



2026年3月期 通期

決算説明会資料

ヨネックス株式会社

証券コード:7906

2026年5月19日

1. 2026年3月期 通期決算	3
2. セグメント概況	8
3. 2027年3月期 業績予想	15
4. 配当	16
5. グローバル成長戦略(GGS)の進捗	17
6. Appendix	34

売上高

1,636 億円

前期比

+18.3%

営業利益

165 億円

前期比

+16.7%

親会社株主に帰属する
当期純利益

120 億円

前期比

+14.2%

売上高

- スポーツ市場が堅調な中、契約選手の活躍を活かした情報発信や「Head-to-Toe(頭からつま先まで)」での提案、販売チャネル強化等に取り組み、連結売上高は過去最高値を更新
- バドミントンでは、主力市場のアジアを中心に競技人気が続出し、需要も堅調に推移
- テニスでは、国際大会での選手活躍を背景にブランド認知が高まり、販売が伸長

営業利益

- 原材料価格の上昇や為替影響等があったものの、増収効果により売上総利益は増益
- 広告宣伝費や人件費等の販管費は増加したものの、売上総利益の増加が販管費の増加を上回り、過去最高益を計上

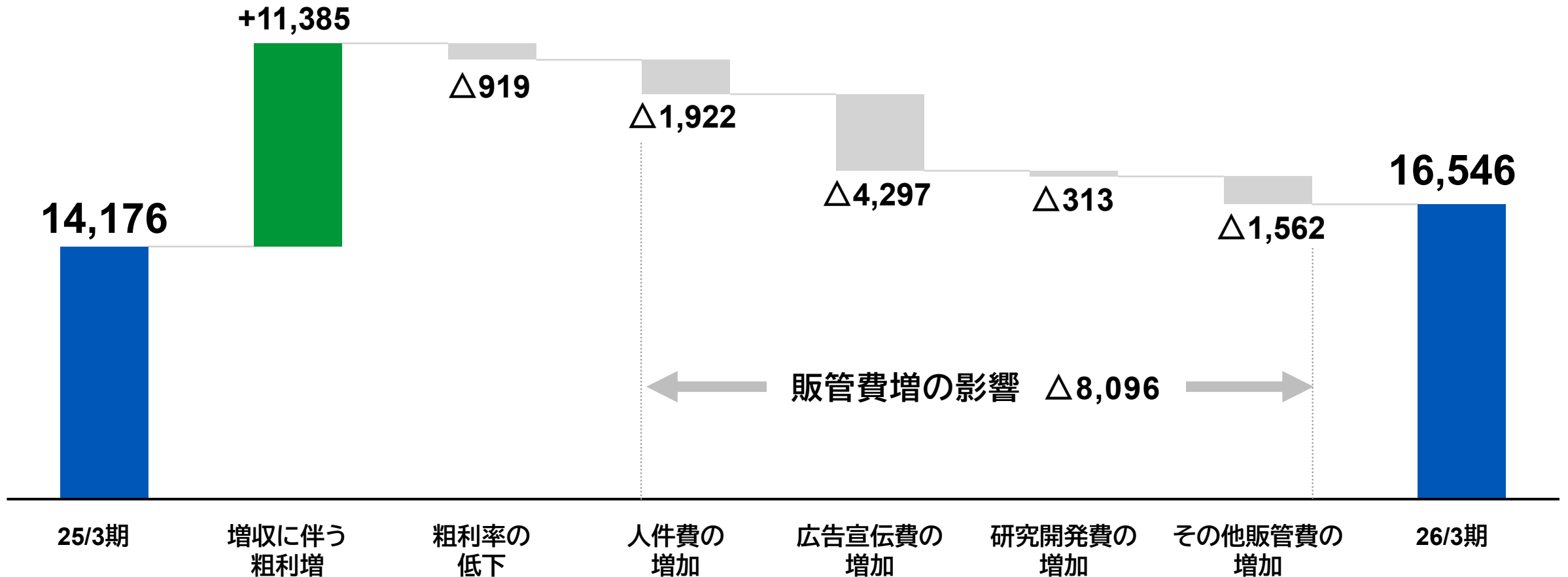
一 連結業績

	2025年3月期 実績	2026年3月期		増減率 (増減額)	(百万円)
		実績	売上比		2026年3月期 通期予想 (2025年11月7日修正)
売上高	138,276	163,643	—	+18.3% (+25,367)	162,000
売上総利益	62,061	72,527	44.3%	+16.9% (+10,465)	—
販管費	47,884	55,980	34.2%	+16.9% (+8,096)	—
営業利益	14,176	16,546	10.1%	+16.7% (+2,369)	16,200
経常利益	13,964	16,316	10.0%	+16.8% (+2,352)	15,600
親会社株主に帰属する 当期純利益	10,591	12,092	7.4%	+14.2% (+1,501)	11,600
1株当たり当期純利益(EPS)	122.96円	141.42円	—	+18.46円	135.76円
自己資本利益率(ROE)	16.3%	16.2%	—	△0.1pt	—

一 連結営業利益 増減分析

粗利率は低下も増収により粗利が増加。販管費は、ブランド認知拡大を目的としたマーケティング活動や国際大会での選手活躍を活かした情報発信による広告宣伝費や人件費が増加

(百万円)



一 連結貸借対照表

有形固定資産および有利子負債は、事業拠点整備のための不動産取得およびテニスラケット新工場関連の設備投資と、それらに伴う借入により増加

● 資産

	2025年3月末	2026年3月末	増減額
現預金	29,478	34,312	+4,834
受取手形・売掛金	20,003	22,655	+2,651
棚卸資産	20,005	24,196	+4,190
有形固定資産	30,607	37,423	+6,816
無形固定資産	1,725	1,452	△272
その他	7,731	8,580	+849
資産合計	109,551	128,620	+19,069

● 負債・純資産

(百万円)

	2025年3月末	2026年3月末	増減額
買掛金	10,402	11,115	+713
有利子負債	10,213	17,402	+7,188
その他	19,508	19,362	△146
負債合計	40,124	47,880	+7,755
自己資本	69,201	80,493	+11,291
非支配株主持分	224	247	+22
純資産合計	69,426	80,740	+11,313
負債純資産合計	109,551	128,620	+19,069

一 連結キャッシュ・フロー

グローバル成長戦略(GGS)に基づく成長投資に備えるため、必要な手元資金を確保

(百万円)

	2025年3月期	2026年3月期	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	12,978	9,485	△3,492
投資活動によるキャッシュ・フロー	△5,765	△10,035	△4,270
フリー・キャッシュ・フロー	7,213	△549	△7,762
財務活動によるキャッシュ・フロー	△2,614	4,501	+7,115
現金及び現金同等物に係る 換算差額	1,220	785	△435
現金及び現金同等物の増減額 (△は減少)	5,820	4,737	△1,082
現金及び現金同等物の残高	29,000	33,738	+4,737

- ・ 事業拠点整備のための不動産取得
- ・ テニスラケット新工場関連設備投資

- ・ 借入による収入

セグメントの概要

日本・アジア・北米・ヨーロッパの4つの地域別セグメントから成るスポーツ用品事業と、スポーツ施設事業で構成

(百万円)

セグメント		2026年3月期 実績		連結売上高 構成比	業績計上対象	
		売上高	営業利益		販売	製造
スポーツ用品 事業	日本	64,092	3,962	39.2%	<ul style="list-style-type: none"> ヨネックスジャパン(日本国内向け) 海外代理店向け* 	<ul style="list-style-type: none"> 新潟工場 東京工場 ヨネックス精機
	アジア	85,562	11,864	52.3%	<ul style="list-style-type: none"> ヨネックス中国 ヨネックス台湾 	<ul style="list-style-type: none"> ヨネックス台湾 ヨネックスインド ヨネックステクニファイバー(タイ)
	北米	7,358	256	4.5%	<ul style="list-style-type: none"> ヨネックス北米(アメリカ・カナダ) 	
	ヨーロッパ	6,077	506	3.7%	<ul style="list-style-type: none"> ヨネックスドイツ ヨネックスイギリス 	
スポーツ施設事業		552	△22	0.3%	<ul style="list-style-type: none"> カントリークラブ、ゴルフ練習場、テニスクラブの運営 	

※ 代理店を経由して販売している地域:東南アジア・インド・韓国・フランス・オーストラリア等

セグメント別売上高への為替影響

一部通貨の円高による為替換算のマイナス影響は下期の円安推移により限定的となり、売上高の伸長により増収

● 為替レート

	1RMB	1TWD	1USD	1EUR	1GBP
25/3期 (1-12月)	21.01円	4.71円	151.57円	163.94円	193.68円
26/3期 (1-12月)	20.81円	4.79円	149.70円	168.99円	197.24円
前期比	△1.0%	+1.7%	△1.2%	+3.1%	+1.8%

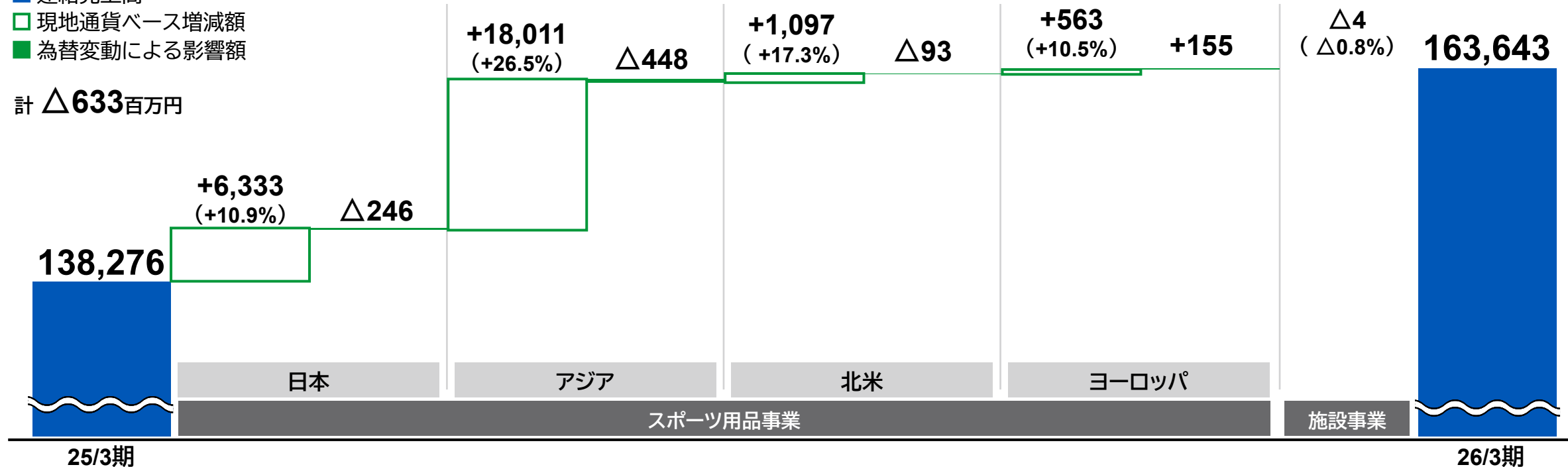
(百万円)

■ 連結売上高

□ 現地通貨ベース増減額

■ 為替変動による影響額

計 △633百万円



売上高

64,092百万円 前期比 +10.5%

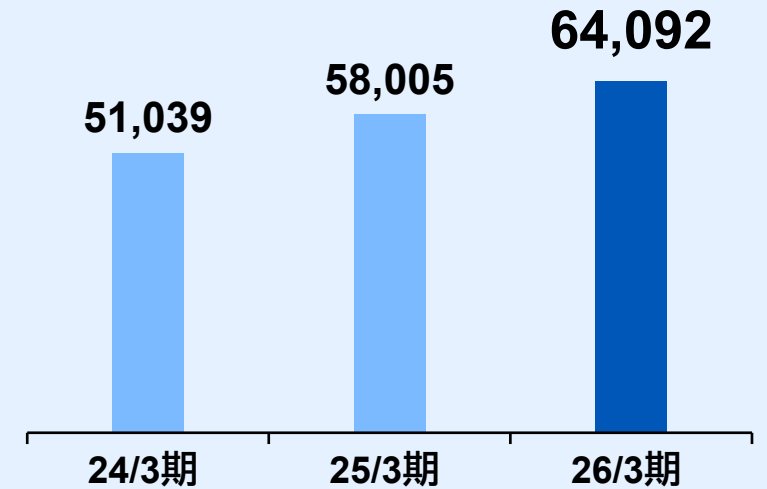
国内

バドミントンは需要が引き続き堅調で、ラケットでは幅広い価格帯で販売が増加したほか、ストリング等の販売も好調に推移し、増収。テニスは、ラケット、シューズ、ストリングを含む各種用品で販売が伸長

海外代理店

バドミントンはアジアでの需要が底堅く推移したほか、欧州でも競技活動の活発化を背景に販売が伸長。テニスでは契約選手の活躍を活かしたマーケティング活動が奏功し増収

(百万円)

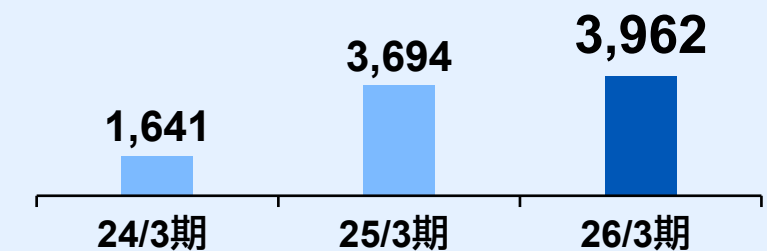


営業利益

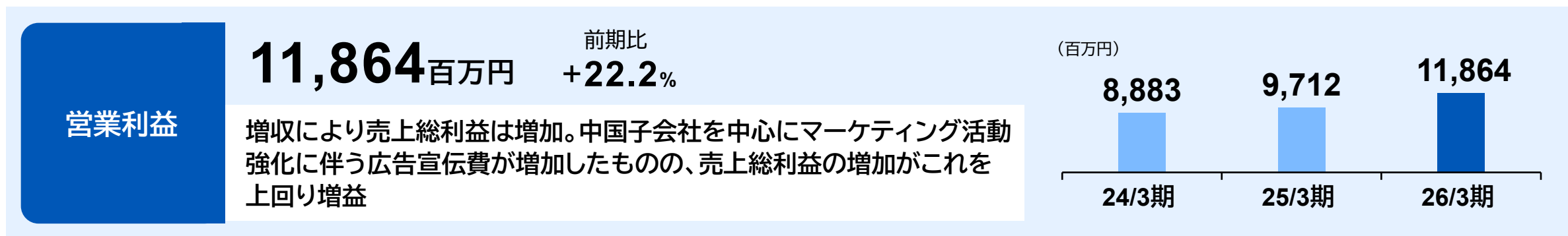
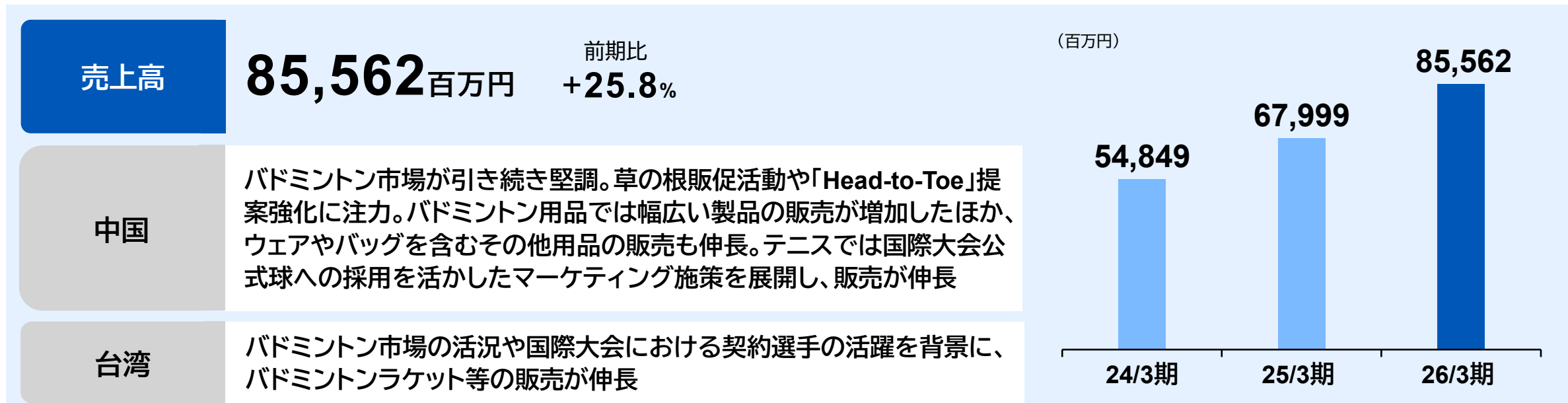
3,962百万円 前期比 +7.3%

増収効果により売上総利益は増加。販管費はグローバルでの広告宣伝費や人件費等により増加したものの、売上総利益の増加が販管費の増加を上回り増益

(百万円)



スポーツ用品事業 アジア



● 為替レート

	2025年3月期	2026年3月期	前期比		2025年3月期	2026年3月期	前期比
1RMB	21.01円	20.81円	0.20円 円高	1TWD	4.71円	4.79円	0.08円 円安

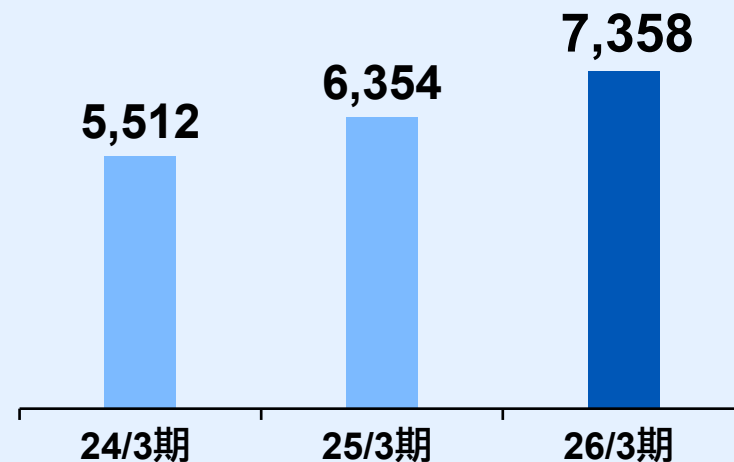
スポーツ用品事業 北米

売上高

7,358百万円 前期比 **+15.8%**

テニス用品はラケットを中心に販売が堅調に推移。バドミントン用品も競技活動の活性化を背景にラケット等の販売が増加。加えて、ウェア等
 その他用品の販売が伸長。DTCの取り組みとしてECサイトやポップアップストアの展開を通じ、お客様との直接的な接点強化に注力

(百万円)

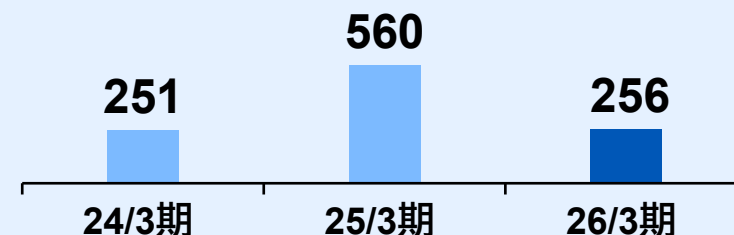


営業利益

256百万円 前期比 **△ 54.2%**

増収効果により売上総利益は増加したものの、人件費やマーケティング費用、DTC取り組みに伴う費用負担により販管費が増加し減益

(百万円)



● 為替レート

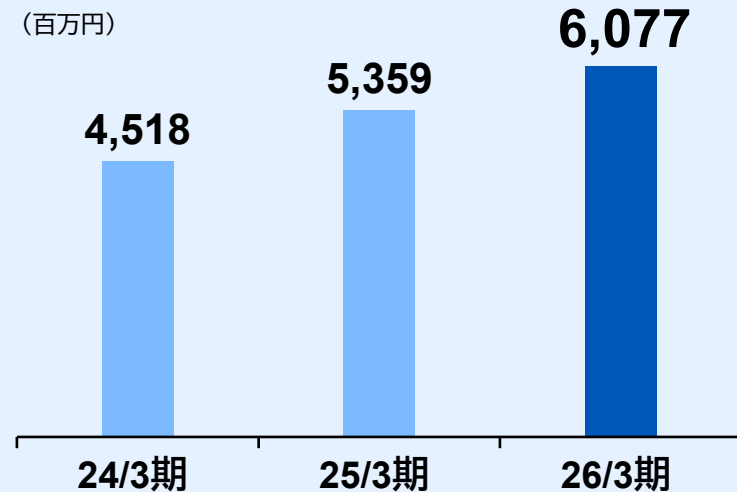
	2025年3月期	2026年3月期	前期比
1USD	151.57円	149.70円	1.87円 円高

スポーツ用品事業 ヨーロッパ

売上高

6,077百万円 前期比 **+13.4%**

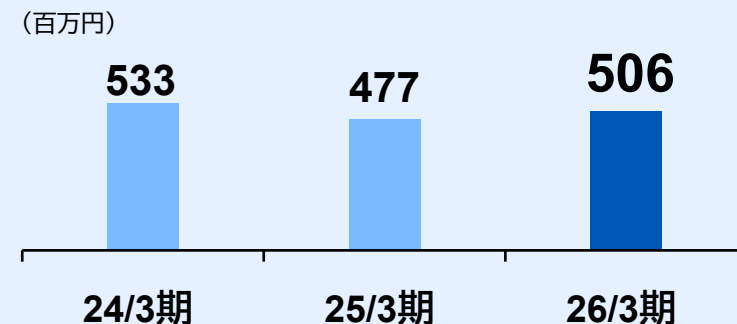
テニス用品は、契約選手の活躍を背景にブランド認知が向上し、ラケットを中心に販売が増加。バドミントン用品においても、国際大会開催等による競技の盛り上がりを背景に需要が堅調に推移し、ラケットを中心に販売が伸長



営業利益

506百万円 前期比 **+6.2%**

増収による売上総利益の増加が人件費やマーケティング活動に伴う広告宣伝費等の販管費の増加を上回り増益



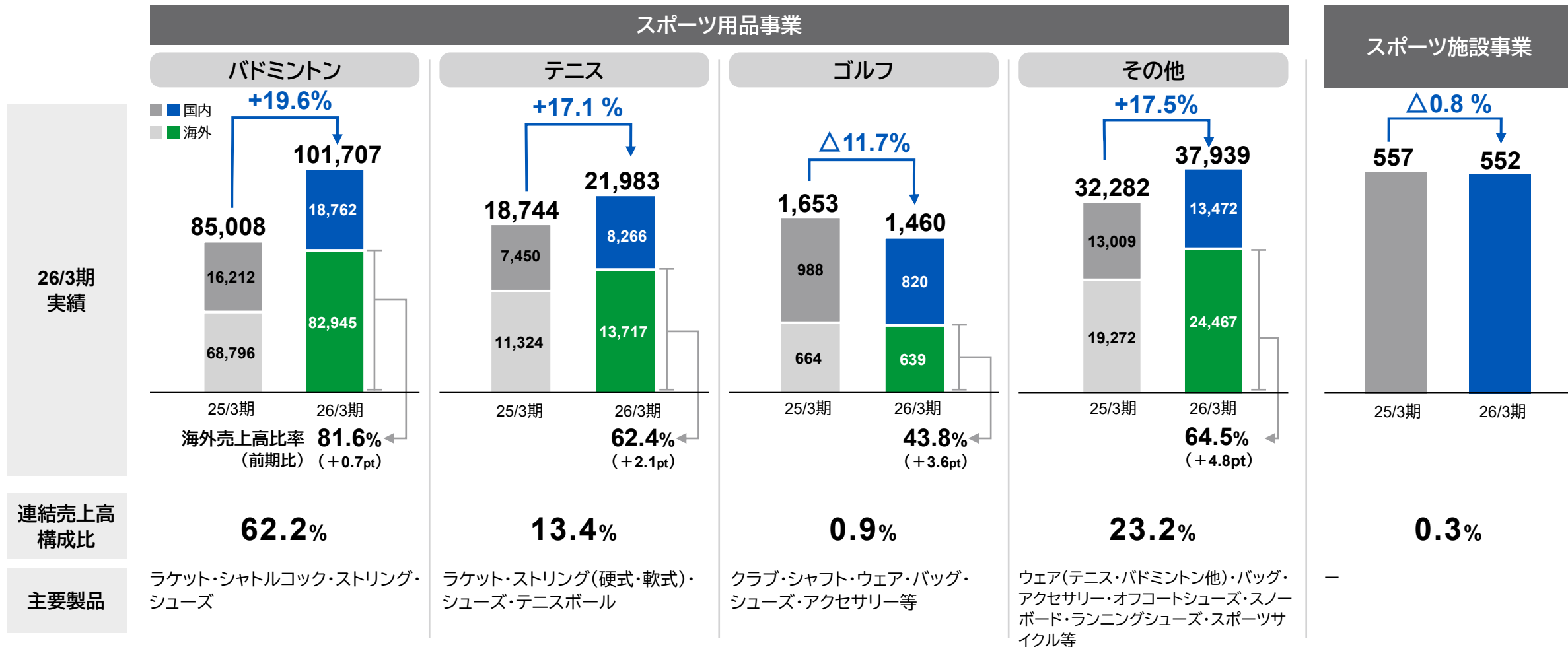
● 為替レート

	2025年3月期	2026年3月期	前期比		2025年3月期	2026年3月期	前期比
1EUR	163.94円	168.99円	5.05円 円安	1GBP	193.68円	197.24円	3.56円 円安

— 種目別売上高

バドミントンは引き続き市場が活性化し、国内・海外ともに増収。テニスも、契約選手の活躍による認知拡大等で国内・海外ともに増収。その他は中国を中心にウェア、アクセサリーの販売が増加

(百万円)



※ 海外代理店向け販売は、海外売上高に含む

— 2027年3月期 業績予想

外部環境は引き続き不透明な一方、スポーツ市場は一定程度堅調に推移する見通し。グローバル成長戦略(GGS)に基づき、成長基盤の強化を進め、持続的な成長を目指す

● 予想の前提

- 地政学リスクや原材料価格、物流費、調達・供給面への影響等により、事業環境は引き続き注意が必要だが、スポーツ市場は一定程度の堅調さを見込む
- GGSに基づく中長期的な成長に向けた基盤づくりを進めながら、グローバルでのお客様拡大や、競技のさらなる発展に向けた取り組みに注力し、持続的な成長を目指す
- グローバルでのブランド認知向上に向けたマーケティング投資と、事業基盤の強化に伴う人件費の増加等を見込む

● 為替レート (期中平均) (円)

	26/3期 実績	27/3期 予想
1RMB	20.81	22.5
1TWD	4.79	4.9
1USD	149.70	155
1EUR	168.99	180
1GBP	197.24	205

(百万円)	2026年3月期 実績		2027年3月期 予想		増減率(増減額)	
	上期	通期	上期	通期	上期	通期
売上高	79,532	163,643	89,000	178,000	+11.9% (+9,467)	+8.8% (+14,356)
営業利益	8,847	16,546	9,500	17,800	+7.4% (+652)	+7.6% (+1,253)
営業利益率	11.1%	10.1%	10.7%	10.0%	△0.4pt	△0.1pt
経常利益	8,199	16,316	9,400	17,600	+14.6% (+1,200)	+7.9% (+1,283)
親会社株主に帰属する 当期純利益	6,371	12,092	7,100	13,200	+11.4% (+728)	+9.2% (+1,107)

一 配当

期末配当は13円、年間配当金は25円を予定。2027年3月期は年間配当金28円を予定

● 基本方針

DOE(株主資本配当率)3%程度を目安とし、中長期的な安定配当を実施

	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期	2027年3月期 予想	
1株当たり配当金(円)	13.0	16.0	22.0	25.0	28.0	
中間配当金	普通	5.0	7.0	10.0	12.0	14.0
	特別	1.0	—	1.0	—	—
期末配当金	普通	5.0	7.0	10.0	13.0	14.0
	特別	2.0	2.0	1.0	—	—
DOE (%)	2.3%	2.4%	2.9%	2.9%	—	



グローバル成長戦略(GGS)の進捗

ー グローバル成長戦略(GGS)

2023年5月に策定したグローバル成長戦略(GGS)に沿って、取り組みを推進中

	GGG策定前	目指す姿
地域構成	東アジア中心	その他地域のさらなる成長
マーケティング	営業活動支援が中心	お客様起点の戦略
DTCとデジタル	地域ごとのデジタル・EC戦略	ヨネックスのDTCエコシステムを構築
IT	保守的なIT戦略	戦略の達成に向けたIT投資強化
ものづくり	カーボン技術の蓄積と、高性能、高品質な製品を生み出すものづくり	カーボン技術を軸に、全製品で「お客様起点」のイノベーションと高品質を実現

GGGの原動力=人財

コーポレート・カルチャーの進化

マーケティング: Head-to-Toe 戦略の具体化

ラケットで培った製品開発・ものづくりの知見を活かし、お客様のパフォーマンスをHead-to-Toeでサポート



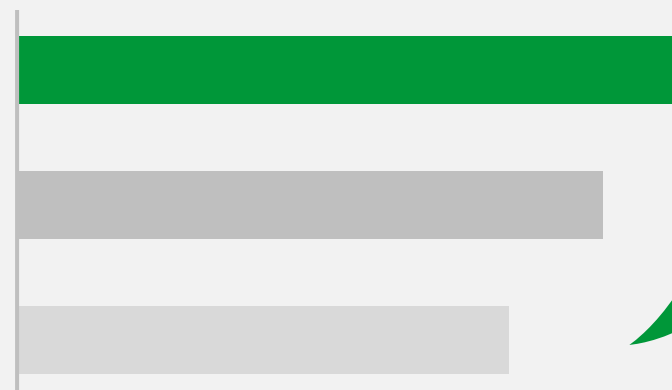
▲ MUSEカプセルコレクション



ラケットに加え、シューズ・ウェア・バッグなどを含めた提案を強化

売上高 成長 (ラケット除く)

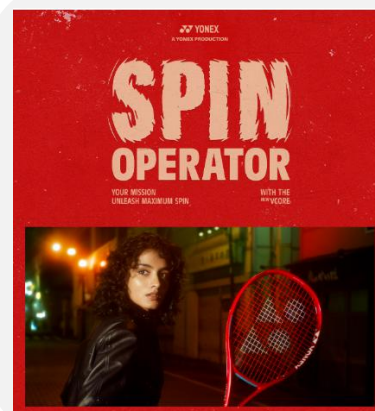
■ 2026/3期
■ 2025/3期
■ 2024/3期



30%超増
(2024/3期比 2026/3期)

成長を支える取り組み

- シューズのラインアップ拡充を通じ、幅広いお客様への提案を強化
- ラケットデザインと連動した統一感のある商品提案
- バドミントン各国代表モデルウェアの好調



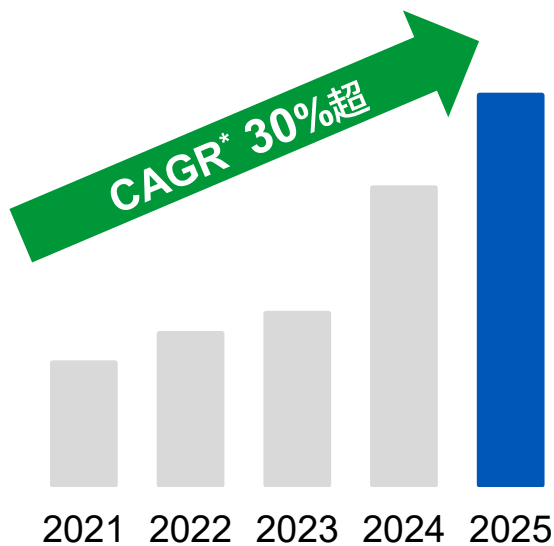
▶ [スピノペレーター](#) | [新VCORE](#) | [ヨネックス](#) (動画)

一 Head-to-Toe: 中国市場での展開

バドミントン需要を背景に、情報発信と現地ニーズに応じた商品展開により、中国市場でHead-to-Toe提案が進展

- 現地開発チームを中心に、中国のお客様の嗜好に合わせた商品開発を強化
- 国内アマチュア大会などで、ウェア・シューズを含む当社商品の着用が拡大

その他(ウェアを含む)カテゴリー
売上推移



トレーニング・オフコート向け商品を拡充し、
Head-to-Toe提案を拡大

*CAGR(Compound Annual Growth Rate): 年平均成長率

一 Head-to-Toe: テニスにおける展開

選手の活躍と主要大会での接点拡大により、テニスでのHead-to-Toe展開を強化

2026年全豪オープンにおける Head-to-Toeの広がり



- Head-to-Toe着用のエレーナ・ルバキナ選手がシングルスタイトルを獲得
- シングルスにHead-to-Toe選手計**42**名が出場
内訳: プロ18名、ジュニア24名

国際大会における取り組み



▶ ツアープラチナム
ITF公認球

- ATPアジアスイング3大会※1で、YONEX TOUR PLATINUMが大会公認球に採用(2025年～)



▶ BNPパリバ・オープンのオフィシャル
ストリンガーを担当(2026年～)



▶ 全豪オープンのオフィシャルストリンガー
を継続して担当(2026年で**11**年目)

※1: ATP Asia Swing大会:上海マスターズ(ATP1000)、木下グループジャパンオープン(ATP500)、成都オープン(ATP250)

ー DTC: ヨネックスのDTCエコシステムに向けて

ブランドとの接点、購買機会を広げる基盤として、ヨネックスのDTCエコシステムを強化

DTC 売上高(連結)

2026年 3月期

40%超増

2025年 3月期

ポップアップ
(NY、LA、上海)



大会・地域と連動し、
新たなお客様との
接点を創出

写真: ニューヨーク

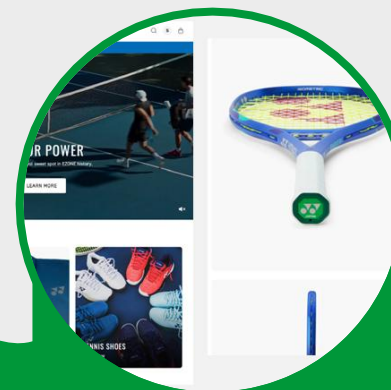
ショールーム
(東京、大阪、上海)



商品理解を深める
体験機会を提供

写真: 大阪

Eコマース
(各国)

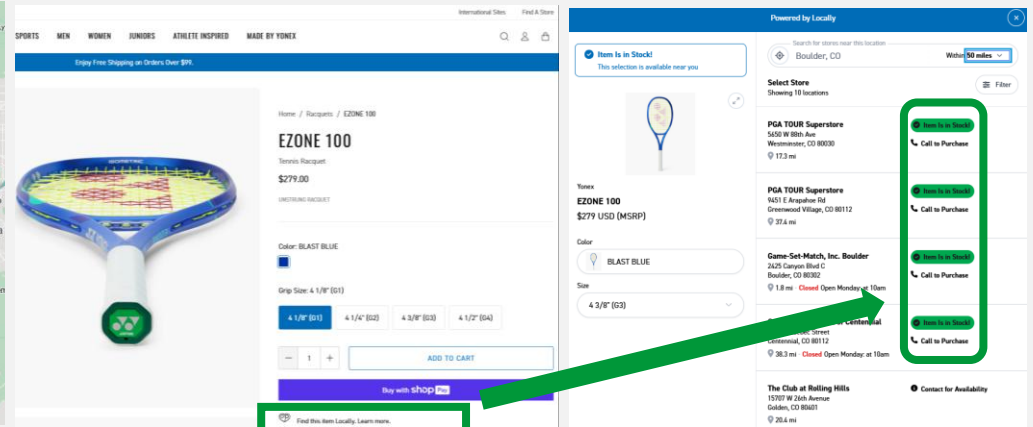
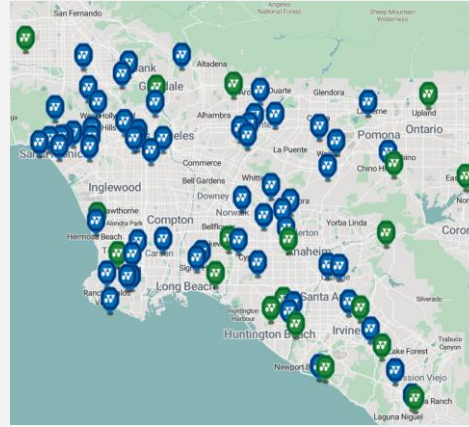
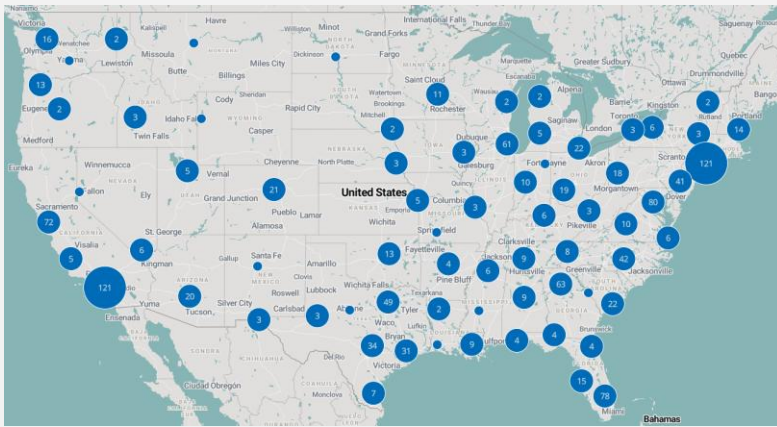


オンライン上での
商品情報及び
購買機会を拡充

一 DTC: 米国市場での進展

米国ECサイトの開設を起点に、オンライン・オフライン双方でお客様との接点が拡大

ECと店舗ネットワークの連携



- 2025年4月に米国ECサイトを開設
- 通常のオンライン購買に加え、近隣店舗の検索や、オンラインで購入した商品を店舗で受け取るBOPIS (Buy Online, Pick Up In Store) が一部店舗で利用可能に

サイト上掲載のヨネックス製品取り扱い店舗

2025年 4月 **940**店舗 → 2026年 4月 **約1,200**店舗へ増加



約**1,200**

940

2025年 4月

2026年 4月

— オフライン接点の拡大: 上海マスターズと連動したテニスポップアップ

大会と連動したポップアップを通じ、商品体験とお客様との接点を拡大

大会連動型ポップアップの展開

ATPアジア主要3大会
公式球採用を
伝えるコンセプト



KINOSHITA GROUP
JAPAN OPEN
TENNIS CHAMPIONSHIPS



体験を通じたブランド理解の促進



ラケット、シューズ、
ウェア、バッグなどを
一体的に紹介



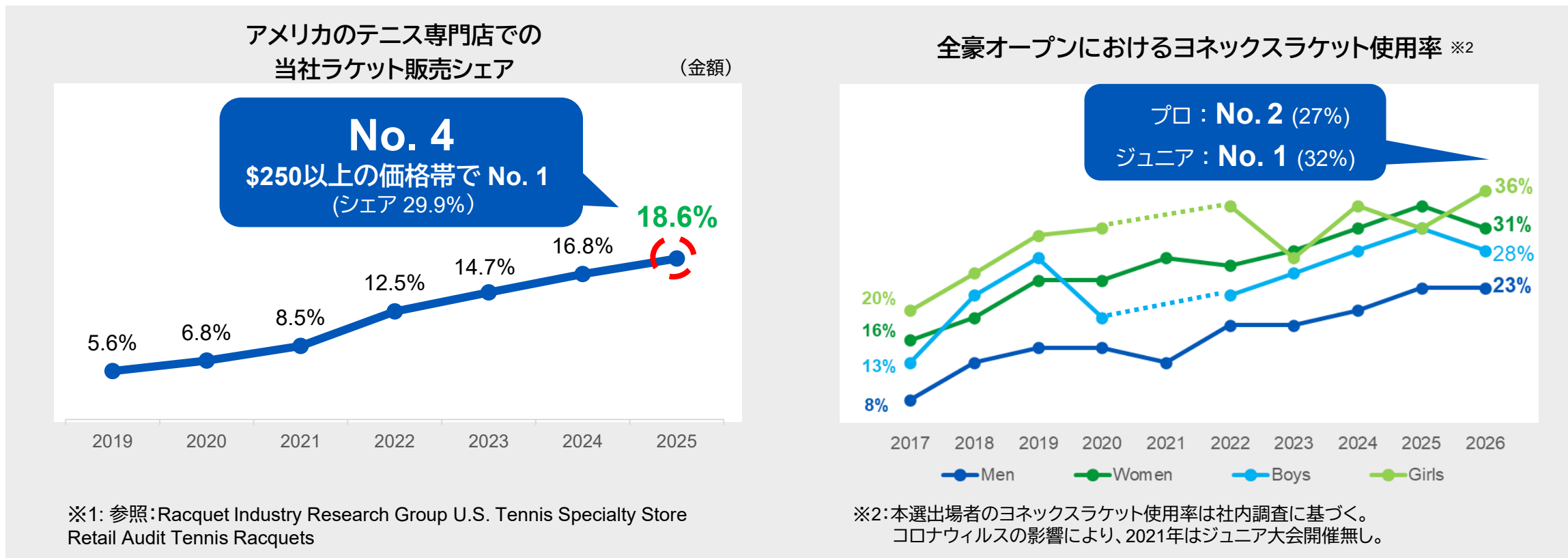
体験型コンテンツや
参加型プログラムにより、

ブランド体験を
提供



テニス：お客様層の拡大に向けて

トップレベルでの使用状況や米国市場での販売実績をもとに、より幅広いお客様への広がりを目指す



- ラケットカテゴリーにおける販売実績

EZONEはアメリカのテニス専門店において、2025年通年で数量・金額ともにシリーズ別販売No.1※1

- 主要大会におけるラケット使用状況

プロ・ジュニア双方での使用率向上を、幅広いプレーヤー層への広がりにつなげる

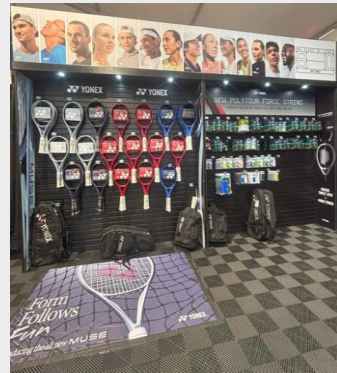
ー テニス：アメリカ主要大会での販売実績

BNPパリバ・オープン、マイアミ・オープンの公式ブースにおける販売実績合計が伸長



2025年比 **+約50%** ※1

2026 ヨネックスラケット販売数量

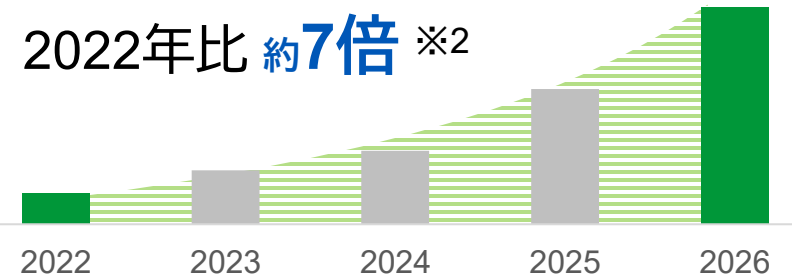


BNPパリバ・オープン
(2026年3月、アメリカ)



マイアミ・オープン
(2026年3月、アメリカ)

2022年比 **約7倍** ※2



ヨネックス テニス関連商品売上高



※1：BNPパリバ・オープンとマイアミ・オープンの公式ブースにおける当社ラケット売上数量合計

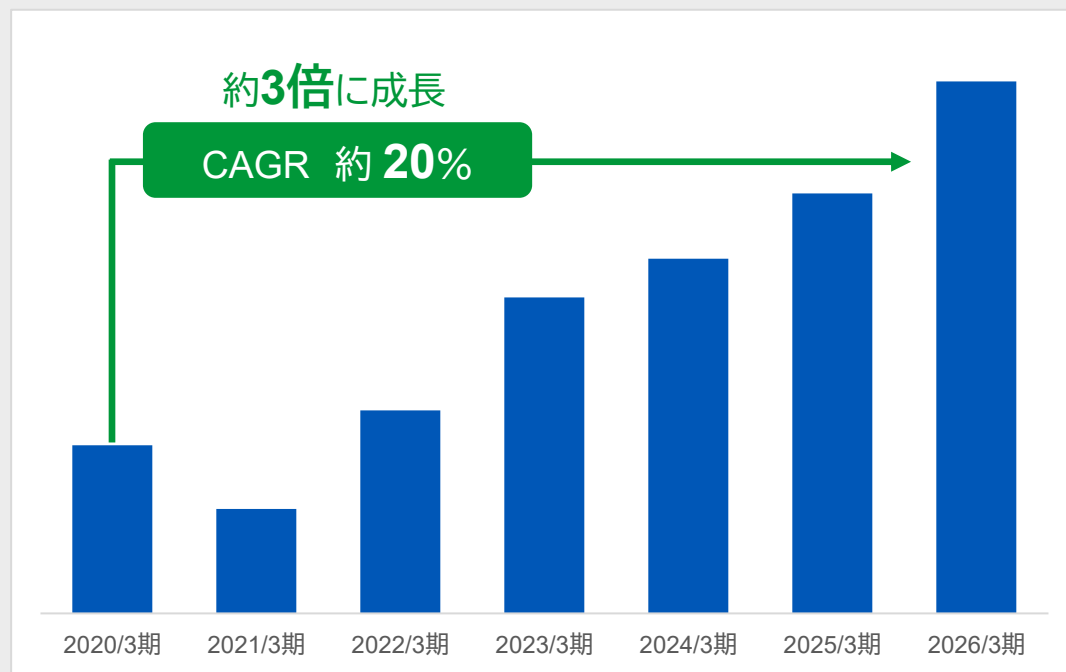
※2：BNPパリバ・オープンとマイアミ・オープンの公式ブースにおけるヨネックスの全てのテニス関連製商品の売上

ー バドミントン: インド ファン層の広がり と 売上成長

重点市場のインドにおいて、競技の普及発展に向けた活動、自社工場での生産拡大により売上が成長

インド市場向け売上成長

日本からの販売に加え、
インド製造子会社の売上も大きく成長



※ 日本からのインド向け販売(輸出・仲介)と、インド製造子会社の売上の合計

バドミントン競技の普及発展に向けて

イベントや国際大会によるファン層の拡大

Legend's Visionの開催



▲ サイナ・ネワル選手(インド)



一ものづくり： バドミントン競技の持続的な発展に向けたイノベーション

ラケット以外の領域でも技術開発を進め、競技環境の変化に対応する新たな選択肢を提案

シンセティックフェザー シャトルコック 「CROSSWIND70」

翼部

多孔質ナイロンにより、
軽さとしなやかさを両立

軸部

ナイロン×カーボン構造により、
高耐久かつ安定した飛行性能
を実現

コルク部

天然コルクを採用し、信頼性の
高い打球感を提供



「製品コンセプト」

天然羽根に近い飛行性能と、
アスリートが信頼できる打球感を
人工素材で追求。

練習から競技レベルまで対応する
性能・品質と、
将来的なリサイクルを見据えた
環境配慮設計。

ものづくり：シューズ領域における技術進化

新構造「GRPHT THRTTL」を競技用モデルに搭載し、バドミントンシューズの機能性を強化

バドミントンシューズ 「SUBAXIA GT」

新構造「GRPHT THRTTL」

ヨネックスの最新素材
「POWER CUSHION® REV」

×

「POWER CARBON」
を融合した次世代モデル

高いクッション性と
優れた復元力・反発力を両立し、
次の一歩への推進力を最大化



「製品コンセプト」

THE ONLY WAY IS UP

ジャンプスマッシュや
ネットプレーなど、
上下・前後の立体的な動きに対応。

高いクッション性と反発性で、
パワフルかつ攻撃的なプレーを支える。

—ものづくり：生産体制の強化

新工場の稼働・着工を通じ、需要拡大に対応する供給基盤の整備を推進

新潟テニス新工場完成(2025年6月)

生産 テニスラケット



富山バドミントン新工場

生産 バドミントンラケット & バドミントンストリング

着工予定

2026年 8月



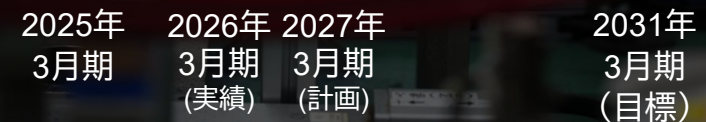
完成予定

2027年

テニスラケット生産能力の拡大

既存工場と合わせた
テニスラケット増産量

約1.7倍






コーポレートカルチャーの進化

GGG実行の原動力である人財が力を発揮できるコーポレートカルチャーを醸成

目指すカルチャー：「世界のお客様のために楽しみながら競い合う」




社内コミュニケーションの戦略策定と始動

会社方針やパーパス&ミッションの理解浸透に向けた社内コミュニケーションの強化

-  国内全拠点の従業員を対象に社内コミュニケーション実態調査を実施
-  海外拠点の社内コミュニケーションの運用状況を調査
-  調査結果を踏まえた課題を整理、3か年戦略と2027年3月期施策を策定



キャリアパスの整備

等級制度を基軸に、役割・責任とキャリアパスを明確化

-  等級制度を基軸とした人事運用へ移行
-  マネジメントパスに加え、スペシャリストパスを新設
-  役割・責任を明確化し、ポジションごとの呼称を整理・一本化

ウェルビーイングの推進



従業員の心身の健康を支え、いきいきと働ける環境づくりを推進

-  健康管理・メンタルヘルス対応、スポーツ活動促進、子育て支援等を実施
-  「健康経営優良法人2026 大規模法人部門」に認定



DE&Iの推進

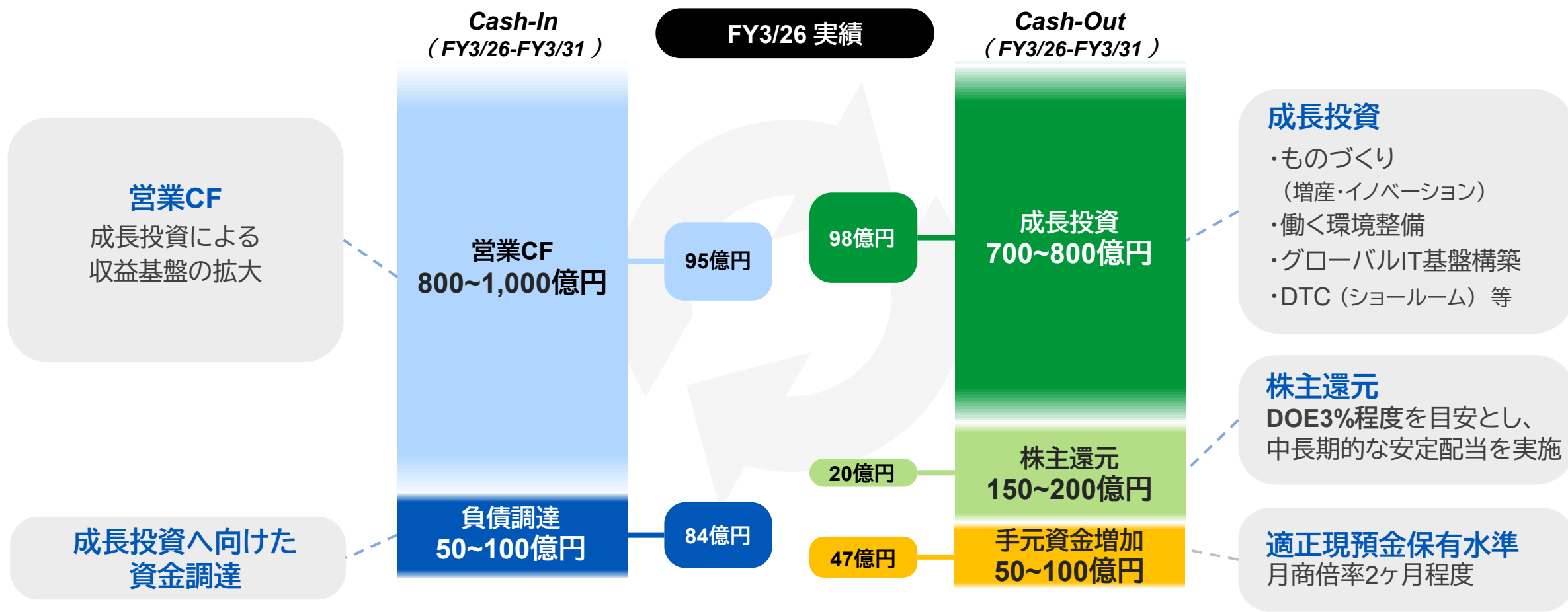
多様な人財が自分らしく力を発揮できる組織づくりを推進

-  2026年3月期時点の単体の女性管理職比率：31.2% (2031年3月期の目標30%に対して、前倒しで達成)
-  PWDA (People with Diverse Abilities = 多様な能力を持つ人々) 雇用への理解を深めるための研修を実施。(2025年4月開始。2026年4月までで国内全拠点の1,483名が参加。)



一 資本配分計画

創出するキャッシュを成長投資と長期安定的な株主還元に分



ー グローバル成長戦略(GGS) 2030年に向けて

先行き不透明な事業環境を踏まえ、以下を現状の数値目線とする。GGSに沿って投資を強化しつつ着実な成長を目指す

項目	指標	2031年3月期に向けた数値目線
成長性	売上高成長率	CAGR7~10% <small>Compound Annual Growth Rate 年平均成長率</small>
収益性	営業利益率	10% 以上
資本効率	ROE <small>Return On Equity 自己資本利益率</small>	13% 以上



Appendix

— 参考：国内／海外法人の決算期について

日本セグメント(国内事業・海外代理店向け販売)は3月決算、海外現地法人は12月決算であり、連結決算における対象期間は以下のとおり

● 2026年3月期 通期連結決算の対象期間(会社別)

	2025年												2026年		
	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
日本セグメント (国内+海外代理店向け)				第1四半期 (1Q)			第2四半期 (2Q)			第3四半期 (3Q)			第4四半期 (4Q)		
アジア、北米、 ヨーロッパセグメント (海外子会社)	第1四半期 (1Q)			第2四半期 (2Q)			第3四半期 (3Q)			第4四半期 (4Q)					

ー セグメント別売上高推移

(百万円)

	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期
日本 (国内+海外代理店向け)	37,515	47,750	51,039	58,005	64,092
アジア (子会社)	30,968	49,662	54,849	67,999	85,562
北米 (子会社)	3,194	5,257	5,512	6,354	7,358
ヨーロッパ (子会社)	2,336	3,815	4,518	5,359	6,077
施設事業	469	533	522	557	552
連結売上高	74,485	107,019	116,442	138,276	163,643

日本セグメント

日本国内向け及び海外代理店向け販売
(東南アジア、インド、韓国、フランス、オーストラリア等)

アジアセグメント

中国・台湾・インド・タイ子会社

北米セグメント

北米子会社(アメリカ・カナダ)

ヨーロッパセグメント

イギリス・ドイツ子会社

一 地域別(仕向地別)売上高推移

(百万円)

	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期
日本	28,252	32,146	33,914	38,217	41,874
海外売上高	46,232	74,873	82,528	100,058	121,769
アジア地域	38,095	59,122	66,418	80,677	99,443
北米地域	3,194	5,263	5,512	6,354	7,385
ヨーロッパ地域	3,484	8,662	8,823	10,936	12,122
その他	1,458	1,824	1,773	2,089	2,817
合計	74,485	107,019	116,442	138,276	163,643
海外売上高比率	62.1%	70.0%	70.8%	72.3%	74.4%

日本 | スポーツ施設事業を含む日本事業
アジア地域 | 中国・台湾・東南アジア・韓国・インド 他
北米地域 | アメリカ・カナダ

ヨーロッパ地域 | ドイツ・イギリス・デンマーク・フランス 他
その他 | オーストラリア・中近東・中南米 他

※海外代理店向け販売は、海外売上高に含む

この資料に掲載しております当社の計画及び業績の見通し、戦略等は、当社が作成日時点において把握できる情報から得た判断に基づいています。あくまでも将来の予測であり、様々なリスクや不確定要素により、実際の業績と大きく異なる可能性が ございますことを予めご承知おきくださいますようお願い申し上げます。