



2026年9月期 第3四半期 決算説明資料

リビン・テクノロジーズ株式会社（東証グロース・名証メイン：4445）

2026年8月14日

01	2026年9月期 第3四半期 連結決算概要	P.2
02	株主・投資家の皆様へのお知らせ	P.13
03	事業内容と方針	P.17

01

2026年9月期 第3四半期 連結決算概要

2026年9月期 第3四半期 連結業績ハイライト ※1

連結売上高※2

28.26億円

前年同期比:**104.8%**

連結営業利益

1.92億円

前年同期比:**49.6%**

連結経常利益

1.77億円

前年同期比:**47.2%**

親会社株主に帰属する
四半期純利益

0.80億円

前年同期比:**31.4%**

※1 2026年4月1日付で(株)シンエイ・(株)LIGコーポレーションが連結子会社となり、3か月分の業績が反映されています。

※2 これに伴い、当第3四半期から「営業収益」を「売上高」へ表示変更しています。

TOPIC

■ 連結売上高は 28.26億円（前年同期比 104.8%）で推移

➡ 既存事業は減収となったが、グループ全体の事業ポートフォリオの拡充に伴い、連結売上高は増収を確保。

■ 連結営業利益は 1.92億円（前年同期比 49.6%）で着地

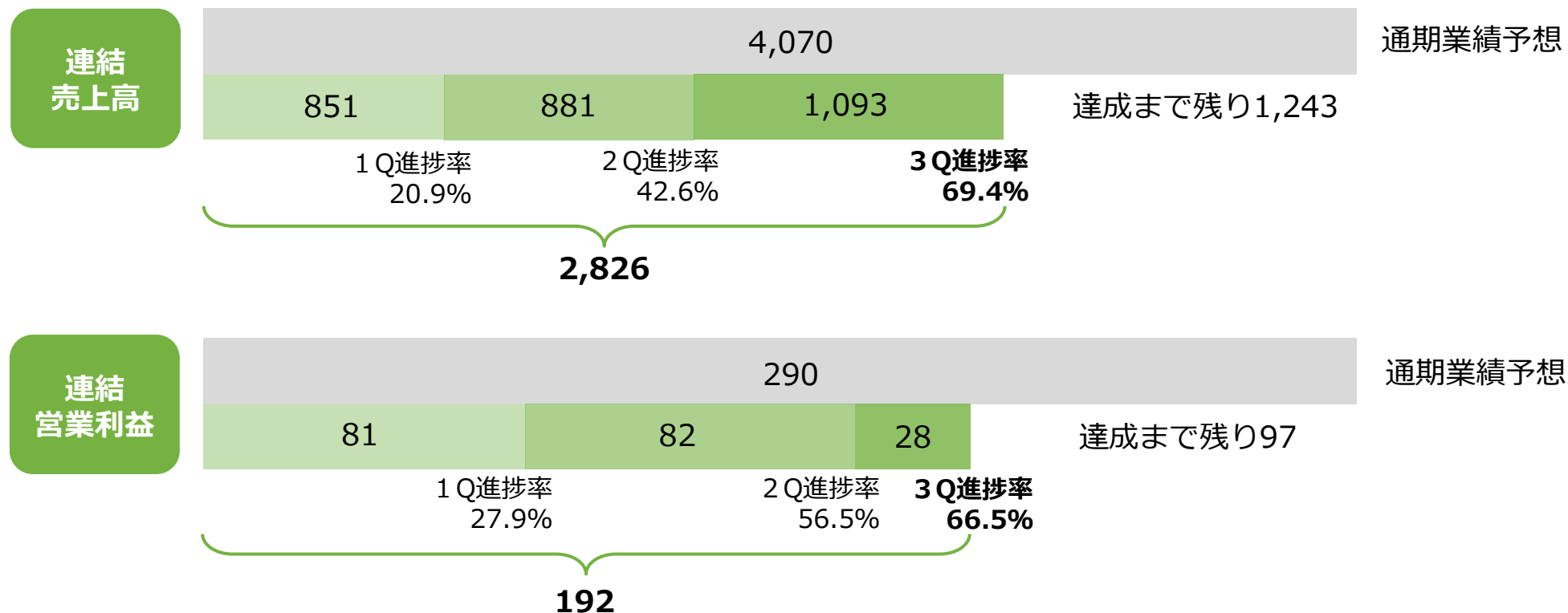
➡ 買収に伴うアドバイザー費用等 3,910万円計上が、利益を押し下げた。

■ 連結売上高・連結営業利益の通期業績予想に対する進捗

- 2026年9月期3Q連結売上高 : 28億2,659万円 通期業績予想比69.4% 進捗
- 2026年9月期3Q連結営業利益 : 1億9,285万円 通期業績予想比66.5% 進捗

通期業績予想に対する売上高・営業利益の進捗

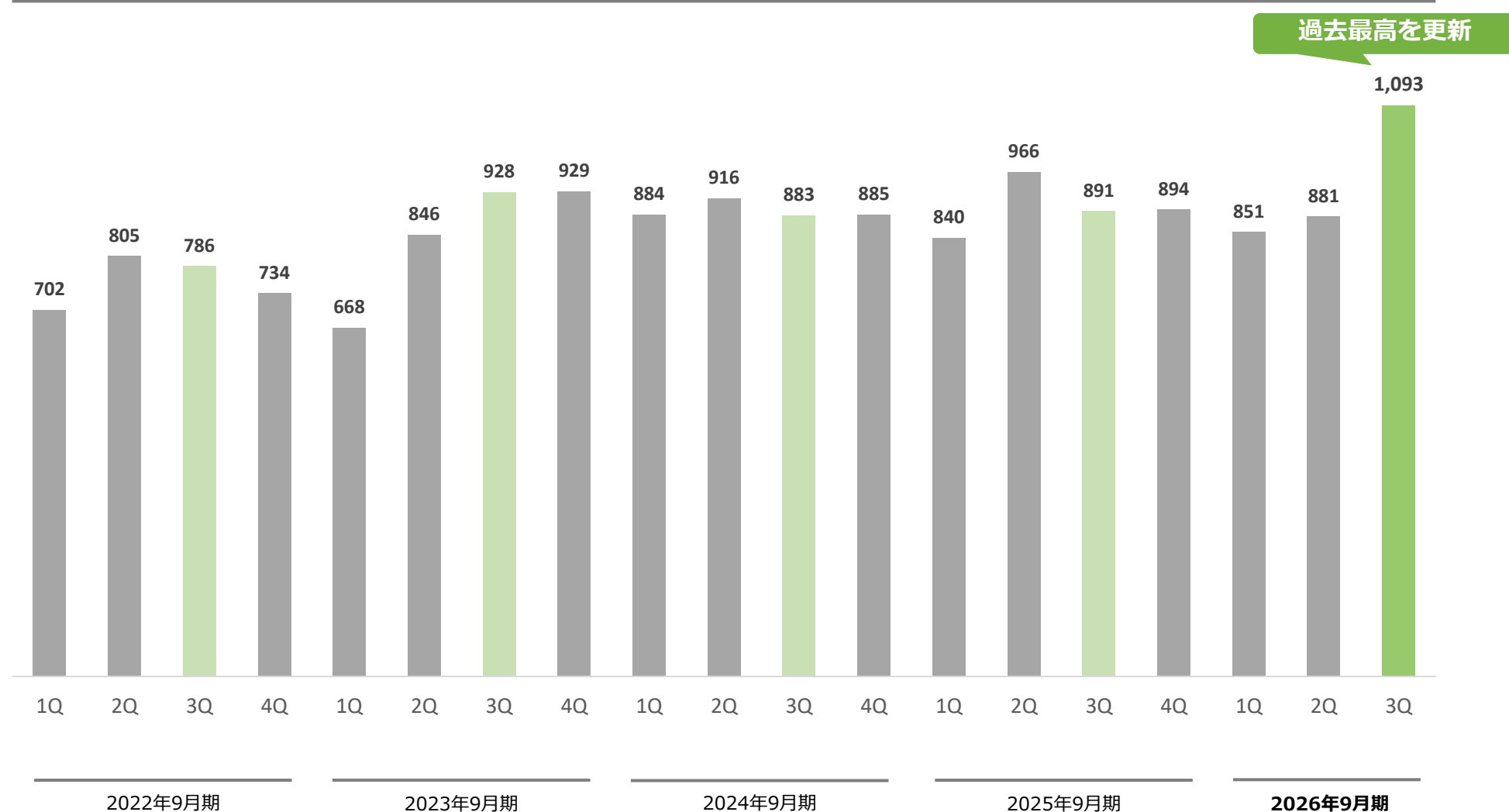
(百万円)



■ 四半期業績 | 連結売上高

- 2026年9月期における第3四半期の連結売上高は 1,093百万円

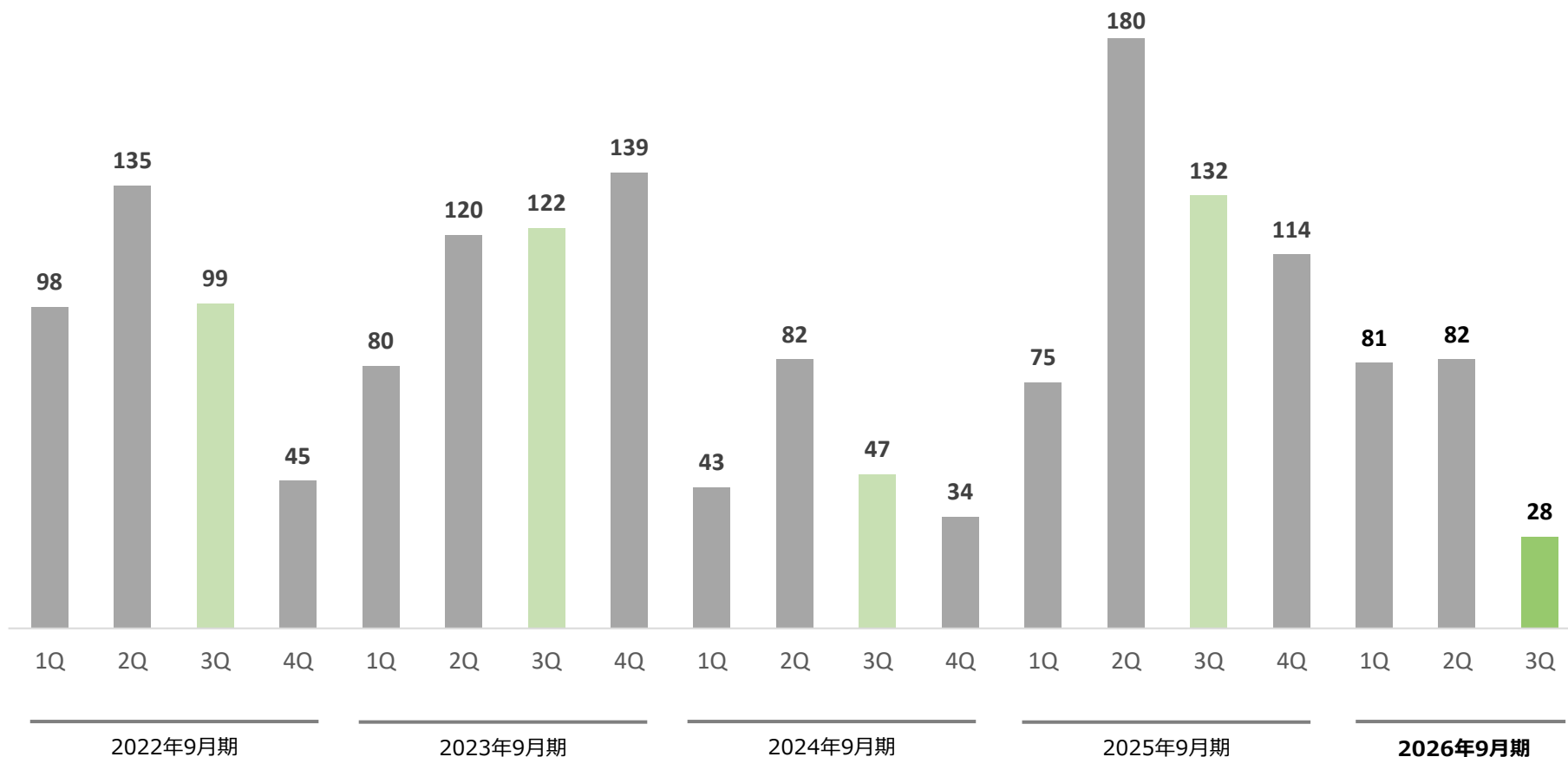
連結売上高の四半期推移 (百万円)



■ 四半期業績 | 連結営業利益

- 2026年9月期における第3四半期の営業利益は 28百万円

連結営業利益の四半期推移 (百万円)



2026年9月期 第3四半期 連結P/L

連結P/L 前期実績との比較

(千円)

	2025年9月期 第3四半期 実績	2026年9月期 第3四半期 実績	増減額	前年同期比
売上高	2,698,163	2,826,598	128,435	104.8%
売上原価	66,177	226,072	159,894	341.6%
販売費及び一般管理費	2,242,924	2,407,670	164,745	107.3%
営業利益	389,061	192,856	▲ 196,205	49.6%
営業利益率	14.4%	6.8%	▲ 7.6pt	—
経常利益	377,016	177,917	▲ 199,098	47.2%
税金等調整前四半期純利益	375,813	179,099	▲ 196,713	47.7%
法人税等	118,753	98,434	▲ 20,319	82.9%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	257,059	80,665	▲ 176,394	31.4%

(※1) 当第3四半期から「営業費用」を「売上原価」と「販売費及び一般管理費」に区分して表示しています。

2026年9月期 第3四半期 連結B/S

連結B/S 前期実績との比較

(千円)

	2025年9月末	2026年6月末	前期末差
資産合計	3,329,491	3,319,436	▲ 10,054
流動資産	2,833,857	2,608,174	▲ 225,682
現金及び預金	1,947,167	1,751,307	▲ 195,860
売掛金	574,409	545,408	▲ 29,000
販売用不動産	—	145,256	145,256
固定資産	495,633	711,262	215,628
のれん	—	189,707	189,707
負債合計	1,612,711	1,908,014	295,302
流動負債	891,490	939,841	48,350
未払金	259,332	252,844	▲ 6,488
1年以内返済予定の長期借入金	281,448	384,856	103,408
固定負債	721,221	968,173	246,952
長期借入金	721,221	958,823	237,602
純資産合計	1,716,779	1,411,422	▲ 305,356
負債純資産合計	3,329,491	3,319,436	▲ 10,054

2026年9月期 第3四半期 セグメント別の実績

- 当第3四半期連結会計期間より、(株)シンエイおよび(株)LIGコーポレーションを連結子会社としたことに伴い、報告セグメントを従来の単一セグメントから、「住生活デジタル事業」および「住生活リアル事業」へと変更
- 前年同期実績についても、変更後の区分に組み替えた数値で算出

(千円)

		2025年9月期 第3四半期 実績	2026年9月期 第3四半期 実績	増減額	前年同期比
住生活デジタル事業	売上高	2,698,163	2,577,847	▲ 120,316	95.5%
	セグメント利益	389,061	272,866	▲ 116,195	70.1%
住生活リアル事業	売上高	0	249,681	249,681	—
	セグメント利益	0	▲ 40,910	▲ 40,910	—
調整額	売上高 (※1)	0	▲ 929	▲ 929	—
	セグメント利益 (※2)	0	▲ 39,100	▲ 39,100	—
合計	売上高	2,698,163	2,826,598	128,435	104.8%
	営業利益	389,061	192,856	▲ 196,205	49.6%

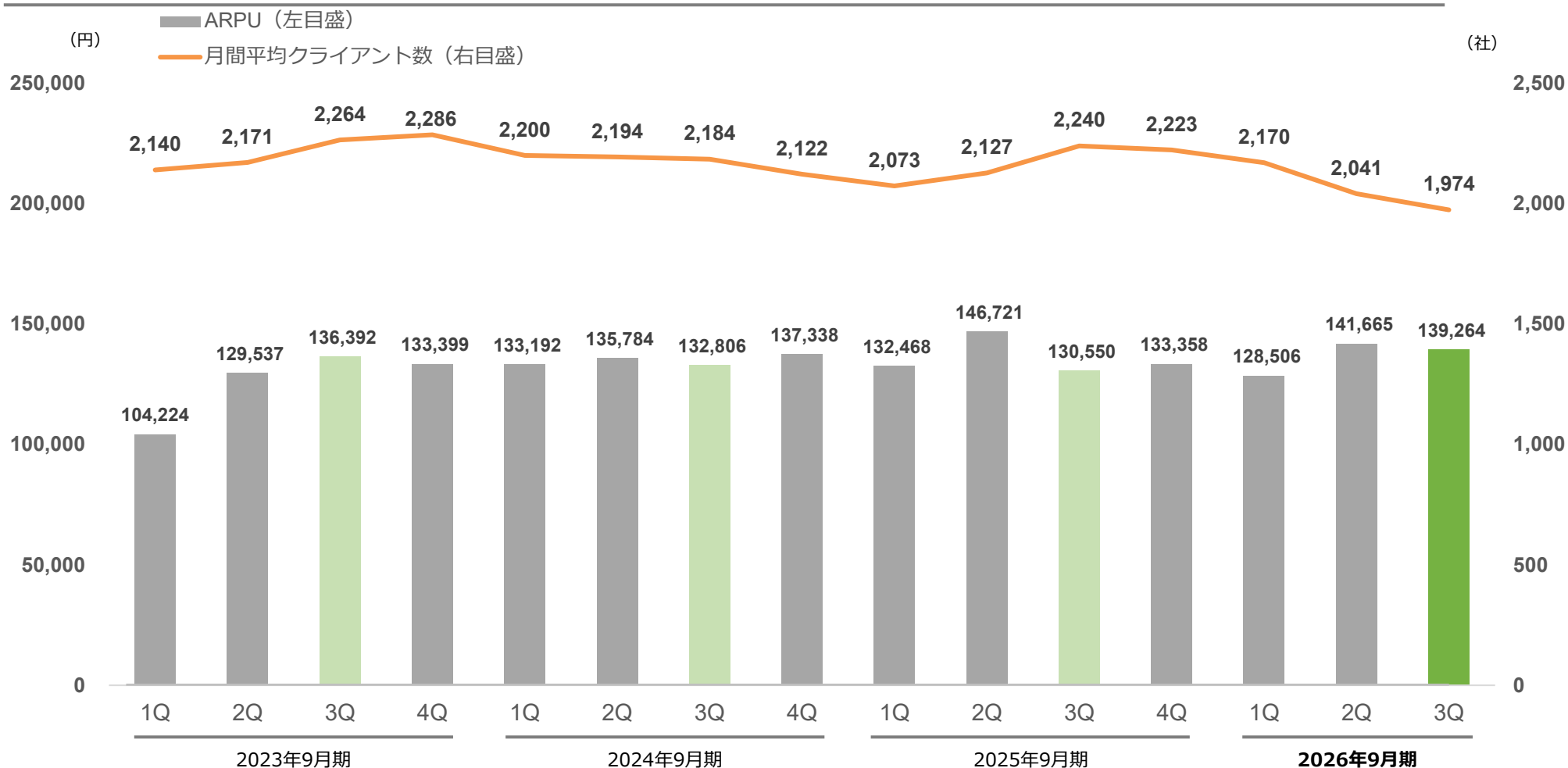
(※1) 売上高の調整額は、セグメント間の取引消去額であります。

(※2) セグメント利益の調整額は、子会社取得のためのアドバイザー費用であります。

住生活デジタル事業のKPI

- 月間平均クライアント数の減少が続いており、ARPUも前四半期から若干低下。

月間平均クライアント数（稼働ベース）とARPU（クライアントあたり月間平均営業収益）



2026年9月期の重点施策の進捗

内容

進捗

第1の主力事業
『リビンマッチ』
を再び成長軌道へ

- ・新規クライアント獲得営業を強化し、クライアント数を増やす

- ・新規クライアント獲得の苦戦が続いている
- ・「売主取次サービス」開始などサービスの改善に努めている

第2の主力事業候補へ
人材リソースを
集中投下

- ・建築DX、外壁塗装DXに積極的に人的資本投資を実施

- ・人員獲得に注力し、営業体制の強化を継続
- ・営業生産性向上のため、人材教育に注力

第3の主力事業候補
の獲得と
新規事業の創出

- ・M&Aによる事業獲得
- ・新規事業の創出による事業領域拡大

- ・M&A候補先の探索を継続
- ・(株)シンエイ・(株)LIGコーポレーションPMIを実施中

2026年9月期 第3四半期以降のトピックス

- ① 2026年4月1日
水回りリフォーム大手(株)シンエイの全株式を取得し、子会社化完了
～「住生活リアル事業」進出による住生活のお困りごと解決加速へ～
- ② 4月14日
不動産売却のお悩みを相談できる伴走型の『不動産売却ご相談デスク』を開設
～売却の検討から成約まで、ユーザーに寄り添い続ける無料のアフターサポート窓口～
- ③ 4月15日
株式分割および株主優待制度の変更
～2026年5月11日を基準日として、1株につき2株の割合で株式分割～
- ④ 6月16日
成約見込み度の高い案件のみを加盟店に取次ぐ『売主取次サービス』の提供を開始
- ⑤ 7月6日
底地特化型ポータル『底地解決ナビ』にて「エリア独占型ブランディング支援サービス」を開始



02 | 株主・投資家の皆様へのお知らせ

自己株式取得の実施状況

自己株式取得に係る事項

株主優待制度の安定的かつ持続的な実施による株主還元と事業成長を両立するため実施。

■ 買付目標 2025年11月19日～2026年9月18日

- ・ 取得し得る株式の総数： 420,000株
- ・ 取得価額の総額： 900,000,000円

■ 買付状況 2026年7月31日時点

- ・ 取得した株式の総数： 223,000株
- ・ 取得価額の総額： 400,208,300円

■ 取得の進捗状況 2026年7月31日時点

- ・ 株式数ベース： 53.1%
- ・ 金額ベース： 44.5%

今後の方針

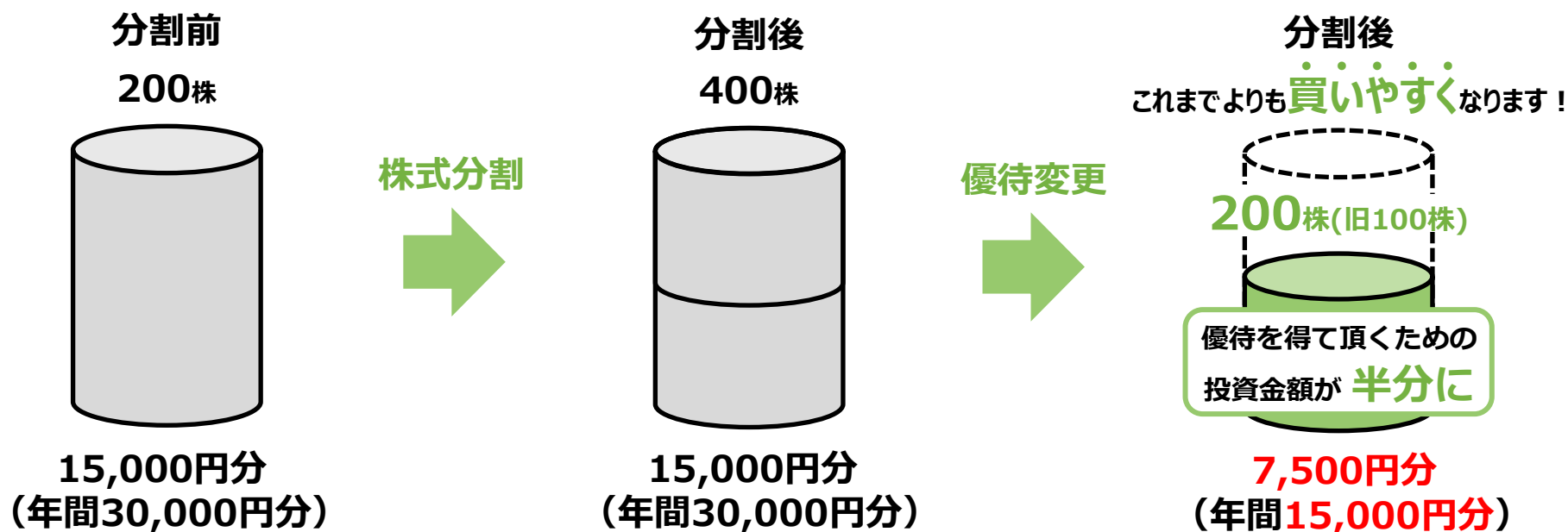
本自己株式の取得状況によって、東京証券取引所グロース市場の上場維持基準(流通株式時価総額、流通株式比率)に抵触する可能性があります。

東証グロース市場の上場維持基準に適合しなくなった場合には、重複上場している名古屋証券取引所メイン市場への単独上場について検討いたします。

■ 株式分割および株主優待制度の変更

- 2026年5月11日を基準日として、1株につき2株の割合をもって分割を実施し、優待金額も調整
- 優待を得て頂くための最低投資額が半分となるため、より幅広い層の投資家の皆さまに当社株式を保有して頂けるようになると考えている

	変更前	変更後
保有株式数	2単元（200株以上）	2分割後の2単元（200株以上）
基準日	毎年3月末日・9月末日	毎年3月末日・9月末日
優待内容	デジタルギフト15,000円分 (年間30,000円分)	デジタルギフト7,500円分 (年間15,000円分)



LINE公式アカウントを開設

- 株主・投資家の皆さまをはじめとする様々なステークホルダーの方々に向けた情報発信としてLINE公式アカウント『リビンFANコミュニティLINE』の運用を開始

リビンFANコミュニティLINE

当社の「今」が届くLINE公式アカウントです。

- **開示情報を即時配信**
適時開示・プレスリリース等の最新情報をいち早くお届けします。
- **限定コンテンツの配信**
プレスリリースには載らない当社社員の取り組みや、社内イベントの様子を限定配信します。

『リビンFANコミュニティLINE』を通じて、より一層当社へのご理解・ご関心をいただけますと幸いです。



03 | 事業内容と方針

会社概要

社名	リビン・テクノロジーズ株式会社 Living Technologies Inc.			
設立	2004年1月			
上場市場	東京証券取引所グロース市場 名古屋証券取引所メイン市場 (証券コード：4445)			
所在地	本社	東京都中央区日本橋堀留町1-8-12 ホウライ堀留ビル8階		
	大阪オフィス	大阪府大阪市北区西天満5-16-3 西天満ファイブビル6階		
	福岡オフィス	福岡県福岡市博多区綱場町5-28 さかえビル3階		
事業内容	デジタルとリアルを融合させた住生活領域特化型DXプラットフォームの開発・運営 ・住生活デジタル事業 ・住生活リアル事業			
役員	代表取締役	川合 大無	執行役員	伊藤 彰孝
	取締役	小林 翔太郎	執行役員	鶴見 泰久
	取締役	國藤 直樹		
	取締役 監査等委員	井田 英明		
	取締役 監査等委員	長富 一勲		
	取締役 監査等委員	大下 徹朗		
社員数	171名（2026年6月末日現在、グループ連結、アルバイト・パート含む）			
関係会社	株式会社仲介王 株式会社シンエイ 株式会社LIGコーポレーション			

■ LVN（リビン・テクノロジーズ）とは

- リビン・テクノロジーズは、デジタルとリアルを融合させた住生活領域特化型DXプラットフォームの開発・運営を行う企業



代表取締役社長
川合 大無

1975年生

（略歴）

1998年4月 ニチモウ株式会社入社
2000年7月 バリューコマース株式会社入社
2003年2月 株式会社サイバーエージェント入社
2004年1月 当社設立 代表取締役社長就任（現任）
2023年11月 リビンDX株式会社 取締役就任
2023年12月 株式会社仲介王 取締役就任（現任）
2026年 4月 株式会社シンエイ 取締役就任（現任）

- 使命・存在意義 -

住生活領域において人々がより簡単、便利、快適に
情報を活用できるようにする

- 目的地 -

インターネットサービスメーカーとして、
人々の生活に密着した手放せないサービスを提供し、
世の中に必要不可欠な企業になる

- リビンプロミス -

情報を、もっと簡単、便利、快適に！

私たちは、住生活領域で情報活用の利便性を追求し
人と企業のニーズにマッチする独自のWEBサービスを創出して
より快適なユーザーエクスペリエンス（UX）を実現します

そして、テクノロジーとマーケティングの融合で
業務効率が高まり事業機会が広がる先進のサービスを提供し、
住生活関連ビジネスのパフォーマンス向上を支えます

WEBテクノロジーと住生活領域を融合して 世の中にまだ無いサービスを作り出す

当社は独創的な企画、高度なテクノロジー、先進のデジタルマーケティングを融合して開発されたWEBサービスを住生活領域に特化して展開しています。

DXプラットフォーム事業では、不動産・住宅関連会社向けに企業と生活者をオンラインでマッチングさせる成功報酬型サービスを提供しています。

当事業の特徴は、生活者は便利なサービスを無料で利用でき、利用企業は何らかの成果があった場合にのみ費用発生する成功報酬型を採用している点です。

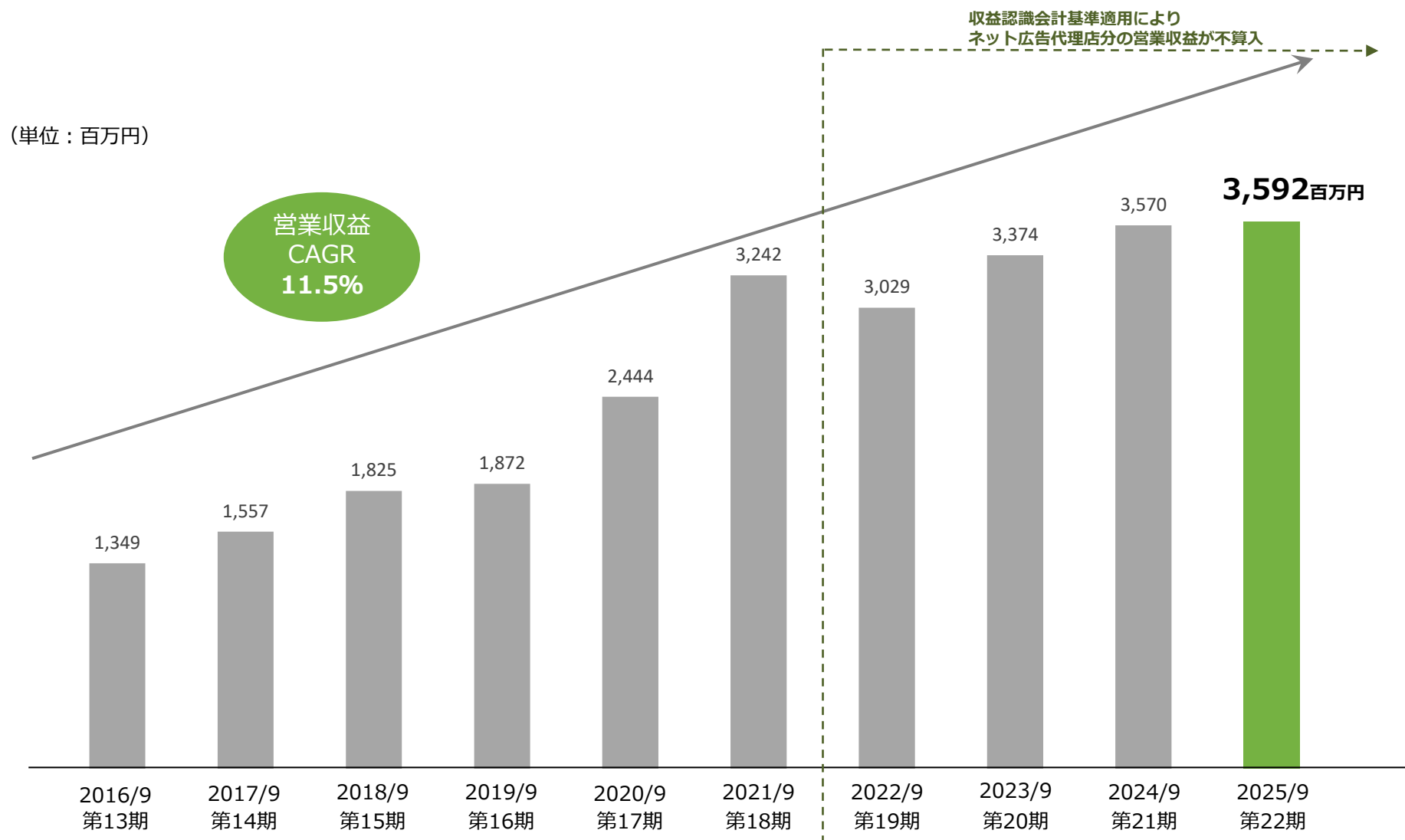
『リビンマッチ』『ぬりマッチ』『メタ住宅展示場』など複数のバーティカルメディアを運営しておりますが、全てこの方式を採用しています。

各サービスは、巨大な不動産市場でニッチトップを目指しており、特に不動産売却領域では、年間26万物件の査定依頼を受け付けており、日本最大級にまで成長しています。

世の中にまだ無い独自性の高いWEBサービスを次々と投入し、新しい市場を創り出すことで、さらなる事業の拡大を目指すと同時に、社会の進歩に貢献します。

営業収益の推移

- 会計基準の変更による一時的な営業収益減少を除いて、每期、最高営業収益を更新

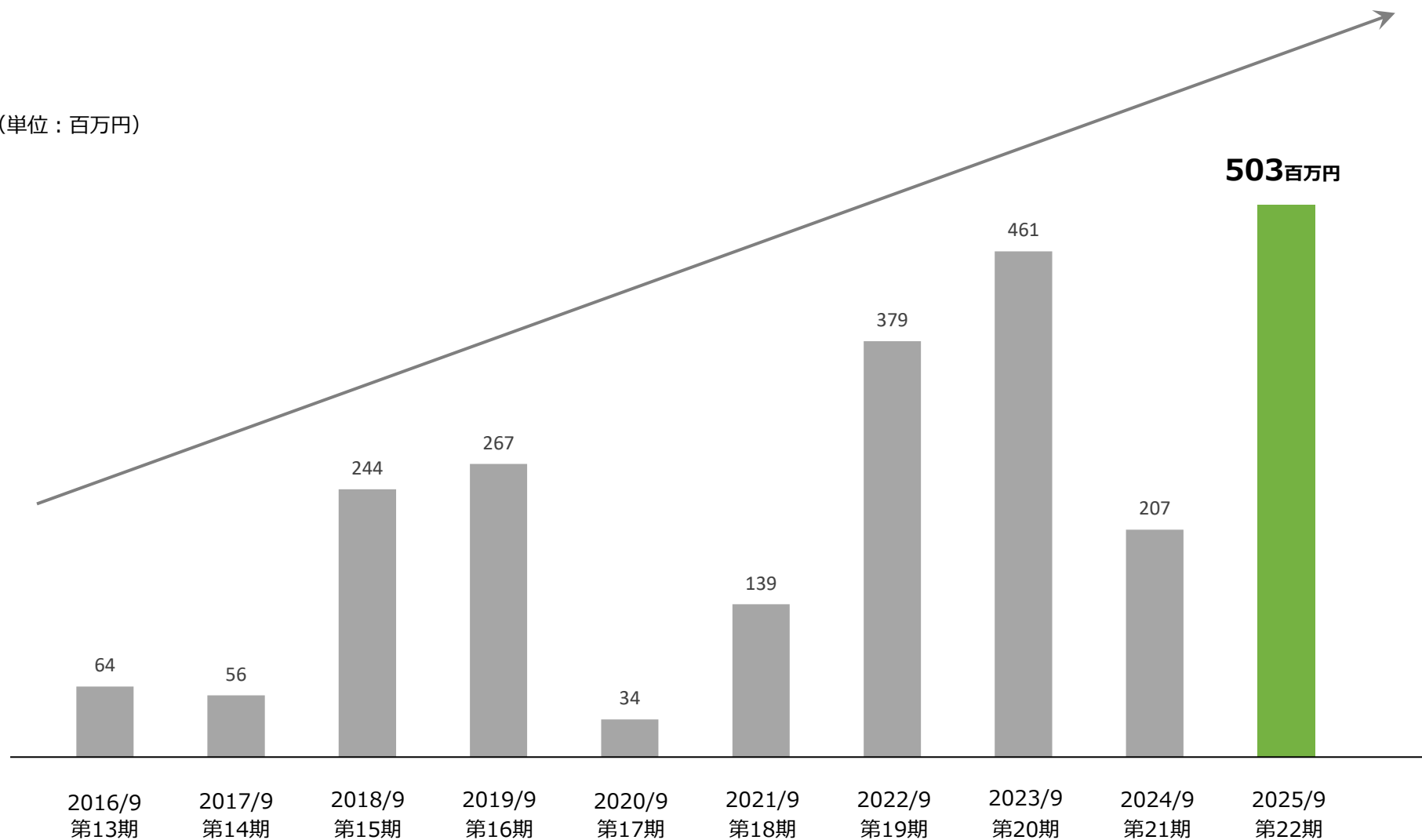


※CAGRは2016年9月期から2025年9月期

営業利益の推移

■ 投資と結実を繰り返し成長させている

(単位：百万円)



事業の全体像

- デジタルとリアルを融合させ、住生活の課題解決をおこなう住生活ソリューション事業体へ



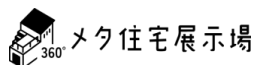
LVN リビン・テクノロジーズ・グループ

デジタルとリアルを融合させた住生活領域特化型DXプラットフォームの開発・運営

住生活デジタル事業

■ マッチングプラットフォーム

エンドユーザーとクライアントをWEB上でマッチング



■ DXクラウド

クライアントのDX化をサポート



住生活リアル事業

■ 水回りリフォーム

水回りトラブル駆付け工事およびリフォーム全般



■ 不動産売買

不動産売買仲介および買取再販

住生活デジタル事業とは

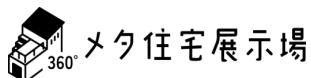
- 住生活デジタル事業とは、住宅関連会社向けに、ビジネスの基盤となるDXサービスを提供する事業
- マatchingプラットフォームではクライアントの見込客の獲得を、DXクラウドではクライアントのDX化をサポート



住宅関連企業のビジネス基盤となるDXサービスを提供

住生活デジタル事業

① マatchingプラットフォーム

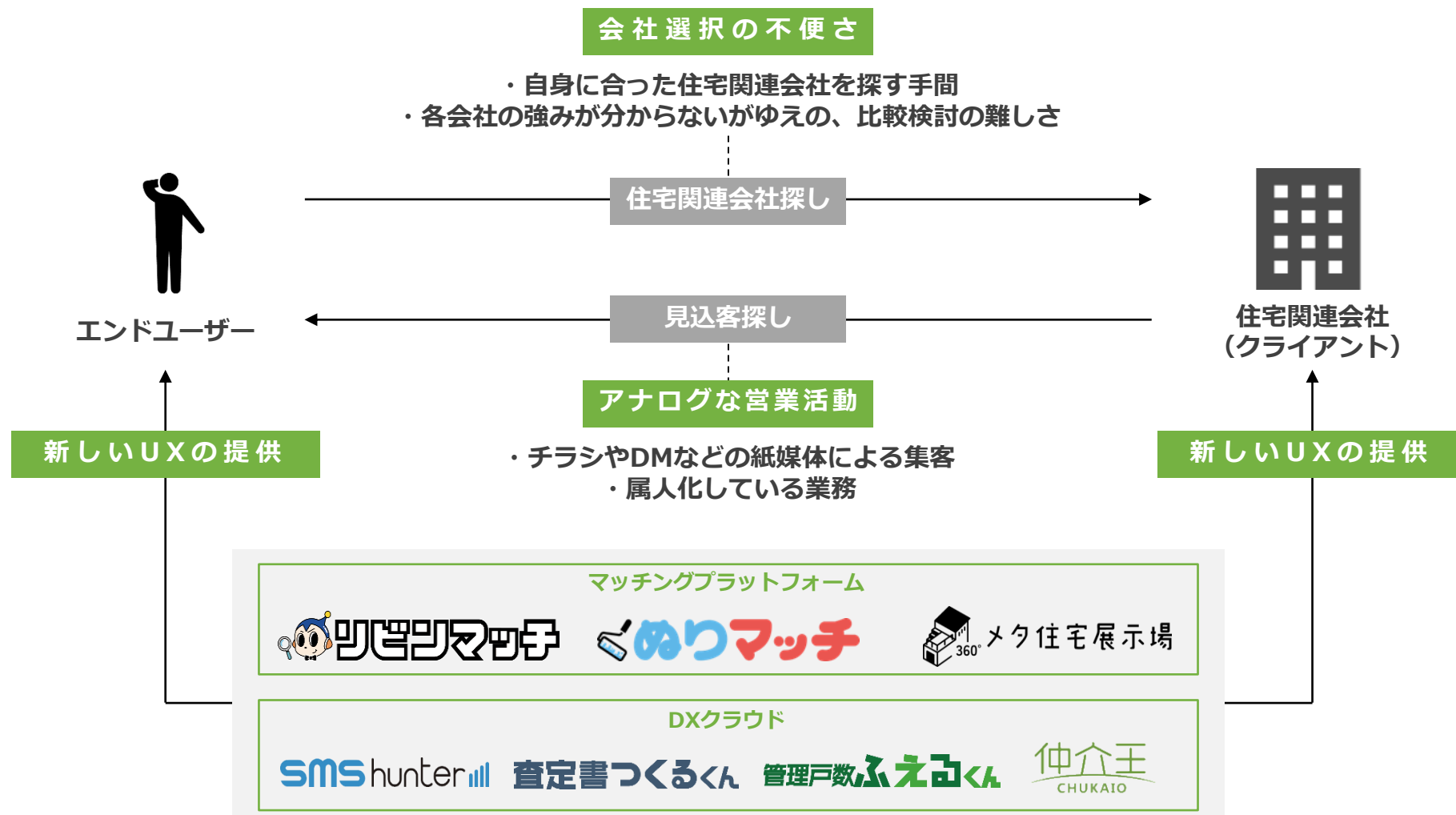


② DXクラウド



住生活デジタル事業の提供価値

- エンドユーザーが、住宅関連サービスを探す際に抱える、会社選択の不便さを払拭
- 住宅関連会社の、紙媒体による集客や、属人化した業務などの、アナログな営業活動のDX化を推進
- エンドユーザーと住宅関連会社の、双方の課題を解決する新しいUXを提供



「住宅リユース領域」をスタート地点として、 住生活領域全般へDX提供範囲を拡大させる成長戦略

■ 住宅リユース領域が事業拡大のスタート地点

- ・ 2006年運営開始、年間26万物件超の査定依頼がある全国認知度ナンバーワンの不動産査定サイトを運営。
- ・ 年間26万物件超の査定依頼、約2,000社の住宅関連会社が利用している。この最も得意としている不動産査定（＝住宅リユース）領域をスタート地点にして、住生活領域全般にサービスを拡大していく戦略。

■ 大手不動産ポータルサイトと差別化

＜ターゲットの違い＞

- ・ 当社：「不動産所有者」向けサービスが主（所有不動産の査定、自宅の外壁の塗装、遊休地の有効活用など）
- ・ 大手：「不動産”非”所有者」向けサービスが主（賃貸住宅探し、不動産の購入など）

⇒ 大手不動産ポータルサイトがサービス提供していない領域にDXサービスを投入しナンバーワンになる戦略

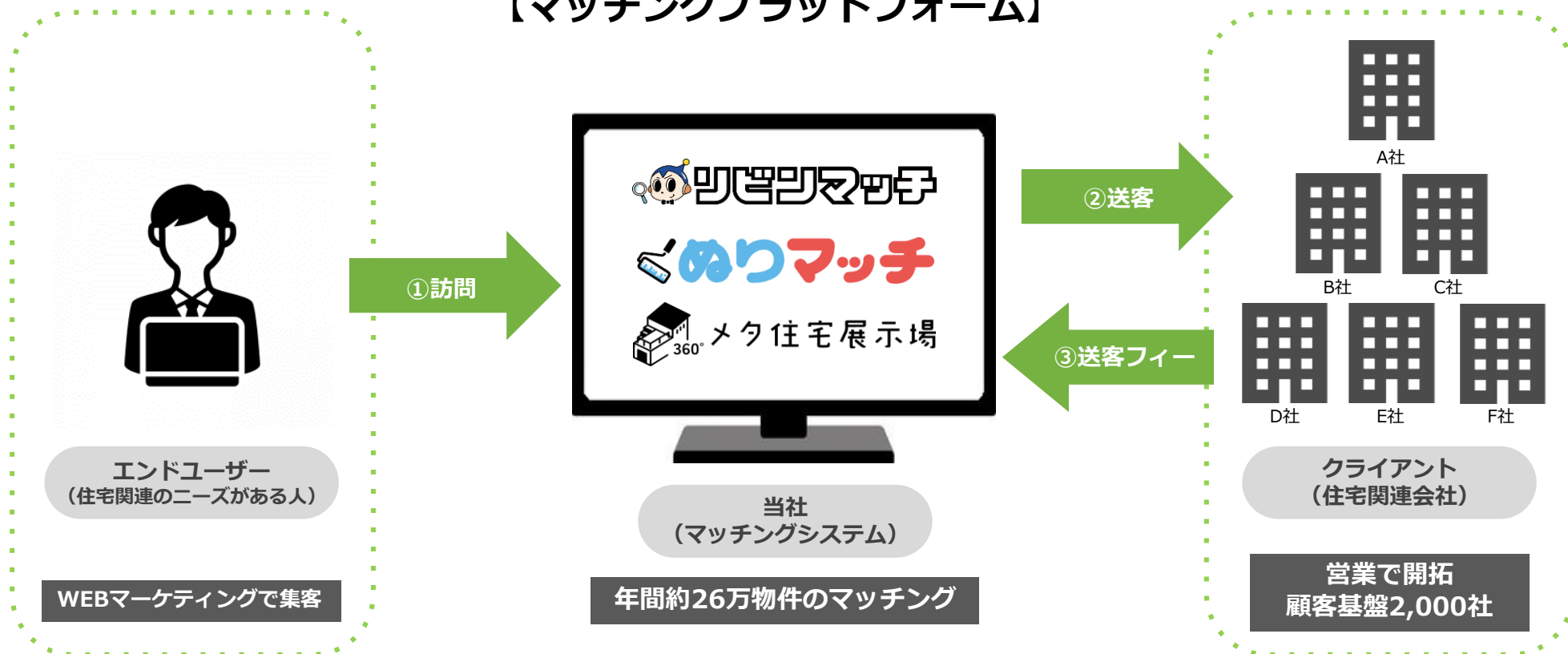
■ 住宅リユース隣接領域にDXサービスを提供し事業の成功確率を上げる

- ・ 住宅関連業界は、情報格差、建材ロス、業務の属人化など、DX化が進んでいない領域や、効率化できる領域は多い
- ・ 住宅リユース領域に隣接する領域であれば高い勝率で新しいDXサービスを横展開できる

■ ビジネスモデル | マatchingプラットフォーム

- エンドユーザーとクライアントをWEB上でマatchingさせるサービス
- エンドユーザーは、1回の登録で複数の住宅関連会社を比較が可能
- マatching数に応じた成果連動型マatchingフィーのため、クライアントの費用対効果が高く、導入ハードルは低い
- 「エンドユーザー数」と「クライアント数」を増やすことが収益UPの源泉

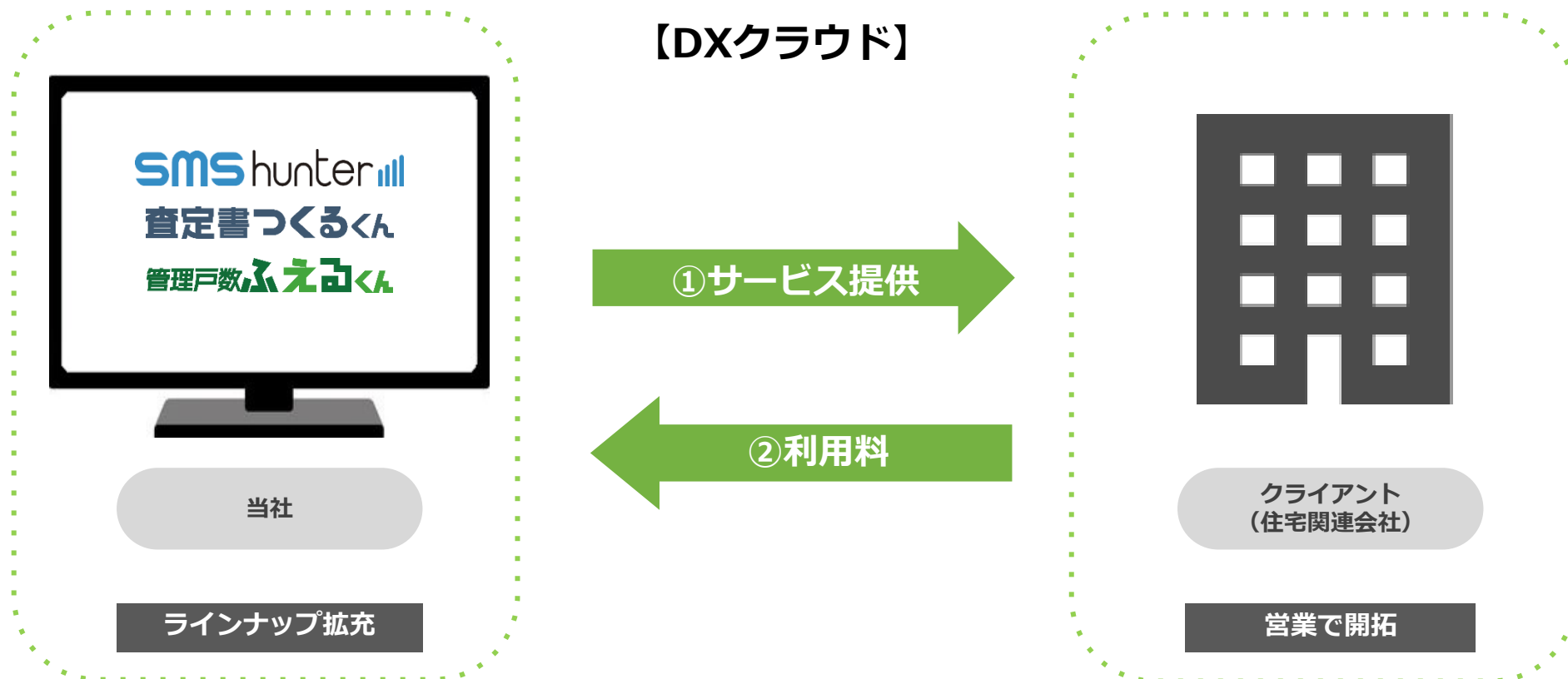
【マatchingプラットフォーム】



■ ビジネスモデル | DXクラウド

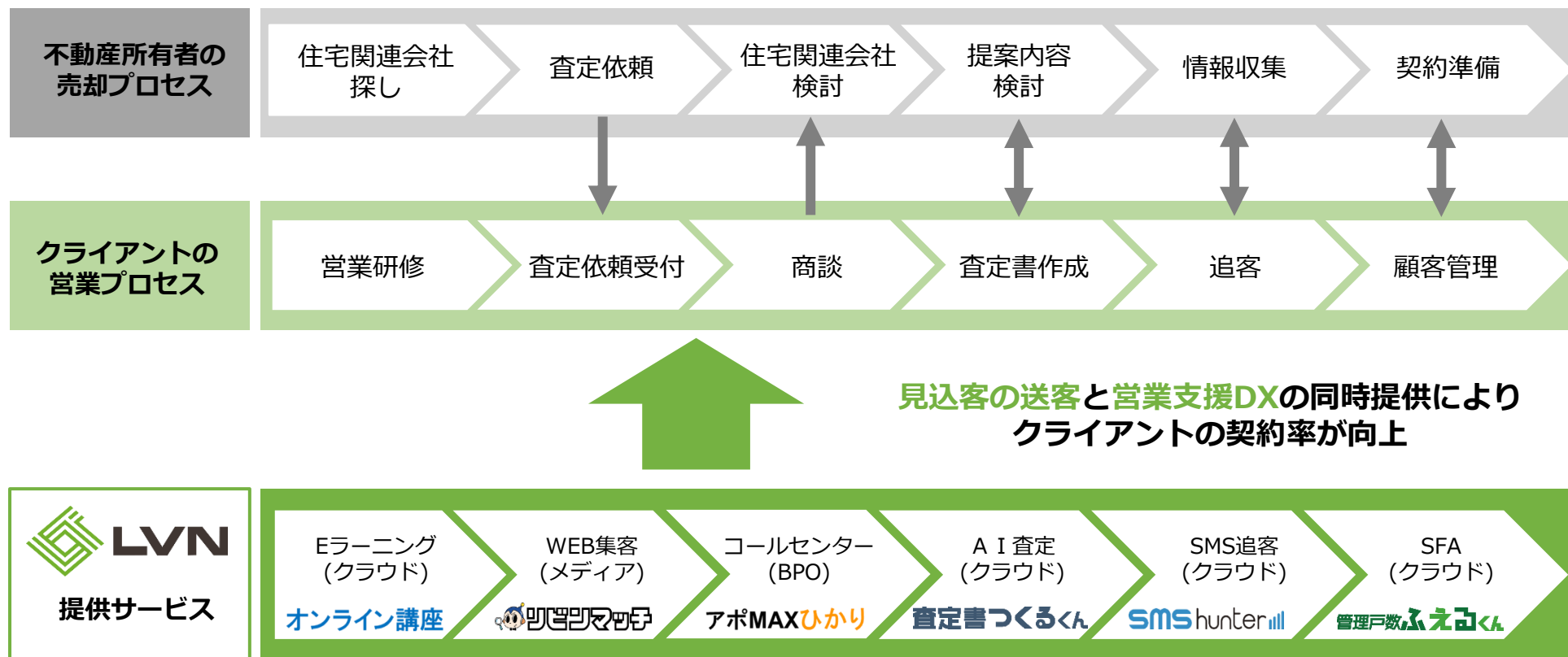
- 住宅関連業界向けに、業務効率化をはかるDXサービスをクラウドで提供
- SFA、SMS配信システム、AI不動産査定など
- サブスクリプション型サービスのため、クライアント数の増加により営業収益が積み上がる

【DXクラウド】



■ ビジネスモデル | メディアとDXが連携したシームレスなプラットフォーム

- クライアント（住宅関連会社）の営業プロセスのデジタル化を促進
- 「メディア（リビンマッチ）」からの見込客情報の提供に加え「Eラーニング」「査定書作成」「SMS追客」などクライアントの契約率をアップする業務支援クラウド（DX）をシームレスに提供
- 単なるメディアではない、メディアにDXがミックスされた「DXプラットフォーム」



■ ビジネスモデル | 住宅リユースを中心に不動産所有者を対象にしたサービス群

- マatchingプラットフォームは、住宅リユース領域を中心にエンドユーザーと企業のマatchingを行うメディア
- DXクラウドは、住宅関連企業の業務効率化を推進する

マatchingプラットフォーム

<不動産売却領域>



- ① 不動産売却
- ② 不動産買取
- ③ 任意売却



- ④ リースバック

<非不動産売却領域>



- ⑤ 土地活用
- ⑥ 賃貸管理
- ⑦ リノベーション



- ⑧ 外壁塗装



メタ住宅展示場

- ⑨ 住宅展示場（VR）

DXクラウド

<DX領域>



- ⑩ SMS配信クラウド



- ⑪ AI査定書作成クラウド



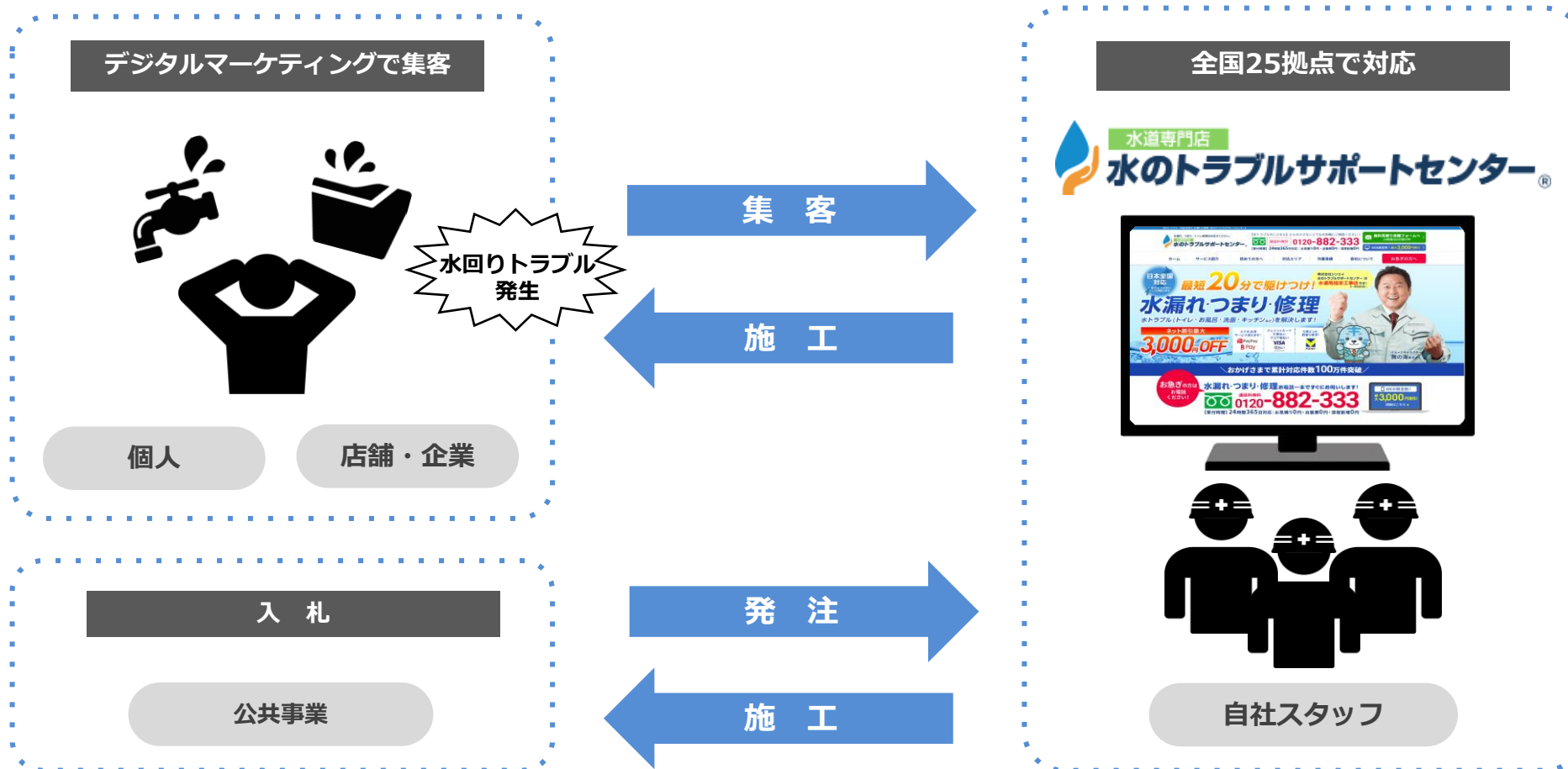
- ⑫ 賃貸管理会社向けSFA



- ⑬ 不動産FC向けクラウドシステム開発

住生活リアル事業とは

- (株)シンエイは全国25拠点のネットワークを活用し、累計30万件以上の施工実績を誇る
- 水回りトラブル駆付け工事・リフォームのほか、公共工事も対応。多角的な収益基盤と高い専門技術力を保有
- デジタルマーケティングを集客の核としており、当社マッチングプラットフォームと共通するビジネスモデル



リビン・テクノロジーズの特徴と強み

ビジネスモデル

- ①成果連動型サービスのため、費用対効果が高く、導入ハードルは低い
- ②メディアとDXが連携したシームレスなプラットフォーム
- ③住宅リユースを中心に不動産所有者を対象にしたサービス群



三位一体の組織体制

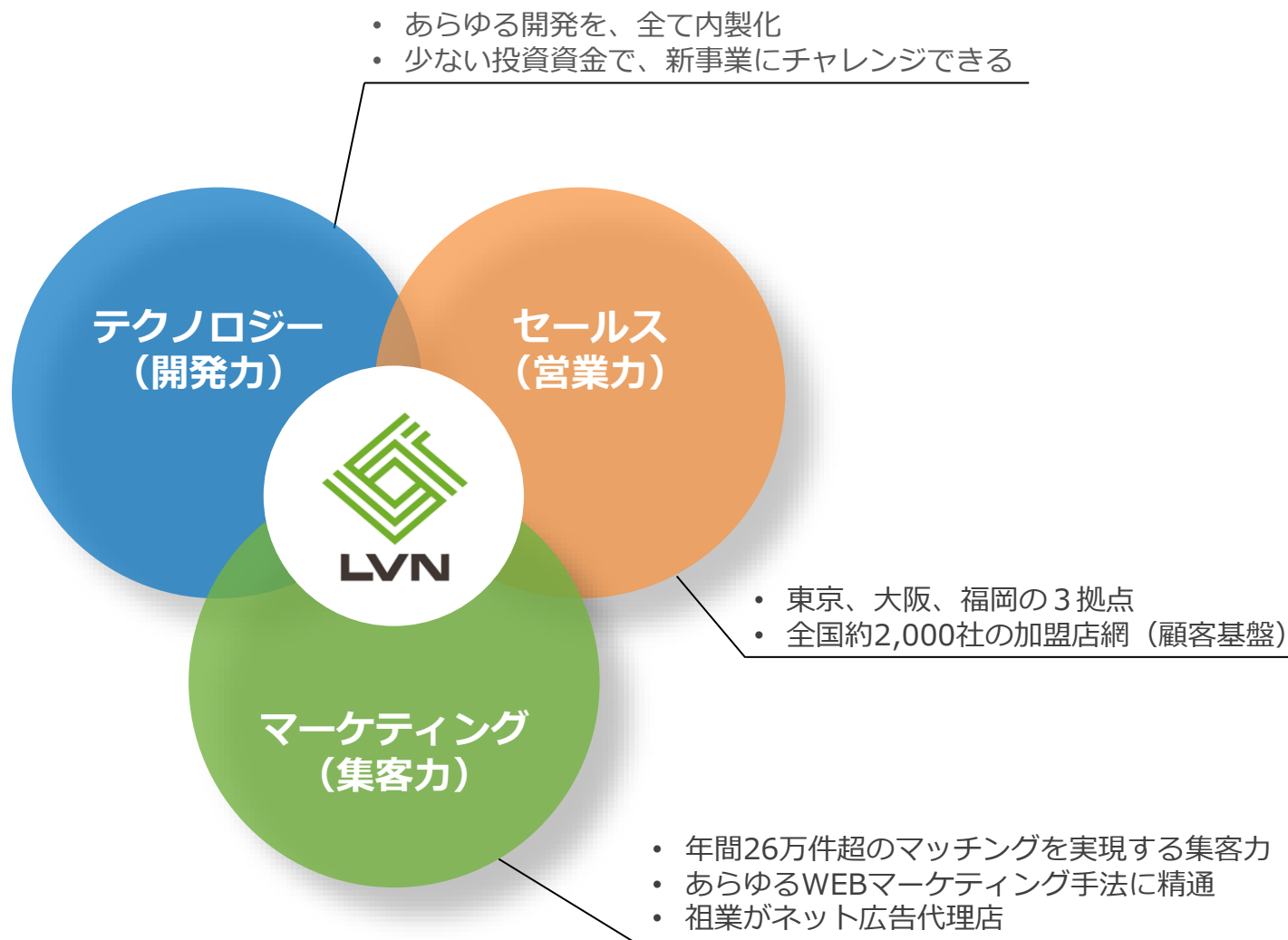
- ①あらゆるサービスを内製できる開発力
- ②全国No. 1の認知度を獲得した専門性の高いWEBマーケティング力
- ③業界最大規模の人員数、全国3拠点体制、約2,000社のクライアント網を持つ営業力

市場性

- ①巨大な不動産業界の市場規模
- ②時流に乗ったテック領域
- ③成長し続けるネット広告市場

三位一体の組織体制 | 全体像

- 事業に必要な「開発」「マーケティング」「営業」を全て自社で行える三位一体の体制を構築



- 既存サービスの運用、新サービス開発ともに、全て自社で内製化



**住宅リユース領域
バーティカルメディア**



外壁塗装マッチングメディア



VR住宅展示場メディア



メ夕住宅展示場

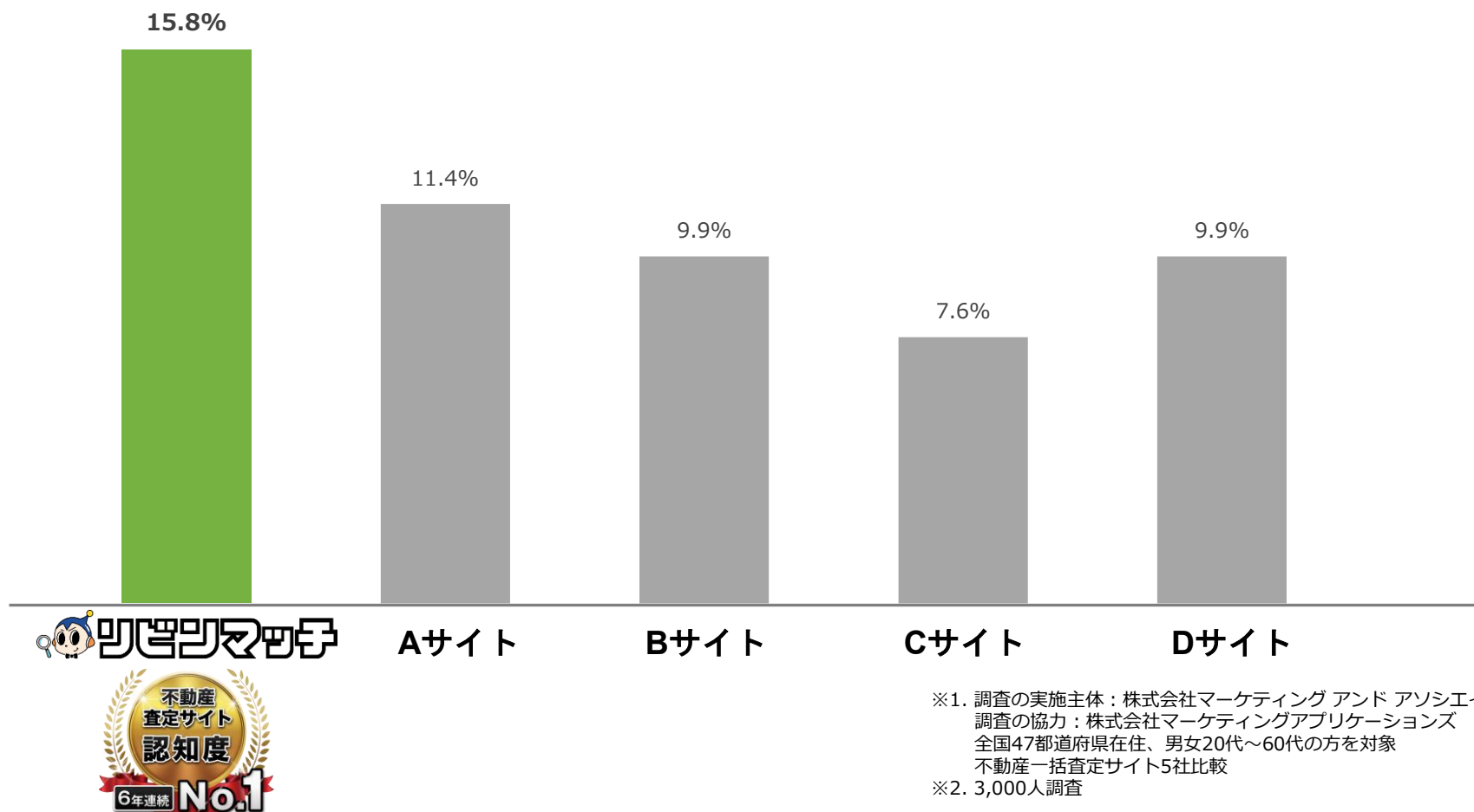


■ 三位一体の組織体制 | マーケティング（集客力）

- 専門性の高いWEBマーケティングによる集客力、全国No. 1の認知度を6年連続で獲得

不動産査定サイト全国認知度調査

調査期間 2025年9月19日～9月23日



三位一体の組織体制 | セールス（営業力）

- 業界最大規模の人員数・全国3拠点の営業体制と、約2,000社のクライアント網
- 業界最大級の約50名の営業人員
- 業界唯一、全国3都市に営業拠点を展開、クライアントの新規獲得とフォロー体制を構築
- 約2,000社のクライアント網は、アップセルの対象であり、参入障壁でもある
- 代理店を通さない直販方式で高い粗利率を実現



市場性 | 巨大な不動産業界の市場規模

- 現在のサービス提供領域にとどまらない、当社を取り巻く巨大な市場の開拓余地

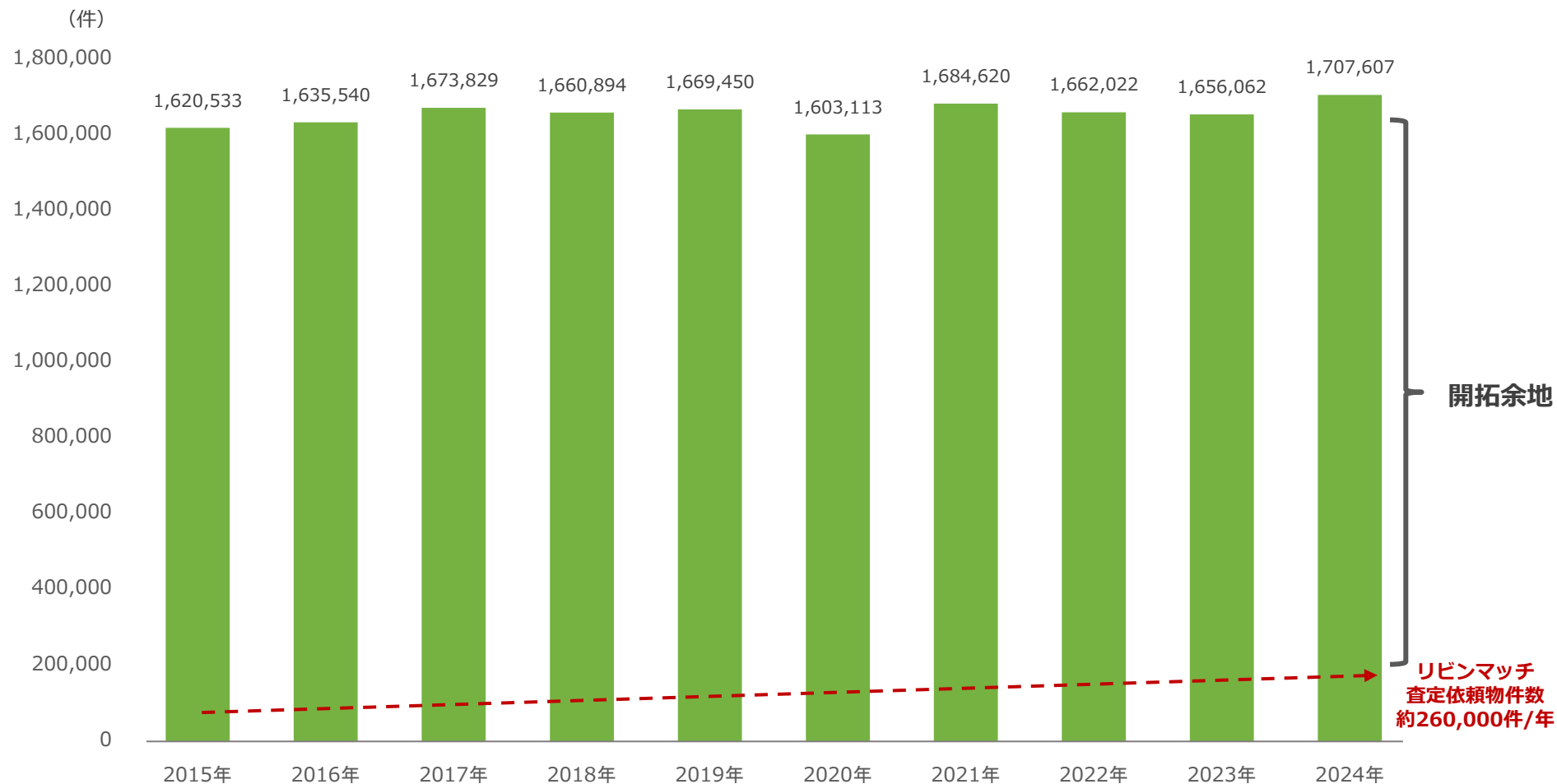


出所：※1 国土交通省「住生活基本計画（全国計画）（令和3年3月19日閣議決定）」・野村総研「2019～2030年度の新設住宅着工戸数/リフォーム市場規模」予測
※2 国土交通省「令和6年度住宅市場動向調査報告書」・野村総研「2030年の住宅市場～人手不足の深刻化により、飛躍的な生産性向上が求められる建設現場～」
※3 国土交通省「建築物リフォーム・リニューアル調査報告」
※4 矢野経済研究所「不動産テック市場に関する調査」

■ 市場性 | 巨大な不動産業界の市場規模

- 不動産売買登記件数（成約ベース）は年間約170万件で推移しているのに対し、当社の査定依頼件数（問い合わせベース）は年間約26万件で開拓余地が大きい

不動産売買登記件数の推移

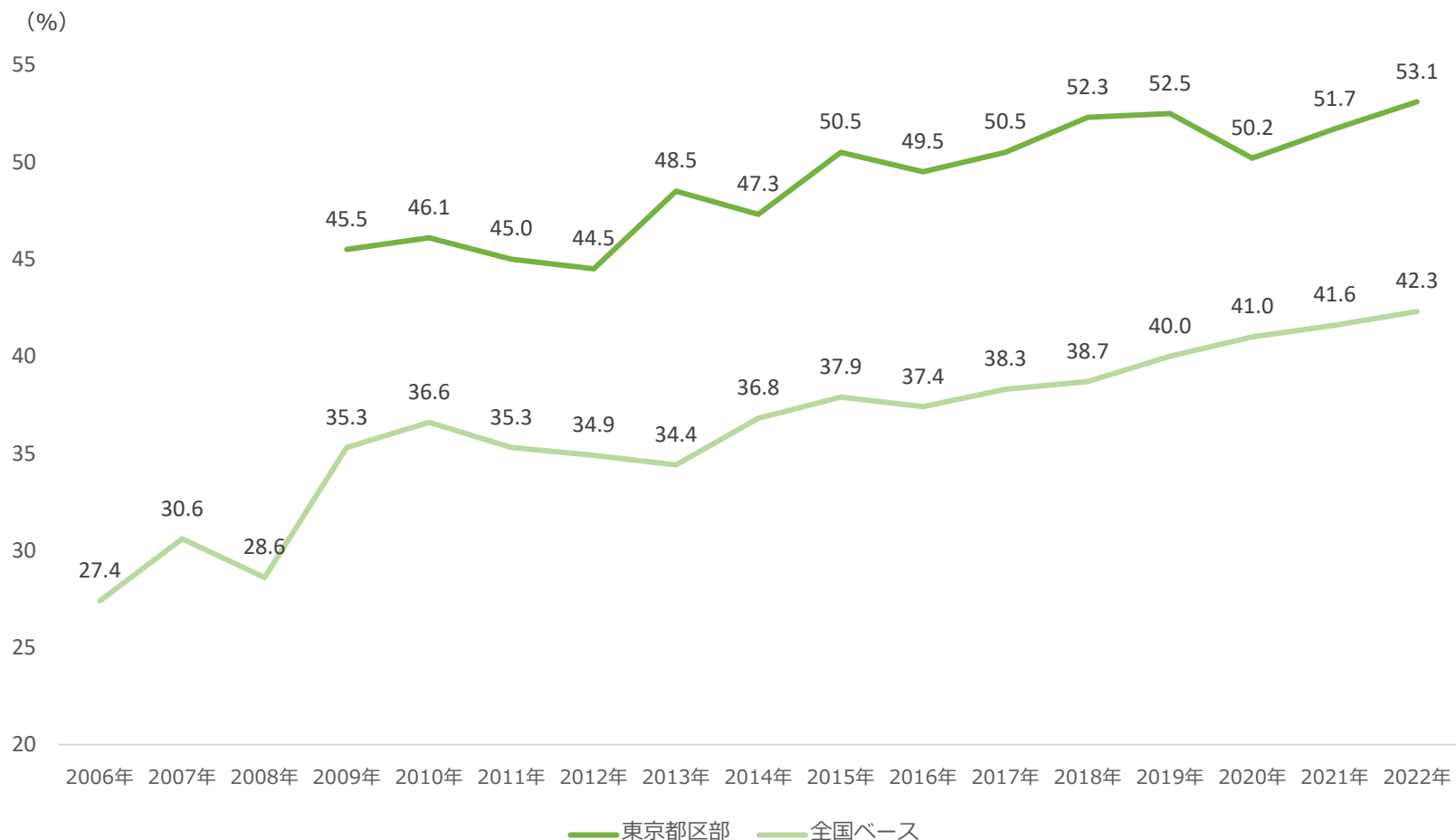


出所：法務局及び地方法務局管内別・種類別 建物・土地の権利に関する登記の件数及び個数

■ 市場性 | 住宅は、新築から「住宅リユース（中古）」の時代へ

- 全国における既存住宅の流通比率は、2006年から14.9ポイント上昇
- 特に東京都区部では、毎年上昇傾向で、高水準を維持
- 今後も、当社収益の基盤である査定依頼件数の増加が期待できる

既存住宅の流通比率

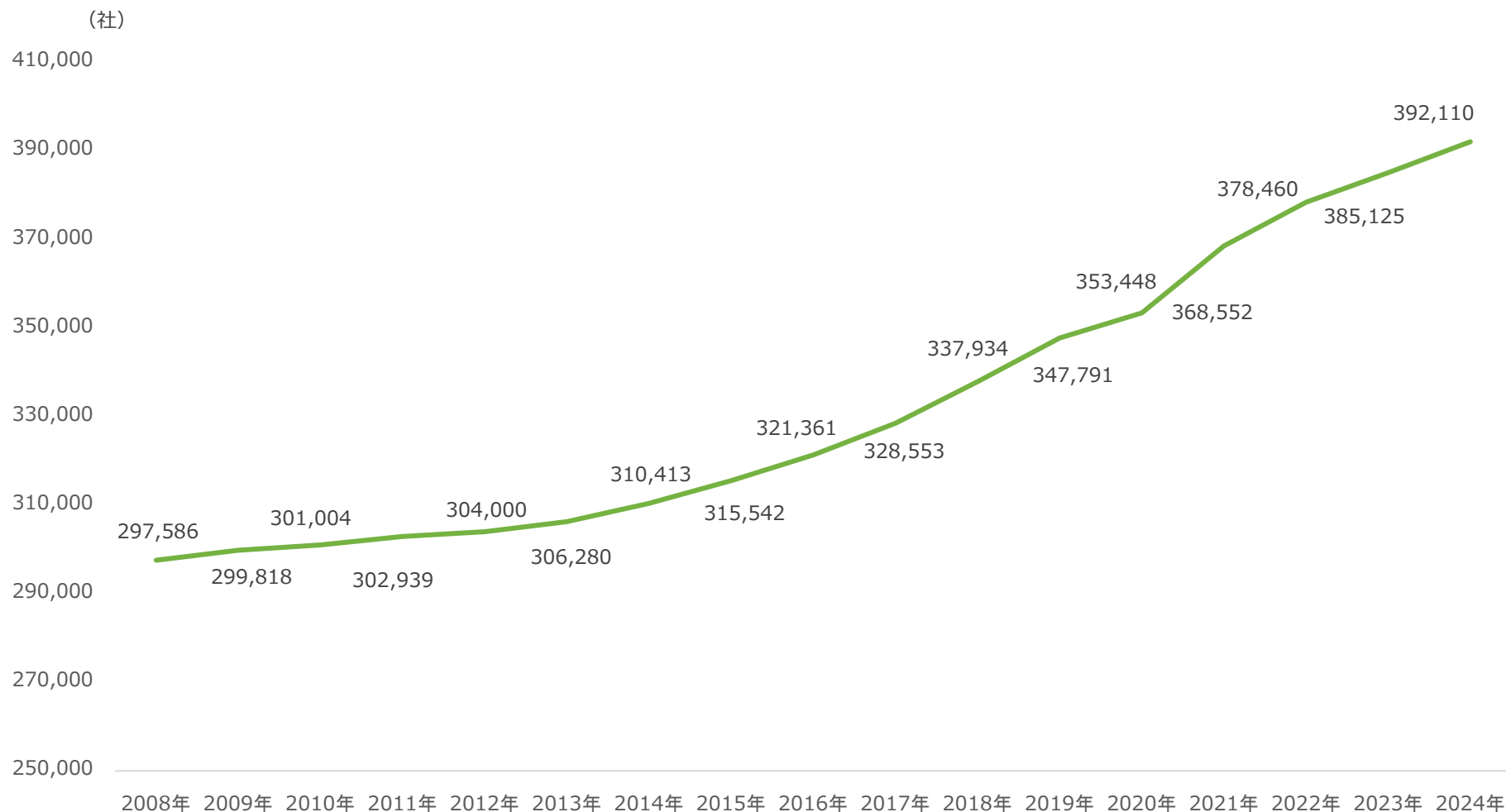


出所：不動産流通経営協会（FRK）

市場性 | 年々増加する不動産業の法人数

- 当社のクライアントになり得る不動産業の法人数は右肩上がりに増加

不動産業の法人数

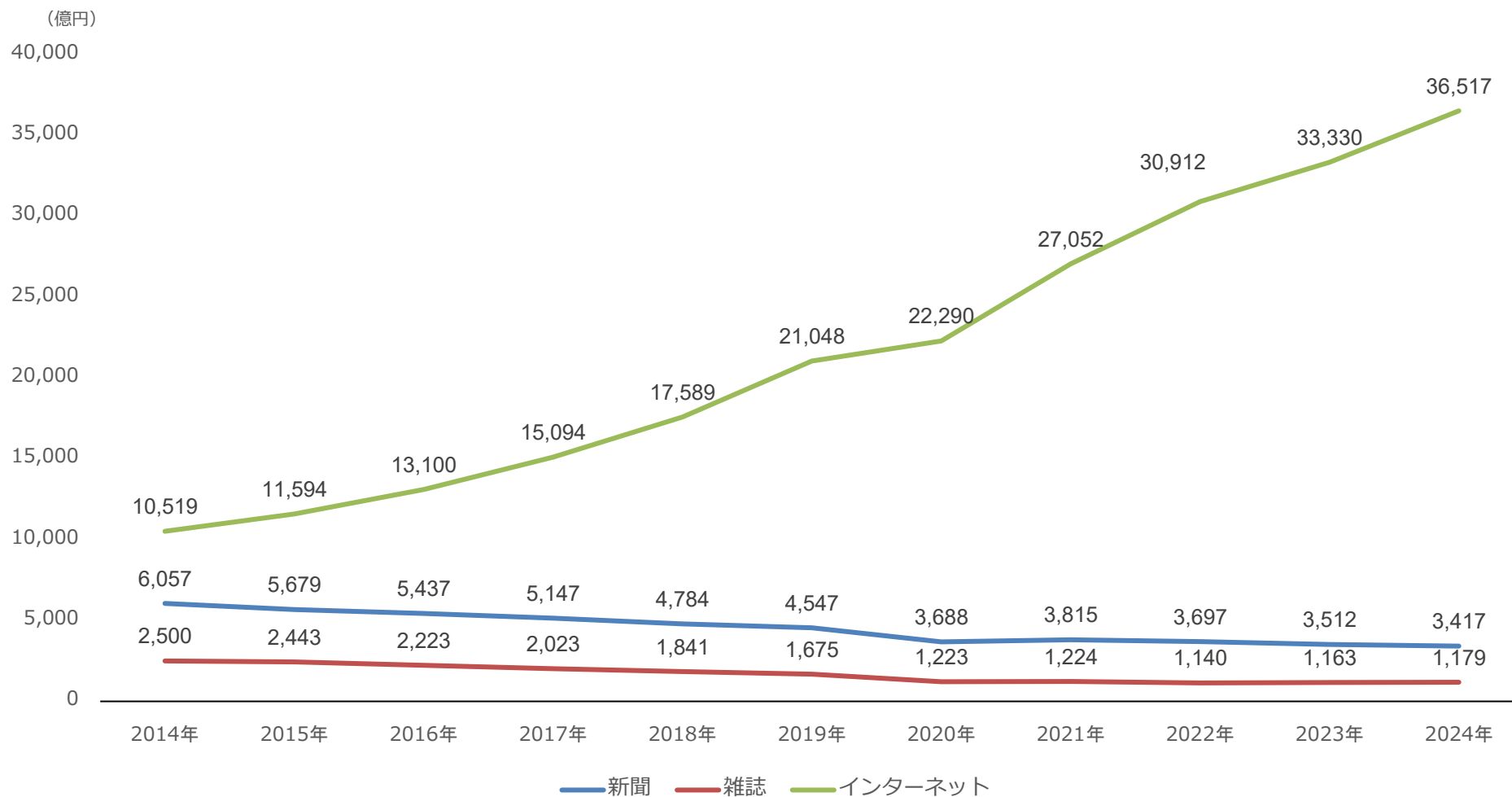


出所：公益財団法人不動産流通推進センター 2025不動産業統計集

市場性 | 成長し続けるネット広告市場

- 集客手法は、紙（折込チラシ、雑誌広告）からインターネット広告へ

広告媒体別市場規模推移



出所：電通日本の広告費2024

事業方針 | 住生活デジタル事業と住生活リアル事業の融合による領域拡大

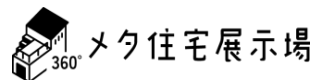
- 住生活デジタル事業に加えて、住生活リアル事業に進出
- さらなる領域拡大で「住生活の困ったをゼロにする」を目指す

住生活のお困りごとなんでも解決を目指す

住生活の困ったをゼロにする

住生活デジタル事業

マッチング
プラットフォーム



DXクラウド



査定書つくるくん

管理戸数ふえるくん



住生活リアル事業

⇒ 進出領域イメージ

- 売買、賃貸、管理
- リフォーム、建築
- 調査、測量
- 相続、登記、税務、士業
- 住生活お困りごと
- 金融、ローン
- 土地活用、空き家
- 投資、トランクルーム、宿泊施設
- 電力、エネルギー など

競争力の源泉まとめ

■年間260,000物件の不動産査定依頼を獲得するデジタルマーケティング力

査定依頼からの売買成約率を30%と仮定すると、年間売買成約件数78,000件になります。これは、不動産売買仲介会社における上位2社の合計成約件数に匹敵する集客力（デジタルマーケティング力）です。

■全国約2,000社の顧客基盤が参入障壁

年間260,000物件の不動産査定依頼の獲得は、全国約2,000社の顧客基盤が源泉になっています。デジタルマーケティングは地域セグメントすると費用が割高になるため、全国に多くの顧客を保有していることが効率的にデジタルマーケティングを大量投下するための前提条件になります。仮に新規参入があっても、当社のような先行企業がある中で、全国に顧客基盤を作り上げる難易度はかなり高いと考えています。この顧客基盤は、業界トップクラスの人員規模である営業部隊が支えています。

■クリエイティブな商品設計

『リビンマッチ』は、2006年に運営開始した不動産査定サイトのパイオニアです。サービス開始以来、常に業界に先駆けクリエイティブなサービスや機能をリリースしてまいりました。たとえば、ダイナミックプライシング、ポイントバック、Pay-Per-View（PPV）、位置情報を利用した不動産査定アプリ、AIマッチング、SMS配信システム、AI査定書作成システムなど、先進のWEBテクノロジーとビジネスモデルをサービスにミックスしています。そのほとんどが自社開発されたもので、追加投資なしに新しいテクノロジー、新しいサービスがリリースできる開発体制が構築されています。

■数十兆を超える市場規模、事業展開余地ともに巨大

住宅関連業界は数十兆円を超える巨大な市場規模があります。また、DX化が進んでいない領域が多く事業展開余地も巨大です。DXプラットフォーム事業をはじめとした当社が得意とする「デジタル領域」に加えて、「リアルソリューション領域」へと進出していくことで、「住生活の困ったをゼロにする」というテーマのもと、事業領域を拡大してまいります。

■ 本資料の取扱いについて

- 本資料において提供される数値ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」を含みます。
- これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述と異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。
- それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。
- 今後、新しい情報・将来の出来事などが発生した場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の記載内容に関する更新・修正の義務を負うものではありません。



LIVING TECHNOLOGIES INC.