

おなかいっぱいの**幸せ**を

2019年3月期第1Q 決算概要

イートアンド株式会社

(東証一部:証券コード2882)

 EAT&Co.®



決算概要

- ① 2019年3月期1Q 決算サマリー
- ② 損益の状況(連結)
- ③ 開店店舗の推移状況
- ④ トピックス

第1Q決算サマリー

業績の概況(連結)

売上高 69億 19百万円
(対前年同期比 104.9 %)
営業利益 1億 84百万円
(対前年同期比 106.1 %)
経常利益 1億 75百万円
(対前年同期比 107.4 %)

通期予想(連結)

売上高 300億 94百万円
(対前年同期比 106.8 %)
営業利益 8億 80百万円
(対前年同期比 114.1 %)
経常利益 8億 46百万円
(対前年同期比 114.0 %)

食品事業の状況

- ・「羽根つき餃子」(対前比107.7%)、「ぷるもち水餃子」(対前比107.9%)と当第1四半期も売上牽引
- ・新規販売を開始した「羽根つきチーズ餃子」が売上増に貢献
- ・製造単価低減継続
⇒ 利益率が更に向上し、利益増に寄与

外食事業の状況

- ・大阪王将の既存店売上100.7%と堅持
- ・大阪王将創業50周年に向けての準備施策実施
- ・海外店舗50店舗達成、第1四半期では6店舗出店、更なる店舗増を期す。

損益の状況（連結）

売上高は食品、外食共に前年比増。食品事業は前年比106.2%と伸長。

これにより売上高ならびに売上総利益を含む各利益何れも前年を上回る。

単位:百万円、%	2018年 3月期 第1Q	2019年 3月期 第1Q	対前期比
売上高	6,594	6,919	104.9
食品（構成比）	3,212 (48.7)	3,410 (49.3)	106.2
外食（構成比）	3,381 (51.3)	3,508 (50.7)	103.8
売上総利益	2,677	2,763	103.2
販売費及び一般管理費	2,504	2,578	103.0
営業利益	173	184	106.1
営業利益率	2.6	2.7	+0.0pt
経常利益	163	175	107.4
親会社株主に帰属する当期純利益	55	88	159.3

損益の状況__セグメント別（連結）

食品セグメントでは、第1四半期も焼き餃子・水餃子が売上続伸、利益共々堅調に推移。

外食セグメントは、前年の加盟金収入が発生しなかったことも影響し、第1四半期では増収減益で着地

単位：百万円、%		2018年 3月期 第1Q	2019年 3月期 第1Q	対前期比
食 品	売上高	3,212	3,410	106.2
	セグメント利益	144	206	142.6
	利益率	4.5	6.1	+1.5pt
外 食	売上高	3,381	3,508	103.8
	セグメント利益	95	50	52.7
	利益率	2.8	1.4	▲1.4pt

財務の状況（連結）

単位：百万円	2018年 3月末現在	2018年 6月末現在	ポイント
資産の部	15,004	14,985	
流動資産	7,678	7,486	売掛金の減少
固定資産	7,326	7,499	建物およびその他の増加
負債の部	10,186	10,074	
流動負債	8,436	8,381	未払金の減少
固定負債	1,750	1,692	長期借入金の減少
純資産の部	4,818	4,911	

（有形固定資産の補足） 2018年6月末の減価償却累計額 ： 4,443百万円
2019年3月期第1Qの設備投資額 ： 269百万円

2019年3月期の計画(連結)

単位:百万円、%		2018年3月期	2019年3月期	対前期比
売上高		28,166	30,094	106.8
	食品(構成比)	14,010 (49.7)	14,456 (48.0)	103.2
	外食(構成比)	14,155 (50.3)	15,637 (52.0)	110.5
売上総利益		11,253	12,278	109.1
販売費及び一般管理費		10,482	11,398	108.7
営業利益		770	880	114.1
	営業利益率	2.7	2.9	+0.2pt
経常利益		743	846	114.0
親会社株主に帰属する当期純利益		215	287	133.5

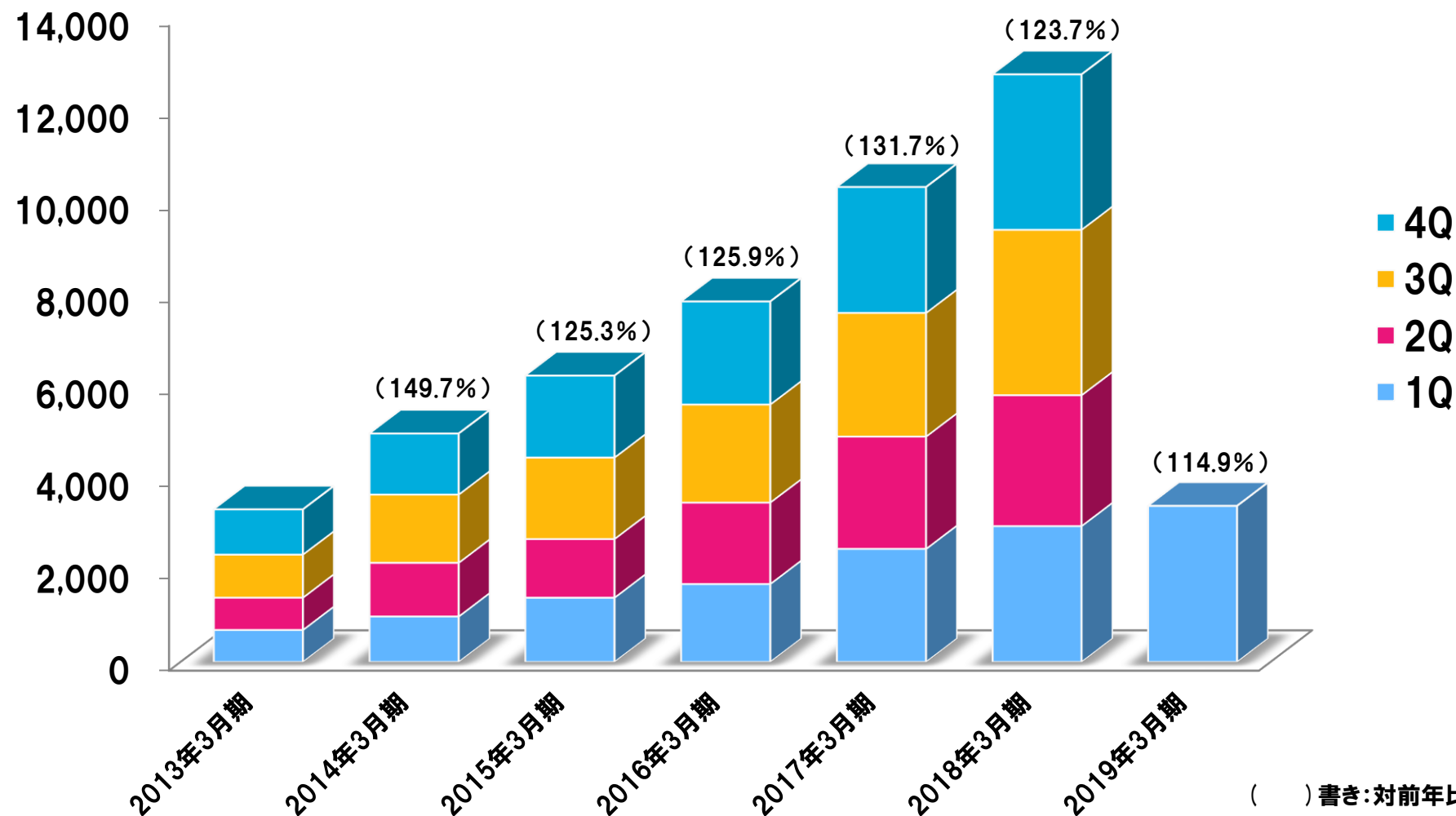
2019年3月期 セグメント別計画(連結)

単位:百万円、%		2018年3月期	2019年3月期	対前期比
食 品	売上高	14,010	14,456	103.2
	セグメント利益	606	699	115.4
外 食	売上高	14,155	15,637	110.5
	セグメント利益	391	484	123.7
全 社	売上高	28,166	30,094	106.8
	営業利益	770	880	114.1

生産量の推移

関東工場生産量推移

生産量(t)



開店店舗の推移状況（全体）

	2018年3月末 店舗数			2018年6月末 実績						2018年6月末 店舗数		
				出 店			退 店					
	直営	加盟	全店	直営	加盟	全店	直営	加盟	全店	直営	加盟	全店
大阪王将	30	322	352	0	4	4	0	7	7	30	319	349
ラーメン	17	24	41	1	0	1	0	0	0	18	24	42
よってこや	4	13	17	0	0	0	0	0	0	4	13	17
太陽のトマト麺	11	11	22	0	0	0	0	0	0	11	11	22
ビースト	2	0	2	0	0	0	0	0	0	2	0	2
その他	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	1
その他	18	11	29	3	0	3	0	0	0	21	11	32
カフェ・ベーカリー	15	9	24	2	0	2	0	0	0	17	9	26
海外	0	48	48	0	6	6	0	1	1	0	53	53
計	65	405	470	4	10	14	0	8	8	69	407	476
子会社	14	0	14	0	0	0	1	0	1	13	0	13
うち大阪王将	5	0	5	0	0	0	1	0	1	4	0	4
連結計	79	405	484	4	10	14	1	8	9	82	407	489

開店店舗の出店計画（全体）

	2018年3月末 店舗数			2019年3月期 計画						2019年3月末 店舗数		
				出 店			退 店					
	直営	加盟	全店	直営	加盟	全店	直営	加盟	全店	直営	加盟	全店
大阪王将	30	322	352	4	14	18	0	10	10	34	326	360
ラーメン	17	24	41	4	3	7	1	1	2	20	26	46
よってこや	4	13	17	2	0	2	0	0	0	6	13	19
太陽のトマト麺	11	11	22	2	3	5	1	1	2	12	13	25
ビースト	2	0	2	0	0	0	0	0	0	2	0	2
その他	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
その他	18	11	29	5	4	9	0	0	0	23	15	38
カフェ・ベーカリー	15	9	24	2	4	6	0	0	0	17	13	30
海外	0	48	48	0	20	20	0	3	3	0	65	65
計	65	405	470	13	41	54	1	14	15	77	432	509
子会社	14	0	14	7	0	7	0	0	0	21	0	21
うち大阪王将	5	0	5	5	0	5	0	0	0	10	0	10
連結計	79	405	484	20	41	61	1	14	15	98	432	530

新関東工場建設



羽根つき餃子・水餃子の
需要増加に対応



- ・所在地:群馬県邑楽郡板倉町泉野2丁目41-13
- ・敷地面積:20,334.74㎡
- ・投資総額:約35億円(土地・建物・設備)
- ・生産能力:約740t/月
※操業時点の生産能力
- ・工場着工:2018年11月予定
- ・竣工予定:2019年10月予定

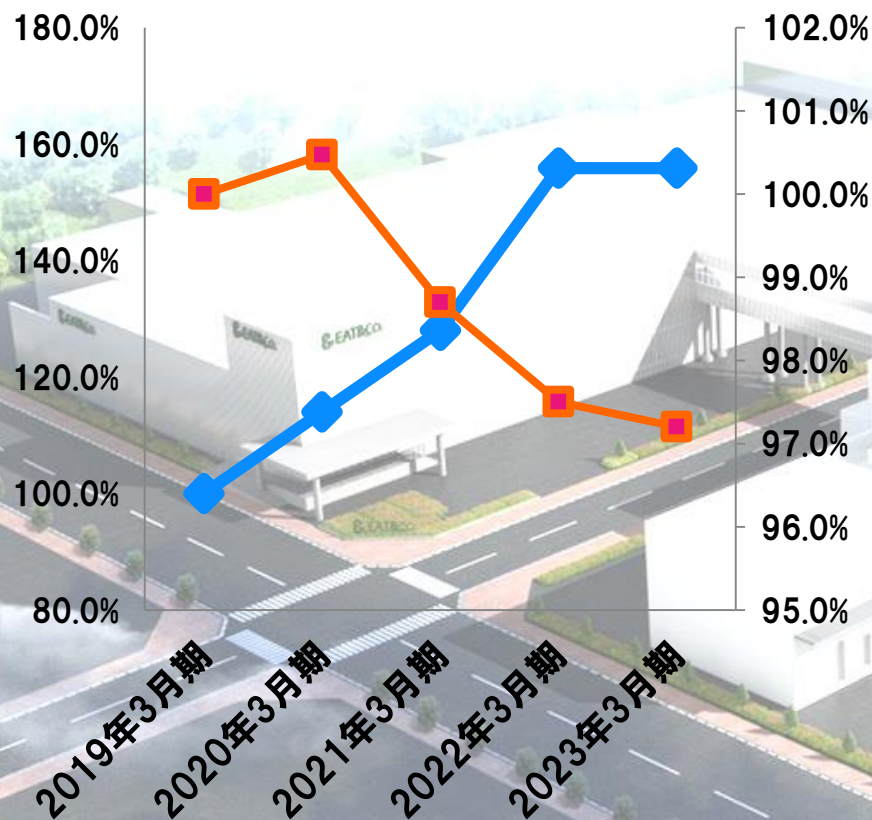


新株式発行・株式売出し

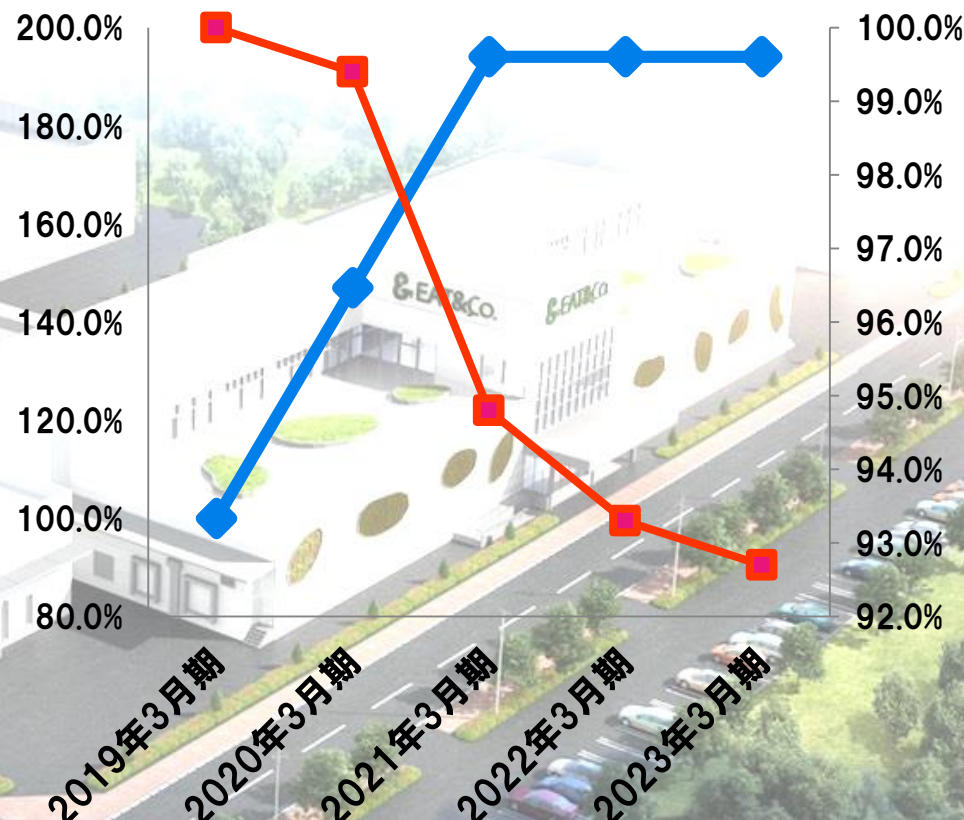
形態	国内新株式発行および売出し
募集株式数合計	合計1,564,000株
新株式数	1,200,000株
売出株式数	160,000株 (売出人:当社代表取締役会長 文野直樹150,000株、専務取締役 植月剛10,000株)
オーバーアロットメント株式数	204,000株
グリーンシュエーション	第三者割当型
条件決定日	2018年7月30日(月)
募集期間	2018年7月31日(火)～2018年8月1日(水)
払込日	2018年8月6日(月)
募集価格／払込金額	1,797円／1,713.16円
払込金額の総額	2,055百万円
ロックアップ	90日(当社、文野直樹、植月剛、有限会社ストレート・ツリー・エフ)
資金使途	新関東工場建設に係る設備投資資金
主幹事証券会社	野村證券株式会社

主力商品販売高売上見通し

焼餃子

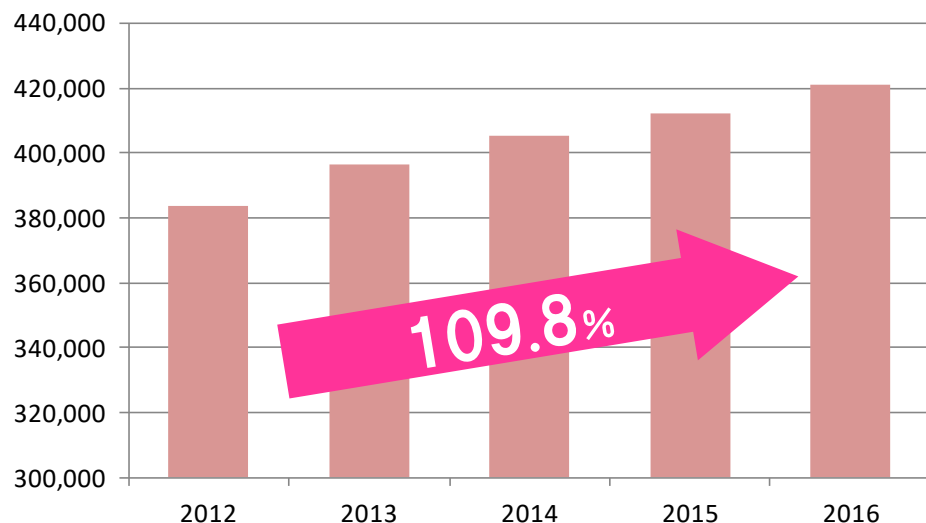


水餃子



●伸長率(左) ●逓減率(右)

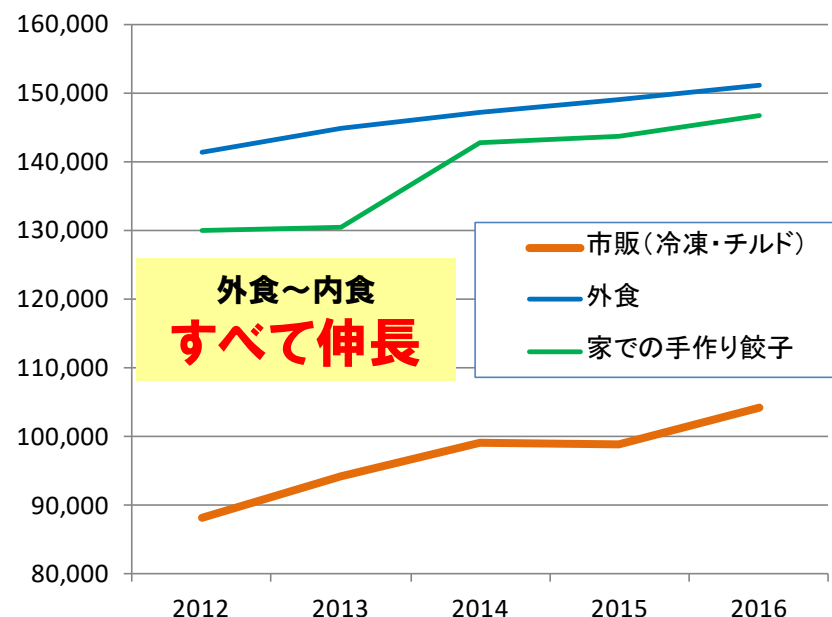
日本の餃子市場の伸長



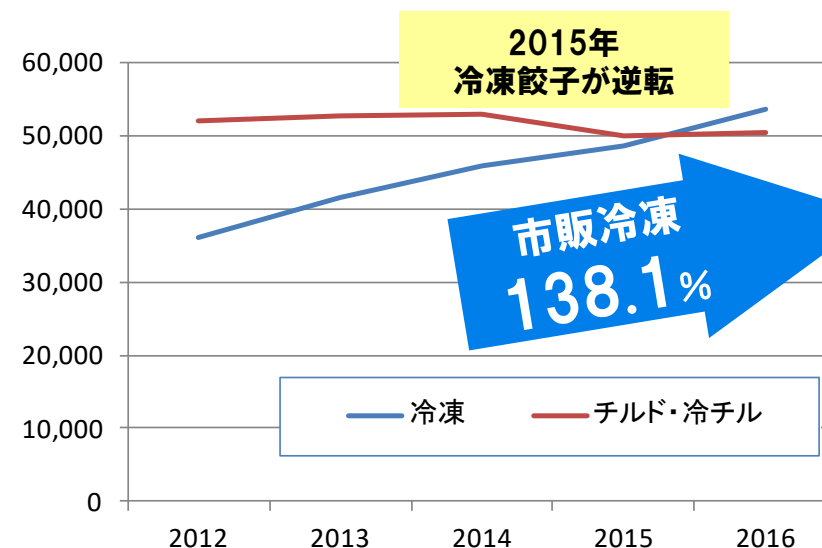
※餃子全市場に関する調査
富士経済委託調査 2017年4月

- ☆日本の餃子消費量は約4200億円
- ☆5年前と比較し109%へ伸長
- ☆特に市販冷蔵が牽引(5年で138.1%)
- ☆外食も餃子酒場など登場で伸長
- ☆家庭手作りもクックパッドなどアレンジで伸長

家も外食も餃子が人気



外食～内食
すべて伸長



2015年
冷凍餃子が逆転

市販冷凍
138.1%

当社餃子の伸長

(単位:百万円)

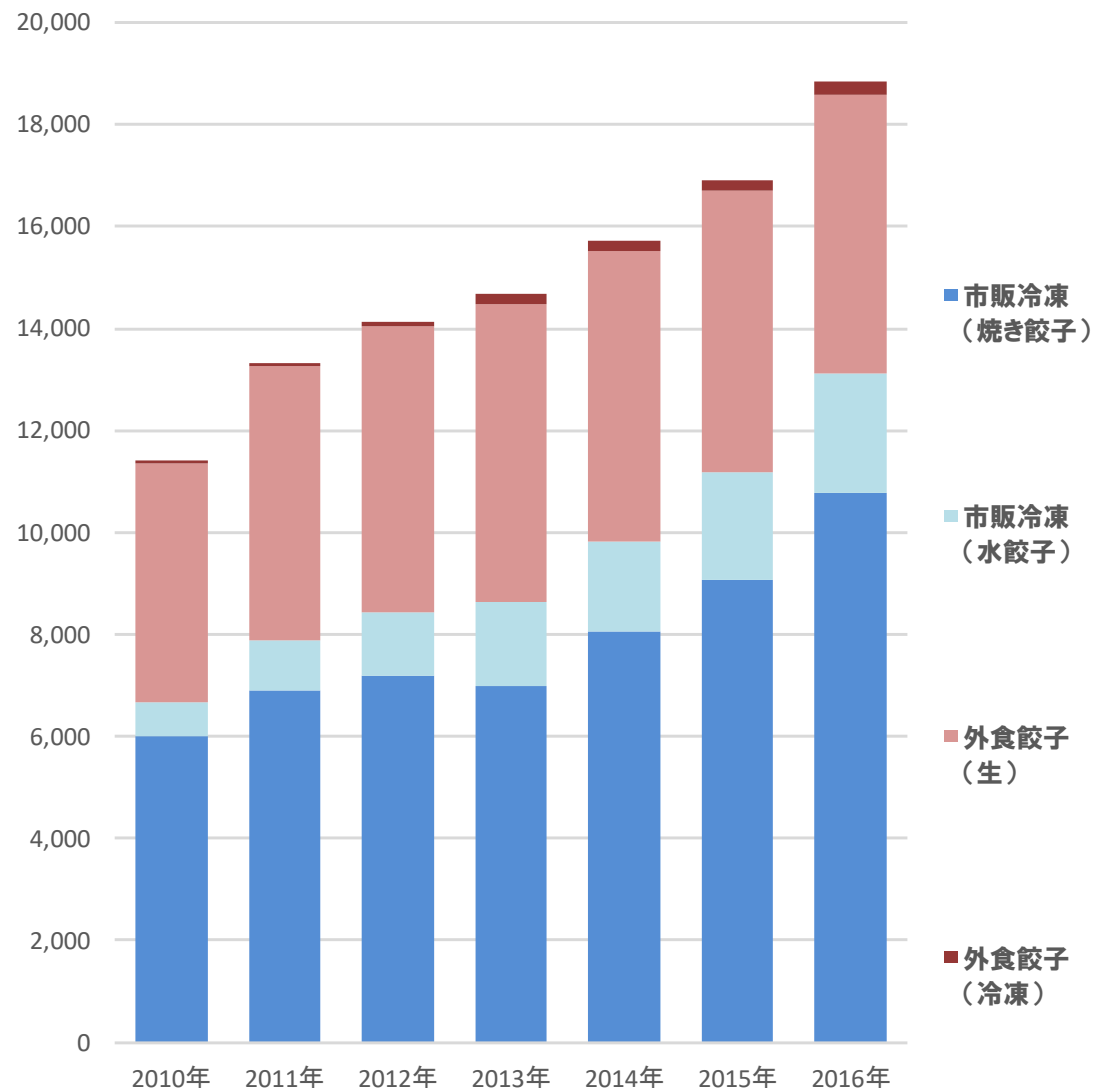
	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	5年間 伸長率
市販冷凍 (焼き餃子)	7,187	7,001	8,055	9,077	10,781	150.0%
市販冷凍 (水餃子)	1,247	1,642	1,766	2,102	2,340	187.7%
外食餃子 (生)	5,609	5,844	5,703	5,531	5,470	97.5%
外食餃子 (冷凍)	95	194	195	208	249	263.0%
市販計	8,434	8,643	9,821	11,179	13,121	155.6%
外食計	5,704	6,038	5,898	5,739	5,719	100.3%
合計	14,138	14,681	15,719	16,918	18,840	133.3%

※市販はメーカー出荷額ベース
外食は店舗売上額ベース

市販が**1.5倍**超に伸長

外食は冷凍活用を推進

(百万円)



※当社工場出荷量から算出

餃子のラインナップ

おつまみ
需要



女性

男性



食事
需要



餃子需要が伸びている今こそ、幅広い顧客層に、
様々な食シーンへ、餃子のスタイル提案を推進

プラスアンドの
発想で
新規需要開拓

工場製造単価逡減施策__生産能力UP

	既存工場	新工場	
成型餃子ライン	100万pc/月/ライン	130万pc/月/ライン	130.0%!
水餃子ライン	70万pc/月/ライン	140万pc/月/ライン	200.0%!

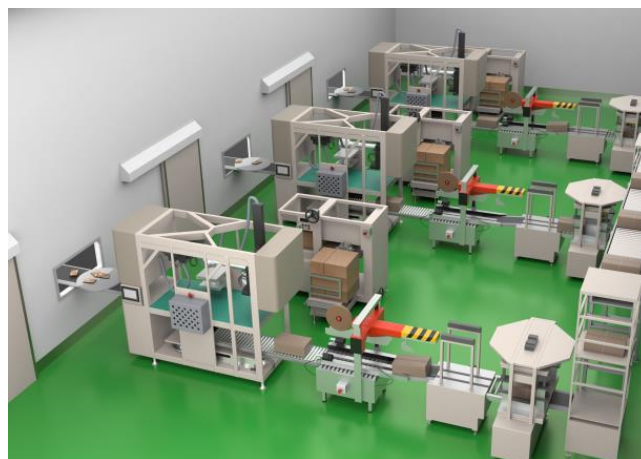


工場製造単価逡減施策__省人化

	既存工場	新工場	
成型餃子ライン	289MH/日/ライン	221MH/日/ライン	23.5%Down
水餃子ライン	248MH/日/ライン	215MH/日/ライン	13.3%Down



＜自動供給＞



＜オートケーサー＞



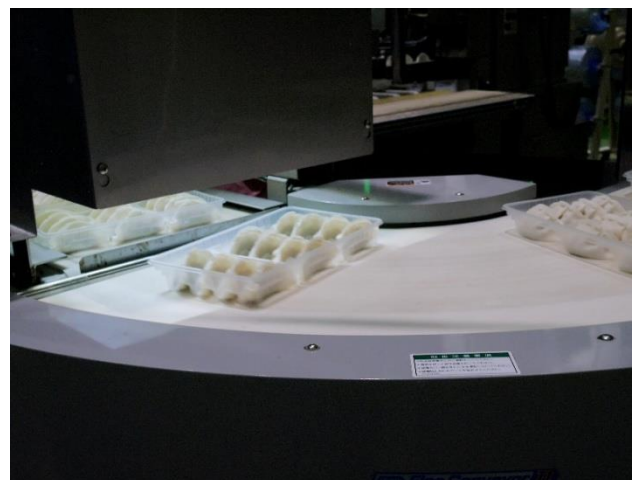
＜パレタイジング＞

工場製造単価逡減施策__生産ロス削減＝歩留まり向上

	既存工場	新工場	
成型餃子ライン	76pc/h/ライン	59pc/h/ライン	22.4%Down
水餃子ライン	47pc/h/台	36pc/h/台	23.4%Down



＜AIでの異常予測＞



＜AIカメラでの検査＞



＜新）充填システム＞

トピックス 「餃子羽根形成剤」特許取得

【登録日:2018年2月2日】

<取得した権利範囲>

水無し・油無しで調理ができる冷凍羽根つき餃子のレシピ及び製造工程

- ① 製造工程では未加熱の羽根形成剤に関する配合レシピ(穀物粉、油、乳化剤、水の割合)
- ② 餃子に対する①の羽根形成剤の比率
- ③ ①の羽根形成剤を用いた羽根つき餃子の製造工程



■ 連結子会社の状況

グループ会社名	 ナインブロック	 フードランナー	 A & B
資本比率	91.3%	100.0%	100.0%
株式取得の年月	2012年6月	2014年7月	2014年8月
業態の内容	通販サイト運営	宅配専門店舗運営	ビアレストラン運営

該当企業

- イートアンドに**付加価値**をもたらす会社
- 外食事業、食品事業に**シナジー効果**をもたらす会社

GROWING STORY

① GROWING STORY

② 具体的な施策

食 品 事 業

外 食 事 業

生 産 事 業

当社のビジネスモデル

フルライン型フードメーカー

通販

ベーカリーカフェ

宅配

生産
食品 外食

ラーメン

量販店
(小売)

大阪王将



生産事業を中心に食品事業、外食事業の両輪で
全ての食シーンをカバーするフルライン型フードメーカー

施策1.食品事業の取組み

ランチエスター戦略の拡大

- 取り扱い高拡大
- 業務用販売拡大
- ドライ商品販売拡大
- NEXTアイテムの育成
- 新規マーケットの拡大



施策1. 食品事業の実績

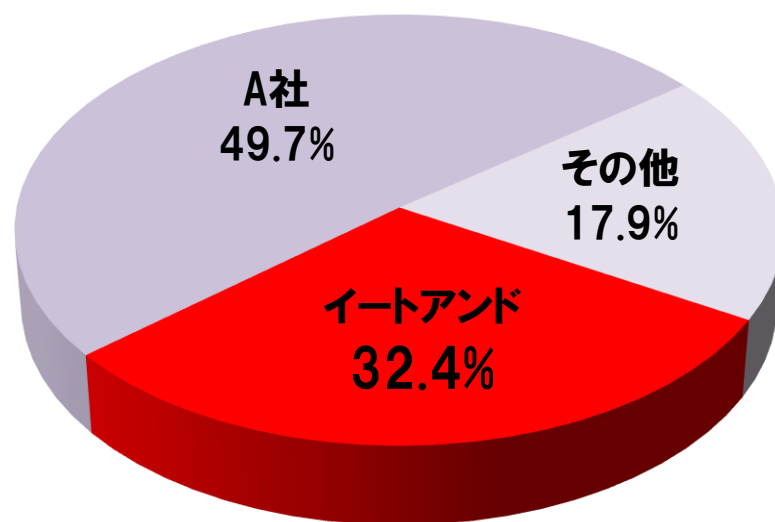
・冷凍餃子(焼餃子・水餃子)の市況及びシェア

【2018年4月-2018年6月:冷凍餃子 市場動向】

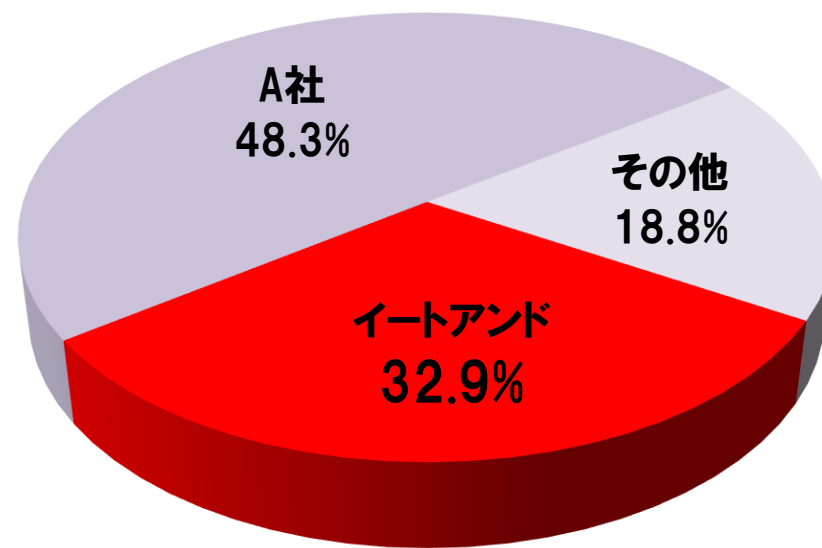
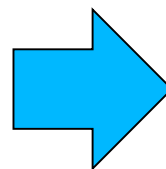
※前年同期比

冷凍餃子全体 : 101.9%

イトアンド : 103.5%



2018年3月期
4月～6月



2019年3月期
4月～6月

※データソース: インテージ SCIデータ 平均購入規模(×100)(金額) エリア: 全国 購入ルート: スーパー、DS、ドラッグストア、宅配

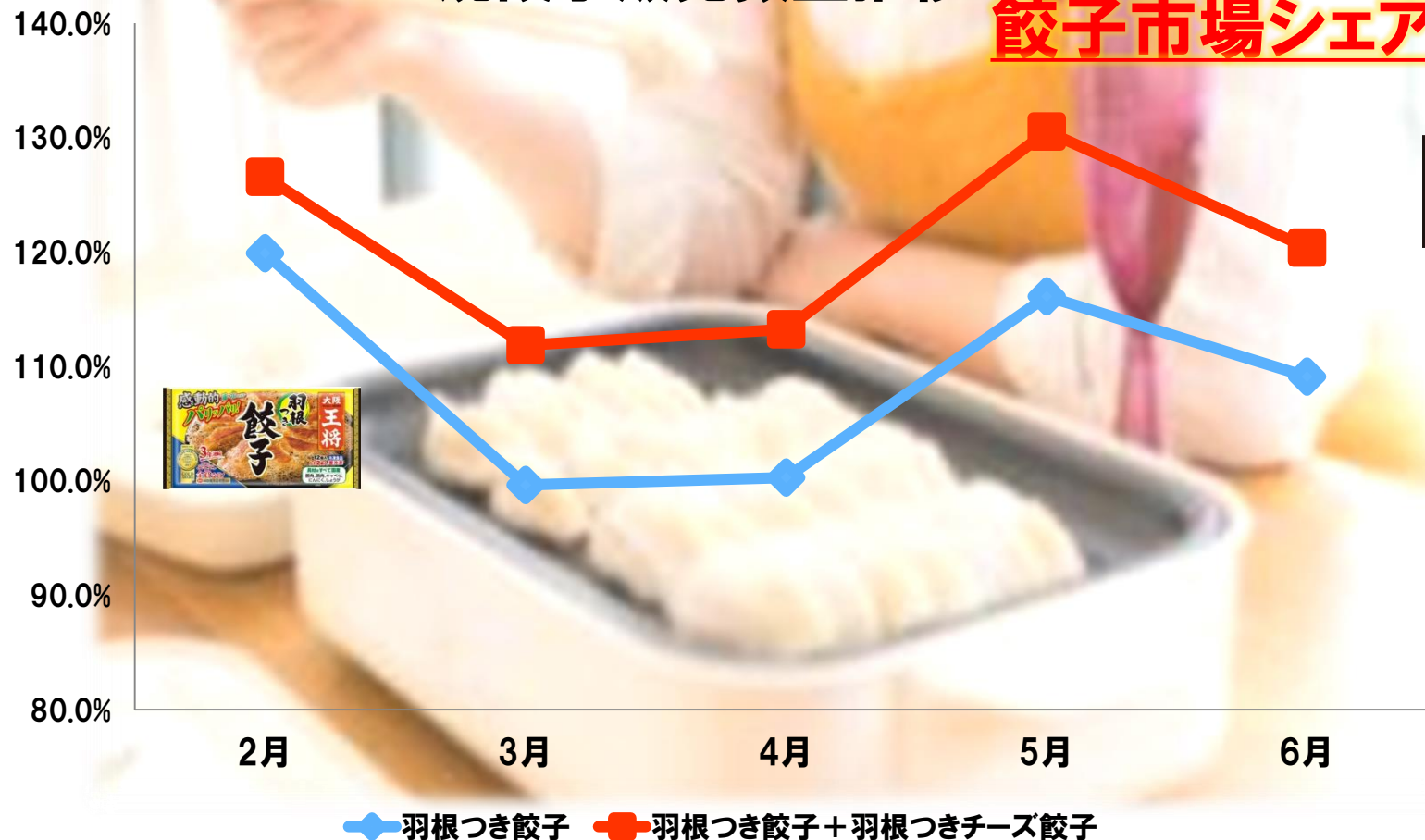
施策1. 食品事業の取組み

「大阪王将 羽根つきチーズ餃子」販促強化

(前年比)

焼餃子販売数量推移

【羽根つき餃子+羽根つきチーズ餃子】で餃子市場シェア拡大に貢献！



■施策1. 食品事業の取組み 「大阪王将 羽根つきチーズ餃子」販促強化

「羽根つきチーズ餃子キャンペーン 抽選で総勢550名様に当たる！」
チーズを楽しむセットが当たる応募型キャンペーンを実施

応募期間：2018年6月1日(金)～ 2018年7月31日(火)



「大阪王将 羽根つきチーズ餃子」
(キャンペーンパッケージ)

【A賞】ワインとチーズを 楽しむ家飲みセット
(ワイン+チーズ) 抽選で50名様

【B賞】チーズ増し増し体験セット
(チーズ+削り器)抽選で500名様



施策1. 食品事業の取組み

2018秋冬商品ラインナップ

NEW

新商品11品（冷凍食品9、常温調味料2）



UP

リニューアル品4品
（冷凍食品3、常温調味料1）



施策1. 食品事業の取組み

冷凍餃子の新時代！「大阪王将羽根つき餃子」の進化

油いらず・水いらずの次は**“フタいらず”**の時代！
さらなる簡単便利を追求



画期的リニューアル!!

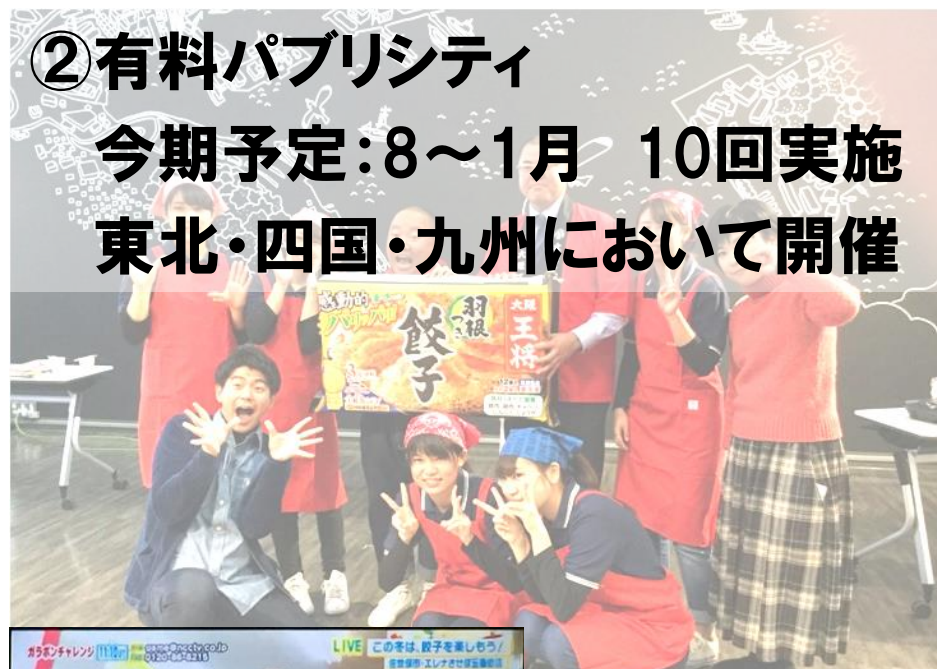
施策1. 食品事業の取組み 販促イベント実施予定

① 鈴木奈々さん宣伝販売イベント 今期予定: 10~11月 6回実施 関東・関西・中部において開催



売上目標130%

② 有料パブリシティ 今期予定: 8~1月 10回実施 東北・四国・九州において開催



施策1. 食品事業の取組み CM放映予定

① ブランド認知よりも「コト」「魅力」を認知してもらう

② 大阪王将らしさ、世界観で惹きつける



誰でも驚きの仕上がり(極み羽根)

パリパリ羽根のジューシーな餃子を
ほおばる＝うまいと感じるシーン・表情

それが、「ふたいらす」でラクチン調理

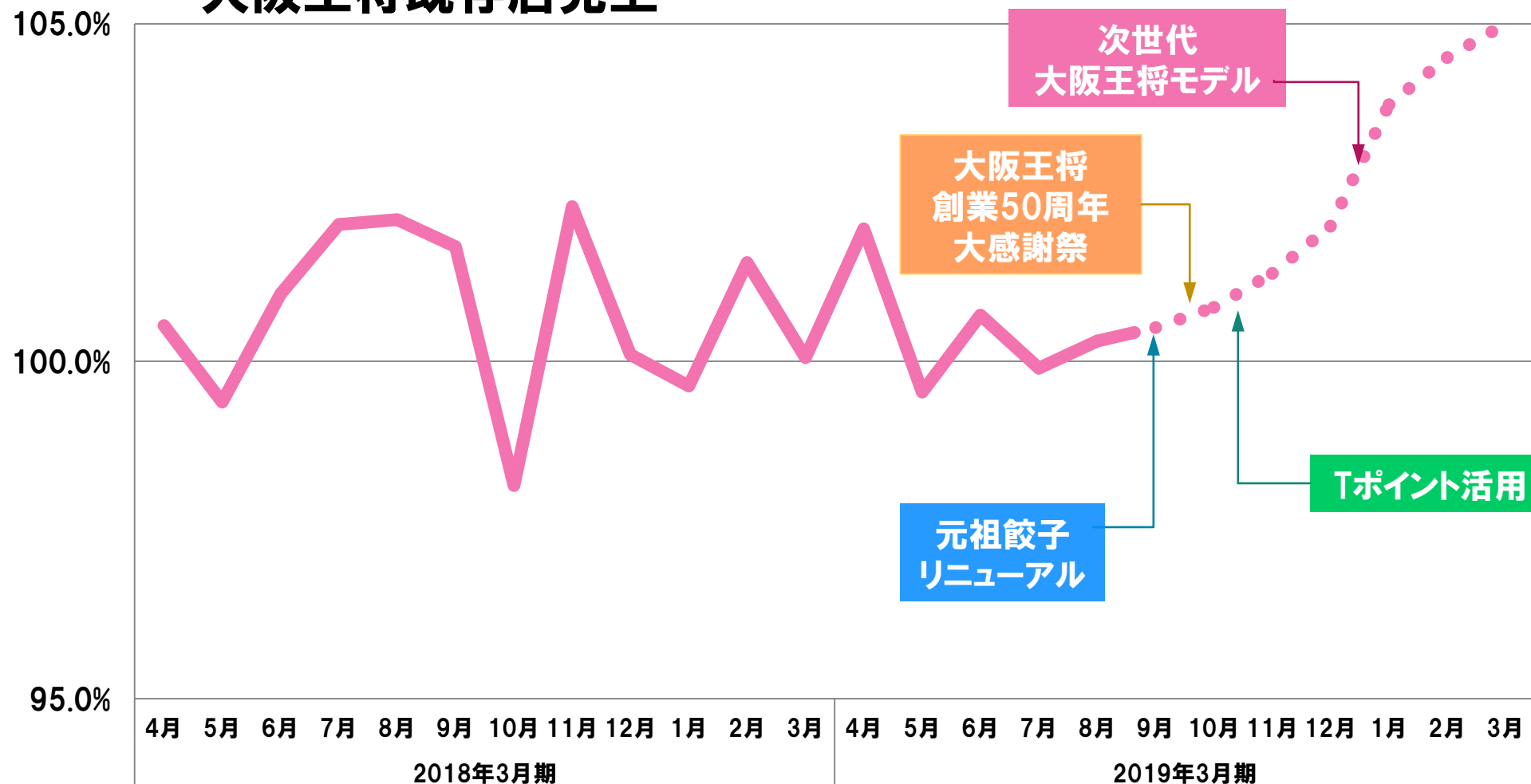
独自性があり、**印象に残る世界観**
おいしさ、食べた時の感動
利便性

【スケジュール】

8月中旬	CM撮影
9月中旬	CM完成
10月	羽根つき餃子CM放映
12月	ふるもち水餃子 CM放映

施策2.既存店売上前年比の推移

大阪王将既存店売上



施策2. 既存店売上促進 元祖餃子リニューアル



【リニューアルポイント】

- ・コク味、風味  (ニンニク変更)
- ・食べ応え、ジューシー感  (肉増量)
- ・皮のモチモチ感  (保水力)



9月1日より
全国発売開始

やみつきになる、コア商品開発！

施策2. 既存店売上促進 大阪王将50周年販促スケジュール



7月

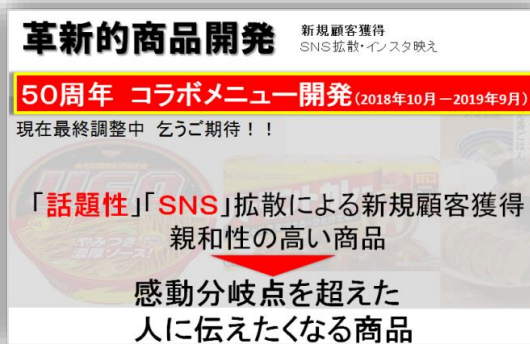


2019年9月 大阪王将創業50周年

9月

10月

11月



大阪王将50周年 大感謝祭スタート

施策2. 既存店売上促進 大阪王将50周年

OUR
HIST
ORY



大阪王将
OSAKA OHSHO



これまで50年の感謝と
これから50年の感動を



OUR
V
SION



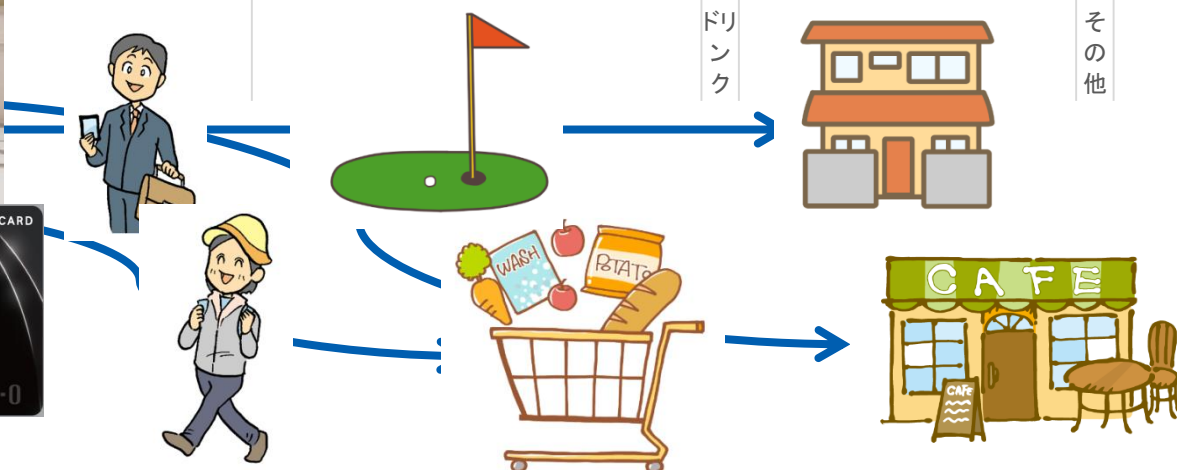
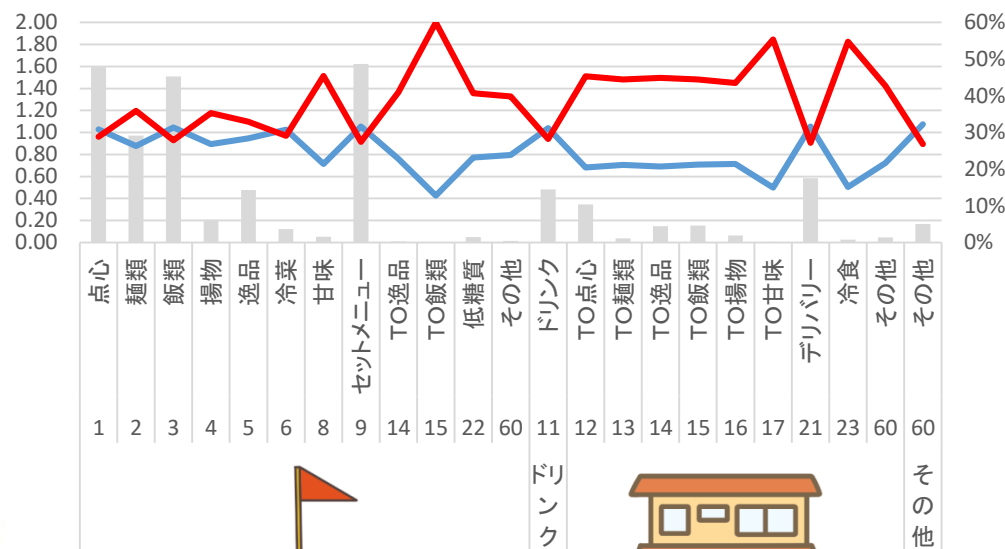
施策2. 既存店売上促進 大阪王将 T-CARDのマーケティング機能活用

効率的な販促へ

- ①顧客情報収集、セグメンテーション
- ②感動分岐点を超える革新的商品開発
- ③広告宣伝・キャンペーン

T-CARDで生活者の導線情報を収集中

【メニュー分析】注文率(性年代比較)



施策2. 既存店売上促進 メニューを年代別へ



50代

30代~40代

20代

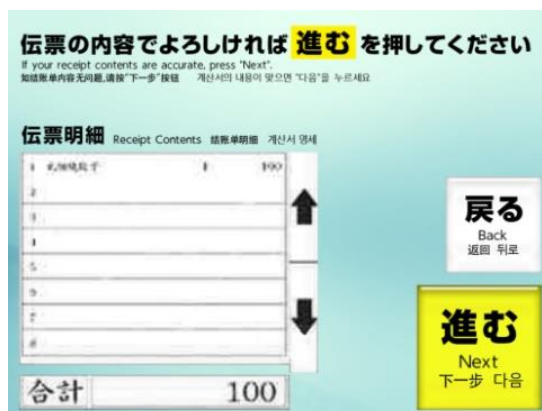
**Tポイントのデータを踏まえ、利用年代別ABC分析を実施
年代ターゲットを明確にして客数増を狙う**

9月から直営店にて検証を開始

施策2. 既存店売上促進

セルフレジ導入(人手不足対策)

- ・クーポンQRコード対応
- ・ハードウェア構成の改善(操作性・デザイン性のハードウェア改善)
- ・クレジット、モバイル決済機能追加



スムーズにタッチ操作でお会計できる！

新型スキャナーで割引も可能！（QRコード読取）

直営店にてテスト導入(検証中)



施策2. 既存店売上促進 次世代大阪王将モデルの展開

少人数
ハイクオリティ

外食
ブランド



テクノロジー



食品
メーカー



職人レス
プロ品質



2018年下期より同モデルによる加盟店出店開始

施策2. 既存店売上促進 包丁レス、仕込レス進捗

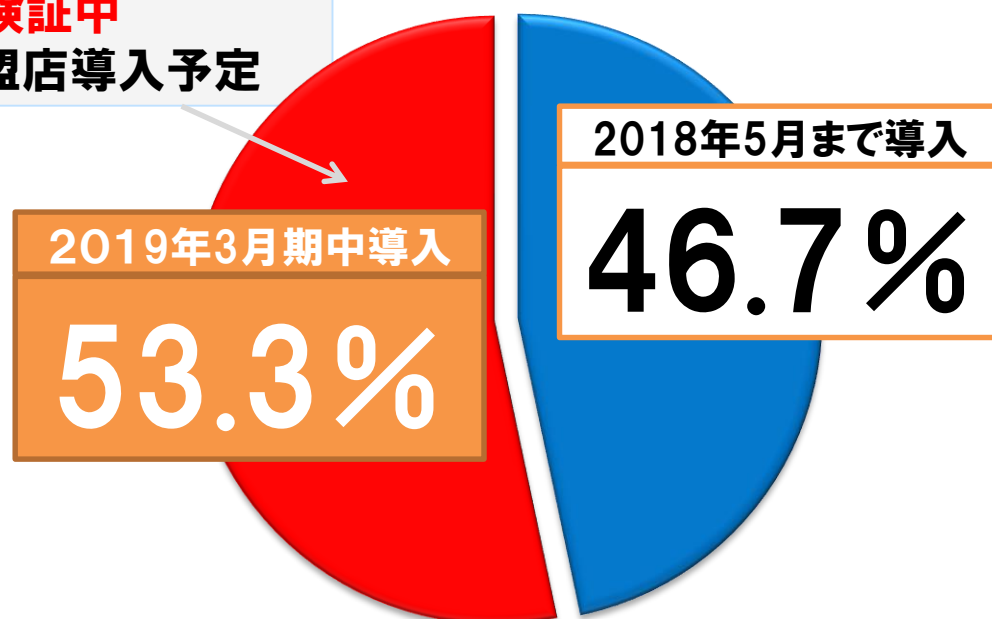
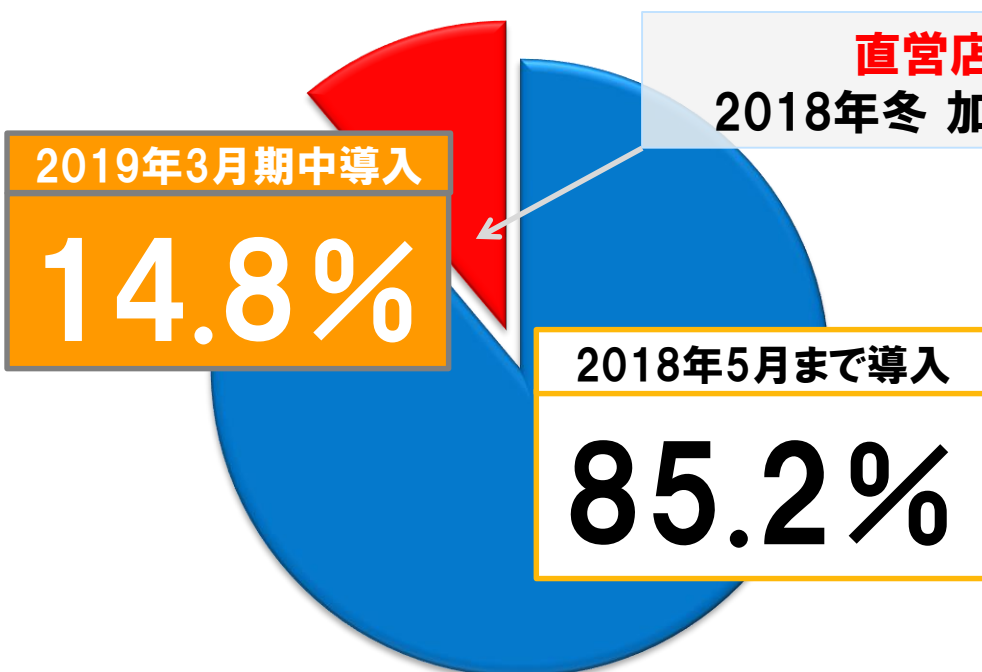
<人件費30%超⇒28%>

【包丁レス】 27品目中23品目完了

【仕込レス】 15品目中7品目完了

■導入済 ■今後導入予定

■導入済 ■今後導入予定



原価率0.3~0.6%上昇

施策2. 既存店売上促進 レス-厨房の実現



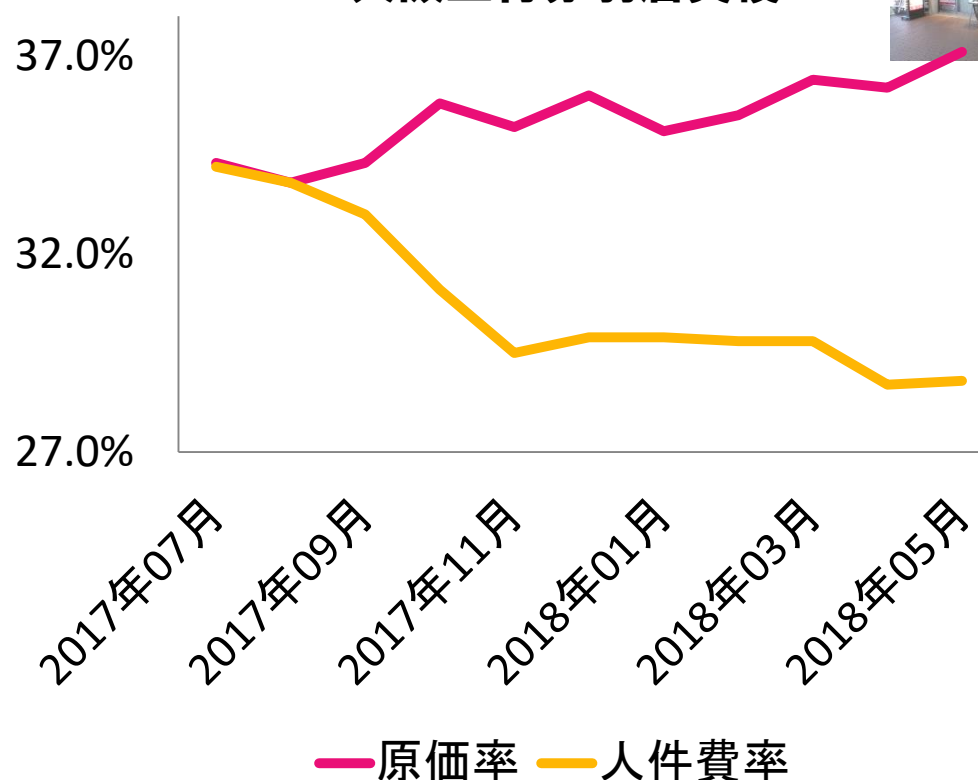
施策2. 既存店売上促進 直営店検証結果

包丁レス

仕込レス

人件費率28%を
実現！

大阪王将赤羽店実績



13品目導入

6品目導入

	2017年7月	2017年8月	2017年9月	2017年10月	2017年11月	2017年12月	2018年1月	2018年2月	2018年3月	2018年4月	2018年5月
原価率	34.3%	33.8%	34.3%	35.8%	35.2%	36.0%	35.1%	35.5%	36.4%	36.2%	37.1%
人件費率	34.2%	33.8%	33.0%	31.1%	29.5%	29.9%	29.9%	29.8%	29.8%	28.7%	28.8%
FL	68.5%	67.6%	67.3%	66.9%	64.7%	65.9%	65.0%	65.3%	66.2%	64.9%	65.9%

施策3. 海外事業のエリア展開

海外の既存出店エリアと新規エリア

ローストビーフ油そばビースト

香港1号店オープン！

馬鞍山 (マーオーシャン) 店 (5/15)



NEW !



～9拠点・53店舗へ～



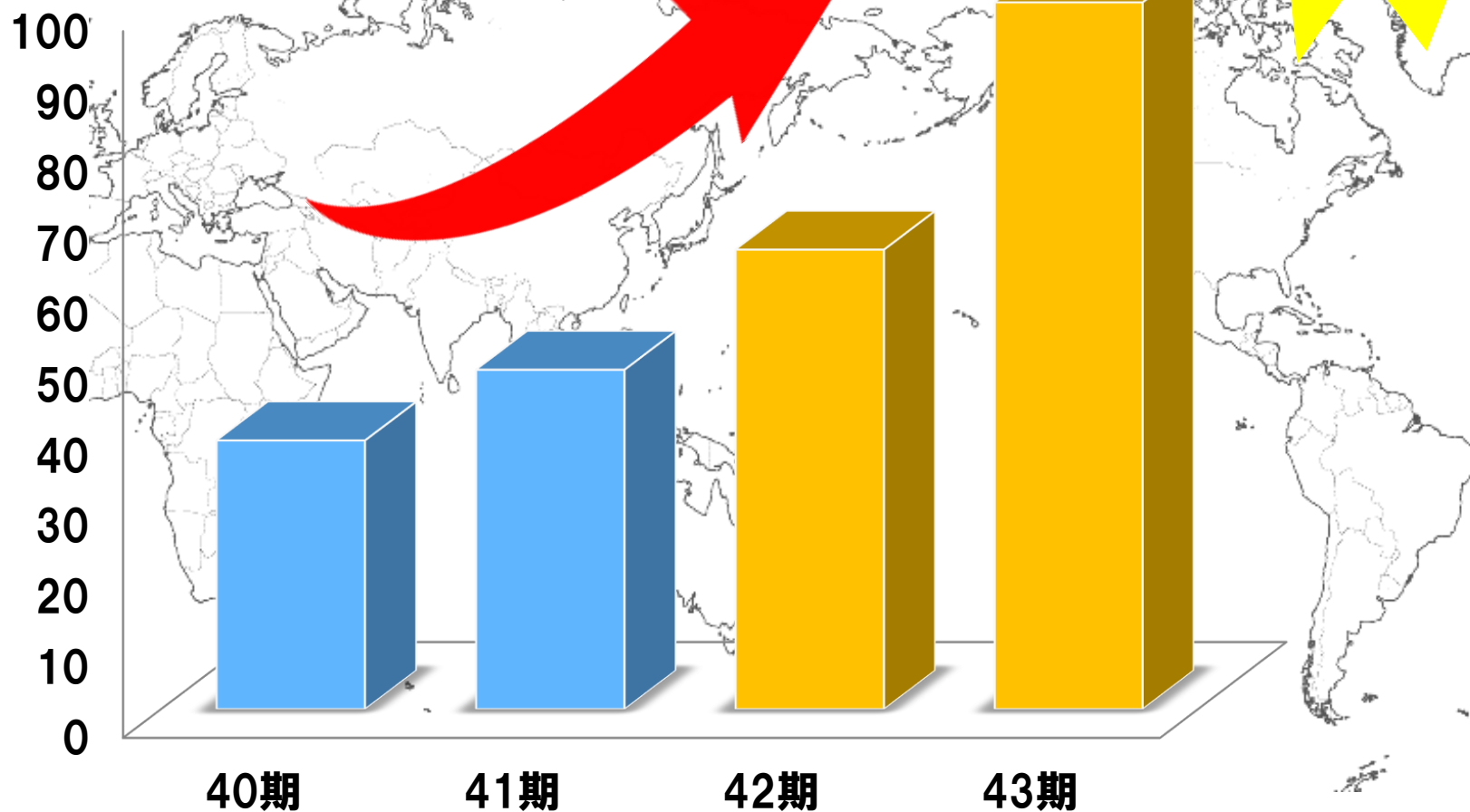
施策3. 海外事業のエリア展開 台湾出店状況(2018年7月末現在)



施策3. 海外事業のエリア展開

海外店舗増加

【店舗】



100店舗
展開へ

施策4. 外食新業態の確立 カフェベーカリー業態の出店状況



出店予定



既存店

R Baker
Inspired by court rosarian

Coccinelle

& Swell
EAST COAST STYLE

Bakery & Natural Food
The GROUND'S
BAKER

R Baker
Inspired by court rosarian
岡山県岡山市(FC)

2018年11月
OPEN予定

R Baker
Inspired by court rosarian
福岡県福岡市(FC)

2018年11月
OPEN予定

R Baker
Inspired by court rosarian
兵庫県西宮市(直営)
2018年10月OPEN予定

R Baker
Inspired by court rosarian
埼玉県浦和市(直営)
2018年9月OPEN予定

R Baker
Inspired by court rosarian
千葉県柏市(直営)
2018年11月OPEN予定

R Baker
Inspired by court rosarian
神奈川県鎌倉市/大船(直営)
2018年9月OPEN予定

施策4. 外食新業態の確立



4/20
OPEN!

【ターゲット】

平日：主婦、外国人

土日：ファミリー、外国人

【食パンをメインとした戦略】

⇒日常利用の文化を発信

⇒売上構成比が約10%を占める

⇒シリーズの改廃、向上

インスタ映えメニュー等投入し、
SNS拡散。認知度アップを目指す



SHOKU-PAN

アールベーカーがつくる日本の「食パン」

こだわりの素材と自家製酵母をつかって

ひとつひとつ丁寧に焼きあげました

毎日が楽しくなるようたくさんの種類をご用意いたしました

おすすめの食べ方でお召し上がりください



施策5. 生産事業の取組み 生産性改善



餃子検品カメラ



餃子の不具合や個数抜けを
カメラで認識し、排出
関東・関西工場 5月導入



梱包工程スマート化



製品の箱詰、梱包、運搬自動化
パレット積付工程のロボット化
関東工場 9月導入予定

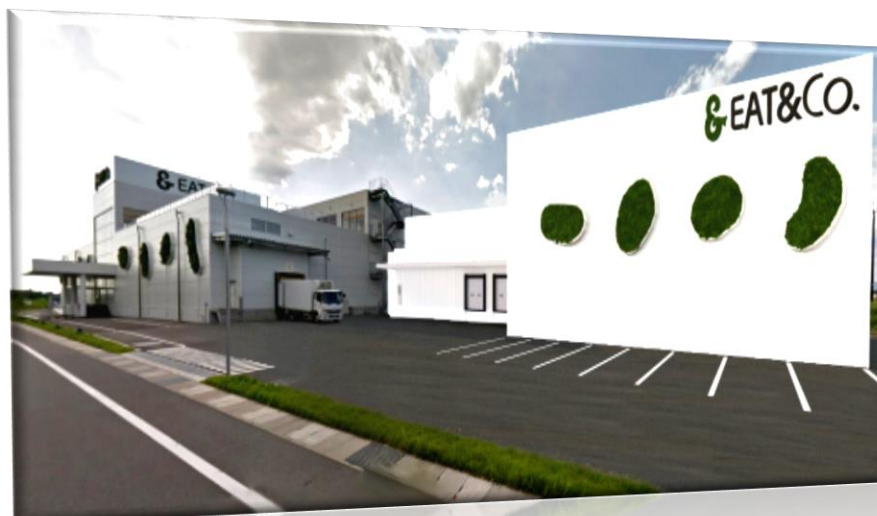


水餃子広げ自動化



凍結前 水餃子の
ばらしを自動化
関東工場 11月導入予定

施策5. 生産事業の取組み 工場設備の増設(冷凍庫棟)

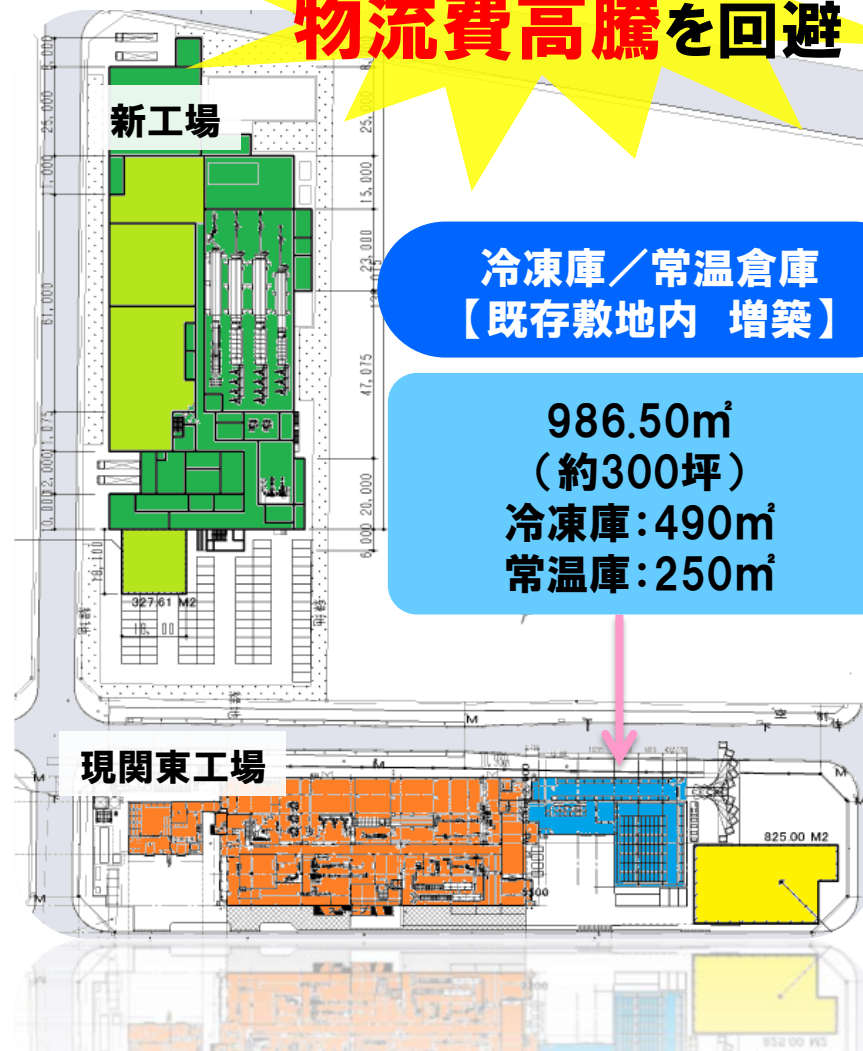


冷凍庫棟イメージ(関東工場)

※10月稼働開始予定

物流費削減に寄与

人手不足等による
物流費高騰を回避



施策5. 生産事業の取組み

自社圃場ニンニク栽培



ニンニク収穫量

・42期:7.52t

・41期:5.13t



約1.5倍
増加



※製品向けニンニク全体の
約6.25%を自社栽培
⇒来期も同等の収量を目指す。

冷凍餃子販売数量拡大により、原料を安定的に確保

ご参考資料

- ① 会社概要
- ② のれんチャイズ
- ③ 産地連携
- ④ CSR活動
- ⑤ 本資料の取り扱い

会社概要

<2018年6月30日現在>

社 名	■ イートアンド株式会社
英 語 名	■ EAT&Co.,Ltd
東 京 ヘッドオフィス	■ 東京都品川区東品川4-12-8 品川シーサイドイーストタワー15階
大 阪 オフィス	■ 大阪府中央区南久宝寺町2-1-5
設 立 年 月	■ 昭和52年8月
資 本 金	■ 20億1,637万円（※2018年9月4日現在）
発 行 済 株 式 総 数	■ 10,158,190株（※2018年9月4日現在）
決 算 期	■ 3月末日
代 表 者	■ 代表取締役会長 文野 直樹 ■ 代表取締役社長 仲田 浩康
従 業 員 数	■ 1,148名【社員・パートアルバイト（8h換算）】
業 種	■ 飲食店経営および冷凍食品販売
営 業 店 舗 数	■ 489店舗（直営店 82店舗、加盟店 354店舗、海外 53店舗）
監 査 法 人	■ 東陽監査法人

のれんチャイズ

「のれんチャイズ」は当社独自の加盟店システム

一般的なFCの弱点(FCオーナーの視点)

- × 創造性が発揮できない
- × 個性あふれる店になりにくい
- × ロイヤリティーによる収益圧迫

当社の「のれんチャイズ」

- メニュー、販促の自主性尊重
- 店舗内外装にオーナーの自由意思
- チェーン運営費は1% *

開店前の徹底した教育指導
各種試験実施によるスキル
アップ

新商品開発と既存商品の
ブラッシュアップ
進化し続ける店舗デザイン

店舗運営システム
売上予測システム

教育環境

自主性

販促活動などの
意思決定は加盟店の自
主性を重視

店舗のオリジナルメニュー
地域特性を活かした
ご当地メニュー

創造性

「のれんチャイズ」

開発

システム

収益性

商標使用料:1%
店舗運営指導費:2%

ブランド向上奨励金を
含めた既存店活性化

*チェーン加盟店から当社への売上
(大阪王将FCの例)

●商標使用料 店舗売上の1.0%

●店舗運営指導費 店舗売上の2.0%

⇒加盟1年目:2.0%

⇒加盟2年目以降

EAT&が定める調理資格保有者の
人数に準じて変動

2名以上=無し

1名 =1.0%

不在 =2.0%

●加盟店に対する食材の販売

産地連携

宮崎・鹿児島を中心に7万坪以上の土地面積を使用し、各地域の農家とニンニク・生姜・キャベツを栽培



宮崎県

兵庫県



鹿児島県



秋田県



北海道

青森県



茨城県

栃木県

群馬県

埼玉県

愛知県



香川県



2010年より国産原料へ切替

CSR活動

Keep on Challenging Project 活動

『子供たちに餃子を届けようプロジェクト』の実施

全国の養護施設を訪問し、餃子の巻き体験を実施。

「餃子ができるまで」というテーマの下VTRと共に食育授業を展開。



訪問実績：30施設 2018年8月28日時点

次回：9月15日(土)活動予定

■ 本資料の取り扱い

- 本書には、当社に関連する見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されています。これらの将来の見通しに関する記述は、将来の事象や動向に関する現時点での仮定に基づくものであり、当該仮定が必ずしも正確であるという保証はありません。様々な要因により、実際の業績が本書の記載と著しく異なる可能性があります。
- 別段の記載がない限り、本書に記載されている財務データは日本において一般に認められている会計原則に従って表示されています。当社は、将来の事象などの発生にかかわらず、既に行っております今後の見通しに関する発表等につき、開示規則により求められる場合を除き、必ずしも修正するとは限りません。
- 当社以外の会社に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しています。
- 本書は、いかなる有価証券の取得の申込みの勧誘、売付けの申込み又は買付けの申込みの勧誘(以下「勧誘行為」という。)を構成するものでも、勧誘行為を行うためのものでもなく、いかなる契約、義務の根拠となり得るものでもありません。投資に関する決定は、閲覧者ご自身の判断と責任で行われますようお願いいたします。