



2025年12月期 第3四半期 決算説明資料

AI CROSS株式会社
(証券コード：4476)

2025.11.14



原田典子

平素より格別のご支援を賜り、心より御礼申し上げます。

AI CROSSは、設立以来「Smart Work, Smart Life」の理念のもと、テクノロジーを活用して企業の業務効率化と働く人々の生産性向上を支援することを使命として事業を推進してまいりました。

近年、AIをはじめとするテクノロジーの進化が加速し、企業のDX（デジタルトランスフォーメーション）は新たなステージに入っています。こうした変化に対応しながら、私たちは従来のメッセージングサービスを磨き上げ、AIを融合することで、より付加価値の高いソリューションへと進化を遂げています。

一方で、世界経済の不透明感が増す中、日本国内においても少子高齢化や労働人口の減少といった構造的な課題が深刻化しています。このような環境の中で、私たちは単なる業務効率化を超え、テクノロジーの力で企業と働く人々の時間をより価値あるものにし、新たな価値を生み出すことを目指し、挑戦を続けています。

これからも、「Smart Work, Smart Life」というミッションのもと、テクノロジーを活用して新たな可能性を拓き、企業の成長と働く人々のより良い未来を支えてまいります。

株主の皆様には、引き続き温かいご支援を賜りますようお願い申し上げます。

1. FY2025.3Q 業績ハイライト
2. FY2025.3Q KPIサマリー
3. FY2025.3Q ビジネスラインの状況
4. Appendix

(※ 1) 2021年8月の子会社AIX Tech Venturesの設立により、2021年12月期第3四半期より連結決算に移行しております。

(※ 2) 本資料に記載されたすべての意見や予測、見通しなどは資料作成時点における入手可能な情報に基づいた当社の判断であり、その情報の正確性を保証するものではありません。また様々な要因の変化により、実際の業績や結果とは大きく異なる可能性があることを、予めご承知おきください。

(※ 3) 本資料に記載されている会社名、サービス名は各社の商標または登録商標です。

FY2025.3Q 業績ハイライト

(※) 資料中の各数値は、FY2021.3Qからの連結決算への移行しております。従いまして、FY2021.2Q以前の数値は単体決算数値である点をご留意ください。



売上高

983 百万円

前四半期比 ▲0.81% ↓

前年同期比 +3.71% ↑

営業利益

106 百万円

前四半期比 +301.01% ↑

前年同期比 ▲19.27% ↓

経常利益

107 百万円

前四半期比 +300.61% ↑

前年同期比 ▲19.40% ↓

四半期純利益

52 百万円

前四半期比 +65百万円 ↑ (※1)

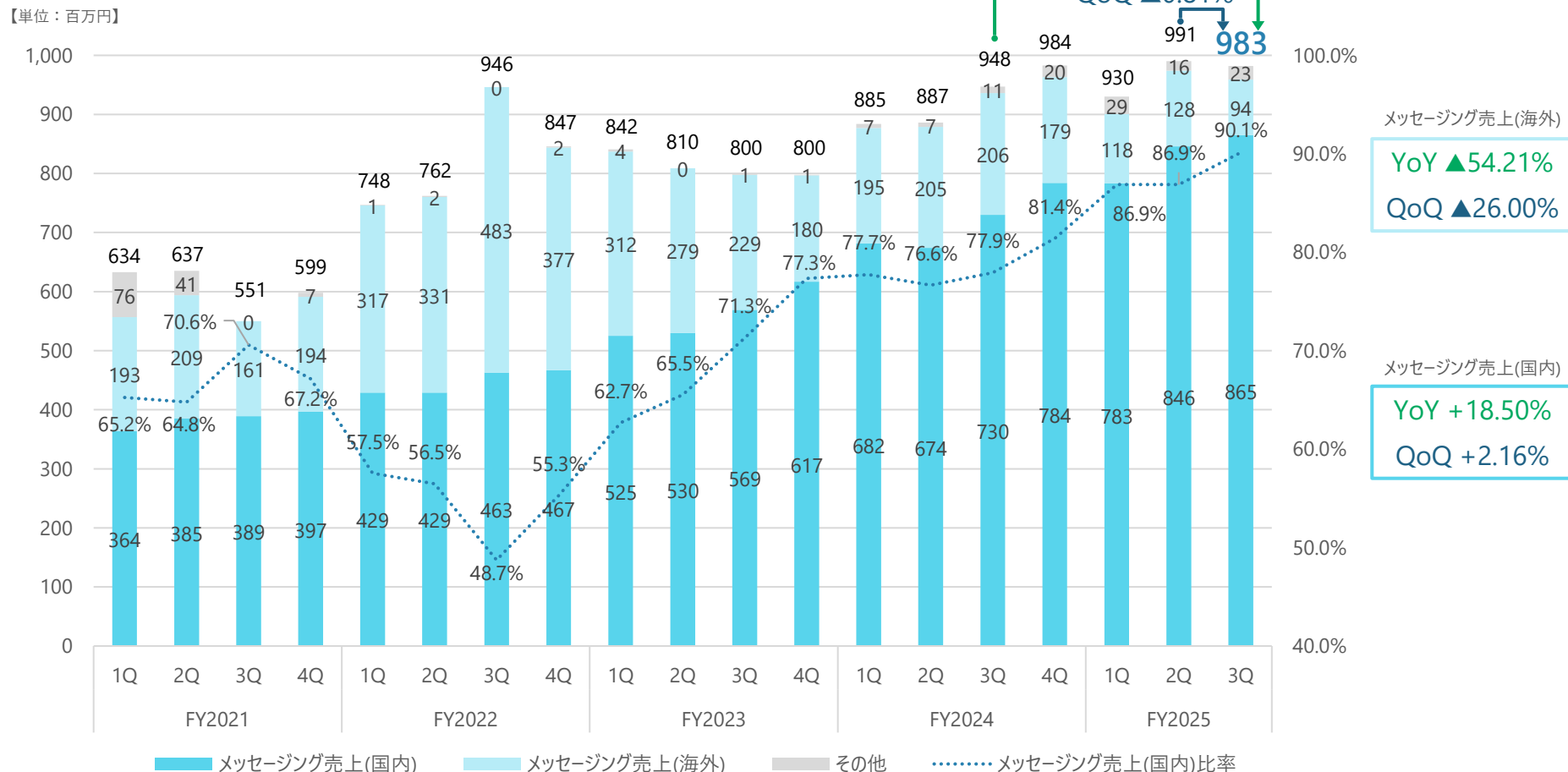
前年同期比 ▲21.11% ↓

(※1) FY2025.2Qの連結会計期間は、株主優待費用の計上があり四半期純利益はマイナスとなっております。
従って、前四半期比においては増減額で比較しております。



売上高（四半期毎推移）

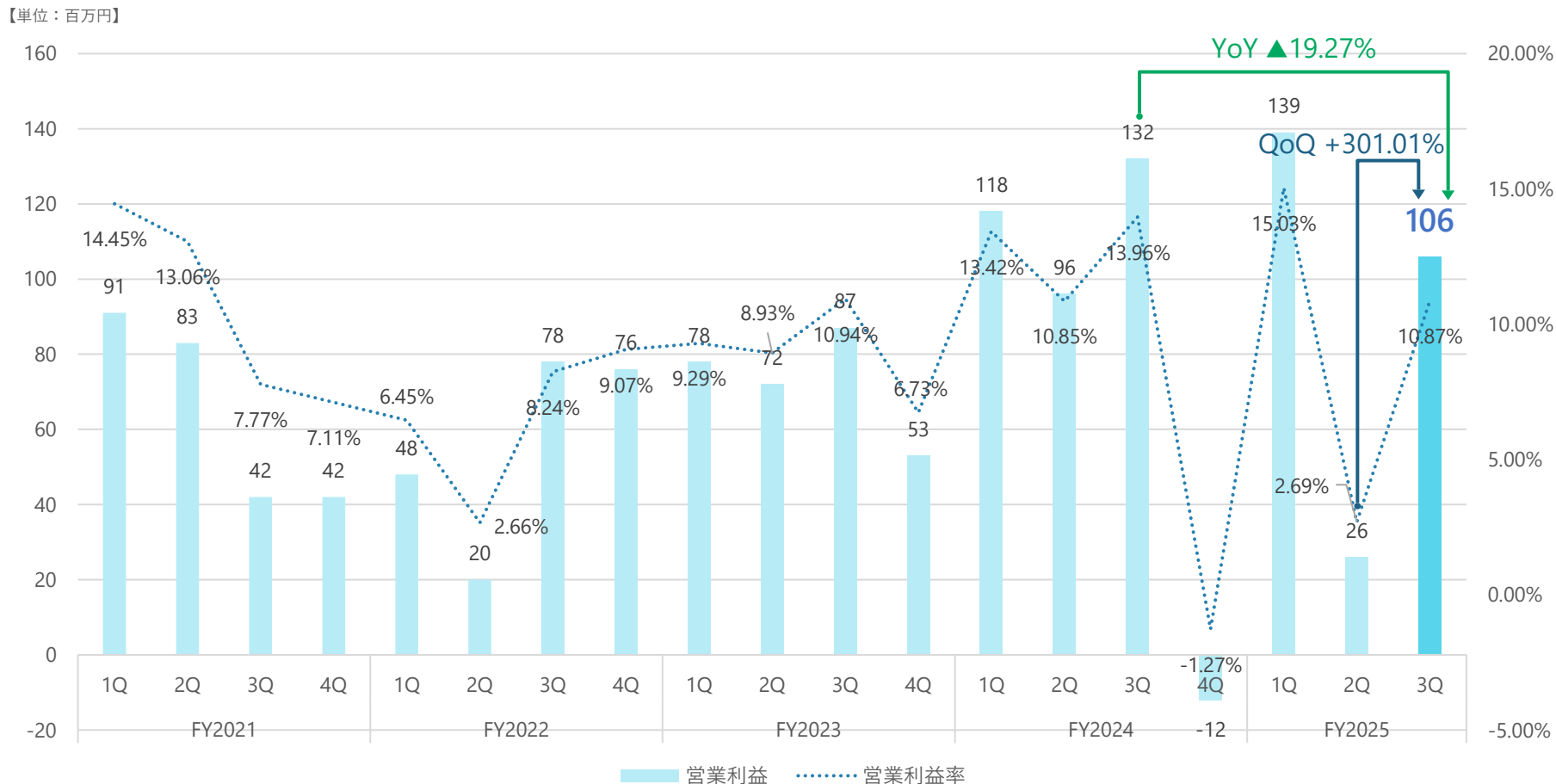
- 収益性の高い国内顧客の獲得および配信数の拡大に注力したことに伴い、海外顧客の配信数が減少し、前四半期比で売上高合計は8百万円減収（▲0.81%）したものの、国内顧客のメッセージング売上は18百万円の増収（+2.16%）
- 前年同期比においては、売上高合計は35百万円の増収（+3.71%）、うちメッセージング国内売上高は135百万円の増収（+18.50%）





営業利益（四半期毎推移）

- FY2025.2Qに2025年6月末基準の株主優待費用の計上の影響で、前四半期比は80百万円の増益（+301.01%）
- 株式会社ロウプの子会社化に関連する株式取得手続き費用等の影響により、前年同期比においては25百万円の減収（▲19.27%）

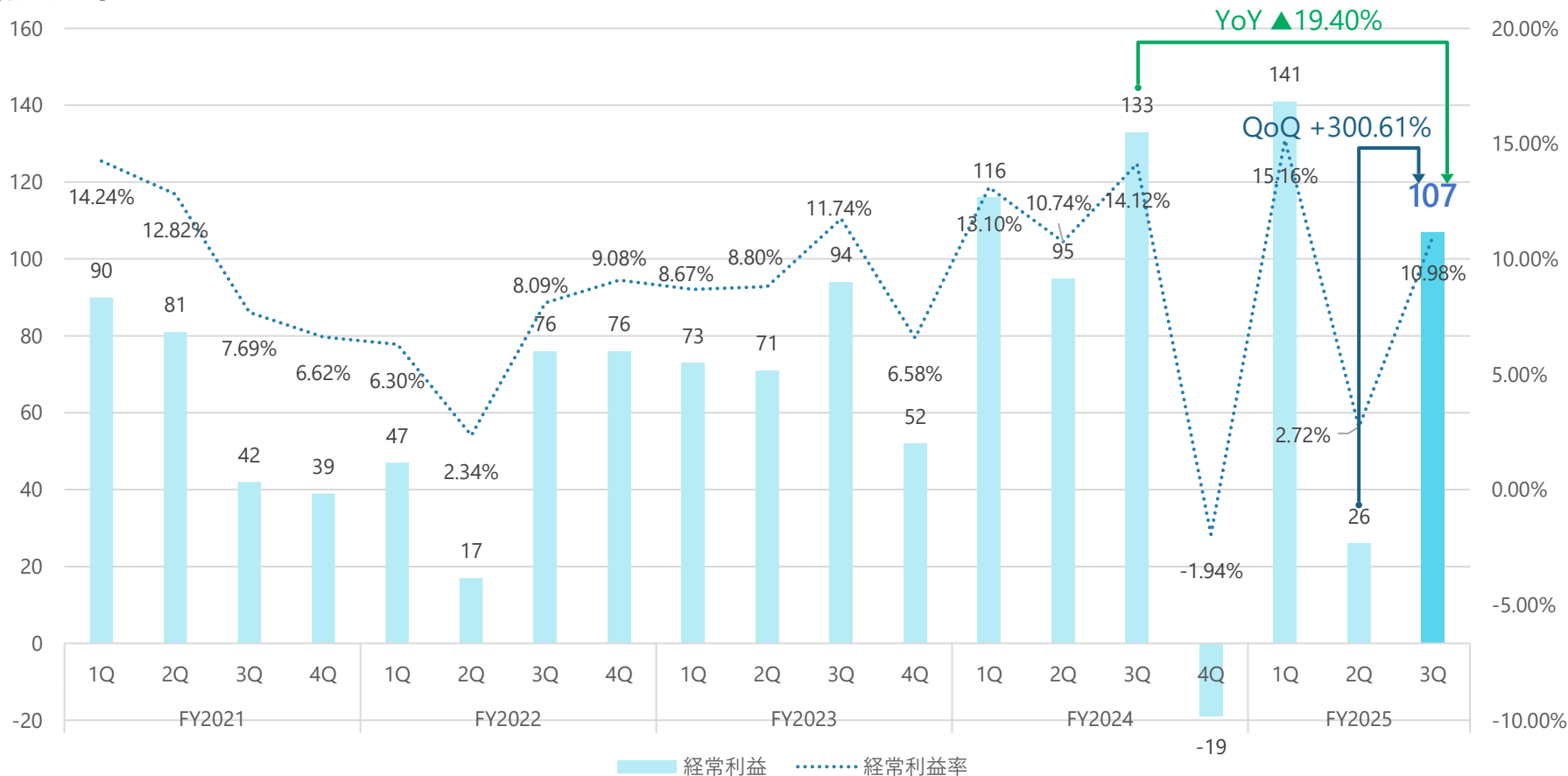




経常利益（四半期毎推移）

- 営業利益と同様の推移

【単位：百万円】

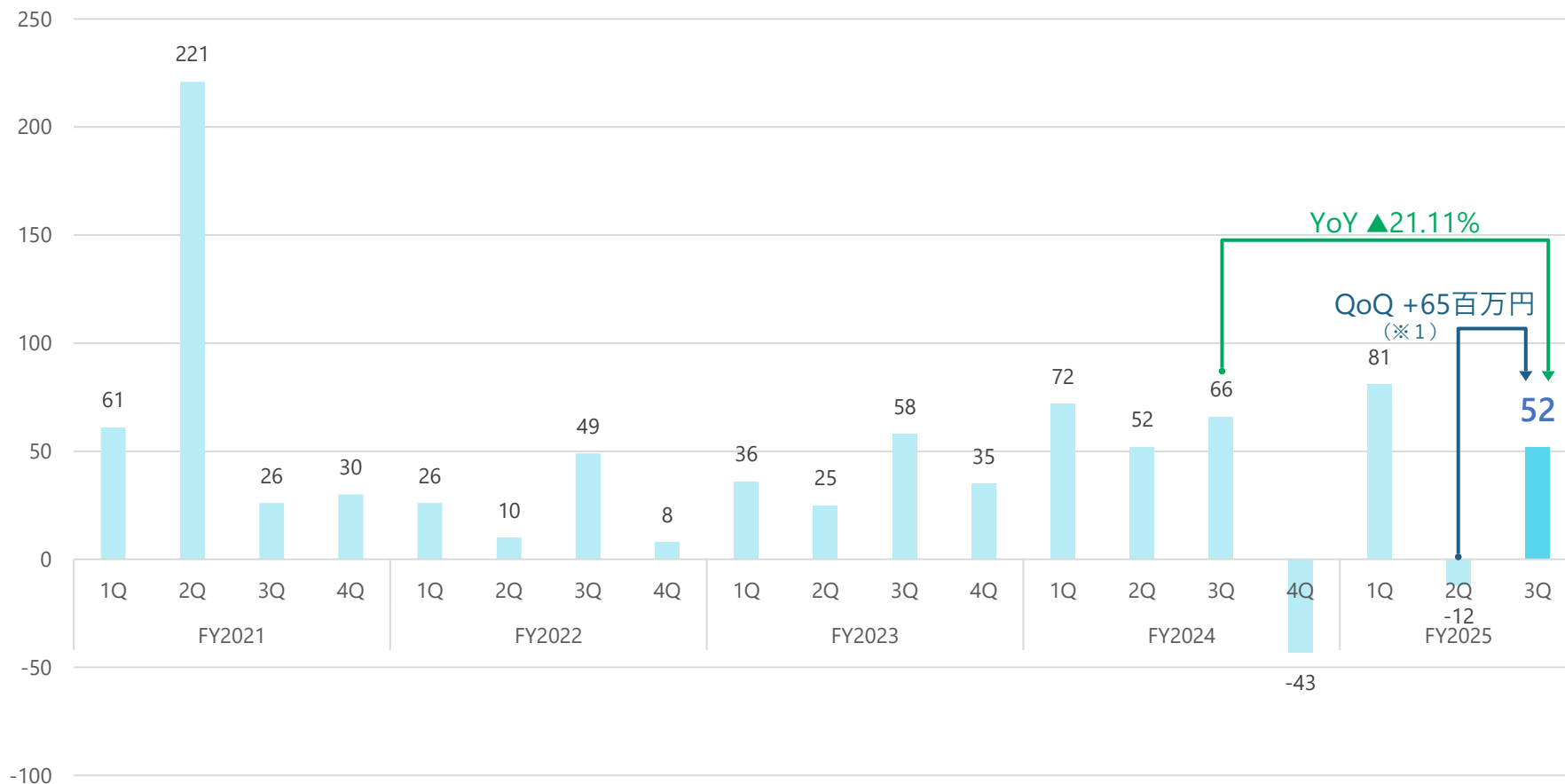




四半期純利益（四半期毎推移）

- 経常利益と同様の推移

【単位：百万円】



(※1) FY2025.2Qの連結会計期間は、株主優待費用の計上があり四半期純利益はマイナスとなっております。
従って、前四半期比においては増減額で比較しております。



売上高は上場来最高

一方、2025年12月期より株主優待関連費用を第2四半期に計上し、また第3四半期に株式会社ロウプの子会社化に関連する株式取得手続き費用等が発生したことで、各段階利益は前年同期比で減少

【単位：百万円】

			2025年12月期 第3四半期	2024年12月期 第3四半期	増減額	前年同期比
売	上	高	2,905	2,721	+183	+6.75%
			上場来 最高			
営	業	利 益	273	347	▲74	▲21.33%
経	常	利 益	275	345	▲69	▲20.09%
親会社株主に帰属する 四 半 期 純 利 益			120	192	▲71	▲37.05%



(参考) 調整後前年同連結累計期間比

2025年6月末基準の株主優待関連費用を除いた場合の前年同連結累計期間比

2025年6月末基準の株主優待関連費用により各段階利益は減少したが、
その影響を除外すると、売上高は堅調に推移

【単位：百万円】

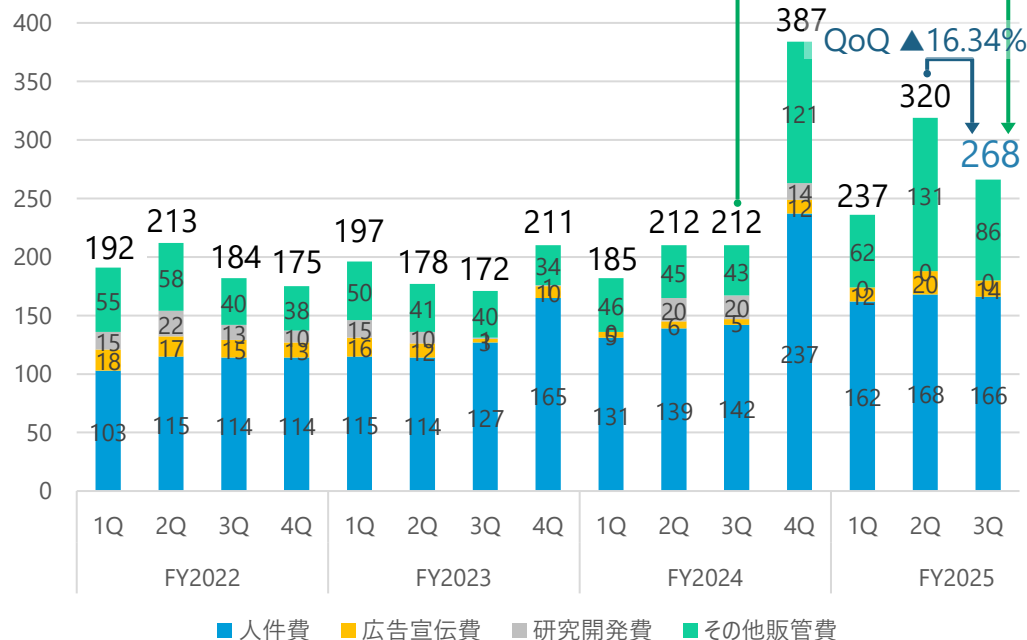
	2025年12月期 第3四半期	2024年12月期 第3四半期	増減額	前年同期比
売上高	2,905	2,721	+183	+6.75%
調整後営業利益 ※株主優待関連費用除く	352	347	+4	+1.34%
調整後経常利益 ※株主優待関連費用除く	354	345	+9	+2.73%
調整後親会社株主に帰属する 四半期純利益 ※株主優待関連費用除く	199	192	+7	+3.95%



四半期毎 販売費および一般管理費推移（四半期毎推移）

- 前年同期比においては、従業員数の拡充に伴う人件費やシステム利用料、株式会社ロウプの子会社化に関連する株式取得手続き費用等の増加により55百万円の増加（+26.25%）
- 前四半期比の分類毎の変動理由は以下の通り

【単位：百万円】



前四半期比の分類毎の主な変動内容

その他販管費	<ul style="list-style-type: none"> 株式会社ロウプの子会社化に関連する株式取得手続き費用等が増加したものの、FY2025.2Qに発生した株主優待関連費用が減少し、55百万円の減少
研究開発費	<ul style="list-style-type: none"> FY2024.4Qまでに計画した新規開発プロジェクトは完了
広告宣伝費	<ul style="list-style-type: none"> 「リピカム」や「Deep Predicotr」等の新サービスに係るマーケティング・プロモーション費用
人件費	<ul style="list-style-type: none"> 概ね横ばい

（※ 1） 2022年12月期第3四半期までは採用費を人件費に含めておりましたが、第4四半期より採用費はその他販管費に含めることとし、第3四半期以前の過去数値においても表示変更を行っております。



- 引き続き、事業全体が堅調に推移しており、売上・利益ともに概ね計画通りの進捗率で推移
- 第2四半期に2025年6月末基準の株主優待に係る費用を計上
- 第4四半期に2025年12月末基準の株主優待に係る費用の計上を予定
- 2025年9月19日開催の取締役会において、2025年10月1日付で株式会社ロウプの株式を取得し、子会社化することについて決議いたしました。本件がFY2025業績予想に与える影響について現在精査中であり、今後、公表すべき事項が生じた場合には速やかに開示いたします。

【単位：百万円】

	FY2025.3Q	通期業績予想	通期業績予想 進捗率
売 上 高	2,905	4,300	67.56%
営 業 利 益	273	400	68.37%
経 常 利 益	275	390	70.76%
四 半 期 純 利 益 (当期純利益)	120	210	57.59%

FY2025.3Q KPIサマリー



取引社数

7,999 社 (FY2025.3Q末時点)

前四半期比 +3.63% 

前年同期比 +15.34% 

SMS配信数

191.0 百万通

前四半期比 ▲5.85% 

前年同期比 ▲2.95% 

メッセージングサービス
ARPU（顧客平均売上高）※

11.9 万円／社

前四半期比 ▲4.98% 

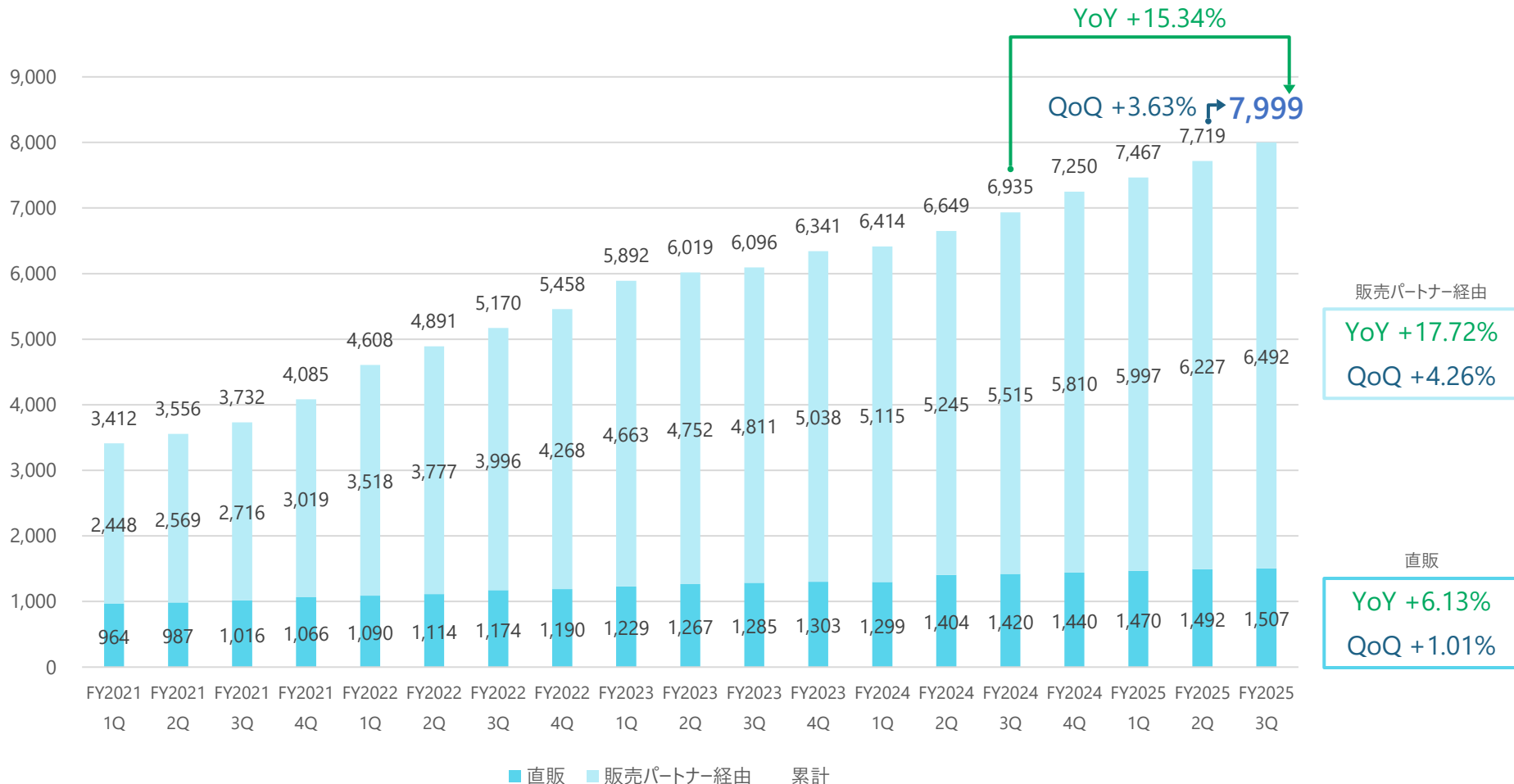
前年同期比 ▲11.18% 

（※） FY2025.3Qにおけるメッセージングサービス売上を同時点における取引社数で割ることにより算出



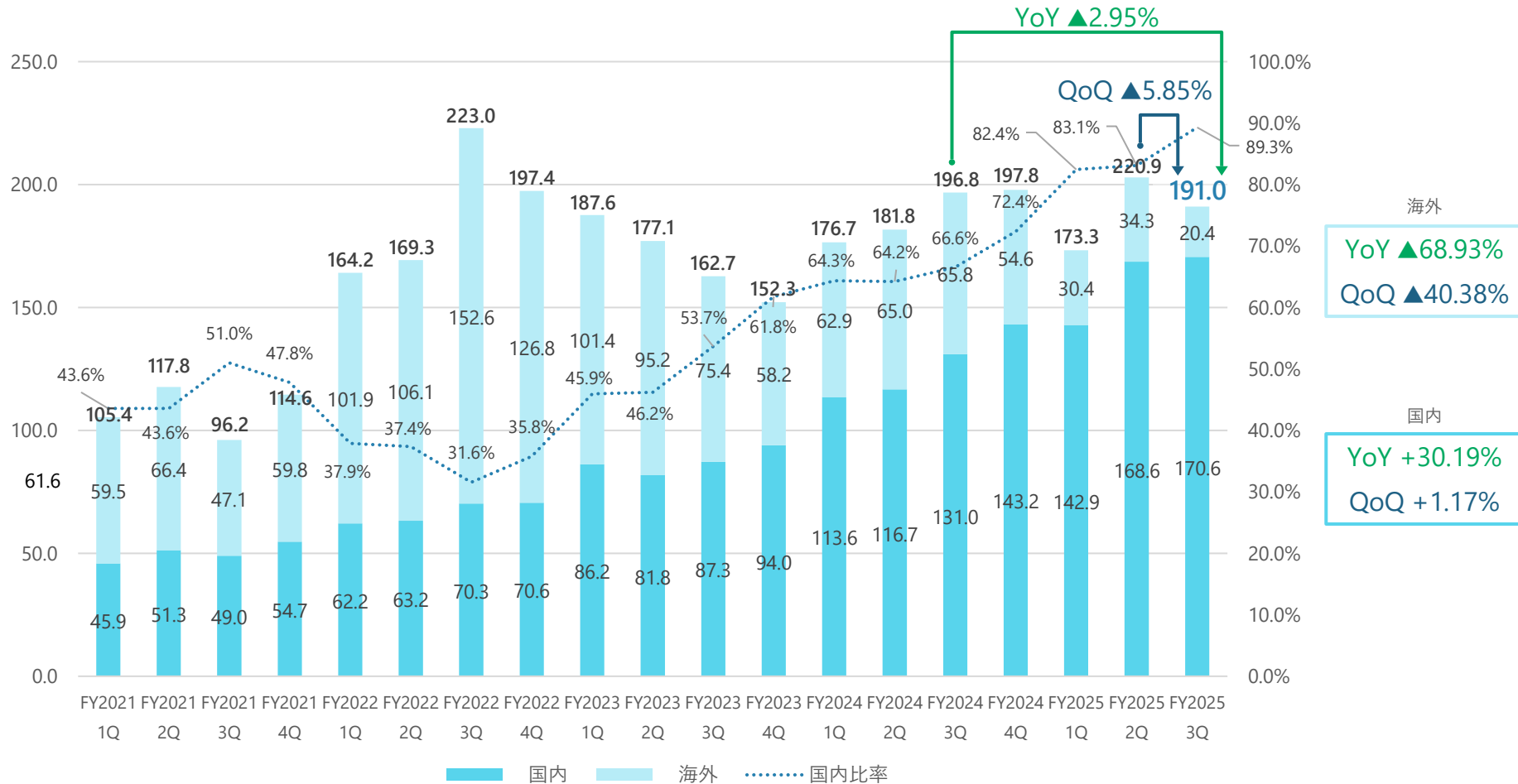
メッセージングサービス取引社数

- 販売パートナー企業経由の顧客増加等により引き続き堅調な伸びを維持しており、前四半期比で280社の増加（+3.63%）、前年同期比で1,064社の増加（+15.34%）
- SMSと親和性の高い顧客アセットを保有する販売パートナーとの取り組みに集中し、国内顧客の獲得強化を継続





- 継続して収益性の高い国内顧客の獲得および配信数の拡大に注力したことに伴い、海外顧客の配信数が減少し、前四半期において、SMS配信数合計は11.9百万通減少（▲5.85%）したものの、国内顧客のSMS配信数は2.0百万通の増加（+1.17%）
- 前年同期比においても、前四半期同様に、SMS配信数合計は5.8百万通減少（▲2.95%）したものの、国内顧客のSMS配信数は39.6百万通の増加（+30.19%）

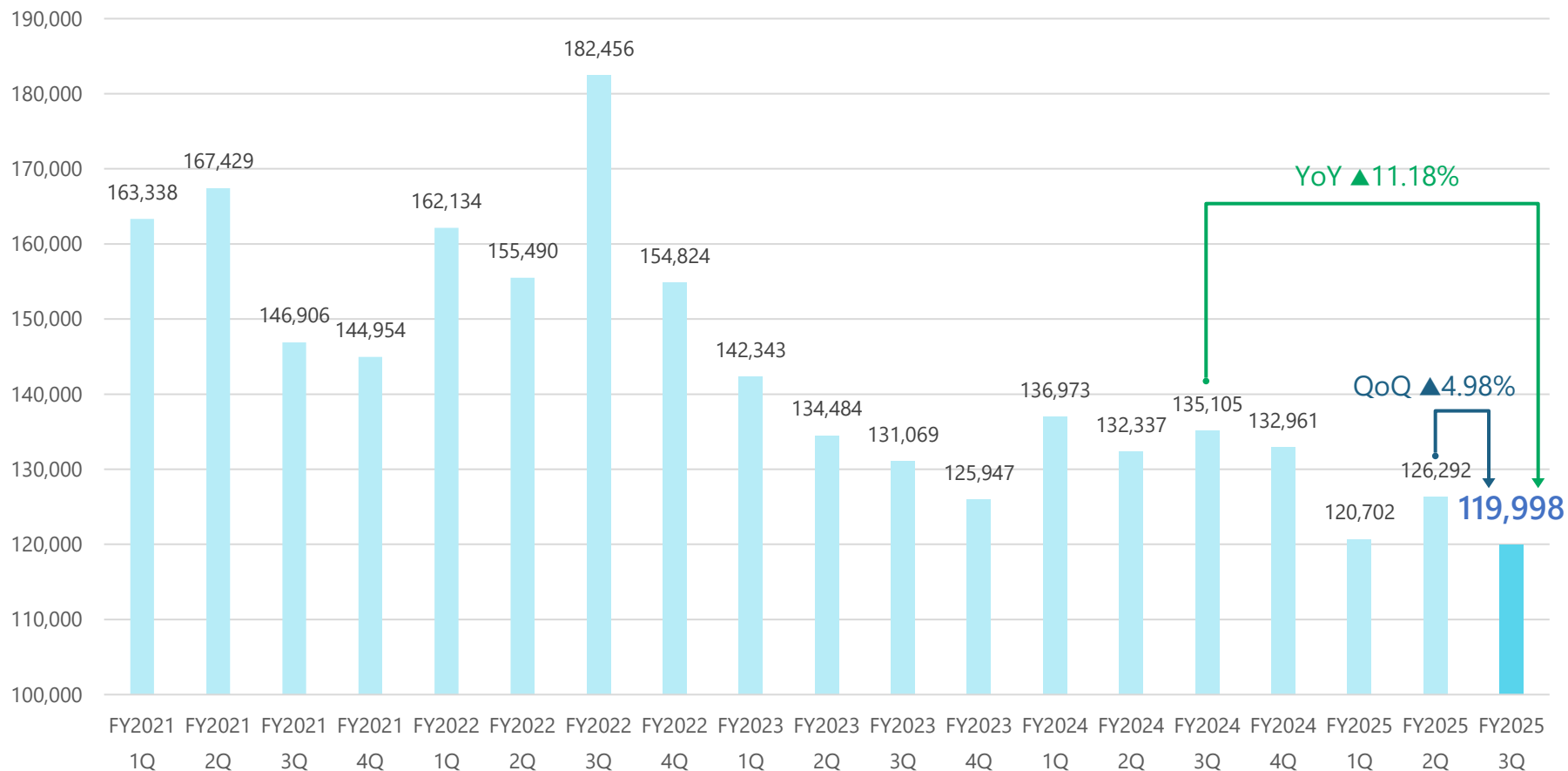




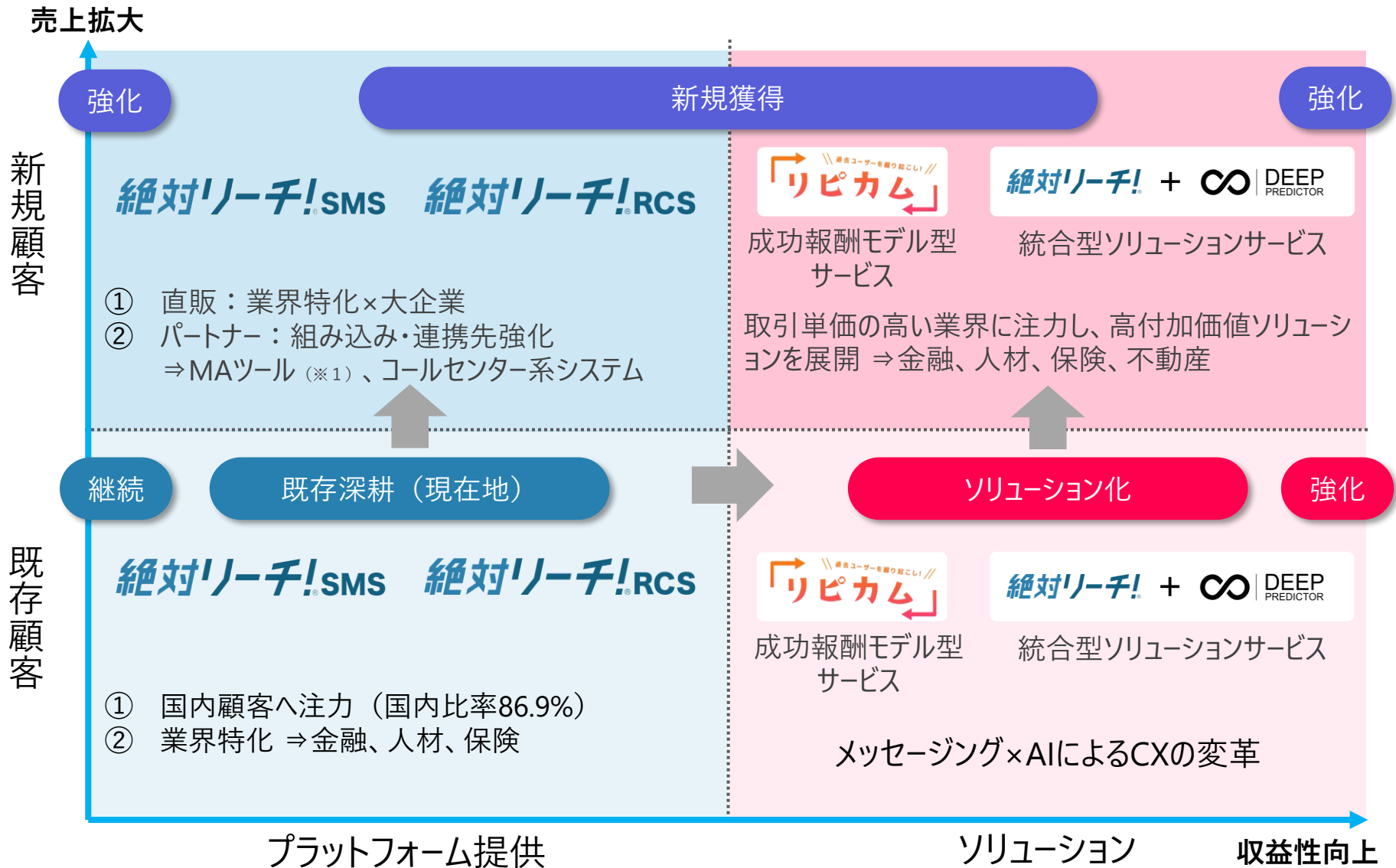
メッセージングサービスARPU（顧客平均売上高）

- ・ 前四半期比において、海外の大型顧客の売上が減少したことにより、前四半期比で6,294円の増加（+4.98%）
- ・ 前年同期比においても、前四半期比同様に15,107円の減少（▲11.18%）

【単位：百万円】



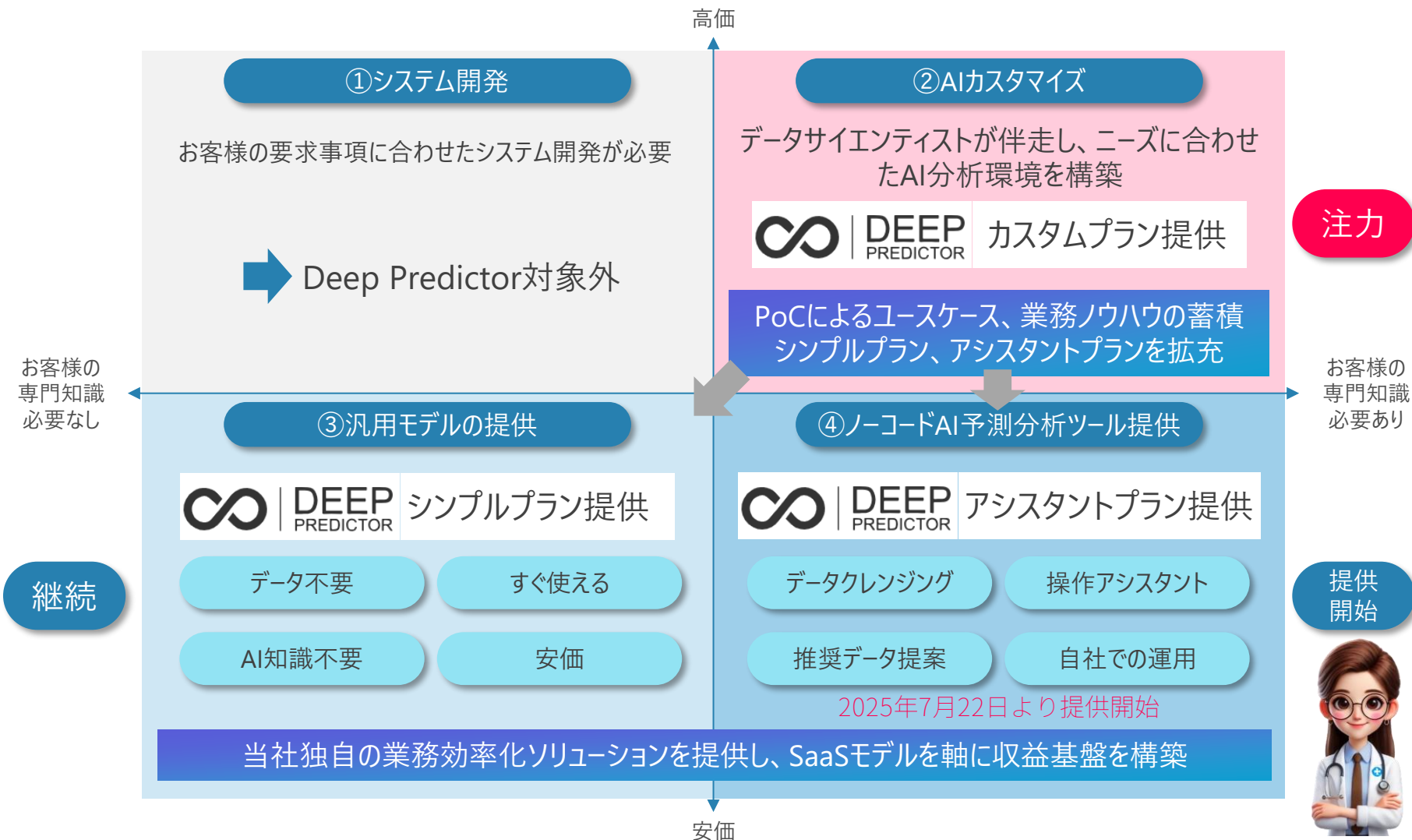
FY2025.3Q ビジネスラインの状況



(※1) MAツールとは、顧客情報を一元管理し、メール・SMS配信やスコアリング、Web行動の分析などを通じて、マーケティングプロセスを自動化・効率化するシステムを指します。



顧客状況やニーズに合わせて提供価値の異なる②～④の3つのサービスモデルを展開





「Deep Predictor」はエンタープライズ企業でのPoC（※1）が着実に進行しており、今回はその中から代表的な事例を取り上げてご紹介いたします。

1. 【国内最大級 総合家電メーカー】 販売予測の精度向上、工数削減事例

課題

- 予測業務が属人化し、**販売予測の信頼性に差が発生**
- 手作業中心の予測業務により、**多大な時間と人員を要する**

「Deep Predictor」による対策効果検証

- 販売実績、トレンド、季節性を基に自動で販売予測を行い、**予測精度の向上と作業工数削減の実現**について検証中

2. 【東証プライム上場 医療機器メーカー】 販売予測による在庫最適化事例

課題

- 感覚的な予測により、**予測精度にばらつきがあり、結果として、余剰在庫が発生**

「Deep Predictor」による対策効果検証

- 学会・イベント・市場動向など外部データを統合した予測により、**予測精度の向上と安定化を図り、余剰在庫の削減**を検証中
- 将来的に発注量算出まで「Deep Predictor」で対応予定

3. 【通信販売のリーディングカンパニー】 優良顧客の抽出による配信リストの最適化事例

課題

- 会員向けDMの送付対象顧客の抽出（**最大100万通/月**）を手作業で実施し、**業務負荷が増加**

「Deep Predictor」を対策効果検証

- 過去の購入率を基に、**反応確度の高い顧客を自動抽出**し、リスト作成工数の削減を検証中
- 将来的にROIシミュレーションをDeep Predictorで対応予定

（※1）PoC：「Proof of Concept」の略。新しい技術やソフトウェアの開発において、その実現可能性や有用性を確認するための重要なステップのこと。



2025年10月1日より株式会社ロウプがグループ参画

2025年9月19日開催の取締役会において、2025年10月1日付で株式会社ロウプの株式を取得し、子会社化することについて決議いたしました。

株式会社ロウプの概要

設立	2005年（平成17年）12月21日
代表者	代表取締役 中西 宗義
事業内容	広告企画・事業及びメディア運営・開発
サービス	<ul style="list-style-type: none"> ・CRM/MAコンサルティング ・DXソリューション ・日本市場参入コンサルティング ・ブランドコンサルティング ・UI/UXコンサルティング ・コミュニケーションチャネル最適化（オプティマイゼーション）

主要取引先



LOWP

LOWPは、クライアント企業の顧客体験価値（CX）向上を支援するコミュニケーションデザイン会社です。
マーケティングコミュニケーションの課題に伴走し、デジタル領域を主軸に、戦略立案、UI/UX設計、CRM/MAにおける戦略・実装・運用サポート、またデータ分析まで、ワンストップでのソリューション提供を行います。

Appendix

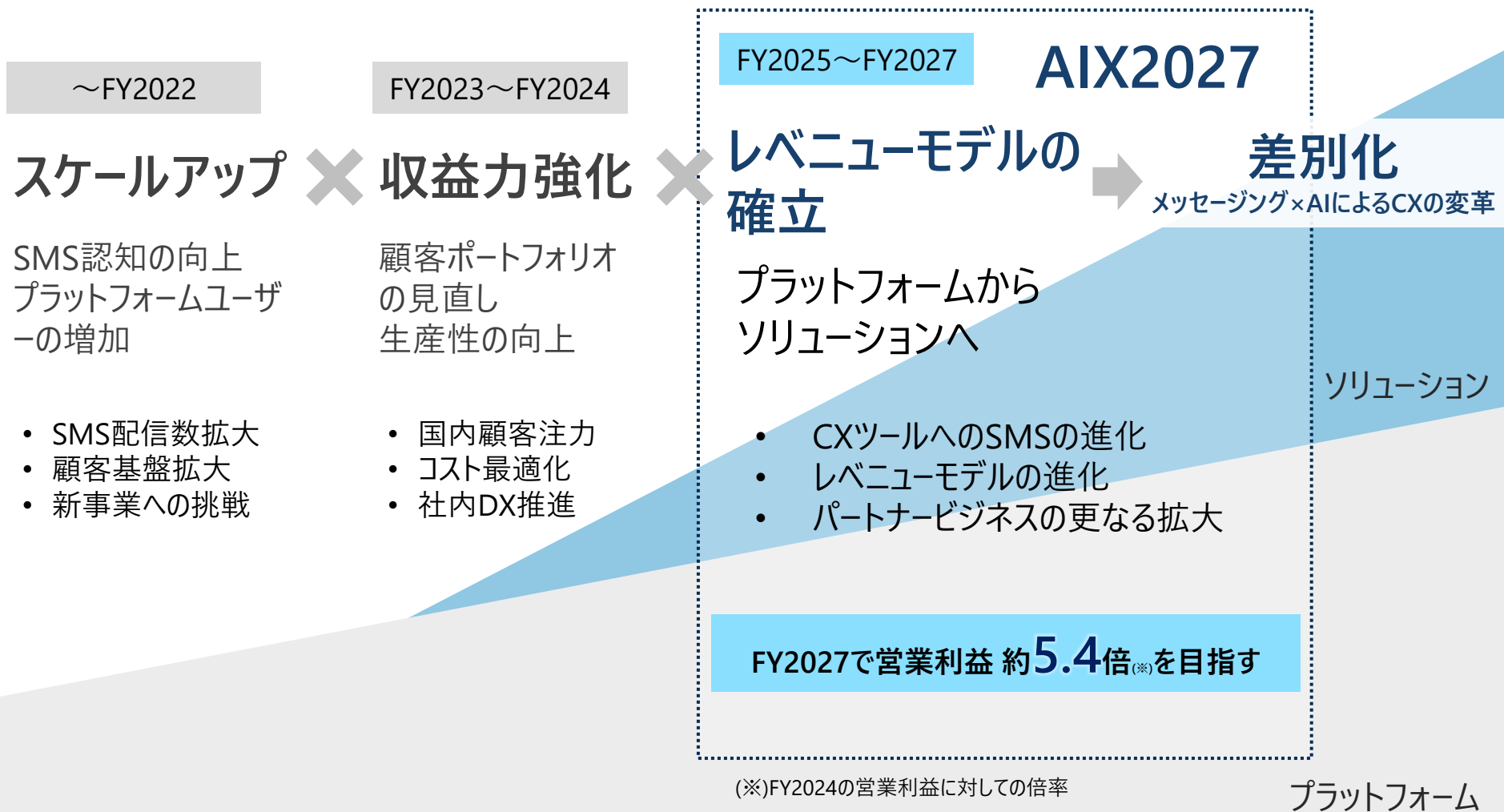
Appendix – 01

中期経営計画（AIX2027）

～2025年2月14日発表～



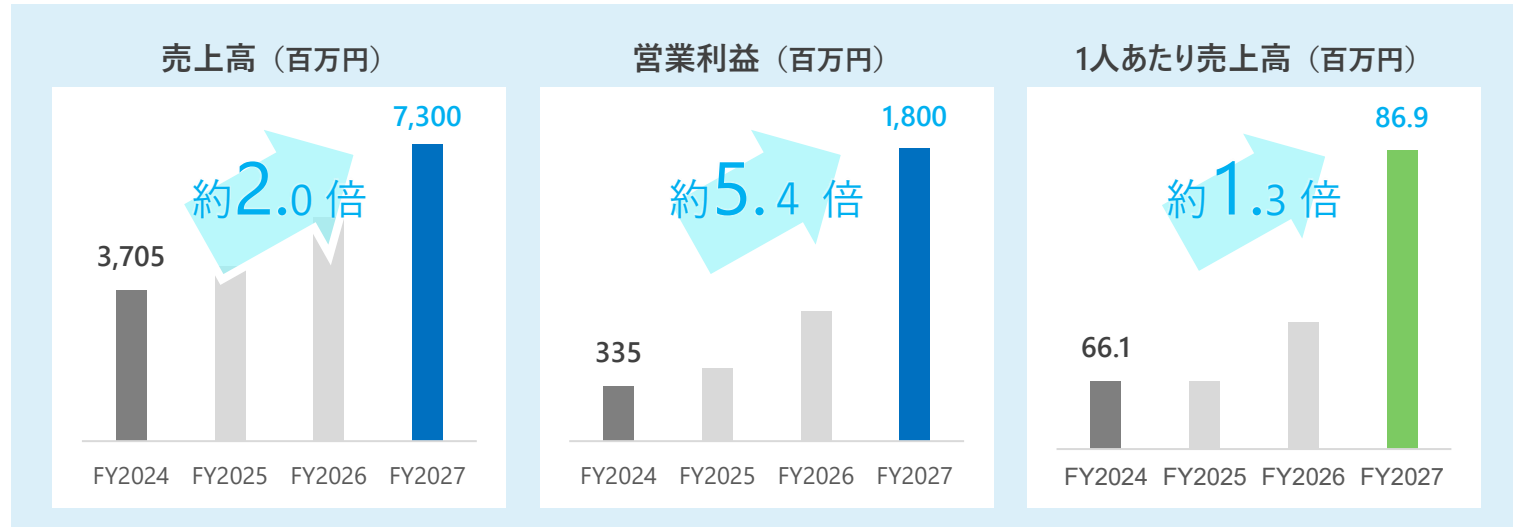
メッセージングサービスのプラットフォーム提供から**メッセージングサービス×AI**によるマーケティングソリューション提供へ





中期目標（KGIおよびKPI）

KGI



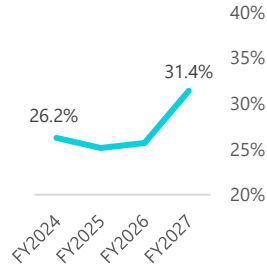
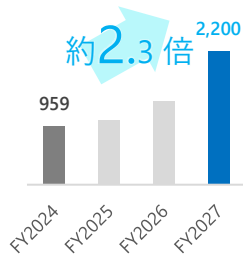
KPI

メッセージングサービス

売上高（百万円）

貢献利益(※)（百万円）

貢献利益率

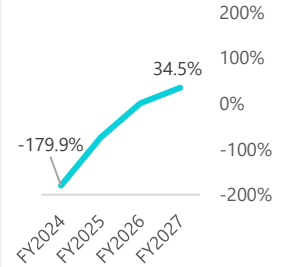
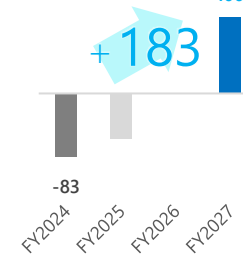


AIサービス

売上高（百万円）

貢献利益（百万円）

貢献利益率

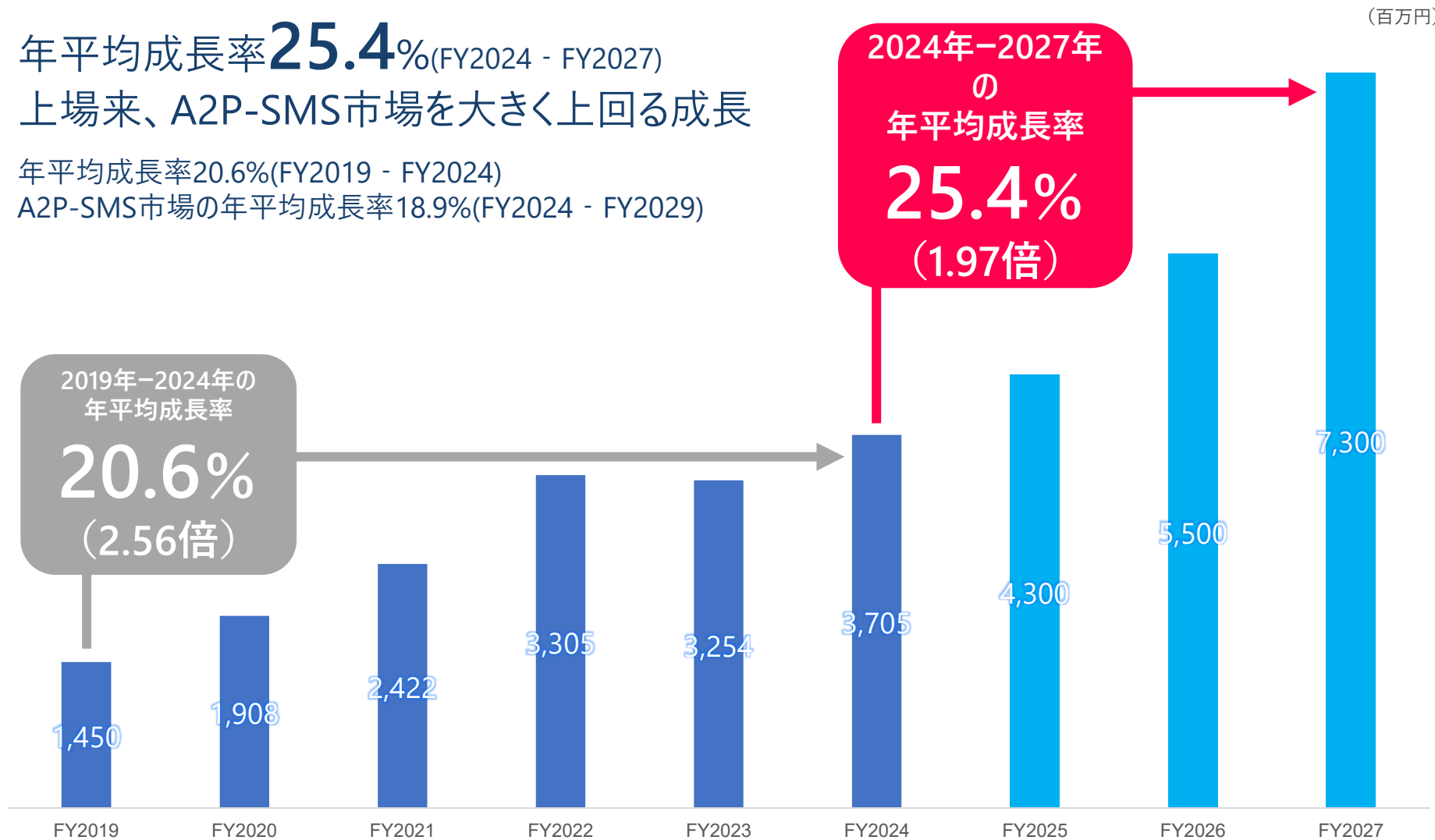


(※)貢献利益：各サービスの売上高から、各サービスに直接係る売上原価と販管費及び一般管理費を差し引いた各サービスの利益



年平均成長率**25.4%**(FY2024 - FY2027)
上場来、A2P-SMS市場を大きく上回る成長

年平均成長率20.6%(FY2019 - FY2024)
A2P-SMS市場の年平均成長率18.9%(FY2024 - FY2029)



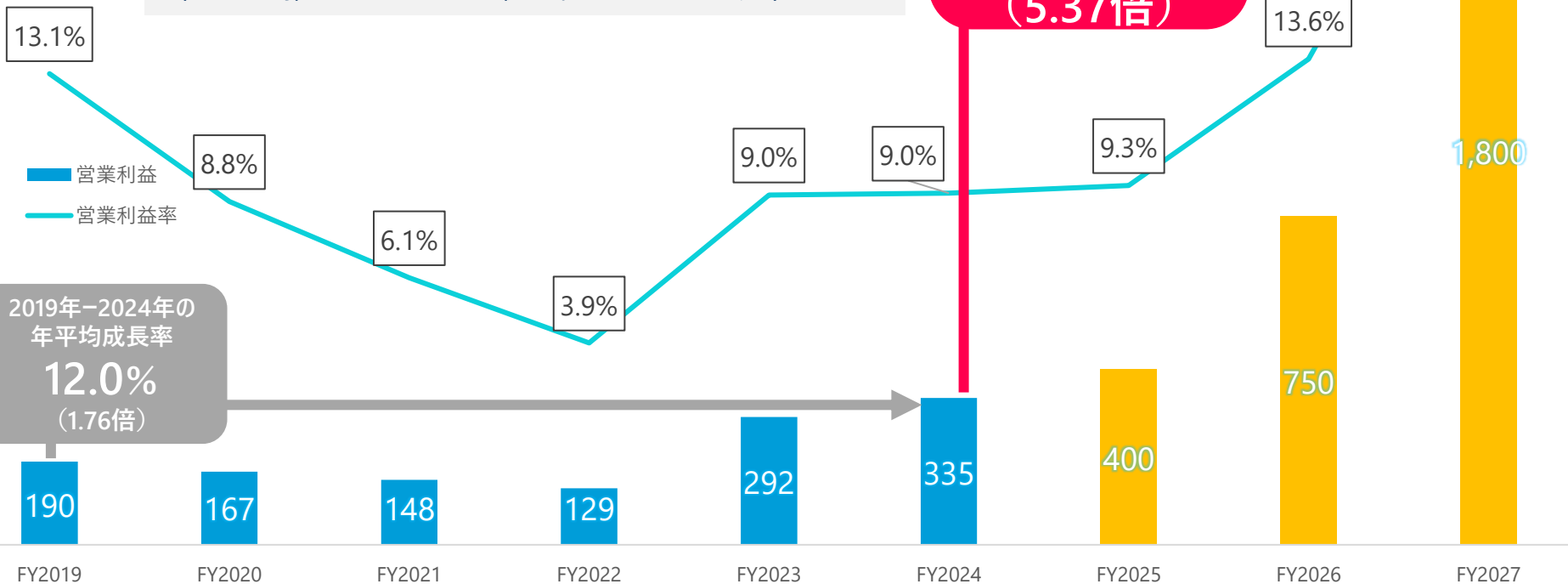


年平均成長率**75.1%** 営業利益率 + **15.7%**(FY2024 - FY2027)
FY2025以降に飛躍的に成長

飛躍的な成長の実現に向けた主な施策

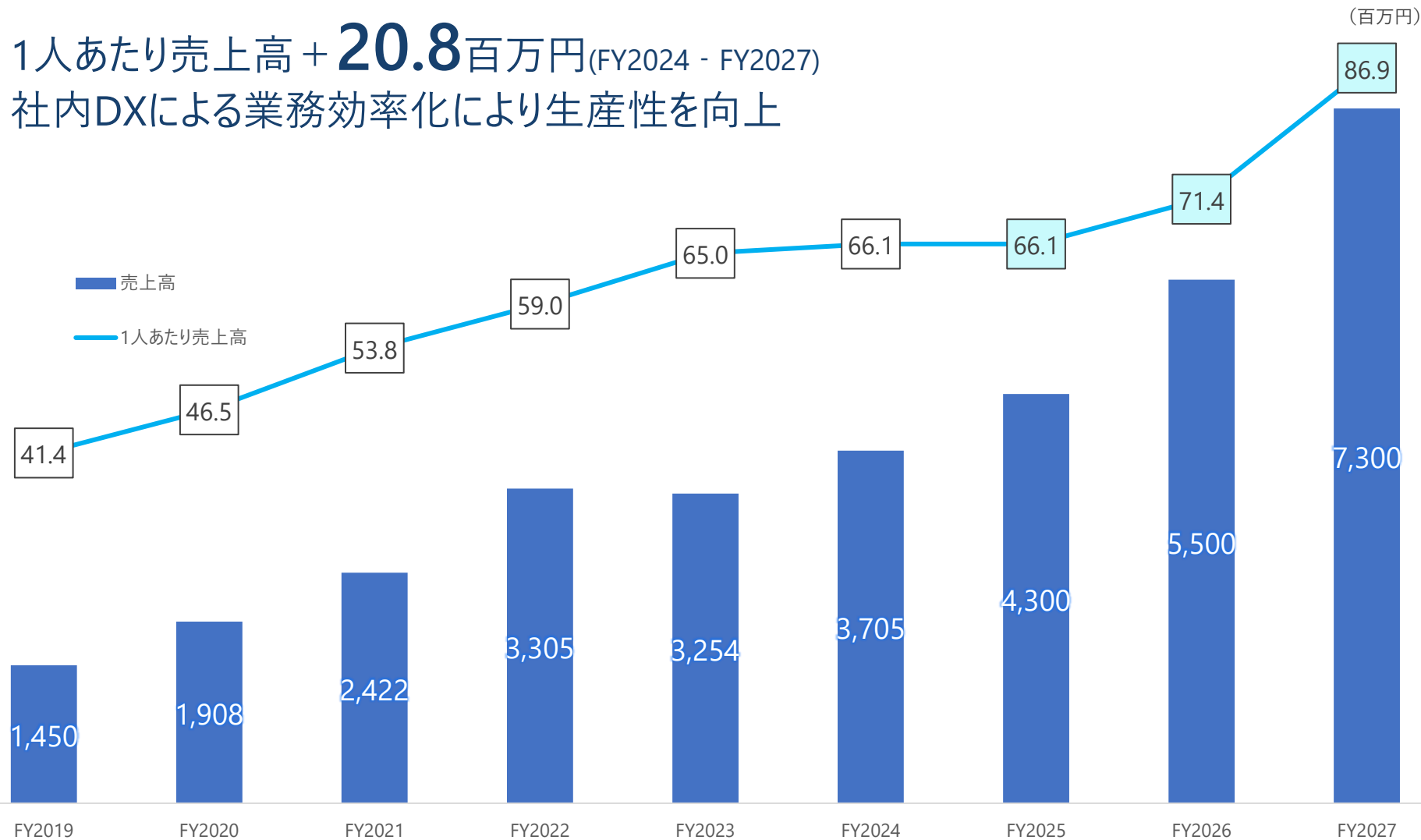
- ・収益性の高いレベニューモデルのソリューション拡大
- ・AIサービスの黒字化
- ・営業効率の更なる向上とパートナービジネスの更なる拡大
- ・社内DX推進とITシステム最適化によるコスト効率向上

2024年-2027年
の
年平均成長率
75.1%
(5.37倍)





1人あたり売上高 + **20.8**百万円(FY2024 - FY2027)
社内DXによる業務効率化により生産性を向上



(※) 1人あたり売上高は、売上高を正社員数で割ることで算出



コロナ後の市場における消費者のライフスタイルや価値観が多様化・ニッチ化が進む中、急速に進化する生成AIやAIエージェント等によるDXによって、多様化する消費者のニーズに柔軟に対応し、持続可能な競争優位性を築くことが必要不可欠になっている

メッセージング×AIで最適なCXを実現し、プラットフォームからソリューションへ進化

FY25

FY26

FY27

目指す姿

磨き上げたメッセージングサービスにAIを融合させ、CX領域の新たな市場を切り拓く

基本方針

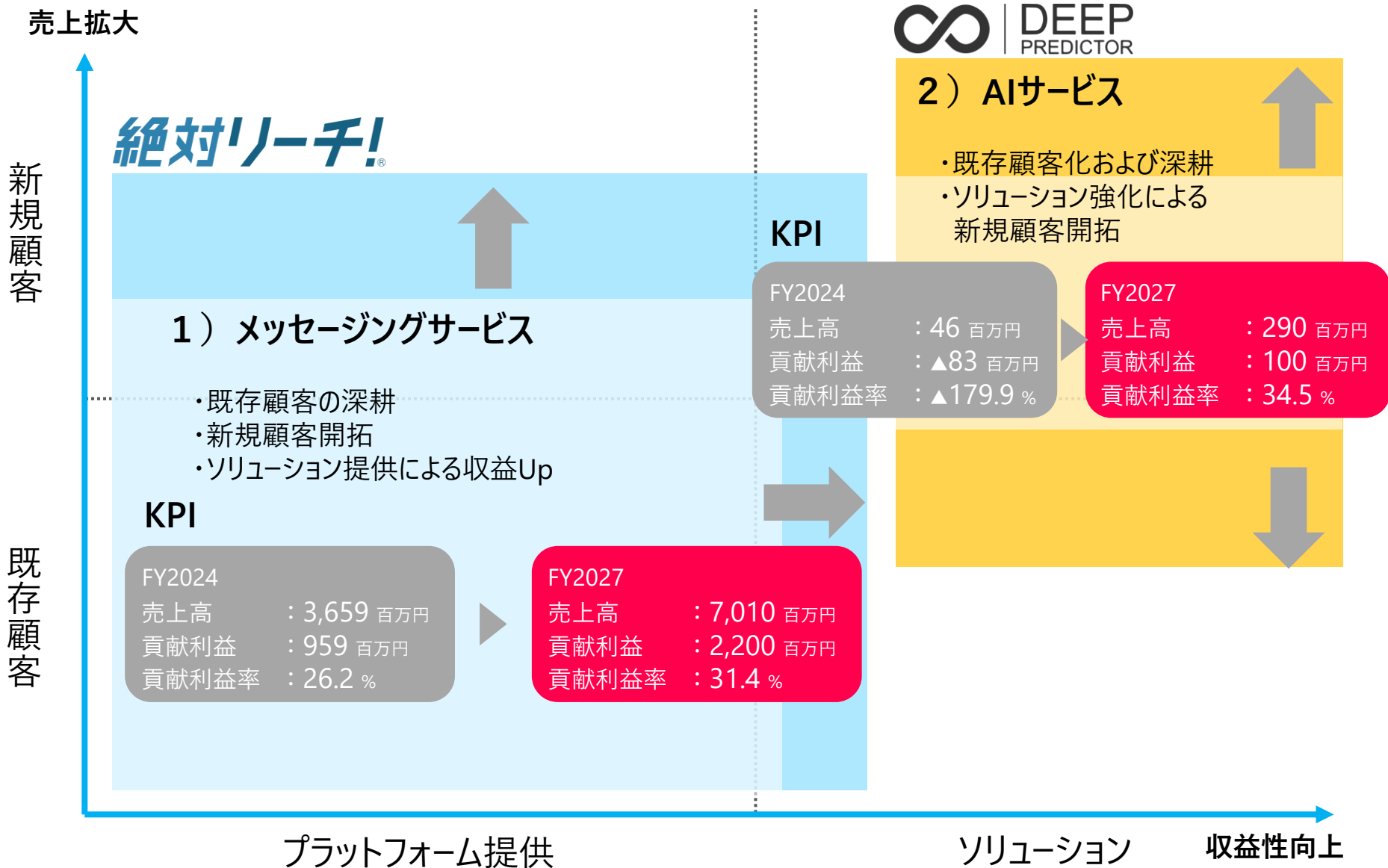
- 1) メッセージングサービス：CXツールへの進化
ソリューション化によるサービス力向上と更なる収益力の強化
- 2) AIサービス：AIの普及とニッチ市場の開拓
AIの優位性が発揮される領域において、当社独自の業務効率化ソリューションを提供し、SaaSモデルを軸に収益基盤を構築
- 3) 経営基盤の強化
管理部門をStrategic Operations Groupとして統合、レベニューの多様化に適した全社横断でのDX強化を図る

KGI

売上高：4,300百万円
営業利益：400百万円
1人あたり売上高：66.1百万円

売上高：5,500百万円
営業利益：750百万円
1人あたり売上高：71.4百万円

売上高：7,300百万円
営業利益：1,800百万円
1人あたり売上高：86.9百万円





1-1) メッセージングサービスの具体的な施策

絶対リーチ!

AI CROSS
Smart Work, Smart Life

FY27のKPI達成に向けた課題

2019年のIPO以降も当社根幹ビジネスとして成長を維持 (※1)

売上高 3.06x

貢献利益 959百万円

貢献利益率 26.2%

(※1) 売上高はFY2019とFY2024の比較、貢献利益、貢献利益率はFY2024の実績

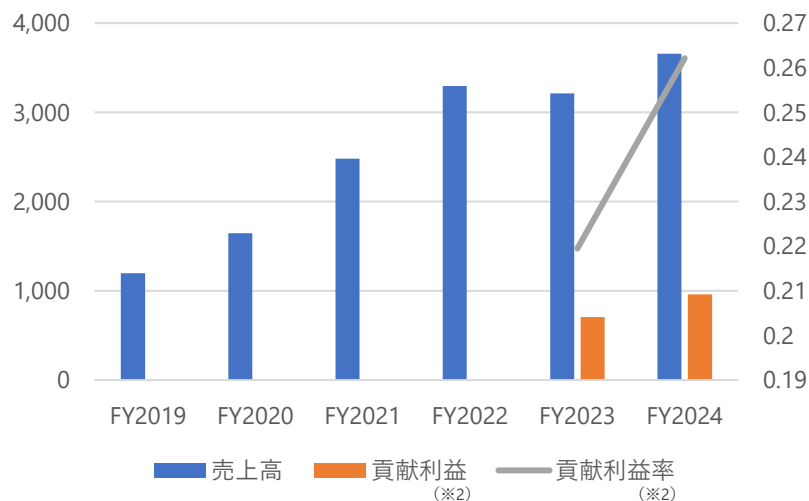
「通数」×「単価」の収益モデルからのシフト

業界特化ソリューション

販売の多角化

レベニューモデルの進化

(百万円)



(※2) 貢献利益および貢献利益率はFY2022以前のデータがないため、FY2023以降のみ表示しています。

FY27のKPI達成に向けた具体的な施策

営業組織再編により、重点施策を推進

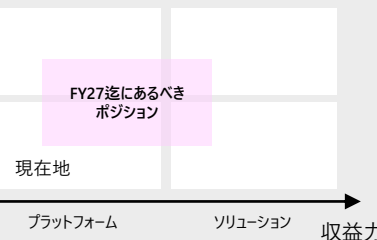
既存深耕

新規獲得

ソリューション化

売上拡大

新規顧客
既存顧客



- ・ カスタマーサクセスと新規営業チームを再編
- ・ ソリューション企画部署新設

収益力強化を促進

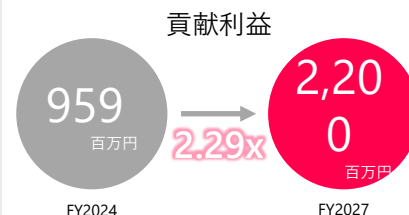
FY27までに以下の数値目標を達成する (※3)

売上高 1.92x

貢献利益 2.29x

貢献利益率 31.4%

(※3) 売上高、貢献利益率はFY2024とFY2027の比較、貢献利益率はFY2027の目標値



メッセージングサービスのマーケティングソリューション化を推進し、収益力をさらに強化

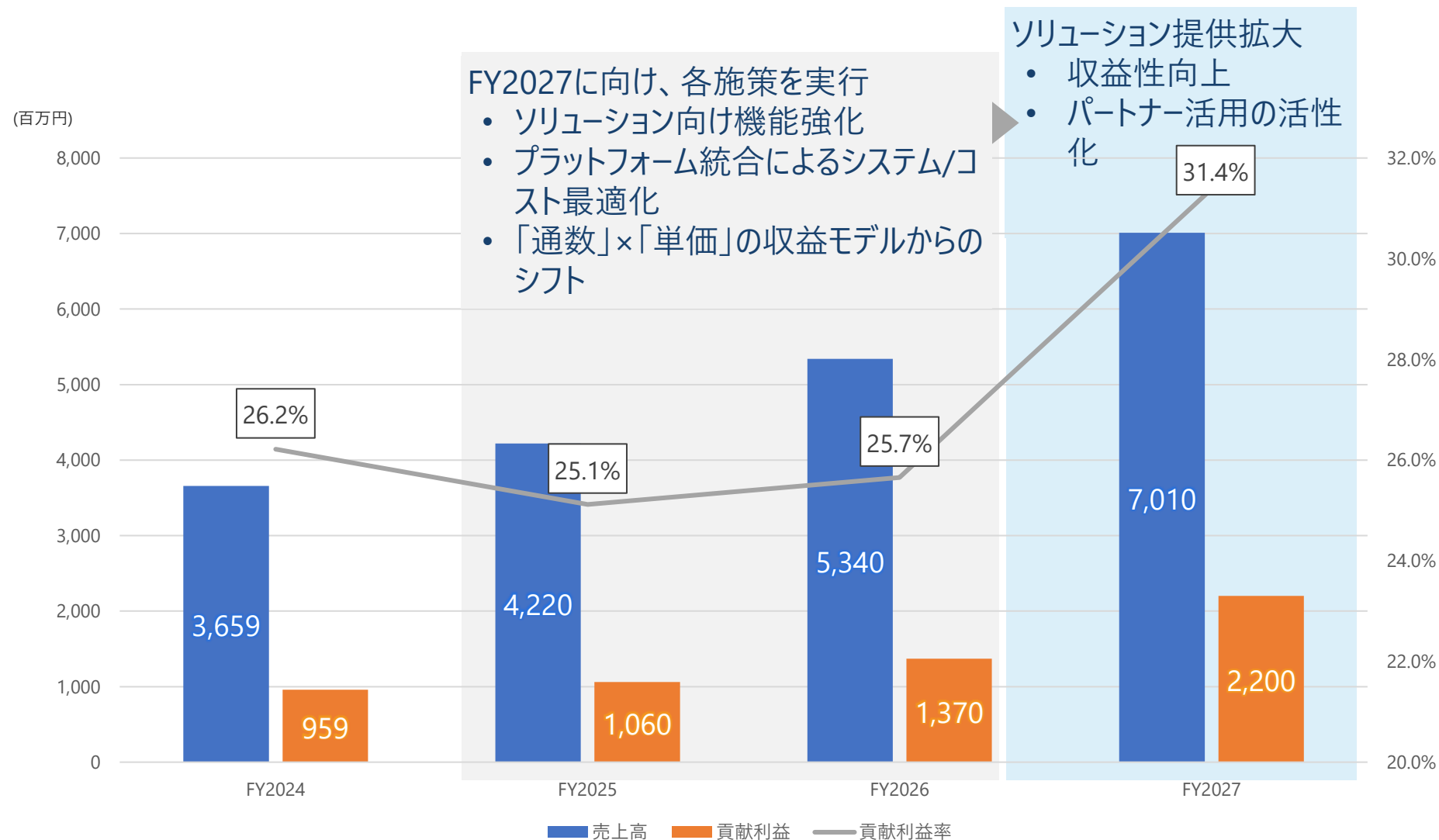
貢献利益の飛躍的な増加



1-2) メッセージングサービスの業績目標 (KPI)

絶対リーチ!

AlCROSS
Smart Work, Smart Life





2-1) AIサービスの具体的な施策



FY27のKPI達成に向けた課題

2023年にDeepPredictorをリリース、「事業の柱」に向け準備開始 (※1)

売上高 46百万円

貢献利益 ▲83百万円

貢献利益率 ▲179.8%

(※1) 売上高、貢献利益、貢献利益率はFY2024の実績

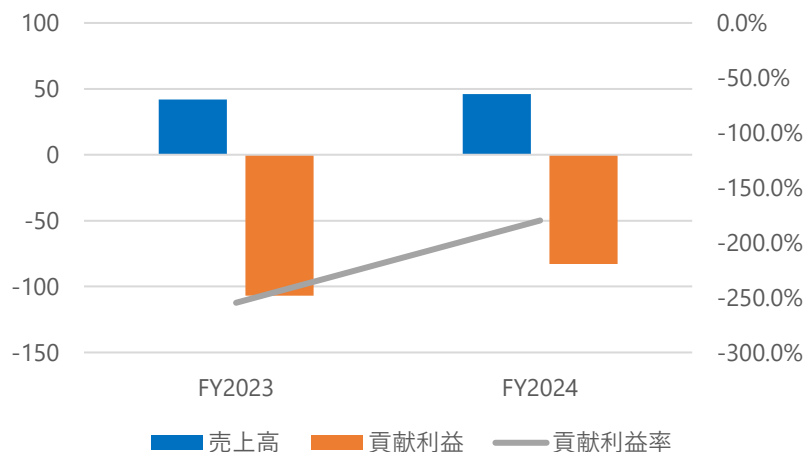
PMF (Product Market Fit (※2)) の達成

PoCの蓄積

ユースケース拡大

業務特化サービスの創出

(百万円)



(※2) PMF (Product Market Fit) とは、製品やプロダクトが特定市場に適合している状態のことです。

FY27のKPI達成に向けた具体的な施策

コンセプト変更 「高い予測精度」から「高い業務効果（実感）」へ

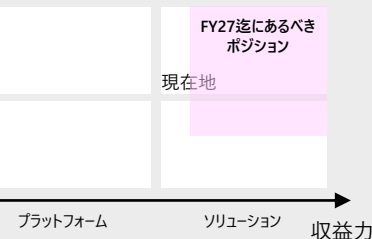
既存深耕

ターゲット選定

SMSとの親和性

売上拡大

新規顧客
既存顧客



- ターゲット業界およびユースケースを選定（勝ちパターン確立）
- メッセージング既存顧客への提案

事業の柱へ

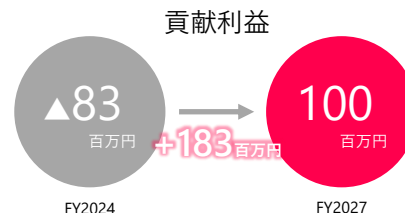
FY27までに以下の数値目標を達成する (※3)

売上高 290百万円

貢献利益 100百万円

貢献利益率 34.5%

(※3) 売上高、貢献利益率、貢献利益率はFY2027の目標値



「高い業務効果（実感）」を提供するAIサービスに進化
ニッチトップを目指す

単体サービスでの黒字化へ

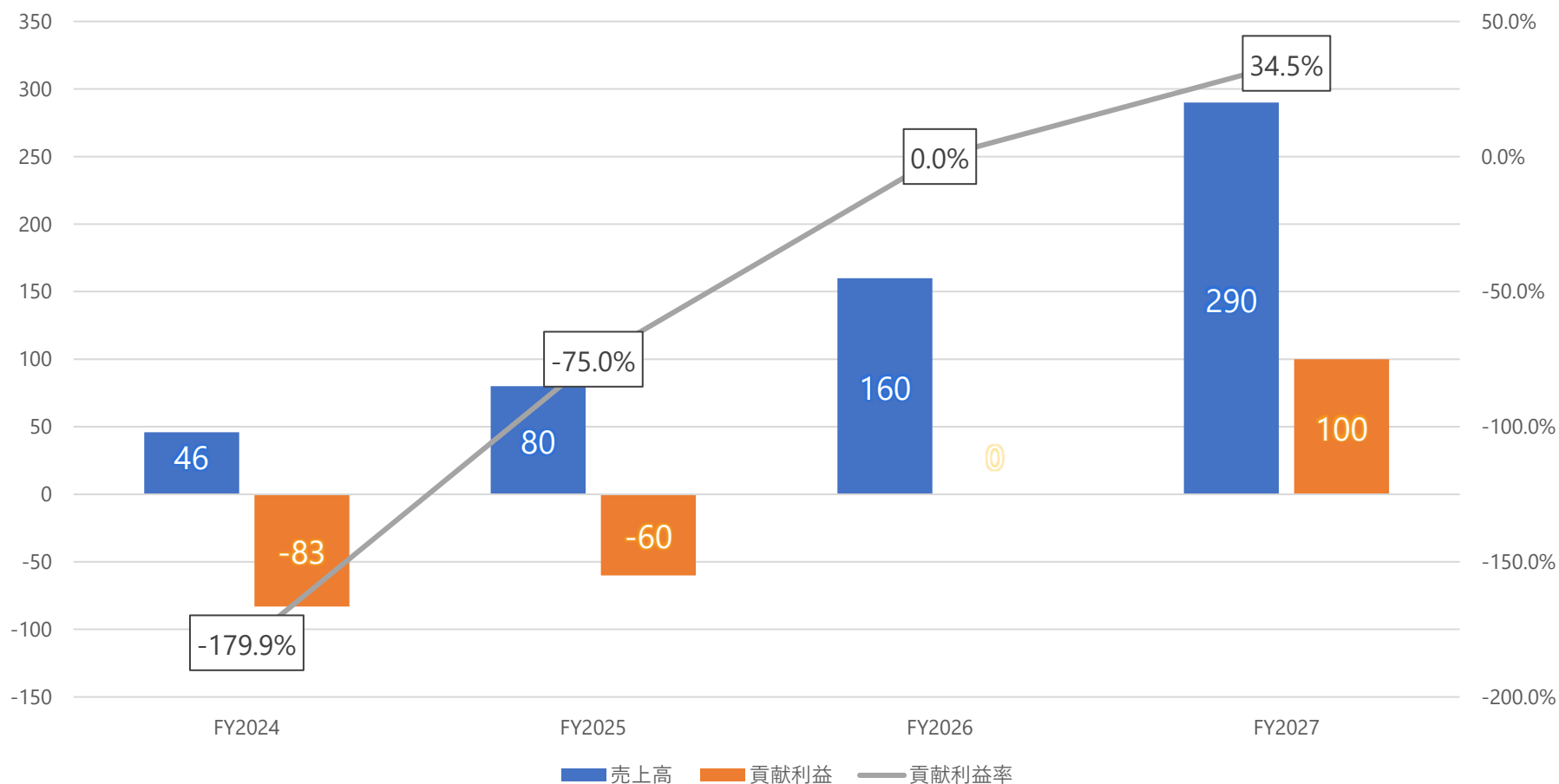


2-2) AIサービスの業績目標 (KPI)



FY2025までは成長投資により一時的に貢献利益がマイナスですが、
FY2027には貢献利益**100**百万円を達成予定

(百万円)





3) 経営基盤の強化

データドリブン経営の実現に向けて

2025年1月、本部としてStrategic Operations Groupを新設

DX加速

コスト最適化

部門間連携強化

Strategic Operations Group

DX推進 人事 経理
情シス 採用 財務
総務 法務 労務
IR PR ER

- DX推進チームとの連携強化によるバックオフィス業務のITシステム最適化
- 各業務を統括し、人事、業務、財務データ等を統合管理し、分析基盤を構築



RevOps (Revenue Operations) (※) により持続的な収益成長を実現

データドリブンな意思決定

業務効率化

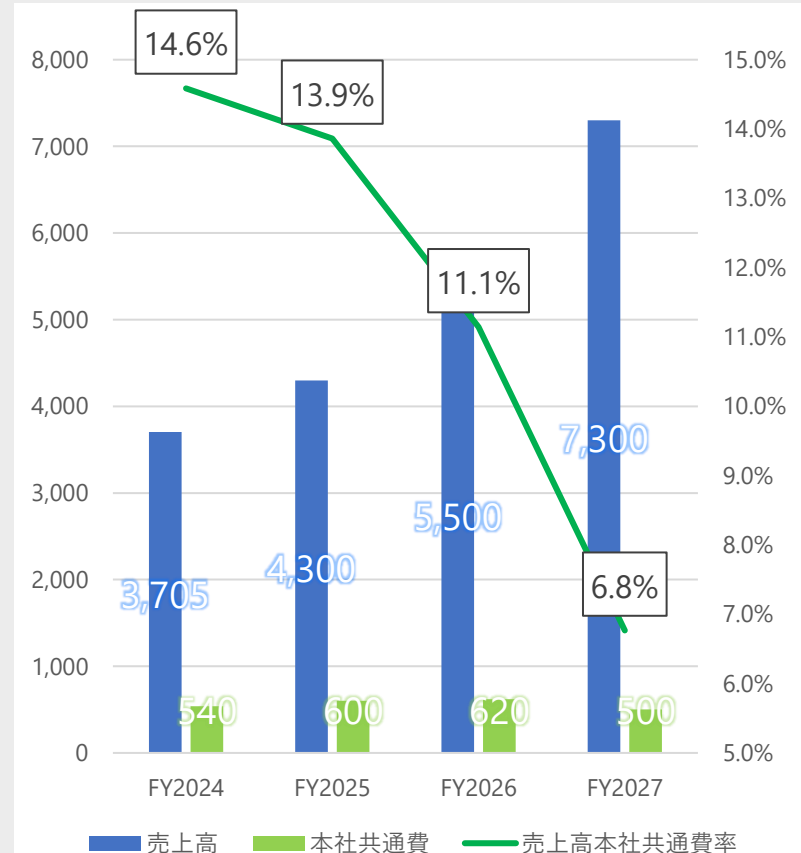
CX向上

(※) RevOps (Revenue Operations) とは、各部門の活動を監視し、全社の収益増加するための総合的なアプローチ

RevOpsによりStrategic Operations Groupが
全社収益力強化を牽引
社内DXを加速し、業務効率化およびコスト最適化

企業成長を加速させる経営基盤を構築

本社共通費の計画



(百万円)

Appendix – 02

メッセージング市場概況



携帯番号に紐付き、コスト効率／1通で他ツールを圧倒するコミュニケーション

今後は「会員連絡」・「販促」など、より付加価値の高い領域での
コミュニケーション活用が期待される

特長

1

確実



メッセージ到達
99.9%

特長

2

安い



紙DMと比較して
1/28以上 低コスト化可能

特長

3

広範囲



日本で使われる1.8億の
携帯電話番号へつながる

(※) 紙DM1通あたりの製作費 + 印刷 + 送料 (A4両面/100通)

¥345と想定し、SMS¥12/1通を比較した場合



法人とユーザー間のコミュニケーション課題に対して解決力を持つSMS

企業のコミュニケーション課題とSMSによる解決力一例

なりすまし被害



ユーザー本人になりすます不正が相次ぐ
ID／パスワード

つながらない



督促業務での非効率な電話対応と
かさむ人件費

高コストな
郵送



紙のダイレクトメールによる印刷・制作・
発送コスト

開かれない
メルマガ



乱用した結果見られなくなった
メール

『二段階認証』で
の堅牢化

スマホへ確実にメ
ッセージ送達

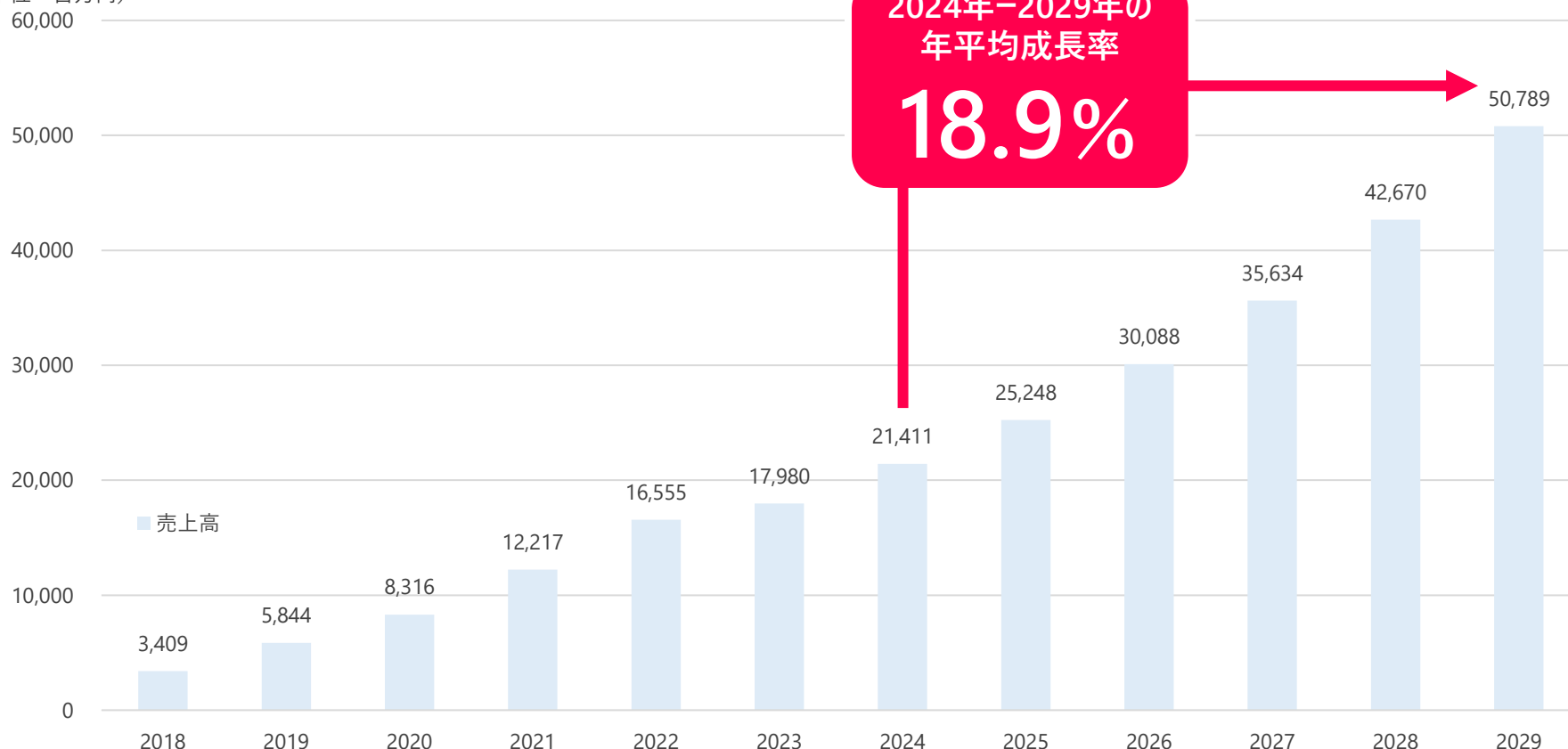
必要な情報を
高い開封率で送達

重要なユーザーへ
の連絡手段



A2P-SMS見込顧客は従業員規模20名以上のBtoC向け業種・業者17万8,563法人と考えられ、普及率は2024年で19.3%の見込みであり、今後普及率の増加とともに市場は成長し、売上高の年平均成長率は18.9%（FY2024～FY2029）と予測し継続して高い成長率を維持

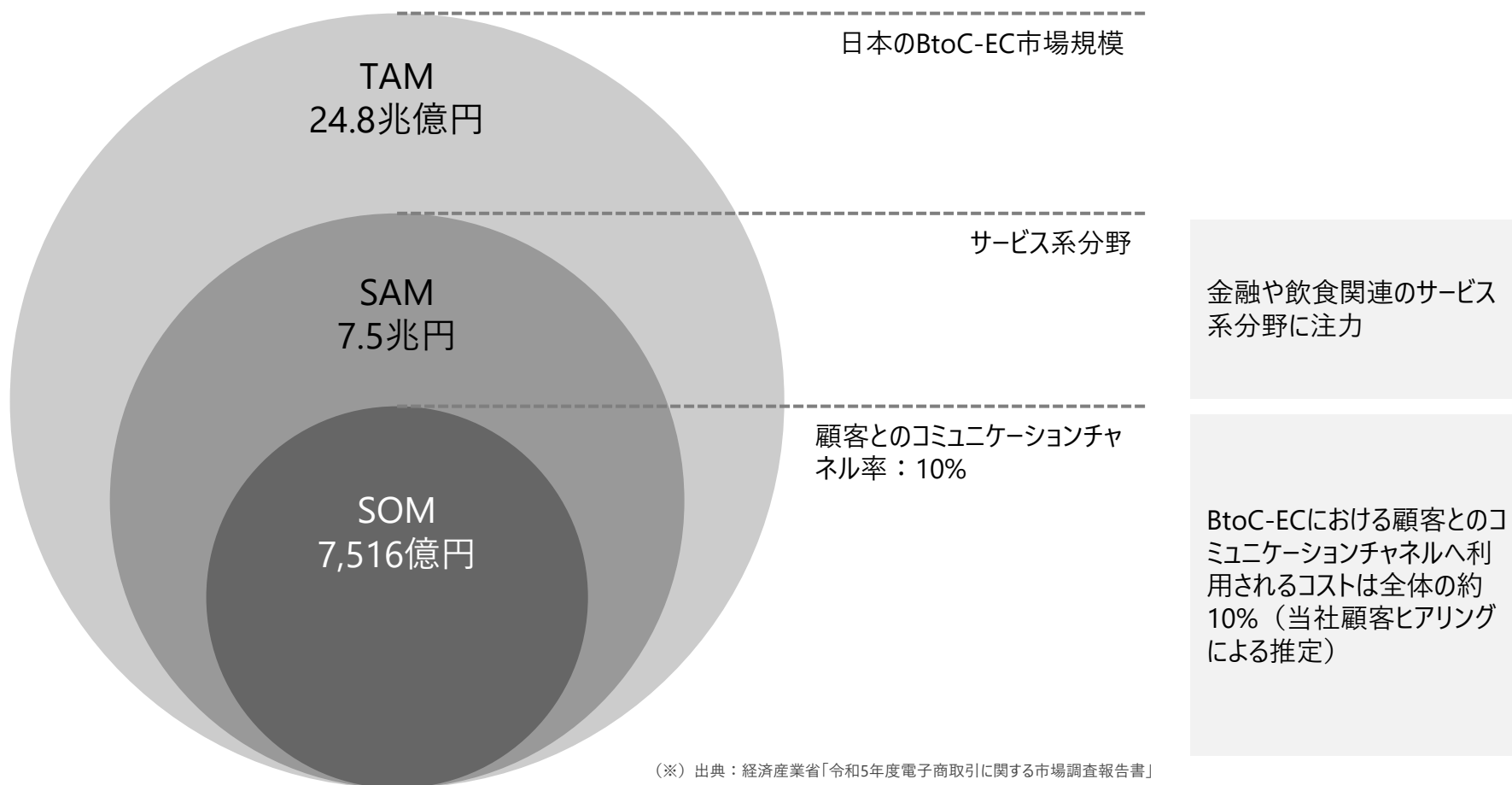
（単位：百万円）



（※）出典：デロイト トーマツ ミック経済研究所株式会社 ミックITリポート 2024年11月号「価格競争が激化し、配信数と売上高の成長率に乖離が表れるA2P-SMS市場」



メッセージングサービス×AIによるマーケティングソリューションのターゲットとなるBtoC-EC市場は今後も拡大の見通し
EC事業者にとって、購入確認、プロモーション情報の提供など、顧客との迅速かつ直接的なコミュニケーションは顧客満足度向上やリピート購入促進に不可欠であり、メッセージングサービス×AIにより当社の市場機会は拡大



Appendix – 03

AI CROSSのご紹介

会社名

AI CROSS株式会社（証券コード：4476）

所在地

〒105-6020 東京都港区虎ノ門4-3-1城山トラストタワー20F

事業内容

Smart AI Engagement事業

設立

2015年3月

役員構成

代表取締役 原田 典子

取締役 菅野 智也

取締役（監査等委員） 鈴木 さなえ

取締役（社外、監査等委員） 仙石 実

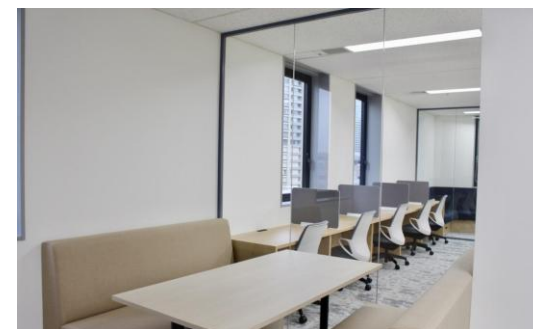
取締役（社外、監査等委員） 松永 暁太

女性役員の
比率：

40%

従業員数

63名（2025年9月末時点） ※パートタイマーおよびアルバイトを含む





Smart Work, Smart Life

人生のいい時間をつくりつづける。



代表取締役CEO



原田 典子 (Harada Noriko)

1998年慶應義塾大学経済学部卒業。ドイツ系ソフトウェア企業、SAPでテクニカルコンサルタントとして働いた後、システム開発ベンチャー企業に入社。同社アメリカ法人設立のため渡米。シアトル、サンノゼ、ニューヨークなどでアメリカのネットビジネス、ITトレンドの調査および提携・アライアンス業務などを行う。

2015年3月代表取締役就任。2022年4月代表取締役CEO就任（現職）。

取締役COO



菅野 智也 (Kanno Tomoya)

SMS事業部の営業部長として着任した後、BtoBtoC市場での潜在化ニーズの掘り起こし、活用モデルの検討・提案および提携・アライアンス業務にてサービス推進を担い、2018年1月営業部長に就任。

2018年3月取締役就任。2022年4月取締役COO就任（現職）。



企業も、そこで働くヒトも、そして社会も、もっとスマートにできる

事業設立に至る2つのきっかけ

①仕事上の経験

元々アメリカで、日本にない事業という観点で市場調査や提携先の調査を実施。

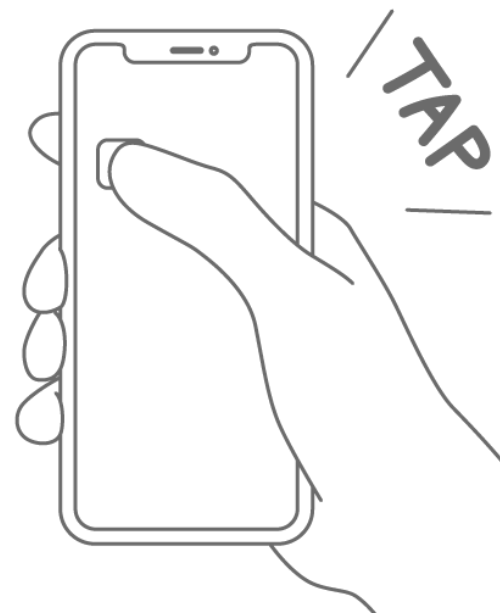
その時目をつけたのが、ショートメッセージサービス（SMS）。

売上を短期間で68倍にまでする企業もあった。

②私生活での体験

米国での出産時、妊婦向けの適当なアドバイスを簡潔に送ってくれるSMSを直接活用。子育てをしながら働くことを実現できたことに感動。

一方帰国後、日本では当時まだ郵送がメイン、加えて文字がやたら多く分かりにくく、不便さが際立って見えた。





会社HPでの動画掲載

当社HP (<https://aicross.co.jp/ir/>) において、2025年12月期第3四半期決算の概要、成長戦略等を代表の原田よりご説明する動画をアップいたします。

個人投資家向け オンライン 会社説明会

SBI証券様ホームページ (<https://www.sbisec.co.jp/ETGate>) において、決算の概要を含むオンライン会社説明会を開催させていただきます（11月20日18時30分開催予定）。

ログミーファイナンス主催 個人投資家向け IR セミナー

「ログミーファイナンス個人投資家向けオンラインIRセミナー」に参加いたします。詳細は以下のログミーファイナンス公式サイトをご覧ください。
https://finance.logmi.jp/ir_live/832
（11月30日12時55分より当社出演予定）



本書には、当社に関連する見通し、将来に関する計画、経営目標など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、当該仮定が必ずしも正確であるという保証はありません。

様々な要因により、実際の業績が本書の記載と著しく異なる可能性があります。

別段の記載がない限り、本書に記載されている財務データは日本において一般に認められている会計原則に従って表示されています。

当社は、将来の事象などの発生にかかわらず、既に行っております今後の見通しに関する発表等につき、開示規則により求められる場合を除き、必ずしも修正するとは限りません。

当社以外の会社に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しています。

本書は、いかなる有価証券の取得の申込みの勧誘、売付けの申込み又は買付けの申込みの勧誘(以下「勧誘行為」という。)を構成するものでも、勧誘行為を行うためのものでもなく、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。