

**2024年3月期第3四半期
決算説明資料**

2024.2.8



C O V E R

つくろう。 世界が愛するカルチャーを。


個性の光るクリエイターが集まり、その表現力を発揮できる舞台を。

先端技術を注ぎ、クオリティにこだわり抜いた新体験を。

国境を超え、世代さえも超えて、

愛される二次元エンターテインメントをつくる。

ただ、そのために、私たちは挑戦をつづけます。



2024年3月期第3四半期 決算概況

決算ハイライト 2024年3月期Q3のサマリー①

2024年3月期Q3業績(累計)

売上高 **19,225**百万円

(前年同期比+50.2%)

売上総利益 **9,123**百万円

(前年同期比+58.9%)

営業利益 **3,491**百万円

(前年同期比+101.3%)

純利益 **2,625**百万円

(前年同期比+104.9%)

IP指標

YouTube総ch登録数^{※1}

8,625万

(2023年12月末時点)

在籍VTuber数^{※2}

86名

(2023年12月末時点)

在籍VTuberあたり年間収益^{※3}

312百万円

(2023年1月～2023年12月)

※1：2023年12月31日時点の各VTuber及び公式のYouTubeチャンネルより集計

※2：chを共有しているフワフワ・アビスガードとモココ・アビスガードについては併せて1名とみなし集計

※3：当該期間の売上高を2023年12月末の在籍VTuber数で除して算出

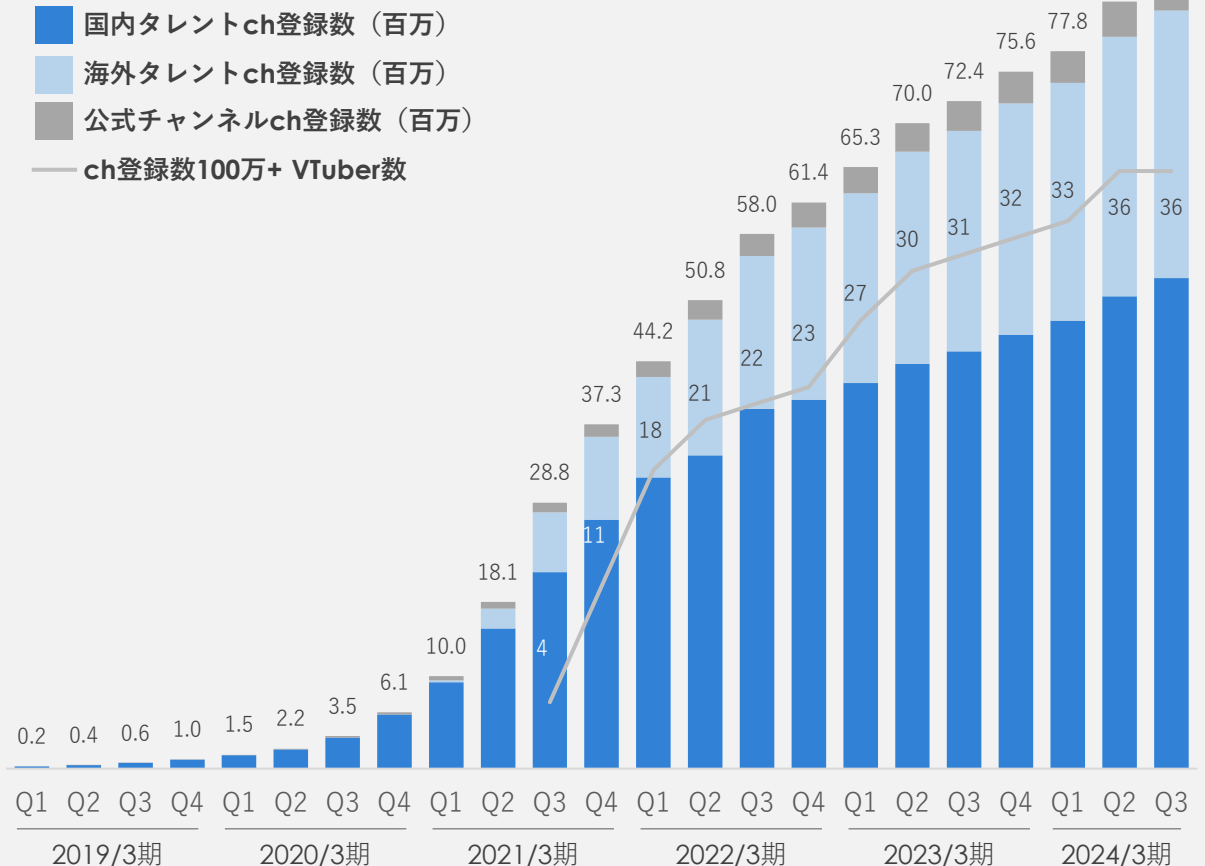
決算ハイライト 2024年3月期Q3のサマリー②

百万円	2023/3期 Q3	2024/3期 Q3	前年同期比
売上高	5,010	6,949	+38.7%
配信/コンテンツ	1,575	2,038	+29.4%
ライブ/イベント	466	953	+104.8%
マーチャндаイジング	2,090	2,701	+29.2%
ライセンス/タイアップ	878	1,254	+42.9%
売上総利益	2,373	3,157	+33.0%
営業利益	856	1,186	+38.5%
四半期純利益	629	968	+53.7%

ファン数拡大の状況

音楽活動を通じた多面的なメディア露出や海外及び国内におけるイベント出展等により、各地域での当社IPの認知拡大を推進

■ ch登録数／登録数100万+ VTuber数推移 ※1



■ 地域別タレントch登録数(2023年12月末時点)

日本	5,321万人 (前年同月比+17.6%)
海外	2,902万人 (前年同月比+21.4%)
海外内訳	
英語圏	1,951万人 (前年同月比+24.3%)
インドネシア	951万人 (前年同月比+15.9%)

※1: YouTubeチャンネル登録数

海外タレントの活躍

Q2期間にデビューした英語圏女性ユニット「Advent」のファン獲得は堅調に推移。
Q3期間には新規英語圏男性ユニット「ARMIS」もデビューし、海外ファン層の拡大を推進

■ ホロライブEN 「Advent」



2023年7月26日にデビューし、12月末時点でユニットでの総チャンネル登録数は約220万となる。

■ ホロスターズEN 「ARMIS」



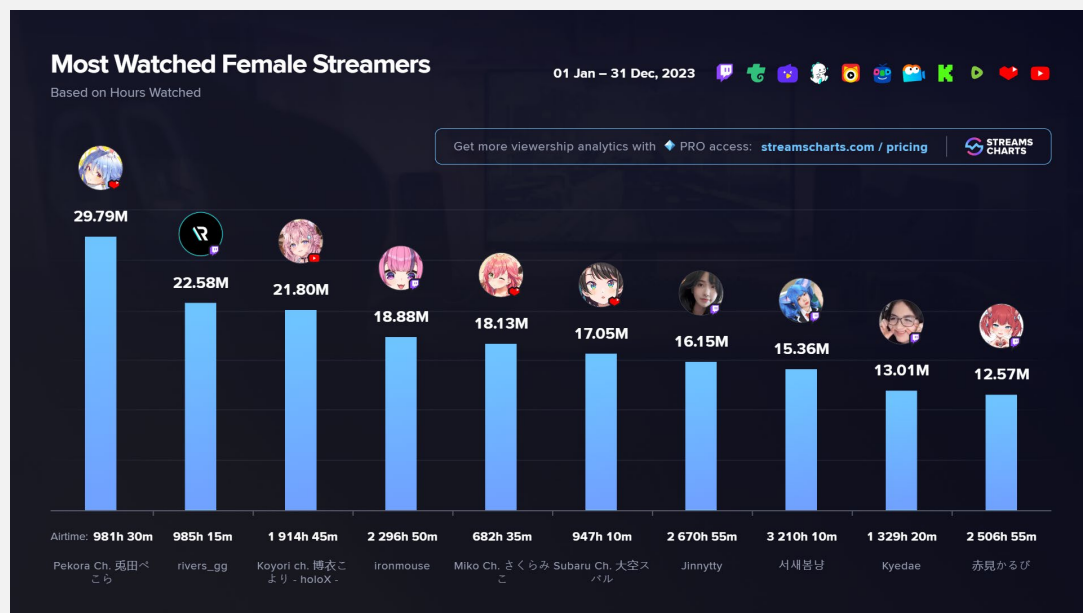
2023年11月16日デビュー発表。
ホロスターズENのタレント数は10名まで拡大し、主に英語圏での認知拡大を進行中。

既存タレントの躍進

年間を通じた多様なコンテンツ配信や多面的な露出拡大により、
既存タレントも大きく躍進

■ 兎田ぺこらが、2023女性ストリーマーランキングで世界1位

■ 宝鐘マリンが、301万登録を突破し日本一に



※ 出典：Stream Charts “Most Popular Female Streamers in 2023”

Stream Charts社が発表した2023年の女性配信者の視聴時間ランキングにおいて、弊社所属の「兎田ぺこら」が世界1位となる。また、3位に「博衣こより」、5位に「さくらみこ」、6位に「大空スバル」がランクイン。



2024年1月にYouTube登録数300万を突破。同1月末時点での登録数は303万となり、日本のVTuberの登録者ランキングにおいて1位となった。

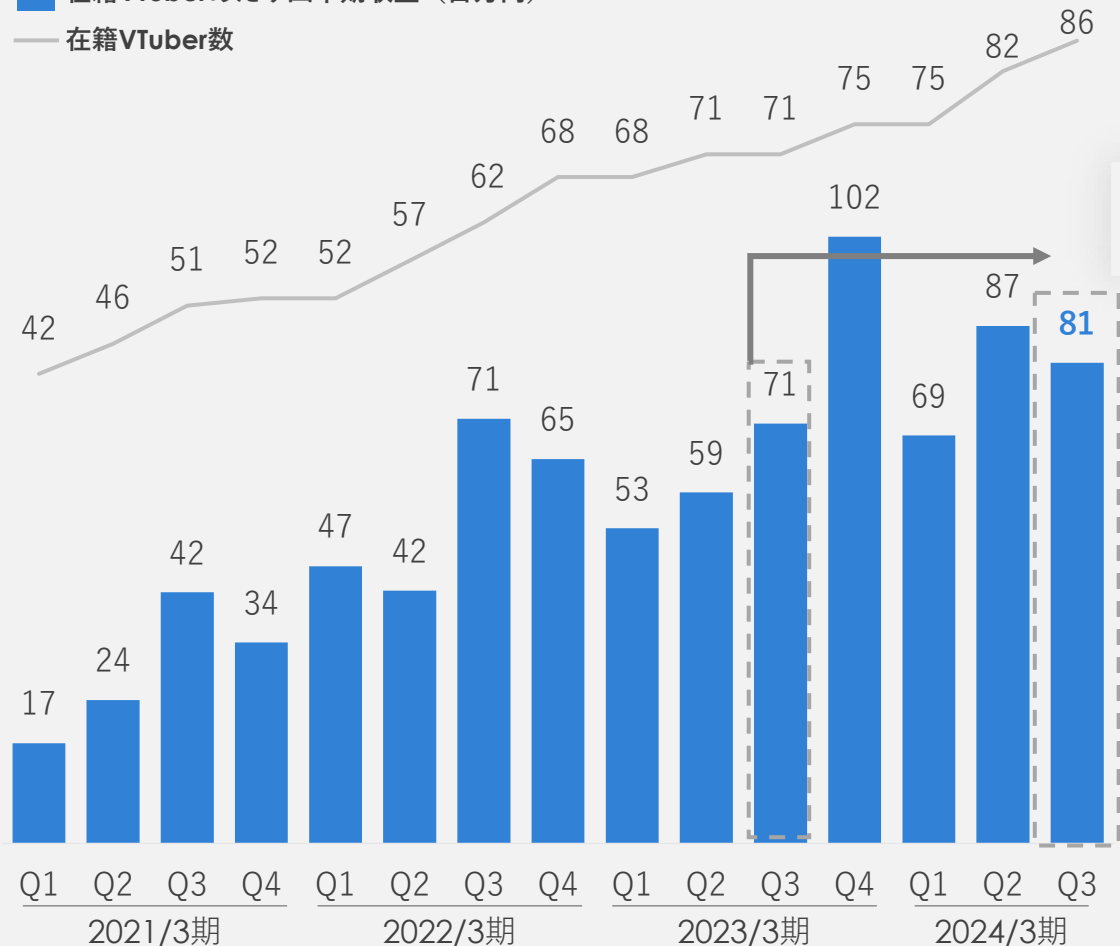
VTuberあたり収益の状況

Q3期間においても、コマース領域の継続的な成長を背景として、VTuberあたりの付加価値が上昇

■ 在籍VTuberあたり四半期収益※1、在籍VTuber数※2

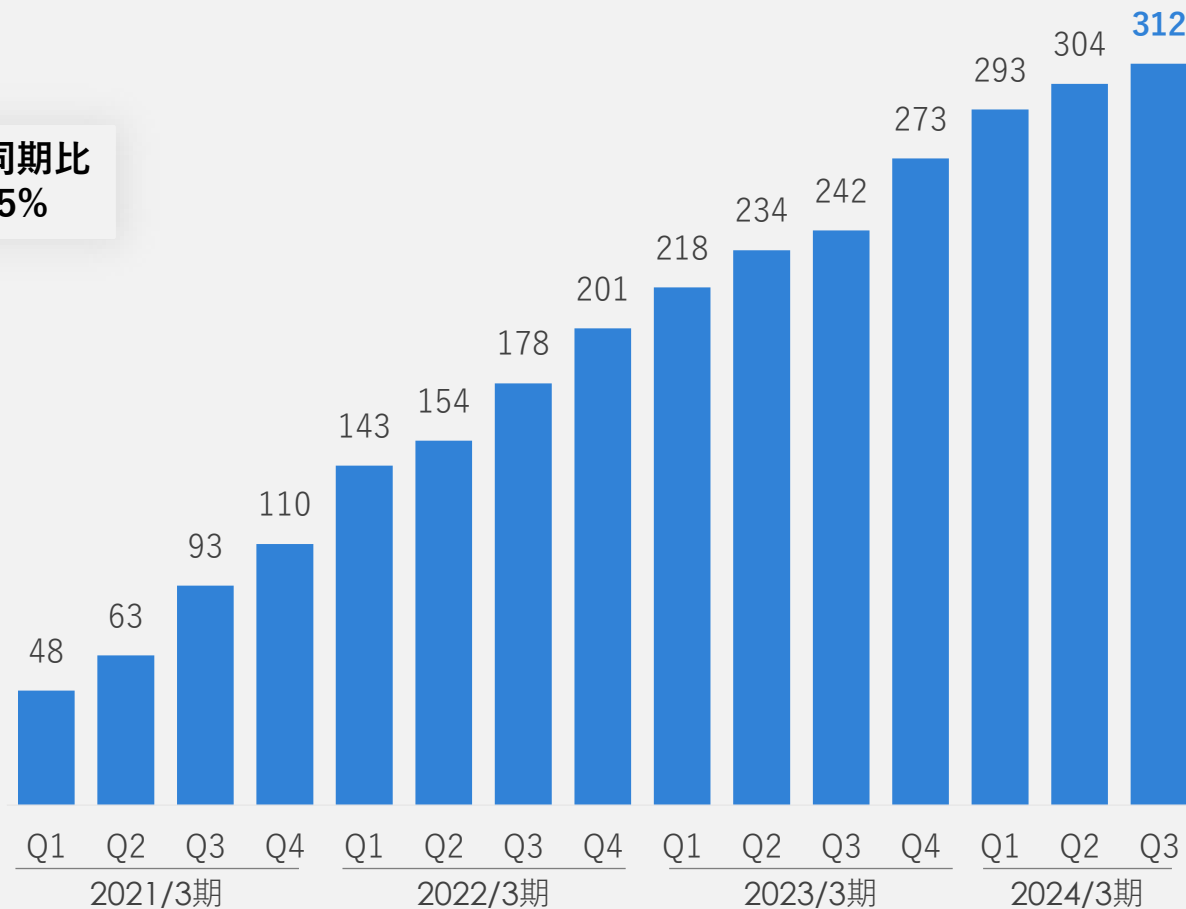
■ 在籍VTuberあたり四半期収益（百万円）

— 在籍VTuber数



■ 在籍VTuberあたり年間収益※3

(百万円)



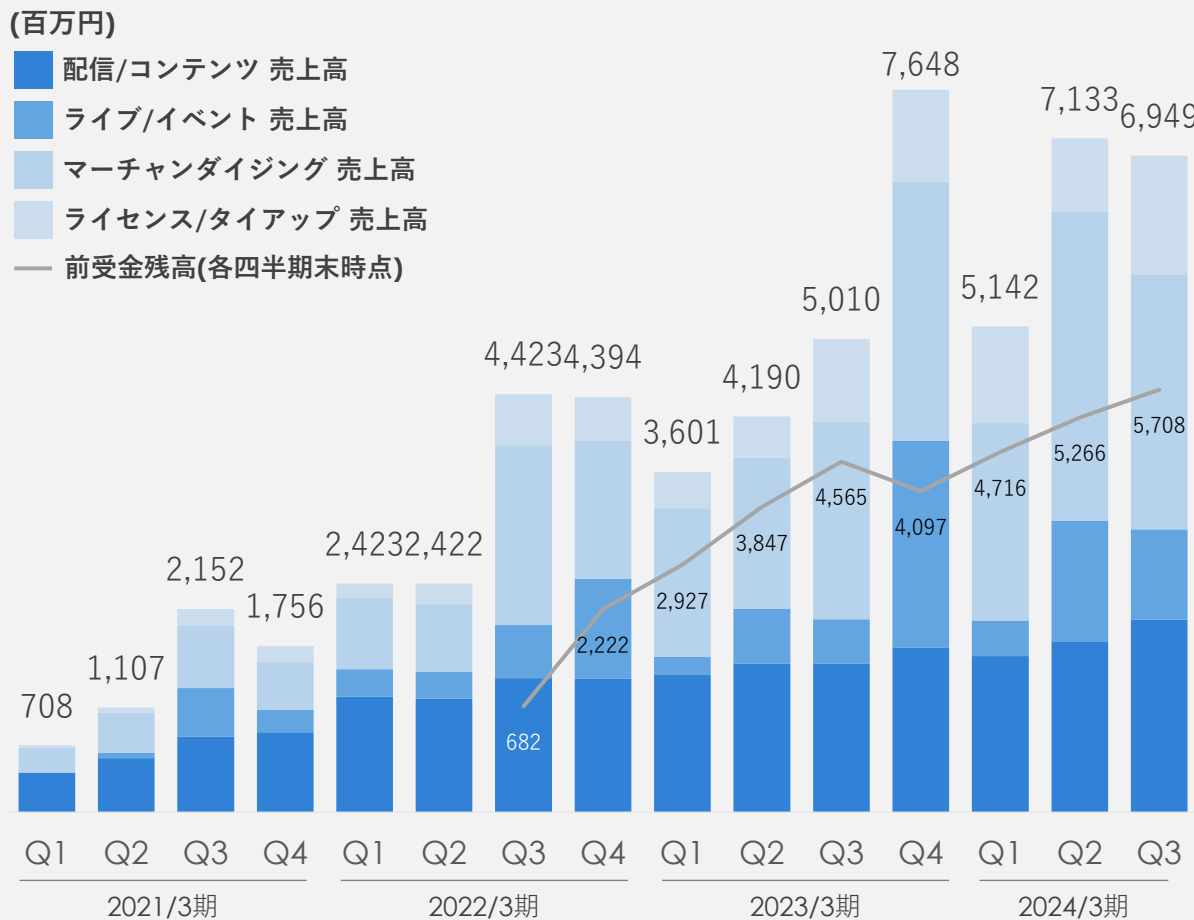
※1：各四半期の売上高を各四半期末の在籍VTuber数で除して算出

※2：chを共有しているフワフワ・アビスガードとモココ・アビスガードについては併せて1名とみなし集計

※3：当該四半期から直近4四半期分の年間売上高を当該四半期末の在籍VTuber数で除して算出

売上高の推移

Q3期間では、マーチャндаイジングにおける年末要因の出荷遅延の影響がみられた一方で、ライセンス/タイアップやライブ/イベントが好調な推移となったことから、前年同期比+38.7%の成長を記録



■ ライセンス/タイアップ及びライブ/イベント分野の好調

- ライセンス/タイアップ分野では案件数及び単価上昇が寄与
- ライブ/イベント分野では、タレントソロライブ2件と年末の有料コンサート配信1件の好調等が寄与

■ 受注販売商品および大型イベントによる季節性

- 受注商品は受注時点で決済金を前受金としてBS計上し、3~6か月程度後の発送時点でPL上の売上高として計上
- 受注商品はタレントのアニバーサリー等の記念日商品が多く、現状では売上高がQ3~Q4に立ちやすい
- 本Q3期間においては、年末要因の出荷遅延が確認されたものの、引き続き前受金残高は堅調に推移
- これまでのQ4には大型イベントを実施しているため、他の四半期よりも収益規模が大きい

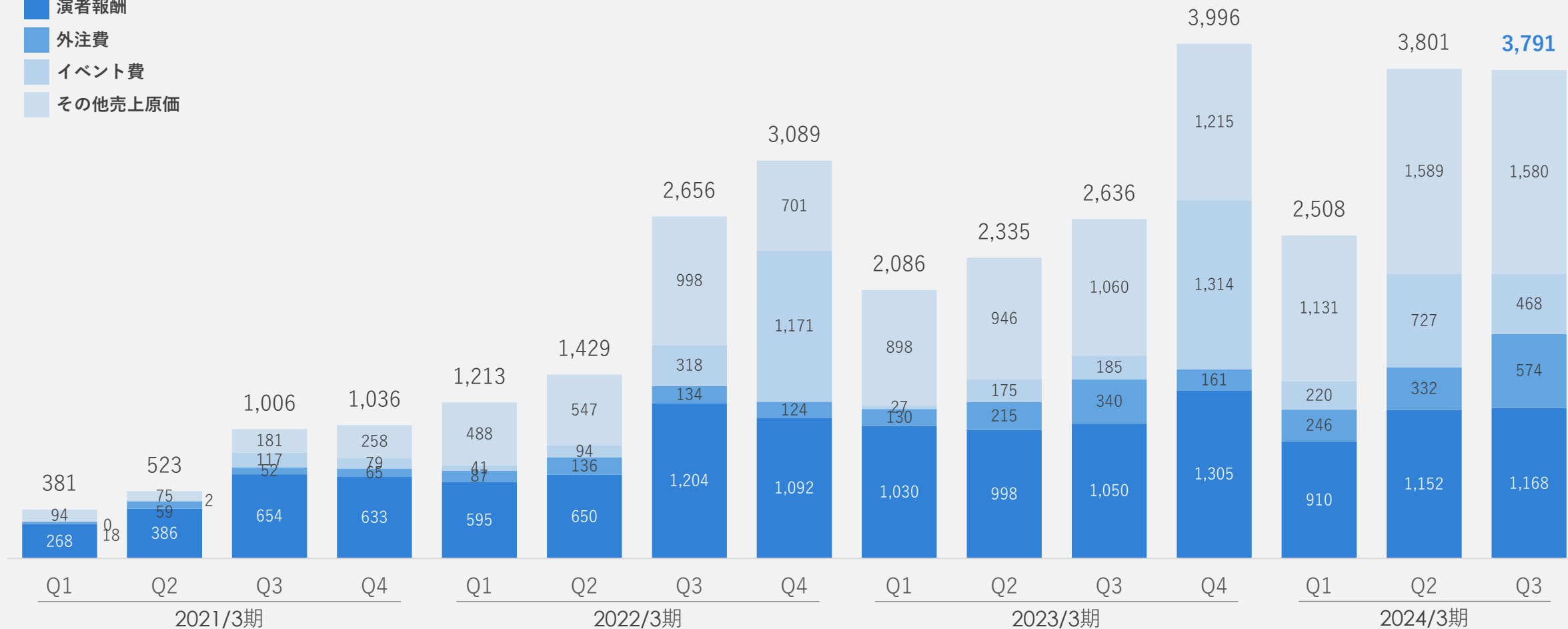
※1 サービス別の四半期売上高の内訳についてはAppendixに記載
 ※2 前受金数値は、現行EC体制となった2022/3期Q3以降の数値を記載

コスト推移（売上原価）

Q3はコンテンツ制作に伴う一時的な外注費の増加及び年末の出荷遅延分を含む製造原価の増加が見られた一方で、Q2対比でイベント費が減少

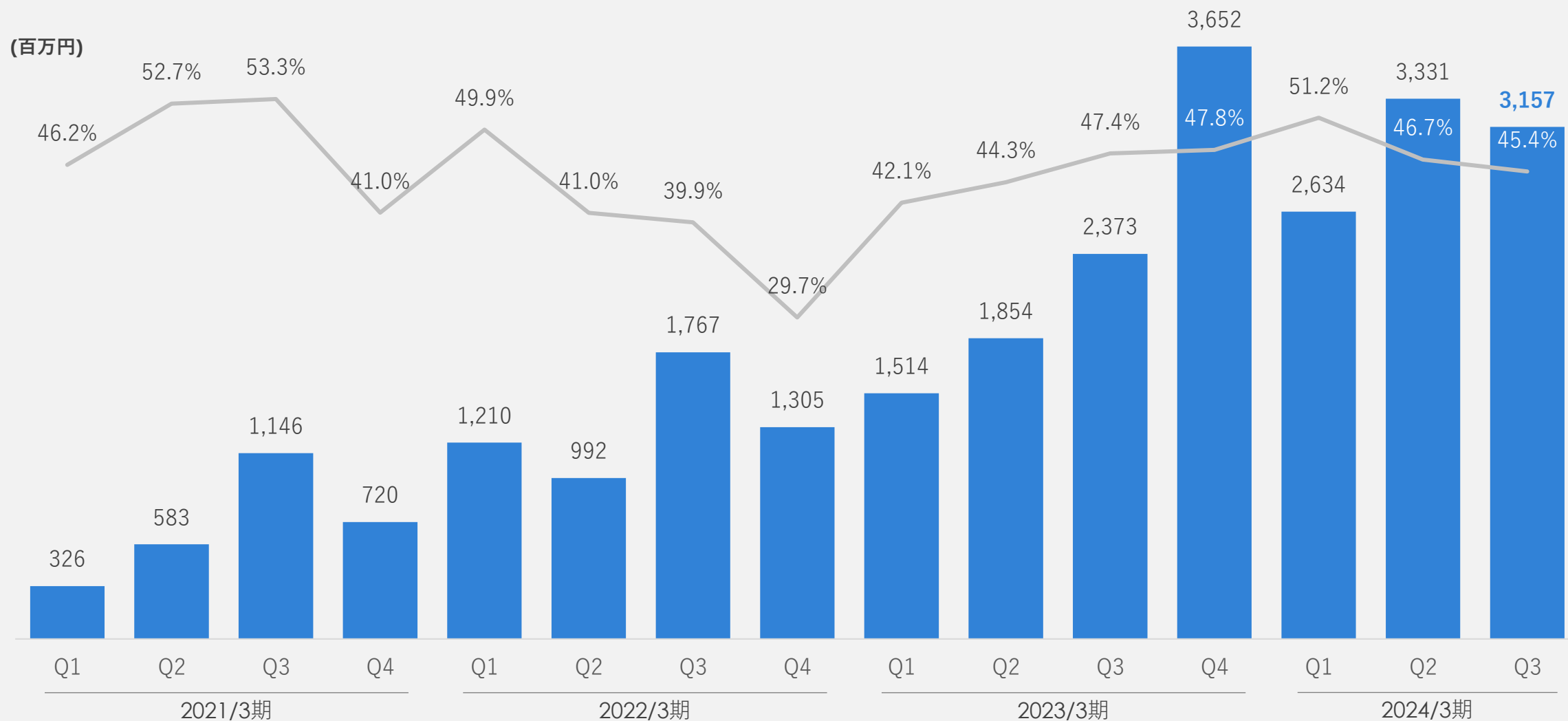
(百万円)

- 演者報酬
- 外注費
- イベント費
- その他売上原価



売上総利益及び売上総利益率の推移

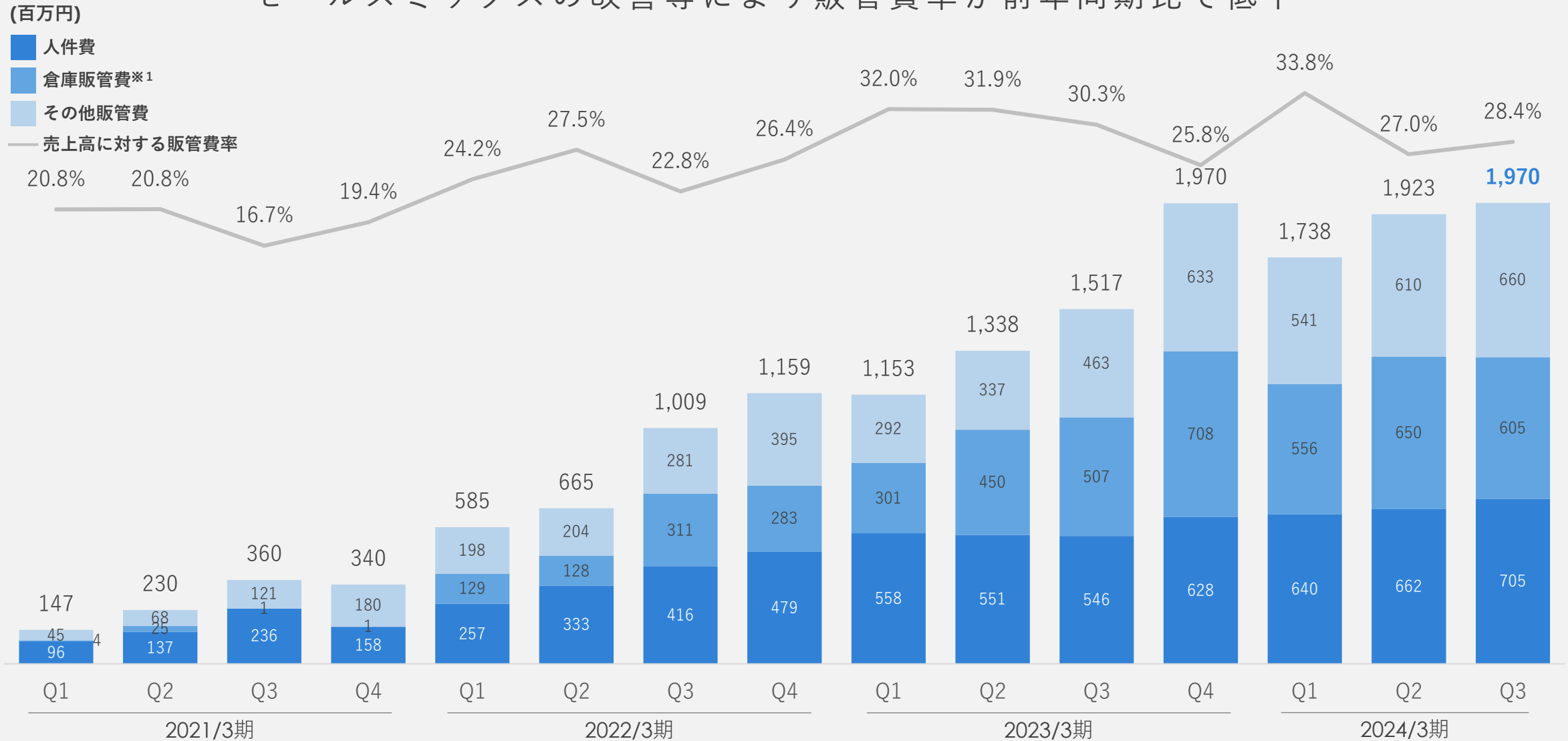
Q3は、一時的要因による原価上昇が見られた一方で、粗利水準が前年同期比33.0%上昇



※1：MDとは、マーチャンダイジングの略

コスト推移（販管費および販管費率）

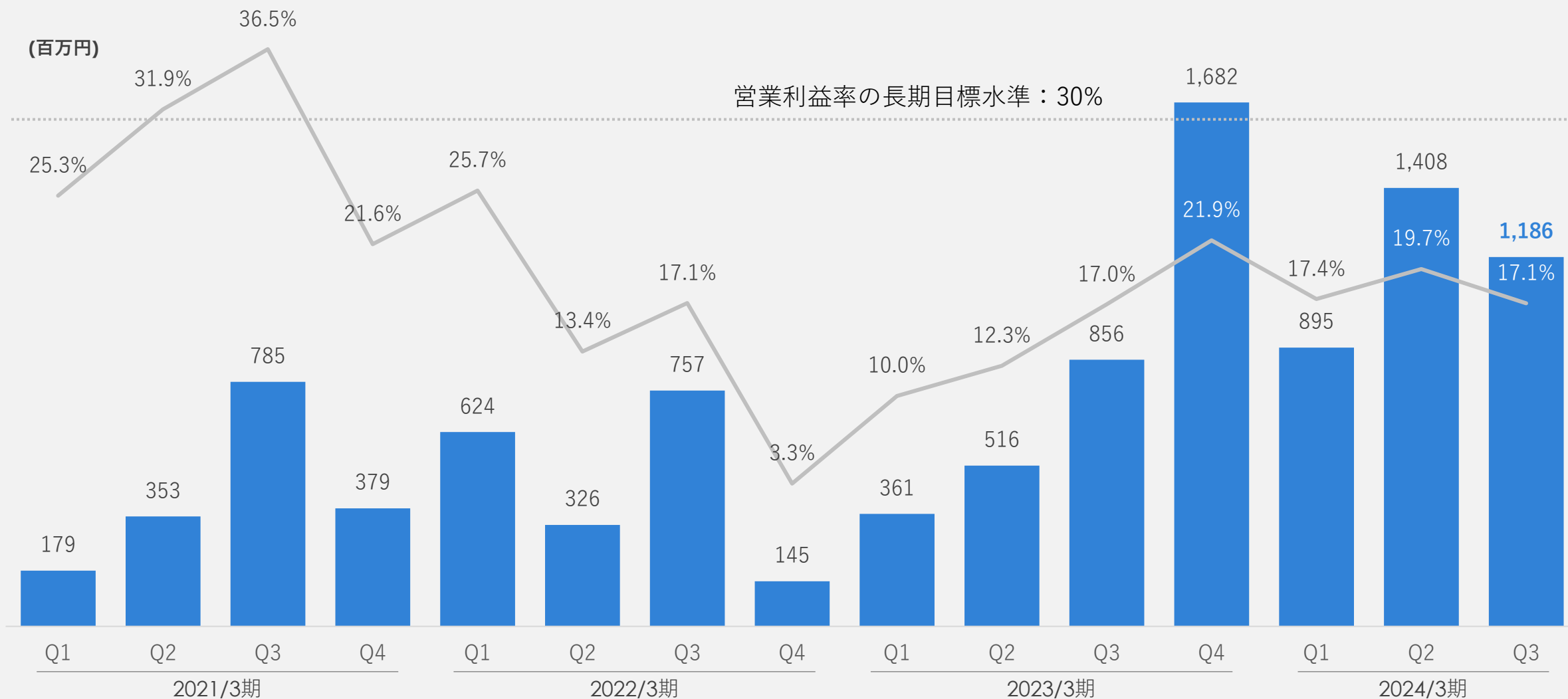
組織拡充に伴い、人件費等の固定費が微増となっている一方で、セールの改善等により販管費率が前年同期比で低下



※1：物流・販売手数料等のECに係る販管費を含む

営業利益及び営業利益率の推移

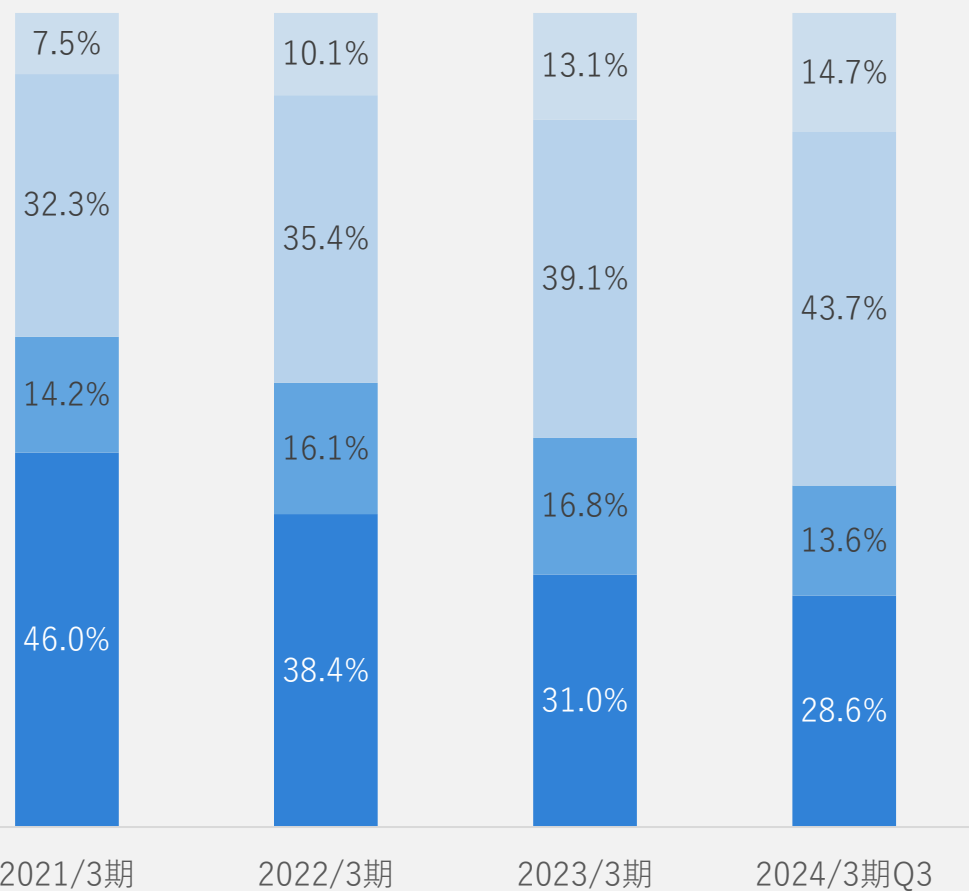
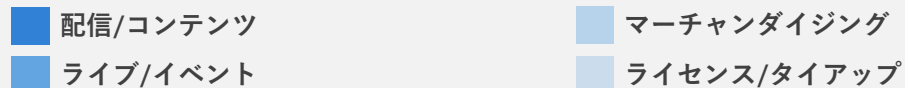
年末の商品出荷遅延を受けた収益計上の期ずれ等により、営業利益率が一時的に調整している一方で、ライセンス/タイアップ分野の好調等により、営業利益水準は前年同期比38.5%増加



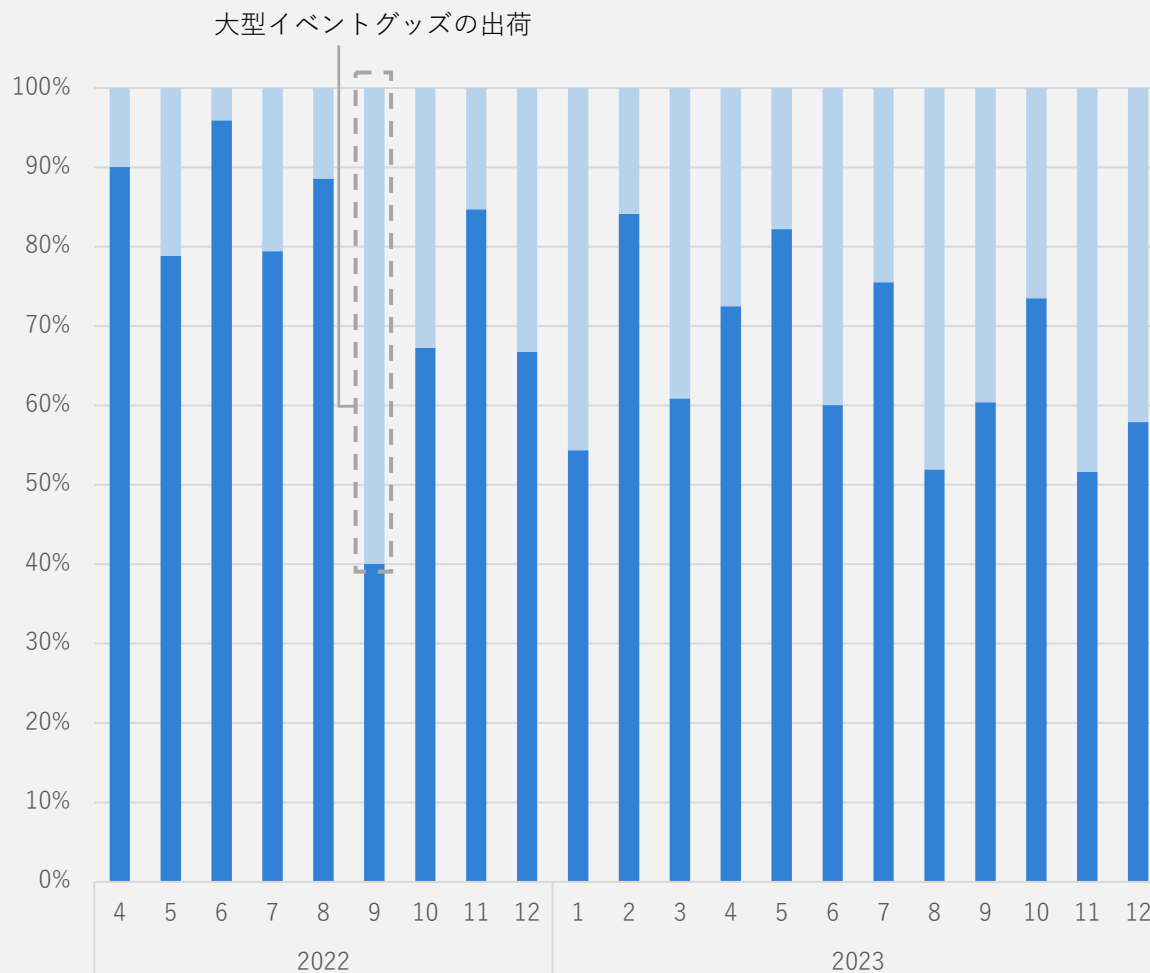
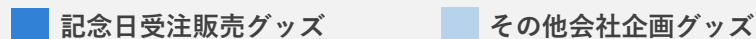
サービスミックス及びプロダクトミックスの概観

引き続き、売上高全体に占めるコマース領域の構成比が増加。
商品ラインナップの多様化によるプロダクトミックスの改善も進捗

■ サービス別売上高比率



■ 当社EC等※1における各プロダクト毎の月次売上比率の推移



※1: 「ホロライブプロダクション公式ショップ」およびGeek Jackでの販売分を含む

商品ラインナップの多様化について

多様な顧客ニーズ、価格帯、販売チャンネルに合わせて商品ラインナップを拡充することにより、顧客のIP接触機会の増加も企図

■ Situation hololive



様々なシチュエーションに合わせた衣装をまとったタレントのグッズを展開する「Situation hololive」を開始。まずは、「A Fun Day Out! Series (楽しいお出かけシリーズ)」をテーマに、vol.2まで発売中。

■ ホロライブこれくしょん



公式ミニフィギュアブランド「ホロライブこれくしょん」が新たに展開。第1弾には、「ホロライブEnglish -Myth-」をデフォルメ化した”Smol”が登場。

ライセンス/タイアップ案件の拡大

IPの影響力拡大に伴い、近接業種以外の企業による広告活用事例が増加

■モスバーガータイアップCMがコンクール入選



モスバーガーの「月見フォカッチャ」と、星街すいせい、TAKU INOUEの音楽プロジェクト「Midnight Grand Orchestra」によるコラボCMが、2023年度ACCブランデッド・コミュニケーション部門においてファイナリストに入選

■「日清焼そばU.F.O.」×「ラプラス・ダークネス」



「日清焼そばU.F.O.」とのコラボ企画「その濃さに刮目せよ! Yes My Dark-Sauce!」キャンペーンとして、コラボ配信、コラボ楽曲MVの公開、オンラインソロライブの開催をはじめ、店頭キャンペーンの実施など多面的なコラボを実施。

2024年3月期業績予想の修正について

当社IPの影響力拡大を背景とした集客増を受けて売上高が堅調に推移していることに加え、セールスマックス及びプロダクトミックスの改善が構造的な利益向上に寄与

百万円	参考		修正後業績予想(2024年2月公表)		
	2023/3期 通期実績	2024/3期 当初予想 (2023年5月公表)	2024/3期 修正後予想	増減額 (当初予想比)	増減率 (当初予想比)
売上高	20,451	26,562	28,471	+1,908	+7.2%
営業利益	3,417	4,650	5,233	+582	+12.5%
対売上高比率	16%	17%	18%	-	-
経常利益	3,385	4,623	5,219	+596	+12.9%
対売上高比率	16%	17%	18%	-	-
純利益	2,508	3,236	3,882	+646	+20.0%
対売上高比率	12%	12%	13%	-	-

事業の進捗及び見通し

2024年3月期業績予想の進捗について

2024年3月期 業績予想

売上高 **28,471**百万円

(進捗率 67.5%)

営業利益 **5,233**百万円

(進捗率 66.7%)

経常利益 **5,219**百万円

(進捗率 66.6%)

純利益 **3,882**百万円

(進捗率 67.6%)

■ 楽曲展開による認知拡大

- 星街すいせいと宝鐘マリンの楽曲が、DAMカラオケランキングアワードにて、それぞれ「VTuber楽曲TOP10」、「DAMセレクト！SNS人気楽曲」の部門別1位を受賞
- 宝鐘マリンがフジテレビ系音楽番組「FNS歌謡祭」に出演

■ 海外展開の拡大

- 米SNS「Reddit」において、ホロライブプロダクションの公式subredditが登録者100万人を突破
- ハコス・ベールズがVRChatのナビゲーターに就任

■ 小売店販路及びライセンス商品販売の拡大

- 常闇トワの初のソロコンサート「Break your xxx」に合わせ、韓国ソウルにてライブビューイングパーティー&ポップアップストアが開催
- 台湾、シンガポールでのコラボカフェを開催

■ 研究開発の進捗

- ホロアースでは、12月にテストバージョンの機能拡充を実施
- 自社開発アプリ「ホロプラス」と配信コンテンツの連動企画や二次創作ゲームプロジェクト「holo Indie」によりコミュニティの拡大を企図

楽曲展開による認知の拡大

音楽を媒介として、YouTube外の一般認知も着実に拡大

■ 宝鐘マリンがFNS歌謡祭に出演



2023年12月13日放送のフジテレビ系音楽特番「FNS歌謡祭」に、「宝鐘マリン」が出演。オリジナル楽曲「美少女無罪♡パイレーツ」を披露し、VTuberとして初となる同番組出演を果たす。

■ 星街すいせいと宝鐘マリンが、DAMカラオケランキングアワードにて、部門別1位を受賞

「DAMセレクト！SNS人楽曲」

順位	曲名	歌手名
1	美少女無罪パイレーツ	宝鐘マリン
2	ファジーナブル	Conton Candy
3	強風オールバック	ゆこび
4	オトナブルー	新しい学校のリーダーズ
5	トウキョウ・シャンディ・ランデヴ	MAISONdes
6	Baby You	有華
7	貴方の恋人になりたい	チューチューメイ
8	酔いどれ知らず	Kanaria
9	NIGHT DANCER	imase
10	Burning Friday Night	Lucky Killimanjaro

「VTuber楽曲TOP10」

順位	曲名	歌手名
1	Stellar Stellar	星街すいせい
2	I'm Your Treasure Box *あなたは マリンせんちょうを たからばこからみつけた。	宝鐘マリン
3	美少女無罪パイレーツ	宝鐘マリン
4	Virtual to LIVE	にじさんじ (骨ノ美鳥、静流、緑口桃、える、桐原刀也、森中花咲、シスター・クレア、緑仙、ドーラ、本間ひまわり、霞見リオン、ジョー・カー)
5	ブラッディ・グルービー	にじさんじ [ChronoR (特、黒葉)]
6	Ahoy!! 我ら宝鐘海賊団	宝鐘マリン
7	食虫植物	理芽
8	灼熱にて純情(wii-wii-woo)	星街すいせい
9	#あくあ色ぱれっと	深あくあ
10	みちづれ	星街すいせい

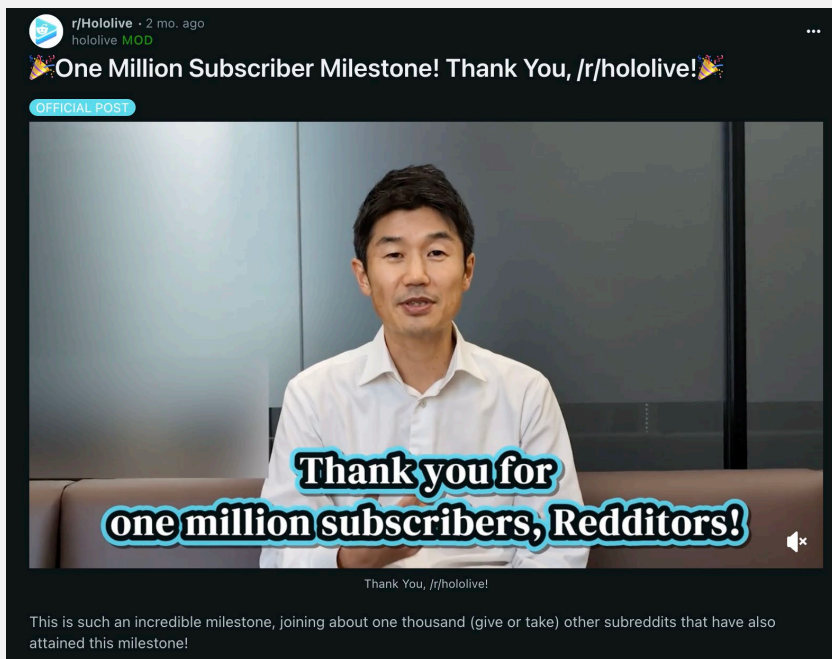
※ 出典：2023年DAM年間カラオケランキング

第一興商が主催する「DAM カラオケランキングアワード 2023」にて、星街すいせいの「stellar stellar」が、「VTuber楽曲TOP10」の1位となり、宝鐘マリンの「美少女無罪♡パイレーツ」が「DAMセレクト！SNS人楽曲」で1位を受賞。

海外展開の拡大

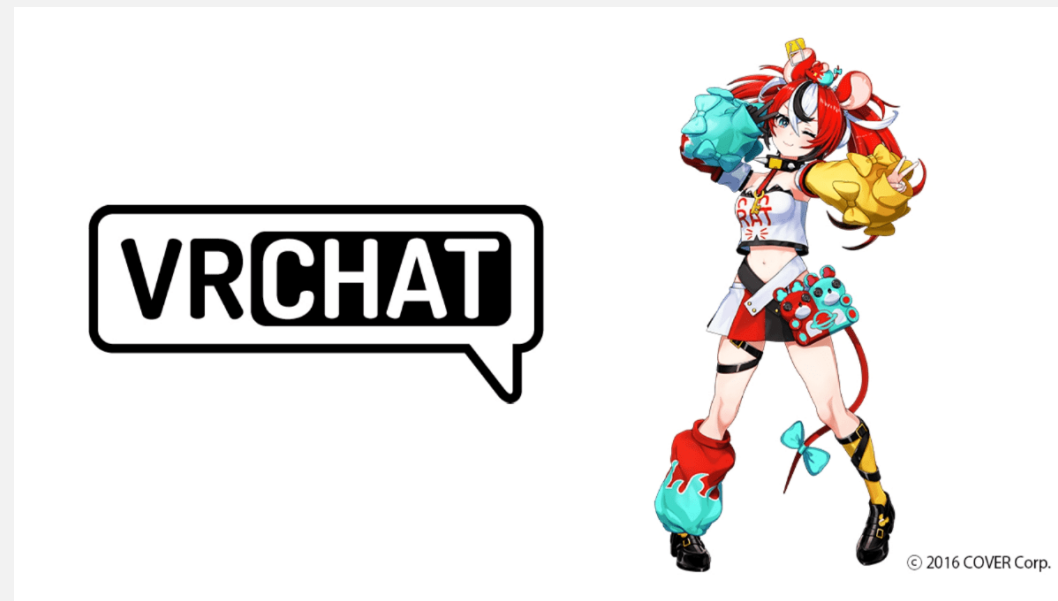
海外オンラインコミュニティの盛り上げや、各国へのイベント出展等により、
現地に根ざしたプロモーションを展開

■ 米SNS「Reddit」での登録者数が100万人突破



米SNS「Reddit」において、ホロライブプロダクションの公式 subredditが登録者100万人を突破。

■ ハコス・ベールズがVRChatのナビゲーターに就任



2023年10月26日に、「VRChat」を運営する米VRChat社のバーチャル・ナビゲーターに、ハコス・ベールズが就任。
北米東海岸最大級のアニメイベント「Anime NYC」では、スペシャル配信を実施。

小売店販路およびライセンス商品販売の拡大

EC以外の商品販路の拡充により、広範な顧客層へのマーケティングを実施

■ 韓国でのライブビューイング



韓国ソウルにて、常闇トワの初のソロコンサート「Break your xxx」のライブビューイングパーティー&ポップアップストアが開催。

■ 台湾・シンガポールでのコラボカフェ展開



2023年10月に、FANFANS CAFÉとのコラボを台湾にて開催したほか、2023年11月には、ホロライブプロダクションとANIPLUSのシンガポールコラボカフェ第2弾が開催。

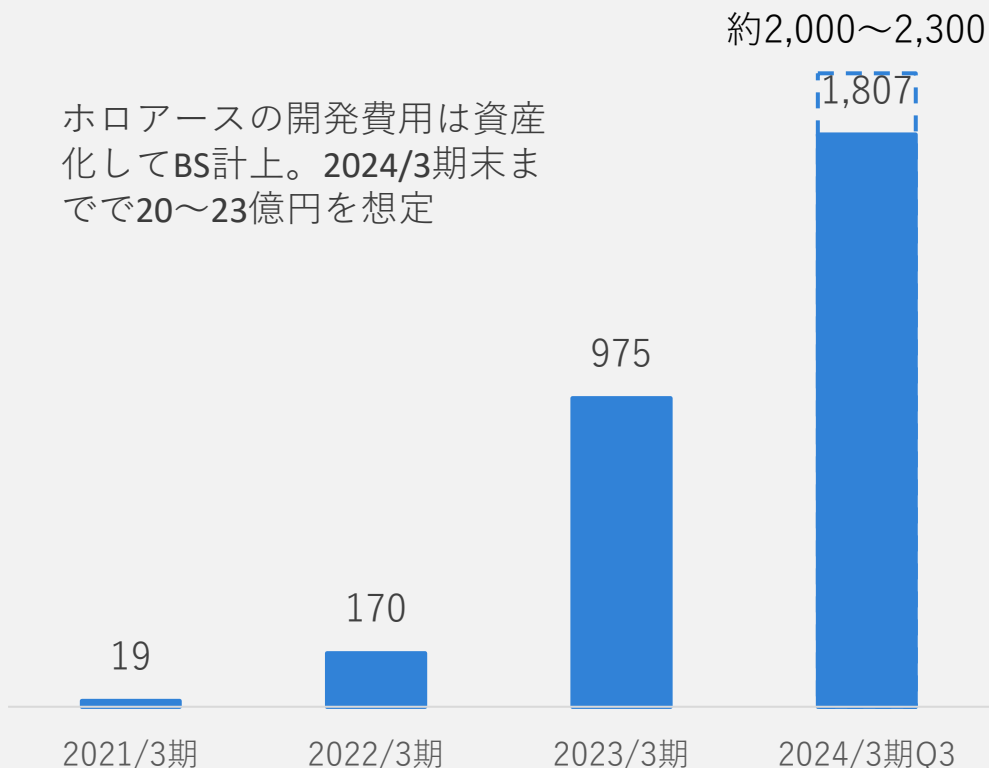
研究開発の進捗①

メタバース・サービス「ホロアース」では、年末にテストバージョンの機能拡充を実施

■ ソフトウェア仮勘定の推移

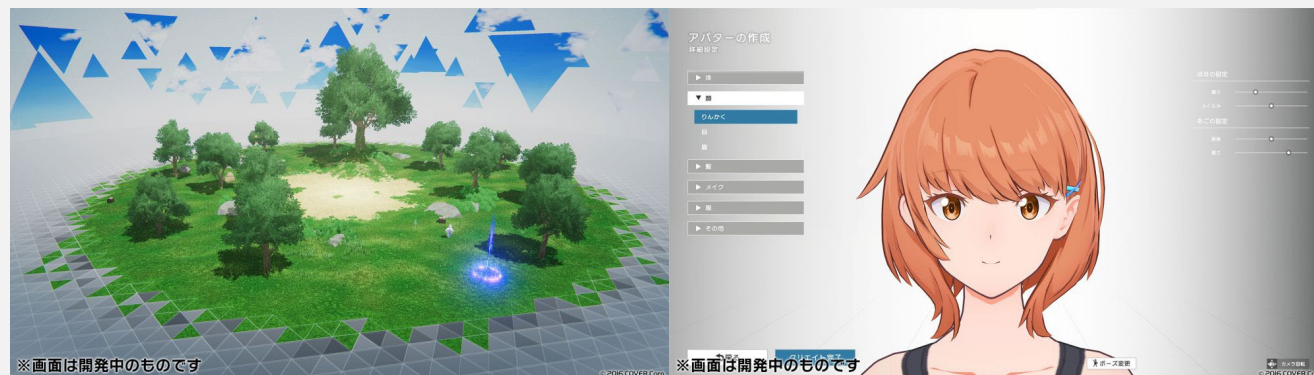
(百万円)

ホロアースの開発費用は資産化してBS計上。2024/3期末までで20～23億円を想定



※ ソフトウェア仮勘定には、メタバース関連以外のソフトウェア資産も含む

■ ホロアースの開発進捗



2023年12月14日にアップデートを公開

- サンドボックス機能の追加
 - 開発中のサンドボックスゲームの一部機能をテストプレイできる「シミュレーションルーム」を期間限定で追加
- アバタークリエイト機能の追加
 - アバタークリエイト機能のテストバージョンを公開し、作成したアバターを用いてホロアース内で行動可能。

研究開発の進捗②

UGCの推進施策や自社プラットフォームと配信コンテンツの連動による
コミュニティ全体の拡大を企図

■ 二次創作ゲームの推進「holo Indie」



2023年11月に、二次創作ガイドラインを更新し、新たに二次創作ゲームに関するガイドラインを公開。
合わせて、二次創作ゲーム向けのゲームブランド「holo Indie」を立ち上げ、テストケースとして「ホロパレード」をSteamにて販売開始。

■ 「ホロプラス」における配信連動企画



公式コミュニティアプリ「ホロプラス」との配信連動企画として、『ファンのみなで作る育成型生配信「ホロの休日(仮)」』を開始。
ホロプラス上でファンから企画や質問を募集し、公式生配信においてタレント配信を実施。

Appendix

hololive Meetをはじめとした海外イベント出展の状況

今年度3Qまでの期間(2023年4月～2023年12月)においては、26件の海外イベントに出展

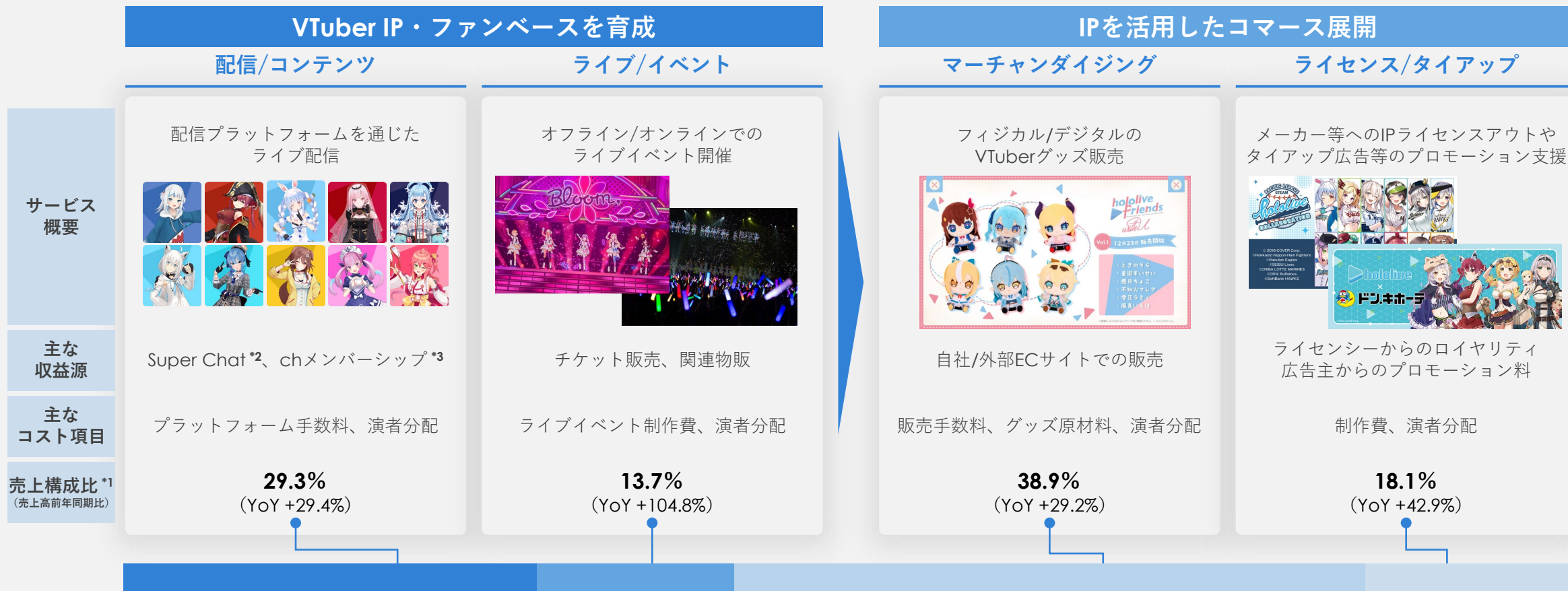


■ 直近の主な出展イベント

- **Comic Fiesta 2023 (2023/12/23-24)**
マレーシア・クアラルンプール
- **Anime Frontier (2023/12/6-8)**
アメリカ・テキサス
- **AGF KOREA 2023 (2023/12/2-3)**
韓国・ソウル
- **AFA Singapore 2023 (2023/11/24-26)**
シンガポール
- **Anime NYC (2023/11/17-19)**
アメリカ・ニューヨーク
- **Animaga Expo 2023 (2023/11/11-12)**
オーストラリア・メルボルン
- **Indonesia Comic Con (2023/9/22-24)**
インドネシア・ジャカルタ
- **Sakura Miko Taipei Fan Meeting (2023/10/7)**
台湾・台北

VTuberの多面的な特性を活かした事業展開

日々の配信やライブイベントを通じて認知度・ファンコミュニティを獲得し、大規模な集客と多面的な展開を可能とするIPとしてコマース事業を展開



※1：2024年3月期Q3売上高に占める内訳

※2：YouTubeのライブチャットを利用したライブ配信動画の公開時に視聴者が有料課金を行うことでチャットメッセージを目立たせることができる機能

※3：月額料金を支払いチャンネルメンバーになり、バッジ・絵文字、限定動画視聴等の特典を得られる制度

当社の中長期戦略

付加価値の高いIPをベースとした3つのStepにより成長戦略を構成

達成済

Step
1

強いIPの開発と
ファンベースの確立

- ✓ 日本/北米/東南アジアでch登録数No.1 VTuberを保有
- ✓ VTuberの創作・育成プロセスの確立



進行中

Step
2

コマース展開と先行投資

- ✓ 強いIPをベースにしたコマース展開の推進
- ✓ ファンの体験価値向上、ファンコミュニティの拡大に向けた開発/設備投資の拡充



準備中

Step
3

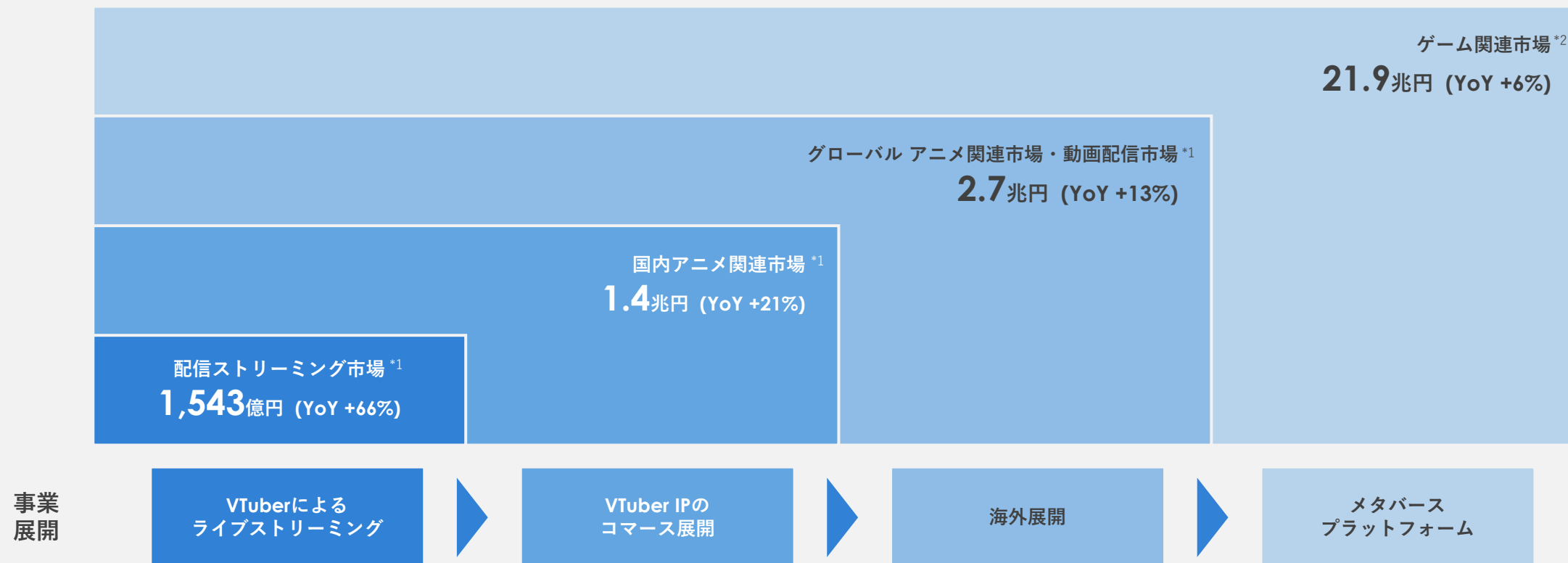
メタバース事業「ホロアース」の展開
(2024年内の一般向けサービス開始を予定)

- ✓ アニメルックメタバース上で新たな体験価値を創出



段階的な事業展開によりTAMを拡大

IPをベースとした多面的な事業展開により、国内及び海外の関連市場へと広くTAMを拡大。
メタバースを通じた3D仮想空間上での体験提供は既存のゲーム関連市場の一部を代替



※1 出所：一般社団法人日本動画協会「アニメ産業レポート2022」2021年のアニメ関連市場規模（アニメに関連したTV、映画、ビデオ、配信、商品化、音楽、遊興、ライブ・イベント等のビジネスの売上高から推定）

※2 出所：カドカワアスキー総合研究所『ファミ通ゲーム白書2022』より、2021年の世界ゲームコンテンツ市場規模

ESG関連の活動について

クリエイターの活動支援に向けて、業界団体を通じた環境整備や
各種誹謗中傷対策等を実施

■ 所属団体及び活動

日本オンラインゲーム協会(JOGA)

ゲーム配信およびメタバース開発に関わる業界団体として加入。
ガイドラインの整備や勉強会などに参加。

クリエイターエコノミー協会(CEA)

誹謗中傷や投げ銭などクリエイター周りの問題に取り組む業界団体として加入。クリエイターに関する意見交換や調査などに協力。

日本音楽出版協会(MPA)

音楽周りの権利処理や分配に関わる業界団体として加入。

セーファーインターネット協会(SIA)

誹謗中傷や未成年保護などインターネットトラブルに取り組む業界団体として加入。当社サービスに関わる様々な問題に対する意見交換や調査などに協力。

■ 誹謗中傷に係る活動について

2023年1月から2023年12月までの1年間における活動実績

所属タレントに対する誹謗中傷行為の対応件数：**116件**

- ・ SNS投稿及び掲示板の書き込みにおける権利侵害行為への対応
- ・ 海外における当社所属タレントに対する迷惑行為への対応
- ・ まとめサイトに対する法的措置

そのほか、2023年6月にグーグル合同会社・note株式会社・UUUM株式会社・ANYCOLOR株式会社・当社及び誹謗中傷問題の有識者から構成される「誹謗中傷対策検討会」を設立

等

■ 当社の配信モデレーター体制について

約50名のモデレータースタッフにより、24時間体制で日・英・インドネシア語による配信モデレーション業務を実施。

※2023年3月31日時点で、社員5名、アルバイト46名が所属

CSR関連の活動について

所属VTuberの発信力を活用し、啓蒙や行政広報活動等に貢献

■日本AED財団との啓蒙活動



所属タレントである「白上フブキ」が、『救命サポータープロジェクト「team ASUKA」』における「救命サポーター」として同財団の活動をサポート。

公益財団法人日本AED財団YouTubeチャンネルにて、AEDの講習動画などを公開。

■東京観光大使への就任



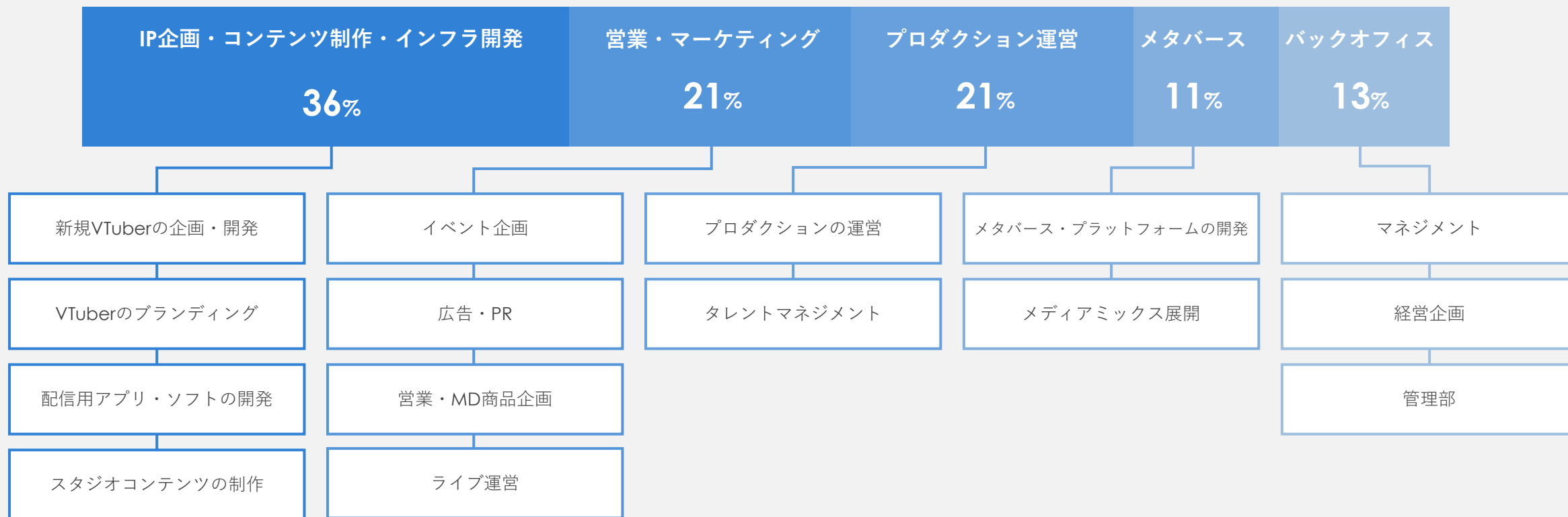
東京の魅力を国内外に広く発信し、訪都意欲を喚起することにより、来訪者の増加や地域の活性化につなげることを目的とした「東京観光大使」に、ホロライブプロダクションが選出。

ホロライブ所属の「さくらみこ」、ホロライブEnglish所属の「森カリオペ」、「がうる・ぐら」が就任。

共創を支える組織体制

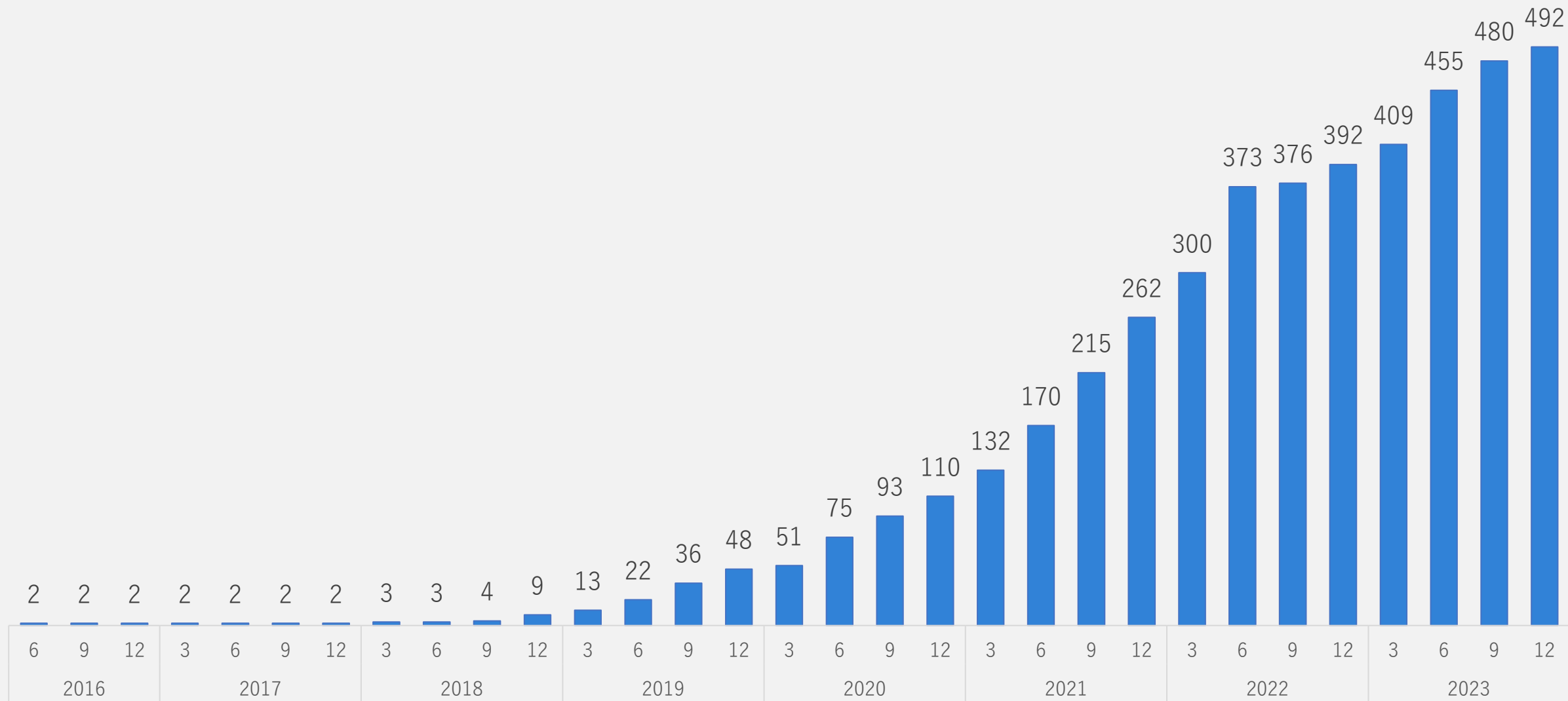
業界トップクラスかつ多様な人材が集結

■ 人員構成内訳 *1 (2023年12月31日時点)



*1: 正社員における人員構成

従業員数の推移



経営上の目標の達成状況を判断するための客観的な指標等

当社はVTuberのファン数の直接的な指標である「YouTubeチャンネル登録数」、並びに魅力的なコンテンツ制作の原資となる「売上高」及び「サービス別売上高」を重要な経営指標と位置づけ、企業価値の向上を図って参ります

	2021/3期				2022/3期				2023/3期				2024/3期		
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3
YouTubeチャンネル登録総数 (万)	1,003	1,808	2,884	3,733	4,418	5,081	5,799	5,986	6,525	7,002	7,238	7,558	7,782	8,319	8,625
売上高 (百万円)	708	1,107	2,152	1,756	2,423	2,422	4,423	4,394	3,601	4,190	5,010	7,648	5,142	7,133	6,949
配信/コンテンツ	420	571	797	844	1,220	1,200	1,416	1,412	1,450	1,572	1,575	1,744	1,651	1,799	2,038
ライブ/イベント	0	58	515	240	293	287	563	1,059	193	581	466	2,187	376	1,285	954
マーチャндаイジング	262	424	656	503	756	713	1,904	1,457	1,574	1,597	2,090	2,740	2,091	3,269	2,701
ライセンス/タイアップ	24	52	182	168	152	220	540	464	382	439	878	976	1,023	778	1,254

損益計算書の概要

百万円	2021/3期	2022/3期	2023/3期	2023/3期 Q3累計	2024/3期 Q3累計
売上高	5,724	13,663	20,451	12,802	19,225
成長率	+287%	+138%	+49%	+38%	+50%
売上総利益	2,777	5,274	9,396	5,743	9,123
対売上高比率	48%	38%	45%	45%	47%
営業利益	1,698	1,855	3,417	1,734	3,491
対売上高比率	29%	13%	16%	14%	18%
当期(四半期)純利益	1,220	1,244	2,508	1,281	2,625
対売上高比率	21%	9%	12%	10%	14%

貸借対照表の概要

百万円	2021/3期	2022/3期	2023/3期	2024/3期 Q3
流動資産合計	3,048	7,168	11,740	11,568
現金及び現金同等物	1,899	4,644	7,793	7,749
固定資産合計	467	1,069	4,146	7,220
資産合計	3,516	8,238	15,887	18,788
負債合計	1,303	4,780	8,880	9,157
純資産合計	2,212	3,457	7,006	9,631

本資料の取り扱いについて

本資料は、情報の開示のみを目的として当社が作成したものであり、米国、日本国又はそれ以外の一切の法域における有価証券の買付け又は売付け申し込みの勧誘を構成するものではありません。本資料に記載された記述のうち、過去又は現在の事実に関するもの以外は、将来予想に関する記述です。将来予想に関する記述には、「信じる」、「目指す」、「予想する」、「予測する」、「想定する」、「確信する」、「継続する」、「試みる」、「見積もる」、「予期する」、「施策」、「期待する」、「意図する」、「企図する」、「可能性がある」、「計画」、「戦略」、「潜在的な」、「蓋然性」、「企画」、「リスク」、「追求する」、「はずである」、「努力する」、「目標とする」、「予定である」又は将来の事業活動、業績、出来事や状況を説明するその他の類似した表現を含みますが、これらに限りません。将来予想に関する記述は、本資料作成時点において入手可能な情報をもとにした当社の経営陣の判断に基づいて作成しており、これらの記述の中には、様々なリスクや不確定要素が内在します。そのため、これらの将来に関する記述は、様々なリスクや不確定要素に左右され、実際の将来における事業内容や業績等が、将来に関する記述に明示又は黙示された予想とは大幅に異なることとなる可能性があります。したがって、将来予想に関する記述に依拠することのないようご注意ください。

当社は、本資料の日付後において、本資料を更新する義務を負いません。



つくろう。世界が愛するカルチャーを。