

airCloset

2024年6月期 第2四半期 決算説明資料

株式会社エアークローゼット

決算説明の要旨

- 収益性の改善を継続し、2Q（10-12月期）損益は1Qに引き続き前年同期比で大幅改善（EBITDA 49百万円⇒166百万円と3.4倍、営業損益 △45百万円⇒23百万円と黒字転換）。
- 他社様による循環型物流プラットフォームの利用案件を受注。airCloset事業を含むプラットフォームへのニーズ拡大を踏まえ、来期前半における拡張余地のある倉庫への移転を検討。

重要指標サマリー

単位 (百万円)	2023/6期 第2四半期	2024/6期 第2四半期	増減率	変動要因
四半期末 会員数 (人)	30,530	34,501	+13.0%	1Qに引き続き、既存会員の継続率改善が寄与し、増加
売上	948	1,059	+11.6%	会員数増によるairCloset事業増収 airCloset Mall事業も拡大
営業損益	△45	23	-	airCloset事業の損益改善により、償却費増を吸収し、黒字転換
EBITDA	49	166	+238.7%	airCloset事業の損益改善により大幅改善
四半期純損益	△50	19	-	営業損益の改善に伴い、黒字転換
限界利益	508	604	+18.9%	増収と費用抑制によりairCloset事業の収益が改善

目次

1. エアークローゼットの全体像
2. 2024年6月期第2四半期業績および事業進捗
3. トピックス
4. その他
5. Appendix

1. エアークローゼットの全体像

Vision & Mission

エアーローゼットは下記のVision & Missionを掲げ、人々のライフスタイルがより豊かになるよう、**時間価値を向上させる事業を運営**。

Vision

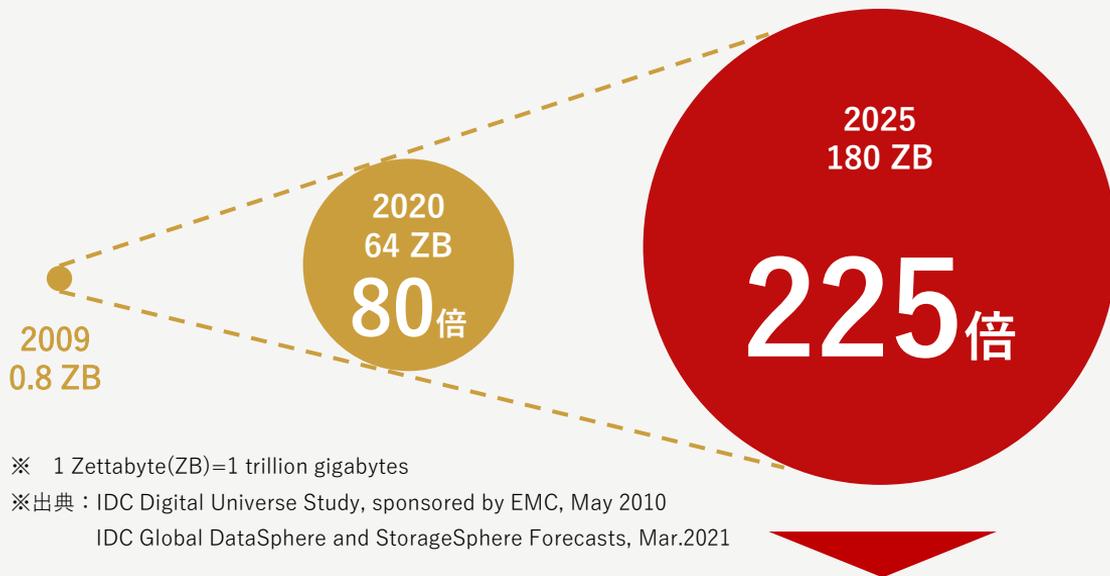
“ワクワク”が空気のようにあたりまえになる世界へ

Mission

発想とITで人々の日常に新しいワクワクを創造する

社会の変化① 超情報化社会による時間価値の向上

人生の限られた時間に対し、情報・モノが爆発的に増加し、人の「**時間価値**」が**相対的に向上**。
最適な時間の使い方が求められるとともに、**AI・データ活用、パーソナライゼーション、サブスクリプション**といった時間活用の最適化を促すサービスニーズが高まっている。



情報の爆発的増加により

一人一人の時間の価値が

大きく向上

※ 1 Zettabyte(ZB)=1 trillion gigabytes

※出典：IDC Digital Universe Study, sponsored by EMC, May 2010

IDC Global DataSphere and StorageSphere Forecasts, Mar.2021

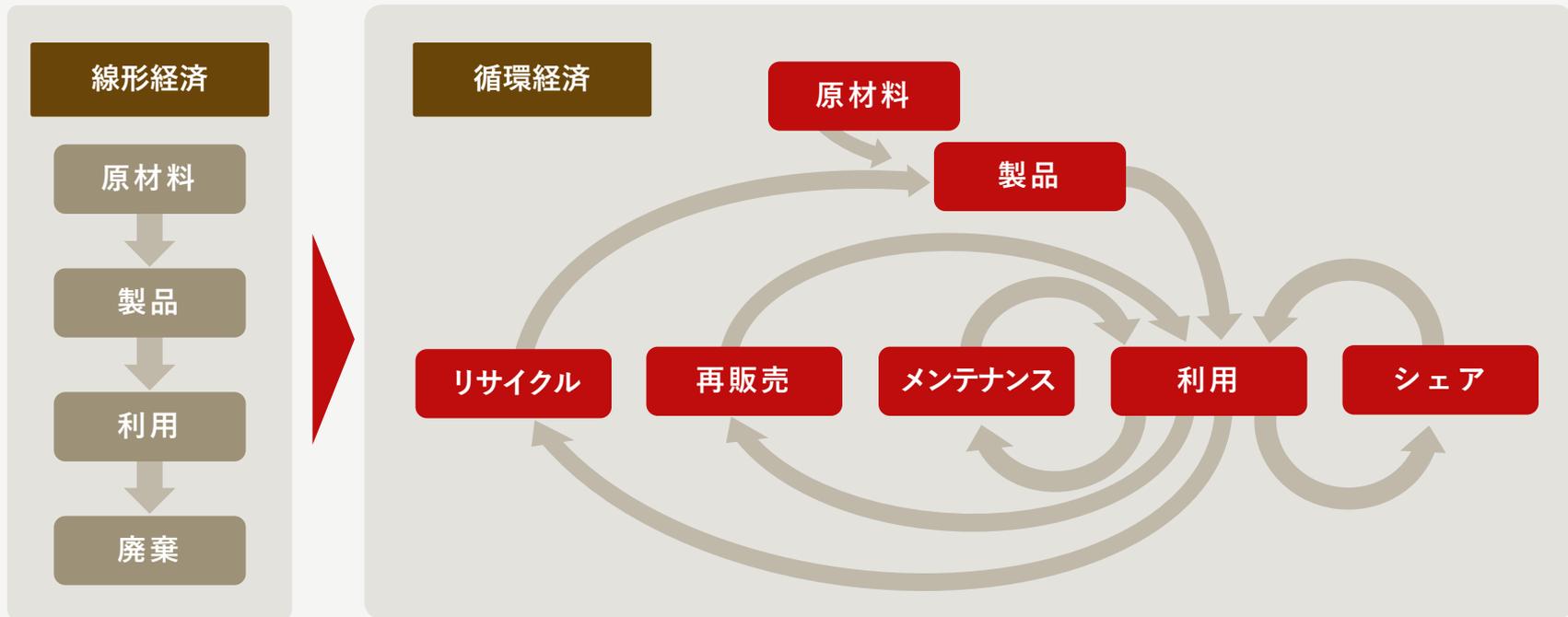
AI・データ活用

パーソナライゼーション

サブスクリプション

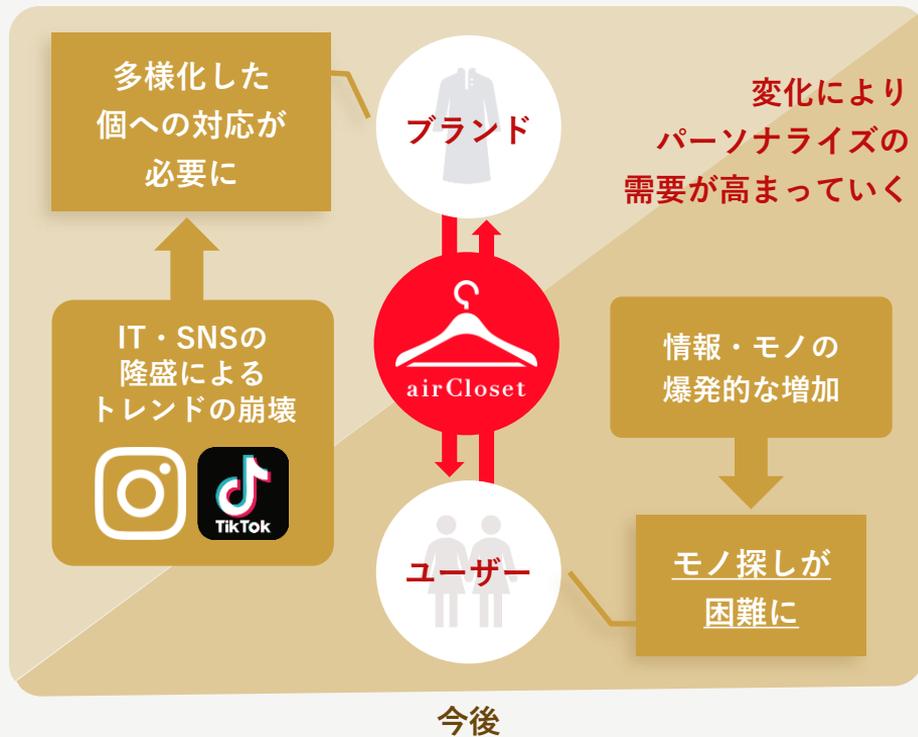
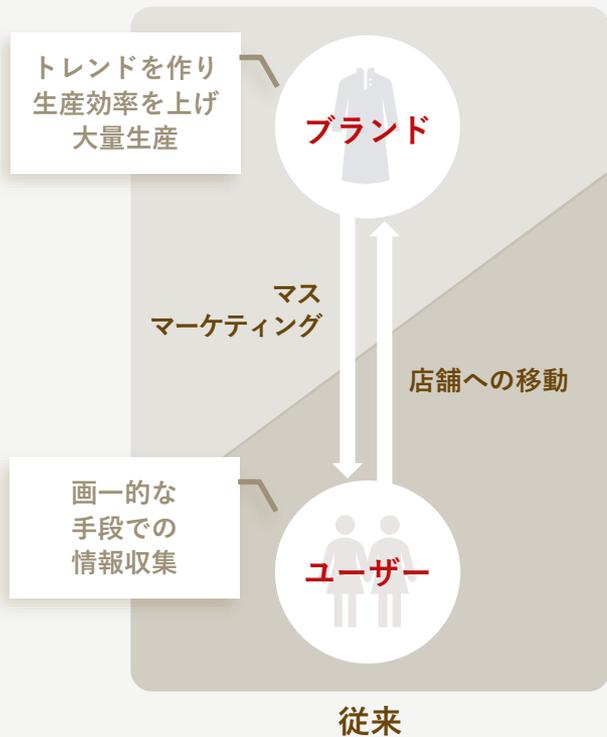
社会の変化② サークュラーエコノミーへの転換

サステナビリティのために、**循環経済（サーキュラーエコノミー）**への転換が必要不可欠に。そのため、利用・リサイクルの過程での飛躍的な革新が求められる。加えて、利用データの活用による製造過程での一層の効率化も重要性が高まる。



ファッション業界の変化① パーソナライズ需要の高まり

①IT・SNSの隆盛によるトレンドの崩壊、②情報・モノの爆発的な増加による選択肢の急増により、**パーソナライズサービスへの需要が高まっていく。**

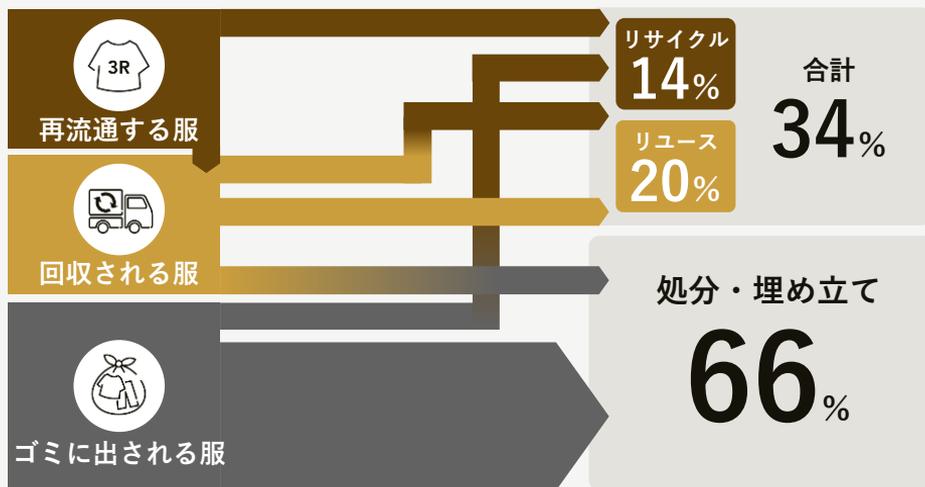


ファッション業界の変化② サステナビリティ意識の上昇

SDGsの気運に代表されるように、**消費者のサステナビリティ意識が上昇**。

これまでの大量生産・大量消費・大量廃棄の業界姿勢の見直しが求められ、消費者意識の変化と共に**シェアリングエコノミー・サーキュラーエコノミー**を通じた大きな変化が予想される。

ファッション業界における現状の内訳～廃棄削減が求められている～



大量生産・大量消費・大量廃棄の

時代は終わりを迎える

ファッション業界でも循環経済が

求められている

※出典：環境省「サステナブルファッション (Sustainable Fashion)」

サステナビリティ

シェアリングエコノミー

サーキュラーエコノミー

airClosetのサービス概要

自らの好みやサイズ等を登録した上で、**パーソナライズ**された**レンタルアイテム**を受け取り、返却期限やクリーニングを気にすることなく楽しみ、返却するというシンプルなサービス。気に入った洋服は買取りが可能。

Step 1

自分の好みや
サイズ等を登録する



オンラインで
簡単に登録

Step 2

プロのスタイリストが
選定した洋服が届く



3着 or 5着 / 回

Step 3

新しい自分を
楽しむ



気に入ったら
買取りできる

Step 4

楽しんだら
そのまま返却

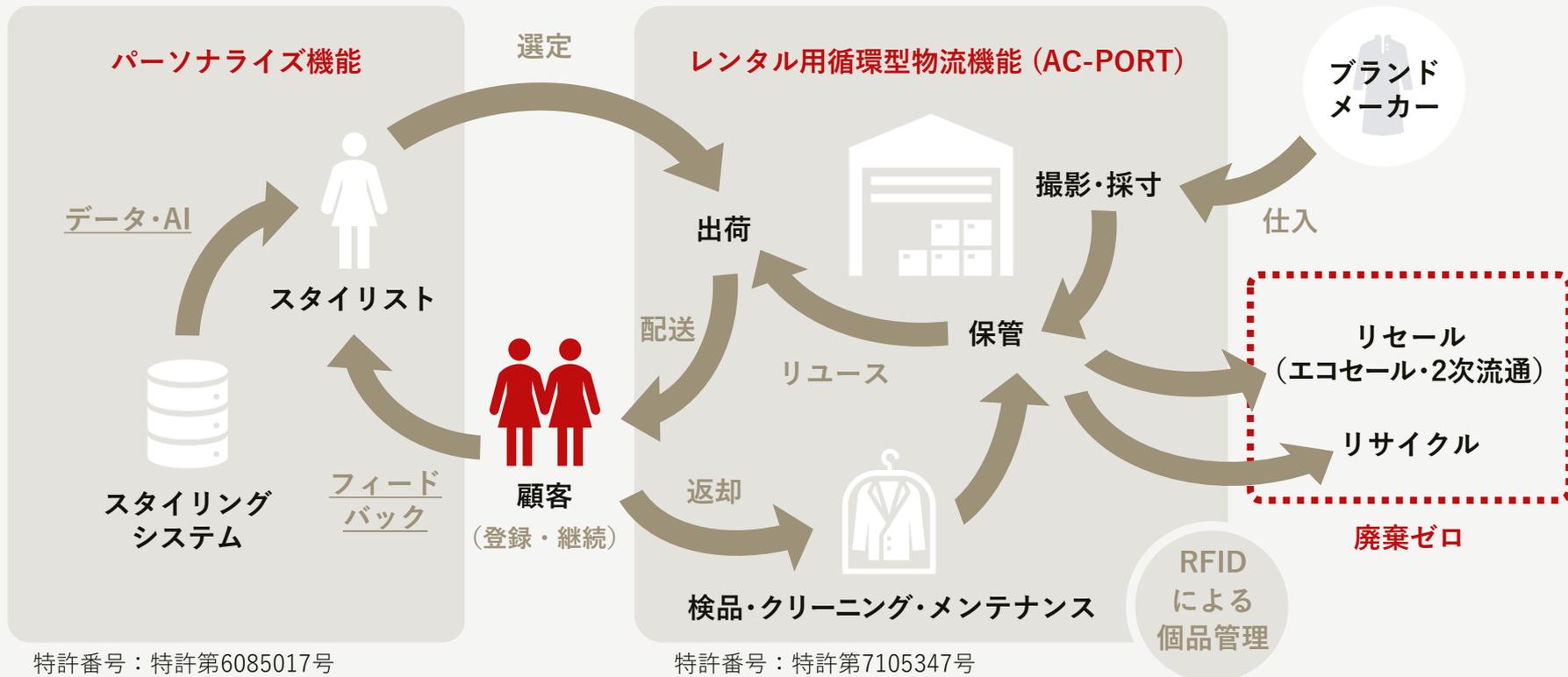


クリーニング**不要**

パーソナルスタイリング × レンタル

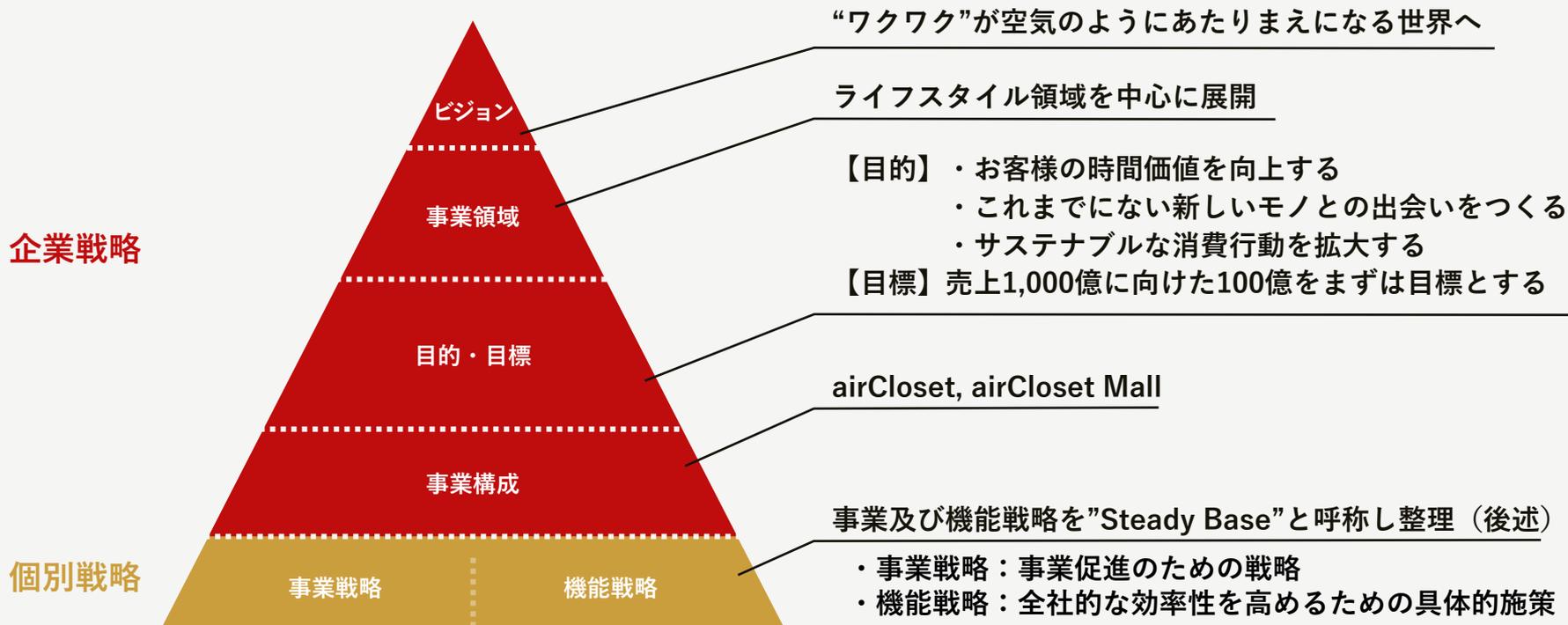
airClosetの事業構造の特徴

パーソナルスタイリング×レンタルを主軸としたサービスを提供。
循環型物流の仕組みを構築し、**廃棄ゼロも実現**。



エアークローゼットの経営戦略

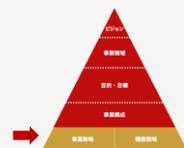
創業来掲げているビジョンを軸に企業戦略、事業戦略及び機能戦略を策定し、当該戦略の実行をKPI等のモニタリングなどにより的確に管理。また、事業成長に合わせ当該戦略のアップデートを実施予定。



基本成長方針

前期から継続し、既存のレディース領域の事業を中心にセグメント展開及びプラットフォーム展開により成長する方針を基本方針とする。





1,000億に向けた100億事業への戦略

拡大する事業に対し、100億円の事業を土台と捉え、ビジネスモデルの確立と共に実現していく。そのための戦略“Steady Base（盤石な土台）”を公表。



成長方針を
具体の成長
戦略として
整理



Steady Base（盤石な土台）

1.利益を生む仕組みの構築

事業の収益性を高め、成長につながる投資を実行する仕組みを構築する施策群

2.顧客基盤の拡大

既存の対象顧客だけでなく、将来的な成長に向けた顧客基盤を拡大する施策群

3.事業拡大に向けた基盤強化

ノウハウの集約やAI・データの活用を含め、成長を支え加速する基盤を構築する施策群



Steady Baseの具体的な施策群と注力時期

2024年6月期は短期のトップライン成長率ではなく、中長期的な成長に向けた利益を生む仕組みの強化を優先。

Steady Base	前期まで	当期（2024年6月期）	来期以降
1. 利益を生む仕組みの構築	<ul style="list-style-type: none">倉庫オペレーションの効率化仕入の効率化初回継続率の改善	<ul style="list-style-type: none">倉庫オペレーションの安定化会員獲得効率の改善販売施策の拡大	<ul style="list-style-type: none">プライシングの改善物流オペレーション業務の受託倉庫の一体化
2. 顧客基盤の拡大	<ul style="list-style-type: none">airCloset Mallの立ち上げ (男性利用有)オウンドメディアの立ち上げ	<ul style="list-style-type: none">事業領域の拡大 (年齢層・課金形態)airCloset Mallの拡大 (男性利用有)	<ul style="list-style-type: none">女性活躍支援・子育て支援の拡大サステナブル需要の拡大メンズ等他セグメント海外展開
3. 事業拡大に向けた基盤強化	<ul style="list-style-type: none">スタイリスト教育制度の確立オペレーション運営の仕組み化洋服仕入手段の確立社員モチベーションの見える化と改善	<ul style="list-style-type: none">スタイリスト管理体制の強化オフライン施策の検証無料会員向け施策の検証データ活用事例の拡大データ収集・最新技術の研究	<ul style="list-style-type: none">洋服仕入手段の拡大AIの活用拡大M&Aによる基盤強化オフショア開発体制の構築
	物流基盤確立など事業整備期	成長基盤確立	事業拡大期

メーカー公認月額制レンタルモール airCloset Mall

多面的な成長に向け、airCloset Mall事業も引き続き拡大を図る。

ファッション領域外の循環型物流ノウハウの蓄積も進む。



買う前に自宅で試せる

話題商品の月額制レンタル

- ・ マットレスや美顔器など、話題の商品を月額制でレンタルできる
- ・ ライフスタイルの中で利用し、購入前にじっくり試せる



事業戦略上の 狙い

- ・ 将来的な売上、利益の増加
- ・ 男性も含む顧客層の拡大
- ・ ファッション以外のレンタルによるレンタル文化の醸成
- ・ 複数商品間における嗜好性等のデータ収集
- ・ 多品種の商品群における循環型物流の仕組みを構築

事業領域の拡大による成長の加速

業績への影響は来期以降に顕在化予定であるが、法人向け案件を受注（アウトドア用品のレンタル事業における物流機能の受託）。営業活動も強化し、今後更なる拡大を図る。



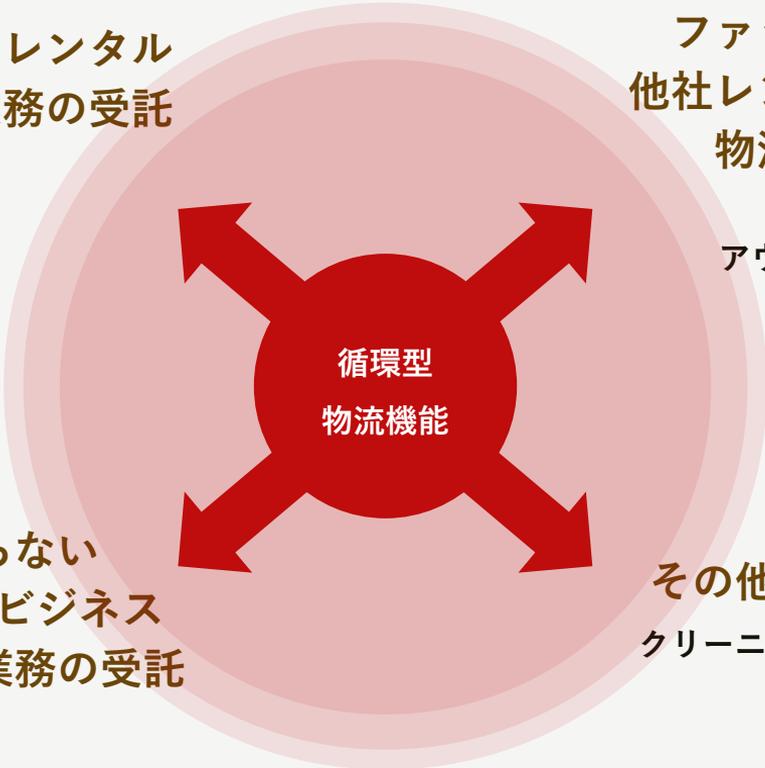
循環型物流機能の幅広い外販の可能性

ファッションレンタルのみならず、幅広い外販の可能性がある。

他社ファッションレンタル
ビジネスの物流業務の受託

ファッション以外の
他社レンタルビジネスの
物流業務の受託

例：今回の
アウトドア用品案件



循環型
物流機能

レンタルに限らない
他社ファッションビジネス
における返品再生業務の受託

その他個別機能の外販
クリーニング・メンテナンス等

循環型物流プラットフォーム「AC-PORT」の強み

ファッションレンタル事業の収益化のため、「個品管理が可能なWMS（airCloset Bridge）」を独自開発。加えて、継続的なオペレーション改善ノウハウを蓄積。

【システム】

個品管理が可能な独自の
WMS※1



返却を前提とした独自システム
(他社への横展開にも対応可能な設計)

※特許取得済み



【オペレーション】

徹底した改善を継続



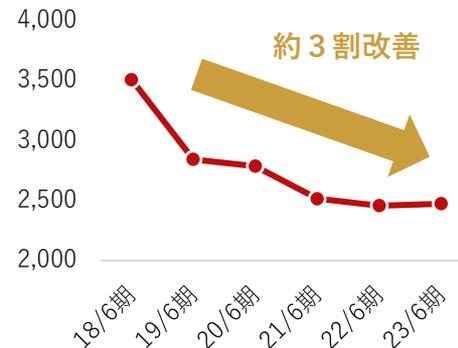
当初、返却から1週間程度
かかっていたところから
最短1日で再利用可能に



【効率性】

1配送当たりの
オペレーションコスト※2の推移

(単位：円)



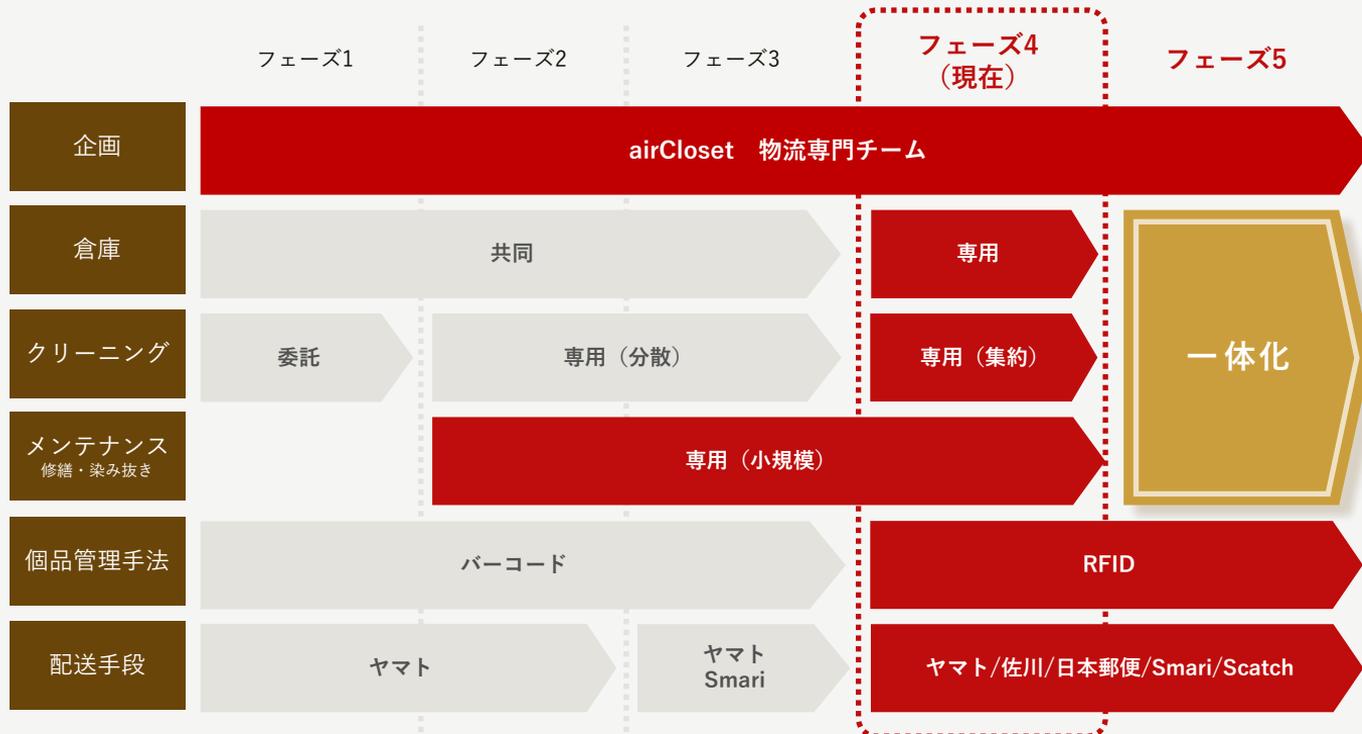
ファッション領域以外にも活用が可能

※1 Warehouse management system

※2 倉庫移転に要する費用を除く物流費用（倉庫オペレーションコストやクリーニングコスト等を含む）の総額を、配送数で除すことで算出

「AC-PORT」のアップデート

一貫して**弊社の物流専門チームが主導**し、物流関連機能のアップデートを実施。プラットフォーム活用を含む事業規模の拡大、分散している機能の集約によるオペレーションコストの改善に向けて、倉庫の移転拡張を検討中、フェーズ5の準備を開始。



2. 2024年6月期第2四半期業績および事業進捗

重要領域サマリー

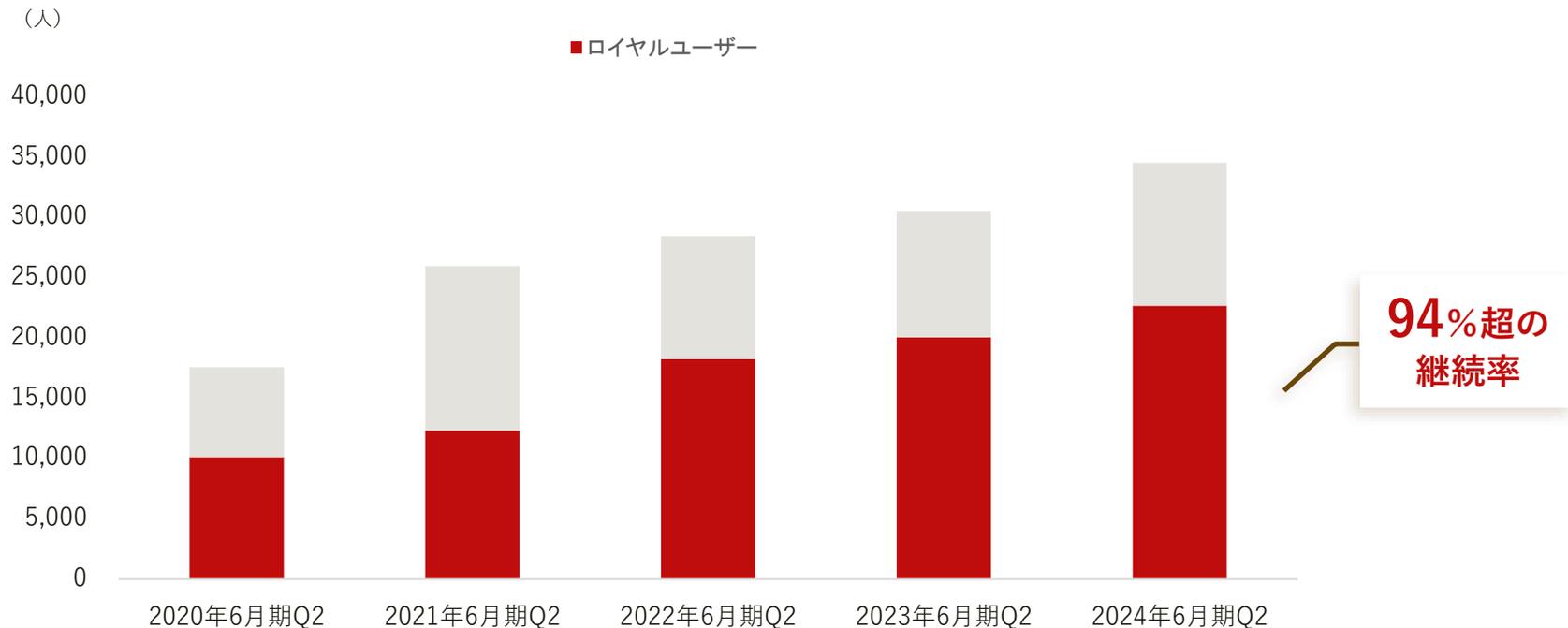
領域		第2四半期の状況
会員数の増加	既存会員の継続率改善	airCloset事業の継続率改善が持続。
	新規会員獲得効率の改善	2023年10-12月の獲得数は想定通りに推移。 コンバージョンレートの向上等により前年同期比で会員獲得効率は改善しているが、更なる改善が必要。
オペレーションの効率的な運営		オペレーションコストは安定して推移。
事業領域の拡大		Disney FASHION CLOSETが2023年10月にサービススタート、認知度向上に注力。 airCloset Mall事業も順調に拡大。 循環型物流プラットフォームの他社による活用の営業を強化。

2024年6月期第2四半期会計期間（2023年10-12月）の実績

- 四半期末会員数 34,501人（前年同時点比+13.0%）
- 売上高 1,059百万円（前年同期比+11.6%）
- 限界利益 604百万円（前年同期比+18.9%）、EBITDA 166百万円（前年同期比+238.7%）
- 既存会員の継続率改善による収益性の改善等に伴い、airCloset事業は営業損益の黒字を継続
- 四半期純損益 19百万円（前年同期は△50百万円の赤字）

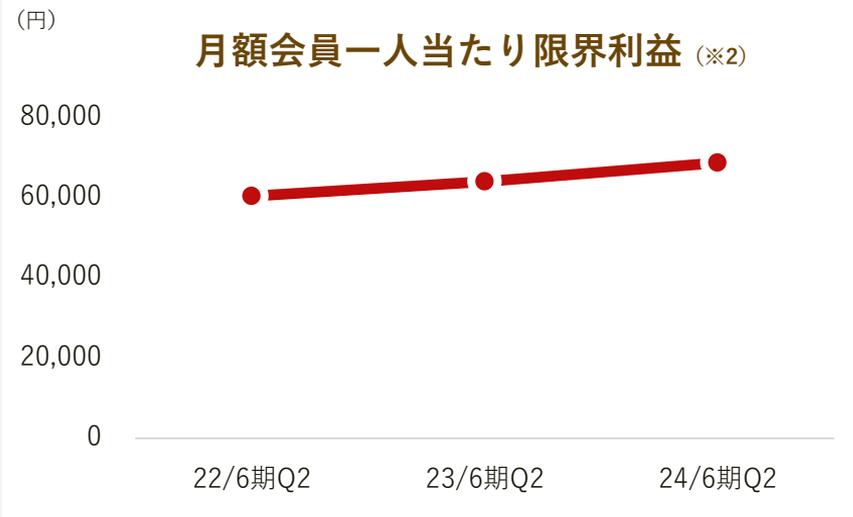
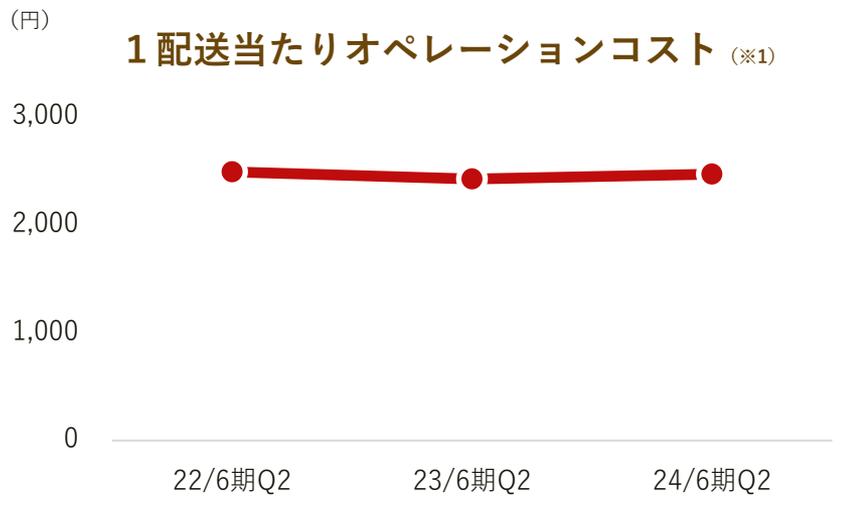
ロイヤルユーザー数の堅調な推移

利用期間6ヶ月超利用者（ロイヤルユーザー）の月次継続率は継続して94%超。
安定した成長の基盤を構築。



安定したオペレーション運営

効率的なオペレーション運営を継続し、オペレーションに係る費用は安定して推移。



※1 会計期間における倉庫移転に要する費用を除く物流費用の総額を、配送数で除すことで算出

※2 会計期間の売上高より、売上原価及び販売費及び一般管理費に含まれる変動費（オペレーションコスト、スタイリングコストなど）を控除（ただし、レンタル用資産償却費控除前）した金額に4を乗じた金額（年間換算額）を限界利益とし、airCloset事業の平均月額会員数で除すことで算出

業績概要 第2四半期会計期間 対前年同期比

主に月額会員数の増加に伴い、売上、限界利益は前年同期比増加。
収益性の向上により、営業利益は黒字で着地。

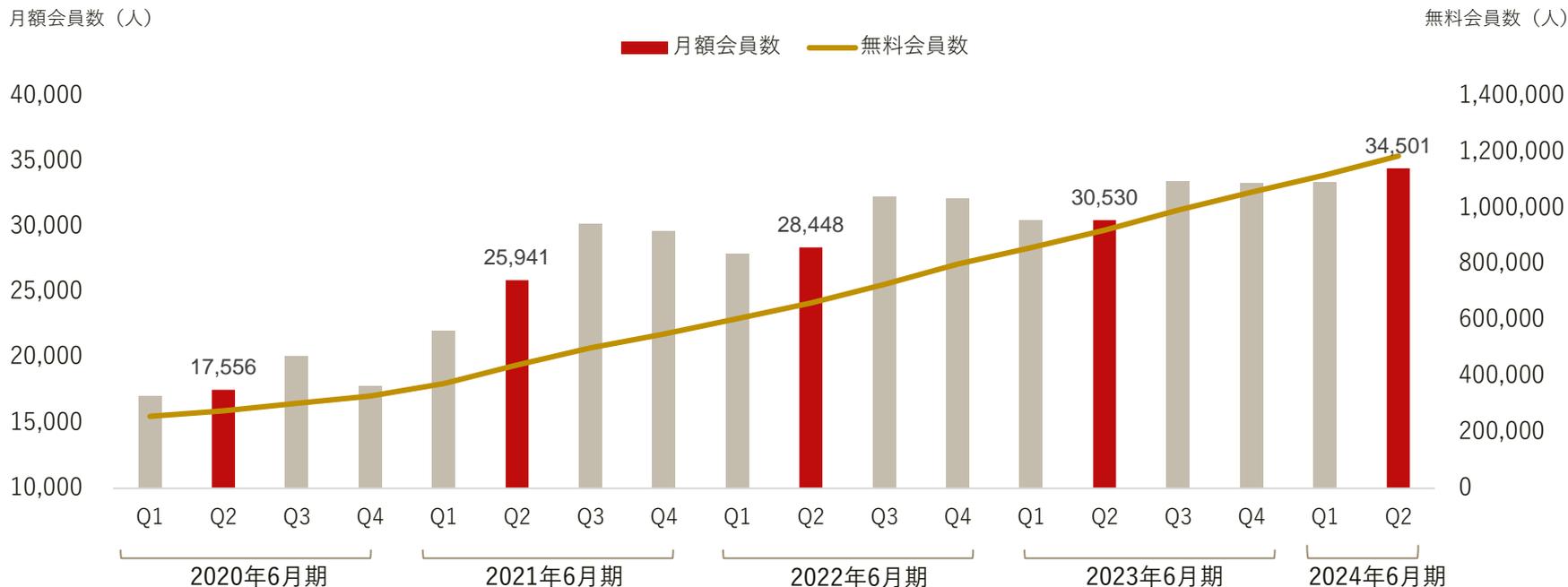
単位 (百万円)	2023/6期 第2四半期	2024/6期 第2四半期	増減率	2024/6期第2四半期会計期間について
売上	948	1,059	+11.6%	月額会員数の増加、airCloset Mall事業の拡大に伴い、前年同期比増加。
売上総利益	451	504	+11.8%	
売上総利益率	47.6%	47.6%		レンタル用資産償却費は増加しているものの、その他費用の増加幅を抑えることができたため、売上総利益率は前年同期比と同水準。 レンタル用資産償却費の増加要因についてはP32参照。
販売費及び一般管理費	496	481	△3.1%	airCloset Mall事業での費用増もあるが、広告宣伝費が効率改善により減少し、全体でも前年同期比減少。
(内 広告宣伝費)	196	165	△15.7%	
営業利益	△45	23	-	
営業利益率	-	2.2%		
経常利益	△50	19	-	
四半期純利益	△50	19	-	
四半期末会員数 (人)	30,530	34,501	+13.0%	
限界利益	508	604	+18.9%	
EBITDA	49	166	+238.7%	

会員数の推移

月額会員数の推移には季節性が存在。

当第2四半期末においても前年同時点比で成長を継続。

中期では月額会員数は、無料会員数の推移に回帰していく傾向。



販売費及び一般管理費の四半期推移

月額会員獲得の効率改善により、広告宣伝費が前年同期比減少。
販管費の対売上比率は前年同期比で**約7ptの大幅改善**。



限界利益及び営業利益の四半期推移

限界利益は、会員数の増加、費用抑制等に伴い、前年同期比で増加。

営業利益も収益性の改善に伴い、黒字転換。



業績概要 第2四半期会計期間 事業毎内訳

airCloset事業においても、会員数の増加に伴い、売上、限界利益が前年同期比増加。営業利益は収益性改善により黒字で着地。売上総利益率は償却費増（次ページ）を吸収し、前年同期比同水準。

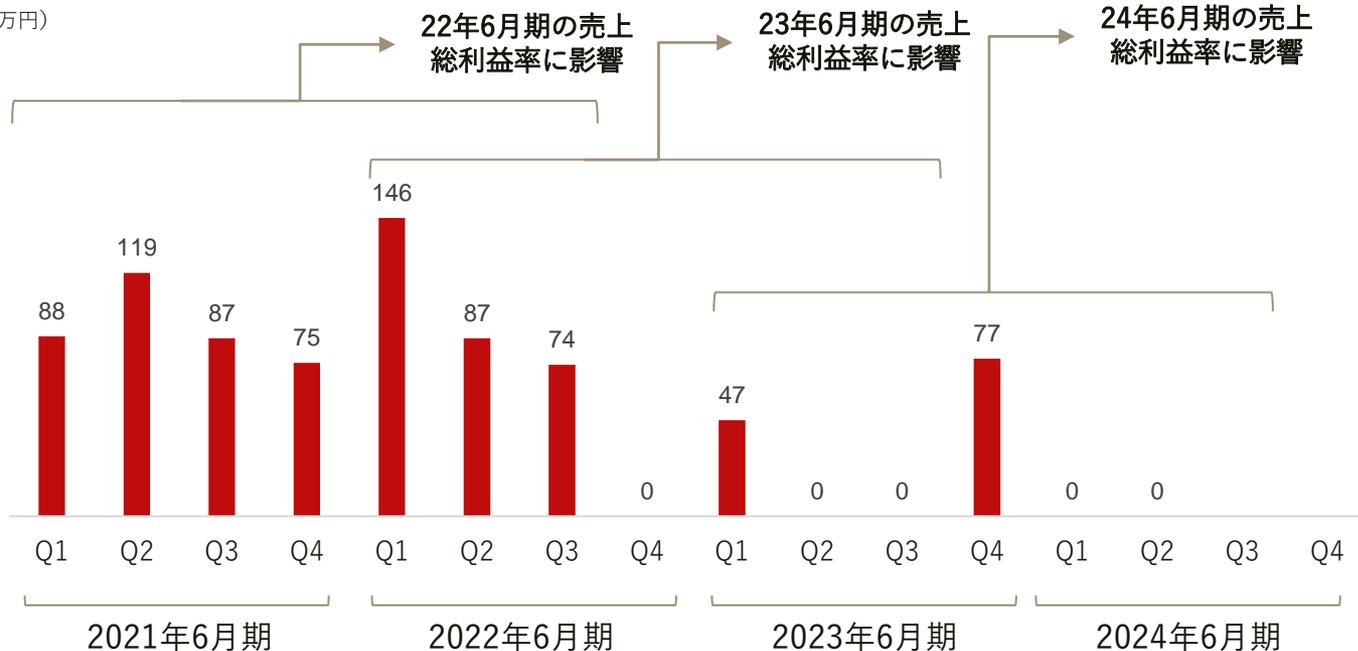
	2023/6期 第2四半期	2024/6期 第2四半期		
単位（百万円）	airCloset事業	airCloset事業	その他事業	合計
売上	883	970	88	1,059
YoY	+13.6%	+9.8%		
売上総利益	423	462	42	504
YoY	+14.0%	+9.2%		
売上総利益率	47.9%	47.6%	47.8%	47.6%
販売費及び一般管理費	454	412	68	481
（内 広告宣伝費）	176	142	23	165
営業利益	△30	49	△26	23
YoY	-	-		
営業利益率	-	5.1%		2.2%
四半期末会員数（人）	30,530	34,501		
限界利益	478	553	50	604
EBITDA	59	179	△13	166

※事業毎の各数値は監査およびレビューを受けておりません。

【売上総利益率】減損損失が損益に与える影響について

レンタル用資産（固定資産）として計上している洋服から減損損失が発生。減損損失は将来の一定期間における償却費、販売原価等に影響を与える。将来キャッシュフローの改善等により、減損損失が減少傾向にあり、対象時期の売上総利益率が低下する要因となる。

(単位：百万円)



※ 2022年6月期第2四半期以前の数値は監査およびレビューを受けておりません。

2024年6月期業績予想に対する進捗率

売上は通期計画が前期比+5%に対し、2Q累計で+11.9%と順調に推移。

各損益も計画を上回って順調に推移。

下期の新規会員獲得拡大に向けた施策の可能性を考慮し、現時点では業績予想を据え置き。

単位(百万円)	2023/6期 第2四半期累計	2024/6期 第2四半期累計	2024/6期	進捗率
	(実)	(実)	(計画)	
売上	1,796	2,009	3,926	51.2%
YoY		+11.9%	+5.0%	
営業利益	△74	31	△97	上回って進捗
経常利益	△108	23	△117	上回って進捗
当期純利益	△156	22	△119	上回って進捗

第3四半期以降の注力領域

- 収益性改善につながる事業基盤構築の継続
- airCloset Mall事業の引き続きの拡大
- 循環型物流プラットフォームの法人向け案件の開始に向けた準備、
営業活動の強化
- 倉庫移転プロジェクトの推進

3. トピックス

2024年6月期第2四半期主要プレスリリース（23/10/1～24/2/13）

- ディズニーアイテムのファッションレンタル『Disney FASHION CLOSET』が、レンタルスタート
- エアークローゼットのアプリ販売員向け衣服シェアリングの取り組みに、トゥモローランドが参画
- 全国約730店舗のサロンを展開するダイアナと業務提携
- ジュエリーのアップサイクル体験の機会を提供し、サステナブルファッションの楽しみ方を提案
- 年間でお客様から最も支持されたスタイリストを表彰する「airClosetスタイリストアワード2023」を発表
- 宅配ボックスを活用した非対面型交換配送の実証実験を開始

4. その他

当社における人的資本の現状

- サブスクリプションサービスの重要な観点である継続的な改善（再現性のあるPDCAサイクル）を実現するための組織構造を確立
- 持続可能な成長に向けた全社のエンゲージメント（組織との紐づき）の継続的なモニタリングと対策実施

airClosetの組織構造による強み

改善は再現性のあるPDCAサイクルを高速で回すことで実現。
ノウハウが集約され、共有される組織構造により改善を継続する。
また、サービス内容に直結する部署には女性社員を多く配置。

■ = 女性社員比率※2

機能単位

データ活用
ノウハウの集約



※PSG：パーソナルスタイリンググループ／MKG：マーケティンググループ／SCMG：サプライチェーンマネジメントグループ／CCG：カスタマーコミュニケーショングループ

※2 2023年9月末時点の正社員における女性社員比率 ※3 プロダクトグループのエンジニアにおける比率 ※4 プロダクトグループのデザイナーにおける比率

エンゲージメントスコアの把握と継続的な組織改善

従業員のエンゲージメントを企業成長における重要指標と捉え、2016年より測定を継続。最高レーティング（※）である「AAA」を維持することを目標として施策を実行。

エンゲージメントスコアの推移



平均偏差値50に対し、過去5回平均のモチベーション偏差値70以上を実現

【施策】

- 全社の向かう方向性をすり合わせる半年に1回の全社合宿「airCloset Boot Camp」
- 毎週の全社会議における代表天沼による考えのシェア（累計400回以上実施済み）
- ニックネーム制によるフラットなコミュニケーションの実現

etc.

広がるAI・データ活用の具体事例

様々な指標をデータ化しサービス品質の向上にむけたPDCAサイクルに活用。
AI活用によるUX（顧客体験）向上・効率化も図る。

	UX向上	効率化	
活用中	スタイリストマッチングシステム 相性のいいお客様とスタイリストの 最適な出会い	スタイリングサポートAI お客様情報の把握 洋服選びの補助	etc.
	商品開発 お客様の感想データに基づいた商品開発	物量予測 予測に基づいた人員配置	
研究開発中	生成系AIによるスタイリングコメント生成 品質の安定および作業効率化を図る		明治大学・高木研究室との 共同研究を実施
	洋服調達支援システム トレンド把握、調達予定アイテムの画像生成による品質向上および効率化		

サステナビリティについて

サステナビリティを重要テーマとして認識し、サーキュラーファッションの実現を推進。その他施策も特設Webページ (<https://corp.air-closet.com/sdgs/>) にて公開。

お洋服の 廃棄量削減

「**衣服廃棄ゼロ**」を
2022年2月に実現、以降継続

CO2排出削減・ 廃棄物排出抑制

ファッションレンタルサービスの
脱炭素・資源循環効果が
「**CO2排出削減19%・廃棄物排出抑27%**」
と推計※（2023年5月）

サステナブルな販売会 「エコセール」

レンタル提供を終了したお洋服を
会員様向け、
企業の従業員様向けに販売

アパレル販売員向け 衣類シェアリング

アパレル販売員の方が制服として
利用した商品を再活用

IRについて

引き続き投資家様向けの公平かつ的確なタイミングでの情報開示を意識して実施。今期については具体施策として下記を継続実施。

- 出来高の向上が注力事項

当社を知っていただくための個人投資家様向け会社説明会を積極的に開催する

- 各種説明会や投資家様との1on1MTGにおいて、代表の天沼が直接積極的にコミュニケーションを実施

- 双方向コミュニケーションを大切にし、質疑応答の時間確保等を実施

5. Appendix

airClosetの料金体系

月額料金プラン

＼まずは気軽にはじめたい／

月に一回3着届く

ライト

月額料金

¥7,800(税込)

月額料金

サイズ お届け着数
XS-L 3着



トップス2、ボトムス1

or



トップス1、ボトムス1
ワンピース1

＼こまめに色々試したい／

一回3着を何度でも

レギュラー

月額料金

¥10,800(税込)

月額料金

サイズ お届け着数
XS-L 3着



トップス2、ボトムス1

or



トップス1、ボトムス1
ワンピース1

＼一度にたくさん試したい／

月に一回5着届く

ライトプラス

月額料金

¥13,800(税込)

月額料金

サイズ お届け着数
XS-3L 5着



トップス3、ボトムス2

※トップス5点の場合も
ございます。

+

その他

販売・広告

レンタル中洋服販売

+

広告収入

オプション

ブランドセレクト※1

¥2,200~/回(税込)

スタイリスト指名

¥550/回(税込)

アクセサリー

¥1,100/回(税込) 他

※1 コーディネートに用いる洋服のブランドを指定できるオプション

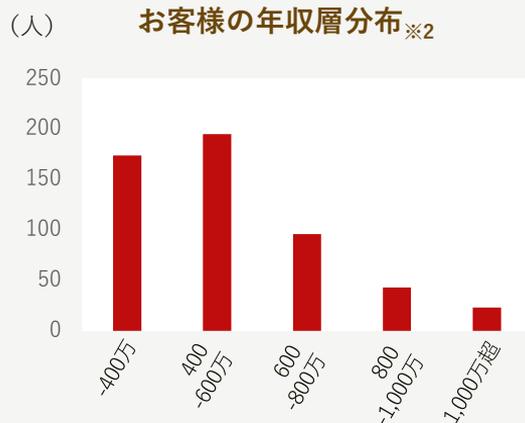
※ 別途、1回につき返送料330円(税込)

airClosetのお客様像（月額会員）

30代後半～40代が主、お仕事をされているお客様が90%超を占め、忙しく働く女性が中心。忙しい時間の中でもおしゃれを楽しめるパーソナルスタイリングに高い価値。

顧客層特性

顧客層の悩み(モノ選びが困難)



買い物に行きたくても行けなかった

71.6%※3

洋服のコーディネートや着こなしに迷ったことがある

92.0%※3

お仕事をされているお客様

94.0%※1

お子様がいるお客様

55.8%※3

※1 2023年6月時点お客様登録データより集計
※2 2021年10月実施のお客様アンケートより集計

※3 2022年4月実施のお客様アンケートより集計

収益構造

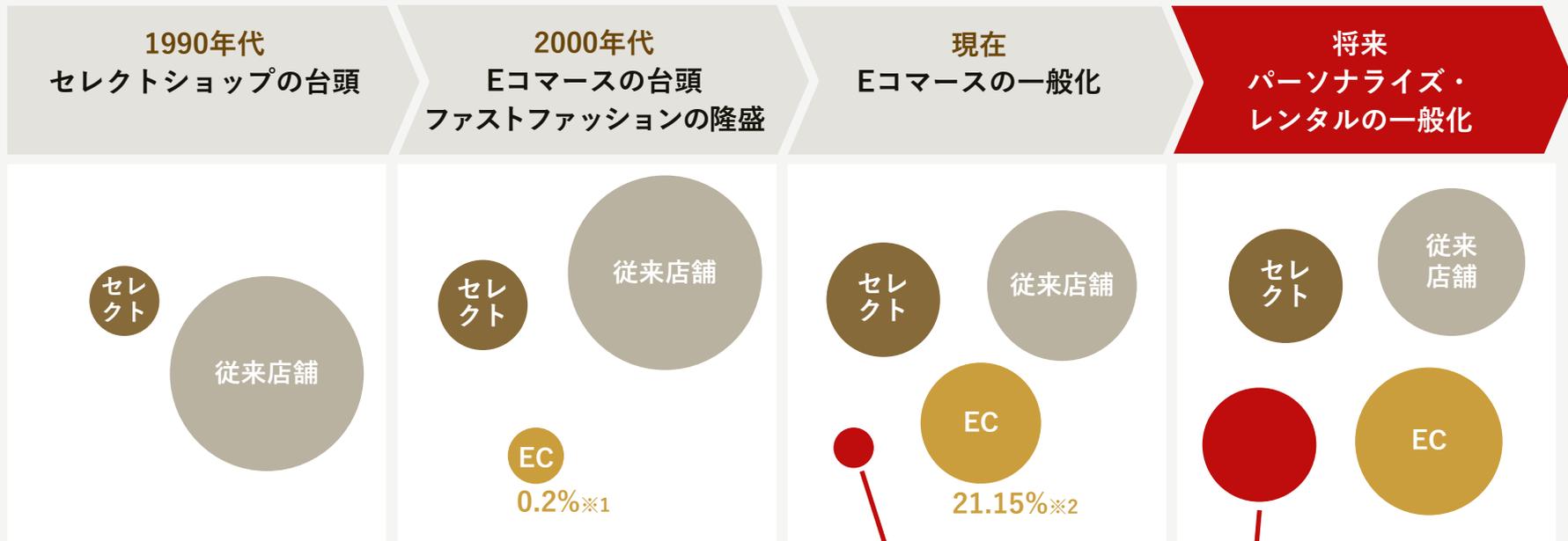
安定して発生するairCloset事業の月額会費および販売による売上が約85%※1を占める構造。
会員数の拡大、限界利益の最大化にまずは注力し、企業価値の向上を図る。



※1 2023年6月期

ファッション業界で進む消費の多様化

これまでもセレクトショップ・ECのように新しい消費の形が時代の流れと共に当たり前。今後、**情報の爆発的増加**、**サステナビリティ**の必要性という大きな潮流のもと、**パーソナライズ・レンタル**という消費の形が当たり前となっていく。



※各●のサイズは実際の市場規模ではなく、増減傾向を示す

※1 経済産業省 「平成17年度電子商取引に関する市場調査報告書」 衣料・アクセサリーのEC化率

※2 経済産業省 「令和3年度デジタル取引環境整備事業（電子商取引に関する市場調査）」 衣料・服装雑貨等のEC化率

損益計算書 推移

単位 (百万円)	2020/6期	2021/6期	2022/6期	2023/6期	2024/6期Q2 (累計)
売上	2,173	2,887	3,390	3,740	2,009
売上総利益	656	1,455	1,672	1,757	971
売上総利益率	30.2%	50.4%	49.3%	47.0%	48.3%
販売費及び一般管理費	1,067	1,417	1,724	1,945	940
営業利益又は営業損失	△411	38	△51	△188	31
経常利益又は経常損失	△419	29	△67	△229	23
当期純利益又は当期純損失	△715	△344	△378	△354	22
限界利益	882	1,484	1,884	2,016	1,153
EBITDA	△66	226	297	225	298

貸借対照表 推移

単位（百万円）	2020/6期	2021/6期	2022/6期	2023/6期	2024/6期Q2
流動資産	1,085	1,150	1,579	1,905	1,866
内) 現預金	778	789	1,139	1,451	1,399
固定資産	77	268	606	598	747
内) レンタル用資産	-	131	234	403	544
総資産	1,163	1,419	2,186	2,504	2,614
流動負債	930	921	661	959	1,045
内) 借入金	604	449	274	439	497
固定負債	80	456	1,201	986	986
内) 借入金	60	435	1,174	960	960
負債合計	1,011	1,378	1,863	1,946	2,032
純資産合計	152	41	323	557	582
負債純資産合計	1,163	1,419	2,186	2,504	2,614

キャッシュ・フロー計算書 推移

単位（百万円）	2020/6期	2021/6期	2022/6期	2023/6期	2024/6期 Q2
営業活動によるキャッシュ・フロー	62	353	156	479	379
内) 減価償却費	344	187	348	413	267
内) 減損損失	296	371	308	125	-
投資活動によるキャッシュ・フロー	△793	△797	△1,029	△907	△489
内) 有形固定資産の取得による支出	△782	△794	△817	△877	△492
財務活動によるキャッシュ・フロー	1,190	454	1,223	540	58
現金及び現金同等物の増減額	459	10	350	112	△51
現金及び現金同等物の期末残高	778	789	1,139	1,251	1,199

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記述が含まれています。これらの記述は、当該記述を作成した時点における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を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包しております。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暗黙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。

これらの将来展望に関する表明の中には、様々なリスクや不確実性が内在します。すでに知られたもしくは、未だに知られていないリスク、不確実性その他の要因が、将来の展望に関する表明に含まれる内容と異なる結果を引き起こす可能性があります。

また、本資料に含まれる当社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、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものでもありません。