

Kuradashi

2025年6月期 第1四半期 決算説明資料

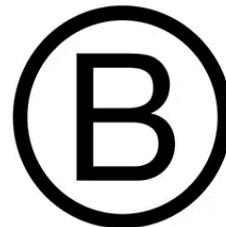
株式会社クラダシ
(証券コード：5884)

1. 事業概要
2. 25年6月期 第1四半期 業績報告
3. 中期経営計画
4. サステナビリティ
5. Appendix

1. 事業概要
2. 25年6月期 第1四半期 業績報告
3. 中期経営計画
4. サステナビリティ
5. Appendix

会社名	株式会社クラダシ
代表取締役	関藤 竜也 代表取締役会長 河村 晃平 代表取締役社長 CEO
創立	2014年7月7日
所在地	東京都品川区上大崎三丁目2番1号
事業内容	食品プラットフォーム運営事業 <ul style="list-style-type: none">● ソーシャルグッドマーケット「Kuradashi」● Kuradashi Hub● Kuradashi Stores● Dr.つるかめキッチン

Certified



Corporation

クラダシは、日本で13番目に
B Corp 認証^{注1}を取得しました。

Mission

ソーシャルグッドカンパニーでありつづける

もったいないを価値へ～凸と凹をマッチングすることで世界を豊かにする。
世の中に山積する社会課題解決を目的に設立したソーシャルグッドカンパニー。
社会性、環境性、経済性に優れた活動をしていきます。

Vision

日本で最もフードロスを削減する会社

国内消費食料の約6割を輸入しているにも関わらず、世界有数のフードロス大国である日本。
「3分の1ルール」などの商慣習のために、その多くを無駄にしているのです。
私たちクラダシは1.5次流通革命を通じて、日本のフードロスを削減します。

Kuradashi の特徴的なビジネスモデル

フードロス削減に特化した食品プラットフォーム
サプライヤー良し、消費者良し、社会良しの三方良しのソーシャルグッドを実現



社会貢献団体への寄付 & クラダシ基金の活動原資

売上げの一部を環境保護や動物愛護などのさまざまな社会貢献団体へ寄付
もしくはクラダシ基金の活動に充当し、SDGsの17の目標を横断して支援🌈

おトクな買い物がフードロス削減 更には社会貢献活動へつながるプラットフォーム

楽しいお買い物で、
みんなトクする
ソーシャルグッドマーケット

Kuradashi

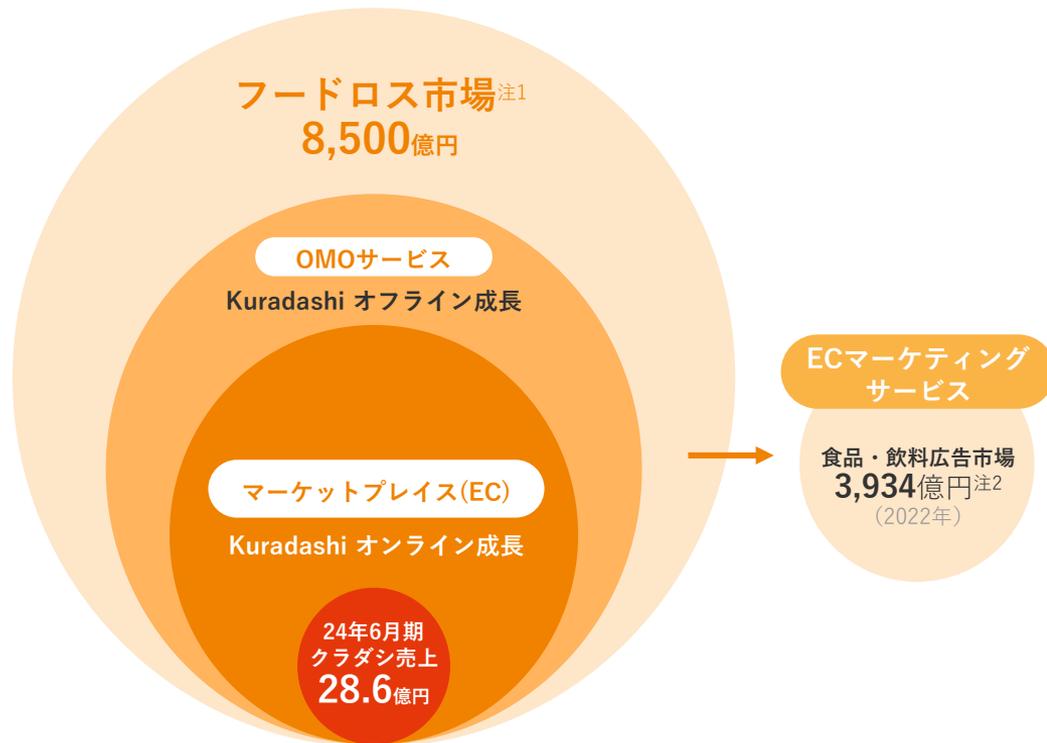
フードロス削減を目指し、まだ食べられるにもかかわらず捨てられてしまう可能性のある食品などを、おトクに販売しています。

さらに、売上の一部を環境保護・災害支援などに取り組むさまざまな社会貢献団体への寄付やクラダシ基金として活用し、SDGs17の目標を横断して支援しています。

楽しくておトクなお買い物が、社会に良いことにつながる。そんな、全く新しいソーシャルグッドマーケットを創出しています。



フードロス市場は約8,500億円
国を挙げて解決すべき社会課題であり、周辺市場も含めて大きなポテンシャルを有する



パートナー企業からの賛同

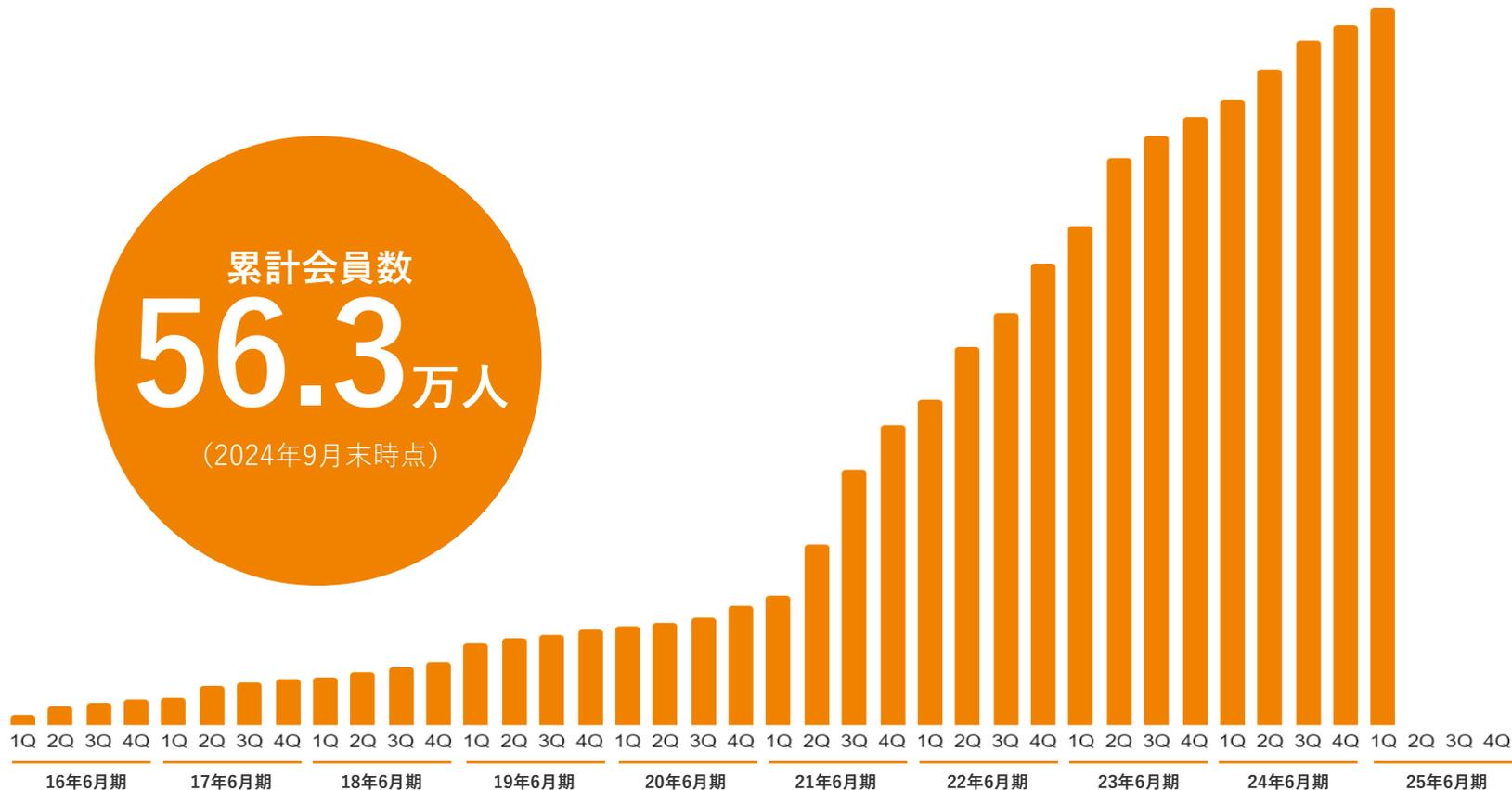
- 事業コンセプトと社会貢献の取り組みに賛同いただき、多くのパートナー企業からの商品出品を継続実現

代表的なパートナー企業例：



フードロス削減に賛同するKuradashi会員数は加速的に増加

累計会員数
56.3万人
(2024年9月末時点)



サステナビリティへの貢献

クラダシのユニークな事業モデルである社会貢献活動への支援

累計支援金額

2024年9月末時点

1.5億円

社会貢献団体への寄付

さまざまな支援先



日本自然保護協会

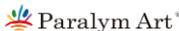


公益社団法人

国土緑化推進機構



Good Neighbors
Guatemala



Paralym Art®



B&G
ブルーシー・アンド・グリーンランド株式会社



PBV
ピースボート
災害支援センター



Lifeboat
The International Lifeboat Center



JCV
日本文化振興会



認定NPO法人
レット症候群支援機構

クラダシ基金の活動原資

代表的な活動

地方創生



食のサステナビリティ研究会



フードバンク支援



SDGs教育



1. 事業概要
2. 25年6月期 第1四半期 業績報告
3. 中期経営計画
4. サステナビリティ
5. Appendix

売上高（前年同期比）注1

6.5 億円
(+18.7%)

売上総利益（前年同期比）注1

2.8 億円
(-0.1%)

EBITDA（前年同期比）注1,2

-65 百万円
(-49百万円)

当期純利益（前年同期比）注1

-83 百万円
(-65百万円)

四半期決算
ハイライト

第1四半期は季節性(夏季)により低調な時期ではあるが、**前年同期比ではEC取引が112%と成長。**
M&A費用や在庫コスト圧縮費用など、**成長のための費用拠出により赤字着地。**

売上高 655百万円
(前年同期比+18.7%)

- 主力の**EC Kuradashiは前年同期比112%成長**、その他**Dr.つるかめキッチン事業の取込開始(*)**などにより**全体で売上高が119%成長**
(*)つるかめキッチン事業は9月から取込開始のため、当第1四半期では1ヶ月分のみを取込

限界利益額:143百万円
(前年同期比▲8.2%)

限界利益率：22.0%
(前年同期比▲6.4pts)

EBITDA:-65百万円
(前年同期比-49百万円)

- 稼ぐ力である限界利益^{注1}は前年同期比▲8.2%と減少
売上高が増加した一方で、**将来コスト負担の削減を目的とした在庫クリアランス影響(▲25百万円)**および**株主優待費用(▲7百万円)**により限界利益率は22.0%と前年同期比▲6.4ptsの低下
- EBITDA^{注2}は前年同期比-49百万円。上記の限界利益額減少に加え、販管費に一時の費用として**M&A取得関連費用(28百万円)が発生。**

ビジネス
ハイライト

上場後初のM&AによりDr.つるかめキッチン事業を取得、事業引継(PMI)は順調

当期業績予想：

期初から第2四半期に年末商戦を織り込む。計画通り取り込むべく、パートナー企業との連携強化

25年6月期 第1四半期 業績

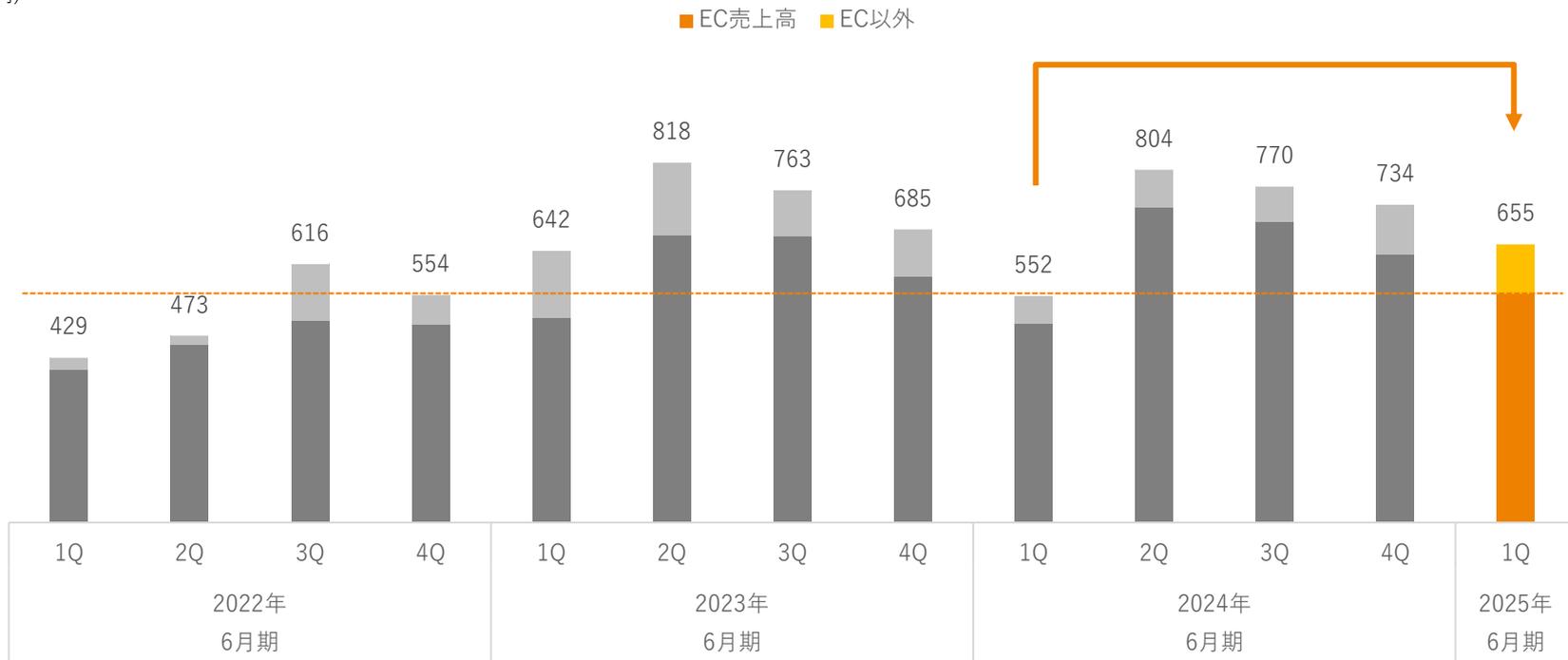
- 売上高：主力のEC取引の成長及び連結開始により前年同期比で伸長
- EBITDA：物流コスト圧縮を見据えた在庫クリアランス及び株主優待制度の導入、子会社取得費用の計上により前年同期比で減収

(百万円)	24年6月期 1Q (単体) (23年7月-9月)	25年6月期 1Q (連結) (24年7月-9月)	前年同期比
売上高	552	655	+18.7%
売上総利益	281	280	-0.1%
売上総利益率(%)	50.9	42.8	-8.0pts
限界利益 ^{注1}	156	143	-8.2%
限界利益率(%)	28.4	22.0	-6.4pts
EBITDA ^{注2}	▲16	▲65	-49百万円
営業利益	▲22	▲81	-59百万円
経常利益	▲20	▲81	-62百万円
当期純利益	▲17	▲83	-62百万円

売上高の四半期別推移

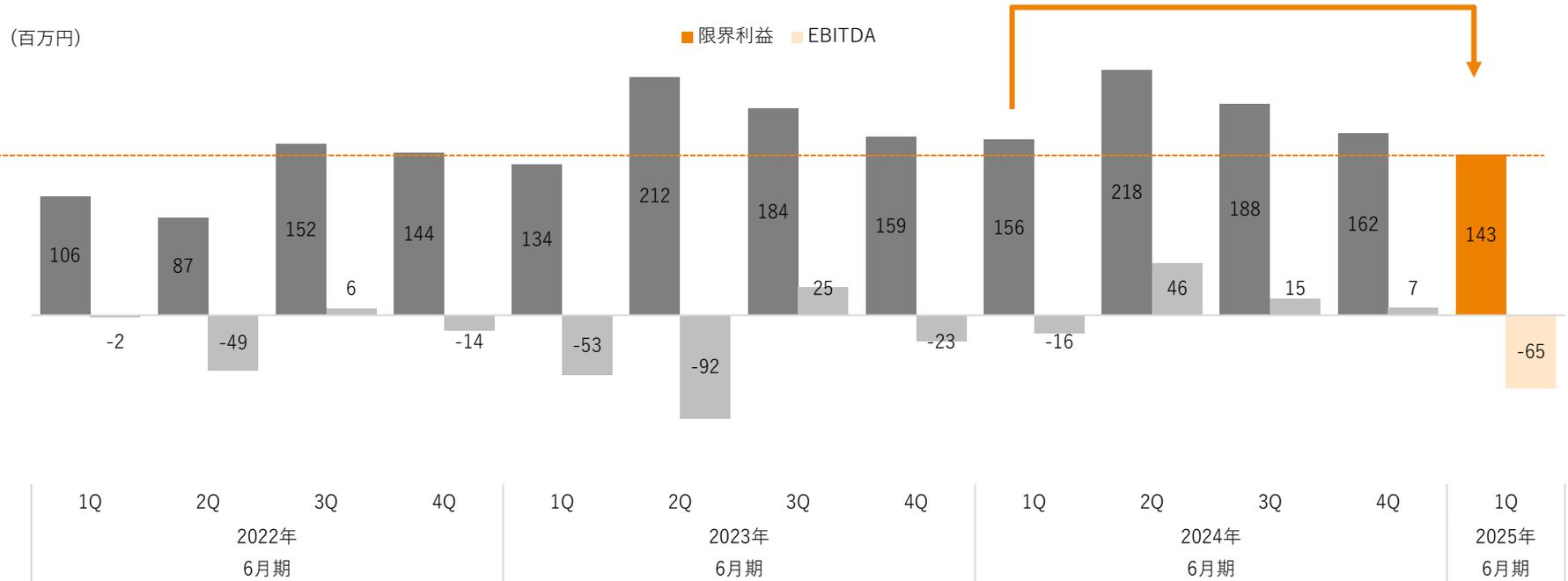
- 例年、第1四半期は季節性(夏季)により低調な時期であるが、主力であるEC取引は前年比で+12%成長

(百万円)



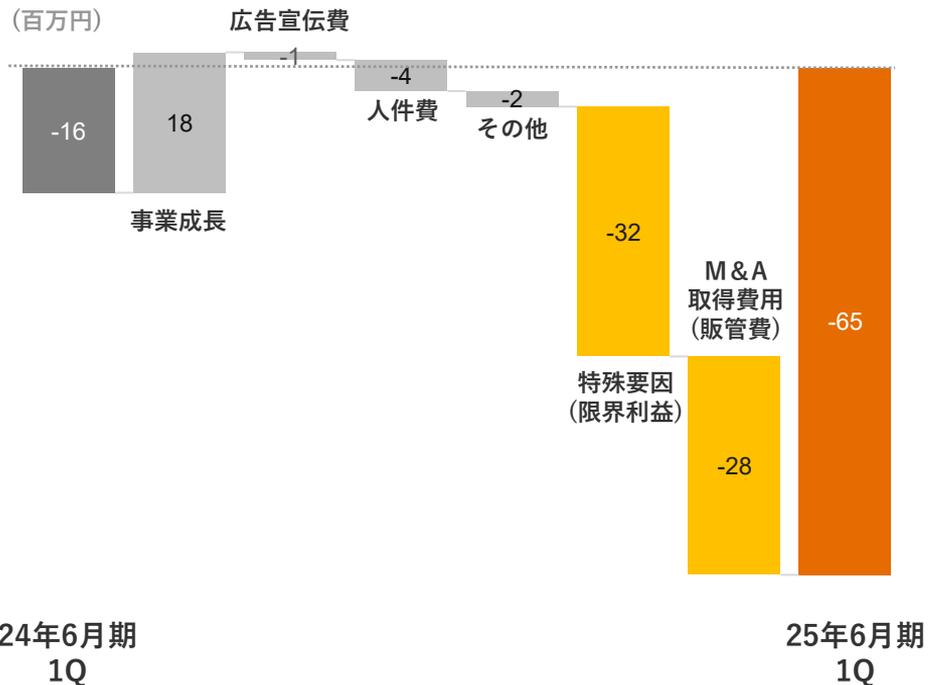
各利益の四半期別推移

- 売上高が増加した一方で、将来コスト負担の削減を目的とした在庫クリアランス影響(▲25百万円)及び株主優待の開始(▲7百万円)により限界利益は減少、さらにM&A関連費用(▲28百万円)により、EBITDAは▲65百万円



25年6月期 第1四半期 EBITDA増減

- 実力値としては前年同期比プラスである一方、特殊要因が重なり大幅にマイナスでの着地



- 事業成長 (+18百万円)
売上高増加影響：+28百万円
利益率低下影響：▲10百万円
- 特殊要因(限界利益) (▲32百万円)
在庫クリアランス：▲25百万円
株主優待：▲7百万円
- M&A取得費用(販管費) (▲28百万円)
Dr.つるかめキッチン事業取得の専門家報酬等

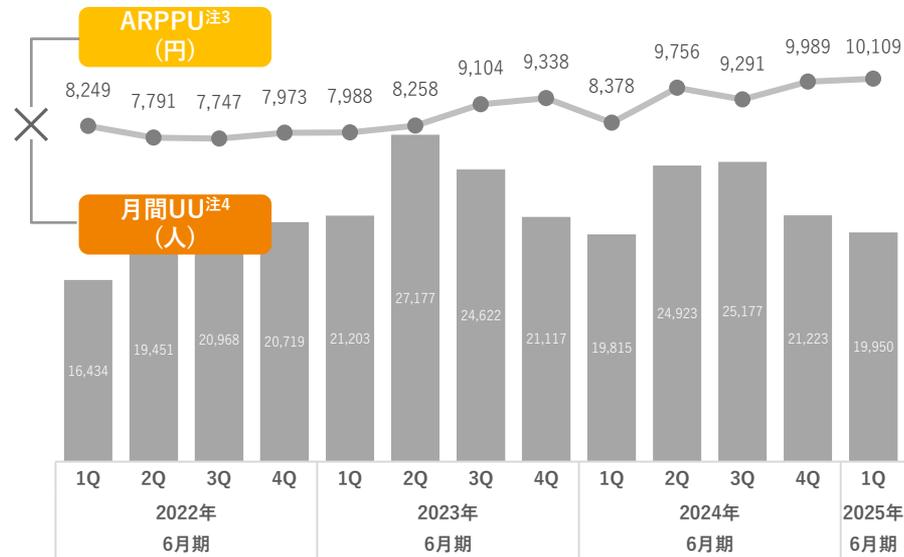
KPI推移（パートナー企業・会員）

- 販売側：「アクティブ企業数」は維持も、大型ヒット商品出ず「平均仕入高」は下落
- 購入側：商品単価上昇により「ARPPU」は上昇も、「月間UU」は大型ヒット商品出ず減少

パートナー企業：販売側のKPI^{注5}



会員：購入側のKPI^{注5}



注1：四半期(3か月間)の仕入額をアクティブパートナー企業数で除して算出

注2：四半期中に取引が発生したパートナー企業数

注3：Average Revenue per Paid User(UU一人当たり平均購入金額)

注4：月次UU数(購入会員ID数)の四半期(3か月)平均数

注5：2025年6月期1Qから連結ベースの数値

KPI推移（限界利益率）

■ 20%~25%の適正水準を維持



1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
2022年				2023年				2024年				2025年
6月期				6月期				6月期				6月期

Dr.つるかめキッチン事業を運営する株式会社クロスエッジを2024年8月23日に完全子会社化。
当第1四半期から連結を開始（9月の1か月分）

1Qまでの事業引継(PMI)：安定的に事業運営のバトンタッチを完了

- 業績を落とさずに事業バトンタッチを完了
9月単月は売上高60百万円・EBITDA8百万円となり、前月比・計画比で上振れ成長
- 会社経営、事業運営体制を構築完了
経営執行体制移行／オフィス移転／経営管理体制構築

今後の方針：足元の成長継続と中長期での飛躍準備

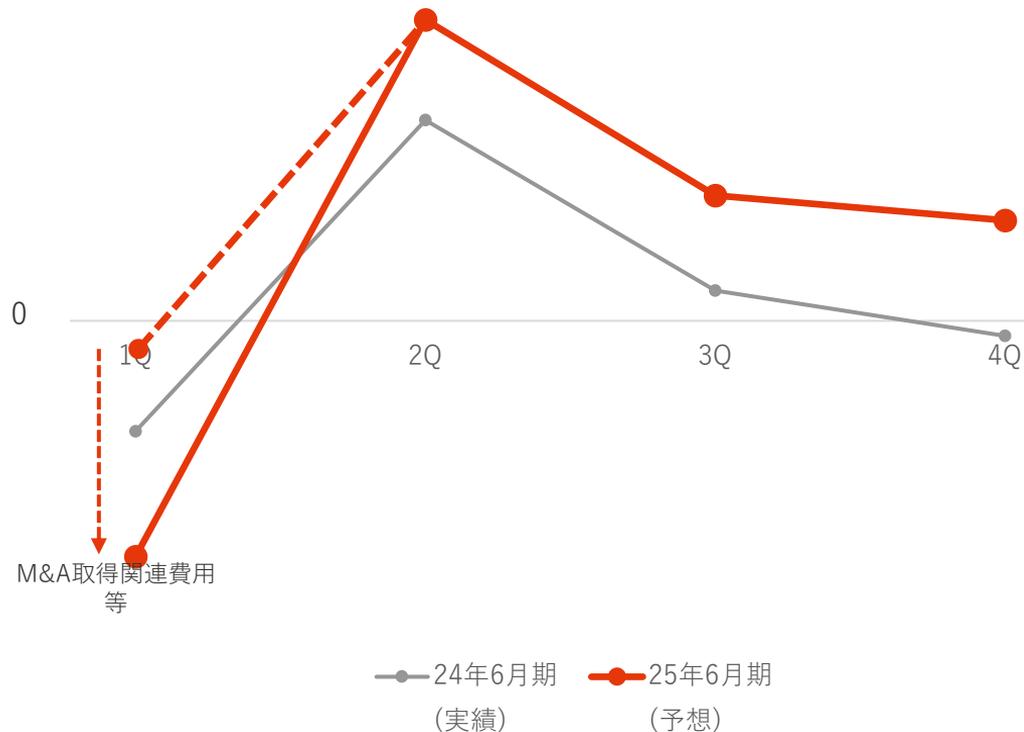
- 足元の成長継続としてマーケティングに注力
新規顧客獲得のためのマーケティング活動のPDCAを回す
- 中長期での飛躍のためビジネスモデルを磨き込む
 - －販売チャネルの拡充
 - －商品ラインナップの拡充
 - －物流体制の見直し
 - －Kuradashiとのシナジー創出
 - －KPI設定



- 売上高：食品値上げが継続し厳しい外部環境が継続すると保守的に想定
- 営業利益：限界利益率は24年6月と同水準
- M&AによりDr.つるかめキッチン事業を10か月分連結取込

(百万円)	24年6月期	25年6月期	
	実績	業績予想	前提
売上高	2,862	3,900	<ul style="list-style-type: none"> ・食品値上げが継続し厳しい外部環境が継続すると保守的に想定 ・(M&A)Dr.つるかめキッチン事業を10か月分連結取込
営業利益	21	31	<ul style="list-style-type: none"> ・限界利益率は24年6月期と同水準を想定 ・M&A仲介手数料37百万円発生見込み ・のれん償却によりDr.つるかめキッチン事業の営業利益貢献は少
EBITDA ^注	53	123	<ul style="list-style-type: none"> ・25年6月期からのれん償却費が発生
経常利益	23	24	<ul style="list-style-type: none"> ・追加融資の支払利息が発生
当期純利益	12	22	<ul style="list-style-type: none"> ・重要な特別損益発生予定なし

営業利益の四半期別発生イメージ



- 24年6月期と同様のトレンドを想定
- 1Qは当初よりM&A取得関連費用の計上により大幅赤字を当初より想定

1. 事業概要
2. 24年6月期 業績報告
3. 中期経営計画
4. サステナビリティ
5. Appendix

中期経営計画テーマ

「フードロス削減のインフラに」

創業以来掲げてきたMission「ソーシャルグッドカンパニーでありつづける」、
Vision「日本で最もフードロスを削減する会社」の実現を加速していきます。

中期経営計画テーマ

フードロス削減のインフラに

業績目標

売上高 (2027年6月期)

100 億円

EBITDA^注 (2027年6月期)

5 億円

成長戦略

基幹事業であるフードロス品取引と親和性の高い周辺領域で事業を創造
フードロス削減へのシナジー効果によるインフラ化と共に、ポテンシャルの
大きい領域で単体事業としての収益化を図る

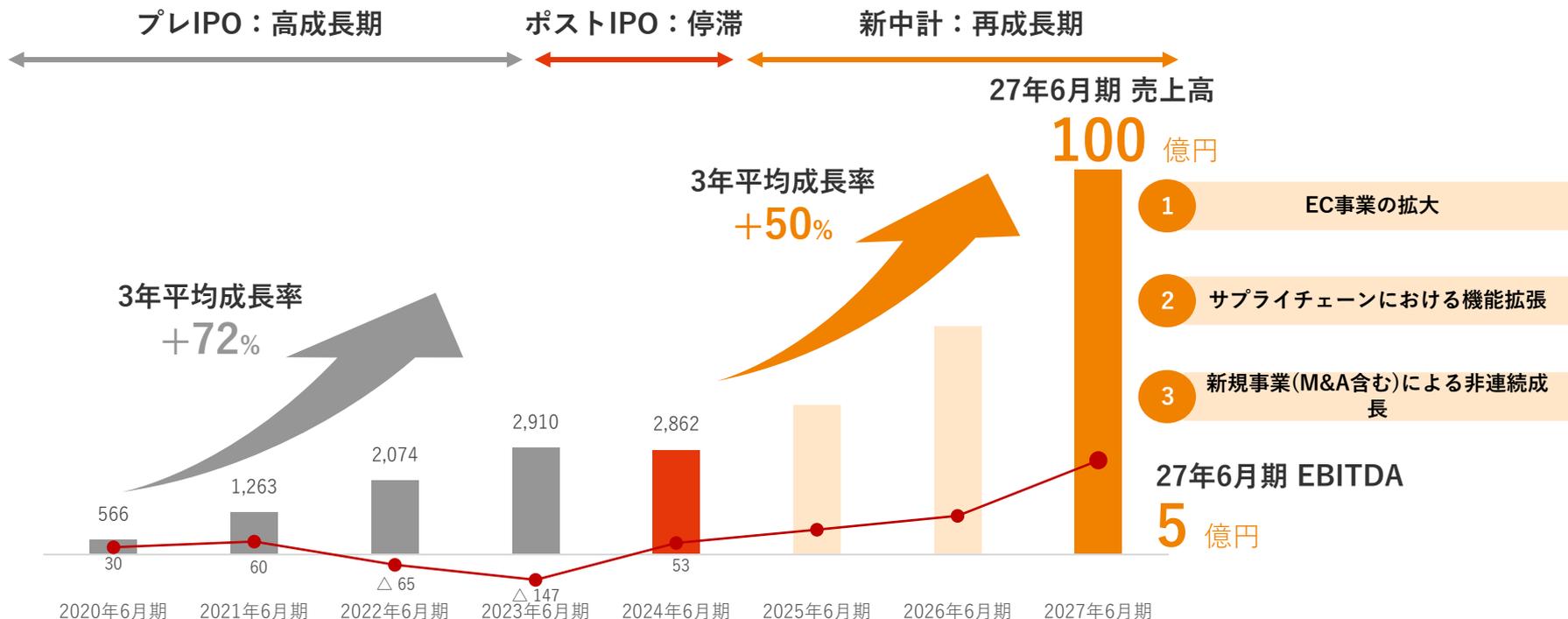
1. EC事業の拡大
2. サプライチェーンにおける機能拡張
3. M&A含む新規事業による非連続の成長

注：EBITDA = 営業利益 + 各種償却費等の非資金損益項目

業績目標と成長イメージ

27年6月期通期売上高は100億円、EBITDAは5億円と高成長を目指す

①EC事業の成長 ②サプライチェーンにおける機能拡張 ③新規事業(M&A含む)による非連続成長を実行しIPO前の高成長軌道に再突入する



基幹事業であるフードロス品取引と親和性の高い周辺領域で事業を創造
フードロス削減へのシナジー効果によるインフラ化と共に、
ポテンシャルの大きい領域で単体事業としての収益化も図る

フードロス削減のインフラに

既存事業の深化

1

EC事業の拡大

新規事業の探索

2

サプライチェーンにおける機能拡張

3

新規事業(M & A含む)による非連続の成長

1.EC事業の拡大

パートナー企業とユーザーの双方向を拡大することで、フードロス削減の輪を拡大



注1：経済産業省「2022年経済構造実態調査」

注2：創業から2024年6月末時点までに取引実績のあるパートナー企業数

注3：創業から2024年6月末時点までの累計会員登録者数

2. サプライチェーンにおける機能拡張



Kuradashi
Stores



Kuradashi
Hub



オンライン販売・ブランディングノウハウを食品メーカー等に提供
クライアント企業のブランド価値を高めつつ、自社のメディア効果も最大化



Kuradashi

サステナビリティ特化型ブランディング支援 **Brand Studio**

累計70案件突破



OGAWA



全農 パルテイズ 株式会社



2. サプライチェーンにおける機能拡張

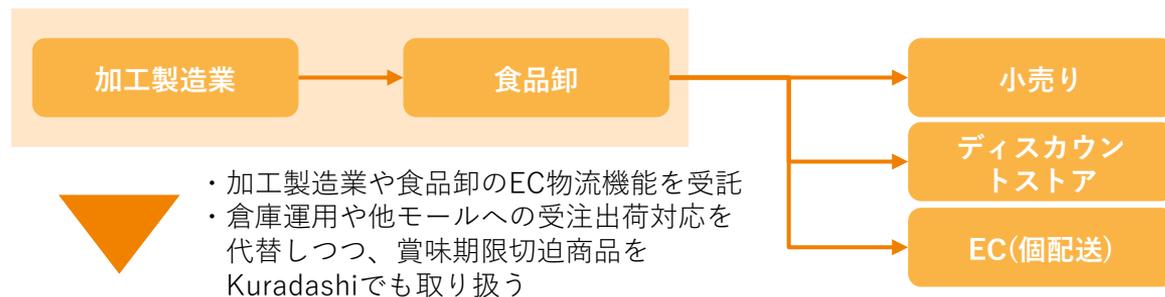


Kuradashi
Base



食品EC運用ノウハウ及び食品メーカーとのリレーションを活かして、
難易度の高い食品（3温度帯）のEC物流サービスを提供
食品流通の課題を解消しつつ、Kuradashi出品への導線を創出、他モールとの差別化を図る

1次流通



1.5次流通



2. サプライチェーンにおける機能拡張



Kuradashi
Forecast



Kuradashiの蓄積データやサプライヤーとのリレーションを活用し、サステナブルなPB商品開発や定期便といったサプライチェーン上流でフードロスが出ない仕組みを構築

事例：プライベートブランド「つくってKuradashi」の開発

ロスになりそうな食材を、調理加工・冷凍した総菜を開発し販売。購買データを商品開発・改善に活用



3.非連続な成長のためのM&A

既存事業の拡大・新規事業の立ち上げに加え、M&A活用により事業成長加速・非連続成長を目指す

M&Aの考え方

- 既存事業領域/新規事業領域を中心に、シナジーのある**同種あるいは注力領域**を優先対象
- **黒字企業/事業を合理的なEBITDA倍率**で取得し投資効率を追求
- **デット資金**を基本とした資金調達方法により、**資本コスト最小化**を企図
- 経営支援/シナジー追求により**獲得事業の成長**を支援

領域

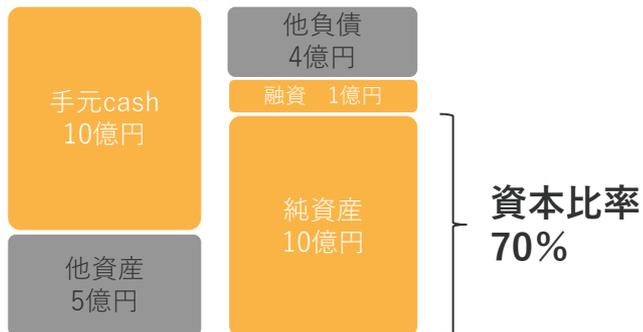
展開の方向性

<p>【既存事業領域】 EC事業の拡大</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・商品製造企業 ・商品設計/PB（プライベートブランド） ・食品EC事業
<p>【新規事業領域】 サプライチェーン 機能拡張</p>	<p>【Stores】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ECサイト運営企業のカテゴリー領域拡充 ・EC戦略/マーケティングコンサルティング ・ブランドソリューション（広告事業） <p>【Hub】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・販売チャネルの拡充 （オンライン・オフライン両軸） <p>【Base】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・倉庫事業/運送事業 ・倉庫管理WMS及びサイト販売システム <p>OMS</p>
<p>新規領域</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・サステナビリティ分野への投資

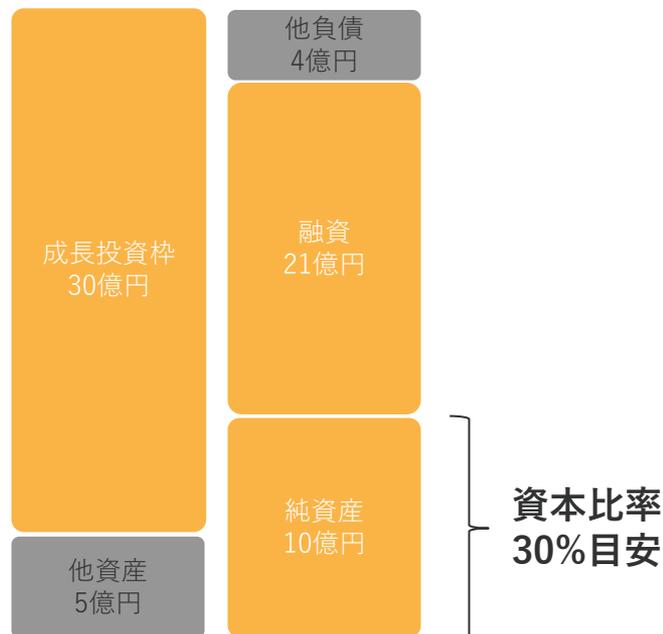
BS及び成長投資資金

融資による調達により積極的に成長投資資金を確保
財務安全性の観点から負債資本比率30%以上を目安とする

2024年6月末 BS



融資調達による
財務レバレッジ調整後イメージ



クラダシの強みを活用した「Dr.つるかめキッチン」の規模拡大によるグループの成長

Kuradashi



- ミッション** ソーシャルグッドカンパニーでありつづける
- ビジョン** 日本で最もフードロス削減する会社
- ユーザー層** 女性7割 30～50代メイン

親和性

健康で豊かな食生活の提供

40～60代メイン

- 市場** フードロス市場
- 販売モデル** 都度購入（フロー型）
- 強み** EC運営・マーケティングノウハウ
食品製造業とのネットワーク
食品サプライチェーン知見

補完

冷凍宅配弁当市場

定期購入（ストック型）

マーケティングノウハウ
冷凍宅配弁当の開発・製造ノウ
ハウ

インセンティブプランとの連動

<p>目的</p>	<p>次世代経営者向けインセンティブ設計 キャリアコミットメントとインセンティブの一体化パッケージで 当社の非連続な成長と中長期の企業価値・株主価値の向上を目指す経営体制を構築する</p>		
<p>スキーム</p>	<p>概要</p>	<p>関藤*を付与者、次世代経営者を予約権者とする譲渡予約権(※)の締結 (※行使条件付きの相対コールオプション契約)</p>	
	<p>対象株式</p>	<p>関藤*との相対取引：2,906,000株 (1段階 1,453,000株 + 2段階 1,453,000株) ※発行済株式総数の約27%に相当</p>	
	<p>行使条件</p>	<p>1段階</p>	<p>25/6期 - 27/6期の3か年において、AかつBの達成 A. 上記期間の継続在籍 B. 年度決算にて売上高 50 億円 & EBITDA** 2 億円の達成</p>
		<p>2段階</p>	<p>25/6期 - 27/6期の3か年において、AかつBの達成 A. 上記期間の継続在籍 B. 年度決算にて売上高 100 億円 & EBITDA** 5 億円の達成</p>
	<p>希薄化率</p>	<p>0%</p>	
<p>PL影響</p>	<p>なし</p>		
<p>対象者 (付与比率)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・新代表取締役社長CEO 河村 (約8割) ・経営幹部 数名 (約2割) 		

組織体制 カンパニー制

事業成長の加速・新規事業の創出のため
意思決定と業務執行のスピードを上げるべくカンパニー制へ移行

取締役会

監査役会

代表取締役社長 CEO 河村

カンパニー統括 兼 CFO 高杉

コーポレート本部

本部長
岡村

EC
カンパニー

カンパニーCEO
河村

フードロス領域 toCビジネス

ソーシャルグッドマーケット
Kuradashi

ブランド
ソリューション
カンパニー

カンパニーCEO
徳山

ブランディング/マーケティング
SNSなどの広告受託事業

Kuradashi Stores

サプライチェーン
ソリューション
カンパニー

カンパニーCEO
大沢

フードロス削減 toBビジネス
卸事業

Kuradashi Hub

ロジスティクス
ソリューション
カンパニー

カンパニーCEO
築地

物流アウトソーシング事業
物流コンサルティング事業

Kuradashi Base

1. 事業概要
2. 24年6月期 業績報告
3. 中期経営計画
4. サステナビリティ
5. Appendix

Kuradashiによる社会・環境・経済へのポジティブ・インパクト（2024年9月末時点 累計）



フードロス削減量
25,333トン



CO2削減量
67,159トン



経済効果
123億円

サステナビリティ取り組み

ソーシャルインパクトの創出・取り組みの開示

共同研究の開始

- クラダシ基金を活用し、以下2つの大学の研究室との共同研究を開始。教育支援とともに、研究によるソーシャルインパクト創出を狙う。

- ①茨城大学 教育学部 石島恵美子研究室
研究テーマ：干し芋残渣のアップサイクル及び食品ロス学習プログラムの開発



- ②法政大学 現代福祉学部 土肥将敦研究室
研究テーマ：食品業界におけるソーシャルイノベーションプロセスの国際比較



サステナビリティレポート2024公開

- クラダシのサステナビリティに関する方針や取り組みについて、ステークホルダーの皆さまに分かりやすく伝えるため、サステナビリティレポート2024を公開。
- 報告対象期間：2024年6月期（23年7月～24年6月）
<https://speakerdeck.com/kuradashi/sustainability-report>

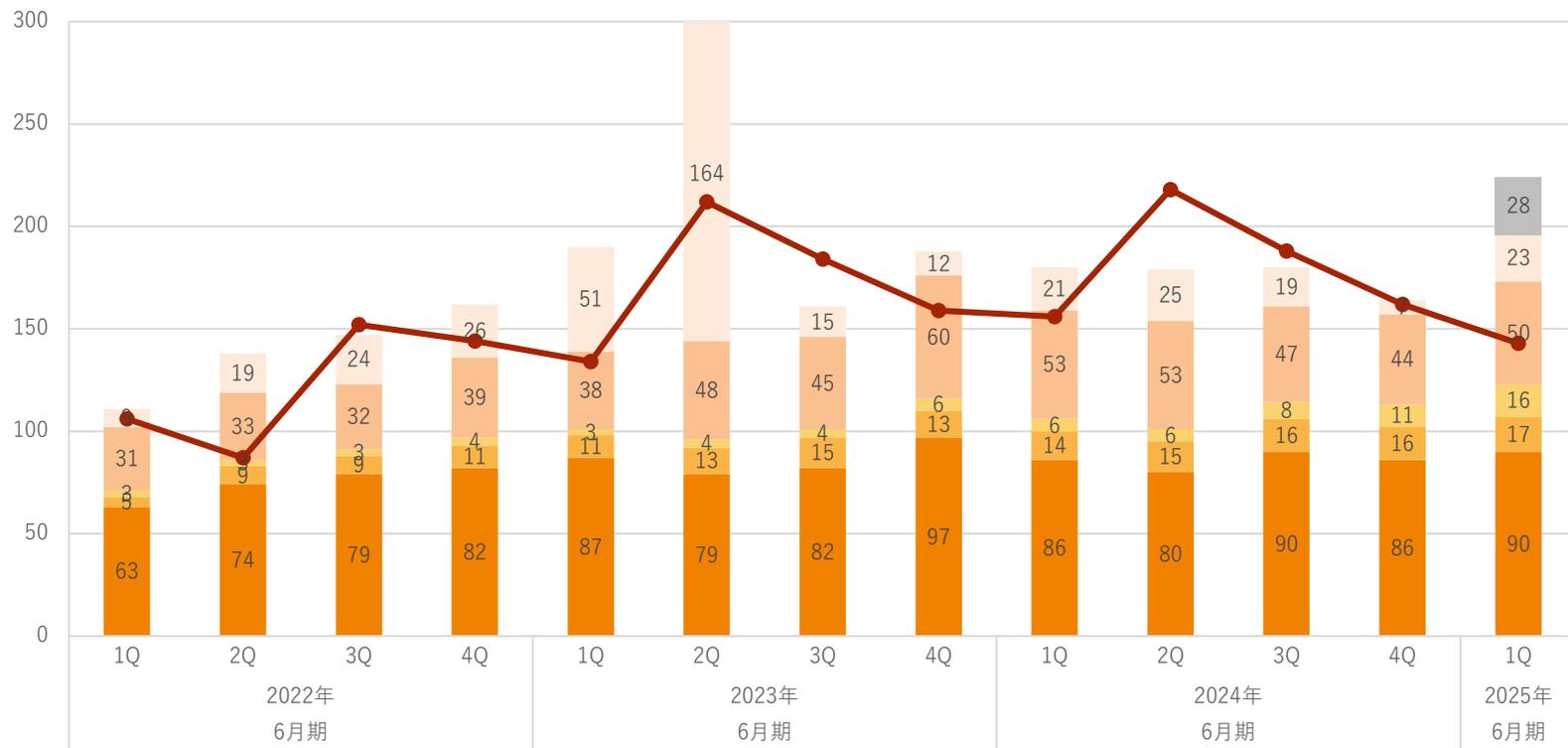
【レポート抜粋：インパクト・価値創造モデル】



1. 事業概要
2. 24年6月期 業績報告
3. 中期経営計画
4. サステナビリティ
5. Appendix

固定費の推移と限界利益

(百万円、売上高比率%) 人件費 システム費 償却費等 その他固定費 広告宣伝費 M&A費用 限界利益



貸借対照表

- 株式会社クロスエッジの取得により、のれんを538百万円計上
- M&A資金として金融機関からの融資を実行

(百万円)	25年6月期 1Q実績 (連結)	24年6月期 4Q実績 (単体)	前年度末比
流動資産	1,318	1,279	103.0%
現金及び預金	1,033	982	105.2%
固定資産	721	174	412.8%
資産合計	2,039	1,454	140.2%
流動負債	786	316	248.3%
借入金	488	36	1,334.6%
固定負債	290	94	308.6%
借入金	290	94	308.6%
負債合計	1,077	411	262.1%
純資産合計	962	1,043	92.6%
負債純資産合計	2,039	1,454	140.2%
自己資本比率	46.9%	71.5%	▲24.6pts

財務データシート

株式会社クラダシ KURADASHI Co., Ltd (証券コード: 5884)

2025年6月期 決算補足資料 (データシート)

	2022年6月期				2023年6月期				2024年6月期				2025年6月期
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
	From : To :	7/1/2021 9/30/2021	10/1/2021 12/31/2021	1/1/2022 3/31/2022	4/1/2022 6/30/2022	7/1/2022 9/30/2022	10/1/2022 12/31/2022	1/1/2023 3/31/2023	4/1/2023 6/30/2023	7/1/2023 9/30/2023	10/1/2023 12/31/2023	1/1/2024 3/31/2024	4/1/2024 6/30/2024

<主要財務指標> (百万円)

売上高	429	473	616	554	642	818	763	685	552	804	770	734	655
売上高成長率	296.2%	190.2%	143.7%	125.8%	148.6%	172.9%	123.9%	123.7%	85.9%	98.3%	101.0%	95.3%	118.7%
売上総利益	213	223	292	284	272	370	352	303	281	385	350	313	280
売上総利益率	49.7%	47.1%	47.4%	51.3%	42.4%	45.2%	46.1%	44.2%	50.9%	47.9%	45.5%	42.7%	42.8%
販売費及び一般管理費	219	275	289	303	329	467	331	333	303	345	344	316	361
変動費	106	135	140	139	137	157	168	143	124	167	162	151	136
限界利益	106	87	152	144	134	212	184	159	156	218	188	162	143
限界利益率	24.8%	18.5%	24.8%	26.1%	20.9%	26.0%	24.1%	23.3%	28.4%	27.1%	24.4%	22.1%	22.0%
固定費	112	140	149	163	191	309	163	189	178	178	181	165	225
人件費	63	74	79	82	87	79	82	97	86	80	90	86	90
売上驚人件費率	14.9%	15.7%	12.9%	14.8%	13.5%	9.7%	10.8%	14.2%	15.6%	10.0%	11.7%	11.8%	13.8%
広告宣伝費	9	19	24	26	51	164	15	12	21	25	19	7	23
EBITDA	-2	-49	6	-14	-53	-92	25	-23	-16	46	15	7	-65
営業利益	-6	-52	3	-19	-57	-97	20	-30	-22	39	6	-3	-81
経常利益	-5	-52	4	-21	-56	-91	22	-45	-20	40	6	-3	-81
当期純利益	-3	-31	2	-47	-56	-92	22	-40	-17	31	4	-5	-83

<その他財務指標>

固定費	112	140	149	163	191	309	163	189	178	178	181	165	225
人件費	63	74	79	82	87	79	82	97	86	80	90	86	90
システム費	5	9	9	11	11	13	15	13	14	15	16	16	17
償却費等	3	3	3	4	3	4	4	6	6	6	8	11	16
その他固定費	31	33	32	39	38	48	45	42	53	53	47	44	50
広告宣伝費	9	19	24	26	51	164	15	12	21	25	19	7	23
M&A費用													28

<主要KPI>

月額UU (人) *1	16,434	19,451	20,968	20,719	21,203	27,177	24,822	21,117	19,815	24,923	25,177	21,223	19,950
ARPPU (円) *2	8,249	7,791	7,747	7,973	7,988	8,258	9,104	9,338	8,378	9,756	9,291	9,989	10,109
アクティブ企業数 (社) *3	329	323	286	348	361	403	417	435	474	552	573	571	556
平均仕入高 (千円) *4	789	809	935	824	1,040	1,373	1,077	731	661	818	818	654	615
限界利益率 (%) *5	24.8%	18.5%	24.8%	26.1%	20.9%	26.0%	24.1%	23.3%	28.4%	27.1%	24.4%	22.1%	22.0%

※2025年6月期1Qより連続ベース

*1 月額UU (Unique Userの購入ID数) の四半期 (3ヶ月) の平均数

*2 Average Revenue per Paid User (月額UU 1人当たり平均購入金額)

*3 四半期会計期間内に取引が完了したパートナー企業

*4 四半期会計期間の仕入高をアクティブ企業数で除して算出

*5 限界利益 (売上高から売上原価及び配送料等の変動費を控除した金額) を売上高で除して算出

本資料の取り扱いについて

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の情報に基づいて作成されており、将来の結果や業績を保証するものではありません。このような将来予想に関する記述には、既知および未知のリスクや不確実性が含まれており、その結果、将来の実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。

これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内および国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限定されるものではありません。また、当社以外の事項・組織に関する情報は、一般に公開されている情報に基づいており、当社はそのような一般に公開されている情報の正確性や適切性を検証しておらず、保証しておりません。また当社は、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。

本資料は、情報提供のみを目的として作成しています。本資料は、当社の有価証券の販売の勧誘や購入の勧誘を目的としたものではありません。