

# 2025年3月期 第3四半期 決算説明資料

2025年2月13日

**Lexus**

## 目次

- 01. | ラクサスについて
- 02. | 2025年3月期 第3四半期 業績
- 03. | 第4四半期以降の方針・検討事項に関して
- 04. | 2025年3月期 業績予想
- 05. | IR方針・株主還元について
- 06. | Appendix

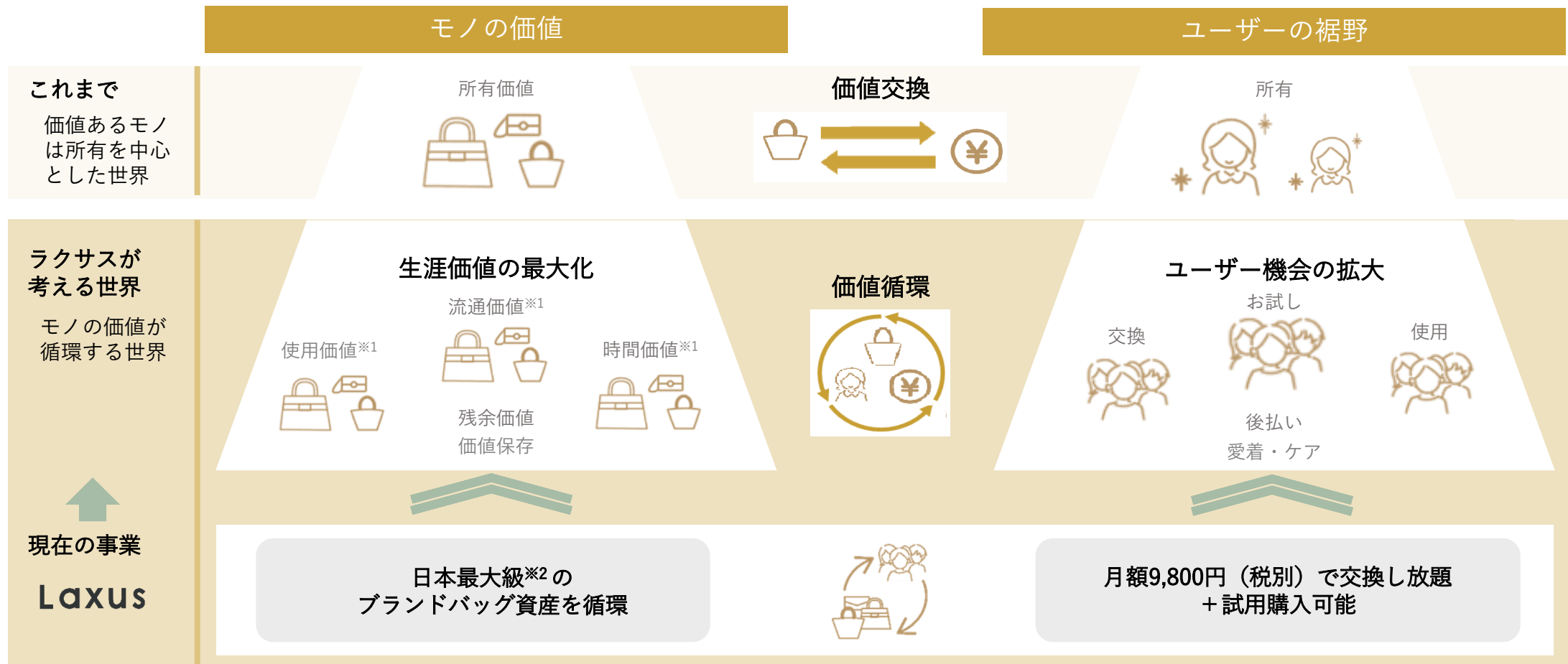
A woman with short, straight brown hair is shown in profile, smiling warmly. She is wearing a light-colored, possibly beige, blouse with a subtle pattern. Her right hand is raised to her chin, with her fingers gently resting against her cheek. She is holding a tan-colored handbag with a top handle and a decorative element on the front. The background is a soft, out-of-focus indoor setting with warm lighting.

## 01. ラクサスについて

「世界中に笑顔を。」

## 世界観

ラクサスは、モノが持つ価値ポテンシャルを開放し、ユーザー機会の裾野を広げる。  
モノの生涯収益を最大化する”価値サーキュラー“を目指す



※1：使用価値：モノを使うことにより生まれる価値、流通価値：二次流通していく際の価値、時間価値：使用・流通の価値の循環に伴う付随する価値（≒金融的価値）以下、本資料ではこれらの用語を同義で使用  
※2：貸出品の中にバッグが含まれる国内サブスクリプションサービス（AnotherAddress、my Stock、MECHAKARI、ORB、BAGRENT）と比較し、事業規模及びバッグ取扱点数が当社対比で僅少と当社にて判断  
なお、Sharel、EDIST.BAG、MISELはサービス終了のため比較対象外とするが、サービスの終了前時点においても当社のバッグ取扱点数が多いことを確認済み

## 主要事業モデル

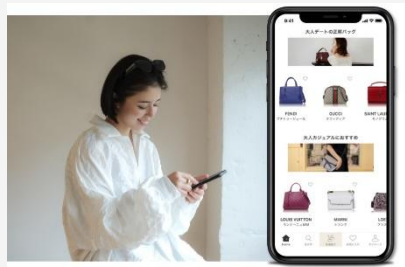
現在のコアは、（価値が残る）ブランドバッグを  
コミュニティ内のサブスク+試用販売で儲けるサブスクビジネス

## Lexus

- ・月額定額制でブランドバッグが使い放題のサブスクリプション型シェアリングサービス

## 「サービス概要」

## ①アプリで借りて



## ②自宅に届く



## ③次のバッグを予約し交換



気に入ったら  
購入可能

## 「会員サービス」

シングル契約  
月額 ¥9,800\*1 (税別)

- ・60ブランド
- ・\*主要10ブランドで全体の約80%を占める
- ・交換し放題
- ・クイックチェンジ
- ・プレミアム交換
- 対象者のみ\*2

ダブル契約  
月額 ¥13,600\*2 (税別)

- ・バッグ2つ持ち
- 対象者のみ\*2

+

## 試用販売

- ・ご利用のバッグを気に入ったら購入できる
- 登録し直し不要
- ・サブスク料金と同時支払い
- ・購入バッグのメンテナンス無料
- ラクサスご利用期間中

## ラクサスキャッシュ

- ・前払い支払い
- ・チャージ額によりポイント還元

いつでも利用停止可能/いつでもご利用再開可能

\*1: 沖縄県は+4,000円 (税別)    \*2: サービスインして6か月継続中 (現在バッグを利用中) で、バッグを丁寧に使用している方

## 02. 2025年3月期 第3四半期 業績



## 第3四半期累計業績ハイライト

- 売上高は、サブスクの価格改定による1人当たり単価改善及び戦略的なバッグ資産の入替に伴う販売数増により361百万円の増収（前年同期比+23.0%）
- 売上総利益は、売上高の増加に伴い216百万円の増益（前年同期比+17.2%）  
ただし、サブスクと比較して利益率が相対的に低いバッグ販売が増加したことから利益率は、対前年で▲3.8%となった（各利益率は前年同期比：サブスク+0.6%、バッグ販売▲12.7%）
- 営業利益は、販管費の増加を上回る売上総利益の伸びにより、165百万円の増益（前年同期比+54.0%）
- 以上の結果により、当期純利益は、391百万円（前年同期比+38.9%）となった

## 2025年3月期 第3四半期累計 業績（収支）

売上高、売上総利益、営業利益ともに前年同期を大きく上回り、業績は堅調に推移

| (単位：百万円)   | 2025年3月期※1<br>第3四半期 累計 | 2024年3月期※1<br>第3四半期 累計 | 増減額 | 増減率    |
|------------|------------------------|------------------------|-----|--------|
| 売上高        | 1,935                  | 1,573                  | 361 | +23.0% |
| 売上総利益      | 1,476                  | 1,260                  | 216 | +17.2% |
| 売上総利益率     | 76.3%                  | 80.1%                  |     |        |
| 販売費及び一般管理費 | 1,004                  | 953                    | 51  | +5.4%  |
| 販管費率       | 51.9%                  | 60.6%                  |     |        |
| EBITDA※2   | 724                    | 530                    | 194 | +36.5% |
| EBITDAマージン | 37.5%                  | 33.7%                  |     |        |
| 営業利益       | 472                    | 306                    | 165 | +54.0% |
| 営業利益率      | 24.4%                  | 19.5%                  |     |        |
| 当期純利益      | 391                    | 282                    | 109 | +38.9% |
| 当期純利益率     | 20.3%                  | 17.9%                  |     |        |

注：切り捨て表記のため、数値の合計が一致しない場合がある ※1：24/3期・25/3期ともに単体数値 ※2：EBITDA=営業利益+減価償却費



## 2025年3月期 第3四半期累計 業績（販管費）

人件費は、ベースアップの影響により11百万円増加も売上高の伸びで人件費率は低下（前年同期比▲3.2%）  
 広告宣伝費は、会員拡大の取り組みで28百万円増加も売上高の伸びで広告宣伝費率は低下（前年同期比▲1.5%）  
 販売手数料は、BtoBtoCバッグ販売拡大が要因で25百万円増加（前年同期比+0.6%）

| （単位：百万円）     |     | 2025年3月期※1<br>第3四半期 累計 | 2024年3月期※1<br>第3四半期 累計 | 増減額 | 増減率    |
|--------------|-----|------------------------|------------------------|-----|--------|
| 人件費          | 売上比 | 329<br>17.0%           | 317<br>20.2%           | 11  | +3.7%  |
| 広告宣伝費        | 売上比 | 275<br>14.2%           | 246<br>15.7%           | 28  | +11.5% |
| 荷造運賃         | 売上比 | 95<br>4.9%             | 131<br>8.3%            | ▲35 | ▲27.1% |
| 販売手数料        | 売上比 | 83<br>4.3%             | 58<br>3.7%             | 25  | +43.5% |
| その他経費        | 売上比 | 220<br>11.4%           | 199<br>12.7%           | 20  | +10.5% |
| 販売費及び一般管理費 計 | 売上比 | 1,004<br>51.9%         | 953<br>60.6%           | 51  | +5.4%  |

→ 価格改定により、1会員当たりの人気バッグが増えた結果、満足度向上に繋がり保有期間が伸びていることも一因。  
 結果として、チャーン改善にも繋がっている。

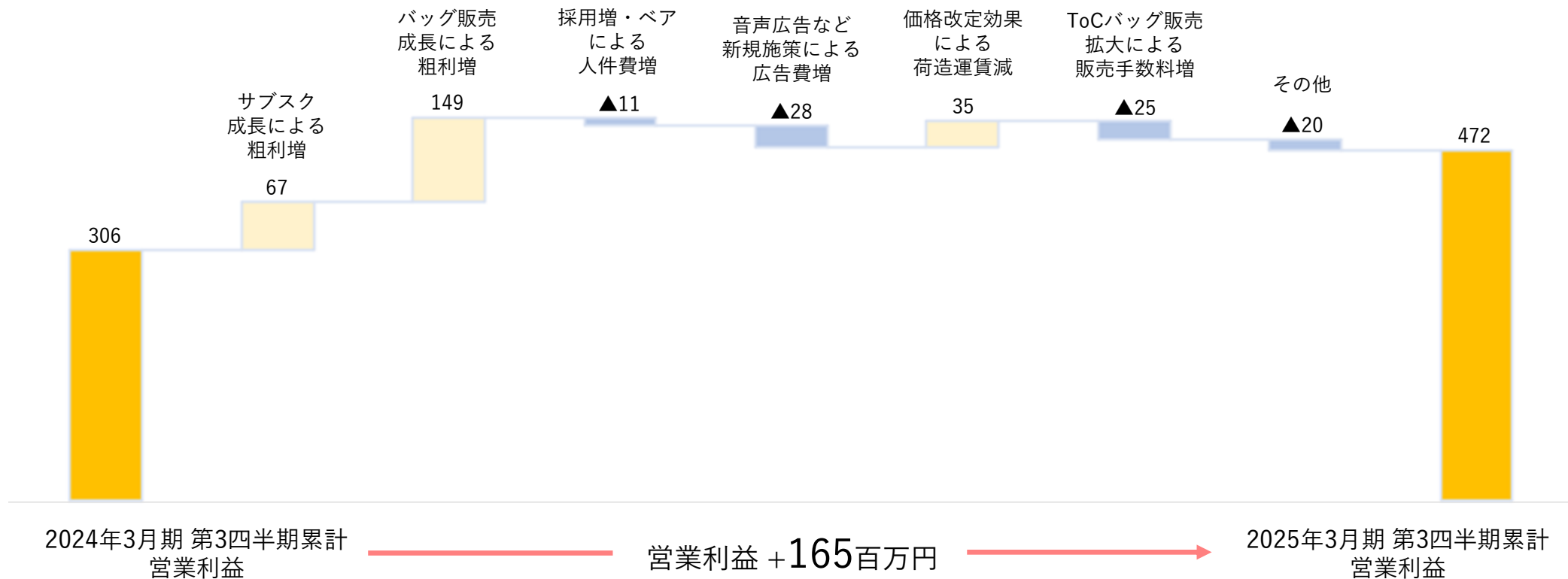
注：切り捨て表記のため、数値の合計が一致しない場合がある ※1：24/3期・25/3期ともに単体数値

## 営業利益の増減要因

売上総利益は、サブスク・バッグ販売の成長により216百万円の増収（前年同期比+17.2%）となり、人件費、広告費、販路拡大に伴うコスト等の増加を吸収し、営業利益は165百万円の増収（前年同期比+54.0%）

## 2025年3月期 第3四半期累計の営業利益増減要因

単位：百万円



注：切り捨て表記のため、数値の合計が一致しない場合がある

## 第3四半期（10月～12月）業績ハイライト

- サブスクは、従来からの主要な広告チャネルであるSNS等を通じた認知強化活動に加え、動画広告・音楽等のデジタル配信サービスやラジオを通じた音声広告を拡大した結果、第2四半期と比較して新規会員獲得数及び復活数が改善（好調に推移している動画・音声広告に更に注力し、会員数の上積みを図る）
- バッグの2つ持ちの利用訴求の強化によりダブルプラン契約数は204件増加（前年同期比+8.0%）
- 以上の結果、12月末における一人当たりサブスク売上は8,750円と959円増加（前年同期比+12.3%）
- 前払式支払手段である「ラクサス・キャッシュ」のオートチャージ機能の利用拡大や、手元にバッグがない期間をゼロにする「プレミアム交換」の対象者拡大、人気・需要が高いバッグを増強する戦略的な資産の入替等に取り組むことで顧客満足度の向上に努めた結果、12月末のチャーンレートは対前年同月比▲1.6%
- バッグ販売は、インバウンド需要や年末需要により国内店舗（原宿・銀座等のユースドSHOP）販路が好調に推移。また、円安の影響で海外EC販路で販売単価が向上し伸長（今後も単価が高い販路の開拓に注力）
- 結果として、売上高は79百万円の増収と堅調に推移（前年同期比+13.9%）
- 売上総利益は、35百万円の増収（前年同期比+7.8%）
- 広告宣伝費は、今後に向けた新規販路への先行投資より23百万円増加（前年同期比+28.5%）
- 一過性費用として上場関連費用を計上したことで、当期純利益は14百万円の減益（前年同期比▲11.5%）となるも、通期の計画に変更はなし

## 2025年3月期 第3四半期（10月～12月）業績（収支）

売上高は、サブスクに加えインバウンドや年末需要等によりバッグ販売も伸長し、79百万円の増収（前年同期比+13.9%）と好調。また、上場費用の計上により当期純利益は減益も通期計画に変更なし

| （単位：百万円）   | 2025年3月期※1<br>第3四半期 | 2024年3月期※1<br>第3四半期 | 増減額 | 増減率    |
|------------|---------------------|---------------------|-----|--------|
| 売上高        | 650                 | 570                 | 79  | +13.9% |
| 売上総利益      | 487                 | 451                 | 35  | + 7.8% |
| 売上総利益率     | 74.9%               | 79.2%               |     |        |
| 販売費及び一般管理費 | 353                 | 332                 | 21  | + 6.3% |
| 販管費率       | 54.3%               | 58.2%               |     |        |
| EBITDA※2   | 221                 | 198                 | 22  | +11.5% |
| EBITDAマージン | 34.0%               | 34.8%               |     |        |
| 営業利益       | 133                 | 119                 | 14  | +12.0% |
| 営業利益率      | 20.6%               | 20.9%               |     |        |
| 当期純利益      | 108                 | 122                 | ▲14 | ▲11.5% |
| 当期純利益率     | 16.7%               | 21.5%               |     |        |

注：切り捨て表記のため、数値の合計が一致しない場合がある ※1：24/3期・25/3期ともに単体数値 ※2：EBITDA=営業利益+減価償却費

## 2025年3月期 第3四半期（10月～12月）業績（販管費）

人件費は、ベースアップの影響により4百万円増加も売上高の伸びで売上比率は低下（前年同期比▲1.5%）  
 広告宣伝費は、会員拡大の取り組みの加速により23百万円増加（前年同期比+1.8%）  
 販売手数料は、BtoBtoCバッグ販売拡大が要因で6百万円増加（前年同期比+0.6%）

| （単位：百万円）     |     | 2025年3月期※1<br>第3四半期 | 2024年3月期※1<br>第3四半期 | 増減額 | 増減率    |
|--------------|-----|---------------------|---------------------|-----|--------|
| 人件費          |     | 109                 | 105                 | 4   | +4.2%  |
|              | 売上比 | 16.9%               | 18.4%               |     |        |
| 広告宣伝費        |     | 104                 | 81                  | 23  | +28.5% |
|              | 売上比 | 16.1%               | 14.3%               |     |        |
| 荷造運賃         |     | 33                  | 45                  | ▲11 | ▲26.2% |
|              | 売上比 | 5.2%                | 8.0%                |     |        |
| 販売手数料        |     | 28                  | 22                  | 6   | +29.0% |
|              | 売上比 | 4.5%                | 3.9%                |     |        |
| その他経費        |     | 76                  | 77                  | ▲1  | ▲1.7%  |
|              | 売上比 | 11.7%               | 13.6%               |     |        |
| 販売費及び一般管理費 計 |     | 353                 | 332                 | 21  | +6.3%  |
|              | 売上比 | 54.3%               | 58.2%               |     |        |

→ 価格改定により、1会員当たり的人气バッグが増えた結果、満足度向上に繋がり保有期間が伸びていることも一因。  
 結果として、チャーン改善にも繋がっている。

注：切り捨て表記のため、数値の合計が一致しない場合がある ※1：24/3期・25/3期ともに単体数値

## 第3四半期（10月～12月） 主要トピックス

| 領域   | 主要トピックス  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>・サブスクサービスの強化と体験価値の改善</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 新規会員獲得販路として、動画広告・音声広告（Spotifyやラジオ広告）の開拓/拡大</li> <li>● IPOに合わせた上場キャンペーンの実施</li> <li>● 前払式支払手段である「ラクサス・キャッシュ」のオートチャージ機能の拡大</li> <li>● ユーザーより好評を得ている、手元にバッグがない期間をゼロにする「プレミアム交換」サービスの対象者拡大</li> <li>● 資産入替による顧客満足度向上に向け、顧客とのタッチポイントとして店舗機能の開始に向けた東京オフィスの移転 <ul style="list-style-type: none"> <li>-toC販売・EC拡大のためのささげ機能の準備</li> </ul> </li> <li>● より販売単価の高いBtoBtoC（委託販売）販路の拡大 <ul style="list-style-type: none"> <li>-海外EC・海外ライバー・国内ユースド店舗等</li> </ul> </li> </ul> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>・オペレーションの精度向上</li> </ul>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>● 入会審査のセキュリティ強化を図るためサブスクシールド導入</li> <li>● 将来の安定的な回収を見込んだ決済方法の切り替えを実施</li> </ul>   |

### 03. 第4四半期以降の方針・検討事項に関して



## 第4四半期以降（来期含む）、当社成長に向け以下方針・テーマを検討（1/2）

### ■ サービスの連続的な導入・拡大を図り、より強固な事業基盤を確立

#### 体験価値最大化＝顧客LTVの向上

- ✓ レンタルニーズ（需給）に応じたプライスレンジ拡大等によるバッグが使える機会の拡大
  - ＞ よりハイエンドバッグを借りたい、もっと気軽に交換したい、もっとバッグを持ちたいニーズへの対応
- ✓ シェアリング利用中のバッグを購入できるお試し販売（＝『買えちゃうラクサス』）の進化
  - ＞ より安全性・利便性の高い決済手段の提供を目的に、「ビットコイン」決済導入
  - ＞ サブスク料金と同時にお支払い可能な『ラクサスファイナンス』への手数料・金利を考慮した仕組み

#### ユーザーコミュニティの継続的拡大

- ✓ シェアを愛してくださるユーザーの持続的増加
  - ＞ ロイヤルユーザーの継続的拡大／新規キャンペーンの適切な見直し

#### ”バッグの生涯価値最大化“

- ✓ バッグ当たり収益の最大化に向け、消費者ダイレクトに近い販路を拡大
  - ＞ 東京（表参道）拠点のインバウンド向け小売機能設置やtoCプレイスへの直接出品（在庫連携）
  - ＞ 中期的には、『買えちゃうラクサス』のノウハウを生かした独自販路検討

注：これらの将来に関する記述は、様々なリスクや不確定要素に左右され、実際の将来における事業内容や業績等が、将来に関する記述に明示又は黙示された予想とは大幅に異なることとなる可能性があります。したがって、将来予想に関する記述に依拠することのないようご注意ください



## 第4四半期以降（来期含む）、当社成長に向け以下方針・テーマを検討（2/2）

### ■ 外部協業による非連続的成長への試行

#### Sharing as a Service (ShaaS)

#### ✓ 外部への提供。他社との協業。による事業の非連続的拡大

- ＞ 当社が持つ機能（シェアリング・販売・メンテナンス・アプリ）をOEMサービス化
- ＞ 多くの顧客を持つ非サブスク事業者等が、自社顧客に新たなシェアリング体験を提供できる仕組み

### ■ ユーザー／株主と共に創るシェアリング文化の追求

#### インベスタマーの拡大

#### ✓ 「ユーザーを株主に」、「株主をユーザーに」と、エンゲージメントの増加に寄与する「株主優待」を導入

注：これらの将来に関する記述は、様々なリスクや不確定要素に左右され、実際の将来における事業内容や業績等が、将来に関する記述に明示又は黙示された予想とは大幅に異なることとなる可能性があります。したがって、将来予想に関する記述に依拠することのないようご注意ください

## 04. 2025年3月期 業績予想



## 当事業年度 業績予想

当事業年度の通期予想は、売上高2,693百万円（前期比+22.8%）、当期純利益455百万円（前期比+9.6%）

|              | 2025年3月期予想<br>(百万円) | 対売上比率<br>(%) | 前期比増減率<br>(%) |
|--------------|---------------------|--------------|---------------|
| 売上高          | 2,693               | 100.0        | +22.8         |
| 営業利益         | 634                 | 23.6         | +39.6         |
| 経常利益         | 576                 | 21.4         | +23.4         |
| 当期純利益        | 455                 | 16.9         | +9.6          |
| 1株当たり当期純利益※1 | 21円64銭              |              |               |
| 1株当たり配当金     | —                   |              |               |

## 【ご留意事項】

- ・ 今期第4四半期のサブスク売上は、前年同期に価格改定による一時的なプラス要因があったため、前年比で減少を見込んでいます。
- ・ 将来の安定的な回収を見込んだ決済方法の切り替えを進めたことで、今期第4四半期から一時的に回収率に影響が出ると想定しております。  
一方で、回収方法の拡充や、保険加入による高額バッグのレンタル時のリスクを低減に取り組んでおります。
- ・ 2024年3月期 第4四半期に特別利益として計上した「関係会社貸倒引当金戻入益」が今期第4四半期は発生しないため、当期純利益は前年比で減少する見込みです。  
⇒これらの要因は、一定程度今期の着地見込みに織り込んでおり、通期業績予想に変更はございません。

※1：2025年3月期（予想）の1株当たり当期純利益は、公募株式数（6,543,600株）を含めた期中平均発行済株式数により算出しております

## 05. IR方針・株主還元について



## IR・利益還元方針、株主優待について

株主、投資家の皆様へ向けて適切なタイミングで公平な情報の開示に努めてまいります。株主優待は、当社サービスの認知や理解に繋がる制度をなるべく早い時期に導入すべく検討しております

- ✓ 当社は、当社に対する理解を深めていただくためのコミュニケーションの確立が重要だと考えております。そのため、株主、投資家の皆様への適時・適切な情報開示に加えて、お知らせ・PR情報を活用した継続的な情報発信や、各種説明会開催による双方向コミュニケーションの充実などを検討してまいります。
- ✓ 当社は、株主の皆様に対する配当の実施は重要課題の一つと認識しておりますが、現時点においては、成長投資と財務健全性の確保が、株主の皆様に対する最大の利益還元につながると判断しております。
- ✓ 当社サービスは個人ユーザーに支えられていること、個人投資家の皆様の構成比率が高いことを鑑み、当社サービスの認知や理解の拡大につながる優待制度をなるべく早い時期に導入すべく検討しております。

## 06. Appendix



## 投資家の皆様より多く寄せられた質問と回答

| 投資家の皆様より多く寄せられた質問    | 回答  |
|----------------------|---|
| 株主優待等は検討していますか？      | 多くの投資家様よりお問い合わせをいただいておりますが、株主の皆様にとって利便性が高い株主優待制度を慎重に検討を進めており、なるべく早い時期に導入すべく検討しております。  |
| 主要株主の保有株式数に変動はありますか？ | <p>IPO時、当社株式に対する投資家の皆様からの需要が旺盛であったことから、主要株主様のご協力でオーバーアロットメントを実施しました。</p> <p>これは当初から計画されていた当社株式の追加販売であり、主要株主様が上場後に追加売却を決定したものではありません。</p> <p>なお、当社の主要株主である株式会社ワールド及び児玉昇司氏は、主幹事証券会社との間で、主幹事証券会社の事前の書面による同意なしには、保有する当社普通株式の売却・貸株等を行わないロックアップ期間を設けております。</p> <p>詳細は次ページをご確認ください。</p> <p>当社普通株式の東京証券取引所グロース市場への新規上場前後における主要株主の保有株式数の状況は次ページのとおりとなります。</p> <p>なお、当社株式に対する投資家様の需要が旺盛であったことから主要株主のオーバーアロットメントによる株式売出しを実施しております。</p> |

## 投資家の皆様より多く寄せられた質問と回答

## 投資家の皆様より多く寄せられた質問

主要株主の保有株式数に変動はありますか？

## 回答

(1) 株式会社ワールド

|                               | 保有株式数        | 持ち株比率 | 大株主順位 |
|-------------------------------|--------------|-------|-------|
| 上場前                           | 11,943,934 株 | 62.5% | 第1位   |
| 引受人の買取引受による売<br>出後<br>(注)2    | 11,363,434 株 | 44.3% | 第1位   |
| オーバーアロットメントに<br>よる売出後<br>(注)1 | 10,662,934 株 | 41.6% | 第1位   |

(2) 児玉昇司

|                               | 保有株式数       | 持ち株比率 | 大株主順位 |
|-------------------------------|-------------|-------|-------|
| 上場前                           | 7,166,849 株 | 37.5% | 第2位   |
| 引受人の買取引受による売<br>出後<br>(注)2    | 6,818,549 株 | 26.6% | 第2位   |
| オーバーアロットメントに<br>よる売出後<br>(注)1 | 6,398,249 株 | 24.9% | 第2位   |

(注) 1. 引受人の買取引受による売出後の保有株式数は、オーバーアロットメントによる貸株数は反映していません。

(注) 2. オーバーアロットメントによる売出後の保有株式数は、主要株主が主幹事証券会社に対して貸し付けていた当社普通株式に関し、主幹事証券会社がグリーンシュエアオプションの権利を行使したことによる減少を反映した株式数となります。

なお、当社の主要株主である株式会社ワールド及び児玉昇司氏は、主幹事証券会社との間で、当社上場日後180日目の2025年6月10日（当日を含む）までの期間中、主幹事証券会社の事前の書面による同意なしには、保有する当社普通株式の売却（ただし、引受人の買取引受による売出し、オーバーアロットメントによる売出しのために当社普通株式を貸し渡すことは除く）等を行わない旨を合意しております。



## 投資家の皆様より多く寄せられた質問と回答

| 投資家の皆様より多く寄せられた質問         | 回答   |
|---------------------------|--|
| 同業他社はどこですか？               | ラグジュアリーバッグのシェアリング領域において、直接的な競合はないと考えております。<br>なお、ラグジュアリー市場全般という意味では、リユース・2次流通業者が間接的な競合になると認識しております。  |
| レンタル用のバッグはどこから仕入れているのですか？ | 仕入ルートは、世界的にも優良市場と言われる国内の2次流通市場の卸業者が主な取引先となっております。また、オークションによる仕入れも増加させております。  |
| ユーザー数について季節性がありますか？       | ユーザーの利用意欲（モチベーション）は年間を通じて変化するため、上半期（4月1日より9月30日）は減少する傾向となり、秋の行楽シーズンのお出かけ需要や卒業式や入学式、新年度・新生活の準備等もあり、下半期（10月1日より3月31日）にかけて増加する傾向にあります。<br>一方で、モチベーション需要で開始したスポット利用ユーザーは、イベントに伴うモチベーション低下はあるものの、日常利用ユーザー（＝ラクサスのビジネスを支えているユーザー）は安定しているので、スポット利用ユーザーに対してイベントや利用のきっかけを提供（コーデ相談やランキング等）して、日常利用ユーザーを増やす活動をしております。 |

## 本資料の取り扱いについて

本資料は、当社の会社情報等の開示のみを目的として当社が作成したものであり、日本国、米国その他の一切の法域における有価証券の買付け又は売付け申し込みの勧誘を構成するものではありません。日本国、米国その他の法域において、適用法令に基づく登録若しくは届出又はこれらの免除を受けずに、当社の有価証券の募集又は販売を行うことはできません。

本資料の作成にあたり、当社は当社がその作成時点において入手可能な情報の真実性、正確性及び完全性に依拠し、かつ前提としており、その真実性、正確性及び完全性について、当社は何ら表明及び保証するものではありません。本資料に記載された情報は、事前に通知することなく変更されることがあります。本資料及びその記載内容について、当社の書面による事前の同意なしに、いかなる目的においても、第三者に開示し又は利用させることはできません。将来の事業内容や業績等に関して本資料に記載された記述は、将来予想に関する記述です。将来予想に関する記述には、「目指す」、「予測する」、「想定する」、「確信する」、「継続する」、「試みる」、「見積もる」、「予期する」、「施策」、「意図する」、「企図する」、「可能性がある」、「計画」、「潜在的な」、「蓋然性」、「企画」、「リスク」、「追求する」、「はずである」、「努力する」、「目標とする」、「予定である」又は将来の事業活動、業績、出来事や状況を説明するその他の類似した表現を含みます。

将来予想に関する記述は、本資料作成時点において入手可能な情報をもとにした当社の経営陣の判断に基づいて作成しており、これらの記述の中には、様々なリスクや不確定要素が内在します。そのため、これらの将来に関する記述は、様々なリスクや不確定要素に左右され、実際の将来における事業内容や業績等が、将来に関する記述に明示又は黙示された予想とは大幅に異なることとなる可能性があります。したがって、将来予想に関する記述に依拠することのないようご注意ください。

当社は、新たな情報、将来の出来事やその他の発見に照らして、将来予想に関する記述を変更、更新又は訂正する一切の義務を負うものではありません。当社以外の会社又は当事者に関連する情報又はそれらにより作成された情報は、一般的に入手可能な情報及び本資料で引用されているその他の情報に基づいており、当社は、当該情報の正確性及び適切性を独自に検証しておらず、また、当該情報に関して何らの保証もするものではありません。

皆様の平和を祈る気持ちが  
合計 13,895羽の折り鶴となりました



# Lexus

世界中に笑顔を。