

# 2024年3月期 決算補足説明資料

2024.05.10

Supplementary Materials for Financial Results

株式会社 **ヤギ** 証券コード : 7460



# VISION

株式会社ヤギの定める

## VISION

ヤギグループは人・地域・国を結びながら、マテリアルから  
アパレル、ブランド・ライフスタイルに至る繊維の可能性を  
イノベーションによって引き出していく

お客様の声に耳を傾け、社会と共有できる価値を  
見出すことにより人々の豊かで快適な生活に貢献し、  
社会とヤギグループの持続的成長を結実させていく

それを実現させるために仲間同士がたたえ合い、  
健康でイキイキと働く環境を構築する

# 創業130周年を迎えて～ヤギグループ総合展示会を開催～

## ヤギグループの総合力とヤギが描くファッションの未来を表現



本年4月25日(木)・26日(金)、東京・ウイズホール原宿にて、当社グループ初となる総合展示会を開催いたしました。

この展示会のテーマは、「かけはし」(BRIDGE)。130年続いてきた当社のこれまでの歩みと未来、守るべき伝統と技術革新、アナログとデジタル、日本と世界を繋ぐ『架け橋』となり、未来の地球のため、次世代を担う子供達のために、次の100年に向けた第1歩を踏み出す、というコンセプトで開催した総合展示会でした。

現中期経営計画で掲げている「Heritage to the future」のスローガンのもと「サステナブル」「DX(デジタル)」「グローバル」をキーワードに据え、当社グループによる環境配慮型の商材・取り組みを中心に展示を行い、グループ横断の『総合力』と『ヤギが描くファッションの未来』を表現し、多くの方にご来場いただきました。



- P05-13 | **01** 連結決算ハイライト
- P14-19 | **02** セグメント別ハイライト
- P20-27 | **03** 中期経営計画の進捗報告
- P28-29 | **04** 株主還元方針
- P30-34 | **05** 主なTOPICS
- P35-36 | **06** 参考資料

# 01

---

## 連結決算ハイライト

# 2024年3月期決算ポイント(連結)

- 売上高は減収ではありますが、業績予想を上回りました。
- 利益は、事業セグメントの整理とグループ連携強化により収益基盤が改善されたことで、増益となり通期業績予想を上回りました。

## 業績概要

- 売上高はマテリアル事業の国内需要の減退などにより減収
- 利益は売上総利益率の改善やコスト管理の徹底により増益
- アパレル事業、ブランド・リテール事業の伸長が利益に貢献

## 業績内容

- 売上高 828億円(増減率▲4.1%)
- 経常利益 32億円/利益率3.9%(増減率+64.1%)
- 当期純利益 20億円/利益率2.5%(増減率+104.7%)
- ROE 5.4%(増減率+2.5pt)

## 株主還元

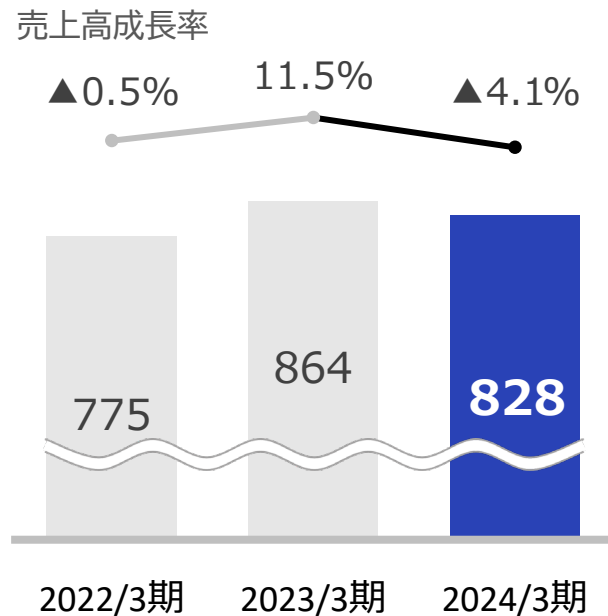
- 期末配当金は、2024年2月22日公表のとおり増配  
年間配当金63円/株※(連結配当性向25.3%)  
※年間配当金には、記念配当5円を含んでおります。

## 3カ年業績推移(連結)

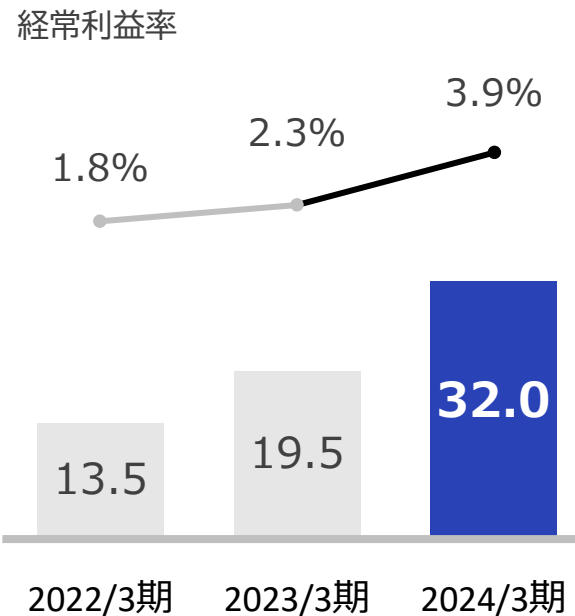
- エネルギー、原材料価格及び物流価格などの高騰、急激な為替変動など不安定な外部環境が続く中、先を見た低採算事業の見直し、価格転嫁及びブランド販売の伸長などにより利益、利益率ともに向上しました。

[億円]

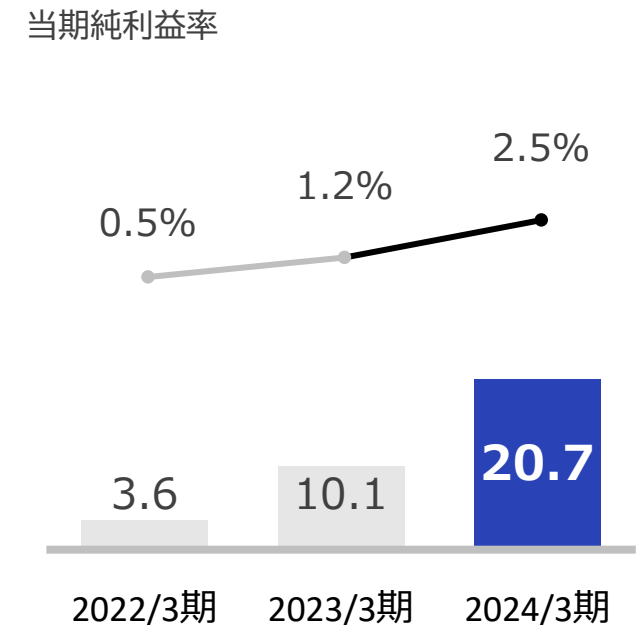
### 売上高



### 経常利益



### 親会社株主に帰属する 当期純利益



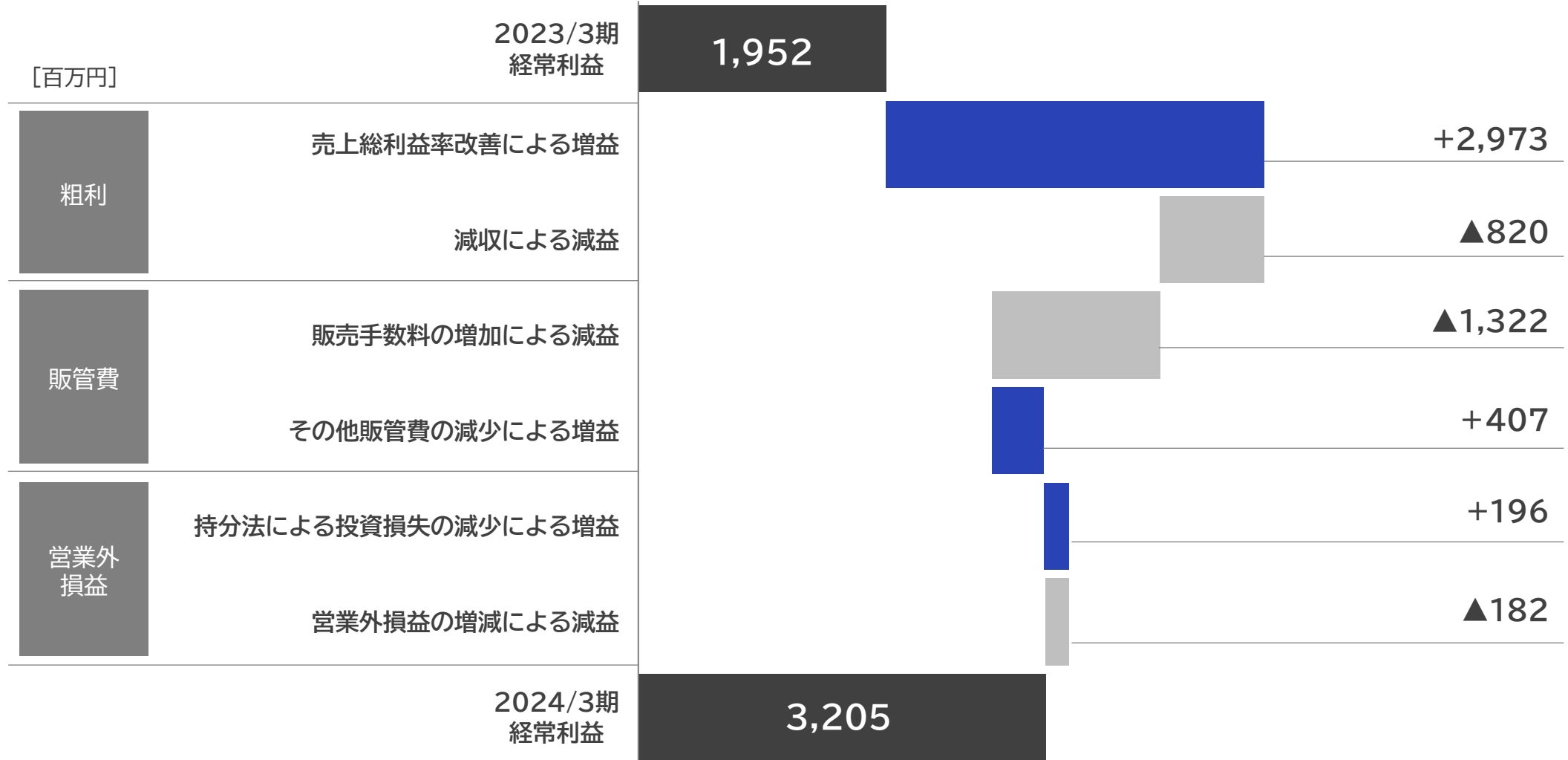
## 2024年3月期業績(連結)

- 対前年では減収となりましたが、アパレル事業、ブランド・リテール事業が堅調に推移したことで通期業績予想を達成しました。

[億円]	2024年3月期	2023年3月期		通期業績予想	
	実績	実績	増減率	公表値	達成率
売上高	828.4	864.2	▲4.1%	800.0	103.6%
営業利益	31.8	19.4	+63.7%	27.7	114.9%
経常利益	32.0	19.5	+64.1%	30.0	106.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	20.7	10.1	+104.7%	19.6	105.9%



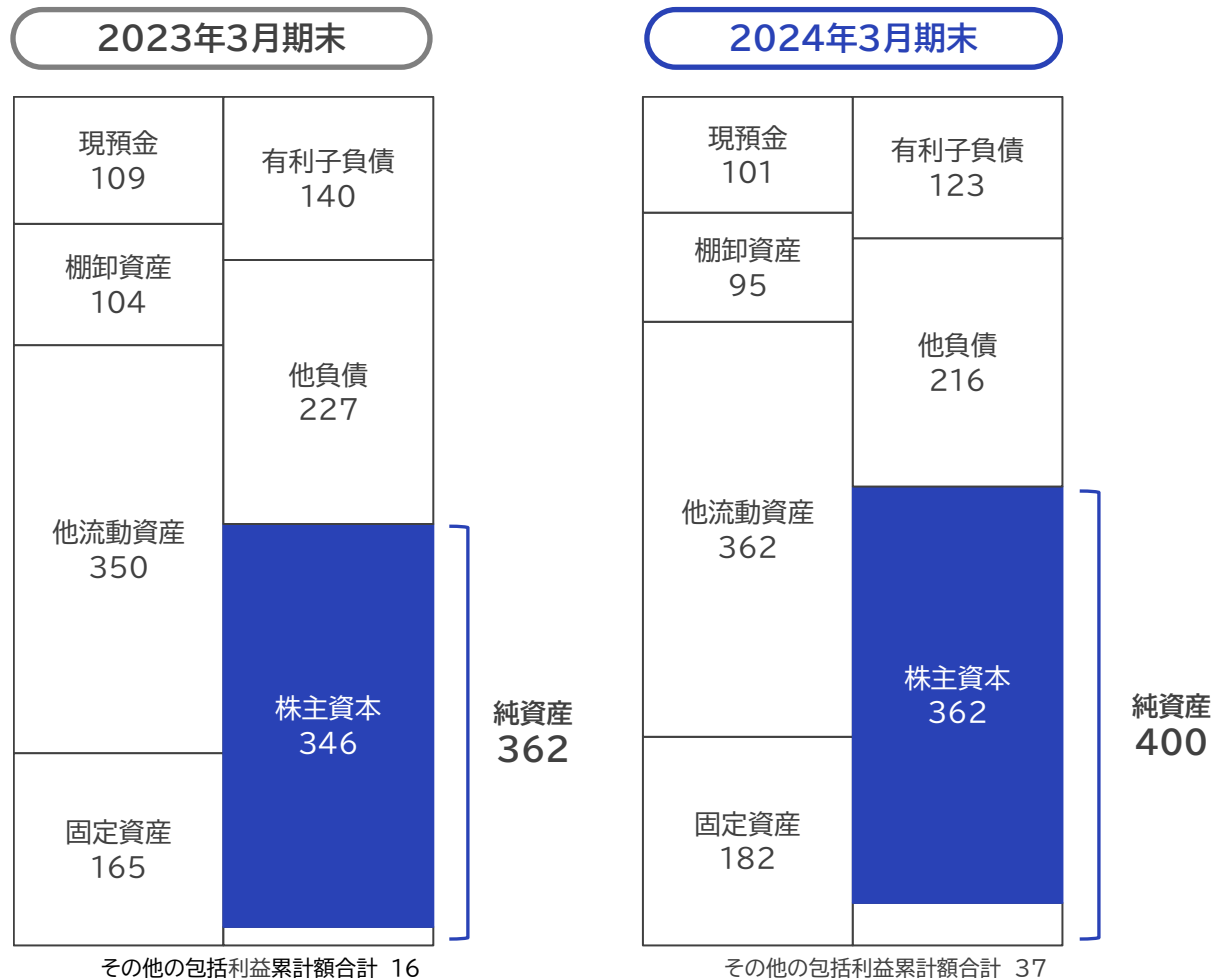
# 経常利益の増減要因(連結)



# バランスシート(連結)

- 自己資本比率は54.1%(前期末比+4.4pt)で、ROEは5.4%(前期末比+2.5pt)となりました。

[億円]



## ■財務健全性

	2023年3月期末	2024年3月期末	増減
総資産	730	740	+10
有利子負債	140	123	▲16
自己資本	362	400	+37
自己資本比率	49.7%	54.1%	+4.4pt

## ■資本効率

	2023年3月期末	2024年3月期末	増減
ROE	2.9%	5.4%	+2.5pt

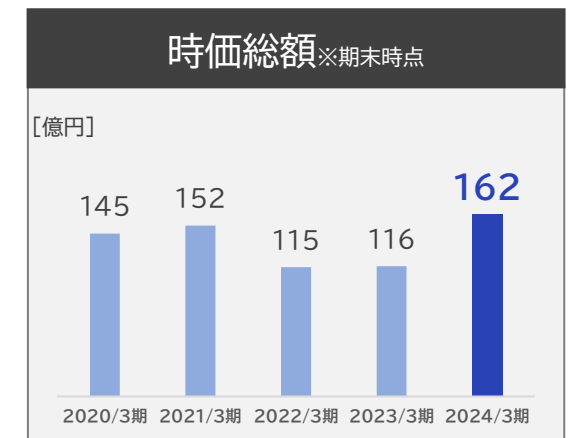
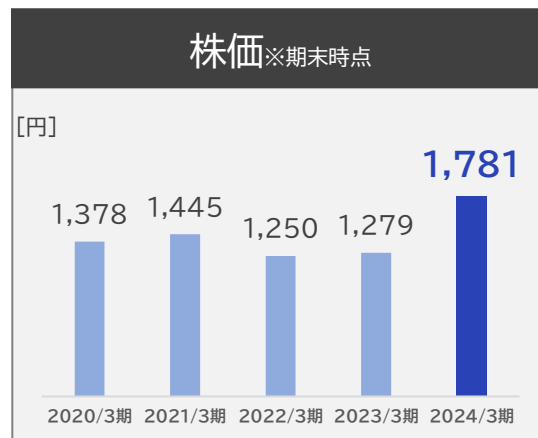
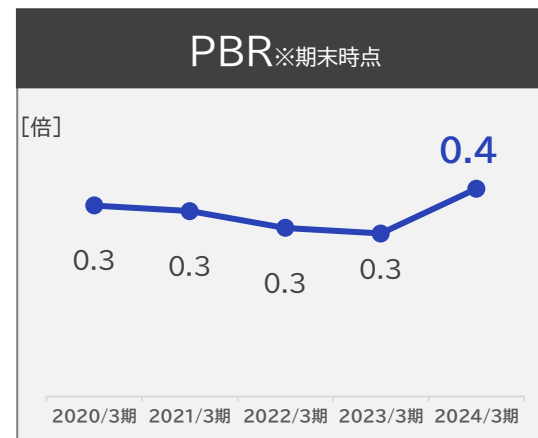
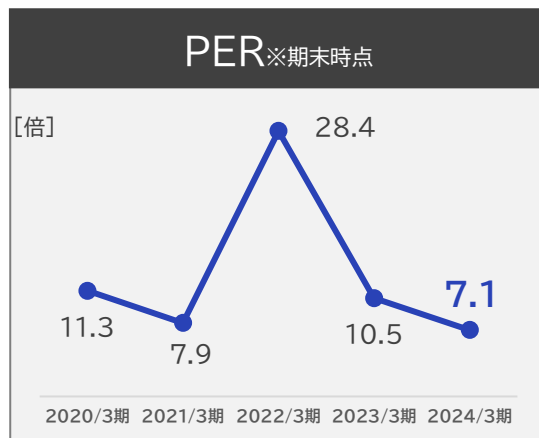
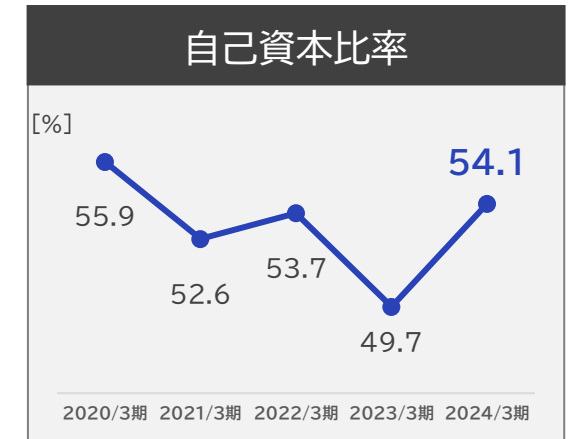
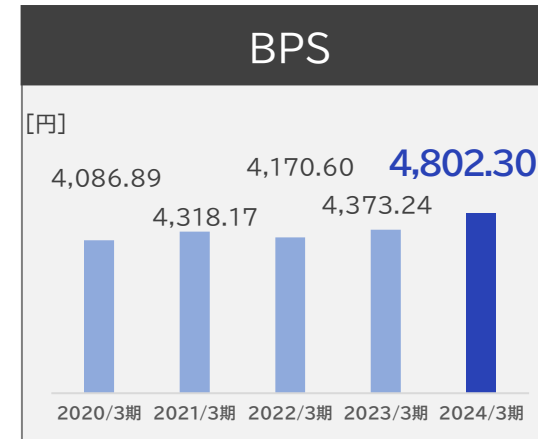
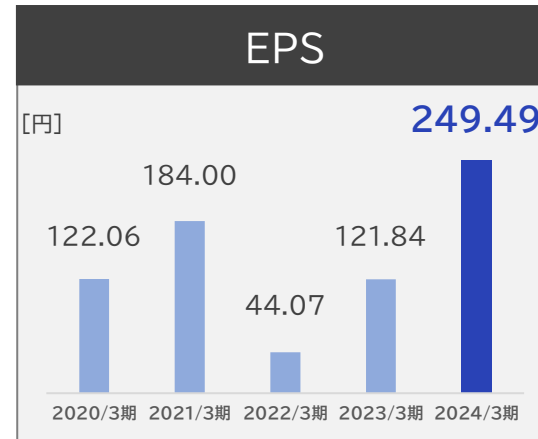
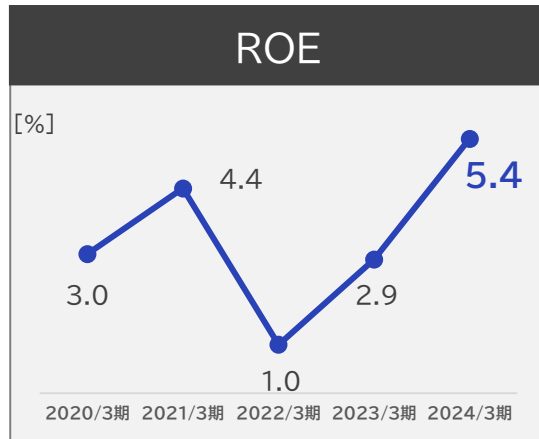
## キャッシュ・フロー(連結)

- 営業CF:利益の増加及び棚卸資産の減少などにより増加しました。
- 投資CF:貸付金による支出などにより減少しました。
- 財務CF:長期借入金の返済の支出などにより減少しました。

[億円]	2023年3月期	2024年3月期	増減
営業活動によるCF	10.8	21.2	+10.3
投資活動によるCF	▲10.6	▲13.9	▲3.3
フリーCF	0.2	7.2	+7.0
財務活動によるCF	37.5	▲21.0	▲58.6
連結範囲の変更に伴う 増減額など	3.8	5.1	+1.3
現金及び現金同等物	109.0	100.3	▲8.6

# IR指標(連結)

- 好調な業績を背景に、資本コストを意識した経営により各指標は良化傾向にあります。



※2024年3月末時点

# 2025年3月期通期業績予想/配当予想(連結)

- ポートフォリオを軸とした成長事業への経営リソースシフトを強化することで、目標達成を目指します。

[億円]	2024年3月期	2025年3月期	増減
売上高	828.4	<b>870.0</b>	+5.0%
営業利益	31.8	<b>32.4</b>	+1.8%
経常利益	32.0	<b>33.5</b>	+4.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	20.7	<b>21.3</b>	+2.6%

[円]	2024年3月期	2025年3月期	増減
EPS	249.49	<b>255.47</b>	+5.9
ROE	5.4%	<b>5.2%</b>	▲0.2pt

[円]	2024年3月期	2025年3月期	増減
配当金	63	<b>68</b>	+5
配当性向	25.3%	<b>26.6%</b>	+1.3pt

※2024年3月期の配当金は記念配当5円を含んでおります。

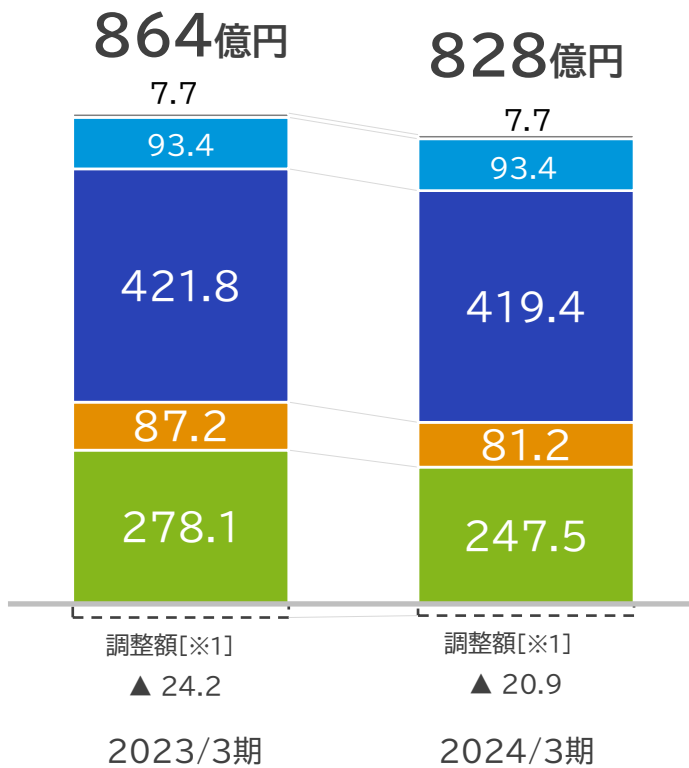
# 02

## セグメント別ハイライト

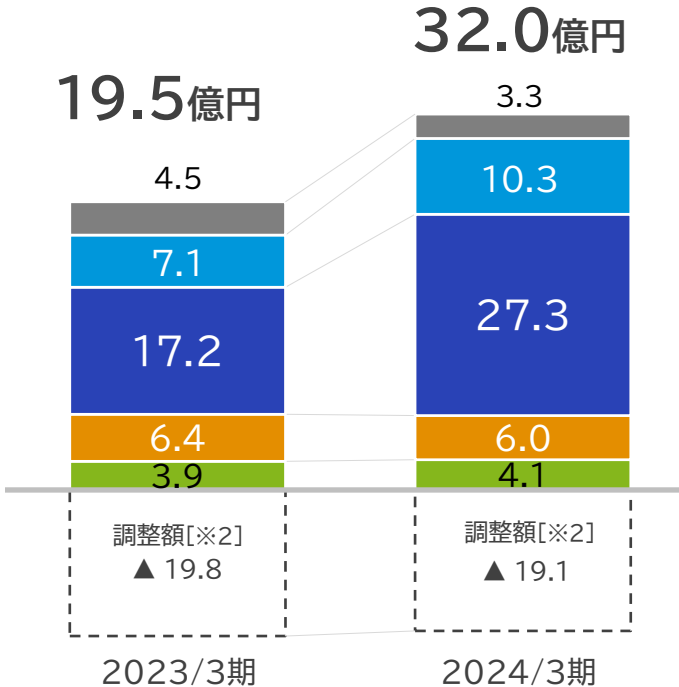
# セグメント別業績(連結)

- アパレル事業、ブランド・リテール事業の伸長により、セグメント利益は大幅な増益となりました。

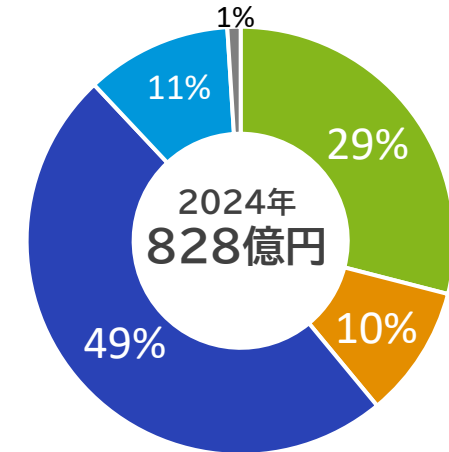
売上高



セグメント利益



セグメント別売上高構成



■ マテリアル ■ ライフスタイル ■ アパレル ■ ブランド・リテール ■ 不動産

[※1] 売上高の調整額は、セグメント間取引消去等になります。  
[※2] セグメント利益または損失の調整額には、各報告セグメントに配分していない全社費用及びセグメント間取引消去等が含まれています。全社費用は、主に報告セグメントに帰属しない一般管理費となります。



## 主な増減要因

- 天然繊維は、一部オーガニック系や強撚原系について引き合いが増加しているものの、依然として国内産地の需要は低調
- 合成繊維は、コスト上昇分の価格転嫁が進まず利益率は低下
- ニット生地販売は、差別化原料を中心に輸出増加傾向

## 今後の方針

- 既存商材の価格転嫁を進めることによる利益率向上
- 環境配慮型素材に注力し、マテリアルブランドの認知度を向上させることによるシェア拡大
- 海外市場向け原系・生地販売体制の強化

【億円】	2023年3月期	2024年3月期	増減額	増減率
売上高	278.1	247.5	▲30.6	▲11.0%
セグメント利益 (利益率)	3.9 (1.4%)	4.1 (1.7%)	+0.1	+4.2%



# ライフスタイル事業



## 主な増減要因

- 生活雑貨と化粧雑貨及びスポーツ関連商材は、消費者購買意欲の回復や取り扱い商材の拡充により堅調に推移
- ダストコントロール商材は、新製品の一巡による生産調整の影響に伴い販売が鈍化

## 今後の方針

- 顧客ニーズに対応した新規素材による高付加価値商材の提案強化
- 更なる効率化の追求によるコストダウンの実行

〔億円〕	2023年3月期	2024年3月期	増減額	増減率
売上高	87.2	81.2	▲5.9	▲6.8%
セグメント利益 (利益率)	6.4 (7.4%)	6.0 (7.5%)	▲0.3	▲6.1%



## 主な増減要因

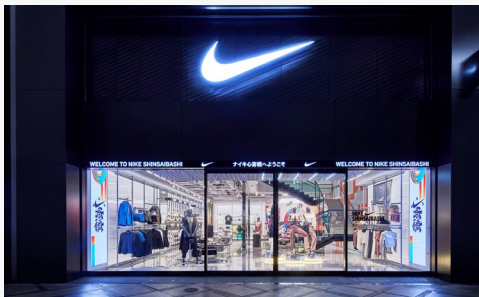
- 消費者購買意欲、インバウンド需要の回復や部分的な価格転嫁、コスト管理の徹底により増益
- イベント・大会等の回復傾向により、テーマパーク、スポーツ・ユニフォームが堅調に推移
- 冬物アウターは暖冬や円安加速の影響を受け軟調

## 今後の方針

- 主要顧客への提案・取り組み及び中高価格帯向けビジネスの強化
- ブランドライセンス事業の拡大
- チャイナリスク回避策としてのASEAN生産のさらなる拡充及び原料調達を含めた体制の構築

〔億円〕	2023年3月期	2024年3月期	増減額	増減率
売上高	421.8	419.4	▲2.3	▲0.6%
セグメント利益 (利益率)	17.2 (4.1%)	27.3 (6.5%)	+10.1	+58.5%

# ブランド・リテール事業



## 主な増減要因

- インバウンド需要の回復に加え、価格転嫁の実行及び新商材が評価を得て拡販できたことが貢献
- 卸売は生産・販売ともに概ね計画通りに着地できたことが貢献
- 主力のダウンジャケット及びダウン以外の秋冬ものも堅調
- 低採算事業の見直しによる効率化

## 今後の方針

- ブランド事業は、海外販売の拡販に注力
- 海外におけるマーケティング及びブランディングを強化
- リテール事業は、新規出店及び既存店におけるMDの見直しとプロモーションの実施に注力

〔億円〕	2023年3月期	2024年3月期	増減額	増減率
売上高	93.4	93.4	+0.0	+0.0%
セグメント利益 (利益率)	7.1 (7.7%)	10.3 (11.1%)	+3.2	+45.2%

# 03

---

## 中期経営計画の進捗報告

# 基本方針及び基本戦略

## 5つの基本戦略

中期経営計画2026では、「事業」「グローバル」「グループ経営」「人材」「ESG」の5つを基本戦略として、「VISION」の実現に向けてグループ一丸となって取り組む3カ年として活動しています。

## 基本方針



## 基本戦略

### ヤギグループの持続的成長の基盤作り



# 基本戦略の振り返り及び今後の方針

## 事業戦略

基本戦略	事業	主な取り組み	今後の方針
事業戦略	マテリアル	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 「Cotton iD」<sup>[※1]</sup>の展開によりオーガニックコットンを中心に海外展示会出展などで海外拡販を推進</li> <li>● PLA繊維<sup>[※2]</sup>の海外生産・販売体制の強化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 国内事業の利益率改善とグローバル展開に向けたグループ連携の強化</li> <li>● 環境配慮型素材での付加価値の向上・シェア拡大の取り組みの強化</li> </ul>
	ライフスタイル	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 新規取り扱い商材、事業カテゴリーの拡大</li> <li>● 産業資材分野の開拓</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 主要取引先との環境配慮型素材を絡めた新規取り組みの強化</li> <li>● 産業資材事業の強化</li> </ul>
	アパレル	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ポートフォリオから成長事業への選択と集中</li> <li>● 海外展示会などからグローバル展開の推進</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 成長事業への更なるリソースの集中</li> <li>● グローバルオペレーションを活かした事業拡大</li> </ul>
	ブランド・リテール	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 欧州でのTATRASブランドのリブランディング展開</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 海外販売の拡販に注力</li> <li>● 持続的成長に向けた海外におけるマーケティング及びブランディングの強化</li> </ul>

[※1]「Cotton iD」…オーガニックコットンのトレーサビリティを明確にする独自のシステム

<https://www.yaginet.co.jp/sustainability/environment/main/02/teaserItems1/01/link/cottonid.pdf>

[※2]PLA繊維…トウモロコシなどの再生可能で持続可能な植物資源を原料としたカーボンニュートラルな性質を持つ素材

# 基本戦略の振り返り及び今後の方針

## グローバル戦略

基本戦略	視点	主な取り組み	今後の方針
グローバル戦略	サステナブル	<ul style="list-style-type: none"> <li>● グループ会社との連携強化によりオーガニックコットンやリサイカラーなどのサステナブル素材を海外展示会などで展開強化</li> <li>● 環境配慮商材の開発を見据えた海外生産・販売体制の構築</li> <li>● オーガニックコットンのトレーサビリティを明確にする独自のシステム「Cotton iD」を展開</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 経営リソースをシフトさせて、グローバル戦略を推進するための海外販売拡販体制の強化</li> <li>● ASEANを中心に生産拡充及び原料調達を含めた海外供給力を高めるグループ連携体制の強化</li> <li>● ヤギグループ横断でのノウハウの活用とグローバル人材育成の強化</li> </ul>
	ブランド	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 「UNITO」などサステナブル素材を中心に海外展示会などを通じて素材のブランディングを推進</li> <li>● ASEANなどの海外生産拠点を中心としたヤギグループ製品の競争力の強化</li> <li>● 西陣織工業組合の協力によるテキスタイルブランド「PRAWLEFT」を海外展示会で展開</li> </ul>	
	デジタル	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 生地データを3DCG化するswatchbookとFablyを連動したデジタル化の推進</li> <li>● グローバルEC販売の取り組み推進</li> </ul>	

# 基本戦略の振り返り及び今後の方針

## グループ経営戦略／人材戦略／ESG戦略

基本戦略	主な取り組み	今後の方針
グループ経営戦略	<ul style="list-style-type: none"> <li>● セグメント体制の見直しによるグループ間連携の深耕</li> <li>● 社内DX基盤の構築による業務効率の向上</li> <li>● グループ横断でのヤギグループ初となる総合展示会の開催</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● コーポレート本部の機能やノウハウ展開の仕組み構築による力強い組織運営の推進</li> <li>● 海外経験や経営スキルを持った人材育成の計画・実行によるグループ経営の底上げ</li> <li>● SDGsマテリアリティの実行によるCSV経営の実践</li> </ul>
人材戦略	<ul style="list-style-type: none"> <li>● グループを横断した社内研修の実施による人材交流の活性化</li> <li>● 人材活性化に向けた環境整備として各種制度の導入               <ul style="list-style-type: none"> <li>・従業員向けRS信託制度</li> <li>・契約社員の社員登用制度</li> <li>・アルムナイ制度 など</li> </ul> </li> </ul>	
ESG戦略	<ul style="list-style-type: none"> <li>● SDGsの成果指標・数値目標マテリアリティの設定(詳細は次頁)</li> <li>● 独自開発した「Cotton iD」の仕組みによるトレーサビリティの実現</li> <li>● サステナビリティ関連の外部団体への加盟による環境問題への活動の推進</li> <li>● 「YAGIthical」プロジェクトのイベント出展などによるサステナビリティ活動の推進</li> </ul>	



# マテリアリティ(重要課題)

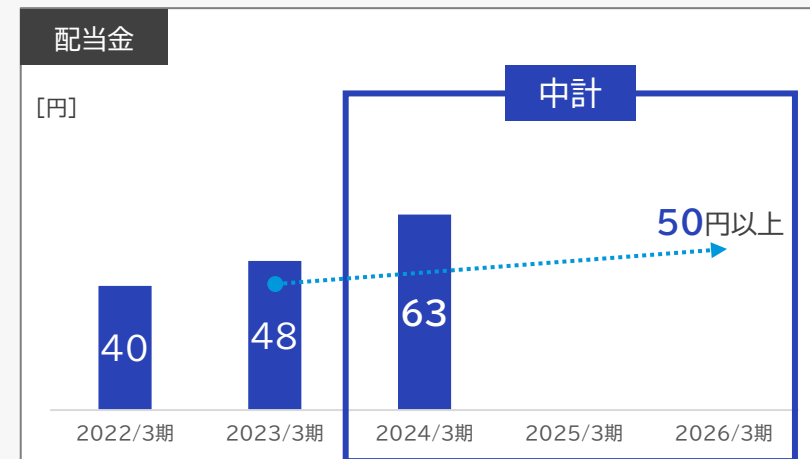
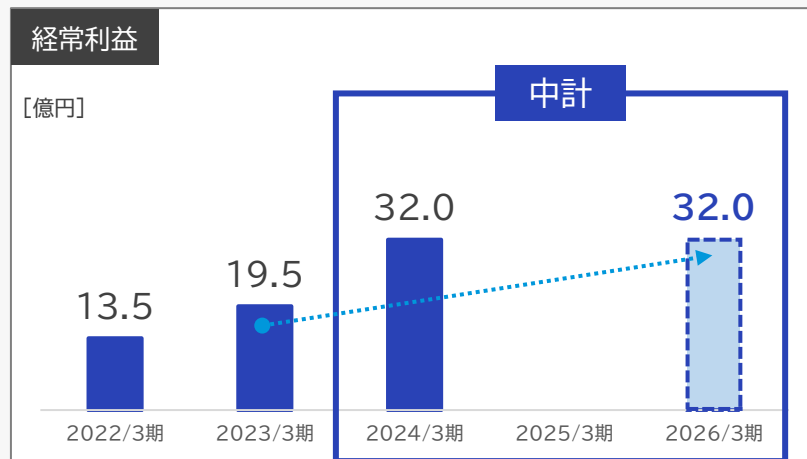
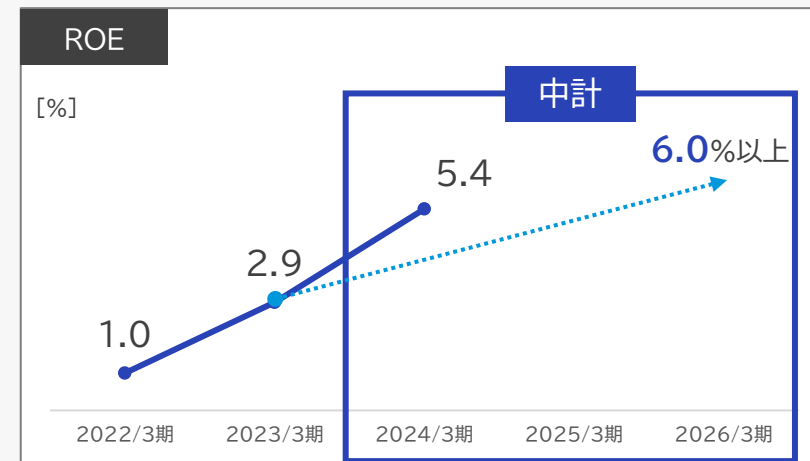
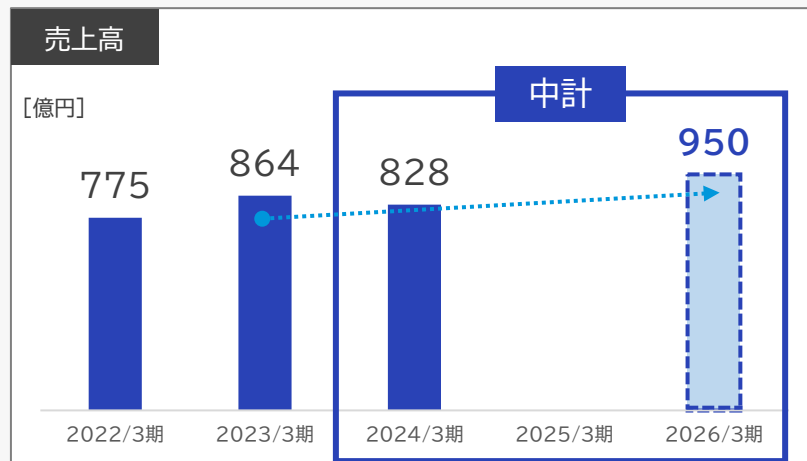
## 17の重要マテリアリティとSDGs

● 優先課題 ● 地球 ● 社会 ● ガバナンス

ミッションステートメント		課題の目的	重要課題	SDGs目標
1	持続可能な企業であるための環境改善	ワークライフバランスの定義	① 従業員のメンタルヘルスケア	3
			② 長時間労働の是正	8
			③ 若手社員の働きがいの向上	4.8
		ダイバーシティ&インクルージョンの実現	④ 多様な働き方の推進	8
			⑤ 人材の多様性の確保	10
		女性の活躍推進	⑥ 女性のリーダーシップ機会の確保	5
			⑦ 女性が働き続けられる労働環境の整備	5
		サプライチェーンマネジメントの推進	⑧ 取引先の人権侵害の防止	8
			⑨ 産地の活性化	11
2	持続可能な未来のために環境問題を解決	サーキュラーエコノミーの実現	⑩ 持続可能な資源の有効活用	12
			⑪ サーキュラーエコノミーの実現	12
		脱炭素社会の貢献	⑫ サプライチェーン全体での温室効果ガスの排出削減	13
3	未来のライフスタイルへの提案	イノベーションの創出	⑬ パートナーシップで業界特有の課題解決	17
			⑭ DXの推進	9
			⑮ 新技術の研究/開発への投資	9
4	企業の社会的責任	ガバナンスの強化	⑯ コーポレートガバナンスの強化	16
			⑰ サプライチェーンマネジメントの推進	12.17

# 財務目標/株主還元の振り返り(中期経営計画2026(2023年5月策定)との比較)

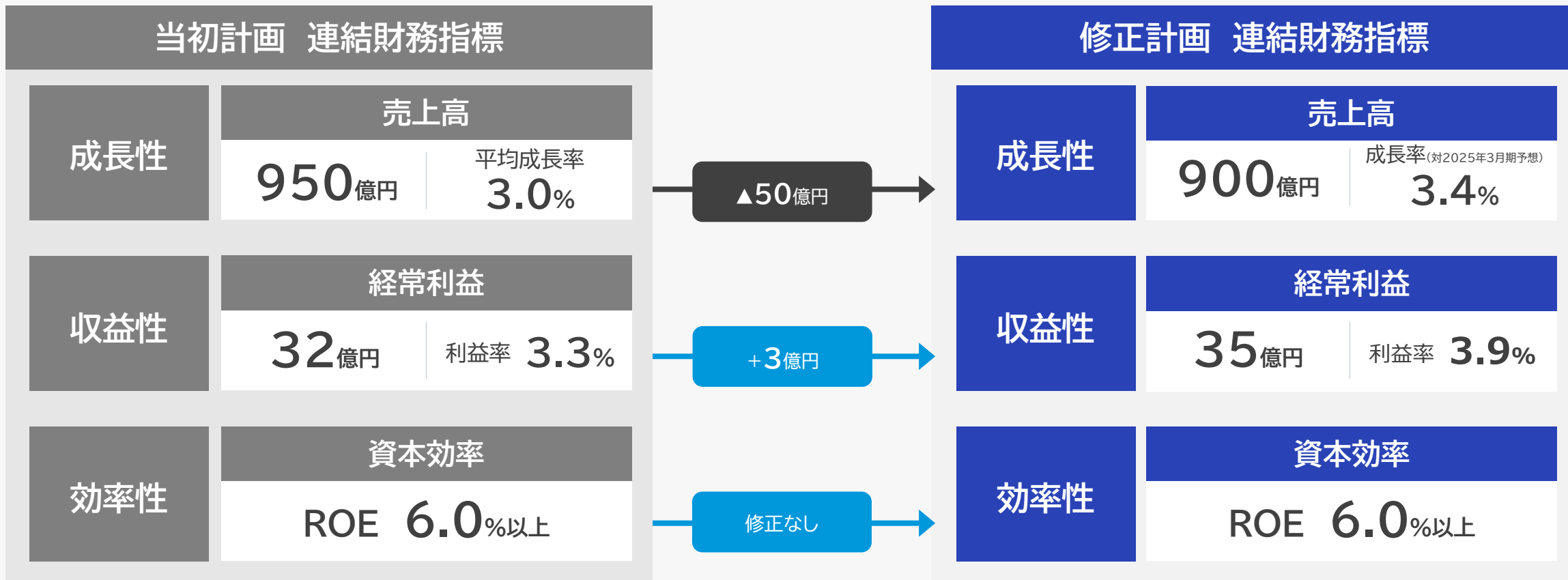
- ヤギグループの連携強化が進み、計画初年度に経常利益目標を達成しました。
- 株主還元を重要視し、配当予想を上方修正(増配及び記念配当)を実施しました。



※2024年3月期の配当金は記念配当5円を含んでおります。

## 財務目標の修正(2026年3月期)

- 国内経済成長率の鈍化が見込まれるなど、不透明な状況が見込まれていますが、グループ間連携の深耕などにより、資本コストを意識した経営を実践することで目標達成に取り組んでまいります。



# 04

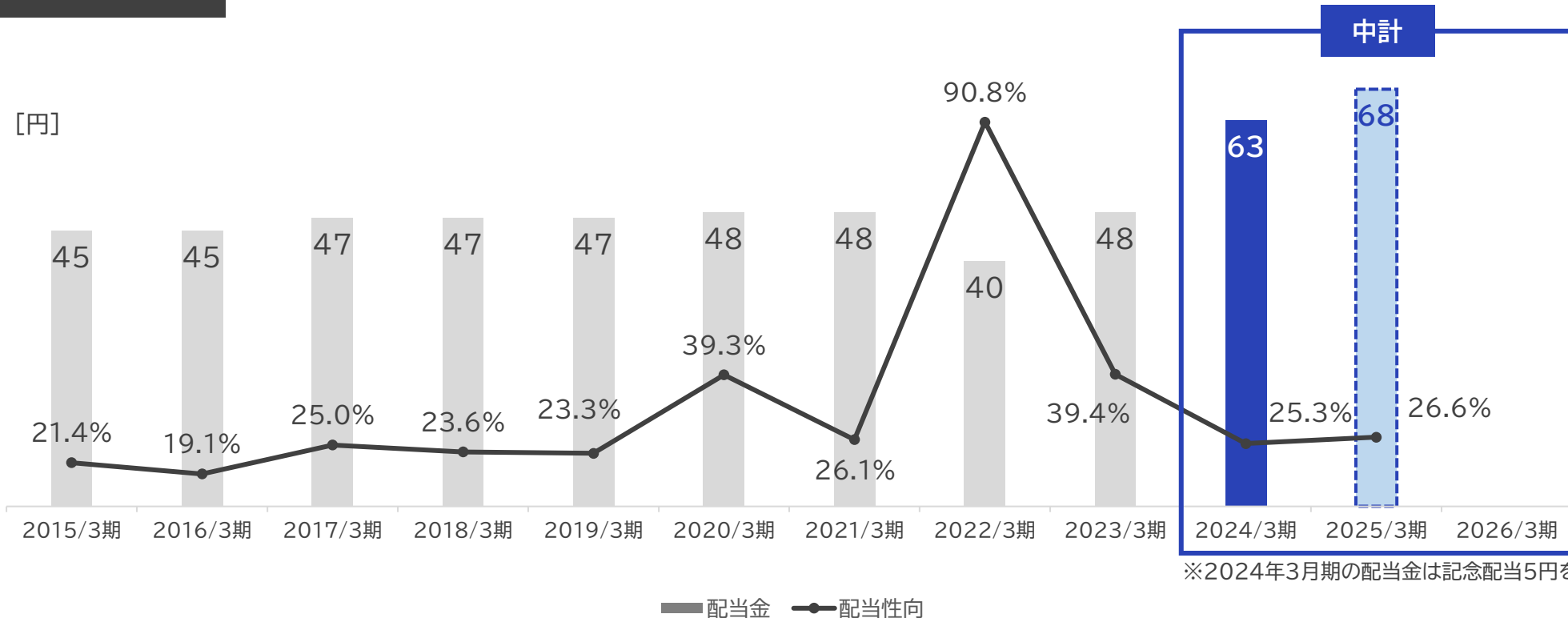
---

## 株主還元方針

# 株主還元方針

- 株主の皆様への利益還元を、経営の最重要政策のひとつとして位置付けております。
- 配当につきましては、長期的な視野で安定した利益還元と、経営基盤強化のための内部留保充実をバランスよく行っていくことを基本方針としております。

## 配当金の推移



# 05

## 主なTOPICS

## ▶▶▶ Bioworks株式会社の第三者割当増資引受

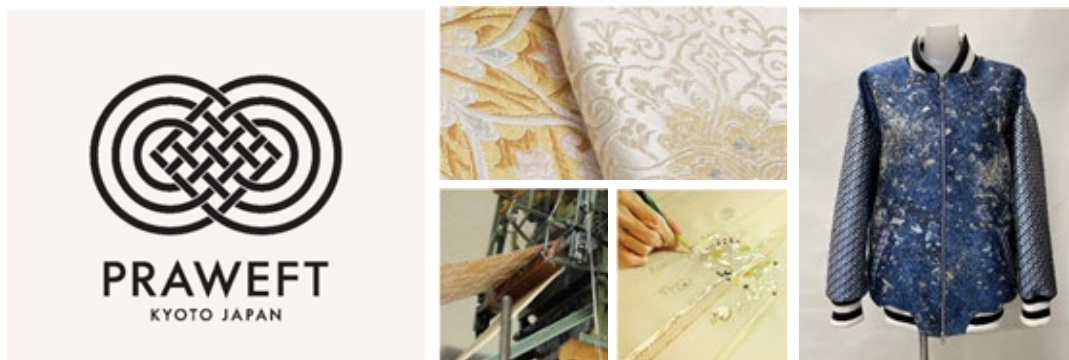


本年1月、当社は植物由来の環境配慮素材Plax™を開発するBioworks株式会社が実施した第三者割当増資引受を行いました。

Bioworks社が独自に開発した「植物由来の添加剤」を加えた「Plax™」の製品事業に当社グループの経営資源を有効活用することで、主に当社のマテリアル事業において新たな環境配慮型商材の開発からグローバル販売を展開していくことを目的としています。

本件を通して、当社のSDGs方針とそのマテリアリティにおいても目標として掲げている、環境配慮型素材の使用率向上に努めます。そして、さらなる価値創造に向けて市場ニーズに柔軟かつ迅速に対応することにより、持続可能な社会実現に向けた貢献とグローバルビジネスの拡大に邁進してまいります。

## ▶▶▶ 「ミラノ・ウニカ」に出展、西陣織テキスタイルブランド「PRAWEFT」を発表



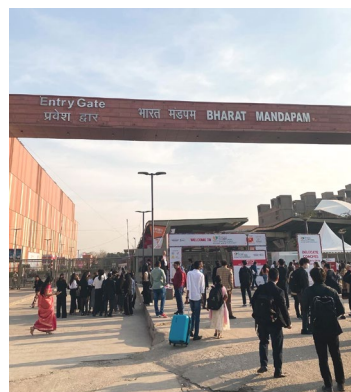
本年1月30日～2月1日、イタリア・ミラノで開かれたテキスタイル見本市「ミラノ・ウニカ」に出展し、当社と西陣織工業組合の協力により実現した西陣織テキスタイルブランド、「PRAWEFT(パラウエフト)」を発表いたしました。

西陣織は応仁の乱以降、和装・着物・帯地を中心に室内装飾も含め、世界に誇る日本独自の織物を現在まで作り続けてきました。この日本の伝統的なテキスタイルである京都・西陣織の技術をベースに、新たなクリエイションやテクノロジー、サステナビリティの要素を取り入れた、革新的なテキスタイルが「PRAWEFT」です。

この感性・技術・伝統の融合により和装の域を超えて、ファッションテキスタイルはもちろん、バッグ・小物、雑貨・インテリア内装分野と、幅広い分野で西陣織の可能性を広げていくことで、日本の優れた伝統産業をグローバルに展開し、地域創生にも貢献していくことを目指します。



## ▶▶▶ インドのテキスタイル・アパレル国際展示会「Bharat Tex 2024」に初出展



本年2月、インド・ニューデリーで開催された世界最大級のテキスタイル・アパレルを中心とした国際展示会「Bharat Tex 2024」に出展いたしました。

当社のグローバル戦略に基づき、昨年から「プルミエール・ヴィジョン・パリ」や「インターテキスタイル上海」、「アンテルフィリエール・パリ/上海」等の国際展示会へ出展してきましたが、今回はインドのマーケット開拓も視野に入れ、初めて出展いたしました。

展示会では、和歌山県産の丸編み生地をはじめ、グループ会社のイチメン株式会社によるシャツ生地、高機能素材やハイゲージシャツ地、ボトム用素材などを紹介しました。欧米と取引をしている複数のインドの縫製・アパレル企業にも当社ブースに来場いただき、欧米向けの販売に向けたつながりを構築する機会となりました。

## 株式会社WINWIN YJVが運営する「NIKE SHINSAIBASHI」がオープン



**WINWIN**  
**Y J V**

韓国のスポーツアパレル小売企業であるWINWIN SPORTS社と共同出資して設立した株式会社WINWIN YJVが運営するストア「NIKE SHINSAIBASHI」が本年1月にオープンいたしました。

「NIKE SHINSAIBASHI」は、革新的なパフォーマンス、スタイル、最新のトレンドに関心のある、心齋橋でスポーツを楽しむ全ての人々が気軽に立ち寄れる店舗として、新商品の展開や、地域とストアがつながるコミュニティ活動を通して、お客様のニーズに合わせたサービスを提供しています。

今後も株式会社WINWIN YJVは、NIKEとの強いパートナーシップとNIKEに対する深い理解を持ち、様々なサービス提供を通して、お客様の健康と幸せ、生活の質向上を目指していきます。

(株式会社WINWIN YJV WEBサイト: <https://winwinyjv.com/>)

# 06

---

## 参考資料

# セグメント体制一覧(2024年3月31日現在)

マテリアル事業	ライフスタイル事業	アパレル事業	ブランド・リテール事業	不動産事業
<p><b>ヤギ</b> 原料・テキスタイル領域</p>	<p><b>ヤギ</b> ライフスタイル領域</p>	<p><b>ヤギ</b> アパレル領域</p>	<p><b>WEAVA TATRAS S.R.L.</b> 衣料品の製造・販売</p>	<p><b>マルス</b> 不動産賃貸業</p>
<p><b>ヴィオレッタ</b> ラッセル織物の製造販売</p>	<p><b>日本パフ 日帕化粧用具(嘉善)</b> 化粧用パフ及び外衣製造</p>	<p><b>譜洛革時(上海)貿易</b> 繊維製品の販売</p>	<p><b>アタッチメント</b> 紳士服・婦人服及び服飾雑貨の デザイン、製造及び販売</p>	
<p><b>イチメン</b> アパレル向け生地・製品の企画販売</p>	<p><b>ツバメタオル</b> タオル・バスタオル等の製造販売</p>	<p><b>YAGI VIETNAM</b> 衣料品の製造・販売</p>	<p><b>WINWIN YJV</b> 株式会社NIKE JAPANのリテールパートナー としてNIKEストアの運営担当</p>	
<p><b>山弥織物</b> 燃糸・織物の製造販売</p>	<p><b>YAGI International INC. YAGI USA</b> 繊維製品及び関連商品の輸出入販売</p>	<p><b>SOMIC</b> メディアコマース事業</p>	<p><b>LINGBLE INC.</b> グローバルECプラットフォーム 「Lingble」の運営</p>	
<p><b>YAGI &amp; CO.,( H.K. ) 八木貿易(深圳)</b> 繊維製品及びその原料の輸出入販売</p>		<p><b>グレイス</b> キャラクター商品の企画・製造・販売</p>		
<p><b>PROGRESS (THAILAND)</b> 繊維原料・生地・繊維二次製品の 輸出入・販売</p>				
<p><b>PT.YAGI INTERNATIONAL INDONESIA</b> 繊維製品の販売</p>				
<p><b>swatchbook Inc.</b> 世界最大級の3Dデザイン、 デジタルマテリアルライブラリーの運営</p>				

# YAGI

## Heritage to the future

本資料は、その情報の正確性、完全性を保証するものではありません。また、本資料に掲載された将来の予測等は、発表の時点で入手可能な情報に基づいたものであり、種々の要因により変化することがあり、これらの目標や予想の達成、及び将来の業績を保証するものではありません。

従いまして、本資料のみに準拠して投資判断されますことをご控えくださいますようお願いいたします。  
本資料利用の結果生じたいかなる損害についても、当社は一切責任を負いません。