

2023年3月期 決算説明会

証券コード2588／東証スタンダード

株式会社プレミアムウォーターホールディングス

2023年5月16日（火）



PREMIUM WATER HOLDINGS



1 2023年3月期 決算ハイライト

2 株主還元

3 最新の市場

4 当社の強み

5 2024年3月期 通期業績予想と今後の戦略

6 SDGs

7 Appendix

1

2023年3月期 決算ハイライト

- ✓ 期初通期業績予想に対し、
売上収益・営業利益等、すべての項目で達成！
- ✓ 保有顧客数は**150万件突破！** 前期末比**11**万件増
- ✓ 営業利益は、前年比**20%成長**を達成
3年CAGR（年平均成長率）で**58.1%** 利益率も**0.7pt改善**し、**9.6%**に！

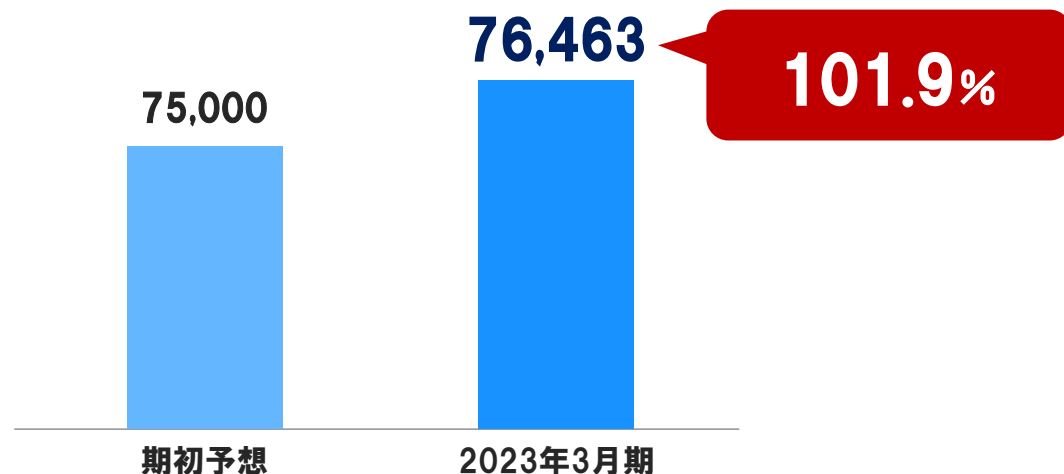
連結損益計算書

	2022年3月期		2023年3月期			
	実績	百分比	実績	百分比	増減	増減率
売上収益	68,452	100.0%	76,463	100.0%	8,011	11.7%
売上総利益	58,074	84.8%	64,644	84.5%	6,570	11.3%
営業利益	6,097	8.9%	7,346	9.6%	1,249	20.5%
税引前当期利益	5,465	8.0%	6,416	8.4%	950	17.4%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	3,542	5.2%	6,057	7.9%	2,515	71.0%
1株当たり 当期利益（円）	119.93	—	204.35	—	—	—
EBITDA	14,485	—	16,940	—	2,454	16.9%

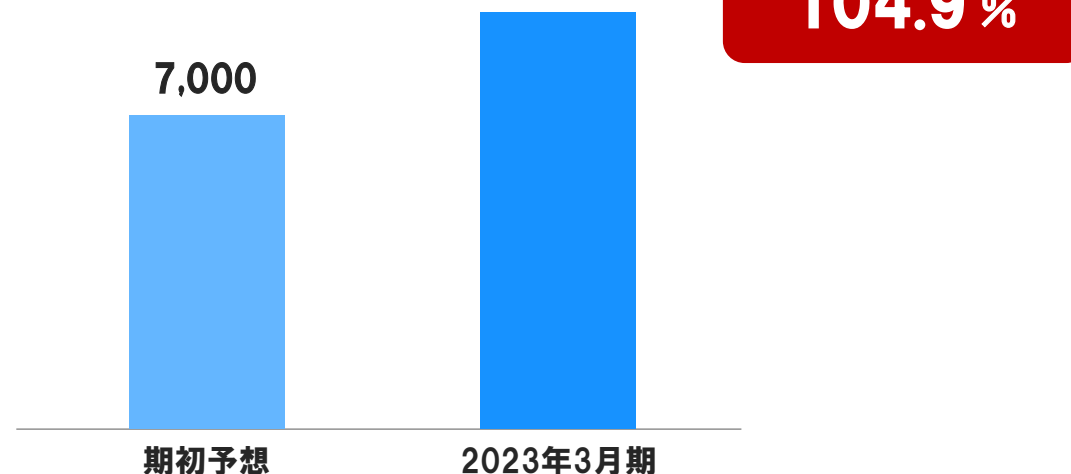
※親会社の所有者に帰属する当期利益には、特殊要因が含まれております。
※EBITDAは簡易的に営業利益+減価償却費としております。

期初予想に対する通期業績

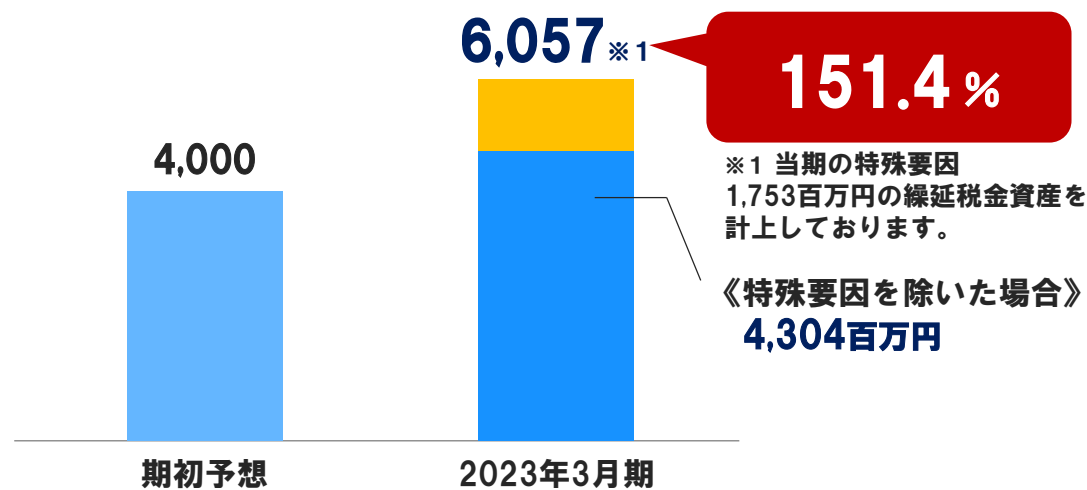
【売上収益】（百万円）



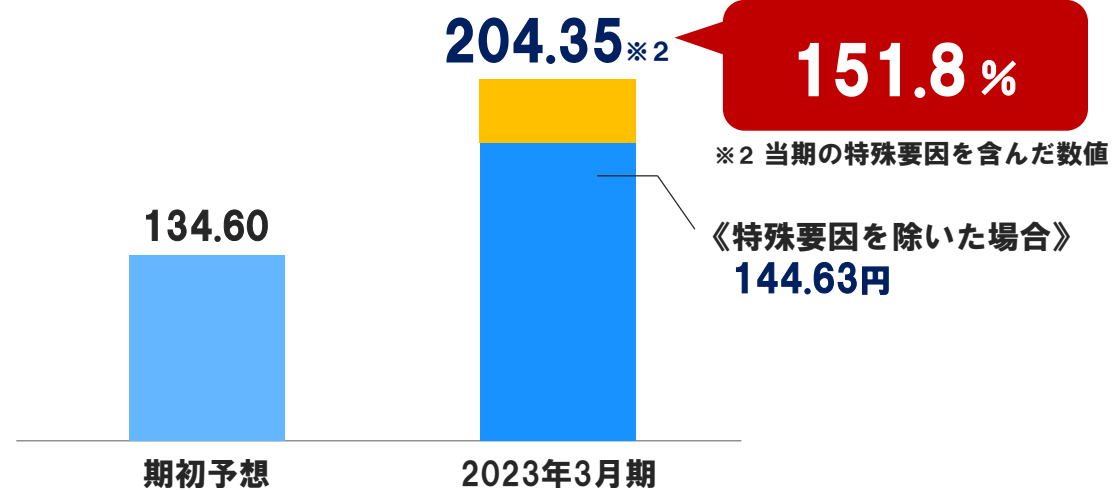
【営業利益】（百万円）



【親会社の所有者に帰属する当期利益】（百万円）



【基本的1株あたり当期利益】（円）

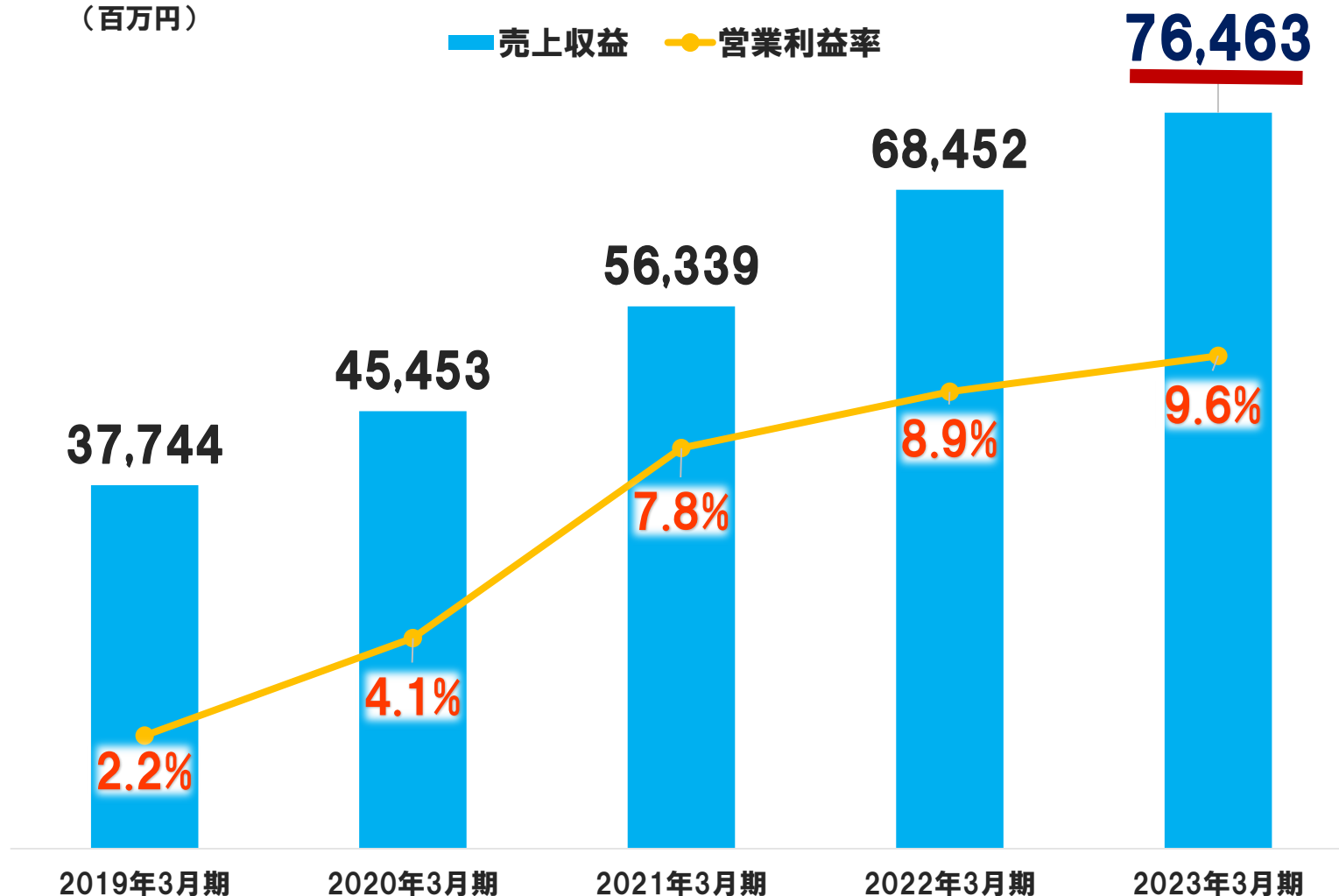


通期決算－売上収益／営業利益率

売上収益／営業利益率

(百万円)

— 売上収益 — 営業利益率



売上収益
前期比

11.7%増

営業利益率
前期比

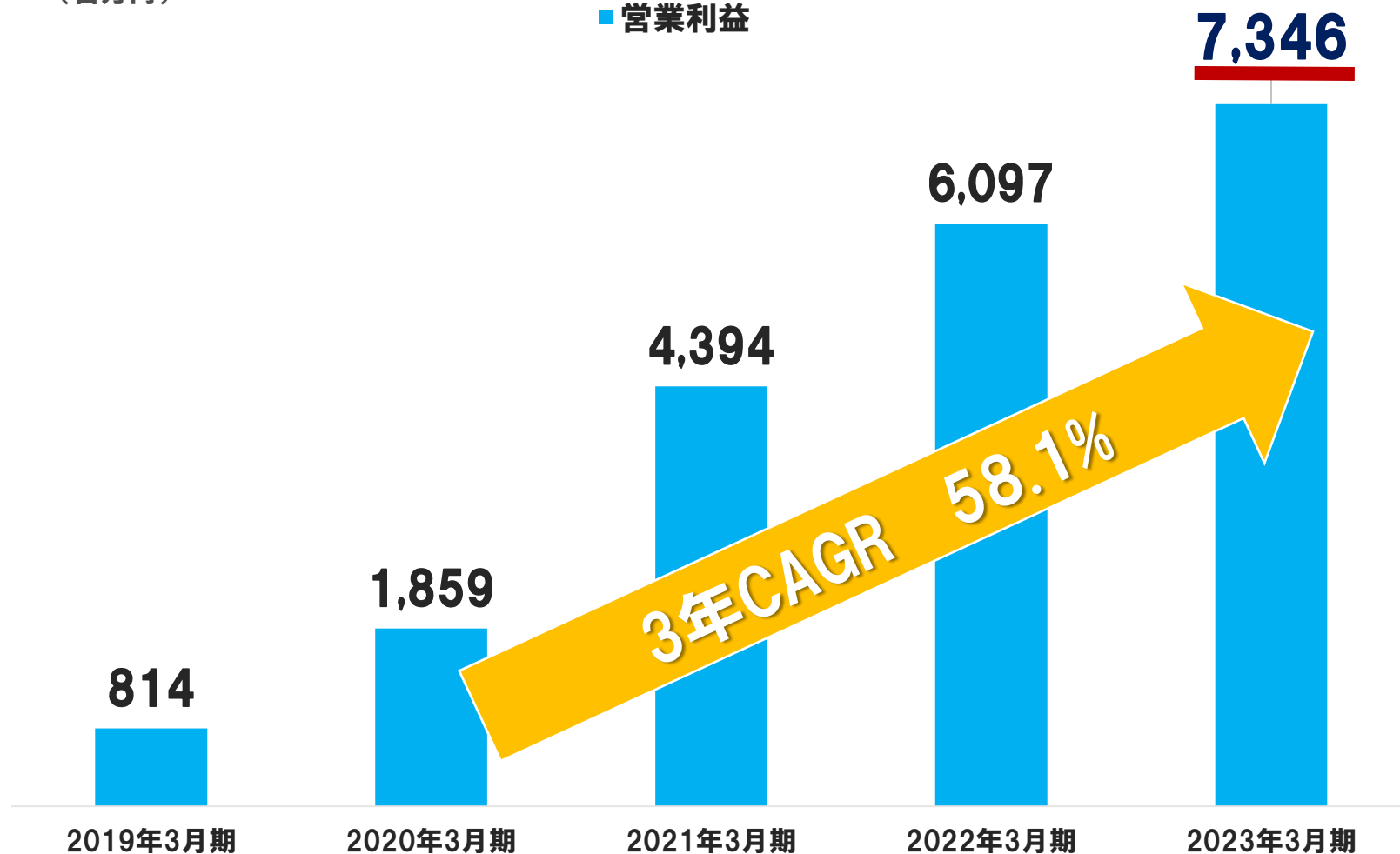
0.7pt増

通期決算－営業利益

(百万円)

営業利益

■ 営業利益



営業利益
前期比

20.5%増

3年CAGR
(年平均成長率)

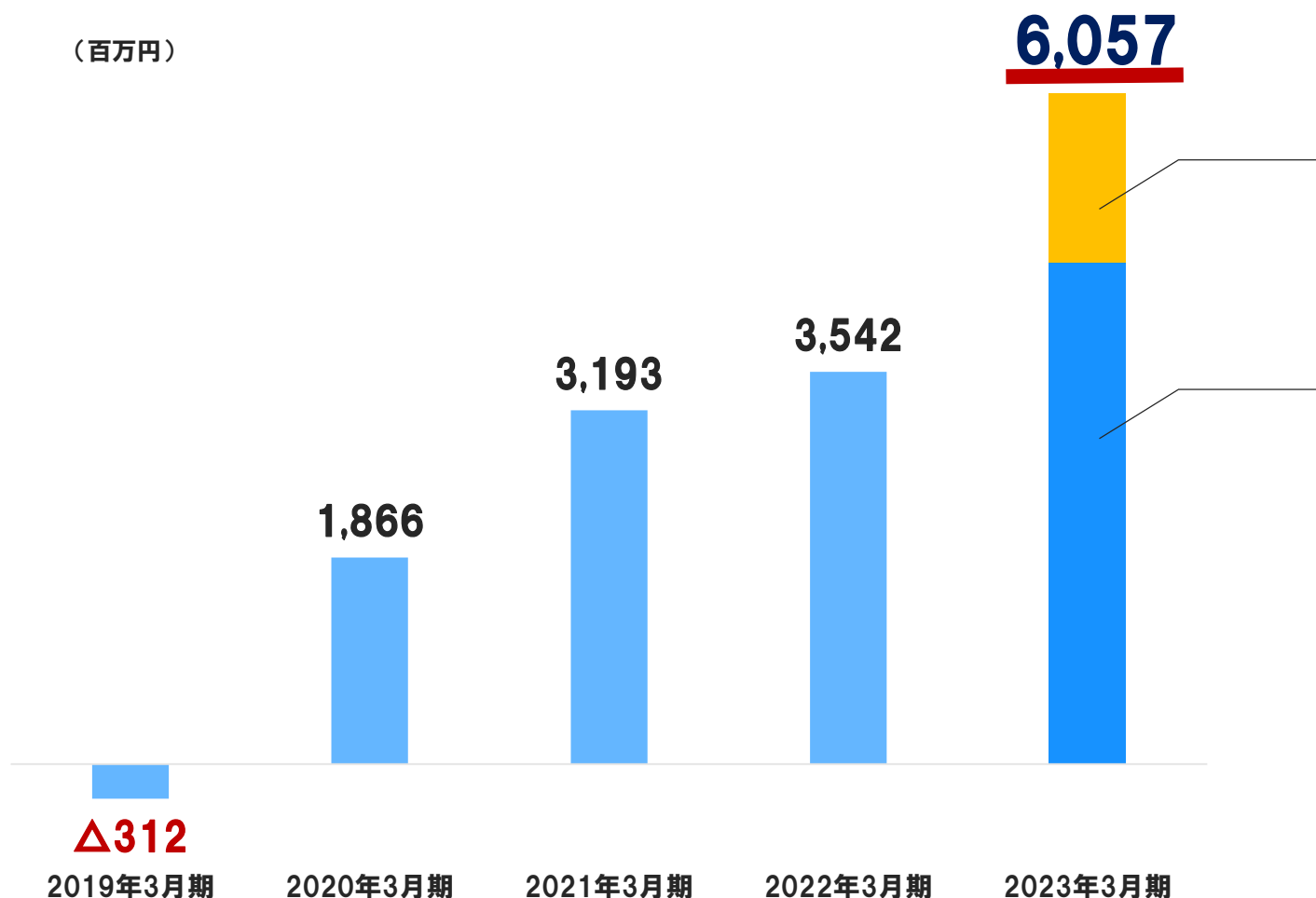
58.1%

高い成長を継続

通期決算－親会社の所有者に帰属する当期利益

親会社の所有者に帰属する当期利益

(百万円)



前期比 **71.0%増**

特殊要因：1,753百万円
繰延税金資産の計上分

4,304百万円（前期比**21.5%増**）
特殊要因を除いた数値

繰延税金資産について

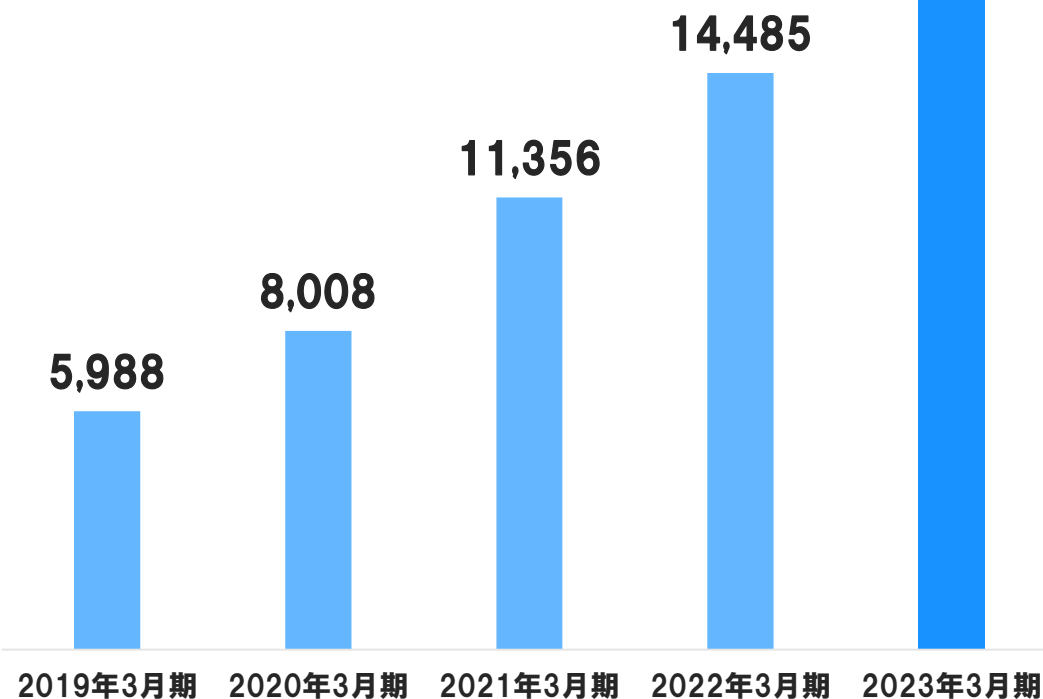
今後の業績見通し等を踏まえ、慎重に回収可能性を検討した結果、当期のみの特殊要因として繰延税金資産1,753百万円を計上いたしました。

通期決算－EBITDA、売上原価/売上原価率

EBITDA

(百万円)

16,940

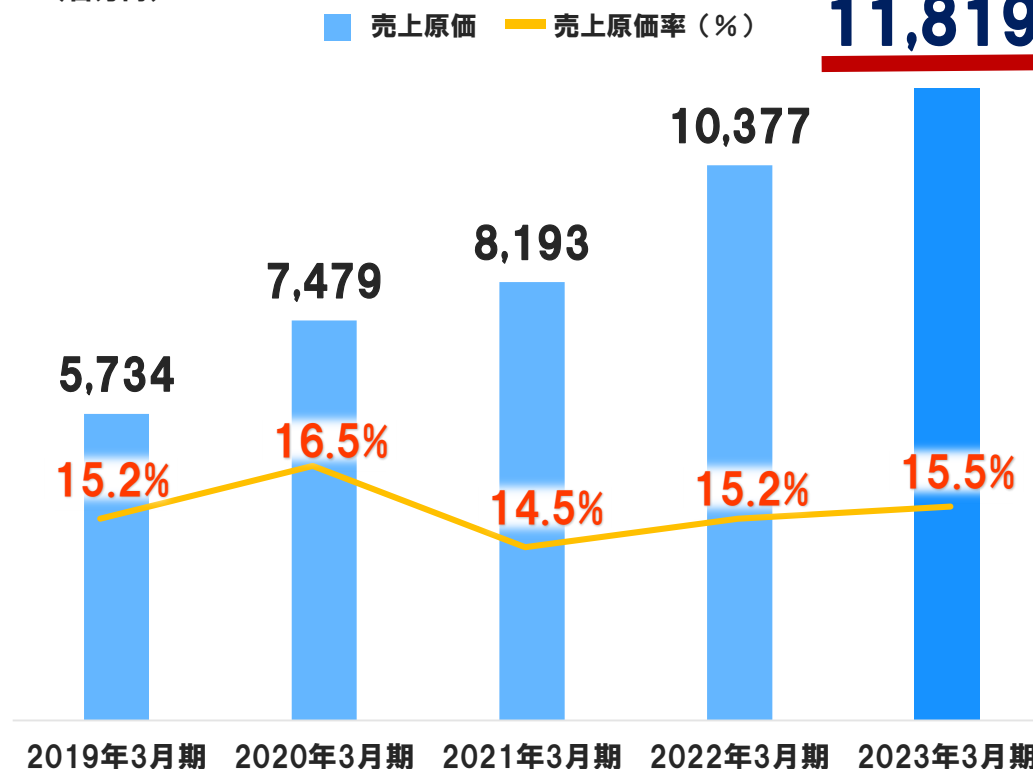


前期比 **16.9%増**

売上原価/売上原価率

(百万円)

11,819



一般的に資材高騰の影響があるなか
当社は**現状維持で抑えることが出来ている**

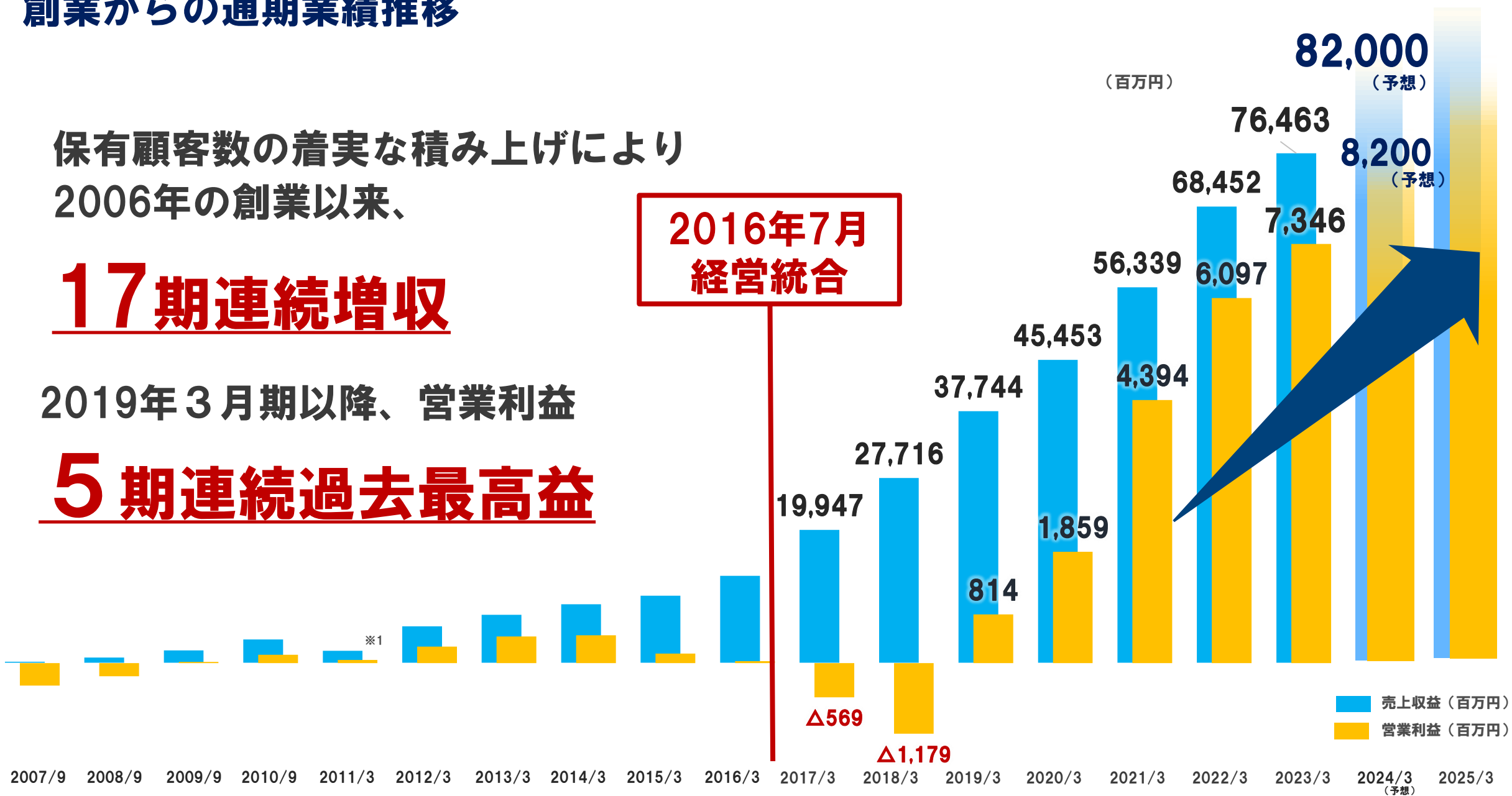
創業からの通期業績推移

保有顧客数の着実な積み上げにより
2006年の創業以来、

17期連続増収

2019年3月期以降、営業利益

5期連続過去最高益



※1 決算期の変更があったため、推移としては増収

連結貸借対照表

	2022年3月期		2023年3月期 (単位：百万円)			
	実績	百分比	実績	百分比	増減	前期末比
流動資産	32,350	44.3%	40,562	46.7%	8,211	125.4%
非流動資産	40,734	55.7%	46,310	53.3%	5,576	113.7%
資産合計	73,084	100.0%	86,872	100.0%	13,788	118.9%
流動負債	20,758	28.4%	27,612	31.8%	6,864	133.0%
非流動負債	38,028	52.0%	39,619	45.6%	1,581	114.2%
(有利子負債)	46,231	63.3%	53,573	61.7%	7,342	115.9%
負債合計	58,787	80.4%	67,232	77.4%	8,445	114.4%
資本合計	14,297	19.6%	19,640	22.6%	5,342	137.4%
負債及び資本合計	73,084	100.0%	86,872	100.0%	13,788	118.9%
親会社所有者帰属持分比率	19.5%	—	22.6%	—	—	—
流動比率	155.8%	—	146.9%	—	—	—

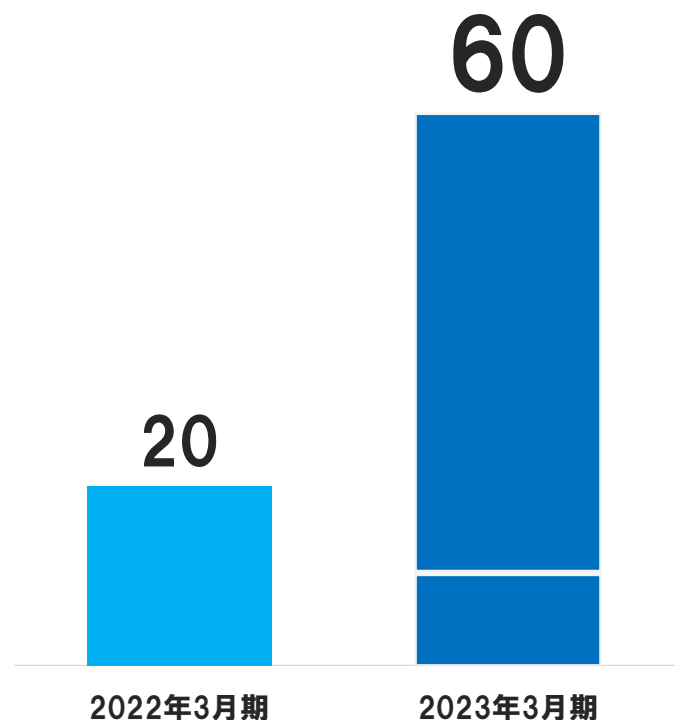
連結キャッシュ・フロー計算書

	2022年3月期 (実績)	2023年3月期 (単位：百万円)	
		実績	主な要因
営業活動による キャッシュ・フロー	7,991	13,814	税引前当期利益 6,416百万円 減価償却費及び償却費 9,593百万円 契約コストの増減(△は増加) △159百万円 法人所得税の支払額 △2,326百万円
投資活動による キャッシュ・フロー	△2,716	△4,272	有形固定資産及び無形資産の取得による支出 △3,859百万円
フリー・ キャッシュ・フロー	5,274	9,541	
財務活動による キャッシュ・フロー	△1,830	△4,129	長期有利子負債の収入 6,186百万円 長期有利子負債の支出 △9,454百万円
現金及び現金同等物の 期末残高	20,322	25,737	

2

株主還元

2023年3月期 配当（増配について）



2023年3月期 配当

第2四半期末	期末
11円	49円



1株あたり **60円**

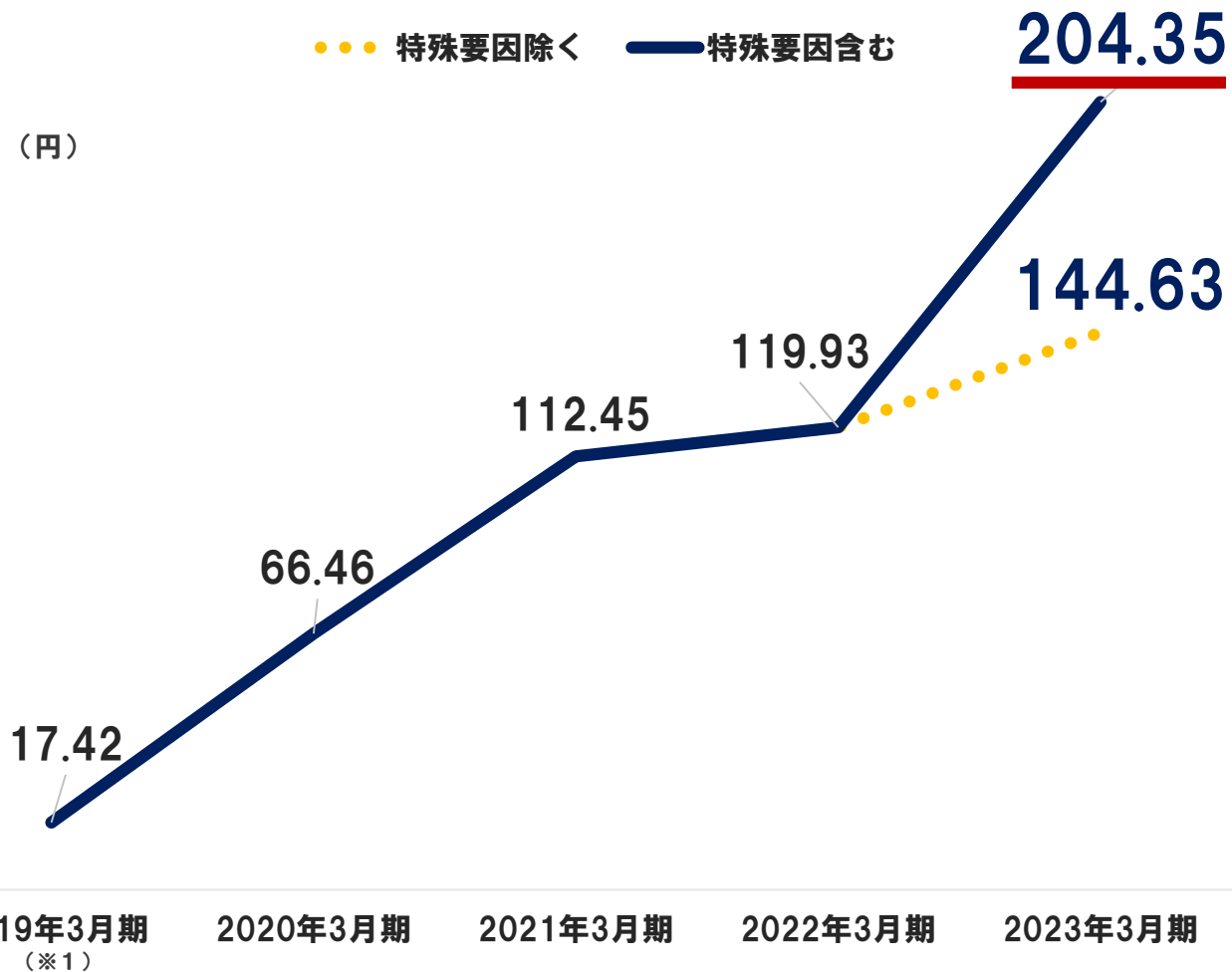
▶ 剰余金の配当等の方針

当社は、株主への利益還元を重要視しており、配当政策についても重要な経営課題のひとつとして認識しております。剰余金の配当につきましては、内部留保や設備投資等への投資とのバランスを考慮しながら、**業績と連動した配当の実施を基本方針としております。**

将来の事業展開と経営体質の強化のために必要な内部留保を確保しつつ、配当を実施する所存であります。

順調な顧客獲得と生産性の向上により、EPSは直近3年で3倍以上に！

基本的1株当たり当期利益



PER

2021年3月末 30.32倍

2022年3月末 20.17倍

2023年3月末 12.23倍

特殊要因を除いた場合 17.29倍

※1 2019年3月期は日本基準のため、「当期利益」は「当期純利益」

当社ウォーターサーバーをご契約の方は、さらに約4,000円相当のお得な株主優待の設計！

株主優待品①

カタログギフト（5,000円相当）

宅配水契約者限定のECサイト「PREMIUM MALL」の数ある商品の中から当社が選定した15品及びプレミアムウォーターバッグインボックスのうち1品をお選びいただきます。

※下記は2023年3月期の株主優待品の一例です。



株主優待品②

ナチュラルミネラルウォーター（2本）

株主様がご契約者の場合、ご契約中のお水2本をお選びいただくことができます。



3

最新の市場

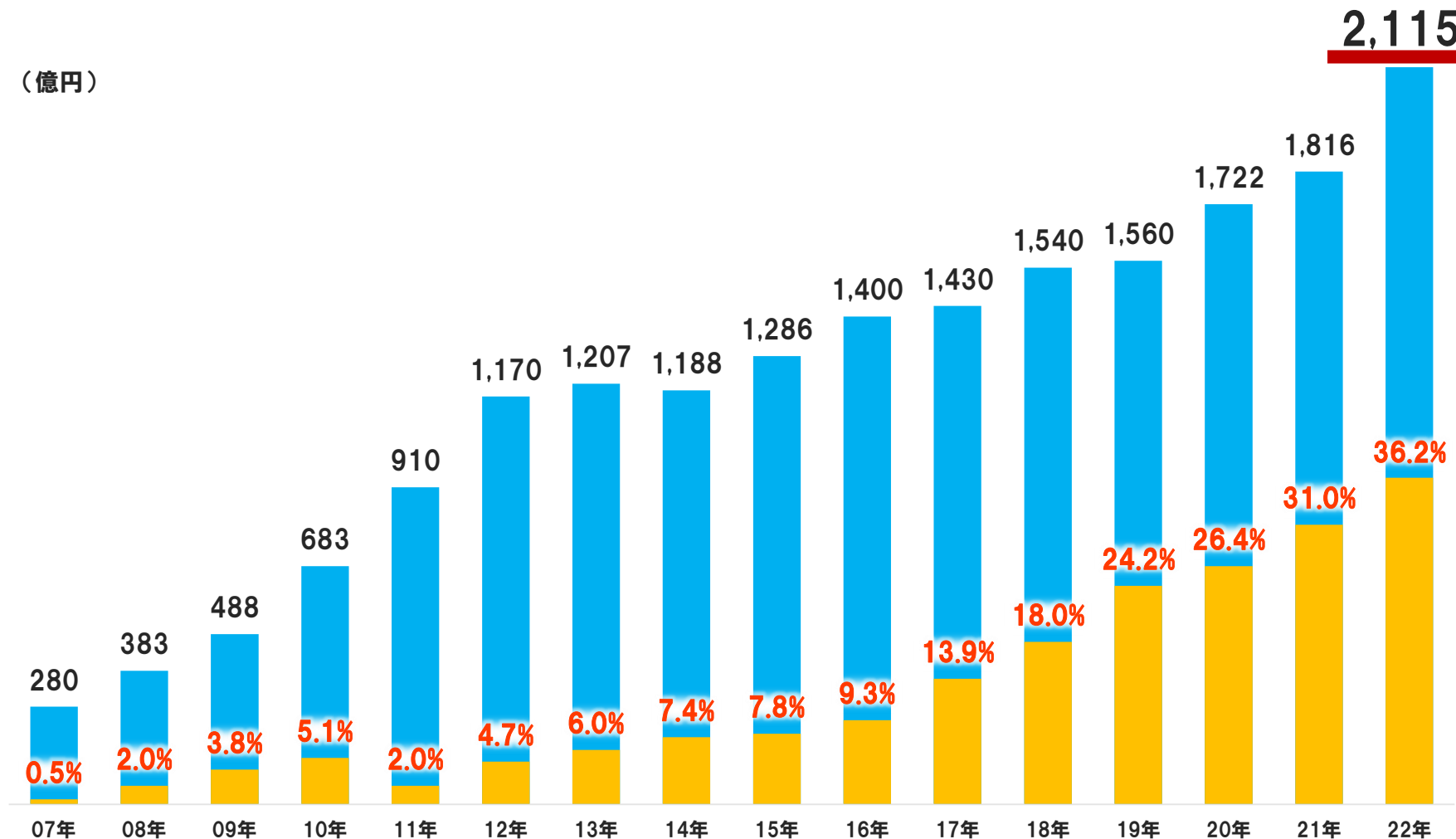
展開可能な潜在的市場 5兆円規模



※1 日本宅配水&サーバー協会 (JDSA) 統計データ参照
※2 富士経済調べ (2022年見込み)

宅配水市場規模は年々拡大、当社が市場全体をけん引

(億円)



宅配水市場規模

約**2,115**億円^{※1}

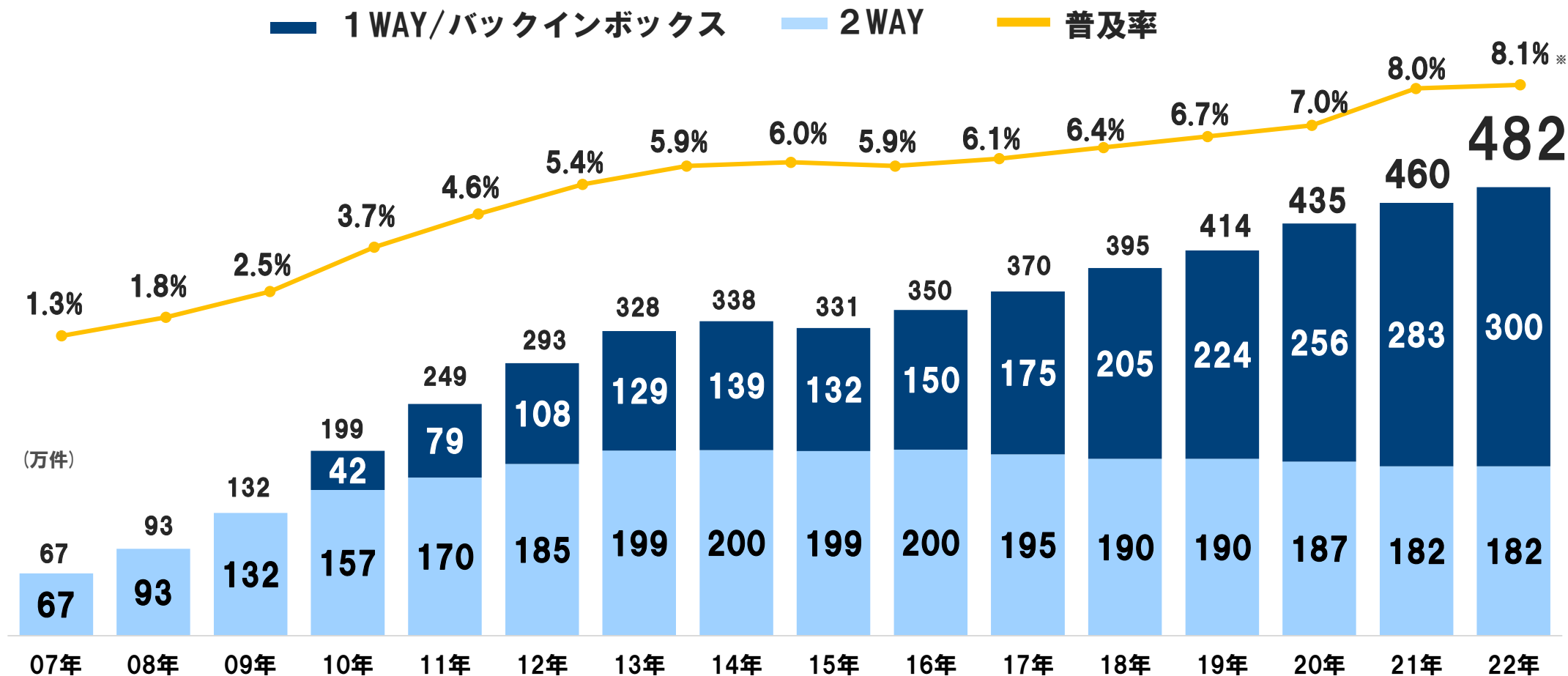
宅配水市場 売上シェア

36.2%^{※2}

※1 日本宅配水&サーバー協会 (JDSA) より出典

※2 2023年3月末時点の当社累計売上収益 (76,463百万円) ÷ 日本宅配水&サーバー協会推定2022年宅配水市場売上 (211,500百万円)

世帯普及率は未だ**8.1%**※程度と拡大余地がある

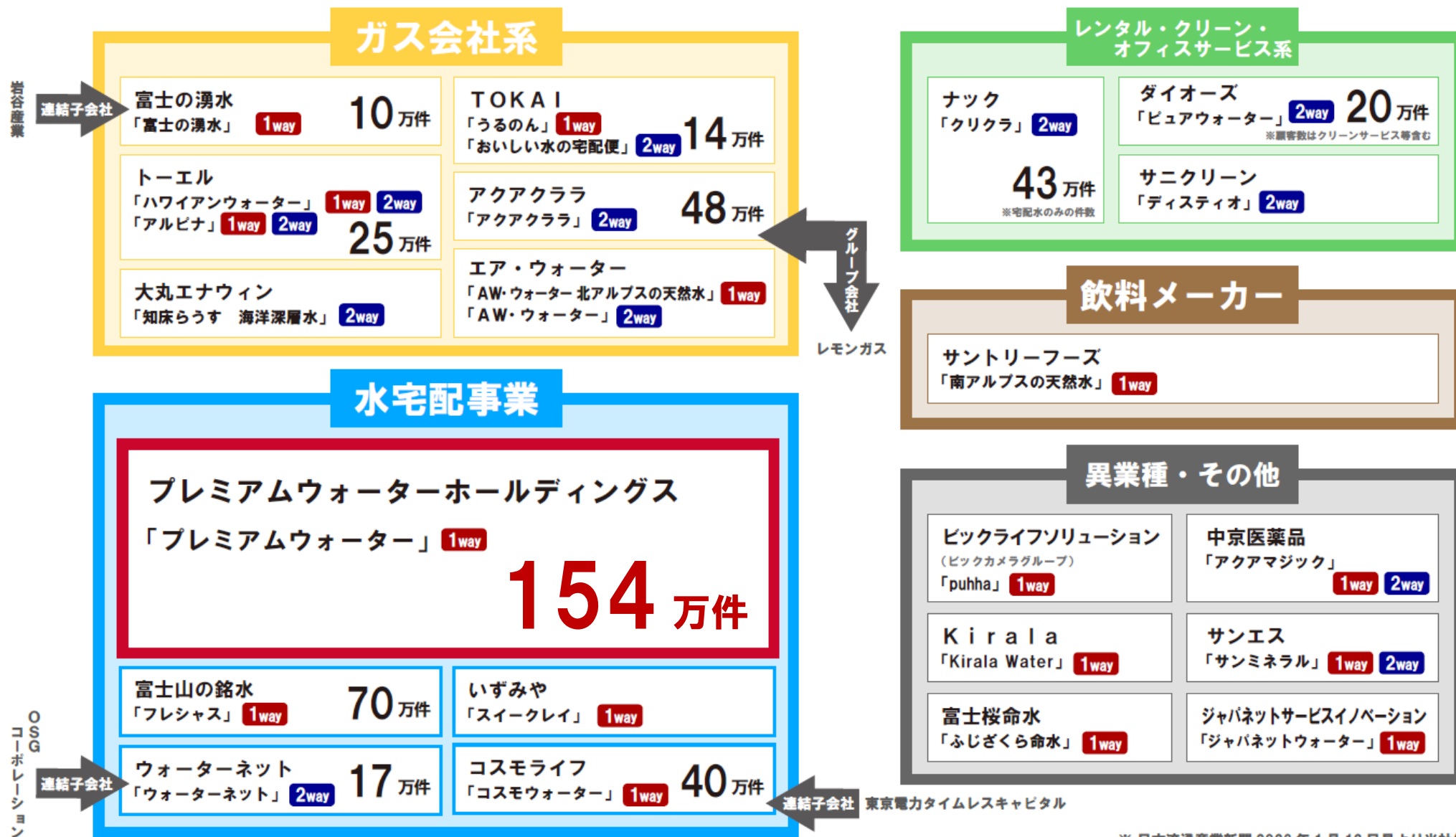


【出典】日本市場の宅配水業界推定規模（JDSA調べ）

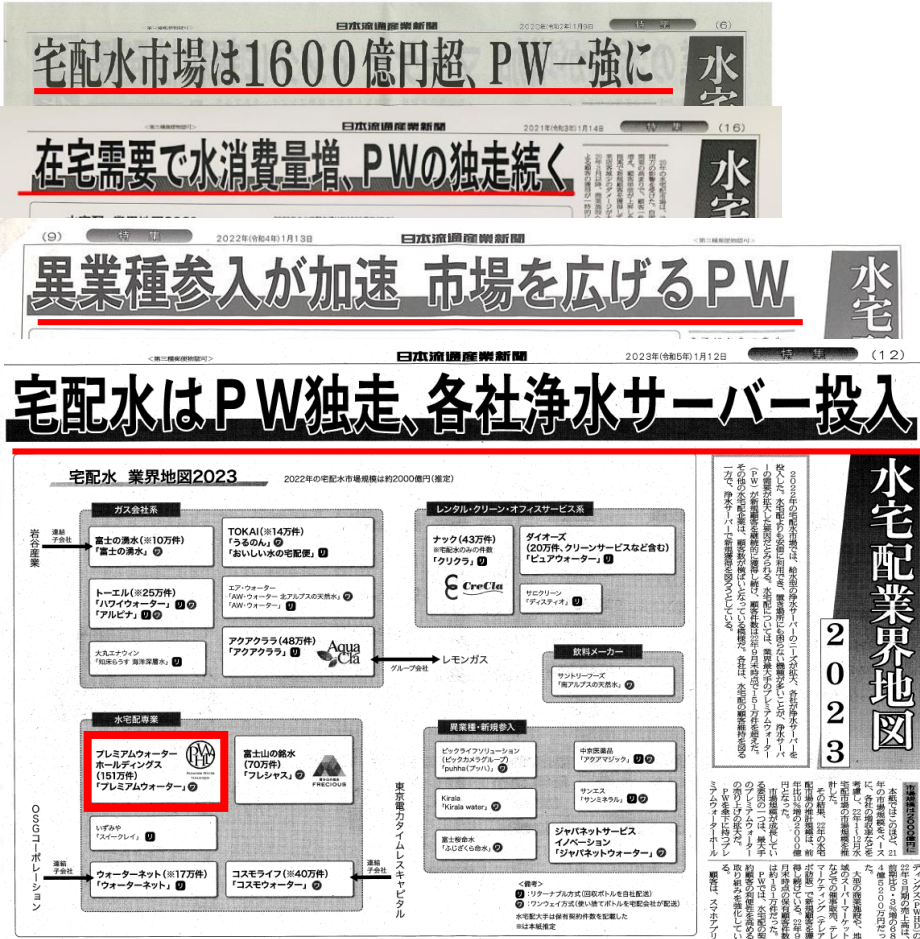
※JDSA公表顧客数及び総務省公表世帯数より当社算出。

※日本宅配水&サーバー協会（JDSA）の統計数字 宅配水市場顧客数（482万件）÷ 総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数（5,976万1,065世帯）」

宅配水業界地図2023 (2023年3月末時点)



※ 日本流通産業新聞 2023年1月12日号より当社作成



2020.1

宅配水市場は1,600億円超、PW一強に

2021.1

在宅需要で水消費量増、PWの独走続く

2022.1

異業種参入が加速、市場を広げるPW

2023.1

宅配水はPW独走、各社浄水サーバー投入

宅配水市場 保有顧客数NO.1 ※

154万件

※日本流通産業新聞社調べ（2023年1月12日発行号）

4

当社の強み

当社の強み－顧客獲得力

直販と代販を合わせ

約1,400名の営業員が
全国各地で毎日稼働。

長年の経験より培われた営業スキルをもとに、
新規ご契約者の獲得を実施



テレマーケティング

不動産や引越し、家電量販店等、多様な事業会社と提携し、
各提携先のお客様に対して、電話でご案内。



ブース販売（デモンストレーション販売）

家電量販店やショッピングモール、スーパー等でブースを出展（設置）し、
各施設にご来店されたお客様にウォーターサーバーを対面にてご案内。

※現在、ブース販売は新型コロナウイルス感染拡大の予防策を講じた上で実施しております。



WEB

アフィリエイト広告などインターネットを活用してご案内。

当社の強みー保有顧客数

2023年3月 保有顧客数150万件突破 **154万件**

2020年3月 保有顧客数100万件突破

2019年3月 黒字化達成
81万件

2018年3月 保有顧客数No.1 達成
65万件

2016年7月 経営統合

39万件

29万件

47万件

100万件

122万件

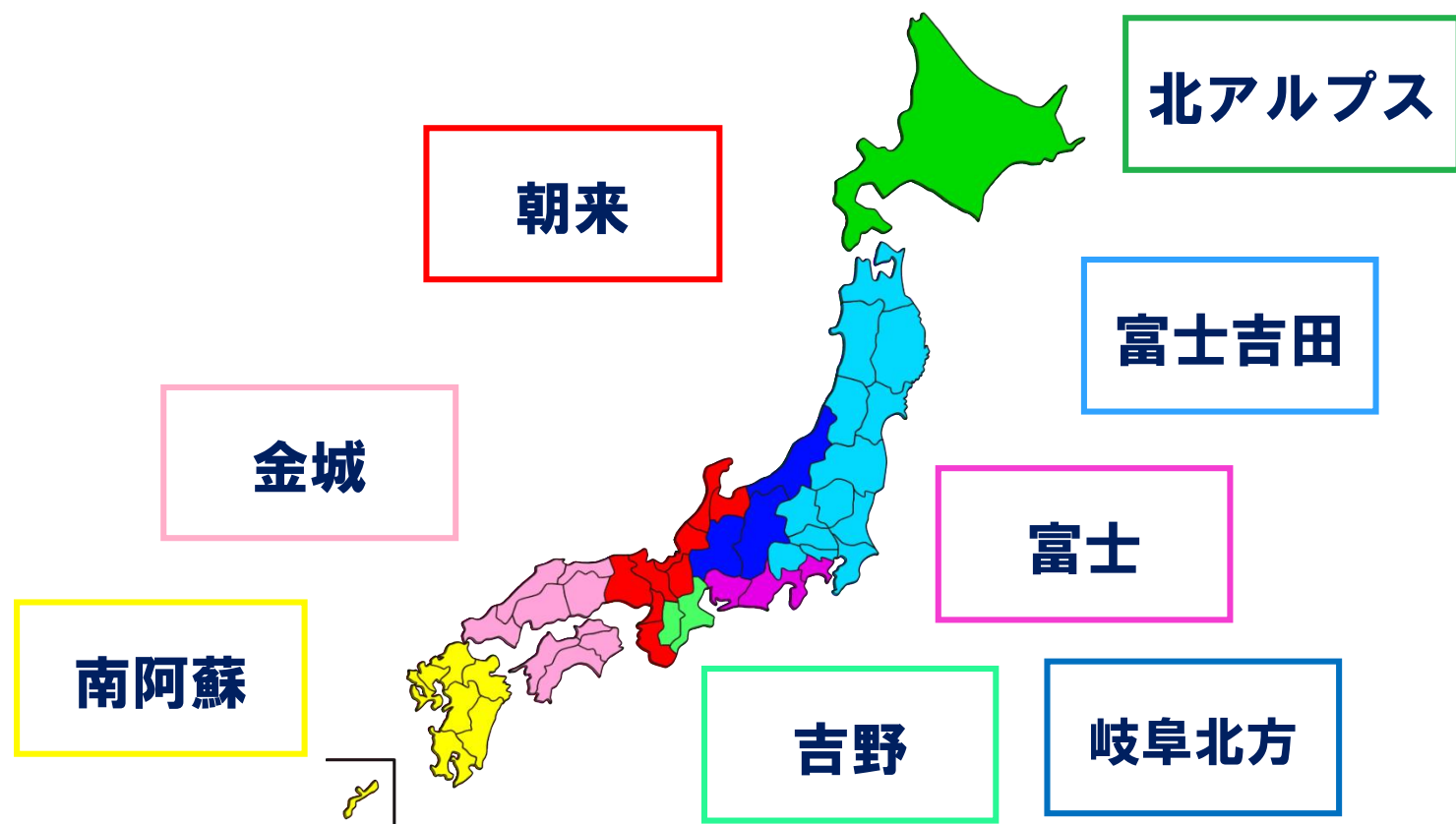
143万件

宅配水市場
顧客数シェア
32.1%※



※ 2023年3月末時点の当社顧客数（154万件）÷日本宅配水＆サーバー協会（JDSA）の統計数字 宅配水市場顧客数（482万件）

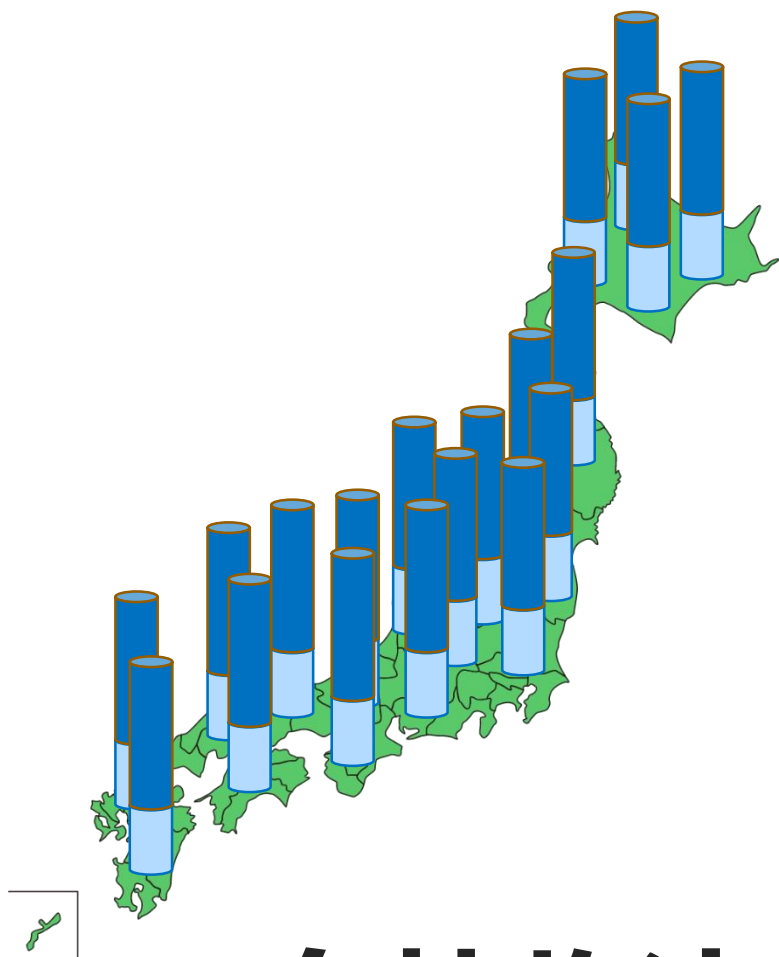
宅配水業界NO.1の8水源へ拡大



【2024年1月】
岐阜北方工場 2期工事完成後
生産能力（月間）

約**500**万本

約**250**万ユーザー



エリアでの純増、定期配送
十分な物量により
配送を効率化



物流費の抑制

自社物流※ 約49%まで向上

※全国に物流網を持っている大手配送業者以外の配送パートナー

5

2024年3月期 通期業績予想と今後の戦略

2024年3月期 通期業績予想

	2023年3月期 (実績)	2024年3月期 (単位:百万円)		
		予想	増減額	増減率
売上収益	76,463	82,000	5,536	7.2%
営業利益	7,346	8,200	853	11.6%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	6,057	4,800	△1,257	—
1株当たり当期利益(円)	204.35	160.62	—	—

1 株当たり配当金 (単位：円)

	2022年3月期 (実績)	2023年3月期 (実績)	2024年3月期 (予想)
中間配当	-	11	35
期末配当	20	49	35
合計	20	60	70

新型ウォーターサーバー「famfit」

ファミフィット
famfit

2023年2月9日 『famfit（ファミフィット）』のリリース

お水の交換が簡単にできる、ボトル下置きの新モデル



《業界初》

ボトル下置きかつ、
上向きのままセットできる仕様



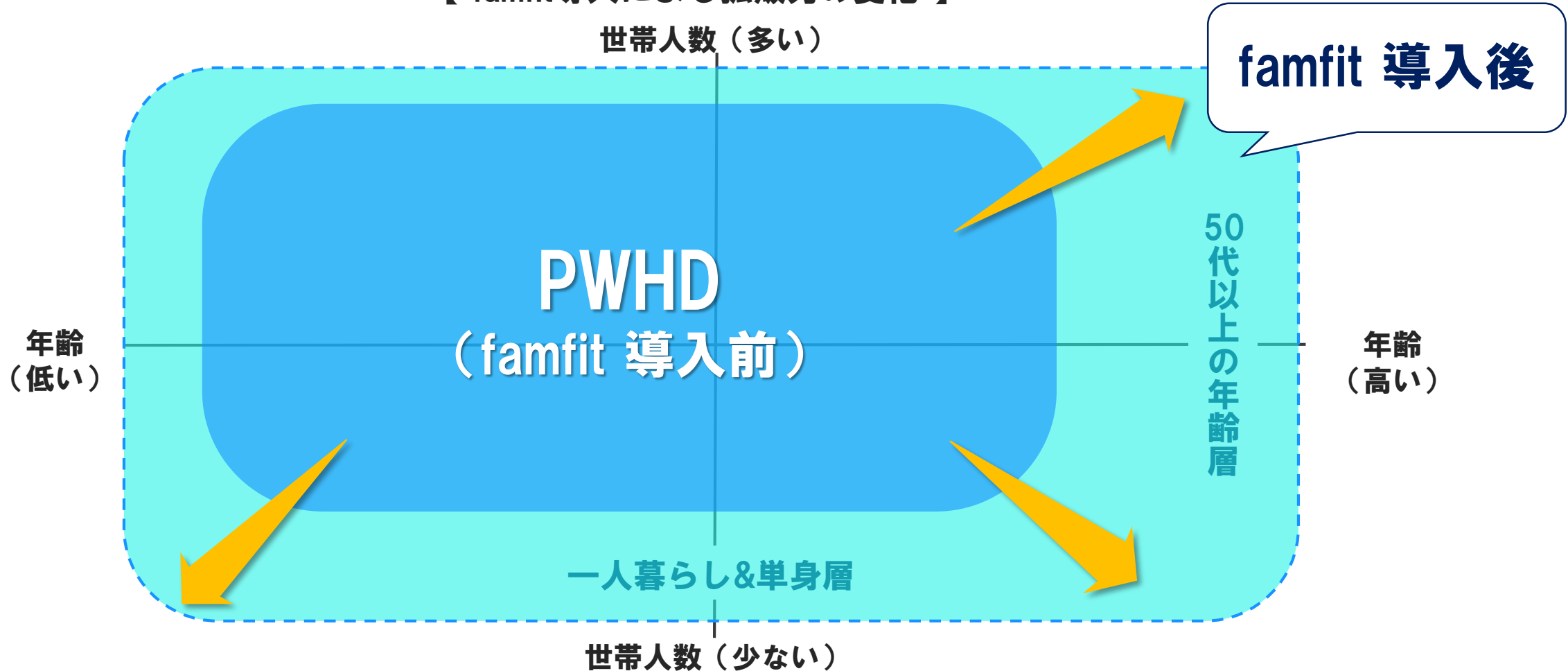
ファミリー層
を中心に訴求

新型ウォーターサーバー「famfit」の狙い

新型ウォーターサーバー導入で、更なる販売力の強化

また主要ターゲット層はもちろん、多様な家族構成に対しても訴求を強化

【 famfit導入による拡販力の変化 】



新型浄水型ウォーターサーバー「Slim-R」

2022年11月24日 浄水型ウォーターサーバー「Slim-R」をリリース

Locca
by PREMIUM WATER



	当社	A社	B社
月額料金 (税込)	2,680円	3,300円	3,300円
PW家族割 (税込)	2,480円	無し	無し

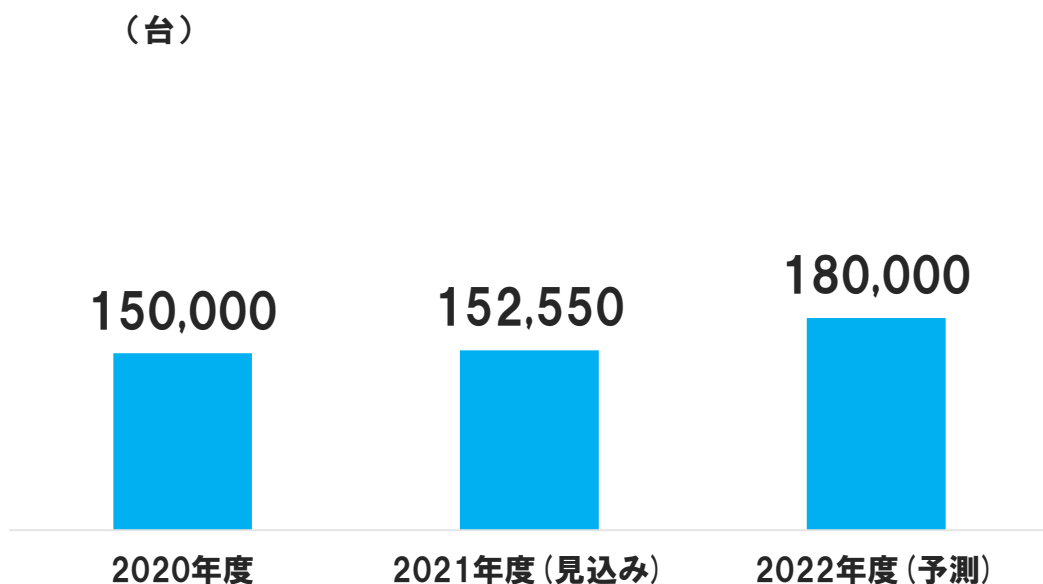
当社のみ

- ▶ 低価格ニーズに応える料金/サービス設計
- ▶ 他社リプレイス対策
- ▶ 法人顧客の新たな取り込み

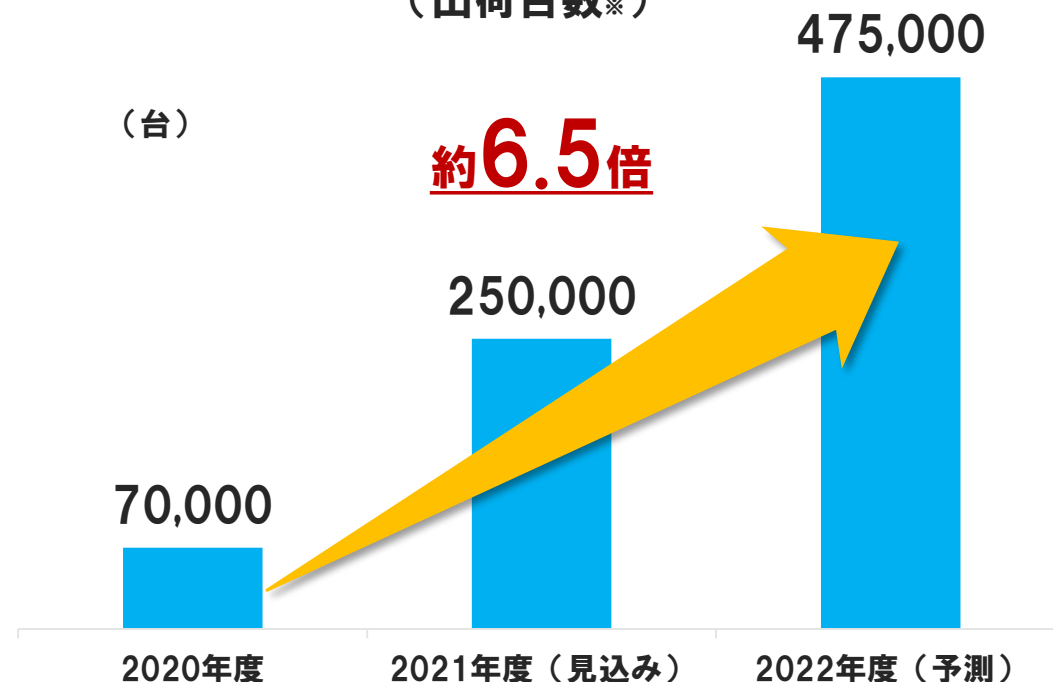
浄水型ウォーターサーバーの市場推移

水道水を高性能フィルターでろ過する浄水型ウォーターサーバーは月額2～3千円台で利用でき、天然水とは別に低価格帯の市場が拡大

水道直結型ウォーターサーバー市場
(出荷台数※)



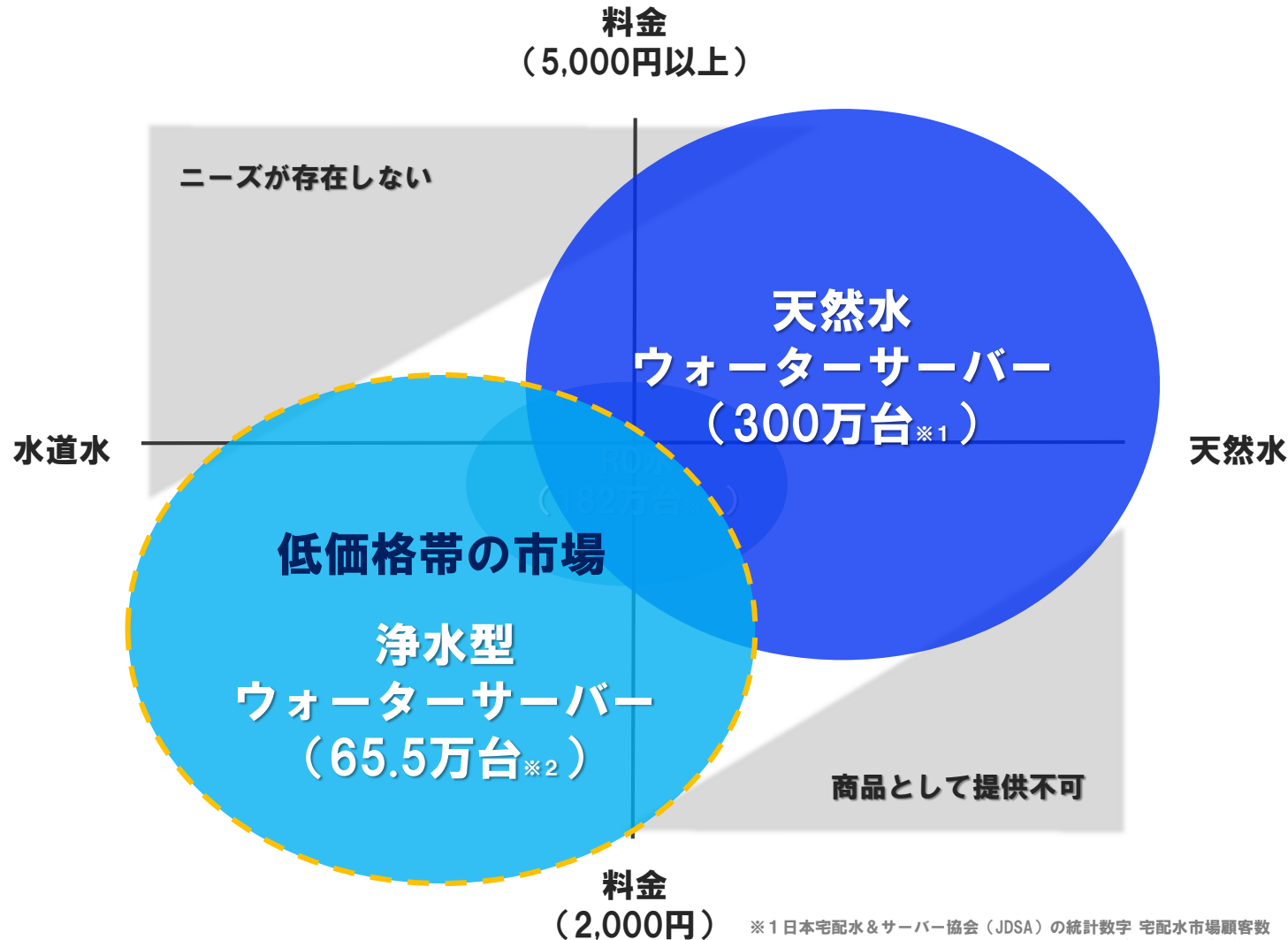
浄水型ウォーターサーバー市場
(出荷台数※)



※矢野経済研究所調べ

天然水と浄水型について

「好調な天然水」に加え「低価格帯の浄水型」により、更なる保有顧客数の拡大が見込める



※1 日本宅配水&サーバー協会 (JDSA) の統計数字 宅配水市場顧客数
※2 矢野経済研究所調べ

当社の獲得方針

- これまで通り、天然水に注力
- 低価格市場の浄水型についてもノウハウを活かし新規獲得を推進

浄水型の利用理由

- 価格の安さを重視
- 自分のペースで利用したい
- 量を気にせず使いたい
- 水道水に不安がある

6

SDGs



**プレミアムウォーターホールディングスでは「水を守り、人を育むこと」を掲げ、
事業活動を通じたさまざまな社会課題に取り組み、
私たちに関わる全ての人々が豊かになることを目指します。**

**そして社会課題の解決と経済発展の両立を図ることによって、
持続可能な社会の実現に貢献していくことを宣言いたします。**

01

環境

環境を
守り育てることで
自然を豊かに

- ・地下水を守る
- ・カーボンニュートラル推進
- ・プラスチック適正処理
- ・循環型社会の構築
- ・森林保全
- ・再生可能エネルギーの推進

地域・社会

地域と共生し
人々の暮らしを
豊かに

02

- ・地方創生
- ・自然災害復興支援
- ・日本の貧困問題サポート
- ・子どもへの教育
- ・福祉施設の支援

03

ガバナンス

公正で透明かつ
潤いのある
組織を

- ・ガバナンスの徹底
- ・コンプライアンスの徹底

社員

多様性を尊重し
働き甲斐のある環境で
社員の人生を豊かに

04

- ・ダイバーシティ推進
- ・働き甲斐の促進
- ・健康経営

愛すべき未来へ PREMIUM WATER FUTURE

**CHANGE WATER.
CHANGE THE FUTURE.**



〈 永続的な寄付や支援 〉

PREMIUM WATER FUTURE

水の売上

2%

毎月
寄付
支援

愛すべき未来への想いを
具現化する

**水・衛生専門の
国際NGO**

＜寄付先＞

水・衛生専門の国際NGO ウォーターエイドジャパン



※ウォーターエイドジャパンとは

ウォーターエイドは、1981年にイギリスで設立され、世界34か国に拠点を置き、アジア・アフリカ・中南米など計26か国で水・衛生に特化した活動を実施する国際NPO。

ウォーターエイドジャパンは、このウォーターエイドの取組みに対し、日本の水・衛生分野の知見と日本からの支援を世界の水・衛生問題の解決に役立てるために、2013年に設立された認定NPO法人。

地方創生

全国に拠点を設け、地方に水源を開拓し、雇用を創出
税収を現地に収め、地域の活性化に貢献



2024年1月にカーボンニュートラル工場実現を目指す



「カーボンニュートラル工場」とは

C02排出量が実質的にゼロとなる工場のことを指し、
工場の活動から排出される
C02を創エネや省エネによって相殺します。

C02排出量を削減するには、「エネルギー消費量」と
「C02排出原単位」を下げていく必要があり、
エネルギー使用量の削減とともに、C02排出量が少ない
エネルギーへの切り替えを行うことが求められています。

当社のSDGsに関する取り組み③

こども食堂へのお米寄付



貧困や孤食という問題を抱える子どもたちの食が少しでも豊かになることを目的に、貧困家庭や孤食の子どもに食事を提供する「子ども食堂」に自社富士吉田で収穫したお米を寄贈しました。

小学校での出張授業



小学校から行われるキャリア教育の一環として出張授業を実施しています。天然水を取り扱う企業だからこそ伝えられる「お水や自然の大切さ」と「日本の天然水という価値ある資源を未来に残していくために、自分たちにできることは何か」を子どもたちに自由な発想で考えていただきます。

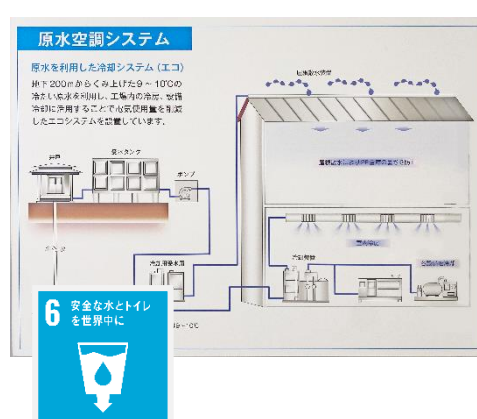
災害時の支援・復興サポート



山梨県富士吉田市、兵庫県朝来市と「災害時における飲料水の供給に関する協定」を締結しており、災害発生時に被災者に飲料水の提供が必要となった場合、無償供給およびサーバーの無償貸与を行います。

他にも、西日本豪雨による被災地支援品の寄贈、熊本地震における義援金寄付、熊本復興支援イベントの開催等も行っています。

地下水の利用



富士吉田工場では、地下水200mからくみ上げた9度～10度の冷たい原水を利用し、工場内の冷房・設備冷却に活用することで電気使用料を削減したエコシステムを設置しています。

当社のSDGsに関する取り組み④

安心安全のナチュラルミネラルウォーター



同社グループの製品（ナチュラルミネラルウォーター）は、一般の公的基準よりも厳しい自社基準を設け、1日に10数回に及ぶ自主的な検査（水の微生物検査、理化学検査、官能検査）と定期的な放射線物質の検査を実施しています。また、赤ちゃんのからだにもやさしい「軟水」を提供しています。

PETボトルの軽量化



PETボトルの構造を変更し、従来より20%軽量化（プラスチック使用量削減）したボトルに順次入れ替え、2020年4月現在全水源の97%で軽量化を実施済みです。

公平な人事制度・ジェンダー平等への取り組み



人事考課での公平性を確保するために、人事ポリシー・考課制度を再整備しています。また、産前産後休業や育児休業・育児休業給付、育休中の社会保険料免除のほか、制度の周知や情報提供を行っています。

森林整備活動（西桂地区）



地域の水資源育成に向け、水源涵養機能の高い森が、良い水資源を生み、豊かな食生活を生むという考えから、西桂工場のある山梨県の西桂地区において健全な森を作る間伐等の整備を行っています。

南阿蘇村 地下水を守るん田” プロジェクトへの支援

地下水を守るん田”

この水田では、一年中水を溜める農法でお米を栽培しています。

地下水

プレミアムウォーター株式会社

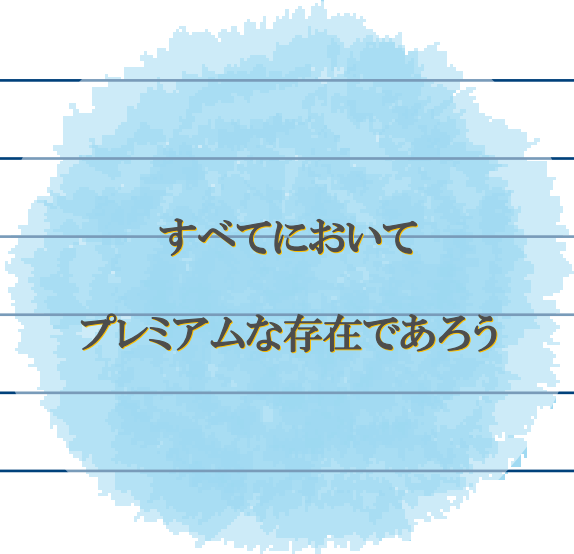
私たちは、この水田で獲れたお米を食することで
熊本の地下水保全活動を支援しています。

6

APPENDIX

会社概要

商号	株式会社プレミアムウォーターホールディングス			
設立	2006年10月			
資本金	4,584百万円 ※2023年3月31日現在			
上場市場	東証スタンダード（証券コード：2588）			
決算期	3月31日			
所在地	東京本社：〒150-0001 東京都渋谷区神宮前1-23-26 神宮前123ビル 本店：〒403-0005 山梨県富士吉田市上吉田4597-1			
事業内容	自社ブランド「PREMIUM WATER」を中心とするミネラルウォーターの製造・宅配事業			
従業員数	1,179名（役員、臨時従業員含まない） ※2023年3月31日現在			
役員	代表取締役社長 代表取締役CDO兼CFO兼CIO 取締役副社長 専務取締役 取締役 取締役 取締役 取締役 取締役	萩尾 陽平 長野 成晃 金本 彰彦 今泉 貴広 形部 孝広 武井 道雄 小泉 まり 古谷 啓伍 松永 光市	取締役 取締役 社外取締役 取締役 常勤監査等委員 取締役 監査等委員 社外取締役 監査等委員 社外取締役 監査等委員 社外取締役 監査等委員	村口 和孝 和田 英明 川原 夏子 加藤 次夫 杉田 将夫 高橋 邦美 内田 正之 有田 道生



VISION

自社の活動を通じて人々の生活を豊かに
そして世界で一番愛される会社へ

MISSION

「日本の天然水」と言う唯一無二の価値を日本人に
そして世界に伝える事で社会的意義を果たし、
地方創生を実現する。

沿革－経営統合まで

年号	株式会社ウォーターダイレクト	株式会社エフエルシー
2004年		2月 (株)エフエルシー創業 セールスプロモーション事業スタート USEN代理店事業開始
2005年		3月 モバイル放送代理店事業開始 ストアカード代理店事業開始
2006年	10月 (株)ウォーターダイレクト設立	
2007年	4月 第一工場稼働開始	
2008年		1月 ウォーターサーバー代理店事業開始
2009年		5月 モバイル代理店事業開始
2010年	7月 富士吉田工場 竣工（産拠点変更）	4月 プレミアムウォーター(株)設立
2011年		3月 新設分割により(株)エフエルシー設立
2013年	3月 東京証券取引所マザーズ 上場	
2014年	1月 (株)アイディール・ライフ設立（(株)光通信と合併） 4月 東京証券取引所 市場第二部へ市場変更	
2015年	2月 (株)光通信の子会社、(株)総合生活サービスによる TOBにより子会社化	8月 ウォーターサーバー新規顧客 月間獲得13,015件（宅配天然水No.1）※
2016年	7月 (株)プレミアムウォーターホールディングス設立	
2020年	3月 宅配水事業における保有契約件数が100万件を突破	

※第三者調査機関による、ウォーターサーバーを使用した非加熱天然水の宅配水サービスの実績調査に基づく。



株式会社ウォーターダイレクト

「非加熱天然水」の製造品質、出荷量ともに国内トップクラス。

プレミアムウォーター（株）に対してOEM提供。

株式会社エフエルシー

国内最大級のプロモーション営業会社。

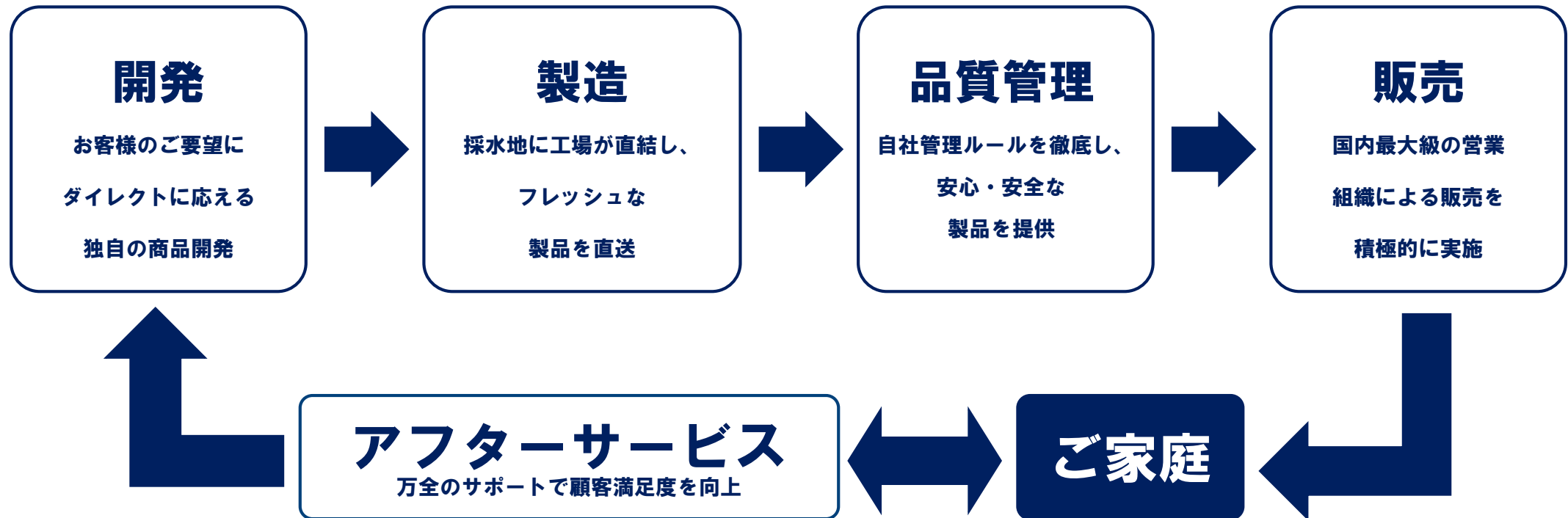
プレミアムウォーター（株）を傘下に持つ。

株式会社プレミアムウォーターホールディングス

両社の経営統合により誕生。

国内トップクラスの生産能力と品質、国内最大の販売力を有する。

開発からアフターサービスまで一貫して手掛けることができる事業形態を活かし、
ダイレクトにお客様のニーズをとらえることで、
より魅力的な商品・サービスをご提供可能。



各地の水源から採水した**ナチュラルミネラルウォーター（天然水）**を
ワンウェイ方式で宅配するホーム・オフィス・デリバリーを
事業の基本として展開しています。

日本各地採水地からお届け

★印は自社工場。無印は委託先。



富士吉田★



北アルプス



朝来★



金城



南阿蘇



吉野



富士



岐阜北方★

宅配便で定期配送

【例：3年契約の場合】
2本1セットで配送
⇒ 税抜3,680円（1,840円/本）



ご家庭へ

ご指定の配達日（1～4週おきの日時）

毎週〇曜日に・・・

2週間ごとに・・・

・・・etc.



ワンウェイ方式について

当社は、衛生面・利便性を考慮し、**ワンウェイ方式**を選択。

サービス形態	再利用ボトル「リターナブル方式」	使いきりボトル「ワンウェイ方式」
宅配イメージ	<p>使用後のボトルを回収し、洗浄・殺菌後に再利用</p> <p>生産工場 → 配送 → ご家庭 → 回収 → 生産工場</p> <p>使用後の容器は次回ご注文時に回収</p>	<p>使いきりボトルをお届けする片道(ワンウェイ)方式</p> <p>生産工場 → 配送 → ご家庭 → 廃棄</p> <p>使用後の容器はお客様にて廃棄</p>
ボトルの特徴	<p>回収して再利用</p> <p>ガロンボトル内に外気が流入する構造</p> <p>酸化 菌の繁殖</p> <p>ガロンボトルかさばって困る...</p>	<p>つぶしてリサイクルゴミへ</p> <p>ボトル内に限りなく空気が混入しにくい</p> <p>使い捨てボトルで楽ちん!</p>
宅配業者	<p>メーカーが直接配送 ルートスケジュールでお届け</p>	<p>宅配事業者が 指定時間にお届け</p>
宅配地域	<p>主に配送拠点近隣にお住まいの方 (一部地域を除く)</p>	<p>全国各地にお住まいの方 (一部離島を除く)</p>

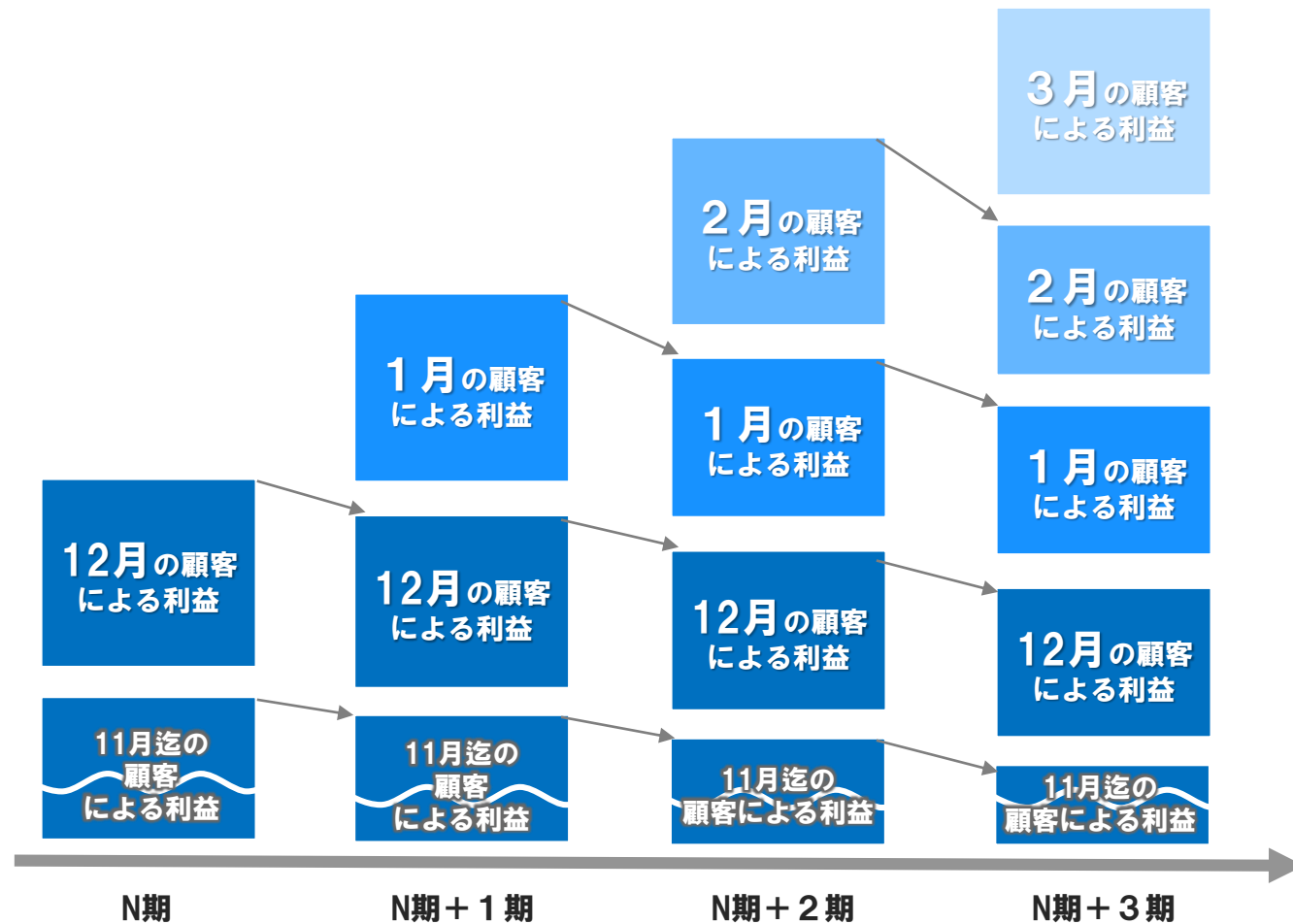
【ワンウェイの優位性】	
エンドユーザー	<p>宅配の利便性の向上 ⇒ 時間指定、再配達可能、空ボトルの保管不要</p> <p>衛生面の不安を解消 ⇒ 衛生的な使い切りボトル、ボトル内への空気混入無し</p> <p>普及しているペットボトル素材 ⇒ 馴染み深く使いなれている(匂いが気にならない)、リサイクルでき環境にやさしい</p>
事業者	<p>手間を省く ⇒ ボトルの配送・回収が不要、空ボトルの洗浄・保管が不要</p> <p>収益性の向上 ⇒ 物流の人員・設備が不要、空ボトルの在庫・倉庫が不要</p> <p>物流の成約から解放 ⇒ エリア制限なし、ECなど周辺事業も容易に</p>

定期配送のため、安定した収益が見込める

【天然水の定期配送サービス】



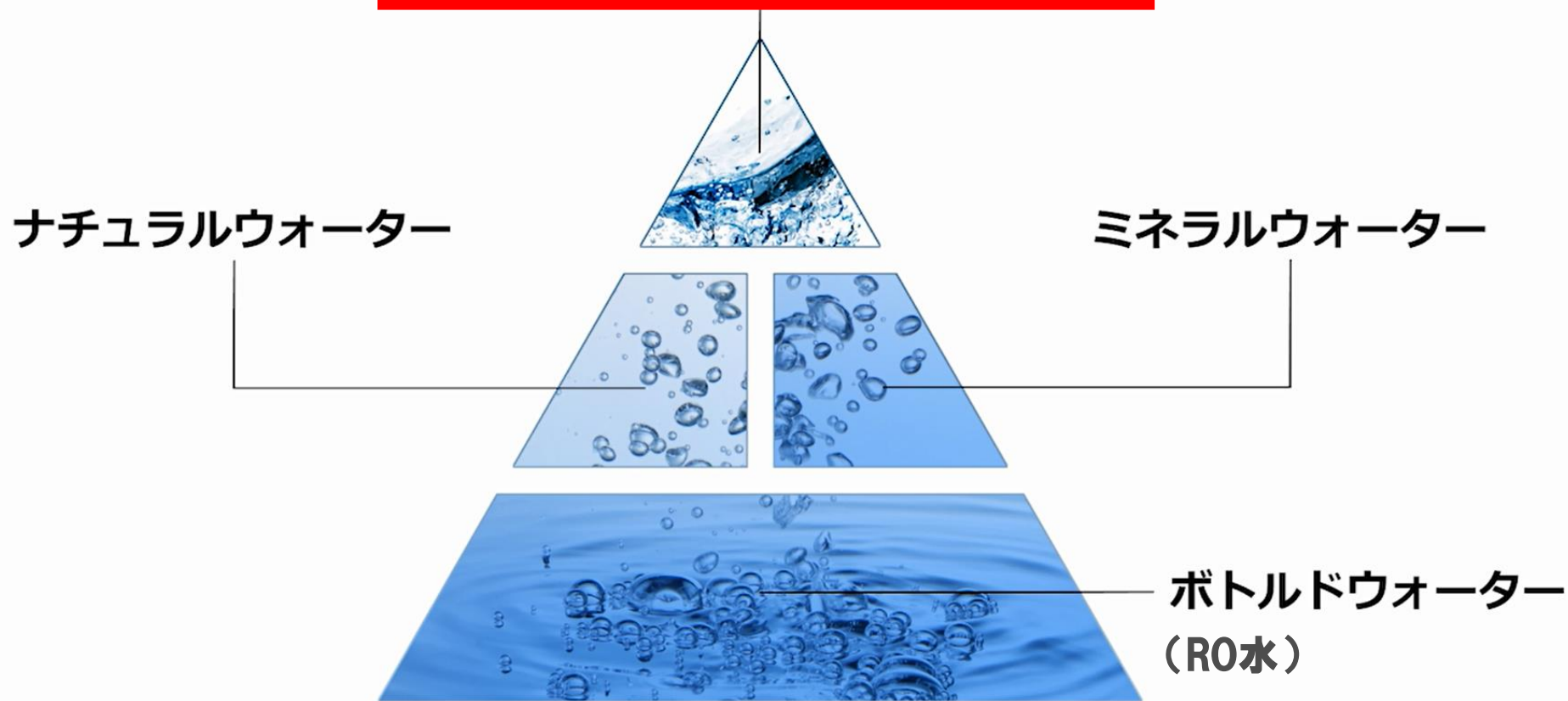
毎月の定期配送による安定した売上



当社取扱いの水の種類

もっとも自然に近く、かつ希少であるナチュラルミネラルウォーターを採用し、非加熱処理で産地から直接ご家庭へお届け。

ナチュラルミネラルウォーター

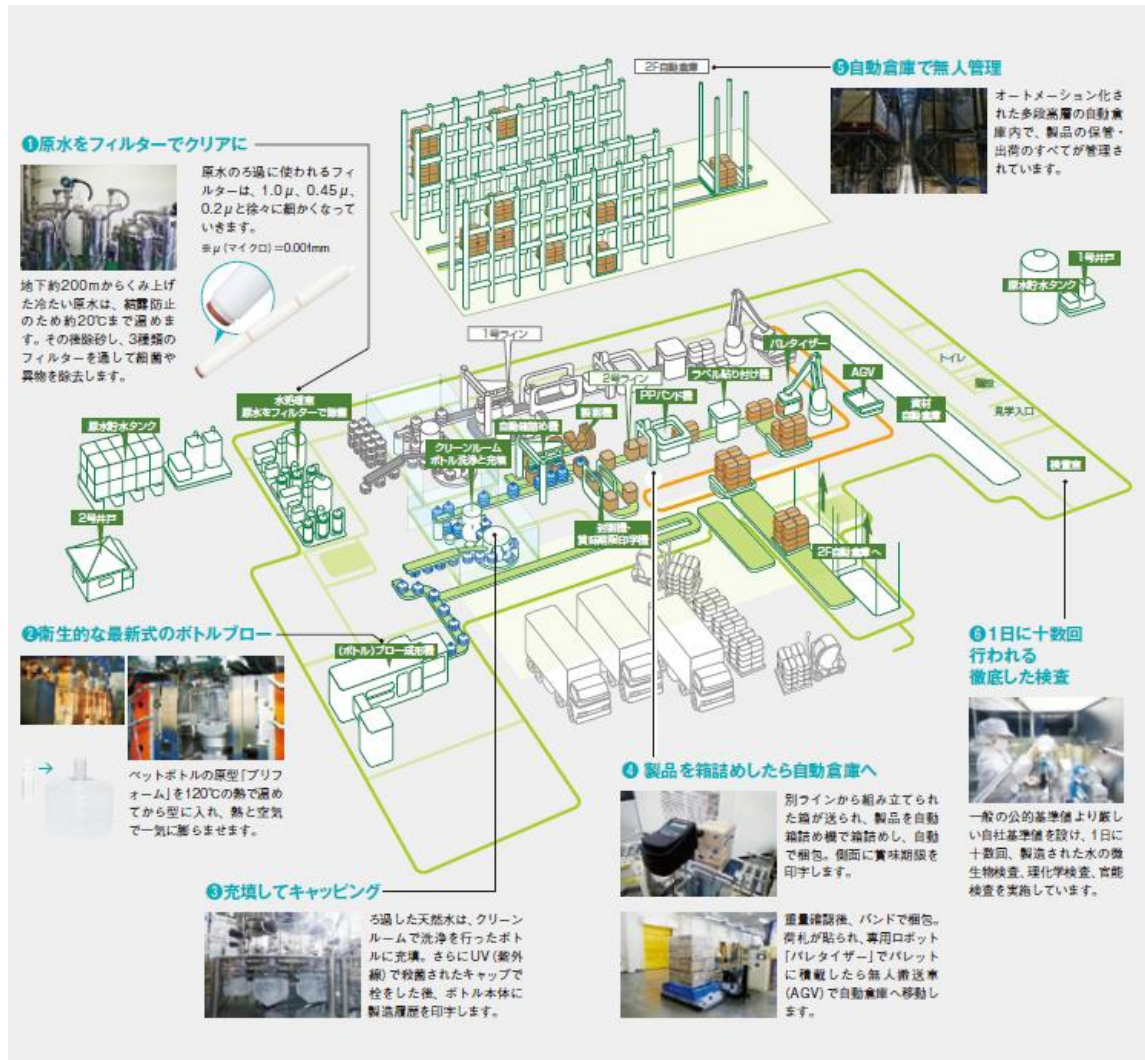


最高品質への取り組み（高品質な水源）

当社の製品は「ミネラルウォーター類の品質表示ガイドライン」（農林水産省）に定められたナチュラルミネラルウォーター。



最高品質への取り組み（品質管理体制）



■ FSSC22000 認証工場による非加熱充填

2016年2月富士吉田工場が認証を取得。



■ 変わらない品質を提供するための拘り

- ① 「水のおいしさ」にこだわる**非加熱処理**
- ② 安心、安全を約束する**検査、管理体制**



【自社水質調査（1日に十数回）】

非加熱処理を採用した、こだわりの天然水を徹底した衛生管理のもと、採水からボトリング、梱包までを一括生産しています。

■ 安定的な商品供給を実現するために

徹底してオート化された富士山麓の自社工場。

最新鋭設備を導入し、自動化を進め、

衛生面・生産面で大幅に能力を向上。



【無菌室による充填】

コロナによる影響で制限されていた営業環境が回復傾向

	コロナ禍の制限	現在の状況	獲得件数への影響
水の試飲	禁止	可能 (一部、制限)	 <ul style="list-style-type: none"> ・試飲により水のおいしさを実感 ・獲得効率の向上
接客方法	マスク/手袋の装着義務 お声かけの規制	マスクのみ装着義務	 <ul style="list-style-type: none"> ・接触のしにくさを解消 ・接客機会の増加
催事イベント	中止	放送局等を含め 様々な催事イベントが復活	 <ul style="list-style-type: none"> ・ターゲット層への接客機会の増加
一定エリアの ブース間移動	禁止	制限なし	 <ul style="list-style-type: none"> ・営業スタッフの移動による 獲得効率の向上
催事出店場所	減少	コロナ前の水準に復活	 <ul style="list-style-type: none"> ・接客機会の増加



岐阜県 北方工場 (2022年2月より稼働)

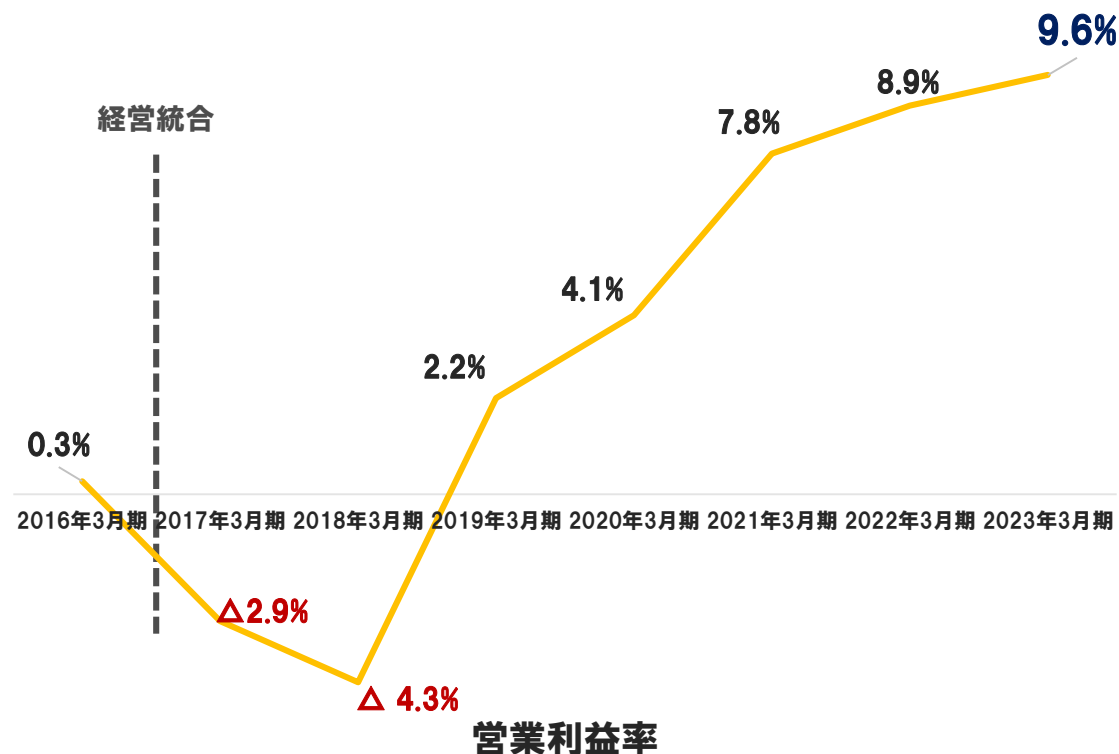
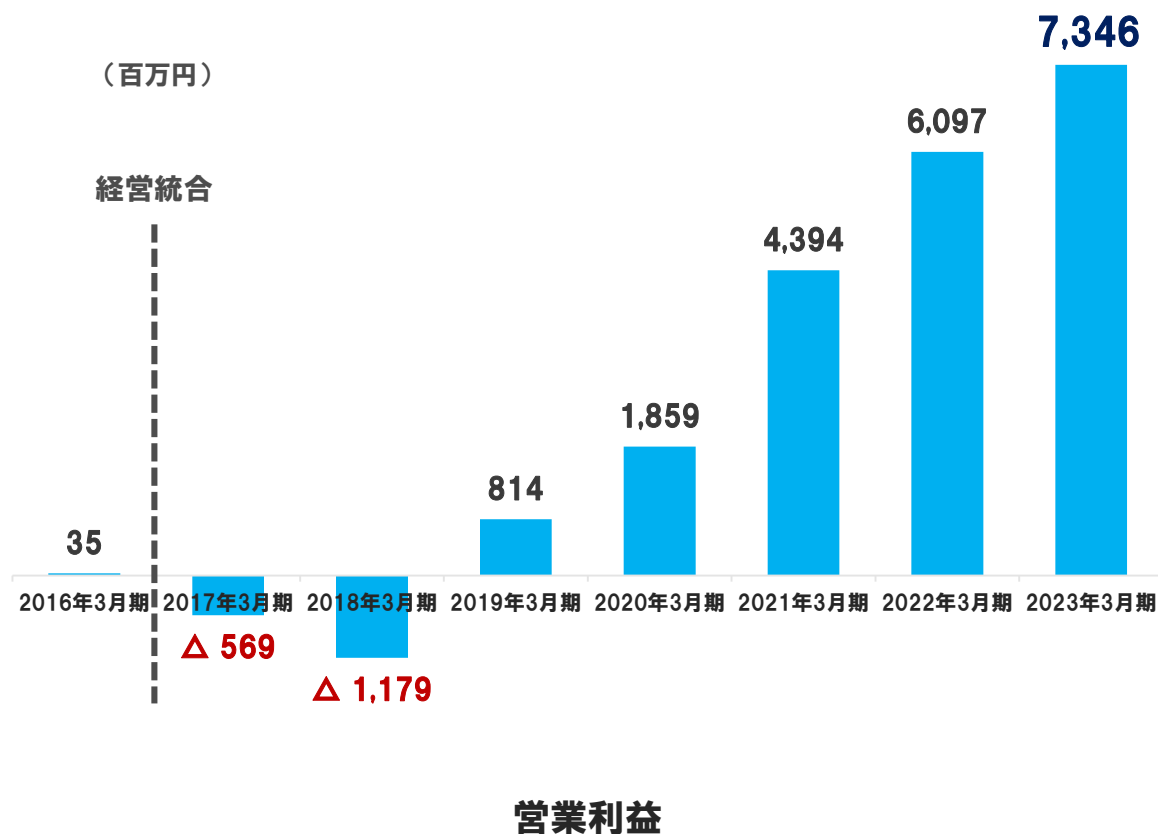
生産能力：**250**万本以上/月

総投資額：89億円（予定）

- ▶ 日本の中央に位置する岐阜県は、
生産および物流として非常に重要な拠点となる
- ▶ 顧客の純増を背景に高い稼働率での運用が可能のため、
製造原価に対して大きなメリットがある

業界No. 1* の保有顧客数を活かした戦略により、

経営統合後の黒字化以降 増益を続ける



※ 当社調べ

本資料の取り扱い上の注意

1. 掲載された情報についてご注意いただきたい点

当資料を通じ、財務情報、経営指標等の情報の開示を行います。当社は、当資料を通じて情報開示を行うにあたり細心の注意を払っておりますが、当資料に掲載した情報について内容の正確性等を保証いたしません。当資料による情報開示は、投資判断の参考となる情報の提供を目的としたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。投資に関する最終的な決定は、ご自身の判断でお願い致します。当社は、当資料に掲載された情報を利用したことにより生じたいかなる損害についても、一切責任を負いません。

2. 将来の見通しに関する事項について

当資料に掲載されている情報には、業績予測等の将来の見通しに関する記述が含まれていますが、これらはリスクや不確実性を内包するものです。業績予測等の将来の見通しに関する記述は、その実現性を保証するものではなく、当社を取り巻く経営環境や市場動向の変化等により、実現しない可能性があることにご注意ください。

3. 当資料の運用について

当資料は予告なく配布の中止や内容の変更を行うことがあります。当社は、当資料を利用できなかったことにより生じたいかなる損害についても、一切責任を負いません。

＜お問い合わせ先＞

株式会社プレミアムウォーターホールディングス IR担当

メールアドレス：ir@premiumwater-hd.co.jp



PREMIUM WATER
HOLDINGS