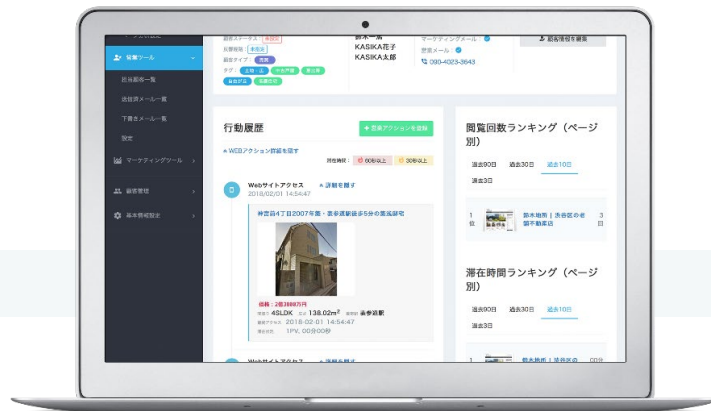


住宅・不動産販売に特化した
マーケティング・オートメーション (MA) サービス

KASIKA



KASIKA

検索



2026年5月期 第3四半期決算説明資料

2026年4月10日

 Cocolive 株式会社

証券コード(137A)

目次

1. 当社概要及びサマリー
2. 業績ハイライト(当第3四半期)
3. KASIKAIが提供する価値
4. 今後の成長戦略
5. 自己株式の取得

1.当社概要及びサマリー

わたしたちのミッション

ミッション

テクノロジーとマーケティングの力で、
住宅・不動産業界で働く”人”の力が
最もうまく活かされる仕組みを創り上げたい



私たちのミッションを達成するために、不動産業種に特化したマーケティング・オートメーションツール「KASIKAI」(カシカ)を自社で開発し、不動産会社に対してクラウドサービス(SaaS)として提供

会社情報

会社名 Cocolive株式会社 (Cocolive Inc.)

設立 2017年1月

主要株主 山本考伸 (当社代表取締役) : 1,302,600株 (42.79%)

ホームページ <https://cocolive.co.jp/>

住所 東京都千代田区神田神保町1-28-1 mirio神保町7F

社員数 122名 (2026年2月28日時点)

サマリー

2026年5月期第3四半期 決算ハイライト

- ✓ 2026年1月9日公表の修正業績予想との比較にて、売上高は概ね予想通りに進捗、営業利益・経常利益・当期純利益は予算比+7%程度で進捗
- ✓ 昨年同期比で、売上高は+12.9%、営業利益以下は本社移転による影響や開発強化に伴う人件費の増加により前年比△20%程度の下落
- ✓ SaaSビジネスの強みである安定した継続収益の獲得と低い解約率の維持があるものの、体制変更に伴う育成が間に合わず、過去に比べると伸びが鈍化
- ✓ 当社では引き続き当社の有する顧客基盤(顧客数)を最大限に活かす取り組みを行っており、iPaaS連携強化、AI機能の拡充を対応。今後も継続して新しいオプションや、より導入しやすいツールへの開発を推進
2026年1月15日付「KASIKAI、Yoom 連携により顧客情報を双方向で自動連携」参照
2026年3月27日付「<AIアシスタント機能群 第二弾> 顧客が喜ぶ追客。KASIKAIに「AIレコメンド機能」を実装」参照
- ✓ 中長期的な業績成長に向けた資本効率の向上と、機動的な資本政策の遂行を目的として、自己株式の取得を決定
2026年4月10日付「自己株式の取得に係る事項の決定に関するお知らせ」参照

サマリー

At a Glance (2026年5月期 第3四半期 主要計数)

売上高*1

10.7 億円

前年同期比(+12.9%)

営業利益*1

166 百万円

前年同期比(△20.1%)

重要な経営指標(2026年2月末時点)

顧客数*2

1,172 社

25年11月末(1,165社)
25年 2月末(1,187社)

MRR *3

112 百万円

25年11月末(110百万円)
25年 2月末(104百万円)

単月解約率(社数ベース) *4

1.34%

25年11月末(1.33%)
24年11月末(1.03%)

*1: 26年5月期第3四半期計数(9か月分)

*2: 26年2月末時点、1つの法人で複数のKASIKAアカウントを利用している場合でも1社としてカウント
なお、当社顧客の業種別(後述P.24ご参照)の顧客数・MRRは現時点では非開示

*3: Monthly Recurring Revenue(毎月繰り返し発生する売上高)の略語

*4: 当社では翌月の解約社数を各月末の契約社数で除することで単月解約率を算出。表記は直近1年間の平均値。
当社では単月解約率は0.1%前後は毎四半期変動するものと想定をしております。

2. 業績ハイライト(第3四半期)

損益計算書サマリー(2026年5月期 第3四半期)

(千円)	第3四半期累積(9ヵ月)			年間計画(修正予算*)	
	前期	当期	前期比	12か月分	進捗率
売上高	954,011	1,077,282	112.9%	1,451,072	74.2%
営業利益	207,792	166,070	79.9%	182,594	91.0%
営業利益率(%)	21.8%	15.4%	-6.4%	12.6%	-
経常利益	209,131	169,433	81.0%	185,004	91.6%
当期純利益	144,855	115,565	79.8%	143,329	80.6%

*2026年1月9日公表の修正予算

概要説明:

- ✓ 2026年1月9日公表の修正業績予想との比較にて、売上高は概ね予想通りに進捗、営業利益・経常利益・当期純利益は予算比+7%程度で進捗中(年間計画(25年6月~26年2月までの累積)※を上回る水準)
- ✓ 当社の四半期ごとの売上高・経常利益の推移(実績)については次ページをご参照

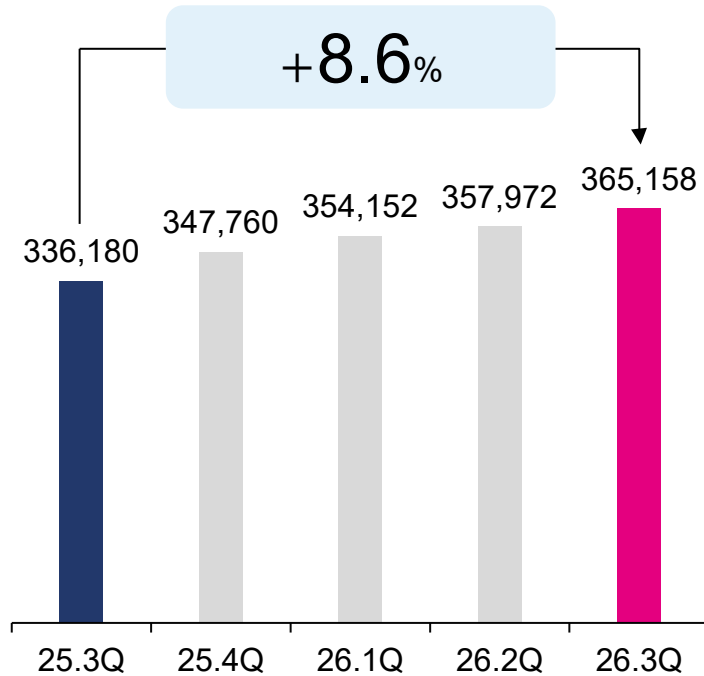
第3四半期累積(9か月):

- ✓ 前年同期実績と比べて売上高は+12.9%の成長。ただし、本社移転関連や人件費増加等により各段階利益は前期比で△20%程度の減少
- ✓ 成長戦略の一環として不動産業界での更なる成長を目指すため、『KASIKKA』のiPaaS連携強化、AI機能の拡充等、人材採用を強化しつつ、オプション機能含めた開発スピードを早めている。不動産市場での新規開拓を進めるための各種施策を前倒しで実施しており、今後も随時アップデート実施予定

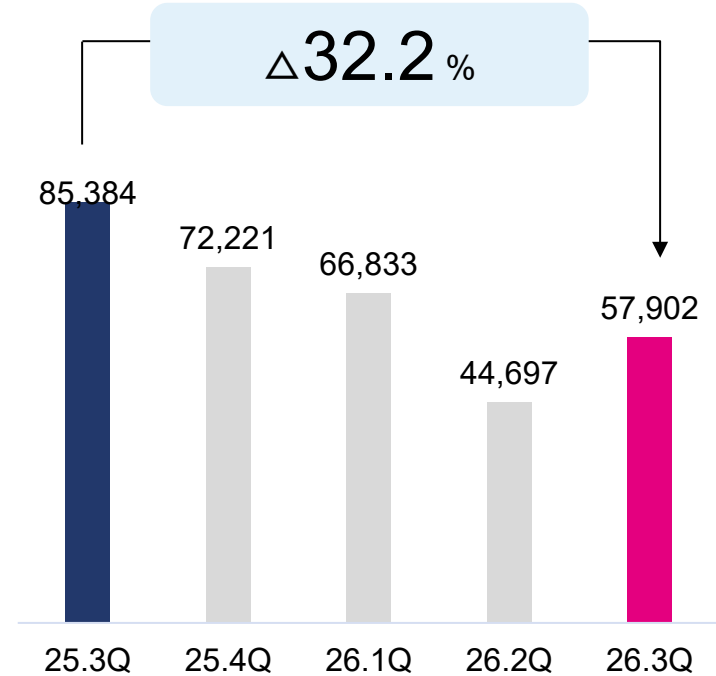
※: 単月或いは9か月累積ベース等の年間計画は現時点では非開示としております(開示については社内で検討をしております)

参考：各四半期(3か月)ごとの売上高、経常利益の推移

売上高 (単位：千円)



経常利益 (単位：千円)



- ✓ 昨年の第3四半期(3か月)と比較して売上高は継続的に増加中
- ✓ 経常利益については本社移転に伴う費用増加及び人件費や業務委託費の増加等が影響し、昨年の第3四半期(3か月)と比較して減少したものの、継続的なコスト見直し等により当期の第2四半期(3か月)と比較して増加

貸借対照表サマリー(2026年5月期 第3四半期)

(千円)	2025年5月末	当第3四半期末	増減
資産合計	1,057,970	1,167,406	109,436
預金	878,485	944,278	65,793
負債合計	168,279	128,021	-40,257
純資産合計	889,690	1,039,384	149,694

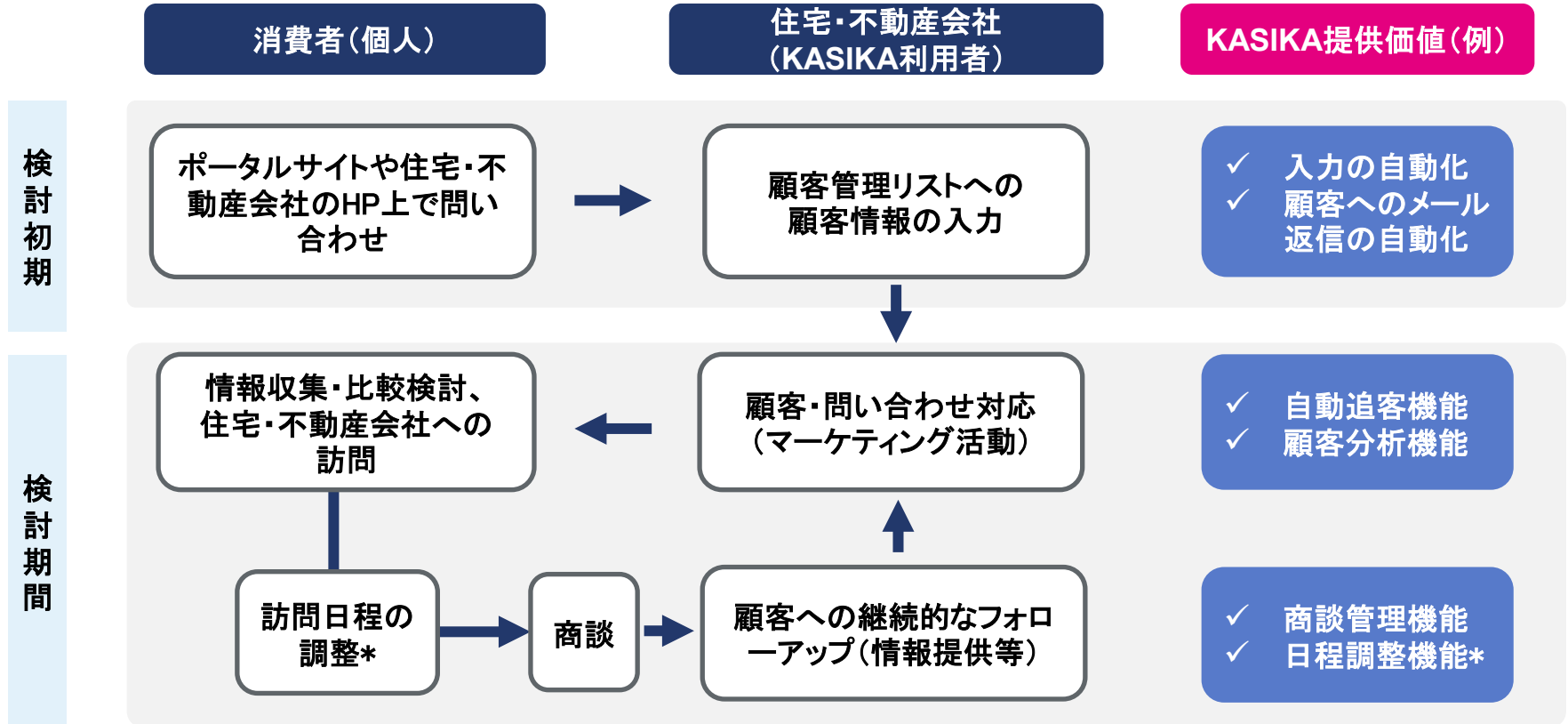
■補足説明

- ✓ 預金の増加は主に事業の伸長(当期純利益計上)によるもの
- ✓ 公募増資以外の手元資金については、新規事業、M&A等のリスクが高い投資分野への投資資金として活用することを想定
→中長期的な業績成長に向けた資本効率の向上と、機動的な資本政策の遂行を目的として、自己株式の取得を決定(2026年4月10日付「自己株式の取得に係る事項の決定に関するお知らせ」参照)
- ✓ 当社は現在(2026年4月10日)も無借入となっているが、投資規模によっては手元資金と借入を組み合わせることで効率的な資本コストを志向する
- ✓ 当社は自社開発のソフトウェアは全て費用に計上しており、貸借対照表に資産として計上されているソフトウェアは無い状況(ソフトウェアの減損損失リスクは無い状況)

3. KASIKAIが提供する価値

事業概要：KASIKKAを開発・提供

■住宅・不動産会社におけるKASIKKA利用イメージ



- ✓ KASIKKAの利用により、住宅・不動産会社の**営業活動の標準化・効率化**を実現
- ✓ **オプション機能を活用**することで、より効率化・営業活動の質を高めることができます

*: 訪問日程の調整をより効率的に行う「来場イベント予約機能」をオプションサービスとしてリリースしております

住宅・不動産業界における営業活動の課題

当社が想定する課題

消費者に対する追客が難しい*

- ✓ 消費者が不動産の購入を検討してから実際に契約を締結するまでの期間が賃貸契約の場合に比べて長い。そのため、追客が必要な期間も長くなり手間も増える一方で、営業担当者は短期的な成果で評価をされる
- ✓ 営業活動は一般に属人性が高く、個人の勘や経験で行われる部分があるため、仕組み化をするのが難しい
- ✓ 不動産業界は必ずしも人材が定着する業界ではないため、営業活動に関する経験・ノウハウが蓄積されにくい
- ✓ 営業活動において手作業や紙での管理が多くデジタル化が進んでいない

*: 追客(つきやく) 広告等で集客をした消費者に対して行う電話やメール等での営業活動を言う。

当社ツール(KASIKAI)の提供価値

追客・顧客管理の仕組み化

- 1 追客活動を効率化する自動追客機能
- 2 営業活動を可視化する顧客管理・分析
- 3 デジタル化による作業・管理の効率化

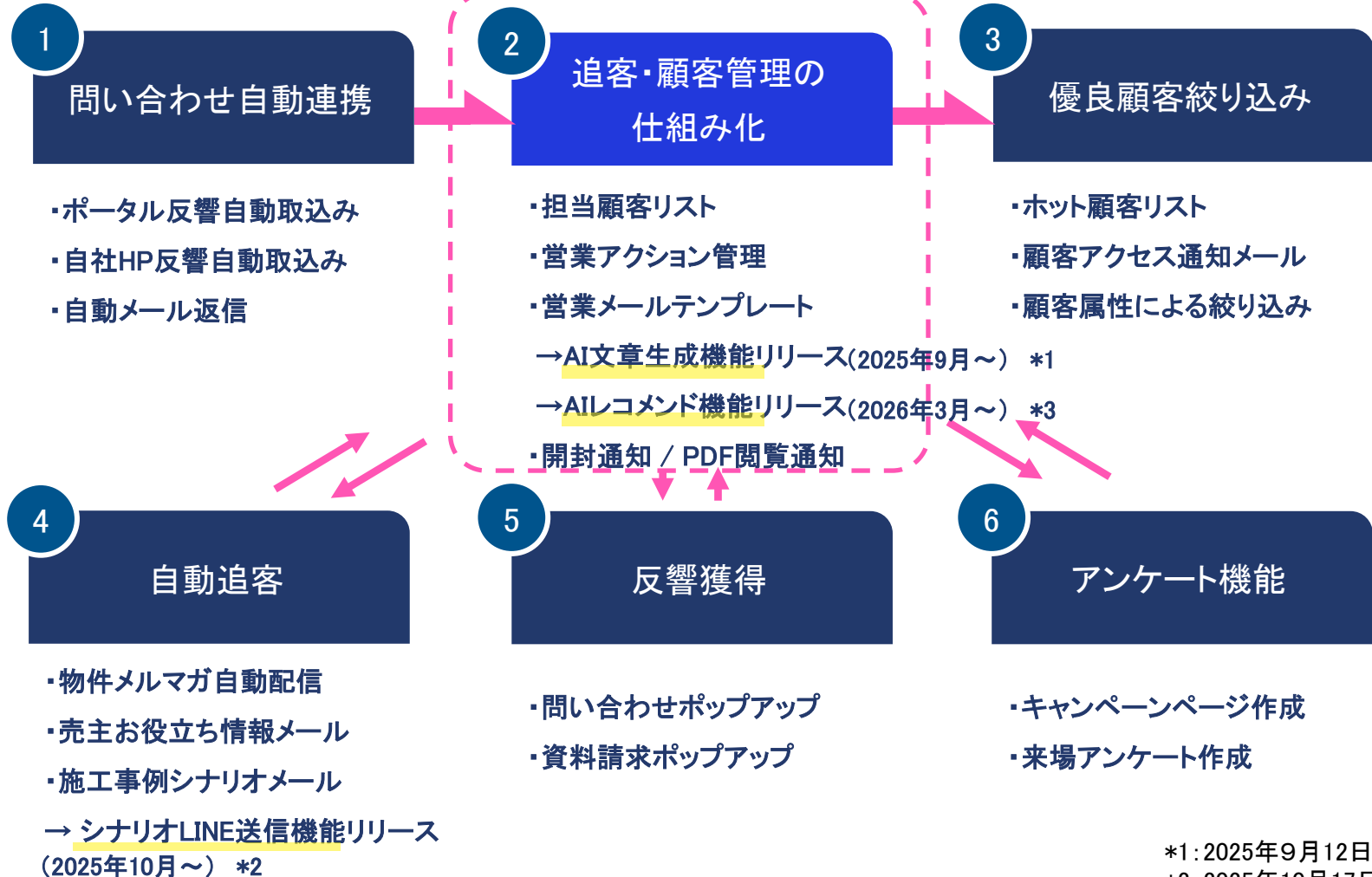
KASIKAI × AI

2025年9月より、
AI文章生成機能を実装し
2026年3月より、
AIレコメンド機能を実装しま
した。より効率的な対応が
可能となっています。

KASIKAIの主要機能については
次ページを参照下さい

KASIKKA主要機能一覧

KASIKKAの中心的な機能



*1: 2025年9月12日付リリース
 *2: 2025年10月17日付リリース
 *3: 2026年3月27日付リリース

住宅・不動産会社からKASIKKAが受け入れられる理由



1.使いやすさ

WEBが苦手な方でも活用しやすい、直感的に使用できる
「わかりやすい、見やすい」デザイン



2.自動化・テンプレ化で手軽に運用できる

導入初期から活用できるテンプレート集を含んだ料金



3.手厚い運用サポート

KASIKKAユーザが「自分でKASIKKAを使いこなせる」ように
専門のサポートチームと一緒に運用をサポート

1.使いやすさ

WEBに苦手意識がある場合でも直感的にわかるUIデザイン

興味のある消費者が直感的にわかるUIデザインを追求

WEBが苦手な方でも活用できるように設計

The screenshot displays the KASIKKA by Cocolive customer management dashboard. The main interface is titled '担当顧客一覧 (666人)' (Assigned Customer List (666 people)). It features a sidebar with navigation options like 'レポート' (Reports), '反響獲得ツール' (Response Acquisition Tools), 'キャンペーン' (Campaigns), '営業ツール' (Sales Tools), and '顧客管理' (Customer Management). The main content area includes filters for 'Webアクセス' (Web Access) and '予約フォーム到達' (Reservation Form Reached). A table lists customer details such as name, visit count, PV count, last access, and status. A detailed view for customer '手塚太郎' (Tsuza Taro) shows contact information and a preview of the 'お申し込み専用フォーム' (Application Form). A '曜日別アクセス' (Daily Access) chart shows 75% access on Sundays.

編集	顧客名	訪問数	PV数	最終WEBアクセス	最終登録アクション	顧客ステータス	タグ
<input type="checkbox"/>	田中太郎	12	3	2020年08月24日 19:30	2020年08月24日 19:00	勉強会参加	お問い合わせ・資料請求
<input type="checkbox"/>	松田久	10	5	2020年08月24日 19:13	2020年08月24日 19:00	未指定	加配エリア外・竣工事例
<input type="checkbox"/>	田原洋	2	2	2020年08月22日 13:56	2020年08月24日 19:00	未指定	お問い合わせ・資料請求
<input type="checkbox"/>	三島かなこ	3	15	2020年08月			
<input type="checkbox"/>	掛川四郎	9	3	2020年08月			
<input type="checkbox"/>	鈴木一郎	4	6	2020年08月			
<input type="checkbox"/>	高橋拓	7	3	2020年08月			
<input type="checkbox"/>	手塚二郎	4	10	2020年08月			
<input type="checkbox"/>	安藤みか	6	1	2020年08月			
<input type="checkbox"/>	堀北みき	11	5	2020年08月			
<input type="checkbox"/>	田中よしみ	2	1	2020年08月			

2.自動化・テンプレ化

ポータルサイト反響の自動取り込み・即時メール返信

自動メール返信

KASIKAIを使うと不動産ポータルサイトからの問い合わせに対して
自社オリジナルの自動返信メールを自動で消費者へ届けられます



2.自動化・テンプレ化 AIレコメンド機能

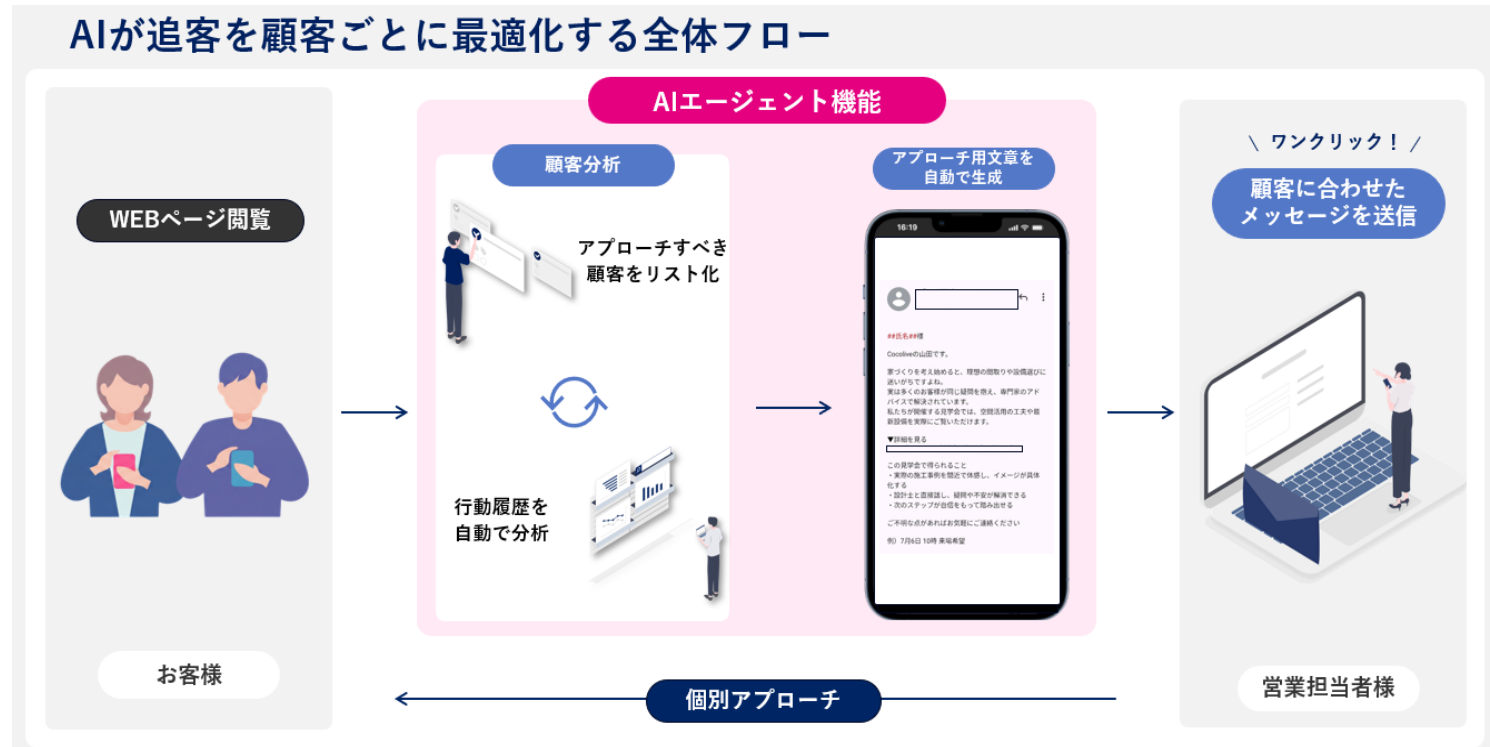
第2弾

KASIKAI × AI

AIレコメンド機能

「AIレコメンド機能」は、KASIKAIが蓄積する顧客の行動履歴（Webページ閲覧・訪問回数・PV数など）をAIが自動で分析し、今すぐアプローチすべき顧客をリスト化したうえで、その顧客に最適な追客文章をワンクリックで生成し、個別にアプローチできる機能です。詳細は、2026年3月27日付「<AIアシスタント機能群 第二弾> 顧客が喜ぶ追客。KASIKAIに「AIレコメンド機能」を実装」を参照ください。

AIが追客を顧客ごとに最適化する全体フロー



2.自動化・テンプレ化

AI文章生成機能 実装 -2025年9月12日プレスリリース済-

AI文章生成機能

KASIKAI × AI

生成されたコンテンツ一覧

生成されたコンテンツ一覧	自動コンテンツ生成『デモ用』土地情報案内メール
土地情報案内メール 2025-09-09 13:46	
再乗場促進メール生成プロンプト 2025-09-09 13:38	
イベント案内 2025-09-08 11:19	
育成コンテンツ 2025-09-08 11:16	

件名候補

- A案：花見川区ご希望の〇〇様にぴったりの新着土地情報をお届けします
- B案：【先着順】花見川区で条件に合う土地が出ました

〇〇様
いつもお世話になっております。ご希望条件に近い土地が千葉市花見川区で見つかりましたので、通報でご案内いたします。

今回ご紹介する土地は、駅から徒歩圏内で通勤・通学に便利な立地です。また、子育て世代に人気の学区内に位置しており、生活利便施設も充実しています。敷区画のみの限定公開で、価格も改定直後のため大変お得な内容となっています。

〇〇様にとって希望エリアでの暮らしをより具体的にイメージしていただけたらと思います。条件に合う物件を探す手間を省き、資金計画や建物プランと合わせて検討しやすい点も魅力です。

詳細はこちらからご確認ください。

人気エリアのため、早期にご確認いただくことをおすすめします。ぜひお早めにご覧ください。

メッセージを入力

送信

自動コンテンツ生成：『キャンペーン案内メール』

AIアシスタント / 自動コンテンツ生成

下記のフォームを入力して、コンテンツを生成してください

WebページのURL

https://www...

▲ 指定したURLからコンテンツを取得して、その内容を参考にコンテンツを生成します

ファイル

ファイルを選択

▲ 指定したファイルからコンテンツを取得して、その内容を参考にコンテンツを生成します

テキスト

▲ 指定したテキスト内容を参考にコンテンツを生成します

コンテンツを生成する

詳細設定

<機能説明>

イベントURL等の素材を入力するのみで、過去の成功事例に基づいた、魅力ある文章案をAIが自動生成し、複数パターンご提案することが可能となりました。

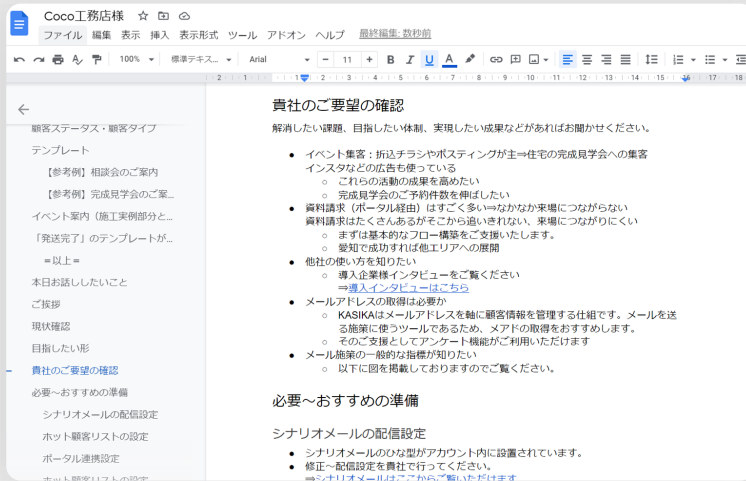
属人化しがちだった文章作成を標準化・効率化し、誰でも“すばやく・簡単に・魅力的な”文章を作れることが可能です。

3.手厚いサポート

毎月の定例会の実施

導入初期からKASIKAの運用ができるように個別勉強会を開催し、導入後の顧客向けにKASIKA活用の勉強会や成功事例の勉強会を開催

▶ 個別勉強会資料イメージ

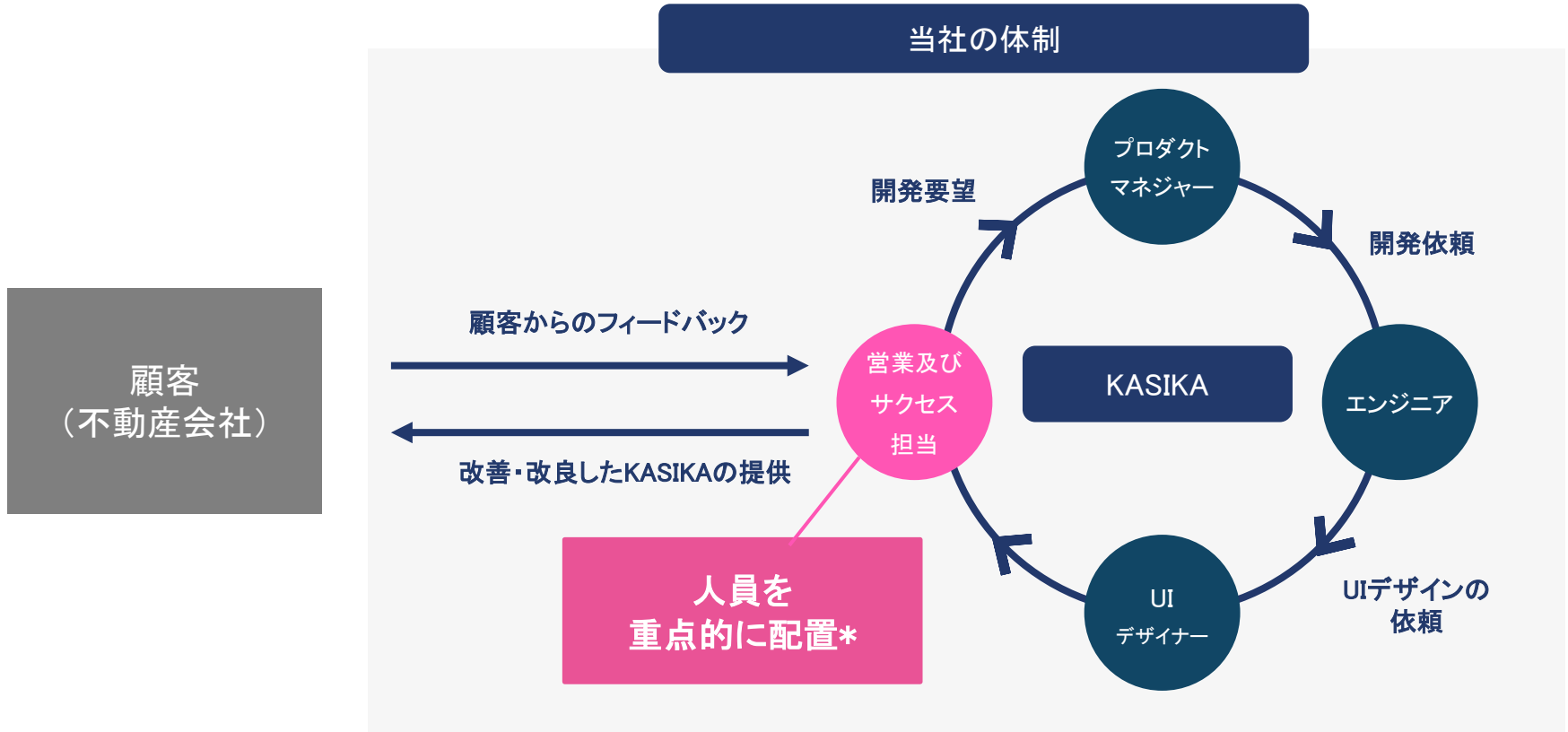


会社別サマリ		Company ID	763	会社名	Coco不動産販売	業種	DEMO+テスト	担当者	DEMO
Monthly Summary									
対象期間	2021年4月	2021年3月	2021年2月	2021年1月	2020年12月	2020年11月	2020年10月	2020年9月	
社員数	28	27	23	20	23	22	20	19	
ログイン率	57%	67%	80%	80%	61%	64%	70%	79%	
観客数	82	68	66	58	53	40	36	31	
ユニークアクティブ観客数	25	10	17	10	15	13	7	11	
UA観客率	30.5%	14.7%	25.8%	17.2%	28.3%	32.5%	19.4%	35.5%	
コンバージョン	1	0	0	0	1	0	0	1	
メルマガ 配信数	42	9	13	40	51	34	8	0	
メルマガ 開封率	21.4%	33.3%	38.5%	22.5%	21.6%	23.5%	37.5%	0.0%	
メルマガ クリック率	11.9%	11.1%	23.1%	5.0%	2.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
自動メルマガ生成回数	9	0	5	0	0	0	0	0	
シナリオ メール配信数	17	0	0	0	22	0	0	0	
シナリオ メール開封率	58.8%	0.0%	0.0%	0.0%	45.5%	0.0%	0.0%	0.0%	
シナリオ メールクリック率	29.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
営業メール送信数	55	52	68	38	59	44	28	29	
営業メール送信数(一人当たり)	2.0	1.9	2.9	1.8	2.6	2.0	1.4	1.5	
営業メール開封率	60.0%	65.4%	63.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
営業メールクリック率	41.8%	19.2%	31.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
営業メールチャンネル数	72	74	72	0	0	0	0	0	

3.手厚いサポート

継続的な改善・改良を行うための当社の体制

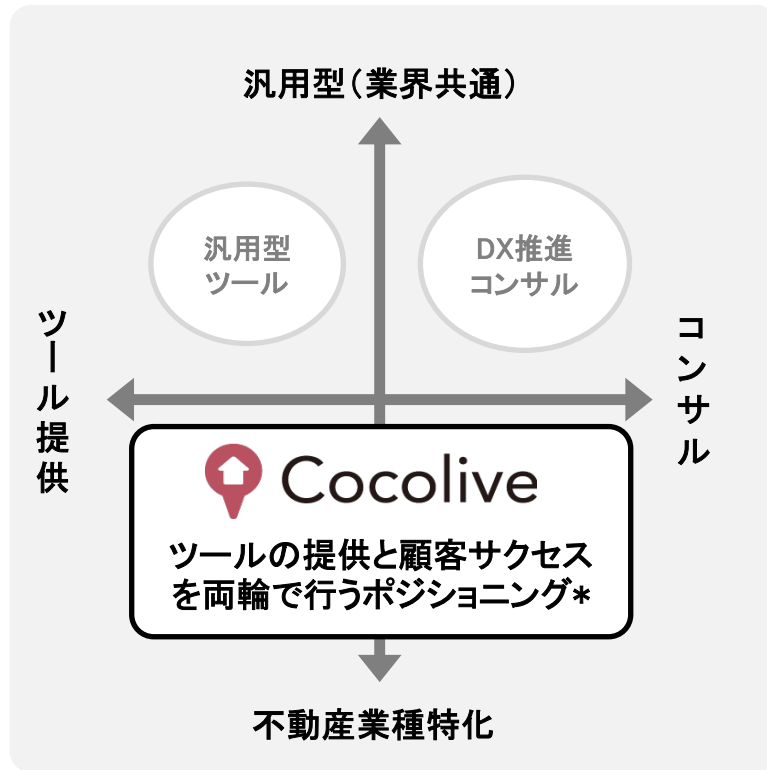
各事業部のサクセス・サポート担当が顧客より一次情報を吸い上げ、社内共有する仕組みを整えることでプロダクト改善・開発に繋げる



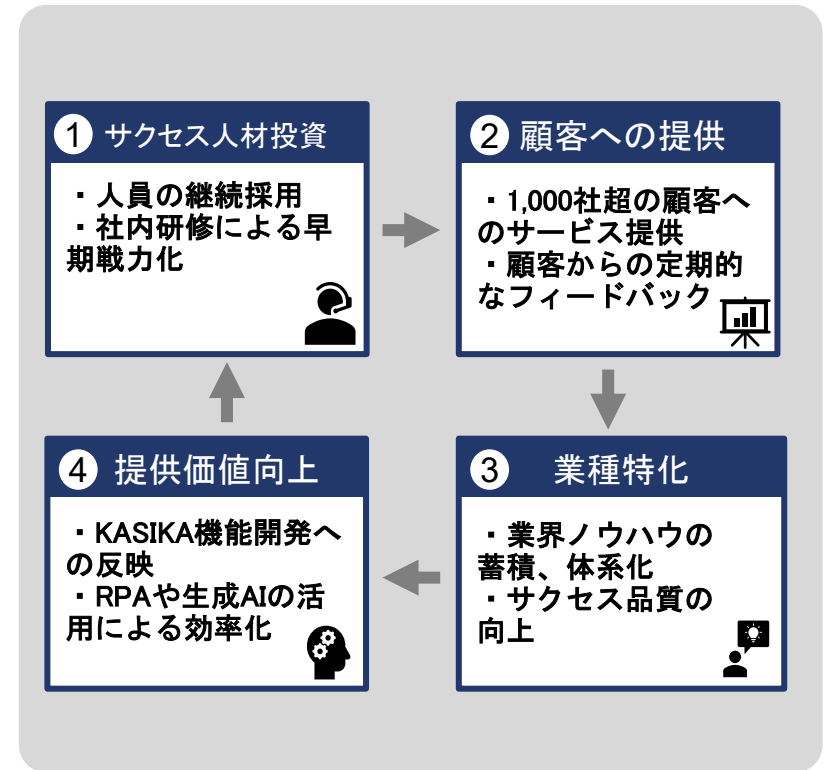
*: 2026年2月末時点で当社全従業員の7割以上がカスタマーサクセス部門に所属

当社の経営戦略上のポジショニング及び社内体制

市場でのポジショニング



社内体制



業種特化型SaaSと多数の顧客基盤を活かし、業界ノウハウの蓄積とKASIKAへの機能反映を通じて、顧客に継続的な価値を提供するポジショニングをしております

*:なお、上記ポジショニングは当社だけが取り得るものではなく、当社と類似するポジショニングを行う不動産業種特化型の他社サービスが存在します。

料金体系

KASIKOの基本的な料金体系



工務店・
ハウスメーカー

ユーザ数課金

50,000円／月

ユーザ数10人まで
11人目から1人追加するご
とに5,000円／月



不動産
売買仲介業者

店舗数課金

1店舗ごとに
50,000円／月

全店舗で利用する場合はユ
ーザ数課金の場合も有



分譲マンション
事業者

店舗数（物件数）課金

1店舗（物件）*毎に
50,000円／月

+各オプションサービス(SMS送信等)

解約不可の期間は設けておらず、
所定の手続をした月の末日で解約可能
→当社顧客の心理的なハードルを低くすることを企図

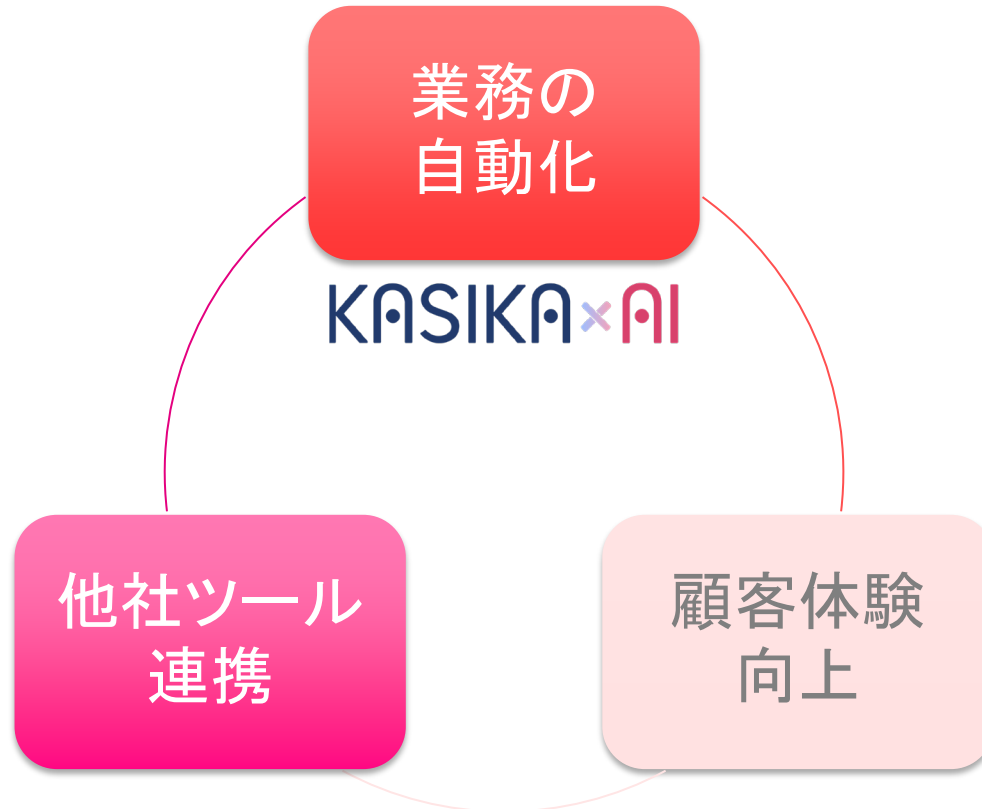
*:分譲マンション事業者が販売する1物件(或いは顧客が「プロジェクト」と呼称をする場合には1プロジェクト)を課金単位としております。

4. 今後の成長戦略

KASIKAI機能開発ロードマップ

KASIKAIは、様々な施策/機能の**相乗効果**により、市場でより受け入れられるツールへと**進化**していくべく、**KASIKAI機能開発ロードマップ**を公表し、日々開発を進めています。

※詳細は2026年1月9日付リリースの「**KASIKAI機能進化のロードマップ公開**」を参照ください。



KASIKAI機能開発ロードマップ

2025.6-12

2026.1-6

2026.7-

AI文章生成機能

AIを使って社内の成功事例データを基にしたメール、SMS、LINE、LP等の文章を自動作成

KASIKAI×AI

ノーコードiPaaSとの連携

kintoneやSalesforce、スプレッドシートなど他ツールとノーコードで双方向API連携

#他ツール連携

新着"物件"の自動紹介機能

顧客の希望に応じて自動で物件紹介メールを送信

#業務の自動化

新着"土地"の自動紹介機能

顧客の希望に応じて自動で土地紹介メールを送信

#業務の自動化

シナリオLINE機能

あらかじめ作成したLINEメッセージを顧客の状況や行動に合わせて自動配信する

#業務の自動化

AIエージェント提案機能

顧客の行動やデータに合わせてAIが次の打ち手を自動的に提案する

KASIKAI×AI

iPlanView連携

KASIKAIで収集した顧客情報とアンケート結果をiPlanViewに連携。データに基づいた最適なプランで提示で、提案力と成約率を同時に高める



注文分譲クラウド双方連携

顧客情報や進捗状況を双方のシステムで同期し、入力の手間やミスを削減して情報の一元管理を実現する



物件マイページ機能

提案済み物件情報をお客様専用ページで一元管理。申込状況など最新情報を担当者とコミュニケーション可能にする

#顧客体験向上

お客様アンケート用紙のAI読み取り/自動登録機能

紙で取得した情報をAIが読み取ってデジタル情報としてKASIKAIに登録する

KASIKAI×AI

戸建て/土地特化型AI査定メール機能

お客様の売却希望物件のAI査定情報を自動送信するサービスにおける、戸建て/土地向けAI査定サービスを強化する

KASIKAI×AI

AI間取り自動提案機能

顧客の反響情報を基に、AIがニーズにマッチした間取り情報を自動で提案する

KASIKAI×AI



KASIKAI

今後の成長戦略

当社は顧客に対するKASIKAIの提供価値を最大化するべく、3つの方向性で取り組む

1

既存ドメインでの深堀り

- KASIKAIの機能追加
 - ・既存のオプションに加えて、新しいオプションを開発し、不動産会社に対する提供価値を高める
- データ・ナレッジの活用
 - ・KASIKAIの利用に伴って蓄積された営業活動に関するデータやナレッジを活用して、新規顧客の獲得、既存顧客への価値を高める
- AI機能展開
 - ・AI文章生成機能に加え、**第2弾としてAIレコメンド機能を拡充**。今後も生成AIの展開を検討

2

不動産ドメインでの拡大

- 集客関連の機能追加
 - ・追客が始まる前の集客の段階で有用となる機能を自社開発し、不動産会社に対する提供価値を高める。M&Aによる拡大も検討
- 成約・成約後の機能追加
 - ・電子契約、生涯顧客管理等、消費者が不動産を購入する・購入した後の段階で有用となる機能を開発

3

他業種への進出

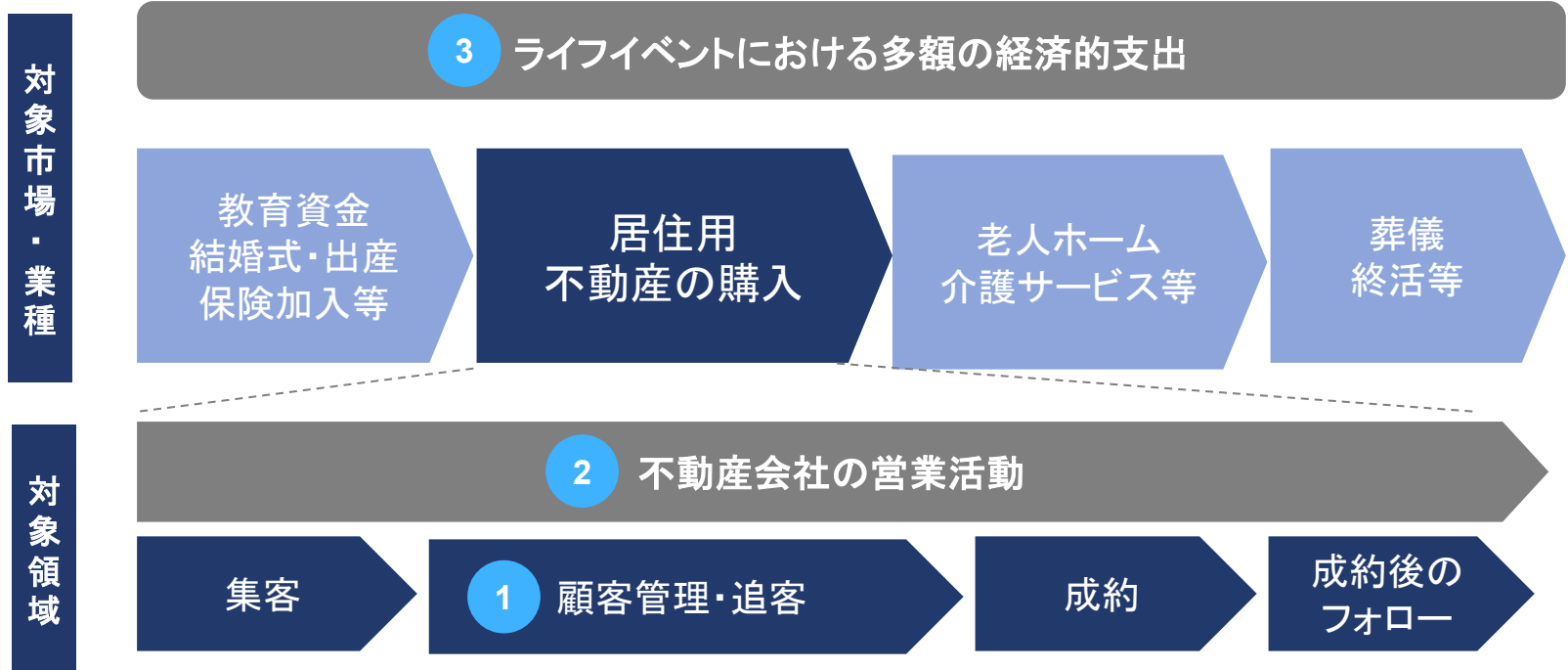
- KASIKAIの他業種への提供
 - ・「追客」が必要となる他業種に対してKASIKAIの提供を行う
- ・営業活動に人が介在し、ライフイベントにおける多額の経済的支出を伴う業界については不動産業界と類似する可能性があることから、中長期的に注力する

短期・中期的な成長戦略

中長期的な成長戦略

今後の成長戦略(図示)

■当社が現在検討している市場



■成長戦略の方向性

1

方向性①: 既存ドメイン深堀り
・KASIKKAの機能追加
・データ、ナレッジの活用

2

方向性②: 対象ドメインの拡大
・集客、成約等の川上・川下領域への拡大

3

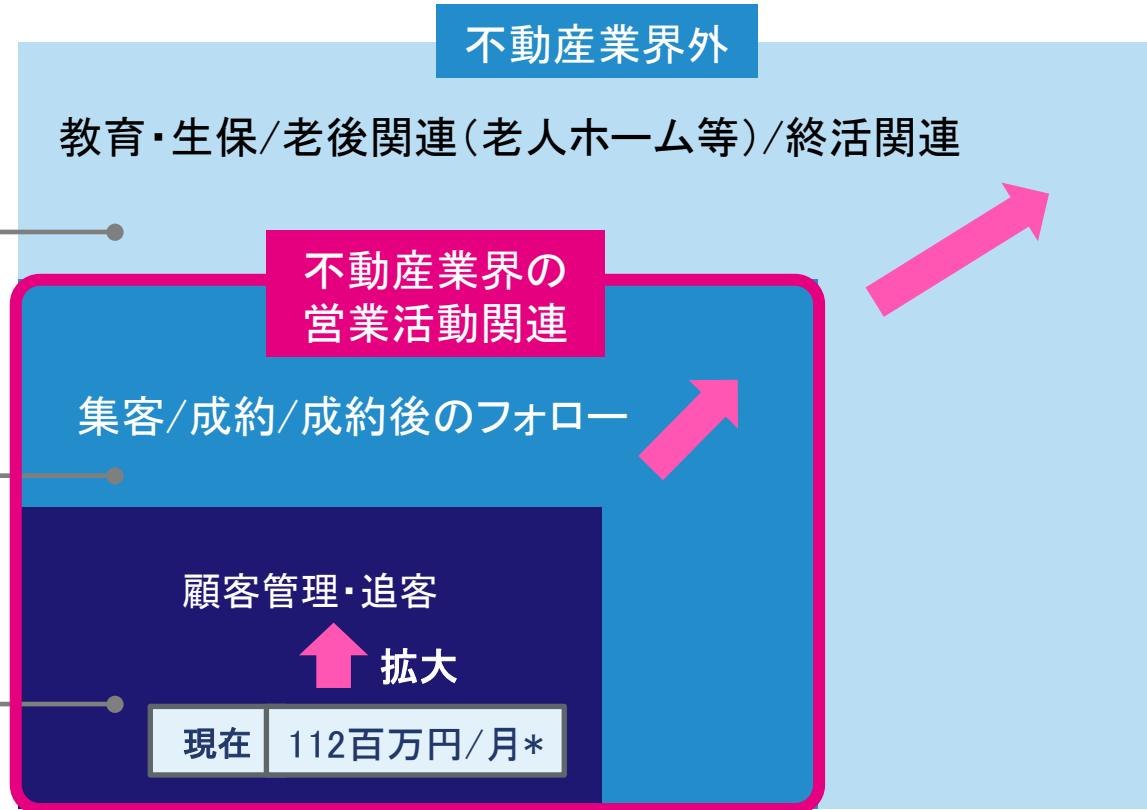
方向性③: 不動産外への拡大
・「人」が重要となる他業種進出

今後の成長戦略

方向性③: 拡大
「人」が重要となる
ライフイベント他業種進出

方向性②: 対象ドメインの拡大
国内不動産に関する
川上・川下の取り込み

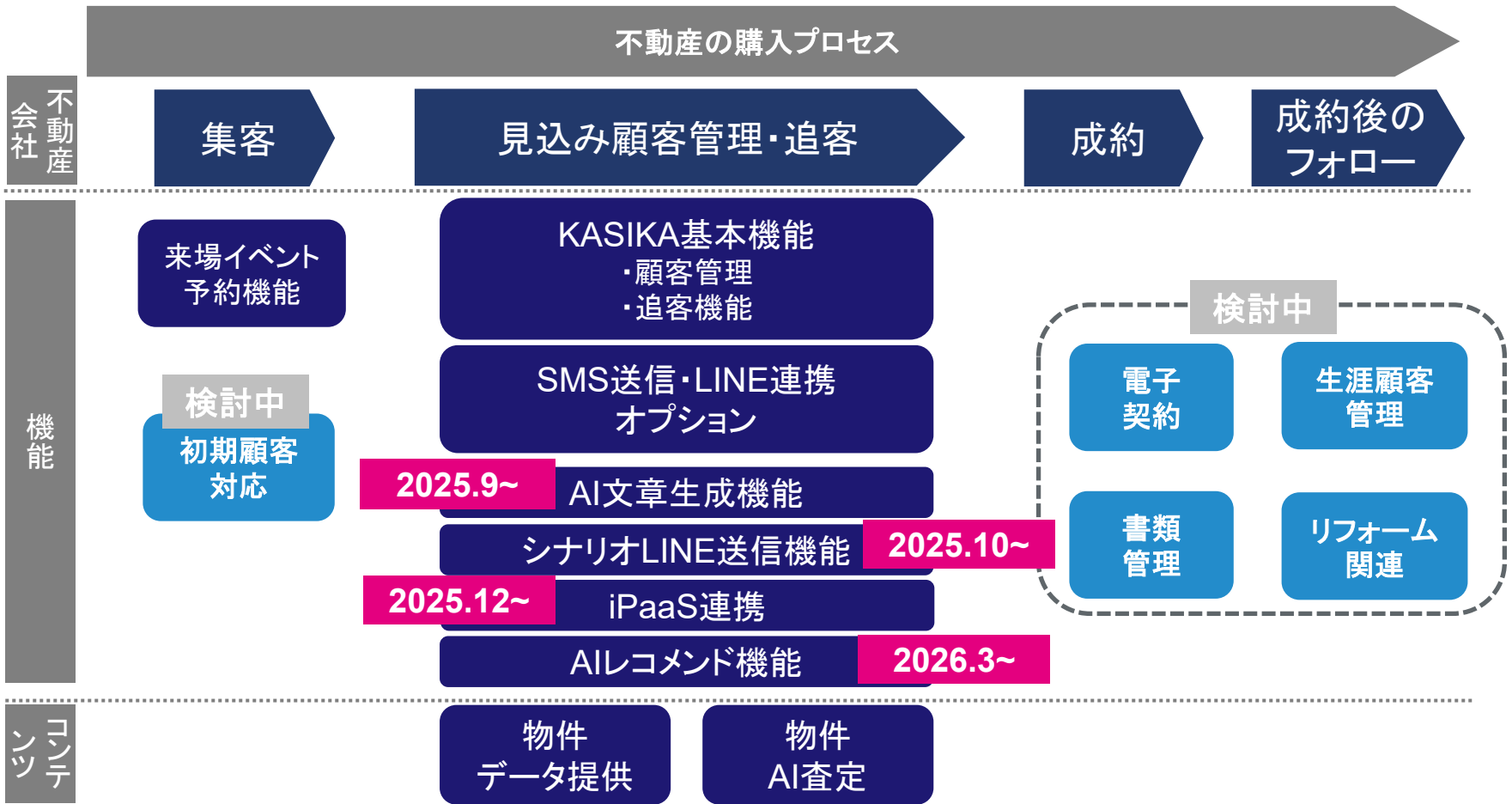
方向性①: 単価・顧客数増加
-KASIKAIの機能追加
-データ・ナレッジの活用



”人”の力が最も活かせる仕組みを、最大限に広げていくことを目指す

*: 2026年2月単月のMRR(Monthly Recurring Revenue)の金額

単価上昇及び対象ドメインの拡大のイメージ



- ✓ 住宅・不動産会社と顧客間のコミュニケーションを管理するプラットフォームとなることで収益機会を増やす
- ✓ サービス拡充の選択肢として、今後は自社開発だけでなくM&Aも検討をしていく方針
- ✓ オプションの利用率が向上することにより顧客単価も上昇させる
- ✓ 上記の図はあくまで一例であり、社内では随時、サービス領域の拡大のための検討・テスト開発を実施

5. 自己株式の取得

自己株式の取得の決定について(2026年4月10日公表)

取得の目的：

- ・ 中長期的な業績成長に向けた**資本効率の向上**
- ・ **機動的な資本政策**の遂行

背景：

上場後2年が経過し、**事業基盤が着実に拡大**する中、現在の株価水準は当社の将来の成長性を十分に反映していないと判断しており、今後も**成長投資と株主還元**の最適バランスを追求し、企業価値の向上に邁進するため。

資金：

自己株式の取得の実施後においても、**当社の財務基盤は強固**であり、今後の成長投資に充てる十分な余剰資金を維持するものと判断。

用途等：

取得した自己株式は、**将来のM&Aにおける柔軟な対価としての活用**や、**役職員へのインセンティブ**として役立てるなど、当社のさらなる**飛躍のための戦略的リソース**として活用。

(1)	取得対象株式の種類	当社普通株式
(2)	取得し得る株式の総数	150,000株(上限) (発行済株式総数に対する割合： 4.9%)
(3)	株式の取得価額の総額	100,000千円(上限)
(4)	取得期間	2026年4月13日 ～2027年1月31日
(5)	取得方法	東京証券取引所における 取引一任契約に基づく市場買付

免責事項

・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。これら将来の見通しに関する記述は、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ています。これらの記述は、将来の結果や業績を保証するものではありません。このような将来予測に関する記述には、必ずしも既知および未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。

・上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内および国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限られるものではありません。

・また、当社以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいており、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性や適切性を検証しておらず、保証していません。