



- 1 2018年Q1決算概要
- 2 4つの転換点
- 3 グループ事業ご紹介: マーケティング大手領域
- 4 参考資料



1

# 2018年Q1決算概要

---

## マーケティング 事業

- ・首都圏大手顧客から地方中小顧客までの幅広い顧客を継続開拓
- ・位置情報を活用した **t@STORE** ad. (※)で店舗集客支援ニーズ拡大
- ・IBM Geography Excellence Awards 2018受賞

## シナジー投資 事業

- ・主要投資先 ラクシル株式会社 東証マザーズ上場承認(5月31日上場予定)
- ・AI事業本格始動、株式会社SIGNATE設立
- ・中国越境EC事業 順調に売上高拡大へ

## 人材投資 (採用/教育)

- ・デジタルマーケター人材の開発研究機関「OPT HR Development センター」を設立
- ・マーケティング事業の営業、コンサル等人員の増加
- ・譲渡制限付株式報酬制度の導入(2018年下期)
- ・従業員持株会制度導入(2018年下期)

## グループ経営 基盤強化

- ・グループ本社機能の統合と集約の推進
- ・グループ共通システム導入：2018年下期よりプロジェクト本格始動

※ マーケティング大手領域の100%子会社である株式会社コネクトムが提供する位置情報を活用した動的広告配信サービス

(単位：百万円)

## 売上高・売上総利益ともに順調に成長

【参考】調整後 ※6

	2018年Q1	2017年Q1	前年比		2017年Q1	前年比	
			増減額	増減率		増減額	増減率
売上高	22,773	20,886	1,886	9.0%	19,158	3,615	18.9%
売上総利益	4,640	4,356	284	6.5%	4,060	580	14.3%
営業利益	1,007	1,093	(85)	(7.8)%	1,030	(22)	(2.2)%
EBITDA ※1	1,258	1,604	(345)	(21.5)%	1,532	(273)	(17.9)%
EBIT ※2	893	1,187	(294)	(24.8)%	1,121	(228)	(20.4)%
親会社株主に帰属する 四半期純損益	515	666	(151)	(22.7)%	637	(121)	(19.1)%
ROE(LTM)※3,4	5.8%	8.1%	(2.3)pts	—			
調整後 フリーキャッシュフロー※5	79	188	(109)	(58.0)%			
1株当たり 四半期純利益 (円)	22.79	27.56	(4.77)	(17.3)%			
潜在株式調整後 1株当たり四半期純利益 (円)	22.60	27.38	(4.78)	(17.5)%			

※1 EBITDA=EBIT + その他金融関連損益 + 減価償却費 + 無形固定資産償却費 + 長期前払費用償却費 + 非資金損益

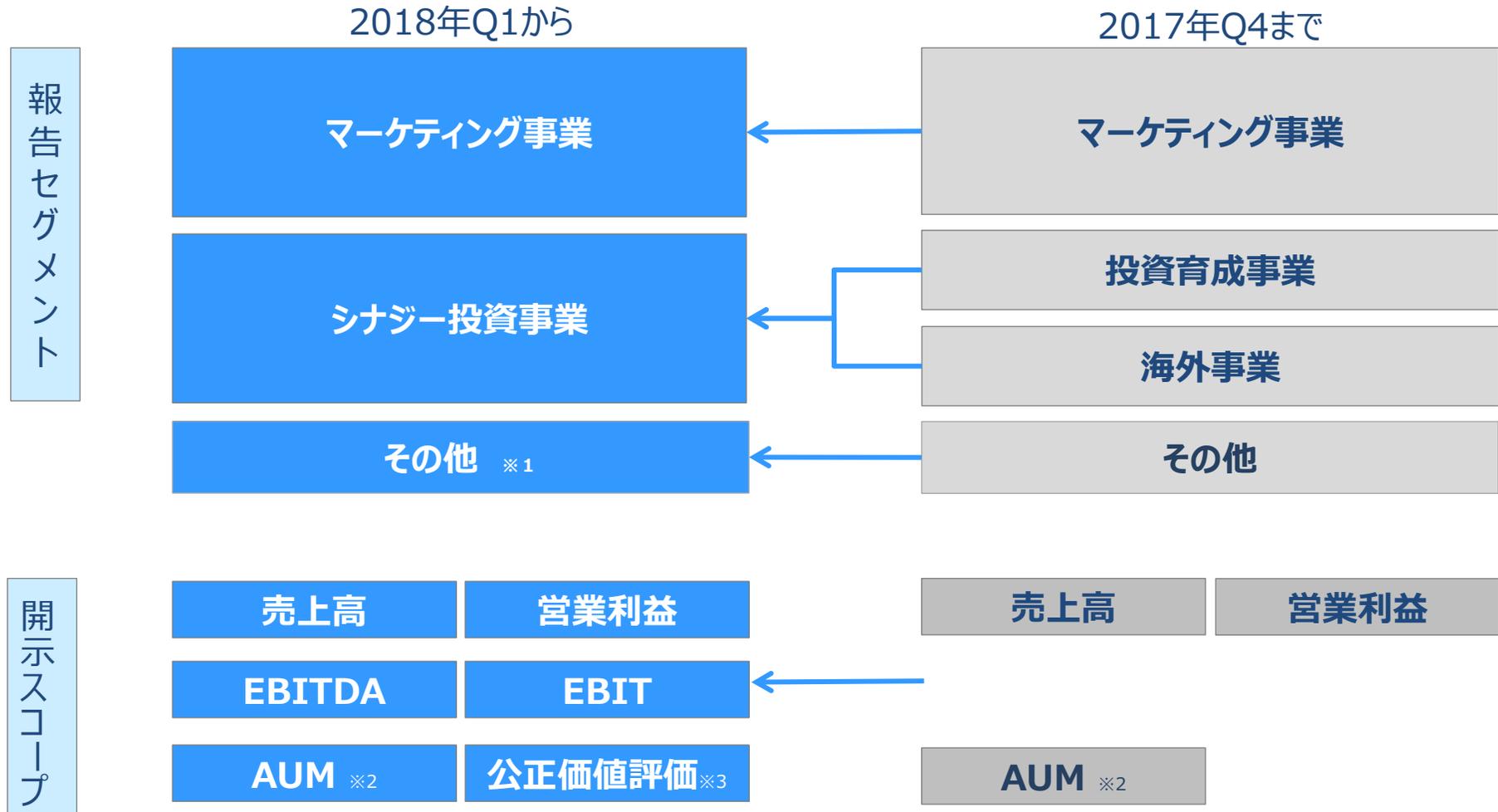
※2 EBIT=税金等調整前当期純利益 + 支払利息 - 受取利息

※3 LTM=Last Twelve Months(直近四半期末から過去12ヶ月)

※4 ROE=親会社に帰属する当期純利益(LTM) ÷ (2017年3月31日時点と2018年3月31日時点の自己資本の平均)

※5 調整後フリーキャッシュフロー=営業キャッシュフロー + 投資キャッシュフロー ± 一時的なキャッシュフロー項目(自社株価予約取引に係る申込金の差入額/返還額及びデリバティブ決済による収入)

※6 前連結会計年度末(2017年12月)に売却した株式会社クラシアイドの連結業績への影響を除いた数値



※1 報告セグメント外の「その他」に、セグメント間取引の消去及び各報告セグメントに配分しない本社管理コストが含まれております。

※2 営業投資有価証券、子会社株式、関連会社株式及び投資有価証券の帳簿価額の各期末時点合計（2017年連結会計年度より開示）

※3 公正価値＝取引の知識がある自発的な当事者が独立第三者間取引において資産を交換又は負債を決済する場合の金額（2018年Q2から開示予定）

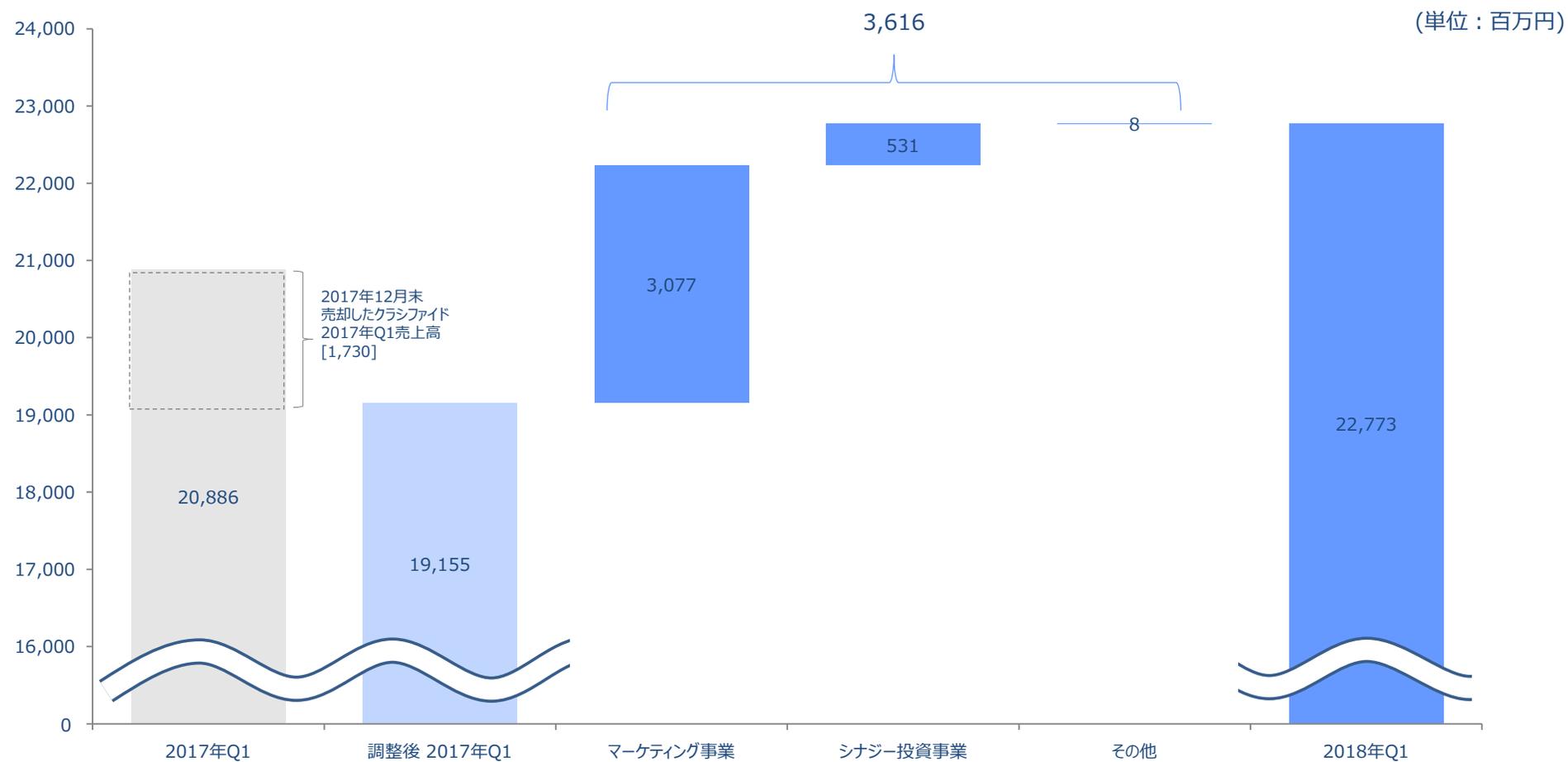
	報告セグメント			その他	連結
	マーケティング 事業	シナジー投資 事業	報告セグメント計		
売上高	21,255	1,546	22,801	(28)	22,773
売上総利益	3,867	773	4,640	—	4,640
販売費及び一般管理費	(2,453)	(741)	(3,194)	(438)	(3,632)
営業利益	1,413	32	1,446	(438)	1,007
EBITDA	1,676	39	1,716	(457)	1,258
EBIT	1,415	(40)	1,374	(481)	893
金融収支					(7)
税引前利益					886
法人税等					(244)
法人税、住民税及び事業税					(263)
法人税等調整額					18
非支配株主に帰属する四半期純利益					(125)
親会社株主に帰属する四半期純利益					515

	報告セグメント					その他	(単位：百万円) 連結
	マーケティング事業		シナジー投資 事業	報告セグメント計			
	調整前	調整後		調整前計	調整後計		
売上高	19,908	18,177	1,014	20,923	19,192	(36)	20,886
売上総利益	3,722	3,425	647	4,369	4,072	(12)	4,356
販売費及び一般管理費	(2,393)	(2,162)	(570)	(2,946)	(2,732)	(298)	(3,262)
営業利益	1,328	1,263	76	1,405	1,339	(311)	1,093
EBITDA	1,531	1,459	59	1,590	1,519	13	1,604
EBIT	1,341	1,275	(118)	1,223	1,157	(35)	1,187
金融収支							(7)
税引前利益							1,180
法人税等							(436)
法人税、住民税及び事業税							(347)
法人税等調整額							(89)
非支配株主に帰属する四半期純利益							(76)
親会社株主に帰属する四半期純利益							666

	報告セグメント差分						その他	連結	
	マーケティング事業		シナジー投資 事業	報告セグメント計		その他			連結
	調整前	調整後		調整前計	調整後計				
売上高	1,346	3,077	531	1,878	3,609	8	1,886		
売上総利益	144	441	126	271	568	(12)	284		
販売費及び一般管理費	(60)	(291)	(170)	(230)	(461)	(139)	(369)		
営業利益	84	150	(43)	40	106	(126)	(85)		
EBITDA	145	216	(19)	125	197	(470)	(345)		
EBIT	74	139	77	151	217	(445)	(294)		
金融収支							0		
税引前利益							(293)		
法人税等							191		
法人税、住民税及び事業税							83		
法人税等調整額							107		
非支配株主に帰属する四半期純利益							(48)		
親会社株主に帰属する四半期純利益							(151)		

**マーケティング事業** 既存顧客の安定化と新規顧客の獲得 調整後※ 前年比 + 3,077百万円(+16.9%)

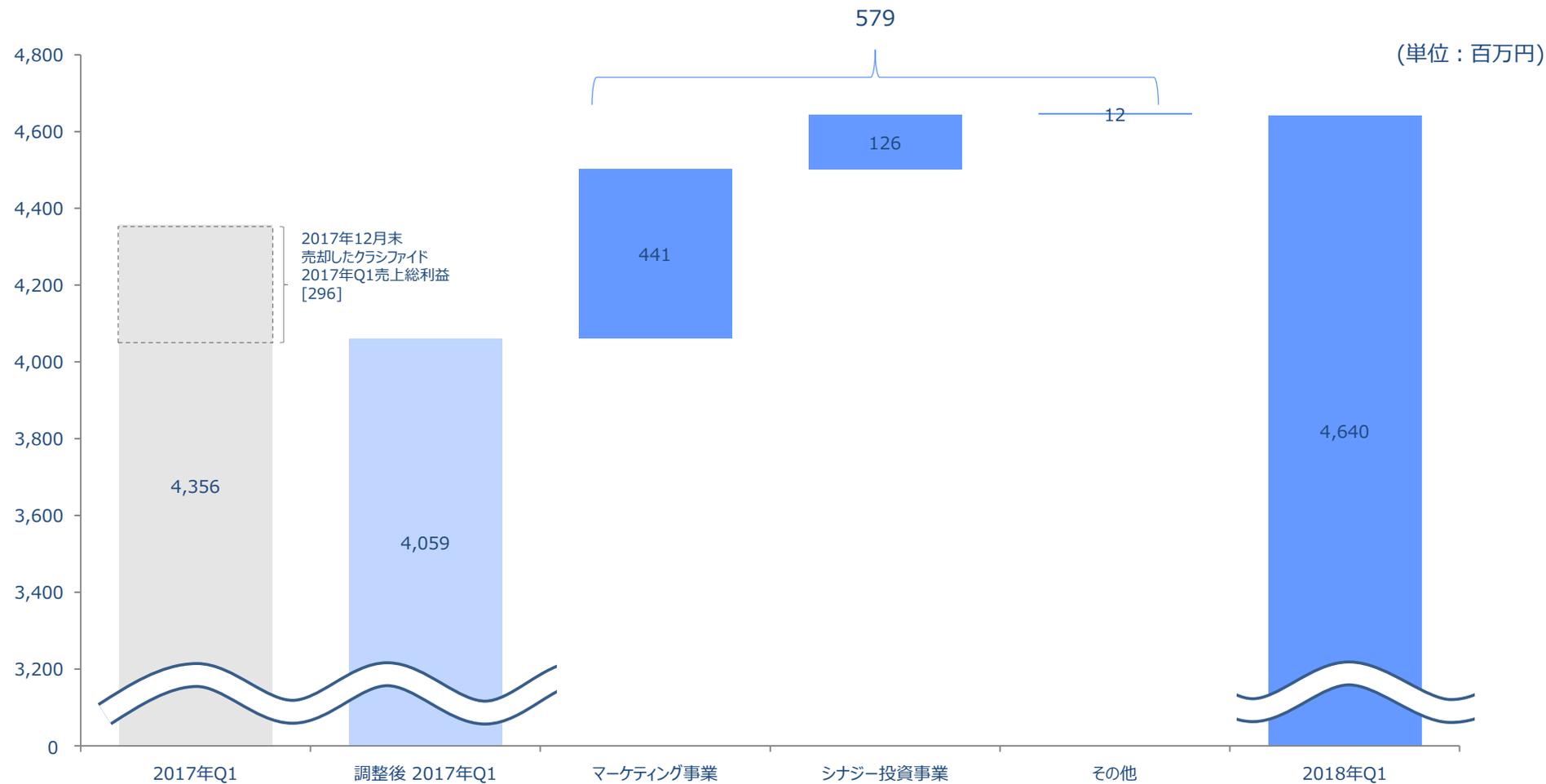
**シナジー投資事業** 越境EC事業売上高増加等 前年比 + 531百万円(+52.4%)



※前連結会計年度末に売却した株式会社クラシファイドの連結業績への影響を除く数値

**マーケティング事業** 既存顧客の安定化と新規顧客の獲得 調整後※ 前年比 +441百万円(+12.9%)

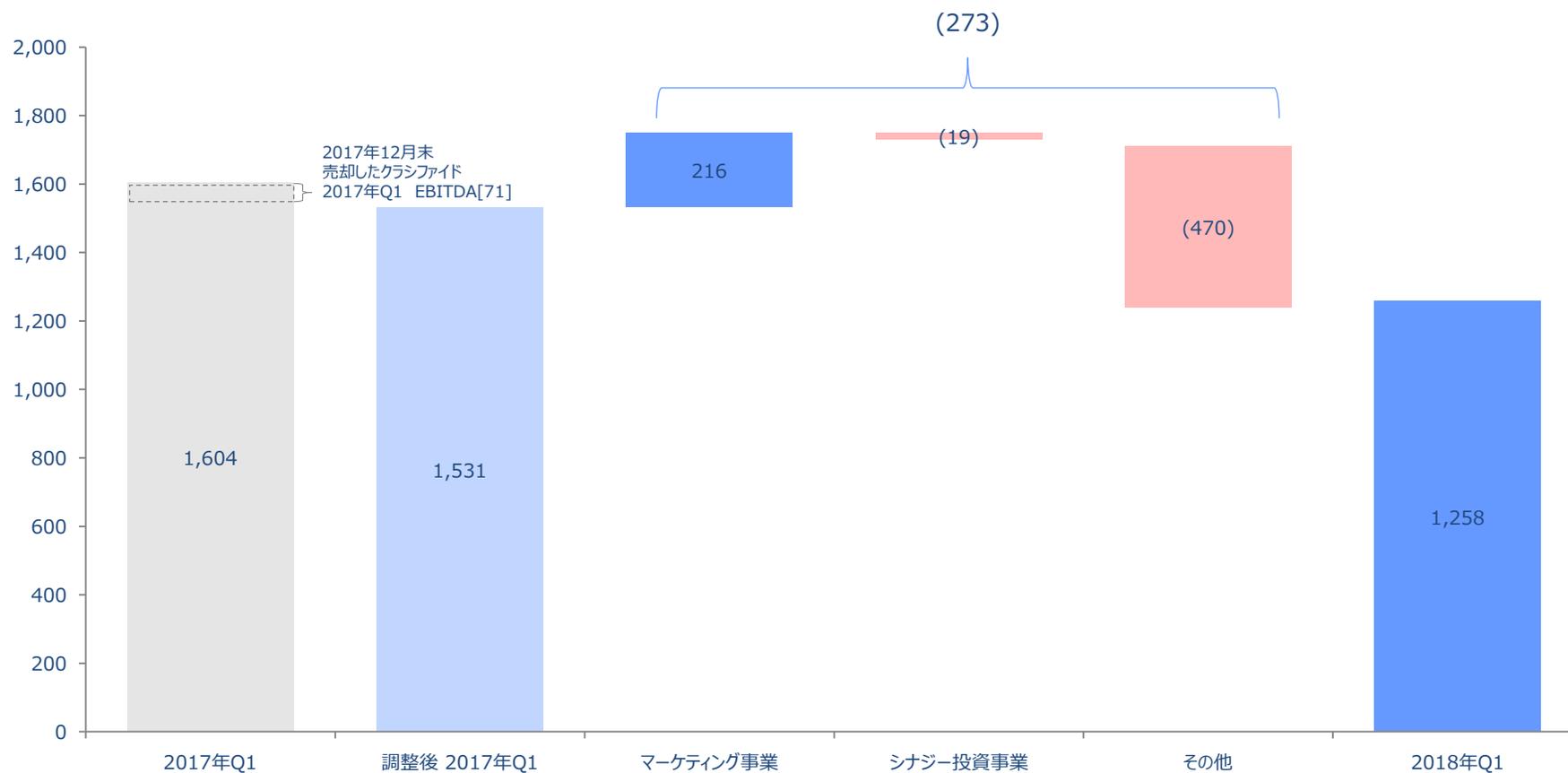
**シナジー投資事業** 越境EC事業売上高増加等 前年比 +126百万円(+19.6%)



※前連結会計年度末に売却した株式会社クラシファイドの連結業績への影響を除く数値

- マーケティング事業** 大手向け好調により調整後 EBITDA前年比※ +216百万円、14.9%増
- シナジー投資事業** 新規連結による販売管理費増加等 EBITDA前年比(19)百万円
- その他** 管理体制強化を目的とした費用増加 前年比(116)百万円  
デリバティブ評価 前年比(207)百万円

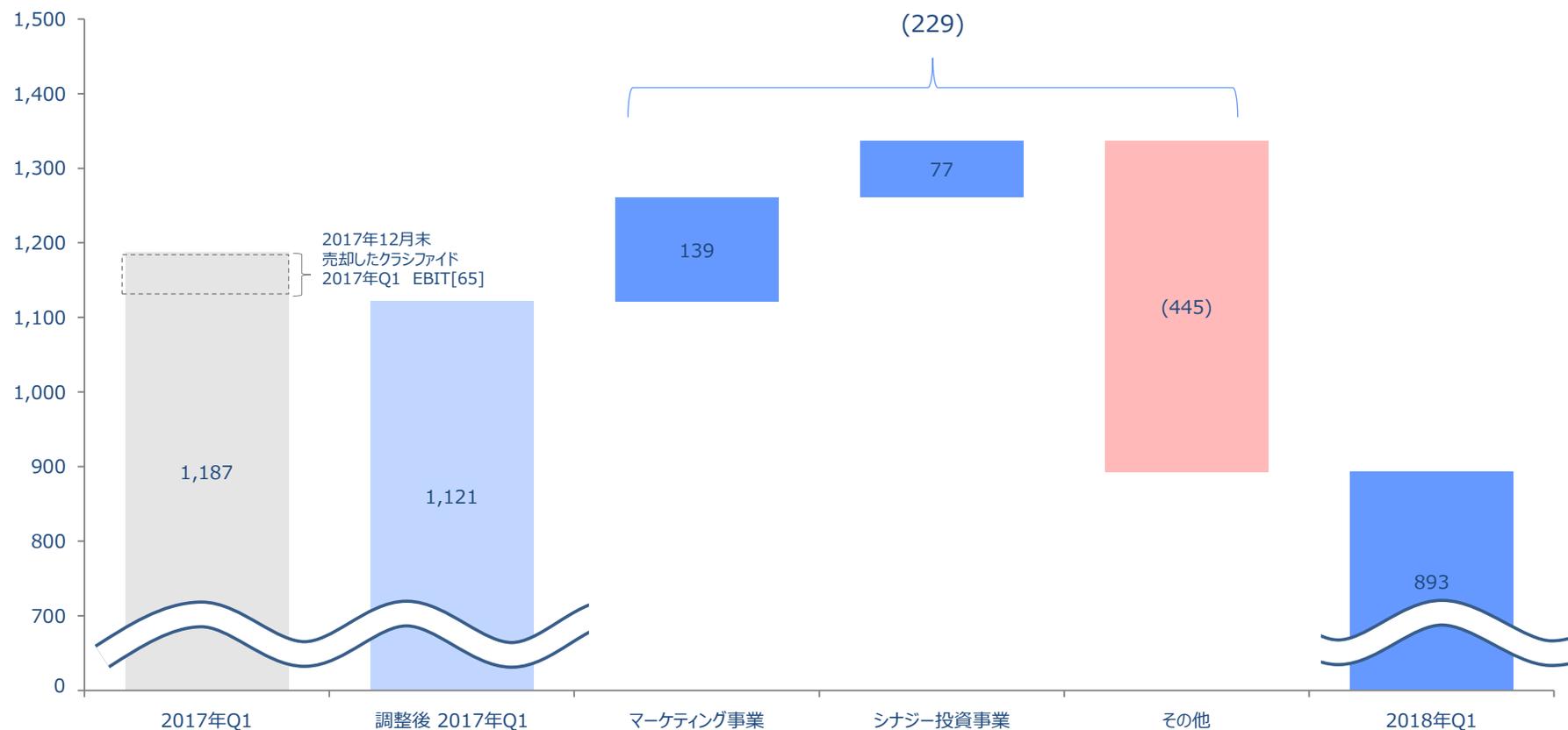
(単位：百万円)



※前連結会計年度末に売却した株式会社クラシファイドの連結業績への影響を除く数値

- マーケティング事業** 調整後 EBIT前年比+139百万円※、10.9%増
- シナジー投資事業** 持分法損益の赤字縮小等により 前年比+77百万円
- その他** 管理体制強化を目的とした費用増加 前年比(116)百万円  
デリバティブ評価 前年比(207)百万円

(単位：百万円)



※前連結会計年度末に売却した株式会社クラシファイドの連結業績への影響を除く数値

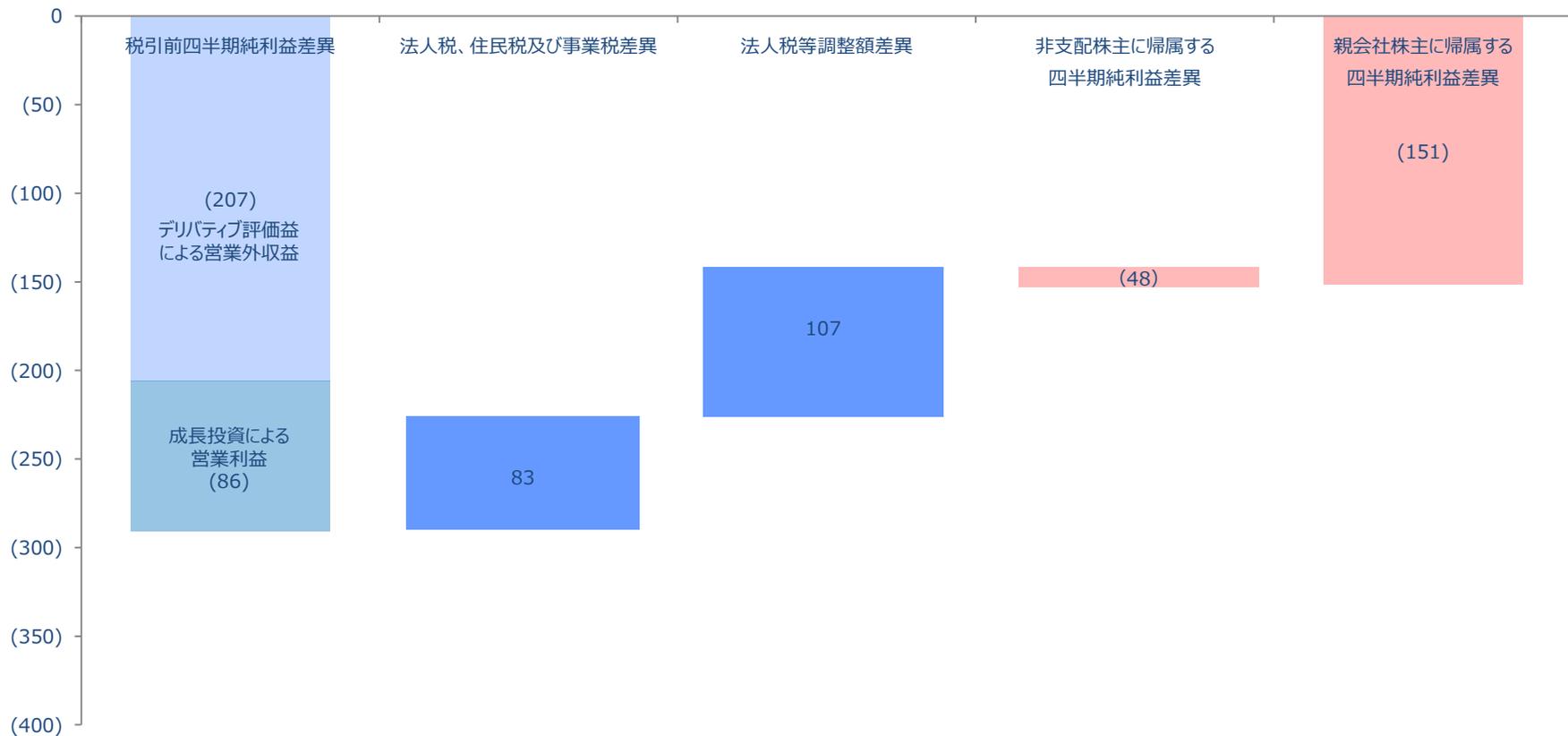
四半期  
純利益差異

税引前四半期純利益 前年比(293)百万円  
親会社株主に帰属する四半期純利 前年比(151)百万円

実効税率

2017年Q1 : 37.0%  
2018年Q1 : 27.6%

(単位 : 百万円)



(単位：百万円)

フリーキャッシュフロー	2018年Q1	2017年Q1	増減額	増減率
営業キャッシュフロー	486	613	(126)	(20.6)%
投資キャッシュフロー	878	(1,185)	2,063	—
フリーキャッシュフロー	1,364	(572)	1,937	—
調整額 ※	(1,285)	761	(2,046)	—
調整後 フリーキャッシュフロー	79	188	(109)	(58.0)%

※調整額=一時的なキャッシュフロー項目(自社株価予約取引に係る申込金の差入額/返還額及びデリバティブ決済による収入)

EBITDA	2018年Q1	2017年Q1	増減額	増減率
税前利益	886	1,114	(228)	(20.5)%
支払利息 (+)	8	9	(1)	(10.9)%
受取利息 (-)	(1)	(2)	0	37.7%
EBIT	893	1,121	(228)	(20.4)%
減価償却 (+)	157	132	25	19.1%
無形固定資産償却 (+)	127	121	5	4.2%
長期前払費用償却 (+)	0	1	(1)	(64.4)%
非資金損益 (+)	80	154	(74)	(48.1)%
EBITDA	1,258	1,532	(273)	(17.9)%



2

## 4つの転換点

---

~OPT Holding: Why Now?~

今オプトグループで起きている事

【経営】

**1. 再び独立路線へ**

【マーケット大手】

**2. 業界トップクラス成長率へ復活**

【マーケット地方・中小】

**3. 圧倒的No.1シェア**

【シナジー投資】

**4. ラクシル上場とAI事業本格始動**



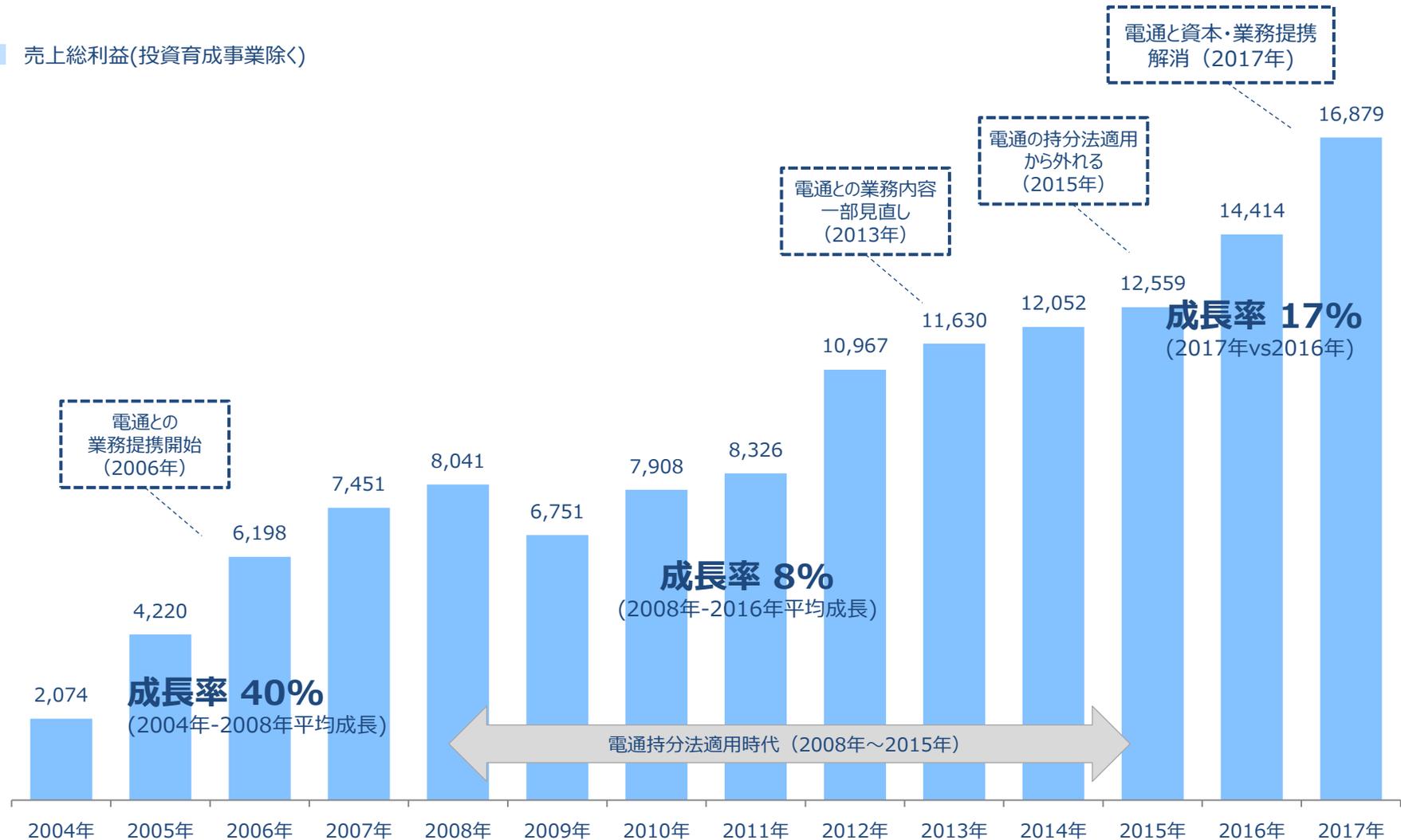
【経営】

# 1. 再び独立路線へ

## 電通提携解消後再び高成長へ

(単位：百万円)

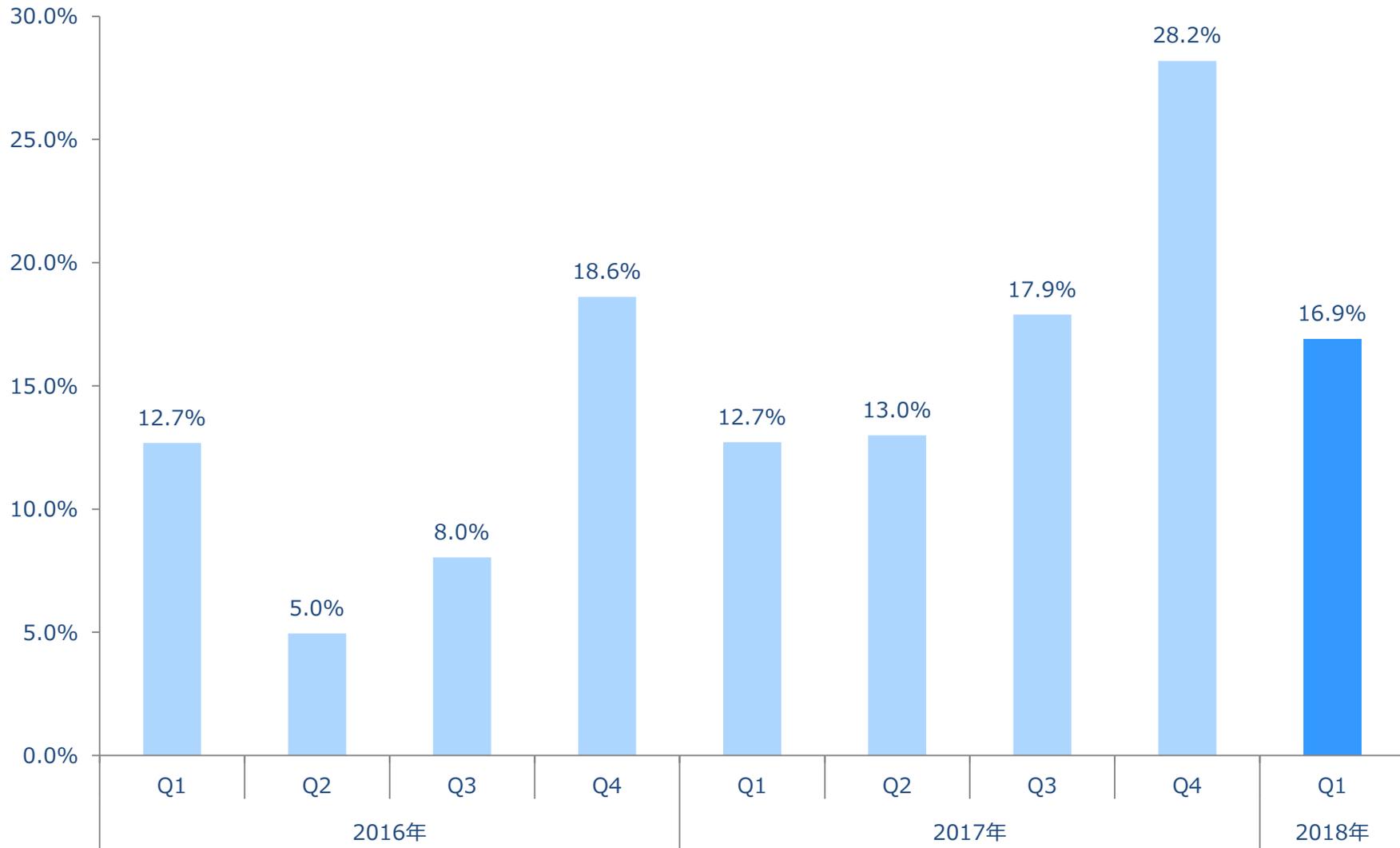
■ 売上総利益(投資育成事業除く)





【マーケ大手】  
**2. 業界トップクラス成長率へ復活**

## ❁ 2. 【マーケ大手】 業界トップクラスの成長率へ



※前連結会計年度末に売却した株式会社クラシファイドの連結業績への影響を除く数値

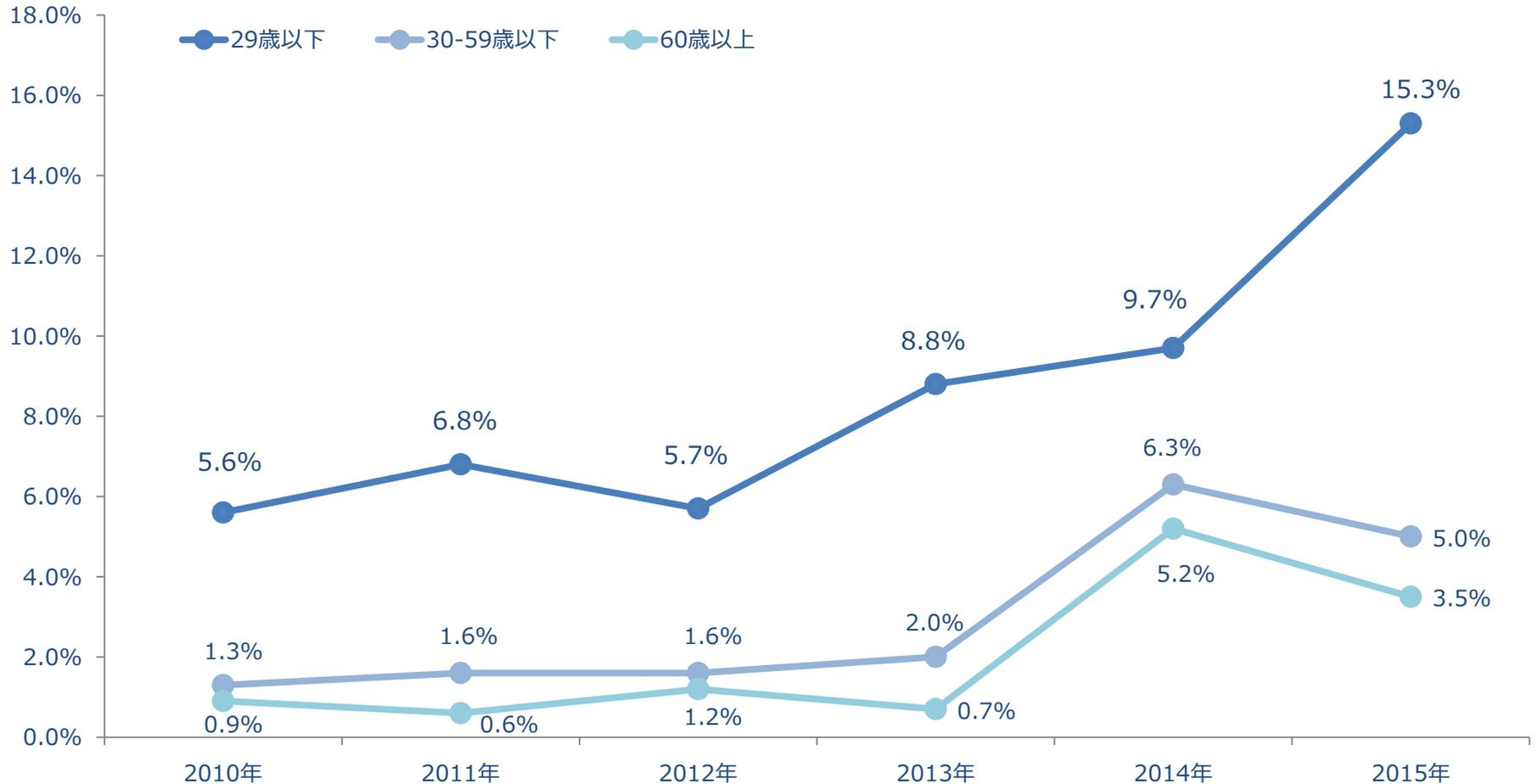
－ 市場環境の変化によるビジネス機会の拡大 －

1. **テレビ離れ**  
～ブランド広告主のネット広告へのシフト～
2. **新聞・チラシ離れ**  
～小売店舗のネット広告へのシフト～

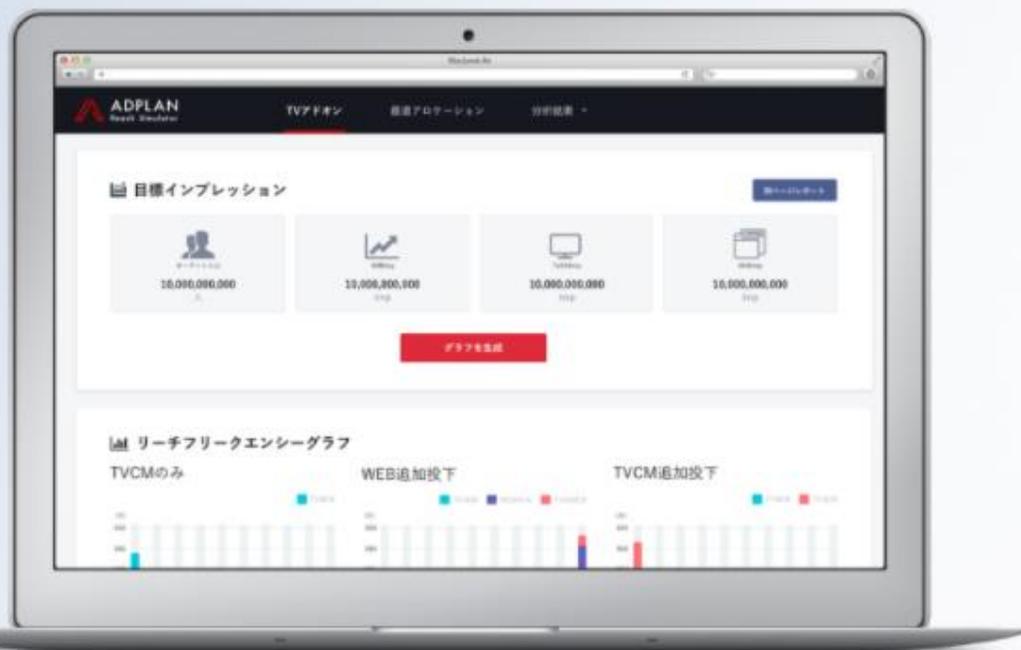
## 2-1. 【マーケ大手】 テレビ離れが加速

テレビでリーチできない消費者が増加し、ブランド広告主がネット広告へ予算をシフト

[テレビを持っていない世帯割合]



自社ツール「ADPLAN Reach Simulator」活用を開発。  
ブランド広告主へ導入、テレビ広告とインターネット広告の予算配分の適正化実施。  
結果、ブランド広告主の取扱いが急増へ。



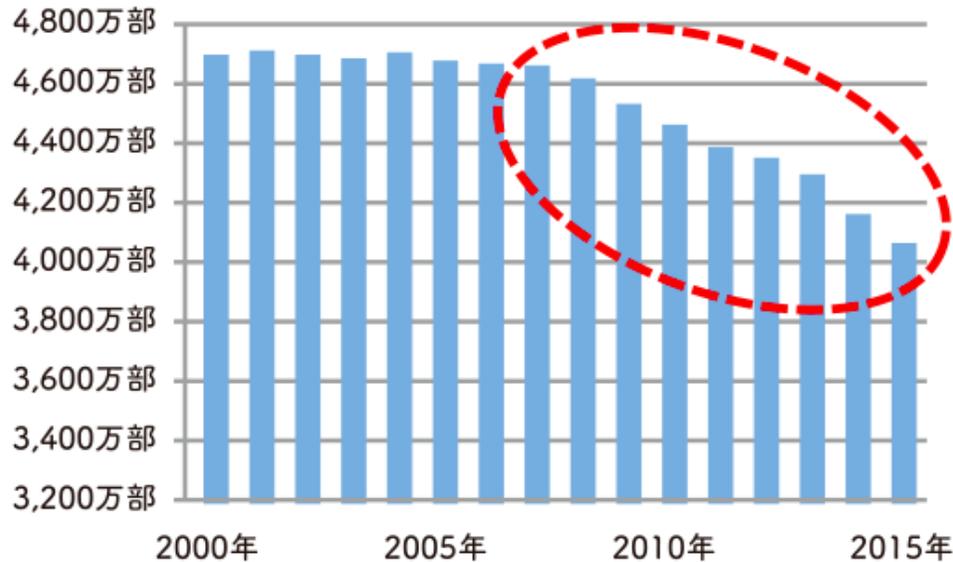
## TVCM×ネット広告の 投資対効果を最大化

キャンペーン情報を基に目標値を設定し、業界初の  
フリークエンシー分布までシミュレーション

新聞読者減少、店舗集客の有力手法折込チラシ効果激減。  
スマートフォンの位置情報連動ツール誕生、ネット広告への予算シフト加速。

## 新聞購読者の減少

### 新聞購読部数の推移



(単位：億円)



位置情報を活用した広告配信・効果測定自社ツール「to STORE（トストア）」  
小売店舗集客ツールとしてヒット

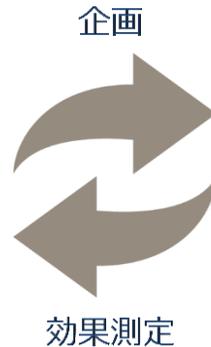
## to STORE

～ ラスト1マイルを後押しして、潜在顧客を確実に顧客化する～

商圈 & 来店者分析  
(企画の精度向上に利用)

広告配信  
(来店促進支援)

生活者の行動データ  
(スマホ位置情報2億レコード/日)



チャンネル横断ジオ行動履歴/地域特性

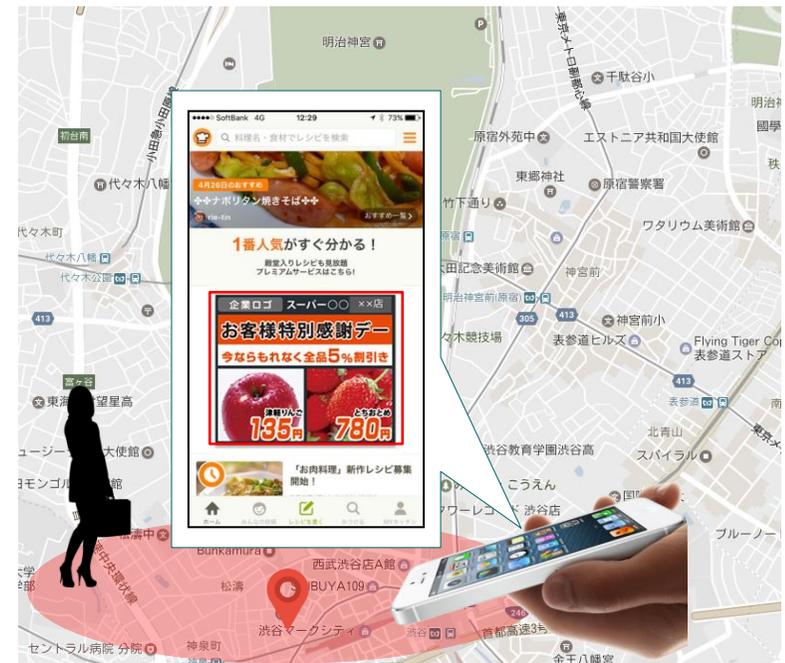
外部データ

店舗データ



天候/口コミ/人口統計

店舗/商品/在庫/売上





【マーケ地方・中小】  
**3. 圧倒的No.1シェア**

地方中小Webマーケティング会社で、  
売上高100億円超企業はソウルドアウトだけ

全国20カ所の営業拠点  
での対面ニーズ吸上げ

営業力



育成の仕組み化  
社外リソースの活用

供給力



**SOLDOUT**

ソウルドアウト株式会社  
(2009年12月に(株)オプトより分社)

**盤石な顧客基盤**

取引実績 (2017年3月末現在)

**延べ3,243社**

4.4万アカウント  
を基に開発 (自動入札)

分析力



月200件以上の  
問い合わせを獲得

マーケティング力



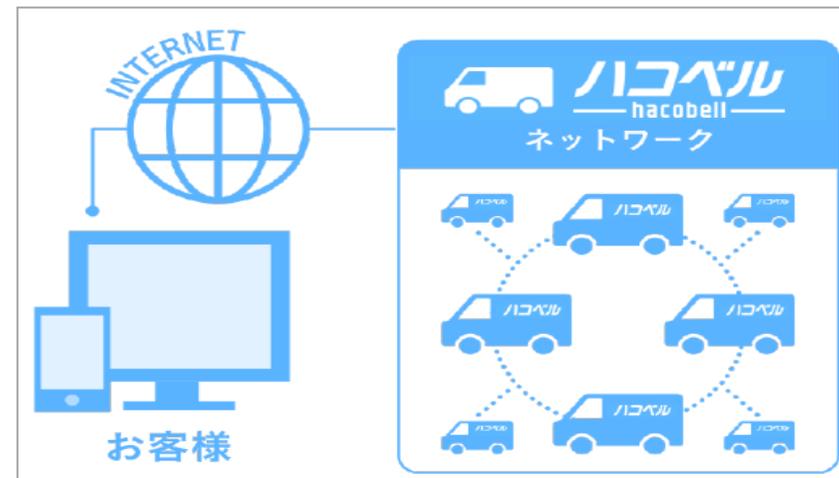


【シナジー投資】

## 4. ラクسل上場とAI事業本格始動

# 4-1.【シナジー投資】ラクスル上場

最大投資先のラクスル（証券コード4384）5月31日に東証マザーズ上場予定。  
当社保有比率は上場時に約17%と創業者に次いで第2位株主。  
シェアリングエコノミー銘柄で、印刷の「ラクスル」、運送の「ハコベル」サービスを展開。



全国の印刷会社の非稼働時間を活用し、安価な印刷物を提供。  
印刷に留まらず、印刷物のデザインや配布をネット化し提供。  
デザイナーや配布のオペレーションもシェアリング・エコノミーにより実現

PC・スマホアプリから「すばやく」「かんたん」に荷物の配送予約ができるサービス。  
運送会社の非稼働時間で配送することにより、高品質かつ安値に利用できる

日本最大延べ8000人のデータサイエンティストが企業のデータを分析  
株式会社SIGNATE設立（100%子会社）



				当社100%子会社
会社	PKSHA Technology (証券コード 3993)	Preferred Networks	SIGNATE	
特徴	アルゴリズム (機械学習/深層学習・自然言語処理・画像認識)を用いたソリューション開発とライセンス提供	IoTにフォーカスリアルタイム機会学習技術のビジネス活用を目的とし、自然言語処理技術の研究開発/商品開発・販売	<ul style="list-style-type: none"> <li>・コンペティションによるAI開発とAI人材の採用・育成</li> <li>・延べ8,000人のデータサイエンティスト</li> </ul>	
マネタイズ方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ソリューション開発</li> <li>・ライセンス提供</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・研究開発</li> <li>・商品開発/販売</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・コンペティション型AIアルゴリズム開発</li> <li>・データサイエンティストの人材紹介</li> </ul>	
時価総額	2,000億円 (2018年1月16日時点)	未上場 2,326億円 (2017年11月20日 日経NEXTユニコーン記事より)	未上場	



3

## オプトグループご紹介 マーケティング大手領域

## 四半期毎に、事業責任者による事業説明を実施予定

### マーケティング事業

### シナジー投資事業



2018年Q1決算説明会  
株式会社オプトCEO  
金澤よりご説明

2018年Q3決算説明会  
ソールドアウト株式会社CEO  
荻原よりご説明予定

2018年Q2決算説明会  
当社 グループCOO  
野内よりご説明予定

1980年生まれ（37歳）ミレニアル世代 業界最年少社長

2005年:株式会社オプト アルバイト入社

2008年:営業部長

2010年:営業本部長

2013年:マーケティング管掌執行役員

2015年:株式会社オプト 代表取締役社長 CEO

2017年:株式会社オプトホールディング  
マーケティング大手領域 責任者

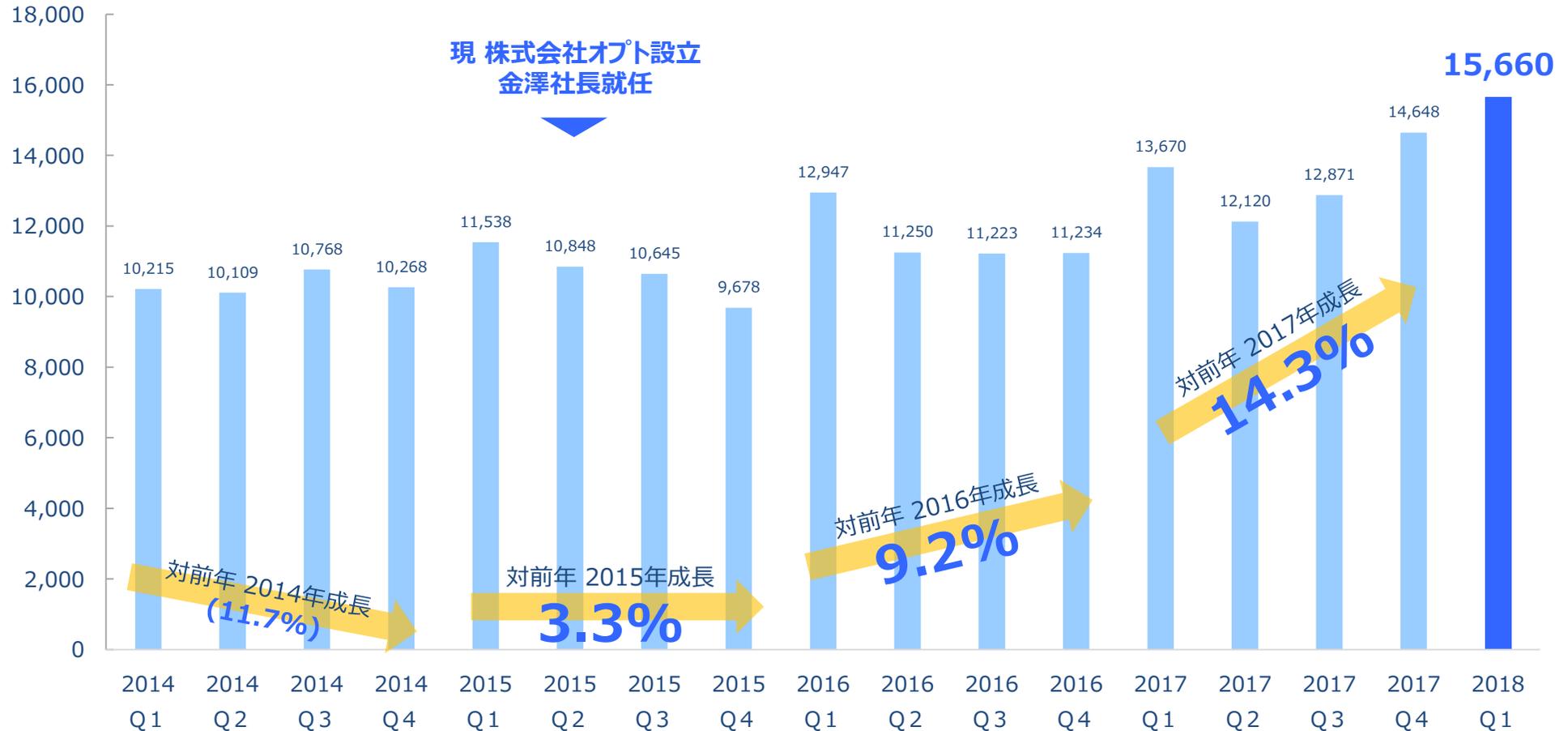
- ・オプト初の試みとなる**全社ビジョン**の策定
- ・新オプト設立後、継続して**予算達成**
- ・多彩な役員を選定、**チームビルディング**を実施



※参考：オプト 金澤大輔社長に聞く、34歳社長がV字回復させた「ミドルアップダウン経営」とは  
<https://www.sbbi.jp/article/cont1/34855>

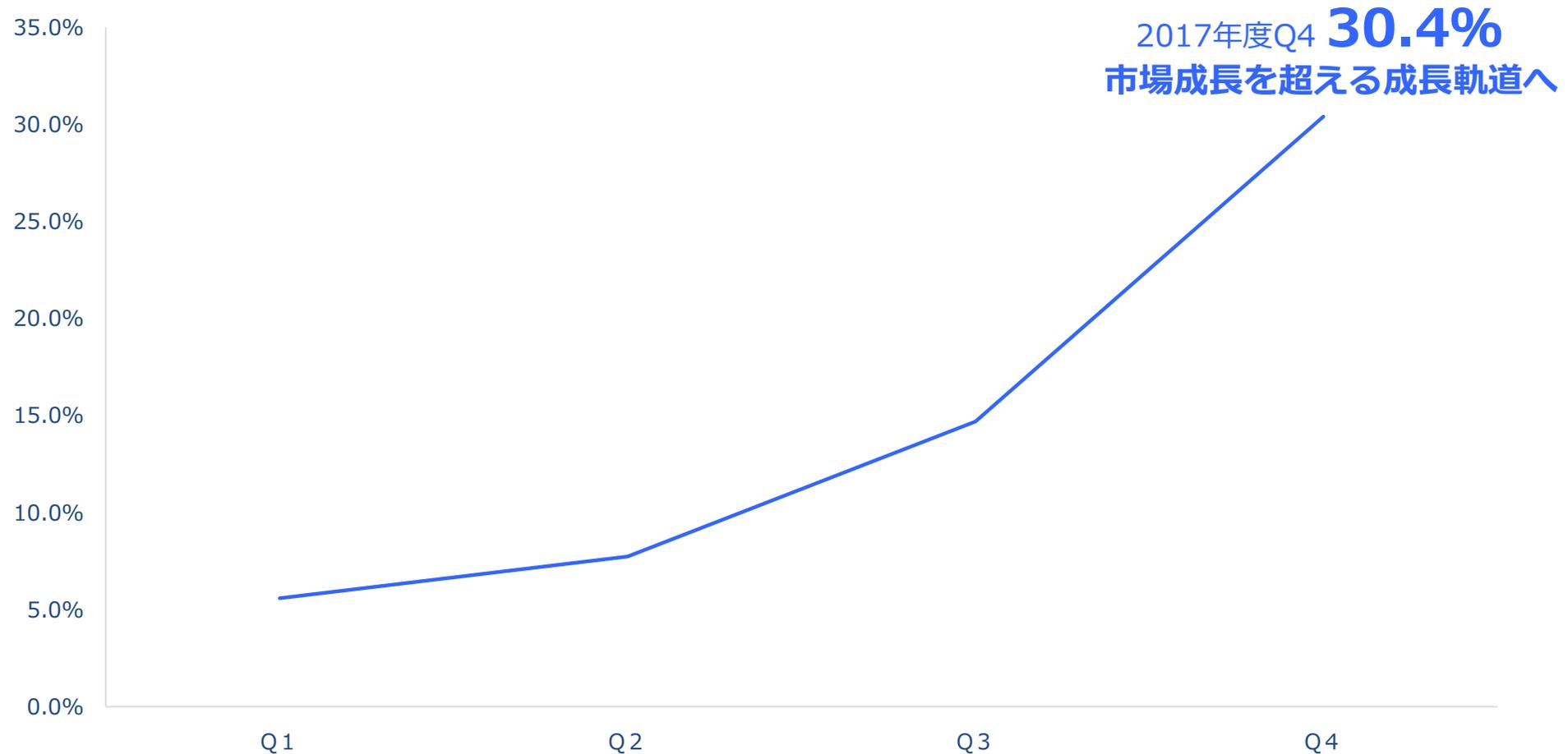
設立後、大きく戦略/体制を見直し、本格的な成長軌道へ  
2018年Q1は過去最高売上高を更新

(単位：百万円)



※ オプト単体売上高：2014年度まで旧株式会社オプト単体の売上高のうち、投資育成事業等非広告事業の売上高を控除した売上高  
2015年度以降 現株式会社オプト単体の売上高

戦略変更が結実し2017年度から本格的な成長軌道へ、  
2017年Q4成長率は市場成長率を超える30%成長を実現



## 成長領域に適切なタイミングで経営資源を投資

### ▼ 設立前より取り組んでいたこと

- ・業種特化型組織による顧客事業理解の促進

### ▼ 設立後

顧客層の拡大

市場規模の大きい大企業へアプローチ

専門組織の組成

業界に先駆けた専門組織の組成

自社プロダクト開発

顧客層のニーズに沿ったプロダクト開発

非広告領域の  
サービス開発

マーケティングマネジメントサービスの拡大

※経営資源：ヒト・モノ・カネ・情報・時間・知的財産

従来のダイレクト系既存顧客層中心から  
市場規模の大きい大企業（メーカー・小売）へアプローチを強化

## 広告宣伝費（ブランド）

成長企業



大企業

## 販促費（ダイレクト）

※ナショナルクライアント：世界/全国で自社ブランドの製品・サービスを販売している大手広告主

※ダイレクト：販売促進を目的としたプロモーション活動

成長領域・成長サービスに専門組織を編成、事業展開を加速

ターゲット顧客層

**メーカー  
(ナショナルクライアント)**

食品/飲料/化粧品/日用品

**流通・小売**

小売/流通/SPA事業

専門組織の編成

- ・2015年 50名規模のブランド広告組織発足
- ・2015年 動画広告専門組織の拡大

- ・2016年 LINE専門組織発足
- ・2016年 流通小売専門組織発足

6名 → 100名規模のエンジニアチームを組成し、グループ会社との共同開発を実現  
顧客ニーズに沿ったプロダクトを開発

ターゲット顧客層

自社プロダクト

**メーカー  
(ナショナルクライアント)**

食品/飲料/化粧品/日用品

**流通・小売**

小売/流通/SPA事業

## ADPLAN Reach Simulator

-TVCM×ネット広告の最適出稿量を予測し、  
投資対効果の最大化を図るプランニングツール



## ULIZA

-スキルアップ・ビデオテクノロジーズが保有する  
日本最大級の動画広告配信ネットワーク



## TSUNAGARU

- LINEビジネスコネクタ配信ツール

TSUNAGARU

## toSTORE

- 株式会社コネクトム(100%子会社)が保有する  
位置情報を活用した来店促進・計測ソリューション



広告運用にとどまらず、プロフェッショナル人材が  
戦略立案からPDCAまでトータルにサポート



※ STP : セグメンテーション、ターゲティング、ポジショニング

※ LTV : Life Time Value (顧客生涯価値)

# 成長領域に適切なタイミングで経営資源を投資

取組み内容

結果

顧客層の拡大

市場規模の大きい大企業へアプローチ

専門組織の組成

業界に先駆けた専門組織の組成

自社プロダクト開発

顧客層のニーズに沿ったプロダクト開発

非広告領域の  
サービス開発

マーケティングマネジメントサービスの拡大

ブランド広告  
対前年 2018Q1 売上成長

**+108%**

流通小売顧客のO2O実績  
対前年 2018Q1 売上成長

**+709%**

社内エンジニア総数

**6名→約100名**

非広告事業  
対前年 2017 売上成長

**+29%**

※経営資源：ヒト・モノ・カネ・情報・時間・知的財産

※O2O：Online to Offlineの略、店舗への来店促進目的のプロモーション

従来の業種特化型組織に加えて、プロダクトチームの専門性を強化  
成長領域へ引き続き経営資源を投資

広告主

メーカー(ナショナルクライアント)  
小売系

プロダクト

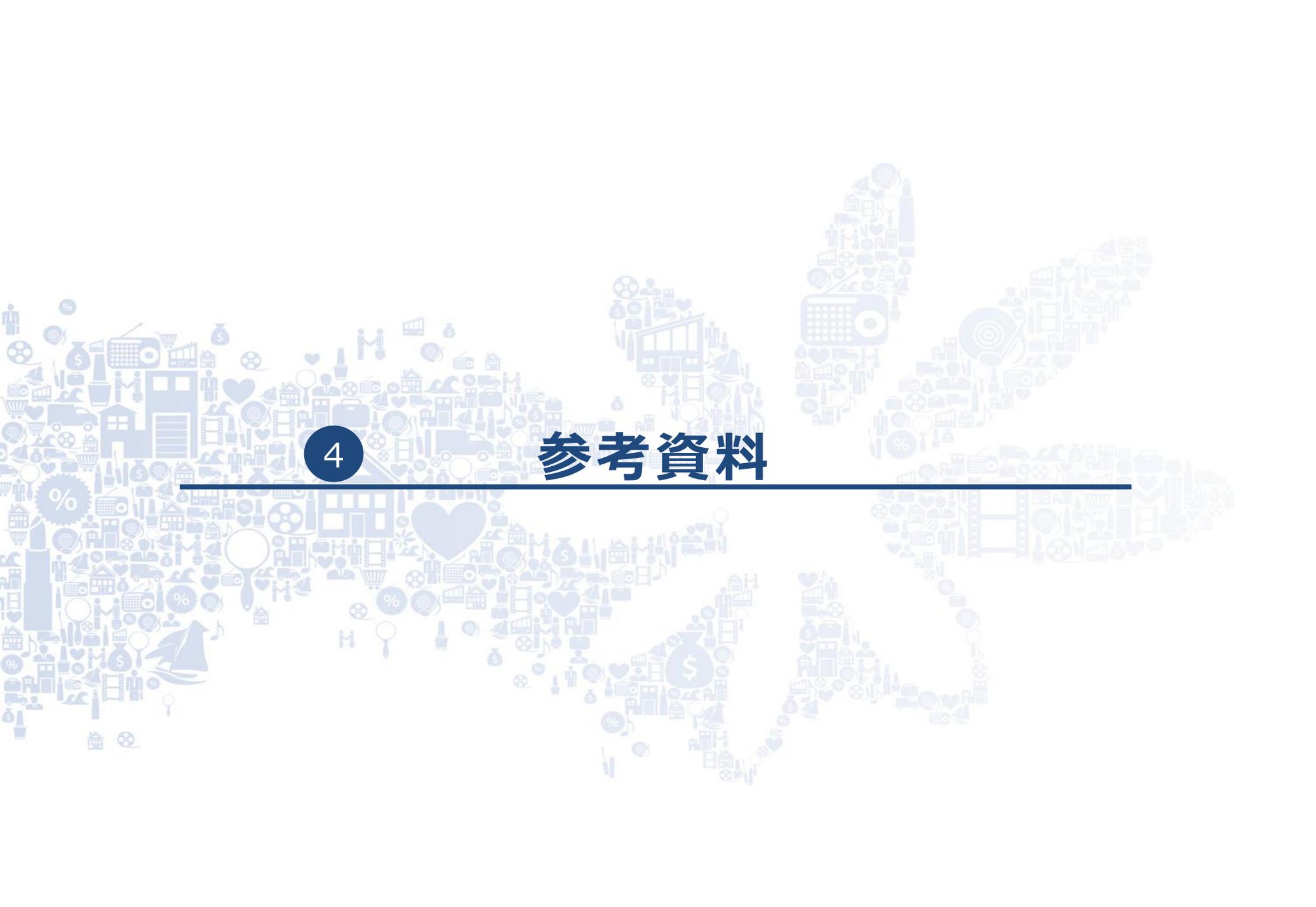
動画広告ソリューションの開発と拡販  
位置情報活用型広告ソリューションの開発と拡販

サービス

マーケティングマネジメントサービスによる  
非広告領域のバリューチェーン拡大

We are the  
**Innovation Agency**

**opt** 



4

## 參考資料



# セグメント別概要

---

マーケティング事業  
シナジー投資事業

## 全国企業のデジタルシフトを支援する マーケティング事業

東証マザーズ上場(6553)

### [大手顧客向け] マーケティング大手領域



- デジタルマーケティング
- インターネット広告代理
- ソリューション開発/提供

顧客属性

首都圏/大企業/中堅企業  
(金融/不動産/人材/小売・流通)

### [地方中小顧客向け] マーケティング地方中小領域

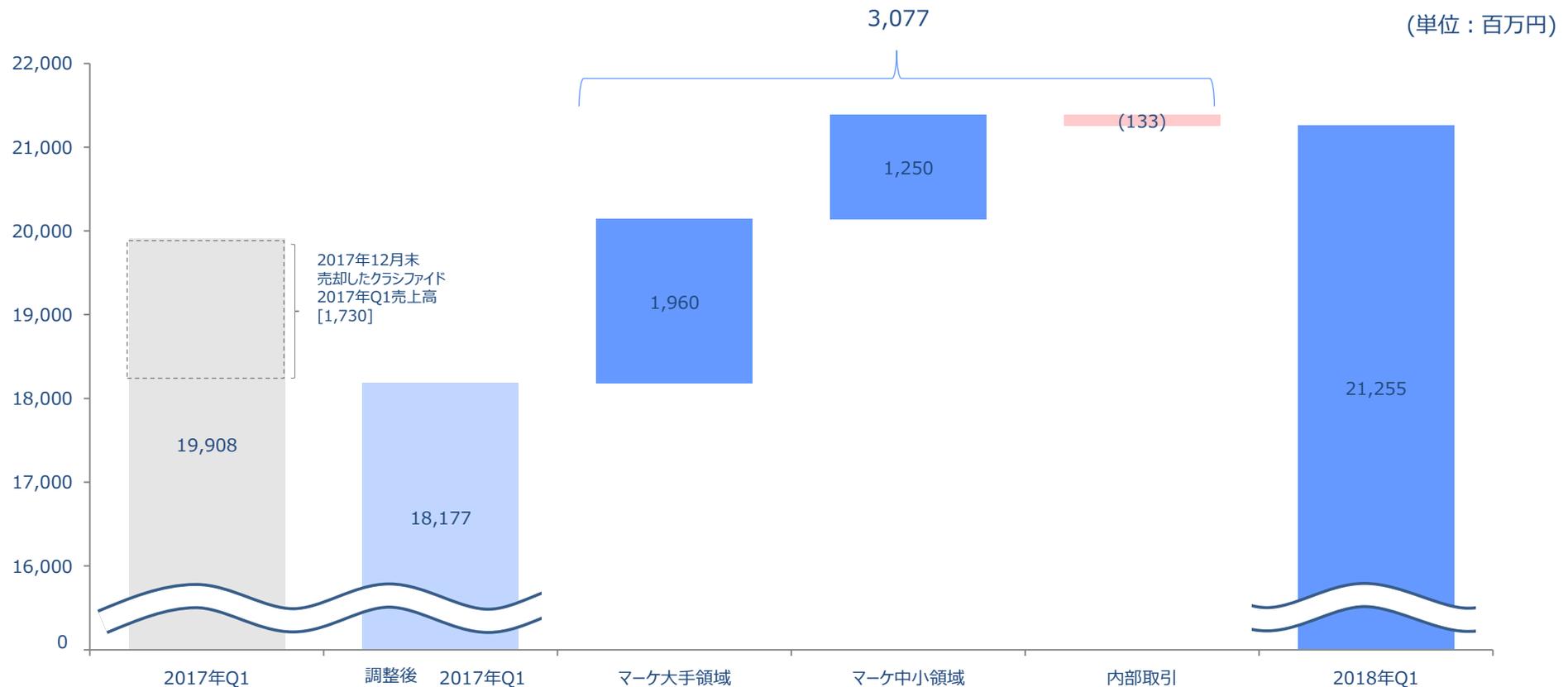


- デジタルマーケティング
- ソリューション開発/提供
- IT/HR支援

顧客属性

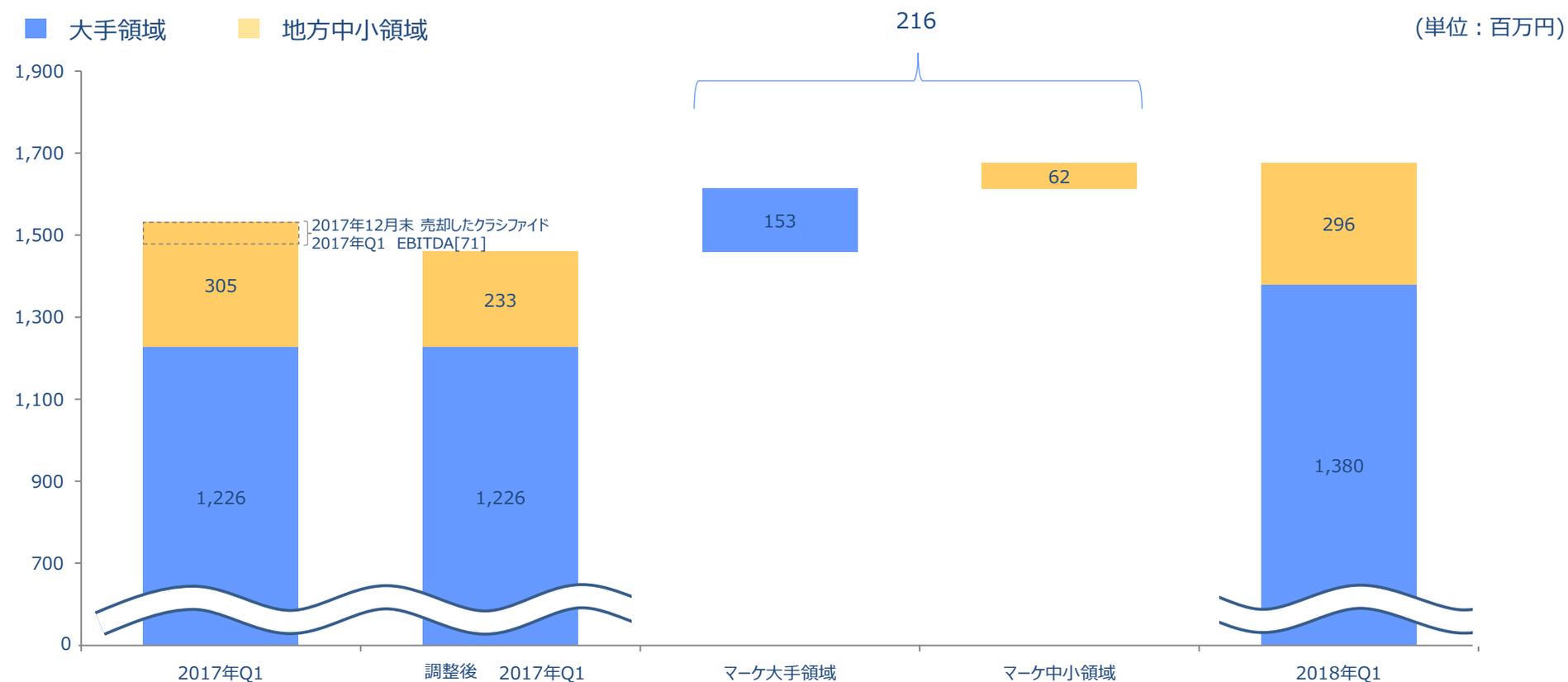
中小/地方企業  
(EC関連)

- マーケティング事業** 調整後※売上高 前年比+ 3,077百万円(+ 16.9%)
- 大手領域** ブランド広告主及び既存顧客の取扱い高拡大 前年比+ 1,960百万円(+12.6%)
- 地方中小領域** 既存顧客の安定化とEC関連顧客の取扱い高拡大 前年比+ 1,250百万円(+ 46.0%)



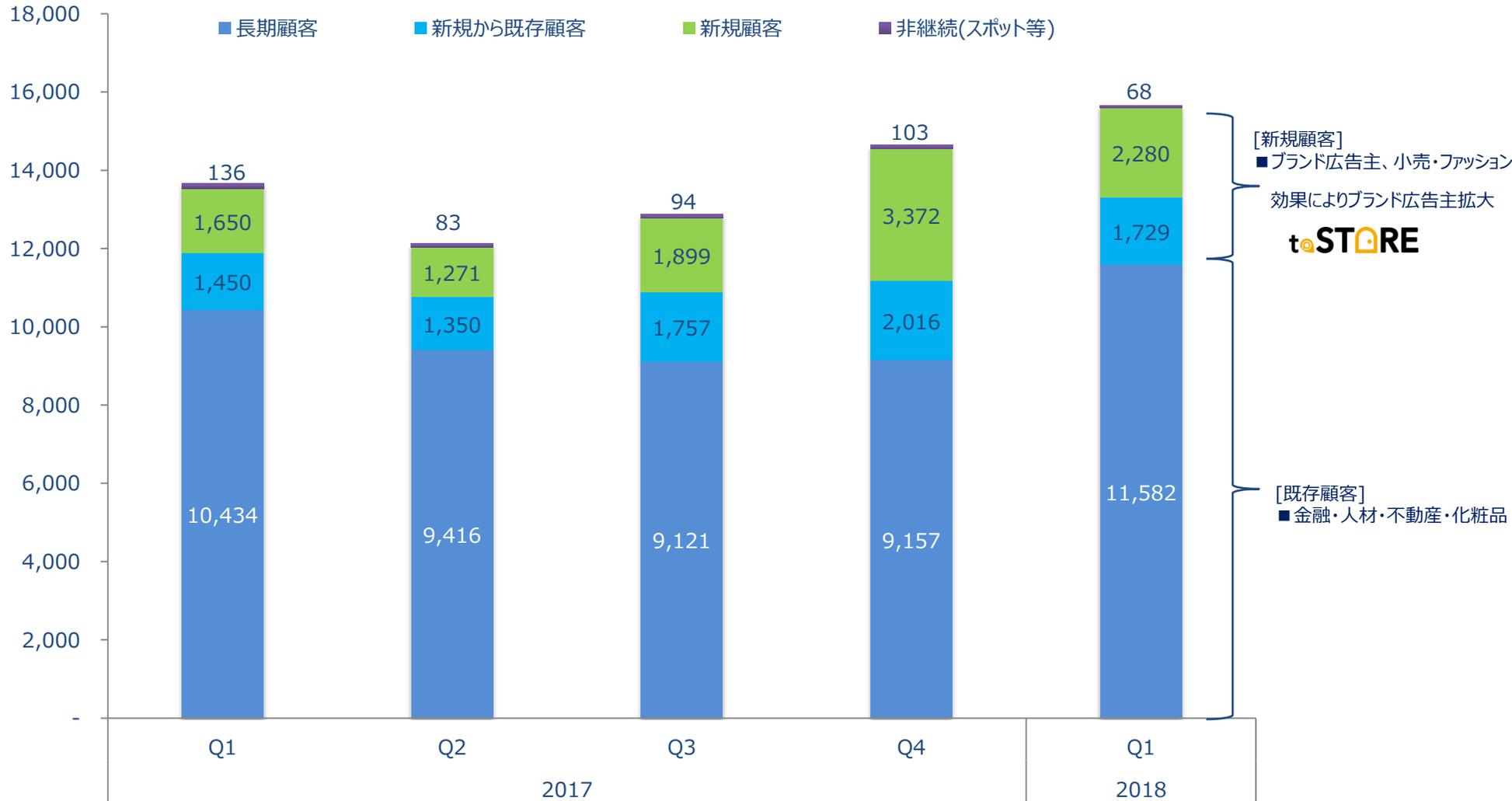
※前連結会計年度末に売却した株式会社クラシファイドの連結業績への影響を除く数値

- マーケティング事業** 調整後※前年比+216百万円(+14.9%)
- 大手領域** ブランド広告主及び既存顧客の取扱い高拡大 前年比+153百万円(+12.6%)
- 地方中小領域** 既存顧客の安定化とEC関連顧客の取扱い高拡大 前年比+62百万円(+27.0%)



※前連結会計年度末に売却した株式会社クラシファイドの連結業績への影響を除く数値

・売上高 前年同期比成長 14.6%増、既存顧客のベースアップと新規顧客の拡大



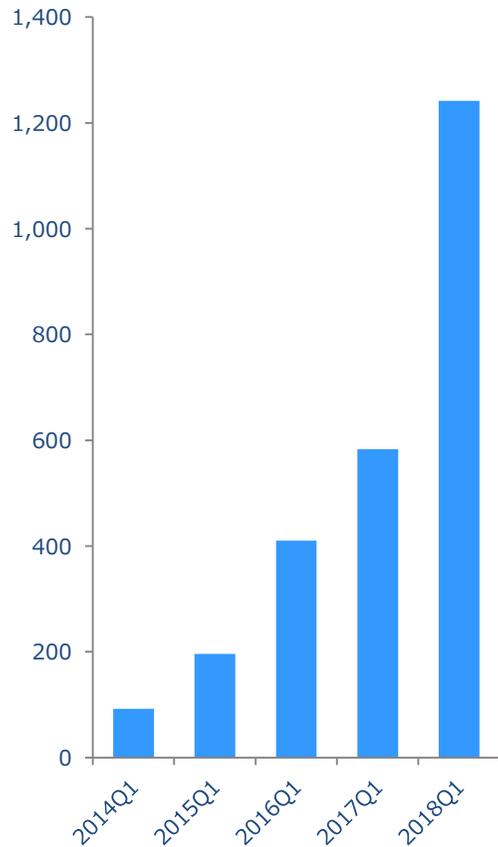
※長期顧客：24ヶ月以上継続取引ある顧客、新規から既存：12ヶ月以上 24ヶ月未満の継続取引ある顧客、新規顧客：1ヶ月以上 12ヶ月未満の顧客、非継続(スポット等)：継続取引が3ヶ月未満の顧客

## ・クロスセル/新規顧客獲得

(単位：百万円)

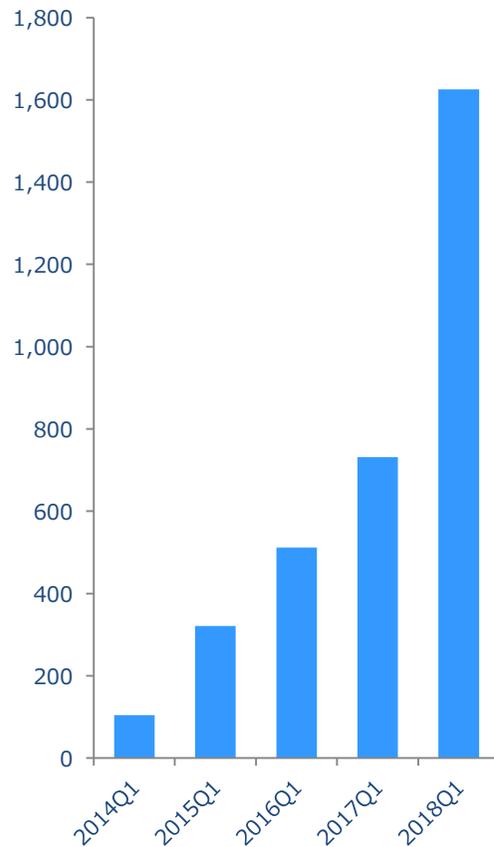
### 動画広告

前年同期比：113.0%増



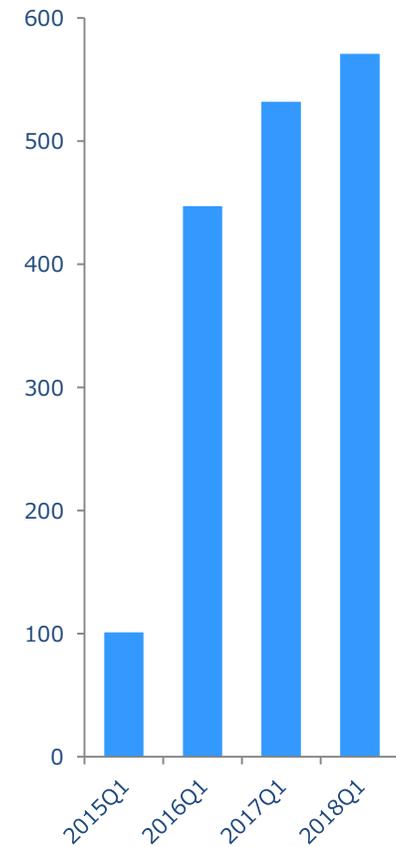
### ソーシャル広告

前年同期比：約2倍増



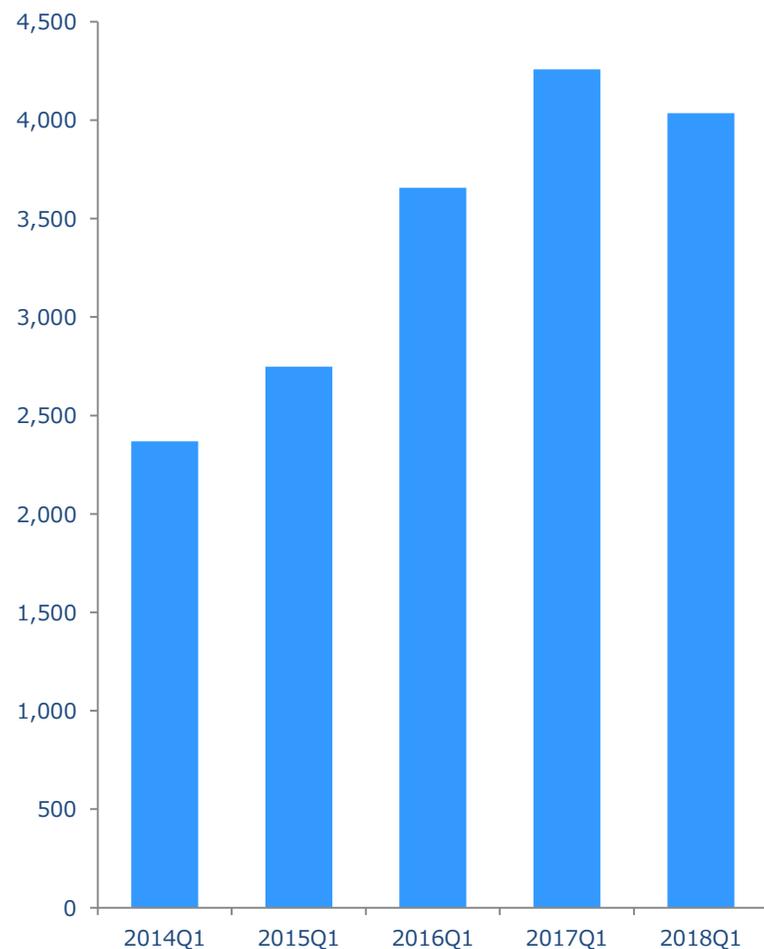
### LINE広告

前年同期比：7.3%増



### アドネットワーク広告

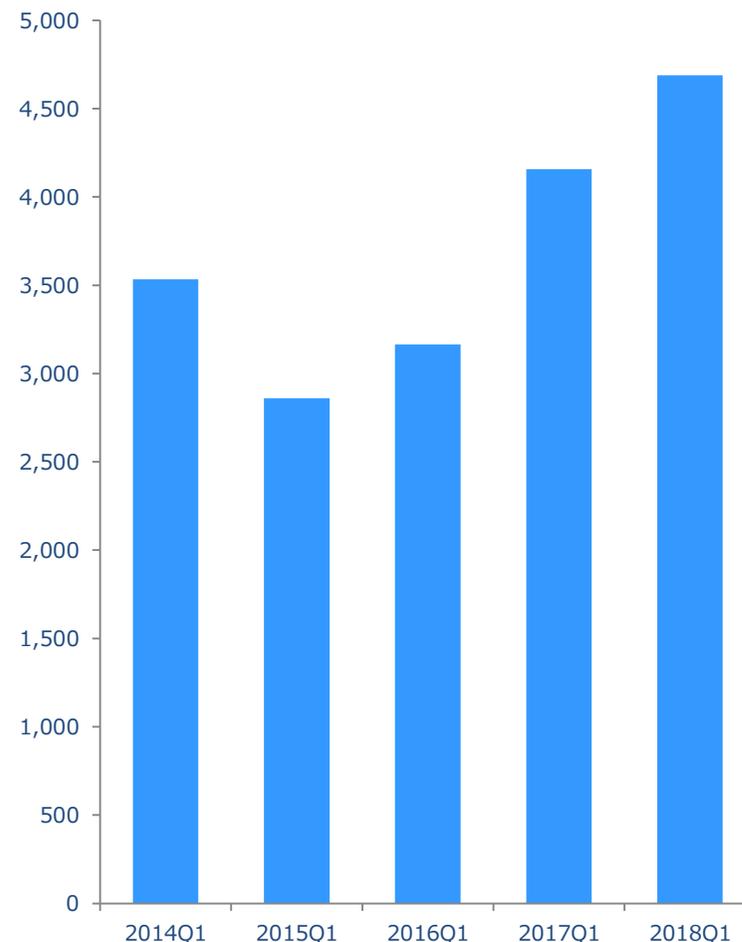
前年同期比：5.3%減



### リスティング広告

前年同期比：12.8%増

(単位：百万円)





# セグメント別概要

---

マーケティング事業  
シナジー投資事業

## シナジー投資事業



## 金融投資

保有銘柄一部売却等 前年比+100百万円、23.9%増

## 中国/越境EC

越境EC事業取引高増加 前年比+269百万円、約72倍

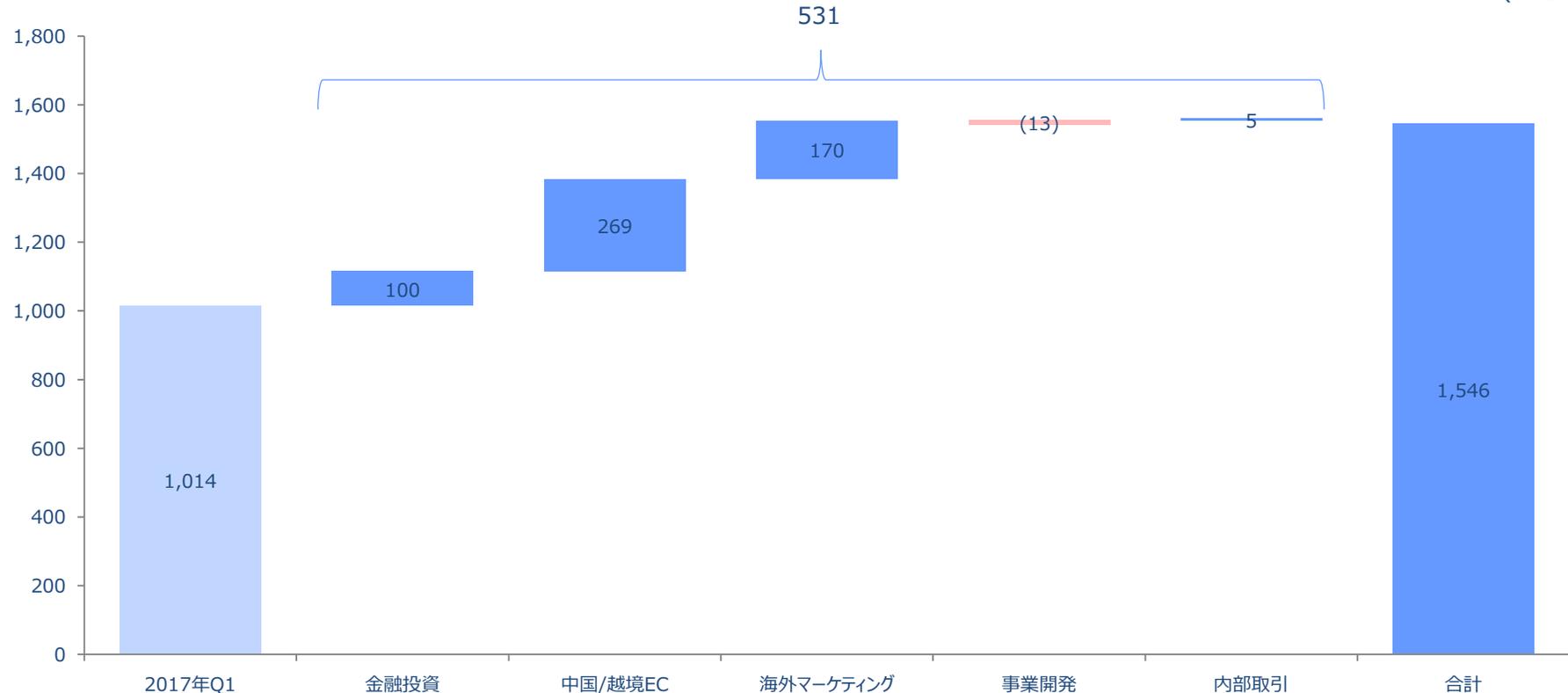
## 海外マーケティング

海外の連結子会社売上増加等 前年比+170百万円、35.9%増

## 事業開発

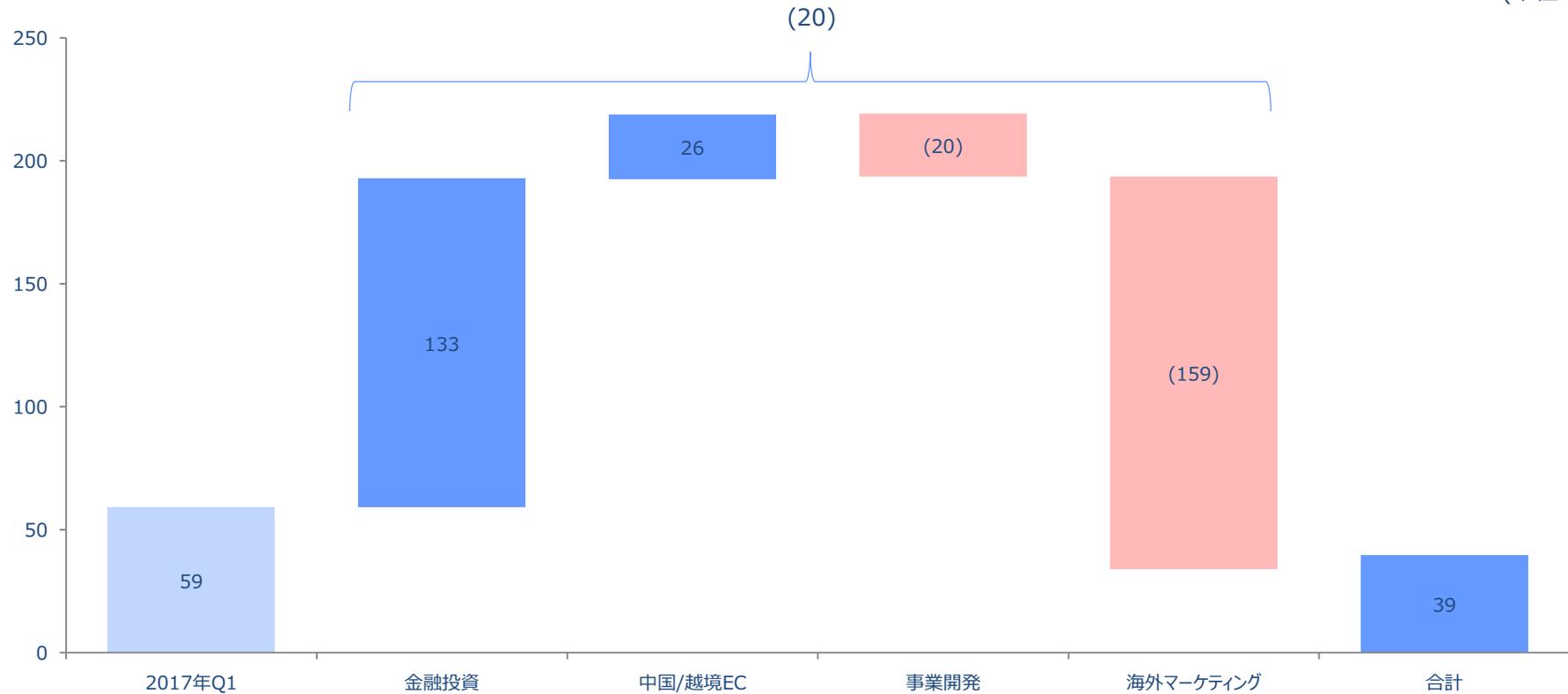
連結子会社の減少等 前年比(13)百万円

(単位：百万円)



- 金融投資** 保有銘柄一部売却等 前年比+133百万円
- 中国/越境EC** 越境EC事業売上高増加 前年比+26百万円
- 事業開発** 新規連結子会社増加、AI事業本格始動 前年比(20)百万円
- 海外マーケティング** 海外の連結子会社増加 前年比(159)百万円

(単位：百万円)



## 投資領域

## 投資先企業 (投資先の一部であり直接投資、ファンド投資含む)

### シェアリング エコノミー

物・サービス・場所などを、多くの人と共有・交換して利用する仕組み



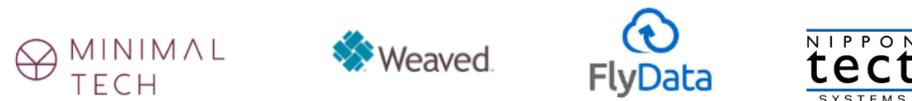
### ダイレクト トレーディング

ネットでの情報商流の短縮化により消費者の利便性を高める仕組み



### ディスラプティブ テクノロジー

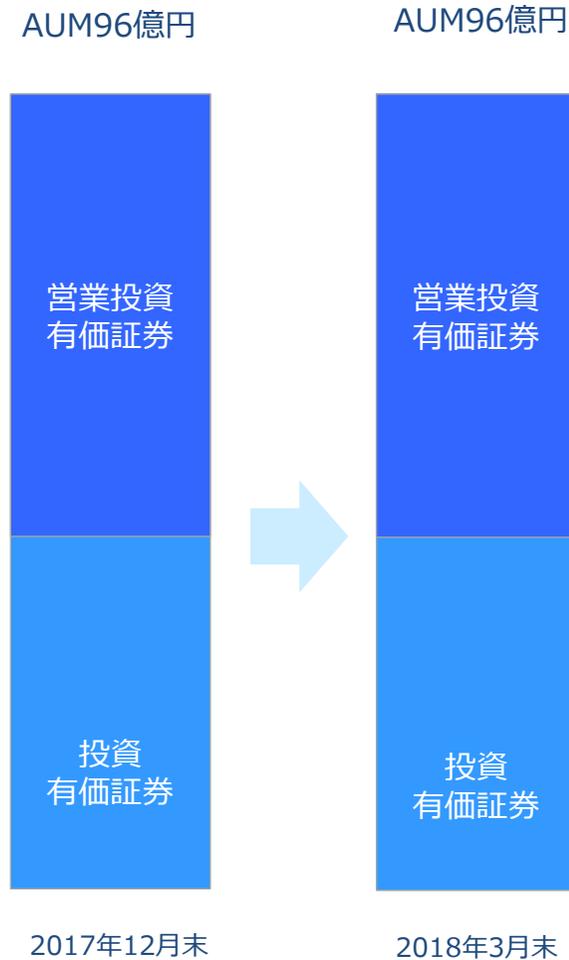
既存のマーケットと価値あるネットワークを破壊、  
価値あるネットワークを創造する技術、企業



### その他



## グループシナジー/キャピタルゲインを目的とした投資を検討



✓ ラクスル AUM 約26億円  
2018年5月31日上場予定



✓ 新たな投資先：株式会社VAZ  
(事業内容)  
インフルエンサーマーケティング事業及び非大卒者向け就職支援サービス事業



✓ 一部売却：株式会社アルム  
(事業内容)  
医療・介護モバイルICT/地域医療ネットワーク事業



## ■背景

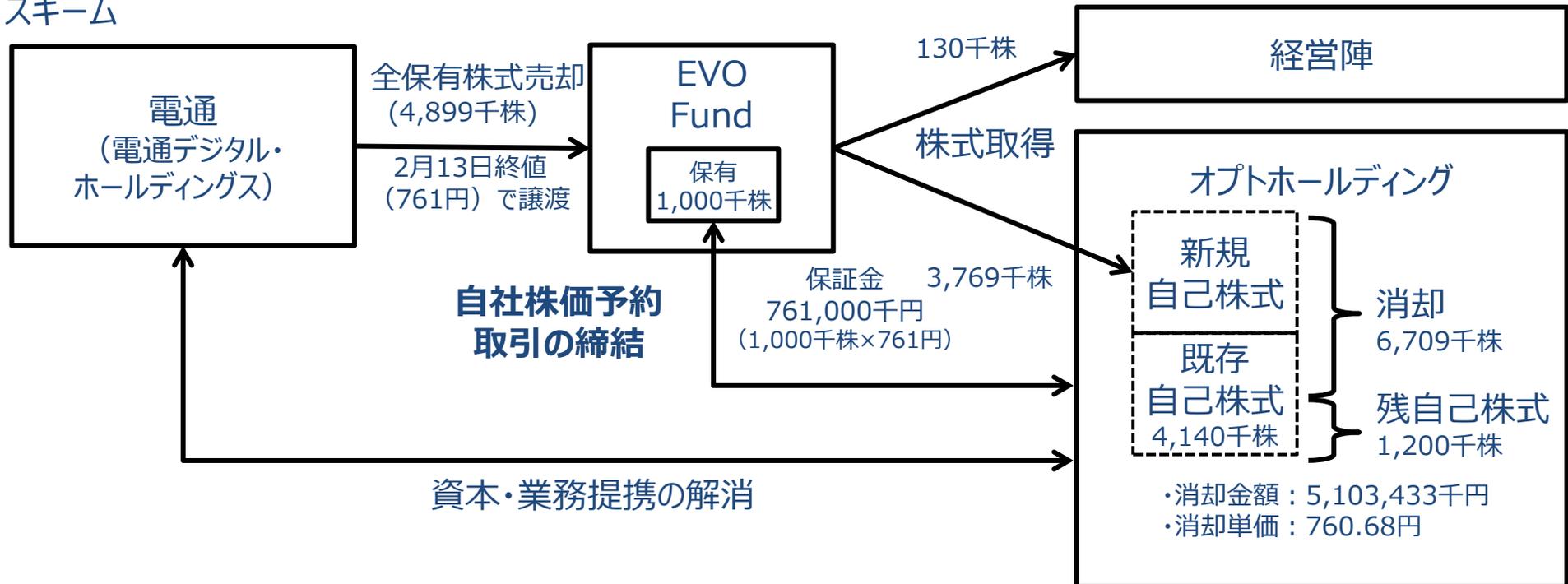
※2018年6月5日：契約に基づき適切な表現に一部修正

- 1.2017年2月13日 電通と資本・業務提携解消
- 2.電通が、保有する4,899千株の当社株式をEVOFundへ譲渡
- 3.当社が、EVOFundより3,769千株の自己株式取得。合わせて6,709千株の消却を実施
- 4.EVOFundが保有する当社株式1,000千株を対象に、EVOFundと自社株価予約取引を実施

## ■契約締結日

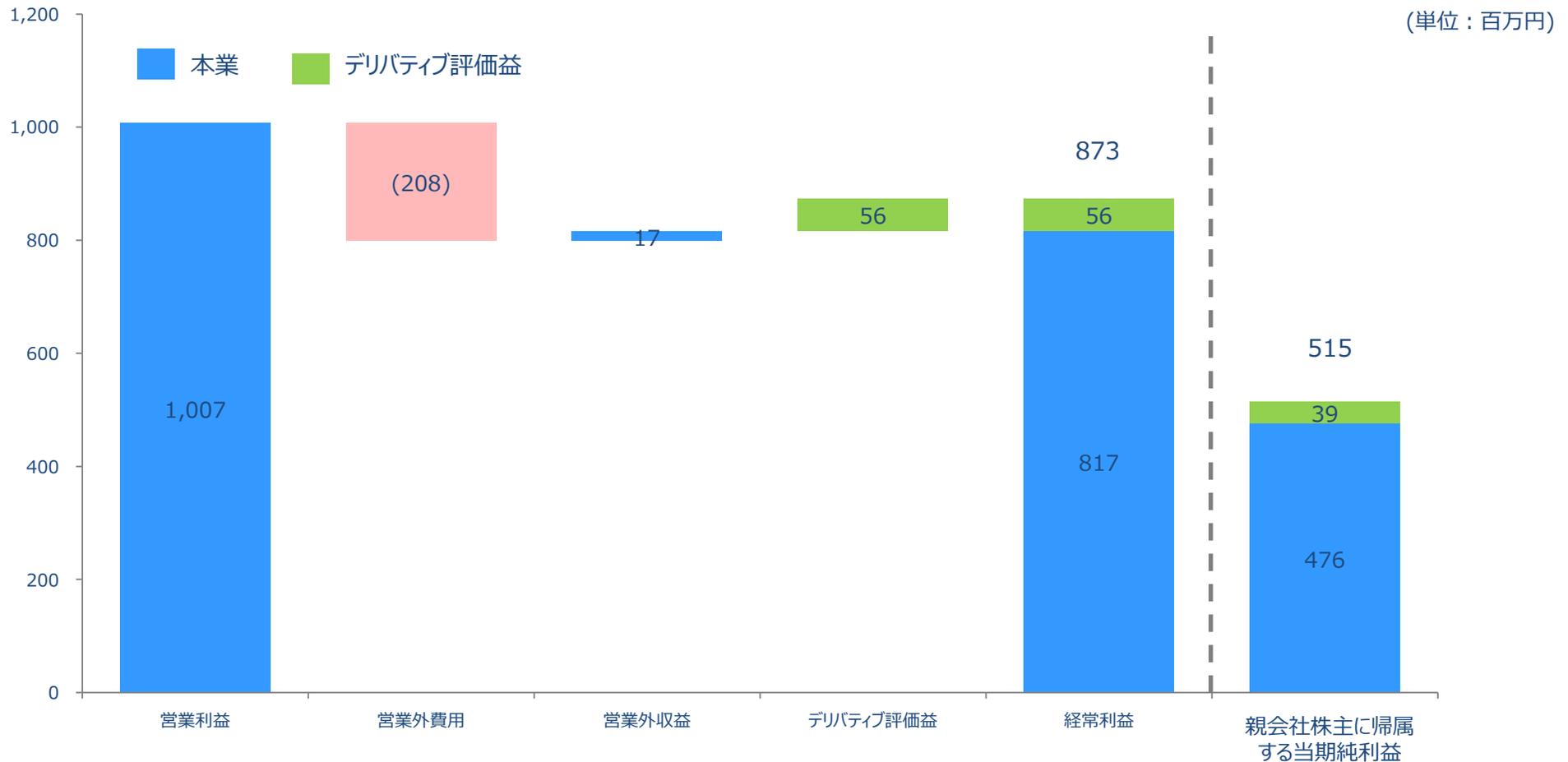
2017年2月13日（終了時基準価格計算開始日:2017年12月12日、満期日:2018年2月12日）

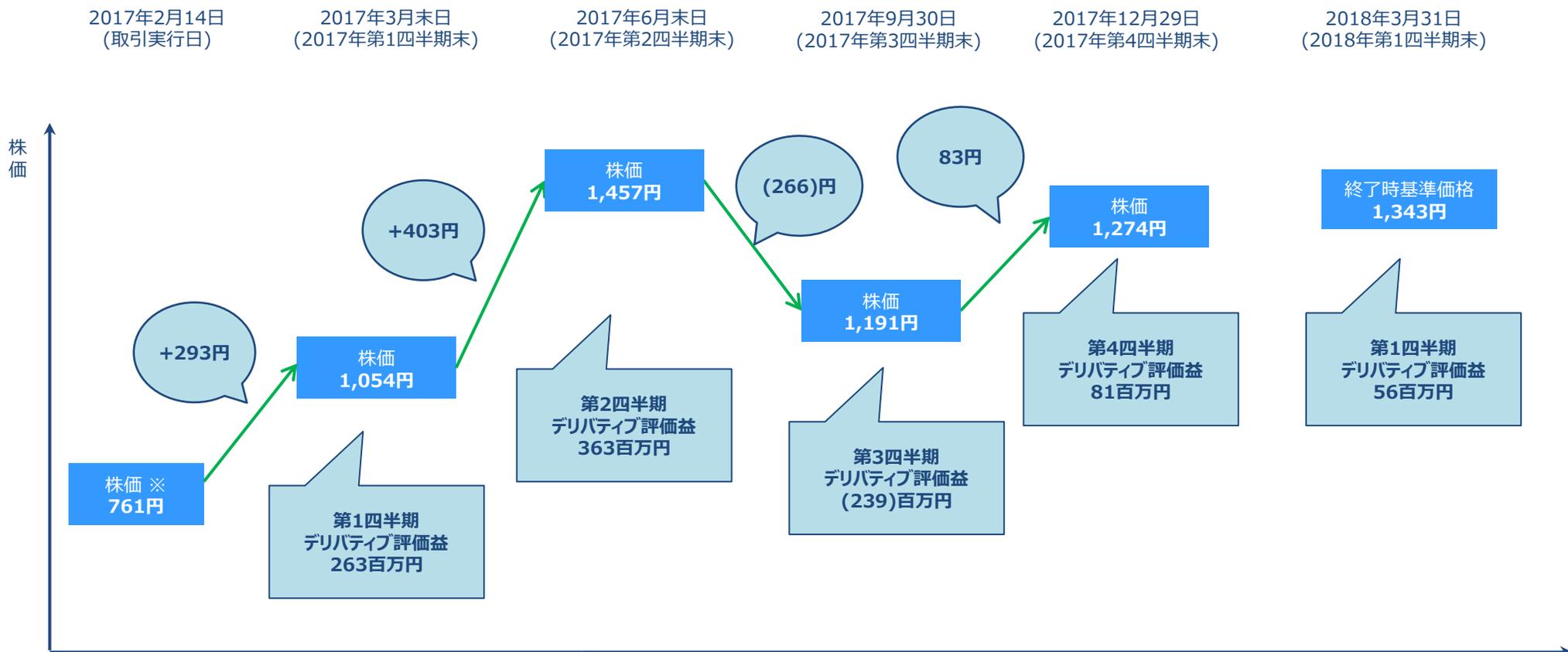
## ■スキーム



## 自社株価予約取引契約により、デリバティブ評価損益発生 2018年2月12日満期にて終了

経常利益の分解





※ 自社株価予約取引の基準価格

本資料に掲載されている情報は、当社の事業内容、経営方針・計画、財務状況等をご理解いただくことを目的として、細心の注意を払って掲載しておりますが、その正確性、完全性、有用性、安全性等について、一切保証するものではありません。

本資料に掲載されている情報は、いかなる情報も投資勧誘を目的に作成したものではありません。投資等に関する最終ご判断は、利用者ご自身の責任において行われるようお願いいたします。なお、本情報を参考・利用して行った投資等の一切の取引の結果につきましては、当社では一切責任を負いません。

本資料に掲載されている情報のうち、過去または現在の事実以外のものについては、現時点で入手可能な情報に基づいた当社の判断による将来の見通しであり、様々なリスクや不確定要素を含んでおります。したがって、実際に公表される業績等はこれら種々の要因によって変動する可能性があることをご承知おきください。



# ***THE LEADER in DIGITAL SHIFT***

～デジタル産業革命を「支援・牽引・創造」～