

2026年11月期 第1四半期 決算説明資料

バイクのことなら

BIKE 王

株式会社バイク王 &カンパニー

2026年4月3日
証券コード 3377

目次

- 1 2026年11月期 第1四半期 業績概況 p.2
- 2 2026年11月期 第1四半期 取り組みの進捗 p.10
- 3 中期ビジョン(期初から変更なし) p.16
- 4 2026年11月期 通期見通し(期初から変更なし) p.23
- 5 【参考資料】会社概要等 p.29

目次

- 1 2026年11月期 第1四半期 業績概況 p.2
- 2 2026年11月期 第1四半期 取り組みの進捗 p.10
- 3 中期ビジョン(期初から変更なし) p.16
- 4 2026年11月期 通期見通し(期初から変更なし) p.23
- 5 【参考資料】会社概要等 p.29

	FY2025 1Q	バイク王& カンパニー	東洋モーター インターナショナル	連結調整	FY2026 1Q	前年同期比
売上高	7,974百万円	8,789百万円	195百万円	▲0百万円	8,983百万円	12.7%増 1,009百万円
営業利益	▲21百万円	▲172百万円	16百万円	▲5百万円	▲161百万円	- ▲140百万円
経常利益	39百万円	▲125百万円	15百万円	27百万円	▲82百万円	- ▲121百万円
親会社株主に帰属する 四半期純利益	22百万円	▲50百万円	10百万円	27百万円	▲12百万円	- ▲34百万円

戦略投資の推進と並行し、収益基盤の改善が進展し順調に推移。赤字は計画比で大幅縮小

売上高：増収

- バイク事業における販売台数は、リテールを中心に堅調に推移し前年同期比1.6%増
また、車輛売上単価(一台当たりの売上高)は、ホールセールとの寄与により前年同期比11.5%増と大幅に伸張

各段階利益：減益

- 売上高の伸長により売上総利益は前年同期比で増加したものの、
マーケティング投資を計画通り実行したことによる費用増加により、営業利益以下の各段階利益は前年同期比で減少

		FY2025 1Q	FY2026 1Q	前年同期比		売上高構成比	
						FY2025 1Q	FY2026 1Q
売上高		7,974百万円	8,983百万円	12.7%	1,009百万円	100.0%	100.0%
内 訳 ()	ホールセール	4,413百万円	5,201百万円	17.8%	787百万円	55.4%	57.9%
	リテール	2,978百万円	3,172百万円	6.5%	193百万円	37.4%	35.3%
	その他	582百万円	610百万円	4.8%	28百万円	7.2%	6.8%

■ホールセール: 増収

- 内訳は、台数要因14百万円、単価要因773百万円
- 販売台数は、堅調なオークション市場において効果的に出品したことにより前年同期比0.3%増
- 車両売上単価は、**オークション相場が引き続き高水準で推移したことや、良質な車両の仕入確保が進んだことにより前年同期比17.5%増**

■リテール: 増収

- 内訳は、台数要因181百万円、単価要因12百万円
- 販売台数は、在庫運用の見直しや成功事例の共有に加え、商談プロセスの標準化や店舗横断での改善活動を通じて販売効率が向上したことにより前年同期比6.2%増
- 車両売上単価は、商談品質の向上や提案力強化により前年同期比0.4%増

■その他: 増収

子会社である株式会社東洋モーターインターナショナルが好調に推移したことによる影響

売上総利益増減要因

	FY2025 1Q	増減要因				FY2026 1Q
		台数	単価	その他	合計	
売上総利益	2,787百万円	80百万円	▲22百万円	45百万円	103百万円	2,891百万円
内訳	ホールセール	5百万円	▲2百万円	—	3百万円	—
	リテール	74百万円	▲20百万円	—	54百万円	—
	その他	—	—	45百万円	45百万円	—

■ホールセール: 増益

- (台数要因) 堅調なオークション市場において、効果的に出品したことにより販売台数は前年同期並みとなり、5百万円の増益
- (単価要因) 原価率の高止まりには課題が残り、平均粗利額(一台当たりの粗利額)は前年同期並みとなり、▲2百万円の減益

■リテール: 増益

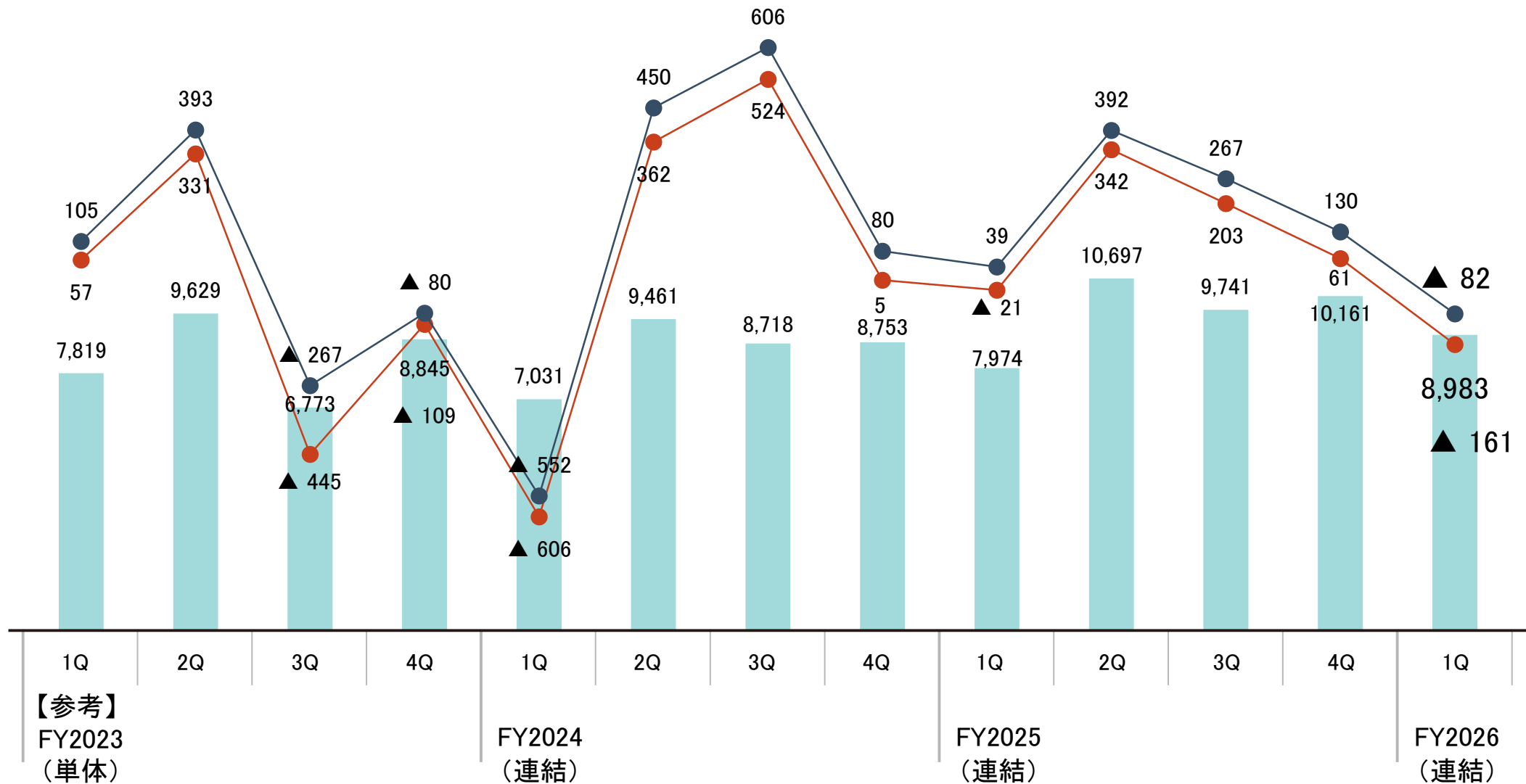
- (台数要因) 在庫運用の見直しや成功事例の共有に加え、商談プロセスの標準化や店舗横断での改善活動を通じて
販売効率が向上したことにより、74百万円の増益
- (単価要因) 販売台数の拡大を優先した販売構成の変化の影響により平均粗利額は減少し、▲20百万円の減益

四半期毎の売上高／営業利益／経常利益



■ 売上高 ● 営業利益(損失) ● 経常利益(損失) (単位:百万円)

※FY2024 2Qより連結決算に移行しているため、FY2024 1Qから連結決算の数値となっております。



販売費及び一般管理費増減要因

	FY2025 1Q	FY2026 1Q	前年同期比	
販売費及び一般管理費	2,809百万円	3,053百万円	8.7%	243百万円
販売費	900百万円	1,131百万円	25.7%	231百万円
人件費	1,111百万円	1,118百万円	0.6%	6百万円
管理費	797百万円	803百万円	0.8%	6百万円

■販売費:増加

- マーケティング投資の実行にともない、TVCMの投下を計画通りに実施したことによる増加

■人件費:前年同期並み

- 給料手当の増加ならびに引当関連費用の減少

■管理費:前年同期並み

- 人財確保・強化のための活動による採用教育関連費の増加
- 店舗設備の改修および維持管理による修繕費の増加
- 基幹システムの償却期間満了によるソフトウェア償却費の減少

主な経営指標と店舗・人財

	FY2025 1Q	FY2026 1Q	前年同期比差異
売上総利益率	35.0%	32.2%	▲2.8%
営業利益率	▲0.3%	▲1.8%	▲1.5%
経常利益率	0.5%	▲0.9%	▲1.4%
ROE	0.3%	▲0.2%	▲0.5%
店舗数 <small>FY2025: 期末時点 FY2026: 4月3日時点</small>	85	83	▲2
内) バイク事業店数	76	75	▲1
その他事業店数	9	8	▲1
従業員数 <small>(派遣社員・パートタイマー除く)</small>	994	1,016	22
リテール台数比率	22.3%	23.3%	1.0%

■売上総利益率

- 粗利額を優先した結果、一台当たりの利益額が伸び悩み売上総利益率は低下したものの、質の高い車両の取り扱い拡大により売上総利益は増加

■営業利益率・経常利益率

- マーケティング投資を計画通り実行したことに伴う費用増加により、販売費及び一般管理費が増加したことにより減少

■店舗数

- その他事業店舗数は、アップガレージライダーズ、e-bikeなどの店舗

貸借対照表

〈資産の部〉

(単位:百万円)

	FY2025	FY2026 1Q	増減額
流動資産合計	9,761	9,620	▲141
現金及び預金	2,054	2,662	607
売掛金	452	577	124
商品	6,756	5,948	▲807
その他	497	432	▲64
固定資産合計	3,282	3,346	64
有形固定資産	1,358	1,352	▲5
無形固定資産	308	291	▲17
投資その他の資産	1,614	1,702	87

〈負債・純資産の部〉

(単位:百万円)

	FY2025	FY2026 1Q	増減額
流動負債合計	4,622	4,657	34
買掛金	487	413	▲73
短期借入金	1,200	1,200	-
1年内長期借入金	258	233	▲24
前受金	1,141	1,109	▲32
その他	1,535	1,700	165
固定負債合計	1,403	1,337	▲65
長期借入金	602	555	▲46
その他	801	782	▲19
負債合計	6,026	5,995	▲31
純資産合計	7,017	6,971	▲45

資産合計	13,043	12,967	▲76
-------------	--------	--------	-----

負債純資産合計	13,043	12,967	▲76
----------------	--------	--------	-----

資産の部

- **流動資産** : 仕入において買取成約率(査定お申込みから買取成約に至るまでの割合)に一時的な低下がみられたことおよび、販売台数の拡大による商品の減少
ホールセールならびにリテール好調による現金及び預金の増加
- **投資その他の資産** : 主に合弁会社「RIDE & LINK株式会社」設立による投資有価証券の増加

負債・純資産の部

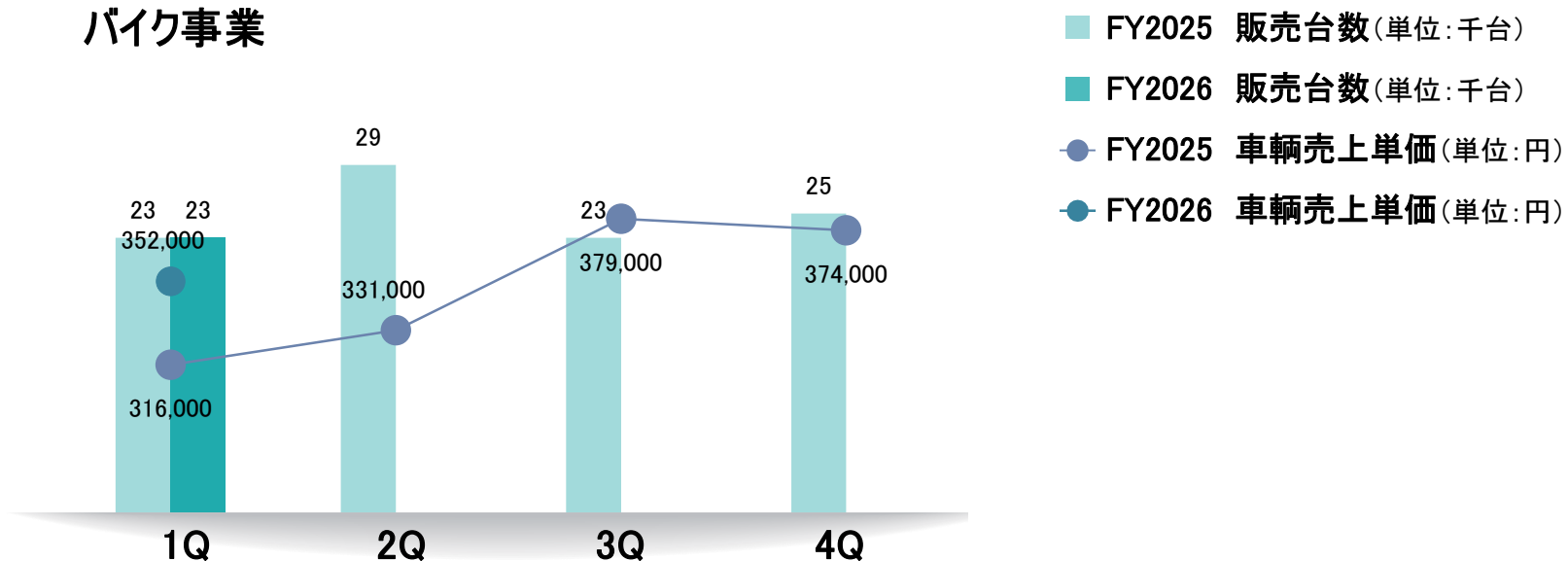
- **流動負債** : マーケティング投資における未払金によるその他の増加
- **純資産** : 株式給付信託の履行による自己株式の減少および配当による利益剰余金の減少

目次

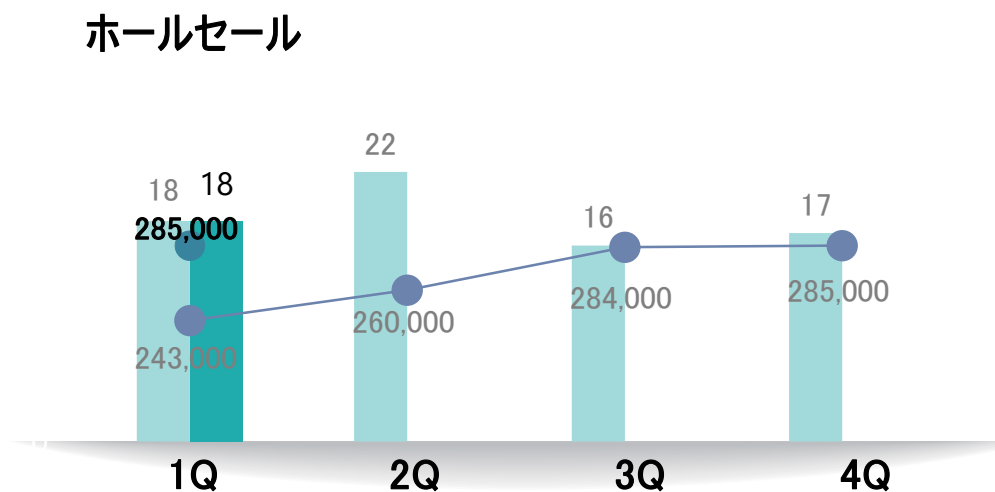
- 1 2026年11月期 第1四半期 業績概況 p.2
- 2 2026年11月期 第1四半期 取り組みの進捗 p.10
- 3 中期ビジョン(期初から変更なし) p.16
- 4 2026年11月期 通期見通し(期初から変更なし) p.23
- 5 【参考資料】会社概要等 p.29

ホールセールおよびリテールの双方において、販売台数ならびに車両売上単価は堅調に推移

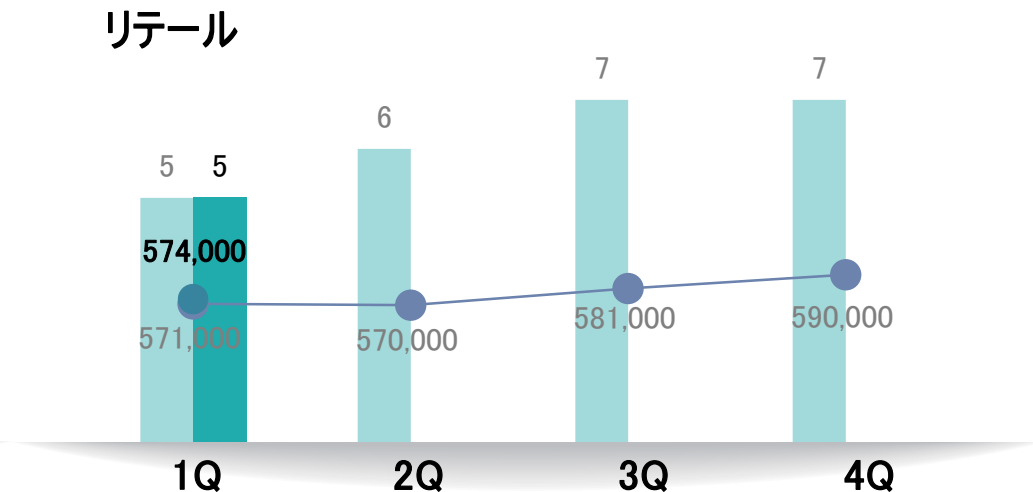
バイク事業



ホールセール



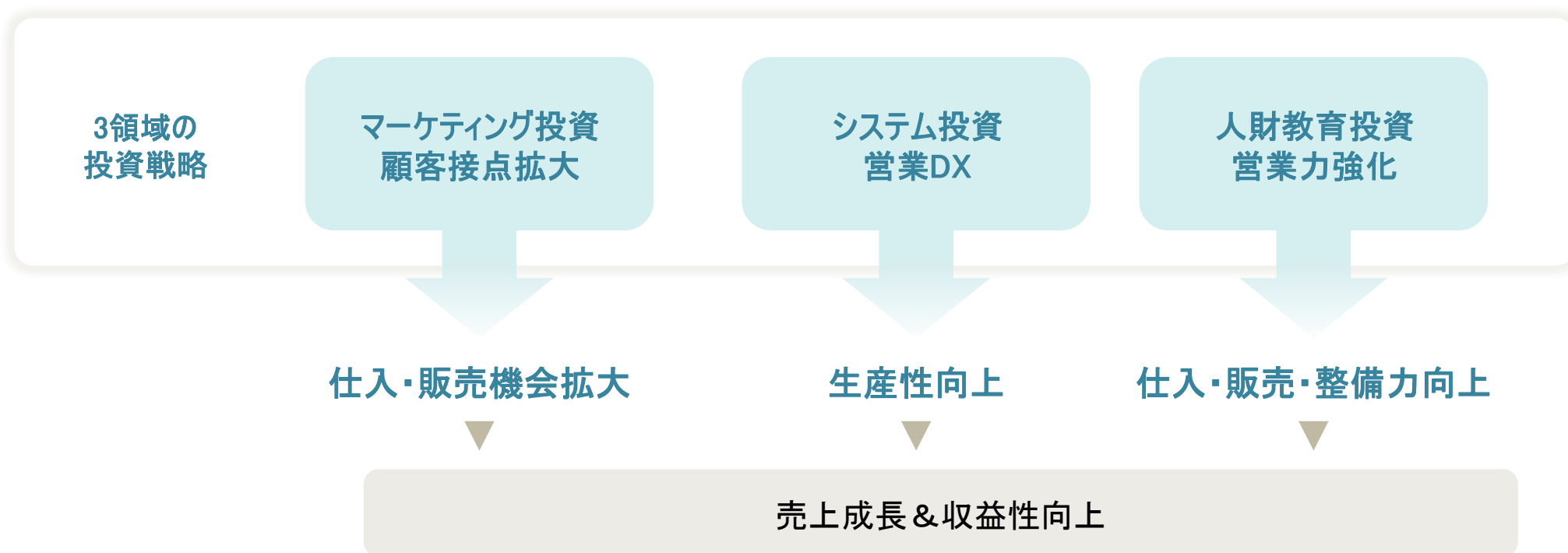
リテール



戦略投資を通じて営業力と収益力を強化

戦略投資の全体像

当社では中長期的な成長を見据え、マーケティング・システム・人財の3領域において戦略投資を推進
これらの投資を通じて、顧客接点の拡大、営業生産性の向上、営業力の強化を進め、収益基盤の強化を図る



戦略投資を通じて**顧客接点拡大 × 営業力強化 × 生産性向上**
を実現し、持続的な売上成長と収益力向上を目指す

ブランドプレゼンス強化(バイク王の存在感や想起の強化)を目的に、人気コンテンツIPを活用したプロモーションやTVCM・交通広告等を組み合わせた施策を実施。またSNS・ニュースメディアを活用したPR活動を通じてブランド露出を拡大



施策	効果
<ul style="list-style-type: none"> ● 「バリバリ伝説」IPの登用 ● 上記IPとブランドスタンス「バイク愛と」を打ち出した新TVCM投下 ● 新宿駅構内における交通広告 	<p>指名検索量の上昇とお申込件数の増加</p>

広告運用の最適化や各種プロモーションを通じて認知拡大を進めるとともに、複数チャネルからの効率的な顧客獲得基盤を強化

施策	効果
<p>デジタル広告運用の内製化を推進し、Google広告における自社運用を開始</p>	<p>運用精度および投資対効果の向上</p>

**ブランド認知向上施策と広告運用最適化により
顧客接点およびお問い合わせは概ね計画通りに進捗**

データを基盤とした意思決定の重要性が高まっている。全社データ基盤の整備とデータマチュリティ向上を進めることで、業務効率化と経営判断の高度化を図り、データドリブン経営を推進する

契約書と関連業務のデジタル化

施策 「買取証明書※電子化」全店舗展開

※車輛買取時の契約書

リテールの店舗業務進捗管理の効率化

施策 顧客接点および営業活動の一元管理システムを導入し、全店舗展開

業務効率の改善と社内コミュニケーションの高度化

- 施策
- 全社員の情報デバイスをスマートフォンへ刷新
 - 新たなコミュニケーションツール(チャット・スケジュール・Web会議等)の導入と活用

**業務デジタル化とデータ活用基盤整備を進め、
営業・業務効率向上に向けた基盤整備は概ね計画通りに進捗**

＜仕入＞仕入競争が激化する中、査定判断と価格提示の精度向上が重要となっている。営業教育とデータ活用により営業判断の精度を高めるとともに、チーム運営を通じて買取成約率（査定お申し込みから買取成約に至るまでの割合）向上と仕入の安定確保を図る

＜販売＞顧客ニーズに応じた提案力と営業品質の安定化が販売力向上の鍵となる。商談プロセスの可視化と標準化を進め、営業教育とノウハウ共有を通じて販売成約率（ご来店から販売成約に至るまでの割合）および収益性の向上を図る

AI・データ活用による営業力強化

施策

- 営業KPIや商談プロセスの可視化を進め、データに基づく改善サイクルと営業活動の標準化を推進
- AIロールプレイングの導入により営業教育の高度化と均質化を図り、営業判断の精度向上を推進

評価の可視化とランク付け

施策

- 営業スキルに見える化と明確な評価基準により、現場において公平性と納得感のある評価の仕組み（Tier区分）を導入
- インセンティブと視覚的評価を組み合わせ、成長意欲の向上と健全な競争環境の醸成を推進

組織マネジメント体制の強化

施策

- チーム制導入により営業判断の平準化と迅速な意思決定を実現
- 情報共有および会議研修を通じたノウハウ展開により、組織全体の販売力向上を推進

営業教育および組織運営の強化により販売力および整備体制は着実に向上したものの、仕入領域における買取成約率には一時的な低下がみられた

目次

- 1 2026年11月期 第1四半期 業績概況 p.2
- 2 2026年11月期 第1四半期 取り組みの進捗 p.10
- 3 中期ビジョン(期初から変更なし) p.16
- 4 2026年11月期 通期見通し(期初から変更なし) p.23
- 5 【参考資料】会社概要等 p.29

2025年12月1日よりバイク王グループは新しい理念体系へ移行いたしました

趣旨

環境変化に柔軟かつ迅速に対応する“アジャイル経営”を推進すべく、時代に即した新たな理念体系とするため

新・理念体系

企業理念

常識を壊し、新たな価値と感動を生む。

事業ビジョン

進むすべての道で、No.1に挑み続ける。

FIVE DRIVES(コアバリュー)

～夢・信念・行動・勇気・誠実～

行動指針

夢 未来の自分のために夢を持ち、必ず叶うと信じる。
信じ続けることで、その想いは信念となる。

信念 周囲に流されるな。信じる道を行け。
その決意と覚悟が、未来を変える行動の源泉となる。

行動 迷い、悩むのなら、一步踏み出せ。
前を向き自ら踏み出すその一步が、勇気を宿す。

勇気 失敗を恐れるな。敢然な挑戦者であれ。
挑み続けることで新たな夢が描かれ、人生に輝きを灯す。

誠実 見えないところまで誠意を尽くせ。
お客様、そして仲間により添うことで生まれる感動が人を磨く。

バイク王&カンパニーは、同じ志を持つ仲間がともに成長し、一つの夢を
追いかける集団である。

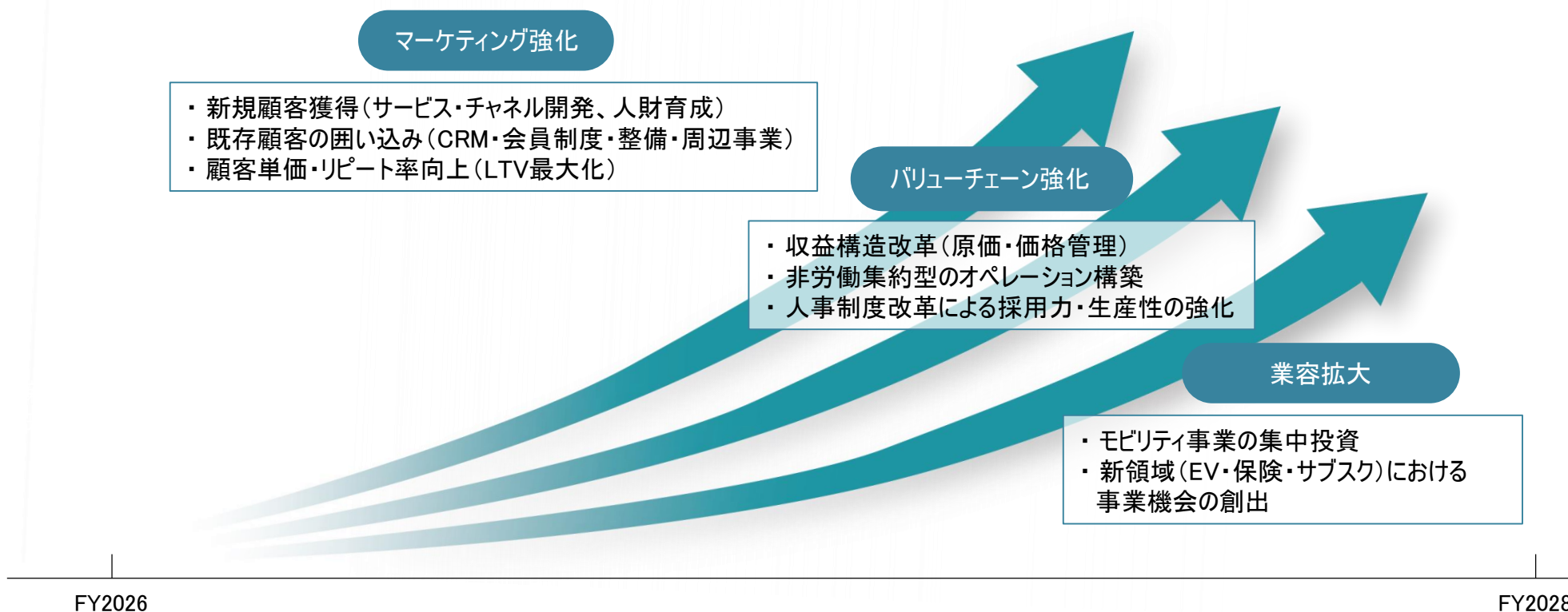


経営環境

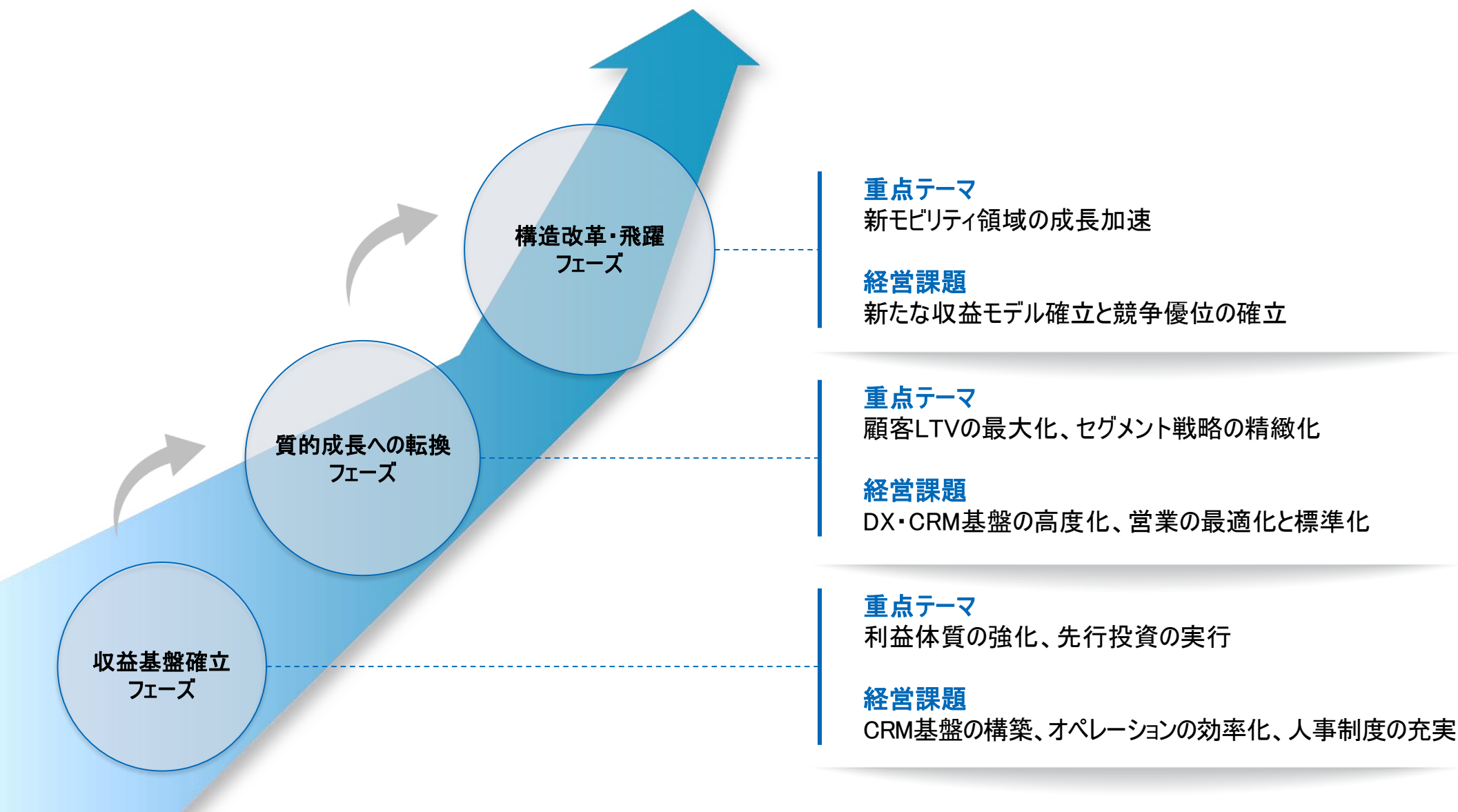
バイク業界は、環境規制や技術革新、経済情勢の変動など、さまざまな外部要因に影響されている。また、人口構造の変化や消費行動の多様化、AI技術の進展などで事業環境は複雑化している。しかし、当社の主力商材である高市場価値車輦は増加傾向にあり、リテールやオークション市場の需要は安定していると見ている

中期戦略

中期戦略「モビリティ領域の強化と利益体質化」を以下の三本柱のもとで継続的に推進する



三つのフェーズに分けて、「モビリティ領域の強化と利益体質化」を軸とした中期成長を図る。



持続的な企業価値向上と中長期的な成長の実現に向けて、以下の3つの戦略的投資分野に注力

投資分野	背景	戦略	効果	
①マーケティング投資	ブランドプレゼンスの向上と訴求力強化	競争が激化する市場環境下での差別化と、若年層を含む新規顧客の獲得が重要	「マーケティング・ブランディング」の強化を通じて、認知度向上とエンゲージメント向上を目指す	広告ROIの維持 仕入・販売台数の確保
②システム投資	業務効率化と顧客体験の向上	デジタル化の波に乗り、業務の効率性とサービス品質の向上が必要	基幹業務システムの刷新やデータドリブンな意思決定を支えるIT投資を推進する	当社サービス利用促進 営業生産性の向上
③人財教育投資	組織力強化と人財の長期的成長	人財の確保と育成は企業成長の根幹	「人財の採用強化」「人事制度の見直し」「コース別育成プログラム」により、全社的なスキルアップを図る	営業力の向上 一人当たり経常利益の増加

資本コストや株価を意識した経営を実践すべく、
重要な指標の一つとしてROEを捉え、持続的な企業価値向上を目指す

ROEの向上：FY2028 12%以上

当期純利益率の向上

交叉比率の向上

生産性向上

収益の安定化

自己資本比率の適正化

財務レバレッジの活用

長期的な視点での
配当政策

収益の最大化

FY2025

FY2028

売上高

38,574 百万円

+4%

40,000 百万円

経常利益

829 百万円

+93%

1,600 百万円

一人当たり
経常利益

80.5 万円

+67%

134.9 万円

広告ROI

291 %

+9%

300 %

目次

- 1 2026年11月期 第1四半期 業績概況 p.2
- 2 2026年11月期 第1四半期 取り組みの進捗 p.10
- 3 中期ビジョン(期初から変更なし) p.18
- 4 2026年11月期 通期見通し(期初から変更なし) p.23
- 5 【参考資料】会社概要等 p.29

基盤構築フェーズとして中期戦略を具体的に落とし込み、実行に移す最初の年と位置づける

重点施策

売上より利益成長を重視

台数拡大＜利益最適化
既存顧客重視・収益性重視のチャネル選定

一人当たり経常利益の最大化

人数増加ではなく、営業力と生産性の強化
データ活用による営業リソース配分の最適化

戦略的な投資実行

マーケティング

ブランドプレゼンス向上と訴求力強化

システム

DX・CRM基盤整備、社内インフラの強化

教育

階層別研修体系構築、営業・整備力の底上げ

売上拡大よりも**利益成長と効率性の向上**を重視し、収益性の高い顧客・チャネルへの集中を進めるため、FY2026 1Qはマーケティング投資を強化
これにより、**FY2026 1Qは赤字スタート(前年同期比:減益)**を見込むが、これは短期的な調整局面として捉え、2Q以降での成長基盤を強化し通期での増収増益を図る

マーケティング投資の戦略的位置づけ

ブランドプレゼンスの向上

マーケティング費を前期比で積極的に増額し、ターゲット層の拡大を図る
当社サービスへの安心感や期待感を醸成し、良質なイメージ変革に取り組む

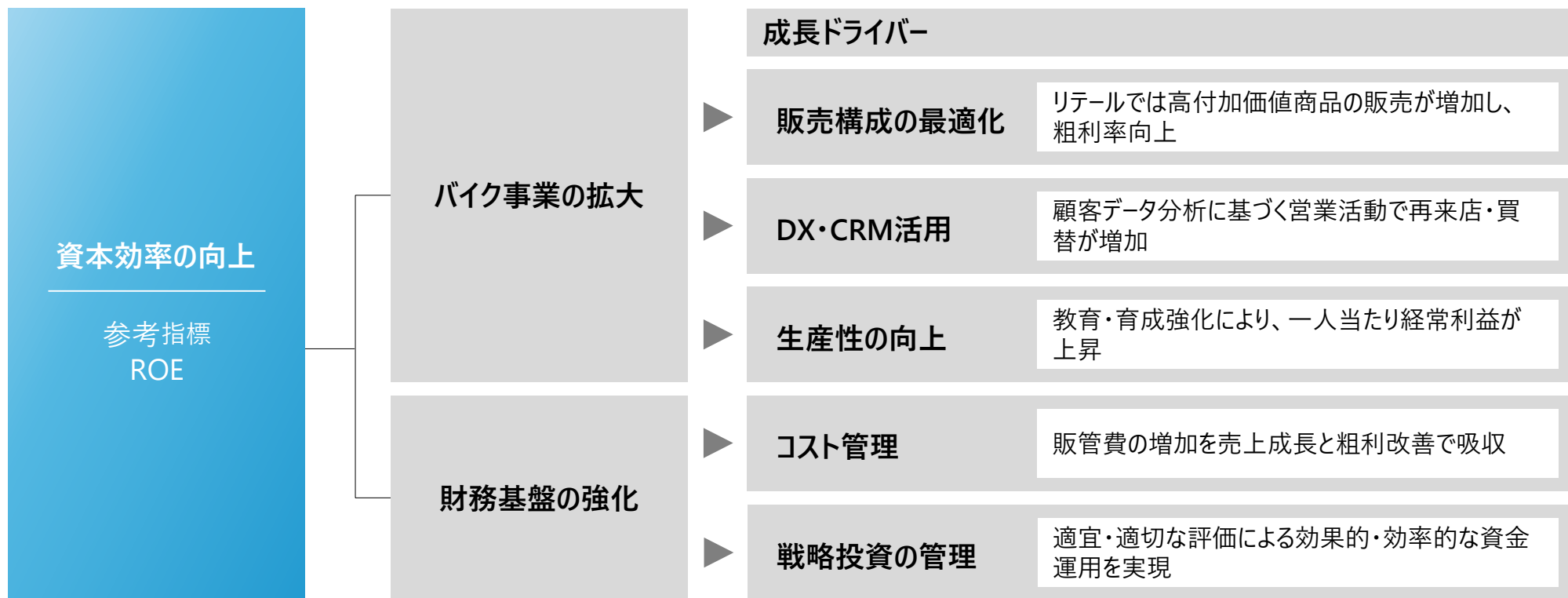
データドリブンマーケティングの強化

CRMデータを活用し、広告配信・来店・買取・成約までの一気通貫分析を実施
広告ROIは前期比で改善見込み

ブランドイメージの再定義

「信頼・品質・利便性」を訴求軸とした一貫したブランド発信を展開





前期との主要な変化

FY2025

FY2026

経営スタンス

守り（コスト最適化）

攻めと効率の両立

投資テーマ

抑制的

広告・DX・人財への戦略投資

成長指標

売上中心

利益率・生産性中心

顧客戦略

新規中心

既存顧客・リピート重視

通期連結業績予想

(単位：百万円)

	FY2025 実績	FY2026 今回予想	増減額	増減率 (%)
売上高	38,574	38,700	125	0.3
営業利益	585	710	124	21.2
経常利益	829	910	80	9.7
経常利益率%)	2.2	2.4	0.2	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	327	570	242	74.2
1株当たり年間配当金円)	11.0	11.0	—	—
配当性向%)	47.6	27.6	—	—
1株当たり当期純利益円)	23.10	39.92	16.82	72.81

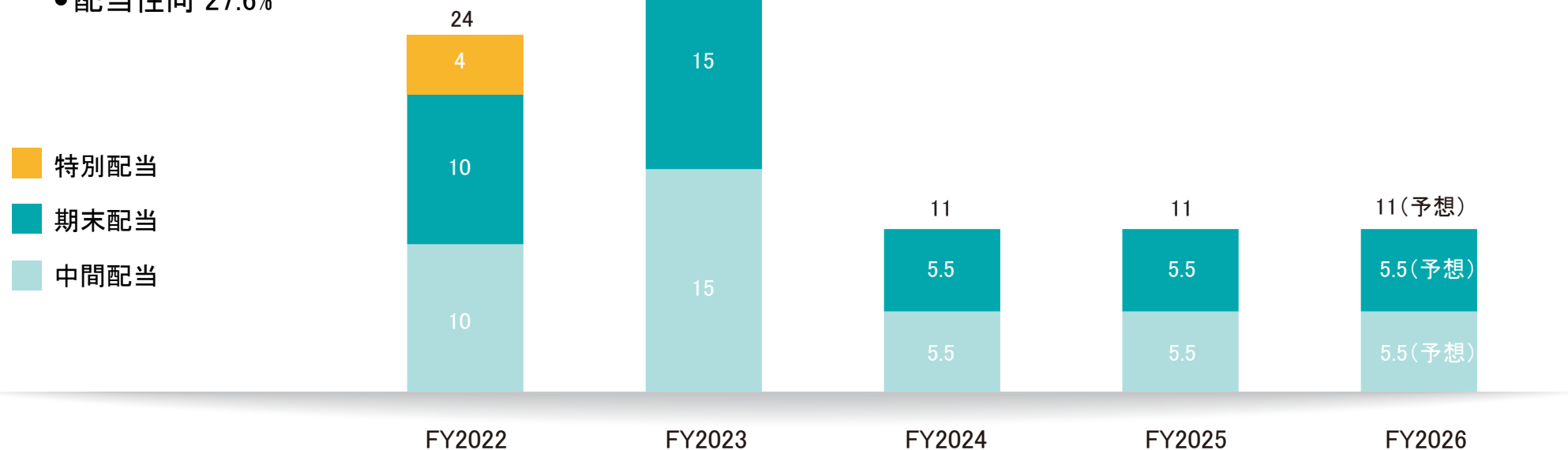
基本方針

安定的な配当を行うことを念頭に置きつつ、業績等を勘案したうえで配当金額を決定

1株当たり配当金額

FY2026はFY2025実績から **維持**

- 中間配当5.5円(予想)
- 期末配当5.5円(予想)
- 配当性向 27.6%



	FY2022	FY2023	FY2024	FY2025	FY2026
1株当たり年間配当金	24円	30円	11円	11円	11円(予想)
配当性向	21.6%	-	82.0%	47.6%	27.6%
1株当たり当期純利益	110.99円	▲7.93円	13.41円	23.10円	39.92円

目次

- 1 2026年11月期 第1四半期 業績概況 p.2
- 2 2026年11月期 第1四半期 取り組みの進捗 p.10
- 3 中期ビジョン(期初から変更なし) p.18
- 4 2026年11月期 通期見通し(期初から変更なし) p.25
- 5 **【参考資料】会社概要等** p.29

会社名	株式会社バイク王 &カンパニー
本社所在地	〒154-0023 東京都世田谷区若林3-15-4
事業内容	バイクライフのあらゆるサービスと、バイクにつながる周辺事業を展開し、バイクライフを超えたライフデザイン企業
設立	1998年9月(創業1994年9月)
決算期	11月
資本金(連結)	590百万円(FY2026 1Q)
売上高(連結)	38,574百万円(FY2025)
従業員数(連結)	1,016名(FY2026 1Q)
証券コード	3377 東京証券取引所スタンダード市場
役員	代表取締役 CEO 澤 篤史 取締役 CVO founder 加藤 義博 取締役 COO 小宮 謙一 取締役 CFO 大谷 真樹 取締役 常勤監査等委員 上沢 徹二 取締役 監査等委員(社外) 三上 純昭 取締役 監査等委員(社外) 森 順子

1994年	9月	前身となるメジャーオート(株)を設立
1998年	9月	(株)アイケイコーポレーションを設立(現 当社) その後、グループ会社を順次統合
2002年	12月	「バイク王」として看板を備えた初のロードサイド店舗を出店
2004年	2月	バイク王のテレビCMの放映を開始
2005年	3月	独自の基幹システム「i-kiss」が本格稼働
	6月	ジャスダック証券取引所に上場
2006年	3月	駐車場事業を営む(株)パーク王を設立(2012年当社に吸収合併)
	8月	東京証券取引所市場第二部に上場
2009年	8月	バイク買取専門店「バイク王」100店舗を達成
2010年	12月	決算期の変更(8月⇒11月)
2011年	3月	(株)ユー・エス・エスおよび(株)ジャパンバイクオークションとバイクオークション事業に関する業務・資本提携を開始
	4月	「(株)ジャパンバイクオークション」の株式取得(当社出資比率:30.0%、現在33.5%)により、同社を関連会社化
2012年	9月	商号変更(旧社名:(株)アイケイコーポレーション)
2014年	2月	東京都港区に本店を移転
2016年	1月	ロゴマークを統一し刷新
	11月	(株)G-7ホールディングスと資本業務提携を締結
2017年	2月	監査役会設置会社から監査等委員会設置会社へ移行
	11月	駐車場事業を新設分割と株式譲渡の方法により譲渡
2019年	12月	「株式会社ヤマト」の株式取得(当社出資比率:100.0%)により、同社を完全子会社
2020年	11月	受付業務の停止リスクを分散するため、「第三コンタクトセンター」を新設
2021年	4月	車両とその用品・部品を取り扱うECサイトを営む子会社「株式会社バイク王ダイレクト」を設立(2023年12月当社に吸収合併)
2022年	4月	FCおよび業務提携による新規事業の開発と運営を担う子会社「株式会社ライフ&カンパニー」を設立(2023年12月当社に吸収合併)
	12月	「株式会社オズ・プロジェクト」の株式取得(当社出資比率:100.0%)により、同社を完全子会社化
2023年	7月	「株式会社東洋モーター・インターナショナル」の株式取得(当社出資比率:100.0%)により、同社を完全子会社化
	8月	東京都世田谷区に本店を移転
2024年	12月	代表取締役の異動とともにチーフオフィサー(CxO)制度を導入し、経営体制を変更
2025年	12月	プレミアグループ株式会社と合併会社、RIDE&LINK株式会社設立

全国に広がるバイク王 & カンパニーのビジネスネットワーク

(2026年4月3日現在)

■ 本社

■ 店舗数 83店舗
 内) バイク事業店舗数: 75店舗
 その他事業店舗数: 8店舗

- コンタクトセンター〈さいたま〉
- 第二コンタクトセンター〈秋田〉
- 第三コンタクトセンター〈山口〉
- 横浜物流センター
- 神戸物流センター
- 寝屋川物流センター

	バイク事業	その他事業
北海道・東北エリア	6	1
甲信・北陸エリア	4	—
関東エリア	30	4
東海エリア	9	—
近畿エリア	13	—
中国・四国エリア	5	—
九州・沖縄エリア	8	3

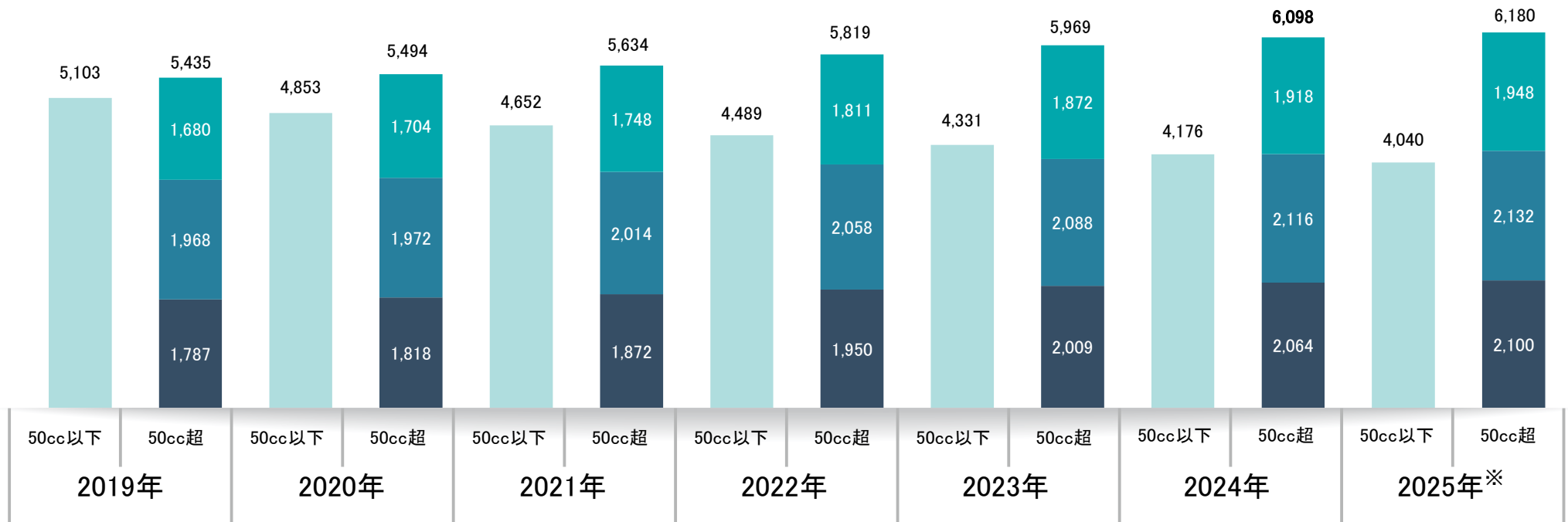
(単位: 店舗)

保有台数の推移

当社の主力商材である高市場価値車種(原付二種以上)は前年を上回る

- 原付一種(50cc以下)
- 原付二種(51cc~125cc)
- 軽二輪(126cc~250cc)
- 小型二輪(251cc~)

(単位:千台)



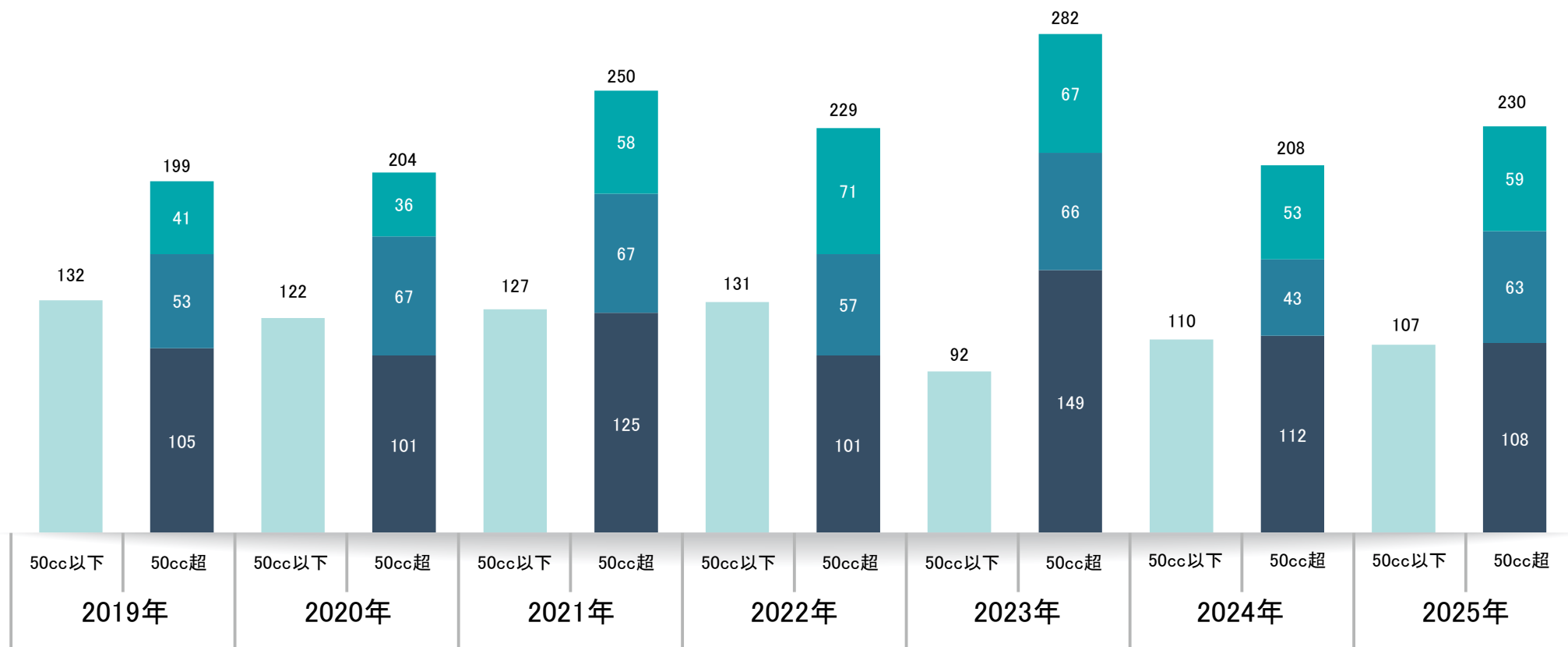
出典:一般社団法人日本自動車工業会/各年3月末日ベース
 ※出典(株)二輪車新聞社/各年3月末日ベース/原付一種・二種は推定値

新車販売(出荷)台数の推移

当社の主力商材である高市場価値車種(原付二種以上)は前年を上回る

- 原付一種～50cc)
- 原付二種51cc～125cc)
- 軽二輪126cc～250cc)
- 小型二輪251cc～)

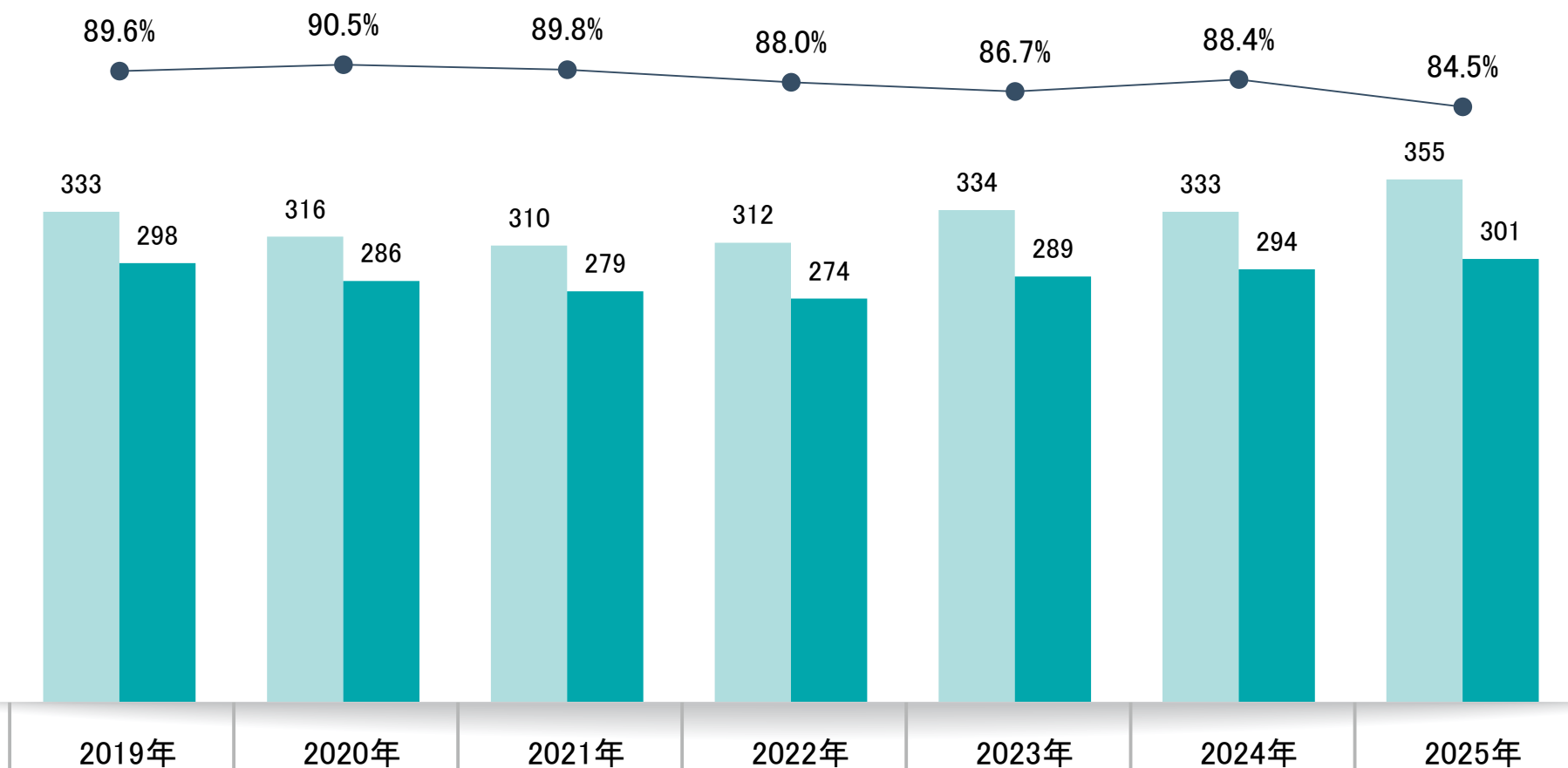
(単位:千台)



出典:一般社団法人日本自動車工業会/暦年ベース

当社の主要販売先であるバイクオークション市場の動向

■ 出品台数 ■ 成約台数 ● 成約率
(単位:千台)



(注) 主なオークションの統計データであり、オークネット社の実績は含まれておりません。出典: (株) 二輪車新聞社

- 本資料は、当社をご理解いただくために作成したもので、当社への投資勧誘を目的としておりません。
- 本資料の作成は、正確性を期すために慎重に行っておりますが、完全性を保証するものではありません。
- 本資料中の情報によって生じた障害や損害について、当社は一切責任を負いません。
- 本資料中の業績予想ならびに将来予測は、本資料作成時点で入手可能な情報に基づき当社が判断したものであり、潜在的なリスクや不確実性が含まれています。
そのため、事業環境の変化等の様々な要因により、実際の業績が言及または記述されている将来見通しとは異なる結果となることがあります。

【連絡先】経営財務部門IR担当

E-mail : prir@8190.co.jp

<https://www.8190.co.jp/>