

2025年12月期 第1四半期 決算説明資料

2025年5月9日

INE

INNOVATION NEVER ENDS

エグゼクティブサマリー

今期の業績

売上高は概ね計画通り、各種利益は好調なスタートとなり、前年同期比で大幅な増収増益を記録

売上高：111.1億円（前年同期比+22.4%）

- 「YOLU」定番品リニューアルの初回セルインが奏功し、同ブランド売上高は前年同期比+18.0%を記録
 - トゥヴェール社の連結やその他ブランドの成長により「スキンケア他」が前年同期比+410.9%と大幅伸長
- 営業利益：9.0億円（前年同期比+41.3%）、EBITDA：13.1億円（前年同期比+83.2%）
- 高成長かつ高収益を実現しているトゥヴェール社の連結が全社利益の成長に寄与
 - 「美容家電」において、中高価格帯製品の伸長やArtemis社*経由の商流開始により粗利益が改善

PMIの進捗

昨年実施したM&A2件のPMIは想定スケジュール通り進捗

- トゥヴェール社：オンラインチャネルの拡張やオフラインチャネルの初回配荷決定等、シナジー創出による収益拡大に向けた取り組みが順調に進行中
- Artemis社*：「美容家電」における粗利率+6.0pt改善相当の中間マージン削減のほか、QCD向上に向けての具体的な議論が進行中

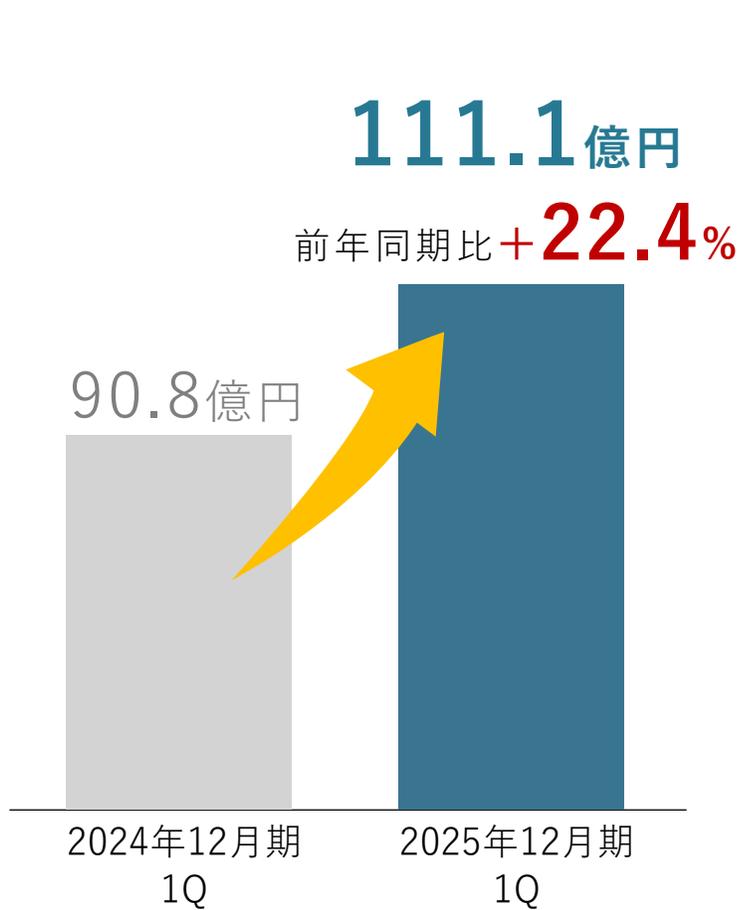
足元におけるマクロ環境変化に対する見解：所謂「トランプ関税」の導入を契機としたマクロ環境の変化に対して、当社業績へのネガティブインパクトは以下理由から限定的と認識

- ①主力マーケットは日本国内であり、前年度実績で売上高の97%超を内需が占めること
- ②一部製品・資材は中国から輸入しているが、足元の円高傾向はコスト面で追い風となること

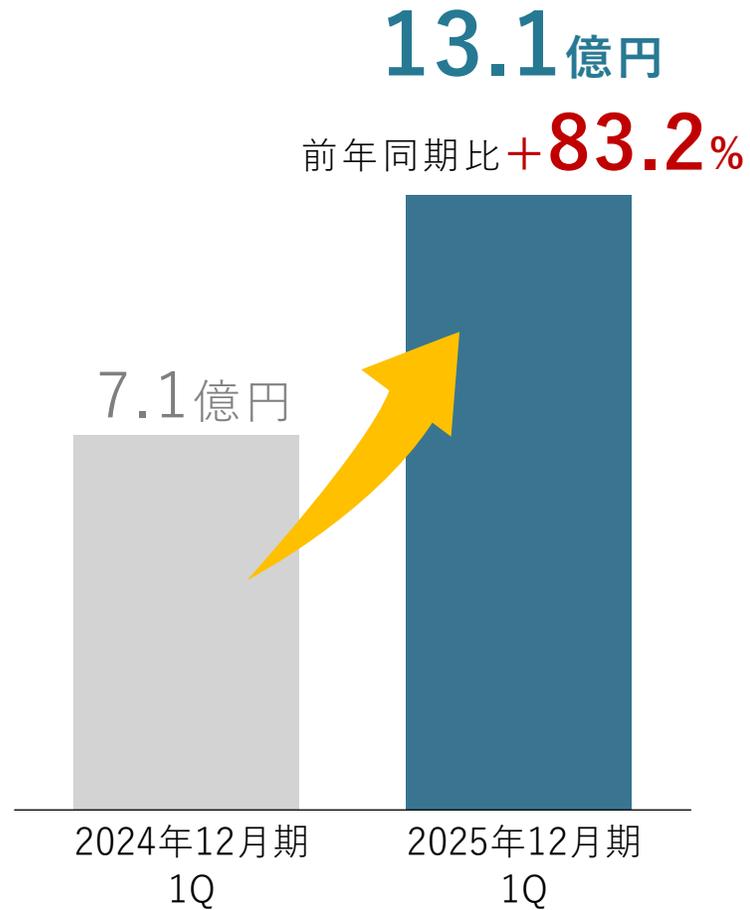
- 01 連結業績ハイライト
- 02 各カテゴリーの進捗
- 03 Appendix

連結売上高、連結EBITDA、連結営業利益

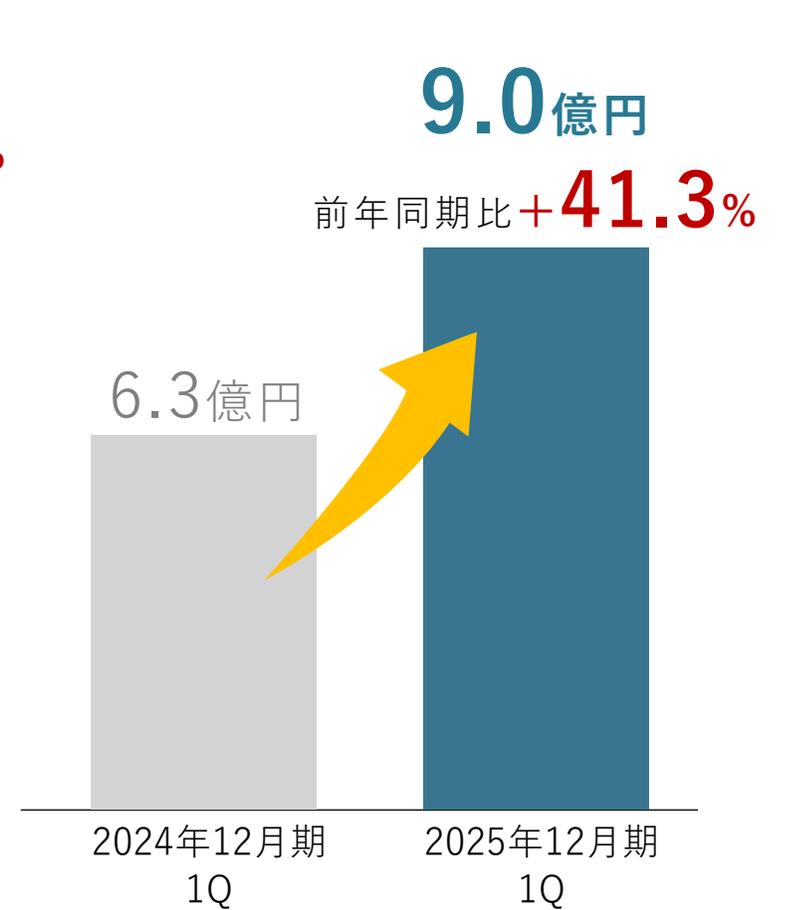
連結売上高



連結EBITDA

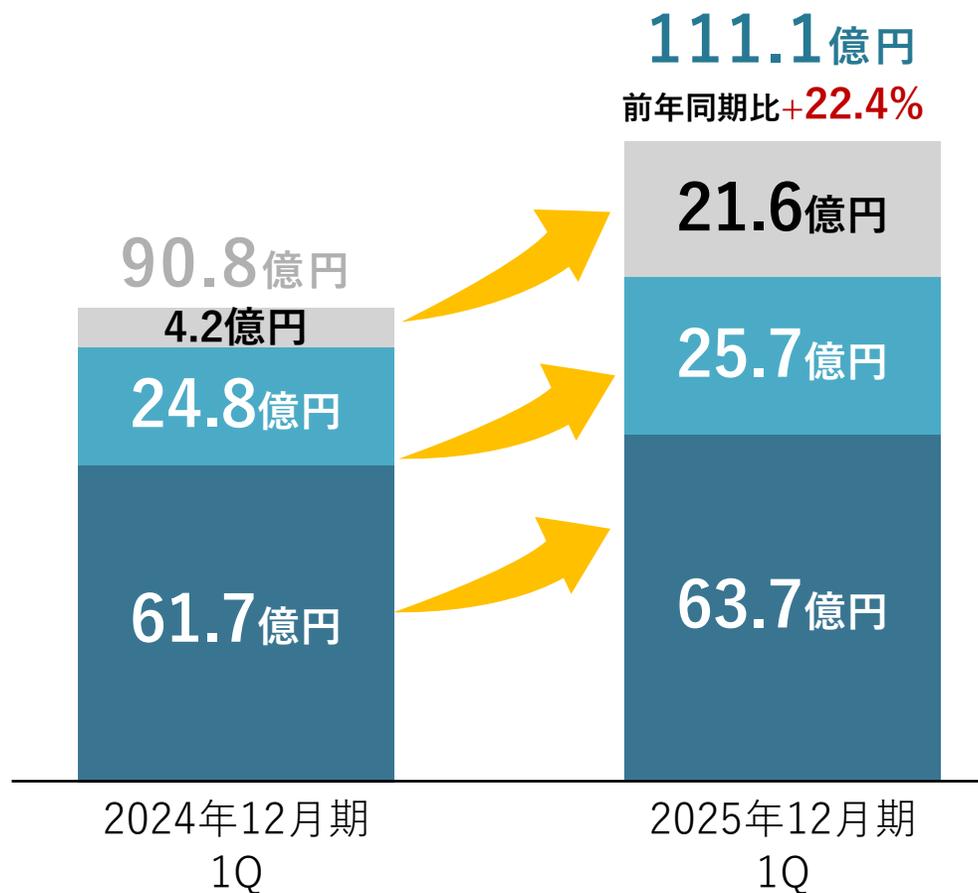


連結営業利益



カテゴリー別売上高

- ヘアケア系カテゴリーは前年同期比+3.1%、美容家電は前年同期比+3.9%と、堅調な成長を記録。
- 昨年10月にM&Aを実施したトゥヴェール社の連結及び同社ブランドを除いたその他ブランドの伸長により、**スキンケア他は前年同期比+410.9%の大幅成長**を記録。



スキンケア他



前年同期比
+410.9%
TOUT VERTを除いた場合の
前年同期比 **+102.5%**

美容家電

SALONIA

前年同期比
+3.9%

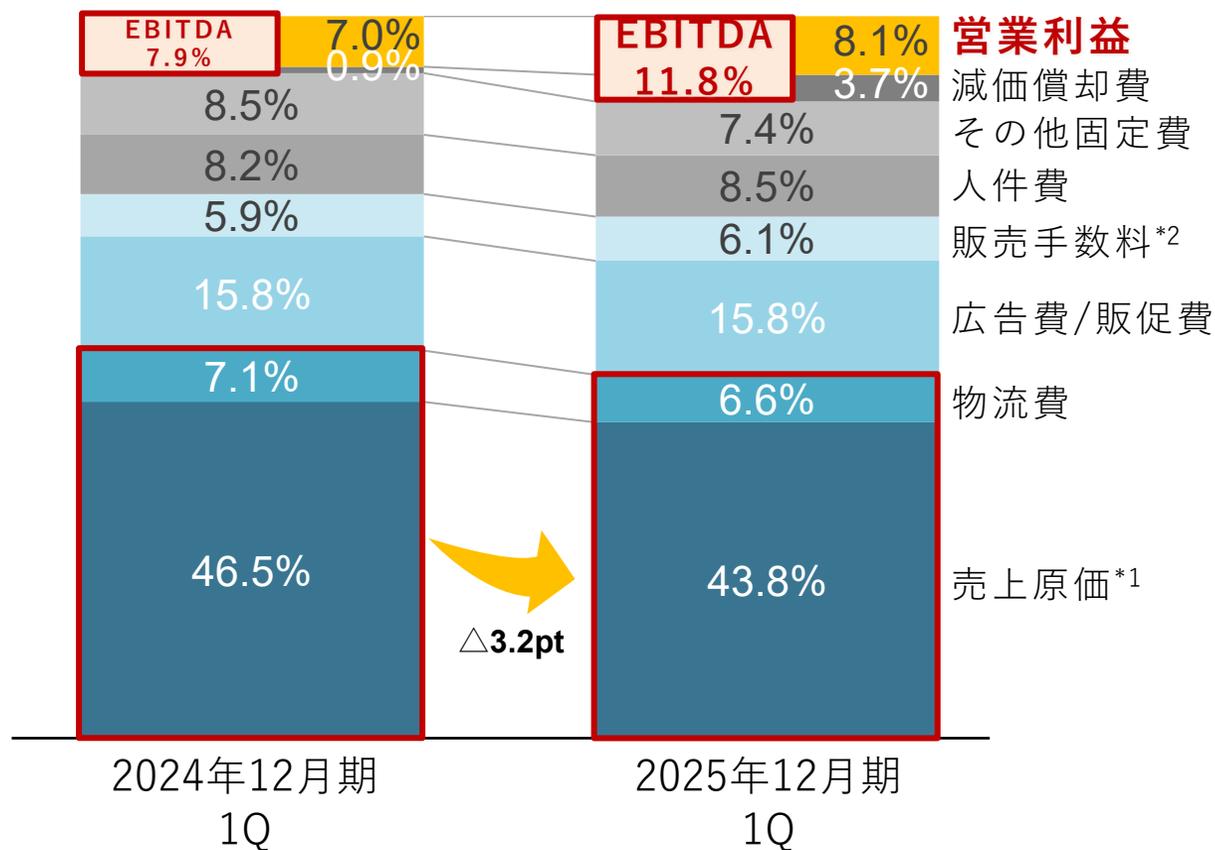
ヘアケア系



前年同期比
+3.1%

コスト構造

- 2024年度に実施したM&A2件の貢献やOEMパートナーとの継続的な取組みにより、**売上原価^{*1}は前年同期比△2.7ptと大幅改善**。
- 上記M & Aに係るのれん及び無形資産の償却費計上により減価償却費率が上昇も、**EBITDAマージンは前年同期比+3.9ptの11.8%と大幅改善**。



- ### 固定費
- 24/4Qに実施したM&Aに係る**のれん及び無形固定資産償却費用の計上**（詳細次ページ）により、減価償却費率が上昇。
 - 2024年度中に実施した昇給や新領域の人材拡充インパクトにより人件費率は上昇も、中期では、売上高拡大及びDX推進や業務プロセス見直しにより改善見込み。

- ### 変動費
- スキンケア他カテゴリーの伸長に伴うコストミックスやOEMパートナーとの取組み、美容家電カテゴリーの中間マージン削減^{*3}等により、**売上原価は前年同期比△2.7ptと大幅改善**。
 - 物流費率は3PLパートナー等と連携した配送効率化等により改善。

M&Aに伴うのれん・無形固定資産の計上

- 2024年10月末に実施したM&A2件の内、Artemis社^{*1}のPPA^{*2}評価が完了^{*3}（年間償却額は2025年期初業績予想策定時の想定と大幅な乖離なし）。
- トゥヴェール社は評価中であり、2Q決算発表時確定予定。完了次第、必要な会計認識を行うと共に、概算で計上している償却費の見直しも行う。



業績予想に対する進捗

- 当社決算における業績は下期偏重の傾向がある中、1Qの売上高は概ね計画通り、各種利益は好調な滑り出し。
- 2Qにおける広告費等の投資費用への配分を鑑み、現時点では通期業績予想は据え置き。

期初想定から変更なし

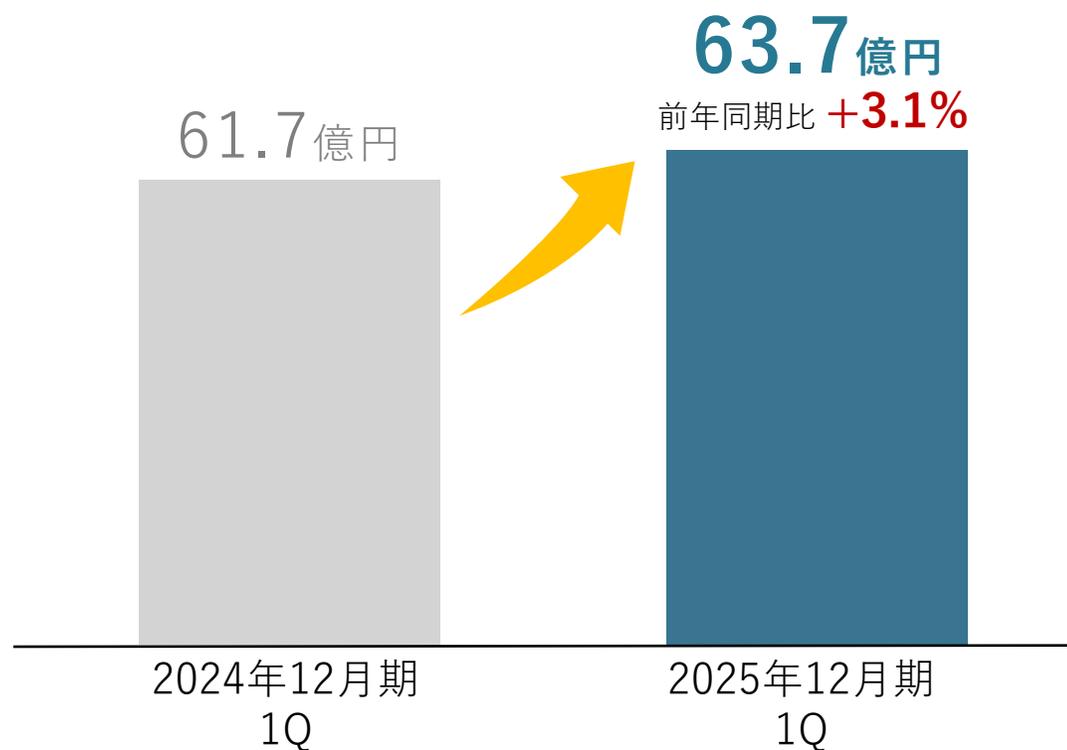
	1Q実績	上期業績予想	対上期業績予想 進捗率	通期業績予想
売上高	111.1億円	230.0億円	48.3%	520.0億円
EBITDA	13.1億円	24.3億円	53.9%	67.6億円
営業利益	9.0億円	15.3億円	58.9%	50.4億円
経常利益	8.4億円	14.8億円	56.9%	50.0億円
親会社株主に 帰属する当期純利益	3.7億円	7.2億円	51.9%	27.0億円

- 01 連結業績ハイライト
- 02 各カテゴリーの進捗
- 03 Appendix

ヘアケア系カテゴリーの進捗

- 4月に発売開始したYOLUのヘアケア商品リニューアルの初回セルイン好調が増収に貢献し、**前年同期比+3.1%と堅実に成長**。
- 海外売上高を除いた**国内売上高は前年同期比+5.9%**と好調に推移。

売上高



トピックス

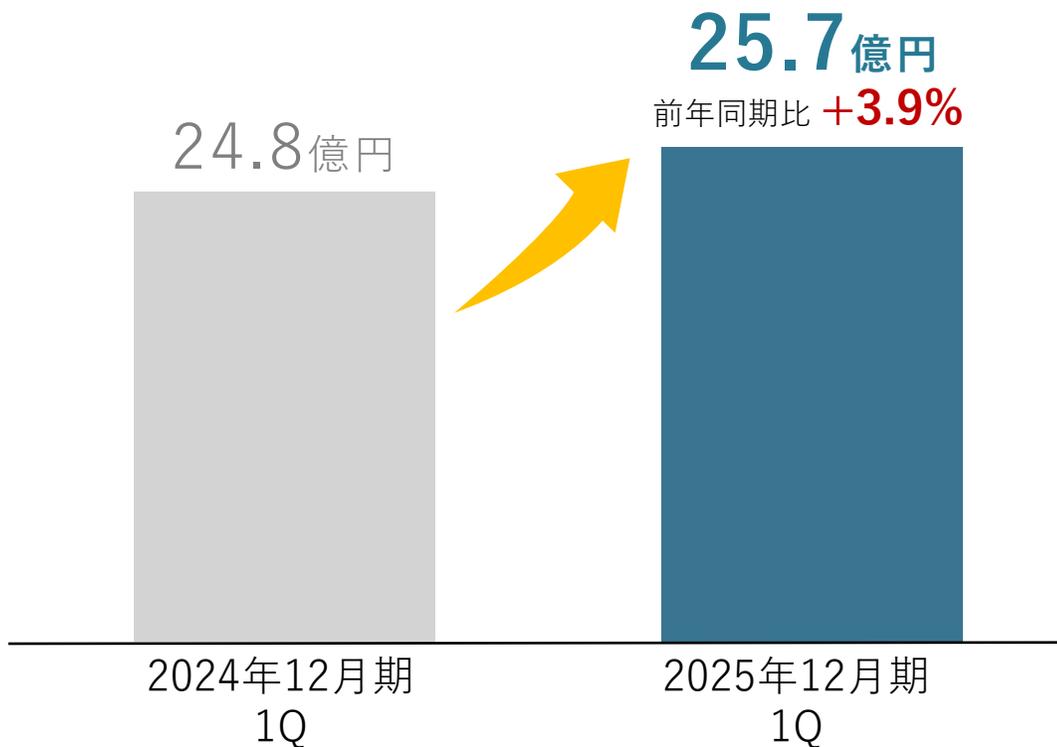
- YOLU：昨年発売開始したボディカテゴリーの好調継続に加え、既存ヘアケア商品リニューアルの初回セルイン好調により**前年同期比+18.0%の成長**。
- BOTANIST：中国市場からの撤退等の影響により前年同期比で減収も、昨年リニューアルした**サブラインROOTHのPOS*は前年同期比+82.1%と大幅伸長を継続**。



美容家電カテゴリーの進捗

- **中高価格帯商品^{*1}が前年同期比+82.1%と大幅に伸長し、カテゴリー全体では前年同期比+3.9%と安定的に成長。**
- 中高価格帯^{*1}と定番品^{*2}の売上比率は前年同期比で約2：8から4：6に推移し、利益率も改善。

売上高



トピックス

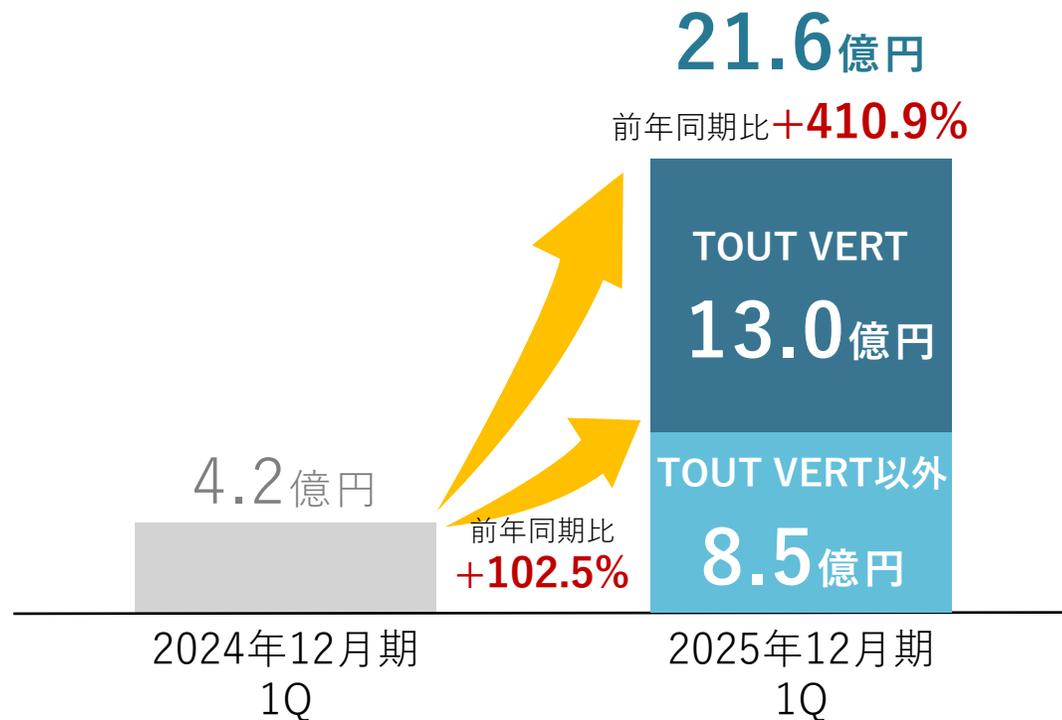
- 戦略的な売上構成比シフトが順調に進行し、中高価格帯商品^{*1}は**前年同期比+82.1%と大幅成長**。
- EMSリフトブラシ^{*3}は**前年同期比+38.1%**と、昨年11月発売の上位版商品も順調に推移。
- スムースシャインドライヤーが**前年同期比+11.3%**と好調に推移。2月にSALONIAでの人気色ピンクを新商品として発売開始。



スキンケア他カテゴリーの進捗

- M&AによりグループジョインしたTOUT VERTの貢献の他、WrinkFadeの伸長や新ブランドReWEARの発売等により、**カテゴリー全体で前年同期比+410.9%、TOUT VERTを除いたブランドでは前年同期比+102.5%と圧倒的な成長**を実現。

売上高



トピックス

- TOUT VERT：新規販路Qoo10の販売好調等により**1~3月実績で過去最高売上高**を更新。
- WrinkFade：**前年同期比+44.8%と大幅伸長**。定期販売の新規獲得好調に加え、ECモールの売上伸長が貢献。
- SKN REMED：前四半期比+5.5%と**24年2Q発売来成長を継続**。新商品拡充等により2Q以降に大幅伸長予定。
- ReWEAR：1時間で3,000本完売*等、ECテスト販売好調により、**初回オンライン店舗配荷10,000店超達成**。



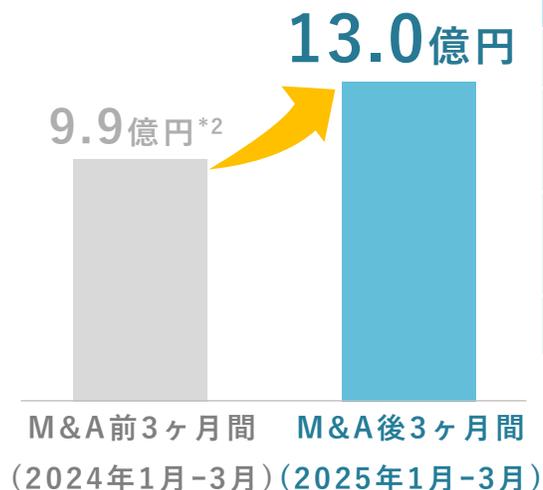
PMIの進捗

- トゥヴェール社、Artemis社*1共にPMIは順調であり、1Q時点で期初計画の売上高及び粗利改善を達成。
- 2Q以降も当社の経営ノウハウやリソース等を活用した更なるシナジー実現を目指す。

化粧品企画・販売

株式会社トゥヴェール

TOUT VERT

M&A前後売上高比較*2
(2024年1Q vs 2025年1Q)

PMI施策	
✓	足元の成長機会獲得
✓	オンライン販売強化
対応中	オフライン販売展開
対応中	デジタルマーケティングの強化
対応中	サプライチェーンの最適化
対応中	経営管理能力の向上

美容家電企画・生産管理・輸出入販売

株式会社Artemis*1

Artemis

美容家電事業の粗利率*3
(2025年1月~3月)

PMI施策	
✓	商品仕様及び取引先の変更手続き
✓	統合業務フロー標準化
対応中	開発スピードの向上
対応中	QCDの向上
対応中	経営管理能力の向上

1Q 新商品 (一部抜粋)

- 引き続き各ブランドから新商品を多数発売。



サロニア スムースシャインドライヤー ピンク



リウェア 再生柔軟剤
クラシックローズ&ムスク/フレッシュシトラス&グリーン



Teaflex スリープナイト ピーチルイポステイン/
スリムクレンズ グリーンティー



SKN REMED 薬用ダーマセラムUV ヘパリバリア
(医薬部外品)



ティアラル モイスターリフレッシュセラム/
モイスタークリアセラム

Social Beauty Project (サステナビリティの取り組み)



ブランド・商品・企業活動を通じて
社会・地球に貢献するための取組をまとめた
「Social Beauty Project」WEBページを開設



環境省が主催する「製品・サービスの
カーボンフットプリントに係るモデル事業*」
の算定結果を報告

- 01 連結業績ハイライト
- 02 各カテゴリーの進捗
- 03 Appendix

会社概要

INE

INNOVATION NEVER ENDS

会社名	株式会社 I - n e (証券コード: 4933)
設立	2007年3月
資本金	5,000万円 (2025年3月末時点)
所在地	大阪府大阪市中央区南久宝寺町4-1-2 御堂筋ダイビル
従業員数	442名 (2025年3月末時点、臨時雇用者除く)
代表者	代表取締役社長 大西 洋平
子会社	国内4社、海外2社 (2025年3月末時点)



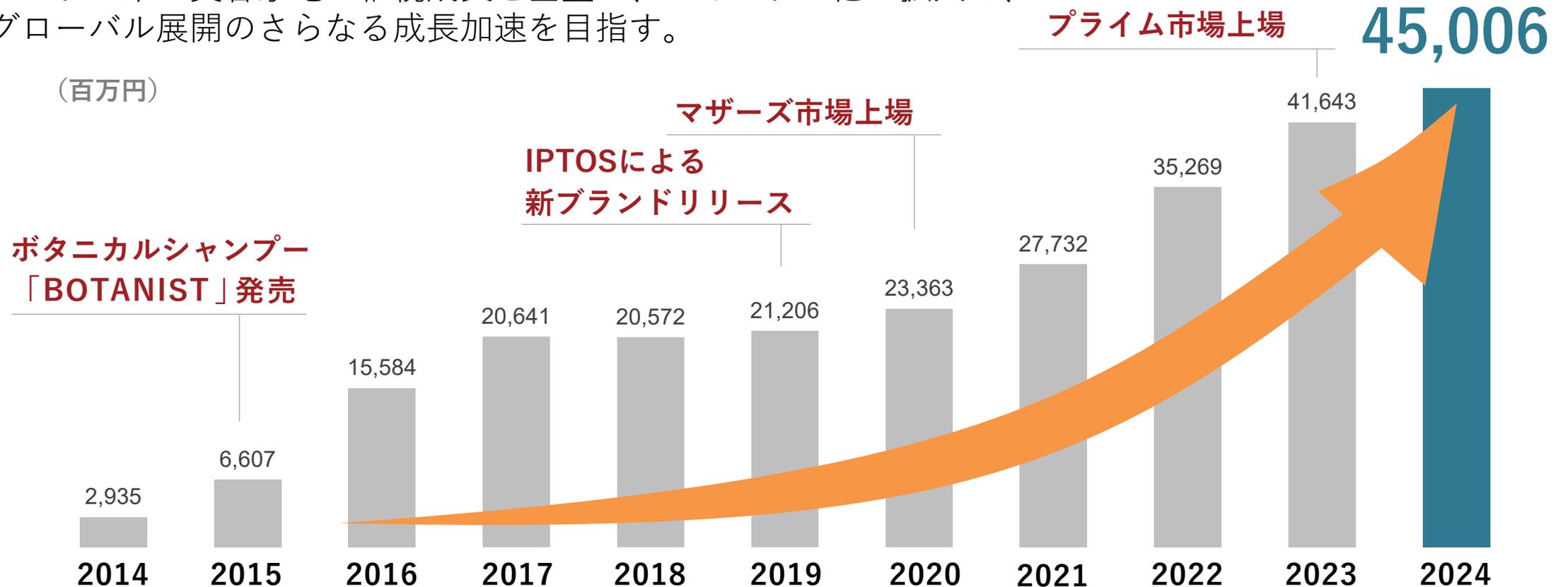
MISSION

We are
**Social Beauty
Innovators**
for
Chain of Happiness

私たちは、
美しく革新的な方法で、
「幸せの連鎖」があふれる
社会の実現に挑戦し続けます。

連結売上高推移

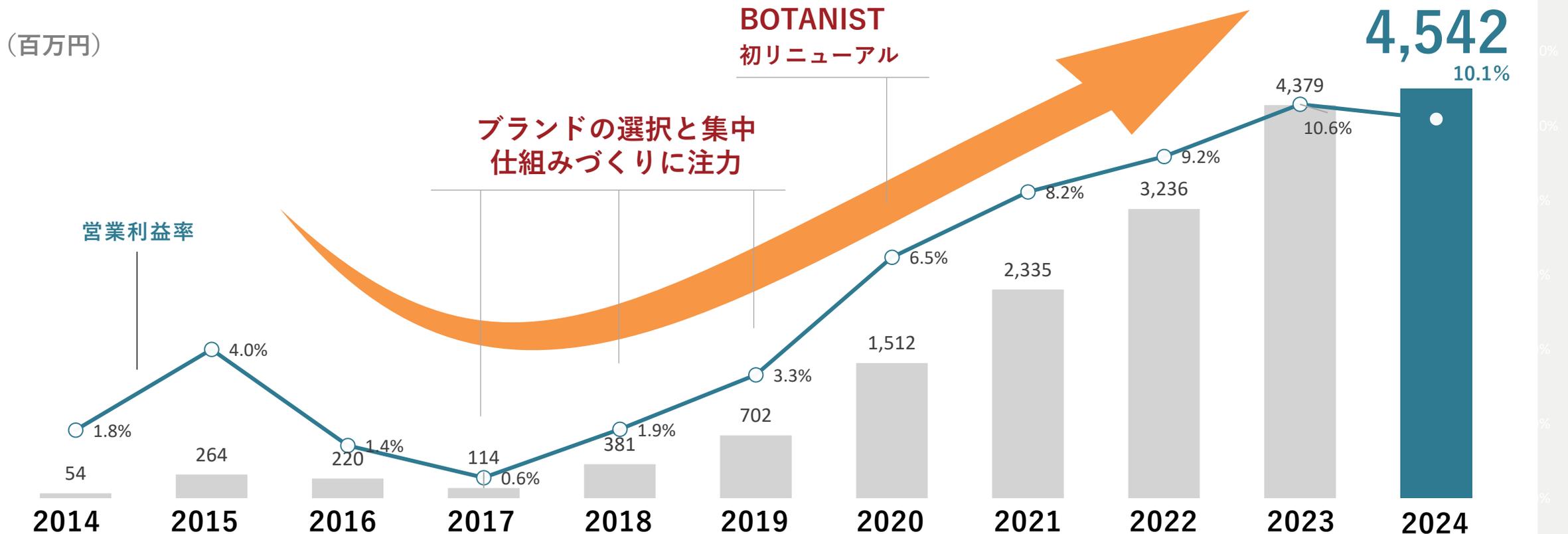
BOTANISTの発売を契機に売上高伸長。
2023年9月東京証券取引所プライム市場へ上場。
ヘアケア系・美容家電の継続成長を基盤に、スキンケア他の拡大と、
グローバル展開のさらなる成長加速を目指す。



注：・2014/12-2016/12月期は単体数値、2017/12-2021/12月期は連結数字を使用・2014/12-2017/12月期は参考値（非監査情報）
・2020/12月期は収益適用認識前の数値。・2021/12月期以降は収益適用認識後の数値。
・2021/12月期は新収益認識基準を遡及適用したと仮定した数値（非監査）

連結営業利益推移

2018年よりブランドの選択と集中やIPTOSの徹底化に努め、営業利益及び営業利益率が大幅に拡大。グローバル水準の収益性を実現するべく、今後も向上に取り組む。



注：・2014/12-2016/12月期は単体数値、2017/12-2021/12月期は連結数字を使用・2014/12-2017/12月期は参考値（非監査情報）
 ・2020/12月期は収益適用認識前の数値。・2021/12月期以降は収益適用認識後の数値。
 ・2021/12月期は新収益認識基準を遡及適用したと仮定した数値（非監査）

取締役の体制



代表取締役社長
大西 洋平

大学在学中に個人事業主としてY.B.Oを設立。当時のモバイル通販市場とブログメディアの拡大に着目し、EC×ブログPRを強みとした事業で起業。「ネットで流行らせたものを店頭で売る（流行を創る→EC→卸）」という独自のビジネスモデルを確立



取締役
原 義典

元P&Gジャパンファイナンス部門No2としてビジネスに加え組織開発もリードする。2022年にI-ne参画。CFOとしてファイナンス領域を担当。2024年より現職



社外取締役
笹俣 弘志

A.T.カーニーにて、食品・嗜好品・日用品などのメーカー企業等に対し、ブランドポートフォリオ戦略や組織・構造改革等を支援。同社エネルギープラクティス東京事務所リーダー（現任）。2022年より現職



社外取締役（常勤監査等委員）
堀川 健

元株式会社ポーラ・オルビスホールディングス執行役員（経営企画・財務・法務総務管掌）を経て、2022年より現職



社外取締役（監査等委員）
山中 典子

朝日監査法人、サントリーホールディングス、プロントコーポレーション監査役を経て、2024年より現職



社外取締役（監査等委員）
古本 結子

米国NY州弁護士新日本製鐵、三菱商事、カンロ社外取締役、三菱商事ライフサイエンス監査役を経て、2024年より現職

カテゴリーについて

ヘアケア系

BOTANIST



YOLU



DROAS



美容家電

SALONIA

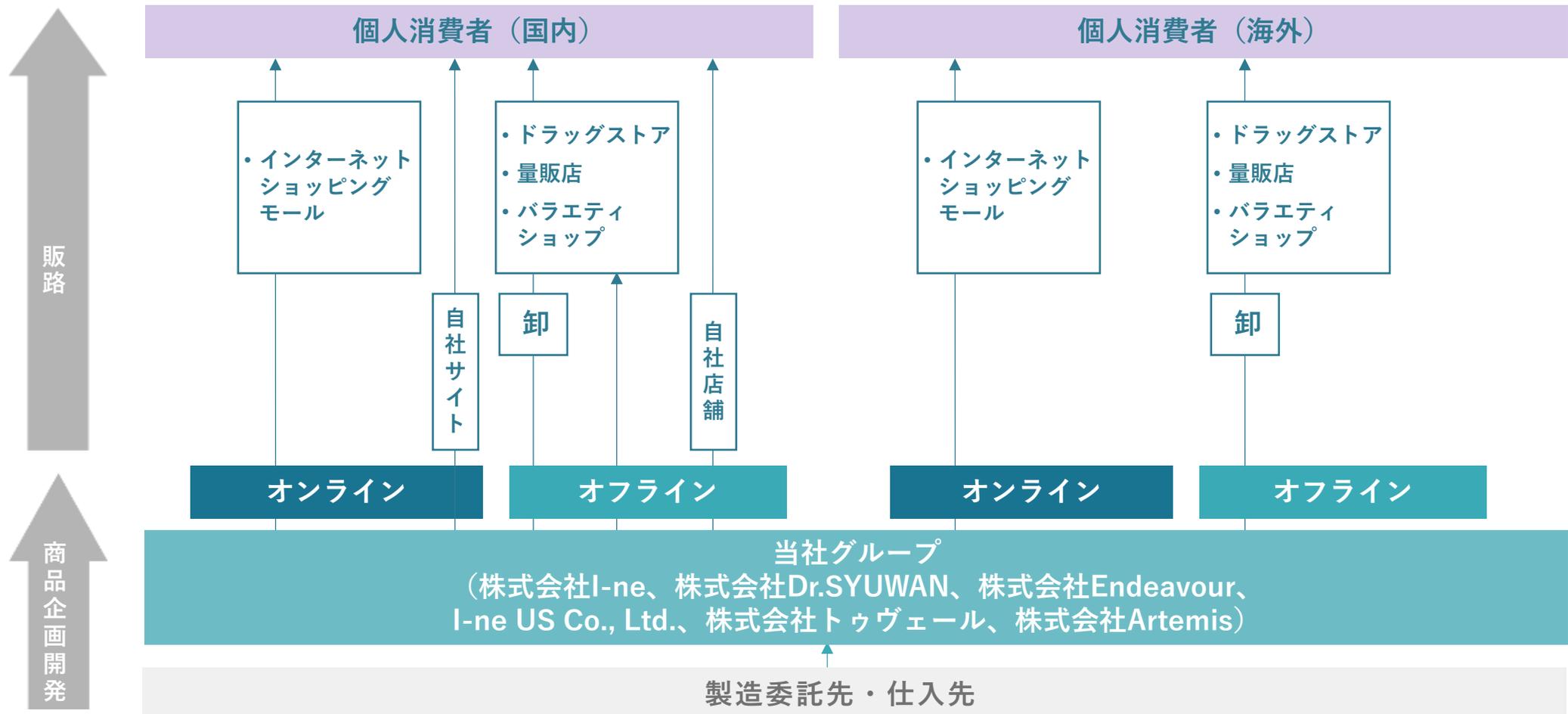


スキンケア他

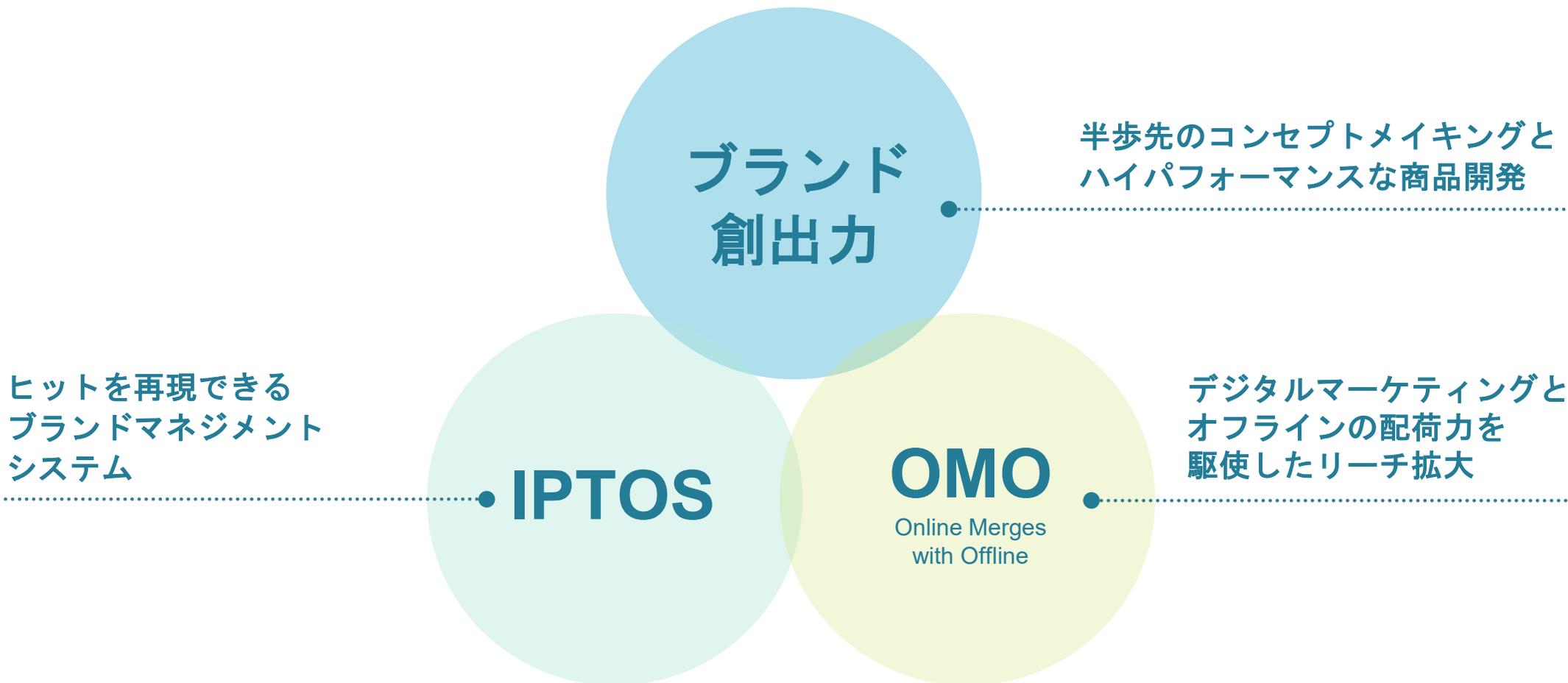


事業系統図

- 生産機能を外部企業に委託するファブレスのメーカーとして、国内外にオンライン・オフラインの販売チャネルを構築し、消費者に商品を届けている。

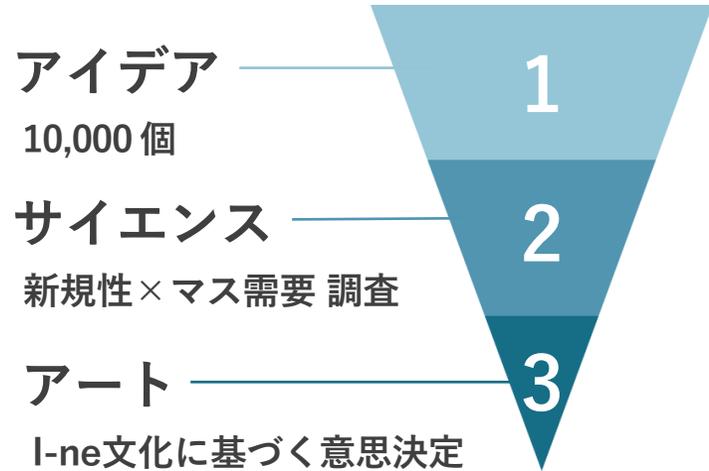


ヒットを量産できるI-neの3つの強み



強み① ブランド創出力

■コンセプト設計



半歩先のコンセプト



「ボタニカル」

「夜間美容」

■クリエイティブカ



インハウスクリエイター

82人^{*1}

*1: 2024年12月時点。臨時雇用者含む

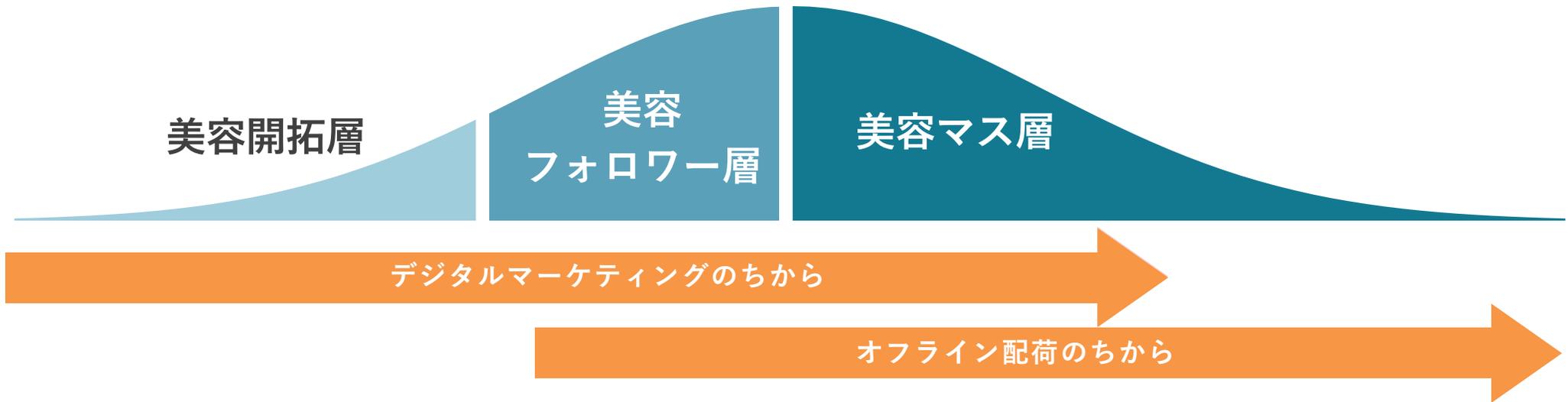
■商品開発



商品ごとに

全国200社以上の ネットワークの中から 最適なOEM先を選択

強み② OMO (Online Merges with Offline)



82人^{*1}

インハウス デジタルマーケッター

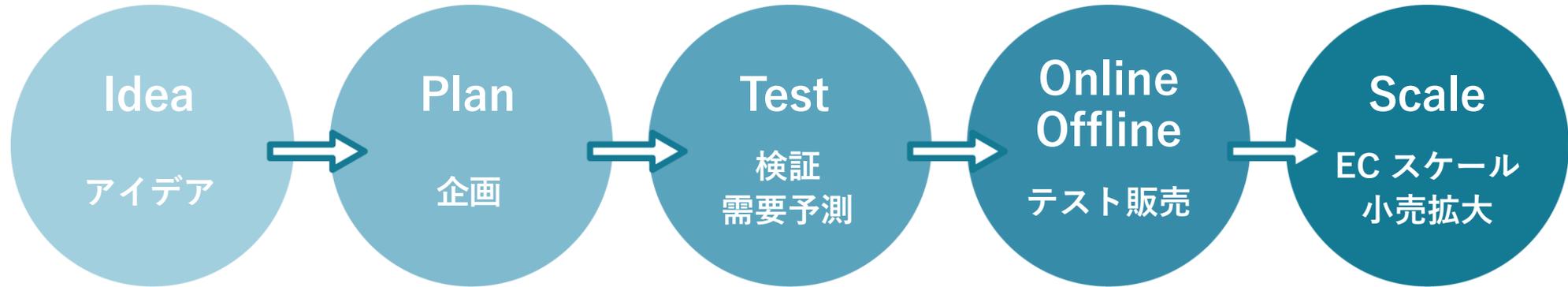
約65,000店舗^{*2}

オフライン配荷実績店舗数

*1：2024年12月時点（臨時雇用者含む）

*2：2023年12月末時点における当社商品配荷実績店舗数。対象店舗は、ドラッグストア、総合スーパー、食品スーパー、ホームセンター、コンビニエンスストア、家電量販店
出所：経済産業省「商業動態統計」、一般社団法人日本チェーンドラッグストア協会、各社ホームページより当社作成

強み③ IPTOS (ブランドマネジメントシステム)



特徴

- ✓ 各ゲートでのKPI設置
- ✓ 成功・失敗の体験データ蓄積
- ✓ 迅速なPDCAサイクル運用

メリット

- ✓ リスクの抑制
- ✓ ヒットの再現性の向上
- ✓ 需要予測精度の高度化



バイオマスPET使用



FSC認証紙使用



コスメバンクプロジェクト参画



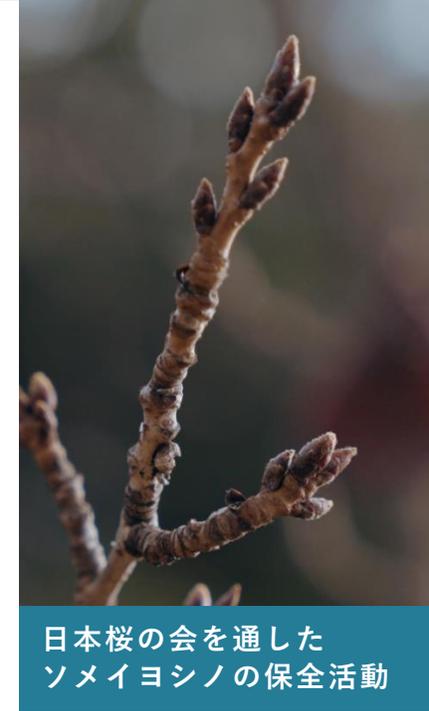
moretreesを通じた
森林保全活動 (BOTANIST財団)



BOTANIST白樺ファーム
(植物資源の循環)



北海道美幌町BOTANISTの森



日本桜の会を通じた
ソメイヨシノの保全活動



アウトレット・ファミリーセール
実施による廃棄物削減



使わなくなった家電の
回収・再利用

【中期方針】2028-30年売上高1,000億円の達成に向けた成長戦略

- 当社を取り巻く昨今のビジネス環境を鑑み、2028-30年売上高1,000億円に向けた戦略及び指標を更新。
- スキンケア・新カテゴリーにおいて更なる成長を図ると共に、M&Aを通じた新たな強みの獲得及び事業領域拡張により、国内トップレベルのメガベンチャーを目指す。

2022年通期決算発表時 長期ビジョン

目標	売上高 営業利益率	1,000億円 15%
成長戦略	<ul style="list-style-type: none"> ① ヘアケア系・美容家電の継続成長 ② スキンケア他の拡大 ③ グローバル展開のさらなる成長加速 	



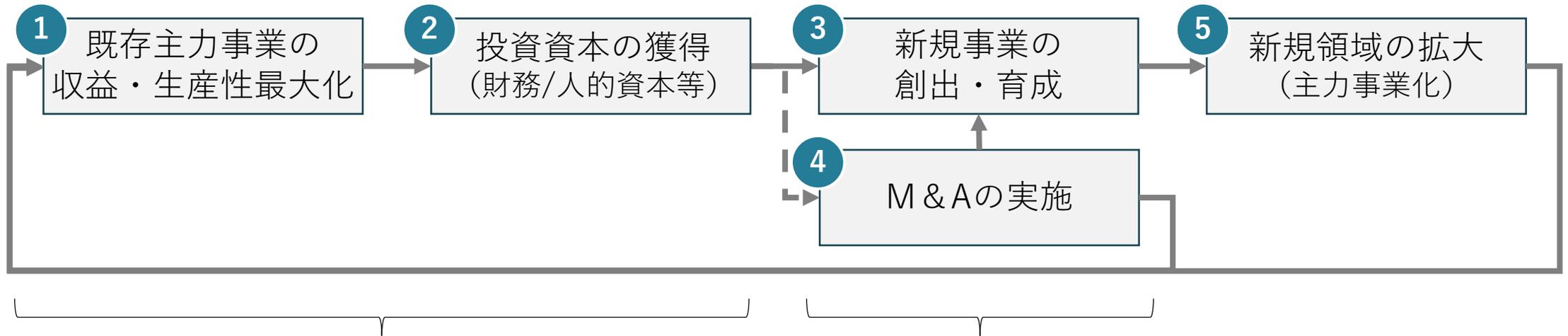
更新版 2028-30年ビジョン (太字：主要更新ポイント)

目標	売上高 EBITDAマージン 営業利益率	1,000億円 14% 11%
成長戦略	<ul style="list-style-type: none"> ① ヘアケア系・美容家電の持続的成長 ② 新たな成長の柱となる事業の育成 <ul style="list-style-type: none"> ➢ スキンケア ➢ 新カテゴリー ③ M&Aを通じた新たな強みの獲得と事業領域拡張 ④ グローバル市場における基盤作り (東南アジアやUS等) 	

【中期方針】 成長戦略の実現サイクルと収益率イメージ

- 既存主力事業の収益・生産性の最大化により得た資本を新たな事業の育成に向けた原資とし、更なる事業成長を推進するサイクルを回す。
- 既存主力事業の営業利益率及びEBITDAマージンのターゲットは約15~17%、新規事業の創出・育成及びM&Aにかかる費用のターゲットは、売上高比で合計約4~6%とする。

売上高1,000億円、営業利益率11%、EBITDAマージン14%をターゲットとした成長戦略の実現サイクル



収益 営業利益率、EBITDAマージン：約15~17%

費用 新規事業立ち上げ費用／売上高：約1~2%

費用 M&A関連費用^{*1}／売上高：約3~4%

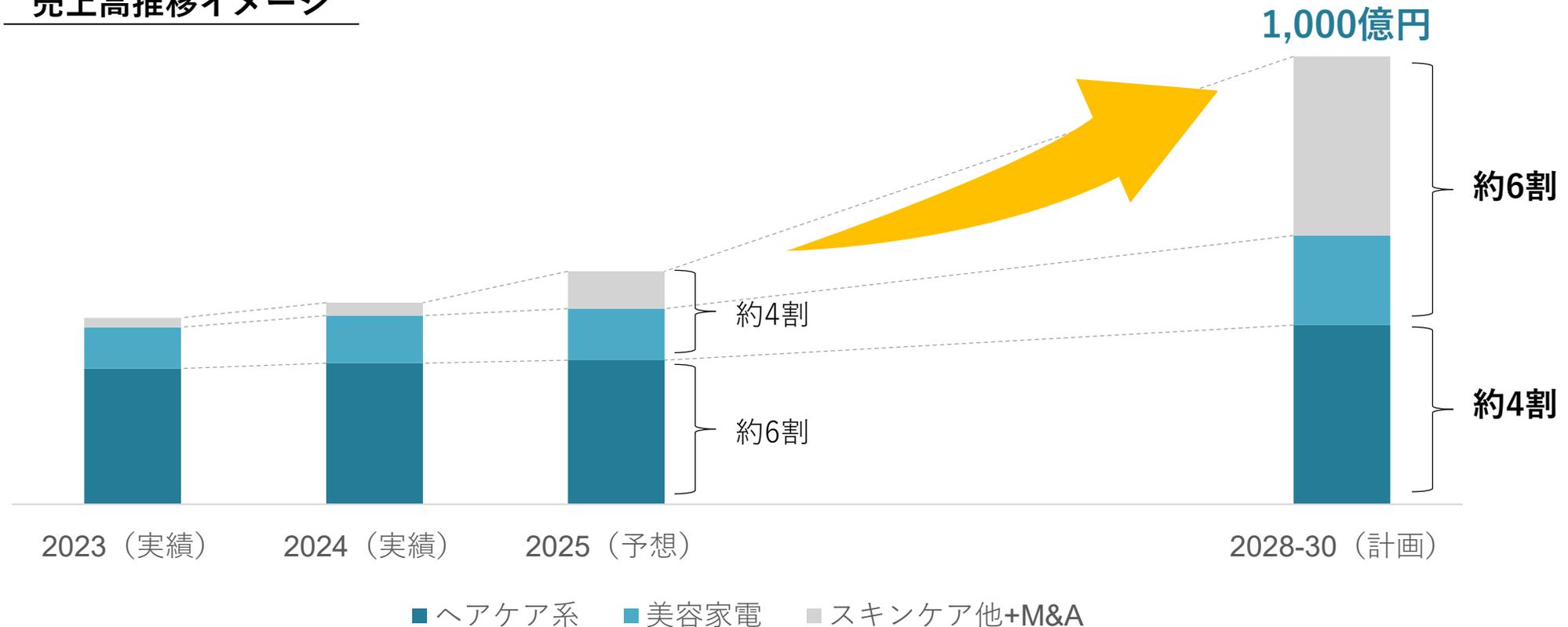
*1：アドバイザー費用、のれん償却費、PMI^{*2}関連コスト等

*2：Post Merger Integrationの略。経営統合、業務統合、意識統合の3段階からなるM&A（合併・買収）後の統合プロセスを指す

【中期方針】事業ポートフォリオの変革

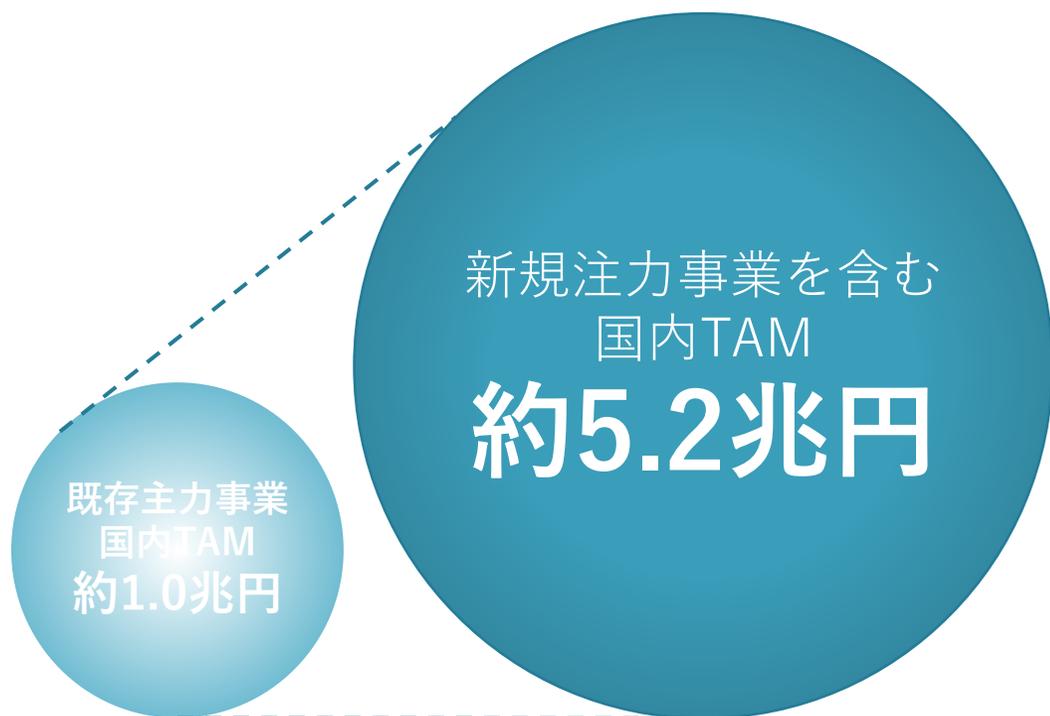
- 足元ではヘアケア系カテゴリーの売上高が全体の6~7割を占めているが、今後はスキンケア・新カテゴリーを新たな成長の柱として育成するほか、継続的にM&Aを実施することで、2028-30年時点ではヘアケア系カテゴリーの売上高が全体の約4割となる事業ポートフォリオを目指す。

売上高推移イメージ



【中期方針】国内におけるターゲット市場規模

- 今後、新たにターゲットとする新規注力事業を含めた国内TAMは約5.2兆円。
- I-neの知見と強みを最大限発揮できる市場／製品を厳選の上、新カテゴリーにおいても、Innovationの実現による市場創出・獲得を目指す。



ターゲット市場規模

既存 主力事業	ヘアケア 7,024億円*1	美容家電／雑貨 3,335億円*2
新規 注力事業	スキンケア 1兆4,324億円*1	新カテゴリー 約2兆7,000億円*3

I-neの3つの強みを最大限発揮できる市場／製品を厳選

- 1 半歩先のコンセプト×高品質な商品開発：ブランド創出力
- 2 デジタルマーケティング×オフライン配荷力：OMO
- 3 ヒットを生み出し続ける仕組み：IPTOS

【中期方針】 M&A戦略の推進

- 2024年10月に美容家電カテゴリー、スキンケア他カテゴリーで2件のM&Aを実行。
- 財務規律を重視したM&Aを通じて、新たな強みの獲得、双方のシナジー創出による事業領域拡張を更に推進。

当社のM&A領域における実績

ヘアケア系		
美容家電	2024 Artemis	
スキンケア	2022 WrinkFade <i>wf.</i>	2024 TOUT VERT
新カテゴリー		
(売却)	2022 skinvill	2023 RELAXATION CHILL OUT ※一部を掲載

積極的なM&A戦略の実行

組織強化

- 企業価値を上げるM&A専門組織の強化
- PMIを見据えた人材確保と事業担当者の強いコミットメントの追求

財務規律方針

以下の財務規律を方針とした投資検討

1. 連結EPSの向上
2. EBITDAマルチプル設定
3. Net Debt EBITDA2倍以下

キャッシュアロケーション方針と株主還元

- 成長投資を最優先としたキャッシュアロケーション方針は継続する一方、適宜、キャッシュバランスや株価等を鑑みた株主還元施策は実施予定。
- 昨年度より普通配当を実施しており、**2025年度は1株当たり0.5円増配した13.5円の普通配当**を実施。

キャッシュアロケーション方針（優先度順）

1) 中期事業戦略への成長投資

- ブランド拡大に向けたマーケティング投資
- サステナビリティ・スキンケア等のブランド開発投資
- グローバル拡大に向けた投資
- 人材開発・業務生産性向上に向けた投資

2) インオーガニック成長に向けた戦略投資（M&A等）

- 新規事業開発、M&Aの実行

3) B/Sマネジメントや株価水準等考慮した株主還元

- 事業成長に沿った安定的・継続的な株主還元
- 普通配当・株主優待の継続

株主還元施策

	2023年度	2024年度	2025年度
配当	プライム上場 記念配当 13.0円/株	普通配当 13.0円/株	普通配当 13.5円/株
その他 施策	—	<ul style="list-style-type: none"> 自己株取得の実施（約5億円） 株主優待の発表（自社サイトで使用可能な2000円相当のポイント付与） 	<ul style="list-style-type: none"> 株主優待は継続（内容は継続検討） その他、決定があり次第発表予定

ヒストリカル財務データ

(単位：百万円)

	2023年12月期					2024年12月*2					2025年12月期
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q
売上高	9,716	9,801	10,951	11,174	41,643	9,082	11,228	10,999	13,695	45,006	11,116
売上原価	4,911	4,419	5,048	5,019	19,399	4,245	5,197	5,210	6,306	20,959	4,875
売上原価率	50.5%	45.1%	46.1%	44.9%	46.6%	46.7%	46.3%	47.4%	46.0%	46.6%	43.9%
広告・販促費	1,366	1,955	2,042	1,731	7,096	1,438	1,846	1,910	1,853	7,049	1,753
広告・販促費率	14.1%	20.0%	18.7%	15.5%	17.0%	15.8%	16.4%	17.4%	13.5%	15.7%	15.8%
物流費	695	730	751	715	2,892	648	631	630	784	2,694	729
物流費率	7.2%	7.5%	6.9%	6.4%	6.9%	7.1%	5.6%	5.7%	5.7%	6.0%	6.6%
販売手数料	383	407	502	758	2,052	532	513	657	949	2,652	682
販売手数料率	3.9%	4.2%	4.6%	6.8%	4.9%	5.9%	4.6%	6.0%	6.9%	5.9%	6.1%
人件費	599	589	685	697	2,572	744	821	834	993	3,394	940
人件費率	6.2%	6.0%	6.3%	6.2%	6.2%	8.2%	7.3%	7.6%	7.3%	7.5%	8.5%
その他固定費	728	810	789	921	3,250	834	821	834	1,222	3,712	1,233
その他固定費率	7.5%	8.3%	7.2%	8.2%	7.8%	9.2%	7.3%	7.6%	8.9%	8.2%	11.1%
営業利益	1,031	887	1,130	1,330	4,379	638	1,396	922	1,585	4,542	901
営業利益率	10.6%	9.1%	10.3%	11.9%	10.5%	7.0%	12.4%	8.4%	11.6%	10.1%	8.1%
EBITDA*1	1,104	961	1,214	1,419	4,700	719	1,491	1,037	1,949	5,196	1,316
EBITDAマージン	11.4%	9.8%	11.1%	12.7%	11.3%	7.9%	13.3%	9.4%	14.2%	11.5%	11.8%

*1：EBITDA=営業利益+減価償却費で算出

*2：2025年12月期1Qにおいて、2024年10月に買収したArtemis社のPPA評価が完了したことにより、2024年12月期4Qおよび通期の決算数値について遡及修正を実施

ヒストリカル財務データ

(単位：百万円)

	2023年12月期					2024年12月期					2025年12月期
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q
連結売上高	9,716	9,801	10,951	11,174	41,643	9,082	11,228	10,999	13,695	45,006	11,116
ヘアケア系	6,290	7,160	8,588	8,286	30,326	6,176	8,031	8,049	9,247	31,505	6,371
└BOTANIST	3,170	3,456	4,140	3,822	14,589	2,274	3,709	3,190	4,409	13,584	1,906
└YOLU	2,474	3,001	3,962	4,231	13,669	3,248	3,593	4,390	4,216	15,449	3,832
美容家電(SALONI)	2,899	2,050	1,865	2,406	9,222	2,481	2,807	2,527	2,844	10,661	2,577
スキンケア他	526	590	496	481	2,094	424	389	421	1,603	2,839	2,167

(単位：百万円)

	2023年12月期					2024年12月期					2025年12月期
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q
グローバル	131	424	218	355	1,128	310	370	274	388	1,345	180

ディスクレーマー

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、日本国またはそれ以外の一切の法域における有価証券の買付けまた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、過去また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」に該当します。将来予想に関する記述には、「信じる」、「予期する」、「計画」、「戦略」、「期待する」、「予想する」、「予測する」または「可能性」や将来の事業活動、業績、出来事や状況を説明するその他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、現在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います。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、実際の業績は将来に関する記述に明示または黙示された予想とは大幅に異なる場合があります。したがって、将来予想に関する記述に全面的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、将来予想に関する記述を更新する義務を負いません。