2027年3月期 第2四半期
決算説明資料

株式会社yutori
東証グロース市場(証券コード:5892)
2026年11月13日

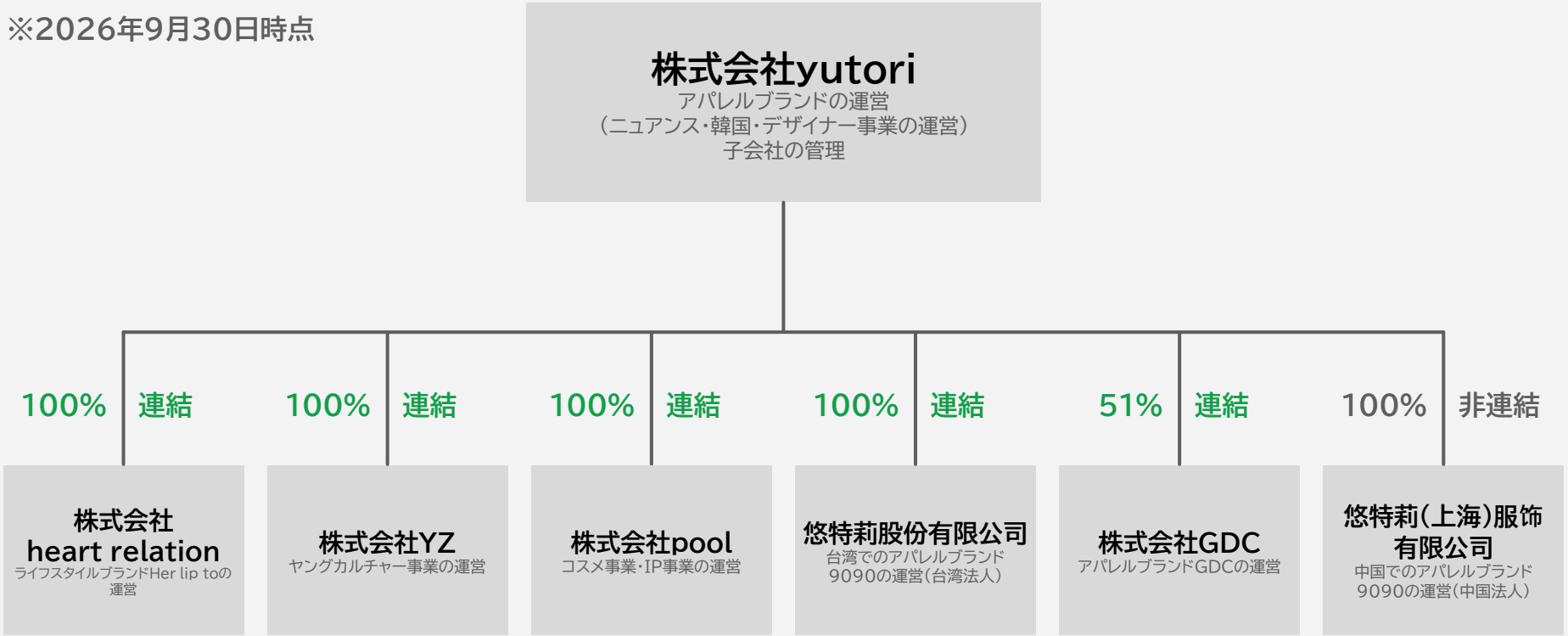
※スマホ向けサマリ版はこちらから確認できます。

1. 2027年3月期 2Q業績
2. 今後の成長に向けて

グループ組織図（連結範囲）

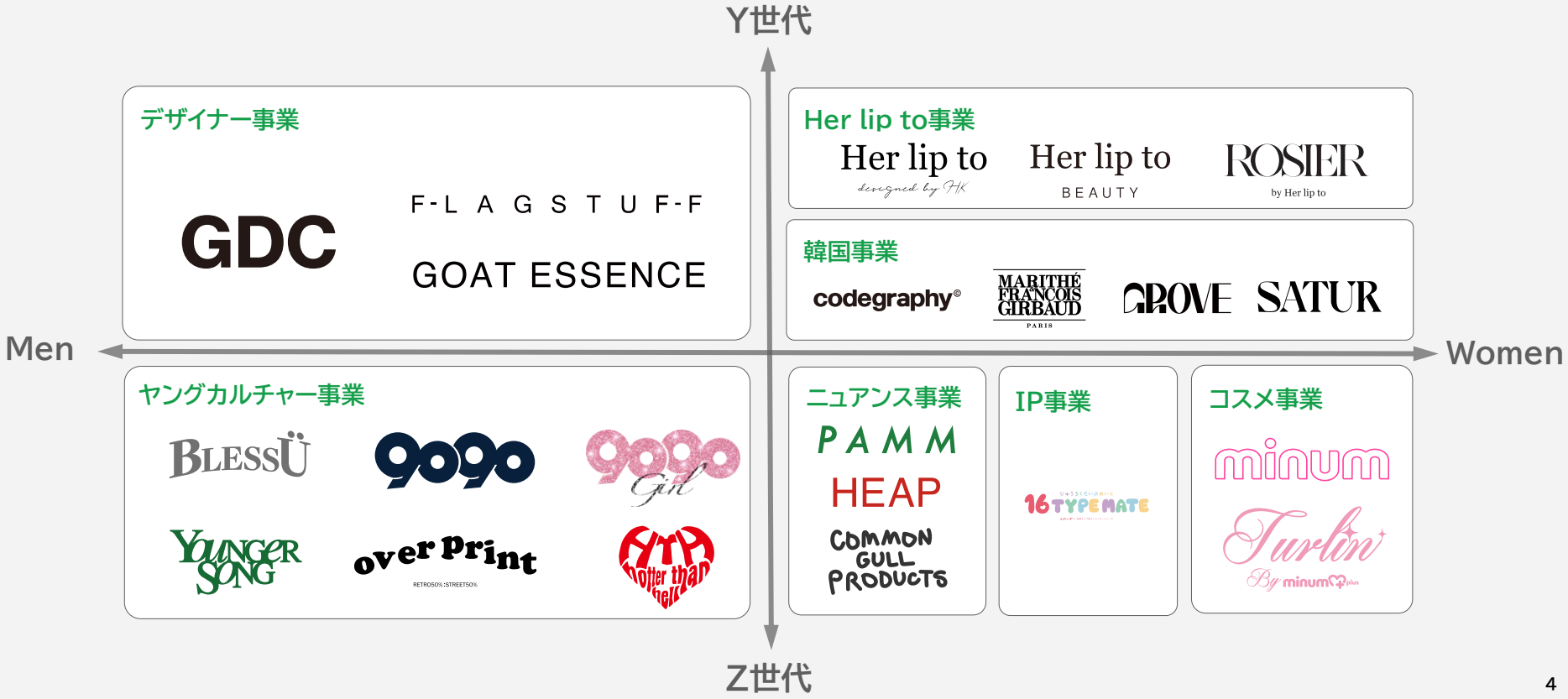
2026年3月期からの変更点はhr社の100%子会社化とGDC社の連結開始

※2026年9月30日時点



事業ポートフォリオ

事業ポートフォリオを拡充させ、**安定的な業績構築**を目指す
商材の多角化のため、アパレル事業以外のコスメ、IPなどの新規事業の開発を図る



1

2027年3月期 2Q業績

業績ハイライト

売上・利益ともに上期として過去最高を達成、業績予想に対しても計画通り進捗

過去最高

2Q末 売上高

9,345百万円

YoY 149.3%

過去最高

2Q末 売上総利益

5,669百万円

YoY 143.2%

過去最高

2Q末 調整後EBITDA / 営業利益

805 / 575百万円

YoY 127.7% / 136.4%

2Q末 売上高 予想進捗率

50.5%

2Q末 売上総利益 予想進捗率

50.8%

2Q末 調整後EBITDA 予想進捗率

42.8%

※調整後EBITDA=（営業利益+減価償却費+のれん償却費+株式報酬費用+敷金償却費+利息費用）

事業ハイライト

大型IPコラボの貢献は大きいが、コラボを除いても主力ブランドが高成長し、成長の柱も着実に育つ
今後も海外・ニュアンス・コスメ・IPコラボの領域に注力

9090

台湾で急成長、インバウンドも拡大

- 台湾子会社 2Q累計 前年同期比**166%**
- 現地での認知度向上により、90の国内店舗売上の**約4割**がインバウンド（台湾が最多）


▲9090台中店（10月開業）

COMMON GULL PRODUCTS PAMM

GULL・PAMMが躍進、次の柱へ

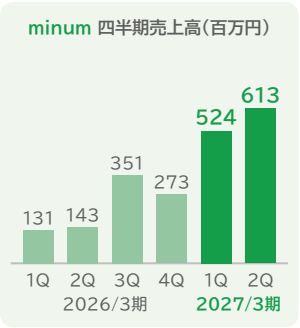
- ニュアンス事業 上期 前年同期比**145%**
- 戦略的に縮小しているnemneをGULLとPAMMが補って余りある成長で牽引


▲GULL ルクア大阪店

minum

新商品・コラボ施策好調で急成長

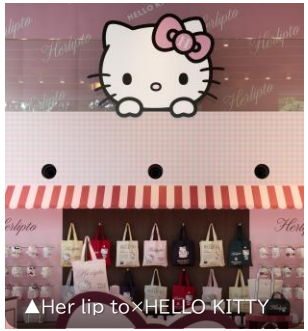
- minum 2Q累計 前年同期比**4.1倍**
- ブランド棚は**約5,200店舗**に拡大、単品棚でも売り場面積拡大中



9090 minum Her lip to

大型IPとのコラボを連発

- 「ちいかわ」コラボを**3ブランド（9090・minum・turlin※）**で連続展開
- Her lip toの**HELLO KITTY**コラボも好評

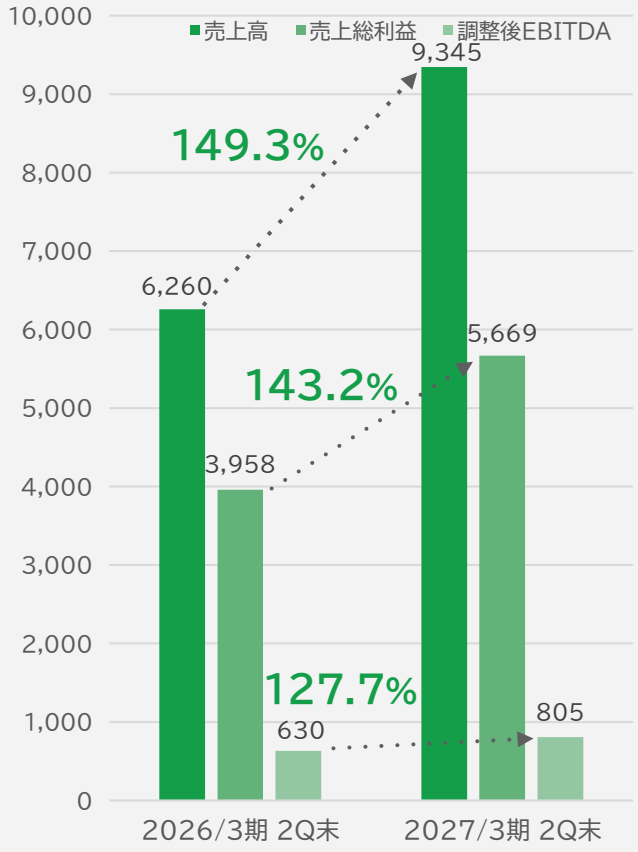

▲Her lip to×HELLO KITTY

※turlin×ちいかわは2026年11月発売のため、3Q以降の業績に寄与

業績ハイライト 2Q末

売上・利益ともに上期として過去最高を達成、純利益もhr社の完全子会社化の効果もあり大幅増益

(単位:百万円)	2026/3期 2Q末	2027/3期 2Q末	前期比増減率
売上高	6,260	9,345	149.3%
売上総利益	3,958	5,669	143.2%
売上総利益率	63.2%	60.7%	▲2.5pt
調整後EBITDA	630	805	127.7%
調整後EBITDAマージン	10.1%	8.6%	▲1.5pt
営業利益	421	575	136.4%
営業利益率	6.7%	6.2%	▲0.5pt
親会社株主純利益	75	307	407.9%
親会社株主純利益率	1.2%	3.3%	+2.1pt

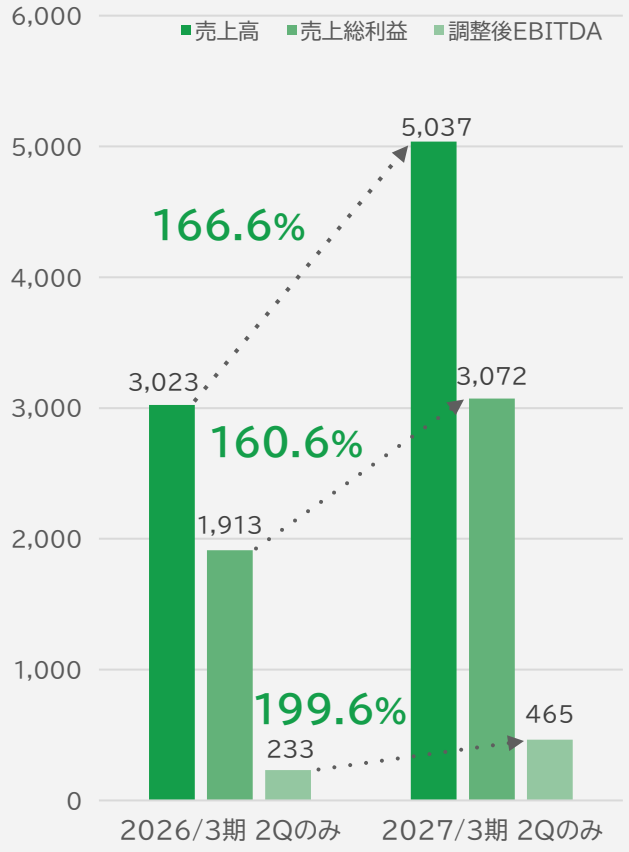


※ 調整後EBITDA=(営業利益+減価償却費+のれん償却費+株式報酬費用+敷金償却費+利息費用)

業績ハイライト 2Qのみ

売上は四半期として過去最高を達成、各段階利益も2Qとして過去最高を達成

（単位：百万円）	2026/3期 2Qのみ	2027/3期 2Qのみ	前期比増減率
売上高	3,023	5,037	166.6%
売上総利益	1,913	3,072	160.6%
売上総利益率	63.3%	61.0%	▲2.3pt
調整後EBITDA	233	465	199.6%
調整後EBITDAマージン	7.7%	9.2%	+1.5pt
営業利益	130	346	266.2%
営業利益率	4.3%	6.9%	+2.6pt
親会社株主純利益	▲8	176	- %
親会社株主純利益率	- %	3.5%	- pt

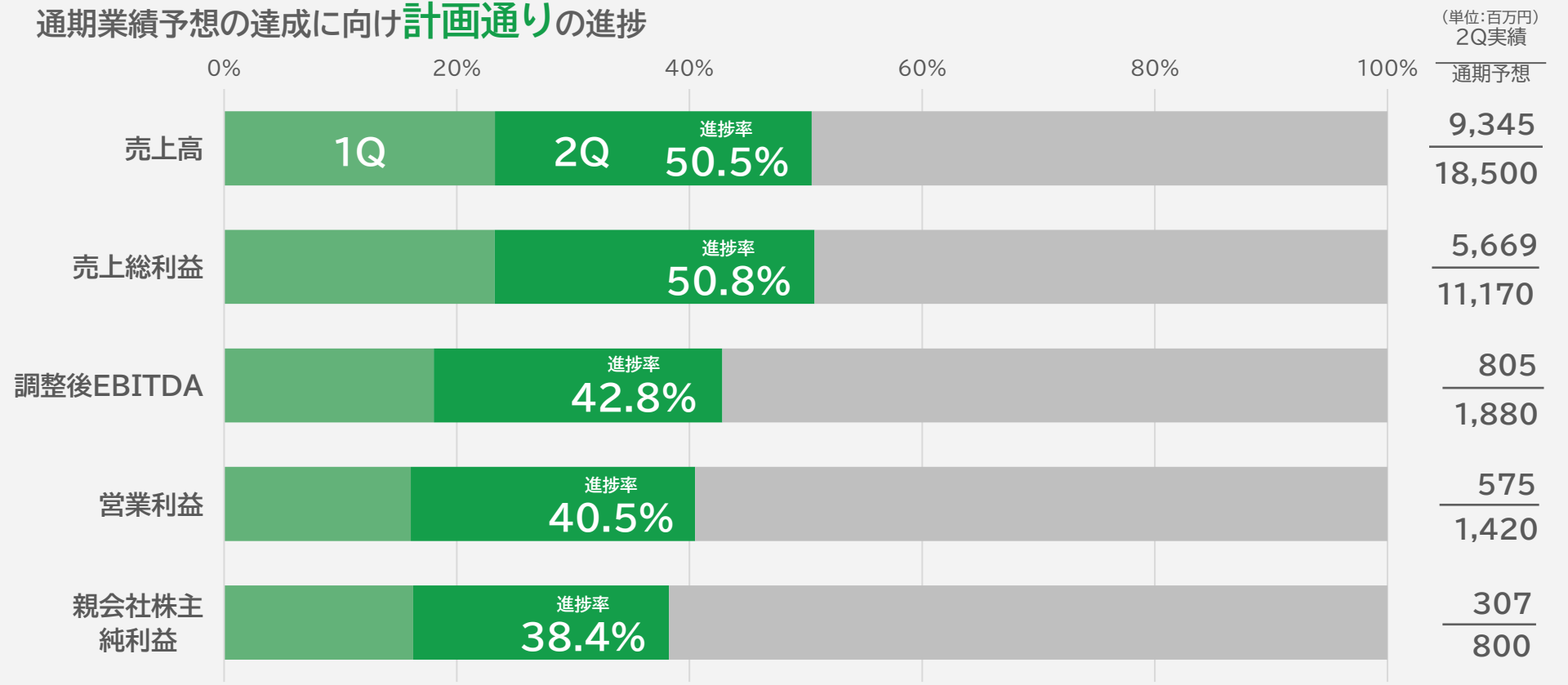


※ 調整後EBITDA=（営業利益+減価償却費+のれん償却費+株式報酬費用+敷金償却費+利息費用）

2027/3期 通期業績予想に対する進捗状況（2Q末時点）

例年、業績は3Q・4Qに偏るが、売上は既に50%を突破、各段階利益も**前年同期の進捗率を上回る**

通期業績予想の達成に向け**計画通り**の進捗



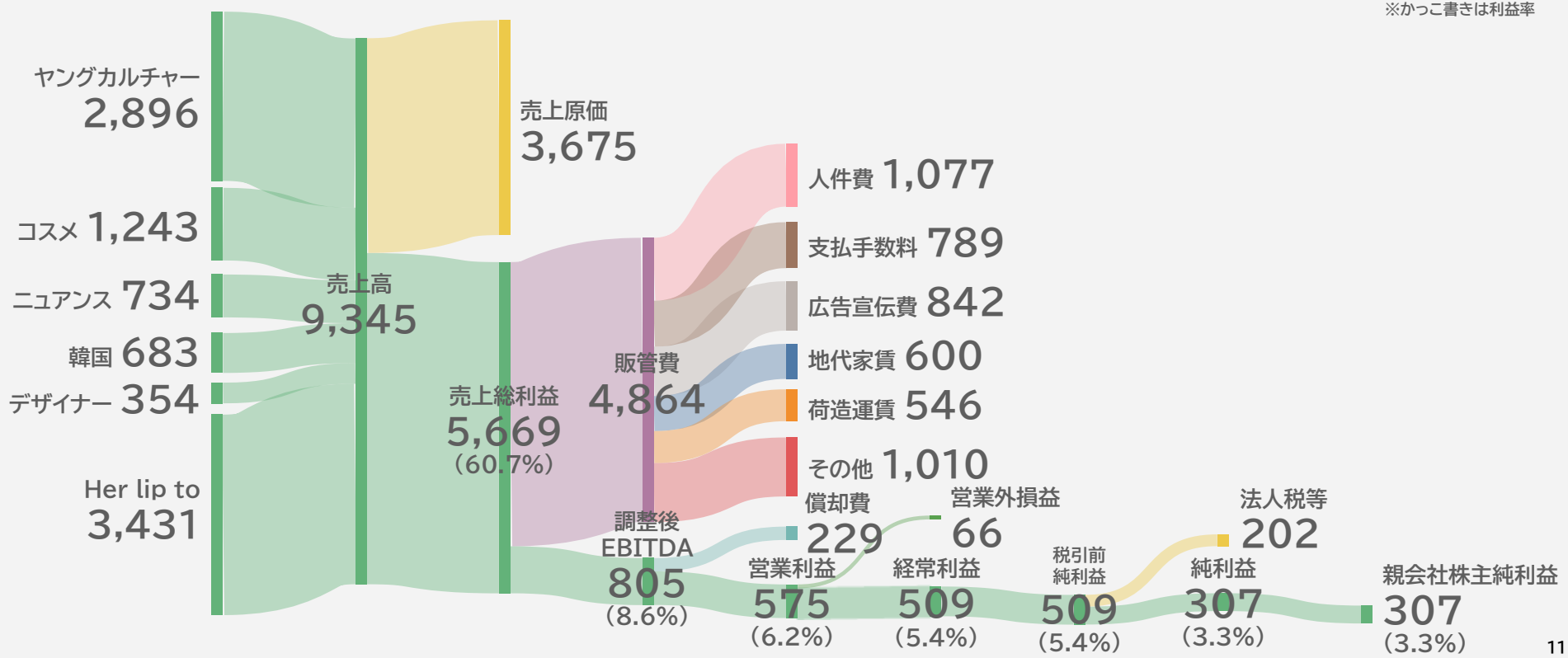
※ 調整後EBITDA=（営業利益+減価償却費+のれん償却費+株式報酬費用+敷金償却費+利息費用）

2027年3月期 2Q末 PLサマリ

当期よりhr社の完全子会社化により、今回よりhr社の純利益は全て親会社株主に帰属する純利益に含まれる

（事業部別売上高）

（単位：百万円）
※端数切捨のため一部、合計不一致
※かっこ書きは利益率



月次売上高前年同月比

毎月の月次KPIの開示を終了し、前回から毎四半期の決算説明時に各月の売上高前年同月比とそのトピックスを開示する方針に変更

■ 月次売上高前年同月比

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
前年同月比	128.3%	131.2%	139.3%	199.0%	142.4%	157.8%	-	-	-	-	-	-	149.3%

■ 月次トピックス

- 7月:
  3月に受注した「9090×ちいかわ」コラボ商品の発送・売上計上により前年同月比約2倍の大幅な成長
  minumが秋に向けた大口受注の出荷で月商過去最高を記録、GULLがルクア大阪に出店し好調な滑り出し

- 8月:
  店舗を中心に堅調に推移し、秋物の立ち上がりも順調
  9090が8周年の周年企画で好調、PAMMがルクア大阪に初出店、Her lip toも店舗を中心に前年を大きく上回る

- 9月:
  長雨の影響で店舗の客足が鈍ったものの、秋冬物の立ち上がりに加え、新規出店とminumの「ちいかわ」コラボ発売で大きく成長
  GULLが新宿ルミネエスト・大宮ルミネに出店、9090は台湾で高雄店をオープン

2Q 事業部トピックス(1/3)

9090がちいかわコラボで2Qの売上は前年同期比3.5倍、ちいかわコラボを除いても140%成長
台湾では高雄店・台中店を相次いで出店し5店舗体制へ、9090の海外展開も加速

9090 (YZ/ヤングカルチャー事業)

トピックス・人気商品

- ✓ 2Qの売上は前年同期比で3.5倍、2Q累計では175%の成長を記録
- ✓ 受注販売形式で実施し、コラボとして過去最大規模となった「9090×ちいかわ」を7月に発送したことが大きく貢献
- ✓ ちいかわコラボを除いた2Qは前年同期比140%の売上成長を実現し、ブランドとしてのオーガニック成長も継続
- ✓ 90ロゴ、キングロゴに加えて定番化した人気の「骨シリーズ」のほか、adidasコラボが全体を牽引



▲「9090×ちいかわ」コラボ

店舗・POP UP

- ✓ 9月は長雨の影響で特に路面店の来店客数が減少し、売上が伸び悩んだが、4月に出店した南堀江店をはじめ全体としては堅調に推移
- ✓ 9月には佐賀・鳥栖アウトレットに期間限定のPOP UPを出店
- ✓ 90の国内店舗売上のうち約40%がインバウンド客であり台湾、米国が上位を占める



▲ Bone Rigid Denim Zip Hoodie



▲ 9090×adidas Exclusive Track Jacket

9090 (悠特莉股份有限公司／ヤングカルチャー事業)

トピックス

- ✓ 9月に高雄、10月に台中と初の台北以外のエリアで出店し、台湾は5店舗体制
- ✓ SNSでの発信や出店効果もあり、台湾子会社は2Q累計で前年同期比166%の高い売上成長を記録
- ✓ 今後は9090以外でも台湾と親和性のあるブランドの出店を目指す



▲ 南港店(台北南港LaLaport)



▲ 敦南店



▲ 台中店



❶	南港店	2025/3 OPEN
❷	中山店	2025/9 OPEN
❸	敦南店	2025/9 OPEN
❹	高雄店	2026/9 OPEN
❺	台中店	2026/10 OPEN

2Q 事業部トピックス(2/3)

コスメ事業の**minum**が「**ちいかわ**」コラボを展開、2Qの売上は前年同期比で**4倍超**
ニュアンス事業の**GULL**は新宿・大阪などへの出店で9月にはブランド**過去最高売上**を記録

minum (pool/コスメ事業)

トピックス

- ✓ 2Q累計で前年同期比4.1倍の売上成長、破竹の勢いで拡大、2Qは特にちいかわコラボが大きく貢献
- ✓ 取扱い店舗数は9月末時点でブランド棚(minumフルラインナップの棚)が約5,200店舗に加えて、単品棚(アイライナーに特化した棚)は約5,000店舗に拡大
- ✓ 主力の「ニュアンスリキッドアイライナー」は秋の新色追加と原価改善で収益性も向上、黒字にも転換し徐々に利益回収フェーズに移行

初のコラボレーション

- ✓ ブランド初のコラボとして「minum×ちいかわ」ぷにゅグリップライナー全5種を9月下旬から順次販売開始
- ✓ XやInstagramでの発信、拡散効果もあり、ちいかわコラボをきっかけに新規客層へのリーチも実現、品質への高評価コメントも多数
- ✓ ちいかわコラボの第2弾として、ヘアケアブランド「turlin by minum+」とのコラボ商品を11月頃から全国で順次発売





▲minum×ちいかわ

COMMON GULL PRODUCTS (yutori/ニュアンス事業)

トピックス



▲ルクア大阪店



▲新宿ルミネエスト店

- ✓ 2Q累計で前年同期比2.4倍のブランド売上を記録、7月にルクア大阪、9月に新宿ルミネエストと大宮ルミネに新規出店し、継続的な成長を実現
- ✓ 当初はZOZOTOWNでの売上が過半だったが、現在は約7割が直販のチャネルで構成され、着実にブランドのファンを獲得

人気商品

- ✓ 手書き風のロゴと淡い色合いによる独特の世界観をベースにトレンドを捉えた商品が人気を博する
- ✓ 駆け込みリュック、ひとえふたえパックロンT、ワッフルジップフーディなど主力品番が高い消化率で全体を牽引
- ✓ Instagramフォロワー数は13.9万人まで拡大



▲駆け込みリュック



▲waffle zip hoodie

2Q 事業部トピックス(3/3)

heart relation

heart relation社単体の2Q累計売上高は前年同期比126%を記録
新店舗のオープンやHELLO KITTYコラボなどのイベントがいずれも好評、業績も順調に推移

Her lip to (heart relation/Her lip to事業)

- **Her lip to、Her lip to BEAUTYの新店舗がOPEN**
  - ✓ 9月10日にブランド3店舗目となる常設店舗、Her lip to BEAUTY ルミネ新宿 ルミネ2店がOPEN
  - ✓ 9月26日にHer lip to路面店の2号店となるHer lip to OSAKAが大阪心斎橋にOPEN



▲Her lip to BEAUTY ルミネ新宿 ルミネ2店



▲Her lip to OSAKA

- **大人気美容液リップの新色発売**
  - ✓ BEAUTY事業部では、9月に発売した美容液リップ「LIP TO LOVE SERUM」の新色2色やハンドクリームが大好評

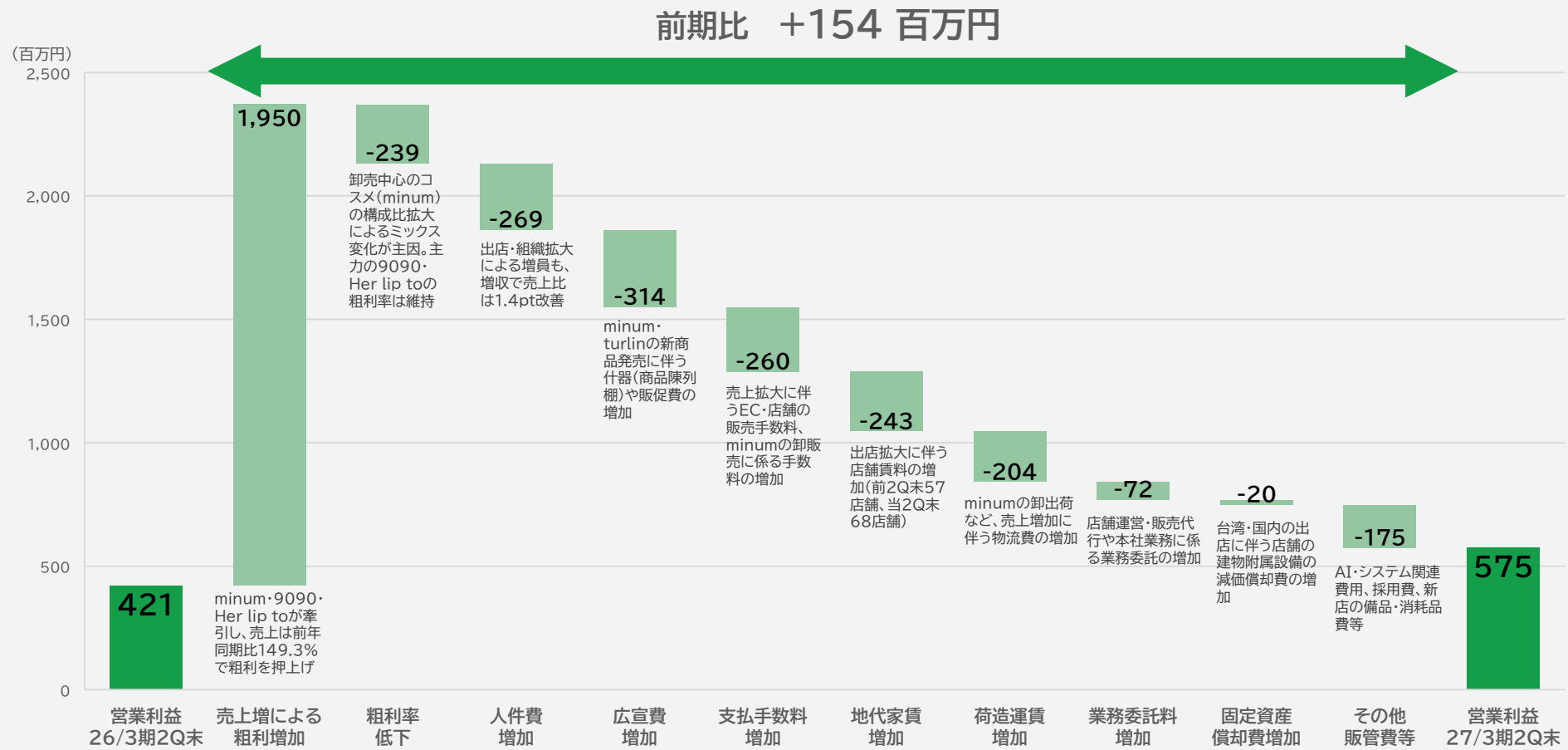


- **Her lip to × HELLO KITTY のコラボレーション!**
  - ✓ 「LITTLE TREASURES」をテーマにしたハローキティとのコラボレーションを実施
  - ✓ 8月20日~8月26日に代官山にてPOPUPストアを展開したほか、店舗やECサイトにて販売





2026/3期 2Q 末vs. 2027/3期 2Q末 営業利益増減分析



業績ハイライトBS

1Qでheart relation社の完全子会社化に伴う借入れにより、自己資本比率が低下
当面は利益の積み上げによる自己資本比率の向上、業績・利益の拡大による財務健全性の向上を目指す

（単位：百万円）	2026/3期 期末	2027/3期 1Q末	2027/3期 2Q末	前Q末との比較
流動資産	6,987	6,854	7,818	現預金・棚卸資産の増加により増加
（うち現預金）	2,484	1,228	2,058	短期借入金の増加等により増加
固定資産	3,033	3,140	3,266	店舗新規出店による建物附属設備の増加
（うちのれん）	734	692	651	のれん償却により減少
総資産	10,020	9,994	11,084	-
流動負債	4,385	4,875	5,747	短期借入金・未払法人税等・買掛金の増加
固定負債	1,906	3,159	3,091	長期借入金の返済により減少
純資産	3,729	1,959	2,244	利益の積み上げと新株予約権の行使により増加
自己資本比率	24.0%	19.3%	19.9%	自己資本：27/3期 1Q末 1,925M、2Q末 2,210M

BS-在庫の商材別内訳

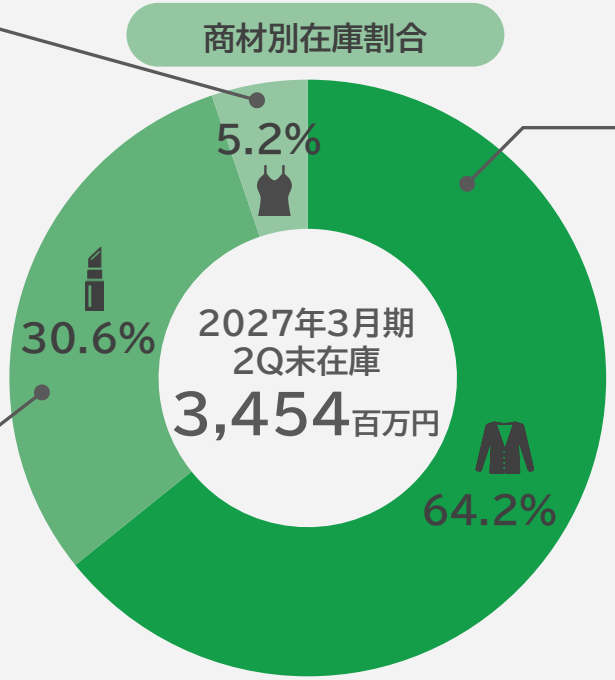
成長事業のコスメ在庫の伸びが最も大きく、リードタイムが長いため売上比率は約20%で在庫比率は約30%
ブランドごとに成長性と効率性の優先順位をつけて、メリハリをつけた在庫管理施策を実行中

ランジェリー
180 百万円

対象ブランド：ROSIER by Her lip to
- 流行り廃りがない定番商品が中心でコスメのような使用期限もなく、単価低減のためロット数を増やしていたため、売上規模と比較し、在庫水準は高めの状況だが、足元は売上伸長とともに在庫も圧縮傾向
- 上記の理由から、ランジェリー商品の評価損リスクは限定的

コスメ・ビューティ
1,056 百万円

対象ブランド：Her lip to BEAUTY、minum、turlin by minum
- minumはちいかわコラボと取扱店舗数の拡大に向けて在庫を積み増し、売上も大きく伸長。Her lip to BEAUTYは売上成長の裏で在庫消化が進み圧縮傾向
- 評価損は製造から3年後に計上されるが、それまでの売上拡大により消化見込み



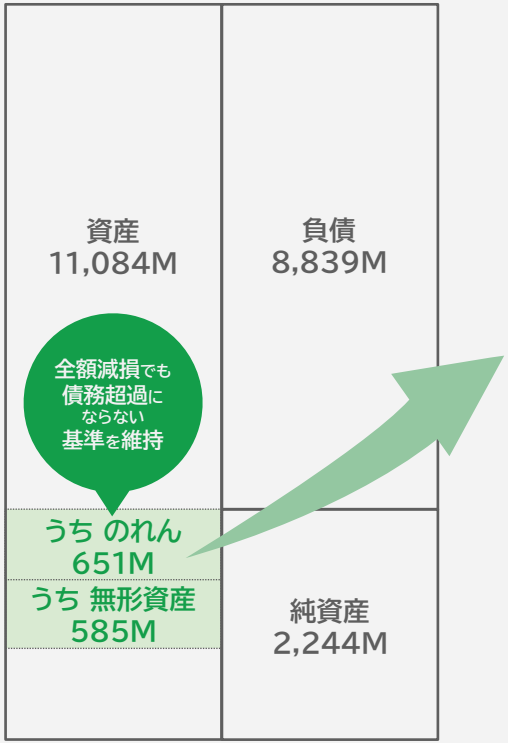
アパレル
2,218 百万円

対象ブランド：9090、Her lip to、MARITHE、SATURなど
- 主力ブランドの9090、Her lip toは高い消化率を維持し、健全に推移
- 韓国事業のMARITHEやSATURなどは春夏と秋冬の商品を向こう半年分をまとめて仕入れるため、回転期間は比較的長期化しやすいビジネスモデル（特に9月末と3月末）であり、他ブランドと比較して多く在庫を積んでいる状況
- Yリーグに基づき、販売実績のある上位ブランドほど厚めに在庫を抱えるが、Y5ブランドについては、数百万円程度～1,000万円程度に在庫を抑えることで撤退時の損失を最小限にコントロール

在庫は各ブランドのリードタイムに相当する金額を目安とし、**回転期間のモニタリング**で**効率的な経営**を目指す

BS-のれんの内訳

連結BSののれん残高には、M&Aに係る4件ののれんが計上（年間ののれん・無形資産の償却費は約240M）
のれん対純資産倍率は0.29倍、無形資産を考慮した調整後のれん対純資産倍率は0.55倍で**健全性を維持**



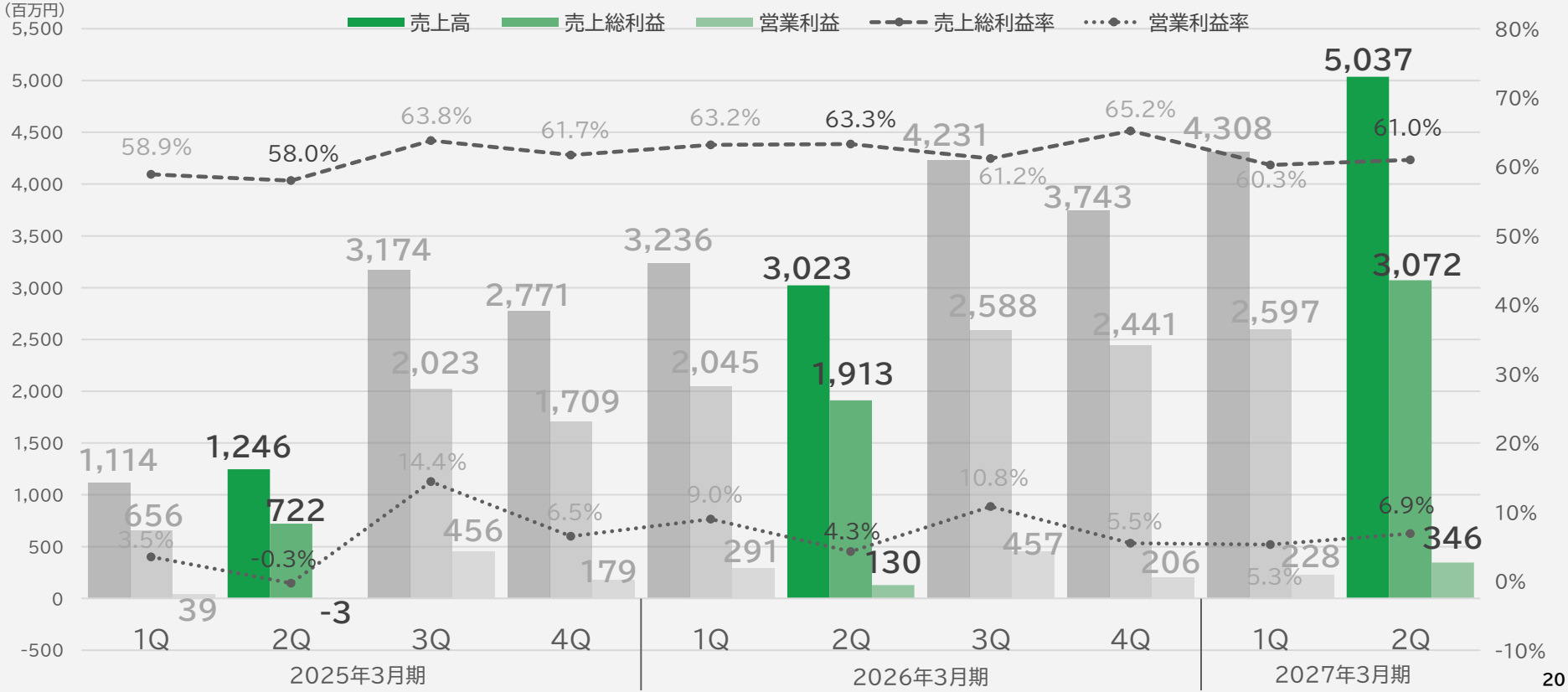
連結BS
2026/9末時点



のれん残高：651M
2026/9末時点

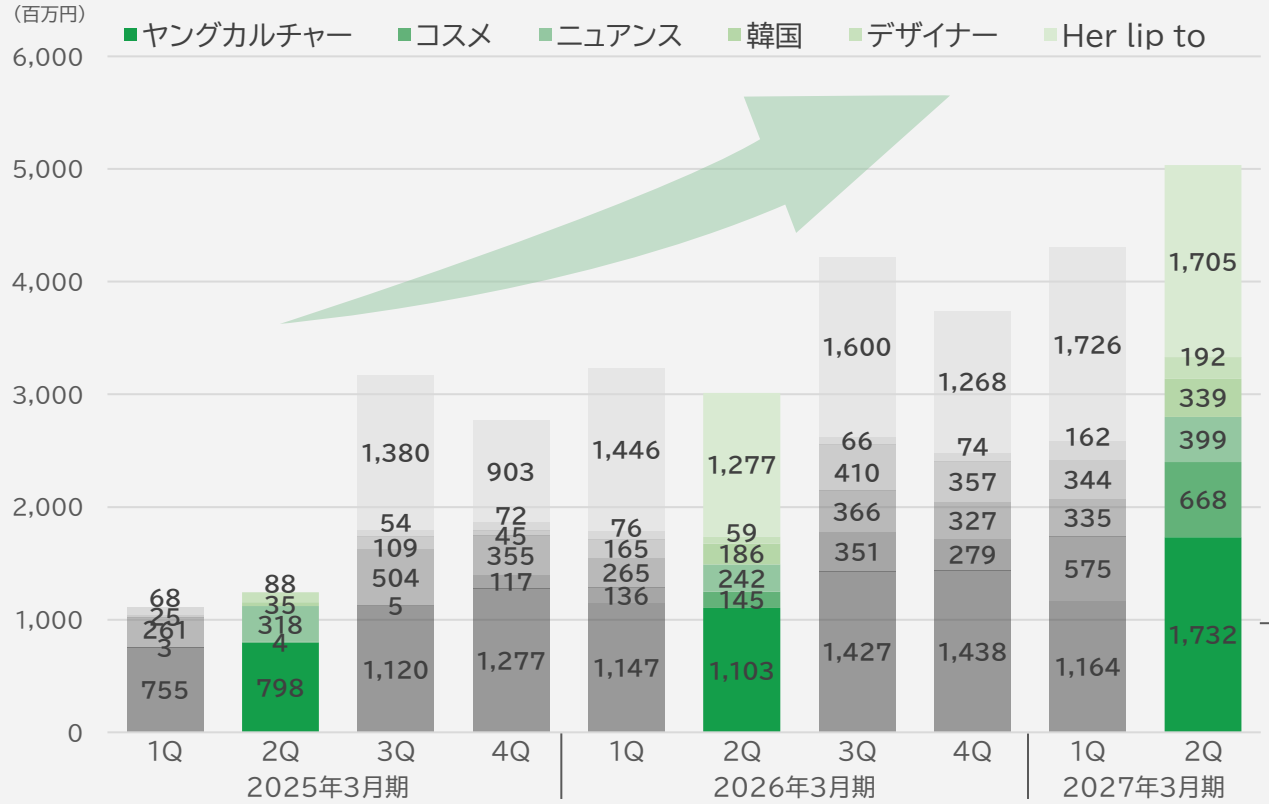
売上高/売上総利益/営業利益 四半期推移

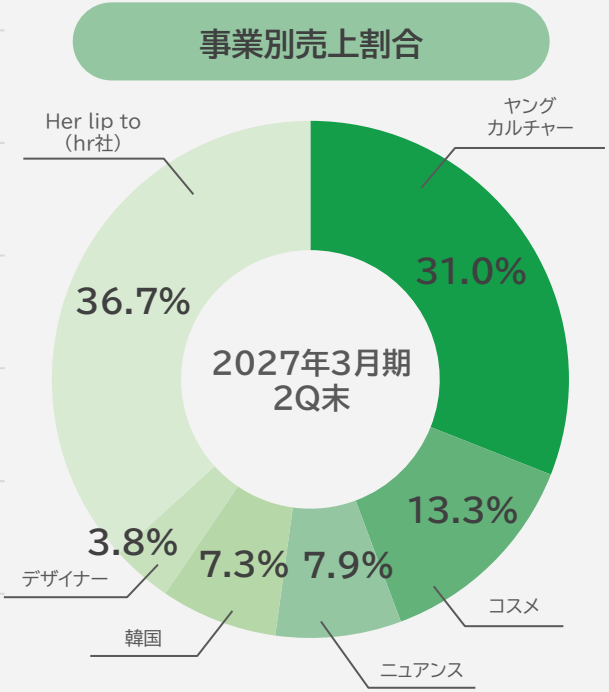
売上高・売上総利益は四半期として**過去最高**を更新
ちいかわコラボの効果もあり、当期は**2Qが1Qを上回る**好調な推移



事業部別売上高 四半期推移

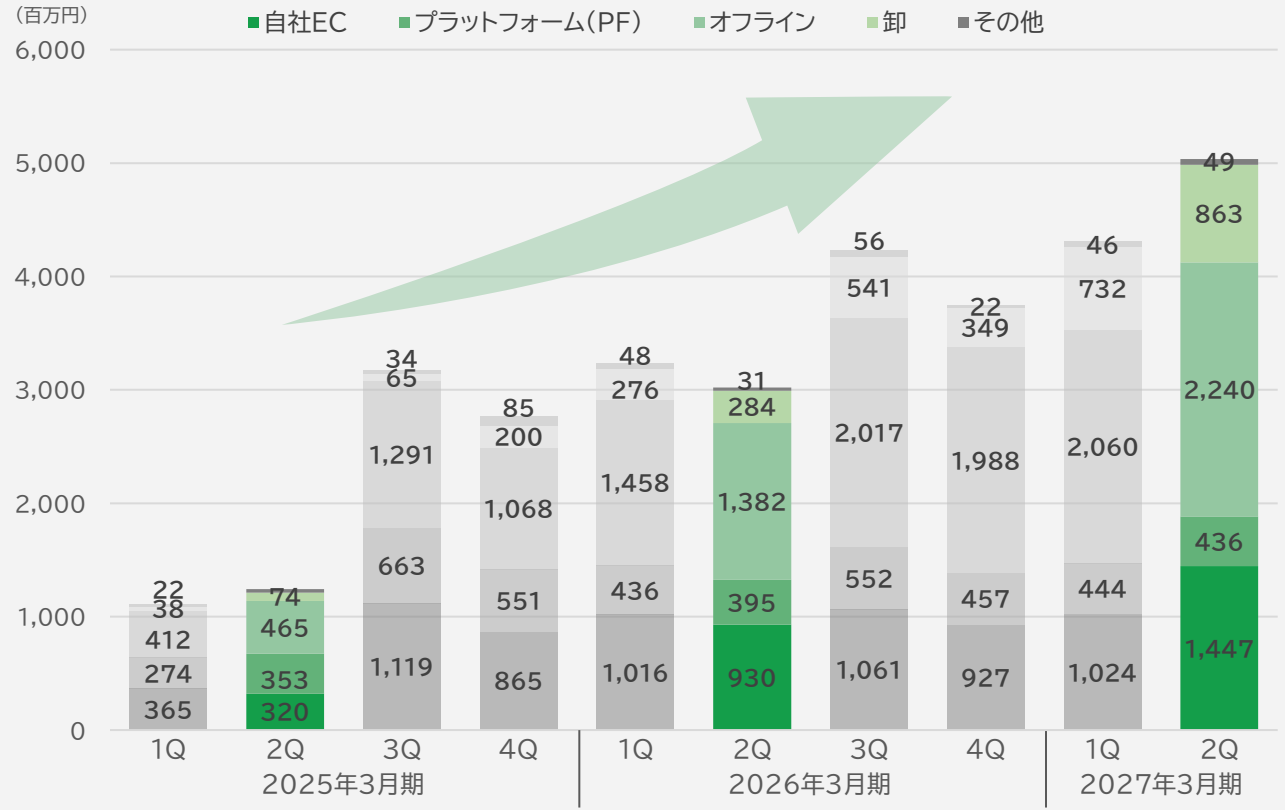
ヤングカルチャーとコスメが四半期として**過去最高**の売上を更新、コスメは前年同期比**4.6倍**に拡大
アパレル事業に次ぐ事業としてコスメ事業(minum)に注力し、事業ポートフォリオのバランスを図る

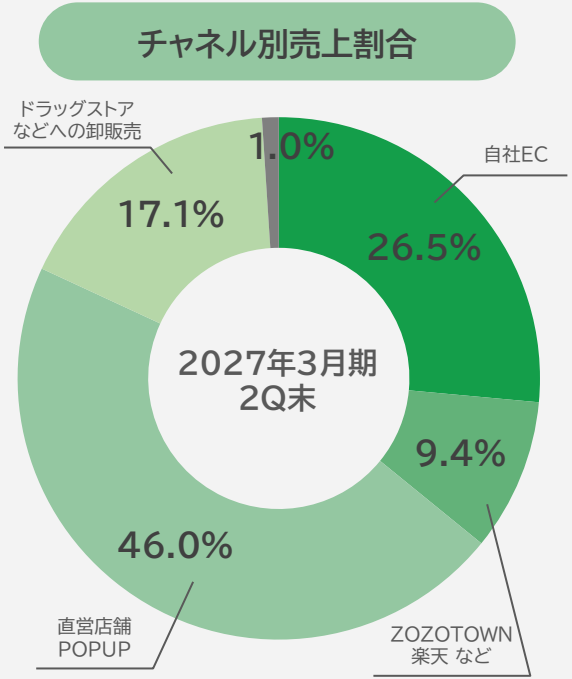




チャネル別売上高 四半期推移

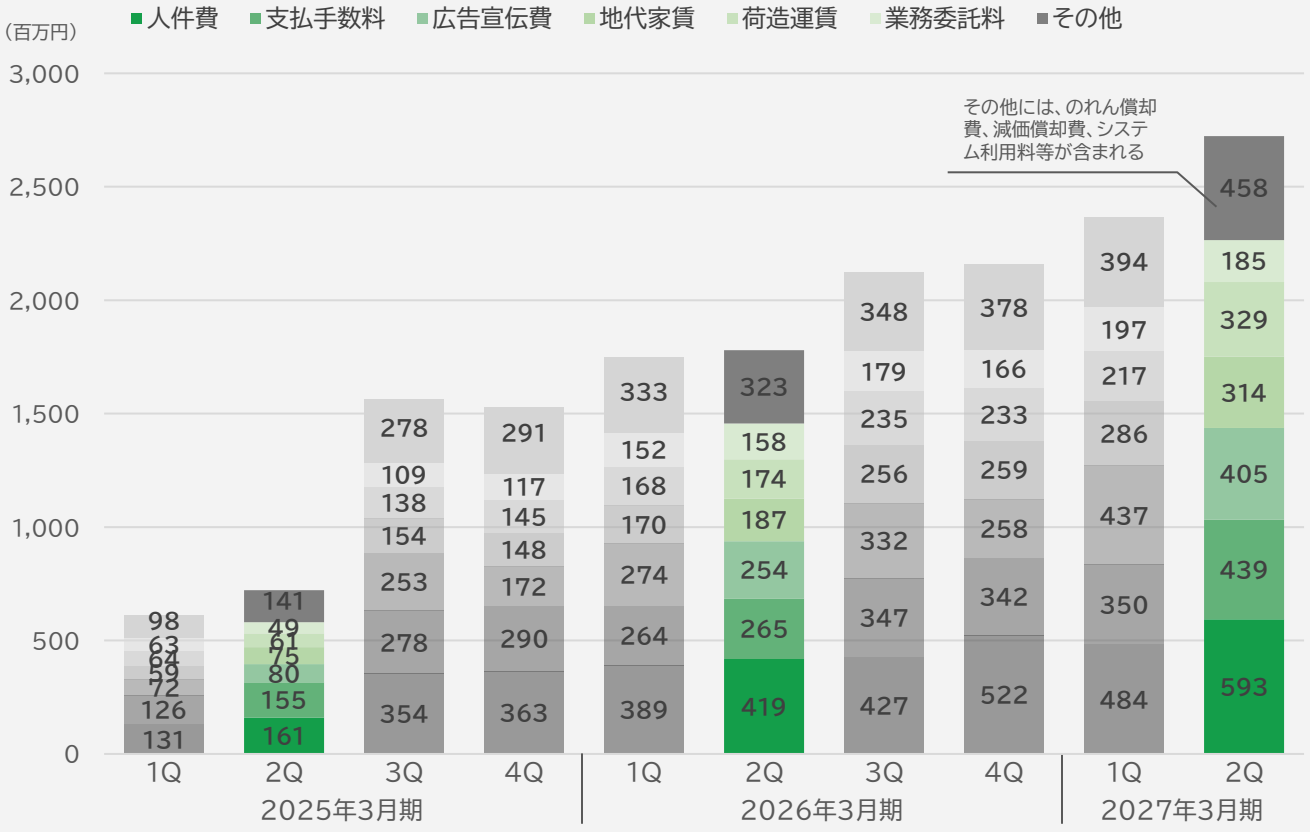
2Q(3か月)は、コスメ事業の成長に伴い卸販売の割合が17.1%(前年同期9.4%)に拡大
同期間のオフライン売上は出店により前年同期比162%、自社ECはちいかわコラボの受注販売で大きく伸長





販管費 四半期推移

売上高に連動する費用(支払手数料、地代家賃、荷造運賃等)が多く、費用構造に大きな変動はなし
増収効果で人件費・業務委託料の売上比が低下し、販管費率は54.5%(前年同期比▲2.0pt)に改善



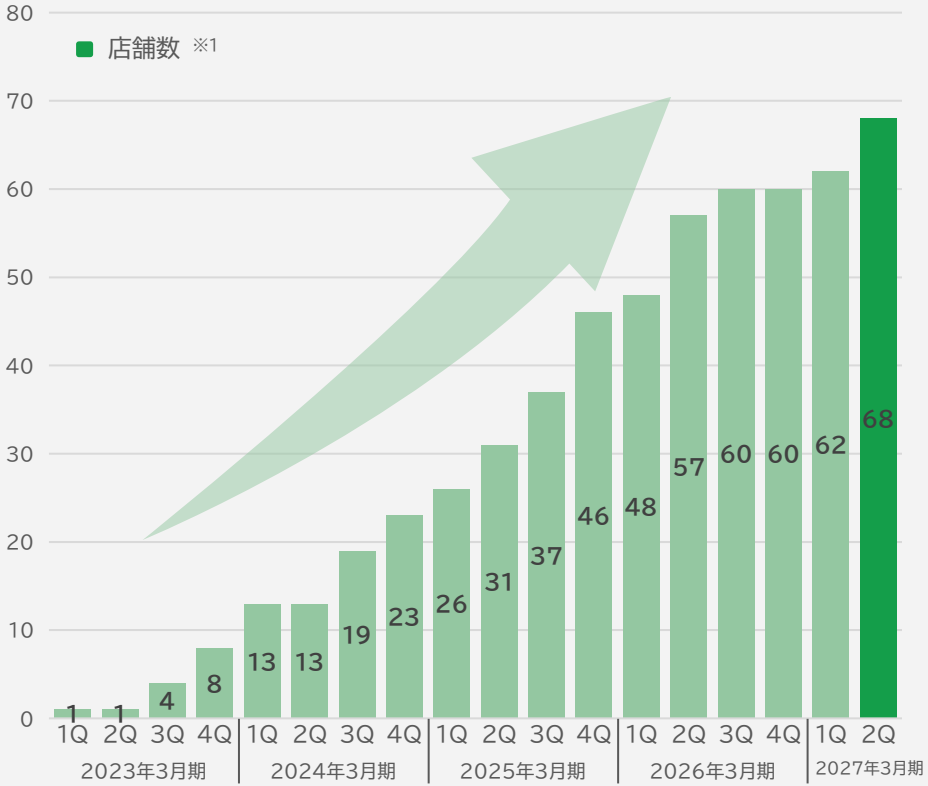
2Q末時点 対売上高比率

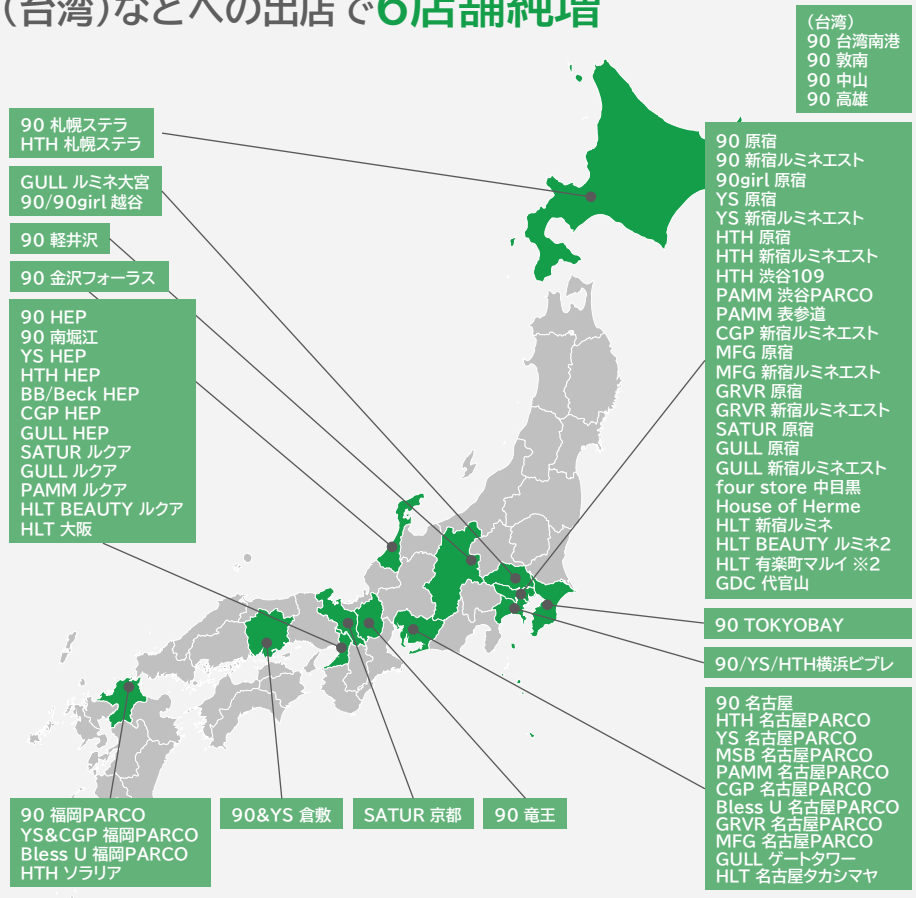
人件費	広告宣伝費
11.5% (▲1.4pt)	9.0% (+0.5pt)
支払手数料	**地代家賃**
8.4% (▲0.1pt)	6.4% (+0.7pt)
荷造運賃	**業務委託料**
5.8% (+0.3pt)	4.1% (▲0.9pt)

※かっこ書きは、2026年3月期 2Q末の数字との比較

店舗数 推移

2QはGULL新宿・ルクア大阪、Her lip to大阪、90高雄（台湾）などへの出店で6店舗純増
グループ合計で68店舗を運営（うち東名阪で47店舗）



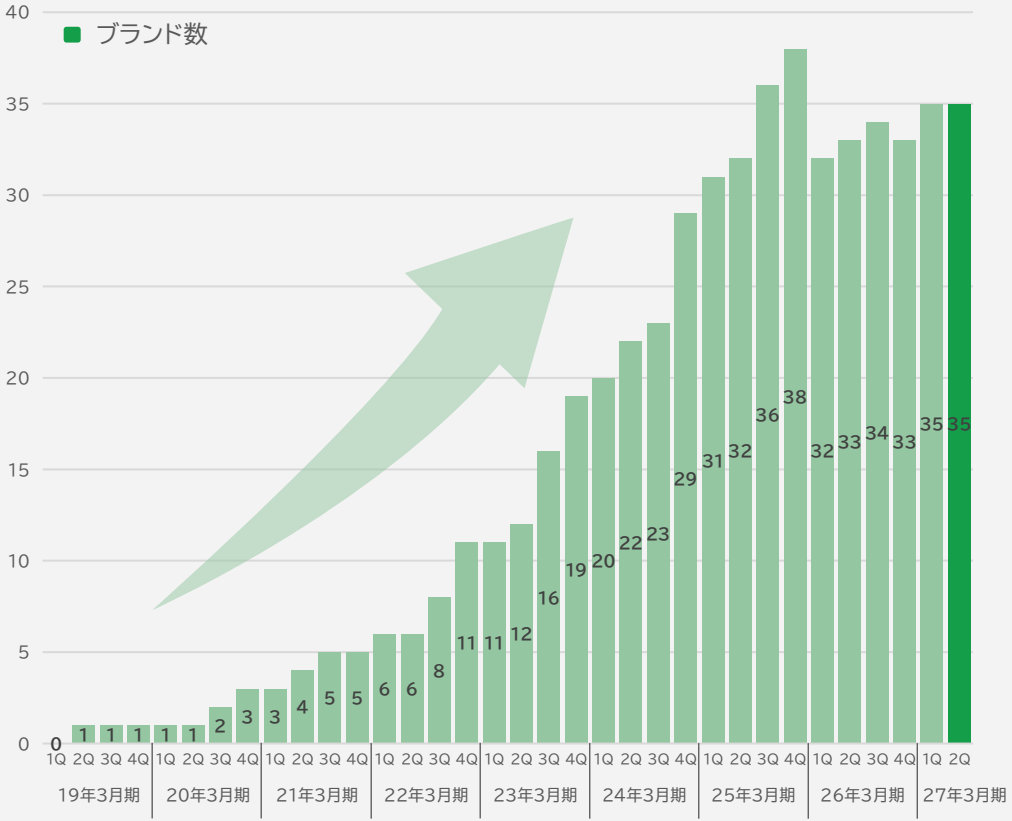


※1 各四半期末時点で当社グループが運営する常設店舗（3か月以上の営業を予定している店舗）の合計数。

※2 HLT有楽町マルイは、Her lip to BEAUTYとROSIERの合同店舗

ブランド数 推移

2Q時点で、グループ全体でのブランド数は合計35
引き続きYリーグの規定に基づき、より稼げるブランドでポートフォリオ構築を目指す



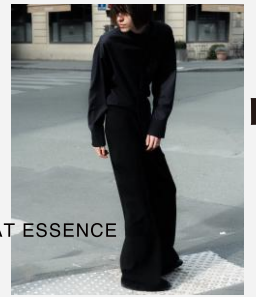


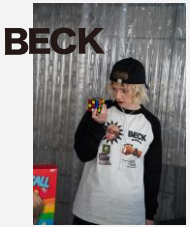
























Yリーグ ブランド進捗(2026/9/30時点)

全体的な底上げが進み、合計5ブランドがランクアップ

※Yリーグの判定は、9月末と3月末の半期ごとに直近1年間の実績に基づいて実施しております。

月間
平均
売上

Y5
立上げ期
～700万
CENTIMETER
Abaku
KIIFA KIIFA
Gully ROLL
2wins
WudgeBoy
HEAP
GOAT ESSENCE
BADWAY
BECK

Y4
確立期
700万～1,500万
損益分岐点
nemne
F-L A G S T U F-F
2002

Y3
グロース期
1,500万～2,500万
CAMPHOR WOOD™
over Print
BLESSÜ
codegraphy©
BrokenBase™
GROVE
SATUR

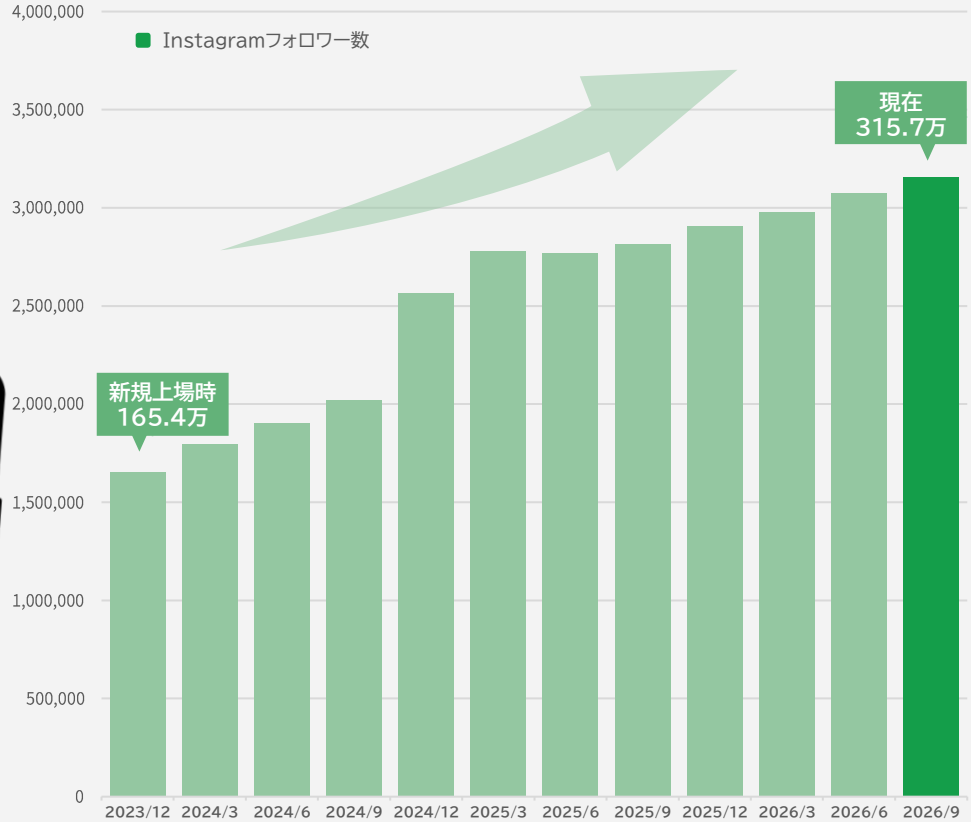
Y2
ハイグロース期
2,500万～4,000万
YOUNGER SONG
GDC

Y1
定着期
4,000万～
9090
9090 Girl
HTP hotter than hell
PAMM
COMMON GULL PRODUCTS
MARITHÉ FRANÇOIS GIRBAUD PARIS

Instagramフォロワー数 推移

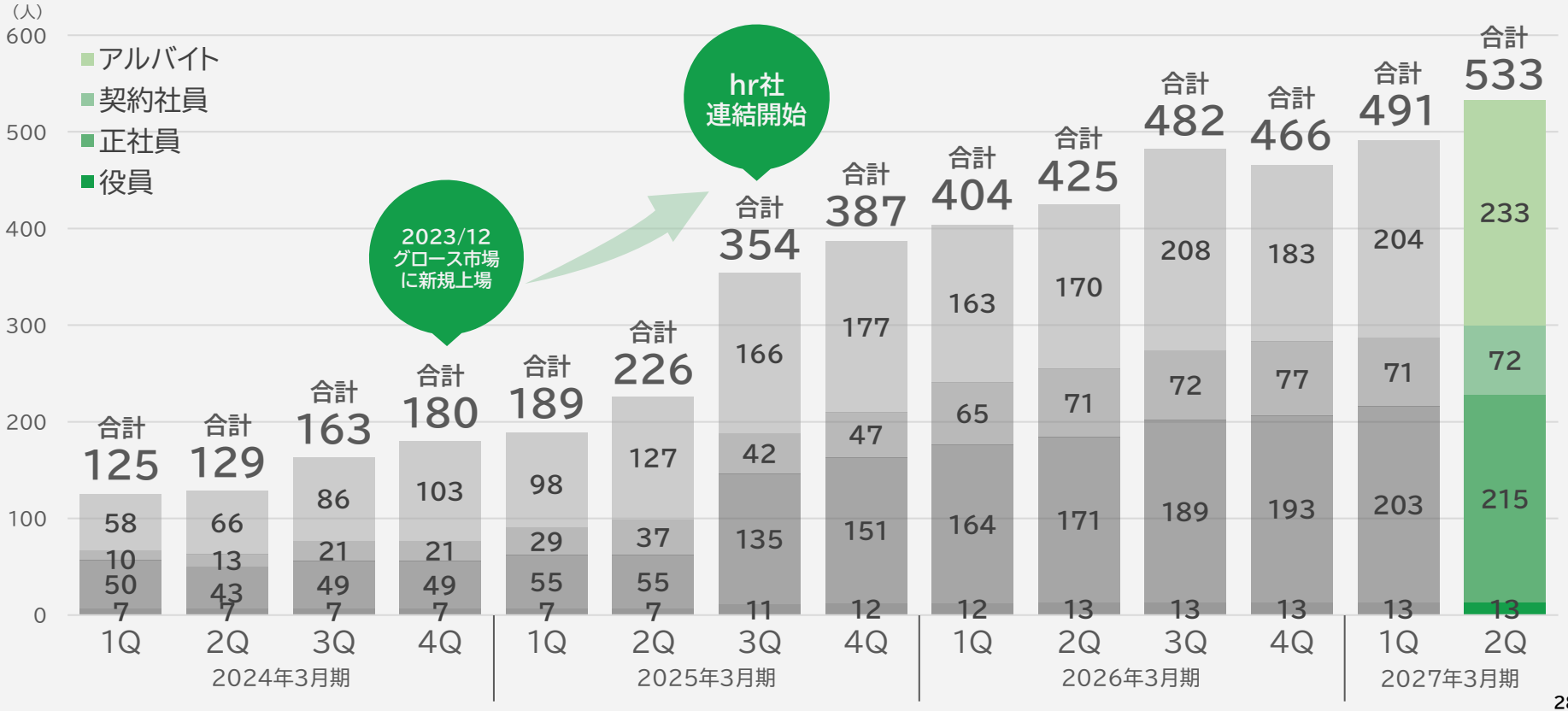
Instagramでは各ブランドの担当者が着用画像や動画を撮影し、ブランドの世界観を表現
yutoriグループ全体でフォロワー数は合計315万人を突破し、多くの潜在的な顧客層を抱える





連結従業員数推移

連結グループ全体の役員+従業員は、合計で533人
最大の競争力の源泉である従業員への人材投資、人員拡充を目指す

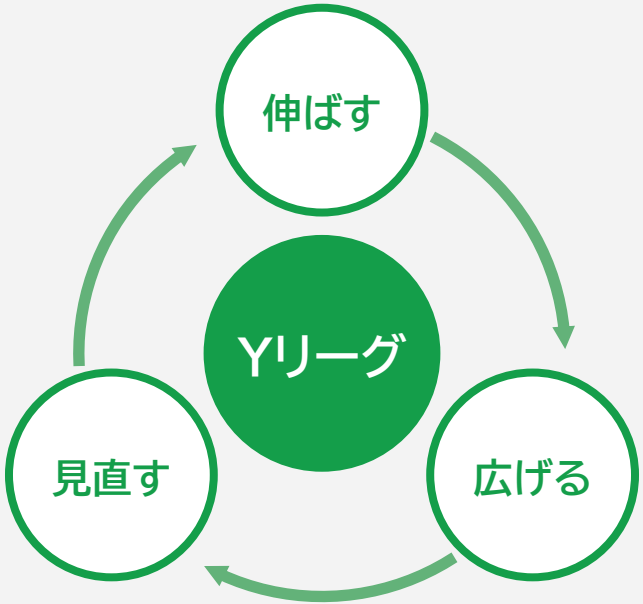


2

今後の成長に向けて

ブランドポートフォリオの見直し

Yリーグに基づく「**選択と集中**」で、経営資源を伸びるブランド・事業へ再配分
M&Aによるポートフォリオの拡大も目指すとともに、ブランドの整理を進める



伸ばす
詳細 P.31・32

Yリーグ上位ブランド・注力事業
- 出店・在庫・人員を**優先的に配分**
- 海外・ニュアンス・コスメ・IPの4領域に集中

Y1のブランド

9090 / COMMON GULL PRODUCTS / PAMM / MARITHÉ FRANÇOIS GIRBAUD

広げる
詳細 P.33

M&Aでポートフォリオを広げる
- 売上10～20億円以上を目安にM&Aを検討
- 出店・EC・SNSのノウハウで、ともに成長を加速

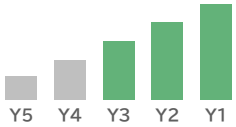
M&Aで加わったブランド

Her lip to / minum / over Print / YOUNGER SONG

見直す
詳細 P.34

成長の見込みにくいブランド
- Yリーグの判定に基づき**撤退を判断**
- 人員・店舗は伸びるブランドへ再配置

Yリーグ判定



伸ばす・広げる・見直すを組み合わせ、より稼げるブランドポートフォリオへ

伸ばす

注力事業と今後の展開

足元の成長事業により注力し、来期以降の**飛躍**につなげる
海外・ニュアンス・コスメ・IPを**4本柱**に、さらなる成長を目指す

1 海外・インバウンド



上期の成果

台湾子会社が2Q累計166%
インバウンド売上も台湾が最多

今後の打ち手

- 台湾と親和性の高いブランドにおいて出店検討
- SNSを活用し、インバウンド客層へのリーチも狙う

2 ニュアンス事業



上期の成果

ニュアンス事業が上期145%
GULL・PAMMが成長を牽引

今後の打ち手

- GULL・PAMMを次の柱に、主要商業施設へ出店
- 直販比率を高め、ファン基盤を強化

3 コスメ事業



上期の成果

minumが2Q累計4.1倍
ブランド棚 約5,200店舗に拡大

今後の打ち手

- ブランド棚の取扱い店舗数拡大
- アイライナーに特化した単品棚の拡大と新商品でシェアを拡大

4 IP事業



上期の成果

ちいかわコラボを3弾連続で展開
HELLO KITTYコラボも好評

今後の打ち手

- グループ横断でキャラクターコラボを継続
- GPS HD社・アカツキ社と新たなIP事業を準備（次ページ）

成長事業に経営資源を集中し、来期以降のさらなる飛躍へ

伸ばす

IP事業の展開

2025年12月のGPS HD社・アカツキ社との資本業務提携を起点に、「ちいかわ」コラボを3ブランドで展開
今回のコラボは**業務提携の第一歩**、来期は3社の連携による当社IP事業の**本格始動**を目指す

提携から1年で「ちいかわ」コラボを**3弾連続**で展開

2025年12月

資本業務提携

- アカツキ社・GPS HD社と資本業務提携
- IPの「場づくり」に向け3社の連携を開始

2026年7月 第1弾

9090×ちいかわ



- 受注販売形式で当社コラボとして過去最大規模の売上を記録
- 9090の2Q売上は前年同期比**3.5倍**

2026年9月 第2弾

minum×ちいかわ



- ブランド初のコラボ商品が好評
- minumの2Q累計売上は前年同期比**4.1倍**

2026年11月 第3弾

turlin×ちいかわ



- ヘアケアブランド「turlin by minum+」とのコラボ
- **11月から全国で発売**

…

NEXT

3社の連携による当社IP事業

翌期（2028年3月期）秋以降を目安に

IP事業 本格始動

- yutori　企画・プロデュース／旗艦店の運営
- GPS HD社　キャラクターIP・グッズ企画
- アカツキ社　EC運営

IPグッズを「雑貨」から「カルチャー」へ
リアル店舗とECを両輪に展開

M&Aによるポートフォリオ拡大の考え方

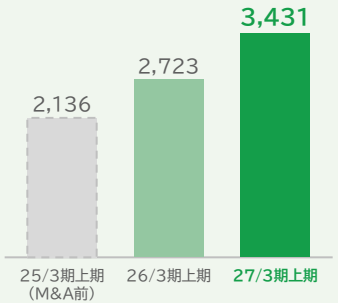
これまでM&Aで加わったブランドは、グループ入り後も大きく成長
当面は売上10～20億円程度の規模のブランドとの出会いを目指す

M&Aで加わったブランドの成長

Her lip to
designed by HK

上期売上 M&A前の1.6倍

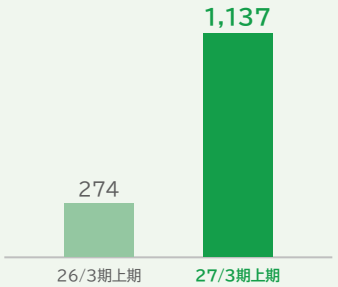
上期売上高の推移(百万円)



minum

上期売上 前年同期比4.1倍

上期売上高の推移(百万円)



M&Aで目指すブランド像

売上10～20億円程度の規模
将来の成長の柱となりうる規模感

ブランドとして確立していること
独自の世界観と根強いファンを持つブランド

当社のノウハウで成長を加速
出店・EC・SNSの知見を活かし、ともに成長できるブランド

中長期的な視点で、ともに成長できるブランドとの出会いを目指す

見直す

資産効率を重視したブランド経営へ

在庫・仕入・出店の管理を強化し、**資産効率を重視した経営**へ
ブランドの整理を進め、より稼げるポートフォリオへ転換する

1 経営管理を強化

在庫
在庫と投資を定期的にモニタリング

仕入
販売計画と連動した在庫予算で管理

出店
投資回収の見通しを事前に審議

2 資産効率でブランド評価



Yリーグで評価

売上の規模
＋ 収益性
＋ 在庫効率

の3つの視点で、
ブランドの継続を判断

新規ブランドは、
一定の規模を狙えるものに絞る

3 ブランドを整理



- 成長が見込みにくいブランドは撤退・統合を進める
- 人員・店舗・在庫を伸びるブランドへ再配分
- ブランドの数より、一つひとつの稼ぐ力を高める

ブランドの整理で質の高い
ポートフォリオの構築を目指す

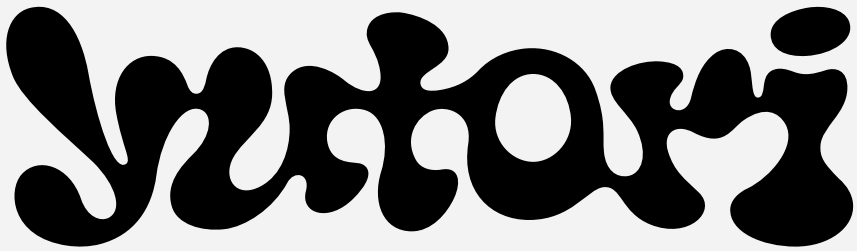
本資料の取り扱いについて

本資料は、情報提供のみを目的として当社が作成したものであります。

本資料に含まれる将来予想に関する記述は、当社の判断及び仮定並びに当社が現在利用可能な情報に基づくものです。将来予想に関する記述には、当社の事業計画、市場規模、競合状況、業界に関する情報及び成長余力等が含まれます。そのため、これらの将来予想に関する記述は、様々なリスクや不確定要素に左右され、実際の業績は将来に関する記述に明示または黙示された予想とは大幅に異なる場合があります。当社は、記載内容に重要な変動がある場合を除き、本資料の記述を修正する予定はありません。

本資料には、当社の競争環境、業界のトレンドや一般的な社会構造の変化に関する情報等の当社以外に関する情報が含まれております。当社は、これらの情報の正確性、合理性及び適切性等について独自の検証を行っておらず、いかなる当該情報についてこれを保証するものではありません。

お問い合わせ
ir@yutori.tokyo


yutori