



2027年3月期 第1四半期 決算説明資料

株式会社 visumo (グロース 303A) | 2026年7月31日

売上高**40%**成長。

894社の顧客基盤を土台に、**AI**時代のマーケティングプラットフォームへ。

高成長 × 高ストック × AIソリューション

高成長

売上高 前年同期比

+40.0%

売上高 312,980千円

ReviCoとの経営統合およびUGCソリューションの
拡販により、売上高が大幅に成長。

安定した収益基盤

ストック売上比率

82.9%

解約率 1.08%

売上高の8割以上が継続収益。
低水準の解約率を維持し、安定した事業基盤を構築。

強固な顧客基盤

アクティブ社数

894社

ARPU 109,340円 (+5,725円)

経営統合により顧客基盤が拡大。ARPUも前年同期比5,725
円増加。ReviCoサービスは導入サイト400越え。

独自の一次データを活用し、AIソリューションによる次の成長フェーズへ

SNS投稿、スタッフ投稿、動画、レビューなど、企業が保有する独自の一次データを収集・知識化。AIO、パーソナライズ、次世代検索など、AI時代のマーケティングを支えるソリューションへ事業領域を拡張しています。

UGC・レビュー・動画



収集・知識化



AIによる最適化



顧客体験・事業成長

※営業利益は、AIソリューションへの先行投資およびオフィス移転に伴う一時費用により前年同期を下回ったものの、通期計画に対して22.1%で進捗しています。

contents

01 | 会社概要・サービス概要

02 | 2027年3月期 第1四半期 業績

03 | 成長戦略

01 会社概要・サービス概要

会社概要

社 名 株式会社 v i s u m o

設 立 2019年4月

所 在 地 東京都渋谷区渋谷二丁目1番1号
青山ファーストビル6階

代 表 者 代表取締役 井上 純
代表取締役 高橋 直樹

資 本 金 2億48百万円

事 業 内 容 マーケティングプラットフォームの開発、運営

mission

共感と信頼を生み出す情報を、
最適な体験として届ける

vision

AI時代の事業変革を共創する

沿革

2017

2019

2021

2022

2023

2024

2025

2026

2017 / 9

株式会社ecbeingが開発した
ビジュアルマーケティング
プラットフォーム
「visumo」の提供開始

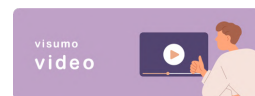


2019 / 4

東京都渋谷区に資本金25,000
千円で株式会社visumoを設
立。株式会社ecbeingのビ
ジュアルマーケティングプ
ラットフォーム事業を会社分
割により承継

2021 / 4

新機能「visumo video」
「visumo snap」
をリリース



2021 / 12

「インスタグラム連携 UGC
活用ツールシェアNo.1」獲得

※日本マーケティングリサーチ機構調べ

2022 / 1

第三者割当増資により株式会
社ソフトクリエイイトホール
ディングスが資本参加し、
資本金を200,000千円に増資

2022 / 5

織研新聞社主催 ファッショ
ンECアワードにて
「サポート賞」を受賞

サポート賞...「効果が高い
または今検討しているEC支
援ツール」

2022 / 7

日本マイクロソフト社主催
「マイクロソフト ジャパン
パートナーオブ ザイヤー
2022」にて

「Retail & Consumer Goods
アワード」を受賞



2023 / 2

初の自社イベント
「visumo day 2023」
を開催

2023 / 9
ISMS取得



営業部門と開発、運用部門において

2024 / 2

織研新聞社主催
ファッション
ECアワードにて
「サポート賞」を受賞

2024 / 8

新オプション機能「visumo
recommend」をリリース



2024 / 12

東京証券取引所
グロース市場上場



2025 / 4

新機能「visumo blog」
をリリース



2025 / 5

織研新聞社主催
ファッション
ECアワードにて
「サポート賞」を受賞



2025 / 6

新機能「visumo show」
をリリース



2026 / 1

株式会社ReviCoを
吸収合併



2026 / 2

新機能「YouTube・TikTok
連携機能」をリリース

2026 / 6

「emoreco」をリニューアル

2026 / 6

新機能「emotag」をリリース



2026 / 6

織研新聞社主催ファッション
ECアワードにて4回目の
「サポート賞」を受賞し、
殿堂入り



第1四半期ハイライト

報道関係各位

visumo
2026年4月7日
株式会社 visumo

visumo 提供の「ReviCo」、導入 400 サイトを突破。
AI×レビュー活用で、事業戦略を支える

「売るためのレビュー」が「事業を動かす資産」へ。
金銭的な意思決定を変える【AI×データ】の次世代活用。

本リリースのポイント

- 独自スキームで自発的な投稿を促進、平均投稿率 8.8%^{※1}の圧倒的収集力
- AIレビュー要約の導入で、コンバージョン率（CVR）1.75 倍^{※2}を記録
- 販促支援から事業支援へ。顧客データを全社の意思決定に活かす基盤として機能

株式会社 visumo（本社：東京都港区、代表取締役社長：月上純、証券コード：303AA）は、あらゆる UGC データを資産化。
【AI×データ】で CX 向上と事業推進を支援するマーケティングプラットフォームを提供しています。

この度、visumo が提供するレビューツール「ReviCo（レビコ）」の累計導入実績が、400 サイトを突破したことをお知らせいたします。

※1 2024 年 4 月～2025 年 3 月の集積、レビュー依頼メールを配信しており、2024 年以上の注文がある B2C 企業を対象に算出
※2 ワークマン公式オンラインストアの集積 比較期間：導入前（2024/4/1～3/31）と導入後（2025/4/1～3/31）の対比

レビューマーケティングツール
ReviCo
400 サイト
累計導入実績数

ReviCo の圧倒的な収集力が生む「確かな販促成果」

ReviCo は、プレゼントキャンペーンの自動実施や LINE・メールの活用により、ユーザーが投稿しやすくなる「仕組み」をシステム化。圧倒的な収集力が生む「確かな販促成果」を生み出しています。

投稿率：特許技術の独自スキームにより、平均投稿率 8.8%^{※1}という圧倒的な収集力を実現。

visumo 提供の「ReviCo」、導入 400 サイトを突破。 AI×レビュー活用で、事業戦略を支える —— 2026年4月7日発表

圧倒的な収集力

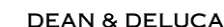
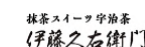
特許技術の独自スキームにより、平均投稿率
8.8%の収集力を実現。

AI要約機能でCVR向上

AIレビュー要約の導入により、CVR 1.75倍を
記録（ワークマン様事例）

事業を動かすデータ資産

蓄積した声を分析し、製品開発や
店舗教育などの実務へ反映。



第1四半期ハイライト



「BEAMS公式オンラインショップ」にレビューUGCソリューション ReviCoの提供を開始！ —— 2026年5月12日発表

検討中の方が「自分に近い属性の声」を
直感的に探せるUIを提供。

オムニチャネルでのレビュー収集

オンラインだけでなく実店舗の購入者からも
レビューを収集し、ブランド全体の顧客体験
を向上。

商品詳細ページのレビュー絞り込み表示





AI に選ばれるサイトの実現に向けて！

「visumo for AIO」の取り組みを開始 —— 2026年6月2日発表

第一弾として Instagram 投稿を自動ページ化

Instagram 投稿がサイト内ページになり、Google の AI Overviews へ掲載

3つの特徴

- 1 ノーコードで自動ページ化
Instagram の公式投稿や UGC を、ワンタグで自社サイトの資産へ変換。
- 2 ※ AIO への対応
AI が評価する「独自の一次情報」を蓄積し、AI Overviews の参照源を構築。
- 3 先行事例（ダイニングプラス）
レシピ投稿のページ化により、複数キーワードでの検索上位の掲載を実現。

第1四半期ハイライト



織研新聞社ファッションECアワード受賞

3年連続、4回目の受賞で殿堂入り

—— 2026年6月10日発表

約100社のファッション企業・ITベンダーのアンケートで毎年選出。

2022年・2024年・2025年に続き、今年で4回目。

3年連続での受賞から、殿堂入り

選出理由

1. 貢献度の高さ

- 顧客が着用イメージをしやすいなど、PV数の改善や購買率の向上といった具体的な貢献が目立つ。

2. 機能面の進化

- Instagramに加え、YouTube、ティックトックの動画も簡単に取り込めるなどの改善も評価
- SNSを見るかのような見せ方など、機能面の進化

引用元：織研新聞社

織研新聞社



SENKEN
FASHION EC
AWARD

サポート賞

殿堂入り

visumo

とは

あらゆる^{※1}UGCを資産化。
[AI×UGCデータ]で事業成長を支える
マーケティングプラットフォーム

AI時代のこれからも情報量は加速度的に増え続けます。しかし人が受け取れる情報量の上限は大きく変わりません。
当社は、企業のブランド価値を高める「信頼と共感を生む情報」を収集・知識化し、一人ひとりに最適な形で届けます。

^{※2}
#AIO対策 #特許技術でUGC収集 #CVR向上 #LTV向上 #運用自動化 #UGCを製品・広告開発に還元

国内有数のエンタープライズ企業を支える事業インフラ

アクティブ社数 894[※]社

導入企業の一例[※]



公益社団法人石川県観光連盟

一般社団法人
長崎国際観光コンベンション協会

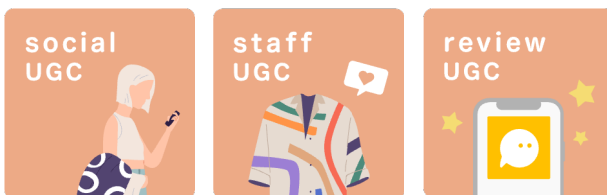
ソリューションの全体像

エンジニア不要の「ワンタグ・ノーコード」で実装。3つのソリューションを
課題に合わせて自在に組み合わせ、集客・接客・リピート、データ活用のサイクルを一気通貫で支援します。

solution1

UGC ソリューション

SNS投稿・スタッフ投稿・レビューを
収集・資産化。蓄積されたUGCが
AIの精度を高め、集客・接客の土台となる。



※ 詳細は14～16ページに記載

solution2

動画 & 次世代UI/UX ソリューション

動画を一元管理し売上貢献度を可視化。
SNSライクなUI/UXをワンタグで実装する。



※ 詳細は17ページに記載

solution3

AI ソリューション

収集したUGCをAIが解析し、
行動履歴に依存しないパーソナライズと
AIO対策を同時に実現する。



※ 詳細は32ページに記載

事例 UGCソリューション socialUGC



SNS上のリアルな体験を資産化し、購買の意思決定を後押し

消費者のリアルなライフスタイル投稿（UGC）を収集し、ECサイトのコンテンツとして統合。
カタログ画像では伝わらない利用イメージを補完し、CVRの向上に直結させる。

Instagramの投稿

収集・許諾・掲載

自社サイト



- 管理画面から
写真・動画の
許諾依頼メッセージ

- 商品やページを
自動紐付け

- 多様なテンプレートで掲載

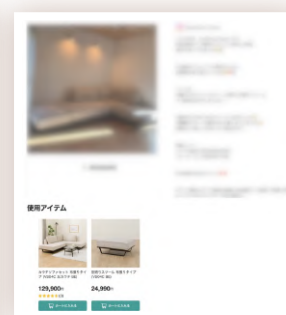
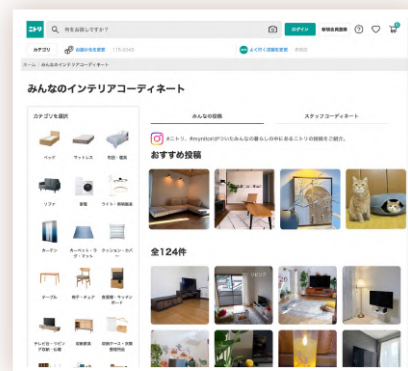


収集

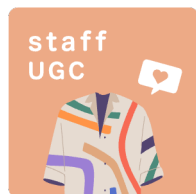
依頼



掲載



事例 UGCソリューション staffUGC

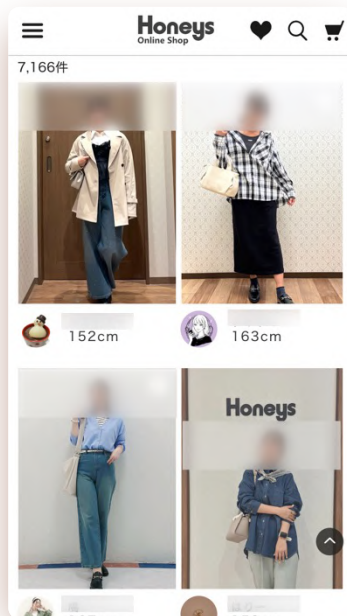


スタッフの「接客力」をデジタル資産化し、売上貢献に直結させる

スタッフのコーディネートや商品コメントを収集・活用し、投稿経由の売上貢献度まで計測。店舗スタッフの知見をデジタルで活かす仕組みを提供。

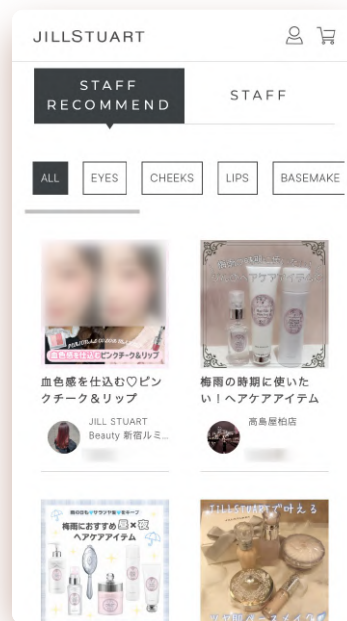
アパレル
スタイリング提案

Honeys



コスメ
美容部員による情報発信

JILLSTUART



寝具
おすすめ商品提案

nishikawa



BtoB
自社製品の施工事例集

LIXIL



事例 UGCソリューション reviewUGC ReviCo



SUCREY
AOYAMA

導入3ヶ月でレビュー数8倍、740件以上特許取得スキームによるレビュー収集とCVR向上

特許技術を用いた独自スキームにより、購入者のリアルな声を全自動で収集。
蓄積したレビューのAI要約により、CVRの大幅な向上を実現する。

収集

活用

成果



最短
2クリックで
レビュー投稿

- 購入完了後、自動でレビュー依頼メールを配信。
最短2クリックで投稿完了



- TOPページ等、
多様なテンプレートで掲載

- AIがレビューを要約。
「利用シーン」など
特定のテーマでも要約可能

レビューのAI要約

お客様の声

- メーブルの香りとバターの風味が絶妙にマッチしています
- サクサクとした食感のクッキーが好評です
- パッケージデザインと紙袋が可愛らしく、見た目の評価が高いです
- 日持ちが長く、保存がしやすい商品です
- クッキーが割れているケースが複数報告されています
- 送料がかかることを気にする声があります

※ 要約は、お客様の投稿に基づきAIで生成されています。カスタマーレビューは、お客様自身による感想や意見であり、当方の見解を示すものではありません。

ご利用シーン

- **レビュー収集向上**
導入3ヶ月でレビュー数8倍、
740件以上
- **コンテンツ強化**
商品の魅力をスタッフが簡単に投稿
し商品ページに表示できるフローも
確立
- **顧客満足度向上**
NPSスコアが改善。丁寧なショッ
プコメント返信が顧客満足度の向上に
貢献

事例 動画 & 次世代UI/UXソリューション



じっくり理解させる「解説動画」として活用

- 活用シーン 詳細な商品説明、レビュー、インタビューなど。
- 効果 情報の信頼性を高め、検討層の背中を押してCVRを向上。

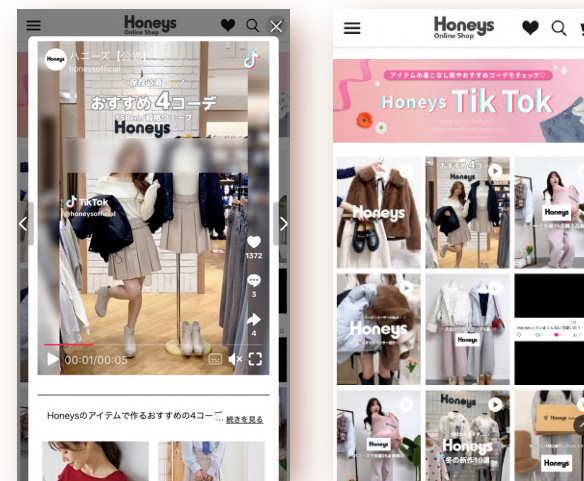


出典： **ARKnets**



直感で選ばせる「縦型ショートUI」として活用

- 活用シーン スタッフの着こなし、トレンド紹介、クイックレビューなど。
- 効果 TikTok特有のザッピング体験を再現し、滞在時間・回遊性を向上。



出典： **Honeys**

高い導入効果（購入率向上・単価向上など）

購入
単価 **2** 倍 ※


Mastermal



購入率
UP **4** 倍 ※


BRANSHE



購入率
UP **3.5** 倍 ※


コーヒーという情熱



購入
単価 **↑20** % ※

C'BON



“

織研新聞社



売上貢献および顧客体験向上への取り組みが評価され、

4回目となる「ファッションECアワード サポート賞」
を受賞し、**殿堂入り**を達成

”

ビジネスモデルと収益構造

導入企業からvisumoサービス利用の
初期費用と月額・従量課金で構成されるサブスクリプションモデルです。

初期費用（フロー収益）



フロー収益は、アカウント開設を含む導入支援に伴う費用および、必要に応じて発生するデザイン調整等の作業代行の費用となります。

月額利用料（ストック収益）



ストック収益は、利用する機能数に応じて月額ベース費用が決定し、visumoで作成したコンテンツのトラフィック量に応じて従量課金が発生します。

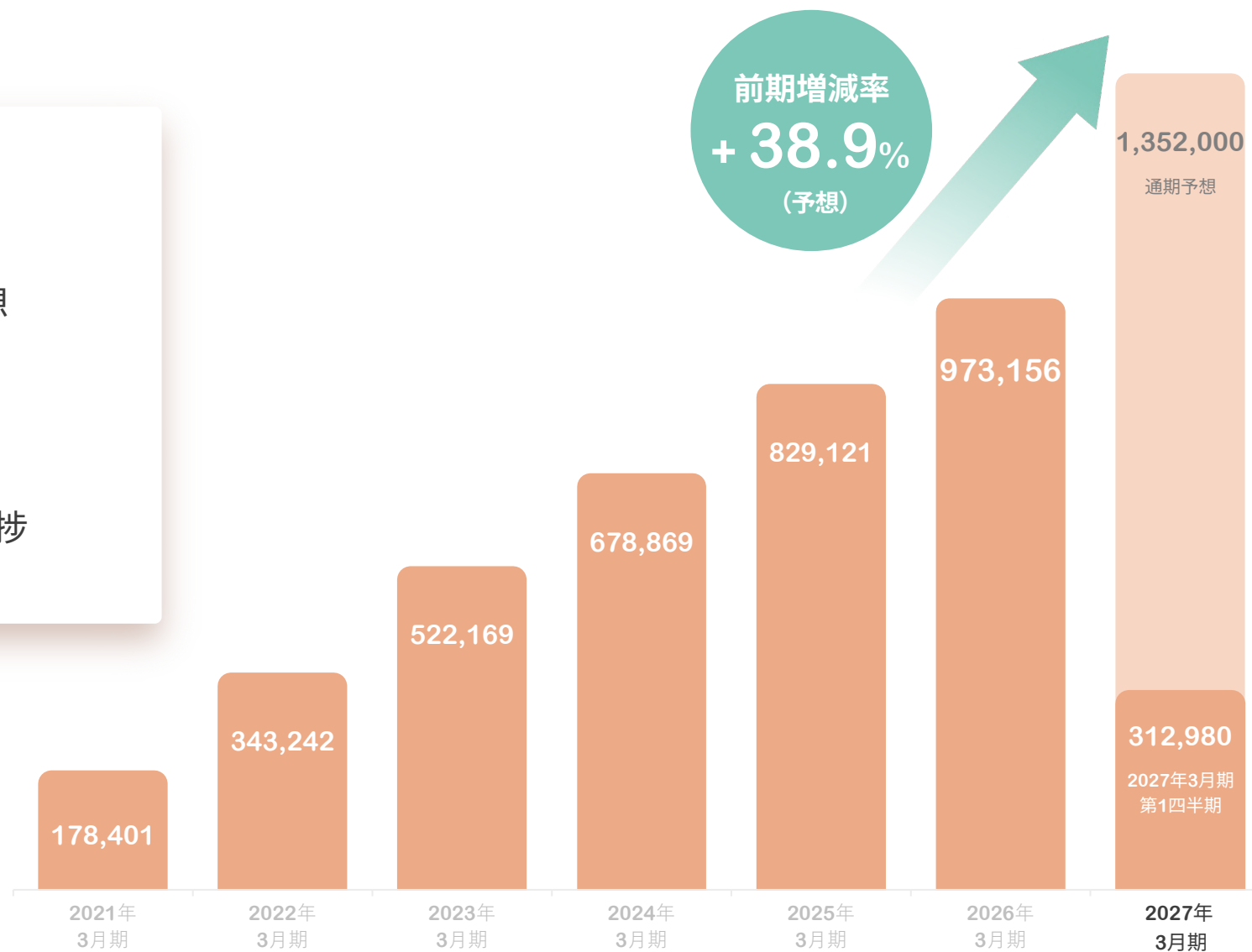
02 2027年3月期 第1四半期 業績

売上高の推移

単位 千円

2027年3月期売上高は
前期比**+38.9%**を予想

第1四半期は
通期予想の**23.1%**で進捗



前期増減率
+38.9%
(予想)

業績概況 2027年3月期 第1四半期決算

第1四半期はUGCソリューションの拡販により、売上高の通期予想に対する進捗率は**23.1%**と順調に推移しました。
利益においても、AIソリューションへの成長投資およびオフィス移転による一時的な支出の増加がありましたが、
営業利益が**22.1%**の進捗と順調に推移しました。

単位 千円	2026年3月期 1Q	2027年3月期 1Q		2027年3月期（通期）	
	実績	実績	前期同四半期 増減率	通期予想	進捗率
売上高	223,633	312,980	+40.0%	1,352,000	23.1%
営業利益	14,519	6,633	▲54.3%	30,000	22.1%
経常利益	14,569	6,158	▲57.7%	30,000	20.5%
当期純利益	9,607	2,643	▲72.5%	21,000	12.6%

業績ハイライト 2027年3月期 第1四半期決算

売上高

312,980千円

前年同四半期
増減率

+40.0%

ストック売上

259,615千円

ストック
売上比率

82.9%

アクティブ社数

894社

前年同四半期
増減

+206社

ARPU

109,340円

前年同四半期
増減

+5,725円

グロスレベニュー
チャーンレート（解約率）

1.08%

※ストック売上：オプションを含めた固定の月額費用であるストック売上（リクエスト数等に応じた従量課金を含まない売上） ※ストック売上比率：売上高に占めるストック売上の割合

※アクティブ社数：四半期末における契約中の社数になります。※ARPU：1社あたりの四半期平均売上

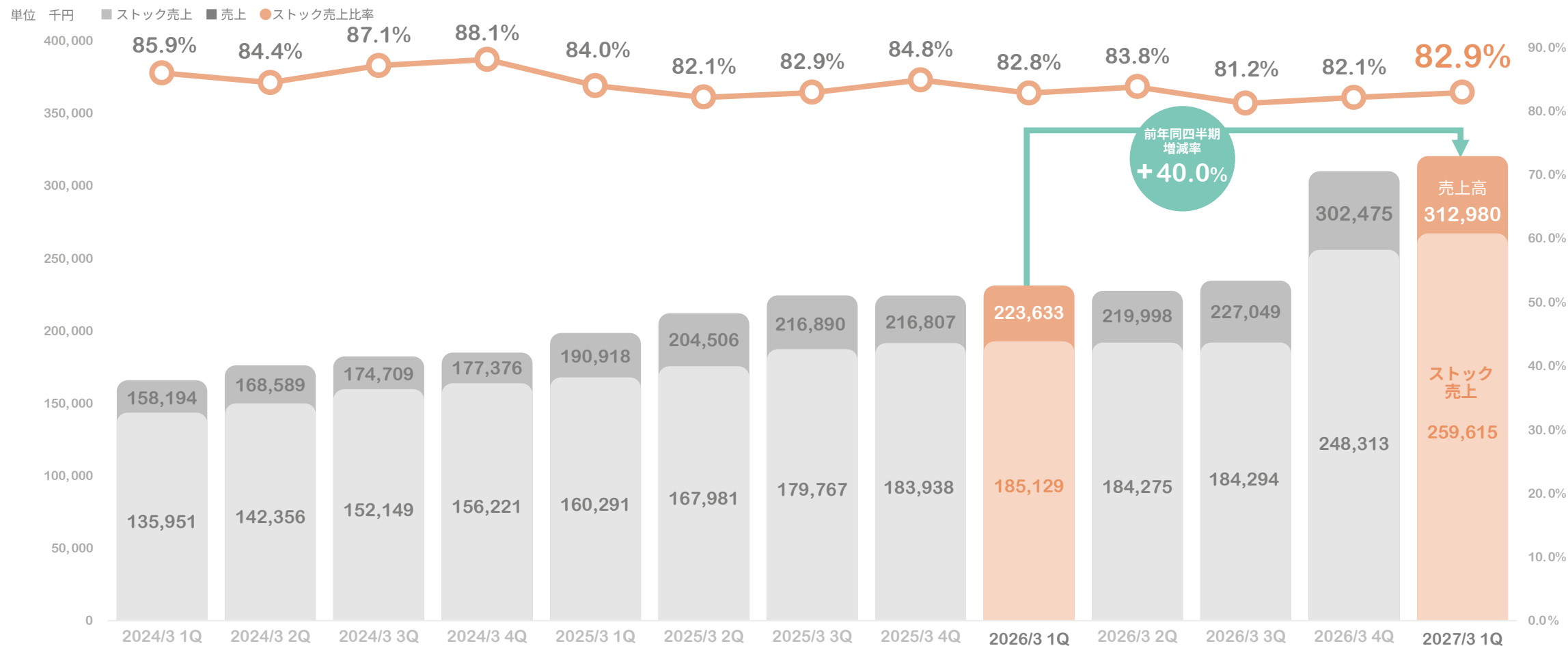
※グロスレベニューチャーンレート（解約率）：月末ストック売上に占める当月解約額（前月解約による当月ストック減収額）の割合であり、四半期の平均値

※なお合併による事業規模拡大を主因に、売上高およびアクティブ社数は例年を上回る推移となっております。

売上高 / ストック売上 / ストック売上比率 ※

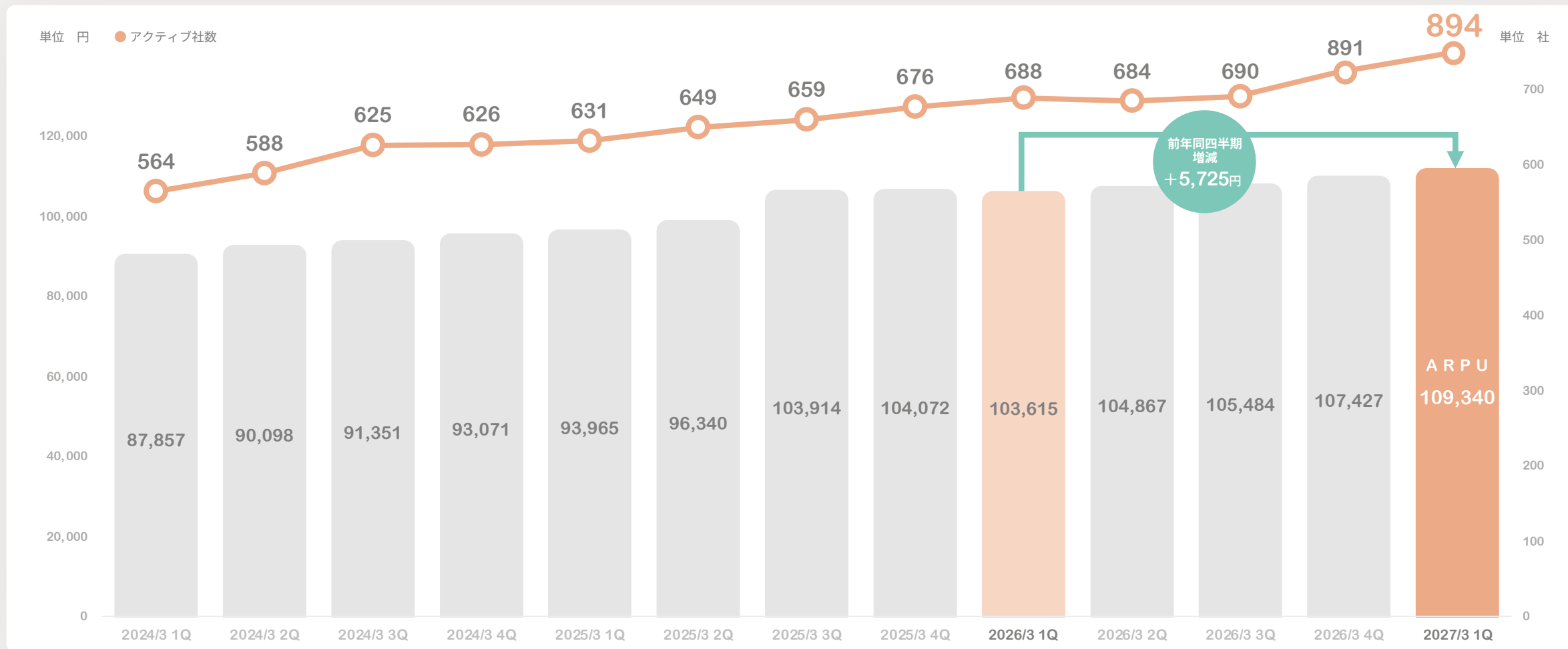
売上高は前年同四半期増減率+40.0%の増加となりました。

ストック比率は第1四半期は82.9%で着地し、前年四半期実績から同水準での推移となっています。



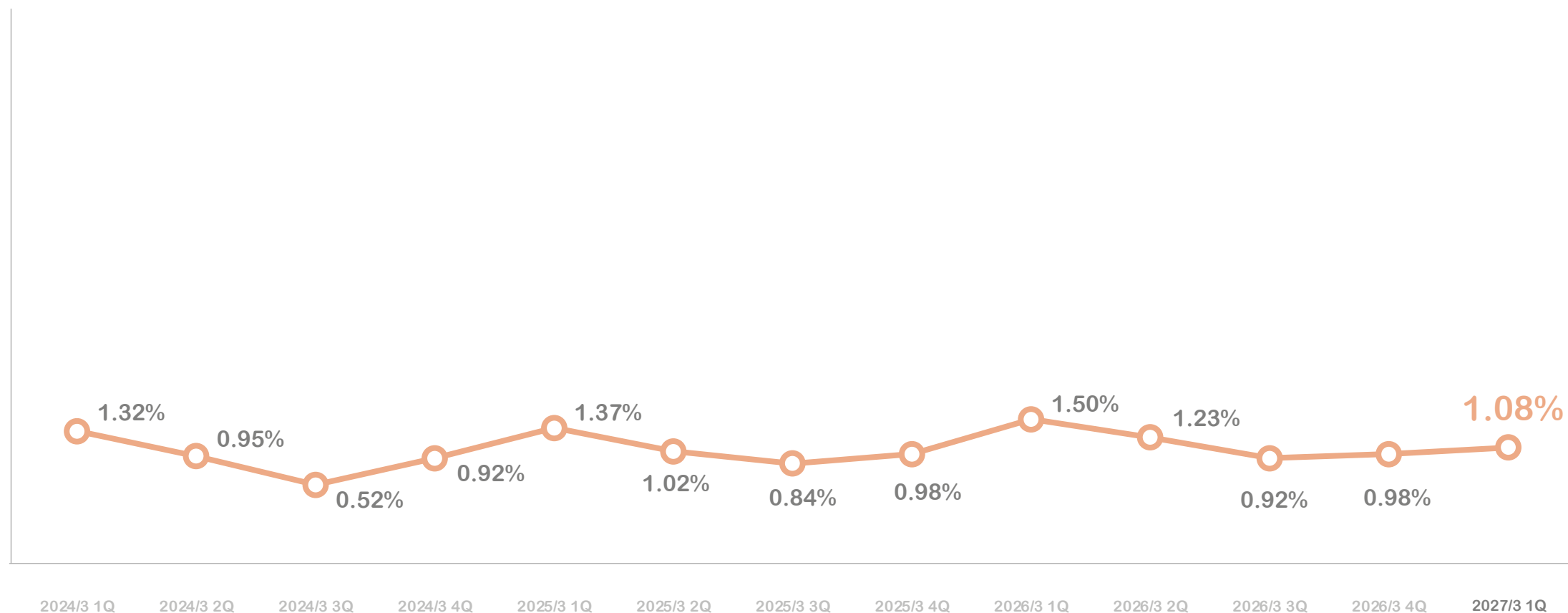
アクティブ社数 / ARPU ※

ARPUは前年同四半期増減で+5,725円増加となりました。



グロスレベニューチャーンレート（解約率）※

解約率は1%前後で推移、低水準の解約率を維持しております。



03 成長戦略

※2026年6月30日 事業計画及び成長可能性に関する事項より抜粋

FY27の成長戦略サマリー

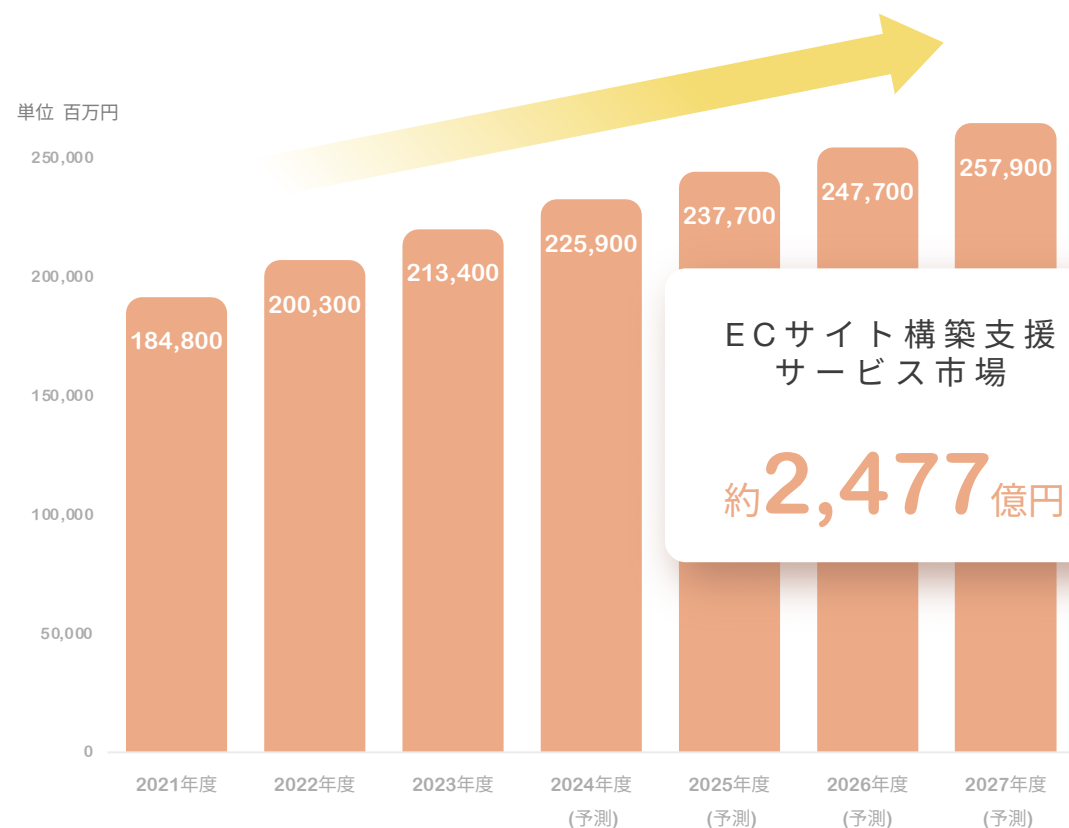
ターゲット層を投資余力の高い「エンタープライズ」および「ミッドマーケット」へ精緻化。
各層の課題に最適化したプロダクト展開により、「顧客単価の向上」と「シェアの拡大」を同時に実現し、
M&Aを活用した非連続な成長を実現します。



対象市場（TAM）、成長の核となる「ECサイト構築支援サービス市場」での深耕

当社の事業基盤であり、成長の核となる「ECサイト構築支援サービス市場」は持続的な拡大が見込まれています。

当社はこの市場におけるポテンシャルを「約250億円」と想定しております。本市場において、投資余力の高いエンタープライズおよびミッドマーケット層へターゲットを精緻化し、AIソリューション等を用いたARPUの拡大とシェア拡大を強力に推進します。



$$\begin{aligned} & \text{※1} \\ & \text{ポテンシャルサイト数} \\ & 19,986 \text{ サイト} \\ & \times \\ & \text{※2} \\ & \text{平均単価} \\ & 107,427 \text{ 円} \\ & \times \\ & 12 \text{ ヶ月} \end{aligned}$$

visumo導入可能な
ポテンシャル市場

約250億円

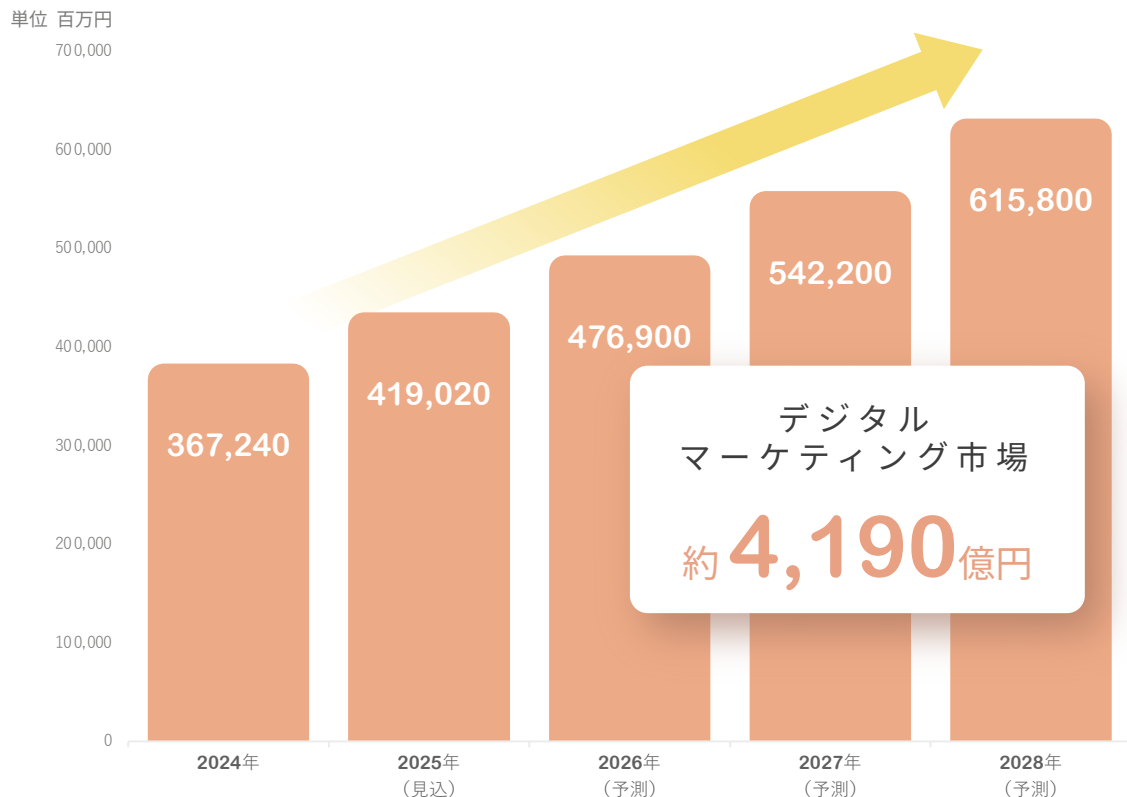
出典：矢野経済研究所 ECサイト構築支援サービス市場に関する調査を実施（2024年）2024年予測

※1 パッケージで構築された国内EC事業者数 出典 eccLab 「【2025年最新版】国内のECサイト・ネットショップの総稼働店舗数」よりカスタマイズ内容により大きく金額が異なるオープンソースサービスの導入数を除く ※2 2026年3月期末のARPU

対象市場（TAM）、AIソリューション拡張に伴う「デジタルマーケティング市場」でのシェア拡大

もう一つの対象市場として「デジタルマーケティング市場」を位置づけています。**UGC**等の一次データを軸とした「集客支援・接客支援・データ活用」へとソリューションを大きく拡張させており、企業のデジタルマーケティング全体を包括的に支援いたします。

この市場においても、エンタープライズおよびミッドマーケット層、**ポテンシャル約195億円**にフォーカスし、**AIソリューション**等を用いた**ARPU**の拡大とシェア拡大を強力に推進します。



出典：矢野経済研究所「デジタルマーケティング市場に関する調査を実施」（2025年）



※1 出典 経済産業省 令和3年経済センサスより売上100億円以上のターゲットとなり得る業種での企業数（対象：建設業、製造業、電気・ガス・熱供給・水道業、情報通信業、運輸業、郵便業、卸売業、小売業、不動産業、物品賃貸業、学術研究、専門・技術サービス業、宿泊業、飲食サービス業、生活関連サービス業、娯楽業、教育、学習支援業、医療、福祉、複合サービス事業） ※2 2026年3月期末のARPU

横の成長エンジン (シェアの拡大)

AI時代の最新ニーズに応える機能進化

既存のUGC・動画ソリューションをAI時代に合わせて継続的にアップデート。
最新ニーズへの対応力をフックに企業へのアプローチ力を高め、ミッド～エンブラ層の新規獲得を面で加速させます。

AI時代の最新ニーズに応える機能進化の例 「AIO対策としての自動生成ページ」 visumoで生成したUGCページがGoogleAIビューおよび検索結果に表示されます



visumoで生成したInstagram掲載ページが
Google AIビューおよび検索結果に表示。

Instagram投稿詳細ページ



AIビューにも掲載



中川政七商店

visumoで生成したレビュー集約ページが
Google AIビューおよび検索結果に表示。

レビュー集約ページ



AIビューにも掲載



縦の成長エンジン (ARPUの拡大)

質の高いパーソナライズ体験を実現する「AIソリューション」

「一次データ × AI」の基盤を用いて

ユーザーや市場が求める、質の高いパーソナライズ体験を実現するソリューションを展開します。



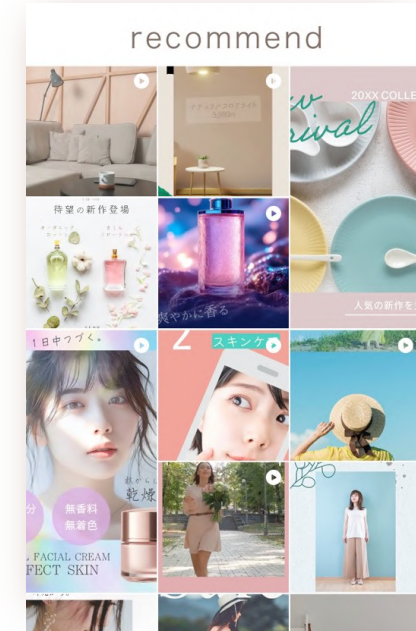
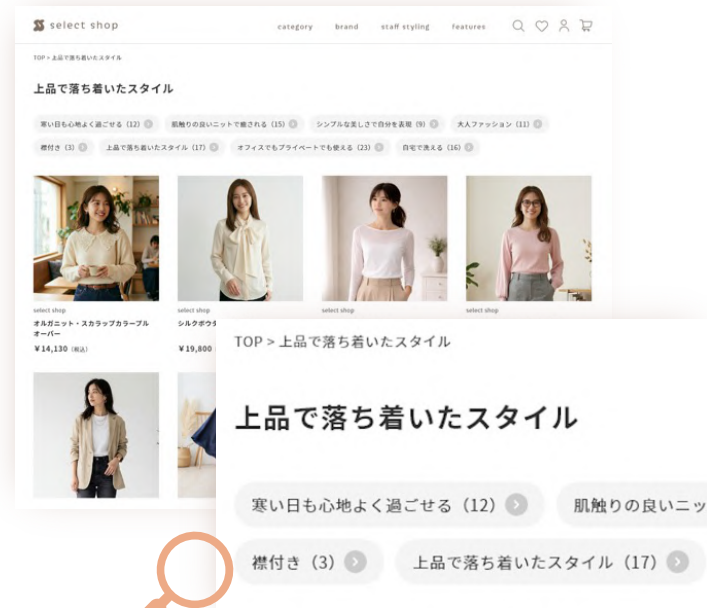
商品パーソナライズ。顧客の行動と、言葉にならない「直感的な好み」を解析して繋げる次世代レコメンド。



AIシーン検索。画像やレビューから「気分や活用シーン」をタグ化。回遊性やCVR向上を強化。



コンテンツパーソナライズ。UGC・スタッフ投稿・公式動画を横断してパーソナライズ配信



戦略的 M & A 方針

自社の一次データ資産を最大活用し、非連続な成長を牽引する「次世代データ基盤・AI技術の獲得」を最優先。

AIシフトという市場の転換期において、次世代マーケティングインフラとしての競争優位を確立するため、
戦略的アライアンスやM&A機会を積極的に検討してまいります。

項目 / ターゲット領域	AIマーケティング	高度レコメンド・R&D	AI開発・データ基盤	エージェンティックコマース
戦略的優先度	◎ (横の成長：シェアの拡大)	◎ (縦の成長：ARPUの拡大)	◎※ (更なる成長：MCP構想)	○ (次世代市場の先取り)
成長インパクト	ソリューション拡張により、デジタルマーケティング市場における新規シェアを拡大する	既存事業の深耕 (AIソリューション等の拡充)により、顧客単価とLTVを最大化する	次世代データ基盤（MCP）の構築において、インフラへの非連続な進化を牽引する	先端技術を早期獲得し、次世代マーケティング市場への参入を加速する
事業内容（獲得技術）	● AIを活用した集客・接客等のマーケティング支援ツール	● UGCを活用した高度なパーソナライズ技術 ● リテールメディア等の小売系ソリューションのR&D	● 生成AIを活用した基盤技術 ● 外部AIと連携可能なDB構築技術	● AIが自律的に提案～購買までを完結させる次世代サービス
期待シナジー	● アプローチ力の強化による新規獲得加速 ● ソリューションラインナップの拡充	● AIソリューション等の機能拡充 ● 既存エンブラ顧客へのクロスセル	● 次世代データ基盤の早期確立 ● 優秀なエンジニア人材の獲得	● 先端技術の先行取り込み ● 次世代市場におけるポジション確保

成長戦略サマリー

強固なエンタープライズ顧客基盤から創出される「独自の一次データ（UGC）」を基盤とし、データ活用市場を牽引。マルチプロダクトによる「縦と横」のオーガニック成長に加え、戦略的M&Aによる非連続な成長を仕掛け、時価総額100億円規模の実現を目指します。

UGCソリューションによる 安定成長基盤の確立

- social / video / snapの順次リリースによる持続的なARPUの向上。
- 2026年1月の株式会社ReviCo経営統合により、SNS・動画・レビューを網羅する強固なUGC基盤（一次データ）とエンタープライズ顧客基盤が完成。

マルチプロダクト展開による 「縦と横」の成長加速

- 横の成長シェアの拡大：UGC・動画のソリューション、機能アップデートによる対象領域の全方位展開
- 縦の成長ARPUの拡大：次世代AIソリューション「emoシリーズ」の本格リリースとクロスセル展開

非連続の成長 次世代技術の獲得

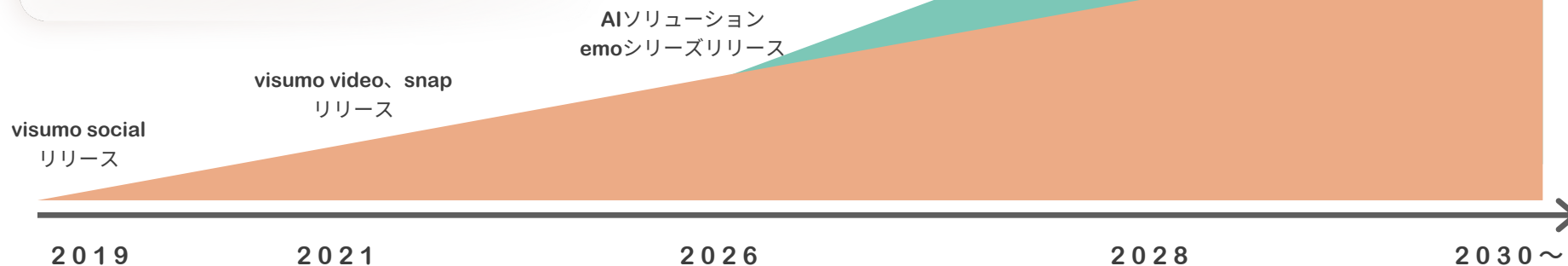
AI・データ基盤領域において、一次データ活用を加速する技術・人材の獲得を目的とした戦略的M&Aを推進

縦の成長エンジン ARPUの拡大

獲得した強固な顧客基盤に対し、独自の一次データを活用したAIソリューションのクロスセルを推進し、ARPUの最大化を図る

横の成長エンジン シェアの拡大

AI時代に合わせてアップデートされたソリューションを引き続き強力なフックとして展開し、新規導入を面で拡大



本資料の取り扱いについて

免責事項

- 本資料は、当社の現状をご理解いただくことを目的として、当社が作成したものです。
- 本資料に掲載された情報は、現時点における経済環境や社会情勢および当社が合理的と判断した前提に基づいて作成されたものです。なお、経営環境の変化や予測し得ない事象等により、予告なく内容が変更される可能性があることをご理解いただきますようお願い申し上げます。
- 本資料の作成にあたり、正確性の確保に最善を尽くしておりますが、内容の正確性や完全性については保証いたしかねます。また、資料の使用に関して生じた損害について、当社は一切の責任を負いかねますので、予めご了承くださいますようお願い申し上げます。

将来見通しに関する注意事項

- 将来予測に関する記述が含まれておりますが、これらの記載は当社の見解や仮定、本資料作成時点において入手した情報に基づき作成したものであります。将来予測には多くのリスク及び不確実性が存在し、実際の経営成績及び財政状態等については、予測と大きく異なる可能性があります。