

ADVENTURE

日本初のグローバルLOTAへ

2022年6月期第4四半期 決算説明資料

株式会社 アドベンチャー
(証券コード:6030)

skyticket
旅はスカイチケット



1. グループ概要
2. ハイライト
3. 連結業績
4. 単体業績
5. 今後の戦略
6. Appendix—業績—
7. Appendix—会社概要—

日本初のグローバルOTAへの挑戦

skyticket
アプリ
1800万DL
突破

寡占している
OTAが存在
しない
東南アジアへ
進出

国内シェア
大幅に拡大

東南アジアに
留まらず世界
へ進出

営業利益
1兆円



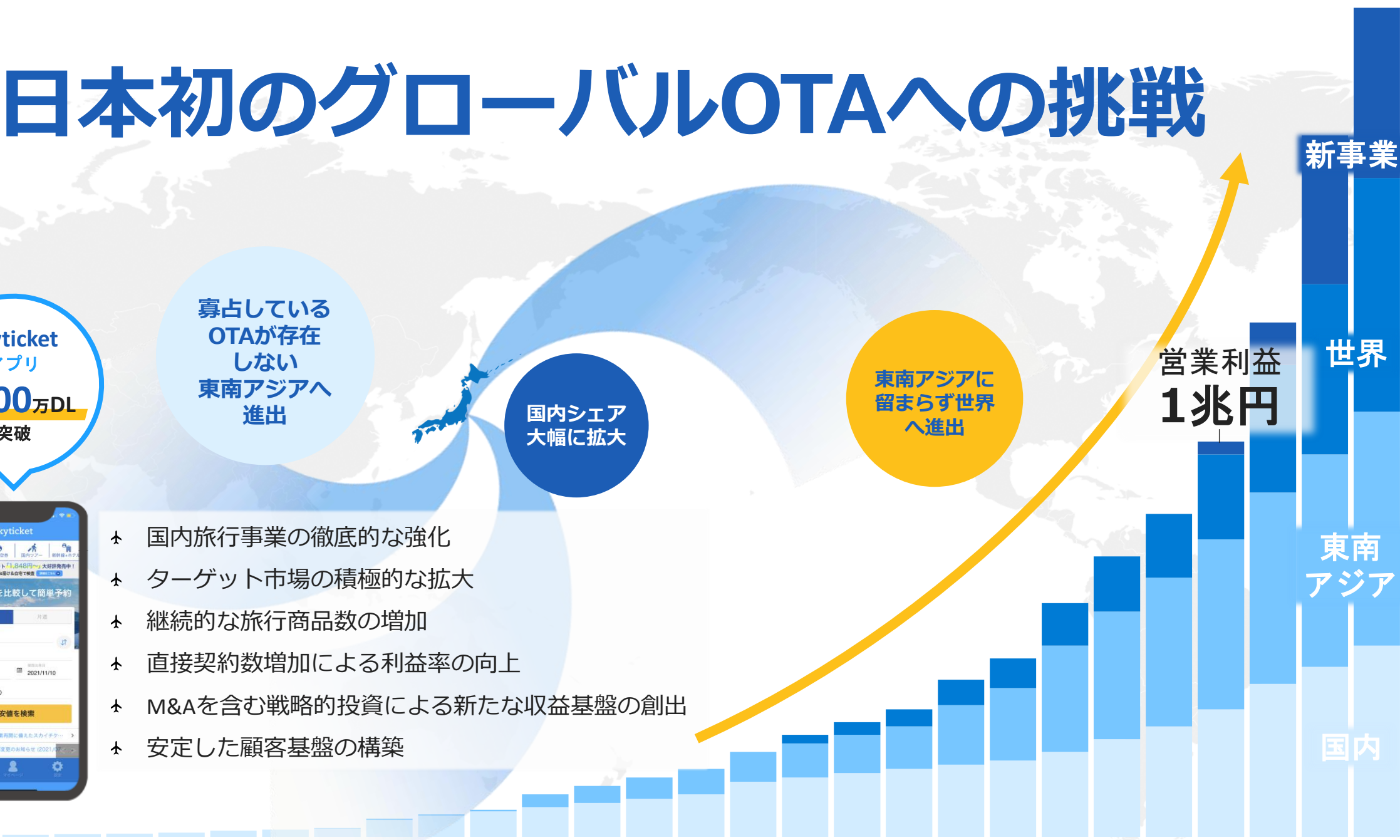
- ✦ 国内旅行事業の徹底的な強化
- ✦ ターゲット市場の積極的な拡大
- ✦ 継続的な旅行商品数の増加
- ✦ 直接契約数増加による利益率の向上
- ✦ M&Aを含む戦略的投資による新たな収益基盤の創出
- ✦ 安定した顧客基盤の構築

新事業

世界

東南
アジア

国内



skyticket

アプリを中心とした横断検索、即時予約が可能



低価格帯商品にフォーカス

節約思考のユーザーをターゲットに
低価格帯商品にフォーカス

海外のユーザー多数

42カ国語対応



一つのサイトで完結

横断検索により、予約全てを
一気通貫で可能



低価格帯商品の 総合予約プラットフォーム



アプリ広告に注力

スマホユーザーの拡大に伴い、
従来の広告からSNS広告を利用

グループ概要

ハイライト

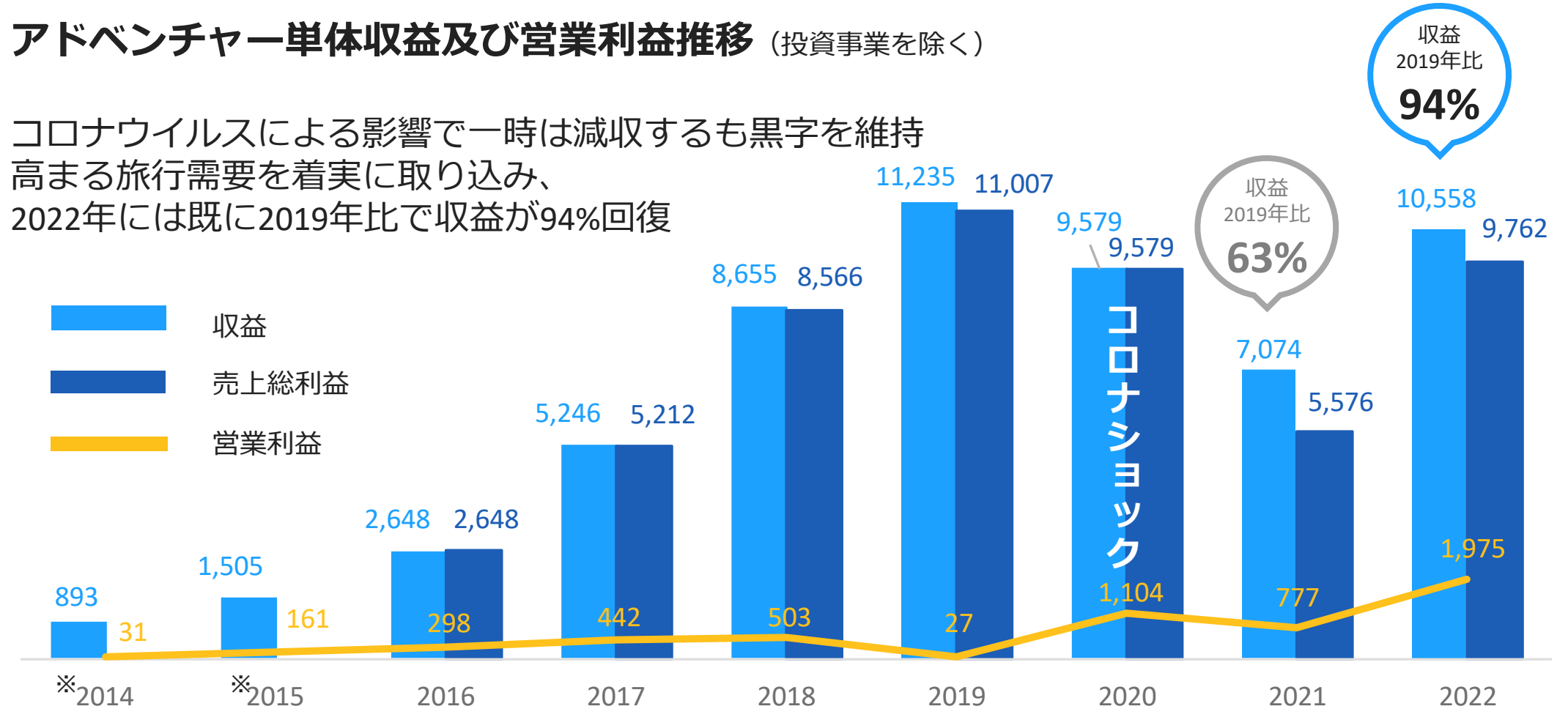
業績

今後の戦略

Appendix

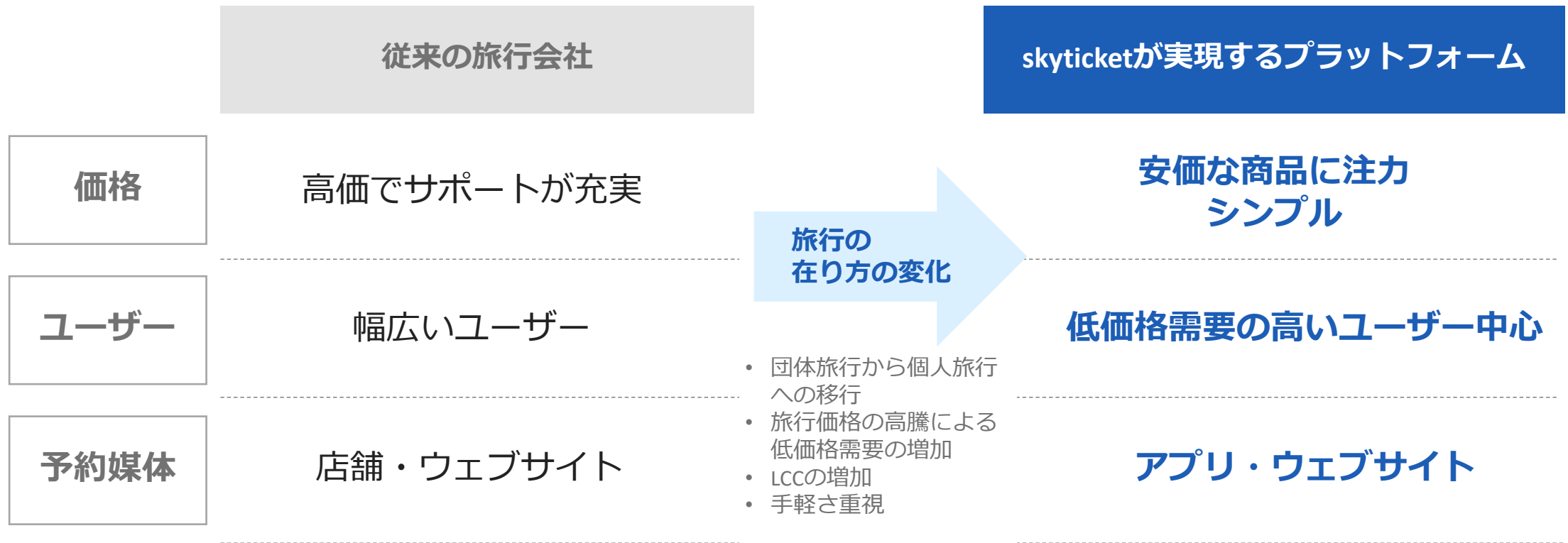
アドベンチャー単体収益及び営業利益推移 (投資事業を除く)

コロナウイルスによる影響で一時は減収するも黒字を維持
高まる旅行需要を着実に取り込み、
2022年には既に2019年比で収益が94%回復



※売上粗利益非開示のため、収益=売上粗利益とする

(単位：百万円)



1. グループ概要
2. ハイライト
3. 連結業績
4. 単体業績
5. 今後の戦略
6. Appendix—業績—
7. Appendix—会社概要—

The logo for JEJUair, featuring the word "JEJU" in a bold, orange, sans-serif font and "air" in a smaller, blue, italicized sans-serif font.The logo for skyticket, with "skyticket" in a large, blue, lowercase sans-serif font and the tagline "旅はスカイチケット" in a smaller, blue, lowercase sans-serif font below it.

API連携

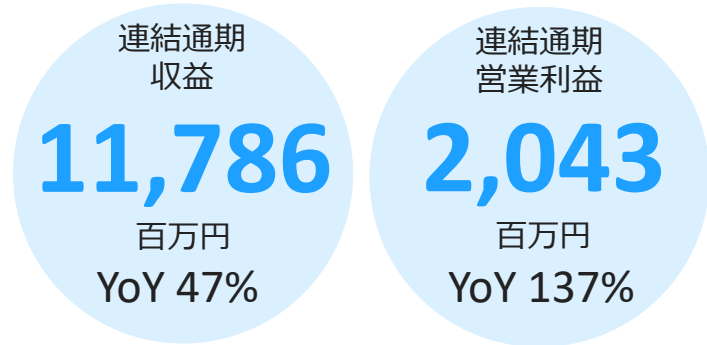
(Application Programming Interface)

- ✓ 迅速な航空券料金や空席状況の確認および、お客様のニーズに合わせたアンシラリーサービス（手荷物など）の提供が可能
- ✓ 航空券をカスタマイズすることにより、お客様に最適な価格で航空券の購入が可能

※API連携に関する詳細はp53を参照

連結収益**47%**の増収・連結営業利益**137%**の増益 (前年同期比)

- 旅行需要の回復により各サービスにおいて予約大幅増加



単体広告費比率 **通期で49%** (売上総利益÷広告費=広告費比率) ※単体コンシューマ事業のみの数値 投資事業を除く

- 収益性を優先しながら旅行需要回復期に向け、バランスよく広告宣伝へ投資

※売上総利益に対する広告比率の年度推移はp18を参照

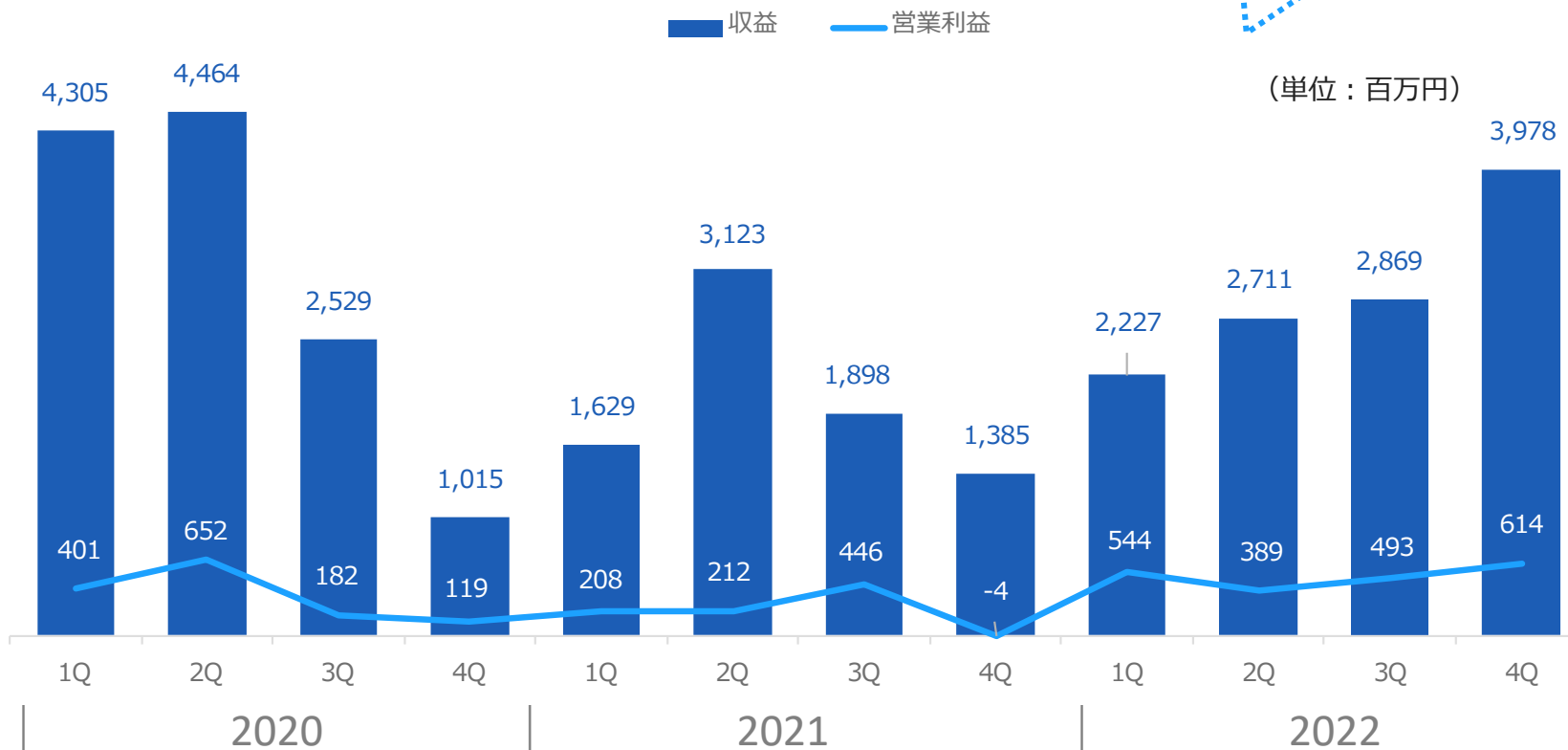


1. グループ概要
2. ハイライト
3. 連結業績
4. 単体業績
5. 今後の戦略
6. Appendix—業績—
7. Appendix—会社概要—

日本初のグローバルOTAへ

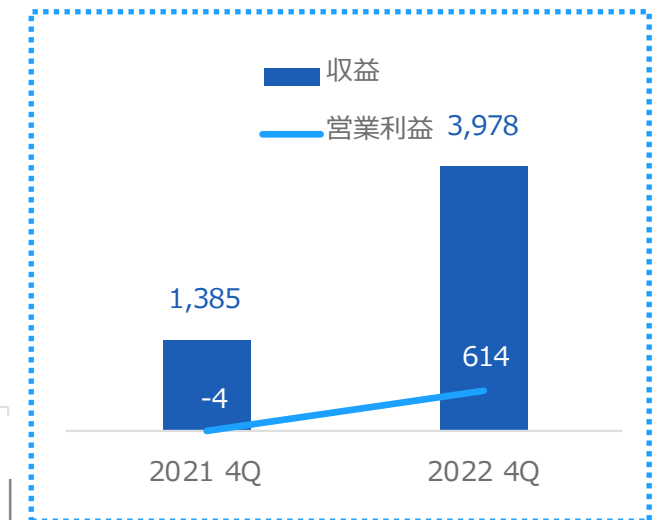
売却済み子会社分の
数値は除外

(単位：百万円)



蔓延防止措置解除と
夏の旅行需要回復により
各サービスにおいて
予約が**大幅増加**

(営業利益の内訳はp12を参照)

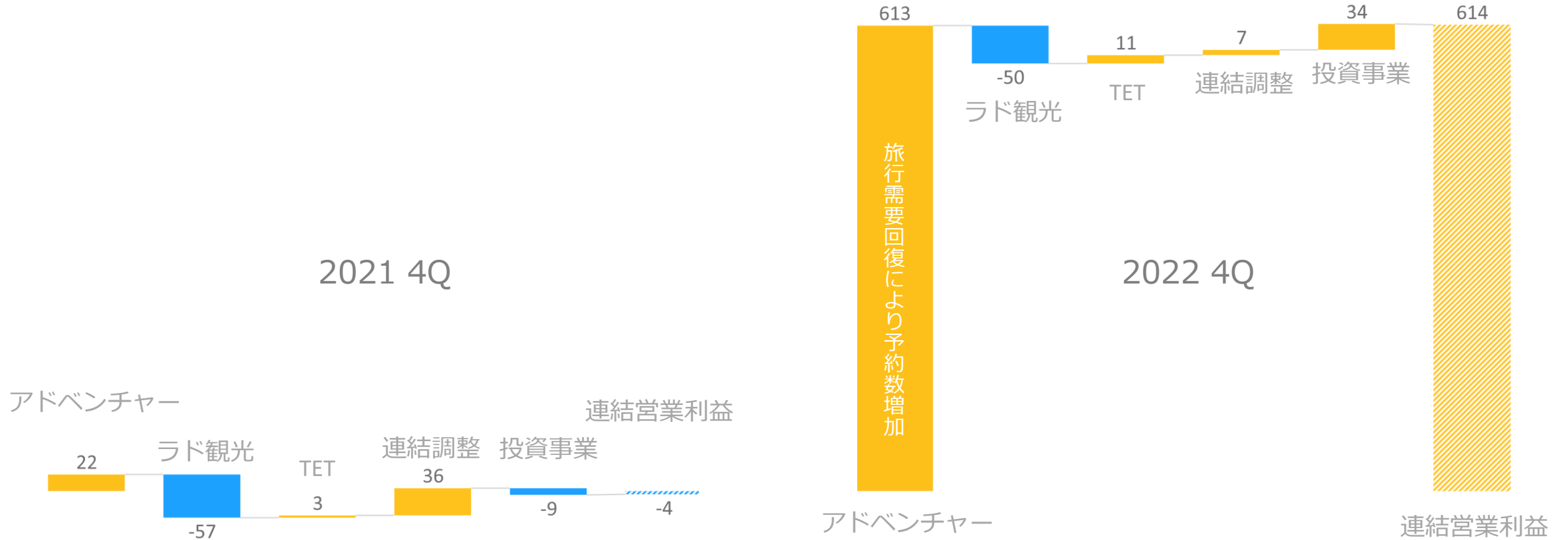


※投資事業を含む

日本初のグローバルLOTAへ

■ 増加 ■ 減少 ■ 合計

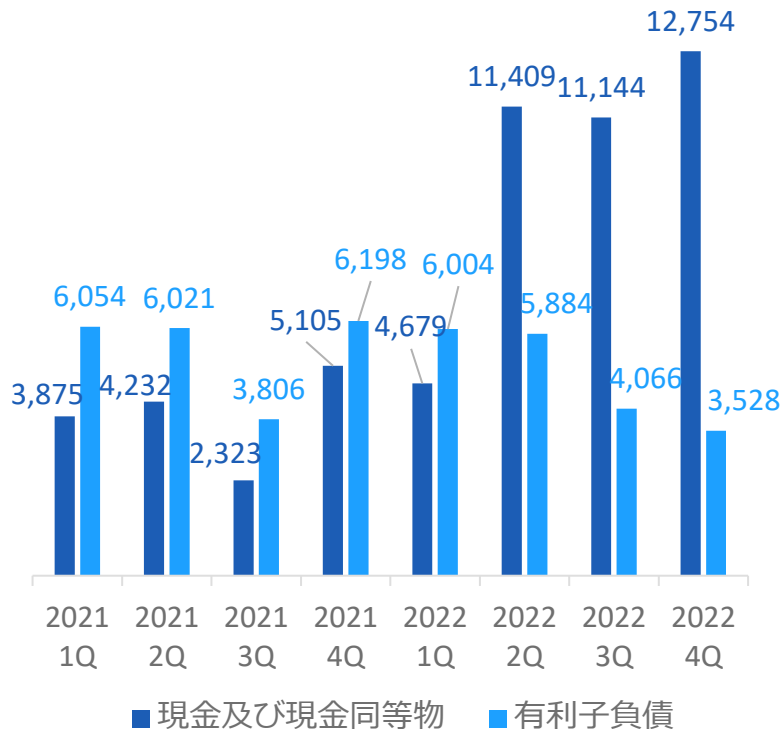
(百万円)



親会社所有者帰属持分比率が**18.9%**から**46.2%**へ増加し、**財務体質が改善**

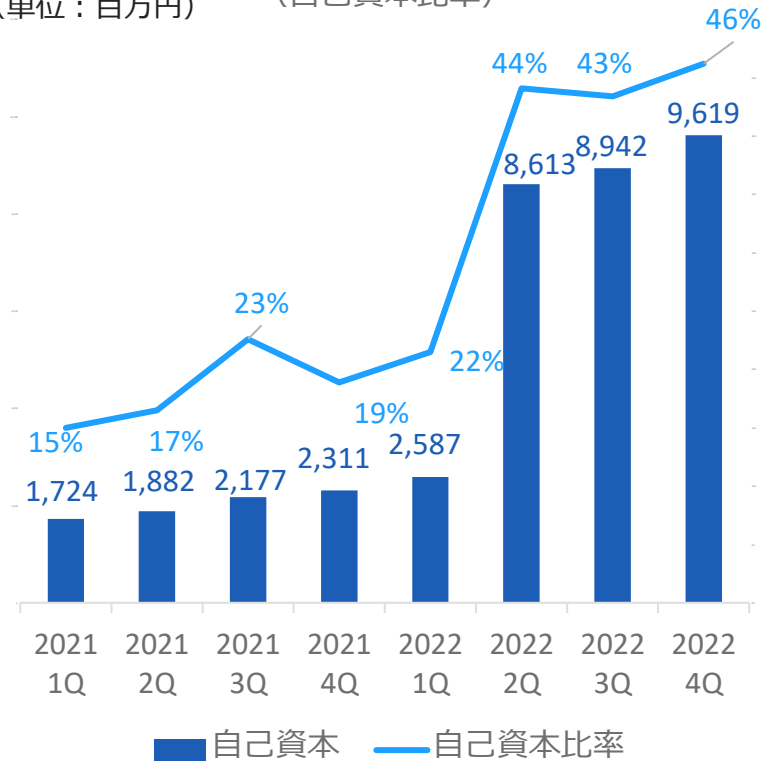
現預金及び有利子負債

(単位：百万円)



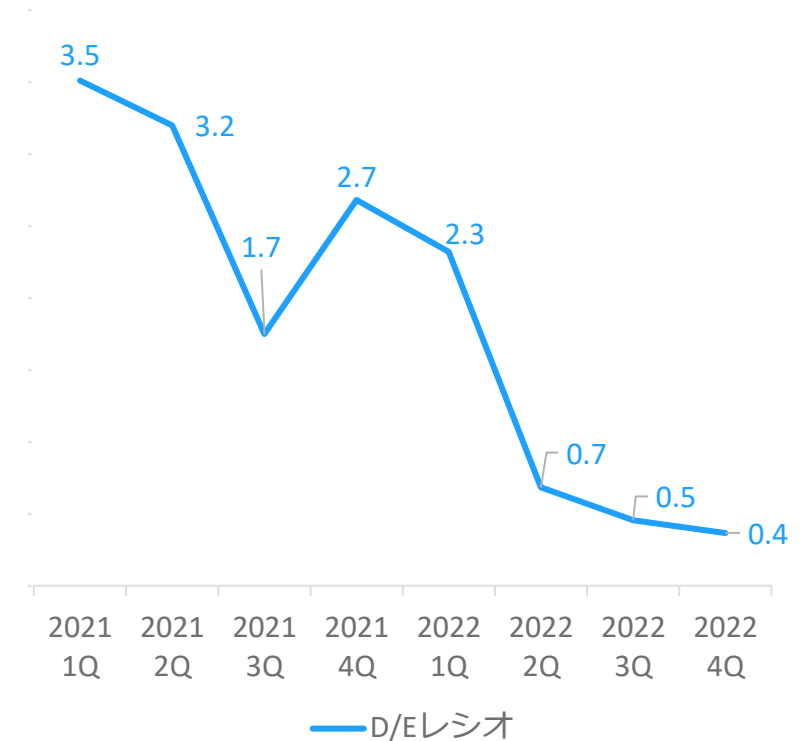
親会社所有者帰属持分比率

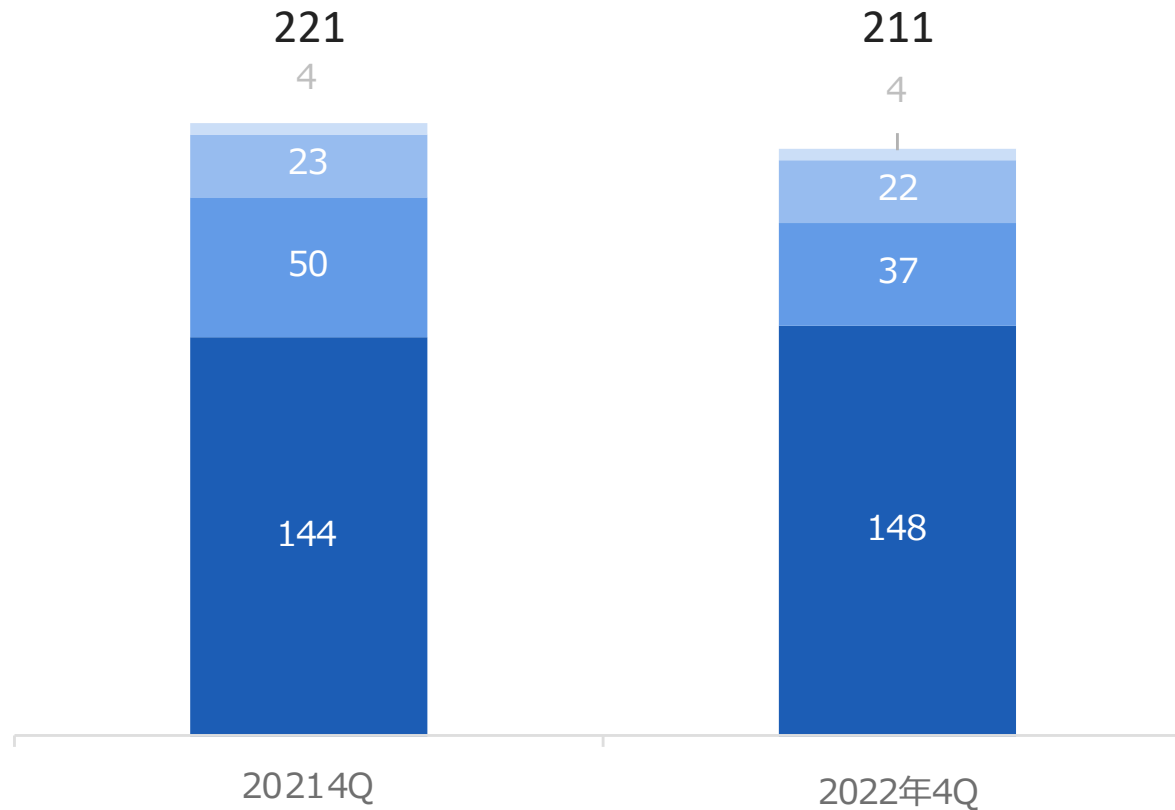
(単位：百万円) (自己資本比率)



D/Eレシオ

(単位：倍)





■ アドベンチャー正社員
 ■ アドベンチャー臨時雇用者
 ■ 子会社正社員
 ■ 子会社臨時雇用者
 アドベンチャー派遣社員除外（単位：人）
 ※売却済、清算済の子会社は非継続事業として実績から除外して比較

新卒採用開始

2020年に5名、2021年に20名程、2022年に17名の新卒採用を実施。ホテルの直接契約を増加させるため営業活動を強化。

海外エンジニアの採用

グローバル展開する上でグローバルなフィールドで活躍ができる海外エンジニアの採用を計画

2023年6月期	業績予想（通期）
収益	140億円
営業利益	28億円
税引前 当期利益	27.5億円
当期利益	17億円
親会社の所有者に帰属する 当期利益	17億円
基本的1株当たり当期利益	226.65円

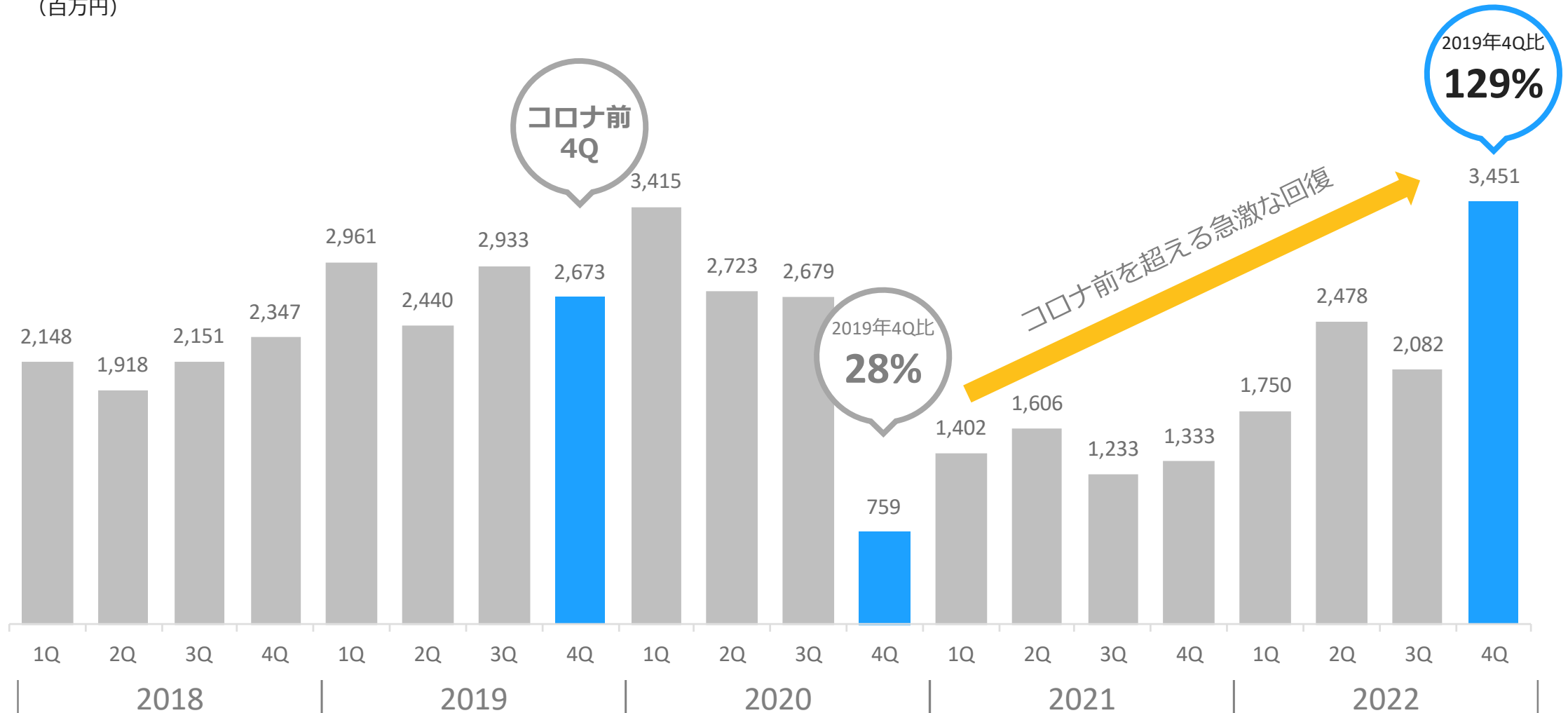
1. グループ概要
2. ハイライト
3. 連結業績
4. 単体業績
5. 今後の戦略
6. Appendix—業績—
7. Appendix—会社概要—

単体売上総利益（粗利）

ADVENTURE

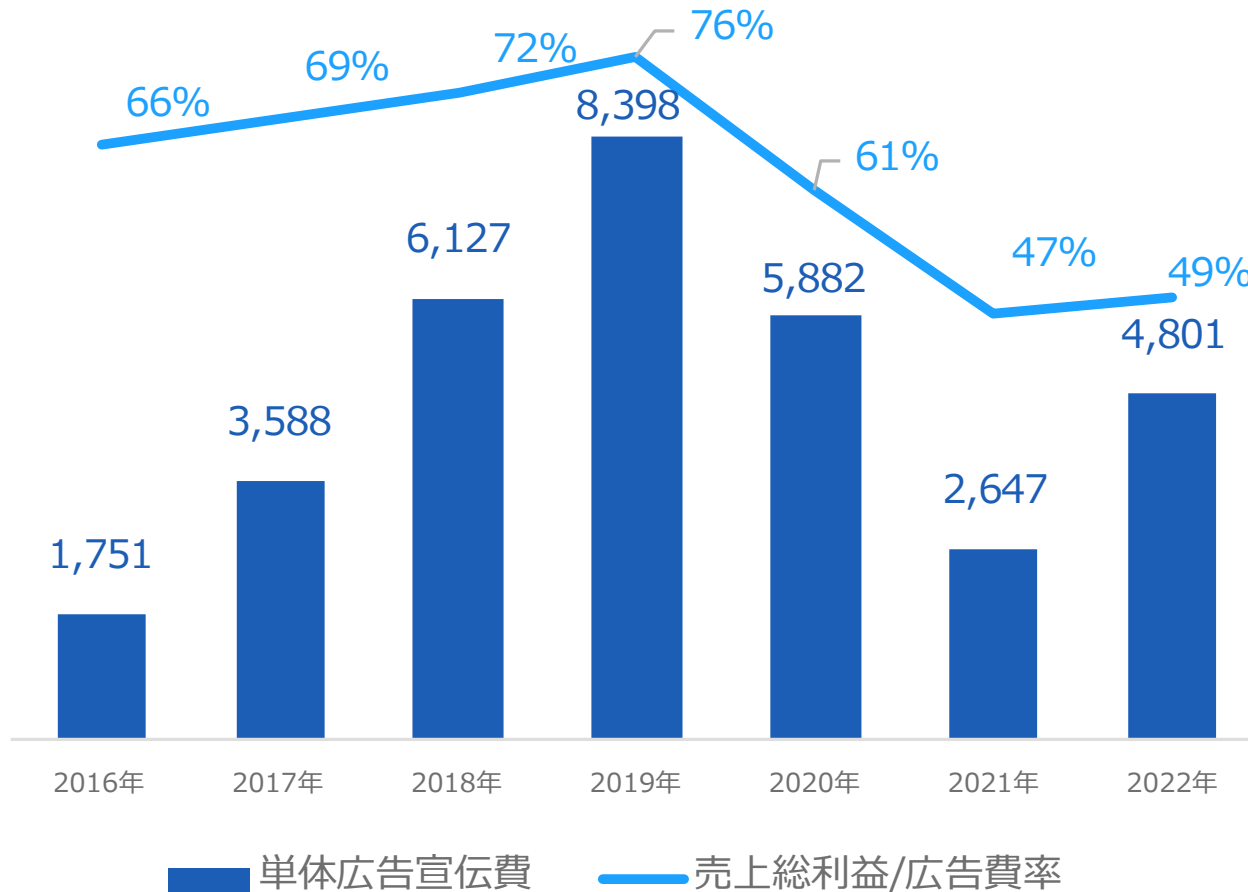
日本初のグローバルOTAへ

(百万円)



※単体コンシューマ事業のみの数値 投資事業を除く

単体広告宣伝費の最適化



※公表当時の数値で比較
 ※投資事業を除く
 (単位：百万円)

今後の方針

- 収益性を優先し経営基盤を強固することで中長期成長を目指す
- 最終的なROIを向上できるように広告の媒体を慎重に検討

1

アプリ広告に注力

→ 他社に比べSNS広告を利用したアプリ広告への投資に力を入れている

2

リピート率の向上

→ アプリを一度インストールしていただくことにより、再度旅行を検索する際もアプリを利用

3

広告費比率の低下

→ ユーザーが継続的にアプリを利用するため、アプリユーザーに向けた広告を削減

4

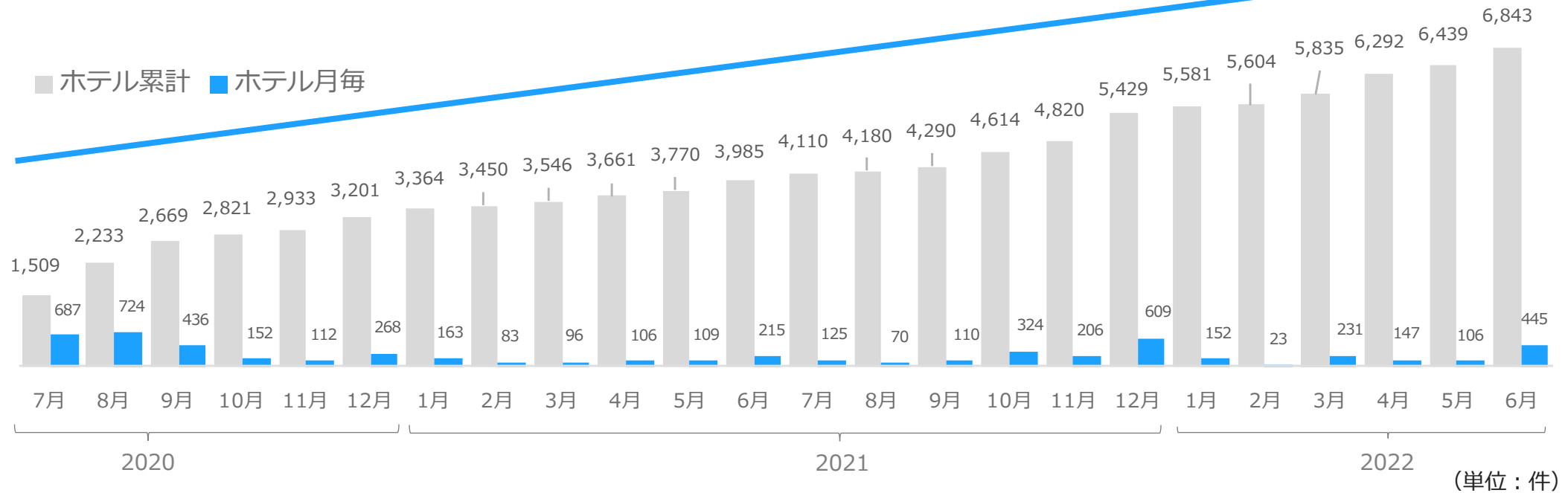
利益の拡大

→ 広告費比率が低下することにより利益の拡大へとつながる

単体契約施設数

- ホテルの営業活動強化のため新卒採用による営業人員の増加
- 大手チェーンホテルとの契約が順調に増加
- 直接契約施設数の増加によりテイクレートが増加
- 計画値： 2023年6月末 8,000施設
2024年6月末 10,000施設

6,843
施設

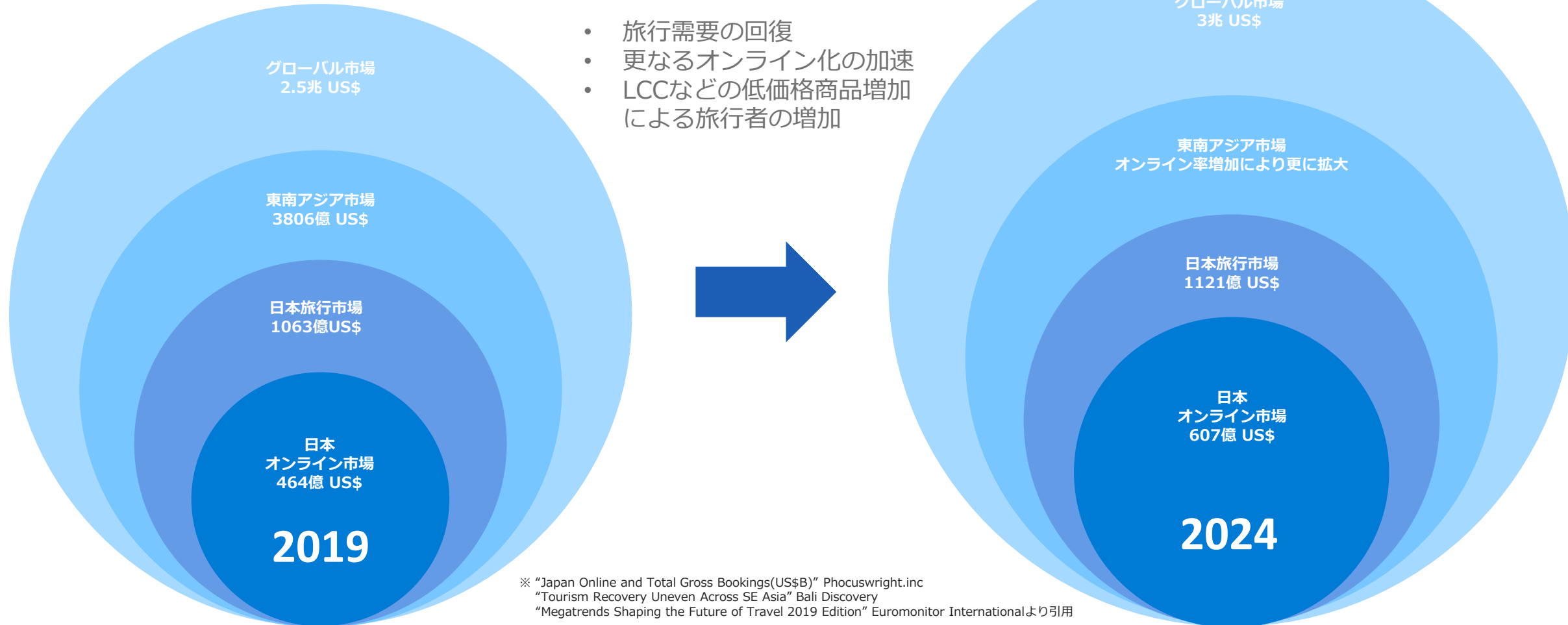


1. グループ概要
2. ハイライト
3. 連結業績
4. 単体業績
5. 今後の戦略
6. Appendix—業績—
7. Appendix—会社概要—

ターゲット市場の拡大ポテンシャル

ADVENTURE

日本初のグローバルOTAへ



グループ概要

ハイライト

業績

今後の戦略

Appendix

日本初のグローバルOTAへ

グローバル戦略

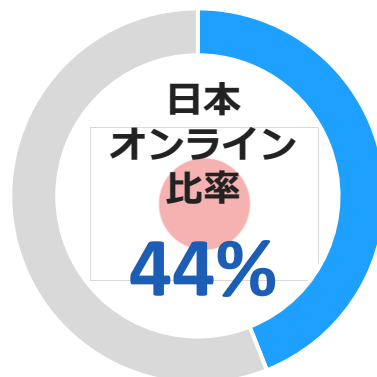
寡占しているOTAが存在しない
東南アジアを中心にアプローチ

取引先との積極的な
NDC接続及びAPI連携

各サービスにおける
直接契約のグローバル展開

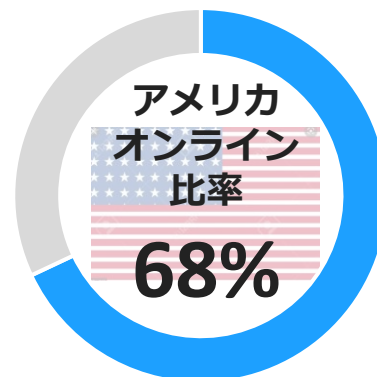
旅行市場が大きく成長している米国と比較し、
日本はいまだに店舗型旅行会社のシェアが多いため
今後急激なオンライン市場の拡大が見込まれる

東南アジアにおいてもオンライン比率は上昇しているものの、
欧米と比較すると大幅に少ないため**成長余地は十分存在**

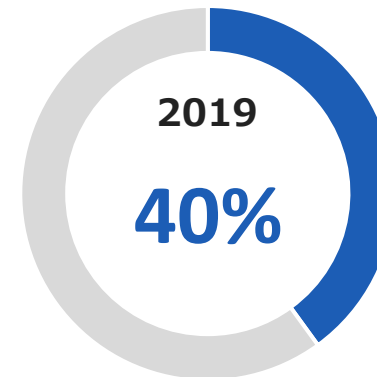


※ "Japan Online and Total Gross Bookings(US\$B)"
Phocuswright.incより引用

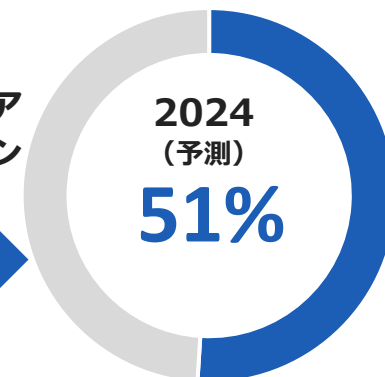
2020
<



※Over 60 Online Travel Booking Statistics (2022)より引用



→
東南アジア
オンライン
比率



※ "Southeast Asia Online and Total Travel Market Gross Bookings (US\$B),2018-2024" Phocuswright.incより引用

日本初のグローバルLOTAへ

- 1 現在**
STEP1の実施準備
バケーションレンタル事業
子会社の設立
エンジニアの採用
- 2 5年後**
STEP2,3の先行投資
流通の確保
- 3 順次**
STEP3,4の実施準備
コロナウイルスの状況に応じて
各国に支社設立



現在

STEP1
国内旅行事業強化
商品拡大・システム強化

STEP2

海外旅行事業

海外ツアーの開始

STEP3

**東南アジア
へ拡大**

アジア圏を中心に
顧客を獲得

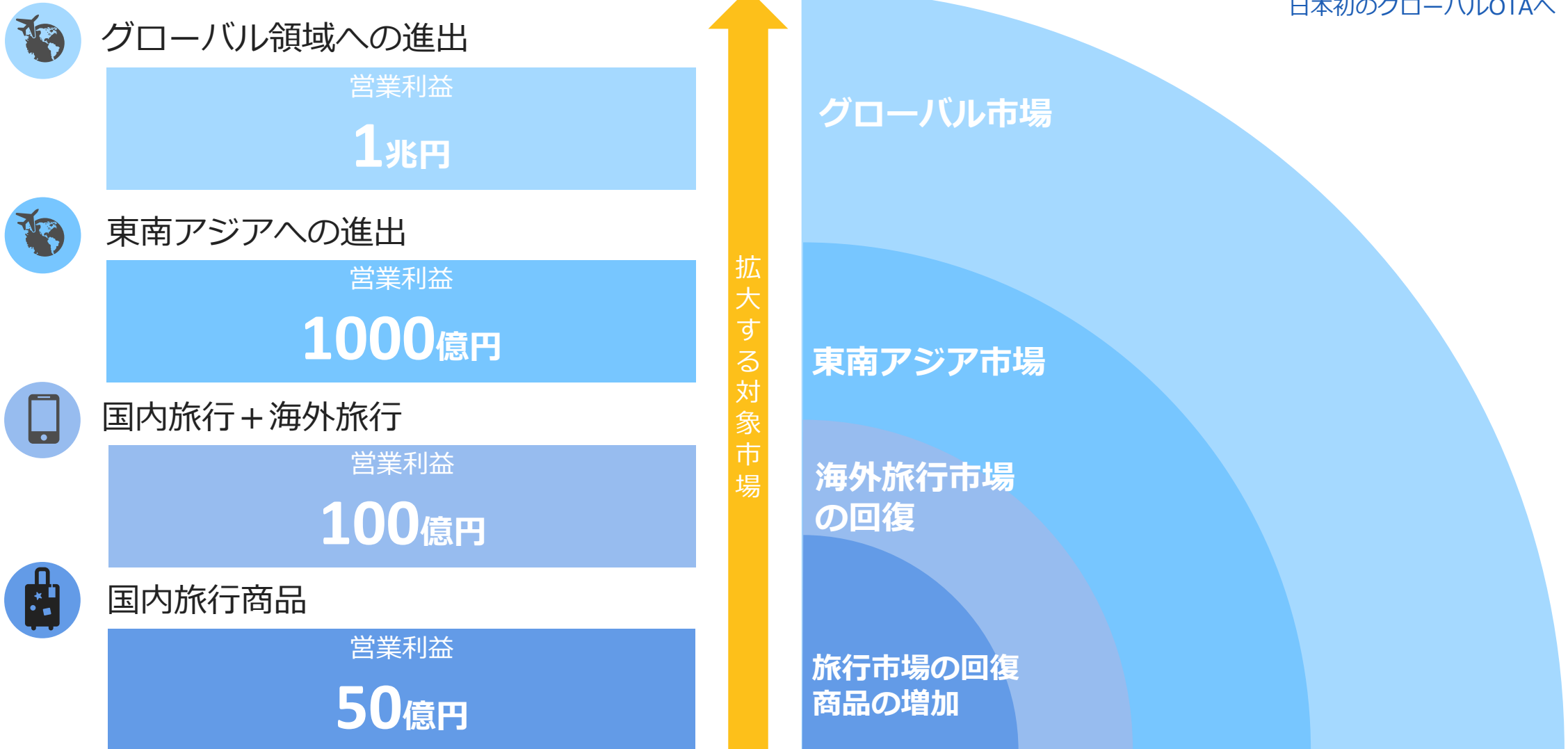
STEP4

**グローバル領域
へと拡大**

旅行者数及びターゲット市場の拡大ポテンシャル

ADVENTURE

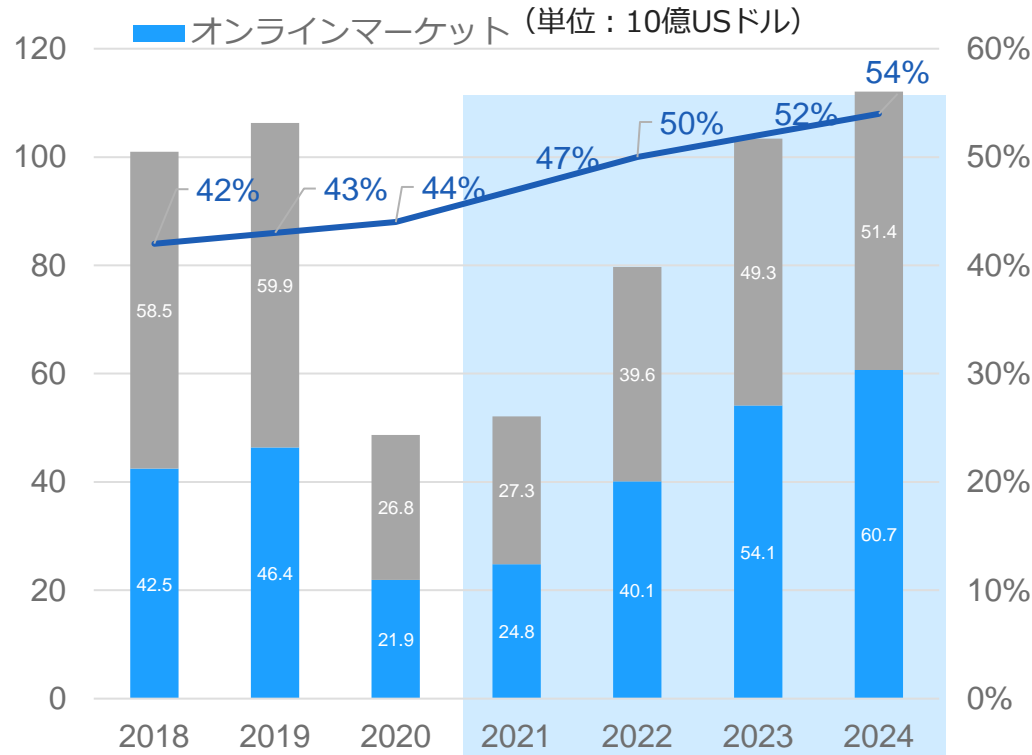
日本初のグローバルOTAへ



日本初のグローバルOTAへ

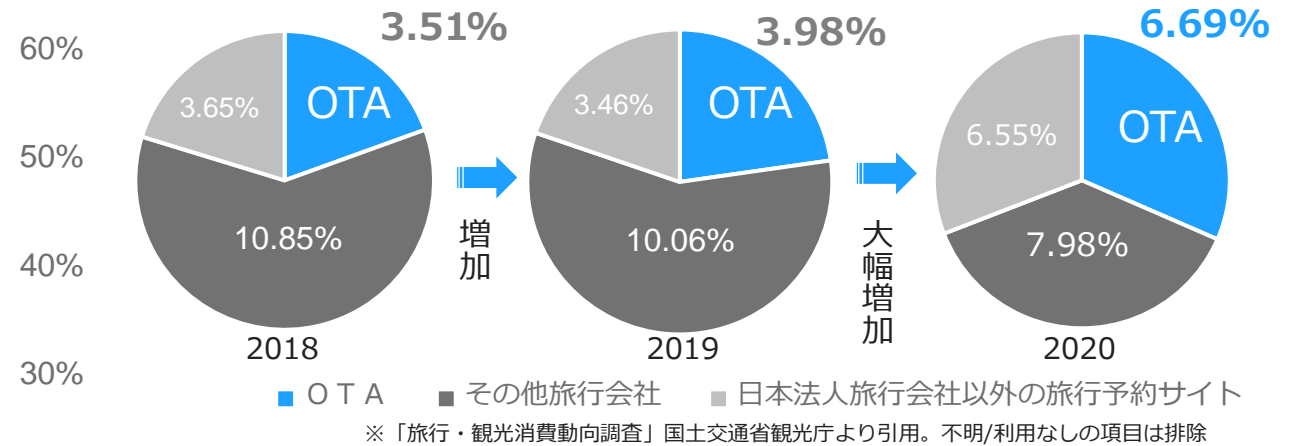
国内旅行取扱高

※ “Japan Online and Total Gross Bookings(US\$B)”
Phocuswright.incより引用



TTAからのシェアを大幅獲得できると予測

利用旅行会社・旅行予約サイトの利用率



TTAの店舗閉鎖
OTAの低価格商品の増加
オンラインマーケットの比率が上昇

↓
旅行の予約方法の主流がオンラインに変化

日本初のグローバルOTAへ



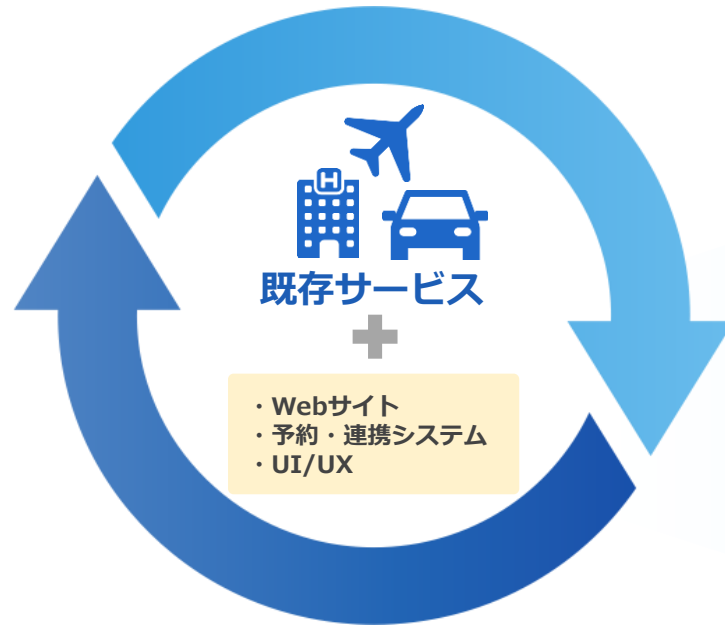
国内OTAで最多の言語対応

多言語対応することにより、
他社との差別化及び**ターゲット市場の拡大**が可能。

米国では既にオンライン比率68%

旅行市場が大きく成長している米国ではオンラインでの旅行予約が主流。国内は未だTTAのシェアが大きくオンライン比率**わずか44%**。日本を含めた東南アジアは成長余地が十分に存在するため、アドベンチャーは積極的に**マーケットシェアを獲得**する。

日本初のグローバルOTAへ



一括予約できる利便性
による新規顧客の増加



ポイントステイタス、
アプリ利用等による
リピーターの獲得

既存サービス

- ・ 直接契約比率向上による**商品数の増加**

新規サービス

- ・ 旅行事業とシナジー効果が期待できる**新規事業**を積極的に追加

ADVENTURE 日本初のグローバルOTAへの挑戦

未開拓であるアジア市場からグローバル展開の開始に伴い、多言語化の強化



2022年7月
韓国

2024年 東南アジアへ拡大



2023年
インド
バングラデシュ
フィリピン

多言語サービス拡大

海外支社設立

アジア市場へ展開

- 1 低所得層の旅行需要拡大により、低価格帯の商品需要が増加
- 2 圧倒的なシェアを持つOTAが少ない市場

基本方針

今後は積極的にM&Aを検討

財務健全性の維持及び資本効率の向上を含むバランスシートマネジメントを重視

海外旅行に
注力している
日本の会社

オプションツアーを
行っている会社

エアラインとの関係が
強いアジアの会社

オフショア開発の会社
エンジニアの採用

etc

1. グループ概要
2. ハイライト
3. 連結業績
4. 単体業績
5. 今後の戦略
6. Appendix—業績—
7. Appendix—会社概要—

親会社所有者帰属持分比率が**18.9%**から**46.2%**へ増加し、**財務体質が改善**

	2021. 4Q	2022. 4Q	増減 (率)
流動資産	9,034	18,251	102%
現金及び現金同等物	5,105	12,754	150%
非流動資産	3,165	2,584	▲18%
のれん	1,101	529	▲52%
資産合計	12,199	20,835	71%
流動負債	5,043	7,629	51%
非流動負債	4,844	3,587	▲26%
負債合計	9,888	11,216	13%
資本合計	2,311	9,619	316%
負債及び資本合計	12,199	20,835	71%
親会社所有者帰属持分比率	18.9%	46.2%	-

(単位：百万円)

旅行需要の回復により、前年同期比で大幅増収増益

収益47%増、営業利益137%増 四半期利益91%増

	2021. 4Q累計	2022. 4Q累計	増減（率）
※収益	8,035	11,786	47%
※売上総利益	5,771	10,052	74%
※販売費及び一般管理費	5,111	8,096	58%
※うち広告宣伝費	2,672	4,824	81%
※営業利益	862	2,043	137%
当期利益	844	1,610	91%
うち非継続事業の当期利益	186	276	48%
うち継続事業の当期利益	658	1,333	103%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	850	1,610	89%

※売却済み、清算済みの子会社は非継続事業として実績から除外して比較（単位：百万円）

ツアーを除く全てのサービスにおいて取扱高・収益ともに増加

前年のGOTOトラベルの影響によりツアーは前年比で減少

2022年6月期4Q累計	国内航空券	海外航空券	ホテル	レンタカー	※ ツアー	その他	合計
取扱高	40,937	1,174	1,285	2,531	911	411	47,252
(前期比増減率)	96%	-	55%	88%	▲49%	179%	91%
収益	8,754	105	124	287	911	375	10,558
(前期比増減率)	81%	2%	98%	98%	▲49%	189%	49%

2021年6月期4Q累計	国内航空券	海外航空券	ホテル	レンタカー	※ ツアー	その他	合計
取扱高	20,845	▲ 276	830	1,345	1,798	147	24,690
収益	4,835	103	62	144	1,798	129	7,074

※ツアーはグロス計上のため取扱高=収益。粗利は10%程度。(単位：百万円)

連結・単体ともに資本（純資産）が大幅増加

	当社	ラド観光	TET	連結調整	合計
資産合計	19,212	748	496	378	20,835
(対前4Q比増減率)	125%	▲7%	75%	▲85%	71%
負債合計	10,189	330	381	315	11,216
(対前4Q比増減率)	49%	▲31%	100%	▲87%	13%
内有利子負債	3,354	174	-	-	3,528
(対前4Q比増減率)	▲24%	▲24%	-	▲100%	▲43%
資本（純資産）	9,022	417	115	63	9,619
(対前4Q比増減率)	438%	28%	25%	▲71%	316%

※売却済、清算済の子会社は非継続事業として実績から除外して比較

(単位：百万円)

各社増収増益

単体の営業利益は**1,981百万円**と好調 連結営業利益前期比**137%増**

2022年6月期4Q累計	当社	ラド観光	TET	連結調整等	合計
収益	10,558	1,287	32	▲ 92	11,786
(前期比増減率)	49%	26%	71%	-	47%
営業利益	1,981	43	30	▲ 11	2,043
(前期比増減率)	155%	-	141%	-	137%

2021年6月期4Q累計	当社	ラド観光	TET	連結調整等	合計
収益	7,074	1,021	19	▲ 79	8,035
営業利益	777	▲ 53	12	125	862

※売却済、清算済の子会社は非継続事業として実績から除外して比較

(単位：百万円)

コンシューマ事業増収増益

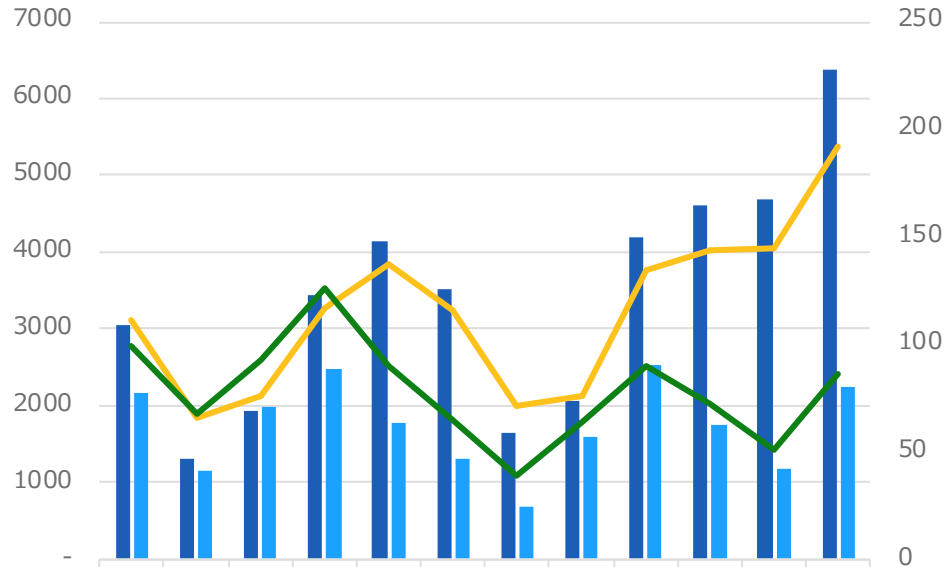
コンシューマ事業の営業利益前年同期比 **127%増**

2022年6月期4Q累計	コンシューマ事業		投資事業		調整		合計	
	前期4Q	当期4Q	前期4Q	当期4Q	前期4Q	当期4Q	前期4Q	当期4Q
収益	8,114	11,879	▲ 79	▲ 92	-	-	8,035	11,786
(前期比増減率)		46%		-		-		47%
営業総利益	5,850	10,144	▲ 79	▲ 92	-	-	5,771	10,052
(前期比増減率)		73%		-		-		74%
販売費及び一般管理費	5,111	8,096	0	0	-	-	5,111	8,096
(前期比増減率)		58%		-		-		58%
うち広告宣伝費	2,672	4,824	0	0	-	-	2,672	4,824
(前期比増減率)		81%		-		-		81%
営業利益	942	2,135	▲ 79	▲ 92	-	-	862	2,043
(前期比増減率)		127%		-		-		137%

※売却済、清算済の子会社は非継続事業として実績から除外して比較 (単位: 百万円)

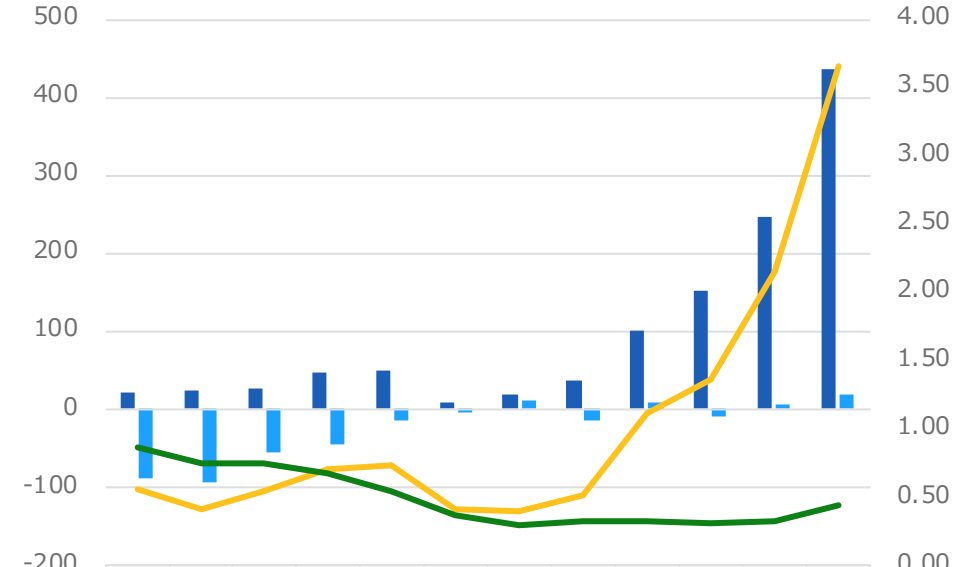
日本初のグローバルOTAへ

国内航空券



	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月
国内航空券 取扱高	3045	1308	1921	3432	4150	3518	1636	2061	4192	4607	4676	6388
国内航空券 前期取扱高	2167	1151	1979	2482	1782	1318	681	1591	2534	1747	1177	2231
国内航空券 申込件数	111	66	76	117	137	116	71	76	134	144	145	192
国内航空券 前期申込件数	99	68	93	126	90	65	39	64	90	72	51	86

海外航空券

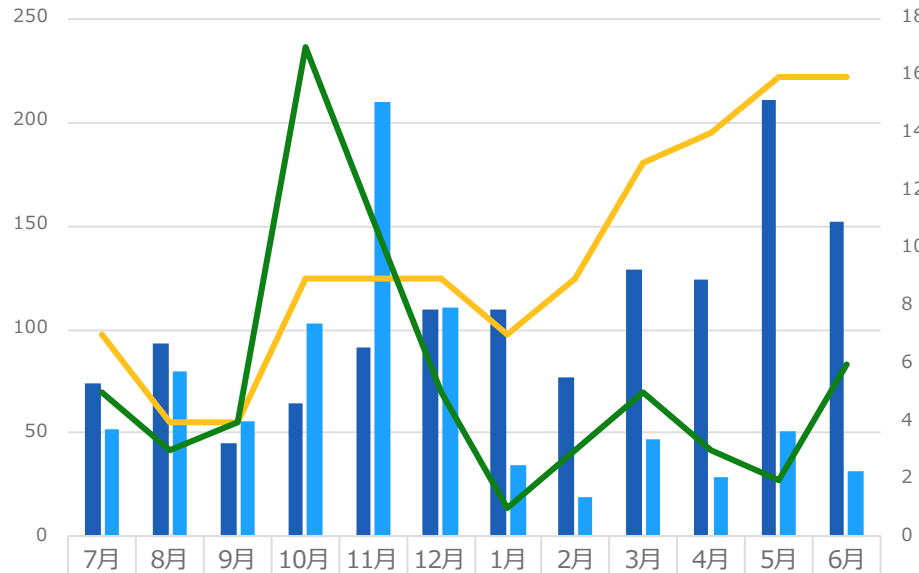


	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月
海外航空券 取扱高	23	24	26	48	49	9	19	38	100	152	246	435
海外航空券 前期取扱高	-88	-93	-56	-44	-14	-3	11	-15	10	-9	7	18
海外航空券 申込件数	0.55	0.42	0.54	0.71	0.73	0.41	0.40	0.51	1.11	1.37	2.15	3.66
海外航空券 前期申込件数	0.87	0.74	0.74	0.68	0.54	0.37	0.30	0.32	0.32	0.30	0.33	0.44

(取扱高単位：百万円)
(申込件数単位：千件)

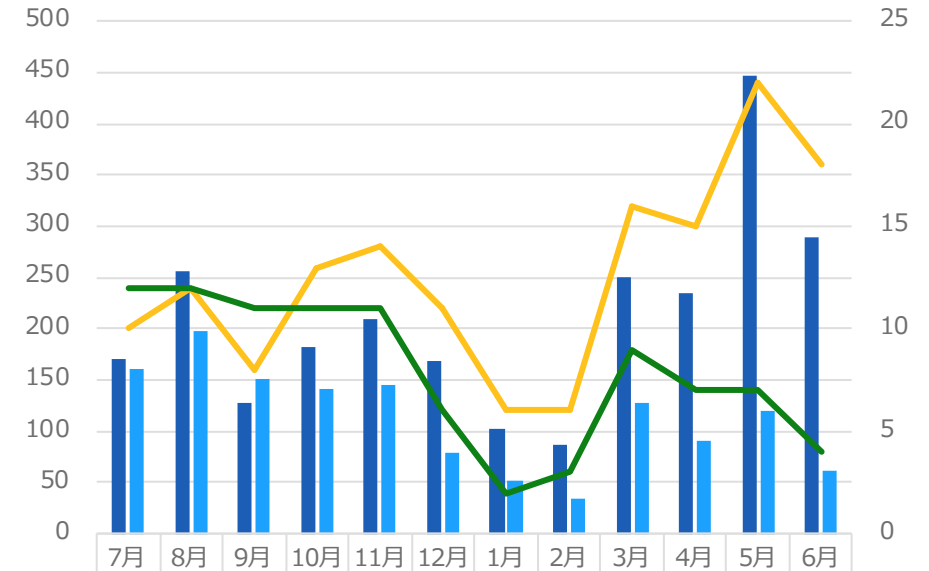
日本初のグローバルOTAへ

ホテル



■ ホテル 取扱高	74	93	45	64	91	110	110	77	129	124	211	152
■ ホテル 前期取扱高	52	80	56	103	210	111	35	19	47	29	51	32
■ ホテル 申込件数	7	4	4	9	9	9	7	9	13	14	16	16
■ ホテル 前期申込件数	5	3	4	17	11	5	1	3	5	3	2	6

レンタカー

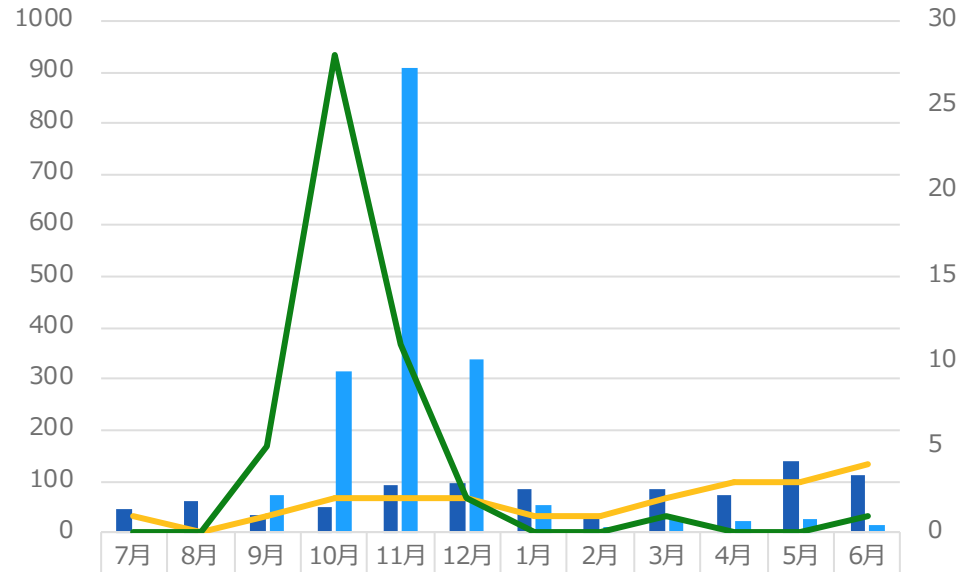


■ レンタカー 取扱高	170	256	128	182	210	169	103	87	251	234	446	289
■ レンタカー 前期取扱高	161	198	152	142	145	80	52	35	127	91	120	61
■ レンタカー 申込件数	10	12	8	13	14	11	6	6	16	15	22	18
■ レンタカー 前期申込件数	12	12	11	11	11	6	2	3	9	7	7	4

(取扱高単位：百万円)
(申込件数単位：千件)

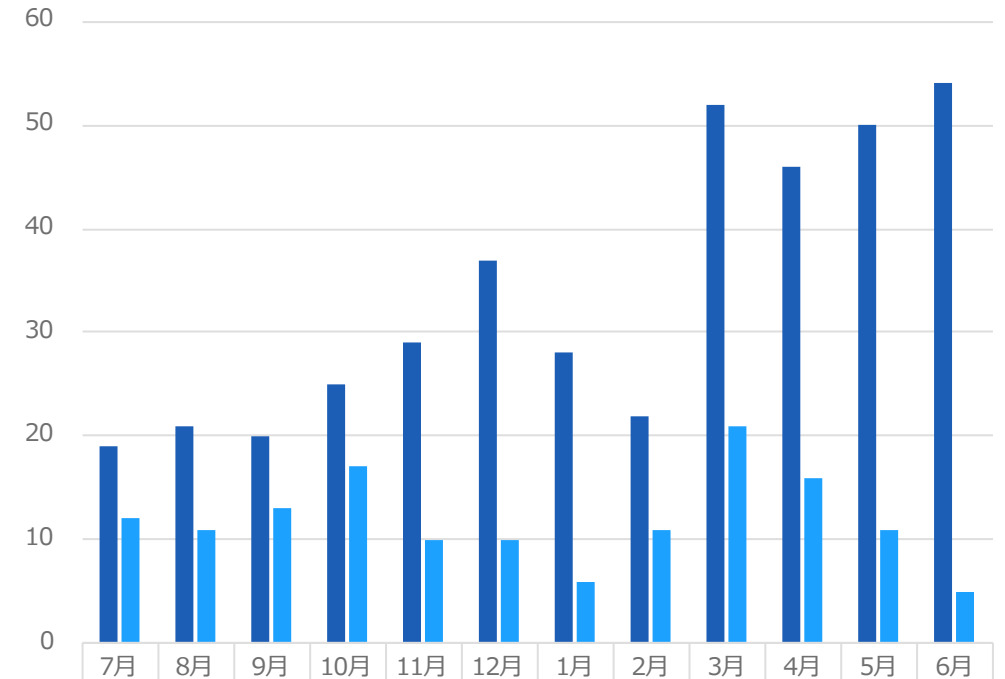
日本初のグローバルOTAへ

ツアー



	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月
■ ツアー 取扱高	45	61	33	49	94	98	86	34	83	74	139	110
■ ツアー 前期取扱高	0	0	71	314	908	340	55	10	31	22	27	15
— ツアー 申込件数	1	0	1	2	2	2	1	1	2	3	3	4
— ツアー 前期申込件数	0	0	5	28	11	2	0	0	1	0	0	1

その他

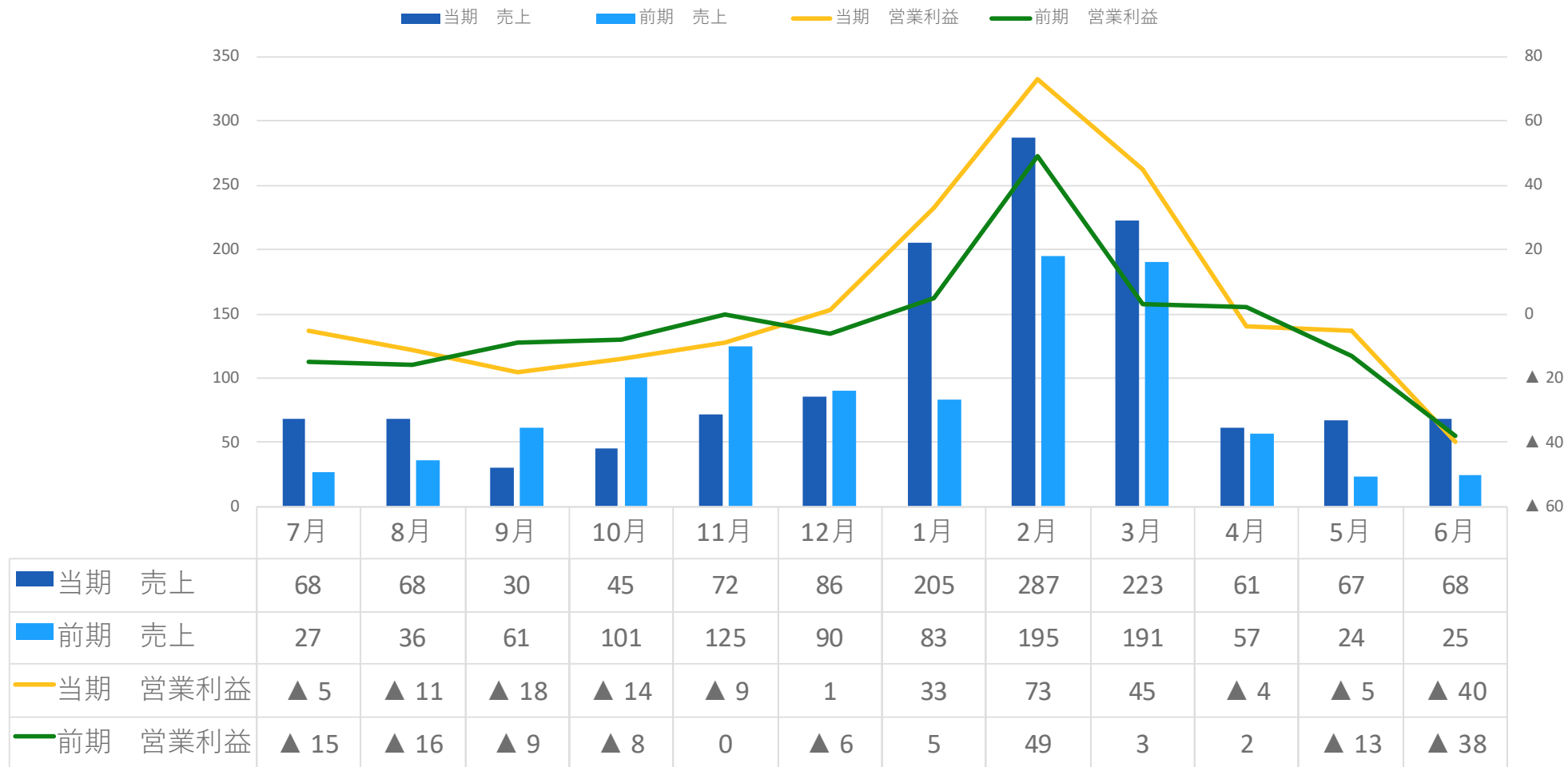


■ その他取扱高	19	21	20	25	29	37	28	22	52	46	50	54
■ その他前期取扱高	12	11	13	17	10	10	6	11	21	16	11	5

※その他：高速バス・フェリー・保険・Wifi・アフィリエイト等

(取扱高単位：百万円)
(申込件数単位：千件)

日本初のグローバルLOTAへ



※一部純額で表示 (単位：百万円)

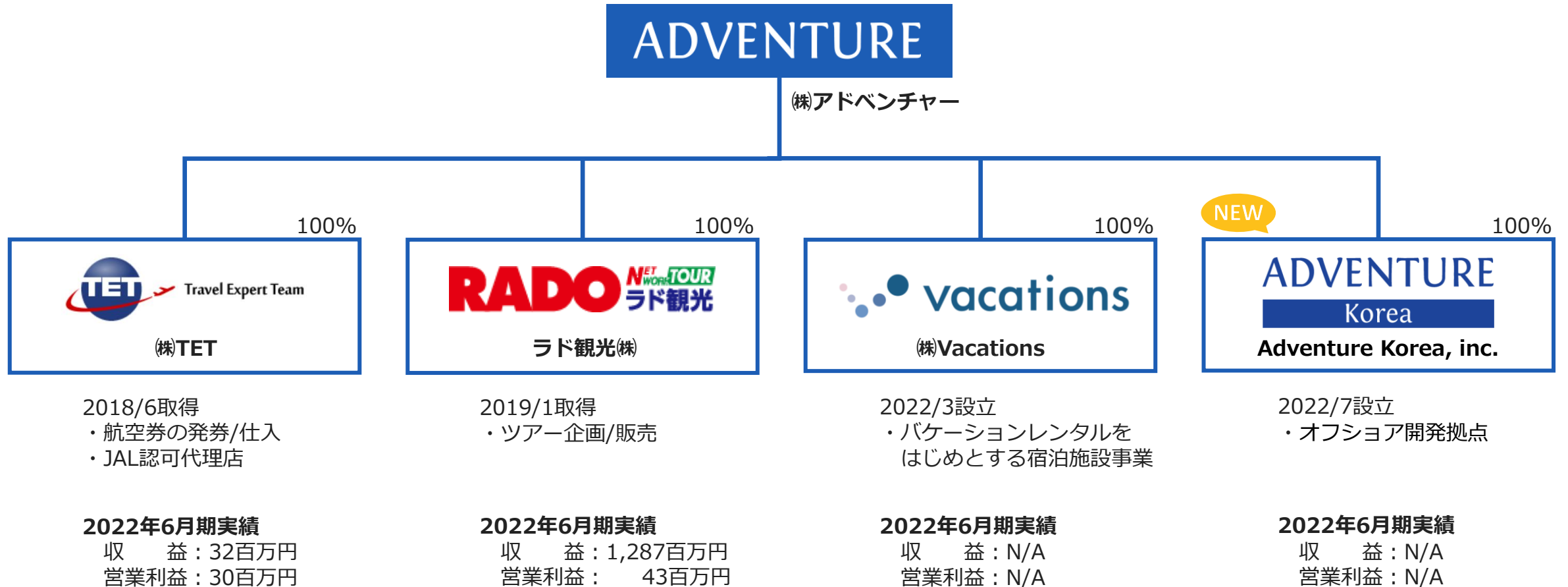
1. グループ概要
2. ハイライト
3. 連結業績
4. 単体業績
5. 今後の戦略
6. Appendix—業績—
7. Appendix—会社概要—

社名	株式会社アドベンチャー
本社・支社情報	東京本社 〒150-6024 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24F 大阪事務所 〒530-0011 大阪府大阪市北区大深町3-1 グランフロント大阪 タワーBオフィス27F
設立	2006年12月21日
資本金	3,281,560千円（2022年6月30日現在）
従業員数	連結：170人， 単体：148人（アルバイトは除く）（2022年6月30日現在）
代表者	代表取締役社長 中村 俊一
加盟・認可団体	一般社団法人日本旅行業協会（JATA）正会員/国際航空運送協会（IATA）公認代理店
事業内容	コンシューマ事業（航空券等販売サイト「skyticket」の運営）・投資事業

KPIハイライト（2022年6月期連結実績）

収益	営業利益	当期利益	アプリダウンロード数
117 億円	20 億	16 億	1800 万DL突破
			※2022年7月25日時点

※売却済子会社を除外した数値



代表取締役社長
中村 俊一

慶応義塾大学卒、大学在学中の2004年に起業（IT関連企業）
2006年からOTAとして旅行事業に参入

取締役
中島 照

Western Illinois University卒、KLab(株)等を経て、2013年に当社入社

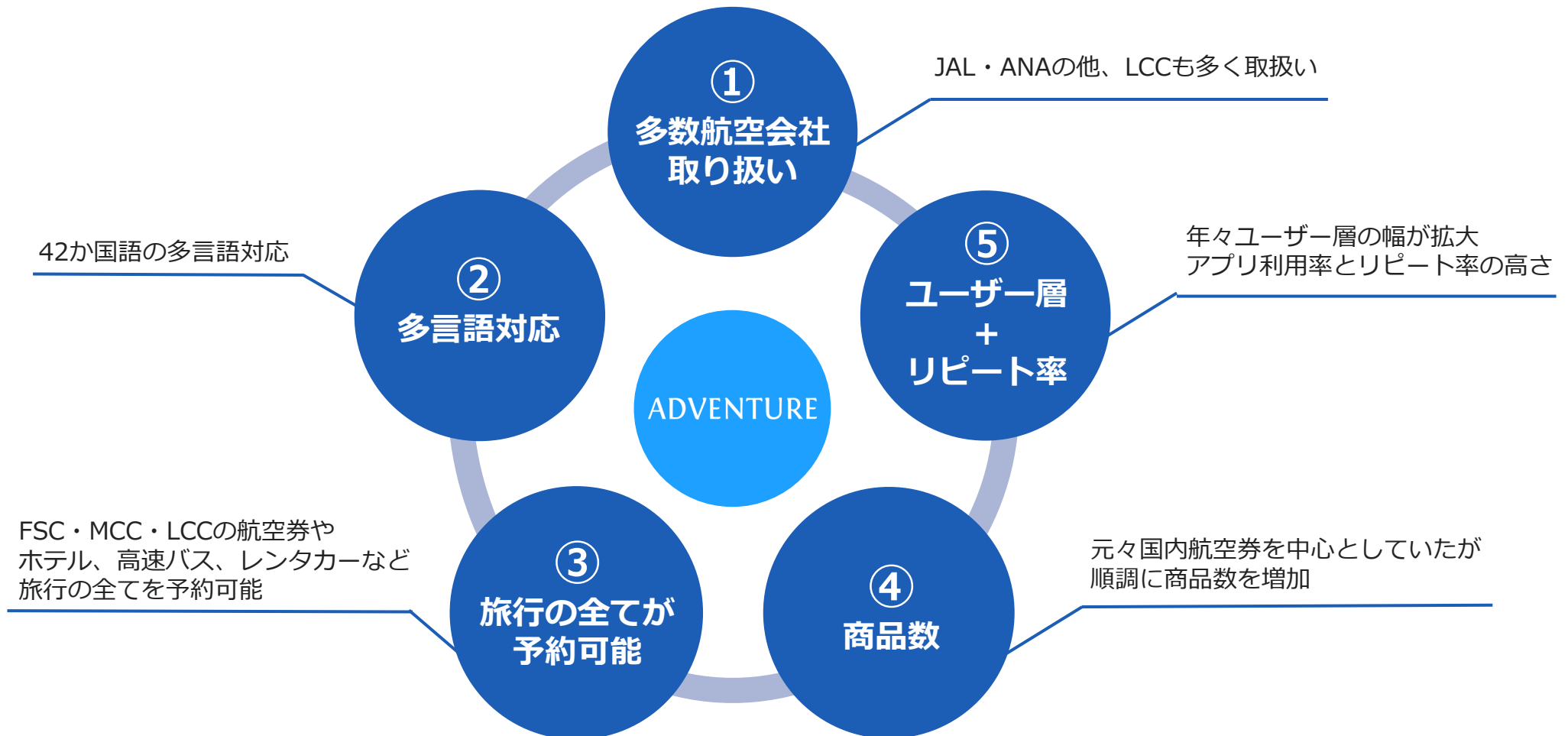
社外取締役 独立役員
三島 健

The University of New South Wales (Postgraduate)卒、イーベイ・ジャパン(株)、
エクスペディアホールディングス(株)代表取締役、(株)JTWeb販売部戦略統括部長等
を経てグーグル合資会社モバイルアプリ統括部長

社外取締役 独立役員
雷 蕾

一橋大学大学院卒、野村證券(株)、(株)ネクソンを経てシンフロンテラ(株)代表取締役

日本初のグローバルOTAへ



日本初のグローバルOTAへ

アプリ広告

高いアプリ広告比率

- ・ InstagramやYouTubeのSNS広告などを通してアプリの広告を積極的に実施
- ・ 他社に比べアプリ広告への投資比率が圧倒的に多い

早い段階から アプリ広告に注力

1800万DLという国内OTAではトップクラスのアプリインストール数を達成し、高いアプリ粗利比率を維持できている

リスティング広告 (ウェブ広告)

サイトからアプリへの誘導

skyticketのサイトから
アプリをインストールして予約いただく
ユーザー多数



アプリ
1800万DL達成

1

離脱率の低下

→ 他社サイトに移動せずアプリ内で商品を検索していただける

2

リピート率の向上

→ 再度旅行を検索する際も、アプリを利用していただける

3

広告費の最適化

→ ユーザーが継続的にアプリを利用

4

粗利益の継続的な向上

→ アプリユーザーは積みあげ式で増加し続けるため営業利益率が継続的に高まっていく

予約成約に対するクライアントからの成果報酬



※一部直接契約以外も含む
※一部お客様からの手数料を含むサービス有

サービス別テイクレートを

ADVENTURE

日本初のグローバルOTAへ



国内線 **15%~25%**
国際線 **10%程度**
キャンセル数によって変動



募集型企画旅行は
グロス計上のため取扱高=収益
テイクレート：10%



直接契約のホテル **13%**
A社経由のホテル **約6.5%**
B社経由のホテル 価格設定



席のみ予約 **180円**
コース予約 **10%**
テイクアウト予約 **13%**



①会社によって固定
②段階手数料制



段階手数料制

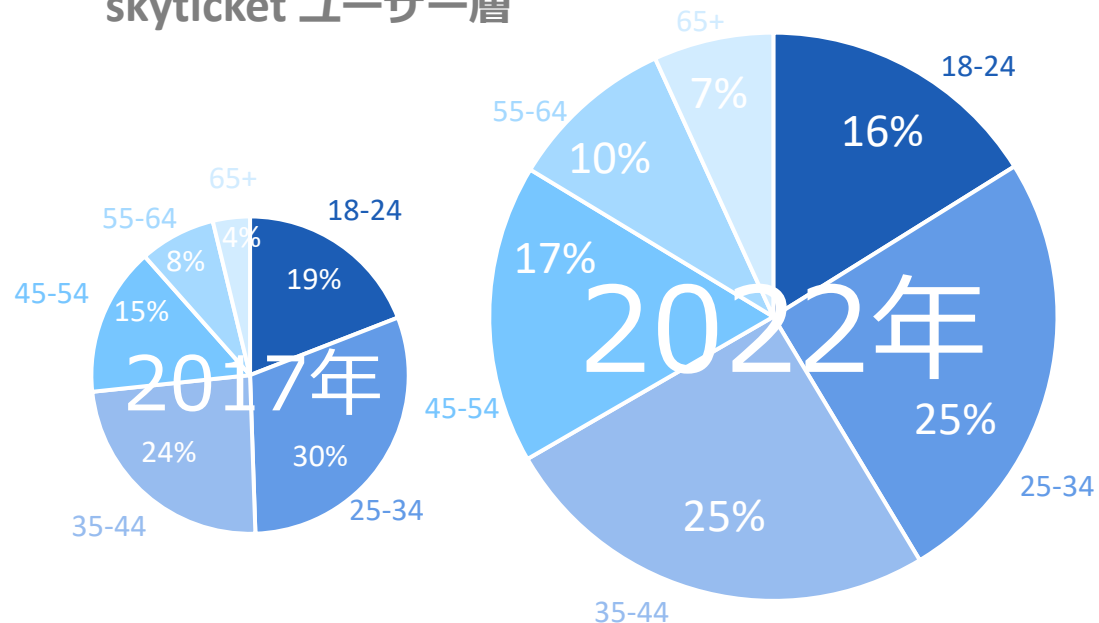


①会社によって固定
②段階手数料制

幅広いユーザー層へと変化

TTA利用者だった45歳以上の顧客がコロナウイルスによる店舗閉鎖に伴いskyticketを利用

skyticket ユーザー層



※2017年6月期・2022年6月期のサイト訪問者データに基づく

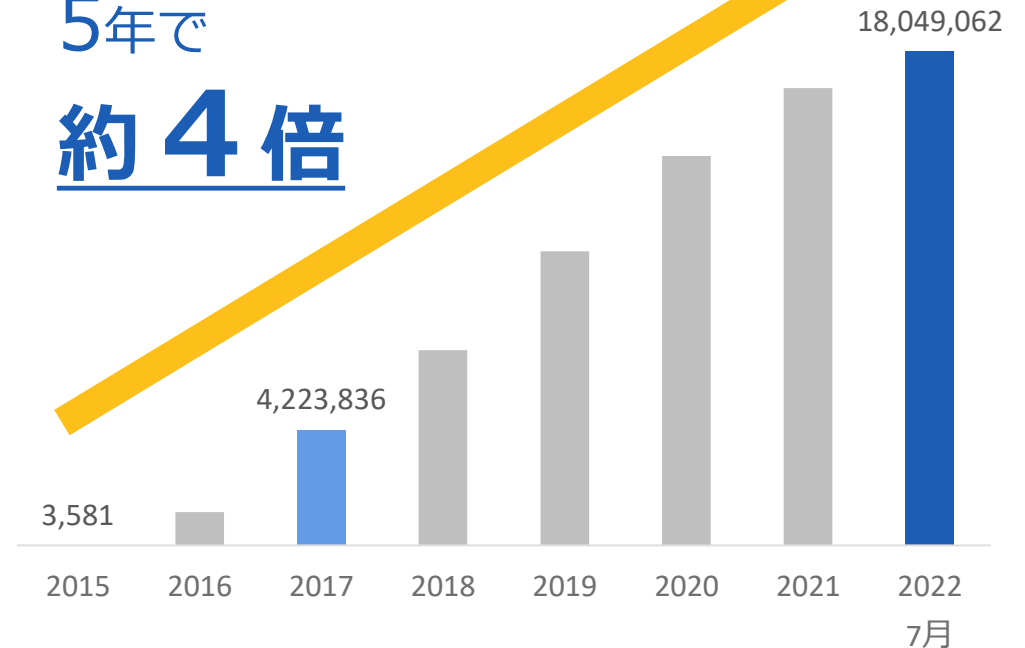
アプリ利用者増加に伴うリピート率の増加

アプリを一度ダウンロードをすることで、再度旅行を予約する際もアプリを利用

1800万
DL突破

skyticket アプリDL数

5年で
約4倍

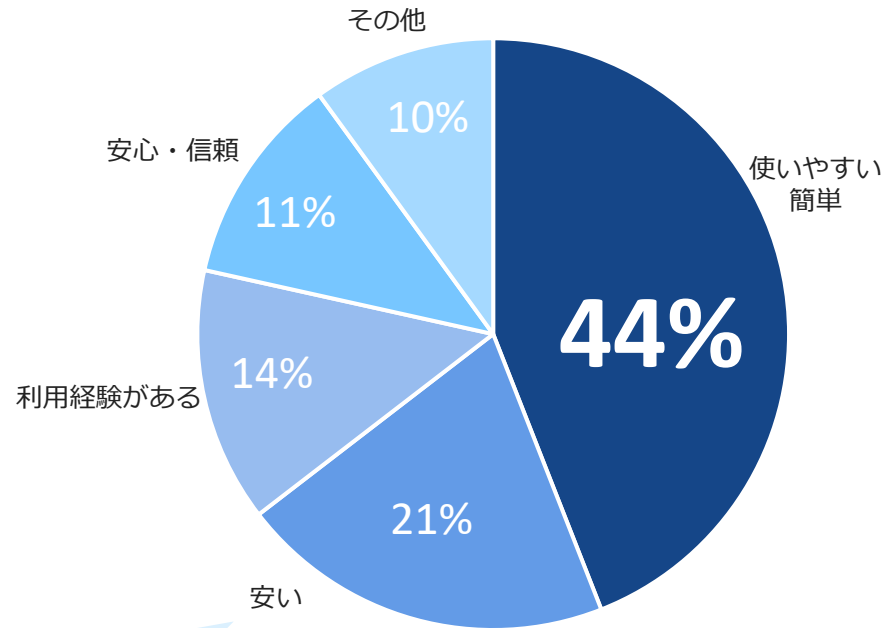


ユーザーはなぜ“skyticket”を選ぶのか

ADVENTURE

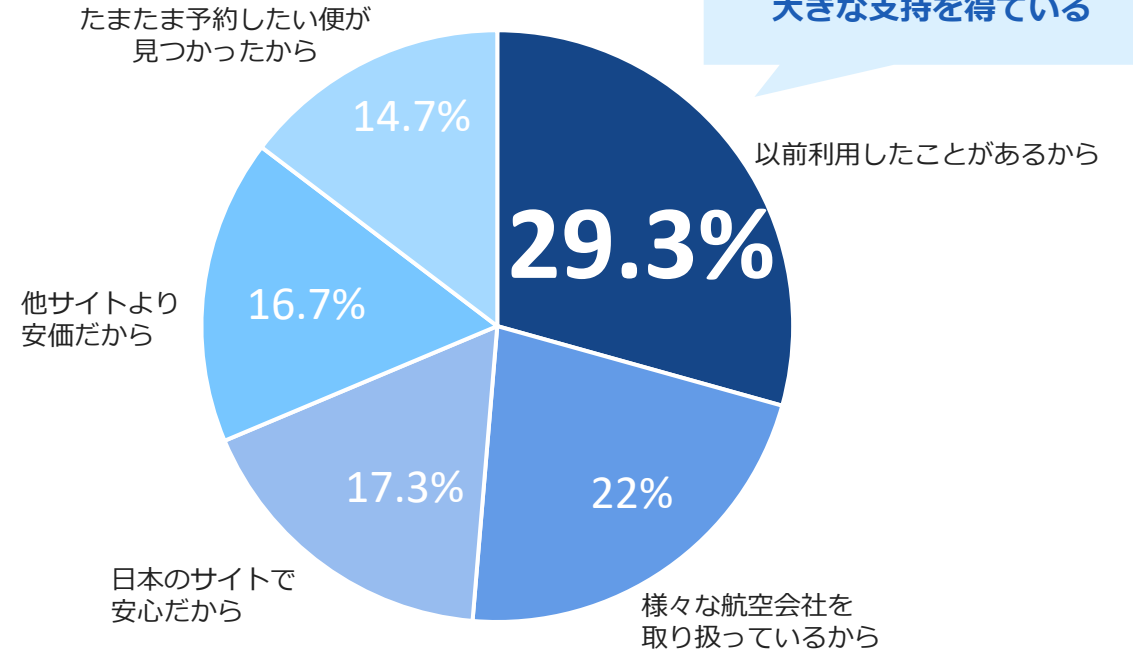
日本初のグローバルOTAへ

スカイチケットを使う目的




旅行予約の全てを一つのサイトで完結できることや操作のしやすさなどが評価されている

予約の理由



リピーターのユーザーから大きな支持を得ている

※2021年7月-9月実施アンケート調査結果

 アドベンチャーが取り組む支援活動は多岐にわたり、医療・教育・職業・給食支援を推進
今後世界に対して行動し、貢献できること、ユーザーにとって利便性が高いサイトを構築



- ・ ミャンマーファミリー・クリニックと菜園の会
- ・ 認定NPO法人国境なき子どもたち (KnK)
- ・ ウクライナ人道支援
- ・ 「テーブルクロス」との販売連携による子供たちへの給食支援と飲食店様への送客支援
- ・ ペットボトルのリサイクル促進

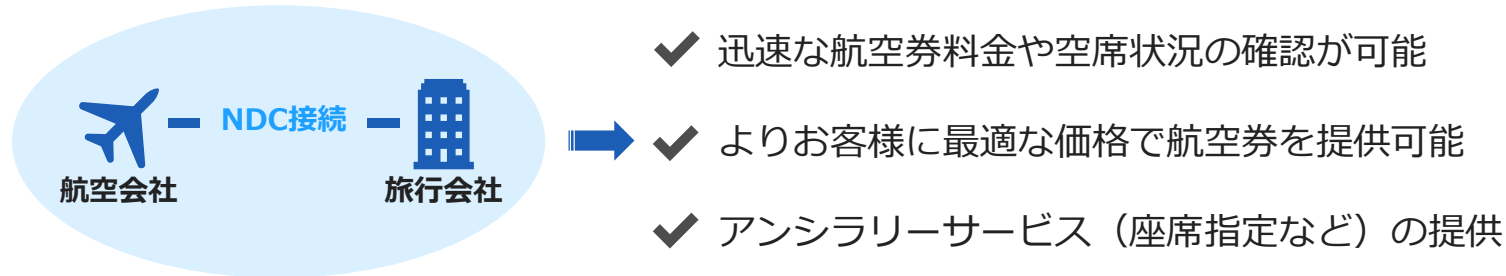


- ・ 働きがいのある職場
- ・ ワークライフバランスの実現
- ・ ペーパーレス推進
- ・ 地域・国際交流の促進



- ・ 健康維持のための旅行推進
- ・ 環境問題に向き合う体制づくり
- ・ 旅行サービスのDX化
- ・ クロスセルで利便化と地域活性化
- ・ グローバルな展開を目指す

IATA（国際航空運送協会）が推進する、航空券流通データの新しい通信規格



〈GDS(Global Distribution System)との違い〉

- 航空会社と旅行会社の直接契約のため、仲介手数料無し
- 画像や動画情報の取得が可能（GDSは基本文字によって構成）

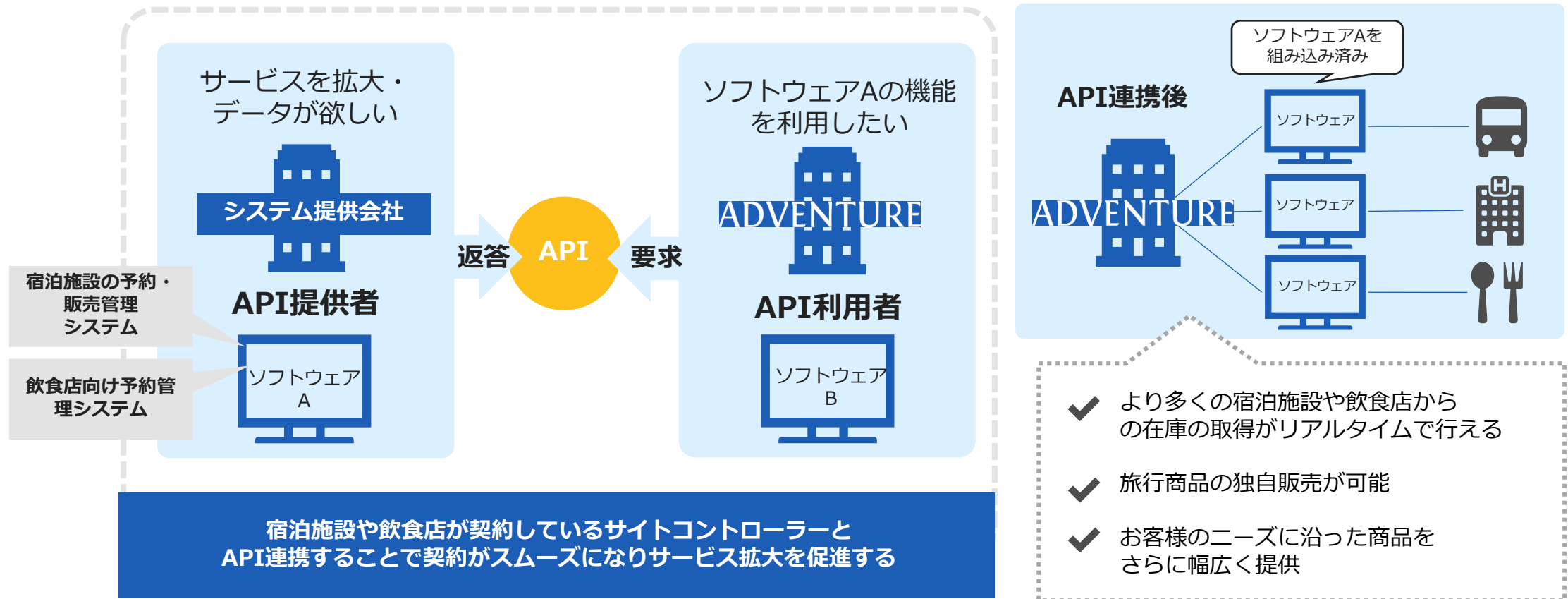
海外では主流であるNDC接続をいち早く取り入れ
今後も積極的に契約社数を増加

当社と
NDCのダイレクト接続
における契約社数

アメリカン航空
ルフトハンザグループ
シンガポール航空
ユナイテッド航空

累計4社

「機能を公開しているソフトウェア」と「その機能を使いたいソフトウェア」をつなげる窓口



本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements)を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。

それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。

今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合でも、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正を行う義務を負うものではありません。