



 **NATTY SWANKY**

 **肉汁餃子のダンダダン**

 **GRIP
FACTORY**

事業計画及び成長可能性に関する事項

株式会社NATTY SWANKYホールディングス

証券コード：7674

2026年4月22日

会社概要

I .ビジネスモデル

II .市場環境

III .競争力の源泉

IV .事業計画

V .リスク情報

会社概要

社 名 株式会社NATTY SWANKYホールディングス

設 立 2001年（平成13年）8月1日

代 表 者 代表取締役社長 井石裕二

本 社 東京都新宿区西新宿一丁目19番8号

資 本 金 1,163百万円（2026年1月末現在）

業 績 売上高 ： 76億83百万円

経常損失： △516百万円（ともに2026年1月期）

従 業 員 数 正社員314名（2026年1月末現在）

事 業 内 容 「肉汁餃子のダンダダン」を関東圏を中心に展開
「GRIP FACTORY」にて餃子等の製造

沿革

	設立・本店等の流れ	店舗展開の流れ
2001年8月	東京都調布市に有限会社ナッティースワンキーを設立	
2007年10月	商号を株式会社NATTY SWANKYに変更	
2011年1月		「肉汁餃子のダンダダン 調布店」を開店（東京都調布市） 肉汁餃子のダンダダン1号店
2016年6月	東京都新宿区に本店を移転	
2017年11月		「肉汁餃子のダンダダン 新宿店」を開店（東京都新宿区） 肉汁餃子のダンダダン50店舗目
2018年3月	働きがいのある会社2018年受賞	
2018年3月	外食アワード2017受賞	
2019年2月		「肉汁餃子のダンダダン 和光店」を開店（埼玉県和光市） 肉汁餃子のダンダダン70店舗目
2019年3月	東京証券取引所マザーズ市場上場	
2020年4月		デリバリーサービスの開始
2020年8月		公式通販サイトがオープン
2021年1月	「肉汁餃子のダンダダン」ブランド創設10周年	
2021年6月	完全子会社「(株)ダンダダン」設立	
2021年11月	「冷凍生餃子」モンドセレクション優秀品質金賞受賞	
2021年12月		「肉汁餃子のダンダダン 神田店」を開店(東京都千代田区) 肉汁餃子のダンダダン120店舗目
2022年2月	持株会社体制へ移行	
2024年2月	完全子会社「(株)GRIP FACTORY」設立	
2026年1月	「肉汁餃子のダンダダン」ブランド創設15周年	

企業理念

- 理念を軸に、昔からその街にあったような、地元の人に愛される店づくりを目指しています
- 理念を実現するための具体的な行動指針である「5つの心」を徹底しております

【理念】

「街に永く愛される、粋で鯔背な店づくり」

～期待以上が当たり前 それが我等の心意気～

【行動指針】

NATTY SWANKY 5つの心



- | | |
|-----|--------------------------------|
| 向上心 | 現状に満足せず、今よりも成長するという強い意思を持ち続ける。 |
| 好奇心 | 何人や何事にも関心を持ち、新しい事を発見する。 |
| 探究心 | 足元を振り返り、目の前のものを突き詰める。 |
| 自立心 | 決して人のせいにはせず、何事もまずは自分に責任があると思う。 |
| 忠誠心 | 関わる全ての人々に感謝し、忠誠を尽くし、恩返しをする。 |



I. ビジネスモデル

事業の内容

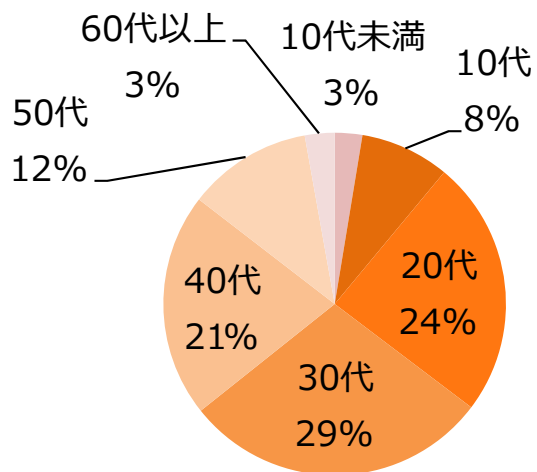


- 「餃子」という流行り廃りがなく、大衆から受けが良い商品がメインの居酒屋
- 気軽に利用しやすい客単価
- 老若男女・世代・季節を問わずお客様が来店



来店されるお客様の層

- 幅広い年齢層のお客様を取り込み



※海老名店、新百合ヶ丘店、調布総本店、溝の口店、京王永山店のモデル5店舗でのサンプル調査の結果

客単価

平均客単価：2,215円（2025/2～2026/1）

ターゲットとするお客様

幅広いターゲット

サラリーマン

子供連れ

友人同士

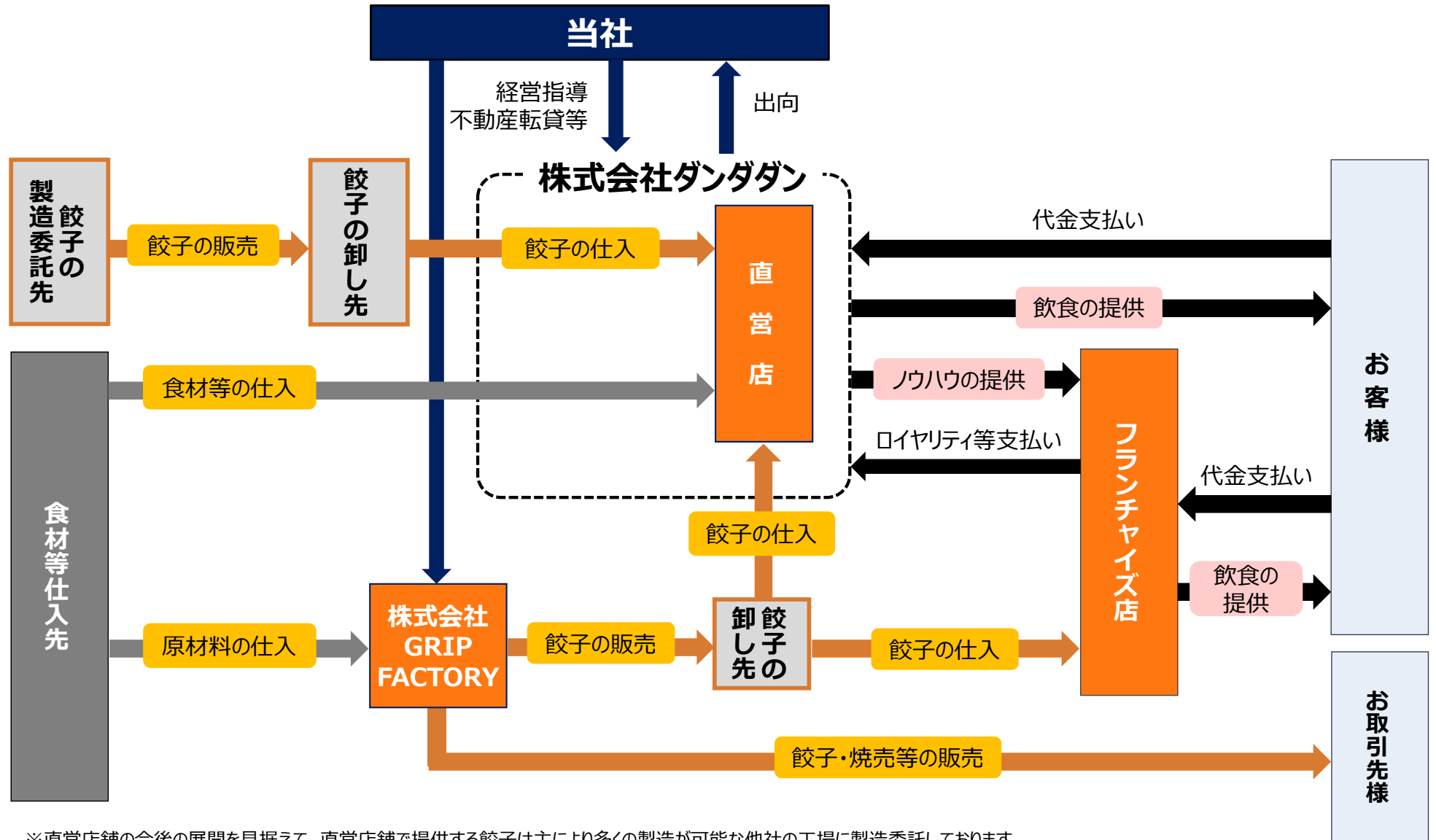
学生

女性同士

etc.

事業の収益構造

- 事業系統図は以下の通りです

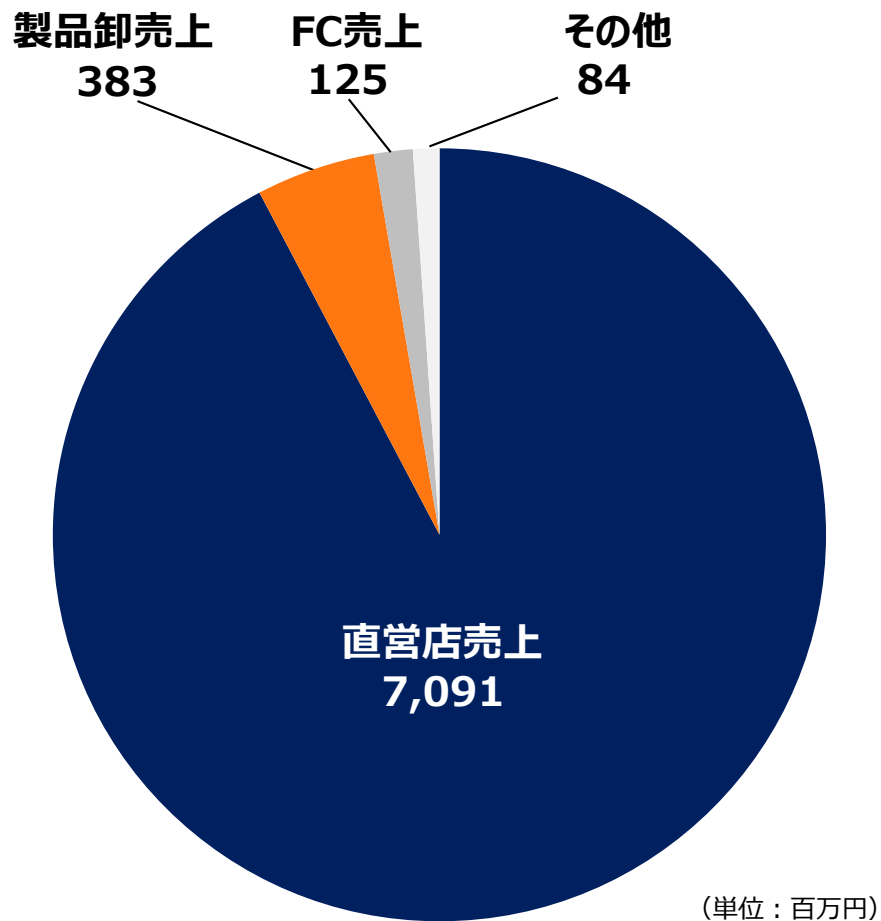


※直営店舗の今後の展開を見据えて、直営店舗で提供する餃子は主により多くの製造が可能な他社の工場に製造委託しております。
 フランチャイズ（FC）店舗も今後の展開を見据えておりますが、FC店舗で提供する餃子は現時点では当社グループ工場における製造で対応しております。

事業の収益構造

- 2026年1月期 販売実績は以下の通りです

製品及びサービス別販売実績



※当社グループは飲食事業の単一セグメントであるため、セグメント別の記載を省略しております。

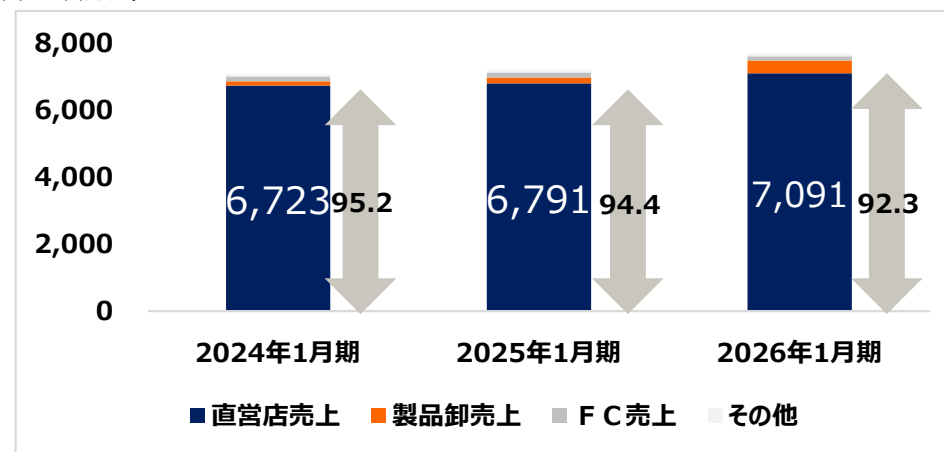
収益の内訳

直営店売上が事業の中心

製品及びサービスの名称	構成比 (%)	主な内容
直営店売上	92.3	店舗への来店利用、デリバリー、テイクアウト
製品卸売上	5.0	餃子・焼売等の卸売上、EC売上
FC売上	1.6	加盟店との契約に定める加盟金及びロイヤリティ
その他	1.1	FC店舗の転貸借料、飲料等取扱によるレポート売上

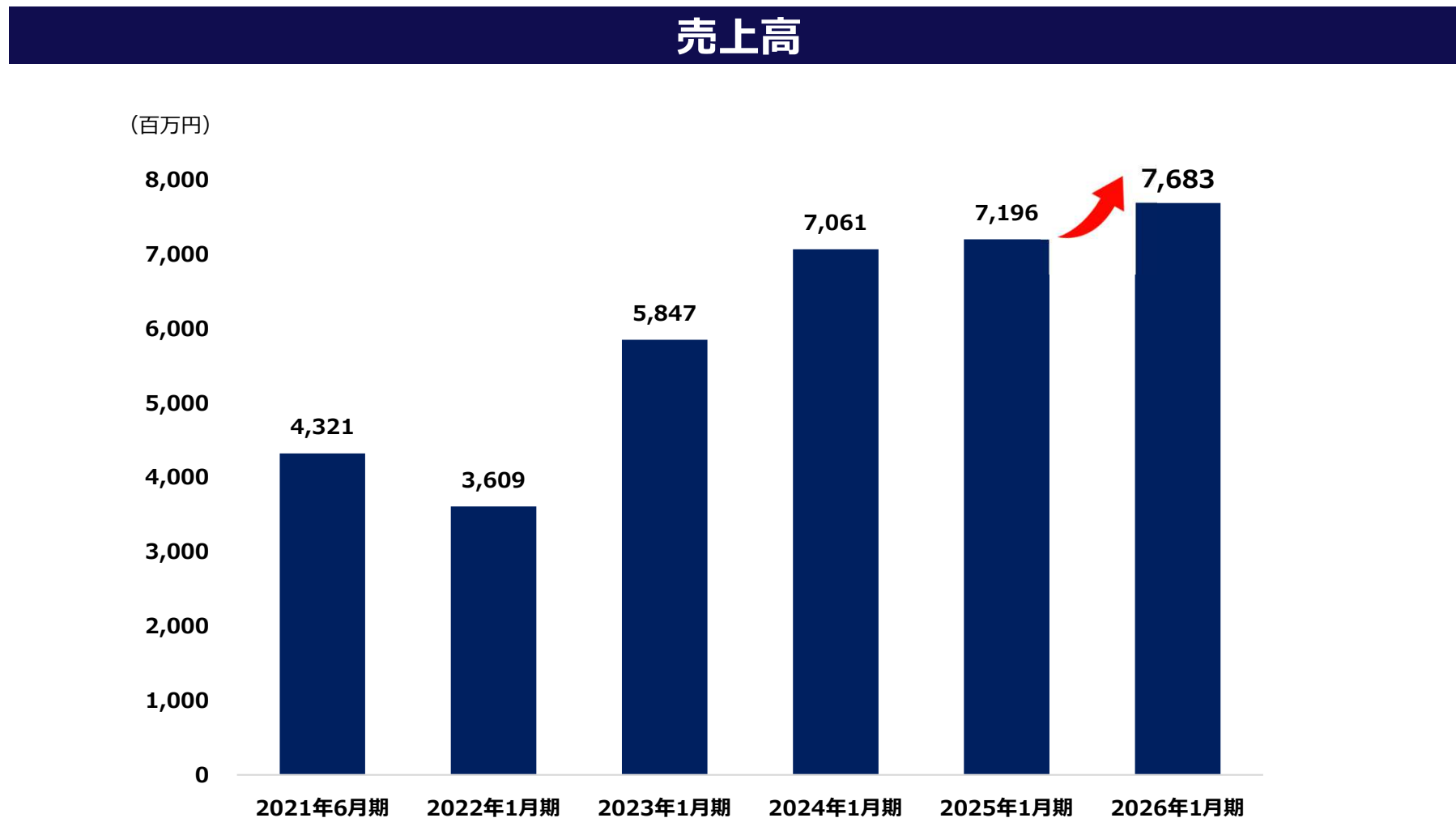
直近3年間推移

(単位：百万円)



※ ↑ ↓ は直営店構成比 (%)

売上高は前年比率106.8%を達成



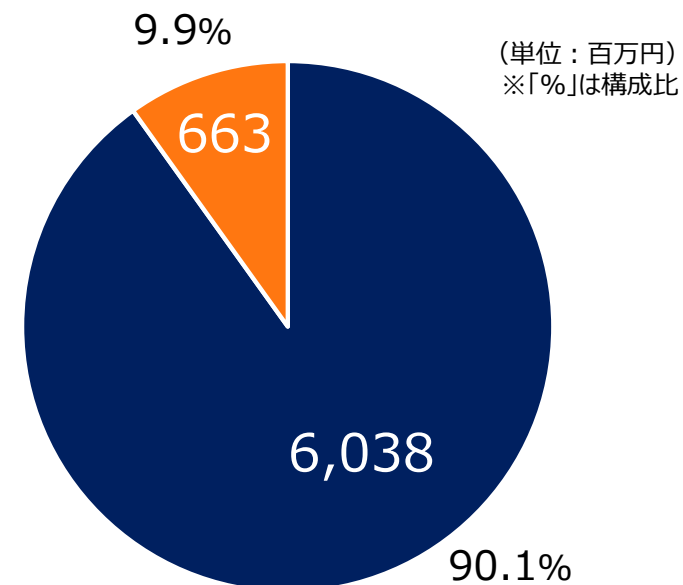
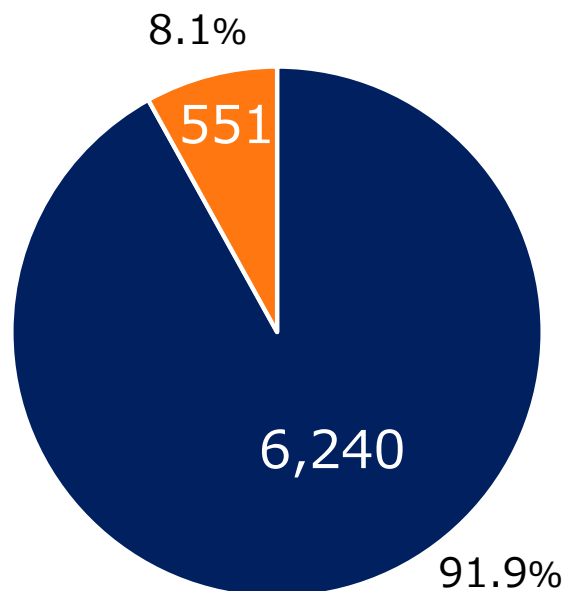
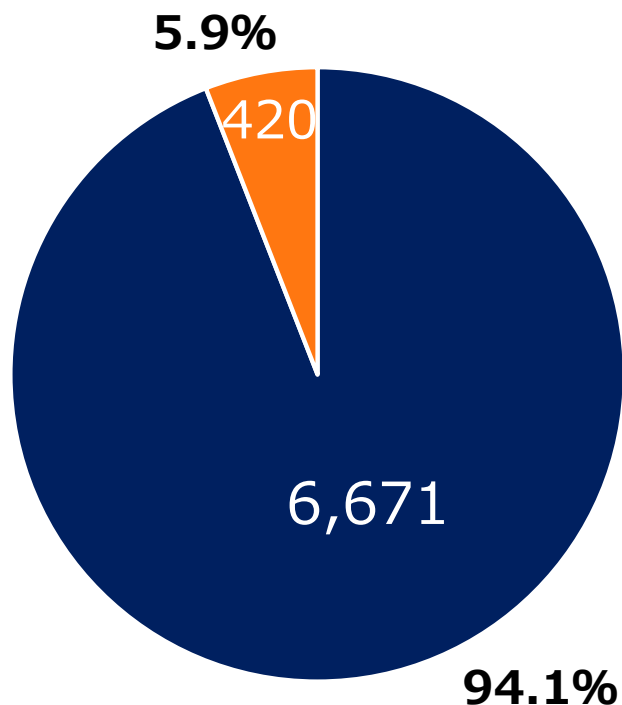
2026年1月期 直営店売上高構成

- 店内需要の回復によりテイクアウト・デリバリーの構成比は2.2%減少

2026年1月期計

2025年1月期計

2024年1月期計



(単位：百万円)
※「%」は構成比

■ イートイン
■ テイクアウト・デリバリー

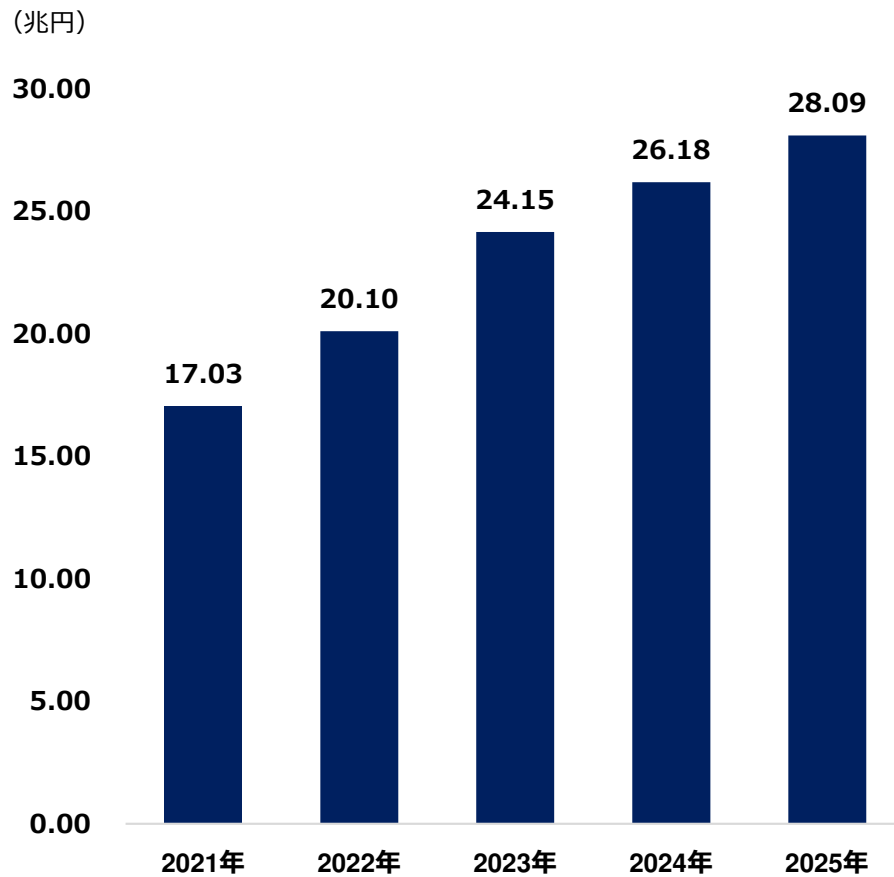


Ⅱ.市場環境

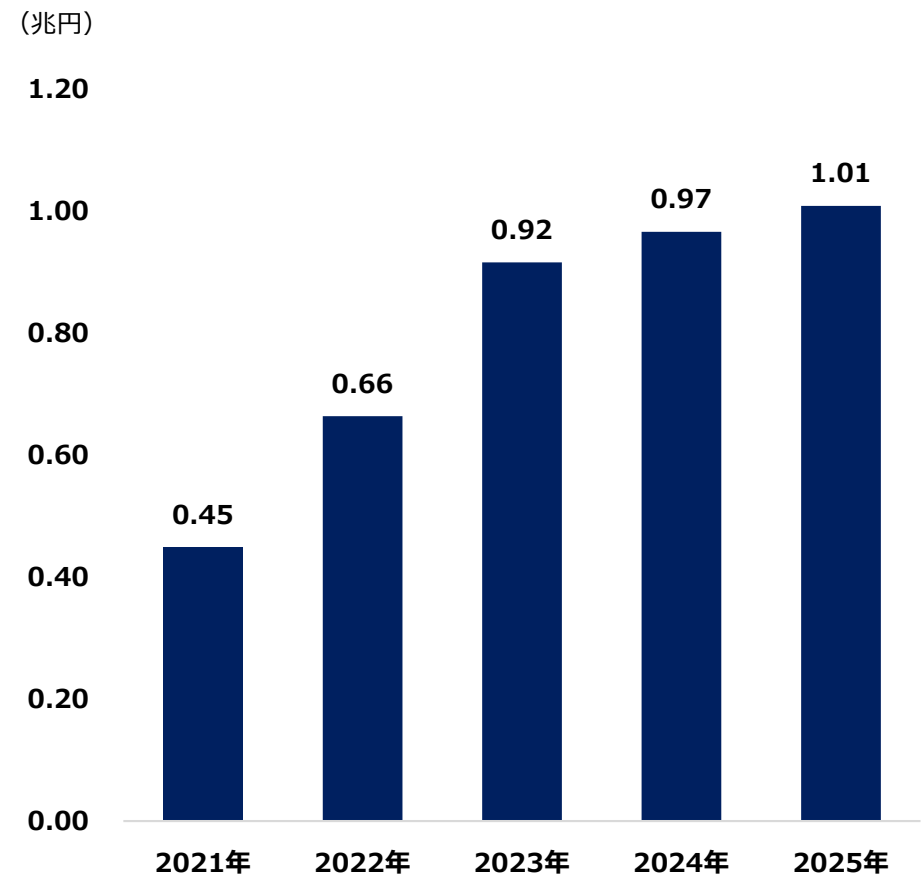
市場規模

- 新型コロナウイルス感染症による規模の縮小あったが、近年は回復傾向

外食産業の市場規模



居酒屋・ビアホール等の市場規模

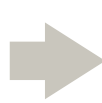


参考：一般社団法人 日本フードサービス協会

※2024年以降は前年対比率から算出しております。

競合環境

- 外食（居酒屋/食事）を中心にあらゆる食事需要がターゲット



単一業態により経営資源を集中的に投下
商品クオリティや接客サービスを維持向上し他社と差別化を図る

外食

居酒屋



参考：富士経済「外食マーケティング便覧2025」



Ⅲ.競争力の源泉

特徴・強み (1/5) 商品

- 餃子に特化し、独自製法による当店でしか食べられない肉汁餃子の提供を行っております
- ほぼ100%のお客様が肉汁餃子を注文しており、高い満足度を実現しております

肉汁餃子

- タレなど何もつけずに食べられる肉汁たっぷりの餃子
- 餃子はすべて手包みを貫く

※餃子の手包み製造は工場（自社・委託先）及び店舗にて実施しております。



高品質



均一性



手作り感

皮

餡

手包み

並べる

蒸す

焼く



販売個数

年間販売粒数

約**2,200**万粒

※2026年1月期実績



特徴・強み (2/5) 接客

- お客様が誰かに紹介したくなるような接客を徹底しております
- 接客に関して高い評価を獲得しております

接客の施策

- 挨拶・笑顔・声出し等の基本を徹底
- 接客の指針である「20大行動」を策定し、浸透
- 本社での座学研修を全スタッフが受講

「20大行動」

- 1 お客様にドアを触らせない
- 2 お客様の目を見て声を出す
- 3 見た事あるお客様には必ず挨拶
- 4 ご案内は自分も席まで
- 5 お客様と接するときは常に笑顔で

⋮



お客様からの評価 (Google口コミ)

お店の接客に関する投稿

- 焼餃子は何も付けずにとオススメされたのですが、その通りでとても美味しかったです。
- 初めて来店しました！
店員の方々は接しやすく優しくて、料理のオススメもしてくれまして、そしてなんといっても餃子がすげー美味しい！
- 接客が皆さん良く、終始気持ち良かったです。食べ終わったらお茶の有無も聞きに来て下さいました。
- 2回目の来店です。
リピートしても良いと思える餃子がとても美味しいお店です。
- 焼き餃子は時間がかかりますと言われましたが5分もせず出てきました。
餃子は肉汁たっぷりだけど、火傷するほどでもなく、猫舌の私にも、ちょうどいい温度でした。馬刺しユッケ、プリンもおいしかったです。スタッフさんがみんな笑顔で素敵でした。

特徴・強み (3/5) 店舗

- ブランドコンセプトに沿った店舗設計を行い、お客様からの高い評価を獲得しております
- 店舗作業のシンプル化、店舗坪数の柔軟性がフォーマットの特徴です

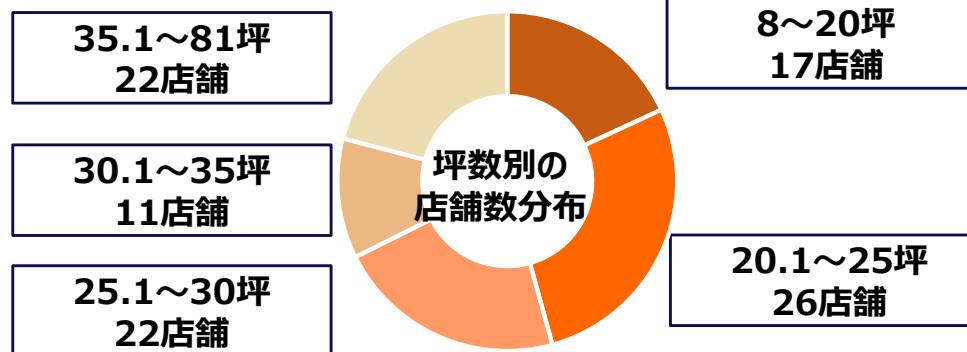
店舗の設計

- 地域に溶け込むような外観・デザイン
- 活気ある大衆酒場をコンセプトとした店舗設計
- 社員が愛着を持って働けるよう新店舗オープンの際に行う入魂作業
- 記憶に残る各店舗ごとの壁画演出



店舗坪数が柔軟

- 広さを選ばない店舗設計が可能であり、幅広い出店が可能
- 現在、8坪～81坪まで展開中

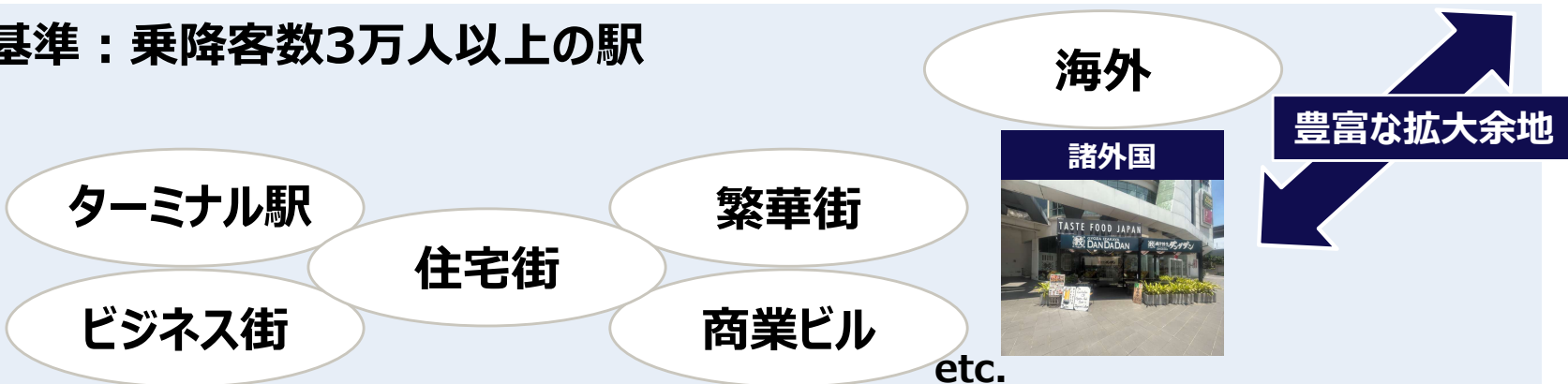


特徴・強み (4/5) 豊富な出店余地

- 様々な条件での出店が可能です
- 乗降客数3万人以上の駅に着目し、出店基準を満たす余地が豊富に存在します
- 海外進出も視野に、海外の市場調査にも取り組んでおります

立地

出店基準：乗降客数3万人以上の駅



1 出店可能形態



2 出店可能エリア



- サラリーマン
- 友人同士
- 女性同士
- 子供連れ
- 学生
- etc.

ターゲット

特徴・強み（4/5）豊富な出店余地

- 直営店:首都圏・関西圏 FC店：地方 日本全国を対象として、出店拡大を目指します

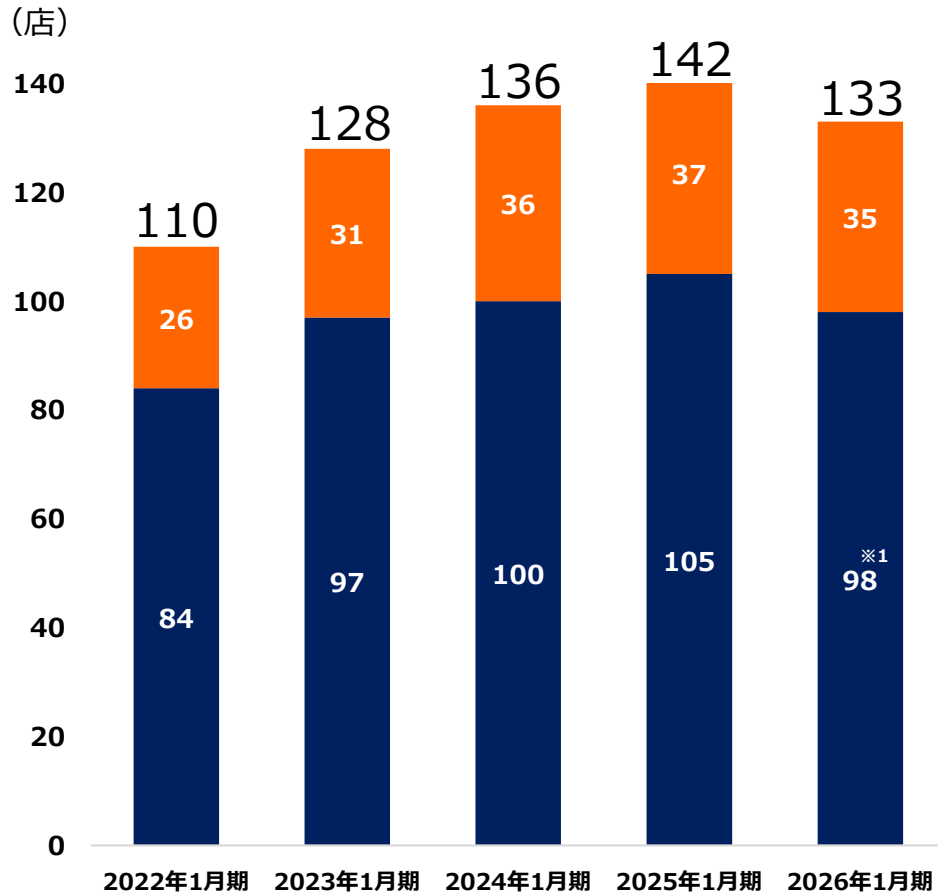
	首都圏	首都圏 以外	合計	増加数
2022年 直営	81	3	84	7
1月期 FC	16	10	26	2
小計	97	13	110	9
2023年 直営	93	4	97	13
1月期 FC	16	15	31	5
小計	109	19	128	18
2024年 直営	95	5	100	3
1月期 FC	14	22	36	5
小計	109	27	136	8
2025年 直営	99	6	105	5
1月期 FC	14	23	37	1
小計	113	29	142	6
2026年 直営	93	5	98	△7
1月期 FC	13	22	35	△2
小計	106	27	133	△9



- ※： 1. FC店とは、フランチャイズ店であります。
 2. 首都圏とは、1都3県（東京都・神奈川県・埼玉県・千葉県）を示しております。
 3. 2026年1月末現在の都道府県別内訳は25ページに記載の通りです。
 4. 前提条件として、消費が制限される環境が発生した場合は出店を止めるケースもありえます。

特徴・強み (5/5) 不採算店舗を閉店し、筋肉質な経営へ

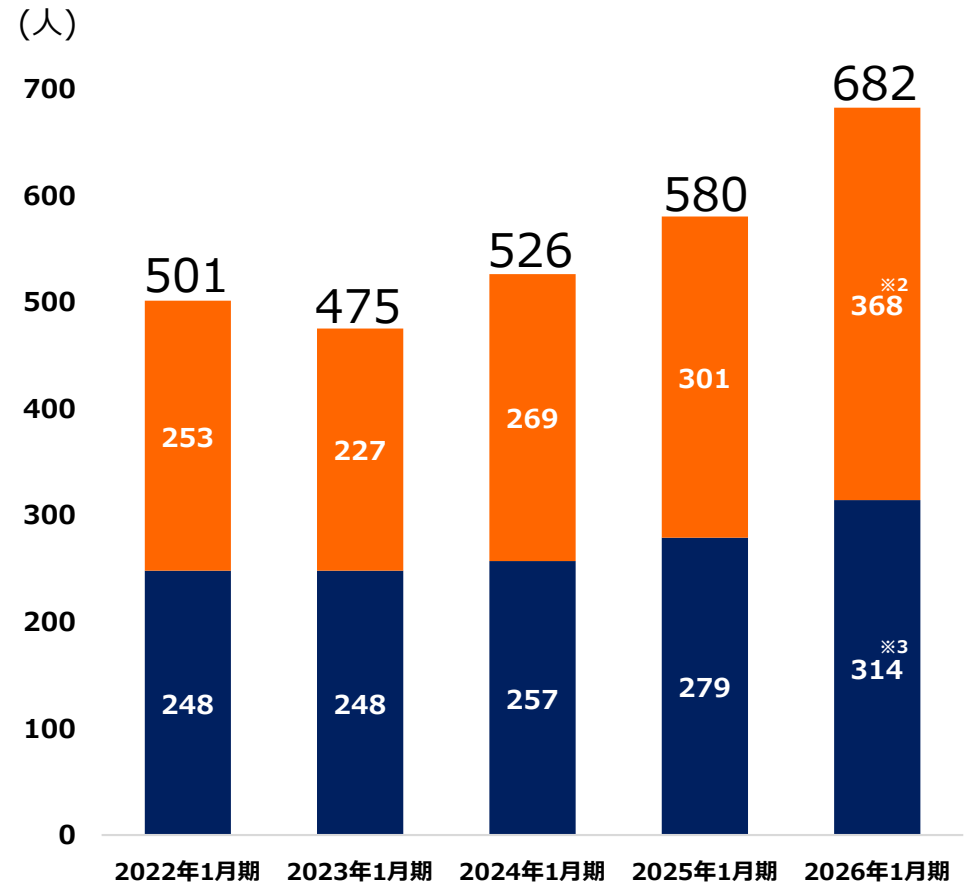
● 直営店の不採算店舗を閉店



- 既存店の売上、客数及び客単価の向上に取り組むため、直営店9店舗を閉店

※1：2025年9月に直営4店舗、2026年1月に直営5店舗を閉店しております。

● 成長に応じた多様な人材を採用



- 正社員においては、安定的な雇用を継続
- 時間雇用者の労働時間を適切に管理

※2：時間雇用者数は雇用人数を1日8時間で換算し算出。

※3：うちGRIP FACTORYの正社員数45人。



IV.事業計画

今後の戦略（人材の確保）

- 魅力的なイベントの実施による従業員のコミュニケーション活性化

最強店舗



農業体験



夏のBBQ



ダンダダンAWARD



社内サークル



いっそう働き甲斐のある会社づくりに努めてまいります

今後の戦略（教育の強化）

- スキル向上、理念行動、事例共有を徹底することで、サービスの質の向上を図ります
- 直営店、FC店、正社員、アルバイトなどで差のないサービスの提供を徹底してまいります



「街に永く愛される粋で鯁背な店づくり」

- 直営店及びFC店の成長
- 既存店売上高の改善に寄与



- 直営店・FC店・正社員・アルバイトを含む全社員の成長



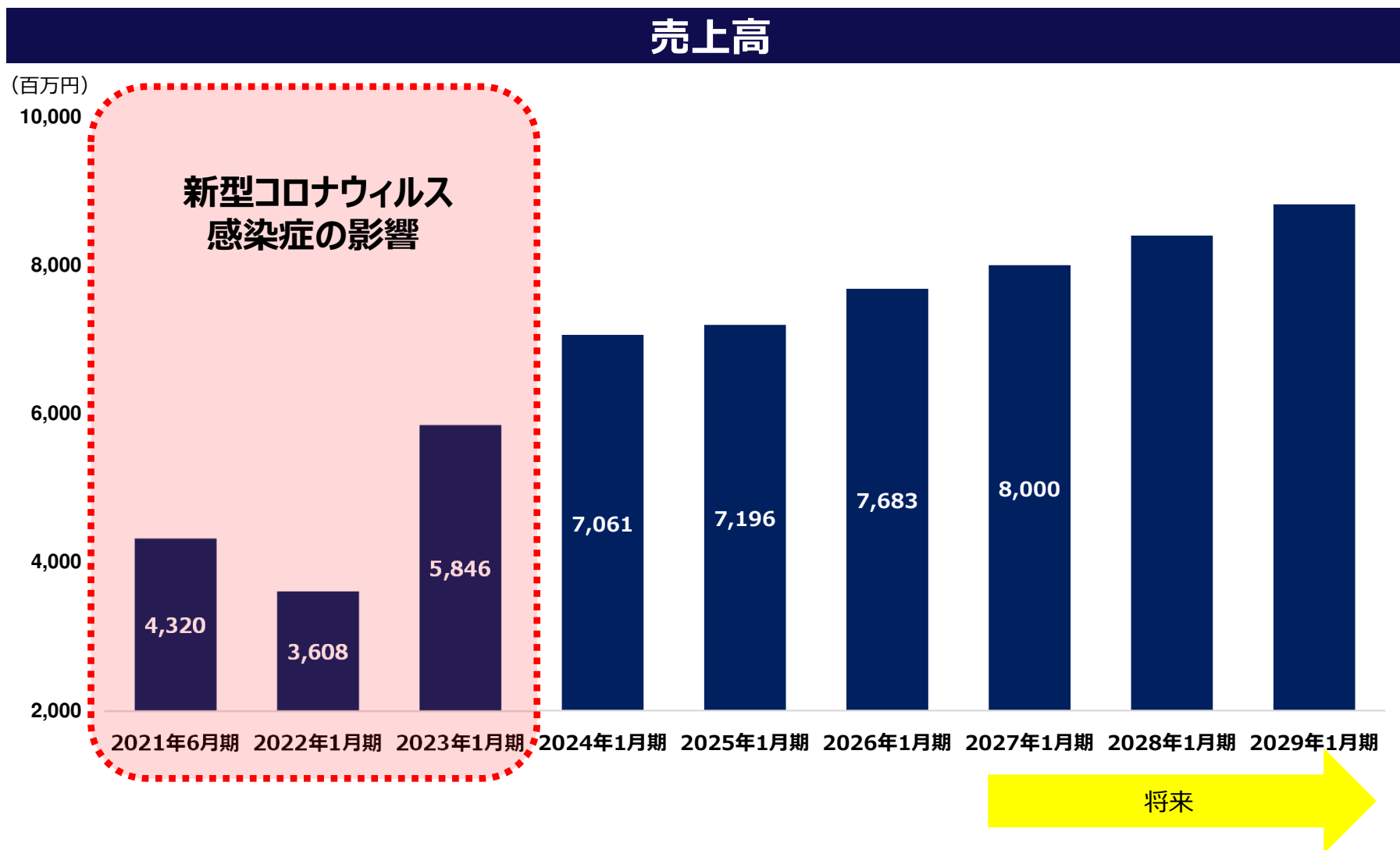
- EBITDA(※)15%を目標。企業価値を継続的に向上させるため、利益の確保に注力します

取組	内容
① 店舗収益力の向上	肉汁餃子のダンダダン業態に経営資源を集中的に投下することで、効率的な経営を実行し、肉汁餃子のダンダダン業態の商品クオリティや接客サービスを維持・向上させ、他社との差別化することで収益力の向上を図ってまいります。
② 新規出店の推進	繁華街・ビジネス街・住宅街等、立地に合わせた出店をしてきましたが、未だ相当程度の出店余地があると考えております。直営店では東京都・神奈川県・埼玉県及び関西圏を中心に新規出店を継続して推進してまいります。また、地方に関してはフランチャイズ制度を活用することで出店を推進してまいります。
③ 人材採用・育成の強化	成長していくためには優秀な人材の確保が重要であると考えております。採用におきましては、中途採用だけでなく新卒採用も積極的に実施し、また、アルバイトから正社員への転換も積極的に取り組んでまいります。育成におきましては、新入社員研修、役職・階層別研修プログラムなどを実施するとともに、各店舗の成果発表を目的としたイベント「ダンダダンAWARD」や選抜メンバーでの営業「最強店舗」を企画するなど組織が活性化するような施策に取り組んでまいります。
④ 安全・安心な食の提供	自社工場及び店舗における衛生管理・品質管理体制を構築しておりますが、消費者の食に対する安全性の関心は益々高まっております。当社では食中毒が発生しにくい安全・安心な食品を提供することで、お客様が安心してご利用いただけるように努めてまいります。定期的な外部検査機関による衛生検査や、本社による店舗監査を実施し、衛生管理及び品質管理の強化に努めてまいります。
⑤ 経営管理体制の強化	企業価値を向上させるためには、多様化するリスクを的確に把握し、迅速かつ柔軟に対応できる体制を構築・強化していく必要があると考えております。そして、各ステークホルダーからの信頼に応えられる企業であり続けるために、コーポレート・ガバナンスを重視し、公正かつ透明性の高い経営を行えるように経営基盤を強化してまいります。

※当社グループの業績評価をはかるには、従前の営業利益率ではなくEBITDAにすることが適切と考え、当期より目標をEBITDAに変更しております。

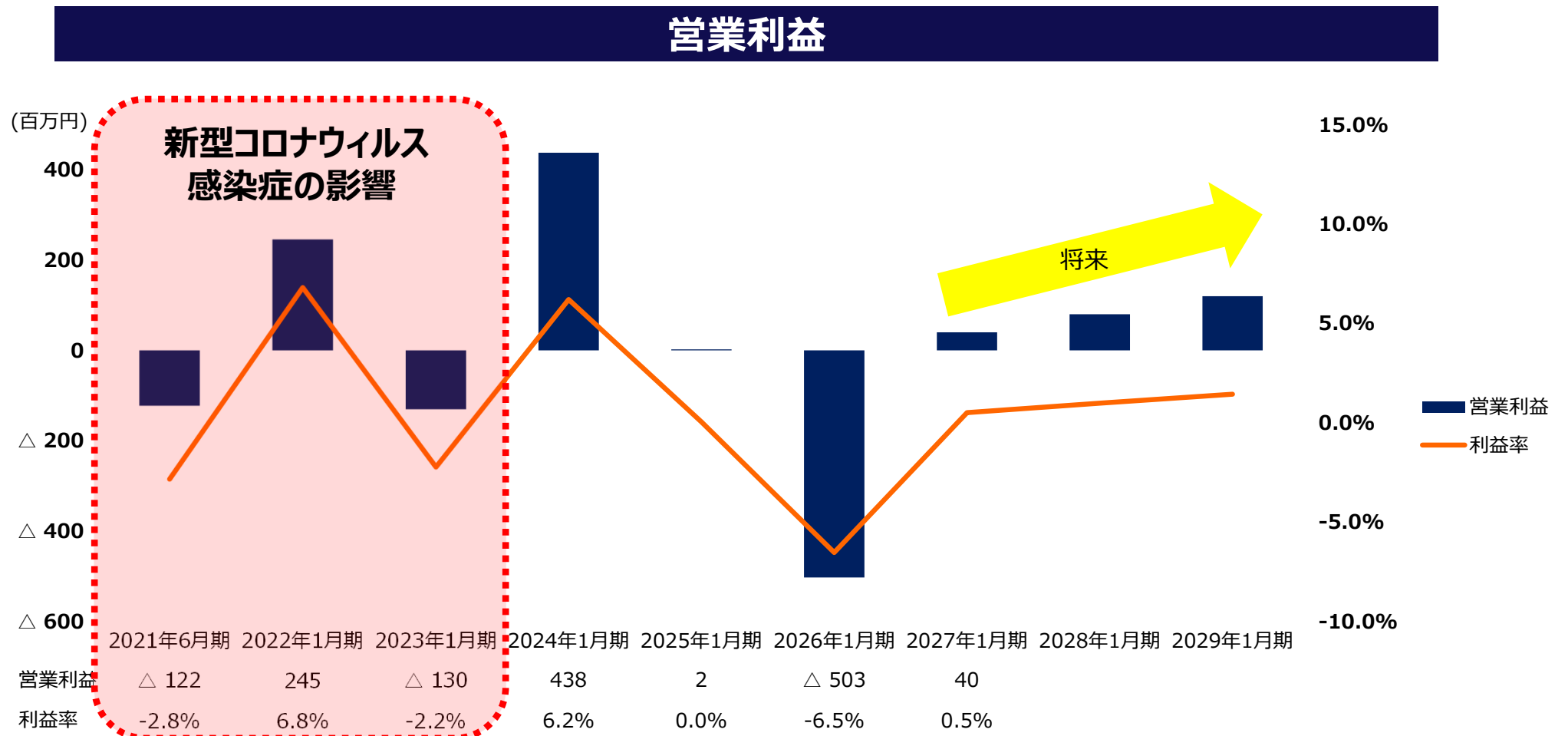
① 店舗収益力の向上 現状の業績動向（ハイライト）

QSCの向上により、客数、売上高の増加



① 店舗収益力の向上 利益計画及び前提条件

原価の高騰等により、約5億円の営業損失
 ダンダンの店舗収益力強化とGRIP FACTORYの外販拡大で
 営業利益回復を目指す



① 店舗収益力の向上 利益計画ハイライト

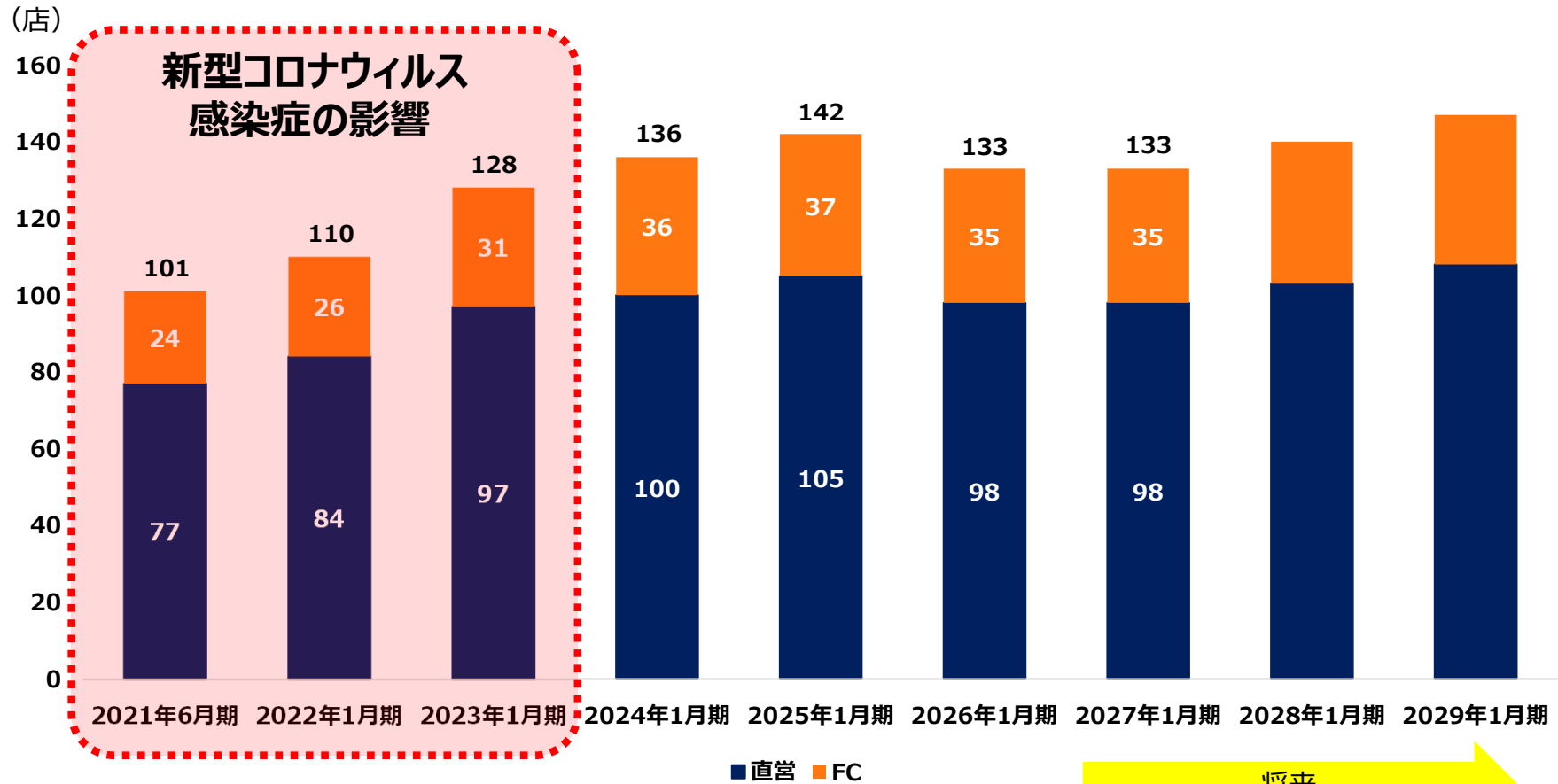
計画比較

(単位：百万円)

	2026年1月期通期業績			差異原因
	修正後計画	実績	構成比(%)	
売上高	7,200	7,683	100.0	・ダンダダン、12月に過去最高月商を達成 ・不動産関連売上の増加
売上総利益	5,010	5,178	67.4	・売上原価構成比32.6%
販売費及び 一般管理費	5,400	5,682	74.0	
人件費	2,647	2,654	34.6	・外国籍社員の採用コスト、教育コストの増加
水道光熱費	308	329	4.3	・夏の酷暑による電気代の増加
地代家賃	1,055	1,077	14.0	・店舗賃料の増加
営業利益 (△は営業損失)	△390	△503	△6.5	
EBITDA	△243	△335	—	
経常利益 (△は経常損失)	△400	△516	△6.7	
親会社株主に帰属する 当期純利益 (△は当期純損失)	△550	△930	△12.1	・減損損失 通期300百万円計上による影響

② 新規出店の推進 店舗推移

店舗数を拡大を目指す（直営店+FC店）



- 2026年1月期出店計画：144店舗(直営+FC) → 実績：133店舗（計画未達）
※2026年1月期において新規直営1店舗出店、フランチャイズ1店舗を直営化
※計画未達の主な理由につきましては、直営9店舗、フランチャイズ1店舗の撤退及びフランチャイズ店の新規開拓の伸び悩みが挙げられます。

ダンダダン エリア別店舗数

首都圏

直営店を中心に店舗展開

地方

FC店を中心に店舗展開

中京圏

愛知 0 9

岐阜 0 1

三重 0 1

その他地域

北海道 0 1

宮城 0 2

広島 0 1

愛媛 0 1

福岡 2 1

大分 0 1

関東圏

東京 72 8

神奈川 16 3

埼玉 5 1

栃木 0 1

関西圏

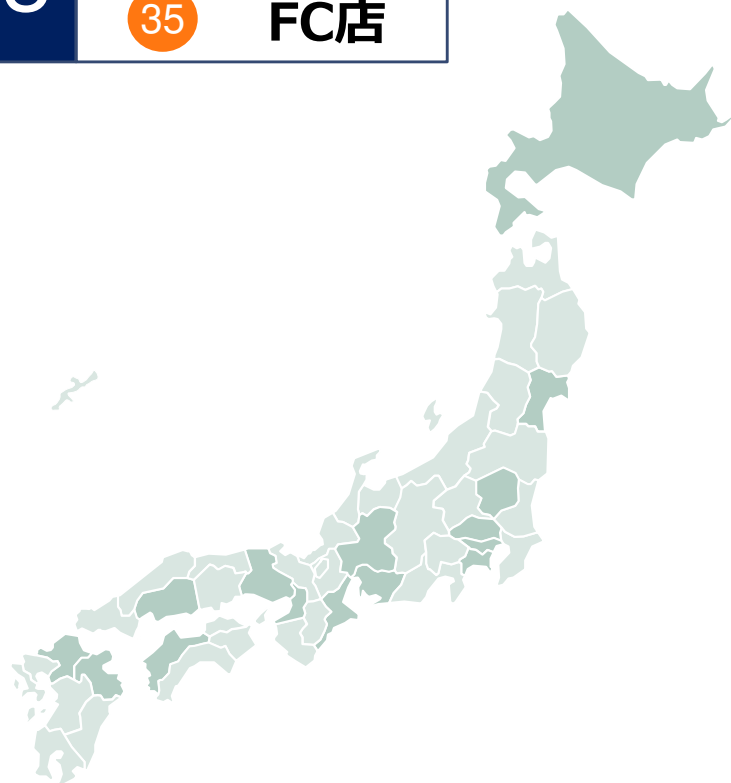
大阪 3 2

兵庫 0 2

133

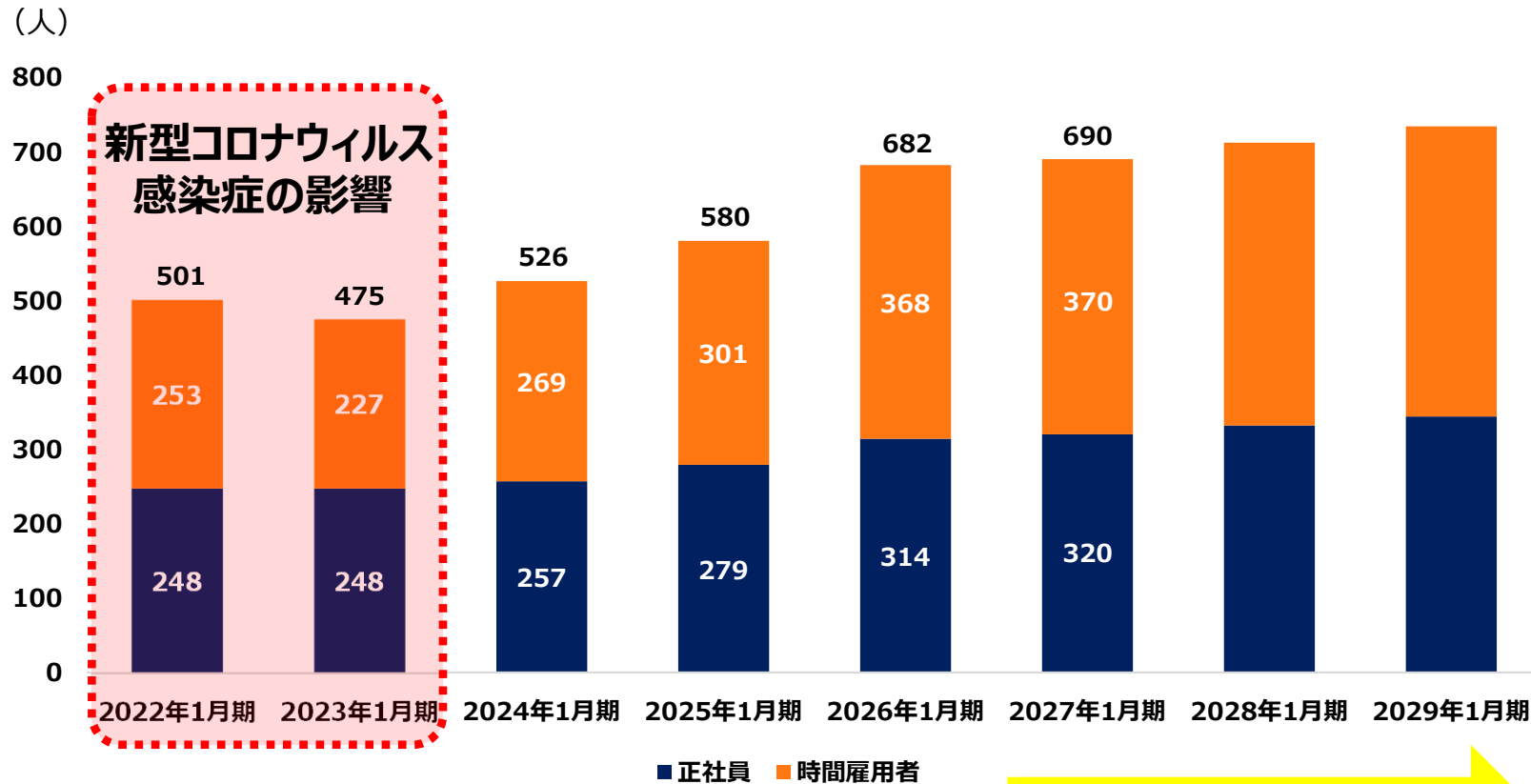
98 直営店

35 FC店



③ 人材採用・育成の強化

成長に必要な人員も順調に確保



- 正社員においては、中途採用だけでなく新卒採用やリファラル採用も実施しております。
- 2027年1月期以降は各店舗に2名以上の正社員の配置を維持できるよう採用を続けてまいります。
- 2026年1月期の人員につきましては、株式会社ダングダンでの正社員数15名、及び外国籍人材の教育のための時間雇用者の増加、株式会社GRIP FACTORYの工場稼働率向上のための正社員数20名増加等により、前期計画より多い実績となっております。

※時間雇用者数は雇用人数を1人あたり1日8時間で換算し算出

④ 安全・安心な食の提供

衛生管理

主な取り組み及び対応内容

HACCP

毎日の確認
衛生管理計画に基づき

従業員の体調管理
出勤者への検温確認

店舗衛生検査

回数：年4回
専門業者へ依頼
内容：設備ふき取り検査
食材検査
従業員の手指ふき取り検査
(一般生菌、大腸菌、黄色ブドウ球菌)
設備環境検査

検便検査

回数：年2回
専門業者へ依頼

対象者：店舗従業員

⑤ 経営管理体制の強化

業務の適正を確保するための体制の運用状況

① コンプライアンスに関する取り組み状況

取締役及び使用人に向けて、コンプライアンスの重要性に関するメッセージを定期的に発信し、研修等を実施することで、コンプライアンス意識の向上に向けた取り組みを行いました。また、リスクコンプライアンス委員会を設置し、月1回の定例会議のほか緊急の場合は臨時で開催するようしております。

② リスクマネジメントに関する取り組み状況

当社の損失の危機に関する事項は、毎週開催される幹部等による会議で検討・協議され、リスクコンプライアンス委員会に定期的に各組織から報告が行われました。

③ 職務執行の適正性及び効率性確保に関する取り組み状況

月1回以上の取締役会を開催し、会社の経営に関する重要な事項等について十分な協議を行いました。

④ 監査役の監査について

監査役は、取締役会及び経営会議に参加し、業務執行の状況を監督しました。また、代表取締役と定期的に意見交換も実施しました。

設備の新設、除却等の計画

● 設備の新設予定

単位：百万円

事業所名 (所在地)	設備の内容	投資予定額 ※ 1		資金調達方法	着手及び完了予定年月		完成後の増 加能力 (客席数)
		総額	既支払額		着手	完成	
肉汁餃子のダンダダン 出店 未定	店舗設備及び保証金	未定 ※ 1	—	自己資金又は 借入金	未定	未定	※ 2

- ※： 1. 投資予定金額の総額については未確定であるため、未定としております。
2. 現時点において見積もることが困難であることから、記載しておりません。
3. 2026年1月期の設備投資につきましては、直営1店舗の新規出店、既存4店舗のリニューアル工事の実施により設備投資総額は175百万円となりました。
なお、設備投資総額には差入保証金を含んでおります。

● 設備の除却等

2025年9月7日に別府店、大森店、青葉台店、駒込店が撤退いたしました。

2026年1月31日に学芸大学店、中野店、北綾瀬店、ひばりが丘店、本八幡店が撤退いたしました。

進捗の開示

- **情報の開示** 以下のスケジュールにて報告をしてまいります

項目	期間	年間回数	内容	提出先
月次報告	1ヶ月	12	売上、客数、客単価の前年比	東京証券取引所
四半期決算	3ヶ月	3	四半期ごとの決算短信	東京証券取引所
	6ヶ月	1	決算説明資料 (第2四半期(中間期)決算説明資料)	東京証券取引所
	6ヶ月	1	半期報告書	財務局
通期決算	12ヶ月	1	通期の決算短信	東京証券取引所
	12ヶ月	1	有価証券報告書	財務局
	12ヶ月	1	決算説明資料	東京証券取引所

※次回は2027年4月頃開示予定です。



V.リスク情報

リスク 1/4

- 有価証券報告書に記載した事業の状況、経理の状況等に関する事項のうち、経営者が財政状態、経営成績及びキャッシュ・フローの状況に重要な影響を与える可能性があるとして認識している主要なリスクは、以下のとおりであります

項目	主要なリスク	顕在化の可能性	顕在化の期間	顕在化した場合の影響度	対策
市場環境	弁当・惣菜等の中食市場の成長、競合他社との競争の激化、若年層のアルコール離れや少子高齢化といった問題が生じる可能性	大	中期	大	デリバリー・テイクアウト等の対応強化
単一ブランド	当該ブランド自体が陳腐化したときには成長が減速する可能性	中	長期	中	複数の事業展開を視野に入れる
新規出店計画	当社グループの希望に沿った物件が確保できないことや、工事期間の延長が生じる可能性	小	短期	大	出店基準をベースに、慎重かつ、柔軟な出店計画を図る
出店後の環境の変化	競合店舗の出店や駅周辺の再開発など、環境が変化する可能性	小	短期	中	日常的な情報収集及び店舗運営力強化による顧客支持を図る
商標権	第三者が類似した商号を使用することにより当社グループのブランド価値が毀損される可能性	小	中期	小	日常的な情報収集を行い、法的な見解をもって対応する
食品の安全性	異物混入や食中毒等の食の安全性に関する問題が生じる可能性	大	短期	大	日常的な店舗衛生管理、外部衛生検査機関による調査を行い、かつ内部監査による実態調査を行い、衛生的な店舗運営を行う

・ 文中の将来に関する事項は、提出日現在において当社が判断したものであります。

リスク 2/4

項目	主要なリスク	顕在化の可能性	顕在化の期間	顕在化した場合の影響度	対策
商品表示	一部企業による産地偽装や賞味期限の改ざん等が発生する可能性	小	短期	中	直ちに該当商品を撤収し、取引先の変更を行う
材料価格の高騰	購入している原材料価格が高騰する可能性	大	中期	中	安定的な価格での購買契約を行い、価格の安定化を図る。また自然災害等による価格高騰の場合など、産地等を柔軟に選択することにより回避する
人材の確保・育成及び人件費の高騰	人材が確保・育成できない場合及び人件費が高騰する可能性	中	長期	中	安定的な採用と人材の定着を高める企業づくり及びギグワーカーの活用
減損損失	著しく収益性が低下した場合や退店の意思決定をする可能性	大	短期	小	店舗の出店時の収益性を慎重に検討し、運営による収益性の確保を行う
差入保証金・敷金	賃貸人の財政状況が悪化した場合には敷金及び差入保証金の回収が不能になる可能性	中	短期	小	与信管理及び契約更新時等、オーナーとの状況確認を行う
法的規制	各種法的規制を受けており、これらの法的規制に変更が生じる可能性	小	短期	小	各種法令を遵守し、改正等の場合は速やかに対応する

・ 文中の将来に関する事項は、提出日現在において当社が判断したものであります。

リスク 3/4

項目	主要なリスク	顕在化の可能性	顕在化の期間	顕在化した場合の影響度	対策
個人情報の管理	個人情報の漏えいや不正使用をされる可能性	小	短期	大	社内規程に則った厳重な管理体制のもと管理を行う
システム障害	災害、ソフトウェアまたはハードウェアの欠陥、コンピューターウイルスの感染等の附則の事態が発生する可能性	小	短期	中	社内パソコンの使用状況の監視による早期問題発見及び発生問題の即時対応を行う
自然災害	大規模な地震や台風等の自然災害が発生し、売上の低下や店舗の修繕等が発生する可能性	中	長期	大	災害に備えた保険加入を行い、発生時は速やかに状況把握を行い、最低限の被害に収める
ストック・オプションによる株式価値の希薄化	現在、付与している新株予約権について行使が行われた場合、株式価値が希薄化する可能性	大	短期	小	業績による企業価値の向上と発行数との最適化を図る
フランチャイズ加盟店	加盟店において当社グループブランドに悪影響を及ぼすような事態が生じる可能性	小	中期	中	スーパーバイザーによる店舗訪問等を行い、運営状態の適正確認及び必要な改善指導を行う
インターネット等による風評被害	マスコミ報道等による風評被害が発生・拡散される可能性	小	中期	中	風評調査を継続的に行い、発見後、速やかに対応を行う

・ 文中の将来に関する事項は、提出日現在において当社が判断したものであります。

リスク 4/4

項目	主要なリスク	顕在化の可能性	顕在化の期間	顕在化した場合の影響度	対策
特定人物への依存	店舗運営・メニュー開発・レシピ考案等において重要な役割を担う両名が、何らかの理由により業務執行できなくなる可能性	中	中期	大	組織の強化、権限の委譲による特定人物への依存度の軽減。優秀な人材の確保・育成への取組み強化を行う
借入金の利息	総資産に占める有利子負債（借入金、リース債務）の割合及び金利上昇の可能性	大	中期	小	常に状況把握し、適正な調達を行うとともに金融機関との金利交渉を行う
借入金の財務制限条項	借入契約に財務制限条項が付されたものがあり、これらの条件に抵触する可能性	中	中期	大	金融機関と期限の利益の喪失等について交渉を行う
資金使途	資金使途の効果が当社グループの想定と異なる可能性	中	短期	小	資金使途に沿った活用が出来ているかを確認し、適切な資金使途を行う
従業員への処遇	①短時間労働者の社会保険加入義務化の適用が拡大される可能性 ②労働規則等が強化・拡大する可能性	小	中期	小	人時生産性の向上を継続的に行い、コストの適正化を常時行う

・ 文中の将来に関する事項は、提出日現在において当社が判断したものであります。

免責事項及び将来見通しに関する注意事項

<将来見通しに関する注意事項>

- 本資料は投資家の皆様への情報提供のみを目的として株式会社NATTY SWANKYホールディングスが作成したものであり、いかなる有価証券の売買の勧誘を目的としたものではありません。
- 本発表において提供される資料および情報は、いわゆる「見通し情報」(forward-looking statements) を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。