



株式会社 カの源ホールディングス 【証券コード: 3561】



2018年8月9日

# 2019年3月期 第1四半期決算補足説明資料

- **2019年3月期 第1四半期決算報告**
  - **連結損益計算書**
  - **決算ハイライト（売上高）**
  - **決算ハイライト（セグメント利益・経常利益）**
  - **既存店前年比推移**
  - **連結貸借対照表**
  - **店舗数及び出店の状況**
  - **主な実施事項**

- **2019年3月期 (今期) 計画**
  - **2019年3月期業績予想 (連結損益計算書)**
  - **2019年3月期業績予想 (売上高)**
  - **2019年3月期業績予想 (セグメント利益)**
  - **2019年3月期業績予想 (出店計画)**
  - **グループ成長戦略と今期の注力事項**
  
- **付 属 資 料**
  - **会社概要**
  - **当社グループの特徴・強み**

# 2019年3月期 第1四半期決算報告

IPPUDO



Bangkok, Thailand  
IPPUDO Thai J Avenue  
2018年6月21日 Open

# 連結損益計算書



単位：百万円

	前期 2018/3月期 1Q 実績	当期 2019/3月期 1Q 実績	差異	増減率 (%)
売上高	5,766	6,334	+567	+9.8%
売上総利益	4,093	4,562	+468	+11.5%
販売費及び一般管理費	3,989	4,474	+484	+12.1%
営業利益	103	87	▲15	-15.3%
経常利益	124	82	▲42	-34.1%
税金等調整前当期純利益	122	30	▲92	-75.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	106	57	▲48	-45.6%

連結売上は約10%増加、海外店舗運営事業の増収増益では国内店舗運営事業の減収減益を賄いきれず、増収減益

## ◆ 国内店舗運営事業

- 新規出店は順調に推移
- 既存店舗の売上は天災等の影響もあり前年に届かず
- インバウンド施策による顧客の誘引に一定の成果
- イチトレ導入によるアルバイトスタッフの定着率上昇

## ◆ 海外店舗運営事業

- 欧州、豪州をはじめとして全エリア好調に推移
- 北米は、出店の遅れの影響はあるが増収に寄与
- ライセンス契約改定、店舗数増加によるロイヤリティ収入増加
- 計画策定時、前期より円安で推移、売上インパクト0.9億ほど

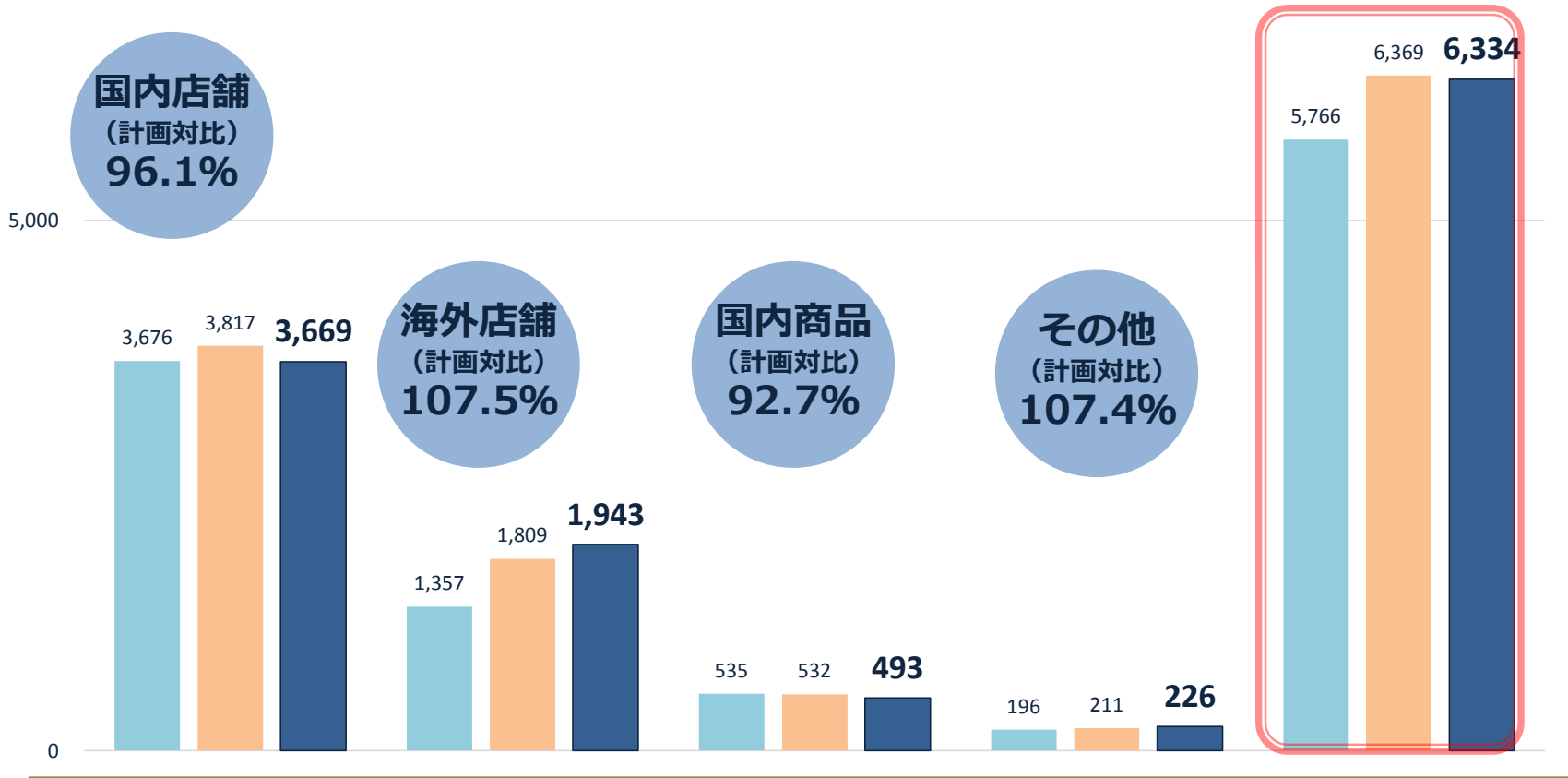
# セグメント売上高



単位：百万円

- 前期
- 予算
- 今期

**連結**  
(計画対比)  
**99.4%**



**国内は若干計画ショート、海外は計画を上回る増収  
連結では概ね計画通り、前年対比約10%増収**

## ◆ 国内店舗運営事業

- 既存店売上が前年対比95%前後で推移、売上高販管費率増加で減益
- 都心部は増収店舗も見られるが、地方ロードサイドは傾向として減益と二極化
- 配送費増加が減益に直結、物流改革進行中

## ◆ 海外店舗運営事業

- 多くの拠点で事業拡大からのスケールメリットによる粗利改善
- シンガポール、豪州、欧州が堅調に増益
- ライセンス事業からのロイヤリティ受領額増加に伴う増益

## ■ 特記項目

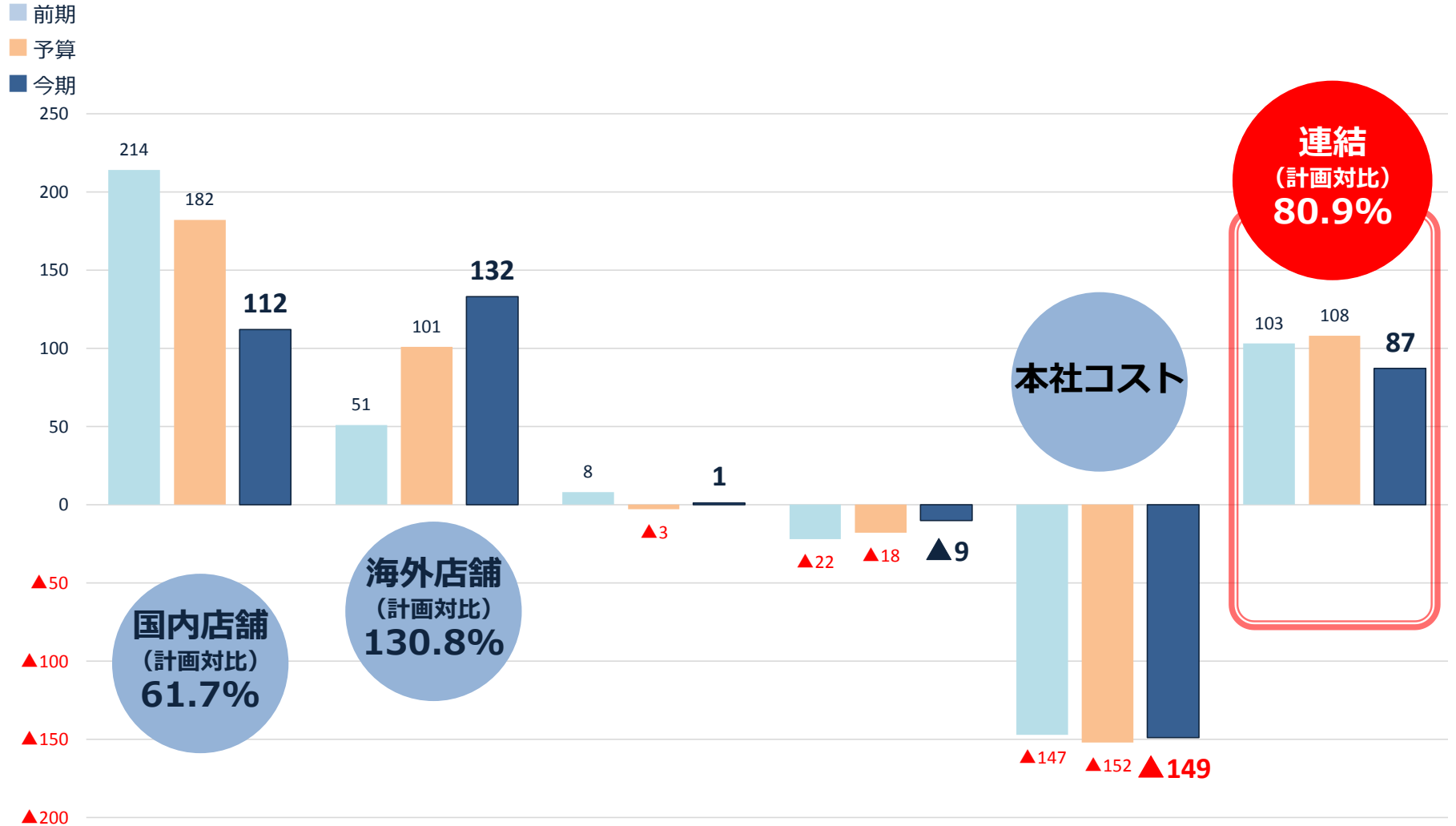
- 国内店舗運営事業の一部店舗移転を前倒し決断、1Qで特別損失を1億円強計上



# セグメント利益



単位：百万円

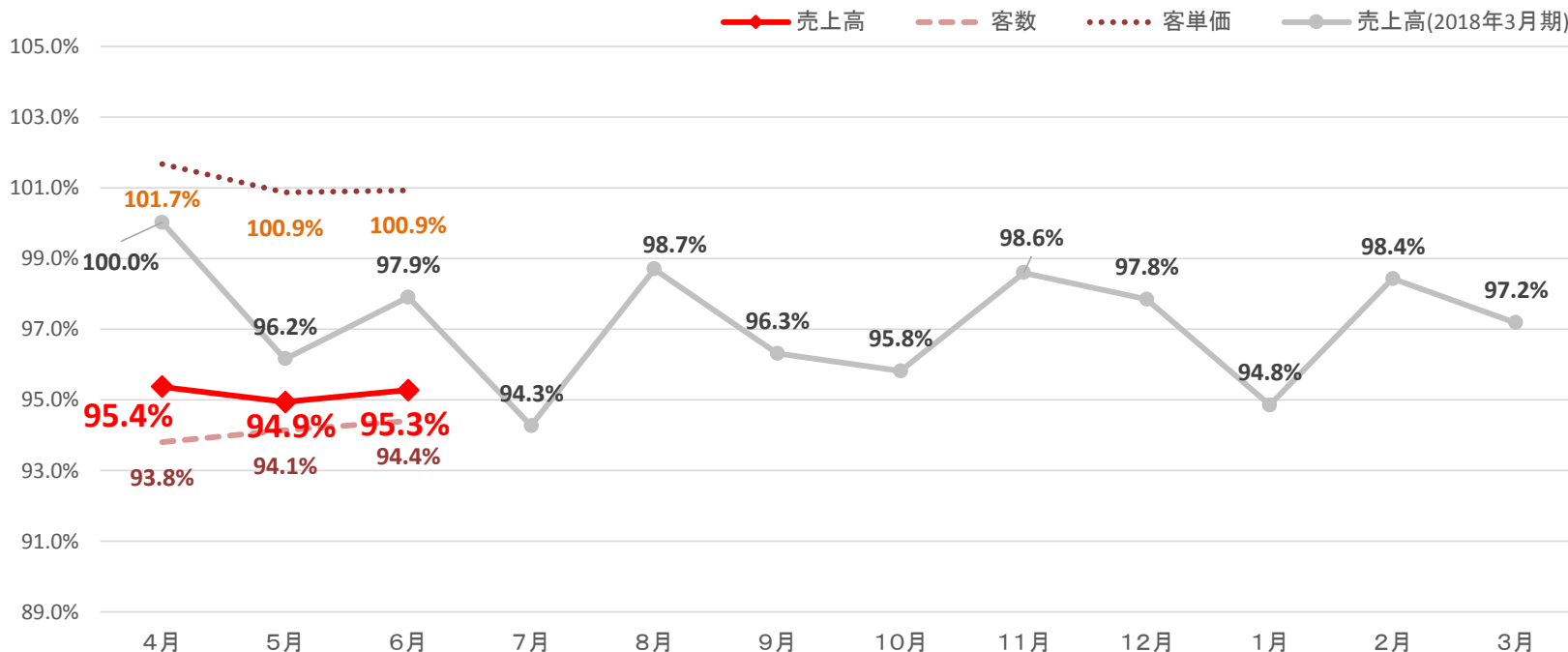


海外は大幅増益だが国内の未達分をカバーしきれず  
連結では80%と計画未達

# 既存店前年比推移（国内）



## 2019年3月期 国内既存店の売上高/客数/客単価の推移



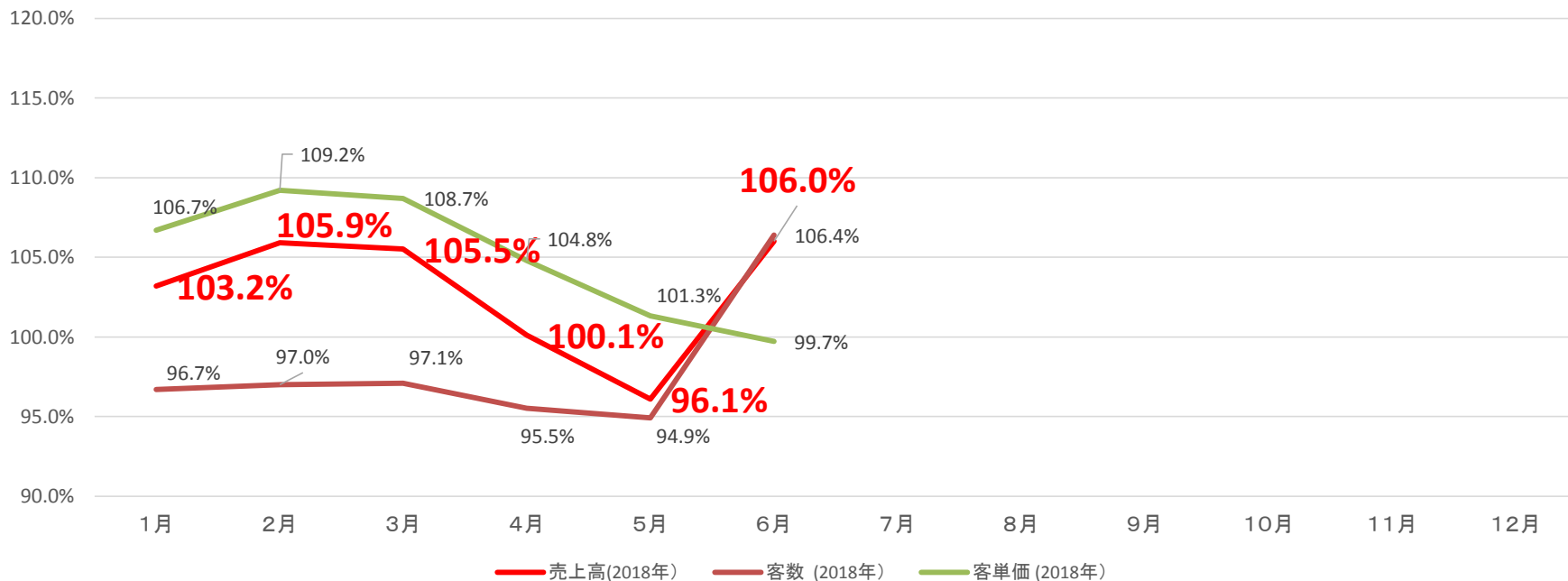
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	累計
売上高	95.4%	94.9%	95.3%										
客数	93.8%	94.1%	94.4%										
客単価	101.7%	100.9%	100.9%										

若干ではあるが客数は回復傾向にあるものの、売上は95%前後で推移

# 既存店前年比推移（海外）



## 2018年12月期 海外既存店の売上高/客数/客単価の推移



	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	累計
売上高	103.2%	105.9%	105.5%	100.1%	96.1%	106.0%							
客数	96.7%	97.0%	97.1%	95.5%	94.9%	106.4%							
客単価	106.7%	109.2%	108.7%	104.8%	101.3%	99.7%							

各エリアともに好調なうえ出店拡大も進み、事業成長のドライバーとなっている  
6月は一部店舗の改装のタイムラグによる影響あり

# 連結貸借対照表



	2018年3月末	2018年6月末	GAP
流動資産 (うち現金及び預金)	4,981 (3,064)	4,971 (3,089)	▲10 (+25)
有形固定資産	7,016	6,984	▲31
無形固定資産	155	183	+28
投資その他の資産	3,147	3,434	+286
固定資産	10,319	10,602	+283
資産合計	15,300	15,573	+273
負債合計	10,580	10,808	+228
株主資本	3,642	3,626	▲15
その他包括利益累計額	606	699	+92
非支配株主持分	471	439	▲32
純資産合計	4,720	4,764	+44
負債純資産合計	15,300	15,573	+273

## ■資産

- ・ 現預金の増加 +25百万円
- ・ 投資有価証券時価の変動等 +286百万円

## ■負債

- ・ 有利子負債の増加 +51百万円
- ・ 資産除去債務の増加 +48百万円
- ・ 未払金の増加 +108百万円

## ■純資産

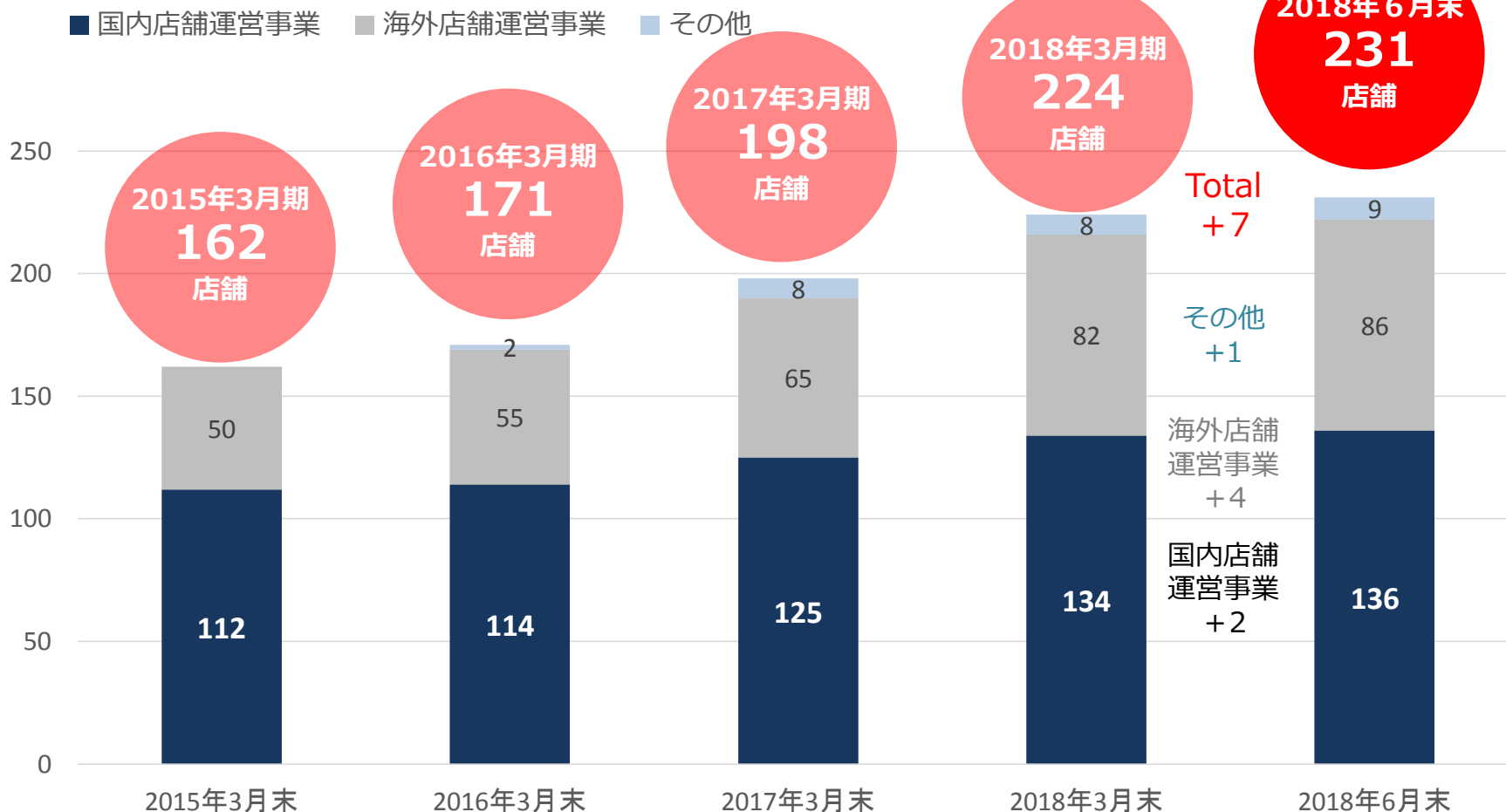
- ・ 利益剰余金の増加 +57百万円
- ・ その他有価証券評価差額金増加 +203百万円
- ・ 利益剰余金の減少(配当) ▲93百万円
- ・ 為替換算調整勘定の減少 ▲110百万円
- ・ 非支配株主持分減少 ▲32百万円

自己資本比率27.8% (3月末27.8%)

# 店舗数及び出店の状況（グループ店舗数推移）



## □店舗数推移（全社）

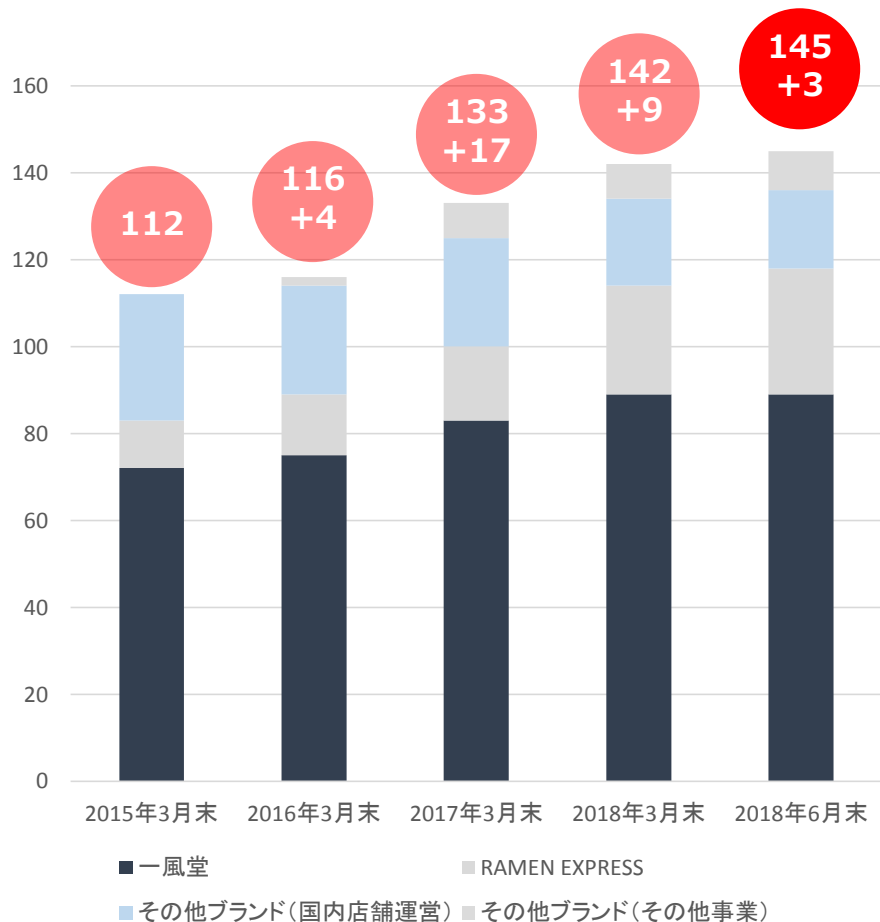


**グローバル展開 231店舗**  
**（直営170、国内ライセンス9、海外ライセンス52）**

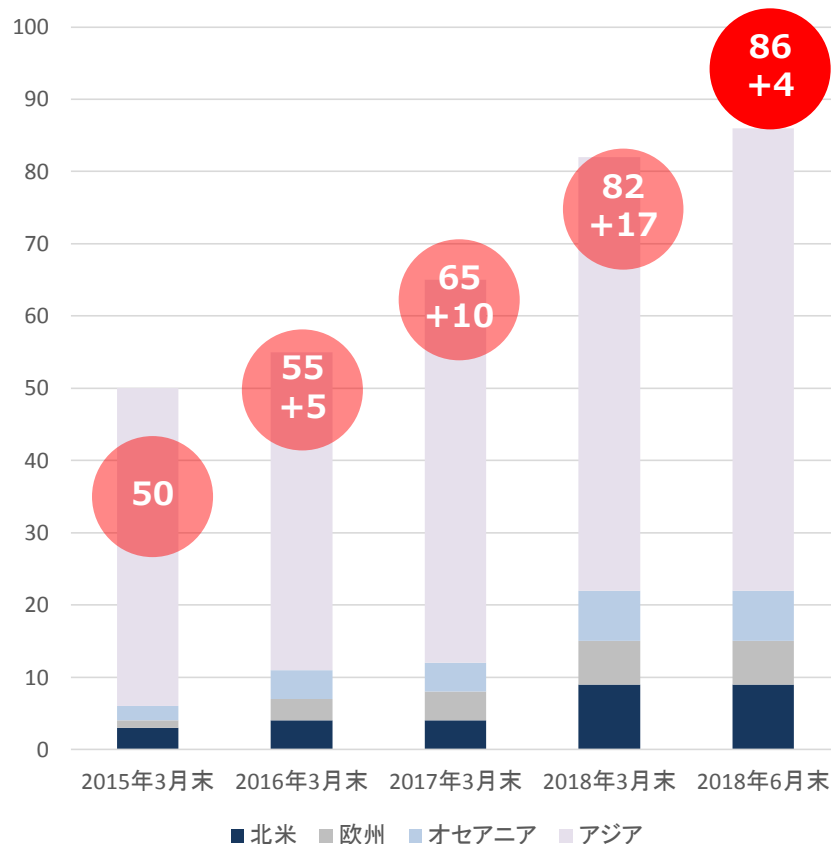
# 店舗数及び出店の状況（エリア別店舗数推移）



国内出店数推移



海外出店数推移

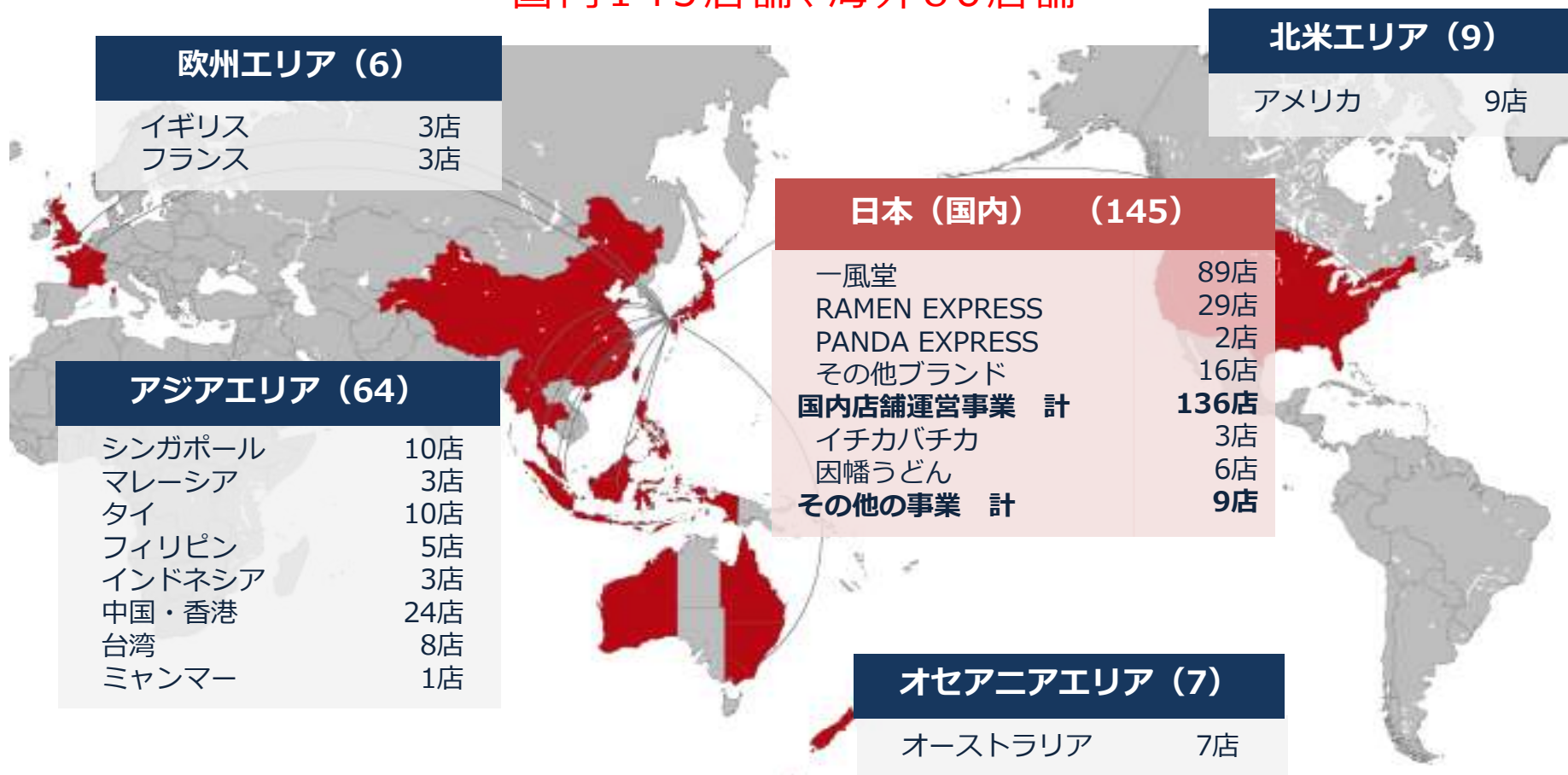


**国内145店舗（3店舗増）／新規出店7店舗、閉店等4店舗**  
**海外86店舗（4店舗増）／新規出店4店舗（ライセンス4）**

## Global 13ヶ国・地域 Total 231 店舗

(前期末からの増減 +7店舗)

国内145店舗、海外86店舗



# 主な実施事項



千葉、日本  
Panda Express三井アウトレットパーク木更津店  
2018年5月26日 Open



# 新店舗オープン 国内



博多たんめん酒場イチカバチカ  
恵比寿店  
4月18日Open



IRE大井町店  
5月25日Open



Panda Express MOP木更津店  
5月26日Open



IRE神戸三田店  
5月28日Open



IRE小名浜店  
6月15日Open



IREゆめタウン徳島店  
6月28日Open

**国内におけるギャラクシードミナント（複数業態組み合わせ同一商圈戦略）推進  
概ね計画通り開業済み**

# 新店舗オープン 海外



上海久光店  
5月21日Open



Jakarta Grand Indonesia店  
6月9日Open



Bangkok J Avenue店  
6月21日Open



Bangkok Central Rama III店  
6月28日Open

前期の豪州などでの大型直営店開業後、中国、タイなどのライセンスエリアでの順調な展開が継続

## 国内事業・人事改革

### 力の源店主制度の導入

個店の地域密着を目的とした個店レベルのLSM（Local Store Marketing）実施

Child Kitchen、Workshop、地域清掃活動などを通じて地元での集客UP

### スタッフの定着率・スキル向上

「イチトレ」を主体とした研修の自動化、標準化  
受講者70%以上が「ためになる」と回答。仕事に対するの初期の不安が激減するとともに、成果の共有による研修の標準化、合理化が進行中

### 顧客拡大の継続

LINE@を5月1日より全店導入、累計友達獲得数18万人超過。

若年層Marketingとして知育アプリ「ごっこランド」へ一風堂コンテンツ搭載。20日間で67万回プレー（ごっこランド利用総数200万ユーザー）

### インバウンド対策

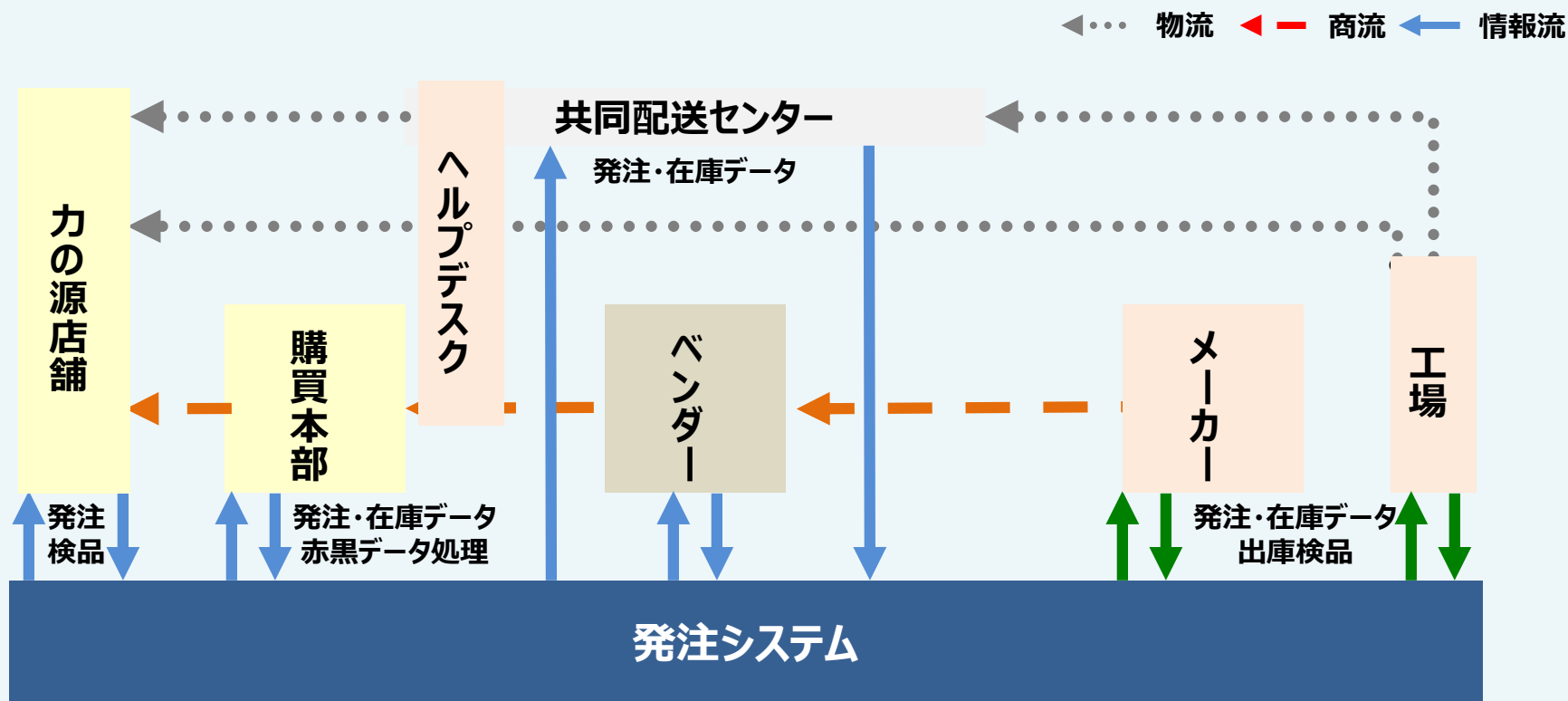
インバウンド効果が明らかに見込まれる店舗への訪日中国人を主な対象としたコミュニケーションツール「大衆点评」を導入

検索月間3万件以上、「口コミ」3千件以上、クーポン使用導入初期（1月）対比6倍

# 今期の注力事項進捗（商物流）



## 商物流改革



子会社渡辺製麺の製造合理化含む、SCM再構築は九州エリアから9月より段階的にスタート  
受発注の一元化並びに宅配便使用数限定、3PL活用によるコスト削減

# 夏商戦にかけての取り組み事項（国内）



ごっこランドへの導線並びに顧客層の拡大  
7月19日～開始



8月6日～10日まで無料配布  
その後は通常販売継続

猛暑が想定される今夏、早めの施作で既存店売上確保を狙う



X



東京エリアにて知名度の高い  
「山本のハンバーグ」を運営する  
俺カンパニーと合併事業決定

山本のハンバーグのブランド力、  
商品開発力と力の源の店舗開発力の  
相補性を狙う

**Express業態を含むギャラクシードミナント出店戦略への貢献**

**2012年2月より展開している  
台湾におけるIPPUDO事業を  
直営化**

**6月末時点で8店舗、  
新店も企画中**

**運営会社の乾杯拉麵股份有限  
公司の株式100%を取得**

**同時に当社子会社所有の乾杯  
股份有限公司（本体）の政策  
保有株式を一部売却**



**台湾における営業力強化並びに連結への売上、利益の取り込みが見込まれる**

# 株主優待の拡充（継続保有株主優遇制度の新設）



ブラック+白紙



ゴールド



シルバー



2018年9月より1単位（100株）  
を1年以上の所持の株主様に対して  
年に2回ご賞味券1枚を贈呈

既存株主優待制度に継続保有優遇を加えることにより、長期保有を見込む



# 2019年3月期 (今期) 計画



徳島、日本  
IREゆめタウン徳島店  
2018年6月28日 Open

# 2019年3月期業績予想（連結損益計算書）



単位：百万円

	2018年3月期 実績	2019年3月期 計画	対前期	
			増加金額	増減率
売上高	24,451	28,077	+3,626	+14.8%
営業利益	905	1,150	+244	+27.0%
経常利益	872	1,100	+227	+26.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	634	740	+105	+16.6%

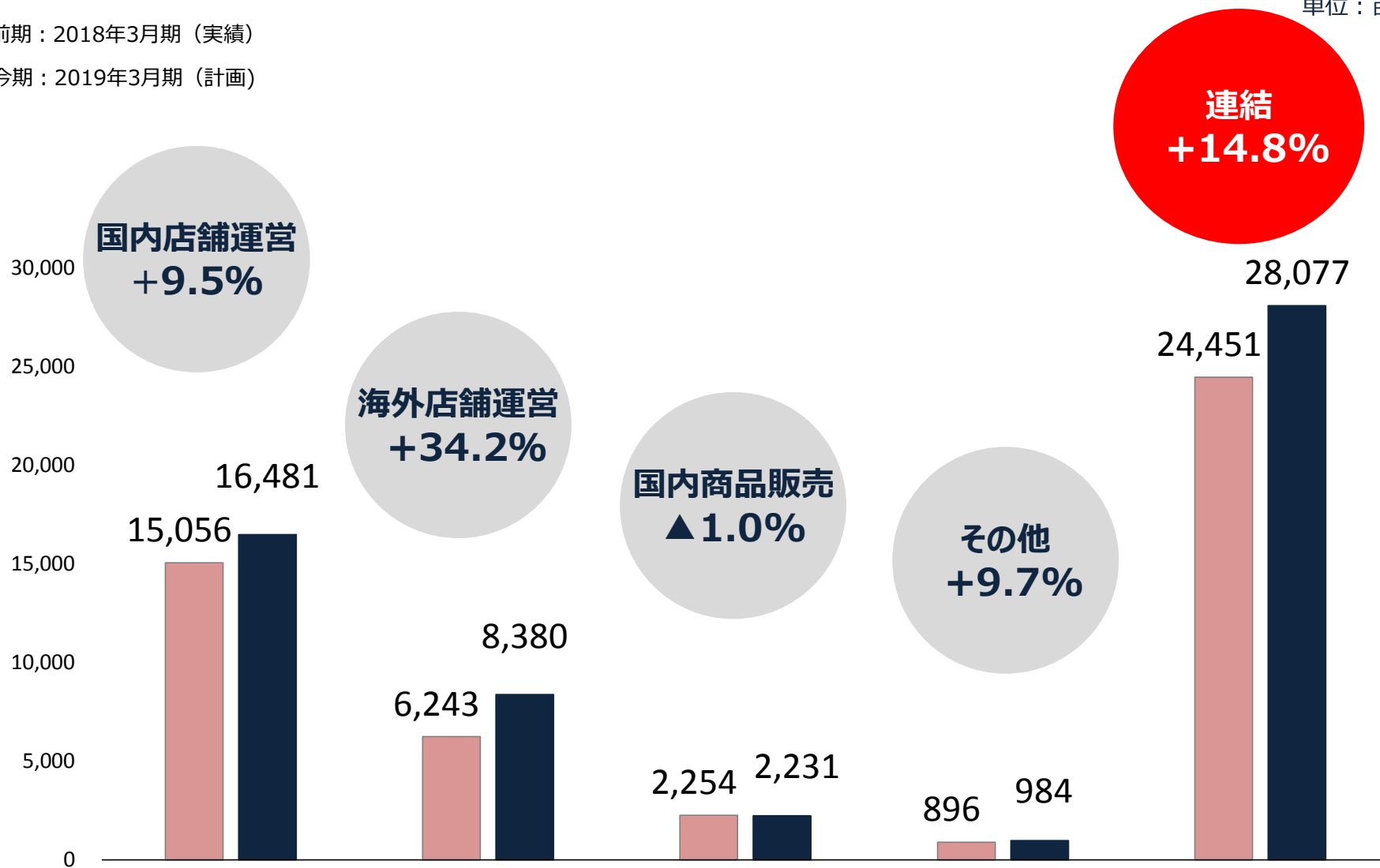
1 Qは未達ではあるが、各種施作の効果を見込み、期首より変更なし  
売上高14.8%成長、営業利益27.0%成長の増収増益を計画

# 2019年3月期業績予想（売上高）



単位：百万円

■ 前期：2018年3月期（実績）  
■ 今期：2019年3月期（計画）



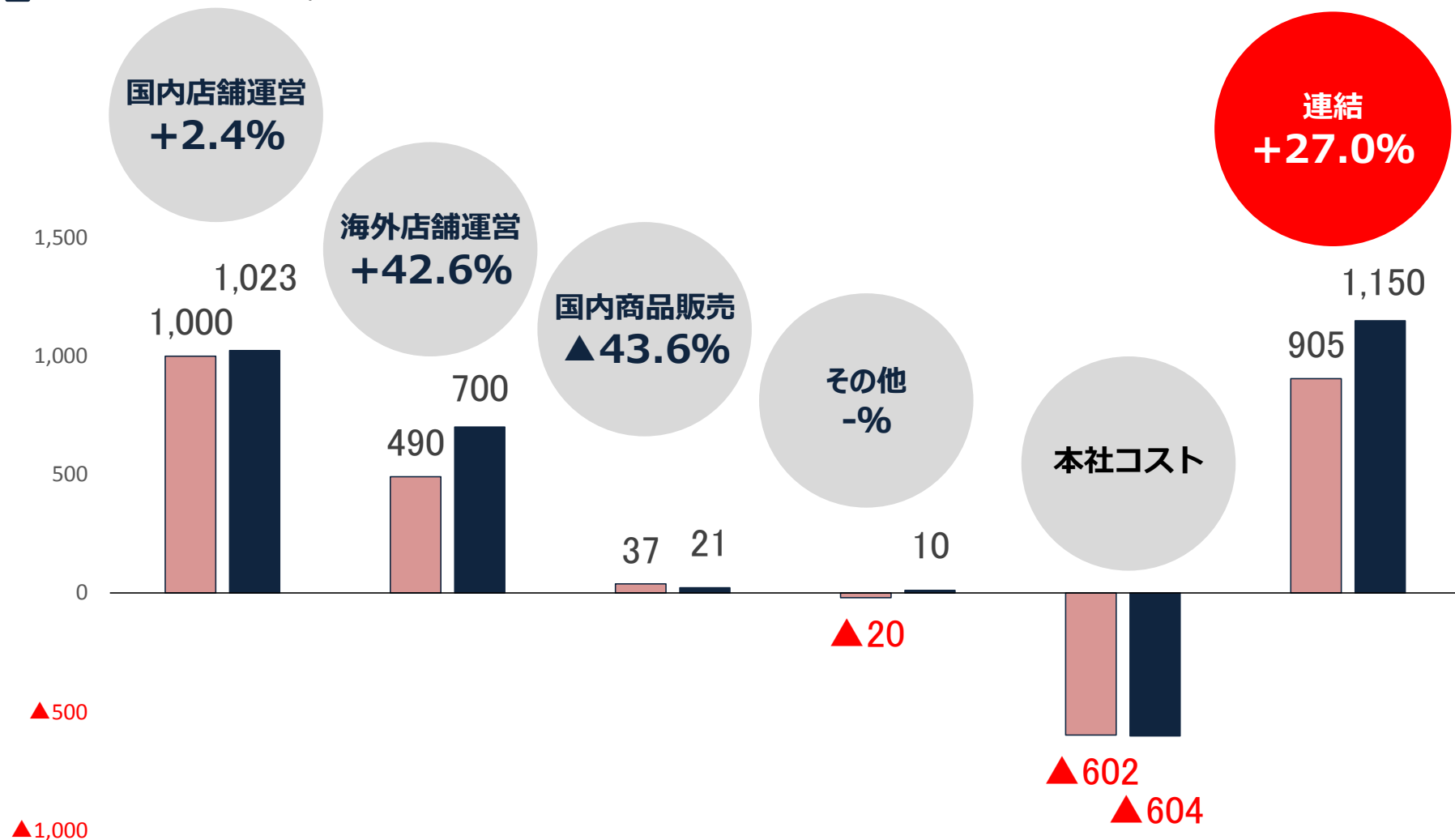
# 2019年3月期業績予想（セグメント利益）



■ 前期：2018年3月期（実績）

■ 今期：2019年3月期（計画）

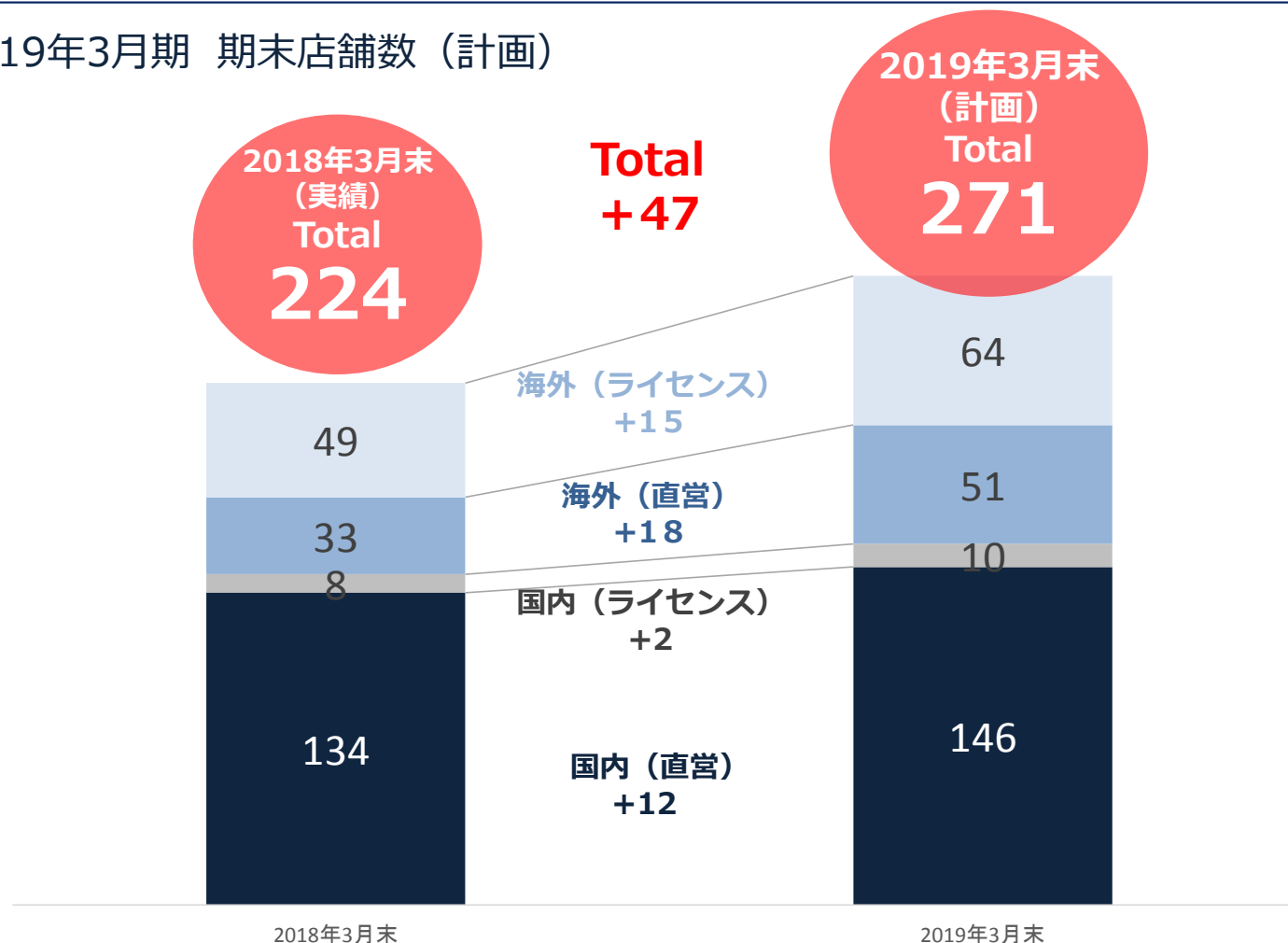
単位：百万円



# 2019年3月期業績予想（出店計画）



□ 2019年3月期 期末店舗数（計画）



合計47店舗の純増を計画 全271店舗体制へ  
国内14店舗増(新規出店22店[うち直営21、ライセンス1]、退店等8)  
海外33店舗増 (全て新規出店[うち直営18、ライセンス15]、退店なし)

JAPANESE WONDER  
TO THE WORLD

# グループ成長戦略と 今期の注力事項



Jakarta, Indonesia  
IPPUDO Indonesia Grand Indonesia店  
2018年6月9日 Open

# 力の源グループのビジョンと中期目標

## CHIKARANOMOTO GROUP ACT 2025

元気・笑顔・ありがとう。～1億人の、笑顔とありがとうをつくろう。～



私たち力の源グループは、2025年度、グループ全体の年間お客様数、1億人を目指します。

そのために必要なのは、進出国数20ヶ国、店舗数600店舗以上、1店舗あたり1日平均お客様数350人以上、外販商品1日平均6万食(人)以上。これが、グループとして目指すべき目標です。決して簡単なことではありません。それでも、私たちがやるべきことは変わりません。

すべては、一人のお客様と一杯のラーメンから。

私たち一人ひとりの元気や笑顔が「力の源」となり、目の前のお客様に笑顔になってもらうこと。その積み重ねの先に、この大きな夢の実現が見えてきます。

それぞれの立場で、この「1億人の、笑顔とありがとうをつくろう。」にどのように関わられるのかを考え、2025年に向けて行動していきましょう。

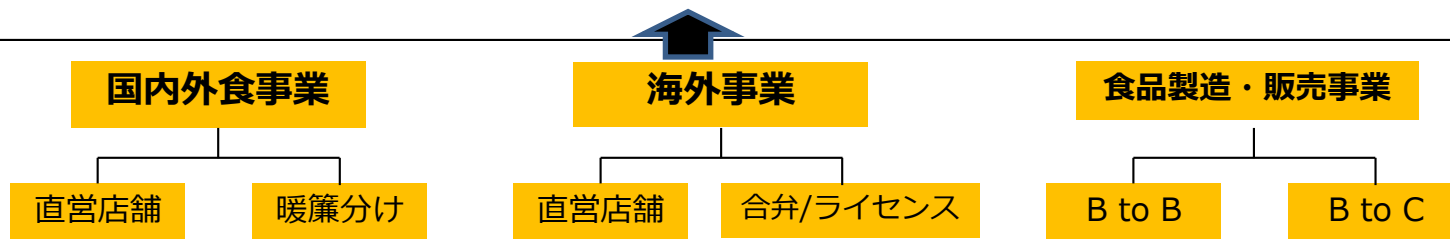
2025

[年間お客様数] <b>1億人</b>	[進出国] <b>20ヶ国</b>	[店舗数] <b>600店舗以上</b> 国内300店舗、海外300店舗	[お客様数] <b>350人/店</b> 1日平均	[外販商品] <b>6万食</b> 1日平均
------------------------	----------------------	--	---------------------------------	------------------------------

## 達成目標

**JAPANESE WONDERの実現**  
～1億人の笑顔とありがとうを作ろう～  
ACT2025 国内300店舗・海外300店舗

## 事業領域



## 戦略 (企画・マーケティング)

(チャンネルに応じた)  
マーケティング・  
ブランディング戦略

パートナーシップ/アライアンス戦略

外部販売プラットフォーム戦略

ギャラクシー型ドミナント戦略

マルチブランド構想を見据え一風堂を中核に同一の商圈で複数業態を運営する戦略。

## 土台となる 経営資源の強化改革

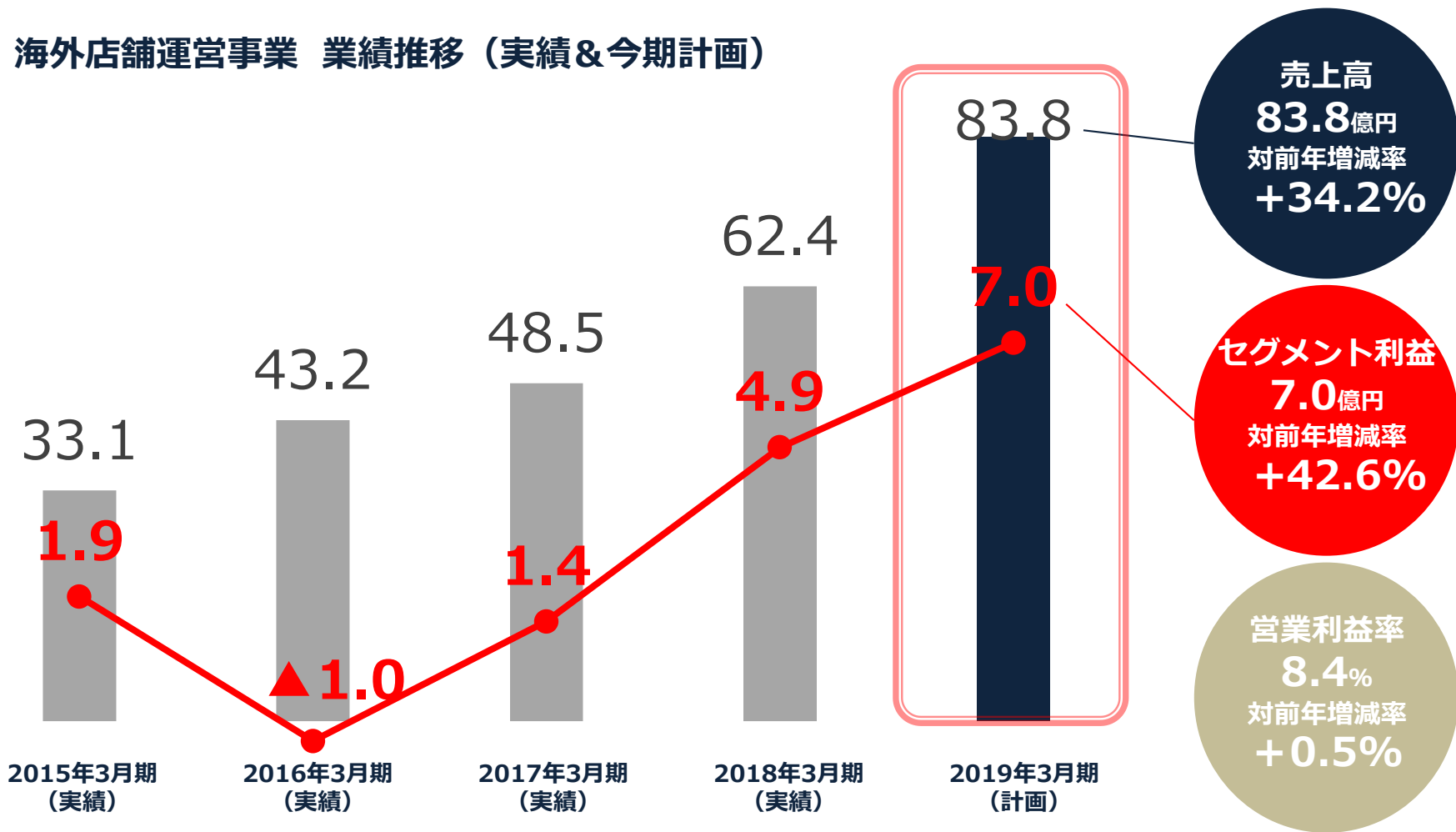




# 今期の注力事項（海外）



## 海外店舗運営事業 業績推移（実績&今期計画）



前期よりずれ込んだ米西海岸エリアの新規出店に係る先行投資負担を吸収し、成長ドライバーとしての売上高/利益の高成長率を実現する

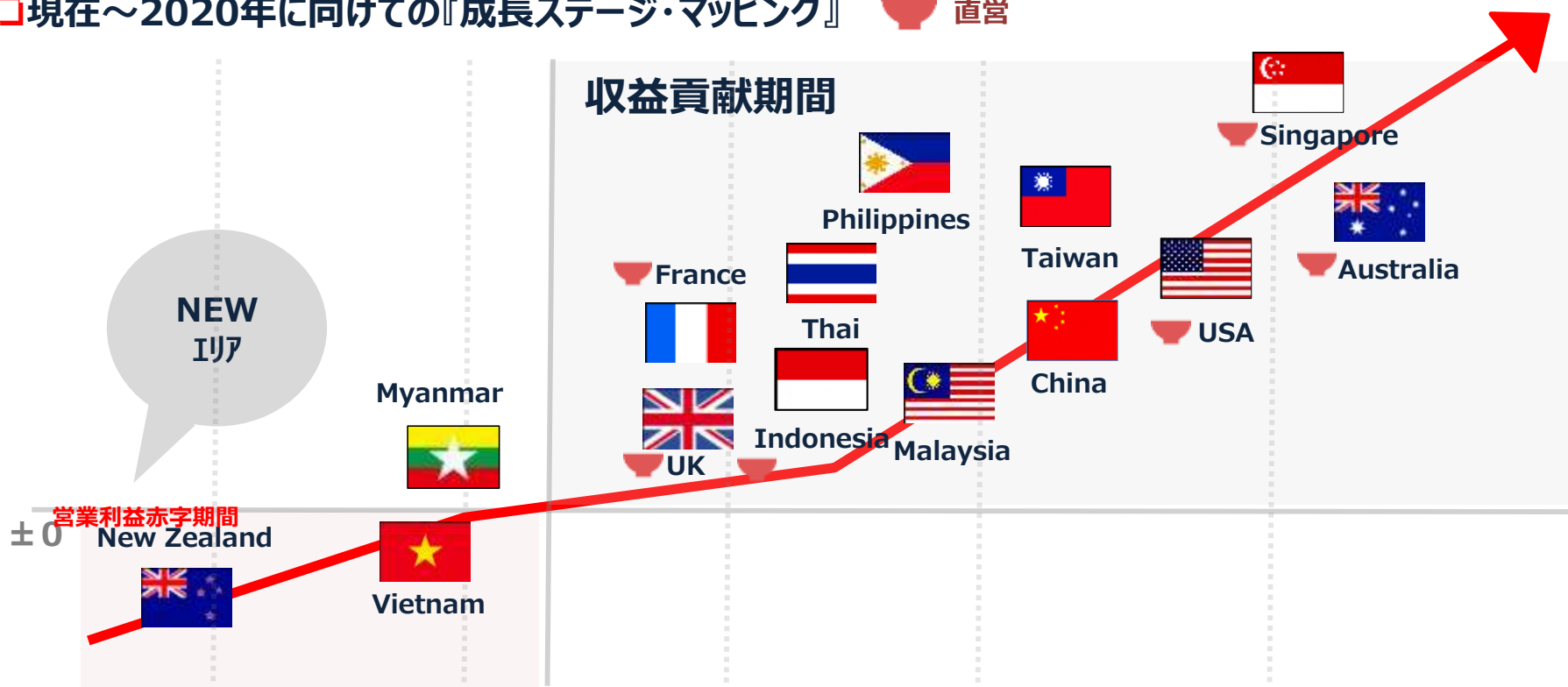
# 今期の注力事項（海外）



□ 現在～2020年に向けての『成長ステージ・マッピング』

☞ 直営

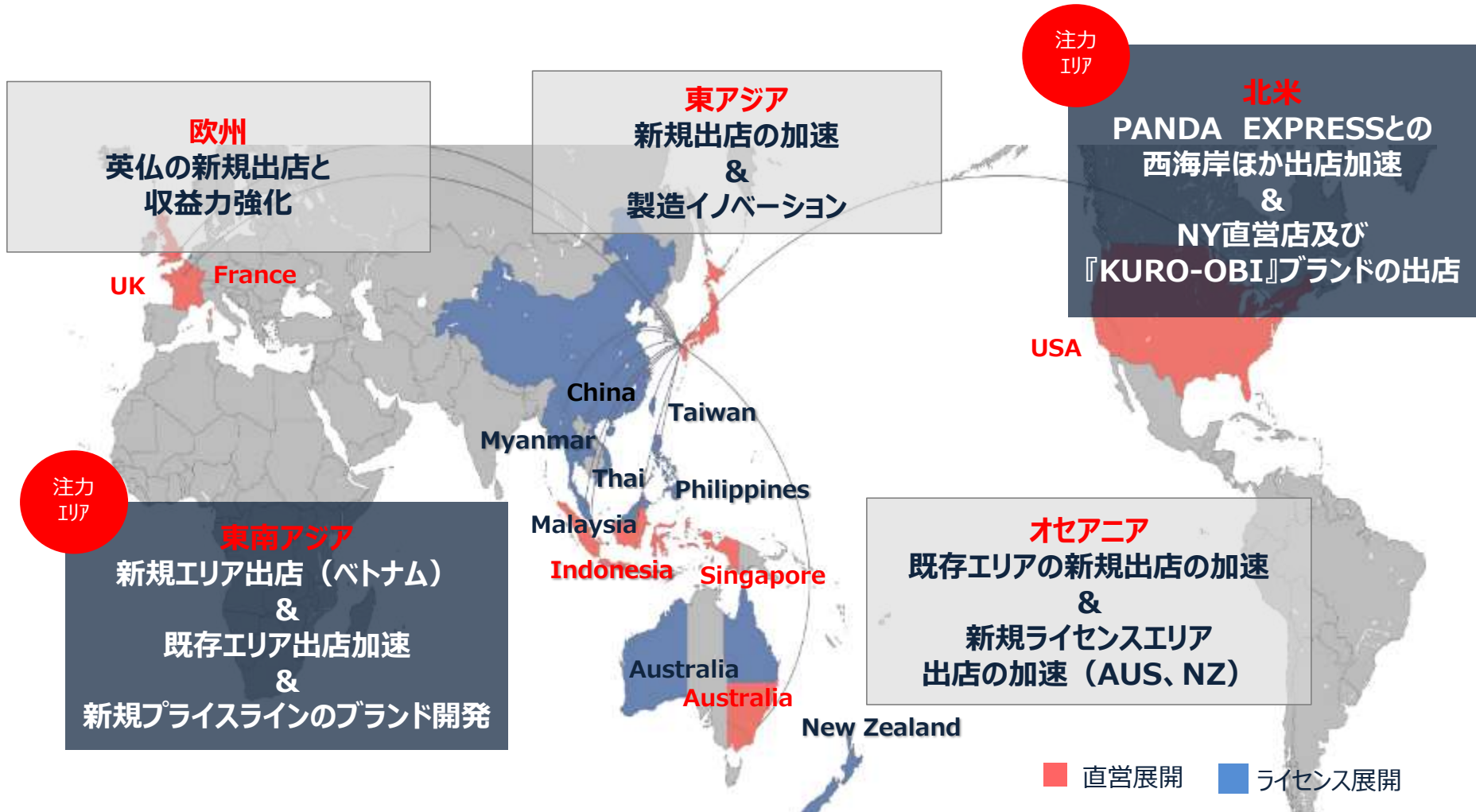
売上・利益



※上記マッピングは各現地法人のP/Lイメージです

Phase 1	Phase 2	Phase 3	Phase 4	Expansion	JAPANESE WONDER
調査マーケティング期	1号店OPEN期	経営基盤構築期	複数店展開期	ラーメン・デファクト	日本食デファクト
<ul style="list-style-type: none"> <li>物件調査</li> <li>法人設立</li> <li>キーマネー</li> <li>駐在員派遣</li> <li>IT/調達網構築</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>店舗(1号店)投資</li> <li>セントラルキッチン投資</li> <li>人財採用・研修</li> <li>管理部門設置</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2～3号店出店投資</li> <li>プロモーションオープン販促</li> <li>認知・啓蒙販促</li> <li>人財育成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>多店舗展開</li> <li>収益貢献/FCF安定</li> <li>採用・初期研修</li> <li>マネジメント体制構築</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ドミナント形成</li> <li>黒字再投資</li> <li>新ブランド/新プライスラインの展開</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ナショナル・ポジション</li> <li>現地日本食のリーディングカンパニーへ</li> <li>複数ブランドの収益化</li> </ul>

# 今期の注力事項（海外：注力エリアと重点実施事項）



北米・東南アジアを重点的に新ブランドを織り交ぜつつ出店スピードを加速  
その他にも新規エリア（国）の開拓に向けた動きにも着手する

# 付属資料



USA New York  
「黒帯 KURO-OBI」NY 570 Lex  
2018年3月28日 OPEN

## ■ 企業理念 ■

変わらないために、  
変わり続ける



## ■ 創業の精神 ■

私たちは、常に新しい価値を創造していく集団でありたい。  
創造した価値を、人類最高のコミュニケーションの源である  
「笑顔」と「ありがとう」とともに世界中に伝えていく。

## 株式会社 力の源ホールディングス

【証券コード:3561】

- 所在地 福岡県福岡市中央区大名一丁目14番45号 QizTENJIN 801B号
- 設立 1986年（昭和61年）10月30日
- 資本金 12億 4,877万円（発行済株式数：23,425,000株）
- 決算期 3月
- 従業員数 71名（連結621名） ※臨時従業員除く

### 役員構成

代表取締役会長兼社長

河原 成美

Shigemi Kawahara

常務取締役CFO

粕谷 進一

Shinichi Kasuya

取締役

清宮 俊之

Toshiyuki Kiyomiya

取締役

原田 善治

Yoshiharu Harada

取締役

西浜 英彦

Hidehiko Nishihama

取締役(社外)

独立役員

金子 和斗志

Katsushi Kaneko

取締役（監査等委員）

鈴木 康義

Yasuyoshi Suzuki

取締役（監査等委員／社外） 独立役員

辻 哲哉

Tetsuya Tsuji

取締役（監査等委員／社外） 独立役員

田鍋 晋二

Shinji Tanabe

(2018年6月末現在)

## 原点の一杯 白丸元味



創業当時から今に引き継ぐ一風堂のとんこつラーメンの本流であり、原点の味。18時間の調理と、丸1日の熟成を経て、とんこつの旨味を極限まで抽出した豊かで香り高いシルキーなスープに、博多らしい細麺、丸刃麺線26番がマッチ。

## 革新の一杯 赤丸新味



自家製の香味油と辛みそを加えることで、一杯のラーメンの中でいくつもの味の奥行きと調和を楽しめる。麺は弾力と存在感を表現した角刃麺線22番。白丸が正統派のとんこつラーメンならば、赤丸新味は豚骨ラーメンの可能性を広げた“革新派”。

## 刺激の一杯 一風堂から麺



博多絹ごしとんこつをベースに、豆板醬や甜麵醬などを独自に配合した肉味噌を大胆にトッピング。山椒などのスパイスを効かせた自家製ラー油が全体をピリリとまとめあげ、中太のストレート麺がうま味と辛味を余すところなくすくい上げる。

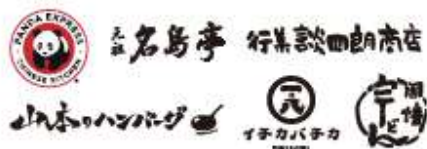
# セグメント・ブランド・ポートフォリオ



## 国内店舗運営事業



マルチブランド  
構想を掲げた  
R&Dによる  
複数業態展開



変わらないために、  
変わり続ける。

## 海外店舗運営事業

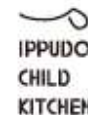


## 商品販売事業



1億人の、  
笑顔とありがとうを  
つくろう。

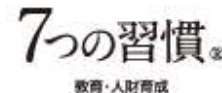
## 企業価値・顧客ロイヤリティ向上



企業イメージ向上  
次世代への先行投資



ラーメン文化の価値向上  
海外への普及・啓蒙活動



パートナー・アライアンスへの  
サービス向上

※ここでの顧客とは、従業員・株主・取引先・パートナーおよびアライアンス先など、当グループに関わるすべてのステークホルダーを指す。

国内外において、ラーメンをはじめとする「日本食」の普及と、食材の生産、教育、商品開発、製造、流通、販売までを一貫して手掛ける事業モデルを志向

\*弊社では、従業員は事業運営における財産であるとの考えから、「人材」は「人財」と記載しております。



# グループ業績の推移（年次サマリー）

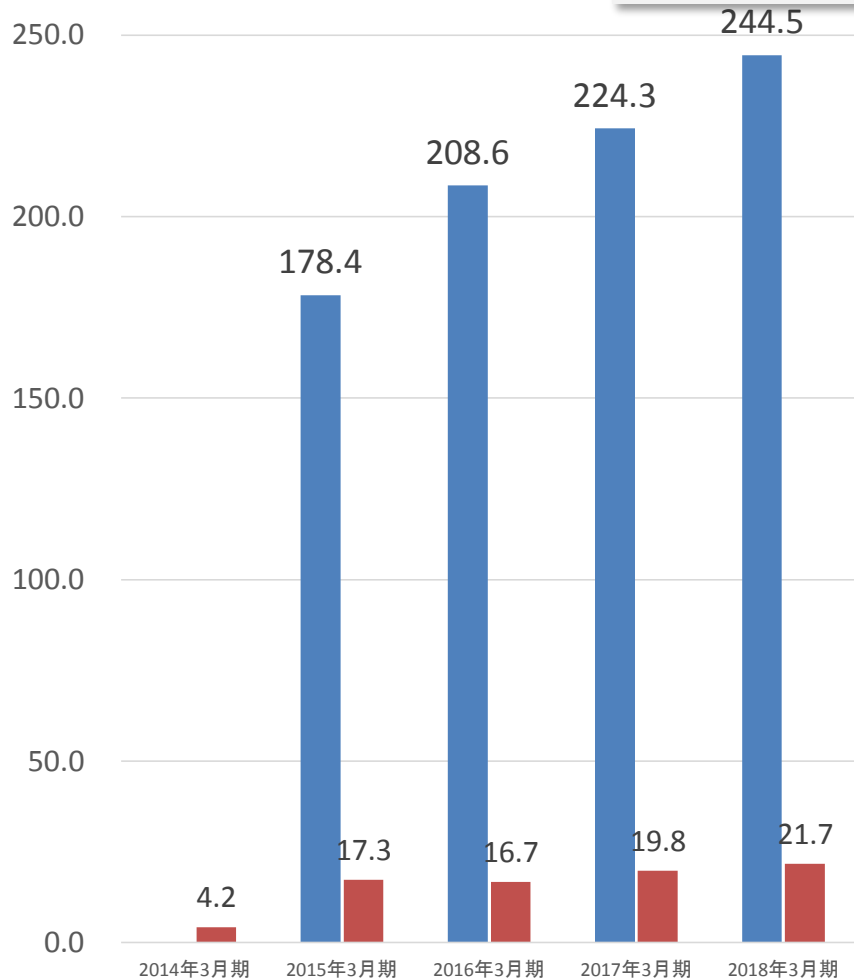


## 連結売上高の推移（単位：億円）

2018年3月期  
連結売上高

**244.5**  
億円

■ 連結  
■ 単体

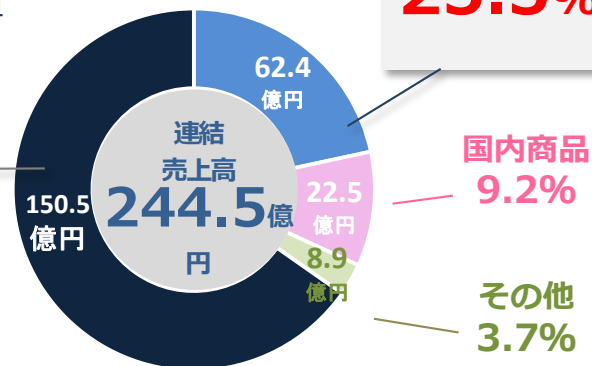


## 売上構成比（セグメント）

2018年3月期

国内店舗  
**61.6%**

海外店舗  
**25.5%**

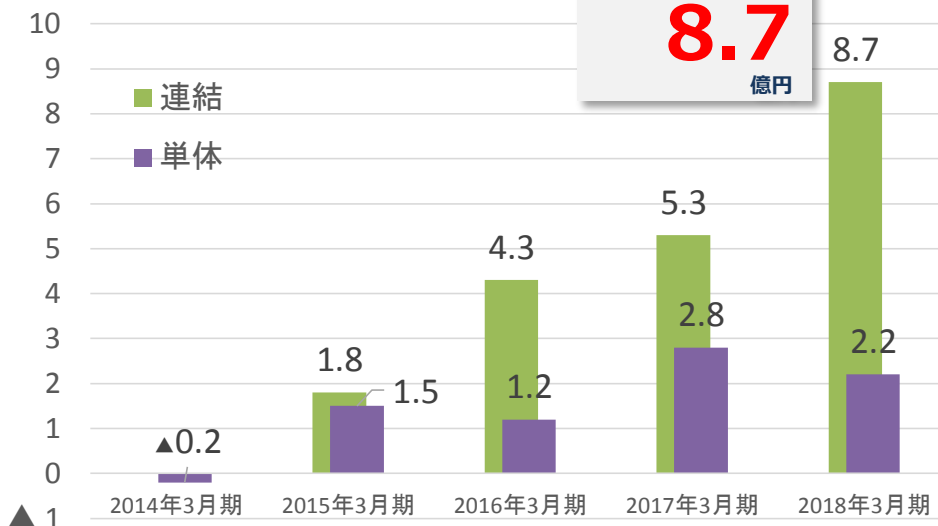


## 経常利益の推移（単位：億円）

2018年3月期  
連結経常利益

**8.7**  
億円

■ 連結  
■ 単体



# 2025年に向けて



## 【企業理念】

“変わらないために、変わり続ける”

## 【ミッション】

Japanese Wonder To The World

“世界中に笑顔とありがとうを”

# 2025年

国内**300**店舗 海外**300**店舗の実現

**100**人の経営者（暖簾分け）

グローバル**74億**人がターゲット

2018.3

東京証券取引所市場第一部に変更

2017.3

東京証券取引所マザーズに株式を上場

2016.2

フランス パリに初出店

2015.10

創業30周年 記念イベント実施

2014.10

イギリス ロンドンに初出店（欧州初進出）

2009.5

シンガポールに、アジア1号店をオープン

2008.3

アメリカ・NYに、海外1号店をオープン

1997.1

テレビ東京「TVチャンピオン」にてラーメン職人選手権優勝。3連覇

1995.4

東京 第1号店「一風堂 恵比寿店」をオープン

1994.3

横浜市の「新横浜ラーメン博物館」に出店。関東初進出。

1985.10.16

創業：福岡市中央区大名に「博多 一風堂」を1号店をオープン

1979.11

福岡市博多区に レストランバー「アフターザレイン」をオープン

IPPUDO



一風堂

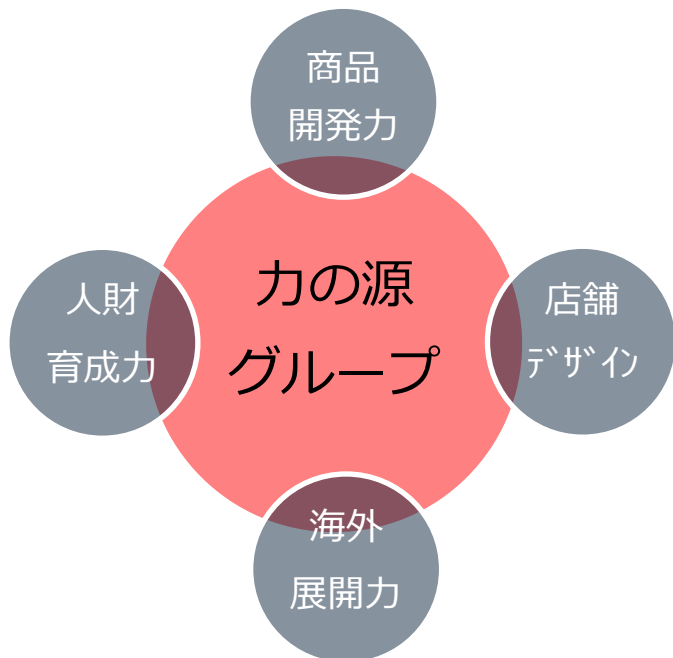
# 特徴・強み



革新の一杯  
赤丸新味

【企業理念】  
“変わらないために、変わり続ける”  
【ミッション】

Japanese Wonder To The World  
“世界中に笑顔とありがとうを”



## 商品 開発力

素材～工法まで拘ったラーメンと「日本食」  
サイドメニュー世界の多種多様な顧客ニーズに  
迅速に応える商品開発力

## 店舗空間 デザイン

地域・カルチャー・トレンド・伝統など様々な  
テイストを織り込みお客様の居心地の良さと  
楽しさを追及した店舗デザイン

## 人材 育成力

OJT、研修施設「くしふるの大地」「7つの習慣」  
充実した研修コンテンツから「おもてなし」の  
精神とサービスをグローバルに提供する

## 海外 展開力

世界13カ国・地域（含む日本）への事業展開に  
裏打ちされたナレッジストック

Since 1986

Branding (ブランディング)

一風堂



IPPUDO

IPPUDO  
RAMEN  
EXPRESS

黒帯

KURO-OBİ

五行

GOGYO

etc...

理念、人材、商品、店舗デザイン、全てのサービスを高いレベルで  
融合させる「ブランディング」が『力の源のコア・コンピタンス』

全世界共通看板商品「白丸元味」「赤丸新味」  
オリジナルブレンド小麦を使用した自家製麺、独自工法による自社生産スープ  
海外進出国の多様性を取り込んだ「日本食」のサイドメニュー・ラインナップ

原点の一杯  
白丸元味



革新の一杯  
赤丸新味



Vogge (真香ろべじ麺) 120



スープ  
博多絹ごしとんこつ



麺  
丸刃麺線 26番



匠がえし一風堂

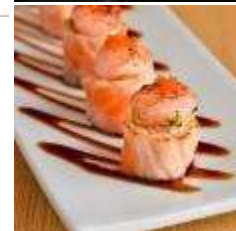


一風堂専用小麦  
「風の大地」



HAKATA SHOYU

博多醤油



素材～工法まで拘ったラーメンと「日本食」サイドメニュー  
世界の多種多様な顧客ニーズに迅速に応える商品開発力



**地域・カルチャー・トレンド・伝統など様々なテイストを織り込み  
お客様の「居心地の良さ」と「楽しさ」を追及した店舗&空間設計と演出**



**OJT、研修施設「くしふるの大地」、「7つの習慣」研修プログラム  
「おもてなし」の精神と質の高いサービスをグローバルに提供**

## 出店来歴

【2008年】	ニューヨーク
【2009年】	シンガポール
【2011年】	香港
【2012年】	台湾
	中国
	シドニー
【2013年】	クアラルンプール
【2014年】	バンコク
	マニラ
	ジャカルタ
	ロンドン
【2016年】	パリ
【2017年】	ミャンマー

## グローバル13カ国・地域 TOTAL 86店舗

(2018年6月末現在)

2016年3月期  
売上高(実績)  
43.2億円

2017年3月期  
売上高(実績)  
48.5億円  
前年対比112.0%

2018年3月期  
売上高(実績)  
62.4億円  
前年対比128.7%

2019年3月期  
売上高(計画)  
83.8億円  
前年対比134.2%

グローバル13カ国・地域への事業展開に裏打ちされたナレッジストック



### □ チャイルドキッチン



粉と一緒に遊ぼうよ！子どもたちに食の楽しさを伝える粉食体験型施設“チャイルドキッチン”。運営現在は、福岡1拠点の運営ですが、訪問実施も含めて、海外5カ国での開催を実現しています。



#### ■ 取り組みの実績

【2018年3月期】

参加者数：8,362名（国内）  
1,039名（海外）

【開催総数（累計）】

参加者数：51,229名（国内）  
2,393名（海外）

【実施国】6カ国

日本、シンガポール、台湾、  
マレーシア、タイ、フランス

### □ 一風堂 WORK SHOP



2003年から小学校を対象に開始したラーメンと餃子づくりを通じて、食の大切さや作る楽しみを子供達に届ける“出前型体験授業”。正しい食のあり方を見つめ、食を通じたコミュニケーションの重要性を伝える食育活動は毎年全国に広がっています。



#### ■ 取り組みの実績

【2018年3月期】

開催校数： 113校  
参加者数：9,373名

【開催総数（累計）】

開催校数： 612校  
参加者数：50,871名

「Japanese Wonder To The World」“世界中に笑顔とありがとうを”  
ミッション実現に向けた食育活動の展開、将来のファンづくり、地域密着型の繋がり

本資料は、株式会社力の源ホールディングス（以下「当社」）の企業情報の提供のために作成されたものであり、日本における当社の発行する株式その他の有価証券への勧誘を構成するものではありません。

本資料は事前の通知なく変更されることがあります。本資料またはその内容については、当社の事前の書面による同意がない限り、いかなる目的においても第三者に開示されまたは第三者により利用されることはできません。

本資料に記載される業界、市場動向、または経済情勢等に関する情報は、現時点で入手可能な情報に基づいて作成しているものであり、当社がその真実性、正確性、合理性及び網羅性について保証するものではありません、

また本資料に記載される当社グループの計画、見積もり、予測、予想その他の将来情報については、現時点における当社の判断又は考えに過ぎず、実際の当社グループの経営成績、財務状態、その他結果は、経済情勢、外食産業の市場動向、消費者の嗜好の変化、原材料価格の変動等により、本資料記載の内容またはそこから推測される内容と大きく異なることがあります。

