



2026 年 8 月 10 日

各 位

会 社 名 大黒屋ホールディングス株式会社
代表者名 代表取締役社長 島野 勝広
(コード番号 6993 東証スタンダード市場)
問合せ先 財務経理部マネージャー 今長 岳志
(TEL 03-6451-4300)

「2027 年 3 月期第 1 四半期決算説明資料」の策定のお知らせ

当社は、2026 年 8 月 7 日に公表した「2027 年 3 月期第 1 四半期決算の説明会（録画配信）の開催について」で使用する「2027 年 3 月期第 1 四半期決算説明資料」を別添のとおりとりまとめましたので、お知らせします。

なお、当該資料につきましては、当社ウェブサイト (<https://www.daikokuyajp.com/category/ir>) にも掲載しておりますので、併せてご覧ください。

以上

2027年3月期 第1四半期 決算説明資料

大黒屋ホールディングス株式会社
(東証スタンダード市場:6993)



2026年8月7日

● 本決算説明のポイント

27.3期 1Q業績

- ✓ 売上高36.5億円(前年同期比+48.5%)、営業利益1.3億円と黒字転換
- ✓ M&A関連等の一過性費用(約1億円)があったものの黒字を確保し、構造改革の成果を確認
- ✓ 2Q以降はトップラインの伸長に応じた利益拡大を見込む

27.3期 通期計画について

- ✓ 通期予想(売上222億円・営業利益13億円)は、下期での更なる収益積上げで達成する計画
- ✓ 達成の柱は、①構造改革による収益基盤 ②在庫の積上げ ③販売停止店舗の再開 の3点
- ✓ これに卸・ライブコマース等の新規施策を上乗せし、達成確度と来期以降の成長力を高める

各種施策の進捗

- ✓ 大黒屋:中野での出店に向けた道筋を確保。販売停止店舗の再開にもリソースの目途を立てた
- ✓ 出張買取:コールセンター移転完了。冠婚葬祭大手のベルコとの提携で高ニーズ顧客の獲得へ
- ✓ 新規取組:卸・ライブコマースは提携候補先との協議を開始し、取組に向けて順調に進捗

27.3期 第1四半期 業績

● 27.3期 第1四半期(累計) ハイライト

● 業績ハイライト(連結・累計)

売上高

36.5 億円

前年同期比 **+48.5%**
(予算進捗率 16.4%)

売上総利益率

27.5 %

前年同期比 **▲0.5pt**
(予算対比 +3.9pt)

営業利益

1.3 億円

前年同期比 **黒字転換**
(予算進捗率 10.1%)

商品在庫

33.9 億円

前年同期比 **+155.3%**
(予算進捗率 73.7%)

● トピックス

1 大黒屋は四半期ベースで黒字化を達成／在庫積上げの進展と価格転嫁による粗利率の改善により、通期計画達成に向けた道筋を確保

- ✓ 販売価格の見直しによる粗利率改善と、前期4Qに実施した販管費削減が寄与し、営業利益286百万円(前年同期実績▲320百万円)と四半期ベースで黒字化。

⇒ 損益分岐点の引下げにより収益基盤を強化。在庫積上げと販売停止店舗の再開を通じ、2Q以降は更なる収益拡大を目指す

2 出張買取事業の事業譲受に係る諸手続き・コールセンター(CC)移転が完了し事業拡大に向けた準備が完了

- ✓ 出張買取事業は、5月から大黒屋グループとして事業開始。旧事業者からの在庫の引継ぎがなかったため、5月はほぼ仕入(=買取)のみでスタート。6月に仕入した商品の販売活動が正常化し、月次営業黒字化。

⇒ M&A関連費用やCC移転・拡張などの先行投資は一過性。2Q以降はグループシナジーを活用し、売上・利益ともに拡大見込

● 27.3期 第1四半期 連結損益計算書

- 売上高は、**前年同期比+48.5%で増収**。出張買取の事業開始に加え、**大黒屋での販売収益が前年を大きく上回り**、好調に推移した。
- 売上総利益は、**前年同期比+45.8%で増益**。粗利率が前年同期比で低下したものの、26.3期4Q(=20.7%)比では大幅改善した。
- 営業利益は、**前年同期比で黒字転換**。HD・出張買取事業における**M&A費用など一過性費用(約100百万円)があったものの、黒字にて着地**。

単位:百万円	26.3期 1Q	27.3期 1Q	前年同期比 (%,pt)	27.3期 計画 (5/18公表)	進捗率
売上高	2,459	3,651	+48.5%	22,251	16.4%
大黒屋	2,383	3,424	+43.7%	20,140	17.0%
販売売上	2,175	3,203	+47.3%	19,215	16.7%
質料売上	208	221	+6.3%	925	23.9%
出張買取	-	168	-	1,757	9.6%
その他	76	60	▲21.1%	354	16.9%
売上総利益	689	1,004	+45.8%	5,250	19.1%
粗利率(全体)	28.0%	27.5%	▲0.5pt	23.6%	-
大黒屋	27.8%	25.6%	▲2.2pt	20.2%	-
販管費	972	871	▲10.4%	3,934	22.1%
営業利益	▲283	133	黒字転換	1,315	10.1%
営業利益率	▲11.5%	3.6%	+15.1pt	5.9%	-

決算ポイント

売上高

- ✓ 26.3期4Qからの在庫積上げが店頭販売に結び付き、大黒屋の販売売上が大きく伸長。質料売上も堅調に推移した結果、大黒屋事業が増収を牽引。
- ✓ また26年5月に新たに連結化した出張買取の事業開始により、168百万円を上乗せ。

売上総利益／粗利率

- ✓ 大黒屋の粗利率は25.6%と前年同期比▲2.2pt。大黒屋における会計方針変更(一部費用の原価計上)の影響もあったが、前期4Q(20.7%)比では大きく改善。
- ✓ 粗利率の高い出張買取の貢献もあり、売上総利益は1,004百万円(+45.8%)と大幅増益。

営業利益／販管費

- ✓ 前期4Qの抜本的な販管費削減の効果が期初から反映され、販管費は871百万円(▲10.4%)に減少。
- ✓ HD及び出張買取事業の譲受にかかるM&A費用など一過性費用(約100百万円)が発生したものの、営業利益は133百万円と黒字転換。

● 27.3期 第1四半期 連結貸借対照表

- 商品在庫は、前年同期比+2,063百万円と順調に積み上げた中、現預金も2,212百万円と**今後の在庫仕入・成長投資への資金を確保。**
- 1Qは、**高騰している足許の中古ブランド品の相場動向を勘案し慎重な仕入を行った結果、在庫計画対比ではややビハインド。**
- 2Q以降は、**年末商戦と販売停止店舗の再開に向け、仕入拡大を企図。**

単位:百万円	26.3期 1Q	27.3期 1Q	前年同期比 (増減)	27.3期 計画 (5/18公表)	計画との 差異
流動資産	4,572	8,508	+3,936	-	-
現金及び預金	496	2,212	+1,716	-	-
商品	1,328	3,391	+2,063	4,600	▲1,209
営業貸付金	2,118	2,092	▲26	2,140	▲48
その他	629	812	+183	-	-
固定資産	1,430	1,717	+287	-	-
総資産	6,001	10,225	+4,224	-	-
負債	5,021	4,168	▲853	-	-
有利子負債	4,220	3,500	▲720	-	-
短期借入金	3,520	3,500	▲20	-	-
長期借入金	700	-	▲700	-	-
純資産	980	6,057	+5,077	-	-
負債・純資産合計	6,001	10,225	+4,224	-	-

決算ポイント

現金及び預金／商品

- ✓ 継続的な積極仕入の結果、商品在庫は、前年同期比+2,063百万円、前期末比+236百万円増加。
- ✓ 1Qでは高騰している足許の中古ブランド品相場動向を勘案し慎重に仕入を実施。概ね計画通りに進捗するも、通期目標に対しては▲1,209百万円の差異となった。
- ✓ 2Q以降は、年末商戦及び販売停止店舗の再開に向けて、仕入を拡大していく方針。現預金の水準は、在庫の積上げ予算に対して十分な水準を確保している。
- ✓ 今後は、借入枠の拡張に向けて銀行と交渉を進め、更なる運転資金と成長資金(設備投資・M&A)の確保を図る。

(再掲) JRSFVによる融資枠設定

- ✓ 第三者割当増資による調達と併せ、KSPが運用するファンドであるJRSFVとの間で19億円の極度貸付枠を設定済み。事業拡大に必要な資金は既に確保済み。

営業貸付金

- ✓ 流質期限経過後の対応マニュアル整備に伴い、残高減少。質料収益を損なうことなく質利回りの向上を実現。

● 27.3期 第1四半期 トピックス 1/2

1 大黒屋は四半期ベースで黒字化を達成／在庫積上げの進展と価格転嫁による粗利率の改善により、通期計画達成に向けた道筋を確保

- 大黒屋(単体)は、売上高3,424百万円(前年同期比+43.7%)、**営業利益286百万円と四半期ベースでの黒字化**を達成。
- コスト構造改革による販管費の削減と販売価格の見直しにより、**黒字体質へ転換。在庫の積上げが進む下期に向けて更なる収益拡大を目指す。**

【大黒屋決算(単体)】

単位:百万円	26.3期 1Q	27.3期 1Q	前年同期比 (%,pt)	27.3期 計画 (5/18公表)	進捗率
売上高	2,383	3,424	+43.7%	20,140	17.0%
販売収益	2,175	3,203	+47.3%	-	-
質料収益	208	221	+6.3%	-	-
売上総利益	663	876	+32.1%	4,069	21.5%
粗利率(全体)	27.8%	25.6%	▲2.2pt	20.2%	-
販売(質除き)	20.9%	20.4%	▲0.5pt	-	-
販管費	983	590	▲40.0%	2,805	21.0%
営業利益	▲320	286	黒字転換	1,264	22.6%
営業利益率		8.4%	-	6.3%	-

決算ポイント

売上高

- ✓ 売れ筋商品の見極めを徹底するとともに、販売機会を逃さない在庫水準を確保したことで、トップラインは順調に伸長。
- ✓ トップラインは、概ね計画通りで進捗。
今後は、販売停止店舗での販売再開や複数の新規取組を企画しており、更なる売上の伸長を見込む。

売上総利益／粗利率

- ✓ 前期4Qにおいては市場仕入比率の増大に伴い、粗利率の低下傾向が見られたものの、27.3期1Qにおいて、販売価格の見直しを実施し、価格転嫁を実現。
- ✓ 粗利率は、前期4Q(20.7%)比では大きく改善した。

営業利益／販管費

- ✓ コスト削減の成果により損益分岐点の引下げを実現し、四半期ベースでの黒字化を達成。2Q以降もトップラインの伸長により収益力の向上を見込む。

● 27.3期 第1四半期 トピックス 2/2

2 出張買取事業は、事業譲受に係る諸手続き・コールセンター(CC)移転も完了し事業拡大に向けた準備が完了

- 出張買取事業(ラックスワイズ)は、1Q売上高168百万円、6月には月次ベースで営業黒字化(=事業正常化)。
- 一過性のM&A費用処理及び今後の事業拡大に向けたCC移転投資も完了し、2Q以降はグループシナジーを伴う事業拡大フェーズへ。

【ラックスワイズ決算(単体:連結修正後)】

単位:百万円	4月	5月	6月	27.3期 1Q	27.3期 計画 (5/18公表)	進捗率
売上高	-	45	124	168	1,756	9.6%
営業利益	-	▲85	26	▲59	193	-
+) M&A費用	-	34	-	34	-	-
+) CC移転費用	-	9	0	9	-	-
調整後営業利益	-	▲42	26	▲16	-	-

【主要KPI】

単位:円	4月	5月	6月	27.3期 1Q
訪問件数		2,517	2,621	5,138
- 1人あたりアポ件数/日		6.0件	5.7件	5.8件
訪問あたり実質獲得利益		26,837	18,642	22,656
- 訪問あたり売上総利益		34,326	28,243	31,222
- アポ獲得費用/件		7,489	9,601	8,565

主要KPI向上のための
具体的な施策は
P.15-17を参照

決算ポイント

売上高

- ✓ 事業譲受時(=5月事業開始時)は、旧事業者から在庫は承継していないため、売上計上は5月下旬からスタート。その結果、5月売上高は通常水準を下回った。(5月前半は仕入のみ)
- ✓ 6月からは、仕入した商品の販売活動が正常に行われており、2Q以降は、収益拡大を見込む。

営業利益/販管費

- ✓ 売上計上の遅れに加え、M&A仲介の成功報酬や営業人員の拡大に伴うコールセンターの移転・拡張費用など、先行費用の計上により1Qは営業赤字。
- ✓ 一方、調整後営業利益は黒字を確保。

主要KPI(1Q)

- ✓ 1人あたりアポ件数 5.8件/日
訪問あたり売上総利益 31,222円
アポイント獲得費用 8,565円/件
- ✓ 今後は、採用強化・異業種との提携等を行い、主要KPIの向上図っていく方針。

27.3期 通期予想について

●【5/18公表済】27.3期 通期予想

- 今期は、各種施策の確実な推進により、通期での当期利益黒字化達成と来期以降の成長に向けた実績積み上げを進める。

単位:百万円	26.3期 通期	27.3期 通期予想	前年同期比
売上高	11,472	22,251	+10,779
リユース	10,222	19,215	+8,993
質料	909	925	+16
出張買取	-	1,757	+1,757
その他	340	354	+14
営業利益	▲652	1,315	+1,967
リユース	▲301	1,363	+1,664
質料	-	193	+193
出張買取	-	193	+193
その他	▲351	▲241	+110
経常利益	▲881	1,137	+2,018
当期純利益	▲2,053	625	+2,678

前提となるKPI

在庫金額(期末)	31億円	46億円
交叉比率(年) (粗利率×在庫回転率)	0.94	0.90

27.3期通期予想におけるポイント

売上高

- ✓ 27.3期は、引き続き、交叉比率(粗利率×在庫回転率)を維持しながら、在庫金額を積上げていくことが基本戦略。
- ✓ 大黒屋では全国24店舗(販売店は15店舗)を展開しているところ、在庫が枯渇して以降は大阪・福岡・東京都内中心部等のインバウンドを含めた来店客数の多い店舗に在庫を集約して販売を行ってきている状況。
- ✓ 今期は、最盛期において準旗艦店であった店舗にも順次在庫を充当していく計画であり、在庫積上げによる業績拡大余地はまだまだ残されている。

営業利益

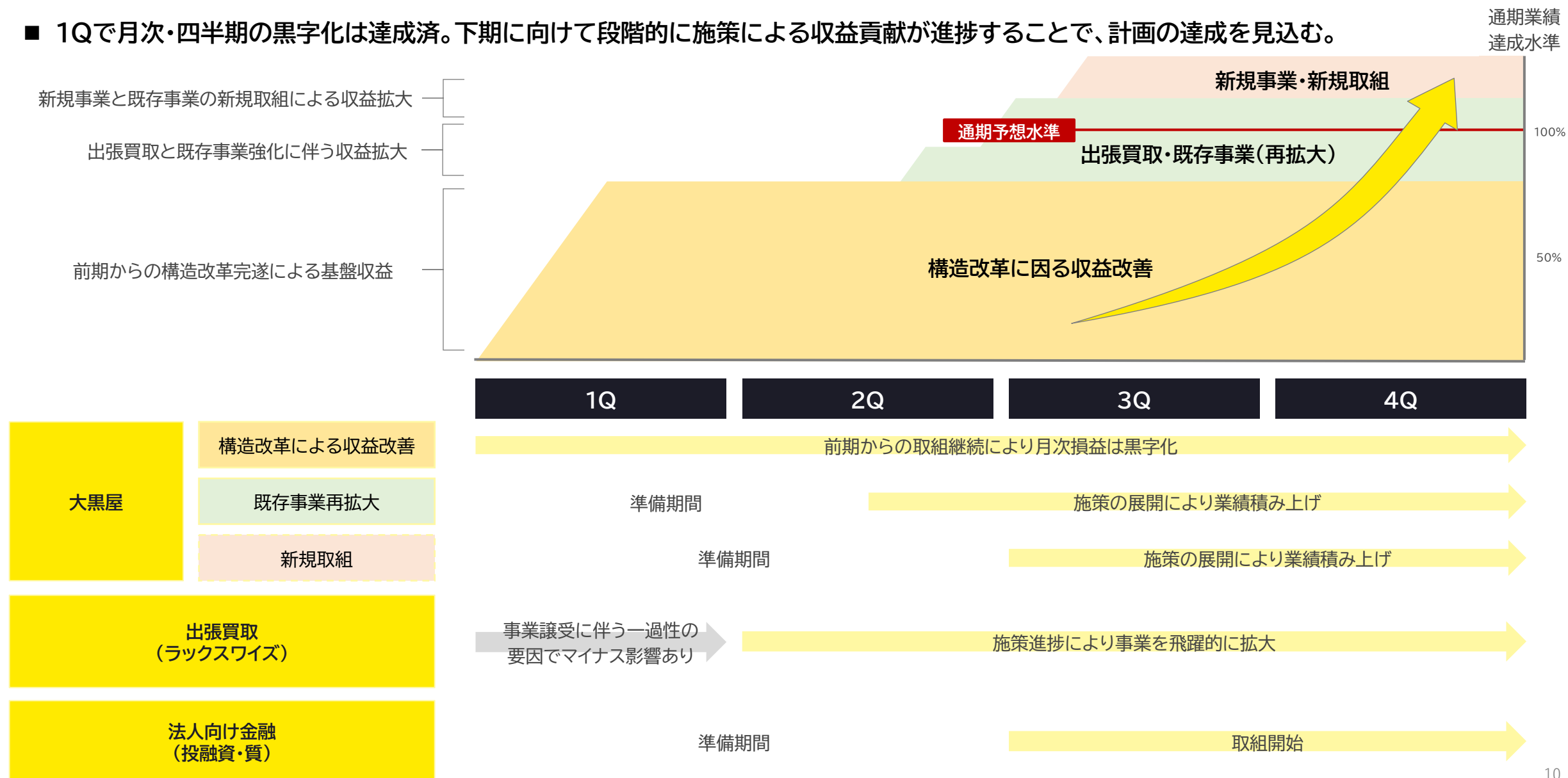
- ✓ 26,3期第4四半期において、抜本的な販管費の削減(通年ベースで約10億円)を実施済み。
- ✓ 今期は通年でコスト削減効果が反映されることから、トップラインの伸長と合わせて前期比大幅な黒字化を見込む。

前提となるKPI

- ✓ 27.3期末時点で在庫水準を46億円まで引き上げる。在庫の積上げに必要な資金について、金融機関からの調達を進める方針。
- ✓ 前年並みの交叉比率(粗利率×回転率)をボトムラインとして設定し、値上げ・回転率を維持するための施策を推進。

● 27.3期 通期予想 | 達成に向けたロードマップ

- 1Qで月次・四半期の黒字化は達成済。下期に向けて段階的に施策による収益貢献が進捗することで、計画の達成を見込む。



● 27.3期 通期予想 | 達成に向けた計数イメージ

■ 5/18公表にした通期予想の達成に向けた計数イメージは以下の通り。

事業	27.3期 通期予想(5/18公表済)	達成内訳	達成に向けた今期施策
大黒屋	売上高 202 億円	【既存: 店舗(販売・質)+市場+EC】 ✓ 売上 149 億円 ✓ 営業利益 13 億円	✓ 在庫積み上げ ✓ 販売停止店舗再開 ✓ 質販促強化
	営業利益 13 億円	【新規: ライブコマース+BtoB+海外等】 ✓ 売上 53 億円 ✓ 営業利益 +α 億円	✓ ライブコマースによる販路拡大 ✓ 法人買取・卸への取組開始
出張買取 (ラックスワイズ)	売上高 17 億円	✓ 既存 17 億円	✓ コールセンター拡充に伴う人員強化 ✓ 提携先とのアポイント連携本格化 ⇒ アポ効率向上
	営業利益 2 億円	✓ 既存 2 億円	
法人向け金融 (投融資・質)	営業利益 1 億円	✓ 新規 1 億円	✓ 体制構築概ね完了 ✓ 下期から本格的な事業化を目指す ✓ 現在は法整理などと並行しながら、 投融資案件をソーシング中

各種施策の進捗

● 当社成長ドライバーと各種施策の進捗状況

事業	区分	27.3期に想定していた施策	27.3期1Qでの進捗	業績寄与時期
大黒屋	既存事業 ブラッシュアップ	✓ 在庫積上げ(27.3期末46億円)	✓ 概ね計画通り進捗(2Q以降は、年末商戦等に向けて仕入強化)	下期～
		✓ 小売事業の拡大(販売再開・新規出店)	✓ 店舗戦略骨子を策定(P.14参照)	下期～
		✓ 質事業の拡大(提携・販促・新規出店)	✓ 提携・販促開始、新規出店、店舗戦略骨子を策定(P.14参照)	4Q～
	新規取組	✓ ライブコマース	✓ 提携候補先の探索及び協議開始	条件整い次第
		✓ 法人買取・卸(中小業者への営業強化)	✓ 営業チーム構築済、順次営業活動開始	2Q～
		✓ 海外進出	✓ 提携候補先の探索及び協議開始	未定
出張買取 (ラックスワイズ)	既存事業 ブラッシュアップ	✓ コールセンターの移転及び採用強化	✓ コールセンターの移転完了	2Q後半～
		✓ 高ニーズ潜在顧客を抱える事業者と提携	✓ 提携第一弾のリリース(7月末)	3Q以降～ (採用進捗次第)
		✓ 業務提携による取り扱い商材の拡充	✓ 提携協議中	2Q以降～
法人向け金融 (質・投融資)	新規	✓ 取り組み開始に向けた体制整備	✓ 検討チーム立上げ	未定
			✓ 法人向け質推進に向けたスキーム検討	

● 大黒屋 | 店舗戦略骨子

- 既存店舗の再稼働に加え、収益力が高く物件確保のハードルも低い中・小型店タイプ（買取・質専門店）での積極出店を推進する方針。

◆ 既存店舗のブラッシュアップ

- ✓ 前期以前からの資金難に伴う人員・販売在庫の不足により、一部店舗では商品販売を停止中。
- ✓ 商品販売停止中の店舗では、販売を前提とした広い店舗面積を十分に活用できず、収益に対する賃料負担が高い非効率な運営となっていた。
- ⇒ 今期は人員・在庫を重点配備し、販売再開と収益回復を進める。
- ✓ 7月には、「時計の聖地」と呼ばれる中野ブロードウェイの遊休区画で時計催事販売を開催。
- ✓ 短期間ながら大きな売上実績を上げ、同エリアでの出店余地を確認。
- ⇒ 8月も継続開催し、9月からの常設化(新規出店)を目指す。



※大黒屋PR TIMES

7/28~30実績
(8/2まで延長)
売上約1億円

◆ 新規出店(今期は来期以降の連続出店に向けて体制整備)

- ◆ 今後は、収益力が高く、物件の希少性が低い(=出店ハードルが低い)小型店(=買取・質専門店)での出店攻勢を図る方針。
今期は、中・小型店の出店加速に向け、提携不動産会社・施工業者の選定など、社内外の出店体制を整備し、来期以降の連続出店に備える。

人口密集地 ◎良質な物件を探索

大・中型店

豊富な在庫と広い売場を活かし、
大きな販売収益を創出

既存店:大阪ミナミ・渋谷・福岡天神

エリア:東京・名古屋・大阪・福岡の繁華街など

収益:販売20億円~/質利息0.4億円~

都心住宅地・地方都市 ★今後の注力

中・小型店

低固定費。買取に加え、
質収益も獲得できる店舗モデル

既存店:麻布十番・川崎

エリア:首都圏・地方中核都市

収益:販売5億円~/質利息0.5億円~

地方エリア ○自社 or FCノウハウのある企業との提携を検討

FCモデル

販売・買取・質を担うFC展開
(出張買取のみでのFC展開も検討)

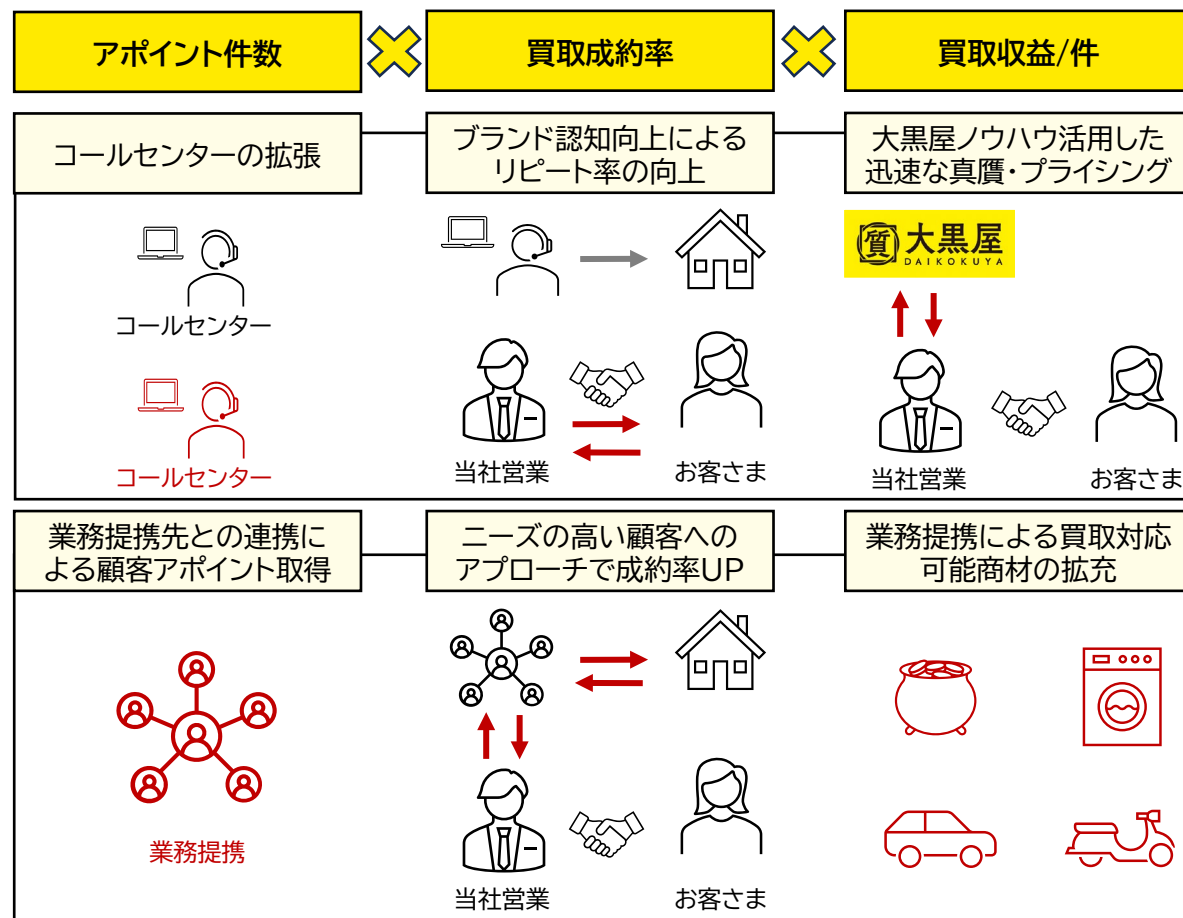
既存店:柏店、成田店

エリア:地方都市・郊外エリア

収益:年商2億円~

● 出張買取 | 弊社出張買取事業の業務拡充状況【5/18公表済】

● 出張買取事業の飛躍的な拡大に向けて施策展開中



事業規模拡大に向けた主要ドライバー
 主要ドライバーの向上・拡大施策

アポイント件数	✓ 現在のコールセンターを拡充。アポイント調整能力の拡大 ✓ 訪問件数の拡大に合わせた営業・コールスタッフを補強
KPI	✓ 営業21名体制から100名以上規模へ拡大 ✓ 外部提携先との査定連携により買取力(=価格提示可能商材の拡大)を強化、成約率を向上。また迅速な査定を可能とすることで、従来取りこぼしていた商材の買取強化により成約単価の向上を図る
新規取り組み	✓ 他業態との提携により、お客様接地点を拡充することで、訪問アポイント数の飛躍的増加を狙う ✓ 自社営業向けアポイントだけでなく、同業他社向けのアポイントの受託(=コールセンターの運営委託を受託)することで業容を全国的規模へ拡大 ✓ 質など金融サービスを付加価値として提供

● 出張買取 | 出張買取事業の施策進捗及び今後の方針

- 成長ドライバーを各種施策で複合的に引上げ、事業規模の拡大を図る。
- 特に提携により、出張買取ニーズの高い顧客からのインバウンドのアポイントを増やすことで、成約率・1件あたり収益の引上げが可能。

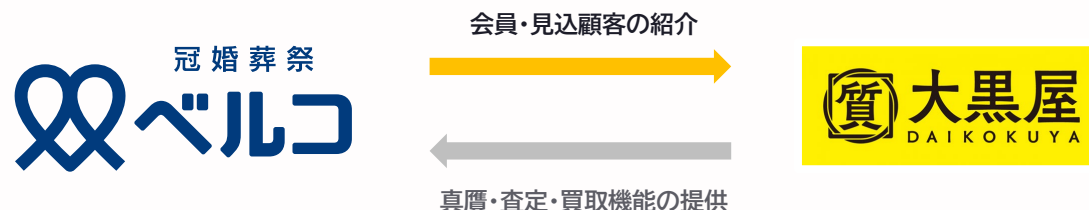
成長ドライバー	ドライバー強化施策	1Q+足元の施策進捗	今後の推進方針
アポイント件数	コールセンター拡張	7月末に仙台コールセンターの引越完了 (営業人員を約3倍まで増員可能に)	コールスタッフ・営業スタッフ・拠点を拡充 - コールスタッフ／札幌営業所増員 - 大阪、福岡拠点開設(大黒屋店舗を活用)
	提携先連携による顧客アポイント獲得	高ニーズの潜在顧客を抱える事業者と提携 (詳細は次頁)	提携先とのアポイント連携を本格化 追加提携も検討・交渉中
✕			
買取成約率	ブランド認知・リピート率向上	大黒屋グループとして出張買取事業を推進	グループ連携を深化
	高ニーズ顧客へのアプローチ強化	高ニーズの潜在顧客を抱える事業者と提携 (詳細は次頁)	提携先とのアポイント連携を本格化 追加提携も検討
✕			
買取収益/件	大黒屋ノウハウによる迅速な真贋・価格査定	大黒屋真贋チームが出張買取メンバーの真贋・プライシングを支援	グループ連携を深化
	業務提携による買取商材拡充	着物・骨董品等の買取事業者との提携を準備中	早期提携を実現 買取対応商材の更なる拡充を目指す

● 出張買取 | 高ニーズの潜在顧客を抱える事業者と提携

- 出張買取は、売却ニーズが顕在化した顧客への「インバウンド型」アプローチが最も効率的。（※他方、広告での集客は高コスト）
- 顧客接点を持つ事業者との提携で高ニーズのアポイントを面で獲得し、成約率・1件あたり収益の上げを図る。

実施済の提携

株式会社ベルコとの業務提携



■ 提携の狙い(当社の意図)

- ✓ 冠婚葬祭で全国に会員基盤を持つベルコと連携し、終活・遺品整理など「売却ニーズが顕在化する瞬間」の顧客接点を確保する。
- ✓ 当社は真贋・査定のノウハウを提供し、ベルコの会員向けサービスの高度化に貢献。相互に送客が続く関係を構築する。

■ 当社の仮説

- ✓ 紹介経由のアポイントは売却意向が明確なため、アウトバウンド営業より高い成約率が見込める。
- ✓ 遺品・家財の整理は一度に複数点の売却につながりやすく、1件あたり買取収益の押し上げが期待できる。

現在検討中の提携

① 潜在顧客のライフステージ、イベントに寄り添う提携

- ✓ 引越事業者（顧客ニーズ：引越、家財整理）
- ✓ 富裕層向けビジネス事業者（顧客ニーズ：資産整理、有効活用）
- ⇒ 売却ニーズが顕在化した層に接触でき、成約率の向上を見込む

② 買取商品の拡大を企図する提携

- ✓ 単独では査定が難しい着物、骨董品、美術品の真贋能力を有する事業者
- ⇒ 対応商材が広がり、1件あたり買取収益の増加を見込む

③ FC・出張買取事業の営業拠点を拡大を企図する提携

- ✓ 全国規模で店舗・営業拠点を展開をしている事業者
- ⇒ 拠点網の活用で移動時間を削減し、訪問エリアを面的に拡大
- ⇒ 提携先店舗の活用でFCを一気に拡大

免責事項

● 免責事項

- 本資料は、将来の見通しなどに関する記述を含んでおり、これら将来の見通しに関する記述は、現時点で入手可能な情報に基づいた当社の判断により作成されております。
- 投資に関するご判断は、利用者ご自身の責任において行われますようお願い致します。
- また、これらの記述は、将来の当社業績を保証するものではなく、予測困難なリスクや不確実性が含まれています。従いまして、実際の業績等は、これらの要因によって見通しと異なる結果になることがあります。
- 当社は、将来の経営環境や前提要因の変更若しくは新たな情報などを反映して、将来の見通しに関する記述を更新したり改訂したりする義務を負いません。