



2027年3月期 第1四半期 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



ラバブルマーケティンググループは「人に地球に共感を」をパーパスに掲げ
愛されるマーケティング活動を推進するマーケティング企業です

- 01 ハイライト
- 02 決算概要
- 03 事業報告
- 04 成長戦略
- 05 参考情報



2027年3月期 第1四半期

ハイライト

2027年3月期
第1四半期

- 売上高 715百万円（+14.1%）、**売上高成長率10%以上を継続**
高収益案件へのシフトやM&Aの寄与により第1四半期の売上高は715百万円で14.1%の増収
- 調整後EBITDA ▲63百万円
一部案件終了およびM&Aに伴うPMI等の先行投資が嵩む
- ロイヤルクライアント社数 47社（+11.9%）、年間売上高も増加
高収益案件への転換により、2026年6月末時点のクライアント社数および年間売上高は増加
- 高収益SaaS ARR（年間経常収益）344百万円（+4.7%）、解約率1.13%

第1四半期
トピックス

- 社内AI活用 全社において**月間8,519時間相当の生産性を創出**
人件費換算では、年間約290百万円相当の効率化インパクト
- AIを活用したサービスをリリース
株式会社ジソウ> AIプラットフォーム「ジソウAI」β版を提供開始 [リリース](#)
株式会社エルマーケ> AI支援型LINE運用基盤「エルマAI」の提供開始 [リリース](#)



2027年3月期 第1四半期

決算概要

経営成績(2026年4月1日～2026年6月30日)の概況

売上高は前年同期比**14.1%の増収**となる一方で、広告需要が比較的緩やかとなる時期であったことや一部運用案件の終了に加え、M&Aに伴うPMI等の先行投資を実施したことから営業損失を計上

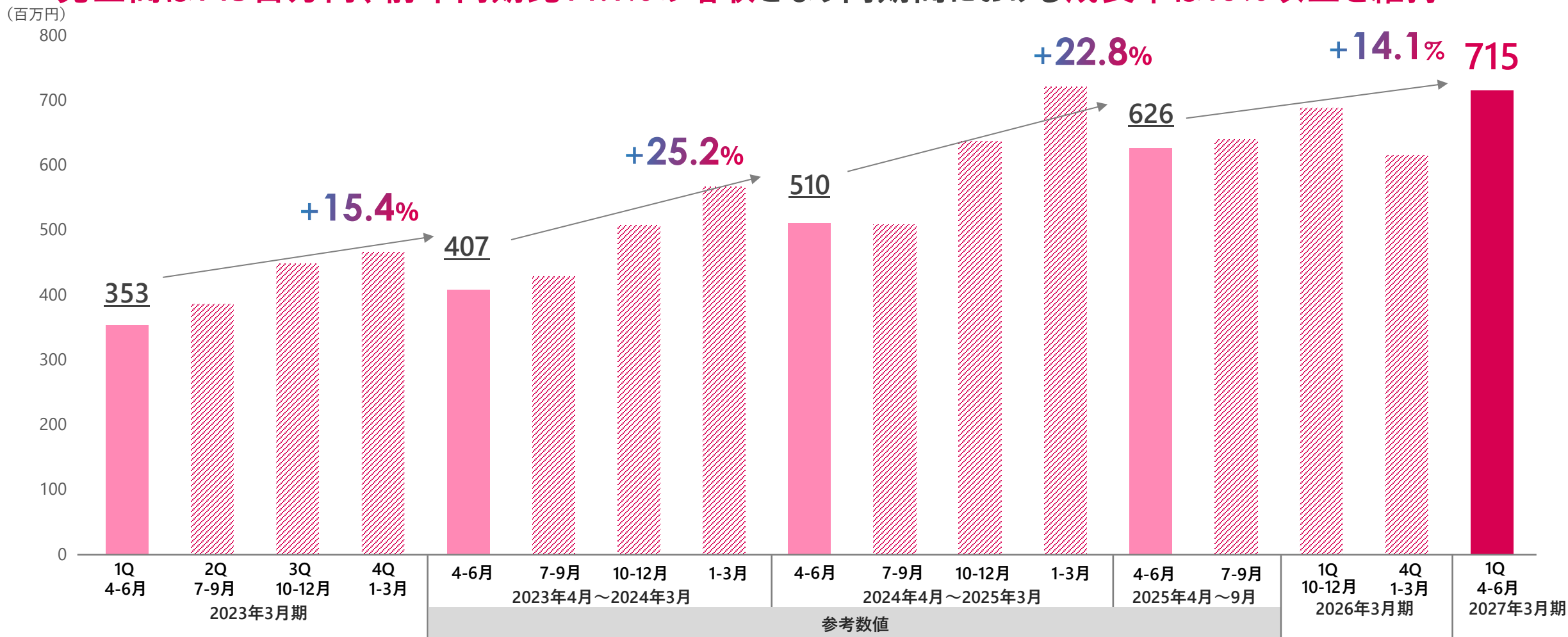
(百万円)	2027年3月期 第1四半期 実績	(2025/4～2025/6) 【参考値】	増減額	増減率(%)	2027年3月期 業績予想	進捗率(%)
			(2025/4～2025/6)【参考値】 と比較した場合の増減額・増減率			
売上高	715	626	88	14.1%	3,537	20.2
調整後EBITDA※	△63	65	△128	—	400	—
営業利益	△97	48	△146	—	非開示	—
経常利益	△106	33	△140	—	非開示	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	△108	△11	△97	—	非開示	—

当社グループはM&Aを成長戦略の中核に位置付けており、今後も機動的に案件の検討および実行を進めていく方針ですが、M&Aに関連する一時的な費用の発生時期や金額を合理的に見積もることが困難であることから、営業利益、経常利益および当期純利益については業績予想の開示を行わないこととしました。

※：調整後EBITDA=営業利益+減価償却費+のれん償却費+株式報酬費用+M&A関連費用。2026年3月期第1四半期より、本業の収益性を示すため、M&Aに関する一時的な費用による調整を追加しております。

売上高推移（四半期別）

広告需要が比較的緩やかな第1四半期においても、高収益案件へのシフトやM&Aの寄与により
売上高は715百万円、前年同期比14.1%の増収となり同期間における成長率は10%以上を維持

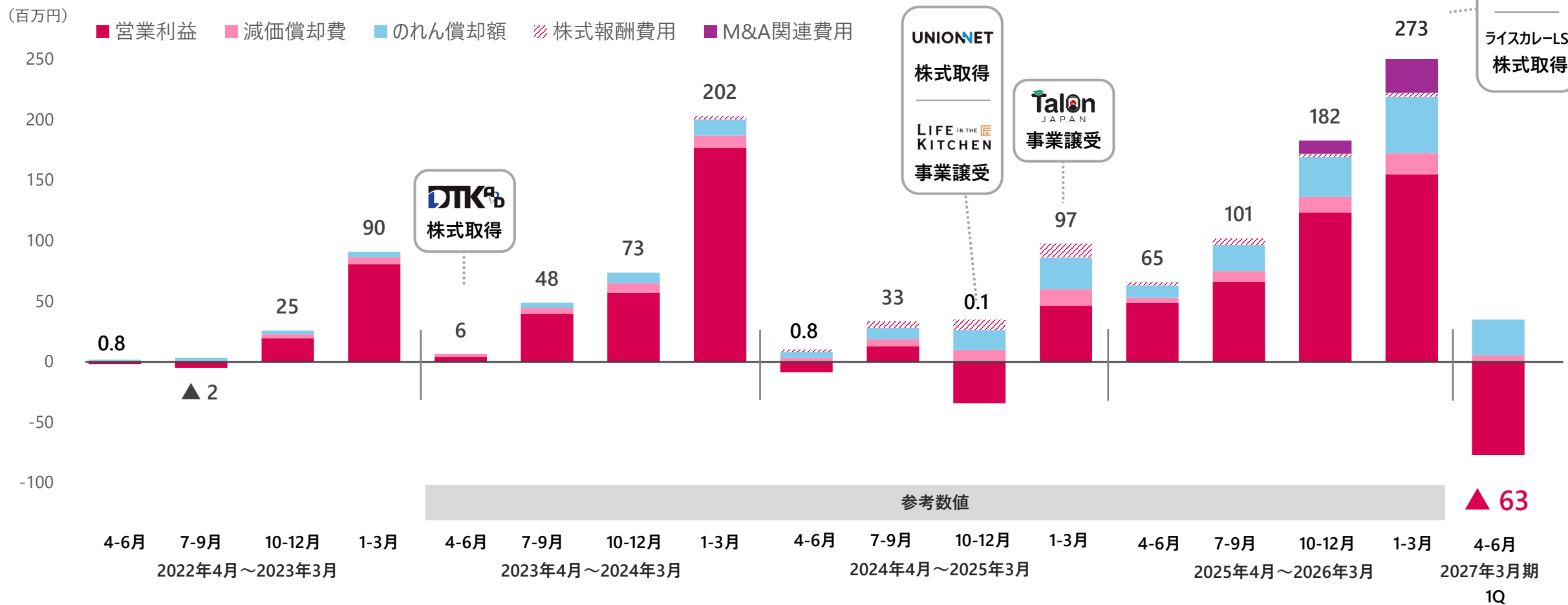


※2023年4月から2024年3月、2024年4月から2025年3月、2025年4月から2026年3月の四半期毎の原価・人件費は監査法人による監査を受けていない参考数値

※2026年3月期より決算期（事業年度の末日）を10月31日から3月31日に変更したためQ表記

調整後EBITDA推移 (四半期別／期中累計)

一部運用案件の終了とM&Aに伴うPMI等の先行投資により、調整後EBITDAは▲63百万円



※ 調整後EBITDA=営業利益+減価償却費+のれん償却費+株式報酬費用+M&A関連費用。2026年3月期第1四半期より、本業の収益性を示すため、M&Aに関する一時的な費用による調整を追加しております。

※2023年4月から2026年3月の四半期毎の原価・人件費は監査法人による監査を受けていない参考数値

※2026年3月期より決算期（事業年度の末日）を10月31日から3月31日に変更したため、2027年3月期よりQ表記



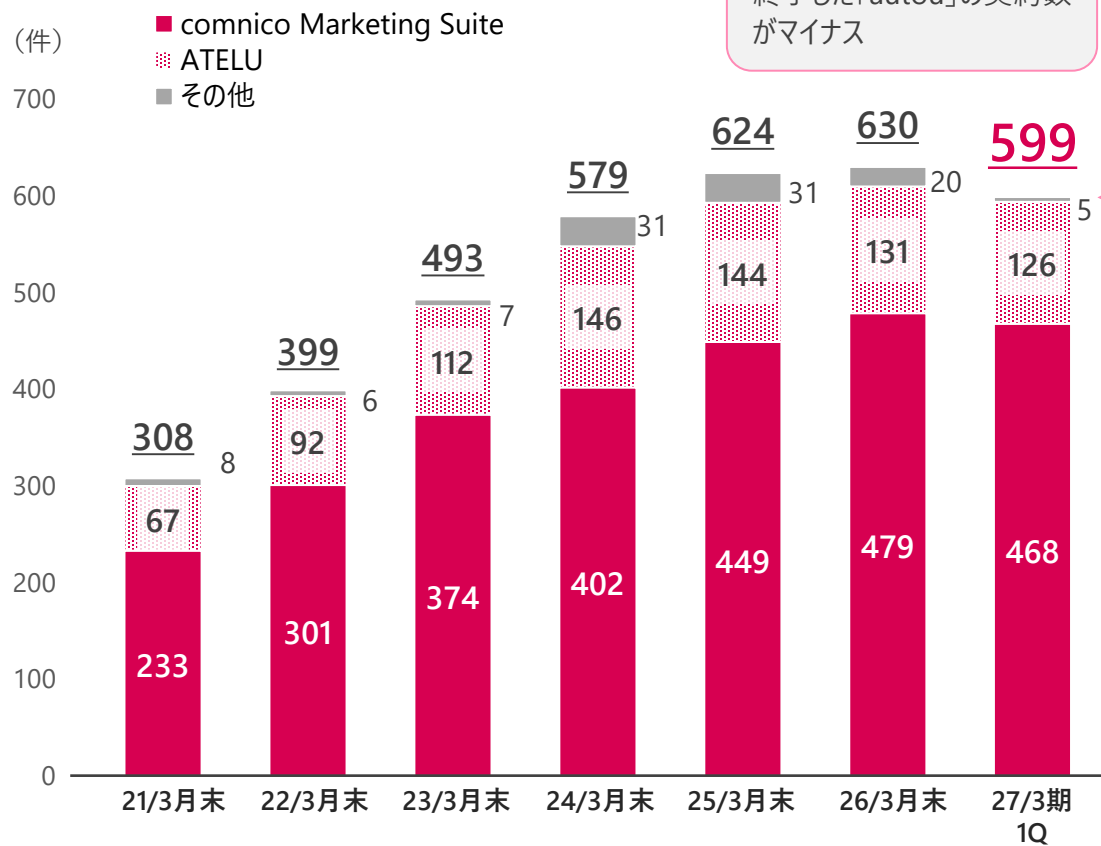
2027年3月期 第1四半期

事業報告

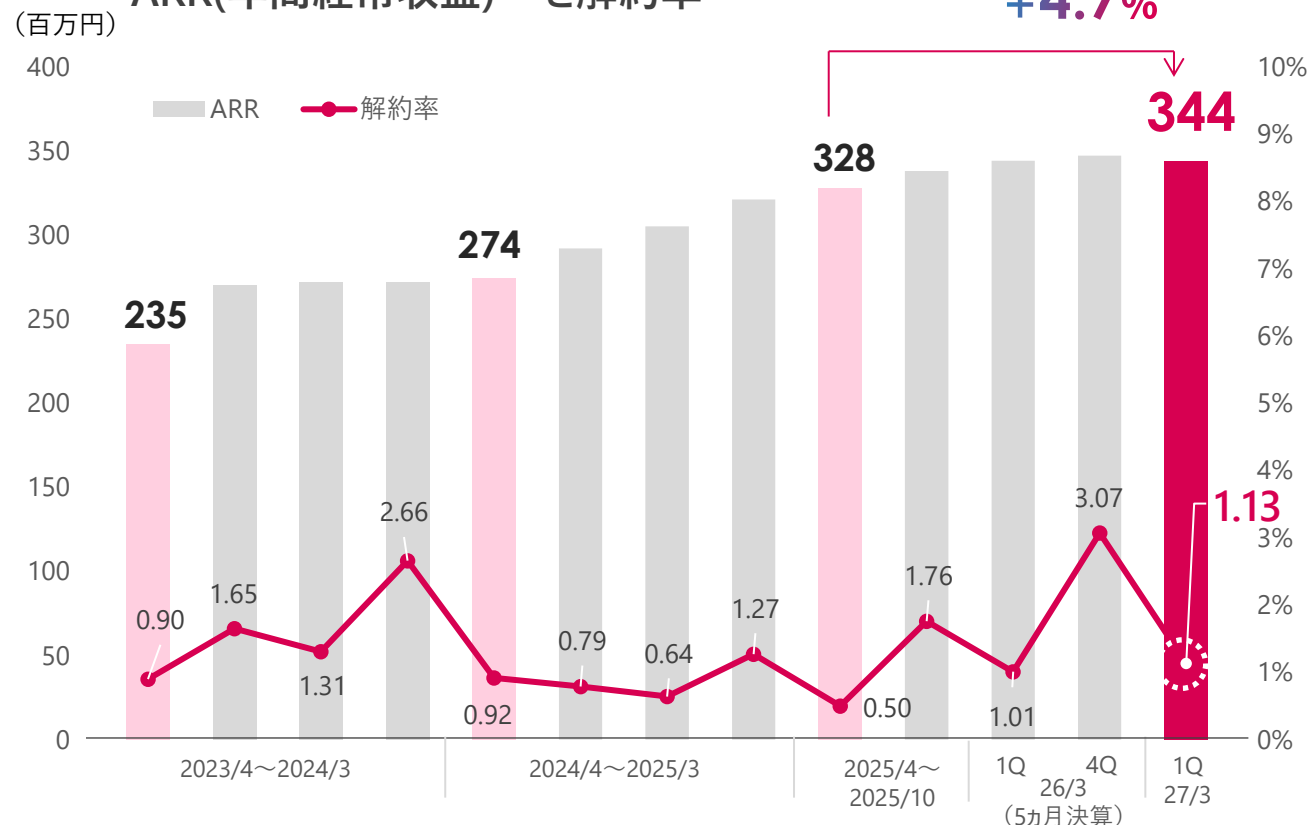
SNS運用支援ツール・主要KPI①

ツール契約件数は契約の一斉更新やautouのサービス終了の影響を受けるも、**解約率は1.13%**と低い水準
継続的なAI機能の実装を進め更なる利用定着を図る

SNS運用支援ツール契約件数



comnico Marketing SuiteのARR(年間経常収益)※1と解約率※2

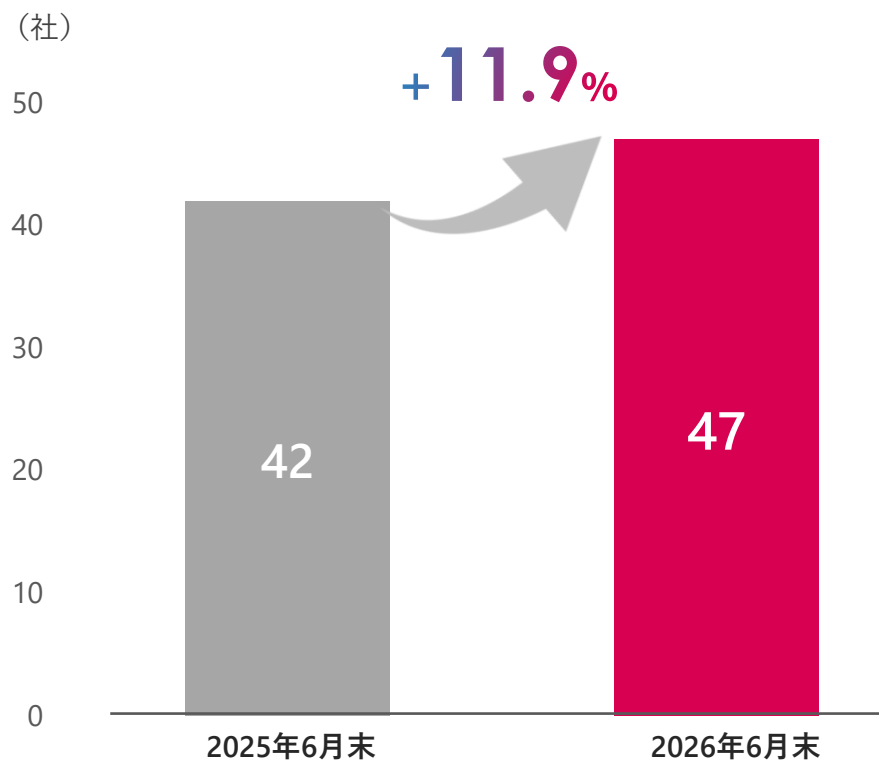


※1: comnico Marketing Suiteの各四半期末の月末MRR (Monthly Recurring Revenue) に12倍して算出

※2: comnico Marketing Suiteの解約率。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

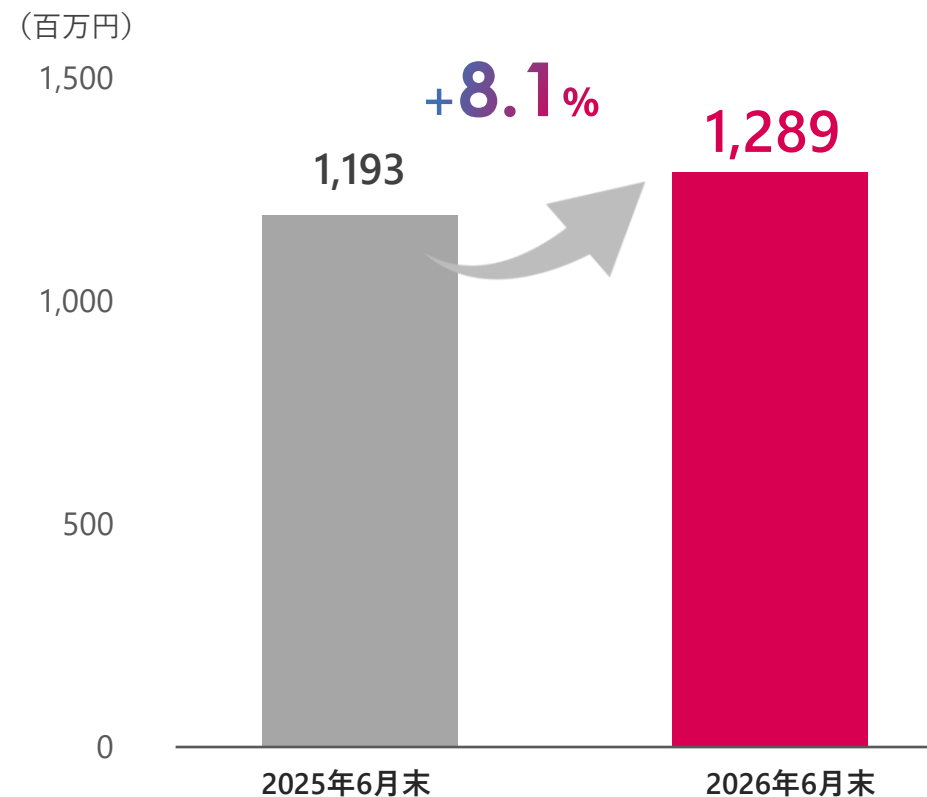
高収益案件に注力し、ロイヤルクライアント社数と売上高は増加

ロイヤルクライアント社数



※ロイヤルクライアント:当社との年間取引高が1,000万円以上の顧客

ロイヤルクライアントの売上推移（年間）

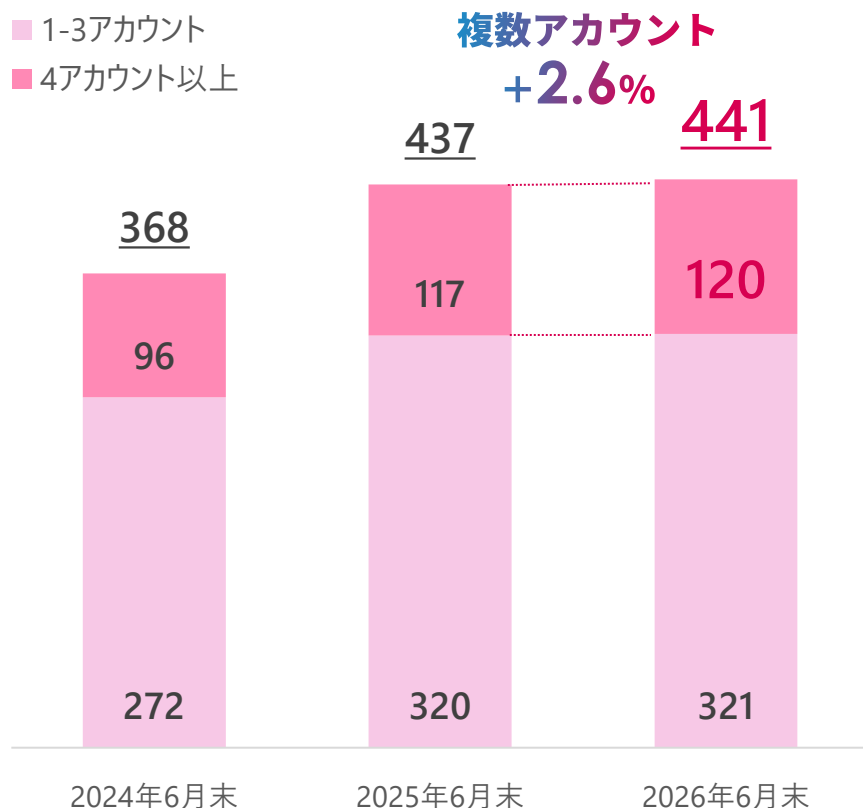


SNS運用支援ツール・主要KPI②

4アカウント以上の複数アカウントは、+2.6%でストック性の高い売上が継続して増加傾向

comnico Marketing Suite契約社数推移

- 1-3アカウント
- 4アカウント以上



ポイント

本ツールはサブスクリプション型(SaaS)ビジネスモデルであるため、ツール契約数増加が収益基盤の強化につながる

ツール契約数増加

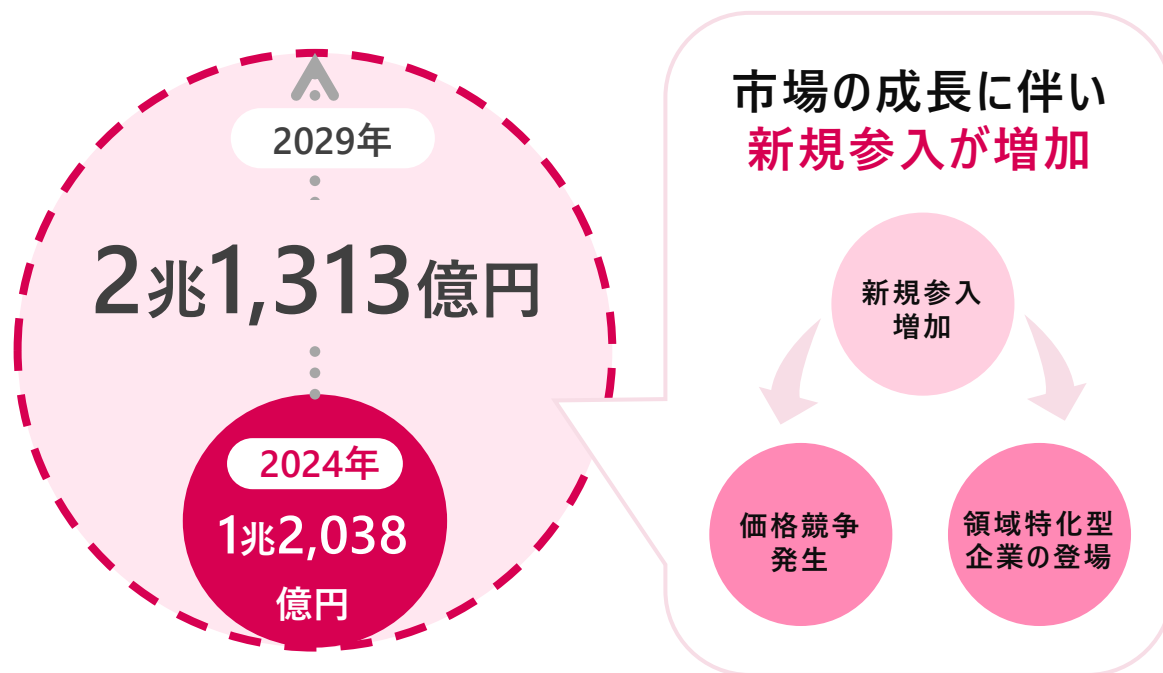
ストック収益の
積み上がり

収益基盤の強化

クライアント例

業種	アカウント数
大手ITグループ	302
大手自動車メーカー	180
ウェディング・ホテル運営会社	66
大手IP会社	60
プロスポーツ運営団体	52
ライフイベント関連サービス	44
大手トイメーカー	44

市場成長に伴い、新規参入が増加するが、独自戦略で高成長を維持

ソーシャルメディアマーケティング
市場規模推計・予測※1

市場動向に対応する当社の方針

運用支援

長年にわたる運用支援のノウハウをベースとした独自の生成AIの活用による業務効率化と、高単価・高収益な案件のアップセルクロスセルに注力することで、収益力を高める

運用支援
ツール

契約数やARRの大幅伸長など好調な「comnico Marketing Suite」の販売に力を入れて高成長を維持すると共に、生成AIの導入など新機能追加によって付加価値を高め、単価を上げていく

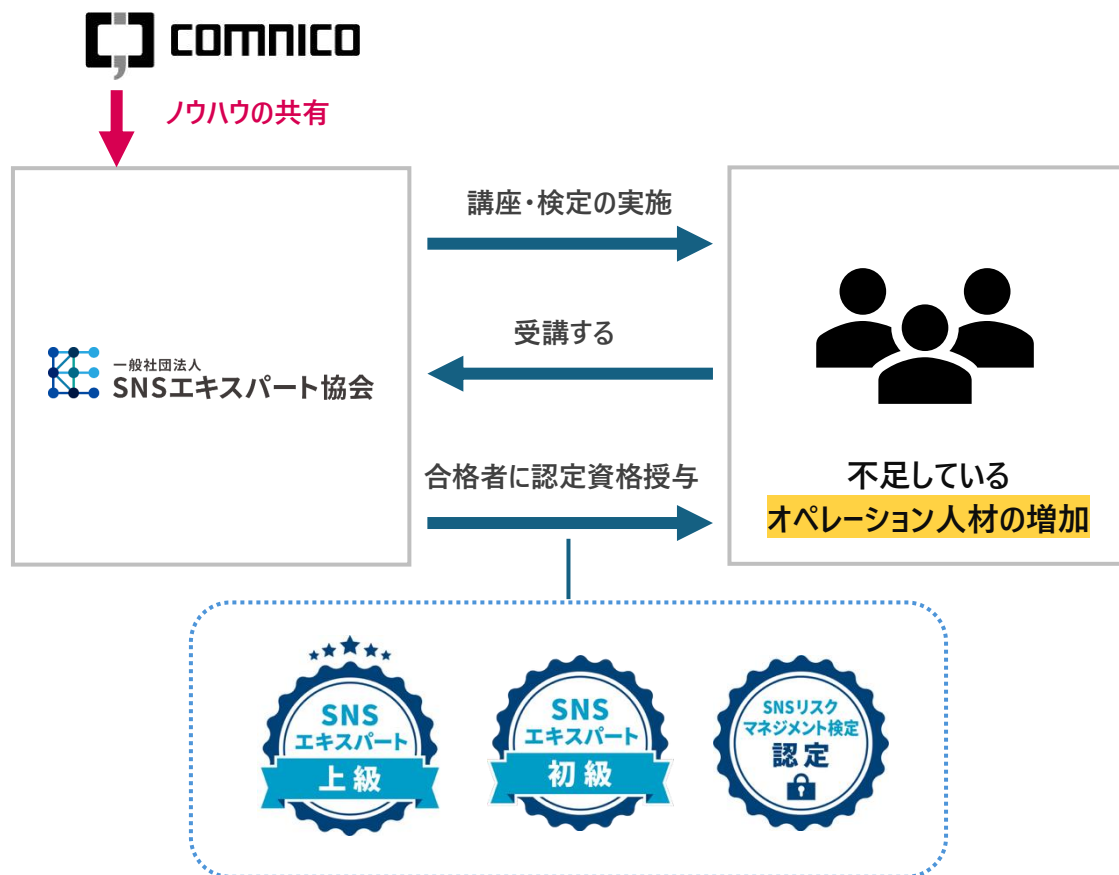
SNS
周辺領域

YouTube、TikTok、LINEなどマルチに運用支援の強化およびインフルエンサーマーケティングなどSNSマーケティングと親和性の高い領域の拡充を専門チームによるM&Aなどによって推進する

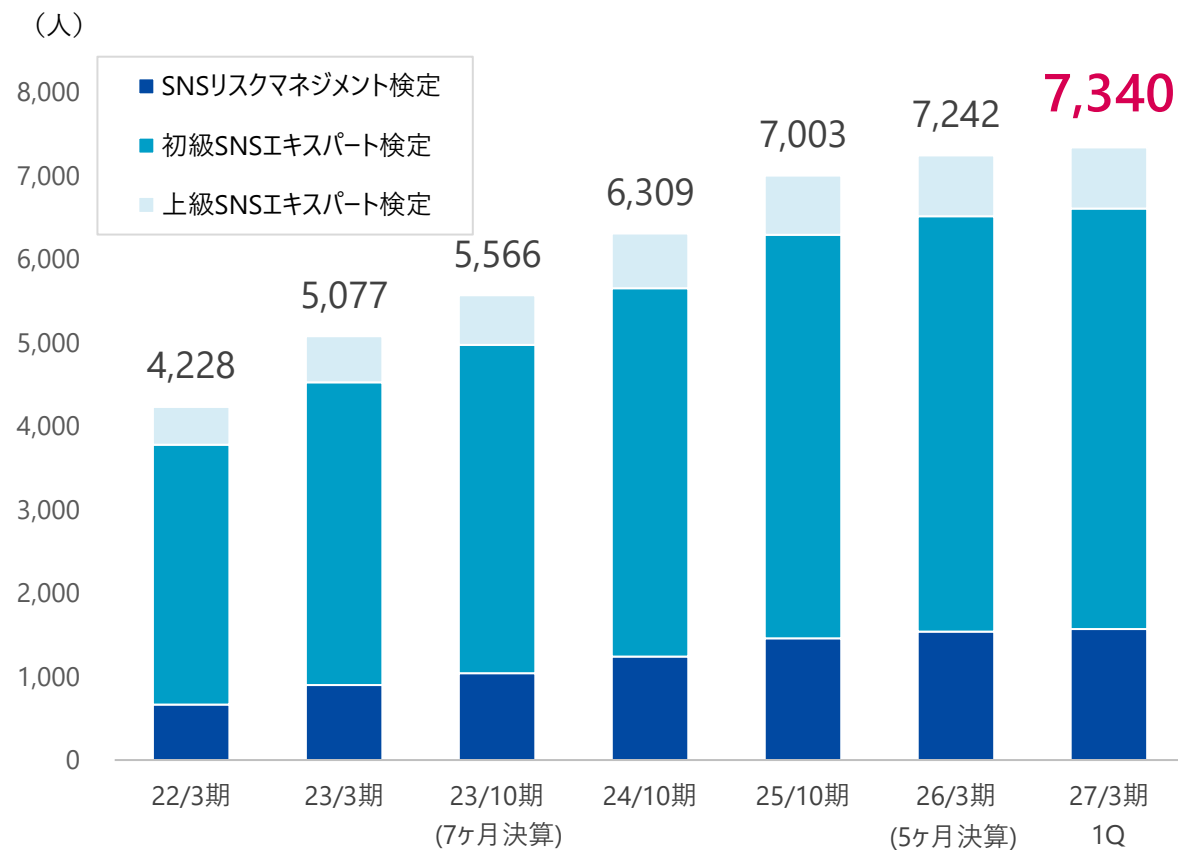
※1出典: サイバー・バズ／デジタルインファクト調べ「ソーシャルメディアマーケティング市場」を加工して当社が作成

検定の実施に加え、企業や団体の依頼によるセミナー登壇や講師としての活動も増加
SNS活用におけるマナーやリスクを啓発する活動を行う

SNSに関する講座・検定の実施



検定受講者数の推移



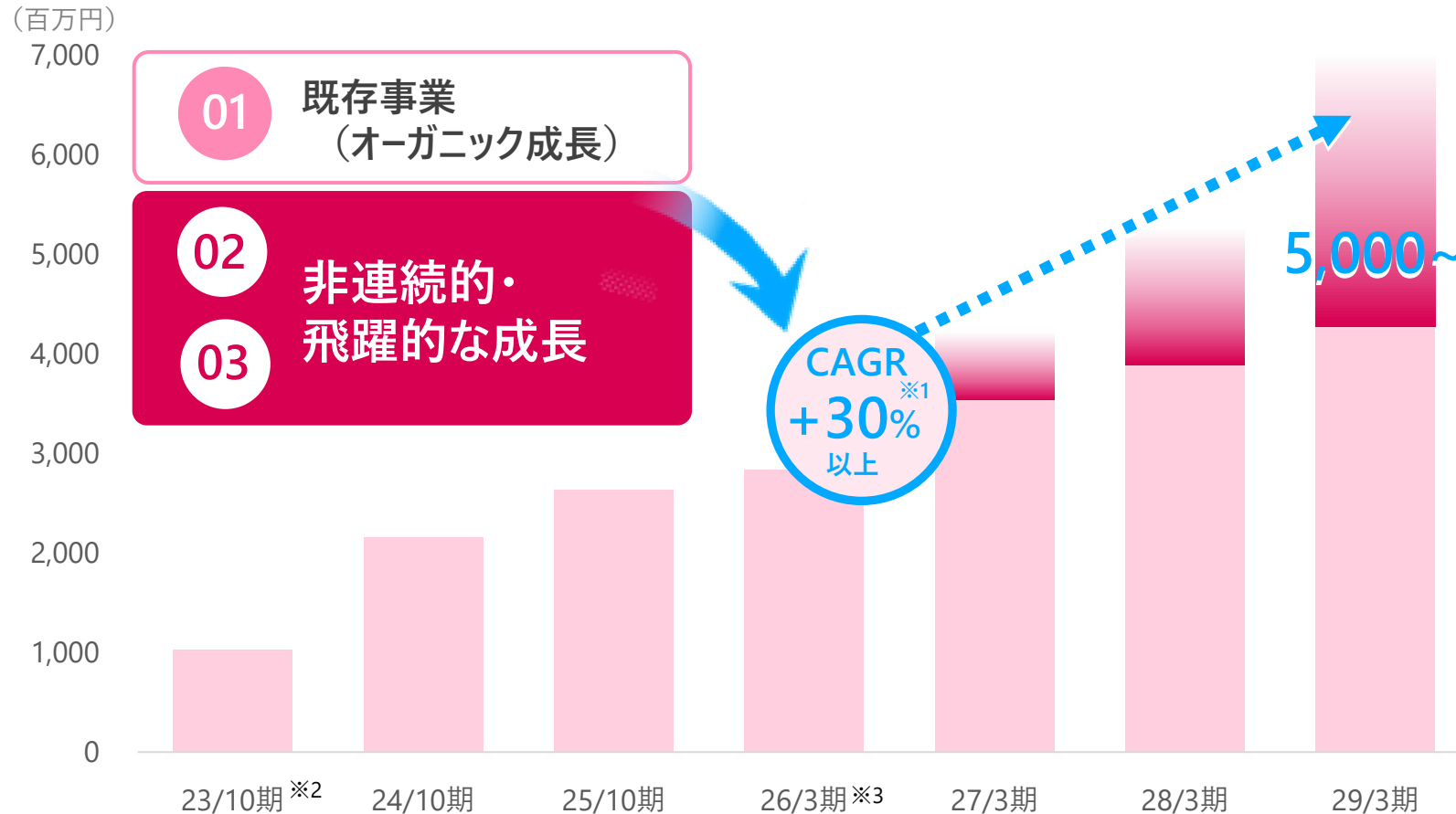


成長戦略

中期経営計画 | 5カ年成長イメージ (2025年10月期～2029年3月期)



SNSマーケティング事業の安定成長を基盤に、M&Aと新規領域の拡大を組み合わせ、
非連続かつ飛躍的な成長の実現を目指す



01 既存事業 (オーガニック成長)

AI・DXなどの活用による収益性の向上。
および、これまで培ってきた業務基盤に加え新たにM&Aで強化したサービス領域を掛け合わせ、年平均売上成長率10%～15%を維持させる。

02 新規領域 (飛躍的な成長への布石)

▶ 海外展開・インバウンドプロモーション

- 日本企業の海外展開支援
- インバウンドメディア運営
- 訪日インバウンドプロモーション支援
- KOL※4を活用したプロモーション支援

▶ XR

パートナー企業と連携し、新サービスの開発や実証実験を行い、早期に事業化を目指す。

03 M&Aの加速による非連続的な成長

M&Aの積極的な検討、サービスおよび事業領域を拡張する。デジタルマーケティング資産を活かした、事業をグ
ロースさせるM&Aを視野に検討を進める

※1：全社売上高に対する成長率 ※2：2023年10月期より決算期（事業年度の末日）を3月31日から10月31日に変更いたしました。2023年10月期は決算期変更により2023年4月1日から2023年10月31日までの7ヶ月決算となっております。 ※3：2026年3月期より決算期（事業年度の末日）を10月31日から3月31日に変更いたしました。2026年3月期は決算期変更により2025年11月1日から2026年3月31日までの5ヶ月決算となっております。 ※4：Key Opinion Leader ※5：2027年3月期以降の既存事業の売上高は年間成長率10%と仮定して数値を記載

M&Aによる統合シナジー

■ ライスカレ-LSの運用ノウハウとメディア資産をコムニコへ統合し
エンタープライズ向け案件の獲得強化とグループシナジーの創出を推進



吸収合併による
組織統合

ライスカレ-LS

➤ SNSマーケティングにおける約10年のノウハウと実績

➤ 累計約57万フォロワーのInstagramメディア運営



国内トップクラス！住まい系メディア

SIMPLE HOME



38.9 万フォロワー※



美容情報メディア

MiiLabo



18 万フォロワー※

2027年3月期 注力項目について

中期経営計画の達成に向け、M&A、新規領域、既存事業の各施策を着実に実行
AI活用を共通基盤として、成長性と収益性の向上を推進

2026年3月期	2027年3月期			2029年3月期
実績値 (5ヶ月)	注力項目	個別アクション	共通アクション	経営目標
売上高 1,302 百万円	M&A	- 増資により強化した財務基盤を活かし、事業規模の大きい案件へM&A対象を厳選することで、非連続的成長を加速 - M&Aによってグループインした企業/事業の成長およびグループ企業間のクロスセルなどを推進	AI活用による業務効率化／収益性向上	売上高 5,000 百万円以上
営業利益 57 百万円	新規領域	- インバウンドメディア「Talon Japan」のサイト集客強化およびクーポン取扱い拡大 - タイ人インフルエンサーを活用したサービスの販売拡大		営業利益 400 百万円以上
時価総額 1,807 百万円※1	既存事業	- 短尺コンテンツを含む動画領域への対応強化 - インフルエンサーマーケティング支援の領域拡充 - SNS運用支援ツール「comnico Marketing Suite」の機能強化・販売拡大		時価総額 10,000 百万円以上※2

※1：時価総額＝2026年3月期の期中平均株価×発行済株式総数で算出

※2：時価総額の目標数値は今後の経営方針の指針を示すものであり具体的な前提条件に基づくものではありません。

社内AI活用の実績

社内AI活用により月間**8,519時間相当**の生産性を創出し業務効率化に貢献
人件費換算では年間約290百万円相当の効率化インパクト

全施策数

73

AI活用で効率化した業務分類

※2 総削減時間（月間）のうちAI活用で効率化した時間の割合を示しています

コード生成



18%

資料作成



17%

データ分析



11%

調査



11%

レポート作成



8%

コンテンツ作成



8%

データ確認



8%

業務管理



8%

問合せ・ナレッジ
対応



7%

施策の事例

Notion連携タスク管理システム
（起票→実行→振り返り）を自動化

75.0 時間/月削減

開発業務まるごとAI化
（仕様駆動開発の導入）

22.5 時間/月削減

提案資料作成のAI自動化
（商談記録→構成案→Slides）

22.0 時間/月削減

全社員にヒアリングを実施し活用状況を調査



総削減時間

8,519 h/月



平均削減時間

37.4 h/月

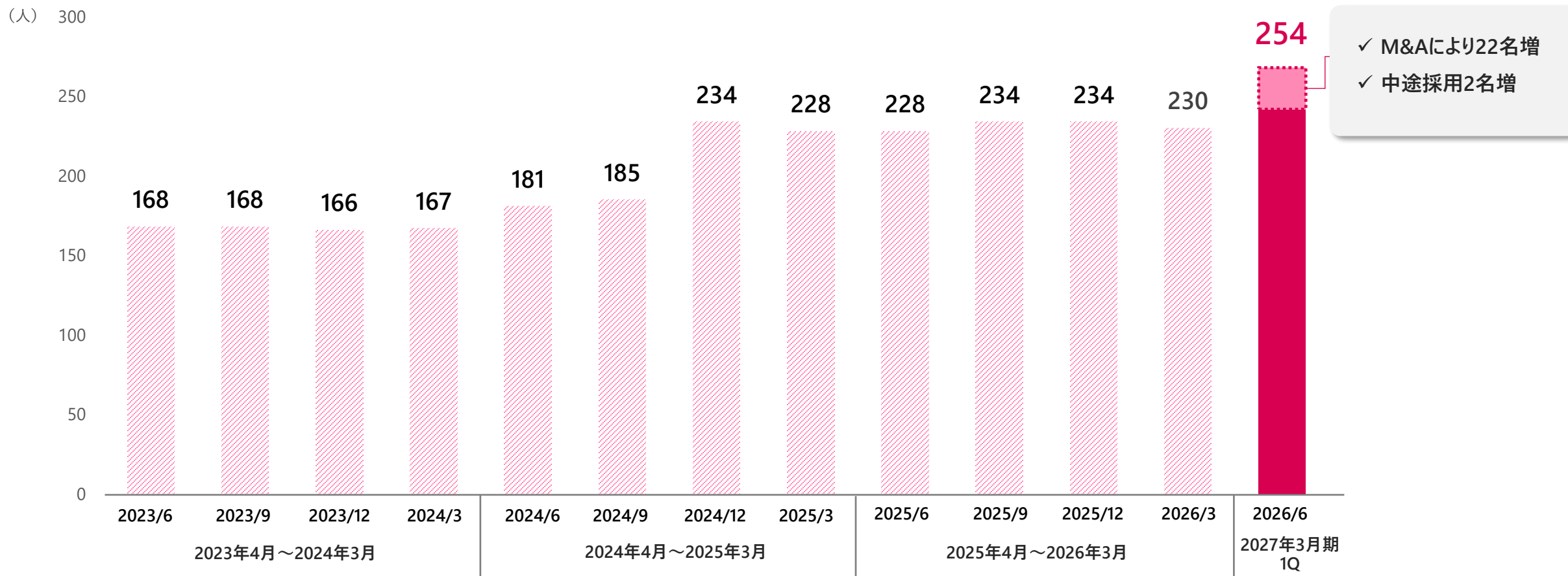
人件費換算インパクト※1

290 百万/年

※1：AI活用による総削減時間（月間）に時給2,837円（時給=2026年6月の平均月給÷160時間）を乗算して算出。

従業員数※1推移（四半期別）

ライスカレーLSの子会社化による22名増と中途採用2名により従業員数は254名
既存組織では適正な人員体制を維持



※1グループ外への出向者、退職者は除く、使用人兼務役員は含む。平均臨時雇用人員数は、従業員の100分の10未満であるため記載せず

※2026年3月期より決算期（事業年度の末日）を10月31日から3月31日に変更したため、2027年3月期よりQ表記（2026年3月期は変則期間のため表記していません）

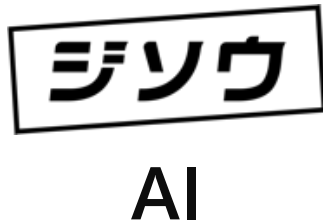
AI活用によるサービス拡大：ジソウAIのβ版リリース

広報・マーケティングの業務効率化を支援する「ジソウAI」のβ版をリリース
社内独自のドキュメント資産を構造化し実用的なアウトプットを自動化・効率化

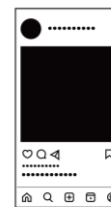
企業内に眠る情報資産

- 商品資料
- 営業資料
- プレスリリース
- 過去のSNS投稿
- 取材メモ
- 会議資料 など

企業ごとの業務フローや社内知見を整理・構造化



情報発信コンテンツの制作を自動化



SNS投稿文



プレスリリース原稿

- ✓ 企業ごとのトーン & マナー、表現ルールに対応
- ✓ 業界特有の知識等を反映し、ブランドイメージに合ったコンテンツを作成
- ✓ 担当者による確認・編集、承認フローに対応

先行導入実績企業

長瀬産業株式会社 様

株式会社BS日本 様

AI活用によるサービス拡大：エルマAIの提供開始

AIを活用したサービス「エルマAI」のサービスを提供開始
顧客の行動をAIがスコアリングし適切な顧客に適切なタイミングで届けるLINE実装基盤





参考情報

会社概要



会 社 名	株式会社ラバブルマーケティンググループ
設 立 日	2014年7月15日
所 在 地	東京都港区虎ノ門4丁目1番13号
代 表 者	代表取締役社長 林 雅之
グループ会社	株式会社コムニコ
	一般社団法人SNSエキスパート協会
	株式会社ジソウ
	DTK AD Co.,Ltd.
	LOVABLE MARKETING GROUP ASIA SDN. BHD.
	株式会社ユニオンネット
	株式会社インバウンド・バズ
	株式会社エルマーケ
	株式会社ライスカレーLS
事 業 内 容	マーケティング支援



人に地球に共感を



共感とは、立場の違う人たちがお互いを理解し合うことだと考えます。
人同士の小さな共感が集まれば、それはやがて、理解し合える社会、持続可能な社会へとつながっていきます。

私たちはそのような未来を見据え、コミュニケーションのチカラで、世界に共感を生み出していきます。

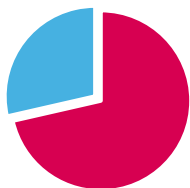
主な沿革

2008年11月	株式会社コムニコ設立
2011年10月	ニフティ株式会社と資本業務提携、同社の連結子会社化
2012年08月	株式会社マーケティングエンジン設立
2014年07月	当社経営陣によるMBO（マネージメントバイアウト）
	株式会社エル・エム・ジー設立
	株式会社コムニコを完全子会社化
2014年09月	株式会社ポストモアを買収
	株式会社マーケティングエンジンを完全子会社化
2015年02月	株式会社24-7と資本・業務提携
2018年03月	株式会社アゲハと資本・業務提携
2019年01月	株式会社エル・エム・ジーを 株式会社ラバブルマーケティンググループへ社名変更
2019年05月	株式会社アゲハの全事業をコムニコへ継承し事業統合

2021年12月	東京証券取引所マザーズ市場（現 グロース市場）へ上場
2022年10月	本社を神谷町に移転
2023年04月	DTK AD Co.,Ltd.を子会社化
	株式会社ジソウ設立
2023年07月	アジアブリッジ株式会社と資本業務提携
2024年06月	Lovable Marketing Group Asia Sdn. Bhd.設立
2024年11月	株式会社ユニオンネットを完全子会社化
	株式会社ABALと資本業務提携
2024年12月	株式会社アーティザンより「ライフインザキッチン」事業を譲受
2025年02月	株式会社インバウンド・バズ設立
	TALONTRAVELより「Talon Japan」事業を譲受
2025年07月	株式会社コムニコが株式会社DXディライトを吸収合併
2025年11月	AIフュージョンキャピタルグループ株式会社を割当先とする第三者割当増資を実施、同社の連結子会社化
2026年01月	株式会社エルマークを完全子会社化
2026年03月	株式会社ライスカレ-LSを完全子会社化

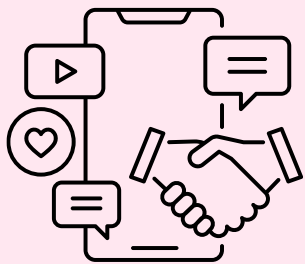
M&A実績(累計)

事業譲受 2 件



株式取得 7 件

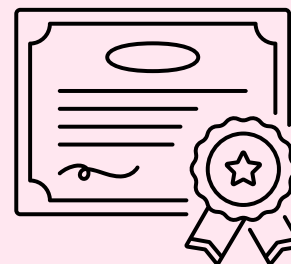
SNSマーケティング支援を中核として、多角的に事業を展開。



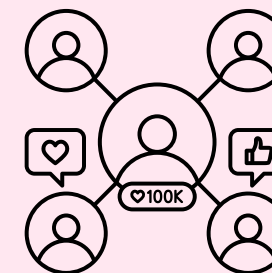
SNSアカウント運用支援サービス



SaaS型SNS運用支援ツールの開発・提供



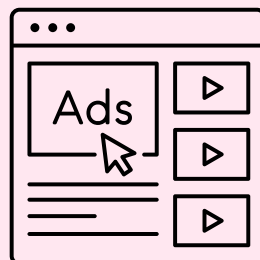
人材教育サービス



インフルエンサーマーケティング



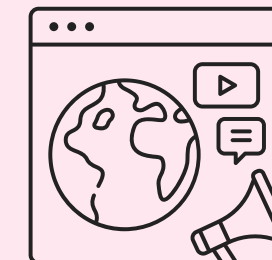
Web制作



広告運用

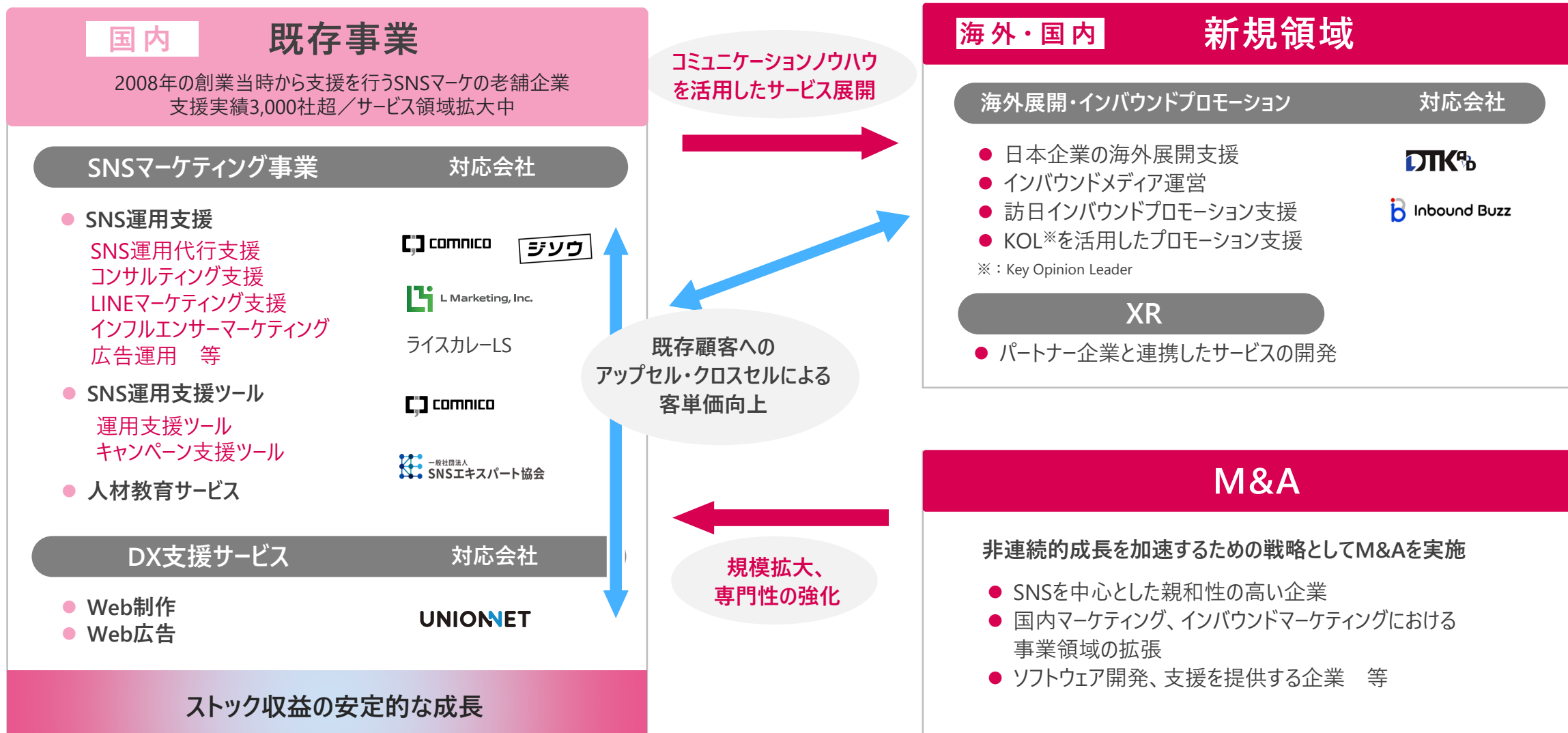


インバウンドプロモーション支援



インバウンドメディア運営

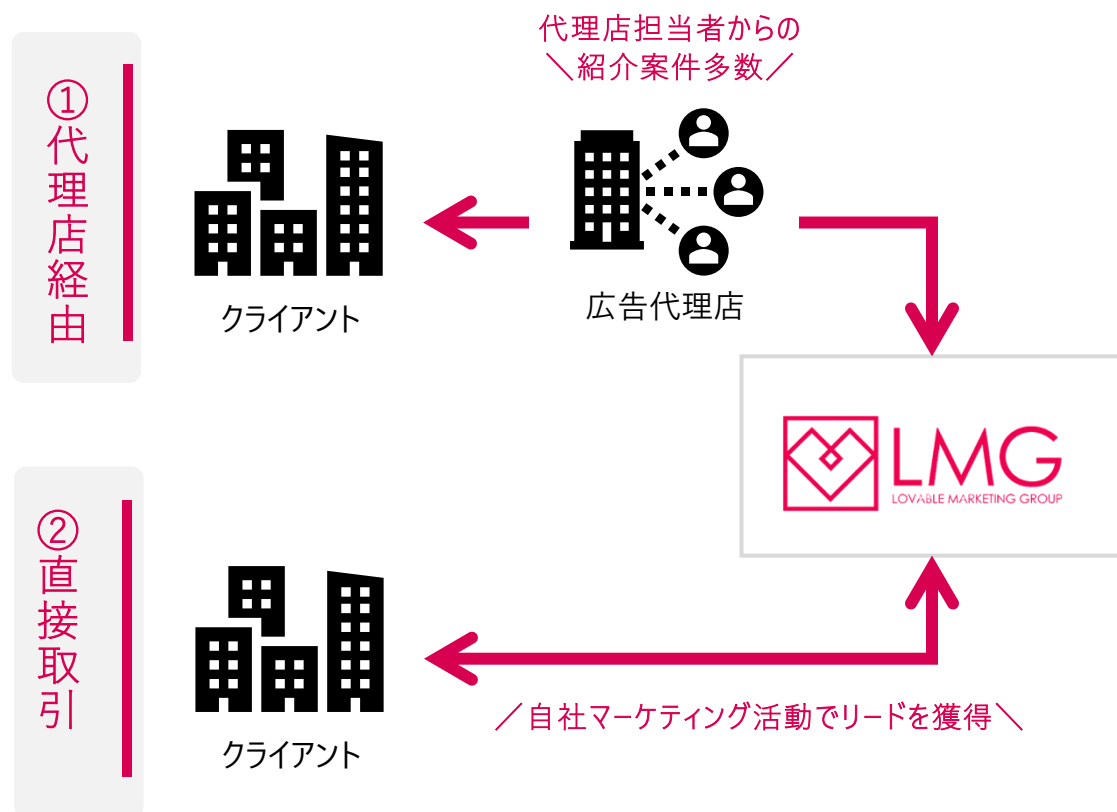
当社の事業構成および取り組み一覧



SNSマーケティング事業 | 商流・収益構造

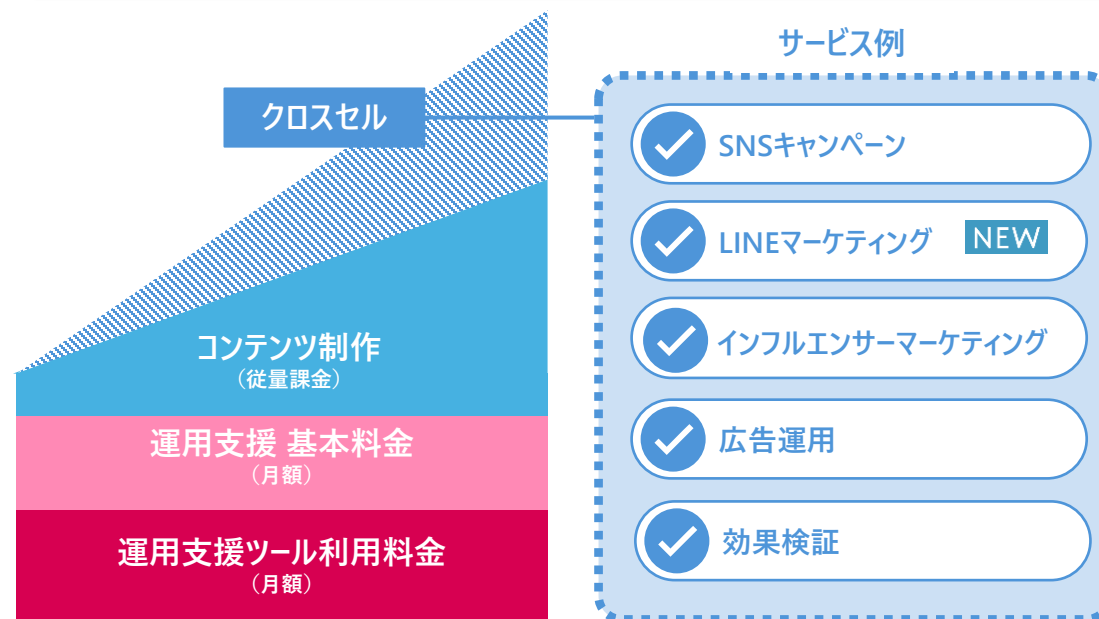
SNSマーケティング運用支援、運用支援ツールのストック収益による積み上げ
 さらにM&Aで拡大した支援領域により、客単価向上や利益率の高いサービス開発を進める

商流



収益構造

ストック収益	運用支援基本料金・ツール利用料金
準フロー収益	コンテンツ制作（従量課金）継続契約の施策等
フロー収益	コンテンツ制作・クロスセル



運用にフォーカスした“現場”をサポートするSaaS型プロダクトを自社開発・提供

comnico Marketing Suite (コムニコ マーケティングスイート)

導入数 **6,000** アカウント※1以上

SNS運用のプロが作った投稿管理・分析ツール



- 投稿管理の作業負担を軽減
- 自社分析・競合アカウント分析
- 複数アカウントの一括管理
- 月次レポートの自動作成 など

対応SNS :



※1：2026年5月時点

ATELU (アテル)

累計キャンペーン実施数 **20,000** 件※2以上

SNSキャンペーン実施に必要な作業を効率化



- 応募者の収集・抽選
- 当選者の選定・通知
- 簡易レポート作成
- キャンペーン分析 など

対応SNS :



※2：2026年7月末時点

※2023年より提供していたInstagramチャットボットツール「autou（アウトウ）」は、成長プロダクトへのリソース集中のため2026年4月でサービス提供を終了

事業構成／関連会社



純粋持株会社

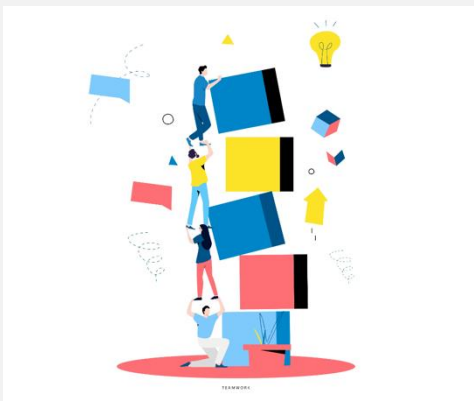
									
会社名	株式会社コムニコ (comnico inc.)	一般社団法人 SNSエキスパート協会	株式会社ジソウ (jisou inc.)	DTK AD Co.,Ltd.	LOVABLE MARKETING GROUP ASIA SDN. BHD.	株式会社 ユニオンネット	株式会社 インバウンド・バズ	株式会社 エルマーケ	株式会社 ライスカレーLS
設立	2008年11月	2016年11月	2023年4月	2013年3月 ※2023年4月子会社化	2024年6月	2004年9月 ※2024年11月連結子会社化	2025年2月	2022年11月 ※2026年1月連結子会社化	2026年2月 新設分割 ※2026年3月連結子会社化
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	SNSマーケティング自走支援	- インバウンドプロモーション - 海外マーケティング支援	東南アジア全域に対しての包括的な拠点	- Webサイトの企画・制作、保守・サポート - Webコンサルティング等	- インバウンドメディア運営 - インバウンドプロモーション支援	- LINE運用代行/コンサルティング - LINE APIツール/ミニアプリ導入支援 - 友だち数増加支援	- SNS運用支援 - インフルエンサー活用支援
所在地	- 東京本社 - 関西オフィス - SMMC高知	東京本社	東京本社	タイ バンコク	マレーシア クアラルンプール	大阪本社 東京オフィス	東京本社	東京本社	東京本社

競争優位性 | SNSマーケティング事業

SNS運用支援の経験・実績

01.

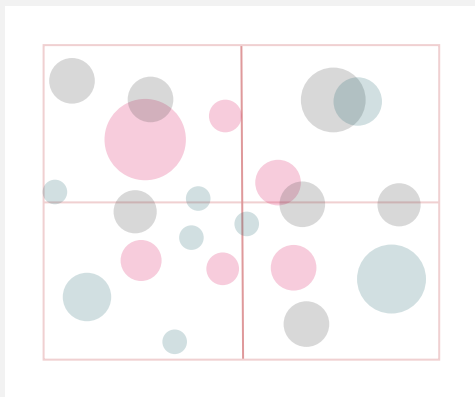
豊富な経験とノウハウ



SNS黎明期である2008年より運用支援を開始した老舗企業として、追随するプレイヤーでは習得できない豊富な経験とノウハウがある

02.

多様な業界・業種を支援



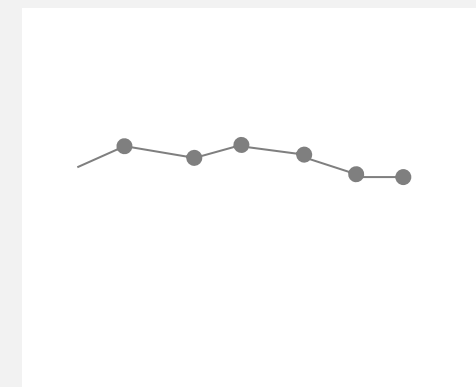
多様な業界・業種を支援してきた、幅広い事業ポートフォリオ

03.

自社で開発・提供する
SNS運用支援ツール

SNS運用の豊富な経験とノウハウを生かし、現場が求める機能を開発
現場の声やプラットフォームの変更にも早く対応できる

04.

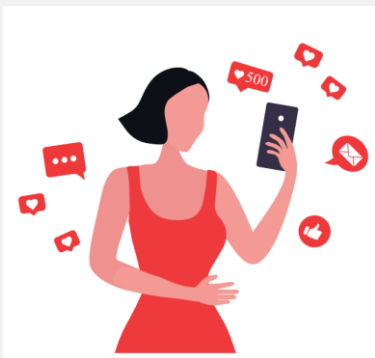
ツール解約率1%※台の
高いストック性

ミスや負担の少ない運用、アカウントの一元管理、また、営業サポートやカスタマーサクセスによる丁寧なサポート等が継続利用につながっている

※今期の平均実績値

競争優位性 | インバウンドプロモーション・海外マーケティング支援

01.

東南アジア市場での
支援実績

3,000名以上のKOL
(Key Opinion Leader≡インフルエンサー) とのインバウンド向けプロモーションの実績が多数

02.

120万人規模の
コミュニティ運営

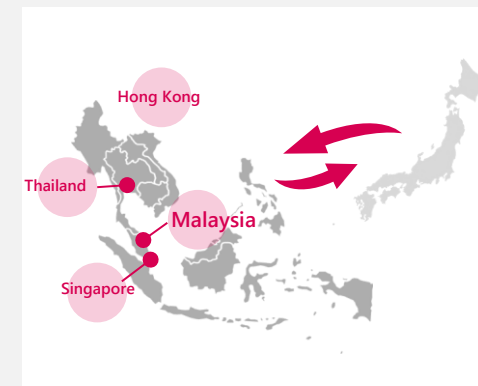
タイ国内で最大級・120万人規模の日本旅行愛好家コミュニティをもつインバウンドメディアを運営し、ここを起点としたアフィリエイトサービスなども展開

03.

東南アジアに根付いた
日本人経営陣

タイ在住15年
東南アジアの言語や文化にも精通し、顧客からも高く評価されている

04.

日系企業への理解と
現地理解

タイ・マレーシアを拠点にシンガポール、香港、ベトナム等に事業を拡大。業務提携等により支援領域は拡大中。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がある

参考 | 当社がターゲットとする市場規模

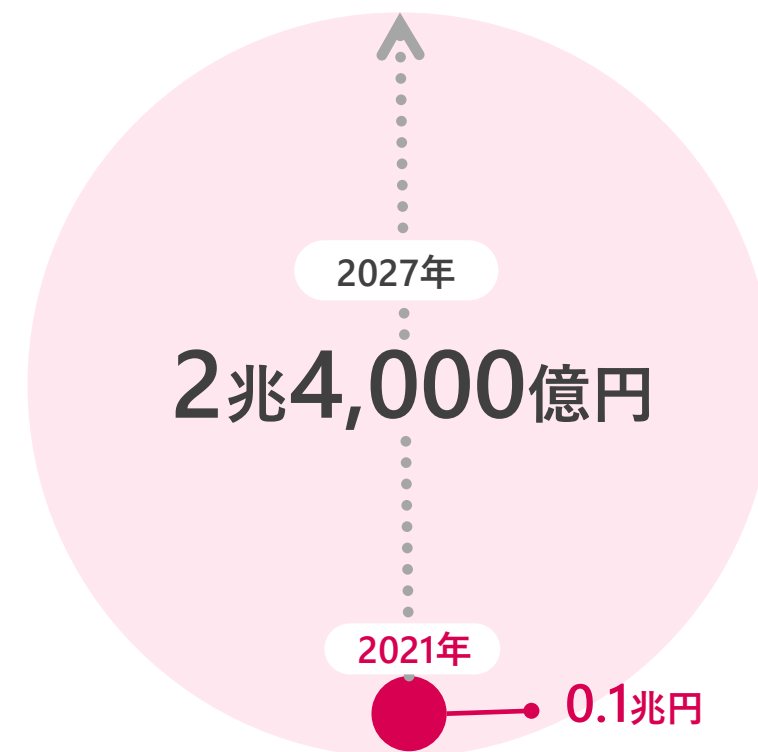
ソーシャルメディアマーケティング市場規模※1



東南アジアからのインバウンド市場規模※2



Web3の市場規模※3



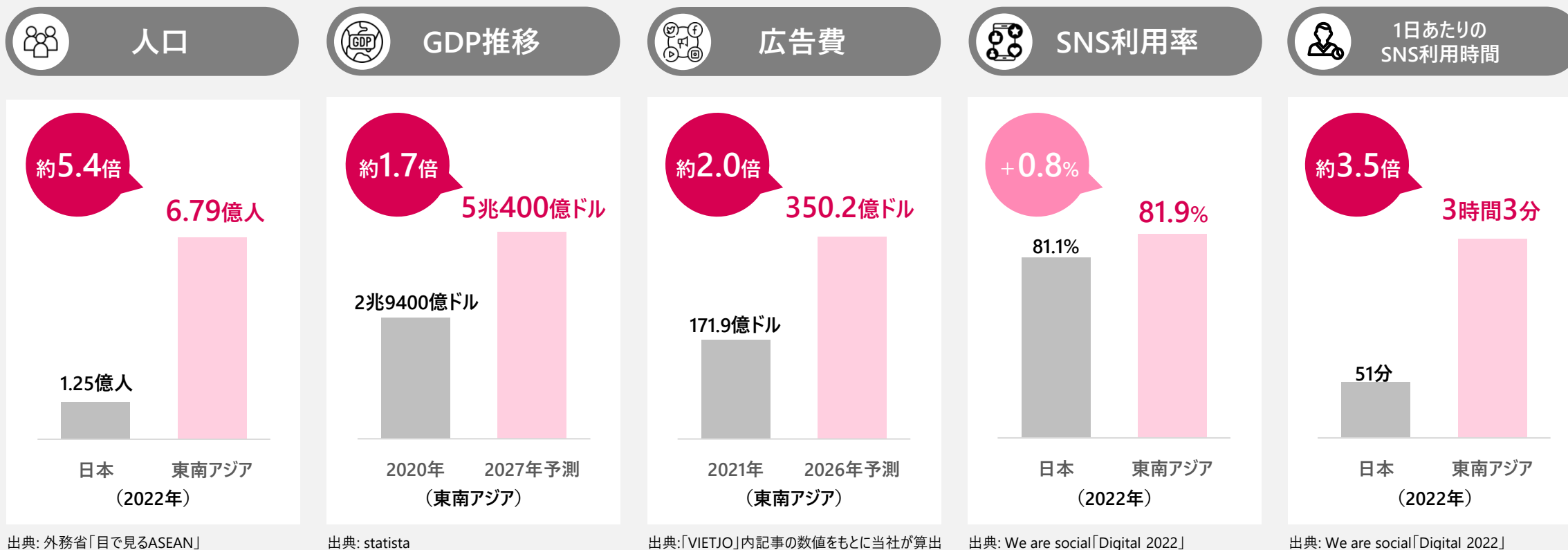
※1出典: サイバー・バズ／デジタルインファクト調べ「ソーシャルメディアマーケティング市場」を加工して当社が作成

※2出典: 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2030年までの予測値を当社が作成

※3出典: A.T. カーニー株式会社HP「Web3があたえるインパクト」2027年のWeb3関連市場の推計より

参考 | 東南アジア市場について

■ 東南アジア※¹は約6.79億人の人口を擁し、2027年にはGDPが5兆ドルを超える見込み。
 広告市場も2021年から2026年にかけて、日本の約3.4倍※²の成長率でほぼ倍増する予測。



※1:本資料での東南アジアは「タイ、シンガポール、マレーシア、インドネシア、フィリピン、ベトナム」を指す

※2出典: 「Media Innovation」、「VIETJO」内記事の数値をもとに当社が算出

支援実績 | 導入顧客 (SNSマーケティング支援)

大手企業を中心に多様な業界・業種で**3,000件※**以上の支援実績



※2026年3月末時点。ツール導入含む

実績 | SNSマーケティング支援のPR・マーケティング活動

書籍の出版



メディアへの寄稿



自社メディアの運営

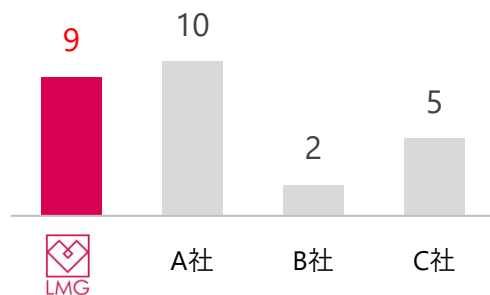


展示会・セミナー

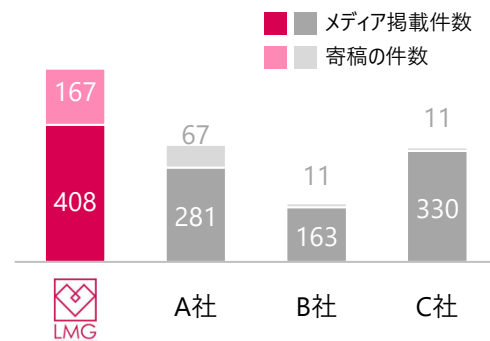


参加者 ※4

書籍出版数 ※1



メディア掲載件数 ※2



リード獲得数 ※3

318 件

- ◆ 共催セミナー・カンファレンス
- ◆ 他社開催セミナー
- ◆ 展示会への出展

4,853名

- ◆ 自社開催セミナー

702名

※1:当社調べ（2026年6月時点）SNSマーケティング関連における書籍の出版件数、編集協力等は含まず
 ※2:当社調べ（2018年1月～2026年6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（2026年4月～2026年6月）
 ※4:自社・他社開催のウェビナー／カンファレンスへ参加いただいた人数（2026年4月～2026年6月）

組織づくり | サステナビリティ・マネジメント

「働きがいのある組織」を基盤とし、そこから生まれる事業活動を通じて
社会の持続可能な発展に貢献する循環の創造を目指す。

SDGsに基づく組織づくり

- 「SDGsマネジメントガイドライン」に基づく組織運営
- 多様性推進
- 健康経営
- 環境保護
- 生産性向上
- 教育、育成への投資



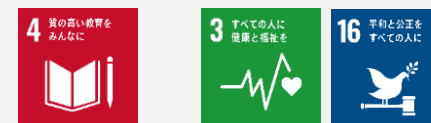
マテリアリティ

生産的かつ
エコなマーケティング

持続可能な開発と
ライフスタイルの促進

健全なICT社会実現

関連するSDGs



取り組み

- マーケティング活動における非生産的な天然資源（紙・エネルギー・CO2）の削減
- SDGs推進企業のマーケティング支援
- クライアントのSDGs推進支援
- 全ての人に、ICTスキルを
- SNSリスクマネジメントの普及

当社公式SNSアカウントのご紹介

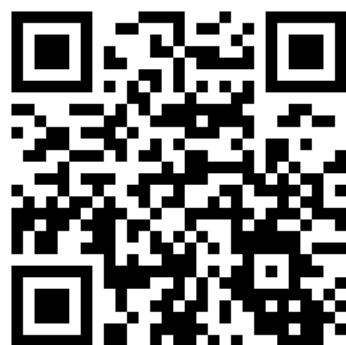
投資家・株主を含むステークホルダーの皆様に向け、決算情報やプレスリリースなどを随時発信いたします。ぜひフォローのうえ、最新情報をご確認ください。

X (旧Twitter)



フォロー

Facebook



フォロー

note



フォロー



株式会社ラバブルマーケティンググループ 経営企画室
Email: ir@lmg.co.jp

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。