

売上高は過去最高を更新、需要創出型企業としての成長を続ける

～オフィス環境事業は引き続き好調を維持、商環境事業、物流システム事業の減益をカバー～

株式会社オカムラ
2026年3月期 第2四半期決算説明会

2025年11月10日
代表取締役 社長執行役員
中村 雅行

2026年3月期第2四半期の総括

2026年3月期第2四半期 業績ハイライト

売上高
1,538億円
(過去最高)

前年比:105.6% 前年差:+81億円 計画比:101.2% 計画差:+18億円

- ・ オフィス環境事業 前年比:114.5% 前年差:+105億円
- ・ 商環境事業 前年比:100.7% 前年差:+4億円
- ・ 物流システム事業 前年比:75.3% 前年差:▲27億円

営業利益
68億円
(過去2番目)

前年比:101.4% 前年差:+0.9億円 営業利益率:4.4%(前年差:▲0.2pts)

計画比:80.4% 計画差:▲16.6億円

- ・ オフィス環境事業 前年比:181.7% 前年差:+26.7億円
- ・ 商環境事業 前年比:53.6% 前年差:▲11.9億円
- ・ 物流システム事業 前年比: — 前年差:▲13.9億円

当期純利益
74億円

前年比:92.9% 前年差:▲5.6億円

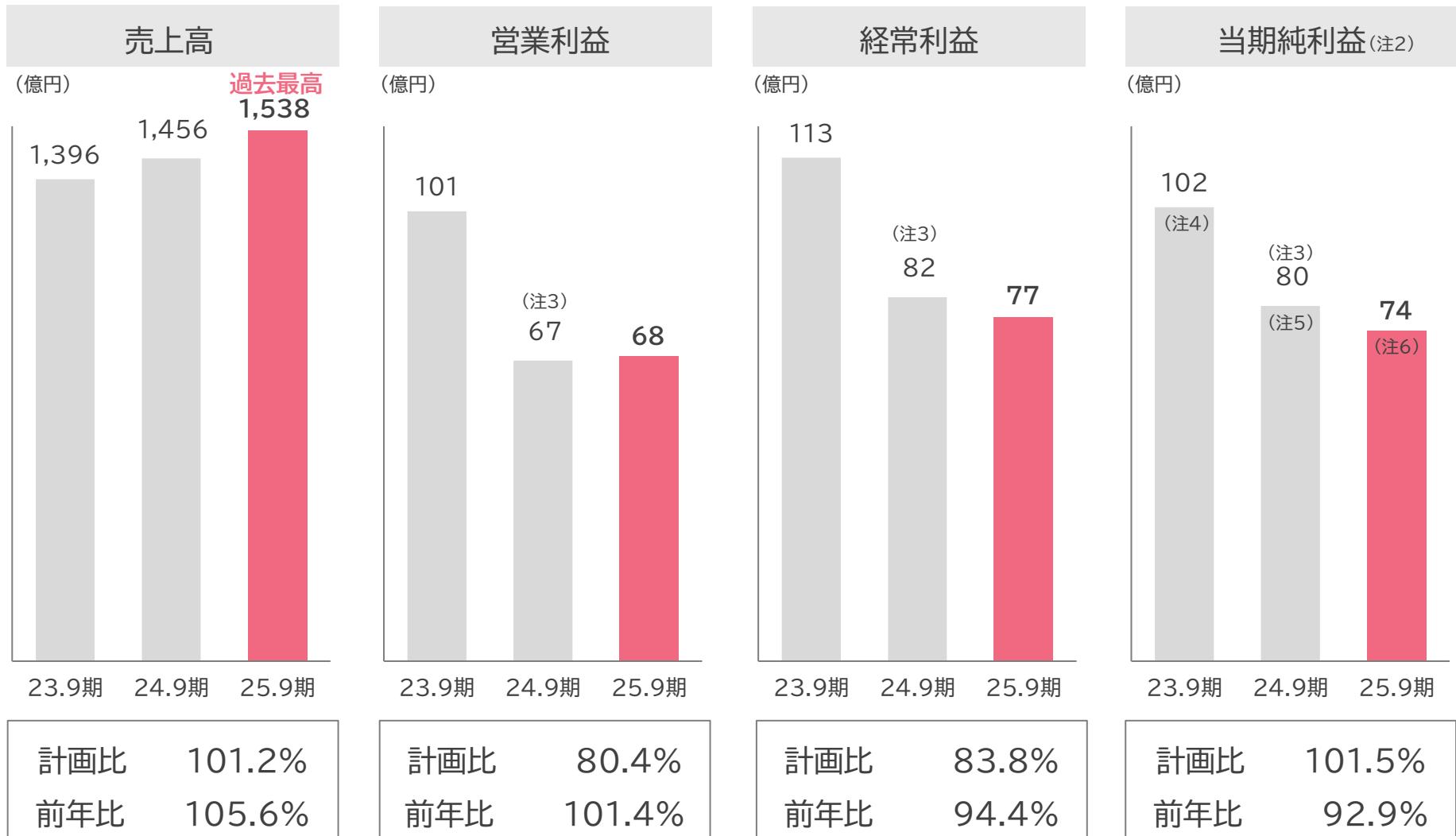
- ・ 固定資産売却損 約10億円発生(期初計画通り)
- ・ 投資有価証券売却益(税引前) 29.5億円(前年度実績:40.2億円)
下期約20億円(税引前)の売却益を見込む

業績予想修正

オフィス環境事業の業績上振れと商環境事業、物流システム事業の下振れを加味し
通期予想を修正

- ・ 営業利益270億円→240億円
- ・ 配当金 変更なし 中間52円(予定) 期末52円(予想)

2026年3月期第2四半期 業績ハイライト

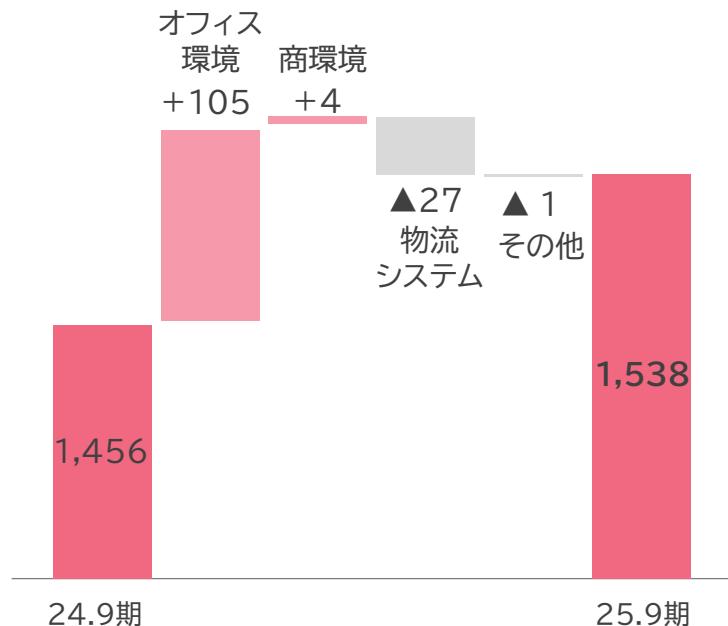


(注1)記載金額は表示単位未満を四捨五入して表示 (注2)当期純利益は「親会社株主に帰属する当期純利益」を表す
 (注3)DB & B社のれん償却過年度分一括計上が発生 のれん償却16.3億円(前年同期比で15.1億円増加)
 (注4)投資有価証券売却益36.9億円(税引前)含む (注5)投資有価証券売却益40.2億円(税引前)含む
 (注6)投資有価証券売却益29.5億円(税引前)含む

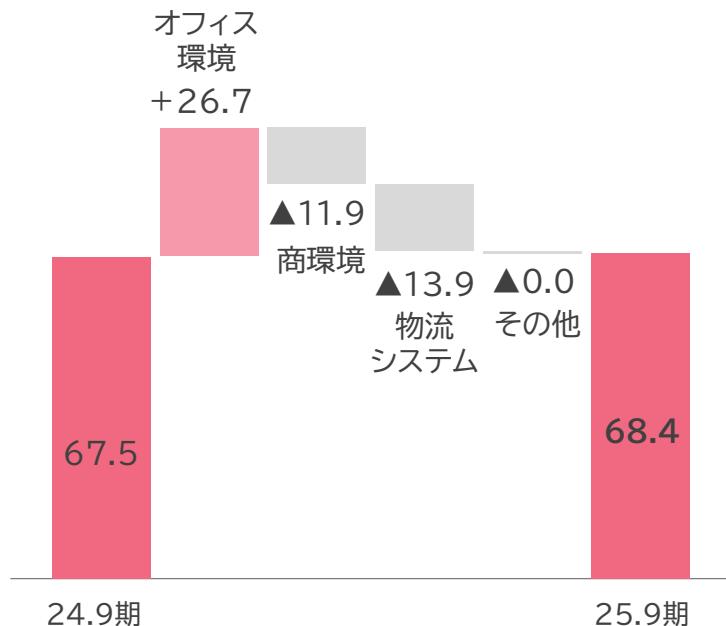
対前年セグメント別 売上高・営業利益増減

前年比	売上高		営業利益	
	上期(実績)	下期(見通し)	上期(実績)	下期(見通し)
全社	↗	↗	→	→
オフィス環境事業	↗	↗	↗	↗
商環境事業	→	↗	↙	↗
物流システム事業	↙	↙	↙	↙

上期 セグメント別売上高増減 (億円)

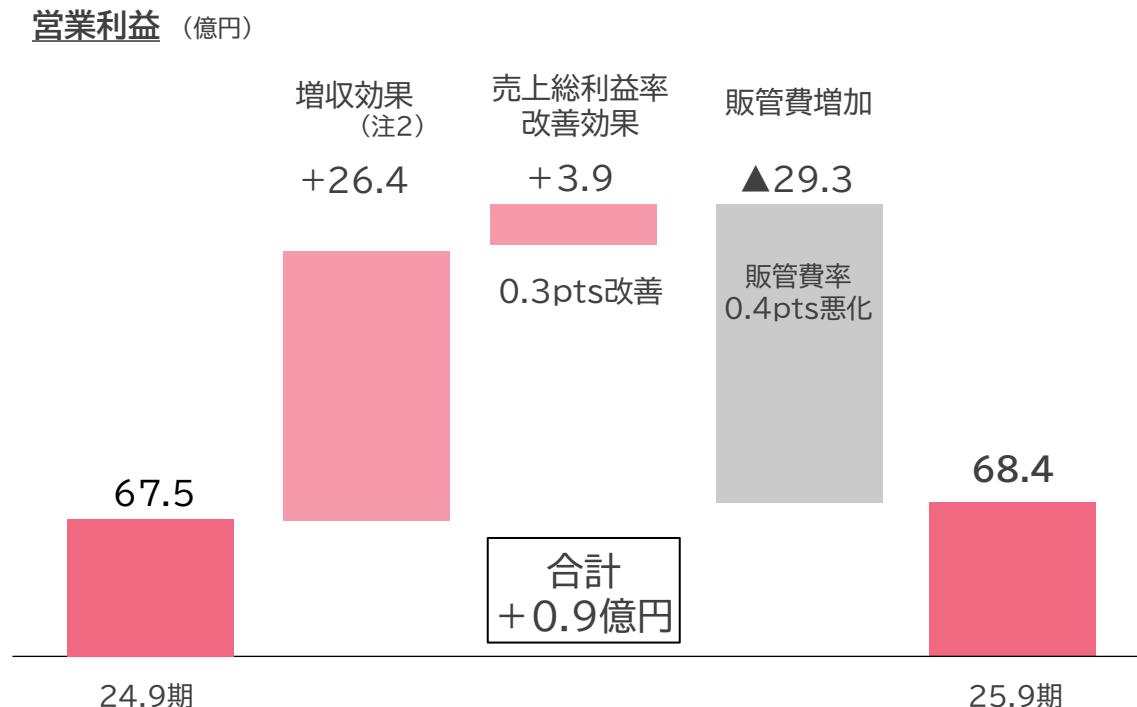


上期 セグメント別営業利益増減 (億円)



営業利益増減要因

- ◆ オフィス環境事業、商環境事業、過去最高の売上を達成も物流システムが大きく減収
- ◆ 価格転嫁やコストダウンの取組みにより売上総利益率は0.3pts改善
- ◆ 販管費増加の主要因は、中長期の成長に向け増員、賃上げを実施したことによる人件費の増加
- ◆ のれん償却額(その他販管費)は5.9億円(前年同期実績:16.3億円)



(注1)記載金額は表示単位未満を四捨五入して表示(各数値の合計は合わないことがあります)

(注2)売上増減効果 = 売上差額 × 前期売上総利益率

のれん償却の推移

DB & B社のれん償却額の推移

- 25年3月期2Qの急増は同社の完全子会社化に伴う償却費の過年度分を一括計上したため
- 25年3月期3Q、4Q実績はレート変動に合わせた1～2Q分及び3Q分の再計算による差分も含む
- 儻却期間は10年

(百万円)

	各四半期(3か月)					累計
	1Q	2Q	上期	3Q	4Q	
2022年3月期	0	0	0	0	62	62
2023年3月期	62	62	124	62	62	247
2024年3月期	62	62	124	126	77	326
2025年3月期	85	1,546	1631	112	297	2,040
2026年3月期	208	217	425	(見込み) 212	(見込み) 212	(見込み) 849

Boss Design社のれん償却額の推移

- 25年4月1日より子会社化 儻却期間は15年

2026年3月期	79	84	163	(見込み) 82	(見込み) 82	(見込み) 327
----------	----	----	-----	----------	----------	-----------

前年差 26年3月期のれん償却額(2社合算) – 25年3月期のれん償却額

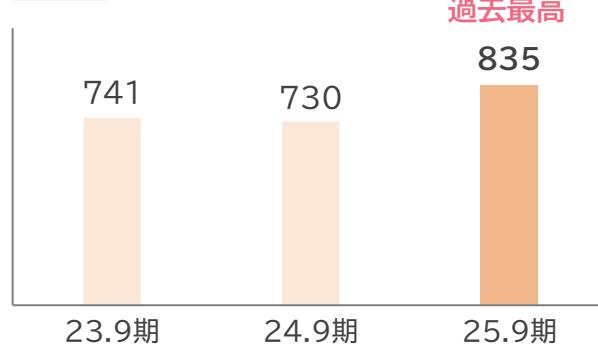
2026年3月期	202	▲1,245	▲1,043	(見込み) 182	(見込み) ▲3	(見込み) ▲864
----------	-----	--------	--------	-----------	----------	------------

2026年3月期第2四半期の総括 セグメント別の分析

セグメント別の分析 オフィス環境事業

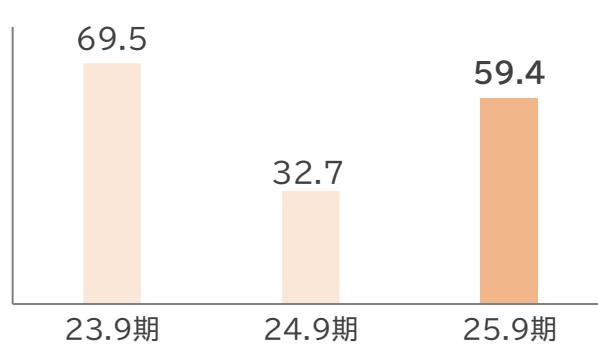
■オフィス環境事業 2025年9月期実績

売上高 (億円)



過去最高

営業利益 (億円)



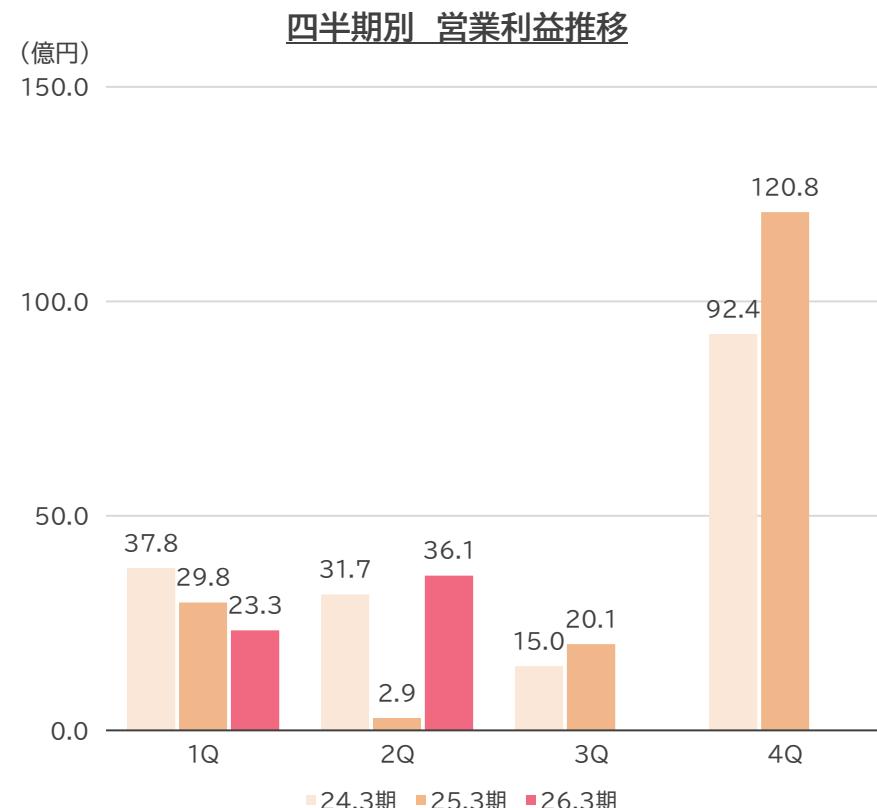
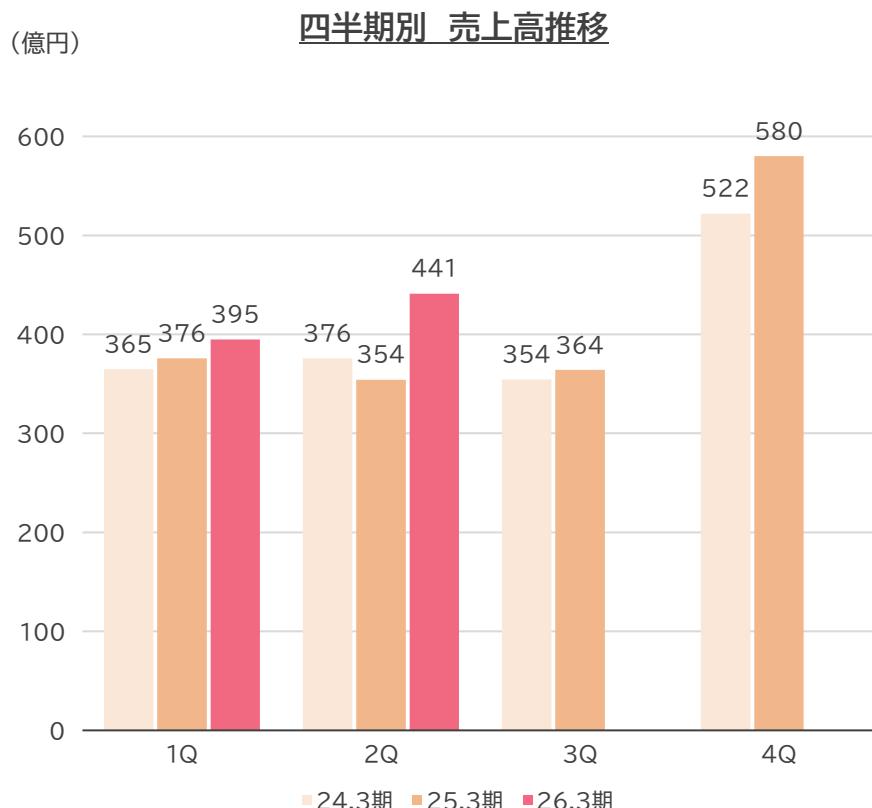
	23.9期	24.9期	25.9期	前年比
売上高	741	730	835	114.5%
営業利益	69.5	32.7	59.4	181.7%
営業利益率	9.4%	4.5%	7.1%	

(注1)記載金額は表示単位未満を四捨五入

- ハイブリッドワーク普及と人材確保に向けて、全国のリニューアル需要が旺盛に推移、海外事業含む子会社の業績も好調で売上高は過去最高となった
- 增收効果および価格転嫁により売上総利益率が改善、対前年比でのれん償却も減少し、増益となった

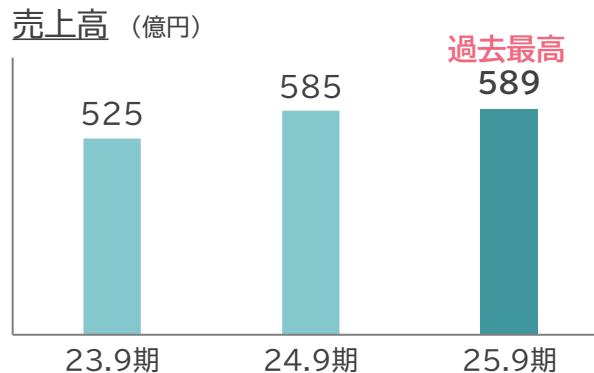
セグメント別の分析 オフィス環境事業

- ◆ 5月以降増収基調が継続、売上総利益率も前年比で改善
- ◆ のれん償却は対前年比で10.4億円減少(第2四半期累計)
- ◆ 上期実績は売上、利益ともに期初予測から上振れで推移



セグメント別の分析 商環境事業

■商環境事業 2025年9月期実績



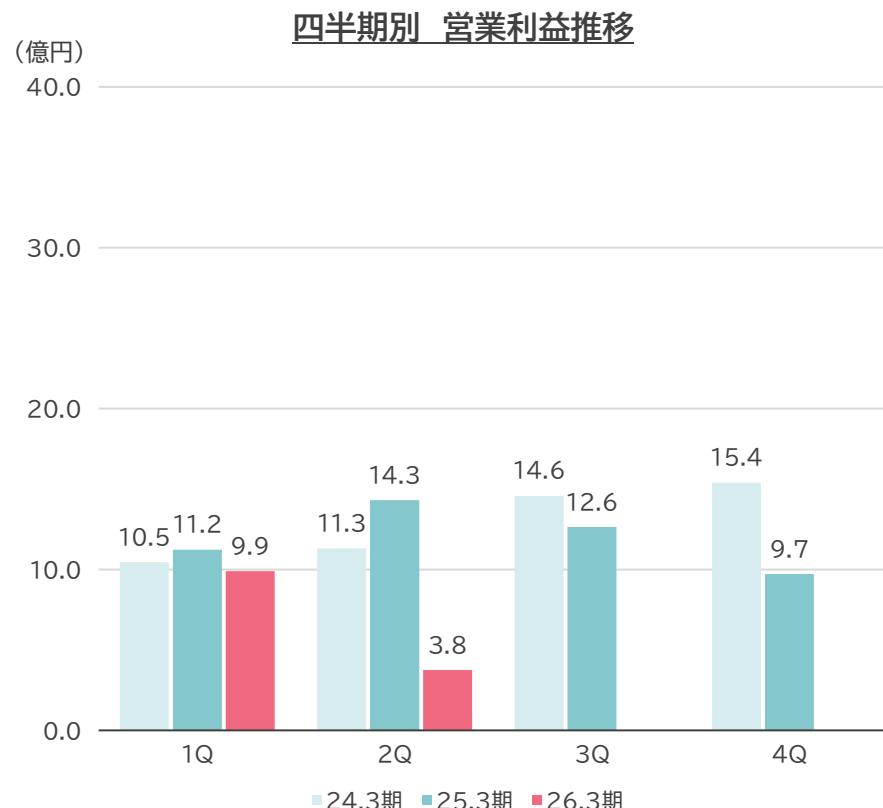
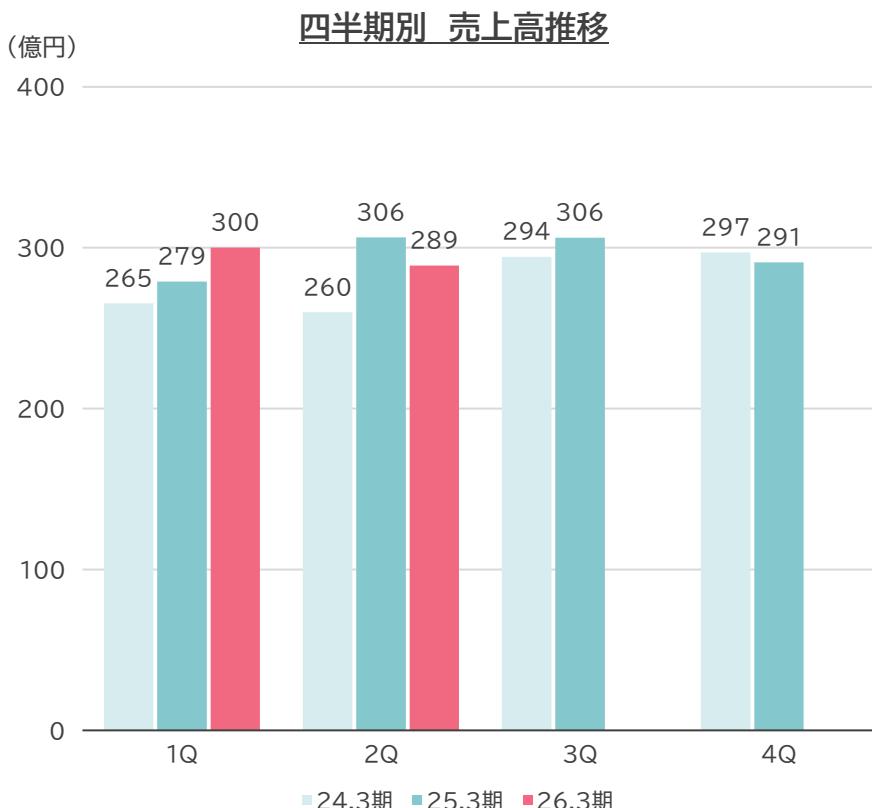
	23.9期	24.9期	25.9期	前年比
売上高	525	585	589	100.7%
営業利益	21.8	25.6	13.7	53.6%
営業利益率	4.1%	4.4%	2.3%	

(注1)記載金額は表示単位未満を四捨五入

- 業績好調企業への拡販に注力、冷凍冷蔵ショーケース、設備工事等の売上げが好調で売上高は過去最高となった
- 人件費、資材価格上昇等に加え、人員強化による固定費の増加を吸収できず減益となった
(第2四半期一過性の販管費増加要因:商環境事業本部オフィスの移転費用3.3億円)

セグメント別の分析 商環境事業

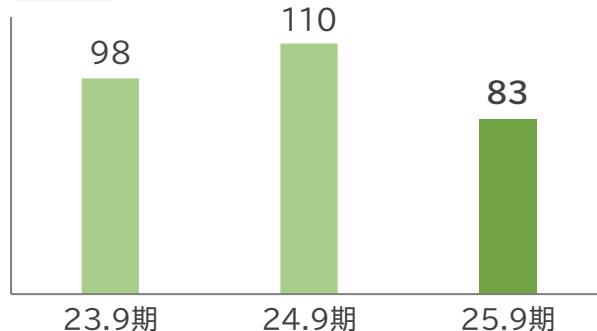
- ◆ 期初想定していなかった一部大口顧客の投資抑制や大型案件の中止による影響を好調企業への販促を強化することで補填、第2四半期累計では過去最高の売上高となったが、当初の予測は下回る結果となった
- ◆ 販管費増加の主要因は、将来に向けた人員の増強や須坂新工場関連の固定費増加
- ◆ 第2四半期一過性の販管費増加要因、商環境事業本部オフィスの移転費用3.3億円



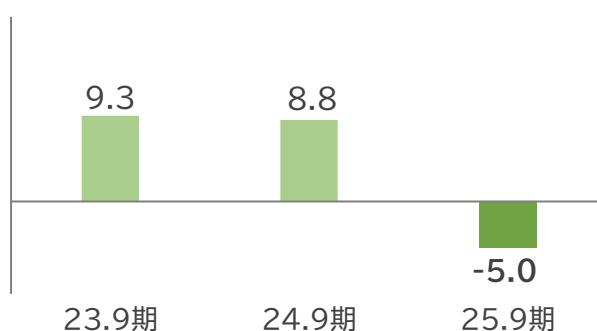
セグメント別の分析 物流システム事業

■物流システム事業 2025年9月期実績

売上高 (億円)



営業利益 (億円)



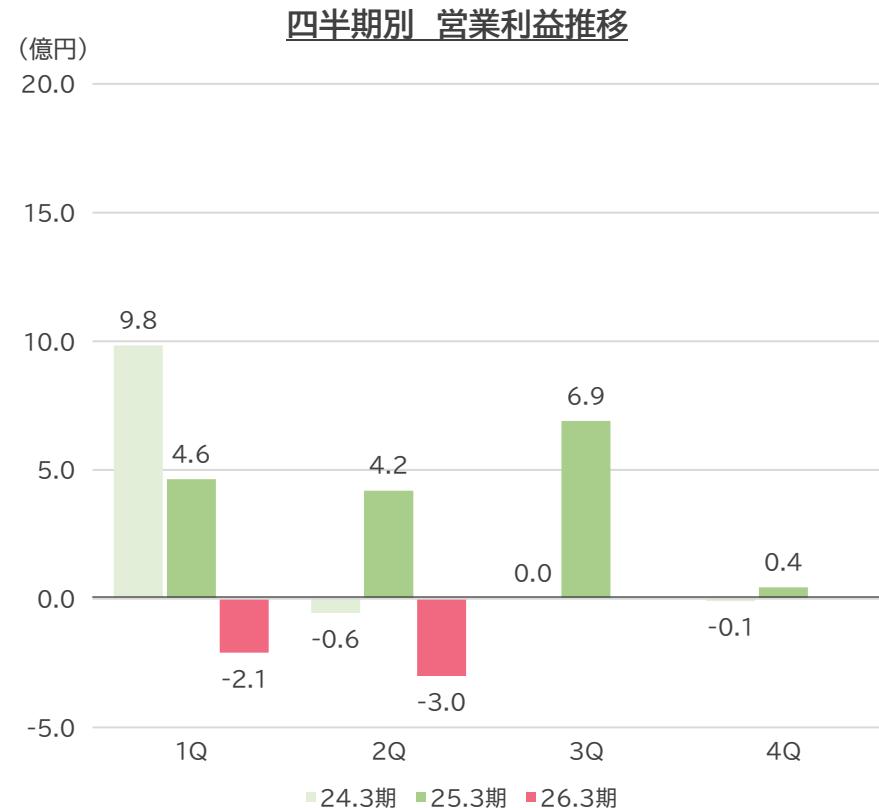
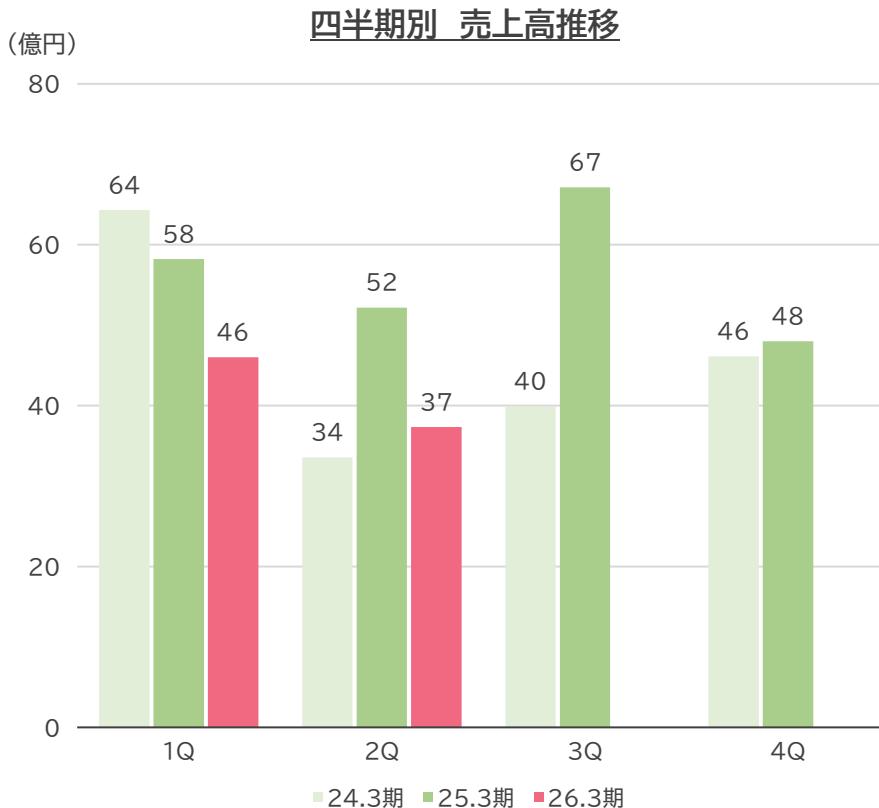
	23.9期	24.9期	25.9期	前年比
売上高	98	110	83	75.3%
営業利益	9.3	8.8	-5.0	-%
営業利益率	9.5%	8.0%	-6.1%	

(注1)記載金額は表示単位未満を四捨五入

- 先期、保有大型物件の急増により今期に向けた営業活動が制限された影響に加え、建築資材の高騰などを背景に延期、見直しになる物件も発生しており減収となった
- 資材費、人件費等の増加に加えて、減収による影響が大きく、減益となった

セグメント別の分析 物流システム事業

- ◆ 先期に過去最高売上を記録した影響で、設計エンジニアのリソースが受注済の案件対応に集中し、新規受注活動が制約された
- ◆ 建築工事の遅延等により下期の売上予測も期初の予想から下振れる見込み



2026年3月期 通期見通し

業績予想修正 (2025年11月7日開示)

連結業績予想

(億円)	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益 ^(注2)
期初計画	3,300	270	295	228
修正後	3,300 (±0)	240 (▲30)	260 (▲35)	220 (▲8)

セグメント別予想

(億円)	売上高		営業利益	
	修正前	修正後	修正前	修正後
オフィス環境事業	1,820	1,870 (+50)	190	211 (+21)
商環境事業	1,215	1,215 (±0)	60	39 (▲21)
物流システム事業	200	150 (▲50)	13	▲12 (▲25)
その他	65	65 (±0)	7	2 (▲5)

配当 変更なし

(注1)記載金額は表示単位未満を四捨五入して表示

(注2)当期純利益は「親会社株主に帰属する当期純利益」を表す

下期の展望 需要旺盛なオフィス環境事業を中心に収益改善を目指す

非常に好調なオフィス環境事業は前年を上回る収益を期待

商環境事業は業績好調企業への拡販に注力、新店・改装案件のシェア拡大を狙う

- ◆ オフィス環境事業は12月から値上げを実施予定、第4四半期から一定の効果を期待
- ◆ 商環境事業は冷凍冷蔵ショーケースの拡販とともに生産体制の効率化を促進
- ◆ 海外事業含む子会社の業績は概ね好調

四半期別 売上高推移

下期計画1,762億円 (先期実績1,689億円)

(億円)

1,000

800

600

400

200

0

1Q 2Q 3Q 4Q

■ 24.3期 ■ 25.3期 ■ 26.3期

四半期別 営業利益推移

下期計画172億円 (先期実績172億円)

(億円)

150.0

100.0

50.0

0.0

1Q 2Q 3Q 4Q

■ 24.3期 ■ 25.3期 ■ 26.3期

2026年3月期業績見通し

- ◆ 人件費、資材価格上昇等、各種コストの増加については概ね期初予測通りの範囲で推移
- ◆ Boss Design社買収の影響(オフィス環境事業):売上高+100億円、営業利益+0億円(のれん影響含む)
- ◆ 政策保有株式縮減に伴う有価証券売却益約50億円計上予定(上期29.5億円、下期20億円)

	25.3期 実績	26.3期				(億円)
		上期実績	下期計画	通期計画	前年比	
売上高	3,145	1,538 (1,456)	1,762 (1,689)	3,300 (3,145)	104.9%	
営業利益	239	68 (67)	172 (172)	240 (239)	100.3%	
経常利益	265	77 (82)	183 (183)	260 (265)	98.3%	
当期純利益 (注2)	(注3) 220	(注4) 74 (80)	(注5) 146 (141)	220 (220)	100.0%	

(注1)記載金額は表示単位未満を四捨五入して表示

(注2)当期純利益は「親会社株主に帰属する当期純利益」を表す

(注3)有価証券売却益40.5億円(税引前)含む

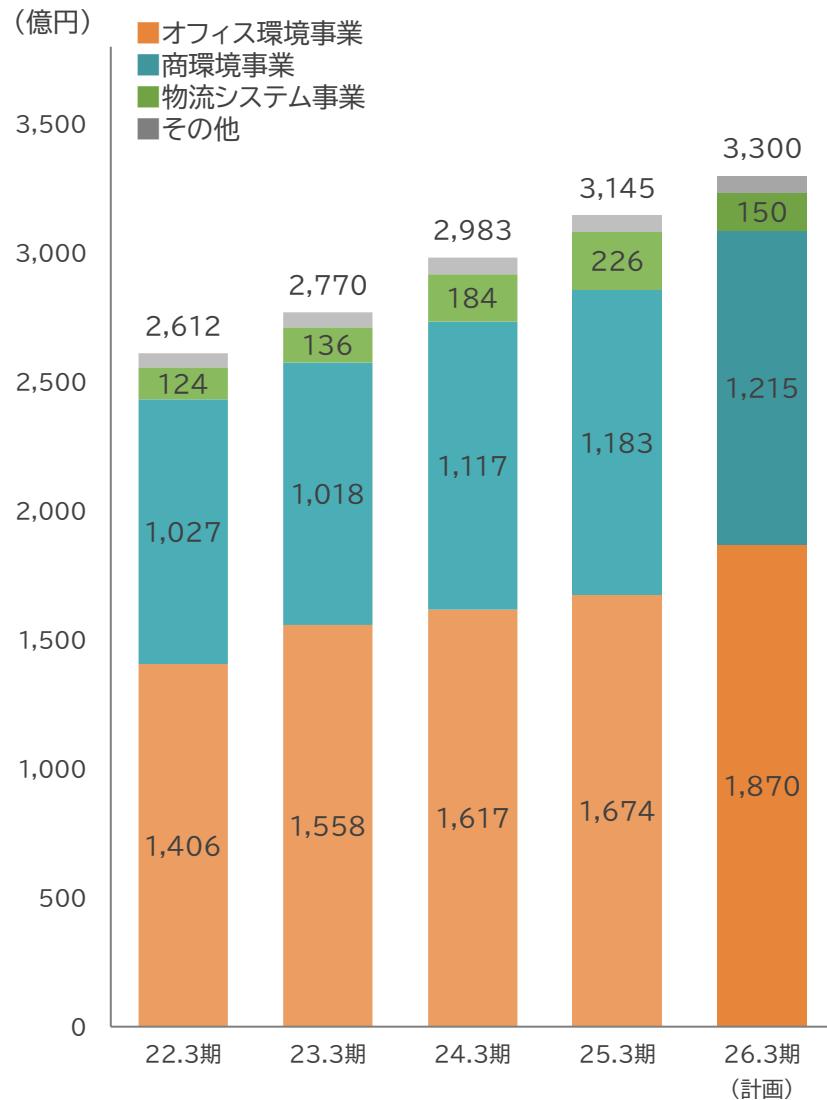
(注4)有価証券売却益29.5億円(税引前)、固定資産売却損10.0億円(税引前)含む

(注5)有価証券売却益約20億円(税引前)を見込む

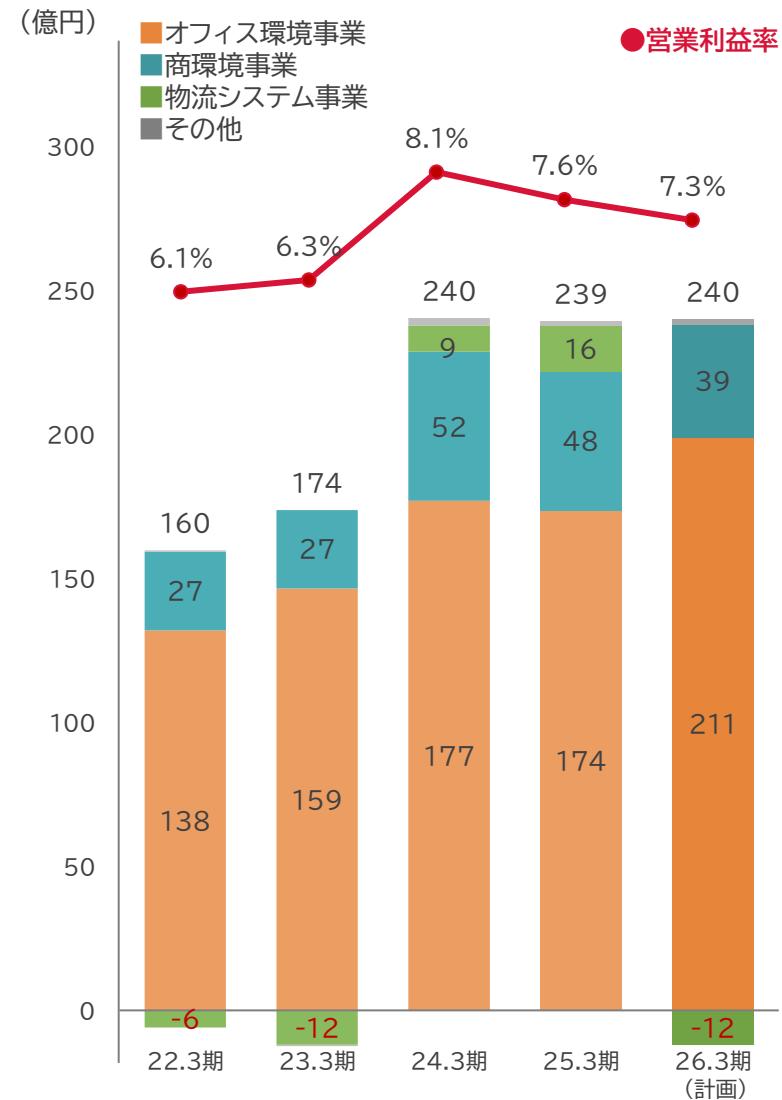
()内は前年実績

2026年3月期業績見通し セグメント別

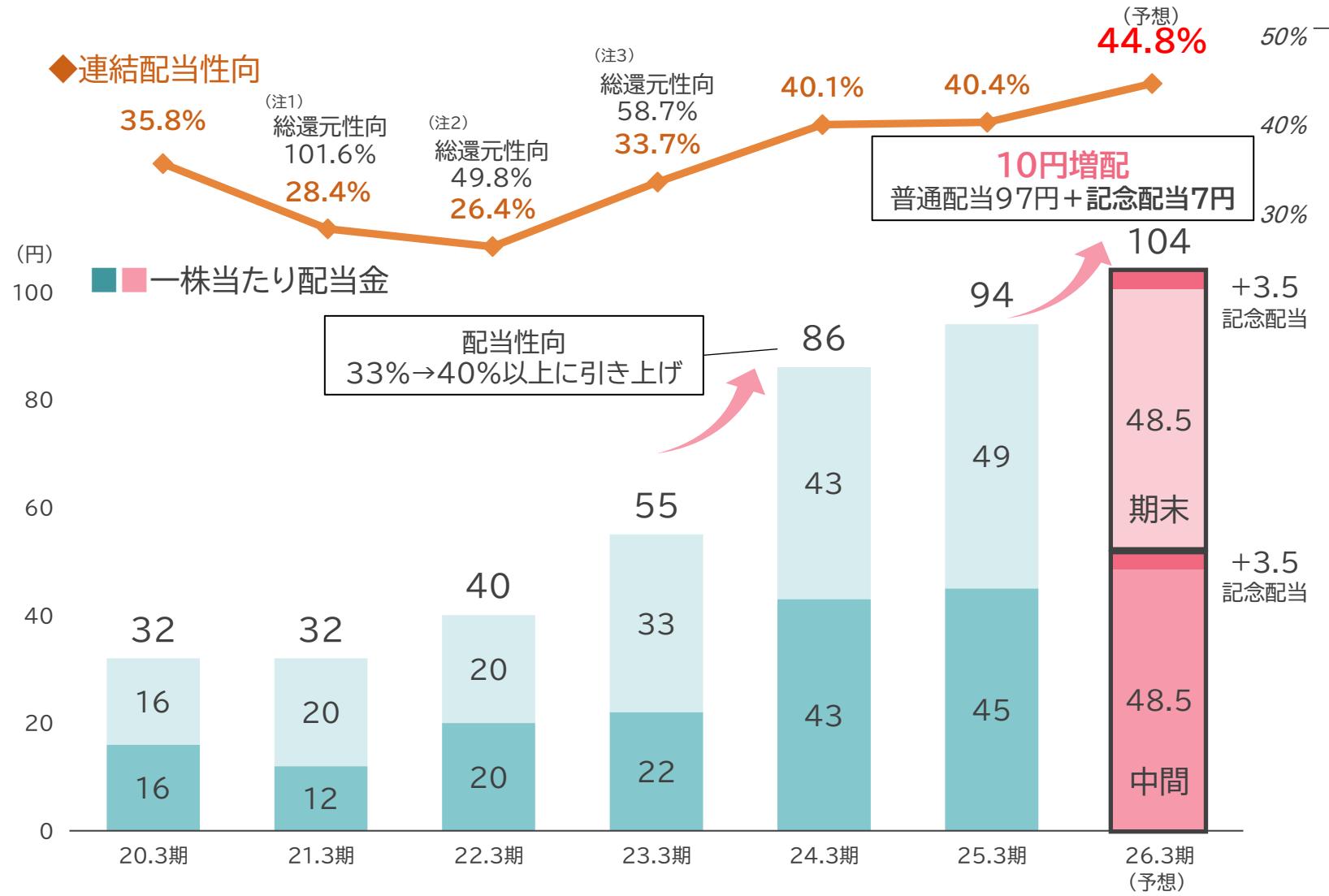
事業別売上高



事業別営業利益



一株当たり配当金と配当性向推移



（注1）2020年11月19日自己株式9,702,700株の取得を実施（取得価格約88.3億円） 2021年1月29日11,770,509株（消却前発行株式数に対する割合10.47%）を消却
 （注2）2021年5月27日自己株式1,439,000株の取得を実施（取得価格約20.4億円） 2022年3月17日自己株式1,259,600株の取得を実施（取得価格約14.9億円）
 （注3）2023年3月16日自己株式3,082,600株の取得を実施（取得価格約40.7億円）

中期経営計画2025(2024年3月期～2026年3月期)の進捗

中期経営計画2025定量目標

2025年度定量目標	2022年度	2025年度目標 (修正前)	2025年度修正目標 (2025年11月7日修正)	2022~2025年度
売上高 (億円)	2,770	3,300	3,300	+530
営業利益率 (%)	6.3%	8.2%	7.3%	+1.0pts
営業利益 (億円)	174	270	240	+66
ROE (%)	8.8%	10.0%	10.0%	+1.2pts

※ 有価証券売却益を除外 (除外前:10.8%)

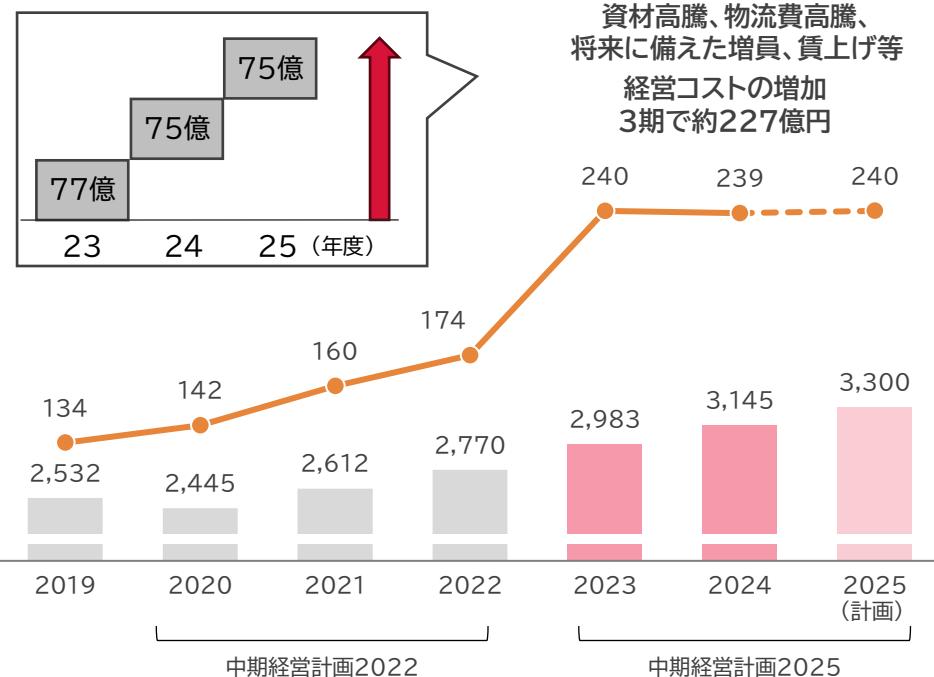
売上高・営業利益推移 (億円)

■売上高 棒グラフ
—営業利益 折れ線グラフ

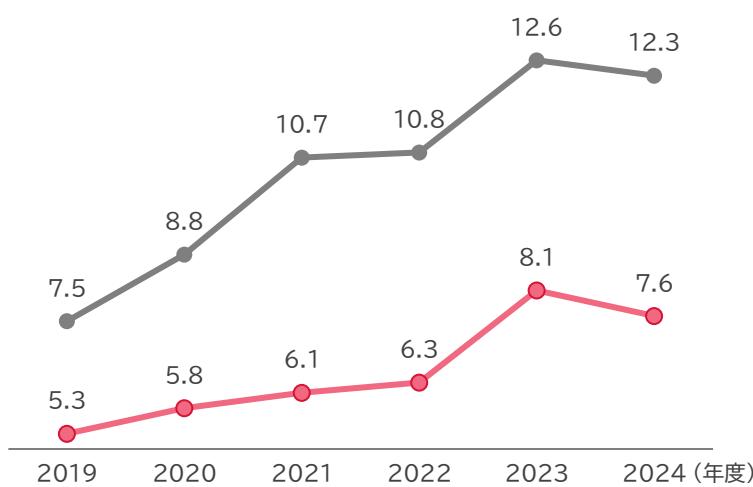
ROE・営業利益率推移

—ROE(グレー)
—営業利益率(ピンク) (%)

新たな需要の創出で経営コストの増加分を吸収



ROE5期連続10%以上を目指す



中期経営計画2025における資金アロケーション：着地見通し

投資と 株主還元の 基本方針

基礎キャッシュフロー(注1)と資産売却により創出した資金を、成長投資と株主還元に配分する

- 戦略投資枠として500億円を設定し、既存事業の強みの維持・強化と新規市場・事業開発にバランスよく投入する
- 配当性向は税引後利益の40%以上とし、安定的に維持する（中期経営計画2022の配当方針は税引後利益の3分の1）
- 自己株式の取得は、投資の実行状況や外部環境等を踏まえ柔軟に対応する

(注1) 基礎キャッシュフロー：税引後利益 + 減価償却費 + 非資金性損益

当初計画

(億円)

資産売却
150～
200

(注1)
基礎CF
680

維持更新
投資
200

戦略
投資枠
500

戦略投資枠の主要目的

- 既存事業の強化
- 省力化/生産性改善
- R&D
- デジタル技術活用
- 海外事業強化

配当性向引き上げ
33%→40%以上
自己株式の取得は戦略
投資枠の使用状況等を
踏まえ柔軟に対応

自己株式
取得

配当
(130～
180)

(創出資金)

(投資枠)

(株主還元)

着地見通し

(億円)

現預金取崩・借入
+170

資産売却
220
(+20)

基礎CF
710
(+30)

運転資金増
+220

維持更新
投資
200(注2)

戦略
投資枠
430(注2)
(▲70)

- 生産拠点 約160億円
- M&A等 約160億円
- DX推進 約30億円
- 用地取得 約60億円
- etc.

(注2)開発等の一部費用等含む

配当性向
40%以上を維持

配当
250
(+70)

(創出資金)

(投資枠)

(株主還元)

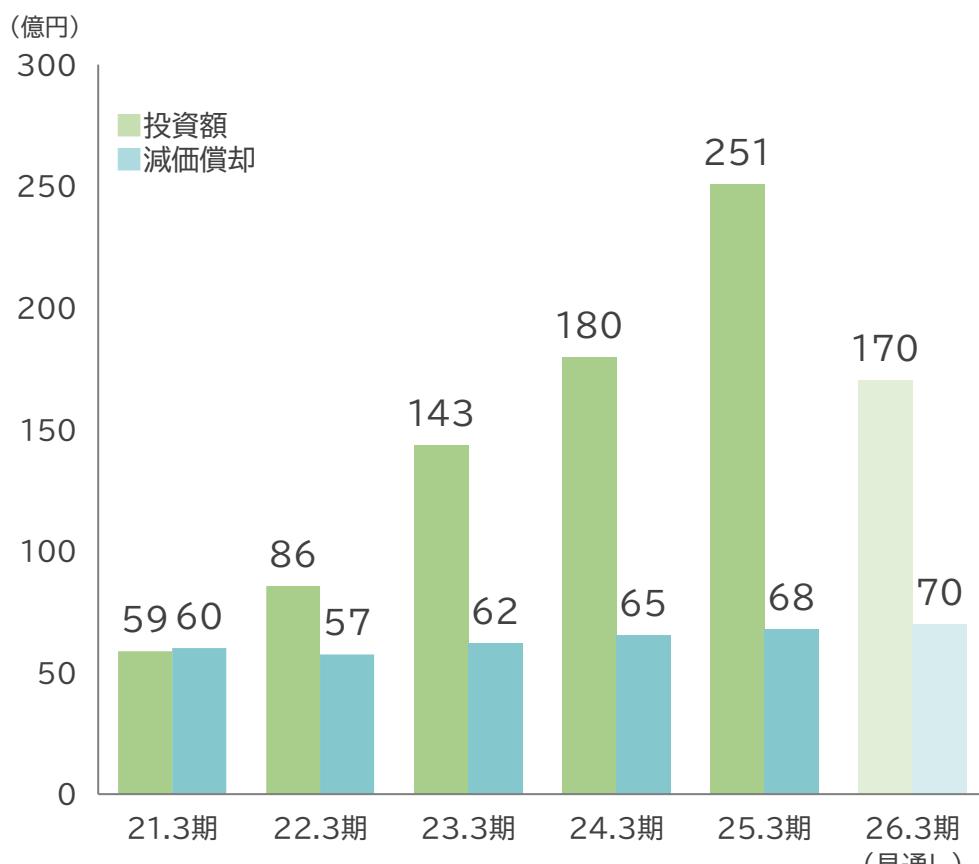
投資額・減価償却推移

24.3期～26.3期(3年間)の投資枠

維持更新投資 :200億円

戦略投資 :500億円

既存事業の強化、省力化/生産性改善、R&D、デジタル技術活用、海外事業強化



〈戦略投資の状況〉

2025年3月期末時点で約310億円の
戦略投資を実施
3年間で430億円の実施を見込む

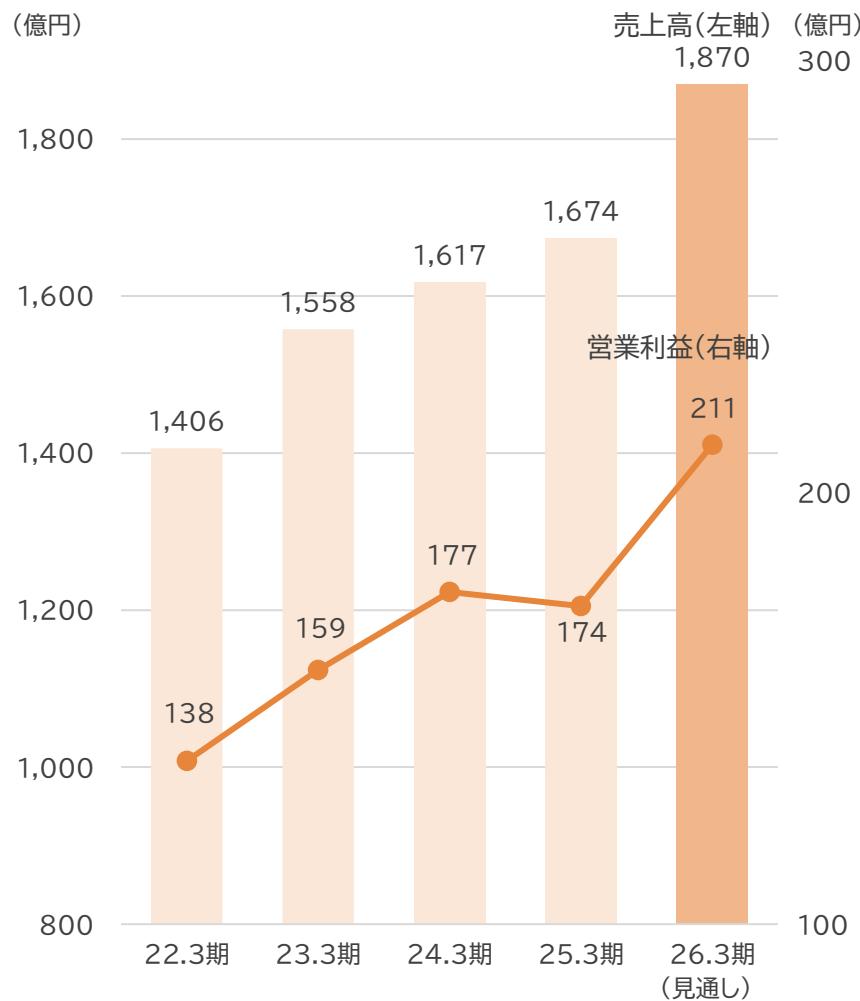
主要な投資(概算)

投資項目	概算額 (億円)
生産拠点	161億円
つくば事業所(新棟)	31億円
御殿場事業所	16億円
須坂新工場	114億円
M&A・出資他	160億円
DB&B社(追加取得)	60億円
Boss Design社(2026年3月期)	80億円
DX推進	30億円
用地取得 他	60億円

各事業セグメントの方針

セグメント別 オフィス環境事業

■オフィス環境事業 売上高・営業利益見通し



2026年3月期 下期計画

	売上高	営業利益	営業利益率
計画	1,035億円	152億円	14.7%
前年実績	944億円	141億円	14.9%

下期の対策

- 国内のオフィスリニューアル需要は堅調で上期の好調が継続する見込みで増収を狙う
- 12月に価格改定を実施、最需要期の利益率押し上げを狙う
- 2月、3月の年度末需要に向けた供給体制を整備、売上高、売上総利益率の向上を狙う

その他取組み など

- 来期の主要都市の大規模オフィス供給量は高水準
- 11月11日よりオカムラグランドフェア2026開催
テーマは「Wedentity(ウェデンティティ)」

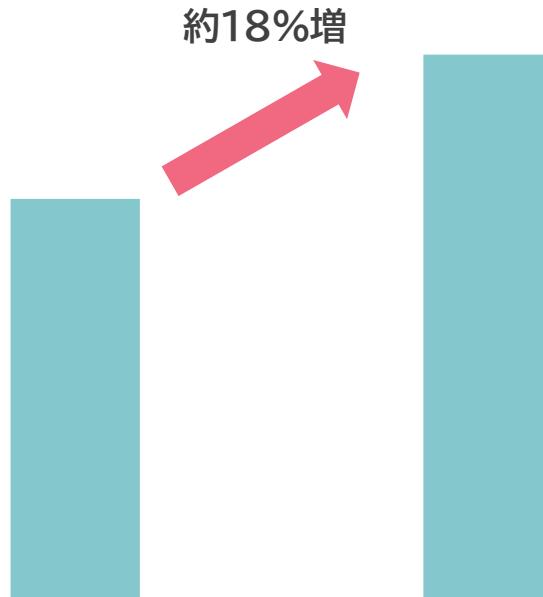
下期の商談額は前年比で増加 来期の主要都市オフィス供給量は高水準

下期の商談額は前年を上回る見込み

第3四半期の売上高に関する商談額は
前年度比で約118%(10月第一週時点の集計)
第4四半期の商談も増加傾向

第3四半期 商談額 前年比

商談額=商談中の案件の引合い金額から算出

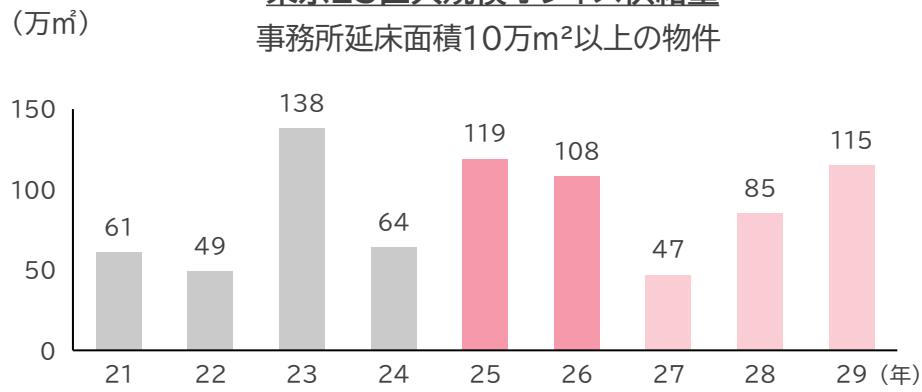


25年3月期3Q

26年3月期3Q

主要都市のオフィス供給量

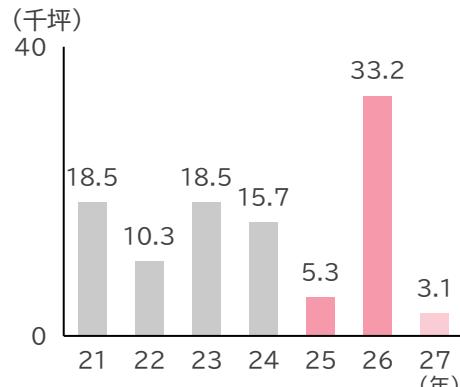
東京23区大規模オフィス供給量
事務所延床面積10万m²以上の物件



出所:2025年4月24日 森トラスト
「東京23区の大規模オフィスビル供給量調査2025」

名古屋 オフィス供給量

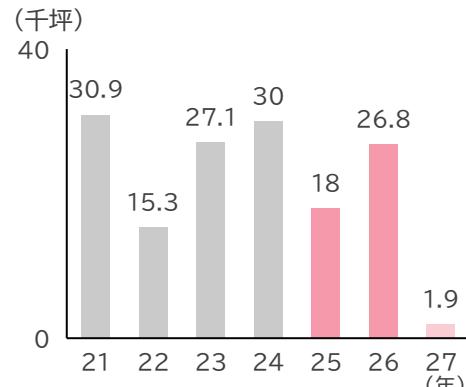
1フロア面積50坪以上の物件



出所:三幸エステート
「OFFICE TREND DATA 2025」

福岡 オフィス供給量

1フロア面積50坪以上の物件



アンケートデータ:人材戦略の場としてオフィス空間の存在感は拡大している



経営層

自社で感じている経営課題 (5つ選択)

1位	人材の育成	62.8%
2位	人材の採用・確保	58.6%
3位	従業員の生産性の向上	40.6%
4位	従業員の働きがいの向上	33.2%
5位	リスク管理・危機対応	32.8%
6位	企業の競争力の向上	32.8%
7位	顧客満足・ブランド価値の向上	29.8%



経営層

オフィス空間の見直しで 改善が期待できる経営課題(5つ選択)

1位	従業員の働きがいの向上	55.8%
2位	従業員の生産性の向上	54.0%
3位	部門を超えた コミュニケーション	47.2%
4位	部門内のコミュニケーション	47.2%
5位	人材の採用・確保	42.6%
6位	人材の育成	37.6%
7位	従業員の健康改善	33.0%

オフィスリニューアルの狙いは「従業員満足度」が1位に

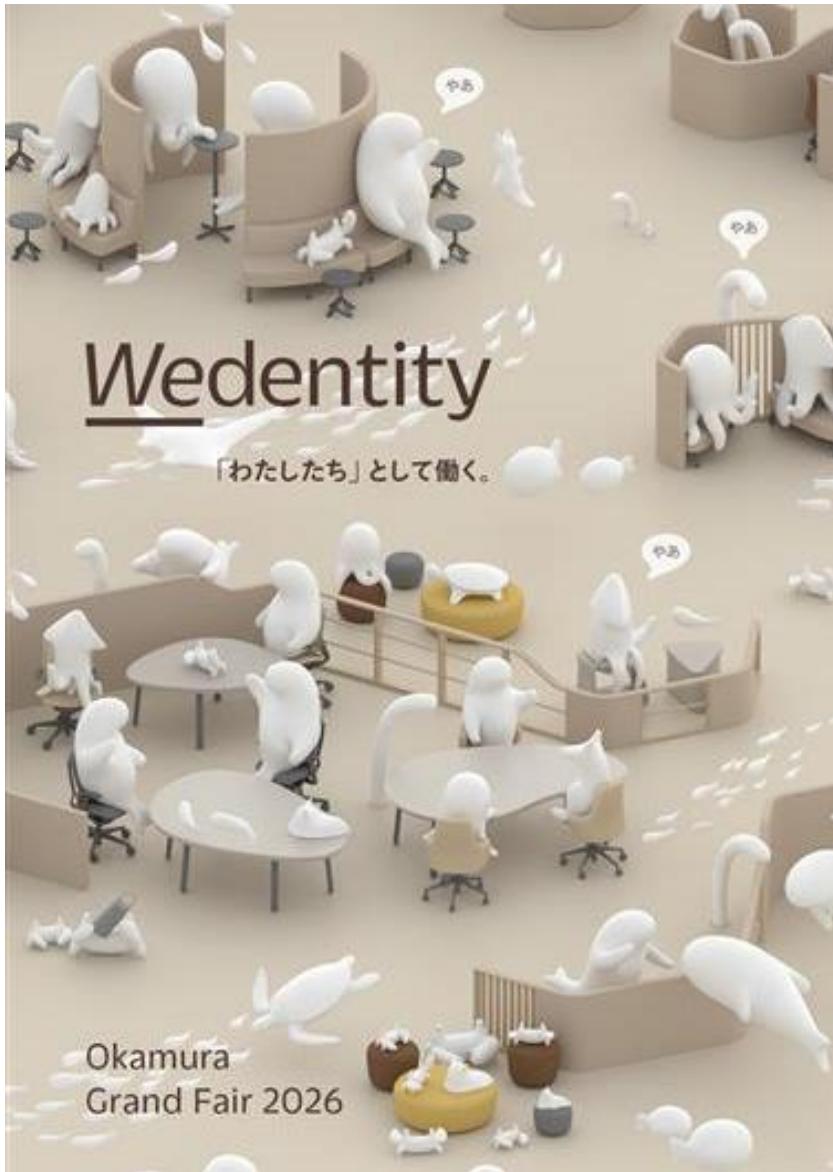


経営層

オフィス移転改装で狙った効果(移転改装の年度別、複数回答、上位6位抜粋)

2021～2022年度 (n=48)		2023～2024年度 (n=101)		2025～2026年度 (n=86)		2027年度以降 (n=73)	
第1位	生産性の向上	52.1%	従業員満足度の向上	57.4%	従業員満足度の向上	53.5%	コミュニケーションの活性化
第2位	従業員満足度の向上	47.9%	コミュニケーションの活性化	52.5%	コミュニケーションの活性化	44.2%	従業員満足度の向上
第3位	コミュニケーションの活性化	31.3%	生産性の向上	41.6%	生産性の向上	37.2%	生産性の向上
第4位	ワーカーの心身の健康の向上	29.2%	ワーカーの心身の健康の向上	37.6%	リクルーティングの強化	32.6%	ワーカーの心身の健康の向上
第5位	テクノロジーの活用	27.1%	イノベーション創出	23.8%	ワーカーの心身の健康の向上	30.2%	企業ブランド価値の向上
第6位	BCPへの対応力強化	22.9%	企業ブランド価値の向上	21.8%	企業ブランド価値の向上	26.7%	リクルーティングの強化

グランドフェア2026 テーマ:Wedentity 「わたしたち」として働く。

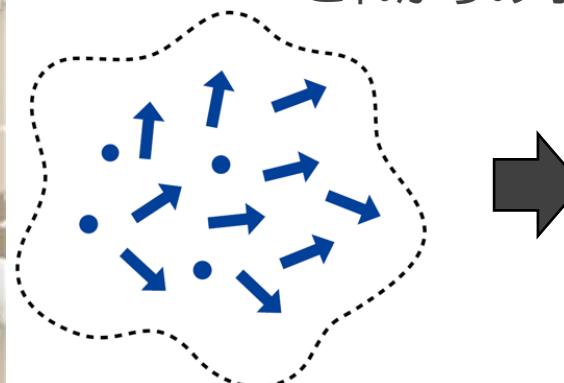


Wedentity

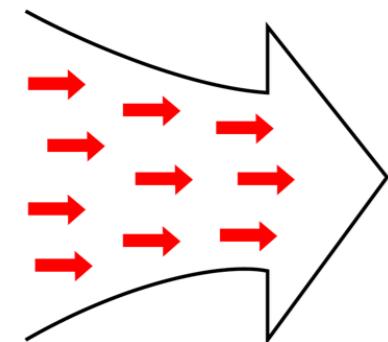
「わたしたち」として働く。

多様なひとりひとりが「**I** (アイ)」として自立して働きながら、組織として大切にしているビジョンや目指す方向を共有し、「**We** (ウィ)」としてまざりつながって一緒に進んでいける
これからのオフィスの在り方

これからのオフィスは…



多様ではあるが
個々の意識や活動が
バラバラな企業



ひとつのビジョンを
共有しながら
多様に活動できる企業

— グランドフェア2026 ラボオフィス「We Labo」を「まざりつながる空間」へリニューアル

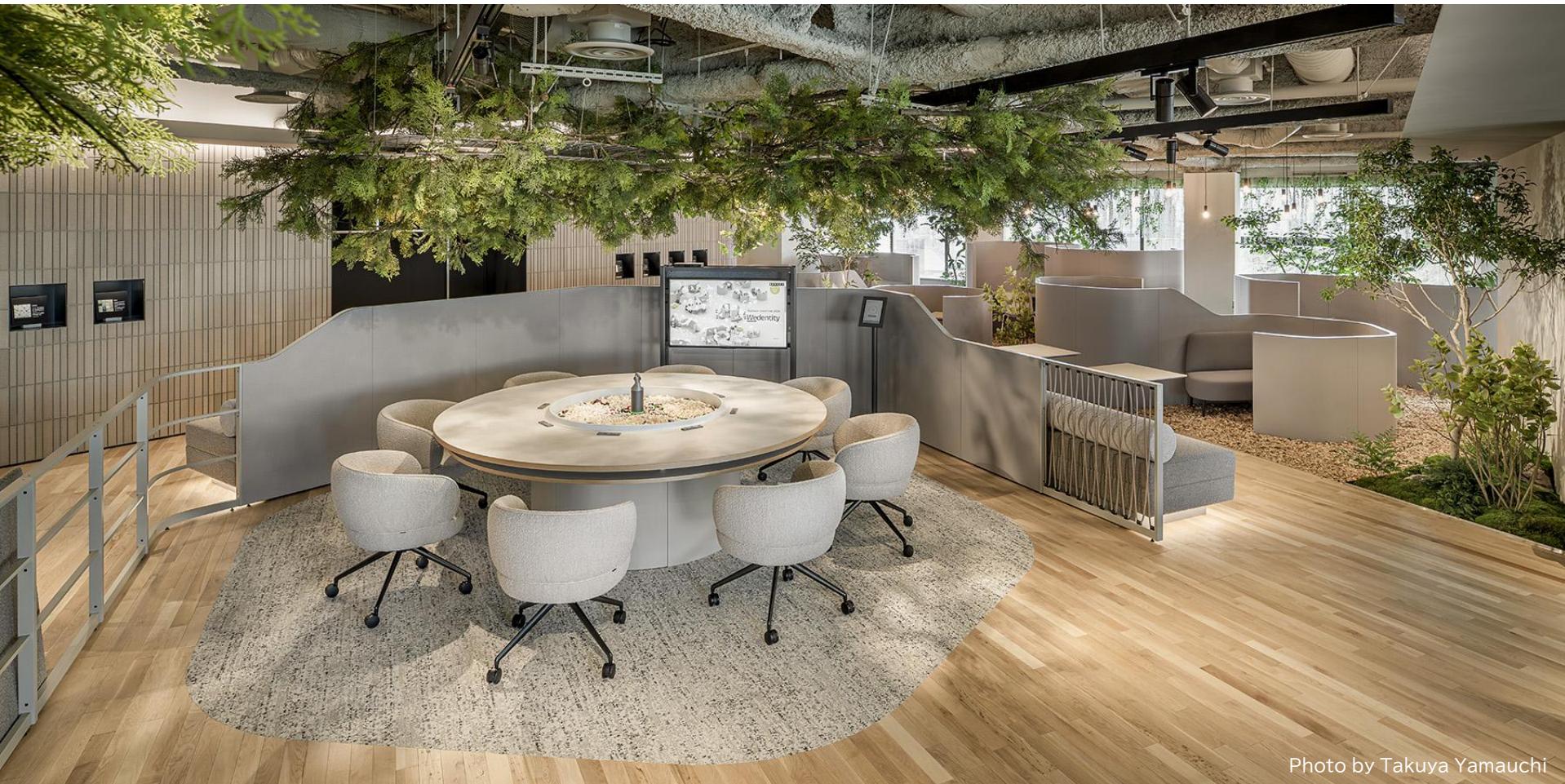


Photo by Takuya Yamauchi

We Labo

バイオフィリックデザインに基づいて改裝した「まざりつながる空間」
新製品「YAA」を設置し、「Wedentity」を体現

Blending Furniture

YAA

心地よい境界をつくることで
人と人をつなげる



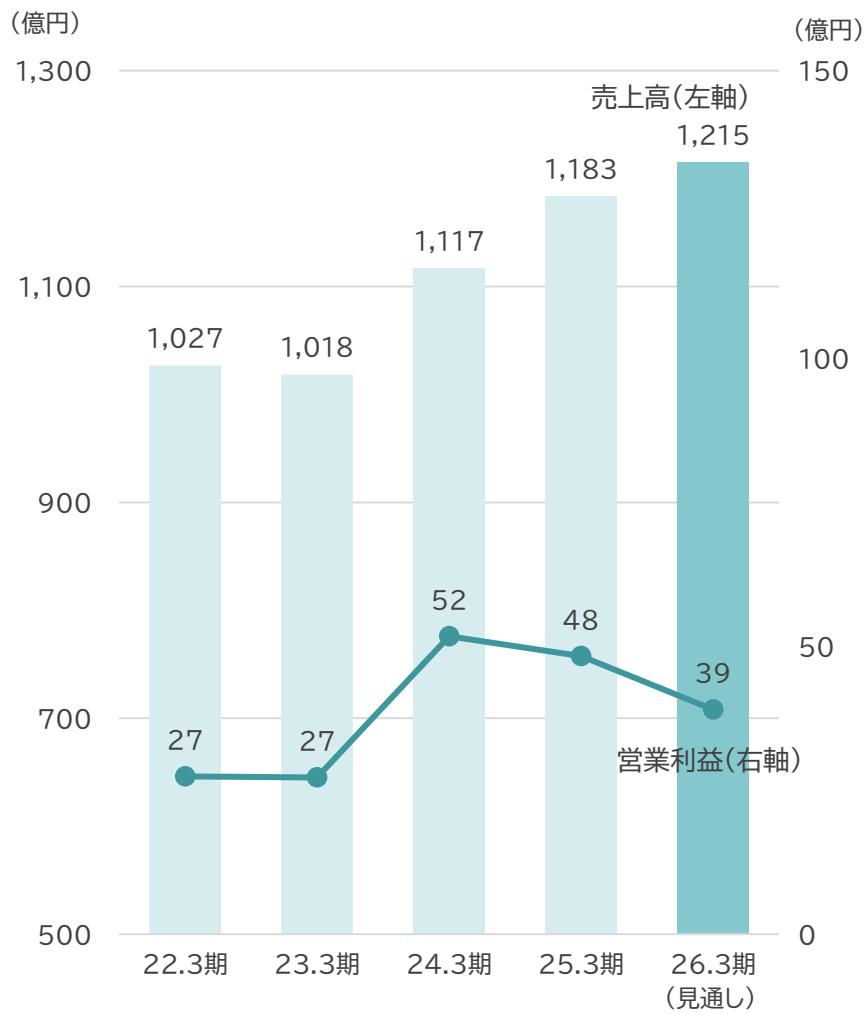
boss

イギリスの伝統的なテイストとクラフトマンシップが融合
高品質で革新的なデザインのオフィス家具



セグメント別 商環境事業

■商環境事業 売上高・営業利益見通し



2026年3月期 下期計画

	売上高	営業利益	営業利益率
計画	626億円	25億円	4.0%
前年実績	598億円	22億円	3.7%

下期の対策

- 投資の活発な好業績企業への販促を継続、設備工事含む店舗改装のトータル受注や冷凍冷蔵ショーケースの需要を取り込むことで、下期の増収を見込む
- 冷凍冷蔵ショーケースの利益率改善のために生産高の平準化等の効率改善に注力
- 4月に価格改定を実施済みも、さらなる改善に努める

その他取組み など

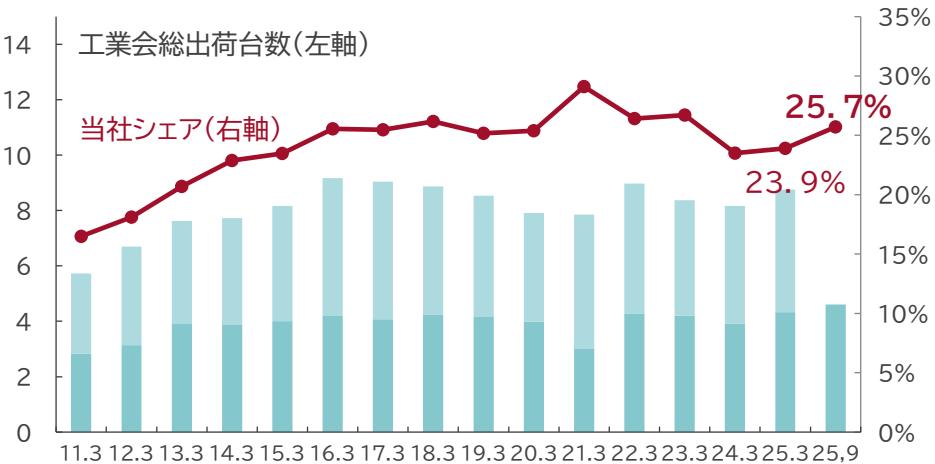
- コールドストレージの商談数増加、来期の成長に期待
- スマートストア等の高付加価値な提案への挑戦

冷凍冷蔵ショーケースの下期の収益改善に注力、コールドストレージ来期の成長に期待

冷凍冷蔵ショーケース 下期のさらなる拡販と利益率改善を目指す

冷凍食品の需要増加に伴い冷凍冷蔵ショーケースの需要は堅調、新工場効果で売上も増加しており下期はさらなる拡販を狙う
生産計画等の調整等で下期からは利益率改善も見込む

(万台)



(注)日本冷凍空調工業会出荷実績などをもとに当社推計 (2025年9月末時点)

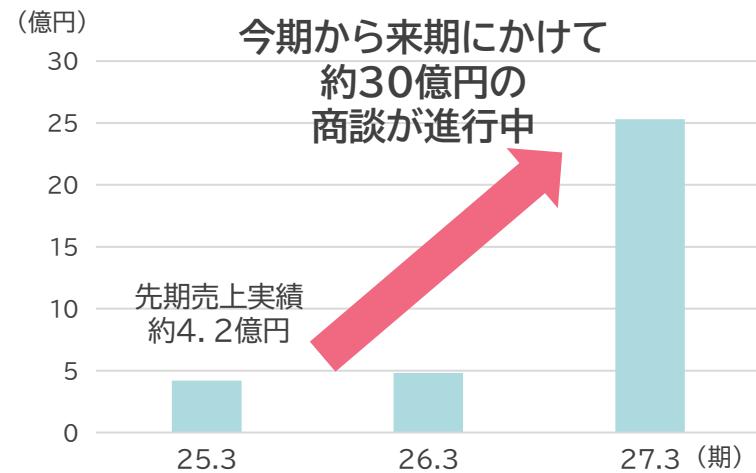
事業領域の拡大 コールドストレージの拡販に注力

プレハブ冷蔵庫、省エネ対策、バックオフィスの家具といった幅広い製品やサービスで冷凍冷蔵施設にかかる空間(冷凍冷蔵倉庫、配送センター、加工センターなど)の構築をトータルサポート



コールドストレージ商談量推移

拡販に注力してきたコールドストレージ
来期に向け商談が増加中



現在の事業領域の成長・拡大

店舗づくり

領域拡大

- ・店舗内設備
- ・コールドストレージ



設備・什器ビジネス

- ・店舗デザイン
- ・トータル施工管理
- ・内装工事



- ・店舗陳列什器
(省力化・スライド棚)
- ・冷凍冷蔵
ショーケース



新たな事業領域への挑戦

経営支援

OSCOM CLOUD

- ・温度管理の自動化・省人化
- ・故障予知の高度化



販促の強化、充実

- ・デジタルサイネージの活用
- ・リテールメディア



レジの無人化

- ・スマートカート
- ・監視カメラ
- ・無人レジシステム



データ活用ビジネスの拡大

- ・人流解析による店舗設計支援
- ・3Dカメラによる
店舗設備の資産管理

挑戦を支える 知見とリソース

“お店の未来を
考える研究所”

みせいくラボ

お店のみらいを創造する研究所

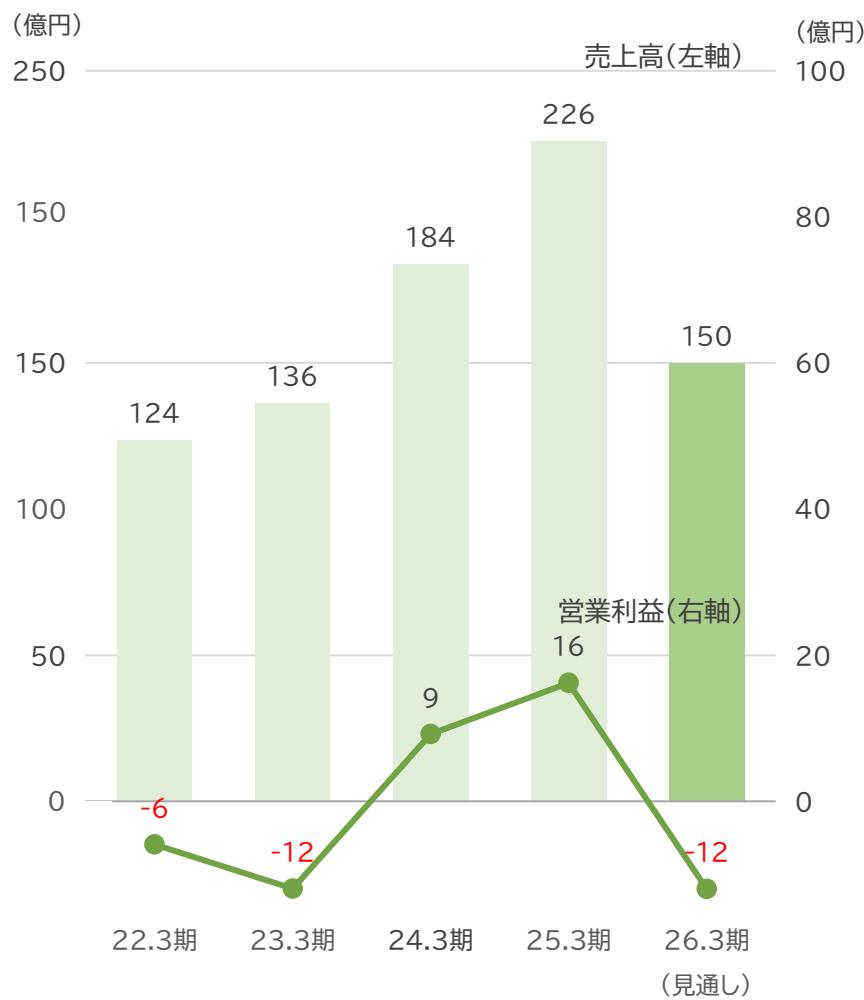


+

店舗デザイナー
100名体制

セグメント別 物流システム事業

■物流システム事業 売上高・営業利益見通し



2026年3月期 下期計画

	売上高	営業利益	営業利益率
計画	67億円	-7億円	—
前年実績	116億円	7億円	6.4%

下期の対策

- 物流施設の建築工事の遅延等で、想定よりも売上が減少する見込み
- コスト管理を徹底し赤字拡大の抑制に注力

その他取組み など

- HIKROBOT(中国)製品の取り扱いを開始、スマートスタート、ライト自動化の需要にアプローチする製品をラインナップ

新しい製品・サービスでカバー領域を拡大

製品拡充

HIKROBOT ハイクロボット(中国)製品の取り扱い開始

無人搬送ロボット(AMR※)の世界総売上台数
10万台以上の実績
幅広いラインナップと高精度なカメラセンシングが特長
スマートスタート、ライト自動化需要にアプローチ
※Autonomous Mobile Robotの略



新領域

Optify 倉庫最適化システム Optify 2025年5月販売開始

倉庫全体をカバーできるソフトウェア製品の
開発、販売開始によりインテグレーター機能を強化
展示会への出展等を経て問い合わせ増加中

新事業

PROGRESS ONE(プログレスワン)

自律・遠隔操作ハイブリッド型ロボットによる
物流自動化ソリューション



事業化に向けた実証実験を推進

下期の取組み

オフィス環境事業

オフィスリニューアルの需要は全国で旺盛に推移
下期は前年を上回る需要を見込む、供給体制を
整備し最需要期に備えるとともに、価格改定の
実施等で利益率の改善にも注力

商環境事業

業績好調企業への販売促進で下期增收を狙う
冷凍冷蔵ショーケースの拡販と合わせて生産の
効率化による利益率改善にも取り組む

物流システム事業

建築工事の延期等で下期も厳しい状況が継続
する見込み、コスト管理による利益率改善と来期
以降の受注獲得に注力

2026年3月期 業績見通し

2026年3月期 業績見通し

億円 (対前年)

売上高

3,300 (104.9%)

営業利益

240 (100.3%)

経常利益

260 (98.3%)

当期純利益

220 (100.0%)

(注)当期純利益は「親会社株主に帰属する当期純利益」を表す

将来予想に関する記載

本資料で記載されている業績予想ならびに将来予測は、現在において入手可能な情報に基づく当社の判断による内容であり、多くの不確実性が含まれます。

そのため、将来の様々な環境や要因の変化によっては実際の業績等は記載されている内容と大きく異なる場合があることをご承知おき下さい。