

ORICON

# 2009年3月期決算および中期経営計画説明会

2009年5月11日

- 1 . 2009年3月期決算の概要
- 2 . 2010年3月期の連結業績の見通し
- 3 . 各事業の状況
- 3 . オリコングループ中期経営計画の概要

# 2009年3月期決算の概要

---

## メディア事業

### WEBメディア事業が伸展

- ・09年3月度の月間ユニークユーザー数は1,391万4千人(前年同月比14.8%増)。過去最高を記録。09年4月度も過去最高記録を更新(1,400万人を突破)。エンタテインメント系ニュースの提供の強化、並びにコンテンツの拡充を進めたことが奏功。
- ・WEB広告(ORICON STYLE広告)の売上高は、前年同期比23.2%増と拡大。インターネット広告の業界標準の伸び率(前年比16.3%増、電通調べ)を上回った。
- ・顧客満足度(CS)ランキングについて、主要ジャンルのランキング更新を08年12月1日に実施。同日、アワードの授与式を開催。また、CS調査の学術的高度化を図るべく、慶應義塾大学と産学連携の共同研究を実施。

### 着うたフル・着うたの販売が好調

- ・着うたフル・着うたの売上高が前年同期比47.9%増と拡大。着メロの減収分を補って、モバイル事業全体で12.1%の増収。
- ・08年9月からユニバーサルミュージックおよびエイベックスの配信楽曲が大幅に充実し、販売がさらに拡大。

### 音楽系雑誌が堅調に推移

- ・07年10月に休刊した「キッズスタイル」を除き、現行の3誌で比較すると、売上高は前年同期比2.3%増。

## データベース事業

### 新サービス「ORICON BiZ online」を開始

- ・当期において新サービスの立ち上げを行い、09年3月3日に新サービスを開始。調査協力店の拡充にも注力し、3,020店から4,070店に拡大。これによって、週間単位で提供していた全国推定売上枚数をデイリーで発表開始。

# 連結損益計算書



(単位:百万円)	08年3月期	09年3月期	増減	
			金額	増減率
売上高	5,824 (100%)	5,019 (100%)	805	13.8%
売上原価	3,626 (62.3%)	2,894 (57.7%)	732	20.2%
差引売上総利益	2,198 (37.7%)	2,125 (42.3%)	73	3.3%
販管費	2,007 (34.4%)	1,614 (32.2%)	393	19.6%
営業利益	190 (3.3%)	511 (10.2%)	321	167.7%
経常利益	53 (0.9%)	376 (7.5%)	323	600.5%
税金等調整前 当期純利益	638 (11.0%)	507 (10.1%)	1,145	-
当期純利益	600 (10.3%)	332 (6.6%)	932	-

## 売上高の主な変動要因

### 「増収要因」

- ・WEB「ORICON STYLE」広告[205百万円増(23.2%増)]
- ・着うた・着うたフル[313百万円増(47.9%増)]

### 「減収要因」

- ・連結除外となった子会社2社の影響[1,190百万円減]
- ・着メロ[184百万円減(20.0%減)]
- ・雑誌「キッズスタイル」休刊による影響[90百万円減]

## 営業利益の主な変動要因

### 「増益要因」

- ・WEB「ORICON STYLE」広告の増益[151百万円]
- ・着うた・着うたフルの増益[81百万円]
- ・連結除外となった子会社2社の影響[255百万円]

### 「減益要因」

- ・データベース事業の拡充のための先行投資[75百万円]
- ・着メロの減益[9百万円]
- ・内部統制関連費用などの管理系費用増[91百万円]

## 主な特別利益

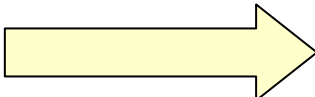
- ・oricon MEとORICON CNS INC.の株式売却益  
[216百万円]

## 主な特別損失

- ・のれんの一部償却[52百万円]

# 通期業績予想に対する進捗率



(単位:百万円)	期初予想値 [08年5月15日]		修正予想値 (A)	実績値 (B)	進捗率 (B / A)	差異 (B - A)
売上高	5,100	 08年11月11日に、 第2Qまでの実績が 見通しを上回ったこ とを考慮して、通期 予想を修正	5,140	5,019	97.6%	-121
営業利益	430		510	511	100.2%	+ 1
経常利益	350		400	376	94.0%	-24
当期純利益	320		400	332	83.0%	-68

売上高については、その他事業の売上130百万円が未達だったため差異を生じたが、基幹事業の売上は、好調に推移。

営業利益については、第4四半期にその他事業の資産評価損13百万円が発生したが、通期にわたって基幹事業の営業が堅調に推移。

経常利益については、第4四半期に営業外費用として、投資事業組合投資損失28百万円が生じ、差異が発生。

当期純利益については、経常利益の差異、並びにのれんの減損処理による特別損失52百万円が生じ、差異が発生。

**景気後退が強まる厳しい状況においても、基幹事業の営業は、堅調に推移。**

# 売上高の内訳

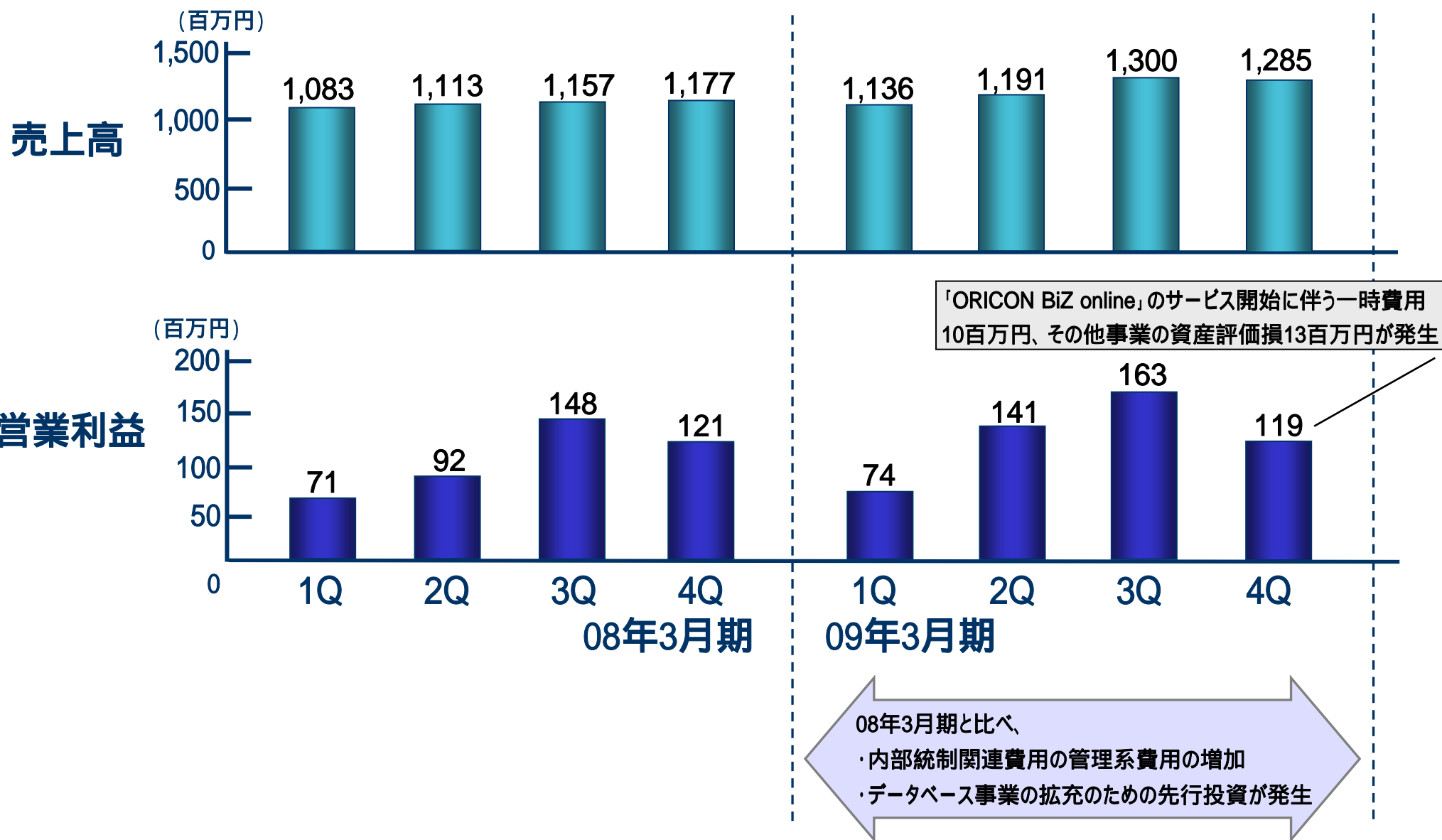


(単位:百万円)	08年3月期	09年3月期	増減	
			金額	増減率
WEB 広告	885	1,090	205	23.2%
モバイル事業	1,756	1,968	212	12.1%
着メロ	922	738	184	20.0%
着うた・着うたフル	654	967	313	47.9%
情報系サイト、サイト制作受託	180	263	83	46.1%
雑誌事業 <sup>1)</sup>	1,400	1,340	60	4.3%
データベース事業	487	515	28	5.7%
小計(現在の事業内容での売上高合計)	4,528	4,913	385	8.5%
フランクリン・ミント事業 <sup>2)</sup>	254	0	254	100.0%
ORICON CNS <sup>2)</sup>	1,042	106	936	89.8%
売上高合計	5,824	5,019	805	13.8%

1) 07年10月に休刊した「キッズスタイル」の売上高90百万円を除いて比較すると30百万円増(2.3%増)。

2) フランクリン・ミント株式会社は08年3月期第2四半期に、ORICON CNS INC.は09年3月期第1四半期にそれぞれ連結除外済み。これら2社の売上を除き、基幹事業のみで売上高を比較すると、09年3月期は前年同期比385百万円増(8.5%増)。

# 業績の推移 (ORICON CNSとフランクリン・ミントを除いた数値)





# 連結貸借対照表



(単位:百万円)	08年3月期末	09年3月期末	増減
<b>資産合計</b>	3,870	3,690	180
流動資産	2,111	2,051	60
有形固定資産	162	170	8
無形固定資産	425	421	4
投資その他	1,172	1,043	129
繰延資産	0	3	3
<b>負債合計</b>	3,167	2,696	471
流動負債	2,332	2,570	238
固定負債	834	126	708
<b>純資産合計</b>	703	994	291
株主資本	374	707	333
評価・換算差額等合計	116	19	135
少数株主持分	212	306	94

流動資産の減少は、キャッシュマネジメントシステム（CMS）を導入したことによる現預金の減少が主な要因。  
 有利子負債の削減を進め、前期末2,347百万円から1,888百万円に減少（459百万円の削減）。  
 株主資本の増加は、当期純利益332百万円を計上したことが主な要因。  
 自己資本比率が、12.7%から18.6%に上昇（5.9ポイントの増加）。

# 連結キャッシュ・フロー



(単位:百万円)	08年3月期	09年3月期	前年同期比 増減額
現金及び現金同等物の期首残高	694	683	11
営業活動によるキャッシュ・フロー	249	500	251
投資活動によるキャッシュ・フロー	402	263	665
財務活動によるキャッシュ・フロー	663	463	200
現金及び現金同等物の期末残高	683	456	227

キャッシュ・フロー対有利子負債比率が、前期の9.4年から、3.8年に短縮。

インタレスト・カバレッジ・レシオ(営業キャッシュ・フロー÷利払い)が、前期の3.5倍から、10.2倍に改善。

09年3月期、借入金の返済を進めたことを主な要因として、財務活動によるキャッシュ・フローは463百万円の支出。

財務の健全化を進め、09年3月期としての目標を達成

# 2010年3月期の連結業績の見通し

---

# 連結損益業績予想



(単位:百万円)	09年3月期 (通期実績)	10年3月期 (通期予想数値)	増減	
			金額	増減率
売上高	5,019	5,700	681	13.6%
営業利益	511	600	89	17.4%
経常利益	376	525	149	39.6%
当期純利益	332	350	18	5.4%

- 売上高**      引き続きWEB広告および着うたフルの売上が伸び、09年3月期に立ち上げた「ORICON BiZ online」が収益貢献を開始。
- 営業利益**      増収効果により、利益が増額。08年3月期から09年3月期にかけて増加した内部統制に関わる費用などの管理系費用は、09年3月期から10年3月期にかけては増加なし。
- 経常利益**      有利子負債削減によって支払利息が減少。また、09年3月期に発生した投資事業組合投資損失が10年3月期には発生しない見通しであり、営業外費用全体が減少。
- 当期純利益**      09年3月期には子会社株式売却益216百万円を特別利益として計上したが、10年3月期にはその要因がないため、増加額・増加率が低く抑えられる。

# 売上高の内訳



(単位:百万円)	09年3月期	10年3月期	増減	
			金額	増減率
WEBメディア事業(ORICON STYLE 広告)	1,090	1,170	80	7.3%
モバイル事業 <sup>1)</sup>	1,894	2,285	391	20.6%
着メロ	607	480	127	20.9%
着うた	441	531	90	20.4%
着うたフル	672	1,068	396	58.9%
情報系サイト、サイト制作受託	174	206	32	18.4%
デジタルコンテンツ制作 <sup>2)</sup>	74	80	6	8.1%
雑誌事業	1,340	1,370	30	2.2%
データサービス事業 <sup>3)</sup>	515	690	175	34.0%
その他	0	105	105	-
小計(現在の事業内容での売上高合計)	4,913	5,700	787	16.0%
ORICON CNS <sup>4)</sup>	106	0	106	100.0%
売上高合計	5,019	5,700	681	13.6%

1) モバイル事業については、従来、「着メロ」サイトとして通信キャリアに登録していた一部サイトを、「着うた」に登録変更したため、10年3月期より当該サイトの売上区分を「着メロ」から「着うた」に変更。また、従来の区分「着うた・着うたフル」を、「着うた」と「着うたフル」を分けて算出。

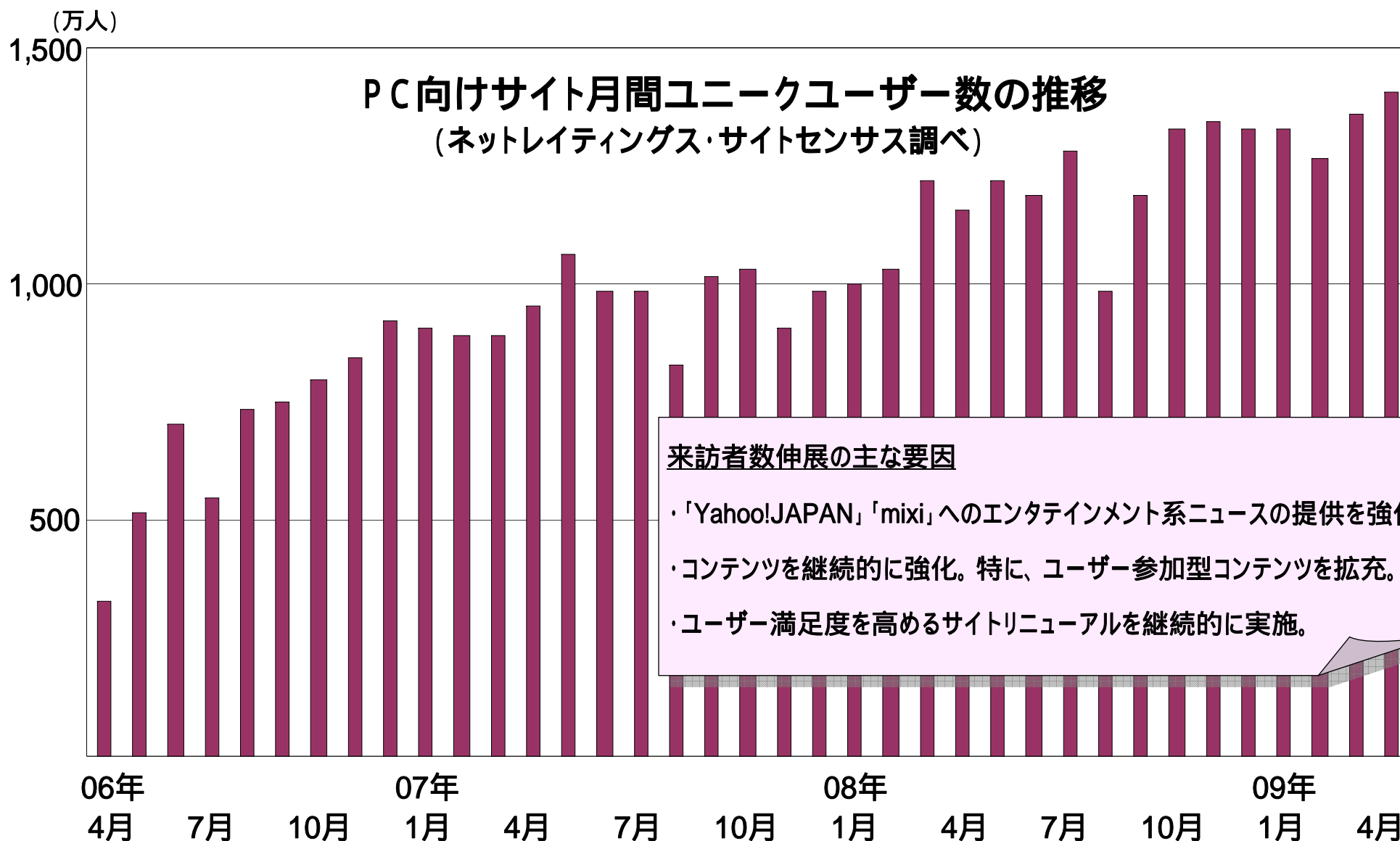
2) モバイル事業の「情報系サイト、サイト制作受託」に含んでいたデジタルコンテンツ制作を切り出し、新区分として追加。

3) 従来の「データベース事業」を「データサービス事業」に名称変更。

3) ORICON CNS INC.は09年3月期第1四半期に連結除外。

# 各事業の状況

---



## 2009年3月期の広告売上実績

上期 : 532百万円  
(前年同期比35.4%増)

下期 : 558百万円  
(前年同期比13.6%増)

通期 : 1,090百万円  
(前年同期比23.2%増)

インターネット広告の業界標準の年間の伸び率(前年比16.3%、電通調べ)を上回った。

第4四半期の予算消化広告が例年と比べ、非常に少なかった。

サイトは、持続的に成長。一方、広告市場全体は、景気後退の影響で厳しさを増す状況。

## 2010年3月期の広告売上見通し

上期 : 537百万円  
(前年同期の微増にとどまる)

下期 : 633百万円  
(前年同期の約13%増)

通期 : 1,170百万円  
(前年同期比7.3%増)

上期は、景気後退の影響を受け前年同期の微増にとどまると予想。例年、第3四半期に音楽業界の広告出稿が増加。サイトの成長性を加味し、下期は前年同期の13%増を見込む。

不況の時だからこそ、「安心」「信頼」を訴求できる「オリコン」ブランドとのコラボレーションを求める広告クライアントが増えることが期待されます。実際、10年3月期に入ってから、09年3月期下期と比べ、問い合わせ件数が増えています。



## 現在のCSランキング

- ・エステティックサロン
  - ・メンズエステ
  - ・通販コスメ
  - ・ダイエット食品
  - ・フィットネスクラブ
  - ・審美歯科
  - ・歯科インプラント
  - ・矯正歯科クリニック
  - ・レーシック
  - ・宅配ピザ
  - ・ファミリーレストラン
  - ・オンラインゲーム
  - ・人材派遣
  - ・人材紹介
  - ・英会話スクール
  - ・塾・予備校(中学受験)
  - ・塾・予備校(大学受験)
  - ・自動車保険
  - ・ネット証券
  - ・引越し
  - ・ビジネスホテル
  - ・結婚情報サービス
  - ・インターネットプロバイダー
  - ・トランクルーム
  - ・クレジットカード
  - ・マンションブランド
  - ・戸建ブランド
  - ・病院ランキング
- (計28ジャンル)

## 現在28ジャンルを運営

(09年4月に2ジャンル、5月に2ジャンルを追加。)

各月、前月からのクライアント契約継続率が9割以上と高く、安定的かつ着実に成長

当社グループのCSランキングにランクインしたことを自社の販促、PR、IRなどに二次利用される事例が増加(二次利用には、クライアント契約が必要)

## 今後の収益拡大の主なポイント

- ・ジャンルの拡大
- ・ジャンルごとのクライアント契約率をアップ
- ・CSランキングのページへのユーザー誘導を強化
- ・CSの調査結果のデータ販売を推進

慶應義塾大学との産学連携で行った共同研究の結果、CS調査を学術的に高度化する成果が得られた。

### CSランキング連動型広告とは、

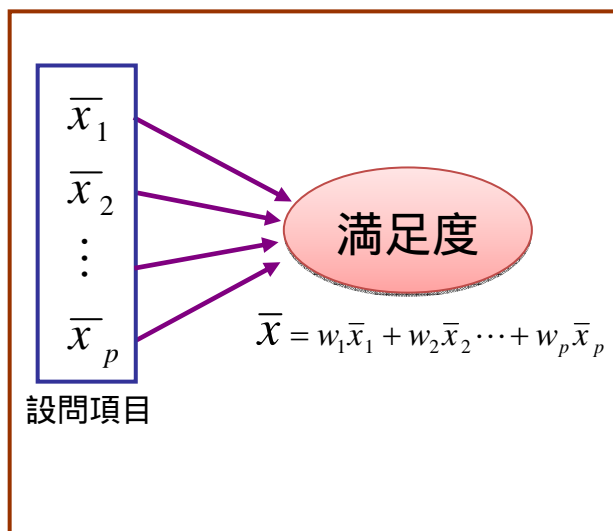
当社グループで、大規模なユーザーアンケート調査を行って顧客満足度(CS)に基づくランキングを構築し、そのランキングに連動してアフィリエイト型広告を行う当社グループ独自のユニークな広告商品

## 増える二次利用(主な事例)



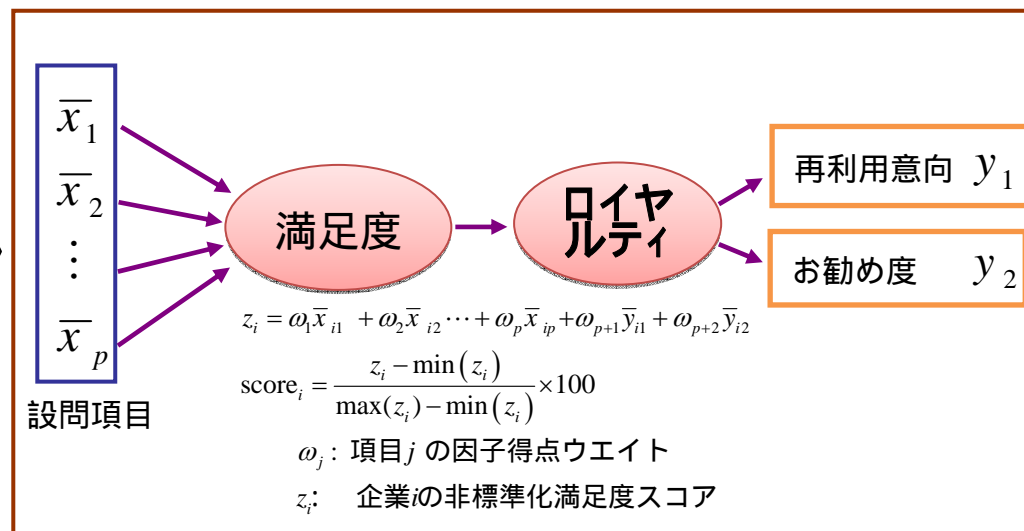
The top screenshot shows a website advertisement for a travel agency. A callout box highlights the 'ORICON' ranking. The bottom screenshot shows a website advertisement for Zurich car insurance. A callout box highlights the 'ORICON' ranking and 'No.1' status.

## 従来の調査方法



- ・満足度は、各設問の評価の平均に加重平均により統合化して算出。
- ・各設問の重視度は、重視度を尋ねた別の設問の回答結果の集計により算出。

## 改良後の調査方法



- ・満足度 ロイヤリティの因果関係も考慮
- ・満足度は、各設問の評価の潜在変数のスコアとして算出
- ・満足度指数構造方程式によって、同時に構造(重視度)を推定

更なる改良を検討

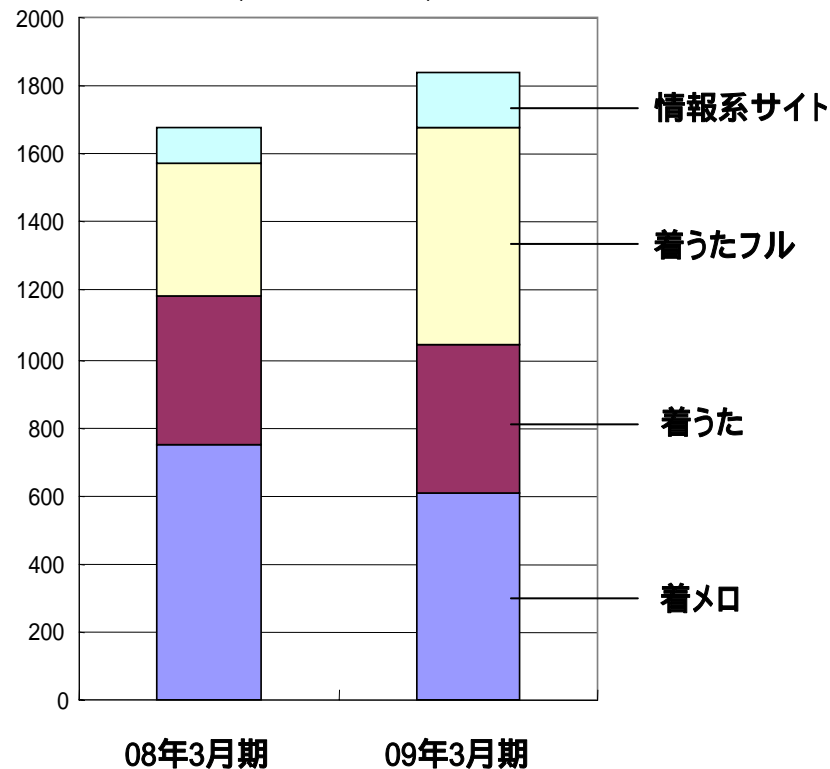
慶應義塾大学との産学連携の共同研究で得られた成果を活用してCS調査の高度化を図り、ランキングの社会性と訴求力を向上。クライアントにとっての当CS調査の価値を高め、各企業へのデータ販売にも着手。サービス分野のみならず、エンタテインメント分野での満足度調査にも、今回の成果を応用。

# モバイル事業～着うたフルが大きく伸展



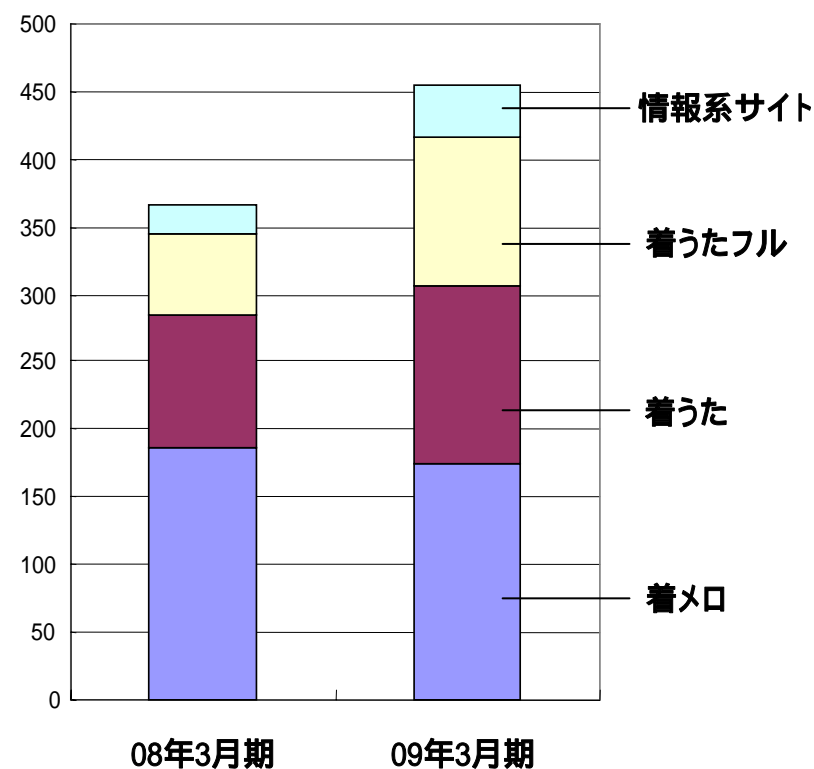
## 売上高

(単位:百万円)



## 営業利益

(単位:百万円)



楽曲ラインアップを充実させたことを主な要因として、着うたフルが拡大。着メロの減収減益を補って、モバイル事業全体で増収増益。また、着メロも、徹底したコスト削減で、減益幅を縮小。

# 雑誌事業～厳しい状況下で健闘



雑誌業界全体が厳しい中、

- ・現在、発行中の3誌については、09年3月期、2.3%の増収。
- ・誌面の更なる充実と、音楽業界を中心とした広告クライアントからの広告出稿を着実に獲得していくことで、次期以降も売上は微増を見込む。



## 株式会社文教堂 総合週刊誌ランキング

(2009年3月30日付)

順位	前回	雑誌名	出版社
1	(2)	週刊文春	文藝春秋
2	(3)	週刊新潮	新潮社
3	(4)	オリスタ	オリコン
4	(5)	ダイヤモンド	ダイヤモンド社
5	(7)	週刊朝日	朝日新聞

第3位



TSUTAYA の週刊誌ランキングでも第4位(2009年3月第4週)

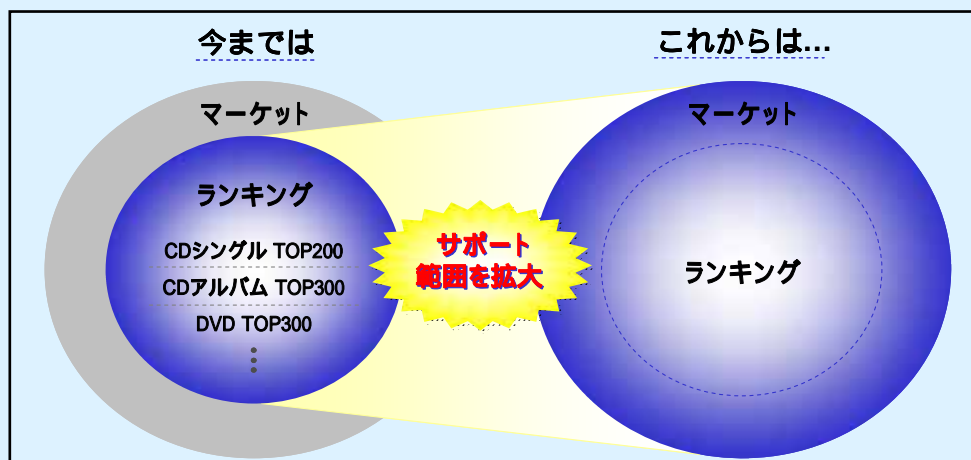
# データサービス事業 ~ 事業拡充のポイント



調査協力店を大幅に拡充(3,020店 4,070店 さらに増加)

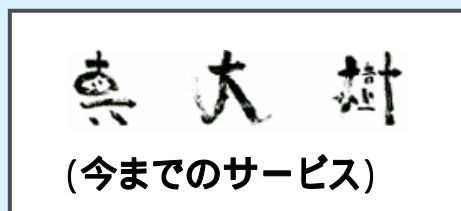
【全国シェア】～音楽ソフト:約68%、映像ソフト:約64%、書籍:約40%

カバーするマーケティングデータの範囲をランキング領域からマーケット全体に拡大



全国推定売上枚数、及びそれに基づくランキングをデイリーで発表開始(従来は週間単位)

有料オンラインサービス「真大樹」を刷新し、新サービス「ORICON BiZ ONLINE」を開始



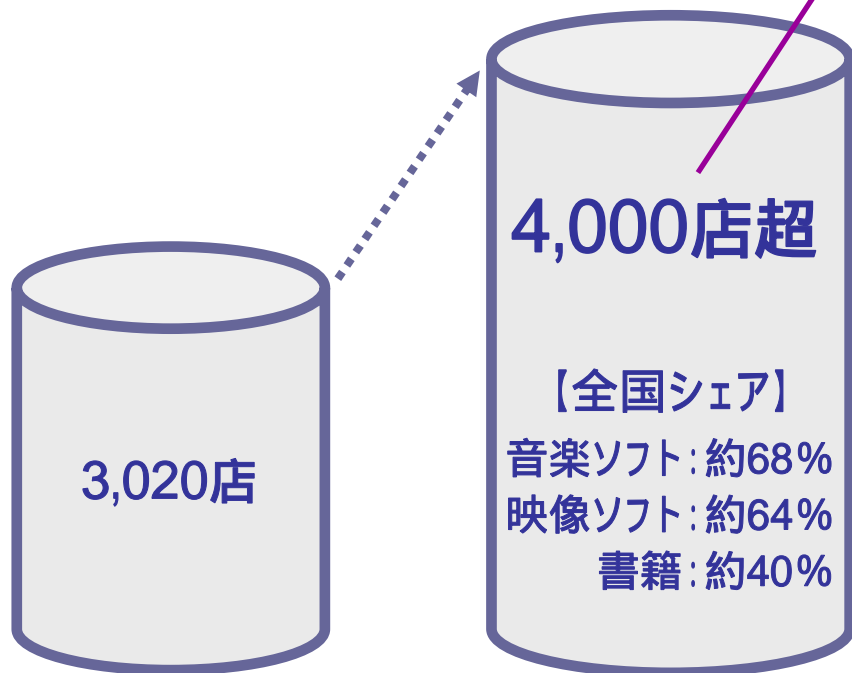
2009年3月3日  
サービスを刷新

ORICON **BiZ**online  
(新サービス)

# データサービス事業 ~ 調査協力店の拡充



店舗数が増加していることはもちろん、多様な店舗形態・流通形態からバランス良く販売データを収集することで、より精度の高いデータを実現



## メディアストア

山野楽器、新星堂、玉光堂、タワーレコード、HMV、TSUTAYA、すみや、WAVE、JEUGIA etc

## 家電量販店

ヤマダ電機、上新電機、石丸電気、ラオックス、さくらや、etc

## EC

アマゾン、楽天ブックス、7 & Y、7ドリーム、EBS、ネオ・ウイング etc

## ジャンル専門店

アニメイト、とらのあな、ライカエジソン、ブランドエックス etc

## 書店

紀伊国屋書店、丸善、三省堂、八重洲ブックセンター、くまざわ書店、フタバ図書 etc

大手コンビニエンスストアをはじめとする複数の店舗との交渉を継続し、さらなる調査店舗の拡充を推進

# データサービス事業 : 「ORICON BiZ online」

従来の「真大樹」と比べ、

調査協力店が大幅に拡充(今後、さらに拡充)

全国推定売上枚数・ランキングをデイリー化

マーケット全体を俯瞰する「マーケット動向」を  
新メニューとして追加

ジャンル別、都道府県別、流通形態別など  
分析データを充実(ジャンル・エリアをより細分化)

書籍カテゴリーを追加

操作性、視認性が向上

ID・パスワードの管理を徹底



ORICON BiZ online ヒットがみえるエンタメマーケット情報サイト

音楽・映像・書籍の最新エンタメマーケット情報を  
あらゆる切り口でいち早くお届けします!

Member's Login  
ID・パスワードでログイン

5/1~ CD・OMS検索が  
1円 100円 1000円

【週間 業界売上推移】 Music DVD&Blu-ray Books

Entertainment News & Interview  
エンタメインフォメーションニュース インタビュー

ORICON BiZ online ヒットがみえるエンタメマーケット情報サイト

音楽 Market Trend 音楽業界マーケット動向

最新週間マーケット動向  
2009/05/11日

最新週間市場動向

最新月間動向

先週に引き続き、好調なシングル、音楽DVDがアルバムの伸び悩みを補完  
5月11日付音楽ソフト市場の売上は217万枚。先週に引き続き、好調なシングル、音楽DVDがアルバムの伸び悩み  
を補完したことで、対前週比21.0%、対前年同期比も04.9%と上。

NEWSではAVO 20枚組の連打販売により、市場を牽引したシングルの売上は211万枚で、先週に引き続きの連打  
続で100万枚突破。前週比112.7%、対前年同期比2140.2%と上。音楽DVDも、DVD総合品ではNew Star  
JAMP The Best Album The DVDが好調な連打販売が功を奏し、DVD売上は10万枚。対前週比100.0%、対前年  
比100.0%と上。対前週比100.0%と上。対前年同期比100.0%と上。対前年同期比100.0%と上。

ジャンル別市場動向  
2009/05/11日

09年3月3日よりサービスを開始

10年3月期より当新サービスの収益が業績に寄与

# データサービス事業 ~ 収益アップのポイント

「ORICON BiZ online」のサービス開始により、従来の「真大樹」と比べ、

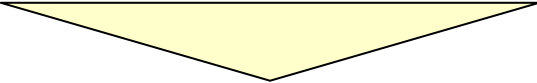
「マーケット動向」など新メニュー追加による単価のアップ

レコード会社以外に、映像メーカー、出版社など新規のユーザーを獲得し、  
契約件数をアップ

ID・パスワードの管理を強化することによって課金のロスを削減

「“親”ID・パスワード」に「“子”ID・パスワード」を追加発行する方式に変更。

「“子”ID・パスワード」の発行件数を増やし、契約当たりの月額単価をアップ。



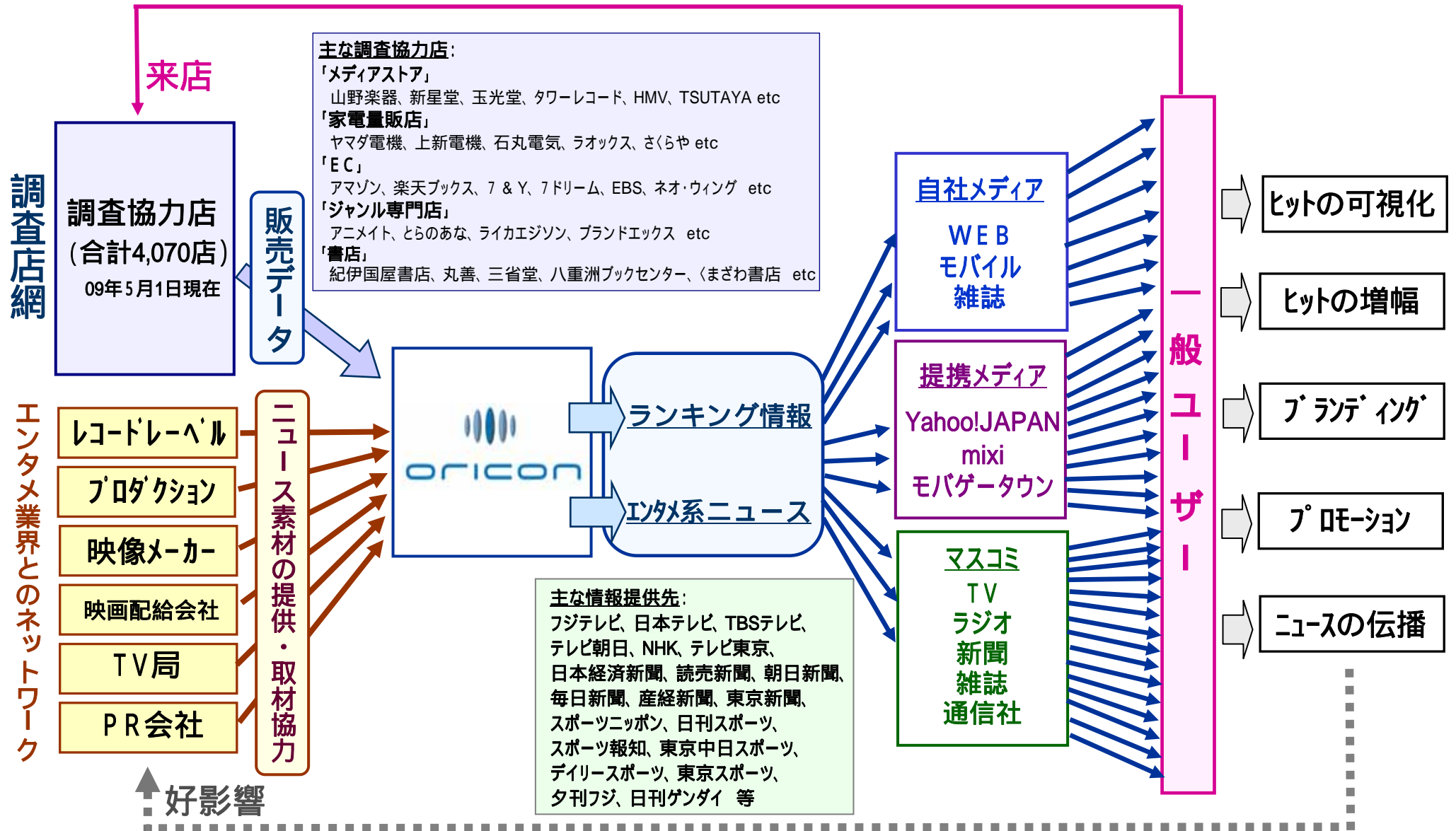
当社グループは、「ORICON BiZ online」をエンタテインメント産業に従事される方々に不可欠なサービスとして浸透させ、お一人に1個、「ID・パスワード」を発行することを目標にして、当新サービスを推進。



# オリコングループ中期経営計画の概要

---

# オリコングループが40年間で築いた「情報のバリューチェーン」



## 「他社が真似できない強み」

- ・「オリコン」ブランド（安心・信頼・人気・流行）
- ・データ収集力
- ・情報発信力
- ・エンタテインメント業界とのネットワーク

## 基本戦略

「他社が真似できない強み」を各事業部において積極的かつ効率的に活用し、これによって安定的かつ持続的に収益を拡大させ、グループ全体の企業価値の持続的な向上を図る。

## WEBメディア事業

今期(10年3月期)の上期は、広告市場が厳しい状況にあることを影響として受け、前期(09年3月期)の上期並みを見込む。下期は、例年、第3四半期に音楽業界からの広告出稿が増えることを考慮し、前期下期の13%増を見込む。来期以降は、前年同期比10%~13%の伸びで推移する見通し。その前提として、サイトの持続的成長、ブランドタイアップの広告の増、CSランキングのジャンル数の増、並びにCS調査のデータ販売が伸展していることなどを想定。

## モバイル事業

### 着メロ

今期の売上は、市場全体の縮小率とほぼ同じく、前年同期比約20%減を見込み、来期は前年同期比15%減、来々期は前年同期比10%減で推移する見通し。

### 着うた

今期は、配信楽曲が充実したことを要因として、前年同期比約20%の増収を見込むも、すでに着うた市場全体が着うたフルに移行し、縮小に入っていることから、来期は前年同期比3%増、来々期は13%減を見込む。

### 着うたフル

08年9月よりユニバーサルミュージック(株)およびエイベックス・グループ・ホールディング(株)の配信楽曲が大幅に充実したことから、前期の下期の売上が、前期の上期と比べ55%増となった実績を踏まえ、さらに今期より(株)ソニー・ミュージックエンタテインメントの楽曲が包括的に配信可能となったことから、今期の上期の売上は前期下期の16%増、今期下期は今期上期の25%増を見込み、通年比較では、今期は前年同期比58%増を見込む。来期以降は、市場全体が飽和する傾向を強めるものと予測し、当社グループの来期は前年同期比27%増、来々期は前年同期比5%増の成長となる見通し。その前提として、継続的に楽曲ラインアップを充実させるとともに、アニメ系ソングに特化したサイトなど、よりニッチな領域のサイトを数サイト立ち上げることなどに取り組む。

### その他

BtoCの音楽配信サービス以外、BtoBモデルとして、サイト制作運営受託、アライアンス(レベニューシェアモデル)などを推進。

## 雑誌事業

### 「オリスタ」

コスト管理を徹底した上で誌面の拡充を継続的に実施。ジャニーズ系アーティストを毎号掲載するなどして、当誌のファンを醸成。購読売上は堅調に推移する見通しで当期以降、前年同期比3%~5%増を続ける見込み。広告売上は、横ばいで推移する見通し。音楽系の広告以外に、WEBやモバイルと連動したクロスメディア型広告商品の企画・販売をナショナルクライアントを中心に強化。

### 「ORICON BiZ」

販売は定期購読のみの直販で行っているが、主要な販売先である音楽業界の経営統合や経費削減などが影響し、今期から来々期にかけて、購読売上は前年同期比1%~2%の微減を見込む。広告売上は、横ばいで推移する見通し。

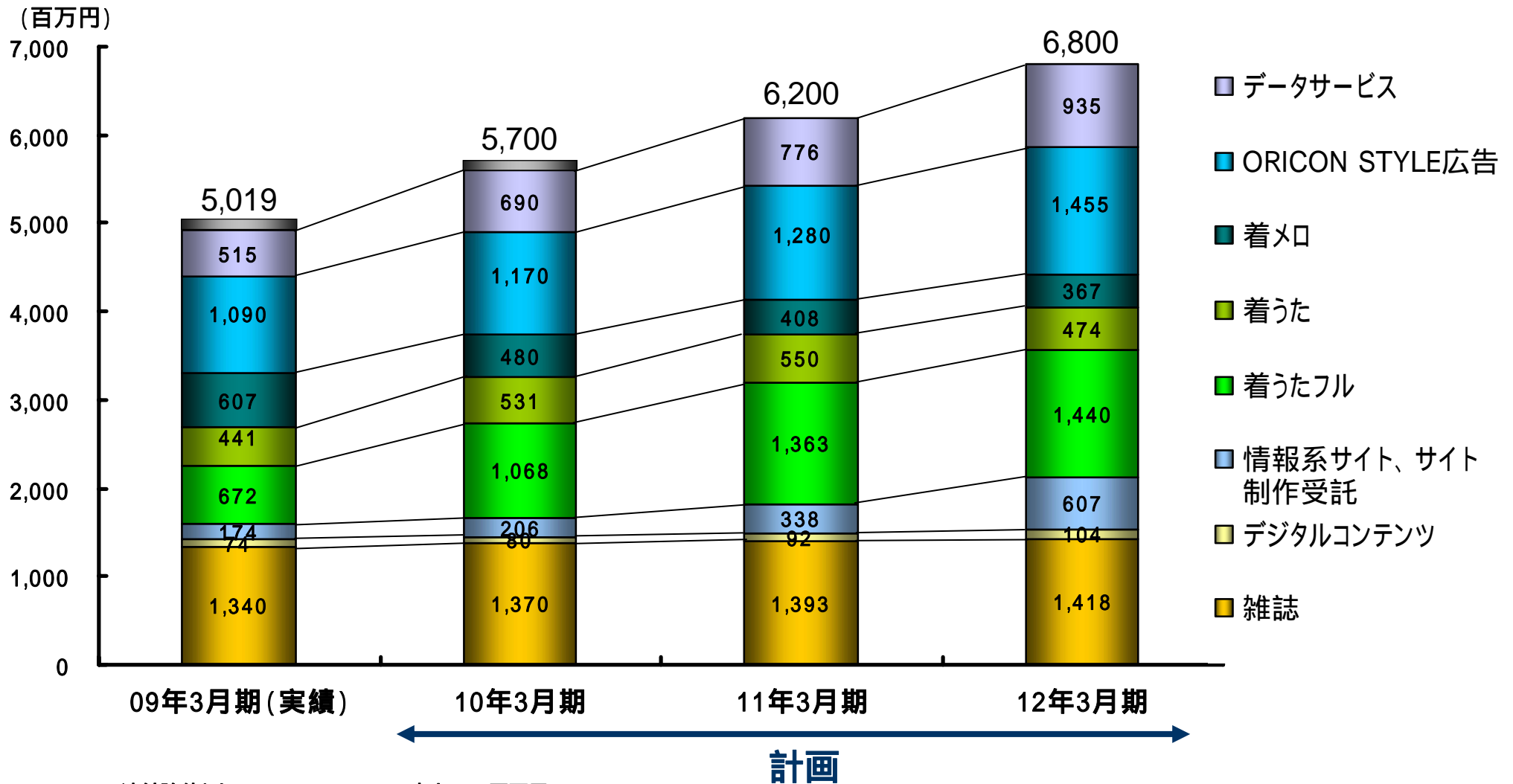
### 「月刊デ・ビュー」

オーディション情報誌としてニッチな領域ながら、その存在感を増している。今期以降、購読売上は微増で推移する見通し。広告売上は、前年同期比で横ばい~微増にとどまるが、雑誌と連動するWEBサイトおよびモバイルサイトを強化させ、広告売上の上積みを図る。

## データサービス事業

新サービス「ORICON BiZ online」は、従来の「真大樹」と比べ、ID・パスワードの管理を強化しており、従来の課金のロスを削減。「真大樹」から新サービスに移っていただくことで、増収効果あり。レコード会社の他、映像メーカー、出版社など新規のユーザー獲得を推進。また、「マーケット動向」などの新メニューを追加契約いただくことで月額単価をアップ。今期のデータサービス事業の売上は、「真大樹」からのユーザーの移動に伴う“自然増”が寄与し、前年同期比28%増を見込む。来期以降も、調査店の拡充によってデータ精度の向上を図り、メニューの拡充、新規ユーザーの獲得を推進し、前年同期比20%の増収を続ける見通し。3年後、エンタテインメント業界の主要な方々に、当新サービスのID・パスワードを行き渡らせていることを目標に、当新サービスを積極的に展開。

# セグメント別売上計画



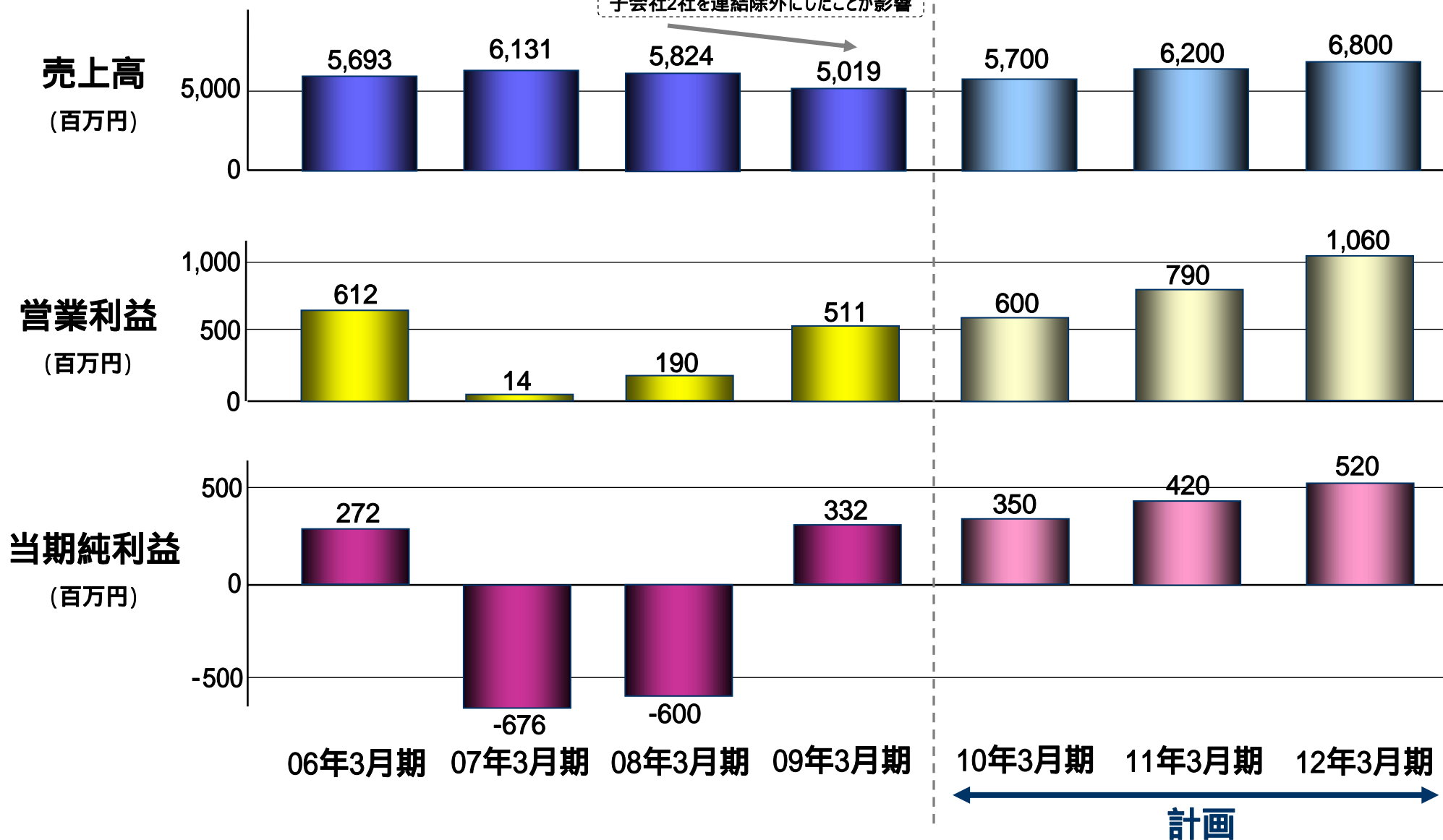
: 連結除外したORICON CNS INC.の売上(106百万円)

: その他事業の売上(105百万円)

# 連結業績計画



子会社2社を連結除外にしたことが影響



## オリコン株式会社

IR用ホームページ <http://www.oricon.jp/>

この資料に掲載されている今後の戦略・見通し等に関わる情報は、本資料の作成時点において、当社が合理的に入手可能な情報に基づき、通常予測し得る範囲内で為した判断に基づくものです。しかしながら現実には、通常予測しえないような特別事情の発生または通常予測しえないような結果の発生等により、本資料記載の見通しとは異なる結果を生じ得るリスクを含んでおります。

当社といたしましては、投資家の皆様にとって重要と考えられるような情報について、その積極的な開示に努めて参りますが、本資料記載の見通し等のみに全面的に依拠してご判断されることはくれぐれもお控えになれるようお願いいたします。