

COIN LAUNDRY



COIN LAUNDRY

事業計画及び成長可能性に関する事項

2024年3月

WASHハウス株式会社 [6537]

1.	会社概要	2ページ
2.	事業概要	6ページ
3.	市場環境	13ページ
4.	成長戦略	18ページ
5.	リスク情報	44ページ

1. 会社概要

2023年12月31日現在

会社名	WASHハウス株式会社 (6537 東証グロース、福証Q-Board)	
設立	2001年11月28日	
代表者	代表取締役社長 児玉康孝	
本社所在地	宮崎県宮崎市新栄町86番地 1	
資本金	996百万円	
社員数	単体82名 (役員を除く)	
事業内容	セルフランドリーの企画、開発、運営、システムの提供	
店舗数	597店舗 (FC533店舗、直営64店舗) ※出店エリア：25都府県	



2001年	11月	不動産の有効活用コンサル等を目的とする会社として株式会社ケーディーエム設立
2002年	12月	セルフランドリー店舗の事業物件の管理を目的として城ヶ崎店・大島通線店を同時出店しFC事業及びセルフランドリー管理事業を開始
2004年	2月	管理カメラとセルフランドリー機械の遠隔操作を組み合わせたセルフランドリー遠隔管理システムで宮崎県初のビジネスモデル（特許第3520449号）取得
2005年	12月	WASH HOUSE株式会社へ社名変更
2016年	11月	東京証券取引所マザーズ、福岡証券取引所Q-Board同時上場
2018年	3月	WASH HOUSE フィナンシャル株式会社設立
2019年	3月	洗剤工場用地を取得（宮崎県宮崎市 約6,600㎡（約2,000坪）） 災害時用 WASH HOUSE 移動式ランドリー車を開発
	6月	タイ王国にて子会社 WASH HOUSE (Thailand) CO., LTD. を設立
	10月	宮崎県と「災害時における洗濯環境の提供に関する協定」を締結
	12月	中国にて子会社 WASH HOUSE (Shandong) CO., LTD. を設立
2020年	4月	セルフランドリー用スマホ決済アプリ「WASH HOUSE アプリ」リリース
2021年	2月	WASH HOUSE 株式会社宮崎工場落成（洗剤工場）
	8月	広告事業に関する特許（特許第6924337号「情報処理システム」）を取得
2022年	4月	東京証券取引所グロース市場へ移行
2023年	11月	WASH HOUSE アプリ累計50万ダウンロード達成

経営理念

「全ての発想をお客様の立場で考えることを基準とし、真に社会から必要とされる存在であり続ける。」

儲かっているから伸びていくのではなく、必要とされるから店舗数が増えていく、そんな会社があってもよいのではないかと考えております。



コーポレートメッセージ

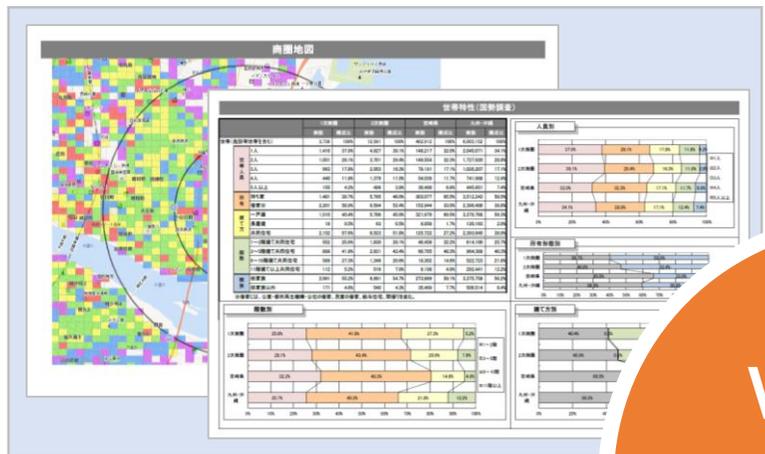
「セルフランドリー業界のグローバルスタンダードの創造」

従来の考え方や商習慣にとらわれることなく、お客様から本当に必要とされる存在であり続けることができれば、結果的に国際的にも通用するグローバルスタンダードの構築になるのではないかと考えております。

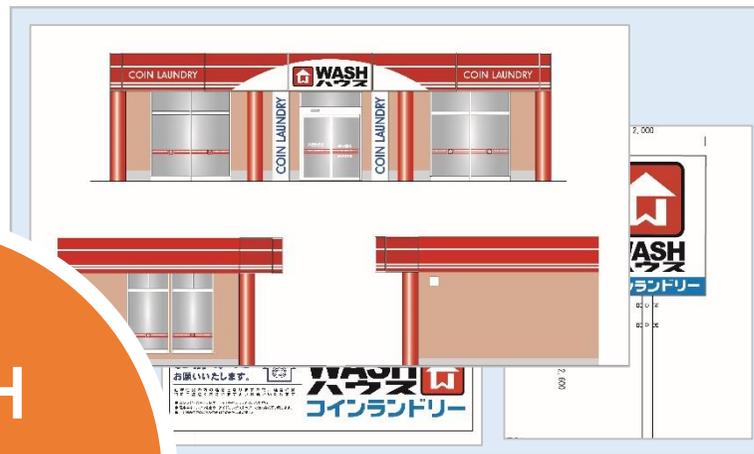


2. 事業概要

店舗出店を企画し、セルフランドリー機器や店舗装飾など、開店するために必要な全ての内容をセットにした「WASHハウスパッケージ」一式を販売



店舗出店の企画、ご提案



店舗設計図

WASH
ハウス
パッケージ



セルフランドリー機器、店舗装飾等



オープン告知（テレビCM、チラシ等）

※店舗新築費用は当社の売上高に含まれておりません。

すべてのF Cオーナーから店舗運営を受託し、店舗運営から収支報告まで全てのサービスを提供し対価を受領。安定的なストック収益となり経営安定化に寄与



365日24時間受付のコールセンター



専門スタッフによる毎日の清掃

全店舗を
一括して
WHが管理



メンテナンススタッフによる定期巡回



オーナー様への月次収支報告

その他に含まれる主要な収入は下記のとおりです。

・手数料収入

事務手数料等を受領しております。
(ガス料金等の精算手数料)

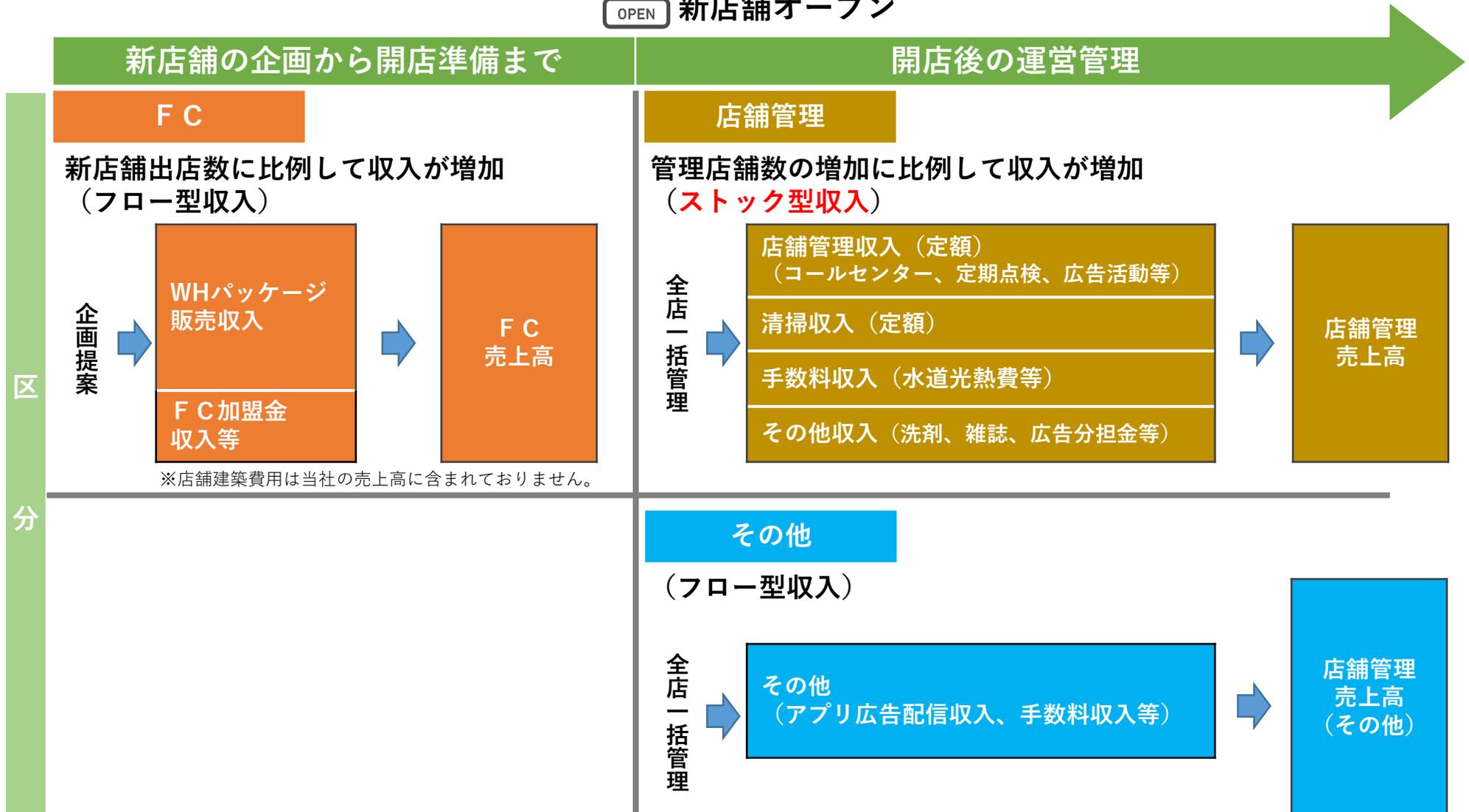


・アプリ広告配信収入

WASH HOUSEアプリ内において、動画広告・
バナー広告枠への出稿を受付し、広告配信を行
うことで対価を受領しております。



OPEN 新店舗オープン



前期ストック収益

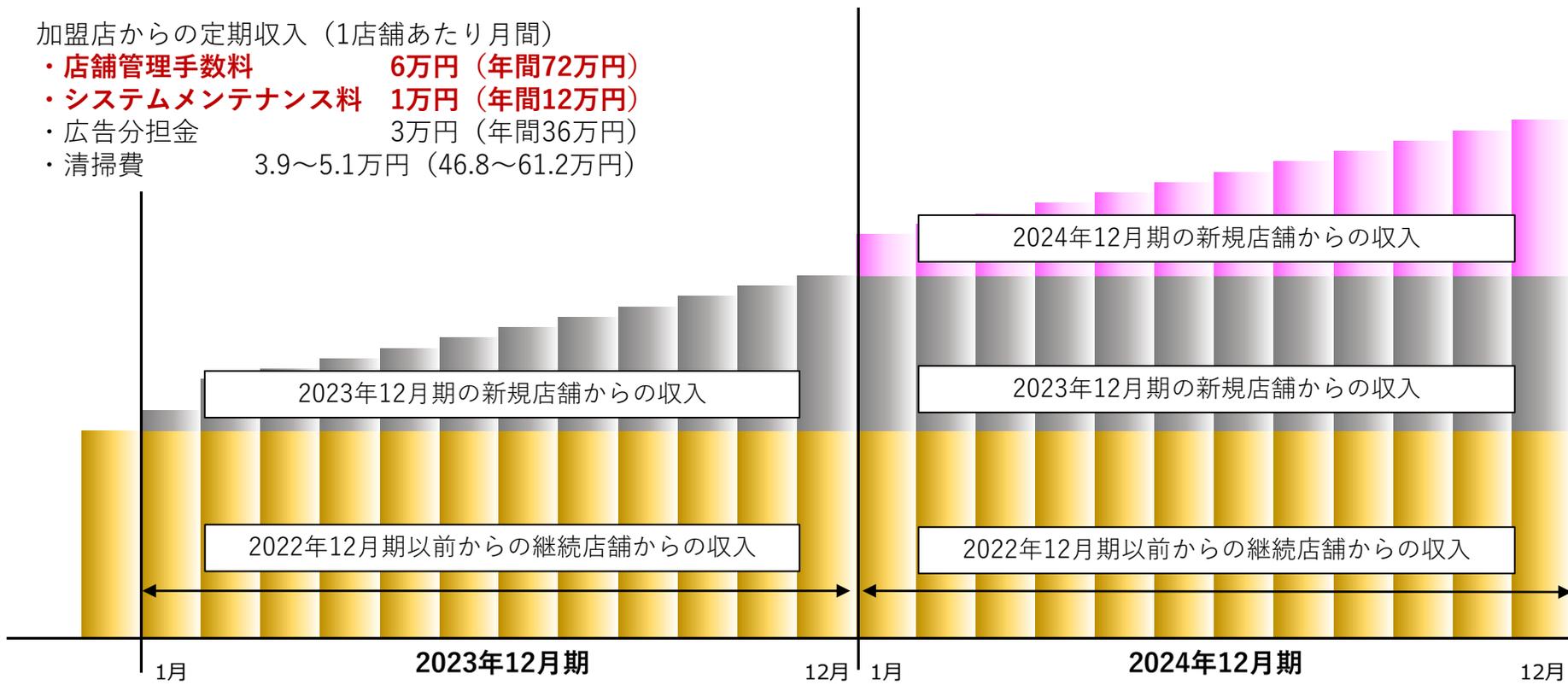
- ||
- 2023年12月期の**新規**店舗からの収入
- +
- 2022年12月期以前からの**継続**店舗からの収入

当期ストック収益

- ||
- 2024年12月期の**新規**店舗からの収入
- +
- 2023年12月期の**新規**店舗からの収入
- +
- 2022年12月期以前からの**継続**店舗からの収入

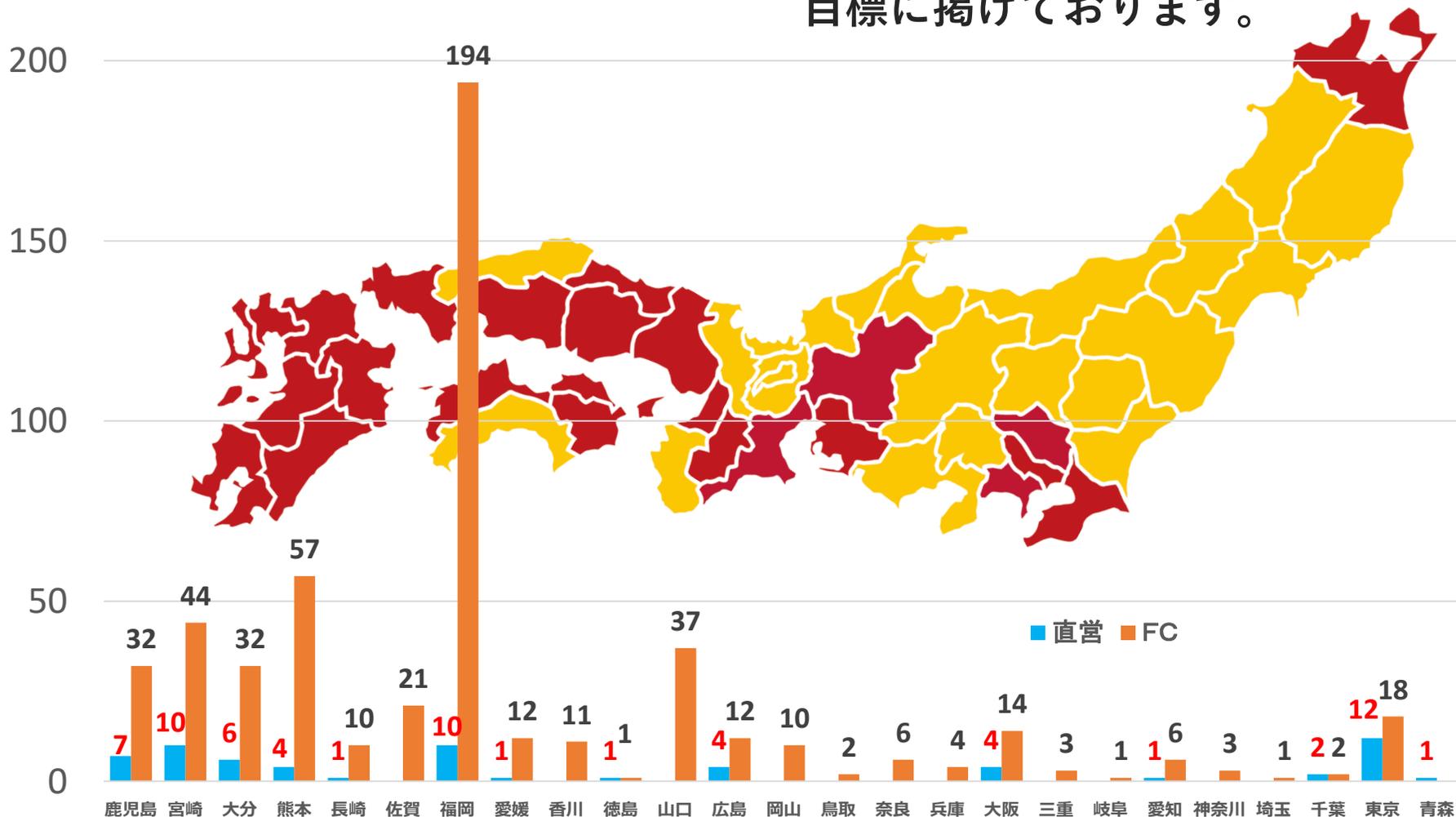
加盟店からの定期収入（1店舗あたり月間）

- ・ **店舗管理手数料** 6万円（年間72万円）
- ・ **システムメンテナンス料** 1万円（年間12万円）
- ・ 広告分担金 3万円（年間36万円）
- ・ 清掃費 3.9～5.1万円（46.8～61.2万円）



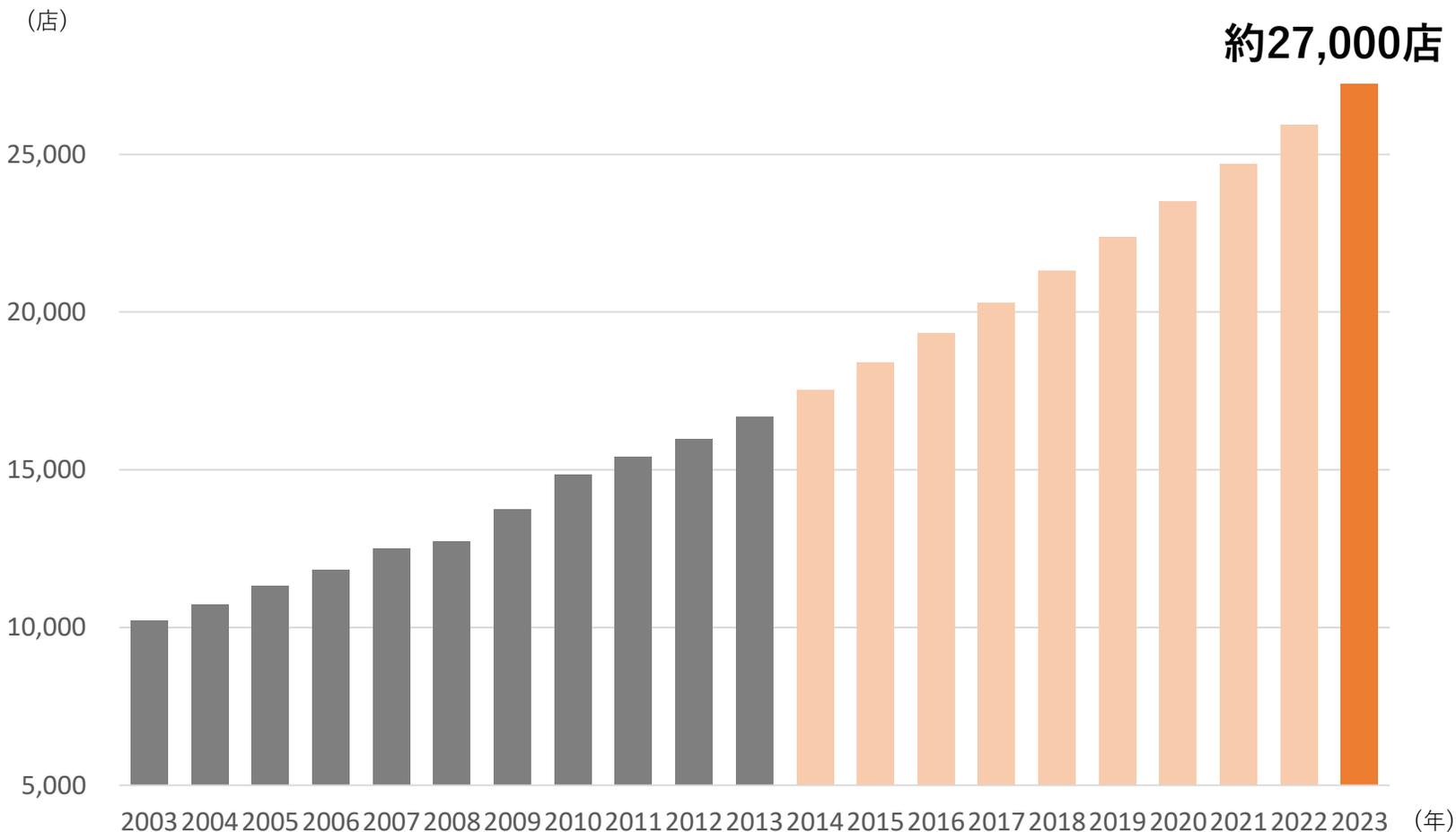
出店エリアは25都府県 (597店舗)

将来的に国内2万店舗を
目標に掲げております。



3. 市場環境

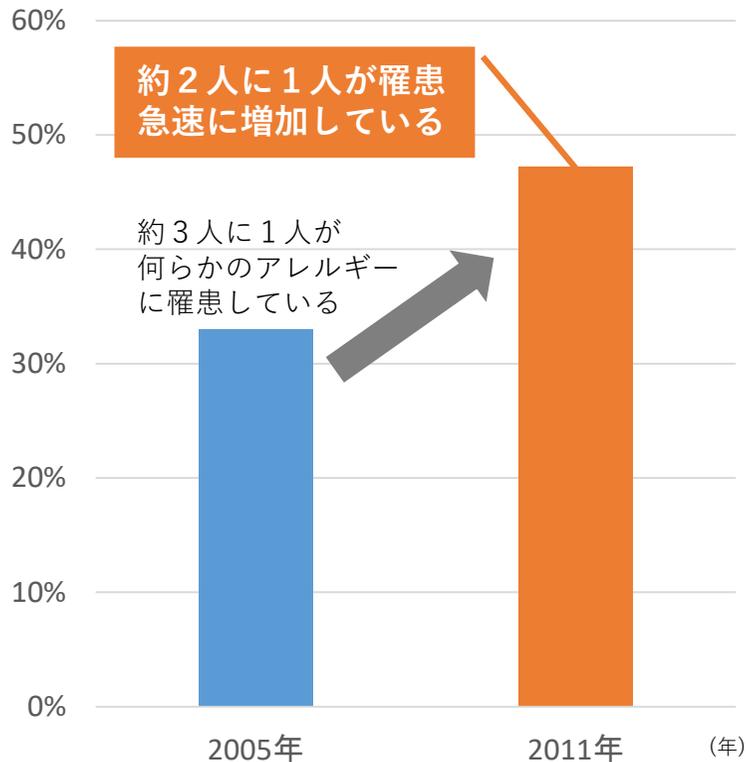
①厚生労働省の調査では日本のセルフランドリー店舗数は毎年5%前後の伸び率で増えており、現在は27,000店舗前後存在していると推定されます。



※2013年厚生労働省「コインオペレーションクリーニング営業施設に関する調査」より当社推定

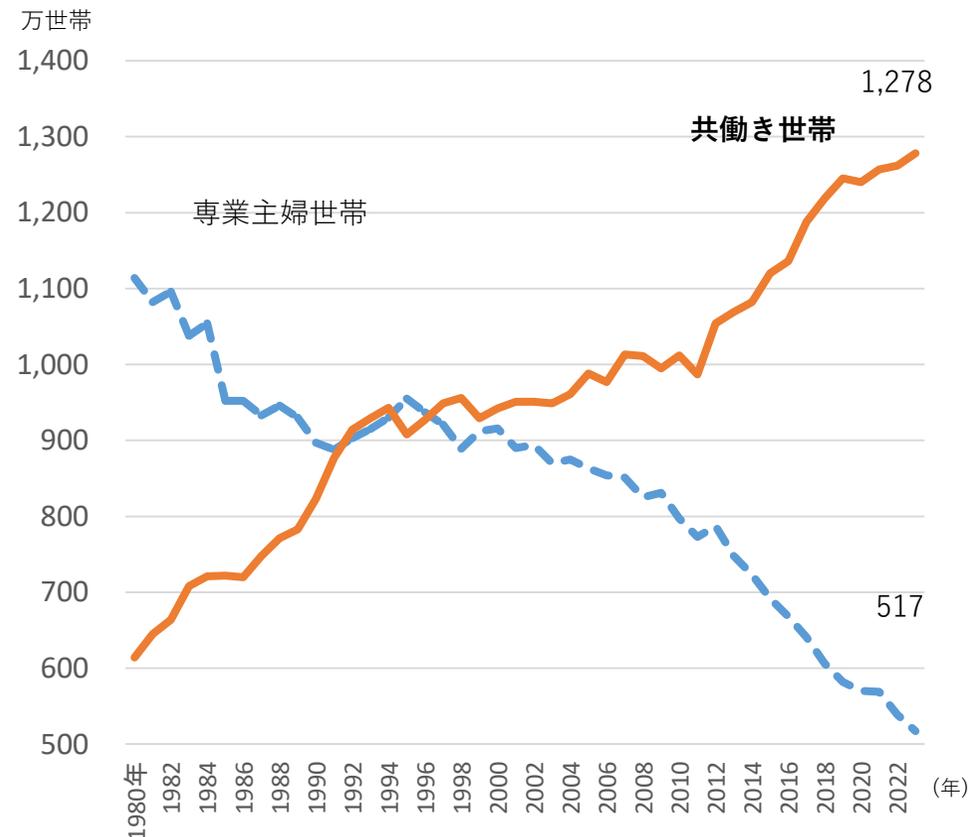
②アレルギー疾患の増加や、共働き世帯の増加による家事労働時間の節約志向の高まりから、健康・衛生に寄与し、時間を有効活用できるセルフランドリーは、利用者層の拡大と需要の伸張が期待されております。

アレルギー疾患患者の動向（2016年）



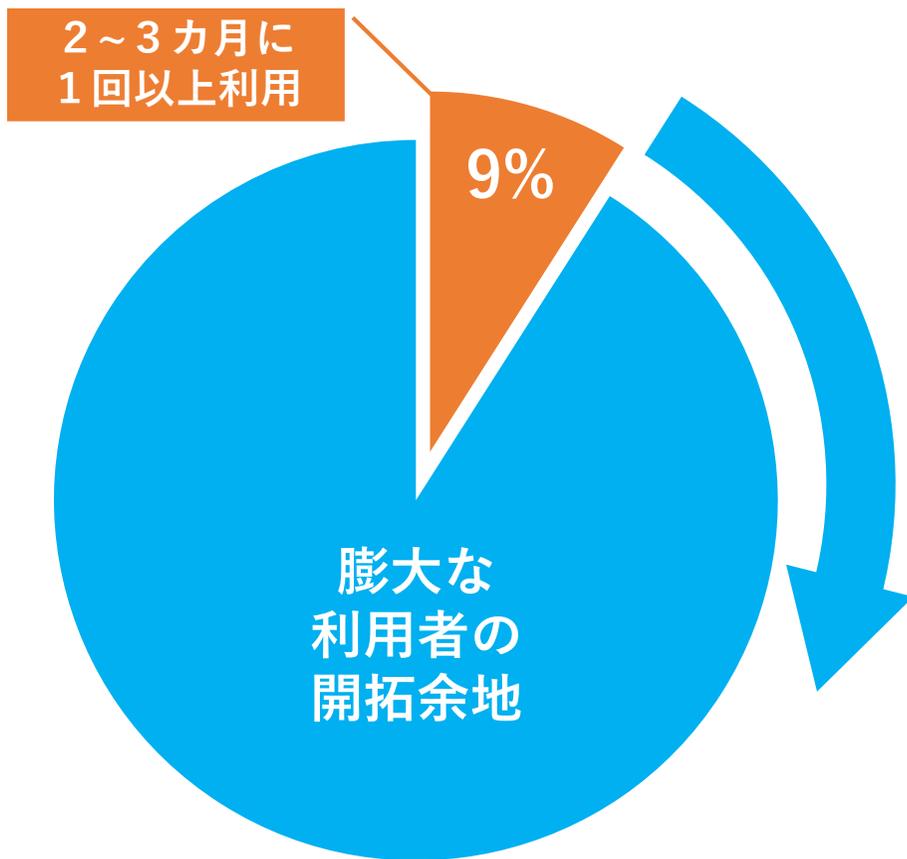
厚生労働省 健康局 がん・疾病対策課「アレルギー疾患の現状等（2016年）」

専業主婦世帯と共働き世帯の推移（1980年～2023年）



総務省統計局「労働力調査特別調査」、総務省統計局「労働力調査（詳細集計）」

- ③日本におけるセルフランドリーの利用率は**約9%程度**であり、今後**膨大な利用者の開拓余地**を残している市場です。当社が業界の中心的な役割を果たすことで利用率を高め、さらに出店余地を拡大させてまいります。



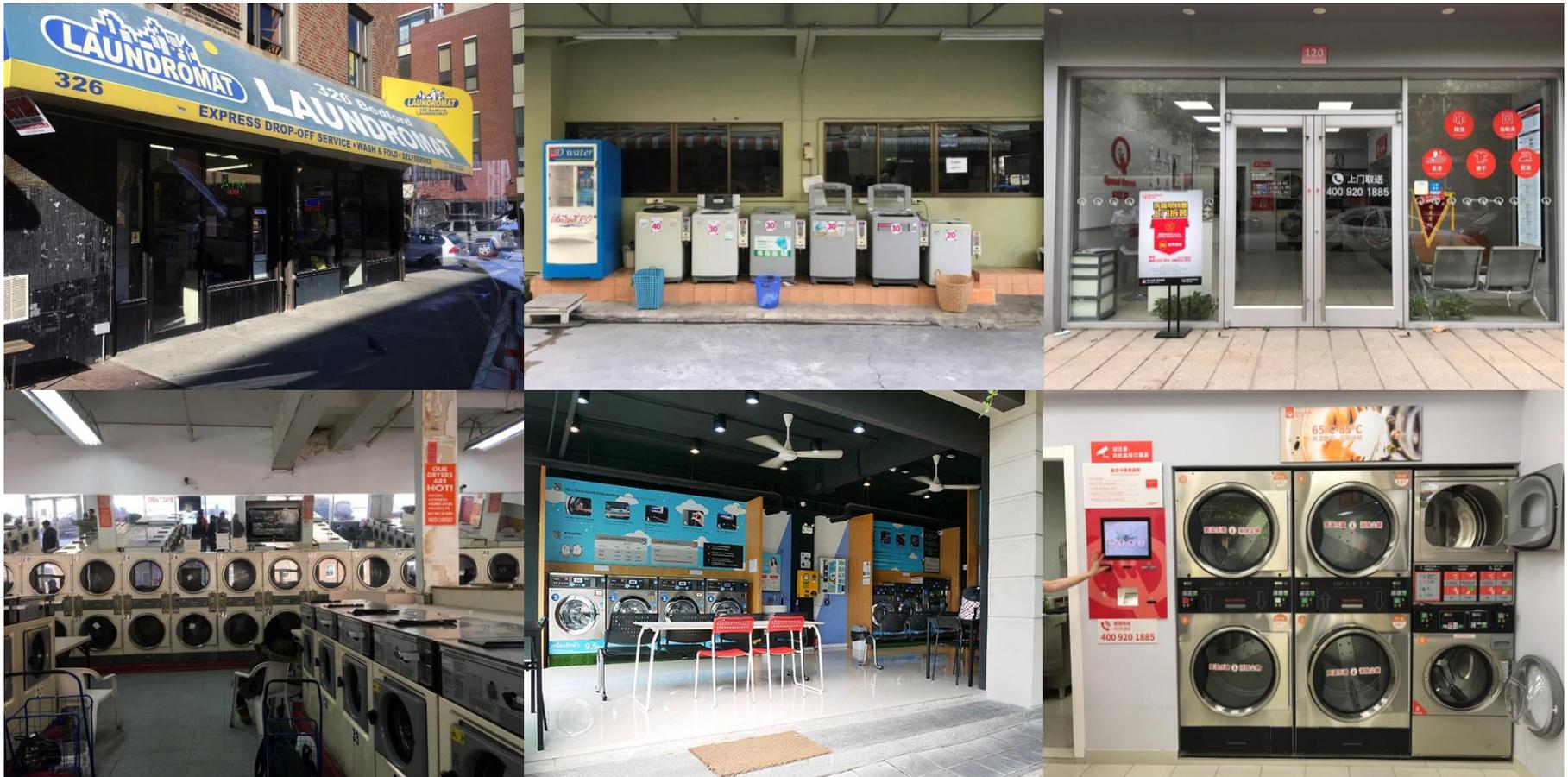
業務用セルフランドリー機器の優位性

- ・布団や毛布を丸洗い・乾燥できる
- ・家庭用の洗濯機や乾燥機より、スピーディーに仕上がる時短効果
- ・熱風による殺菌効果
- ・ホコリをバキュームで吸い取るダスター効果

多くの人に「利用価値」を知ってもらうことにより、セルフランドリー事業は膨大な利用者の開拓余地を残している市場と言えます。

※2019年独立行政法人中小企業基盤整備機構「コインランドリー市場調査データ」から利用率を引用

- ④ 洗濯をしない国はなく、グローバル展開を加速することで、**市場の拡大**を図ると共に、当社のビジネスモデルが**グローバルスタンダード**となるよう今後も取り組みます。



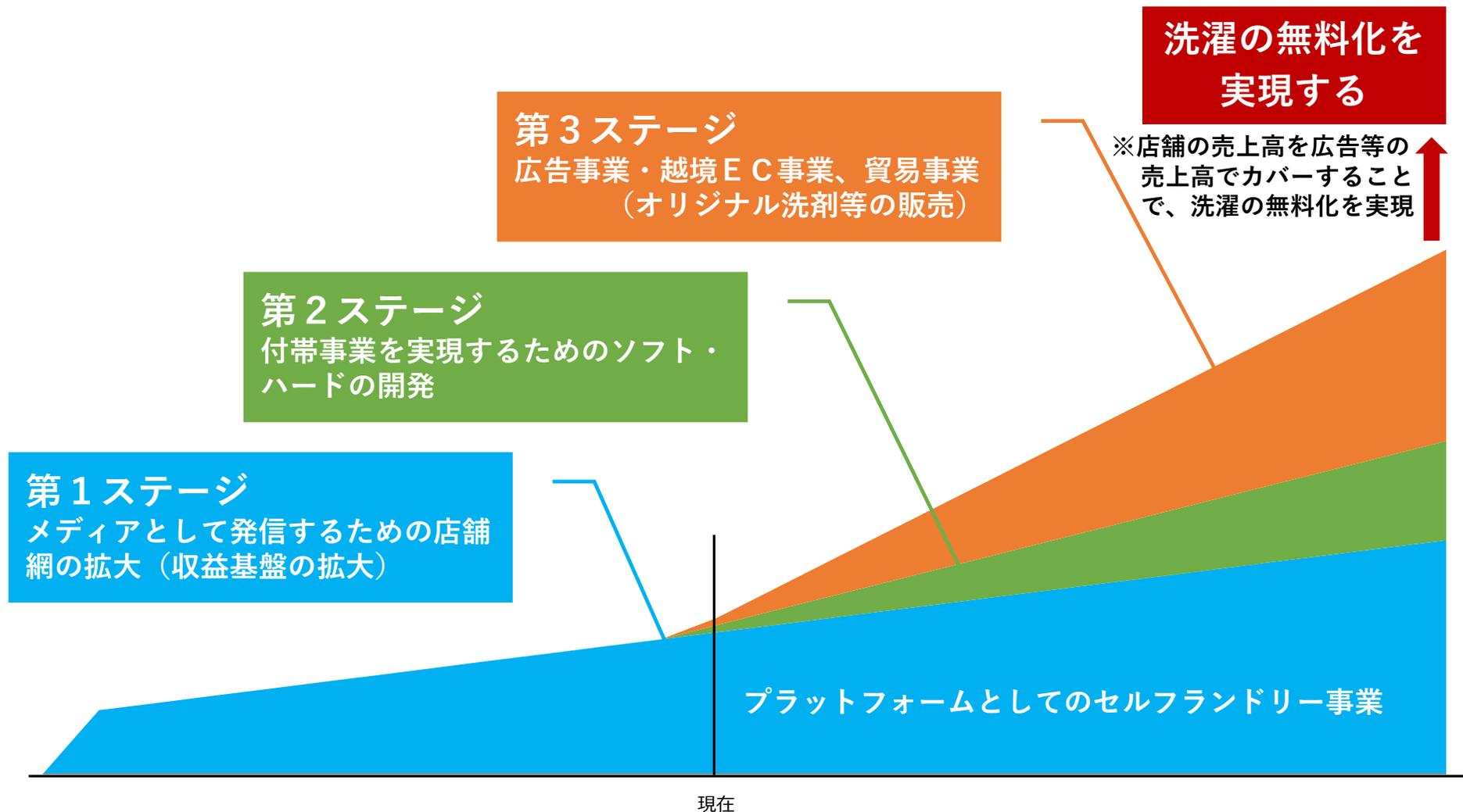
アメリカ

タイ

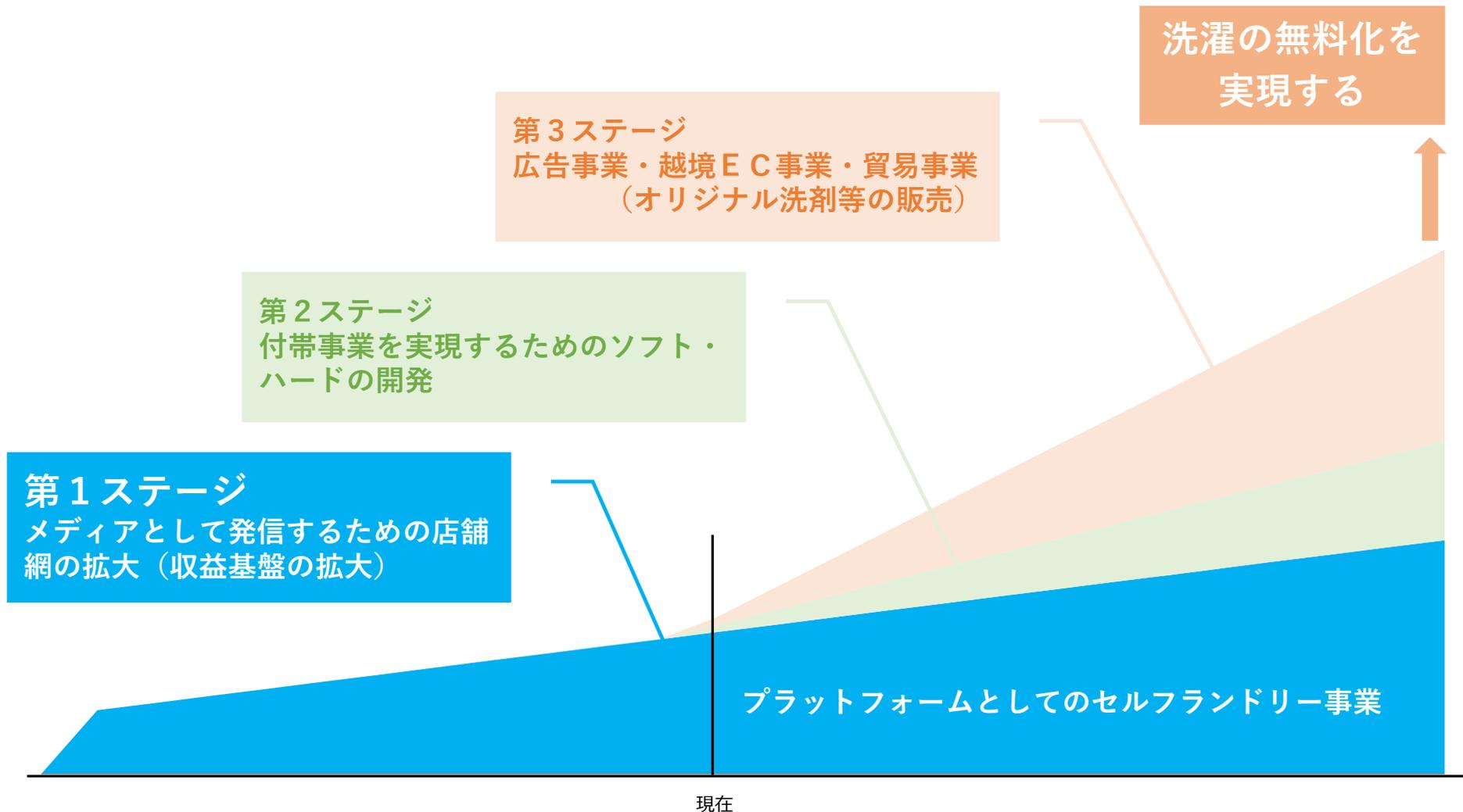
中国

4. 成長戦略

セルフランドリー事業を核とし、このプラットフォームに関連する付帯事業を派生的に何倍にも広げ、事業を拡大することを基本戦略としております。



店舗網を拡大させるため、積極的なエリア拡大と認知度向上を図りプラットフォームとしてのセルフランドリー事業を強化させてまいります。



従来のセルフランドリーのイメージである「暗い・怖い・汚い」を払拭し、
お客様目線での店舗づくりを第一に考えています。

安心・安全・清潔

明るく清潔で見通しの良い店内。
分かりやすい操作案内など、女性客が安心して利用できる店舗づくりに取り組んでおります。

このコンセプトを継続進化させ続けることで、地域のお客様から本当に必要とされる存在になれると確信しております。



明るく清潔で見通しの良い店内

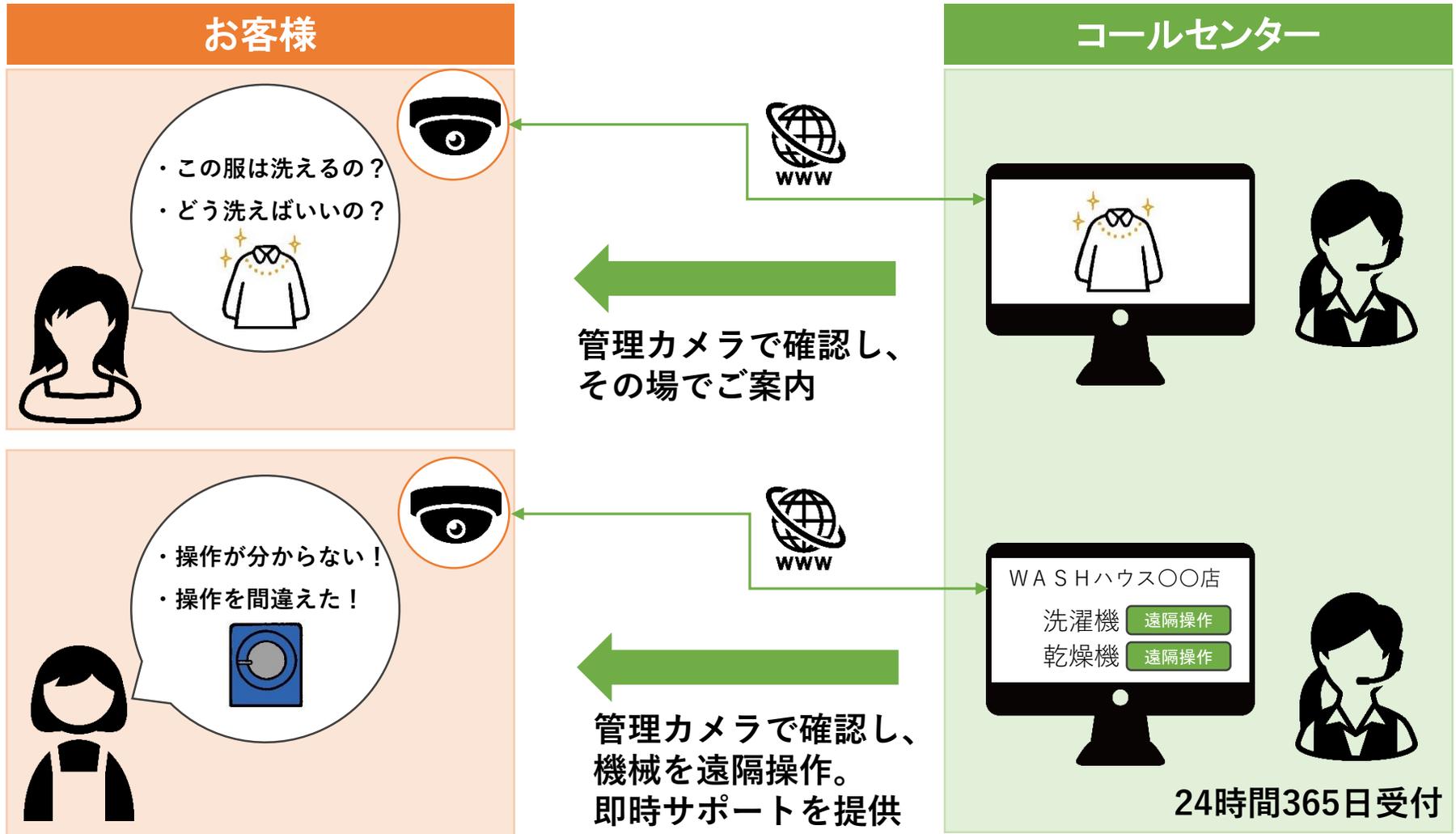


広く使いやすいテーブル



分かりやすい操作案内

ビジネスモデル特許取得済みのIoT技術で、無人店舗でありながら何時でもベテラン店員がいるかのような体験を提供し、お客様の満足度を高めてまいります。



約600店舗の運用実績を背景とした、**スケールメリット**を活かした手法で集客。
お客様の早期定着を図ります。



オープン告知 (テレビCM)



オープン告知 (チラシ)



キャンペーン告知 (アプリ通知、テレビCM等)



キャンペーン告知 (テレビ情報番組)

F C店舗も直営店舗と同じ運用であるため、直営店舗と同様のサービス品質を保ちつつ、急速な多店舗展開を行うことができる仕組みを織り込んでおります。

全店舗一括管理運営方式



すべての店舗を本部が管理



• すべての店舗の運営管理をWASH HOUSE本部が一括して管理

- 毎日の清掃、メンテナンス巡回、洗剤の補充
- 24時間365日受付のコールセンター
- 管理カメラと遠隔コントロールによる即時サポート

コインランドリー機器を販売する会社は存在するものの、当社はコインランドリー管理業として、同一ブランドのコインランドリーを日本で唯一全店管理しており、そのため同業他社は存在していないと考えております。

効果

- F C店も直営店と同じサービスクオリティを担保できる
- 統一した広告戦略（メディア戦略）が可能
- オーナー様は実質なもしない



月次報告



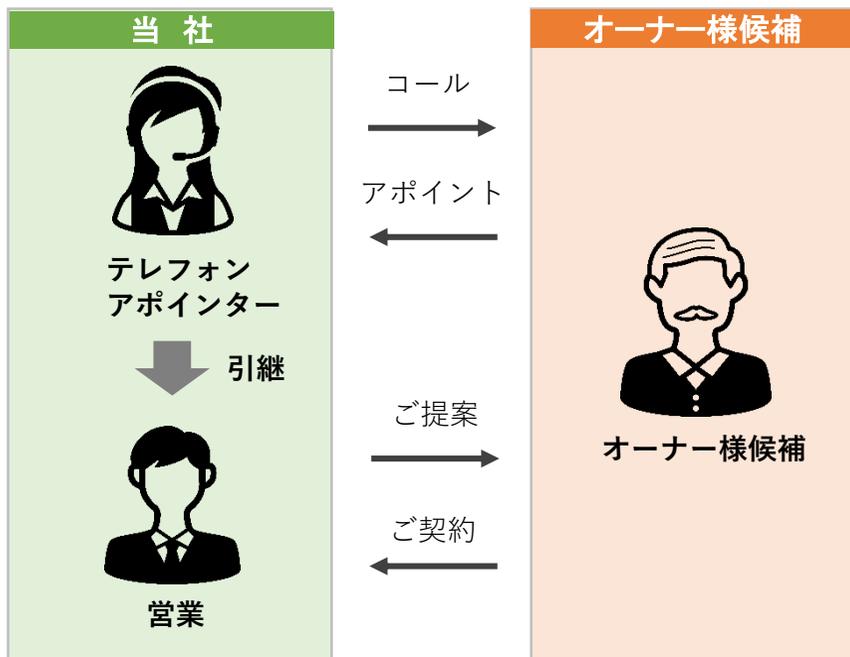
+ 利益の送金



直営店を出店する場合と同様のオペレーションでFC店の出店を行うことが可能

ご提案内容の質を高め新規のオーナー様を確保する他、既存オーナー様には順次買増しのご提案を行うことで多店舗展開を進めてまいります。

新規



- ・アポイントを取れているオーナー様候補に営業社員はご提案いたします。**営業社員の時間的、心理的負担を軽減**させ、ご提案の**質の向上**を図っています。

既存



- ・WH本部がすべての店舗の管理運営を行うため、オーナー様の労力は**実質ゼロ**。オーナー様は**店舗の立地を意識せず**に店舗を所有いただけます。

必ず待ち時間が発生するセルフランドリーの特徴を活かした、双方の利用者増と認知向上を狙う「相互送客システム」の効果と、天候による集客特徴と相乗効果を発揮する業種によるジョイント出店を加速してまいります。

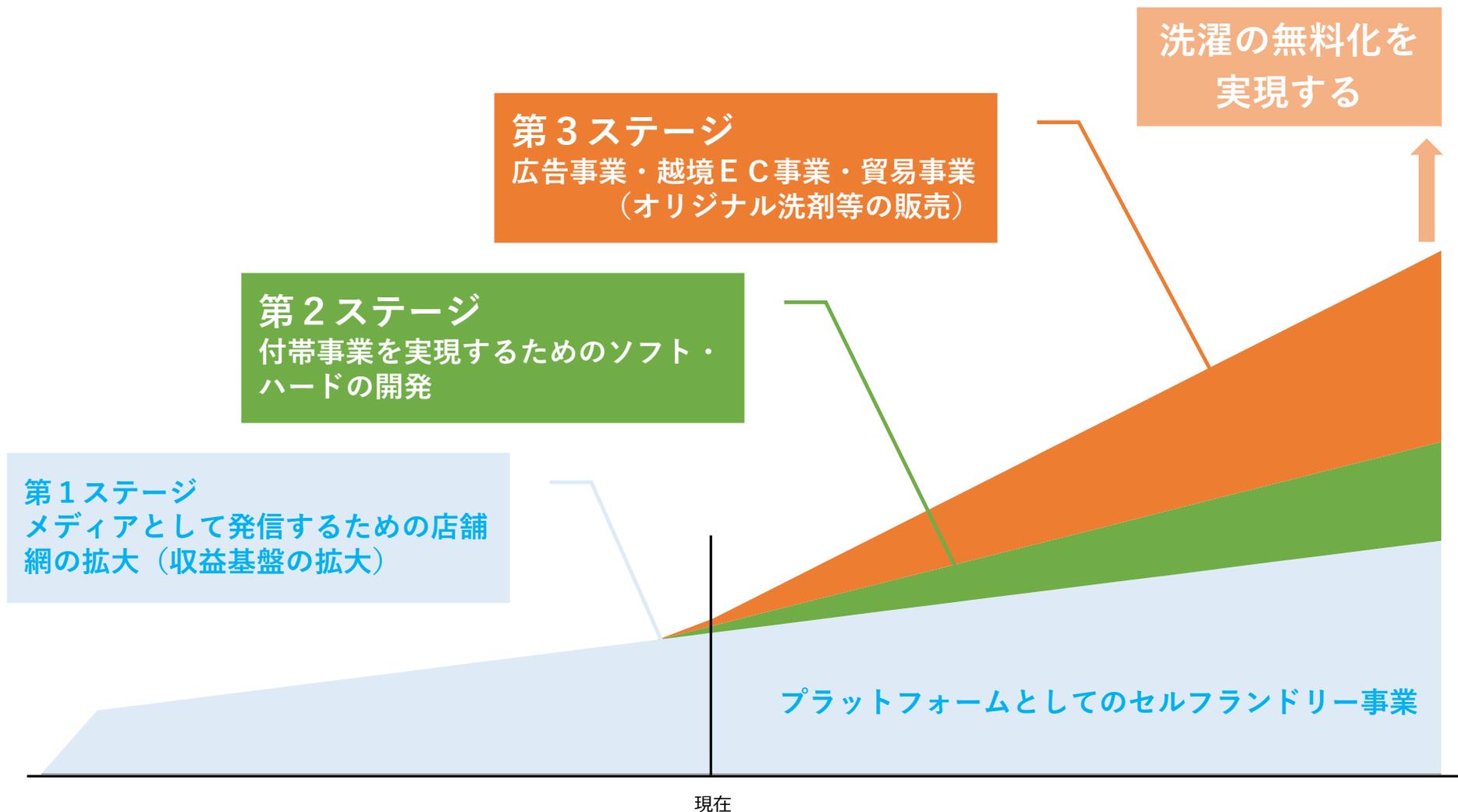


小売業様との併設店舗



飲食サービス業様との併設店舗

当社のオリジナルソフトウェア、ハードウェアを開発し付帯事業を拡大させるための基礎を構築してまいります。



広告枠への出稿を受付し、WASHハウスアプリにて配信
広告システムから収入を得ることで将来「洗濯を無料で提供する」



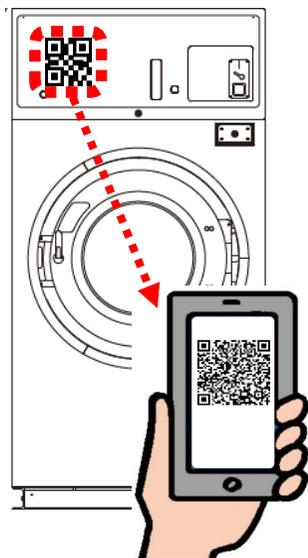
動画広告・バナー広告を配信

セルフランドリー利用時、終了時間確認時、終了時等でアプリ内の広告を目にすることから、広告主にとってヒット率の高い広告を可能にしております。

実績例

- ・酒造メーカー様
- ・引越業者様
- ・食品メーカー様
- ・行政様 他

硬貨を使用することなく、キャッシュレスで決済することが可能
複数の決済サービスに対応（現在12種の決済サービスに対応）



アプリでコードを
読み取る



コースの選択



決済サービスの
選択



決済完了後に
機械が稼働

「洗濯物をもってきたけど、洗濯機が空いていない」という従来の問題を改善
店内の混雑緩和にも大きく寄与



予約画面

「予約システム」のご利用方法

- ① WASH HOUSEアプリの「洗濯予約画面」から利用したい店舗・機械を選択
- ② 利用したい洗濯コースや乾燥時間を選択
- ③ 空いている日時からご希望の利用日時を選択 → 予約完了
- ④ 予約時間になったら店舗の機械に表示のQRコードをスキャンし、WASH HOUSEアプリで決済・運転開始



相互の来店を誘導、双方の利用者増と認知向上を狙う



洗濯開始直後に



近隣店で使える
クーポン獲得



洗濯・乾燥の待ち時間に、近隣のお店でお得にお買い物



クーポン画面提示し
お得にお買い物



お得にお洗濯



アプリでコードを
読取り



お客様へのサービスの一環として、洗濯割引券をプレゼント



お買い物レシートに
WASHハウスのクーポンを印刷



WASHハウスアプリを使った全店舗対象キャンペーン事例

WASH 史上最大の
感謝祭

エントリー期間 ▶ 2023年9月15日(金)まで

アプリ限定
アプリ決済の累計 **1,000** 円以上でエントリー可能

抽選で **200** 名様に当たる チャンス!

宮崎牛

賞品中 ローススライス 800g

WASHハウスアプリダウンロード!!
毎月お得意クーポン
豪華賞品
スマホ決済
予約時間
運転終了

WASHハウスアプリ新会員登録で
今すぐもらえる!
洗濯・乾燥
100 円 OFF

WASH さらに/
史上最大!!

秋の
感謝祭

抽選で **300** 名様に当たる!

宮崎牛

賞品中 ローススライス 800g

エントリー期間 ▶ 2023年11月30日(木)まで

アプリ限定
アプリ決済の累計 **1,000** 円以上でエントリー可能

今すぐアプリをダウンロード!

- クーポン 毎月お得意なクーポンをもらえる!
- 豪華賞品 アプリ限定キャンペーンで豪華賞品ゲット!
- 割引特典 アプリ限定の割引クーポンゲット!

ダウンロードはこちら
App Store
Google Play

WASH 0120-545-696

洗濯・乾燥サービス以上の価値を積み重ねる

オリジナル洗剤の生産と供給を通じ、コストダウン、ニーズの即時反映を通じ
収益性及びサービス品質の向上に寄与



当社生産のオリジナル洗剤

その他付帯事業として下記を取組んでおります。

・ WASHHOUSE フィナンシャル株式会社

「セルフランドリーWASHハウス」フランチャイズオーナー様向けに、新規出店等を目的とした事業資金融資を行う。

・ WASHHOUSE (Shandong) CO., LTD.

所在地：中華人民共和国山東省青島市
中華人民共和国において洗濯機、乾燥機の研究を行う

・ WASHHOUSE (Thailand) CO., LTD.

所在地：タイ王国
「セルフランドリーWASHハウス」の展開を行う
※現在、現地セルフランドリーに関する情報収集を実施しております。

トピック

- ・ 積極的な店舗販売促進キャンペーンを再開
店舗売上高は前年比**108%**で推移
- ・ **第3弾、第4弾無料化実証実験**
4/21～23（16都県の150店舗で実施）・9/22～24（21都府県の260店舗で実施）
- ・ WASHハウスアプリ累計**50万**ダウンロードを達成
11月3日に約2ヶ月間前倒しで当期計画を達成（12月末時点は累計**54万**ダウンロード）
- ・ 洗濯機・乾燥機の**予約サービス機能**をリリース
ご来店前に**アプリ**で予約することで確実にランドリーサービスを利用できる機能
店内の混雑緩和にも寄与
- ・ 新広告プラン「**WASHハウス全店JACK**」提供開始
独占的にWASHハウス全店舗を広告場所として使用できることに加え、
アプリでの広告も付加した、総合的な新広告プランを2023年12月から提供開始

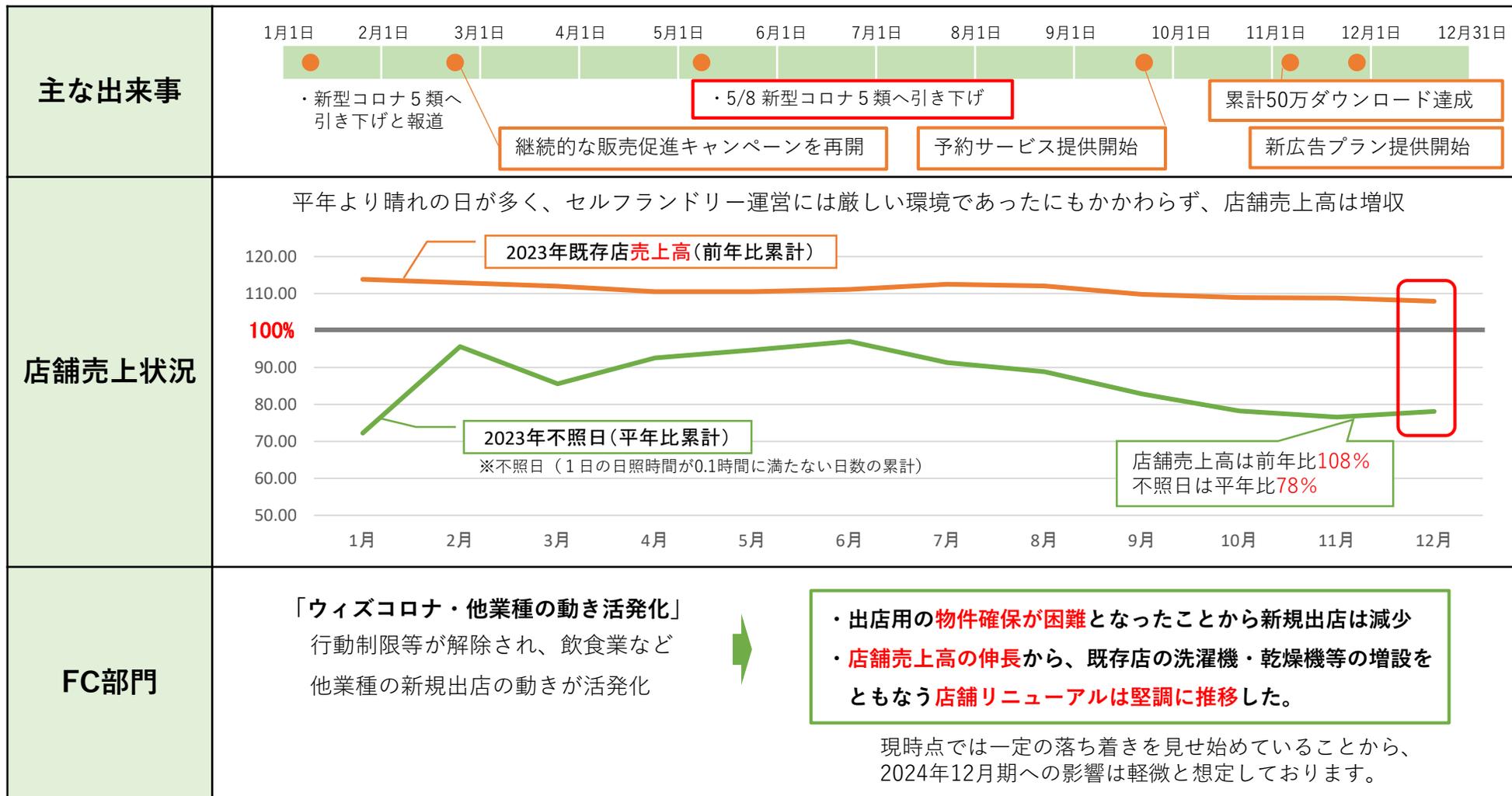
収益構造の転換が進み、当期は営業利益を計上するに至る

■売上高	1,914百万円
■営業利益	13百万円
■経常利益	26百万円

飲食店等の他業種の新規出店数が大幅に増加したことにより、出店用の物件を確保することが困難となったことから、F C新規出店数は、当初計画の35店舗から33店舗減少の2店舗（前期6店舗）となりました。
（12月末店舗数は当初計画649店舗から52店舗少ない597店舗）
一方、積極的な店舗運営を実行したことから、店舗売上高の増加に加え、アプリから得られる広告収入や、洗剤の自社生産から得られるセルフランドリー関連事業収入が堅調に推移した結果、営業利益を計上するに至りました。

事業概況

- ・ 販売促進キャンペーンを再開したことで、店舗売上高は前年比**108%**
- ・ 店舗リニューアル等の追加投資は堅調に推移



収益構造の転換が進み、当期は売上総利益**9.5%増**で**営業利益**を計上

	2022年12月期		2023年12月期						
	通期実績	売上比	当初計画	修正計画	通期実績	売上比	当初計画比	修正計画比	前年同期比
(単位：百万円)									
売上高	1,921	100.0%	2,481	1,974	1,914	100.0%	77.2%	96.9%	99.6%
売上総利益	668	34.8%	—	—	732	38.2%	—	—	109.5%
販管費	723	37.7%	—	—	718	37.5%	—	—	99.3%
営業利益	△54	△2.9%	54	3	13	0.7%	—	421.4%	—
経常利益	61	3.2%	53	15	26	1.4%	—	174.1%	42.7%
当期純利益	11	0.6%	47	8	※△33	△1.7%	—	—	—
1株利益(円)	1.70	—	6.86	1.17	—	—	—	—	—

※既存8店舗について、50百万円の減損処理（特別損失）を実施しております。

地域別出店実績

(単位:店舗)	2022年12月期末	2023年12月期		
		出店	退店	期末
東北エリア	1	—	—	1
関東エリア	39	—	※注1 △1	38
中部エリア	11	—	—	11
関西エリア	28	2	※注1 △2	28
中国エリア	66	—	※注1 △1	65
四国エリア	27	—	※注1 △1	26
九州エリア	442	—	※注1 △14	428
合 計	614	2	△19	597

形態別出店実績

(単位:店舗)	2022年12月期末	2023年12月期			
		出店	区分変更	退店	期末
直 営	61	—	※注2 3	—	64
F C	553	2	△3	※注1 △19	533
合 計	614	2	—	△19	597

※注1 オーナー様事情及び契約満了並びに土地の収用により退店となったものであります。

注2 区分変更の内訳はF C店舗の直営化8店舗、直営店舗の売却5店舗であります。

「プラットフォームとしてのセルフランドリー事業」をさらに成長させる

<p>F C 部門</p>	<p>連結子会社で開発中の新しい洗濯機・乾燥機を2024年下期から導入し、以後新規出店を加速</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 上期は出店用地の開発を中心に取り組む ・ 下期は新開発のランドリー機器を導入した新店舗を出店 <p>新しいランドリー機器は大型タッチモニターを搭載し、お客様の視認性・操作性が大きく向上 大型タッチモニターは広告配信の場所にもなることから、メディア事業に大きな飛躍をもたらす オーナー様は従来より出店コストを抑えられるため、投資効率向上の効果も期待</p>
<p>店舗運営部門</p>	<p>前期を超える積極的な店舗販売促進キャンペーンを実施</p> <p>景品等が当たるキャンペーン企画はもとより、お得にお買い物ができる情報なども提供 ランドリーサービス以外の価値も併せて提供し、店舗の価値をさらに高める</p>

(単位：百万円)	2023年12月期				2024年12月期					
	第2四半期実績	売上比	通期実績	売上比	第2四半期計画	売上比	前期比	通期計画	売上比	前期比
売上高	913	100.0%	1,914	100.0%	1,060	100.0%	116.1%	2,505	100.0%	130.9%
営業利益	△24	△2.7%	13	△2.9%	△37	△3.5%	—	36	1.5%	277.5%
経常利益	△11	△1.2%	26	3.2%	△42	△4.0%	—	26	1.1%	101.1%
親会社株主に帰属する当期純利益	△14	△1.6%	△33	0.6%	△13	△1.3%	—	43	1.7%	—
1株あたり当期純利益(円)	△2.15	—	△4.82	—	△1.93	—	—	6.31	—	—
配当金	0円00銭		0円00銭		0円00銭			0円00銭		

※形態別出店計画

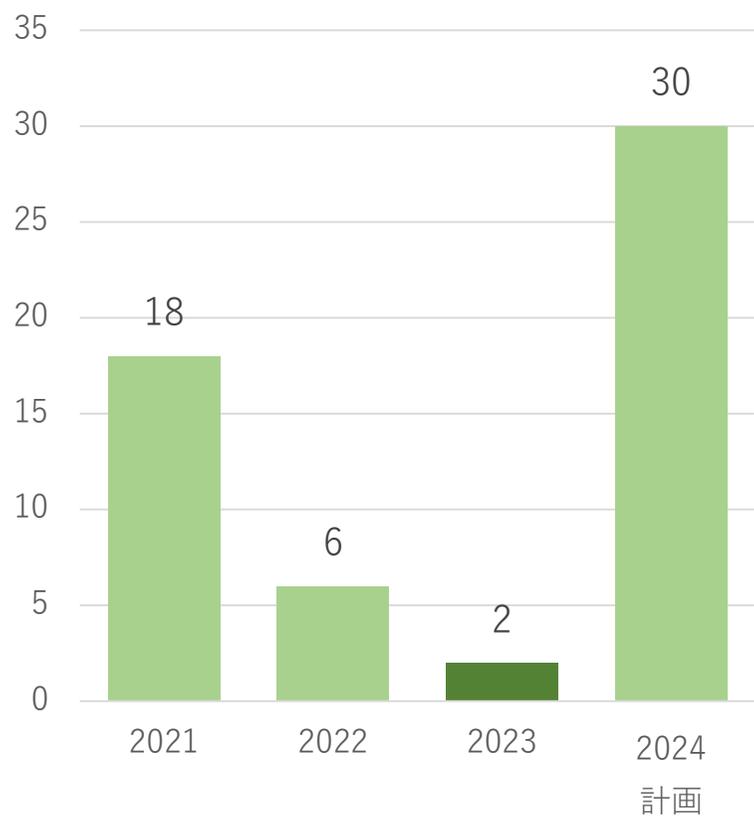
		2023年12月期末	2024年12月期	
			出店	期末
直営		64	—	64
F	C	533	30	563
合計		597	30	627

経営指標（K P I）は下記のとおりとなっております。

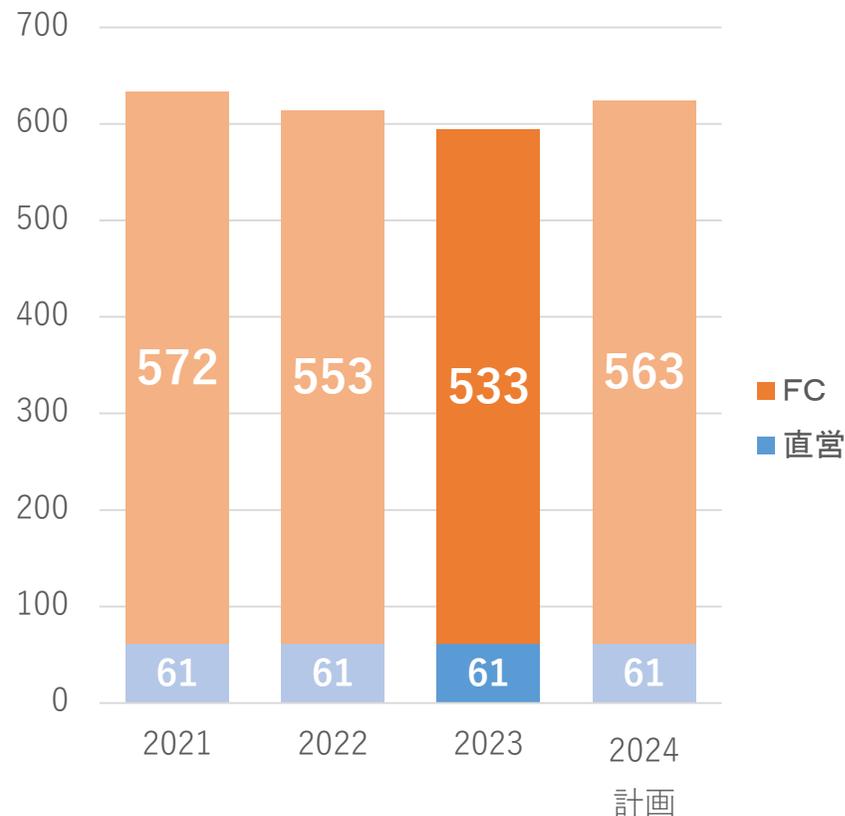
	主要な構成要素とK P I
F C	新規F C出店数 × WHパッケージ単価
	主に新規出店数に比例するため新規F C出店数を設定 <small>※WHパッケージ単価例：郊外型19,000千円（※標準例であり、実際には物件によって異なります。）</small>
店舗運営（管理）	F C店舗数 × 定額管理料収入
	主に店舗数に比例するためF C店舗数を設定
店舗運営（直営）	直営店舗数 × 店舗売上高
	主に店舗数に比例するため直営店舗数を設定

経営指標（K P I）の推移は下記のとおりとなっております。

新規FC店舗出店数

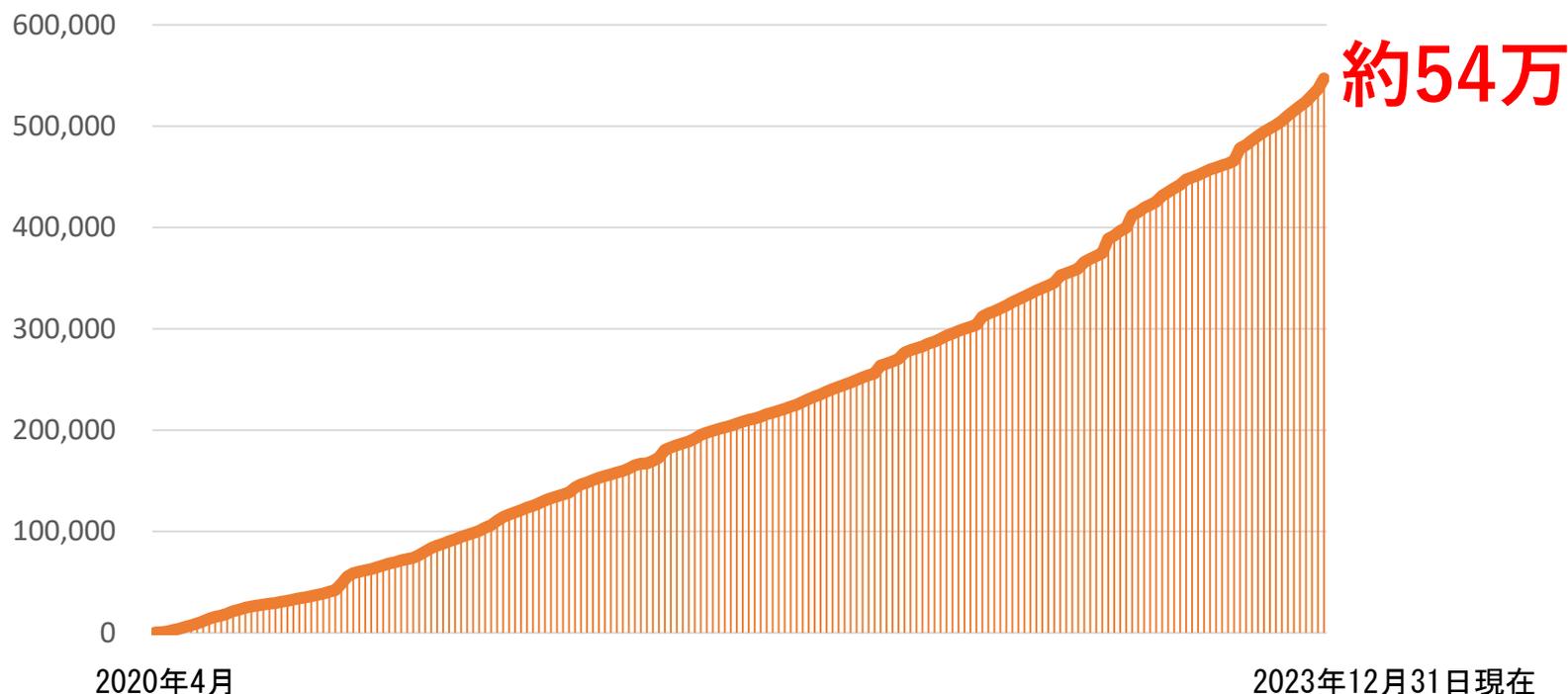


店舗数



WASHハウスアプリはキャッシュレス決済機能などお客様へのサービス向上に寄与する機能とともに、広告収入を得られる広告配信システムから構成。利用者は着実に増加しており、新たな収益の獲得・拡大を進めてまいります。

WASHハウスアプリダウンロード数の推移



累計ダウンロード数は**54万**を超え、現在も順調に増加しております。

5. リスク情報

本書提出日現在において、当社グループにおける成長の実現や事業契約の遂行に重要な影響を与える可能性があるとして認識する主要なリスク及び対応方針は以下のとおり。その他リスクは有価証券報告書の「事業等のリスク」をご参照ください

項目	顕在化の可能性 ／ 時期	主要なリスク	リスク対応策
FCオーナーの確保について	高／短中期	当社の事業計画において、FC店舗の新規出店数が大きく影響いたします。国内外の経済動向により新規のFCオーナーの開拓が計画通り進捗しない場合及び既存FCオーナーの出店意欲が低下した場合には、当社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	統一したメディア戦略やWASHハウスアプリによるキャッシュレス決済等でブランドイメージと店舗の売上向上に努め、当社の強みである「全店一括管理方式」により、すべて当社が運営を受託することで、複数物件を保有することが出来、セルフランドリー機器を販売するのみの他社との差別化を図っております。
出店地の確保について	高／短期	<p>当社の出店施策において、出店地の確保は重要であると認識しておりますが、以下の要因により出店用地の確保が困難になる可能性があります。当社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 地価の上昇、土地にかかわる税制の改正等の要因により、土地所有者の土地の有効活用の選択肢が増加した場合。 2. 地価の上昇により賃借料が高騰し、採算の見込める出店用地の賃借が困難となった場合。 3. 台風や豪雨等の天災および感染症等まん延防止に伴う行動制限等により、出店希望エリアでの現地調査が困難となった場合。 	当社の営業担当者が通常の物件開発で行っている情報収集や交渉に加え、当社のWASHハウスアプリによる「相互送客システム」の特徴を生かし、チェーンストア本部様と協調して施設敷地内に出店を行い、集客および洗濯時の待ち時間を利用した送客を行っており、この協調実績により、更に他のチェーンストア本部様と協調を行い物件情報数の確保と他社との差別化を進めております。

項目	顕在化の可能性 ／時期	主要なリスク	リスク対応策
関連事業について	中／中長期	当社は、事業拡大のため現在の事業と関連ある分野への進出を行うことも想定しておりますが、安定した売上高及び利益を計上するまでには、ある程度の時間がかかることが予想され、結果として当社利益率が一時的に低下する可能性があり、当社の経営成績及び財政状態に影響を及ぼす可能性があります。	新規事業及び関連事業につきましては、会社や社員の状況等を鑑みながら、実行しております。新規事業により一時的な利益率の落ち込みが無いよう、常にそれを補うような対策と併せて実行してまいります。
気象・天候について	中／短期	セルフランドリーの売上高は、季節的な要因、特に天候に左右されます。降雨日が少ない場合や台風等による大雨や、大規模な災害が発生した場合には、売上高が減少する可能性があることから、新規出店や店舗運営に関する当社の業績に影響を及ぼす可能性があります。	店舗の売上につきましては、気象データの平年値を用いて予測を行っており、需要予測に基づき洗剤等の在庫をコントロールしております。また新規出店に関しましては、営業エリアを拡大し、店舗売上の地域差に関するリスクを低減させるように、複数店舗を保持していただくことにより、FCオーナー様に提案しております。 なお、店舗における被災等につきましては、当社オリジナルのオーナーズ損害保険を構築しており、店舗運営におけるほとんどの損失を保険で賄える体制となっております。
人材の確保と育成について	高／中長期	当社は、事業拡大を進めるにあたり、当社が求める人材を適切な時期に確保及び育成できなかった場合や、社外流出等の事由により既存の人材が、必要な業務に就くことが困難となった場合には、当社の業績に影響を及ぼす可能性があります。	採用市場の動向や多様化する状況を捉え、候補者との接点を増やしていくと同時に、既存社員や新規採用社員を社内外のセミナーを活用し育成しております。

社会貢献

セルフランドリーは重要なインフラと認識しており、かねてから台風等の自然災害が発生した場合に、店舗にて災害支援を行ってまいりました。

2019年には店舗がない地域へ支援できるよう災害用移動式ランドリー車を開発し、現地へ派遣しております。これからも**地域に必要とされる企業**を目指します。

災害支援の状況



2020年7月熊本県人吉市



2024年2月石川県輪島市



【連絡先】

WASHハウス株式会社
宮崎県宮崎市新栄町86番地1

【TEL】

0985-78-4001 (IRチーム)

【E-MAIL】

ir@wash-house.jp

※当該資料の進捗状況を含む最近の内容については、通期決算後の3月頃を目途として開示を行う予定としております。

※本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の情報に基づいて作成されています。

このような将来予想に関する記述には、既知および未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。

これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内および国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限定されるものではありません。

また、当社以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいており、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性や適切性を検証しておらず、保証していません。