

yutori

2025年3月期 第3四半期

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）

2025年2月13日



※スマホ向けサマリ版はこちらのQRコードから確認できます。

1. 2025年3月期 3Q業績実績
2. 2025年3月期 通期業績予想修正
3. 質問回答

2024/8にheart relation社、2024/11にえをかく社の株式を取得し、yutoriグループがスタート
グループ全体でさらなる成長の加速を目指す

yutori

複数のアパレル・コスメブランドの運営

51%

100%



heart relation

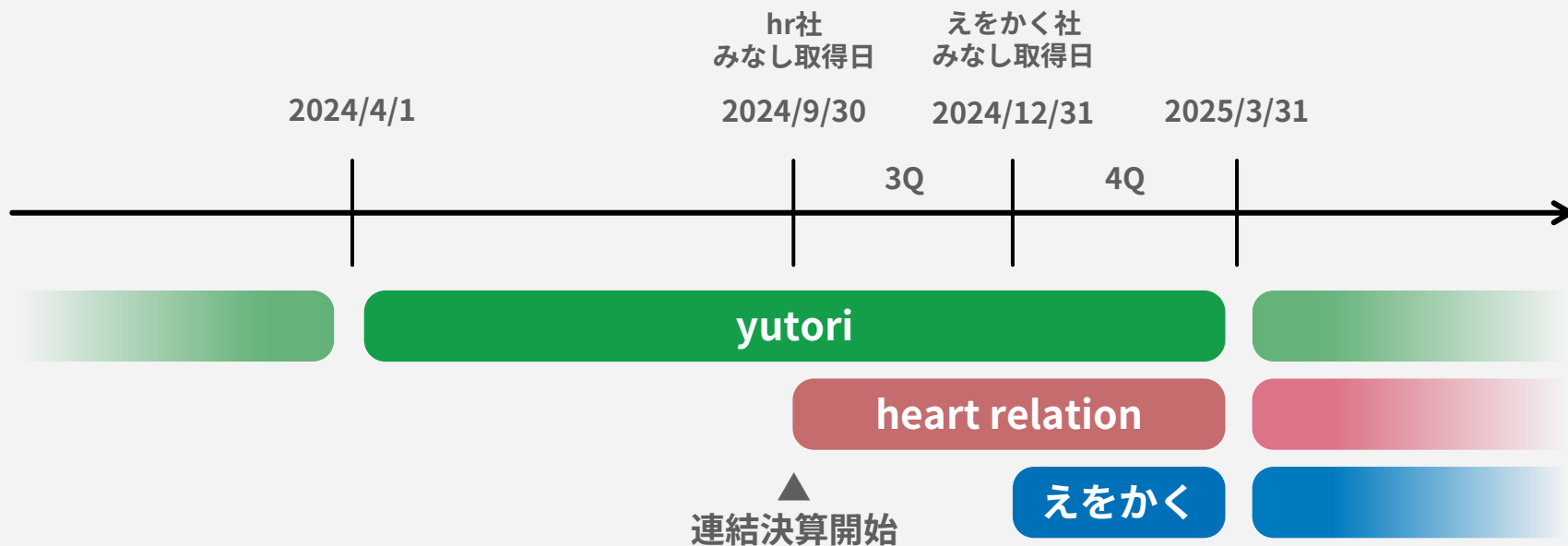
アパレル・コスメブランド「Her lip to」の運営
※2024/10/1 (3Q) より業績取込み開始

えをかく

アパレルブランド「over print」の運営
※2025/1/1 (4Q) より業績取込み開始予定

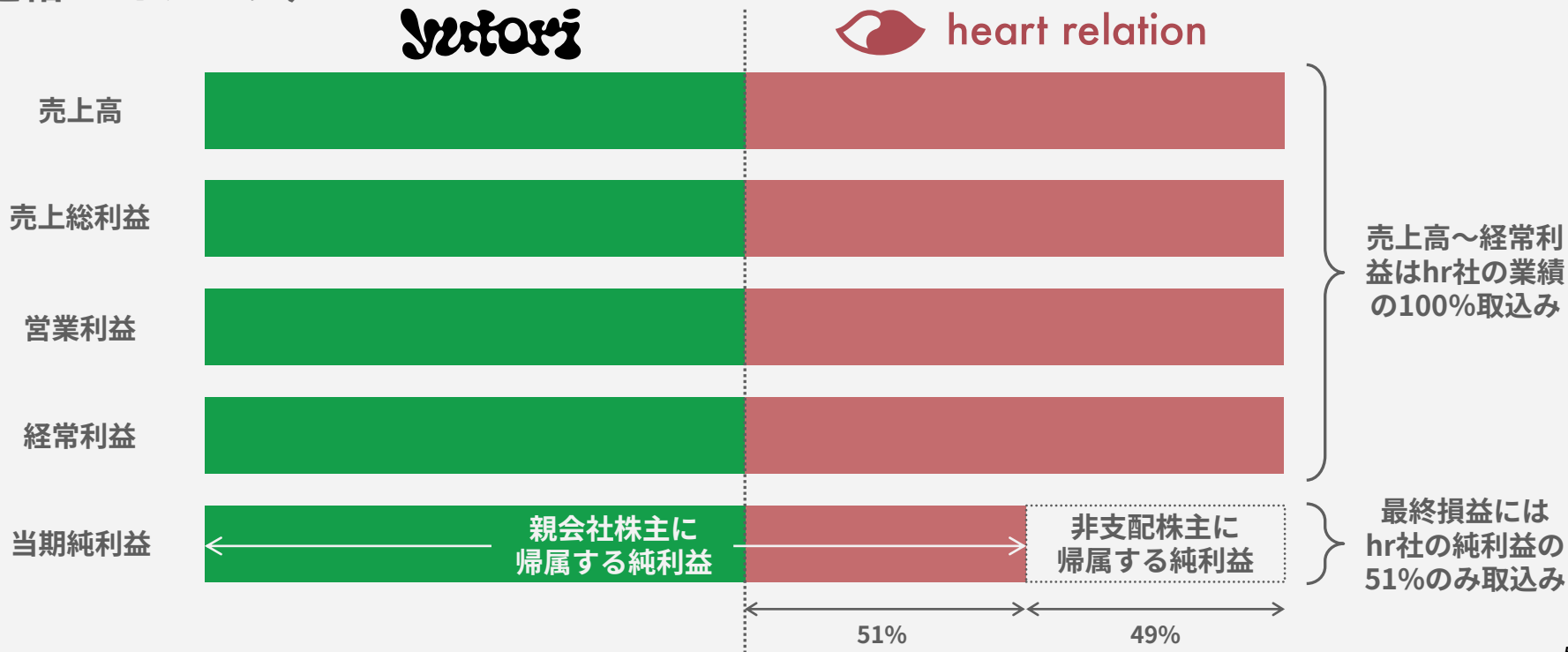
heart relation社の子会社化により、2025/3期 3Qより売上・利益を取込み開始
えをかく社の売上・利益は2025/3期 4Qから取込み開始予定

(連結決算移行イメージ)



連結決算への移行により売上、営業利益などはhr社の業績の100%を取り込むが、最終損益である「親会社株主に帰属する純利益」にはhr社の51%分のみ取込み

(連結PLイメージ)



1

2025年3月期 3Q業績実績

増収増益、売上・利益ともに過去最高を達成

過去
最高

3Q末 売上高

5,535 百万円

YoY +77.9%

過去
最高

3Q末 売上総利益

3,403 百万円

YoY +80.4%

過去
最高

3Q末 調整後EBITDA / 営業利益

678 / 492 百万円

YoY +73.8% / +62.7%

3Q末 売上高 予算進捗率

79.1%

3Q末 売上総利益 予算進捗率

80.6%

3Q末 調整後EBITDA 予算進捗率

102.4%

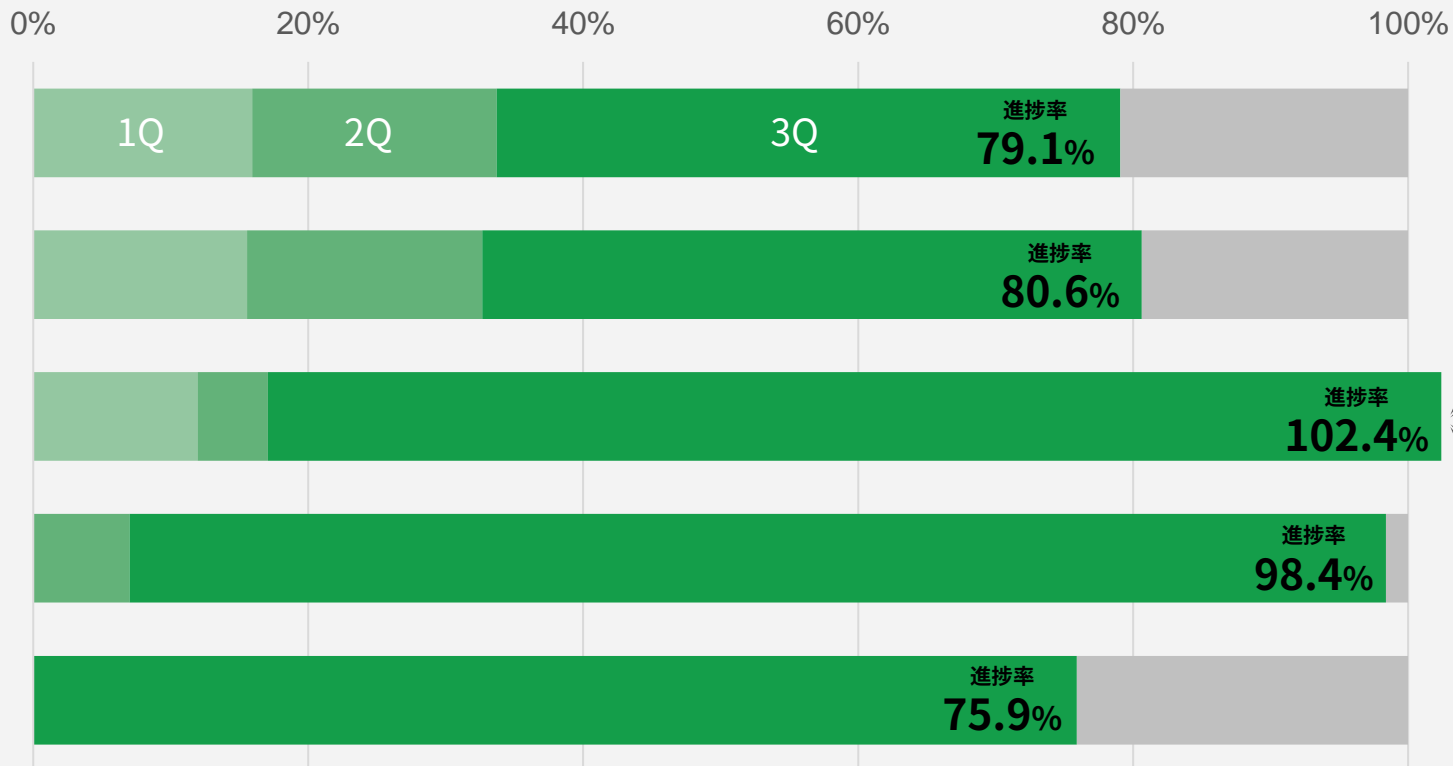
予算進捗状況（上方修正前）

3Qで売上は**好調に推移し、段階利益も大きく進捗**
 好調な業績を鑑み、売上・利益ともに上方修正

(単位：百万円)

3Q末実績

通期予算

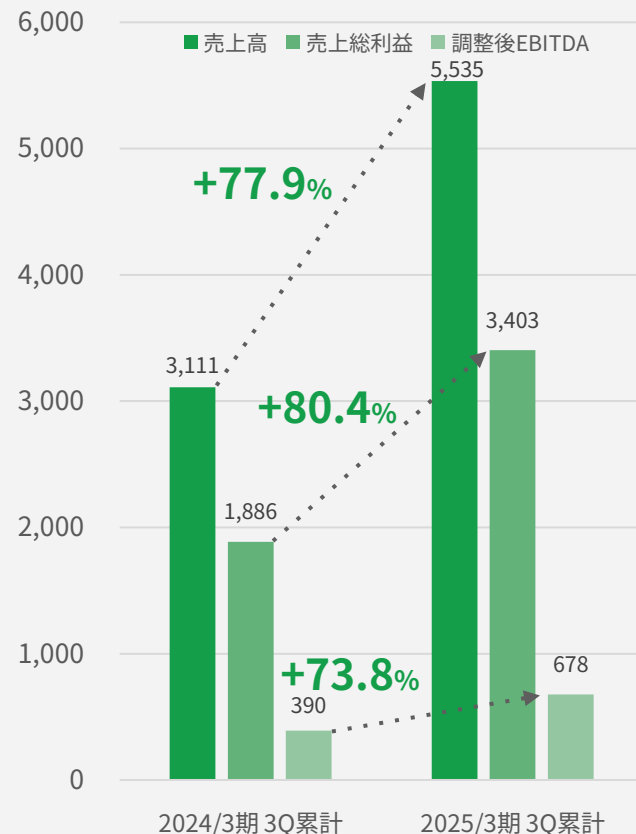


※ 調整後EBITDA：営業利益に減価償却費、のれん償却費、敷金償却費および株式報酬費用を足し戻した金額。

※ 当期純利益：連結決算に移行した2025/3期より、親会社株主に帰属する純利益の金額。

3Q累計として過去最高だった前期を大幅に更新し、売上・利益ともに**過去最高**を達成

(単位：百万円)	2024/3期 3Q累計	2025/3期 3Q累計	前期比増減率
売上高	3,111	5,535	+77.9%
売上総利益	1,886	3,403	+80.4%
売上総利益率	60.6%	61.5%	+0.9pt.
調整後EBITDA	390	678	+73.8%
調整後EBIDAマージン	12.5%	12.2%	▲0.3pt.
営業利益	302	492	+62.7%
営業利益率	9.7%	8.9%	▲0.8pt.
当期純利益	165	208	+26.3%
当期純利益率	5.3%	3.8%	▲1.5pt.

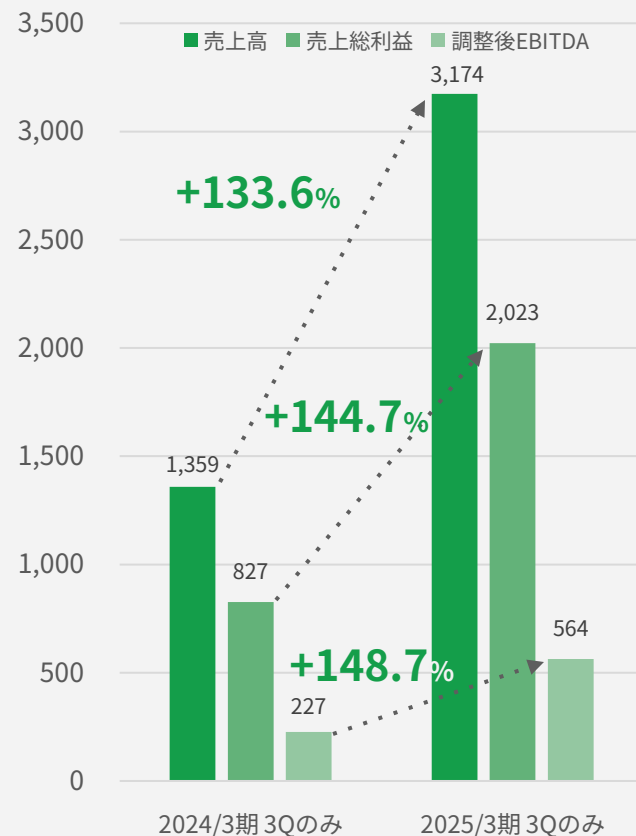


※ 調整後EBITDA：営業利益に減価償却費、のれん償却費、敷金償却費および株式報酬費用を足し戻した金額。

※ 当期純利益：連結決算に移行した2025/3期より、親会社株主に帰属する純利益の金額。

3Qのみとしても売上・利益ともに**過去最高**を達成、純利益のみhr社の51%分を取込み

(単位：百万円)	2024/3期 3Qのみ	2025/3期 3Qのみ	前期比増減率
売上高	1,359	3,174	+133.6% (2.3倍)
売上総利益	827	2,023	+144.7% (2.4倍)
売上総利益率	60.9%	63.8%	+2.9pt.
調整後EBITDA	227	564	+148.7% (2.5倍)
調整後EBIDAマージン	16.7%	17.8%	+1.1pt.
営業利益	188	456	+142.8% (2.4倍)
営業利益率	13.9%	14.4%	+0.5pt.
当期純利益	112	225	+101.2% (2.0倍)
当期純利益率	8.3%	7.1%	▲1.1pt.



※ 調整後EBITDA：営業利益に減価償却費、のれん償却費、敷金償却費および株式報酬費用を足し戻した金額。

※ 当期純利益：連結決算に移行した2025/3期より、親会社株主に帰属する純利益の金額。

気温の低下に伴い主カブランドの「9090」や「HTH」において秋冬物の販売が好調に推移
 「Marithé François Girbaud」の国内独占販売権の取得や「minum事業」の譲受など成長の種まきも実施



★ 人気商品



▲ 90 Logo Rich Puffer Jacket



▲ 9090 OG Logo Rich Ballon Hoodie

- ✓ 気温の低下により定番のフーディーやスウェットのほか、ジャケット類も好調に推移
- ✓ 90ロゴ、キングロゴを中心にロゴ商品が引き続き全体を牽引
- ✓ 新ラインとして90girlを年末からローンチ非常に好調な滑り出し

★ 海外展開

- ✓ 海外初の常設店舗として12/7にマレーシアにOPEN
- ✓ イベントも開催し、大盛況（写真右）
- ✓ 12/7-8で台湾でもPOPUPを開催
- ✓ 台湾常設店舗も今年度中のOPENを目指し、調整中



★ 人気商品



▲ vintage like Heart Logo Hoodie



▲ Numbering pack set up

- ✓ 絶大な人気を誇るハートロゴフーディーが引き続き全体を牽引
- ✓ リラックスムードのスウェットセットアップも好調
- ✓ 横浜の赤レンガクリスマスマーケット（1か月限定のPOPUP）では予算を大幅に超える売上を記録



★ JAPAN TOUR POPUP

日本における独占販売権を有するマリテのPOPUPを大阪、福岡、名古屋の3都市で開催
 2/12より日本公式オンラインサイトに販売開始、旗艦店も準備中



秋冬物が稼働し、12月の売上高が前年同期比で163.6%を記録するなど10-12月を通して好調に推移
アパレル事業の売上が好調だったほか、BEAUTY事業、海外事業も予算を上回る着地

Her lip to

designed by HK

♥ 人気商品



▲ Winter Love Faux Fur Coat



▲ Cherish Oversized Sweatshirt

- ✓ 気温の低下によりアウター類の販売が好調に推移
- ✓ 自社ECのほか、旗艦店、POPUPでも予算を大きく上回る売上
- ✓ 得意のホリデーアイテムに加えて、スウェットやニットなどのカジュアル&デイリー使いできるアイテムもヒット

♥ 販促施策例

ホリデーノベルティキャンペーンを実施
人気を博し、単価アップに貢献

- ・ 7万円以上の購入でベロアミニバッグ
- ・ 12万円以上の購入でロングストール



Her lip to

BEAUTY

♥ 新商品 フレグランス



- ✓ 「Her lip to BEAUTY」として初となるフレグランスシリーズ「OUR STORY」を発売（写真左）
- ✓ 2024/10に東京と大阪にて先行予約会を開催し、大盛況となった（写真下）
- ✓ 予算を上回る売上を記録し、好調な滑り出し

♥ LDK A評価受賞

「センシュアル リッチ
ボディークリーム」が、
コスメ雑誌LDKに最高評
価のA評価を受賞

BEAUTY事業として12月
は過去最高の売上を記録



2024/3期 3Q累計（単体） vs. 2025/3期 3Q累計（連結） 営業利益増減分析

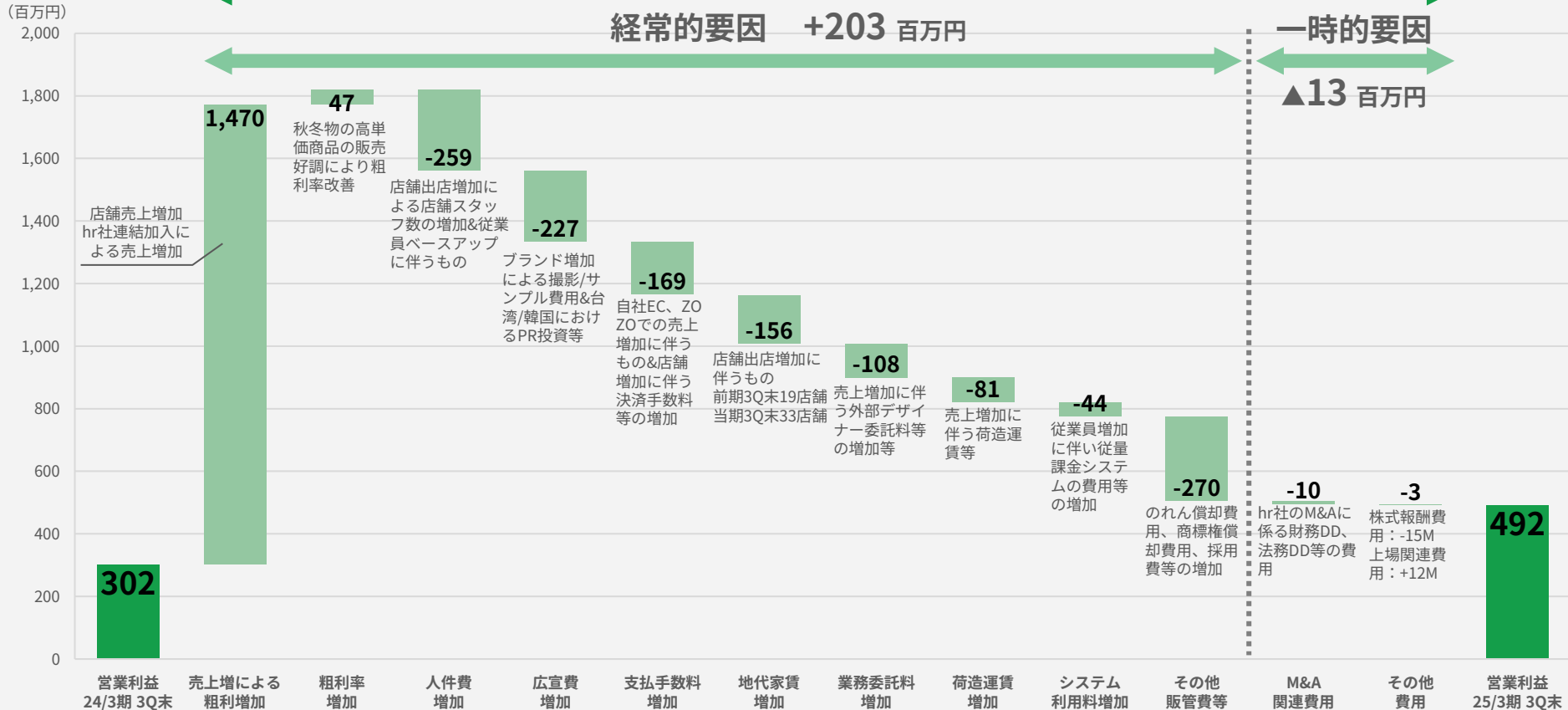


前期比 +190 百万円

経常的要因 +203 百万円

一時的要因

▲13 百万円



※ 前期または当期のいずれでしか発生していない項目を一時的要因に、それ以外の毎期経常的に発生する項目を経常的要因に分類。

連結決算に移行し、2Q末からheart relation社、3Q末からえをかく社の資産・負債がオンバランス
引き続き、財務健全性の向上を目指す

(単位：百万円)	2024/3期 期末 (単体)	2025/3期 2Q末 (連結)	2025年3月期 3Q末 (連結)	前Q末との比較
流動資産	1,414	3,353	3,922	在庫、前渡金、出店するSCへの売上預け金による増加
(うち現預金)	613	1,422	1,057	minum事業の譲受、アパレル・コスメ商品の仕入等による減少
固定資産	489	2,442	2,604	店舗新規出店による内装費等のほか、のれん・DTAによる増加
(うちのれん)	246	939	942	minum事業譲受、えをかく社株式取得に係るのれんを新たに計上
総資産	1,903	5,796	6,526	-
流動負債	963	2,109	2,506	短期借入金及び買掛金の増加
固定負債	256	2,079	2,046	長期借入金返済による減少
純資産	684	1,606	1,973	利益の積み上げにより利益剰余金の増加
自己資本比率	34.3%	11.0%	13.2%	自己資本：24/3期末 652M、25/3期 2Q末 635M、25/3期3Q末 860M

のれん及びPPAについて (1/2)

hr社の株式取得によりのれんが発生するが、取得原価を配分する会計処理（PPA）により無形資産も計上
2Qで暫定的な金額で計上していたが、のれん及び無形資産の金額、それらの償却期間も確定

STEP 1 PPA前

純資産 1,412M 2024/9/30時点	取得 原価 1,683M	非支配 株主持分 691M
広義 のれん 962M	← 49% →	

STEP 2 PPA暫定処理

2Qでは
暫定計上

純資産 1,412M 2024/9/30時点	取得 原価 1,683M	非支配 株主持分 691M
無形資産* 662M(暫定金額)		非支配 株主持分 225M
繰延税金負債 ▲202M		
狭義 のれん 727M	← 49% →	

STEP 3 PPA確定処理

3Q末で
金額確定

償却期間は
10年で確定

償却期間は
9年で確定

純資産 1,412M 2024/9/30時点	取得 原価 1,683M	非支配 株主持分 691M
無形資産 732M		非支配 株主持分 249M
繰延税金負債 ▲224M		
狭義 のれん 703M	← 49% →	

※BSでは商標権として計上

のれん及び無形資産を合わせた進行期のPLへの影響額（半期分）は営業利益で75百万円、純利益で64百万円
 のれん負けすることなく、EPS（1株あたり利益）の向上に貢献する見込み

STEP 3 PPA確定処理

	純資産 1,412M 2024/9/30時点	非支配 株主持分 691M
	無形資産 732M	取得 原価 1,683M
償却期間は 10年で確定	繰延税金負債 ▲224M	非支配 株主持分 249M
償却期間は 9年で確定	狭義 のれん 703M	49%

当期のPLへの影響額イメージ（半期分）

売上高	000
販管費	のれん償却費 39M
	無形資産償却費 36M
営業利益	▲75M
法人税等	000
法人税等調整額	11M
当期純利益	▲64M

当期は10月
から償却開始
翌期以降は
1年分計上

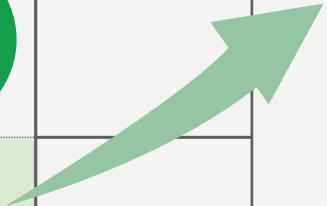
無形資産償却費
の税率相当額が
法人税等調整額
として戻る

連結BSののれん残高942百万円には、M&Aに係る4件ののれんが計上

のれん対純資産倍率は0.48倍、無形資産を考慮した調整後のれん対純資産倍率は0.84倍で**健全性を維持**

資産 6,526M	負債 4,552M
うちのれん 942M	純資産 1,973M
うち 無形資産 732M	

全額減損でも
債務超過に
ならない
基準を維持

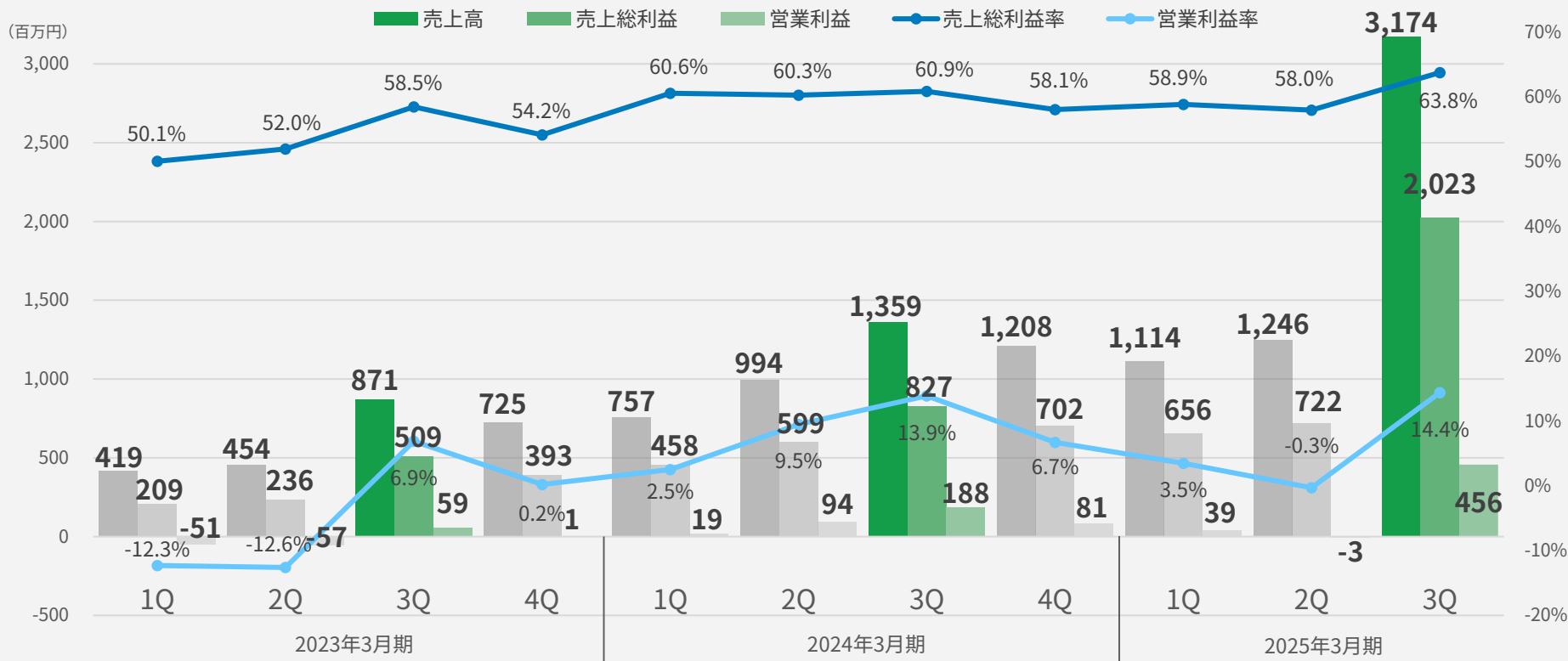


連結BS
2024/12末時点

のれん残高：942M
2024/12末時点

売上高/売上総利益/営業利益 四半期推移

2025/3期 3Qよりhr社の業績取込みを開始し、**成長が一気に加速**
粗利率、営業利益率ともに高水準で着地

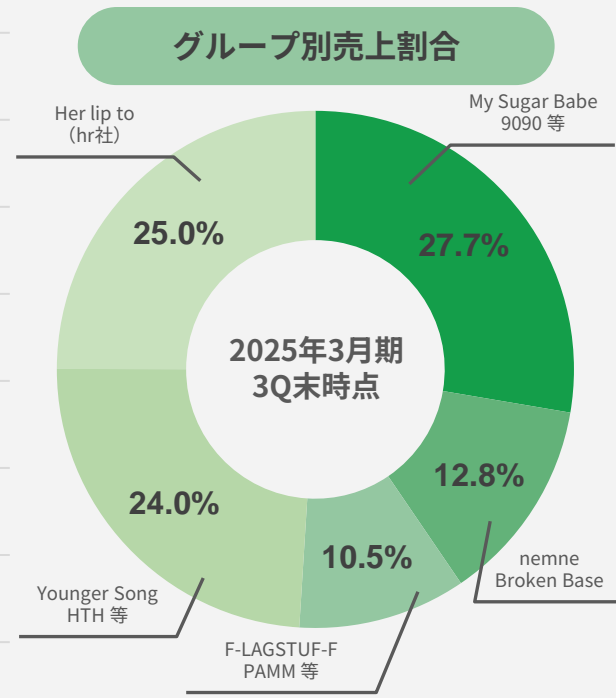
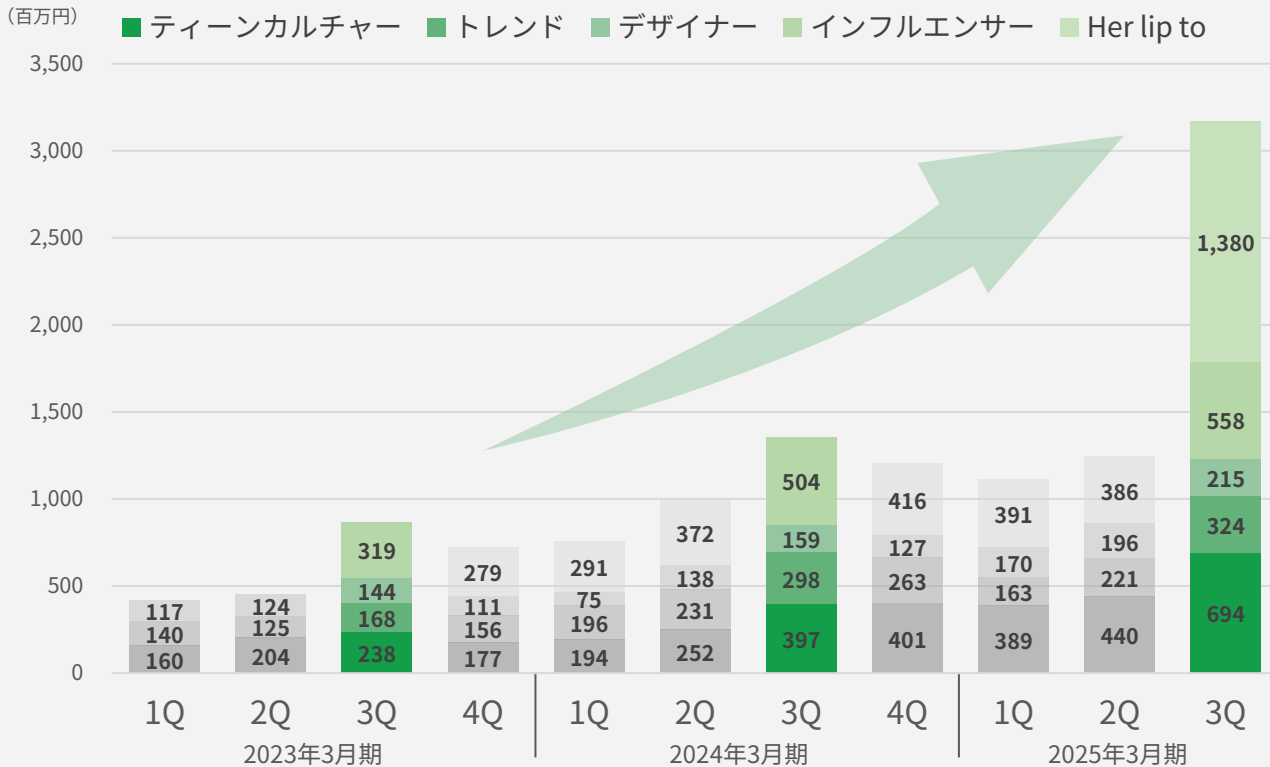


※ 四半期財務諸表を作成していないため、2023年3月期の数値は参考値です。

グループ別売上高 四半期推移

全てのグループが前年同期比で増収を達成

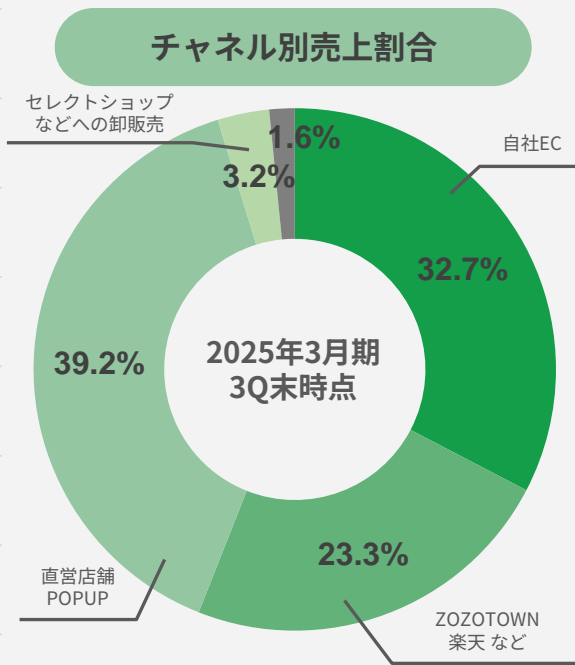
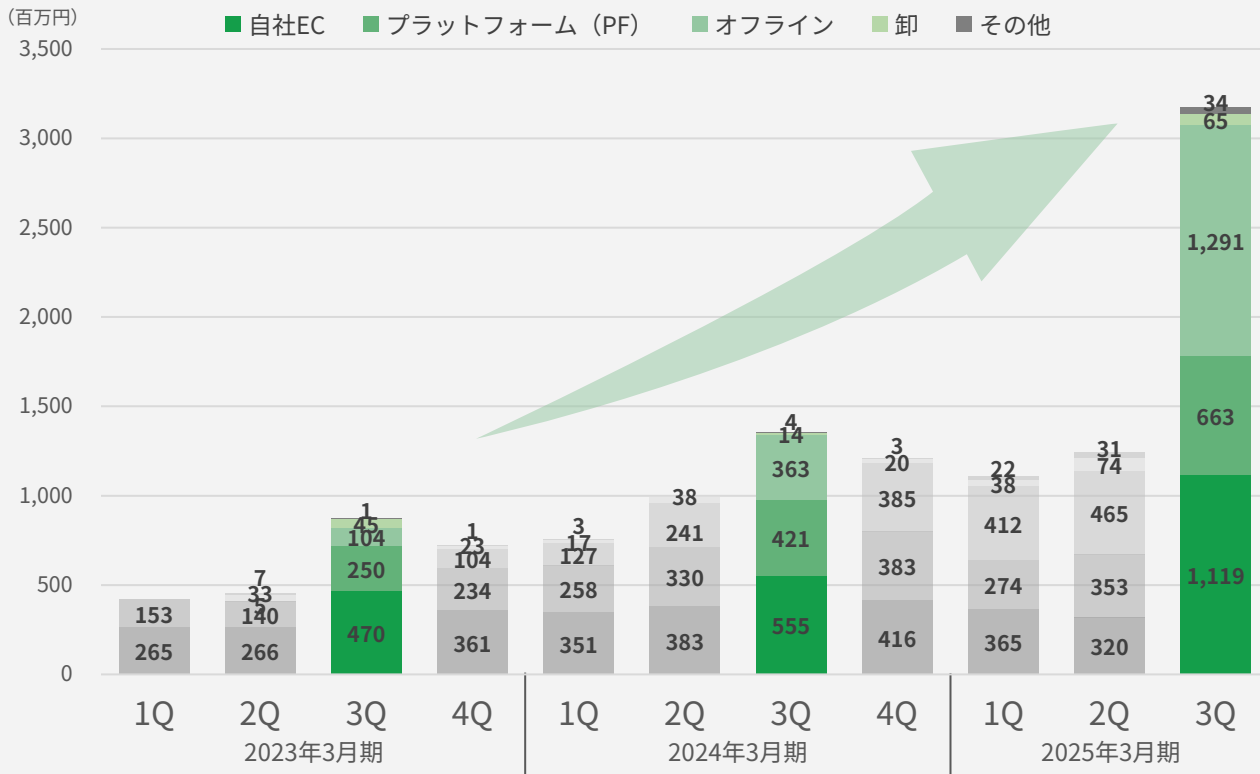
引き続き**ティーンカルチャー**が好調を維持、**hr社**も予算を大きく上回る着地



※ 四半期財務諸表を作成していないため、2023年3月期の数値は参考値です。

利益率が高い販売チャネルの自社EC、オフラインの割合が大きく増加

EC（自社EC+PF）比率は**56.0%** / オフライン比率は**39.2%**、hr社は50%超を自社ECで売上

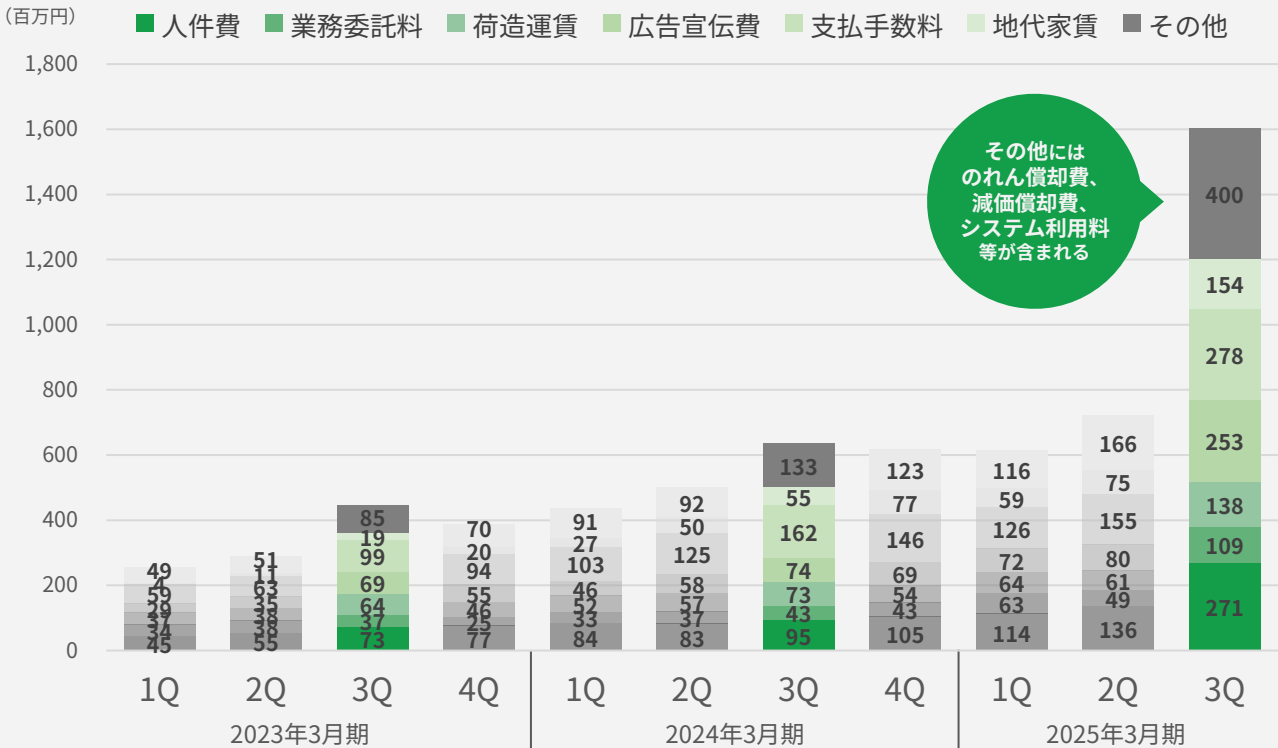


※ 四半期財務諸表を作成していないため、2023年3月期の数値は参考値です。

販管費 四半期推移

hr社の業績取込み後も費用構造に大きな変更はなし

2024/7の給与ベースアップにより人件費、出店増加により地代家賃が前年同期比で大きく増加



3Q末時点 対売上高比率

人件費	業務委託料
9.4%	4.0%

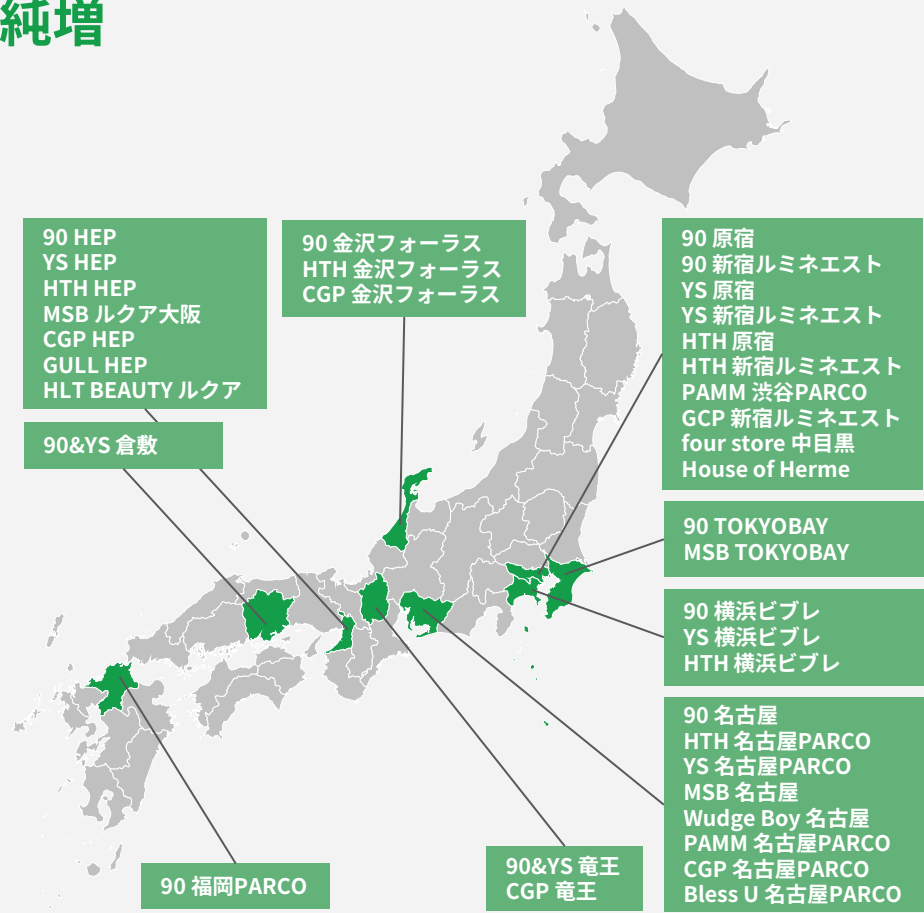
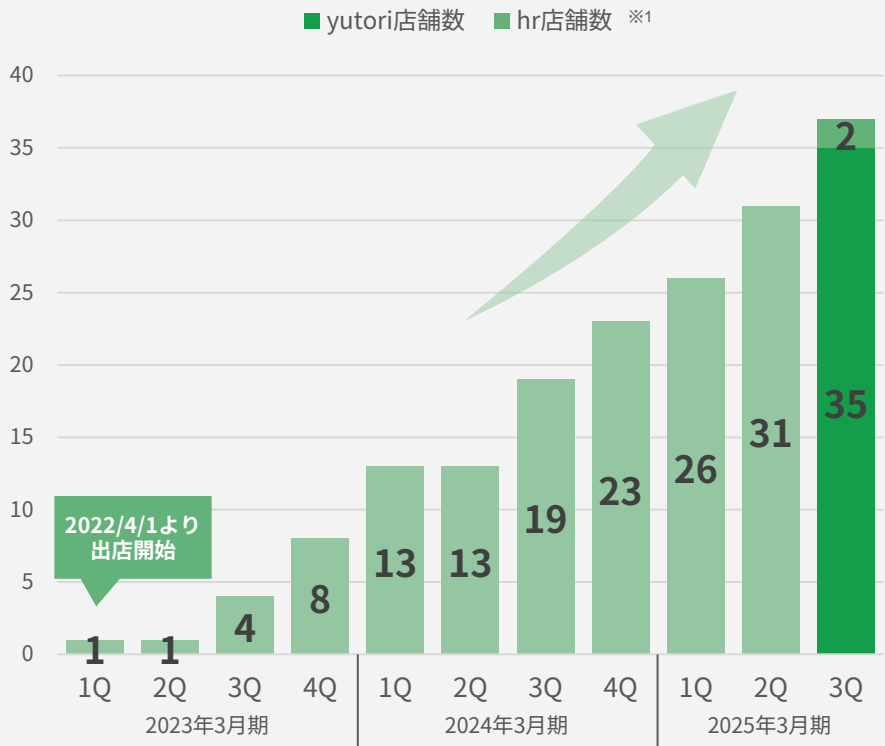
荷造運賃	広告宣伝費
4.8%	7.4%

支払手数料	地代家賃
10.1%	5.2%

※ 四半期財務諸表を作成していないため、2023年3月期の数値は参考値です。

店舗数 四半期推移

3Qにおいて、GULLがブランド初出店するなど**4店舗純増**
hr社の2店舗も加えてグループ合計で**37店舗**を運営

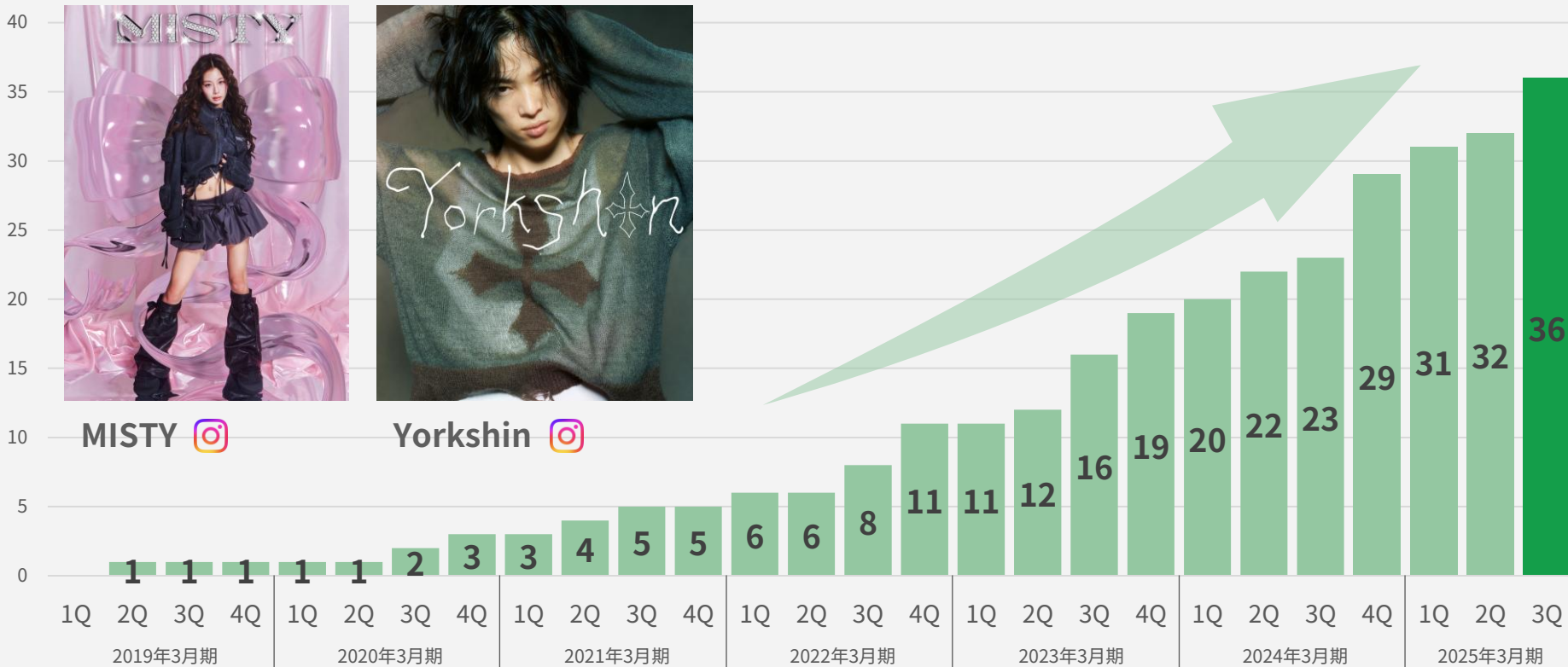


※1 各四半期末時点で当社グループが運営する常設店舗（1か月以上営業している店舗）の合計数。

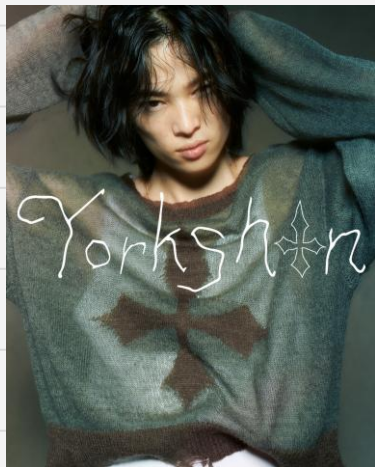
ブランド数 四半期推移

3Qでは新規で6ブランド増加し、2ブランドが撤退

連結子会社heart relationの3ブランドが加わったほか、「MISTY」や「Yorkshin」が新規でローンチ



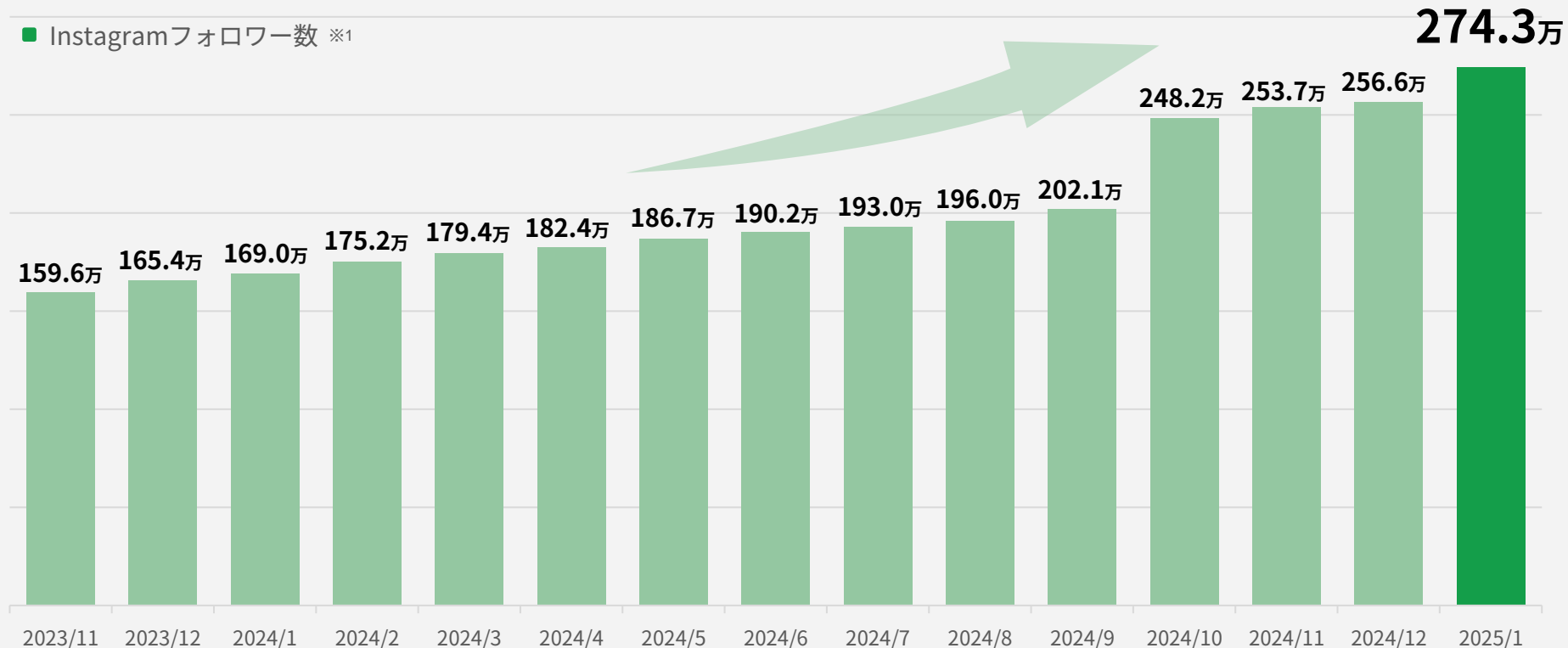
MISTY



Yorkshin

274万を突破し、直近1年間で100万以上のフォロワー数増加を実現
2024/10からhr社、2025/1からえをかく社のフォロワー数も加わり、大きく増加

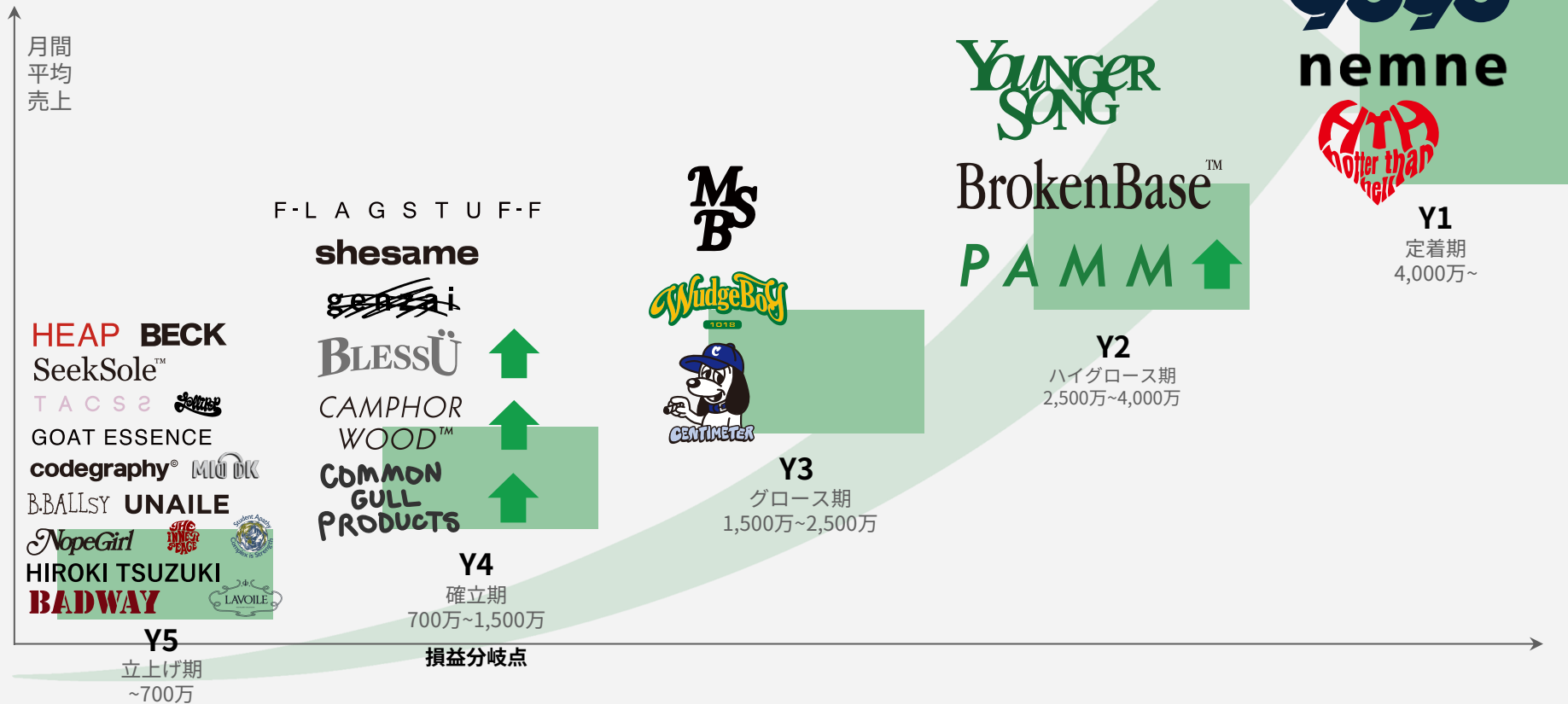
■ Instagramフォロワー数 ※1



※1 Instagramにおける当社グループが運営するブランド公式アカウント、店舗公式アカウント、社内運用個人アカウントの合計数です。

堅調に売上を伸ばすPAMMのほか、Y5の3ブランドの合計4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。



(再掲) 「minum」の事業譲受

協業先であるi.D社が所有するminumの在庫等の資産を取得し、yutoriの事業運営に切替え

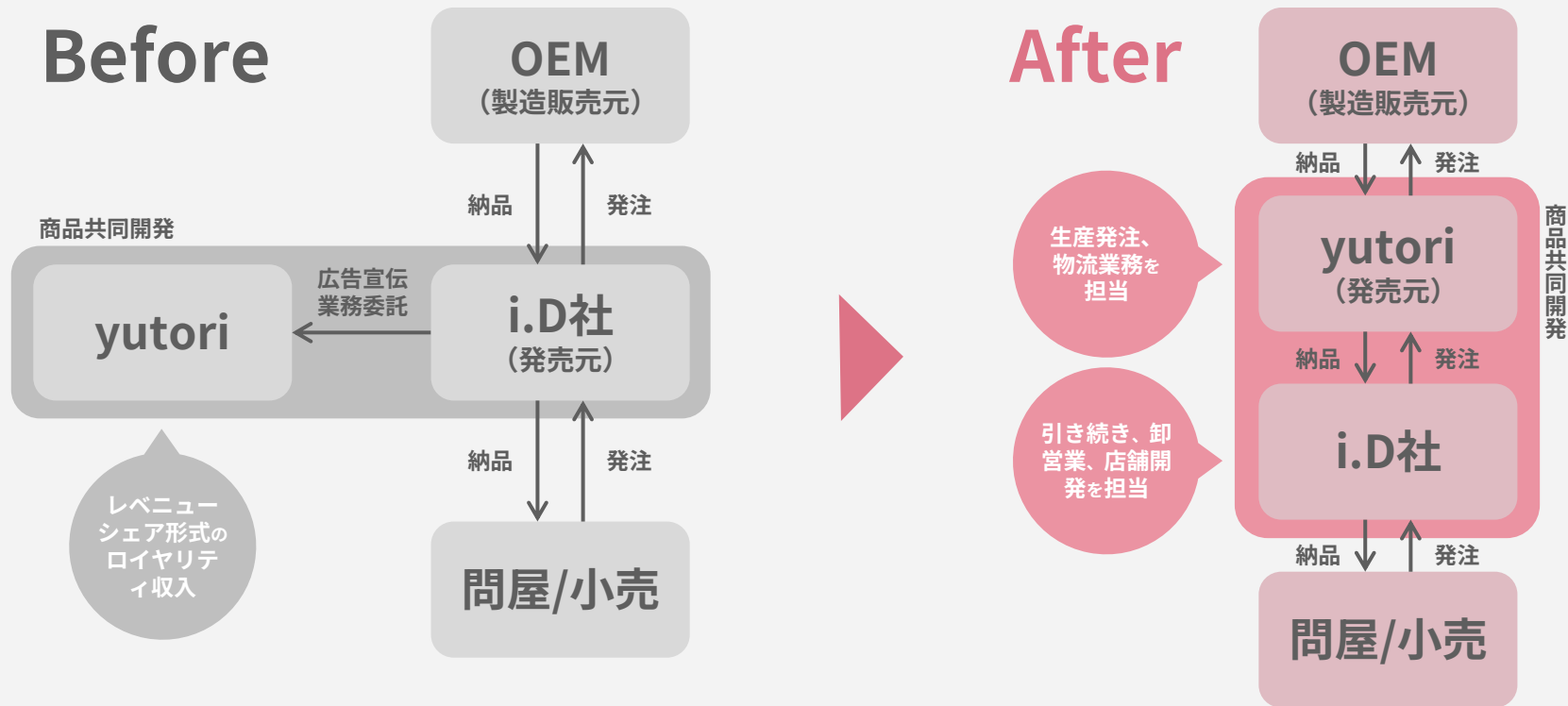
minum

- 契約締結日：2024年12月13日
- 事業譲渡実行日：2024年12月14日
※2024/12/14以降に発生する売上・利益を取込み
- 譲受価額：104百万円



(再掲) コスメブランド「minum」の座組切替え

minumの**在庫などの資産**をi.D社から引き継ぐことで、**yutoriを発売元**に変更
yutoriが新たに生産発注業務、物流管理を担い、i.D社は引き続き取扱い店舗の開発業務を担当



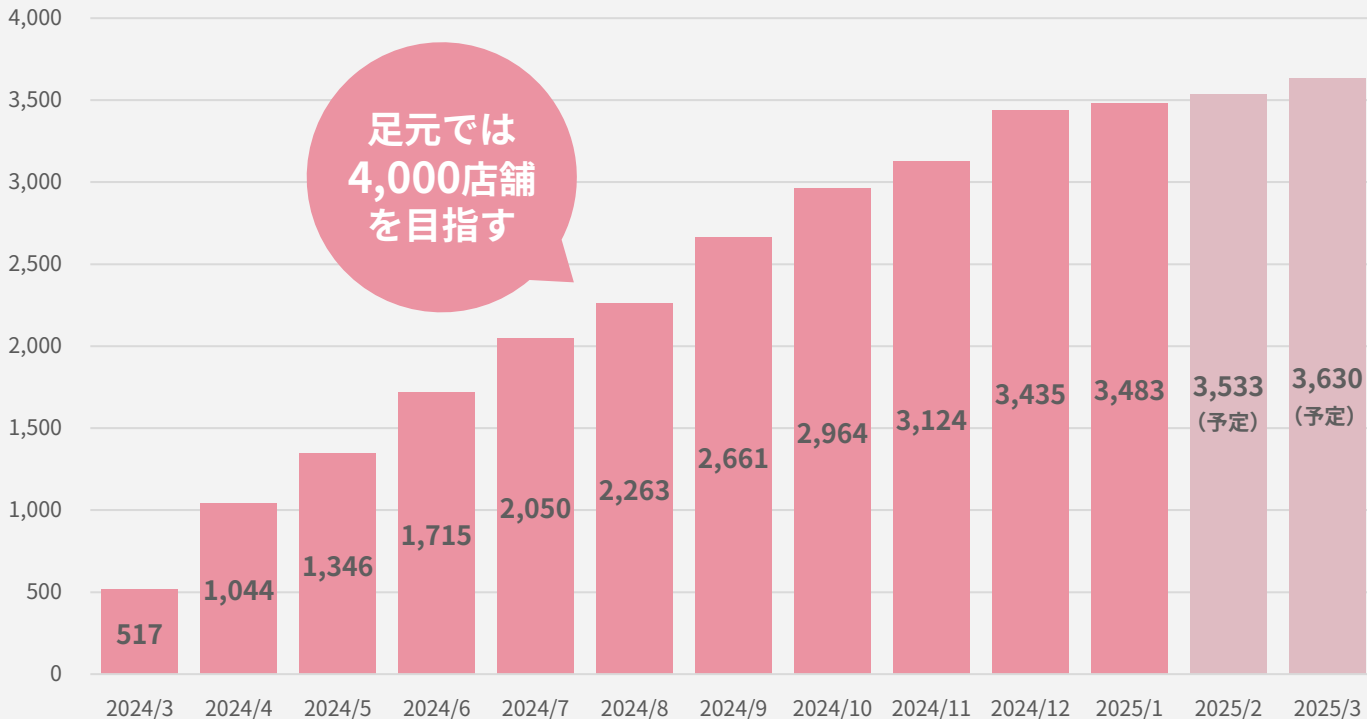
minum取扱い店舗数



2024/3/13ドラッグストアを中心に順次展開スタート、順調に店舗数増加

2025/1末時点で**全国 3,483店舗**で取扱い

※取扱い企業様の新店改装時期や、他のコスメブランドの撤退時期等により、展開店舗数は変更となる可能性があります。



足元では
4,000店舗
を目指す



2

2025年3月期 通期業績予想修正

のれんの影響額が判明し、かつ、3Qの好調な業績を鑑みて、2025年3月期の業績を**上方修正**

(単位：百万円)	24/3期 通期実績	売上比	25/3期 通期予想 (前回修正)	売上比	前期比 増減率	25/3期 通期予想 (修正)	売上比	前期比 増減率	当初 予想比
売上高	4,320	-	7,000	-	+62.0%	8,000	-	+85.2%	+14.3%
売上総利益	2,588	59.9%	4,221	60.3%	+63.1%	4,880	61.0%	+88.6%	+15.6%
調整後 EBITDA	512	11.9%	662	9.5%	+29.3%	920	11.5%	+79.7%	+39.0%
営業利益	383	8.9%	500	7.1%	+30.4%	670	8.4%	+74.9%	+34.0%
経常利益	378	8.8%	492	7.0%	+30.0%	640	8.0%	+69.3%	+30.1%
当期純利益	225	5.2%	274	3.9%	+21.8%	300	3.8%	+33.3%	+9.5%

※調整後EBITDA：営業利益に減価償却費、のれん償却費、敷金償却費および株式報酬費用を足し戻した金額。

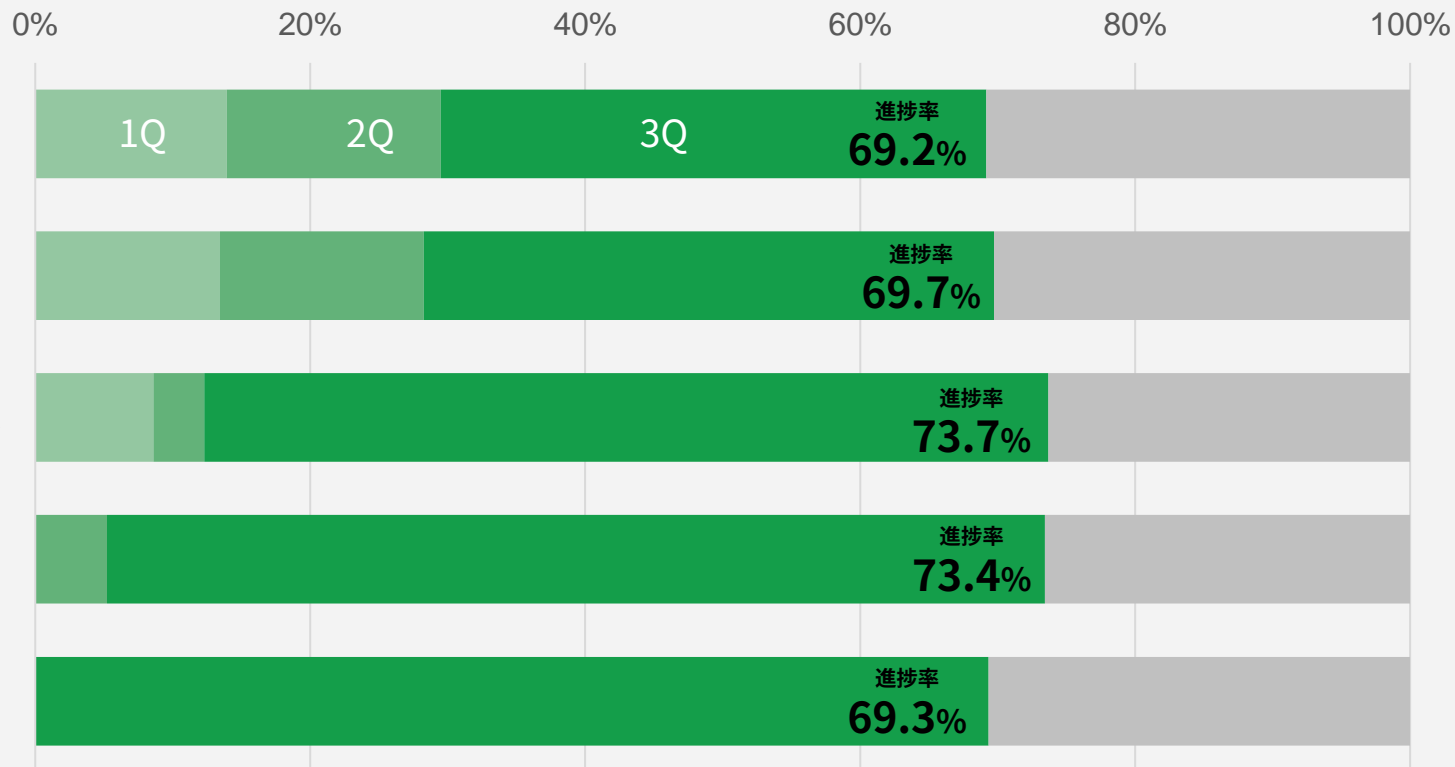
予算進捗状況（上方修正後）

売上・利益の上方修正後の予算を踏まえた3Q末時点での進捗状況は以下のとおり

(単位：百万円)

3Q末実績

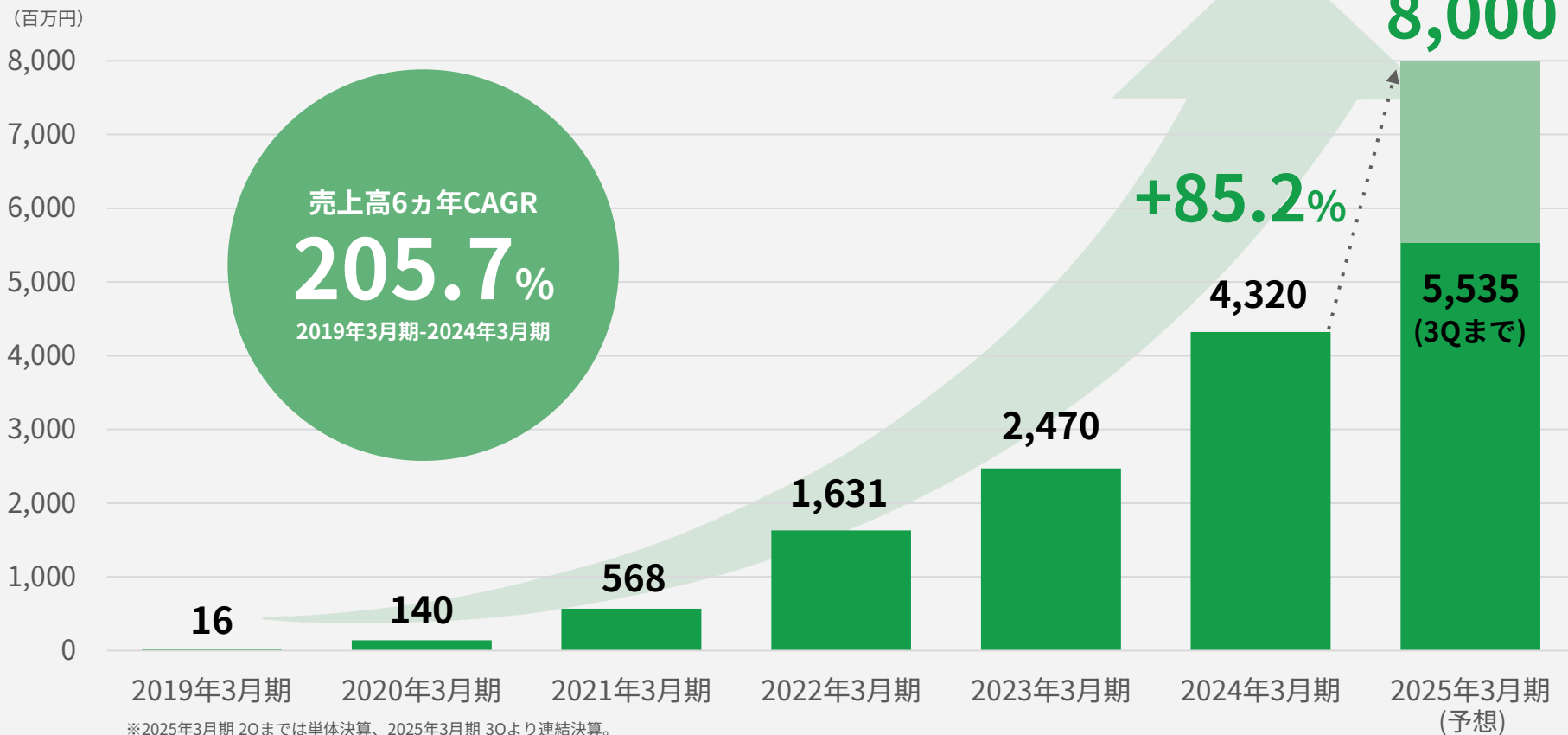
通期予算



※ 調整後EBITDA：営業利益に減価償却費、のれん償却費、敷金償却費および株式報酬費用を足し戻した金額。

※ 当期純利益：連結決算に移行した2025/3期より、親会社株主に帰属する純利益の金額。

創業以来、**非連続の成長**へ2025年3月期も大きく成長する見込



3

質問回答



Q.

1. 2025年3月期 第2四半期時点で自己資本比率が11%となるなど、足元では財務の悪化が強く目立ちます。自己資本比率の低下の原因と、今後、債務超過に陥らないためにどのような取り組みをするのか、考えをお聞かせください。
2. 自己資本比率が低下していますが、今後も積極的にM&Aを行っていく方針でしょうか？
3. 自己資本比率の低下が気になりますが、今後検討している資金調達があれば教えてください。
4. 直近1年以内にエクイティファイナンスが起こる可能性について可能な限り教えてください。

A.

1. まず、自己資本比率が低下した原因は、heart relation社の株式取得のために銀行借入れを実施し、相対的に負債の割合が上昇したためです。債務超過に陥らないためには、本資料P.17のとおり、のれんの残高を純資産の金額以内に収めることを一つの財務基準として考えております。また、借入れの最適化を行うことで健全で効率的な会社経営に努めてまいります。
2. 今後もM&Aは積極的に実施していくことを検討しておりますが、財務の健全性を維持できる範囲内での実施を前提に検討しております。
3. 具体的な検討有無のご回答は差し控えますが、IPO以降、上場企業として有効かつ選択可能なあらゆる資金調達の手段を検討しております。
4. 3と同様の回答でございます。

Q.

1. アラフォー、アラフィフ向けの商材は今後展開予定でしょうか？
2. Yリーグについて
 - ・ランクごとの売上を教えてくださいませんか。
 - ・ランクアップとは別にランクダウンなどの基準があれば教えてくださいませんか。

A.

1. 当社は、従業員がリアリティ（手触り感）を持って事業展開をしていくことが重要と考えております。そのため、従業員のうち20代～30代が多く占める現在は、その同性代向けの商材がメインですが、将来的には40代～50代向けの商材の取扱いもあり得ると考えております。
2. ・Yリーグのランクは、あくまでそのブランドの立ち位置の目安として設けており、かつ、ランクアップなど変動も半期ごとに発生するため、ランクごとの売上を経営上の重要指標にはしておらず、非開示としております。なお、参考までに回答いたしますと、現時点では上位のランクほど徐々に売上構成は大きくなっております。
 - ・ランクダウンの基準は、本資料P.25の各ランクの金額の下限を下回った場合にランクダウンする基準としております。

Q.

3. 出店が加速していることによる各費用の増加が懸念されますが、今後投資を抑えた利益回収期などは想定されておりますでしょうか。
4. 中長期での出店計画などがあれば教えてください。

A.

3. まず、当社は小規模な出店が多いため、費用も比較的、抑えた形での出店ができているものと認識しております。そのうえで、店舗別にPLを作成し、店舗ごとの独立採算制を採用することで、店舗管理をしております。現在、ほぼ全ての店舗において黒字を確保しており、その店舗のみで投資回収は十分にできる見込みです。
4. 中長期的な店舗数の計画は特段設けておりません。既存及び新規のブランドの成長の結果として店舗数は増えていくものと考えております。

Q.

1. minum事業について、5年後、流通総額100億円を目指すとの事ですが、流通総額と売上は別物という認識です。流通総額100億円を達成した場合のminum事業の売上は、どの程度になる見込みでしょうか？minum事業の利益率の目標やイメージはありますでしょうか？

A.

1. ご認識のとおり、流通総額と当社の売上は別物でございます。流通総額100億円を達成した場合のminum事業の売上は、当社とi.D社、さらには問屋、小売店舗の契約内容に関わることになるため、具体的な金額の開示は差し控えさせていただきますが、コスメ事業として当社の中核となる事業規模になるものと想定しております。
minum事業は2024年12月14日に譲り受けたため、まだ全社的な業績への影響は相対的に小さいですが、一定規模になった場合には、適切な開示情報を検討してまいります。

Q.

1. 株主優待、配当金を導入しますでしょうか？

私は導入に否定です。株主優待、配当金に力を入れるよりも貴社の成長への投資、社員の皆様へ還元していただきたいです。

2. 毎回聞かれてると思いますが、株主優待を検討してください。

A.

（1.及び2.に併せて回答いたします。）

従前より、株主還元の施策として優待及び配当については検討しております。現時点では、事業投資、人材投資にリソースを割くべく、優待又は配当の導入には踏み切っておりません。まずは、事業成長による企業価値向上を経営上の課題の最優先事項として、株主の皆さまの期待に応えていきたいと考えております。一方で、優待や配当の株主還元施策は株価のボラティリティ低減など一定の効果があるものと認識しており、導入メリットもあるものと考えております。

引き続き、検討のうえ、株主の皆さまの期待に応えるべく、企業価値向上のための経営に努めてまいります。

Q.

1. 中期経営計画を出す予定はありますか？中長期の目標を語って欲しいです（例えば、将来的にプライム市場や時価総額500億など）。
2. 今後の営業利益率についてどの程度を想定されておりますでしょうか。

A.

1. 現時点においては、中期経営計画として中長期的な業績目標を発表する予定はございません。当社は、まだまだ成長著しい会社と自負しております。そのため、計画にフォーカスしすぎるより、目の前にあるチャンスを次々に掴みにいきたいと常に考えています。「次の最善の一手」を高速に走り続ける中で考えているため、計画に縛られるのではなく、想像もできないような成長を成し遂げていくことに我々の会社の価値があると考えています。
一方で、会社の成長ビジョンを株主・投資家の皆さまと共有することで、さらなるワクワク感を感じていただけるかと思えます。そのため、そのビジョンが明瞭になった場合には、中期経営計画として発表させていただく可能性もございます。
もちろん、プライム市場への移行や時価総額500億のような目標は常に視野の中に入れていますが、それらは結果であり、通過点であり、我々の創造力を刺激する一つに過ぎません。
既存の枠組みを超えた発想で株主・投資家の皆さまの期待を超える成長の実現に努めてまいります。
2. 営業利益率についても、具体的な数値目標は設けておりませんが、著しく低下させることはないように意識しております。まずは、トップラインの拡大が優先であると考えているため、効果的な投資も行う中で、売上・利益ともに持続的な成長を目指してまいります。

Q.

1. 今後もM&Aを積極的に計画してと思いますが、のれん代が多くEPSが減り市場評価に影響が出る可能性があると考えています。そこで、のれん代がかからないIFRS（国際会計基準）を採用する予定はないでしょうか？

A.

1. まず前提として、M&Aの候補先は成長過程の企業であり、かつ、単独で十分に利益を創出できる企業を対象にしており、EPSが増加する（のれん負けしない）M&Aを実施するよう検討しております。ただし、ご指摘のとおりM&Aの増加によりのれん償却費が増加し、営業利益以下の利益を圧迫する原因になります。
一方で、のれんを償却しない会計基準であるIFRSを導入することにより名目上の利益は増加し、海外企業との比較可能性の観点からもメリットがあると認識しております。
そのため、将来的なIFRS導入の可能性については否定いたしません。現時点において、IFRS導入について具体的に決まっていることはございません。
IFRS導入のメリット及びデメリットを勘案のうえ、検討していく予定です。

Q.

1. 日本でヒットした商品が、トレンドが異なるため台湾と韓国であまり売れない場合どのような戦略を考えていますでしょうか？(台湾に特化したブランドの立ち上げ、韓国のアパレル会社をM&Aなど)

A.

1. ご指摘のとおり、日本でヒットした商品が台湾や韓国などの諸外国ではヒットしない可能性は否定できません。海外市場の開拓に当たっては、そのリスクを認識したうえで、対策を講じることが重要と考えております。

まず、海外市場の開拓には、日本商品を海外に輸出して販売するパターンと、海外でブランドを立ち上げて現地で販売するパターンの大きく2パターンあると認識しております。

そのリスクの対策として、前者のパターンは事前にテストマーケティングとしてPOPUPを行い、そのブランドの認知度や売れ行きを確認いたします。そのうえで、海外進出の意思決定を行うため、可能な限りリスクを低減するように努めております。

後者のパターンは、まだ現地ブランドの立ち上げは実現しておりませんが、現地法人の設立（現地法人のM&Aを含む）や現地ブランドとのコネクションによりトレンドや流行を十分に理解したうえで、ヒットの確率の高いブランドや商品を作っていくことがリスクの対策として重要と考えております。

いずれにせよ、海外は日本と異なるトレンドや商慣習があるため拙速に進めるのではなく、リスクを低減して進めていくことを考えております。

Q.

1. 金利上昇による影響を教えてください。

A.

1. 日本銀行による政策金利の引き上げは、当社にも一定の影響があるものと認識しております。具体的には、銀行からの借入金には政策金利に影響を受けるTIBORを基準金利として適用される場合が多いですが、そのTIBORが上昇することにより当社の金利負担が増加することが考えられます。当社は2024年12月末時点で約27億円の借入金を有しているため、TIBORが0.1%上昇した場合には、単純に年額で270万円の追加的な金利負担が発生することになります。現在のTIBOR 0.59%※が仮に1%になり約0.4%上昇した場合には、年額で約1,080万円の利息の負担増加が考えられます。現時点では、業績に与える影響は限定的であると認識しておりますが、政策金利とそれに連動するTIBORの変動リスクには十分注意しつつ、財務管理を強化してまいります。

※全銀協 日本円TIBOR 1か月物 2025年2月10時点

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

Antari