



2022年3月期決算説明資料
事業計画及び成長可能性に関する事項

株式会社TORICO

2022年5月

会社概要

特徴と強み

業績ハイライト (FY2022)

業績予想 (FY2023)

成長戦略

会社概要

特徴と強み

業績ハイライト (FY2022)

業績予想 (FY2023)

成長戦略

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：社員/67名、アルバイト/102名（2022年3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

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

2005年、株式会社TORICOを創業。





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

5,000 (単位：百万円)

売上高

シナジーによる売上拡大

東証マザーズ/グロース上場(2022/3)
マンガ展名古屋開店(2022/3)

サービスの拡張

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)

マンガ展渋谷開店
(2021/4)

マンガ展大阪開店
(2019/9)

マンガ展池袋開店
(2019/3)



サービス概要

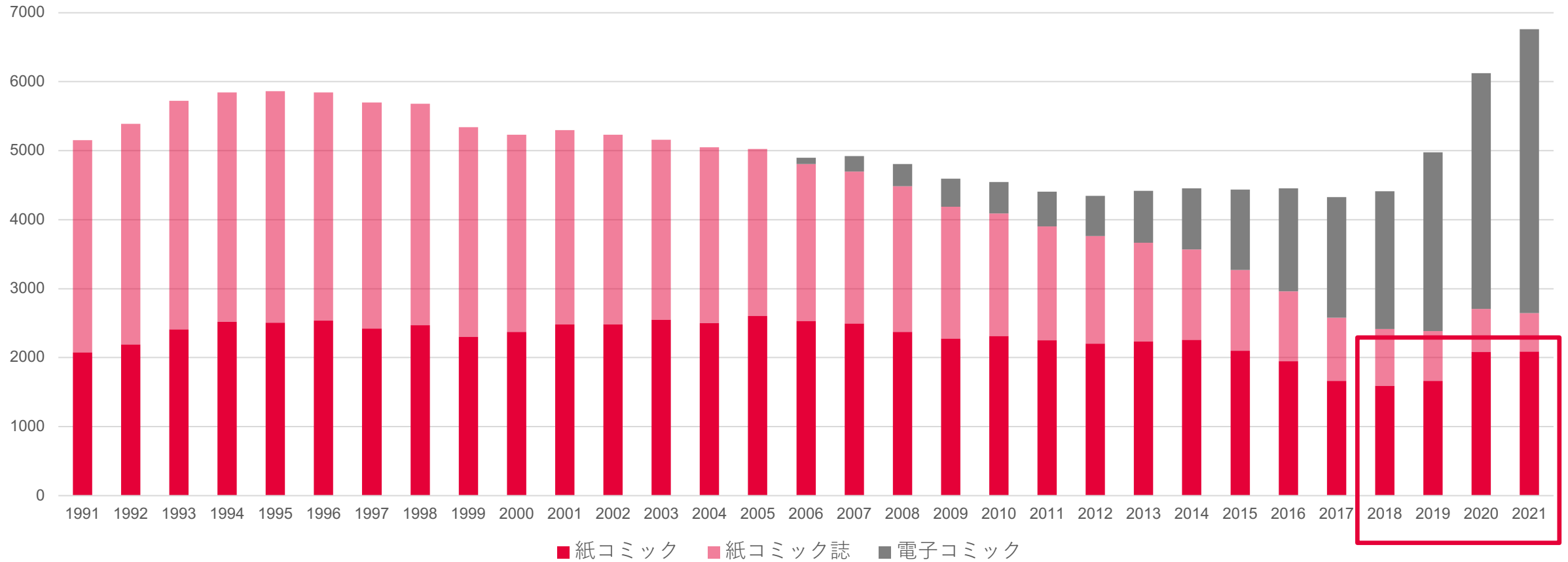
サービス領域	主なサービス名	販売形態	サービス概要
EC*		紙 デジタル	漫画全巻セット販売に特化したECサイト 同一アカウントでデジタルコミックも購入可能
	 	デジタル（国内） デジタル（海外）	10,000冊以上の電子コミックが読み放題 英語版コミックを世界中に配信
イベント	 東京（池袋、渋谷） 大阪、名古屋	飲食/グッズ（店舗） グッズ（EC）	マンガ・アニメイベントを企画運営 当社限定グッズを店舗/ECで販売

* デジタルサービスは売上比率低下によりECサービスへ統合

紙コミック市場は4年連続拡大

コミック市場規模

(単位：億円)



会社概要

特徴と強み

業績ハイライト (FY2022)

業績予想 (FY2023)

成長戦略

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
- デジタルも配信

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 ダイアのA©寺嶋裕二/講談社



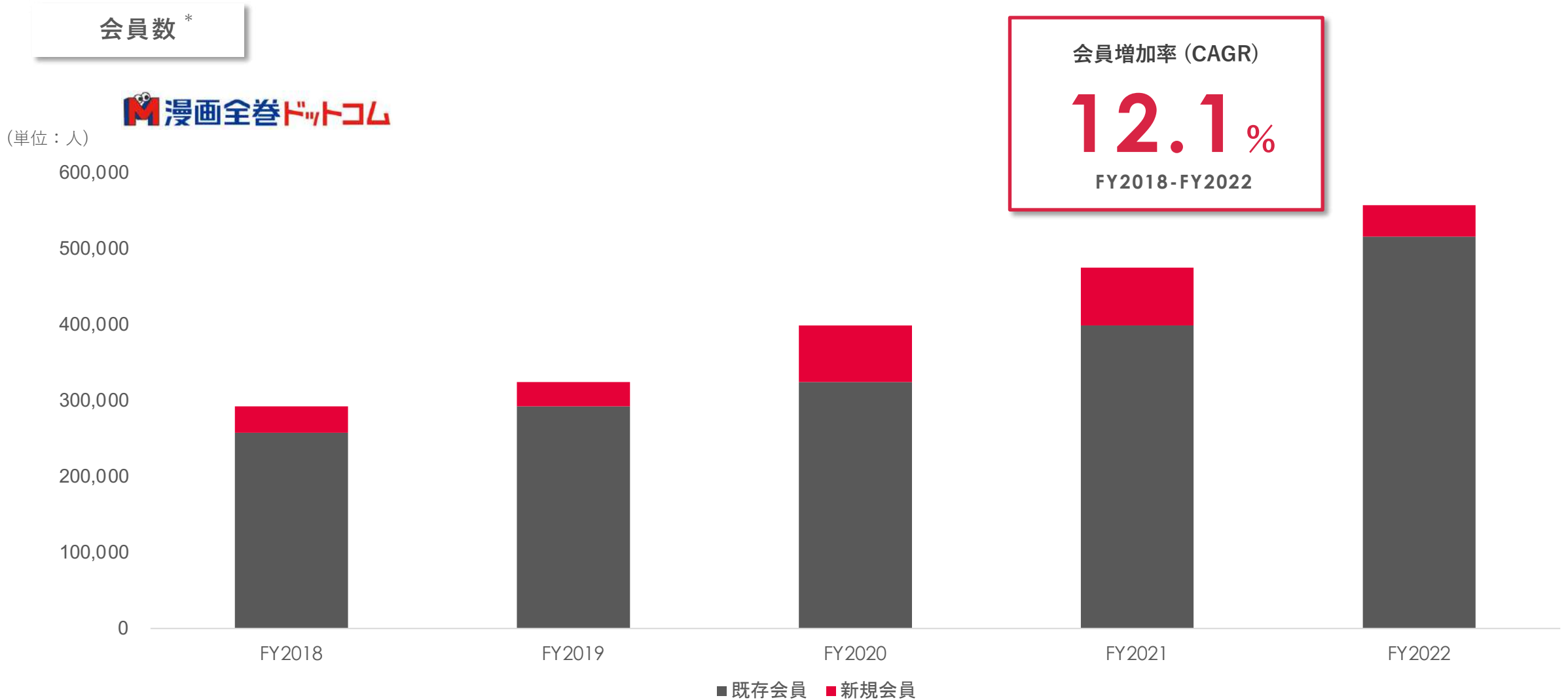
ザ・ファブル©南勝久/講談社
 ウロボロス©神崎裕也/新潮社
 いつかティファニーで朝食を©マキヒロチ/新潮社
 宇宙兄弟©小山宙哉/講談社
 炎炎ノ消防隊©大久保篤/講談社
 女子高生に殺されたい©古屋兎丸/新潮社
 ヒル・ソー©今井大輔/新潮社
 グ・ラ・メ〜大宰相の料理人〜©大崎充/新潮社
 青野くんに触りたいから死にたい©椎名うみ/講談社



- 日本語の電子コミックを配信
- ウェブ/アプリ、スマートフォン/タブレット/PCを問わない柔軟な閲覧が可能
- 収益モデル
 - ①無料閲覧+広告
 - ②有料配信
- 英語版の電子コミックを世界中に配信
- 海外のマンガファンからの閲覧
- 収益モデル
 - ①無料閲覧+広告
 - ②有料配信

Jose Rizal©Takahiro Matsui Ryou Konno/TORICO

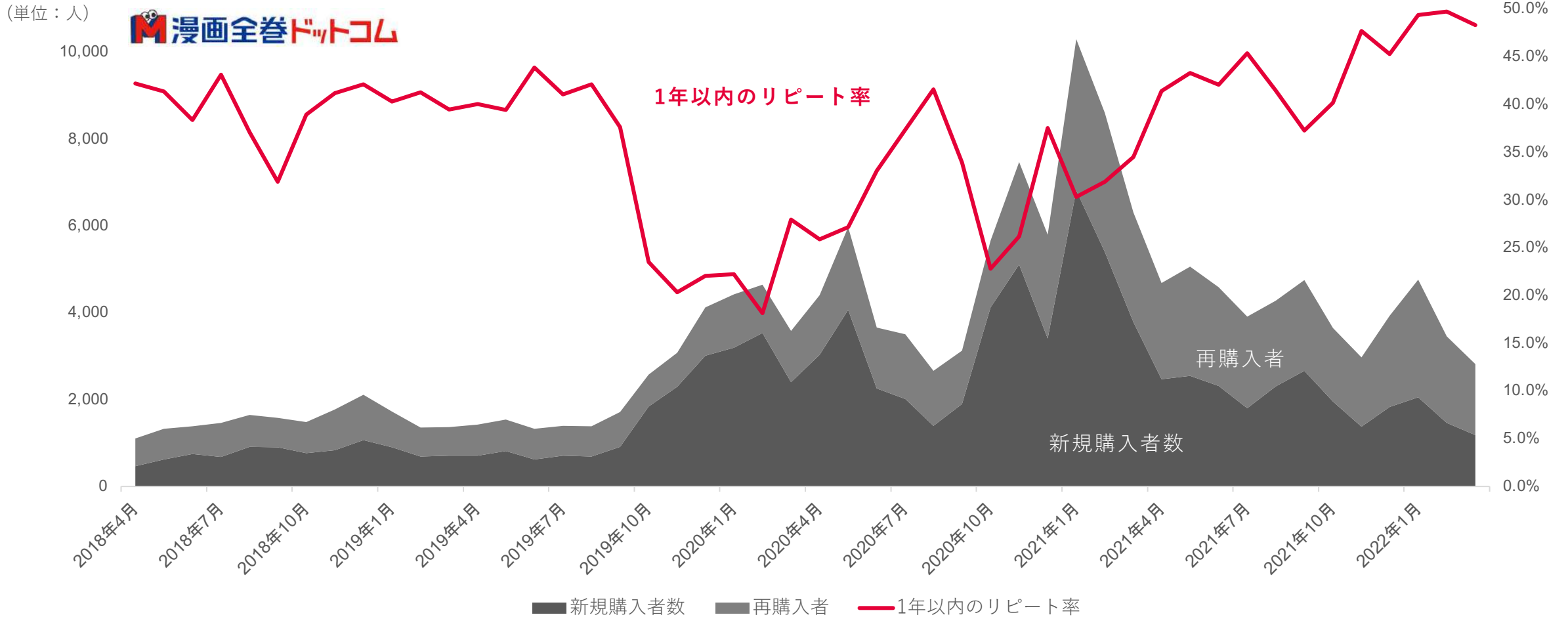
漫画全巻需要の堅調な拡大



* 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*



* 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

コミック全巻セットの圧倒的な品揃えによる差別化

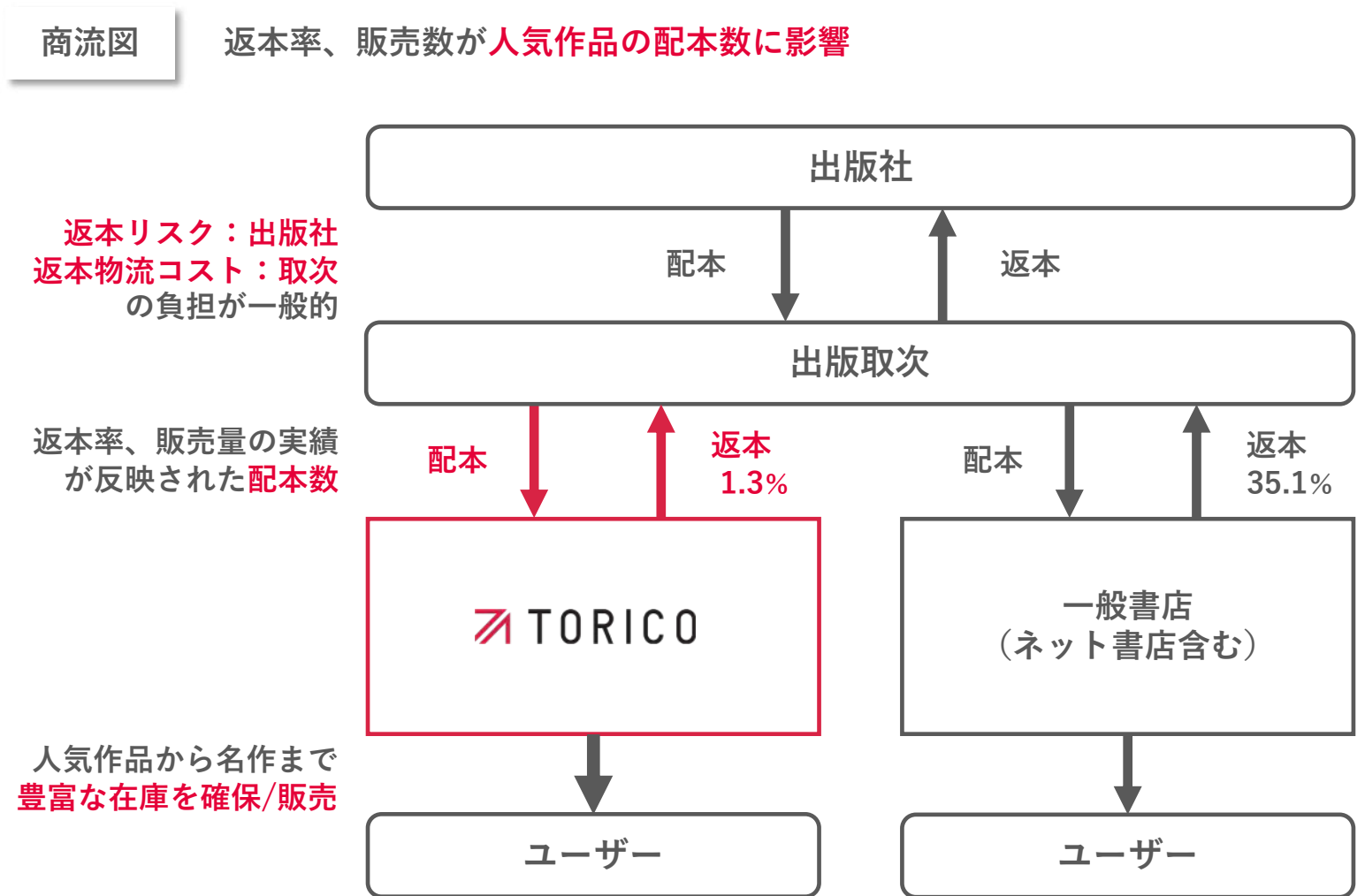
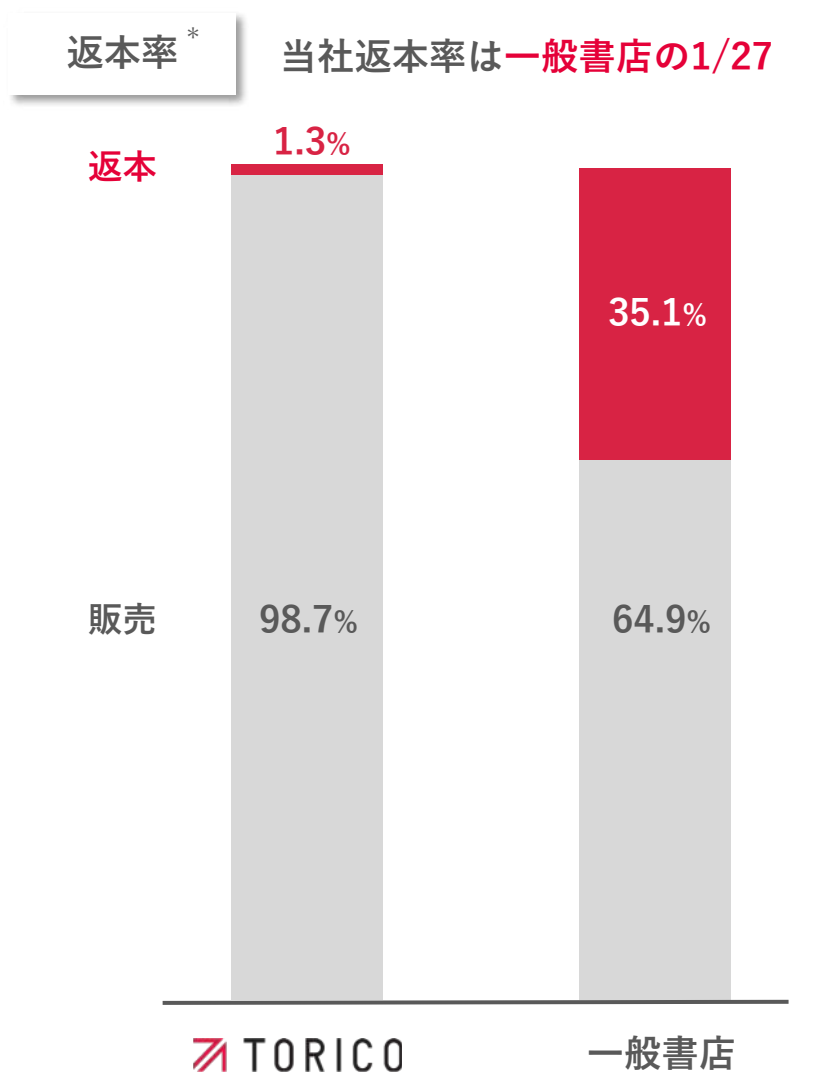


国内大手書籍EC

148

購入可能コミック全巻セット数を下記方法にて抽出
・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

低返本率による豊富な品揃えの実現



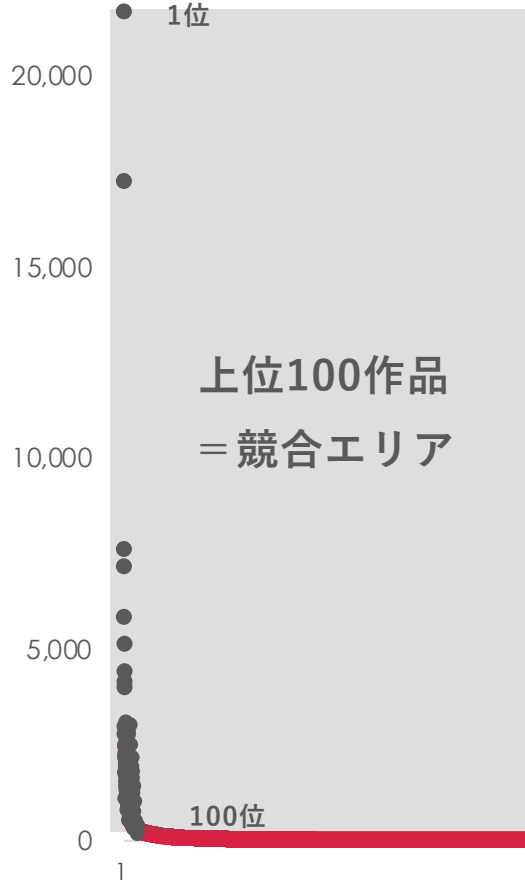
* 当社返本率：2021年3月期当社実績
一般書店返本率：日本販売出版株式会社2020年度中間決算報告

人気作品エリア、ロングテールエリアのいずれも優位性を持つ

販売数散布図*



販売セット数



低返本率

仕入力

全巻特化

倉庫力

販売構成比率

上位100作品販売比率
49%

101位~20,115位販売比率
51%

競合不在エリア (101位~)

* 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

販売数ランキング (位)

イベントサービス概要

マンガ展



©タツノコプロ・読売テレビ

概要

コラボカフェ

国内4店舗の常設店舗にて
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
- 等を実施

EC

限定グッズを国内外に販売/発送

グッズ製造

製造を内製化（現状**1/3**程度）

池袋店



渋谷店



大阪店



名古屋店



マンガ・アニメ・キャラクター等幅広いカテゴリーをイベント/グッズ化

直近実施イベント



販売グッズ例

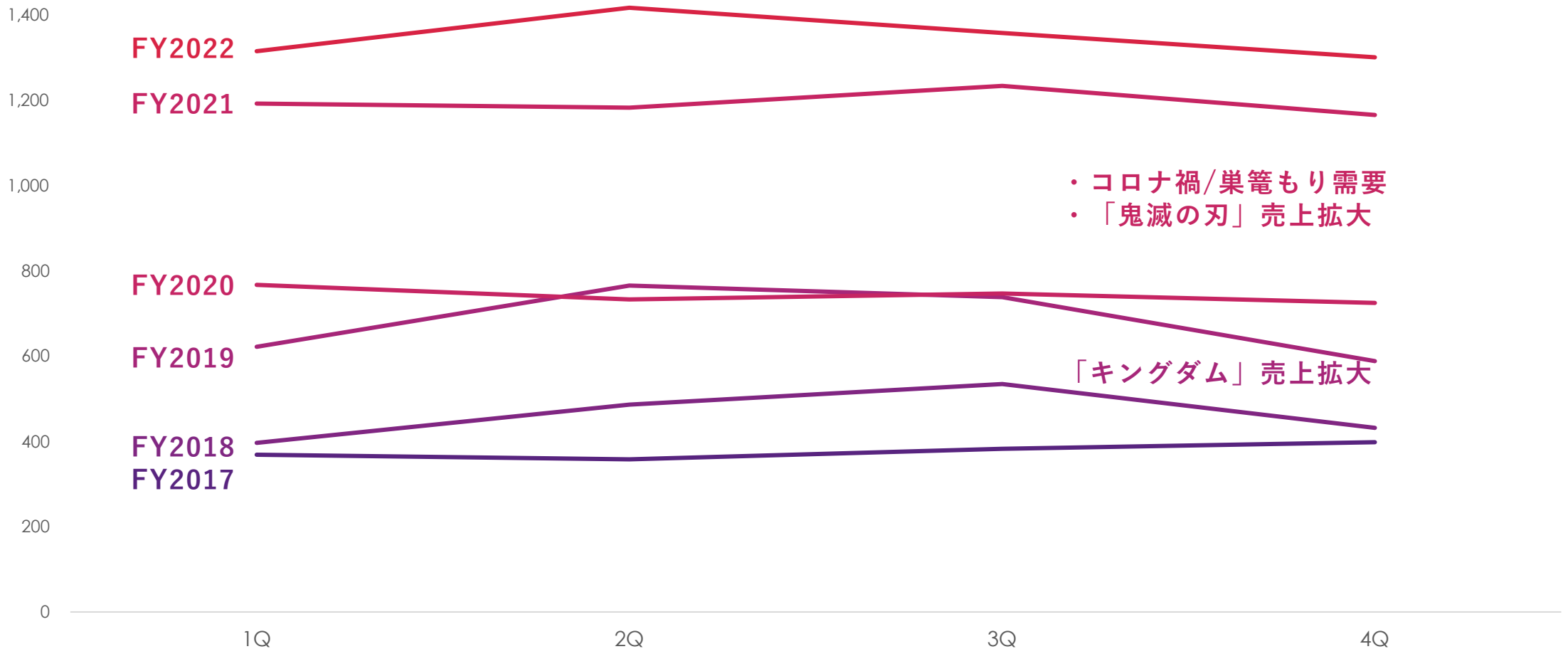


※販売価格は全て税込み(10%)です。実店舗はイメージです。実際とは異なる場合があります。
※商品によっては予告なく販売を中止する場合があります。※状況によって購入可能を設ける場合がございます。 ©2022 東宝/TORICO/Production I.G.

成長率の伸縮を繰り返しながら継続的に拡大

年度別期毎売上高

(単位：百万円)



会社概要

特徴と強み

業績ハイライト (FY2022)

業績予想 (FY2023)

成長戦略

2022年3月期 連結決算概況（前期比）

(単位：百万円)

	2021/3期	2022/3期	前期比
売上高	4,991	5,390	+8.0%
EC*	4,777	5,123	+7.2%
イベント	213	267	+25.0%
売上総利益	1,768	1,828	+3.4%
営業利益	258	199	△22.9%
経常利益	273	207	△24.1%
経常利益率 (%)	5.5%	3.9%	△1.6%
当期純利益	254	152	△39.9%

売上高

- ・ 過去最高売上を更新
- ・ 前年度比8.0%の成長

営業利益

販管費の増加により前年を下回る

当期純利益

繰越欠損金解消による法人税の増加

* ECサービスには、デジタルコンテンツ配信サービス（スキマ等）、物流業務委託売上を含めております。

2022年3月期 連結決算概況（予算比）

(単位：百万円)

	2022/3期予算	2022/3期実績	予算比
売上高	5,129	5,390	+5.1%
EC*	4,833	5,123	+6.0%
イベント	296	267	△9.9%
売上総利益	1,803	1,828	+1.4%
営業利益	214	199	△6.9%
経常利益	217	207	△4.6%
経常利益率 (%)	4.2%	3.9%	△0.3%
当期純利益	144	152	+5.6%

売上高

売上総利益

予算を上回る着地

当期純利益

営業利益

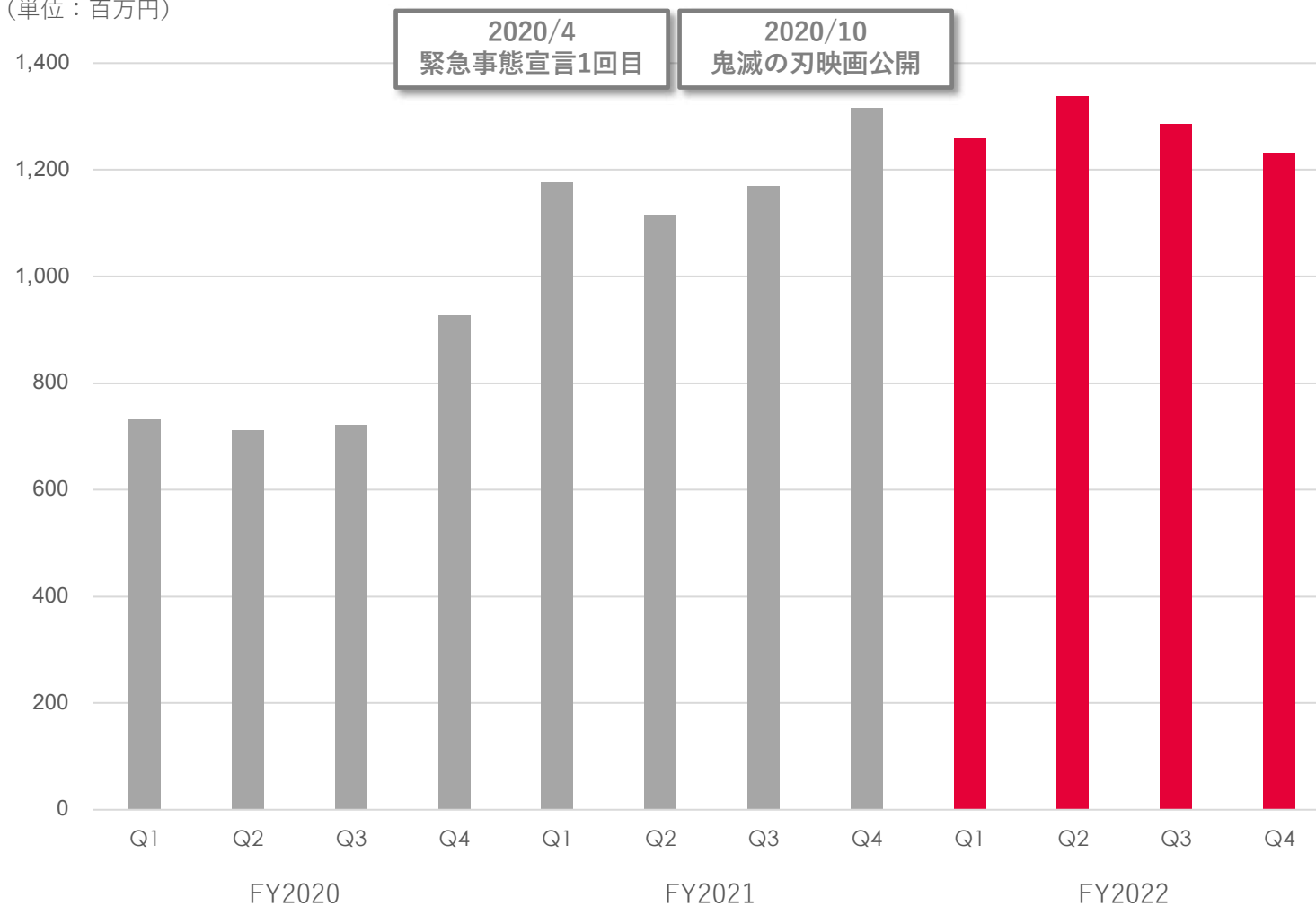
経常利益

販管費の増加で予算を下回る

* ECサービスには、デジタルコンテンツ配信サービス（スキマ等）、物流業務委託売上を含めております。

サービス別 売上高 (ECサービス)

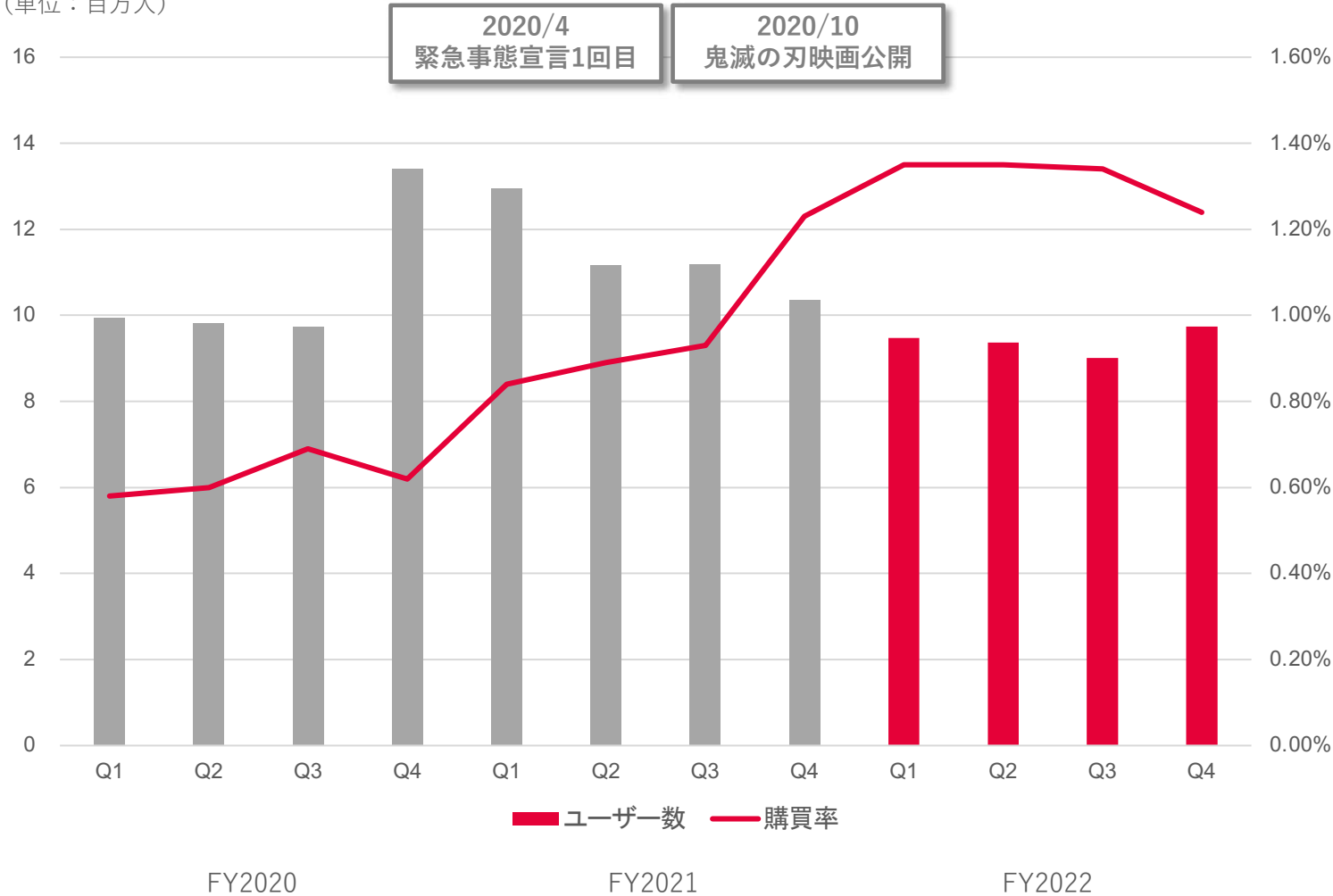
(単位：百万円)



・強い巣ごもり需要
 ・鬼滅の刃大ブーム
 により前期比57%伸びたFY2021を超え
FY2022は+7.2%で着地

KPI 月間ユーザー数 / 購買率 (ECサービス)

(単位：百万人)

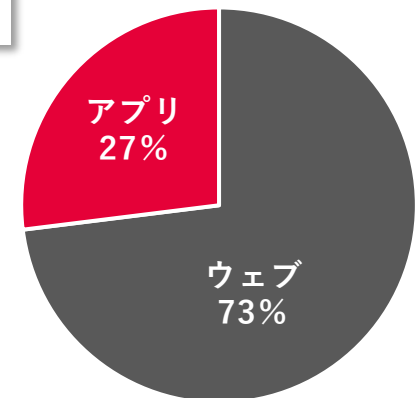


市場全体のマンガ関連キーワードの検索数減少、ユーザー数減少を

- ・ ECアプリの投入
- ・ 販促キャンペーンの積極的な実施

等による購買率向上によって補完

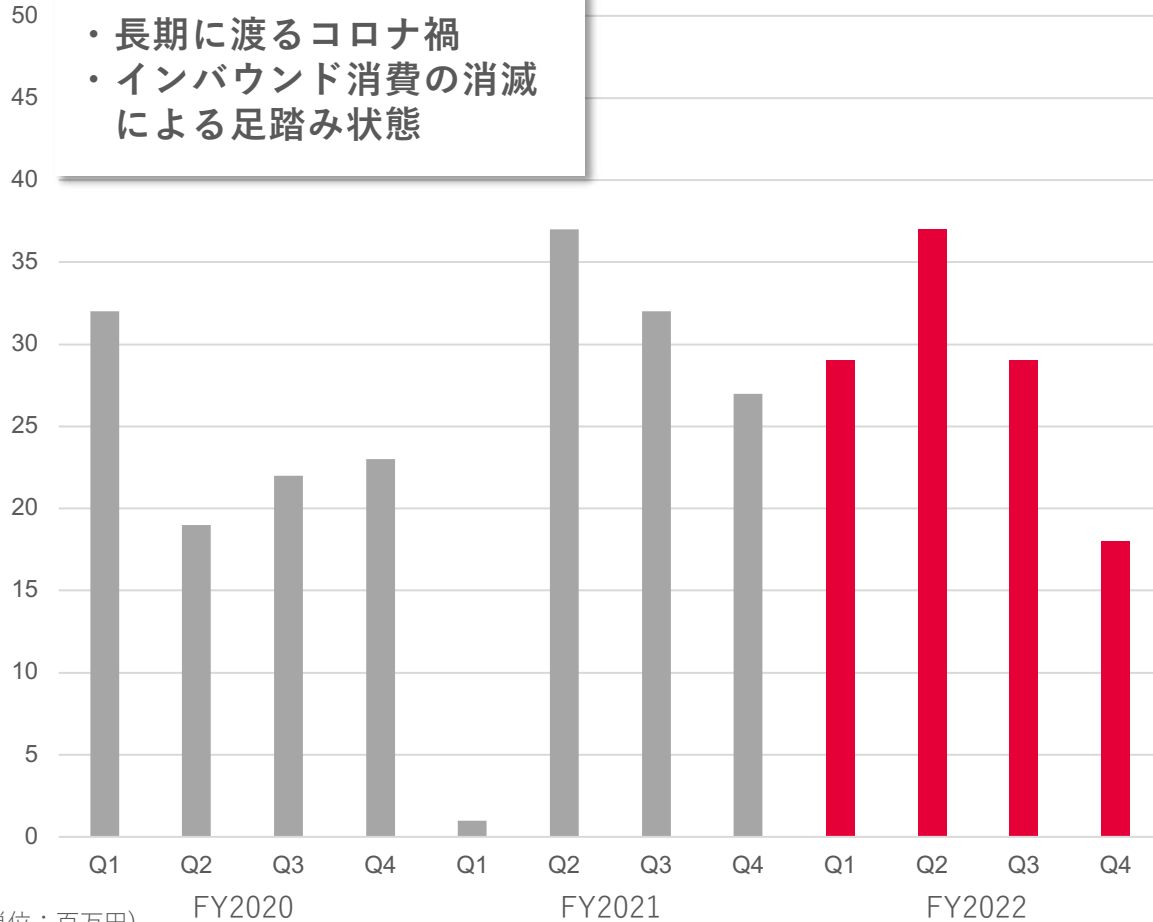
売上高比率*



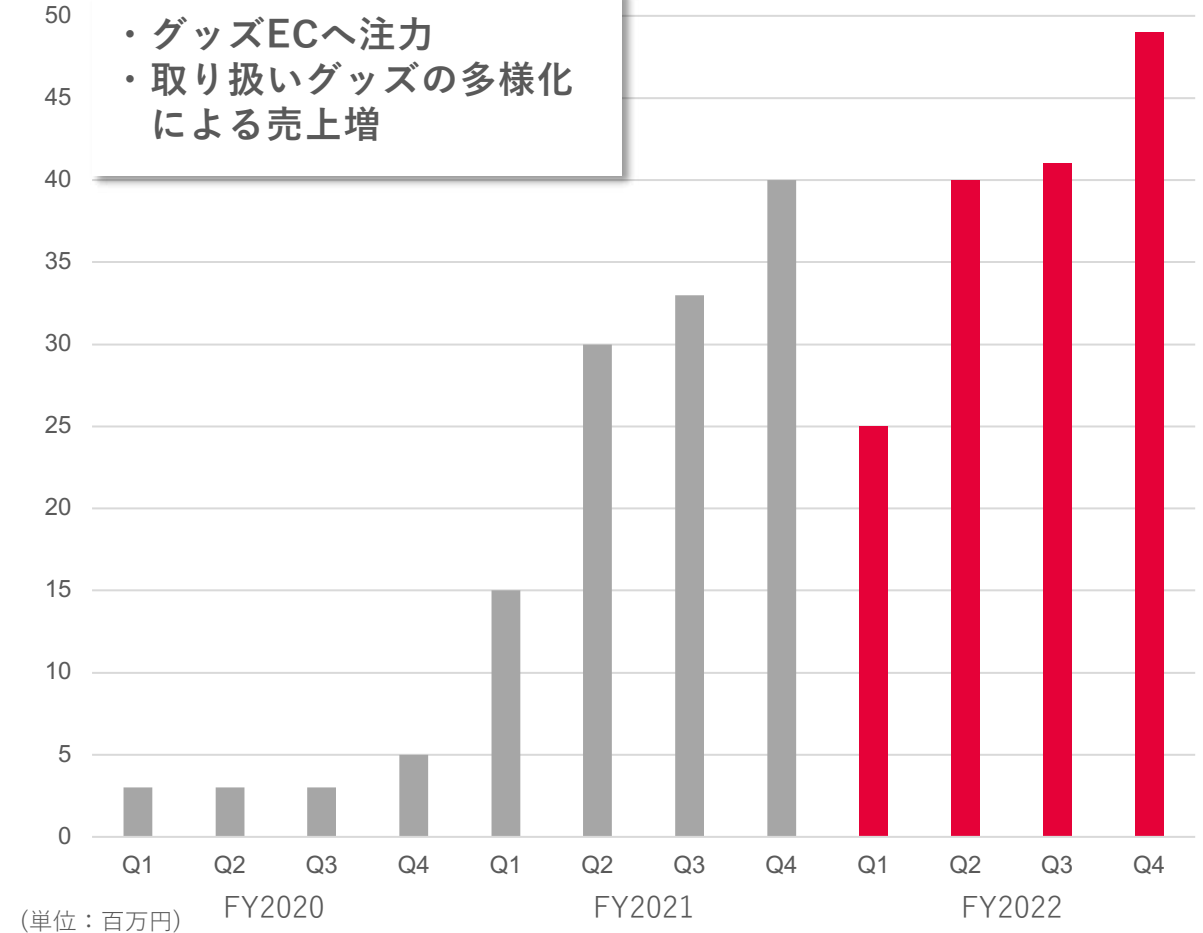
* 2022年3月におけるウェブ/アプリの売上比率

サービス別 売上高 (イベントサービス)

イベント店舗売上



イベントEC売上

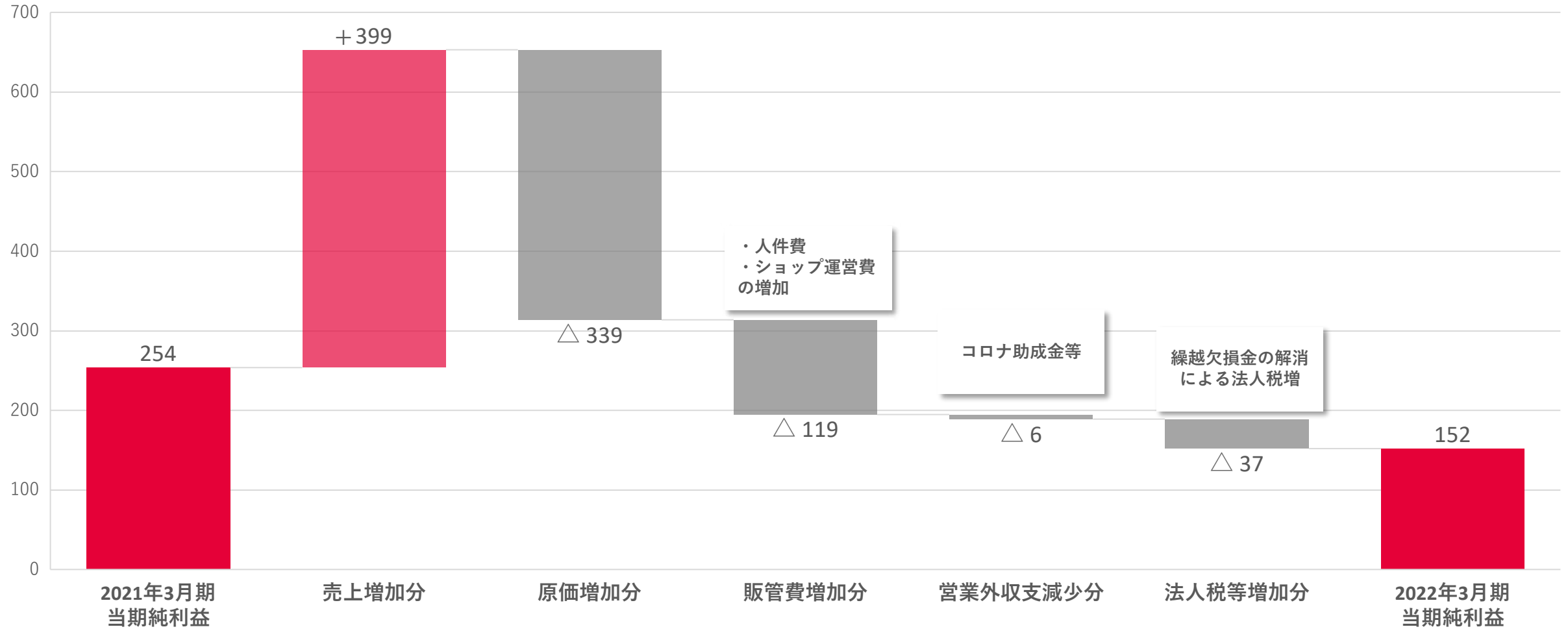


販管費増減サマリー（上位7費目の増減）

(単位：百万円)	2021/3期	2022/3期	前期比	主な要因
販管費	1,509	1,629	+ 7.9%	
人件費	399	489	+ 22.6%	物流・エンジニア・管理部人材強化
オンラインショップ運営費	300	381	+ 26.8%	モール内キャンペーン費用増
荷造運賃	252	251	△0.3%	出荷効率向上による費用減
支払手数料	156	167	+ 7.4%	売上増加
地代家賃	46	63	+ 37.5%	倉庫増設
広告宣伝費	62	42	△31.6%	費用対効果向上
支払報酬料	24	39	+ 64.6%	上場準備関連費用
その他	270	197	△27.0%	

当期純利益 増減分析

(単位：百万円)



会社概要

特徴と強み

業績ハイライト (FY2022)

業績予想 (FY2023)

成長戦略



**ECサービスの持続的な成長
イベントサービスの海外展開
に挑戦する1年**

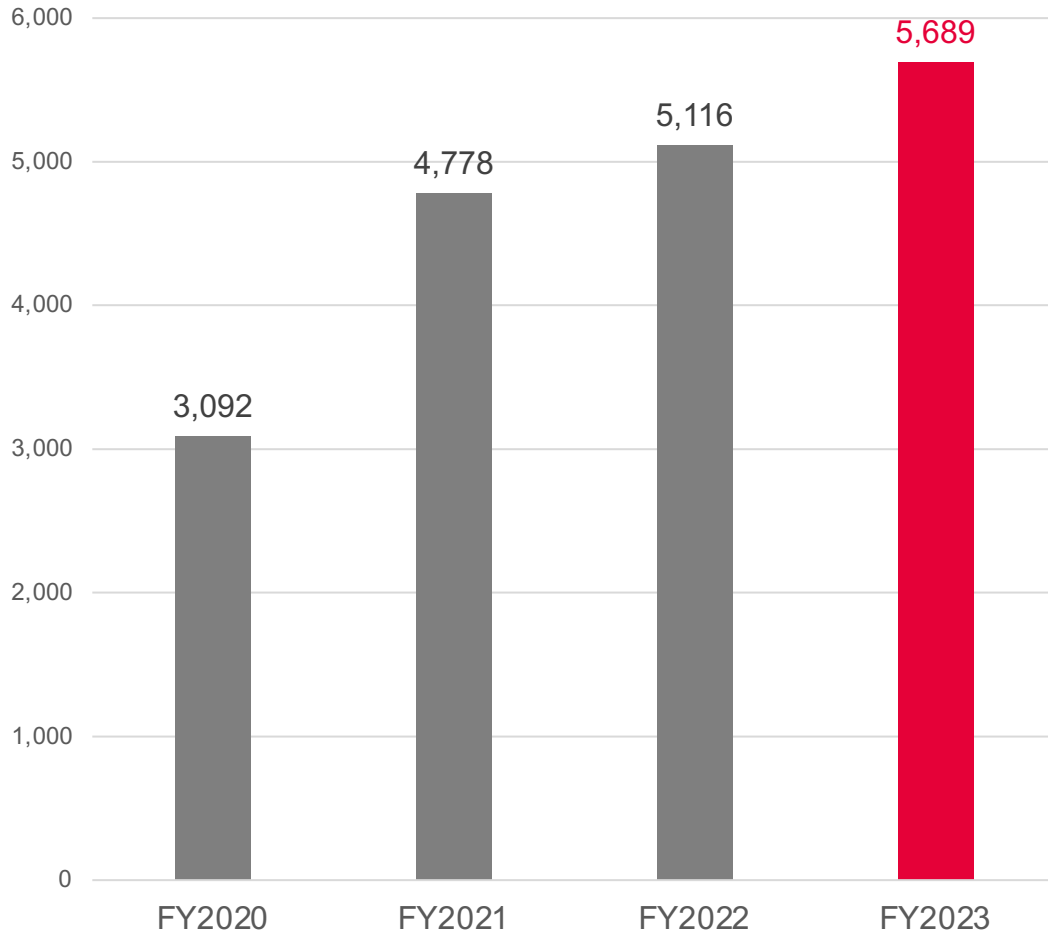
2023年3月期 連結業績予想

(単位：百万円)	2022/3期実績	2023/3期予想	前期比	外部要因
売上高	5,390	6,147	+14.0%	EC <ul style="list-style-type: none"> ・継続的なマンガ原作の多メディア化 ・自宅エンタメの一部定着
EC*	5,123	5,690	+11.1%	
イベント	267	457	+71.2%	
売上総利益	1,828	2,146	+17.4%	イベント <ul style="list-style-type: none"> ・外出型消費/インバウンドの復活 ・世界的なマンガ/アニメの人気浸透
営業利益	199	340	+70.9%	
経常利益	207	347	+67.6%	
経常利益率 (%)	3.9%	5.7%	+1.8%	
当期純利益	152	233	+53.3%	

* ECサービスには、デジタルコンテンツ配信サービス（スキマ等）、物流業務委託売上を含めております

サービス別 売上高 (ECサービス)

(単位：百万円)

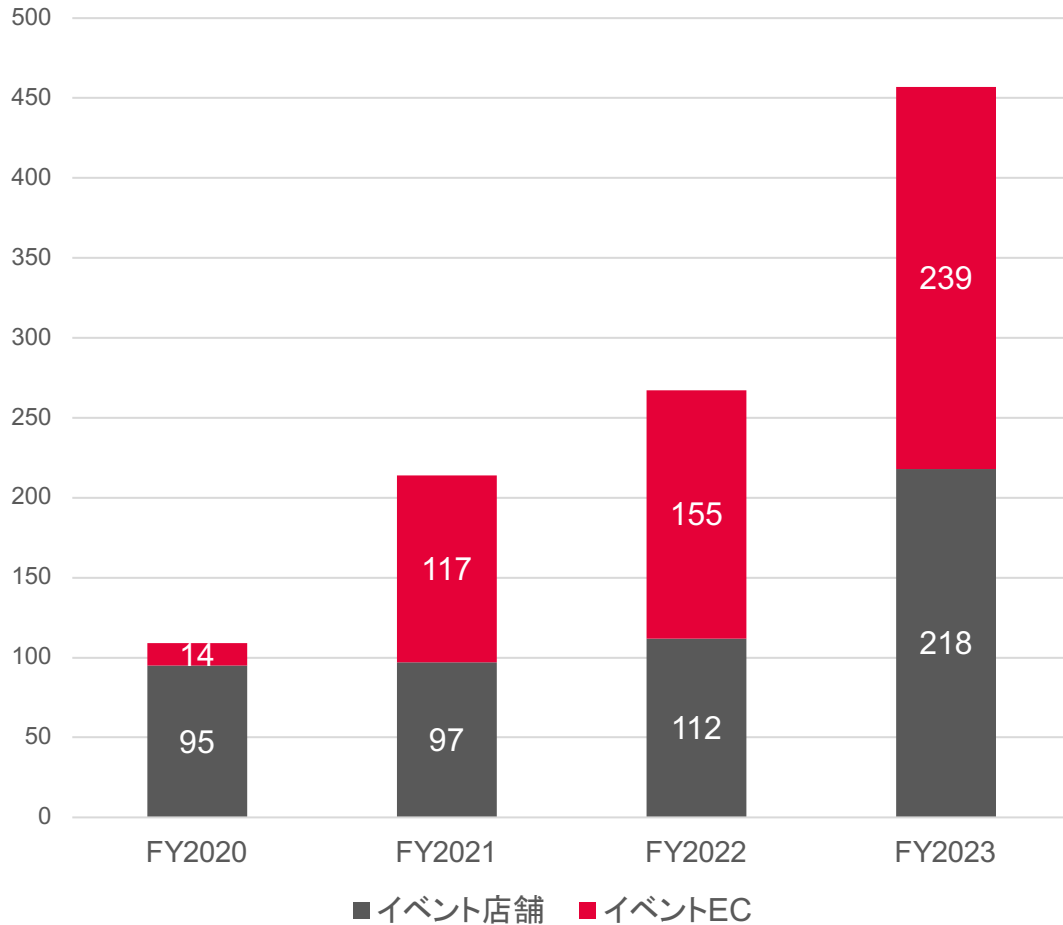


EC

- ・ 販売チャネルの拡張
 - 新たなショッピングモールへの進出
- ・ ECアプリの活性化
 - アプリ比率拡大による購買率向上
- ・ 強化した倉庫体制の最大活用
 - 大量受注へのキャパシティ拡大
 - 品切れによる機会損失を最小限に

サービス別 売上高 (イベントサービス)

(単位：百万円)



イベント

- ・ EC強化
 - ガチャ機能追加、EC限定商品拡大
- ・ 海外進出
 - 台湾店舗、海外向けECの積極推進
- ・ イベントごとの売上変動の縮小
 - 蓄積されたコネクションと知見によるイベントの企画選定



会社概要

特徴と強み

業績ハイライト (FY2022)

業績予想 (FY2023)

成長戦略 (中期経営計画)



国内事業の深掘り
海外事業の拡大
新規事業の創出

国内事業の深掘り

- ・紙コミック市場内シェアの拡大
- ・販売チャネルの積極的拡張
- ・他社サービスとの連携

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。

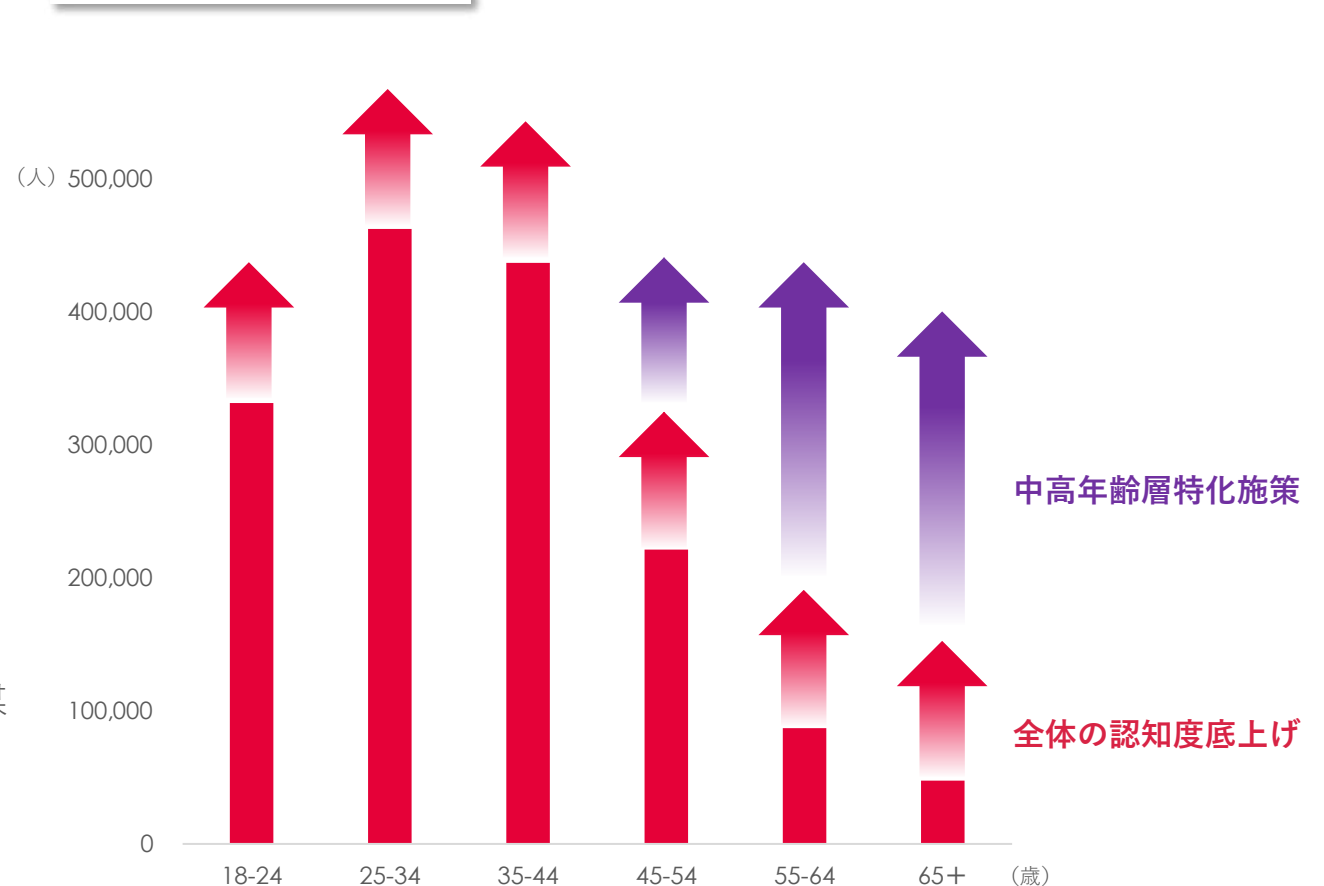
② 開拓余地の大きい中高年齢層への取組み強化

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。

年齢別アクセス数^{*2}



*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。

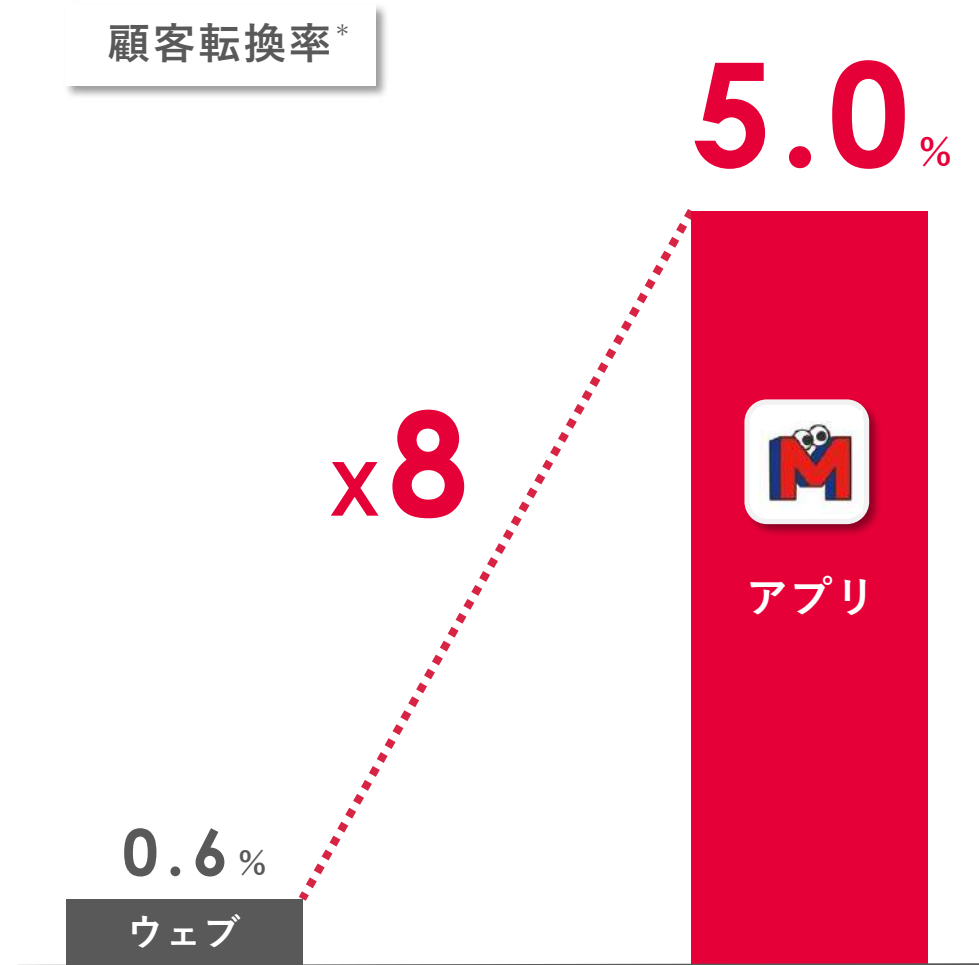


② EC以外の機能追加

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

販売チャネル増 × 他社サービス連携 = カバレッジ拡大



海外事業の拡大

- ・ 台湾から中華圏/ASEANへ
- ・ 越境ECの本格運用
- ・ インバウンド需要の取り込み

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

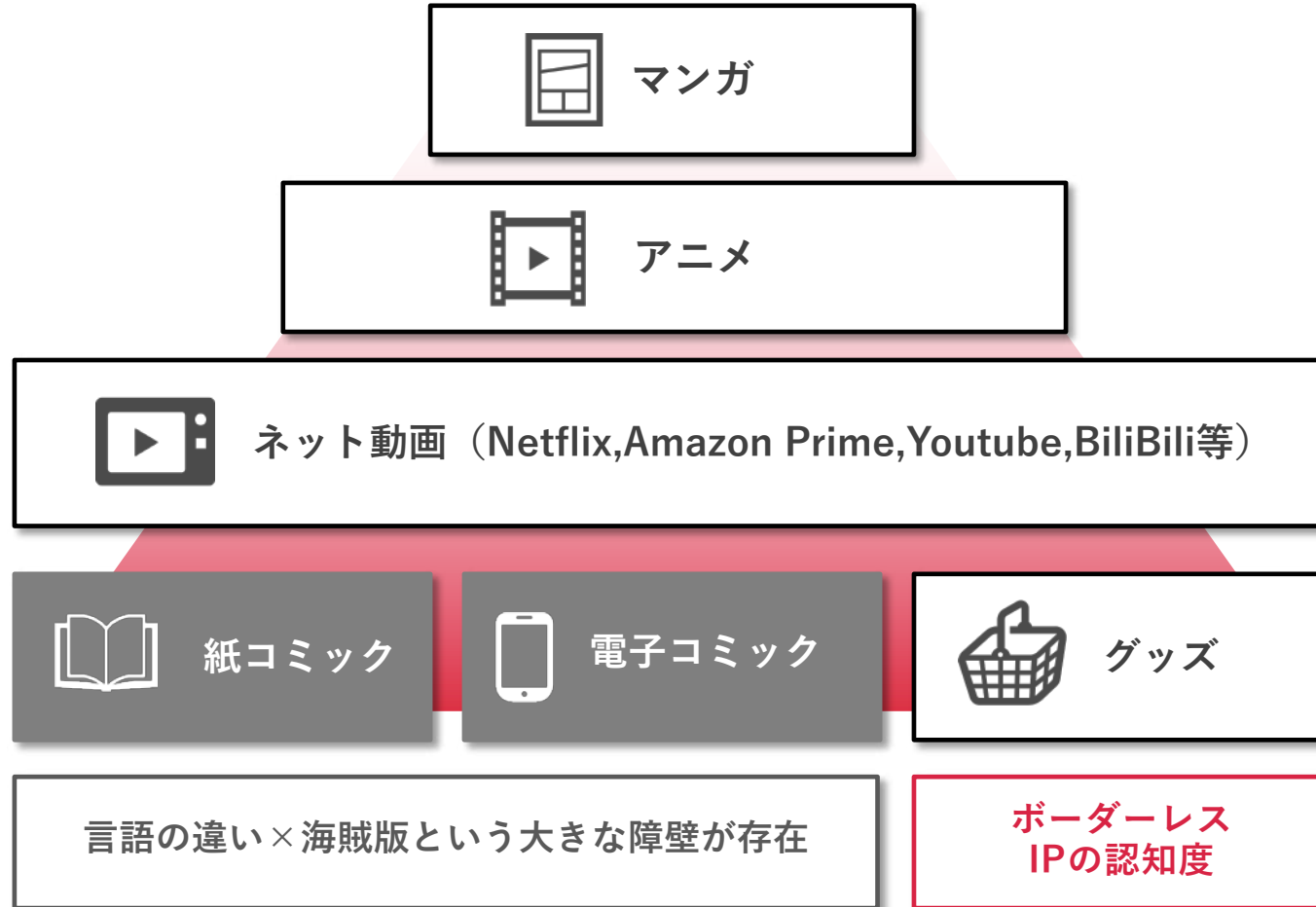
*1 目的来店型店舗：事前に明確な目的をもって消費者が来店する業態

*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

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

日本アニメの海外市場規模^{*1}
2.4兆円

日本マンガの海外市場規模^{*2}
1,129億円



*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

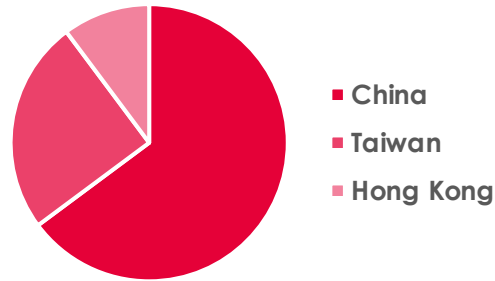
既存データを活用した海外イベント展開（中華圏）

中華圏ユーザー数^{*1}

前期比：中国70%増

304,288

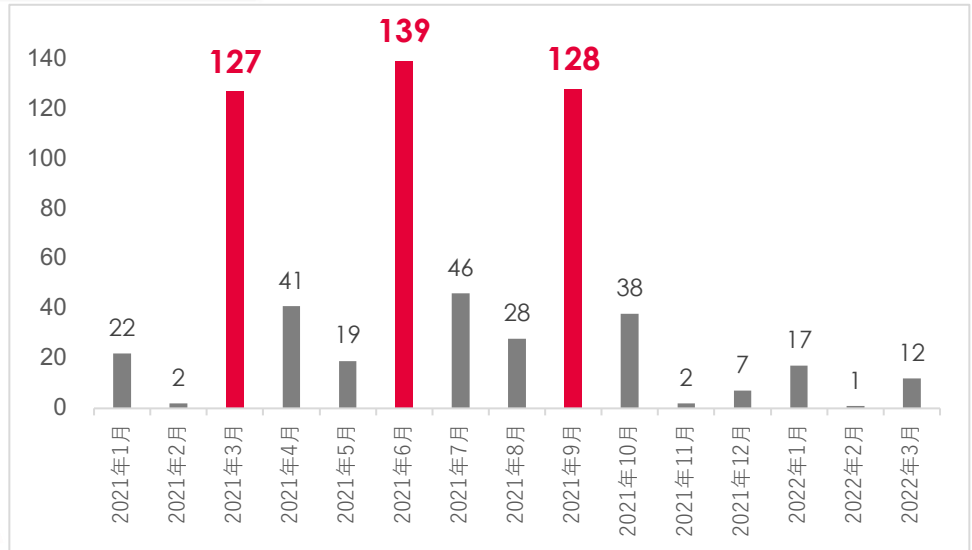
2022/3期



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、ホーリンラブボックス、まんが王の国別ユーザー数の合計（2022年3月期）

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

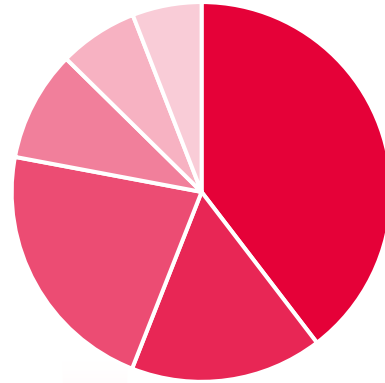
*3 テンセント・ホールディングス「2019 WeChat オープンクラス東京」の発表より抜粋

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*

772,652

2022/3期



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

ユーザー数/シンガポール人口

0.9%

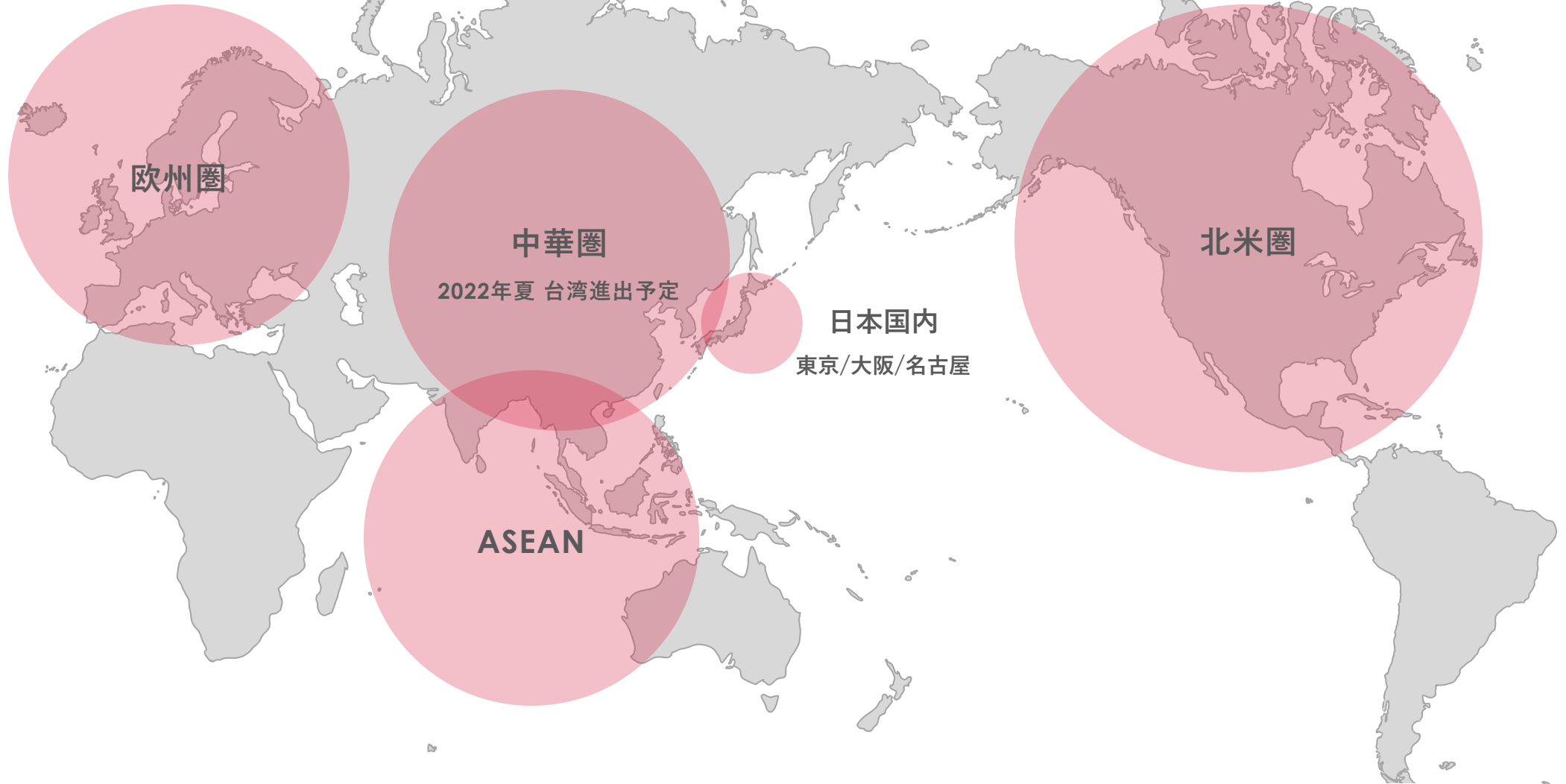
アクセスユーザー数(51,986)/シンガポール人口(569万人)

- ・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



*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(2022年3月期)

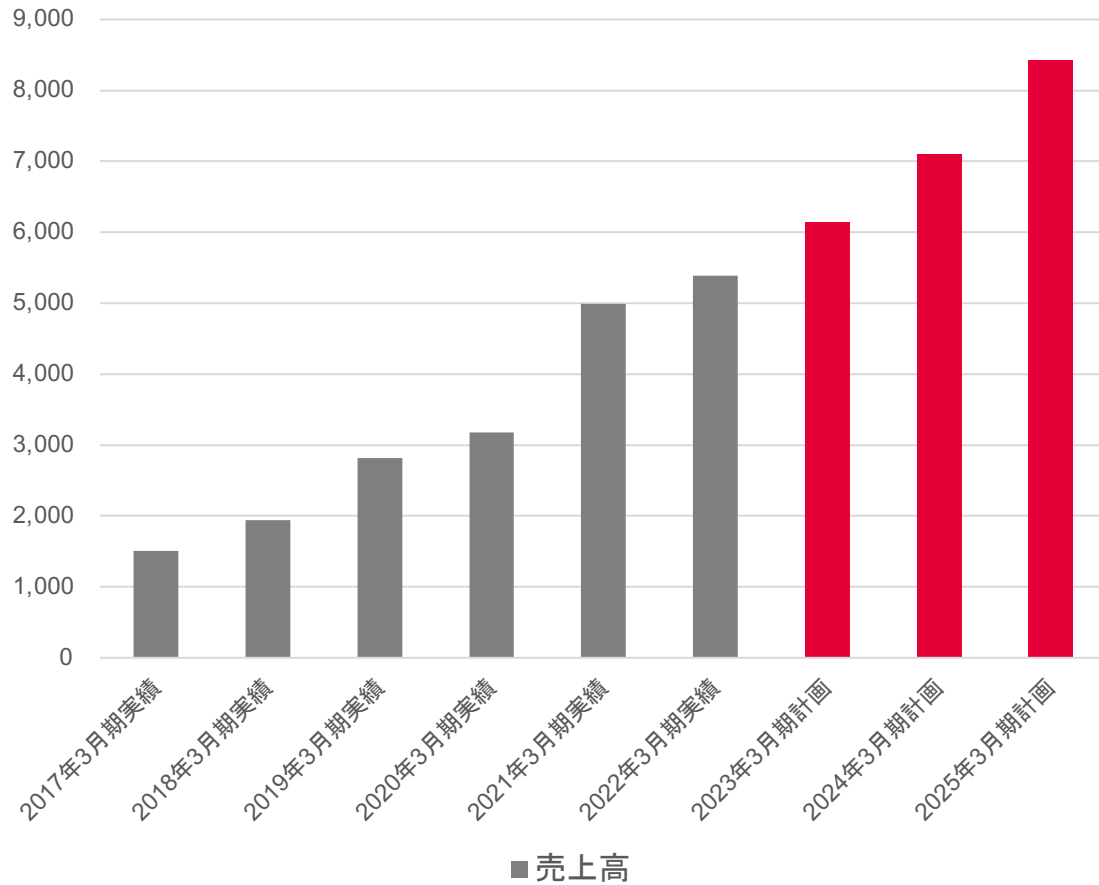
世界中のマンガ・アニメファンに向けた海外展開



中期計画（2023年3月期～2025年3月期）

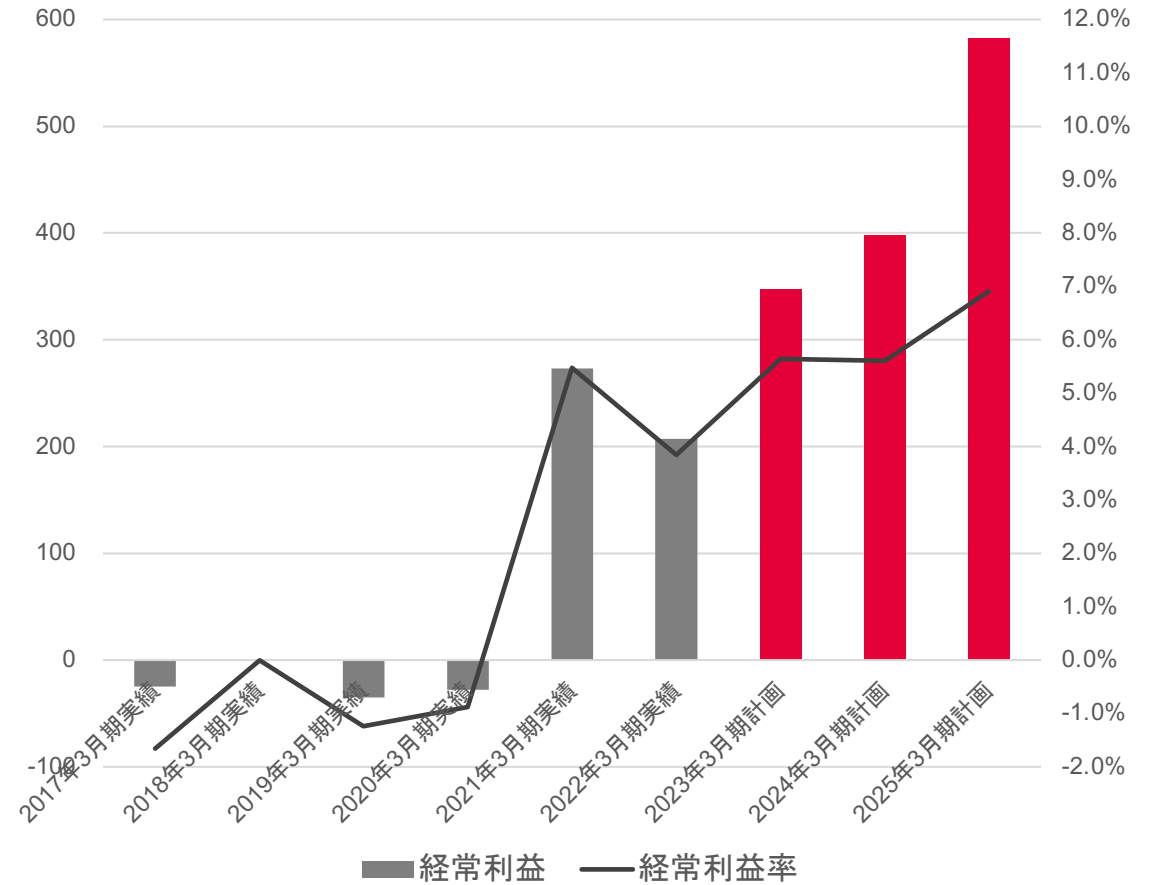
売上高

（単位：百万円）



経常利益/経常利益率

（単位：百万円）



新規事業の創出 NFT市場への参入

紙コミックのデジタル化



電子コミック

グッズのデジタル化



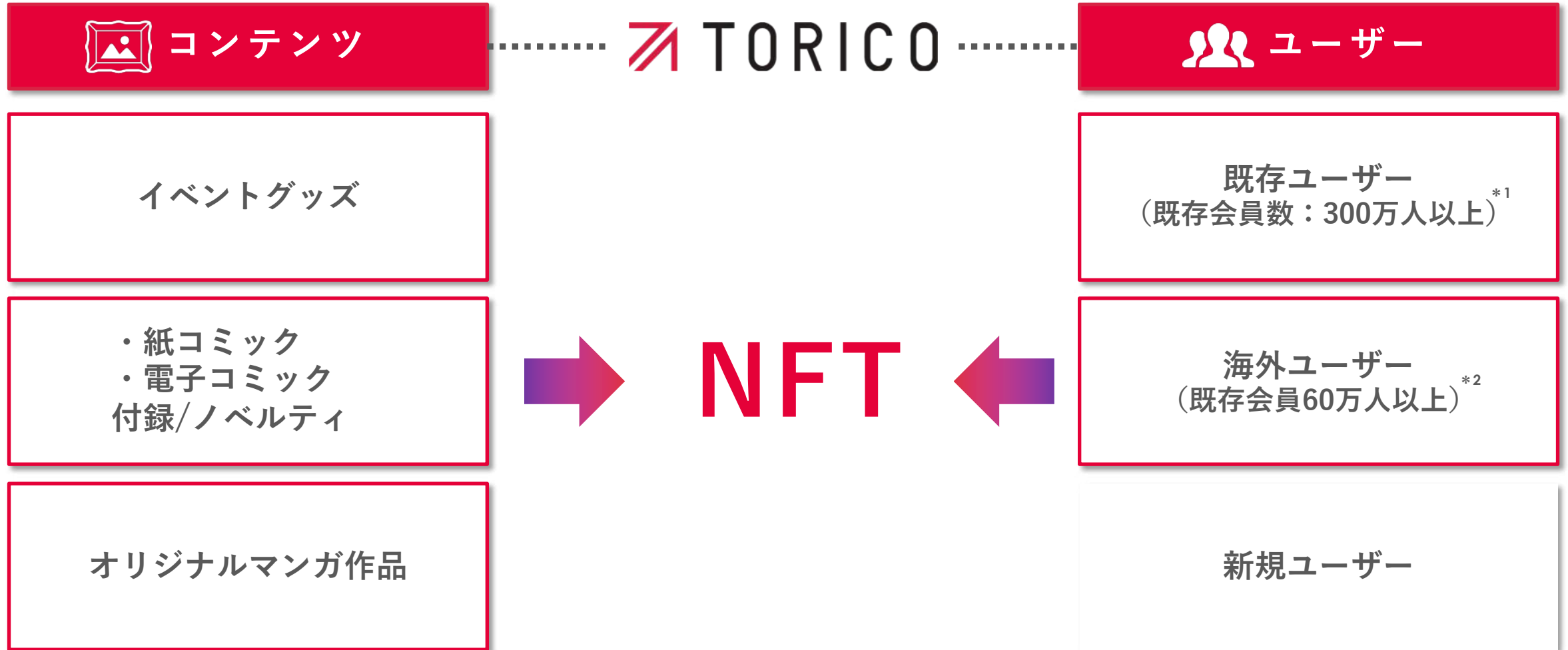
NFT

TAM（獲得可能な最大市場規模）



・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
・ブロックチェーンデータ企業「Chainalysis」レポート（2021年）

コンテンツとユーザーを既に持つ強み



*1 漫画全巻ドットコム、スキマの会員数合計

*2 MANGA.CLUBの会員数

ECを基盤として海外/新規事業の成長による**企業価値の向上**

EC

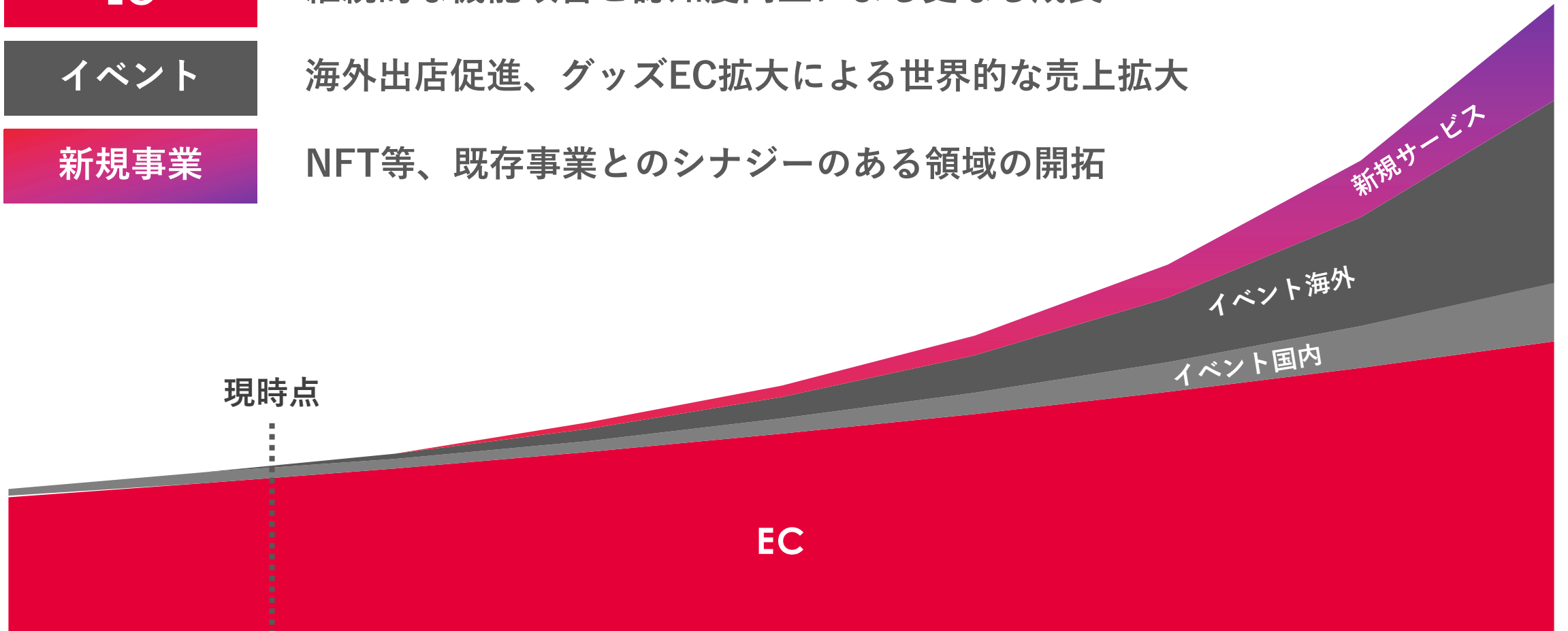
継続的な機能改善と認知度向上による更なる成長

イベント

海外出店促進、グッズEC拡大による世界的な売上拡大

新規事業

NFT等、既存事業とのシナジーのある領域の開拓





Appendix

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」の全体売上にも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。

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。

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。

2022年3月末時点で、女性社員比率は49.3%、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。

2022年3月末時点で、ジェンダー・ペイ・ギャップは女性：男性=1：0.991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。

2022年3月末時点で、正社員67名中22名（32.8%）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。

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、国内及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。

当資料のアップデートは、2023年5月に開示を行う予定です。

