

2024年度 決算説明会

2025年2月13日
サントリー食品インターナショナル株式会社

2024年度 振り返り 2025年度 業績予想

代表取締役社長 小野真紀子

2024年度 振り返り

過去最高の売上収益、各段階利益を達成

	2024年 実績 (億円)	対前年				修正 業績予想 との差異 (億円)	
		為替込		為替中立			
		増減(億円)	増減率	増減(億円)	増減率		
売上収益	16,968	1,050	6.6%	442	2.7%	98	
営業利益	1,602	185	13.1%	106	7.1%	67	
非経常項目	△76	△33	—	△30	—	△1	
既存事業ベース* 営業利益	1,679	218	14.9%	135	8.8%	69	
親会社の所有者に 帰属する当期利益	935	108	13.0%	68	7.8%	70	

*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

各戦略テーマを着実に推進

ブランド

コアブランド集中活動を継続

日本

+3%成長^{*1}

APAC



+8% +29%

欧州



+3%



ポートフォリオ拡充に着手

エナジー



APAC

オセアニア

欧州

英国・フランス

RTD



APAC

ベトナム

欧州

英国

構造改革

自動販売機事業の一元化

サントリービバレッジソリューション（株）の機能再編

DEI

2030年目標達成に向け、活動を推進

- 女性管理職比率 9% 超の見込^{*2}
- 「水」原単位削減：計画を上回る進捗^{*3} - 「温室効果ガス」 計画通り^{*4}
- 「プラスチック」ペットボトルのサステナブル素材 使用率 2024年実績^{*5} (国内) 58% (海外) 23%

(*1)数量成長率 (*2)3月開示予定 (*3)サントリーグループ目標：自社工場の水使用量の原単位を2015年比で グローバルで35%削減 (SBF目標は20%削減)

(*4) サントリーグループ/SBF共通目標：2019年の排出量を基準として、自社拠点でのGHG排出量を50%削減(*5) サステナブル素材（リサイクル素材あるいは植物由来素材等）の使用比率（重量ベース）

2025年度 業績予想

■ 2025年度 業績予想ハイライト

	2025年 予想 (億円)	対前年			
		為替込		為替中立	
		増減(億円)	増減率	増減(億円)	増減率
売上収益	17,960	992	5.8%	777	4.5%
営業利益	1,610	8	0.5%	△28	△1.7%
非経常項目	△105	△29		△30	
既存事業ベース* 営業利益	1,715	36	2.2%	2	0.1%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	900	△35	△3.7%	△57	△6.0%

*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

当社を取り巻く環境

主な
環境変化

激しい気候変動

原料調達リスク
/価格高騰

世界的なインフレ

人件費/物流費増加

不安定な国際情勢

予測できない
地政学リスク

当社の
取組み

変わりゆく事業環境をニューノーマルとして受け止め、
将来投資を緩める事なく積極的に実施し成長を加速させる

コアブランド
イノベーション

戦略カテゴリー
グローバル展開

戦略的設備投資
構造改革

M&A

■ 2025年度の取組み

コアブランドイノベーション

生活者視点の価値創造により成長を加速

日本



APAC



欧州



戦略カテゴリー全球展開

自国以外への積極的な展開を推進

コーヒー



TEA



エナジー



RTD



■ 2025年度の取組み

グループの知見やリソースを活用しながら収益創出に向けた挑戦を継続

戦略カテゴリーグローバル展開

25年半ばよりオーストラリアでのRTD製造および販売を開始予定



オーストラリア スワンバンク新工場

新たな価値創造

SUNTORY
SUNTORY BEVERAGE & FOOD

ウェルネスケア
価値創造

SUNTORY
SUNTORY WELLNESS



SUNTORY
SUNTORY GLOBAL INNOVATION CENTER



戦略的設備投資 / 構造改革

自販機事業成長投資

新キャッシュレスサービス展開



生産能力強化

ベトナム ロンアン省工場新設



オーストラリア スワンバンク工場 ライン新設



日本 高砂工場 ライン新設



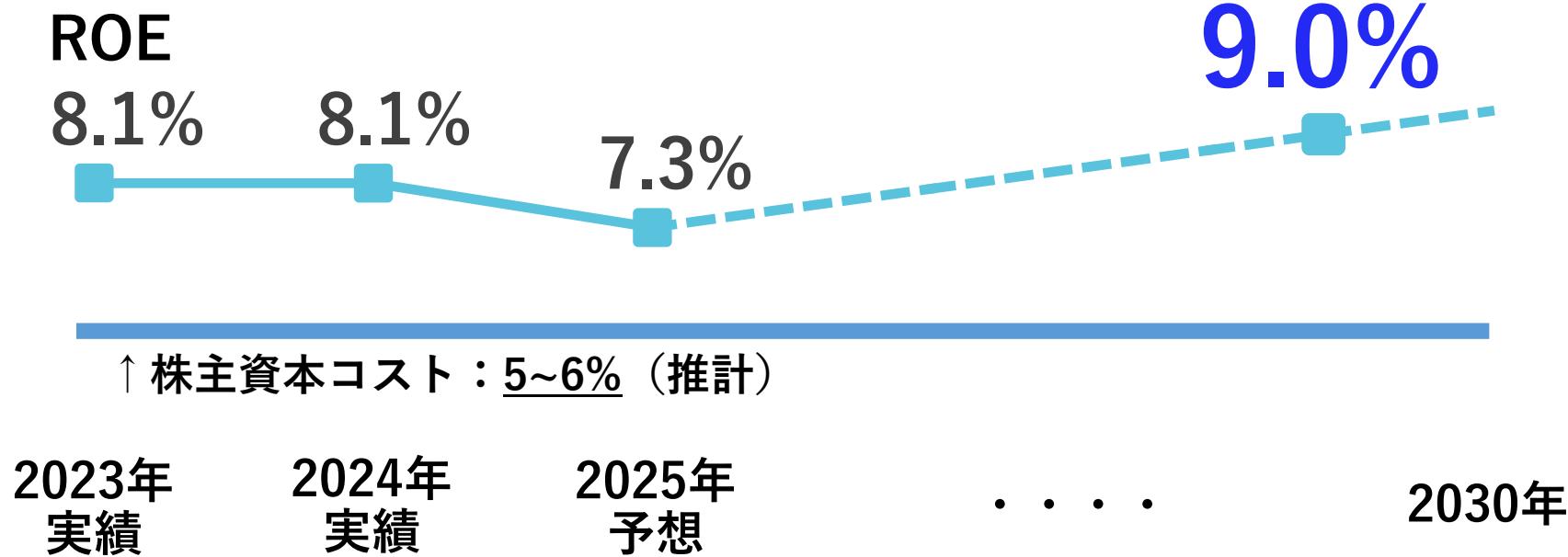
IT基盤革新

日本 SCMシステム刷新

海外 基幹システム共通化

引き続き、利益率向上および成長投資に取組み、
資本コストを上回る事業活動を推進、企業価値向上を目指す

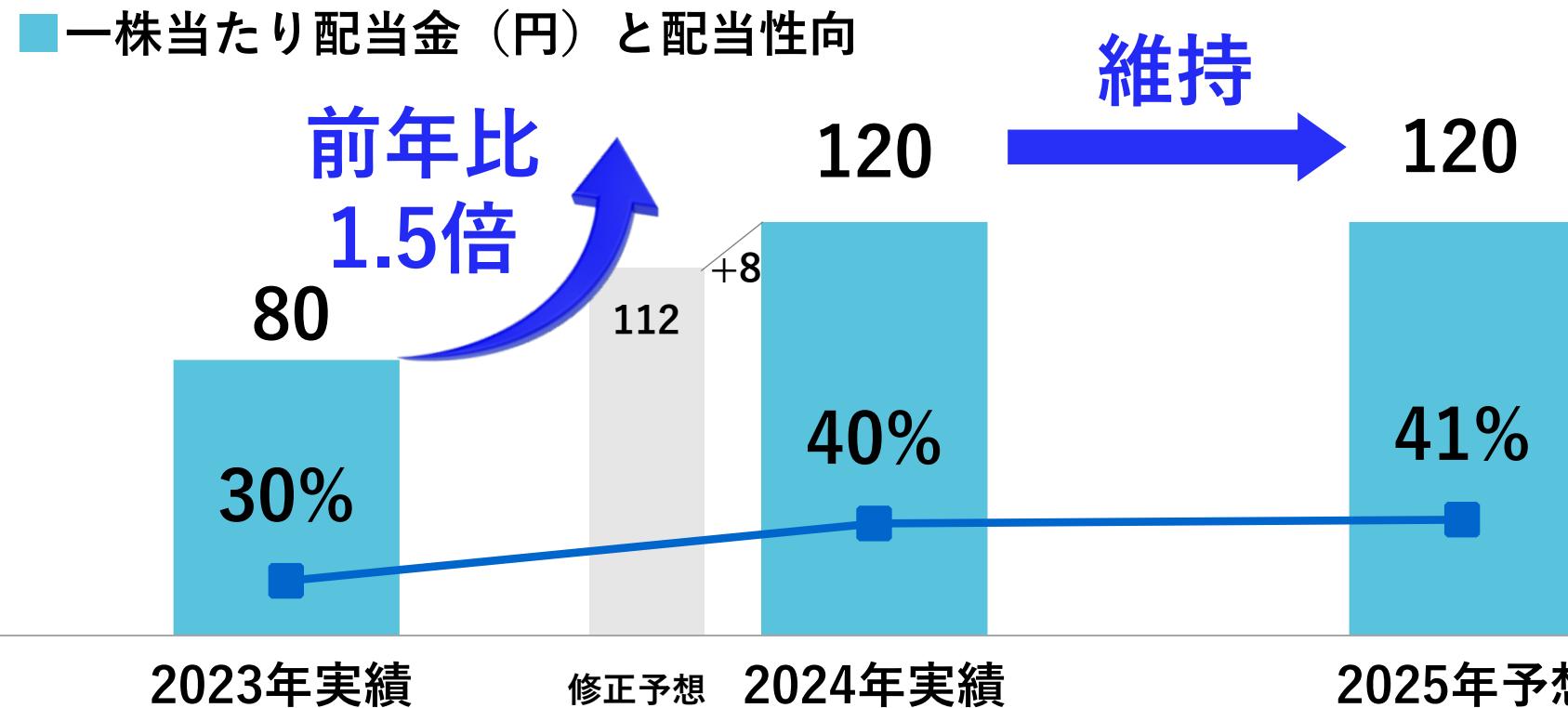
■ ROEと株主資本コスト ^{*1}



(*1) 株主資本コスト(CAPMベース)=リスクフリーレート+ $(\beta \times マーケットリスクプレミアム)$

■ 株主還元

2024年は利益成長と配当性向引上げにより大幅増配
2025年も一株当たり配当金を維持、継続的な株主還元の拡充を目指す



新マネジメント体制

取締役 *



代表取締役社長
(CEO)
小野 真紀子



取締役
(Japan CEO)
内貴 八郎



取締役
(International CEO)
Peter Harding

リージョン



APAC CEO
Jahanzeb Khan



Europe CEO
Pierre Decroix



Americas CEO
Derek Hill

ファンクション



取締役
宮永 嘴



取締役
(常勤監査等委員)
神田 秀樹



社外取締役
中村 真紀



社外取締役
(監査等委員)
三村 まり子



社外取締役
(監査等委員)
増山 美佳



専務執行役員
沖中 直人



専務執行役員
藤本 誠

(*) 2025年3月下旬開催予定の定時株主総会での承認を経て、その後に開催される取締役会・監査等委員会で正式決定される予定です。

決算補足説明

専務執行役員 沖中 直人

2024年度 振り返り

■2024年度 実績(セグメント別) - 既存事業ベース

セグメント	売上収益 (億円)	対前年				修正業績 予想との 差異 (為替込) (億円)	
		為替込		為替中立			
		増減(億円)	増減率	増減(億円)	増減率		
日本	7,318	237	3.3%	-	-	28	
APAC	4,009	411	11.4%	229	6.0%	34	
欧州	3,681	288	8.5%	1	0.0%	16	
米州	1,948	219	12.7%	84	4.5%	18	
連結	16,956	1,155	7.3%	551	3.4%	96	
セグメント利益 (億円)							
日本	493	87	21.4%	-	-	8	
APAC	519	60	13.0%	39	8.2%	△6	
欧州	611	80	15.1%	32	5.6%	11	
米州	238	28	13.6%	12	5.3%	3	
調整額	△183	△38		△35		52	
連結	1,679	218	14.9%	135	8.8%	69	

既存事業ベース = 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

■ 日本：2024年度 実績 - 既存事業ベース

売上収益	増減率		セグメント利益	増減率	
	為替込	為替中立		為替込	為替中立
7,318 億円	3.3%	—	493 億円	21.4%	—

- 販売数量は、飲料市場 前年比 100%（推定）、当社 99%
ブランド別には、「サントリー天然水」が好調に推移。
「特保・機能性飲料」も引き続き好調に推移。
- 売上収益は、販売数量前年比 99%を上回り、前年比103%で增收。
ブランド及び各チャネルの重点活動、ミックス改善、価格改定効果も寄与。
- セグメント利益は、增收効果、ミックス改善、
コストマネジメント徹底も寄与し増益。



既存事業ベース = 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

■ APAC : 2024年度 実績 - 既存事業ベース

売上収益	増減率		セグメント利益	増減率	
	為替込	為替中立		為替込	為替中立
4,009 億円	11.4%	6.0%	519 億円	13.0%	8.2%
売上収益	増減率				
	為替込	為替中立			
飲料事業 (ベトナム)	1,561 億円	8.9%	6.2%	コアブランド集中活動により販売トレンドを維持。	
飲料事業 (タイ)	1,053	15.5%	8.5%	需要が堅調。「PEPSI」ブランド、「TEA+」の販売数量が伸長。	
健康食品 (*)	412	17.4%	10.3%	「BRAND'S Essence of Chicken」、「BRAND'S Bird's Nest」は引き続き販売数量が伸長。	
飲料事業 (オセアニア)	748	10.4%	3.4%	競争環境が厳しくなる中、エナジーカテゴリー「V」への集中活動を継続。	

(*) 健康食品は、タイ及びインドシナ半島の実績

既存事業ベース = 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



■ 欧州：2024年度 実績 - 既存事業ベース

売上収益	増減率		セグメント 利益	増減率	
	為替込	為替中立		為替込	為替中立
3,681 億円	8.5%	0.0%	611 億円	15.1%	5.6%

売上収益	増減率		
	為替込	為替中立	
フランス 1,347 億円	6.4%	△1.3%	消費低迷、競争環境激化の影響を受ける中、コアブランド集中活動徹底。「Oasis」が伸長。
英國 (*1) 1,092	11.8%	1.0%	製品供給体制は回復中、「Lucozade」への集中活動再開、「-196」「CELSIUS」等の新たな取組みも開始
スペイン (*2) 668	2.6%	△4.9%	業務用市場低迷の影響を受ける中、「Schweppes」への集中活動継続

(*1) 英国、アイルランド (*2) スペイン、ポルトガル

既存事業ベース = 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



■ 米州：2024年度 実績 - 既存事業ベース

売上収益	増減率		セグメント利益	増減率	
	為替込	為替中立		為替込	為替中立
1,948 億円	12.7%	4.5%	238 億円	13.6%	5.3%

- 販売数量は、炭酸（「PEPSI」）は前年並み。
非炭酸（「GATORADE」 「CELSIUS」）は堅調に推移。
- 売上収益は、販売数量の維持に加え、価格改定を含めたRGM活動も寄与し增收^(*)
- セグメント利益は、原材料価格、物流費及び人件費増の影響を受ける中、增收効果により、増益



(*) RGM = レベニュー・グロースマネジメント。プライスパック、ミックススマネジメント、等

既存事業ベース = 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

2025年度 業績予想

■ 2025年度 業績予想 (セグメント別) - 既存事業ベース

売上収益(億円)	対前年			
	為替込		為替中立	
	増減(億円)	増減率	増減(億円)	増減率
日本	7,355	37	0.5%	-
APAC	4,725	716	17.9%	500 11.8%
欧州	3,855	174	4.7%	178 4.8%
米州	2,025	77	3.9%	73 3.8%
連結	17,960	1,004	5.9%	788 4.6%
セグメント利益 (億円)				
日本	465	△28	△5.7%	-
APAC	595	76	14.5%	41 7.5%
欧州	645	34	5.6%	35 5.7%
米州	260	22	9.1%	21 8.9%
調整額	△250	△67		△67
連結	1,715	36	2.2%	2 0.1%

既存事業ベース = 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

■ 日本：2025年度 業績予想 - 既存事業ベース

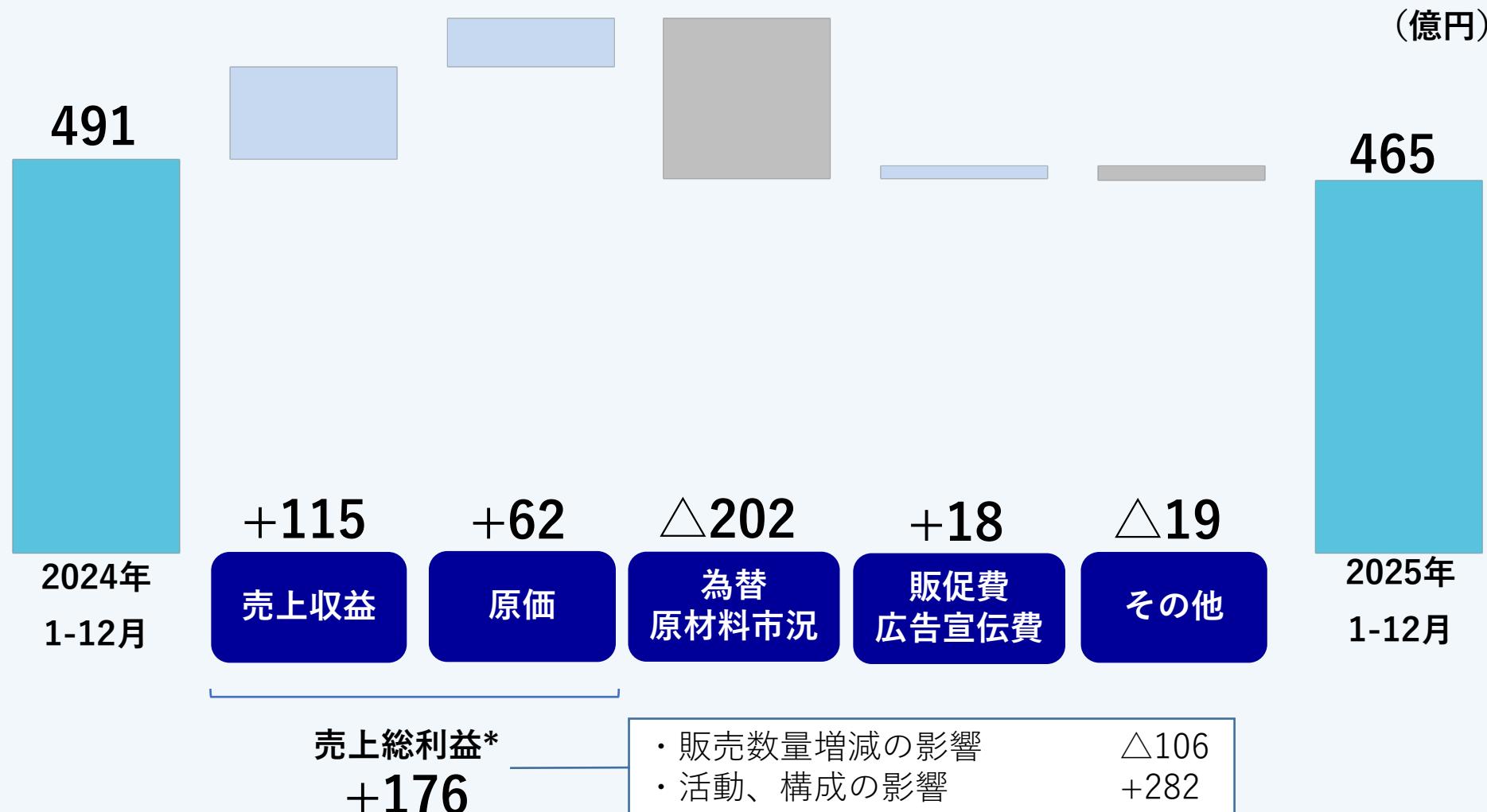
売上収益	増減率		セグメント利益	増減率	
	為替込	為替中立		為替込	為替中立
7,355 億円	0.5%	—	465 億円	△5.7%	—

- 販売数量は、市場と同様に前年の猛暑影響の反動、価格改定の影響により、前年97%を想定
- 売上収益は、ミックス改善や価格改定効果により、增收を目指す（前年比101%）
- 原材料や物流費を含め、更なるコスト悪化の影響を受ける想定の下、增收効果及びコストマネジメント徹底により、利益への影響を低減させていく
- コアブランド集中活動の強化や将来に向けた投資にも積極的に取組んでいく

既存事業ベース = 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



■ 日本：2025年度 業績予想 利益増減分析



■ 日本：事業成長に向けた取組み

厳しい事業環境においても成長に向けた積極的な取組みを強化

コア ブランド

- ・ブランドポートフォリオ強化/新需要創造
天然水、伊右衛門（特茶含む）
BOSS、GREEN DA・KA・RA



自動販売機事業 構造改革

- ・自販機のユーザビリティ向上のための成長投資
(新キャッシュレス決済サービス導入)
- ・法人営業強化、オペレーション効率化を継続



サプライチェーン 構造革新

- ・事業一貫でのサプライチェーン体制のさらなる強靭化
(サプライチェーンシステム刷新)
- ・エリア需給推進による、物流問題対応、安定供給の促進

RGM活動

- ・経済情勢/消費動向を注視し、追加価格改定を引き続き検討

■ APAC：2025年度 業績予想 - 既存事業ベース

売上収益	増減率		セグメント利益	増減率	
	為替込	為替中立		為替込	為替中立
4,725 億円	17.9%	11.8%	595 億円	14.5%	7.5%

- フルバリューチェーンの総合力を発揮、コアブランドの更なる成長を目指す
- 売上収益の伸長及び生産設備の増強（ベトナム・タイ）による収益力の強化
- オーストラリアでRTD製造販売を開始、サプライチェーンの早期確立を目指す

既存事業ベース = 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



■ 欧州：2025年度 業績予想- 既存事業ベース

売上収益	増減率		セグメント利益	増減率	
	為替込	為替中立		為替込	為替中立
3,855 億円	4.7%	4.8%	645 億円	5.6%	5.7%

- コアブランド（「Oasis」、「Schweppes」、「Lucozade」）イノベーション継続およびマケ集中投資。
- 戦略カテゴリー（エナジーなど）への取り組みも強化し、販売数量増による売上収益増を目指す
- 生産・調達部門も含め、継続的なコスト改善活動により収益性強化に取り組む



既存事業ベース = 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

■ 欧州：事業成長に向けた取組み

市場環境は引き続き厳しいが、売上収益成長に向けた取組みを強化

フランス

- ・「Oasis」「Schweppes」を中心としたコアブランド集中活動を強化
- ・「CELSIUS」のさらなる認知獲得・販路拡大等を強化

英國^{*1}

- ・「Lucozade」のコアブランド集中活動を継続
- ・「CELSIUS」「-196」のさらなる認知獲得・販路拡大等を強化
- ・生産効率の改善に向けた取組みを引き続き継続

スペイン^{*2}

- ・「Schweppes」のフレーバー展開およびポートフォリオ拡充を強化
- ・家庭用 / 業務用市場でのコアブランド集中活動および構造改革を継続

(*1) 英国、アイルランド

(*2) スペイン、ポルトガル

■ 米州：2025年度 業績予想 - 既存事業ベース

売上収益	増減率		セグメント利益	増減率	
	為替込	為替中立		為替込	為替中立
2,025 億円	3.9%	3.8%	260 億円	9.1%	8.9%

- 炭酸カテゴリー・非炭酸カテゴリーのさらなる拡大に取り組む
- RGM^(*)活動継続により、収益力強化に取り組む



(*) RGM = レベニュー・グロースマネジメント。プライスパック、ミックススマネジメント、等

既存事業ベース = 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

SUNTORY

SUNTORY BEVERAGE & FOOD

■ 2024年度 実績 非経常項目詳細

	2024年 実績 (億円)	内容
営業利益	1,602	
非経常項目	△76	(APAC) △65 (日本) △2 (欧州) △7 (米州) △1
既存事業ベース 営業利益 *	1,679	

*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

2024年四半期別実績 (セグメント別) - 既存事業ベース

第1四半期 (億円) (1-3月)	対前年				対前年				対前年				対前年							
	為替込		為替中立		為替込		為替中立		為替込		為替中立		為替込		為替中立					
	増減	増減率	増減	増減率	増減	増減率	増減	増減率	増減	増減率	増減	増減率	増減	増減率	増減	増減率				
既存事業ベース売上収益																				
日本	1,533	75	5.2%	—	—	1,901	77	4.2%	—	—	2,144	39	1.8%	—	—	1,740	46	2.7%	—	—
APAC	985	109	12.5%	43	4.5%	1,026	130	14.4%	66	6.9%	926	48	5.5%	29	3.2%	1,071	124	13.1%	91	9.3%
欧州	786	100	14.6%	1	0.2%	1,039	81	8.4%	△42	△3.9%	1,040	76	7.8%	28	2.8%	816	32	4.1%	15	1.8%
米州	401	72	21.8%	31	8.4%	490	81	19.9%	27	5.7%	493	30	6.4%	10	2.1%	564	37	7.0%	16	3.0%
連結	3,705	356	10.6%	150	4.2%	4,457	314	7.6%	127	2.9%	4,603	246	5.7%	106	2.4%	4,191	238	6.0%	168	4.2%
既存事業ベースセグメント利益																				
日本	79	43	121.3%	—	—	146	12	8.6%	—	—	248	46	22.6%	—	—	20	△14	△41.2%	—	—
APAC	139	13	10.4%	4	2.9%	143	31	27.5%	24	20.5%	106	7	7.0%	6	6.5%	132	9	7.3%	5	3.6%
欧州	117	10	9.6%	△6	△5.0%	165	6	4.1%	△15	△8.2%	216	52	32.1%	43	25.0%	113	11	10.8%	10	9.6%
米州	43	5	13.6%	0	1.2%	68	11	19.7%	4	5.6%	66	8	14.7%	6	10.2%	62	4	6.6%	2	3.2%
調整額	△35	△3	△2	△43	△11	△10	△45	△11	△10	△11	△11	△60	△12	△12	△12	△12	△12	△12	△12	△12
連結	343	69	25.0%	39	13.0%	479	49	11.4%	15	3.2%	590	102	21.0%	91	18.2%	266	△2	-0.9%	△10	△3.5%

既存事業ベース = 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

2024年四半期別実績 (セグメント別)

第1四半期 (億円) (1-3月)	対前年				対前年				対前年				対前年							
	為替込		為替中立		為替込		為替中立		為替込		為替中立		為替込		為替中立					
	増減	増減率	増減	増減率	増減	増減率	増減	増減率	増減	増減率	増減	増減率	増減	増減率	増減	増減率				
売上収益																				
日本	1,533	75	5.2%	—	—	1,901	77	4.2%	—	—	2,144	39	1.8%	—	—	1,740	46	2.7%	—	—
APAC	997	98	10.9%	29	3.0%	1,027	99	10.6%	33	3.4%	926	17	1.8%	△2	△0.2%	1,071	93	9.6%	60	5.9%
欧州	786	100	14.6%	1	0.2%	1,039	81	8.4%	△42	△3.9%	1,040	76	7.8%	28	2.8%	816	32	4.1%	15	1.8%
米州	401	72	21.8%	31	8.4%	490	81	19.9%	27	5.7%	493	30	6.4%	10	2.1%	564	37	7.0%	16	3.0%
連結	3,717	344	10.2%	136	3.8%	4,457	338	8.2%	95	2.2%	4,603	160	3.6%	75	1.6%	4,191	208	5.2%	136	3.4%
セグメント利益																				
日本	78	42	116.7%	—	—	146	11	8.1%	—	—	248	46	22.6%	—	—	20	△12	△38.1%	—	—
APAC	136	18	15.4%	10	7.6%	141	34	31.6%	28	24.3%	103	5	4.9%	4	4.1%	74	△34	△31.3%	△37	△33.3%
欧州	118	13	12.7%	△3	△2.3%	159	1	0.6%	△20	△11.2%	213	58	37.2%	49	30.2%	114	14	14.3%	13	13.0%
米州	43	5	13.6%	0	1.2%	68	11	19.7%	4	5.6%	66	8	14.7%	6	10.2%	61	2	4.1%	0	0.7%
調整額	△35	△3	△2	△43	△11	△10	△45	△11	△11	△11	△60	△12	△12	△60	△12	△12	△12			
連結	339	75	28.5%	47	16.1%	471	46	10.8%	12	2.6%	585	106	22.1%	95	19.3%	208	△42	△16.6%	△48	△18.7%

■2024年度 実績 (セグメント別)

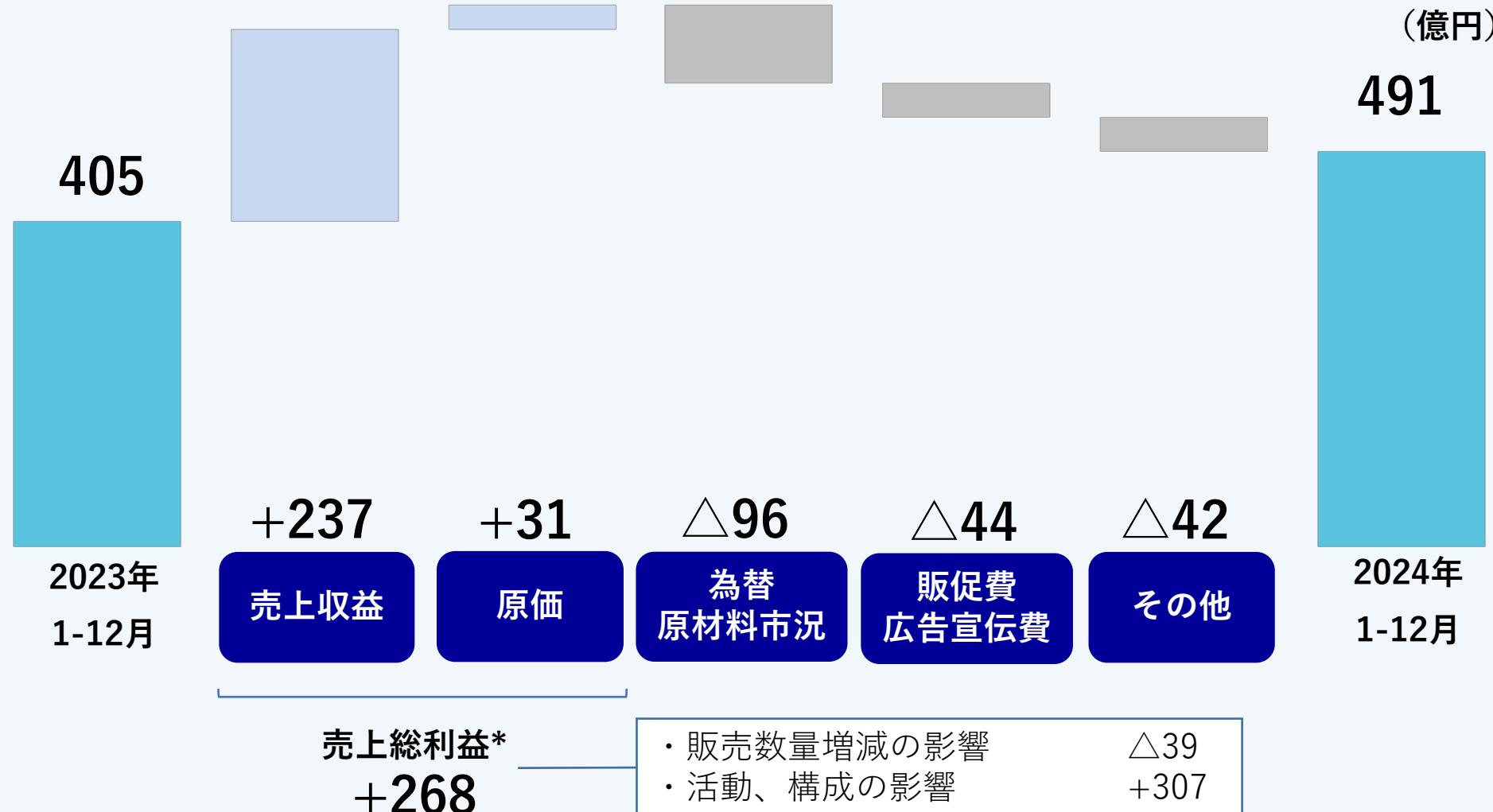
売上収益 (億円)	対前年				修正業績 予想との 差異 (為替込) (億円)	
	為替込		為替中立			
	増減(億円)	増減率	増減(億円)	増減率		
日本	7,318	237	3.3%	237	3.3%	28
APAC	4,020	306	8.2%	120	3.1%	35
欧州	3,681	288	8.5%	1	0.0%	16
米州	1,948	219	12.7%	84	4.5%	18
連結	16,968	1,050	6.6%	442	2.7%	98

セグメント利益 (億円)	為替込 増減(億円)	為替込 増減率	為替中立 増減(億円)	為替中立 増減率	修正業績 予想との 差異 (為替込) (億円)	
日本	491	86	21.3%	86	21.3%	11
APAC	454	23	5.4%	4	1.0%	△16
欧州	604	86	16.7%	40	7.0%	19
米州	237	27	12.9%	11	4.7%	2
調整額	△183	△38	△35		52	
連結	1,602	185	13.1%	106	7.1%	67

■ 2025年度 業績予想 (セグメント別)

売上収益(億円)	対前年			
	為替込		為替中立	
	増減(億円)	増減率	増減(億円)	増減率
日本	7,355	37	0.5%	-
APAC	4,725	705	17.5%	489 11.5%
欧州	3,855	174	4.7%	178 4.8%
米州	2,025	77	3.9%	73 3.8%
連結	17,960	992	5.8%	777 4.5%
セグメント利益 (億円)				
日本	465	△26	△5.3%	-
APAC	530	76	16.7%	41 8.4%
欧州	605	1	0.2%	2 0.3%
米州	260	23	9.8%	23 9.6%
調整額	△250	△67		△67
連結	1,610	8	0.5%	△28 △1.7%

■ 日本：2024年度 実績 利益増減分析



*為替・原材料市況を除く売上総利益

■ 主要ブランド販売数量

日本

(単位：百万C/S)	2023年		2024年		2025年 通期予想	
	実績	対前年 増減	実績	対前年 増減		
サントリー天然水	138.3	7%	142.3	3%	140.6	△1%
B O S S	102.2	△2%	96.2	△6%	92.1	△4%
伊右衛門	57.4	△7%	55.0	△4%	53.1	△3%
GREEN DA・KA・RA	50.4	4%	47.7	△5%	48.7	2%
特定保健用食品 および 機能性表示食品 計	39.7	22%	41.8	5%	39.4	△6%
日本事業 販売数量 合計	454.3	2%	448.7	△1%	434.5	△3%

*上記数字には(株)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)	2023年		2024年	
	実績	対前年 増減	実績	対前年 増減
オアシス (フランス)	331	2%	341	3%
シュウェップス (フランス)	184	△7%	180	△2%
オランジーナ (フランス)	185	△2%	173	△6%
ルコゼード (英国、アイルランド)	431	2%	420	△3%
ライビーナ (英国、アイルランド)	82	△5%	80	△3%
シュウェップス (スペイン、ポルトガル)	137	0%	126	△8%

■ 主要為替レート

(円、期中平均)

	2023年 実績	2024年 実績	2025年 年間予想
米ドル	140.7	151.7	152.0
ユーロ	152.2	164.1	164.0
英ポンド	175.1	193.9	194.0
シンガポールドル	104.8	113.5	112.0
タイバーツ	4.0	4.3	4.7
ベトナムドン	0.0059	0.0061	0.0064
ニュージーランドドル	86.3	91.8	91.0
豪ドル	93.4	100.1	99.0

■ 本資料取扱上の注意点

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。