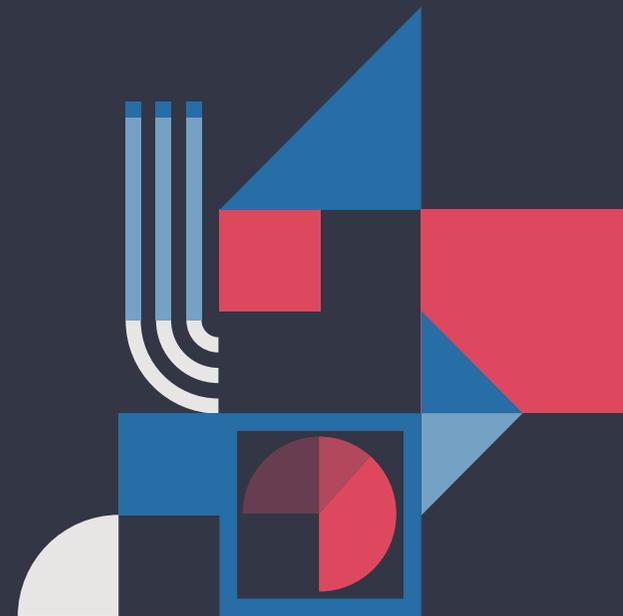
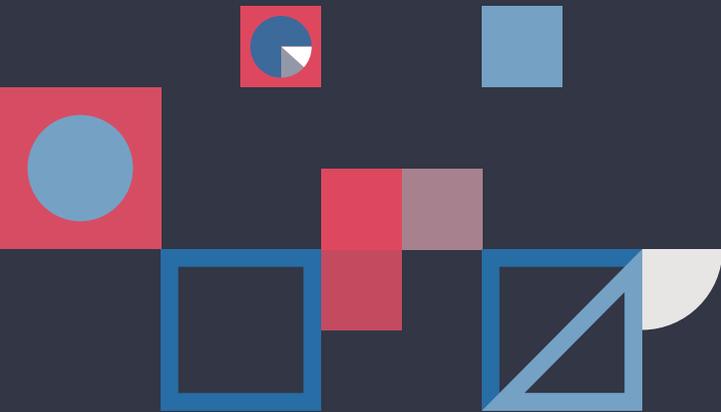
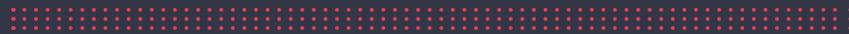


*Repro*

# App & Web Success Story





## App導入事例

1 オークションアプリ

2 マンガアプリ

3 求人アプリ

4 学習アプリ

5 メディアアプリ

1

## オークションアプリ

# アプリ内メッセージ『Repro』サポート体制を利用して売上が20%増加

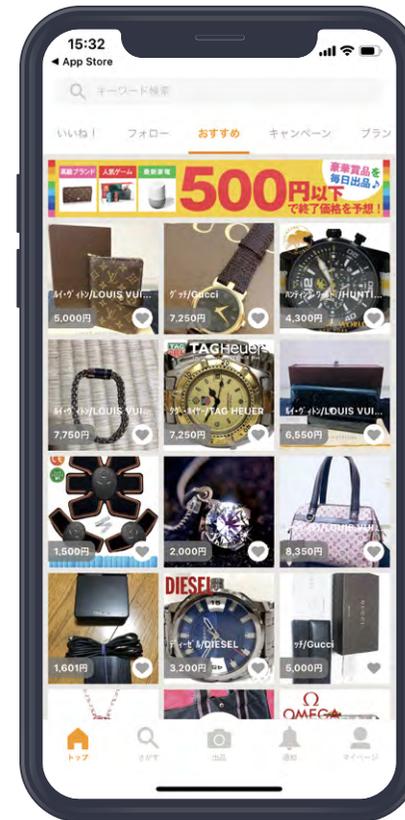


モバオク  
株式会社モバオク

ファッションアイテムを中心に家電やインテリアなども扱うオークションアプリ『モバオク』を運営。何度出品しても出品手数料も落札手数料も一切かからないことから、2011年のリリース以降多くのユーザーに利用されている。現在(2017年5月時点)、DL数が200万を超えるアプリ。

## 課題 マーケターのノウハウ不足

『モバオク』は出品・入札の際に手数料が一切かからないという点で他サービスと差別化を図り、マネタイズは有料会員からの月額料金からなっているビジネスモデルです。そのため、アプリ内マーケティングはとても重要になりますが、アプリ成長のノウハウは世の中にもほとんど出回っておらず、プッシュ通知やアプリ内メッセージをいつ・どこで・誰に打つべきかというところについて細かくプランニングしたり効果検証を行っていませんでした。



# アプリ内メッセージ『Repro』サポート体制を利用して売上が20%増加

**施策** 重要機能の使い方をアプリ内メッセージで訴求

『Repro』のアプリ内マーケティングの運用代行サービスはマーケティングの知識がない場合に代わりにお客様の目標 KPI に向けて施策のプランニングから改善提案までを行います。重要機能の一つであり、商品の入札状況を追う「ウォッチ機能」の使い方を訴求するアプリ内メッセージでは、『Repro』のディレクションによる画像を利用することで、この機能の利用者を2倍に増加させることに成功しました。

**成果** 重要 KPI を高め、短期間で売上 20% 増加に成功

『モバオク』のマネタイズポイントであり、重要 KPI であった有料会員の登録率です。上記のような機能訴求により、多くのユーザーを無料会員から有料会員にすることができ、結果売り上げを20%増加させることに成功しました。

「『Repro』はオークションアプリの導入実績が豊富なこともありサービスのかなり深いところまで理解した質の高い提案をしてくださいました。クライアントである我々目線でモバオクのことを考え、負担を厭わずにコミットしてくれるので安心して任せられました。」

一株式会社モバオク 小田切様 稲本様

有料会員転換率  
2% ↑

新規ユーザー継続率  
3% ↑

入札率  
3% ↑



2

## マンガアプリ

# 機械学習による最適化で新規ユーザー読書率、継続率が大幅増加



**GANMA!**  
コミックスマート株式会社

多彩なジャンルとここでしか読めないマンガタイトルを提供することで、多くの若者から支持を得ている『GANMA!』。マンガ家のリクルーティングも行っているのが特徴。現在では180作品を公開し、昨年末にはサブスクリプションモデルの『GANMA! プレミアム』をリリースした。

**課題** 施策実行性を高め、一歩進んだマーケティングを。

他マーケティングツールを利用していた『GANMA!』は、ツールの機能不足を感じ、頻繁なアップデートと知人から定評のある『Repro』を導入しました。主観的な判断軸で施策を行うのではなく、数値に基づいてユーザーのリテンション改善を目指しました。



# 機械学習による最適化で新規ユーザー読書率、継続率が大幅増加

## 施策

『Repro』のデータを活用した機械学習施策による  
レコメンド最適化

『GANMA!』は「早期に最適なコンテンツを訴求すれば継続率が上がるのではないか？」という仮説を立てました。『Repro』で取得したデータを機械学習プラットフォームに入れ仮説検証を行うことで、ユーザーのニーズに対し最適なコンテンツは何かを分析・予測、『Repro』のアプリ内メッセージでユーザーにレコメンドしました。

## 成果

週のユーザーの平均読話数が9.3%増加

『Repro』で取得したユーザーデータを機械学習に活用し、ユーザーが次に読みやすい作品を予測して、その作品を2日目以降に配信することで、初週のユーザーの平均読話数が9.3%増加、翌週の再訪率も2.5%増加しました。

『Repro』でAIを活用した機能が実装されるのを楽しみにしています。笑今後も『Repro』を活用しながら、共に成長していければと考えているので、引き続きよろしくをお願いしますね！」

—コミックスマート株式会社の取締役 福西様



3

求人アプリ

# セグメント別施策により継続率の大幅改善



バイトル  
ディップ株式会社

仕事情報サービスを運営していることで有名なディップ株式会社のアルバイト・パート求人情報メディア『バイトル』。CRMの観点から2010年頃アプリ版『バイトル』をリリース、UXを最大化するという視点で「応募する」際のオンラインだけでなくオフラインにおけるユーザー体験にも重点を置いたコンテンツを配信している。

**課題** チーム内のノウハウ・リソース不足

『バイトル』はWebをメインに担当していたマーケターがネイティブアプリのマーケティングを担当することになり、ノウハウ不足を感じていました。またリソースの問題もあり、『Repro』を最大限活用できるイメージがあまり持てなかったため、「マーケティング支援」も同時に導入することになりました。



# セグメント別施策により継続率の大幅改善

## 施策 『Repro』 マーケティング支援

『Repro』のマーケティング支援チームが、『バイトル』と同じチームの一員として施策の提案をしていくことで、ノウハウ不足を補うことに成功しました。アプリマーケティングに関する知識を持った『Repro』マーケティング支援チームの存在によって施策実施のスピードが速まるだけでなく、エンジニアとマーケターのアジャイル化が進みました。

## 成果 セグメント別施策により継続率の大幅改善

「アプリの初回起動1日後～7日後までのリテンション率（RR）改善施策」など『バイトル』と『Repro』のマーケティング支援チームはディスカッションをしながら施策を進めました。ユーザー調査の結果、「仕事探しの方法がわからないユーザー」に対して「ユーザーの心情に立ち、バイトを応募するまでに不安となる要素をプッシュ通知にてサポートする」という方針で改善といった結果、継続率が大幅に改善しました。



「『Repro』を数年間使ってみて、プロダクトの進化が実感できて、ツールにも期待をしなくなるというのが個人的に好きなポイントです。「誰に、どのように」というマーケティング施策の設計がとてもやりやすくてできているなども感じています。」  
—ディップ株式会社 商品開発本部 システム開発部アプリケーション開発課長 小松様

4

## 学習アプリ

# ユーザーの再訪サイクルを生み出して継続率が 1.6 倍に増加



ポリグロッツ  
株式会社ポリグロッツ

100万人が使う英語学習アプリとして有名な『POLYGLOTS (ポリグロッツ)』。どんな人でも学習を続けられるために「好き」を“学び”に”というコンセプトで改善を進めた結果、2018年2月には「英語力の向上を実感できる英語学習アプリ」「継続しやすい英語学習アプリ」「ユーザー満足度」で3冠を達成した。

## 課題

各ユーザーに合わせたコンテンツを届けることでアプリをグロースさせたい

『Repro』導入前は、全ユーザーの85%がTOEICスコア500以上、「ある程度英語ができる人」が主なユーザーでしたが、日本のマジョリティである「英語が苦手な人」にもフォーカスしたいと考えました。英語学習の目的や趣味関心は人によって違います。そこでユーザーに合わせたコンテンツを届けることでユーザーの離脱を防げるのでは、という仮説を立てました。



# ユーザーの再訪サイクルを生み出して継続率が 1.6 倍に増加

## 施策

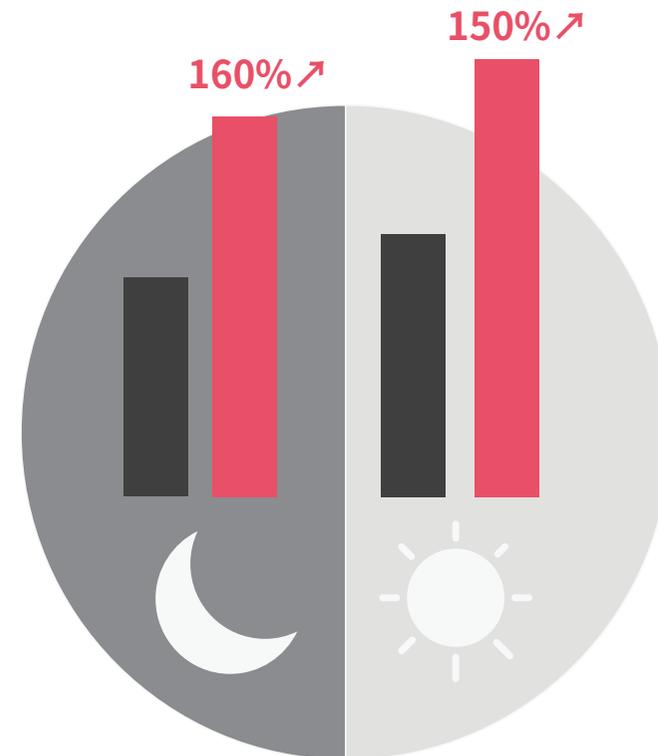
ツールを活用してプッシュ通知や A/B テストの施策・効果測定を行う

『Repro』の「エンジニアによる実装なしで管理画面上を操作するだけで施策の実行から効果測定まで行える」という利点を生かして、1カ月に60個ほどの施策実行・効果測定を行いました。効果の良かった施策を少し時間が経ってから再度試し、再現性をみることもできます。

## 成果

ユーザーの再訪サイクルを作り継続率の大幅改善に成功

もともと『POLYGLOTS』のユーザーアクセスは通勤時間の朝 7~8 時がピークでした。このユーザーアクセスのピークをほかの時間帯でも作るべく、お昼休み・帰宅後の時間帯にユーザーのレベル別に少しずつメッセージ内容を変えてプッシュ通知を配信しました。この施策により、結果的にお昼休みである昼間の時間のユーザーアクセス数が 150%、帰宅後の時間となる夜間では 160%改善、ユーザーが定期的にアプリに再訪問するサイクルを作ることに成功しました。



5

## メディアアプリ

# 素早い仮説検証サイクルを構築しプッシュ通知の開封率が20%増加



ママリ  
コネヒト株式会社

月間閲覧数約2億回、2018年に出産した女性の3人に1人が会員登録をしている、国内最大級のママ向けサービス。アプリではQ&Aや記事配信を通じてユーザーが出産、育児、ママ友との関係、再就職などの悩みを解決できる場を提供している。特にQ&Aの投稿数は月間約250万件以上にもなる。

**課題** 開発リソースを最小限に分析から仮説検証を行いたい

『Repro』導入前は『Mixpanel』という分析ツールを使ってコホート、リテンションなどの分析を行っていましたが、分析はできてもその分析で浮かび上がった仮説を検証するマーケティング施策の実行スピードに課題がありました。社内の開発リソースが限られているため「その施策、本当に開発の工数をかけてまでやるべきなの？」というエンジニアサイドの意見に対し、ファクトをもって立証できませんでした。



# 素早い仮説検証サイクルを構築しプッシュ通知の開封率が20%増加

**施策** アプリのNPSを高めるアプリ内メッセージの活用

アプリ利用初期に他ユーザーの質問に回答したユーザーはNPS (Net Promoter Score. 顧客のロイヤルティの程度を把握するための指標) が高い傾向にあることが分かったため、「質問への回答」を促すようなアプリ内メッセージの配信を試みました。施策のPDCAを回す過程で、ユーザーアクションの阻害要因をひたすら洗い出し、この中から改善によるインパクトと施策実行にかかる工数を考慮して優先順位をつけ実行していきました。

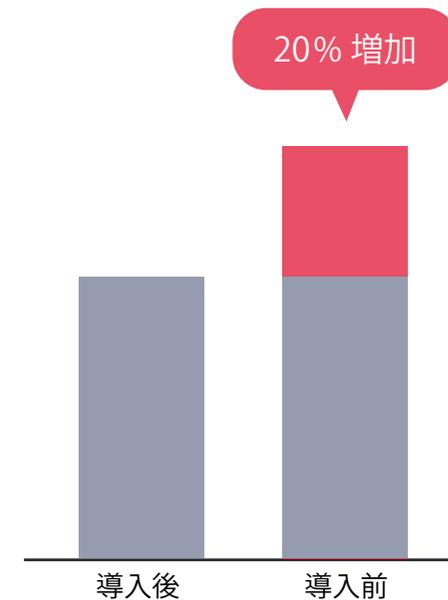
**成果** プッシュ通知開封率が20%増加

『ママリ』は『Repro』のプッシュ通知機能を使い、「時間帯別」「コンテンツ」「文言」の3ステップに分けてプッシュ通知施策のPDCAを回し最適化をしていきました。その中でプッシュ通知の勝ちパターンを見つけました。

このプッシュ通知の最適化によってプッシュ通知の開封率は20%ほど改善しました。分析から施策の実行までにかかる時間も以前の10分の1以下になり、エンジニアも無駄な 이슈に開発リソースを割く必要がなくなりました。



## プッシュ通知開封率



『Repro』はディレクターやマーケターからするとやりたいことを直感的に実行でき、エンジニアからすると仮説検証にリソースを奪われずに開発に集中できる、両者をハッピーにするツールです。より短期間でPDCA回したい方にはおすすめです。」

ーコネヒト株式会社 藤澤様



## Web導入事例

1

EC

2

動画サービス

3

交通・旅行

4

その他サービス

1

EC

# スピーディーな施策時実施で前年比でLPの直帰率が10ポイントも改善、CVR (カートへの商品追加数) も123%改善

**coen** coen  
株式会社コーエン

2008年から幅広い年齢層に愛される衣料品を提供している『coen ~気軽におしゃれを楽しもう~』をブランドコンセプトに、アメリカ西海岸をイメージソースにリラックスしたカジュアルアイテムをリーズナブルな価格で提供している。ブランド立ち上げの当初から店舗とECの共存を目指している。

## 課題

オンラインとオフラインのオムニチャンネルでUXの最大化を目指し、web接客ツールの導入を検討

『Repro』導入前はユーザーにサイトの機能を上手く活用してもらえていないという課題がありました。例えばECサイト上でのお気に入り登録機能が活用されておらず、他社ECプラットフォーム上ではお気に入り登録が多い商品でも自社ECサイトでは全然お気に入り登録がされていないという状況が散見されました。



# アプリ内メッセージの最適化により KPI 達成、物件見学数 2 倍に。

## 施策 簡単な操作でリアルタイムに施策を実施

ECの中でも特に『coen』は平均して1商品1カ月で売り切るというタイムスパンで動いています。『Repro』や『Repro Web』のUI/UXは分かりやすいだけでなく、「この商品のバナーを出したい！」と思ったときに技術面に関係なくリアルタイムに施策を実施することができます。また、個々のページ別に施策を打てるため、サイトの構造的な問題の解決にもつながりました。

## 成果 前年比でLPの直帰率が19ポイントも改善、CVR(カートへの商品追加数)も123%改善!

特集ページなどにランディングした後のサイト回遊導線が見つかりづらく直帰率が高いというユーザーテストでわかったため、「トップページへ戻る」というポップアップを出したところ、直帰率が10%改善しました。他にも、『Repro』サポートチームの提案した「5000円以上で送料無料」のポップアップを配信した結果、CV数(カートへの商品追加数)が123%改善しました。



「これからも『Repro』さんがこれまで多くの企業様の支援している中で効果が出ているベースシナリオは全て実施してみたいなとも思ってます。笑 将来的には、データ基盤を整えて、ECサイトを実店舗のように長時間いても楽しめるようなUXを提供していきたいと考えています。」 株式会社コーエン販売戦略部 高橋様

2

## 動画サービス

# A/B テスト CTA 最適化の結果、初週でCVRが200%改善



ビデオマーケット  
株式会社ビデオマーケット

2019年1月現在、国内最大級となる22万本以上の動画コンテンツを提供している都度課金型のビデオオンデマンドサービス。設立から15期を迎え、メジャー版元やキー局とも提携し、自他ともに認める日本最大級のビデオオンデマンドサービスを提供している。

**課題** 流入したユーザーに対するアプローチの最適化とCVR改善

『ビデオマーケット』はもともとCVR改善に課題を感じていました。もともと集客に力を入れており、広告出稿はもちろんのことSEO対策を本格的に進めていました。ユーザーの行動導線として「見たいタイトルを検索する」がメインにあり、これらの施策のおかげで作品指名型のサイト流入は増えてきています。しかし、そこから実際に課金してもらえていたかという点、そうではなかったのが実情でした。



# A/B テスト CTA 最適化の結果、初週でCVRが200%改善

## 施策

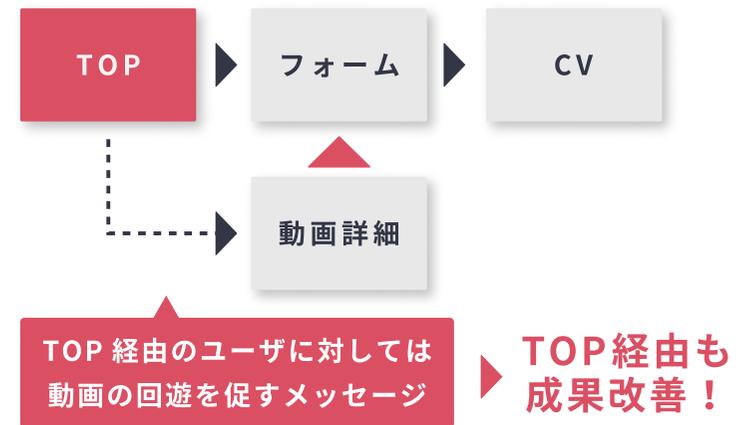
『Repro Web』 A/B テストでボリュームゾーンである流入ページにおける CTA 最適化

もともとトップページの改善には注力していたのですが、実は分析をしていくと、実際に流入ボリュームが大きかったのは個別コンテンツからの流入でした。そのため、ユーザーの流入元に応じて、それぞれに最適化されたメッセージを配信するようにしました。

## 成果

最初の1週間でCVRが200%改善

上記の「ボリュームゾーンである流入ページにおける CTA 最適化」という施策と「利用更新日が迫ってるユーザーに継続促進のメッセージを出す」施策を行ったところ、最初の1週間で無料会員のCVRが200%改善しました。同時に有料登録者のCVRも137%に増加しました。



「改善しようと取り組んでいたページのCVRが、施策実施1週間で2倍にまで改善しています。これは予想以上でしたし、正しくシナリオ設計して、仮説検証すると短期間でも改善するんだなと改めて実感しましたね。」

—株式会社ビデオマーケット 宮岡様

3

交通・旅行

# webサイトが導入直後の初速でCVRが約10倍に改善



高速バスドットコム  
株式会社ホワイト・ベアーファミリー

高速バス専門のポータルサイトである『高速バスドットコム』を運営する株式会社ホワイト・ベアーファミリー。2007年のサービスリリースから12年で、全国約140社のバス会社と提携し、常に約5,000件ものバス運行情報を掲載しており、業界内でも屈指の掲載数を誇る。

**課題** 他サービスを利用していたが活用が進んでいなかった

『高速バスドットコム』は「アプリでプッシュ通知を打ちたい」と考え『Repro』導入を検討しました。webに関してはもともと他サービスを利用しポップアップメッセージ配信をしていましたが、思ったように施策を行ったり活用が進んでいなかったため、アプリと同時に『Repro』『Repro Web』を導入するに至りました。



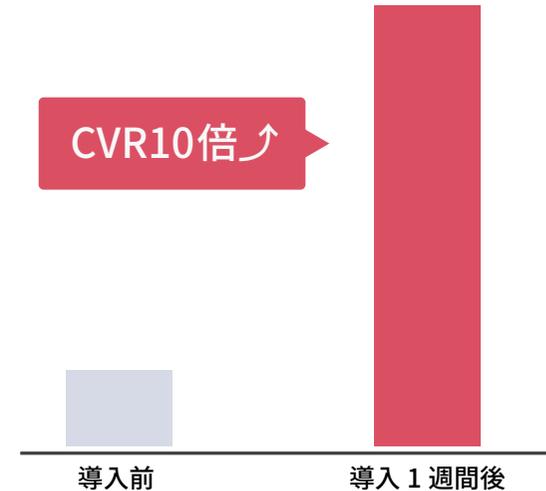
# webサイトが導入直後の初速でCVRが約10倍に改善

## 施策 『repro Web』と『Repro』アプリ版の両方を同時導入

アプリのユーザーは継続率が高い一方で、webはほとんどが新規ユーザーというのが『Repro』導入前の状況でした。そのため、Web to App にスムーズに移行出来る環境を作ることで、分析の幅が広がったり、出来る施策の幅が広がり、最適なユーザー体験を提供できると考えました。

## 成果 繁忙期に合わせて施策を実施。 Web サイトは導入直後の初速ではCVRが約10倍に改善!

一週間で『Repro』の実装・施策実施を行ったところ、「往路の予約ユーザーに対して復路の予約を案内する」という施策は繁忙期のタイミングと一致したこともあり初速でCVRが約10倍改善しました。また、「サイトの中に自社サイトの強みを載せる」という施策では、予約率が約8%改善し、主要導線での数値改善に成功しました。



「例えば予約がずっと0件だったページが、対策を始めて2回目の施策で予約が発生した時は感慨深かったです。笑 ページによって特性が違うので、それぞれで最適化した施策を実施することが大切だなと感じましたね。」

—株式会社ホワイト・ベアーファミリー オンライン事業部 掛下様

# 4

## その他業界

# webメッセージ配信でオープンキャンパス申し込みページの流入が2倍に

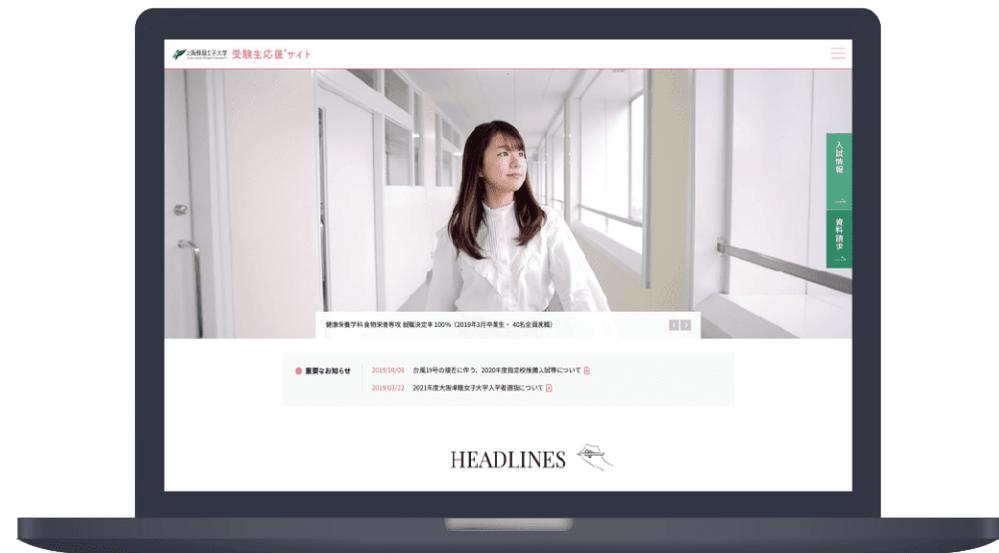


## 受験生応援サイト 大阪樟蔭女子大学

開学から今年で70年になる大阪樟蔭女子大学。大阪府内にある女子大学において最も長い歴史と伝統を持っている同校は、全国で唯一の「管理栄養士」合格率6年連続100%を達成するなど、学生活動を積極的に支援。広報の一貫として運営している『受験生応援サイト』は、受験生をターゲットにより興味を持ってもらいやすいように立ち上げたサイト。

**課題** 入学定員を確保するためにweb活用を検討

近年、大学では入学者の定員割れが課題になっています。少子化による学生の減少の中で“受験生から選ばれる大学”として他の大学とどう差別化を図っていくかを考えていく必要がありました。『受験生応援サイト』を立ち上げ、入学から卒業までの学生活動や就職に関する情報を提供出来るようにしたのもそのためでした。



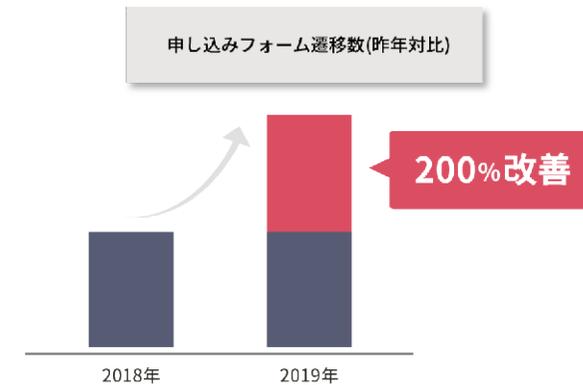
# webメッセージ配信でオープンキャンパス申し込みページの流入が2倍に

**施策** 実績に裏付けされたノウハウを持ったサポートチーム

大学関係者の間ではまだまだ紙が主流の文化であり web に関するノウハウが少なく、他大学がやっている施策はどこも同じようなものでした。そこで導入した『Repro Web』のサポート体制は実装のフルサポートや実装から施策実施まで約一週間という速さのみならず、改善策のご提案や web ノウハウに関する手厚いサポートが特徴です。

**成果** オープンキャンパス申し込みページの流入が 200% 増加

効果測定で「オープンキャンパスの参加者が一定数を超えると充足率も 100% になるのではないか」ということは分かったため、web ページを開いた際にオープンキャンパス開催の web メッセージの配信を実施、広報ブログを読了した際にもオープンキャンパスの予約を促すメッセージを配信するなど、web サイト全体を細かく見てオープンキャンパス申し込みへの導線設計を行ったことで、オープンキャンパスへの申し込みフォーム繊維数がオープンキャンパス直近の月で 7 月は前年比 150%、8 月は 200% に増加しました。



「ツールとしての機能はもちろんのこと、我々ではノウハウもリソースも限られている中、レポーティングや細かい設定まで巻きとってもらえるサポートは魅力でした。大学という特殊な領域において実績があるという企業は少ないのですが、Repro さんの実績を信じて、お任せしよう！と導入に踏み切って良かったなと感じています！」

一入試広報課 松本様

この資料に関してご興味や疑問点がある方は  
お気軽にご連絡下さい。  
2 営業日以内にご返信を差し上げます。

 お問い合わせフォーム

<https://repro.io/demo/>

 [info@repro.io](mailto:info@repro.io)

 03-6687-9783  
(受付時間 平日 11:00-18:00)



Repro は、web とアプリの課題発見から解決までをワンストップで実現する Customer Engagement Platform です。アナリティクスからマーケティングを一気通貫で支援することでサービスの成長を約束します。

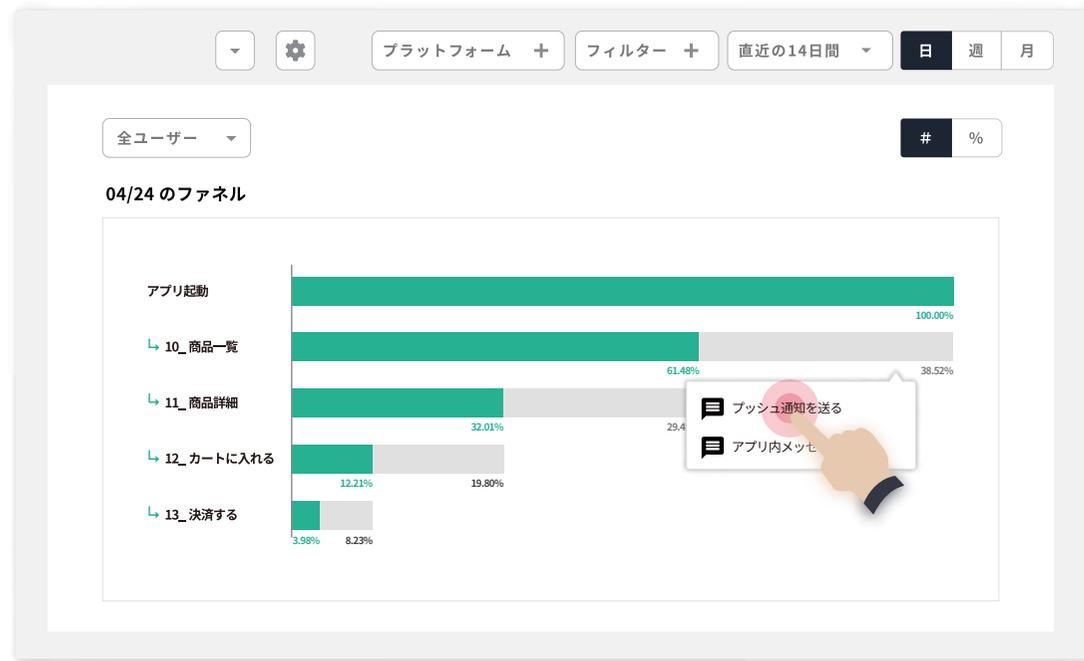


# 分析機能とマーケティング機能が連動

ファネル分析やリテンション分析の分析画面から「そのまま」プッシュ通知のセグメント配信を行える点が大きな特徴です。CVR 改善のための課題箇所の特定から施策実施までをシンプルかつスムーズに実現できます。



たとえば、「アプリを起動しても商品一覧ページに遷移しなかったユーザー」に対して、ワンプッシュでコミュニケーションをとることが可能です。



# Co-Growth Support

弊社カスタマーサクセスチームを中心としたエキスパートスタッフにより、Repro の導入、活用、定着から継続的な事業成長のための運用を一貫してサポートします。

## エキスパート支援

### セッティング



- ・ SDK 実装に向けた初期設定提案
- ・ 実装サポート

### トレーニング



- ・ 使い方の説明
- ・ 施策の効果検証
- ・ 施策のブラッシュアップ & 実施
- ・ 課題ディスカッション

### フォローアップ



- ・ グロース支援
- ・ テクニカルサポート

## ユーザーコミュニティ

### Pluto



成功の確度をあげるためのノウハウを共有しあうコミュニティを提供します。

- ・ オンライン・オフラインにて、Repro ユーザー同士で Co-Growth のためのナレッジシェアを実施
- ・ 月に複数回、デジタルマーケティングにおいて成果を出すためのワークショップを実施

## サイトコンテンツ

### Curiosity



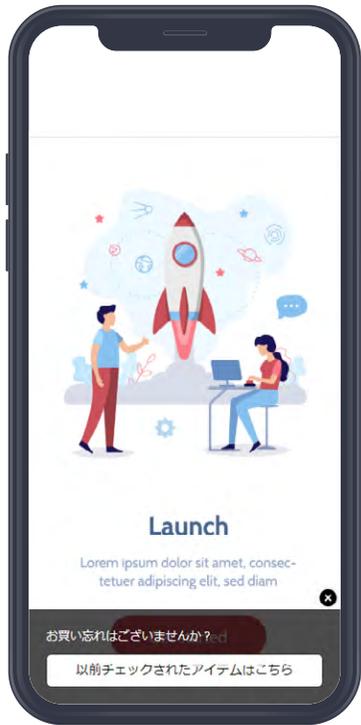
マーケターが自立自走するために必要な学習コンテンツを提供します。

Customer Engagement 強化に向けたコンテンツハブ。  
自走するために必要な各種トレーニング、他社成功事例などを提供します。

# サイト改修をせずに、最短ルートで売上アップ施策を実施

サイト改善はスピード感が命。それは分かっているけど、サイトを毎回改修するのが大変でスムーズにPDCAが回せない... そんな方はきっと多いことでしょう。『Repro Web』なら、導入まで最短1-2日。すぐにユーザーの状態に合わせたコミュニケーションを実現し、反応を試すことができます。「ポップアップ」メッセージのほかに、特定の要素を強調する「吹き出し」、ページ内にコンテンツを追加する「埋め込み」など、様々な表現が可能です。

## ポップアップ



## 吹き出し



## 埋め込み

### Growth Hack Journal



2019.9.20 アプリマーケティング用語集

ASO (アプリストア最適化)とは? 広告に頼らずDL数を今すぐ上げられる裏技を一挙紹介!

Read More

### 最新記事



### Growth Hack Journal



2019.9.20 アプリマーケティング用語集

ASO (アプリストア最適化)とは? 広告に頼らずDL数を今すぐ上げられる裏技を一挙紹介!

Read More

Growth Hack Journalとは  
カスタマーエンゲージメントプラットフォーム  
Reproを提供するRepro株式会社が運営する、デジタルマーケティングを実施する中で、参考になる情報を発信するメディアです。  
[Reproについて詳しく知る>](#)

# マーケターだけで 1 to 1 コミュニケーションを実現

『Repro Web』はアナリティクス機能とメッセージ配信機能がシームレスに連動。ファネル分析・リテンション分析でサイトの課題を発見したあと、それを元にセグメントを設定し、簡単にメッセージを出し分けることができます。分析～施策実施～効果検証までがツール内だけで完結するため、エンジニアのリソースをむやみに割くことはありません。

## ユーザー行動・属性別にセグメント配信

均等に振り分ける 均等に振り分ける(コントロールグループなし)

配信設定

配信期間を設定する

開始 2019-10-28 20 32

終了 2019-11-28 20 32

配信曜日を設定する

配信時間帯を設定する

表示頻度  
このキャンペーンが各ユーザーに表示される回数を制御できます。 1ユーザーに1回のみ表示

メッセージの同時表示  
 他のメッセージとの同時表示を有効にする

メッセージ優先度  
中

メッセージ表示トリガー

メッセージを表示するトリガーとなるイベント  
指定したイベントが実行されたタイミングでメッセージが表示されます。

00\_チュートリアル

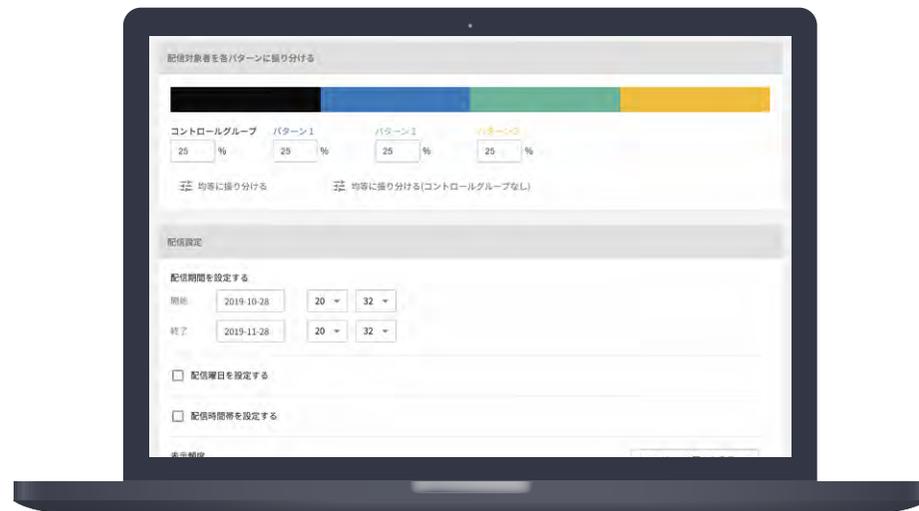
## テンプレから選択して簡単作成



# 管理画面からスムーズな効果検証。PDCA を高速に回せる

A/B テストやボタン押下数・コンバージョン数の測定を通して、施策単位でスムーズに効果検証を行うことが可能。メッセージを配信したグループと配信していないグループの数値を比較することもできます。弊社カスタマーサクセスチームが定例会議で施策の振り返りや改善提案を行わせていただくため、「データだけは見ているが改善案が出てこない」という典型的な失敗パターンに陥ることもありません。

## 4パターンまで出し分けが可能なABテスト



## ボタン押下数・CV数などを測定



repro |



repro.io

# Repro

本提案書は、Repro 株式会社の著作権法上の「著作物」と不正競争防止法上の「営業秘密」を含んでおります。本提案書に記載される当法人のアイデア及びコンセプト等は、貴社へ提案中の業務を提供する当法人のスキル・能力等ご評価頂くことを目的に使用されております。よって、貴社以外の第三者への配布はご遠慮頂きますようお願い申し上げます。本提案書で提案させて頂いております業務に係る責任等につきましては、貴社と別途締結させて頂く契約書の諸条項に従います。また、実際の業務受嘱にあたりましては、別途、当法人内での受嘱承認手続を経る必要があり、当該手続における承認が受嘱の前提となる点、あらかじめご了解ください。本提案書は、貴社に関する公開情報等を基に作成されており、当法人は当該情報等の検証業務は実施しておりません。従いまして、当法人は、当該情報に不正確な部分があったとしても、責任は負いませんので、あらかじめご了解ください。また、貴社への提供業務や条件等を変更される場合は、本提案書の内容（報酬の見積も含む）にも変更が生じる可能性があることも、あわせてご理解頂きますようお願い申し上げます。