



---

# 決算補足説明資料

---

2022年12月期 第2四半期

西本Wismettacホールディングス株式会社

2022年8月12日

- サマリー P. 2
- 2022年12月期 第2四半期決算概要 P. 3
- 2022年12月期 通期連結業績予想の修正 P.10
- 株主還元の方針 P.14
- 参考資料：中期経営計画 P.16
- 会社概要 P.25

## 2022年12月期 第2四半期決算

p. 3

- ◆ 主力のアジア食グローバル事業は、前年同期比で大幅な増収増益。北米地域を中心に新型コロナウイルス関連の規制緩和に伴い、需要が回復。タイトな需給状況が継続する中、適切な価格調整等によって好調な業績を維持。
- ◆ 円安の進行により、為替換算の影響が売上高及び利益を押し上げ。

前年同期	売上高	999億円	営業利益	32億円	経常利益	33億円	四半期純利益	25億円*
当期	売上高	<b>1,307億円</b>	営業利益	<b>60億円</b>	経常利益	<b>64億円</b>	四半期純利益	<b>45億円*</b>

(\*) 親会社株主に帰属する四半期純利益

## 2022年12月期 通期連結業績予想修正

p. 10

- ◆ 第2四半期決算及び円安による増益効果等を勘案し、通期連結業績予想を修正。

修正前	売上高	2,540億円	営業利益	90億円	経常利益	90億円	当期純利益	60億円*
修正後	売上高	<b>2,650億円</b>	営業利益	<b>105億円</b>	経常利益	<b>105億円</b>	当期純利益	<b>70億円*</b>

(\*) 親会社株主に帰属する当期純利益

[通期予想における期中平均為替レート (USD)] (修正前) 1\$=120円 (修正後) 1\$=127円

- ◆ インフレ長期化など景気の先行き不透明感が強まる中、仕入原価及び費用の増加、節約志向の高まりといった消費者動向の影響等を勘案し、年度後半に向けては利益率の緩やかな低下を想定。

## 中間配当及び期末配当予想修正

p. 14

- ◆ 中間配当は70円に増配。通期連結業績予想修正に伴い、期末配当予想を75円に修正。

2021年12月期	中間	35円	期末	70円	合計	105円
<b>2022年12月期</b>	中間	<b>70円</b>	期末	<b>75円(予想)</b>	合計	<b>145円(予想)</b>
[5月公表予想]		[65円]		[60円]		[125円]

- ◆ 従来の方針通り、配当性向を重要な指標とし、通期で30%程度の連結配当性向を目安とする。

---

# 2022年12月期 第2四半期 決算概要

---



## ◆ アジア食グローバル事業が売上高・営業利益ともに大きく伸長、前年同期比で大幅増収・増益を達成。

- ◆ 物流の混乱が長期化する環境下において在庫を厚めに積み増すことにより、安定的な商品供給体制を維持。収益機会を逸失することなく、インフレの進行で全般的に費用が増加する中、適切な価格調整等によって利益を確保。
- ◆ 需要の回復基調を反映した販売状況に加えて、円安による為替換算の影響が売上高及び利益を押し上げ、前年同期比+30.9%の大幅増収、+74.1%の四半期純利益増を達成。

(単位：億円)

		2021年12月期		2022年12月期		前年同期比増減 (累計比較)	
		第2四半期実績		第2四半期実績			
			(4-6月)		(4-6月)		
業 績	売上高	999	553	1,307	717	+308	+30.9%
	売上総利益	187	101	266	141	+79	+42.3%
	営業利益 (政策経費除く)	46	28	74	38	+27	+58.9%
	営業利益又は損失 (△)	32	21	60	31	+27	+84.7%
	経常利益又は損失(△)	33	21	64	32	+31	+93.2%
	親会社株主に帰属する四半期純利益 又は損失 (△)	25	16	45	23	+19	+74.1%
円ドルレート (期中平均)			107.69円		122.89円		+15.20円
1株当たり四半期純利益又は損失 (△)			180.26円		313.84円		+74.1%

- ◆ アジア食グローバル事業は、欧米を中心に前年同期比で大幅増収・増益。
- ◆ 農水産商社事業及び国内その他事業は、前年同期比で増収・減益。

## アジア食グローバル事業（以下、「AFB」）

- ◆ コンテナ船の洋上待機の悪化や全般的な人員不足等によって物流の遅延が常態化する中、グループ全体で厚めの在庫確保及び必要な人員の補充を図り、安定的な商品供給とサービス水準を維持。北米を中心に利益率が改善すると共に、円安による為替換算の影響が売上高及び利益を押し上げる結果となった。
  - 北米地域の売上高は、前年同期比+37.6%、新型コロナウイルス感染症拡大以前である2019年度の同期比では+33.3%。
  - 北米以外の地域の売上高は、前年同期比+36.8%。

## 農水産商社事業

- ◆ 主力商品である輸入果実は、原産国におけるインフレ、海上運賃の高騰、物流関連費用の増加、さらに急激な円安進行等によって仕入原価が上昇。国産など競合商品に対する価格競争力の低下等が影響し、国内市場は売上高の確保に苦戦。セグメント全体では、シンガポール大手青果卸売業者であるBan Choon Marketing Pte. Ltd.の連結子会社化等により、前年同期比+13.1%の増収。
- ◆ 原価高騰に対して価格転嫁に努めるも、コンテナ船延着に起因する品質劣化の処理等が影響し、前年同期比で減益。

(単位：億円)

事業セグメント		2021年12月期		2022年12月期		前年同期比増減 (累計比較)	
		第2四半期実績		第2四半期実績			
			(4-6月)		(4-6月)		
AFB	売上	730	397	1,004	540	+273	+37.4%
	営業利益又は損失(△)	33	21	65	35	+31	+94.8%
農水産商社	売上	253	150	286	171	+33	+13.1%
	営業利益又は損失(△)	1	2	▲ 1	▲ 1	▲ 3	-
その他	売上	15	5	16	5	+1	+11.5%
	営業利益又は損失(△)	▲ 0	▲ 0	▲ 1	▲ 1	▲ 1	-
調整項目	売上	-	-	-	-	-	-
	営業損失(△)	▲ 2	▲ 1	▲ 2	▲ 1	0	-
合計	売上	999	553	1,307	717	+308	+30.9%
	営業利益	32	21	60	31	+27	+84.7%

- ◆ 米国の連結子会社における新リース基準の適用に伴い、リース資産・リース債務ともに増加したこと、及び円安の影響等により、資産・負債・純資産が前期末比で増加。
- ◆ 棚卸資産は、不安定な物流状況下での安定供給を目的とした在庫積み増しに加え、仕入原価の上昇や円安も影響し、前期末比178億円の増加。

（単位：億円）

		2021年12月末	2022年6月末	増減額/率	主要な増減項目
資産合計	流動資産	1,247	1,428	+181	現金及び預金▲73, 売上債権+65, 棚卸資産+178
	固定資産	170	310	+140	リース資産（純額）+111
資産合計		1,417	1,739	+322	
負債合計	流動負債	366	422	+55	仕入債務+31, リース債務+20
	固定負債	452	586	+133	リース債務+94
負債合計		819	1,008	+189	
純資産合計		598	731	+132	
負債・純資産合計		1,417	1,739	+322	
円ドルレート（期末レート）		115.02円	136.68円	+21.66円	

自己資本比率	41.9%	41.7%	▲0.2pt	
流動比率	339.9%	338.3%	▲1.7pt	

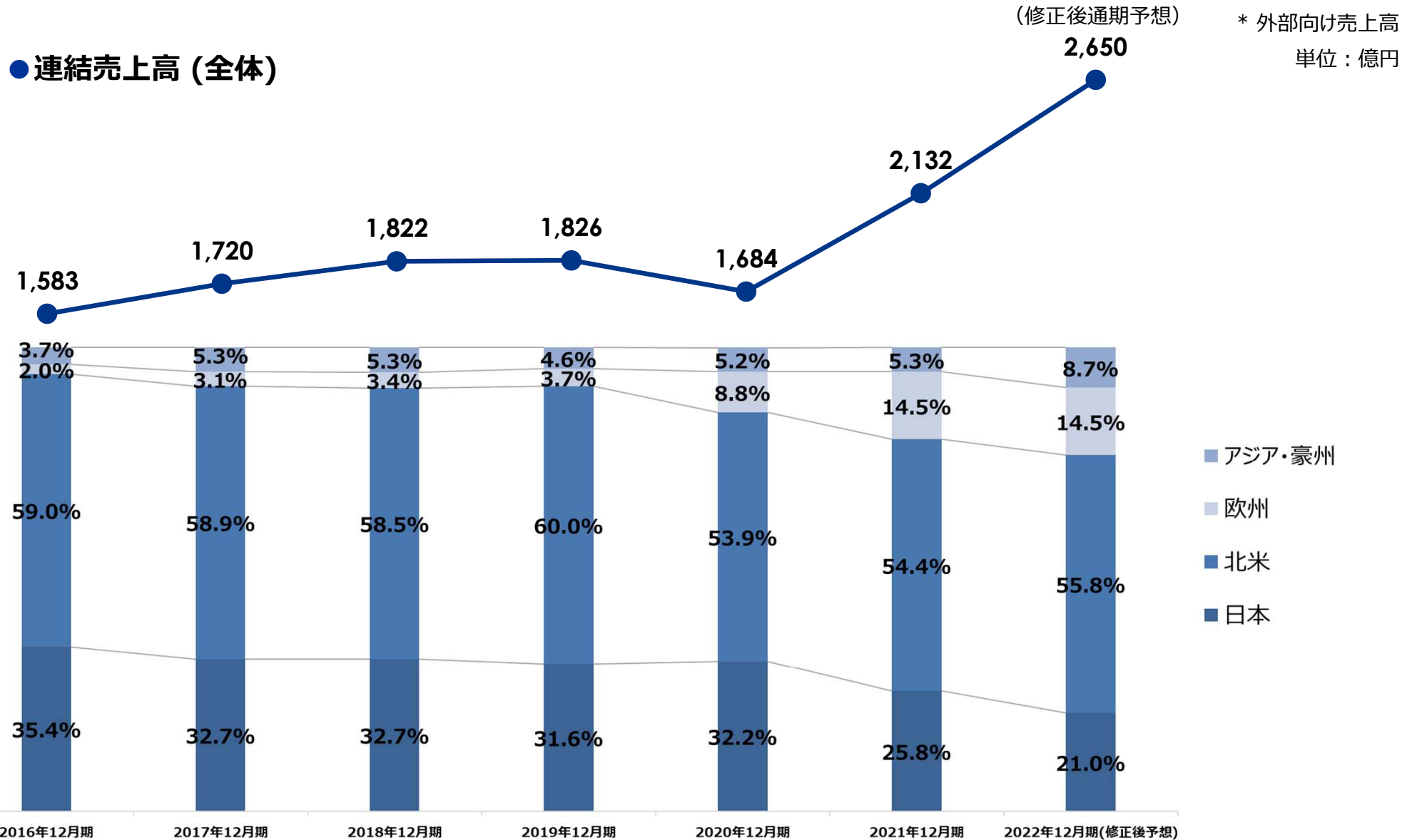
（単位：億円）

	2021年12月期 第2四半期累計実績	2022年12月期 第2四半期累計実績	増減額	主要増減項目 (前期差)
営業活動によるキャッシュ・フロー	6	▲89	▲95	税金等調整前四半期純利益 +29 棚卸資産の増減額（▲は増加） ▲83 仕入債務の増減額（▲は減少） ▲13
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲1	▲26	▲25	定期預金の純増減額（▲は増加） ▲16
財務活動によるキャッシュ・フロー	7	▲3	▲11	配当金の支払額 ▲7
換算差額	17	45	+27	

現金及び現金同等物	2021年12月期 第2四半期累計実績	2022年12月期 第2四半期累計実績	増減額	備考
期首残高	509	656	+147	
増減額	30	▲73	▲104	
期末残高	539	582	+42	



# (参考) 地域別売上構成比率



SSP (独・2020/2)、 C3C (仏・2020/7) 連結子会社化	Sco-Fro Group (英国・2021/2) 連結子会社化	BCM (シンガポール・ 2022/1) 連結子会社化
---	--	-----------------------------------

## ◆ 既存事業の基盤強化、新しいビジネスモデルへの進化に向けた取組に対する投資を継続。

	施策	金額(経費含む、億円)			狙い	
		'21年 実績	'22年 計画	'22年 2Q実績		
1	<b>事業領域の拡大</b>	◆ 食・医・エコ・新しいライフスタイル・Food informaticsが融合する部分での新事業の創出	5	8	4	◆ 事業ポートフォリオの多角化
2	<b>地域間連携の強化</b>	◆ 海外地域マネジメントチームの組成・強化 ◆ 欧州、中国における商品開発及びメインストリーム向け販路開拓	12	15	6	◆ 各地域の組織経営力強化 ◆ メインストリーム等の販路強化、取引深耕に向けた事業戦略の構築
3	<b>既存事業の収益力強化</b>	◆ 商品開発部門の充実	1	2	1	◆ PB化の一層の推進 ◆ 健康志向商品等の開発
		◆ SCM・ITインフラ投資	0	5	1	◆ SCMオペレーションの精度向上
		◆ 組織の活性化・スリム化(北米等)と報酬制度改革	5	1	0	◆ より顧客志向の強い組織の構築 ◆ 会社、個人業績に応じた報酬 ◆ 部門間を超えた社内連携の強化
4	<b>既存事業から派生した新規事業の展開</b>	◆ 国内農産品の海外輸出の仕組みの構築	2	3	2	◆ 海外市場の成長の取り込み
		◆ 外食向け新サービスの開発(ニューノーマルの食生活)	2	2	1	◆ ニューノーマルに対応した外食業態の取り込み
		計	27	36	15	

---

# 2022年12月期 通期連結業績予想の修正

---

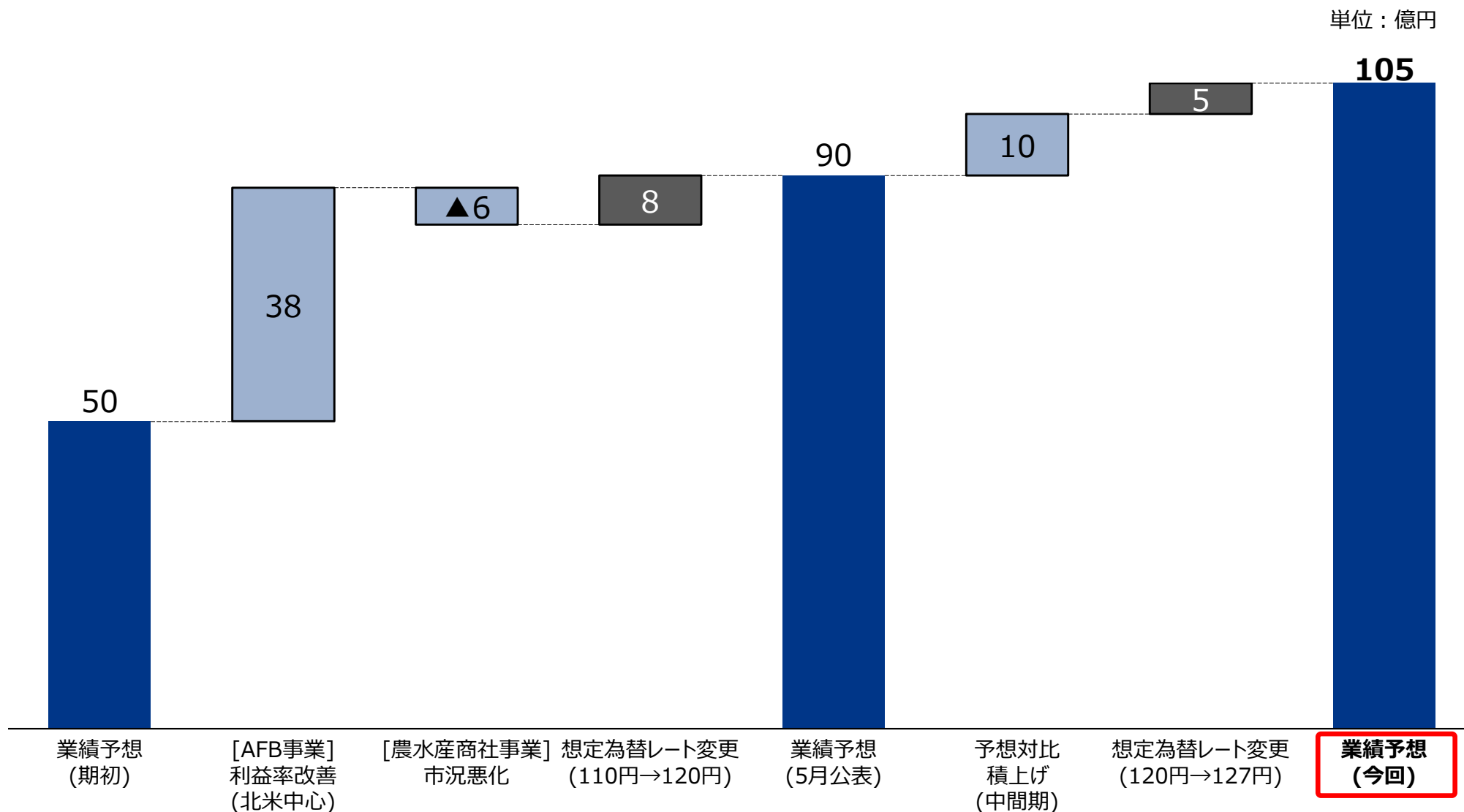


## ◆ 上期の業績及び円安の継続による増益効果を勘案し、通期連結業績予想を修正。

- 上期は、仕入原価及び費用の増加は想定通りながら、適切な価格調整の実施等により、主力の北米地域を中心に好調な利益水準を維持。
- 下期は、引き続き仕入原価及び費用の増加が見込まれると共に、需給バランスが正常化に向かう中での価格調整局面を想定。

	修正前 (5月公表) 通期	修正後 通期	増減額	中間期(実績)
売上高	2,540億円	<b>2,650億円</b>	(+110)	1,307
営業利益	90億円	<b>105億円</b>	(+15)	60
経常利益	90億円	<b>105億円</b>	(+15)	64
親会社株主に帰属する当期純利益	60億円	<b>70億円</b>	(+10)	45
(期中平均USD為替レート)	(120.00)	(127.00)		(122.89)

- ◆ 下期について、主に円安の継続による増益効果を織り込む。
- ◆ インフレ長期化など景気の先行き不透明感が強まる中、仕入原価及び費用の増加、節約志向の高まりといった消費者動向の影響等を勘案し、年度後半に向けては利益率の緩やかな低下を想定。



## 計画前提

修正後の通期連結業績予想における期中平均円ドル為替レートは、1\$=127円を想定

単位：億円		FY2020 実績	FY2021 実績	FY2022 予想	FY2022 修正後	コメント
全社	売上	1,684	2,132	<b>2,540</b>	<b>2,650</b>	既存のAFB事業で売上が伸長。中長期的な成長に向けた体制強化及び投資は継続。
	営利	19	73	<b>90</b>	<b>105</b>	
既存	売上	1,657	2,073	<b>2,400</b>	<b>2,510</b>	サプライチェーンの混乱が長期化し、需給ひっ迫が続いたことによるAFB事業の上期業績上振れを反映。
	営利	39	105	<b>116</b>	<b>130</b>	
AFB	売上	1,163	1,598	<b>1,910</b>	<b>2,013</b>	上期は好調を維持したが、下期は節約志向の高まりによる需給調整や調達・物流コスト増を踏まえ緩やかな利益率の低下を見込む。
	営利	30	105	<b>116</b>	<b>130</b>	
農水産	売上	458	439	<b>450</b>	<b>460</b>	見通しに大きな変更なし。物流混乱や円安等により販売数量・利益率が低迷。国内外営業体制の強化は継続。
	営利	8	▲1	<b>0</b>	<b>0</b>	
国内BtoC	売上	36	37	<b>40</b>	<b>37</b>	見通しに大きな変更なし。円安等による利益圧迫により厳しい業況が続く。取扱商材の拡大、オンライン受発注システムの導入等を推進。
	営利	1	1	<b>0</b>	<b>0</b>	
新規	売上	27	60	<b>140</b>	<b>140</b>	見通しに大きな変更なし。新たなビジネスモデルへの進化に向けた投資の継続、メインストリーム等販路への売上拡大に注力。
	営利	▲20	▲32	<b>▲26</b>	<b>▲25</b>	
(期中平均USD為替レート)		(106.82)	(109.80)	(120.00)	(127.00)	

---

# 株主還元の方針

---

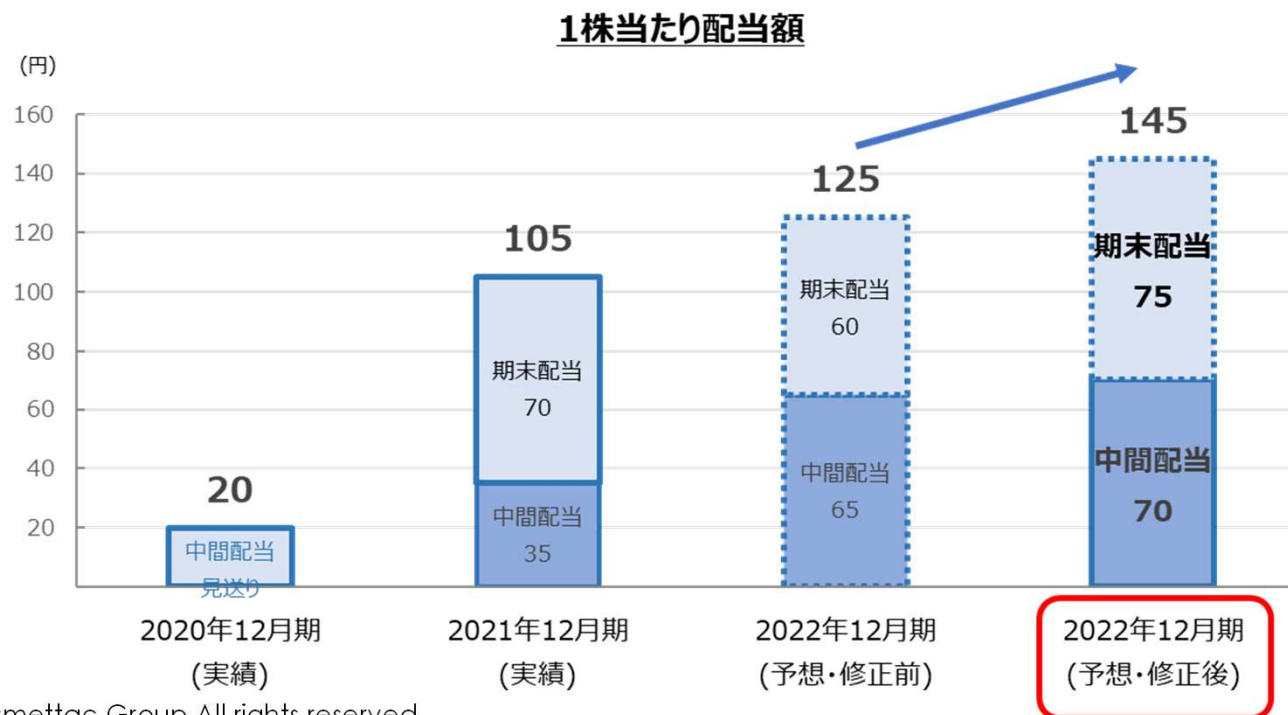


## 基本方針

- ◆ 将来の事業展開と財務体質強化のため内部留保を確保しつつ、安定的な配当を継続して実施。
- ◆ 配当性向を重要な指標とし、通期で30%程度の連結配当性向を目安とする。

## 2022年12月期の配当について

- ◆ 中間配当及び期末配当の予想は、上記の基本方針及び当社グループを取り巻く事業環境や今後の業績見通し等を勘案して決定。
- ◆ 中間配当は1株当たり70円とし、今回の通期連結業績予想の修正に伴い、期末配当の予想は1株当たり60円から75円に修正。年間配当は145円となり、通期での配当性向は約30%。





---

# 参考資料：中期経営計画

---

※ 2022年度12月期 第1四半期決算 決算補足説明資料(5月13日開示)より抜粋



## Purpose

食産業の企業としての社会への貢献

**食の安全・安心を守り、  
食とテクノロジーで世界をつなぎ、  
世界の人々の生活をより豊かに、  
より幸せに（Well-being）**

## Mission

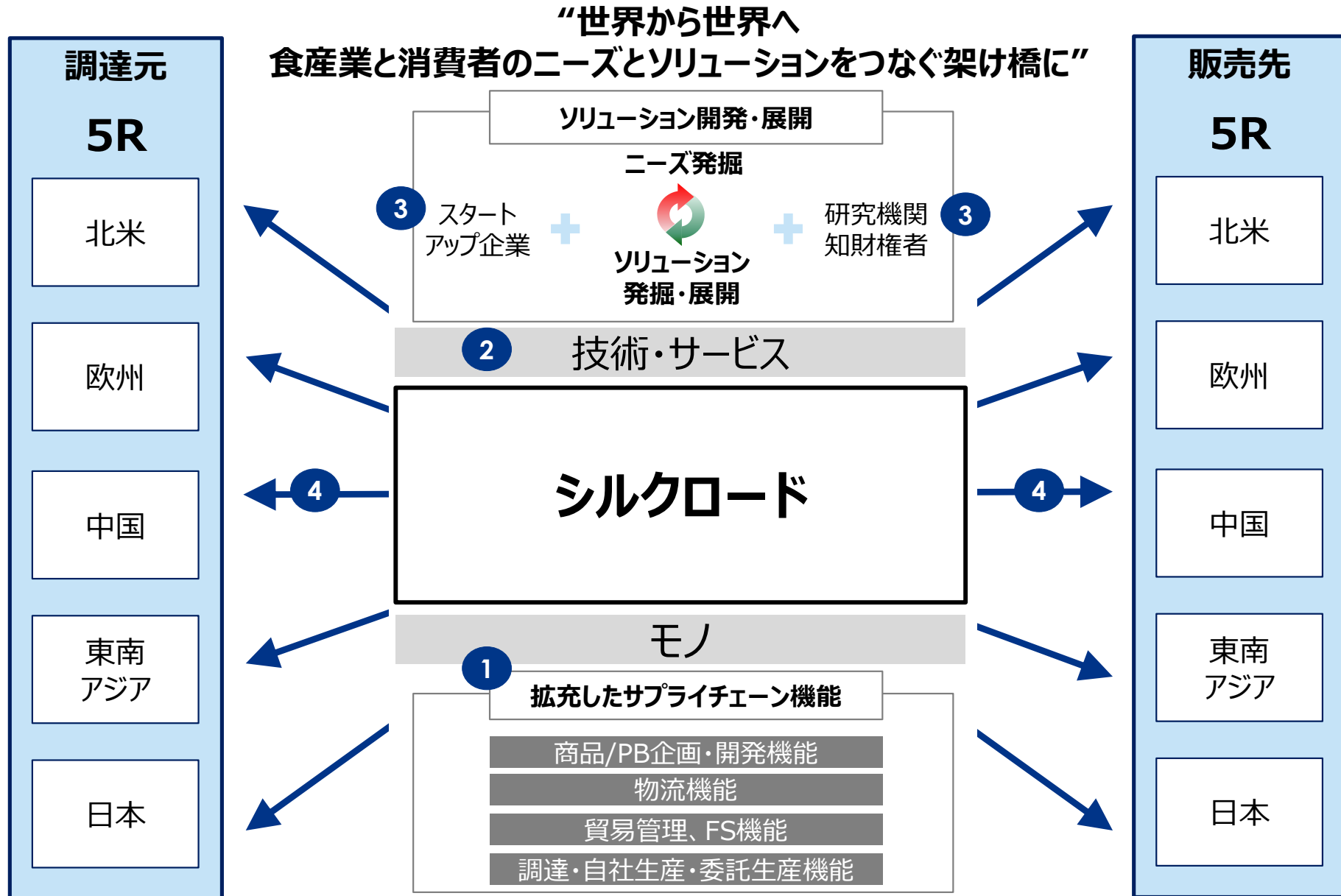
当社の目指す事業のあり方

**世界から世界へ  
食産業と消費者のニーズとソリューションをつなぐ  
架け橋に**

**そのために、クロスボーダーの食のサプライチェーンを  
「食のシルクロード」に進化させる**

日本食・青果・輸入加工食品の提供 → ソリューション(食・技術・サービス)の提供  
日本から世界へ、世界から日本へ → 世界から世界へ、双方向での展開

- ① これまで培ってきたサプライチェーン機能をさらに強化するとともに、② 世界5地域(5R)での食産業とのネットワークを通じて発掘したニーズに対する「サービス・技術」ソリューションを開発、③ 社外の研究機関やスタートアップ企業の当社シルクロード活用を促進し、④ 当社のモノ・サービスと共に、5Rに展開



アジア食市場のさらなる成長を捉え、メインストリームの販路拡大や取引エリアを拡大。構築したネットワークを礎として、新たな商品開発・サービスを育て、クロスボーダーの食のサプライチェーンを、“食のシルクロード”に進化させる

## クロスボーダーの食のサプライチェーン

## 食のシルクロード

### 機会

- 日本食市場の一層の普及
- コロナ禍以降の食の提供形態の多様化
- 消費国での現地生産シフト
- EC・小売の寡占化
- 食産業に対するより厳しい食品安全性・トレーサビリティ・SDGsの要請

- 健康志向、在宅勤務などライフスタイル変化
- 食のサプライチェーンのデジタル化
- 資源循環型社会への変革
- 長寿社会への移行
- 省人化/省力化/効率化ニーズの高まり

対応

対応

**クロスボーダーの食のサプライチェーンを  
より太く、より強く**  
アジア食グローバル事業を軸に成長

**“食のシルクロード”への進化  
あらゆる人々に利用しやすく、魅力的に**  
新たなソリューションを開発・展開

### 全社戦略

[より太く]

- メインストリーム販路開拓の加速
- 中東・南米・インド・アフリカへの販売進出・強化

[より強く]

- フードセーフティを含めた貿易管理・在庫管理・物流機能の強化
- 現地に適合した商品開発力の向上
- 自社生産の機能も兼ね備えた卸への進化
- TCFD\*・トレーサビリティ対応

\*気候関連財務情報開示タスクフォース

[魅力的に]

- 高齢者・病疾患向け高機能食品の開発
- 新しいライフスタイルや資源循環型社会に対応した、ソリューションの開拓・開発
- 食産業の抱える労働問題、資源問題等を解決するソリューションの開拓・開発

[利用しやすく]

- モノ・技術・サービス等のソリューションが現地で受容・定着化するためのサービスの充実

**食産業のニーズにこたえるソリューションが世界各地で行き交う企業に**

アジア食グローバル事業は商品開発力と現地生産能力（自社生産を含む）の向上により、メインストリーム販路を攻略し、成長を加速。農水産商社事業はオペレーションの質を高め、収益性を向上させる

## 事業環境認識

## 施策骨子

### アジア食 グローバル 事業

- 日本食市場は10%前後の成長。北米・欧州・中国ではメインストリームに浸透
- 中食・内食スタイルが増加。購入経路も伝統的なスーパーマーケット以外に、EC・テイクアウト・デリバリーなど多様に
- 各国の食品規制の厳格化に加え、メインストリームでは、より厳しいトレーサビリティも求められるように
- コロナ禍後もウクライナ情勢・貿易対立など、グローバルなサプライチェーンの不安要因は残る

1. メインストリーム販路・取引エリアの拡大
  - 米・欧を中心にメインストリーム販路を拡大
  - 中東・南米・インド・アフリカエリアでの拠点進出
  - メインストリーム向けアジア食品の拡充・Deskilled商品(Ready To Eat等)の開発
2. より強固で効率的なサプライチェーンの構築
  - フードセーフティ・トレーサビリティの対応力向上
  - 輸入と現地生産を組み合わせたサプライチェーンの確立
3. 安定供給・コスト競争力の獲得を目的とした現地生産能力の拡充

### ソリューション 開発事業

事業化検討の案件、及び取組み状況については、次頁ご参照

### 農水産 商社事業

- 生鮮果実の輸入量・額ともに増加基調にあり、輸入事業は緩やかに成長
- 主力商材の柑橘類では、グレープフルーツはシェア縮小も、オレンジ・レモンは微増。注力商材は成長が見込まれる
- 日本産農産品のアジア向け輸出の増加

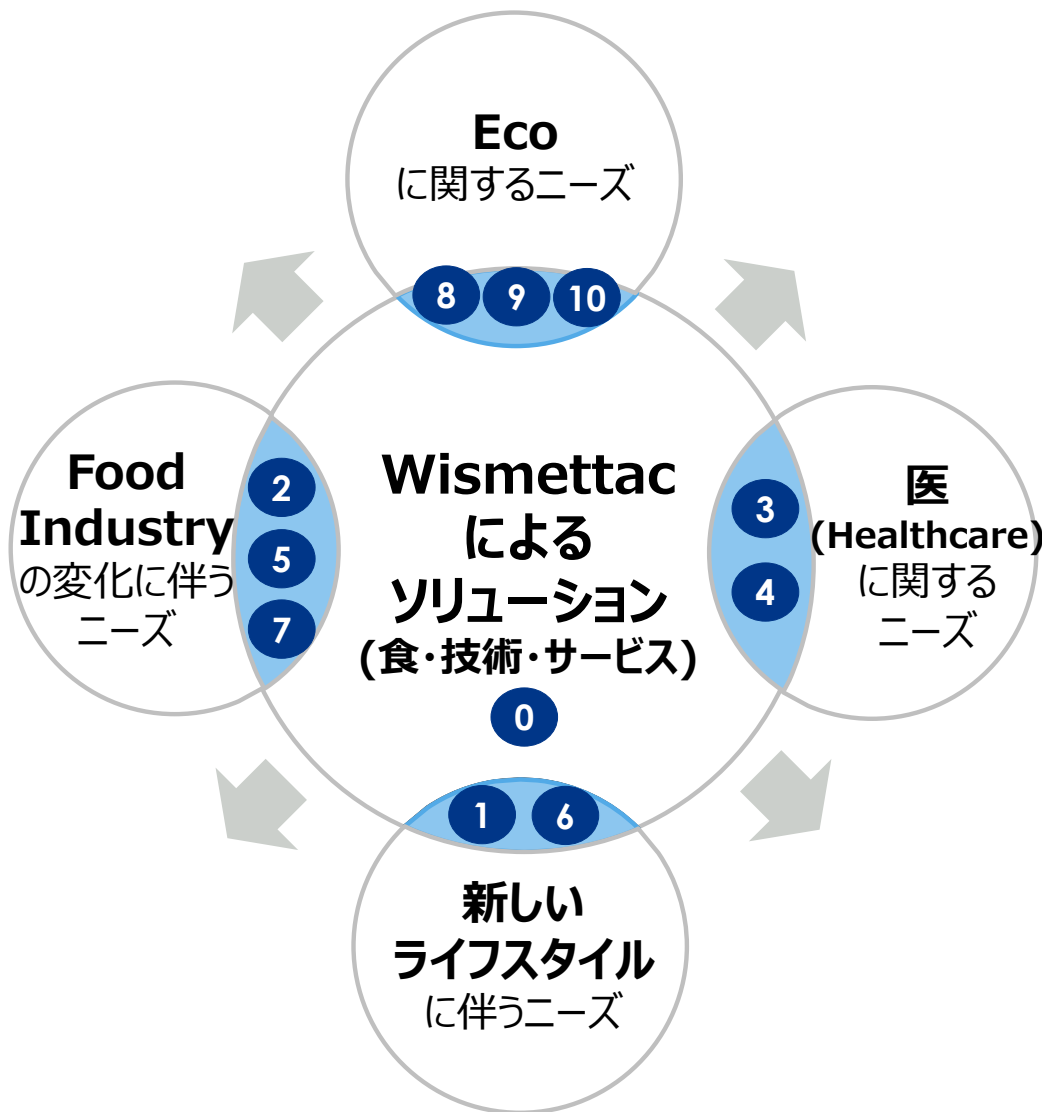
1. 顧客と産地、それぞれとの関係の強化と海外事業の展開
  - 国内外の産地へのソリューション開発（海外販路開拓・マーケティング・海外生産/栽培支援等）
  - バイヤー向け提案力等、営業力の強化
2. より効率的なオペレーションの仕組みづくり
  - 業務システムの統合により、効率化を図る
  - 機能別の組織体制へと再編

### 国内事業

- 加工食品のスペシャリティ市場のシェア拡大中。大手スーパー・ECも参入するなど販路も多様化
- 日本のオーガニック市場は海外と比べて現在は小さいものの、今後成長が見込まれる

1. 生産性の向上（デジタルトランスフォーメーション）
  - オンライン受発注システム導入
  - オムニチャネルでのマーケティングの仕組み構築
2. オーガニック食品の取り扱い等、ヘルスコンシャス商材の充実

ニーズ発掘からソリューションの発掘・開発につなげ、継続的に事業を生み出すための仕組みを構築する。  
 ニーズ変容の源となるマクロトレンドは、事業化の可能性有無を定期的に検証しながら、柔軟に見直す



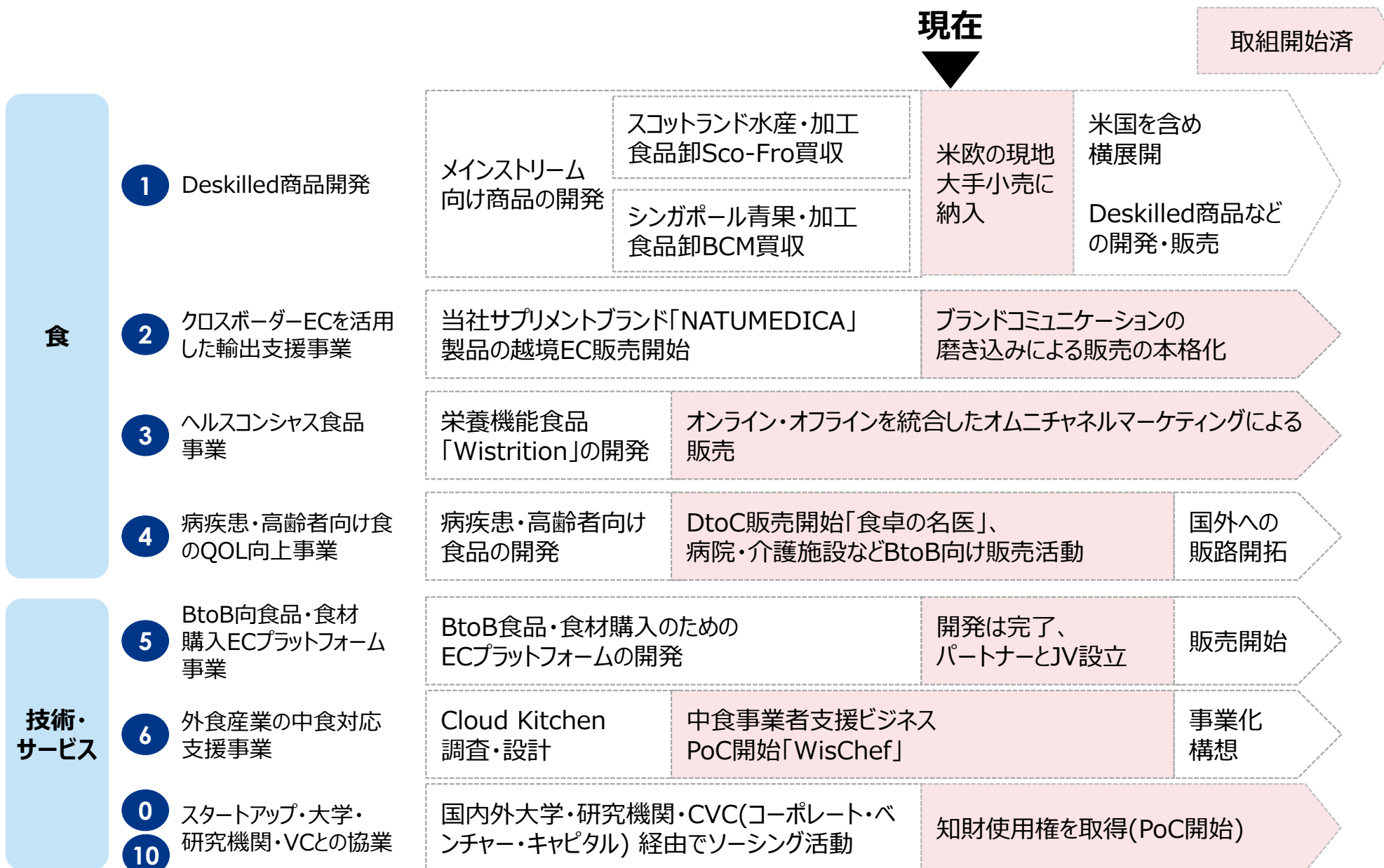
## 事業化検討中の案件

1	Deskilled商品開発 (Ready To Eat商品等)	5R共通
2	クロスボーダーECを活用した 輸出支援事業	中・日間
3	ヘルスコンシャス食品事業 (一部、既存国内事業での取組み)	中・日
4	病疾患・高齢者向け食のQOL向上事業	中・日
5	BtoB向け食品・食材購入 ECプラットフォーム事業	日
6	外食産業の中食対応支援事業	日・米
7	農作物の輸出支援プラットフォーム事業 (農水産事業での取組)	日・東南 アジア
8	陸上養殖水産品の販売事業 (既存AFB事業での取組)	欧
9	代替肉・魚肉の販売事業 (既存AFB事業での取組)	5R共通
10	省資源型の栽培技術支援事業	日・豪・米

事業シーズ・Solution発掘を支援

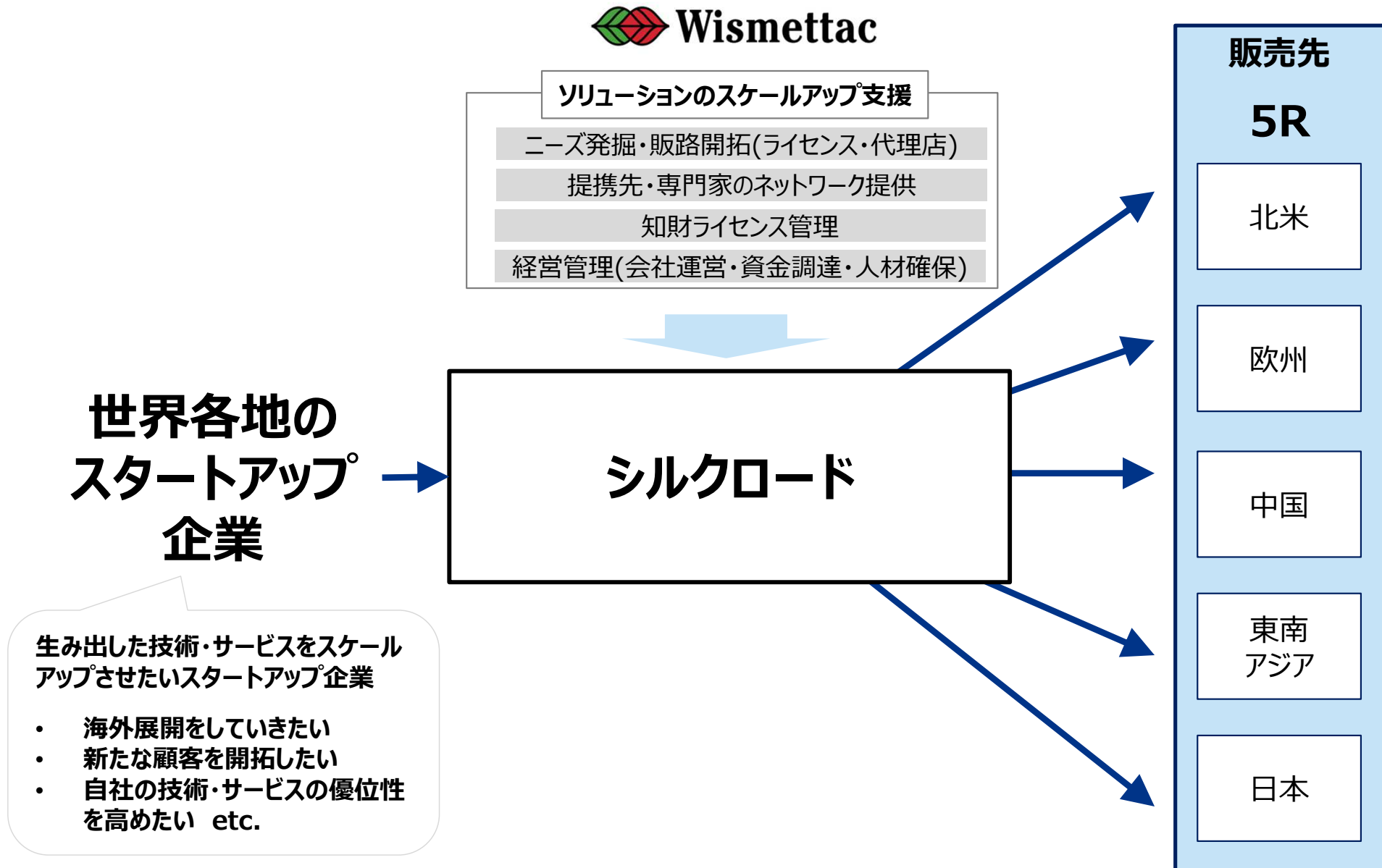
0	Startup・大学・研究機関・VCとの協業	日・欧・中
---	------------------------	-------

新たなソリューション開発の各活動に対しては定期的にゲートレビューを行い、事業・PoCの進捗を評価。グローバルでPDCAを繰り返しながら、数多くの事業群を生み出し、育てていく



(\*) 7・8・9は既存事業における取組み、もしくは既存事業からの派生のため、上記のロードマップに含めていない

当社としては自身でソリューション開発をしつつ、そこで得られた知見も外部に公開し、優れたソリューションの素を有するスタートアップ企業のスケールアップを支援、特に海外進出をサポートしていく





アジア食グローバル事業は、サプライチェーンの正常化に伴う粗利率の低下を増収でカバーし、緩やかな増益基調を維持。2024年には売上3,045億円、営業利益100億円を目指す

計画前提		円ドル為替は、1\$=120円を想定				
単位：億円		FY2021 実績	FY2022 修正後	FY2023	FY2024	コメント
全社	売上	2,132	2,540	2,792	3,045	既存・新規ともに売上は伸長。中長期的な成長に向けた体制強化及び投資は継続
	営利	73	90	95	100	
既存	売上	2,073	2,400	2,642	2,875	費用増加等による収益低減を売上増加で補う一方、将来の事業基盤強化に向けた投資は継続
	営利	105	116	122	125	
AFB	売上	1,598	1,910	2,100	2,300	需給バランスの正常化によって供給量が増え、粗利率は緩やかな下落を想定も、増収によってカバー
	営利	105	116	115	116	
農水産	売上	439	450	500	530	サプライチェーンの混乱による粗利低下も回復するとともに、オペレーションの効率化により収益性を高める
	営利	▲1	0	6	8	
国内BtoC	売上	37	40	42	45	取扱商材の拡大、オンライン受発注システムの導入等により売上増加を目指す
	営利	1	0	1	1	
新規	売上	60	140	150	170	新しいソリューション開発に向けた投資を継続
	営利	▲32	▲26	▲27	▲25	
		(USD為替レート)	(109.80)	(120.00)	(120.00)	(120.00)

---

# 会社概要

---



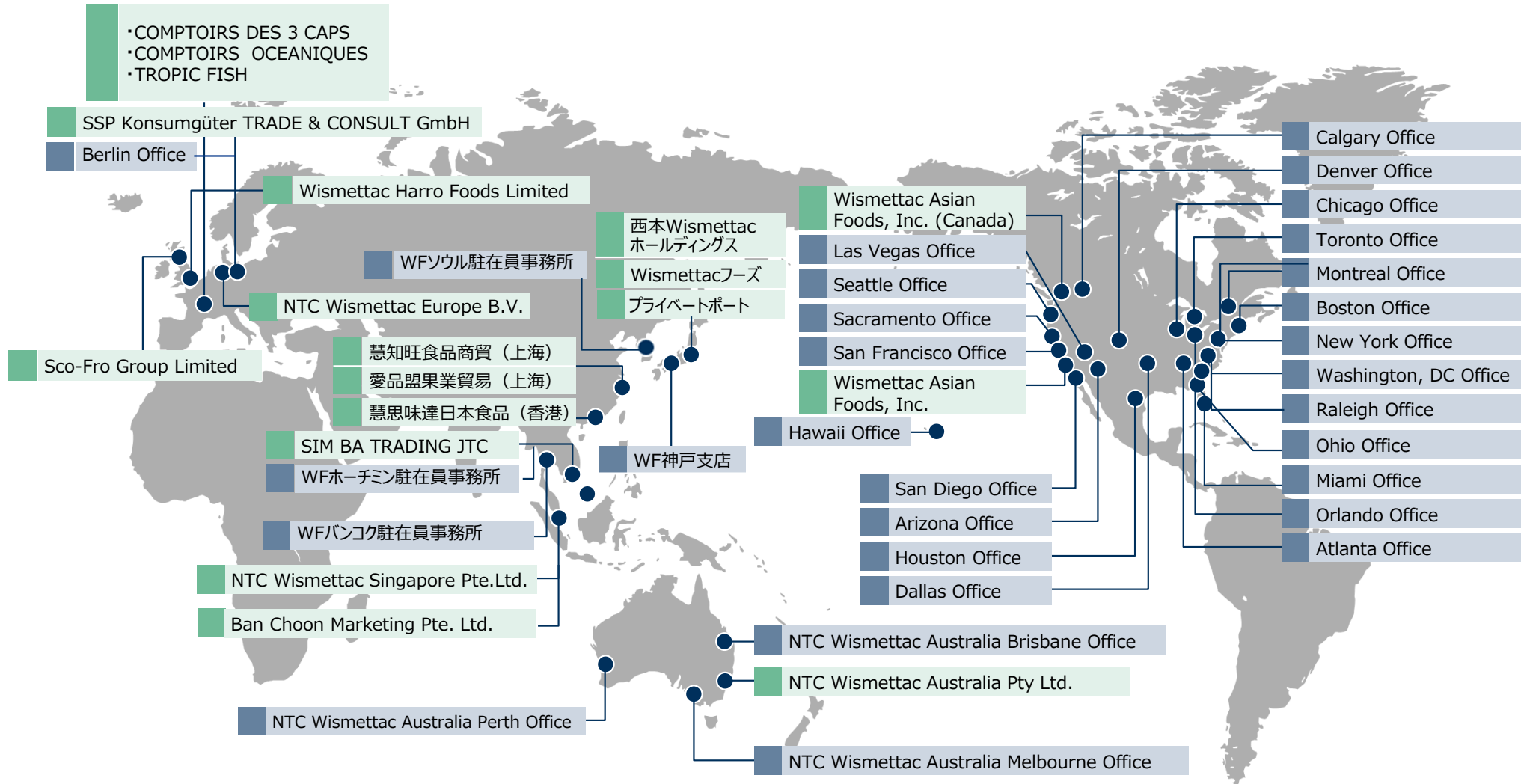
- ◆「地球それ自体」と「Globalism」をイメージした2つの球体
  - 革新の「赤」+自然の「緑」
  - 「より健康で豊かな食生活へのあくなき挑戦の意思」
- ◆社名の「W」「M」「C」をモチーフとして造形化

- 【Wisdom】 …(西洋智)
- 【Metta】 …(東洋智)  
(パーリ語：優しさ/思いやり)
- 【Creativity】 …(価値の創造力)

## 明治45年（1912年）に創業後、世界市場に食材・食品を供給するグローバル企業へと成長

社名	西本Wismettac (ウイズメタック) ホールディングス株式会社
本社	東京都中央区日本橋室町三丁目2番1号 日本橋室町三井タワー15階
創業	1912年5月
代表者	代表取締役会長兼社長 CEO 洲崎 良朗
従業員数	1,813名（うちアジア食グローバル事業：1,507人） [2021年12月末時点]
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆アジア食品の開発及びグローバルでの販売</li> <li>◆青果物全般(フルーツ、野菜、その他加工品)の輸入販売、食品メーカー並びに 外食産業向けの食材の供給</li> </ul>
子会社、関連会社	子会社23社、関連会社1社 [2022年6月末時点]
拠点所在地	世界44か所*（うち北米拠点：24か所） 日本・米国・カナダ・シンガポール・オーストラリア・オランダ・英国・ドイツ・フランス・中国・ 香港・タイ・ベトナム・韓国 <small>*拠点数定義見直し後</small>
連結売上高	2,132億円 [2021年12月期] * 海外売上比率74.2%
連結経常利益	72億円 [2021年12月期]
自己資本比率	41.9% [2021年12月期]

- ◆ 当社グループは北米、欧州、豪州、アジアにおいて44拠点を有し、グローバルに事業を展開
- ◆ 北米（アメリカ・カナダ）は24拠点を有し、売上の過半以上を占める



図表中の“WF”は“Wismettacフーズ”の略

## 注意事項

本資料は、西本Wismettacホールディングス株式会社及び関係会社（以下当社）の財務情報、経営情報等の提供を目的としておりますが、内容についていかなる表明・保証を行うものではありません。

本資料に掲載されている当社の計画や戦略、業績の見通し等は、将来の予測等に関する情報を含む場合があります。これらの情報は現在入手可能な情報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可能性があり、当社はこれら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。なお、当社は、新たな情報や将来の事象により、本資料に掲載された将来の見通しを修正して公表する義務を負うものでもありません。

資料の作成には、当社は細心の注意を払っておりますが、掲載した情報に誤りがあった場合や、第三者によるデータの改ざん、データダウンロード等によって生じた障害等に関し、当社は事由の如何を問わず一切責任を負うものではないことをあらかじめご了承ください。

本資料は、投資勧誘を目的にしたものではありません。実際に投資を行う際は、本資料の情報に全面的に依拠して投資判断を下すことはお控えいただき、投資に関するご決定はご自身のご判断で行うようお願いいたします。

【お問合せ先】

西本Wismettacホールディングス株式会社  
経営企画部

TEL：03-6870-2015

