

京都きもの友禅

2022年3月期 決算補足説明資料

2022年5月10日

株式会社YU-WA Creation Holdings
東証スタンダード：7615

目次

Contents

01 2022年3月期 決算概要

02 2023年3月期 業績予想

03 中期経営計画と今後の戦略

01

2022年3月期 決算概要

Financial Results

業績概要 - 損益抜粋

Financial Results

損益抜粋(連結)

(単位:百万円、%)

	2021/3実績		2022/3実績		前年比	2022/3修正計画		計画比
		売上比		売上比			売上比	
受注高	7,273		8,399		115.5	8,943		93.9
売上高(出荷高)	7,668	100.0	8,484	100.0	110.6	8,630	100.0	98.3
売上総利益	4,807	62.7	5,220	61.5	108.6	5,416	62.8	96.4
販管費	4,744	61.9	5,215	61.5	109.9	5,314	61.6	98.1
内)広告・販促	1,171	15.3	1,044	12.3	89.2	1,112	12.9	93.9
人件費	2,230	29.1	2,551	30.1	114.4	2,603	30.2	98.0
営業利益	63	0.8	4	0.1	6.9	102	1.2	4.3
営業外損益	35	0.5	12	0.1	34.6	14	0.2	85.3
経常利益	98	1.3	16	0.2	17.0	117	1.4	14.4
特別損益	53	0.7	211	2.5	-	-	-	-
当期純利益	77	1.0	185	2.2	-	68	0.8	-
1株利益(EPS)	6.50円		15.66円		-	5.75円		-

第3四半期は販促施策の実施により来店者数が回復し、好調に推移したものの、第4四半期ではまん延防止等重点措置発令期間の長期化の影響により集客面で厳しい状況となったため、減益となった。

業績概要 - 損益抜粋

Financial Results

受注高

・振袖

夏・冬の繁忙期における振袖集客に苦戦
前年比 8.5% | 修正計画比 14.8%。

・一般呉服

一般呉服については堅調な推移
前年比 +22.7% | 修正計画比 3.8%。

・連結ベース

前年比 +15.5% | 計画比 6.1%。

広告・販促費

広告宣伝費比率を引き下げつつ売上高を確保していく体制
への変更を進めている。

緊急事態宣言の長期化に鑑み、オフラインのプッシュ販促
施策を削減しており、

前年比 126百万円(10.8%)、

計画比 428百万円(29.1%)。

(前期は広告・販促費のうち76百万円を特別損失に振り替え)

人件費

期中平均人員数(前年同期比 16人、計画比+1人)

(前期は人件費のうち219百万円を特別損失に振り替え)

粗利益率

収益認識会計適用前の和装事業としては

前期比 0.3pt | 計画比 0.3pt。

収益認識会計の影響(消化仕入取引分の売上は純額表示と
することによる粗利率アップ要因)が当初計画よりも

少なかったため、連結ベースとしては

前年比 1.2pt | 計画比 1.2pt。

特別損失

和装店舗運営事業における、

店舗の収益性低下に伴う減損損失:81百万円

資産除去債務上積み分の減損損失:88百万

投資有価証券評価損:40百万円

新規事業

ECについては好調に推移し計画通りの利益が確保できたものの、

写真スタジオの出店タイミングの遅れがあったため、

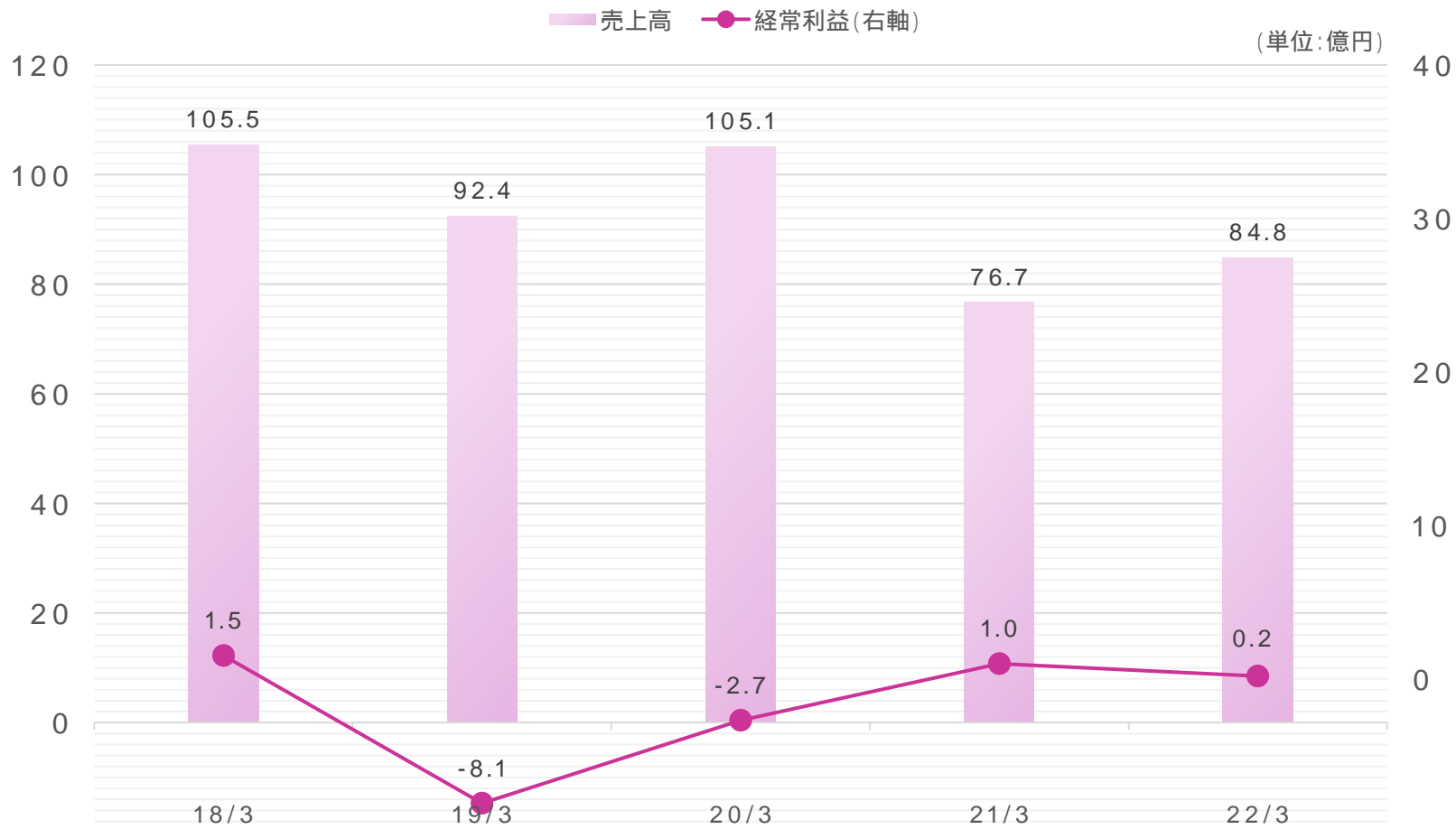
新規事業の営業利益が

前年比 87百万 | 修正計画比 +22百万

業績概要 - 業績の推移

Financial Results

業績の推移(連結)

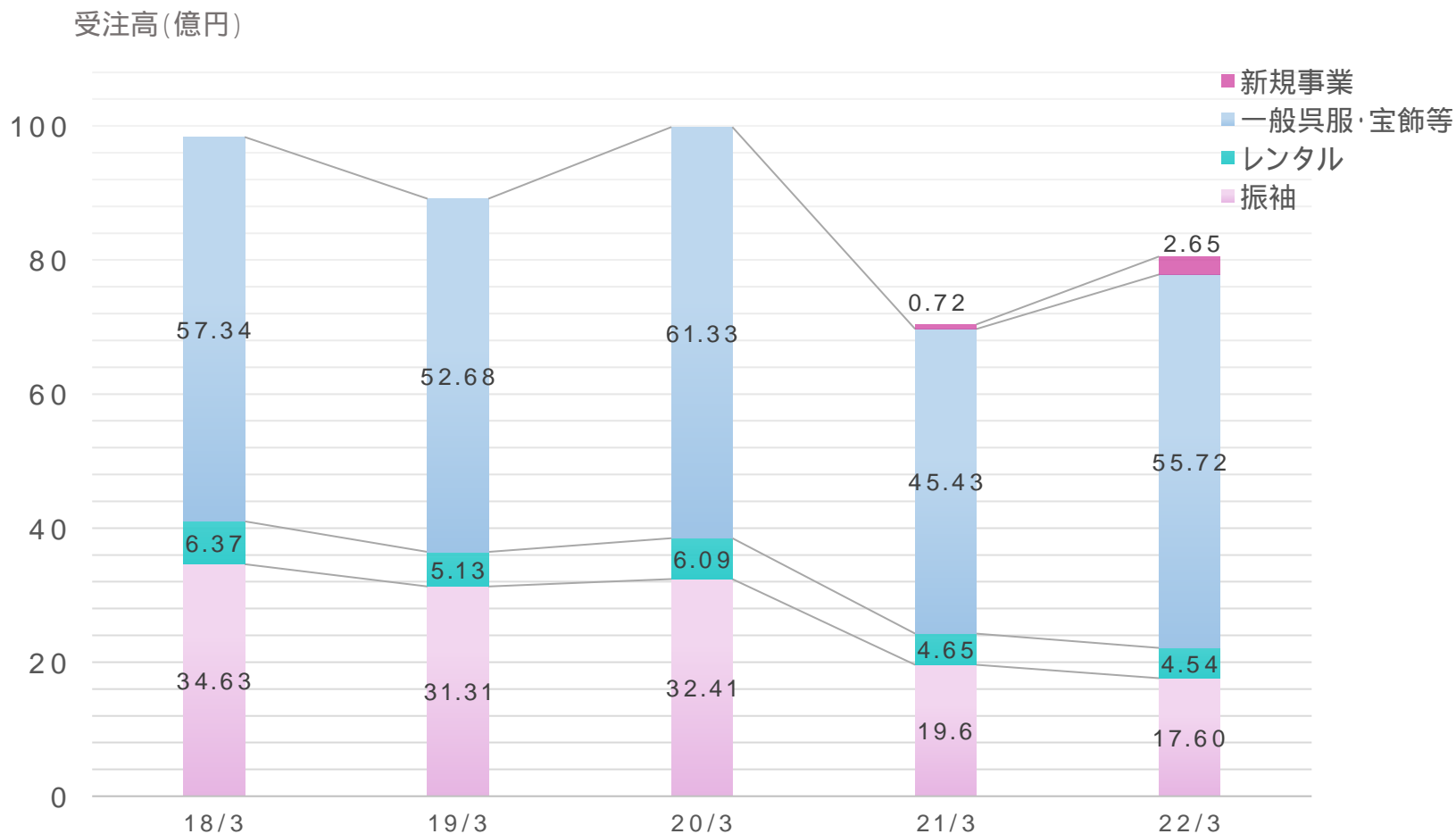


YU-WA Creation Holdings

業績概要 - 受注構成比の推移

Financial Results

受注構成比の推移



業績概要 - 振袖受注状況

Financial Results

振袖受注状況

< 来店者数と受注件数 >

	2021/3	2022/3	増減
来店者数	12,449 人	13,201 人	+ 6.0%
受注件数 (成約率)	7,263 人 (58.3%)	7,686 人 (58.2%)	+ 5.8% (0.1 pt)
内)販売分	5,390 人 (43.3%)	5,749 人 (43.5%)	+ 6.7% (+ 0.3 pt)
内)レンタル分	1,873 人 (15.0%)	1,937 人 (14.7%)	+ 3.4% (0.4 pt)

内) 販売 ・ レンタル含む受注状況

	2021/3	2022/3	増減
受注件数	7,263 人	7,686 人	+ 5.8%
平均単価	322 千円	278 千円	13.6%
受注高	2,336 百万円	2,136 百万円	8.5%

第3四半期は販促施策の実施により来店者数が回復し好調に推移したものの、第4四半期でははまん延防止等重点措置発令期間の長期化の影響により集客面で厳しい状況となり、来店者数は前年比+6.0%、成約率 0.1pt、平均単価 13.6%、販売・レンタル合わせた受注金額は前年比 8.5%。

業績概要 - 友の会の状況

Financial Results

友の会の状況

(単位:人、百万円)

	2021/3	2022/3	増減	
会員数	69,743	68,179	1,564	
会員による受注高	1,266	1,224	43	
利用状況	一般呉服等の受注全体に占める比率	27.9 %	22.0%	5.9 pt
	平均購入倍率	2.5 倍	2.9 倍	+ 0.4 pt
積立残高総額	3,252	3,129	123	
内)積立完了未使用	2,676	2,594	83	
未使用の比率	82.3 %	82.9%	+ 0.6 pt	

(注)友の会会員積立残高のうち、連絡不能等の長期未使用預り金については収益に振り替えておりますが、上記表では積立残高に含んでおります。

会員数の減少は、2店舗閉店した影響等によるもの。

振袖成約後の友の会入会率については、前年比+0.2ptの27.2%。

一般呉服・宝飾受注高は増加したものの、利用率が低下したため、会員受注高については前年比 3.4%。

業績概要 - セグメント別損益

Financial Results

2022/3 実績

(単位:百万円、%)

	和装店舗 運営事業	その他事業	計	消去又は 全社	連結
売上高	8,230	254	8,484	-	8,484
営業費用	7,631	329	7,961	518	8,480
セグメント利益	598	75	522	518	4

2021/3 実績

	和装店舗 運営事業	その他事業	計	消去又は 全社	連結
売上高	7,598	69	7,668	-	7,668
営業費用	6,971	58	7,029	575	7,604
セグメント利益	627	11	638	575	63

2021/3期は、376百万を営業費用から特別損失に振り替えている(臨時休業期間中に発生した営業コスト)。

「その他事業(写真・EC・ネイル・オンラインスクール)」において、新規出店等の先行投資が発生している。

業績概要 - バランスシート

Financial Results

バランスシート(連結)

(単位:百万円)

	2021年 3月末	2022年 3月末	増減
流動資産 (うち現金及び預金)	9,407 (4,280)	9,146 (3,969)	261 (312)
有形固定資産	148	233	+ 85
無形固定資産	80	74	6
投資その他の資産	2,571	2,403	168
固定資産	2,800	2,710	90
資産合計	12,207	11,857	350
負債	6,877	7,069	+ 192
株主資本	5,330	4,788	543
その他包括利益累計額	-	-	-
非支配株主持分	-	-	-
純資産	5,330	4,788	543
負債純資産合計	12,207	11,857	350

【資産】

- ・現預金 312M
- ・棚卸資産 + 63M
- ・売掛金 21M
- ・建物 + 61M
- ・差入保証金 150M
- ・投資有価証券 40M

【負債】

- ・未払金 93M
- ・前受金 139M
- ・販促引当金 103M
- ・短期借入金 + 100M
- ・資産除去債務 + 144M
- ・契約負債 + 280M

【純資産】

- ・利益剰余金 554M
- (内、収益認識会計適用による
期首の利益剰余金調整 295M)

自己資本比率 40.4%
(2021年3月末 43.7%)

業績概要 - キャッシュ・フローの状況

Financial Results

キャッシュ・フロー(連結)

(単位:百万円)

	2021/3 実績	2022/3 実績	増減
営業キャッシュ・フロー	651	334	+ 316
投資キャッシュ・フロー	433	0	434
財務キャッシュ・フロー	923	17	906
現金及び現金同等物の増減額	706	318	1,024
現金及び現金同等物の期首残高	3,574	4,280	+ 706
現金及び現金同等物の期末残高	4,280	3,962	318

【営業CF】
 ・税金等調整前当期純損失 195 M
 ・販売促進引当金の増減 103 M
 ・預り金の増減 127 M
 ・減損損失 + 169 M

【投資CF】
 ・有形固定資産取得 116 M
 ・差入保証金の回収 + 150 M

【財務CF】
 ・短期借入金の増減 + 100 M
 ・配当金の支払 73 M

業績概要 - その他トピックス

Financial Results

- 2021年10月1日付で持株会社体制への移行を実施
(商号の変更)
当社:(株)YU-WA Creation Holdings
分割準備会社:京都きもの友禅(株)
- (株)テイクアンドギヴ・ニーズと、
「プレミアムロケーションフォトプラン」開始(2021年4月~)
- ネイルサロン事業の開始(2021年5月~)
札幌エリアにネイルサロン3店舗をオープン
- 写真スタジオの新設(2021年7月~)
プレミアムフォトスタジオ「クラネ」を新宿、みなとみらい、梅田にオープン
- アプリ型オンライン着付け教室
オンラインおけいこ「tashinami」の開講(2021年9月~)
- 計画的にお嬢様の成人式に備えたいニーズに応じて
「友の会 振袖積み立て」サービスの開始(2022年1月~)

業績概要 - その他トピックス

Financial Results

自己株式の取得及び消却の実施

目的

- ・経営環境の変化に対応できる機動的な資本政策の遂行
- ・発行済株式総数の減数を通じた株主利益の増進

取得株式数

700,000株 (発行済株式総数(自己株式を除く)に対する割合 5.74%)

取得期間

2022年5月11日～2022年9月30日

消却株式数

3,000,000株 (消却前の発行済株式総数に対する割合 19.36%)

消却予定日

2022年6月30日

資本金の額の減少(減資)を決議

目的

- ・今後の機動的かつ柔軟な資本政策の実施を可能とするため

減少後の資本金の額

100,000,000円

効力発生日

2022年6月24日(予定) 定時株主総会での承認可決を条件として実施

02

2023年3月期 業績予想

Full Year Outlook

23/3期計画 - 通期計画(連結)

Full Year Outlook

通期計画(連結)

(単位:百万円、%)

	2022/3 実績		2023/3 計画		前年比
		売上比		売上比	
受注高	8,399		9,888		117.7
売上高(出荷高)	8,484	100.0	9,723	100.0	114.6
売上総利益	5,220	61.5	6,031	62.0	115.5
販管費	5,215	61.5	5,875	60.4	112.6
内)広告・販促	1,044	12.3	1,181	12.2	113.1
人件費	2,551	30.1	2,810	28.9	110.1
営業利益	4	0.1	156	1.6	-
営業外損益	12	0.1	16	0.2	-
経常利益	16	0.2	139	1.4	831.9
特別損益	211	2.5	-	-	-
当期純利益	185	2.2	102	1.0	-
1株利益(EPS)	15.66円		8.60円		-
ROE	3.7%		2.0%		
1株当たり年間配当金	6.00円		6.00円		-
	(中間3円 期末3円)		(中間3円 期末3円)		

和装事業においては、費用構造の見直し等、引き続き構造改革を進める。

その他事業は、写真スタジオ・ネイル店舗の出店を進めるなど、各事業での増収を図り、黒字化を目指す。

23/3期計画 - 通期計画(受注高)

Full Year Outlook

通期計画(受注高)

(単位:百万円、%)

	2022/3 実績		前年比	2023/3 計画		前年比
		構成比			構成比	
振袖セット	1,760	21.9	89.8	2,583	27.1	146.7
レンタル	454	5.6	97.7	609	6.4	134.0
一般呉服・宝飾等	5,572	69.2	122.7	5,700	59.7	102.3
新規事業	265	3.3	369.1	649	6.8	245.2
合計	8,051	100.0	114.4	9,540	100.0	118.5

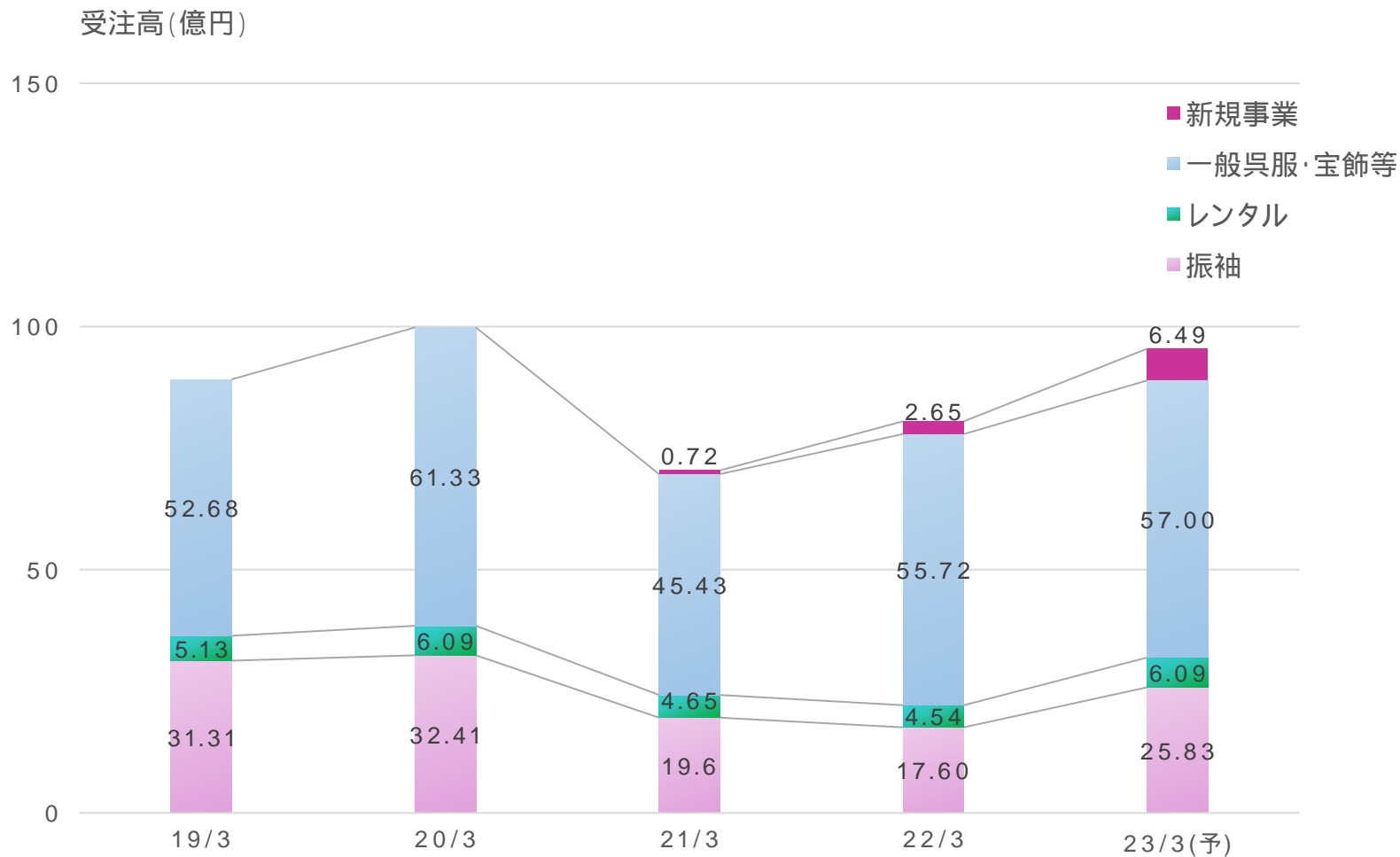
振袖セット・レンタル
一般呉服・宝飾等
新規事業

振袖来場数の増加、成約率アップを図る。
店舗内催事に注力するとともに、大規模催事をエリア分散して開催を計画。
写真スタジオ・ネイルサロンの出店を進め、増収を図る。

23/3期計画 - 受注構成比の推移

Full Year Outlook

受注構成比の推移



23/3期計画 - 通期計画(セグメント別損益)

Full Year Outlook

2023/3期計画

(単位:百万円、%)

	和装店舗 運営事業	その他事業	計	消去又は 全社	連結
売上高	9,074	649	9,723	-	9,723
営業費用	8,404	633	9,037	530	9,567
セグメント利益	670	15	685	530	156

2022/3期実績

	和装店舗 運営事業	その他事業	計	消去又は 全社	連結
売上高	8,230	254	8,484	-	8,484
営業費用	7,631	329	7,961	518	8,480
セグメント利益	598	75	522	518	4

23 / 3 期計画 - 注力事項

Full Year Outlook

一般呉服

ローカルツアー型催事

密を回避しつつ、大人数では訪れられない
特別感のある工房や観光地へのツアー開催

従来
1回 / 都市部  エリア分散



きもの産業に関わる小規模工房の
経営支援、伝統技術の保護にも繋がる。

ESGの実践

非呉服商材の販売

非呉服(ライフスタイル)に特化した催事を開催。



経営理念「日本の女性の美と夢と心のやすらぎ」
の呉服以外の商品を展開

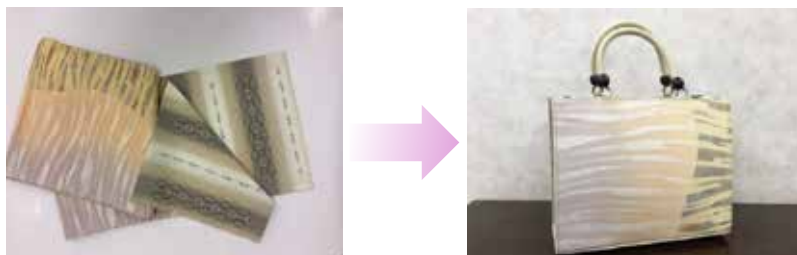
23/3期計画 - 注力事項

Full Year Outlook

一般呉服

きもののアップサイクル企画推進

お手入れやきものリフォームリメイクなど、
ご相談ベースで着物を持参いただき
お客様と関係強化。アップセルに繋げる。
(きものの着用以外の価値創造)



ESGの実践

リユースマーケット深耕

(株)エコリング様との協業強化



22/3期は買取イベント8回実施
23/3期は50回以上の買取イベントを実施予定

23 / 3 期計画 - 注力事項

Full Year Outlook

振袖

来店客数UP施策



「厳選！ふりそでマルシェ」開始。
店舗限定・週末限定で開催。
各店舗でおすすめの着物を、
数量限定・期間限定で特価販売。
厳選色柄・少数生産の品揃えの
当社ならではの企画。
店舗ごとに展開商品が異なり、
かつ少数限定。いつも新鮮でお得感が
満載のイベントです。

価格戦略見直し



「早い者勝ち 人気品」
商品部厳選の高品質な振袖の
プライスオフ企画。
ウェブサイトの商品詳細を掲載し、
お客様が事前にセール商品を確認できる安心のサービス商品。
トレンドの振袖なども含め、
期間限定・数量限定でハイエンドな
商品をお手頃価格で提供します。

振袖

写真サービス連携強化

町田・小倉(7月予定)で高品質な写真スタジオの併設店舗をリニューアルオープン。
振袖準備～記念写真～成人式当日お支度までワンストップで提供可能な店舗を増やし、お客様の利便性を向上します。



卒業袴強化

トレンド商品の拡充と共に
当社が提案するスタイリングを掲載した
「卒業袴特設WEBカタログ」を公開。
来客数UPを狙います。



23/3期計画 - 注力事項

Full Year Outlook

オンライン事業

和装の総合ECサイトへリニューアル



最大30%OFFクーポンも使える! 詳しくはコチラ▶

振袖	カジュアル着物	浴衣
帯	鞆バッグ	コーディネート小物
髪飾り	着付け小物	その他小物
クリーニング		

使いやすいUIへの変更と
機能追加を実施。

贈答品向け商材や、 子供向け和装レンタルなど商材の拡充



一般呉服
男性・女性



子供着物
七五三 産着など



和装小物
贈答品

23/3期計画 - 注力事項

Full Year Outlook

ネイルサロン事業

今期は4店舗の出店。今後3年間で36店舗体制を目指す。
京都きもの友禅との併設店舗もオープンさせ、相互送客・サービス連携をはかり、
事業シナジーを創出する。

51期 3店舗



52期
新規4店舗出店予定(高松店4月開業済み)



03

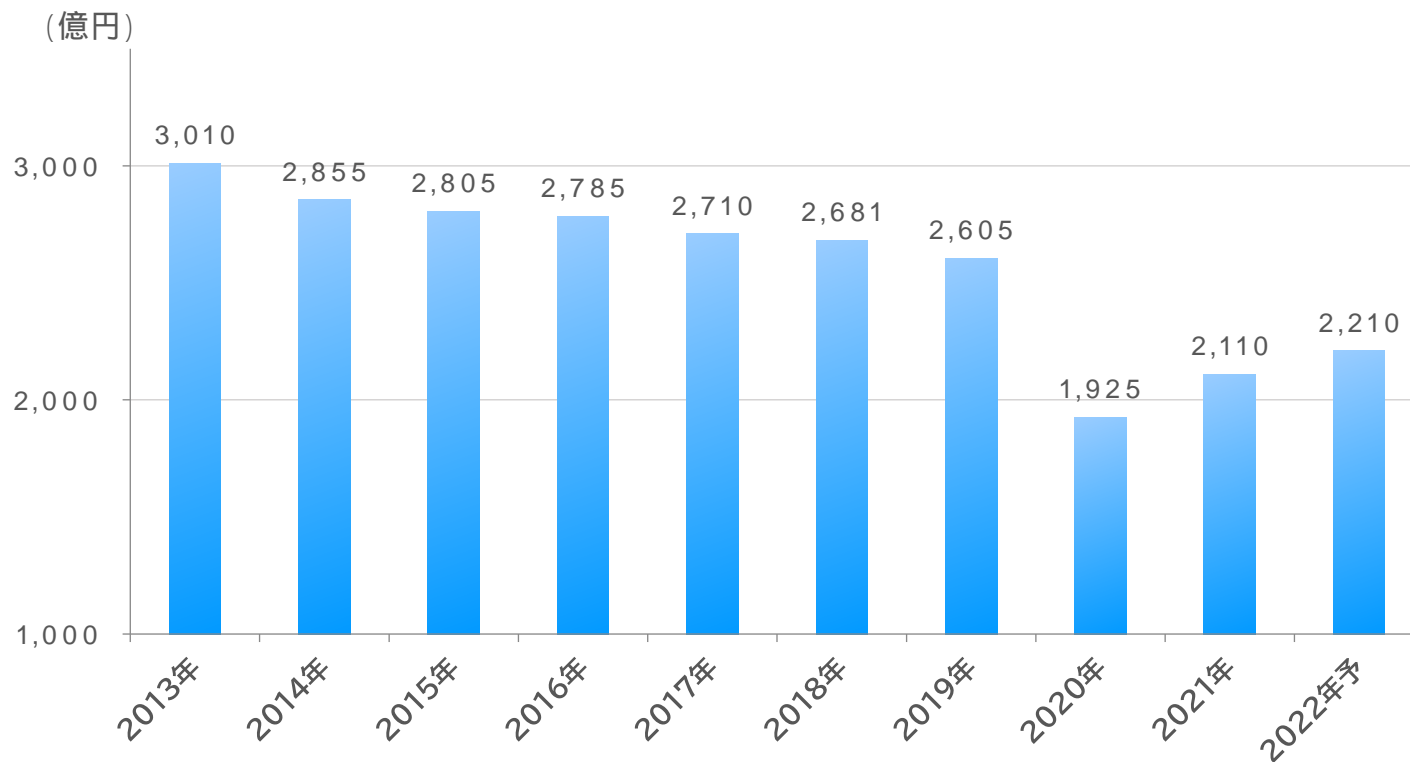
中期経営計画と今後の戦略

Medium-term plan and future strategy

新規事業・サービスの目的

Purpose of new business and service

呉服小売市場規模推移



新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、結婚式、成人式など、
きものを着用する機会が大きく制限されたことにより市場規模は大幅に減少。

注1. 小売金額ベース

注2. 2022年予測値(2022年3月現在)

注3. 市場規模には、正絹のきもの、紬類のきもの、帯類、リサイクルきもの他、和装小物、浴衣(ゆかた)、
合繊素材のきもの等を含む。なお、きものレンタルは含まない。

出所: (株) 矢野経済研究所「きもの産業年鑑(2022年版)」

経営理念に沿った事業・サービスを新規に展開

New business in line with our management philosophy



既存和装事業での新規サービス導入や、お客様向けの新規事業により顧客満足度を引き上げ、事業間の相互送客とLTVの向上を目指す。

中期計画について - 損益抜粋

Medium-term plan and future strategy

中期計画(連結)

	2022/3 実績		2023/3 計画		2024/3 計画		2025/3 計画	
		売上比		売上比		売上比		売上比
売上高(出荷高)	8,484	100.0	9,723	100.0	10,271	100.0	10,913	100.0
営業利益	4	0.1	156	1.6	300	2.9	500	4.6
経常利益	16	0.2	139	1.4	284	2.8	482	4.4
当期純利益	185	2.2	102	1.0	224	2.2	391	3.6

1株利益(EPS)	15.66円		8.60円		18.88円		33.05円	
1株配当金	6円		6円		9円		11円	
配当性向	-		69.7%		47.7%		33.3%	

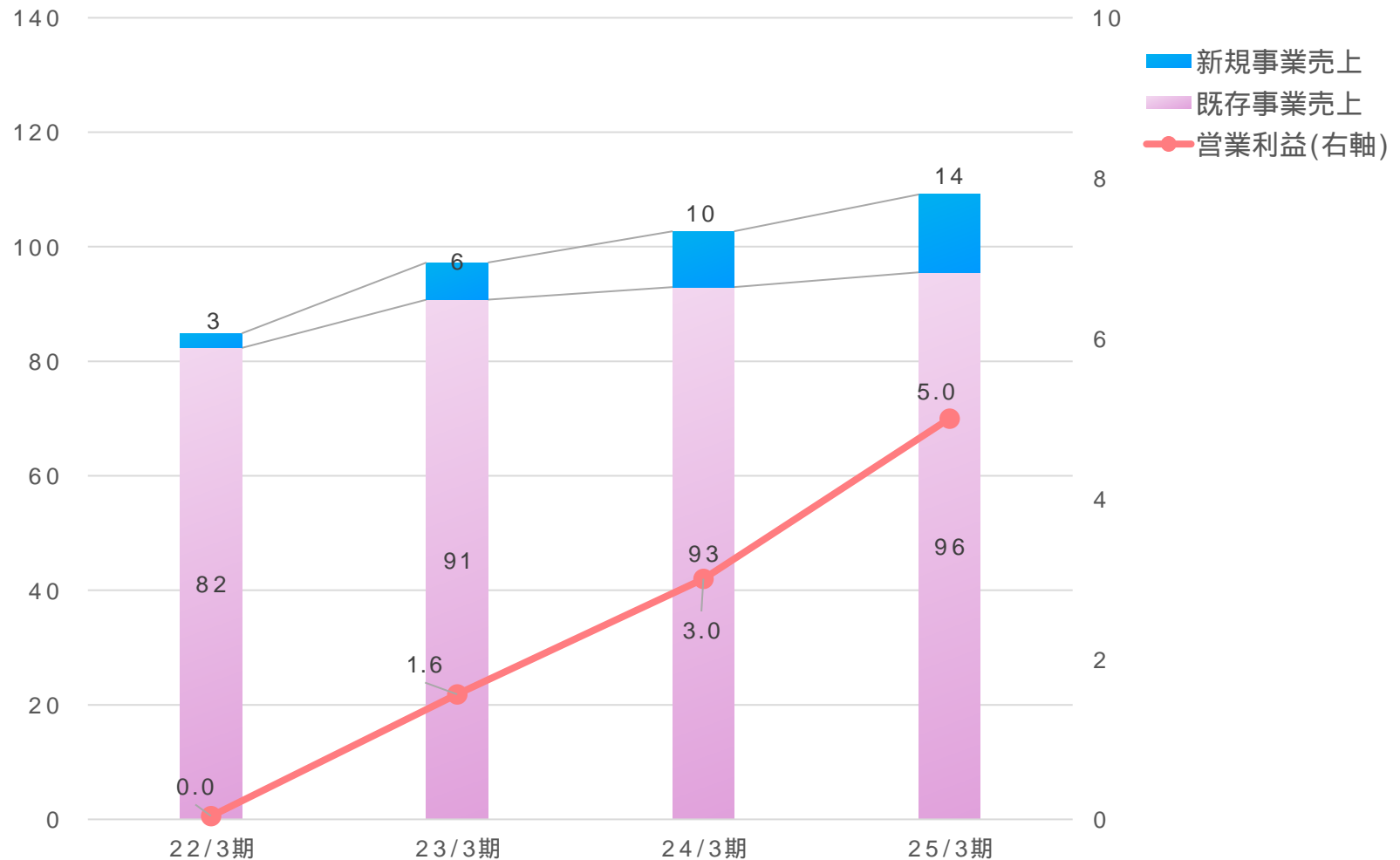
当社は従来より、安定的かつ継続的な配当を行うことを重視しており、業績・財務基盤の早期回復を図り、配当性向30%を目途に実施していく。

中期計画について - 既存事業・新規事業の内訳

Medium-term plan and future strategy

売上高・営業利益の推移

(単位:億円)



中期計画について - 受注計画

Medium-term plan and future strategy

中期計画（受注高）

	2022/3 実績		2023/3 計画		2024/3 計画		2025/3 計画	
		構成比		構成比		構成比		構成比
振袖セット	1,760	21.9	2,583	27.1	2,710	27.0	2,930	27.5
レンタル	454	5.6	609	6.4	634	6.3	677	6.3
一般呉服・宝飾等	5,572	69.2	5,700	59.7	5,700	56.9	5,700	53.4
新規事業	265	3.3	649	6.8	976	9.7	1,358	12.7
合計	8,051	100.0	9,540	100.0	10,020	100.0	10,665	100.0

和装事業の受注高としては緩やかな伸びを見込みつつ、新規事業を積極的に拡大していく。

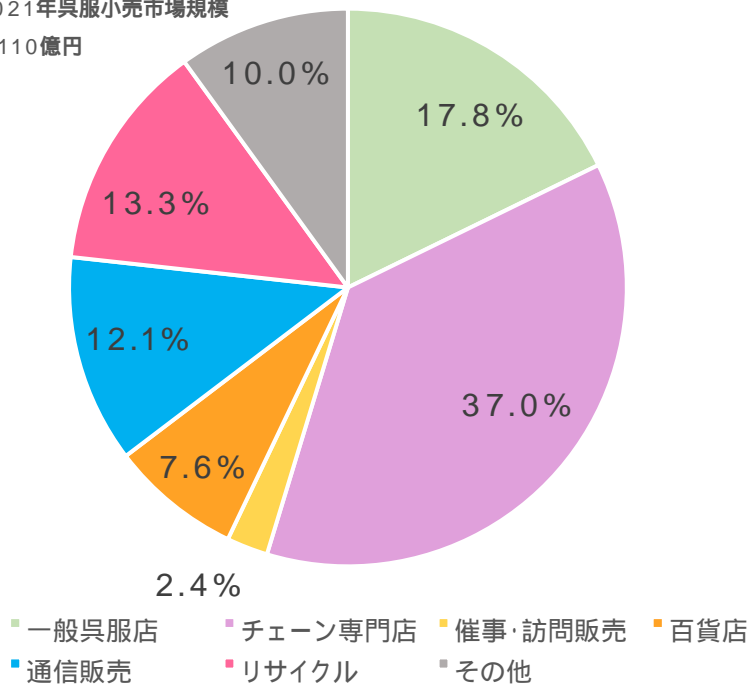
EC・リユースマーケットの可能性

Future strategy

販売チャネル別呉服小売市場構成比

2021年呉服小売市場規模

2,110億円



出所：(株)矢野経済研究所「きもの産業年鑑(2022年版)」

呉服市場全体は低迷しているが、その中で、今後も伸長が予想されるチャネルへ進出し、売上規模を拡大していく。

(株)エコリング様と協業で買い取りイベントの積極開催



オンラインストアでのリユース振袖の販売

店舗・フリット・百貨店・サイズ・色・ワイン系 (中古・リユース 振袖) 109990円送料・購入 | 京都きもの友禅公式オンラインストア



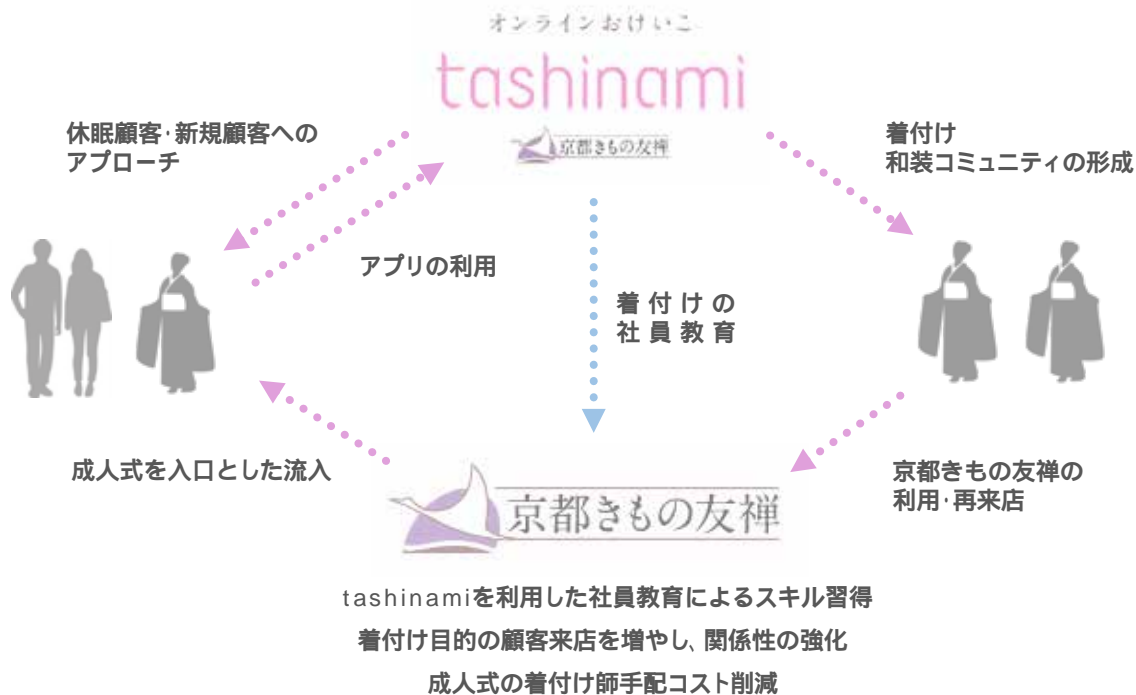
オンライン着付けレッスン事業について

Future strategy

業界初のオンライン着付けサービスアプリ“tashinami”を開始。若い世代への和装需要喚起と、非アクティブを含めた顧客への新規サービスとして導入。

さらに、初めての方が利用しやすい着物スターターキット付きプランを2022年の5月からスタート予定。

<https://yuzenonline.com/tashinami/>



YU-WA Creation Holdings

EC事業の進捗

Future strategy

2020年7月にスタートしたEC事業。振袖レンタル・販売から開始し好調に売上は伸張している。今後も和装を軸にしながら、顧客ニーズに合う商材も積極的に取り入れ、提案性の高いオンラインストアの構築を目指す。

京都きもの友禅オンラインストア 3つの目的

振袖在庫の回転率向上

在庫管理の見直し
不稼働在庫のマネタイズ推進

新規顧客の新しい 開拓チャンネル

商材の拡張(22年度~)

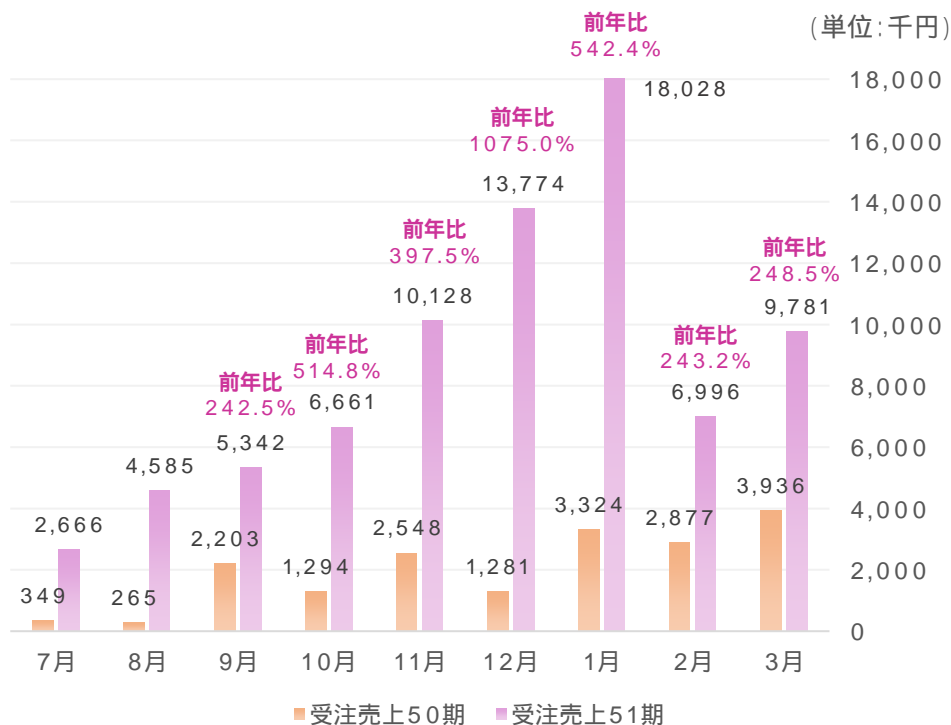
既存顧客の 利便性向上

友の会積立の利用(23年度~)
ネット限定商品の投入



オンラインストア
Amazon・楽天

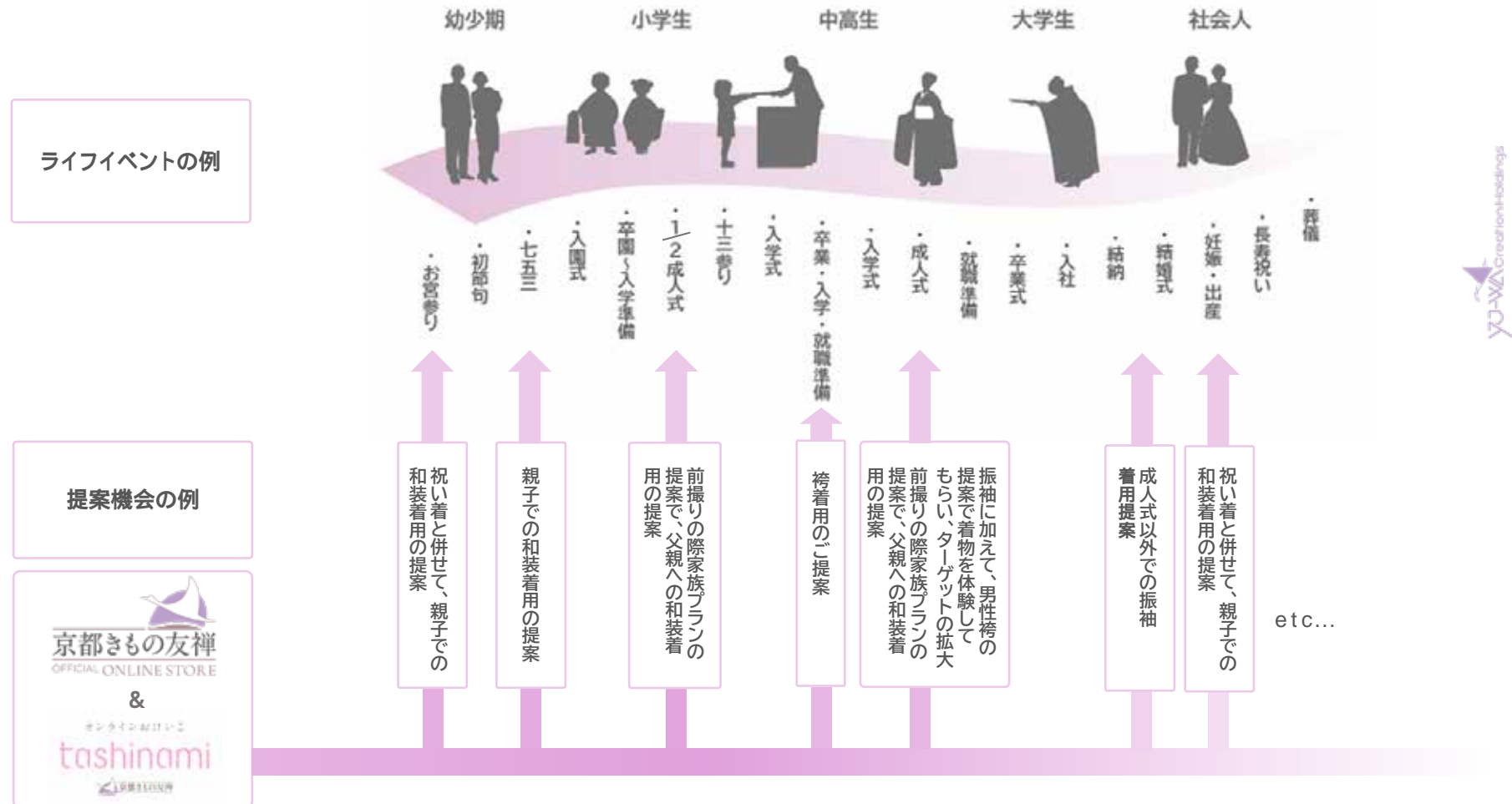
売上と前年比



EC・オンライン着付けアプリtashinamiの連携

Future strategy

和装着用の機会となるライフイベントへの提案を成人式以外でも行っていく。具体的には、ECストアでの商品展開とオンライン着付けレッスンサービスのクロスセルや着こなし参考動画の拡充による和装エントリー層の取り込みなどを予定。



エンタメ-キャラクターやデジタルと連携したプロモーション・企画

Future strategy

漫画とのタイアップ企画

tashinami×恋せよキモノ乙女タイアップ



新潮社 | くらげパンチ | tashinami

アプリ・WEBで着付けがまなべるオンラインレッスン「tashinami」のイメージモデルに、WEBマンガサイト「くらげパンチ」にて連載中の「恋せよキモノ乙女」のキャラクターを起用。tashinamiサイト内で漫画特別無料公開中。

今後の展開例

リアル)キャラクター×着物(小紋)



©山崎零/新潮社

キャラクターが実際に着用したイラストから着物制作

新規チャネル開拓

バーチャル)3DCG着物



Joyfa(<https://joyfa.io/>)の高度なCG技術で
フォトリアルなデジタル着物を制作。

NFT販売や着用イメージの事前提供で購入しやすさを実現

海外での展開も見据えて、今後も継続的に企画を推進。

当社の持続的成長を可能にする、ESGへの取り組み

Growth Strategy

より良い社会の形成と当社の持続可能な成長のため、社会からの期待や要請にこたえ、ESG活動を推進します。



環境

Environment

着物が本来持っているサステナブルなライフサイクルを推進

- ・ママ振袖・姉妹振袖のプラン導入
- ・悉皆（お直し）サービスの強化
- ・リユース事業開始（ネットジャパン・エコリングと連携）
- ・着物をアップサイクルした商品開発を予定

12 つくる責任
つかう責任



社会

Society

日本の伝統文化の普及と技術の継承に貢献

- ・産地研修の実施（奄美大島）
- ・産地、工房訪問ツアーの積極開催（地域経済への貢献）
- ・高齢者雇用の促進

8 働きがいも
経済成長も



17 パートナーシップで
目標を達成しよう



企業統治

Governance

コーポレートガバナンスの強化

- ・持株会社化と後継者育成促進
- ・社外役員の積極登用（半数が社外役員）
- ・監査等委員会設置会社へ移行し監督機能を強化

16 平和と公正を
すべての人に



アライアンスの拡大

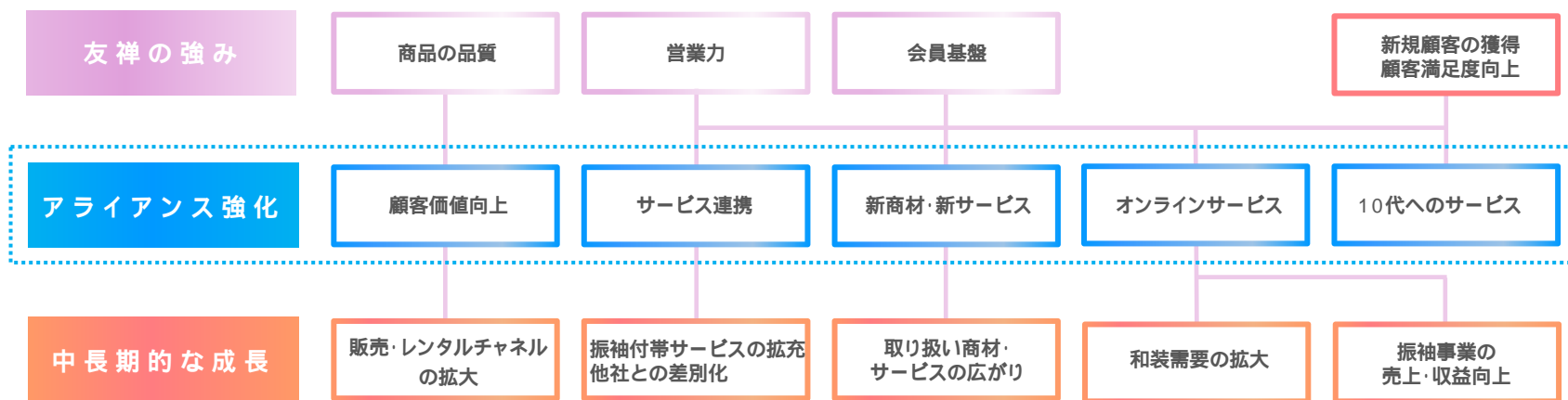
Growth Strategy

当社の強みを活かし、

- ① 顧客様へ新しい商材・サービスを提供する
- ② アライアンス先を通じ商品提供を行い、在庫を有効に活用する
- ③ 和装事業の競合との差別化や囲い込みを実現する
- ④ 新たな集客装置を獲得する。

以上 ~ を目的にアライアンスを行う。

結果として、営業拠点(店舗)の効率化・新規事業への参入による生産性向上(人件費)に繋げる。



引き続き、アライアンスを積極的に活用していく

呉服販売会社から、和装のあるライフスタイルを提案する会社へ

Growth Strategy



会社概要

Company Profile

日本の女性の美と夢と
心のやすらぎを創造する

日本の伝統文化である“きもの”を通して、
来永く喜びと感動を。



株式会社YU-WA Creation Holdings(旧社名 京都きもの友禅株式会社)

会社概要	代表名	代表取締役 服部 雅親		
	本社所在地	〒103-0011 東京都中央区日本橋大伝馬町14-1住友生命日本橋大伝馬町ビル		
	設立年月日	1971年8月5日		
	事業内容	振袖を中心とした高級呉服・宝飾等の販売		
	資本金	12億円(2022年3月末現在)		
	従業員数	570名(2022年3月末現在 嘱託・パートを含む)		
	店舗数	友禅4店舗 写真スタジオ4店舗 ネイルサロン3店舗(2022年3月末現在)		
	関連会社	(連結子会社)京都きもの友禅株式会社、株式会社京都きもの友禅友の会		
	役員	代表取締役社長	服部 雅親	
		取締役副社長	粕谷 進一	
常務取締役		橋本 和之		
取締役		日笠 祐二		
社外取締役		橋本 泰		
社外取締役(常勤監査等委員)		有川 勉		
社外取締役(監査等委員)		辻 友崇		
	社外取締役(監査等委員)	細川 大輔		

経営管理部(弓削・渡部)

URL : <https://www.yuwa-holdings.co.jp/>

E-mail : kky_ir@kkyuzen.jp

注意事項

本資料に記載されている将来の見通しに関する数値につきましては、現時点で入手可能な情報に基づき当社で判断したものであります。

これらの見通しは様々なリスク及び不確定要因を含んでおり、実際の業績は異なる結果となる可能性があります。