

2026年3月期 第1四半期決算説明資料

2025年8月13日



成長戦略

業績ハイライト（2026年3月期 第1四半期）

業績予想（2026年3月期）

Appendix

FY2026 3つの成長戦略

1 既存事業の収益性向上

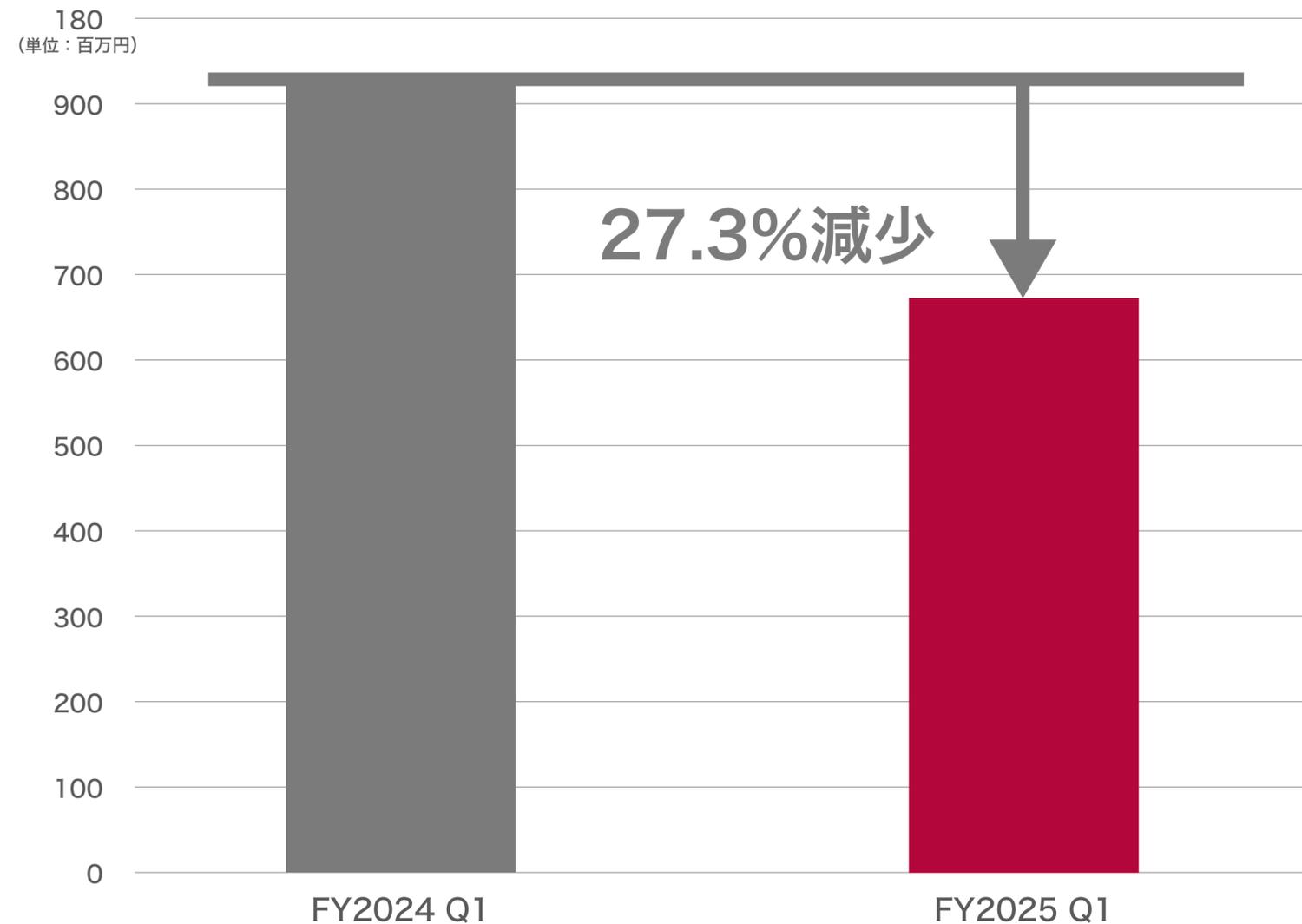
2 海外展開の加速

3 新規事業の創出

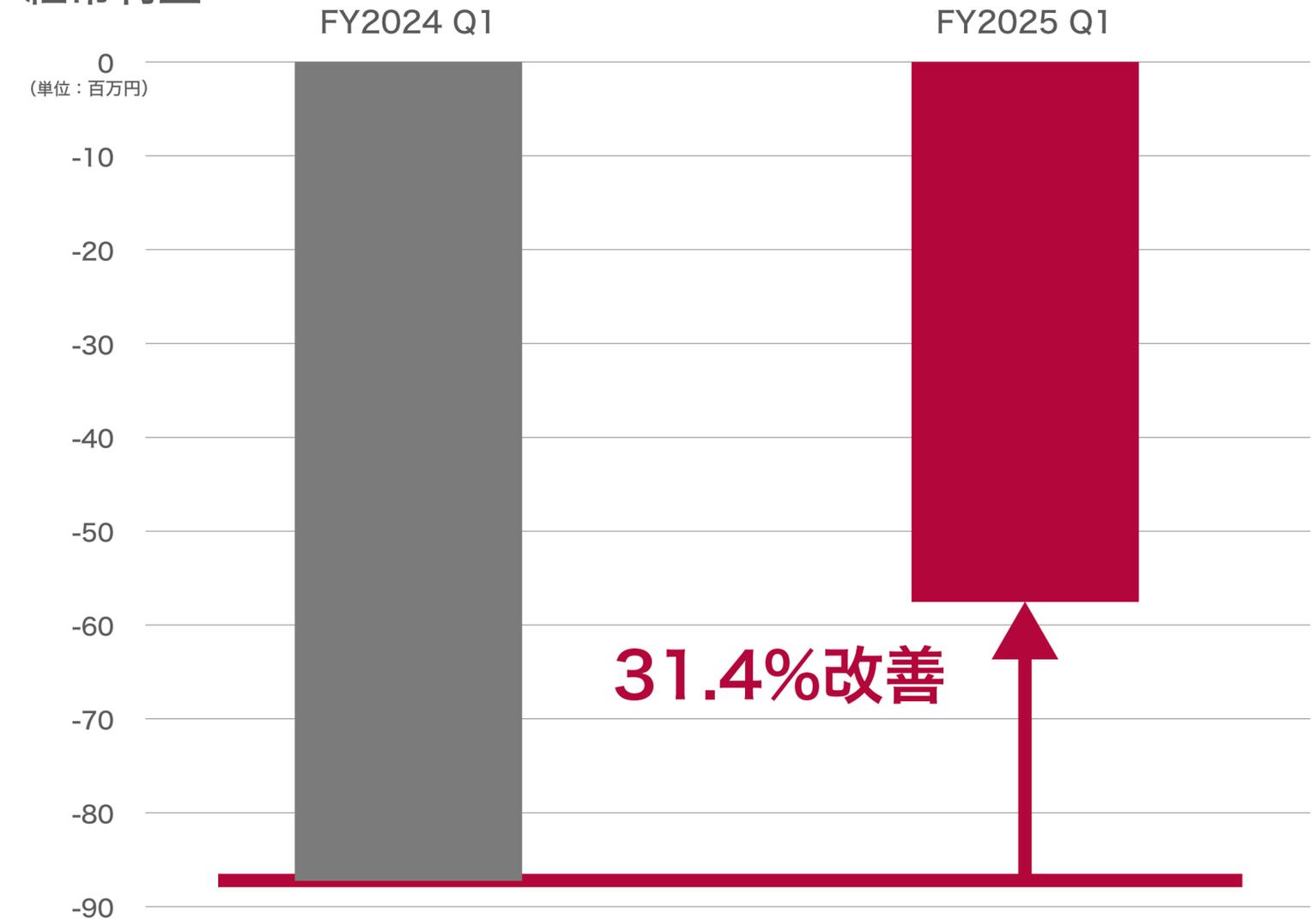
収益性重視の戦略転換による収益改善フェーズへの移行

- 収益性重視の方針のもと販管費を戦略的に抑制した結果、前年同期比売上高は27.3%減少
- コスト最適化と収益性改善により前年同期比で赤字幅は31.4%縮小、継続的な改善が進行中

売上高



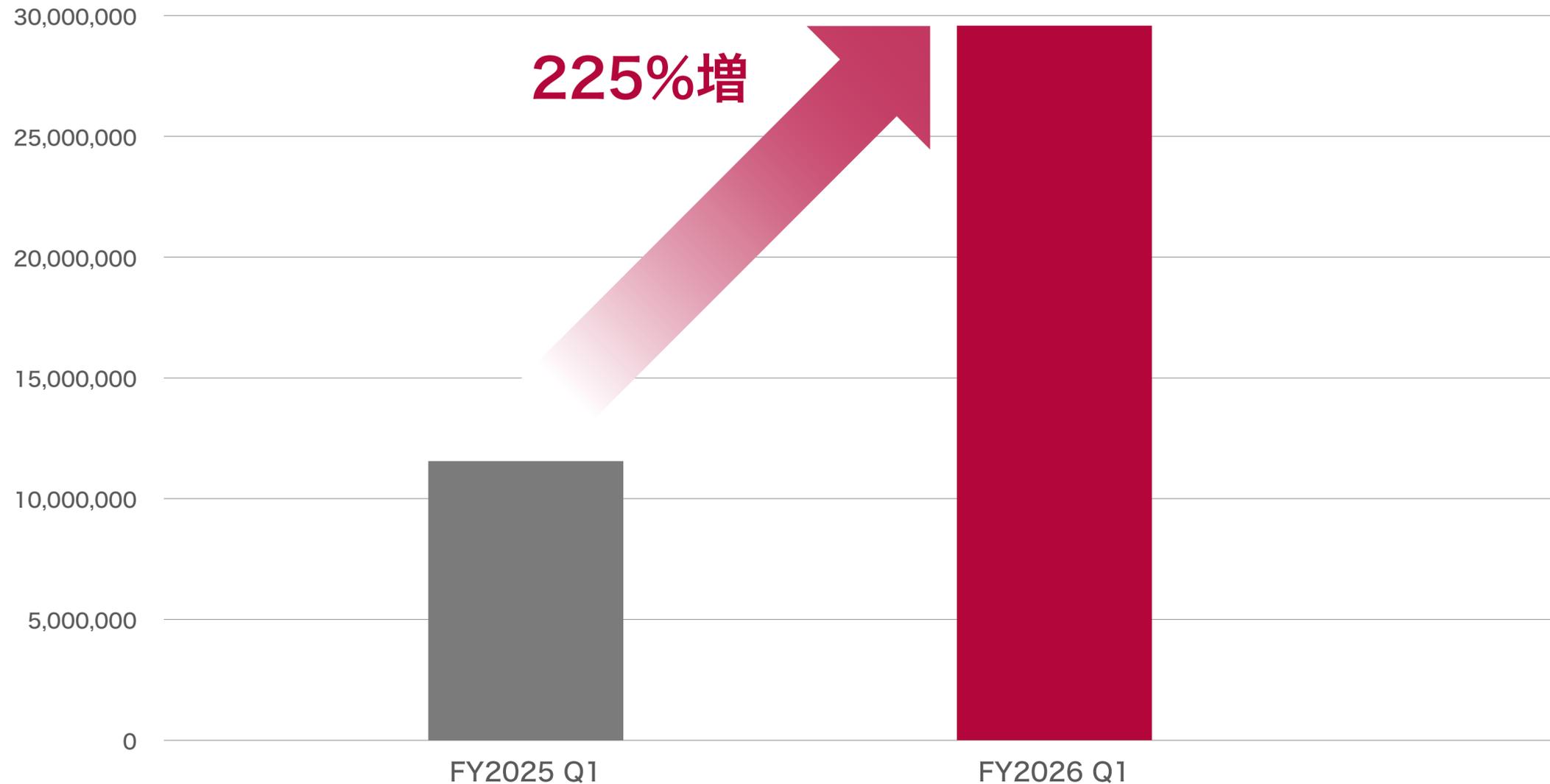
経常利益



海外展開が奏功し、売上高は前年比225%の大幅増加

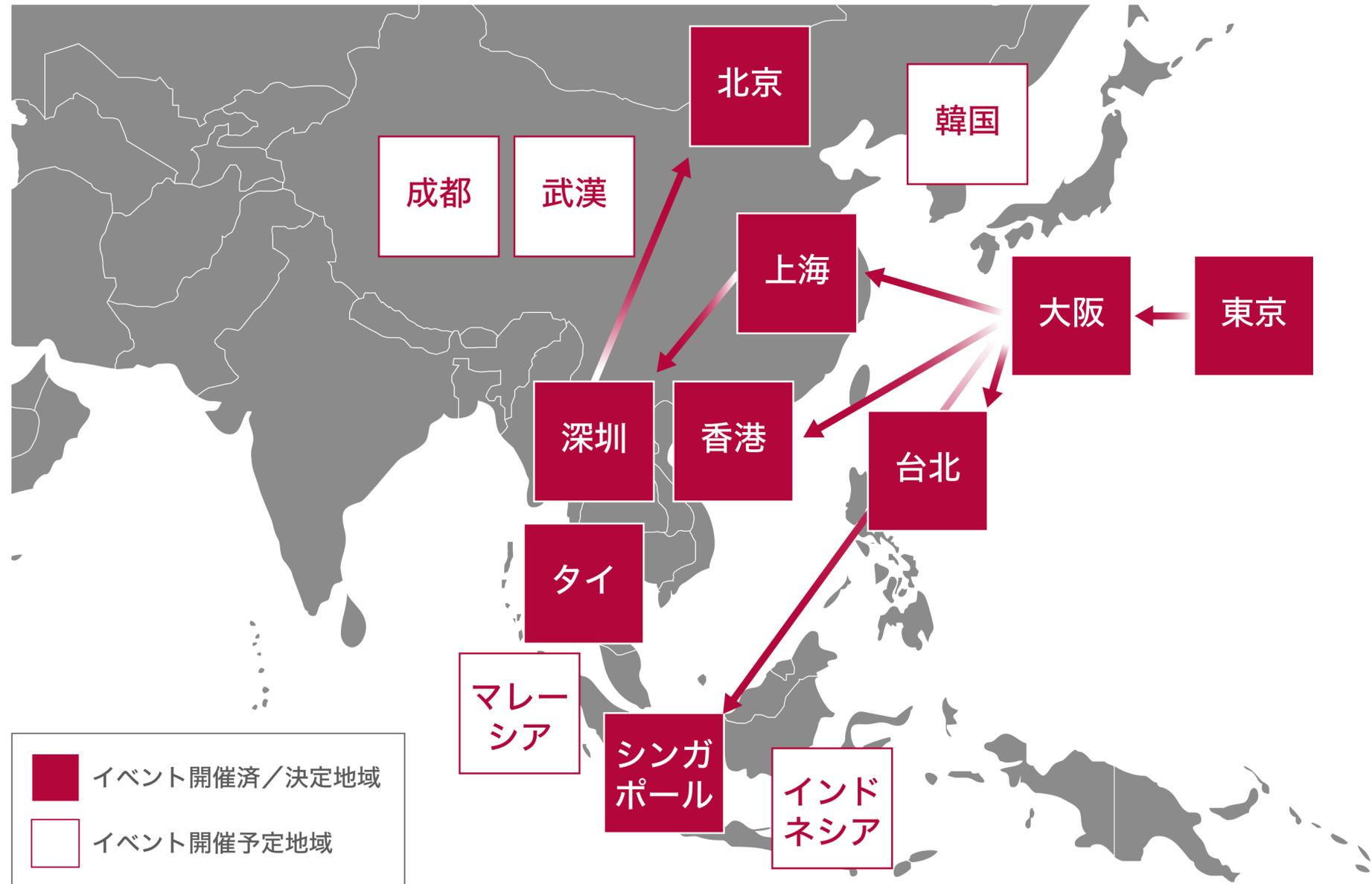
中華圏(中国本土/香港/台湾)を中心とした現地パートナーとの更なる連携強化により、海外事業が拡大
今後も新規エリア展開と収益性向上による持続的成長の見込み

海外事業売上高



当社独自イベントの海外巡回によるスケラブルな収益モデル

日本発の自社企画イベントをアジア主要都市へ巡回展開し、収益のスケラビリティを確保。
 現地ニーズに応じた商品・演出で再利用性を高め、高収益モデルとして横展開を加速。



上海でのコラボカフェ実施事例



©KOU YONEDA/TAIYOHTOSHO

コラボ店舗「ふるいち×マンガ展」台湾に2025年7月12日オープン

概要

2025年7月12日、台湾・西門町に
テイツー社との共同店舗を初出店。
『ふるいち×マンガ展』として、ホビー商材と
マンガ・アニメグッズを融合した新業態を展開。

目的

日本のカルチャーに対する高い関心を背景に、
台湾市場での収益基盤の構築を目指す。
両社の商材・顧客基盤を活かし、
相互送客・販路拡大によるシナジーを創出。

展望

第1号店の成果を踏まえ、台湾内および
他アジア地域への多店舗展開を検討。
アジア市場における両社ブランドの認知向上と
プレゼンス強化。



世界的人気イベント「The Big Bounce」の国内事業を始動

世界で累計100万人超動員の「The Big Bounce」の日本正規代理店として当社が認定されました。全国巡回ツアーを展開し、人気IPとのコラボや商業施設との連携を通じて、イベント事業の成長を加速させてまいります。



※現時点でのイベント開催は未定ですが、決定次第速やかにお知らせいたします。

成長戦略 | 新規事業の創出



暗号資産投資事業への参入

当社は、今後の成長戦略の一環として、拡大する暗号資産市場を中長期的な視点で捉えデジタルアセット領域への取り組みを段階的に強化してまいります。

具体的には、以下の取り組みを中心に展開を予定しております。

- 暗号資産(ビットコイン等)への投資・保有を通じた資産の多角化および価値保全
- 暗号資産およびブロックチェーン技術を活用した既存事業の高度化と新規事業の創出

また、本事業に係る初期投資額として、約5億円を見込んでおります。

時期	事項	概要
2025年7月8日	適時開示	「暗号資産投資事業への参入」を開示
2025年7月～	実行体制整備	社内体制構築(「デジタルアセットグループ」の新設)
2025年8月31日	臨時株主総会基準日	臨時株主総会招集のための基準日
決定次第開示	臨時株主総会開催	定款変更(事業内容に暗号資産投資事業を追加)
決定次第開示	投資実行開始	段階的な暗号資産取得、定期報告の開始

暗号資産投資事業詳細につきましては、2025年7月8日付け適時開示「新たな事業(暗号資産投資事業)の開始に関するお知らせ」をご参照ください。

臨時株主総会詳細につきましては、2025年8月13日付け適時開示「臨時株主総会招集のための基準日設定に関するお知らせ」をご参照ください。

エンターテインメント×暗号資産による新たなビジネスの創出

暗号資産、ブロックチェーン、NFT等を活用し、エンタメビジネスをデジタル経済圏に接続。
リアル体験とデジタル価値の融合を通じて、新たな収益モデルを構築します。



エンターテインメントビジネス

- ・既存屋内イベント運営
- ・新規大型屋外イベント運営
- ・当社限定ライセンスグッズ製造販売



暗号資産
ブロックチェーン
NFT

次世代型ビジネスの創出

グロースパートナーズ社との事業提携及び資金調達による成長戦略の遂行



資本提携の概要

- ・無担保転換社債型新株予約権付社債 (3億円)
- ・新株予約権 (3億円)

業務提携の概要

- ・成長戦略における経営基盤強化と企業価値向上の推進
- ・同社の豊富な経営支援ノウハウとハンズオン型の伴走支援を活用し、戦略実行力を強化

今後の展望

- ・既存事業の選択と集中を図ると同時に、海外展開・新規事業・M&A戦略を推進
- ・調達資金を活用し、成長ドライバーである海外事業の拡大を加速
- ・財務面・戦略面双方からの支援により、EC事業の黒字体質への転換と持続的成長の実現

グロースパートナーズ について

成長企業に対する資本参加および経営支援を通じて、中長期的な企業価値の向上実績を有する戦略ファーム。戦略立案、財務・資本政策、M&A、組織改革、IR強化に至るまで、経営課題に対する総合的なハンズオン支援により上場企業を含む多数のパートナー企業との協業実績を有しています。

創業20周年記念特別株主優待の実施に関するお知らせ



主旨

当社は、2025年8月13日開催の取締役会において、以下のとおり、創業20周年（設立：2005年7月29日）を記念して特別株主優待を実施することを決議いたしましたので、お知らせいたします。

内容

対象者	2025年9月30日及び2026年3月31日現在の当社株主名簿に記載または記録されている1,500株（株式分割前300株）以上を保有の株主様のうち、継続して6か月以上保有する方を対象とします。 ※継続して6か月以上保有する株主様とは、2025年9月30日及び2026年3月31日の当社株主名簿に、同一株主番号で2回連続して1,500株（株式分割前300株）以上の保有が記載または記録されている株主様といたします。
優待内容	対象となる株主様に対して、お一人様一律QUOカード（クオカード）30,000円分を贈呈いたします。
贈呈時期	2026年6月上旬に発送予定

詳細につきましては、2025年8月13日付け適時開示「創業20周年記念特別株主優待の実施に関するお知らせ」をご参照ください。

継続的に拡大するECと海外事業の成長による企業価値の向上

事業規模

1 自社既存事業によるオーガニックな成長

EC、イベントを中心とした既存事業においてこれまで培ったノウハウ、リソースを活かし持続的な成長を目指す

2 有力な同業他社との連携によるビジネス領域の拡大

戦略的なパートナーシップを通じた技術、ノウハウ、リソースの相互活用により成長の機会を追求する

3 M&Aによる新規領域、海外展開の本格化

サービスの多様化や市場拡大を目的としたM&Aにより国内外での競争優位性を向上させる

3

2

1

成長戦略

業績ハイライト（2026年3月期 第1四半期）

業績予想（2026年3月期）

Appendix

2026年3月期第1四半期 エグゼクティブサマリ

売上高

681百万円

前年同期比

△255百万円(△27.3%)

経常利益

△59百万円

前年同期比

+27百万円

- ・ イベント売上は店舗実施の各催事平均売上が苦戦し減収（前年同期比△17.9%）
- ・ ECサービスは紙コミック市場停滞の影響を受け減収（前年同期比△31.8%）
- ・ 利益構造の改善により前年同期より赤字幅が27百万円縮小

2026年3月期第1四半期 連結決算サマリー [前期比]

イベント売上は店舗実施の各催事平均売上が苦戦、ECサービスは広告宣伝費を大きく抑制し**前期比減収**
利益構造の改善により前年同期より赤字幅が縮小

(単位：百万円)	2025年3月期 1Q	2026年3月期 1Q	前期差	前期比
売上高	936	681	△255	△27.3%
EC*	787	537	△250	△31.8%
イベント	135	111	△24	△17.9%
新規・海外	13	32	19	239.5%
経常利益	△86	△59	27	—
経常利益率	—	—	—	—
当期純利益	△88	△61	26	—

*デジタルコンテンツ配信サービス及び物流業務委託売上については、中期計画上の成長サービスと位置付けておらず、相対的な売上規模が僅少な為、本資料においては、ECサービスに同売上を含め、成長サービスと位置づけるイベントサービス、新規・海外事業と3種のサービスに分けて開示しております。

2026年3月期 第1四半期 連結決算概況 [予算比]

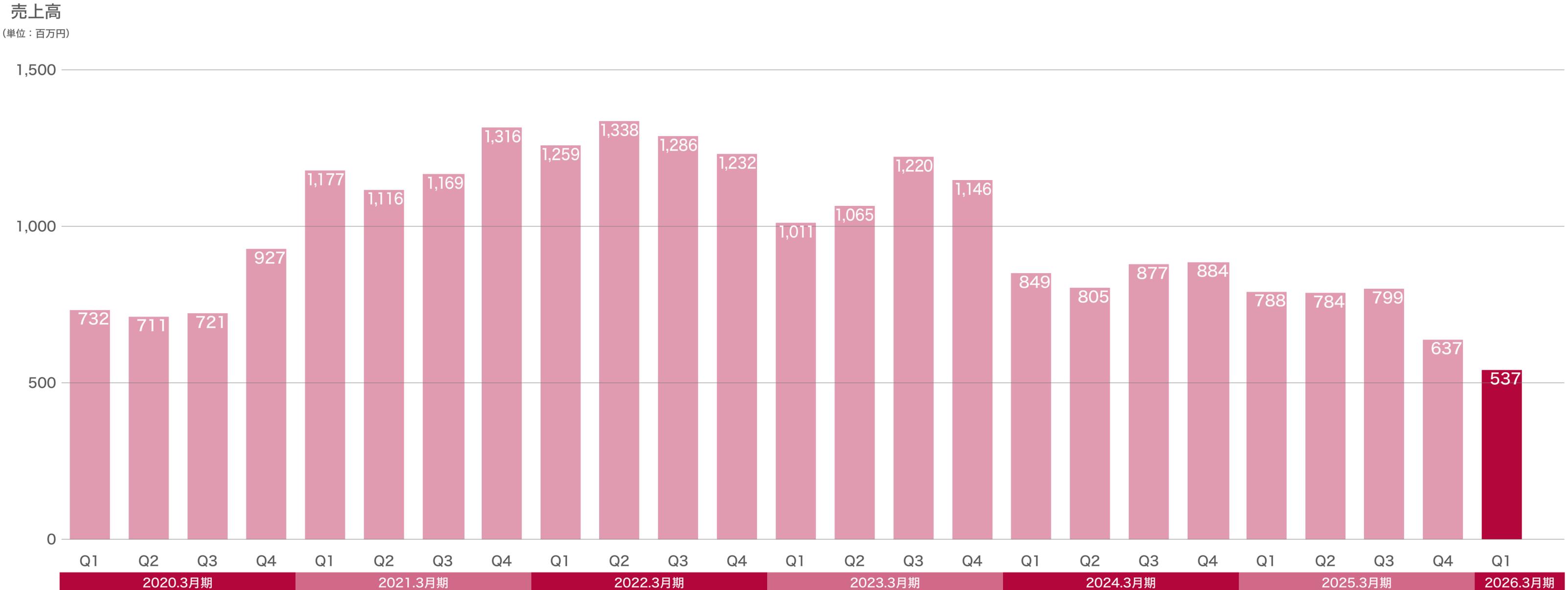
収益構造の見直しに伴い、採算性を重視した結果、売上高は当初予想を下回る水準となり、
販管費は抑制できたものの、売上減の影響が大きく、収益は予算を下回りました

(単位：百万円)	2026年3月期1Q予算	2026年3月期1Q実績	予算差	予算比
売上高	884	681	△203	△23.0%
EC*	670	537	△133	△19.9%
イベント	161	111	△50	△31.1%
新規事業	52	32	△19	△37.7%
経常利益	△20	△59	△39	—
経常利益率	—	—	—	—
当期純利益	△20	△61	△41	—

*デジタルコンテンツ配信サービス及び物流業務委託売上については、中期計画上の成長サービスと位置付けておらず、相対的な売上規模が僅少な為、本資料においては、ECサービスに同売上を含め、成長サービスと位置づけるイベントサービス、新規・海外事業と3種のサービスに分けて開示しております。

サービス別 売上高 [ECサービス]

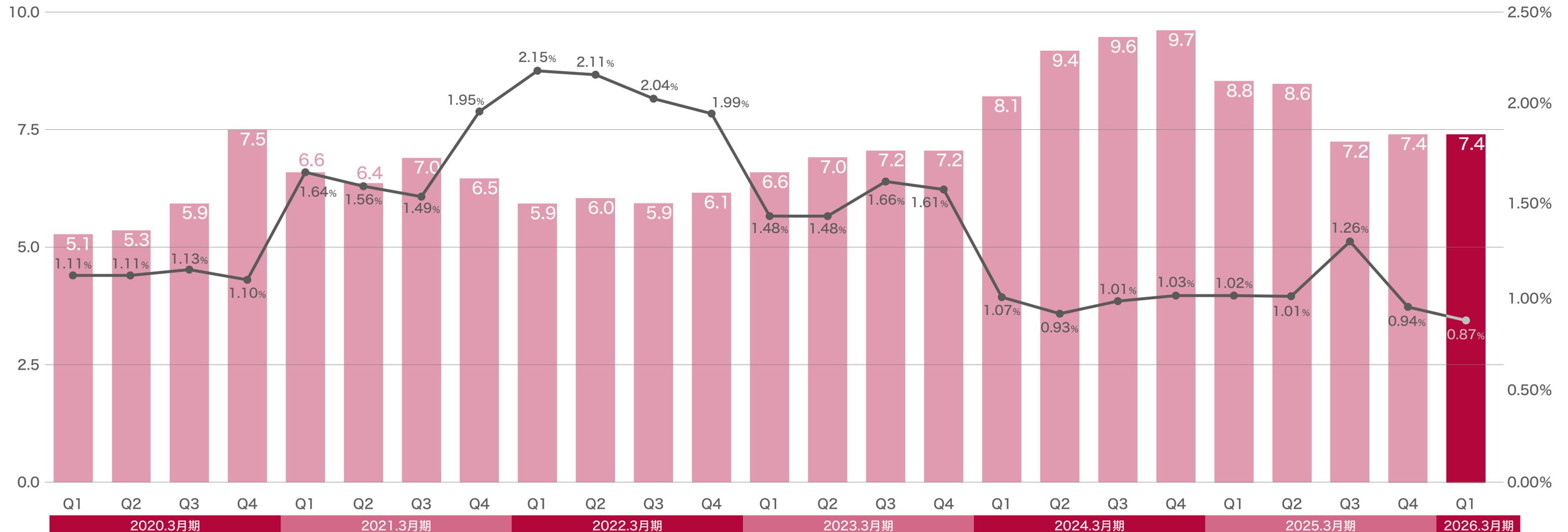
各ECモールの営業利益の最大化を目的にポイント・広告宣伝費を大きく抑制し売上水準は減少



KPI ユーザー数 / 購買率 [ECサービス/紙]

ユーザー数、購買率ともに前四半期水準を継続。
販促費を大きく抑制している中でも、サービス利用者を維持。

ユーザー数 (単位: 百万人) ■ : ユーザー数
— : 購買率



重要指標評価 [ECサービス/紙]

利用者数	購買率	購買単価
710万人	1.0%	8,500円
<div style="border: 2px solid #c00000; border-radius: 50%; padding: 10px; display: inline-block;"> <p>達成 740万人 +30万人</p> </div>	<div style="border: 2px solid #c00000; border-radius: 50%; padding: 10px; display: inline-block;"> <p>未達成 0.87% -0.13pt</p> </div>	<div style="border: 2px solid #c00000; border-radius: 50%; padding: 10px; display: inline-block;"> <p>未達成 7,418円 -1,082円</p> </div>

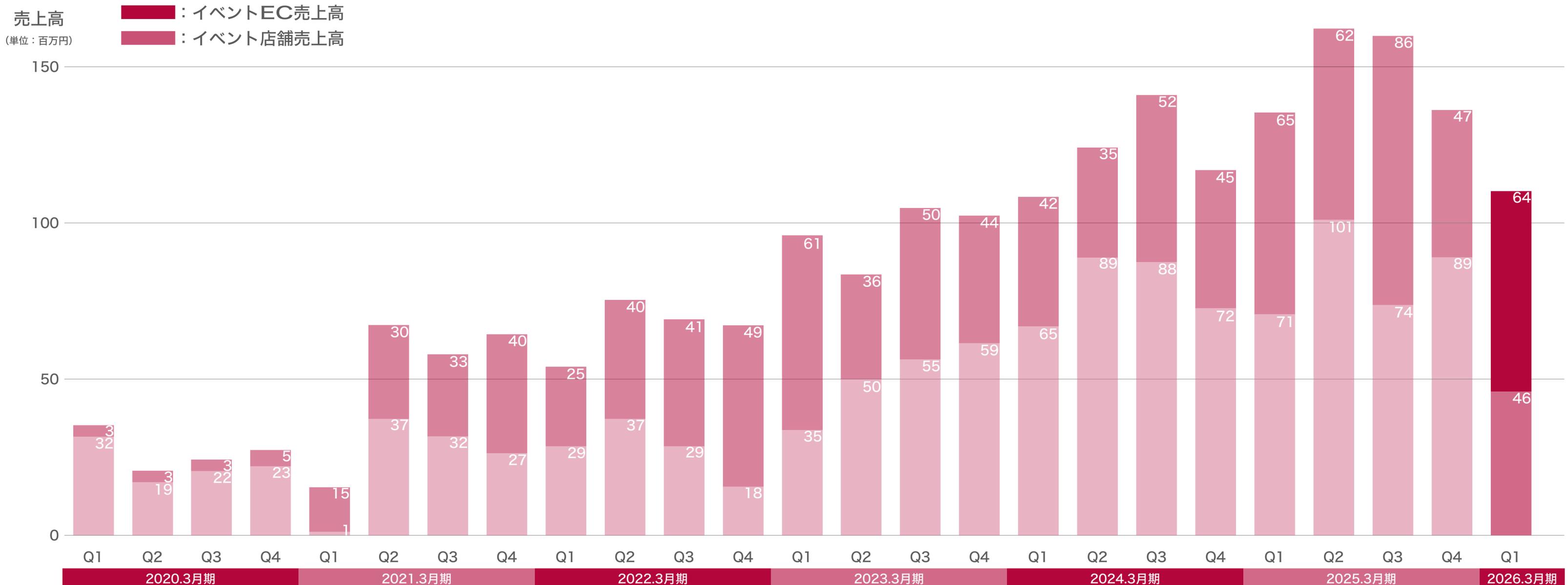
売上高販売促進費* 比率 5.5%未満 ※広告宣伝費+購入時付与ポイント

達成
4.82%
-0.68%

	2025年4月	2025年5月	2025年6月
売上高販売促進比率	5.31%	5.04%	4.11%
YoY	-0.96pt	-1.18pt	-2.01pt

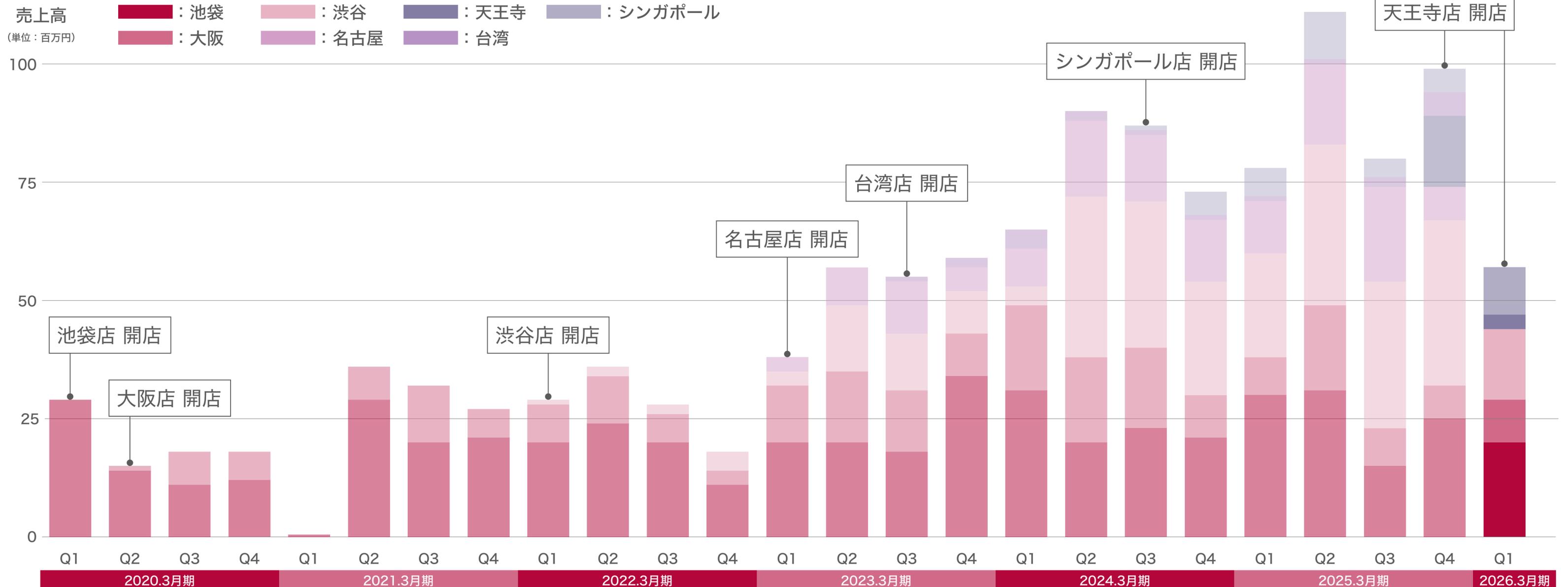
サービス別 売上高 [イベントサービス]

四半期売上1億円は維持したものの、店舗実施の各催事平均売上が苦戦。
売上規模向上が期待できるIP獲得営業活動を強化。



店舗別 売上高 [イベントサービス]

渋谷・天王寺店の各物販催事が想定より売上規模が低調に進捗。
BLコンテンツ実写映像化作品が減少し、想定売上に届かず。



重要指標評価 [イベントサービス]

店舗

QoQ **-48.3%**
YoY **-35.1%**

当社催事主力IP「BL映像化作品」の2025年4-6月クールの作品放映が大幅に減少し、店舗売上の積み上げに大きく苦戦。

7月クールより多数映像化作品の取り組みが再開されたことで、第2四半期移行の売上回復に注力。

また放映スケジュール等の売上影響を緩和すべく、商品化企画リソースを活用し商品化OEM受託の営業活動を推進。

EC

QoQ **+38.0%**
YoY **±0%**

前四半期受注分を含めた商品出荷が促進され、売上高は高水準で着地。

店舗売上補填ならびに継続的なEC売上の積み上げを目的にオンラインくじのIP獲得と商品リリースを今下期以降の積極リリースを目指し組織内営業体制をシフト。

重要指標評価 [新規・海外]

商品開発・卸販売

テイツー社をはじめとする協業拡大寄与が期待される複数事業において、単独事業化を目指しサービス規模拡大フェーズ。

【コミックス卸店舗拡大により販路拡大】

テイツー社運営「ふるいち」店舗でのコミック全巻販売取扱い店を30店舗から51店舗に拡大

【トレカ事業】

渋谷店舗を活用したインバウンド向け販売は継続的に一定売上を維持しているが、大きな売上成長事業には至っていない。

【買取サービス】

当社内での買取から既存ECサイトを活用した販売までのスキームを構築し、運用中。今後の主たる事業となり得るか状況判断。

海外

弊社日本国内実施催事の継続卸開催・巡回が実現。

中国(上海・深圳・北京)、香港、タイと複数国・地域、複数IPでの継続的な案件化を進行。売上拡大と当社リソースの最大化を目的に、イベント事業催事の海外同時展開を前提とした営業活動を強化中。

テイツー社との共同運営初店舗として台湾店が今四半期内のオープンから2週間遅れて7月12日開店。

初月売上は旧台湾店の月次最高売上を200%以上更新する堅調なスタート。

販管費増減サマリー [上位7費目の増減]

利益構造改善により主たる流動費（オンラインショップ運営費、荷造運賃、支払手数料等）が
前年同期に比べ大幅に減少し、販管費全般は前年同期比において減少となった。

(単位：百万円)	2025年3月期 第1四半期	2026年3月期 第1四半期	前期同期比
販管費	416	315	△24.3%
人件費（報酬・給与・雑給・法定福利費）	135	110	△18.7%
オンラインショップ運営費	73	44	△39.7%
荷造運賃	48	35	△27.1%
支払手数料	34	23	△32.4%
地代家賃	28	27	△3.6%
サーバー費	11	8	△27.3%
販売促進費	14	15	+7.1%
その他	67	47	△29.9%

BS概況

社債の発行により自己資本比率は50%を下回るも、今後の**事業拡大に十分な運転資本を確保**

(単位：百万円)	2024年3月期末 実績	2025年3月期末 実績	2026年3月期 1Q実績	前期末比増減額	備考
流動資産	1,593	1,408	1,540	+131	
現金及び預金	606	634	824	+190	社債発行により増加
売掛金	294	207	195	△11	売上減少
商品	589	512	456	△55	在庫減少
固定資産	260	64	64	△0	
総資産	1,853	1,473	1,604	+131	
負債	957	667	860	+193	
買掛金	285	199	138	△56	仕入減少
有利子負債	416	259	535	+275	銀行借入返済、社債の発行
純資産	896	805	743	△61	
自己資本比率	48.2%	54.6%	46.3%	△8.3pt	社債発行により減少

成長戦略

業績ハイライト（2026年3月期 第1四半期）

業績予想（2026年3月期）

Appendix

2026年3月期連結業績予想及び第1四半期進捗

イベントサービスでは期間限定の物販店舗を各地で展開し販路を拡大、
海外事業では当社独自イベントを海外に巡回して売上増加。
ECは市場の停滞を受け売上高減収を見込むが、コスト構造を見直して改善を行う。

(単位：百万円)	2025年3月期実績	2026年3月期予想	前期比	2026年3月期1Q実績	進捗率
売上高	3,677	3,750	+2.0%	681	18.2%
EC*	3,007	2,723	△9.4%	537	19.7%
イベント	593	695	+17.2%	111	16.0%
新規・海外	77	332	+331.2%	32	9.6%
売上総利益	1,333	1,477	+10.8%	247	16.7%
営業利益	△260	△5	—	△67	—
経常利益	△264	△15	—	△59	—
経常利益率 (%)	—	—	—	—	—
当期純利益	△445	△22	—	△61	—

*デジタルコンテンツ配信サービス及び物流業務委託売上については、中期計画上の成長サービスと位置付けておらず、相対的な売上規模が僅少な為、本資料においては、ECサービスに同売上を含め、成長サービスと位置づけるイベントサービス、新規・海外事業と3種のサービスに分けて開示しております。

中期経営計画の見直しについて

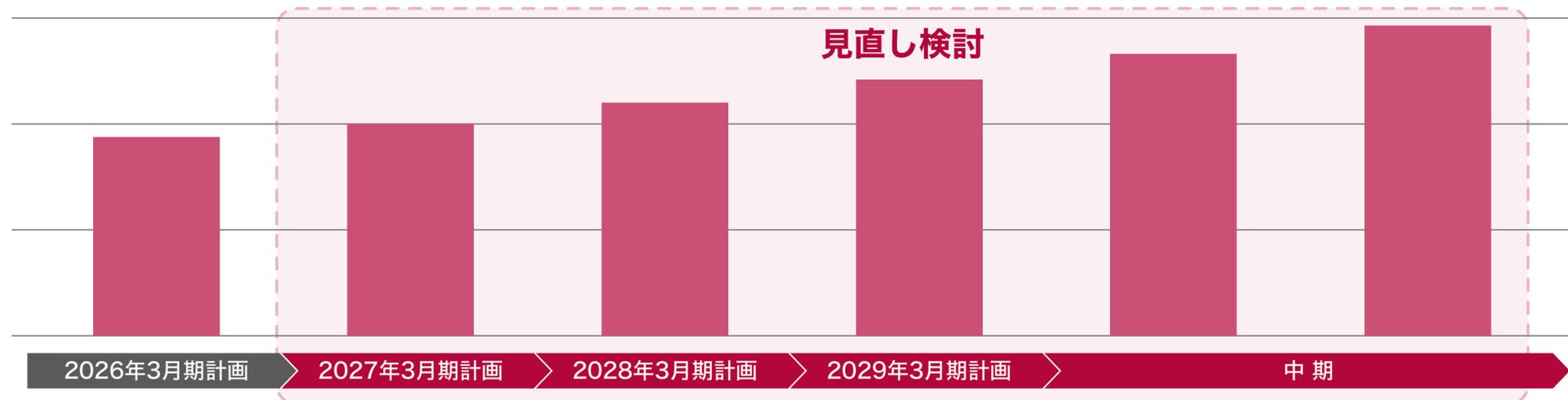
現在、当社は事業環境の変化を踏まえ、中期経営計画の見直しを進めております。
新たな方針は内容が固まり次第、速やかに開示いたします。

見直しの背景

- コロナ禍収束後の想定以上のコミック市場停滞による、主力であるEC事業の成長戦略の抜本的見直し
- 持続的成長が見込まれるイベント事業および海外展開への経営資源の戦略的集中
- グロースパートナーズ社との資本業務提携による成長戦略・経営改革の再構築の推進
- **新しい事業(暗号資産投資事業)を組み込んだ成長戦略の再構築**



前期からの取り組みにより収益性の改善と早期黒字化を推進。既存事業の深化に加え、パートナー連携およびM&Aによる成長基盤の多層化を図ることで、持続的な事業拡張を実現し、企業価値の最大化を目指す。



成長戦略

業績ハイライト（2026年3月期 第1四半期）

業績予想（2026年3月期）

Appendix

会社概要

会社名

株式会社 TORICO

設立

2005年

国内店舗数

4 店舗^{*3}

VISION

世界を**虜**にする

従業員数

143名^{*1}

海外店舗数

2 店舗^{*3}

MISSION

世界に“**楽しみ**”を増やす

売上高

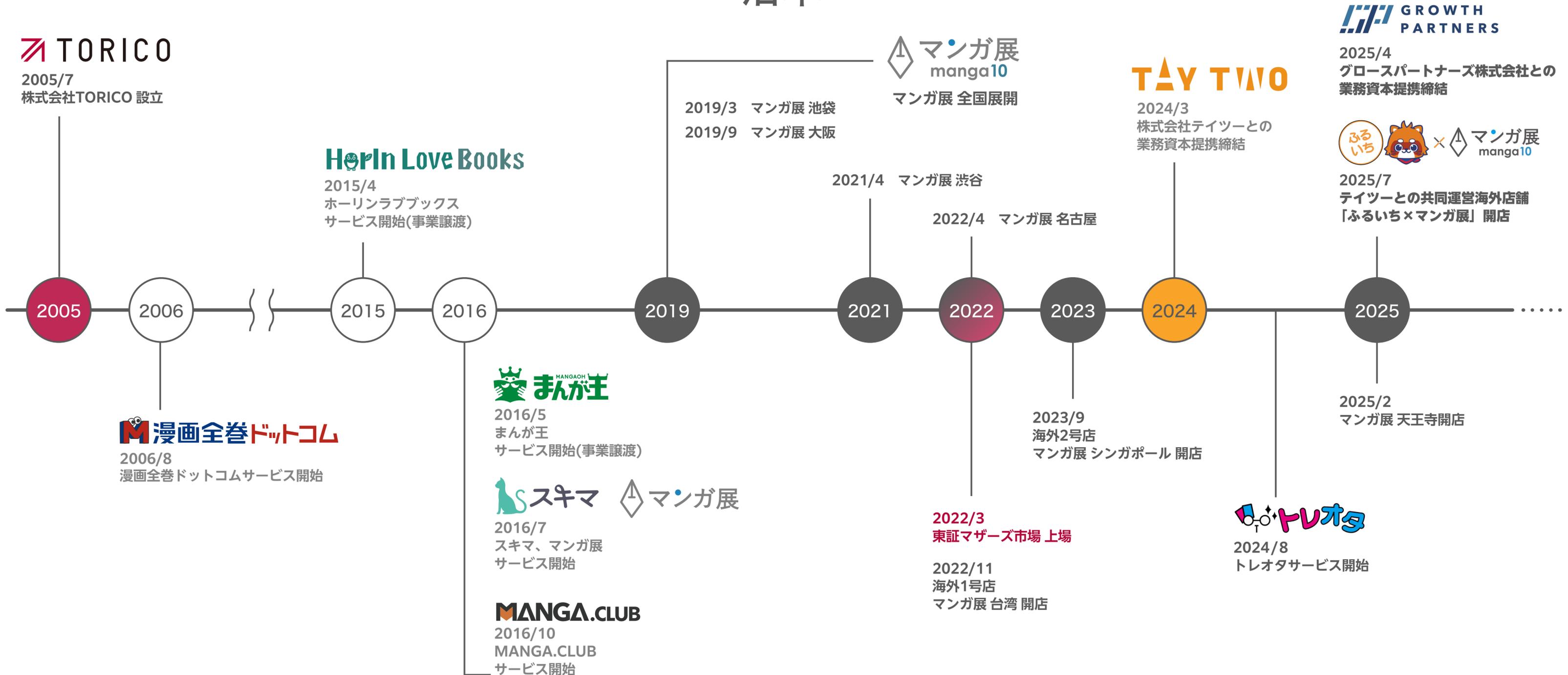
37億円^{*2}

海外拠点数

2 拠点^{*3}

*1 契約社員、アルバイト等の臨時雇用者を含む *2 2025年3月期売上高 *3 2025年7月末時点

沿革



サービス概要

サービス領域	主なサービス	販売形態	サービス概要
EC	 	紙 デジタル	漫画全巻セット販売に特化した EC サイト コミックの嗜好に合わせた特化型 EC サイト
	 	デジタル(国内) デジタル(海外)	45,000 冊以上の電子コミックを無料配信 英語版コミックを世界中に配信
		トレーディングカード	中古/新品トレーディングカードに特化したECサイト オリパガチャ「トレオタガチャ」を展開
イベント	 東京(池袋・渋谷) 大阪(大阪・天王寺) 台湾・シンガポール	飲食 / グッズ(店舗) グッズ(EC)	マンガ・アニメイベントを企画運営 当社限定グッズを店舗 / EC で販売

*デジタルコンテンツ配信サービス及び物流業務委託売上については、中期計画上の成長サービスと位置付けておらず、相対的な売上規模が僅少な為、本資料においては、ECサービスに同売上を含めて開示しております。

ECサービス概要

M 漫画全巻ドットコム

概要

- 1巻から最終巻までの全巻セットのみを販売する EC サイト
- 最新コミックから往年の名作までを簡単購入
- 最短当日発送

男女比^{*1}

男性：58%	女性：42%
会員数	528,903 (2025年3月末時点)
MAU ^{*2}	222,422 (2025年3月)
平均購入単価	8,966円 (2025年3月)



出版社とのリレーションを活かした当社限定ノベルティ



進撃の巨人 ©諫山創/講談社 ドラゴン桜2 ©三田紀房/cork ブルーピリオド ©山口つばさ/講談社

*1 2025/3期にアクセスしたユーザーから算出 (Google Analytics>ユーザー属性の概要>性別) *2 「Monthly Active Users」の略で1ヶ月に1回以上サービスにアクセスしたユーザーの数

デジタルサービス概要



概要

- 日本語の電子コミックを配信
- 収益モデル
 - ①無料閲覧+広告 ②有料配信
- **Read to Earn** 閲覧によってポイントが貯まる機能を追加

男女比*

男性：57%	女性：43%
会員数	2,454,000 (2025年3月末時点)
MAU*	211,000 (2025年3月)
平均購入単価	4,033円 (2025年3月)
閲覧国数	145カ国/地域 (2025年3月期)

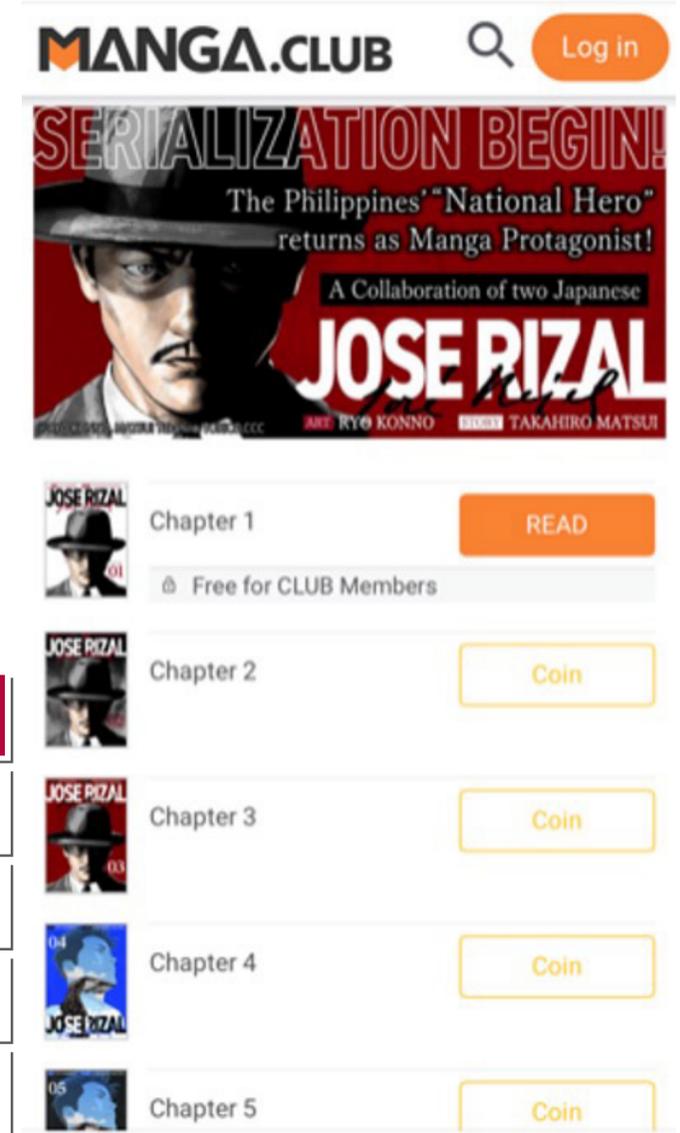


概要

- 英語版の電子コミックを世界中に配信
- 収益モデル
 - ①無料閲覧+広告 ②有料配信

男女比*

男性：37%	女性：63%
会員数	915,100 (2025年3月末時点)
MAU*	106,000 (2025年3月)
平均購入単価	1,864円 (2025年3月)
閲覧国数	232カ国/地域 (2025年3月期)



ザ・ファブル ©南勝久/講談社 ウロボロス ©神崎裕也/新潮社 いつかティファニーで朝食を ©マキヒロチ/新潮社 宇宙兄弟 ©小山宙哉/講談社 炎炎ノ消防隊 ©大久保篤/講談社 女子高生に殺されたい ©古屋兎丸/新潮社 ヒル・ツー ©今井大輔/新潮社 グ・ラ・メ~大宰相の料理人~ ©大崎充/新潮社 青野くんに触りたいから死にたい ©椎名うみ/講談社

*2025/3期にアクセスしたユーザーから算出 (Google Analytics>ユーザー属性>性別)

イベントサービス概要

マンガ展 manga10

店舗

国内4店舗、海外2店舗の常設店舗にて
1コンテンツ約2週間の
期間限定イベントを毎月2回程度実施
店内にて

- マンガ原画展示
- コラボフード / ドリンク提供
- 当社限定グッズ販売
等を実施

EC

限定グッズを国内外に販売 / 発送

男女比*

男性 : 30%	女性 : 70%
店舗平均顧客単価	3,865円 (2025年3月期)
EC平均顧客単価	7,431円 (2025年3月期)



©文乃ゆき/プランタン出版 ©青月まどか「熱愛プリンス お兄ちゃんはキミが好き」 宙出版 ©「マイストロベリーフィルム」製作委員会・MBS
©「25時、赤坂で」製作委員会 ©金城宗幸・ノ村優介・講談社/「ブルーロック」製作委員会 ©鯛野ニッケ/ソルマーレ編集部
©つるまいかだ/講談社 ©「天官賜福」 哔哩哔哩漫画/墨香銅臭/晋江文学城/STARember

* 2025/3期にマンガ展サイトにアクセスしたユーザーから算出 (Google Analytics>ユーザー属性>性別)

株式分割について

主旨

当社は、2025年8月13日開催の取締役会において、以下のとおり、当社株式の投資単位当たりの金額を引き下げることにより、投資家の皆様が当社株式により投資しやすい環境を整え、当社株式の流動性の向上と投資家層の拡大を図ることを目的に、株式の分割および定款の一部変更を行うことについて決議しました。

分割の方法

2025年8月31日(日) (当日は株主名簿管理人の休業日につき、実質的には2025年8月29日(金)) を基準日とし、同日最終の株主名簿に記録された株主の所有普通株式1株につき5株の割合をもって分割いたします。

分割により増加する株式数

①株式分割前の発行済株式総数	1,774,100株
②今回の分割により増加する株式数	7,096,400株
③株式分割後の発行済株式総数	8,870,500株
④株式分割後の発行可能株式総数	18,000,000株

日程

①基準日公告日	2025年8月15日(予定)
②基準日	2025年8月31日(予定)
③効力発生日	2025年9月1日(予定)

※上記の発行済株式数及び増加する株式数は、2025年8月13日現在の発行済株式総数を基準として算出しており、新株予約権の行使等により分割基準日までに増加する可能性があります。

※今回の株式分割に伴い、会社法第184条第2項の規定に基づき、2025年9月1日を効力発生日として、当社の定款の一部(発行可能株式総数)を変更します。

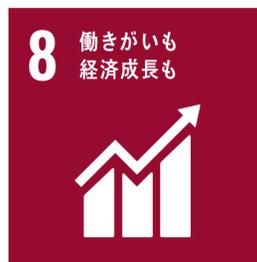
※今回の株式分割に際して、当社の資本金の額に変更はありません。

詳細につきましては、2025年8月13日付け適時開示「株式分割および定款の一部変更に関するお知らせ」をご参照ください。

SDGsへの取り組み



5 ジェンダー平等を
実現しよう



8 働きがいも
経済成長も

女性の活躍推進

更なる女性の活躍推進を目指し、女性が能力を十分に発揮できるような職場環境づくり、キャリア支援を実施していきます。

2025年3月末時点で、女性社員比率は50.0%、女性管理職比率は50.0%です。



5 ジェンダー平等を
実現しよう



10 人や国の不平等
をなくそう

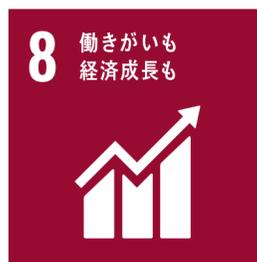
ジェンダー・ペイ・ギャップ（性別による賃金格差）の解消

全ての従業員に対して年齢、性別、国籍に関わらない公平な賃金の支払いに努めるとともに、ジェンダー・ペイ・ギャップの

解消を目指しています。2025年3月末時点で、ジェンダー・ペイ・ギャップは女性：男性=1：1.21です。



4 質の高い教育を
みんなに



8 働きがいも
経済成長も

公平な成長機会の提供

正社員、非正規社員を含めた全ての従業員に対して、各自の能力を十分に発揮できる成長機会の提供と入社時の雇用形態に捉われない

公平な評価を目指しています。2025年3月末時点で、正社員62名中20名(32.8%)が非正規雇用から正社員雇用に移行しています。



12 つくる責任
つかう責任



15 陸の豊かさ
守ろう

持続的な環境への配慮

環境に配慮したサービス・企業活動を通じて、地球環境保全への貢献を目指しています。商品梱包用に使用している段ボールは

原料の93%以上が使用済の段ボールから再利用されており身近なところから実践できる社会貢献を積極的に進めてまいります。

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います。これらの記述は、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、必ずしも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、保証していません。

 TORICO