



株式会社 Macbee Planet

2022 年 4 月期 2 Q 決算説明会

2021 年 12 月 15 日

前橋：ただ今より、株式会社 Macbee Planet、2022 年 4 月期第 2 四半期決算説明会を始めさせていただきます。私、本日の司会進行役を務めさせていただきます、前橋と申します。どうぞよろしくをお願いいたします。

本日は 2022 年 4 月期第 2 四半期決算概要を千葉よりご説明いたしますが、昨日開示させていただきましたとおり、12 月 14 日開催の取締役会において、代表取締役社長の異動について決議され、本日より千葉が代表取締役社長に就任し、グループ経営体制へ移行いたしました。

後ほどご質問もいただくかと思いますが、まずは創業者の小嶋からご報告させていただければと思います。小嶋さん、よろしくをお願いいたします。

小嶋：株式会社 Macbee Planet、小嶋雄介と申します。昨日の取締役会にて決議されまして、本日 12 月 15 日付で取締役となりました。

当社は、さらなる拡大に向けてグループ体制に移行してまいります。それに伴って、千葉が新代表取締役としてグループの舵取りをしております。

私自身は取締役として LTV マーケティングの進化・深耕に集中してまいります。そしてこの業界でナンバーワンの地位を確立してまいります。

今後も企業成長を続けてまいりますので、変わらずご支援のほど、どうぞよろしくお願いいたします。

それでは決算説明に関して、新代表取締役社長の千葉よりご説明させていただきます。

会社概要

会社概要

社名	株式会社 Macbee Planet (7095)
設立日	2015年8月25日
資本金	403百万円 (2021年10月末現在)
事業内容	データを活用したマーケティング分析サービスの提供
本社所在地	東京都渋谷区渋谷三丁目11番11号
正社員	54名(2021年10月末現在)

沿革

2015年 8月	株式会社 Macbee Planet 設立
2015年 8月	データ解析プラットフォーム「ハニカム」リリース
2017年 11月	Webホスピタリティツール「Robee」リリース
2020年 3月	東京証券取引所マザーズ市場へ上場
2021年 3月	株式会社 Smash 設立
2021年 8月	株式会社 Alpha を完全子会社化

千葉：改めまして、本日付で代表取締役社長に就任いたしました、千葉と申します。どうぞよろしくお願いたします。

本日は私のほうから、2022年4月期第2四半期の決算説明を行わせていただきます。

まずは会社概要です。当社は Macbee Planet と申します。設立は 2015 年 8 月 25 日、昨年 3 月 31 日に東証マザーズへ上場しております。また今年の 8 月 2 日に株式会社 Alpha の全ての株式を取得し、完全子会社にしております。

事業内容に関しましては、データを活用したマーケティング分析サービスの提供を行っております。

TOPICs

■業績は過去最高を達成。さらなる成長にむけ、新たな経営体制へ移行。

2022年4月期 2Q業績サマリー (前年同期比)	売上高	営業利益	営業利益率
	7,394 (百万円) (+ 80.7%)	638 (百万円) (+ 90.2%)	8.6% (+ 0.4 pt)
中期経営計画	「グループ経営体制への移行とLTVマーケティングの進化・深耕」を行い、 長期的な成長を実現するための事業基盤を構築		
	2024年4月期計画		
	売上高	営業利益	営業利益率
	22,000 (百万円) (CAGR+ 31%) ^{※1}	2,200 (百万円) (CAGR+ 41%) ^{※1}	10% (+ 2.0 pt) ^{※2}

※1 2021年~2024年CAGR

※2 対2021年4月期比

Macbee Planet, Inc.

3

続いて、トピックのご説明となります。ここでは2点、お伝えさせていただければと思っております。

まずは第2四半期の業績となります。売上高は73億9,400万円、前年同期でプラスの80.7%。営業利益にしましては6億3,800万円で、前年同期比でプラス90.2%。営業利益率にしましては8.6%で、前年同期比でプラスの0.4ポイントとなっております。

続いて中期経営計画についてです。第2四半期の決算に併せて、中期経営計画を発表させていただきました。今回発表した中期経営計画では、グループ経営体制への移行とLTVマーケティングの進化・深耕を行い、長期的な成長を実現させるための事業基盤の構築を掲げております。

当社では今期も含めた3カ年で、売上高220億円、CAGRでプラスの31%、営業利益にしましては22億円、CAGRでプラスの41%。営業利益率にしましては10%を計画しております。

中期経営計画期間の位置付け

■ LTVマーケティングのリーディングカンパニーとして、長期的な成長を実現するための事業基盤を構築。



次は中期経営計画の計画期間の位置付けとなります。

当社ではこの3カ年を、LTVマーケティングのリーディングカンパニーとして長期的な成長を実現するための事業基盤を構築する期間と位置づけ、グループ経営体制への移行とLTVマーケティングの進化・深耕を進めてまいります。

長期的にはインターネット広告市場のみならず、広告宣伝全般、流通対策、DX市場まで当社の事業領域の拡大をねらうとともに、これまでのオーガニック成長に加えて、M&Aや提携を活用したさらなる成長を進めてまいります。

さらに本年3月に設立した株式会社Smash、8月にグループインしたAlphaなど、子会社も増えてきました。今後のさらなる企業発展を見据えて、さらには総合LTVマーケティングカンパニーの実現に向けて、グループ経営体制へ移行を進めてまいります。

グループ経営体制への移行

- グループ全体視点での経営と、LTVマーケティングの進化・深耕を同時に推進するため、**最適な経営体制に移行**。



続いてグループ経営体制への移行について、掘り下げてご説明をさせていただきます。

これまで小嶋を中心として取締役4名、執行役員3名で成長戦略実現に向けて事業展開を行ってまいりました。

今回の中期経営計画の実現に向けて、事業の責任者とグループ全体の責任者を明確にして、事業とグループの発展を同時に推進することを目指して、経営体制の見直しを行っております。

創業者である小嶋は事業の責任者として、引き続き当社の事業の発展に注力してまいります。一方で経営管理、経営戦略、M&Aを推進してきた私がグループ経営の責任者として、本日付で代表取締役社長に就任するとともに、グループ経営の舵取りを進めてまいります。

Macbee Planetのさらなる発展に向けて、全力で臨んでまいります。

中期経営戦略

基本方針

プロダクトとAI技術を活かしてLTVマーケティングを進化・深耕することでLTVマーケティング市場を開拓し高成長を目指す。



次は中期の経営戦略についてです。

当社の中期経営計画の基本方針として、プロダクトとAI技術を活用して、LTVマーケティングを進化・深耕することで、LTVマーケティング市場を開拓し、高成長を目指すことを掲げております。

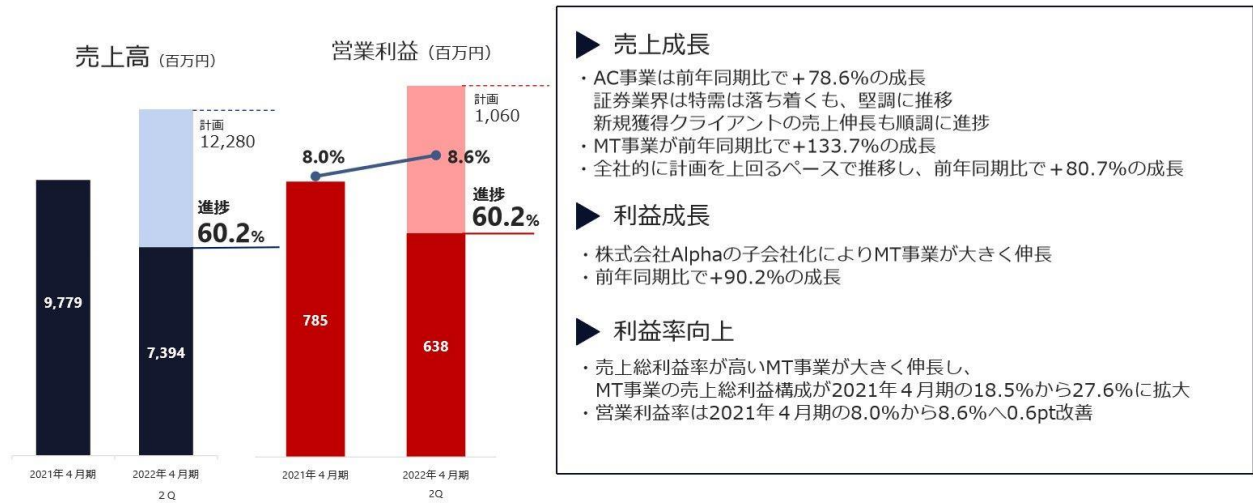
当社ではLTV向上力のさらなる発展、データ解析・コンサルのAI化、他業種への展開加速の3点を重点項目としています。

この実現に向けて、LTV向上力のさらなる発展においては、プロダクトであるRobee、Smashの強化。データ解析・コンサルのAI化においてはハニカムの強化。他業種への展開加速では営業強化と人員増強を行ってまいります。

この結果として、コンサルタントの即戦力化と労働生産性のさらなる向上、新たな業種へも応用可能な技術基盤を構築すること。成長と特定顧客の影響を受けにくい顧客のポートフォリオの実現を進めてまいります。

2022年4月期2Q業績サマリー

■計画を大きく上回り、過去最高売上高・営業利益を達成。



続いて、第2四半期の業績についてです。なお昨年度末から連結決算に移行しているため、前年同期の数字に関しては単体の数字となっておりますので、ご留意いただければと思っております。

まずは2022年4月期第2クォーターの業績サマリーとなります。

今年の9月に2022年4月期の業績予想の修正を公表しておりますが、その計画を上回り、四半期累計期間ベースでは過去最高の売上高、営業利益を達成できております。

売上高に関しましては73億9,400万円、年間の計画に対する進捗率でいいますと60.2%となっております。営業利益に関しましては6億3,800万円、年間の計画に対する進捗率は60.2%となっております。

売上高拡大のポイントといたしましては、当社の掲げるLTVマーケティングが功を奏し、既存クライアントが堅調に推移していること、また前期、当期と獲得した新規のクライアントの売上も順調に進捗させることができているための2点となります。

加えて営業利益につきましては、8月にグループインしたAlphaがMT事業の売上、利益に貢献しており、既存事業も引き続き堅調に推移しているため、営業利益の向上につなげることができております。

2022年4月期2Q業績

■ 前年同期比売上高**約1.8倍**営業利益**約1.9倍**の成長を実現し過去最高を達成。



続いて2Qの業績についてご説明します。

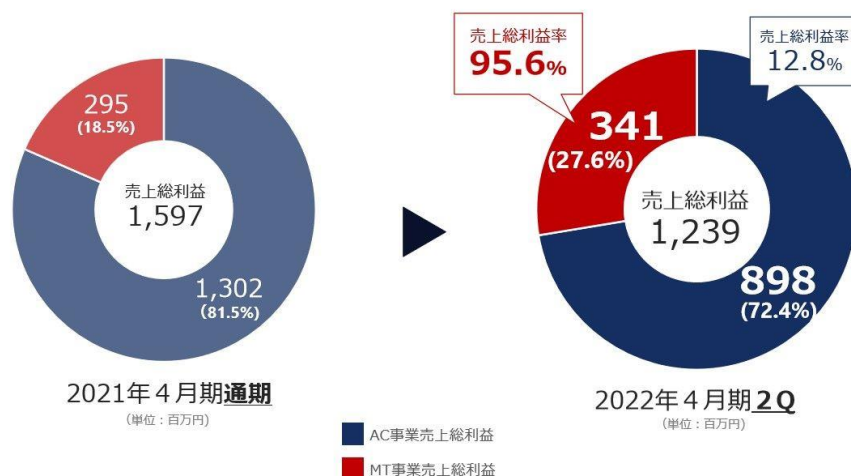
この第2四半期に関しましては、昨対で見た場合、売上高1.8倍、営業利益に関しては1.9倍を達成することができております。

繰り返しにはなりますが、売上高に関しましては73億9,400万円、営業利益に関しては6億3,800万円となっております。

営業利益率に関しましては8.6%と、前年同期で比較した場合プラスの0.4ポイントと改善ができております。当社が一つ目標として掲げている営業利益率10%まで、あと一步のところまでできております。

セグメント別売上総利益構成比

■MT事業の売上総利益構成比率が18.5%から**27.6%**に大きく向上。



続いて、セグメント別売上総利益の構成に関してご説明いたします。

セグメント別の売上総利益率の構成に関しましては、AC事業の売上総利益率が12.8%、MT事業の売上総利益率が95.6%となっていることから、MT事業の構成比を高めることにより、当社全体の営業利益率の改善を図ります。

具体的にこの第2四半期の数字を見ますと、AC事業に関しては構成比でいうと72.4%、MT事業に関しては27.6%という結果でした。

Alphaのグループインの影響もございましたが、MT事業の売上総利益率構成が昨年通期の18.5%から27.6%まで上昇することができております。引き続きMT事業に注力し、売上総利益構成に関しては30%まで引き上げ、利益率の改善を図ってまいります。

こちらでご説明は以上となります。

質疑応答

—Alpha の取得に関して、第 2 四半期の業績にどのような影響があったのか。

Alpha 単体の営業利益に関しては、1 億円ほどございます。そのほか Alpha ののれん償却は 4,200 万円ほどになりまして、それ以外に第 2 四半期で連結決算、連結に取り込んでいることから、仲介手数料や DD 費用などの取得関連費用が 4400 万円ほど PL に落ちています。

結果として Alpha を連結した影響は、営業利益ベースでいいますと 1,400 万円ほどの影響となっております。

業績推移

	2020年4月期 2Q		2020年4月期 3Q		2020年4月期 4Q		2021年4月期 1Q		2021年4月期 2Q		2021年4月期 3Q		2021年4月期 4Q		2022年4月期 1Q		2022年4月期 2Q	
	(百万円)	構成比	(百万円)	構成比	(百万円)	構成比	(百万円)	構成比	(百万円)	構成比	(百万円)	構成比	(百万円)	構成比	(百万円)	構成比	(百万円)	構成比
売上高	1,627	-	1,321	-	1,501	-	1,772	-	2,320	-	2,609	-	3,076	-	4,150	-	3,244	-
売上 総利益	296	18.2%	262	19.9%	271	18.1%	305	17.2%	373	16.1%	404	15.5%	513	16.7%	575	13.9%	664	20.5%
販管費	181	11.1%	190	14.4%	294	19.6%	168	9.5%	175	7.6%	206	7.9%	261	8.5%	241	5.8%	359	11.1%
人件費	92	5.7%	105	8.0%	130	8.7%	109	6.2%	108	4.7%	115	4.4%	95	3.1%	118	2.8%	131	4.0%
広告宣伝費	4	0.3%	14	1.1%	68	4.6%	6	0.3%	9	0.4%	14	0.6%	9	0.3%	12	0.3%	3	0.1%
採用教育費	30	1.9%	14	1.1%	21	1.5%	9	0.5%	11	0.5%	8	0.3%	18	0.6%	5	0.1%	11	0.4%
研究開発費	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9	0.2%	5	0.2%
減価償却費	2	0.2%	2	0.2%	2	0.2%	2	0.1%	3	0.1%	3	0.1%	4	0.1%	4	0.1%	5	0.2%
システム 外注費	4	0.3%	4	0.3%	3	0.2%	4	0.3%	10	0.4%	9	0.4%	7	0.2%	9	0.2%	12	0.4%
その他経費	46	2.9%	49	3.7%	68	4.5%	35	2.0%	32	1.4%	54	2.1%	126	4.1%	81	2.0%	189	5.8%
営業利益	115	7.1%	71	5.4%	-23	-1.5%	137	7.7%	198	8.6%	197	7.6%	252	8.2%	333	8.0%	304	9.4%

※2021年4月期末から連結決算に移行したため、2021年4月期3Q以前の業績は単体数値を表示

もう少しだけ掘り下げてご説明させていただければと思います。決算説明資料の 13 ページをご覧ください。

今ご説明したのれんの償却、および取得関連費用に関しましては、こちらの資料でいいますとその他の経費の中に含まれております。繰り返しにはなりますが、のれんの償却費が 4,200 万円、取得関連費用の 4,400 万円が、このその他経費の中に含まれております。

この取得関連費用に関しましては一時費用なので、こちらは次のクォーターからは発生しない費用となりまして、それを除いた状態ですと第 1 四半期、第 2 四半期比較しますと、第 1 四半期同様の水準で営業利益は獲得できている状況でございます。

セグメント別業績推移

	2020年4月期 2Q	2020年4月期 3Q	2020年4月期 4Q	2021年4月期 1Q	2021年4月期 2Q	2021年4月期 3Q	2021年4月期 4Q	2022年4月期 1Q	2022年4月期 2Q
売上高	1,627	1,321	1,501	1,772	2,320	2,609	3,076	4,150	3,244
AC事業	1,599	1,291	1,468	1,702	2,237	2,535	3,003	4,044	2,992
MT事業	28	30	32	69	83	73	72	105	251
売上総利益	296	262	271	305	373	404	513	575	664
AC事業	268	231	239	238	290	331	440	472	425
MT事業	28	30	32	66	82	72	72	102	238
営業利益 (セグメント利益)	115	71	-23	137	198	197	252	333	304
AC事業	221	187	195	192	232	283	364	388	338
MT事業	6	-1	8	45	51	21	6	67	74
調整額	-112	-114	-118	-100	-86	-106	-118	-122	-107

※2021年4月期末から連結決算に移行したため、2021年4月期3Q以前の業績は単体数値を表示

—MT 事業が伸びている理由に関して、どのような理由があるか。

QonQ で見た場合に、まず売上でいいますと第1四半期が1億500万円、第2四半期の売上高が2億5,100万円になっております。

こちら、セグメント別売上の Alpha 影響は1億3400万円ほどとなっておりますので、この影響が一番大きい理由となっております。そのほか、もともと当社および子会社である Smash でやっている事業が伸びております。

業界別売上構成比率推移

	2020年4月期 2Q		2020年4月期 3Q		2020年4月期 4Q		2021年4月期 1Q		2021年4月期 2Q		2021年4月期 3Q		2021年4月期 4Q		2022年4月期 1Q		2022年4月期 2Q	
	(百万円)	構成比	(百万円)	構成比	(百万円)	構成比	(百万円)	構成比	(百万円)	構成比	(百万円)	構成比	(百万円)	構成比	(百万円)	構成比	(百万円)	構成比
全体	1,627	-	1,321	-	1,501	-	1,772	-	2,320	-	2,609	-	3,076	-	4,150	-	3,244	-
金融	790	48.6%	417	31.6%	546	36.4%	581	32.8%	969	41.8%	1,240	47.5%	1,894	61.6%	2,935	70.7%	1,713	52.8%
銀行	227	14.0%	182	13.8%	280	18.7%	197	11.2%	256	11.1%	244	9.4%	382	12.4%	312	7.5%	461	14.2%
証券	478	29.4%	110	8.4%	148	9.9%	352	19.9%	627	27.0%	910	34.9%	1,418	46.1%	2,567	61.9%	1,208	37.3%
その他金融	84	5.2%	124	9.4%	117	7.8%	31	1.8%	85	3.7%	86	3.3%	94	3.1%	54	1.3%	43	1.4%
美容	510	31.4%	488	37.0%	479	31.9%	779	44.0%	1,083	46.7%	907	34.8%	685	22.3%	606	14.6%	519	16.0%
その他	326	20.1%	415	31.4%	475	31.7%	410	23.1%	267	11.5%	461	17.7%	496	16.2%	607	14.6%	1,011	31.2%

※2021年4月期末から連結決算に移行したため、2021年4月期3Q以前の業績は単体数値を表示

—証券特需の詳細について教えてください。

15 ページを用いながら、ご説明させていただければと思っております。

証券特需に関しましては、特定の証券会社さんの大型プロモーションを当社が一手に担っているかたちで、発生しております。

特需により前期第4四半期からこの第1四半期にかけて、大きく伸長しておりました。その影響がこの第2四半期では一段落しておりまして、証券会社向けの売上高が低下している状況でございます。

証券特需に関しては、この第1四半期と第2四半期の数字の差額部分である、13億円ほどが特需部分とみなして、評価しております。この影響を除きますと、当社の売上高に関しては、その他の領域では伸長している状況でございます。

—顧客別で証券は10億円前後の収益が四半期レベルで上げられる状況なのでしょうか。

先ほどの特需のご説明でもさせていただきましたが、この第2四半期に関しては当社としては一段落している状況と理解しております。

今後、低下するかどうかに関しましては、そのような兆候は識別しておりませんので、これがわれわれとしては特需のない状態と理解しております。

—証券特需がなくなっても、収益が落ちなかった理由は何でしょうか。

こちらに関しては証券会社さん向けの、まず売上総利益率が他と比べて若干低いことが、まず1点ございます。それ以外にマーケティングテクノロジー事業、MT事業の伸長が大きかったことから、結果として収益、利益が落ちていない状況となります。

—MT事業が伸びていることが、非常に良いことだと思っています。セグメント別での目標である売上総利益の割合30%も目前ということです。30%は当面の目標であって、この数字を達成した後、それを50%などに引き上げることは想定されていますか。あるとしたら、その数字は理想でいえばいくつくらいになりますか。

まずは30%と置いている目標に関して、着実に達成して進めていきたいと考えております。

MT事業の伸長のみならず、AC事業の伸長も行うこと、両事業を伸ばしていくことによって売上、利益の確保が実現できるものとなりますので、それ以降の明確な数字は掲げておりません。こちらは今後、社内でも検討を進めながら、明確にしていきたいと思っております。

—顧客別でそのほかが大きく伸びていますが、どのような顧客がけん引しているのか。今後の有望性を教えてください。

大きく分けて二つございます。まず1点目ですが、土業向けのコンサルティングサービスの部分で、大きく伸長しております。

2点目ですが、サブスクリプションサービスのクライアントが伸びていることから、こちらもその他をけん引するかたちになっております。

今後の展望、有望性に関しましては、これまでもお伝えしてきているとおりではございますけれども、他業種への展開を当社としては進めておりますので、こちらに関しては力を注いでいきたいと考えております。

—業界別売上、その他の売上が大きく増加している理由を教えてください。美容、金融に次ぐ3本目の柱となるセグメントができているのでしょうか。またAlphaの業績もこちらに含まれているのでしょうか。

まずそのほかが大きく増加している理由に関しては、先ほどお話しさせていただいた土業向けのコンサルティングの部分と、サブスクリプションの話となります。

3本目の柱になるように、その他の部分を拡大しようと思っておりますので、こちらに関しては引き続き注力していきたいと思っております。

Alpha の業績がどこに含まれているのかという話ですけれども、こちらはその他の中に入れております。

—今後、営業強化で短期的に費用増加により、営業利益率の低下は予想されますか。

利益率の低下は予想しておりません。

営業強化の方法ですが、こちらは人員の強化が主な強化ポイントとなっております。こちらに関しては売上、利益の伸びを見ながら人員強化を行っておりますので、そちらについては利益率の低下は見込んでおりません。

—美容は売上が落ちています。来店型と EC の現状と今後の見通しについて教えてください。

QonQ で見た場合に、第 1 四半期は 6 億 600 万円、第 2 四半期に関しては 5 億 1,900 万円となっている点についてのご質問と理解しております。

第 1 四半期の決算説明の際にもご説明させていただいておりますが、薬機法や景品表示法の対策で、クライアント側で対策を講じていることから、一時的に下がっているというお話をさせていただきました。

第 2 四半期に関しても引き続きその影響が残っていたことから、売上の部分が一部下がっている状況でございます。引き続き対策を講じていき、売上、利益を引き上げる施策は行うものの、今その他の部分に関しては伸びてくる業界が多くございますので、今この時点においては、その他の部分に関して力を注いでいる状態でございます。

—MT 事業の Alpha 以外の既存事業に対して、現状の評価と今後の見通し、また Alpha の今後の見通しについても教えてください。

まず MT 事業の Alpha 以外に関しましては、現在も新たな施策やプロダクトの開発を進めているので、引き続き顧客の拡大に加え、機能拡充という部分に力を注いでいきたいと思っております。まだまだ Alpha 以外の部分でも、伸びしろはあると評価しております。

Alpha に関しましては、この第 2 四半期から連結を行っております。こちらに関してはまだ 3 カ月ということもありますし、まだまだこれも伸びしろがある領域ではあるので、引き続き力を注ぎながら、今後の状況に関しては見ていきます。

—Alpha の 3Q、4Q の見通しはいかがでしょうか。

こちらに関しましては第2四半期のAlpha単体の売上は、1億3400万円ほどだったというお話をさせていただきました。もともと業績予想を組ませていただいたタイミングでは、2.6億円ほどの売上の見込みで組ませていただいているので、こちらに関しては順調に推移しております。

—M&Aによる成長はお考えでしょうか。

M&Aに関しましては、これまでも経営資源の獲得という部分でM&Aを検討しております。今後も経営資源で当社が不足している部分があれば、M&Aも一つの手段として考え、進めてまいります。

—体制の変更についてももう少し詳細に伺いたいです。各取締役の役割分担について教えてください

小嶋は既存のMacbee Planetの事業、すなわちハニカムやRobeeといったプロダクト領域は、引き続き管掌してまいります。

具体的には、この当社が掲げているLTVマーケティングに関して、業界としてこれからも非常に伸びてくると考えております。そこで圧倒的ナンバーワンという地位を確立するために、私はそこにコミットメントしていく予定でございます。

千葉はグループ経営全体を管掌してまいりたいと考えております。

取締役会長である松本に関しましては会長として対外的な活動を進めながら、最終意思決定の助言などを含めて役割を担ってまいらおうと思っております。

浦矢に関しましては、役割として事業開発の部分を進めております。具体的には6月にリリースを出させていただきましたDXの事業の管掌役員として、新規事業の開発を進めております。

—LTVマーケティングが大きくなると考える、何か示唆をお願いできないでしょうか。

LTVマーケティングが大きくなるという点につきましては、二つの観点があります。

まず一つはビジネスモデルです。今、サブスクリプションをはじめいろんなビジネスが月額課金制や定額課金制に変わってきていると思います。こうしたものがもっともっと、2年後、3年後と増えてくると考えておりますので、LTVマーケティングの重要性が高まってくると考えております。

あともう一つはマーケティングの観点のお話になります。直近、様々なプラットフォームやメディアが分散されており、ユーザーさんの質やLTV、いわゆる利用期間がどんどん短くなっているデータもあります。

そうした環境下で、LTVマーケティングを提供することによって、長期的に使ってもらえるユーザーさんとサービスをつなげていくことが、非常に重要なポイントかなと思っております。

—既存ビジネスを伸ばしていくために、これまでどのようなことを行ってきたのか。また何ができなかったのか、今後事業に集中する中で何をしていきたいのかを教えてください。

行ってきたこととしては、新規のお客様の獲得から、既存の成果を伸ばしていくところに加え、データやテクノロジーを活用して、広告運用だけではない、独自のメソッドを確立してきました。

できなかった部分としては、これまで美容業界と金融業界にわれわれは注力してまいりました。新しい業界に関しても少しずつは獲得ができてきているものの、一気に大きなところに広げていくところはまだできていないので、ここに関してはこれからしっかり進めていこうと考えております。

今後集中していくことも、基本的には大きくは変わりません。今後も LTV マーケティングの進化・深耕に注力し、業界が大きくなっていく中でわれわれのプレゼンスを発揮し圧倒的 No1 の地位を確立していきたいと考えております。

—LTV マーケティングはどのようにして型化・組織化に変えられるのでしょうか。

今最も注力している施策になります。当社のコンサルティングは属人的なスキルに依存しているというよりは、ハニカムや Robee、それから Smash、こうしたプロダクトから収集するデータをもとに、LTV マーケティングを提供できてきていると考えております。

今後はプロダクトに投資を重ねることによって、属人的な部分をさらに排除していきながら、型化・組織化に向けて動いていくことを考えております。

それでは、以上で質疑応答を終了いたします。以上をもちまして株式会社 Macbee Planet、2022 年度 4 月期第 2 四半期決算説明会を終了いたします。

ご視聴いただきまして、誠にありがとうございました。