



マツダ株式会社
個人投資家様向け会社説明会

常務執行役員
財務・経営企画・コスト革新担当
川村 修

- 皆さまこんにちは。マツダ株式会社の川村でございます。
- 本日はお忙しい中、当社の個人投資家様向け会社説明会をご視聴いただき誠にありがとうございます。
- 当社へのご理解を深めていただく一助となれば幸いです。
- どうぞよろしくお願いいたします。

本日のご説明内容

1. 当社について
2. 2030経営方針の主要取組み、成果
 - ◆ 米国事業の改革
 - ◆ 電動化/カーボンニュートラル戦略
3. 業績推移
4. 本日のまとめ

- 本日の説明内容はこちらの4点です

本日のご説明内容

1. 当社について

2. 2030経営方針の主要取組み、成果
 - ◆ 米国事業の改革
 - ◆ 電動化/カーボンニュートラル戦略

3. 業績推移

4. 本日のまとめ

- まずは当社について説明します。

マツダ株式会社 概要

本社所在地	創立	資本金 (23年3月末時点)	連結従業員数 (23年3月末時点)	グローバル販売台数 (23年3月期)	売上高 (23年3月期)
広島県	1920年	2,840億円	48,481名	111万台	3兆8,268億円

<主な社外評価>



代表取締役社長兼CEO
毛籠 勝弘

MSCI ESG Leaders Indexes*



FTSE4Good/FTSE Blossom Japan Index



Morningstar 日本株式
ジェンダー・ダイバーシティ・ティルト指数 (除くREIT)



S&P/JPX
カーボン・エフィシエント指数



SOMPO
サステナビリティ・インデックス



PRIDE指標

<長期債券格付>

	格付
日本格付研究所(JCR)	A-(安定的)
格付投資情報センター(R&I)	BBB+(安定的)

(2023年11月22日時点)

MAZDA MOTOR CORPORATION

*免責事項 (Disclaimer)
THE INCLUSION OF Mazda Motor Corporation IN ANY MSCI INDEX, AND THE USE OF MSCI LOGOS, TRADEMARKS, SERVICE MARKS OR INDEX NAMES HEREIN, DO NOT CONSTITUTE A SPONSORSHIP, ENDORSEMENT OR PROMOTION OF Mazda Motor Corporation BY MSCI OR ANY OF ITS AFFILIATES. THE MSCI INDEXES ARE THE EXCLUSIVE PROPERTY OF MSCI. MSCI AND THE MSCI INDEX NAMES AND LOGOS ARE TRADEMARKS OR SERVICE MARKS OF MSCI OR ITS AFFILIATES.

- 当社は広島県に本社を置く、1920年に創立した自動車メーカーです。
- 資本金は2,840億円、グローバルの従業員は約4万8千人、昨年度のグローバル販売台数は111万台、売上高は3兆8268億円でした。
- 代表取締役社長兼CEOは毛籠勝弘です。今年の6月に就任しました。

商品構成

セダンやハッチバックに加え、需要が増加しているクロスオーバーSUVモデルを拡充し、お客さまの幅広いニーズにお応えするラインアップを展開。2024年には新型SUVのCX-70、CX-80を投入予定



MAZDA MOTOR CORPORATION

5

- 当社の商品構成です。
- コンパクトカー、セダン・ハッチバックに加え、世界的なSUV需要の増加に対応するため、CX-5等のクロスオーバーSUVの商品展開を強化しています。
- 2024年には新型SUVのCX-70、CX-80を新たに投入し、SUVラインナップをさらに拡充する計画です。

生産拠点

- 日本、米国、メキシコ、タイ、中国に主要生産拠点(米国工場は2022年1月に生産開始)
- グローバル生産能力 180万台



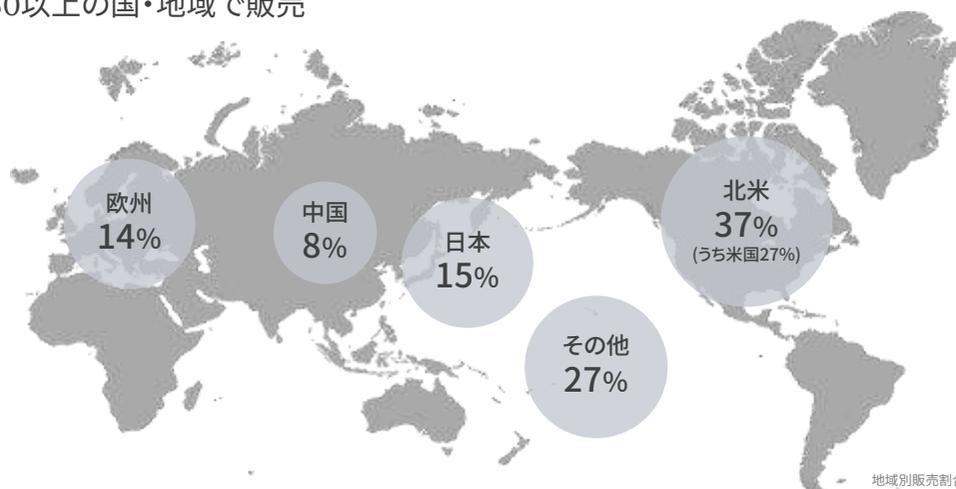
MAZDA MOTOR CORPORATION

6

- 続いてマツダの生産拠点を紹介します。
- 国内は広島県と山口県に主要生産拠点がございます。
- また海外は、アメリカ、メキシコ、タイ、中国に生産拠点がございます。
- アメリカにあるマツダトヨタマニファクチャリング、こちらはトヨタ自動車さまとの合弁工場で、2022年1月に稼働を開始しました。

マツダの地域別販売構成

- 130以上の国・地域で販売



地域別販売割合(2023年3月期)

MAZDA MOTOR CORPORATION

7

- こちらは当社の地域別の販売構成を示しています
- 昨年の実績では約85%を海外で販売、近年は収益性の高い北米での販売が堅調に推移しています。



- こちらにお示しているのは、2030年時点のマツダのありたい姿を明確にした 2030 VISION です。
- 現在、社会を取り巻く環境は大きく変化し、不透明且つ不確実な時代にあります。
- この大きな変化の中、未来に向かってステークホルダーの皆様と共に価値創造を進めていくべく、マツダのありたい姿を定めました。
- マツダのありたい姿は、「走る歓び」で移動体験の感動を量産するクルマ好きの会社になる、というものです。
- この考えの下、先日のジャパンモビリティショーではコンセプトカー MAZDA ICONIC SP を発表させて頂きました。

MAZDA ICONIC SP



- こちらが MAZDA ICONIC SP です。
- ジャパンモビリティショーにおいては、多くの反響を頂戴しました。
- 「クルマが好き」という気持ち、そして純粋に「楽しいクルマがほしい」というお客様の気持ちに応える、新しい時代の、新しいジャンルのコンパクトスポーツカーコンセプトです。
- 鮮やかな赤のボディーカラーは「VIOLA RED (ヴィオラ・レッド)」といいます。
- “赤を大切にしたい”というマツダの想いをもとに、“前向きに今日を生きる人の輪を広げる”というマツダの企業理念を重ね合わせて創ったコンセプトカラーです。
- マツダはこれからも「やはりクルマは楽しいものだ」、「いいものだ」と理屈抜きに感じていただけるようなクルマをお届けし続けるよう取り組んでまいります。

MAZDA FAN FESTA 2023 at FUJI SPEEDWAYの開催



MAZDA MOTOR CORPORATION

10

- また、マツダはお客さまにマツダブランドを体験いただく機会の創出・拡充をはかっています。
- MAZDA FAN FESTAというイベントを今年の9月に富士スピードウェイで開催しました。
- このイベントは国内最大級のファンイベントで、今年は約14,000名の方にご来場いただきました。
- 今回は、クルマが大好きな方からご家族連れまで、ご来場いただいたすべてのお客さまに楽しんでいただけるよう、内容の拡大を図りました。
- このようなコンセプトカーやファンフェスタは一例にすぎませんが、マツダはこれからも時代に合わせて、走る歓びを進化させ、移動体験の感動を量産する、そんなクルマ好きの会社であり続けたいと思います。

本日のご説明内容

1. 当社について

2. 2030経営方針の主要取組み、成果

- ◆ 米国事業の改革
- ◆ 電動化/カーボンニュートラル戦略

3. 業績推移

4. 本日のまとめ

- それではここからはマツダの2030経営方針の主要取組み、成果について説明していきます。

2030経営方針(2022年11月公表)

マツダ経営基本方針

- 1.地球温暖化抑制への貢献
- 2.安全・安心なクルマ社会の実現
- 3.ブランド価値経営の継続

主要取り組み

- 1.カーボンニュートラル
- 2.電動化
- 3.人とITの共創による価値創造
- 4.原価低減とサプライチェーン強靱化



MAZDA MOTOR CORPORATION

12

- 自動車産業は100年に一度の大変革期に入ったといわれており、我々を取り巻く環境は大きく変化しました。
- それらを踏まえ、昨年11月に2030年に向けた経営の基本方針を示しました。
- 自動車メーカーの社会的責務である『地球温暖化抑制への貢献』、『安全・安心なクルマ社会の実現』、『ブランド価値経営の継続』の3つを掲げています。
- 主要な取り組みとしては右上にお示ししている4つを推進していきます。
- 特に電動化への取組みについては、2030年に向けて3つのフェーズに分けて段階的に取組みを進めていきます。
- 現在はフェーズ1に位置していますが、このフェーズでは既存資産の活用によるビジネス成長を目指します。

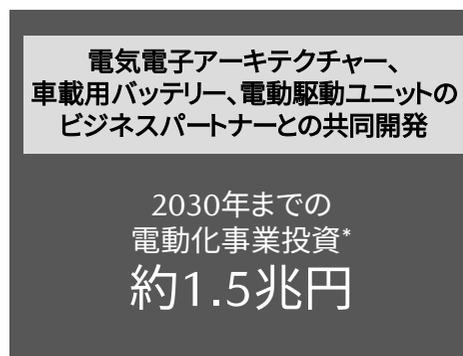
既存資産による利益の最大化と電動化事業への投資

主な原資



*売上高営業利益率

主な投資



*ビジネスパートナーにおける研究開発費や設備投資を含めた投資額

- 足元では、主としてSUVを中心としたガソリン車ビジネスを展開し、将来の投資に必要な原資を確保してまいります。
- そして主要ビジネスパートナーと共に電動化事業へ約1.5兆円の投資を行う計画です。
- 次のスライドでは、利益最大化の取り組みの結果である2024年3月期上期財務実績及び通期見通しを簡単にご説明します。

2024年3月期 上期実績及び通期見通し

- 【上期実績】増収増益。全ての利益項目で過去最高
- 【通期見通し】期初見通しより上方修正。マツダとして過去最高の業績を目指す
- 2030年に向けた電動化事業投資の為の既存投資による利益の最大化に向け順調に進捗

グローバル販売台数 (千台)	2024年3月期		対前年同期			
	上期(実績)	通期(見通し)	上期		通期	
米国	184	389	+51	+38%	+88	+29%
グローバル合計	616	1,286	+102	+20%	+176	+16%
財務数値 (億円)	上期(実績)	通期(見通し)	上期		通期	
売上高	23,173	48,000	+6,748	+41%	+9,732	+25%
営業利益	1,296	2,500	+744	+135%	+1,080	+76%
当期純利益	1,081	1,700	+222	+26%	+272	+19%
ROS(売上高営業利益率)	5.6%	5.2%	+2.2pts		+1.5pts	

MAZDA MOTOR CORPORATION

※当期純利益は、親会社株主に帰属する当期純利益を示す 14

- 2024年3月期上期実績は対前年で増収増益となり、全ての利益項目でマツダの上半期の実績として過去最高となりました。
- 通期見通しに関しては上方修正を行い、マツダとして過去最高の業績を目指します。
- 特に取組みを進めてきた米国市場において販売が堅調であり、利益成長をけん引しています。
- 次のスライド以降、米国事業の取組みについて説明します。

本日のご説明内容

1. 当社について

2. 2030経営方針の主要取組み、成果

◆ 米国の販売網改革

◆ 電動化/カーボンニュートラル戦略

3. 業績推移

4. 本日のまとめ

- 米国は自動車販売台数 世界第2位の市場であり、その規模は日本の約3倍です。
- また自動車の保有という観点からは世界一であり潜在的な更新需要が期待できます。
- 加えて、SUV比率が高く、利益率の高い市場であることからマツダは米国を最重要市場としてとらえています。

米国マツダの課題

- 魅力的な商品はあるものの、短期的な成果を追求し、マツダのブランド方針に賛同しない販売網



商品	魅力的な商品群	店舗	ブランド方針に賛同しないディーラー 顧客体験に課題
		価格	値引き・バリューを売りにした販売手法
		その他	広告宣伝、ディーラーサポート、 会社組織の機敏性 等

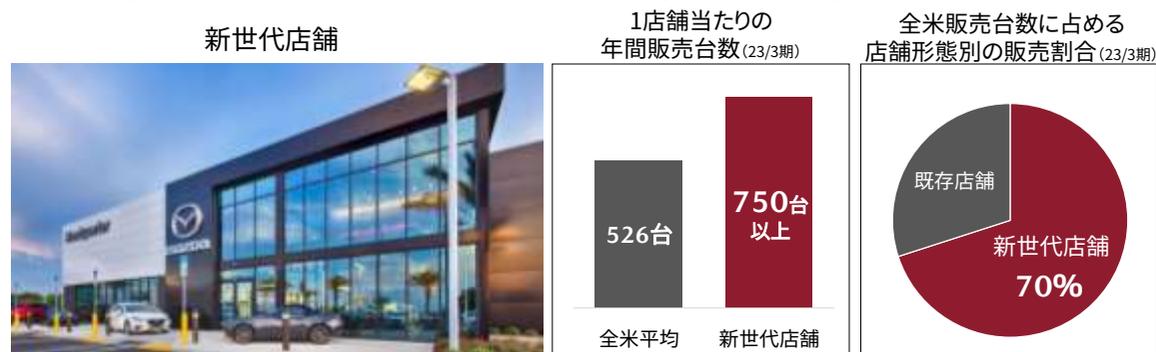
MAZDA MOTOR CORPORATION

16

- そのような米国市場において、かつてのマツダは多くの課題がありました。
- 例えば、ブランドの方針に沿わない接客、短期的な成果を追求し値引き販売を行う等の問題を抱えていました。
- このような販売網を改革するべく、2016年から本格的に取り組みを進めました。

ディーラー販売網改革

- 新工場竣工に合わせ、プレミアムブランドに比肩する新世代店舗を300店舗設立
- 適切な経営者が、適切な立地で、質の高い店舗施設でビジネスをしていけるよう、重点市場を中心に展開
- 1店舗あたりの年間販売台数は全米平均の526台に対し、新世代店舗は750台超に改善



MAZDA MOTOR CORPORATION

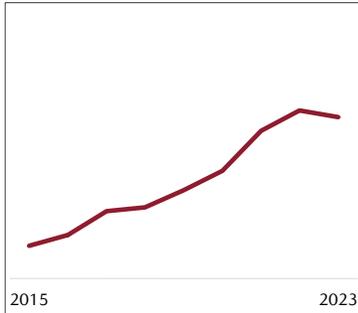
17

- まずは、マツダのブランドを体現する新世代店舗を全米で300店舗設立する計画を進めてきました。
- その際にはマツダのブランド経営の意図を汲んでいただける適切な経営者が、適切な立地で、適切な店舗でビジネスをしていけるように、重点市場を中心に展開し、2023年9月時点では278店舗まで増やすことができました。
- 現在準備中の店舗も含めると新世代店舗の数は373店舗まで増加する見通しです。
- また単に店舗を整えるだけでなく、スタッフの接客トレーニングや販売店との関係構築を通じて、マツダブランドをより魅力的なブランドにすることを目指し取り組んできました。
- その結果、中央の棒グラフで示すように、1店舗あたりの年間販売台数は、全米平均が526台であるところ、新世代店舗は750台以上と大幅に改善しています。
- また現在では全米の販売台数の約7割が改革を進めた新世代店舗での販売です。

ビジネスの質的改善

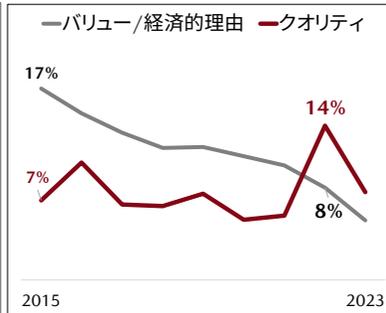
- 価値訴求販売により、新車平均取引価格は着実に改善
- 購入理由は価格から高品質へ変化
- 若い顧客層で「高級/ラグジュアリー」といった商品イメージを持つ比率が増加

新車平均取引価格

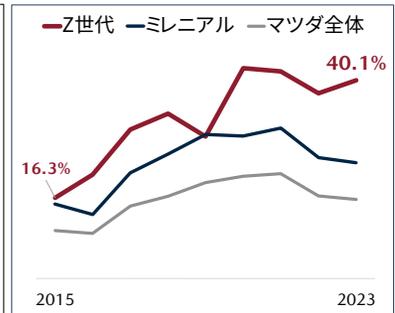


MAZDA MOTOR CORPORATION

購入理由(バリュー vs. クオリティ)



マツダ購入者世代別 商品イメージ (高級/ラグジュアリー)



Source: InMoment NVCS 18

- ディーラー販売網改革によるビジネスの質的改善について、データでお示します。
- 左側のグラフは米国の新車平均取引価格を示しています。
- 値引きではなく、商品の価値をお客様にご納得いただく価値訴求販売の取組みにより、取引価格は改善しています。
- 中央のグラフはマツダ車をお求めになる理由を示したものですが、かつては価格、つまり安いことを理由に挙げている方が多かったのですが、近年ではクオリティ、つまり高品質であることを理由に購入される方が増加しています。
- また、右側のグラフは世代別のマツダ車を購入した際の商品イメージを示しています。
- 赤線で示している、20代を中心とするZ世代の約4割が「高級・ラグジュアリー」のイメージを持っており、こちらはかつての二倍を超える水準です。
- このように長年積み重ねてきた販売網改革が実を結び、成果になって現れてきました。
- 現在の米国マツダのディーラーは強い自信をもってビジネスを行っており、今後の更なる成長を期待しています。

MAZDA CX-50の導入

- 米国専用デザインされた新しいSUVモデル
- アラバマ州ハンツビルの米国新工場/MTMで2022年1月より生産開始
- 二交代制の生産により、台数・収益貢献を加速させ、マツダビジネスの柱へと成長させる



MAZDA MOTOR CORPORATION

19

- 米国ビジネスの成長の原動力となる商品についても紹介します。
- 昨年米国専用デザインされたCX-50の導入を開始しました。
- このモデルはSUVらしい存在感やオフロード性能を求める北米のお客様のニーズを取り込んだ新しいSUVモデルです。
- トヨタ自動車様との合弁工場にて昨年1月より生産を開始しました。
- CX-50はお客様から大変ご好評をいただいております、需要に供給が追いついていない状況でしたが、2023年7月からは昼夜二交代制での生産を開始し供給量の拡大を図っています。
- 台数・収益貢献を加速させ、マツダビジネスの柱になることを期待しています

MAZDA CX-90の導入

- 「走る喜び」と「環境安全性能」を大幅に進化させたラージ商品群
- 重要市場である北米のお客様のニーズを踏まえて新たに開発したワイドボディ3列シートSUV
- 2023年春より導入開始
- マイルドハイブリッドモデル・プラグインハイブリッドモデルをラインナップ



MAZDA MOTOR CORPORATION

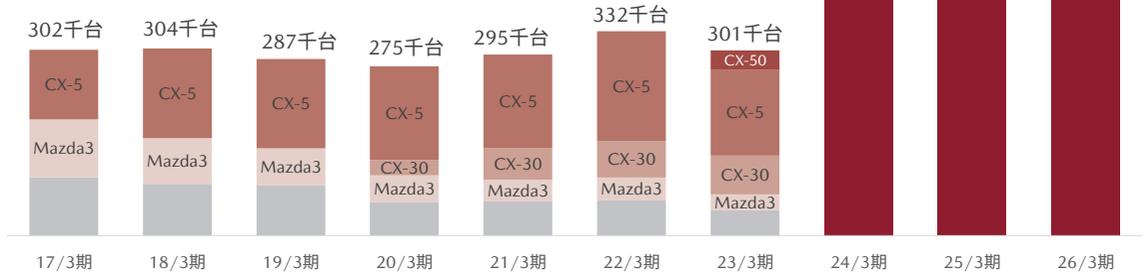
20

- こちらは米国におけるラージ商品第一弾「CX-90」です。今年4月から本格導入を開始しました。
- 欧州系の高級車で採用されることが多い縦置きプラットフォーム、直列6気筒エンジンを搭載し、なめらかで伸びのある加速、エンジンサウンドによって上質な走りを実現しています。
- 日本市場ではCX-60というラージ商品を販売していますが、CX-60よりも更にワイドボディであり、かつ3列シートで、大人数ドライブの楽しさ、快適性を大きく進化させています。
- これまでマツダは比較的中小型の商品を販売していましたが、米国ではCX-90のような大型でパワフルなSUVの需要も強い傾向にあります。
- 足元の販売は好調で、お客様からご好評をいただいています。
- CX-90の投入により新規顧客を獲得し、米国販売の量的・質的な成長を期待しています。

米国事業の更なる成長

- 販売網改革、供給能力の向上、高付加価値商品の三要素が揃い、米国事業の更なる成長に自信

米国販売台数 推移



MAZDA MOTOR CORPORATION

21

- これまでの取り組みを今後の米国ビジネスに落とし込んだ台数成長イメージです。
- コロナ禍や半導体供給不足などの厳しい外部環境の中でもマツダが継続して取り組んできたビジネス改革が身を結び、米国事業は好調に推移をしています。
- 商品ラインナップは、近年シェアを拡大しているCX-30や、基幹車種のCX-5、米国工場で増産予定のCX-50、そしてラージ商品のCX-90によりバランスの取れたラインナップとなっています。
- また、2024年春にはラージ商品第二弾となる「CX-70」を新たに投入し、更に厚みを持った商品展開となる計画です。
- 販売網改革、合弁工場での供給能力向上、そして高付加価値商品の三要素が揃い、今後の更なる成長に自信を持っています。
- 米国ビジネスの成長はマツダの利益最大化のドライバーとして大きく貢献するものと期待しています。

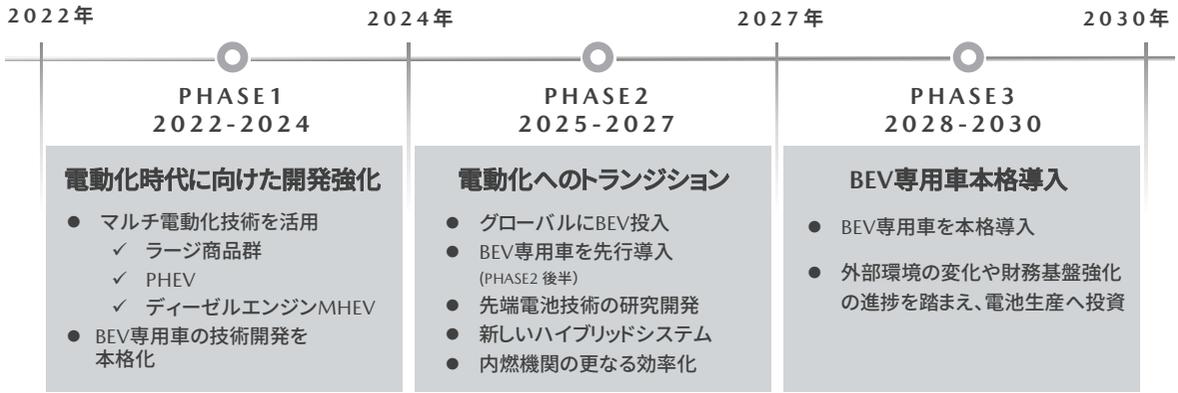
本日のご説明内容

1. 当社について
2. 2030経営方針の主要取組み、成果
 - ◆ 米国事業の改革
 - ◆ **電動化/カーボンニュートラル戦略**
3. 業績推移
4. 本日のまとめ

- 続いてマツダの電動化・カーボンニュートラル戦略について説明します。

マツダの電動化戦略

- 2030年ごろまでは電動化の黎明期。3つのフェーズに分けて段階的に電動化を進める計画
- 2030年時点のバッテリーEV比率は25-40%の想定



MAZDA MOTOR CORPORATION

23

- まずはマツダの電動化戦略です。
- 自動車の電動化は確実に進んでいくものの、その進展のスピードは不透明であると考えています。
- マツダは、各地域の規制や需要にペースを合わせて柔軟に構えられる様、3つのフェーズに分けて段階的に電動化を進める計画です。
- なお、2030年時点のグローバルにおけるバッテリーEV比率の想定は25-40%としています。

マツダの電動化戦略

■ 「電動化事業本部」を新設

- 電動化事業全体の戦略と計画を立案・遂行する役割と責任を一か所に集中
- フラットで柔軟性とスピード感を持った新しい形の組織運営を推進

■ パートナー企業と共に電動化を推進

【電池調達】

- 国内で生産予定のEV向けに**AESCジャパン**と電池調達を合意
- **パナソニック エナジー(株)**と車載用円筒形リチウムイオン電池の供給に関するパートナーシップの構築に向けた協議を開始



【CASE領域】

- **トヨタ自動車(株)等** 複数の企業とコネクティッド技術・ソフトウェア技術について開発を推進(電気電子アーキテクチャー (EEA) 等)

- 電動化開発の推進の為、今年11月には「電動化事業本部」を発足させました。
- ものづくりだけではなく電動化事業全体の戦略と計画を立案・遂行する役割と責任を全社から一か所に集め、機動的に対応をしていきます。
- またパートナー企業との協業も推進しています。
- 電池調達に関しては、既存のパートナー企業に加えAESCジャパン様から調達する計画です。
- またパナソニックエナジー様とリチウムイオン電池の供給に関するパートナーシップの構築に向けた協議を開始しています。
- その他、CASE領域ではトヨタ自動車様をはじめとする複数の企業様と共に開発を進めています。
- これらは一例ですが、選択と集中、自前と協業のバランスを取りながら電動化開発を推進していきます。

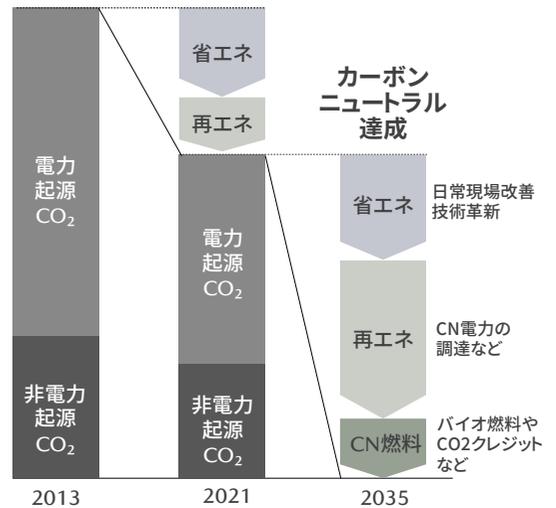
自社工場のカーボンニュートラル実現に向けて

2050年 カーボンニュートラル化に挑戦

2035年 自社工場の
カーボンニュートラルを実現

カーボンニュートラル実現に向けた3つの柱

- ◆技術革新による省エネ
- ◆再生エネルギー電力の利用拡大
- ◆カーボンニュートラル燃料活用



MAZDA MOTOR CORPORATION

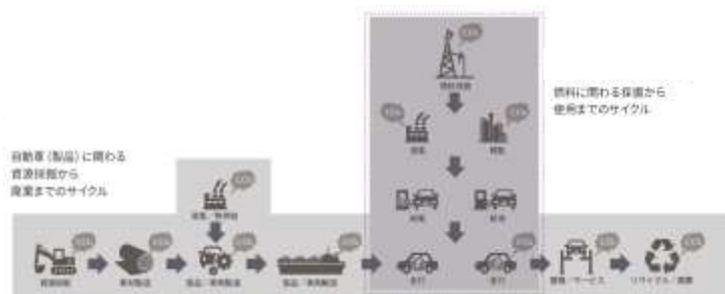
25

- 続いて自社工場のカーボンニュートラル実現に向けた取組みについて説明します。
- マツダは2050年カーボンニュートラル化に挑戦することを宣言しました。
- その中間目標として「2035年にグローバル自社工場のカーボンニュートラル実現」を設定しました。
- この目標に向かっては、技術革新による省エネルギーの取り組み、再生エネルギー電力の利用拡大、カーボンニュートラル燃料活用の3本柱で取り組みを進めてまいります。

マツダの電動化/カーボンニュートラル戦略

サプライチェーン全体での取組みにより クルマのライフサイクル全体でカーボンニュートラル化を目指す

- クルマの製造から廃棄までライフサイクル全体を通してCO₂排出量の削減に取り組む
- 生産・物流領域においても、グローバルでの工場／オフィス／物流からのCO₂排出量を削減



MAZDA MOTOR CORPORATION

26

- 2050年のカーボンニュートラル実現に向けては、クルマのライフサイクル全体での取組みが重要だと考えています。
- マツダは、クルマの電動化を段階的に進めるとともに、クルマの製造から廃棄まで、ライフサイクルの各段階におけるCO₂排出量の低減を図ります。
- また、生産・物流領域においてもCO₂排出量を削減してまいります。
- このようにマツダは地球温暖化抑制という社会課題の解決に取り組み、持続可能な地球の未来に貢献していきます。

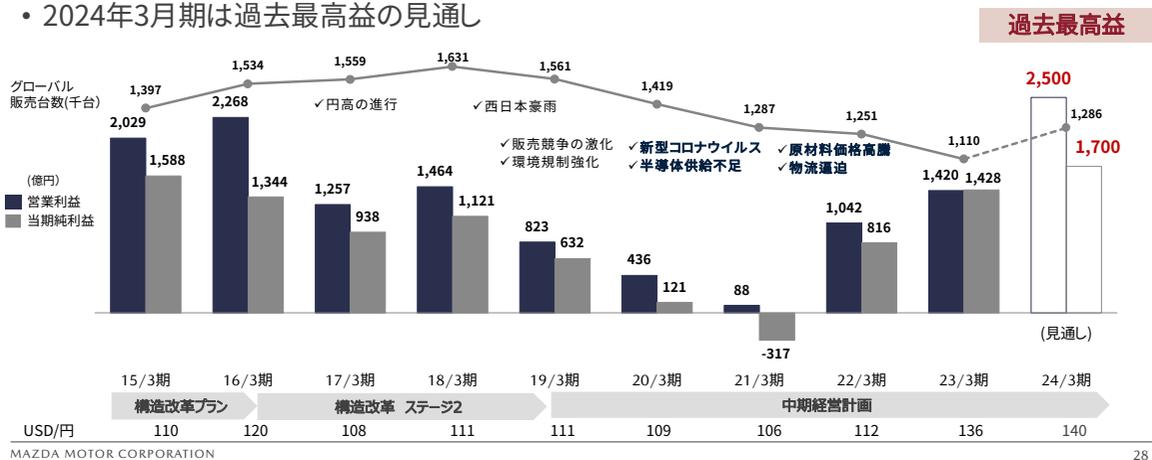
本日のご説明内容

1. 当社について
2. 2030経営方針の主要取組み、成果
 - ◆ 米国事業の改革
 - ◆ 電動化/カーボンニュートラル戦略
3. **業績推移**
4. まとめ

- 続いて、業績推移です。

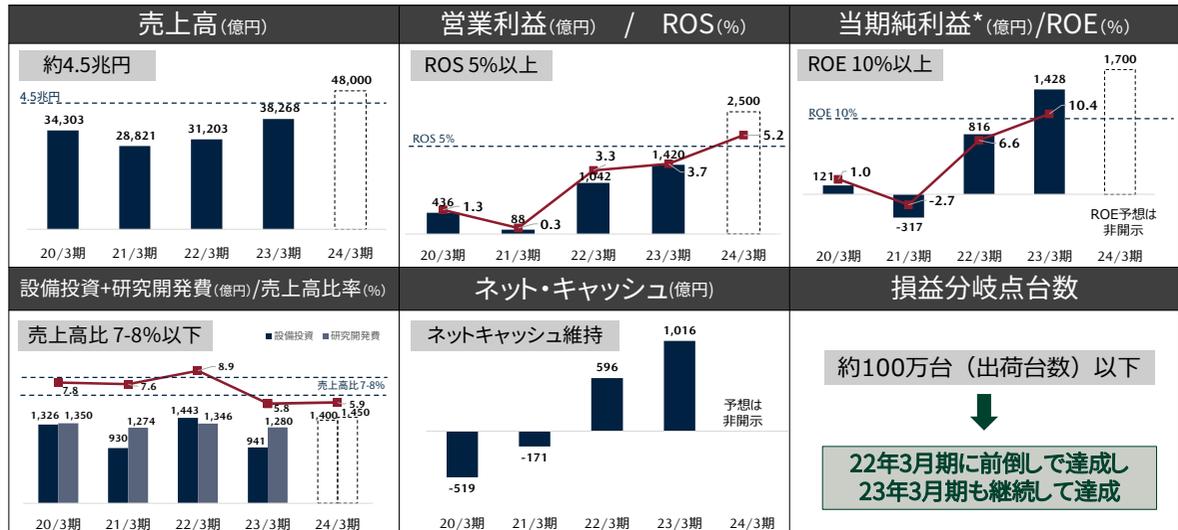
業績推移

- CASEや環境規制をはじめとする事業環境の変化に対応しながら中期期経営計画を推進
- 2020年以降の新型コロナウイルスの影響からの着実な収益回復
- 2024年3月期は過去最高益の見通し



- こちらは過去10年間の業績推移です。
- 半導体供給不足などにより、一時は利益が大きく落ち込んだものの、現在は着実に回復しています。
- 今期の見通しはすべての利益項目で過去最高益を達成できる見通しです。

中期経営計画期間中の財務目標に対する進捗



MAZDA MOTOR CORPORATION

*親会社株主に帰属する当期純利益

29

- 中期経営計画の財務目標に対する進捗について説明します。
- 売上高、売上高営業利益率、自己資本利益率については2024年3月期に目標達成できる見通しです。
- また損益分岐点台数については前々期に前倒しで達成しています。

配当金について

- 2024年3月期の中間配当は5円増配の25円、期末配当は25円の見通し
- 業績及び経営環境、財務状況等を勘案し決定する方針。安定的な配当の実現と着実な向上に努める
- 中期経営計画指標：安定的に配当性向30%以上(2026年3月期)

一株当たり配当金推移(円)



MAZDA MOTOR CORPORATION

注) 2014年8月1日付で普通株式について5株を1株の割合で株式併合を行っております。
一株当たり配当金は各年度における実際の配当金額を表しています。

30

- 配当金については、上半期の実績を踏まえ、中間配当を前回予想および前年から5円増配の一株当たり25円に変更しました。
- 期末配当については下期の利益・ビジネスの進捗、将来の成長投資、PBR向上等を総合的に考慮し決定する方針です。
- 配当性向30%の目標に向かって、着実に配当を向上させていきたいと考えています。

本日のご説明内容

1. 当社について

2. 中期経営計画達成のための施策、成果

- ◆ 米国事業の改革
- ◆ 電動化/カーボンニュートラル戦略

3. 業績推移・2024年3月期業績見通し

4. 本日のまとめ

- 最後にまとめです。

本日のまとめ

マツダの ありたい姿

「走る歓び」で移動体験の感動を量産するクルマ好きの会社になる

2030年に むけて

中計目標達成に向け、主要市場である北米での取組みに成果
電動化事業本部を発足。パートナー企業と共に電動化開発を推進

2050年に むけて

カーボンニュートラルへの挑戦に向け着実に進捗

業績

24/3期は過去最高益の見通し
企業価値向上に一層の努力

- マツダは、「走る歓び」で移動体験の感動を量産するクルマ好きの会社であり続けたい、という想いを2030 VISIONで決めました。
- 2030年にむけては、主要市場である北米での取組みに成果が出ていること、また電動化事業本部を新設し、パートナー企業と共に電動化を推進していることをご説明しました。
- 2050年にむけてはカーボンニュートラルへの挑戦を宣言し、方針に沿って着実に進捗しています。
- 業績については2024年3月期は過去最高益の見通しです。企業価値向上に一層の努力を進めて参ります。

参考情報



マツダ統合報告書2023

<https://www.mazda.com/ja/investors/library/annual/>



マツダサステナビリティレポート2023

<https://www.mazda.com/ja/sustainability/report/>



マツダオフィシャルサイト 株主・投資家情報

<https://www.mazda.com/ja/investors/>

- 参考情報のご案内です。
- 本日説明させていただいた内容を含む、当社の経営方針などは統合報告書やサステナビリティレポートに詳しく纏めておりますので、ご一読いただければ幸いです。
- またマツダ株式会社オフィシャルサイトには株主・投資家様向けの情報サイトがございます。
- 各種データを掲載しております。是非ご覧ください。
- 最後まで当社の会社説明会をご視聴いただき誠にありがとうございました。

将来見通しに関する注意事項

このプレゼンテーション資料に記載されている、当社の見通し及び将来の戦略については、当社として機関決定していない事項や、今後の世界経済情勢、業界の動向、為替変動のリスクなど様々な不確定要素が含まれております。従いまして、実際の当社業績は見通しと大きく異なる結果となる場合があることをあらかじめご了承ください。

投資に関する最終決定は、上記の点を踏まえ、投資家の皆様ご自身の判断で行われるようお願いいたします。当プレゼンテーション資料に掲載された情報に基づいて投資された結果、万一何らかの損害を被られましても、当社および各情報の提供者は一切責任を負いかねますので、併せてご了承ください。