



2020年度 第2四半期 決算説明資料

Sapporo Group Business Results Presentation
for the Three Months Ended June 30, 2020

2020年8月6日

URL <https://www.sapporoholdings.jp>

1. 経営計画	・ ・ ・ P3~P6
2. 業績予想修正	・ ・ ・ P7~P11
3. 決算概要	・ ・ ・ P12~P28
4. 参考資料	・ ・ ・ P29~P41

経営計画 Management plan

2020年通期業績予想とコロナへの対応



2020年通期業績予想（詳細はP7以降参照）

＜業績予想＞	(億円)	2020 修正計画	2019 実績	差異	2020 年初計画	修正額
売上収益		4,445	4,919	▲ 474	5,044	▲ 599
事業利益		10	117	▲ 107	140	▲ 130
親会社の所有者に帰属する当期利益		▲ 65	44	▲ 109	50	▲ 115

2020年通期業績予想

<https://www.sapporoholdings.jp/announce/dit/?id=8643>

酒類や食品・飲料の製造や外食に携わる企業として、お客様への供給責任を果たすべく、国内外における各事業拠点で**生産・物流業務を継続**

不動産事業においては、保有施設の**安心・安全の維持継続**に取り組み

従業員は感染拡大防止・リスク低減のため、政府指針や「新たな生活様式」を踏まえ、内勤部門を中心に出勤人数を制限する等の「**新たな勤務ルール**」に基づいた体制

高濃度エタノール製品や食品・飲料水などの提供、寄付活動などによる**地域社会との連携・協力**

● 「グループ経営計画2024」で掲げた基本方針、財務目標、財務方針に変更なし

・基本方針

本業集中と強靱化



グローバル展開の加速



シンプルでコンパクトな
企業構造の確立



サステナビリティ経営の
推進

大地と、ともに、原点から、笑顔づくりを。



・財務目標

2024年：事業利益300億円（IFRS）

売上収益成長率

2%以上（年平均）

売上収益事業利益率

5%以上

海外売上収益成長率

1.6倍（2019年比）

・財務方針

資本効率を重視、財務構成・財務安定性は現状維持、
株主還元方針は安定配当を志向

※2019年実績

EBITDA有利子負債倍率

5.9倍

Net D/Eレシオ

1.2倍

● 「業績が大幅に下落する事業への取り組み」「成長を更に加速させる取り組み」「新たな取り組みの方向性」を明確に、スピードを上げて取り組む

・業績が大幅に下落する事業への取り組み

ポッカサッポロ フード&ビバレッジ	構造改革を断行、2021年で黒字化 <ul style="list-style-type: none">・自販機事業をはじめ、サプライチェーン全般の構造改革を推進
サッポロライオン	全店黒字化に向けた取り組みの断行 <ul style="list-style-type: none">・全体の1割弱の不採算店舗閉店を決定（2019年末時点店舗数：190店）・今後更なる閉店も視野に、店舗体制を見直し

・成長を更に加速させる取り組み

サッポロビール (国内)	取り組みを強化し、「ビール強化」を加速 <ul style="list-style-type: none">・酒税法改正を見据え、好調な黒ラベルの成長を更に加速・巣ごもり需要で好調な新ジャンルの成長を継続・非接触型の社会に適応した営業スタイルの改革
-----------------	---

・新たな取り組みの方向性

全体	「ビール」×「外食」×「不動産」による企業価値向上 <ul style="list-style-type: none">・ビールを中心とした新たな価値の創造と提供による、変わりゆく外食市場へのアプローチ・サッポロビール園や恵比寿ガーデンプレイスなどを、ビールの価値向上に繋げる形で展開
----	--

業績予想修正

Revision of Consolidated Earnings Forecasts

セグメント別 売上収益計画 Revenue target



(億円)	2019 実績	2020 修正計画	増減	増減率
売上収益	4,919	4,445	▲ 474	▲9.6%
酒類事業	3,302	2,869	▲ 433	▲13.1%
日本・アジア	2,547	2,294	▲ 253	▲9.9%
北米	483	449	▲ 34	▲7.0%
外食	273	127	▲ 146	▲53.4%
食品飲料事業	1,369	1,340	▲ 29	▲2.1%
不動産事業	247	234	▲ 13	▲5.2%
その他	2	2	+0	+31.3%

セグメント別 事業利益計画 Core Operating Profit target



(億円)	2019 実績	2020 修正計画	増減	増減率
事業利益	117	10	▲ 107	▲91.5%
酒類事業	85	▲ 4	▲ 89	—
日本・アジア	80	45	▲ 35	▲43.8%
北米	2	0	▲ 2	▲100.0%
外食	4	▲ 49	▲ 53	—
食品飲料事業	▲ 5	▲ 27	▲ 22	—
不動産事業	107	105	▲ 2	▲2.2%
その他・全社	▲ 71	▲ 64	+7	—

親会社の所有者に帰属する当期利益計画 Profit attributable to owners of parent target



(億円)	2019 実績	主な内訳	2020 修正計画	主な内訳
事業利益	117		10	
その他の営業収入	35	恵比寿スクエア売却益+19	30	
その他の営業費用	30		119	早期退職優遇制度の実施 コロナによる損失34億円※
営業利益	122		▲ 79	
税引前利益	116		▲ 94	
法人税等	43		▲ 29	
当期利益	38	うち非継続事業の損失▲35	▲ 65	
非支配株主損益	▲ 5		▲ 0	
親会社の所有に帰属する 当期利益	44		▲ 65	

※2020年度第2四半期決算において、新型コロナウイルス感染症の影響による工場の操業低下、店舗の休業等で発生した固定費（人件費、減価償却費、賃借料等）を、新型コロナウイルス感染症による損失として、その他の営業費用に計上いたしました（3,357百万円）
よって通期の業績見通しにつきましても、上記数値を反映させております

業績予想修正の内容



● 酒類事業、食品飲料事業の売上状況の見通し（前期比）

緩やかな回復基調にあるものの、マイナス影響は継続する見通し

		売上（前期比）					主な要因
		年間 予想	1~3月 実績	4~6月 実績	7~9月 予想	10~12月 予想	
サッポロ ビール (函数)	ビール類合計	▲7%	+3%	▲14%	▲11%	▲4%	・業務用比率：ビール類33% ビール45%（2019年）
	うち缶	+9%	+16%	+12%	+0%	+9%	黒ラベルブランド（缶）、新ジャンルが好調
	うち瓶・樽	▲37%	▲18%	▲65%	▲33%	▲28%	・月別前年比 3月▲42% 4月▲83% 5月▲75% 6月▲36%
サッポロライオン (売上金額)		▲54%	▲25%	▲86%	▲59%	▲40%	・月別前年比 3月▲62% 4月▲93% 5月▲94% 6月▲70%
ポッカ サッポロ (売上金額)	飲料合計	▲6%	+5%	▲20%	▲2%	▲3%	・自販機販売数量比率：45%（2019年）
	うち自販機	▲17%	▲8%	▲30%	▲12%	▲12%	・月別前年比 3月▲14% 4月▲40% 5月▲37% 6月▲13%
	食品合計※	+12%	+7%	+9%	+15%	+14%	巣ごもりや健康志向の高まりで好調

※レモン食品・スープ・大豆チルド

決算概要 Business Results

▶ 【成果】 巣ごもり需要を捉え、家庭用商品は好調
健康意識への高まりから、レモン関連商品なども好調

黒ラベルブランド（缶）
売上数量



前期比+5%

エビス（缶）
売上数量



前期比+2%

（※エクステンション除く）

新ジャンル
売上数量



前期比+35%

和酒
売上金額



前期比+25%

レモン飲料・食品
売上金額



前期比+12%

スープ
売上金額



前期比+8%

大豆チルド
売上金額



前期比+25%

● 【課題】 外食事業、業務用事業、飲料の自販機事業はコロナ影響大
RTD は市場全体は成長も、当社は99.99伸び悩みで苦戦

ビール（瓶・樽）
売上数量



前期比 ▲44%

RTD
売上金額



前期比 ▲12%

サッポロライオン
売上金額



前期比 ▲59%

海外サッポロブランド
売上数量



前期比 ▲34%

飲料
売上数量



前期比 ▲10%

ポッカリエイト
売上金額



前期比 ▲28%

(億円)	2019 2Q実績	2020 2Q実績	増減	増減率
売上収益	2,282	2,000	▲ 282	▲ 12.4%
売上収益（酒税抜き）	1,730	1,516	▲ 214	▲ 12.4%
海外売上収益	352	307	▲ 45	▲ 12.9%
EBITDA	107	64	▲ 43	▲ 40.6%
事業利益 <small>（売上収益－売上原価－販管費）</small>	▲ 13	▲ 51	▲ 38	-
事業利益率	▲ 0.6%	▲ 2.5%	-	-
営業利益	1	▲ 94	▲ 95	-
親会社の所有者に帰属する当期利益	▲ 8	▲ 64	▲ 56	-
ネットD／Eレシオ（倍）	1.4	1.4	+0.1	-

各指標の算出において、金融負債残高にはリース負債の残高は含んでおりません。

第2四半期でコロナ影響が本格化 全体で大幅な減収減益

売上収益 Revenue

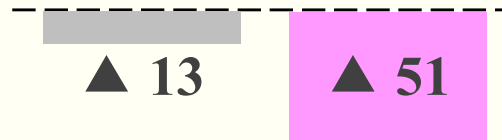


■ 2019Q2 ■ 2020Q2 (億円)

前期差
▲282

2,000

事業利益 Core Operating Profit



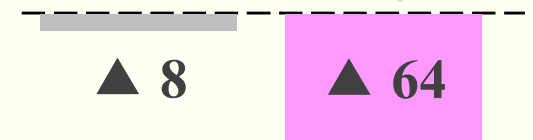
■ 2019Q2 ■ 2020Q2 (億円)

前期差
▲38

▲ 13

▲ 51

親会社の所有者に 帰属する当期利益 Profit attributable to owners of parent



■ 2019Q2 ■ 2020Q2 (億円)

前期差
▲56

▲ 8

▲ 64

- 酒類事業：新ジャンル伸長も、業務用ビール、外食事業の不調で大幅減収
- 食品飲料事業：食品が好調に推移し、ヤスマ社の新規連結が貢献するも、自販機の飲料、外食事業の不調により減収
- 不動産事業：商業エリアが一部影響を受けるも、オフィス収入が底堅く推移

- 巣ごもりで家庭用商品が伸長、コスト削減が進むも、コロナ影響による減収分をカバーできず減益

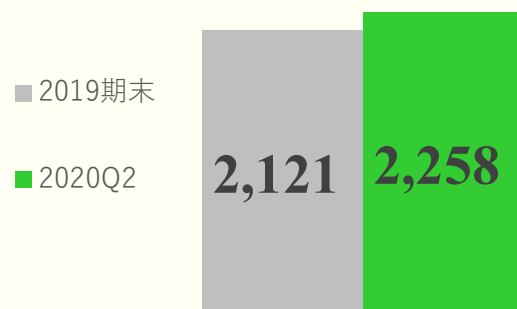
- 前期：不動産売却益（+19億円）
当期：コロナによる損失（▲34億円）
早期退職一時金

ハイライト Results Highlight



ネット金融負債残高

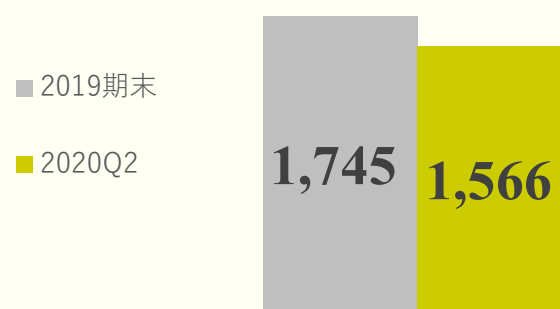
Balance of Net debt



(億円)

資本

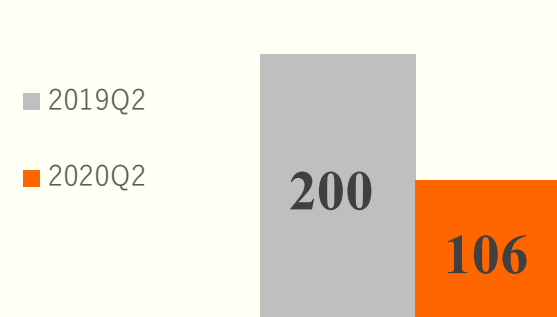
Equity



(億円)

設備投資 (支払ベース)

Capital investment



(億円)

グループ経営基盤の変革

Transformation of the Group management platform



<4～6月>

- 「サッポログループ人権方針」を策定
<https://www.sapporoholdings.jp/news/dit/?id=8655>

グループトピックス

Group Topics

<4～6月>

- 「サッポロ GOLD STAR」2020年販売計画を上方修正
https://www.sapporobeer.jp/news_release/0000012037/
- フランスワイン専門店「ラ・ヴィネ 虎ノ門店」がオープン
https://www.sapporobeer.jp/news_release/0000012039/

セグメント別 売上収益 Revenue



(億円)	2019 2Q実績	2020 2Q実績	増減	増減率
売上収益	2,282	2,000	▲ 282	▲ 12.4%
酒類事業	1,526	1,304	▲ 223	▲ 14.6%
日本・アジア	1,164	1,034	▲ 130	▲ 11.2%
北米	233	215	▲ 18	▲ 7.9%
外食	129	55	▲ 74	▲ 57.3%
食品飲料事業	635	581	▲ 54	▲ 8.5%
不動産事業	120	115	▲ 6	▲ 4.7%
その他	1	1	+0	+11.7%

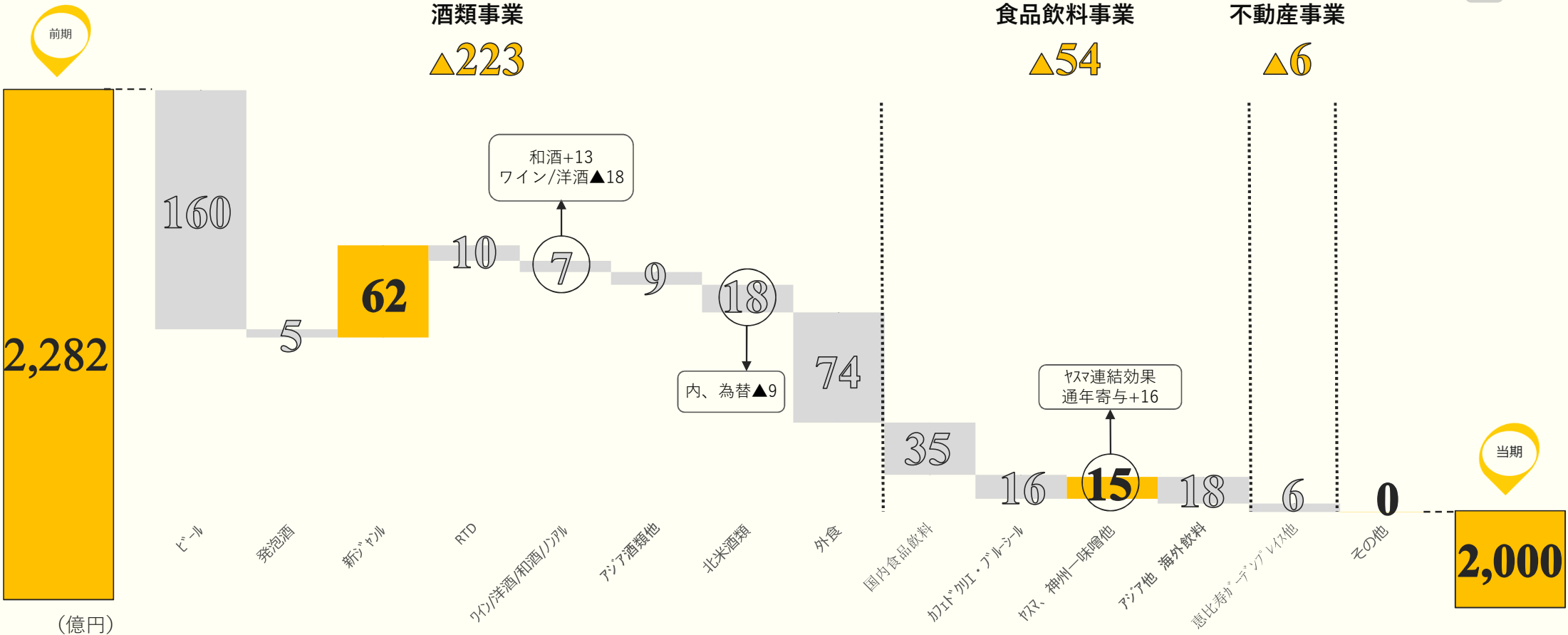
次ページで要因解説

売上収益 増減の主な要因 Main Factors Contributing to Changes in Revenue



新ジャンル伸長、ヤスマ社の連結が貢献も、ビール、外食、飲料の減収で前期差▲282億円

増加
減少

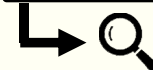


セグメント別 事業利益 Core Operating Profit



(億円)

	2019 2Q実績	2020 2Q実績	増減	増減率
事業利益	▲ 13	▲ 51	▲ 38	-
酒類事業	▲ 6	▲ 38	▲ 32	-
日本・アジア	3	▲ 8	▲ 11	-
北米	▲ 5	▲ 6	▲ 1	-
外食	▲ 4	▲ 25	▲ 21	-
食品飲料事業	▲ 16	▲ 26	▲ 10	-
不動産事業	45	46	+2	+3.4%
その他・全社	▲ 35	▲ 33	+2	-



次ページで要因解説

事業利益 増減の主な要因 Main Factors Contributing to Changes in Core Operating Profit

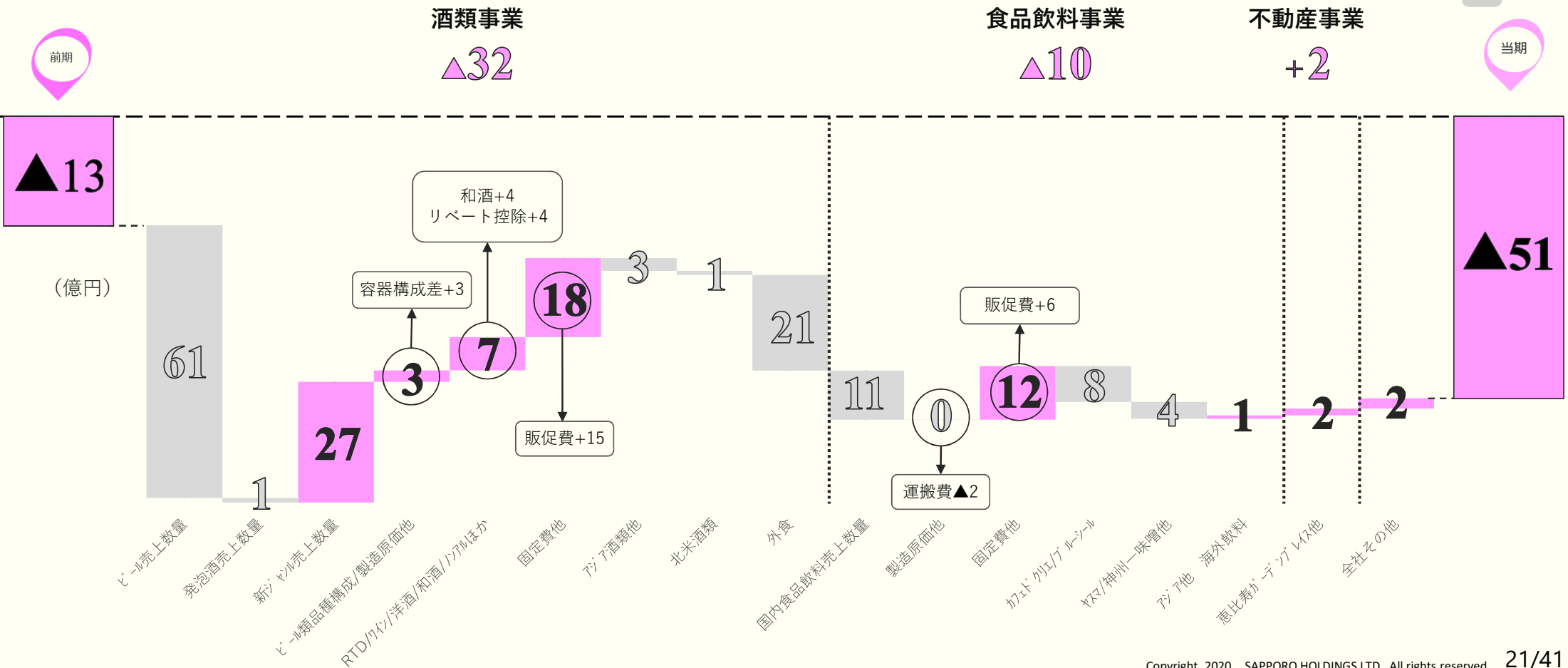


不動産は堅調、酒類・食品飲料は固定費削減に取り組むも、減収分がカバーできず前期差▲38億円

= 増加

= 減少

当期



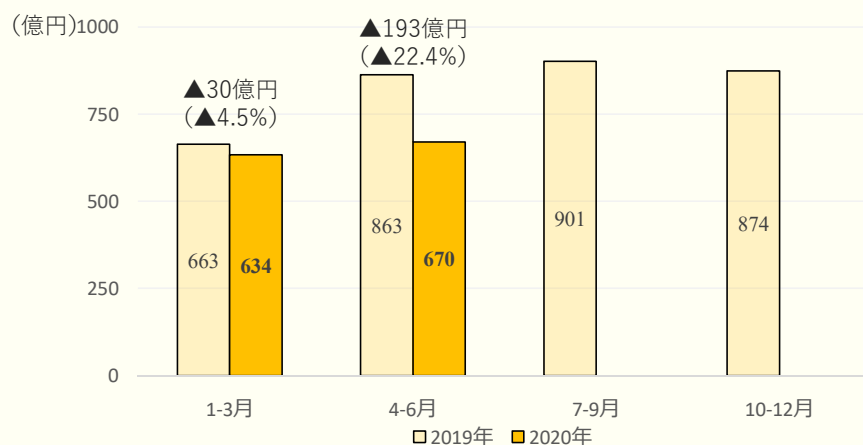
親会社の所有者に帰属する当期利益 Profit attributable to owners of parent



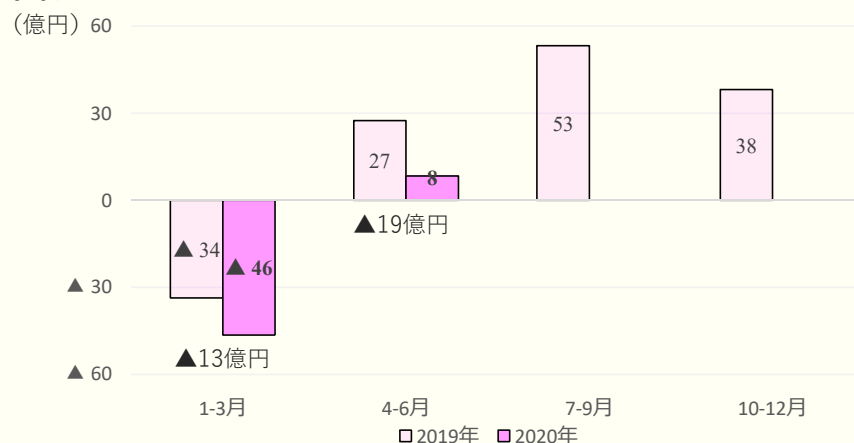
(億円)	2019 2Q実績	主な内訳	2020 2Q実績	主な内訳
事業利益	▲ 13		▲ 51	
その他の営業収入	29	不動産売却益+19	6	
その他の営業費用	14		50	コロナによる損失34億円
営業利益	1		▲ 94	
税引前利益	▲ 3		▲ 99	
法人税等	4		▲ 34	
当期利益	▲ 11	うち非継続事業の損失▲8	▲ 66	
非支配株主損益	▲ 3		▲ 1	
親会社の所有者に帰属する 当期利益	▲ 8		▲ 64	

● 巣ごもりで家庭用商品は堅調に推移も、業務用・外食事業の不調で減収減益

< 売上収益 >



< 事業利益 >



Positive

- 「黒ラベルブランド（缶）」が引き続き好調
- 「GOLD STAR」の牽引で新ジャンル好調
- 「濃いめのレモンサワーの素」が好調
- カナダのスリーマンの売上数量は前期超え

Negative

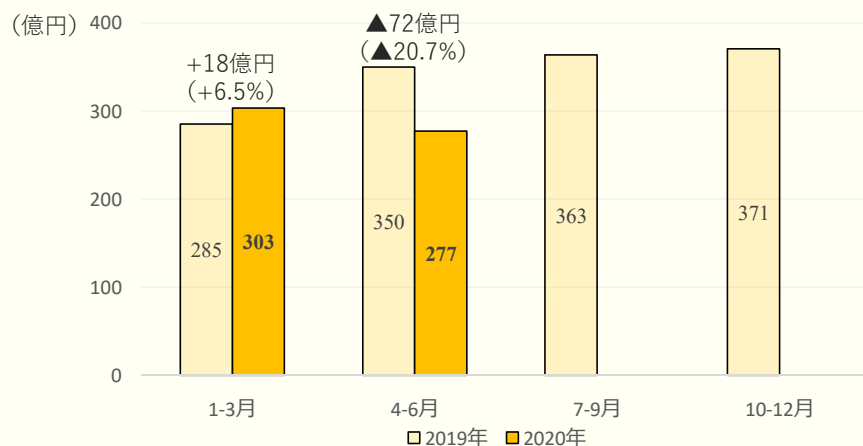
- 業務用の売上大幅減
- 9 9. 9 9の不調でRTD売上数量が減少
- 銀座ライオンなどの外食店舗が苦戦
- 韓国における売上数量減

< 今後の取り組み >

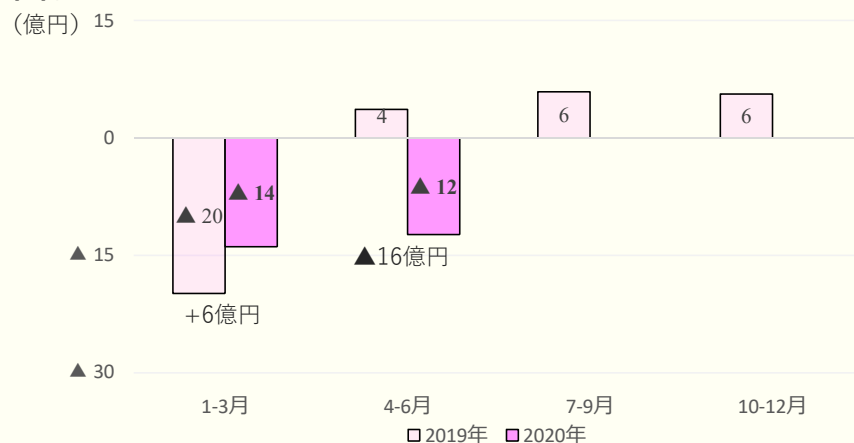
- 「ビール強化」、新ジャンルの「ツートップ戦略」は継続
- アンカー、9 9. 9 9等、課題感のあるブランド強化
- 外食事業の収益構造改革
- 業務用の採算改善、家庭用の更なる強化

● レモン関連商品、食品が好調も、自販機の飲料売上、及び外食の不振で減収減益

< 売上収益 >



< 事業利益 >



Positive

- レモン関連商品が好調
- スープ、大豆チルドが前年を超えて推移

Negative

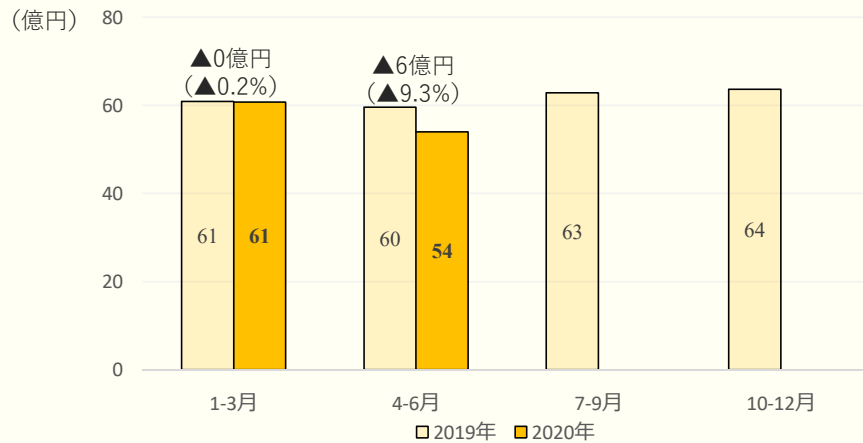
- 自販機の飲料が苦戦
- カフェ・ド・クリエなどの外食店舗が苦戦

< 今後の取り組み >

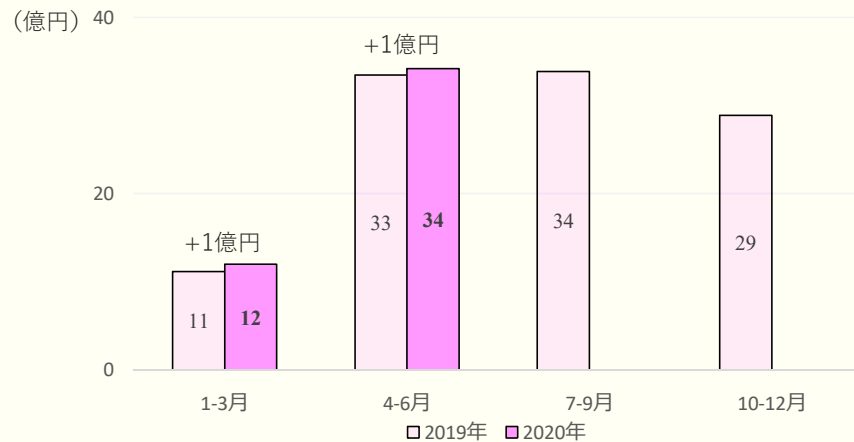
- 飲料は手売りを強化
- 自販機の不採算ロケからの撤退による収益性向上
- 飲料から食品へのリソースシフト

● サッポロファクトリーは苦戦も、恵比寿ガーデンプレイスは底堅く推移

< 売上収益 >



< 事業利益 >



Positive

➤ オフィス、賃貸住宅は引き続き高稼働を維持

Negative

➤ サッポロファクトリー等の商業施設に、一部コロナ影響

< 今後の取り組み >

➤ 物件価値向上に向けたリーシング強化、
及び賃貸エリアのリニューアル

● 資産合計は前期差▲220億円

■ 現預金

- コロナ対策で手元資金強化

■ 営業債権

- 季節要因

■ 棚卸資産

■ 流動資産その他

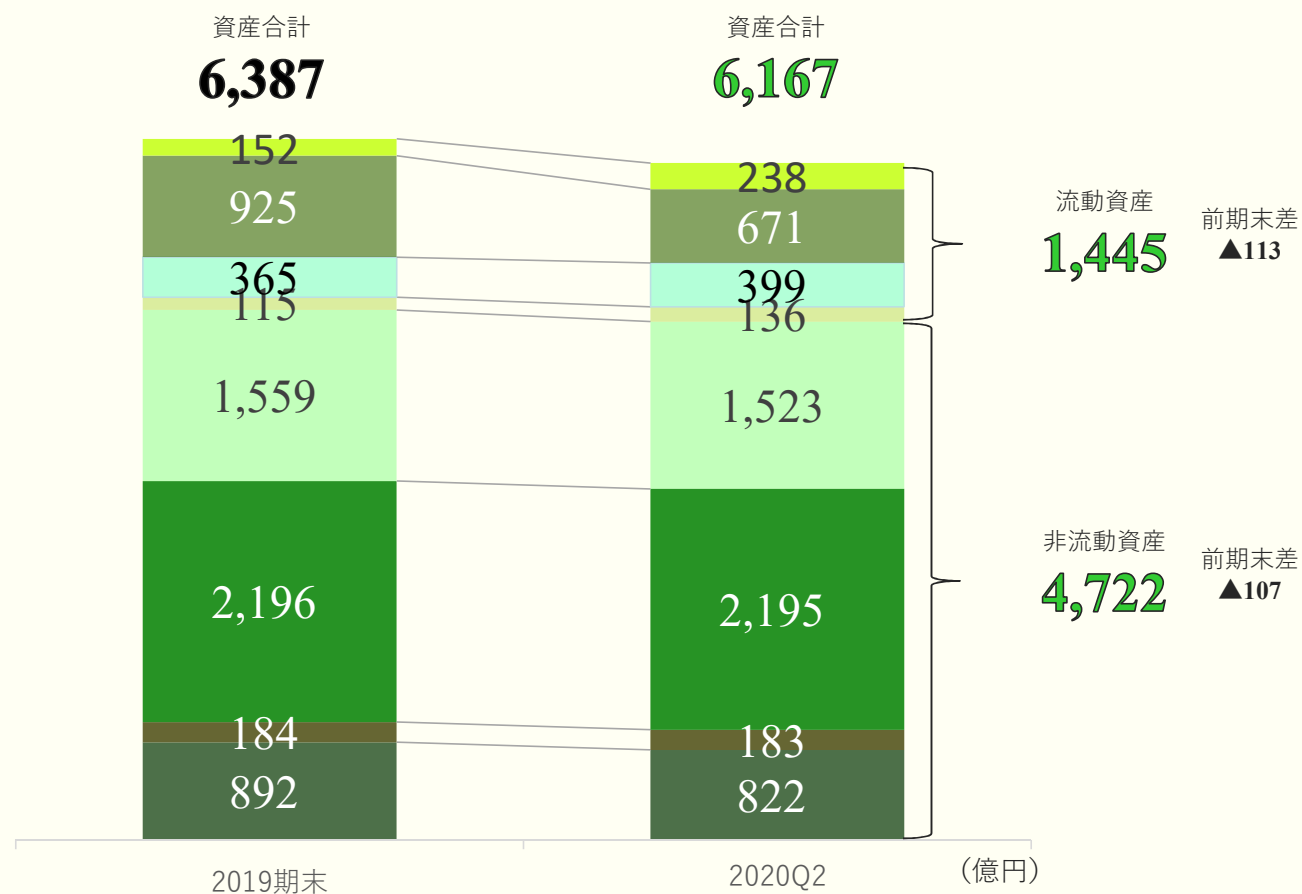
■ 固定資産

■ 投資不動産

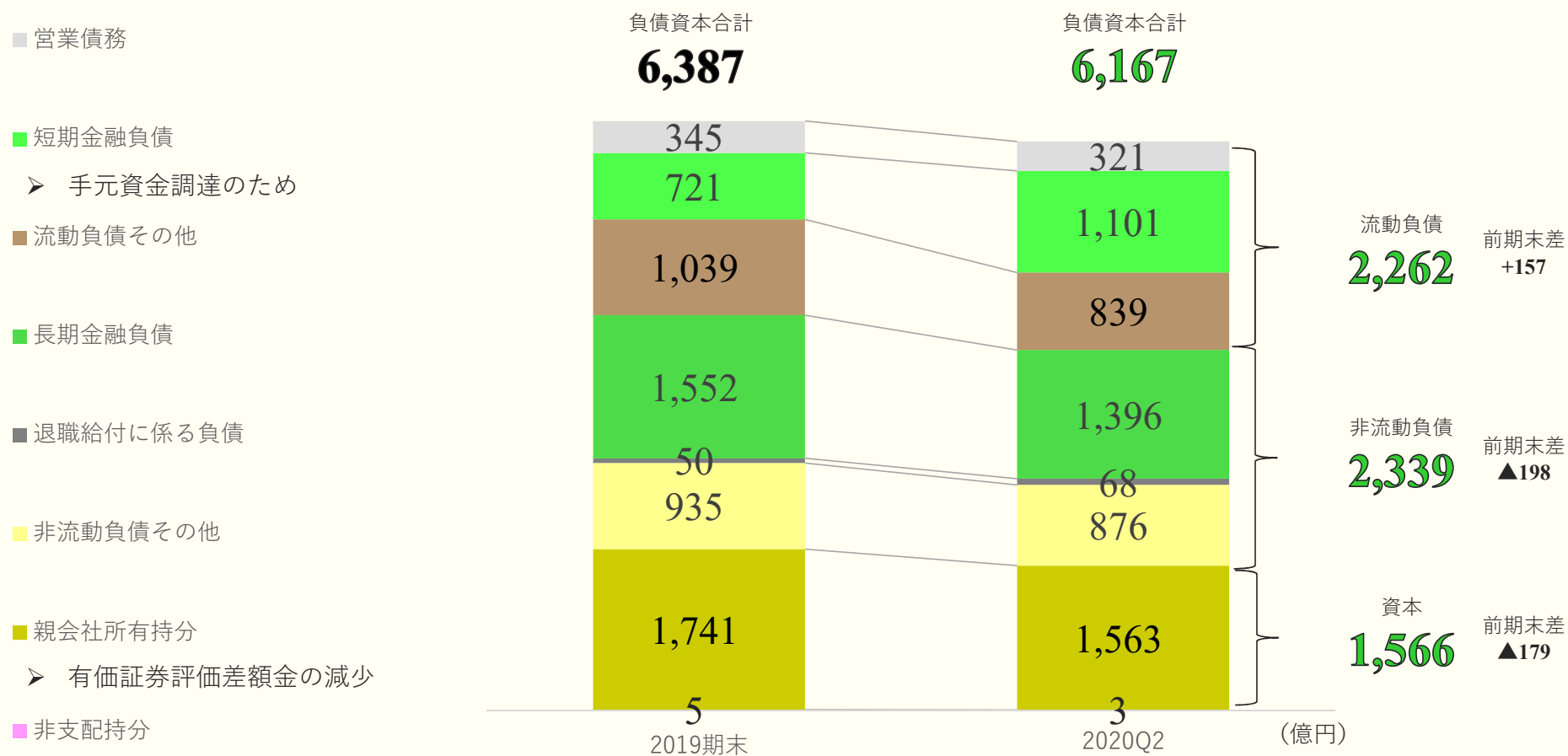
■ のれん

■ 非流動資産その他

- 有価証券の時価低下による



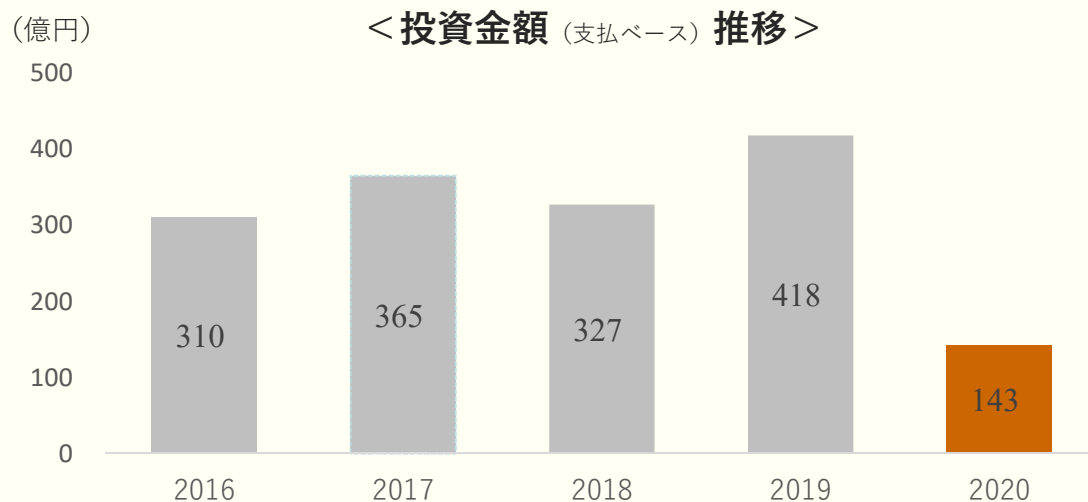
● 負債合計は前期差▲41億円、資本合計は▲179億円



● 投資金額（支払ベース）は**143**億円

<連結キャッシュフロー計算書>

(億円)	2019 2Q実績	2020 2Q実績	増減	増減率
営業活動によるCF	136	43	▲ 93	▲68.3%
投資活動によるCF	▲ 149	▲ 118	30	—
フリーCF	▲ 13	▲ 75	▲ 63	—
財務活動によるCF	1	155	154	12,175.6%



<投資金額（①+②+③）> **143** 億円

① 設備投資（支払ベース）：**106** 億円

（有形固定資産・無形固定資産・投資不動産）

<主な内訳>

- ・『酒』『食』『飲』関連：**59**億円
サッポロビール社 工場関連：26億円
スリーマン社 工場関連：9億円
ポッカサッポロ社 工場関連：8億円

・投資不動産：**32**億円

・全社ほか：**15**億円

② リース料：**18**億円

（飲食店舗の家賃にかかるリース料除く）

③ その他投資：**18**億円

（長期前払費用・投資有価証券ほか）

参考資料 Appendix

Appendix：売上数量・金額データ

< 売上数量 > (万箱/大瓶換算)

国内ビール類 売上数量 (※1)	2019Q2	2020Q2	前期比
サッポロ生ビール黒ラベル計	778	600	▲22.9%
エビス計	353	282	▲20.1%
①ビール計	1,342	1,043	▲22.3%
②発泡酒計	99	85	▲14.1%
③新ジャンル計	520	704	+35.4%
国内ビール類 合計 (①+②+③)	1,961	1,832	▲6.6%
(参考) ビールテイスト飲料	35	28	▲20.0%
海外ビール類 売上数量	2019Q2	2020Q2	前期比
海外ブランド (※2)	645	649	+0.6%
サッポロブランド	178	137	▲22.9%
④北米計	823	786	▲4.5%
サッポロブランド	141	72	▲48.9%
⑤その他地域計	141	72	▲48.9%
海外ビール類 合計 (④+⑤)	964	858	▲11.0%

※1：ビール酒税組合での合意により、国内ビール類の売上数量実績は、第2四半期及び第4四半期のみ開示しております。

※2：スリーマン社、アンカー社を含む。

※3：ポッカサッポロフード&ビバレッジ単体 国内売上のみ。

< 売上金額 > (億円)

国内ビール類 売上金額	2019Q2	2020Q2	前期比
ビール	744	584	▲21.5%
発泡酒	38	33	▲14.4%
新ジャンル	172	233	+35.9%
小計	953	850	▲10.9%
リベート等控除	▲51	▲47	-
合計	903	803	▲11.1%
国内その他酒類 売上金額	2019Q2	2020Q2	前期比
国産ワイン	21	17	▲18.5%
輸入ワイン	36	28	▲22.8%
ワイン計	57	45	▲21.2%
スピリッツ計 (RTD・洋酒・焼酎)	182	180	▲1.3%
小計	241	225	▲6.8%
リベート等控除	▲47	▲45	-
合計	193	179	▲7.0%
食品飲料 売上金額 (※3)	2019Q2	2020Q2	前期比
飲料水	321	289	▲10.0%
食品 (レモン・スープ・大豆チルド)	128	138	+7.8%

Appendix：酒類事業（国内）データ

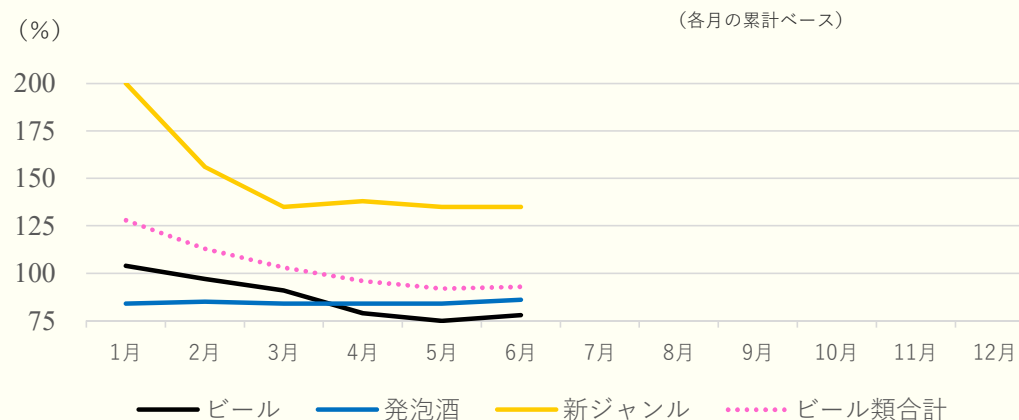


<国内ビール類 ジャンル別 売上数量 前期比>

(1~6月累計)
【ビール類 合計】 前期比▲7%

- ✓ ビール : 前期比▲22%
- ✓ 発泡酒 : 前期比▲14%
- ✓ 新ジャンル : 前期比+35%

<国内ビール類 ジャンル別 売上数量 前期比 推移>



<国内主要ブランド 売上数量 前期比>

- ✓ 黒ラベルブランド
前期比▲23%
(缶：前期比+5%)



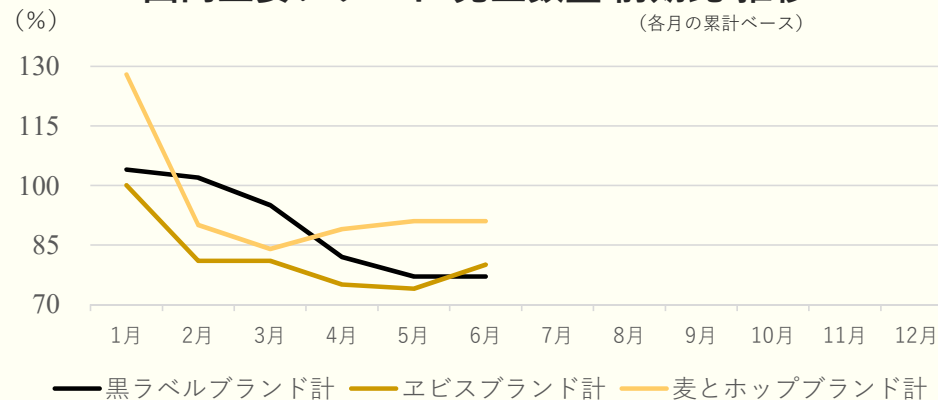
- ✓ エビスブランド
前期比▲20%



- ✓ 麦とホップブランド
前期比▲9%



<国内主要ブランド 売上数量 前期比 推移>



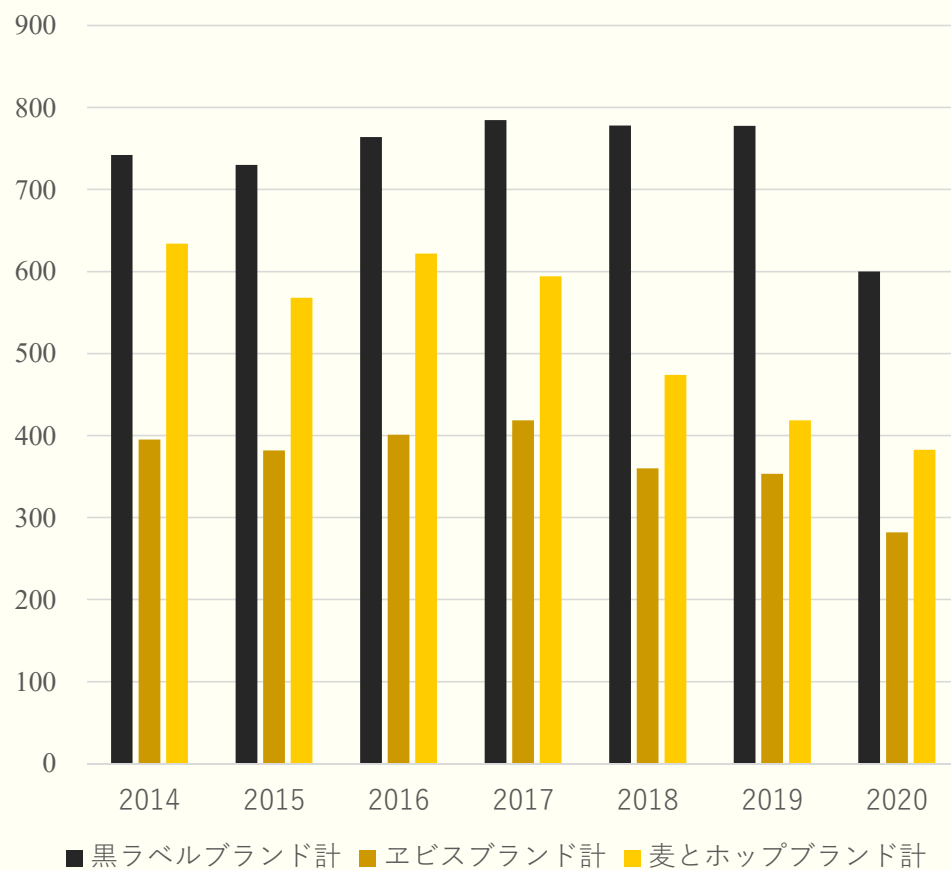
Appendix：酒類事業（国内）データ



<国内主要ブランド 売上数量 推移>

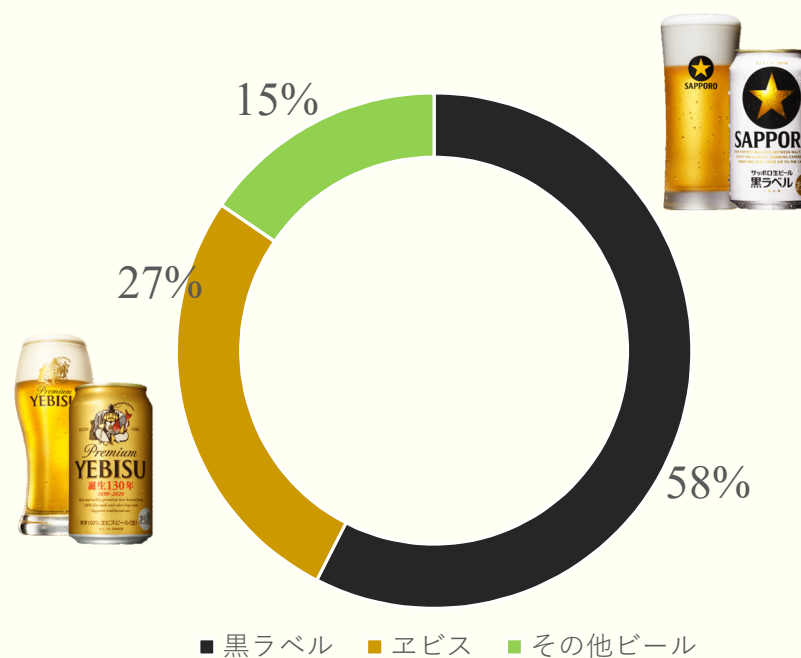
(万箱/大瓶換算)

(1~6月累計)



<国内ビールカテゴリーラインナップ 売上数量構成比>

(1~6月累計)

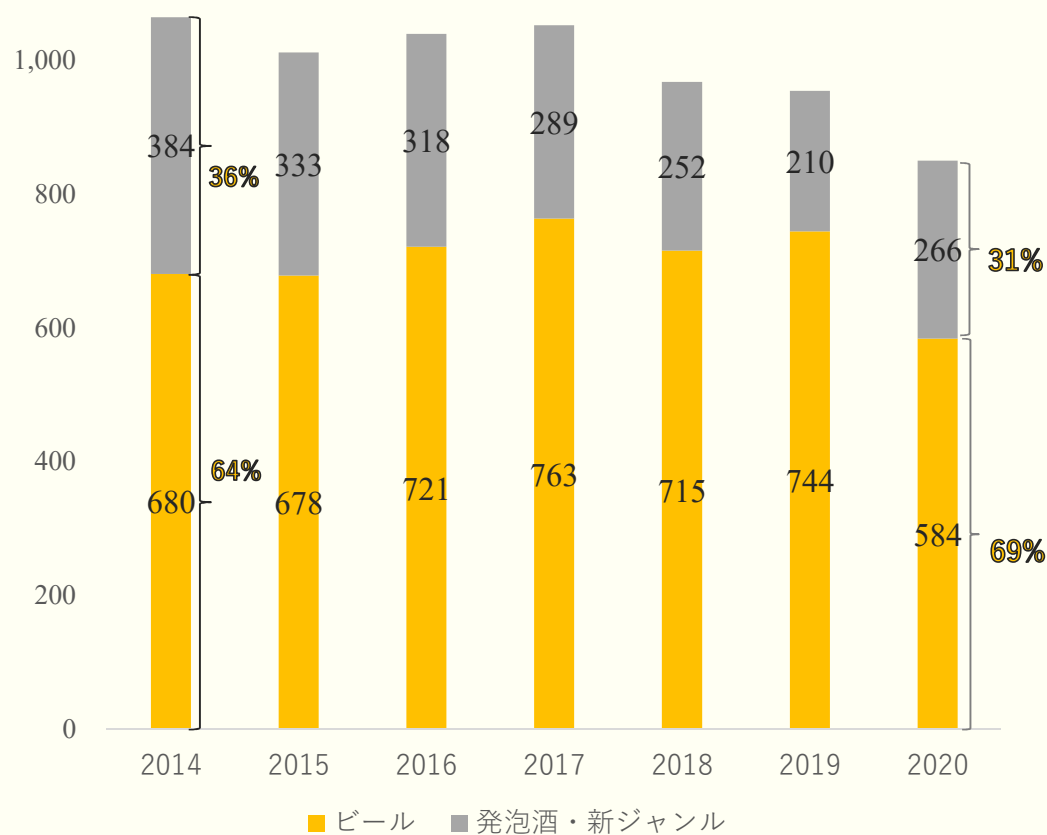


Appendix：酒類事業（国内）データ



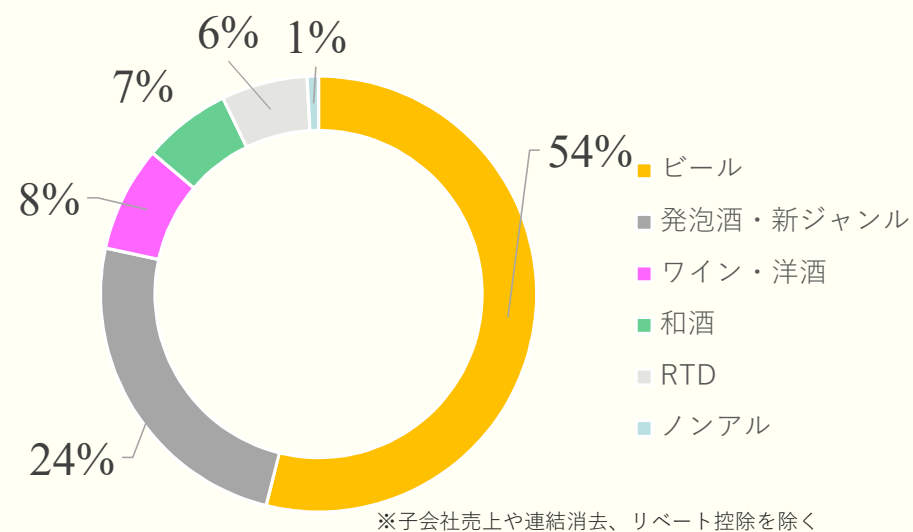
<国内ビール類 ジャンル別 売上金額 推移>

(億円) ※酒税込 (1~6月累計)



<国内酒類 カテゴリー別 売上金額 構成比>

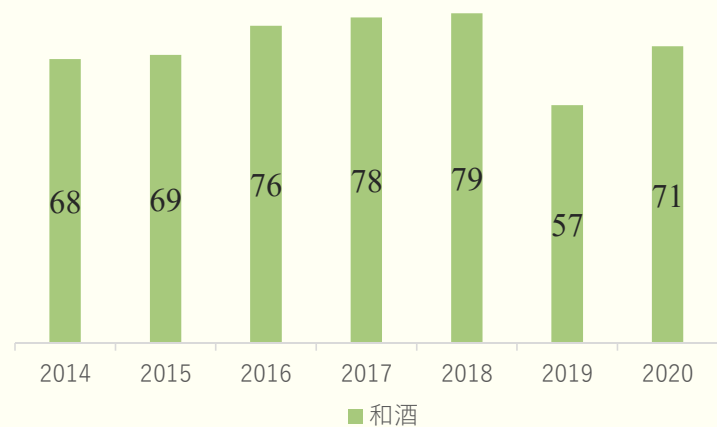
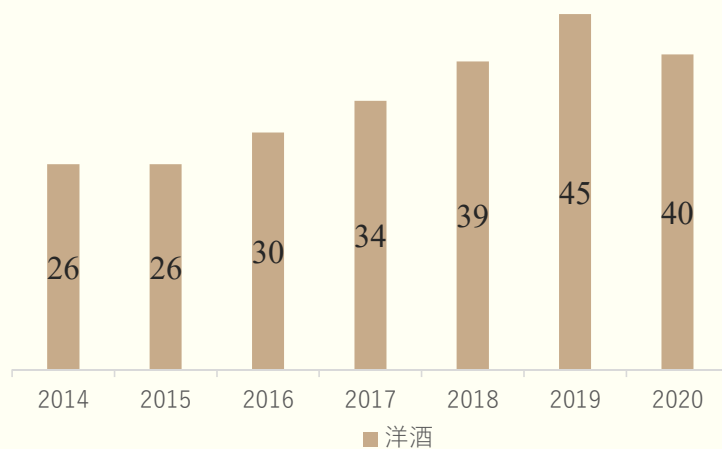
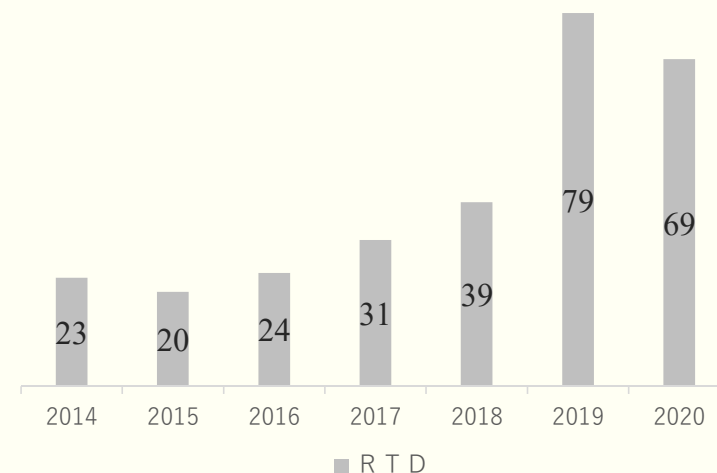
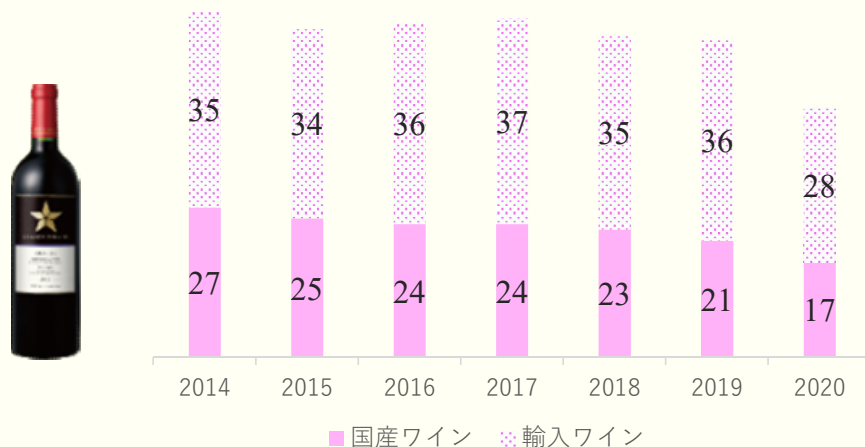
(1~6月累計)



Appendix：酒類事業（国内）データ



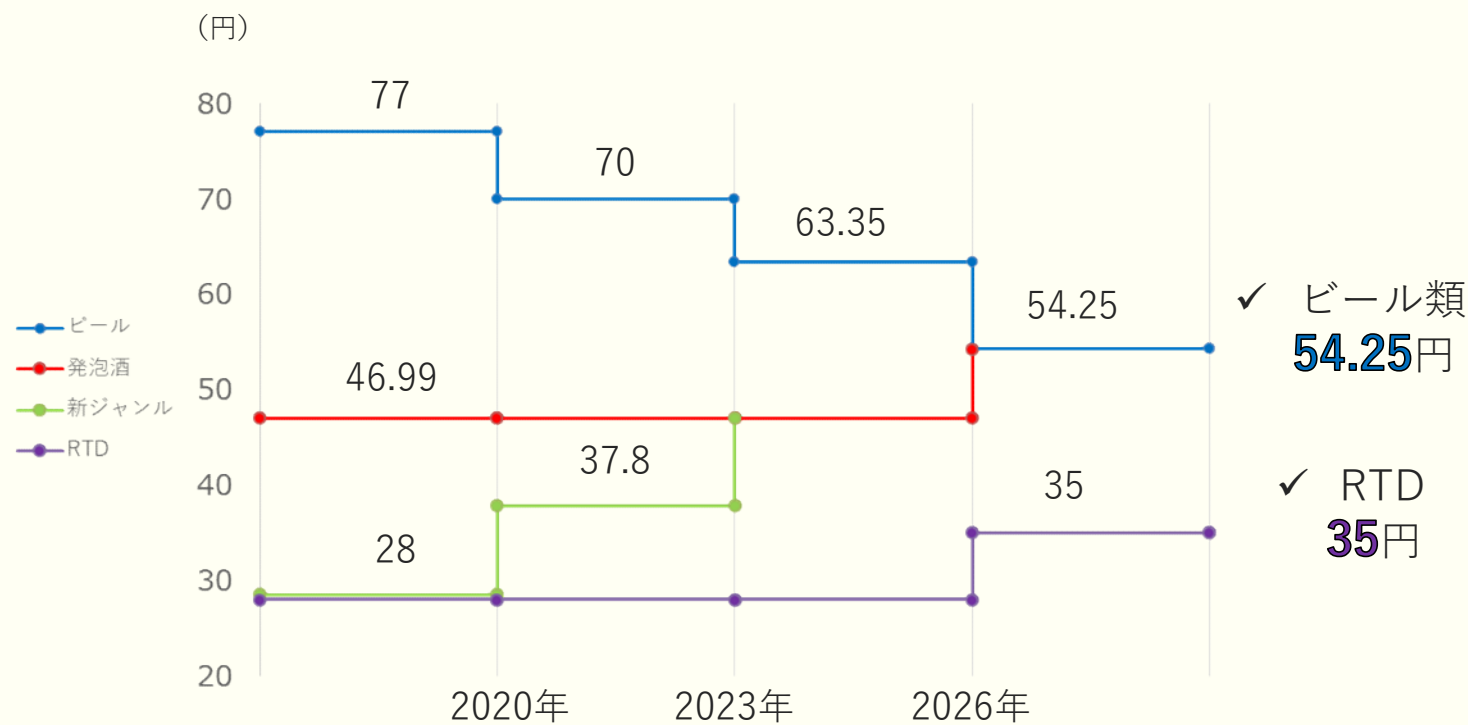
＜ワイン・スピリッツ類 売上金額 推移＞（億円）
（1～6月累計）



Appendix：酒類事業（国内）データ



< ビール類酒税一本化：350ml当たりの酒税額の推移 >



Appendix：酒類事業（海外）データ



<海外ビール類 エリア別 売上数量 前期比>

(1~6月累計)

【北米 合計】前期比▲4%

✓ 海外ブランド

前期比+1%



✓ サッポロブランド

前期比+▲23%

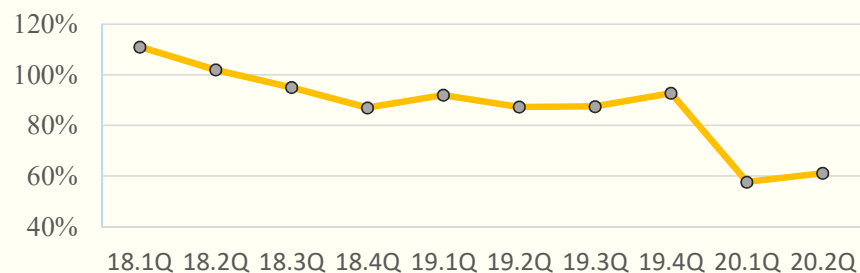


【その他地域 合計】前期比▲49%

(主要エリア：アジアパシフィック、欧州、オセアニア)

✓ サッポロブランド：前期比▲49%

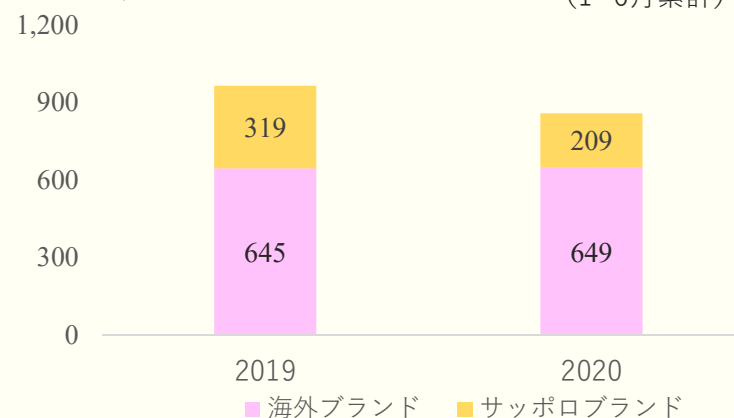
<ベトナム国内 売上数量 前期比の推移>



<海外ビール ブランド別 売上数量 推移>

(万箱/大瓶換算)

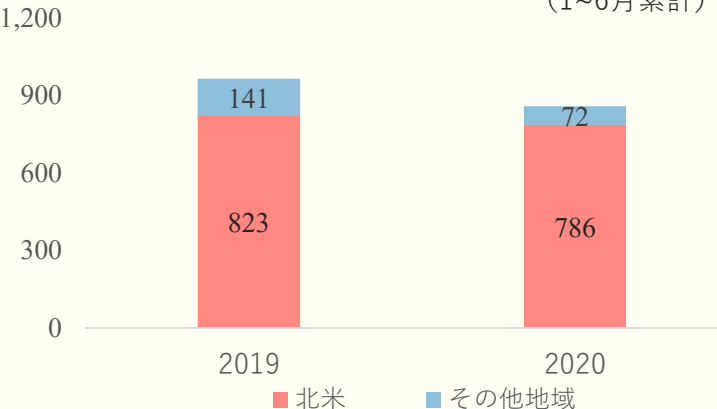
(1~6月累計)



<海外ビール エリア別 売上数量 推移>

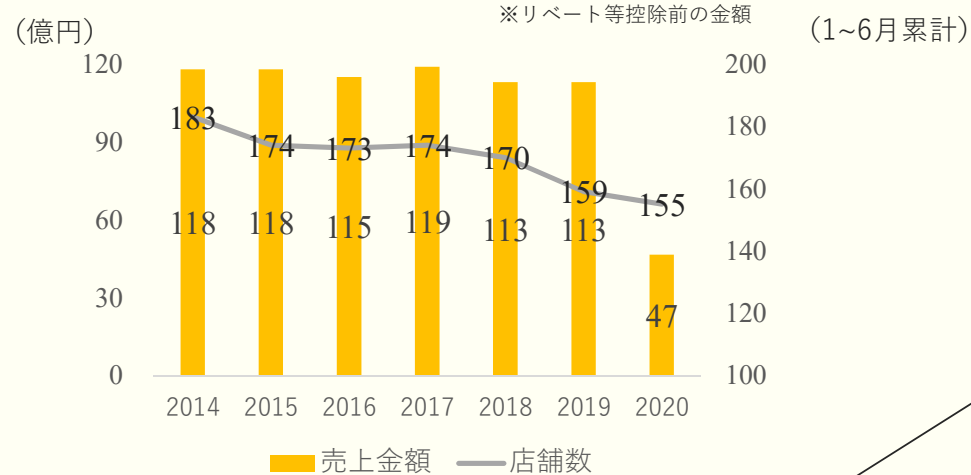
(万箱/大瓶換算)

(1~6月累計)

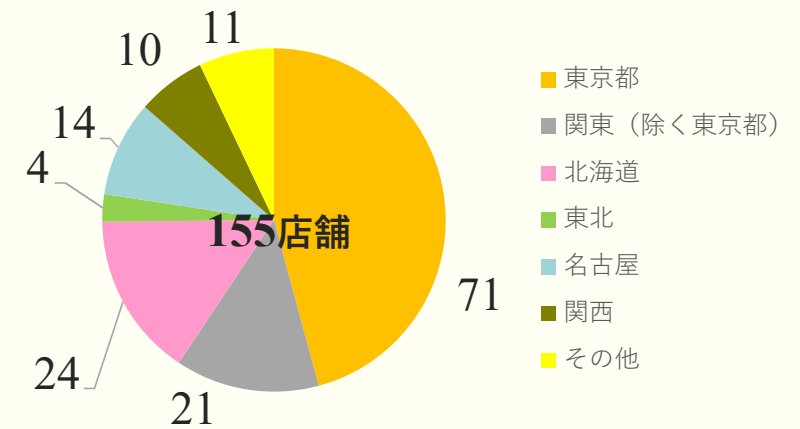


Appendix：酒類事業（外食）データ

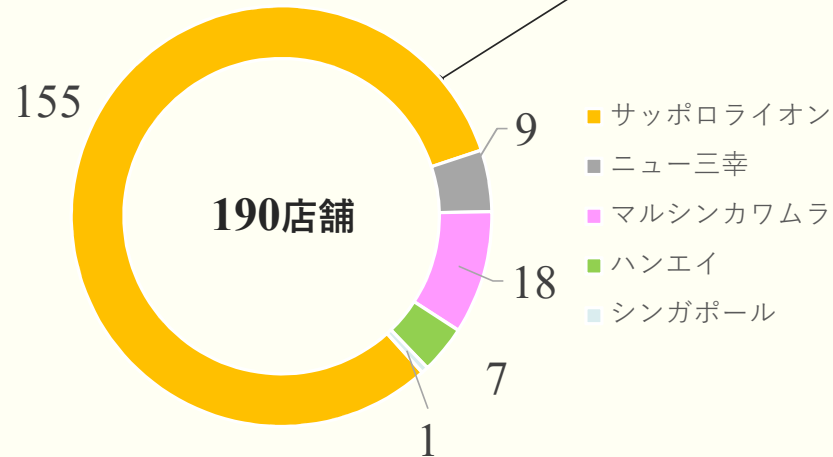
< サッポロライオン単体の店舗数と売上金額の推移 >



< サッポロライオン単体 店舗数地域別構成比 >



< 外食事業 店舗数構成比 >



< 主なブランド一覧 >



Appendix：食品飲料事業データ



<ポッカサッポロフード&ビバレッジ> 国内食品飲料 ジャンル別 売上 前期比

(1~6月累計)

【レモン飲料】

✓ 前期比+23%
(売上数量)



【レモン食品】

✓ 前期比+3%
(売上金額)



【茶系飲料】

✓ 前期比▲25%
(売上数量)



【スープ類】

✓ 前期比+8%
(売上金額)



【コーヒー飲料】

✓ 前期比▲19%
(売上数量)

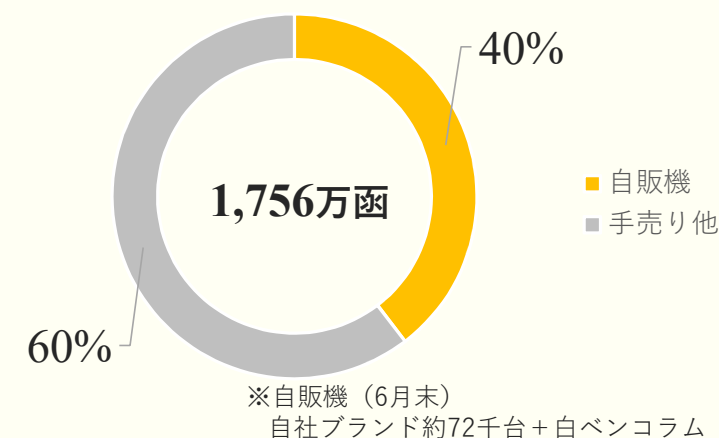


【大豆チルド】

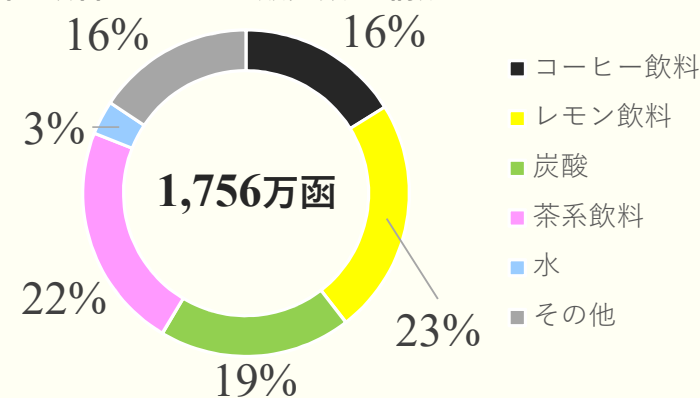
✓ 前期比+25%
(売上金額)



<ポッカサッポロフード&ビバレッジ> 国内飲料チャンネル別販売数量 構成比 (1~6月累計)



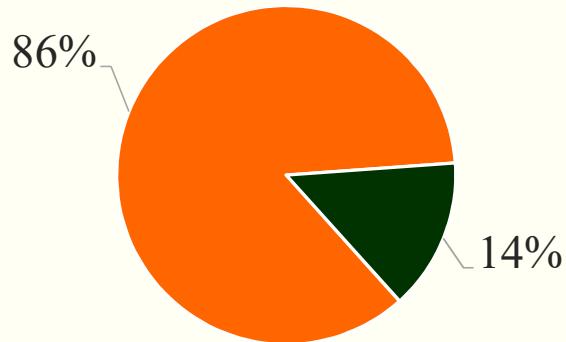
<ポッカサッポロフード&ビバレッジ> 国内飲料ジャンル別販売数量 構成比 (1~6月累計)



Appendix：食品飲料事業データ

<食品飲料事業売上収益の構成比>

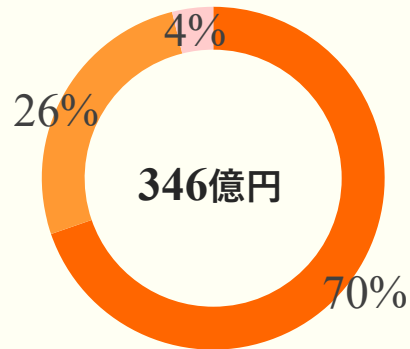
※連結調整額除く



■ 国内 ■ 海外

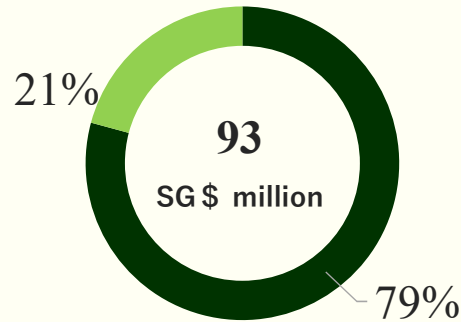


<国内：ポッカサッポロフード&ビバレッジ> 売上金額構成比



■ 飲料 ■ 食品 ■ 大豆・チルド

<海外：ポッカ> 売上金額構成比（POKKAブランド）

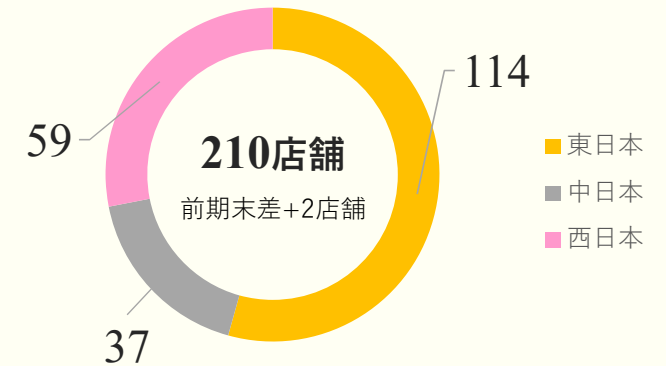


■ シンガポール&マレーシア ■ 輸出

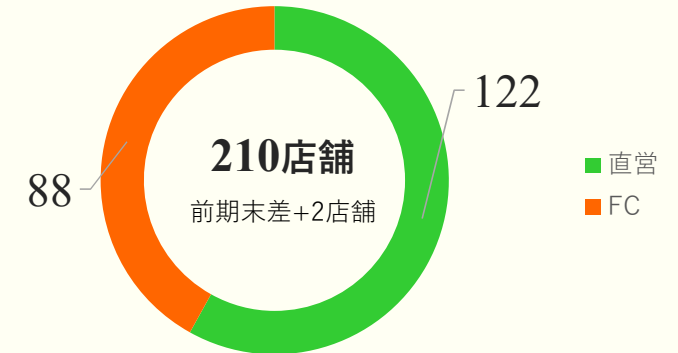
【（株）ポッカクリエイト】

✓ 売上収益**31**億円 前期比**▲28**%

<6月末 地域別店舗数>



<6月末 直営/FC店舗数>



Appendix：不動産事業データ



< 主要物件概要・稼働率 : (1~6月平均・入居ベース) >

	敷地面積 (㎡)	延床面積 (㎡)	平均 稼働率 (%)	階数
恵比寿ガーデンプレイス ⁽¹⁾	56,943	298,007	100	地下5階 地上40階建
恵比寿ファーストスクエア	2,596	16,012	100	地下1階 地上12階建
銀座プレイス	645	7,350	100	地下2階 地上11階建
ストラータ銀座 ⁽²⁾	1,117	11,411	100	地下1階 地上13階建

(1) : 「階数」はオフィス棟部分のみ、「稼働率」はオフィス区画にて記載

(2) : 100%持分にて記載。当社持分は、土地922㎡(区分所有)、建物89.72%(共有持分)

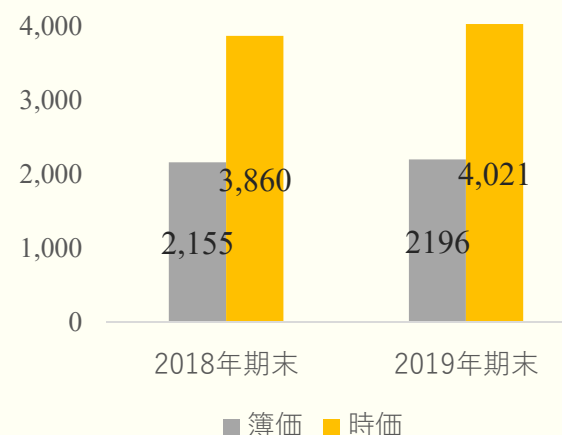
< 事業利益の内訳 >

(億円)	2019 2Q	2020 2Q	増減
恵比寿ガーデン プレイス関連	35	36	+1
北海道事業	5	4	▲ 1
その他物件・事業	10	11	+1
全社共通費用	▲ 13	▲ 12	+1
合計	37	38	+2

< EBITDAの内訳 >

(億円)	2019 2Q	2020 2Q	増減
恵比寿ガーデン プレイス関連	49	50	+0
北海道事業	8	6	▲ 1
その他物件・事業	19	20	+1
全社共通費用	▲ 5	▲ 4	+1
合計	70	71	+1

< 賃貸等不動産期末時価情報 > (億円)



潤いを創造し 豊かさに貢献する



本資料は、投資判断の参考となる情報提供のために作成されたものであり、投資勧誘又はそれに類する行為を目的としたものではありません。
また、本資料に記載された業績予測ならびに将来予測は、資料作成時点での弊社の判断であり、潜在的なリスクや不確実な要素が含まれています。
従って、将来実際に公表される業績等は、本資料に記載されている内容とは大きく異なる結果となる可能性があります。
弊社は、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。