで販促の中心であったパブリシティ、SNS活用、ネット広告に加え、2023年3月期よりTV・ラジオ等新たな媒体も含め広告宣伝費枠を引き上げ、**全世代における認知度の底上げ**を積極的に図っていきます。

② 開拓余地の大きい中高年齢層への取組み強化

中高年齢層（45～60歳代）は

- ・マンガを幼少から読んできた世代
- ・インターネット利用率90%以上^{*1}

であるにも関わらず、現状、低いアクセス数に留まっているため、2023年3月期よりウェブ広告以外にも新聞/雑誌広告等他媒体でのリーチ、対象世代のユーザーを抱える企業とのコラボレーションによって販促活動を行っていきます。



*1 総務省「通信利用動向調査」(2019)

*2 2021/3期に漫画全巻ドットコムにアクセスしたユーザーから算出

アプリ利用者の拡大による顧客転換率の向上

① ウェブからのユーザー誘導

ポイント増、送料無料等の施策によるアプリへの誘導を継続的に図る。

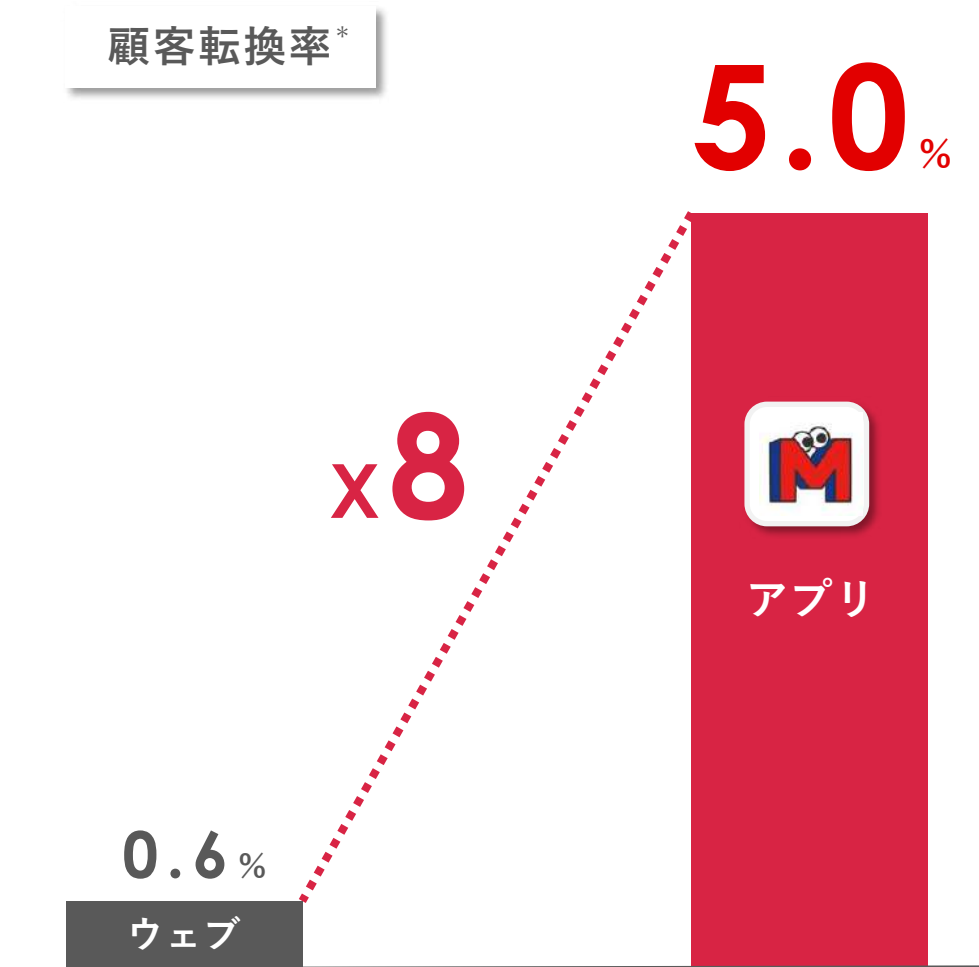


② EC以外の機能追加

購入時以外の利用を促すべく
ニュース配信、クーポン配布等による起動率の向上を継続的に図る。

③ マーケティング活動強化

広告宣伝費の投入、SNSの活用によって2023年3月期よりアプリダウンロードを積極的に推進する。



*アプリ顧客転換率=2021年9月~12月のアプリでの購入回数/アプリ起動回数
ウェブ顧客転換率=2021年9月~12月のウェブでの購入回数/ウェブアクセス数

マンガ・アニメのオリジナルグッズをボーダーレスに販売



*1 アニメ産業レポート2021 一般社団法人日本動画協会

*2 平成29年度 知的財産権ワーキング・グループ等侵害対策 強化事業におけるコンテンツ 分野の海外市場規模調査 経済産業省

国内外への大きな出店余地

当社店舗でしか買えないオリジナルグッズを期間限定で販売する**目的来店型店舗**^{*1}であるため

衝動来店型店舗^{*2}が衰退している世界的な状況において拡大の余地が大きい。

一つの企画を多くの店舗で巡回させることで効率化も同時に図っていく。



A
S
E
A
N
中華圏

2023年3月期より
順次展開予定

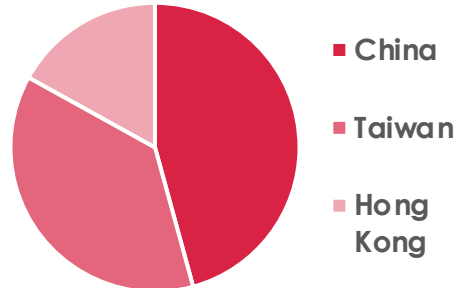
*1 目的来店型店舗：事前に明確な目的をもって消費者が来店する業態
*2 衝動来店型店舗：事前の目的なく衝動的に消費者が来店する業態

既存データを活用した海外イベント展開（中華圏）

中華圏ユーザー数^{*1}

252,487

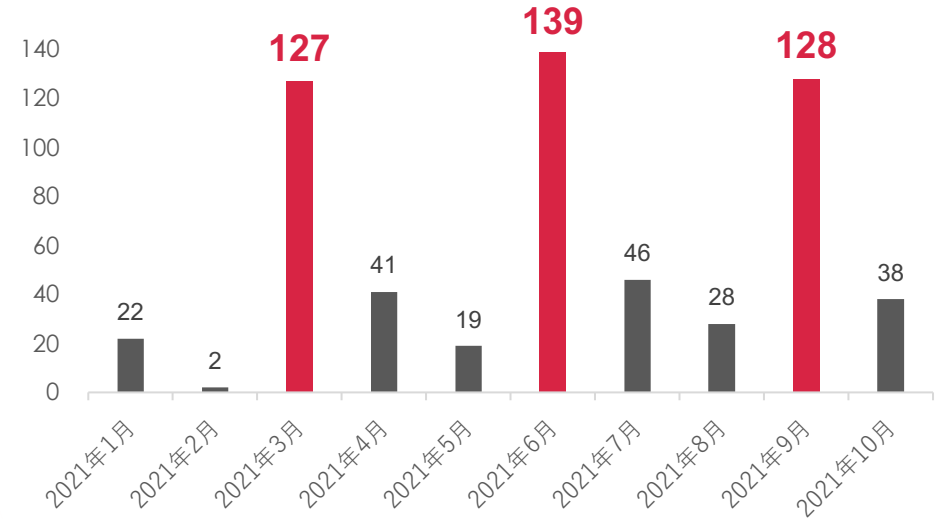
2021/3期



WeChat Pay決済回数^{*2}

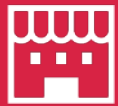
コロナ禍において月100回超の店内決済

(決済回数)



店舗、ECへの集客

- ・当社サービスによる告知
- ・イベント参加作者、出版社のSNSによる告知



店舗



EC

- ・期間限定イベントの実施
- ・ECでの限定グッズ販売

人気作品の分析

来店した中華圏ファンの購買動向を分析、中華圏の事業展開に活かす

WeChat

中国内で最も普及しているSNS
ユーザー数：約11億人^{*3}

WeChat Pay

中国で最も普及している決済サービス
ユーザー数：約8億人^{*3}

中国国内銀行

中国国内銀行口座との連携が必須

*1 漫画全巻ドットコム、スキマ、Manga.club、マンガ展、ホーリンラブブックス、まんが王の国別ユーザー数の合計

*2 当社店舗内にてWeChatPay（中国の電子決済サービス）が使用された回数

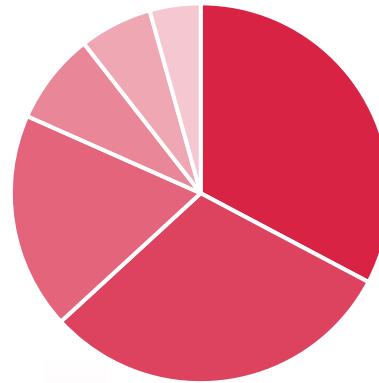
*3 テンセント・ホールディングス「2019 WeChat オープンクラス東京」の発表より抜粋

既存データを活かした海外イベント展開 (ASEAN)

ASEANユーザー数*

1,291,524

2021/3期



- Philippines
- Indonesia
- Malaysia
- Thailand
- Singapore
- Vietnam

ユーザー数/シンガポール人口

1.4%

アクセスユーザー数(79,882)/シンガポール人口(569万人)

- ・既存データから国ごとの趣向を把握、イベント・グッズを選定
- ・店舗を拠点としてECで各国内全体をカバー



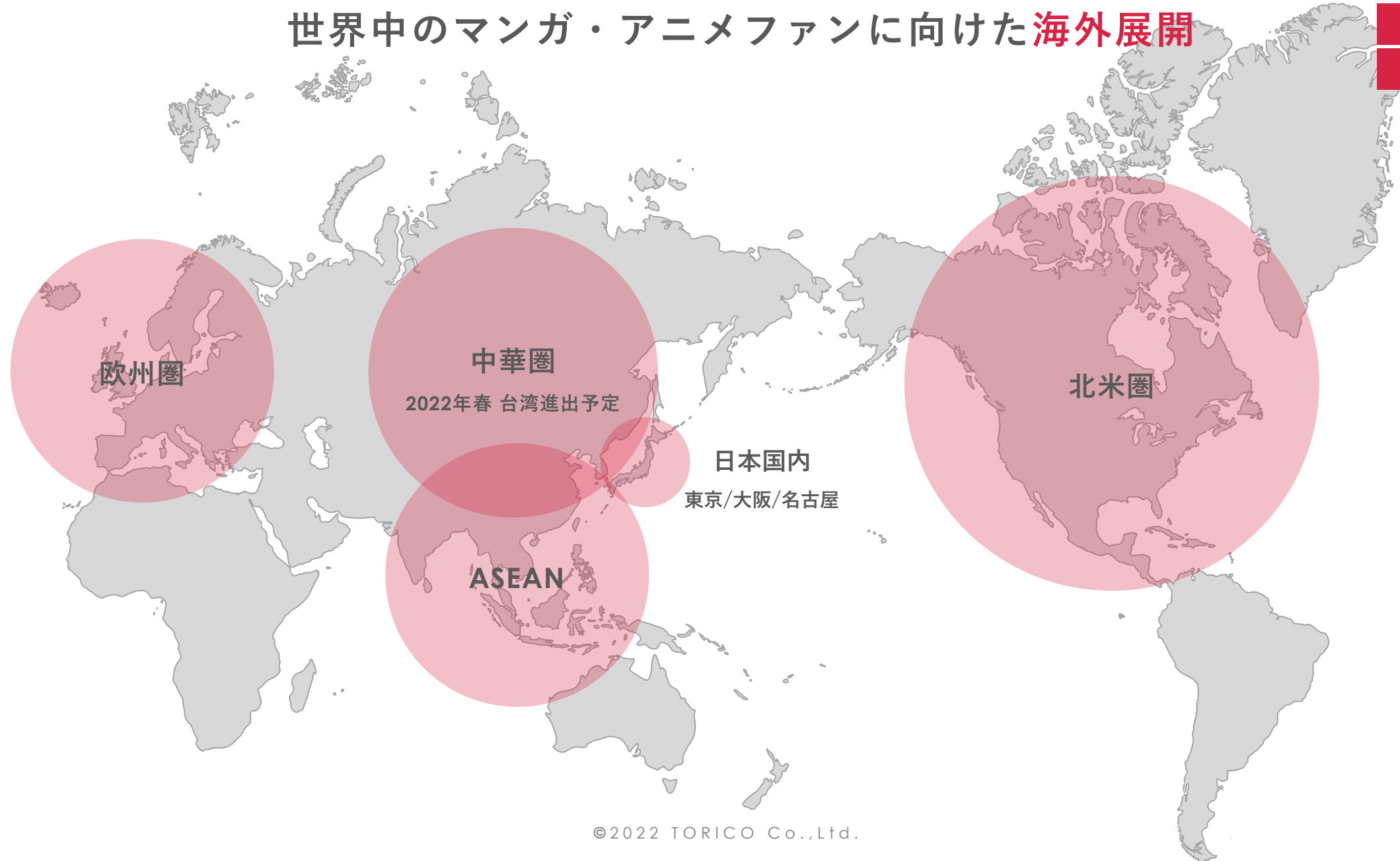
2023年3月期より順次展開予定

*漫画全巻ドットコム、スキマ、Manga.club、マンガ展、ホーリンラブブックス、まんが王の国別ユーザー数の合計

世界中のマンガ・アニメファンに向けた海外展開

イベント

アクセス数

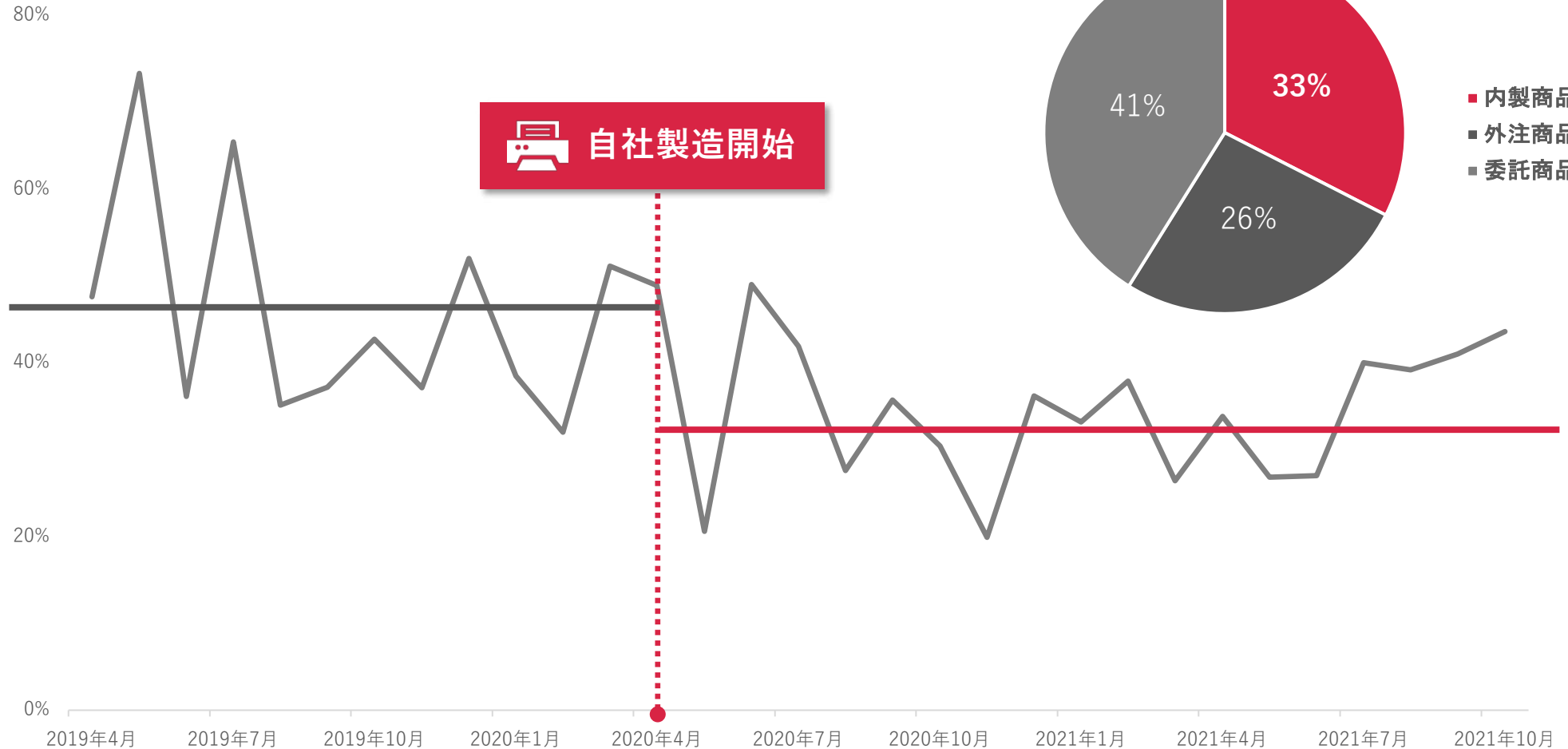


内製グッズ率向上による利益率の向上

グッズ原価率

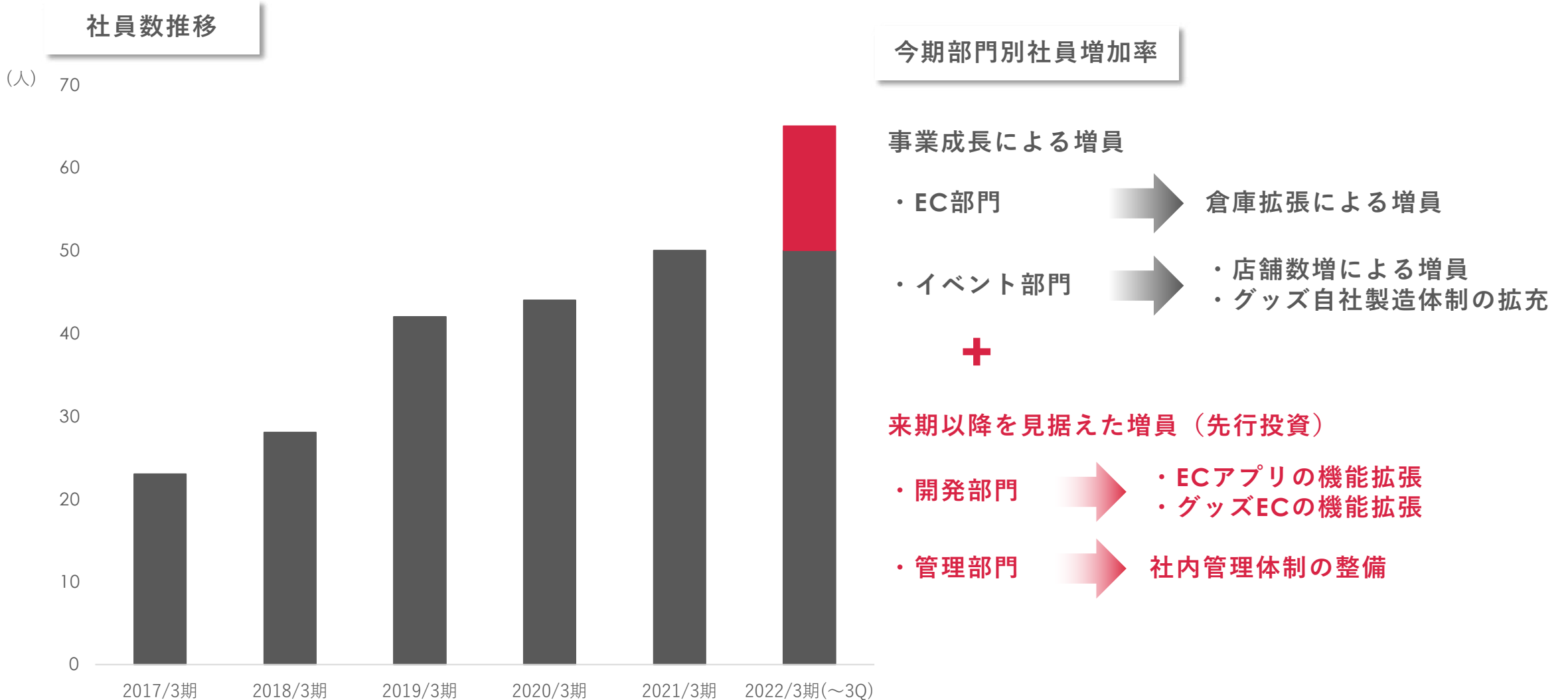
マンガ展

グッズ売上構成比*

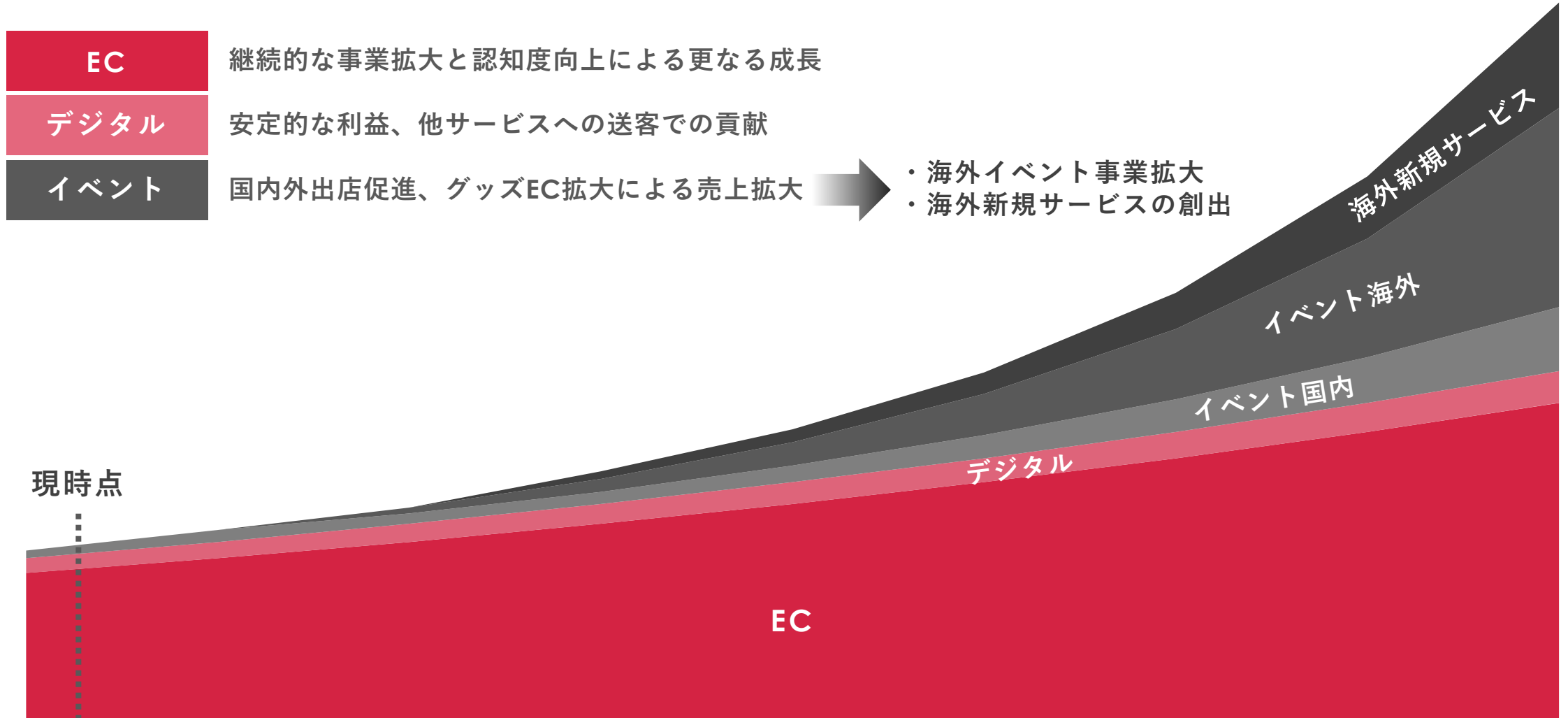


* 2021年4月～10月に販売したグッズの売上構成比

今後の成長を担う人材を今期拡充



継続的に拡大するECと海外事業の成長による企業価値の向上



会社概要

特徴と強み

市場動向

成長戦略

リスク情報

主要な事業リスクと対応策(1)

事業等の主要なリスク	発生可能性	時期	影響度	リスクへの対応策
<p>特定事業への依存について</p> <p>当社は、主力サービスであるECサービス「漫画全巻ドットコム」の全体売上に占める比率が大きく、仕入、販売、出荷配送の商流運営において、多くの経営資源を集中させております。事業環境の変化等により、ECサービスが停滞又は縮小した場合、当社業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	中	中長期	中	<p>当社は、付帯する様々なマンガビジネスを展開しており、特定事業への依存を低減させようと努めております。</p> <p>引き続き、イベントビジネス等、新たな柱となるサービスを育成し、収益構造の多様化を図って参ります。</p>
<p>個人情報の保護に関する法律について</p> <p>当社は、サービス提供にあたり、取引先、コンテンツ利用者等の個人情報を取得する場合があります。外部からの不正アクセス、故意または過失等による情報漏洩に関するリスクは完全には排除できないことから、個人情報が流出する可能性があります。損害賠償の請求や信用低下等によって、当社業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	小	中長期	大	<p>個人情報を適切に保護するため、Pマークを取得し、情報へのアクセス制限や不正侵入防止のためのシステム対応、プライバシーポリシー等の情報管理に関する規程の作成等、個人情報保護のための諸施策を講じるとともに、個人情報の取得は必要最小限に留めるよう努めております。</p>
<p>青少年保護に関連する法令について</p> <p>当社は「青少年が安全に安心してインターネットを利用できる環境の整備等に関する法律」等の法令等の遵守に努めております。しかしながら、これらの法令が改正・解釈の変更または新たな法令の制定により、何らかの制約を受けることとなった場合、当社業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	中	中長期	小	<p>当社のデジタルコミック配信サービスは「児童買春、児童ポルノに係る行為等の処罰及び児童の保護等に関する法律」及び各地方公共団体が制定する青少年健全育成条例等が規制対象とする事業に当たりませんが、当社ではコミックを配信する前に、東京都の青少年有害指定図書等における指定状況の確認、各プラットフォーム運営事業者の基準や当社の基準に照らし合わせ、表現の健全性を確保するように努めております。</p>

その他のリスクは有価証券報告書等の「事業等のリスク」を参照ください。当事業に関する主なリスクは今後も継続的に動向を注視し対応を行う方針です。

主要な事業リスクと対応策(2)

事業等の主要なリスク	発生可能性	時期	影響度	リスクへの対応策
<p>システム障害について</p> <p>当社事業は、スマートフォンやPC、コンピュータ・システムを結ぶ通信ネットワークに依存しており、自然災害や事故（社内外の人的要因によるものを含む）等によって通信ネットワークが切断された場合には、当社業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	中	中長期	中	<p>当社のコンピュータ・システムは、適切なセキュリティ手段を講じて外部からの不正アクセスを回避するよう努めております。</p> <p>また、特定サービスの一時的なシステム障害による業績への影響を軽減すべく、収益構造の多様化を図ってまいります。</p>
<p>自社物流機能の運営について</p> <p>主力ビジネスであるECサービスにおいて、当社は自社で倉庫を持ち、商品の仕入れ納品から、受注後の出荷配送迄の、物流機能を有しておりますが、適切な在庫量の確保、安定した物流機能、十分な人材が確保できない事等が発生した場合には当社業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	小	長期	大	<p>倉庫拡張と設備メンテナンスの実施、適切な在庫予測による在庫量の安定化、労働環境の改善による離職率の低減等により、売上の拡大と季節的な需要に応じた倉庫、物流、人材の適正化を継続的に図ってまいります。</p>
<p>海外展開について</p> <p>当社は、今後の事業展開として、海外のマンガファンを対象にイベントビジネスを展開することを企図しております。しかし、海外におけるユーザーの嗜好や法令等が日本国内と異なり、必要な人材の確保を含め想定通りに事業展開できない場合には、当社業績に影響を及ぼす可能性があります。</p>	中	中長期	中	<p>海外ユーザーの嗜好については、当社サービスにおける既存海外ユーザーの動向分析に加え、現地での継続的な情報収集を行いながら、現地で受け入れられる商品サービスの開発に取り組んでまいります。また専門家の意見を参考にしながら各地域における法令遵守を前提とした事業展開を行なってまいります。</p>

その他のリスクは有価証券報告書等の「事業等のリスク」を参照ください。当社事業に関する主なリスクは今後も継続的に動向を注視し対応を行う方針です。

Appendix

SDGsへの取り組み

5 ジェンダー平等を
実現しよう



8 働きがいも
経済成長も



女性の活躍推進

更なる女性の活躍推進を目指し、女性が能力を十分に発揮できるような職場環境づくり、キャリア支援を実施していきます。

2021年11月末時点で、女性社員比率は49.2%、女性管理職比率は37.5%です。

5 ジェンダー平等を
実現しよう



10 人や国の不平等
をなくそう



ジェンダー・ペイ・ギャップ（性別による賃金格差）の解消

全ての従業員に対して年齢、性別、国籍に関わらない公平な賃金の支払いに努めるとともに、ジェンダー・ペイ・ギャップの解消を目指しています。

2021年11月末時点で、ジェンダー・ペイ・ギャップは女性：男性=1：1.003です。

4 質の高い教育を
みんなに



8 働きがいも
経済成長も



公平な成長機会の提供

正社員、非正規社員を含めた全ての従業員に対して、各自の能力を十分に発揮できる成長機会の提供と入社時の雇用形態に捉われない公平な評価を目指しています。

2021年11月末時点で、正社員65名中20名（30.8%）が非正規雇用から正社員雇用に移行しています。

12 つくる責任
つかう責任



15 陸の豊かさも
守ろう



持続的な環境への配慮

環境に配慮したサービス・企業活動を通じて、地球環境保全への貢献を目指しています。

商品梱包用に使用している段ボールは原料の93%以上が使用済の段ボールから再利用されており身近なところから実践できる社会貢献を積極的に進めてまいります。

資金使途

成長戦略実現に向けて、上場時の調達資金（103百万円）を下記使途へ充当を予定

資金使途		2023/3期	2024/3期	予定累計
エンジニア増員費用	既存サービス改善 新規サービス開発	16百万円	16百万円	32百万円
事業拡大に伴う在庫 拡充資金及び運転資金	EC事業拡大に向けた 追加投資	71百万円	—	71百万円

上場時に調達する資金使途については、上述の通りですが、経済環境の変化に柔軟に対応するため、上記計画以外の使途に使用する可能性があります。
また、上記計画通りに資金を使用したとしても当初想定していた事業規模の拡大が進まない可能性があります。なお、将来にわたっては、資金調達の使途の前提となっている事業計画・方向性が見直される可能性があります。

業績推移

(単位：百万円)	2017/3期	2018/3期	2019/3期	2020/3期 [*]	2021/3期 [*]
売上高	1,508	1,941	2,813	3,173	4,991
EC	—	—	—	2,853	4,507
デジタル	—	—	—	210	270
イベント	—	—	—	110	213
経常利益	△25	△0	△35	△28	273
当期利益	△25	△5	△37	△2	254
売上高成長率(%)	—	28.8%	44.9%	12.8%	57.2%
経常利益率(%)	-1.7%	-0.0%	-1.2%	-1.0%	5.2%
従業員数(人)	16	28	42	44	50

* 2017/3期～2019/3期は単独決算、2020/3期からは連結決算

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。

なお、当資料のアップデートは2022年5月に開示を行う予定です。

