

Timee

FY25/10期 第1四半期

決算説明資料

2025.3.13

株式会社タイミー
(証券コード：215A)

FY25/10 1Q決算ハイライト

86 億円

/ +36.2% YoY
売上高^{※1}/成長率
(FY25 1Q)

14 億円

/ 16.4%
営業利益/営業利益率
(FY25 1Q)

28.8%

平均テイクレート^{※2}
(FY25 1Q)

84.6%

稼働率^{※3}
(FY25 1Q)

299 億円

流通総額^{※4}
(FY25 1Q)

207 千拠点

アクティブアカウント
(AA) 数^{※5}
(FY25 1Q)

144 千円

AA当たり流通総額
(FY25 1Q)

※1：ネットベースの収益（流通総額 × テイクレート）。当社の売上高のほぼ全額は流通総額にテイクレートを乗じて算出されるタイミー事業の売上によるもの

※2：クライアントに請求する手数料率。タイミープラットフォームの売上を流通総額で除して算出

※3：マッチング率。稼働人数を募集人数で除して算出

※4：クライアントからワーカーに支給される給与 + 交通費

※5：月に少なくとも1つの求人掲載したクライアント事業所数。3か月のアクティブアカウント数の合計を示しており、かかる数値は四半期中に1つの求人掲載したクライアント数よりも大きくなる可能性がある。

FY25/10 1Q決算概要及び2Q業績見通し



PL

- 売上高は86.4億円 (+36.2% YoY)、営業利益は14.1億円 (+148.7% YoY、営業利益率 16.4%) と増収増益。
- 売上高は、年末年始を中心とした深刻な人手不足を背景に主要3業界でのAA数の増加を背景としてYoYで増収。飲食業界では昨年に引き続きコストプレッシャーの高まりにより小幅な成長に留まったことや、不正利用対策の影響から小規模クライアントの利用減退があったものの、特に物流及び小売業界での堅調な利用増加により全体として高成長を継続。
- コスト面は、前年の1Qは試験的にクライアントマーケティング・BPO費用を大幅に計上したものの、今Qでは売上高の拡大及び規律を持った投資により同コストの対売上高比率が縮小したことに加え、営業生産性の向上、不正利用対策に係る適切なコストマネジメントにより、営業利益はYoYで大幅増益。

KPI

- 流通総額は主にAA数の増加を背景に29,905百万円 (+39.6% YoY) と大幅増加。
- 平均テイクレートは28.8%と引き続き高水準を維持。物流業界の一部の先でボリュームディスカウントを期間限定で実施。繁忙期で募集が想定以上に増加しディスカウント幅も連動して増加したため、物流業界は約28%で着地。尚、期間限定のため2Q以降は回復見込。飲食・小売業界、他は約30%程度とQoQではほぼ横ばいを維持。
- 稼働率は引き続き高水準の84.6% (▲0.1pt YoY)。繁忙期に入り季節性によりQoQでは僅かに減少。
- AA数は物流及び小売業界を中心に順調に拡大し207.4千拠点 (+46.5% YoY)
- AA当たり流通総額は144.1千円。物流業界の利用拡大に加え、クライアントマーケティング縮小や不正利用対策影響から小規模クライアントの割合低下により、▲4.7% YoYと下落幅は大幅に改善。QoQでも増加して着地。

FY25/10
2Q 見通し

- 売上高は79.0 - 81.0億円 (+29.4% - +32.7% YoY)、営業利益は16.6 - 17.0億円 (+44.2% - +47.7% YoY、営業利益率21.0% - 21.0%) の見通し。2Qは例年閑散期のため売上高は1Qを下回る見込みであるが、同時にコストも比較的少なく済むため、安定して営業利益も創出できる見込み。

FY25/10 1Q業績見通しと実績の差異について

単位：百万円

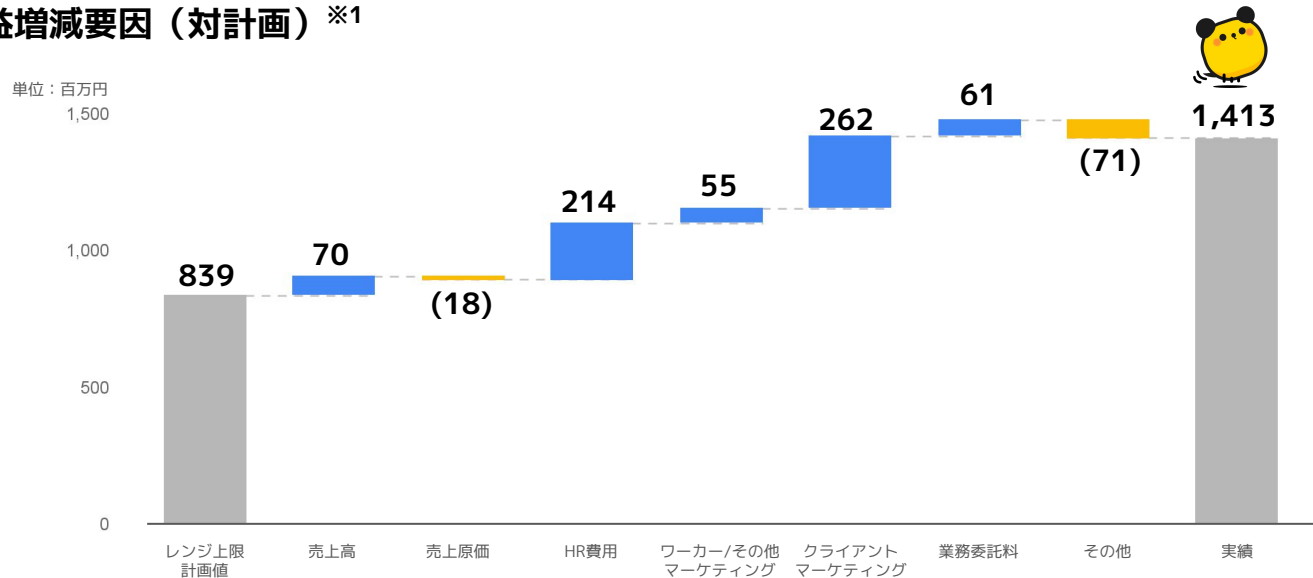


	FY25/10 1Q 業績見通し	FY25/10 1Q 実績	差異理由
売上高	8,263 — 8,572	8,642	<p>売上高は1Qレンジ上限を70百万円上回る8,642百万円（+36.2% YoY）で着地。</p> <p>主に競争環境の激化及び不正利用対策の影響によりレンジ開示をしていたが、不正利用の影響は出ているものの想定範囲内であったことや競争環境も想定範囲内にとどまったため、レンジ上限を超過して着地。</p>
売上高成長率	30.2% — 35.1%	36.2%	
営業利益	808 — 839	1,413	<p>営業利益は1Qレンジ上限を574百万円上回る1,413百万円（+148.7% YoY、営業利益率 16.4%）で着地。</p> <p>1Qは年末年始を中心とした最繁忙期のため、ワーカーマーケティングを中心とした投資が先行することから利益率は低水準になる傾向であるが、FY25/10に関してはFY24/10 4Qにワーカーマーケティングを前倒して実施していた他、不正利用対策影響による小規模クライアントのコンバージョン悪化を見据えてクライアントマーケティングも規律を持った投資のみにしたことから計画対比で大幅にコストが少なく済み営業利益は大幅に上振れて着地。</p>
営業利益成長率	42.4% — 47.7%	148.7%	
営業利益率	9.8% — 9.8%	16.4%	

営業利益の増減要因（1Q計画対比）

営業利益は1Qレンジ上限を574百万円上回る1,413百万円で着地。ワーカーマーケティングは年末の最繁忙期を見据えて多くの予算を計上していたが、FY24/10 4Qにもワーカーマーケティングを前倒しで投資していたことや1Qの稼働率が前年同四半期で同水準を維持できたため計画対比で減少。クライアントマーケティングも不正利用対策の影響に鑑み規律を持った投資のみにしたことから計画対比で減少。HR費用も生産性の向上により計画対比で減少。

営業利益増減要因（対計画）※1



※1：販売費及び一般管理費の内訳はNon-GAAP指標。HRは営業チーム、バックオフィスなどの給与、採用関連費用を含む。ワーカーマーケティング費用とクライアントマーケティング費用は、ワーカー又はクライアントの獲得のための広告宣伝費（デジタル広告が大半）。その他マーケティング費用は、販売促進費を含む。その他は、支払手数料、販売代理店手数料、その他費用・手数料を含む

FY25/10 2Q業績見通し

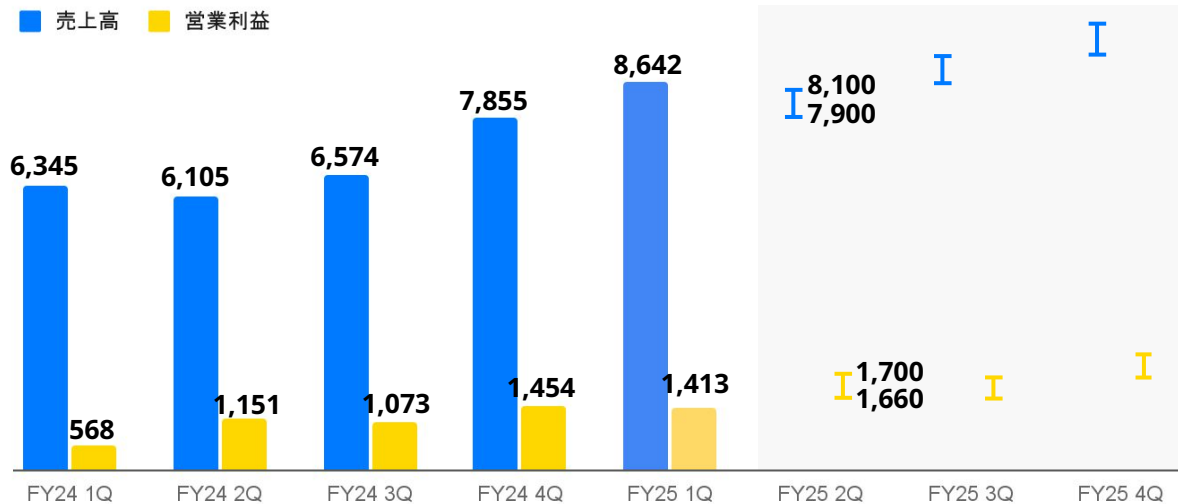
売上高は7,900- 8,100百万円 (+29.4% - +32.7% YoY)、営業利益は1,660 - 1,700百万円 (+44.2% - +47.7% YoY、営業利益率21.0% - 21.0%) の見通し。2Qは例年閑散期のため売上高は1Qを下回る見込み。営業利益は閑散期でコストが少なく済み安定して利益を創出できる見込みで、営業利益率も1Q対比で大きく改善する見込み。

【3-4Q】 上半期に投資したワーカーマーケティングで獲得したワーカーの継続稼働により、必要なマーケティング投資も抑えられ、順調に営業利益を積み上げ。営業利益率の観点でいうと、上半期で先行投資を行うことから上半期の営業利益率は相対的に低く、下半期に営業利益率が大幅に改善する傾向となる。

単位：百万円

■ 売上高

■ 営業利益



FY25/10

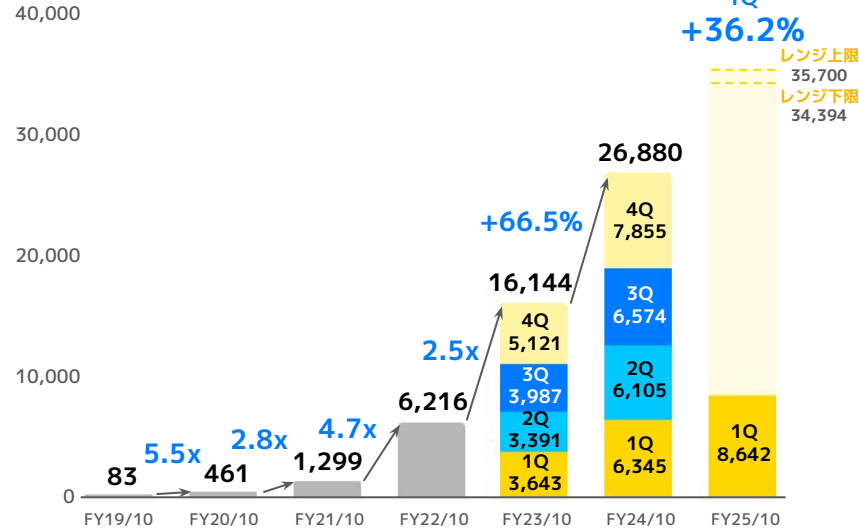
第1四半期決算概要

業績推移（売上高・営業利益）

FY25/10 1Q売上高は86.4億円（+36.2% YoY）、営業利益は14.1億円（+148.7% YoY、営業利益率 16.4%）と増収増益。売上高は、年末年始を中心とした深刻な人手不足を背景に高成長を継続し通期業績予想対比の進捗も24.2%と順調に進捗。営業利益も規律を持った投資の継続や営業生産性向上もあり大幅な増益を実現し、通期業績予想対比の進捗も21.1%と順調に進捗。

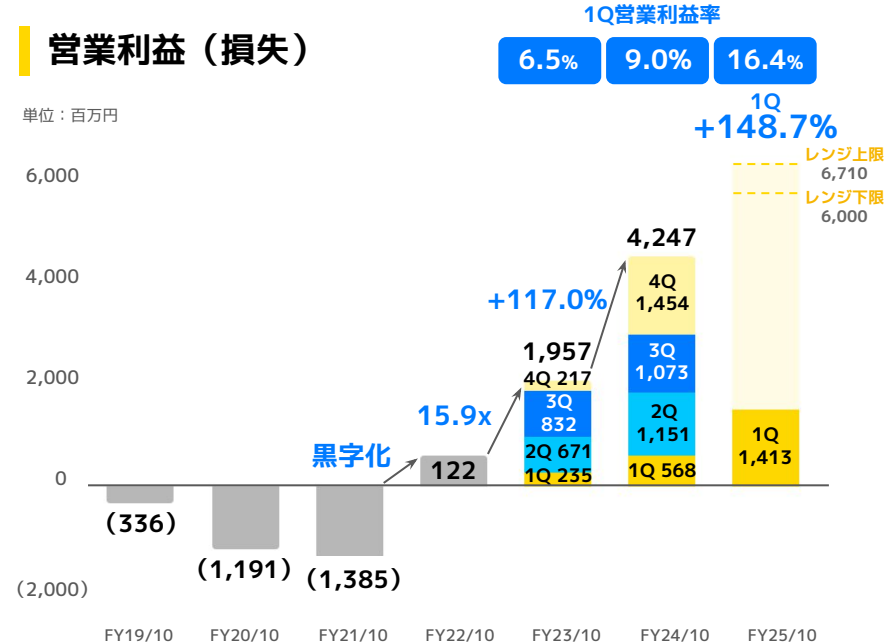
売上高

単位：百万円



営業利益（損失）

単位：百万円



FY25/10 1Q実績

FY25/10 1Q売上高は86.4億円（+36.2% YoY）、営業利益は14.1億円（+148.7% YoY、営業利益率 16.4%）、当期純利益は13.0億円（+309.5% YoY、当期純利益率 15.1%）。売上高は、年末年始を中心とした深刻な人手不足を背景に主要3業界でのAA数の増加を背景としてYoYで増収。コスト面は、前年の1Qは試験的にクライアントマーケティング・BPO費用を大幅に計上したものの、今Qでは売上高の拡大及び規律を持った投資により同コストの対売上高比率が縮小したことに加え、営業生産性の向上、不正利用対策に係る適切なコストマネジメントにより、営業利益はYoYで大幅増益。当期純利益も繰延税金資産の増加により法人税等合計額が減少しYoYで大幅増益。

単位：百万円

	FY24/10 1Q	FY25/10 1Q	差額	YoY
売上高※1	6,345	8,642	2,297	+36.2%
売上総利益	6,106	8,210	2,104	+34.5%
売上総利益率	96.2%	95.0%	—	▲1.2pt
営業利益	568	1,413	845	+148.7%
営業利益率	9.0%	16.4%	—	+7.4pt
当期純利益	319	1,308	989	+309.5%
当期純利益率	5.0%	15.1%	—	+10.1pt

不正利用対策の影響



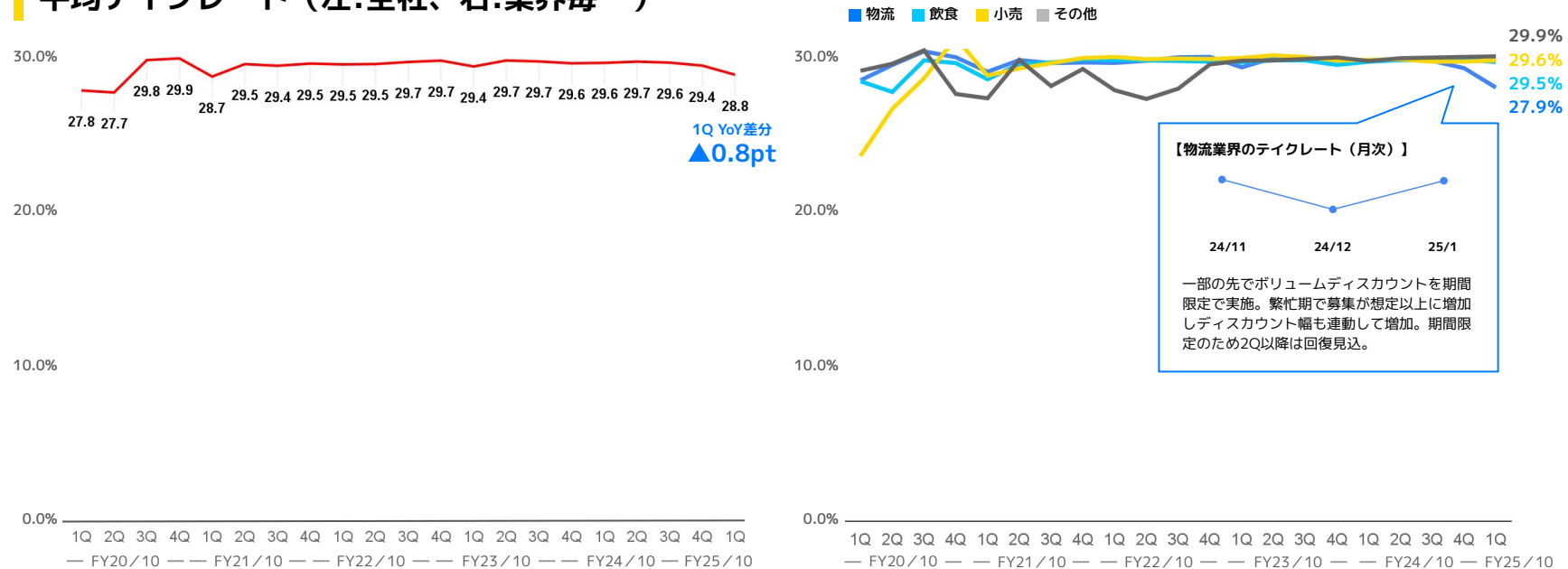
項目	影響・進捗
売上高	実態確認の更なる強化により、主に小規模クライアントのコンバージョン悪化。1Qで見ると影響度は期初に想定した範囲内に留まる。
コスト	不正利用防止に係る対応強化コスト（実態確認・求人チェック）は1Qから計上しているが想定範囲内に留まる。クライアントマーケティングはコンバージョン悪化を踏まえ規律を持った投資を継続し、利益水準は大幅増益を実現。

※1：当社の売上高のほぼ全額は流通総額にテイクレートを乗じて算出されるタイミー事業の売上によるもの。FY25/10 1Qのタイミー事業以外の売上高は23百万円（タイミーキャリアプラス、タイミートラベル等）

平均テイクレート推移

平均テイクレートは28.8%と引き続き高水準を維持。物流業界の一部の先でボリュームディスカウントを期間限定で実施。繁忙期で募集が想定以上に増加しディスカウント幅も連動して増加したため、物流業界は約28%で着地。尚、期間限定のため2Q以降は回復見込。飲食・小売業界、他は約30%程度とQoQでほぼ横ばいを維持。

平均テイクレート（左:全社、右:業界毎※1）



※1：FY20/10後半からFY21/10前半でテイクレートが30%を超えているのは、売上の会計基準の変更の影響等によるもの

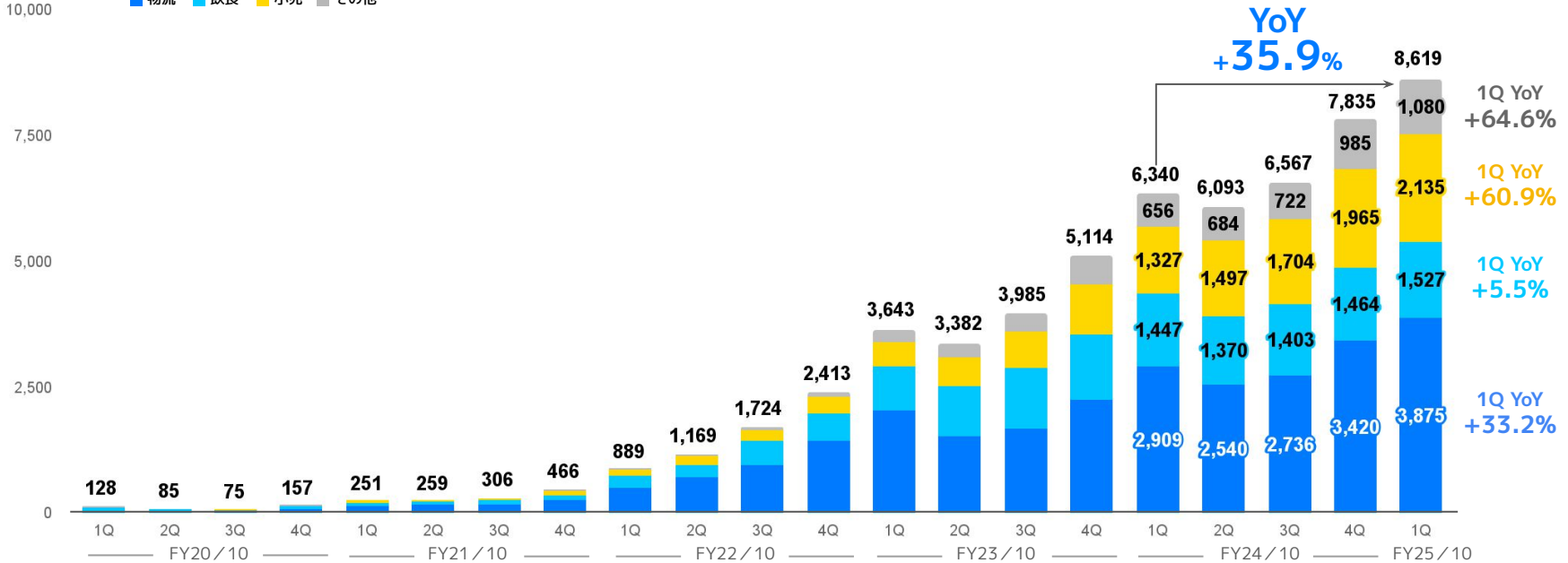
安定した平均テイクレートに裏打ちされた順調な売上高の拡大

3業界全てで平均テイクレートが高水準で安定しているため、流通総額の拡大にあわせて売上高も増加。

売上高（タイミー事業※1、四半期推移）

単位：百万円
10,000

■ 物流 ■ 飲食 ■ 小売 ■ その他



※1：当社の売上高のほぼ全額は流通総額にテイクレートを乗じて算出されるタイミー事業の売上によるもの

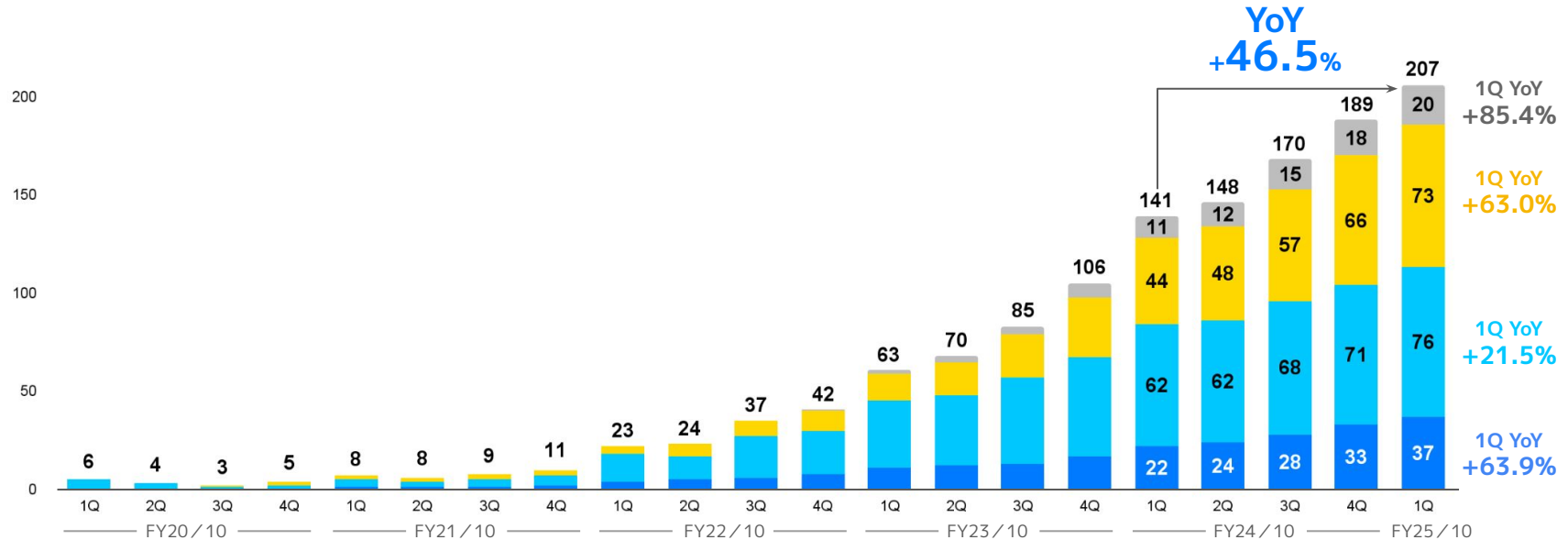
各主要業界で順調なアクティブアカウント数の積み上げを実現

深刻な人手不足の背景からAA数は順調に増加。不正利用対策の影響で小規模クライアントの増加はやや弱くなったものの、特に物流及び小売業界を中心に順調に増加。

アクティブアカウント数※1

単位：千拠点

■ 物流 ■ 飲食 ■ 小売 ■ その他



※1：月に少なくとも1つの求人を掲載した登録クライアント事業所数。各四半期における3ヶ月のアクティブアカウント数の合計を示しており、かかる数値は四半期中に少なくとも1つの求人を掲載した登録クライアント事業所数よりも大きくなる可能性がある

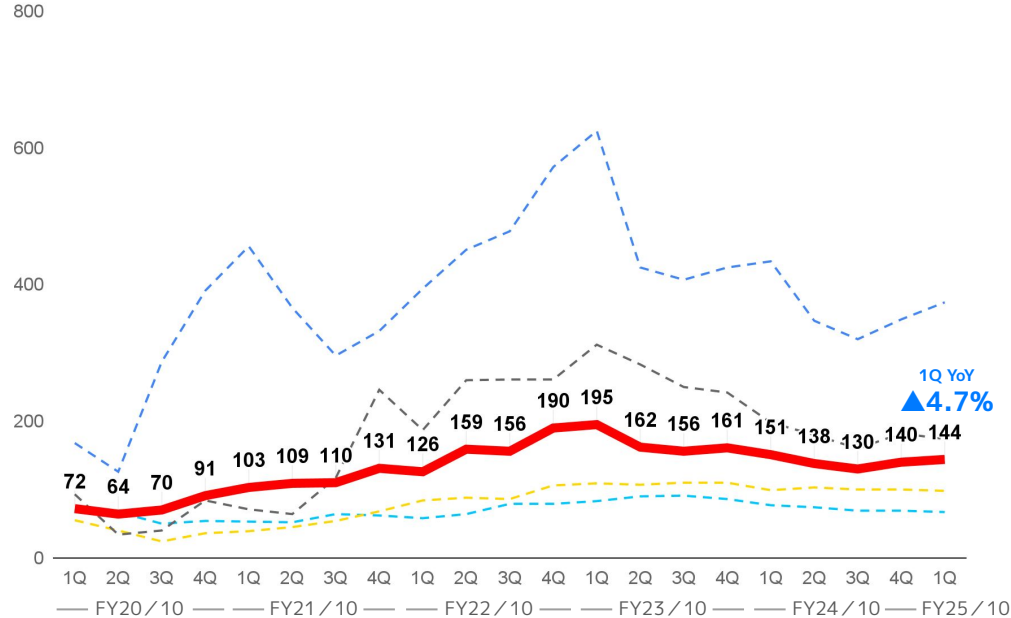
物流業界の強い伸びや小規模クライアントの縮小によりYoY下落幅は大幅縮小

AAあたり流通総額は144.1千円。物流業界では、FY24/10は暖冬の影響による物流量の減少から伸び悩むもFY25/10は順調に利用拡大したことに加え、クライアントマーケティング縮小や不正利用対策影響から小規模クライアントの割合低下もあり、▲4.7% YoYと下落幅は大幅に改善。QoQでも増加して着地。

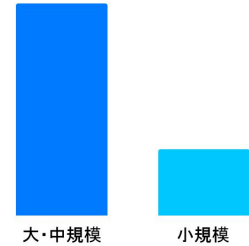
業界別AAあたり流通総額

単位：千円

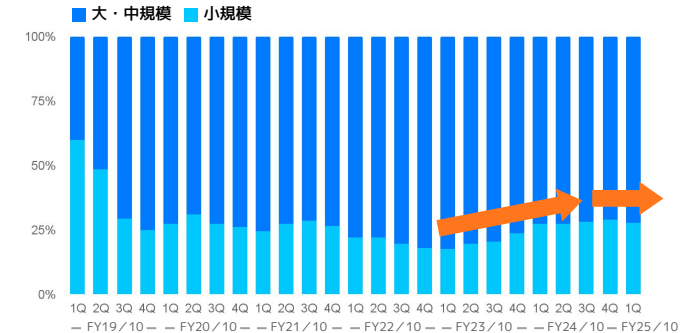
— 物流 — 飲食 — 小売 — その他 — 合計



● AAあたり流通総額のクライアント規模別差異のイメージ



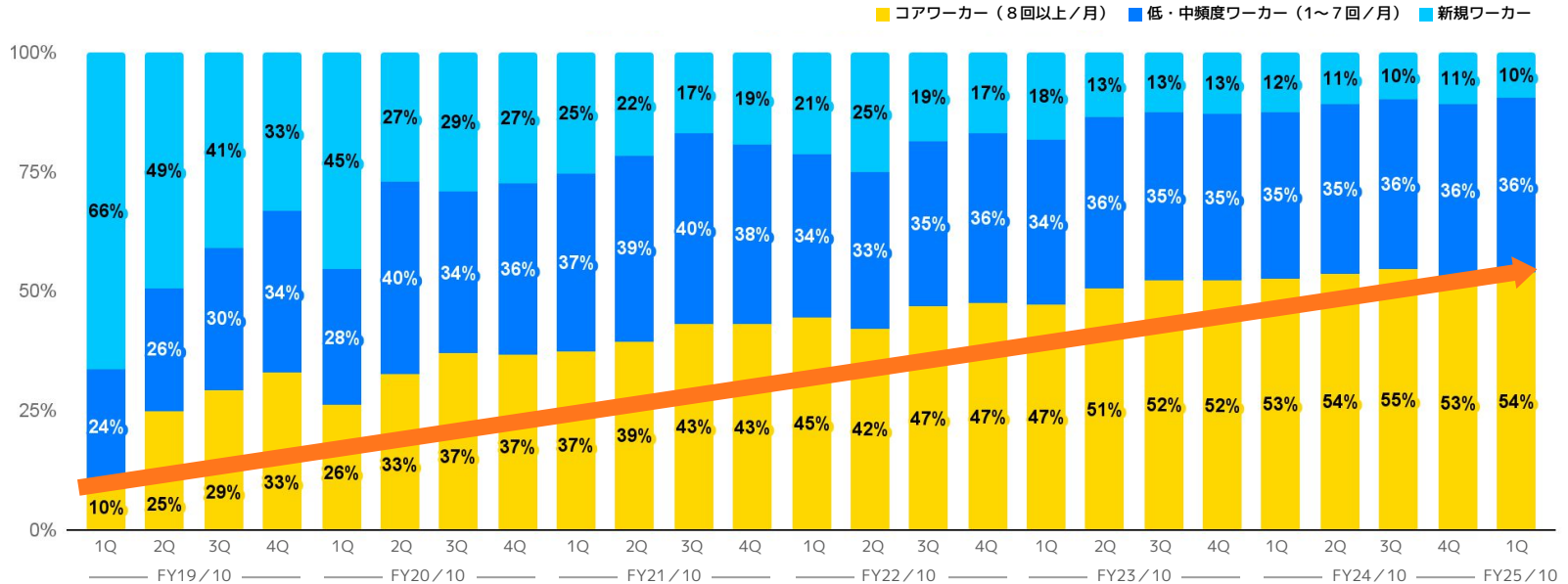
● AA数のクライアント規模別割合推移



コアワーカーの拡大による安定した稼働の実現

FY24/10 4Qで獲得した新規ワーカーのコア化によりコアワーカーの割合は上昇。今後も引き続き、新規ワーカーとのバランスを取りながらコアワーカー比率の高水準を維持していく。

稼働総数に占めるコアワーカーの割合※1

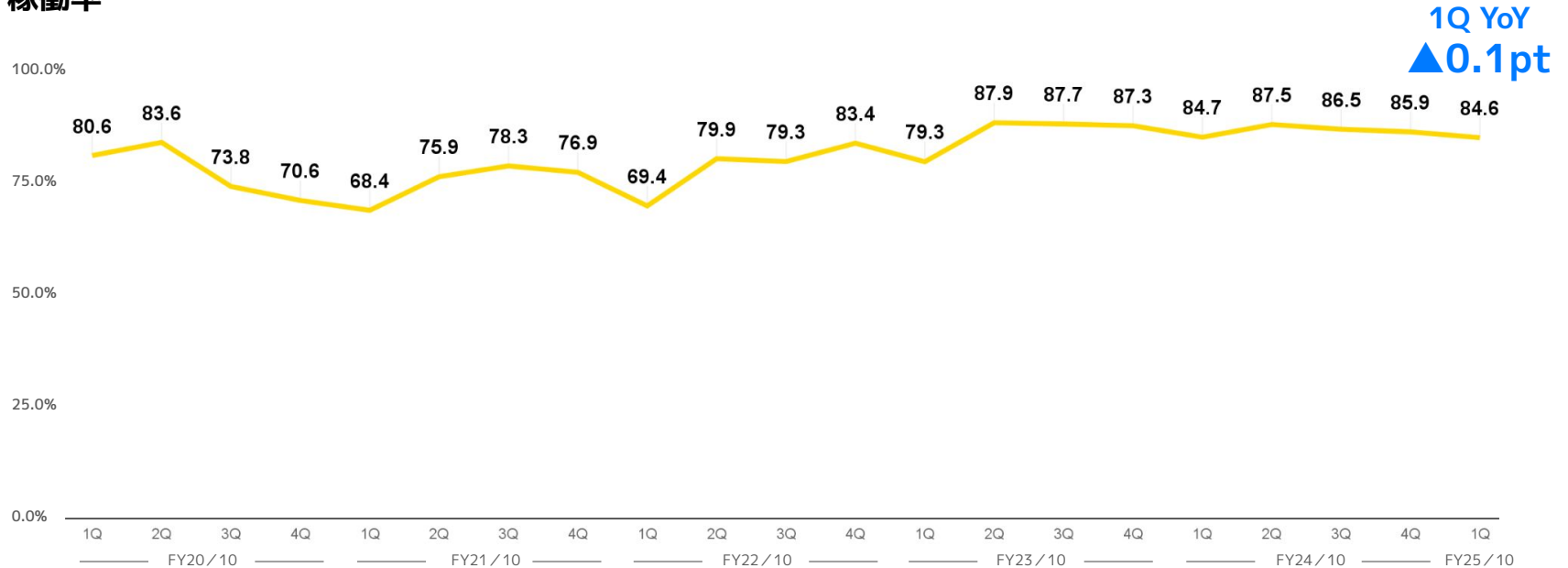


※1：コアワーカーはひと月当たり8回以上就業する既存ワーカー。低・中頻度ワーカーはひと月当たりの就業回数が8回未満の既存ワーカー。新規ワーカーは就業回数にかかわらず、当該期間に初めてタイマーを利用して就業したワーカー。それぞれのワーカー層による3ヶ月間の総稼働回数を3ヶ月間の総稼働回数で除して算出。コアワーカー、低・中頻度ワーカー、新規ワーカーのステータスは、各四半期における3ヶ月の各月について月次で設定

安定して高い稼働率を実現

稼働率は、コアワーカー数の着実な増加、蓄積されたワーカーデータに裏打ちされたきめ細かいワーカーマーケティング、稼働率対策の取り組み継続により、YoYでほぼ同水準を維持。

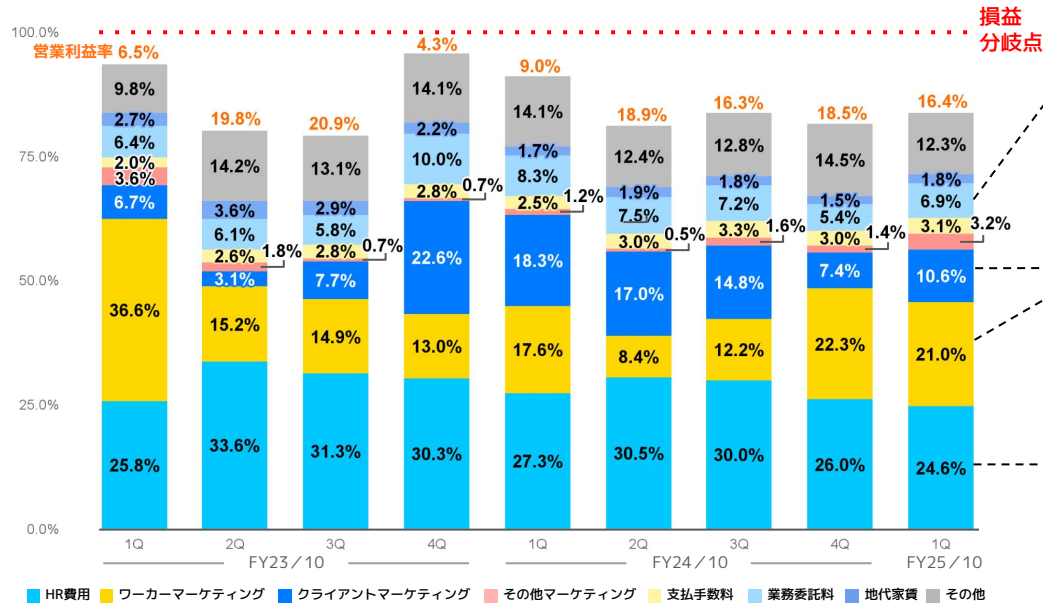
稼働率



YoYで見たコスト比率の改善で安定した営業利益の創出を実現

前年の1Qは試験的にクライアントマーケティング・業務委託料（主にBPO費用）を大幅に計上したものの、FY25/10 1Qでは売上高の拡大及び規律を持った投資により同コストの対売上高比率が縮小。また、営業生産性の向上、不正利用対策に係る適切なコストマネジメントにより、営業利益率は9.0%から16.4%とYoYで大幅に改善。

コスト内訳（対売上高比率）（四半期推移）※1



業務委託料 ▲1.4pt YoY

不正利用対策でコストは増加したものの、FY23 4Qから増加してきた複数のBPO施策の一部見直しをはかったことから売上高比率は減少。

ワーカーマーケティング+3.4pt YoY クライアントマーケティング▲7.7 pt YoY

年末の繁忙期のためワーカーマーケティングを積極投資。クライアントマーケティングは前年度は大幅に投資したものの、1Qは不正利用対策による影響から規律を持った投資のみを行いYoYで比率は減少。

HR ▲2.7pt YoY

従業員数はYoYで218人(うち営業87人)増加も、売上も順調に拡大できていることから売上高比率はYoYで改善。

※1：販売費及び一般管理費の内訳はNon-GAAP指標。HRは営業チーム、バックオフィスなどの給与、採用関連費用を含む。ワーカーマーケティング費用とクライアントマーケティング費用は、ワーカー又はクライアントの獲得のための広告宣伝費（デジタル広告が大半）。その他マーケティング費用は、販売促進費を含む。その他は、売上原価（プロダクト改善に要するエンジニア費用を含む）、販売代理店手数料、その他費用・手数料を含む

中長期成長戦略の進捗

はたらく機会を
「タテ」
に広げる

AA当たり
流通総額

圧倒的
No.1

はたらく機会を
「最大化」
する

稼動率

はたらく機会を
「ヨコ」
に広げる

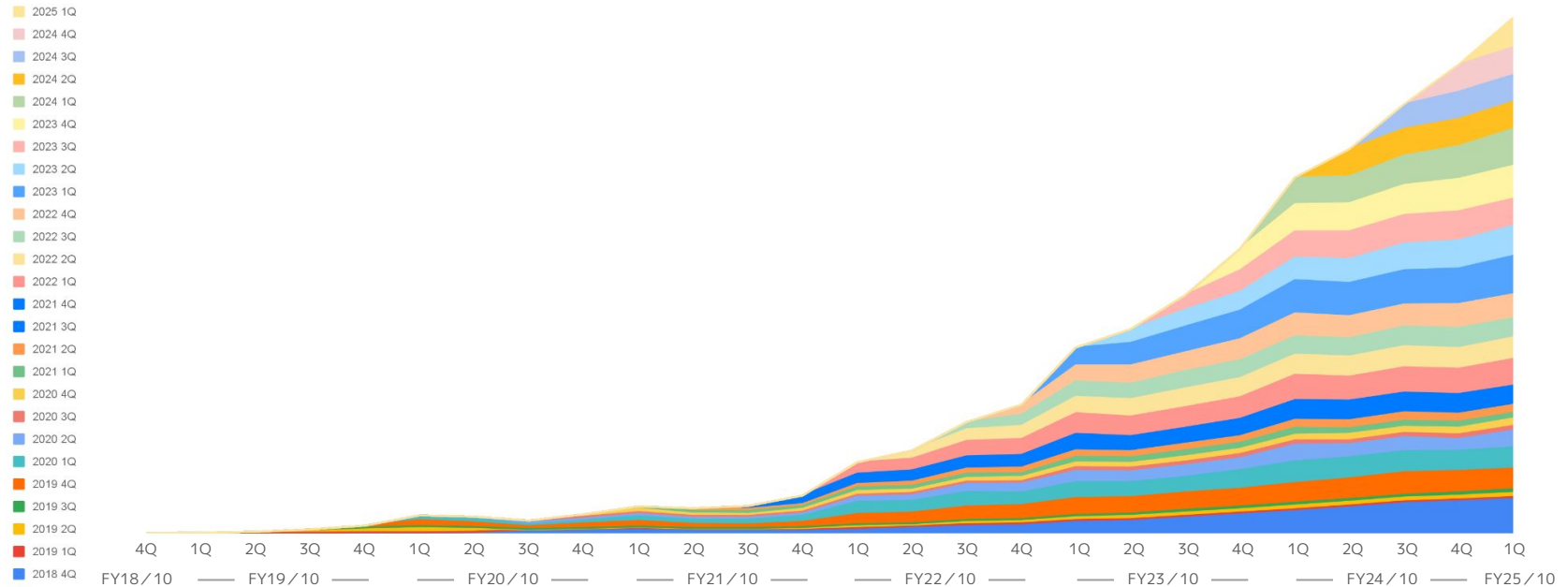
AA数

+ 「非連続成長」
を生み出す

新規事業

同一企業内での事業所の横展開を実施することで、同一企業内のAA数が増加。季節性の影響によりニーズの少ない四半期では一定の減少があるものの、既存顧客の安定的な利用拡大により累積的な事業成長を実現。

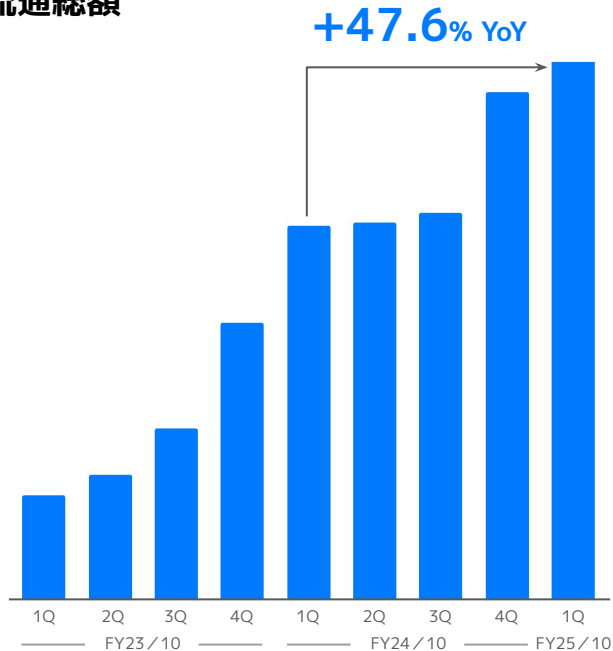
クライアント企業の四半期別コホートAA数構成（2018-2025 1Q）※1



※1：集計期間は2018年8月1日から2025年1月31日。初回稼働発生四半期別でみた大・中規模クライアント企業のAA数推移で算出

ホテル業界のFY25/10 1Qはシティホテルにおける宴会需要等を背景に流通総額が+47.6% YoYと成長。繁閑の差が大きいリゾートホテルでの需要が強く、業界の特徴として夏休みがある4Qに大きく成長する傾向。レストランの調理補助・皿洗い、清掃・ベッドメイキングといった業務から語学力を要する業務まで幅広く活用。

流通総額



調理補助



洗い場補助



客室清掃



ベッドメイキング



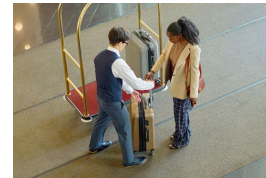
設営・会場準備



宴会サービス



クローク



荷物運搬

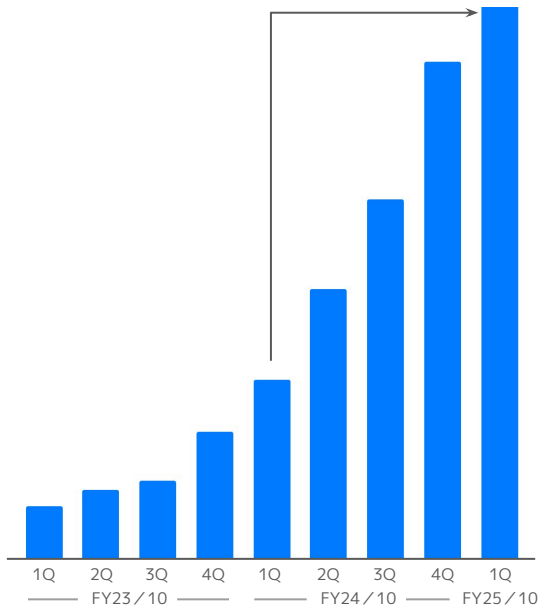


データ入力

介護業界のFY25/10 1Qは流通総額が+207.1% YoYと大きく成長。団塊の世代が後期高齢者になる介護の「2025年問題」を迎え、人手不足はより深刻化。厚生労働省が介護施設でのスキマバイトサービスなどのマッチングアプリの利用支援を発表し、政策面も追い風。2025年2月に有資格者募集/資格回収機能をリリースし有資格者の募集もこれまで以上に容易に。

流通総額

+207.1% YoY



入浴介助



食事準備



送迎

【〇介護人材の確保、育成及び定着に向けた取組支援】

施策名：介護未経験者マッチング機能強化モデル事業

令和6年度補正予算案 78百万円

社会・援護局福祉基盤課
福祉人材確保対策室
(内線2849)

① 施策の目的

- 〇 介護分野への多様な人材層の参入促進を図るため、地域の実情に応じ、主に未経験者を対象としたマッチング機能を強化するモデル(例：民間事業者のマッチング機能を活用し、未経験者でも行うことのできる介護現場の周辺業務等を効率的に短期・短時間で実施できる仕組み等)事業を実施。
- 〇 このモデル事業の支援・横展開を通じ、これまで介護に関わりがなかった層の介護現場への接点を増加させ、介護人材のすそ野を更に広げるとともに、介護現場と地域のつながりの強化を図る。

② 対策の柱との関係

I	II	III
○		○

③ 施策の概要

地方自治体が、地域の実情に応じ、主に未経験者を対象としたマッチング機能を強化するモデル構築への支援をし、その経過・成果を横展開する。

1. 介護未経験者マッチング機能強化モデルの構築

- 〇 地域の介護事業者等と連携し、介護未経験者でも行うことのできる介護現場の周辺業務などを切り出した上で、民間事業者のマッチング機能等を活用し、効率的に短期・短時間の業務と未経験者のマッチングを実施。
- 〇 WEBやアプリ等の活用で、マッチングコストを下げつつ、介護事業者の状況等の見える化も促進。未経験者の介護現場での業務への心理的ハードルを下げる。
- 〇 未経験者が介護現場との接点を持つことで、職場体験や、入職のきっかけに繋げるとともに、介護現場と地域のつながりを育むモデルの構築を図る。

2. 上記モデルを構築するうえでの検討・実施・取組の普及体制の構築

都道府県、市町村、業界団体、民間事業者などが連携して、モデル事業の実施・評価等を検討する体制を構築。また、実施過程を踏まえ、課題・効果・取組手法をとりまとめ、管内事業者が導入に資するよう周知・普及の取組を行う。

⑤ 成果イメージ(経済効果、雇用の下支え・創出効果、波及プロセスを含む)

本事業によるモデル構築、横展開によって、多様な介護未経験者の介護現場への接点が増加し、入職につながりやすい手法が普及され、介護人材のすそ野が拡大されるとともに、介護現場における業務負担軽減が図られ、介護人材確保の推進が図られる。

④ 施策のスキーム図、実施要件(対象、補助率等)等

【事業実施主体】

都道府県、市町村

【資金の流れ】

補助 都道府県、市町村
厚労省 (定額)

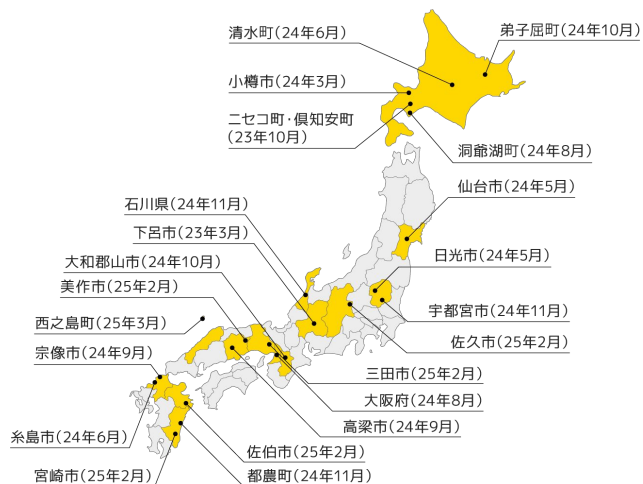
【補助率】



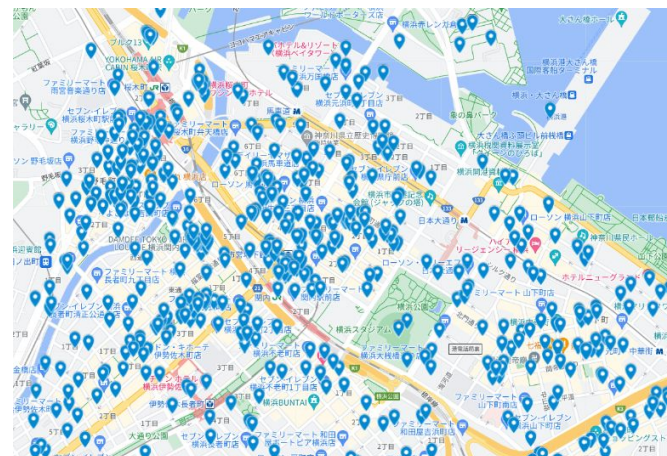
引き続き地方自治体・商工会議所等との連携を強化。集中的に企業とワーカーの獲得及びマッチング数の増加を狙う。

- 自治体との連携は順調に進み、14道府県23自治体（前回決算から+6自治体）まで拡大。
- 2023年に取り組みを開始した二セコ町・倶知安町では、2025年1月末時点で事業所数が前年同月比1.9倍に増加。また、2024年9月に連携した横浜中華街が所在する横浜市中区のケースでも、2025年1月末時点で事業所数が前年同月比1.8倍に増加。

連携の拡大※1



横浜市中区の状況※2



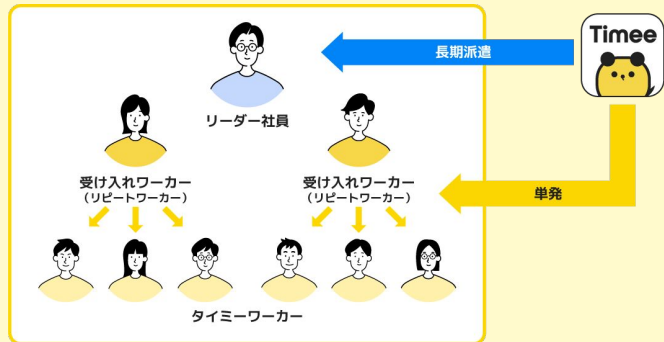
主に物流・食品製造業界で、まるっと業務を任せられるリーダー社員の配置や受け入れワーカーの育成を始めとする様々な受入負荷軽減のソリューションを提案。現場の受入負担が原因で募集人数が頭打ちになっていた拠点におけるタイミーの浸透率が更に向上。

受入負荷軽減プロジェクト イメージ

【現状の課題】ワーカーの受入負担増

- 必要準備物の用意
- 出勤時の誘導
- ワーカー指揮 等
- ワーカーの点呼
- 拠点案内

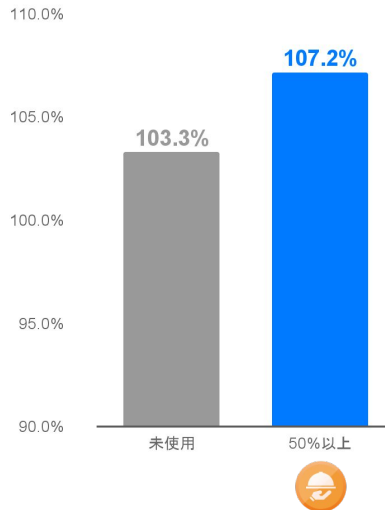
【ソリューション】



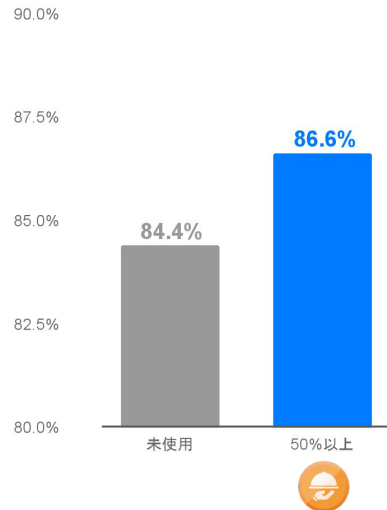
カスタマーサクセスがオペレーションを細かくヒアリングし、各現場にカスタマイズしたマニュアル・受け入れ動画の作成も行う。

2024年4月のバッジ保有者限定で求人公開する機能のリリース以降、順調に利用が拡大。
 ワーカーにとっては時給上昇、クライアントにとっては必要な人数の経験豊富なバッジホルダーを確保可能に。

時給上昇率の比較※1



稼働率の比較※2



※1：FY24/10 1QとFY25/10 1Qの両期間で求人を出しているクライアントのうち、バッジ限定公開未使用のクライアントと50%以上をバッジ限定公開機能を通じて採用したクライアントのFY25/10 1Qの時給の前年同期比比較。

※2：FY25/10 1Qに求人を出しているクライアントのうち、バッジ限定公開未使用のクライアントと50%以上をバッジ限定公開機能を通じて採用したクライアントの比較。

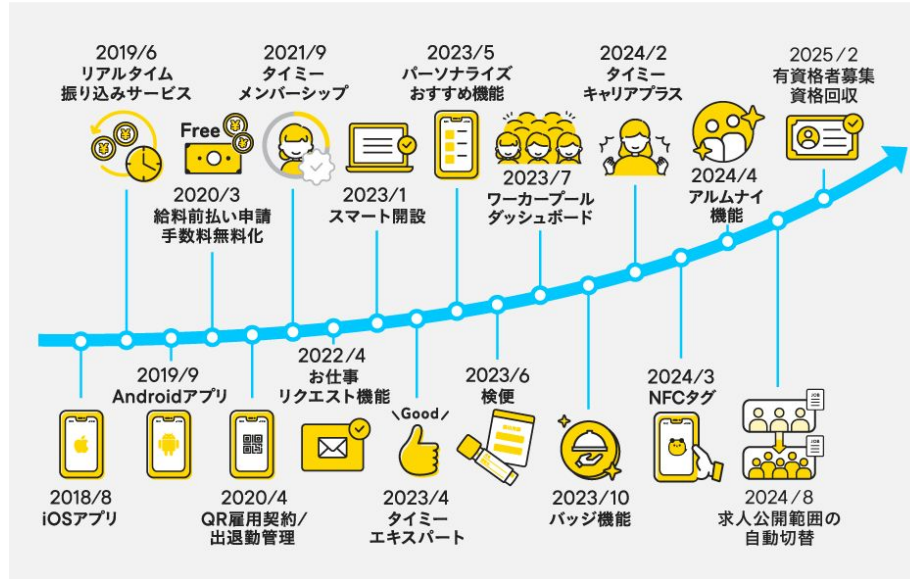
プロダクト開発の軌跡※1

有資格者募集/資格回収機能（2025年2月リリース）

勤務に必要な保有資格を設定し、有資格者用求人として募集掲載を行うことで、その勤務に必要な資格を保有したワーカーのみマッチングが可能に

● 業務に必要な有資格者のみの稼働を実現

● 稼働当日の資格確認工数の削減



※1：タイミーメンバーシップ：勤務実績・経験値に応じてワーカーのレベルとグレードが蓄積されるロイヤリティプログラム。 タイミーエキスパート：高い評価の獲得など一定の条件達成後にワーカーへ自動で付与される称号。タイミーエキスパートになると、新しい募集の通知・表示をいち早く受け取ることが可能。 検便：ワーカー・クライアント双方向けの、日本の多くの食品製造業及び食品加工業の雇用において感染症拡大防止のために求められる検便検査対応。 ワーカープールダッシュボード：一定の距離圏内のワーカーを可視化する機能。 NFCタグ：NFCタグを用いてスマートフォンで出退勤を管理出来る機能。 アルムナイ機能：アルバイトのOBOGを対象としてクライアントグループ内で限定公開を行うことが出来る機能。 求人公開範囲の自動切替：「グループ限定公開」の求人を自動で「一般公開」に切り替える機能。有資格者募集/資格回収機能：勤務に必要な保有資格を設定し、資格を保有したワーカーのみマッチング出来る機能

本資料の取り扱いについて

本資料は、当社の会社情報等の開示のみを目的として当社が作成したものであり、日本国、米国その他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。日本国、米国その他の法域において、適用法令に基づく登録若しくは届出又はこれらの免除を受けずに、当社の有価証券の募集又は販売を行うことはできません。

本資料の作成にあたり、当社は当社がその作成時点において入手可能な情報の真実性、正確性及び完全性に依拠し、かつ前提としており、その真実性、正確性及び完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。本資料に記載された情報は、事前に通知することなく変更されることがあります。本資料及びその記載内容について、当社の書面による事前の同意なしに、いかなる目的においても、第三者に開示し又は利用させることはできません。

将来の事業内容や業績等に関して本資料に記載された記述は、将来予想に関する記述です。将来予想に関する記述には、「目指す」、「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」、「意図する」、「企図する」、「可能性がある」、「計画」、「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。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。このような事態の原因となり得るリスクや不確定要素には、日本における非正規労働者需要の重大な変化、当社のブランド及びサービスの評価・信頼性、当社モバイルアプリに関する問題、当社が事業を営む市場の競争環境、イン플레이ション、資金の変動、新しい法律や規制の導入、当社の事業戦略の実行可能性、個人情報及び機密情報の保護、訴訟、大規模災害の発生、その他の要因が挙げられますが、これらに限られません。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。

本資料には、EBITDA並びに販売費及び一般管理費の内訳を含む、一般に公正妥当に認められる企業会計の基準に基づかない指標（以下「Non-GAAP指標」といいます。）が含まれております。これらのNon-GAAP指標は、日本会計基準やその他の会計基準に基づき算出された財務数値と比較可能なものではなく、また、これらの財務数値に代替するものでもないため、Non-GAAP指標のみに基づいて投資判断を行うことはできません。

当社は、新たな情報、将来の出来事やその他の発見に照らして、将来予想に関する記述を変更、更新又は訂正する一切の義務を負うものではありません。当社以外の会社又は当事者に関連する情報又はそれらにより作成された情報は、一般的に入手可能な情報及び本資料で引用されているその他の情報に基づいており、当社は、当該情報の正確性及び適切性を独自に検証しておらず、また、当該情報に関して何らの保証もするものではありません。

はたらくに“彩り”を。

