



2023年3月期通期 決算説明資料

株式会社ラバブルマーケティンググループ

証券コード：9254

2023年5月12日

INDEX

01. エグゼクティブサマリー
02. 会社概要と事業環境
03. 2023年3月期通期 決算概要
04. 2023年3月期第4四半期 トピックス
05. 成長戦略
06. ラバブルマーケティンググループが目指すサステナビリティ
07. Appendix





01. エグゼクティブサマリー

2023年3月期通期 業績ハイライト・直近トピックス



過去最高

通期売上高

1,653百万円

前年同期比 **19.1%**増
第4四半期 **466**百万円

CAGR
34.5%

SaaSプロダクト契約件数

493件

前年同期比 **23.3%**増

過去最高

comnico Marketing Suite ARR^{※1}

247百万円

前年同期比 **32.8%**増

通期営業利益

80百万円

第4四半期 **61**百万円


タイを拠点とするマーケティング会社
DTK ADを子会社化

東南アジア市場における
インバウンドプロモーションや
海外マーケティング支援を本格化

新会社
株式会社ジノウ設立

地方自治体や予算が限られる
企業やブランドなどのSNSマーケティングを支援。**対象市場を拡大**

※1: Annual Recurring Revenue。comnico Marketing Suiteの月末MRR(Monthly Recurring Revenue)を12倍して算出









02. 会社概要と事業環境

会社概要



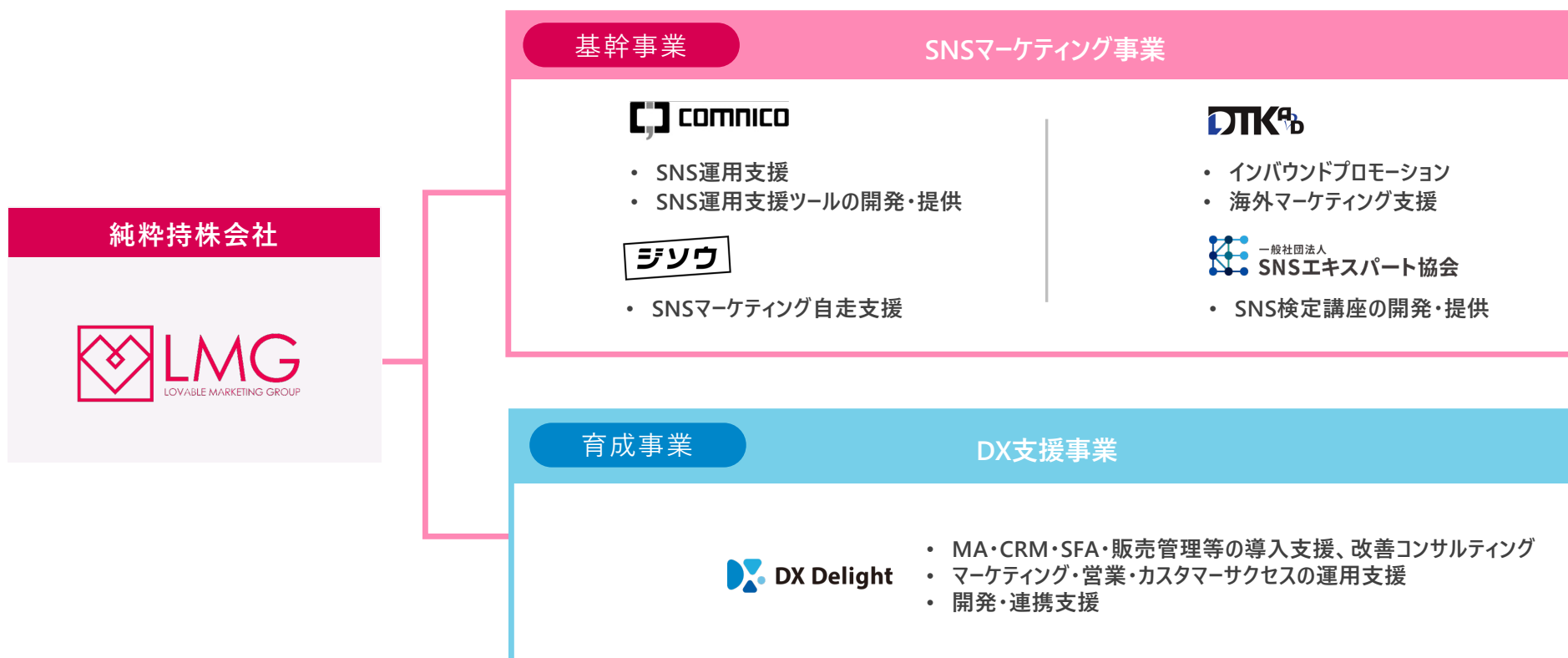
➤ 現代の情報消費行動に寄り添う“愛されるマーケティング”を推進するマーケティング企業グループ。

会社名	 株式会社ラバブルマーケティンググループ (Lovable Marketing Group, inc.)
設立	2014年7月15日
子会社	<ul style="list-style-type: none">■ SNSマーケティング事業<ul style="list-style-type: none"> 株式会社コムニコ 株式会社ジソウ DTK AD Co., Ltd. 一般社団法人SNSエキスパート協会■ DX支援事業<ul style="list-style-type: none"> 株式会社DXディライト (株式会社24-7より社名変更)
代表取締役社長	林 雅之
本社所在地	東京都港区虎ノ門四丁目1番13号
事業内容	SNS運用支援、SNS運用支援ツールの開発・提供、SNS検定講座の開発・提供、MA・CRM・SFA・販売管理等の導入支援

事業構成



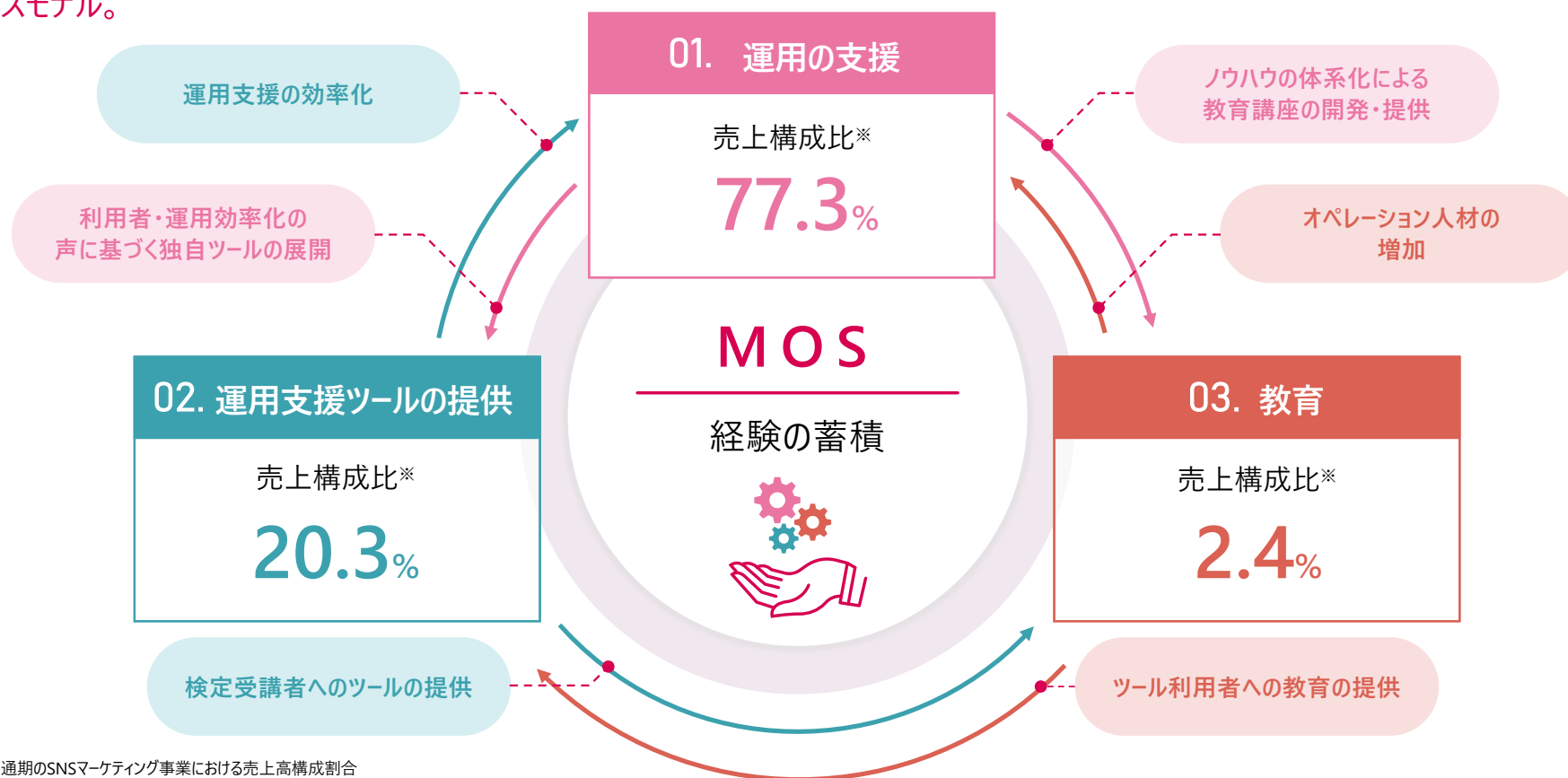
➤ 基幹事業の持続的成長を基盤に、MOSの価値を拡充し、育成事業へ展開。



SNSマーケティング事業のビジネスモデル



➤ SNSマーケティング事業を構成するMOS（Marketing Operating Service）の3つのソリューションは、相互補完しながら循環成長するビジネスモデル。



※: 2023年3月期通期のSNSマーケティング事業における売上高構成割合

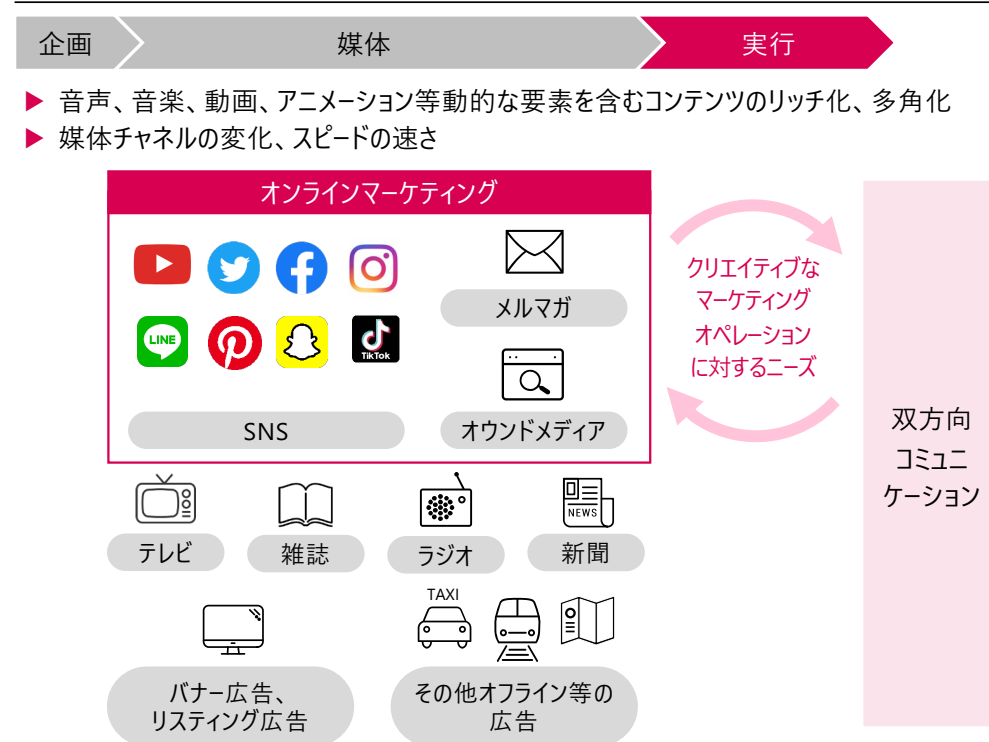
課題と背景

- ▶ インターネットの普及に伴い「4大マス時代」から「多チャンネル時代」へと環境が変化。
チャンネル毎のコンテンツ作成等を担うクリエイティブなマーケティングオペレーションに対するニーズが高まっている。

これまでのマーケティング



多チャンネル時代




SNSマーケティングの収益構造

➤ SNS運用支援やSaaS型クラウドツール（SNS運用支援ツール）はストック性の高い収益構造。
SNSマーケティングの総合代理店として、様々なニーズに対応できる体制を構築。

ストック型収益が伸びる要因





03. 2023年3月期通期 決算概要

決算概要



- 売上高はストック性の高い、SNS運用支援とSNS運用支援ツールの新規受注が積み上がり、過去最高の売上となった。営業利益は人員増加に伴う販管費の増加や、高利益率案件数の前年比減やM&A・資本業務提携の検討に係る費用、本社移転による地代家賃等が高み、前期より低くなった。

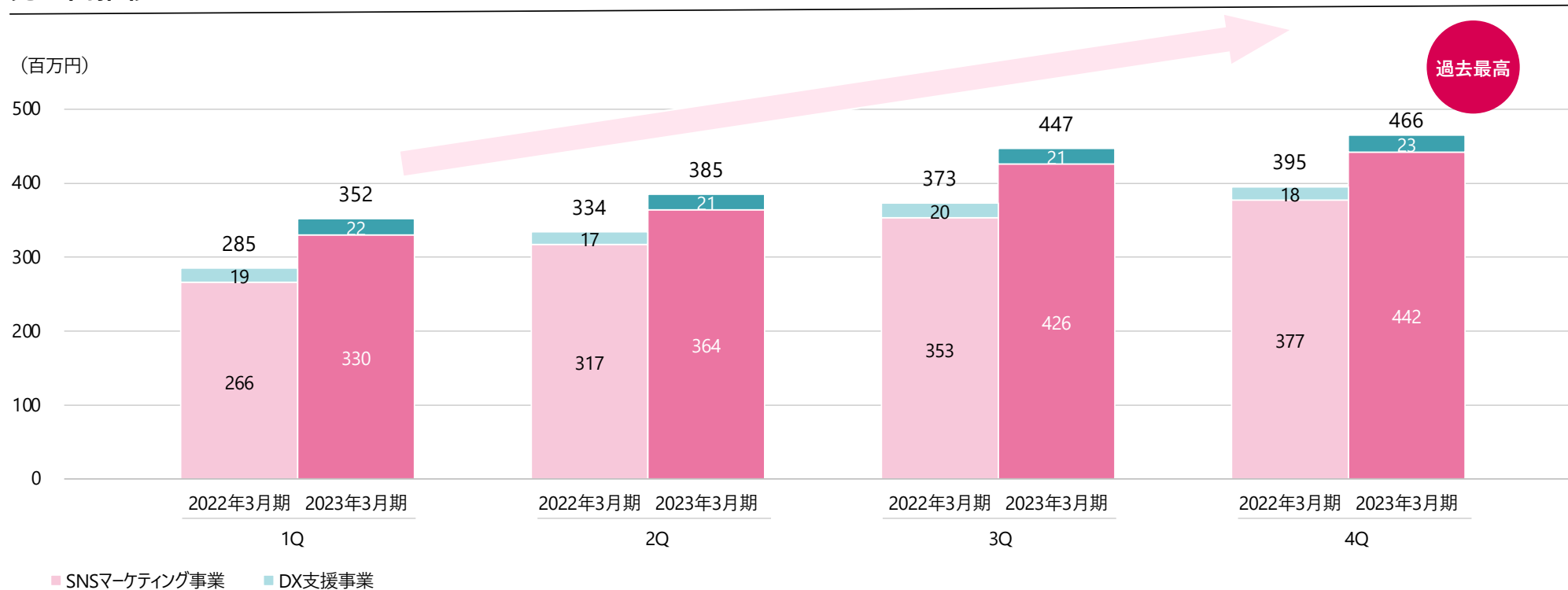
(百万円)	2022年3月期 通期業績	2023年3月期 通期業績	増減額	前期比
売上高	1,388	1,653	+265	+19.1%
営業利益	200	80	△120	△59.9%
経常利益	187	79	△107	△57.3%
親会社株主に帰属する当期純利益	91	44	△46	△51.4%

四半期別 売上高推移



➤ SNSマーケティング事業、DX支援事業共に売上高、過去最高を更新。

売上高推移



※:各事業の売上高はセグメント間の内部売上を含んでおりません

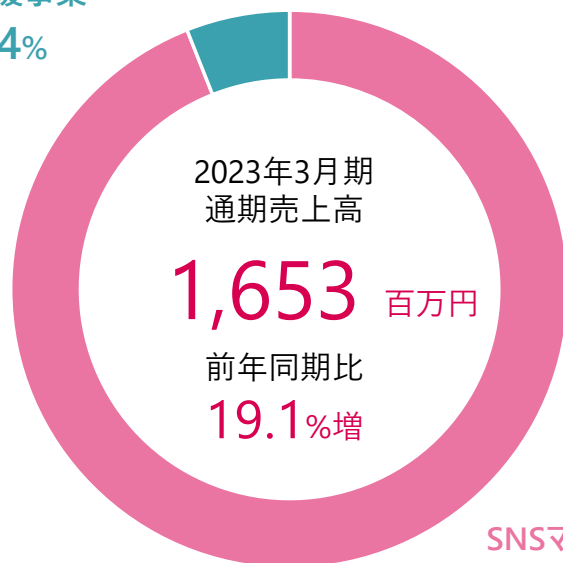
事業別売上高サマリー



- SNSマーケティング事業は、SNS運用支援の純増やSNS運用支援ツールの新規受注により、前年同期比19.1%増。
DX支援事業は、営業領域へのサポートを本格的に開始し、前年同期比20%増。

事業別売上高構成比

DX支援事業
5.4%



SNSマーケティング事業
94.6%

	売上高	前年同期比
SNSマーケティング事業	1,563百万円	19.1%増
DX支援事業	89百万円	20.0%増

連結貸借対照表

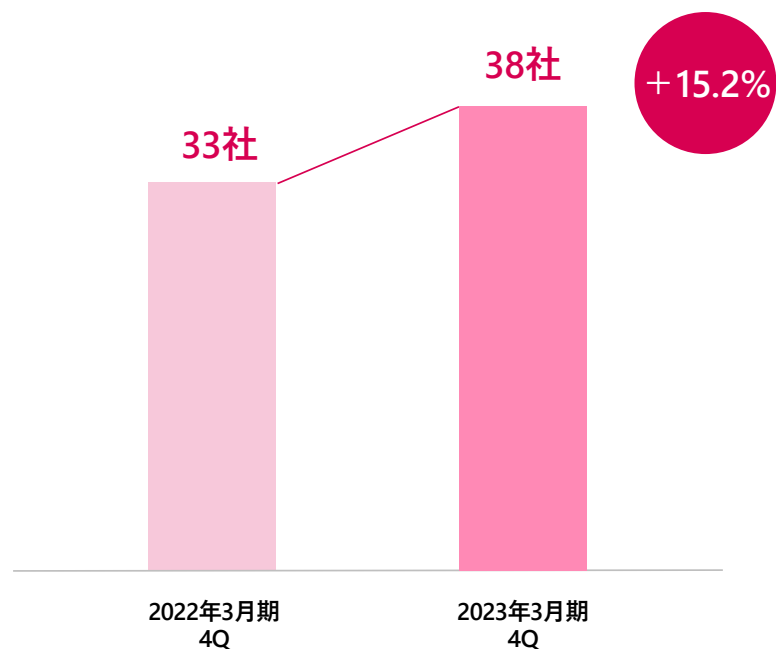


(百万円)	2022年3月期 業績	2023年3月期 業績	2022年3月期との 増減額	主な要因
流動資産	1,283	1,271	△11	
（現預金）	863	750	△113	
固定資産	43	140	+96	✓ 本社移転による
総資産	1,326	1,411	+84	
流動負債	693	582	△111	✓ 未払金等の増加
固定負債	168	276	+107	✓ 長期借入金の増加
純資産	464	552	+88	
自己資本比率	33.7%	37.8%	4.1pt	

ロイヤルクライアント社数推移

- ▶ 年間売上高が1,000万円以上の顧客を「ロイヤルクライアント」と定義。
ロイヤルクライアント社数は前年同期比で15.2%増加、売上金額は約30%増加。

ロイヤルクライアント社数推移



ロイヤルクライアント例

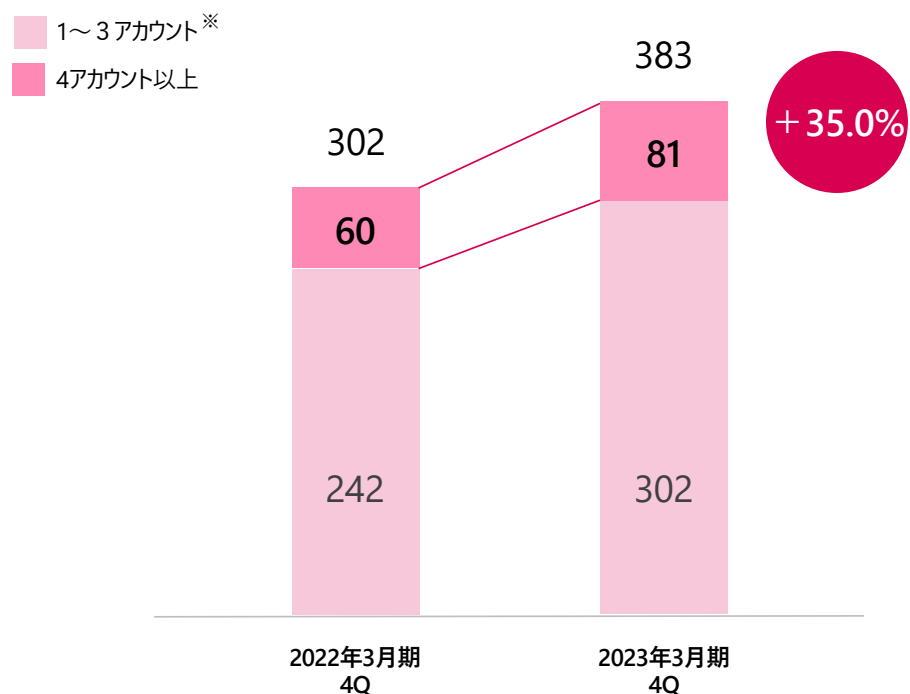
<p>米大手IT企業</p>	<p>米大手製薬会社</p>	<p>大手 タイヤ・ゴムメーカー</p>
<p>大手 デベロッパー</p>	<p>テレビキー局</p>	<p>大手 食品メーカー</p>
<p>大手 生命保険</p>	<p>地方自治体</p>	<p>大手 流通グループ</p>

comnico Marketing Suite 複数アカウント契約社数推移



➤ 大手ITグループ会社の全社導入など、オペレーションの効率化や一元管理によるリスクマネジメントの観点から、1社で複数のアカウントを契約する企業が増加の傾向に。前年同期比で35%増加。


契約社数推移



クライアント例

大手ITグループ 230 アカウント	大手出版社 42 アカウント	独立行政法人 38 アカウント
デジタル マーケティング会社 24 アカウント	大手 セレクトショップ 21 アカウント	大手 ウェディング会社 20 アカウント
大手 化粧品メーカー 19 アカウント	大手 航空会社 14 アカウント	テレビキー局 14 アカウント

※:3アカウントまで基本料金内のため4アカウント以上を複数契約社と定義



04. 2023年3月期第4四半期 トピックス

トピックス < 直近のリリース・掲載情報一覧 >



月	リリースタイトル
5月	ラバブルマーケティンググループの景品表示法に対する取り組みについて
5月	24-7は社名を「DXディライト」に変更いたしました
5月	チャットボットツール「autou（アウトウ）」、リリースから1ヵ月間で複数企業での導入が決定
5月	コムニコは、業務における「ChatGPT」活用の導入により生産性と創造性の向上を図ります
4月	ラバブルマーケティンググループ2023年3月期SDGsの取り組みご報告
4月	コムニコとDTK AD、タイ人向けインバウンドプロモーションパッケージの提供を開始
4月	教育専門紙「日本教育新聞」に、一般社団法人SNSエキスパート協会 代表理事 兼 株式会社コムニコ マネージャー 後藤の寄稿記事が掲載されました
4月	株式会社ジソウ、地方自治体、飲料メーカーほか複数社のSNS運用支援をスタート
4月	ラバブルマーケティンググループ、新会社「株式会社ジソウ」設立
3月	SNSキャンペーンツール「ATELU（アテル）」のキャンペーン実施数が累計6,000件を突破！
3月	SNSエキスパート協会の検定受講者数が5,000人突破
3月	コムニコ、チャットボットツール「autou（アウトウ）」の提供を開始

月	リリースタイトル
3月	「日本経済新聞 電子版」に、当社のDTK AD Co.,Ltd.子会社化についての記事が掲載されました
3月	インバウンド向けプロモーションと東南アジアのマーケティング支援に強みを持つタイの企業「DTK AD」の株式取得・子会社化のお知らせ
3月	「健康経営優良法人2023（大規模法人部門）」に認定
3月	24-7、オプロと協業し販売管理サービス「ソアスク」の導入支援を開始
3月	当グループでは、自社拠点におけるマスク着用を全面的に任意化いたします
3月	資産運用メディア「わたしのIFA」に、当社代表 林のインタビュー記事が掲載されました
2月	コムニコ、「炎上レポート」2022年版を公開
2月	【運用支援実績：コムニコ】株式会社カプコン様が展開する「バイオハザード」シリーズの公式Twitterアカウントの運用を支援させていただきました
2月	WEBメディア「ZUU online」に、当社代表 林のインタビューが掲載されました
2月	コムニコ、チャットAIを活用した新サービスの開発を開始
1月	NHK「ニュースウォッチ9」で当社の取り組みが紹介されました
1月	コムニコ×「リトル・ママ」の新サービス「SNSタイアッププラン #つながる子育てビト」で「おかず畑 おばんざい小鉢®」を訴求する企画の実施が決定
1月	コムニコ、「note proセールspartner制度」におけるパートナー企業に認定
1月	雑誌「月刊総務」に、一般社団法人SNSエキスパート協会 代表理事 兼 株式会社コムニコ マネージャー 後藤のインタビュー記事が掲載されました

トピックス < DTK AD 子会社化 >



- ▶ 東南アジアでマーケティング事業を展開するDTK ADを子会社に。これにより、東南アジアを含む海外でのSNSマーケティング事業の展開、インバウンド（訪日外国人旅行者）プロモーション支援を本格化する。

DTK ADの強み

- **インバウンドプロモーションの実績**

現地の芸能人・YouTuberからブロガー・ネットアイドルまで3,000名以上のKOL（Key Opinion Leader=インフルエンサー）との独自のネットワークを活かしたインバウンド向けプロモーションの実績多数。

- **東南アジア地域における日系大手企業のマーケティング支援実績**

タイを拠点に、シンガポール、香港、ラオスに事業を拡大。今後は東南アジア全域一括受注ができる体制を想定している。

- **タイに根付いた日本人経営陣**

代表取締役CEOの木村は、タイ在住15年で現地の言語や文化にも精通しており顧客からも高く評価されている。

主要取引先

サイボウズ株式会社 / 株式会社アダストリア / 株式会社ミスミグループ本社 他

DTK×コムコ
新サービス
提供開始

インバウンドプロモーション

海外マーケティング支援

SNS運用支援

SNS運用支援ツール
開発・提供

SNS人材教育

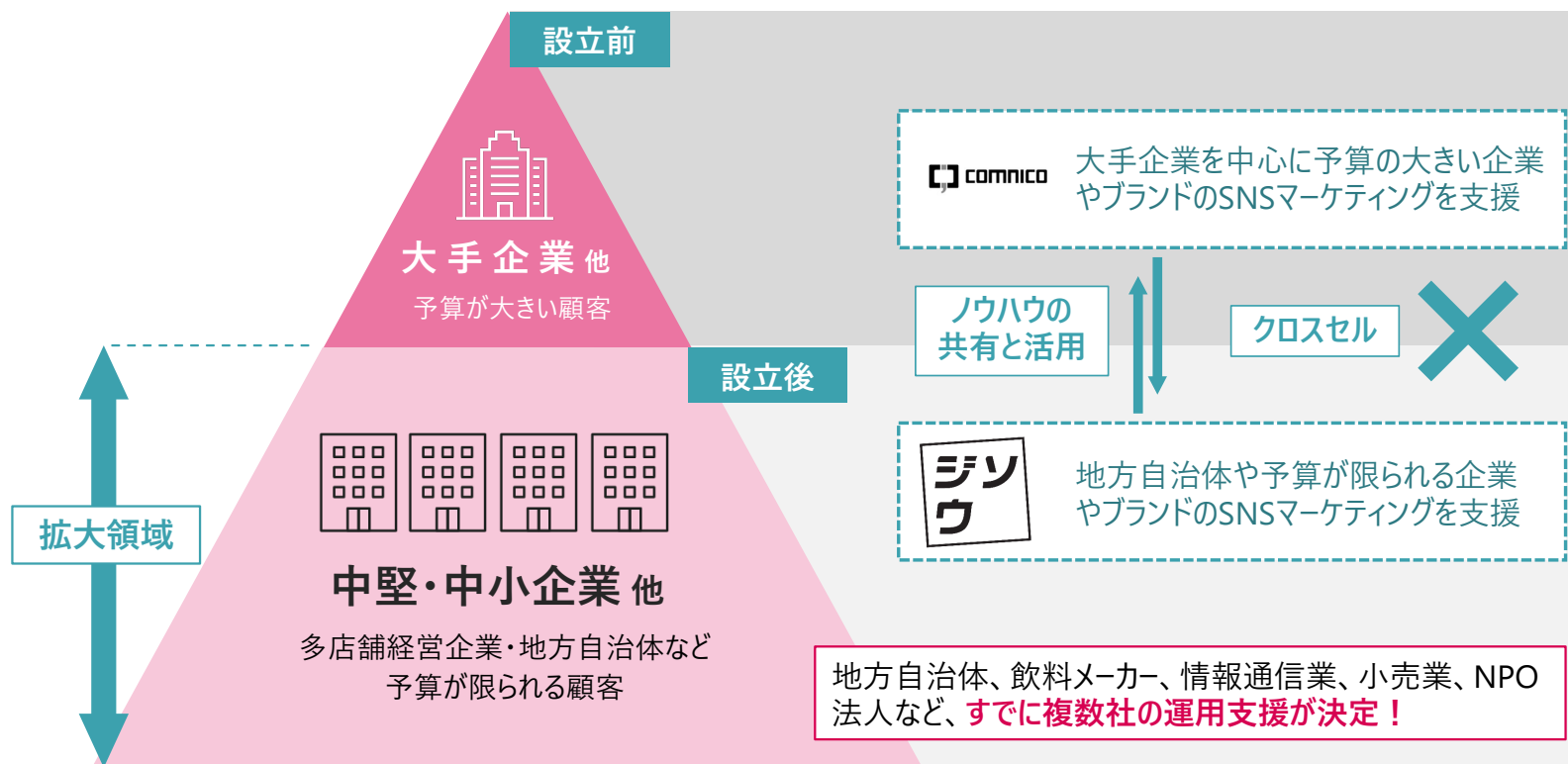


日本市場

トピックス < 株式会社ジソウ設立 >



- ▶ 地方自治体、中堅企業、店舗ビジネスなど、予算が限られた企業やブランドのSNSマーケティング支援に対応する新会社を設立。サービス領域を拡大し、より大きい市場をターゲットに展開。すでに複数の企業や団体の運用支援が決定している。



想定顧客

- 多数の店舗を経営しており、1アカウント当たり大きく予算が割けない企業
- 地方の魅力を発信したい地方自治体や地方の企業
- 大手企業でも、あまりSNS運用に予算を割けないブランドや商品
- 初めはあまりリスクを取らずに試したい企業

トピックス < 新SNS運用支援ツール 提供開始 >



- ▶ Instagramチャットボットツール「autou（アウトウ）」をリリース。
リリースから1か月間で複数企業での導入が決定。

autouの特徴

- タイムリーなコミュニケーションにより、担当者の負担を低減しながら、ユーザーのエンゲージメント増加を実現
- 今後、加速するライブコマース※での利用も可能
- Meta社の認証を受けた最新APIを使用しているため、リスクのない運用が可能
- プログラミング不要、誰でも簡単に設定可能

導入決定先

大手ディベロッパー / 大手食品メーカー / 大手時計メーカー / 大手医療機器メーカー 他



ライブコマース
活用可能

エンゲージメントを深め
運用成果を最大化する
Instagramチャットボットツール



Instagramフィード投稿へのコメントやメッセージへの自動応答、DM上でのキャンペーンの即時抽選や当落発表など、手間がかかる抽選作業を自動化。ユーザーとのやり取りを高め、関係性を深めることで、アルゴリズムを優位にすることができる。

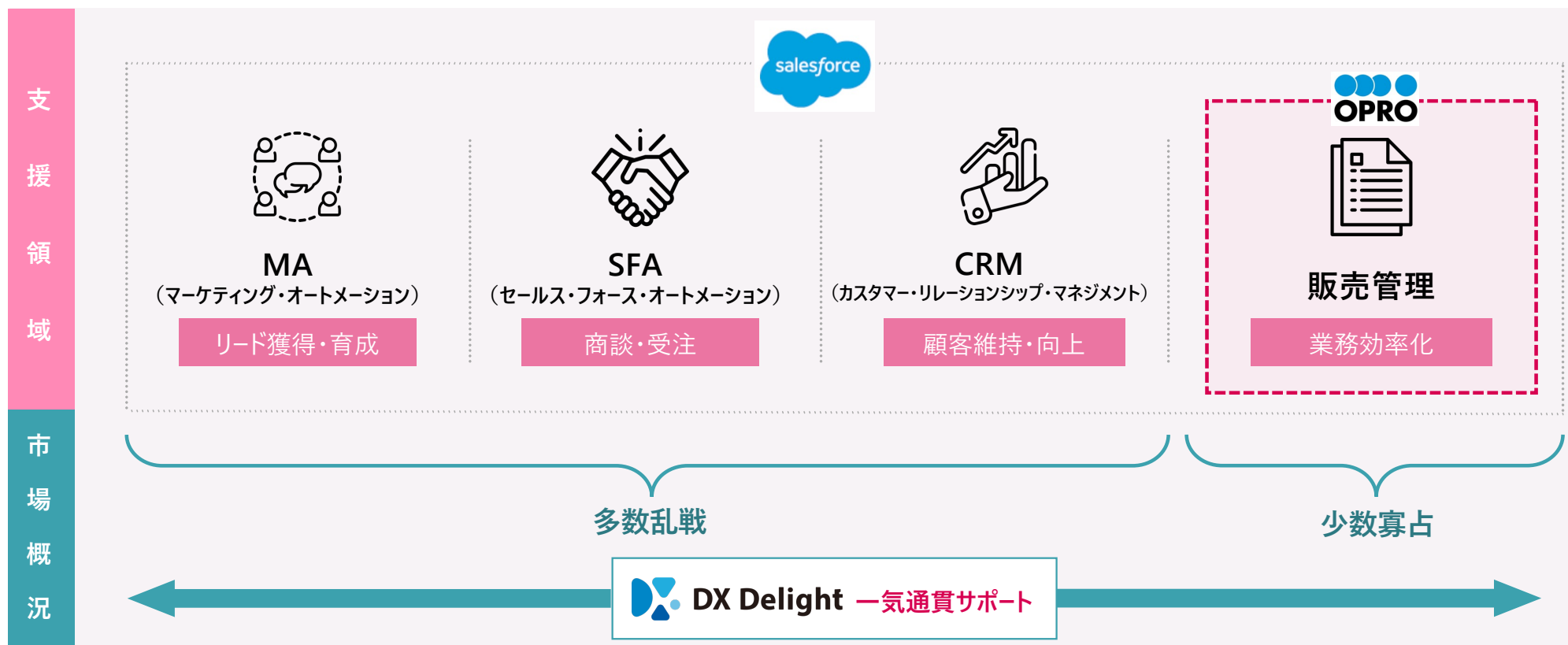


※: SNSなどのプラットフォーム上でライブ配信を行い商品の売買を行う形態のこと

トピックス < 株式会社24-7 社名変更 >



- DX支援事業を行う株式会社24-7は、株式会社DXデライトに社名を変更。
セールスフォース社に加え株式会社オプロとも協業し、需要拡大が予想されつつ競合が少ない販売管理までサポート領域を拡充する。

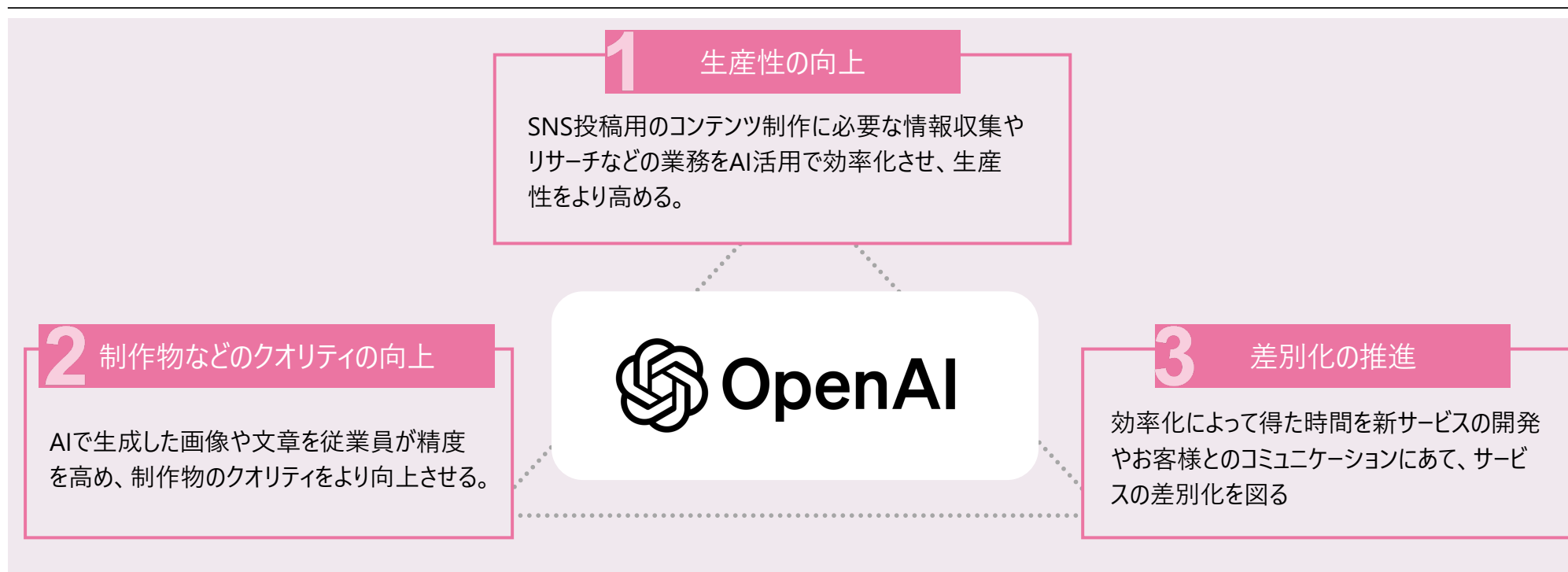


トピックス < ChatGPT 社内導入 >



- SNSマーケティングの業務効率化に向け、チャットAI（人工知能）を活用した新サービスの開発に取り組むことを決定。また、従業員の生産性、創造性向上のため、オープンAIが開発した人工知能「ChatGPT」を社内導入した。

「ChatGPT」活用のメリット





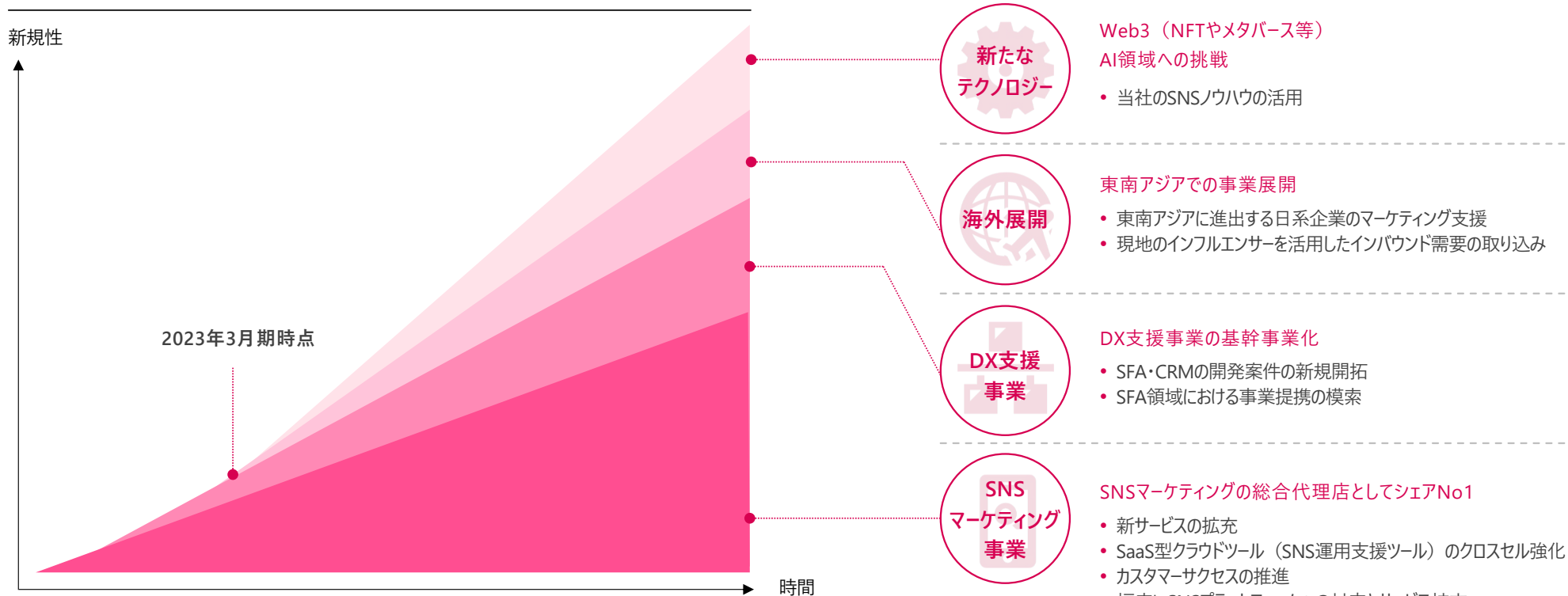
05. 成長戦略

次世代に向けた中長期戦略・成長イメージ



➤ 基幹事業の拡大、育成事業の基幹事業化、海外や新しいテクノロジーを成長戦略の中心にする。

次世代に向けた中長期戦略・成長イメージ



SNSマーケティング事業（国内）戦略と施策



- ▶ 地方自治体や予算が限られる企業やブランドのSNSマーケティング支援を可能にするため、株式会社ジソウ設立。既存事業のコムニコと共にさらに対象マーケットを拡大しビジネスを展開する。

主戦略

01. 運用支援数の拡大 ▶▶

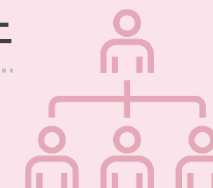
02. 支援領域の拡大 ▶▶

03. 運用支援ツールの拡大 ▶▶

施策

- マーケティング部門とインサイドセールス組織を一体化し営業生産性を向上

- 株式会社ジソウを設立 



- カスタマーサクセス 向上に向けたチーム構築
- 新ツール「autou (アウトウ)」をリリース



SNSマーケティング事業（国内）競争優位性と市場概況



➤ SNS黎明期より運用支援を開始している信頼と実績を基に、追い風の市場概況を逃さず動く。

競争優位性

SNS運用支援の経験・実績

- SNS黎明期より運用支援を開始した老舗企業としての豊富な経験とノウハウ
- 多様な業界・業種からの依頼による幅広いポートフォリオ

SNS運用支援ツール

- 自社で開発・提供するSNS運用支援ツール
- ツール解約率1%台の高いストック性

市場概況

- 他社類似サービス提供終了による、問い合わせ件数の増加
- Twitter API有料化でのコスト増による、サービス継続可否の二極化
➔ プレイヤー減少の予測
- リスクマネジメントの観点より、高まる一元管理のニーズ

SNSマーケティング事業（海外） 東南アジアでの事業展開



- ▶ タイを拠点にインバウンドプロモーションや海外マーケティングを支援するマーケティングエージェンシー DTK AD Co., Ltd.を子会社化。東南アジアで事業展開し、成長市場で事業拡大を狙う。

主戦略

インバウンドプロモーション・
海外マーケティング支援の本格化

競争優位性

01. 東南アジア市場での支援実績
02. 現地に根付いた日本人経営陣
03. 日系企業への理解と現地理解、
双方を持ち合わせた支援

施策

DTK ADを子会社化
M&Aや事業提携も狙う

市場概況

- 2030年には1兆4,000億^{※1}円まで成長が見込まれる市場
- 2023年、タイからの観光客は、東南アジアNo.1^{※2}で、最大100万人^{※3}のタイ人が日本を訪れると予測。

※1出典:日本政府観光局「2019年度 国籍/月別 訪日外客数」/観光庁「訪日外国人消費動向調査2019年年間値」の数値をもとに当社が算出

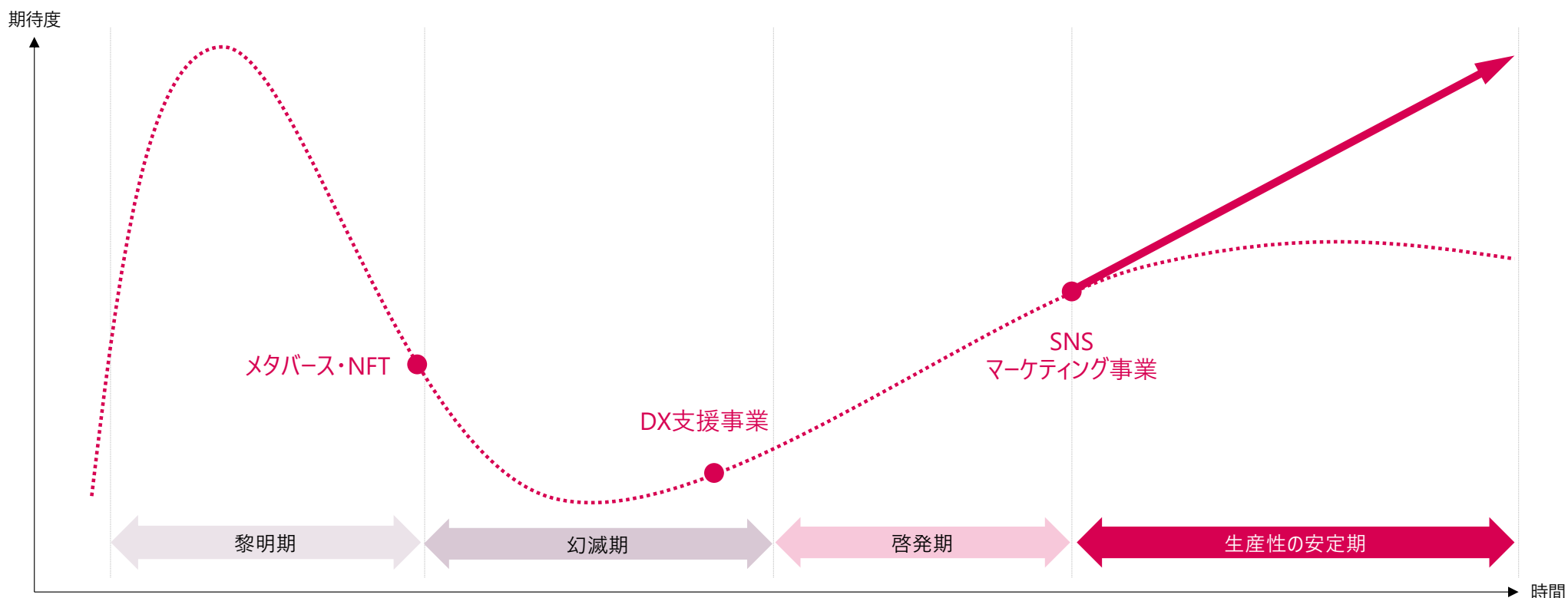
※2出典:日本政府観光局「訪日外客数」、2023年1月～3月までの期間における人数。

※3出典:タイ旅行代理店協会 HP

新規事業に対する考え方



- ▶ 新技術に対して投資を行うタイミングを判断するための指標としてガートナー社のハイプ・サイクルを活用。黎明期から始めることで他社に先駆けたノウハウの蓄積をはかり、その後の幻滅期に備えて、ブームによって過剰な投資はしない。啓発期には黎明期から蓄積した実績を強みにシェア拡大を図る。




通期業績予想



▶ 既存事業の継続的成長に加え、海外事業の展開加速、新領域への投資を予定。

(百万円)	2023年3月期 実績	2024年3月期 業績予想	増減額	増減率
売上高	1,653	1,884	230	13.9%
営業利益	80	81	1	0.9%
経常利益	79	80	1	0.1%
親会社株主に帰属する当期純利益	44	37	△7	△16.6%



06. ラバブルマーケティンググループが目指すサステナビリティ

サステナビリティマネジメント



▶ 従業員が輝くことができる「働きがいのある組織」が全活動のベースとなり、そこから生み出される事業活動によって社会の持続可能な発展に貢献する。この循環の創造を目指す。



SDGsに基づく組織づくりのために



- SDGsの目標4「質の高い教育をみんなに」をベースに外部講師を招いた勉強会・ワークショップを今期より開催。
また、経済産業省が発表する「健康経営優良法人2023（大規模法人部門）」に初めて申請し、認定された。

SDGs勉強会・ワークショップの実施

テーマ：メンタルヘルス

健康経営の一環として、マインドフルネスの講師をお迎えし、心の状態やストレスについて学ぶ。

テーマ：ダイバーシティ

パラ陸上競技やり投選手である若生裕太氏をお迎えし、障害発症～選手になるまで等をお話いただく。

テーマ：食品ロス

食品ロス問題ジャーナリストの井出留美氏をお迎えし、食品ロス問題について学ぶ。



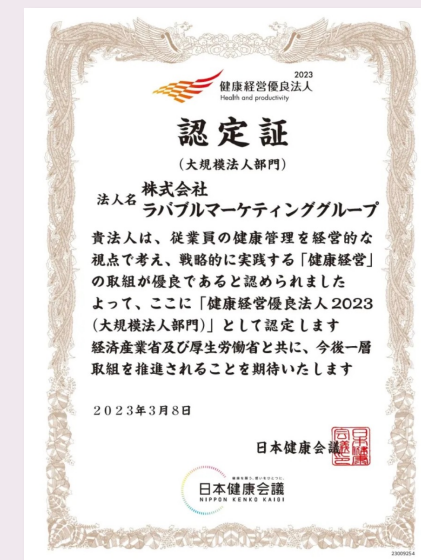
テーマ：テクノロジー

ITサービスの開発・運営支援に長年従事する当社の社外取締役 鶴川太郎を講師に迎え、「Web3」について考える。

テーマ：働きがい

人事コンサルタント・社会保険労務士の松下直子氏をお迎えし、組織の目的や組織の本質をお話いただく。

健康経営優良法人2023（大規模法人部門）認定





07. Appendix

ボードメンバー



代表取締役社長

林 雅之

Masayuki Hayashi

2008年に株式会社コムニコを設立。日本におけるSNSマーケティングの第一人者として、セミナーやカンファレンスでの講演や書籍出版の実績あり。2014年に株式会社エル・エム・ジー（現株式会社ラパブルマーケティンググループ）を設立。



取締役
株式会社コムニコ 代表取締役

長谷川 直紀

Naoki Hasegawa

株式会社サイバーエージェントに入社後、デジタル広告全般の業務を経験する。2013年株式会社コムニコに入社し、2014年取締役に就任。2022年に当社取締役、株式会社コムニコ代表取締役に就任。



執行役員
コーポレート本部管掌

中川 徳之

Noriyuki Nakagawa

PR会社の株式会社サニーサイドアップに入社後、子会社の取締役として会社設立から新規事業の立ち上げに従事。2019年株式会社ラパブルマーケティンググループに入社、2022年に当社執行役員に就任。



社外取締役

鵜川 太郎

Taro Ugawa

数多くのIT関連ベンチャー企業の取締役を歴任。2010年株式会社オルトプラス取締役COOに就任。2014年当社社外取締役に就任。



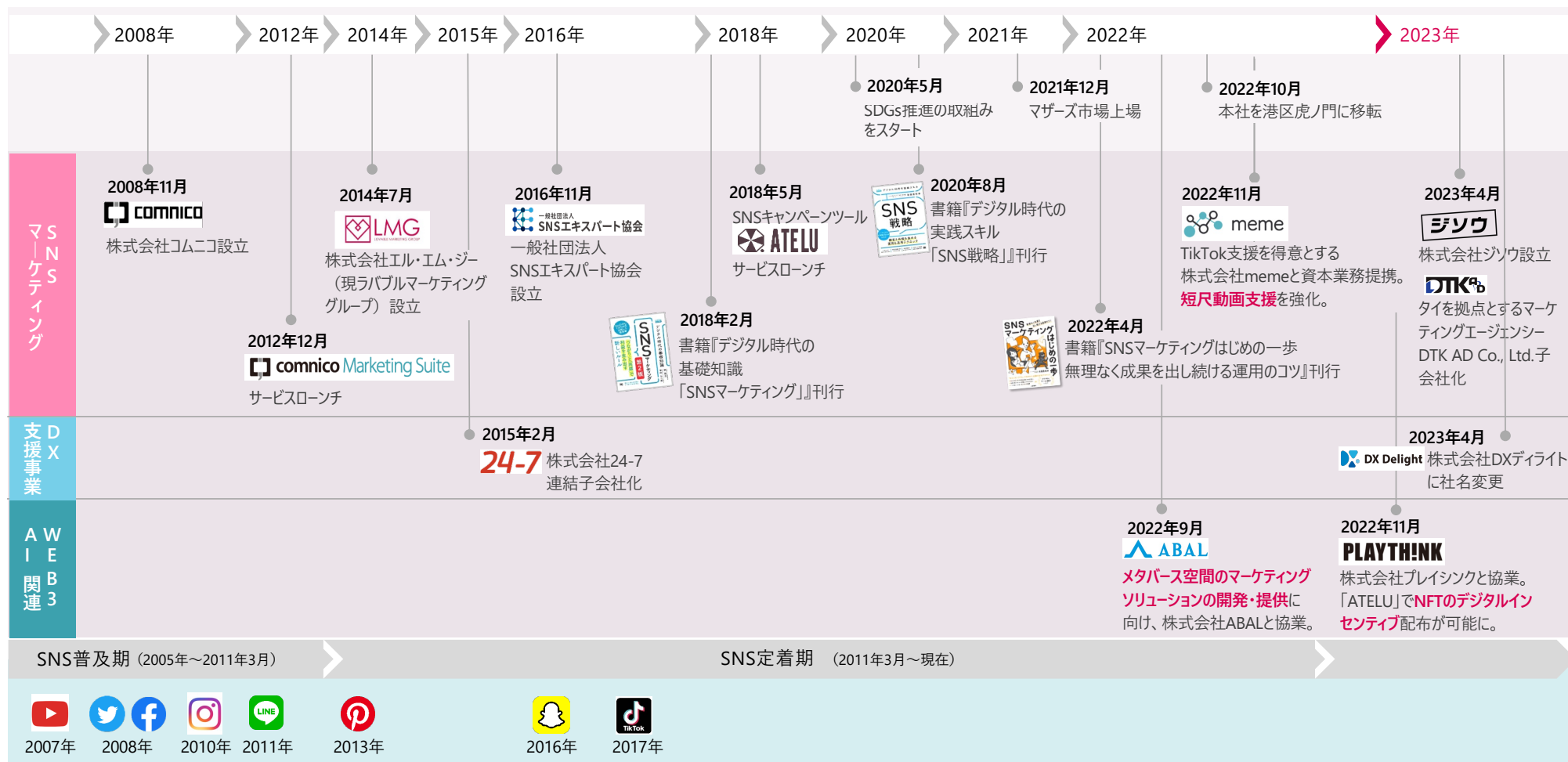
社外取締役

松本 高一

Koichi Matsumoto

コンサルティング会社、大手証券会社の勤務を経て2017年8月株式会社アンビグラムを設立。同年9月、当社社外取締役に就任。

ラバブルマーケティンググループ 主な沿革



SNS普及期 (2005年~2011年3月)

SNS定着期 (2011年3月~現在)



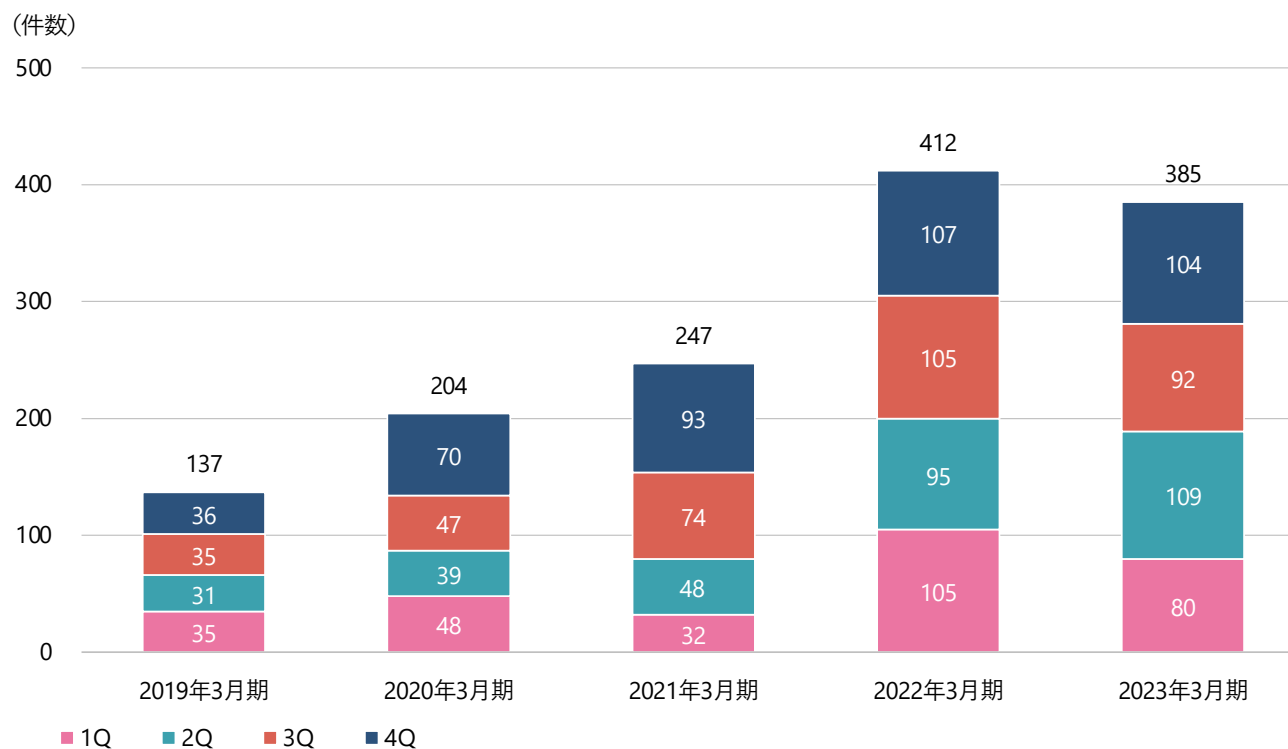
SNSマーケティング事業先行指標 SNS運用支援 新規受注件数



SNS運用支援 新規受注件数
通期

385 件

SNS運用支援 新規受注件数の推移



SNSマーケティング事業先行指標 SNS運用支援ツール契約件数



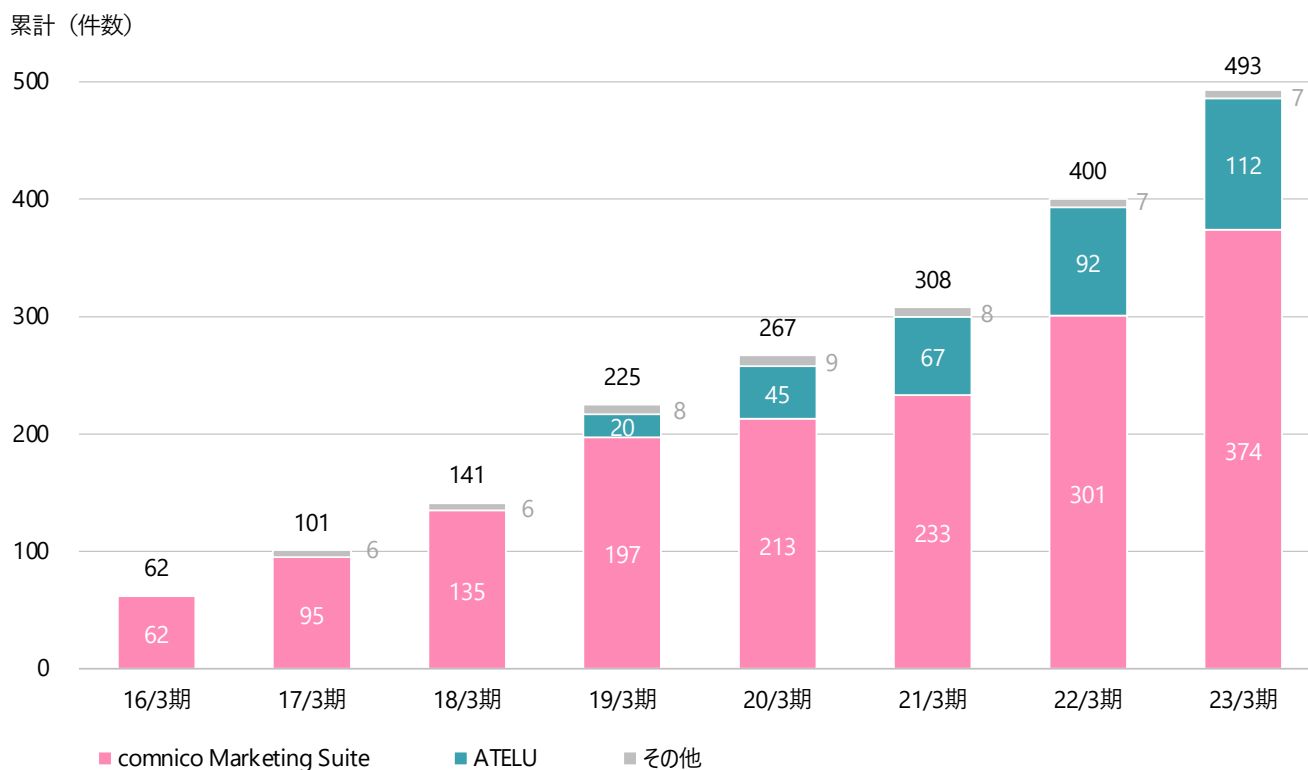
SNS運用効率化ツール
comnico Marketing Suite

374 件

SNSキャンペーンツール
ATELU

112 件

SNS運用支援ツール契約件数



SNSマーケティング事業先行指標 comnico Marketing Suite ARR /解約率



ARR ※1 (Annual Recurring Revenue)
年間経常収益

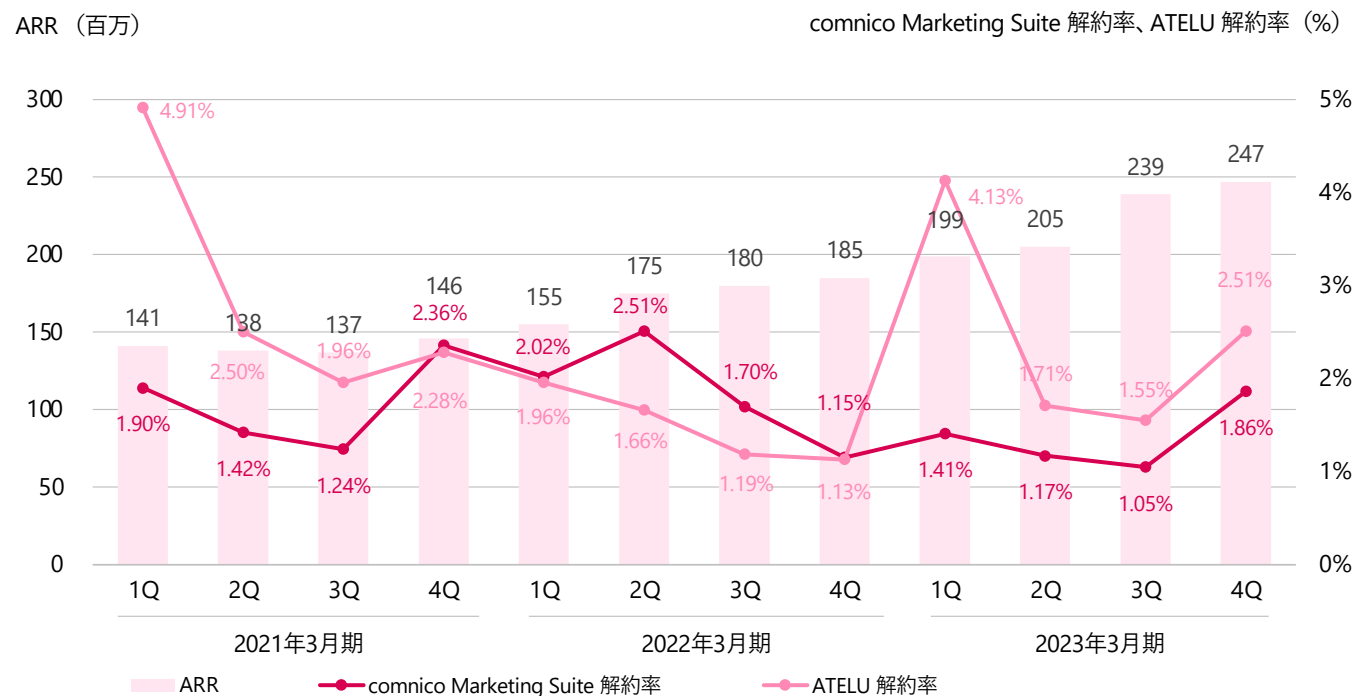
247 百万円

前年同期比 32.8%増

comnico Marketing Suite
解約率 ※2

1.86 %

ARRと解約率



※1: Annual Recurring Revenue, comnico Marketing Suiteの各四半期末の月末MRR (Monthly Recurring Revenue) に12倍して算出

※2: 当月の解約率から累計契約数を割り各四半期の平均値を算出したもの

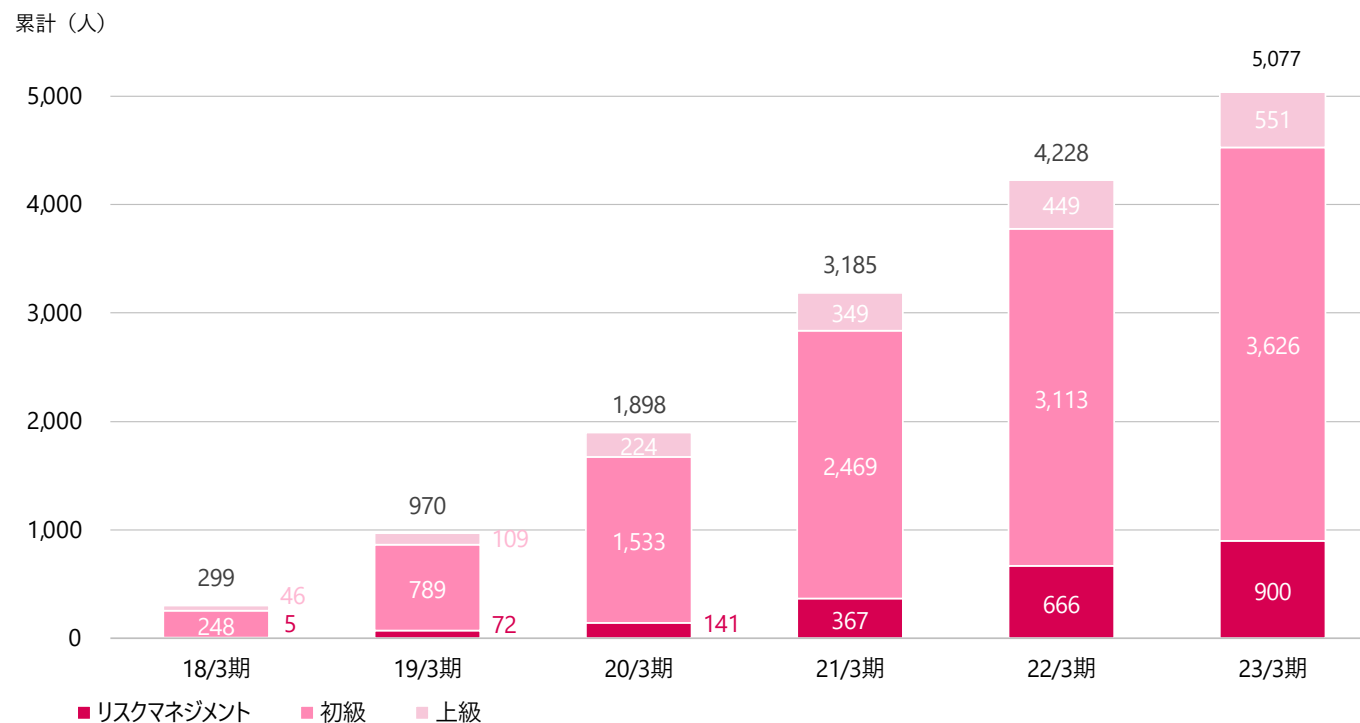
SNSマーケティング事業 教育 SNSエキスパート検定受講者数



SNSエキスパート検定
受講者数

5,077 名

SNSエキスパート検定受講者数の推移



株式会社コムニコの顧客例



▶ 大手企業を中心に多様な業界・業種を支援。




顧客例



SNSマーケティング事業のPR／マーケティング活動



▶ ブランディング活動とリード（見込み客情報）獲得に寄与するマーケティング活動により、**5,500**件以上のリードを獲得。

書籍の出版	メディアへ寄稿	自社メディアの運営	無料ウェビナーの開催																									
 <p>書籍の出版</p>	 <p>メディアへ寄稿</p>	 <p>自社メディアの運営</p>	 <p>無料ウェビナーの開催</p>																									
<p>書籍出版数 ※1</p> <table border="1"> <tr> <th>会社</th> <th>出版数</th> </tr> <tr> <td>LMG</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>A社</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>B社</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>C社</td> <td>6</td> </tr> </table>	会社	出版数	LMG	6	A社	6	B社	2	C社	6	<p>メディア掲載件数 ※2</p> <table border="1"> <tr> <th>会社</th> <th>メディア掲載件数</th> <th>寄稿の件数</th> </tr> <tr> <td>LMG</td> <td>117</td> <td>266</td> </tr> <tr> <td>A社</td> <td>24</td> <td>192</td> </tr> <tr> <td>B社</td> <td>7</td> <td>117</td> </tr> <tr> <td>C社</td> <td>11</td> <td>179</td> </tr> </table>	会社	メディア掲載件数	寄稿の件数	LMG	117	266	A社	24	192	B社	7	117	C社	11	179	<p>リード獲得数（年間）</p> <p>4,117 件 ※3</p>	<p>参加者</p> <p>1,420 名 ※4</p>
会社	出版数																											
LMG	6																											
A社	6																											
B社	2																											
C社	6																											
会社	メディア掲載件数	寄稿の件数																										
LMG	117	266																										
A社	24	192																										
B社	7	117																										
C社	11	179																										

※1: 当社調べ（2023年3月時点）出版数に社外執筆者との共著を含まず

※2: 当社調べ（2018年1月～2023年3月における、SNS関連の記事等が外部メディアに掲載された件数で、各社コーポレートサイトにて公表された件数）

※3: 自社メディアよりダウンロードコンテンツを介してリードとなった数（2022年4月～2023年3月）

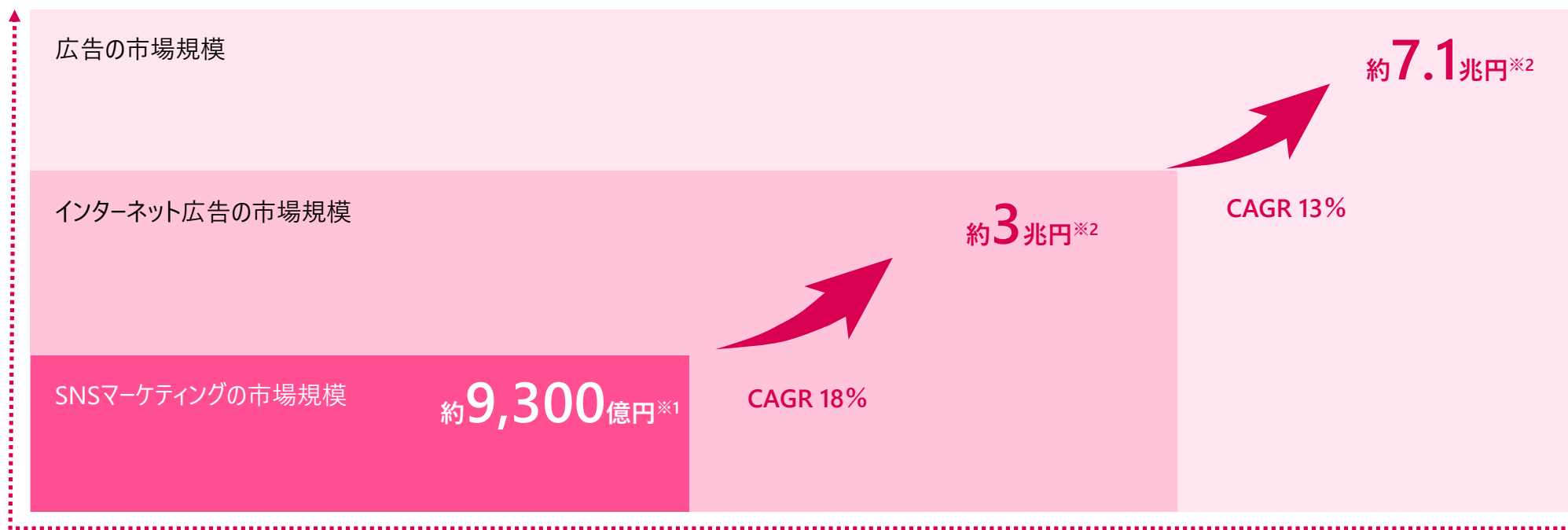
※4: 自社開催の無料ウェビナーへ参加いただいた人数（2022年4月～2023年3月）

日本の広告市場規模



▶ 日本におけるインターネット広告・SNSマーケティングの市場規模は拡大が続いており、今後も成長が見込める。

日本の広告市場規模（2022年）



※1出典: サイバー・バス/デジタルインファクト調べ「ソーシャルメディアマーケティング市場」を加工して当社が作成

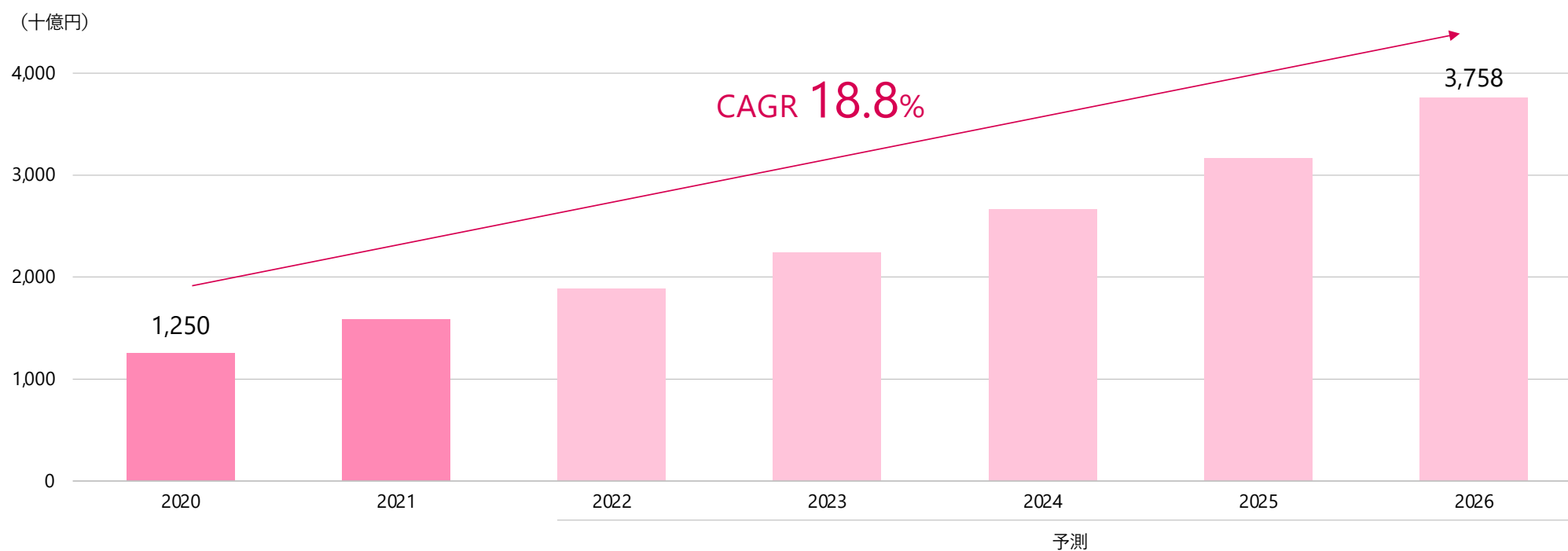
※2出典: 電通「2022年日本の広告費」

パブリッククラウドの国内市場規模



➤ パブリッククラウドの国内市場規模は、年々増加しており、2026年には、2020年の3倍となる約3.7兆円に到達すると予測される。

パブリッククラウドの国内市場規模



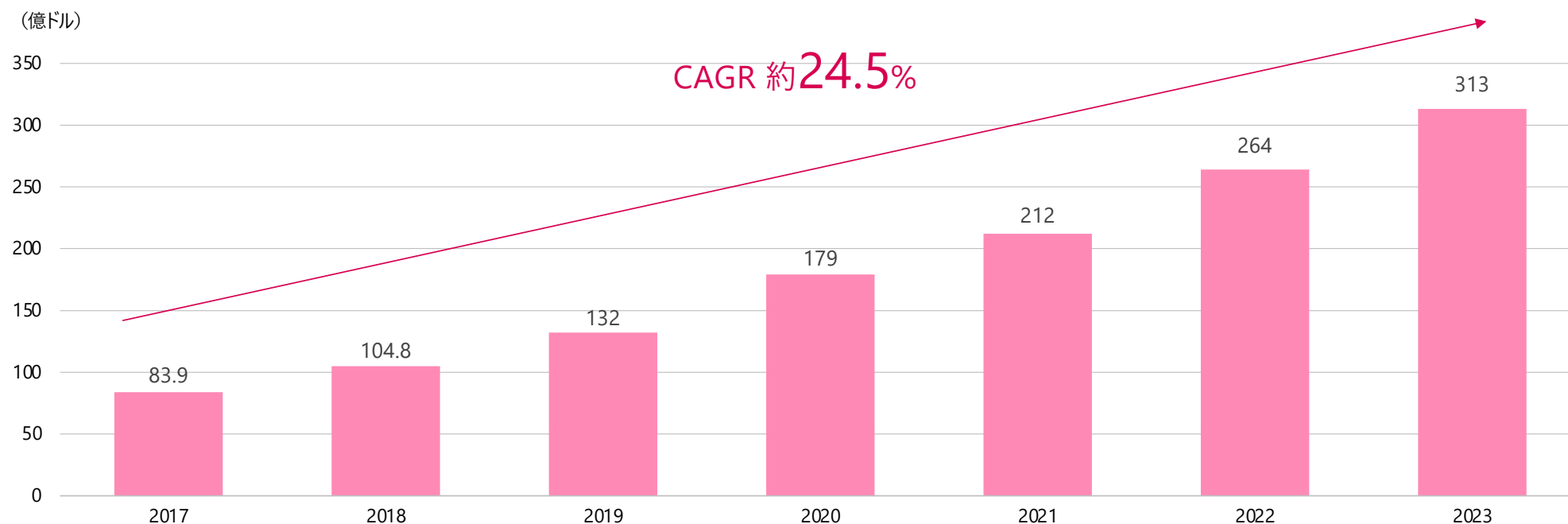
出典: IDC Japan株式会社「国内パブリッククラウドサービス市場予測」

Salesforce社の売上高推移



➤ Salesforce社の売上高は年率約24.5%で増加。さらに、日本におけるパートナーエコシステムは、Salesforce自体の日本でのビジネス規模の5倍。2026年には6.5倍に拡大すると推定。※1

Salesforce (Global) の売上推移



出典: Salesforce社のIR資料

※1: (株)セールスフォース・ドットコム プレスリリース (2021年11月)

SNSマーケティングとは

商品やサービスに関する情報をSNSを介して行うマーケティングで生活者と直接つながりコミュニケーションをとったり生の声を収集することができる。

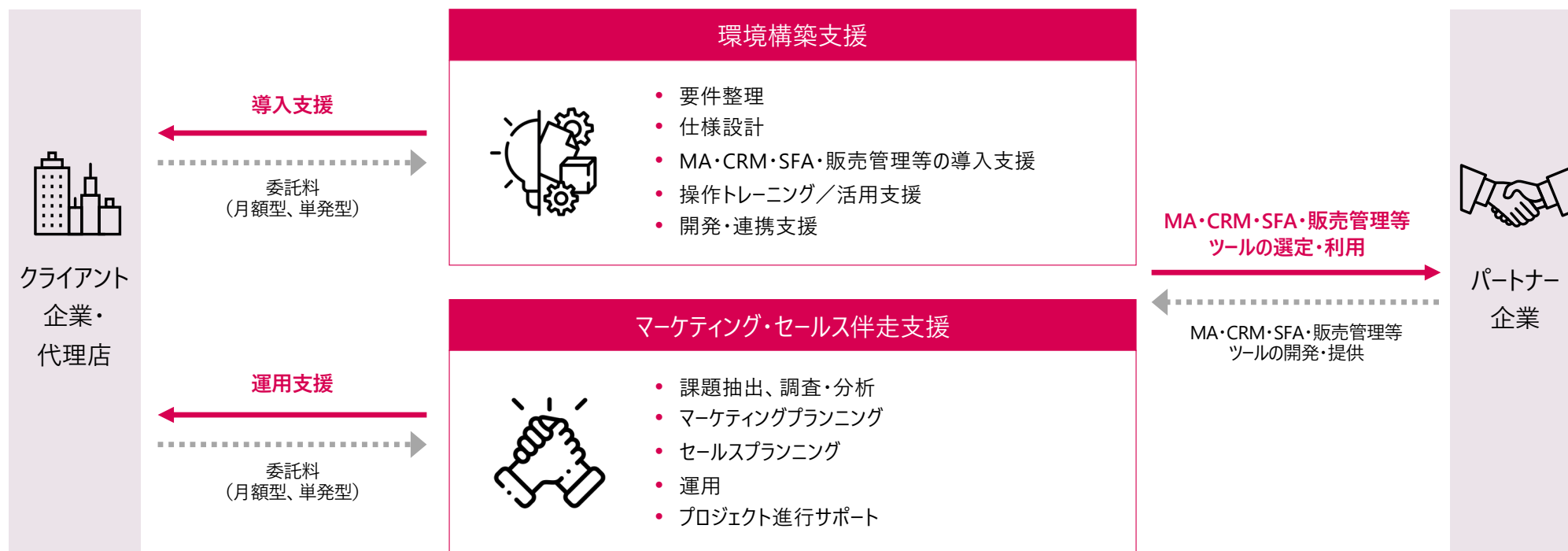
SNSマーケティング事業



DX支援事業のビジネスモデル

➤ 課題に合わせてクラウド型のマーケティング支援ツールを組み合わせ、その導入・設計・構築・移行・運用をトータルでサポート。

DX支援事業





本資料の取扱いについて

本資料には、当社に関連する見通し、将来に関する計画等が記載されています。これらの将来の見通しに関する記述は、将来の事象や動向に関する現時点での仮定に基づくものであり、将来の結果や業績を保証するものではありません。

本書はいかなる有価証券の取得の申込みの勧誘、売付けの申し込みまたは買付けの申込みの勧誘を構成するものでも、勧誘行為を行うものでもなく、いかなる契約、義務の根拠となり得るものでもありません。

