2026年９月期　通期
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11月13日

目　次

01　2026年９月期 連結決算概要　P.2

02　2027年９月期 連結業績予想　P.12

03　株主・投資家の皆様へのお知らせ　P.15

04　事業内容と方針　P.19

01 2026年９月期 連結決算概要

2026年９月期 連結決算ハイライト

連結売上高	連結営業利益	連結経常利益	親会社株主に帰属する当期純利益
41.90億円	3.82億円	3.56億円	2.11億円
前期比:116.6%	前期比: 76.0 %	前期比: 75.3 %	前期比: 67.3 %

TOPIC

■連結売上高は 41.90億円（前期比 116.6 %）で着地

➡ 住生活デジタル事業の売上高は前期比99.7%となったが、住生活リアル事業の売上寄与により、通期の過去最高を更新。

■連結営業利益は 3.82億円（前期比 76.0 %）を確保

➡ 前期比では減益となったが、第４四半期は189百万円となり、四半期の過去最高を更新。

2026年９月期 通期連結業績予想の上方修正

- 11月２日に 2026年９月期 通期連結業績予想を上方修正
- 住生活デジタル事業における広告効率の改善などにより、予想を上回る見込みとなったため

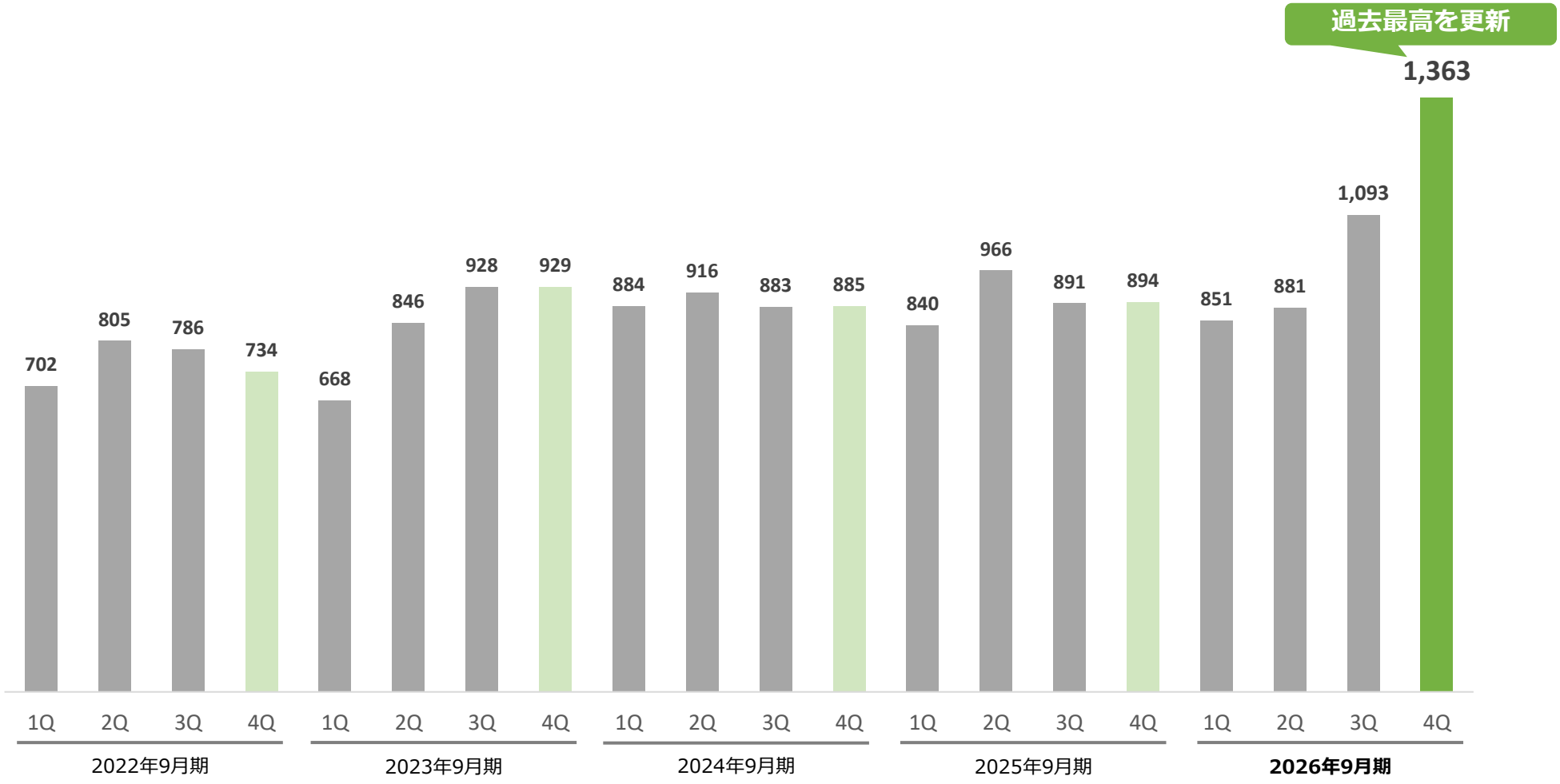
	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属する当期純利益	１株当たり当期純利益
	百万円	百万円	百万円	百万円	円 銭
前回発表予想（A）	4,070	290	260	130	52.19
今回修正予想（B）	**4,190**	**380**	**350**	**210**	**86.19**
増減額（B－A）	120	90	90	80	―
増減率（ % ）	2.9	31.0	34.6	61.5	―
（ご参考）前期実績（2025年９月期）	3,592	503	473	314	117.97

（※1）2026年５月12日に株式分割を実施したため、前連結会計年度の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、１株当たり当期純利益を算定しております。
（※2）2025年11月14日開催の取締役会決議に基づき、自己株式の取得を実施したため、１株当たり当期純利益の予想について、その影響を反映させております。

四半期業績｜連結売上高

- **2026年９月期における第４四半期の連結売上高は 1,363百万円となり、四半期の過去最高を更新**
- **2026年９月期の連結売上高は過去最高の4,190百万円（前期比116.6%）**

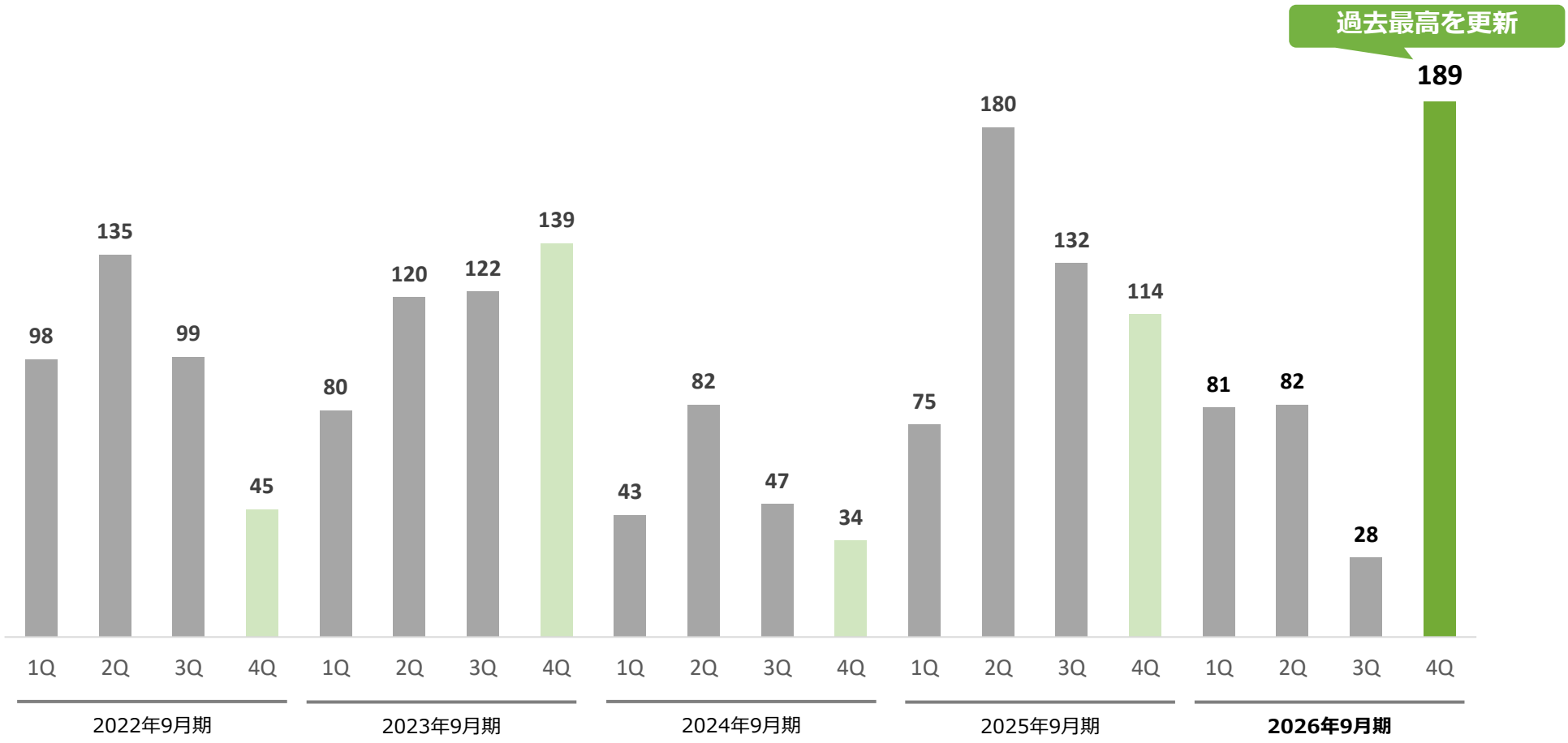
連結売上高の四半期推移　（百万円）



四半期業績｜連結営業利益

- 2026年９月期における第４四半期の営業利益は 189百万円となり、四半期の過去最高を更新
- 2026年９月期の連結営業利益は382百万円（前期比76.0%）

連結営業利益の四半期推移（百万円）



2026年９月期 連結P/L

連結P/L 前期実績との比較

（千円）

	2025年９月期 実績	2026年９月期 実績	増減額	前期比
売上高	**3,592,752**	**4,190,123**	**597,370**	**116.6%**
売上原価	**95,258**	**476,920**	**381,662**	**500.7%**
販売費及び一般管理費	**2,993,891**	**3,330,466**	**336,575**	**111.2%**
営業利益	**503,602**	**382,736**	**▲ 120,866**	**76.0%**
営業利益率	14.0%	9.1%	▲ 4.9pt	–
経常利益	**473,615**	**356,863**	**▲ 116,752**	**75.3%**
税金等調整前当期純利益	**472,412**	**357,540**	**▲ 114,872**	**75.7%**
法人税等	157,837	145,954	▲ 11,882	92.5%
親会社株主に帰属する当期純利益	**314,575**	**211,585**	**▲ 102,989**	**67.3%**

2026年９月期 連結B/S

連結B/S 前期末との比較

（千円）

	2025年９月末	2026年９月末	前期末差
資産合計	**3,329,491**	**3,393,763**	**64,272**
流動資産	2,833,857	2,677,925	▲ 155,932
現金及び預金	1,947,167	1,815,056	▲ 132,111
売掛金	574,409	644,498	70,088
販売用不動産	－	79,911	79,911
固定資産	495,633	715,838	220,205
のれん	－	184,842	184,842
負債合計	**1,612,711**	**1,889,765**	**277,053**
流動負債	891,490	1,116,753	225,262
未払金	259,332	326,097	66,764
１年以内返済予定の長期借入金	281,448	481,244	199,796
固定負債	721,221	773,012	51,791
長期借入金	721,221	763,662	42,441
純資産合計	**1,716,779**	**1,503,998**	**▲ 212,780**
負債純資産合計	**3,329,491**	**3,393,763**	**64,272**

2026年９月期 セグメント別の実績

- **住生活デジタル事業は、第４四半期に収益性が回復し、通期セグメント利益は前期比92.1%で着地**
- **住生活リアル事業は、連結売上高拡大に寄与した一方、セグメント損失を計上し、利益を押し下げた**

（千円）

		2025年9月期 実績	2026年9月期 実績	増減額	前期比
住生活デジタル事業	売上高	3,592,752	3,583,101	▲ 9,651	99.7%
	セグメント利益	503,602	463,727	▲ 39,875	92.1%
住生活リアル事業	売上高	–	608,951	–	–
	セグメント利益	–	▲ 41,891	–	–
調整額	売上高（※1）	–	▲ 1,929	–	–
	セグメント利益（※2）	–	▲ 39,100	–	–
合計	売上高	3,592,752	4,190,123	597,370	116.6%
	営業利益	503,602	382,736	▲ 120,866	76.0%

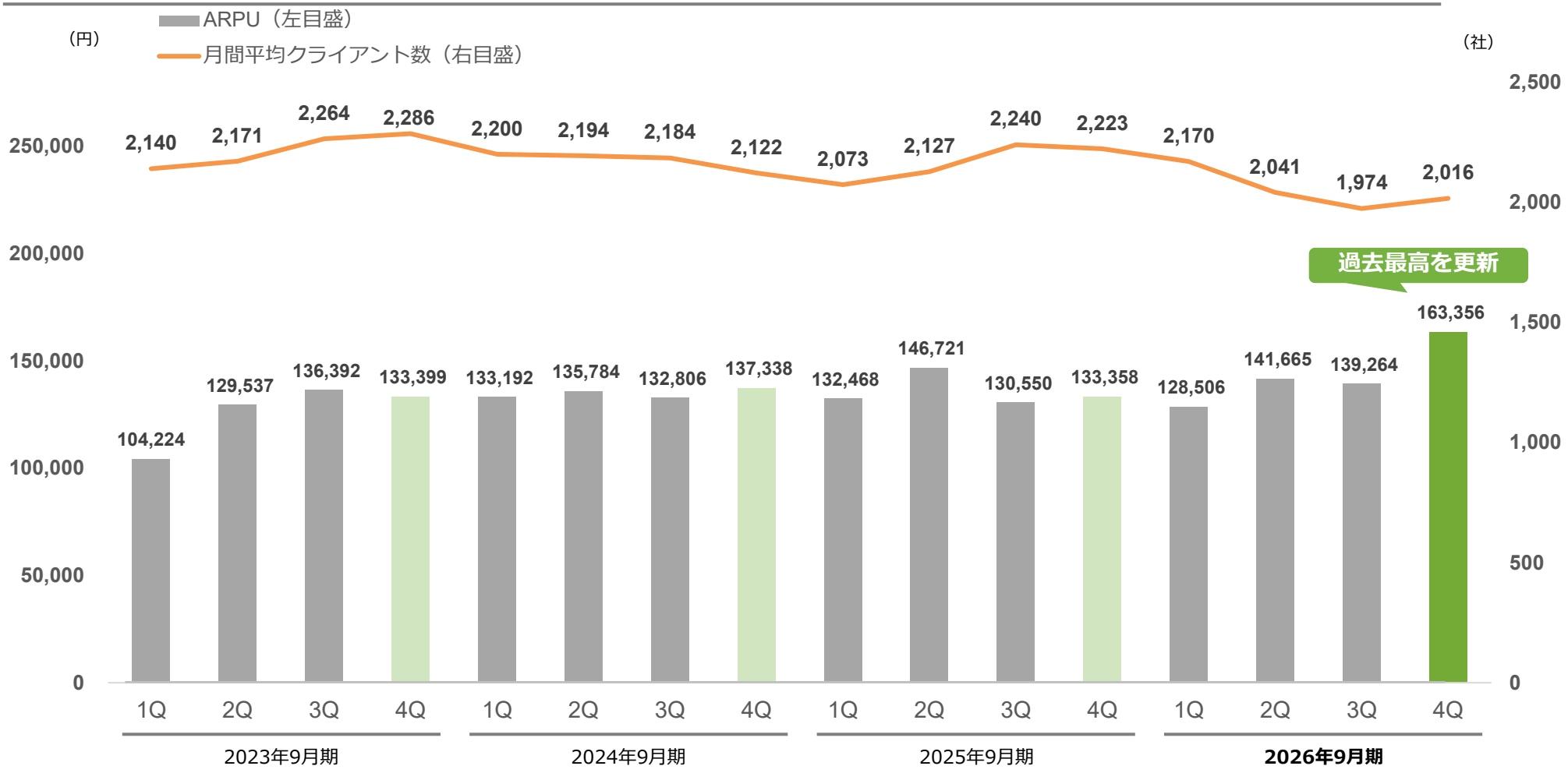
（※1）売上高の調整額は、セグメント間の取引消去額であります。

（※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リー費用であります。

住生活デジタル事業のKPI

■ 月間平均クライアント数は下げ止まり、ARPUは過去最高を更新

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売上高）



2026年９月期の重点施策の結果

	内　容	結　果
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	・クライアント数は2,000社を回復 ・ARPUは過去最高を更新
第２の主力事業候補へ人材リソースを集中投下	・建築DXに積極的な人的資本投資を実施	・人員増強、営業体制の強化により売上高は前年通期の1.8倍を達成
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	・㈱シンエイ、㈱LIGコーポレーションを買収し、住生活リアル事業を立ち上げ

02 | 2027年９月期 連結業績予想

2027年９月期の重点施策

- **住生活デジタル事業の競争力を強化し、住生活リアル事業の仕組みを確立する**
- **重点施策の積み上げにより、中長期で営業利益の持続的な成長を目指す**

3. 新たな事業の獲得と創出

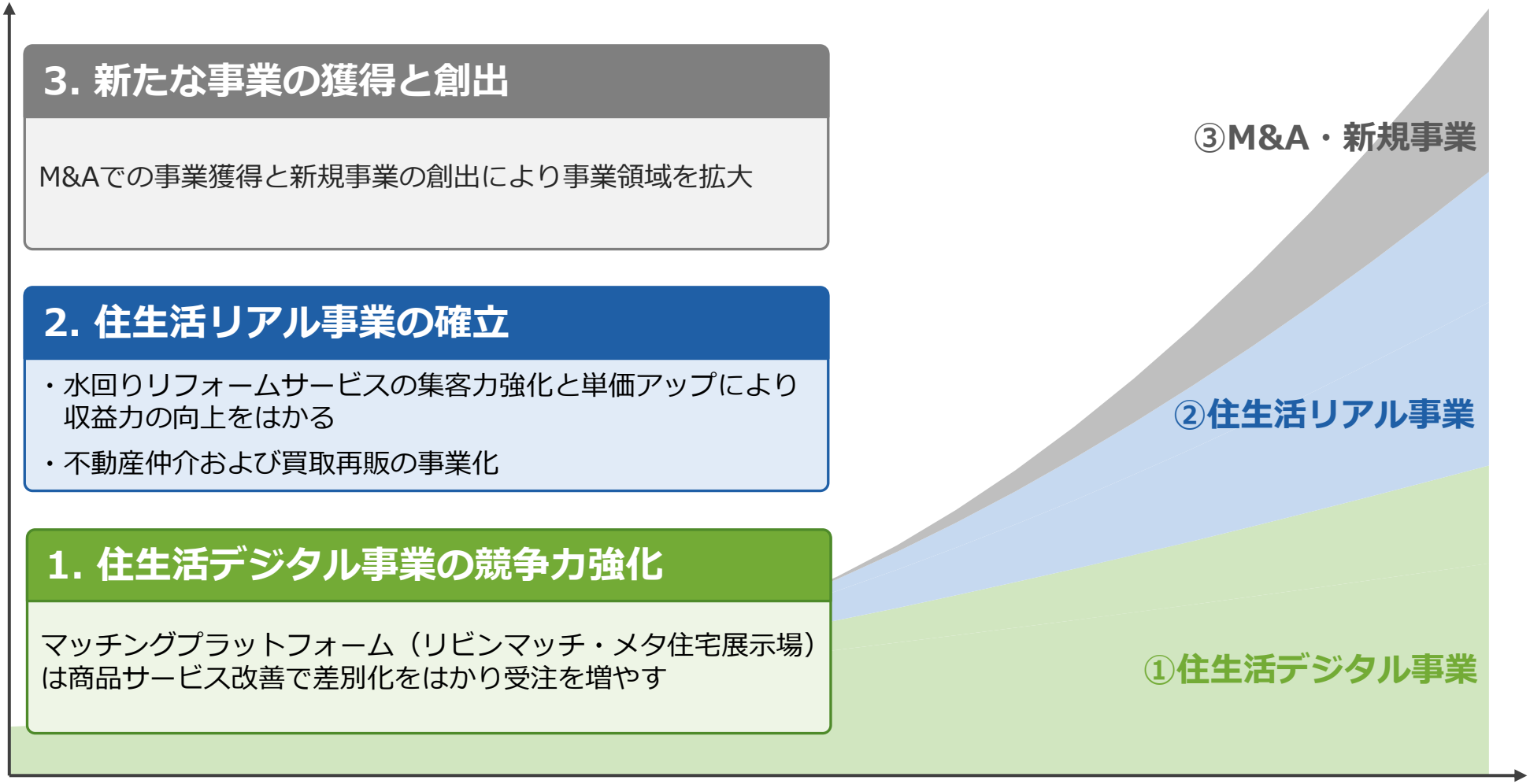
M&Aでの事業獲得と新規事業の創出により事業領域を拡大

2. 住生活リアル事業の確立

・水回りリフォームサービスの集客力強化と単価アップにより収益力の向上をはかる
・不動産仲介および買取再販の事業化

1. 住生活デジタル事業の競争力強化

マッチングプラットフォーム（リビンマッチ・メタ住宅展示場）は商品サービス改善で差別化をはかり受注を増やす



2027年９月期 連結業績予想

<予想>

重点施策の推進と、成長投資を継続しながらも、売上高・営業利益ともに過去最高を見込む

- **売　上　高　：55.0億円（前期比　131.3%）**
- **営 業 利 益 ：　6.0億円（前期比　156.8%）**
- **経 常 利 益 ：　5.7億円（前期比　159.7%）**
- **当期純利益：　3.6億円（前期比　170.1%）**

2027年９月期 連結業績予想

（千円）

	2026年9月期 実績	2027年9月期 連結業績予想	前期比
売上高	4,190,123	**5,500,000**	131.3%
営業利益	382,736	**600,000**	156.8%
営業利益率	9.1%	**10.9%**	―
経常利益	356,863	**570,000**	159.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	211,585	**360,000**	170.1%

03 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と事業成長を両立するため、
2027年９月期（2026年10月１日～2027年９月22日）も継続して実施。

	前　回 （2025年11月19日～2026年９月18日）	**今　回 （2026年10月１日～2027年９月22日）**
買付目標		
取得し得る株式の総数	420,000株	**184,000株**
取得価額の総額	900,000,000円	**460,000,000円**
買付状況	2026年９月末日時点	2026年10月31日時点
取得した株式の総数	236,000株	**7,800株**
取得価額の総額	424,984,800円	**13,530,600円**
取得の進捗状況		
株数ベース	56.19%	**4.24%**
金額ベース	47.22%	**2.94%**

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。

株主優待

■株主優待制度
株価を意識した経営の実現に向けた対応の一環として、利益還元、流動性向上および投資対象としての魅力をより多くの方々に、継続的にご認識いただくことを目的にしている。

■対象となる株主様
毎年３月末日および９月末日の株主名簿上に記載または記録された、
当社株式を200株以上保有されている株主様が対象。

■株主優待制度は終了予定なし



■株主優待の内容

保有株式数	基準日	優待内容
200株以上	毎年３月・９月末日	**デジタルギフト®※ 7,500円分（年間15,000円分）**

※デジタルギフト®は、ＱＲコードを読み込んでいただくことで即時に受取り、ご利用が可能で、対象となる株主様は交換先の中からお好きな優待品目を選択していただけます。 対象となる交換先は次の予定です。なお、交換先につきましては今後変更の可能性があります。

Amazonギフトカード / QUOカードPay / PayPayマネーライト / dポイント / au PAY ギフトカード / すかいらーくご優待券 / Google Play ギフトコード / 図書カードNEXT / Visa eギフト vanilla / DMM プリペイドカード 他

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４月より開始**

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、当社へのご理解とご関心を一層深めていただけますと幸いです。



04 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		
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	170名（2026年9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			

私たちの理念

- 「私たちの理念」は、信念、原則、使命、野望の四つで構成される当社の企業理念
- 組織と働く私たちにおける思考の根本かつ行動原理であり、全ての目的、計画、事業はこの理念に則ったものになる



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）

- 私たちの信念 -

ずっと変わらない

私たちは、事業を通じた挑戦と実践の継続が、社会と組織と自身を向上させると信じる。

- 私たちの原則 -

ずっと変わらない

・私たちは、物事の本質と行動の源泉を自身の中に備えている。これを発揮する。
・私たちは、成すべき事から、逃げない。諦めない。
・私たちは、知識や思考だけで終わらせない。行動して、かたちにする。
・私たちは、現場で鍛え、能力を開花させる。試練と成長は、不可分。
・私たちは、事業を拡大する。関わる全てを、物心ともに豊かにするため。

- 私たちの使命 -

100年変わらない

私たちは、「住生活の困ったをゼロにする」を掲げ、仕事で社会を便利にする。

- 私たちの野望 -

2050年までに

私たちは、日本の誰もが知る、巨大住生活ソリューション企業グループになる。

事業の全体像

■ 住生活の課題解決をおこなう住生活ソリューション企業グループへ

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

リビンマッチ　360° メタ住宅展示場

■ DXクラウド

クライアントのDX化をサポート

SMS hunter　査定書つくるくん

管理戸数ふえるくん　仲介王 CHUKAIO

住生活リアル事業

■ 水回りリフォーム

水回りメンテナンスおよびリフォーム全般

水道専門店 水のトラブルサポートセンター®

■ 不動産流通

不動産仲介および買取再販

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した
- 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

リビンマッチ

360° メタ住宅展示場

DXクラウド

SMS hunter

査定書つくるくん

管理戸数ふえるくん

仲介王 CHUKAIO

×

住生活リアル事業

水回りリフォーム

水道専門店 水のトラブルサポートセンター®

不動産流通

不動産仲介
買取再販

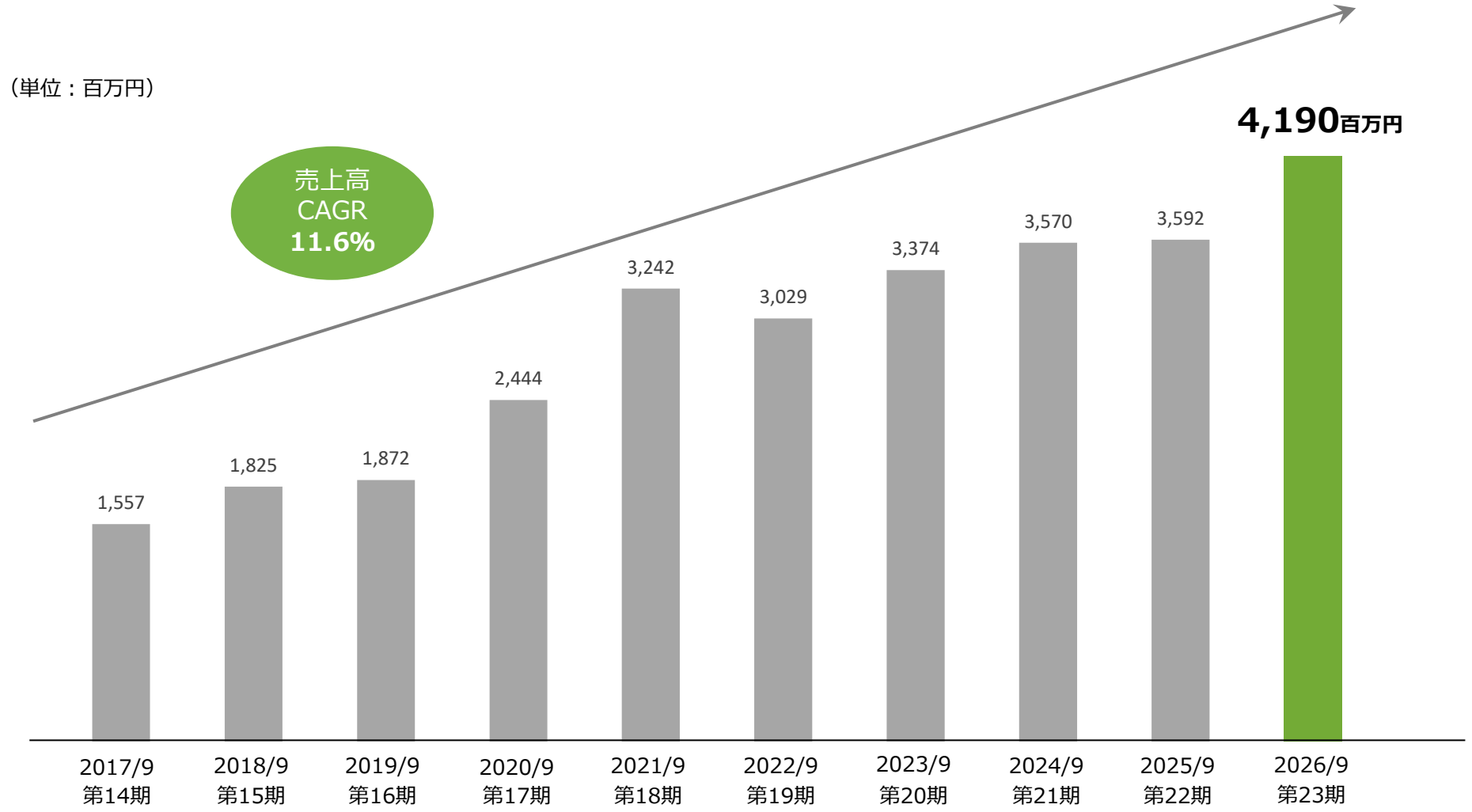
⇒ 今後の進出領域イメージ

- 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
- 電力、エネルギー

など

売上高の推移

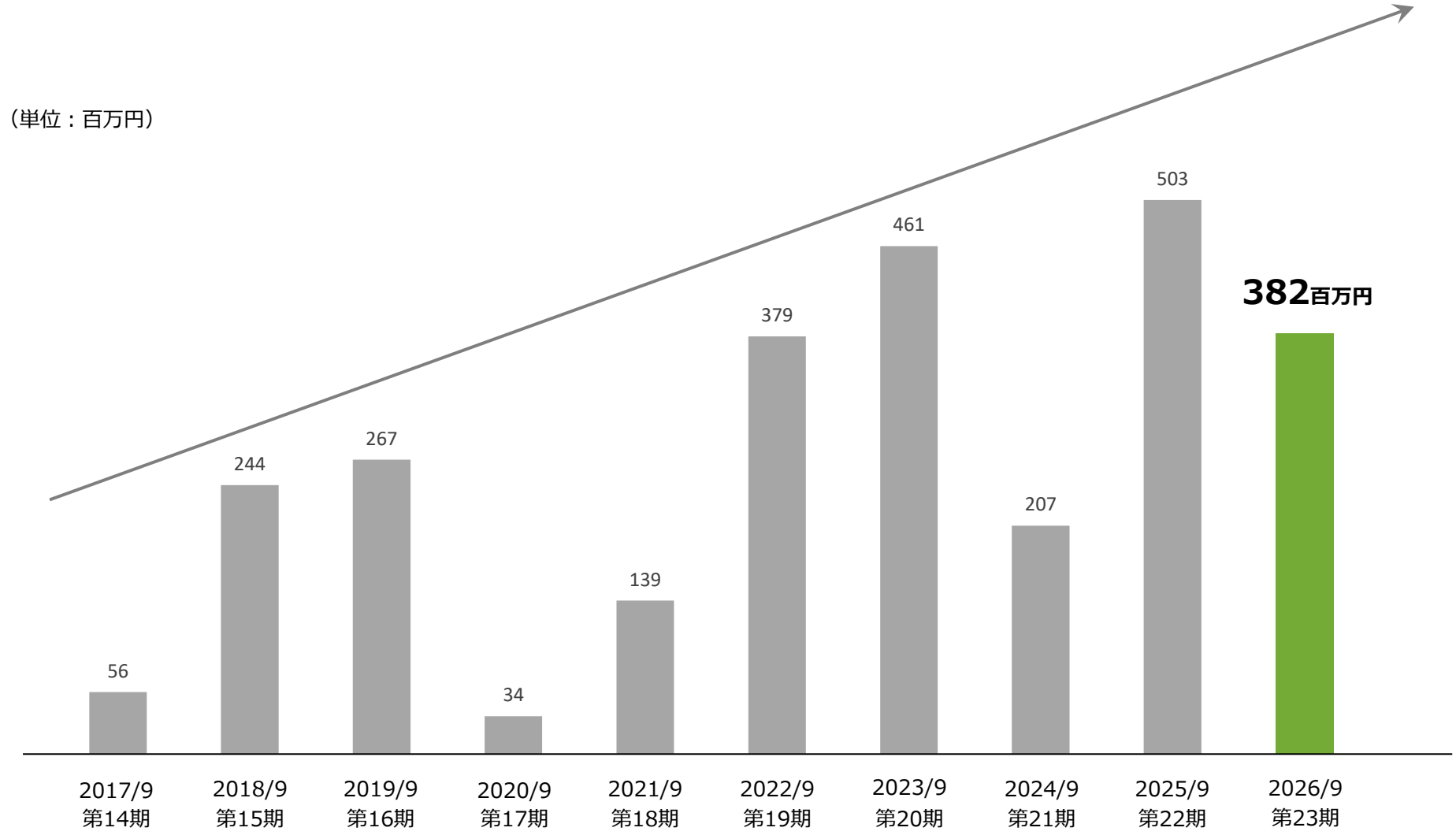
■ **会計基準の変更による2022年９月期の一時的な売上高減少を除いて、毎期、最高売上高を更新**



※CAGRは2017年9月期から2026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



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
- マッチング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 マッチングプラットフォーム

リビンマッチ
不動産の価格比較ポータルサイト

360° メタ住宅展示場
オンライン住宅展示場（VR）

② DXクラウド

SMS hunter
SMS配信クラウド

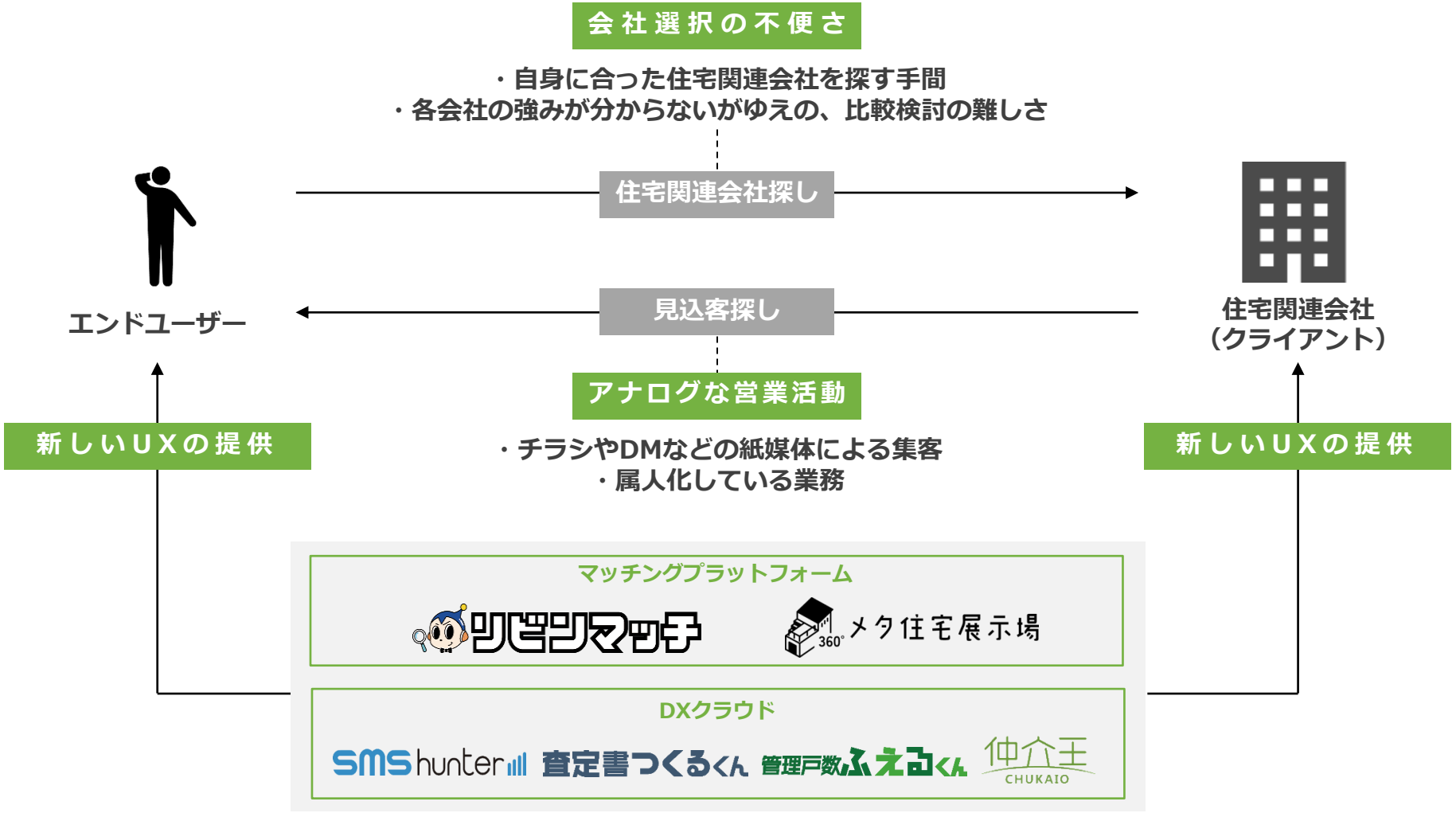
査定書つくるくん
AI査定書作成クラウド

管理戸数ふえるくん
賃貸管理会社向けSFA

仲介王 CHUKAIO
不動産FC向けシステム開発

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



住生活デジタル事業の成長戦略

「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、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

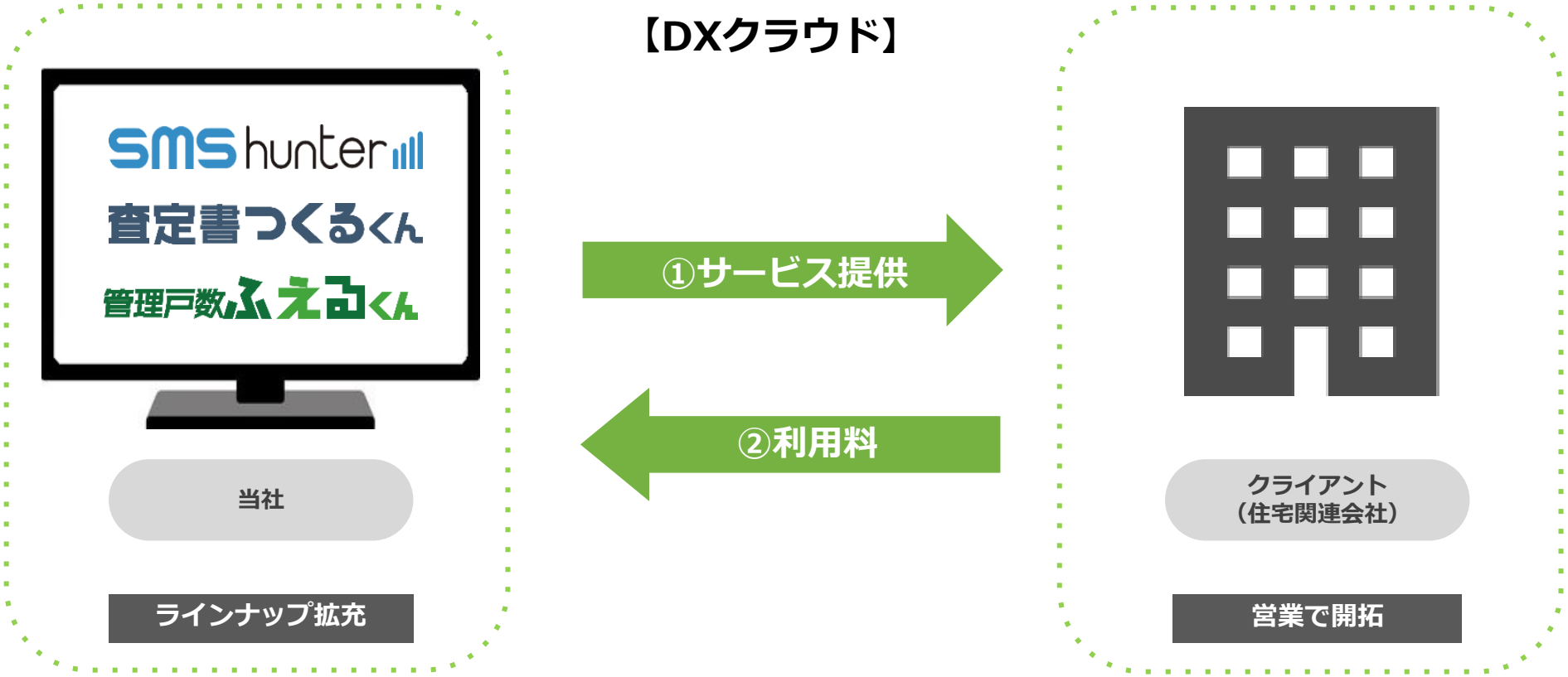
- エンドユーザーとクライアントをWEB上でマッチングさせるサービス
- エンドユーザーは、１回の登録で複数の住宅関連会社を比較できる
- マッチング数に応じた成果連動型マッチングフィーのため、クライアントの費用対効果が高く、導入ハードルは低い
- 「エンドユーザー数」と「クライアント数」を増やすことが収益UPの源泉

【マッチングプラットフォーム】



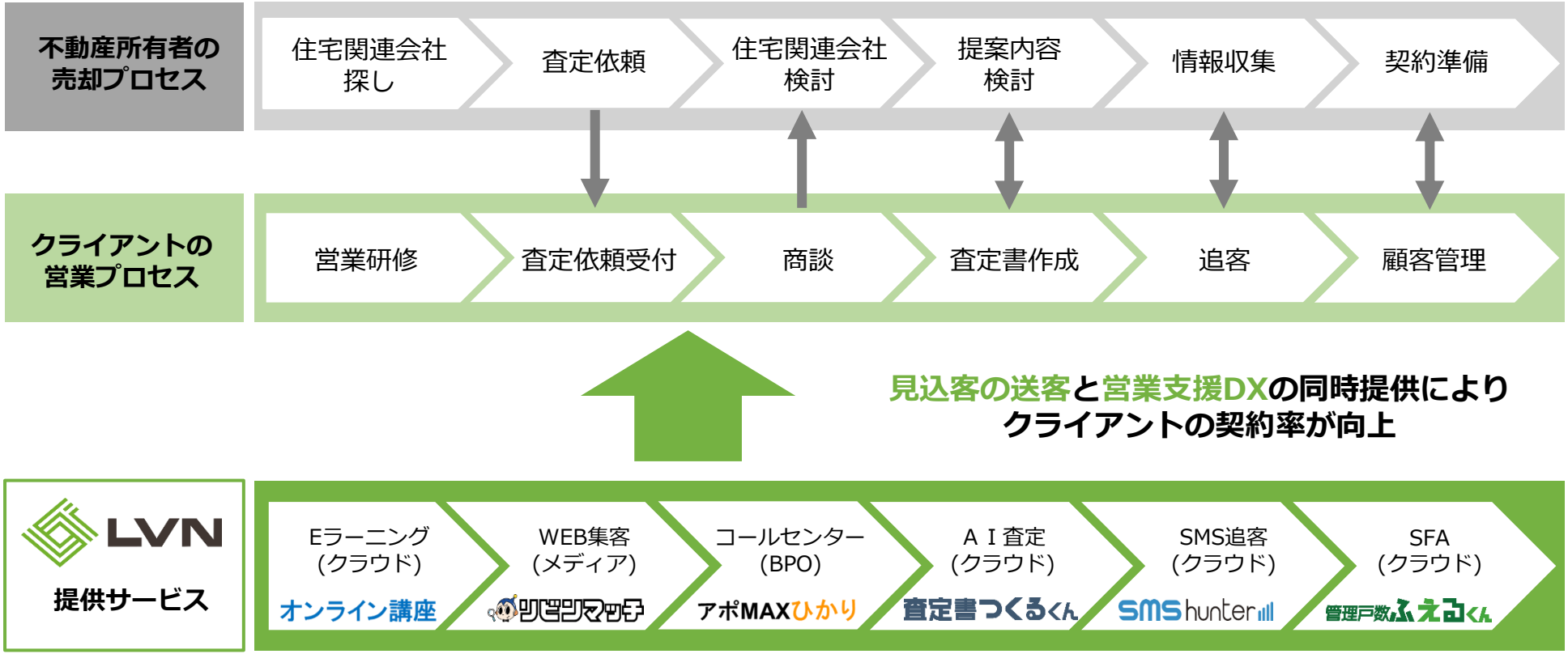
ビジネスモデル｜DXクラウド

- 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売上高が積み上がる



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

- マッチング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ッチングを行うメディア
- DXクラウドは、住宅関連企業の業務効率化を推進する

マッチングプラットフォーム

<不動産売却領域>

リビンマッチ
① 不動産売却
② 不動産買取
③ 任意売却

リースバック比較PRO
④ リースバック

<非不動産売却領域>

リビンマッチ
⑤ 土地活用
⑥ 賃貸管理
⑦ リノベーション

360° メタ住宅展示場
⑧住宅展示場（VR）

DXクラウド

<DX領域>

SMS hunter
⑨ SMS配信クラウド

査定書つくるくん
⑩ AI査定書作成クラウド

管理戸数ふえるくん
⑪ 賃貸管理会社向けSFA

仲介王 CHUKAIO
⑫ 不動産FC向けクラウドシステム開発

住生活デジタル事業の特徴と強み



組織体制｜全体像

「テクノロジー」「マーケティング」「セールス」「マッチングセンター」を全て自社で行える体制を構築

- あらゆる開発をすべて内製化
- 少ない投資で新規事業に挑戦できる

- 年間26万件超の査定依頼を集める集客力
- 祖業はネット広告代理店。デジタルマーケティング手法に精通

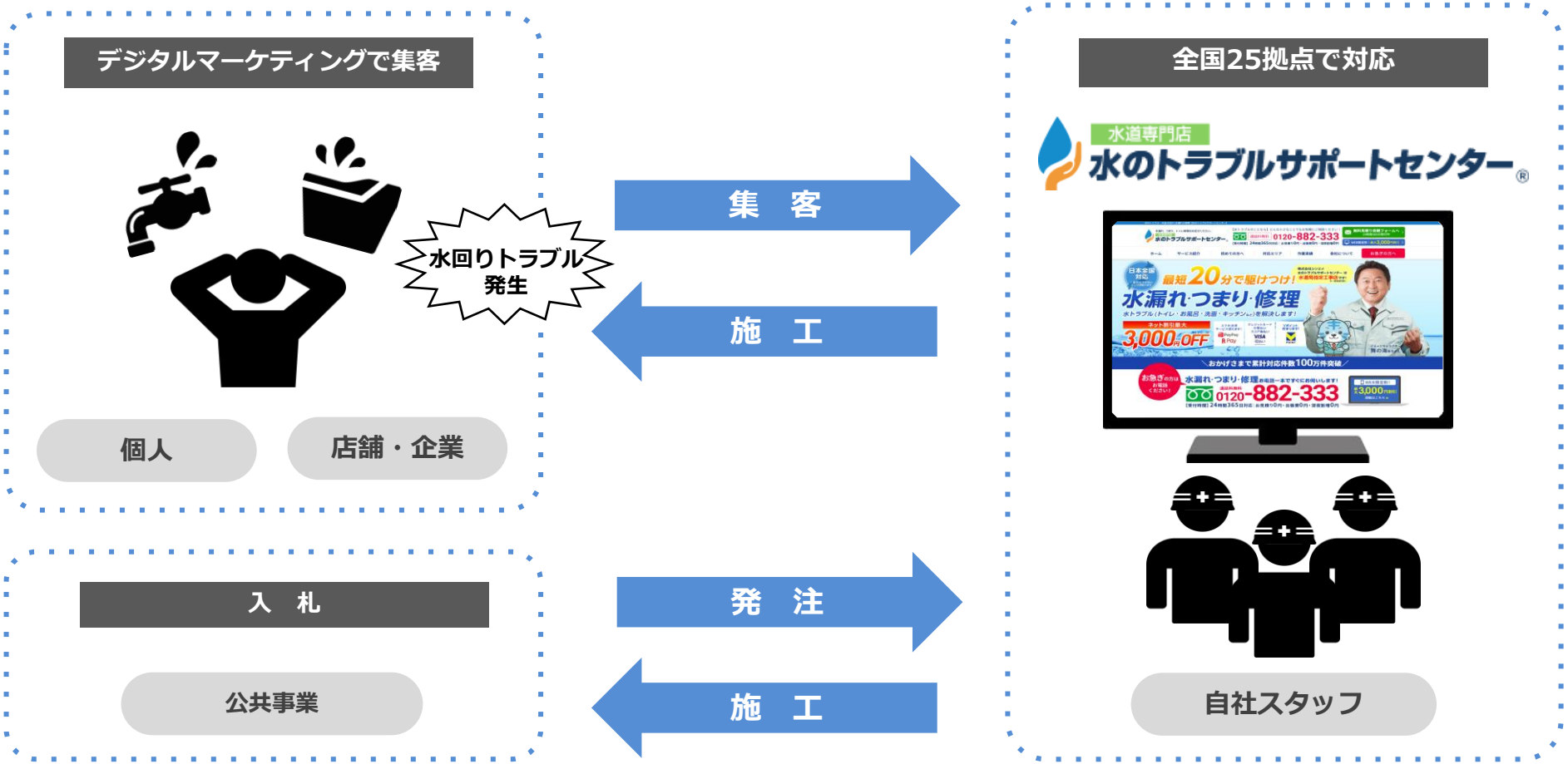


- 約40名の営業人員、東京・大阪の2拠点
- 全国約2,000社の加盟店網を開拓・支援

- アウトバウンドで生活者と企業をマッチングするコールセンター

住生活リアル事業とは

- ㈱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
- 水回りリフォーム全般のほか、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



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 矢野経済研究所「住宅設備機器市場に関する調査」
※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

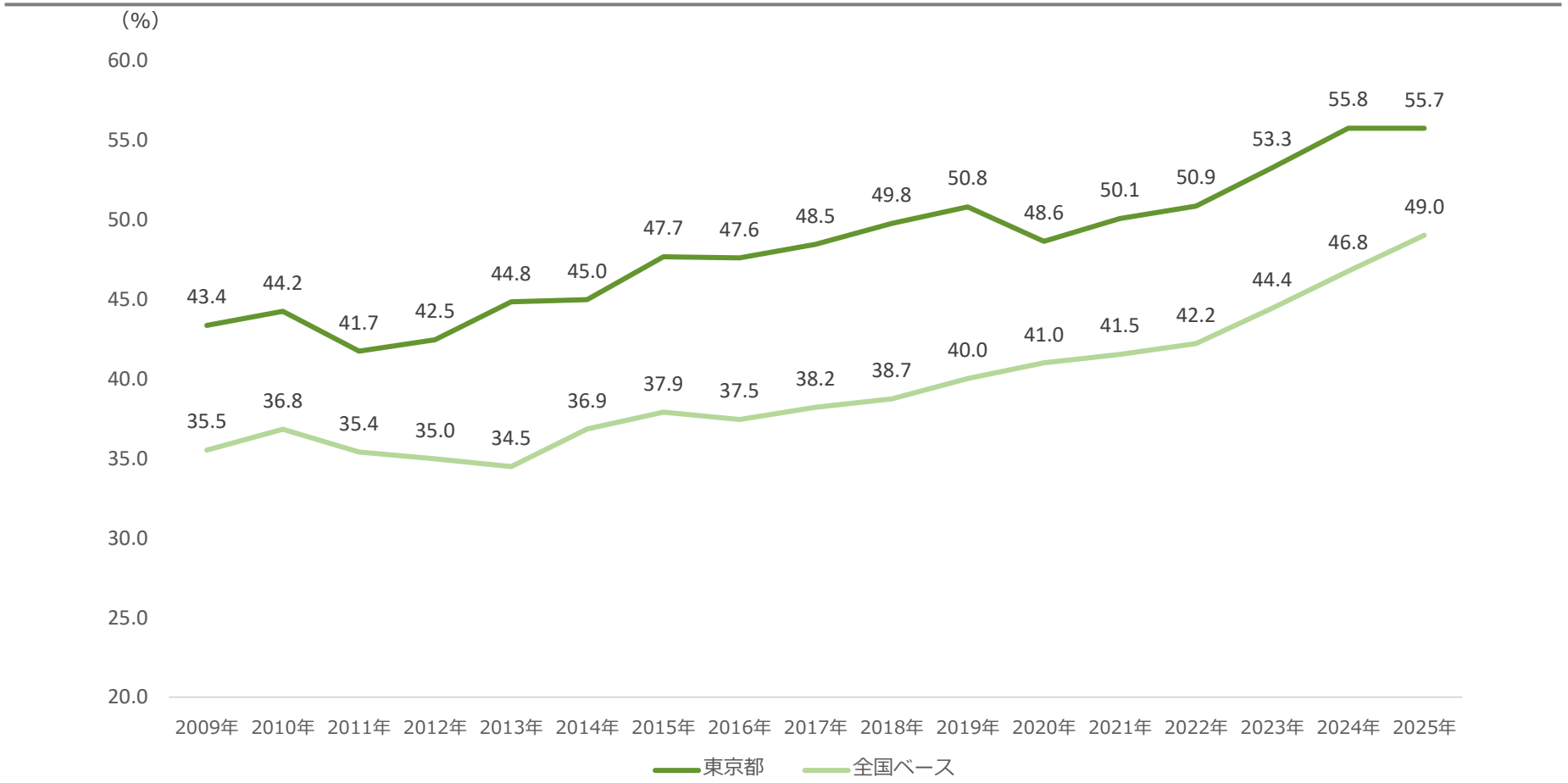


出所：法務局及び地方法務局管内別・種類別 建物・土地の権利に関する登記の件数及び個数

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、2009年から13.5ポイント上昇
- 特に東京都では、全国を上回る高水準で推移
- 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

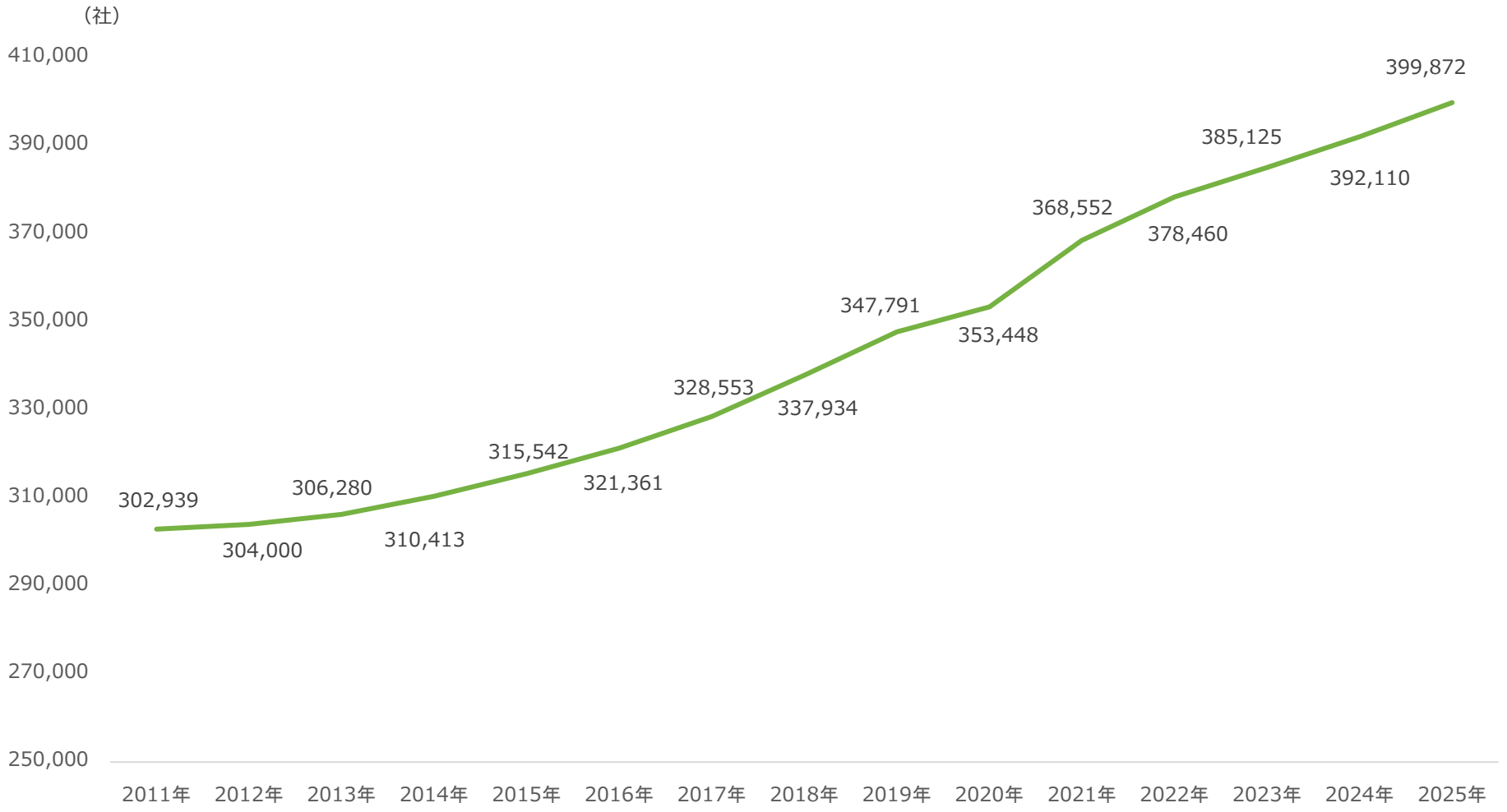


出所：法務省「登記統計」、国土交通省「建築着工統計調査」、不動産流通経営協会（FRK）「既存住宅流通量の地域別推計について」（2024年2月）をもとにFRKの計算式を参考に当社推計（簡易推計）。

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

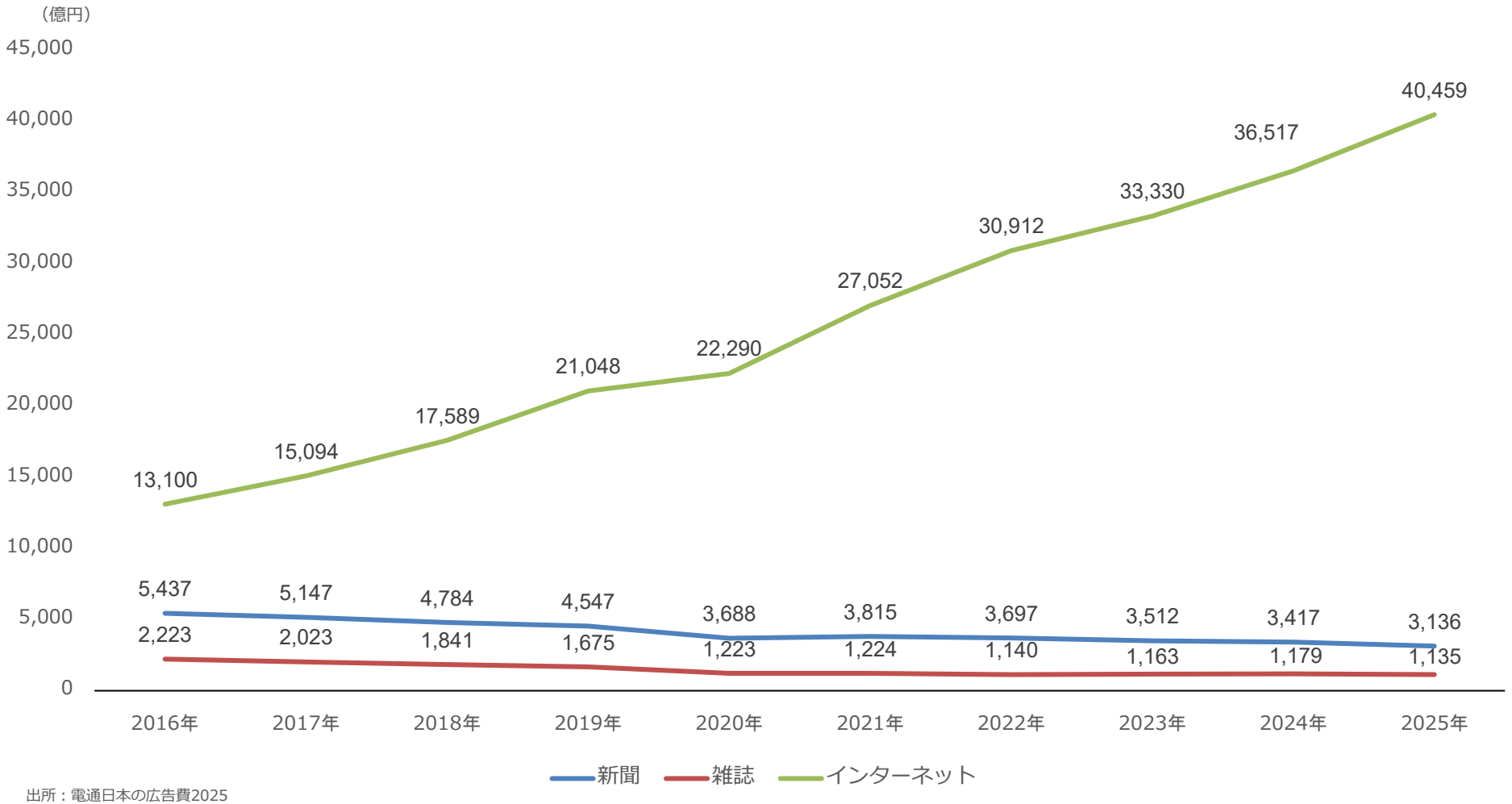


出所：公益財団法人不動産流通推進センター　2026不動産業統計集

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2025

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。
住生活デジタル事業で培った集客力とDXのノウハウを住生活リアル事業に掛け合わせた、当社ならではのリアルソリューション（住生活リアル事業）を提供することで、「住生活の困ったをゼロにする」という使命のもと、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。

LVN

LIVING TECHNOLOGIES INC.