

京都きもの友禅

2023年3月期 第2四半期 決算補足説明資料

2022年11月8日

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

イメージモデル 浜辺美波

01 2023年3月期 上半期業績概要

02 2023年3月期 通期見通しと下半期の注力事項

03 参考資料

01

2023年3月期 上半期業績概要

Financial Results

上半期業績概要 - ① 損益抜粋

Financial Results

損益抜粋(連結)

(単位:百万円、%)

	2021/9実績		2022/9実績		前年比
		売上比		売上比	
受注高	4,191		4,715		112.5
売上高(出荷高)	3,862	100.0	4,338	100.0	112.3
売上総利益	2,413	62.5	2,755	63.5	114.2
販管費	2,647	68.6	2,812	64.8	106.2
内)広告・販促	561	14.5	567	13.1	101.0
人件費	1,291	33.4	1,340	30.9	103.8
営業利益	△234	△6.1	△56	△1.3	-
営業外損益	20	0.5	9	0.2	47.6
経常利益	△213	△5.5	△47	△1.1	-
特別損益	0	0.0	△1	△0.0	-
当期純利益	△223	△5.8	△53	△1.2	-
1株利益(EPS)	△18.90円		△4.66円		-

一般呉服・宝飾が好調に推移しており、売上高は前年比+12.3%の大幅増となった。
また、収益体質の改善が進み、第2四半期会計期間(7~9月)では2016年3月期以来の営業黒字を達成。

上半期業績概要 - ② 損益抜粋

Financial Results

受注高

振袖・袴

物価高の影響が出始めており、来店客数の減少に加え、レンタル・ママ振袖志向が強まっていることにより、前年比△32.2%。

一般呉服 宝飾等

高額商品を中心に好調に推移し、前年比+27.9%

連結ベース

前年比+12.5%

広告・販促費

引き続き、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構築を推進。

振袖については広告施策の効率化を図る一方、一般呉服・宝飾の催事経費は前年比で増加し、
広告・販促費総額では前年比+ 6百万円(+1.0%)

粗利益率

一般呉服・宝飾受注が増加したことにより粗利率が改善し、和装店舗運営事業としては、前期比+1.2pt
連結ベースとしては、前年比+1.0pt

人件費

期中平均人員数は前年比△14人となったものの、賃上げの促進に伴い1人当たりの人件費が増加したことから、人件費総額は前年比+49百万円。

新規事業

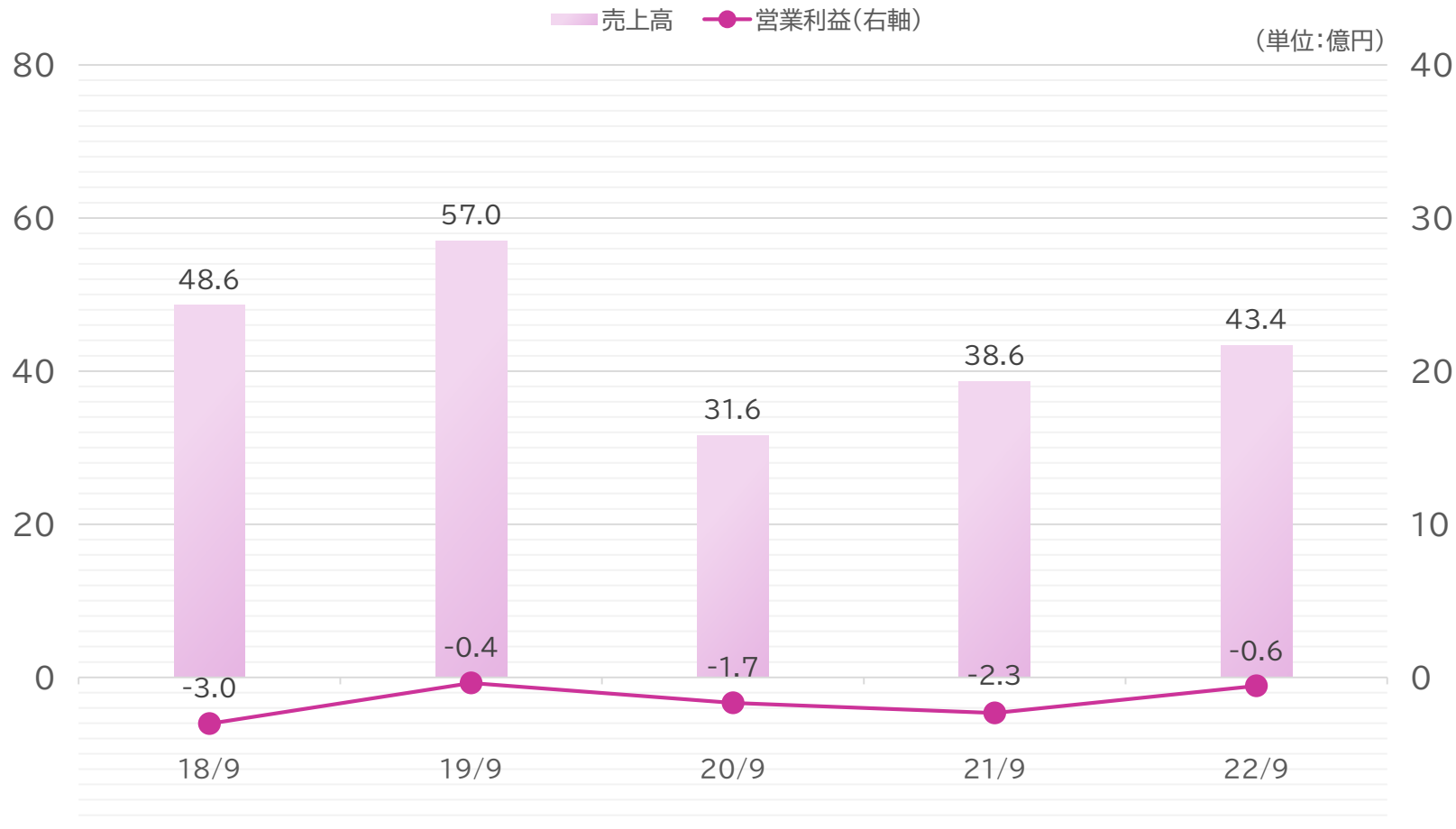
EC事業、ネイル事業についてはおおむね計画通りの利益を確保したものの、振袖受注の減少に伴い写真スタジオへの送客が当初計画を下振れ。

その結果、新規事業の営業利益は前年比△4百万。

上半期業績概要 - ③業績の推移

Financial Results

業績の推移(連結)



上半期業績概要 - ④受注構成比の推移

Financial Results

受注構成比の推移



上半期業績概要 - ⑤振袖受注状況

Financial Results

振袖受注状況

< 来店者数と受注件数 >

	2021/9	2022/9	増減
来店者数	5,814人	4,424人	△ 23.9%
受注件数 (成約率)	3,351人 (57.6%)	2,601人 (58.8%)	△ 22.4% (+ 1.2 pt)
内)販売分	2,435人 (41.9%)	1,596人 (36.1%)	△ 34.5% (△ 5.8 pt)
内)レンタル分	916人 (15.8%)	1,005人 (22.7%)	+ 9.7% (+ 7.0 pt)

(注)受注件数は振袖表地を伴う件数。帯・小物等のみの購入は受注件数に含まない。

内)販売・レンタル含む受注状況

	2021/9	2022/9	増減
受注件数	3,351人	2,601人	△ 22.4%
平均単価	304千円	254千円	△16.6%
受注高	1,101百万円	738百万円	△ 33.0%

- 振袖レンタルの割引キャンペーン等を実施したことにより平均単価は低下したものの、レンタル希望の顧客取り込みによりレンタル受注比率が増加。

上半期業績概要 - ⑤振袖受注状況

Financial Results

振袖 - 分析・方向性①

振袖は、節約志向の高まりもあってか、
顧客の振袖ニーズがレンタル・ママ振に大きく変化

2021第4Qと、2022年上半期の来店者アンケートの比較

ご新規来店者様への来店意向アンケート結果(当社調べ)

振袖意向	2021年第4Q	2022年上半期	GAP
振袖購入希望	14.3%	8.6%	▲5.7%
振袖レンタル希望	71.5%	64.0%	▲7.5%
ママ振袖・姉振袖利用	10.4%	21.7%	+11.3%
その他(小物合わせなど)	3.8%	5.7%	+1.9%

顧客ニーズに応えるプランや価格戦略を積極的に取り入れていく

上半期業績概要 - ⑤振袖受注状況

Financial Results

振袖 - 分析・方向性②

来店客数及び受注は減少しているものの、販売促進活動のデジタルシフトにより効率性は向上。

コロナ前(2019年上期)と2022年上期の比較

広告宣伝費効率	2019年上半期	2022年上半期	GAP
和装売上に対する広告宣伝費率	15.9%	8.0%	▲7.9%

来店と顧客ニーズにコロナ・物価高の影響が見られる当面は、効率性を重視した、販売戦略・マーケティング施策を実施していく。

上半期業績概要 - ⑥一般呉服・宝飾受注状況

Financial Results

一般呉服 - 分析

総合については、高額商品を中心に好調に推移

総合受注状況比較(2021年上半期と2022年上半期の比較)

	2021年上半期	2022年上半期	増減
来場者数	40,489 人	40,074 人	△ 1.0%
成約率	27.9 %	33.2 %	+ 5.3 pt
平均単価	249 千円	271 千円	+ 8.8%
受注高	2,818 百万円	3,606 百万円	+ 27.9%

総合は、引き続き顧客価値の高い品揃えと、
魅力のある催事の企画・開催に注力していく

上半期業績概要 - ⑦友の会の状況

Financial Results

友の会の状況

(単位:人、百万円)

	2021/9	2022/9	増減	
会員数	68,993	65,856	△ 3,137	
利用状況	会員による受注高	652	702	+ 50
	一般呉服等の受注全体に占める比率	22.5 %	19.0%	△ 3.4 pt
	平均購入倍率	3.0 倍	2.6 倍	△ 0.4 pt
積立残高総額	積立残高総額	3,183	2,988	△ 195
	内)積立完了未使用	2,630	2,473	△ 157
	未使用の比率	82.6 %	82.8%	+ 0.1 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。

- 積立金の利用促進と振袖受注件数の減少により、会員数が減少しており、新規会員の獲得が今後の課題。
- 事前に振袖購入資金の積立ができる「振袖積み立て制度」を開始。
- 一般呉服・宝飾催事が好調に推移しており、会員受注高については前年比+7.6%。

上半期業績概要 - ⑧セグメント別損益

Financial Results

2022/9 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	4,204	134	4,338	—	4,338
営業費用	3,928	193	4,122	273	4,395
セグメント利益	275	△58	216	△273	△56

2021/9 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	3,804	57	3,862	—	3,862
営業費用	3,715	112	3,828	267	4,096
セグメント利益	88	△54	33	△267	△234

●「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。

上半期業績概要 - ⑨ バランスシート

Financial Results

バランスシート(連結)

(単位:百万円)

	2022年 3月末	2022年 9月末	増減
流動資産 (うち現金及び預金)	9,146 (3,969)	9,101 (3,720)	△45 (△249)
有形固定資産	233	267	+35
無形固定資産	74	79	+5
投資その他の資産	2,403	2,363	△40
固定資産	2,710	2,710	△0
資産合計	11,857	11,811	△45
負債	7,069	7,250	+180
株主資本	4,788	4,561	△226
純資産	4,788	4,561	△226
負債純資産合計	11,857	11,811	△45

【資産】

- ・現預金 Δ249M
- ・棚卸資産 + 89M
- ・売掛金 + 85M
- ・建物 + 15M
- ・差入保証金 Δ 50M
- ・その他流動資産 + 30M

【負債】

- ・前受金 +245M
- ・買掛金 + 43M
- ・預り金 Δ188M
- ・契約負債 +73M

【純資産】

- ・資本金 Δ1,116M
- ・資本剰余金 Δ 940M
- ・利益剰余金 Δ 433M
- ・自己株式 +2,263M

※自己資本比率 38.6%
(2022年3月末 40.4%)

上半期業績概要 - その他トピックス

Financial Results

- ネイルサロン併設店舗を新設(2022年4月～)
京都きもの友禅高松店内にネイルサロンを併設。
- 2022年5月10日開催の取締役会決議により、自己株式670,000株を取得。
また、2022年6月30日付で自己株式3,000,000株を消却。
- 2022年6月30日付で資本金を1億円に減資。
- 写真スタジオ併設店舗の出店(2022年7月～)
京都きもの友禅小倉店にプレミアムフォトスタジオ「クラネ」を併設。
- EC事業の取り扱い商材拡大(2022年10月～)
振袖、和装小物に加え、一般呉服の取り扱いをスタート。

上半期業績概要 - その他トピックス

Financial Results

写真事業

小倉店・町田店を改装リニューアル。
振袖販売・写真スタジオ併設型店舗の出店や改装を行う



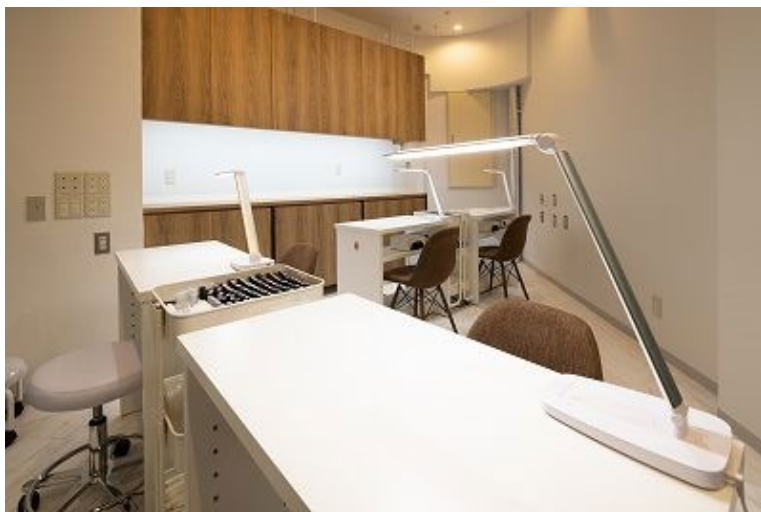
小倉店

上半期業績概要 - その他トピックス

Financial Results

ネイルサロン事業

ネイルサロンを友禅高松店と併設で出店



上半期業績概要 - その他トピックス

Financial Results

休眠顧客・非稼働顧客様の掘り起こし

買取イベント積極開催

アクティブ顧客化



21年上期開催実績1回
→今期上期開催実績28回

休眠顧客様
非稼働顧客様

買取催事での
ご来店

取扱商材の拡充や魅力的な催事のご案内で、
再来店に繋げていく

アクティブ顧客へ

イベント参加後のリピート購入率は46.9%
そのうち3割以上の顧客が過去2年以上購買実績なし

02

2023年3月期 通期見通しと下半期の注力事項

Full Year Outlook and last half year focus

通期見通し - ①通期計画(連結)

Full Year Outlook and last half year focus

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。

通期見通し - ②通期計画(受注高)

Full Year Outlook and last half year focus

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・袴	振袖 (販売)	1,936	24.0	91.4	2,583	27.1	146.7
	振袖・袴 (レンタル)	453	5.6	97.6	609	6.4	134.0
一般呉服・宝飾	一般呉服	4,376	54.4	134.0	4,829	50.6	101.5
	宝飾・その他	1,206	15.0	94.2	871	9.1	107.1
新規事業		254	3.2	363.5	649	6.8	245.2
合計		8,051	100.0	114.4	9,540	100.0	118.5

- 物価高により高額消費を抑える傾向が強く、振袖については厳しい状況が続くと想定。
- 一方、一般呉服・宝飾については高額商品を中心に好調に推移しており、振袖の減少を他部門でカバーし受注総額での計画値達成を目指す。

通期見通し - ③通期計画(セグメント別損益)

Full Year Outlook and last half year focus

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

●2Q損益はほぼ計画通り推移しており、現時点で通期計画は変更なし。

下半期の注力事項

Full Year Outlook and last half year focus

一般呉服-着る機会・楽しむ機会創出

顧客様参加型ファッションショー企画

取引ブランドと合同開催の「新作発表会」にて
きものファッションショーを実施

お客様は審査員として新作の人気投票に参加

各日人数限定でお客様もショーに出演



ご自身のきもので
ランウェイを体験

※画像はモデル出演時の写真(イメージ)

「きものを着ること」への興味を喚起させるだけでなく、
実際に「きものを着られる場所」を創出。
ランウェイをきももので歩くという特別な体験を提供。

提携企業会員様へのワークショップ

(株)テイクアンドグヴ・ニーズの会員様向けに
結婚式場を貸し切ったの
浴衣着付けワークショップを実施



【東京・表参道】6月29日(水)開催

手ぶらで参加！浴衣着付けレッスン
浴衣一式お持ち帰りプランもご用意！



着付け後は、式場内のフォトスポットにて撮影会を開催。
浴衣着用時のきれいな写真の撮り方もレクチャーし、
きものを着たときの日常的な楽しみ方を提案。

下半期の注力事項

Full Year Outlook and last half year focus

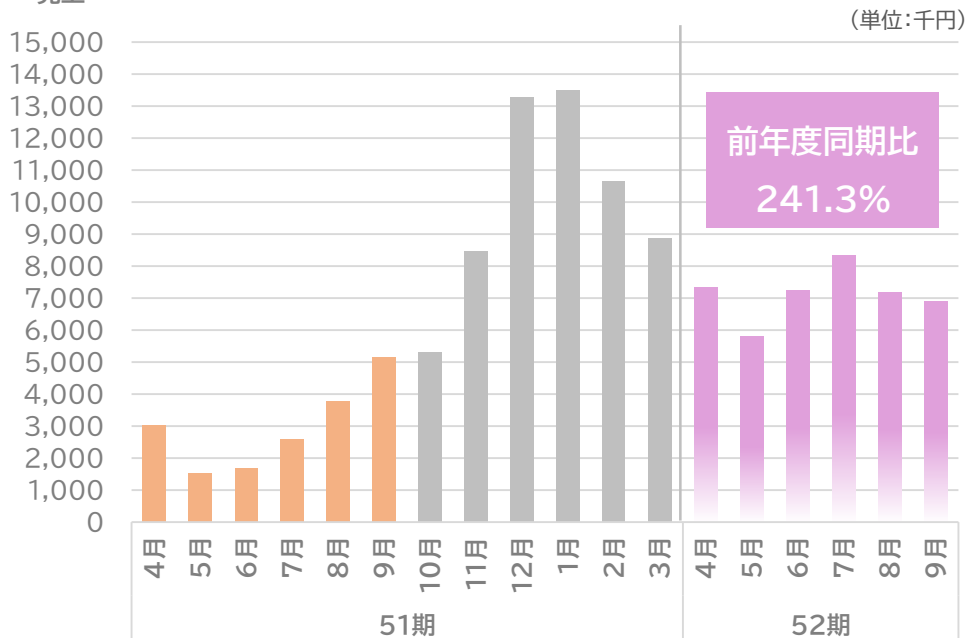
オンライン事業-展開

E Cは前年との比較で高い伸び率を維持

51期4月—52期9月 売上高推移

	51期(4-9月)	52期(4-9月)
売上高	17,730	42,780
前年比		241.3%

売上



52期上半期現在、前年比241.3%で推移。振袖販売が好調に推移している事に加え、和装小物やレンタル品の受注も増加している

2022年10月5日Yahoo!ショッピング店の新規オープン

京都きもの友禪 Yahoo!ショッピングにてオンラインストアをオープンオンラインストア限定でお宮参り・七五三用衣装のレンタルサービス開始

— 高品質な振袖・和装をお得にお買い求めいただけるオープン記念セールも開催 —

京都きもの友禪株式会社

© 2022年10月5日 15時30分



京都きもの友禪株式会社(本社:東京都中央区、代表取締役社長:橋本和之、以下京都きもの友禪)は、2022年10月5日(水)より、Yahoo!ショッピングにおいてオンラインストアを新規オープンいたします。また、オープンを記念して、お客様のお宮参りや七五三の衣装をレンタルできる新サービス※をオンラインストア限定で開始いたします。
※楽天市場、Yahoo!ショッピングのみの取り扱いとなります。



・オンラインストア Yahoo!ショッピング店オープン

京都きもの友禪の自社サイトや、楽天市場のオンラインストアでも、サービスの開始以来、注文数が年々増加傾向にあることから、時間を問わずにお気軽にご注文いただけるオンラインの需要が高まっていることがわかります。また、京都きもの友禪が提供する商品は、品質、価格、サービスともに大変好評をいただいております。Yahoo!ショッピングでもオンラインストアをオープンすることで、PayPayや、ソフトバンクまとめて支払いといった、新しい決済方法にも対応しているため、より幅広いニーズにお応えできるようになりました。実店舗にお越しいただく方でも、今まで以上にお願いいただきやすくなるだけでなく、1日のための衣装をオンライン上で決断することに不安のある方も安心してご利用いただけます。

・オンラインストア Yahoo!ショッピング店URL : <https://store.shopping.yahoo.co.jp/yuzenkomachi/>

プレスリリースURL

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000057.000023348.html>

下半期の注力事項

Full Year Outlook and last half year focus

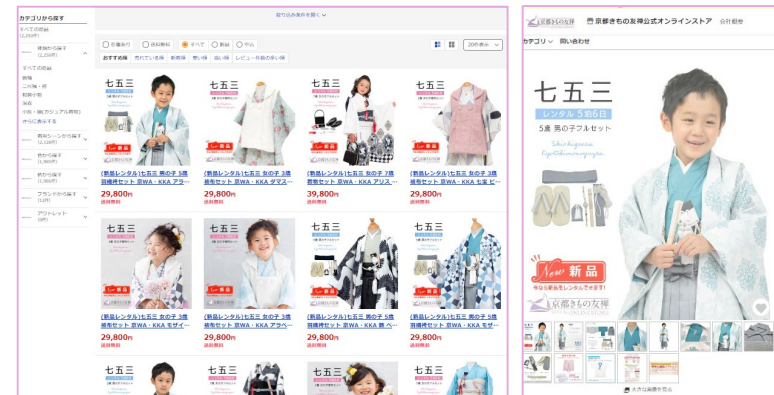
オンライン事業-展開

ECサイトリニューアルを行い、和装全般について取り扱っていく

52期 追加商材

対象年代	商品	52期
ベビー	産着（お宮参り）	
	男の子	取扱開始
	女の子	取扱開始
	被布セット	取扱開始
子供	七五三	
	3歳女の子	取扱開始
	3歳男の子	取扱開始
	5歳男の子	取扱開始
	7歳女の子	取扱開始
	ジュニア袴	強化
成人	振袖レンタル	取扱開始
	振袖販売	強化
	紳士袴	強化
20代～	二尺袖袴	強化
	色無地	強化
	訪問着	取扱開始
	黒留袖	予定
	色留袖	予定
	小紋	予定
	紬	予定
	洗える着物（デニム・綿・ウール）	予定
	紳士着物	取扱開始
	浴衣	強化

展開事例（yahoo!ショッピング店）



下半期の注力事項

Full Year Outlook and last half year focus

写真事業-展開

会員向け・インバウンド向けのサービスを導入し、売上増を目指す

和装着用に限定せず、主に会員様向けに
家族写真・記念写真の撮影サービスを開始予定



訪日再開後の需要増加のタイミングで、
レンタル着物撮影のサービスを開始予定



03

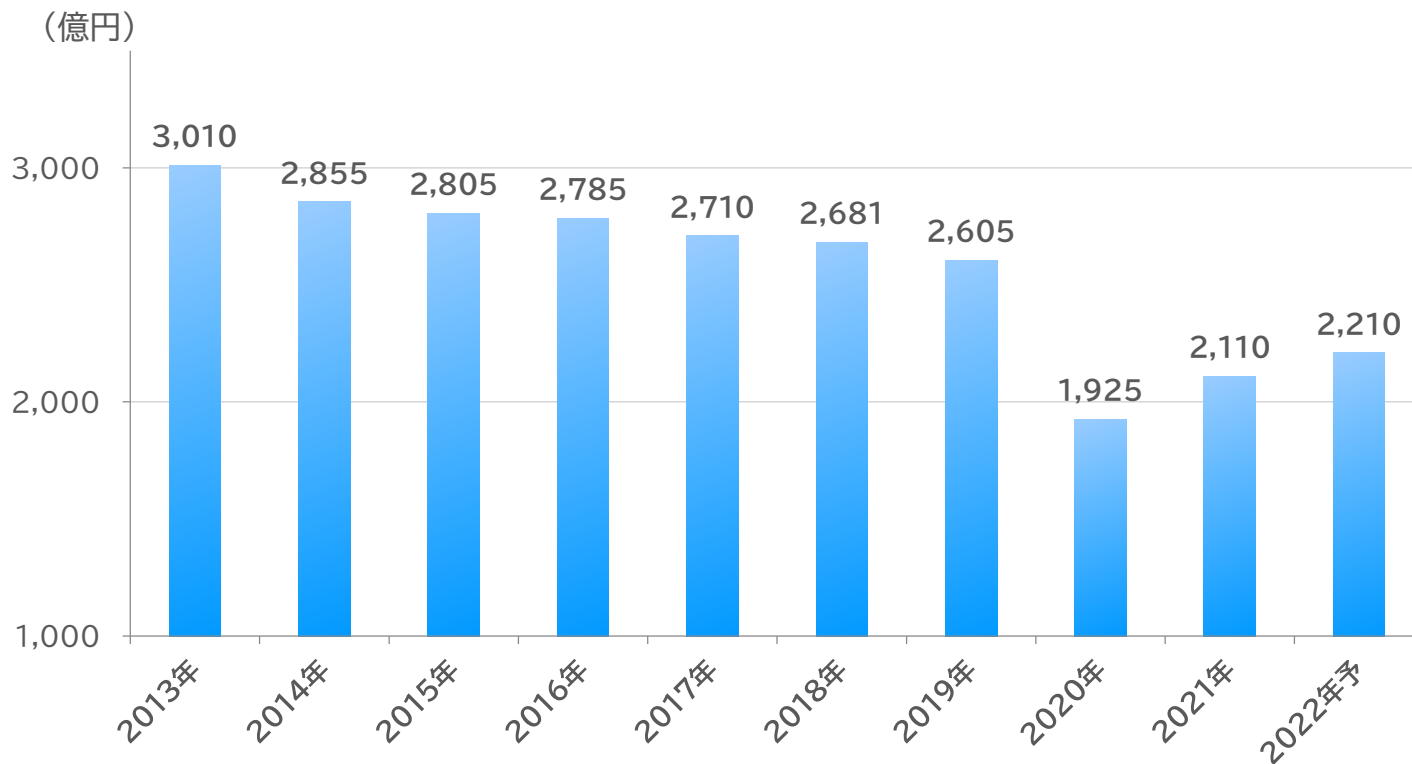
参考資料

Reference

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



中期計画について - ① 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%	

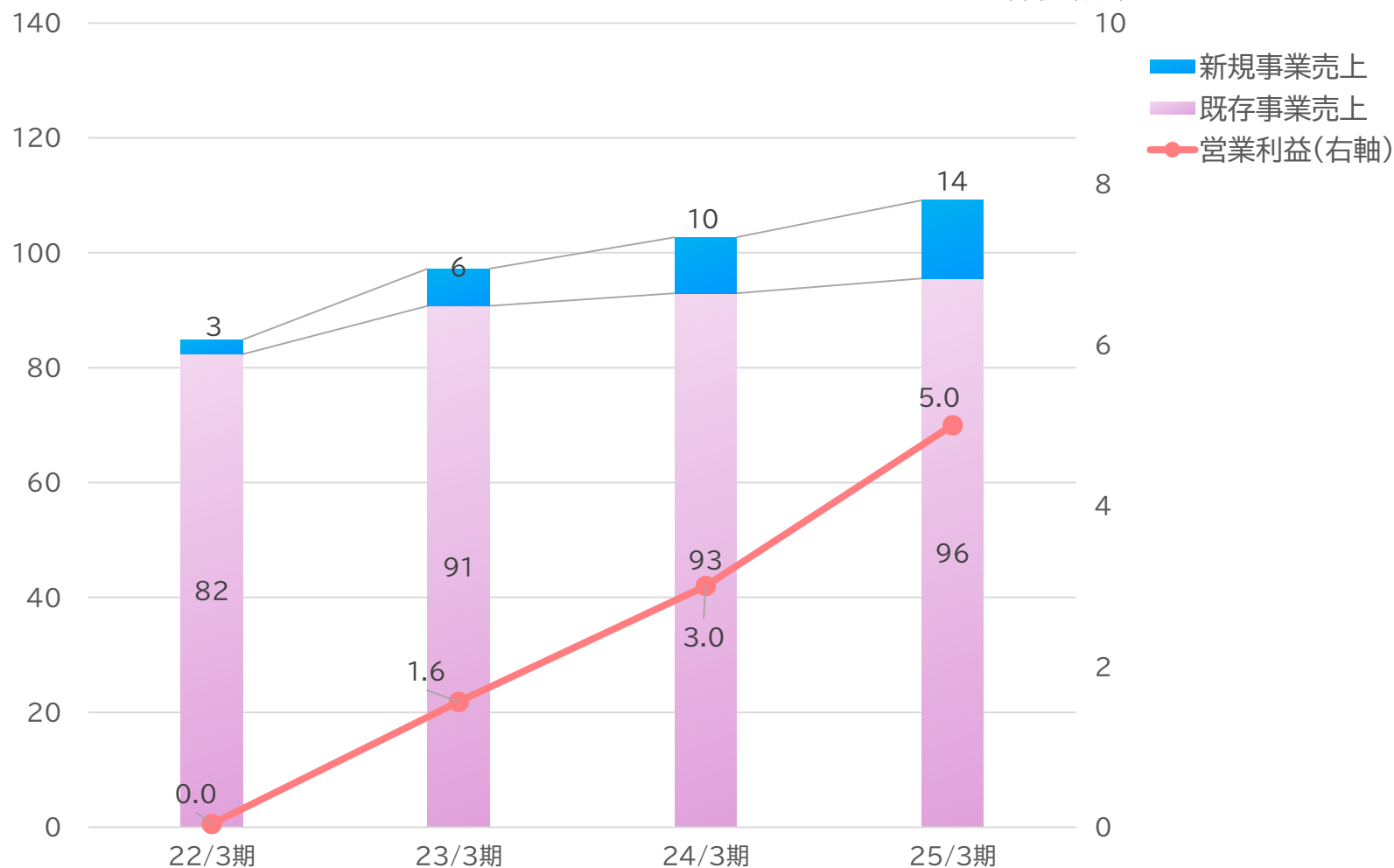
- 当社は従来より、安定的かつ継続的な配当を行うことを重視しており、業績・財務基盤の早期回復を図り、配当性向30%を目途に実施していく。

中期計画について - ②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)

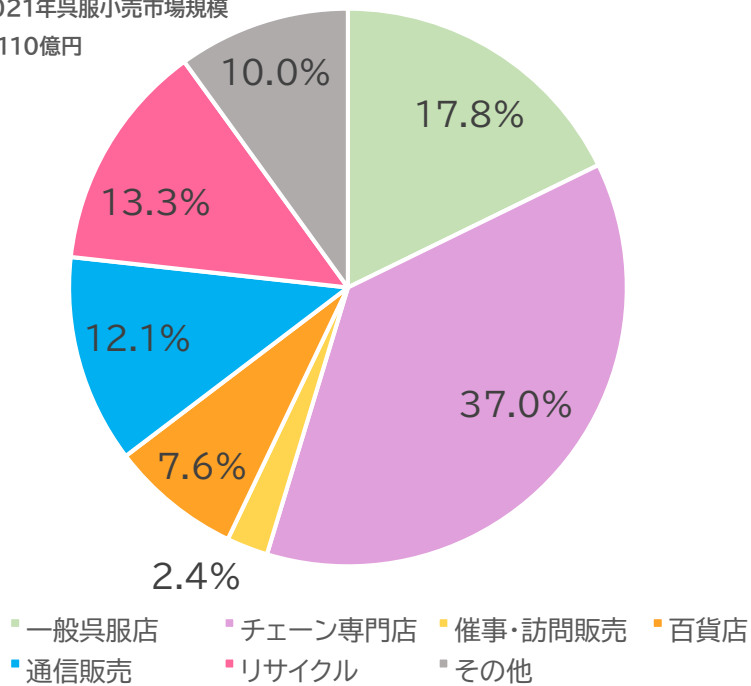


EC・リユースマーケットの可能性

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)」

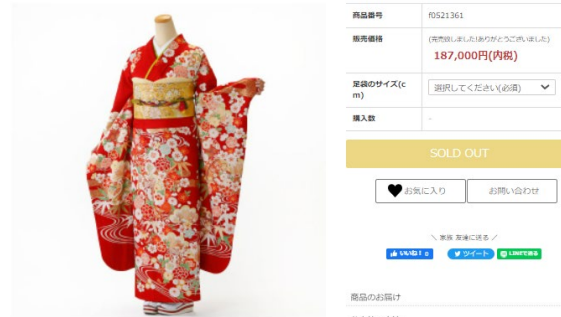
呉服市場全体は低迷しているが、その中で、今後も伸長が予想されるチャネルへ進出し、売上規模を拡大していく。

(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

振袖 フルセット 古典柄 サイズ 赤・ワイン系 (中古リユース良品) 10999の通販・購入 | 京都きもの友禪公式オンラインストア



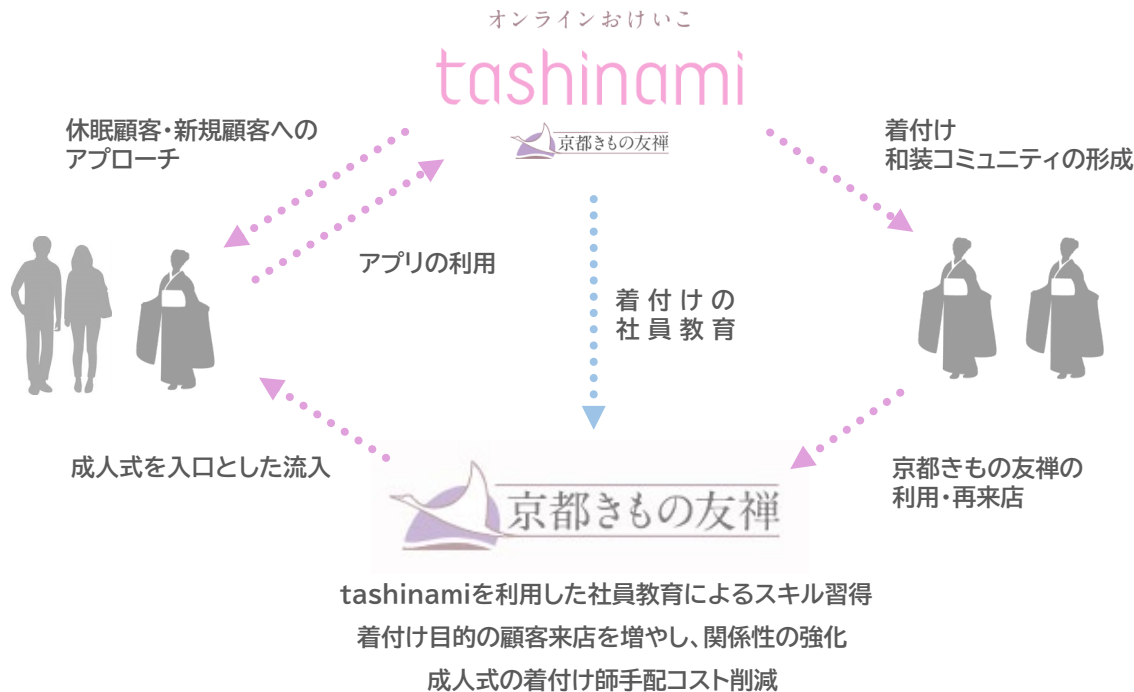
オンライン着付けレッスン事業について

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/>

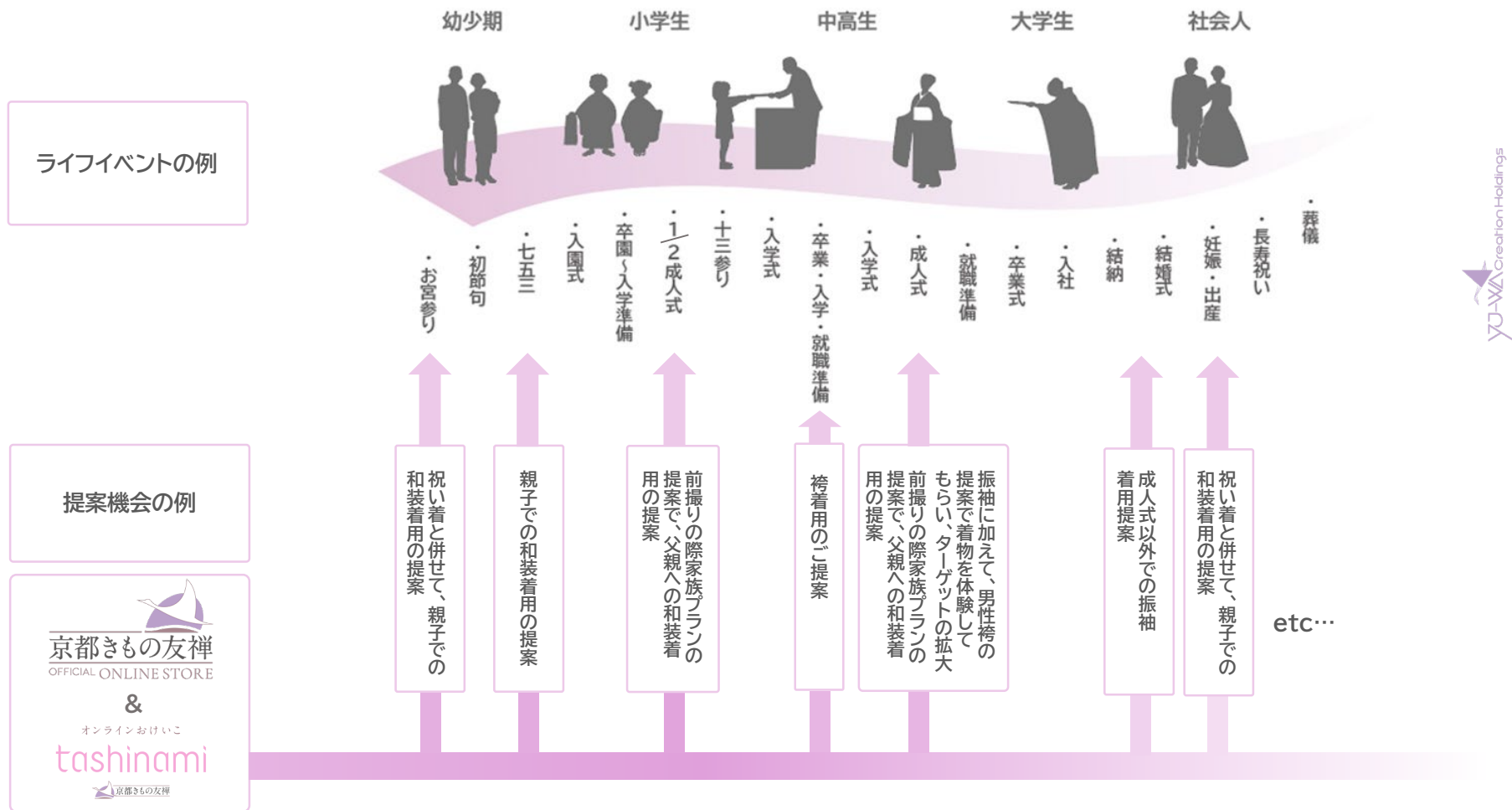


YU-WA Creation Holdings

EC・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 |  | 

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「くらげバンチ」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
- ・着物（振袖）生産者支援の企画を予定

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

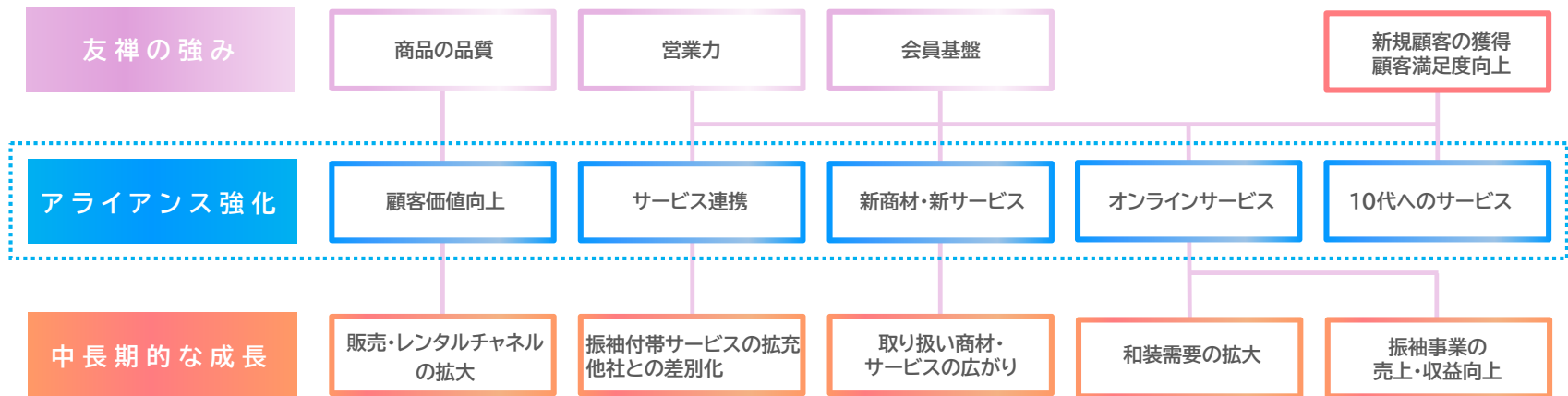
Growth Strategy

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①～④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、
未永く喜びと感動を。



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	1億円(2022年9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45店舗 写真スタジオ5店舗 ネイルサロン4店舗(2022年9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(渡部・矢澤)

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ございます。