



PREMIUM WATER HOLDINGS

2025年3月期 第2四半期(上期)決算説明会資料

株式会社プレミアムウォーターホールディングス

東証スタンダード:2588

2024年11月19日(火)



目次



2025年3月期上期決算ハイライト

2025年3月期上期業績

株主還元

市場動向及び今後の戦略

Appendix



PREMIUM WATER
HOLDINGS

2025年3月期上期 決算ハイライト



1

営業利益において過去最高益を達成

2

保有顧客数は167万件突破 ※前期末比5万件増

3

岐阜北方工場の本格稼働による大幅な製造コスト削減の実現
自社物流による物流コストの上昇抑制



●2025年3月期上期業績(4月~9月)

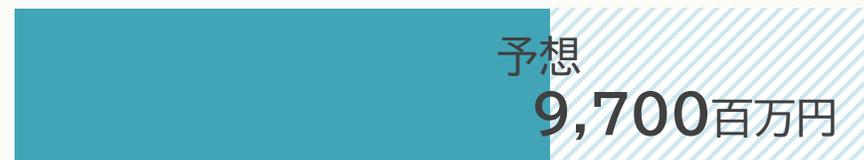
売上収益 **38,911** 百万円

営業利益 **5,999** 百万円

親会社の所有者に
帰属する中間利益 **3,128** 百万円

EBITDA **11,959** 百万円

●通期業績予想(期初予想)に対する進捗





ウォーターサーバー市場シェア

32.0% ※

167万件

2023年3月 保有顧客数150万件突破
154万件

162万件

2020年3月 保有顧客数100万件突破
100万件

122万件

143万件

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

47万件

2016年7月
経営統合



39万件

PREMIUM WATER HOLDINGS

23万件



※ 2024年9月末時点の当社顧客数(167万件) ÷ 日本宅配水&サーバー協会(JDSA)の統計数字に基づく 宅配水市場2024年3月末時点の予想顧客数(524万件)



PREMIUM WATER
HOLDINGS

2025年3月期 上期(4月-9月) 業績



売上収益は、前期に株式譲渡を行った営業子会社のモバイル事業がなくなったため減少。

営業利益は、前年同期対比で約**1.5倍**に増加。

(百万円)

	2024年3月期 第2四半期連結累計期間		2025年3月期 第2四半期連結累計期間			
	実績	百分比	実績	百分比	前年同期増減額	前年同期比
売上収益	41,513	100.0%	38,911	100.0%	△2,601	93.7%
売上総利益	34,337	82.7%	33,042	84.9%	△1,294	96.2%
営業利益	3,860	9.3%	5,999	15.4%	2,139	155.4%
税引前中間利益	3,248	7.8%	5,038	12.9%	1,789	155.1%
親会社の所有者に帰属 する中間利益	2,051	4.9%	3,128	8.0%	1,077	152.5%
1株あたり 中間利益(円)	69.36	—	105.06	—	35.7	151.5%
EBITDA	9,061	—	11,959	—	2,897	132.0%

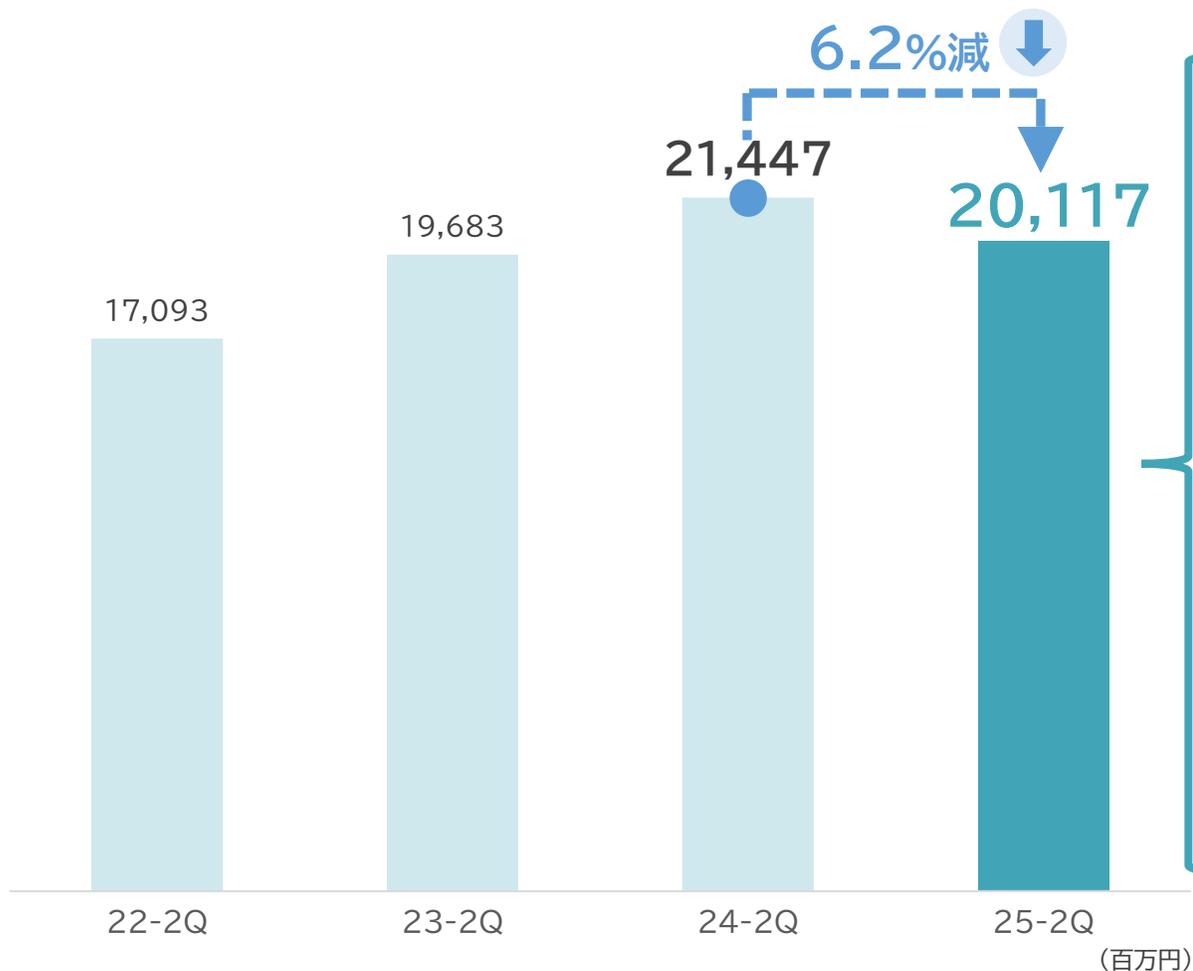


営業利益は前年同期比で約**1.3倍**に増加。営業利益率も向上し、収益性を高めた結果となった。

(百万円)

	2024年3月期 第2四半期連結会計期間		2025年3月期 第2四半期連結会計期間			
	実績	百分比	実績	百分比	前年同期増減額	前年同期比
売上収益	21,447	100.0%	20,117	100.0%	△1,330	93.8%
売上総利益	17,508	81.6%	17,126	85.1%	△382	97.8%
営業利益	2,400	11.2%	3,072	15.3%	671	128.0%
税引前四半期利益	2,062	9.6%	2,606	13.0%	544	126.4%
親会社の所有者に帰属 する四半期利益	1,354	6.3%	1,696	8.4%	341	125.3%
1株あたり 四半期利益(円)	45.74	—	48.07	—	2.33	105.1%
EBITDA	5,029	—	6,088	—	1,058	121.0%

2024年3月期下期の営業子会社売却により、モバイル事業の売上収益が減少しているほか、浄水型ウォーターサーバーの売上割合の増加等も影響している。



モバイル事業売上

2024年3月期に行ったエフェルシープレミアム(株)の売却に伴い、年間約44億円の売上収益が減少。

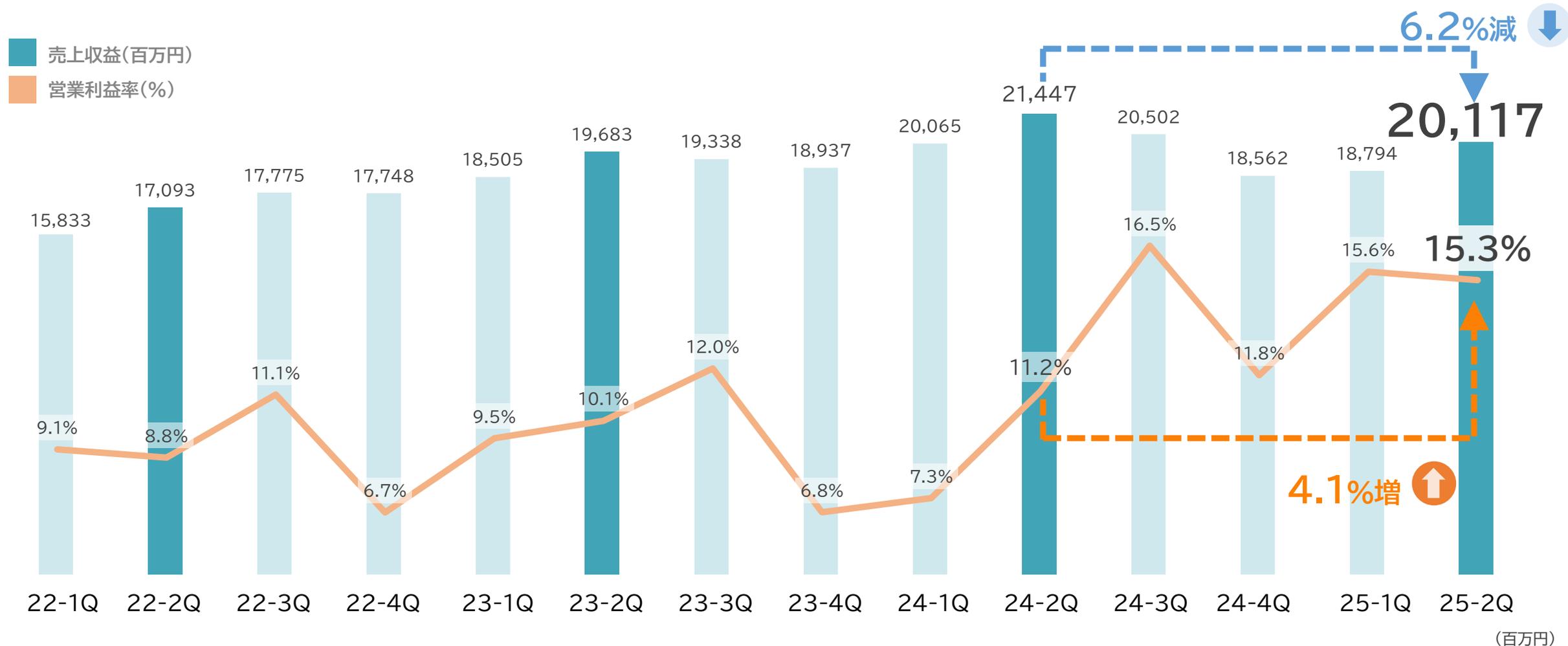
※参考
2023年3月期モバイル事業売上実績: 約4,400百万円

浄水型比率

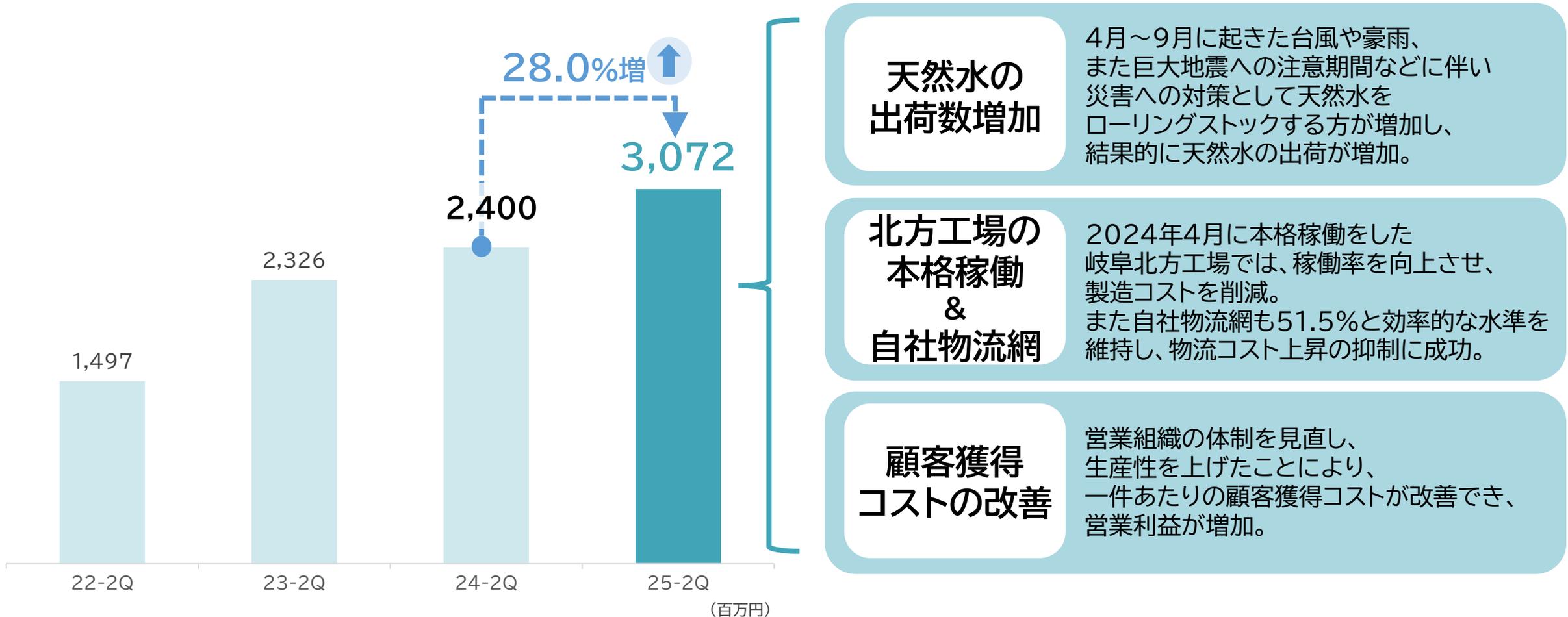
全体保有顧客に対する割合は約11%。
月額費用は天然水の通常契約と比較して約7割程度。



売上収益はモバイル事業分の減少があるものの、ウォーターサーバー事業の伸長により第1四半期より増加。
 営業利益率は前年同期から4.1%増となり、利益率が向上。



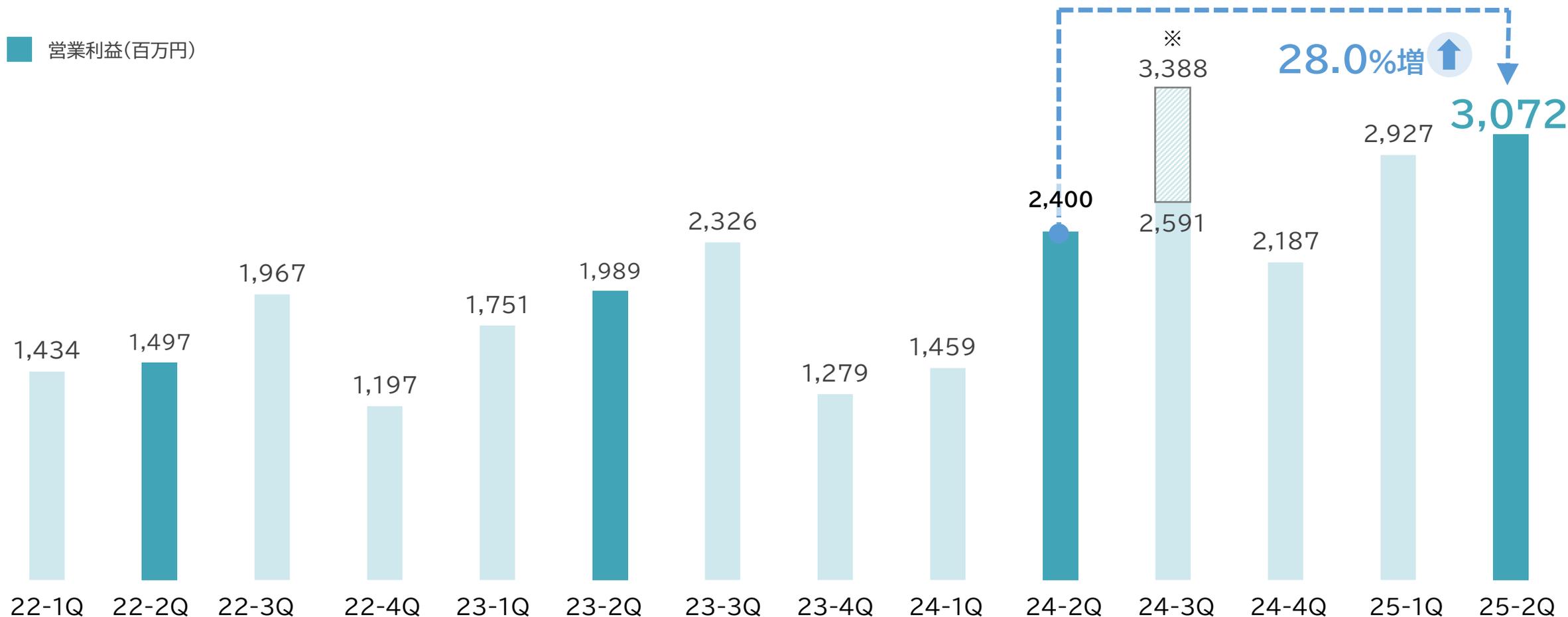
売上収益が前年同期より減少している一方で、下記の3つの理由により、営業利益が増加。
季節性の外的要因だけでなく、各種コスト効率化が順調に進捗。





第2四半期(7月-9月)で過去最高益を達成。

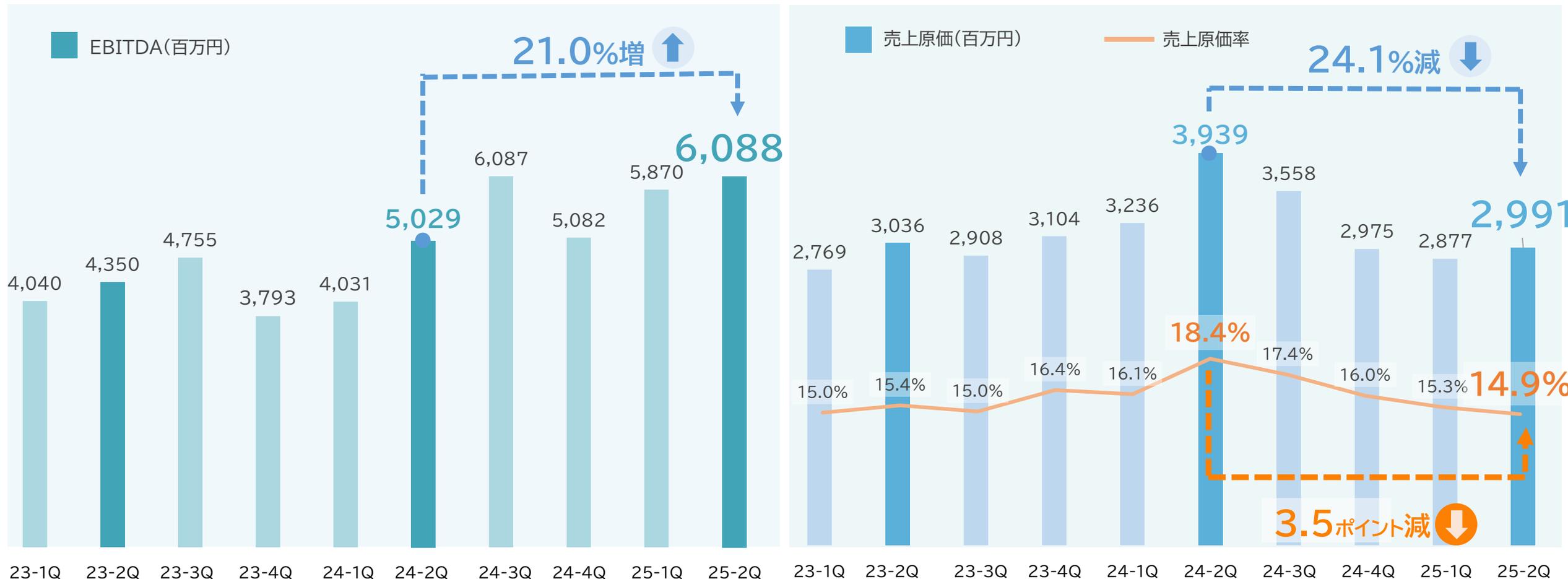
特殊要因を含めない実質的な数値でみた場合、すべての四半期でも過去最高益となる。



※特殊要因:営業子会社の株式譲渡による利益797百万円を含む



前年同期と比較し、EBITDAは上昇、売上原価率は改善。





連結貸借対照表 - 2025年3月期上期(9月末)前期末比較 -



(百万円)

	2024年3月期 期末		2025年3月期 第2四半期連結会計期間末			
	実績	百分比	実績	百分比	前期末比増減額	前期比
流動資産	44,801	46.7%	43,091	41.8%	△1,710	96.2%
非流動資産	54,605	53.3%	60,015	58.2%	5,410	109.9%
資産合計	99,406	100.0%	103,106	100.0%	3,700	103.7%
流動負債	28,256	31.8%	30,214	29.3%	1,957	106.9%
非流動負債	48,379	45.6%	48,620	47.2%	240	100.5%
(有利子負債)	59,494	61.7%	60,237	58.4%	743	101.2%
負債合計	76,636	77.4%	78,834	76.5%	2,197	102.9%
資本合計	22,770	22.6%	24,272	23.5%	1,502	106.6%
負債及び資本合計	99,406	100.0%	103,106	100.0%	3,700	103.7%
親会社所有者帰属持分比率	22.9%	—	23.5%	—	—	—
流動比率	158.5%	—	142.6%	—	—	—



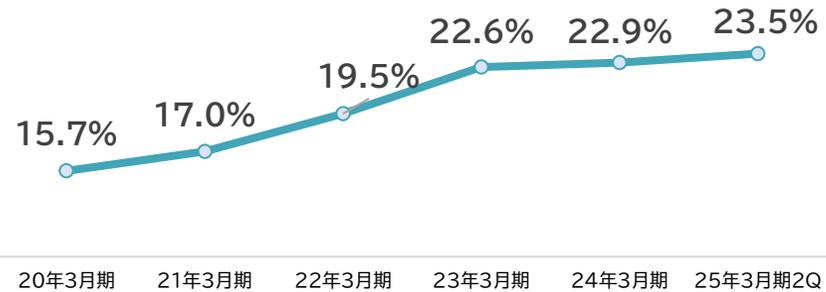
(百万円)

	2024年3月期 第2四半期連結会計期間	2025年3月期 第2四半期連結会計期間	
	実績	実績	主な原因
営業活動による キャッシュ・フロー	11,357	10,265	税引前当期利益 5,038百万円 減価償却費及び償却費 5,959百万円 契約コストの増減額(△は増加) △1,717百万円 法人所得税の支払額 △1,214百万円
投資活動による キャッシュ・フロー	2,354	△6,457	有形固定資産及び無形資産の取得による支出 △3,573百万円 投資有価証券の取得による支出 △2,309百万円
フリー・キャッシュ・フロー	13,711	3,808	
財務活動による キャッシュ・フロー	△12,377	△6,671	長期有利子負債の収入 1,519百万円 長期有利子負債の支出 △6,546百万円
現金及び現金同等物の 期末残高	27,097	27,669	



自己資本比率は目標の30%に向けて推移しており、流動比率も安定して120%超を維持。

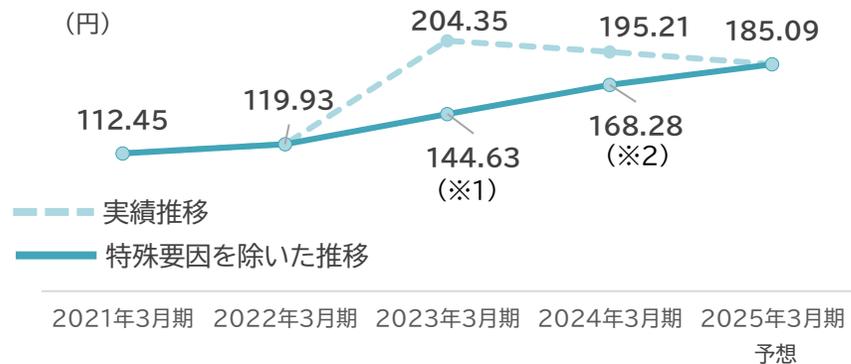
● 自己資本比率



● 流動比率



● 基本的1株当たり当期利益(EPS)



ROE **23.4%**(2025年3月末予想)

※1 2023年3月期において、当期利益は6,057百万円でしたが、特殊要因として繰延税金資産の計上分1,753百万円を含んでおりますので、その特殊要因を除いた当期利益は4,304百万円でした。

※2 2024年3月期において、当期利益は5,777百万円でしたが、特殊要因として子会社譲渡の売却益797百万円を含んでおりますので、その特殊要因を除いた当期利益は4,980百万円でした。



上期実績により、通期業績予想を上方修正。

(百万円)

	2024年3月期	2025年3月期		
	実績	通期予想(修正前)	通期予想(修正後)	修正後前期比
売上収益	80,578	77,000	77,000	95.6%
営業利益	9,436	9,700	<u>11,000</u>	116.6%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	5,777	4,700	<u>5,500</u>	95.2%
基本的1株当たり 当期利益 (EPS)	195.21	157.73	<u>185.09</u>	94.8%

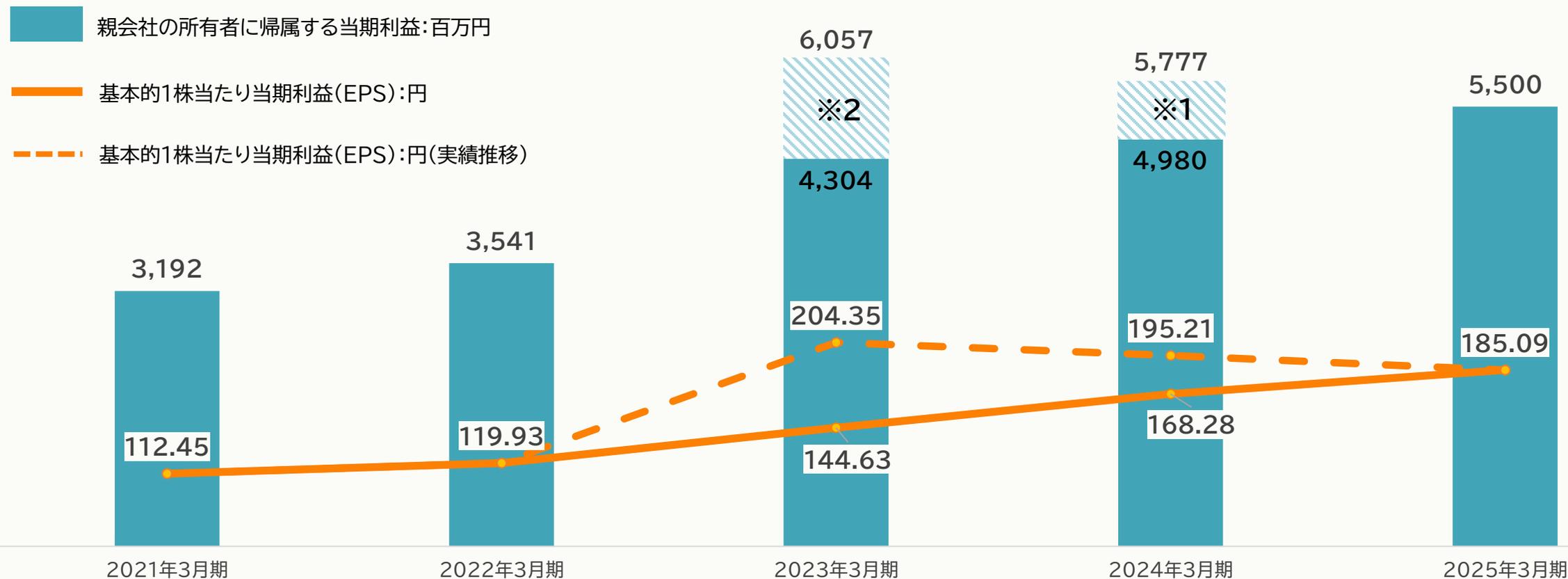


2025年3月期の期末予想(修正後)の当期利益及びEPSについては前期実績を下回るが、これは、2024年3月期下期の子会社売却益(797百万円)などの特殊要因が大きく影響している。本業のウォーターサーバー事業の利益は過去最高であり、特殊要因を除けば順調に増加している。

(百万円)

	2024年3月期 実績 ※特殊要因を除く	2025年3月期 期末予想(修正後)		
		予想	前期比増減額	前期比
親会社の所有者に 帰属する当期利益	4,980 <small>※特殊要因を含む最終実績:5,777</small>	5,500	520	110.4%
基本的1株当たり 当期利益 (EPS)	168.28 <small>※特殊要因を含む最終実績:195.21</small>	185.09	16.81	110.0%

当期利益及びEPSについて、2023年3月期と2024年3月期に特殊要因による増益があったが、実質的な当期利益は増加し続けており、本業のウォーターサーバー事業で順調に利益を伸ばしている。



※1 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、2023年3月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。

※2 2023年11月に子会社であるエフエルシープレミアム株式会社を売却したことにより、子会社売却益797百万円を計上いたしました。

進捗はすべて修正後の通期予想の50%を超過し、順調に進捗。引き続き、岐阜北方工場を中心とした生産効率の向上や営業の獲得コスト削減にも取り組み、収益性の向上を目指す。

(百万円)

	2025年3月期		
	通期業績予想 (修正後)	第2四半期 累計実績	進捗率
売上収益	77,000	38,911	50.5%
営業利益	11,000	5,999	54.5%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	5,500	3,128	56.9%
1株当たり当期利益(円)	185.09	105.06	—



PREMIUM WATER
HOLDINGS

株主還元



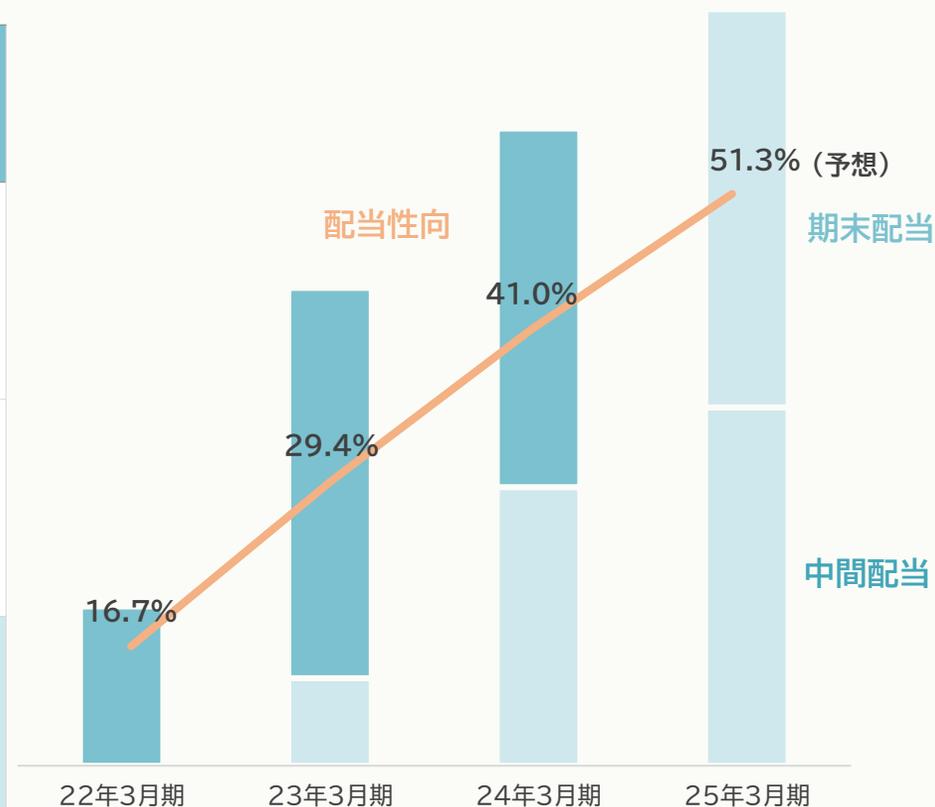
2025年3月期中間配当は45円で決定し、期末配当予想は50円へ増配。

今後も内部留保や設備投資への成長投資とのバランスを考慮しながら安定的な増配を継続する方針。

なお、2024年5月に決定した計5億円の自社株式の取得は、2024年11月12日に完了。

(円)

	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期 (予想)	
			【期初予想】	【修正後】
中間配当 (基準日:9月末日)	11.00	35.00	45.00	→ 45.00
期末配当 (基準日:3月末日)	49.00	45.00	(45.00)	→ (50.00)
合計	60.00	80.00	(90.00)	→ (95.00)

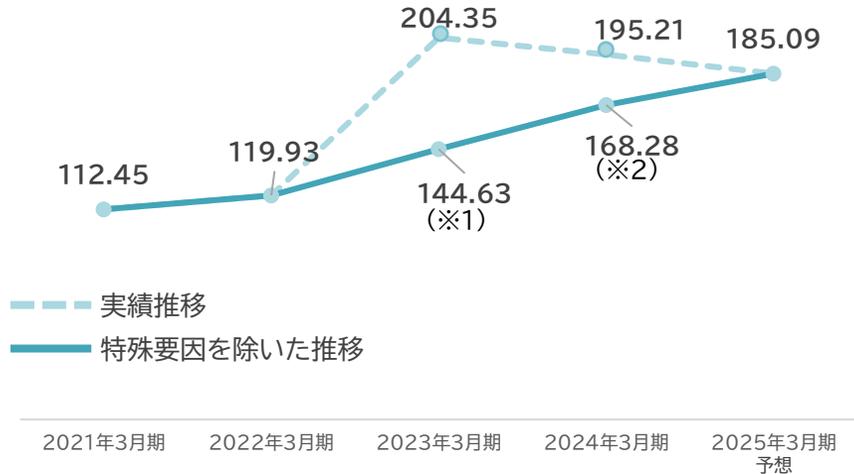




当社PBRは3倍以上で国内では高水準、PERについてもプライム市場の平均と同等となっている。
引き続き当社株式の価値を高め、株主還元を強化していく方針。

● 基本的1株当たり当期利益(EPS)

(円)



※1 2023年3月期において、当期利益は6,057百万円でしたが、特殊要因として繰延税金資産の計上分1,753百万円を含んでおりますので、その特殊要因を除いた当期利益は4,304百万円でした。

※2 2024年3月期において、当期利益は5,777百万円でしたが、特殊要因として子会社譲渡の売却益797百万円を含んでおりますので、その特殊要因を除いた当期利益は4,980百万円でした。

● PER

15.72倍

プライム市場平均と同程度
安定的に利益を創出

※2024年10月末時点

※プライム市場平均:16.7倍
スタンダード市場平均:12.7倍
(東証発表 2024年9月末時点)

● PBR

3.58倍

日本国内では高水準

※2024年10月末時点

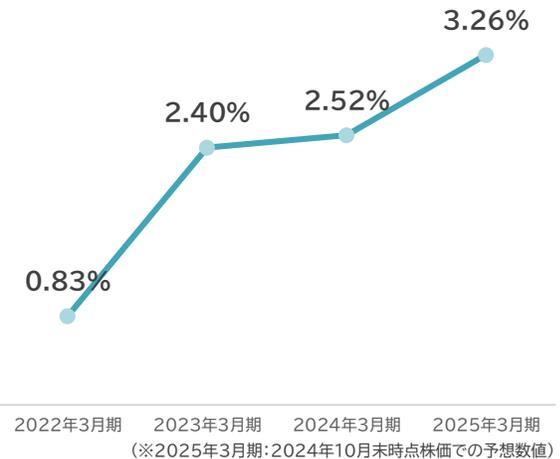
※プライム市場平均:1.2倍
スタンダード市場平均:0.8倍
(東証発表 2024年9月末時点)

● 配当利回り(2025年3月末予想)

3.26%

※2024年10月末時点

※有配会社平均利回り
プライム市場:2.33%
スタンダード市場:2.61%
(東証発表 2024年9月末時点)



(※2025年3月期:2024年10月末時点株価での予想数値)



その他株式投資関係の指標は以下のとおり。

● 株主資本配当率(DOE)

11.2%

※2024年3月末時点
2025年3月末予想:12.0%

● ROIC

7.8%

※2024年3月末時点

● 配当性向

51.3%

※2025年3月末予想

● ROA

5.3%

※2025年3月末予想



現状／課題点と今後

2024年3月期末の当社ROEは27.3%、PBRは2024年10月末時点でプライム市場の平均PBR1.4倍を大きく上回った3.58倍でした。投資を通じて更なるキャッシュフローの拡大に成功してきたことが主な要因であると評価しております。当社のビジネスモデル上、自己資本比率は2024年3月期末で23.5%と国内企業の平均よりも低い結果となっておりますが、目標の30%に向けて徐々に改善しております。引き続き、財務環境の改善により自己資本比率の向上を図る必要があると考えております。

今後も主力事業及び新しく開始したガス、電力等の事業においてもポートフォリオのチェックを行い、その他成長分野への投資を通じて企業価値向上に努めてまいります。

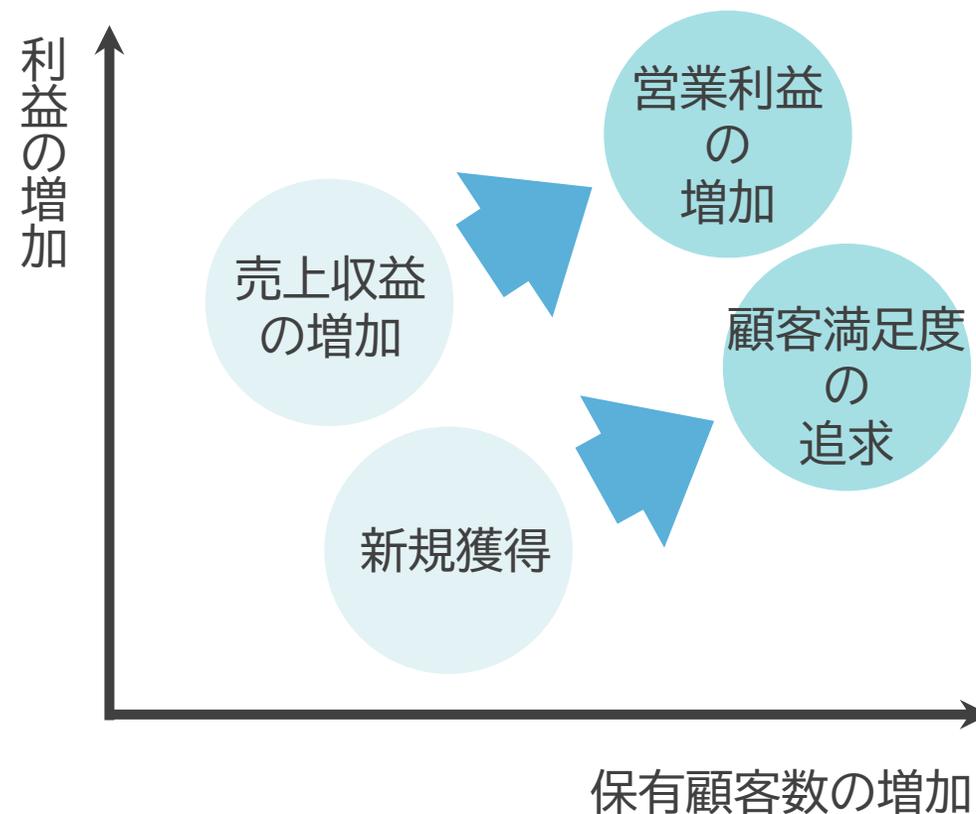
取組み方針

実務活動

- ☑ ウォーターサーバー事業の利益拡大
- ☑ 自己株式取得・償却
- ☑ キャッシュフローの改善
- ☑ コーポレートガバナンス体制の整備

IR活動

- ☑ 情報開示の充実
- ☑ 投資家との対話拡大
- ☑ 株主還元の拡充
- ☑ 取締役会の定期的なモニタリング



利益率を高めるための経営戦略を実施



2024年3月期は、当社株を100株以上保有の株主様へ5,000円相当のカタログギフト、また、当社の天然水をご契約の株主様には、さらに天然水1セットを無料でお届け。

【優待品①】

5,000円相当のカタログギフト



【優待品②】

天然水1セット(2本)

宅配水サービスご契約者様限定

ナチュラルミネラルウォーター
1セット(2本)プレゼント



PREMIUM WATER
HOLDINGS

市場動向 及び 今後の戦略

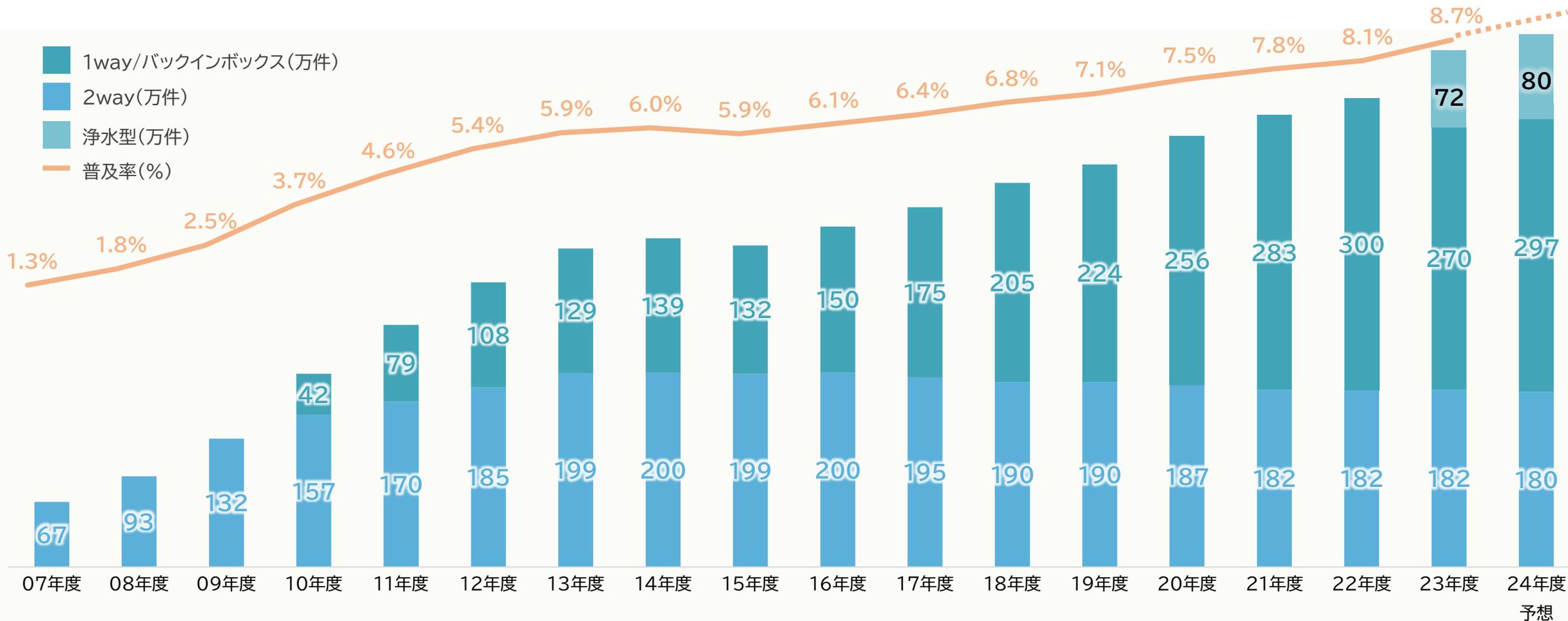


展開可能な潜在的市場は **5兆円**規模。



※1 日本宅配水&サーバー協会(JDSA)統計データ参照
 ※2 矢野経済研究所調べ(2025年3月期見込み)
 ※3 富士経済調べ(2024年見込み)

世帯普及率は、**8.7%**(※)程度と、国内には拡大の余地がある。



※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(524万件) ÷ 総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数(6,026万 6,318世帯)」



ウォーターサーバー業界で顧客数を開示している企業において、当社が最も多くの顧客数を保有。
また、2024年5月にはビックカメラグループの事業継承も行い、顧客数がさらに増加。

ガス会社系

連結 子会社 岩谷産業	富士の湧水 「富士の湧水」 1way 10万件	TOKAI 「うるのん」 1way 14万件 「おいしい水の宅急便」 2way	グループ 会社 レモンガス
	エアウォーター 「AW・ウォーター 北アルプスの天然水」 1way 「AW・ウォーター」 2way	アクアクララ 「アクアクララ」 2way 48万件 「パピットアクア」 浄水	
	トール 「アルピナ」 1way 2way 25万件 「ハワイアンウォーター」 1way 2way	大丸エナウィン 「エフィールウォーター」 1way 2way	

レンタル・クリーン・オフィスサービス系

ナック 「クリクラ」 2way 43万件 「feel free」 浄水 ※宅配水のみ件数	ダイオーズ 「ピュアウォーター」 2way 20万件 ※顧客数はクリーンサービス等を含む
	サニクリーン 「ディスティオ」 2way

飲料メーカー

サントリービバレッジソリューション 「サントリー天然水<南アルプス>」 1way

水宅配事業

連結 子会社 OSGコーポ レーション	プレミアムウォーターホールディングス 「プレミアムウォーター」 1way 167万件 ※2024年9月末時点 「Locca」 浄水	2024年5月 当社へ 事業継承
	いずみや「スイークレイ」 2way	富士山の銘水 「フレッシュ」 1way 80万件 「エブリフレッシュ」 浄水
	マーキュロップ 「マーキュロップ 富士山の天然水」 2way	ウォーターネット 「ウォーターネット」 2way

異業種・新規参入・その他

ビックライフソリューション (ビックカメラグループ) 「puhha」 1way	中京医薬品 「アクアマジック」 1way 2way
Kirala 「Kirala Water」 1way	サンエス 「サンミネラル」 1way 2way
富士桜命水 「富士桜命水」 1way	ジャパネットサービス イノベーション 1way 「ジャパネットウォーター富士山の天然水」

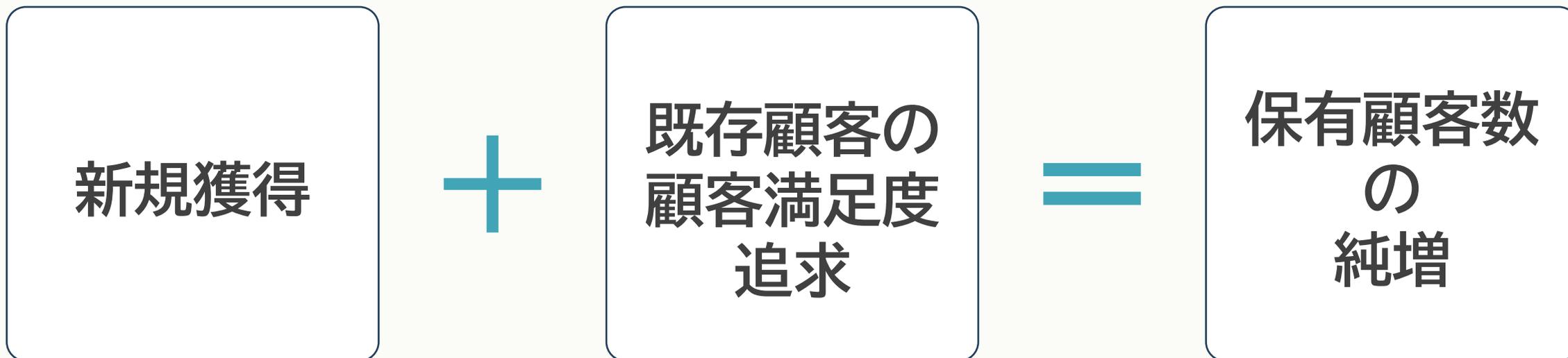
当社は、営業・水源・物流の3つの戦略で、利益を追求。



【水源戦略】



獲得コストを意識しながら
保有顧客数を**純増**させ続ける





新規獲得

直販の生産性強化

直販と代販を合わせ

約**1,200名**の営業員が
全国各地で毎日稼働

テレマーケティング

ブース営業

WEB

強い販路をもつ企業へ 出資、連携強化と M&A

LASTONEMILE

東証グロース 証券コード:9252

INEST

東証スタンダード 証券コード:7111

みんながうれしいウォーターサーバー

puhha

【プッハ】

きれいな水をたっぷり好きなだけ

TAPURI

タップリ

長期契約プラン※の 顧客増加

スリムサーバー amadanaスタンダードサーバー	famfit (ファミフィット) amadanaスタンダードサーバー	AURA Water Server (オーラウォーターサーバー)
月額料金の目安 ひと月に1セット (12L×2本) をご注文の場合 3,974円 (税込)	月額料金の目安 ひと月に1セット (12L×2本) をご注文の場合 4,082円 (税込)	月額料金の目安 ひと月に1セット (12L×2本) をご注文の場合 4,302円 (税込)
ウォーターサーバーレンタル料 0円/月	ウォーターサーバーレンタル料 ずっとPREMIUMプランの場合 3,100円(税込)/年 ▶ 0円/月	ウォーターサーバーレンタル料 220円/月
天然水の料金 1セット 12L×2本 (500mlペットボトル48本分) 3,974円 (税込)	天然水の料金 1セット 12L×2本 (500mlペットボトル48本分) 4,082円 (税込)	天然水の料金 1セット 12L×2本 (500mlペットボトル48本分) 4,082円 (税込)

※1年からスタートした契約期間を現在は5年に変更。
将来的な解約率の低下に繋がる。

既存顧客の顧客満足度追求

顧客ニーズに合わせた商品の研究・開発



ユーザビリティの向上



- パソコン、スマートフォンで利用可能な
- ・マイページ
 - ・専用アプリ
 - ・LINEアカウント
 - ・会員限定通販サイト「プレミアムモール」



ペットボトル軽量化による環境に配慮した製品





顧客数の純増

製造原価の改善



適正な自社物流比率の維持と 新しい物流の取り組み 宅配水企業として最多の8つの水源

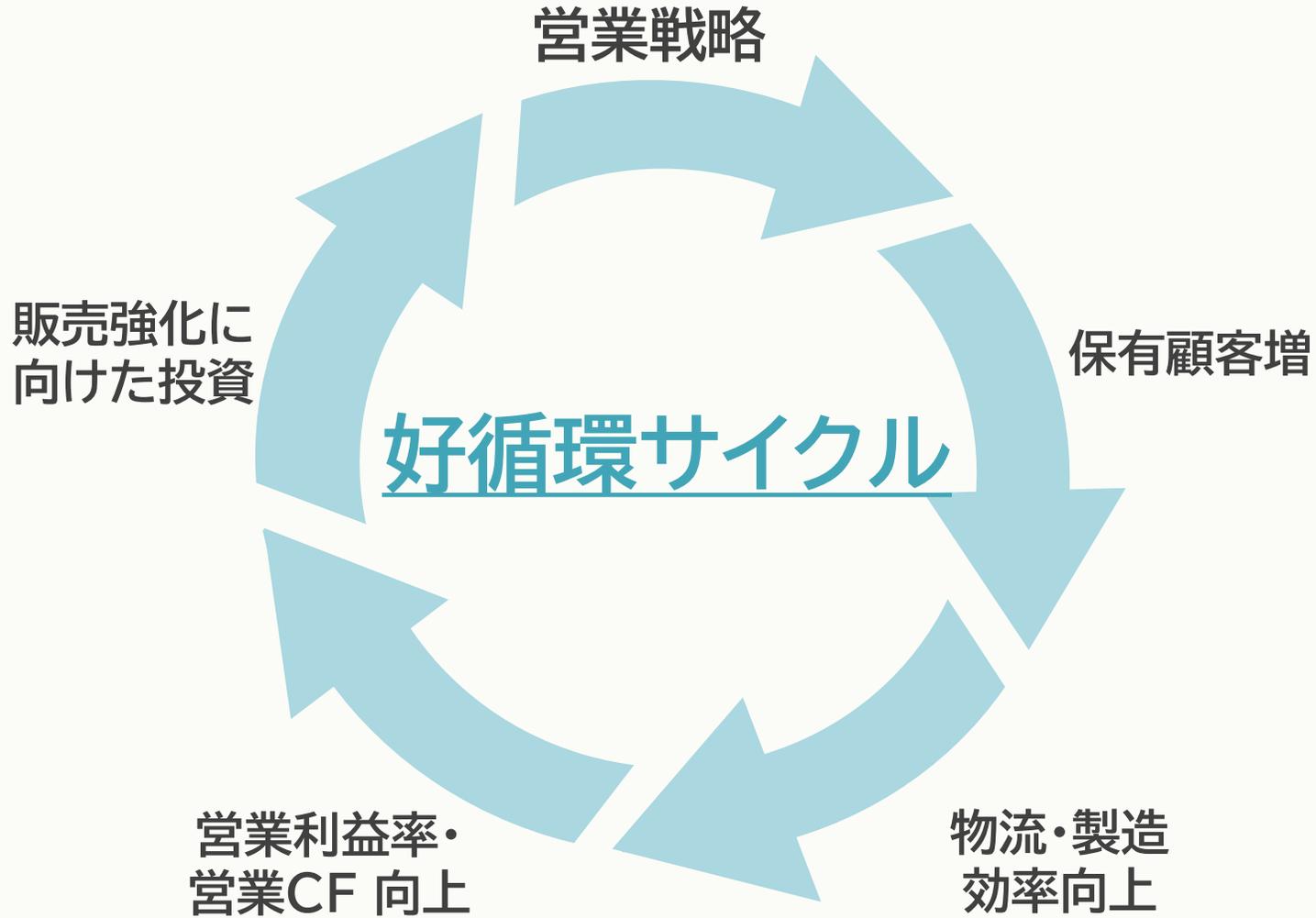
自社物流※比率

2019年3月期 18.7%

2024年3月期 51.5%



※当社の配送管理システムに参加している配送パートナー





PREMIUM WATER
HOLDINGS

Appendix

(1)会社概要・事業内容



会社名	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13日
所在地	<東京本社> 東京都渋谷区神宮前1-23-26 神宮前123ビル5階 <本店> 山梨県富士吉田市上吉田4597-1
代表者	代表取締役社長 金本 彰彦
従業員数	848名(役員、臨時従業員含まない) ※2024年3月31日現在
資本金	4,721百万円 ※2024年9月30日現在
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 宅配事業を行う子会社等の経営管理及びそれに付帯又は関連する業務
主要なグループ会社	プレミアムウォーター株式会社 プレミアムウォータープロダクツ株式会社 株式会社LUXURY 株式会社PWリソース 株式会社ライフセレクト SINGAPORE FLC PTE.LTD

株式会社プレミアムウォーターホールディングス
代表取締役社長

金本 彰彦

2006年8月 株式会社エフエルシーフーズ(現 株式会社ケイビーフーズ)代表取締役

2012年9月 株式会社エフエルシー 取締役

2013年12月 プレミアムウォーター株式会社 取締役 上級執行役員

2016年6月 当社 上級執行役員

2017年4月 プレミアムウォーター株式会社 取締役 副社長

2017年6月 当社 取締役 副社長

2018年6月 プレミアムウォーター株式会社 代表取締役社長(現任)
エフエルシープレミアム株式会社 取締役

2024年6月 当社代表取締役(現任)



当社は「100年続く企業」となるべく、以下の経営理念を軸に事業を行っています。

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



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・デリバリーを主な事業として展開しています。

日本各地の採水地

全国8ヶ所(自社工場3ヶ所を含む)から天然水を採水



宅配便で定期配送

2本1セットで配送
→ 税込3,974円(1,987円/本)



ご家庭へお届け

ご希望の配送日を指定してお届け
ペットボトル容器は家庭から資源ごみとしてリサイクル

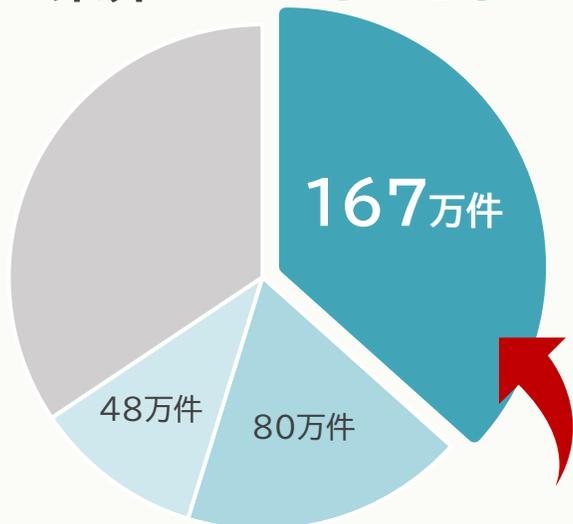


天然水という差別化が難しい商品で、No.1の市場シェア。競争優位を構築・維持する3つのポイント。

ウォーターサーバー市場

顧客数 **No.1**

業界シェア **32.0%**



- プレミアムウォーターホールディングス
- A社
- B社
- その他

※日本流通産業新聞2024年1月11日号より当社作成

1 業界No.1の8水源(うち自社工場3ヶ所)

月間 **約500万本**(約250万顧客相当)の生産能力を誇り、岐阜北方工場の竣工により、生産能力・生産効率が向上。



2 業界No.1の顧客獲得力

約1,200名以上の営業員が、全国で日々セールス・マーケティング活動を実施。



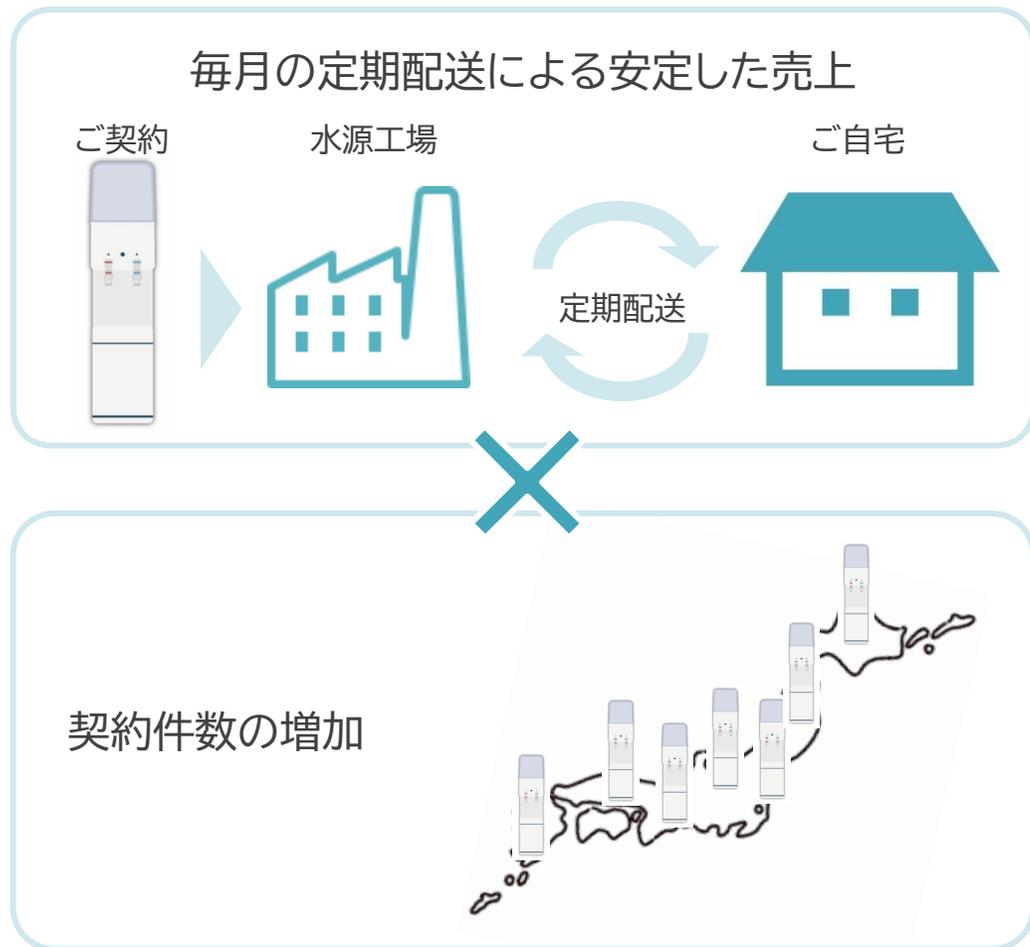
3 自社物流網の構築で効率的な提供

エリアごとの顧客数純増、定期配送により、十分な物量確保ができることから**配送の効率化を実現**。



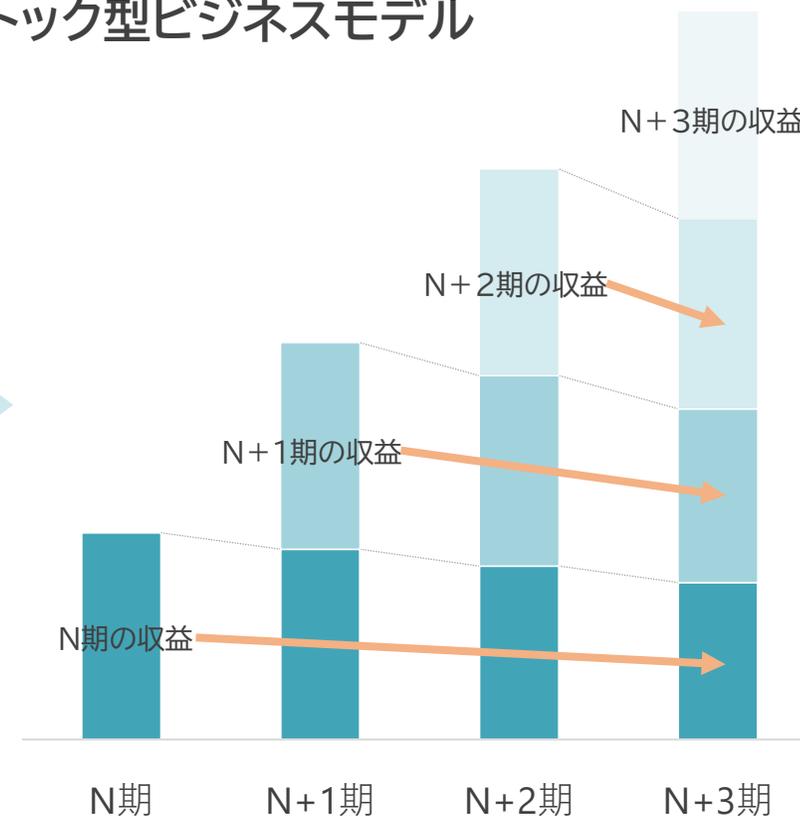


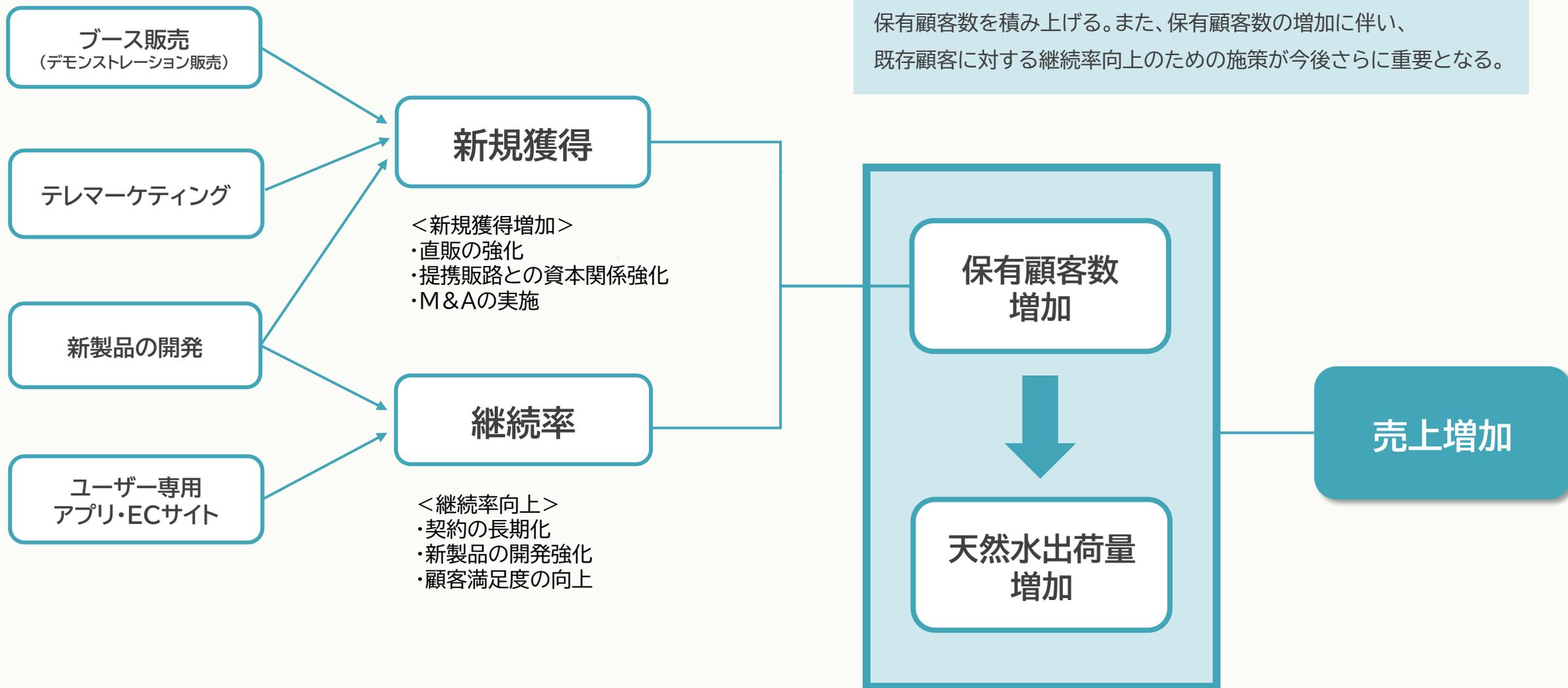
顧客の増加により確実に収益増加が見込める、安定性の高いビジネスモデル。



ストック型ビジネスモデル

顧客1件あたりの獲得コストが一定水準であれば







業界シェアNo.1の顧客基盤構築に一定成果 → 組織最適化の利益拡大フェーズへ

創業 ~ FY2024 基盤構築フェーズ

安定的な物流や生産体制の構築

顧客基盤の構築

マーケットポジションの確立

FY2024以降 利益拡大フェーズ

施策①

自社物流網の活用と
自社工場の稼働率増進による
コスト削減

自社物流比率を約7年間で51.5%まで拡大。
地域によって大手配送業者とも提携し、
今後は利益追求として適正な比率を維持。
加えて、自社工場の増設や設備完備により、
販管費・製造原価も減少へ。

施策②

メーカー特化型戦略による
顧客満足度向上を実現

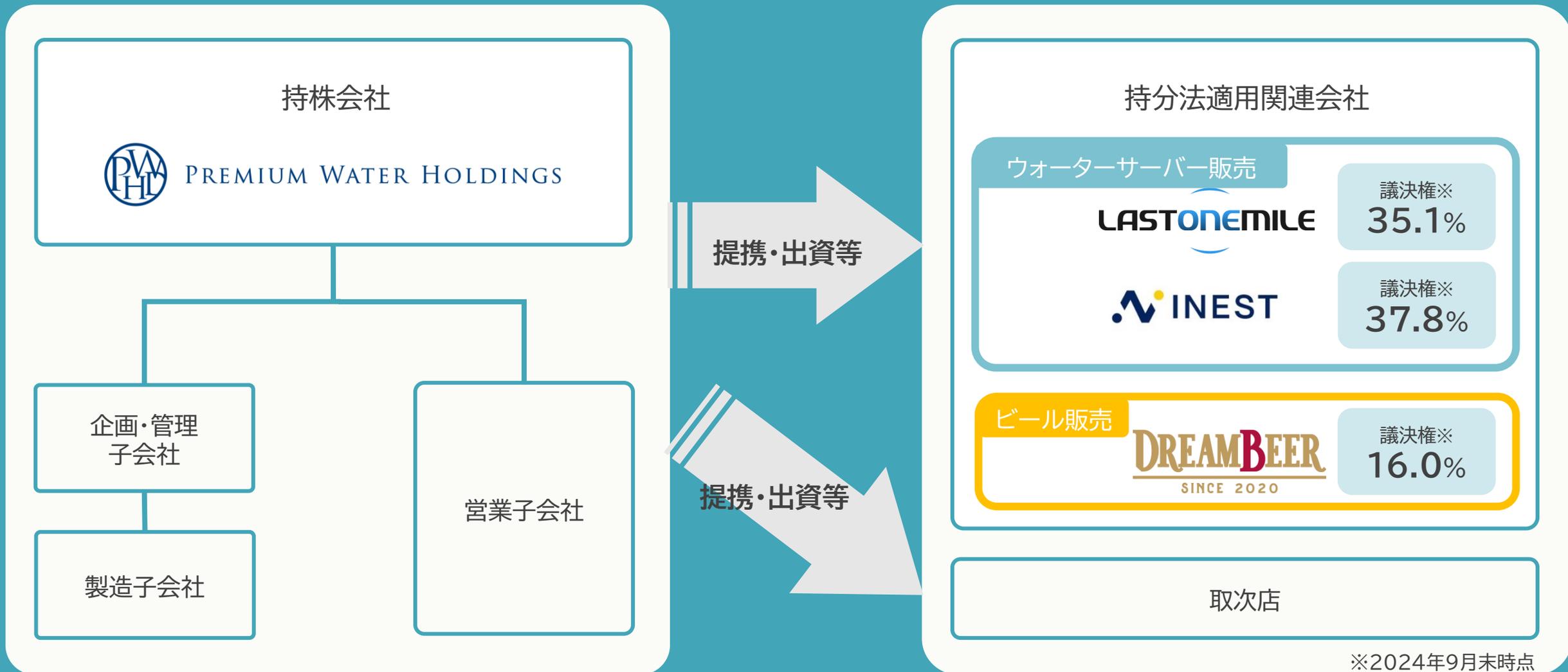
メーカーに特化した事業運営を据え、契約期間の
長期化や付帯サービスの充実化等により、利益追
求とユーザビリティの向上を狙う。
良質なサーバーを開発することで、付加価値を生
み出し、顧客満足度も高める方針。

施策③

M&Aや出資による
利益の向上

OEM供給やM&Aを実施し、当社の営業ノウハウを
活かして大幅に顧客数を増やし、利益拡大へ。また、
主軸である天然水事業に注力しながらも、その他事
業にも出資することにより、グループシナジーを生み
出す。

効率的な製造・配送体制を構築しつつ、営業力強化への投資にも注力していく方針。



※2024年9月末時点



PREMIUM WATER
HOLDINGS

Appendix

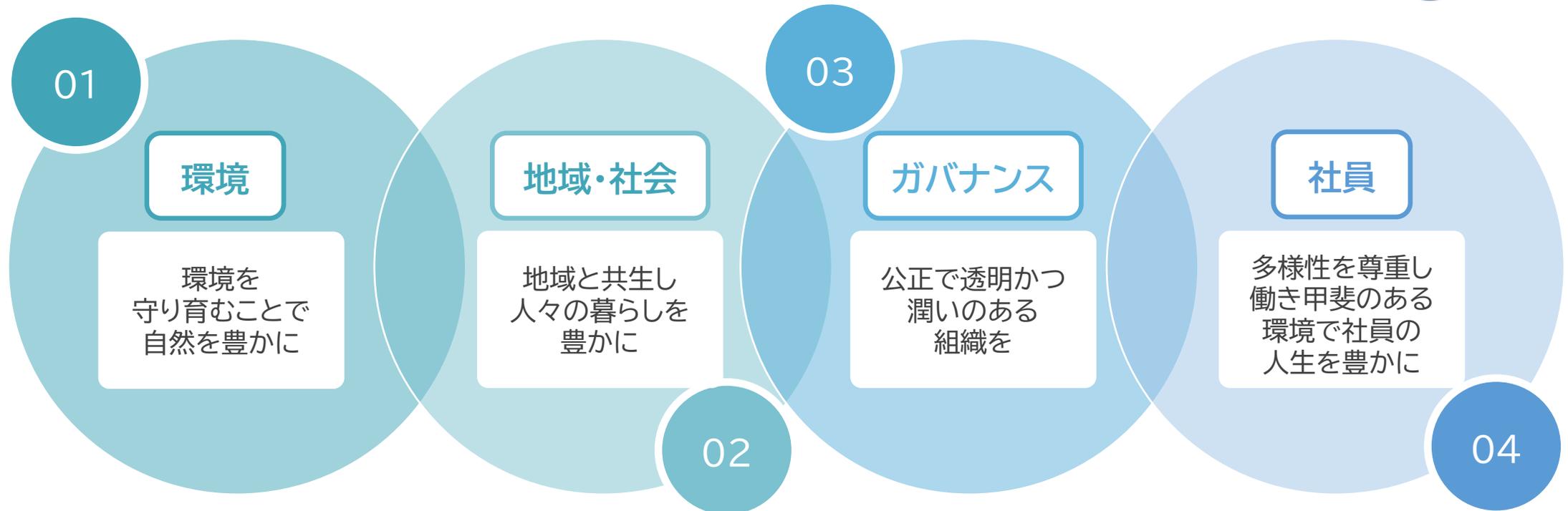
(2)SDGsの取組み



PREMIUM WATER
HOLDINGS

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。



- ・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

- ・ガバナンスの徹底
- ・コンプライアンスの徹底

- ・ダイバーシティ推進
- ・働き甲斐の促進
- ・健康経営



災害時の支援・復興サポート

工場地域と災害に備えた協定



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。

災害支援・復興サポート



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を行い、「令和6年 能登半島地震」においても、被災地支援を行っています。



地方創生への寄与



全国に拠点を設け、地方に水源を開拓し、雇用を創出いたします。

各工場においては、現地で採用活動を積極的に行い、工場がある地域の人々とその地域全体の活性化につなげています。

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。

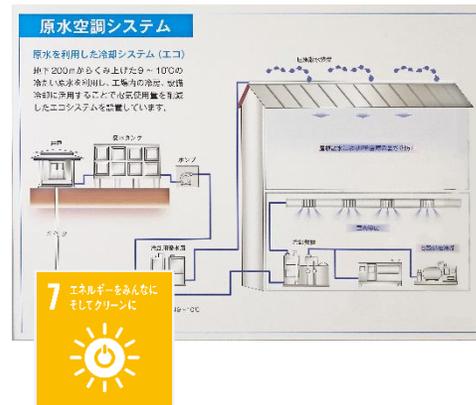
ウォーターエイドジャパンへの継続的な寄付



“SDGs特化型”の新たなウォーターサーバーブランド「PREMIUM WATER FUTURE」を立ちあげました。

「PREMIUM WATER FUTURE」の売上の一部を愛すべき未来への想いを具現化する活動団体「ウォーターエイドジャパン」へ寄付することで、多くの人々が衛生的なお水を利用できるように支援しています。

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。

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。



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