

# 2015年2月期 決算説明会資料

2015年4月22日

PAL GROUP

株式会社パル 証券コード:2726

SMILE  
IS  
POWER.

社員と株主みんなの幸せのための経営



SMILE  
IS  
POWER.

PAL GROUP

目次

<b>財務報告</b> .....	2
-------------------	---

2015年2月期 決算概況 .....	3
---------------------	---

2016年2月期 業績見通し .....	15
----------------------	----

<b>経営ビジョン</b> .....	17
---------------------	----

<b>トピックス</b> .....	31
--------------------	----



SMILE  
IS  
POWER.

PAL GROUP

# 財務報告

2015年2月期 決算概況  
2016年2月期 業績見通し

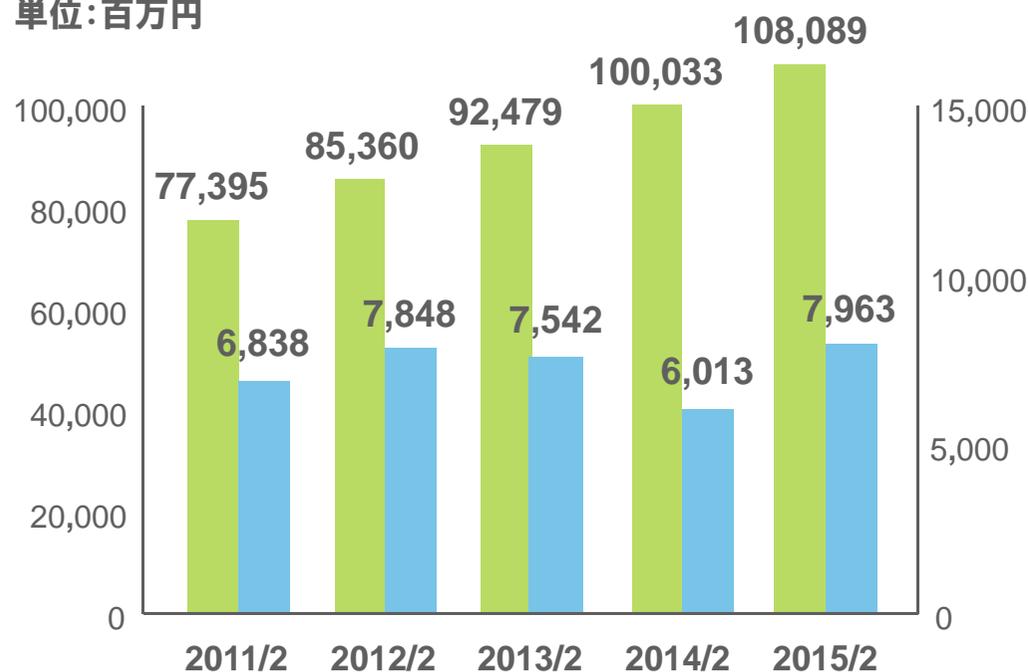


- **売上高**：連結、単体ともに計画数値上回り、過去最高に
- **経常利益**：中間期で上方修正した数値を、連結、単体ともクリアー  
：連結では過去最高益を達成し、15円の増配へ

## 連結

■ 売上高 ■ 経常利益

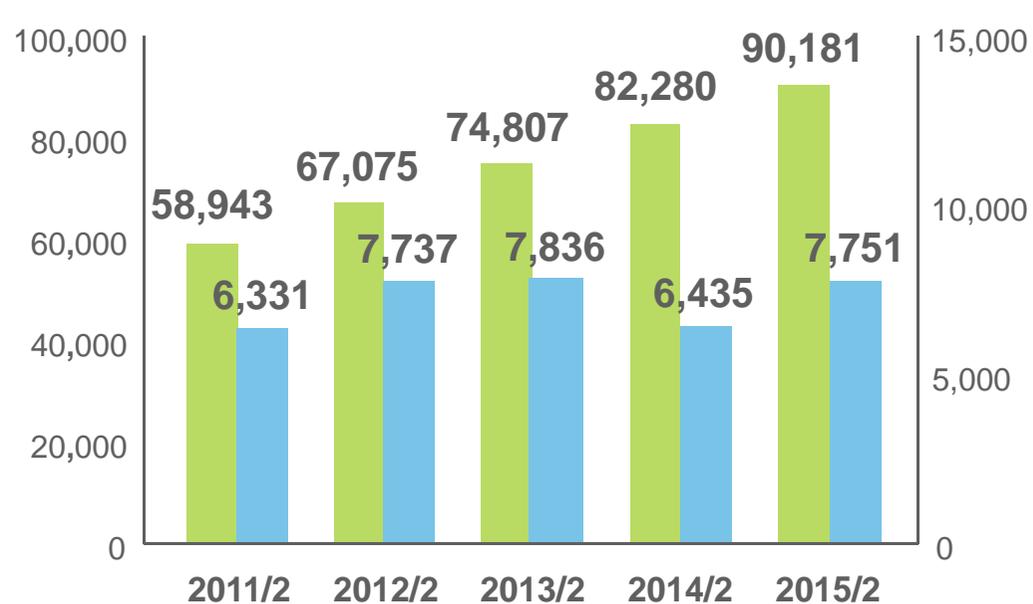
単位：百万円



## 単体

■ 売上高 ■ 経常利益

単位：百万円



# 2015年2月期 連結損益状況

PAL GROUP

単位:百万円

	2014年2月期	2015年2月期			
		公表値	実績	前年比	公表値比
売上高	100,033			106,300	108,089
売上総利益	54,710	59,564	60,944	111.4%	102.3%
(売上比)	54.7%	56.0%	56.4%	—	—
営業利益	5,969	7,270	8,066	135.1%	110.9%
(売上比)	6.0%	6.8%	7.5%	—	—
経常利益	6,013	7,260	7,963	132.4%	109.7%
(売上比)	6.0%	6.8%	7.4%	—	—
当期純利益	2,910	3,650	4,092	140.6%	112.1%
(売上比)	2.9%	3.4%	3.8%	—	—

- 一段と進む円安での製造コストアップは、MD大改革によるプロパー消化比率向上や、在庫管理の徹底により、確実に吸収出来た。グループ会社では、ナイスクラブや英インターナショナルで、パル流の経営浸透により、大きく回復してきている。

# 2015年2月期 単体損益状況

PAL GROUP

単位:百万円

	2014年2月期	2015年2月期			
		公表値	実績	前年比	公表値比
売上高	82,280	88,400	90,181	109.6%	102.0%
売上総利益	45,516	50,087	51,239	112.6%	102.3%
(売上比)	55.3%	56.7%	56.8%	—	—
営業利益	6,347	7,468	7,839	123.5%	105.0%
(売上比)	7.7%	8.5%	8.7%	—	—
経常利益	6,435	7,420	7,751	120.5%	104.5%
(売上比)	7.8%	8.4%	8.6%	—	—
当期純利益	3,368	3,990	4,145	123.1%	103.9%
(売上比)	4.1%	4.5%	4.6%	—	—

- 中期的なビジョンでのMD大改革は、短サイクル化の推進が、グループ全体で、ほぼ半ばまで進展。2015年度での完成を目指すと共に、生産プラットフォームの集約化による質向上と、コストダウンの一層の進化を目指し、組織を新設する。

単位:百万円

	2014年1月期 実績	2015年1月期 実績	2016年1月期 (通期予想)	前期増減率
売上高	9,689	9,232	9,626	104.3%
営業利益	△365	91	153	168.1%
経常利益	△344	92	155	168.5%
当期純利益	△539	△20	55	—

- 効率性を重視した店舗見直しを一層進めていった結果、新規出店7店に対し、退店15店の、8店舗減少することになりました。この施策により、売上高は減少しましたが、販管費を大幅に減少することが、出来ました。
- 原価の見直しによる原価率の改善と、商品生産数量の適正化により、プロパー消化率が改善され、粗利益率は、前年比で3.3ポイント上昇しました。
- 平成27年3月10日の取締役会決議により、株式交換による(株)パルの完全子会社となることを決定、株主総会での承認を経て、6月1日付けで効力発生の予定。

# セグメント別販売実績及びEC売上高の状況

PAL GROUP

単位:百万円

		2014年2月期	2015年2月期	前年度比
衣料	売上高	78,970	83,454	5.7%
	構成比	78.9%	77.2%	
	営業利益	4,735	6,777	
	営業利益率	6.0%	8.1%	
雑貨	売上高	20,895	24,503	17.3%
	構成比	20.9%	22.7%	
	営業利益	1,231	1,253	
	営業利益率	5.9%	5.1%	
その他	売上高	168	133	

		2014年2月期	2015年2月期	前年度比
EC売上高	ZOZO TOWN	2,348	2,216	△5.6%
	自社PALCLOSET	1,136	1,165	2.6%
	その他	1,545	1,612	4.3%
	合計	5,029	4,993	△0.7%
	対衣料売上高比率	6.4%	6.0%	

- MD改革による好結果として、衣料事業での利益回復基調が明確になる。

## 売上高

単位:百万円

5,359

5,214

5,049

△3.2%

2013/2

2014/2

2015/2

## 売上高

単位:百万円

4,101

4,597

3,964

△13.8%

2013/2

2014/2

2015/2

## 売上高

単位:百万円

4,783

4,699

4,488

△4.5%

2013/2

2014/2

2015/2

### Ciaopanic®

メンズ・レディースのベーシックスタイルを中心としたオリジナル商品をメインに、国内外から高感度なカジュアルアイテムを集め、都市で生活する感度の高いお客様へむけて、アダルトでスタイリッシュなライフスタイルを常に提案していきます。

### チャオパニック

店舗数 22店舗 (+1)



### mystic

女性なら誰もが待ち合わせている「セクシーと自然体。」その異なる2面性の微妙な境界線をリアルクローズに落とし込み、トータルコーディネートで提案しています。

### ミスティック

店舗数 28店舗 (+1)



### PAPILLONNER

「PAPILLONNER」の意味は、「移り気な…」 「変化する…」自分への投資を惜しまず、常に探求心を持ち続ける大人の女性、背伸びをして自分を高めようとする人達に提案するショップです。

### パピヨネ+earパピヨネ 41店舗 (+3)



10way BAG

## 売上高

単位:百万円

5,065

4,802

4,979

3.7%

2013/2

2014/2

2015/2

## 売上高

単位:百万円

5,589

6,377

6,943

8.9%

2013/2

2014/2

2015/2

## 売上高

単位:百万円

12,609

14,833

17,117

15.4%

2013/2

2014/2

2015/2



GALLARDAGALANTE

「GALLARDAGALANTE」とは、  
コケティッシュでいて洗練された、奔放でいて  
上品なというスペイン語の造語です。私たちは  
その意味のもと流行に左右されず、自分らしさを  
表現するためのお洋服を提案しています。

ガリャルダガランテ 店舗数 23店舗 (+1)



russet

何年経っても色褪せない、使い込むほどに  
その人に馴染んでいく、かけがえない永遠の  
存在となりえる究極の定番に、  
時代の艶感をそえて懐かしくもめくもりのある  
商品を提案します。

ラシット

店舗数 56店舗 (+7)



3COINS

HAPPY LIFE CREATOR(幸せな生活の創造者)  
として皆様の毎日を“ちょっと幸せ”にする雑貨を  
ご提案しています。キッチンやインテリア用品に  
至るまで全ての商品が¥324という  
驚きとともに選ぶ楽しさ、使う喜びを一人でも  
多くの皆様感じていただきたい…  
そんな思いが込められた雑貨店です。

スリーコインズ 店舗数 130店舗 (+26)

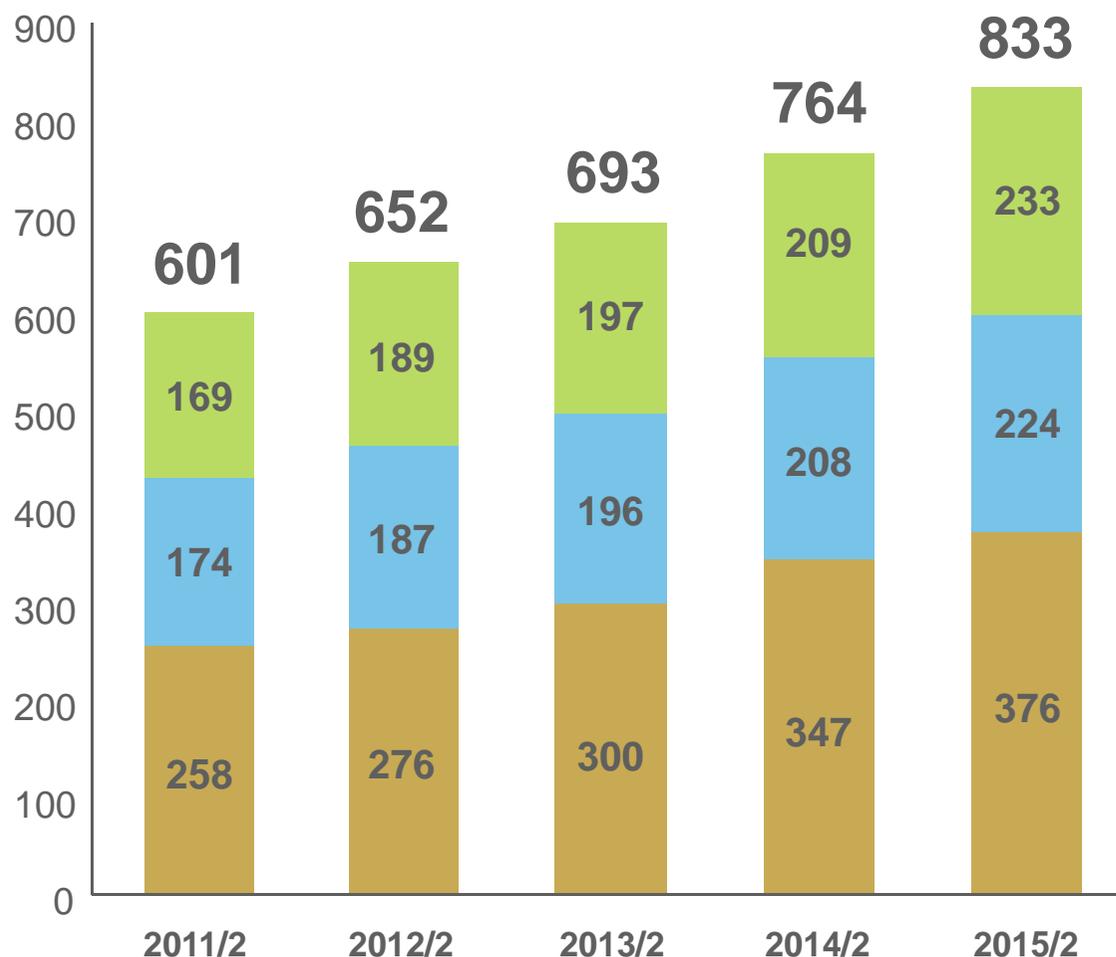


単位:百万円

	2014年2月期	2015年2月期	前年度比
単体	39,169	43,400	110.7%
連結	48,741	52,878	108.5%
販管比率（連結ベース）	48.7%	48.9%	0.2%
人件費率	18.2%	18.3%	0.1%
賃料費率	16.7%	16.8%	0.1%
広告宣伝費率	1.0%	0.9%	△0.1%

- 販売管理費については、概ねコントロール出来た。

## 期末店舗数833店舗 (前期比+69店)



### ● 出店状況

引き続き出店要請が旺盛で、新規出店が121店、退店が52店で、前期比69店舗の増加となった。(別途、業態変更21店舗あり)

### ● 各ブランドの出店状況

衣料全体で84店舗出店。ディスコートグループで10店舗、ガリヤルダガランテグループで9店舗、ラシットで7店舗、チャオパニックTYPYで、8店舗など、分散を図りながらの出店戦略を展開。

また、3コインズで20店舗など雑貨全体で37店舗出店と、依然出店ニーズは高い。

# 特別損益

PAL GROUP

単位:百万円

	2014年2月期	2015年2月期
関係会社株式売却益	—	—
固定資産売却益	—	—
負ののれん発生益	—	—
その他	—	—
<b>特別利益合計</b>	<b>—</b>	<b>—</b>
固定資産除却損	340	197
リース契約解約損	12	6
貸倒引当金繰入額	—	—
減損損失	422	350
関係会社株式評価損	29	—
投資有価証券評価損	—	100
災害義捐金等	—	—
災害による損失	—	—
資産除去債務会計基準に伴う影響額	—	—
その他	1	8
<b>特別損失合計</b>	<b>807</b>	<b>664</b>

# 連結貸借対照表

PAL GROUP

単位:百万円

	2014年2月期	2015年2月期	前期末比増減	備考
<b>流動資産</b>	44,340	57,981		
現金及び預金	33,044	43,503		
売掛金	4,146	5,603		
たな卸資産	5,961	7,707		
その他	1,217	1,168		
<b>固定資産</b>	21,839	24,041		
有形固定資産	8,053	9,211		
無形固定資産	61	201		
投資その他の資産	13,740	14,629		
<b>資産合計</b>	66,180	82,023		
<b>流動負債</b>	21,861	32,596		
<b>固定負債</b>	11,087	13,110		
<b>負債合計</b>	32,949	45,706		
<b>純資産合計</b>	33,231	36,316		
<b>負債資本合計</b>	66,180	82,023		

単位:百万円

	2014年2月期	2015年2月期
営業活動によるキャッシュ・フロー	4,440	13,084
投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,174	△543
財務活動によるキャッシュ・フロー	△2,759	△1,297
現金及び現金同等物の増加（減少）額	507	11,245
現金及び現金同等物の期首残高	31,750	32,258
現金及び現金同等物の期末残高	32,258	43,503

- 利益の回復に伴う、手元流動性の向上が明確になった。

## 1. 連結

単位:百万円

	2015年2月期	2016年上期	2016年下期	2016年2月期	前期比
売上高	108,089	57,712	61,831	119,540	10.6%
売上総利益	60,944	32,738	35,022	67,760	11.2%
販売管理費	52,878	28,809	30,178	58,987	11.6%
営業利益	8,066	3,929	4,844	8,770	8.7%
経常利益	7,963	3,872	4,652	8,520	7.0%
特別損益	650	190	490	680	4.6%
当期純利益	4,092	2,859	2,503	5,360	31.0%
	粗利 56.4%			粗利 56.7%	

## 2. 単体

	2015年2月期	2016年上期	2016年下期	2016年2月期	前期比
売上高	90,181	48,200	51,200	99,400	10.2%
売上総利益	51,239	27,560	29,240	56,800	10.9%
販売管理費	43,400	23,470	24,530	48,000	10.6%
営業利益	7,839	4,090	4,710	8,800	12.3%
経常利益	7,751	4,070	4,530	8,600	11.0%
特別損益	521	150	450	600	15.2%
当期純利益	4,145	2,360	2,553	4,910	18.5%
	粗利 56.8%			粗利 57.1%	

- MD改革の一層の推進より、衣料事業中心に粗利益率の改善を見込む。

## 1. 店舗数の状況

( )内、期初時点の想定数

	2013年2月期	2014年2月期	2015年2月期	2016年2月期
パル、新規店舗増加数	83	87 (54)	105	(75)
子会社での新規店舗増加数	—	34 (8)	16	(5)
退店店舗数 (連結合計)	42	50 (6)	52	(30)
店舗数純増	41	71 (56)	69	(50)
会計年度末の店舗数	693	764 (749)	833	(888)

## 2. 既存店売上の状況 (ナイスクラブが上場廃止になる予定で、パルで一本化へ)

	2015年2月期	2016年2月期
既存店売上推移	100.4	100.0

## 3. 客数、客単価の推移

	客単価前年度比	客数前年度比
衣料事業	5.5%	△4.5%
雑貨事業	△1.6%	2.6%
全体	△0.7%	1.1%

SMILE  
IS  
POWER.

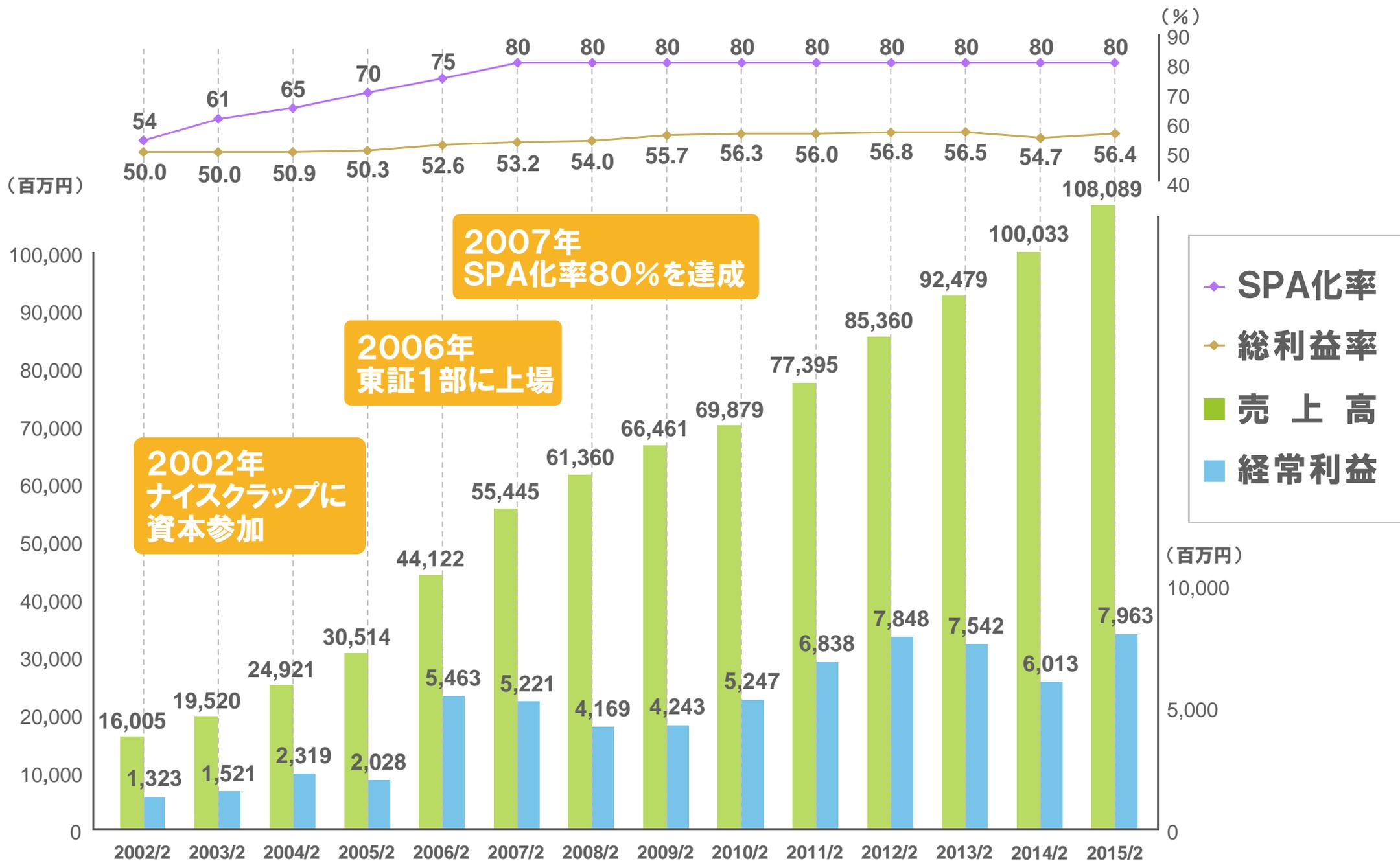
PAL GROUP

# 経営ビジョン

業績推移  
中長期ビジョン  
当社の強み  
ビジネスモデル  
株主還元策

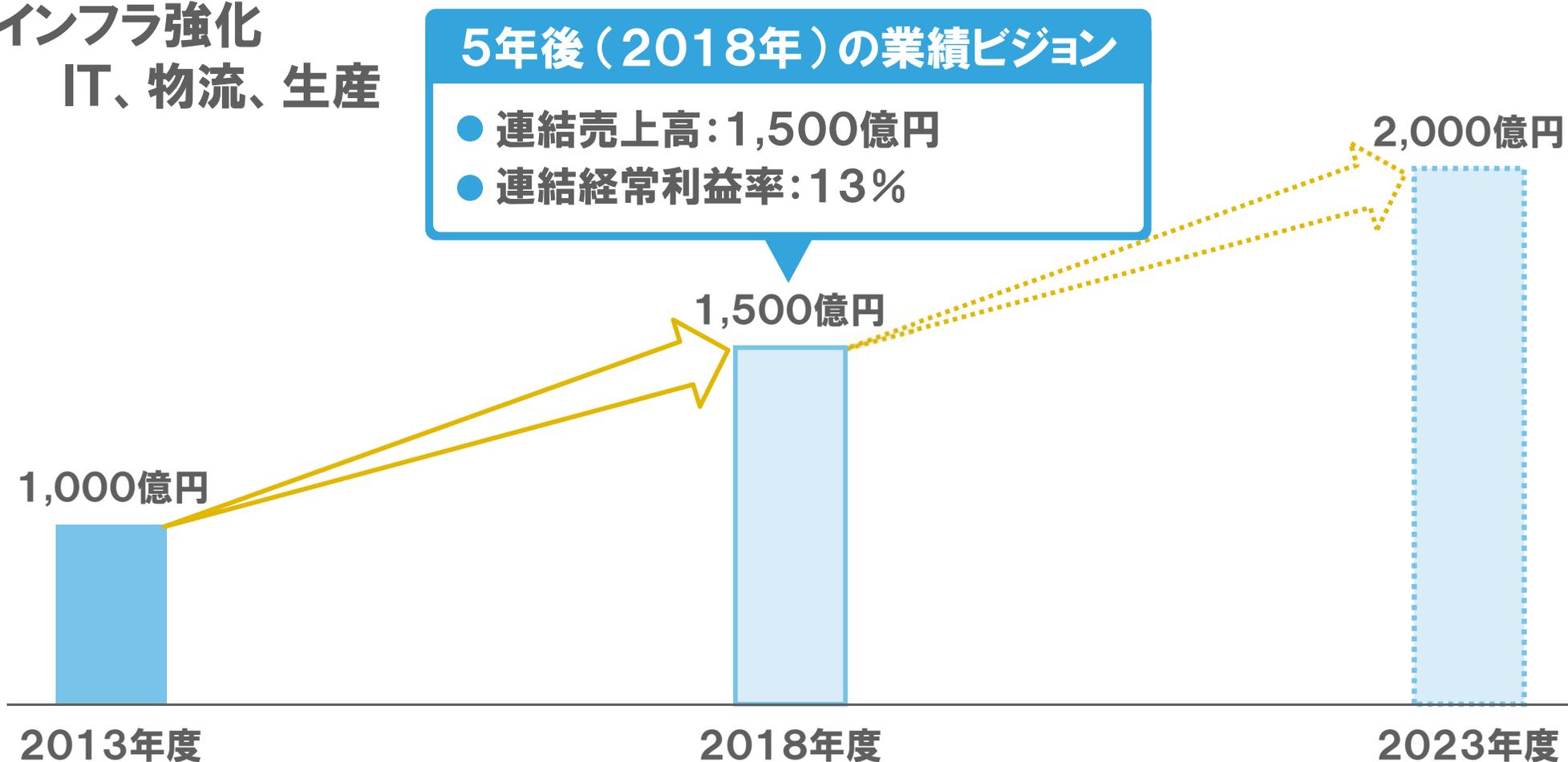


# 業績推移



## 事業戦略

- 『パル流』経営のグループ会社への一層の浸透
- 新規ブランドの創設（社内外提案、M&A）
- インフラ強化  
IT、物流、生産



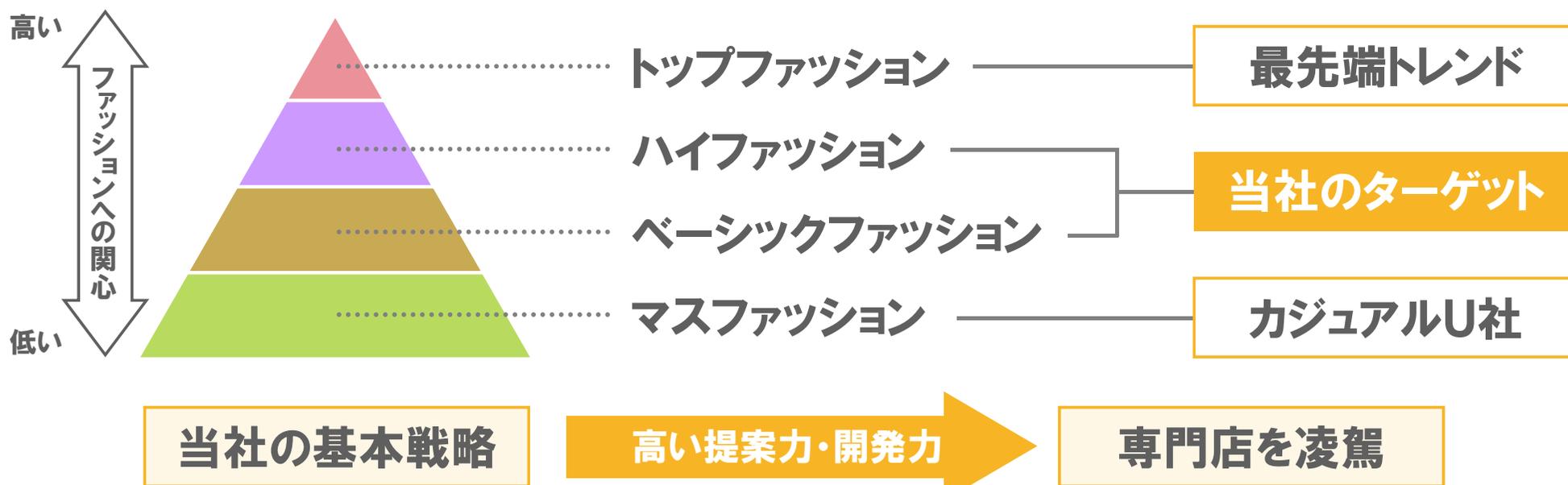


## マスマッション向けの価格破壊型U社とは対極

若い世代の購買意欲は、  
デフレ不況の中でも減退していない



提案力・企画開発力の高い企業は  
業績の伸長が可能



トップファッション

渋谷109型・ロック型・ストリート型等に代表される、目立ちたがりやの若者の奇抜なファッション

ハイファッション

高い感性を持ったファッションリーダーが、トップファッションの中からエキスを抽出し、創り出したファッション

ベーシックファッション

ハイファッションの中からオシャレに関心のある多くの若者層が追随してトレンドとなったファッション

マスマッション

流行の少ない実需衣料

価格破壊型U社とは対極のポジション

ファッションというソフトを売っている

ファッションとは、情緒的満足を求めて流れていくファッションというソフトを創ること

マーケットインの経営＝提案力・企画開発力が企業の力を左右する

当社の **提案力** を支えているもの

後発の小売店であるが故に、提案力がなければ成長できないという歴史的背景

提案を受けるに当って、消費者と同世代、同感覚の若く感性のある者を積極的に活用

拝啓社長殿を中心とした提案制度による意見の吸上げ、積極的提案の起こる社風

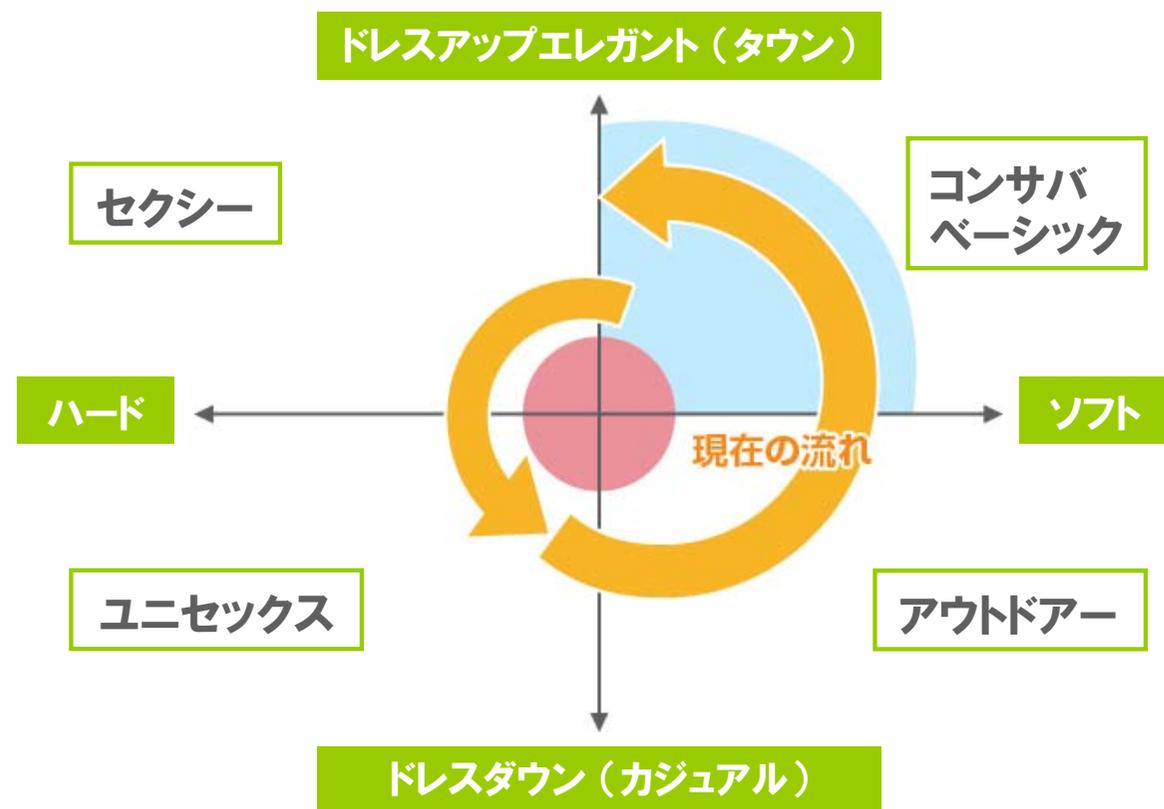
人事採用に当って、提案力を重視。提案を具体的に事業化するための登用制度

## パルマップとは……

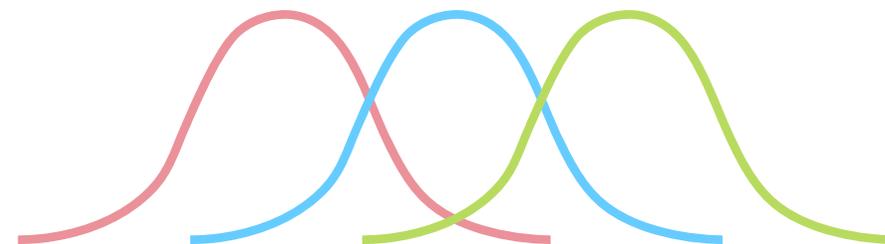
戦後40年の経験とファッションの経過を詳細に分析し、「NEXT」を限りなく正確に掴むための、当社独自のファッショントレンドの指針。

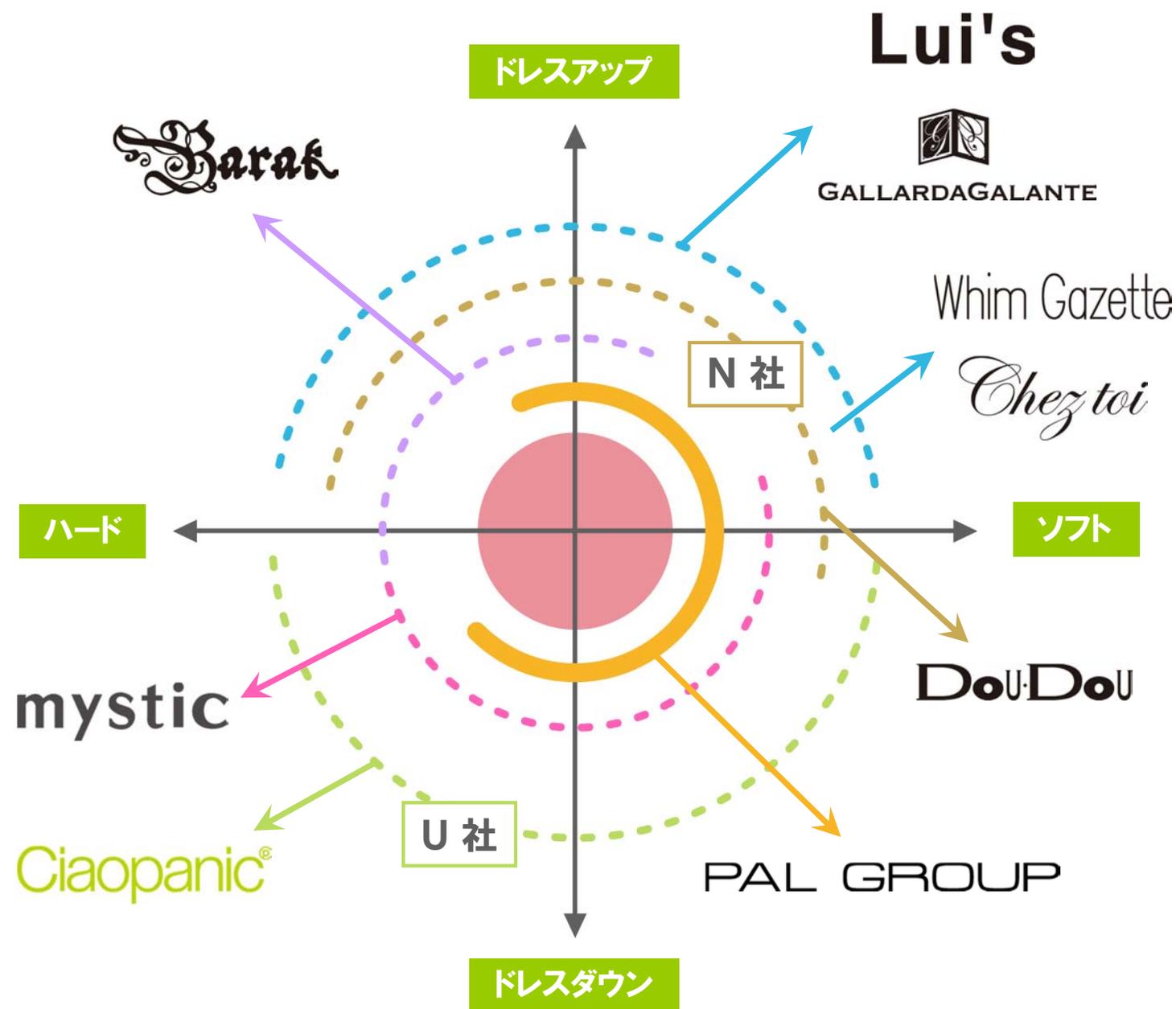
▶ **提案の正確性、方向性を決定する秘訣**

## || パルマップ概略図（12年周期）



## || ファッショントレンドのイメージ図



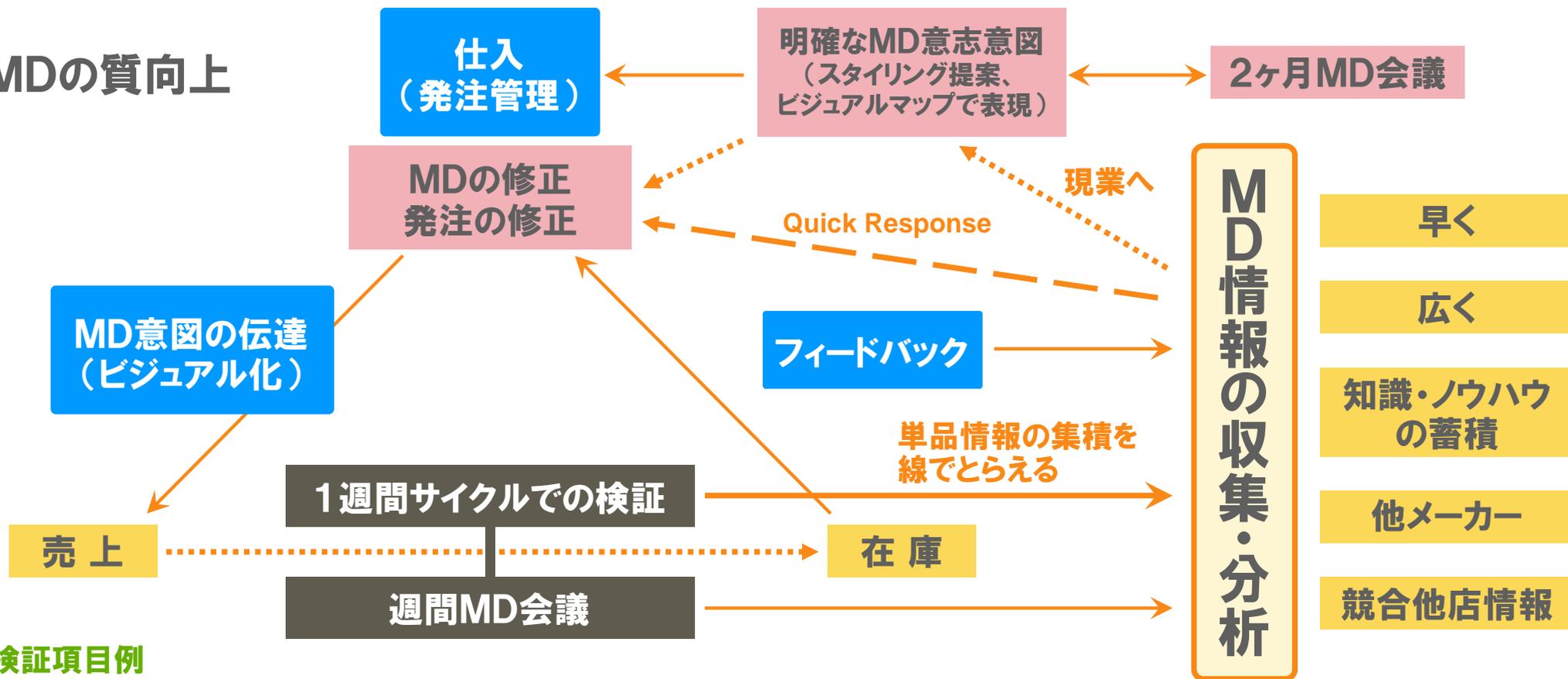


オールラウンドの  
店舗展開



安定的かつ  
高度な企業成長

## MDの質向上



### ■ 検証項目例

#### なぜ売れたか

- どんな見せ方をしたか
- VMDの主眼をどこに置いたか
- どんな速さで売れたか
- どんな客筋に、どんなコーディネートで
- 意図が当たったか、意図と違う売れ方か
- 色や柄か、素材やデザインが良かったか
- もっとヒットさせるには
- 次のシーズンの芽を探る
- 私が好きだったから沢山売った etc.

#### なぜ動きが悪かったか

- どんな見せ方をしたか
- VMDは適切だったか
- 消費者は全然興味を示さなかった
- 消費者は興味を示したが買わなかった
- プライスは適切だったか
- 色・柄・素材・デザインはどうか
- 投入のタイミングが遅かったか早かったか
- 売れた数量が多すぎはしなかったか
- 意図はどうだったか
- 競合店で以前より安く売っていた etc.

MDの質向上

先見性、先行性、企画開発力

# ビジネスモデル⑥ パルサイクルは完成段階へ

## 具体的な施策

### 助走段階

1997年

計数管理の徹底 → 一品管理システム導入  
KDD（勘と度胸とドンブリ勘定） → KDK（勘と度胸と計数管理）

### 第1段階

1998年

在庫の質向上 → 週間MD情報の収集・分析  
売れ筋フォロー、死に筋排除、売変ロス削減

### 第2段階

1999年

①明確なMDの意志・意図の設定  
②メーカーへの別注を主体にSPA化へ舵取り、

2000年

③7:2:1のシミュレーション導入、  
④ABC商品分類導入、⑤発注管理システム導入

### 第3段階

2001年

①商品企画部（事業部毎）の充実、  
②処理機能（アウトレット事業部の設置）  
③商品制作部ハイキスの設置

### 第4段階

2007年

マーケット・イン手法の完成 → オリジナル（差別）化、  
粗利率・SPA化目標を達成（80%）、A分類商品中心へ移行、  
仕入・販売ルートが多様化、商品企画・提案力の強化、ブランドの確立

### 完成段階

2009年

‘一流になろう’の目標樹立。 → SPA化目標を達成以降、  
物流改革を実行「商社経由から自社倉庫経由へ」 → 毎日配送へ。  
MDの精緻化へ修正発注会議を導入。全ブランドへ浸透。

## 粗利率

## SPA化率

41.8%

—

44.3%

—

45.1%

25%

47.0%

35%

49.9%

48%

53.2%

80%を達成

58%を目指す

80%を維持

仕入計画時の言語

7:2:1シミュレーション



最終販売実績率による、粗利確保のシミュレーション

例

定価100円、仕入個数100個と仮定した場合

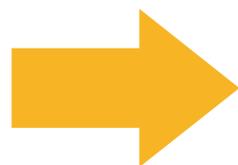
プロパー売り（定価販売）	70%	7,000円
バーゲン売り（半額販売）	20%	1,000円
売れ残り（廃棄処分）	10%	0円
<b>売上計</b>		<b>8,000円</b>

原価率と実質粗利との関係

原 価 率	30%	35%	40%	45%	50%	55%	60%
実質粗利率	62.5%	56.25%	50%	43.75%	37.5%	31.25%	25%

基本戦略 = 当初より売変・廃棄リスクを想定し、リスク軽減を図る

商品区分



仕入形態毎に商品を区分管理

■ 当社、商品区分【2011年～2014年】

SPA化率 80%達成

区分	構成比	原価率	消化シミュレーション	粗利率	相乗指数	
A	初期発注	51%	28%	6・3・1	62.7	32.0
	追加修正発注	34%	33%	8・1・1	61.1	20.8
C・D	15%	50%	7・2・1	37.5	5.62	
TOTAL			7・2・1		58.42%	

注)上記の数表は、あくまでもABC商品区分を説明するためのシミュレーション例であり、  
当社の実際の商品構成および粗利率を保証するものではありません。



基本戦略 = A区分商品の販売強化によって粗利率の向上を図る

## 検証項目

**売上高** 予算達成100%で400点

**流動資金管理** +7日で100点

**粗利率** 2011年は58%で100点

**人件費率** 売上対比16%で100点

**在庫回転率** 40日分(9回転)で100点

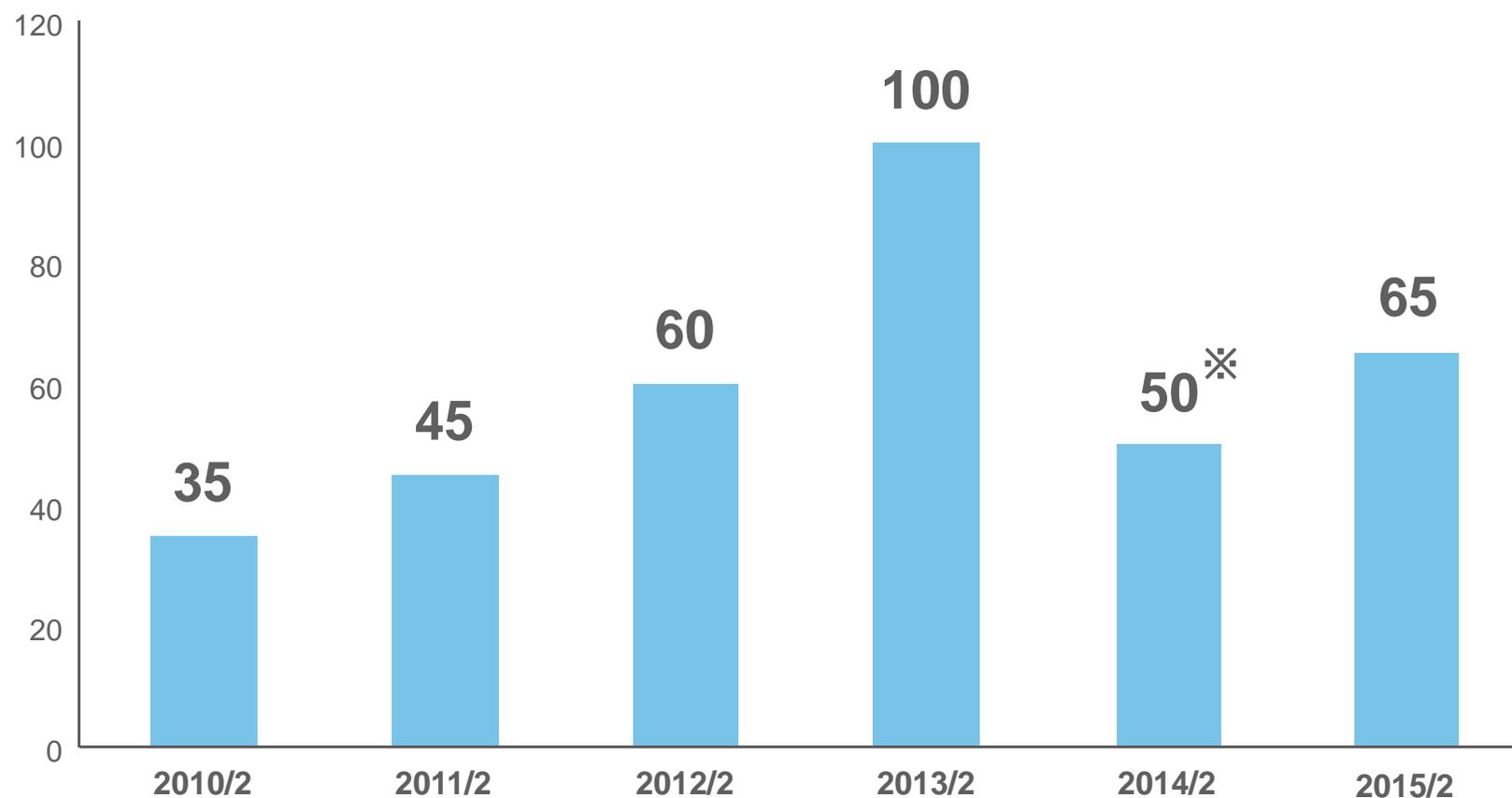
**棚卸差額** 売上対比0.3%で100点

## 指数化して業績検証を実施人事評価にも活用

	売上	粗利	人件費	在庫	資金	棚卸	合計	100点換算
第一事業部	396	116	84	71	...	...	...	98
第二事業部	353	78	77	...	...	...	...	86
第三事業部	310	93	...	...	...	...	...	...
第四事業部	378	...	...	...	...	...	...	...
第五事業部	...	...	...	...	...	...	...	...
第六事業部	...	...	...	...	...	...	...	...
第七事業部	...	...	...	...	...	...	...	...
開発事業部	...	...	...	...	...	...	...	...
全社合計	382	82	66	61	...	...	...	85

透明性の高い成果評価が社員の高いモチベーションにつながる

- 安定配当を継続することを利益還元の基本方針とする
- 当期末の1株当たりの配当は、65円に増配する



(※2013年3月1日を効力発生日として、1株を2株にする分割を実施済み)

SMILE  
IS  
POWER.

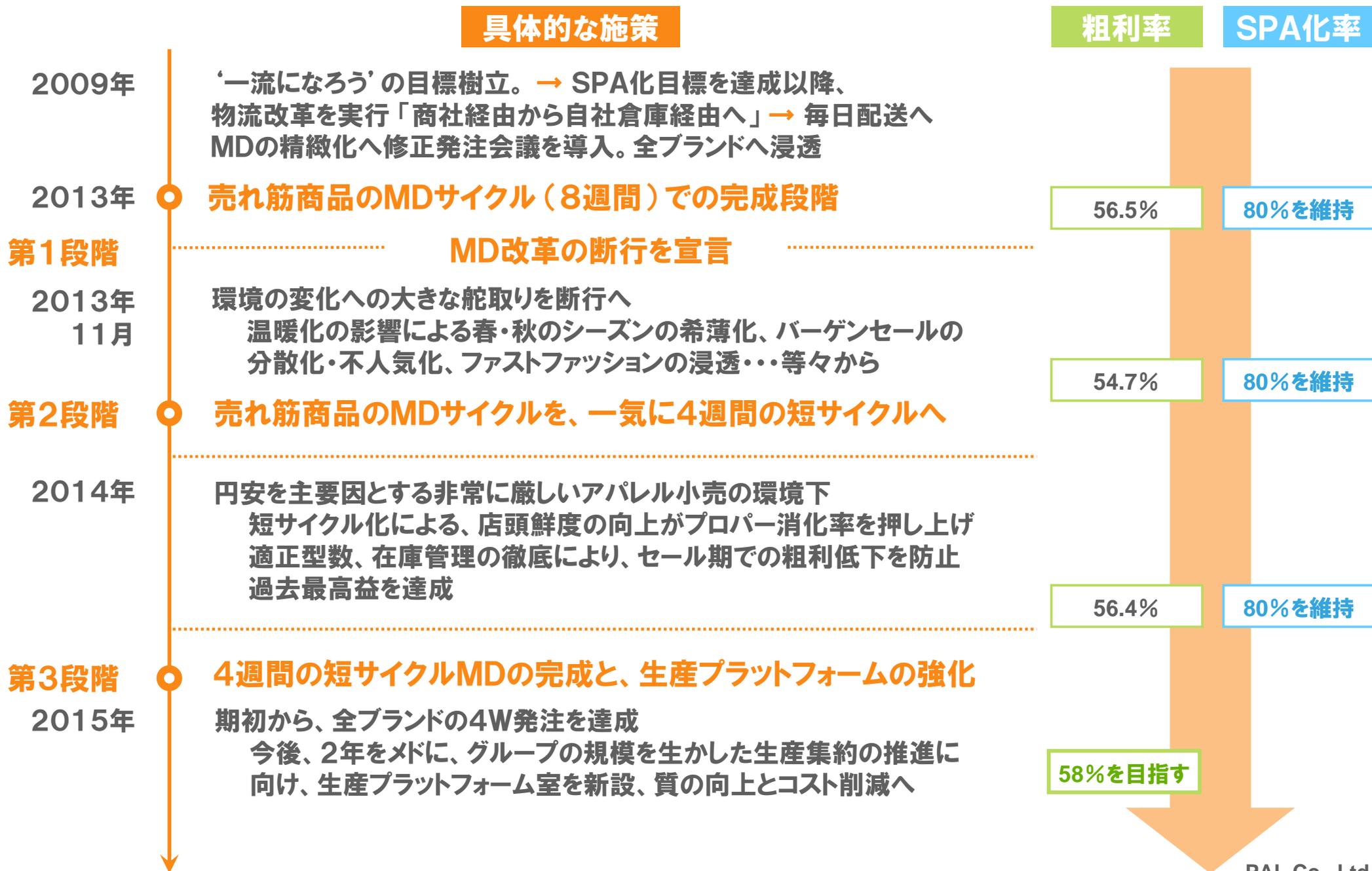
PAL GROUP

# トピックス

1. MD改革の進捗状況
2. ナイスクラブの完全子会社化
3. 初の女性執行役員誕生
4. 当社のCSRへの取組み



# 1. MD改革の進捗状況



## 2. ナイスクラブの完全子会社化について

- パルとナイスクラブは、平成14年5月21日に資本業務提携契約を締結し、その後平成17年9月22日にはパルがナイスクラブの主要株主よりナイスクラブの株式を取得し、ナイスクラブを連結子会社化するなどの資本関係強化を図ってまいりました。以降、両社の独自性を維持しつつ、両社の企業価値の最大化を目指す取り組みを進めておりましたが、3月10日開催の両社の取締役会において、平成27年6月1日を効力発生日として、株式交換によるナイスクラブの完全子会社化を行う契約を締結しました。株式交換に係る割当では、パル1株に対し、ナイスクラブ株0.11としています。  
また、株式交換の日程は、以下の通りです。

本株式交換契約承認時株主総会基準日（ナイスクラブ）	平成27年1月31日
本株式交換契約締結の取締役会決議日（両社）	平成27年3月10日
本株式交換契約締結日（両社）	平成27年3月10日
本株式交換契約承認時株主総会開催日（ナイスクラブ）	平成27年4月23日（予定）
最終売買日（ナイスクラブ）	平成27年5月26日（予定）
上場廃止日（ナイスクラブ）	平成27年5月27日（予定）
本株式交換の効力発生日	平成27年6月 1日（予定）

### 3. 初の女性執行役員の誕生について



**松本 由美**

**執行役員**

- 1992年 パルに入社
- 1993年 PAL COLLECTION  
阪急三番街店 店長
- 1995年 Ciaopanic  
天王寺MIO店 店長
- 1999年 Ciaopanic本部  
Ladys MD
- 2004年 CiaopanicTYPY  
以降 ブランド長

CIAOPANIC  
TYPY™



# 4. 当社のCSRへの取り組みについて

## 当社の経営理念は、『社員と株主みんなの幸せのための経営』

当社にとってのCSR(Corporate Social Responsibility=企業の社会的責任)とは、継続的に利益を上げ、税金を払い、雇用を継続するという企業の存在意義に関わることを超えて、企業として『少しでも世の為、人の為になっているか』という社会貢献、地域貢献に関わることを考えています。

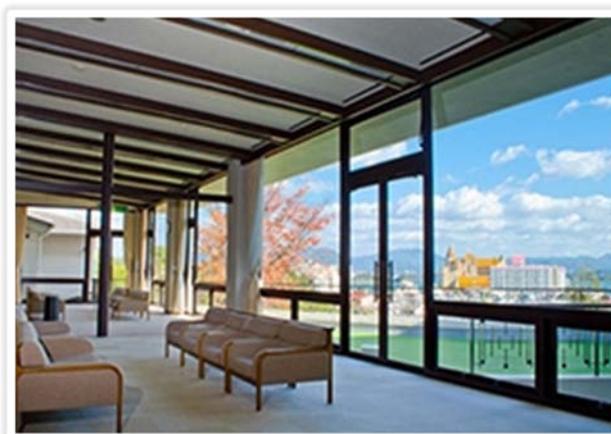


## 4. 当社のCSRへの取り組みについて

### (1) 『障がい者の運営する』 全国初のホテル、旅館を全面支援

当社は、2011年6月より、障がい者雇用を目的としたホテル『フリーゲート白浜』を運営してきましたが、一昨年12月に近隣の宿泊施設を買収し、料理旅館『浜木綿くろしお山荘』として、事業を拡大し、営業を開始しました。

両施設とも、従業員の大半が障がいを抱えており、ホテルや旅館業のようなサービス業での雇用は、全国でも珍しいケースとなっていますが、当社での接客ノウハウを伝えながら、障がいのある人が自分たちで考えて、仕事を完結できるようにしています。



浜木綿くろしお山荘

▶ [www.hamayu-kuroshio.com](http://www.hamayu-kuroshio.com)

# 4. 当社のCSRへの取り組みについて

## (2) 『大阪大学大学院経済学研究科にパル寄附講座を開設』

当社は、一昨年10月に創立40周年を迎えましたが、その記念行事の一環として、また地域貢献の一助として、大阪大学大学院経済学研究科に、パル寄附講座を開設することになりました。

「イノベーション・マネジメント」寄附講座という名称で、同大学の学生が、専門性の追求のみならず、実社会の最前線で活躍される講師の方々から、ドキドキするような講話を聴く機会を得ることで、実学の基礎を学べるように配慮し、今後の社会をリード出来る人材育成に向けた交流を進めていく方針です。



講義写真(会長)



講義写真(社長)



講義ポスター

## (3) 『公益財団法人パル井上財団』での人材育成

当社は一昨年9月に、社会貢献の一環として、創業一族である井上ファミリーと共に、『一般財団法人パル井上財団』を設立し、今年の4月より、公益財団として内閣府より認可を受けました。

将来、ファッション産業や関連する分野に貢献しうる有用な人材を育成したいという趣旨から、学業・人物共に優秀で、経済的理由により修学が困難な学生に対し、奨学金を給付することを目的としています。

全国の総合大学及び、服飾系の大学・専門学校の学生(留学生を含む)39名に、奨学金を給付していく事業を、昨年開始致しました。

『公益財団法人パル井上財団』  
Webサイト

トップページ



パル財団とは

## 社 是

「常に新しいファッションライフの  
提案を通して社会に貢献」

## グループ 経営理念

「社員と株主みんなの  
幸せのための経営」

社 名 株式会社 パル

所 在 地 【本社所在地】 大阪府大阪市中央区北浜3-5-29 日生淀屋橋ビル4F  
【東京本社】 東京都渋谷区神宮前6丁目12-22 秋田ビル4F

代 表 者 井上 隆太

資 本 金 31億8,120万円

設 立 1973年10月

事業内容 婦人服・紳士服・雑貨等の企画・製造及び卸・小売

従業員数 2,072名（グループ合計2,612名）

店 舗 数 833店舗

2015年2月末現在

## 経営企画室

TEL 06-6227-0308

FAX 06-6231-1056

本資料に記載されている、計画、戦略、予想などのうち、歴史的事実でない情報は将来の業績等に関する見通しであり、リスクや不確定な要因を含んでおります。実際の業績は、さまざまな要因により、これら見通しとは異なる結果となる可能性があることをご了承ください。

また、本資料は当社をご理解いただくために作成されたもので、当社への投資勧誘を目的としておりません。投資に関する決定はご自身のご判断において行われるようお願いいたします。