

株式会社 4°Cホールディングス  
(東証プライム市場 8008)

第74期 (2024年2月期) 決算説明資料

2024年4月12日

# Contents

- I. 2024年2月期連結業績、2025年2月期連結業績予想
- II. 第6次中期経営計画の振返り
- III. 第7次中期経営計画
- IV. 2030ビジョン 資本収益性向上に向けた取り組み
- V. Appendix

(株)4°Cホールディングス 代表取締役社長 増田 英紀

※資料内の数値は百万円未満を切り捨て表示し、百分率は原データから算出しております。

当資料の業績予想に関する記述、及び客観的事実以外の記述に関しましては、当社が現時点で入手可能な情報から得られた判断に基づいておりますが、リスクや不確実性を含んでおります。従いまして、これらの記述のみに全面的に依拠して投資判断を下すことは控えるようお願いいたします。実際の業績は、当社の事業をとりまく経済情勢、市場の動向、為替レートなどに関わる様々な要因により、記述されている業績予想とは大幅に異なる可能性があることをご了承ください。

# Contents

- I. **2024年2月期連結業績、2025年2月期連結業績予想**
- II. 第6次中期経営計画の振り返り
- III. 第7次中期経営計画
- IV. 2030ビジョン 資本収益性向上に向けた取り組み
- V. Appendix

# 2024年2月期 通期連結業績の概要

- 通期連結業績 売上高ほぼ計画通り、営業利益・経常利益2期連続増益
- 収益性の改善が進み、利益はすべて計画通りに推移

(百万円、%)	第73期 (2023/2)		第74期 (2024/2)			前期比	計画比
	実績	構成比	計画	実績	構成比		
<b>売上高</b>	<b>39,508</b>	<b>100.0</b>	<b>40,000</b>	<b>39,457</b>	<b>100.0</b>	<b>▲0.1</b>	<b>▲1.4</b>
売上総利益	19,727	49.9	20,000	19,530	49.5	▲1.0	▲2.4
売上総利益率	49.9		50.0	49.5		▲0.5	▲0.6
販売管理費	17,748	44.9	17,900	17,433	44.2	△1.8	△2.6
内、のれん償却費	496	1.3	496	496	1.3	±0.0	±0.0
<b>営業利益</b>	<b>1,979</b>	<b>5.0</b>	<b>2,100</b>	<b>2,096</b>	<b>5.3</b>	<b>+5.9</b>	<b>▲0.1</b>
<b>経常利益</b>	<b>2,342</b>	<b>5.9</b>	<b>2,500</b>	<b>2,515</b>	<b>6.4</b>	<b>+7.4</b>	<b>+0.6</b>
<b>当期純利益</b>	<b>1,149</b>	<b>2.9</b>	<b>1,300</b>	<b>1,300</b>	<b>3.3</b>	<b>+13.2</b>	<b>±0.0</b>
のれん償却前営業利益	2,475	6.3	2,596	2,593	6.6	+4.8	▲0.1
のれん償却前当期純利益	1,645	4.2	1,796	1,796	4.6	+9.2	±0.0

※のれん償却前営業利益 = 営業利益 + のれん償却額、のれん償却前当期純利益 = 親会社株主に帰属する当期純利益 + のれん償却額

## ジュエリー事業

### 構造改革の継続により減収も2期連続の増益

#### □ ファッションジュエリー、クリスマス苦戦も重点取組課題に手応え

- 女性客売上高 前期比+1.1% 12月以降伸び悩む、商品力強化
- EC売上高 前期比+8.6% 自社・他社サイトともに伸長
- 顧客売上高 前期比+3.0% LINEによるアプローチ

#### □ ブライダルジュエリー、店舗集約により利益率改善

- 銀座本店フルリニューアル効果で売上高大幅伸長（前期比+31.0%）
- 専門店業態の再編により収益性が改善

(百万円、%)	第73期 (2023/2)	第74期 (2024/2)		前期比	前期差	計画比
		計画	実績			
売上高	18,587	17,700	16,995	▲8.6	▲1,591	▲4.0
営業利益	1,356	1,450	1,426	+5.1	+69	▲1.6

## アパレル事業

### 7期連続増収、2期連続増益

- 「パレット」100店舗体制の実現により、トップラインを牽引
  - 既存店売上高 100.1%、4期連続で前期を上回る
  - 年間10店舗の新規出店、出店効果により売上高前期比 107.4%と大幅に伸長
  
- アパレルメーカー 売上・利益ともに計画を大幅に上回り好調に推移
  - 海外生産基盤の強みを生かし主力取引先からの受注を拡大
  - 円安に対し、企画提案力の強化により荒利益率改善

(百万円、%)	第73期 (2023/2)	第74期 (2024/2)		前期比	前期差	計画比
		計画	実績			
売上高	20,921	22,300	22,462	+7.4	+1,540	+0.7
営業利益	942	1,050	1,046	+11.1	+104	▲0.3

# 財政状態、キャッシュ・フローの状況（連結）

- 総資産506億円、負債120億円、純資産385億円  
自己資本比率は76.2%と健全性を保つ
- フリーCF 約15億円、前期差8億円増加と改善

## 財務状況

2024年2月末時点

総資産 506億円	120億円	負債
	385億円	純資産

## キャッシュ・フロー

(単位：百万円)	第73期 (2023/2)	第74期 (2024/2)	差額
営業CF	3,103	2,666	△437
投資CF	△2,371	△1,103	+1,268
財務CF	△1,834	△1,791	+43
フリーCF	732	1,563	+831

通期連結業績は増収、営業利益・経常利益は3期連続増益の見通し

(百万円、%)	第74期 (2024/2)		第75期 (2025/2)		前期比	前期差
	実績	構成比	計画	構成比		
<b>売上高</b>	<b>39,457</b>	<b>100.0</b>	<b>41,000</b>	<b>100.0</b>	<b>+ 3.9</b>	<b>+ 1,542</b>
売上総利益	19,530	49.5	20,000	48.8	+ 2.4	+469
売上総利益率	49.5		48.8		▲0.7	
販売管理費	17,433	44.2	17,600	42.9	+ 1.0	+ 166
内、のれん償却費	496	1.3	496	1.2	±0.0	±0.0
<b>営業利益</b>	<b>2,096</b>	<b>5.3</b>	<b>2,350</b>	<b>5.7</b>	<b>+ 12.1</b>	<b>+ 253</b>
<b>経常利益</b>	<b>2,515</b>	<b>6.4</b>	<b>2,800</b>	<b>6.8</b>	<b>+ 11.3</b>	<b>+ 284</b>
<b>当期純利益</b>	<b>1,300</b>	<b>3.3</b>	<b>1,600</b>	<b>3.9</b>	<b>+ 23.1</b>	<b>+ 300</b>
のれん償却前営業利益	2,593	6.6	2,846	6.9	+9.8	+ 253
のれん償却前当期純利益	1,796	4.6	2,096	5.1	+16.6	+ 299

※のれん償却前営業利益 = 営業利益 + のれん償却額、のれん償却前当期純利益 = 親会社株主に帰属する当期純利益 + のれん償却額



## ジュエリー事業

**事業構造改革継続により減収、3期連続の増益を目指す**

- 客単価の上昇により既存店売上高は前期比 101.7%の計画
- EC売上高、OMO戦略の推進により前期比110.0%と二桁成長を目指す
- ブライダルECサイトをフルリニューアル

## アパレル事業

**8期連続増収、3期連続の増益を目指す**

- 「パレット」10店舗の新規出店、既存店売上高は前期比103.0%の計画
- アパレルメーカー、海外生産背景・企画提案力を生かした主力取引先との取り組み拡大、新規開拓

(百万円、%)		第74期 実績 (2024/2)	第75期 計画 (2025/2)	前期比	前期差
ジュエリー事業	売上高	16,995	16,500	▲2.9	▲495
	営業利益	1,426	1,524	+6.9	+97
アパレル事業	売上高	22,462	23,900	+6.4	+1,437
	営業利益	1,046	1,180	+12.8	+133

# Contents

- I. 2024年2月期連結業績、2025年2月期連結業績予想
- II. 第6次中期経営計画の振り返り**
- III. 第7次中期経営計画
- IV. 2030ビジョン 資本収益性向上に向けた取り組み
- V. Appendix

(単位：百万円)		2021年2月期	2024年2月期	増加額	増加率
ジュエリー事業	売上高	20,641	16,995	▲3,646	▲17.7%
	営業利益	2,139	1,426	▲713	▲33.3%
アパレル事業	売上高	18,807	22,462	+3,654	+19.4%
	営業利益	896	1,046	+154	+17.2%
連結業績	売上高	39,449	39,457	+7	+0.0%
	営業利益	2,767	2,096	▲670	▲24.2%

## コロナ禍を受け経営環境が大きく変化

### 【ジュエリー事業】 行動制限の影響を大きく受ける

- ① ブライダルジュエリーの売上 約32億円減少  
(うちブライダル専門店(路面店) 約22億円減少)
- ② 男性ギフトの需要低下
- ③ ブライダル専門店にて、集約と大型改装による構造改革に取り組む

### 【アパレル事業】 コロナ禍が追い風となり伸長

- ① 小商圏化が進み「パレット」は既存店3期連続伸長
- ② 出店・既存店伸長により売上高拡大、関東圏へ進出
- ③ アパレルメーカー、バン格拉デシュの優位性発揮し好調に推移

事業ポートフォリオによるリスク分散、安定的な経営へ

## ジュエリー事業における第6次中計の取り組み

- ① 旗艦店である銀座本店の大規模改装
- ② 匿名宝飾店による体験型イベントの実施
- ③ ECサイトのフルリニューアル



【取り組みにより得られた気づき】

提供価値を高めることがお客様からの支持拡大へ

ファッション性

体験価値

高価格帯

ロイヤルカスタマー

# ① 旗艦店である銀座本店の大型改装



- 高価格商品の展開 : 客単価UPへの手応え感
- ブランドバリエーション : HOMME+, cofl by 4°C、RUGIADA展開、多様な需要を喚起
- 商品陳列 : 品番数削減、効果的な演出やVMDで上質感向上
- 店装 : ファサードにおける季節感の演出
- ロイヤルカスタマー : 上位顧客を招待しパーティー開催

## 新しい提供価値の訴求内容で路面店における旗艦店づくり

(将来に向けたチャネル戦略の可能性)

売上高 前期比**131.0%**

客単価 前期比**117.0%**

(※前期比較数値は4°Cブライダル銀座本店、4°C銀座晴海通り店の合計)

高価格帯

ロイヤルカスタマー

## ②匿名宝飾店による体験型イベントの実施



- 商品構成 : ファッション性  
(定番商品・ベーシックアイテムを除く、  
新しい商品企画を中心とした品揃え)
- 体験価値 : 身に付けることによって伝わるブランド価値
- オピニオンリーダー : トレンドに敏感・こだわりを持った客層  
(普段の店舗とは違うお客様)

普段の店舗とは違う『商品』・『着装』・『客層』

来店数 5,500名 (女性 9割)

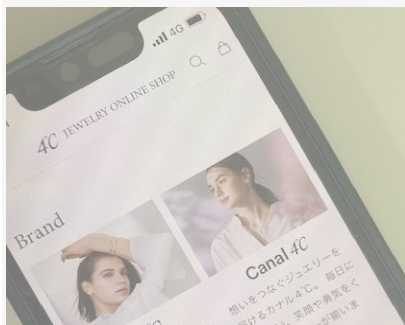
【アンケート結果】・商品に対するポジティブ評価 98%

・「おしゃれに感じた」98%以上

ファッション性

体験価値

### ③ ECサイトのフルリニューアル

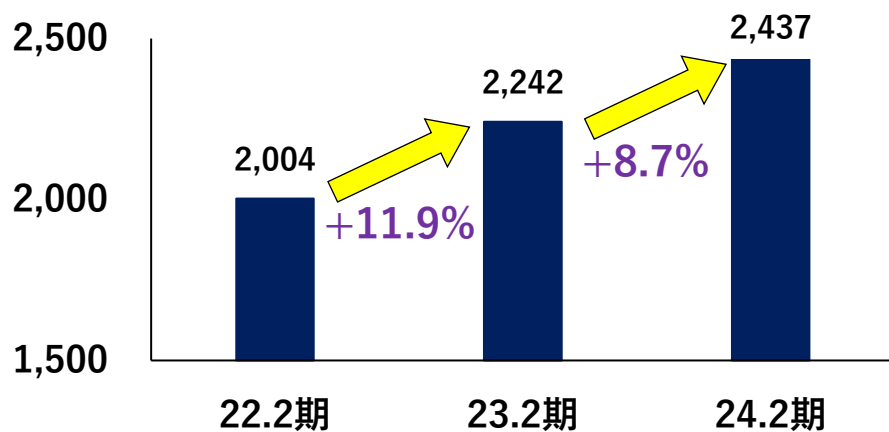


- 7ブランド展開、バリエーション拡大によるファッション性の向上
- お客様の声や行動分析に基づいたサイト改修
- AR試着、360度 viewによる、体験価値の向上

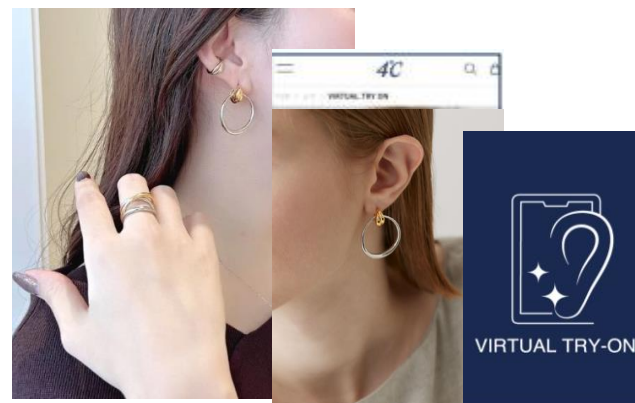
## 体験価値の重要性

EC売上高、連続大幅成長

(単位：百万円)



ファッション性



体験価値

# Contents

- I. 2024年2月期連結業績、2025年2月期連結業績予想
- II. 第6次中期経営計画の振り返り
- III. 第7次中期経営計画**
- IV. 2030ビジョン 資本収益性向上に向けた取り組み
- V. Appendix



【ジュエリー事業 第6次中期経営計画の取り組みにより得られた気づき】

ファッション性

体験価値

高価格帯

ロイヤルカスタマー

## 女性客拡大に向けた事業戦略の実行

### ①ファッション性の向上

…マーチャンダイジングの刷新

### ②顧客化の推進

…顧客属性の細分化による提案力の向上

### ③チャネル戦略

…百貨店の高価格帯への対応強化

路面店の旗艦店づくり（大阪、横浜）

ジュエリー事業⇒ブランド事業へ

新たな事業領域の拡大

# Challenge for Future 未来への挑戦

## ～2030年に向けて～

対象期間:2025年2月期～2027年2月期

『環境変化への対応』を前提に  
『顧客提供価値』を追求し  
将来の飛躍に向けた成長基盤を構築

# 第7次中期経営計画 数値ビジョン

第6次中計  
最終年度

第7次中計  
最終年度

(単位：百万円)

		第74期 (2024/2)	第77期 (2027/2)	増加額	増加率
ブランド (ジュエリー) 事業	売上高	16,995	17,200	+204	+1.2%
	営業利益	1,426	1,750	+323	+22.7%
アパレル 事業	売上高	22,462	27,000	+4,537	+20.2%
	営業利益	1,046	1,200	+153	+14.7%
連結業績	売上高	39,457	45,000	+5,542	+14.0%
	営業利益	2,096	3,100	+1,003	+47.8%
	経常利益	2,515	3,600	+1,084	+43.1%
	当期純利益	1,300	2,050	+749	+57.6%
	ROE	3.4%	5.7%	+2.3pt	
	のれん償却前 営業利益	2,593	3,348	+754	+29.1%
	のれん償却前 当期純利益	1,796	2,298	+501	+27.9%
	のれん償却前 ROE	4.7%	6.4%	+1.7pt	

## 第7次中期経営計画期間の経営環境認識

- 人口減少が進むなか、生産性向上・労働力の確保が重要な経営課題へ
- 物価の上昇、実質賃金の低下により消費の二極化が進む
- 生成AIの普及など、社会のデジタル化が進む



ブランド事業	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ 当社の主要チャネルである百貨店、高価格帯とインバウンドがけん引し好調に推移</li><li>➤ ジュエリー・アクセサリーのEC市場規模も拡大傾向</li><li>➤ 地政学リスクの高まりや為替影響による貴金属価格の高騰</li></ul>
アパレル事業	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ 商圏人口の減少</li><li>➤ 人手不足・採用難の深刻化</li><li>➤ 生産原価・配送コストの高騰</li></ul>

盤石な財務基盤のもと、持続的成長に向け  
約36億円の成長投資を実行

①人財投資

持続的な企業価値の向上に向けた人的資本の強化

②ブランド価値向上・マーケティング投資

顧客体験価値・女性の支持を高める継続的なプロモーション活動

③出店投資

「パレット」成長投資、強固な事業ポートフォリオの構築

④システム・DX投資

デジタル社会への移行、環境変化への対応

『永く働ける会社』から『永く働きたい会社』へ  
自己成長とモチベーション向上への取り組みを推進

## 働きやすい職場づくり

### 未来志向の賃金ビジョン制定

(2024年3月春闘) ベースアップの実施  
休日日数の5日増加 (※FDCプロダクツ、アスティ)  
初任給の引き上げ

## 教育投資

体系的な教育プログラムによる計画的な人財育成

- 経営人財養成
- 企業文化醸成
- 事業価値創造

女性客の支持拡大に向けた  
商品・販促戦略の見直しによる基盤づくり

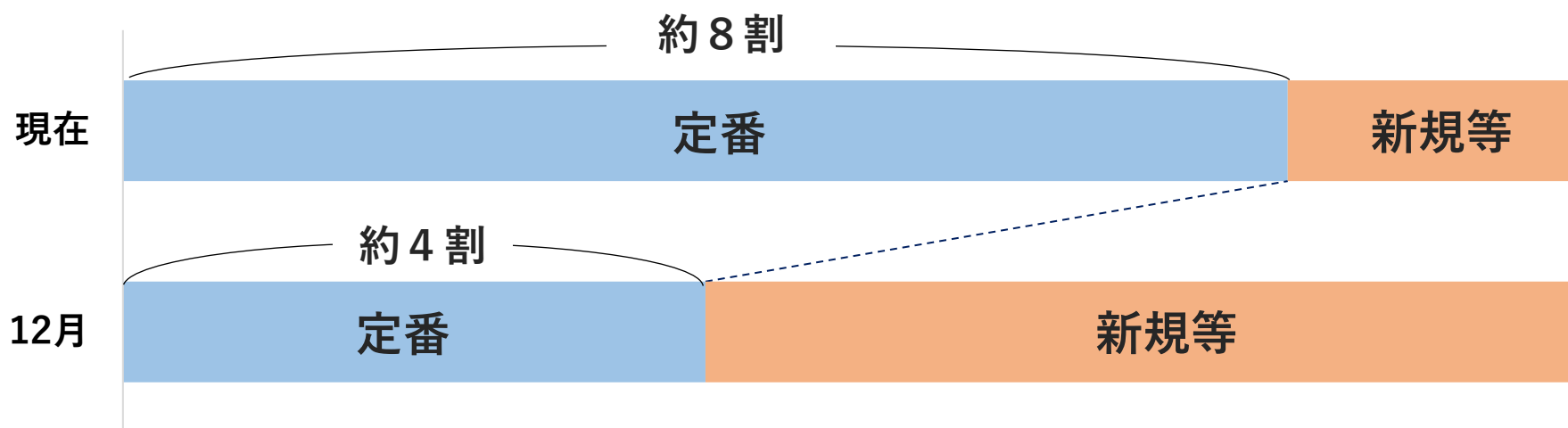
「100年ブランド」に向けた  
これからの50年の提供価値づくり

《事業戦略の推進》

- ①ファッションジュエリーの再構築  
(商品構成・MDの刷新)
- ②百貨店・ECチャネルの拡充
- ③顧客化の深耕・OMO戦略の推進

第8次中期経営計画以降の成長フェーズにつなげる  
4°Cブランドの新しい提供価値の基盤をつくる

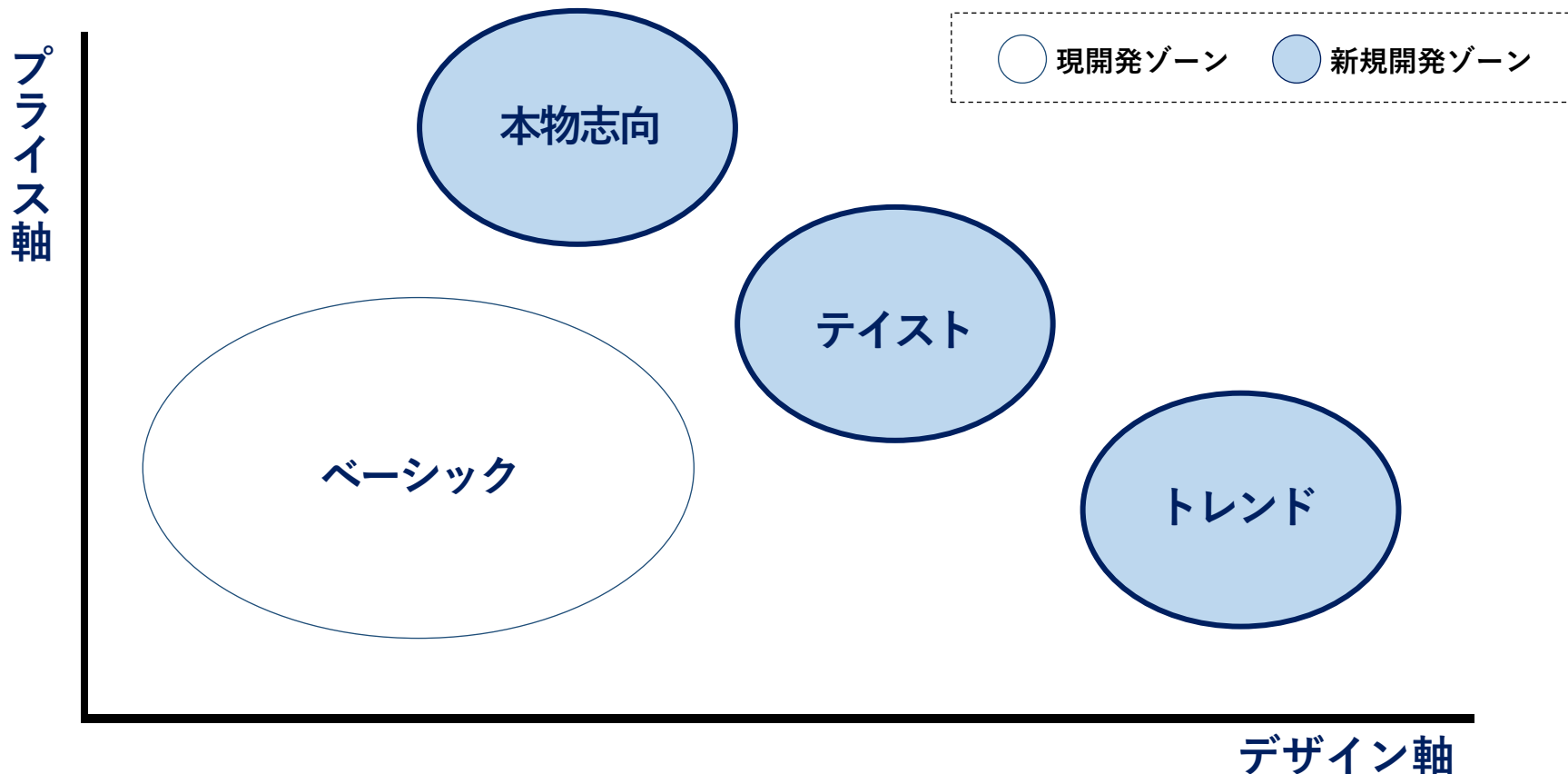
8割を占める定番商品を入れ替え、  
店舗特性にあわせたラインナップと  
鮮度ある品揃えによってブランドのファッション性を表現



アップデートされた4°Cでクリスマス商戦の成功を掴み、  
新たなステージへの第一歩を踏み出す



ディレクターの増員、体制を一新し、タイプ別に商品を開発  
チャンネルに合わせたタイプ別MDで女性客の支持拡大を図る

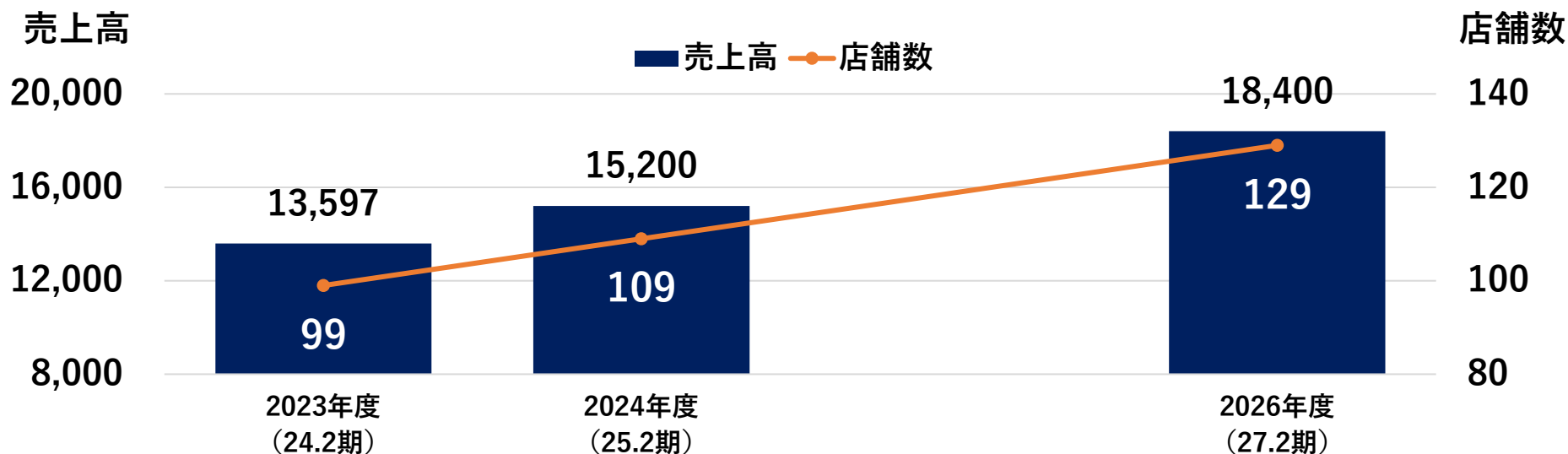


## マーケットの更なる拡大

パレットは関東圏含め每期約10店舗ペースの出店継続、アパレルメーカーは専門店マーケットの新規取引先開拓を図る

「パレット」売上高と店舗数の計画

(単位：百万円、店舗)



	2024.2	2025.2	2026.2	2027.2
店舗数	99	109	119	129

# Contents

- I. 2024年2月期連結業績、2025年2月期連結業績予想
- II. 第6次中期経営計画の振り返り
- III. 第7次中期経営計画
- IV. 2030ビジョン 資本収益性向上に向けた取り組み**
- V. Appendix

成長戦略と資本・財務戦略を両輪で進め、資本収益性の向上を図る

成長  
戦略

## ブランド事業を中心とした飛躍的な利益成長

- ブランド事業、商品、顧客、チャネルの基盤整備
- アパレル事業、パレットの出店拡大継続
- M & A、海外展開、新規事業など成長投資の実行

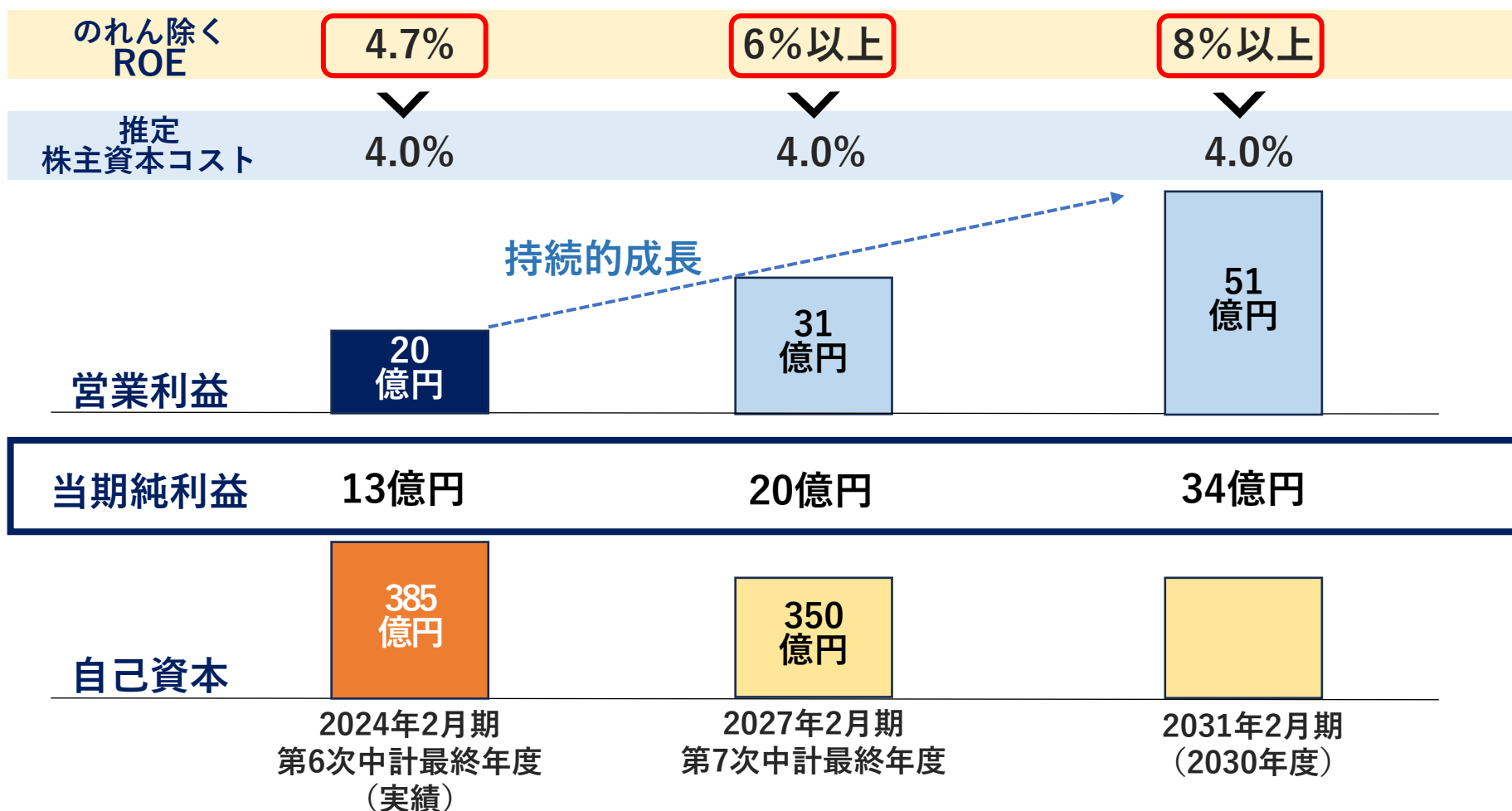
資本  
・  
財務  
戦略

## 資産効率向上

- 安定的かつ継続的な配当
- 機動的な自己株式の取得
- 保有株式の売却

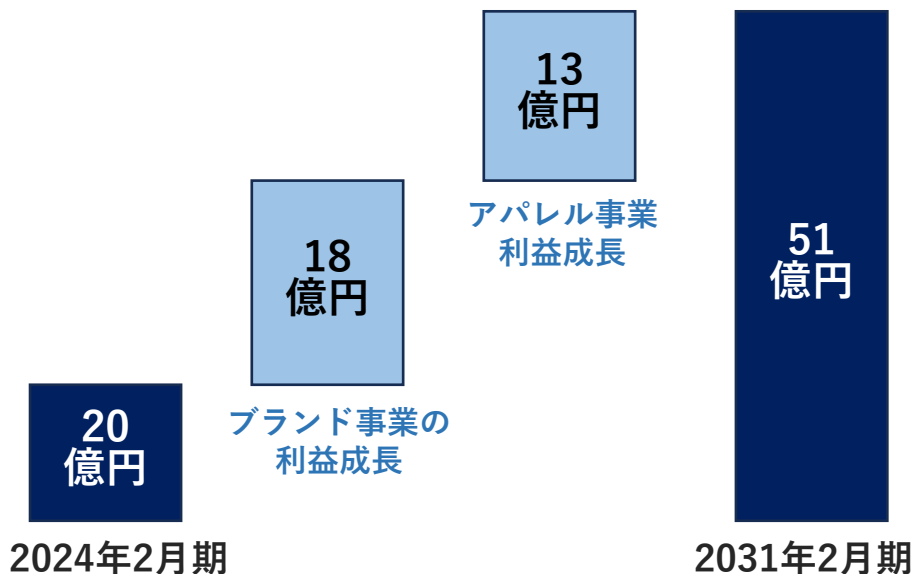
# 2030ビジョン ROE8%以上達成に向けて①

株主資本コスト4%を上回るROEを継続  
 第7次中期経営計画では利益成長と資本政策によりROE6%以上、  
 2031年2月期では事業の飛躍的成長によりROE8%以上の達成を目指す



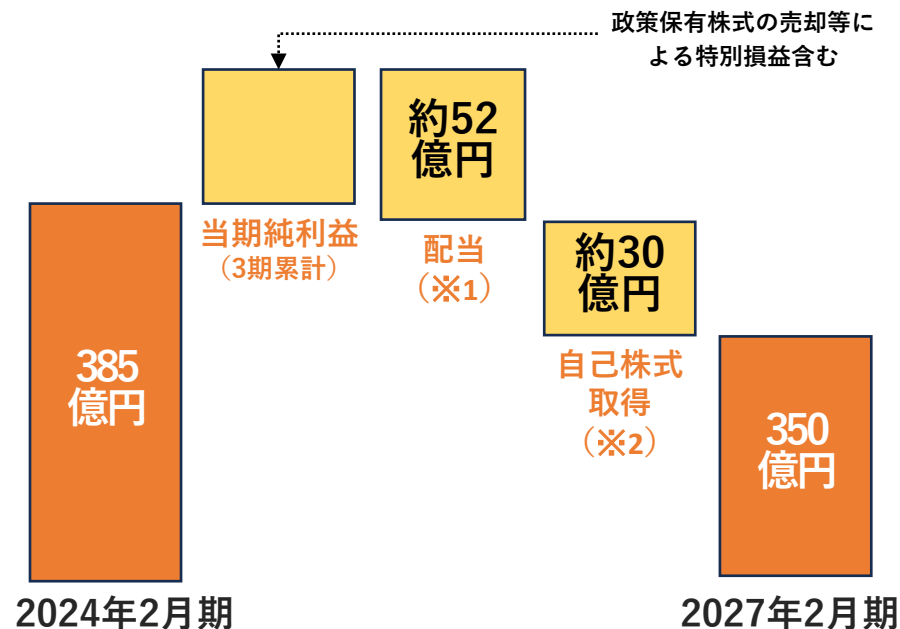
## 利益の増加、資本政策の推進によりROE8%以上を目指す

### 利益の向上 (営業利益)



ブランド事業を中心とした利益成長で  
営業利益51億円を目指す

### 資本政策



総還元性向の水準向上などにより  
自己資本350億円を目指す

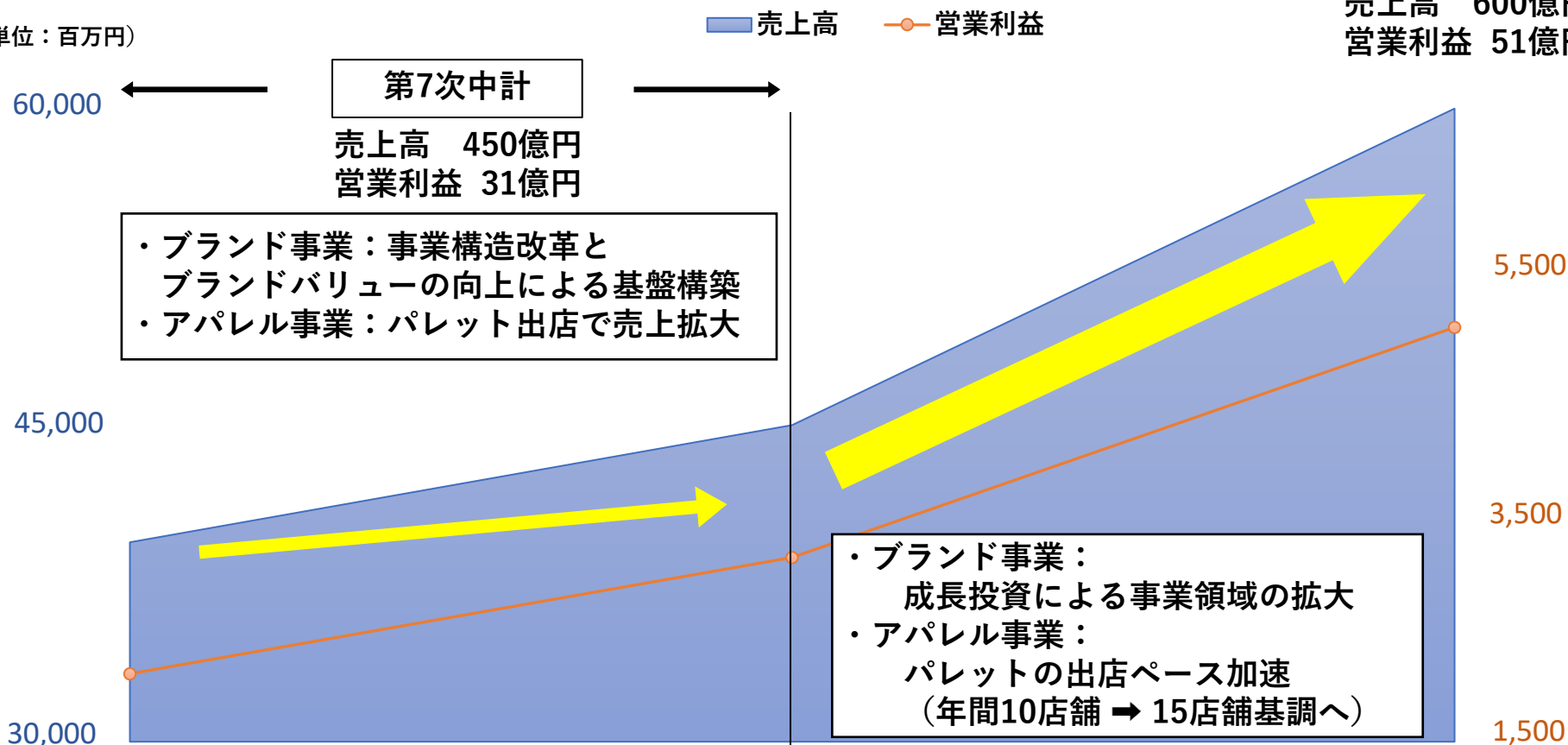
※1.配当については、利益計画の水準を鑑みた試算としておりますが、実際の利益に合わせて配当方針を勘案のうえ検討いたします。  
 ※2.自己株式取得は、現時点で具体的な取得時期・金額の決定を行っておりません。今後、開示すべき事項が生じた場合には速やかにお知らせいたします。

## 第7次中期経営計画の3ヶ年にて基盤を構築 その後の成長投資により飛躍的な利益成長を目指す

2030ビジョン

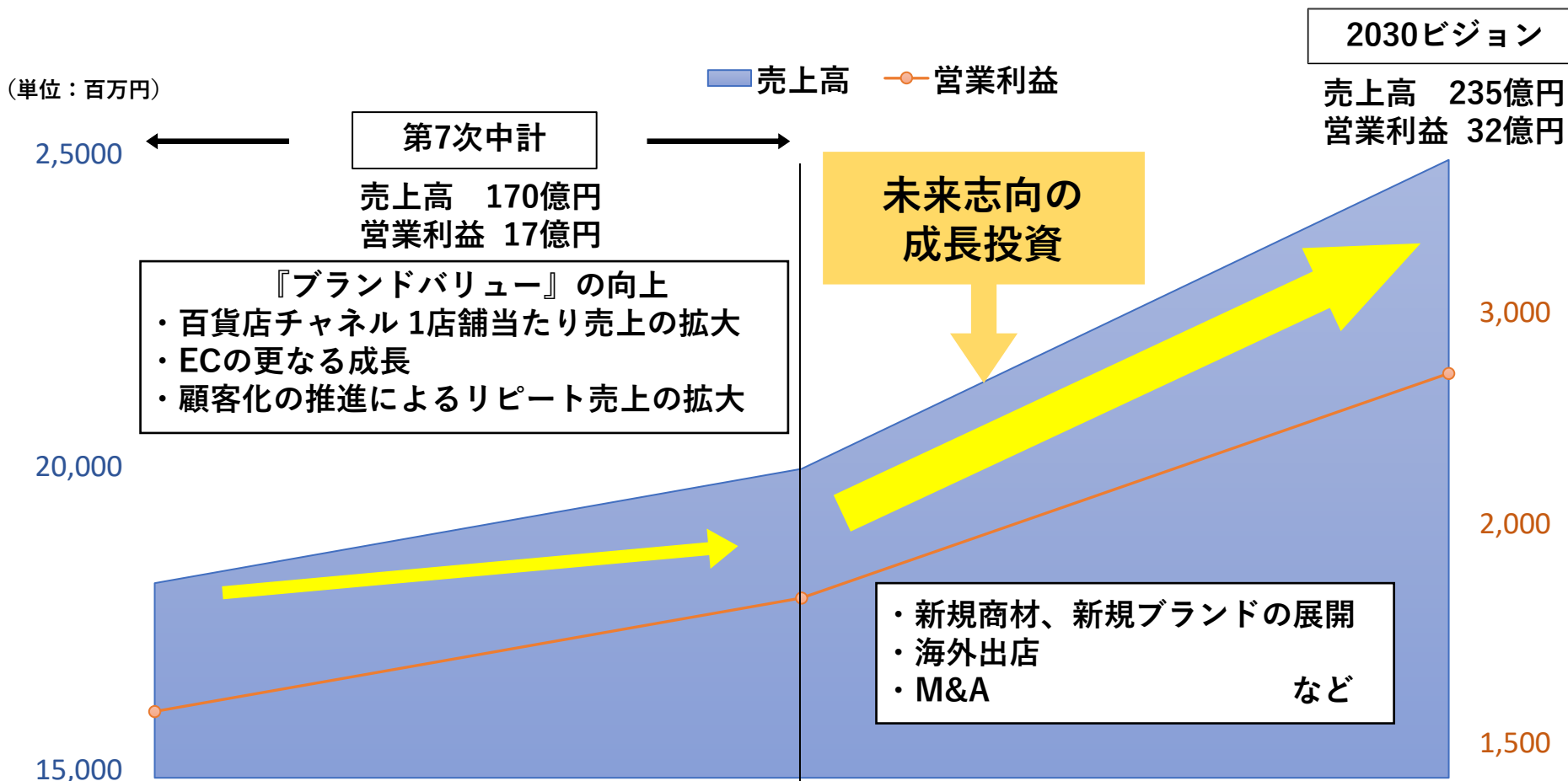
売上高 600億円  
営業利益 51億円

(単位：百万円)



# 2030ビジョン ブランド事業の数値ビジョン

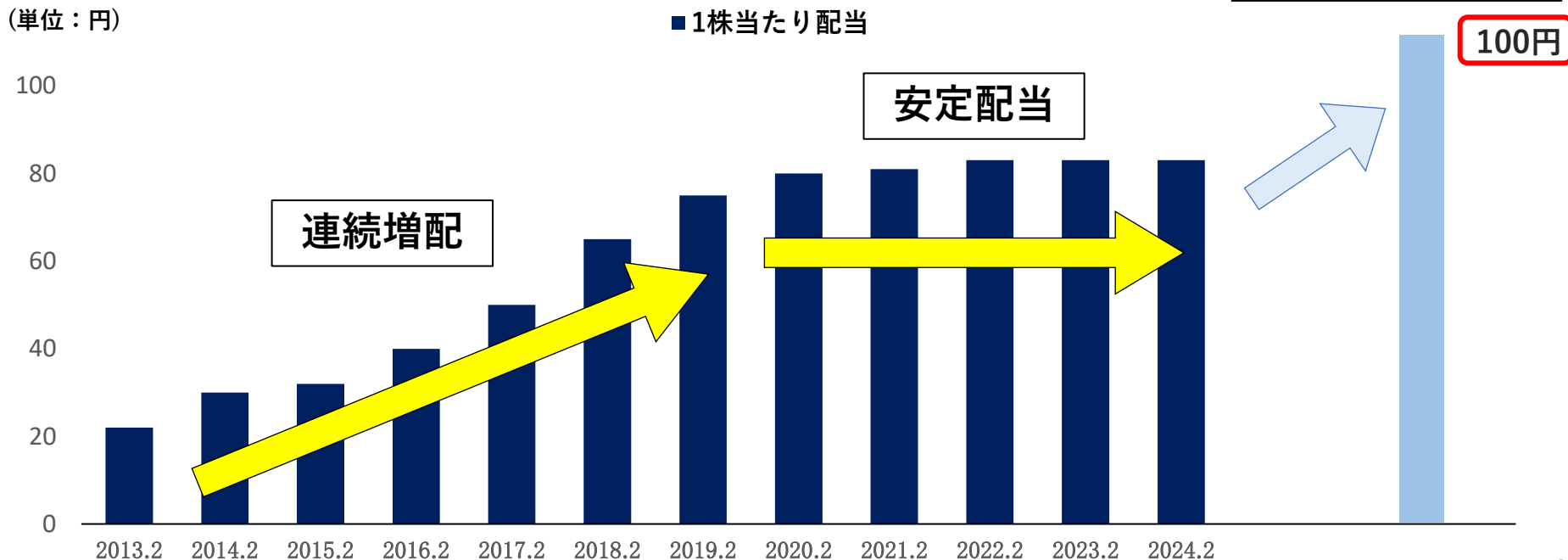
主力のブランド事業は、第7次中期経営計画の3ヶ年で  
ブランドバリューのアップデートを図り、  
第8次中期経営計画以降は事業領域の拡大により飛躍的な成長を目指す





# 2030ビジョン 株主還元の方針

- 安定的・継続的な配当と自己株式の取得による総還元性向の水準向上に取り組むとともに利益成長を図り、ROE 8%の達成を目指す
- 配当は自己資本配当率（DOE）4%以上を維持する方針
- 将来の100円配当の実現を目指す
  - 2024年2月期は年間配当83円、DOE4.6%
  - 2025年2月期は年間配当83円を予定



*4°C*

holdings group

# Contents

- I. 2024年2月期連結業績、2025年2月期連結業績予想
- II. 第6次中期経営計画の振り返り
- III. 第7次中期経営計画
- IV. 2030ビジョン 資本収益性向上に向けた取り組み
- V. Appendix**

# 1. 事業別売上高（連結）

(百万円、%)	第71期(2021/2)		第72期(2022/2)		第73期(2023/2)		第74期(2024/2)	
	実績	構成比	実績	構成比	実績	構成比	実績	構成比
ジュエリー事業	20,641	52.3	18,424	48.4	18,587	47.0	16,995	43.1
アパレル事業	18,807	47.7	19,626	51.6	20,921	53.0	22,462	56.9
(アスティグループ)	9,624	-	9,396	-	9,910	-	10,702	-
(アージュ)	10,660	-	11,815	-	12,656	-	13,597	-
総合計	39,449	100.0	38,050	100.0	39,508	100.0	39,457	100.0

注：「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号2020年3月31日）等を2023年2月期連結会計期間の期首から適用しており、2023年2月期以降の各数値については当該会計基準等を適用した後の数値となっています。

## 2. 設備投資・減価償却費の概要（連結）

(百万円、%)		第72期 (2022/2)	第73期 (2023/2)	第73期(2024/2)	
		実績	実績	実績	前期比
ジュエリー事業	設備投資	123	559	606	108.5
	減価償却費	464	396	317	80.0
アパレル事業	設備投資	335	394	516	131.0
	減価償却費	339	352	361	102.6

### 3. 従業員の状況（連結）・取締役会の状況等

	第72期（2022/2）	第73期（2023/2）	第74期（2024/2）
正社員(うち女性)(人)	1,252 (1,071)	1,149 (977)	1,003 (846)
アルバイト(人)	952	1,059	1,163
合計(人)	2,204	2,208	2,166
女性社員比率(%)※1	85.5	85.0	84.3

※1 女性社員比率はアルバイト除く

	第72期（2022/2）	第73期（2023/2）	第74期（2024/2）
取締役会の開催回数(回)	18	18	18
社外取締役の取締役会への出席状況(%)	98.6	98.5	98.8
社外取締役人数(人)※2	4	5	4

※2 第73期については2022年5月26日退任の社外取締役1人含む

## 4. ジュエリー事業 ブランド別・商品別売上高

(百万円、%)	第72期 (2022/2)		第73期 (2023/2)		第74期(2024/2)	
	実績	前期比	実績	前期比	実績	前年同期比(%)
4°C計※	12,088	▲10.8	11,871	▲1.8	10,190	▲14.2
(うち4°Cジュエリー)	(8,906)	—	(9,217)	—	(8,698)	—
(うち4°CBRIDAL専門店)	(3,182)	—	(2,654)	—	(1,492)	—
Canal4°C	3,313	▲5.4	3,373	+1.8	3,127	▲7.3
EAU DOUCE4°C	365	+5.5	409	+12.1	388	▲5.2
その他ブランド	—	—	—	—	—	—
EC	2,003	▲1.8	2,242	+11.9	2,436	+8.7
海外・先売り・その他	652	▲327.9	692	+6.1	854	+23.4
合計	18,424	▲10.4	18,587	+0.9	16,995	▲8.6

※ 4°C計は4°Cジュエリーと4°CBRIDAL専門店を合算

※ 第73期(2023年2月期)より、『海外・先売り・その他』に不動産賃貸収入含む。

# 5. ジュエリー事業    ブランド別・商品別既存店客数・客単価

既存店(%)	第72期(2022/2)		第73期(2023/2)		第74期(2024/2)	
	客数	客単価	客数	客単価	客数	客単価
4°Cジュエリー	▲2.6	▲6.1	+6.2	▲1.6	▲9.4	4.0
4°C BRIDAL	▲15.9	▲2.7	▲18.5	4.4	▲26.3	5.8
EAU DOUCE4°C	+9.4	▲2.6	+10.0	3.8	▲4.5	1.4
Canal4°C	+7.0	▲9.3	+9.8	▲5.1	▲7.2	2.5



## 6. ジュエリー事業 チャンネル別売上高

(百万円、%)	第72期 (2022/2)	第73期 (2023/2)	第74期(2024/2)		
	実績	実績	実績	構成比	前期比
路面店	164	166	36	0.2	▲78.3
ブライダル	3,183	2,653	1,633	9.6	▲38.4
ファッションビル	4,748	4,684	4,601	27.1	▲1.8
百貨店	7,671	8,152	7,842	46.1	▲3.8
EC	2,003	2,242	2,436	14.3	+8.7
海外・先売り・その他	652	690	447	2.6	▲35.2
合計	18,424	18,587	16,995	100.0	▲8.6

# 7. 2023年度出退店の実績

		ジュエリー事業					アパレル事業	合計
		国内ジュエリー					パレット	
		路面店 ブティック	百貨店	ブライダル ショップ	ファッション ビル	計		
第73期 実績 (2023/2)	期末	2	69	24	56	151	93	244
	出店	1	2	2	1	6	10	16
第74期 実績 (2024/2)	退店	1	2	12	4	19	4	23
	期末	2	69	14	53	138	99	237

## 8. ジュエリー事業における取扱いブランド店舗数の実績

		4°C	4°C BRIDAL	Canal 4°C	EAU DOUCE 4°C	合計
第73期実績 (2023/2)	期末	80	24	43	13	160
	出店	4	2	1	4	11
第74期実績 (2024/2)	退店	5	12	3	1	21
	期末	81	14	41	16	152

※同一店舗にて複数のブランドを扱う複合店は各ブランドごとに1店舗として計上

本資料ならびにIRに関するお問い合わせは、下記までお願いいたします。

**株式会社4°Cホールディングス**

**経営企画室 小塚**

**T E L 03-5719-3295**

**E-mail [ir-yondoshi@yondoshi.co.jp](mailto:ir-yondoshi@yondoshi.co.jp)**

※将来に亘る部分につきましては、予想に基づくものであり、確約や保証を与えるものではありません。 予想と異なる結果となる可能性があることをご認識の上ご活用下さい。