



UNY Group Holdings

ユニーグループ・ホールディングス株式会社

2016年2月期決算説明会

2016年4月11日

代表取締役社長
佐古 則男

2016年2月期の振り返り

連結業績の概況

総合小売事業の増益に加え、専門店事業の営業赤字幅が縮小
 連結営業利益は前期比10.5%増の増益を達成

(単位：百万円)

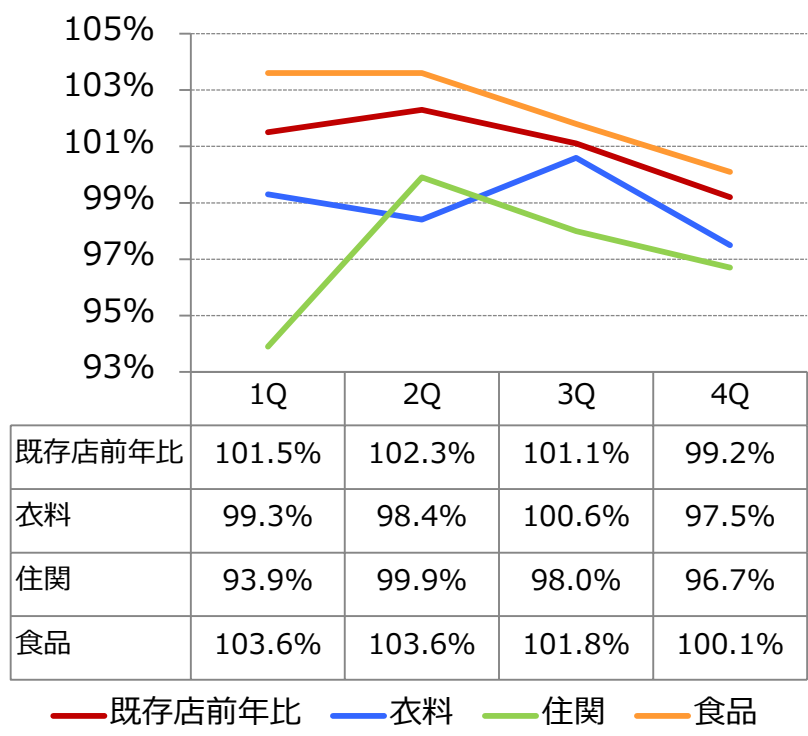
	2016年2月期		主な増減要因
		前期比	
営業収益	1,038,733	101.9%	●ユニーにおける増収 ●サークルKサンクスにおける新規連結子会社2社に伴う増収
営業利益	22,367	110.5%	●ユニーを中心とした総合小売事業の増益 ●金融サービス事業・その他事業の増益 ●専門店事業の営業赤字幅の縮小
経常利益	21,657	105.7%	—
当期純利益	▲2,873	—	●サークルKサンクス及びユニー上海における減損損失の増加 ●さが美等における事業構造改善引当金繰入額の計上

基幹 2 社の概況：ユニー

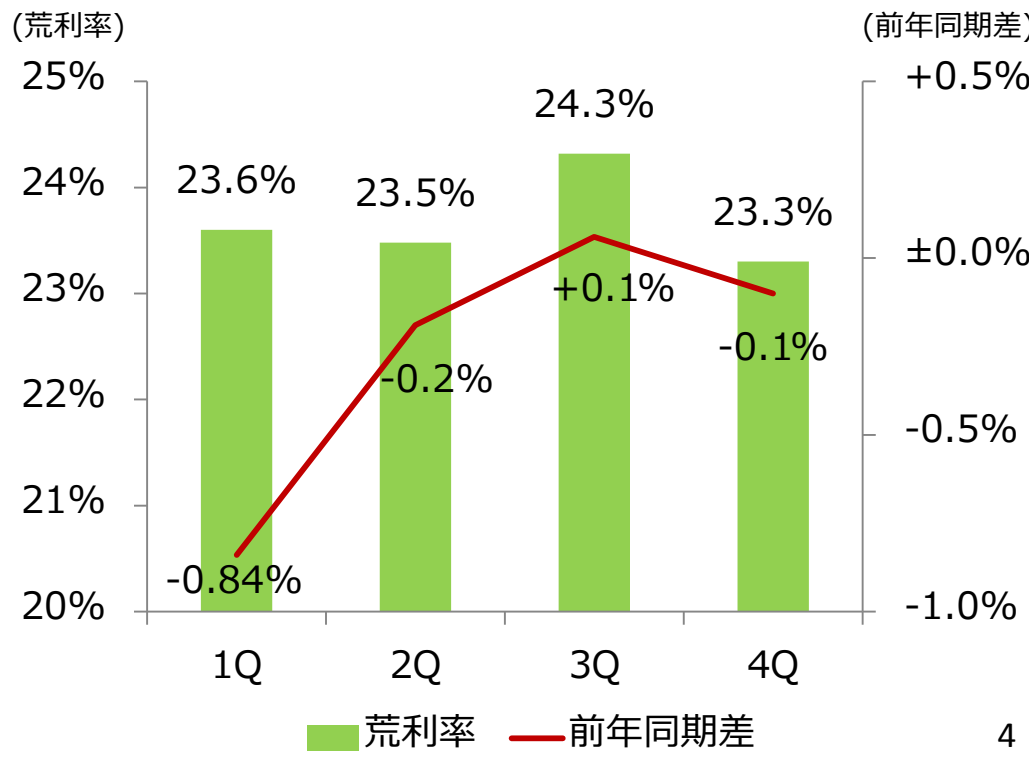
① 既存店前年比・荒利率

既存店売上は、1Qから前年を上回って推移
 荒利率は、2Qから改善傾向だったものの、4Qは暖冬により悪化

● 既存店前年比(曜日調整後)



● 荒利率



②既存店改装(テナント増床)・建替え店舗

アピタ3店舗を次世代型にリニューアルオープン



アピタ飯田店(長野県飯田市)

- ・2015年10月15日グランドオープン
- ・専門店ゾーンを増床し、専門店の売場面積を約3倍に拡大



アピタ磐田店(静岡県磐田市)

- ・2015年11月21日グランドオープン
- ・ピアゴ磐田店をアピタに全面建替え
- ・売場面積を約3倍に拡張。直営売場は約2倍に、専門店売場は4.6倍に増床



アピタ岩倉店(愛知県岩倉市)

- ・2015年12月4日グランドオープン
- ・ピアゴ岩倉店をアピタに全面建替え
- ・売場面積を約2倍に拡張。直営売場、専門店売場は共に約2倍に増床
- ・2階フロアに衣料と住関を集約し、衣・住を1フロアにミックスさせたライフスタイル提案を実施

『ライフスタイル提案』・『五十貨店化』を打ち出し 直営で集客できる強い店舗へ

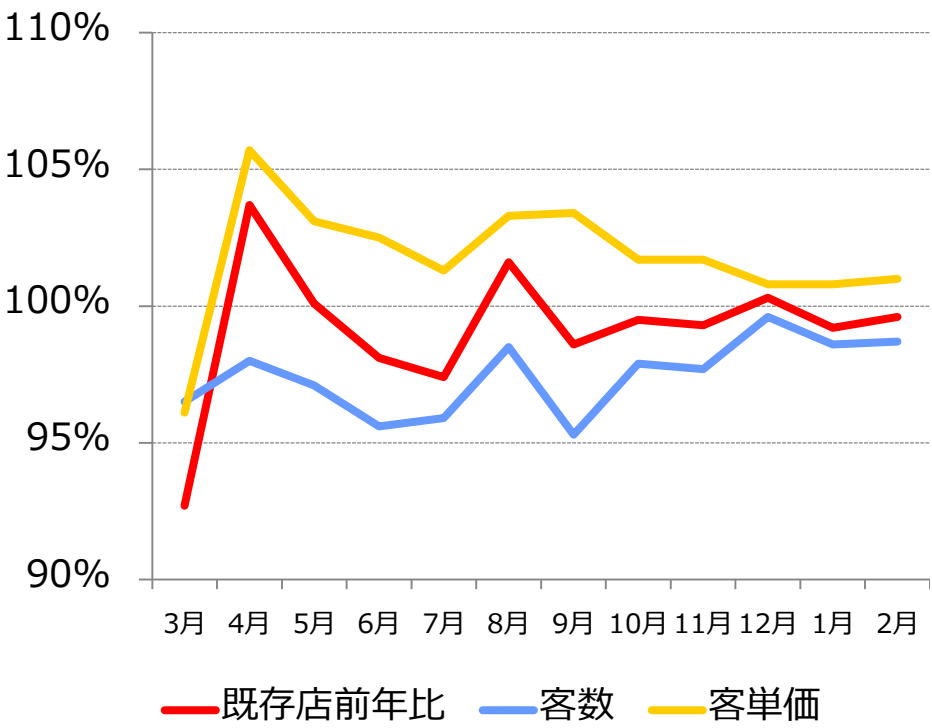


基幹 2 社の概況： サークルKサンクス

①既存店前年比・商品平均値入率

既存店売上は、客単価アップするも客数ダウンにより前年比マイナス
 値入率は、FFの値入率悪化と低値入のサービス伸長により低下

● 既存店前年比(単体)



● 商品平均値入率(単体)

	2016年2月期	
		前期差
ファーストフード	36.8%	▲0.9%
デイリーフーズ	34.0%	▲0.2%
加工食品	38.6%	+0.3%
非食品	14.9%	+0.1%
サービス	5.5%	▲0.1%
全商品計	26.74%	▲0.21%

②商品開発

新規登録アイテム数の削減を進め、一品ごとの商品開発を強化
2015年11月度以降、FF・DFが前年比プラスに転換

●FF・DF日販前年比



2017年2月期 グループ経営戦略

総合スーパー（GMS）事業 再建に向けて

不採算店舗の閉店および不採算事業の整理を実施する一方、
経営資源を既存店の強化と新店舗フォーマットの開発に集中

“攻め”の成長戦略

既存店投資拡大による店舗活性化

+

新規事業によるテナント自社開発

+

プロトタイプ店舗の開発

“守り”の成長戦略

不採算店舗の閉店

+

不採算事業の整理

+

定年退職者増加による人員減

“総花”的な品揃えから、
ライフスタイル提案を軸にした売場構成・品揃えに転換を図る

- 国内人口の減少に伴い、需要は確実に減少に向かう
- 多様化するお客様ニーズ

必要なモノやコトを集めて置くだけの
総花的な品揃えからの脱却が必要

ライフスタイルを提案を軸とした
共感による衝動買いを促す
売場構成・品揃えを志向



GMS

General Merchandise Store



SSM

Super Supermarket



LMS

Lifestyle Merchandise Store



LSM

Lifestyle Supermarket

3年で計150億円(每期50億円)の既存店投資により、
売上上位店舗のさらなる集客力向上に向けた改装を実施

アピタ

每期10店改装×3年間

ピアゴ

每期15店改装×3年間

既存店改装の柱

① 直営惣菜の強化

② 衣料・住関の「ライフスタイル提案」
「五十貨店化」

③ 直営坪数の適正化

①直営惣菜の強化

17/2期を「惣菜元年」と位置づけ、
直営惣菜を改装店舗全店に導入

●素材から惣菜へ

惣菜コンセを核に、直営売場で品揃えの幅と量を強化し、
面的なボリュームアップを図る



- ・ 食品売場内のゾーニング見直し
- ・ 厨房作業場の設備変更
- ・ 売場の集約と陳列の変更
- ・ プロセスセンターの取り扱い商品の拡大

鮮魚惣菜

精肉惣菜

ベーカリー

フルーツ
デザート

フルスペックの惣菜強化店舗では、**総食品荒利率23.0%**を目指す



②衣料・住関の「ライフスタイル提案」「五十貨店化」

ライフスタイルによる差別化と五十貨店化による集客力の向上を目指す

ライフスタイル提案

「新規顧客」を呼び込むために
購買動機を喚起する売場を構築

生活を楽しむための買物をする場所へ

- ・ ライフスタイル提案により、同質化競争から脱却し、独自性による差別化を図る

五十貨店化

「既存顧客」を囲い込むために
本来のG M Sの強みを深堀

パワーカテゴリー化

- ・ 衣料：インナー、トラベル用品、婦人靴、レインギア、
- ・ 住関：化粧品、キッチン用品、タオル、行楽用品、寝具、ステーションナリー

③直営坪数の適正化

直営売場坪数の見直しとテナント追加誘致によるS C活性化を推進
店舗利益の向上を図る

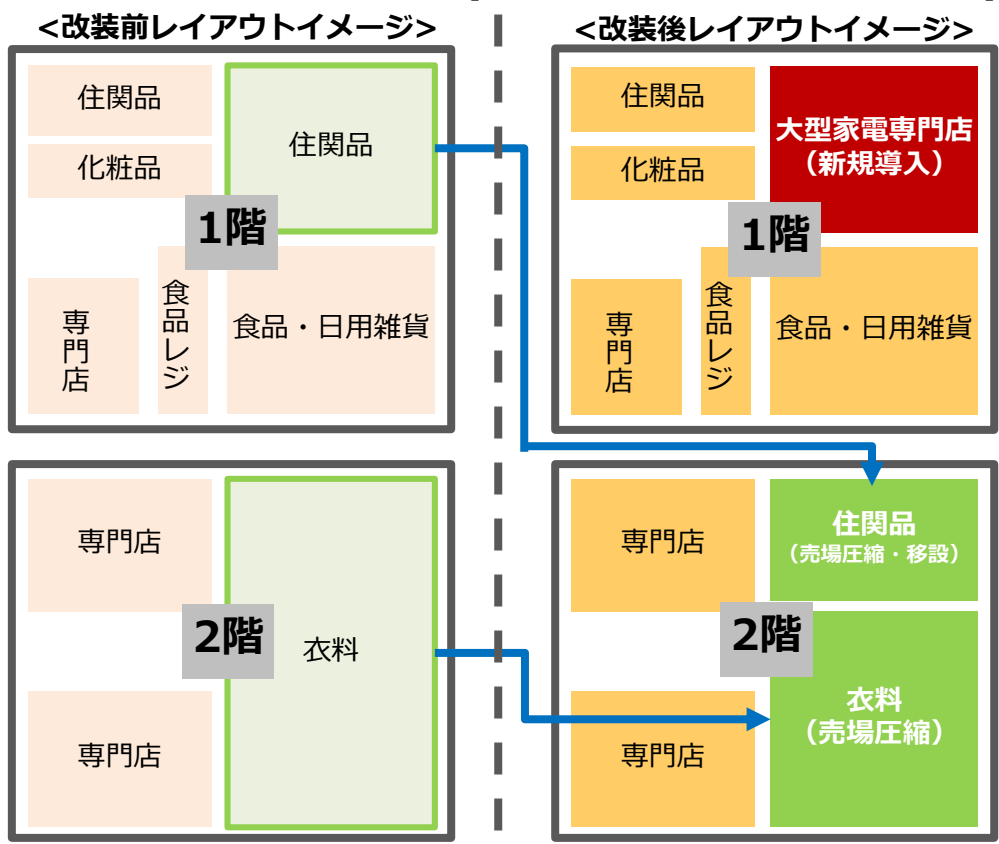
●直営効率化によるテナント導入
衣料・住関の売場を適正坪数まで圧縮し、
テナントを追加誘致するほか、
衣料・住関の垣根を排除した売場を構築

テナント収入の増加

直営の坪効率向上

売場坪数縮小に伴う商品在庫減少
⇒ 売価修正口入削減

【改装例】アピタ瀬戸店(2015年1月28日改装店舗)



“コト”消費に対応したサービス事業や欠落したテナント業種を 新規事業として社内で立ち上げ店舗の魅力を高める

- アミューズメント事業「友遊縁日」
・ 2015年12月4日 アピタ岩倉店に導入



- ベーカリー事業「BE PLACE」
・ 2017年2月期上期中に導入予定



- カルチャーセンター事業
・ 2017年2月期に導入予定



今後さらにスピードを上げて推進プロジェクトのもと新規事業の開発に取り組む

“攻め”の成長戦略：プロトタイプ店舗の開発

東海圏・首都圏の都市部への出店にシフトするため
新たなS Mの収益化フォーマットの確立に取り組む

国内人口減少・人口の都市部集中・建築コストの上昇

大型G M S店舗・郊外店舗から都市部へのS M出店にシフト

標準S M

(直営600坪+テナント)

高質S M

(直営300坪)

スマートS M

(直営300坪)

19/2期までの3年以内にプロトタイプ店舗を出店

“守り”の成長戦略：不採算店舗の閉店

不採算店舗の閉店計画を17/2期上期中に策定

黒字化の目途が立たない

店舗が対象

人員の自然減にあわせて閉店

今後ピークを迎える定年退職者の増加による

社員数減少にあわせて閉店を進め

閉店店舗の人員は既存店舗への配置転換で対応する
(16/2期末の約5,000人から19/2期末にかけて約4,400人に減少)

店舗の閉店は19/2期までの3年以内をめどに完了

“守り”の成長戦略：不採算事業の整理

17/2期上期中に不採算事業を整理 アピタ・ピアゴのGMS事業に経営資源を集中する

ホームセンター事業からの撤退

- 「ユーホーム」全11店の内、8店の営業をDCMカーマ(株)に譲渡
- 2016年6月～8月の期間、複数回に分けて8店舗の営業を譲渡
- 3店は閉鎖し、テナントを誘致

書店事業の縮小

- 「夢屋書店」の営業を縮小
- 全57店の内、36店を閉鎖し、書籍テナントを誘致
- 残りの19店を住関部に移管し、住関売場と連動した書籍展開を推進(残り2店舗は検討中)

コンビニエンスストア事業

“攻め”の取り組み： F F ・ D F の基礎力向上

早期の日販向上を目指し、主力カテゴリーである

F F ・ D F のリニューアルを前倒して実施し、定番のヒット商品を強化する



「陽春味めぐり幕の内御膳」



「シェリエドルチェ さくら餅」



「シェリエドルチェ 桜香る抹茶パフェ」



手巻おにぎり「具材たっぷりシリーズ」



「カカオ63%チョコのクロワッサン」



「もち麦粉入りメロンパン」

“攻め”の取り組み：店舗開発方針

上期はリロケート出店をメインに既存店舗の活性化を推進
経営統合に向けて賃貸契約の獲得と F C 加盟候補者の確保を強化

賃貸契約の獲得

● 人事評価項目に賃貸契約数を追加

- ・ 開発担当者の評価項目・KPIに
賃貸契約数を追加



出店の第1ステップである
賃貸契約の獲得を強化する

F C 加盟候補者の確保

● F C 専任エリアの拡大

- ・ オーナー付け専任担当者の配置エリアを前期に比べ2倍に拡大
- ・ オーナー付け専任担当者を前期に比べ3倍に増員



オーナー不足による
出店計画の未達を防止する

“守り”の取り組み：不採算店舗についての方針

経営統合に向けて、不採算店舗閉店を含めた見直しを推し進める
各店舗を精査した上でスクラップ&ビルドを行い、企業体質の強化を図る

●閉店数(単体)

16/2期

上期
136店

下期
175店

通期
311店

17/2期

上期
183店

精査した上で
決定

精査した上で
決定

(ご参考) 経営統合の概要①

● 経営統合のポイント

- ・ ファミリーマートとユニーグループ・ホールディングスが合併し、持株会社化
- ・ CVS事業はファミリーマートとサークルKサンクスが統合
- ・ GMS事業はユニーが引き続き担う

● CVS事業の統合について

- ・ チェーンブランド：“ファミリーマート”に一本化
- ・ PBブランド：CVS事業では“ファミリーマートコレクション”を展開
- ・ ポイントカード：両社の加盟店の利益を最大化することを目指し、現在慎重に検討中

● ブランド統合の考え方

- ・ ブランド統合期間は、2016年12月から2019年2月までにサークルKサンクス店舗をファミリーマートにブランド統合
- ・ 新FC契約を導入

(ご参考) 経営統合の概要②

●今後のC V S取り組み課題

- ・三大都市圏の出店に注力。この地域で確固たる地位を確立
- ・「ファミリーマート」ブランドへのスピーディな移行を実施
- ・既存店での接客や商品等のレベルを上げ、日販を向上
- ・規模の拡大により、サプライチェーンを効率化

●目指す新しいC V Sイメージ

第3フェーズ

生活インフラの時代

生活者の日常を
あらゆるシーンで支える
生活のインフラ

毎日の食事になる
家庭のキッチン

今、いちばん欲しい
鮮度ある良品

すべてのお客さまにいちばん近い、
安心・頼られる小商圏の生活インフラを目指す

いつでも繋がる、
自由自在のショッピング

近くて頼れる
ライフサポート



UNY Group Holdings

2016年2月期 決算報告

取締役 専務執行役員 越田 次郎

2016年2月期 決算概要

連結業績

- 連結営業収益および連結営業利益は、計画を上回る増収増益を達成
- 減損損失の増加に加え、さが美等の事業構造改善引当金繰入額の計上などによる特別損失の増加により当期純損失を計上

(単位：百万円)

	金額	前期比	前期差	計画差 (’15/10月修正計画差)
営業収益	1,038,733	101.9%	+19,773	+4,433
営業総利益	394,508	101.2%	+4,720	+1,367
販管費	372,140	100.7%	+2,590	±0
営業利益	22,367	110.5%	+2,129	+1,367
経常利益	21,657	105.7%	+1,168	+1,157
当期純利益	▲2,873	—	▲465	▲4,373

セグメント別の状況

- 連結営業収益は、総合小売事業の増収に加え、新規連結会社2社増加に伴うコンビニエンスストア事業の増収により増収
- 連結営業利益は、総合小売事業、専門店事業、その他事業の寄与により増益

(単位：百万円)

	営業収益				営業利益			
		前期比	前期差	計画差 (‘15/10月 修正計画差)		前期比	前期差	計画差 (‘15/10月 修正計画差)
総合小売(GMS)	795,523	102.3%	+18,195	▲1,436	9,619	106.7%	+605	+809
コンビニエンスストア※	156,308	105.5%	+8,198	+5,608	7,027	92.3%	▲585	+527
専門店	52,636	90.3%	▲5,667	▲423	▲160	—	+1,004	▲210
金融サービス	19,500	105.8%	+1,071	▲149	4,028	103.3%	+129	▲81
その他	55,132	101.3%	+709	+933	1,962	236.1%	+1,131	+253
連結計	1,038,733	101.9%	+19,773	+4,433	22,367	110.5%	+2,129	+1,367

※ コンビニエンスストアセグメントにおいて、2016年2月期よりサークルケイ四国株式会社およびときめきドットコム株式会社を新規連結しました。

主要会社の業績 / ユニー

- 既存店売上の伸長により増収を達成
- 営業利益は、営業総利益の増加で販管費の増加を補い増益を達成

(単位：百万円)

	2016年2月期			特記事項
		前期比	前期差	
営業収益	757,941	101.6%	+12,294	—
営業総利益	210,604	100.9%	+1,955	・売上総利益：前期比100.5%(前期差+885百万円) ・営業収入：前期比102.7%(前期差+1,070百万円)
販管費	199,981	100.9%	+1,741	・人件費：前期比100.7%(前期差+624百万円) ・販売費：前期比107.8%(前期差+926百万円) ・水道光熱費：前期比91.2%(前期差▲1,258百万円)
営業利益	10,623	102.1%	+214	—
経常利益	10,939	114.9%	+1,421	—
当期純利益	2,541	(前期実績：▲3,244百万円)	+5,785	●特別損失：前期比74.4%(前期差▲2,871百万円) ・減損損失：前期比68.7%(前期差▲2,995百万円)
既存店前年比	101.0%	(前期実績97.1%)	—	・客数前年比98.4% 客単価前年比102.7%
商品荒利率	23.7%	—	▲0.2%	・衣料36.3%(▲0.4%) 住関27.4%(▲0.4%) 食品20.5%(±0.0%)
期末店舗数	228店	—	+2店	・出店8店 閉店6店、純増2店

※ 既存店前年比は曜日調整後の実績 ※客数前年比および客単価前年比は曜日調整無しの実績

主要会社の業績 / サークルKサンクス

- 営業総収入は、サークルケイ四国(株)及びときめきドットコム(株)を新規連結したほか、自営店売上高の増加により増収
- 営業利益は、販管費の増加により減少

(単位：百万円)

	2016年2月期(連結)			特記事項
		前期比	前期差	
営業総収入	156,308	105.5%	+8,198	・加盟店からの収入：前期比101.8%(前期差+1,870百万円) ・自営店売上高：前期比121.0%(前期差+6,933百万円)
営業総利益	125,375	102.2%	+2,718	—
販管費	116,850	102.9%	+3,303	・人件費：前期比105.8%(前期差+1,119百万円) ・賃借料：前期比104.1%(前期差+1,982百万円)
営業利益	8,524	93.6%	▲585	—
経常利益	8,574	97.2%	▲242	—
当期純利益	▲1,974	(前期実績：3,492百万円)	▲5,467	●特別損失：前期比173.9%(前期差+4,009百万円) ・減損損失：前期比166.9%(前期差+3,494百万円)
既存店前年比	99.1%	(前期実績96.4%)	—	・客数前年比97.4%、客単価前年比101.8%
商品平均値入率	26.74%	—	▲0.21%	・F Fの値入率悪化、低値入率のサービスが伸長
期末店舗数	6,242店	—	+173店	・出店320店 閉店316店、純増数4店

※既存店前年比および商品値入率は単体ベースの実績

主要会社の業績 / さが美・パレモ・UCS



● さが美(連結) : 不採算店舗の閉店による販管費削減により営業損失が大幅改善

(単位: 百万円)	2015年2月期	2016年2月期	前期比	前期差
営業収益	21,620	20,959	96.9%	▲660
営業利益	▲470	▲101	—	+369
既存店前年比	95.7%	101.5%	—	—

● パレモ : 不採算店舗の閉鎖などによる販管費削減により営業黒字化を達成

(単位: 百万円)	2015年2月期	2016年2月期	前期比	前期差
営業収益	31,875	27,302	85.7%	▲4,573
営業利益	▲679	136	—	+816
既存店前年比	90.9%	95.5%	—	—

● UCS : UCSカードおよびユニコカードの取扱高が好調に推移し増収増益

(単位: 百万円)	2015年2月期	2016年2月期	前期比	前期差
営業収益	18,428	19,500	105.8%	+1,071
営業利益	3,663	3,837	104.8%	+174
UCSカード会員数	303.0万人	303.2万人	100.1%	+0.2万人
ユニコカード会員数	113.3万人	155.9万人	137.6%	+42.6万人

特別損益の状況

- 特別利益は、店舗閉鎖に伴う固定資産売却益に加え、保有株式の一部売却による投資有価証券売却益により増加
- 特別損失は、サークルKサンクス及びユニー上海における減損損失の増加、さが美等の事業構造改善引当金繰入額の計上などにより増加

(単位：百万円)

	2015年2月期	2016年2月期	前期差
特別利益	1,436	5,759	+4,322
固定資産売却益	49	3,294	+3,245
投資有価証券売却益	164	1,942	+1,777
受取和解金	1,148	—	▲1,148
その他	73	522	+448
特別損失	19,440	22,165	+2,725
固定資産処分損	1,579	1,290	▲289
投資有価証券評価損	23	104	+81
減損損失	17,468	18,324	+855
事業構造改善引当金繰入額	—	1,015	+1,015
その他	367	1,430	+1,062

2017年2月期 業績予想

【2017年2月期業績予想について】

ユニーグループ・ホールディングス株式会社は、株主総会による承認を前提に、2016年9月1日をもって、株式会社ファミリーマートを吸収合併存続会社、当社を吸収合併消滅会社とする吸収合併を行う予定です。そのため、本資料中の2017年2月期の連結業績予想および株式会社サークルKサンクスにつきましては、2016年3月～8月までの第2四半期累計期間の予想を記載しています。

連結業績予想（上期）

- 営業収益は減収を見込むものの、営業総利益の増加及び販管費の減少により営業利益・経常利益は増益を見込む
- 減価償却の計上を定率法から定額法に変更することに伴い、減価償却費が前上期に比べ約20億円減少
- 特別損失の増加により、当期純損失5億円を見込む

(単位：百万円)

	2017年2月期 上期 (予想)		
		前年同期比	前年同期差
営業収益	509,500	99.8%	▲1,230
営業総利益	197,790	101.3%	+2,462
販管費	183,830	99.4%	▲1,171
営業利益	13,960	135.2%	+3,633
経常利益	12,560	122.2%	+2,280
当期純利益	▲500	—	▲221

セグメント別の業績予想（上期）

- 営業収益は、コンビニエンスストア事業及び金融サービス事業で増収を見込む
- 営業利益は、総合小売事業及びコンビニエンスストア事業で増益を見込む

●2017年2月期上期予想

（単位：百万円）

	営業収益(予想)			営業利益(予想)		
		前年同期比	前年同期差		前年同期比	前年同期差
総合小売(GMS)	388,310	99.7%	▲1,089	5,770	238.2%	+3,347
コンビニエンスストア	82,100	106.5%	+5,002	5,490	111.9%	+583
専門店	23,740	87.0%	▲3,535	310	—	+285
金融サービス	10,250	105.6%	+546	1,760	80.6%	▲424
その他	25,200	92.6%	▲2,002	670	81.1%	▲155
連結計	509,500	99.8%	▲1,230	13,960	135.2%	+3,633

主要会社の業績予想 / ユニー

- 通期の既存店前年比は99.5%、商品荒利率は年間で0.3%改善を見込む
- テナントからの営業収入増加に加え、販管費の減少により営業利益及び経常利益は増益を見込む

(単位：百万円)

	2017年2月期(予想)		上期(予想)	
		前期比		前年同期比
営業収益	745,100	98.3%	368,800	99.6%
営業総利益	211,700	100.5%	104,100	101.5%
販管費	196,900	98.5%	98,300	98.6%
営業利益	14,800	139.3%	5,800	201.8%
経常利益	13,300	121.6%	5,000	213.1%
当期純利益	2,900	114.1%	2,500	—
既存店前年比	99.5%	(前期実績101.0%)	99.4%	(前上期実績101.9%)
商品荒利率	24.0%	+0.3%	23.9%	+0.4%
期末店舗数	216店	▲12店	216店	▲15店
出店数	2店	▲6店	1店	▲5店
閉店数	14店	+8店	13店	+12店

※ 既存店前年比は曜日調整後の計画値

主要会社の業績予想 / サークルKサンクス

- 営業総収入は既存店売上の伸長によるロイヤルティ収入の増加に加え、自営店売上高の増加により増収を見込む
- 営業利益は営業総利益の拡大により販管費の増加を補い増益を見込む

(単位：百万円)

	2017年2月期上期(連結・予想)		
		前年同期比	前年同期差
営業総収入	82,100	106.5%	+5,003
営業総利益	65,360	103.9%	+2,461
販管費	59,120	103.3%	+1,875
営業利益	6,240	110.4%	+586
経常利益	5,280	94.6%	▲301
四半期純利益	▲3,150	－	▲1,871
既存店前年比	101.6%	(前上期実績98.8%)	－
商品平均値入率	26.55%	－	▲0.20%
期末店舗数	6,199店	－	+127店
出店数	148店	－	+4店
閉店数	191店	－	+50店

※既存店前年比および商品値入率は単体ベースの計画値

主要会社の業績予想 / さが美・パレモ・UCS



- **さが美(連結)** : ホームファッション事業からの全面撤退、きもの事業の不振店の閉店など事業構造改革を推し進め営業黒字を目指す

(単位: 百万円)	2017年2月期(予想)	前期比	上期(予想)	前年同期比
営業収益	17,803	84.9%	9,226	86.9%
営業利益	238	—	▲55	—
既存店前年比	101.5%	—	101.5%	—

- **パレモ** : 不採算店舗の縮小の継続など販管費削減により営業黒字の定着を目指す

(単位: 百万円)	2017年2月期(予想)	前期比	上期(予想)	前年同期比
営業収益	23,200	85.0%	12,300	84.5%
営業利益	370	272.1%	360	141.2%
既存店前年比	97.0%	—	97.0%	—

- **UCS** : カード会員のさらなる拡大により4期連続の営業増益を見込む

(単位: 百万円)	2017年2月期(予想)	前期比	上期(予想)	前年同期比
営業収益	20,890	107.1%	10,250	105.6%
営業利益	3,900	101.6%	1,670	80.0%
UCSカード会員数	306.0万人	100.9%	—	—
ユニコカード会員数	200.0万人	128.3%	—	—

連結設備投資計画

- ユニーは新設店投資及び翌期以降の新店に対する先行投資が減少
- サークルKサンクスはシステム関連投資及び既存店投資が減少

(単位：百万円)

	2016年2月期	2017年2月期(計画)		
			前期比	前期差
ユニー	35,588	19,220	54.0%	▲16,368
UNY (HK)	33	198	600.0%	+165
99イチバ	189	288	152.4%	+99
サークルKサンクス(連結)※	27,787	10,210	61.6%	▲6,352
さが美(連結)	250	246	126.8%	▲4
パレモ	202	700	113.3%	+498
連結計	66,670	—	—	—

(注) 投資額はリース投資を含む工事ベース

※ サークルKサンクス(連結)については、株式会社サークルKサンクスが2016年9月1日に株式会社ファミリーマートとの合併を予定しているため、17/2期は上半期累計期間のみの予想値を記載しています

配当について

- 2017年2月期の1株当たりの中間配当額は10円を予定しています
- 2016年9月1日に株式会社ファミリーマートとの合併を予定しているため、
2017年2月期の配当予想は第2四半期末までとさせていただきます

	2015年2月期	2016年2月期	2017年2月期(予想)
中間配当金	10円00銭	10円00銭	10円00銭
期末配当金	10円00銭	10円00銭	—
年間配当金	20円00銭	20円00銭	—

本資料は、「ユニーグループ・ホールディングス株式会社とその関係会社」(ユニーグループ)の過去と現在の事実だけでなく、将来に関する予測・予想・計画なども記載しています。これらの予測・予想・計画は、発表した時点で入手できる情報に基づいたものであり、諸与件の変化によって、将来の事業活動の結果が本資料に記載した予測・予想・計画と異なる可能性があります。従って、本資料における業績予想などの記載が将来に亘って正確であることを保証するものではないことを、予めご了解ください。なお、ユニーグループおよび関係者は、予測・予想・計画と異なる事象が発生した場合においても、なんら責任を負うものではありません。