

2020年8月期 第3四半期 決算説明資料

株式会社 グッドパッチ (証券コード：7351)

2020年7月15日



- 01 事業内容
- 02 業績ハイライト
- 03 各事業の状況
- 04 成長戦略
- 05 通期業績予想
- 06 Appendix

01

事業内容

会社名 株式会社グッドパッチ

設立 2011年9月

所在地 東京都渋谷区鶯谷町3-3 VORT渋谷South 2階

従業員数 173名（2020年5月末日時点 連結）

代表取締役社長 / CEO 土屋 尚史

取締役 / Managing Director of Goodpatch GmbH 實方 ポリス

社外取締役 山口 拓己

経営陣 社外取締役 佐々木 智也

常勤監査役 佐竹 修

非常勤監査役 佐田 俊樹

非常勤監査役 須田 仁之

事業内容 UI/UXデザイン、ビジネスモデルデザイン、
ブランド体験デザイン、組織デザイン、ソフトウェア開発

関係会社 Goodpatch GmbH

拠点 日本（東京）、ドイツ（ベルリン、ミュンヘン）



Vision

ハートを揺さぶるデザインで
世界を前進させる

Push the world forward
with design that moves people's hearts

Mission

デザインの力を証明する

Prove the power of design

ユーザー体験（UX）の差別化が、ビジネスに大きく影響

日本におけるデザインの認識は装飾、表層的なものであると誤解されているが、**本来のデザインとは、「計画・設計」も含まれる**

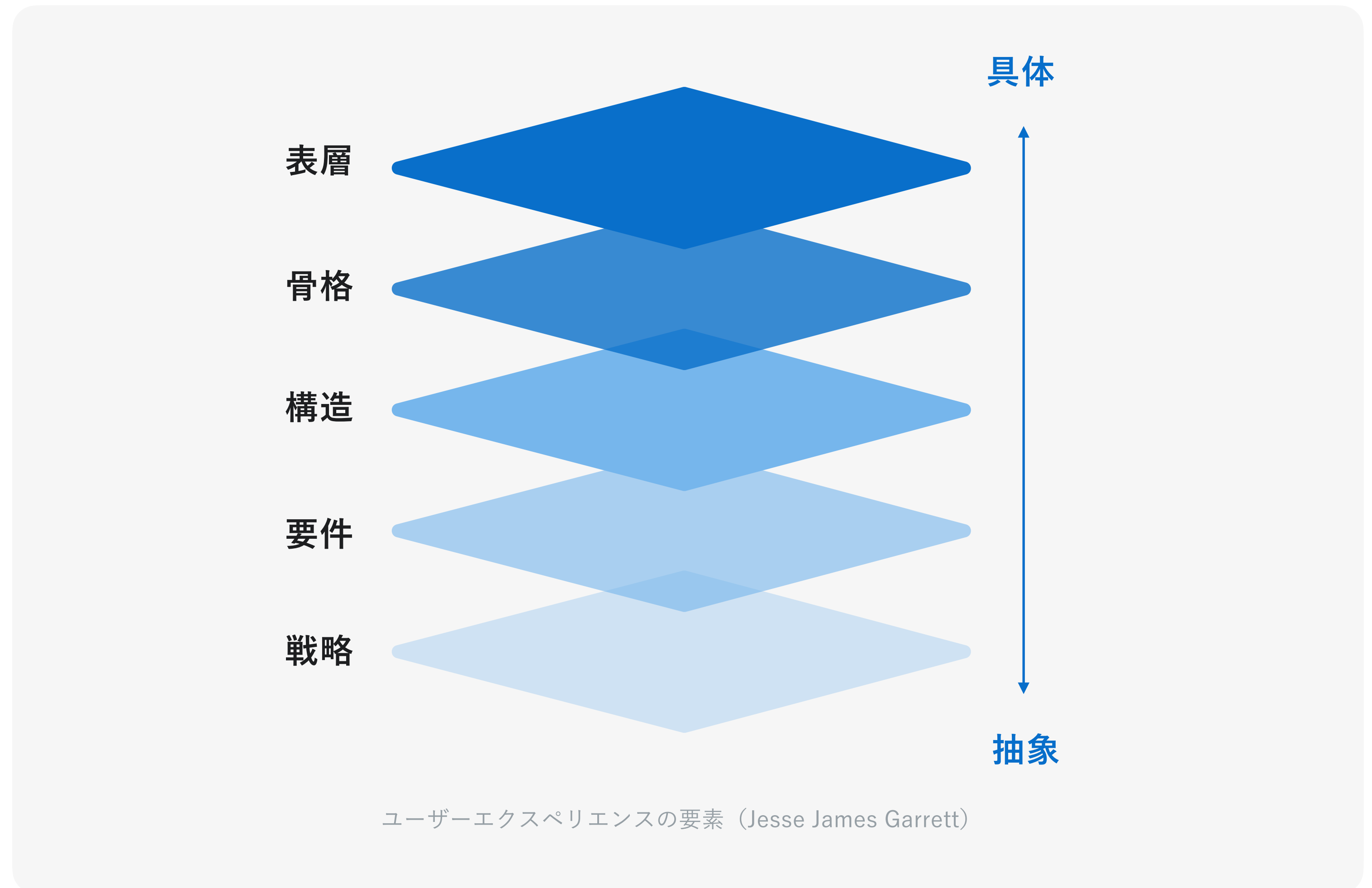
デザイン経営の効果

= ブランド力向上 + イノベーション力向上

= 企業競争力の向上

デザイン経営を押し進める必要条件

1. 経営チームにデザイン責任者がいること
2. 事業戦略構築の最上流からデザインが関与すること



デザインのでビジネスを前進させる グローバルデザインカンパニー

2011年9月に設立したグッドパッチは、デザインパートナー事業と
デザインプラットフォーム事業、2つのビジネスを持つデザインカンパニー

Experience Design

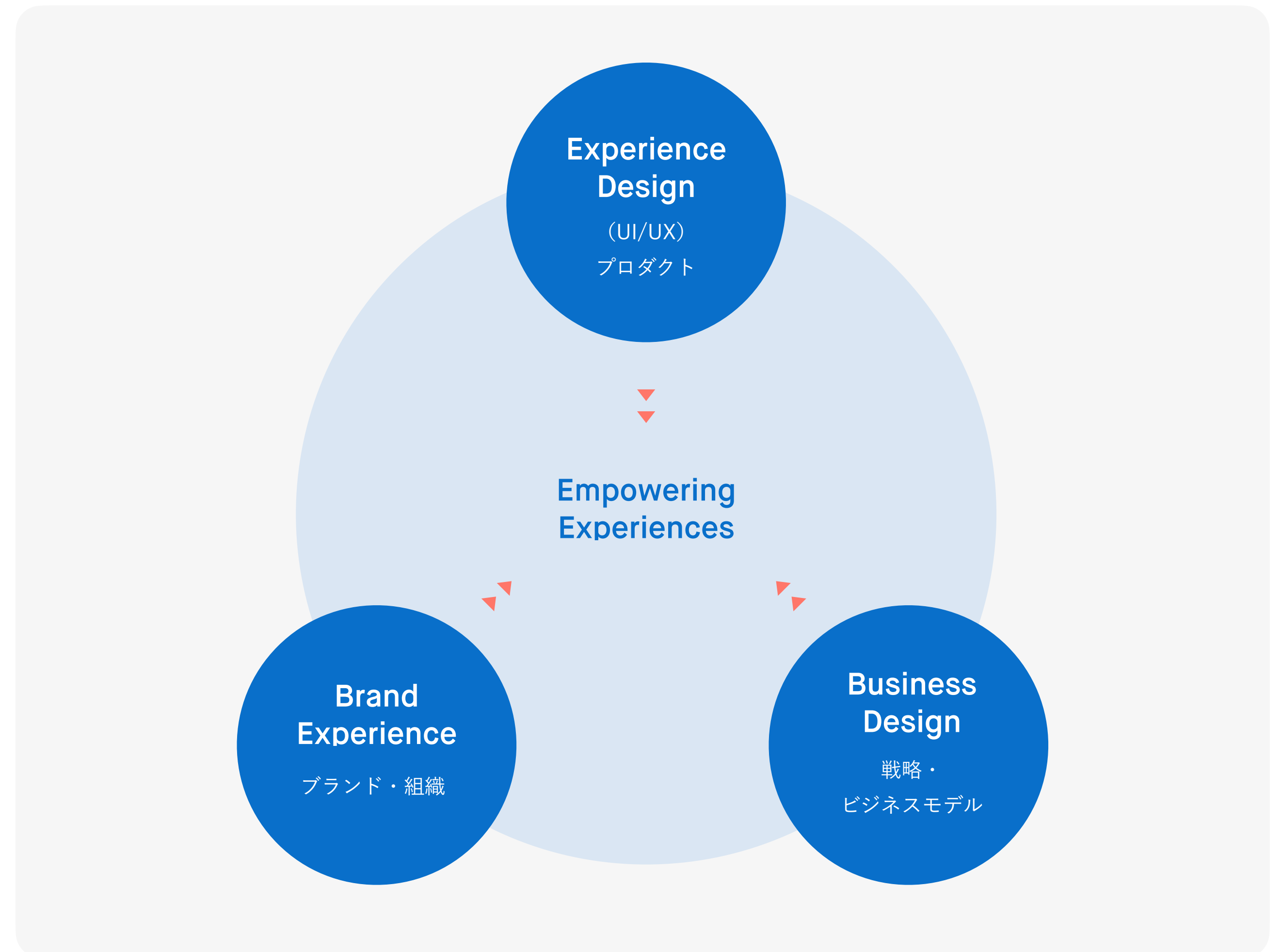
主にスマートフォンやSaaSのアプリケーション等のデジタルプロダクトにおけるUI/UXデザイン支援（戦略立案・企画・設計・開発の支援）ユーザ視点でより使いやすいサービスを実現

Brand Experience

顧客企業の経営ビジョン・ミッションを起点とした組織デザインやブランドイメージのデザイン。ブランドの発信者側のサービスに込める思いや提供価値をデザインし、強固なブランドの形成を支援

Business Design

顧客企業のデジタルにとどまらないプロダクト全般における戦略・ビジネスモデルのデザイン。ユーザーがサービスを受け入れ、プロダクトを成長させていくための要件を定義し、その実現方法をデザイン





デザインパートナー事業

Web / iOS / Android / IoTなどのプロダクト開発の戦略策定、コンセプト設計、UI/UXデザイン、開発までをワンストップで提供。デザイン組織の構築・採用支援も行う

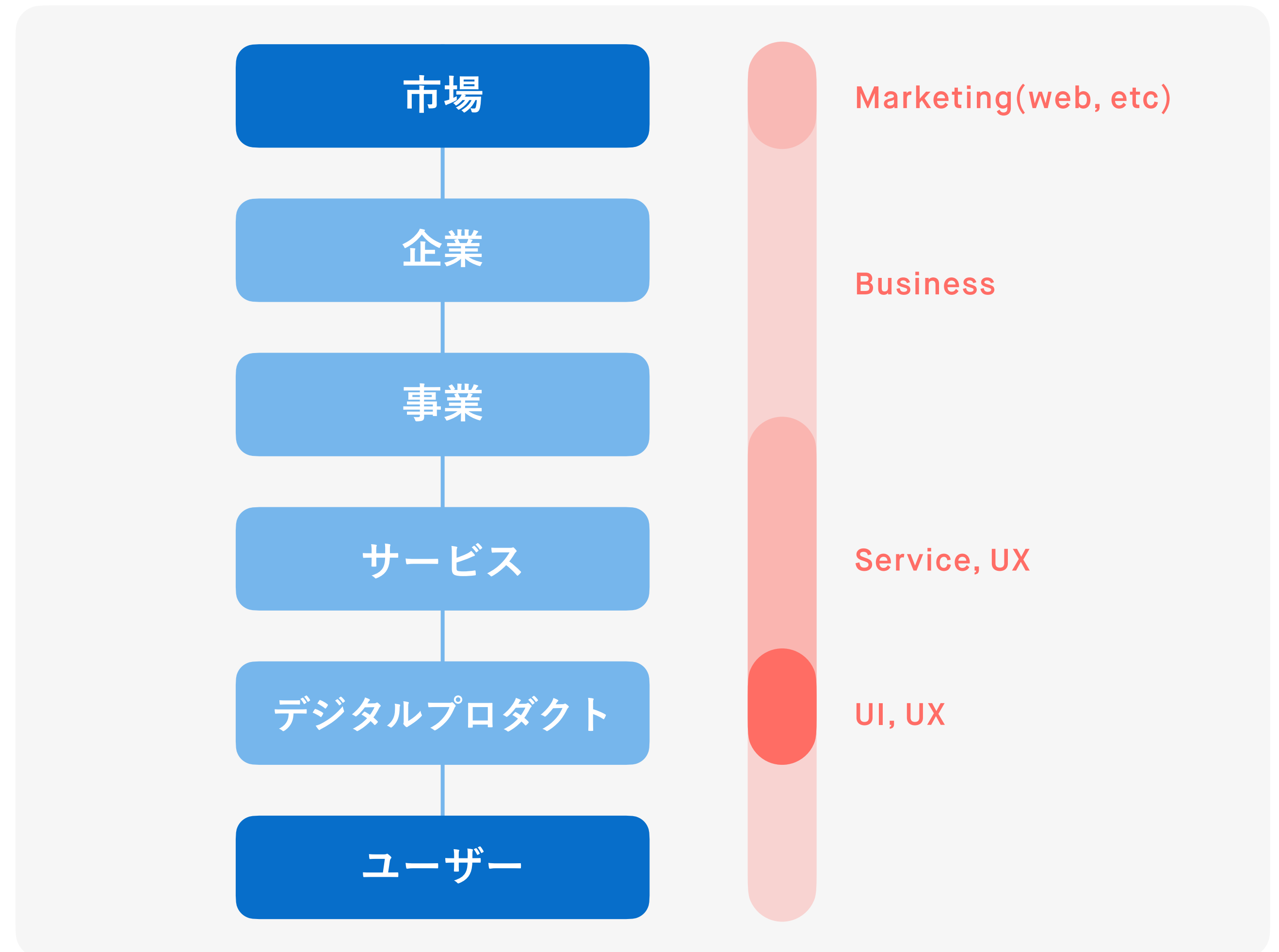


デザインプラットフォーム事業

プロトタイピングツール「Prott」、デザイナー特化型キャリア支援サービス「ReDesigner」、リモートワークチーム「Goodpatch Anywhere」、クラウドワークスペース「Strap」(現在はβ版のみリリース)などの自社プロダクト・サービスを提供

受託請負ではなく 課題に並走する デザインパートナー

- 事業の最上流戦略レイヤーから関わりクライアントと共創しながらサービス全体をデザイン
- ユーザーが触れるデジタルプロダクトの開発まで並走
- 故に請負ではなく主に準委任契約での仕事



6年連続合計7個のグッドデザイン賞を受賞

クライアントプロダクト含む

BtoC, BtoB エンタープライズ



スタートアップ

支援後6社が上場！
FiNC, bitkeyには出資



※上記は過去に当社グループがデザイン支援を行った企業の一部です。

クライアントの課題の変化に合わせ 多面的・長期的な支援が可能なソリューションを自社事業として展開



人材/HR SaaS

デザイナー特化型
キャリア支援サービス



クラウドソーシング

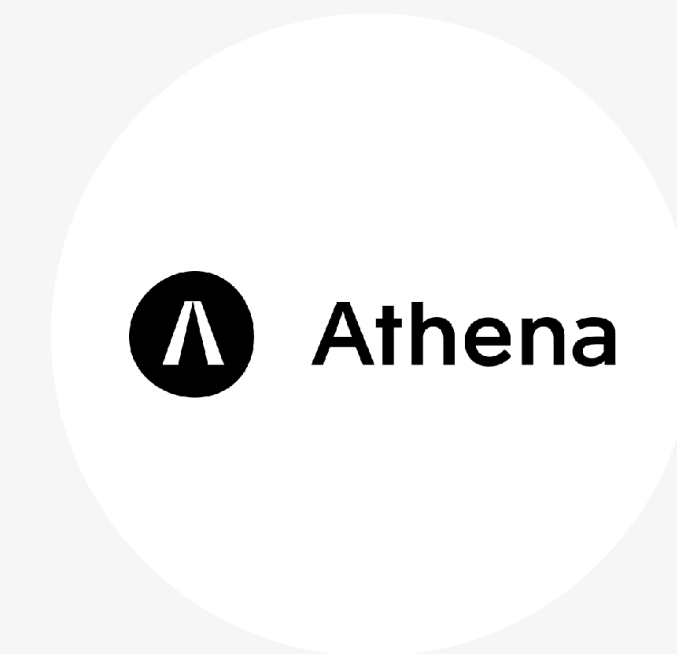
フルリモート
デザインチーム



SaaS

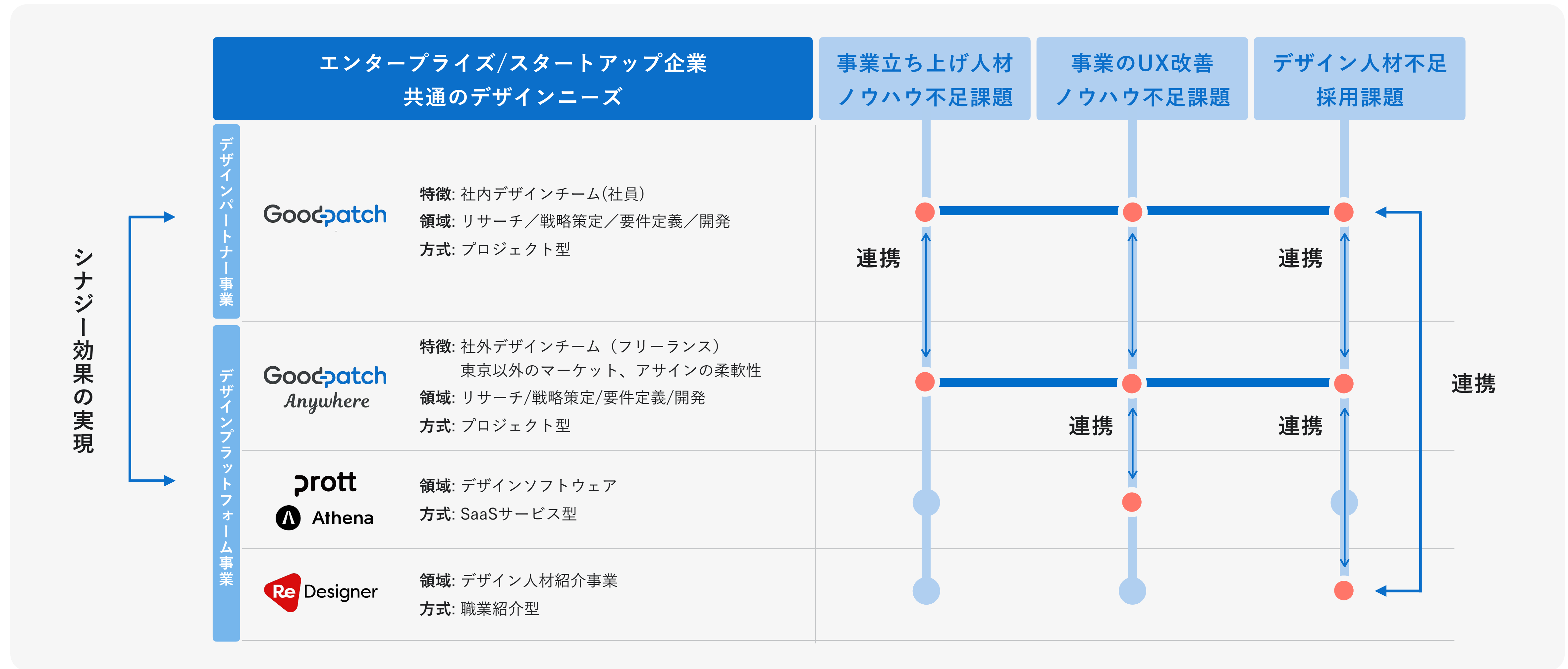
プロトタイピングツール
クラウドワークスペース

「Strap」は現在はβ版のみリリース



VR/AR

VR/XR
プロトタイピングサービス



02

業績ハイライト

FY2020 3Q累計 業績ハイライト

売上高

1,610 (百万円)

前年同期比

+ 37.9%

営業利益

164 (百万円)

前年同期比

+ 151.6%

- コロナウイルスの影響を一部において認識するも通期では概ね計画どおり進捗
- プロジェクト大型化の傾向、単価up・件数down
- デザインプラットフォーム事業の収益性が改善、通期での黒字化を目指す

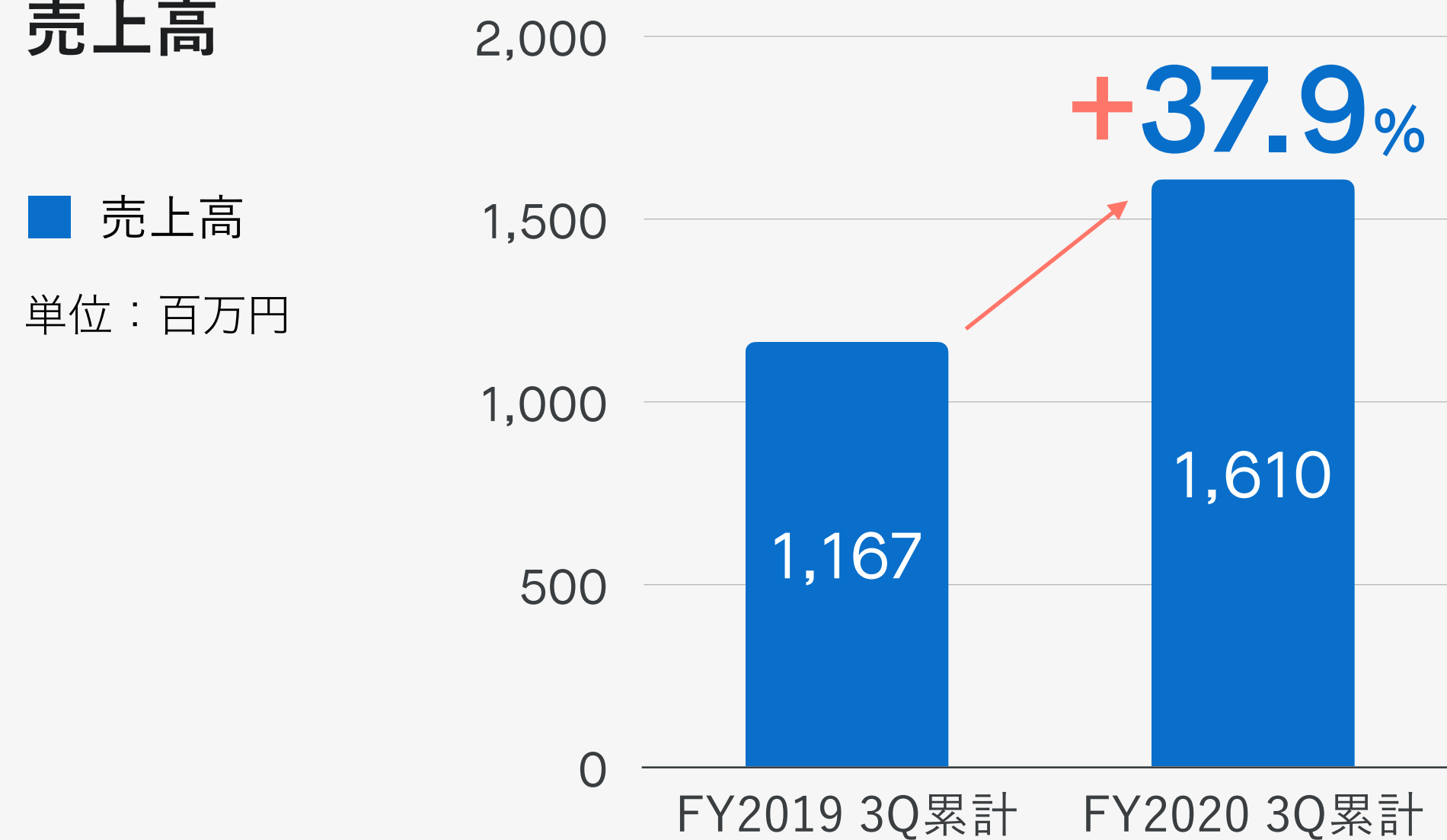
FY2020事業方針

- 1 UI/UX領域におけるブランド力を活用し、DXプロジェクト獲得を推進
- 2 経験豊富で専門性の高いデザイナー・エンジニアの採用を強化
- 3 Goodpatch Anywhere、ReDesignerを軸としたデザインプラットフォーム事業の確立

※FY2019 3Qの数値については、監査法人による監査を受けておりません。

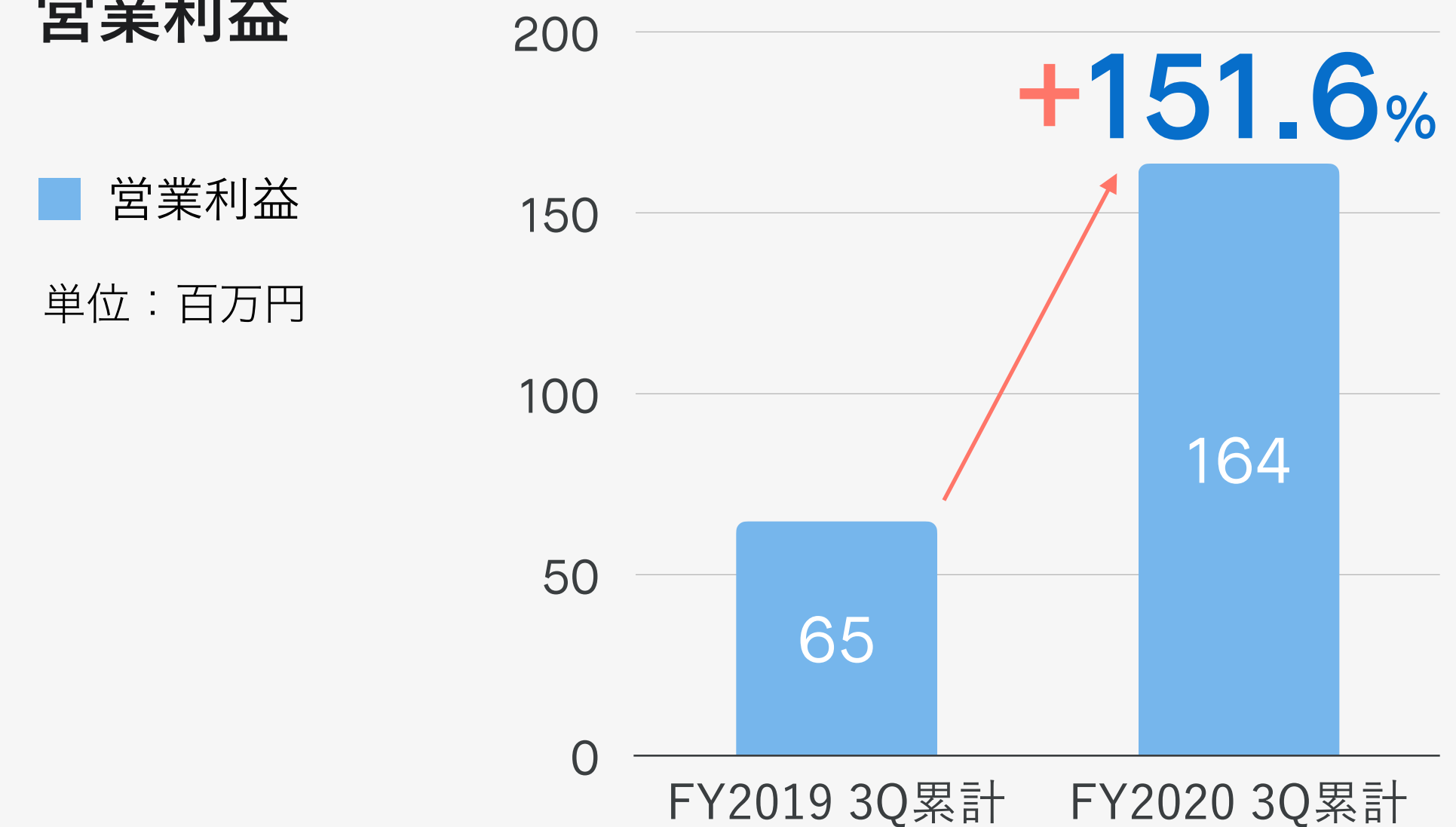
前年同期比で売上・利益ともに大きく成長

売上高



売上高は1,610百万円と前期から37.9%の伸長

営業利益



営業利益は164百万円、151.6%増の急成長

※FY2019 3Qの数値については、監査法人による監査を受けておりません。

売上高進捗率は概ね計画どおり、営業利益は順調に推移

- 売上高は、コロナウイルスの影響を受け、通期予想の**進捗率は72.0%**
- 1,610百万円と**前期から37.9%増**と大きく伸長
- 営業利益は164百万円、昨年同期比で**151.6%増加**、**約80%の進捗率**

※FY2019 3Qの数値については、監査法人による監査を受けておりません。

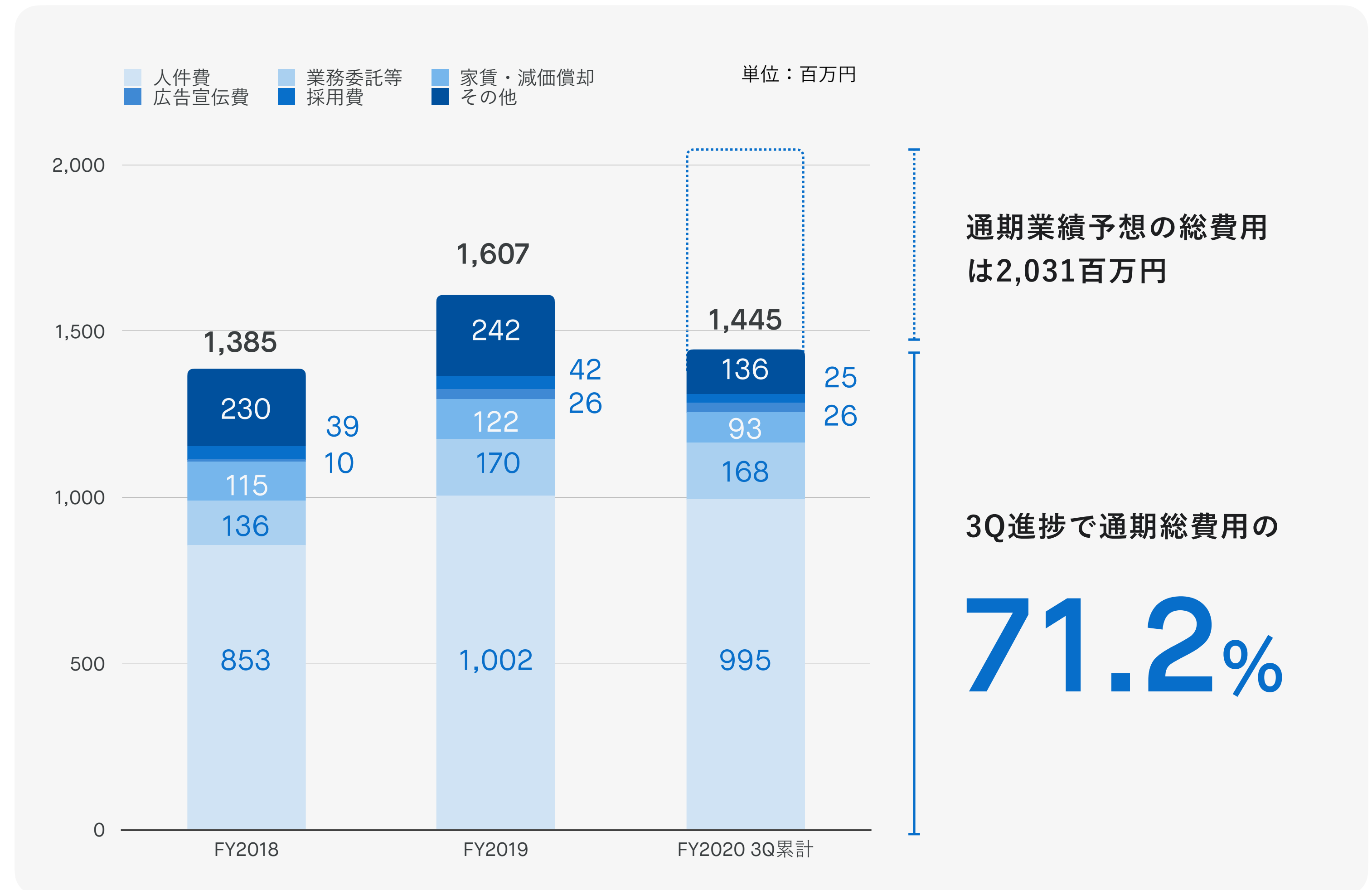
損益計算書

単位：百万円

	FY2019 3Q累計	FY2020 3Q累計	増減率	通期業績予想	進捗率
売上高	1,167	1,610	+ 37.9%	2,237	72.0%
営業利益	65	164	+ 151.6%	206	79.7%
営業利益率	5.6%	10.2%	+ 4.6pt	9.2%	
経常利益	64	159	+ 147.2%	205	77.5%
税引前当期純利益	66	149	+ 125.2%	205	72.7%
税引後当期純利益	52	166	+ 217.5%	212	78.5%

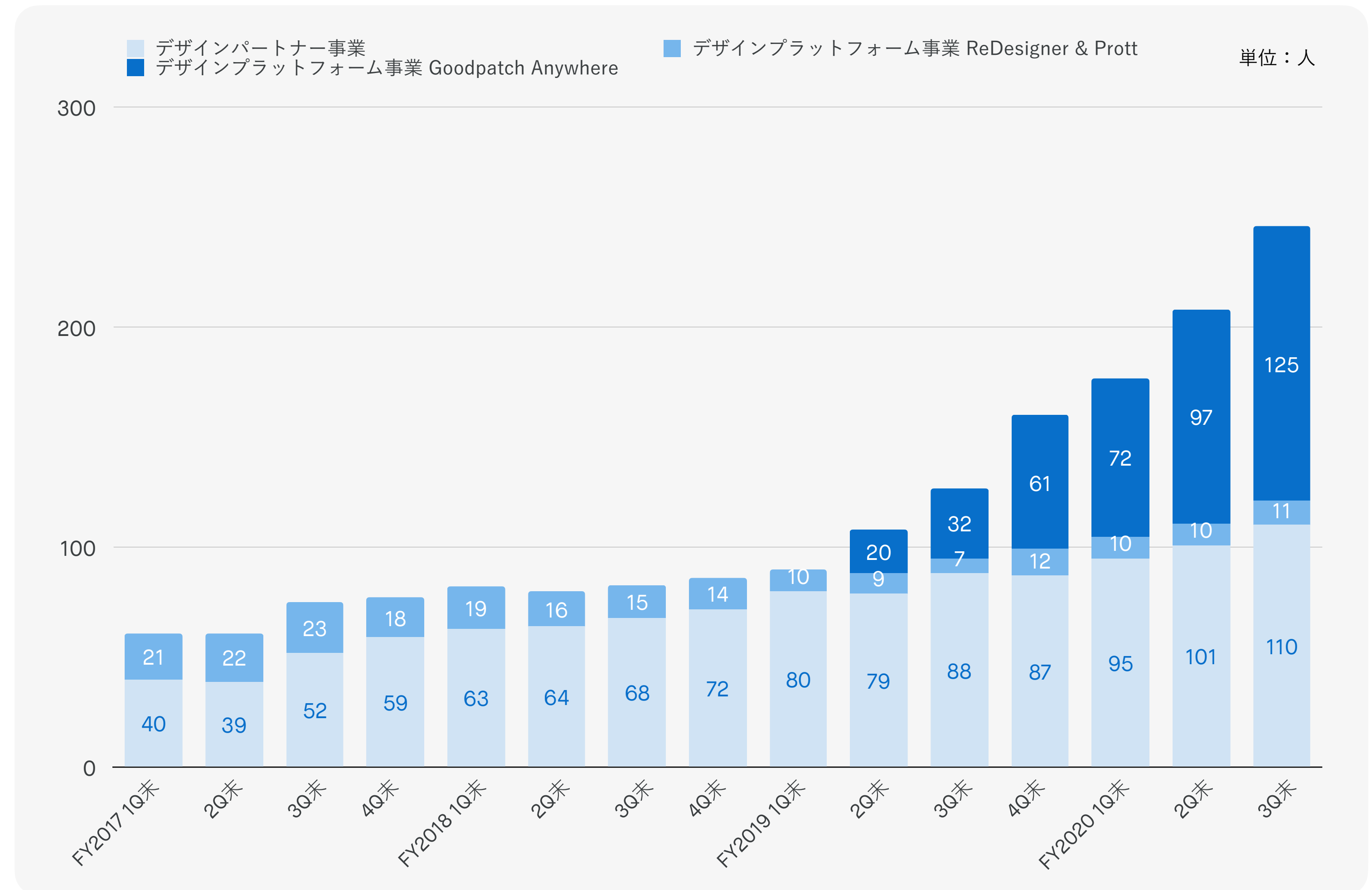
費用は 通期予想に対し 計画どおり推移

- 多くを人件費が占める
費用構造には大きな変化なし
- **FY2020の進捗率は71.2%**、
第3四半期累計では固定比率が低下し、
計画どおりの推移



事業拡大の重要KPIである デザイナー数が 堅調に推移

- 直接雇用のデザイナーは4月（第3四半期）に
新卒10名を加え順調に拡大
- Goodpatch Anywhereの登録デザイナー数は
引き続き拡大し125名に伸長



IPO前（2020/5末）でも健全な財務体質を維持

貸借対照表

単位：百万円

	FY2019	FY2020 3Q末	増減	主な理由
流動資産	721	931	+ 210	営業CFの改善、銀行借入の増加
現金及び預金	508	727	+ 218	営業CFの改善、銀行借入の増加
固定資産	99	284	+ 184	使用権資産、投資有価証券、繰延税金資産の増加
総資産	821	1,216	+ 394	
流動負債	320	355	+ 35	
固定負債	37	229	+ 191	銀行借入の増加、リース債務の認識
純資産	463	631	+ 167	
自己資本比率	56.4%	51.9%	-4.5pt	

03

各事業の状況

コロナウイルスの影響を一部認識するも通期の進捗はほぼ計画どおり

セグメント全体 FY2020 3Q累計

売上高

1,180 (百万円)

前年同期比

+26.0%

営業利益

143 (百万円)

前年同期比

+29.3%

コロナウイルスの影響

日本

- 物理的に集合して実施するワークショップの開催が延期となり、月額1-2百万円の減少
- 3-4月の問い合わせは前年同月比と同程度の低水準、5月下旬より反発するが、案件開始の遅れが発生

海外

- ドイツ子会社にて、ロックダウンの影響により新規案件獲得の遅れが発生

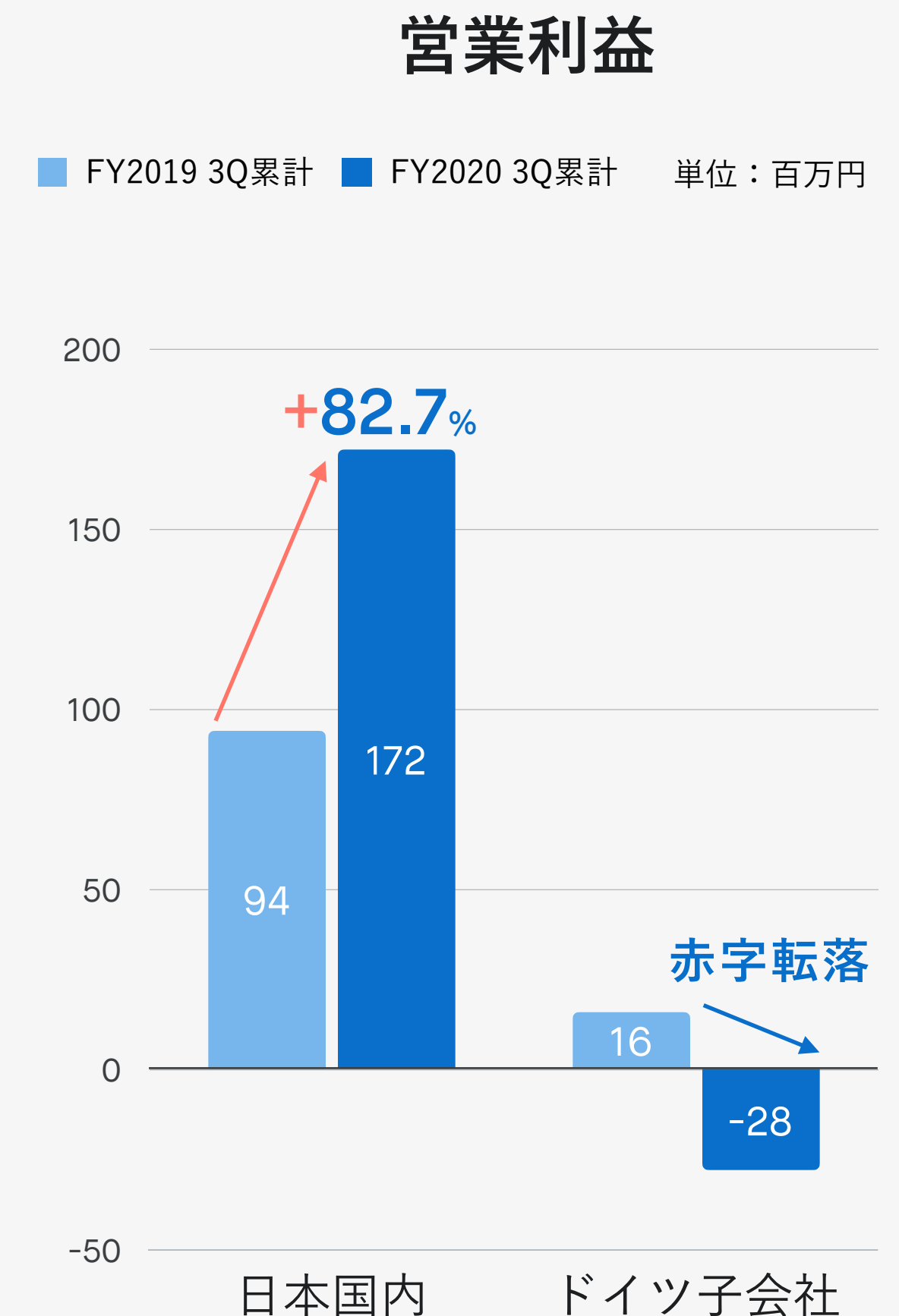
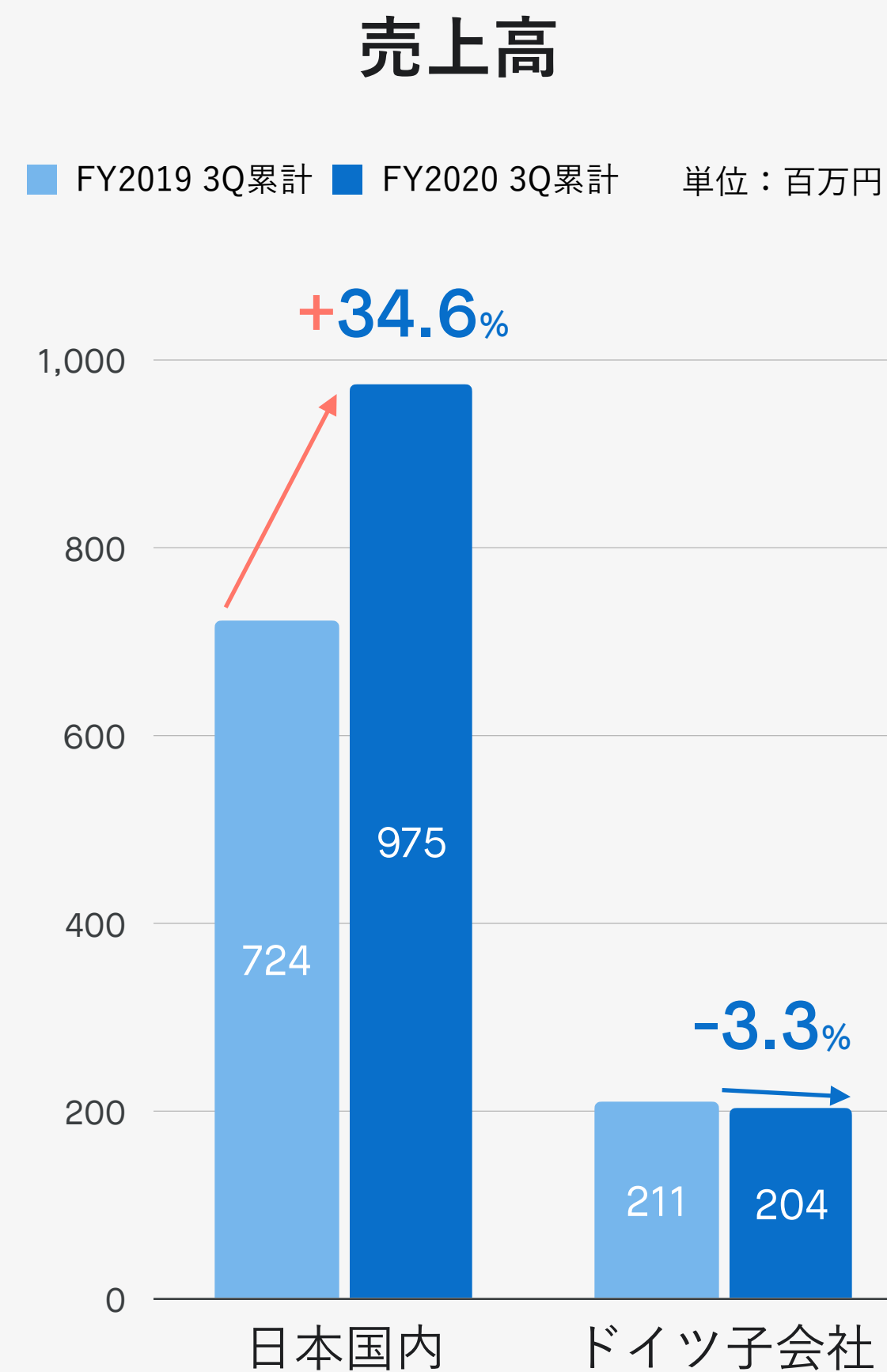
問い合わせ件数は常に昨年同月比を上回る状況。緊急事態宣言の発令後、3-4月にかけて一時的に問い合わせ件数は減少するも、5月下旬から回復し、

6月は過去最高の問い合わせ件数を記録

※FY2019 3Qの数値については、監査法人による監査を受けておりません。

日本国内は堅調に推移、 ドイツはコロナの影響が 大きく赤字転落

- 日本国内は売上、営業利益ともに
急成長を継続
- コロナウイルスの影響がより深刻だった
ドイツ子会社は伸び悩み、
営業赤字へ



※当社はデザインパートナー事業において、国内と海外の事業を一体的に実施しているため、セグメント業績予想の内訳を開示しておりません

※日本国内については株式会社グッドパッチのデザインパートナー事業の、「ドイツ子会社」は連結子会社Goodpatch GmbHの数字を掲載しております

※FY2019 3Qの数値については、監査法人による監査を受けておりません。

セグメント全体の進捗は概ね計画どおり

日本国内

- 概ね計画どおり進捗
- 毎第3四半期（3-5月）は顧客企業の決算期末と重なり、プロジェクトの入れ替わり時期のため減速する傾向

ドイツ子会社は事業成績に影響

- ドイツ政府による
労働時間短縮補助制度（Kurzarbeit）を利用し、利益へのマイナスインパクトを低減
- コロナ明けの営業活動に注力

※当社はデザインパートナー事業において、国内と海外の事業を一体的に実施しているため、セグメント業績予想の内訳を開示しておりません
 ※日本国内については株式会社グッドパッチのデザインパートナー事業の、「ドイツ子会社」は連結子会社Goodpatch GmbHの数字を掲載しております
 ※FY2019 3Qの数値については、監査法人による監査を受けておりません。

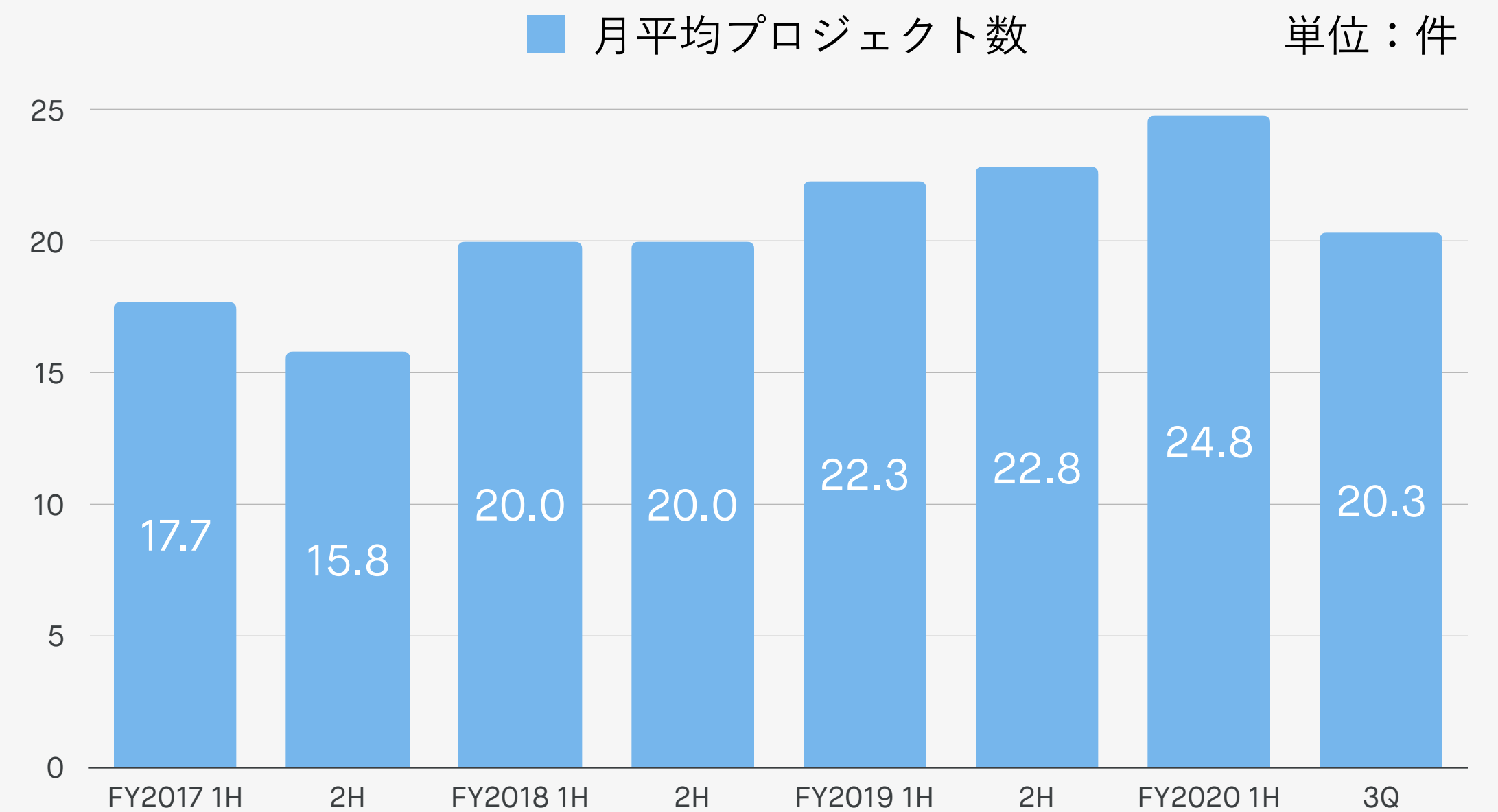
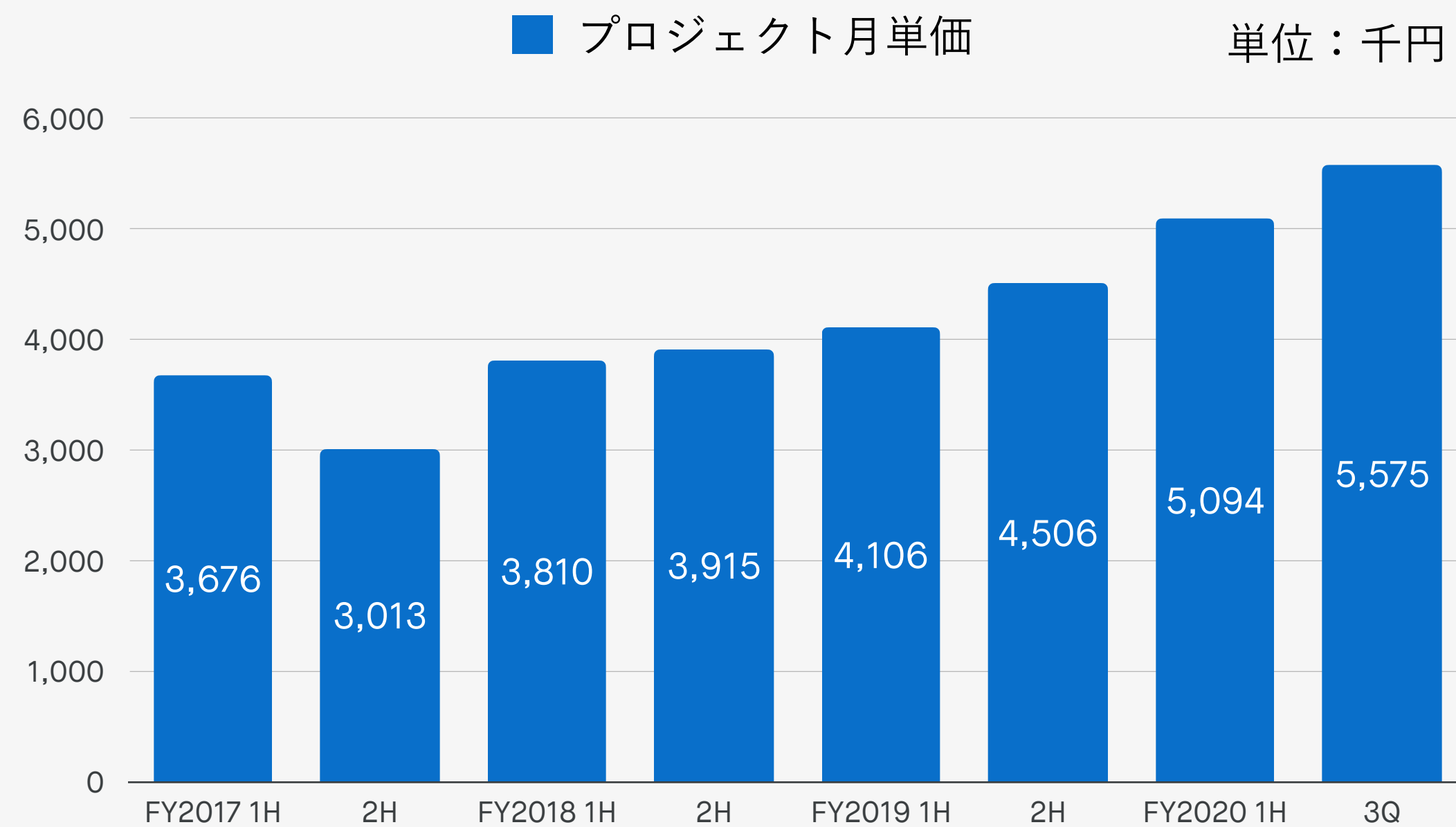
デザインパートナー事業 売上進捗

単位：百万円

	FY2019 3Q累計	FY2020 3Q累計	増減率	FY2020 通期業績予想	進捗率
デザインパートナー事業売上	936	1,180	+26.0%	1,627	72.5%
日本国内	724	975	+34.6%		
ドイツ子会社	211	204	-3.3%		
営業利益	110	143	+29.3%	210	68.0%
日本国内	94	172	+82.7%		
ドイツ子会社	16	-28	-		

案件の 大型化が進む

- 直近四半期は日本国内の小型案件の終了とコロナウイルスの影響を受けた
- ドイツ子会社のプロジェクト数減少により、月平均プロジェクト数は減少
- 一方、案件の大型化が進み単価は大きく上昇

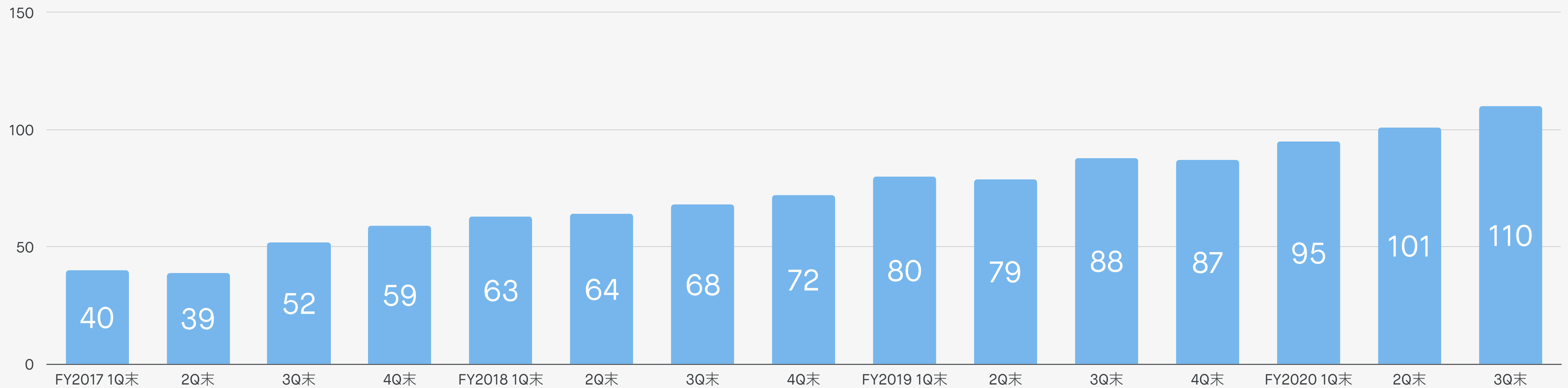


デザインタレントプールが 順調に拡大

- 今期は**新卒10名、中途24名**を採用
- 前期は31%だった**離職率は今期9%に低下**、
昨年よりも採用人数は少ないが**人数は順調に増加**

■ デザインパートナー事業 人員数推移

単位：人



※数値はデザインパートナー事業（日本・ドイツ）のデザイナー・エンジニア人数

セグメント全体では 前年同期比を 大きく上回る成長

- セグメント全体の売上高は前年同期+86.3%
- 営業利益は通期業績予想-4百万円の計画に対し第3四半期終了時点で**21百万円の黒字**

セグメント全体 FY2020 3Q累計

売上高

430 (百万円)

前年同期比

+86.3%

営業利益

21 (百万円)

前年同期比

黒字化

コロナウイルスの影響

- 人材サービスReDesignerにおいては
需要の減退があり、事業成長が想定を
下回る
- クラウドソーシングGoodpatch
Anywhereでは一部新規案件の開始に
遅れが生じた

※FY2019 3Qの数値については、監査法人による監査を受けておりません。

一部でコロナの影響を認識するが、
セグメント全体では好調、
当初予定を前倒して黒字化を目指す

- セグメント全体の売上高進捗率は70.7%、営業利益は黒字で進捗中
- ProttはYoYで69.8%と前年を下回るも計画どおり推移
- ReDesignerはコロナの影響あり、55.3%の進捗
- Goodpatch Anywhereは一部プロジェクトの遅れがあったものの、概ね計画通りの進捗

第3四半期 累計売上比較

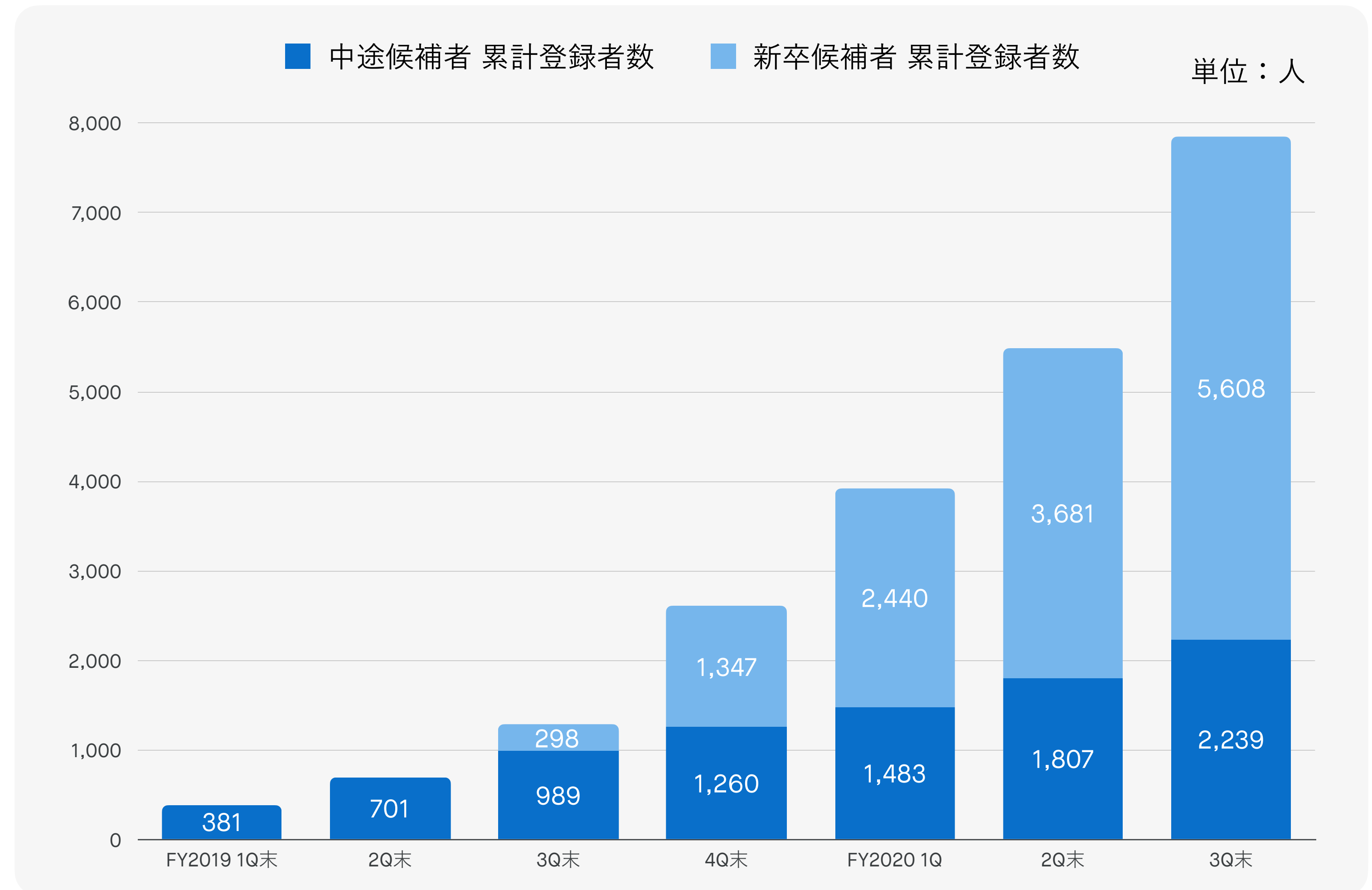
単位：百万円

	FY2019 3Q累計	FY2020 3Q累計	増減率	FY2020 通期業績予想	進捗率
デザインプラットフォーム事業全体売上高	231	430	+ 86.3%	609	70.7%
Prott	119	83	-30.2%	100	82.9%
ReDesigner	31	66	+ 109.7%	119	55.3%
Goodpatch Anywhere	75	264	+ 249.3%	368	71.8%
Athena	1	15	+ 2176.8%	19	77.1%
その他	4	2	-49.2%	2	101.6%
営業利益	-45	21	-	-4	-

※FY2019 3Qの数値については、監査法人による監査を受けておりません。

人材紹介サービスは コロナウイルスの影響を 大きく受け、企業側・候補 者側ともに活動が停滞

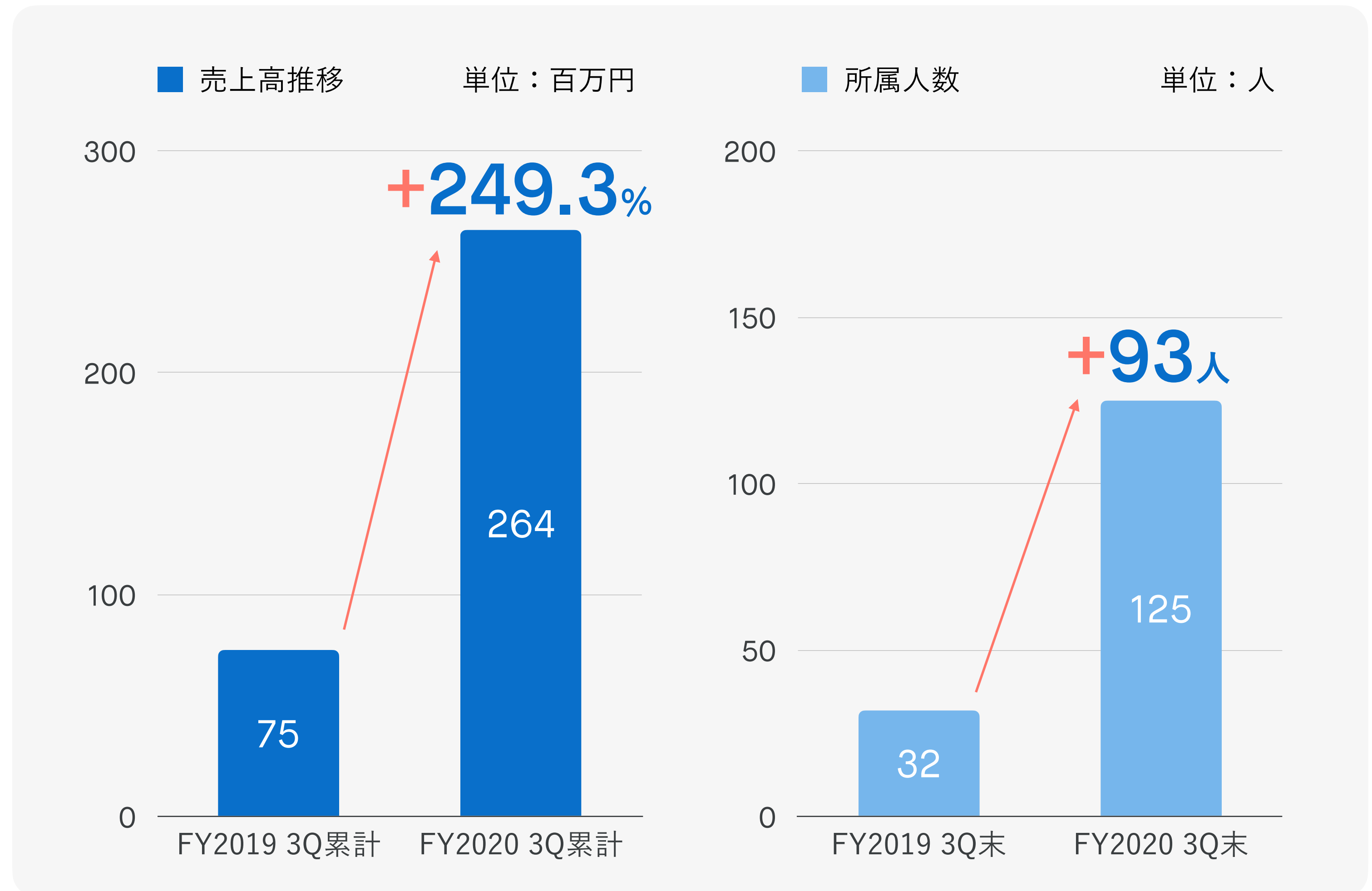
登録者は、中途・新卒、両サービスともに
堅調に推移したが計画どおり採用内定に
至らず



前年同期比で大きく成長、 デザインプラットフォーム 事業の黒字化に大きく貢献

- コロナウイルスの影響で、一部プロジェクトの獲得に遅れが発生した
- 第3四半期は第2四半期に比べ落ち込んでいるものの、第3四半期累計では
前年同期比で+249.3%と大きく伸長

※FY2019 3Qの数値については、監査法人による監査を受けておりません。



04

成長戦略

デザインのカでビジネスを拡張

デザインパートナー事業
プロジェクト単価と契約期間

- 1 UI/UXデザインを武器に
大型DXプロジェクトの獲得
- 2 デザイン領域の拡張と
テクノロジーへの投資

デザインプラットフォーム事業
タレントプールとSaaS

- 3 リモートデザインチーム：
デザインタレントプールの拡充
- 4 リモートコラボレーション
ツール：SaaS事業「Strap」への
戦略投資

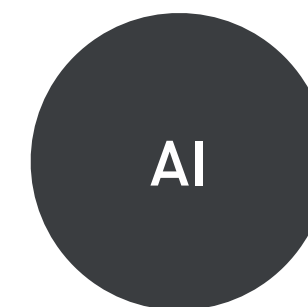
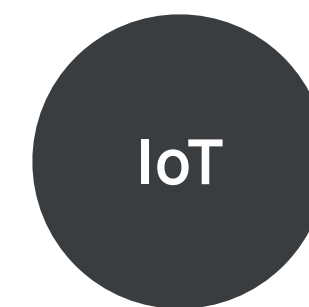
UI/UXデザインを武器にDXの実践事例の積み上げによる大型DXプロジェクトの獲得

弊社の関わった代表的なDX事例



→
ノウハウ展開

新技術



ITシステム

大きな課題
人の生産性を下げる
ソフトウェアのUI

DX戦略
(プランニング)

UXデザイン
(体験設計)

UIデザイン
(ソフトウェア)

↓ ユーザー視点

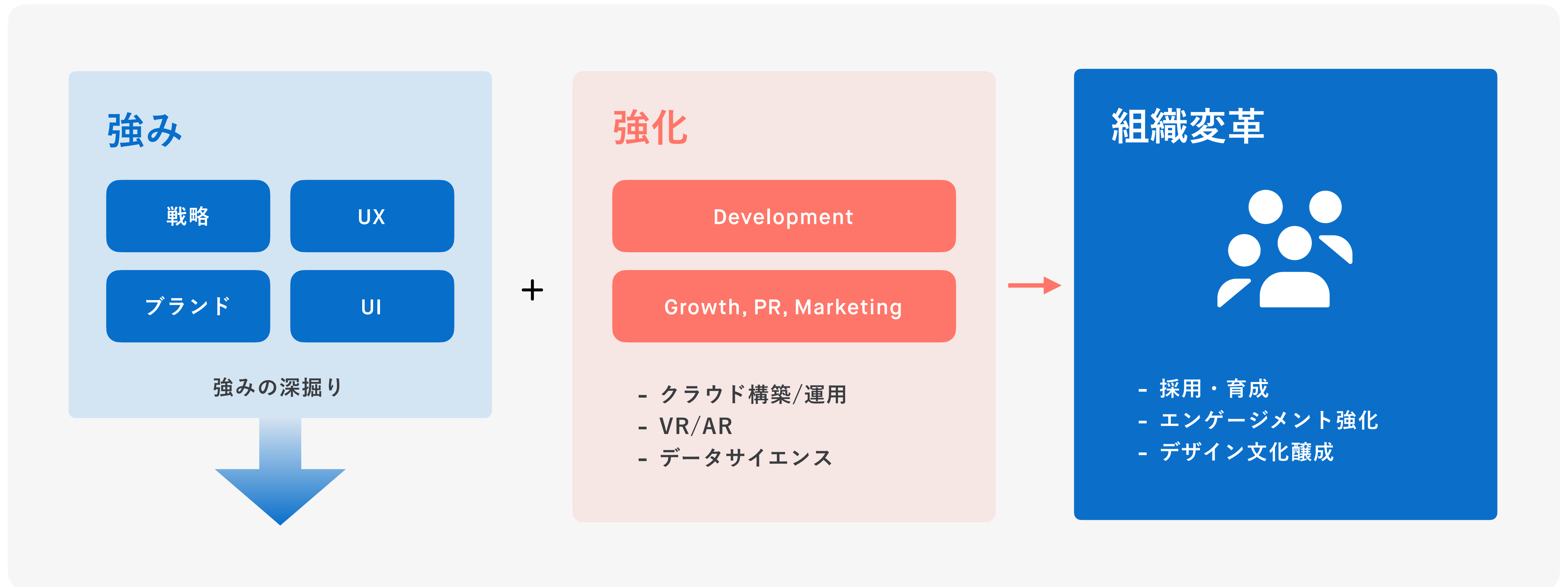


ユーザー

ユーザー体験の設計と人の生産性を下げるソフトウェアのUIデザインを改善し
顧客体験価値を向上させ、大企業のDX推進及び企業価値の向上につなげる

→プロジェクト単価は拡大へ

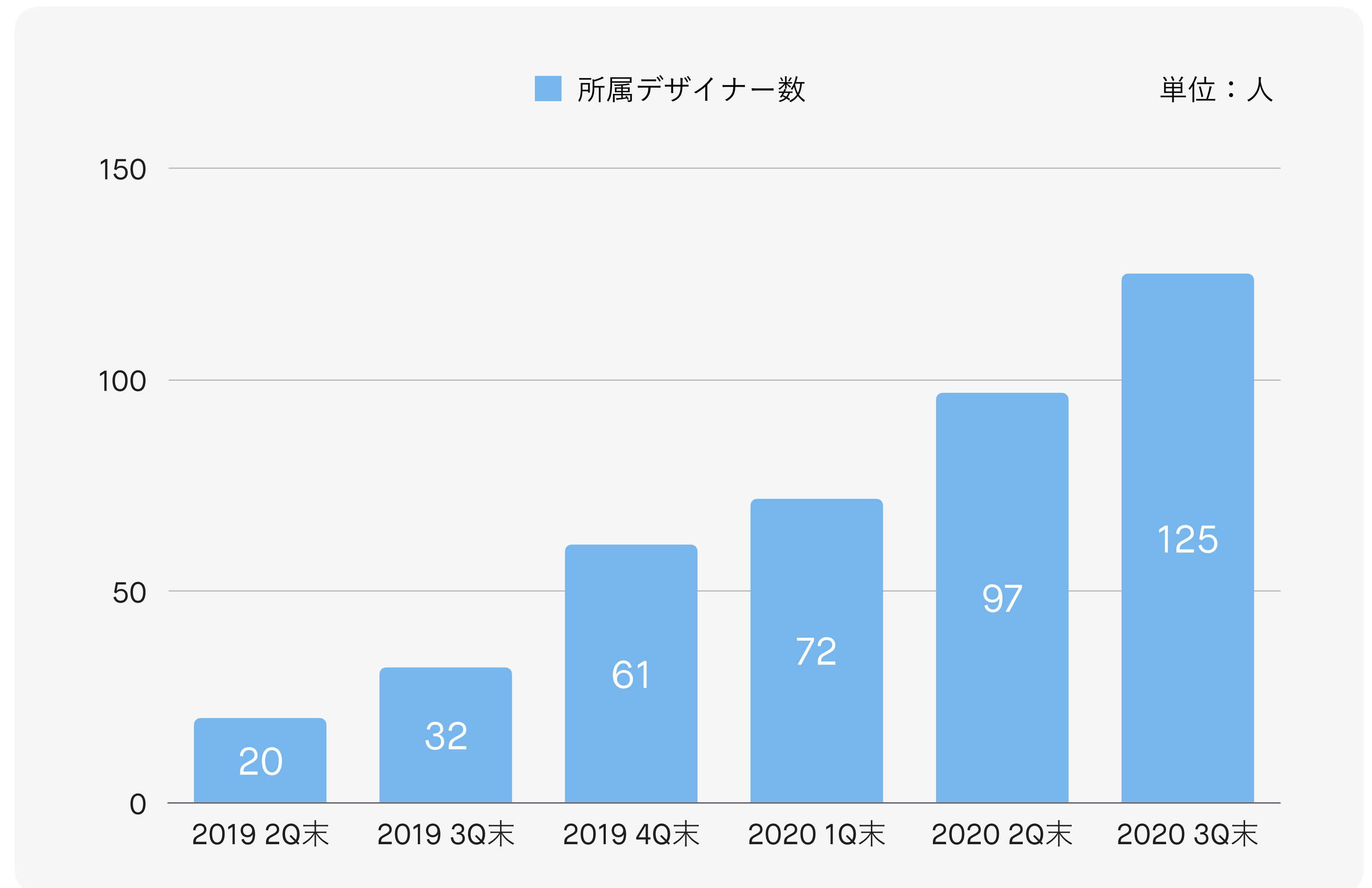
リソース拡充とケイパビリティの拡大で1社あたりの契約期間を伸ばしていく



リモートデザインチーム タレントプールの拡充

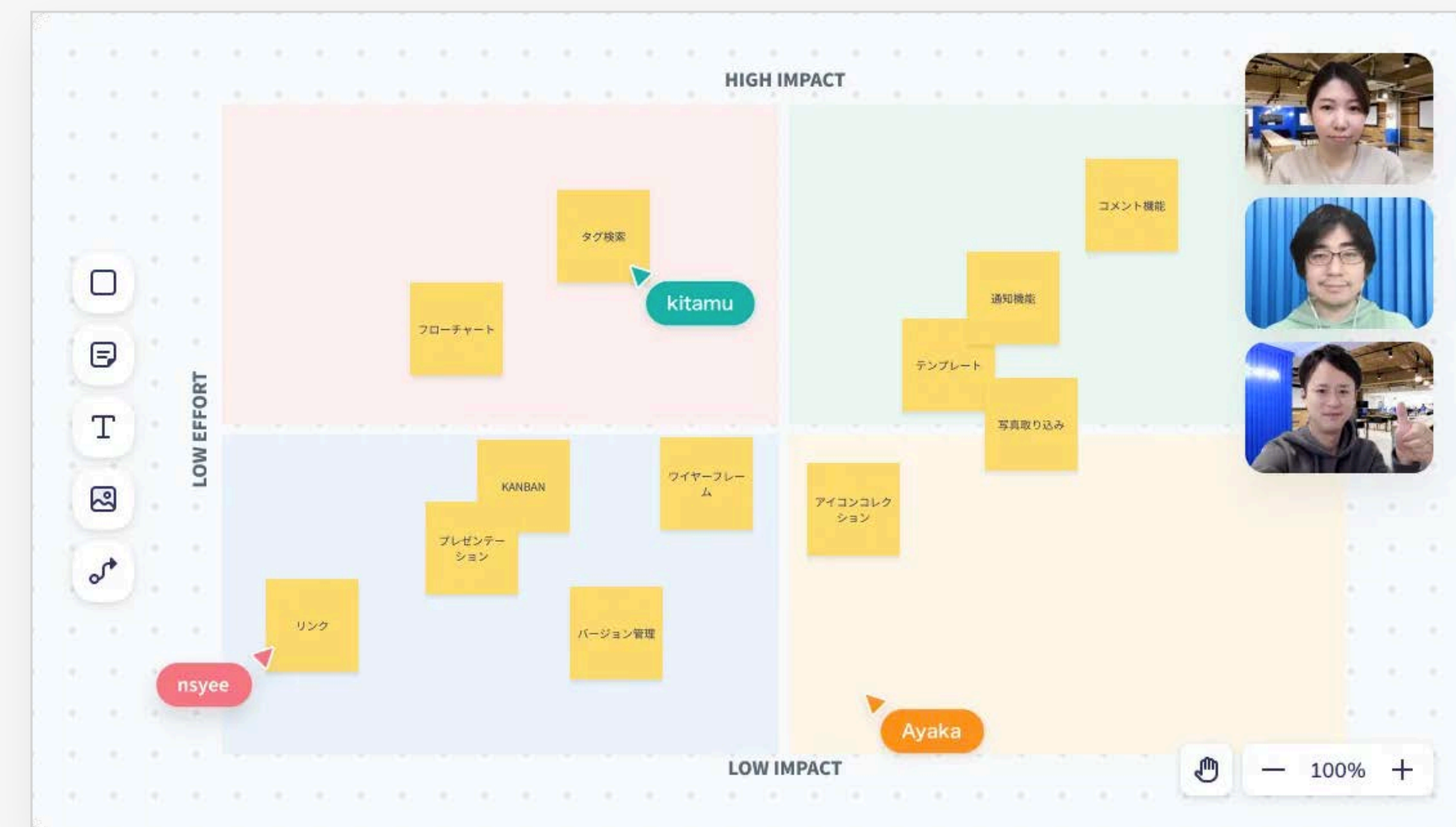
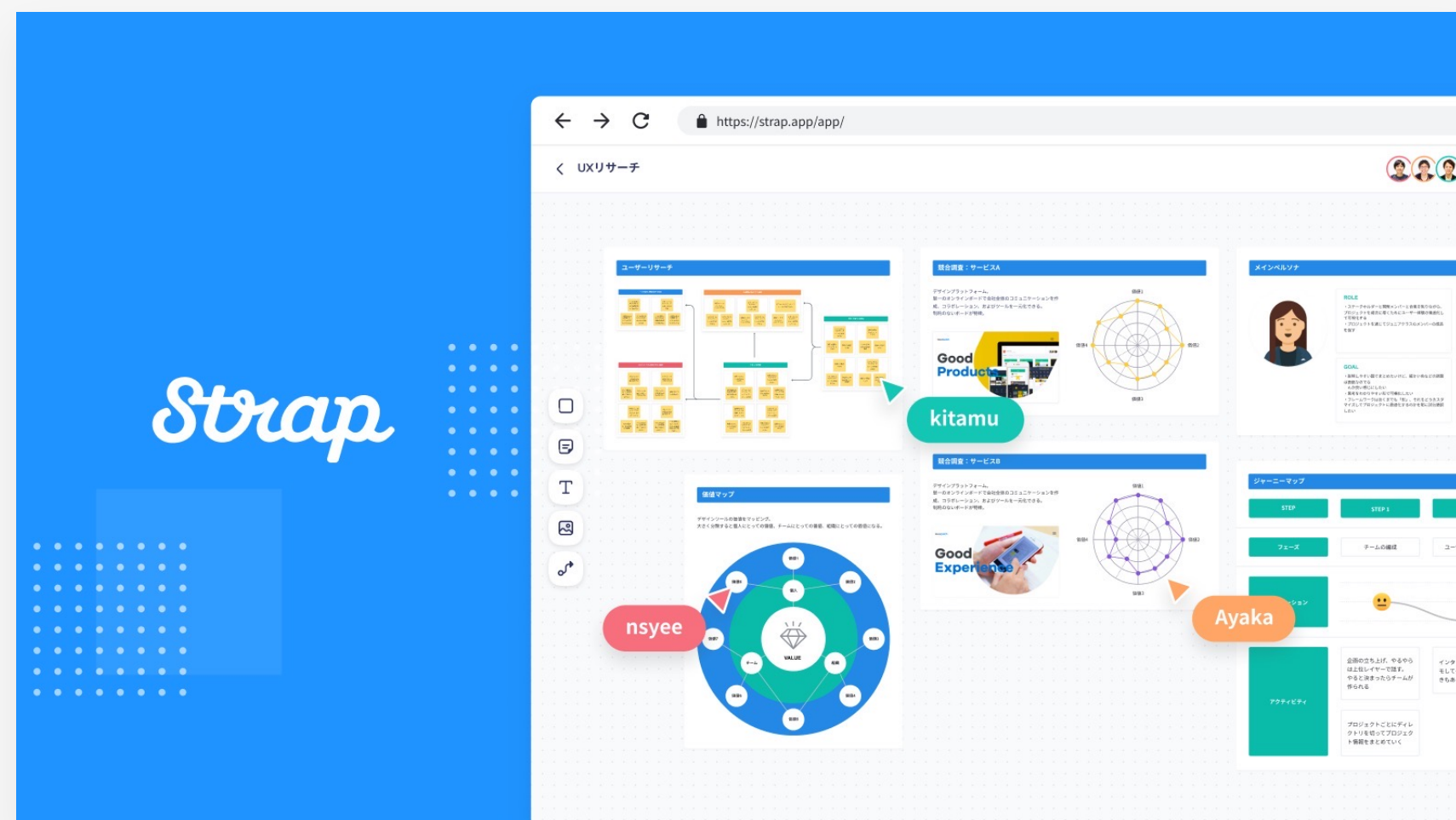
- リソースの拡充のハードルが低い
雇用に限定されない
- 固定費がかからない
需要変動に対する対応の柔軟性
- 不良リソースが発生しづらい
- 働き方改革文脈との相性が良い

→ 高収益な事業モデル

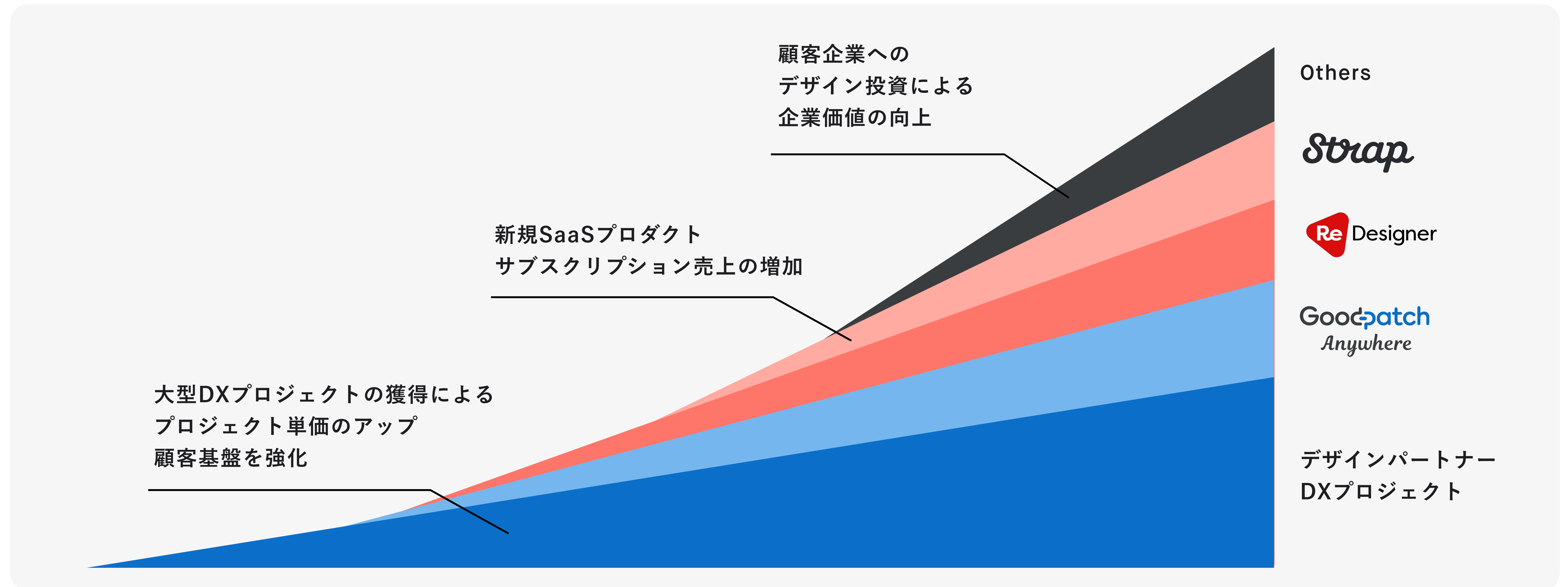


SaaS事業「Strap」 への戦略投資

- リモートコラボレーションの可能性を広げるクラウドワークスペース
- 4月にリリースしたβ版の登録企業数が5営業日で1,800件以上の獲得
- 夏頃に正式版リリース予定



デザインの可能性を拡張していく



05

通期業績予想

FY2020通期業績予想は変更なし



コロナウイルスによる影響は一部事業領域・プロジェクトで発生しているものの、主力である日本のデザインパートナー事業では限定的

06

Appendix

経営陣の紹介



代表取締役社長 / CEO

土屋 尚史

Webディレクターを経て、サンフランシスコに渡りデザイン会社でスタートアップ支援に携わる。
2011年9月に株式会社グッドパッチを設立。



取締役/Managing Director of Goodpatch GmbH

Boris Jitsukata (實方 ボリス)

スイス ザンクトガレン大学院、慶應義塾大学大学院を経て2013年にグッドパッチにジョイン。2015年にGoodpatch GmbHを設立。取締役に就任。

経営陣の紹介



社外取締役

山口 拓己

東京理科大学を卒業後、数社を経て2006年に株式会社ベクトルに入社、取締役CFOに就任。2009年に株式会社PR TIMES代表取締役社長に就任。2020年よりグッドパッチ社外取締役を務める。



社外取締役

佐々木 智也

2008年デジタルガレージ上級執行役員就任。2012年DGインキュベーション取締役就任。投資先とデジタルガレージグループの事業連携をメインにインキュベーション事業を推進。



常勤監査役

佐竹 修

兼松株式会社での長年の営業担当の後、同社内部監査室長、兼松コミュニケーションズの常勤監査役等を経て、2018年12月よりグッドパッチの常勤監査役に就任。



監査役

佐田 俊樹

野村証券グループを経て、4年に渡って株式会社カヤックの監査役を務め、2014年12月マザーズ上場を経験。2016年7月よりグッドパッチの監査役に就任。複数社の監査役を務める。



監査役

須田 仁之

早稲田大学商学部卒業後、社長秘書、事業立ち上げ、経営企画、事業企画を歴任。上場企業CFOを務める。現在は複数のベンチャー企業の役員・アドバイザーとして携わる。

各オフィスをまとめるグローバルリーダー達



執行役員 デザインパートナー事業

松岡 毅

ビジネスコンサル、ゲーム開発会社を経て2017年2月にグッドパッチにジョイン。デザインパートナー事業を担当。2018年9月より執行役員に就任。



執行役員 管理部管掌

榎島 俊幸

マンツーマン英会話スクールのCFOとして東証マザーズ上場後、教育関連事業会社のCEO職等を経て、2019年2月にグッドパッチに入社。2019年9月より執行役員に就任。



執行役員 経営企画室長

柳沢 和徹

マーケティングリサーチ会社を経て2017年7月にグッドパッチに入社、経営企画室を担当。2019年9月より執行役員に就任。主な管轄領域は人事・広報・事業開発。



Div Lead

Samuel Huber

チューリッヒ大学、スタンフォード、ザンクト・ガレン、東京でデザインを学び、2017年にデザインストラテジストとしてグッドパッチにジョイン。現在ヨーロッパ全体のディビジョンリードを務める。



Studio Lead

Doro Schwartzmann

2017年にUXデザイナーとしてグッドパッチにジョイン。その後UXデザインリードを経験し、現在ベルリンのスタジオリードとして携わる。



Studio Lead

Matthias Flucke

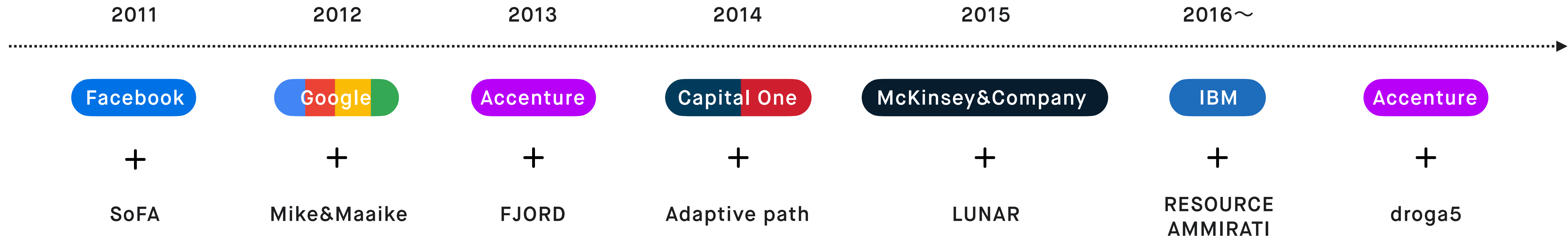
2016年3月にグッドパッチにジョイン。デザインリードとオートモーティブエキスパートを歴任後、現在スタジオリードとしてマネジメントに携わる。

なぜ今デザインが重要なのか

Why design?

なぜ今デザインが重要なのか

デザイン会社の買収の活発化



コンサル・金融機関が相次いでデザインファームを買収

2013年以降AccentureやDeloitteはグローバルでデジタルエージェンシーを30社以上買収している

なぜ今デザインが重要なのか

デザイナーが共同設立した会社が大きく成長

Slack

Instagram

Airbnb

YouTube

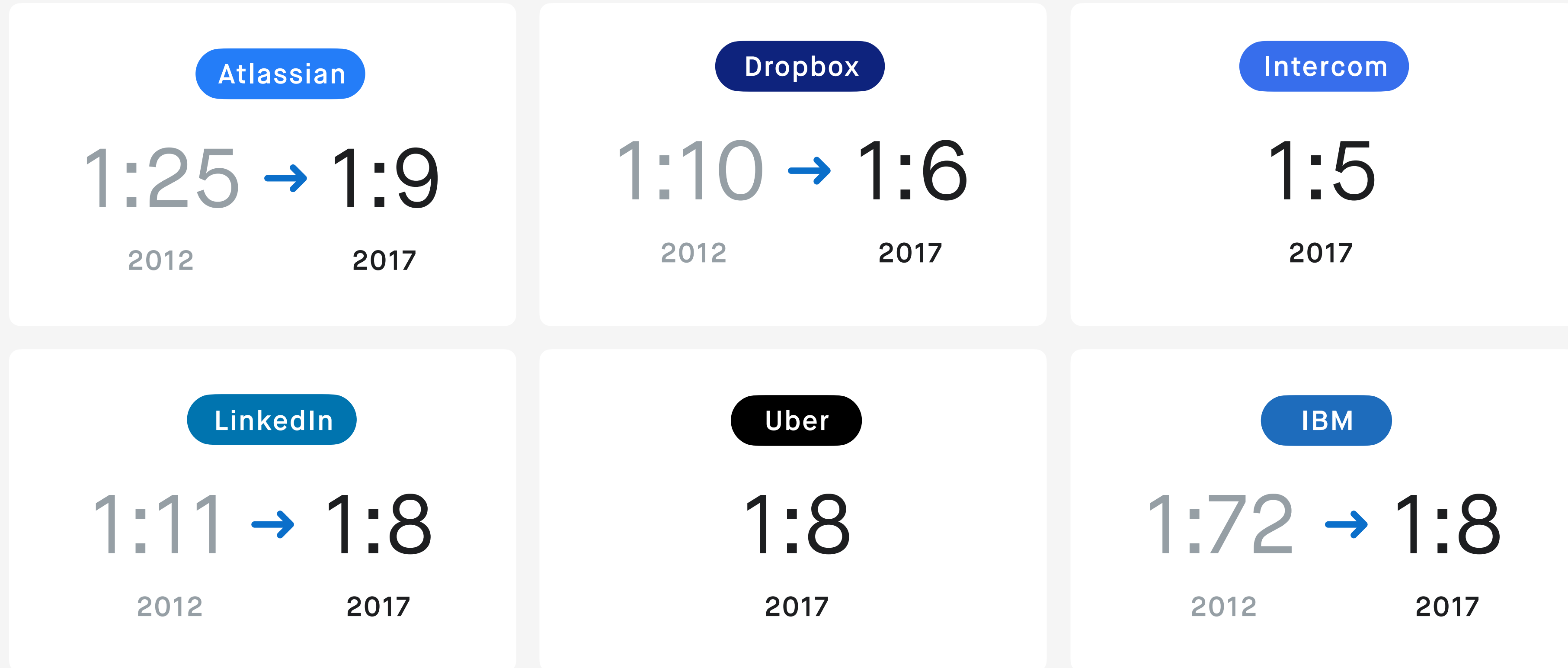
Twitter

Pinterest

これらの会社の共同創業者に**デザイナー**がいる

なぜ今デザインが重要なのか

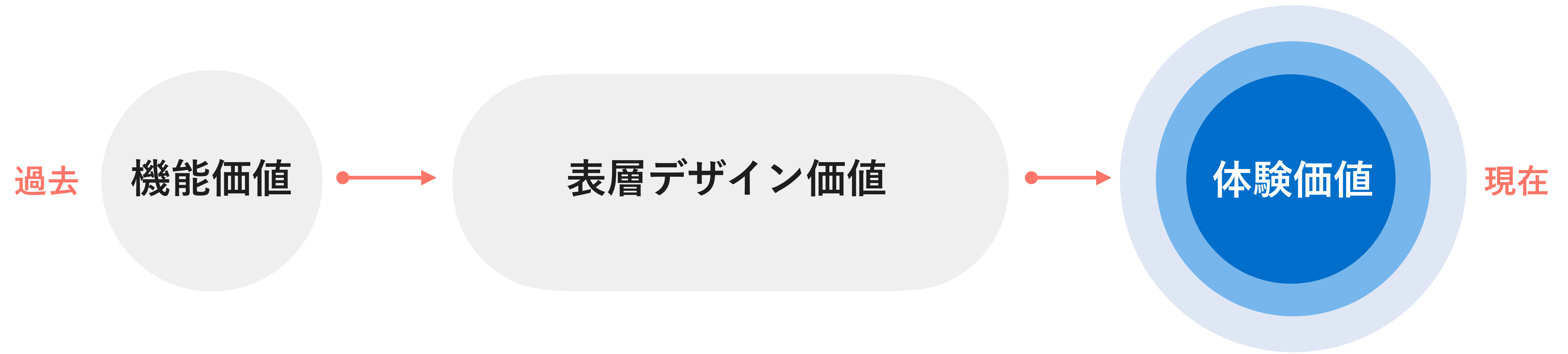
海外企業のデザイナー：エンジニア比率の変化



デザイナーの重要性がより増している

なぜ今デザインが重要なのか

機能価値から体験価値へ



モノをつくれれば売れる時代は終わり、コト（体験）を売る時代になった

なぜ今デザインが重要なのか

ユーザー体験のパラダイムシフト

ユーザー体験（UX）の差別化が、 ビジネスに大きく影響する

ユーザーに最も近いデバイス

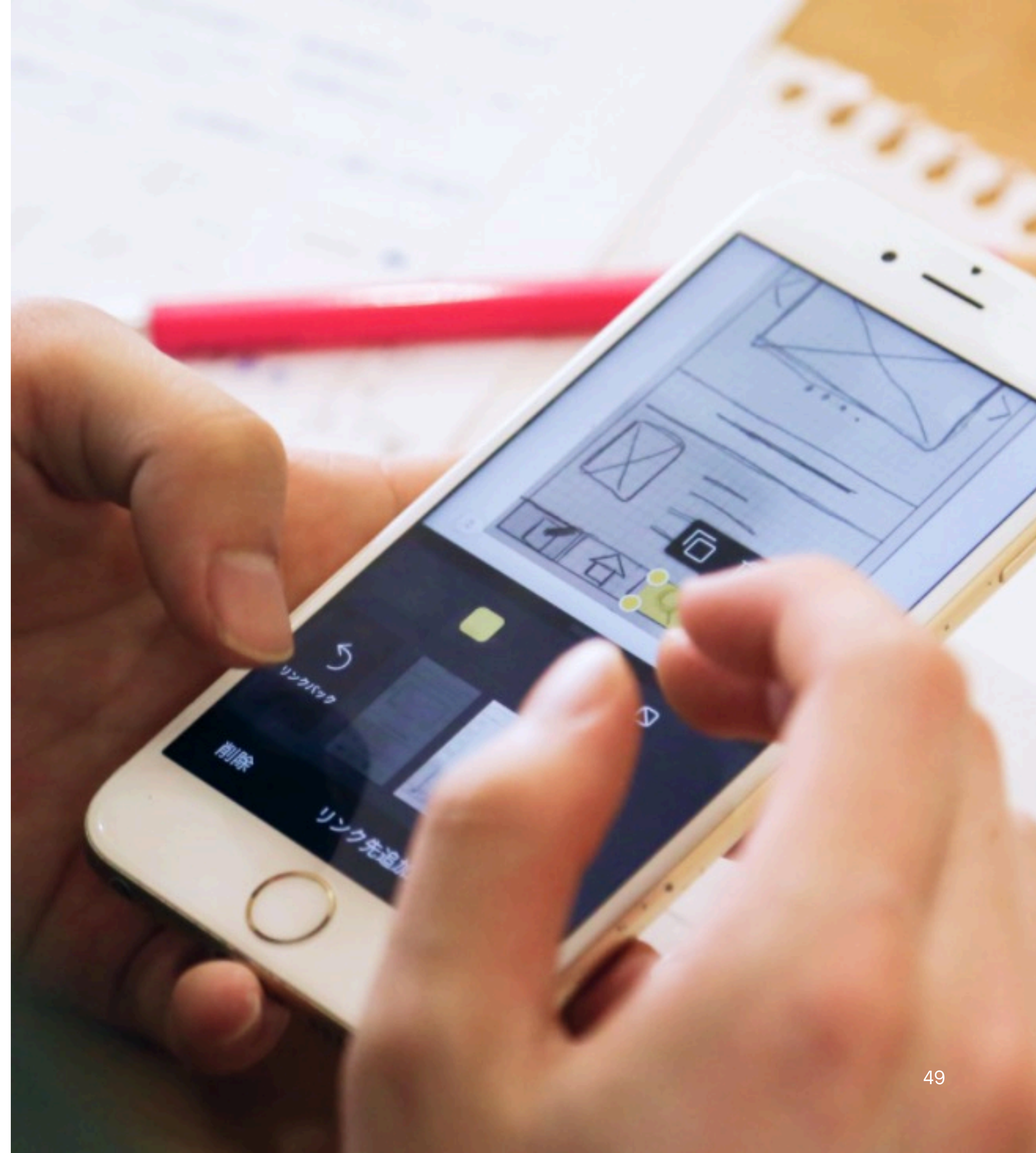
スマートフォンの普及によって人々の生活は変化

使っていて気持ちの良い**UIデザイン**

そして、あらゆる利用シーン

複雑化するユーザー体験全体をデザインする

UXデザインの重要性の高まり



なぜ今デザインが重要なのか

デザインの価値のパラダイムシフト



タッチポイント

点のデザイン

対象

広告・ビジュアルのデザイン

指標

認知やコンバージョン



線のデザイン

対象

ユーザーが使い続けたいくなる体験のデザイン
プロダクト全体と価値の循環のデザイン

指標

エンゲージメント, リテンション, 解約率

SaaSなどサブスクリプションビジネスには
デザインが大きく影響

当社の特徴と優位性

Company strengths

グッドパッチの競争優位性

- 1 成長性の高い市場で、**独自のポジショニング**により案件を獲得
- 2 戦略からプロダクト開発そして文化醸成まで**一気通貫**で支援
- 3 **体系化されたデザインノウハウとナレッジ**の蓄積
- 4 **経験値の豊富な専門性の高いデザイナー**の採用力

世界で12.2兆円のデジタルエージェンシー市場

● Project services

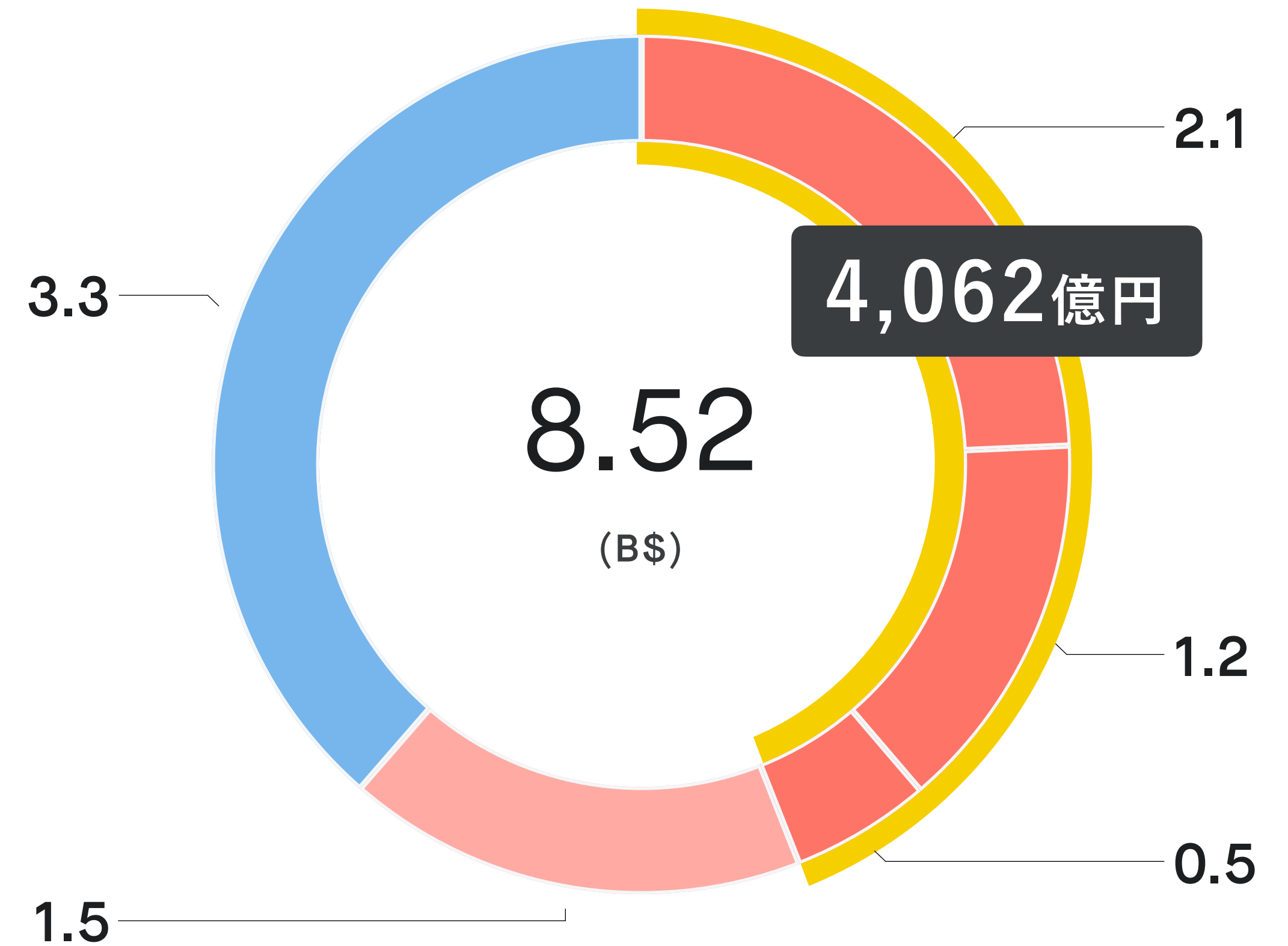
- Digital engagement project services
- Experience design services
- Brand Strategy services
- Marketing consulting services

当社事業領域

アドバイザー、デジタル戦略コンサルティング、実装・導入サービスなどを含む短期間の契約、事業変革や技術導入支援等

● Managed services

技術管理などの長期間の契約。購買プラットフォームの管理、マーケティングBPOなどのプロセスのアウトソーシング等



2018年のDigital Agencyの日本市場は約85億ドル≒9,246億円。グッドパッチの事業領域に該当するProject servicesの3領域合計は37.5億ドル≒4,062億円。(1USD=108.5JPY換算)

世界で12.2兆円のデジタルエージェンシー市場

2023年の日本での市場サイズは
5年で倍の8,000億円規模に
(マーケットの成長率14.4%)

Experience design services

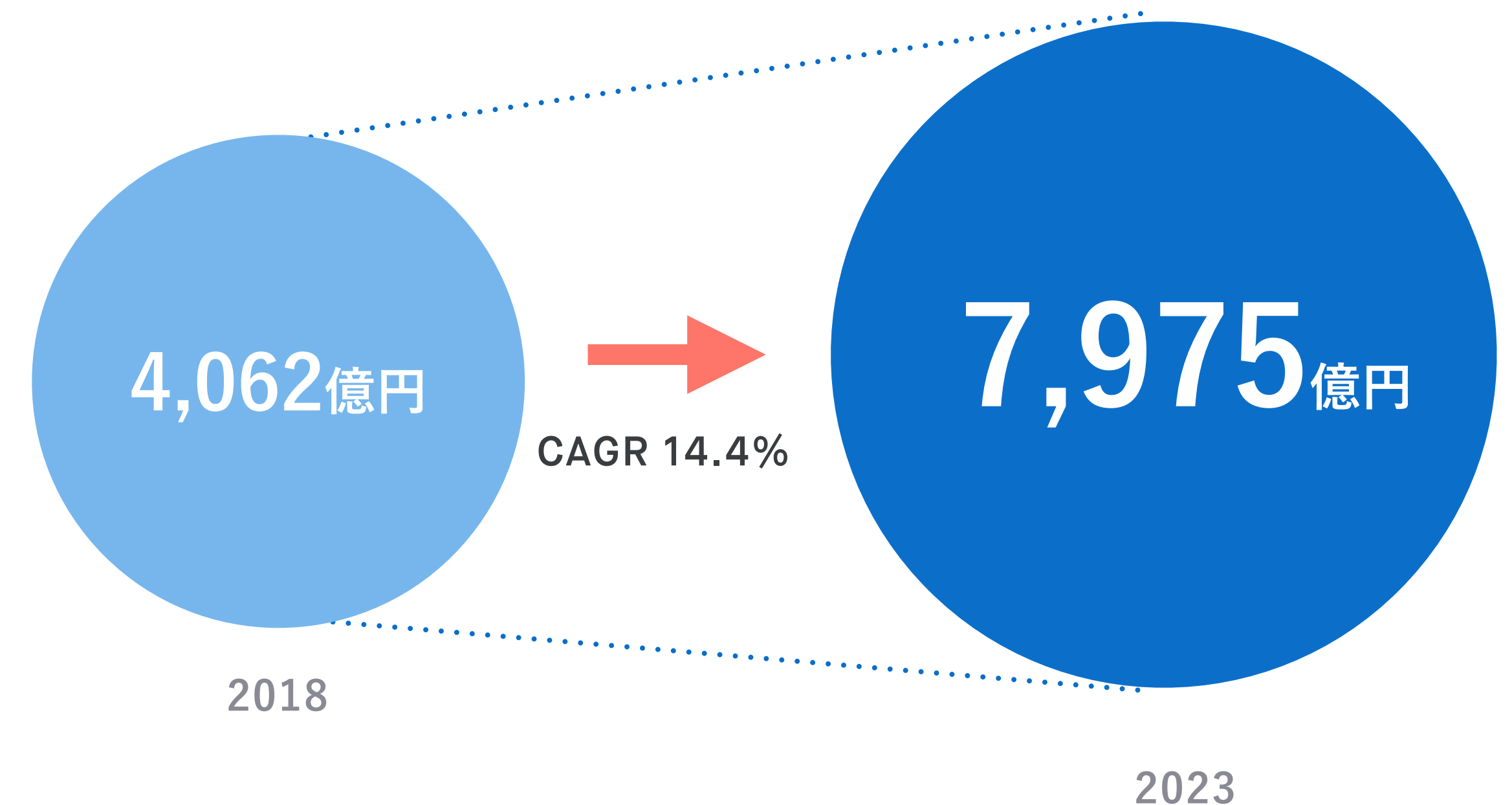
1,330億円 CAGR 15.4%

Brand strategy services

480億円 CAGR 12.9%

Digital engagement project services

2,240億円 CAGR 14.2%



参照：IDC Worldwide and U.S. Digital Agency Services Forecast, 2019-2023
及び 経済産業省発表デザイン関係統計資料 より当社推計

(注) 2023年の日本市場サイズの推計方法について：米国の市場サイズは2018年に226億ドル。日米の市場サイズを比較し、日本市場サイズ4062億円と推定(1ドル=108.5円換算)。さらに世界全体のCAGR14.4%を適用し導出。

独自のポジショニングにより広告費を掛けずに案件を獲得



SoftBank

UZABASE

CyberAgent®

mixi

PRTIMES



Lancers

RakSul



ONE CAREER

bitkey



助太刀

FiNC



every.tv

Shippio

UI/UX領域での**圧倒的な実績とブランドバリュー**で**広告費を掛けず**
口コミとクライアントからの指名問い合わせでリードを獲得

戦略からプロダクト開発まで一貫通貫で支援。コンサルやSIerと差別化

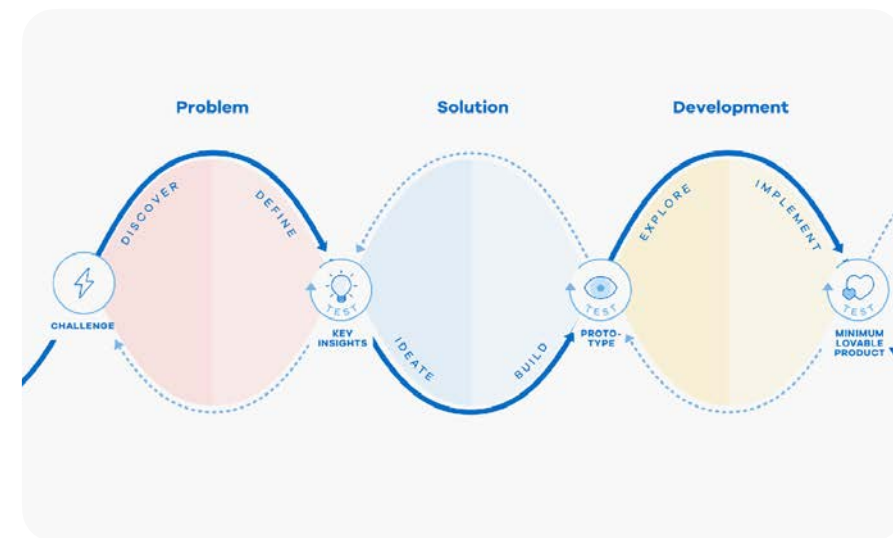


事業戦略とユーザーニーズをつなぐ一貫通貫したプロダクトデザイン
状況の変化に強く、新しい知見の発見／学習を重視した再現性を持った事業支援

体系化されたデザインノウハウとナレッジの蓄積

体系化されたプロセス

多くの実績から体系化されたプロセスと即戦力化する育成体制



体系化された
デザインプロセス

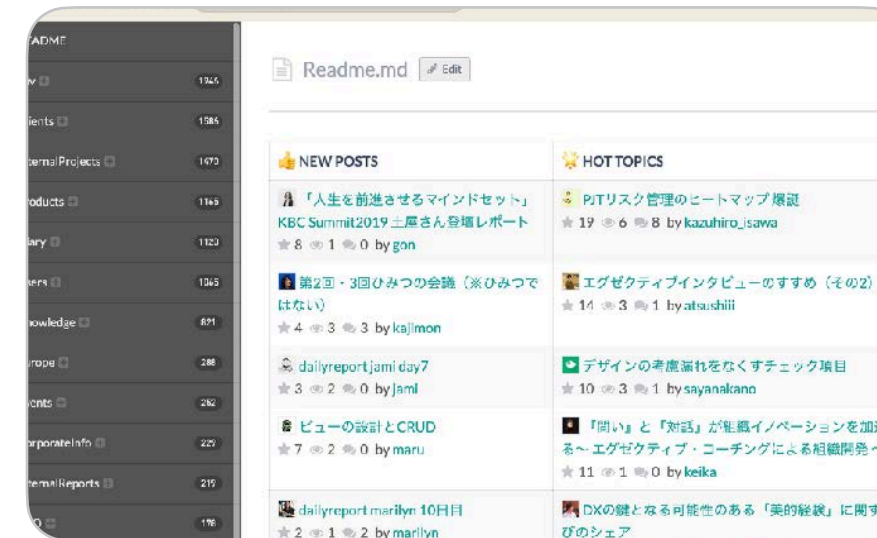


デザイナー育成のための
社内研修



ノウハウ資産が3万件以上

社内のナレッジを共有し独自ノウハウ資産が蓄積する仕組みを構築



常時ナレッジが投稿される
社内ナレッジデータベース



プロジェクトの
振り返りを全社で共有

デザイナーの属人性を下げ、クオリティの再現性を上げる仕組み

なぜ獲得できるか：デザイン人材マーケットでのポジショニング

マーケット の現状

DXでデザイン人材は需要増。いかに優秀な人材を採用し、定着させるかがKSF



需要 増：DXの流れでデジタル領域のUI/UXデザイナーの市場価値の向上



供給 少：デザイナーにビジネスの根幹への理解と関与が求められる、美大では育成が難しい

Goodpatch

魅力のある仕事
(選ばれる)

事業戦略の最上流から
開発まで広く携われる

- 戦略立案からプロダクト開発まで見届けることができる
- クライアントワークに加え、自社事業も運営している

確立されたプロセス
(育成できる)

体系的な育成が可能で
採用の間口が広い

- 社内に蓄積された3万件超のナレッジ
- 独自に確立したデザインプロセス
- 他業種出身者や若手を育成できる

デザイナーのマネジメント
(定着させる)

デザイナー中心の
文化と仕組み

- デザイナー中心の組織カルチャー
- マネジャーもデザイナー
- ベストモチベーションカンパニーアワード2020 第8位受賞 (1568社中) ※

デザイナーにとって他では得られない成長機会の多さと
働きやすい環境で採用難易度の高いデザイナーを安定的に獲得

免責事項及び将来見通しに関する注意事項

本発表において提供される情報は、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、予測及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、一般的な業界並びに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内及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あっても、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。

Goodpatch

Design to empower ♥