

# TAKAYOSHI

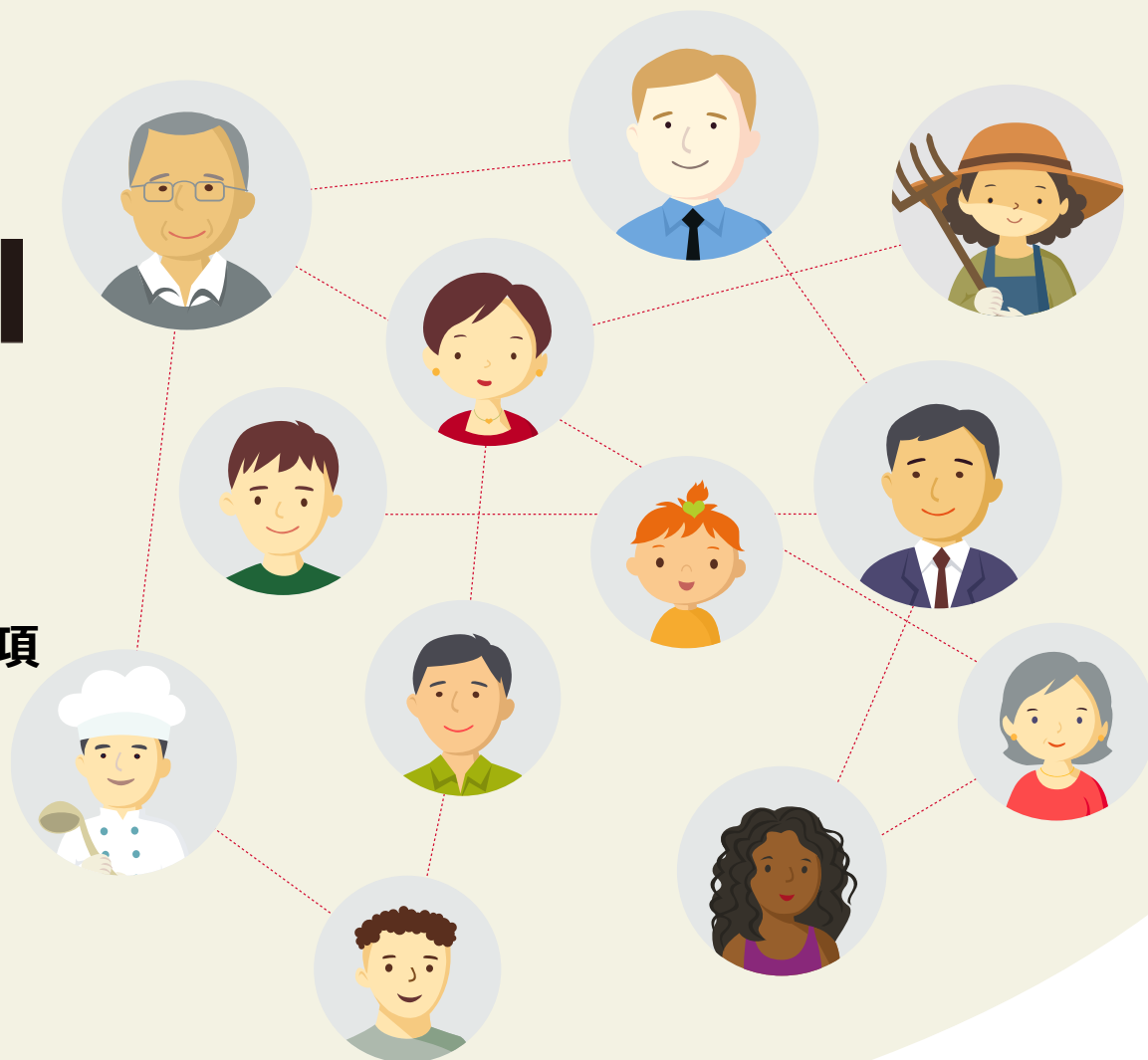
## 株式会社タカヨシ

### 2023年9月期通期決算説明

### 並びに

### 事業計画及び成長可能性に関する事項

2023年11月13日



- 1.2023年9月期通期決算ハイライト**
- 2.中期経営計画**
- 3.2024年9月期の見通し**
- 4.会社概要・事業の特徴**
- 5.Appendix**



# 1. 2023年9月期通期 決算ハイライト

## 業績サマリー（通期）

### 営業収益

前年度比（増減）

達成率

**7,185**百万円

**+11.6%**(+746百万円)



**96.4%**

### 営業利益

前年度比（増減）

達成率

**991**百万円

**+2.8%**(+27百万円)



**92.7%**

## 主要な経営指標（KPI）

### 流通総額

**24,966**百万円

（前年同期比+13.3%）

### 店舗数

**166**店舗

（前期末より30店舗増）

### 登録生産者数

**28,615**件

（前期末より2,662件増）

## 前期から引き続き順調に成長を継続

当期は積極的な出店を継続し、事業規模の拡大を継続。  
 また、人件費や水道光熱費の高騰による販管費の増加はあったものの、増収増益を達成。  
 一方、新店の開店時期遅れや異常気象で農産物への影響などにより、業績予想の達成には至らなかった。

（単位：百万円）

	2022/9期 通期実績	2023/9期 通期実績	変動率	通期業績予想	達成率
流通総額	22,036	24,966	+13.3%	26,000	96.0%
営業収益	6,438	7,185	+11.6%	7,450	96.4%
営業利益	964	991	+2.8%	1070	92.7%
経常利益	913	976	+6.9%	1050	93.0%
当期純利益	471	483	+2.6%	490	98.7%

## 新店舗が順調にオープン

流通総額は前期比で高い増加率を維持したものの、目標未達。

新規出店数は前期から大幅増を目標とし、▲1店舗と目標をほぼ達成した。

新規登録生産者は既存店周辺での新規出店が多く、既存生産者の販路拡大となる傾向が強かったため、新規出店に伴う新規登録生産者の獲得数は目標を下回った。

	2022/9期 通期実績	2023/9期 通期実績	変動率	通期目標	達成率
流通総額（百万円）	22,036	24,966	+13.3%	26,000	96.0%
新規出店数（店）	25	39	+56.0%	40	97.5%
新規登録生産者数（件）	2,437	2,662	+9.2%	3,000	88.7%

## PL前期比較（通期）

（単位：百万円）

	2022/9期 通期実績	2023/9期 通期実績	増減	変動率	主な理由
流通総額	22,036	24,966	+2,930	+13.3%	・店舗数の増加（純増30店舗） ・既存店における増加（弁当・惣菜部門の伸長）
営業収益	6,438	7,185	+746	+11.6%	・流通総額の伸びによる増加
売上総利益	5,799	6,635	+835	+14.4%	・流通総額の伸びによる増加
売上総利益率 (流通総額ベース)	26.3%	26.6%	+0.3pt	-	
販管費合計	5,062	5,868	+805	+15.9%	・新店稼働による増加 ・流通総額増による変動費の増加 ・電気料金上昇の影響による光熱費の増加
営業利益	964	991	+27	+2.8%	
営業利益率 (流通総額ベース)	4.4%	4.0%	△0.4pt	-	・売上総利益率の変動に伴う増加 ・販管費の増加
経常利益	913	976	+62	+6.9%	
税引前当期純利益	876	828	△47	△5.5%	IT投資（基幹システムの刷新等）に伴う既存設備の除却
当期純利益	471	483	+12	+2.6%	

## 主要経営指標①

名称	2020/9期 通期実績	2021/9期 通期実績	2022/9期 通期実績	2023/9期 通期実績
総資本経常利益率	9.12%	13.62%	13.58%	12.74%
総資本回転率（流通総額ベース）	3.7	4.0	3.3	3.3
流通総額経常利益率	2.4%	3.4%	4.1%	3.9%
1株当たり純利益高	66.1	138.1	93.2	87.5
自己資本当期純利益率	—	1788.9%	26.2%	21.2%
自己資本構成比率	—	0.7%	26.8%	29.8%
流通総額増加率	108.8%	118.8%	115.3%	113.3%
経常利益高増加率	271.7%	166.2%	140.3%	106.9%
流通総額営業総利益率	27.05%	26.32%	27.35%	27.48%



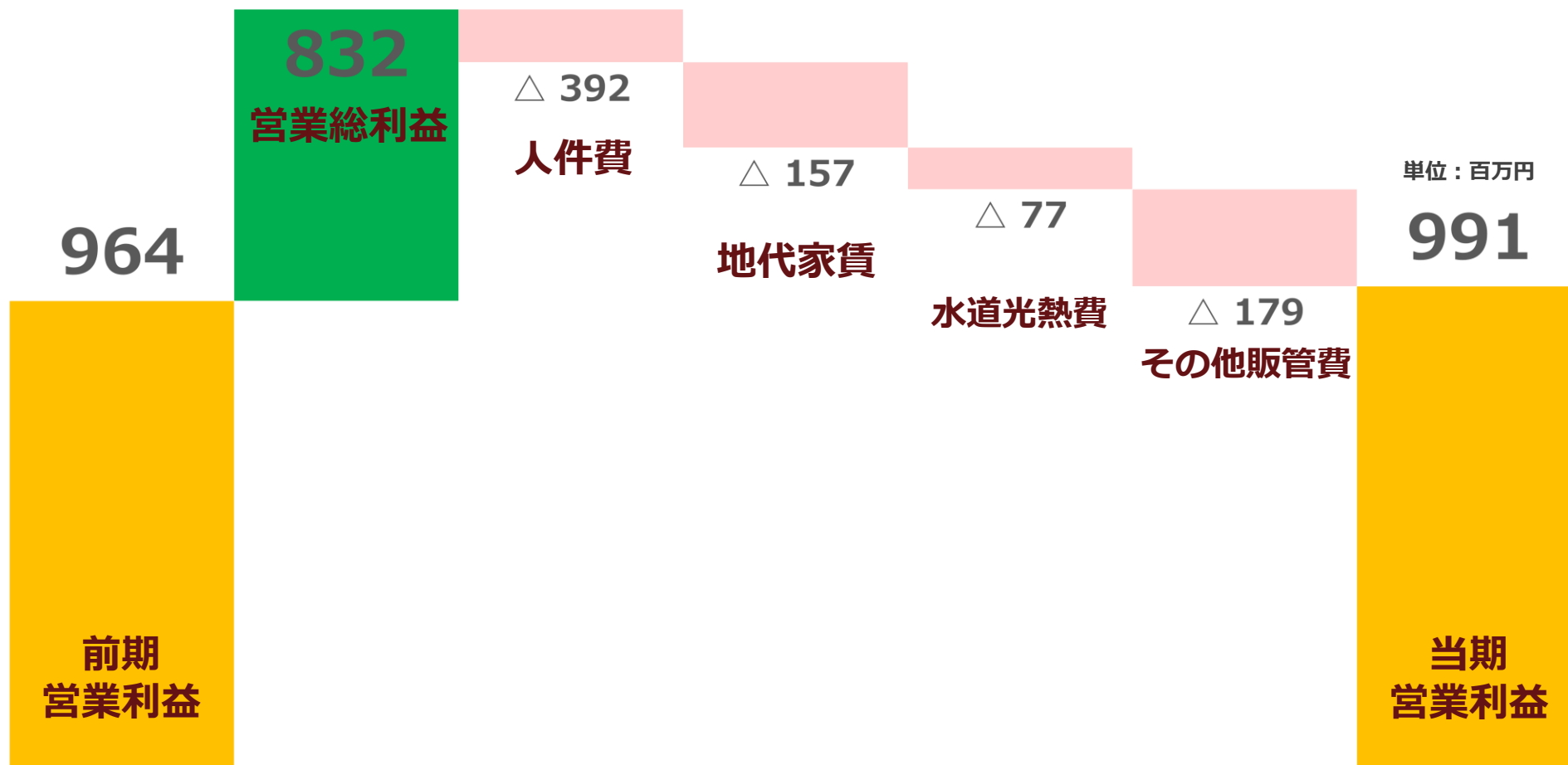
## 主要経営指標②

名称	2020/9期 通期実績	2021/9期 通期実績	2022/9期 通期実績	2023/9期 通期実績
PBR（株価純資産倍率）	—	—	4.97倍	3.14倍
損益分岐点売上高比率	83.5%	75.9%	71.3%	73.3%
売場販売効率	1,457千円	1,655千円	1,376千円	1,432千円
労働分配率	22.4%	34.2%	42.9%	39.6%
労働生産性	2,741万円	2,968万円	3,303万円	3,067万円
従業員1人当り売場面積	18.8坪	17.9坪	24.0坪	21.2坪
坪あたり営業利益高	37千円	60千円	60千円	57千円

## 営業利益の増減要因（2023年9月期）

新規出店に加え既存店の成長により順調に収益力を拡大

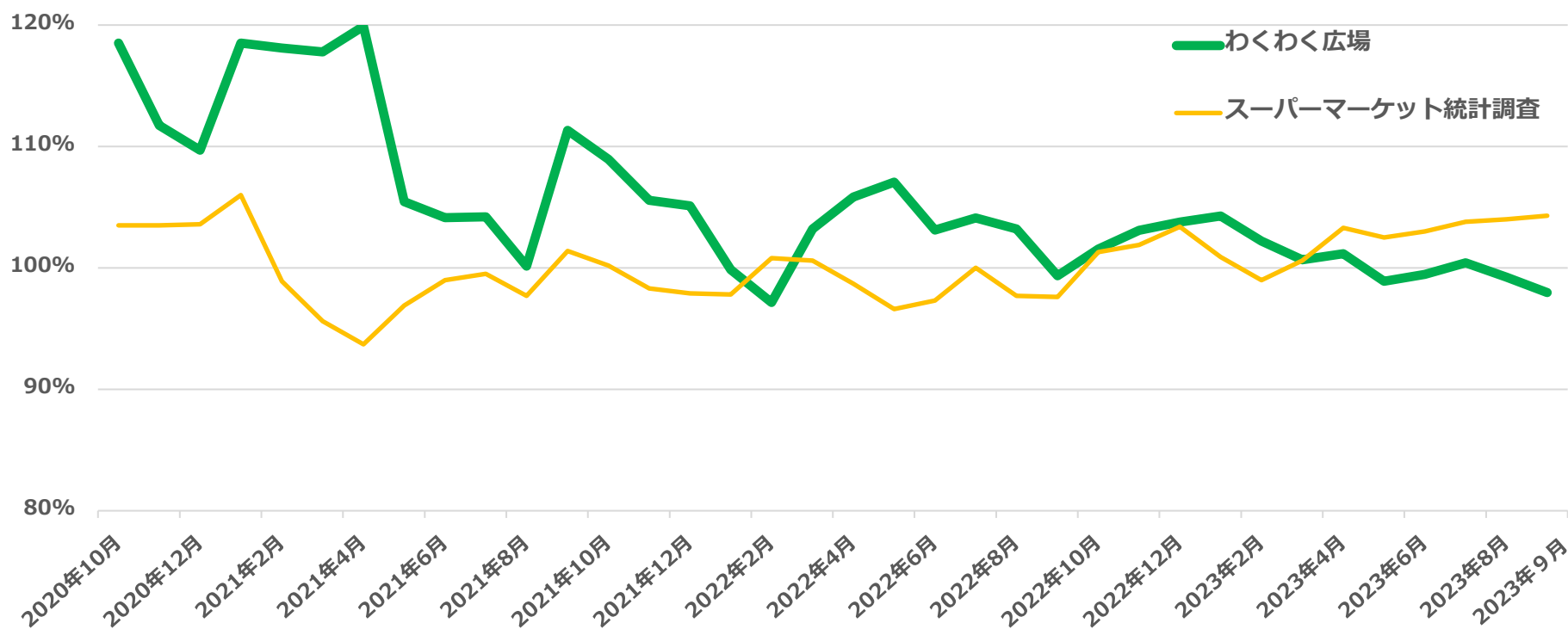
販管費は人件費や光熱費等の高騰により増加傾向だが、前期を上回る営業利益を実現



## 既存店の流通総額他社（食品スーパーとの）比較

不調の前年から回復傾向にある既存の食品マーケットに対して  
わくわく広場は前年並みに推移

### 【既存店の流通総額昨対比率（過去36ヶ月）】

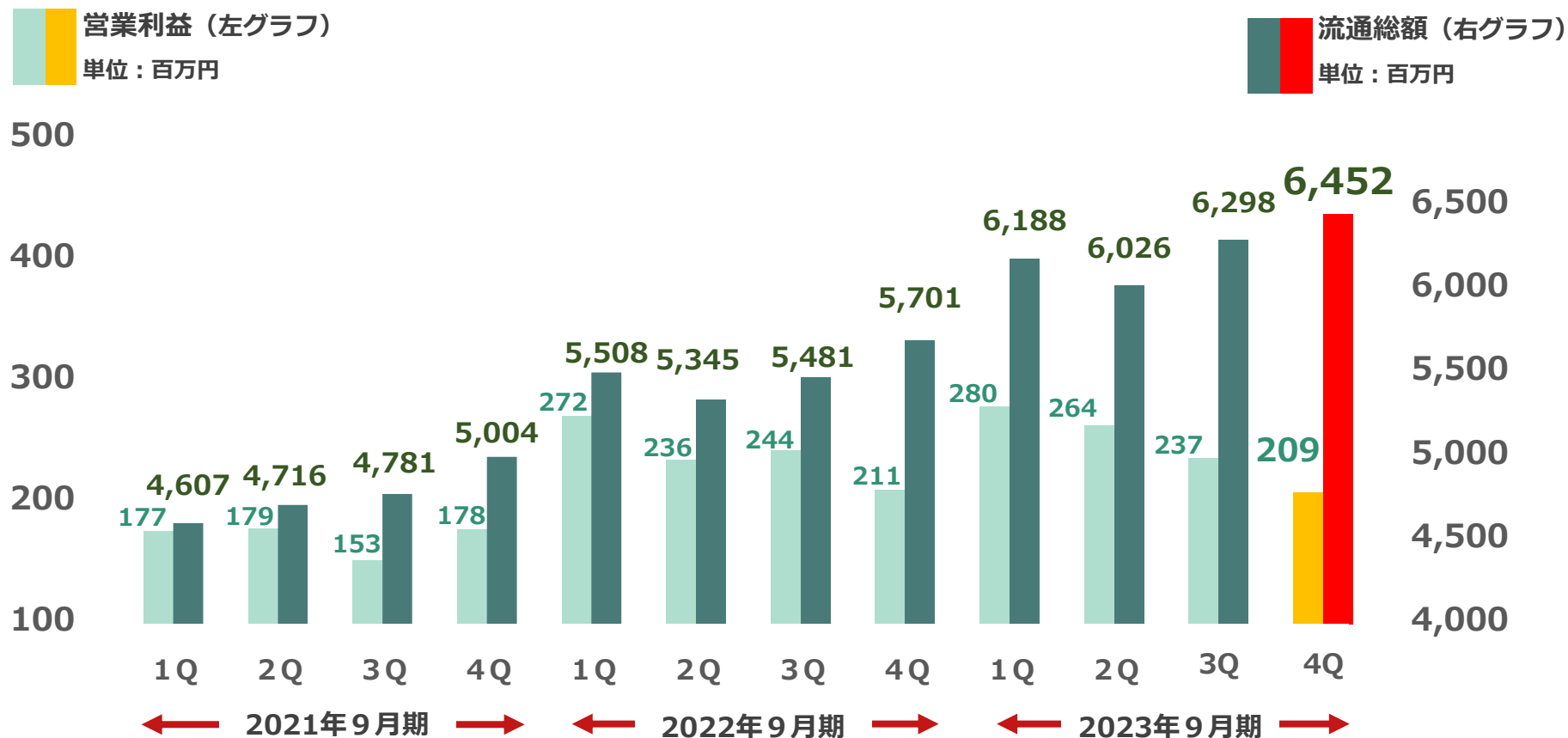


※一般社団法人日本スーパーマーケット協会、オール日本スーパーマーケット協会、一般社団法人全国スーパーマーケット協会の流通3団体による「スーパーマーケット統計調査」による総売上高既存店前年同月比の確定値（6月は速報値）を掲載

## 四半期ごとの流通総額と営業利益の推移

流通総額は事業規模の拡大に牽引され前年同期に比べ増加

一方、営業利益は販管費の増加が影響し前年同期に比べ微減



流通総額：店舗におけるレジ通過額のほか、値札シールの販売代金や不動産賃貸収入等を含む総額の全体売上高

# ローアセットの出店とローコストの運営により店舗毎で単月黒字化を早期に実現

### 【各事業年度にオープンした新店舗の投資回収率（2023年9月期末時点）】

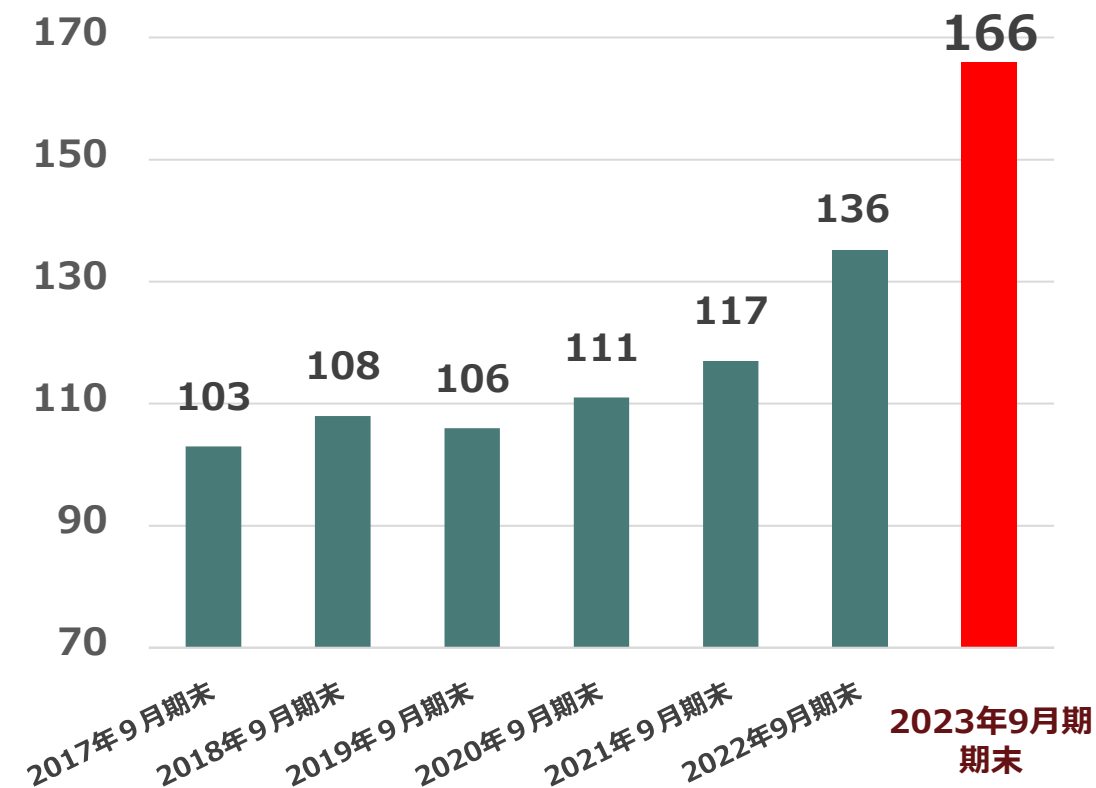
	2019年9月期 開店店舗	2020年9月期 開店店舗	2021年9月期 開店店舗	2022年9月期 開店店舗	2023年9月期 開店店舗
出店店舗数	5店舗	14店舗	10店舗	25店舗	39店舗
平均回収期間 ※	21ヶ月	23ヶ月	13ヶ月	18ヶ月	45ヶ月

※：該当する期に出店した店舗の投資金額（転用可能な物品を除く）を、該当期中に出店した店舗の営業キャッシュ（営業利益＋減価償却費）により回収完了（予定含む）した時点での店舗平均回収期間。

営業キャッシュは期末時点の数値を使用しており、2023年9月期のオープンから間もない店舗は本格的な稼働前のため予定回収期間が長くなる傾向あり。

## 新規店舗の年間出店目標 40店舗中 39店舗を出店

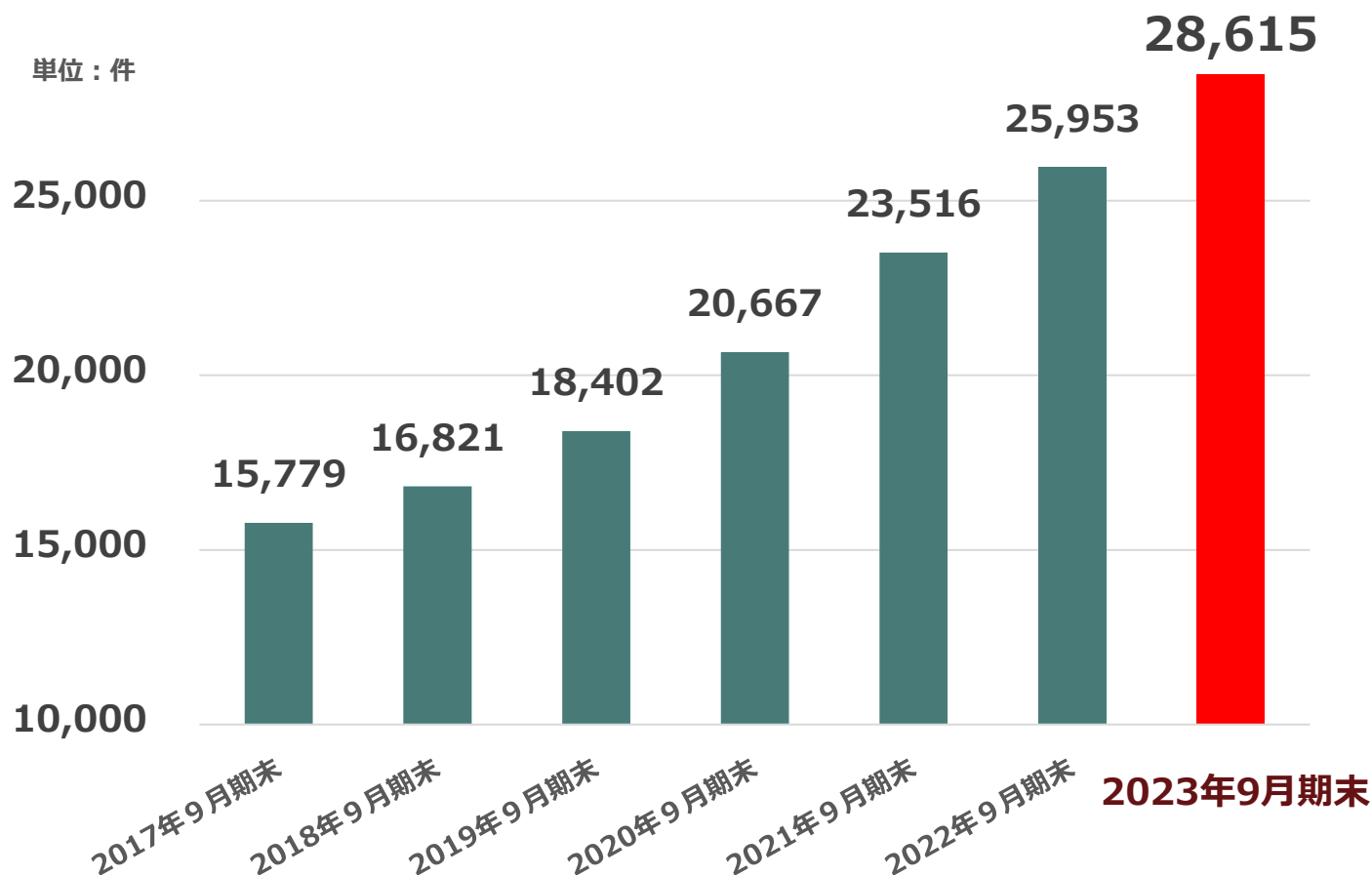
単位：店



地域	当期出店数	当期閉店数	店舗数
北海道	1店舗	—	3店舗
東北地方	3店舗	—	5店舗
関東地方	16店舗	6店舗	99店舗
中部地方	10店舗	—	30店舗
近畿地方	3店舗	3店舗	13店舗
中国・四国地方	3店舗	—	6店舗
九州地方	3店舗	—	8店舗
合計	39店舗	9店舗	166店舗

## 累計登録生産者数の推移

新規出店に伴う開拓と平行して既存店舗への追加開拓も推進し、  
新規登録生産者を順調に獲得



登録生産者数：「わくわく広場直売所会」へ登録された生産者の各期末時点の件数



## 2.中期経営計画



## 以下の戦略を軸として、事業領域の拡大を目指す

### 1 生産者開拓の強化



コールセンターを中心に開拓人員を  
増強し、新規登録件数の増加

### 2 積極的な出店



未出店地域を含めた地域拡大と  
地域ドミナントの深化の両立

### 3 ローコストオペレーション強化



個店管理の強化を徹底し、  
よりシンプルな店舗運営を

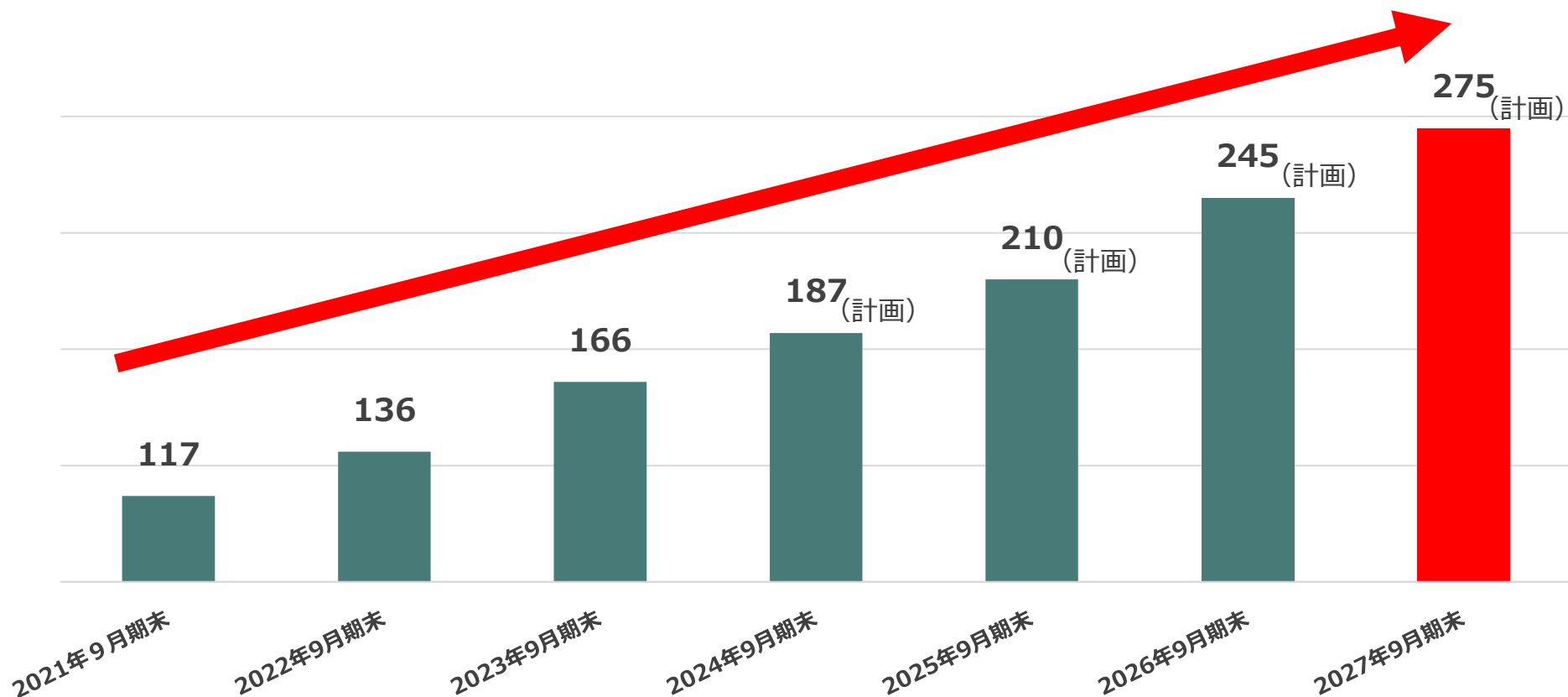
## タカヨシ中期経営計画②

(単位：百万円)

	2020/9期 通期実績	2021/9期 通期実績	2022/9期 通期実績	2023/9期 通期実績	2024/9期 業績予想	2025/9期 計画	2026/9期 計画	2027/9期 計画
流通総額	16,089	19,109	22,036	24,966	28,600	32,800	37,600	43,200
営業収益	5,165	5,528	6,438	7,185	8,200	9,400	10,700	12,200
営業利益	414	689	964	991	1,000	1,170	1,370	1,610
経常利益	391	650	913	976	980	1,150	1,340	1,580
当期純利益	284	593	471	483	490	580	690	820
営業利益率 (流通総額ベース)	2.57%	3.61%	4.37%	3.97%	3.50%	3.57%	3.64%	3.73%
経常利益率 (流通総額ベース)	2.43%	3.40%	4.14%	3.91%	3.43%	3.51%	3.56%	3.66%
当期純利益率 (流通総額ベース)	1.77%	3.10%	2.14%	1.94%	1.71%	1.77%	1.84%	1.90%

※2021/9期は特別利益が210百万円あったため当期純利益が一時的に上昇

## 積極的な出店を行い店舗数の純増を継続



※2025年9月期以降は計画目標



## 3.2024年9月期の見通し

## プラットフォーム成長の鍵は「場」と「ユーザー」の拡大

$$\text{店舗数} \uparrow \times \text{出品生産者数} \uparrow = \text{流通総額} \uparrow$$

わくわく広場にとっての「場」

わくわく広場にとっての「ユーザー」

小売業的な発想ではなく、供給サイドをいかに刺激できるかがポイント

$$\text{客数} \times \text{客単価} = \text{流通総額}$$

## 新店舗の出店を継続させて事業規模の拡大を目指す

	2023/9期 通期実績	2024/9期 達成目標	変動率
流通総額（百万円）	24,966	28,600	+14.6%
新規出店数（店）	39	30	▲23.0%
新規登録生産者数（件）	2,662	2,500	▲6.1%

### 【流通総額】

前事業年度と同等以上の伸び率を目指す。

### 【新規出店数】

既存店出店地域への追加出店と未出店地域への挑戦の並行で出店する。

### 【新規登録生産者数】

新規登録生産者を獲得するための体制を強化し、新店舗と並行してドミナントエリアでの登録増加も促進。

## 事業規模の2桁成長と利益増加を継続

(単位：百万円)

	2023/9期 通期実績	2024/9期 業績予想	変動率
営業収益	7,185	8,200	+14.1%
営業利益	991	1,000	+0.8%
経常利益	976	980	+0.4%
当期純利益	483	490	+1.3%

前事業年度と比較して増加する主な費用としては、基幹システム更新に伴う月額費用の増加があり、また、国内経済のインフレ傾向に伴い全体的な費用増加が想定されますが、事業規模の拡大を継続して増益を目指します。

# 出店・生産者開拓・販売データ活用を通じて プラットフォームの価値を向上させながら事業規模を拡大します

1

## 「場」の拡大

新規出店を続け、**店舗数を拡大させます**

※2023年9月期の実績等は13ページにて詳細をご確認ください。

2

## 「ユーザー」の拡大

生産者開拓を続け、**生産者の登録数と出品数を拡大させます**

※2023年9月期の実績等は14ページにて詳細をご確認ください。

3

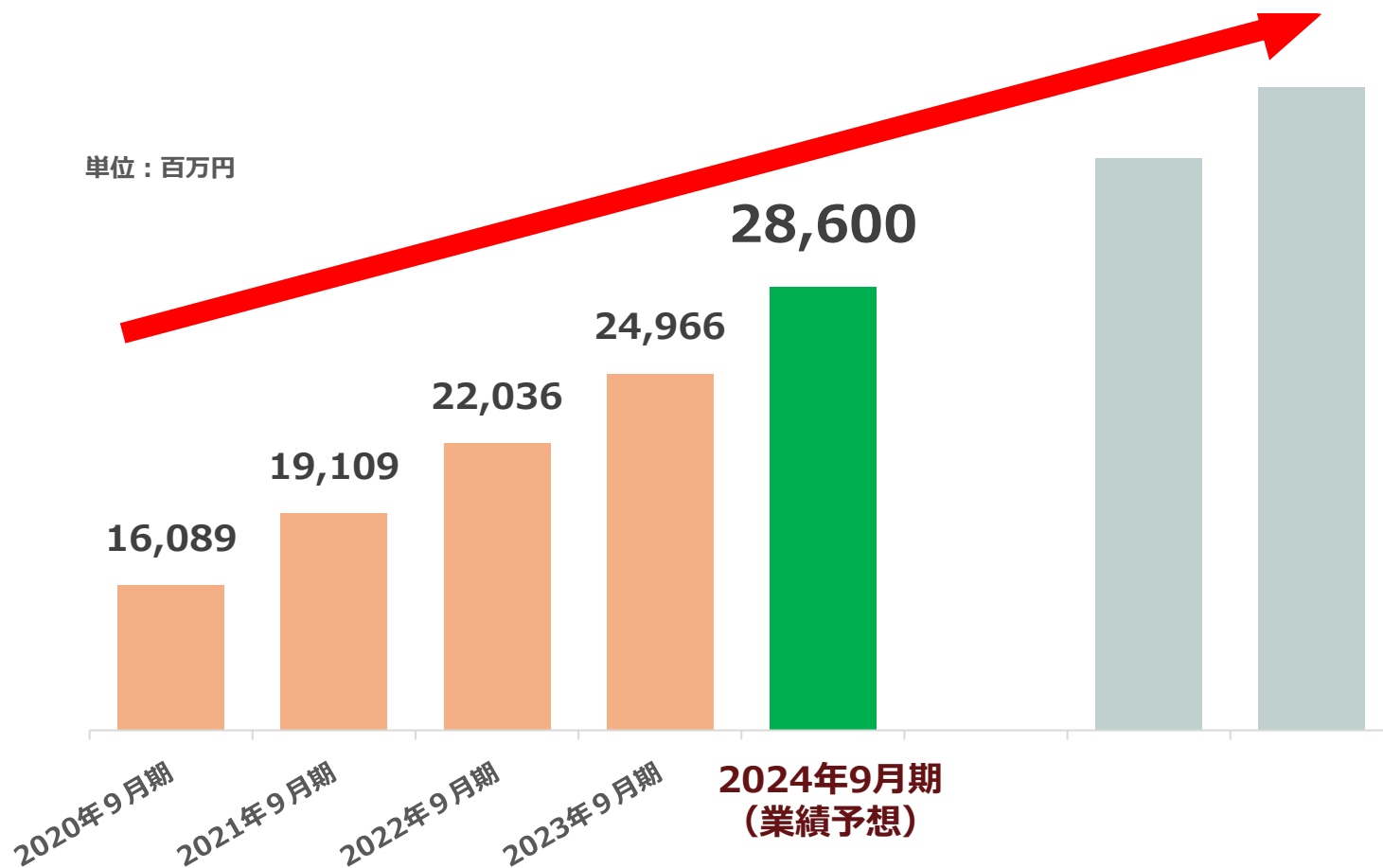
## 「ユーザビリティ」の向上

生産者の売上向上に貢献できる**情報提供ツールに磨きをかけます**

※2023年9月期の取り組み等は28ページにて詳細をご確認ください。

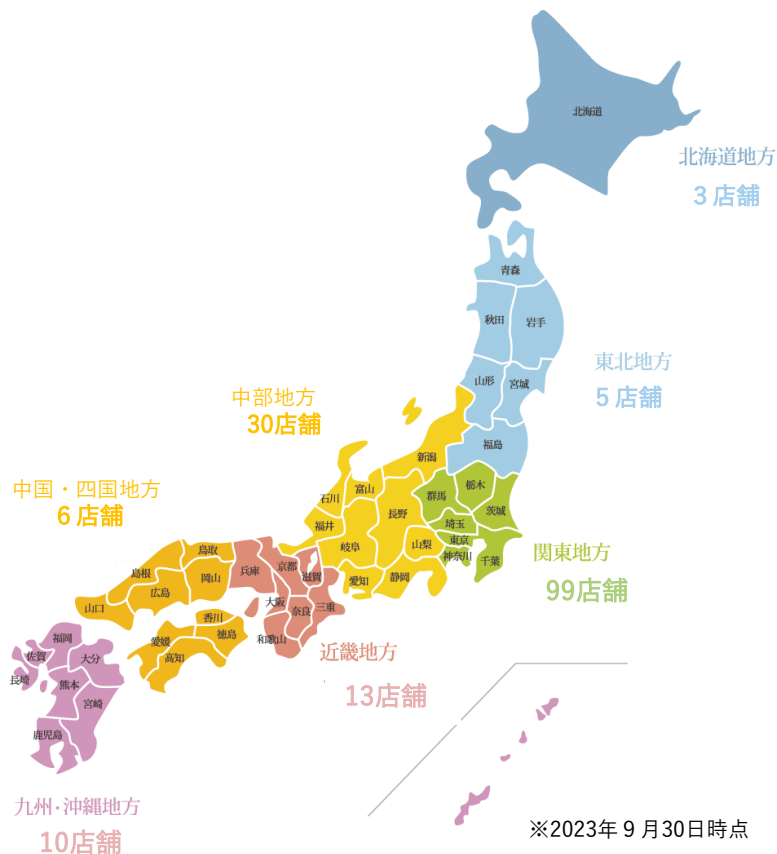


成長戦略の考え方に基づき店舗数と生産者数の掛け算で流通総額を増加



## 全国への出店拡大に向けて（場の拡大）

“ローカルサプライチェーン”の強みを活かし、  
“面を見越した点展開”を推進



ローカルサプライチェーンを構築しながらの出店



既存店や物流網が無い場所でも出店することが可能



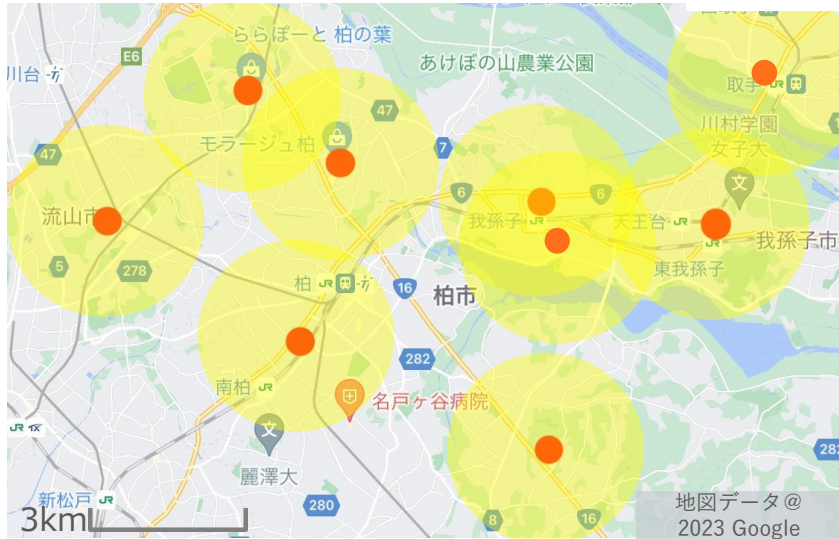
未出店の地域でも積極的に出店を行うことが可能



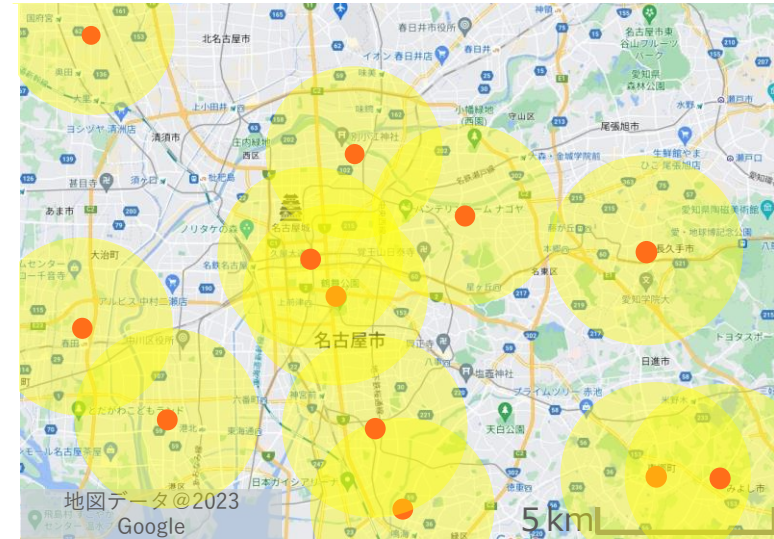
出店済みエリアと未出店エリアに並行して出店

## 地域ドミナントの深化（場の拡大）

# 出店数の増加によりドミナントエリアを拡大



- ・天王台店 (1994年5月オープン)
- ・イオン柏店 (2010年10月オープン)
- ・モラージュ柏店 (2010年11月オープン)
- ・ららぽーと柏の葉店 (2013年4月オープン)
- ・あびこショッピングプラザ店 (2015年10月オープン)
- ・セブンパークアリオ柏店 (2016年4月オープン)
- ・流山おおたかの森S・C店 (2021年3月オープン)
- ・アビイクオーレ店 (2022年10月オープン)
- ・アトレ取手店 (2023年4月オープン)



- ・イオンモール新瑞橋店 (2016年10月オープン)
- ・なるぱく店 (2017年4月オープン)
- ・イオンタウン千種店 (2017年11月オープン)
- ・リーフウォーク稲沢店 (2019年12月オープン)
- ・ヨシツヤ J R 蟹江駅前店 (2020年3月オープン)
- ・イオン三好店 (2020年5月オープン)
- ・ららぽーと愛知東郷店 (2022年7月オープン)
- ・アピタ千代田橋店 (2022年11月オープン)
- ・ポートウォークみなと店 (2023年2月オープン)
- ・アピタ名古屋北店 (2023年4月オープン)
- ・イオンモール長久手店 (2023年4月オープン)
- ・セントラルパーク (2023年8月オープン)

## これからも生産者の開拓に全力を注ぎます

開拓専属チーム  
【現在約16名】

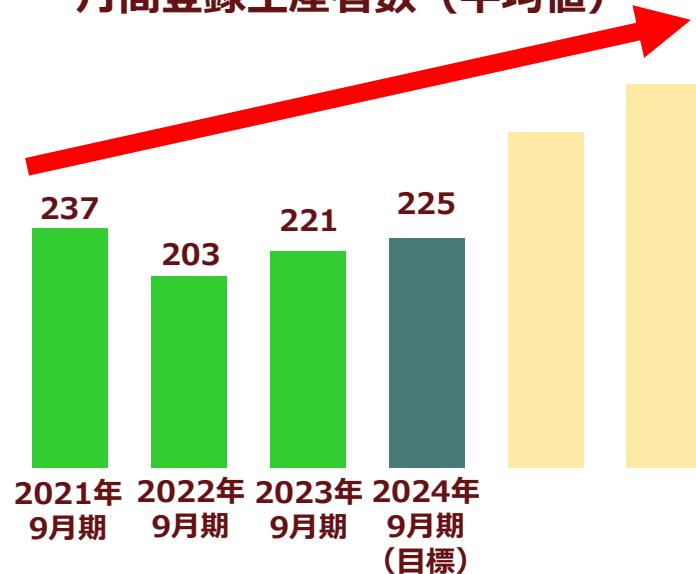


コールセンター  
【現在約50名】



開拓専属チームとコールセンターを  
拡大して新規の生産者を継続的に開拓

月間登録生産者数（平均値）

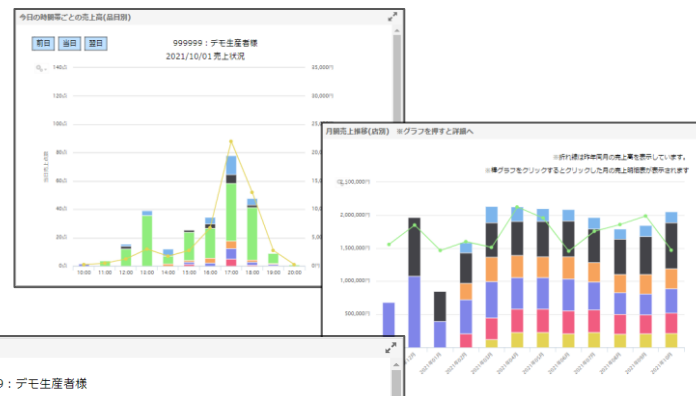


## 生産者のDXを実現した情報提供ツールを更に洗練

**1** いつ/何が/いくつ売れているか確認できる

**2** わかりやすい  
スマートフォンでの簡易表示

**3** どの店舗で何が/いくらで  
売れているかが分かる



今日の店舗売上詳細(月別～日別) ※数字を押すと詳細へ

999999: デモ生産者様  
2021/09/27 ~ 2021/10/03 店舗別週間売上

店舗コード	店舗名	9月27日 月	9月28日 火	9月29日 水	9月30日 木	10月1日 金	10月2日 土	10月3日 日	コード	単価別
合計	売上金	74,109	71,140	5,971	6,971	66,923	53,626	65,619		
	売上点数	195	188	15	217	197	195	195	詳細	詳細
	平均単価	380	378	398	465	308	272	337		
00030	店舗C	30,016	21,507	0	0	22,964	16,185	17,356		
	売上点数	64	57	0	0	60	73	60	詳細	詳細
	平均単価	469	377	0	0	383	222	289		
00040	店舗D	12,796	10,952	0	0	11,706	10,788	12,431		
	売上点数	33	39	0	0	45	31	31	詳細	詳細
	平均単価	388	281	0	0	260	348	401		

生産者WEBサイト

999999: デモ生産者様

お知らせ 日報情報 支払情報

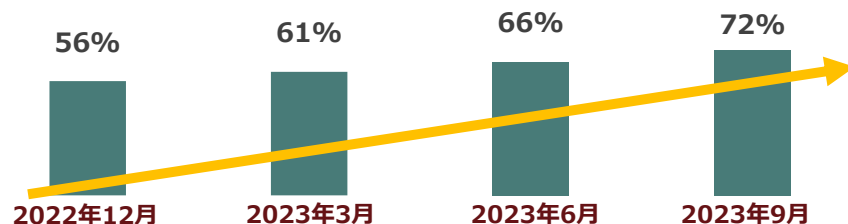
2021年10月1日(金)売上情報

前年 前月 前週 前日 当日 翌日 翌週 翌月

店舗名	売上金	商品別	単価別
店舗C	22,964	商品別	単価別
店舗D	11,706	商品別	単価別
店舗A	9,960	商品別	単価別
店舗B	9,490	商品別	単価別
店舗F	6,684	商品別	単価別
店舗E	6,119	商品別	単価別
合計	66,923	商品別	単価別

※情報分析のサポートを通じて  
利用率の向上を進めます

### 情報ツールの利用率





## 4. 会社概要・事業の特徴

## 創業から半世紀以上 様々な小売関連事業に参入/撤退

### 20年前から直売所ビジネスへ参入

#### 代表者

代表取締役会長 高品 政明

代表取締役社長 黒田 智也

#### 事業内容

地域の食の産直プラットフォーム型店舗「わくわく広場」の運営

#### 従業員数

2,525名（2023年9月末時点、パートタイム含む）（正社員・契約社員86名）

#### 沿革

1970年 千葉県木更津市にて創業、事務機器の販売を開始

1980年 ホームセンター事業を開始も、在庫・資金繰りに悩まされる

2000年 直売所ビジネスに参入

2009年 ショッピングモールに「わくわく広場」を出店

2016年 ホームセンター事業に関連した不良資産整理に伴い債務超過に

2017年 「わくわく広場」の店舗数が100店舗を突破

2021年 現事業の利益により債務超過を解消（9月末）

東京証券取引所マザーズ市場に株式上場（12月24日）

# 「地域を結ぶ直売広場」

生産者と消費者を  
つなげる場を提供する  
わくわく広場

地元の新鮮な食品を  
買いたい  
近隣の消費者

地元の商品を買ってもらいたい  
近隣の生産者



→ 店舗紹介動画（約2分）はコチラ（<https://youtu.be/p7ZC0ed23dc>）  
※当社ホームページからも閲覧可能です





# 一見すると小さめの食品スーパー



わくわく広場 ららぽーと横浜店

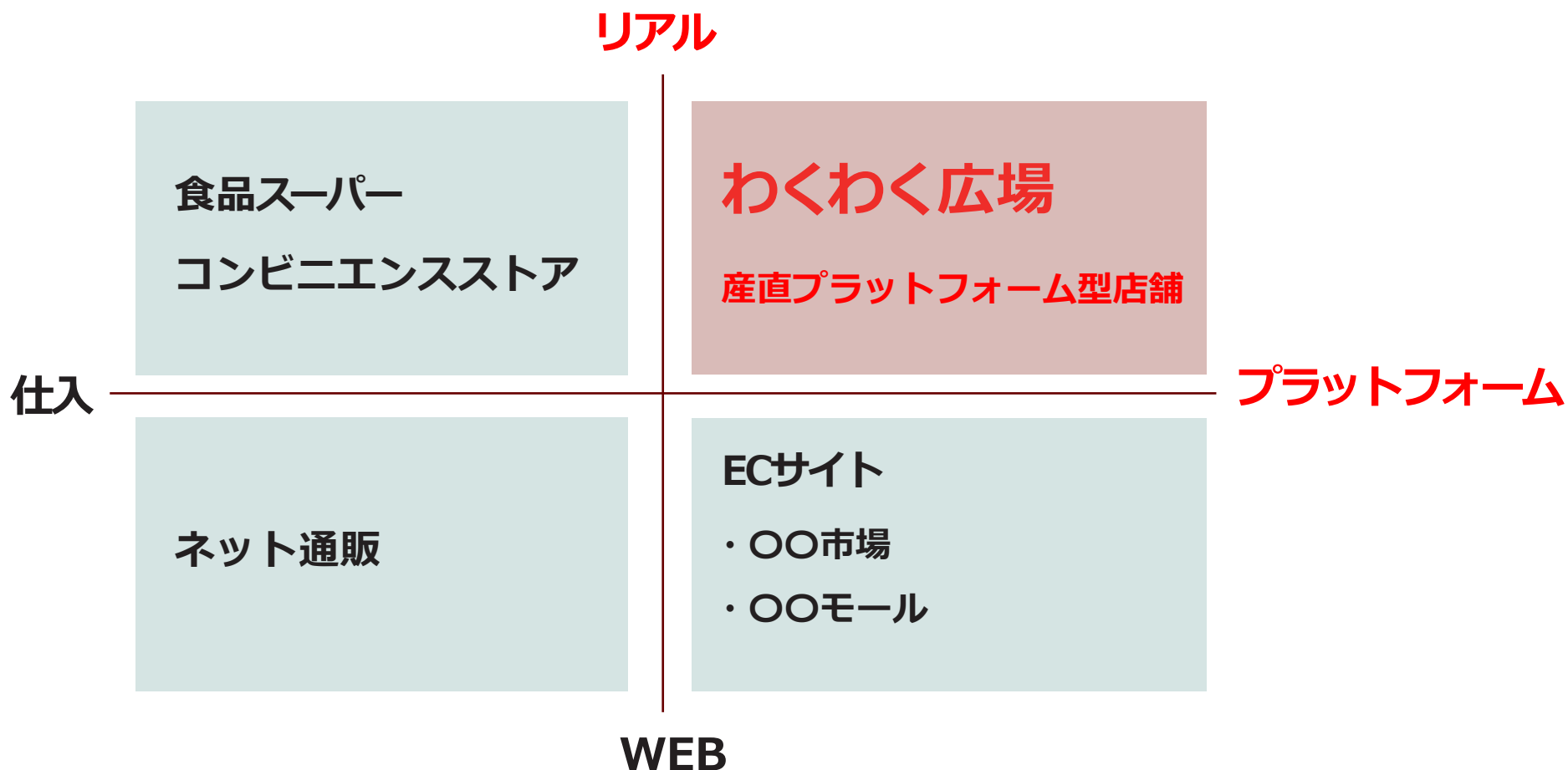
# わくわく広場は、委託販売スタイルの食のプラットフォーム



- ① 集客力のあるショッピングモール内の区画に当社がテナントとして入居
- ② 周辺の生産者を募り、登録生産者は、自分のペースで店頭に出品・値付け・陳列
- ③ レジ・清掃・商品管理・生産者とのやり取りなどの店舗運営業務をわくわく広場が行う
- ④ 生産者へは、お客様が買われた商品の分のみを翌月当社からお支払い
- ⑤ レジ売上と支払金額の差額の純額のみを当社は売上として計上  
(流通総額) (営業収益)

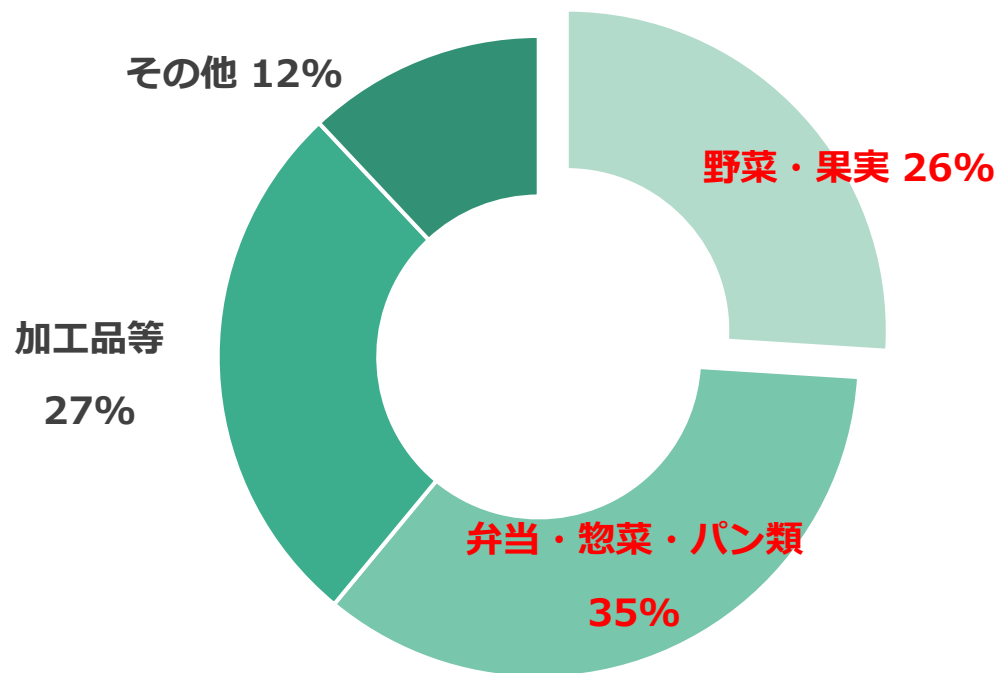
わくわく広場は、小売業ではなく、

“リアル×プラットフォーム”のサービス業



わくわく広場は、  
農産物直売所ではなく、“地域の食のセレクトショップ”

2023年9月期の販売商品の構成比



## 生産者は、低リスク・低投資で新たな収益チャンスを試せる



わくわく広場があることで・・・



生産者登録に際して、**登録料・保証料・年会費は不要**  
登録しても出品ノルマはなく、**自分のペースで出品・値付けができる**

## 全国のわくわく広場の店舗網を通して出品できる

### 生産者の月間売上の一例

Aさん（飲食店経営）

**2,251**万円

26店舗出品

Bさん（果物農家）

**1,408**万円

57店舗出品

Cさん（野菜農家）

**1,573**万円

53店舗出品

Eさん（和菓子店経営）

**1,263**万円

62店舗出品

Dさん（加工食品業）

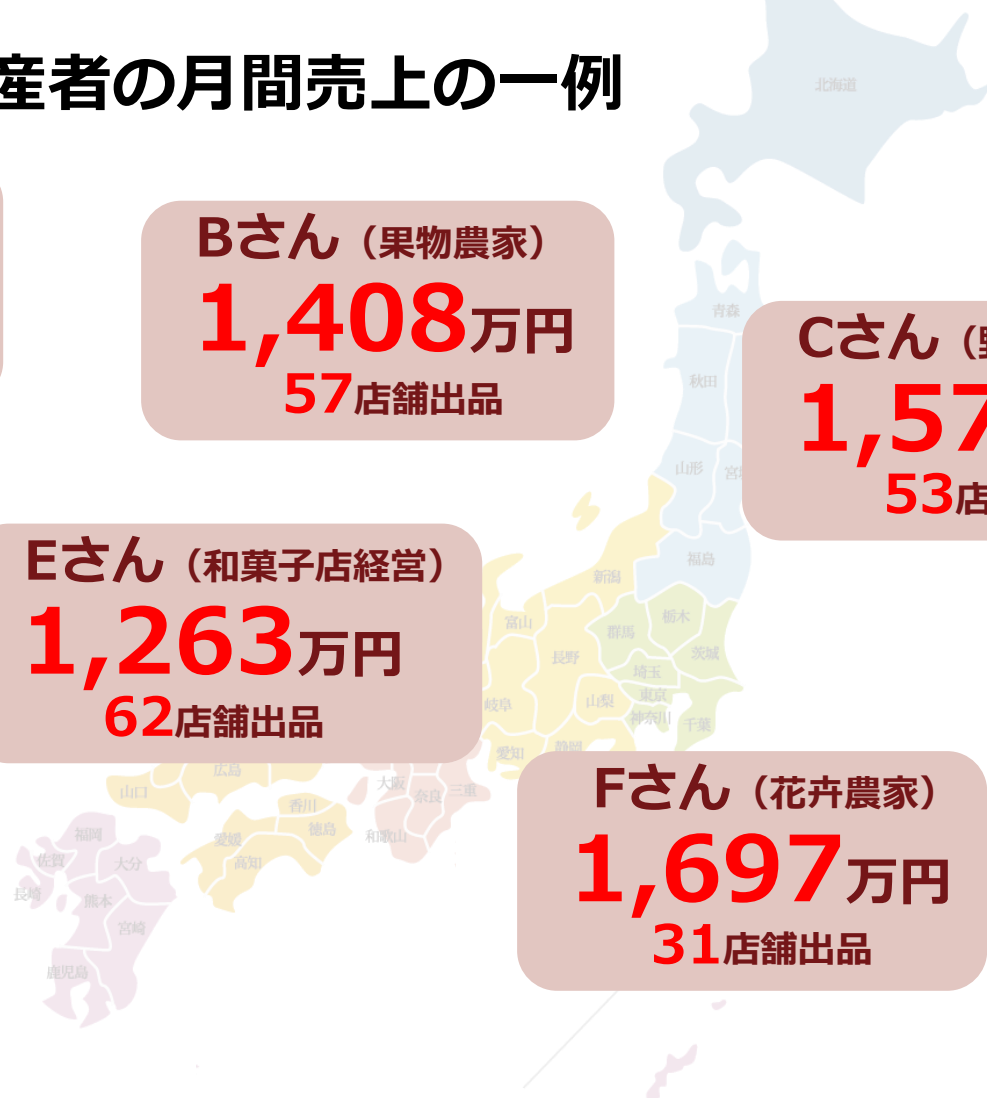
**1,126**万円

59店舗出品

Fさん（花卉農家）

**1,697**万円

31店舗出品





# 5 .Appendix

## わくわく広場は、わくわくする「地域の食のセレクトショップ」



**1** 地元の新鮮な食材が手に入る



**2** 地元の有名店の商品が便利な立地で手に入る



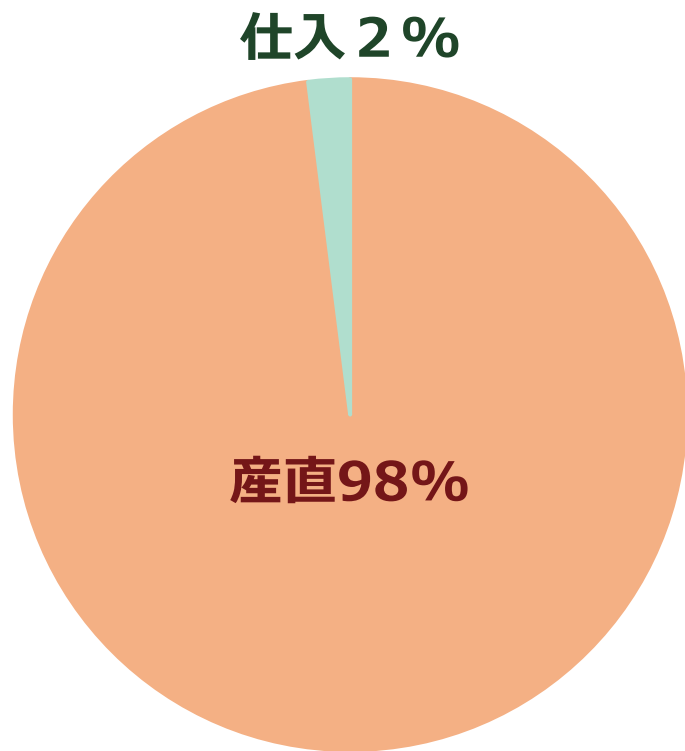
**3** スーパーでは手に入らない商品が手に入る



**4** 何があるかは行ってみないと分からない



## 仕入商品はほぼ無し 委託販売型であるため、キャッシュ先行型



キャッシュ・コンバージョン  
・サイクル (CCC)

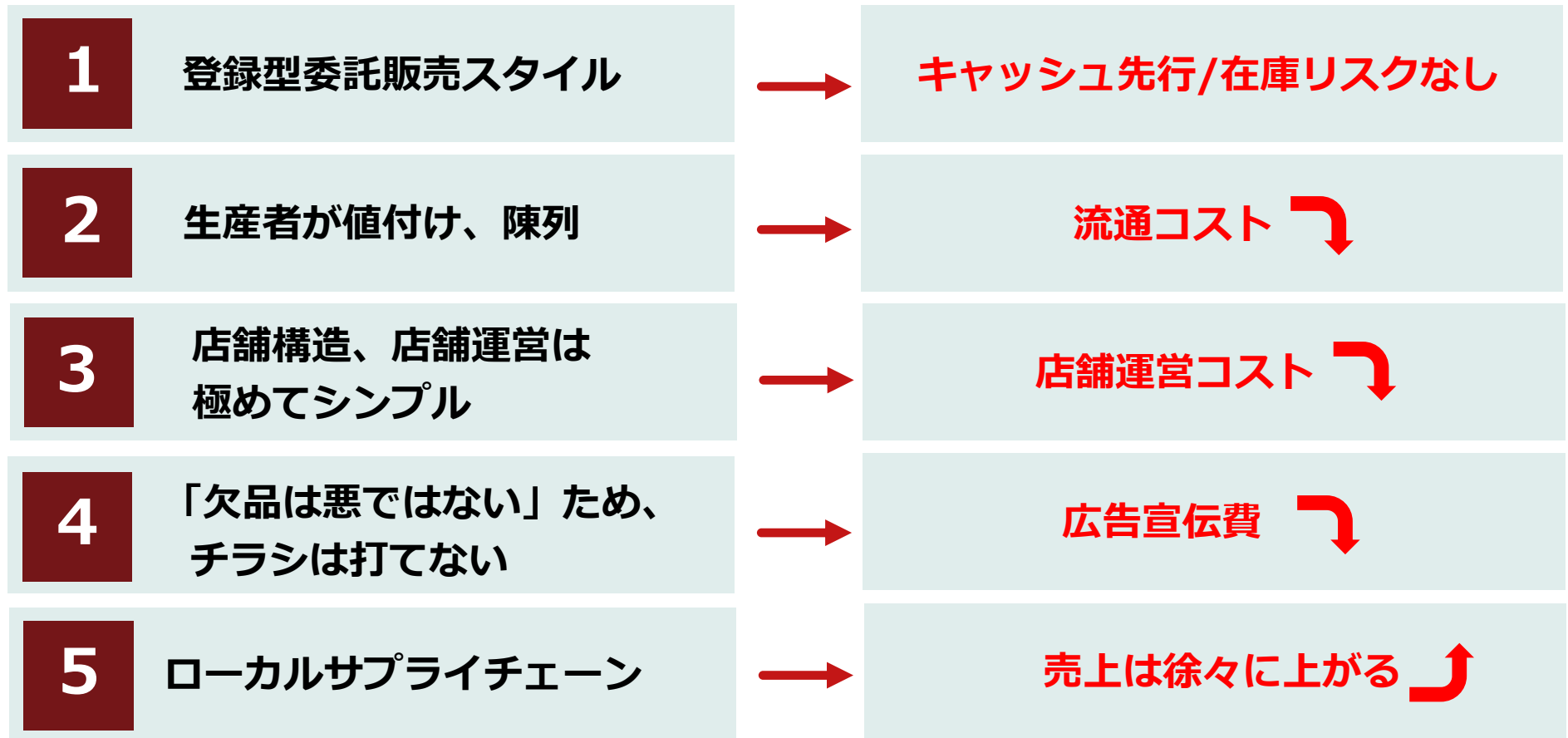
**= ▲12.8日**

※2023年9月期

キャッシュ・コンバージョン・サイクル (CCC) とは…  
仕入債務発生から売上債権回収までの資金回転日数のこと  
この値が小さいほど現金回収の効率が良い

2023年9月期の店頭で消費者に販売された商品（金額）の内訳

## わくわく広場は「小売の常識」を覆すオペレーションを実現



## シンプルな店舗運営が生むローコストオペレーション

一般的な流通小売業の店舗オペレーションはほぼ発生しない  
店舗はレジ、接客、商品・売り場管理、生産者コミュニケーション

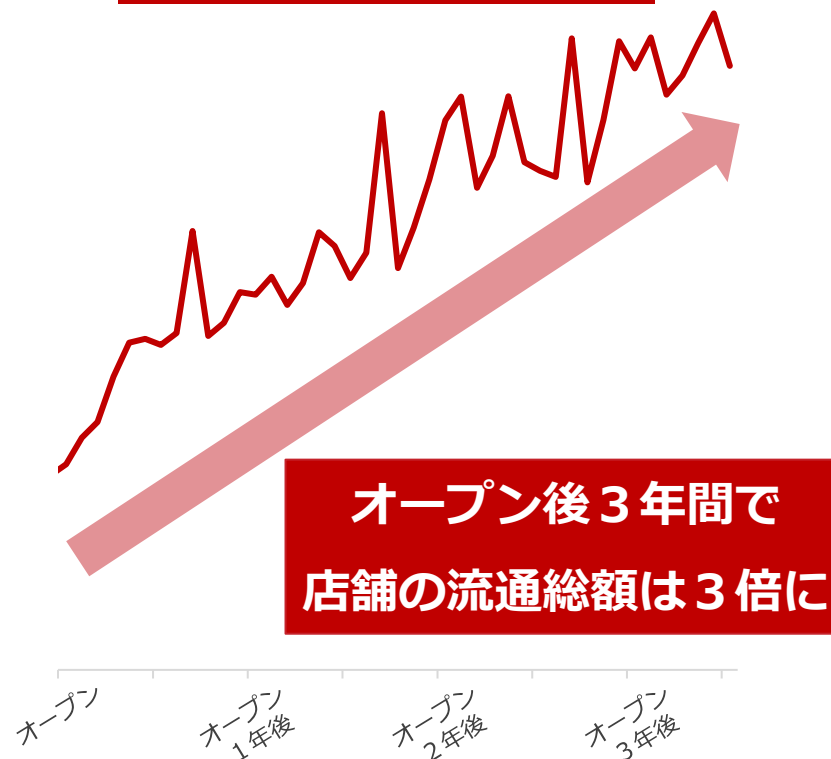


店舗周辺で“ローカルサプライチェーン”が構築され、“顧客認知”が徐々に進む



徐々にお客様・生産者に認知されることで  
徐々に売上が伸長  
売上が伸びるにつれ、生産者や商品が増える  
そのことによりさらに認知が進む

### 既存店の売上高推移例



※一例であり、すべての店舗に当てはまるわけではありません

## 生産者の拡大余地は大きい

わくわく広場の登録生産者（2023年9月期末時点）

28,615件






約320万件

生産者候補件数

出典1：厚生労働省 衛生行政報告例 飲食店営業施設数の推移 2021年度

出典2：農林水産省 経営体に関する統計 総農家件数（令和2年度）

## 売上の見通しが立てやすく、手取りが多い

	自分の店舗での販売	フードデリバリーサービス	わくわく広場
販売形態	来店客に販売	受注オーダーを販売	まとめて店頭に出品
生産数のコントロール	 オーダーが入った分だけ生産	 注文が入った分だけ生産	 販売状況を見つつ 生産者が決める
手取率	100%	約60%	約 <b>75%</b>

## 価格を自分で決められる上に、手取りが多い

	野菜市場流通	わくわく広場
出品/納品方法	市場への出荷	店舗に納品
価格決定権	× なし	◎ あり
手取率	約40%	約75%

## 各地域のフードバンクや子ども食堂への食材提供活動を推進

### <提携先一覧> (一部抜粋)



※2023年9月末時点で142団体と提携

### ～活動の様子～





## 当社のリスク・課題について

以下には、当社が事業展開その他に関してリスク要因となる可能性があると考えられる主な事項について記載しております。

その他のリスクは、有価証券届出書の「事業等のリスク」をご参照ください。なお、文中の将来に関する事項は、現在において当社が判断したものであり、将来において発生する可能性があるすべてのリスクを網羅するものではありません。

また当社のコントロールできない外部要因や必ずしもリスク要因に該当しない事項についても記載しております。

項目	リスク概要	発生可能性	影響度	当社の対応方針
衛生管理 (食の安全性)	生産者の納品した商品が原因で消費者の健康被害が発生する可能性	低	大	生産者への啓蒙活動に加え、当社従業員による商品チェックや売場の温度管理、売場管理マニュアルの徹底・教育等により消費者に問題のある商品が販売されない様、努めております。
環境の変化	天候や市況の変動により農産物の販売価格や納品量が変化する	中	中	特定の地域、特定の生産者に頼ることなく幅広い地域で多くの生産者と多様な商品を集め、事業エリアと商品構成のバランスを取り、発生時の影響度の低下を図って参ります。
ユーザー (生産者)	フードデリバリー等で生産者が出品に関して多様な選択肢を持つ	中	中	専属スタッフにより新たな生産者を開拓し続けると共に出品数や出品頻度の自由度と柔軟なサービスによる大量出品可能な環境を整え、他の選択肢に対する優位性を維持して参ります。
市場の変化	消費者の嗜好や需要の変化による生産者にとっての当社ブランド価値の低下	低	小	生産者の獲得を強化すると共に多様な商品とその特徴を消費者に訴求し続け、消費者の支持を受ける商品及び生産者を獲得し続けます。
人材確保	新規出店スピードに対応する店舗運営スタッフ及び生産者開拓要員が採用できない	中	中	「地元の人の商品を、地元の人が、地元の人に売る」ことを目指し、地元のパートタイム従業員から契約社員・地域限定正社員への登用を推進してまいります。
店舗の出店	新規出店した店舗実績が事前調査と分析に基づく生産者開拓と消費者集客の計画と乖離する	中	中	周辺の生産者の分布状況、商圈人口、賃料等を総合的に分析する精度を高めるため、継続的に分析項目とその結果に対する検証を継続してまいります。

## 設備投資等の状況

上場時の株式新規発行による手取金（1,284百万円）について充当予定の設備投資状況は以下のとおりであります。

設備投資の内容	予定総額	設備投資額の状況			
		2022年9月期 (実績)	2023年9月期 (当初予定)	2023年9月期 (実績)	次年度以降 の予定額
①わくわく広場への投資 当社運営店舗であるわくわく広場の内装、商品陳列用什器等の新規出店用の設備資金を予定しております。	1,084百万円	330百万円	754百万円	754百万円	－
②IT資産への投資 業務の効率化及び生産者へのサポートを強化するため、基幹システムの機能及びハードウェアの増強・改修を中心としたIT資産への投資を予定しております。	200百万円	126百万円	100百万円	74百万円	－

- 本資料の作成に当たり、当社は当社が入手可能な情報の正確性や完全性に依拠し、前提としています。また、発表日現在の将来に関する前提や見通し、計画に基づく予想が含まれている場合があります。これらの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいておりますので、当社として、必ずしも達成を約束するものではありませんが、事業計画を見直した場合など、記載内容に重要な変更が生じた場合には、速やかにその内容について開示いたします。
- 当該予想と実際の業績の間には、経済状況の変化や顧客のニーズ及びユーザーの嗜好の変化、他社との競合、法規制の変更等、今後のさまざまな要因によって、大きく差異が発生する可能性があります。
- 本プレゼンテーション資料・データの無断転用はご遠慮ください。
- 事業計画及び成長可能性に関する事項のアップデートは各事業年度ごとに、本決算後12月頃迄を目途として開示を行う予定です。