

2022年度 第3四半期決算説明会

2022年11月11日
サントリー食品インターナショナル株式会社

サントリー食品インターナショナル社、石川です。

本日はお忙しい中、お時間をいただき誠にありがとうございます。

本日は、第3四半期決算をご報告し、その後、年間業績予想についてご説明いたします。

2ページをご覧ください。

	2021年 1-9月実績	2022年 1-9月実績	対前年			
			増減 (億円)	為替中立	増減率	為替中立
売上収益	9,418 億円	10,814 億円	+1,396	+921	+14.8%	+9.3%
営業利益	1,003 億円	1,150 億円	+146	+80	+14.6%	+7.5%
既存事業ベース* 営業利益	998 億円	1,044 億円	+46	△19	+4.6%	△1.8%
親会社の所有者に 帰属する四半期利益	594 億円	680 億円	+86	+55	+14.5%	+8.8%

*営業利益から非経常的要因により発生した要素及び譲渡事業の損益影響を控除した値

©2022 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

2

2022年度第3四半期累計の業績結果をご報告いたします。

売上収益は10,814億円、前年同期比14.8%増、為替中立で9.3%増。

営業利益は1,150億円、前年同期比14.6%増、為替中立で7.5%増。

既存事業ベース営業利益は1,044億円、前年同期比4.6%増、為替中立で1.8%減。尚、既存事業ベースの数値は、事業ポートフォリオの見直しにより期中に譲渡した事業の損益及び構造改革費用等の非経常的な損益を控除したものです。

親会社の所有者に帰属する当期利益は680億円、前年同期比14.5%増、為替中立で8.8%増となりました。

第3四半期は、売上収益の更なる成長を目指し攻め続けた結果、グループ計で大幅な増収を達成するとともに、主要市場において引き続きシェアを拡大。

原材料価格・エネルギー価格高騰、為替変動の影響が更に拡大する中、RGM及びコストマネジメントを徹底し、利益への影響を軽減させました。

3ページをご覧ください。

	売上収益	対前年				セグメント利益	対前年			
		増減(億円)	為替中立	増減率	為替中立		増減(億円)	為替中立	増減率	為替中立
日本	4,962 億円	+216	-	+4.5%	-	286 億円	△75	-	△20.8%	-
APAC	2,636	+486	+239	+22.6%	+9.9%	460	+152	+120	+49.3%	+35.2%
既存事業ベース*		+554	+321	+27.5%	+14.3%		+42	+11	+14.0%	+3.2%
欧州	2,249	+470	+378	+26.4%	+20.2%	364	+42	+25	+13.1%	+7.3%
既存事業ベース*							+57	+40	+17.8%	+11.7%
米州	966	+224	+89	+30.2%	+10.2%	126	+33	+16	+34.8%	+14.1%
調整額						△87	△5	△5		
連結	10,814	+1,396	+921	+14.8%	+9.3%	1,150	+146	+80	+14.6%	+7.5%
既存事業ベース*	10,746	+1,464	+1,004	+15.8%	+10.3%	1,044	+46	△19	+4.6%	△1.8%

* 売上収益からは譲渡事業の売上収益を、セグメント利益からは非経常的要因により発生した要素及び譲渡事業の損益影響を控除した値

©2022 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

セグメント別の業績です。

売上収益は、

- 全セグメントで増収。
- 日本は、販売数量増が寄与し、増収。想定通りの進捗。
- 海外は、価格改定を含めたRGM活動が第3四半期も寄与。各セグメントにおいて、為替換算による円安効果を除いた為替中立ベースでも、大幅な増収を達成。

セグメント利益は、

- 日本は、原材料価格高騰・円安影響が想定を大きく上回り、減益。
- 海外は、3つのセグメント全てで増益。APACは、ベトナムが大きく牽引、欧州・米州は引き続き需要が堅調で増益。

4ページをご覧ください。

売上収益

(海外は為替中立)

	1-3月 前比	4-6月 前比	7-9月 前比
日本	△0%	5%	8%
APAC*	8%	13%	22%
欧州	25%	19%	19%
米州	17%	7%	8%
売上収益計*	7%	10%	13%

(参考) 売上収益計* '22年 対 '19年	1%	6%	6%

*既存事業ベース

©2022 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

4

四半期別の状況について、ご説明いたします。

需要回復を着実に捉え攻め続けた成果として、第3四半期は全セグメントで売上収益が更に伸長、コロナ前の2019年対比でもグループ計で6%増となりました。

5ページをご覧ください。

売上収益

4,962 億円

増減率

+4.5%

為替中立

セグメント
利益

286 億円

増減率

△20.8%

為替中立

- 販売数量は、飲料市場 前年比 105%（推定）、当社 109%
引き続きコアブランド集中活動を継続し、1-9月累計販売数量は過去最高を達成、全チャンネルで市場成長を上回り、市場シェアを拡大。ブランド別には、「サントリー天然水」、「伊右衛門」、「GREEN DA・KA・RA」が過去最高の販売数量。
- 売上収益は、増収。販売数量増により自販機・CVSチャンネル回復遅れに伴うチャンネル構成悪化をカバーし、概ね想定通りの進捗。
- セグメント利益は、増収効果やコスト改善効果により増分利益を獲得するも、原材料価格高騰・円安影響が想定を大きく上回り、減益。



©2022 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

5

日本です。

売上収益は4,962億円、セグメント利益は286億円。

- 飲料市場は、第3四半期においてコロナ感染者数再拡大の影響を受けましたが、需要回復が継続したことに加え、好天の影響もあり、販売数量は第3四半期累計で前年比105%になったと推定。
- 当社は、引き続きコアブランド集中活動を展開。新商品発売やマーケティング活動が貢献した結果、販売数量は前年比109%と伸長し過去最高を達成。全チャンネルで市場成長を上回り、シェアを更に拡大いたしました。
- 売上収益は、販売数量増により自販機・CVSチャンネル回復遅れに伴うチャンネル構成悪化を吸収し、増収達成。第3四半期累計で、概ね想定通りの進捗となっております。
- セグメント利益は、売上収益の伸長やコストマネジメント徹底により増分利益を獲得しましたが、原材料価格高騰及び円安の影響が想定を大きく上回り、減益となりました。

6ページをご覧ください。

	売上収益	増減率	為替中立	セグメント利益	増減率	為替中立
既存事業ベース (*1)	2,636 億円	+22.6%	+9.9%	460 億円	+49.3%	+35.2%
		+27.5%	+14.3%		+14.0%	+3.2%
	売上収益	増減率	為替中立			
飲料事業 (ベトナム)	979 億円	+58.7%	+35.0%	需要拡大に伴い、一般店チャネルが大きく成長。 「TEA+」、「Sting」とともに二桁増。市場シェア拡大。		
飲料事業 (タイ)	569 億円	+14.8%	+7.1%	第2四半期以降、需要増に伴い販売トレンドも回復、 Pepsiブランドが堅調に推移。市場シェア維持。		
健康食品 (*2)	254 億円	△4.1%	△10.6%	「BRAND'S Essence of Chicken」への活動徹底。 高インフレの影響もあり、販売トレンド減速。		
飲料事業 (オセアニア)	414 億円	+15.8%	+6.9%	需要回復。エナジーカテゴリーへの 集中活動継続、「V」が堅調に推移。		

(*1) 売上収益からは譲渡事業の売上収益を、セグメント利益からは非経常的要因により発生した要素及び譲渡事業の損益影響を控除した値
(*2) 健康食品は、タイ及びインドシナ半島の実績



©2022 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

6

アジアパシフィック。


売上収益は2,636億円、セグメント利益は460億円。

- アジアパシフィックは、第3四半期においてコロナ影響が減少する中、清涼飲料事業及び健康食品事業のコアブランド集中活動を継続しました。特に、ベトナムの力強い伸長が、事業を大きく牽引。販売数量の伸長に加え、主要市場における機動的な価格改定も寄与し、増収。
- セグメント利益は、第3四半期において原材料価格高騰の影響が更に拡大しましたが、増収効果及びコストマネジメント徹底により、増益。
- ベトナム飲料は、一般店チャネルの回復が本格化。「TEA+」、「Sting」への集中活動が寄与し、引き続き市場シェアを拡大。
- タイ飲料は、需要回復が進む中、低糖製品を含めたPepsiブランドへの集中活動を継続し、市場シェアを維持。
- 健康食品事業は、「BRAND'S Essence of Chicken」への活動を徹底。第3四半期より、高インフレに伴う消費者センチメントの悪化の影響もあり販売トレンドが減速しております。
- オセアニア飲料は、引き続き「V」へのマーケティング投資を継続、ニュージーランド・オーストラリアでともに販売数量が伸長、市場シェアを維持。

7ページをご覧ください。

既存事業ベース (*1)	売上収益			セグメント利益		
	売上収益	増減率	為替中立	セグメント利益	増減率	為替中立
	2,249 億円	+26.4%	+20.2%	364 億円	+13.1%	+7.3%
					+17.8%	+11.7%
フランス	852 億円	+22.6%	+17.0%	堅調な需要が継続、家庭用・業務用ともに伸長。「Oasis」、 「Schweppes」、「Orangina」ともに二桁増継続。 市場シェア拡大。		
英国 (*2)	649 億円	+27.3%	+19.3%	堅調な需要が継続。「Lucozade」が堅調に推移。 価格改定を含めたRGM活動が寄与。		
スペイン (*3)	443 億円	+39.8%	+33.4%	業務用市場の本格回復が継続。業務用構造 改革も寄与し、「Schweppes」は 二桁増継続。		

(*1) 売上収益からは譲渡事業の売上収益を、セグメント利益からは非経常的要因により発生した要素及び譲渡事業の損益影響を控除した値
(*2) 英国、アイルランド (*3) スペイン、ポルトガル



©2022 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved. 7

欧州です。

売上収益2,249億円、セグメント利益は364億円。

- 第3四半期も、主要国において、堅調な需要、好天の影響が寄与し、フランス、英国、スペインで販売数量が引き続き伸長。価格改定を含むRGM活動も貢献し、増収達成。
- セグメント利益は、原材料価格及びエネルギー価格高騰の影響が第3四半期において更に拡大しましたが、増収効果及びコストマネジメント徹底により、増益を達成。
- フランスは、好天の影響に加えて、家庭用及び業務用において堅調な需要が継続。主力ブランド「Orangina」、「Oasis」及び、「Schweppes」の販売数量が二桁増と大きく伸長し、シェアを拡大。
- 英国は、引き続き堅調な需要に支えられ、主力ブランド「Lucozade」が伸長。価格改定を含めたRGM活動も寄与。
- スペインは、第3四半期においても業務用チャネルの需要回復が継続、業務用構造改革に伴う営業体制強化も寄与し、「Schweppes」は引き続き二桁増と大きく伸長。

8ページをご覧ください。

売上収益

966 億円

増減率

+30.2%

為替中立

+10.2%

セグメント
利益

126 億円

増減率

+34.8%

為替中立

+14.1%

- 販売数量は、家庭用・業務用ともに引き続き堅調に推移
- 価格改定効果が大きく寄与し、増収
- 原材料価格、物流費及び人件費高騰の影響を吸収し、増益



米州。

売上収益は966億円、セグメント利益は126億円。

- 第3四半期も、需要増は継続、家庭用チャネル・業務用チャネルともに販売数量は堅調に推移。
- 価格改定も含めたRGM活動により、大幅な増収。
- セグメント利益は、原材料価格、物流費や人件費高騰の影響が更に拡大する中、増収効果により増益。

9ページをご覧ください。

年間業績予想の修正について

次に、2022年12月期通期の業績予想についてご説明します。

10ページをご覧ください。

	2022年 修正予想	年初予想 との 差異	対前年			
			増減	為替中立	増減率	為替中立
売上収益	14,530 億円	+840	+1,841	+1,113	+14.5%	+8.3%
営業利益	1,405	+150	+219	+130	+18.5%	+10.2%
既存事業ベース* 営業利益	1,310	+57	+90	+0	+7.4%	+0.0%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	795	+60	+108	+67	+15.8%	+9.2%

*営業利益から非経常的要因により発生した要素及び譲渡事業の損益影響を控除した値

©2022 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

10

第3四半期累計実績及び、第4四半期の見通しを踏まえ、業績予想を修正、年間予想為替レートも見直しいたします。

年初予想との対比では、為替レート見直しの影響及び年初予想には含まれていなかった事業ポートフォリオ見直しや構造改革による非経常的な損益の影響、更には、海外、とりわけ欧州・米州の業績上振れを反映し、売上収益・営業利益ともに上方修正となります。

- 売上収益は、1兆4,530億円。前期比14.5%増、為替中立で、8.3%の増収。
- 営業利益は、1,405億円、前期比18.5%増、為替中立で10.2%増。
- 非経常的な要因及び譲渡事業の損益影響を除いて計算した既存事業ベース営業利益は、1,310億円、前期比7.4%増、為替中立で前年維持。
- 親会社の所有者に帰属する当期利益は、795億円、前期比15.8%増、為替中立で9.2%増
- 配当予想は、配当方針を維持し、年初予想78円を据え置く予定です。

11ページをご覧ください。

	売上収益		対前年				セグメント利益	年初予想との差異		対前年			
	金額	年初予想との差異	増減(億円)	為替中立	増減率	為替中立		増減(億円)	為替中立	増減率	為替中立		
日本	6,560 億円	△90	+264	-	+4.2%	-	330 億円	△90	△79	-	△19.4%	-	
APAC	3,650	+290	+691	+325	+23.3%	+9.8%	585	+145	+188	+146	+47.2%	+33.2%	
既存事業ベース*			+804	+461	+29.0%	+14.8%		+80	+39	+20.4%	+8.9%		
欧州	2,895	+405	+546	+407	+23.3%	+16.4%	440	+55	+83	+61	+23.2%	+16.2%	
既存事業ベース*								+73	+50	+19.0%	+12.2%		
米州	1,425	+235	+340	+117	+31.4%	+8.9%	177	+37	+44	+16	+32.8%	+10.1%	
調整額							△127	+3	△15	△14			
連結	14,530	+840	+1,841	+1,113	+14.5%	+8.3%	1,405	+150	+219	+130	+18.5%	+10.2%	
既存事業ベース*	14,460		+1,955	+1,249	+15.6%	+9.5%	1,310	+57	+90	+0	+7.4%	+0.0%	

* 売上収益からは譲渡事業の売上収益を、セグメント利益からは非経常的要因により発生した要素及び譲渡事業の損益影響を控除した値

©2022 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

セグメント別の修正業績予想です。

日本は、売上は6,560億円、営業利益は330億円。

- 売上は、年初予想並みで着地する見通し。原材料価格高騰・円安の影響が想定を大きく上回り、セグメント利益は年初予想を下回る見通しです。
- 引き続き、需要回復を捉え、全チャンネルでコアブランド集中活動を継続するとともに、第4四半期からの価格改定を着実に遂行してまいります。

アジアパシフィックは、売上は3,650億円、セグメント利益は585億円。

- 為替レートの見直し及び事業ポートフォリオ見直しの影響を考慮し、上方修正。

欧州は、売上は2,895億円、セグメント利益は440億円。

米州は、売上は1,425億円、セグメント利益は177億円。

- 欧州・米州は、ともに為替レートの見直し及び想定を上回る需要拡大の影響を考慮し、上方修正。

海外は、各セグメントにおいて第4四半期も需要を着実に捉え、引き続きコアブランドイノベーション、価格改定を含めたRGM活動を継続してまいります。

12ページをご覧ください。

サステナビリティへの取組み - アップデート

水

温室効果ガス

プラスチック

2030年
目標

自社工場の水使用量の
原単位をグローバルで
35%削減*1

自社拠点でのGHG排出量を
50%削減*2

グローバルで使用する全ての
ペットボトルを100%
サステナブルボトル*3へ

活動
事例

[スペインでの「水育」開始](#)

[欧州で、サステナビリティ
の取組みに関するレポート](#)

[発行](#)

[生物多様性レポート発行](#)



[カーボンニュートラルの実現に向け、山梨県と環境調和型の持続可能な社会の実現に向けた基本合意書を締結](#)



[「ボトルtoボトル」水平リサイクルをさらに推進](#)

[新CM・動画作成、渋谷でイベント実施等、啓発活動を更に強化](#)



*1 サントリーグループ目標 (SBF目標は20%削減)、2015年原単位比

*2 サントリーグループ、SBF共通目標、2019年の排出量を基準とする

*3 リサイクル素材あるいは植物由来素材100%使用ペットボトル

©2022 SUNTORY BEVERAGE & FOOD LIMITED. All Rights Reserved.

12

サステナビリティへの取組みをご報告いたします。

引き続き「水」、「温室効果ガス」、「プラスチック」の3つを重点領域と位置づけ、各セグメントで2030年目標達成に向けた活動を強化してまいります。

「水」については、5月よりスペインでも「水育」を開始。サントリーグループ全体で共有する「水理念」のもと、自然環境の保全・再生活動など、水に関わるさまざまな取組みをグローバルに推進。

「温室効果ガス」については、9月に山梨県と環境調和型の持続可能な社会の実現に向けた基本合意書を締結。カーボンニュートラルの実現に向けて、グリーン水素を製造する国内最大規模のP2G (Power to Gas) システムを当社工場に導入開始。

「プラスチック」については、日本において啓発活動の強化、法人企業との協業による「ボトル to ボトル」水平リサイクルの取組みを加速。「ペットボトルはゴミでなく、資源」、「リサイクルボックスはゴミ箱でなく、次の人へ届ける入り口」と、多くの方々に思っていただけるよう、啓発活動に力を入れております。

今後も社会課題の解決に向けて、グループ一丸となってサステナビリティ経営の推進に継続して取り組んでまいります。

13ページをご覧ください。

SUNTORY

SUNTORY BEVERAGE & FOOD

以上、第3四半期の業績及び、2022年度の通期業績予想をご報告しました。

変動の激しい外部環境、コスト増の影響が続くとの想定の下、年間業績予想の達成を目指し、最後まで攻め続けてまいります。

私からは以上です。

	2021年 7-9月実績	2022年 7-9月実績	対前年			
			増減(億円)	為替 中立	増減率	為替 中立
売上収益	3,380 億円	4,024 億円	+644	+414	+19.1%	+11.5%
営業利益	399 億円	346 億円	△53	△83	△13.4%	△19.4%
既存事業ベース 営業利益*	399 億円	408 億円	+9	△21	+2.1%	△4.8%
親会社の所有者に 帰属する四半期利益	272 億円	193 億円	△80	△96	△29.2%	△33.2%

*営業利益から非経常的要因により発生した要素及び譲渡事業の損益影響を控除した値

売上収益 2022年四半期別実績(IFRS)

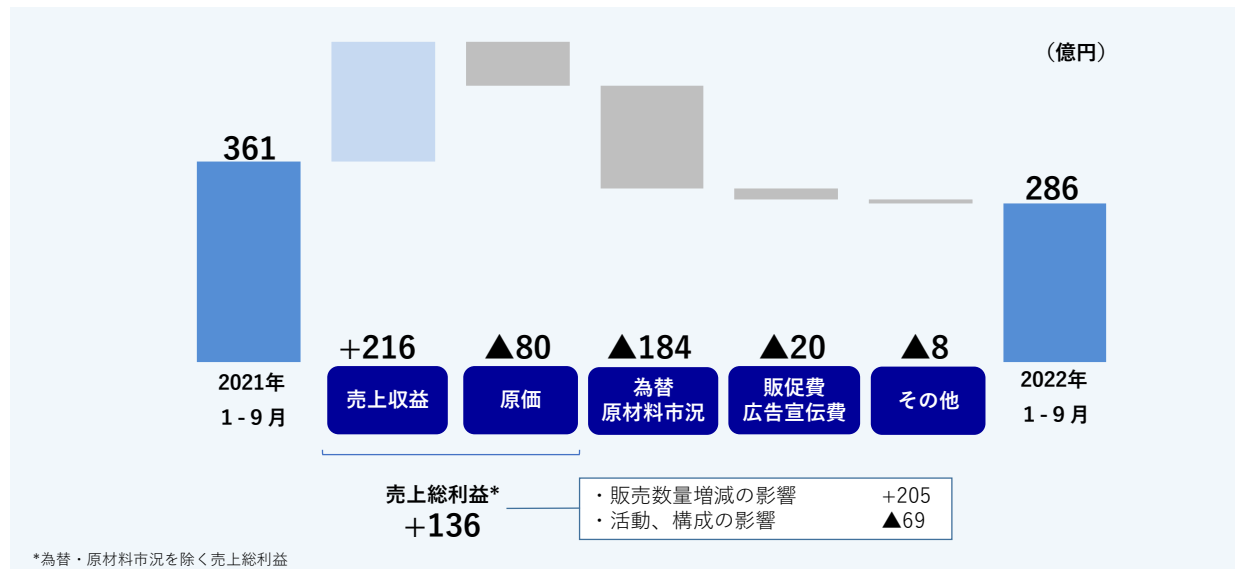
(億円)	第1四半期 (1-3月)	対前年				第2四半期 (4-6月)	対前年				第3四半期 (7-9月)	対前年			
		増減	為替 中立	増減率	為替 中立		増減	為替 中立	増減率	為替 中立		増減	為替 中立	増減率	為替 中立
日本	1,340	△2	-	△0.1%	-	1,719	+81	-	+4.9%	-	1,903	+137	-	+7.7%	-
APAC	830	+94	+62	+12.8%	+8.1%	916	+164	+64	+21.8%	+7.6%	891	+228	+112	+34.3%	+14.4%
既存事業ベース*		+90	+59	+13.0%	+8.1%		+200	+106	+28.4%	+13.3%		+264	+157	+42.6%	+21.5%
欧州	532	+115	+105	+27.5%	+24.5%	869	+175	+139	+25.2%	+19.0%	849	+180	+135	+27.0%	+18.9%
米州	259	+55	+38	+27.1%	+17.1%	326	+70	+21	+27.1%	+7.1%	382	+99	+30	+35.2%	+8.5%
連結	2,960	+262	+202	+9.7%	+7.3%	3,830	+490	+305	+14.7%	+8.7%	4,024	+644	+414	+19.1%	+11.5%
既存事業ベース*	2,911	+258	+199	+9.7%	+7.3%	3,818	+525	+347	+16.0%	+10.0%	4,018	+681	+458	+20.4%	+12.9%

* 譲渡事業の売上収益を控除した値

セグメント利益 2022年四半期別実績(IFRS)

(億円)	第1四半期 (1-3月)				第2四半期 (4-6月)				第3四半期 (7-9月)						
	対前年		対前年		対前年		対前年		対前年		対前年				
	増減	為替 中立	増減率	為替 中立	増減	為替 中立	増減率	為替 中立	増減	為替 中立	増減率	為替 中立			
日本	26	△14	-	△34.8%	-	115	△21	-	△15.2%	-	145	△41	-	△22.0%	-
APAC	118	△9	△15	△7.2%	△11.2%	295	+186	+172	+170.5%	+139.4%	48	△25	△37	△34.2%	△43.7%
既存事業ベース*		△9	△15	△7.5%	△11.5%		+28	+14	+26.2%	+11.7%		+23	+12	+33.7%	+14.2%
欧州	69	+29	+28	+72.1%	+66.4%	164	+16	+9	+10.6%	+5.6%	131	△3	△11	△1.9%	△8.0%
既存事業ベース*		+27	+26	+68.1%	+62.5%		+16	+9	+10.7%	+5.6%		+14	+5	+10.6%	+3.7%
米州	31	+10	+8	+50.0%	+38.2%	43	+5	△1	+14.1%	△2.7%	52	+17	+8	+48.1%	+18.7%
調整額	△27	+2	+2			△30	△5	△4			△30	△2	△2		
連結	216	+18	+9	+9.2%	+4.6%	587	+181	+154	+44.7%	+35.5%	346	△53	△83	△13.4%	△19.4%
既存事業ベース*	210	+16	+7	+8.1%	+3.5%	426	+22	△5	+5.4%	△1.2%	408	+9	△21	+2.1%	△4.8%

* 非経常的要因により発生した要素及び譲渡事業の損益影響を控除した値



日本

(単位：百万C/S)	2021年第3四半期 累計		2022年第3四半期 累計		2022年 修正予想	
	実績	対前年 増減	実績	対前年 増減	修正予想	対前年 増減
サントリー天然水	91.0	3%	102.2	12%	130.0	8%
BOSS	77.2	2%	77.1	△0%	105.2	0%
伊右衛門	44.5	6%	47.7	7%	63.5	7%
GREEN DA・KA・RA	34.1	△3%	40.5	19%	48.0	15%
サントリー烏龍茶	11.0	△13%	11.3	3%	14.6	0%
PEPSI	12.0	26%	13.3	11%	17.0	4%
特定保健用食品 および 機能性表示食品 計	15.2	△10%	23.6	55%	34.0	69%
日本事業 販売数量 合計	316.4	1%	344.5	9%	443.0	6%

*2022年度より実箱、着荷ベースへ変更

*上記数字には㈱ジャパンビバレッジホールディングス等による
他社仕入分の販売数量は含まれていません。

欧州

(単位：百万L)	2021年第3四半期 累計		2022年第3四半期 累計	
	実績	対前年 増減	実績	対前年 増減
オアシス (フランス)	218	6%	254	16%
シュウェップス (フランス)	135	7%	158	16%
オレンジーナ (フランス)	132	7%	150	13%
ルコゼード (英国、アイルランド)	300	3%	321	7%
ライビーナ (英国、アイルランド)	69	19%	68	△2%
シュウェップス (スペイン、ポルトガル)	90	11%	106	18%

(円、期中平均)

	2021年 1-9月 実績	2022年 1-9月 実績	2022年 修正予想	2022年 年初予想*
米ドル	108.6	128.4	133.0	115.0
ユーロ	129.9	136.1	138.0	130.0
英ポンド	150.5	160.7	161.0	154.0
シンガポールドル	81.1	93.2	95.0	84.0
タイバーツ	3.5	3.7	3.7	3.4
ベトナムドン	0.0047	0.0056	0.0057	0.0050
ニュージーランドドル	82.4	90.6	83.0	78.0
豪ドル	77.2	82.7	92.0	82.0

* 2022年2月14日に発表した年初予想レート

本資料は情報提供のために作成されたものであり、日本国内外を問わず一切の投資勧誘又はそれに類する行為のために作成されたものではありません。

本資料には、当社又は当社グループの今後の業績等に関連して将来に関する記述を含んでおります。将来に関する記述は、現在入手可能な情報を踏まえて、当社が現時点で合理的であると判断する一定の前提に基づくものであり、経済動向、業界での競争、市場需要、為替レート、税制や諸制度等に関わるリスクや不確実な要素を含んでいます。従って、将来、実際に公表される業績等は、これらの種々の要素によって変動するため、本書作成時点と異なる可能性もあります。

当社は、本資料の情報を使用されたことにより生じるいかなる損害についても責任を負うものではありませんので、ご了承ください。