

※事業説明会用に資料を抜粋しています

arara

事業計画及び成長可能性に関する事項
アララ株式会社

東証グロース：4015
2023年11月27日

INDEX

1. 持株会社体制への移行
2. 会社・事業概要
 - ・ キャッシュレスサービス事業
 - ・ デジタルサイネージ関連事業
 - ・ ソリューション事業
3. 業績・主要KPI推移
4. 市場環境
5. 強み・特徴
6. 成長戦略
7. 想定されるリスク

INDEX

1. 持株会社体制への移行

2. 会社・事業概要

- ・ キャッシュレスサービス事業
- ・ デジタルサイネージ関連事業
- ・ ソリューション事業

3. 業績・主要KPI推移

4. 市場環境

5. 強み・特徴

6. 成長戦略

7. 想定されるリスク



paycloud

アイディアとテクノロジーで
世界をもっとハッピーに

会社概要 ペイクラウドホールディングス

株式交換によるクラウドポイント社の完全子会社化及びソリューション事業の吸収分割による完全子会社化を実施予定。ペイメントサービスとクラウドサービスを展開する企業グループとして、その強みと価値を分かりやすく表現するため、2024年3月よりアララはペイクラウドホールディングスに社名を変更する予定。



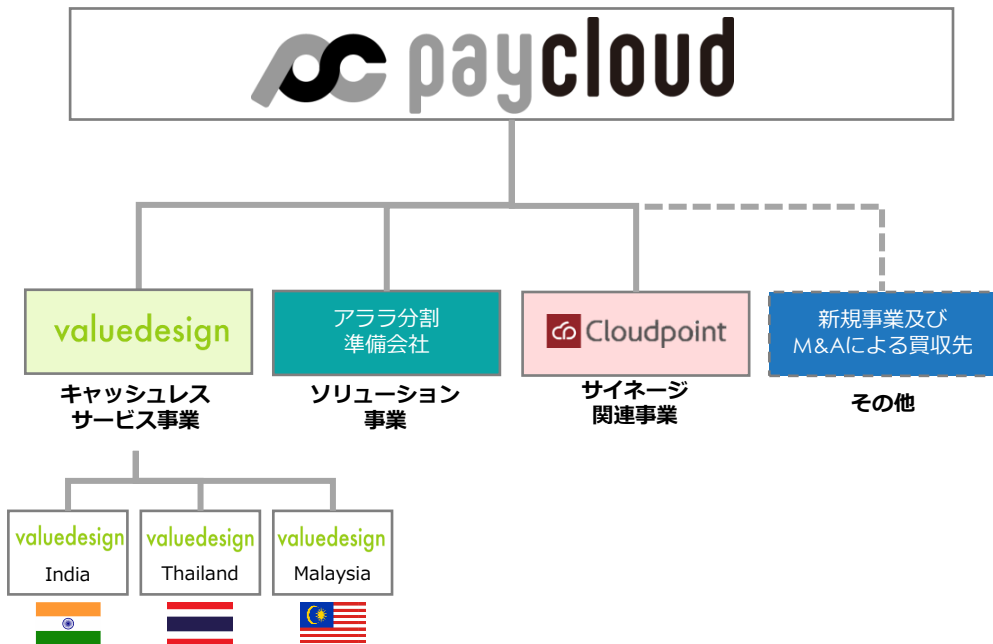
会 社 名	ペイクラウドホールディングス株式会社	
設 立 年 月 日	2006年8月	
役 員 構 成	取締役会長 代表取締役副会長 代表取締役社長 取締役副社長 取締役 社外取締役 社外取締役 社外取締役 社外取締役	三浦 巖嗣 岩井 陽介 尾上 徹 井上 浩毅 林 秀治 金子 毅 井上 昌治 種谷 信邦 米田 恵美
本 社 所 在 地	東京都港区南青山二丁目24番15号	
資 本 金	1,001百万円（2023年8月末）	
事 業 内 容	ペイクラウドグループ各社の経営管理事業等	

(注) 2023年11月28日開催予定の第18回定時株主総会における承認を前提に、2024年3月に純粋持株会社体制への移行及び商号変更を実施予定。

ペイクラウドグループ各社との連携

持株会社体制へ移行することで、経営と執行の分離による迅速な意思決定、経営資源の適正配分を行い、持株会社および事業会社双方で効率的に事業を推進。

経営と執行の分離



— 親会社（持株会社）のメリット —

- 経営戦略の観点から大局的な意思決定が可能
- 間接部門の集約等による経営資源の集中・効率化

— 子会社（事業会社）のメリット —

- 事業会社は効率的な事業運営のための迅速な意思決定が可能
- 子会社の経営責任を担うポジションが生まれることによる次世代経営人材の育成

(注) 2023年11月28日開催予定の第18回定時株主総会における承認を前提に、2024年3月に純粋持株会社体制への移行及び商号変更を実施予定。

INDEX

1. 持株会社体制への移行

2. 会社・事業概要

- ・ キャッシュレスサービス事業
- ・ デジタルサイネージ関連事業
- ・ ソリューション事業

3. 業績・主要KPI推移

4. 市場環境

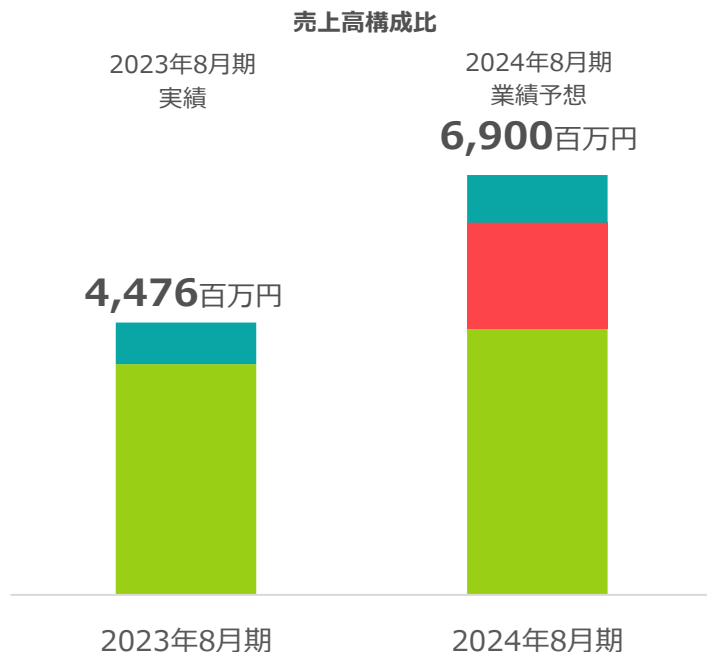
5. 強み・特徴

6. 成長戦略

7. 想定されるリスク

事業概要

「信頼・信用」をベースとしたITソリューションとして現在2事業を展開し、2023年8月期売上高は高成長事業のキャッシュレスサービス事業が約85%を占める。また2024年8月期の下期からはクラウドポイント社との経営統合によりデジタルサイネージ関連事業を連結予定。



キャッシュレスサービス事業

- キャッシュレス総合支援サービス「Value Card」の開発・提供、「アララキャッシュレス」の提供
- 主要なQRコード決済サービスへの接続に対応した「Value Gateway」
- 店舗アプリ・Webサイトからのクレジットカード等によるチャージが可能な「ウェブチャージサービス」の開発・提供

デジタルサイネージ関連事業 (2024年3月1日~)

- LED ビジョン「LED WORLD」、クラウド型サイネージシステム「CloudExa」などの開発・提供
- 顧客のデジタルサイネージの導入計画策定から機器選定、システム提案、設置工事、コンテンツ制作・配信、システムの保守・運用

ソリューション事業

- メール配信サービス「アララメッセージ」の開発・提供
- 個人情報検出・管理ソリューション「P-Pointerシリーズ」の開発・提供
- ARプラットフォームアプリ「ARAPPLI」の開発・提供、「Meta Spark」^(注1)のコンテンツ制作

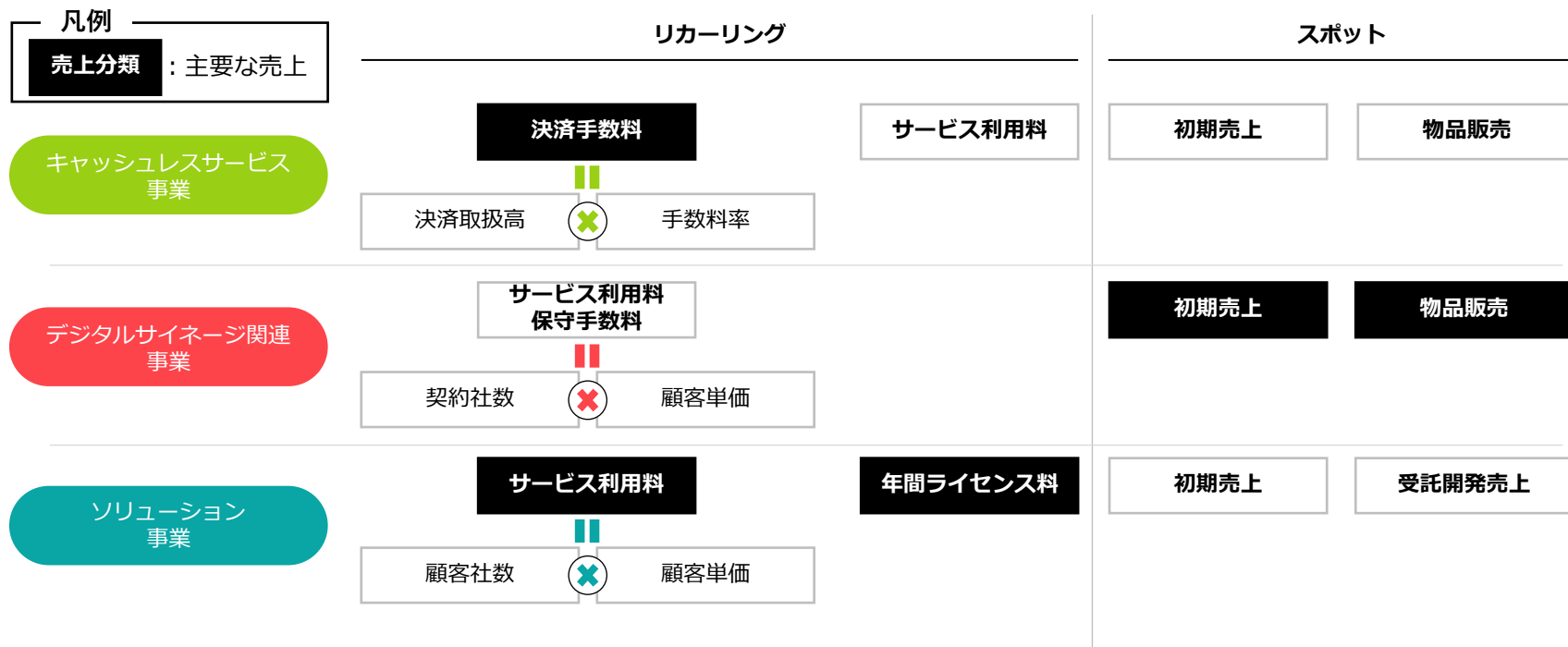
(注) 1.「Meta Spark」は、Meta Platforms, Inc.の登録商標です

重要な収益構造

キャッシュレスサービス事業の主な売上である決済手数料は、決済取扱高と手数料率に分解され、特に決済取扱高は重要な経営指標である。

デジタルサイネージ関連事業の主な売上はデジタルサイネージ機器やシステム導入の物品販売や初期売上である。

ソリューション事業の主な売上であるサービス利用料は、顧客単価と顧客社数に分解される。

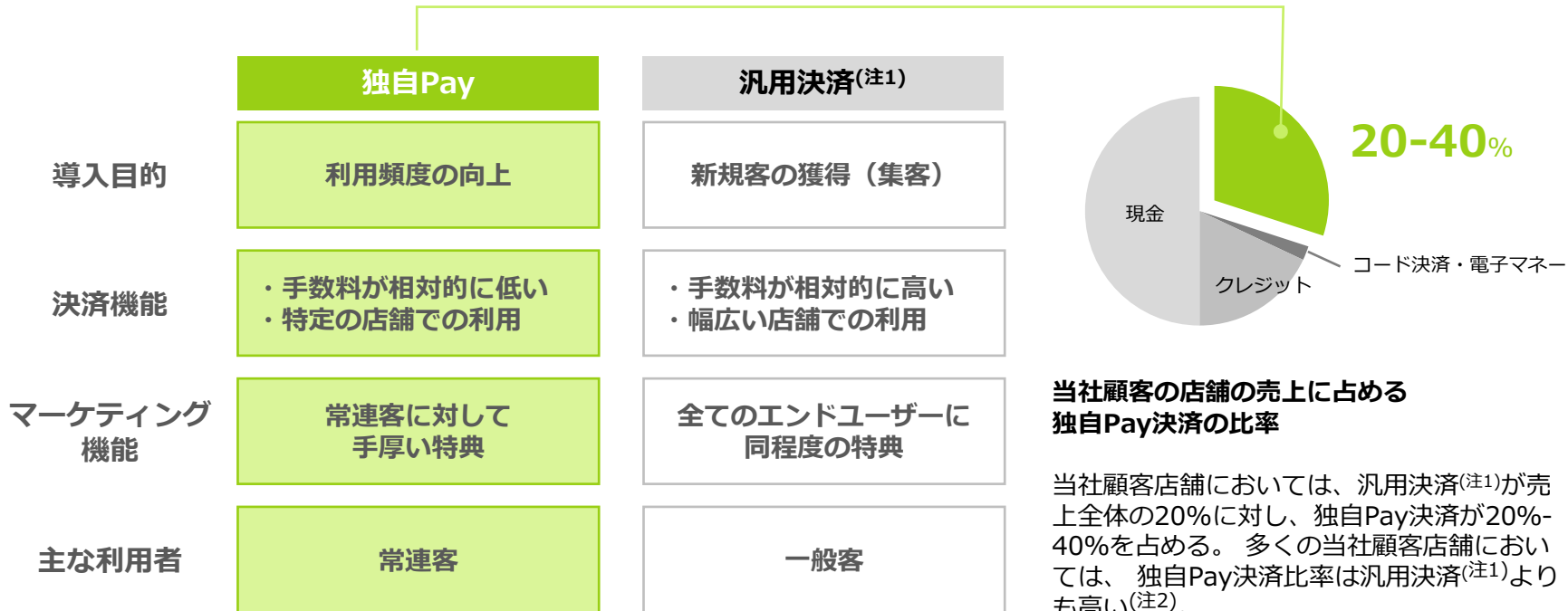


INDEX

1. 持株会社体制への移行
2. 会社・事業概要
 - ・キャッシュレスサービス事業
 - ・デジタルサイネージ関連事業
 - ・ソリューション事業
3. 業績・主要KPI推移
4. 市場環境
5. 強み・特徴
6. 成長戦略
7. 想定されるリスク

顧客店舗における独自Payと汎用決済の違い

新規客の獲得に強みをもつ汎用決済^(注1)に対し、独自Payは特典等を通じた常連客の利用頻度向上に強みを持つ。プリペイド式である独自Payの場合、消費者がチャージをした段階で店舗へ前受金が入りキャッシュフローが改善。汎用決済^(注1)と比較し、手数料負担が低い独自Payの利用を促し、常連客を増やそうとする店舗が増えている。



(注) 1. 汎用決済とは、クレジットカードやコード決済など加盟店で利用できる決済手段を指す

(注) 2. 当社の顧客（主にスーパーなどの量販店）の場合

キャッシュレスサービス（CS）事業：独自Payの価格改定

エネルギーコスト、労務費等が上昇する中、変化の激しい社会情勢においても、安定的かつ安心・安全なサービスをご利用いただけるよう、既存顧客に対してシステム利用料の価格改定を実施。

コスト上昇と当社への影響



▶ **サーバー費用の増加**



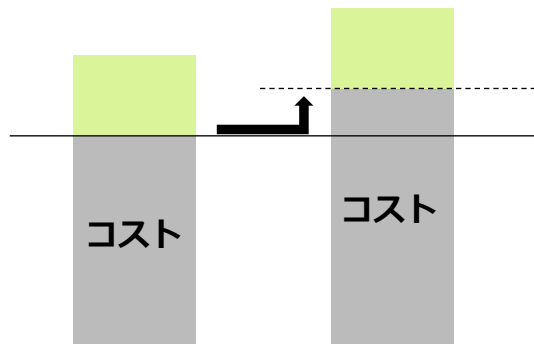
▶ **販管費・原価の
人件費増加**

valuecard arara
cashless

当社のシステム利用料

従来
の価格
(イメージ図)

改定後
の価格
(イメージ図)



コスト上昇に応じて
2023年11月より、順次価格改定を実施

(注) コスト上昇の背景については公正取引委員会による「優越的地位の乱用に関する緊急調査の結果の公表」を参照

INDEX

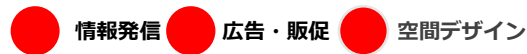
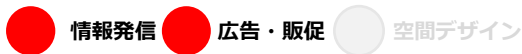
1. 持株会社体制への移行
2. 会社・事業概要
 - ・キャッシュレスサービス事業
 - ・デジタルサイネージ関連事業
 - ・ソリューション事業
3. 業績・主要KPI推移
4. 市場環境
5. 強み・特徴
6. 成長戦略
7. 想定されるリスク

デジタルサイネージ関連事業：事例

KFC社、サーティワン社^注の店舗ではメニューボードやPOPにデジタルサイネージを導入し、メニュー等の情報発信に加えて、時間帯に合わせた販促コンテンツを配信可能。

メトロアド社では、渋谷駅地下2階コンコースに超高精細LEDビジョンを導入し、計12柱24面を活用したストーリー性のある映像や、縦型大画面を使った人物・キャラクター等の等身大表現が可能。情報発信、空間デザイン、広告・販促の全ての用途で使用。

用途▶



KFC社^注

メニューボード



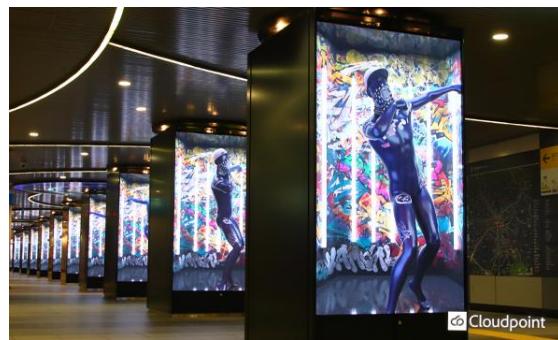
サーティワン社^注

メニューボード



メトロアド社^注

柱巻き広告



(注) KFC社=日本ケンタッキー・フライド・チキン株式会社、サーティワン社=B-R サーティワン アイスクリーム株式会社、メトロアド社=株式会社メトロアドエージェンシー

デジタルサイネージ関連事業：ビジネス概要

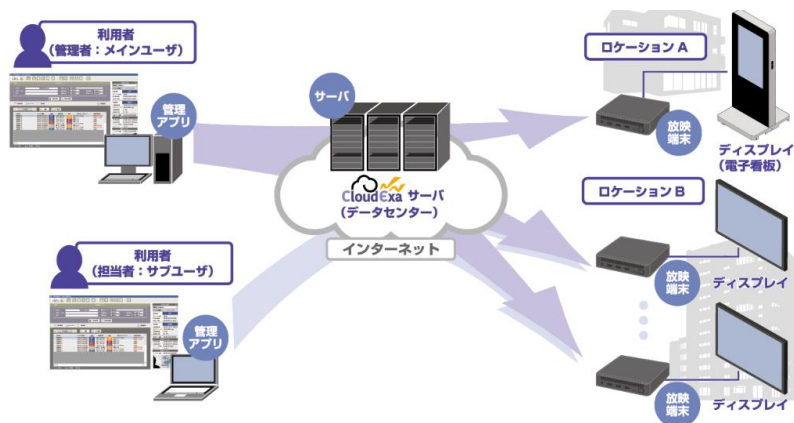
クラウド型のデジタルサイネージ配信システムであるCloudExaはインターネット経由で、映像素材のアップロードや放映スケジュールの編成、放映端末への遠隔配信・監視操作が可能。

機器やシステム等の導入/入替時の物品売上や配信コンテンツなどの初期売上をスポットで受領しつつ、配信システムの運用や機器・システム保守等の手数料売上をリカーリングで受領するビジネス。

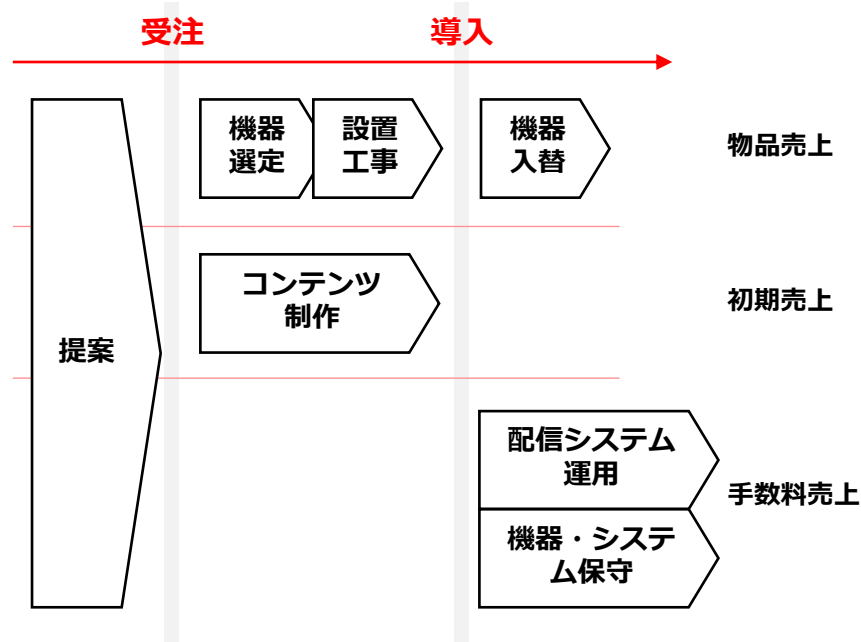
主なサービス概要



CloudExa：いつでも複数の場所（ユーザ）から全国各地の放映端末へ映像を配信



ビジネスモデル



デジタルサイネージ関連事業：活用シーン

デジタルサイネージは、主に人手不足による業務効率化や情報のリアルタイム提供を目的として導入。

主な用途としては情報発信、広告・販促、空間デザインの3つに分類され、広告・販促や空間デザインは小売店舗や飲食店の顧客基盤を有するバリューデザインとのシナジーが見込める。

主な導入目的



業務効率化

- ・更新作業の手間省略
- ・時短や人手不足を解消



エラー軽減

- ・操作軽減、自動表示化
- ・ヒューマンエラーを低減
- ・正確な情報配信



リアルタイム提供

- ・Web/データセンサーと連携
- ・人を介さずに情報を即時表示



主な用途



INDEX

1. 持株会社体制への移行
2. 会社・事業概要
 - ・キャッシュレスサービス事業
 - ・デジタルサイネージ関連事業
 - ・ソリューション事業
3. 業績・主要KPI推移
4. 市場環境
5. 強み・特徴
6. 成長戦略
7. 想定されるリスク

ソリューション事業：メッセージングサービス（MS） サービス概要

販促としてのマーケティングメールや通知などのトランザクションメールを大量かつ自動で配信するためのメール配信サービスで、メールの配信遅延や不達の可能性を低減。

2023年1月にメール配信APIのWeb申込み、同年8月には生成AIを活用した「AIメール件名提案機能」をリリースし、メール配信業務における効率化を支援。



集客や自動通知を目的とした電子メールを適切なタイミングで一度に大量に配信するサービス

用途

- ・ **マーケティングメール**
自社顧客に対する集客やロイヤルカスタマー化を促すメール
 - ・ **トランザクションメール**
商品・サービスの予約、登録など顧客のアクションに応じた自動通知メール
- ※メールの送信数に応じたシンプルな価格設定

主要機能

メール配信API 基幹システムなどの外部システムと自動連携したメール配信をAPIで実現

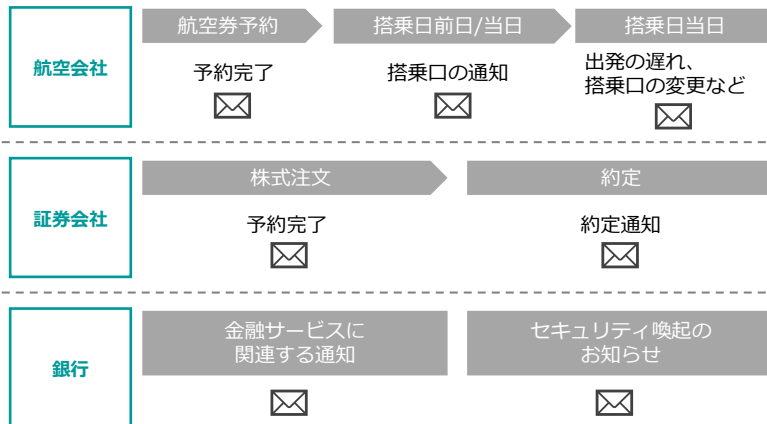
メールマーケティング ターゲティング配信から配信後の効果測定までを標準装備し、HTMLメールも手軽に作成

メール配信利用用途



- 会員登録** : メールアドレスをサービス利用のIDとして活用
- 自動配信** : 他のシステムと連携し自動でメール配信
- メールマガジン** : 会員向けに情報発信

システム連携利用例



INDEX

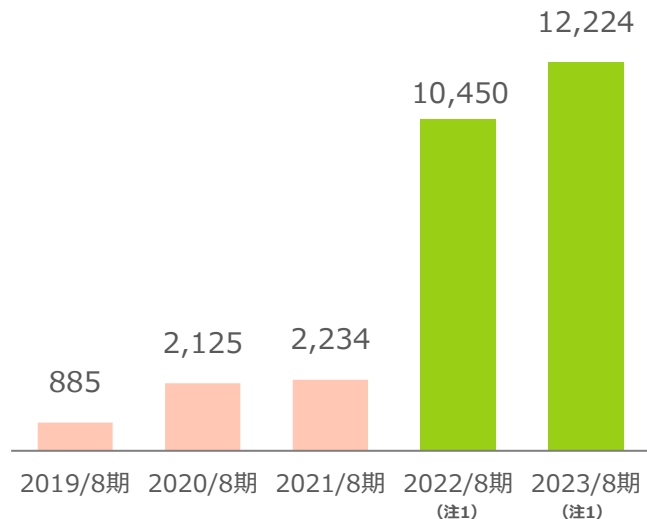
1. 持株会社体制への移行
2. 会社・事業概要
 - ・ キャッシュレスサービス事業
 - ・ デジタルサイネージ関連事業
 - ・ ソリューション事業
3. 業績・主要KPI推移
4. 市場環境
5. 強み・特徴
6. 成長戦略
7. 想定されるリスク

キャッシュレスサービス（CS）事業：KPI

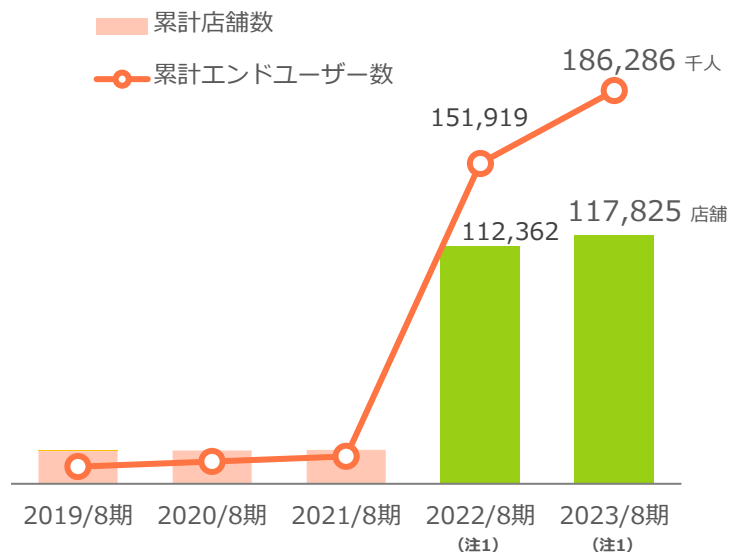
顧客層の拡大、顧客の売上に占めるキャッシュレス決済比率が高まり、決済取扱高は1.2兆円超となり、継続的に成長。新規顧客獲得により累計店舗数、累計エンドユーザー数ともに拡大し、2023年8月末時点で累計店舗数は117,825店舗、累計エンドユーザー数は186,286千人。

決済取扱高の推移

(億円)



累計店舗数・累計エンドユーザー数 (注2) の推移



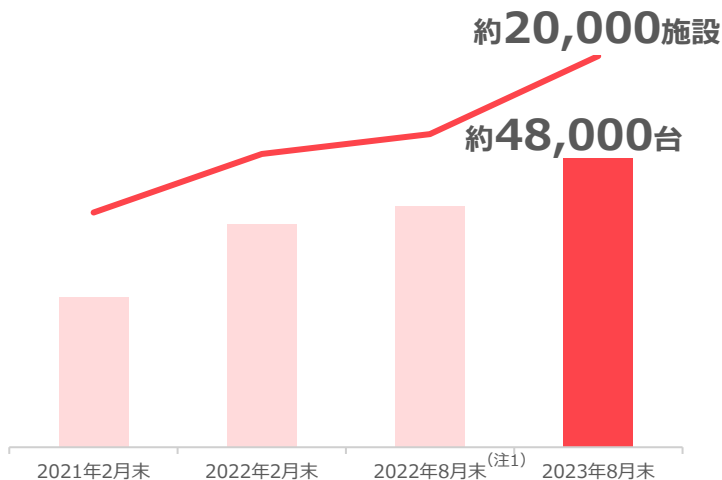
(注) 1. 2022/8期、2023/8期はアララとパルーデザインの合計値を記載

(注) 2. エンドユーザー数とは、当社がデータベースとして管理する、エンドユーザーが保有する店舗の会員カード等に付されたIDの累計数を指す

デジタルサイネージ関連事業：KPI

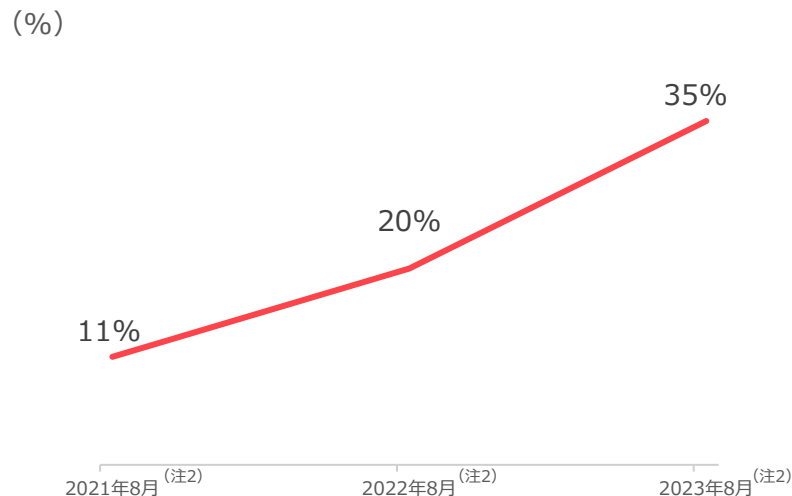
顧客のデジタルサイネージの導入計画策定から機器選定、システム提案、設置工事、コンテンツ制作・配信、システムの保守・運用まで、ワンストップで行う強みを活かし、デジタルサイネージの累計設置台数は全国で48,000台を突破。リカーリング収益も着実に成長し、2023年8月末は前年同期比で+35%の増収。

デジタルサイネージ累計設置施設数・台数



(注1) 決算期変更により、2022年3月～2022年8月の6か月間における新規導入施設数及び設置台数を足し上げた2022年8月末の数値を記載。

リカーリング売上成長率（前年同期比）



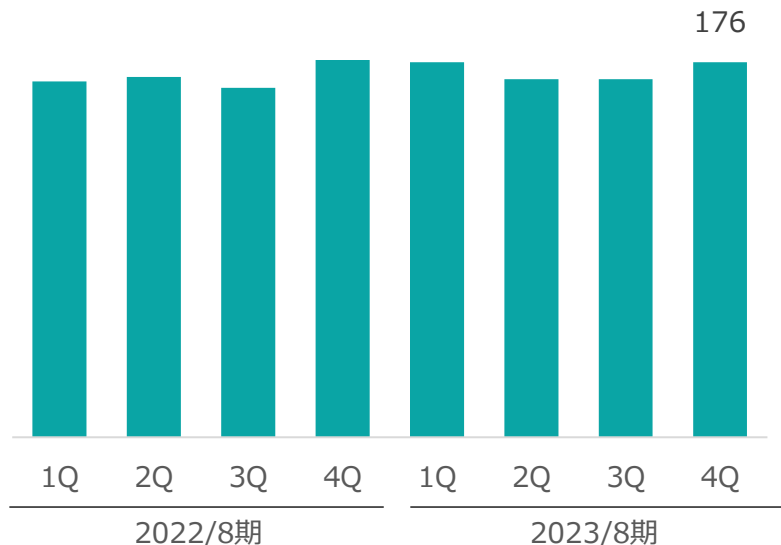
(注2) 決算期変更により、各期の期間が異なるため、各年の9月から翌年8月までの1年間のリカーリング売上を集計し、前年同期比の売上成長率を算出

ソリューション事業：KPI

ソリューション事業の売上高の7割以上をメッセージングサービスが占め、主要顧客は航空会社、メディア、IT企業など幅広い業種にわたる。直近では通数課金契約の顧客獲得に注力しており、2023年8月期4Qの平均顧客社数は254社と前年同期と比べて34社増加。

ソリューション事業 売上高推移

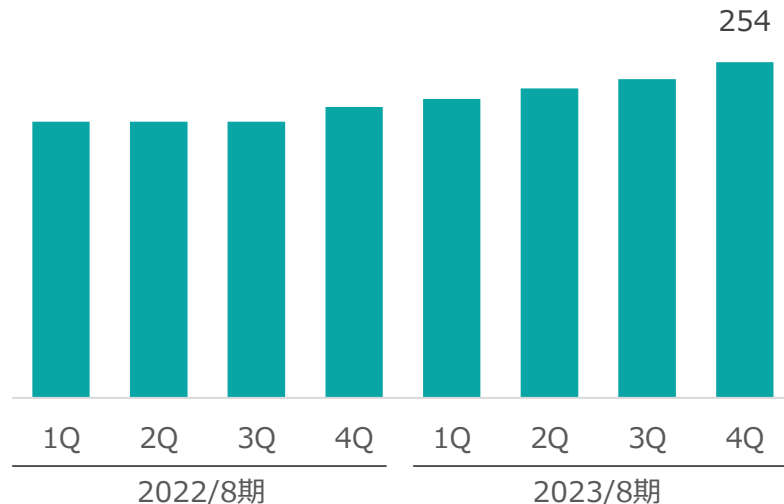
(百万円)



(注) 事業セグメントの変更に伴い、指標を変更

メッセージングサービス顧客社数推移

(社)



(注) 顧客社数は四半期の平均値

INDEX

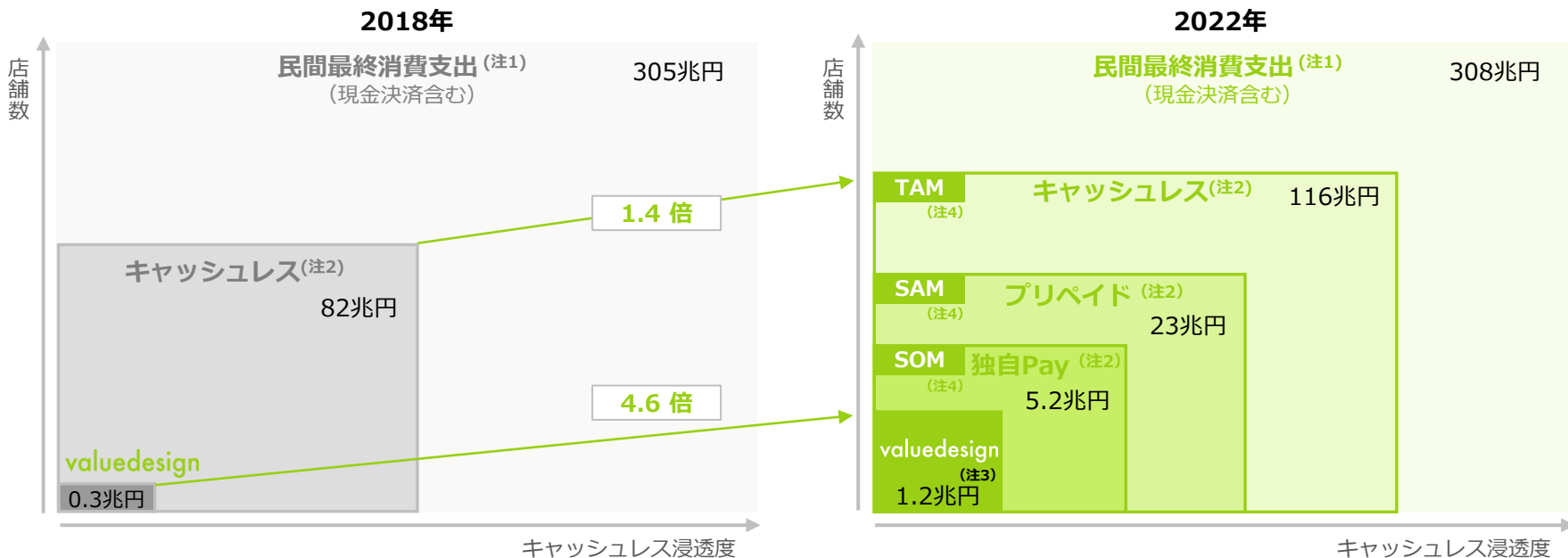
1. 持株会社体制への移行
2. 会社・事業概要
 - ・ キャッシュレスサービス事業
 - ・ デジタルサイネージ関連事業
 - ・ ソリューション事業
3. 業績・主要KPI推移
4. 市場環境
5. 強み・特徴
6. 成長戦略
7. 想定されるリスク

キャッシュレスサービス（CS）事業：市場規模

2018年以降、キャッシュレス決済市場は1.4倍に成長したのに対し、当社の決済取扱高は4.6倍と大幅に成長。

独自Pay決済市場5.2兆円の内、当社グループの決済取扱高は約1.2兆円を占めている。

民間最終消費支出のうち、現金決済の占める金額は依然として多く、キャッシュレス決済市場の拡大余地は大きい。



(注) 1. 2018年、2022年ともに暦年の実績を使用。(出所) 内閣府「国民経済計算」(名目)

(注) 2. 2022年の「キャッシュレス決済市場」「プリペイド決済市場」「ハウス型プリペイド市場」予測を使用。(出所) 株式会社矢野経済研究所「2022年版 国内キャッシュレス決済市場の実態と将来予測」

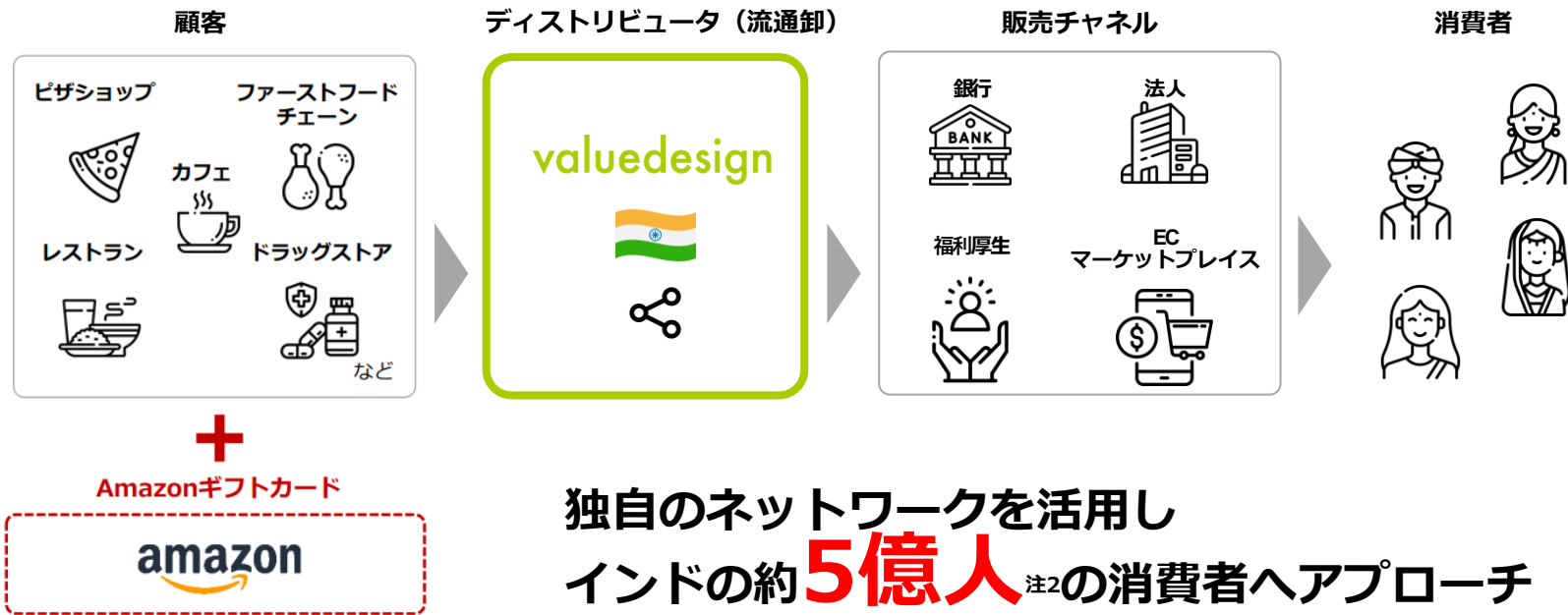
(注) 3. 2023年8月期実績の決済取扱高を使用

(注) 4. TAM = 獲得できる可能性のある全体の市場規模、SAM = 獲得しうる最大の市場規模、SOM = 実際にアプローチできる顧客の市場規模

キャッシュレスサービス（CS）事業：海外市場への展開

海外市場においてもキャッシュレスサービスを展開。インド市場ではデジタルギフト、タイ市場ではCRM・ポイントサービスを中心にサービスを提供し、インドでは9,871店舗^{注1}、タイでは716店舗^{注1}と着実に拡大。

インド市場においては、ギフトカード発行企業がより多くの消費者へリーチできるように、代理店・販売チャネルや取扱サービス・商品を拡充する方針。直近ではアマゾンと契約を締結し、Amazon Pay eGift Card等の取り扱いを開始。



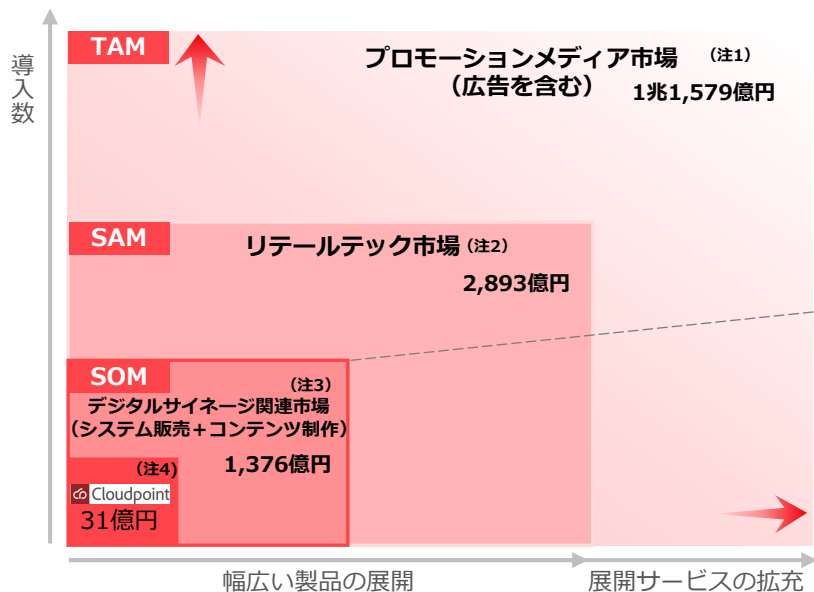
(注) 1.2023年8月末時点の店舗数

(注) 2.ディストリビューター等がアプローチ可能な消費者の人口を、当社が公開情報を基に集計

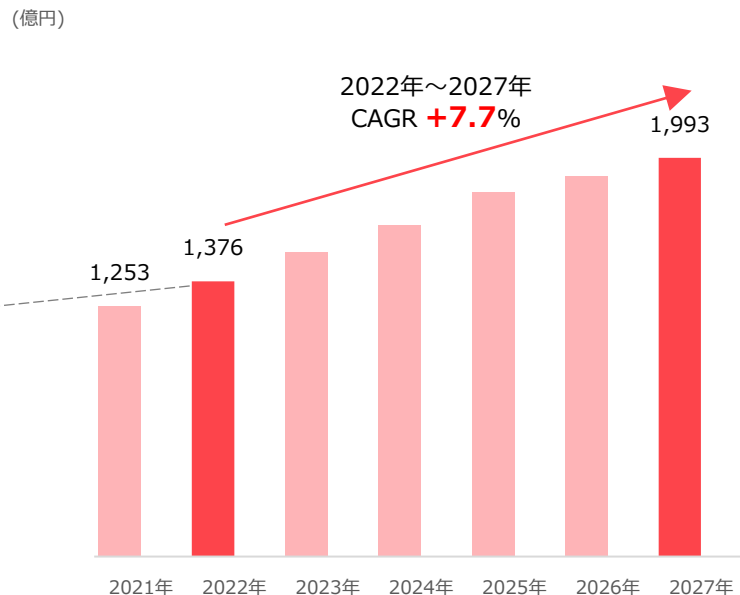
デジタルサイネージ関連事業：市場規模

クラウドポイントの年間売上高約31億円に対し、デジタルサイネージ関連市場は1,376億円とシェア拡大の余地がある。また、小売店や飲食店等でのプロモーションメディア広告のサービス展開を長期的に目指しつつ、短期的にはデジタルサイネージと関連性の強いリテールテックの各製品の取扱も推進することで、顧客基盤を拡大する方針。

市場規模（2022年）



デジタルサイネージ関連市場^{注3} 予測



(注) 1. 株式会社電通「2022年 日本の広告費 | プロモーションメディアのうち、屋外・交通・POP・イベントに該当する広告市場と注2記載のリテールテック市場の市場規模の合算値

(注) 2. 富士経済「2022年版 次世代ストア&リテールテック市場の現状と将来展望」

(注) 3. キメラ総研『デジタルサイネージ市場総調査 2023』の「システム販売/構築市場」「コンテンツ制作/配信サービス市場」の合算値

(注) 4. 2023年8月期の実績値を使用

デジタルサイネージ関連事業：競合環境

競合他社は取り扱う機器の特定メーカーへの偏りや、対象外のサービスがあるものの、クラウドポイントは顧客のデジタルサイネージの導入計画策定からシステム提案、設置工事、コンテンツ制作・配信、システムの運用・保守まで、ワンストップで行うことが強みである。



ソリューション事業：メッセージングサービス（MS）市場規模

当社サービスはメール送信市場211億円のうち、2%程度のシェアのため、広範な拡大余地を見込む。

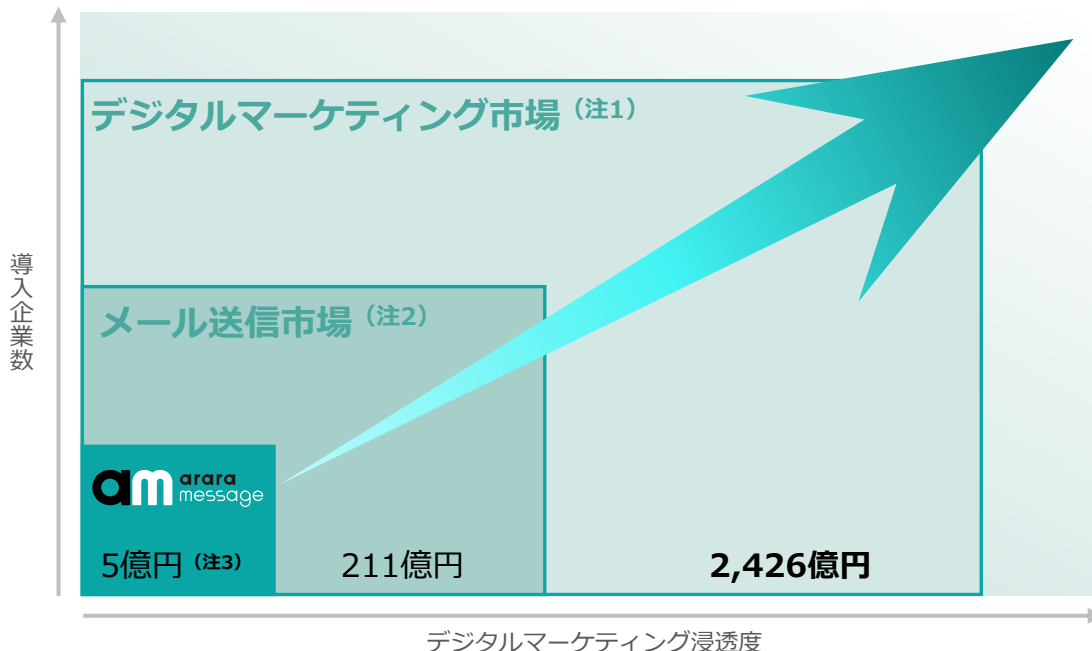
メール送信市場が属するデジタルマーケティング市場^(注1)の規模は2,426億円であり、潜在的なポテンシャルは大きい市場と考えられる。

TAM

獲得できる可能性のある
全体の市場規模

SOM

実際にアプローチできる
顧客の市場規模



(注) 1. 株式会社富士キメラ総研「ソフトウェアビジネス新市場2022年版」CX/デジタルマーケティング市場（2022年度見込）

(注) 2. ITR|ITR Market View：メール/Webマーケティング市場2023」（2022年度予測）

(注) 3. 2023年8月期以降はソリューション事業に統合されているため、2022年8月期実績を記載

INDEX

1. 持株会社体制への移行
2. 会社・事業概要
 - ・ キャッシュレスサービス事業
 - ・ デジタルサイネージ関連事業
 - ・ ソリューション事業
3. 業績・主要KPI推移
4. 市場環境
5. 強み・特徴
6. 成長戦略
7. 想定されるリスク

当社グループの強み・特徴：サマリ

1

長期的な収益を生む顧客基盤・サービス展開

- 各顧客の店舗内で流通する独自Payは一種類のため、当社グループは顧客にとって唯一の契約先
- 顧客の成長を支援するサービスの提供により取扱高と収益を長期的に確保

2

決済×マーケティングの相乗効果

- 店舗の内外で顧客が消費者と切れ目なくコンタクトできるリテールマーケティング・プラットフォーム戦略
- 戦略遂行に必要なグループ企業及びビジネスアライアンス

3

基幹システムとの連携による顧客の利用期間長期化

- 顧客の基幹システムと高速メール配信システムの連携を容易にすることで欠くことのできないポジションを確保
- 安心・安全・安定したAPIを提供することで、顧客の長期間の利用実現

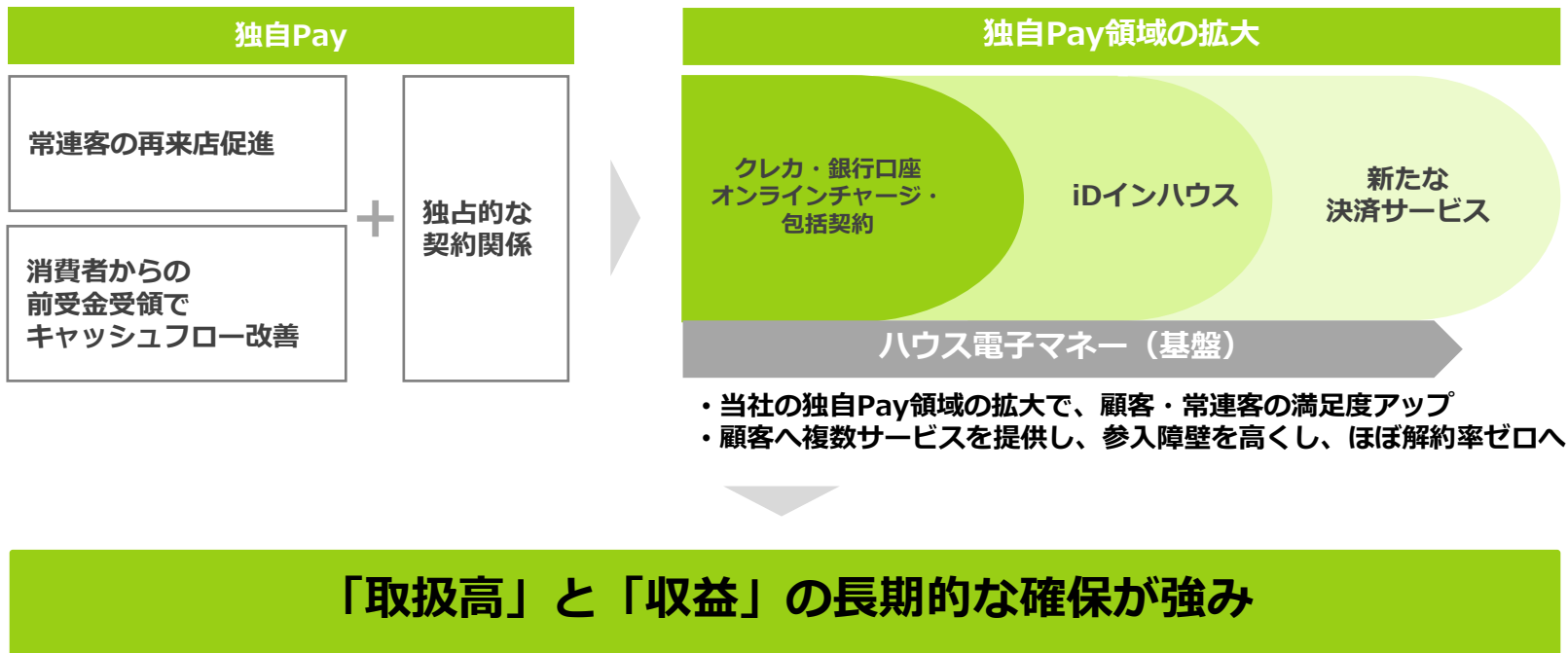
4

豊富なサービスラインナップ

- アララ、バリューデザイン、クラウドポイントが一体となり相互の顧客基盤に対してサービス提供
- 幅広い顧客のニーズに沿って、各社のサービスをクロスセル

当社グループの強み・特徴①：長期的な収益を生む顧客基盤・サービス展開

各顧客の店舗内で流通する独自Payは一種類のため、それを支える当社グループは顧客にとって唯一の契約先となる。「ハウス電子マネー」で構築した顧客基盤に新サービスを追加し続けることで事業領域の拡大とサービスの魅力を高める。顧客の成長を支援するサービス群の提供により顧客解約率をゼロに近づけ、取扱高と収益を長期的に確保できる強みがある。



当社グループの強み・特徴①：長期的な収益基盤による決済取扱高の拡大

2023年8月期年間決済取扱高

約 **1.2兆**円

2023年8月末累計導入店舗数

約 **11.7万**店舗

これまで主にハウス電子マネーのみで
決済関連事業の基盤を構築

2024年8月期年間決済取扱高（計画）

1.5兆円

独自PayのNo.1
プレイヤー^{注1}として
基盤拡大・領域拡大



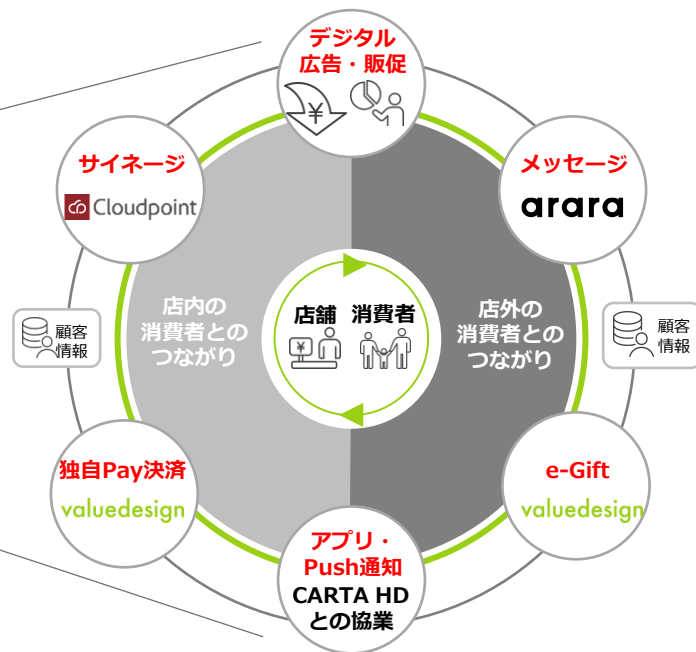
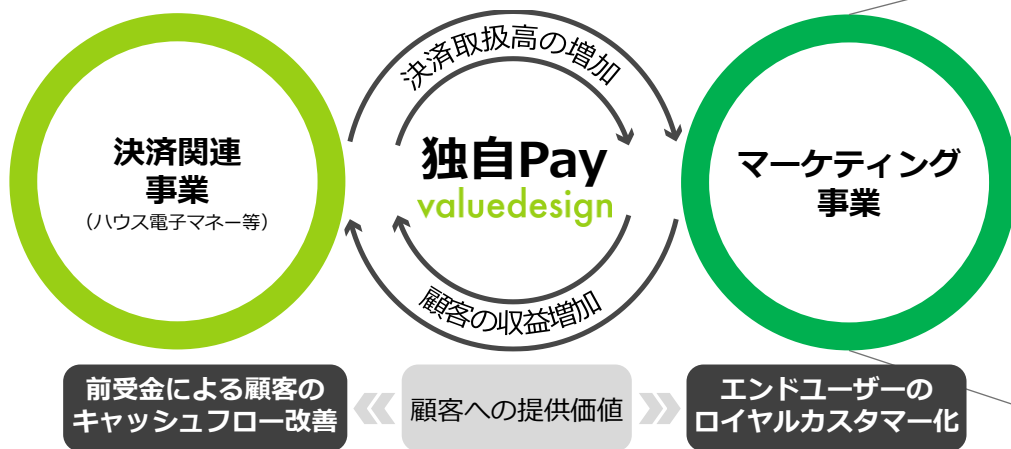
注1:当社調べ

当社グループの強み・特徴②：独自Pay＝決済×マーケティング

独自Payのマーケティング事業において、各店舗と消費者との切れ目のない関係を顧客へ提供する「リテールマーケティング・プラットフォーム戦略」を当社グループで提供。各サービスを各店舗の内外で消費者との接触に活用することで、購買行動を促進させ、エンドユーザーのロイヤルカスタマー化を実現。

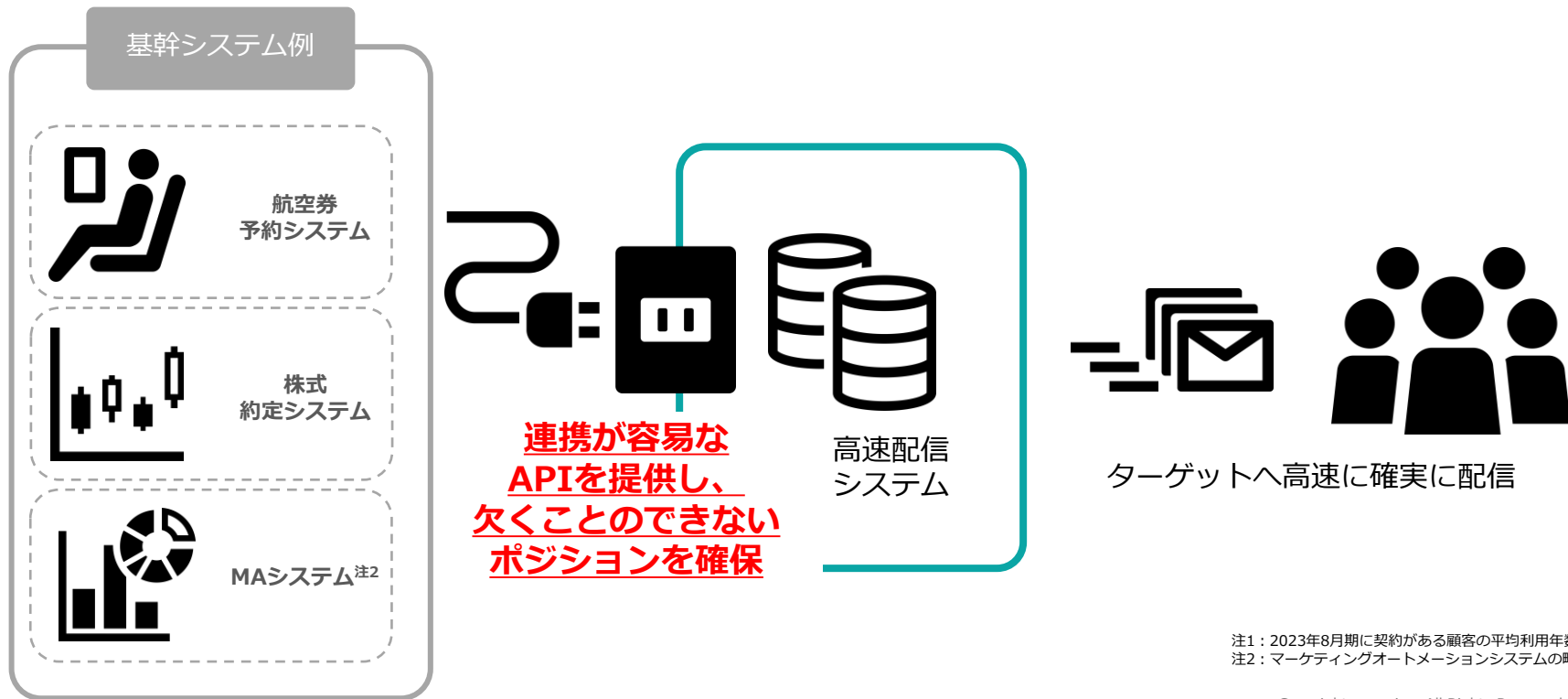
リテールマーケティング・プラットフォーム戦略

独自Payのエコシステム



当社グループの強み・特徴③：基幹システムとの連携による利用期間長期化

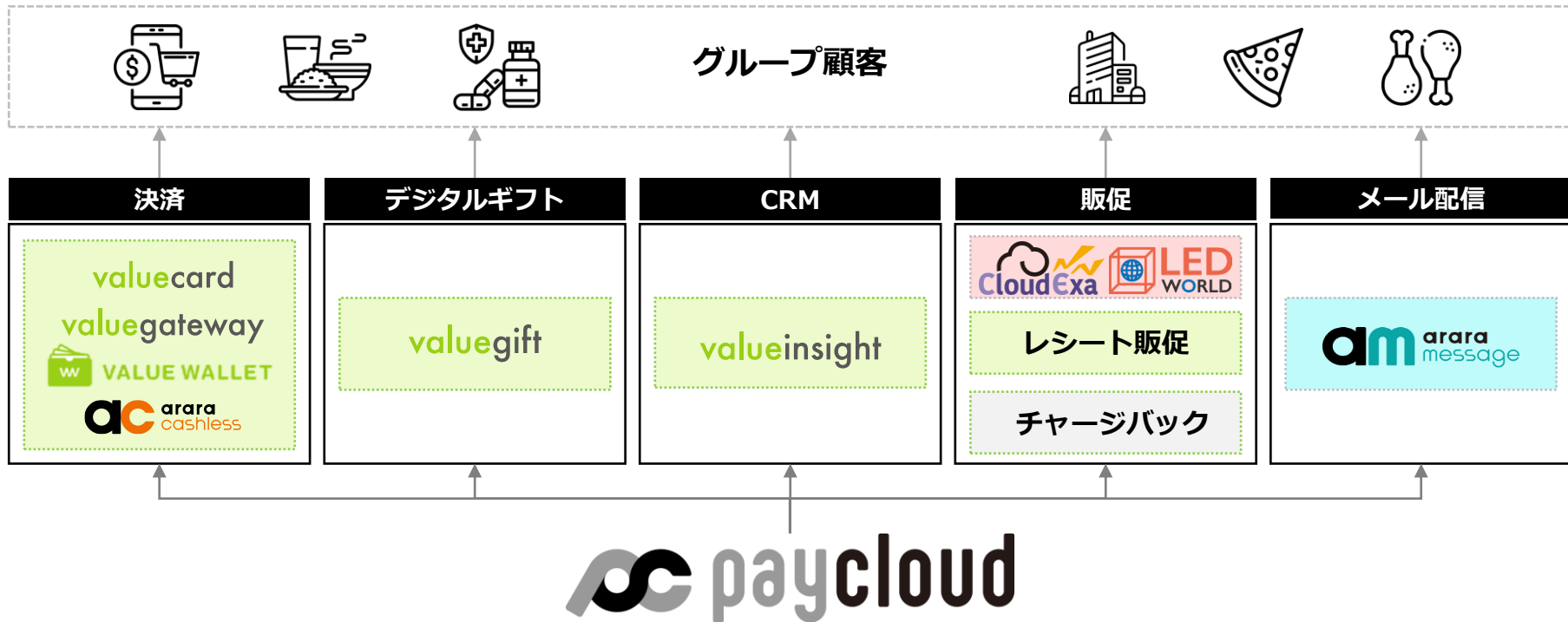
ソリューション事業の約75%の売上を占めるメッセージングサービス。顧客のサービスにとって最も重要な基幹システムと高速メール配信システムの連携を容易にすることで、欠くことのできないポジションを確保。更に、安心・安全・安定したAPIを提供することで、顧客の長期間の利用を実現。API連携の顧客の平均利用年数は約7年11カ月^{注1}。



注1：2023年8月期に契約がある顧客の平均利用年数
注2：マーケティングオートメーションシステムの略

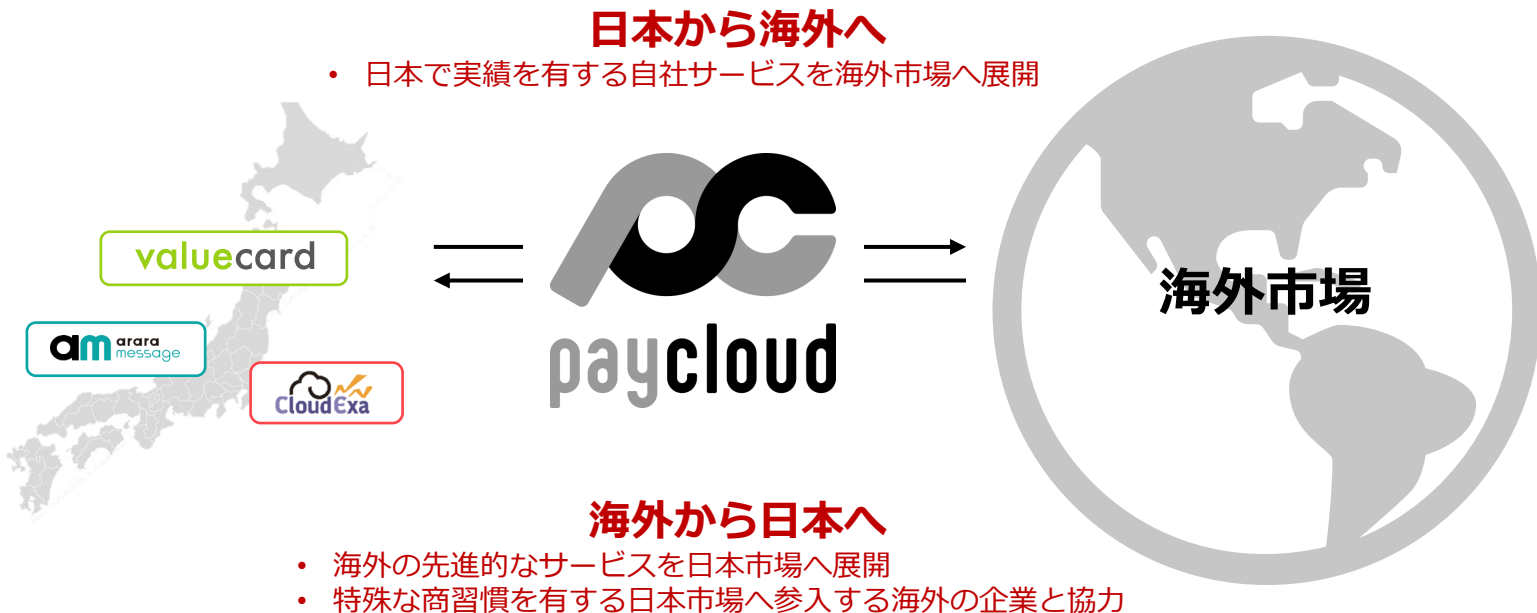
当社グループの強み・特徴④：豊富なサービスラインナップ

アララとバリューデザイン、クラウドポイントが一体となり、相互の顧客基盤に対して豊富なサービスラインナップを提供。店舗DXをはじめとして多様化する顧客の課題に合わせ、顧客が必要とするサービスを今後も展開。



当社グループの特徴：海外市場を含めたビジネス展開

海外市場については、キャッシュレスサービス事業におけるインド、タイの2拠点をグループの各事業会社が活用し、ビジネスを拡大することを実践中。ペイクラウド社としては、海外企業の日本市場への進出する足掛かりとなるよう、業務提携や共同開発などにより市場進出をサポートし、グループの事業会社の業容拡大の橋渡しの役割を担う。



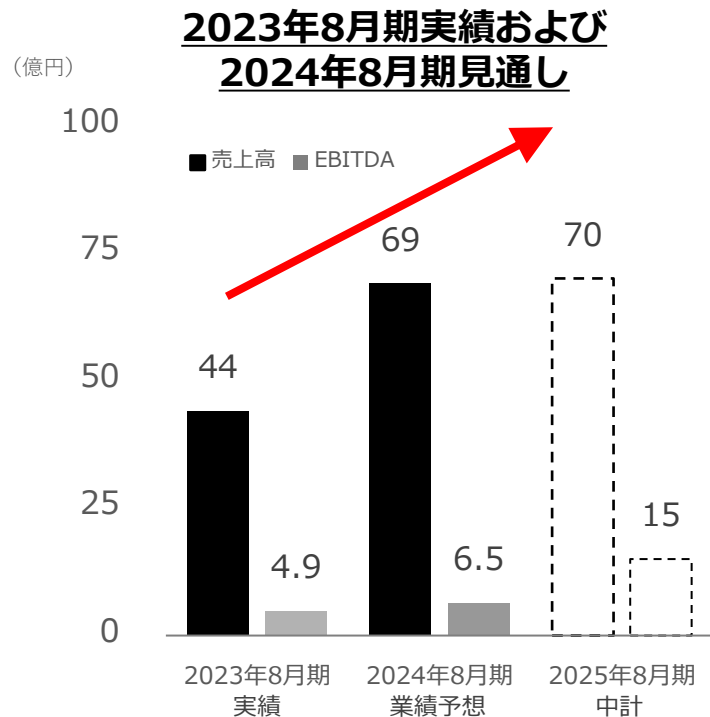
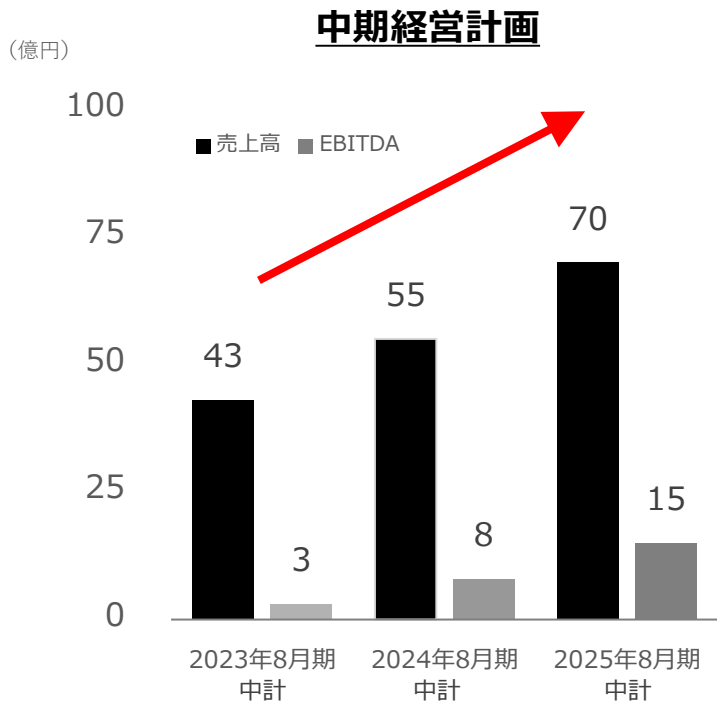
INDEX

1. 持株会社体制への移行
2. 会社・事業概要
 - ・ キャッシュレスサービス事業
 - ・ デジタルサイネージ関連事業
 - ・ ソリューション事業
3. 業績・主要KPI推移
4. 市場環境
5. 強み・特徴
6. 成長戦略
7. 想定されるリスク

※デジタルサイネージ関連事業のセグメント業績につきましては、本社経費の配賦額やグループシナジー、コスト削減の影響等を精査する必要があると考えているため、記載しておりません。

2025年8月期 業績目標

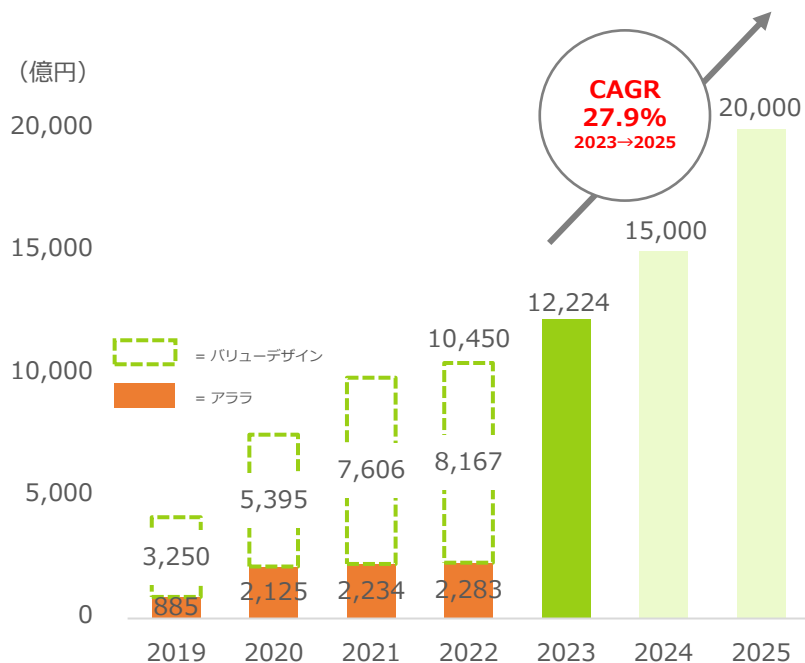
2024年8月期の売上高は中期経営計画最終年度の70億円に近い69億円、EBITDAは中期経営計画で発表した8億円に対して6.5億円と予想。2025年8月期の業績目標については修正すべき状況となった時点で速やかに開示予定。



1 成長のロードマップ：独自Pay収益基盤の強化

今後は顧客メリットを訴求し、顧客と共通の目標を持ち、サービス拡充により手数料収入を拡大する。
また、両社のノウハウを結集し、既存顧客の利用促進を進める。

独自Payの年間決済取扱高(GMV)



2023年8月期の決済取扱高は1.2兆円超

- 2023年8月期の年間決済取扱高は1.2兆円超となり、中期経営計画策定時の想定を上回る成長

サービス拡充による決済手数料収入の増加

- 独自Payの導入メリットとして、顧客の前受金が増加し、CCC(Cash Conversion Cycle)が良化する。エンドユーザーのロイヤルカスタマー化により、チャージ額がさらに増加し、顧客は資金調達と同等の効果が得られる。
- キャッシュフローが改善するというメリットを適切に訴求していくことで、廉価販売に陥ることなく、独自Payのサービス拡充により決済手数料収入を増加。

決済取扱高の拡大

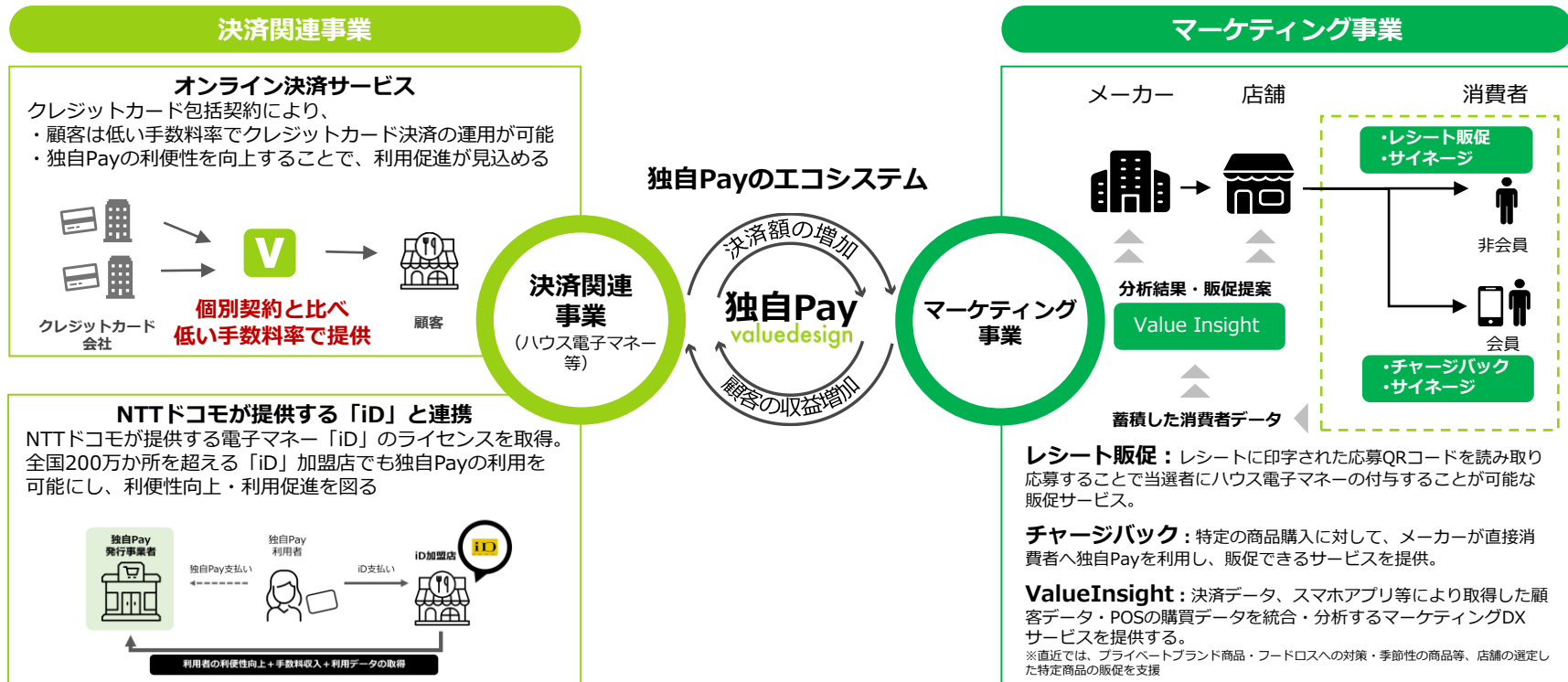
- 独自Payの利用がキャッシュフロー上・マーケティング上のメリットがある点を再認識していただき、顧客に独自Pay決済取扱高の拡大という共通目標を持っていただく。
- 顧客売上に占める独自Payの決済取扱高（決済比率）が増加するノウハウを、カスタマーサクセスを通じて提供することで継続的な決済取扱高の拡大を進める。

2 成長のロードマップ：独自Pay関連機能の拡充

独自Payの決済取扱高の拡大のため、決済関連事業とマーケティング事業の双方の機能拡充を推進。

決済関連事業では大企業に近い手数料率で中小事業者へクレジットカードチャージの提供を開始。

マーケティング事業ではメーカー・店舗の販促を強化するために、レシート販促やチャージバック、ValueInsightを提供。



月次報告・メディアでの発信

2023年8月期より、ホームページ上で月次業績報告の開示を開始。

四半期ごとの決算説明をIRTVにて公開。X（旧Twitter）にて公式チャンネルや副社長の井上による情報発信中。

月次業績報告



メディア・SNSでの発信



アララ【公式】
X（旧Twitter）
@arara_inc



アララ副社長 井上
X（旧Twitter）
@hao_inoue

将来見通しに関する注意事項

本資料は、当社の業界動向及び事業内容について、当社による現時点における予定、推定、見込み又は予想に基づいた将来展望にも言及しております。

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ております。

既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。

当社の実際の将来における事業内容や業績等は、本資料に記載されている将来展望と異なる場合がございます。

本資料における将来展望に関する表明は、当記述を作成した時点において利用可能な情報に基づいて当社によりなされたものです。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等に基づいております。

「事業計画及び成長可能性に関する事項」は今後、定時株主総会の時期を目途に開示を行う予定です。
なお、次回の更新は2024年11月の第19回定時株主総会頃を目途に開示を行う予定です。