



# 2019年12月期決算説明資料 及び中期経営計画

---

株式会社ピアラ（東証マザーズ 7044）  
2020年2月13日

# 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



# 事業コンセプト



クライアントのKPIを保証し、マーケティング効果を最大化  
手数料の契約から成果報酬へ

**マーケティング  
コミットカンパニー**

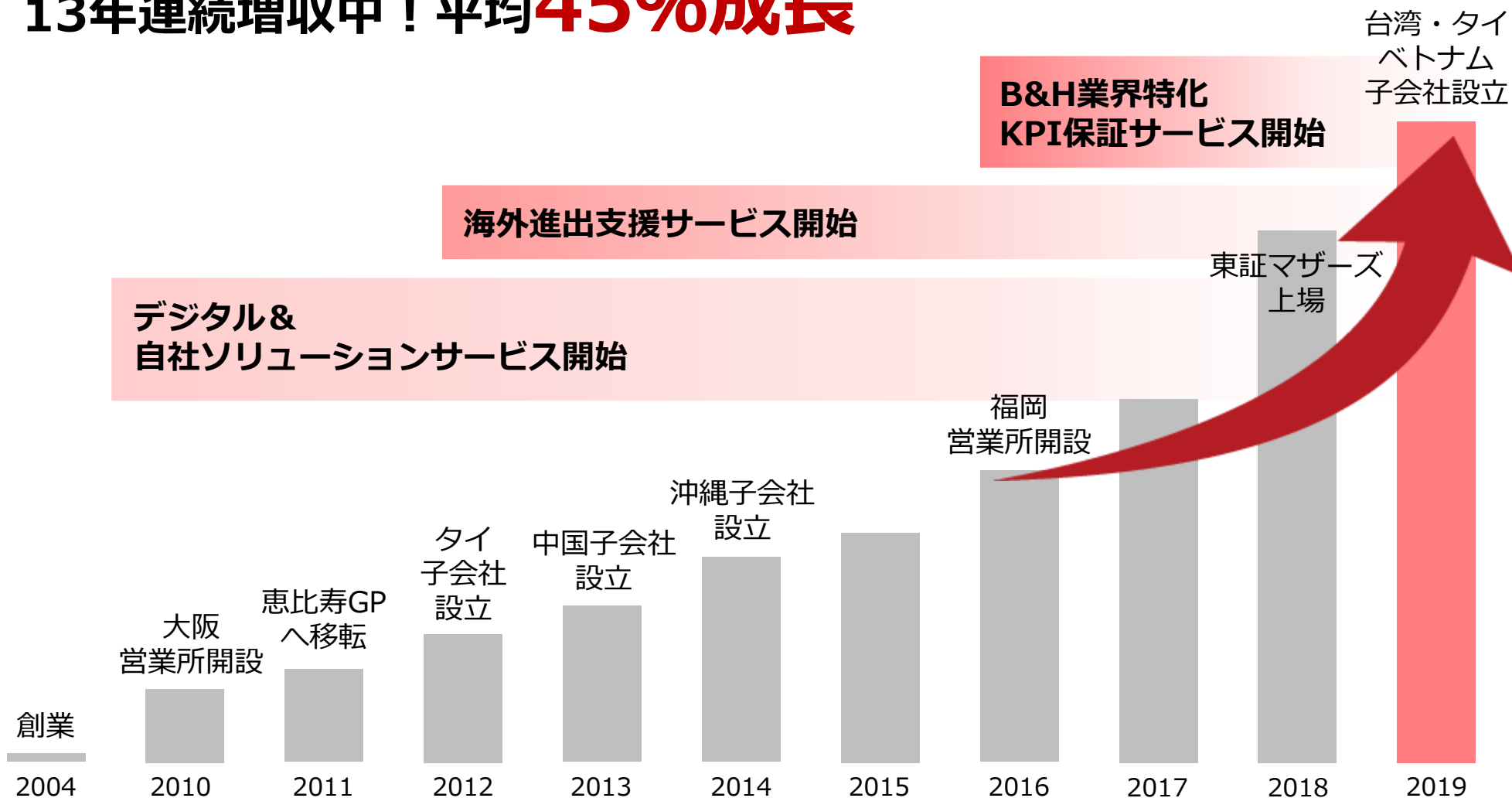
ピアラはビューティ &ヘルス及び食品市場を中心に、ECを運用する企業に対し、  
マーケティング支援を行っております。

購買行動に大きく影響する人の悩みに着目し、過去の成功モデルを体系化した  
悩み別データと分析システムを活用し、企業のマーケティング効果を  
最大化、KPIを保証します。

# ピアラの成長の歴史

特化型DMPと専門コンサルティングで結果をコミット

13年連続増収中！平均**45%成長**



# 会社概要 (2019年12月末現在)

社 名 株式会社ピアラ

設 立 2004年3月24日

資 本 金 847百万円 (2019年12月末現在)

公 開 市 場 東京証券取引所マザーズ  
(証券コード: 7044)



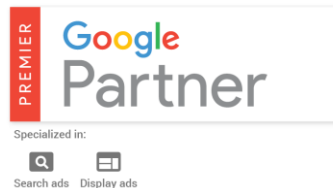
事 業 内 容 ECマーケティングテック事業、広告マーケティング事業

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

代 表 者 代表取締役社長 飛鳥 貴雄

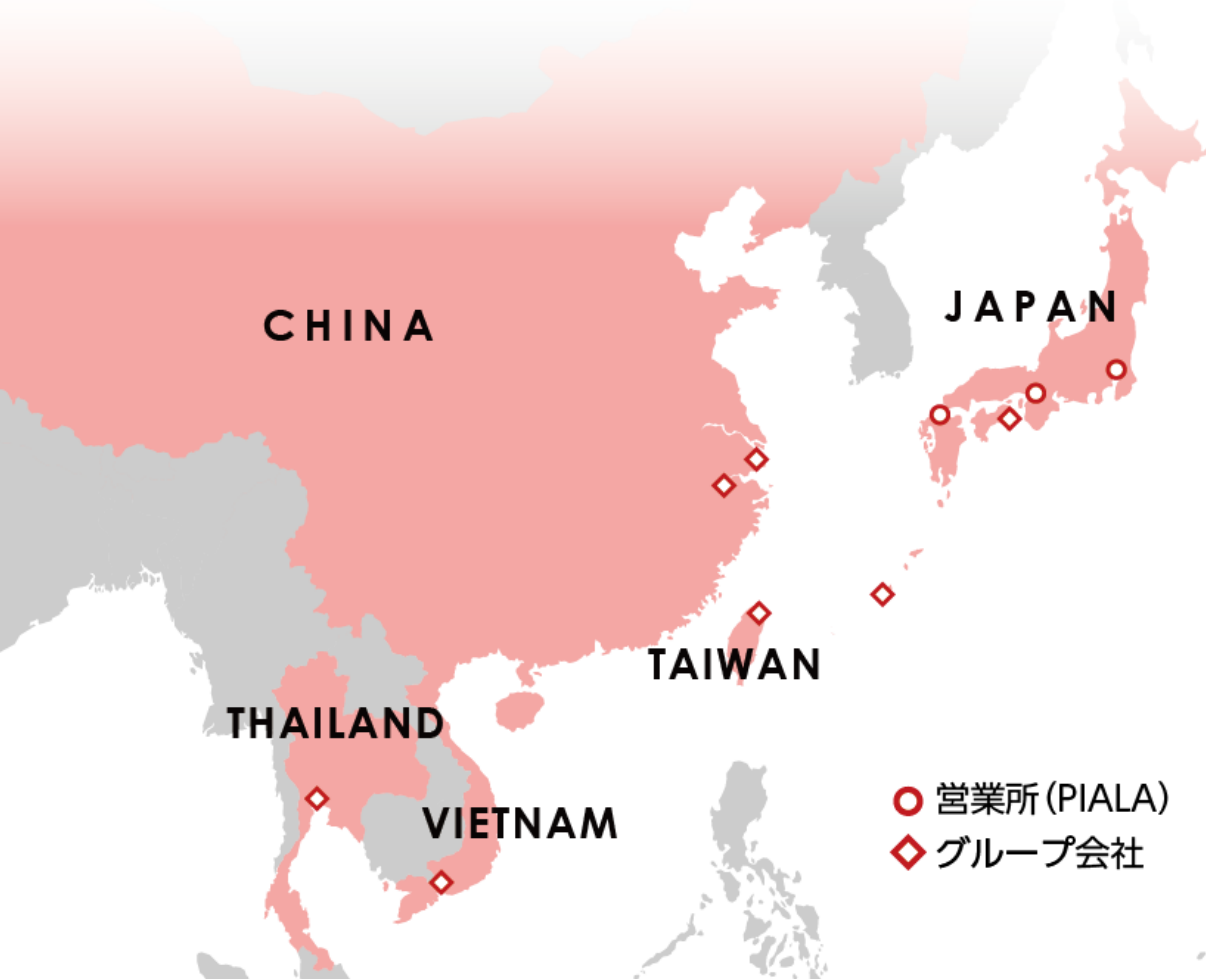
連結子会社 PIATEC(Thailand)Co.,Ltd.、比智(杭州)商貿有限公司、  
株式会社PIALab.、台湾比智商貿股份有限公司、  
CHANNEL J (THAILAND) Co., Ltd.

従 業 員 数 168名 (グループ合計/2019年12月末現在)



# グローバルネットワーク

PIALAグループは日本の株式会社ピアラを中心に、中国、台湾、タイ、ベトナムにも拠点を持つ**グローバルマーケティング企業**として展開しています。



## JAPAN

**PIALA** 株式会社ピアラ  
Smart Marketing for Your Life **JAPAN** TOKYO | OSAKA | FUKUOKA

**PIALab.** 株式会社 PIALab.  
**JAPAN** OKINAWA | TOKUSHIMA

## ABROAD

**PIATEC** PIALA Technology **PIATEC(Thailand)Co., Ltd.**  
**THAILAND** BANGKOK

**Channel J** チャンネルJ **CHANNEL J (THAILAND) Co., Ltd.**  
**THAILAND** BANGKOK

**PG 比智** PG-TRADING CO., LTD. **比智 (杭州) 商貿有限公司**  
**CHINA** HANGZHOU | SHANGHAI

**PG TWN** PG-TRADING (TAIWAN) CO., LTD. **台灣比智商貿股份有限公司**  
**TAIWAN** TAIPEI

**PG vnm** PG-TRADING (VIETNAM) CO., LTD. **PG-Trading (Vietnam)Co., Ltd.**  
**VIETNAM** HO CHI MINH

# アジェンダ

## 1. 2019年12月期連結決算

1 第4四半期トピックス	P7
2 2019年12月期業績報告	P13
3 セグメント別売上高の推移	P15
4 連結売上/売上総利益 四半期推移	P16
5 連結貸借対照表	P17

## 2020年12月期-2022年12月期 2. 中期経営計画

1 中期経営計画	P18
2 市場環境	P20
3 中期戦略概要	P24
4 個別戦略	P37
5 2020年12月期業績見通し	P48



1.2019年12月期連結決算

**1-1. 第4四半期トピックス**

---

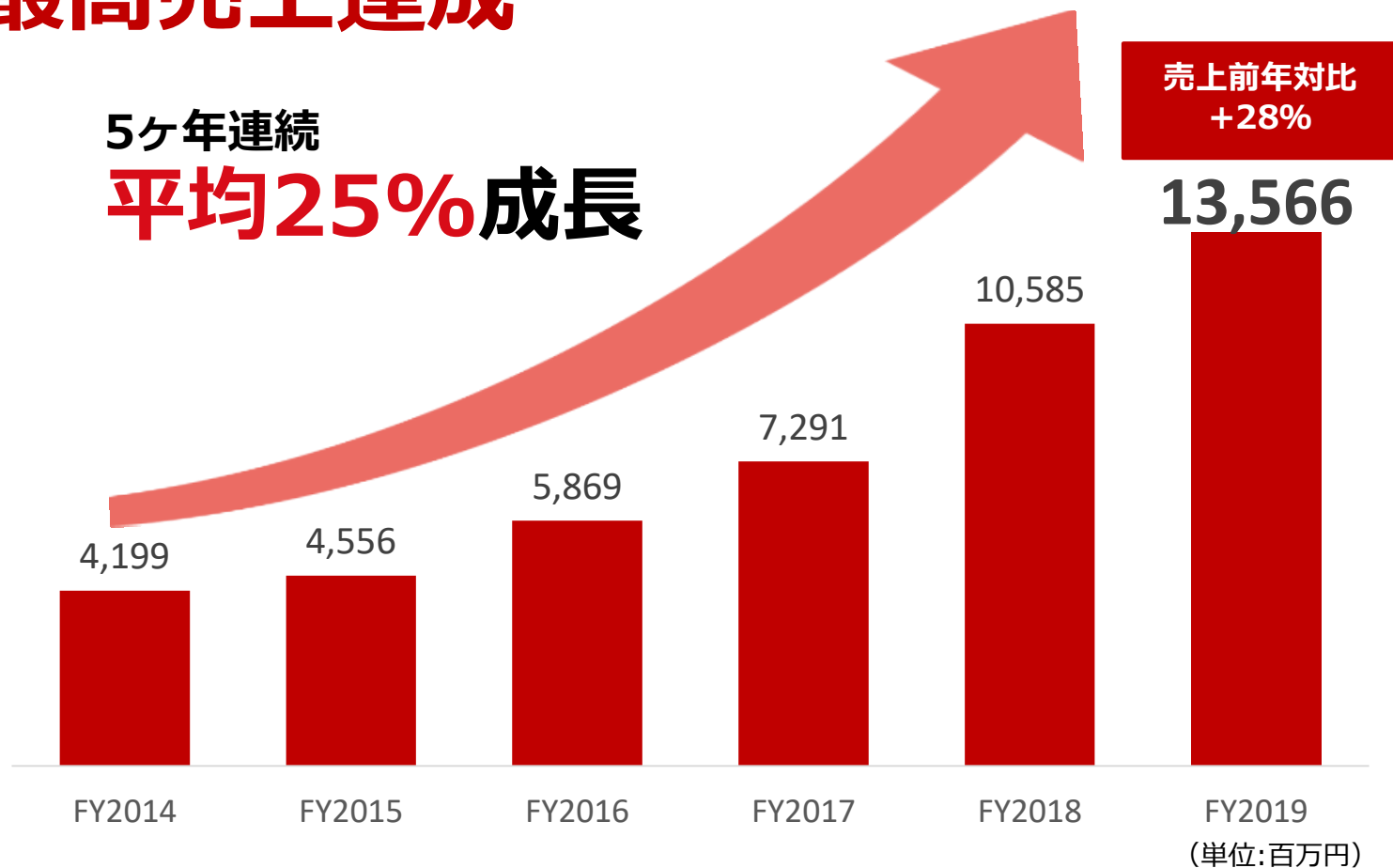


# 売上高順調に推移

売上前年対比 **+28%**

過去最高売上達成

5ヶ年連続  
平均**25%**成長



# 第4四半期トピックス

## 総括

売上高 : 3,883百万円 前期比**56.3%UP**  
営業利益 : 151百万円 前期比**165.6%UP**  
Q4累計は10月度に過去最高売上15億円を達成し、  
売上高、営業利益共に過去最高を更新

## 資本業務 提携

バイオテクノロジーメーカーの株式会社サラヴィオ化粧品  
と資本業務提携し、通販領域でマーケティング支援及び  
特許取得の温泉藻類を活かした新たな商品開発を行う

## 海外 業務提携

ベトナムのソンキムグループの子会社であるソンキムリ  
テールと業務提携を行い、テレビショッピングとECに日本  
の商材を提供

## Premier Google Partner 認定

Google AdWordsアカウントを管理するマーケティング  
支援の活動が評価され、「検索」部門において認定  
取得済み部門が2部門のため「Premier」を取得

# サラヴィオ化粧品の資本業務提携

## 本提携の目的

B&H、食品領域に特化したピアラが、バイオテクノロジーメーカーであるサラヴィオ化粧品のKPIをコミットすることで価値を向上させ、相乗効果を狙う

## 今後について

- ◆ KPI保証サービスによるマーケティング支援
- ◆ サラヴィオ化粧品が保有する成分「温泉藻類<sup>®</sup>RG92」を基に、『BEATMAKER』においてマーケティングデータからトレンドを分析、商品開発し、他社にも提供を行う予定

※「温泉藻類<sup>®</sup>RG92」とは  
大分県別府市別府温泉にて藻類研究所の研究員によって発見された、温泉の藻。抗炎症作用、酸化や糖化ダメージの抑制も確認されており、天然のアンチエイジング成分であることも世界的学会で発表されています。



# グローバル事業 ソンキムリテールと業務提携

ベトナムの財閥であるソンキムグループの子会社ソンキムリテールと業務提携を行い、テレビショッピングとECに日本の商材を提供。**今後も地場の有力企業との提携を強める**



# 株主優待制度の開始

## 1.株主優待制度の対象となる株主様

毎年12月31日現在の当社株主名簿に記載または記録された、100株以上を保有している株主様を対象として、株主優待制度を実施

## 2.株主優待の内容

下表のとおり、毎年12月31日現在の継続保有期間に応じて、優待品（QUOカード）を年1回贈呈



保有期間	株主優待
每期12月31日を起算日として保有期間1年未満	1,000円分のQUOカード
每期12月31日を起算日として保有期間1年以上	1,500円分のQUOカード

## 3.贈呈時期

定時株主総会終了後の毎年3月下旬にお送りする「定時株主総会決議ご通知」に同封を予定。



1. 2019年12月期連結決算

**1-2. 2019年12月期業績報告**

---

# 通期業績報告

通期の経常利益は過去最高の**4.07億円**

前期比**+35.4%UP** 予算比**+4.6%UP**

**売上高と営業利益共に過去最高を更新**

連結PL (単位：百万円)	通期実績（累計）		前期実績（累計）		前期比
	実績	構成比	実績	構成比	
売上高	13,566	100.0%	10,585	100.0%	128.2%
営業利益	408	3.0%	324	3.1%	125.6%
経常利益	407	3.0%	300	2.8%	135.4%
当期純利益	311	2.3%	192	1.8%	161.8%

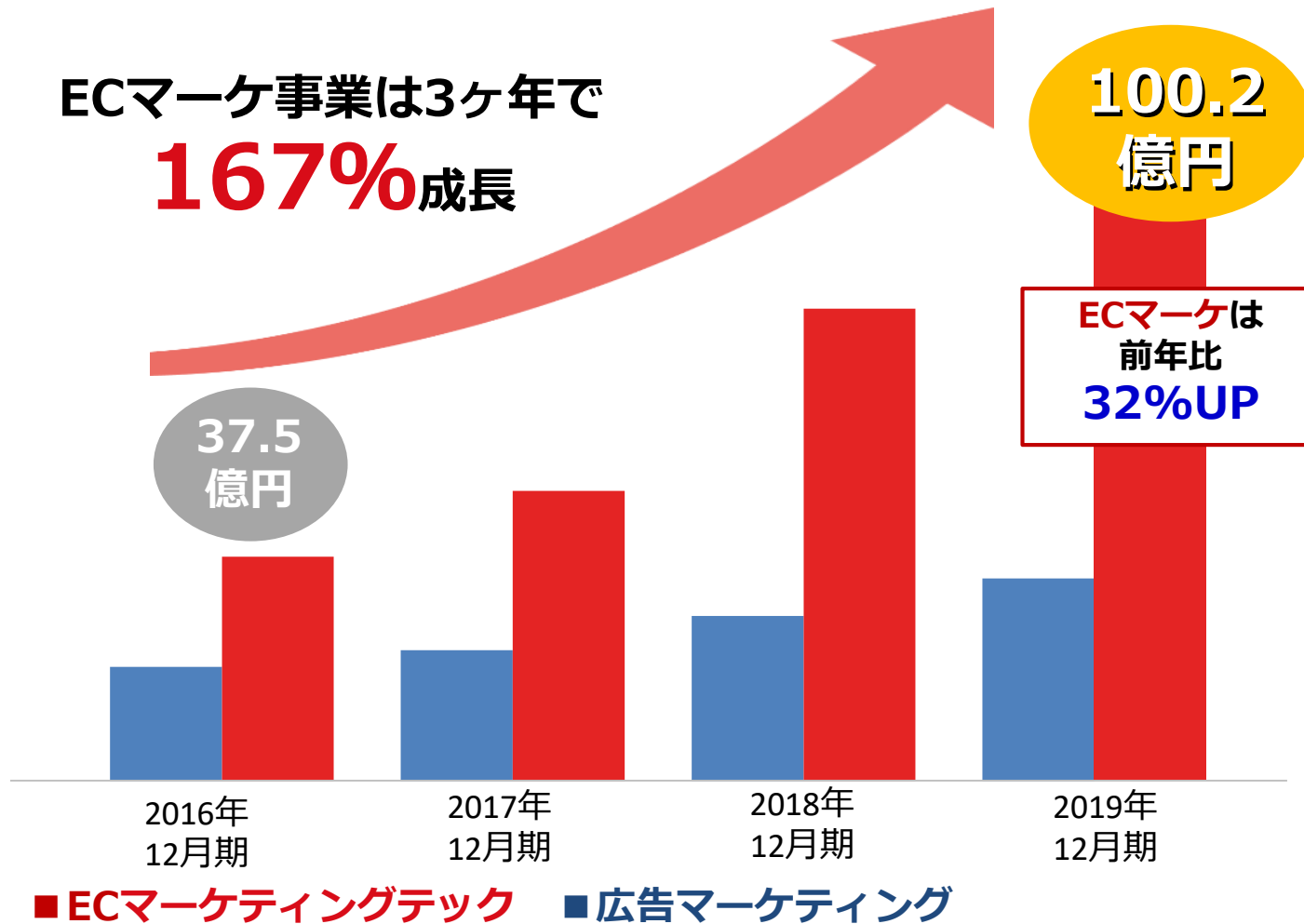
# セグメント別売上高の推移

ECマーケティングテック事業は急速に成長中

KPI保証サービス **100億円突破**

ECマーケ事業は3ヶ年で

**167%**成長

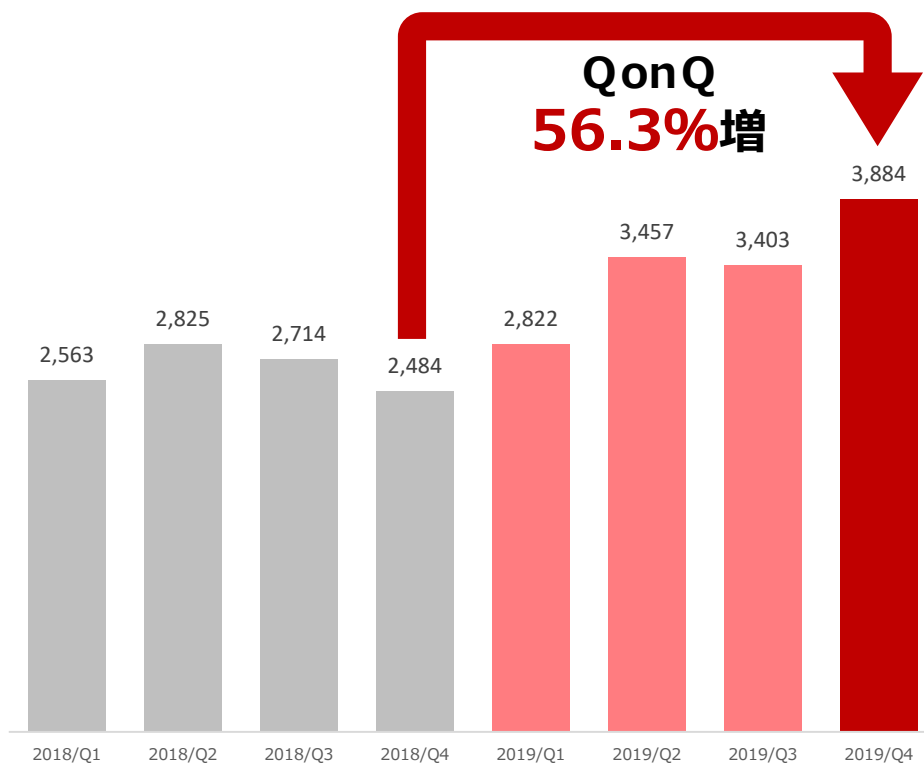




# 連結売上/連結売上総利益 四半期推移

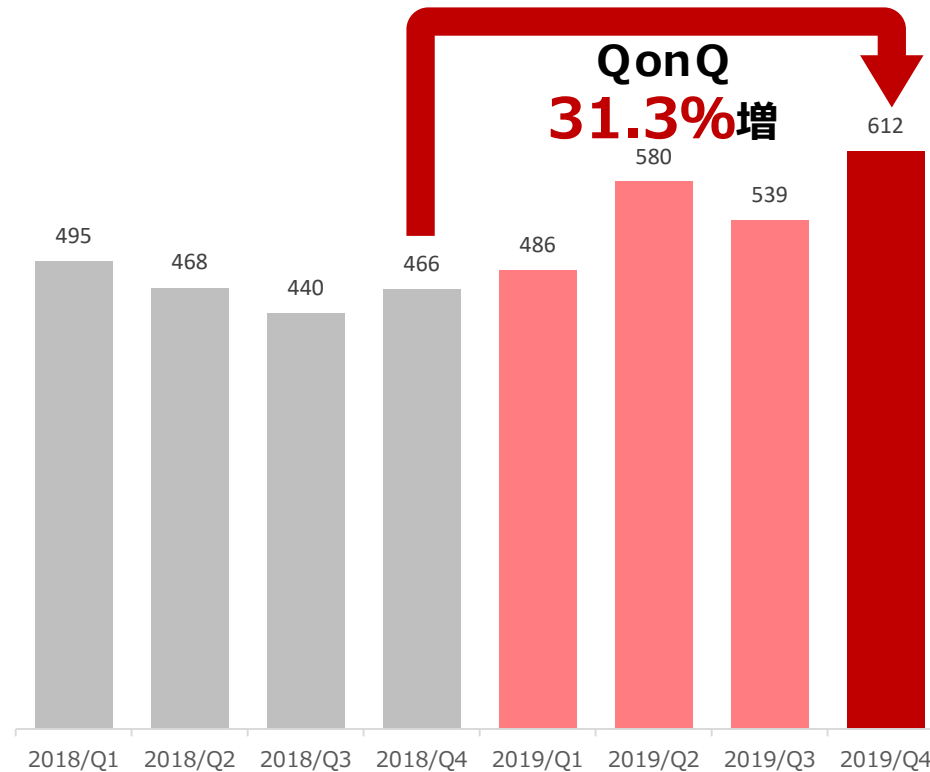
- ◆ 2019年度第4四半期連結売上高は前年Q比56.3%増
- ◆ 2019年度第4四半期連結売上総利益は前年Q比31.3%増

— 連結売上高推移 —



(単位:百万円)

— 連結売上総利益推移 —



(単位:百万円)

# 連結貸借対照表

- ◆ 自己資本比率は**44.4%**で安定した財務状態
- ◆ Q2より繰越利益剰余金がプラス

	2018年12月末	2019年12月末	増減額
流動資産	2,733	3,460	727
固定資産	379	741	362
有形固定資産	22	95	73
無形固定資産	138	116	△22
投資その他の資産	218	530	312
資産合計	3,112	4,202	1,090
流動負債	1,394	2,198	804
固定負債	174	134	△40
負債合計	1,568	2,333	765
純資産合計	1,544	1,869	325
負債純資産合計	3,112	4,202	1,090

(単位:百万円)



## 2.2020年12月期-2022年12月期 中期経営計画

---

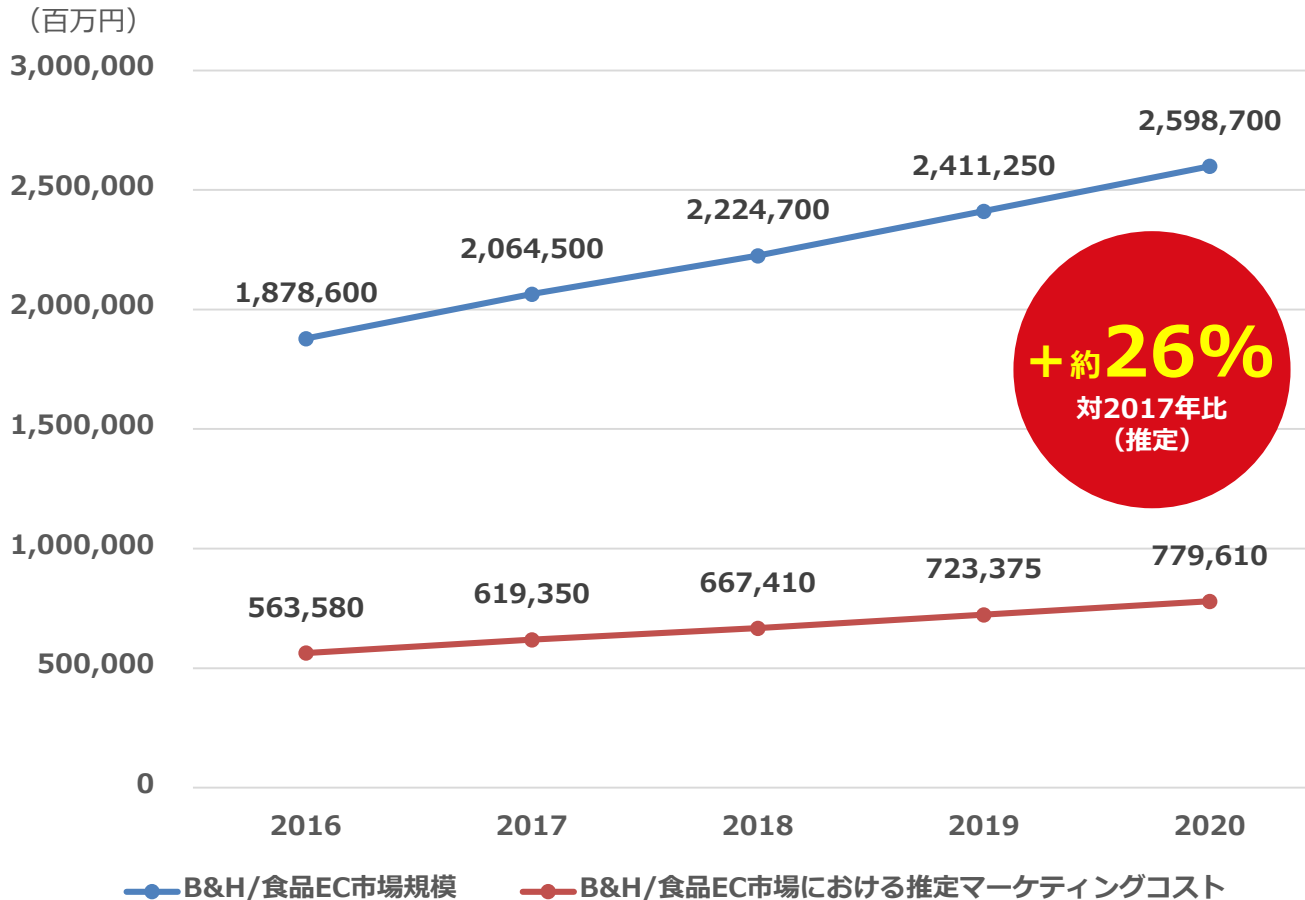
# 今、通販業界が デジタルへトランスフォーメーションする

マーケティングは過渡期に入っています。以前は消費者の主な購買指針はメディアによる宣伝や価格でしたが、今はスマホで検索をし、自分にとって価値があるかどうかを判断した上で購入するようになりました。また、購入対象もモノではなくコトにも寄ってきており、市場が拡大。デジタルの波は今まで距離を置いていた街中のお店にも浸透してきています。

マーケティング自体が、かつてないほど大きく変化してきているのです。通販業界も個々の価値へのアプローチ、そしてさらなるデジタルの活用が必要になってきている中で、大きな変革が求められています。

# ビューティ & ヘルス及び食品市場推移

ビューティ & ヘルス及び食品市場規模は3ヶ年で約26%増見込み



市場規模は毎年  
+6~8%程度で  
拡大見込み

2020年には、  
約2,6兆円まで  
成長見込み

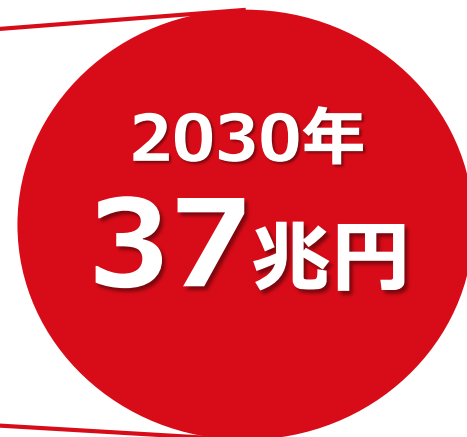
マーケティング  
コストが30%以上  
で重要性が高い

※ ビューティ & ヘルス及び食品市場規模は「通販・e-コマースビジネスの実態と今後2019」（富士経済）より「ビューティ他」「健康食品・医薬品」「食品・産直品」の3市場の合算。2018年は見込み、2019～20年は予測数値。

※ 推定マーケティングコストは上記EC市場規模（販売額）の30%で弊社にて算出。

# ヘルスケア産業市場推移

人生100年時代に伴い、国内外の健康維持・管理サービスが今後も成長。モノだけではなくコト市場も急速に拡大と予想



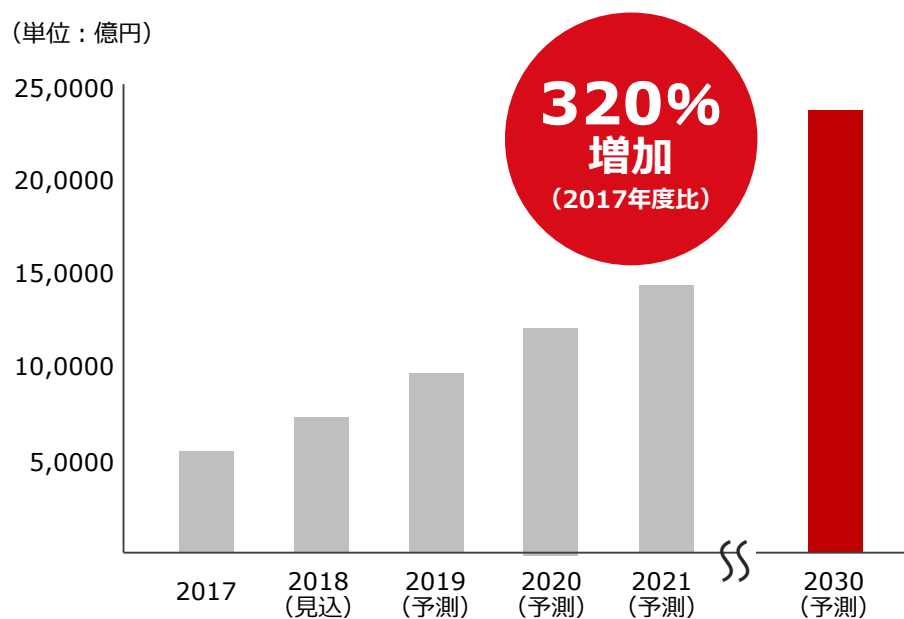
出典：日本再興戦略

# 国内のDX市場、世界の越境EC市場

国内のDX市場は、2030年2兆3,687億円に拡大する見込み  
 世界の越境EC市場は、2020年109兆円に到達と予測

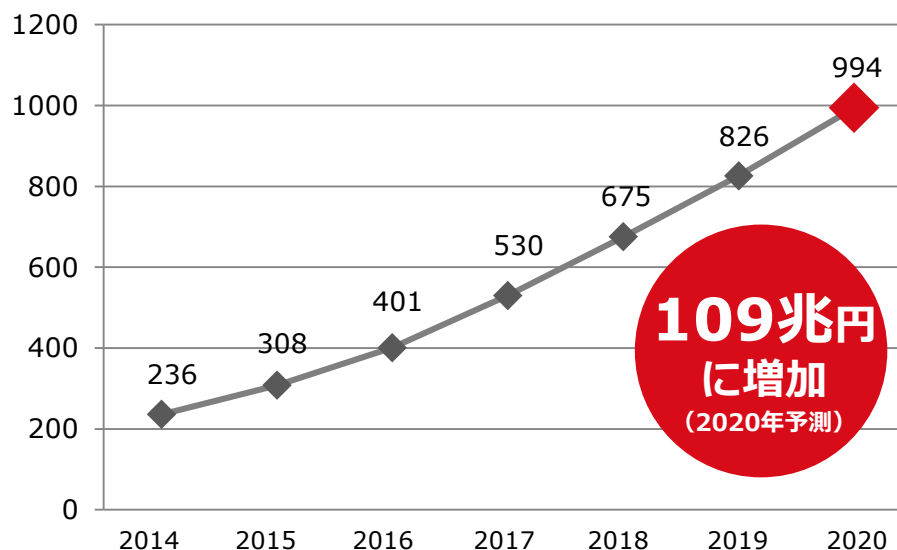
## ■ 国内のDX市場

(単位：億円)



## ■ 世界の越境EC市場規模

(単位：10億ドル)



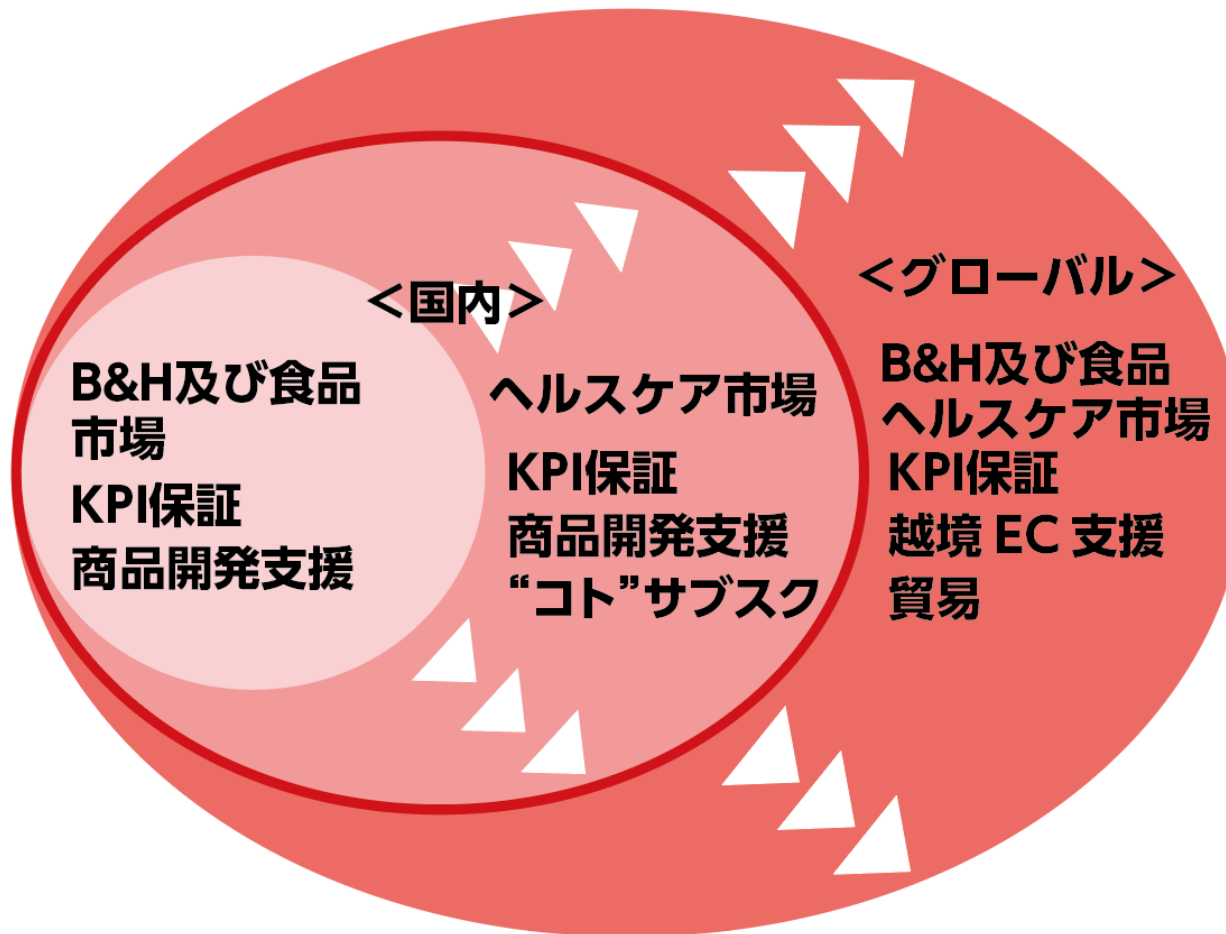
※DX=デジタルトランスフォーメーション

出典：2018 デジタルトランスフォーメーション市場の将来展望2019  
 (富士キメラ総研)

出典：通商白書2019 (経済産業省)

# 中期的戦略市場の拡大

医療の手前までのサービスはすべて対象として、ヘルスケア市場への本格進出、グローバル展開する企業支援を強化  
予防医療を含めたモノ・コトサービス企業のマーケティングを支援







## 2.2020年12月期-2022年12月期中期計画

### 2-1. 中期戦略概要

---

ピアラの優位性①

# 業界特化型KPI保証サービス

800社以上の実績を  
蓄積した独自データ

×

AIと独自の  
マーケティングシステム



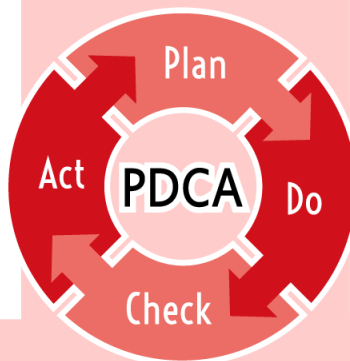
各種  
悩み別データ



RESULT MASTER

確度の高いマーケティング予測を可能に！

手法の発見



予算配分の最適化

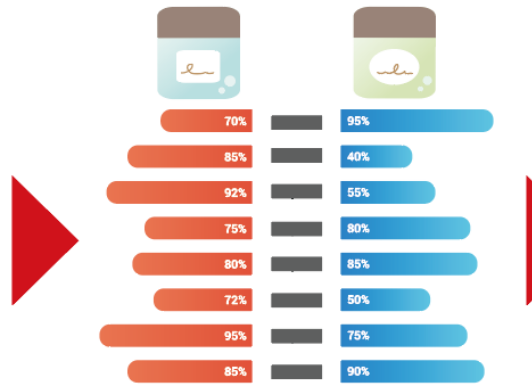
【KPI保証】という唯一無二のサービスを  
ヘルスケア、ビューティ、食品市場に提供

# 悩みデータによるAI予想プランニング

B&H及び食品領域の消費者は、「血圧を下げたい」「しわを減らしたい」など、悩み解決への思いから購入意欲が生まれます。人の悩みは変化が少ないため、過去のデータから予測することで再現性が高く効果の高い施策実行と予算配分が実施可能。



悩み解決への思いから購入意欲へ



過去データより類似施策の成功パターンを応用



手法を最適化



適切な予算配分

確度の高いマーケティング策定によりKPI保証を実現

# 悩みデータ活用事例

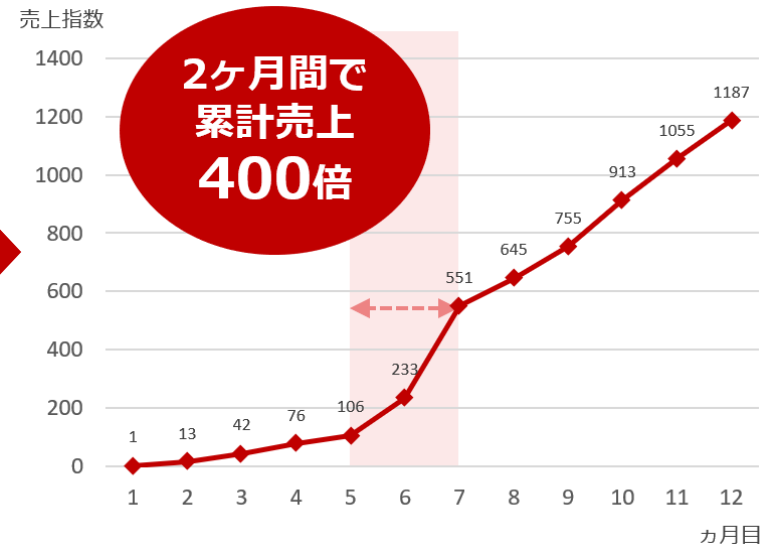
16年蓄積したコンサルティングのノウハウにより、購買に関わる重要要素をタグ付けし分類。

独自AIと800社以上のデータから、最も効果が出る手法の最適化とマーケティング予算配分を予測し、ヒット商品を生み出す

業種：コスメ  
価格：10,000円台  
悩み：シミ・くすみ  
形状：化粧水  
+  
ポイントとなるタグ

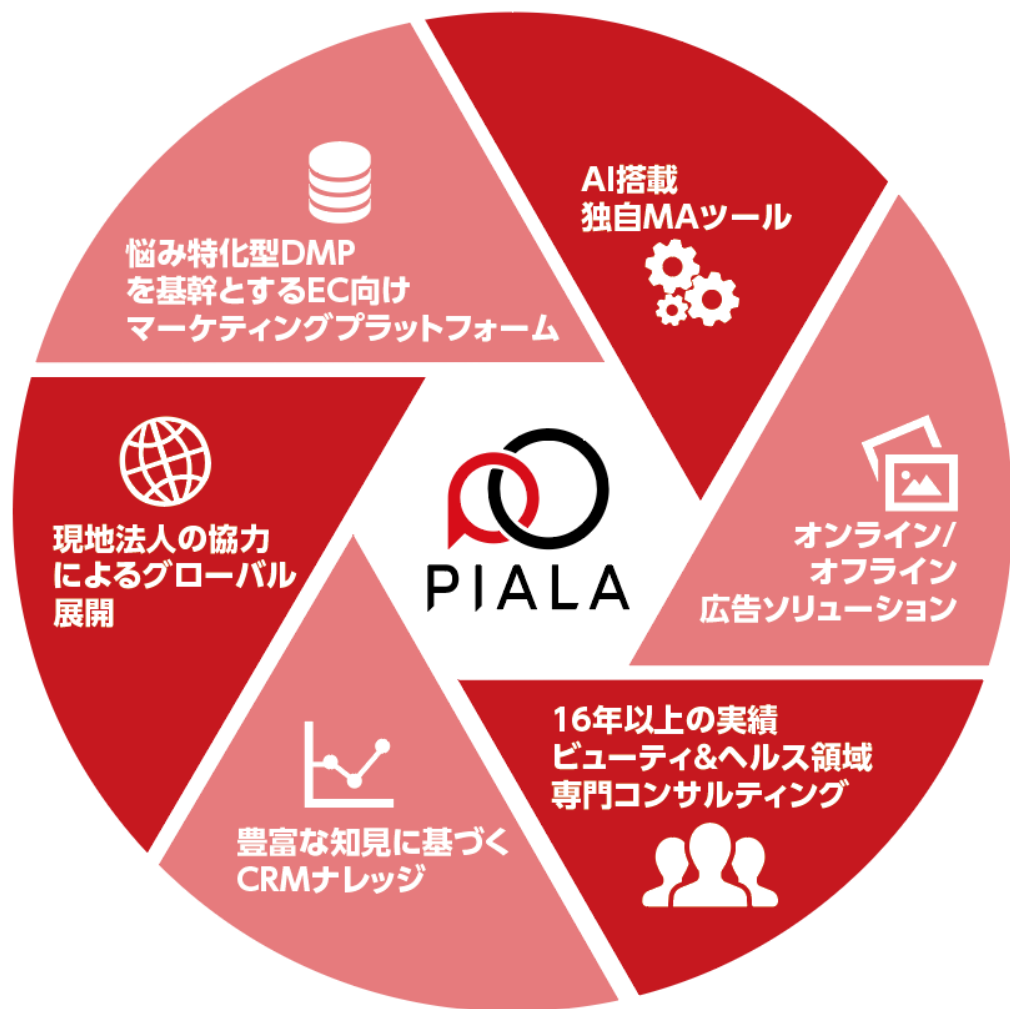


類似データを基に  
手法を最適化



# マーケティング支援対応範囲の広さ

クライアントの課題を解決する、新規顧客開拓、既存顧客育成、インフラ、海外進出など一気通貫の専門ソリューションを保有



## 自社ソリューション/サービス

RESULT MASTER

RESULT PLUS

RESULT EC

BeMatch

おもてなしモール

ロボットの  
オートコール

BEATMAKER

oofu concierge  
有明コンシェルジュ

DM Concierge  
コンシェルジュ

Buzz minutes

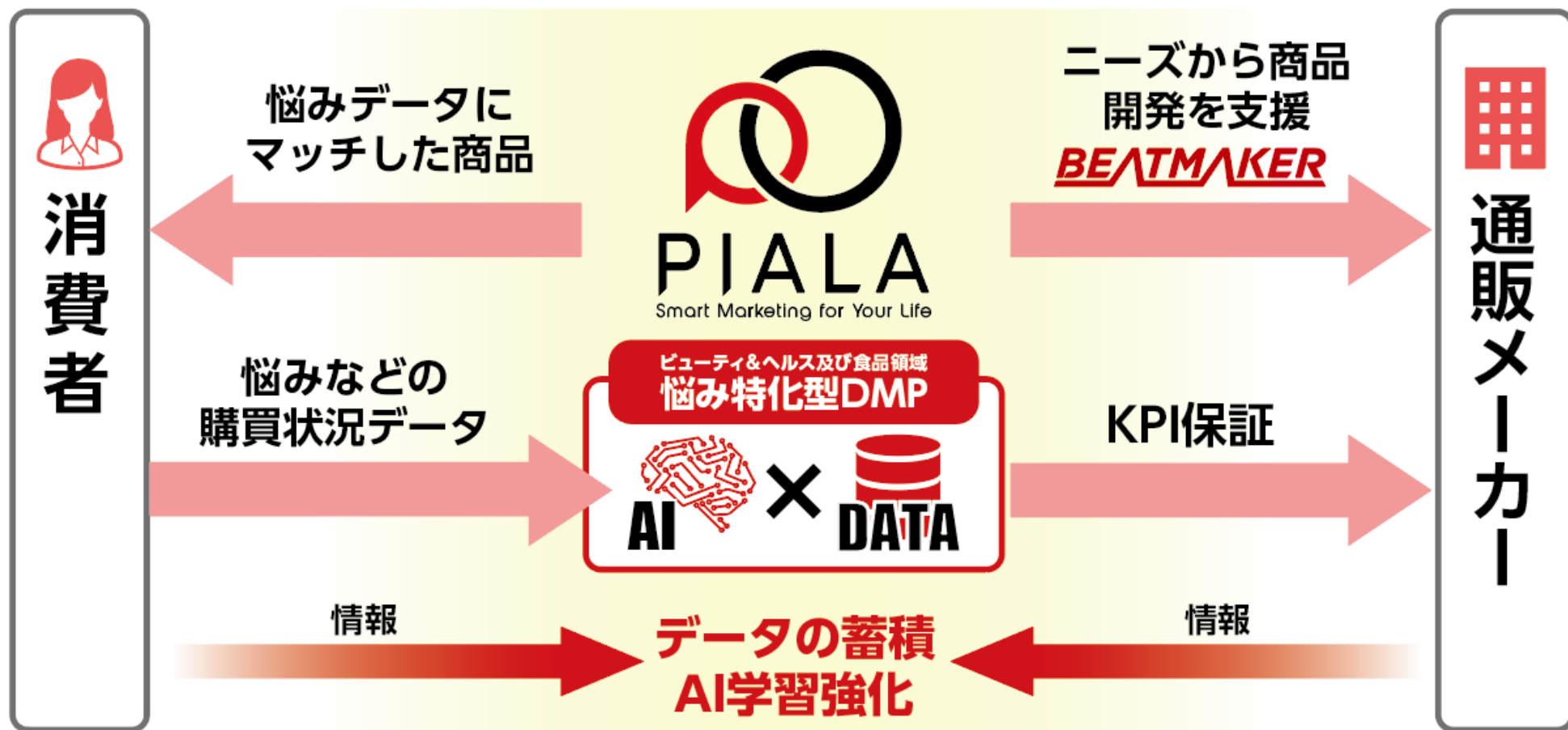
## 子会社ソリューション/サービス

中国進出  
コンシェルジュ.com  
CHINA MARKET CONCIERGE

Channel J  
チャンネルJ

# ピアラの中期戦略方針

メーカーへのマーケティング支援から、**消費者の悩み(ニーズ)** と **メーカーをつなぐマッチング**の役割へシフト。消費者に適切な商品  
品を、企業にはヒット商品を生み出す



# 中期経営計画のゴール

## 中期 ビジョン

ユーザーに寄り添ったヘルスケア&ビューティ  
食品領域におけるNO.1ヒットメーカーへ

## 中期KPI

高利益体質へのシフト  
営業利益率5%以上をゴールに

## 2022年 通期

連結売上  
235億円以上

連結営業利益  
12億円

自社事業投資  
3年累計  
予算10億円

# 中期経営戦略概要

成長性が見込めるものに投資、利益体質の改善とKPI保証の地位確立へ  
選択と集中でマーケティングトランスフォーメーションを推進

新規事業含めた事業投資10億円を計画  
(投資)

## マーケティングテック

OMO推進

ナレシェア (NEW)

AI/RPA投資

## グローバルソリューション

拠点運用の最大化

貿易他サービスの拡充

ソーシャルコマース

KPI保証サービスの幅の拡大と成長加速へ



# 3ヶ年戦略ロードマップ

2020

2021

2022

2023

## 投資フェーズ

## 育成フェーズ

## 拡大フェーズ

KPI保証  
サービス

- ◆ ナレシェアサービス開始
- ◆ オフラインデータ取得及び分析
- ◆ クリエイティブ生産体制強化
- ◆ RM AI学習強化

AI本格適用

- ◆ ナレシェア拡大
- ◆ オフラインデータ最適化
- ◆ CRM KPI保証開始
- ◆ デジタルクリエイティブスクリーニング強化

AI外部適用

- ◆ オンライン/オフライン同時予算最適化サービス開始
- ◆ デジタルクリエイティブ
- ◆ AI最適化

70%の再現性

グローバル事業

- ◆ KPI保証サービス開始
- ◆ 現地運用体制構築
- ◆ ソーシャルコマース試験運用
- ◆ 越境ECシステム構築

人材投資

- ◆ 現地運用体制強化
- ◆ ソーシャルコマース本格稼働
- ◆ 越境EC進出エリア拡大

運用最大化

- ◆ KPI保証の業種拡大
- ◆ 新サービス開始

KPIの範囲拡大

“第三の軸”  
づくり

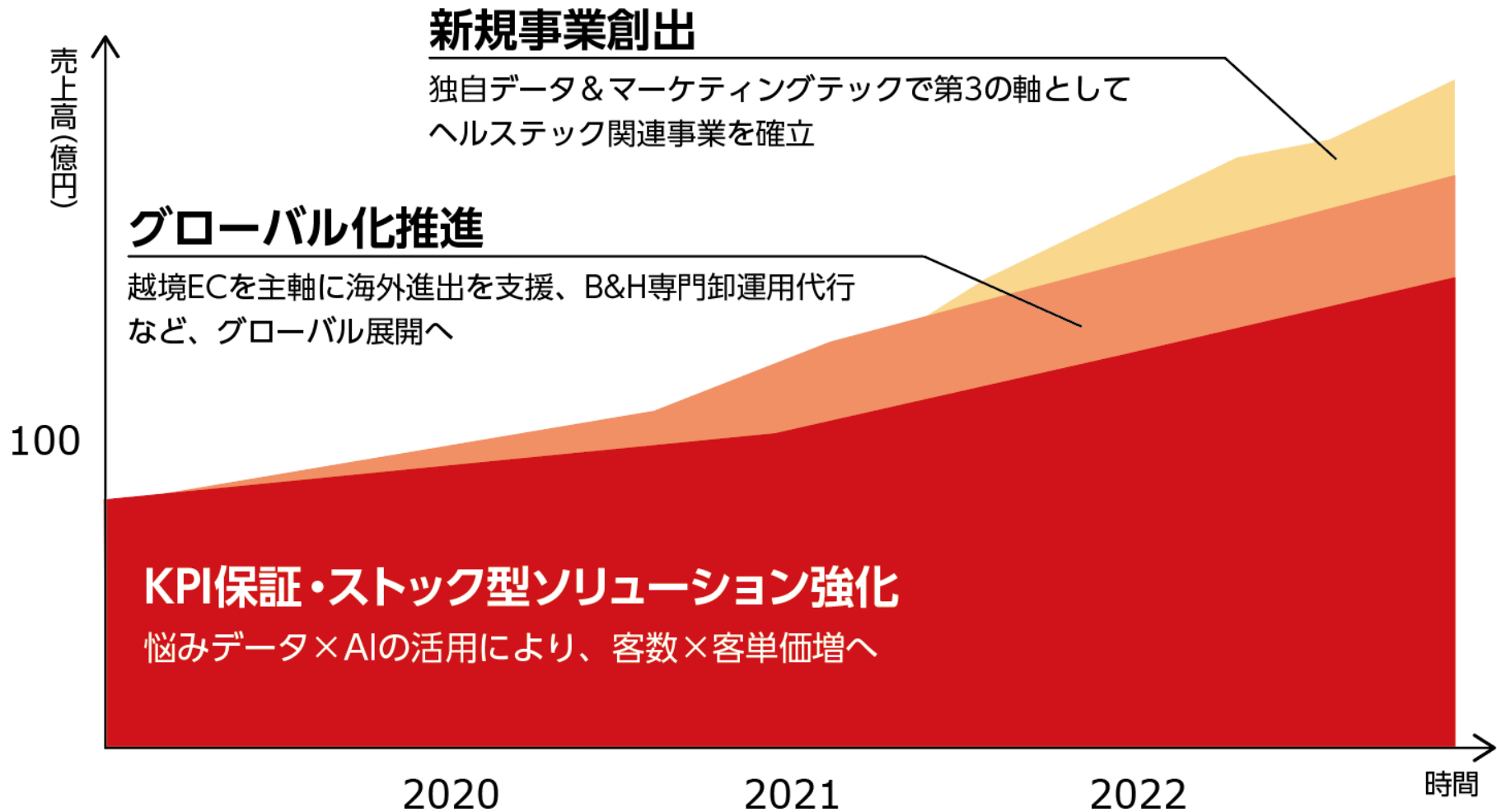
新規事業テスト

選択と集中

事業拡大

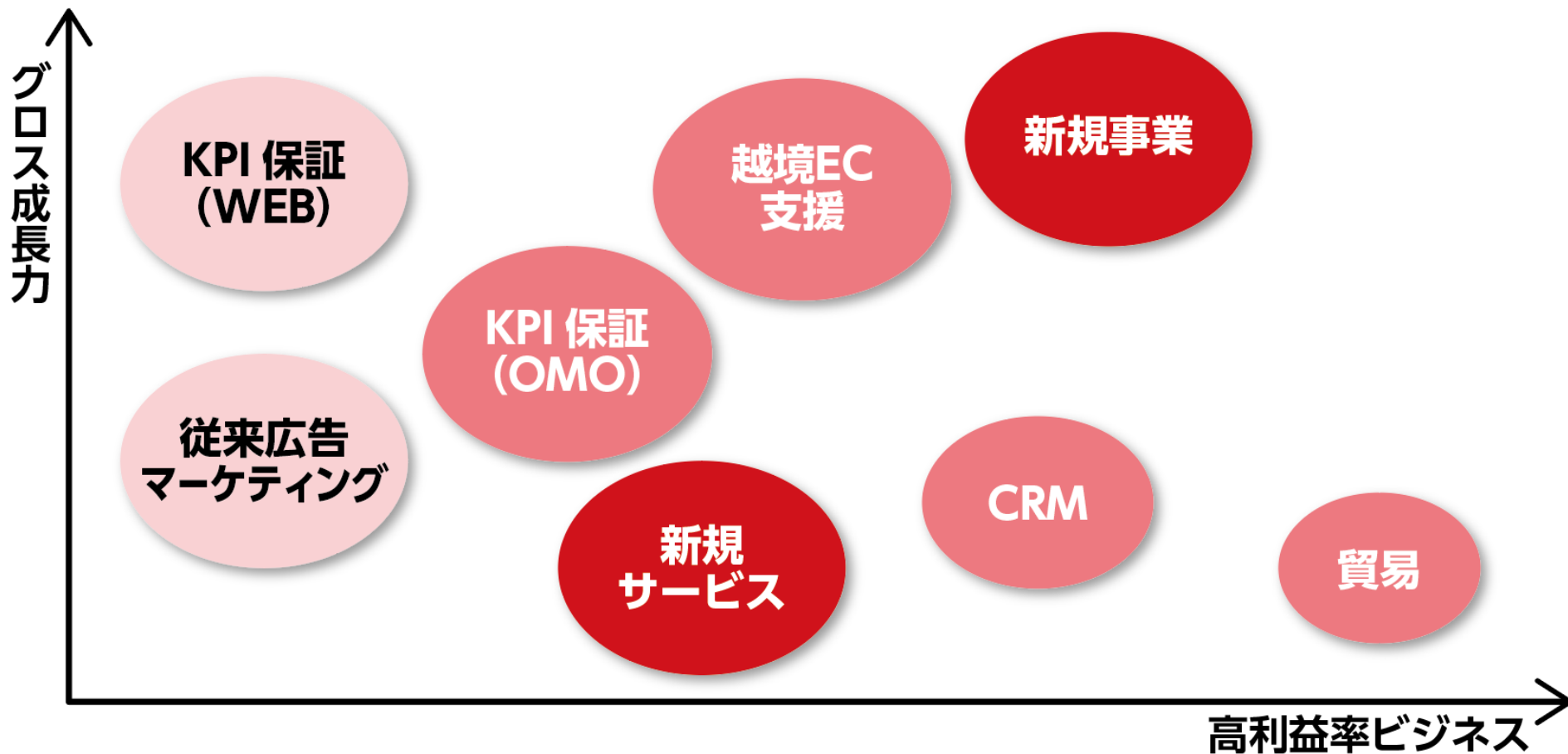
# 中長期的展望

強みであるKPI保証サービスの手法増とデータの拡大で高利益モデル移行へ、グローバル化はさらに加速へ



# 利益成長のための戦略方針

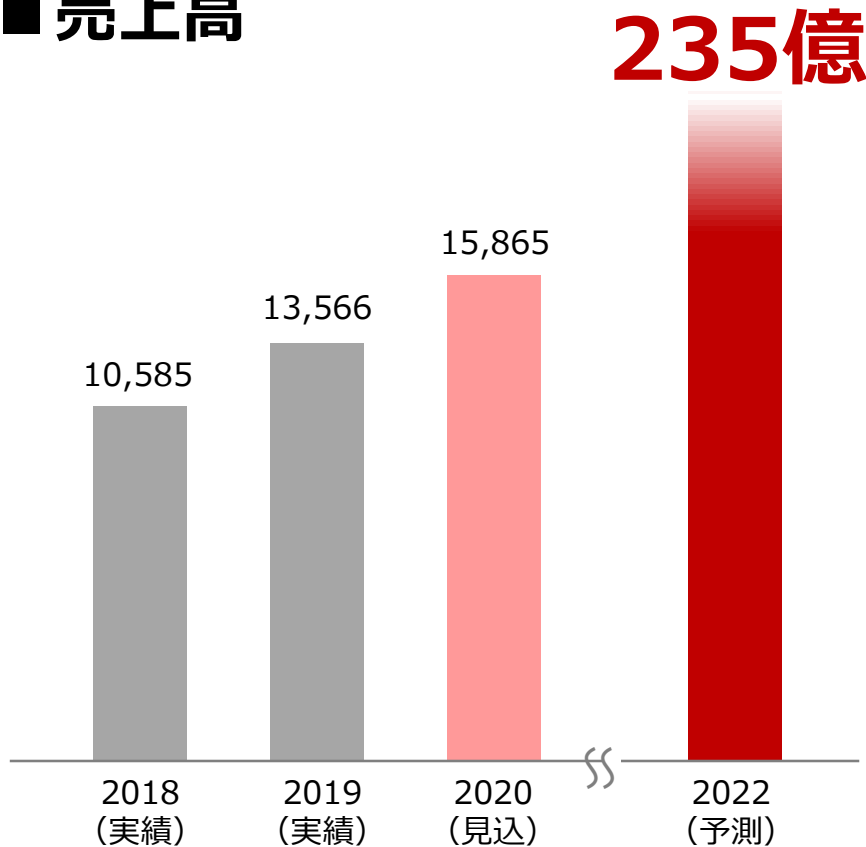
より利益率の高いCRMやグローバル事業、KPI保証のOMO展開  
新規事業の立ち上げ等を実施



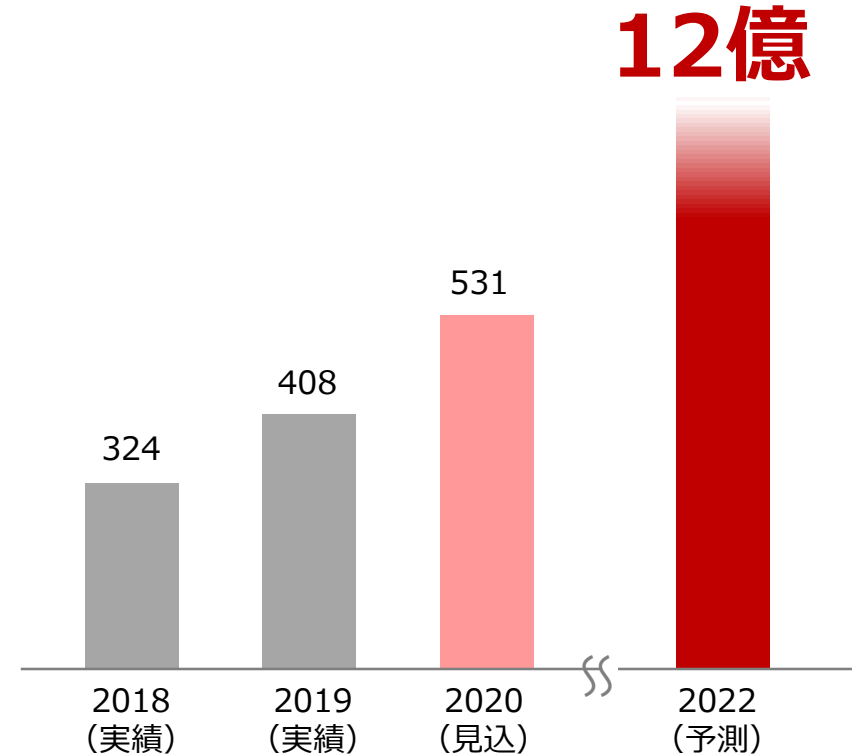
# 中期経営計画

売上は業界成長率を超える20%前後の成長予定、高粗利モデルへの移行+人的効率化による営業利益率の成長は売上成長率を超える見通し

## ■売上高



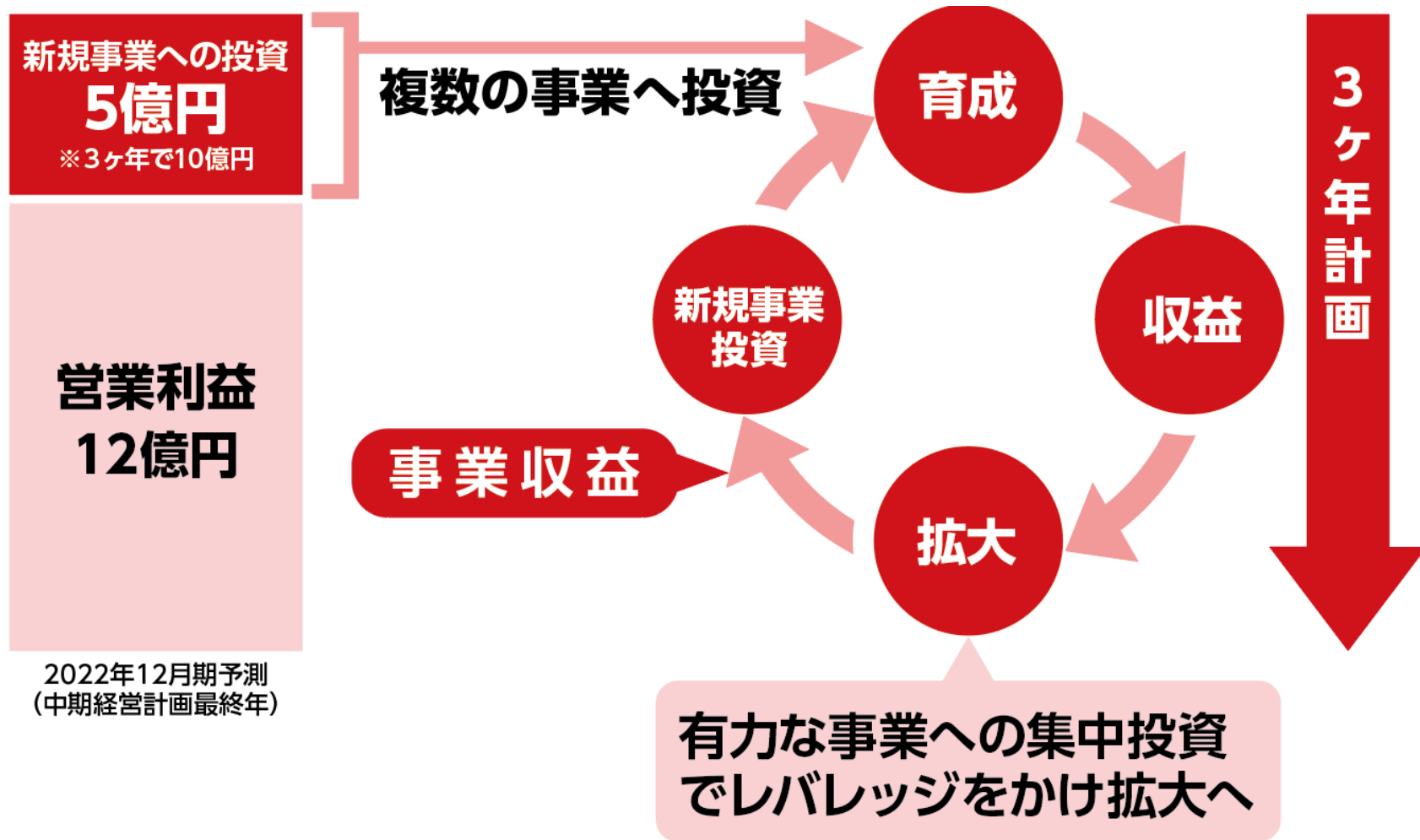
## ■営業利益



※成長投資10億折込済

# 2022年までの投資の考え方

中期経営計画初年度より戦略投資を行い、3ヶ年の自社事業投資  
予算10億円で実施の予定。



2022年12月期予測  
(中期経営計画最終年)



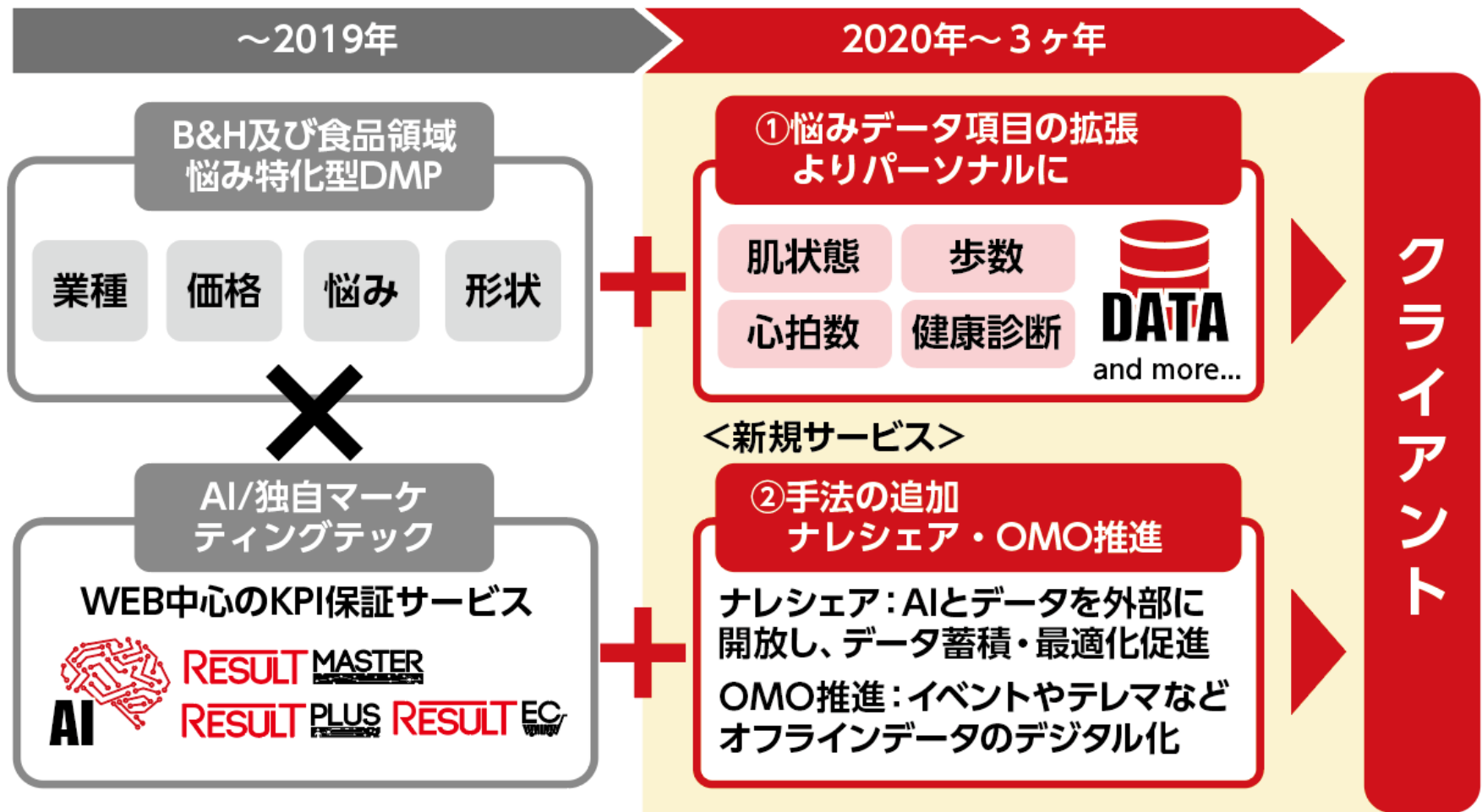
## 2.2020年12月期-2022年12月期中期計画 2-4. 個別戦略

---

# KPI保証サービス成長の基本戦略

社数の獲得よりヒット案件を多く出すことを重視

成果報酬型にてヒット規模や件数に比例して、利益が拡大する高収益体制を構築。悩みデータ項目とマーケティング手法の拡張



# KPI保証サービスの基本成長戦略

データ×AIで取引単価の拡大と悩みデータから需要のあるクライアントの選択と集中で、ストック型ビジネスの基盤を拡大





## KPI保証新サービス【ナレシエア】

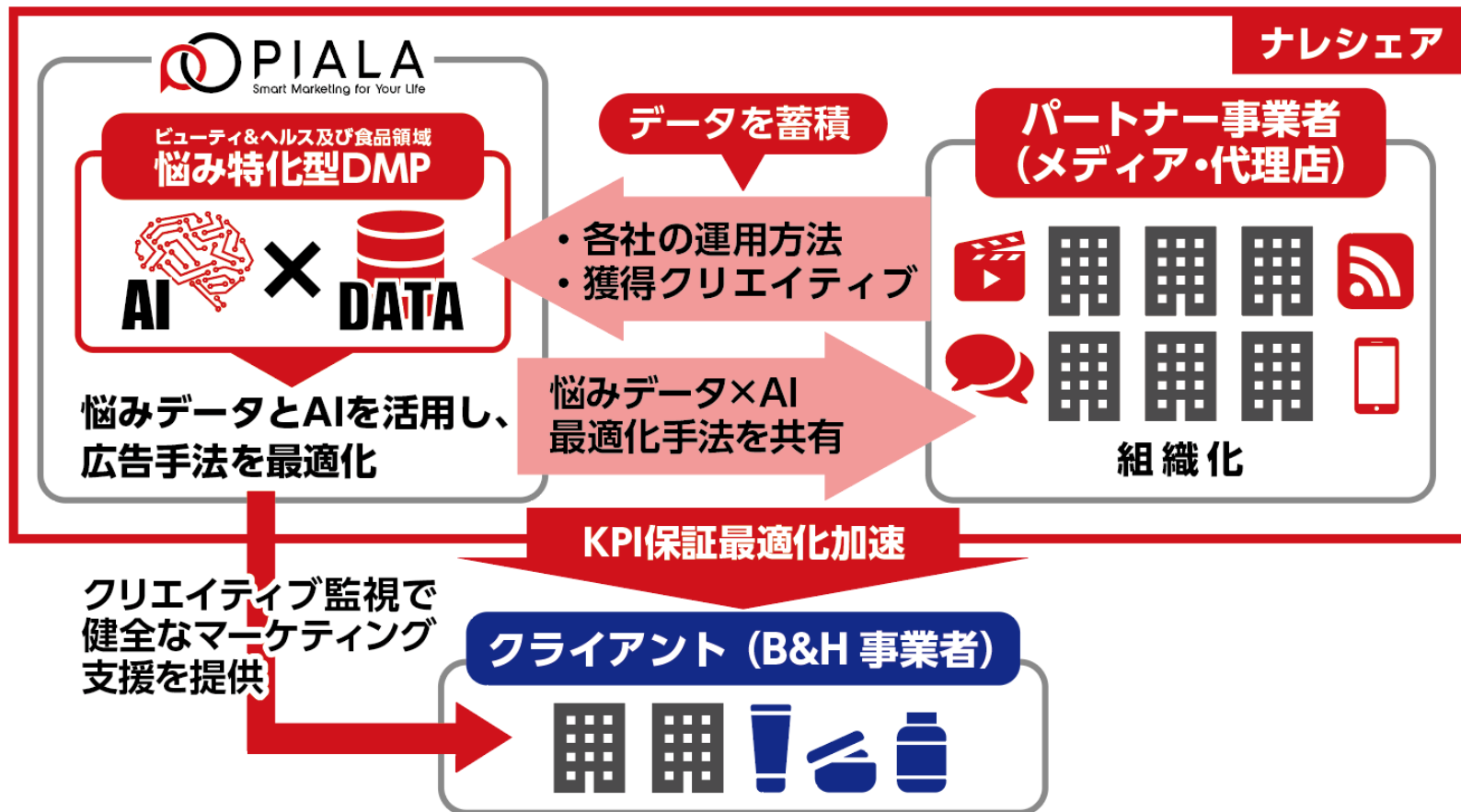
優良なパートナー事業者を組織化し、ナレッジをシェアしていく事で、より当社およびパートナーがKPI保証での最適化を促進することができる事を主眼に開始するサービス

### ナレシエア

ピアラのB&H領域の**悩み別データとAIを他社にも開放**。協力パートナーとノウハウやデータを一緒に学習することで、**最適化のスピードを促進**。またリソース不足の解消にも

データの蓄積と最適化の促進にて中期的には、**誰でも“70点レベル”の再現性あるマーケティングの実行が可能となることを目指す**

# ナレシエアの仕組み



**クライアント** ブランドセーフティなクリエイティブで**獲得効率アップ**

**ピアラ** データ蓄積とAI学習強化による**マーケティング精度の向上**

**パートナー企業** 悩み特化型DMPを利用し、**高確率かつクリーンな配信運用**

# オフラインデータのデジタル化

BtoCにおけるEC以外の購入率は約94%※と大きな市場が存在  
この市場を、リアルな体験やテレマーケティング等を『データ化×テクノロジー』でKPI保証サービスの拡張を目指す



ビューティ&ヘルス及び食品領域  
悩み特化型DMP



×



## 人的効率化と新体験の創出

※引用：平成 30年度 我が国におけるデータ駆動型社会に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調査）

# パーソナルマッチング強化

今後パーソナルなヘルスケア&美容データの蓄積を模索していきます。消費者の深いニーズを知ることでマッチング率を高めます

◆単一ブランドでない第3者として行う**信憑性の形成を目指し**  
**悩みを解決する欲しいものが手に入りやすい世界を目指します**

## 肌診断データ

しみ、しわ、毛穴、たるみ



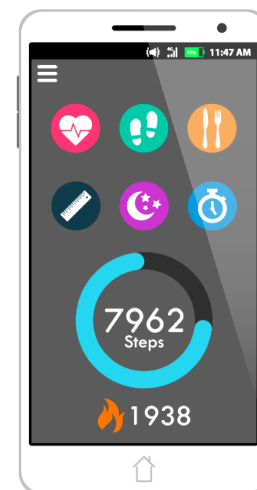
## 健康診断データ

中性脂肪、Y値、血糖値等



## ヘルスデータ

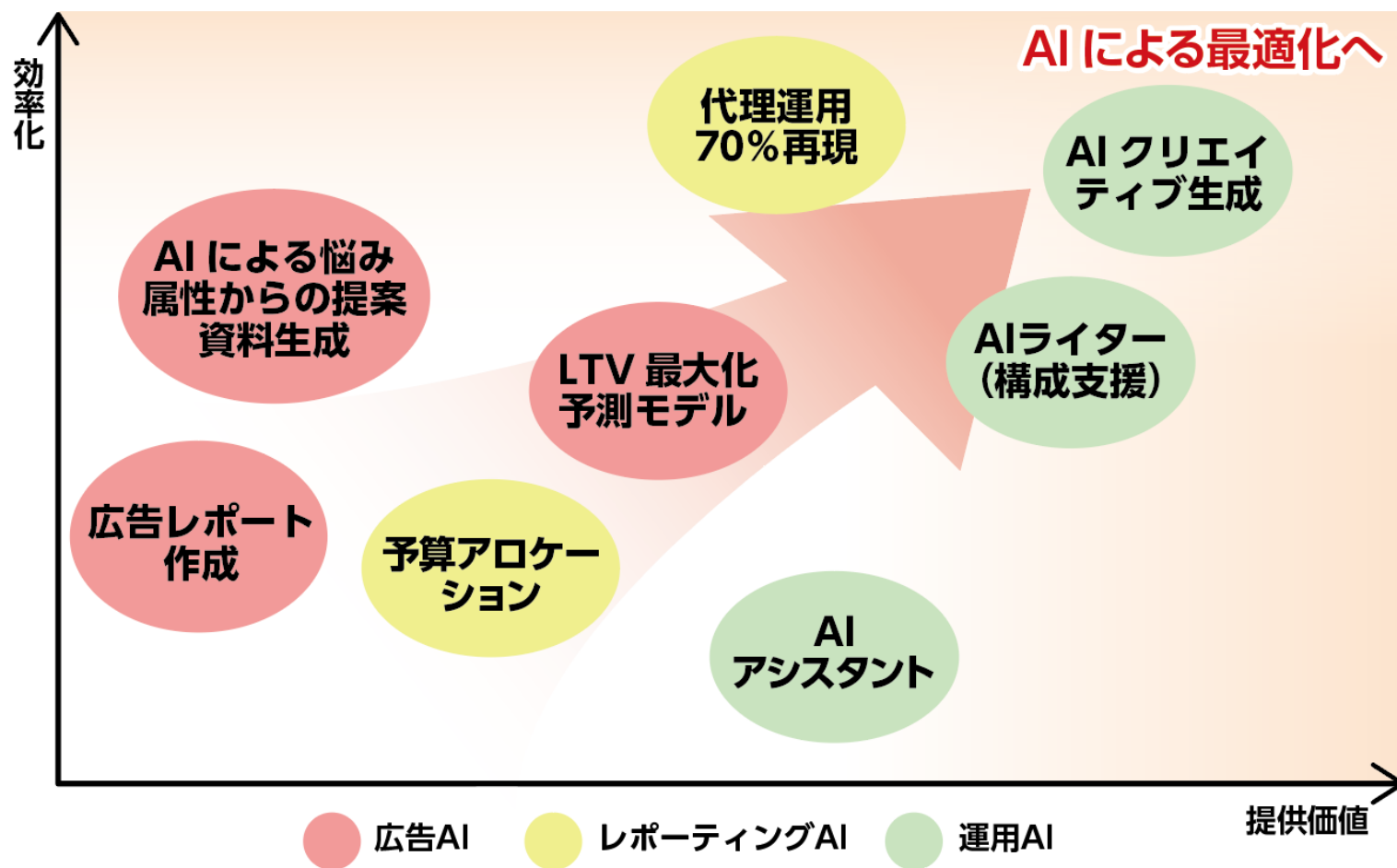
歩数、脈拍、体重、血圧



※データ項目は例です。※イメージ画像です

# AIの方向性

複数のAIを組み合わせ予算配分の最適化と手法を拡張  
徐々にクリエイティブの学習も進めることで、よりKPI保証による効果の最大化と再現性を高める



# グローバル事業の領域拡大

ヘルスケア、ビューティ、食品領域を基軸に、高品質感など日本ならではの商品価値を訴求し、グローバル展開を支援  
貿易他運用や様々なサポートを含め高利益モデルへ



# 人事戦略の中期計画のポイント

人事

上流コンサル及び技術者の育成と採用

育成

再現性のある育成体系の構築の仕組化  
とイノベーションに挑む風土作り

組織・ヒト

人的効率化とデータベースを共有化した  
連携組織体制構築

採用

グローバル人材の採用強化  
ダイバーシティの促進

一人当たり営業利益額の改善

# 財務戦略

## 事業投資

成長戦略として3ヶ年で以下の投資を計画

- 内部投資 新規事業他 **10億円**
- IT投資（AI投資、業務基幹システム他） **5億円**
- 資本提携やM&A投資他 **15億円**

## 資本構成 ROE目標

自己資本比率を管理しながら有利子負債を主体として調達。投資案件に応じて市場から資金調達を検討

- 自己資本比率 **40%**
- ROE目標 **20%**

## 株主還元

資本効率の改善による株式価値の向上。  
財務状態/資金需要を勘案し、安定的な実施を検討





2.2020年12月期-2022年12月期中期計画  
**2-4. 2020年12月期業績見通し**

---

# 2020年12月期 業績見通し

営業利益は中期目標達成に向けて前期比**30.2%UP**  
売上については20%前後の成長を予測。

連結PL

(単位：百万円)	2019年12月期		2020年12月期		YoY
	実績	構成比	予算	構成比	
売上高	13,566	100.0%	15,865	100.0%	117.0%
売上総利益	2,217	16.3%	2,811	17.7%	126.8%
販売管理費	1,809	13.3%	2,279	14.3%	126.0%
営業利益	408	3.0%	531	3.3%	130.1%
経常利益	407	3.0%	518	3.3%	127.3%
当期純利益	311	2.3%	351	2.2%	112.9%

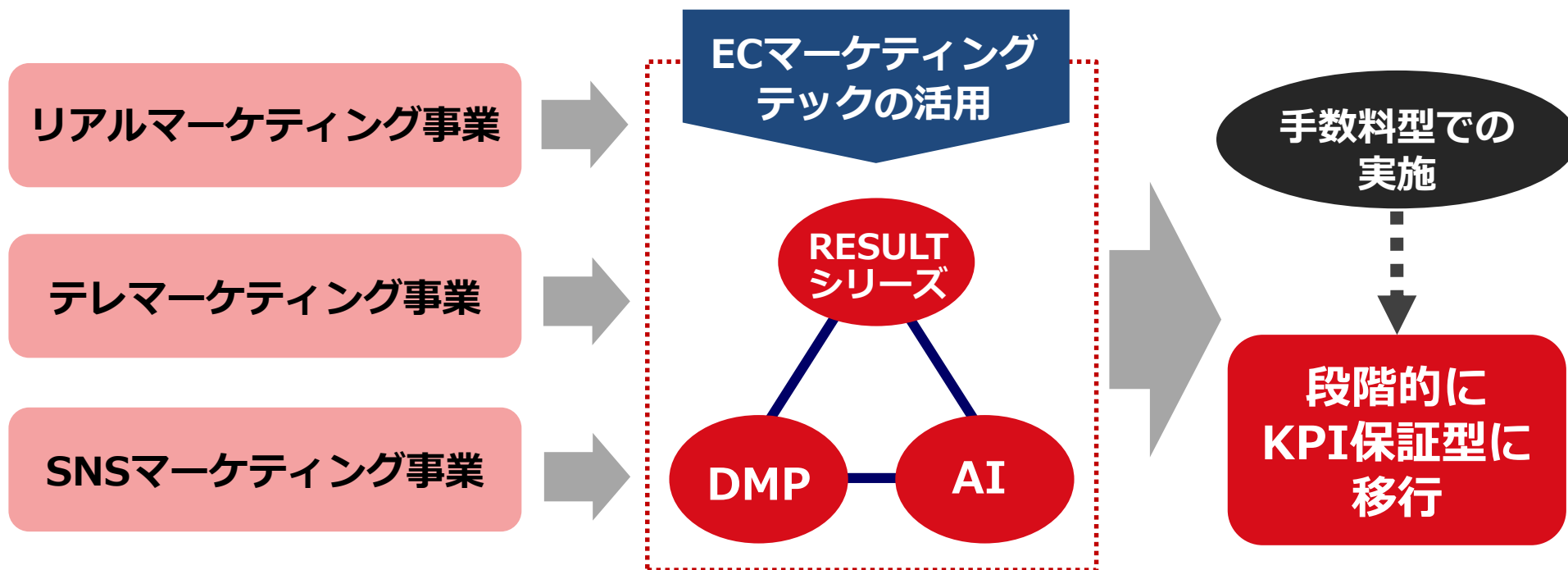


**ご参考資料**

---

同封/DM広告やテレマーケティングなどの、広告マーケティング事業に関しては、現状は主に手数料型にて実施していますが、今後、ECマーケティングテックの拡充に伴い、段階的にKPI保証型に移行する予定です。

## 広告マーケティング事業



将来的には広告マーケティング事業も、KPI保証型での実施を想定。

- ◆ リアルマーケティング×テクノロジーで、新しい販売手法プラットフォームを構築中
- ◆ リアル体験×データ取得で新しい購買体験を構築中

郵便局以外にも、**大手スーパー**や  
**ホームセンター**で稼働開始





## テレマーケティング×テクノロジー ロボットのオートコール 人とテクノロジーでおもてなしを実現 業務の人的効率化も

ロボットのオートコールは、当社が提供する『ビューティ&ヘルス領域悩み特化型DMP※』や、AI搭載のマーケティングオートメーションツール『RESULT MASTER』と連携し、商品特性やターゲットなど類似する過去の事例を抽出・分析して、最適なコミュニケーション（シナリオ）の設計が可能です。

※DMP（Data Management Platform）：インターネット上に蓄積された様々な情報データを管理するためのプラットフォーム



プランニングから実際の通関業務、EC構築・運用、顧客獲得のマーケティングまで、越境ECの展開及び販売代行のワンストップソリューションを提供

## 提供ソリューション



ページ制作



翻訳



モールに出品



カート



商品管理



物流



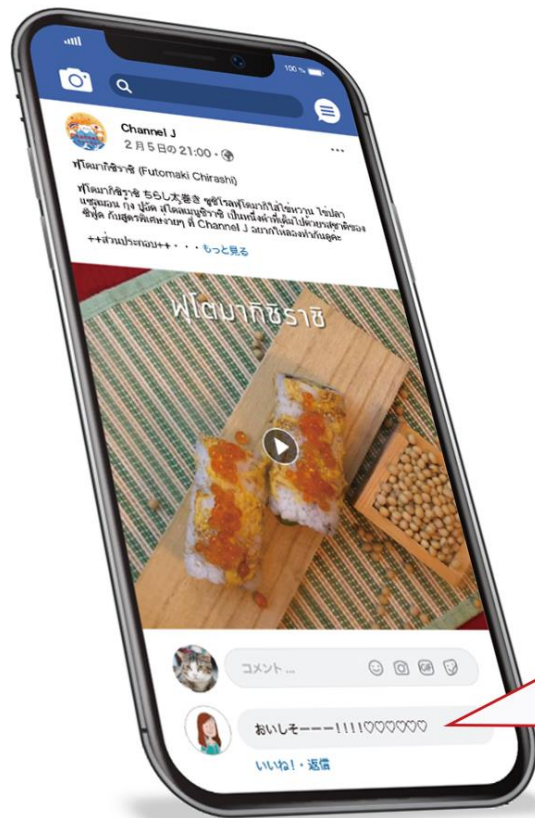
決済



集客



## タイ・ベトナムを始め、アジアでモバイル決済が大きく成長 Facebookで決済が可能になり、チャットコマースが加速



Channel J  
チャンネルJ

動画再生回数  
合計**4,000**万回!!

好きな  
外国料理  
日本料理  
**1位**※



動画広告から  
チャットコマースへ展開

Messenger上にて、  
対話するのと同じように  
商品の購入が可能に

(※引用：「世界の消費者意識調査2019」より)  
(※引用：ジェトロ(日本貿易振興機構)「日本食品に対する海外消費者アンケート調査」より)



## オンライン/オフラインを問わず、グローバル展開や商品開発も含め、クライアントの多様な課題に対応できるソリューション/サービスを提供

### デジタル ソリュー ション

AI搭載総合MAシステム

**RESULT MASTER**

オンライン接客システム

**BeMatch**

クラウド型ASP

**RESULT PLUS**

ナレッジシェアネット

**【ナレシェア】**

売上向上機能を集約

**RESULT EC**

### マーケ ティン グサー ビス

クライアント様の課題に  
応じたKPIをコミット

**【KPI保証サービス】**

対面販売型イベント

**【おもてなしモール】**

事業計画から通販事業の  
ヒット率を上げる

**【コンサルサービス】**

コールセンター★

**【おもてなしセンター】**

同封広告

**DM Concierge**  
DMコンシェルジュ

ユーザーニーズから  
商品開発を支援

**BEATMAKER**

DM広告

**DM Concierge**  
DMコンシェルジュ

インフルエンサー  
マーケティング

**Buzz minutes**

### グロー バル 支援

中国インバウンド  
マーケティング★

**中国進出**  
コンシェルジュ.com  
CHINA MARKET CONCIERGE

**越境EC/  
一般貿易  
サービス**

ワンストップ型越境EC/  
海外販売支援

**【越境ECコンサルタント】**

料理動画配信 (タイ) ★

**Channel J**  
チャンネルJ

★=子会社サービス



## 「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。