

2022年11月15日

各位

会社名 AnyMind Group 株式会社
 代表者名 代表取締役 CEO 十河 宏輔
 (コード番号：5027 東証グロース市場)
 問合せ先 取締役 CFO 大川 敬三
 (TEL 03-6384-5540)

2022年12月期の業績予想について

2022年12月期(2022年1月1日から2022年12月31日)における当社グループの業績予想は、次のとおりであります。

【連結】

(単位：百万円、%)

項目	決算期	2022年12月期 (予想)		2021年12月期 (実績)		2020年12月期 (実績)	
		対売上 収益 比率	対前期 増減率	対売上 収益 比率	対売上 収益 比率	対売上 収益 比率	
売上収益	24,589	100.0	27.7	19,252	100.0	11,080	100.0
売上総利益	9,209	37.5	46.8	6,272	32.6	3,860	34.8
営業損失(△)	△132	-	-	△213	-	△524	-
税引前損失(△)				△538	-	△1,045	-
親会社の所有者に 帰属する当期損失(△)			-	△809	-	△1,151	-
基本的1株当たり 当期損失(△)				△20円08銭		△36円87銭	
1株当たり配当金		0円00銭		0円00銭		0円00銭	

- (注) 1. 当社グループは国際会計基準(以下「IFRS」という。)により連結財務諸表を作成しております。
2. 当社グループは世界13ヵ国・地域にて事業展開をしており、展開する国・地域にて安定した成長が見込まれております。当社グループは展開する各国法人において現地通貨又は米国ドルでの債権債務を有しており、為替相場の変動によって当社グループの金融収益・費用に影響が発生し、当社の収益基盤に対して発生し得る為替差損益の影響が極めて大きいことから、連結業績予想について営業損益までの発表とさせていただきます。2022年12月期の税引前損益、親会社の所有者に帰属する当期損益、基本的1株当たり当期損益に関する前提は次頁以降をご参照下さい。
3. 当社は、2021年8月19日付で、普通株式1株につき600株の株式分割を行っておりますが、2020年12月期の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、基本的1株当たり当期損失を算出しております。
4. 2020年12月期(実績)及び2021年12月期(実績)の基本的1株当たり当期損失は、期中平均発行済株式数により算出しております。

ご注意：この文書は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的として作成されたものではありません。投資を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」(並びに訂正事項分)をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。この文書は、米国における証券の募集、購入の勧誘行為の一部をなすものではありません。米国においては、1933年米国証券取引法に基づいて証券の登録を行うか、又は登録義務からの適用除外を受ける場合を除き、証券の募集又は販売を行うことはできません。なお、本件においては米国における証券の募集は行われません。また、本記者発表文に記載されている当社グループの計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社グループの経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競争、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

【2022年12月期業績予想の前提条件】

1. 当社グループの見通し

当社グループは「Make Every Business Borderless」という企業理念のもと、ブランド構築、生産管理、メディア運営、ECサイト構築・運営、マーケティング、物流管理等のソリューションをワンストップで支援するプラットフォームを提供しております。アジア・中東を中心に世界13ヵ国・地域にて事業を展開しており、当社と連結子会社27社により構成されております。

昨今のインターネット・テクノロジーの進化を通じて個人も法人も誰もがブランドを築き、グローバルにビジネスを展開出来る世の中になってきていると考えております。一方で、まだ国や業界を跨ぐと情報の非対称性や、サプライチェーンの複雑さ、地理的・文化的な制約などが存在しております。当社グループはデータやテクノロジーを活用し、クライアントやパートナーにとってのビジネスインフラとなることで、より簡単にビジネスを行える世界の実現を目指しております。当社グループはインターネット関連事業の単一セグメントであります。ブランドコマース、パートナーグロースの2つの領域にてソリューションを展開しております。

当社グループは創業当初よりアジア市場に注力しており、2021年12月期における地域別売上収益比率は日本が43%、東南アジアが41%、その他地域（インド・中華圏等）が16%となっております。当社グループが事業運営を行うデジタルマーケティング市場及びインフルエンサーマーケティング市場、EC市場規模は日本及びアジア各国におけるスマートフォンやインターネットの普及、市場参加者の増加、SNSによる情報流通量の増加等を背景に安定成長が見込まれております。S&P Global Market Intelligence 発表の「Global Advertising Expenditure Forecast」によると、アジア地域のデジタルマーケティング市場規模は2021年の1,548億米国ドルから2025年には2,276億米国ドルに、グローバルでのデジタルマーケティング市場規模は2021年の4,745億米国ドルから2025年には6,986億米国ドルに成長すると推計されております。グローバルにおけるインフルエンサーマーケティング市場規模は、Influencer Marketing Hub 発表の「The State of Influencer Marketing 2022」によると、2021年の138億米国ドルから2022年に164億米国ドルに成長すると見込まれております。また、グローバルにおけるEC市場規模はeMarketer 発表の「Global Ecommerce Forecast 2022」によると、2021年の4兆9,382億米国ドルから2025年には7兆3,906億米国ドルに成長すると推計されております。当社グループが事業運営を行うパートナーグロース領域はディスプレイ広告市場及びビデオ（動画）広告市場の動向に影響を受けると想定しており、対象市場はS&P Global Market Intelligence 発表の「Global Advertising Expenditure Forecast」によると、2021年にグローバル全体で892億米国ドルの市場規模（ディスプレイ広告市場と動画広告市場の合計）を有しており、2025年には1,283億米国ドルまで成長すると見込まれております。

このような市場環境の下、2021年12月期においては、新型コロナウイルスの影響により世界経済に不透明感が続きましたが、営業体制とプロダクトの強化を行うと共に、新規事業領域であるD2Cプラットフォームの事業推進を積極的に行ったことにより全地域において新規顧客獲得が進みました。その結果2021年12月期の売上収益は19,252百万円（前期比73.8%増）、売上総利益は6,272百万円（前期比62.5%増）となりました。背景として当社のブランドコマース領域におけるAnyTag、AnyShop、AnyLogi等で新規顧客獲得が続いたこと、グローバルにてパートナーグロース領域における新規パブリッシャー（注1）開拓が進んだことによるものです。新規事業領域の強化、エンジニアの件費等に対するの先行投資を行ったため営業損失は213百万円となりました。また税引前損失は538百万円、親会社の所有者に帰属する当期損失は809百万円となっております。金融収益・費用としては、IFRSにおいて負債に分類される発行済みの

ご注意：この文書は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的として作成されたものではありません。投資を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」（並びに訂正事項分）をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。この文書は、米国における証券の募集、購入の勧誘行為の一部をなすものではありません。米国においては、1933年米国証券取引法に基づいて証券の登録を行うか、又は登録義務からの適用除外を受ける場合を除き、証券の募集又は販売を行うことはできません。なお、本件においては米国における証券の募集は行われません。また、本記者発表文に記載されている当社グループの計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社グループの経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

優先株式について時価評価による損失を計上した影響（優先株式が負債と定義されるため、株式価値の増価が起こった場合に負債金額の増加となり金融費用の計上が必要となる）がございました。なお、当社の発行した優先株式はすべて2021年7月26日付で自己株式として取得し普通株式の交付を行っており、現時点で優先株式は存在しないため2022年12月期以降にて優先株式の時価評価等に関わる損益の計上は発生致しません。

2022年12月期においても引き続き全拠点にてブランドコマース領域及びパートナーグロース領域の顧客開拓が続いている他、AnyX（EC マネジメントプラットフォーム）及びAnyChat（会話型コマースプラットフォーム）等、D2C 関連の新規ソリューションの継続的な投下を行っております。また、各プロダクト間でのクロスセルを行うことにより各顧客との関係を深化させ、顧客の事業成長と共に当社グループも成長を続けることを目指しております。これにより2022年12月期の売上収益は24,589百万円（前期比27.7%増）、売上総利益は9,209百万円（前期比46.8%増）と見込んでおります。2022年12月期はクリエイターグロースにおいて売上収益の計上が一部総額計上から純額計上に変更となる影響があり、売上収益の前期比成長率が売上総利益と比較して小さく表示されております。営業損益については、第3四半期累計期間までの実績は229百万円の営業損失ですが、第4四半期は季節性の影響もあり四半期ベースで営業黒字となる想定であるため、通期で132百万円の営業損失になると見込んでおります。

また、2022年12月期の通期業績予想の販管費について上場関連費用54百万円（目論見書印刷費用、弁護士費用等）、上場を前提として計上する株式報酬費用のうち2021年以前の勤務期間に関する費用49百万円の合計104百万円をイレギュラーな一過性の費用として見込んでおります。当社は発行したストックオプションについて、その公正価値を株式報酬費用として付与日から権利確定までの期間に按分して費用計上を行っております。但し、権利確定条件に証券取引所への上場が含まれているため2016年12月期から2022年12月期第2四半期までは按分された金額うち15%（会計上前提とした上場の実現確率）のみを費用として認識しておりました。2022年11月に上場承認を受けることを前提に、2022年12月期第3四半期にて72百万円の株式報酬費用を計上しておりますが、うち49百万円については2016年12月期から2021年12月期の勤務期間に関連する金額（会計上、計上がなされていなかった85%の費用）となります。

注1. パブリッシャーとはウェブメディア、モバイルアプリ等の運営事業者

2. 業績予想の前提条件

(1) 売上収益

当社グループはインターネット関連事業の単一セグメントであります。ブランドコマース、パートナーグロースの2つの領域にてソリューションを展開しております。ブランドコマース領域はマーケティングプラットフォームとD2Cプラットフォームに分類しております。

(ブランドコマース領域)

① マーケティングプラットフォーム

マーケティングプラットフォームについてはインフルエンサーマーケティング「AnyTag」及びデジタルマーケティング「AnyDigital」を提供しており、顧客のマーケティング活動を支援しております。AnyTag及びAnyDigitalの売上収益の計画数値については、2022年12月期に新規獲得を見込む潜在顧客を各国にて集計し、前期売上収益に対する成長率を設定して作成しております。各月の売上収益の設定に当たってはマーケティング市場に関する季節性を考慮しており、海外において12月の年度末に広告宣伝費が使用さ

ご注意：この文書は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的として作成されたものではありません。投資を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」（並びに訂正事項分）をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。この文書は、米国における証券の募集、購入の勧誘行為の一部をなすものではありません。米国においては、1933年米国証券取引法に基づいて証券の登録を行うか、又は登録義務からの適用除外を受ける場合を除き、証券の募集又は販売を行うことはできません。なお、本件においては米国における証券の募集は行われません。また、本記者発表文に記載されている当社グループの計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社グループの経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競争、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

れる傾向があること、第4四半期（10～12月）にクリスマス等のイベントが多いことから、当社グループの売上収益も第4四半期がハイシーズンであり高い成長を見込んでおります。また、顧客からの需要が強くなり人員数と1人当たり収益が重要な構成要素となるため、当事業における採用・人員計画と一人当たり売上総利益を2021年12月期の実績を勘案して計画を策定しております。

2021年12月期のマーケティングプラットフォーム売上収益はインフルエンサーマーケティング「AnyTag」を中心に成長し、前期比71.5%増の9,513百万円となり、2022年12月期は前期比36.8%増の13,015百万円を見込んでおります。2022年12月期のマーケティングプラットフォーム売上収益のプロダクト内訳はAnyTagにて8,153百万円（マーケティングプラットフォーム全体売上収益の62.6%）、AnyDigitalにて4,862百万円（同全体売上収益の37.4%）を見込んでおります。

AnyTagは2022年12月期において前期比56.0%の売上収益成長を見込んでおり、顧客からの強い需要に応えるため従業員数の増員を計画しております。AnyTagプラットフォームとしての優位性とインフルエンサーとの強固なネットワークを活用し、日本、東南アジア、中華圏、インド・中東と全地域で成長を見込んでおります。また、2022年12月期第3四半期累計のAnyTag売上収益は、地域別では日本45.1%、東南アジア40.7%、その他（中華圏及びインド中東）14.2%の収益貢献を想定しております。

デジタルマーケティングは新型コロナウイルス感染症の影響を受けやすいソリューションであり、2022年12月期も引き続き同感染症の影響が残ったことも踏まえ、前期比13.5%の売上収益成長を見込んでおります。一方、当社グループの有するパブリッシャーネットワークの活用、複数国を対象とするリージョナルマーケティング、モバイルマーケティングを支援するPOKKTソリューションの拡大等により安定した成長が可能であると想定しております。2022年12月期第3四半期累計のAnyDigitalの売上収益において、地域別では日本4.2%、東南アジア60.3%、その他35.5%の収益貢献を想定しております。

② D2C プラットフォーム

D2Cプラットフォームにおいては生産管理支援「AnyFactory」、ECサイト構築・運営支援「AnyShop」、複数販売チャンネルを一元管理・運営するためのECマネジメント支援「AnyX」、会話型コマース支援「AnyChat」、物流在庫管理支援「AnyLogi」等のソリューションを提供しております。これらは単体ソリューションとしても提供しておりますが、クリエイターのD2Cブランド構築支援、法人向けにEC及びD2C総合支援等、一気通貫での支援を行っております。クリエイター向けD2Cブランドについてはブランド毎の積み上げで予算を策定しており、当社グループが運用する既存ブランドと新規取扱ブランドに区分し設定しております。既存取扱ブランドについては前期の売上収益実績を基に、各ブランドの新製品発売予定時期及び売上向上施策などを踏まえて、ブランド毎の月別売上収益を設定しております。2022年9月末時点で当社グループが運用する既存ブランドは33ブランドであり、2022年12月期第4四半期も既存ブランドとの取引が継続するという前提で売上収益予算を策定しております。また、法人向けD2C支援における2022年12月期売上収益は2022年9月末で既に取引を開始している既存79ブランド及び既に口頭合意を得ており受注確度が高いと見込まれる案件を売上収益予算に含めております。以上により2022年12月期D2Cプラットフォームの売上は、2,858百万円（前期比84.2%増）を見込んでおります。

（パートナーグロース領域）

パートナーグロース領域においてはウェブメディア運営事業者やモバイルアプリ運営事業者向けにソリューションを提供するパブリッシャーグロース「AnyManager」、YouTuberやTikToker等のクリエイターを

ご注意：この文書は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的として作成されたものではありません。投資を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」（並びに訂正事項分）をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。この文書は、米国における証券の募集、購入の勧誘行為の一部をなすものではありません。米国においては、1933年米国証券取引法に基づいて証券の登録を行うか、又は登録義務からの適用除外を受ける場合を除き、証券の募集又は販売を行うことはできません。なお、本件においては米国における証券の募集は行われません。また、本記者発表文に記載されている当社グループの計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社グループの経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

支援するクリエイターグロス「AnyCreator」がごございます。AnyManager についてはパブリッシャーの運営するメディアの UX 改善の支援機能も提供しておりますが、当社グループにとっての収益化の中心はパブリッシャーの広告収益の売上シェア（事前に定めた比率に応じて売上収益をパブリッシャーと当社で分配する契約のこと）によるものとなります。2022 年 9 月末時点で契約関係にある既存パブリッシャー 1,326 社（AnyManger に接続する事業者）に加え、2022 年 12 月期に各国において想定する新規獲得収益を集計し全体の売上収益予想を作成しております。また、市場における季節性（マーケティング市場における季節性）に合わせて月次売上収益予算を設定しております。AnyCreator については、YouTube 等の動画プラットフォーム上での広告収益と、クリエイターとブランド主をタイアップすることによる収益が中心となっております。2022 年 12 月期の予算については、1,400 チャンネルを超える既存の契約クリエイターに加えて各国におけるクリエイターの新規獲得数を前提に YouTube 上での広告収益を計画しております。タイアップ売上収益については 2021 年 12 月期における広告収益予算に対するタイアップ収益比率の実績に基づいて、2022 年 12 月期のタイアップ収益を計算しております。

2022 年 12 月期はクリエイターグロスにおいて売上収益の計上が一部契約において総額計上から純額計上に変更となる影響があり、パートナーグロス領域の売上収益は 8,580 百万円（前期比 6.5%増加）と前期比同水準の計画となっておりますが、計上基準変更の影響が出ない売上総利益は 2,719 百万円と前期比で 51.7%増の成長となる計画です。

（2）売上原価、売上総利益

当社グループの売上原価は、主に顧客企業へのサービス提供に伴い発生するインフルエンサー及びメディアへの支払報酬、D2C ブランドに関わる製品原価等になります。売上総利益の 2022 年 12 月期の予想数値は 2021 年 12 月期の実績と同等にマーケティングプラットフォームでは 37.8%の売上総利益率、D2C プラットフォームでは 50.5%の売上総利益率を設定しております。パートナーグロス領域においては 31.7%の売上総利益率を設定しており、その結果、2022 年 12 月期の売上総利益は 9,209 百万円（前期比 46.8%増）を見込んでおります。売上総利益率については 2021 年 12 月期が 32.6%でしたが、クリエイターグロスにおいて一部クリエイターの売上収益計上基準（売上収益の総額計上から純額計上への変更）を変更したこと、D2C プラットフォームなど売上総利益率が高い事業の収益比率が高まることから 2022 年 12 月期においては 37.5%に上昇する見込みです。

（3）販売費および一般管理費、営業利益

販売費及び一般管理費としては、主として人件費、減価償却費、支払手数料、業務委託費等で構成されており、販管費全体に占める比率は 2022 年 12 月期予算では人件費 58.0%、減価償却費 9.5%、支払手数料 9.2%、業務委託費用 6.8%となっております。

人件費は役員報酬に従業員給与、賞与、法定福利費及び株式報酬費用を加算したものであります。給与については、人員計画に基づく 2022 年 12 月期中の計画人員数に 2021 年 12 月期の平均人件費単価から昇給を見込んだ人件費単価を乗じて算定しており、2022 年 12 月期で 5,444 百万円（前期比 49.5%増）を見込んでおります。減価償却費の計画数値は 2021 年期中に保有する使用権資産、有形固定資産及び無形固定資産と新たに取得する資産の償却計画に基づいて償却費用を算出しており、2022 年 12 月期に 888 百万円と推定しております。支払手数料についてはクラウドサービス等の利用料であり、業務委託費は監査報酬を含み弁護士や会計士・税理士等の専門家に対して支払う報酬を個別案件の見積額を積み上げて算定しており、それぞれ 860 百万円、635 百万円と見込んでおります。

上記の結果、2022 年 12 月期の営業損失は 132 百万円（前期 213 百万円）を見込んでおります。前期と

ご注意：この文書は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的として作成されたものではありません。投資を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」（並びに訂正事項分）をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。この文書は、米国における証券の募集、購入の勧誘行為の一部をなすものではありません。米国においては、1933 年米国証券取引法に基づいて証券の登録を行うか、又は登録義務からの適用除外を受ける場合を除き、証券の募集又は販売を行うことはできません。なお、本件においては米国における証券の募集は行われません。また、本記者発表文に記載されている当社グループの計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社グループの経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

の比較のために2022年12月期中に発生する予定の上場関連一時費用104百万円（上場関連費用54百万円及び2021年以前の勤務期間を対象とする株式報酬費用49百万円）を除くと、2022年12月期の調整後営業損失は28百万円であり収益性については改善を見込んでおります。

（4）金融収益、金融費用、親会社の所有者に帰属する当期損失

金融収益の内容は預金等からの受取利息及び為替差益であり現時点で計画として見込んでいる項目はありません。金融費用はリース負債等から生じる支払利息と、グループ内債権債務に関する為替差損益が主要な項目となります。2022年12月期の計画として2022年9月末時点までの為替変動により発生している為替差益372百万円を組み込んでおります。また、支払利息については36百万円（前期33百万円）を想定しております。また、2021年12月期までは優先株式の評価損益が発生しておりましたが2021年12月期に全ての優先株式について普通株式に転換を行っているため2022年12月期以降に同様の評価損益が発生する予定はありません。

当社グループの為替差損益は、当社グループが各国関係会社において有する現地通貨又は米国ドルでのグループ内債権債務に関連して発生しております。2022年12月期第3四半期累計期間において発生した372百万円の為替差益を計上しておりますが、主要な要因として当社がシンガポール子会社に対して有していた日本円建ての貸付金について、日本円が現地通貨に対して16%減価したことにより、シンガポール子会社にとっての債務額が減少し580百万円の為替差益を計上致しました。また、その他関係会社が有する米国ドル建ての債権債務について、各国の現地通貨が米国ドルに対して減価したことにより（現地通貨ベースでの債務金額が増加し）208百万円の為替差損を計上しております。

2022年12月期第4四半期においては関係会社間の債権債務に関連する為替差損益が発生しない前提で業績予想を作成しております。但し、2022年9月末時点の為替レート（1米国ドルは144円）から、仮に当社が有する全ての現地通貨（日本円、香港ドル、インドネシアルピア、インドルピー、タイバーツ、シンガポールドル、ベトナムドン等）が米国ドルに対して一律5%減価した場合は第4四半期において85百万円の為替差損の計上が見込まれます。また、第3四半期まで有しておりました当社からシンガポール子会社に対する日本円建ての貸付金については2022年10月に全て返済が完了しており、第4四半期における為替差損益の影響は発生致しません。日本円建ての貸付金の返済により、日本円が米国ドルに対して変動することによる為替差損益の影響は限定的となっており、2022年9月末時点の為替レートから日本円が米国ドルに対して5%減価した場合に発生する為替差損は4百万円となる想定です。

法人所得税費用については、事業運営により利益が発生する見込みの一部法人（株式会社フォーエム、GROVE株式会社、AnyMind Group Pte. Ltd.等）と当社において為替差益の認識により発生する見込みの法人税等により構成されており、2022年9月末までの為替差益の影響を踏まえ2022年12月期は366百万円（前期252百万円）の法人所得税費用を見込んでおります。親会社の所有者に帰属する当期損失として2022年12月期は200百万円（前期809百万円の親会社の所有者に帰属する当期損失）を想定しております。

当社グループは世界13ヵ国・地域で法人を有しており、海外関連子会社については主に現地通貨にて取引が行われております。2022年12月期第3四半期累計期間における日本における売上収益は47%、シンガポールにおける売上収益は18%、タイ子会社における売上収益は7%、香港子会社における売上収益は6%となっており、日本円に対する各国現地通貨の為替変動により収益金額に影響が出る可能性があります。

ご注意：この文書は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的として作成されたものではありません。投資を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」（並びに訂正事項分）をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。この文書は、米国における証券の募集、購入の勧誘行為の一部をなすものではありません。米国においては、1933年米国証券取引法に基づいて証券の登録を行うか、又は登録義務からの適用除外を受ける場合を除き、証券の募集又は販売を行うことはできません。なお、本件においては米国における証券の募集は行われません。また、本記者発表文に記載されている当社グループの計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社グループの経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競争、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。

(国別の売上収益比率は、子会社の所在地における内部取引消去前の売上収益に基づいて算定しております)。本業績予想の取締役会決議日における為替レートは、1 シンガポールドル 103 円、1 タイバーツ 3.9 円、1 香港ドル 18.8 円となります。

【業績予想に関するご留意事項】

本資料に記載されている業績予想等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績は様々な要因によって異なる場合がございます。

以 上

ご注意：この文書は一般に公表するための記者発表文であり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為を目的として作成されたものではありません。投資を行うに際しては、必ず当社が作成する「新株式発行並びに株式売出届出目論見書」（並びに訂正事項分）をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断で行うようお願いいたします。この文書は、米国における証券の募集、購入の勧誘行為の一部をなすものではありません。米国においては、1933 年米国証券取引法に基づいて証券の登録を行うか、又は登録義務からの適用除外を受ける場合を除き、証券の募集又は販売を行うことはできません。なお、本件においては米国における証券の募集は行われません。また、本記者発表文に記載されている当社グループの計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、本記者発表文の作成時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社グループの経営成績、財政状態その他の結果は、経済状況の変化、市場環境の変化及び他社との競合、外国為替相場の変動等により、本記者発表文の内容又は本記者発表文から推測される内容と大きく異なることがあります。