



事業計画及び成長可能性に関する説明資料

株式会社シャノン（東証グロース市場：3976）

2026年3月31日

シャノンは、クラウド型の統合マーケティング支援サービスを提供

- 1 スtock売上であるサブスク売上の割合は全売上高の64%
- 2 営業利益/経常利益は黒字転換を果たし事業成長フェーズへと移行
- 3 25期のレガシー資産・負債整理の効果により財務基盤が健全化
- 4 イノベーション社と連携し国産MA市場でのシェアNo.1を狙う

I. 基本情報

会社概要

- 当社はイベント管理システムの開発・販売を祖業とし、2011年より統合型マーケティング支援サービス「SHANON MARKETING PLATFORM」の展開を開始
- 2017年に東証マザーズ市場（現グロース市場）に上場

社名	株式会社シャノン（SHANON Inc.）
上場市場	東証グロース（3976）
設立	2000年8月
本社	東京都港区浜松町2丁目2番12号
代表者	代表取締役CEO 山崎 浩史
従業員数	連結 195名（2025年12月末時点）
事業内容	<ul style="list-style-type: none">・ マーケティングクラウド、CMSの提供及びソリューションの企画・開発・販売・ マーケティング、CMSに関連するコンサルティング・アウトソーシングサービスの提供

事業概要（セグメント別）

- 統合型マーケティング支援サービス「SHANON MARKETING PLATFORM（SMP）」を軸にクラウドサービス（SaaS）の提供、マーケティングコンサル、システム開発支援、イベントマーケティング支援まで顧客ニーズに応じた幅広いメニューを展開

マーケティングクラウド事業
～SMP提供による中長期のマーケティング支援サービス～

イベントクラウド事業
～展示会等の管理・分析サービス～

サブスクリプション

プロフェッショナル

主にBtoB企業の
マーケティング活動を
自動化・高度化を支援

導入サポートや
運用代行の支援メニュー
を豊富にラインナップ

マーケティング領域の
コンサルティング・開発支援

大型展示会から企業セミナーまで
対応可能なカスタマイズ性に
優れたプラットフォーム

- Webサイトのアクセス履歴から潜在顧客の購買確度を推定し、適切なコミュニケーションをサポート

- IT企業、金融機関、製造業を中心にデジタルマーケティング強化のツールとして500超のアカウントを運用

- 販売後の活用支援、トレーニング提供、運用代行サービスを提供し、実践的なマーケティング活動をサポート

- 企業の日常的なマーケティング活動で利用するため解約率は月0.1%程度(12か月平均)と低位で推移

- マーケティングに関わるコンサルティング、開発、BPOまで一気通貫で支援

- 業界横断かつ大企業クライアント向けのサービスとして、顧客課題の解決に向けて伴走支援

- メタバース空間を用いたマーケティング支援を提供

- SMPをベースとした展示会用のマーケティング支援を提供。展示会主催社向けに来場者管理、分析、レポートニングまでパッケージで提供

- 国内トップクラスの大規模展示会の受注実績も多数有し、安定したシステム運営及びマーケティング支援が強み

事業領域（プロセス別 ※グループ内 メディア & SaaS事業）

- 主にBtoB企業のマーケティング活動の高度化・自動化を支援するクラウドサービス等を提供
- 主力サービスの「SHANON MARKETING PLATFORM」の提供による**ストック売上が全売上高の50%超**を占め、安定した事業基盤を保有



※1：グループ会社である株式会社Innovation & Co.の保有するメディア事業
 ※2：2025年9月末に、株式会社Innovation & Co.に広告事業を譲渡
 ※3：2025年12月末に、法人営業に特化したマーケティングオートメーションツール「List Finder (LF)」の提供を主力事業とする
 株式会社Innovation X Solutions (IX社) の全株式を株式会社イノベーションから取得
 ※4：Sales Docは、IX社が提供するセールスイネーブルメントツールです。送付した資料の閲覧状況を可視化することで、顧客の関心に合わせた最適な追客を可能にします。

売上構成比率（2025年12月期実績）

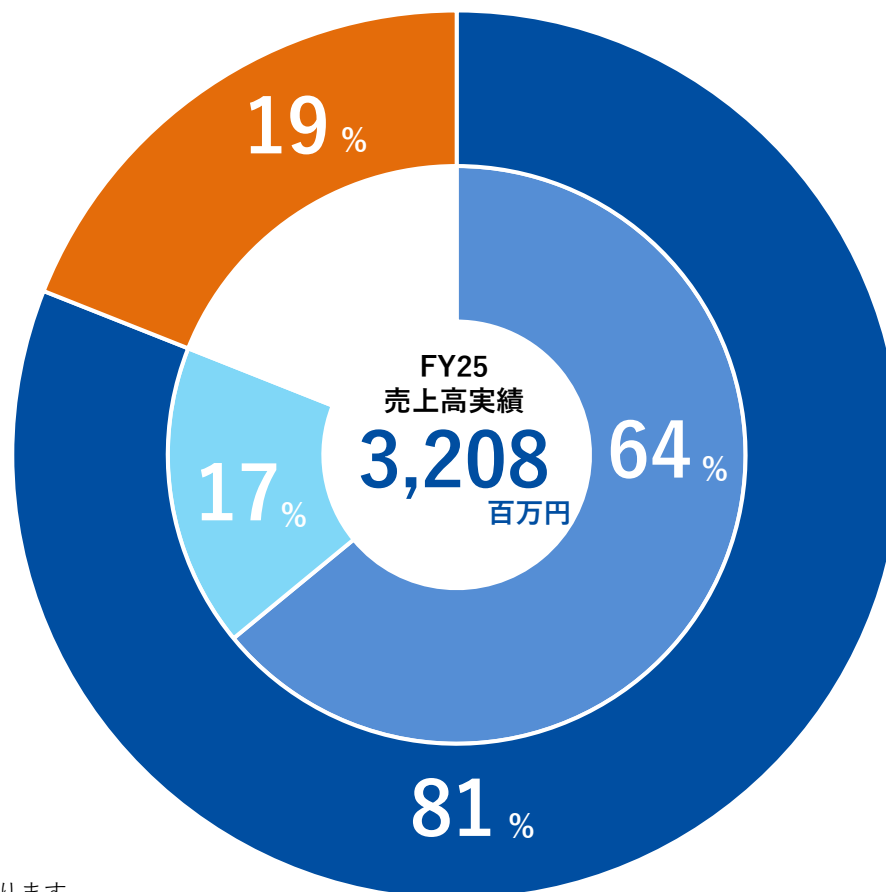
- 事業成長を牽引するマーケティングクラウド事業が売上全体の81%、うち**ストック売上であるサブスクリプション売上が全体の64%**を占める構成
- 高成長・高収益のサブスクリプション売上が事業基盤とした**持続的な利益成長**

イベントクラウド事業

SMPをベースとした
イベントシステム

609 百万円

ビジネス展示会やプライベートショー、公共イベント等を対象とした登録管理、入退場管理、来場者分析、レポート等を提供するイベント特化の事業



マーケティングクラウド事業

シャノンの主力事業

2,598 百万円

SHANON MARKETING PLATFORM(SMP)を中心とするクラウド型事業

サブスクリプション

年間利用契約に
基づくストック売上

SMP、CMS、SFA等
クラウドシステムの
提供、有償保守

プロフェッショナル

クラウドシステムの
初期導入支援、BPO、
コンサルティング支援
等

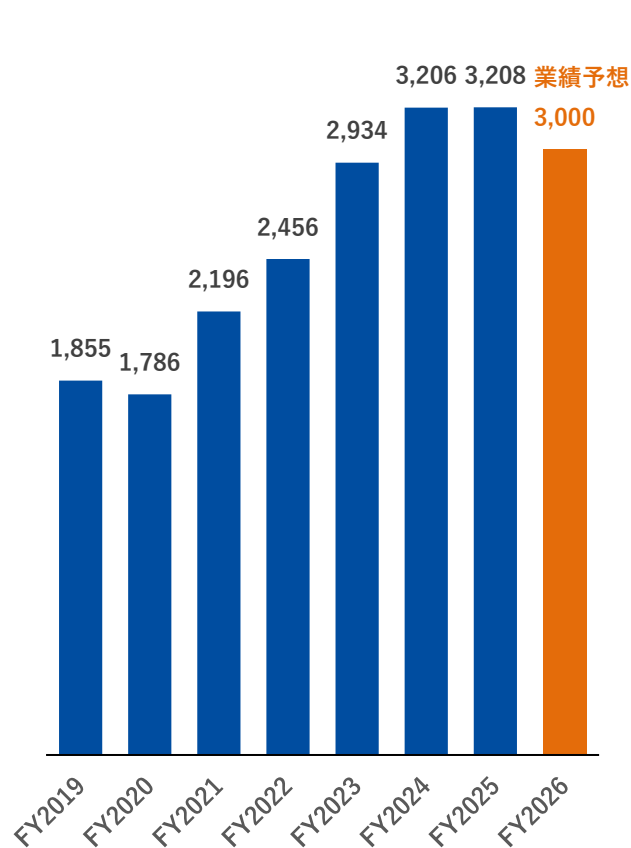
※決算期変更に伴い14ヵ月決算となっております。

経営総括 (FY2019~2026)

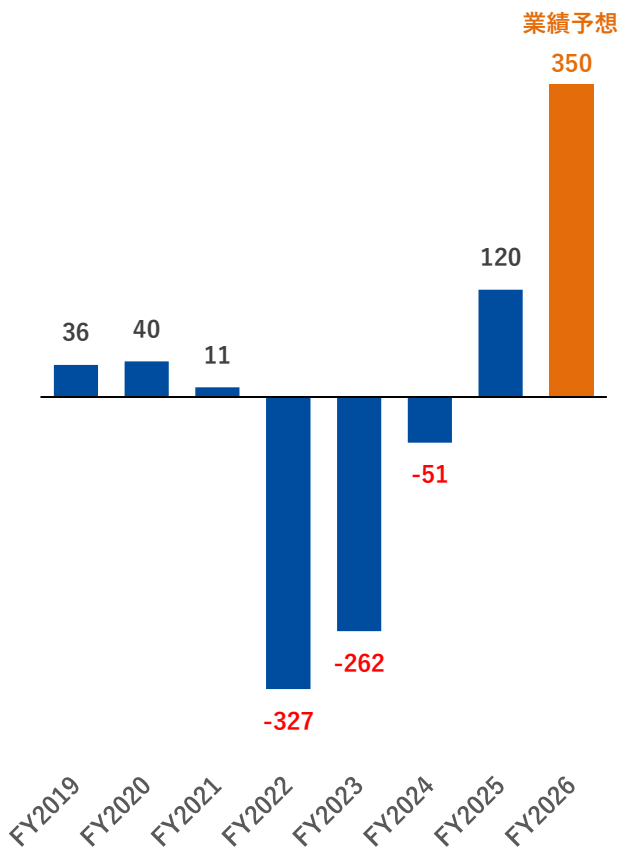
- MA * 市場拡大に伴い売上高は成長するが、コスト増等の影響でFY2021以降、損益が一時悪化
- 但し、FY2025より利益志向経営に転換し、事業の選択・集中を経て営業利益は黒字転換

単位：百万円

売上高



営業利益



総括

FY2022以降の投資影響により 財務健全性が低下

- SaaSビジネス特有の「Jカーブ」の成長曲線を前提に、FY2022以降、広告宣伝費を積極投下（売上伸長）
- MA製品の損益分岐超過・収益蓄積を待たず、FY2021以降に旧メタバース事業への投資拡大（システム資産増・減損）
- 将来の事業拡大を見越したFY2022からの積極採用（固定費増）

経営再建を果たし営業利益は過去最高
MA市場のポジション奪取へ

- 不採算事業の整理およびイノベーション社からの出資受け入れにより財務体質を改善
- 国産MA No.1の実現に向けターゲット市場の拡大を推進

* MA (Marketing Automation) : マーケティング活動全般におけるプロセスの自動化や効率化を支援するシステムの総称

※決算期変更に伴い14ヵ月決算となっております。

II. 株式会社イノベーションとの協業

両社の戦略的連携によるシナジー創出イメージ

- 両社の経営リソースを共有・統合し、国内外の競争環境における持続的な成長を目指す

市場環境

競争は激化

- 資金力で劣る国内企業は、SalesforceやAdobeなどの外資系企業による多額の資本投下により市場シェアを奪われる形で競争力が低下・苦戦
- 過剰なマーケティング投資によって財務基盤が弱体化している企業も存在

日本のMAサービス市場の健全な再編を進める第一歩 シナジーを最大化するプロダクト戦略を展開

- 顧客アセット、技術リソースの共有・統合
- ターゲットリストの精緻化

サービス
高度化

シェア
拡大

新市場
開拓

市場成長性

CAGR103%*

- 大手・中小企業向けとも、CRM又はExcelでマーケティング管理を行っている企業に対する新規提供は続き堅調な市場拡大が見込まれる
- BtoB事業者増加や同事業拡大に伴いデジタルマーケ領域へ投資する企業は増加



INNOVATION

統合型マーケティング支援サービスの提供からコンサルティング支援まで、特にBtoB領域のマーケティングソリューションサービスを展開

事業の特徴

法人営業の全プロセスを支援するオンラインメディアサービスを展開

SHANON

MARKETING PLATFORM

多機能でカスタマイズ性の高い設計/中高価格帯



シンプルでコスト効率の高い設計/低価格帯

主力サービス ・プロダクト



BtoBにおける購買マッチングプラットフォーム
(IT製品の比較・資料請求サイト)

* (出典) 株式会社富士キメラ総研. ソフトウェアビジネス新市場2025年版, 2025. 132-135p.

III. 2025年12月期 通期業績

決算サマリ

- 販管費コントロールにより**過去最高の営業利益**を達成、売上高は過去最高を記録
- 事業の選択と集中によりストック売上比率が上昇、**次のフェーズ**に向け安定した事業基盤を確立

売上高

3,208 百万円

サブスクリプション売上高

2,054 百万円

月額ストック売上 (MRR*)

141 百万円

■ 通期業績

- **売上高は5期連続で伸長し過去最高**。経営再建策が奏功し**営業利益は+120百万円**
- レガシー資産・負債整理およびイノベーション社からの出資受け入れにより**債務超過は解消済み**

■ マーケティングクラウド事業

- サブスク売上高は毎年安定的に成長し、直近5期MRRの**売上高CAGRは108.9%**
- サブスク売上高は月額課金によるストック型ビジネス。期末時点で**ストック売上比率は64.0%**まで拡大
- AI機能の実装による**製品力強化**、サービスプランの拡充による販売体制の見直しを実施

■ 今後の見通し

- 既存事業の生産性向上および取得した事業の利益貢献により**更なる利益成長**を目指す
- 国産MA No.1奪還に向けアカウントの非連続的増加に着手

*MRR (Monthly Recurring Revenue) : 月額課金のサブスクリプション売上の月額合計 (2025年12月末時点)

※決算期変更に伴い14ヵ月決算となっております。

2025年12月期 通期業績（連結）

- 高収益事業への集中と生産性向上により **営業黒字が拡大**
- 4期ぶりに **経常損益が黒字化**

単位：百万円

	2024年10月期実績 (12ヵ月)	2025年12月期実績 (14ヵ月)*	変動額	変動率
売上高	3,206	3,208	1	100.1%
売上総利益	1,931	2,117	185	109.6%
(売上総利益率)	60.2%	66.0%	5.7pt	—
販管費	1,983	1,996	12	100.6%
営業利益	△51	過去最高 120	172	—
経常利益	△53	64	118	—
親会社に帰属する 当期純損失	△101	△27	74	—

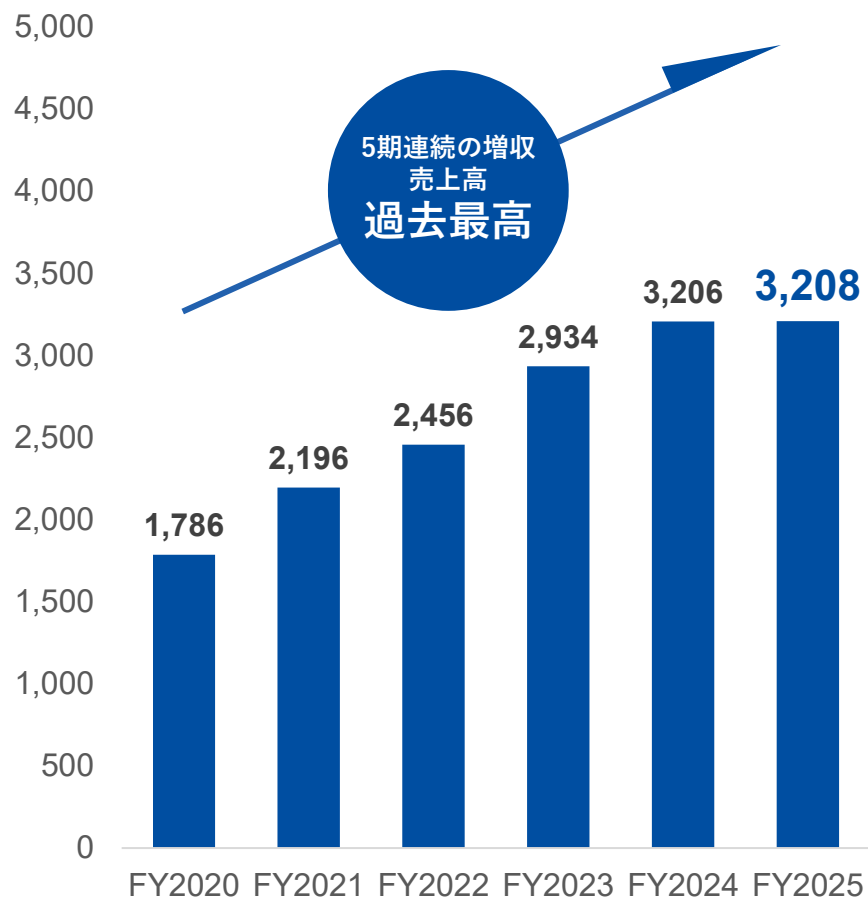
* 2025年4月の臨時株主総会にて決算期を変更し、10月期決算から12月期決算に変更。2025年12月期は2024年11月から2025年12月までの14か月決算

売上高・営業損益の推移

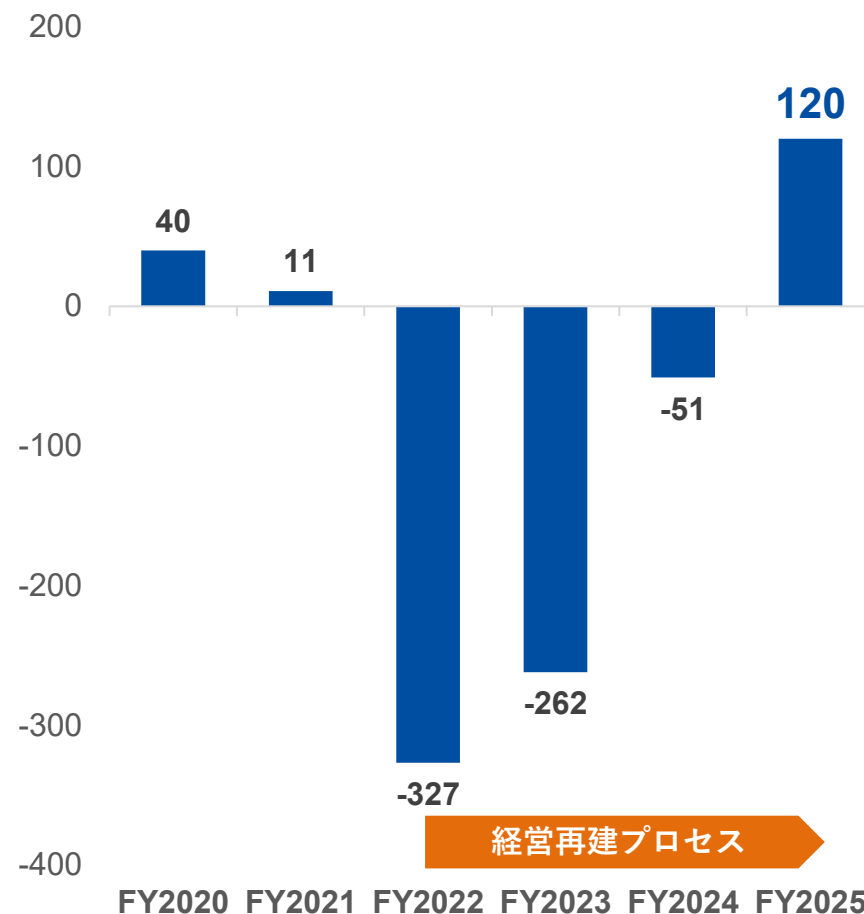
- マーケティングクラウド事業の安定成長が寄与し、**5期連続の増収**
- 4期ぶりの黒字転換を果たし、**営業利益は過去最高**を記録

単位：百万円

売上高



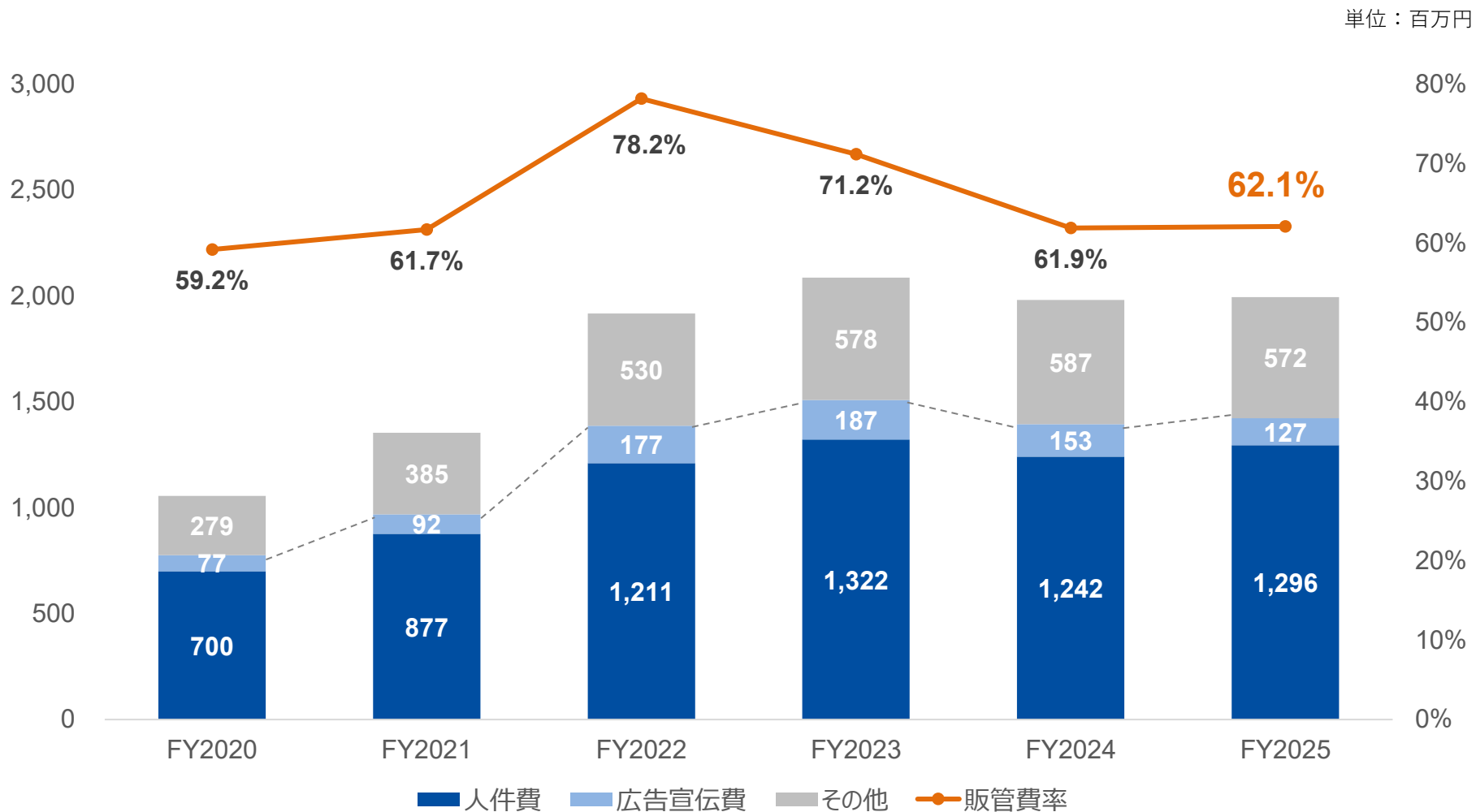
営業損益



※決算期変更に伴い14ヵ月決算となっております。

販管費コントロール

- 採用拡大よりも生産性向上に努めた結果、経営効率が改善し販管費率は低下傾向
- 単なる抑制ではなく、事業収益性を踏まえたメリハリのあるコストコントロールを実施



※決算期変更に伴い14ヵ月決算となっております。

2025年12月期 貸借対照表（連結）

- レガシー資産・負債整理の効果およびイノベーション社からの出資受け入れにより、財務基盤は健全化

単位：百万円

	2024年10月期 実績（12ヵ月）	2025年12月期 実績（14ヵ月）	変動額	変動率
流動資産	1,376	1,400	24	101.8%
うち現金及び預金	763	1,009	246	132.3%
固定資産	783	597	△186	76.2%
資産合計	2,169	1,998	△171	92.1%
流動負債	986	977	△9	99.0%
固定負債	1,235	34	△1,200	2.8%
負債合計	2,222	1,012	△1,209	45.5%
株主資本	△68	972	1,041	—
純資産合計	△52	986	1,038	—
負債純資産合計	2,169	1,998	△171	92.1%

IV. セグメント別業績

2025年12月期第1四半期連結会計期間より、「マーケティングクラウド事業」と「イベントクラウド事業」の2区分に変更しています。

2021年10月期～2024年10月期については、数値を変更後のセグメント区分に組み替えて算出しています。

セグメント別の業績

- サブスクリプション売上（①-A）の増収に伴い、**ストック売上比率は64.0%へ13.8pt上昇**（前期末50.2%）

単位：百万円

	2024年10月期実績 (12ヵ月)	2025年12月期実績 (14ヵ月)
①マーケティングクラウド事業	2,724	2,598
ストック売上		
①-A サブスクリプション	1,611	2,054
①-B プロフェッショナル	1,112	544
②イベントクラウド事業	482	609
売上高（①+②）	3,206	3,208

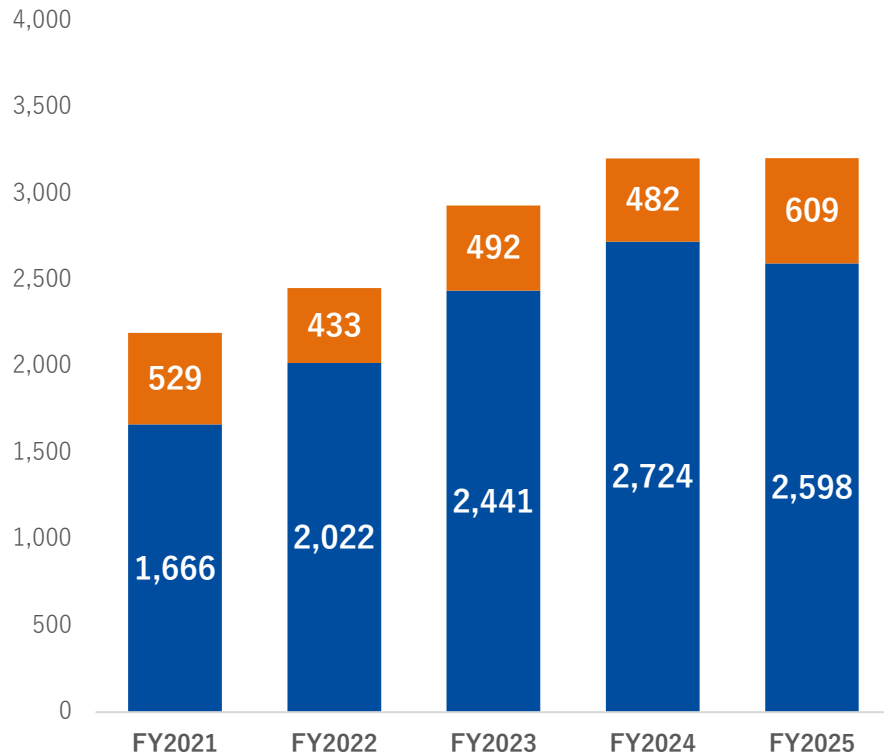
※FY2025に実施した決算期変更に伴い、FY25通期累計期間が14ヵ月となっているため、FY2024との単純比較は行っておりません。

セグメント別売上高・損益の推移

- マーケティングクラウド事業は、**営業利益率10%超を巡航水準**とする収益性の高いビジネスモデルに転換、今後更なる収益性向上を目指す
- イベントクラウド事業は、生産性改善の取り組みが完了
 今後は特定時季への売上偏重や競合サービスに対する競争力強化に取り組む

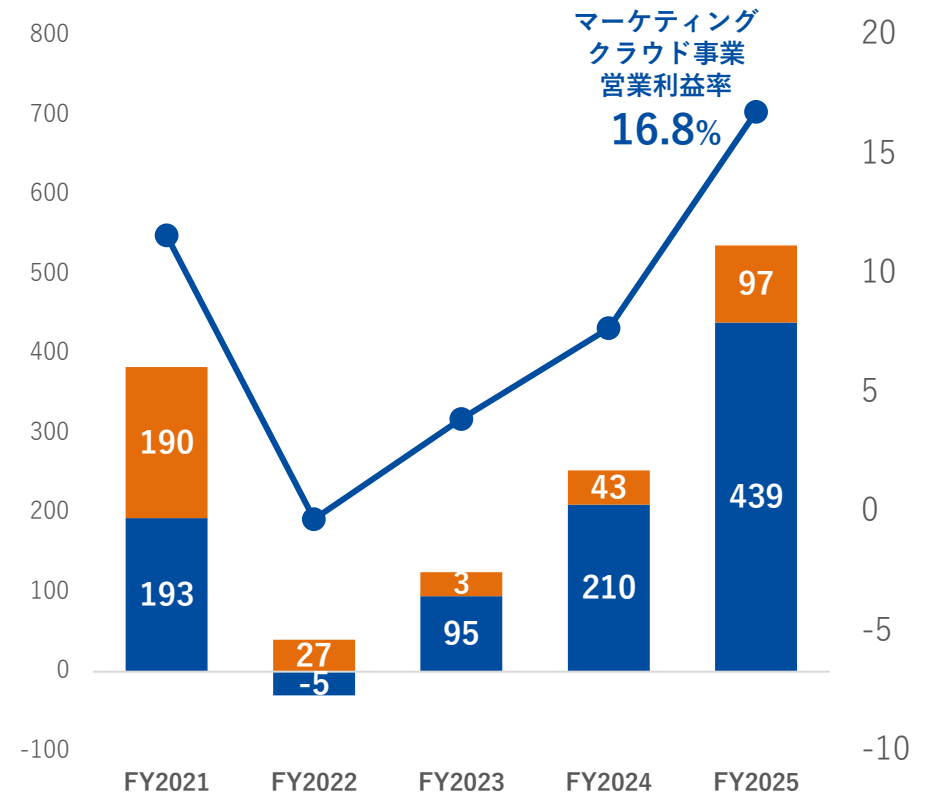
単位：百万円

売上高



■ マーケティングクラウド事業 ■ イベントクラウド事業

営業損益



■ マーケティングクラウド事業 ■ イベントクラウド事業

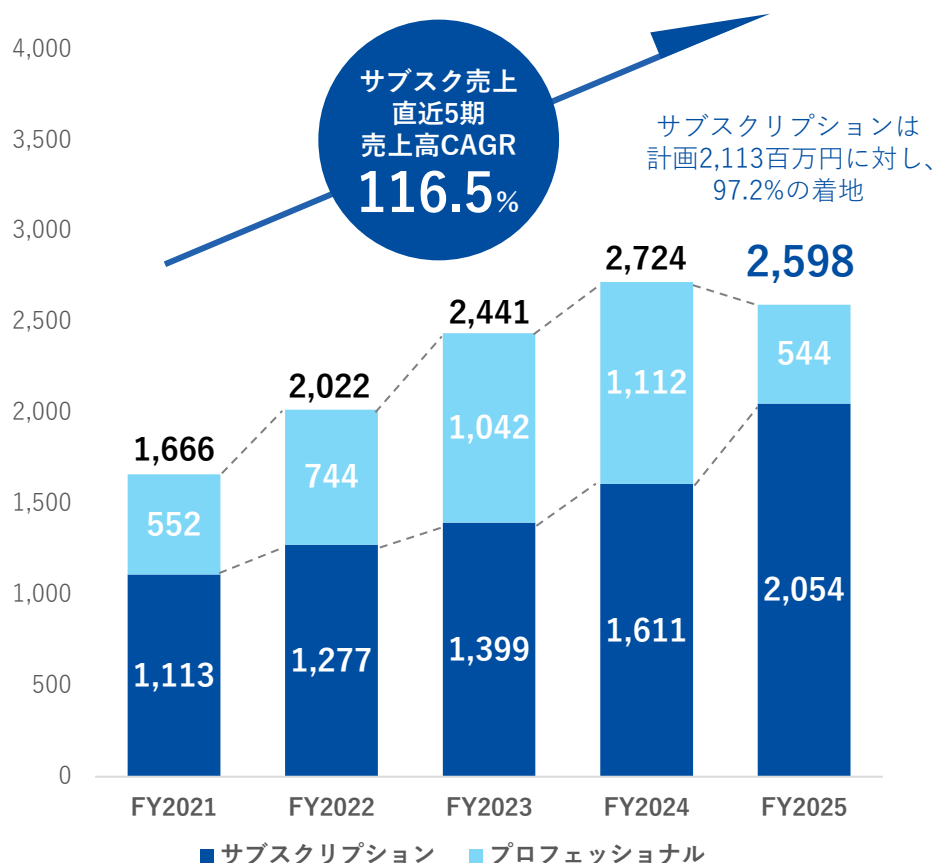
※決算期変更に伴い14ヵ月決算となっております。

マーケティングクラウド事業の推移 (1/2)

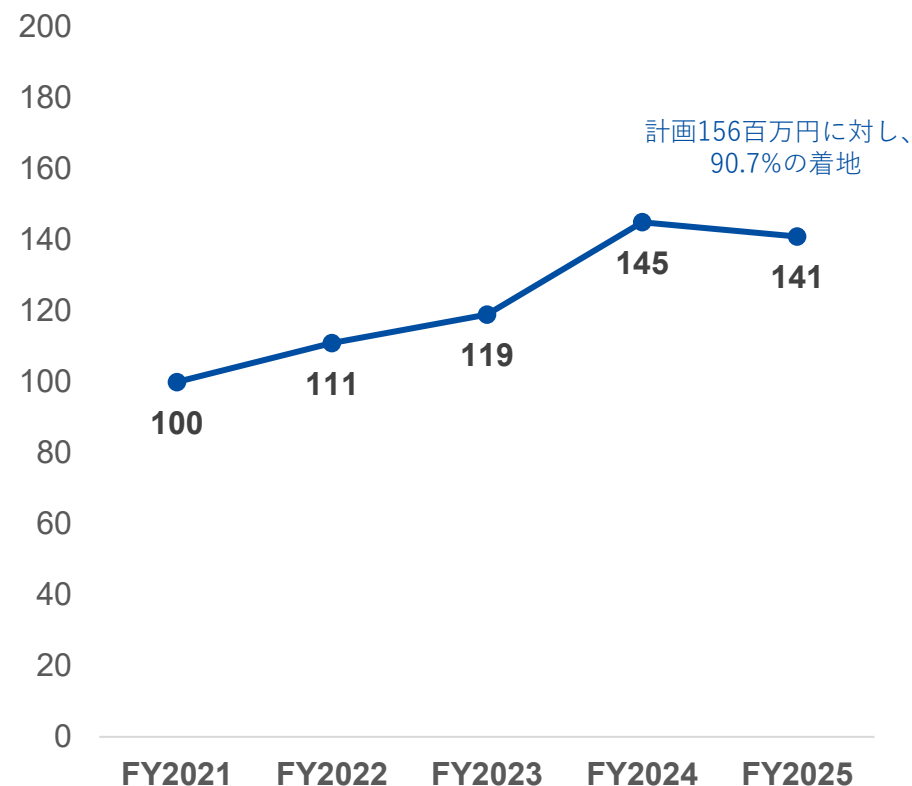
- プロフェッショナル売上は大型案件の収束により想定範囲での減収
- 期末MRRは期間限定の大型案件が終了した影響もあり微減
FY2026（進行期）はアカウント数増加に重点を置く

単位：百万円

売上高



期末MRR*



*MRR (Monthly Recurring Revenue) : 月額課金のサブスクリプション売上の月額合計 (各期末時点を比較)

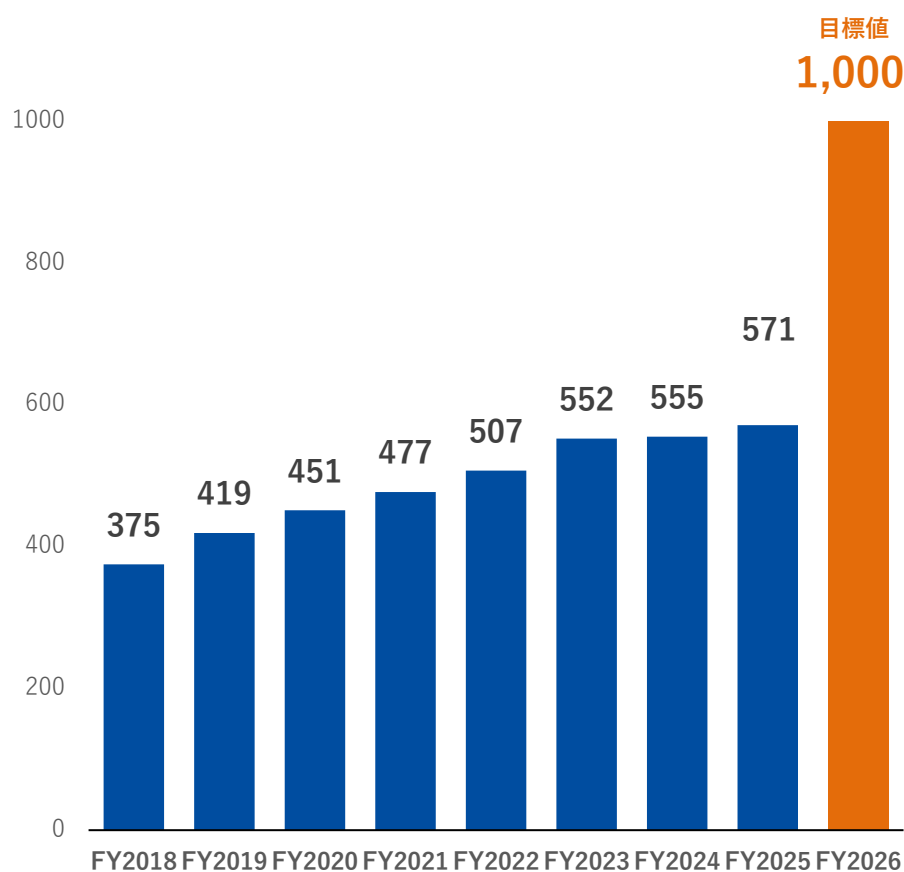
※決算期変更に伴い14ヵ月決算となっております。

マーケティングクラウド事業の推移 (2/2)

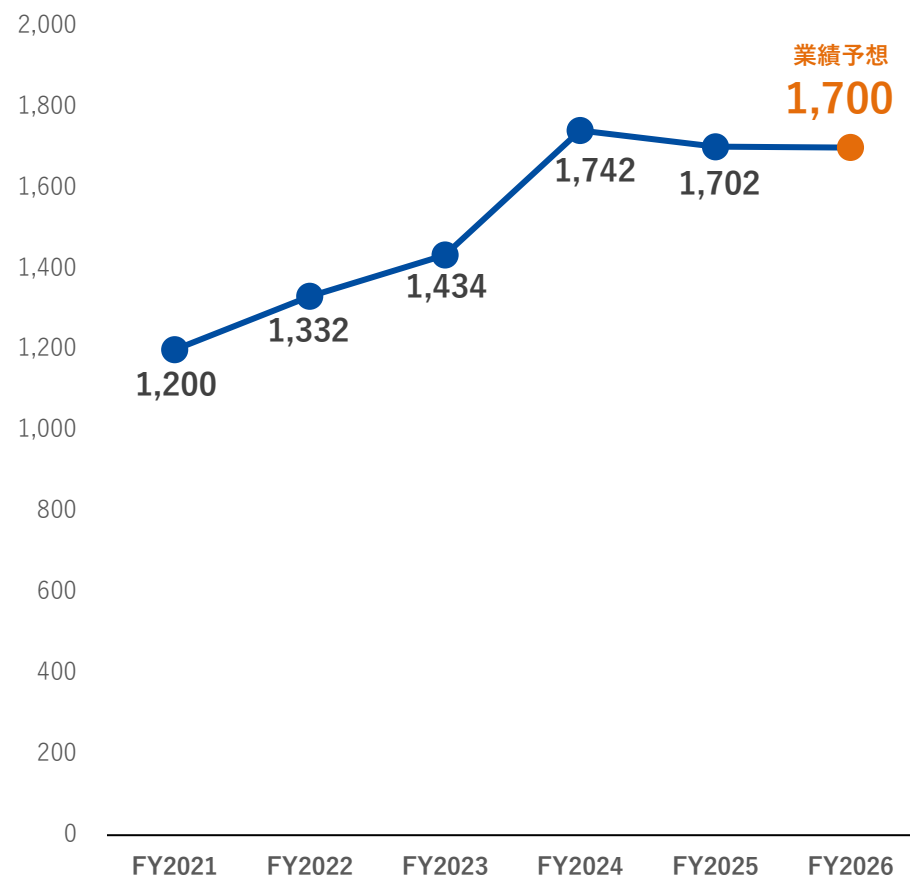
- FY2026 (進行期) はアカウント数増加に重点を置く
ミドル～SMBの新規領域での獲得を主軸に、IX社の取得に伴うLFアカウント300超を含めて、
目標は1,000アカウント
- ARRは前期に終了した期間限定の大型案件の剥落と上記LFアカウントの追加を前提に17億を想定

単位：百万円

アカウント数



ARR *



V. 成長シナリオ

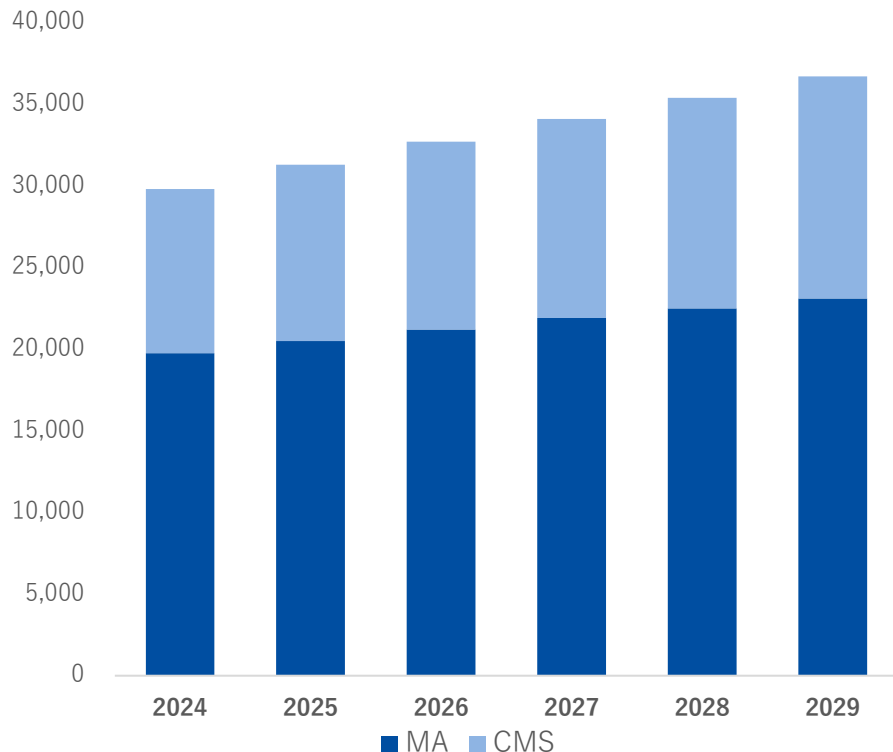
外部環境

- マーケティングクラウド事業が属するMA・CMS市場は年率4.2%（CAGR）成長率は鈍化傾向にあるものの、需要自体は底堅く、プラス成長を堅持

市場規模（MA・CMS）

当社ターゲット市場は
年率4.2%(CAGR)の
成長率で推移する見込み

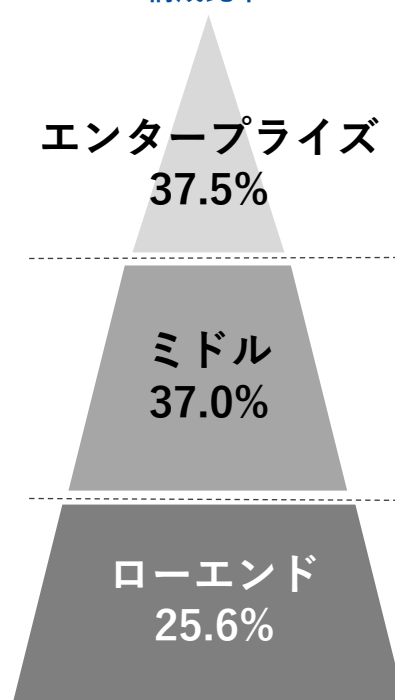
単位：百万円



企業規模別市場動向（MA）

多機能・カスタマイズ性を強みとする
商品へのニーズは大～中規模企業に特に存在

構成比率



- 企業規模別の傾向として、IT投資予算の潤沢な大中規模企業向け市場は、1社あたりの取引単価が高く、依然として大きな市場ボリューム
- 小規模企業においても、低価格の製品の利用が進んでおり、一定規模の市場が存在する。

(出典) 株式会社富士キメラ総研. ソフトウェアビジネス新市場2025年版, 2025. 132-135p.

経営課題に対する進捗

- 営業黒字化を軸とした2025年12月期の経営課題に対し、抜本的な経営改善を完了。次なる成長フェーズへの基盤を構築いたしました。
- マーケティングクラウド事業（特にストック型売上）を中核とする事業構造への転換を完了。今後は「国産MA No.1」の奪還を至上命題に掲げ、アカウント数の最大化と市場シェアの拡大を推進してまいります。

2025年12月期の経営優先課題

課題

高収益事業への集中

不採算事業を整理し、コスト先行型の売上成長よりも収益性向上を優先

聖域なきコスト改革

従来の採用、広告宣伝の拡大方針を転換し、売上高販管費率を抑制

早期の営業黒字転換

利益志向経営にシフトし、4期ぶりの黒字転換を目指す

AIを活用した新機能

AIによる支援機能の実装により、既存顧客への魅力付け、競争力強化

振返り

広告事業の譲渡、IX社の取得によりマーケティングクラウド事業の収益性向上の素地が整った。

目標KPIである55%には未達ながら62.1%までコストを抑制。引き続き方針継続。

徹底したコスト管理と運用（生産）効率が寄与し、営業利益は過去最高を記録し、黒字転換。

AIコンシェルジュ機能を実装。今後も積極的にAI活用を推進。

2026年12月期の経営優先課題

国産MA No.1実現

アカウント数拡大

TAM拡大によるアカウント増加
既存ターゲットであるエンタープライズ層に加え、IT化が未完了のミドル層～SMB（Small-Mid Business）層を新たなターゲットとして設定

①プランの拡充

ターゲット層のニーズに応じて選別した廉価プランを追加

②販売体制の変更

デジタルマーケティングを起点に最小限の営業工数で多数の受注を獲得

事業別の競争優位性・成長シナリオ

- 主力のマーケティングクラウド事業を中心に安定した収益基盤を有し、利益成長を目指す
- イノベーション社との協業により収益面及び営業面におけるシナジー創出を加速

事業方針

競争優位性

成長シナリオ

マーケティングクラウド事業

サブスク

プロフェッショナル

安定した収益力を確保

規模拡大により損益分岐を超過し今後は利益収穫フェーズに移行

デジタルとリアルを融合したマーケティングの自動化・高度化が実現でき、また顧客ニーズに応じて活用サポートまで対応し顧客の成果獲得を支援

900超の強固な顧客基盤を武器に、*TAMの拡大と競合リプレースを加速させ、国産MA No.1の実現を目指す。

適切なコスト管理による収益確保を優先

売上拡大から収益優先の運営に移行

マーケティングコンサル、BPO、システム開発支援まで顧客ニーズに応じたカスタマイズ性の高い支援でサブスク+αの価値を提供

システム間連携を含むカスタマイズ対応を通じて既存顧客の活用促進を図り、解約抑止とシェア拡大を実現する。

イベントクラウド事業

国内有数のベンダーポジションを確保

リピート顧客が増加し、サービス品質の向上・生産性向上に注力

国内有数の大型展示会から企業の単独セミナーまで支援実績を有し、安定したシステム稼働、オペレーションによる業界内のポジションを確立

国内での豊富な受注実績を基に効率的な事業運営に注力し、収益性向上による会社業績へのプラス寄与を高める

イノベーション社との協業による成長効果

資本業務提携によるグループ間シナジーの創出

収益力強化

両社の経営資源の共有・統合により筋肉質な体制を構築し、25期は過去最高の営業利益を達成

営業面での連携開始

「SHANON MARKETING PLATFORM」とイノベーション社が提供するサービス間の連携を深め、グループ横断のシナジー創出を加速

*TAM：Total Addressable Marketの略で、獲得できる可能性のある全体の市場規模を意味します。

ミドル～SMB領域のアカウント増狙う

TAM*拡大

プランの拡充

販売体制変更

エンプラ

従業員数
1,000名以上

既存領域

従来の
メインターゲット

デジタル・アナログ両面で
マーケティングを展開する
企業向けのプラン

スタンダード

エンプラ

営業力で成長

展示会等でリードを獲得し、
数か月のリード期間を経て
高単価の受注を獲得

ミドル

100名以上1,000名未満

新規領域

企業数が多く
IT化が完了していない
ターゲット層

ターゲット層の
ニーズに応じて
機能を選別した廉価プラン

デジタル

シャキーン

製品力で成長

デジタルマーケティングを
起点に製品認知をいち早く
獲得し、最小限の営業工数
で多数の受注を獲得

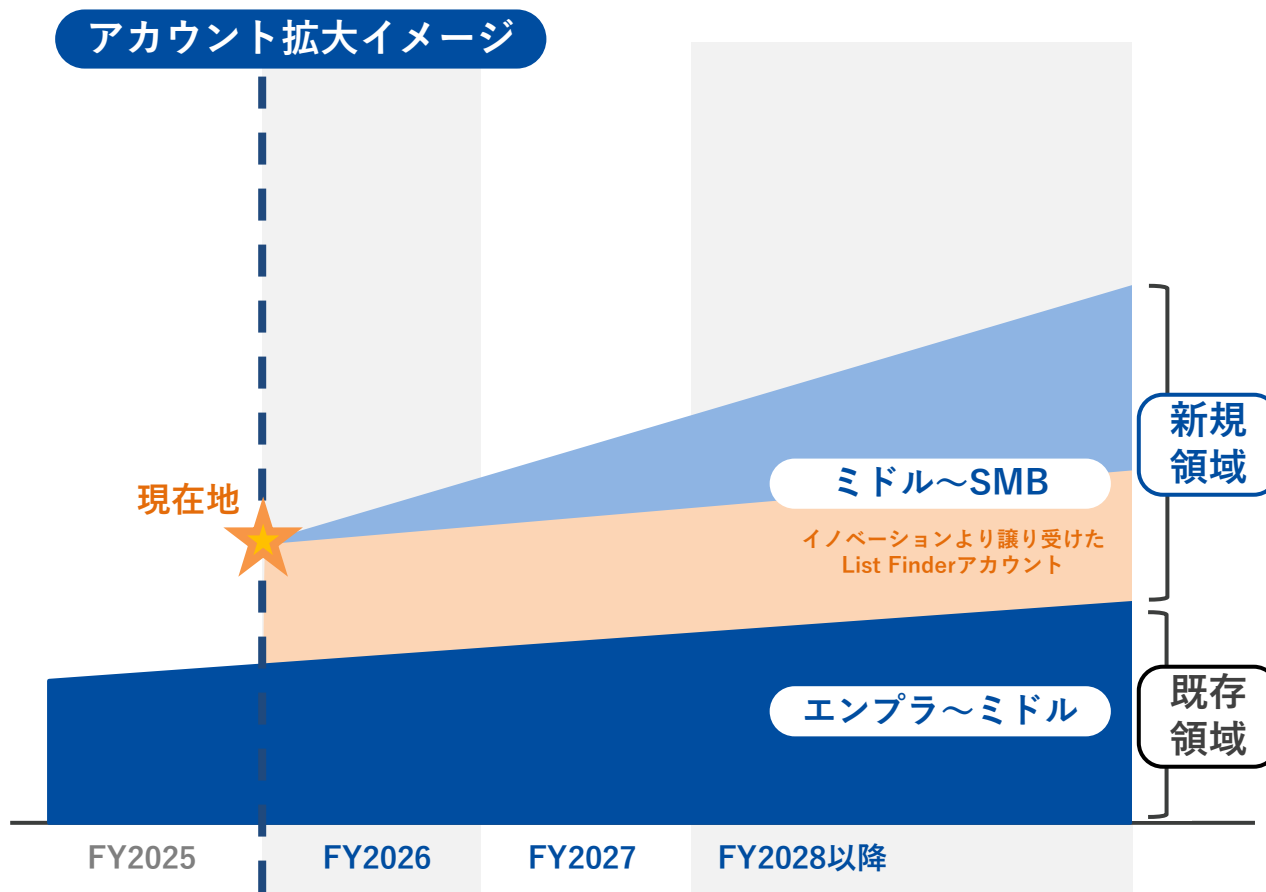
SMB(Small-Mid Business)

100名未満

(製品力の強化事例)
UI/UXアップデート
AIとの対話によるフォーム
生成 etc.

※TAM：Total Addressable Marketの略で、獲得できる可能性のある全体の市場規模を意味します。

国産MA No.1奪還に向けて アカウントの非連続な増加に着手



- これまで展開してきたエンプラ～ミドルアカウントに加え、相対的に規模が小さい企業（ミドル～SMB）向けのアカウントを増やす
- ミドル～SMB向けはシンプルな機能かつ廉価で提供し、リード期間短縮・受注ペースアップを狙う

既存事業の生産性改善に加え 譲受事業の利益貢献により利益成長

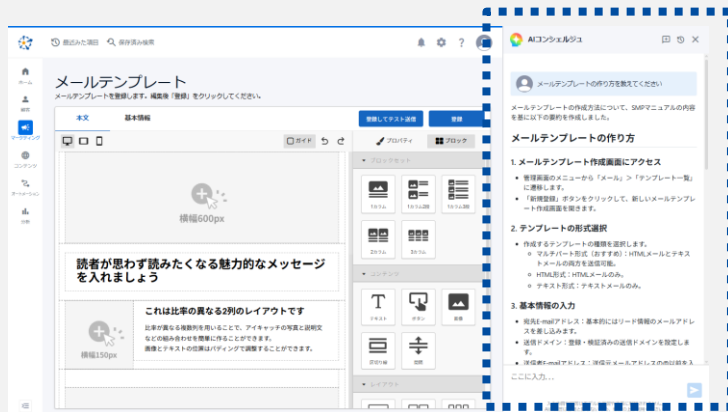
(百万円)

	FY2025 実績 (14ヵ月)	FY2026 予想 (12ヵ月)
売上高	3,208	3,000
営業利益	120	350
(営業利益率)	3.8%	11.7%
経常利益	64	349
親会社株主に帰属する 当期純利益	△27	289

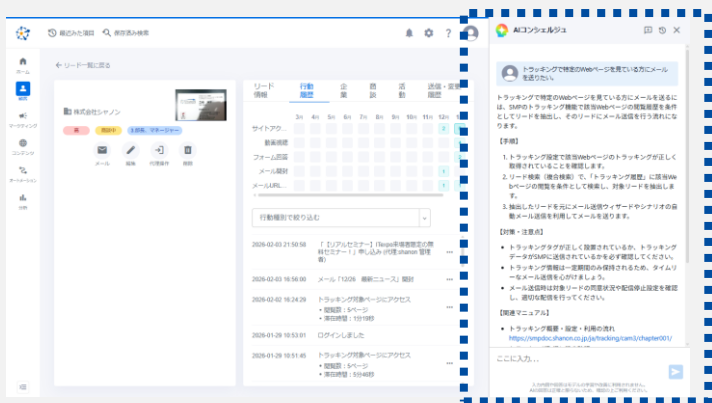
※FY2025に実施した決算期変更に伴い、FY25通期累計期間が14ヵ月となっているため、FY2026との単純比較は行っておりません。

専門知識がなくても 迷わずマーケティング運用を実現

アップデートイメージ



- 専門知識がなくても、ドラッグ&ドロップなどのシンプルなアクションだけで、訴求力の高い施策をスピーディに運用可能



- AIとの対話を通じたフォーム作成やWebページの構築が可能

AIコンシェルジュ
との対話チャット

シャノン、MAツールを大幅リニューアル。「AI支援で迷わず使えるMA」を実現
(2026年1月9日開示)

より手軽に、かつ最適な環境で デジタルマーケを支援

デジタルプランリリース

新UI・新プラン「デジタルプラン」

デジタルマーケティングをはじめたいかた向けの
お得なプランが誕生！

最低利用料金

6万円/月

新プランで使える機能一例

AIコンシェルジュ	メール配信	SFA(商談管理)	Webトラッキング
名刺のデジタル化	フォーム / LP生成	クレンジング	スコアリング
シナリオ	セグメンテーション	Webポップアップ	レポート
Salesforce/ kintone連携	Sansan連携		

- ミドル向けの新価格プラン
- 月額6万円からという導入しやすい価格設定ながら、シャノンが培ってきた高度なマーケティング機能を凝縮

[シャノン、中堅・中小企業向け「デジタルプラン」を月額6万円から提供開始](#)
(2026年1月14日開示)

即座にお客様に使っていただく為の 仕掛けを順次展開

キャンペーン展開

シャノンMA 新プラン・新UIリリースキャンペーン

MA導入 利用無料

特典

デジタルプランでのご契約で

2026年6月までの

初期費用0円+月額利用料0円

- MAツールの導入を検討している企業へまず使ってみる環境を提供
- 製品力の強化も寄与し、使いやすさ、MAツールの効用を体感して頂く
- 今後はトライアルも開始し、営業提案前に実際に製品を使って導入意向を高める施策を展開

[シャノン、中堅・中小企業向け「デジタルプラン」を月額6万円から提供開始](#)
(2026年1月14日開示)

VI. リスク情報

リスク情報

主要なリスク	発生可能性	影響度	対応策
市場環境および競争 成長率が鈍化傾向にあるMA市場において、競争による価格競争の激化や大規模なプロモーション等が行われた場合に、想定シェア拡大が進まず、事業および業績に影響を及ぼすリスク	低	高	市場や競合他社の動向について継続的に情報収集を行うことで、早期に環境対応を行う
為替変動 円安傾向が加速した際に、米ドル支払いとしている外部クラウドサーバー等のサービス費用負担が増加するリスク	高	低	契約の一部をリザーブドインスタンスとして契約し、為替変動リスクを軽減する
親会社との関係 親会社である株式会社イノベーションのグループ経営方針の変更や、独立性確保に関するガバナンスが十分に機能しなかった場合、少数株主の利益損失および当社独自の事業展開に制約が生じるリスク	低	低	経営の独立性を維持するとともに、公正な意思決定プロセスの確立に努める
技術革新およびAI実装 技術革新のスピードが当社の予想を上回る場合や、実装したAI機能が顧客ニーズに適合しない、あるいはAI利用に関する新たな法的規制や倫理的課題が発生した場合、プロダクトの競争力が低下し、事業および業績に影響を及ぼすリスク	中	高	技術革新の動向について継続的に情報収集を行い、自社開発に固執せず外部技術をスピーディーに取り込むことで、最新テクノロジーの製品実装を実施
収益構造の改革および利益率向上 新規アカウント獲得のためのマーケティング費用が想定を超えて増大した場合、あるいは低価格プランへの移行が想定以上に進み顧客単価が著しく低下した場合、収益構造の改革が遅れ、目標とする利益率を達成できないリスク	中	高	「利益の最大化」を優先課題とし、コスト管理の徹底とLTV（顧客生涯価値）の最適化を推進
システム障害 サービス基盤であるAWSの大規模な障害、または当社の想定していない事象の発生によるシステム障害が発生するリスク	低	高	複数の地理的リージョンとアベイラビリティゾーンの利用による冗長性の確保や定期的な脆弱性診断および各種不正アクセス対策等によるセキュリティの対応、また、システム稼働状況の監視等の実施

※前期資料から一部の記載リスク（経営環境の変化、競争、検収時期の変動・収益悪化）を見直しております。これらは前期時点では重要事項と認識しておりましたが、親会社との協業進展や市場の変化に伴い、発生可能性および業績への影響度が低下したと判断しております。このため、本資料では個別記載は行っておりませんが、引き続き必要なモニタリングを実施してまいります。※その他のリスクについては、有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください。



IRに関するお問い合わせ先
ir@shanon.co.jp

Disclaimer

- 本資料において提供される資料及び情報は、いわゆる「見通し情報（forward-looking- statements）」を含みます。将来の見通しに関する記述は、現在入手可能な情報に基づく当社または当社の経営陣の仮定及び判断に基づくものであり、既知または未知のリスク及び不確実性が内在しています。また、今後の当社事業を取り巻く経営環境の変化、市場の動向、その他様々な要因により、これらの記述または仮定は将来実現しない可能性があります。
- これらリスクや不確実性には一般的な業界並びに市場の状況、金利、通貨為替変動等、一般的な国内及び国際的な経済状況が含まれます。
- 本資料は当社の株式の購入や売却等の勧誘を目的としたものではありません。投資判断を行う際は投資家ご自身の判断において行っていただきますようお願い致します。
- 次回の開示予定時期は2027年3月頃を予定しています。