



人生を、愛そう。

株式会社LOIVE 事業計画及び成長可能性に関する事項

2026年6月30日

▶ 1. 会社概要・ビジネスモデル

2. 市場環境

3. 競争力の源泉

4. 財務ハイライト

5. 成長戦略

6. リスク情報

会社概要

会社概要

会社名	株式会社LOIVE
設立	2008年4月 北海道札幌市
事業概要	ブティック型フィットネススタジオの運営
店舗数	200店舗（以下ブランド別内訳） <ul style="list-style-type: none">・lolve（ホットヨガ）68店舗・pilates K(マシンピラティス) 125店舗・SurfFit（サーフエクササイズ）2店舗・REDY'S GYM(グループ筋トレ)2店舗・その他（シニア事業）3店舗
会員数	8.3万人
社員数	1,013人（女性比率98%）

代表紹介



前川 彩香

北海道札幌市出身。29歳で当社創業。
「自分を愛し、輝く女性を創る」理念×成果の
両輪で経営を定義し、女性リーダーの育成に力
を入れ、新しい女性の生き方を世の中に発信。

主な会社受賞歴

2021年度 Forbes Japan WOMEN AWARD 2021 1位入賞
(社員300人以上~1千人未満の部)

2023年度 Mizuho Innovation Award 2023.1Q受賞

2024年度 EYアントレプレナー・オブ・ザ・イヤー2024ジャ
パン

「リージョナル・バイタイゼーション・リーダー部門」
部門大賞受賞



自分を愛し、輝く女性を創る。

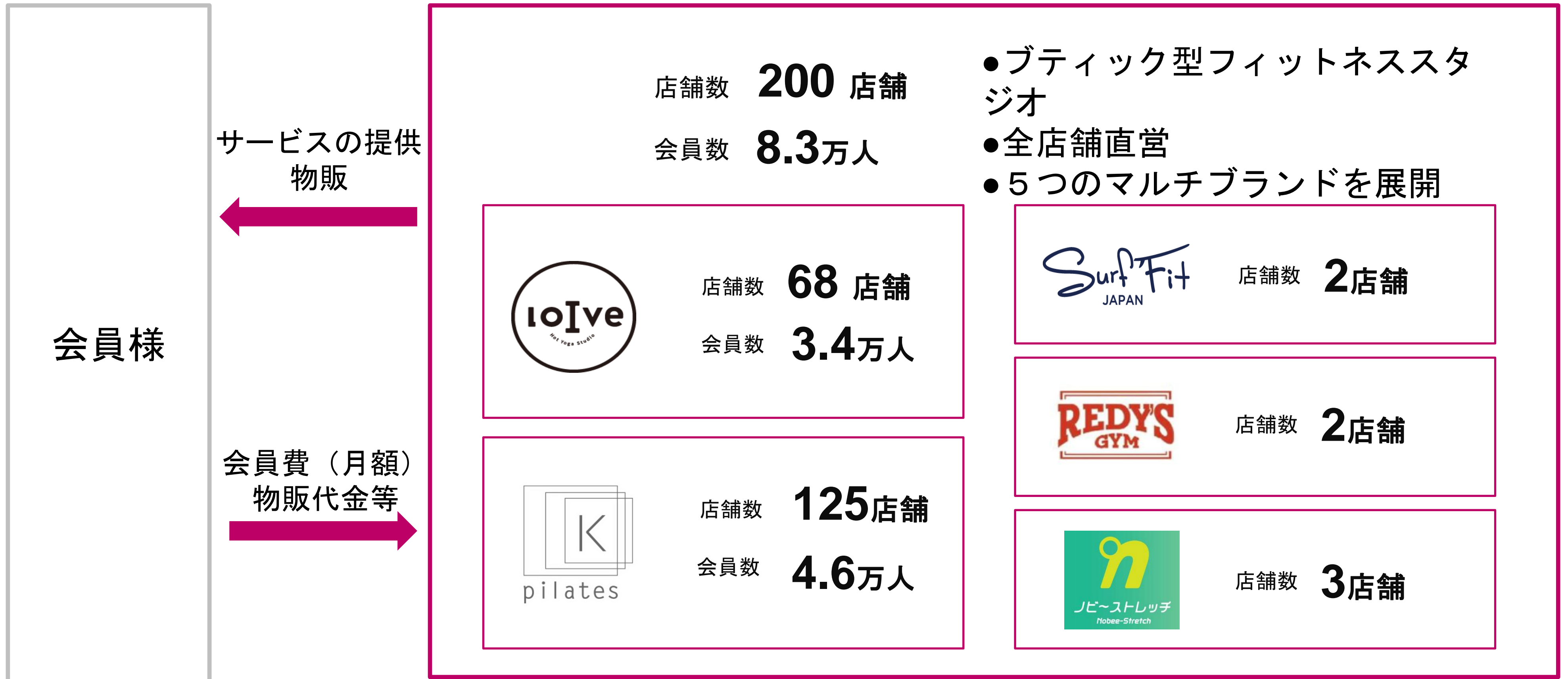
心も体も自分を愛せる場所。

私達が創るウェルネスプレイスを通して女性たちにwell-beingな社会を創る。

その中で育つ子供たちは愛に満ち、自己肯定感を育み、成長し、日本の未来を大きく変えていく。

収益モデル

店舗数及び会員数の拡大に加え、物販により会員単価も伸ばすことが成長ドライバー



(注) 店舗数、会員数は2026年3月末時点。

業績推移

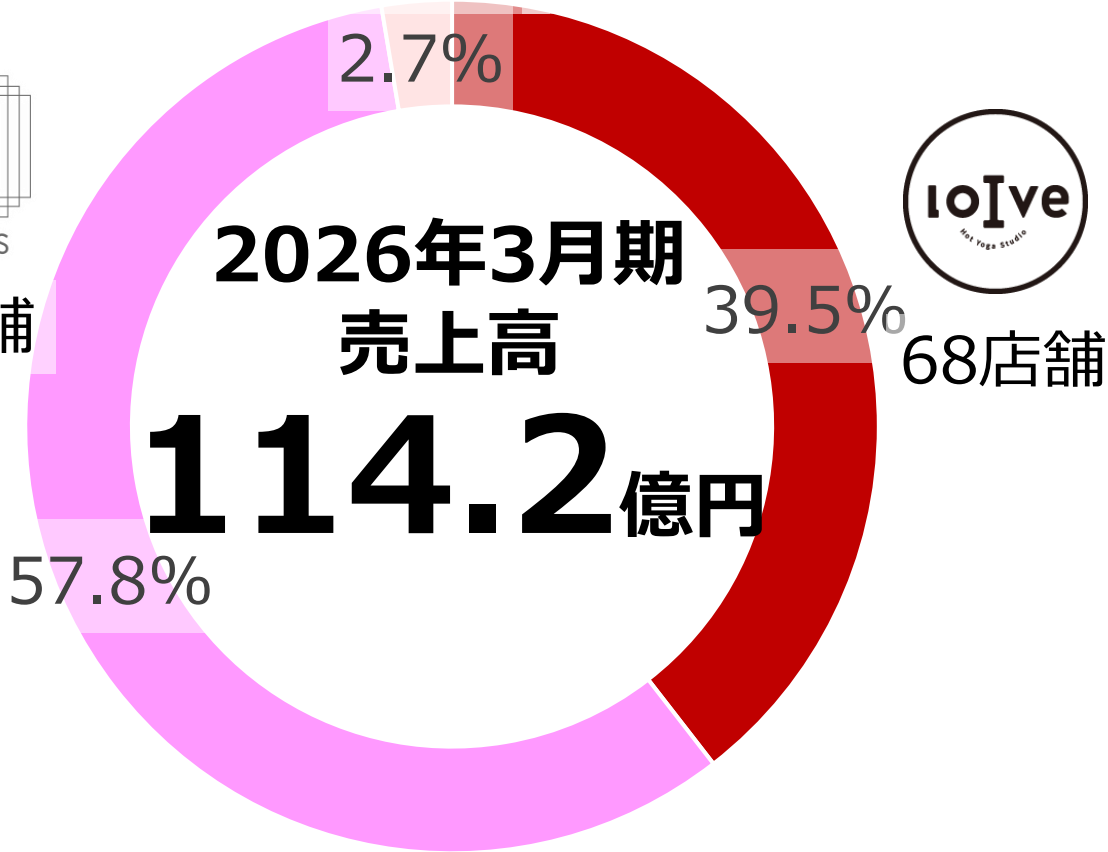
■売上高(loIve) ■売上高(PilatesK) ■売上高(その他) ●店舗数



2店舗 2店舗 3店舗



125店舗



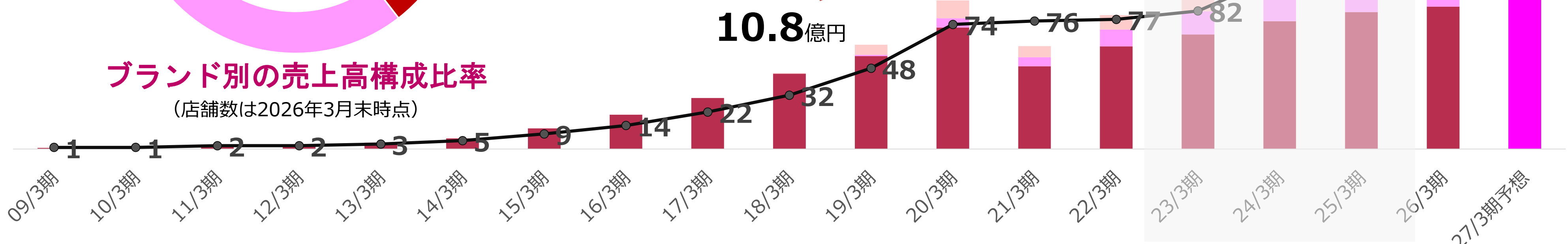
68店舗

145.7億円

114.2億円

17/3-25/3期
CAGR 24.3%

コロナ禍



ブランド別の売上高構成比率

(店舗数は2026年3月末時点)



注) 22/3期以前の売上高については、会社計算規則の規定に基づき算出しており、監査法人による監査を受けておりません。

事業内容及びブランド紹介

「グループレッスン×ブティック型スタジオ」を全国 **200** 店舗展開。

lolve (ホットヨガ ロイブ)



温度38℃・湿度65%の環境で全身から“滝汗”。
ダイエットや肌質改善など内外美容効果に期待できるホットヨガエクササイズ。

店舗数

68 店舗

pilates K (ピラティスK)



女性を中心に人気のマシンピラティス専門グループレッスンスタジオ。音楽に合わせて楽しくボディメイク。

店舗数

125 店舗

Surf Fit (サーフフィット)



都会でサーフ気分を楽しめる。体幹を鍛えるサーフエクササイズ専門スタジオ。

店舗数

2 店舗

REDY'S GYM (レディーズジム)



暗闇と音楽で没入する、筋トレマシンを使用したグループレッスンスタジオ。

店舗数

2 店舗

その他 (シニア事業)



F3層*向けサービス。20分で姿勢改善や柔軟性を目指すストレッチスタジオ。

店舗数

3 店舗

(注)店舗数は2026年3月末時点。 * F3層とは、マーケティングによるターゲット区分の略語であり、50歳以上の女性を指します。

当社スタジオの4つの特長

01 全インストラクターが**正社員**、**全店舗直営**でサービスクオリティを担保



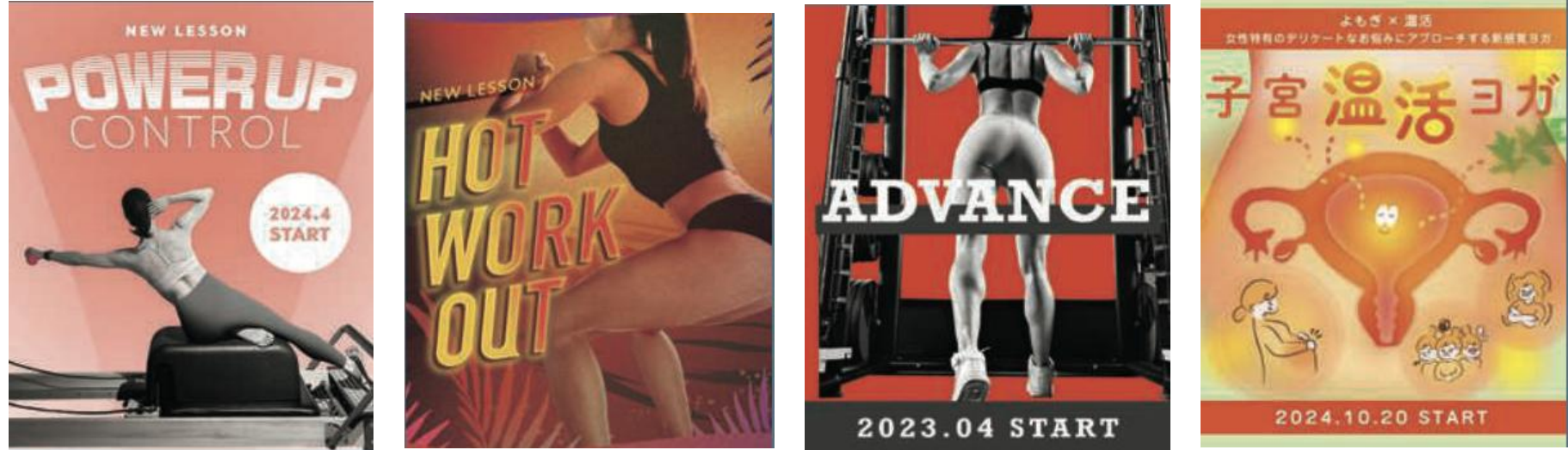
02 わずか1カ月でインストラクターとして**デビュー**できる**体系化**した教育メソッド



03 「**体験価値**」を重視した**ファッション**なブランド設計



04 顧客・ニーズ・最新のトレンドに**多面的**に対応した**豊富なプログラム数**



1. 会社概要・ビジネスモデル

▶ 2. 市場環境

3. 競争力の源泉

4. 財務ハイライト

5. 成長戦略

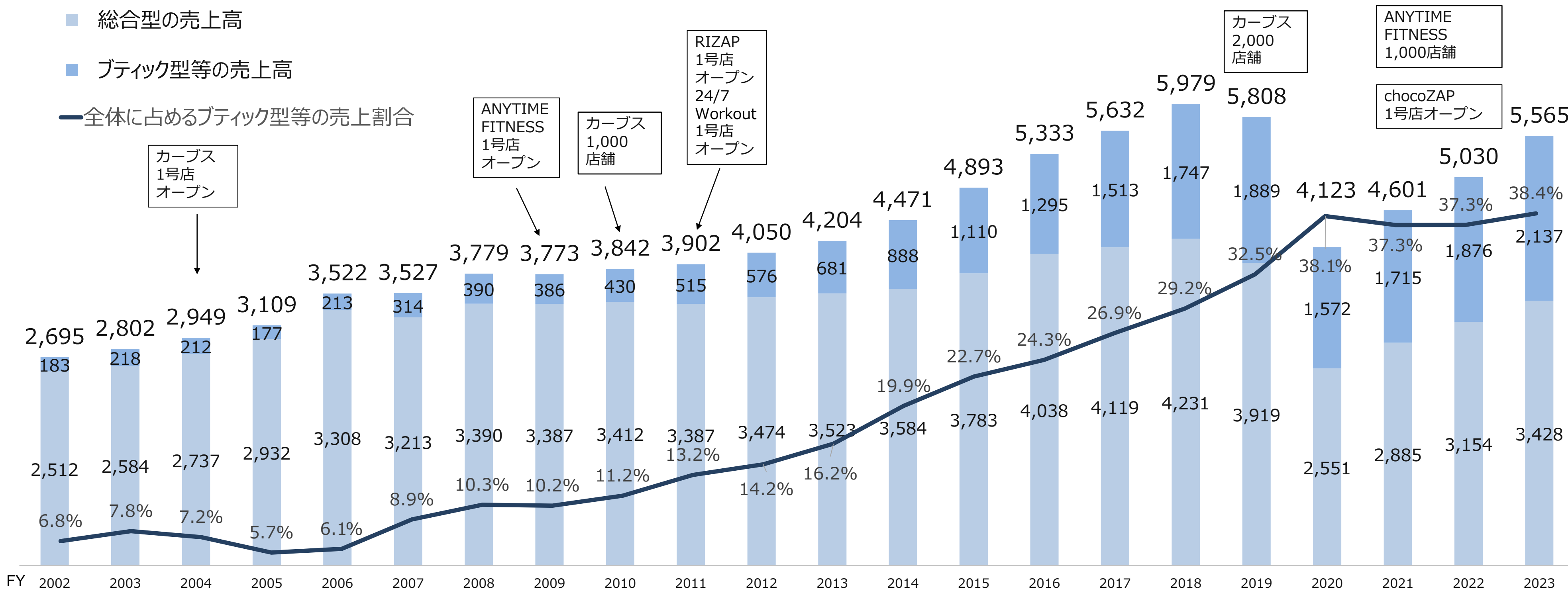
6. リスク情報

フィットネス市場は過去20年以上に亘り継続して成長

(コロナ禍の影響とみられる2019年~2020年の減少を除く)

過去20年を見るとブティック型を中心に新規参入が活発化し顧客ニーズを発掘(=フィットネス人口が拡大)。総合型も堅調に推移しながら市場全体が大きく成長する効果をもたらす。

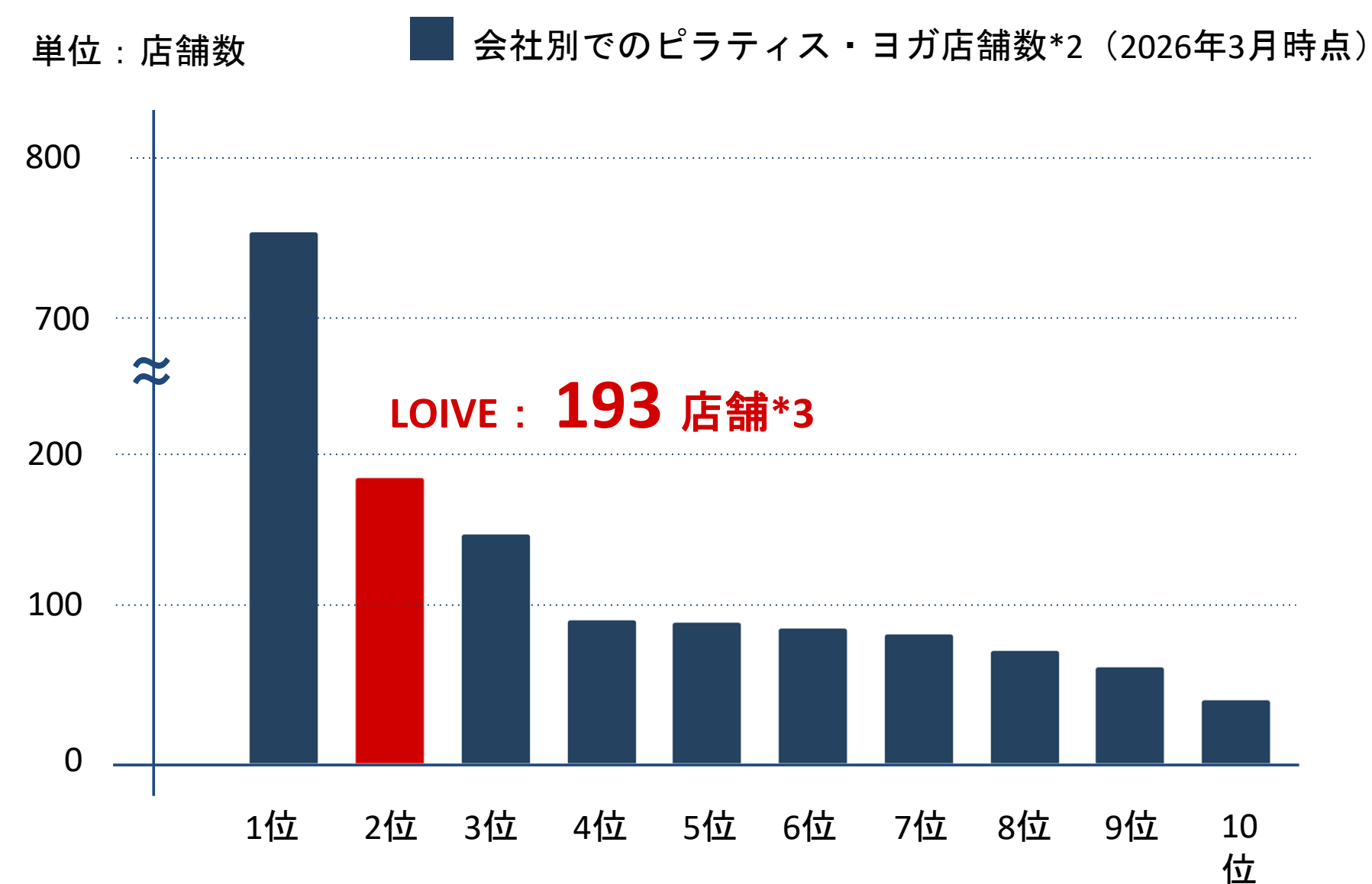
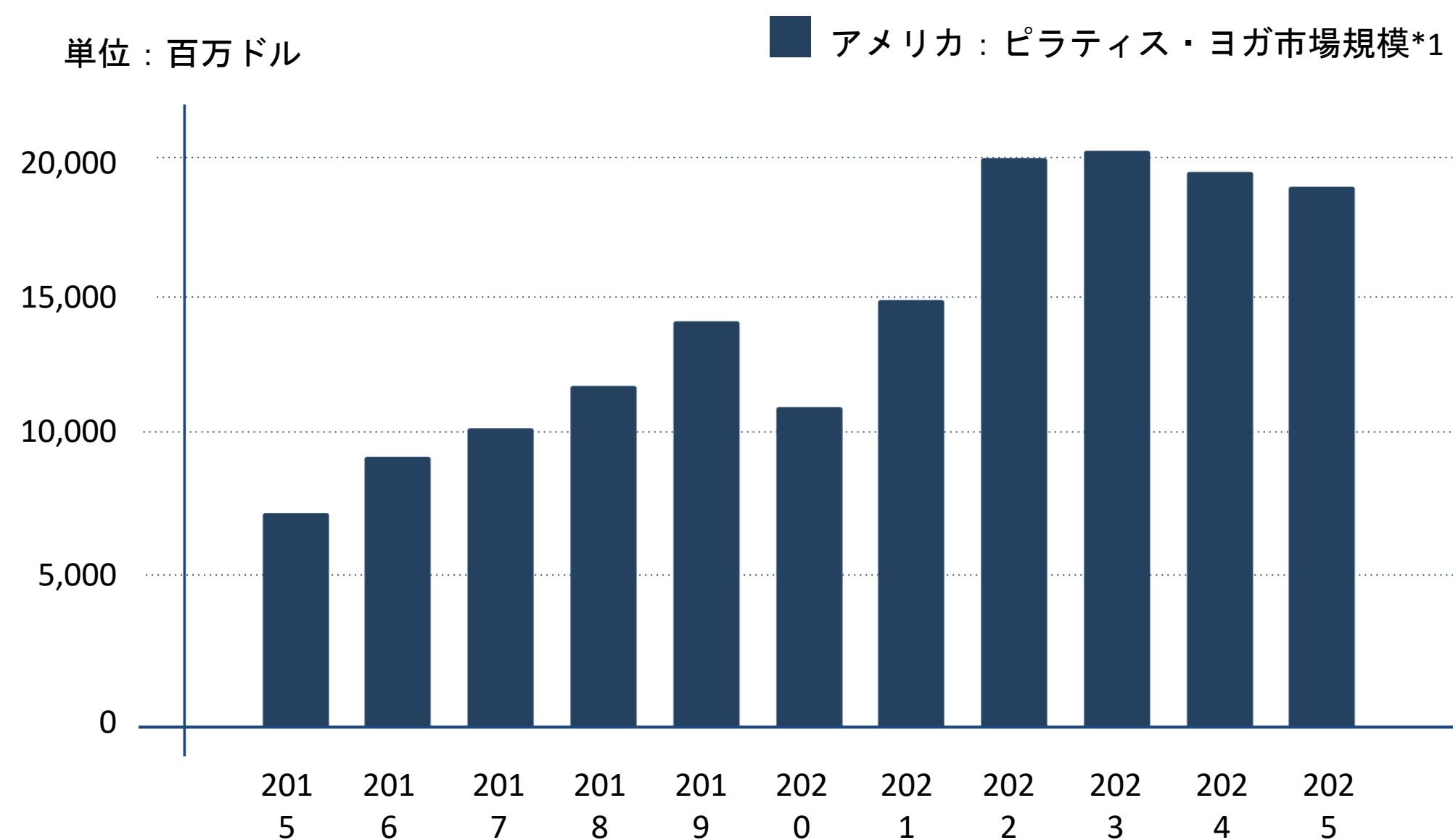
単位：億円



注) 総合型とは、ジム/スタジオ/プール/お風呂等を備えた多目的なトレーニングが実施できる施設。ブティック型とは、特定のフィットネスを行うことを目的とした小規模なフィットネスジム。総合型の売上高は87社、ブティック型等の売上高はブティック型6社+その他30社から集計。総合型のうち上場企業4社(コナミグループ、セントラル、ルネサンス、ティップネス(日本テレビ))、ブティック型のうち上場企業4社(カーブス、FFJ、RIZAP、トゥエンティフォーセブン)および当社については各年度の決算資料より売上高を記載(ただし、カーブスはチェーン全店売上、FFJは直営店の平均店舗売上に全店数を乗じてチェーン全店売上を概算)。上記を除く総合型83社、ブティック型1社、その他30社については、日経MJサービス業調査02年版(第20回)~24年版(第42回)記載の前年度売上高を記載。また、日経MJに記載漏れがある際は、帝国データバンクや伸び率の記載などから補完している。ブティック型上記の市場規模に係る各数値については、公開情報又は第三者作成のデータ等に基づき、上記に記載の集計方法により、当社が試算した数値です。統計調査や第三者作成のデータの精度には限界があるほか、当社による一定の前提又は仮定に基づいて試算した推計値であるため、実際の市場規模とは大きく異なる可能性があります。

アメリカ及び日本におけるピラティス・ヨガ市場

米国市場（フィットネス先進国）はピラティス市場の成長により **\$19B~\$20B** に到達。
 数年遅れて日本でも市場が拡大する中、当社は **第2位** を確立。



*1 Pilates & Yoga Studios in the US - Market Size (2005-2031) (IBISWorld) を参照。

*2 2026年3月時点でのヨガ・ピラティス出店数を各社HPにて参照。

*3 2026年3月時点でのホットヨガスタジオのLOIVE、ピラティススタジオのPilatesKの店舗数を合算。

【参考】当社及び他社ブランド比較

- ・フィットネス業界には大型の総合型ジムと小型のブティック型スタジオという二つの主要な業態が存在。
- ・当社はブティック型のなかでグループレッスンを提供。グループレッスンでは当社が初の上場企業（他の競合他社はすべて非上場）

	ブティック型								
	総合型		24時間無人		パーソナル		サーキット	グループ レッスン	
	ルネサンス	セントラル スポーツ	Fast Fitness Japan	chocozap	フィット イージー	RIZAP	トゥエンティー フォーセブン	カーブス	LOIVE
店舗サイズ (標準坪数)	300-1800	500-1000	100-150	30-40	100-150	情報なし	情報なし	40-50	65-80
店舗数及び 運営形態	285 (直営,受託)	250 (直営,受託)	1,194 (直営,FC)	1,862 (直営)	203 (直営,FC)	119 (直営)	99 (直営,FC)	2,058 (直営,FC)	200 (直営)
会員数(万人)	43.2	35	94	111	17.4	情報なし	情報なし	87.7	8.3
女性比率	中	中	低	低	中	高	高	女性専用*3	女性専用*3
月額会員単価 (千円)*1	12	11	6.6	3.0	5.9	149	30	情報なし	13
会員数/店*2 (全店単純平均)	1,515	1,400	787	596	857	情報なし	情報なし	426	414

注) 各社の数値は、公表されているホームページや開示資料及びフィットネスクラブ業界トレンド2025年度版をもとに記載。ただし、女性比率は当社での見立てをもとに記載

*1 月額会員単価は、ルネサンスは開示資料のうちスポーツクラブ事業の会員単価,売上高 (Fast Fitness Japan、フィットイージーは直営売上高) /会員数 (Fast Fitness Japan、÷月数で計算。当社は主力事業のピラティス事業を記載。

*2 会員数/店は会員数/店舗数で計算 *3 一部店舗除く

各社数値はルネサンス=25/3期,セントラルスポーツ=25/3期, Fast Fitness Japan=25/3時点, chocozap=26/2月時点, フィットイージー=25/4時点, RIZAP=22/9時点, トゥエンティーフォーセブン=25/11時点, カーブス=25/8期, 当社=26/3時点

1. 会社概要・ビジネスモデル
2. 市場環境
3. 競争力の源泉
4. 財務ハイライト
5. 成長戦略
6. リスク情報

LOIVEは「ブティック型×グループレッスン形式」を全店直営で展開

小規模ブティック型による投資抑制

店舗サイズは65~80坪。スタジオ以外はパウダールーム/更衣室のみのスリムな設計。

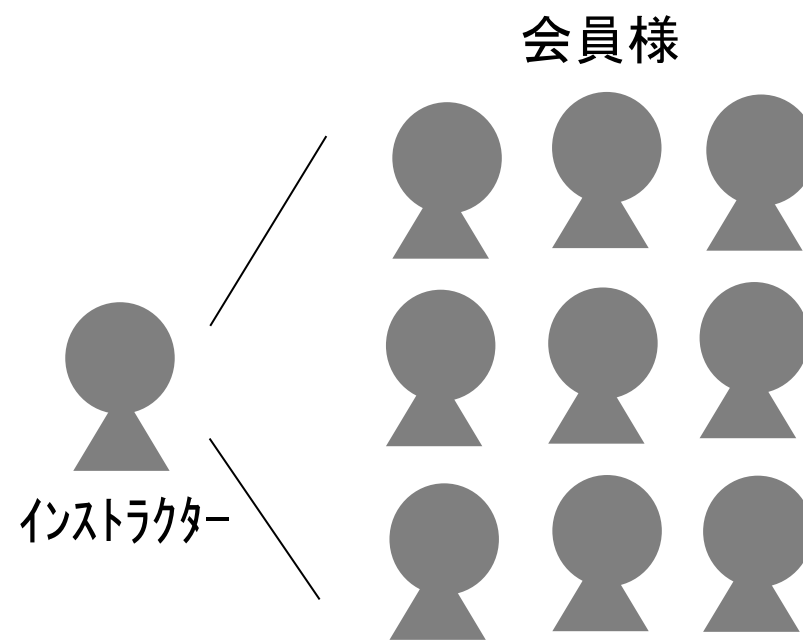
- 初期投資は敷金合わせても35~45百万円*1ほど。
- 小規模型なため物件も豊富に存在。



×

グループレッスン形式によるローコストオペレーション

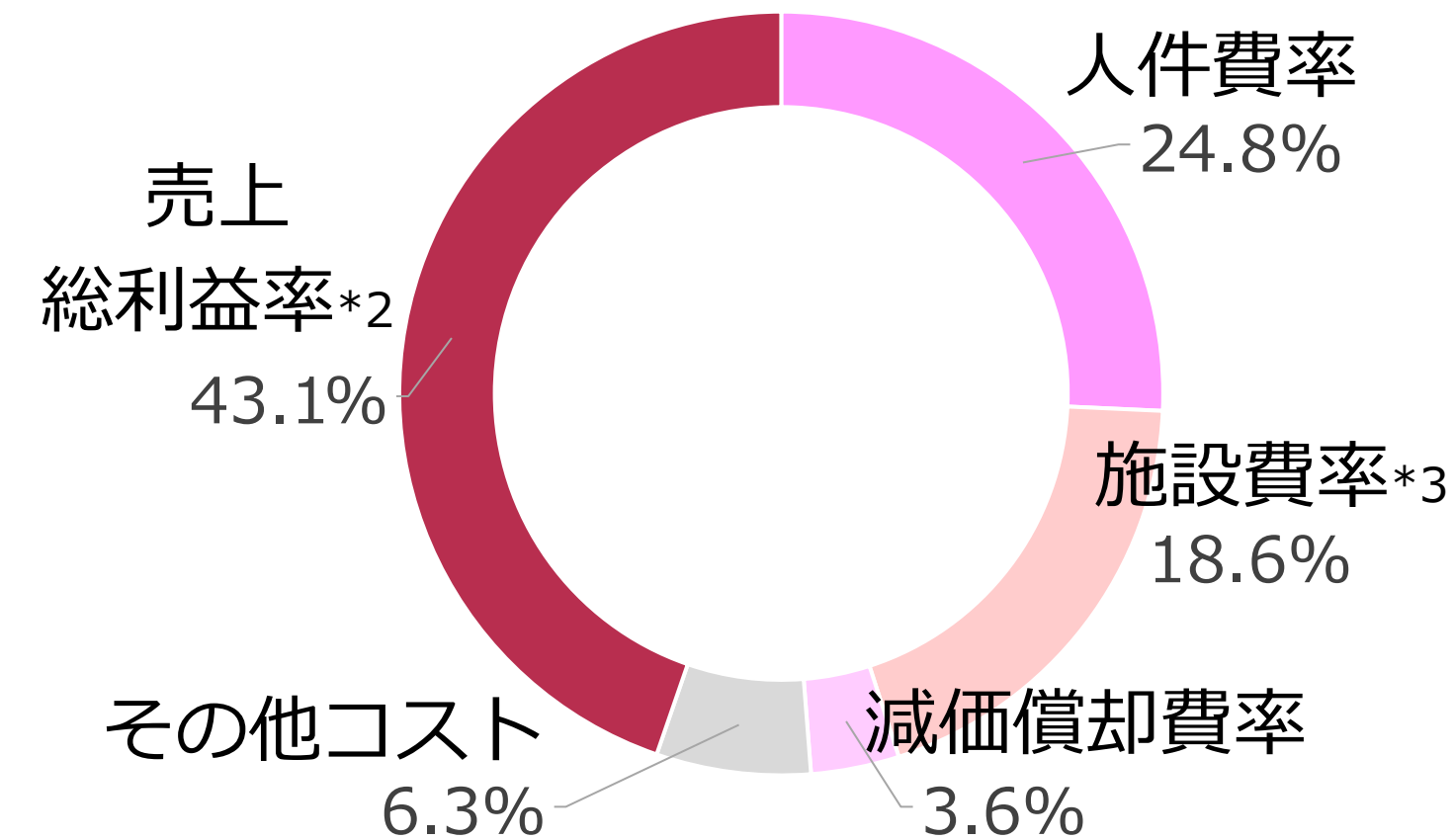
1人のインストラクターが20~30名に同時にレッスンすることで、ローコストオペレーションを実現。



=

売上総利益率43.1%を実現

＜店舗段階の利益構成＞



想定投資回収期間*4

- ロイブ 3.0年
- ピラティスK 2.8年

*1 初期投資額はロイブ（ホットヨガ事業）とピラティスK（ピラティス事業）の平均値。

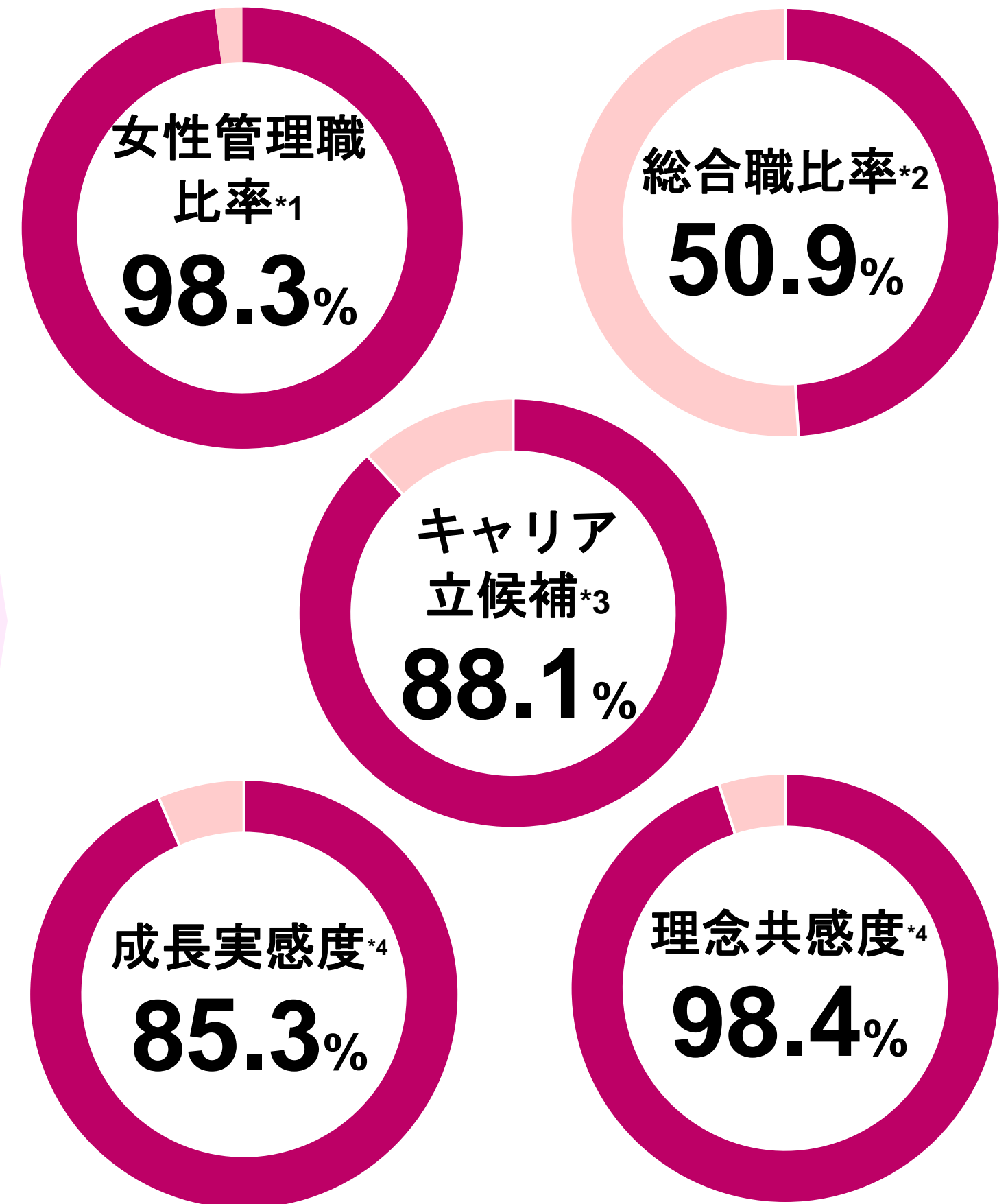
*2 売上総利益は2025年4月~2026年3月において「（店舗の売上高 - 店舗コスト - 店舗の広告宣伝費）÷店舗の売上高」で算出した店舗段階での利益率のこと。（26/3期OP店舗を除くロイブ&ピラティスKの平均）

*3 施設費は賃料と水道光熱費の合計。

*4 想定投資回収期間は、26年3月時点の、25/3~26/3 Q3OP店舗の設備投資額を当該店舗にかかる店舗あたりの利益および減価償却費の合計で回収できるまでの期間のこと。

パーパスに共感した成長意欲の高い人財が競争力の源泉

- 当社の強みとして、パーパス共感の高い人財を採用し、独自システムで4週間で育成し顧客の高い体験価値を実現



*1 2026年4月1日時点の女性管理職の割合。 *2 2026年4月1日時点の店舗配属社員のうち総合職の割合。 *3 2023年4月の新卒入社社員のうち、リーダー研修へ立候補した割合。
*4 理念共感度は、回答数608件のうち会社理念に「とても共感している」「共感している」の割合。

LOIVEの人財が提供する特別な「体験価値」

LOIVEが提供する体験価値

場づくり

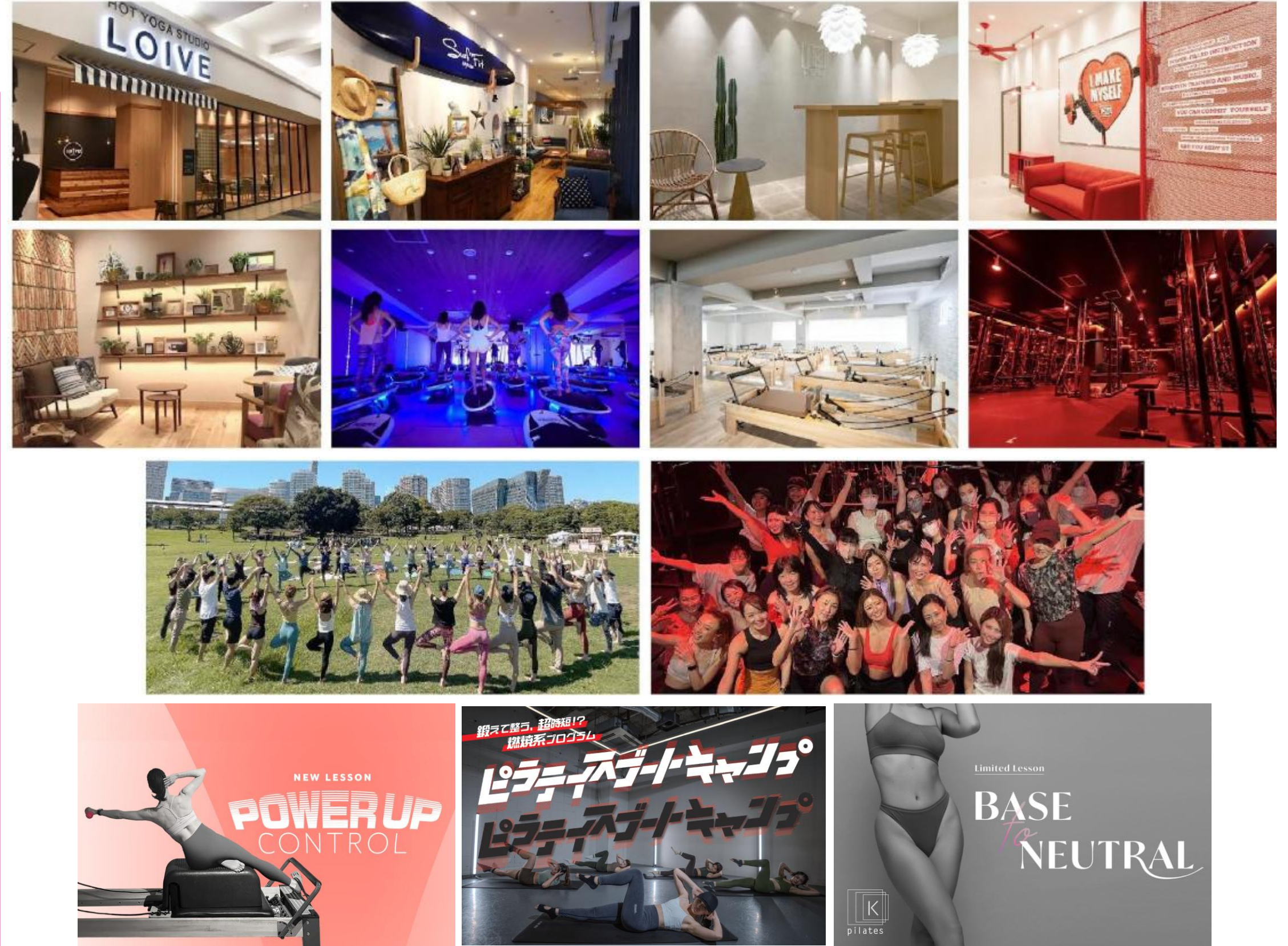
- ・ ファッションナブルなスタジオ
- ・ 属性に合わせたブランド空間設計
- ・ 全国160店舗の通いやすい立地

コミュニティ

- ・ 目的を共有するグループレッスン
- ・ ファンコミュニティを熟成するイベント企画
- ヨガイベントにおける特別レッスン等

ココロが動くレッスンプログラム

- ・ お客様の声を反映したレッスンプログラム開発
- ・ 最新トレンドを取り入れた多彩なレッスンを
シーズンごとに更新
- ・ 専門トレーナーがお客様のカラダと頭で理解
できるようにプログラムを研究



「低い顧客獲得コスト～高い継続率」を一貫して実現

来店

無料集客割合^{*1}

36.6%

世界市場のフィットネスを先読みし、トレンドの最先端のブランドを開発。会員様の大切な人（家族・友達・同僚など）にも通ってほしいと提供することで、次のお客様が来店されるサイクル。26/3期は他社の出店攻勢や広告出稿により競争が激化し無料集客割合は低下したものの、ブランド指名検索数は業界トップクラスとなり集客拡大や無料集客割合UPに貢献。

入会

入会率^{*2}

71.9%

スタジオはブランドの属性に合わせたおしゃれな空間設計とお客様に寄り添うインストラクター。チームワークが見える店舗運営に安心や応援したくなる空間。体験時にもウェルカムサプライズを実施。

レッスン

NPS^{*3}

+36.9

質の高いインストラクターによるグループレッスンだからこそ、人と作り出す一体感が楽しい空間。根本の在り方・生き方を日々FBしあう文化があるからこそ、新人インストラクターでも心を動かすクラスの提供ができる。

習慣化

継続率^{*4}

95.9%

女性のカラダを考えたプログラムに加え、最新のトレンド取り入れた企画レッスンも豊富で飽きさせない仕組み作り。お客様の頑張りや変化、挑戦に対する承認のサプライズも実施。

*1 無料集客割合は、2025/4/1～2026/3/31のロイブ&ピラKの新規来店予約数のうち会員紹介&オーガニック（広告を使わず検索エンジン経由で当社サイトにアクセスし予約）の割合。

*2 入会率は2025年4月～2026年3月を対象に毎月のロイブ&ピラK全店の新規来店者数のうち入会した人数割合の平均。

*3 NPSは顧客推奨度（Net Promoter Score）の略であり、ロイブ&ピラK2025/4/1～2026/3/31実施の当社アンケート（回答人数99,690人）における推奨者の割合から批判者の割合を控除した数値。

*4 継続率は1 - 解約率。解約率は2025年4月～2026年3月におけるロイブ&ピラKの平均値（解約人数/月末在籍人数）。

1. 会社概要・ビジネスモデル
2. 市場環境
3. 競争力の源泉
4. 財務ハイライト
5. 成長戦略
6. リスク情報

重要な経営指標の推移

店舗数

24/3期末
103

▶

25/3期末
150

▶

26/3期末
200

会員数

24/3期末
5.1万人

▶

25/3期末
6.2万人

▶

26/3期末
8.3万人

売上高成長率

23/3期
vs24/3期
28.5%

▶

24/3期
vs25/3期
36.6%

▶

25/3期
vs26/3期
34.5%

営業利益成長率

23/3期
vs24/3期
78.5%

▶

24/3期
vs25/3期
38.1%

▶

25/3期
vs26/3期
▲28.1%

営業利益率

24/3期
11.7%

▶

25/3期
11.8%

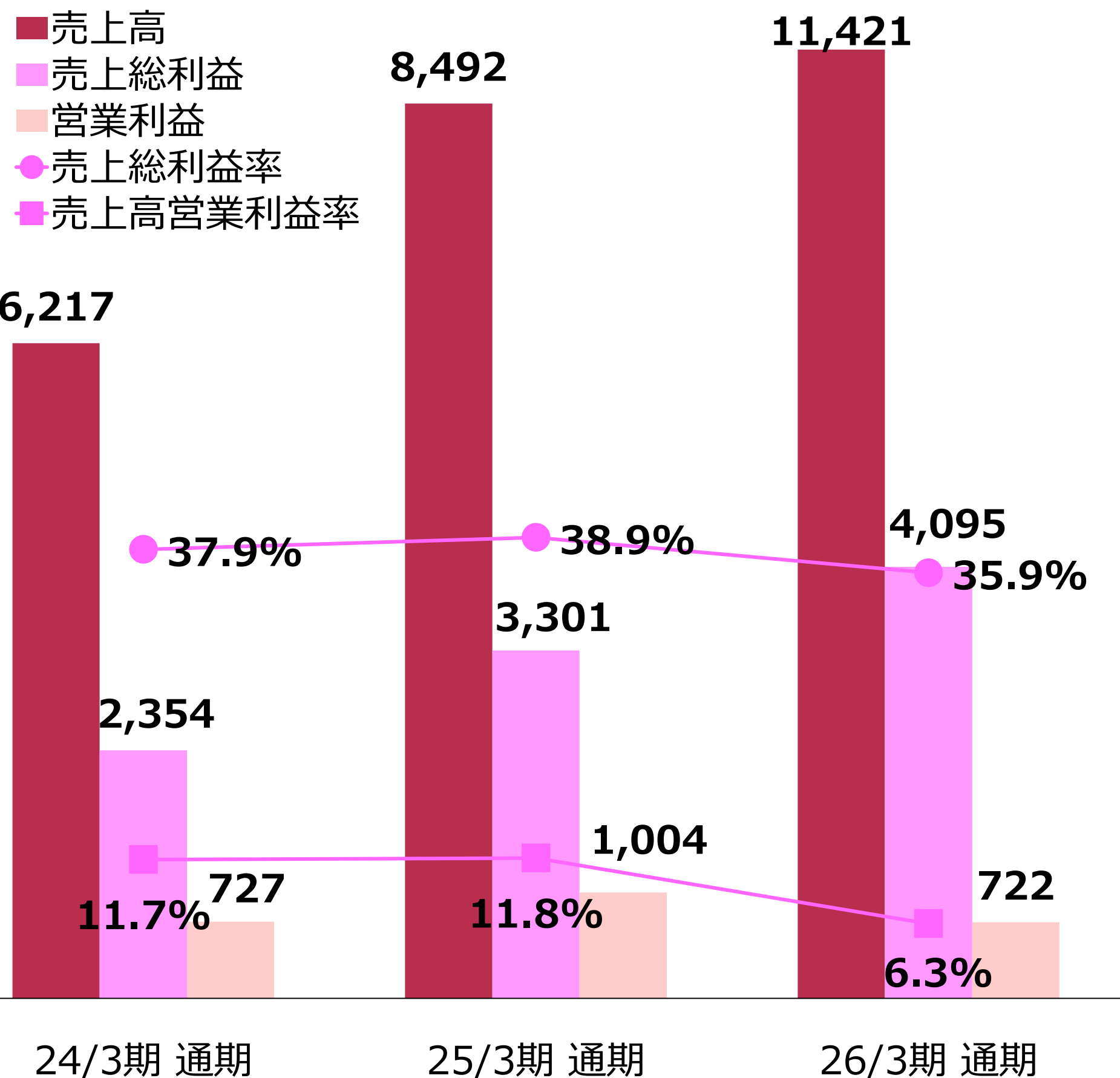
▶

26/3期
6.3%

直近3期の業績推移

売上高は前期比+34.5%と大幅成長。

2Q以降は寡占化加速に向けた広告宣伝費を追加したものの修正目標を達成。



(単位：百万円)

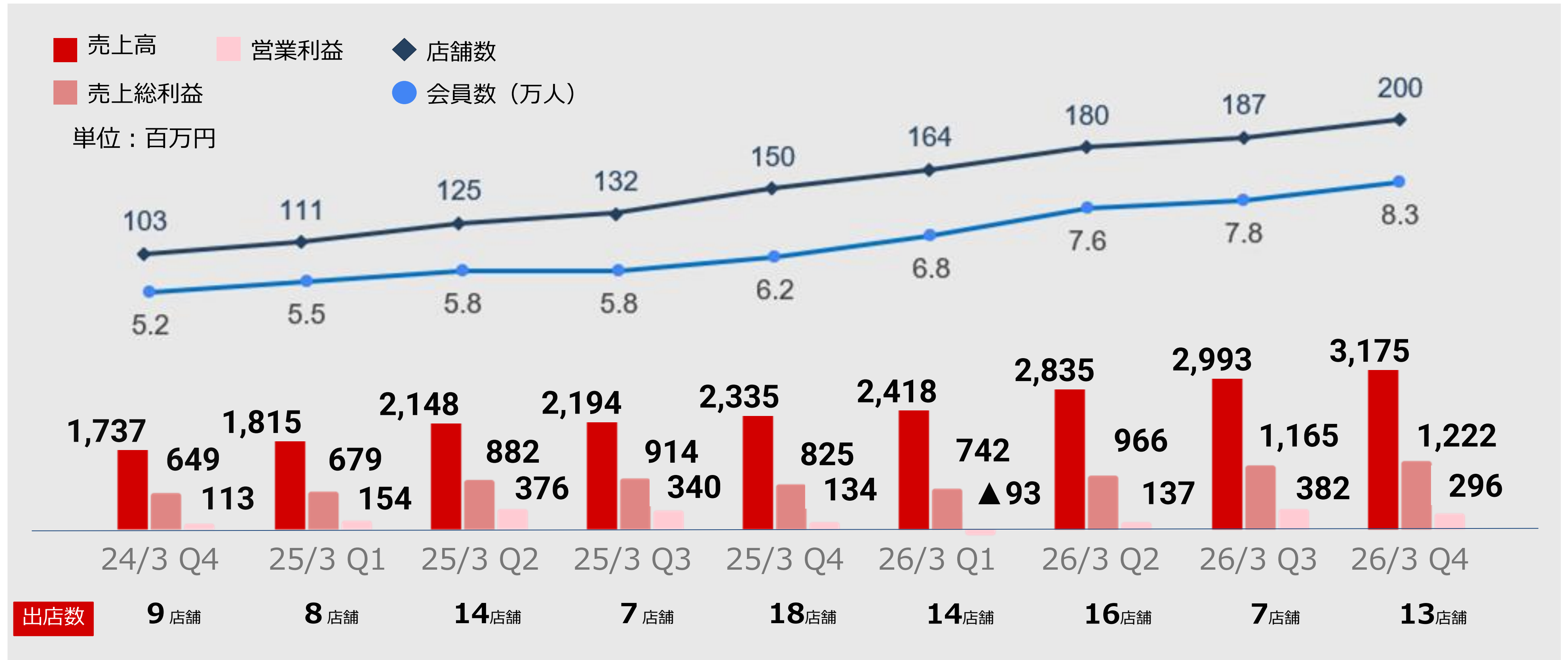
	26/3期 目標 (修正前)	26/3期 修正 目標	26/3期 実績	修正 目標比	達成率
売上高	12,315	11,420	11,421	+1	100%
営業利益 (構成比率)	1,420 (11.5%)	650 (5.7%)	722 (6.3%)	+72	111%

(26/3期 目標修正の理由)

ピラティス市場における競合の出店加速や有料広告強化を受けて無料集客割合が低下し売上が減少しました。また、当社も更に積極投資を行い市場シェアを確立する「寡占化戦略」を推進したため、会員獲得は強化されましたが広告宣伝費が増加しました。これにより26/3期業績は下方修正となりましたが、中長期での市場シェア拡大及び売上・利益の最大化へ繋げてまいります。

四半期ごとの業績推移

店舗数の増加に伴い、会員数および売上高は四半期ごとに**過去最高を更新**。営業利益は新規出店数に応じて増減あるも、**出店が重ならない3Qで過去最高益**、**4Qも前4Q比で2.2倍**になるなど成長を実現。

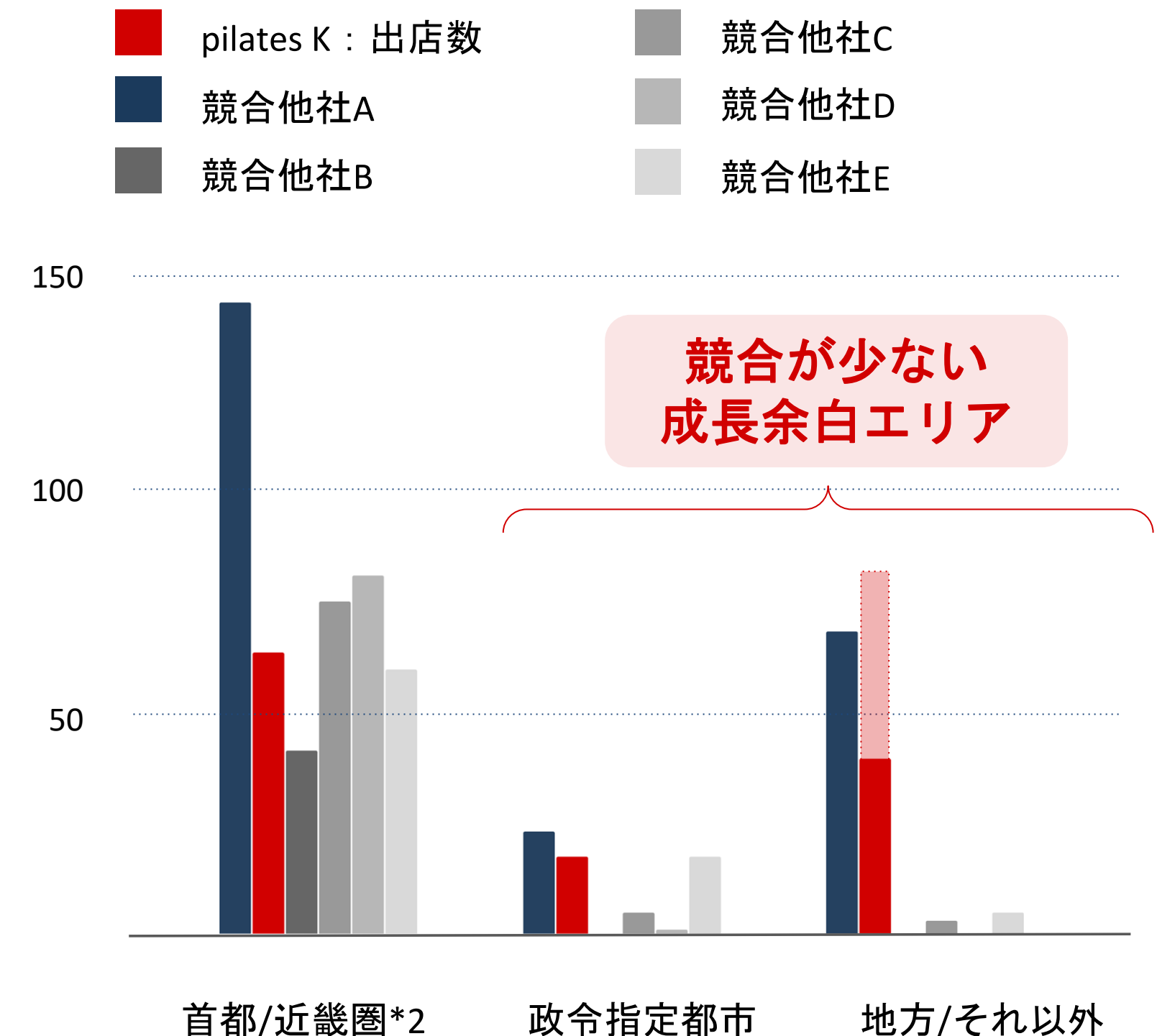
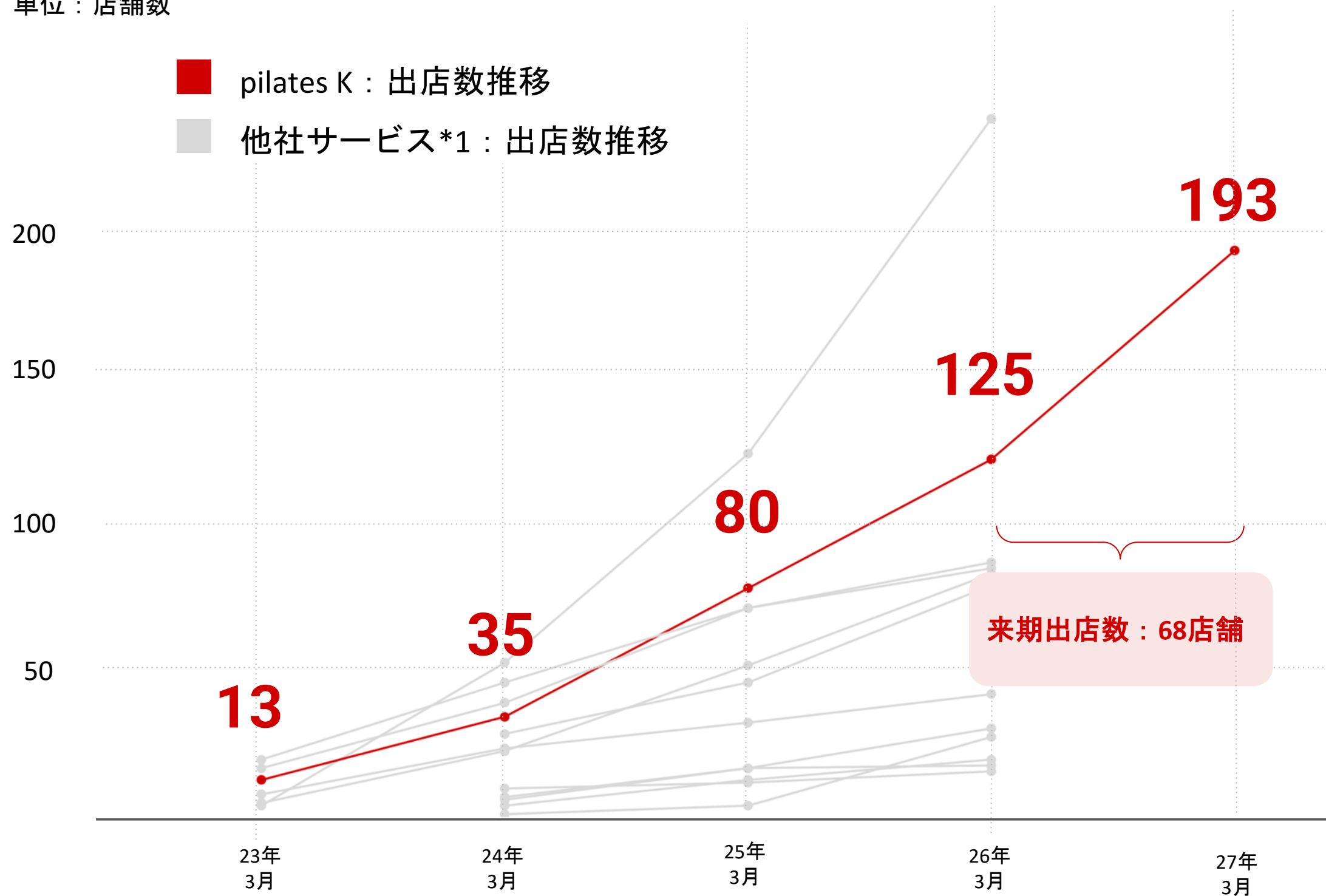


1. 会社概要・ビジネスモデル
2. 市場環境
3. 競争力の源泉
4. 財務ハイライト
5. 成長戦略
6. リスク情報

短期的な成長戦略①：ピラティスKの出店強化

首都圏/近畿圏が飽和しつつある中、出店余地があり、競合が参入しづらい**地方都市を中心に68店舗を出店予定**。市場シェアを更に高め、中長期での売上・利益最大化を実現する。

単位：店舗数



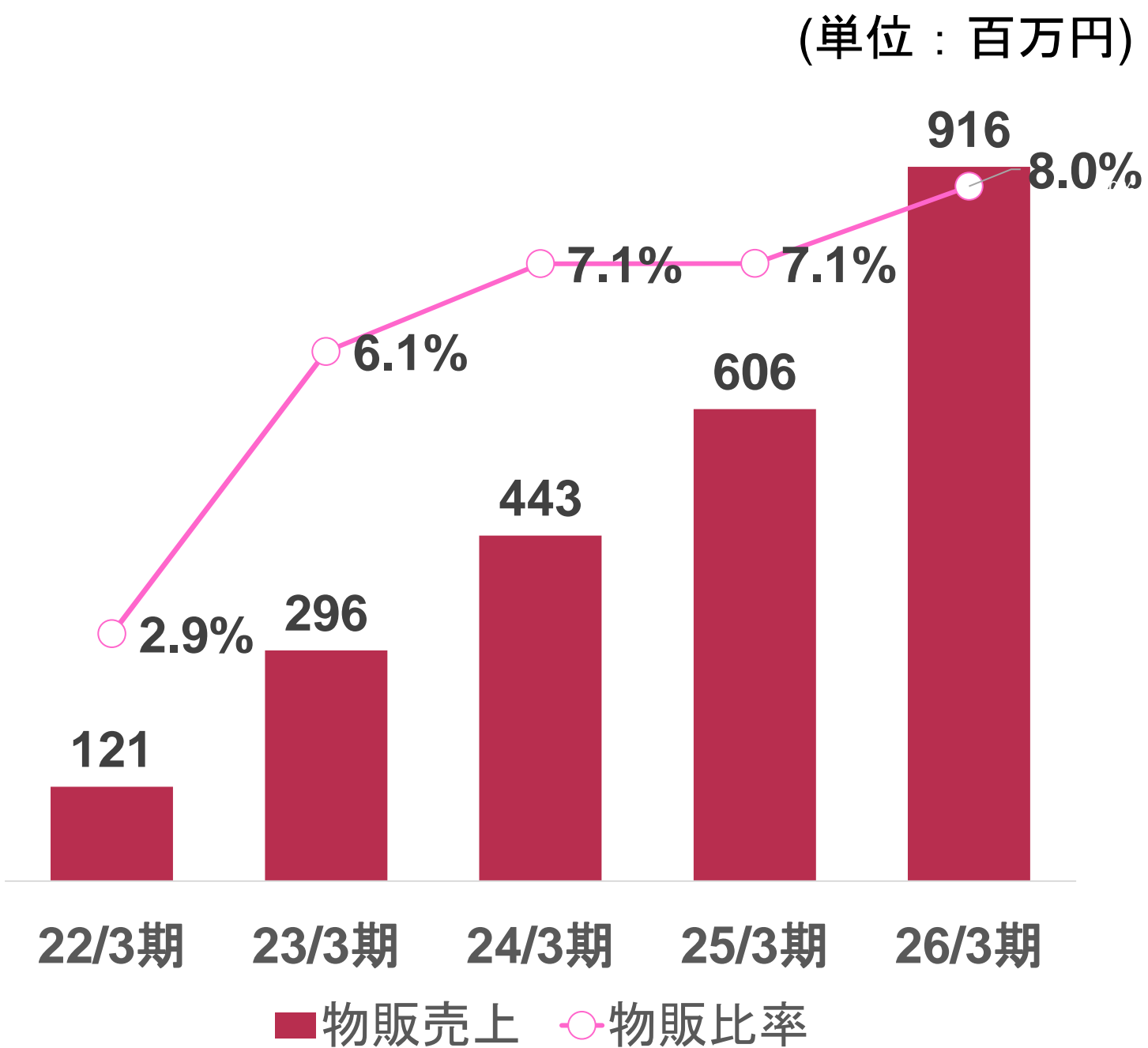
*1 各サービスの出店数について、各社公式HPに掲載している出店日次を参照。

*2 首都圏は1都3県、近畿圏は大阪/京都/兵庫

短期的な成長戦略②：物販強化

店舗での会員とのエンゲージメントを基盤に、物販強化により売上高の向上を目指す。

物販売上及び売上構成比率^(*)の推移

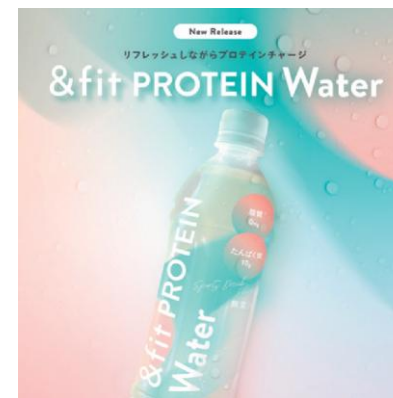


自社商品(例)

<定期購入>



「&fit PROTEIN」
たんぱく質はもちろん、女性が不足しがちな食物繊維や乳酸菌20種を配合したオリジナルのプロテイン。



「&fit PROTEIN WATER」
水分補給しながらBCAAとプロテインを同時に効率よく摂取できるリフレッシュドリンク。



「Burn&fit」
毎日飲む燃焼系ドリンク。
レッスン中の脂肪燃焼・発汗効果の促進をサポート。

<単発購入>



オリジナルソックスなど
レスングッズを発売

他社商品(例)



株式会社MTGの美容
商材などを販売

*1 物販売上構成比率は、商品売上/売上高で算定

27年3月期 通期経営実績サマリー

28/3期以降の利益拡大に向けた**戦略的投資フェーズ**と位置づけ、
先行投資を継続しながら**売上成長率25%以上**を目指す。

売上高
145.7 億円
(前期比: +27.6%)

営業利益
2.7 億円
(前期比: △62.6%)

純利益
0.4 億円
(前期比: △88.1%)

出店数
71 店舗
(前期比: +21 店舗)

トピック

1. 新店出店の加速

ピラティス**K68店舗含む計71店舗**を新規出店し、年間500人以上の採用を計画(4月新卒214名、中途56名採用)

2. LTV*向上

物販売上は**10億** (前期比+22%)へと伸長。会員様継続率も**96.0%**と高水準を維持

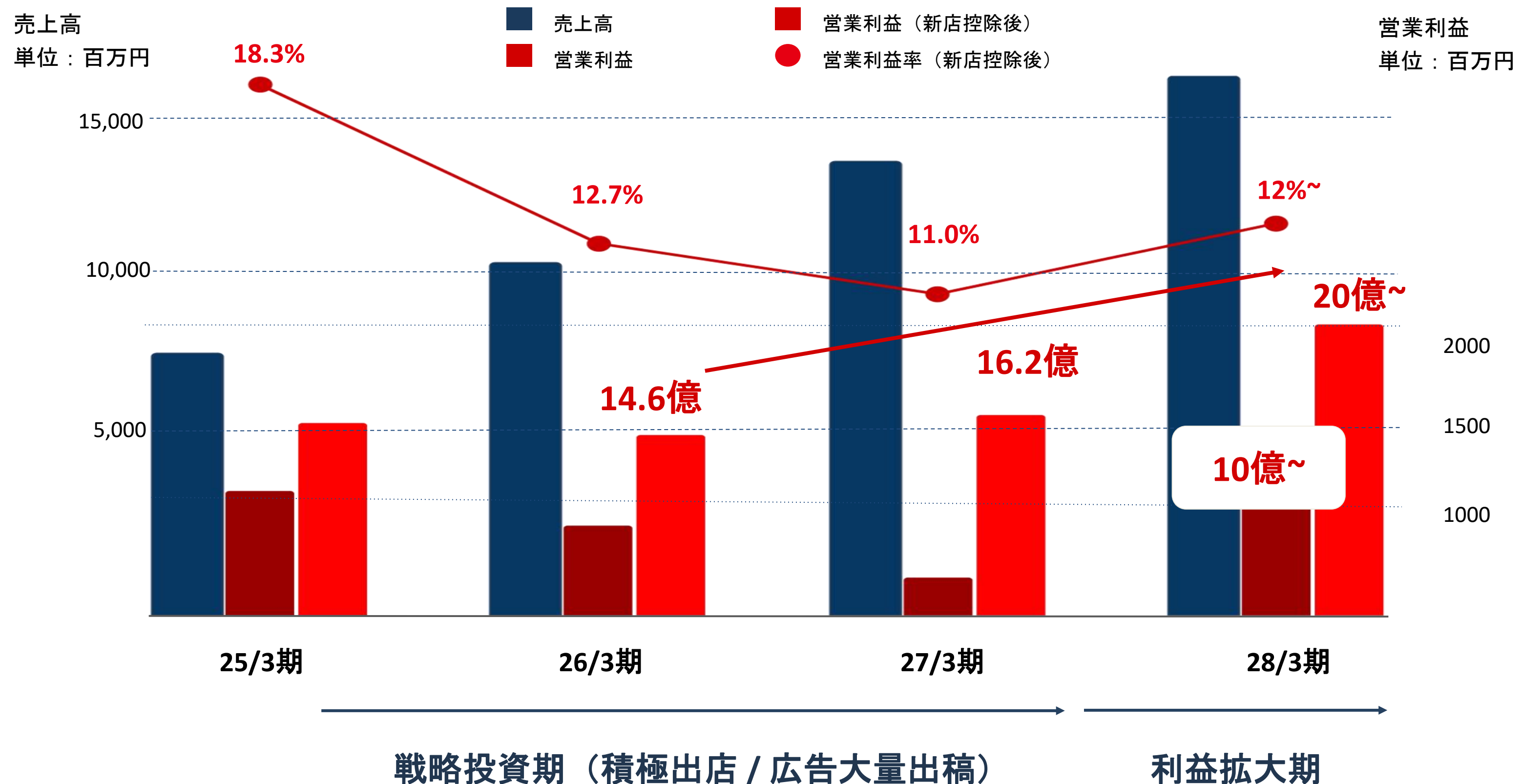
3. 新規HR事業の拡大

研修事業で**売上1億円営業利益5000万円**。研修参加者によるコミュニティも立ち上げ予定。

* LTV (Life Time Value) : 当社のサービス利用開始から終了までの期間における会員1人当たり収益

27/3期の位置づけ：28/3期の営業利益拡大に向けた戦略的投資フェーズ

27/3期は戦略的投資期間として営業減益を見込むが、新店コストを除く既存店ベースの営業利益は**16.2億円**と増加。また利益拡大期の28/3期は新店コストを含んで営業利益**10億円~（既存店ベース20億円~）**を実現。



中長期的な成長戦略

F3事業の立ち上げ

健康寿命の伸長で今後拡大する**シニア層に向けた新たなブランドをテスト運営中**。

当社ブランドの現顧客の将来の通い先として、また当社社員の将来の勤務場所としても成長を期待。



「ノビ〜ストレッチ」
高齢の方や運動が苦手な方に向けた20分でストレッチができるサーキット型業態

海外展開

日本で磨き上げた「グループプレス」のノウハウや、日本的な「体験価値」を重視したビジネスモデルをベースに、将来は海外でもブティックスタジオ事業の展開を目指す。現在はピラティス事業の寡占化戦略に注力しつつ、**海外展開のリサーチ**を進めている。

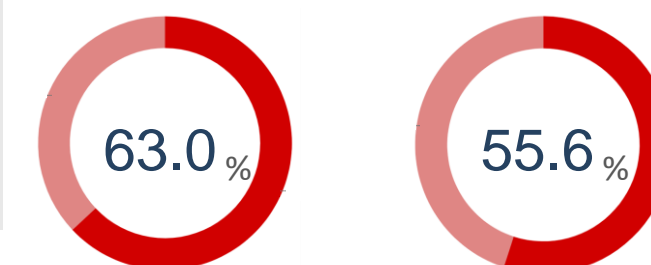


HR事業

当社の競争力の源泉である「パーパスを軸にした人財開発」を活用し、女性のキャリアアップ支援。店舗事業で培った人財育成プログラムを社外へサービス提供開始。**26/3実績は32社/85名が研修受講、売上1800万円達成**。研修満足度の高さは各種目標数値に反映され、来期以降の安定成長が見込める結果に。

26/3期：受講総数	
Basic / Advance	女性マネジメント
85 名	32 社

次回研修の受講率 *1 紹介受講率 *2



26/3期：売上実績	
Basic / Advance	女性マネジメント
12 百万	6 百万

次回研修の受講率・紹介率が
高いことから、受講満足度は
高く、安定した集客基盤を構
築可能。

*1 次回研修の受講率：研修受講後にネクストコース受講を決めたお客様の割合。

*2 紹介受講率：紹介経由で受講したお客様の割合。高いほど継続して安定した集客を見込める。

新規上場の目的と上場時調達資金の使途

- 当社は女性たちがもっと自分を好きになり、自分らしく生きられる場を提供したいという思いから、社員の女性割合は99%、さらにインストラクターを正社員で雇用しています。スタジオでは、当社のパーパスである「自分を愛し、輝く女性を創る。」に共感したエンゲージメントの高いインストラクターが、8.3万人（2026年3月現在）の会員に対してココロが動くエクササイズを通して、女性たちの人生に寄り添う体験価値と、女性の美と健康をサポートする機能価値の提供を通して、女性の活躍を推進していくことを目指しています。
- 女性活躍推進を具体的に実現していくためには、事業を量的に拡大するだけでなく、その拡大が一定の規範で定められた基準を充足したものであること、また、会社が社会的に信用されている存在であることが重要と考えております。その信用を得るため、2025年4月に上場いたしました。
- 上場により①資金調達手段の多様化、②社会的信用・知名度の向上、③優秀な人財の確保を図ってまいりました。
- 上場で調達した資金328百万円は、計画通り全てpilates Kの2026年3月期における新規出店資金に充当しております。

項目	内容	成長戦略との関係性
資金調達手段の多様化	上場で調達した資金は計画通り全てpilates Kの2026/3期の新規出店資金に充当いたしました。	pilates Kを中心とした新規出店の加速による事業の拡大
社会的信用・知名度の向上	女性活躍推進のための事業拡大が一定の規範で定められた基準を充足したことを明確化いたしました。 知名度が高まることによる集客力と継続率の更なる向上を図ってまいりました。	pilates Kの全国出店に係る集客、優秀な人財の確保、シニア事業の拡大
優秀な人財の確保	今後の継続的な成長のため当社が求める基準を満たす優秀な人財を採用・育成するためには、他社との競合に競り勝ち人財を確保する「採用力の強化」を図ってまいりました。	pilates Kなどの成長事業の推進やF3向けなどの新規事業の立ち上げを実現すると共に、経営・管理に長けた専門人財の確保も図る

リスク情報

項目	事業等のリスクの概要	顕在可能性	発生時期	影響度	リスク対応策
市場環境及び競合について	フィットネス市場では、コロナ禍を経て個人の健康や運動への意識の強まりや、顧客ニーズの多様化、海外トレンドの流入等により、フィットネスの施設数が増加しております。今後競合状態がさらに激化した場合、当社のサービスが競争力を失った場合等には、当社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	中	長期	大	女性のライフタイムをカバーするブランド展開や、200店舗（2026年3月末時点）の出店を通して培ってきたスタジオの店舗運営、インストラクターを正社員として採用することでクオリティの高いレッスンそして独自の体験価値の提供などにより、他社との差別化を図っております。
情報セキュリティについて	ネットワーク障害、コンピュータウイルス、自然災害、人為的ミス等によるシステム障害が発生した場合には、様々な業務に支障をきたすことになり、当社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	小	特定時期なし	大	当社は、顧客管理業務、勤怠管理業務、経理業務等で情報システムを活用しております。また、専門部署を配置して信頼のおける外部委託会社と連携しながら、保守管理を行っております。
感染症について	感染症の拡大または予防のための外出自粛、店舗の休業、営業時間の短縮、感染症の発生に起因したレッスンの中止等により深刻な経済的影響が生じ、市場の縮小や個人消費の冷え込み等が起きた場合には、当社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	小	特定時期なし	大	感染症の発生及び感染拡大が生じた場合には、当社は従業員の安全を確保するとともに、当社の事業に対する影響の把握及び事業継続のために必要な対応の検討・実施をいたします。
減損・評価減等について	当社は店舗に係る固定資産を保有しております。店舗の収益性低下や、保有資産の市場価格の著しい下落等により、減損処理が必要となった場合は減損損失が計上され、当社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	大	短期	中	出店においては、投資回収計画を検証し、出店の判断を行っております。また、出店後も継続的にモニタリングを行い、外部環境の変化に対して競合他社との差別化やマーケティングの強化及び業務効率化など適切に対応し、収益性の向上と経費の抑制に努めております。
個人情報について	当社のブティックスタジオ事業は会員制を採用しているため、会員の氏名、住所等の個人情報をお預かりしております。予期せぬ事態により漏洩等の事故が発生した場合、当社の社会的信用の低下や損害賠償請求の発生等により、当社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	小	特定時期なし	大	個人情報の取り扱いについては、「個人情報の保護に関する法律」に則るほか、社内規程に基づき管理体制を強化しております。
人財の確保、育成について	当社の事業を展開していくためには、パーパスである「自分を愛し、輝く女性を創る。」に共感する人財の確保と育成が重要課題であると認識しております。しかしながら、今後の国内景気の動向や少子高齢化の進行に伴う国内人口の変化などにより、当社が求める基準を満たす優秀な人財の採用及び育成が計画どおりに進まなかった場合には、当社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	小	長期	大	当社はパーパスに共感した人財採用の強化、人財を育成するための研修制度の整備、従業員のやりがいを可視化する人事制度の構築等に注力しております。

本資料の取り扱いについて

本資料には、当社に関連する見通し、計画、目標などの将来に関する記述がなされています。これらの記述には、「予想」、「予測」、「期待」、「意図」、「計画」、「可能性」、「見込み」やこれらの類義語が含まれることがありますが、これらに限られるものではありません。これらの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報をもとに、本資料の作成時点における当社の判断に基づいて記載したものであり、また、一定の前提（仮定）の下になされており、さらに、その性質上、様々なリスク、不確実性その他の要素を伴います。

本資料には、当社の競争環境、業界のトレンドや一般的な社会構造の変化に関する情報等の当社以外に関する情報が含まれています。当社は、これらの情報の正確性、合理性及び適切性等について独自の検証を行っておらず、いかなる当該情報についてこれを保証するものではありません。

なお、本資料のアップデートは今後、毎年1回、6月頃を目途として開示を行う予定です。次回は2027年6月頃を予定しております。