



2025年11月期 第3四半期 決算説明資料

ウリドキ株式会社（証券コード：418A） | 2025年10月15日

Index

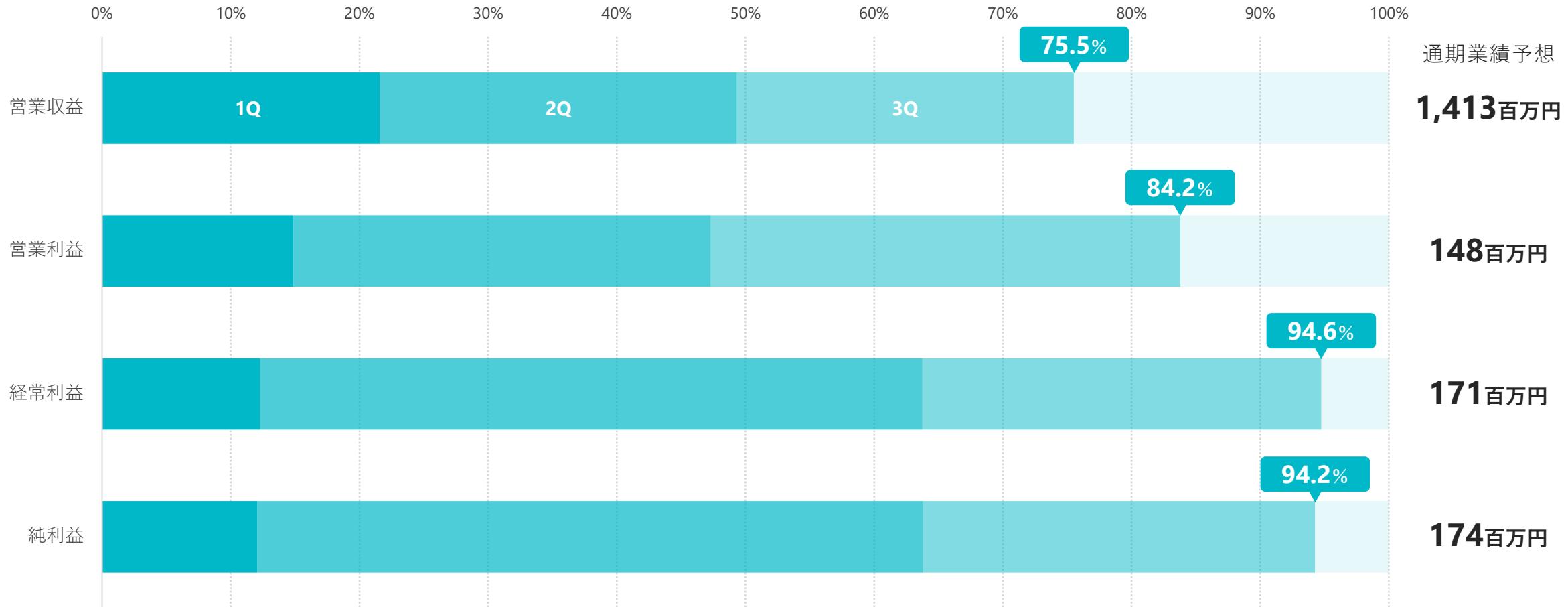
- 01 2025年11月期 3Q 業績・進捗状況** p.3
- 02 事業展開** p.16
- Appendix** p.34

01 2025年11月期 3Q 業績・進捗状況

- 2025年11月期（以下、「FY2025」という。）3Q累計はCtoBマッチングサービスとメディアサービスのクロスセル戦略が奏功し営業収益は1,067百万円（**YoY +164.7%**）の大幅成長。
- 認知拡大のために積極的な広告出稿を行った影響でFY2025 3Q累計の広告宣伝費は571百万円（YoY+457百万円）となつたが、営業利益は124百万円（**YoY + 116.4%**）となり増益に貢献している。
- FY2025 3Q末時点の純利益の**対業績予想進捗率は94.2%**となつてゐるが、同年度4Qでは上場関連費用の計上が見込まれるため、概ね計画通りの進捗となつてゐる。

| 全体 | | | |
|----------------|------------------|----------------|----------------|
| 業績 | 3Q累計 営業収益 | 3Q累計 営業利益 | 3Q累計 純利益 |
| | 1,067 百万円 | 124 百万円 | 164 百万円 |
| サービス別ハイライト | CtoBマッチング | | メディア |
| | 掲載型 | | 問合せ獲得型 |
| | 3Q累計 営業収益 | 3Q累計 営業収益 | 3Q累計 営業収益 |
| 535 百万円 | | 266 百万円 | 265 百万円 |
| YoY+241.6% | | YoY+68.5% | YoY+200.5% |

FYE2025 3Q末時点において、予算を超える実績をマークしており通期業績予想の達成状況は以下の通り。



営業収益は1,067百万円となりYoY成長率は164.7%。営業利益は124百万円となりYoY成長率は116.4%。純利益は164百万円となりYoY成長率は156.0%となった。
営業利益を超える経常利益及び純利益が計上されているのは、補助金及び税効果会計の影響。

単位：千円

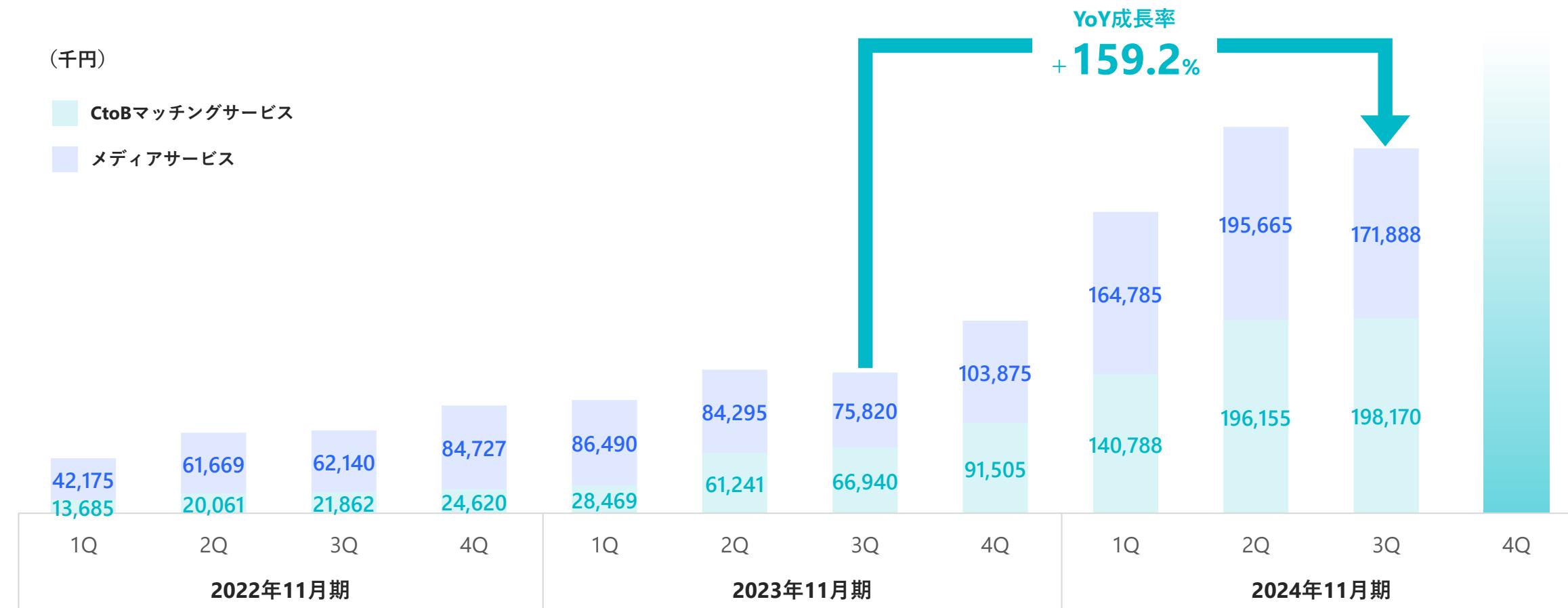
| | FYE2025 3Q累計 | FYE2024 3Q累計 | 増減 | YoY成長率 |
|------------|------------------|--------------|---------|---------------|
| 営業収益 | 1,067,456 | 403,258 | 664,198 | 164.7% |
| CtoBコマース | 535,114 | 156,651 | 378,463 | 241.6% |
| メディア | 532,341 | 246,606 | 285,735 | 115.9% |
| 販売費及び一般管理費 | 942,498 | 345,520 | 596,978 | 172.8% |
| 営業利益 | 124,957 | 57,737 | 67,220 | 116.4% |
| 営業利益率 | 11.7% | 14.3% | △2.6pt | — |
| 経常利益 | 162,619 | 64,313 | 98,306 | 152.9% |
| 経常利益率 | 15.2% | 15.9% | △0.7pt | — |
| 純利益 | 164,288 | 64,177 | 100,111 | 156.0% |
| 純利益率 | 15.4% | 15.9% | △0.5pt | — |

純利益の積上げによって現預金残高は順調に増加した。

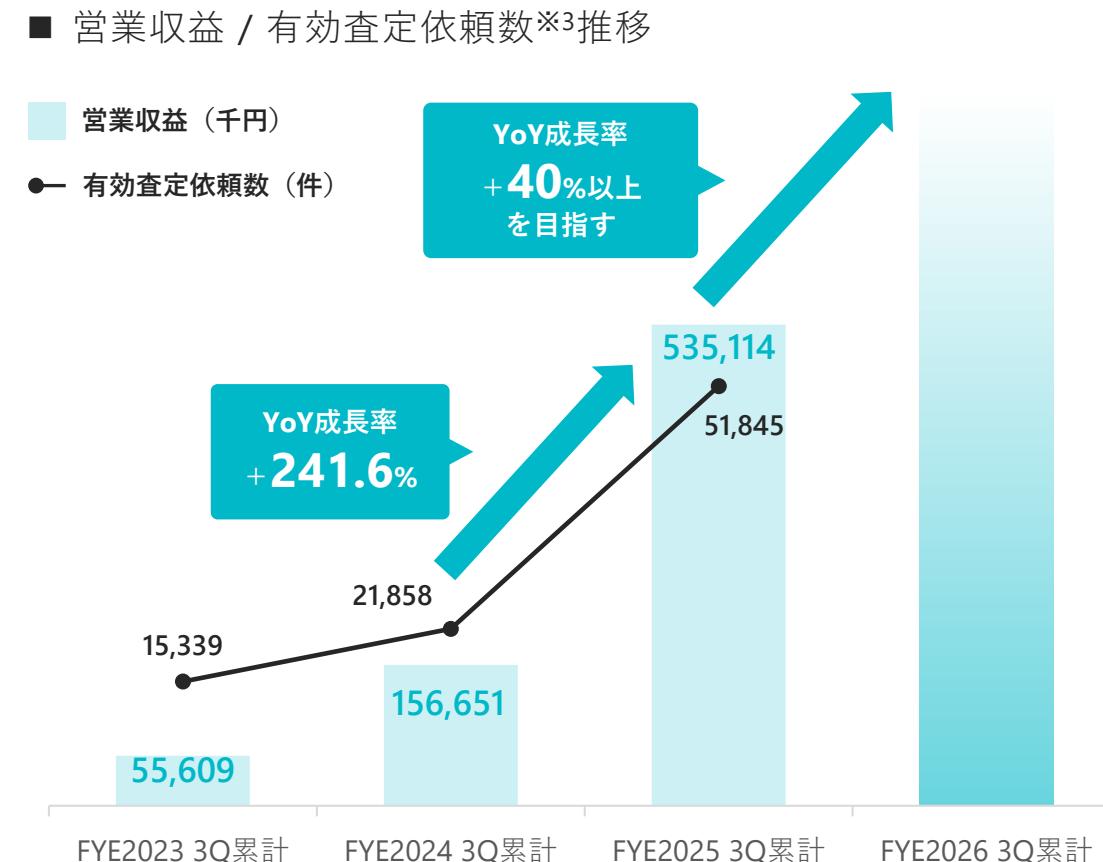
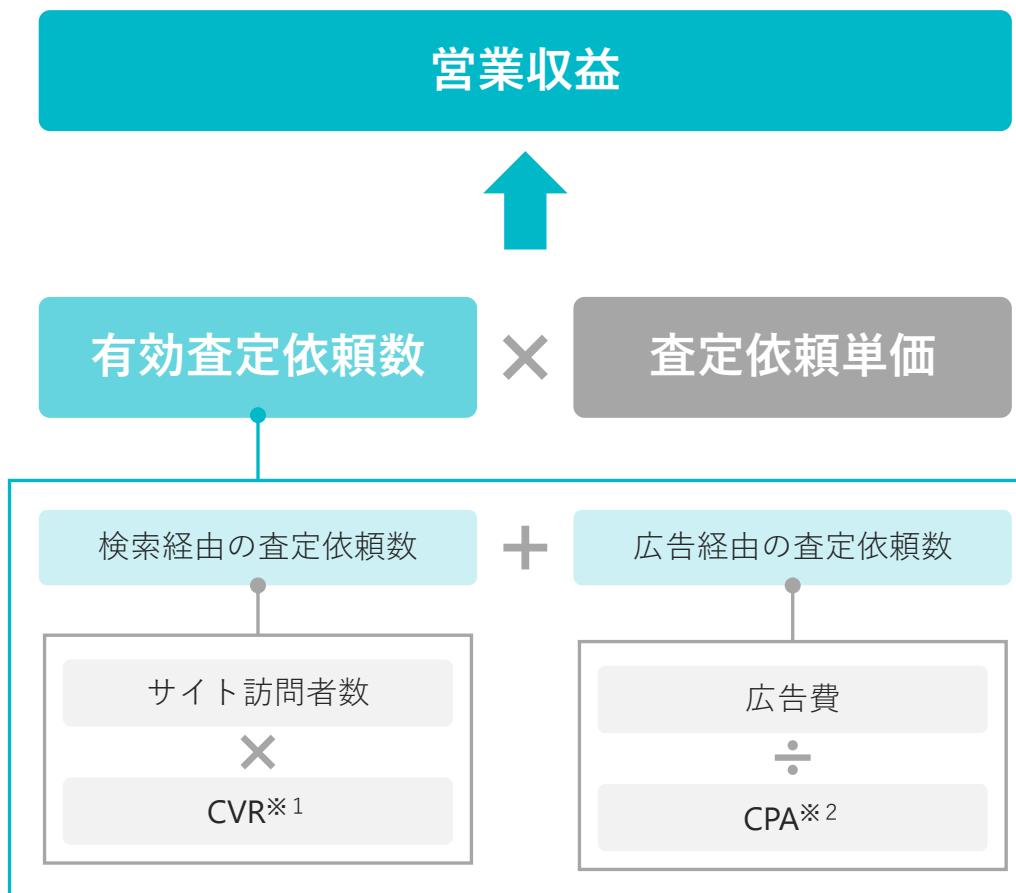
FYE2025は40百万円の借入金を返済してなお、現預金は141百万円増加している。

| 単位：千円 | FYE2024 4Q | FYE2025 3Q | 増減 | | FYE2024 4Q | FYE2025 3Q | 増減 |
|-------------|------------|------------|---------|----------------|------------|------------|---------|
| 流動資産 | 265,496 | 455,871 | 190,375 | 流動負債 | 158,145 | 191,525 | 33,380 |
| 現預金 | 152,612 | 294,305 | 141,693 | 借入金 | 46,684 | 7,137 | -39,547 |
| 売掛金 | 77,870 | 130,959 | 53,089 | その他 | 111,461 | 184,388 | 72,927 |
| 貯蔵品 | 26,259 | 25,259 | -1,000 | 固定負債 | 27,775 | 22,309 | -5,466 |
| その他 | 8,755 | 5,348 | -3,407 | 借入金 | 27,461 | 21,995 | -5,466 |
| 固定資産 | 24,098 | 25,927 | 1,829 | その他 | 314 | 314 | 0 |
| 有形固定資産 | 1,781 | 1,827 | 46 | 負債合計 | 185,920 | 213,835 | 27,915 |
| 投資その他の資産 | 22,317 | 24,100 | 1,783 | 純資産合計 | 103,674 | 267,963 | 164,288 |
| 資産合計 | 289,595 | 481,799 | 192,204 | 負債純資産合計 | 289,595 | 481,799 | 192,204 |

サービス別営業収益は、クロスセル戦略によってCtoBマッチングサービスの営業収益が大きく拡大。
 FYE2025 3Q単体の営業収益はYoY + 159.2%の成長となった。
 FYE2025 3Q単体は、猛暑などの季節要因によって伸び悩んだが、4Q以降は復調の見込み。



FYE2025 3Q累計は、主としてクロスセル戦略が奏功し、有効査定依頼数は51,845件（YoY+137.2%）となった。営業収益は、535百万円となり、単価の増加も相まってYoY+241.6%の成長率となった。



※1 : CVRはConversion Rateの略であり、査定依頼数をサイト訪問者数で除した数値です。

※2 : CPAはCost Per Acquisitionの略であり、広告費を査定依頼数で除した数値です。

※3 : 有効査定依頼数は、当社に営業収益があった査定依頼の数です。

売りたいモノの
情報を入力



複数のプロから
査定が届く



気に入った買取店を
選んで売る

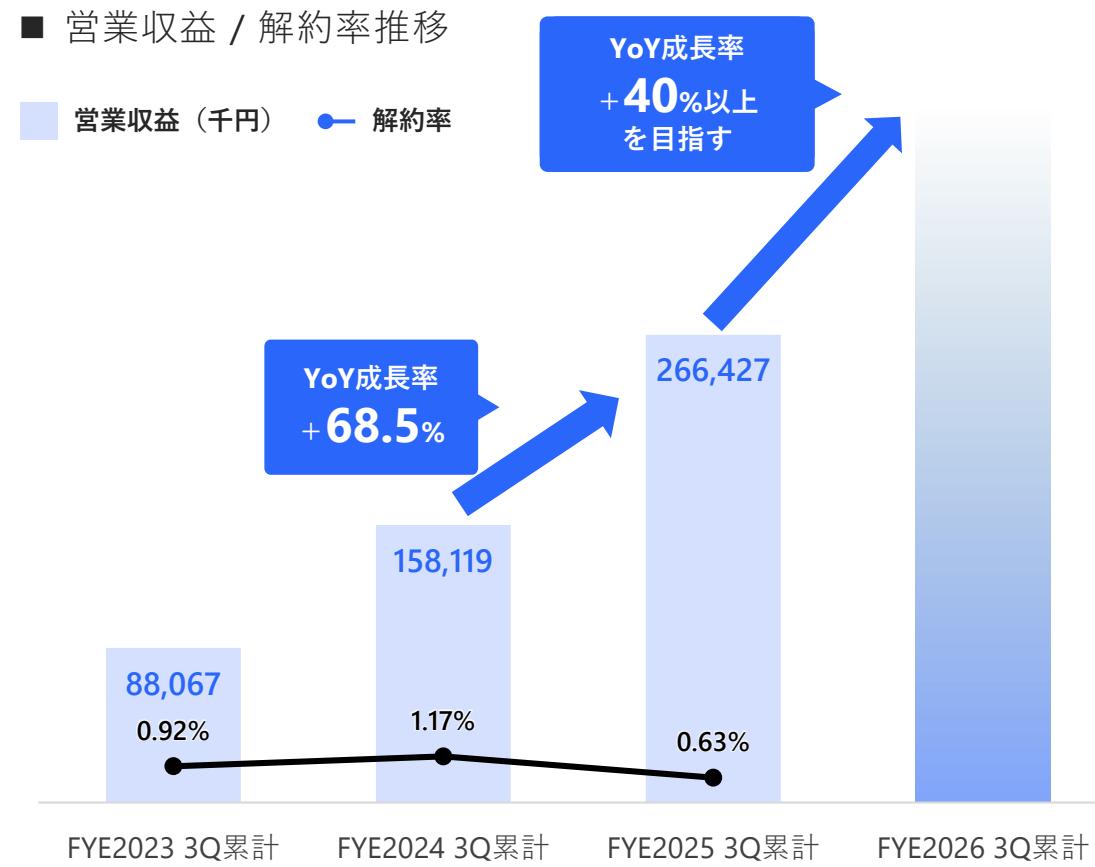
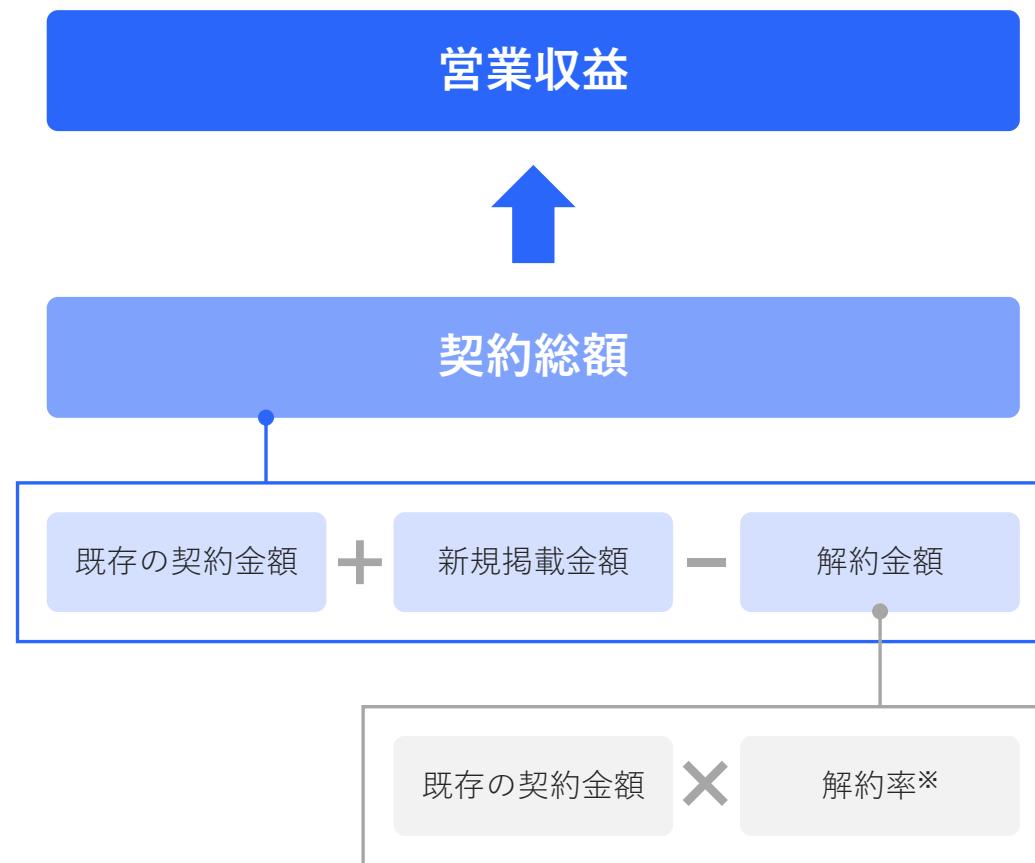


取引が完了したら
相互評価



FYE2025 3Q累計は、契約拡大による営業収益の増加に対して、チャーン金額を抑えられたためレベニューチャーンレートは0.63%まで減少。

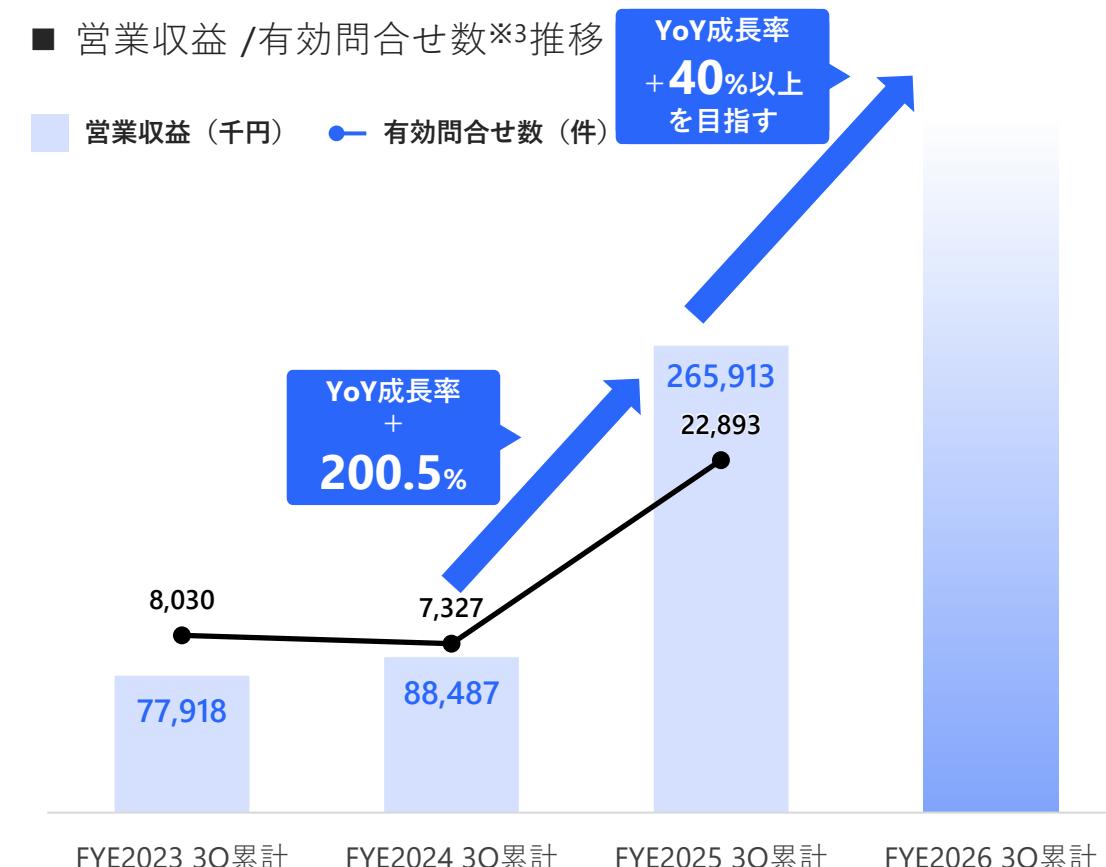
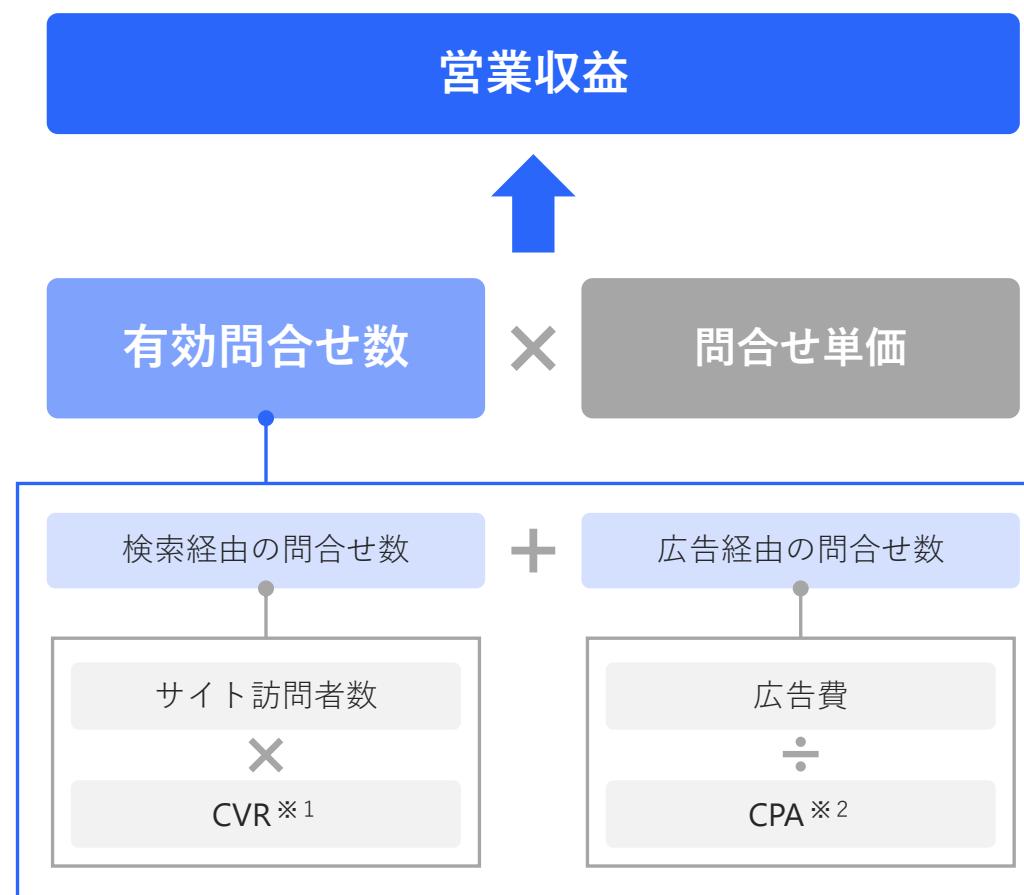
営業収益は、266百万円となりYoY+68.5%の成長率となった。



※：解約率はレビューチャーンレートを採用しており、当月の解約金額を前月の定額型の契約総額で除した数値です。
グラフ上の解約率は各四半期の月次の数値を単純平均した数値です。

FYE2025 3Q累計は、リユース市場の活況に合わせた当社の広告戦略が奏功し、問合せ件数は22,893件 (YoY+212.4%) となった。

営業収益は、265百万円となりYoY+200.5%の成長率となった。



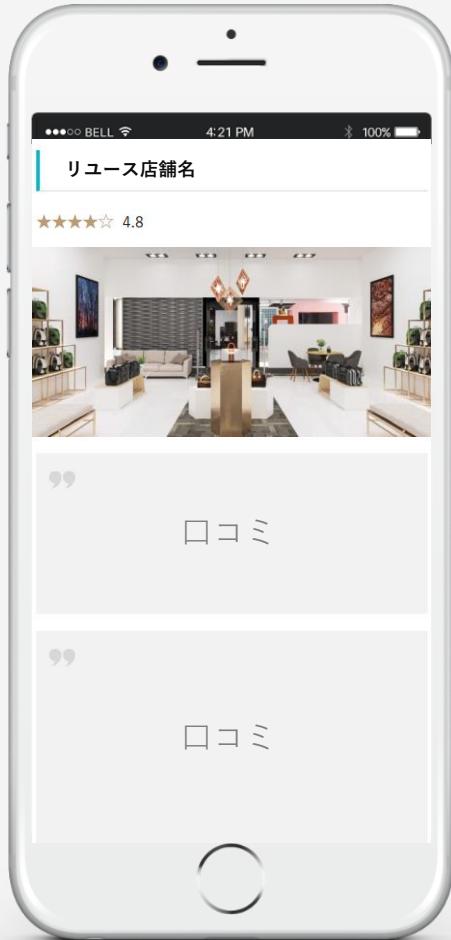
※ 1 : CVRはConversion Rateの略であり、問合せ数をサイト訪問者数で除した数値です。

※ 2 : CPAはCost Per Acquisitionの略であり、広告費を問合せ数で除した数値です。

※ 3 : 有効問合せ数は、当社に営業収益があった問合せの数です。

店舗掲載

各地域にある
リユース店舗をご紹介



問合せ獲得

メディア閲覧者が
直接リユース店舗へご連絡



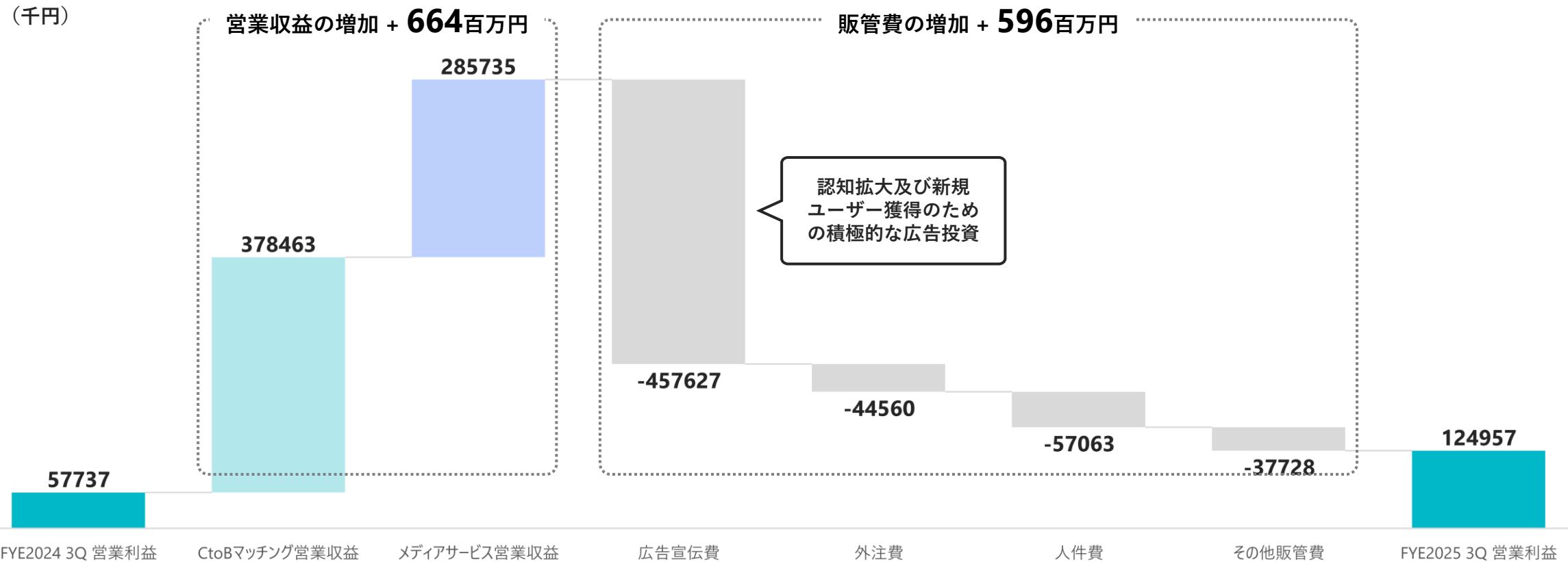
ウリドキへの査定依頼

メディア閲覧者が
マッチングサービスへ査定依頼



FYE2025 3Q累計は、認知拡大及び新規ユーザー獲得のための積極的な広告出稿を行い広告宣伝費は571百万円 (YoY+457百万円) となったが、営業利益は124百万円 (YoY+116.4%) となり増益に貢献している。

引き続き積極的な広告投資は行っていくが、十分な認知の獲得後は広告宣伝費の増加は徐々に落ちしていくことを見込む。



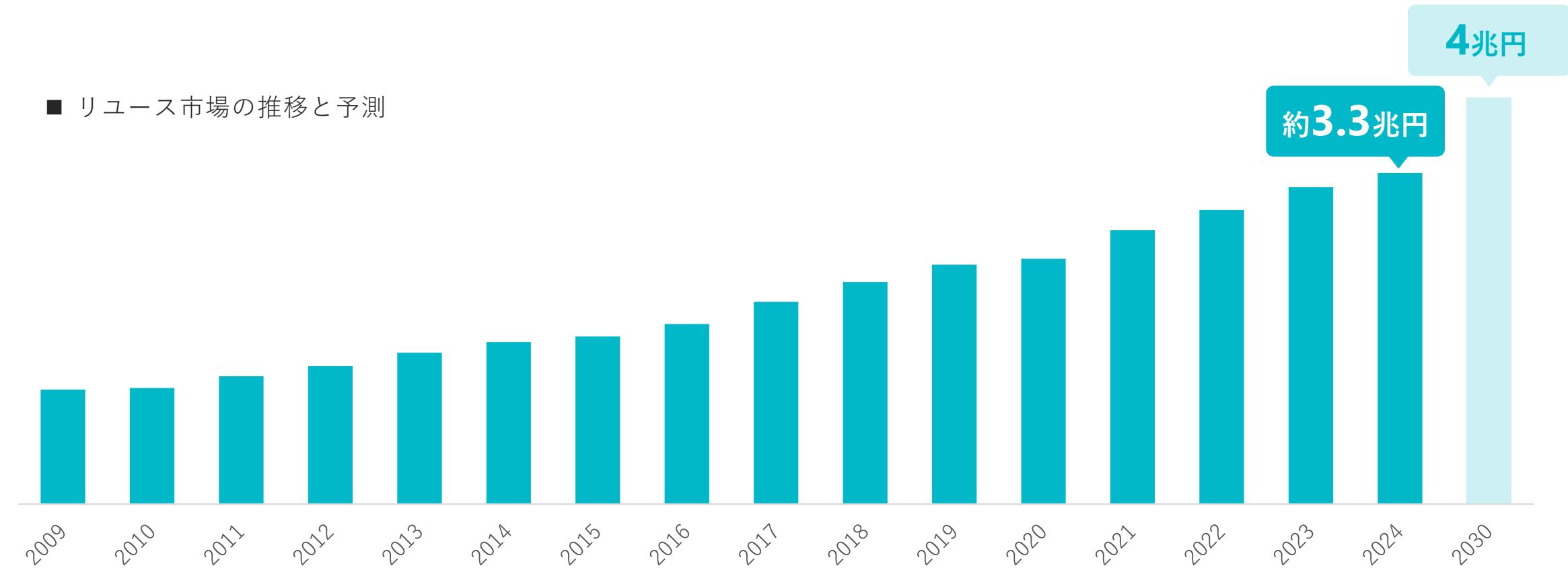
02 事業展開

事業環境

競争優位性

成長戦略

リユース市場は調査開始以降15年連続で拡大しており、2024年の市場規模は約3.3兆円となりました。社会にリユースが浸透してきており、今後も市場の成長が見込まれるため、2030年には4兆円規模に拡大すると予測されています。



2023年の調査では「かくれ資産（1年以上使用しておらず、理由なく家庭内に保管しているモノの推定価値）」は約66.7兆円と推計されており、これらの資産がリユース市場にて顕在化することで市場規模が大きく成長する可能性があると考えられます。

日本の家庭に眠る“かくれ資産”総額

約**66.7**兆円

リユース市場規模

約**3.3**兆円

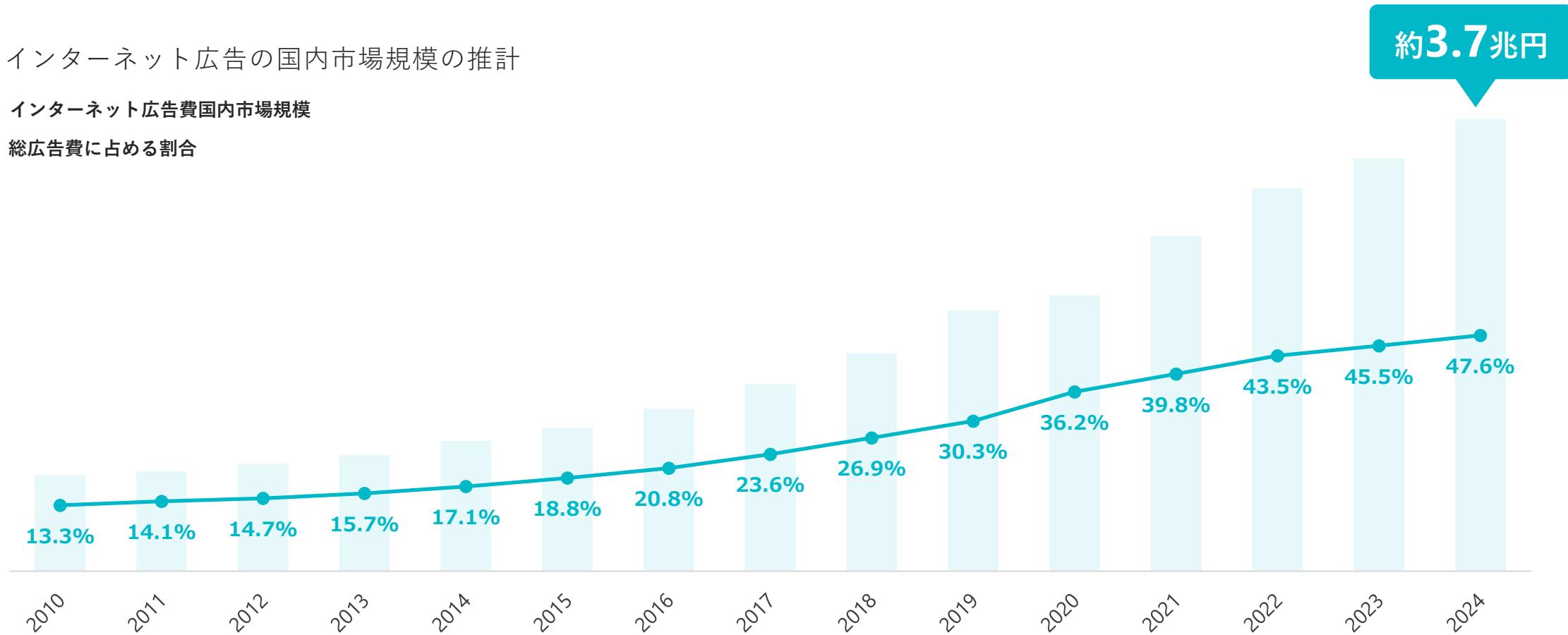
(注) かくれ資産：1年以上使用しておらず、理由なく家庭内に保管しているモノの推定価値

出典：株式会社リユース経済新聞社「リユース業界の市場規模推計2025（2024年版）」
株式会社メルカリ プレスリリース「2023年版 日本の家庭に眠る“かくれ資産”調査」

広告費全体として増加傾向であることに加え、内訳としてインターネット広告の割合が年々増加しており、インターネット広告市場は拡大し続けております。

■ インターネット広告の国内市場規模の推計

- インターネット広告費国内市場規模
- 総広告費に占める割合



リユース品の需要は旺盛であり、リユース販売業者は仕入れの確保に注力しているため、各メディアに対する広告による買取希望者（査定希望先）の集客を図っている状況。

2024年の日本のリユース業界の広告市場全体の規模は約1,447億円であったと推定（当社算定）。

当社の2024年11月期の営業収益は5.98億円。リユース業界の広告市場全体に対するシェアはわずか0.4%となり、今後の開拓余地は十分に残っている。

推定のロジック

当社がアドレスできるリユース市場規模（2024年）

約**1兆9,159**億円

（リユース総市場-CtoC販売^{※1}）



売上高広告費率^{※2}

約**7.55%**

2024年リユース業界 推定広告市場規模

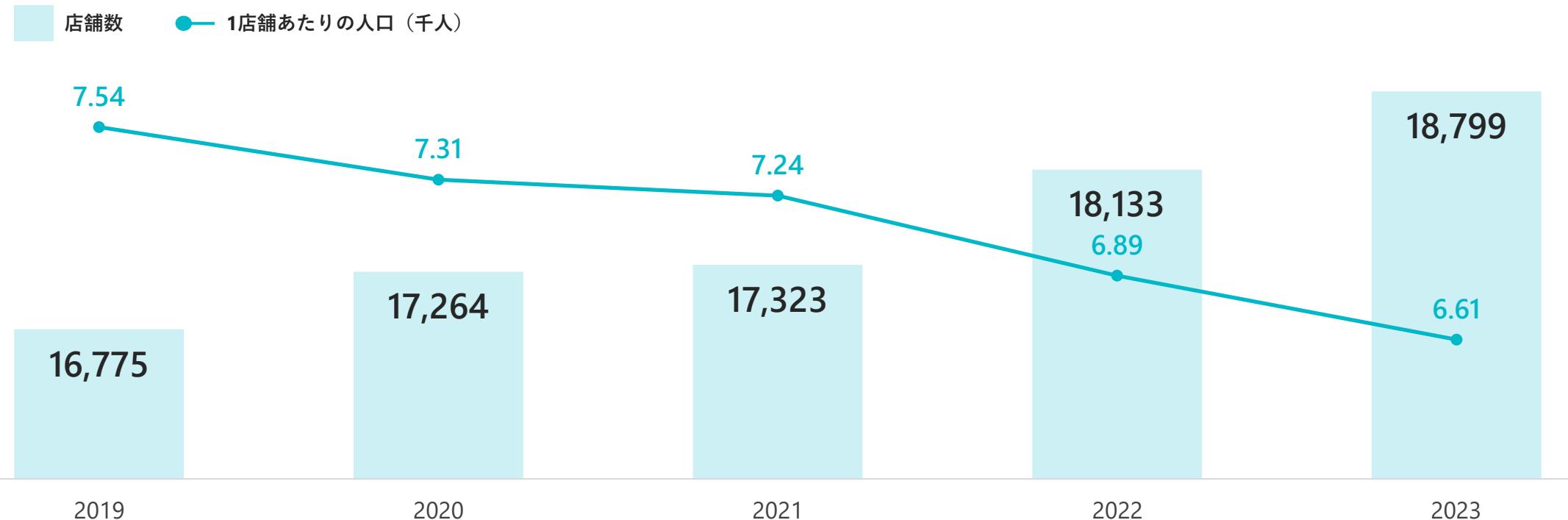
約**1,447**億円

※1：リユース総市場は3兆2,628億円。CtoC販売市場は1兆3,469億円。数値の出典は株式会社リユース経済新聞社「リユース業界の市場規模推計2025（2024年版）」

※2：上場リユース企業4社の売上高広告費率より当社で算定

1. リユースの国内市場は拡大しているが、店舗数も増えているので、1店舗あたりの人口は減少傾向。
2. 結果として、店舗数を増やしても買取件数獲得に対する競争が激化している。
3. 買取件数を増やすための集客手段として、今後更に広告出稿需要の拡大が見込まれる。

■ リユース店舗数の推移と1店舗あたりの人口



03 事業展開

事業環境

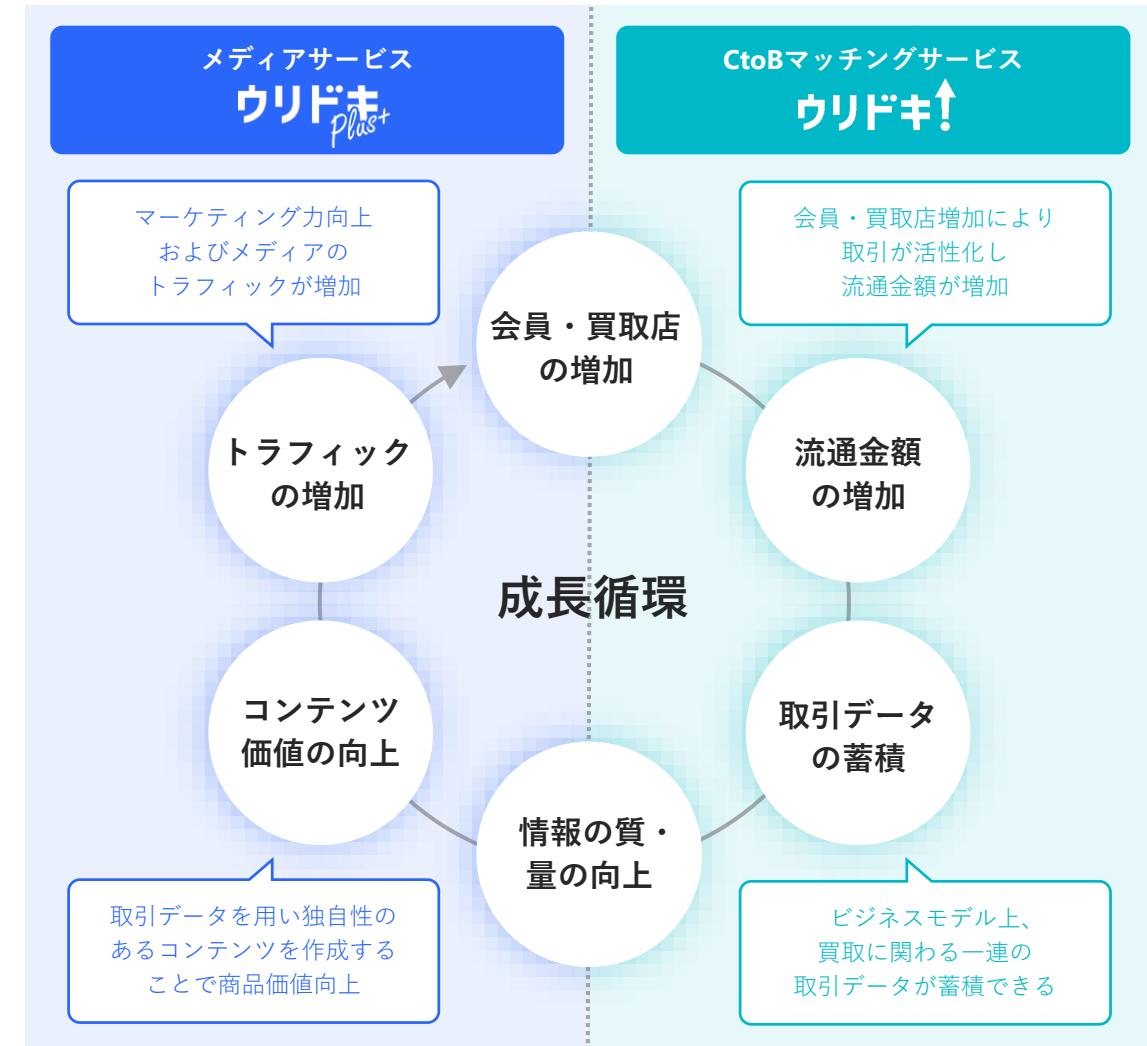
競争優位性

成長戦略

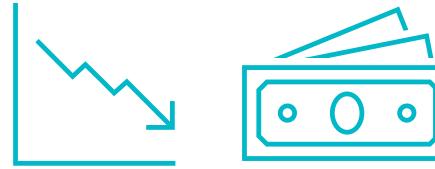
買取マッチングサイト「ウリドキ」の取引データや口コミがあることで、「ウリドキプラス」は他社優位で独自性が高いコンテンツを作成することが可能。

市場のニーズに沿ったコンテンツを提供することにより、ウリドキプラスへの流入量（トラフィック）の成長を加速させることができ、「ウリドキ」への流通金額も比例して成長するという相乗的な事業成長が可能となっております。

プラットフォーム循環シナジー



1



ウリドキのサービスを利用することによって、手軽に店舗についての広告を行うことができ、**CAC***も相対的に安価に抑えることができる。

リユース業者が自社でWEB経由の買取を実行するには非常に多くのコスト（運用含めた各種費用）が必要になる。

サイトを作るコスト

専門人材の稼働コスト

買取集客に関わる広告コスト

▶ **CACが高額に**

2



実際の買取に直結する集客であるため、リユース業者にとって費用対効果が計測しやすい。

3



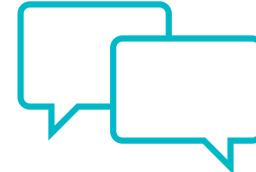
リユースに関するパーティカルサービスをオンラインで提供しているため、リユース業者に寄り添ったサービスを提供できる。

1



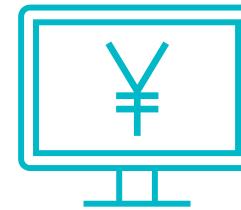
複数の買取業者から査定が行われるので高い価格での買取が実現しやすい。さらにウリドキ独自のボーナスポイントも付与される。

2



口コミを確認できるため、安心感をもって取引を行うことができる。

3



買取価格をオンライン上で比較することができるため、複数店舗に訪問する必要がない。

- ① モノを売りたい個人は無料で利用できるビジネスモデル。
- ② CtoCサービスでは買い手も個人のため単価を抑えた商材の取引が活況。
当社サービスでは、買い手がプロのリユース業者であるため、高単価商材であっても取引が成立しやすい。
- ③ CtoCリユース市場は成熟しつつあるが、CtoBリユースのWEB市場は未開拓領域が大きく成長余地がある。

| | CtoCサービス A社 ^{※2} | ウリドキ |
|----------------------|---------------------------|----------------------------|
| 売り手 | 個人 | 個人 |
| 売却手数料 | 取引額の10% | 無料 ① |
| 買い手 | 個人 | リユース業者 ② |
| 平均単価 | 約1万円 | 62万円 ^{※3} ③ |
| GMV成長率 ^{※1} | 3年平均 10.3% 24年度 9% | 3年平均 154.3% 24年度 196.4% |

※1：当社の場合は、査定依頼総額の成長率です。※2：当社調べ。

※3：2024年11月期（2023/12/1-2024/11/30）の当社プラットフォームでの平均値です。

ウリドキでは個人間では取引されづらい高単価商材の取引が活況。

バッグ



バーキン25 ノワール
360万円

時計



パテックフィリップ
アクアノート
1,300万円

お酒



響40年
440万円



コンスタンス
350万円



ロレックス デイトナ
520万円



ロマネコンティ 2005
240万円

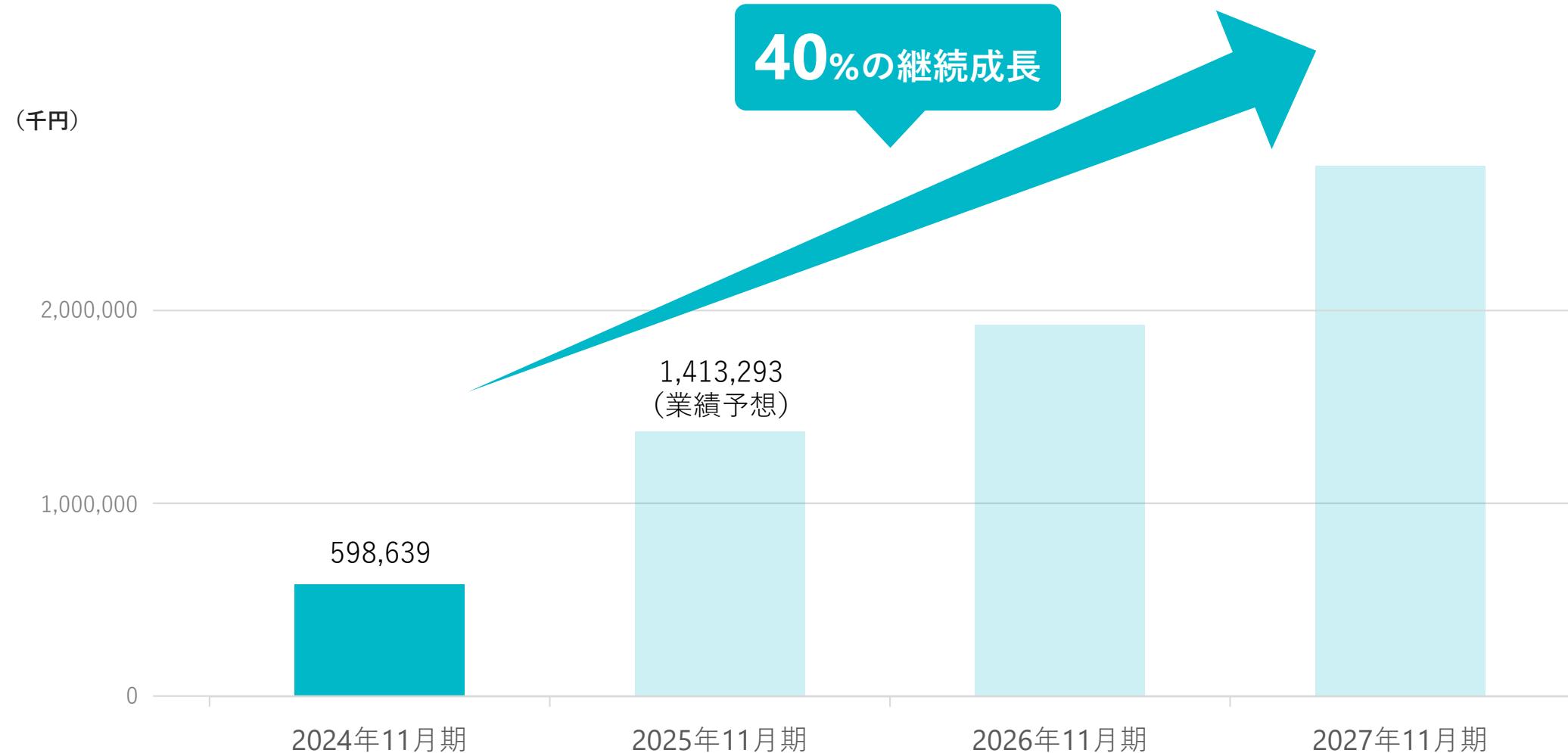
03 事業展開

事業環境

競争優位性

成長戦略

中期営業収益目標成長率として40%の継続成長を目指します。

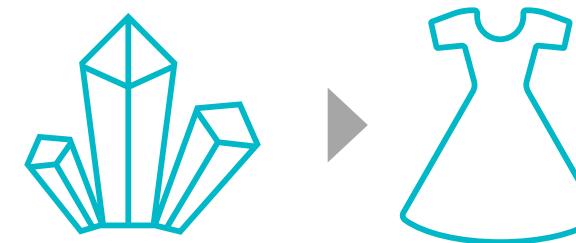


①既存顧客との取引拡大



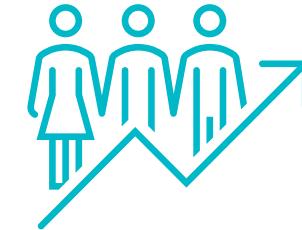
- プラットフォーム上で買取の成功体験を積んでもらい、契約プランのアップセルを目指す。
- メディアサービスとCtoBサービスでのクロスセルを加速する。

②獲得対象カテゴリの拡充



主要カテゴリをバッグや時計などのブランド類の高単価商材から、アパレルなどの中高単価商材へ拡充する。

③ユーザーリピート率の向上

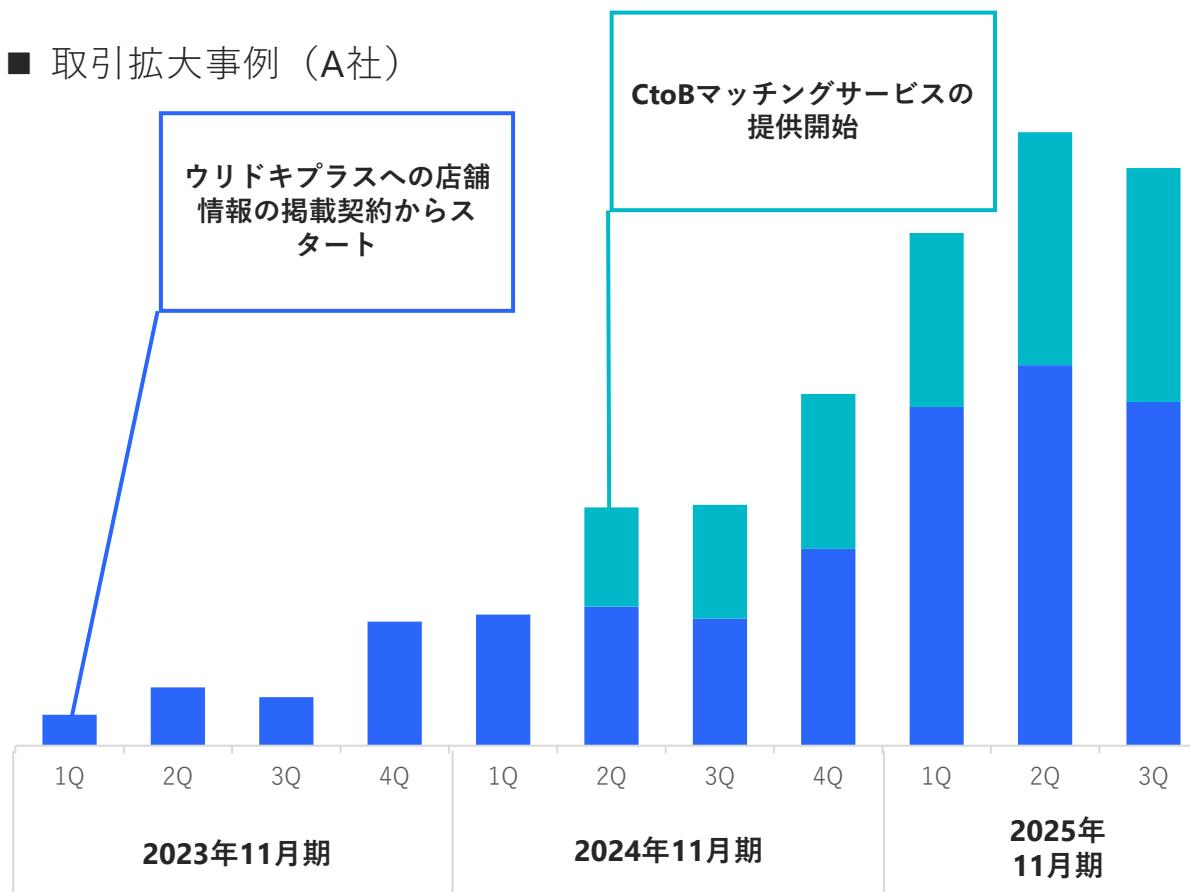


プロダクト開発を通じてユーザビリティを向上させ、オーガニック件数の獲得及びユーザーリピート率を向上させる。

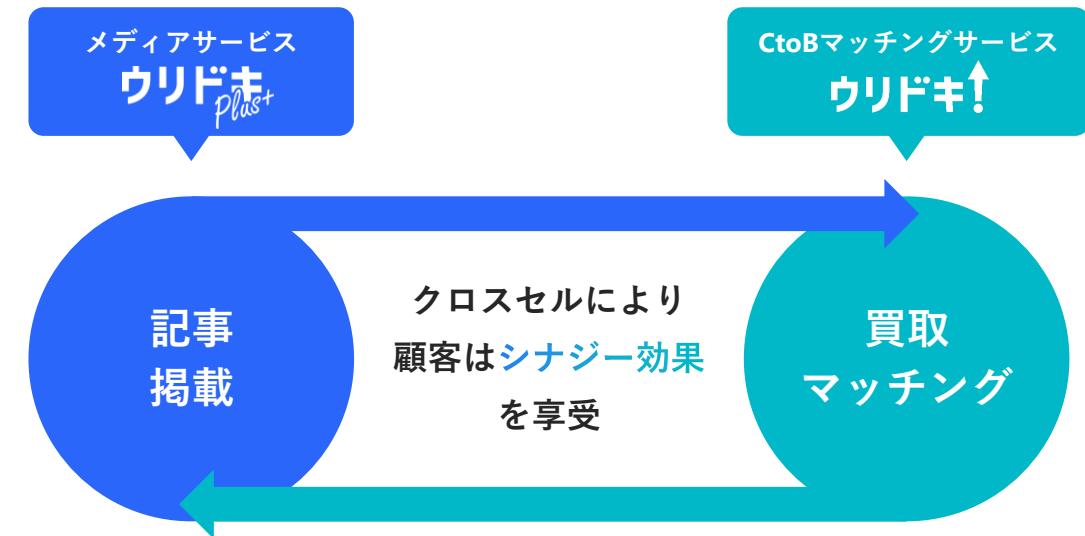
①既存顧客との取引拡大

1. プラットフォーム上で顧客が買取の成功体験を重ねていくことによって契約のアップセルを目指す。
2. メディアサービスを利用者がCtoBマッチングサービスを、逆にCtoBマッチングサービス利用者がメディアサービスを利用するクロスセル戦略を加速する。

■ 取引拡大事例 (A社)

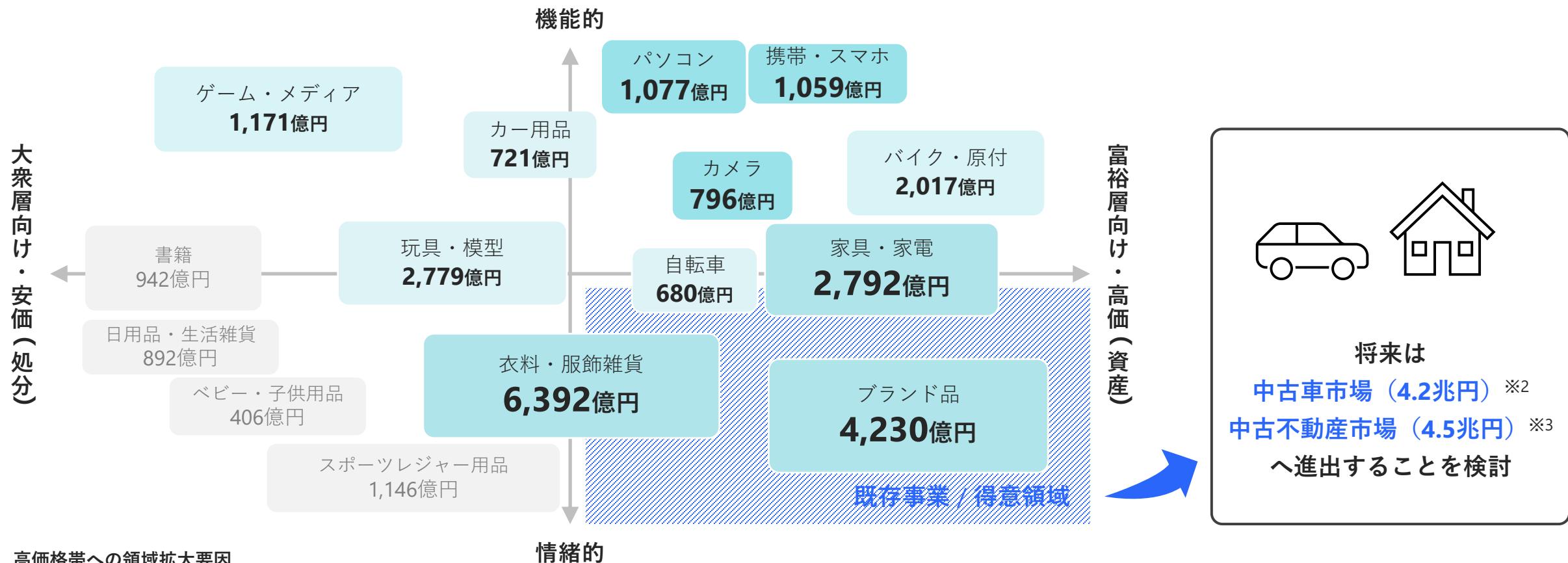


■ クロスセル戦略



②獲得対象カテゴリの拡充

主要カテゴリをバッグや時計などのブランド類の高単価商材から、アパレルなどの中高単価商材へ拡充する。



③ユーザーリピート率の向上

プロダクト開発を通じてユーザビリティを向上させ、
オーガニック件数の獲得及びユーザーリピート率を向上させる。

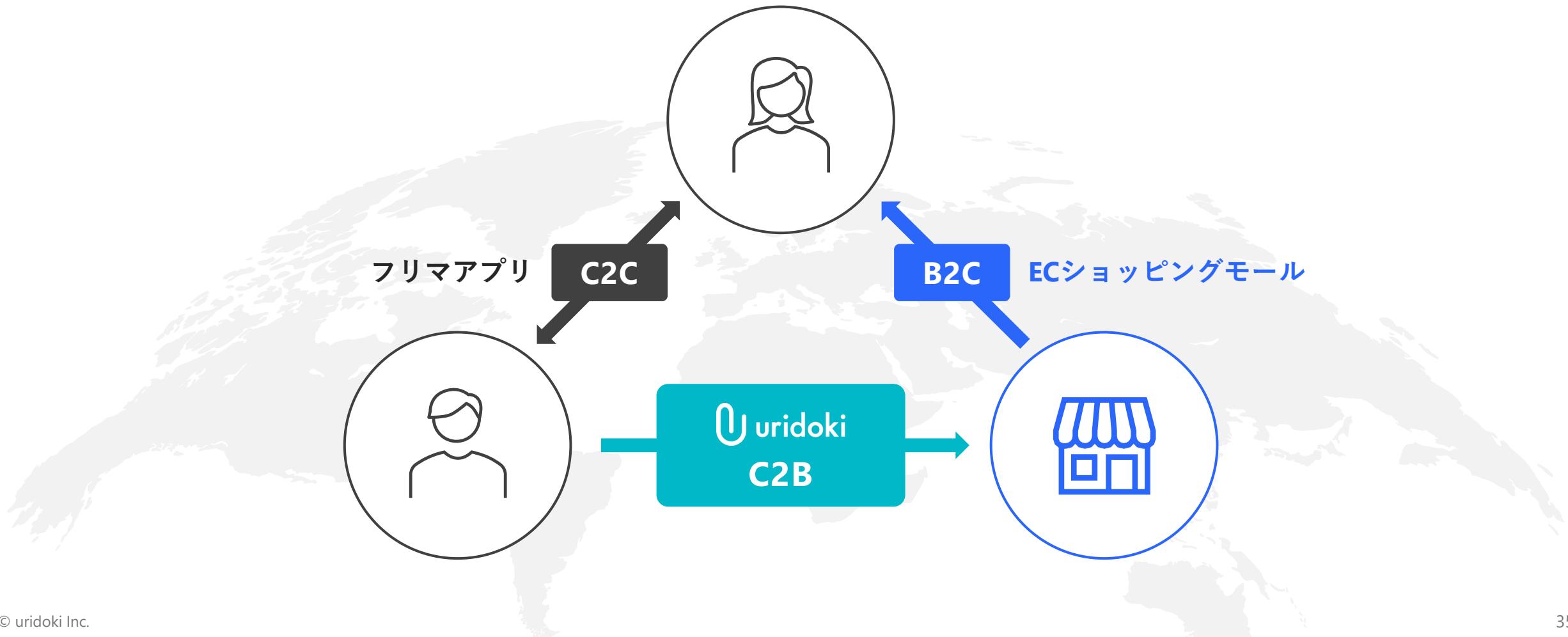
| | |
|----------|---------------------------|
| 2015年9月 | ウリドキプラス開始 |
| 2019年10月 | バッチ機能実装 |
| 2021年8月 | ボーナス機能実装 |
| 2022年8月 | LINE連携機能実装 |
| 2023年2月 | 一部カテゴリの査定士の 価格一括入力機能実装 |
| 2024年4月 | 査定価格のサーチ機能実装 |

✓ 順次AIを活用した機能を実装予定



Appendix

世界を変えるC2Bプラットフォームをつくる。



| | |
|-----------|---|
| 社名 | ウリドキ株式会社 (uridoki Inc.) |
| 設立 | 2014年12月1日 |
| 代表取締役 | 木暮 康雄 |
| 所在地 | 東京都新宿区新宿1丁目6番3号 新宿御苑フロント9階 |
| 従業員数 | 16名 (2025年8月末現在) |
| 業種別分類 | 情報・通信業 |
| 古物商許可番号 | 東京公安委員会 第302171706809号 |
| 酒類販売免許 | 洋酒卸売業免許・輸出酒類卸売免許 (四法第614号) |
| プライバシーマーク | (一財) 日本情報経済社会推進協会 (JIPDEC) 第10825318(01)号 |
| 電話番号 | 050-3181-6247 (受付時間: 9:00~18:00) |



リユース商品を売りたい個人とリユース業者をマッチングするCtoBマッチングサービスの「ウリドキ」と
メディアサービスの「ウリドキプラス」を軸にプラットフォーム事業を展開しております。

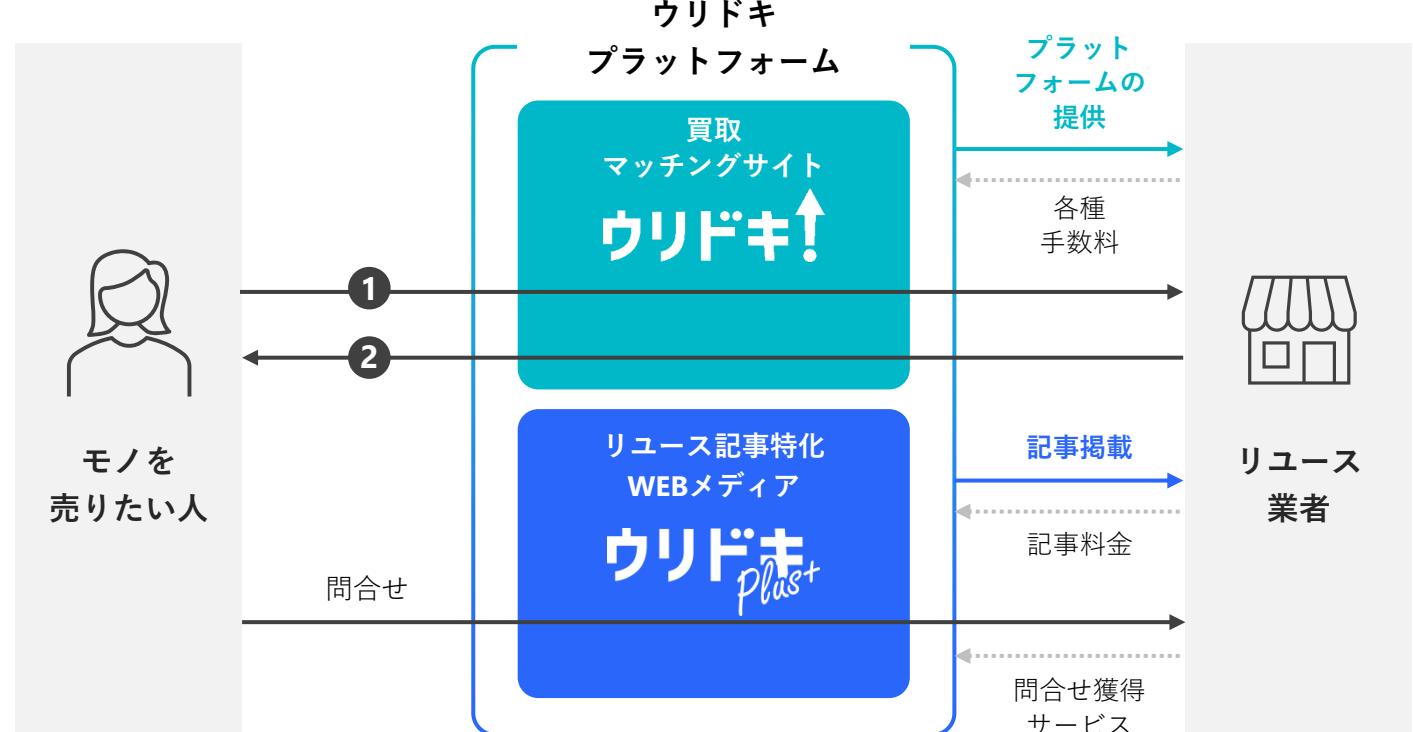
ウリドキ!

モノを売りたい人が自由にサイト上で査定依頼を行う
ことができ、リユース業者は買取希望商品を選択し
サイト上で査定及びモノを売りたい人とのコミュニケーションを行うことができるマッチングサービス

ウリドキ plus+

買取のコツや話題の商品の買取価格、各リユース業者の
キャンペーン等、お得な買取情報を配信するリユース
記事特化WEBメディア

■ 事業系統図



- ① モノを売りたい人が当社システムを介して各業者にリユース品の査定依頼を行う。
- ② モノを買いたいリユース業者が当社システムを介して査定を通じてコミュニケーションを行う。

※ 実際のモノの売買は当社システムを介さずに行われます。



代表取締役 木暮 康雄

慶應義塾大学大学院修了。2005年に学生起業し、漫画の全巻大人買いサービスを展開。その後、自身がリユース会社を経営していたことから、買取プラットフォームの将来性を感じ、2014年にウリドキ株式会社を設立。



取締役COO 田中 祥太郎

早稲田大学卒。2015年に東京海上日動火災保険株式会社に入社。デロイトトーマツコンサルティング合同会社、SMBC日興証券株式会社、その後、不動産ベンチャー企業の財務兼経営企画を経て、2022年当社取締役に就任。



取締役CMO 鈴木 祐太

東京大学大学院修了。金融系ベンチャーを経て、2015年にラクスル株式会社に入社。Webマーケティング全般を担当し同社でIPOを経験したのち、2019年に当社CMOに就任。その後2社で経験を積んだ上で2024年に復職し当社取締役に就任。



取締役CFO 三輪 衛

慶應義塾大学卒。公認会計士。2007年に有限責任監査法人トーマツ入所。その後、2021年にピクシーダストテクノロジーズ株式会社に入社し、2023年に同社のCFO就任。2024年当社取締役に就任。



取締役CTO 渡會 拓馬

慶應義塾大学卒。日本マイクロソフト株式会社で法人向け技術サポート業務に従事した後、株式会社デジタルハーツにて技術本部長に就任。その後、独立し複数の事業会社にて社外CTO/CIOとしてDX戦略の立案推進に関与。2025年当社取締役に就任。



社外取締役 富永 重寛

慶應義塾大学卒。株式会社ボーダーラ（東証プライム）の創業者兼代表取締役社長。2023年に当社取締役就任。

社外監査役（常勤） 福田 純

法政大学卒。公認会計士。1999年に有限責任あずさ監査法人に入所。その後、大手食品メーカーの内部監査部門を経て、2024年当社監査役に就任。

社外監査役 本橋 広行

上智大学卒。公認会計士。1997年に有限責任あずさ監査法人に入所。2012年に独立後は、ベンチャー企業を中心にIPO、ファイナンス、M&A等の支援業務を行う。2023年当社監査役に就任。

社外監査役 義経 百合子

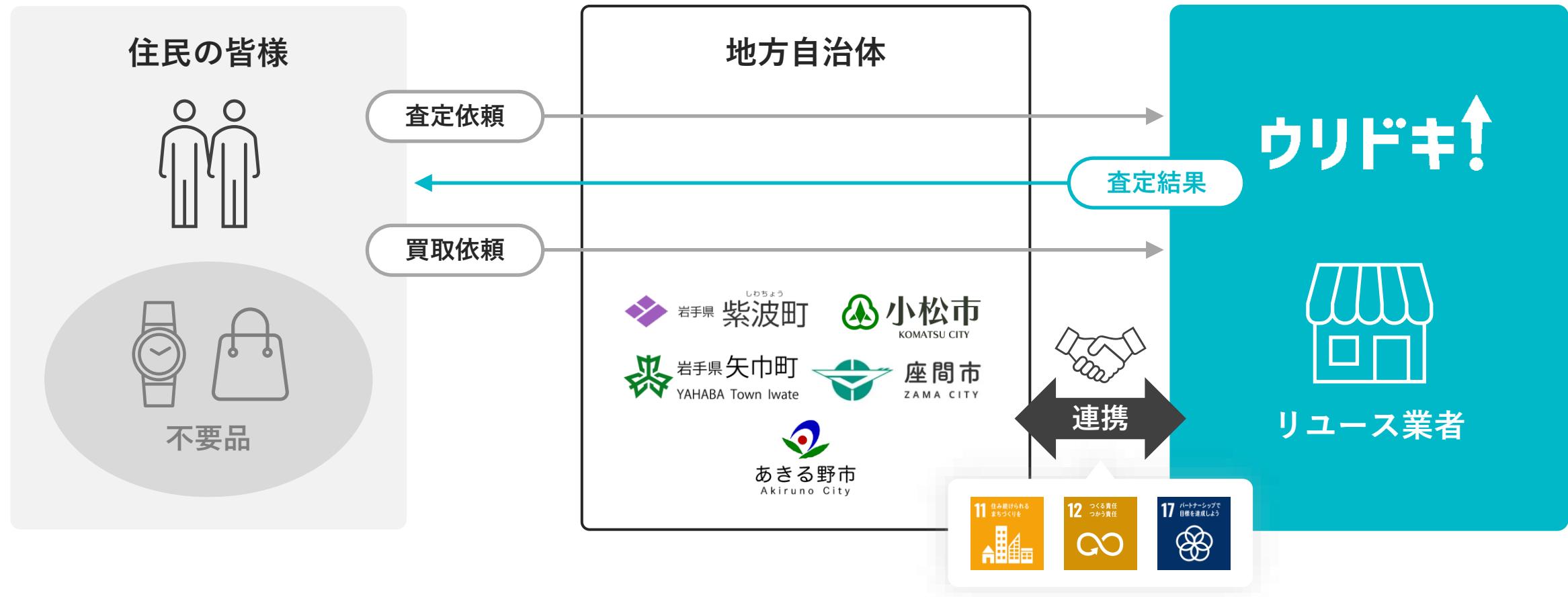
早稲田大学卒。弁護士（2003年登録）。2003年に石崎信憲法律事務所に入所。その後、2011年に片岡総合法律事務所に入所。労働法務（使用者側）が専門。2024年当社監査役に就任。

| | | | | |
|--------------|-----|---|--------------|--|
| 2013年 | 12月 | 木暮がリユース品買取比較サイトの運営を開始 | 8月 | 買取マッチングサービス「ウリドキ」の買取一括査定がLINE公式アカウントからも利用可能に |
| 2014年 | 12月 | 東京都品川区上大崎において、㈱ウリドキネットを設立 | 11月 | 東急不動産「BRANZ WEB（オーナーサイト）」、東急コミュニティー「Life Time Portal」と入居者のリユース支援の取り組みを開始 |
| 2015年 | 9月 | リユースに特化したコンテンツを配信するWEBメディア「ウリドキプラス」の運営を開始 | 2023年 | 10月 東急住宅リース「かなえていくLIBR（入居者専用サイト）」と入居者のリユース支援の取り組みを開始 |
| 2016年 | 8月 | 「ウリドキ」が買取比較サイトからモール型買取プラットフォームとしてリニューアル | 12月 | 「日本中小企業大賞2023」にて「SDGs賞 最優秀賞」を受賞 |
| 2019年 | 3月 | 「ウリドキ」がモール型買取プラットフォームから買取マッチングサービスに再リニューアル | 2024年 | 12月 プライバシーマーク（Pマーク）を取得 |
| | 12月 | 社名を「㈱ウリドキネット」から「ウリドキ㈱」に変更 | 2025年 | 4月 神奈川県座間市と循環型社会に向けたリユース推進に関する協定を締結 |
| 2022年 | 3月 | 岩手県紫波町及び㈱エルテスと包括連携協定を締結 | 5月 | AIで異常査定価格を自動検出する新システムを開発 |
| | 5月 | 石川県小松市と循環型社会に向けたリユース推進に関する協定を締結 | 6月 | AIで査定依頼画像を解析する新システムを開発 |
| | 6月 | 岩手県矢巾町と㈱エルテスが交わす包括連携協定のもと、リユース事業実施にあたり双方と連携 | 7月 | 東京都あきる野市とリユース推進に向けた連携協定を締結 |

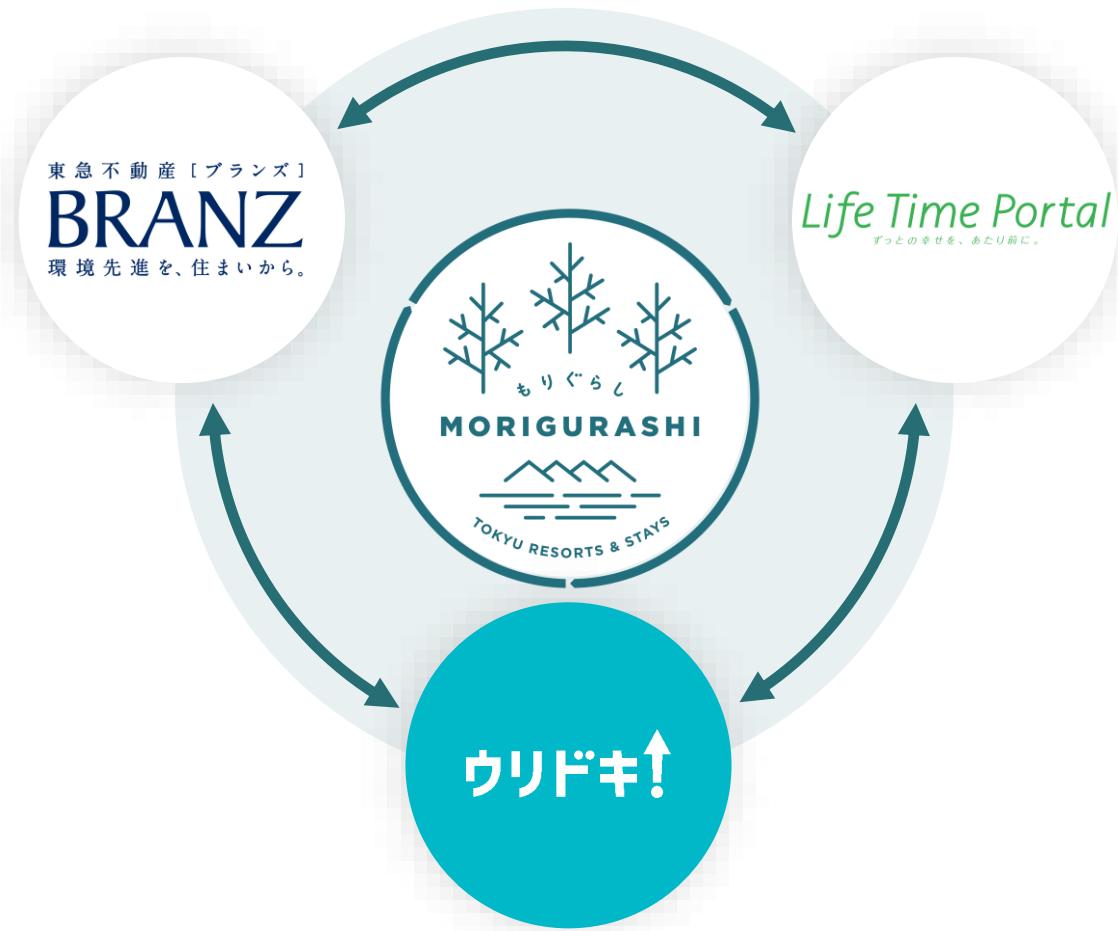
単位：千円

| | 2023年11月期 | | 2024年11月期 | | | 2025年11月期 | | |
|-------|-----------|-------|-----------|-------|--------|-----------|-------|--------|
| | 実績 | 営業収益比 | 実績 | 営業収益比 | 前期比 | 計画 | 営業収益比 | 前期比 |
| 営業収益 | 333,842 | — | 598,639 | — | 179.3% | 1,413,293 | — | 236.1% |
| 営業費用 | 294,445 | 88.2% | 550,218 | 91.9% | 186.9% | 1,264,919 | 89.5% | 229.9% |
| 営業利益 | 39,397 | 11.8% | 48,420 | 8.1% | 122.9% | 148,374 | 10.5% | 306.4% |
| 経常利益 | 39,098 | 11.7% | 50,062 | 8.4% | 128.0% | 171,908 | 12.2% | 343.4% |
| 当期純利益 | 46,187 | 13.8% | 64,731 | 10.8% | 140.1% | 174,496 | 12.3% | 269.6% |

不要品を再度社会へ循環させる取り組みを実施。持続可能な地域を創出するため、ウリドキを活用した不要品の買取を促すことで、経済循環とごみの排出削減を目指す。



東急不動産ホールディングスグループのマンション入居者に向けて専用プラットフォーム内でウリドキを紹介・利用促進することで、リユースによるごみ削減の推進及び売上の寄付による森林保全を推進。



連携プラットフォーム



以下は、事業の展開や成長の実現に重要な影響を与える可能性があると認識する主要なリスクです。
その他のリスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。

| 主要なリスク | 顕在化の可能性・時期 | 顕在化した場合の影響度 | 対応策 |
|--|-------------|-------------|--|
| 大手取引先への依存に関するリスク <p>当社は、少数の大手取引先への依存度が比較的高い状態にあり、2024年11月期においては大手2社の売上合計が、営業収益全体の約58%を占めております。何らかの理由により大手取引先との関係に変化が生じた場合や大手取引先の業績が悪化した場合、当社の業績に影響を及ぼす可能性があります。</p> | 小 特定時期なし | 大 | 新規得意先の開拓等により、特定の取引先に依存しない収益体制を構築するよう努めています。 |
| システムの安定的な稼働に関するリスク <p>当社は、主にインターネットを通してサービスを提供しており、当社の事業継続上自社開発のITシステム「ウリドキ！」の安定稼働が重要となっております。自然災害、火災、コンピュータウイルス、通信トラブル、第三者による不正行為、サーバーへの過剰負荷、人為的ミス等あらゆる原因により当該システムが正常に稼働できなくなった場合、当社の業績に影響を及ぼす可能性があります。</p> | 小 特定時期なし | 大 | システムの可用性を堅牢に担保すべく、万が一の際のバックアップ体制を整えており、また安定的な稼働を妨げる可能性のある事象について、委員会で継続的に審議し、必要な対策を講じております。 |
| 人材の確保及び育成に関するリスク <p>当社は、従業員数が少なく、優秀な人材の確保が不可欠であります。十分な人材の確保ができない場合や事業計画に見合った人材育成が計画どおりに進まない場合、優秀な人材が流出した場合には、当社の業績に影響を及ぼす可能性があります。</p> | 中 特定時期なし | 中 | 事業規模の拡大等に伴い、人材確保及び育成に努めており、また過重労働の発生を防止するために労務体制の改善に努めるなど、労務環境の改善に努めています。 |

本資料の取り扱いについて

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。これらの将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の情報に基づいて作成されています。

これらの記述は、将来の結果や業績を保証するものではありません。このような将来予想に関する記述には、必ずしも既知および未知のリスクや不確実性が含まれており、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默示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。

これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内および国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限定されるものではありません。

また、当社以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいており、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性や適切性を検証しておらず、保証しておりません。本資料は、情報提供のみを目的として作成しています。本資料は、日本、米国、その他の地域における有価証券の販売の勧誘や購入の勧誘を目的としたものではありません。