



フォルシア株式会社

2026年2月期第2四半期（中間期）決算
個人投資家向けオンライン会社説明会 補足資料

2025年10月16日

概要

企業名	フォルシア株式会社
イベント名	個人投資家向けオンライン会社説明会
決算期	2026年2月期第2四半期（中間期）
日程	2025年10月16日（木）18時00分～19時00分
開催場所	インターネット配信
主な内容	2026年2月期第2四半期（中間期）決算の内容と成長戦略の進捗等
登壇者	代表取締役社長 屋代浩子
開催記録	<u>① アーカイブ動画について</u> 以下リンクよりマネックス証券株式会社が運営するYouTubeチャンネル「マネックスオンデマンド」上の本イベント配信動画に遷移します。 https://www.youtube.com/watch?v=TCf7FI0LCpM <u>② 発表内容の書き起こしについて</u> 本資料、次ページ以降をご参照ください。

2026年2月期 第2四半期(中間期) 決算説明資料

2025年10月15日
フォルシア株式会社（証券コード：304A）
東証グロース市場

Copyright © FORCIA, Inc. All rights reserved.

本日はお忙しい中、フォルシア株式会社の決算説明会にご参加いただきまして、誠にありがとうございます。フォルシアの代表取締役社長の屋代浩子でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

まず冒頭に、今回の決算発表を受けて、市場から厳しい評価をいただいていることは、当社としても真摯に受け止めております。私たちとしても、現状の業績や足元の課題をしっかりと見つめ直し、今後の成長に向けた道筋を丁寧にお伝えしていくことが責務だと考えております。本日は、上期の決算概要に加えて、現在進めている成長戦略の進捗と今後の見通しについて、私の言葉でしっかりとお話しさせていただきます。

私からのプレゼンテーションは、おおよそ30分程度を予定しております。ご説明の後には、皆さまからいただいたご質問に対して、私からお答えさせていただく予定です。画面には映っておりませんが、COOの屋代哲郎、そして先ほどご挨拶させていただきました執行役員経営企画室長の洲巻も本会場に同席しております。ご質問の内容によっては、COOや洲巻からお答えさせていただく場合もございます。本日この説明会が、フォルシアという会社の現状とこれからの方向性についてご理解いただける、有意義な時間となれば幸いです。

どうぞ最後まで、よろしくお願い申し上げます。

- 01. 事業概要
- 02. 2026年2月期 第2四半期(中間期)決算概要
- 03. 成長戦略とその具体的な事業面での進捗
- 04. 質疑応答

アジェンダですが、会社概要、2026年2月期中間決算概要、そして最後に中長期の成長戦略と現時点でのその進捗のご説明をさせていただきます。

01. 事業概要



「検索×DX」で旅行・観光業界を支える



当社は、膨大・複雑なデータから必要な情報を抽出する検索テクノロジーを基盤に事業展開するIT企業です。
大手旅行会社や専門商社、EC事業者といった業界のデジタルビジネスを支援し、近年はデジタルトランスフォーメーション（DX）分野に進出。旅行・観光商品販売プラットフォーム「webコネクト」を中心としたSaaS型サービスによる事業拡大を進め、大手・中堅旅行会社や鉄道事業者、会員サービス事業者を中心に売上高・顧客数を着実に伸ばしています。

設立

2001年

従業員数

2025/10/01現在

139名

純資産額

2026/2月期 第2Q

1,960

百万円

Copyright © FORCIA, Inc. All rights reserved.

5

当社は、膨大・複雑なデータから瞬時に必要な情報を抽出する検索テクノロジーを基盤に事業展開するIT企業です。

現在従業員数は139名で、その約半数がエンジニアとなっており、高度な検索技術を基盤としたシステム開発やサービス提供を行っています。

経営メンバー

代表取締役社長 最高経営責任者（CEO）

屋代 浩子 Hiroko Yashiro

1988年 慶應義塾大学経済学部を卒業後、野村證券(株)に入社。
金融工学を利用したデリバティブの開発に携わった後、MIT (Massachusetts Institute of Technology) でMBAを取得。ゴールドマン・サックス証券会社（現ゴールドマン・サックス証券株式会社）にてデリバティブの開発、マーケティングに従事した後、2001年、フォルシア(株)を起業。



代表取締役 最高執行責任者（COO）

屋代 哲郎 Tetsuro Yashiro

1987年 東京大学理学部情報科学科卒業後、野村證券(株)に入社。
MIT (Massachusetts Institute of Technology) にてMBAを取得。モルガン・スタンレー証券会社（現モルガン・スタンレーMUFG証券株式会社）にてデリバティブのストラクチャリングに携わり、2001年、フォルシア(株)を起業。

常務取締役 事業戦略統括 山田 尚紀

取締役 コーポレート統括 三坂 紀

取締役 営業統括 大西 孝明

取締役 技術統括 夏目 伸彦

社外取締役 稲岡 研士

監査役 谷本 真一

社外監査役 吉村 龍吾

社外監査役 西村 健

経営メンバーに関してですが、本日出席している私とCOOの2名が現在共同で代表を務めております。二人ともに日系および米系の金融機関で働いたのち、日本発の世界に誇れるテクノロジー企業を作りたいという想いをもって2001年に創業いたしました。

当社のフィロソフィー

フェアであることに挑戦し続ける



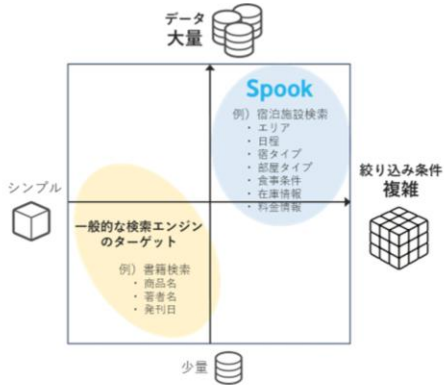
当社は、フェアネスを追求する企業として、インターネット上に存在する有益な情報を円滑に流通させることを使命としています。これにより、商品やビジネスの本質的な価値を正確に伝え、ユーザーが自信を持って意思決定できる「フェアな世界」の実現を目指しています。

当社のビジョンは、あらゆる情報をなめらかにつなぎ、顧客や世界中のユーザーとの間に「フェア」で持続可能な関係を築くことです。DX化が進むこれからの時代、データはますます膨大かつ複雑になり、企業や社会が直面する課題は不確実性が増し、ビジネスは高度化していきます。私たちはこれをチャンスと捉え、当社の強みであるデータ処理技術とノウハウを活かし、データ流通の摩擦を解消し、企業の成長を支援するとともに、ユーザーに付加価値の高いサービスを展開してまいります。

当社のフィロソフィー、それはフェアであることに挑戦し続けることです。クライアントも社員も投資家も取引先も、当社に関連する方々が皆、フェアにつながり皆で喜びを分かち合う。難しいことですが、フォルシアはフェアであることに挑戦し続ける企業でありたいと考えております。

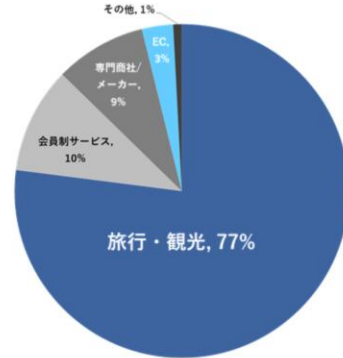
インターネット上に存在する有益な情報を円滑に流通させることにより、商品やサービスの本質的な価値を正確に伝え、ユーザーが自信を持って意思決定できる「フェアな世界」の実現を目指しています。

膨大・複雑なデータ制御が必要な場面で真価を発揮



当社サービスの得意領域

当社の技術基盤「Spook」は多層構造を持つデータ環境に対応できるよう設計されており、膨大・複雑なデータ制御が必要な場面で優れた性能を発揮します。一般的な検索エンジンが苦手とする場面でも、Spookは迅速かつ正確に必要な情報へアクセス可能です。



当社の主要取引先（当社取引実績（2025/2月期）より）

当社の主要取引先は、膨大で複雑なデータ処理が求められる分野です。日時や場所に応じた在庫や料金の動的調整が必要な旅行・観光業界のほか、会員制サービス、専門商社・メーカー、ECの領域においてもSpookの技術が活用されています。

フォルシアは独自開発の検索技術基盤「Spook（スプーク）」を開発しました。

膨大かつ複雑なデータを「速く・賢く・無駄なく」処理できるこの技術は、1年先まで毎日異なる価格・在庫などが動的に変動するという膨大なデータを扱う旅行業界において特に強みが発揮され、ECサイトの検索性向上が売上向上に直結する結果を出す検索エンジンとして広く旅行観光業界に利用されるようになりました。

今では検索の枠を超えて旅行販売のシステム基盤全般を取り扱うようになっています。



EX旅先予約・EX旅パック（JR東海運営サービス）

東海道・山陽・九州新幹線のネット予約&チケットレス乗車サービス「EXサービス」の新サービスとして2023年10月より販売開始された旅行商品「EX旅先予約」・「EX旅パック」の販売システムへ当社がシステム提供をしています。

参考) [「エキスペレス予約」「スマートEX」の新サービス「EX旅先予約」「EX旅パック」にフォルシアwebコネク트의システム提供開始～直前の列車変更にも対応 より柔軟な旅行予約が可能に～](#) (2023/10/10発表 当社プレスリリース)

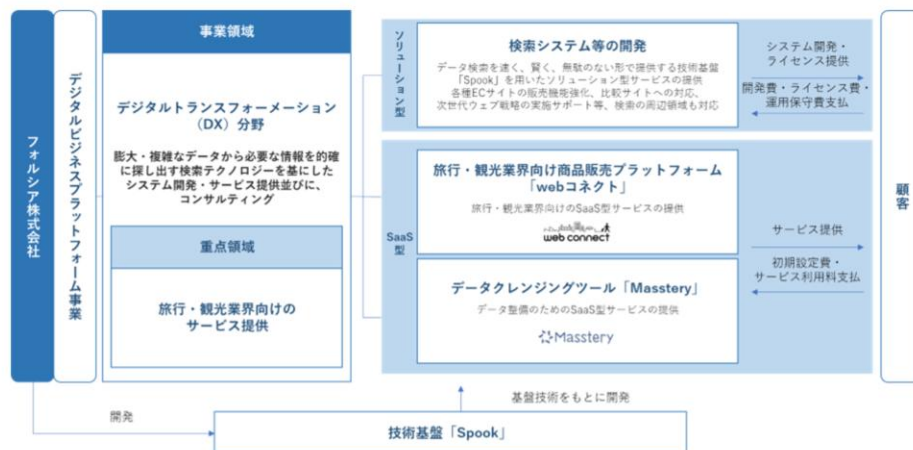
当社が提供するサイトでアクセスが多いECサイトの例として、JR東海様が提供している「スマートEX」があります。

先日、大盛況のうちに大阪・関西万博が幕を閉じましたが、東京から大阪まで新幹線を使うときなど、この画面にあるJR東海さんのエクスプレス予約アプリが使われた方も多いと思います。

当社はこのアプリの中で、「EX旅先予約」と「EX旅パック」のシステムを提供しています。とにかくサクサクと検索ができて、その快適性や利便性は私が説明するまでもないと思います。

01. 事業概要
事業系統図

旅行・観光業界向けのサービス提供を中心とした デジタルビジネスプラットフォーム事業を推進



フォルシアのビジネスは2つの事業から成り立っています。
ソリューション型サービスと、SaaS型サービスです。

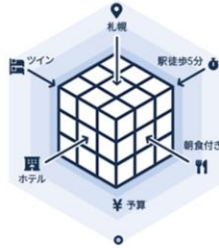
「検索」への個別課題に対応 顧客ごとにカスタマイズしたシステム提供

顧客企業のオンライン販売サイトにおける
高速なデータ処理と検索結果表示を実現



一般的な検索エンジン

- キーワードを軸にした検索（関連が薄くてもキーワードによっては検索結果に表示される）
- 検索対象を段階的に絞り込み除外しながら、目的のものに到達する（逐次ドリルダウン型）



当社の技術基盤「Spook」

- 条件を軸にした検索（条件で絞り込むための関連性の高いものが検索結果に表示される）
- 多方向の属性検索軸を俯瞰し目的とする情報の絞り込みを一気に行うことができる

検索技術基盤「Spook」

Spook

当社のソリューション型サービスは、技術基盤「Spook」を活用し、膨大かつ複雑なデータを高速かつ正確に処理することで、顧客が直面する特有の問題に対する効果的な解決策を提供しています。

例えば、大手旅行会社の予約サイトや、膨大な商品を扱う専門商社のECサイトなど、複雑なデータを扱う企業に対して、デジタルビジネスを強化する検索ソリューションを提供し、ユーザーの利便性向上に貢献しています。また、Spookの高い拡張性により、ビジネス拡大に伴う安定したシステム運用を実現し、顧客の長期的な競争力維持をサポートします。

この技術を活用し、当社は複雑なデータを扱う大手旅行会社の予約サイトや、多数の商品を管理する専門商社のECサイトなど、高度なデータ処理が求められる業界でのデジタルビジネス強化に貢献しています。

なお、「Spook」は顧客の自社サーバーやデータセンターに設置される「オンプレミス型」の形態で提供され、企業ごとのカスタマイズ要件に柔軟に対応できる仕組みを採用しています。

まず、ソリューション型サービスに関してご説明させていただきます。
ソリューション型サービスは、技術基盤「Spook」を活用し、膨大かつ複雑なデータを高速かつ正確に処理することで、顧客の個別の課題を解決する受託型のサービスです。

複雑に相互関連性を持つ検索条件下で優位性を発揮



先回り検索でのゼロ件ヒットの回避

ユーザーによる目的地や日付、人数のクリックに連動して、まだユーザーが指定していない条件での検索結果の件数を瞬時に変動させる「先回り検索」も当社技術の優位性を活かした機能の一つ。これにより、ユーザーは検索結果の表示を待つことなく、必要な情報を即座に把握可能。

細やかな仕様・規格での絞り込み検索

理化学機器や医療機器のように仕様や規格が細やかに分類されているものも、それぞれの商品に見合った豊富な絞り込み条件で検索可能。

※アズワン AXEL 商品一覧画面イメージ
[\(弊社サイト事例紹介「<アズワン>7万点から100万点まで 増え続ける商品に対応できるシステム作り」をご覧ください。\)\(2024年9月26日\)](#)

Copyright © FORCIA, Inc. All rights reserved.

12

ソリューション型サービスの事例紹介です。

一昔前は、こんな条件の旅行に行きたいと検索しても、繁忙期であれば、「該当する施設はありません」と表示され、何度も検索しなおさなければならなかったというご経験があったのではないのでしょうか。

フォルシアの検索エンジンは、そもそもこの条件を加えた先は「該当無し」になってしまう場合はその条件を設定するボタンが押せないようにする、さらにその条件を加えた時に該当する件数が何件になるか、といういわゆる「先回り検索」をして、ユーザの無駄な操作を大幅に削減し、確実に予約に導く手助けをしています。ユーザの快適な検索性は、こういった細部に至るアイデアと技術力が積み上がって実現されています。

この技術は観光旅行業界以外のECサイトでもその威力を発揮しております。今どきのECサイトでは珍しいものではありませんが、特に複雑な相互関連性を持つ大量のデータを扱い、通常の検索であっても結果を出力するまで時間が掛かるような商材であっても対応することが出来るという点に強みを持っております。

また、当社はこの技術を大規模商用サイトに展開した先駆けであり、長期にわたる実績と経験を有しておりますので、Webサイトのデザインや動作仕様につきましても商材やビジネスの特性に合わせた実装をすることができます。

オンライン販売に必要な機能群をモジュール化 顧客ごとに最適化したサービスを提供

旅行商品のオンライン販売に必要な機能をモジュール化し、
検索領域外も含めた機能の一括提供を実現



旅行・観光業界向け商品販売プラットフォーム「webコネクト」



当社のSaaS型サービスは、蓄積された技術と知見を活かし、複数の顧客に共通する課題に対して汎用的な解決策を提供しています。

旅行・観光業界向けに開発したwebコネクトは、素材登録、検索、予約管理、電子クーポン発行、外部接続ゲートウェイなど、総合的なEコマース機能を備え、日本国内の多くの旅行会社を導入されています。また、複数の販売チャネルへのデータ連携やダイナミックプライシングに対応し、在庫管理や販売業務を含むビジネスオペレーション全体の効率化を実現します。当社では、原則として60カ月の継続利用を前提に初期開発費用及び、月額費用（提供する機能に応じて算定された固定のサービス利用料）を収受し、顧客の要望に応じたカスタマイズ対応を行うことで、顧客ごとに最適化したサービスを提供しています。

さらに、当社はDX投資が加速する分野に注力し、データクレンジングツール「Masstery」をサービス展開することで、データの整備から一元管理、さらには高度なデータ活用までを支援しています。

なお、SaaS型の提供形態により、顧客は自社でサーバーを設置・管理する必要がなく、インターネット経由でこれらのサービスを利用できます。

Copyright © FORCIA, Inc. All rights reserved.

13

次に、SaaS型サービスに関してご説明申し上げます。

検索のみならず、旅行商品のオンライン販売に必要な機能をモジュール化し、商品を組成するところから検索、予約、クーポン発行、外部システムとの接続といった機能までを一気通貫で支える業務支援のプラットフォームサービスをSaaS型で提供しています。永らく旅行商品の検索を担い、旅行商品のデータを扱うことに長けたフォルシアだからこそできる一気通貫のサービス、webコネクトを5年前から展開を始めています。

「旅行」や「移動」のオンライン販売の裏側を支える



交通手段と宿泊プランのセットでの検索

検索条件にマッチする列車チケットと宿泊施設の在庫情報を即座に組み合わせて表示。座席はシートマップから選択可能。

※「箱根旅行の予約システム」ダイナミックパッケージ画面イメージ
[\(新プレスリリース「ファルシアwebコネクト」5月15日より小田急電鉄にサービス提供開始](#)
[～小田急ロマンスカーを使った箱根の観光システムに～ \(2023年5月9日\)](#)



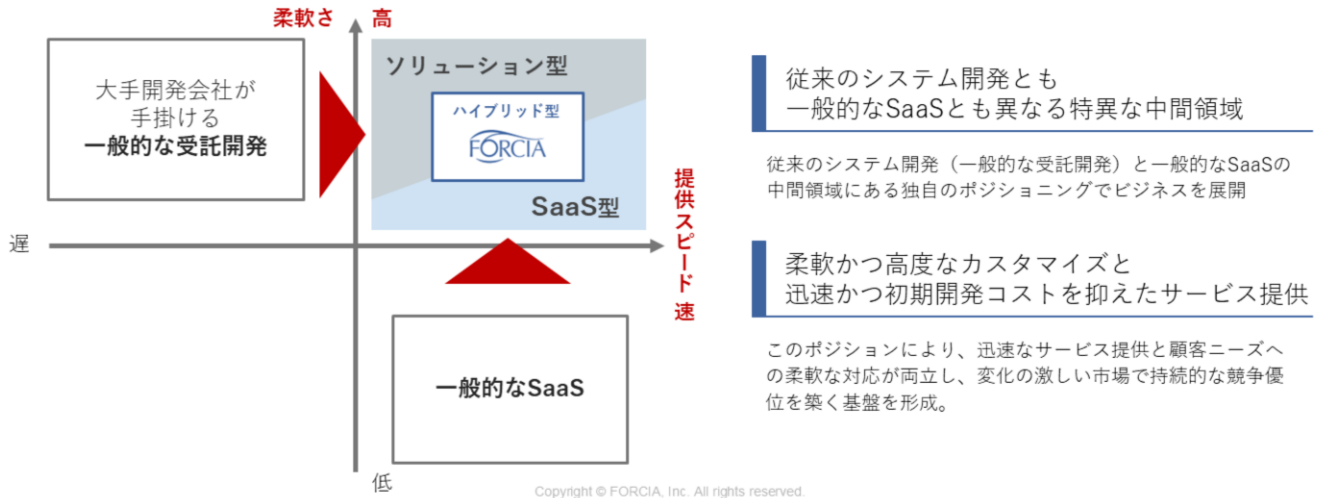
MaaSアプリ上での電子チケット利用

MaaSアプリ上で公共交通・観光施設・体験アクティビティを電子チケットとして予約・購入することが可能。

※STLOCAL 交通関連フリー乗車券 画面イメージ
[「新プレスリリース「ファルシアwebコネクト」ゼンリン「STLOCAL」の電子チケットシステム基盤を構築～](#)
[MaaSアプリ上で観光客のチケットリングシステムに実現～ \(2023年2月29日\)](#)

こちらは、SaaS型サービスの展開例です。小田急電鉄様の旅行販売サイトや、九州地方でゼンリン様が運営する「STLOCAL（ストローカル）」という観光型MaaSアプリ・サービスでもご利用いただいております。

当社のビジネスモデル

ソリューション型とSaaS型を融合させた
「ハイブリッド型モデル」

フォルシアのビジネスモデルのご説明に移ります。

フォルシアの差別化要素として挙げられるのが「柔軟なカスタマイズ力」と「スピード対応」を両立するハイブリッド型のビジネスモデルを有している点です。

一般的なSaaSは導入にかかるスピードやコスト面では優れる一方、柔軟性に欠ける傾向があります。逆に一般的な受託開発では柔軟な対応が可能ですが、開発期間やコストが膨らみやすい課題があります。

当社はその中間に位置し、「標準機能＋個別カスタマイズ」という形で、開発スピードと柔軟性、コスト効率といった3つを同時に実現しています。

課題解決の積み重ねを技術資産として蓄積 継続的な進化、安定収益を得られるビジネスモデル



Copyright © FORCIA, Inc. All rights reserved.

16

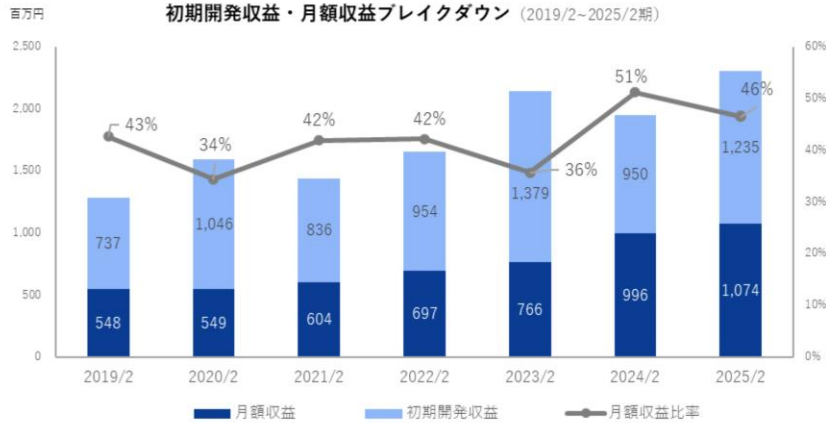
次にビジネスモデルとして、どのような収益構造になっているかをご説明させていただきます。

フォルシアは受託開発の柔軟性とSaaSの利便性の両方を持ち合わせたサービス展開をしているわけですが、ソリューション型サービスも、SaaS型サービスのどちらも、個別開発を含む初期開発収益と、システム利用料である月額収益の二軸で成り立っています。

ソリューション型サービスは初期開発収益の占める割合が高く、SaaS型サービスは月額収益の占める割合が高くなっています。

当社のビジネスモデル

月額収益の比率が高まる方向へとモードチェンジ中



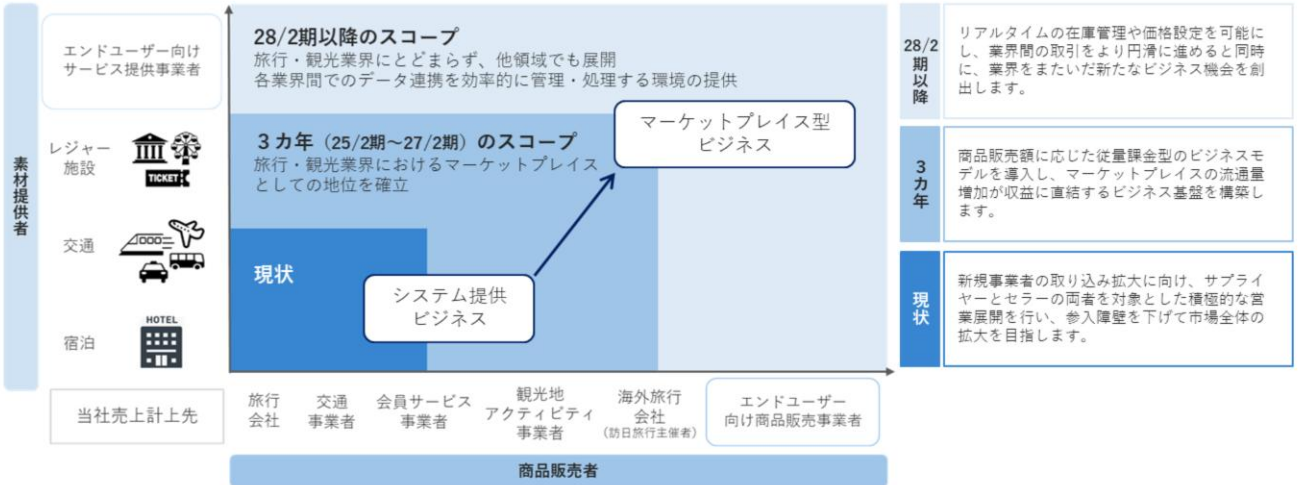
月額収益の売上高に占める比率は約46%。初期開発収益に依存する構造から、月額収益の比率が高まる方向へとシフトしており、当社が目指すストック型収益モデルへの移行が進んでいます。

初期開発収益と月額収益の伸びを示す過去7年の棒グラフです。
初期開発収益と月額収益の経年比較を見ていくと、月額収益は確実に右肩上がりになっていることがわかつています。

初期開発収益に関しては、クライアントのシステム投資意欲に依存し、年によってアップダウンがあります。例えば、コロナ禍であった2020年から2023年の間も月額収益に関しては安定収益となる一方で、初期開発収益は投資意欲の低迷により限定的だったことがわかります。

投資から回収へのロードマップ

サプライヤーとセラー、双方から収益を得るモデルへ



Copyright © FORCIA, Inc. All rights reserved.

18

この先、どのようなビジネスモデルとして発展させていくか、ですが、足元、SaaS型サービスへのシフトを進め、初期開発収益に依存する構造から、月額収益の比率が高まる方向へとシフトすることにより、ストック型収益モデルへの移行を進めています。

将来像として、現状のソリューション型・SaaS型で進めてきた「システム提供ビジネス」を超え、サプライヤーとセラー双方から収益を得る「マーケットプレイスビジネス」への飛躍を思い描いています。

たとえば、Suica・PASMOのような交通IC基盤をイメージいただくと分かりやすいかもしれません。以前は鉄道会社ごとにバラバラに作られていたICカード・改札システムを共通化し、どの鉄道会社でも同じ基盤で利用できるようにした上で、その基盤を鉄道以外の小売やサービス業にも開放しました。結果的に電車のみならずバスやタクシーといった乗り物に一つのICカードで乗れる便利な世の中になりました。

当社が進めるプラットフォーム化も同様に、宿泊・交通・アクティビティといった多様なサービスを、提供者と、旅行会社やその他の販売チャネルを一気通貫でつなぎ、双方にとって利便性の高い共通基盤を構築することを目指しています。

02. 第2四半期(中間期)決算概要

エグゼクティブサマリー

収益構造の転換を進め、成長に向けた先行的取り組みを実施



Copyright © FORCIA, Inc. All rights reserved.

20

本年度第2四半期の決算状況についてご説明いたします。まずはエグゼクティブサマリーです。

当中間会計期間における、当社業績は売上高が前年比微増の10億9,700万円、営業利益が前年比マイナス58.2%の3,300万円で増収減益となりました。

5月にwebコネクトの「検索機能」および「予約・販売機能」を実装した大手旅行会社様向けの大型案件が商用リリースに至り、6月以降のSaaS型サービスにおける月額収益の拡大に寄与しました。一方営業利益については、将来案件や成長戦略にかかる開発体制を確保し、プロダクト強化及び品質向上を目的とした先行的な費用を計上したことが影響し、前年同期を下回りました。

業績ハイライト (P/L)

ストック型収益にあたるSaaS型月額の高が前年比36.1%と伸長した一方で、初期開発収益は前年同期を下回り、増収幅は微増にとどまりました。営業利益については、将来案件や成長戦略にかかる開発体制を確保しプロダクト強化及び品質向上を目的とした先行的な費用を計上したことが影響し、前年同期を下回りました。

(単位: 百万円)	2025/2期 上半期	2026/2期		
		上半期 実績	前年同期比 増減額	前年同期比 増減率
売上高	1,064	1,097	33	3.2%
ソリューション型	424	422	△1	△0.4%
初期	182	190	8	4.6%
月額	241	232	△9	△4.1%
SaaS型	640	675	35	5.5%
初期	358	292	△66	△18.6%
月額	281	383	101	36.1%
売上総利益	566	544	△21	△3.9%
売上総利益率	53.2%	49.6%	△3.6%	-
営業利益	80	33	△46	△58.2%
営業利益率	7.5%	3.1%	△4.5%	-
経常利益	80	34	△45	△56.3%
経常利益率	7.5%	3.2%	△4.3%	-
当期純利益	52	21	△31	△58.8%
当期純利益率	5.0%	2.0%	△3.0%	-

(注) 月額は保守運用・ライセンス・サービス利用料・解約料などを含みます。

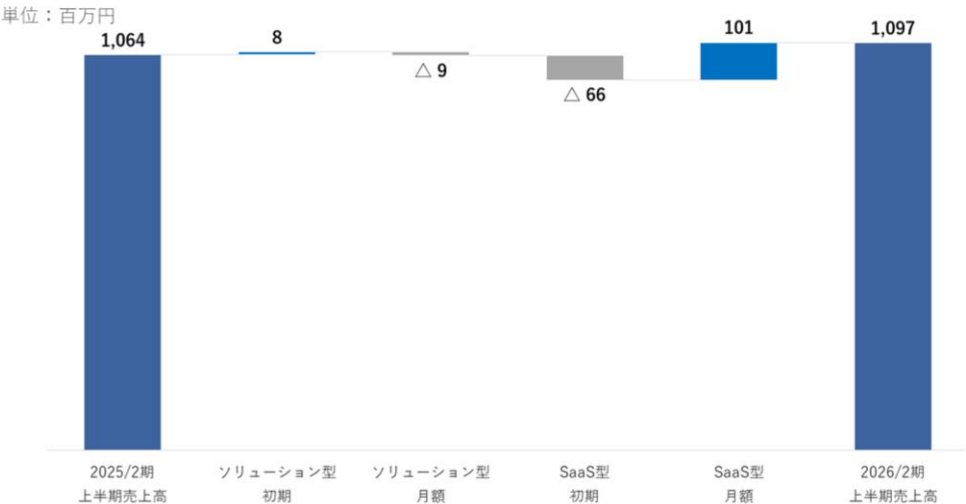
Copyright © FORCIA, Inc. All rights reserved.

売上高の内訳を見ますと、前年同期比でほぼ横ばい（微増収）となりましたが、ストック型収益にあたるSaaS型月額の高が前年比36.1%増加していることがおわかりいただけるかと思います。

一方で、SaaS型初期開発収益は前年同期を下回り、増収幅は微増にとどまりました。営業利益につきましては、先ほどご説明したとおり、先行的な費用を計上したことが影響し、前年同期比で大幅な減益となっております。

売上高実績 増減要因分析

SaaS型の初期開発収益は一部案件の開発着手時期が下期以降となり、進捗に応じた収益認識が後倒しされた影響で前年割れとなりました。そのマイナス分をSaaS型月額収益が補った構造。下期以降に複数の大型案件の着手が予定されており、SaaS型初期開発収益の積み上げに貢献する見込みです。

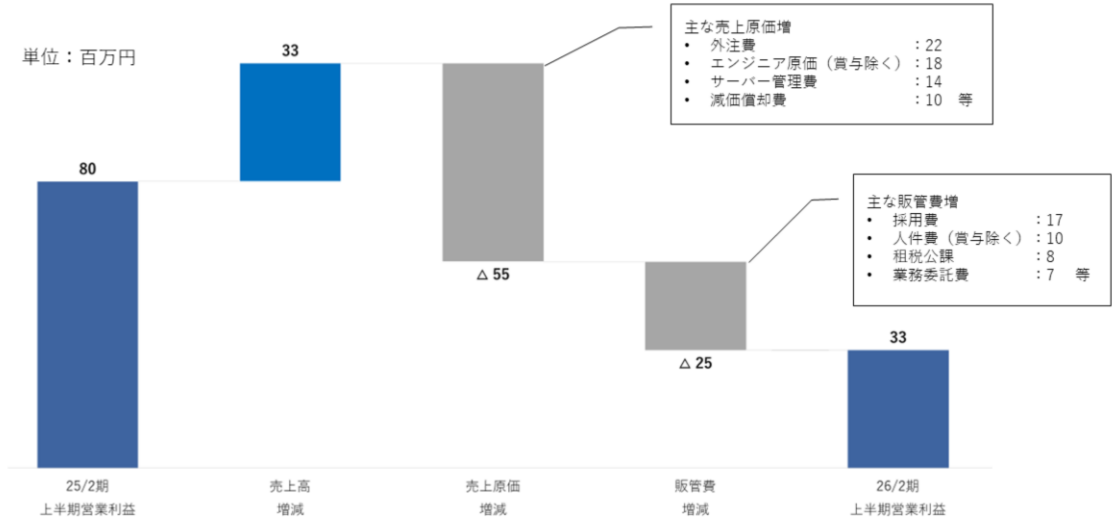


売上高の増減要因を詳しくみていくと、SaaS型の初期開発収益は予定案件の開発着手時期が第3四半期以降に後倒しになったことが影響したマイナス分をSaaS型月額収益が補った構造が見て取れます。

SaaS型の初期開発案件は第3四半期以降に複数の大型案件が予定されており、第3四半期以降の売上に貢献する見通しとなっています。

営業利益実績 増減要因分析

営業利益の悪化要因は売上原価、販管費の上昇です。大型案件リリース対応における稼働開始後の動作検証作業等にかかる一時的なコスト増に加え、下期以降の大型案件に備えた開発体制の拡充費用、ならびに成長戦略を実現するためのプロダクト強化及び品質向上を目的とした先行的な費用を、外注費、エンジニア原価、人件費および、採用費として計上しました。



Copyright © FORCIA, Inc. All rights reserved.

23

営業利益の悪化要因としては、このグレーの部分である売上原価、販管費の上昇があります。

具体的な内容としては、大型案件リリース対応に伴う一時的なコスト増に加え、下半期からの開発着手が予定されている大型案件のための開発体制確保や、成長戦略を実現する為のプロダクト強化及び品質向上を目的とした先行的な費用が、外注費、エンジニア原価、人件費および、採用費といった当期費用に反映されています。

これらは中長期的な収益基盤の拡大に向けた戦略的な取り組みと位置付けています。

02. 第2四半期(中間期)決算概要

貸借対照表 (B/S)



大型案件のリリースに伴う売掛金の減少等によって現預金は増加。純資産合計は1,960百万円となり、自己資本比率は87.0%と高い水準を維持しております。

(単位：百万円)	2025/2期 期末	2026/2期		
		2Q 実績	前期比 増減額	前期比 増減率
流動資産	1,813	1,823	9	0.5%
(現金及び預金)	1,230	1,309	79	6.4%
(売掛金)	292	157	△ 134	△46.1%
(契約資産)	242	310	68	28.1%
(その他)	48	44	△ 3	△6.5%
固定資産合計	377	429	51	13.7%
資産合計	2,191	2,252	61	2.8%
流動負債合計	252	291	39	15.6%
負債合計	252	291	39	15.6%
純資産合計	1,939	1,960	21	1.1%
負債純資産合計	2,191	2,252	61	2.8%

次にバランスシートの状況でございます。

大型案件のリリースに伴う売掛金の減少によって、現預金は約8,000万円増加しました。純資産は約19億6,000千万円となっており前期期末よりも約2,000万円増加し、引き続き自己資本比率は87%と高い水準を維持しております。

02. 第2四半期(中間期)決算概要

2026年2月期の業績予想



通期の業績予想については、現時点では期初からの変更はありません。下期には複数の大型案件の着手が予定されておりSaaS型の初期開発収益の積み上げを見込んでいます。

(単位：百万円)	2025/2期	2026/2期		
		業績予想	前期比 増減額	前期比 増減率
売上高	2,310	2,492	182	7.9%
ソリューション型	841	726	△115	△13.7%
初期	366	288	△77	△21.3%
月額	474	437	△37	△7.9%
SaaS型	1,468	1,766	297	20.3%
初期	868	998	129	14.9%
月額	600	768	168	28.0%
売上総利益	1,234	1,386	151	12.3%
売上総利益率	53.5%	55.6%	2.2%	-
営業利益	215	249	34	15.9%
営業利益率	9.3%	10.0%	0.7%	-
経常利益	198	249	51	25.8%
経常利益率	8.6%	10.0%	1.4%	-
当期純利益	131	171	40	30.5%
当期純利益率	5.7%	6.9%	1.2%	-

(注) 月額は保守運用・ライセンス・サービス利用料・解約料などを含みます。

Copyright © FORCIA, Inc. All rights reserved.

通期の業績予想についてお話しします。中間期までの進捗は遅れている状況ですが、通期の業績予想に関しては期初からの変更はありません。

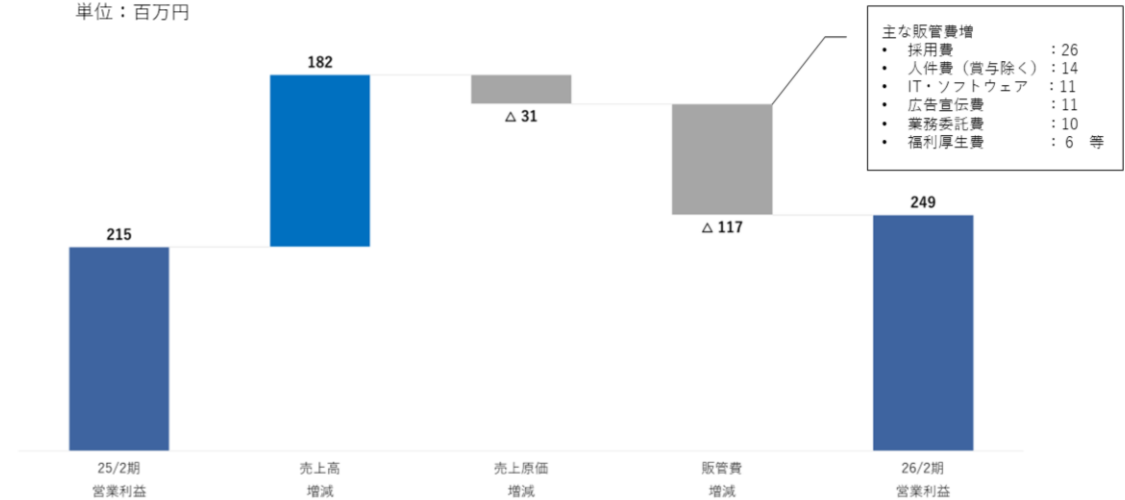
先ほどから、大型案件の受注時期が下期にずれ込んでいるという話をさせていただきましたが、期初の計画段階と比べて計上時期のずれはあるものの第三四半期以降での初期開発売上の積み上げを見込んでおります。

特に大型案件の場合は、開発着手時期のずれが収益や利益に大きなインパクトを与えます。要件定義及び設計フェーズを着実に遂行し、開発フェーズへの移行を確実に進めることにより進捗の遅れを取り戻すことを想定しております。

営業利益見通し 増減要因分析

下期に向けては外注から内製化への転換に伴う売上原価減、販管費減によって、営業利益率10%への到達を見込んでいます。

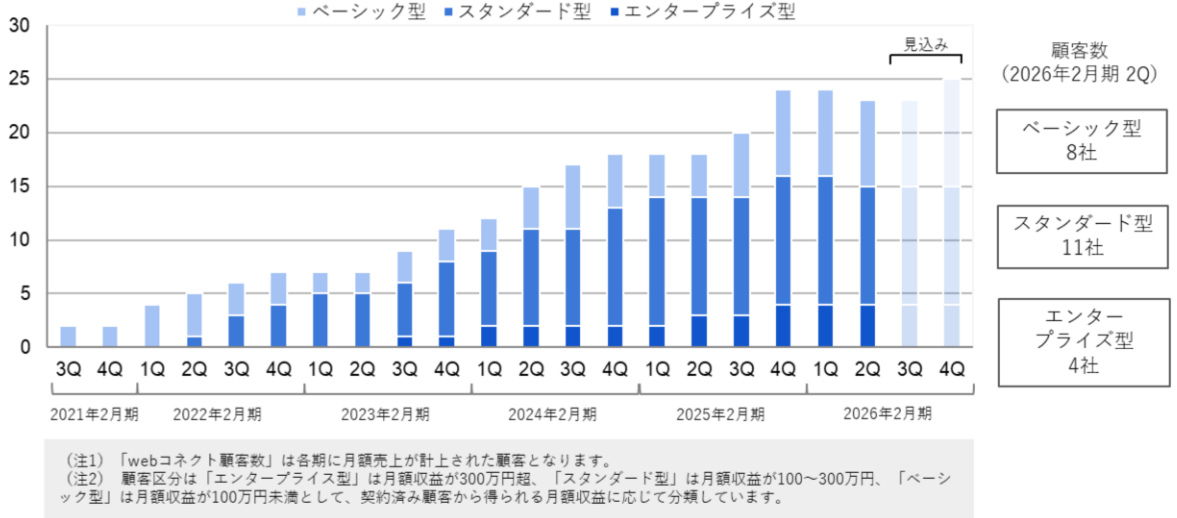
単位：百万円



営業利益の通期の見通しに関してですが、下期に向けては外注への依存度を抑制し、自社エンジニア中心の内製化への転換を段階的に進めることで、コスト構造の改善と開発効率の向上を図る方針です。これにより、利益率の改善と安定的な収益基盤の強化を進めて参ります。

KPI① webコネクト顧客数

webコネクト顧客数の定義を「各期に（初期開発または月額）収益が計上された顧客数」から「各期に月額収益が計上された顧客数」に変更しました。さらに月額収益の規模ごとに分類し、旅行・非旅行含めた合算値として表示しています。本四半期では、webコネクト導入顧客において初の解約が発生しましたが、これは導入会社の事業再編によるものです。



Copyright © FORCIA, Inc. All rights reserved.

27

次に、webコネクト顧客数のKPIの数字に関してご説明申し上げます。

これまで当社では、「webコネクト顧客数」を、月額費としての売上が計上されたお客様に加え、導入に向けた要件定義などの検討契約を締結したお客様も含めた累計として開示してまいりました。

この定義は、webコネクトの導入がどの程度広がっているかを示す観点では有効でしたが、一方で、投資家の皆さまにとって最も関心の高い「ストック型ビジネスの積み上げ可能性」を正確にお伝えするには、やや分かりにくい面がございました。そこで今期からは、KPIの定義を「月額売上が計上された顧客数」、すなわちストック型収益としてカウントできるお客様の数に限定して開示することにいたします。

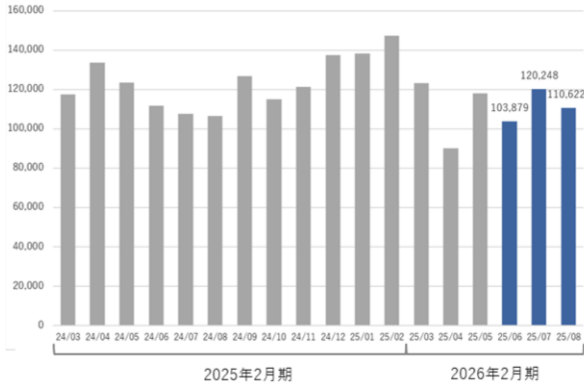
また、旅行会社と非旅行会社として分けて集計していたものを一体化し、当社のSaaSビジネスがどのように積み上がり、安定的に成長しているかを、よりクリアに説明するフォーマットに変更いたしました。

本第2四半期では、webコネクト事業を導入してきて初めての解約がありました。これは導入会社の事業再編によるものです。下期には複数の新規顧客への導入が見込まれております。

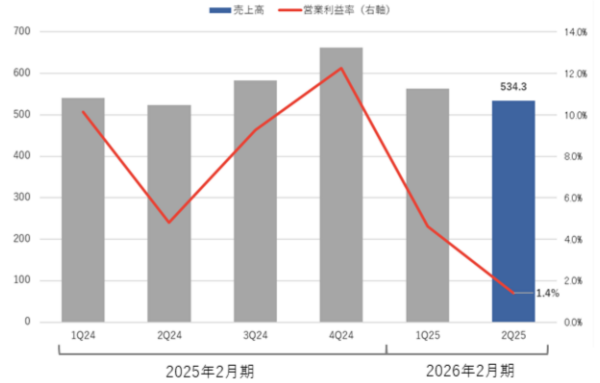
KPI② エンジニア稼働1日当たり売上高

エンジニア稼働一人あたり売上高は、売上を生む業務にエンジニアを適切に投入できているかを図る指標として重視しています。本四半期の数値低下は、プロダクト強化及び品質向上を目的とした業務にエンジニアを投入したことによる影響です。

エンジニア稼働1日当たり開発売上高（円）



四半期売上高および営業利益率（百万円、％）



（注）算定方法：稼働一日当たりの売上高＝（当月の売上高）／（投入した作業量（1日8時間にて日単位に換算））。
なお、売上高からは作業が発生しないライセンス費及び請負外注費に対応する売上高を除く。

Copyright © FORCIA, Inc. All rights reserved.

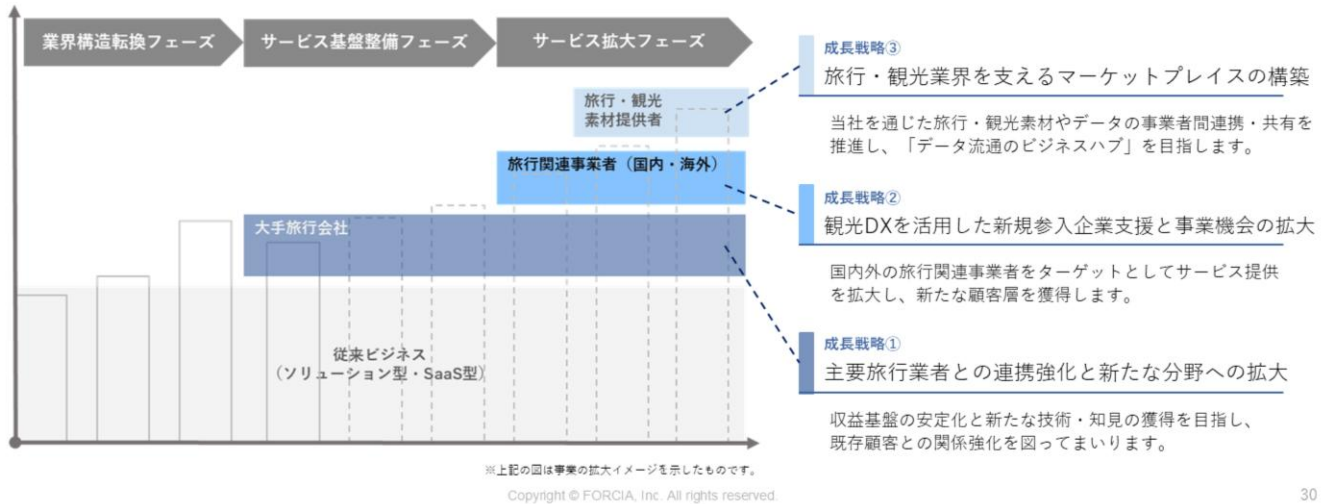
28

エンジニア稼働一人あたり売上高のKPIは、エンジニアの稼働が、売り上げにどのくらいインパクトを与えているかをはかる指標としてウォッチしております。開発したサービスの横展開が進むと、このKPIの数字は上向いていくことが見込まれます。

本四半期については、先にご説明したとおり、新しいクライアントへの横展開というよりも、新しいプロダクトの開発、そのプロダクトの品質向上や先行の開発を行っていたことによる数字の低下であり、ポジティブに受け止めています。

03. 成長戦略および、本四半期における進捗

システム提供ビジネスからマーケットプレイスへ



それでは、成長戦略を実現する為のプロダクト強化及び品質向上を目的とした先行的な費用を計上した、というご説明に関して、もう少し具体的なお説明をさせていただきます。

当社では、2025年4月30日に開示した「事業計画及び成長可能性に関する説明資料」のなかで、ここに記載の3つの成長戦略を掲げました。

まずは、既存顧客へのアップセル
二つ目は、新規顧客の取り込み
三つ目は、旅行観光業界を支えるマーケットプレイスの構築
であります。

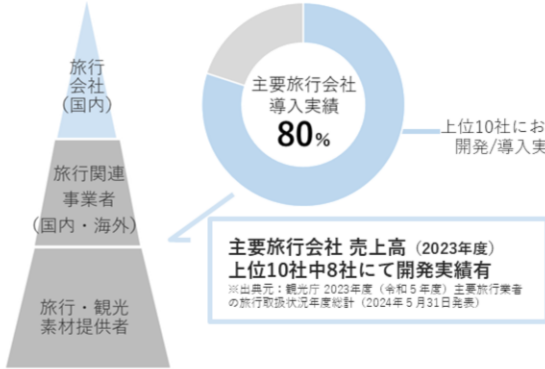
改めて一つずつ、具体的にこういった内容なのかということと、その実現に向けて中間期までに実際に開発したプロダクトの状況とともにお話したいと思います。

成長戦略① 主要旅行業者との連携強化と新たな分野への拡大

基幹システム全体の機能強化に対応

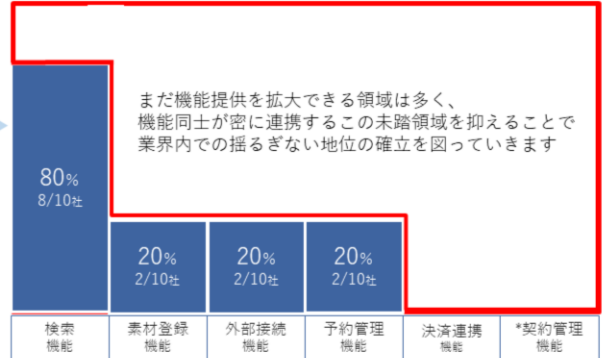
Target

日本国内の旅行会社



Action

主要旅行会社上位10社中8社へのシステム提供実績を活かし、機能提供領域をさらに広げ、業界内での揺るぎない地位の確立へ



Copyright © FORCIA, Inc. All rights reserved.

※契約管理機能：未開発機能

31

一つ目は、主要旅行会社との連携強化と新たな分野への拡大 です
フォルシアは日本の主要旅行会社上位10社中8社と取引実績があります。大手旅行会社様のSaaS型サービスに対するニーズが高まってきており、ソリューション型での検索システム提供に加え、webコネクトの検索以外の機能提供が大手旅行会社様に進んできております。既存クライアント様の中でも特に大手の旅行会社様の基幹システムに関連した開発が現在活況になってきております。

03.成長戦略および、本四半期における進捗

成長戦略① 主要旅行業者との連携強化と新たな分野への拡大

上半期
の進捗

フルスペック型webコネク트가稼働開始



<飛行機+宿泊>国内ダイナミックパッケージ販売画面イメージ



フルスペック型webコネク트의提供価値

- 大企業が抱える高度で複雑な課題を解決するために特化して設計。基幹システムとして必要な機能を一通貫で提供
- 大手旅行会社のオペレーション等複雑なビジネスプロセスに合わせて、高度なカスタマイズが可能
- CRMや会計システムなどの既存の基幹システムと連携するための豊富なシステム基盤を提供

中間期までの最大の成果は、SaaS型サービスとして全ての機能を具備した「フルスペック型webコネク트가」が近畿日本ツーリスト様への提供を皮切りとして商用稼働が開始したことであります。

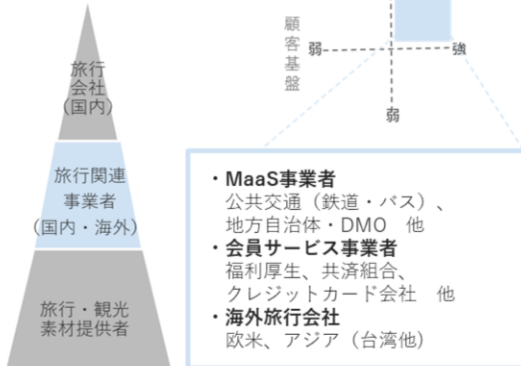
大企業、エンタープライズ企業が抱える高度で複雑な課題をwebコネク트가というSaaS型サービスが解決し、基幹システムの一部として稼働開始したということは、大変画期的と言えます。いわゆるエンタープライズ型SaaSとなり今後もフォルシアのクライアントにwebコネク트가が浸透していくための大きな足がかりとなりました。

成長戦略② 観光DXを活用した新規参入企業支援と事業機会の拡大

非旅行会社の観光MaaS市場進出を支援

Target

日本国内の旅行業免許を持たない
旅行関連事業者（国内・海外）



Action

旅行・観光商品をオンライン上で販売するために必要な
システムを一気通貫で提供



Copyright © FORCIA, Inc. All rights reserved.

※素材とは、宿泊施設・交通機関・現地観光（アクティビティ）といった「旅行・観光」を成りなす一つひとつの要素

33

成長戦略その2として、非旅行会社が観光Maas市場に進出する際の支援、があります。

webコネクトは旅行商材を扱うためのシステムでありますので、旅行会社以外の多くの会社にもご活用いただく可能性があるシステムです。たとえば、MaaS事業者、鉄道会社やタクシー会社、レンタカーなどもそうですし、地方自治体やDMOが直接そのエリアの商材を販売したいケースなどが多数あります。

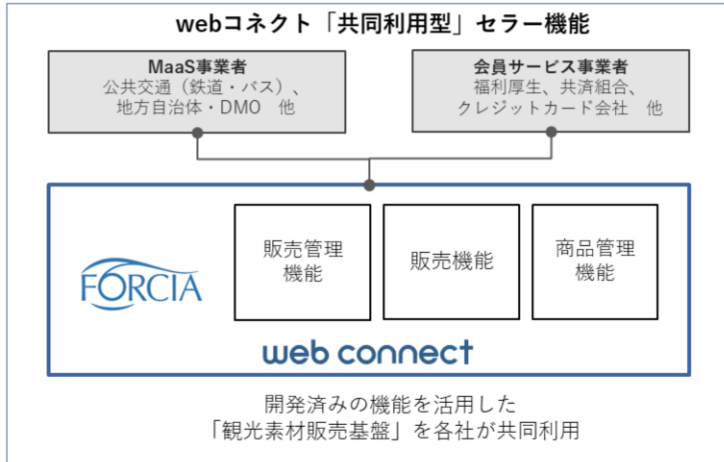
皆さんもご自身が勤務する会社が加入している福利厚生サービスが提供する旅行パッケージや宿泊施設を申し込むケースも多いと思いますが、そういった会員制サービス事業者も我々の主要なクライアントであり、このジャンルのクライアントを増やしていくことが戦略の第2です。

03. 成長戦略および、本四半期における進捗

成長戦略② 観光DXを活用した新規参入企業支援と事業機会の拡大

上半期
の進捗

「共同利用型」セラー機能の開発に着手



対象・狙い

- 開発済みの機能を活用し、会員基盤のある会社、新規参入会社が速やかに導入可能な「旅行・観光素材販売の汎用パッケージ」として展開
- 機能・データ量に応じた課金体系を一部併用し導入のハードルを低減

「共同利用型」セラー機能の提供価値

- ノンカスタマイズの汎用パッケージとして提供することで導入コストを抑え、短時間で利用できるサービスとして裾野拡大
- システム連携の肝となる「会員・ポイント・決済」は標準IFを装備

この戦略の実現に向けて開発を進めているのが、「共同利用型」のwebコネクトです。これまでアラカルト型で必要な機能を選択できるとしていたwebコネクトの機能群の一部をパッケージ化し、カスタマイズを最小限に抑えることによって新規クライアント様へより早く、効率的にシステムを提供することを可能にするサービスです。

上半期の時点では商用稼働には至っていませんが、すでに複数の会員制サービス事業者との商談が進んでおり、来期以降順次商用稼働を開始する予定となっています。

成長戦略③ 旅行・観光業界を支えるマーケットプレイスの構築

業界をつなぐn対nのビジネスへ

Target

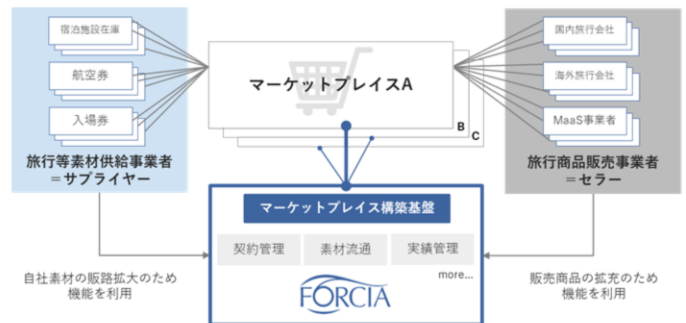
旅行・観光を形成する要素である
宿泊や観光施設等の素材提供者



- ・宿泊事業者
ホテル、旅館
- ・交通事業者
航空、鉄道、新幹線、バス
タクシー、レンタカー等
- ・現地アクティビティ事業者
レジャー施設、
博物館・美術館等

Action

有力なセラー・サプライヤー・商社等と協業しながらセラーと
サプライヤーをリアルタイムでつなぎ、取引の効率化と業界全体の競争
力強化を実現するためのプラットフォームを構築



Copyright © FORCIA, Inc. All rights reserved.

35

成長戦略その3は、旅行、観光業界を支えるマーケットプレイスの構築です。

フォルシアのシステム基盤があらゆる商材につながり、旅行観光商材を売りたい人が、買いたい人とn対nでつながり、取引ができる、という世界観が発展していく先に、フォルシアのマーケットプレイス構築基盤があります。

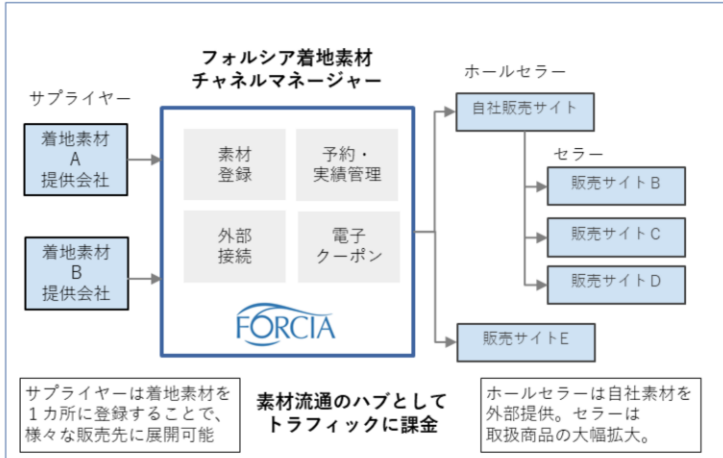
宿泊に加え、航空・鉄道・レンタカーといった交通手段、さらにはテーマパークやアクティビティといった着地型の観光素材まで、幅広い商材を取り扱う構想です。

03. 成長戦略および、本四半期における進捗

成長戦略③ 旅行・観光業界を支えるマーケットプレイスの構築

上半期
の進捗

着地素材のチャネルマネージャー機能の開発に着手



対象・狙い

- ・ 宿泊に加え、航空・鉄道・レンタカーといった交通手段、さらには旅行先での体験型の観光素材（着地素材）まで、幅広い商材の流通・販売を最適に制御する仕組みを提供する構想
- ・ まずは登録型着地素材のチャネルマネージャー機能（販売先制御機能）を開発。サプライヤー基盤の拡大を通じて、SaaS収益の積み上げにつなげる

着地素材チャネルマネージャーの提供価値

- ・ 自社の素材を自社を含めた複数の販売チャネルで販売し、実績を一元管理することが可能
- ・ 販売チャネルごとにQRを発行する必要がないため、施設側オペレーションがシンプルに
- ・ リアルタイムでの発券・着券の管理が可能に（発売精算・着札精算を選択可能）

Copyright © FORCIA, Inc. All rights reserved.

36

あらゆる商材を取り扱うと申し上げましたが、本戦略の実現に向けた第一歩として、着地素材のチャネルマネージャー（販売先制御）機能の開発を進めています。電子クーポンの機能を拡張し、webコネクトで開発した外部接続、素材登録、予約・実績管理の機能と組み合わせることで、サプライヤー向けの販売支援サービスとして展開していきたいと考えております。主にセラー向けの販売支援サービスであるwebコネクトと組み合わせて展開することで、将来構想しているn対nのマーケットプレイス型ビジネスへの足がかりとする狙いです。

当社はこれまで、安定的に収益を確保しながら着実に事業を拡大してまいりました。グロース市場に上場してからも、この姿勢を貫いております。この上半期もフォルシアとして多くのことに取り組み、着実に歩を進めております事をご報告させていただきます。

04. 質疑応答



続いて、質疑応答に移らせていただきます。
なお、ご質問はオンライン上で随時受け付けております。

あらためまして、ご質問をお寄せいただいた皆さま、ありがとうございます。いただいた質問の中から、時間の許す限り順にご紹介し、社長または関係者より回答させていただきます。

まずは、皆さまから特に関心が高いと想定されるいくつかのテーマについて、あらかじめご用意させていただいた内容をもとに、お答えさせていただきます。

質問①

中間期の業績と今後の見通しについて

営業利益が前年同期比で58.2%減少していますが、一方で通期では利益を予想どおり達成できる見込みとされています。その背景と見通しの前提を教えてください。

営業利益が前年同期比で減少したことは重く受け止めています。主な要因としては、第一に大型案件の一部で開発着手が遅れていること、第二にその期間中も自社プロダクトの品質管理を目的とした人件費などが通常どおり発生していることです。この二点により、上半期は利益面で減少が生じています。

具体的に申し上げますと、大型案件は開発着手の遅れによって売上の計上時期が後ろ倒しになる構造です。たとえば、10か月で開発する予定の案件が7か月に短縮された場合、総額を10分割で計上する計画だったものが、7分割で後半に集中して売上が立つことになります。リリース時期が固定されている案件の場合、前半は売上が立たず、後半に月次で多めに発生していく、そういう構造です。

もちろん不確実性はありますが、これらの大型案件が計画どおりリリースできる前提のもと、今期は予定どおりの収益を見込んでいます。初期開発費の動向については引き続き慎重に見極めますが、当社としては大型案件を確実に遂行・納品する予定です。また、SaaS型の月額収益は安定的に積み上がっており、契約済みのクライアント案件も時期のずれはあるものの計画の範囲内に収まっています。

基本的な収益力は確実に強化されています。したがって現時点で中長期的なシナリオを変更する考えはありません。下半期は再成長に向けた確かな足場を築く期間と位置づけ、売上およびキャッシュの確保に努めてまいります。

質問②

リカーリング収益の拡大方針について

SaaS型サービスの月額収益が拡大しているとのことですが、リカーリング収益をどのように増やしていくお考えでしょうか。また、ソリューション型とのバランスは今後どのように変化していく見通しですか？

リカーリング収益をしっかりと積み上げることが、現在の最重要目標のひとつです。その実現に向けては、「深化」と「広がり」の両面から取り組み、持続的成長を実現できる構造への進化を目指しています。

「深化」とは、成長戦略①である旅行会社様の基幹システムに関わる大規模案件を当社が担うことで、月額収益の拡大を図ることです。一方の「広がり」は、成長戦略②・③で示したとおり、新しい業界や旅行会社以外の関連ビジネスへの展開を通じて顧客数を増やすことを指します。

いずれも当社の月額ビジネスに直結するものであり、拡張の余地は大きいと考えています。

質問③

成長戦略に向けた先行的取り組みの狙いについて

今期は大型案件対応や新サービス開発に伴う費用を計上されたとのことですが、これらの取り組みはどのような狙いで行われており、どの時期に収益化につながっていくとお考えでしょうか。

下半期および来期以降に予定されている案件に向け、既存システムの品質改善や横展開をしやすいするための開発を進めています。これらの投資は、下半期から来期にかけて直接的な成果を刈り取れると見えています。

具体的には、成長戦略②・③に位置づけている「共同利用型Webコネクト」はすでに複数社での利用が決定しています。また、チャネルマネージャー機能については来年1月の稼働を予定しており、上半期に発生したコストは今期中、もしくは来期の早い段階で回収できる見込みです。

質問④

中間決算について

厳しい決算となりましたが、どう受け止めていますか？

上場から約1年が経過しました。これまでは、四半期単位では多少の時期ずれはあっても、年間を通じて帳尻を合わせる形で事業を運営し、全体としてはコントロールの効いた状態で売上を積み上げてきました。

上期に利益率が下がったことは残念ですが、今期中から来期にかけてビジネスが確実に積み上がっていることは前向きな要素と捉えています。

質問⑤

競合について

ビジネスの優位性についての説明がありましたが、競合はどのような会社を想定されていますか。

当社は複雑なデータ処理や、大規模な基幹システム構築をSaaSで置き換えることに挑戦しています。現在、日本の大手企業の基幹システムは、いわゆる大手SIerが担っているケースが多く、私たちは、これらの領域をSaaSで再定義していくことを目指しています。当社にとってはそうしたSIerが主な競合にあたると捉えています。

質問⑥

事業領域について

旅行業界は競争が激しいと思います。シェア集中によるリスクや、他業界への展開についてどのようにお考えですか。

旅行業界内のプレイヤー構成は今後変化していく可能性があります。当社は「商材を扱うためのプラットフォーム」を提供しているため、販売主体が変わっても大きな影響は受けません。

人が移動する限り、当社の技術は必要とされ続けると考えています。また、当社の技術は旅行分野に限らず、予約や在庫管理といった仕組みを必要とするあらゆる分野に応用可能です。たとえばレストランや各種サービス業など、予約管理を要する業態への展開も十分に想定しています。

質問⑦

事業領域について

AIへの対応についてはどのようにお考えですか。

すでにお客様からも「AIによる旅行検索を実現したい」という要望を多くいただいております。当社でも取り組みを進めています。

AIは正確な情報をインプットできれば優れた結果を出しますが、当社が得意とするのは、予約や在庫など最新・正確なデータを整備する部分です。AIに正しい情報を提供できることが重要であり、AIが進化するほど当社の技術の価値は高まると考えています。

フォルシアとAI、両者が掛け合わさることで、より高度な検索体験を実現できると見えています。

質問⑧

営業活動について

新規顧客獲得の施策、また旅行以外の分野への展開について教えてください。

上場後、旅行業界での知名度が高まり、お客様の方から「フォルシアのWebコネクトを使いたい」というお問い合わせをいただくケースが増えています。

自社からのアプローチとしては、展示会や講演会などに積極的に参加し、新規顧客との接点を拡大しています。また、グロースエクスパートナーズ社との業務提携を通じて、互いの強みを生かした顧客紹介や共同提案を進めています。こうした多様なチャネルを活用し、顧客基盤の拡大を目指しています。

質問⑨

ビジネスモデルについて（初期開発収益）

「大型案件」とはどのようなものでしょうか。また、売上はどの程度の期間で計上されるのですか。

大型案件は大手のお客様を対象としたもので、具体的な内容は申し上げられませんが、来年前半のリリースを予定する大手旅行会社の基幹システムに関するものです。

（補足：COO）一般的に大型案件の規模は数千万円から数億円程度で、開発期間は半年から長いもので2～3年に及ぶケースもあります。金額が大きいほど期間も長くなる傾向があります。

質問⑩

ビジネスモデルについて（月額収益）

SaaS型サービスは5年契約とのことですが、5年後はどうなりますか。その後も継続利用されるようなものなのでしょうか。

原則として5年間ご利用いただく契約です。

5年未満で解約する場合は、残り期間の月額利用料をお支払いいただく形となります。

5年経過後もそのまま継続利用が可能で、実際には長期利用いただくケースが多く、宿泊分野では10年以上継続してお使いいただいているお客様もいらっしゃいます。

質問⑪

ビジネスモデルについて（月額収益）

同じ顧客がベーシック型からスタンダード型、スタンダード型からエンタープライズ型に移行するケースはありますか

はい、顧客区分が転換していくケースはあります。
最初は小規模に導入し、利用を通じて「この機能も使いたい」と拡張されるケースが多く、スタンダード型からエンタープライズ型への移行は一般的です。既にエンタープライズ規模で導入いただいているお客様もありますが、新規顧客の場合はまず小規模から始め、段階的に拡大する形が多いです。

質問⑫

業績見通しについて

来期以降も増収増益を見込まれていますか。成長率が鈍化するリスクはありますか。

現時点では、下半期にしっかりと売上が上がる見込みで、通期では増収増益を計画しています。ただし、リリース時期が後ろ倒しになった場合、収益が来期にずれ込む可能性もあります。仮にずれ込んだとしても、来期以降に確実に収益として顕在化する見通しです。現状、多くのお客様と商談が進んでおり、来期以降も成長を続けられると考えています。

短期的には、大型案件の発生タイミングによって利益の変動が起こるリスクがあります。特に初期開発収益は案件依存度が高く、外部要因（たとえばコロナ禍のような事象）が起きれば一時的な影響は受けますが、中長期的な成長トレンドには影響しないと考えています。

質問⑬

株式について

現時点の株価をどのように見えていますか

私自身も株主であり経営者として、当社が20年間培ってきた技術力や将来のビジネス拡大余地を踏まえると、現状の企業価値はやや低く評価されていると感じています。

SaaS収益は積み上がり、契約期間も複数年で固定されています。その将来キャッシュフローを現在価値で考えると、企業価値は今後さらに高まる可能性があると見ています。今後も丁寧に説明を重ね、投資家の皆様と共有していきたいと思えます。

質問⑭

株式について

株式の流動性が低いのではないかと指摘があります。どのようにお考えですか。

現状では市場での売買機会が限られている点は認識しています。上場から間もないこともあり、安定株主を中心とした株主構成のもと、まずは事業基盤の強化を優先している段階です。

将来的には、事業成長の進展や市場環境を踏まえつつ、企業価値向上と流動性向上の両立を図る方向で検討してまいります。現時点で具体的な施策を決定しているわけではありませんが、投資家の皆様が安心して投資いただける環境づくりに努めていきます。

質問⑮

中長期の見通しについて

東証の上場維持基準について、5年後の時価総額100億円ラインをクリアできる見込みはありますか。また、成長に向けた具体的な道筋を教えてください。

「5年後に100億円を目指す」というより、足元の収益基盤を確実に強化することで自然と到達できる、不可能ではない水準だと考えています。

当社は技術資産・人的資産・顧客資産を地道に積み上げており、どこかの段階でその努力が形となり大きな飛躍が訪れると見ています。現在、複数の大型商材を同時並行で仕込んでおり、それらが一斉に花開くタイミングで企業価値は大きく高まるはずです。

5年後100億を意識しすぎず、今取り組んでいることを着実に展開することで、結果としてその水準に達すると考えています。

質問⑩

中長期の見通しについて

中長期的な成長の姿、フォルシアならではの未来像について社内ではどう描かれているのか、教えてください。

まだ形になっていない部分も多いですが、社内では成長戦略③などで掲げた共通基盤の開発が着実に進んでいます。将来どのような世界を実現するのか、そのために今どんな開発が必要かを社員全員で共有しています。

下半期以降、順次形になっていく予定であり、その都度丁寧にご説明しながら、皆様とフォルシアの将来像を共有していきたいと考えています。

以上で、質疑応答は終了とさせていただきます。多くのご質問をお寄せいただき、誠にありがとうございました。



それでは最後に、私からご挨拶をさせていただきます。
本日は最後までご視聴いただき、誠にありがとうございました。

今回の決算内容につきましては、市場から厳しいご評価をいただいていることを、当社としても真摯に受け止めております。いただいたご意見やご指摘をしっかりと受け止め、今後の事業運営と経営判断に活かしてまいります。

当社はこうした環境下においても、テクノロジーと創造力を原動力に、中長期的な企業価値の向上を目指して挑戦を続けてまいります。

引き続き、皆さまのご理解とご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。本日は誠にありがとうございました。

本資料の取り扱いについて

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。

これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されたものにすぎません。

さらに、こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。

実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。

上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますが、これらに限られるものではありません。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、

かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。

フォルシア株式会社

<https://www.forcia.com/>

お問い合わせ先

フォルシア株式会社 経営企画室

forcia_ir@forcia.com