

# 株式会社プレミアムウォーターホールディングス 個人投資家向けIRセミナー

2023年2月21日(火)

証券コード2588 / 東証スタンダード



PREMIUM WATER HOLDINGS

1. 2023年3月期 第3四半期 概況
2. 当社の戦略
  - (1) 宅配水市場と当社の現状
  - (2) 新型ウォーターサーバー導入による販売力強化
  - (3) 営業利益率向上のための施策
3. 株主還元
4. SDGsの取り組み
5. APPENDIX

# 1. 2023年3月期第3四半期 概況

# 連結損益計算書

堅調な顧客の積み上げに加え、  
既存顧客に対する継続率向上や物流の効率化等の各種取り組みにより、増収増益。

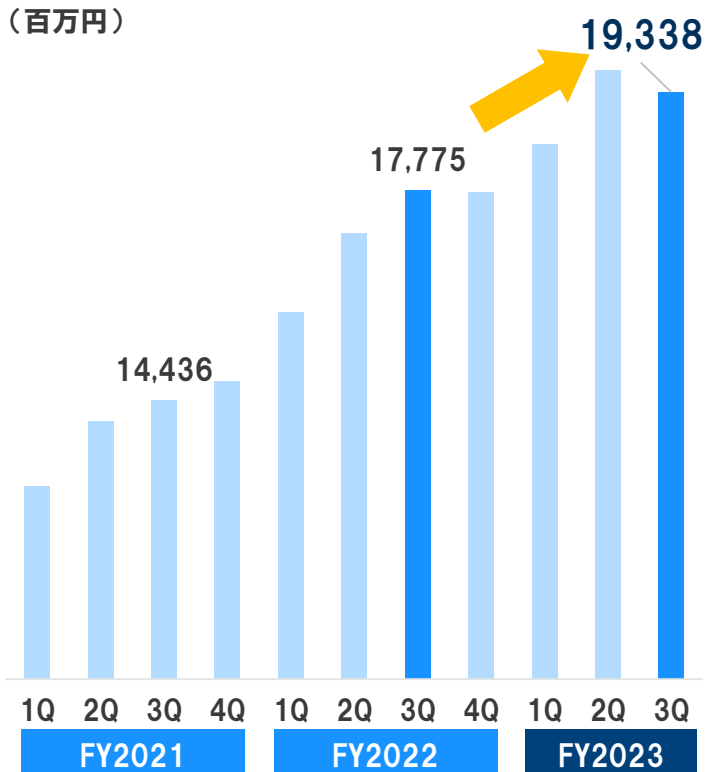
	2022年3月期 第3四半期連結累計期間		2023年3月期 第3四半期連結累計期間（単位：百万円）			
	実績	構成比	実績	構成比	増減	増減率
売上収益	50,703	100.0%	<b>57,526</b>	100.0%	6,822	13.5%
売上総利益	43,152	85.1%	<b>48,812</b>	84.9%	5,659	13.1%
営業利益	4,899	9.7%	<b>6,067</b>	10.5%	1,167	23.8%
税引前当期利益	4,408	8.7%	<b>5,403</b>	9.4%	995	22.6%
親会社の所有者に 帰属する当期利益	2,707	5.3%	<b>3,522</b>	6.1%	814	30.1%
1株当たり 当期利益（円）	91.76	—	<b>118.59</b>	—	—	—
EBITDA	11,055	—	<b>13,146</b>	—	2,090	18.9%

※EBITDAは簡易的に営業利益+減価償却費としております。

# 四半期毎の業績推移

## 【売上収益】

(百万円)

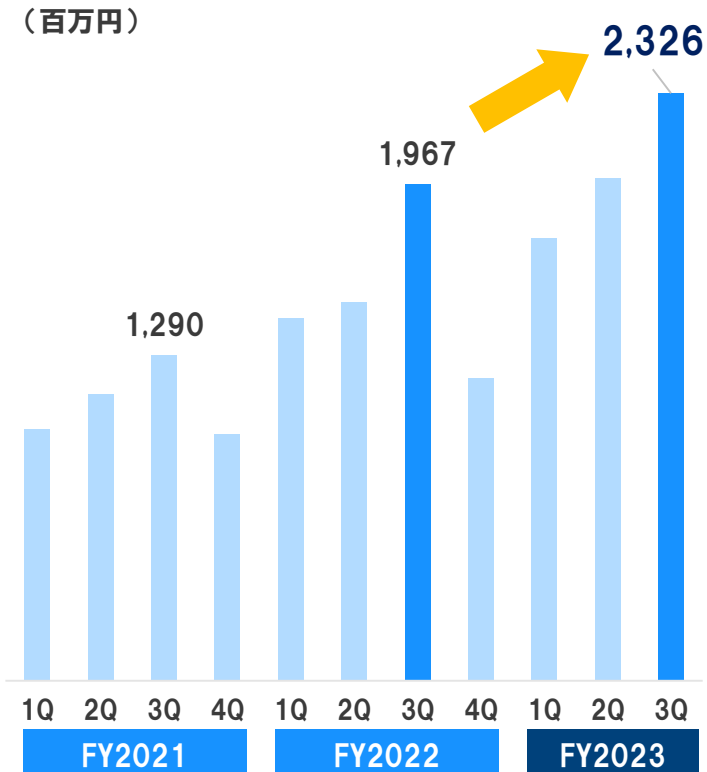


順調に推移

(前年同期比) **8.8%増**

## 【営業利益】

(百万円)

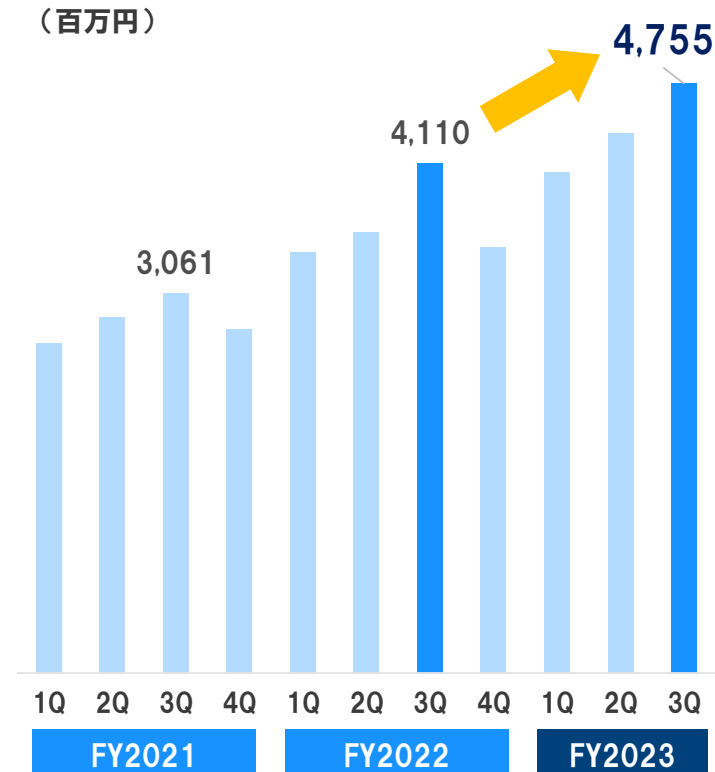


過去最高

(前年同期比) **18.2%増**

## 【EBITDA】

(百万円)



過去最高

(前年同期比) **15.7%増**

# 連結貸借対照表

自己資本比率は20%を超え、改善傾向。流動比率も、引き続き安定して120%超を維持。

	2022年3月期		2023年3月期 第3四半期連結累計期間（単位：百万円）			
	実績	構成比	実績	構成比	増減	増減率
流動資産	32,350	44.3%	37,862	45.7%	5,511	117.0%
非流動資産	40,734	55.7%	45,018	54.3%	4,284	110.5%
資産合計	73,084	100.0%	82,881	100.0%	9,796	113.4%
流動負債	20,758	28.4%	26,013	31.4%	5,255	125.3%
非流動負債	38,028	52.0%	39,982	48.2%	1,953	105.1%
（有利子負債）	46,231	63.3%	53,743	64.8%	7,512	116.2%
負債合計	58,787	80.4%	65,996	79.6%	7,209	112.3%
資本合計	14,297	19.6%	16,884	20.4%	2,586	118.1%
負債及び資本合計	73,084	100.0%	82,881	100.0%	9,796	113.4%
親会社所有者帰属持分比率	19.5%	—	20.4%	—	—	—
流動比率	155.8%	—	145.5%	—	—	—

# 連結キャッシュ・フロー計算書

	2022年3月期 第3四半期連結累計期間	2023年3月期 第3四半期連結累計期間 (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	4,463	10,136	税引前当期利益 5,403百万円 減価償却費及び償却費 7,078百万円 契約コストの増減(△は増加) △143百万円 法人所得税の支払額 △2,343百万円
投資活動による キャッシュ・フロー	△1,705	△2,547	有形固定資産及び無形資産の取得による支出 △3,528百万円
フリー・ キャッシュ・フロー	2,758	7,589	
財務活動による キャッシュ・フロー	△6,209	△2,771	長期有利子負債の収入 5,110百万円 長期有利子負債の支出 △6,967百万円 配当金の支払額 △1,019百万円
現金及び現金同等物の 期末残高	13,426	25,154	

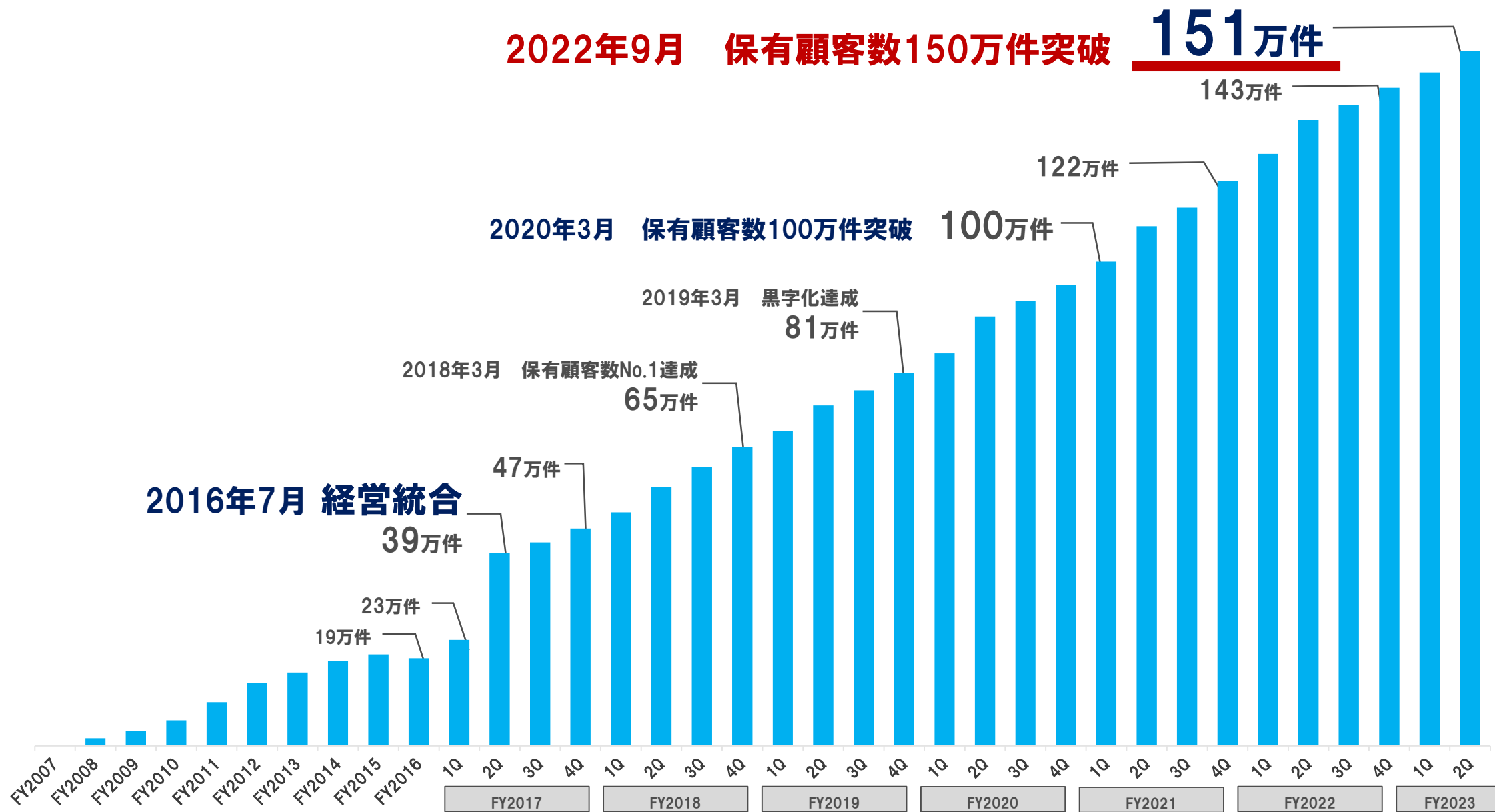
# 2023年3月期 通期業績予想

売上収益、営業利益ともに当初計画を上回るペースで保有契約件数が純増したことに伴い、宅配水の出荷数が想定より増加したため、2022年5月に発表した予想を上回る見込みとなった。

	2022年3月期 実績	2023年3月期（単位：百万円）		
		予想 （修正前予想）	前期実績からの 増減額	前期実績からの 増減率
売上収益	68,452	<b>76,000</b> (75,000)	7,547	11.0%
営業利益	6,097	<b>7,500</b> (7,000)	1,402	23.0%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	3,542	<b>4,300</b> (4,000)	757	21.4%
1株当たり当期利益（円）	119.93	<b>144.29</b> (134.60)	—	—



# 保有顧客数の推移



※ 2022年9月末時点の当社顧客数（151万件）÷一般社団法人日本宅配水&サーバー協会（JDSA）の過去5年の推移に基づき、当社が算出した2022年9月時点での宅配水市場見込み顧客数（478.5万件）

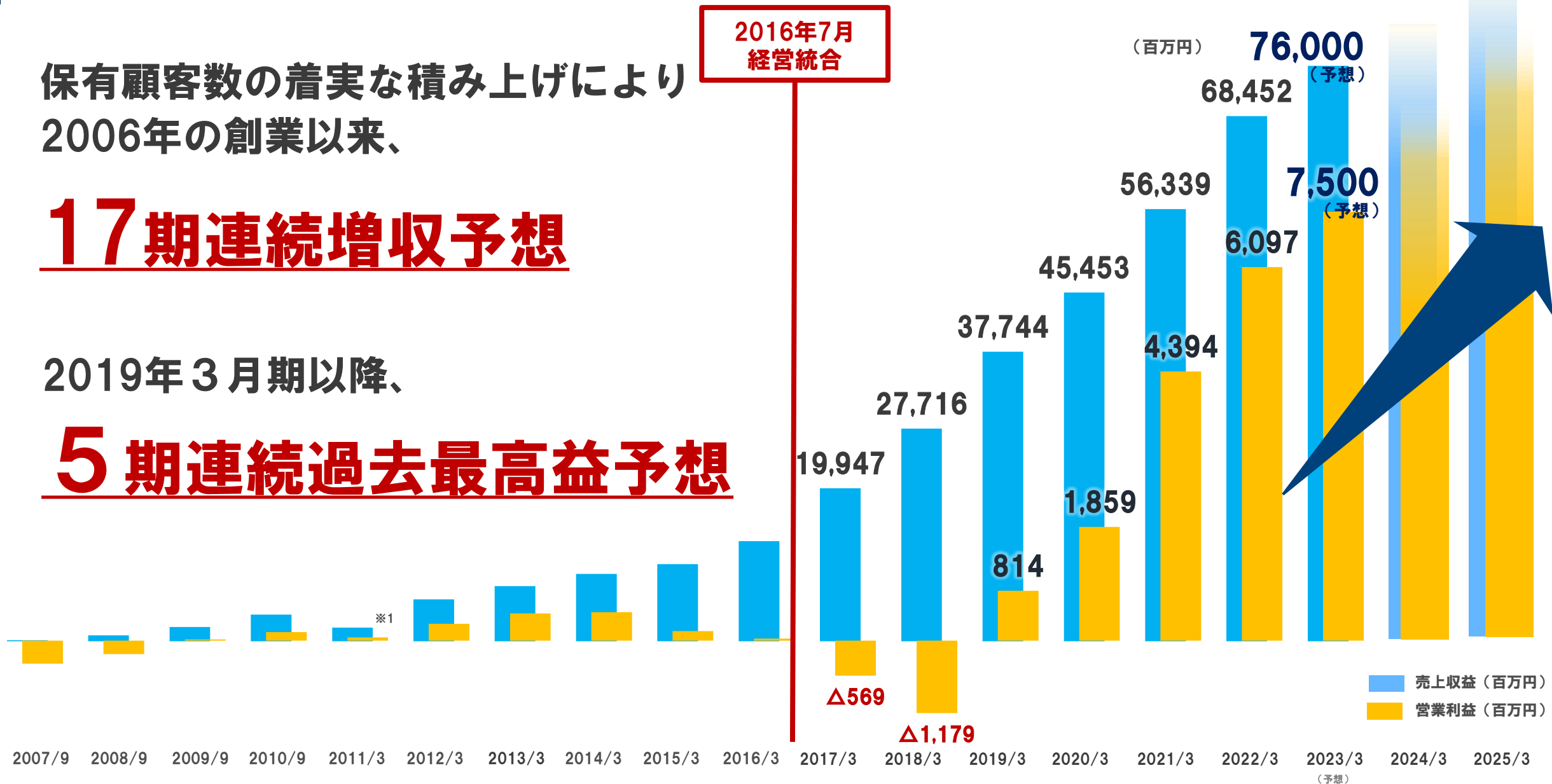
# 通期業績推移

保有顧客数の着実な積み上げにより  
2006年の創業以来、

## 17期連続増収予想

2019年3月期以降、

## 5期連続過去最高益予想



※1 決算期の変更があったため、推移としては増収

## 2. 当社の戦略

(1) 宅配水市場と当社の現状

(2) 新型ウォーターサーバー導入による販売力強化

(3) 営業利益率向上のための施策



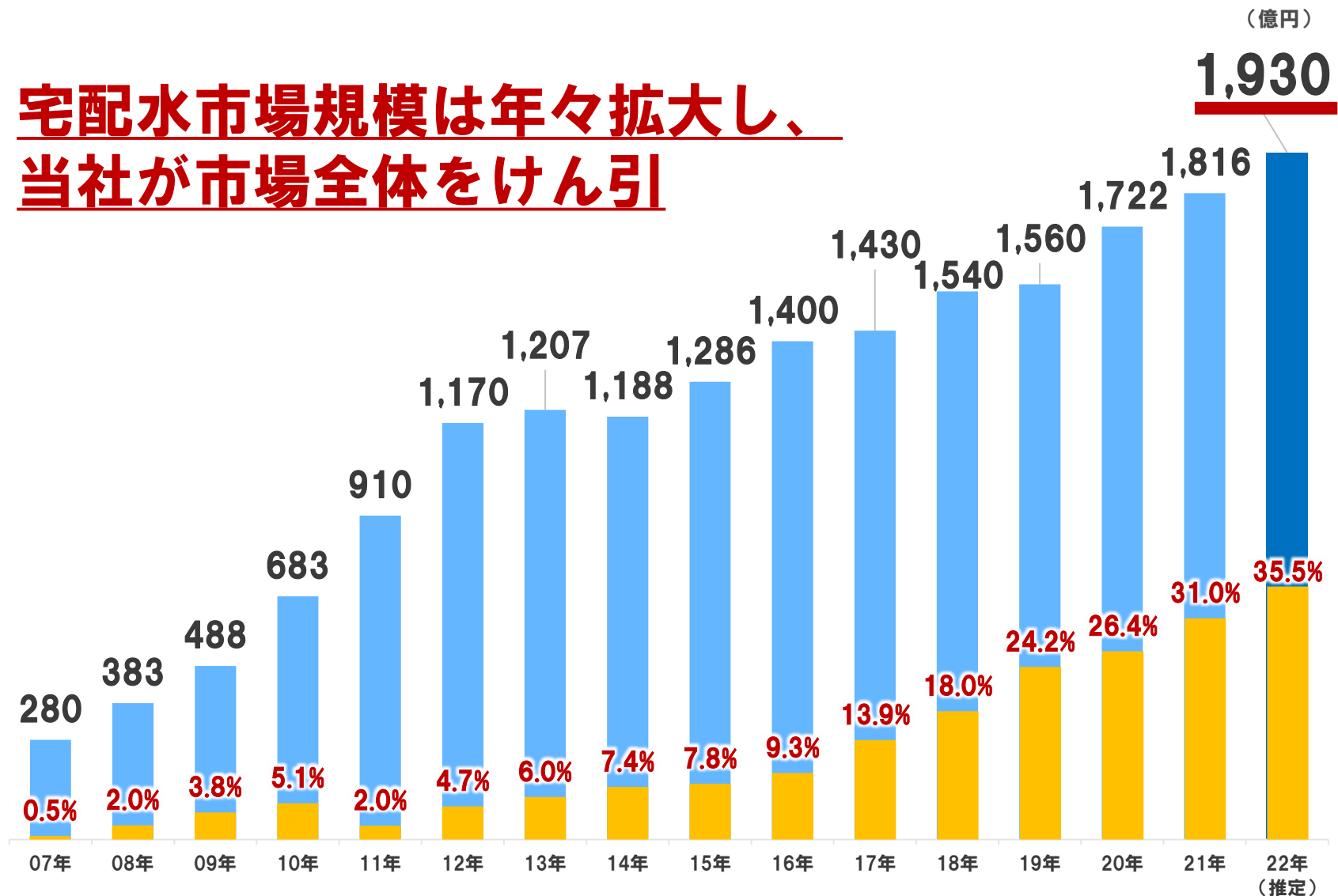
## 展開可能な潜在的市場

# 5兆円規模

※1 日本宅配水&サーバー協会 (JDSA) の過去5年の推移に基づき、当社算出  
※2 矢野経済研究所調べ  
※3 富士経済調べ  
※4 上記はすべて2023年3月期末時点での見込み

# 国内の宅配水市場－市場規模の推移

## 宅配水市場規模は年々拡大し、 当社が市場全体をけん引



宅配水市場規模

約 **1,930** 億円 ※1

宅配水市場 売上シェア

**35.5%** ※2

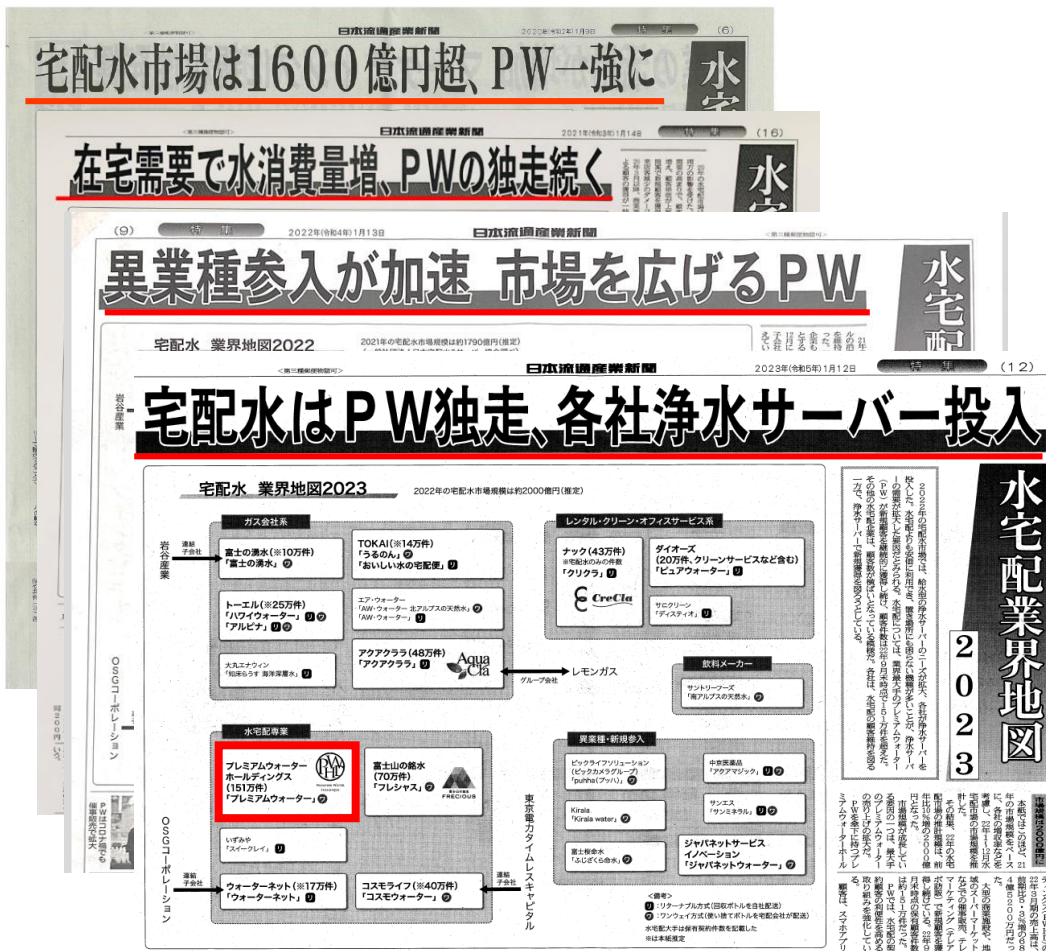
ウォーターサーバー普及率

約 **8.2%** ※3

※1 日本宅配水&サーバー協会 (JDSA) より出典 (2022年については過去5年の推移に基づき、当社算出)

※2 2022年3月末時点の当社累計売上収益 (68,452百万円) ÷ 日本宅配水&サーバー協会推定2022年宅配水市場売上 (193,000百万円)

※3 日本宅配水&サーバー協会 (JDSA) の過去5年の推移に基づき、当社が算出した2023年3月時点での宅配水市場見込み顧客数 (492万件) ÷ 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)」



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※ 151 万件

日本流通産業新聞でも宅配水市場は毎年取り上げられており

注目度が高まっている業界

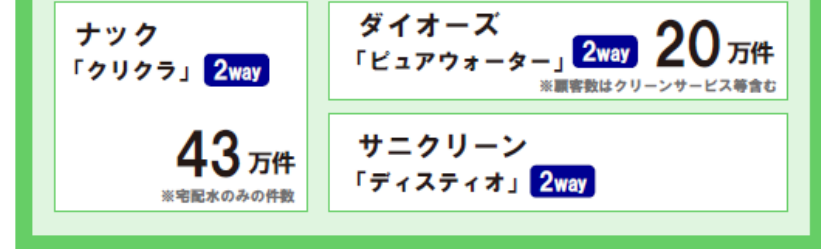
※日本流通産業新聞社調べ（2023年1月12日発行号）

# 宅配水業界地図2023 (2022年12月末時点)

## ガス会社系



## レンタル・クリーン・オフィスサービス系



## 飲料メーカー



## 水宅配事業



## 異業種・その他



グループ会社  
レモンガス

連結子会社 東京電力タイムレスキャピタル

OSG  
コーポレーション  
連結子会社

※ 日本流通産業新聞 2023年1月12日号より当社作成

直販と代販を合わせ

**約1,300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。



## 2. 当社の戦略

- (1) 宅配水市場と当社の現状
- (2) 新型ウォーターサーバー導入による販売力強化**
- (3) 営業利益率向上のための施策

# 新型ウォーターサーバー①

ファミフィット  
famfit



# 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

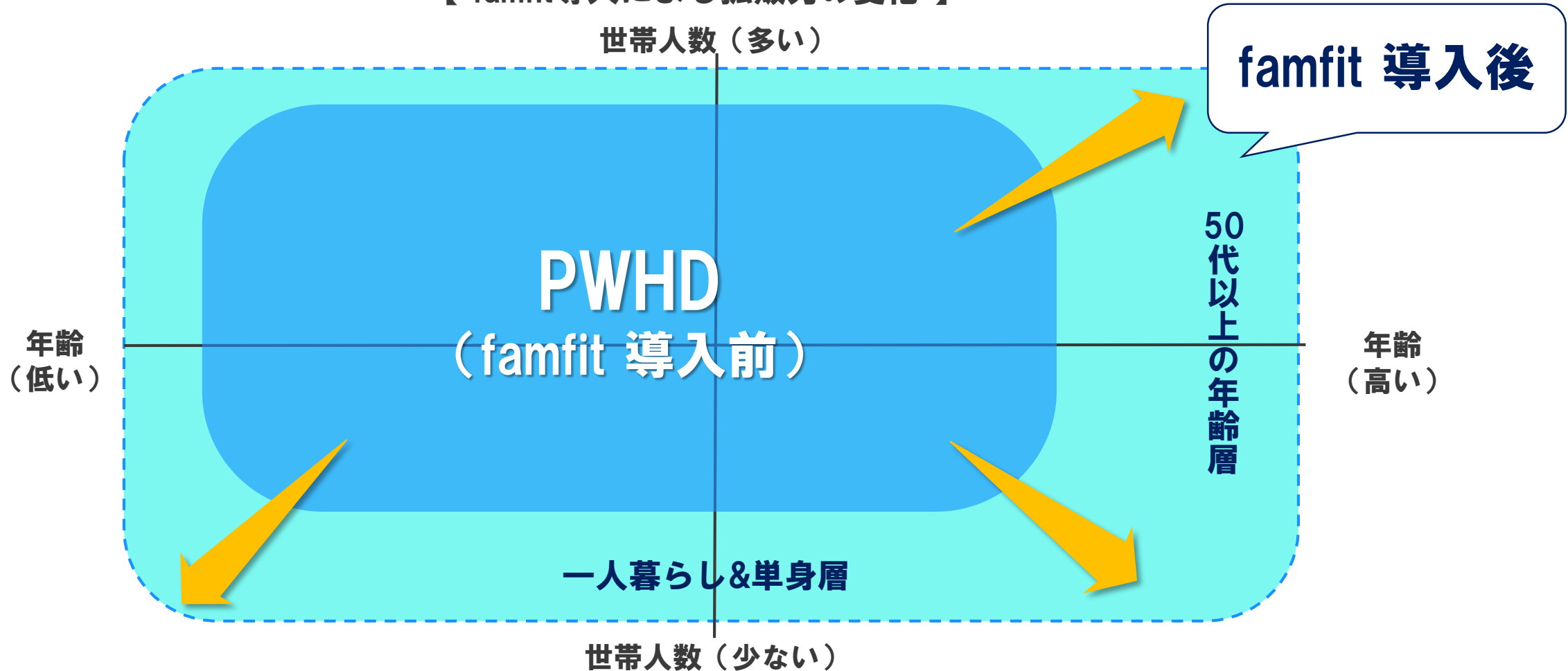


ファミリー層  
を中心に訴求

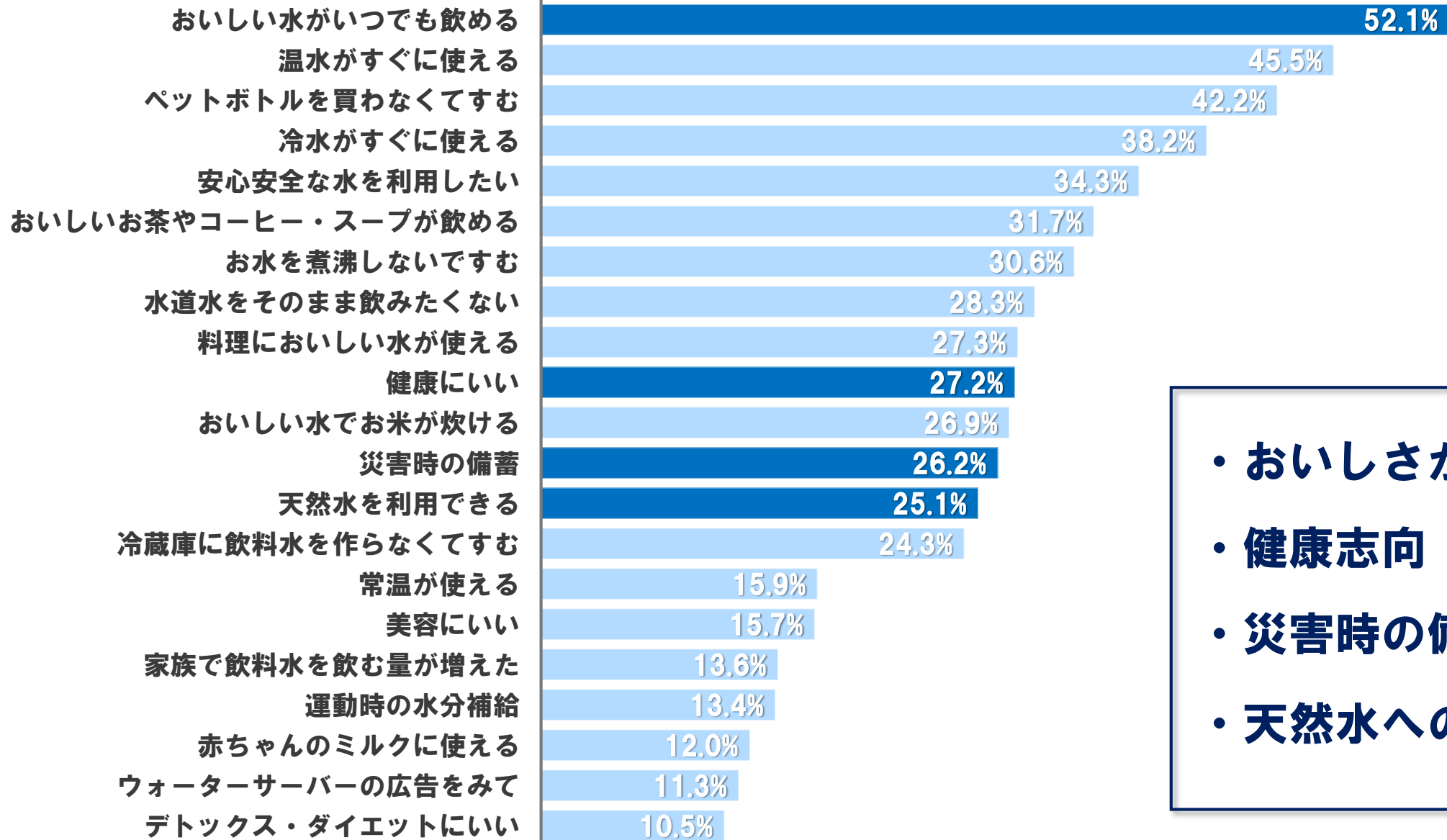
# 新型ウォーターサーバー「famfit」の狙い

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 】



## 【参考】宅配水の利用理由



- おいしさが半数以上
- 健康志向
- 災害時の備蓄
- 天然水への価値

※当社調べ n=618

新型ウォーターサーバー②

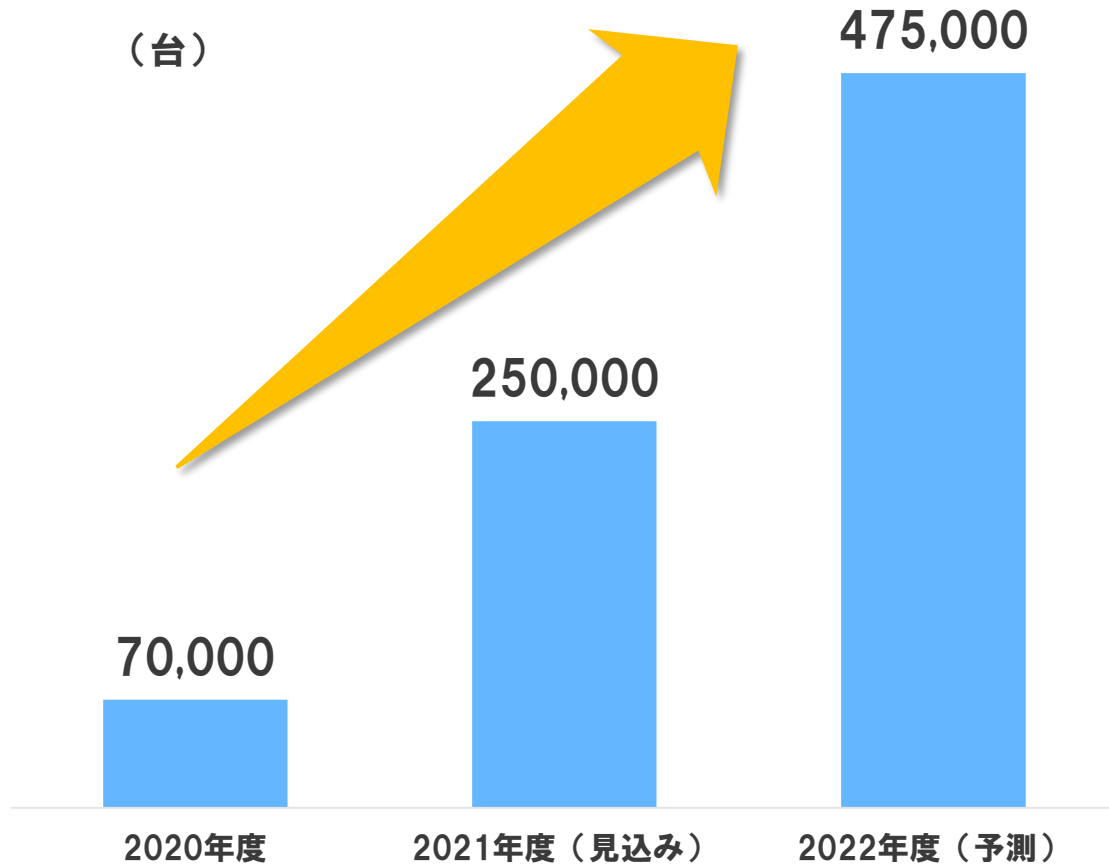
Slim-R



# 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、近年の主流となってきている。

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「給水型ウォーターサーバー市場」を引用

直近2年間での  
浄水型ウォーターサーバーの  
出荷台数

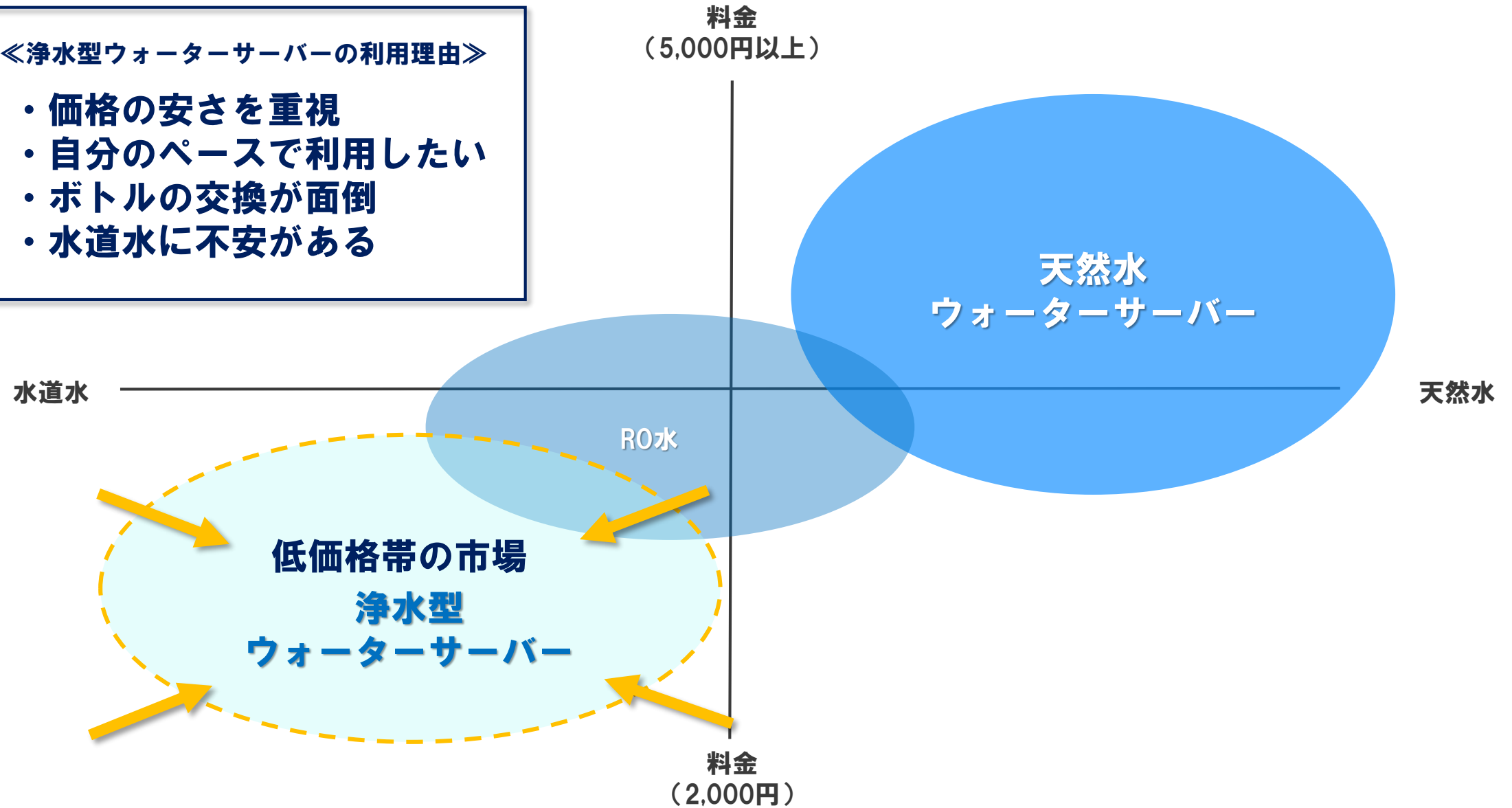
**約6.5倍以上増加**

天然水に比べ低価格帯の  
市場が拡大

# 新たな浄水型ウォーターサーバー市場

## 《浄水型ウォーターサーバーの利用理由》

- ・ 価格の安さを重視
- ・ 自分のペースで利用したい
- ・ ボトルの交換が面倒
- ・ 水道水に不安がある





# 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

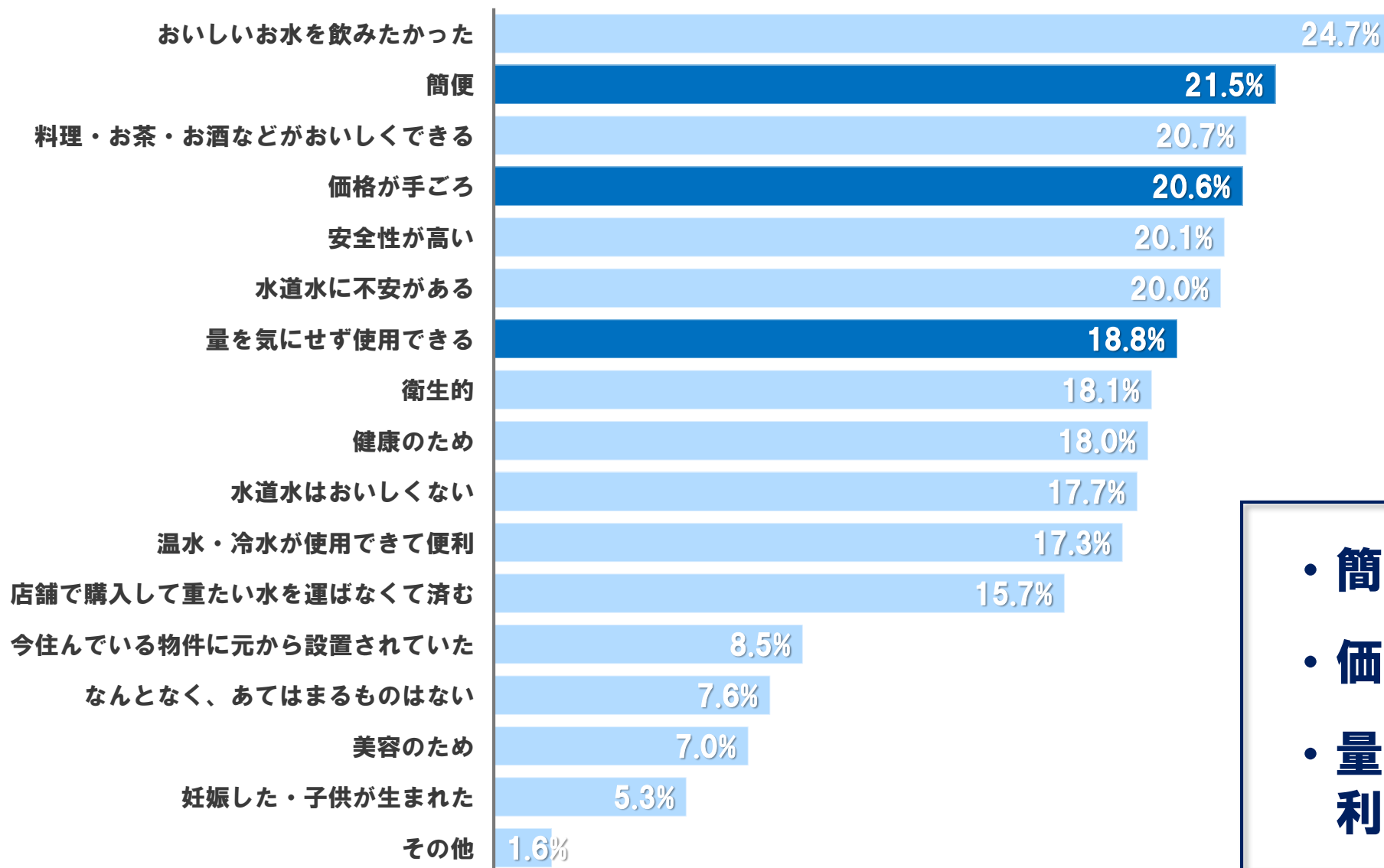


	当社	A社	B社
月額料金 (税込)	2,680円	3,300円	3,300円
PW家族割 (税込)	2,480円	無し	無し

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

# 【参考】宅配水以外のウォーターサーバーの利用理由



- ・ 簡便さ
- ・ 価格の手ごろさ
- ・ 量を気にしないで利用できる

※矢野経済研究所調べ n=1,578

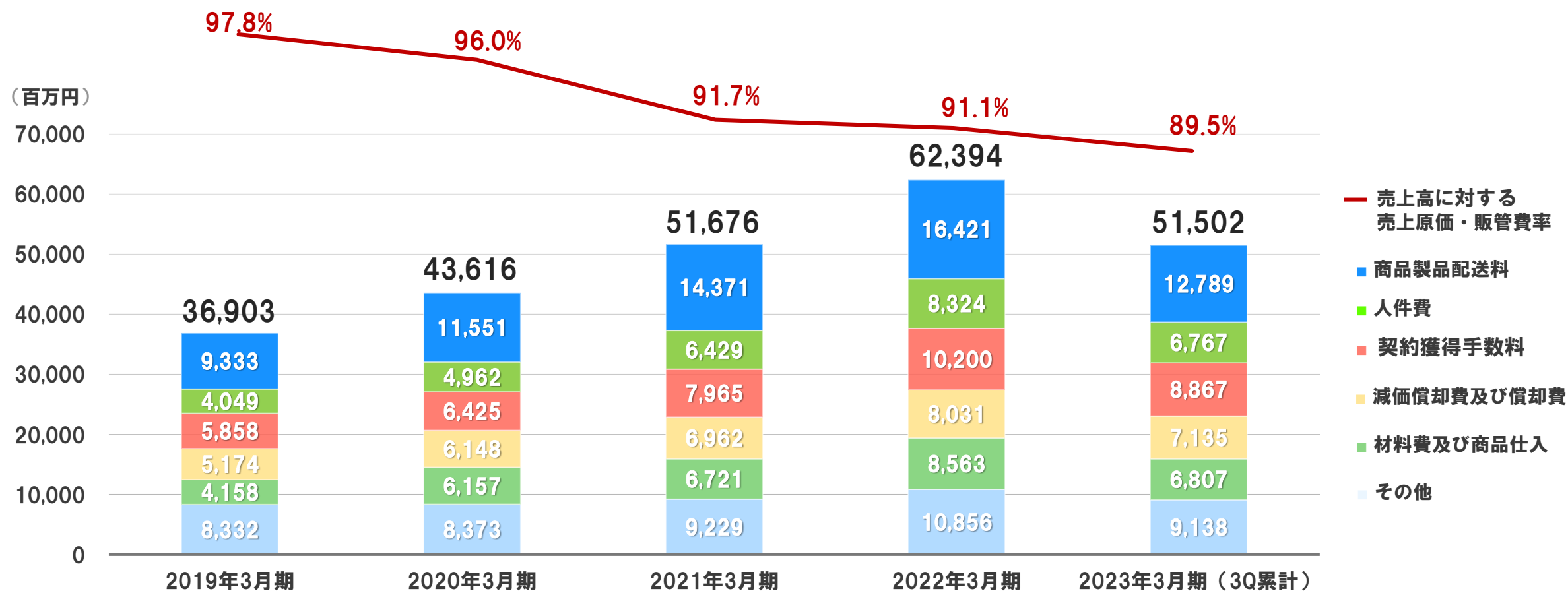
## 2. 当社の戦略

- (1) 宅配水市場と当社の現状
- (2) 新型ウォーターサーバー導入による販売力強化
- (3) 営業利益率向上のための施策**

# 物流戦略による販管費率の低減

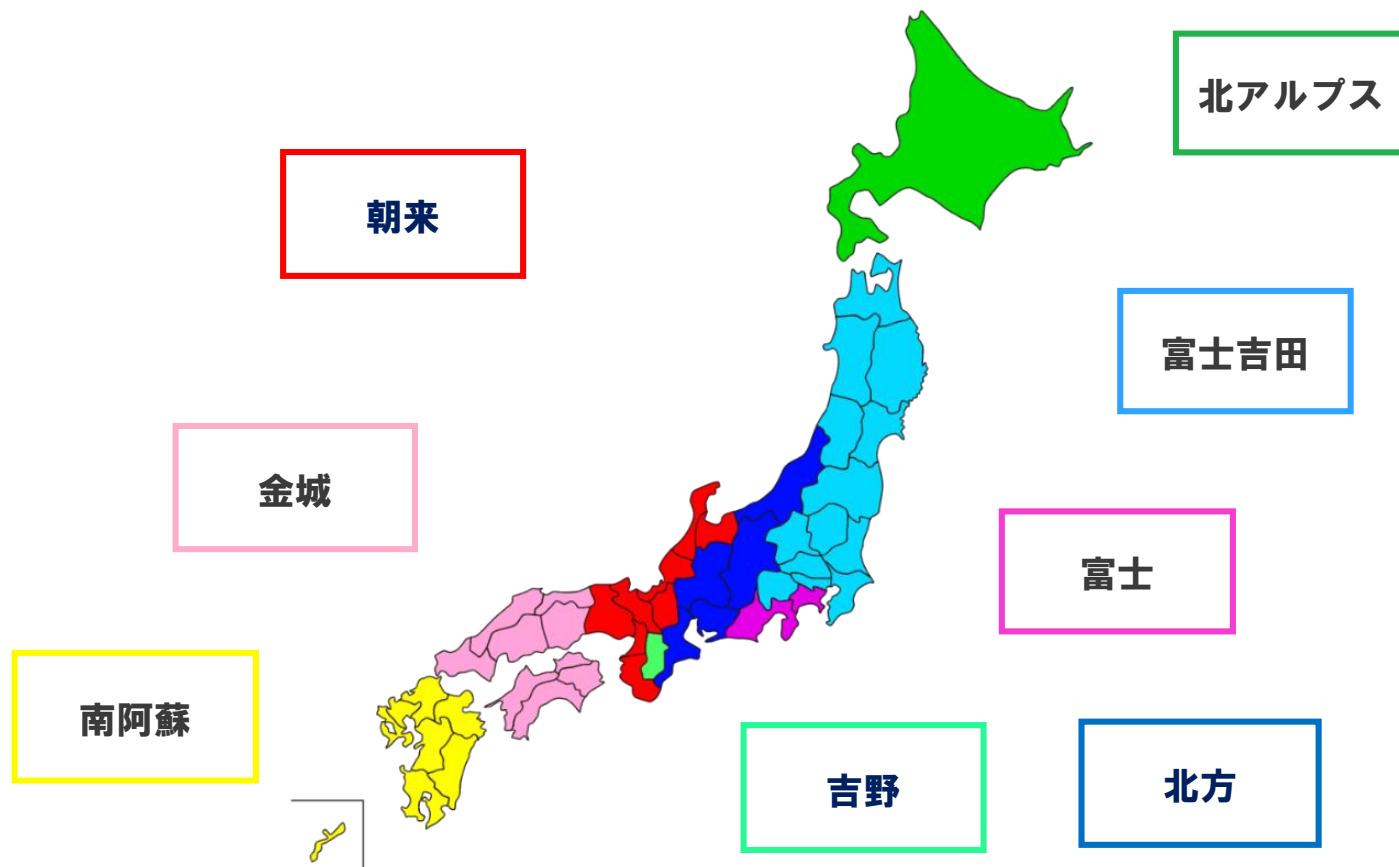
顧客数が増えたエリアに水源開拓と自社物流網を構築することにより  
 配送効率化を実現し、営業利益率の向上（＝売上高に対する販管費率の低減）に取り組む

売上高に対する売上原価・販管費率



# 当社の物流戦略

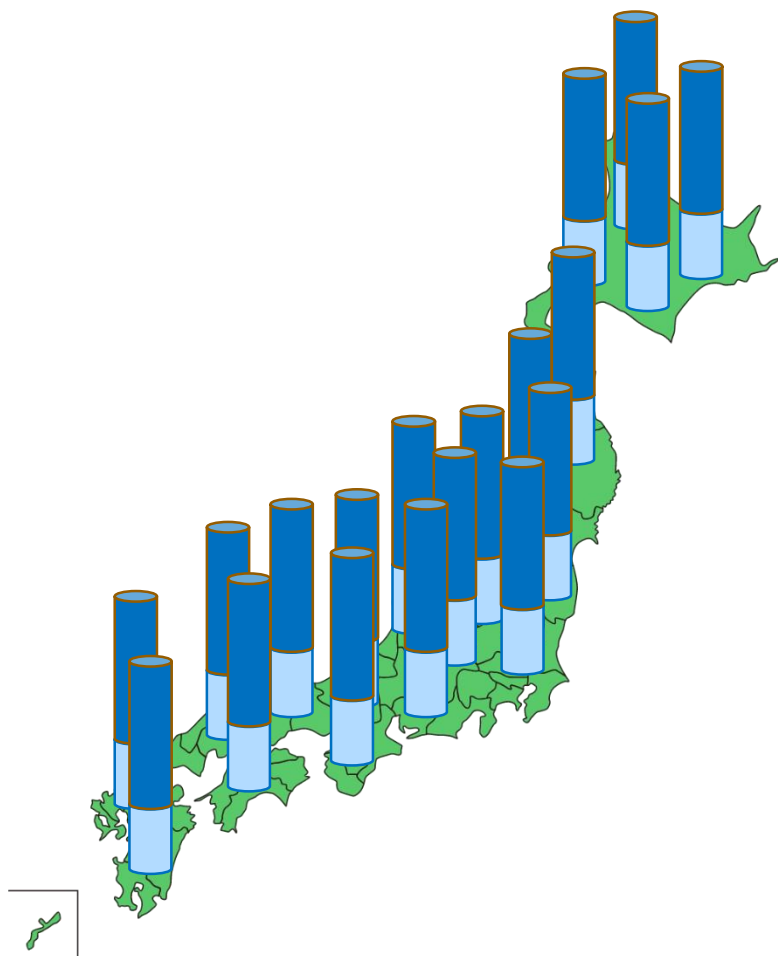
顧客が増加した地域から水源を開拓し、  
適正な拠点からの配送に順次切り替えを行う



## 水源開拓

## 配送エリア

2007	富士吉田	全国へ配送
2014	南阿蘇	九州
2016	金城	中国四国地方
2018	朝来	関西地方
2019	北アルプス	北海道
2020	富士	関東（南部）
2021	吉野	近畿地方
2022	岐阜北方	中部地方



自社物流比率 **42.6%** ※2

エリアでの純増  
定期配送・十分な物量



自社物流網<sup>※1</sup>の構築



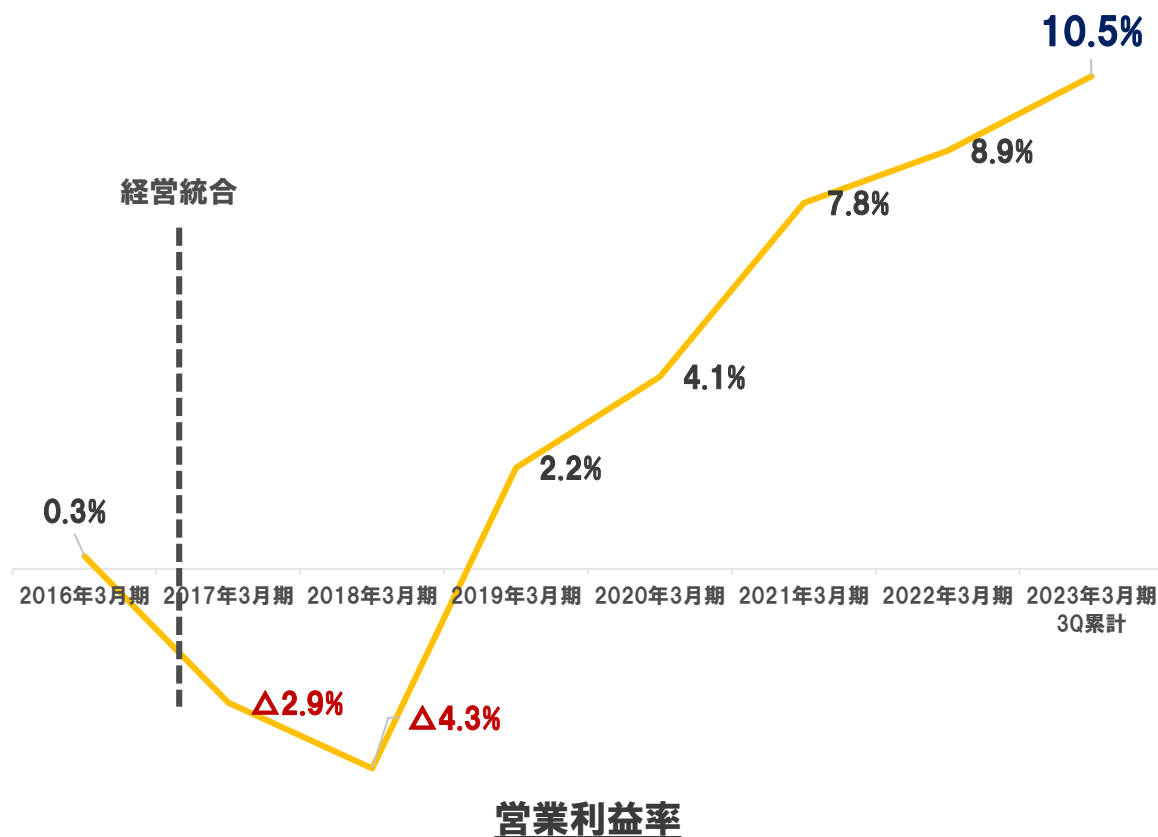
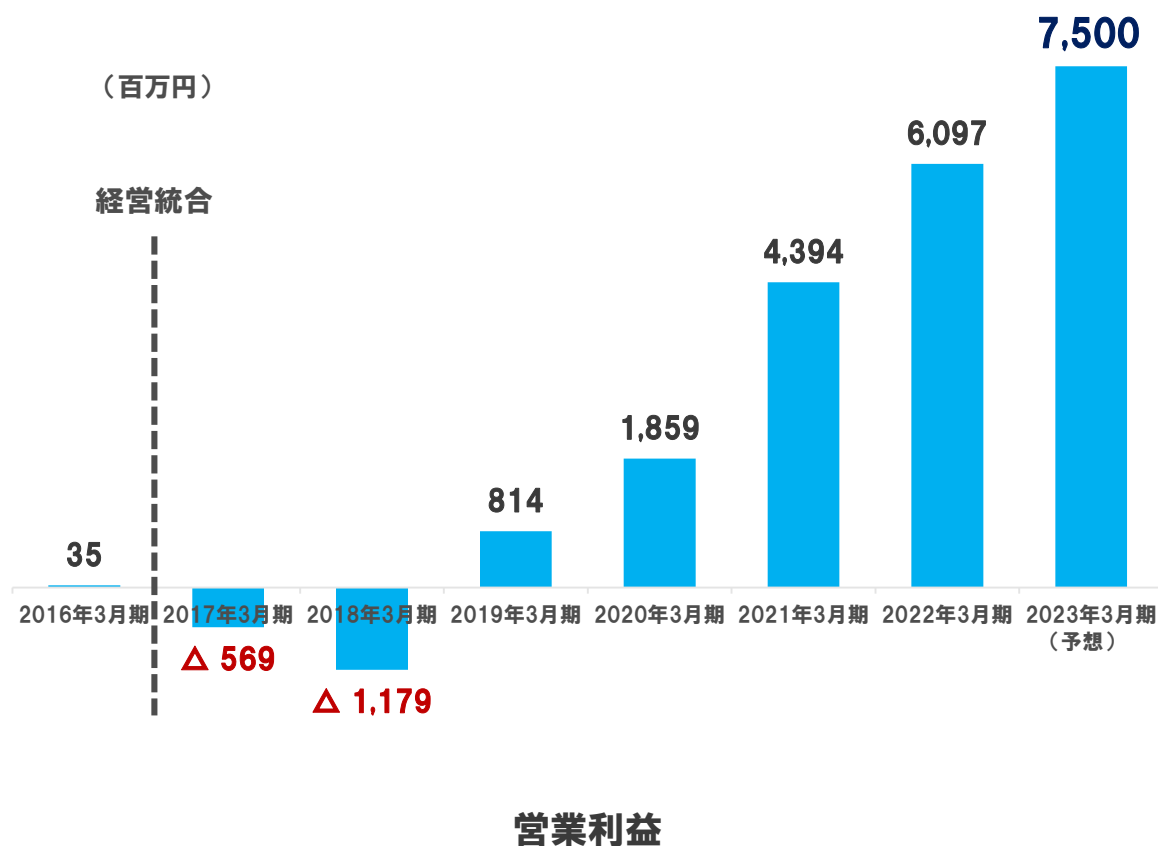
物流を効率化

※1 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

※2 2022年3月期末時点の保有顧客ベース

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

### 3. 株主還元



## 基本的1株当たり当期利益は堅調に推移

基本的1株当たり当期利益



### PER

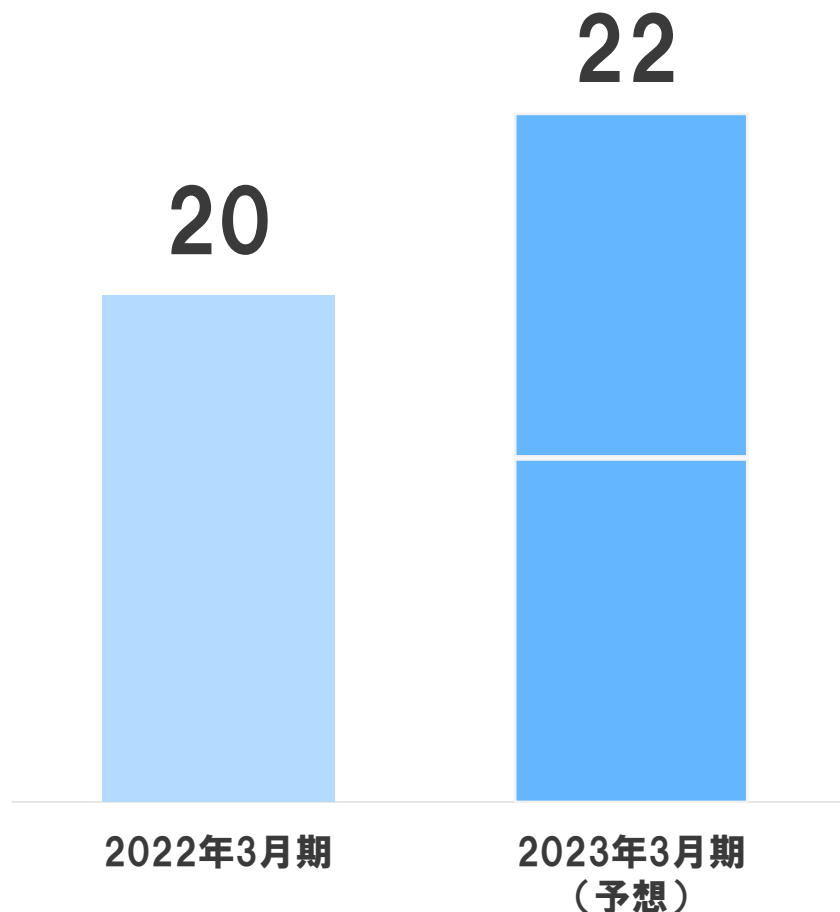
2021年3月末 30.32倍

2022年3月末 20.17倍

2022年12月末 18.39倍

※1 2019年3月期は日本基準のため、「基本的1株当たり当期利益」は「当期純利益」

# 配当予想



## 2023年3月期 配当予想

第2四半期末 (実績)	期末
<u>11円</u>	<u>11円</u>



1株あたり 22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。

# 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。



## 株主様にご契約者様の場合

「ナチュラルミネラルウォーター（1セット）」も無償でお届けいたします。

5,000円相当の  
カタログギフト  
1品



## 4. SDGsの取り組み

# サステナビリティレポートの開示

2022年12月27日 サステナビリティレポートを公開。  
カーボンニュートラルや水資源の保全に対しての考え方等、  
現在の取り組みから今後の目標、施策について記載しております。



## 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

CO2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  
CO2を創エネや省エネによって相殺します。

CO2排出量を削減するには、「エネルギー消費量」と  
「CO2排出原単位」を下げていく必要があります、  
エネルギー使用量の削減とともに、CO2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②

## 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。

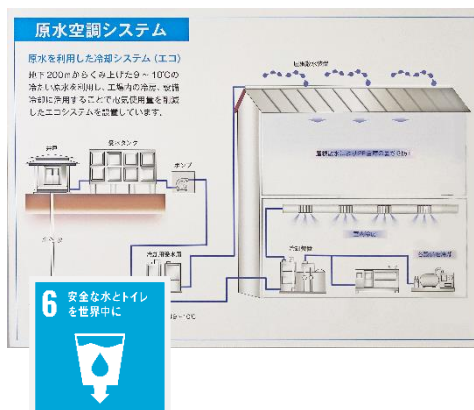
## 災害時の支援・復興サポート



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③

## 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。

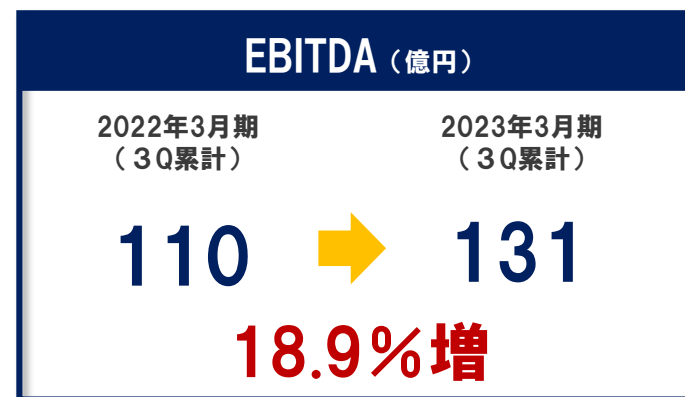
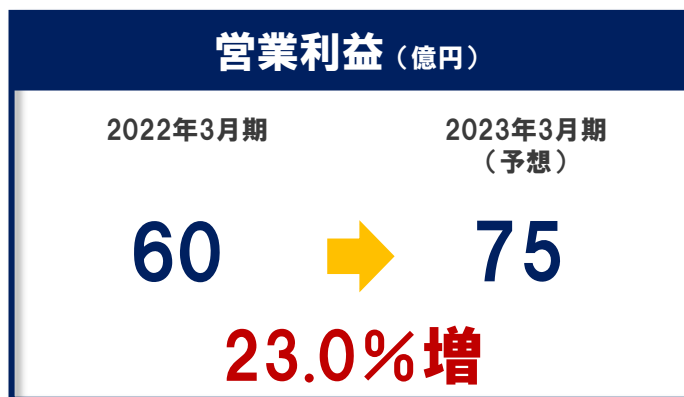
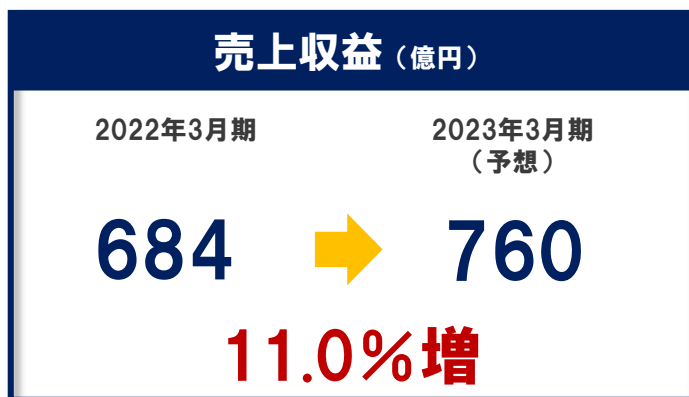
## 森林整備活動（西桂地区）



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。

# まとめ

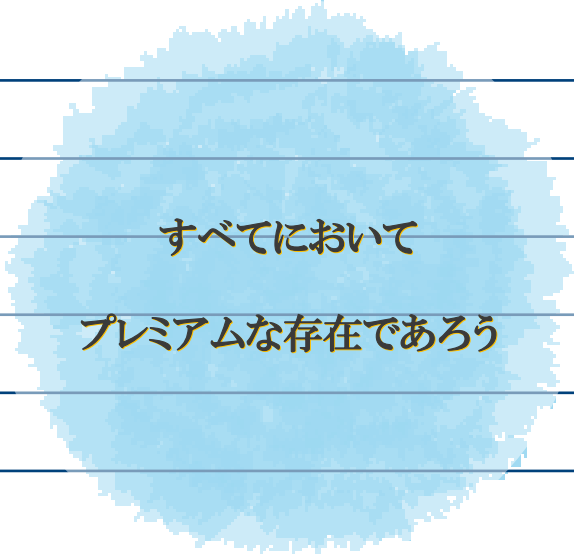
保有顧客の積み上げにより、業績は堅調に推移。  
物流戦略等の施策が、営業利益の増加、営業利益率の向上に寄与。  
新型ウォーターサーバーの導入で、保有顧客件数の更なる拡大を狙う。



# 5. 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	4,450百万円 ※2022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			
グループ従業員数	1,167名（役員、臨時従業員含まない） ※2022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		5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 <b>(株)プレミアムウォーターホールディングス設立</b>	
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。

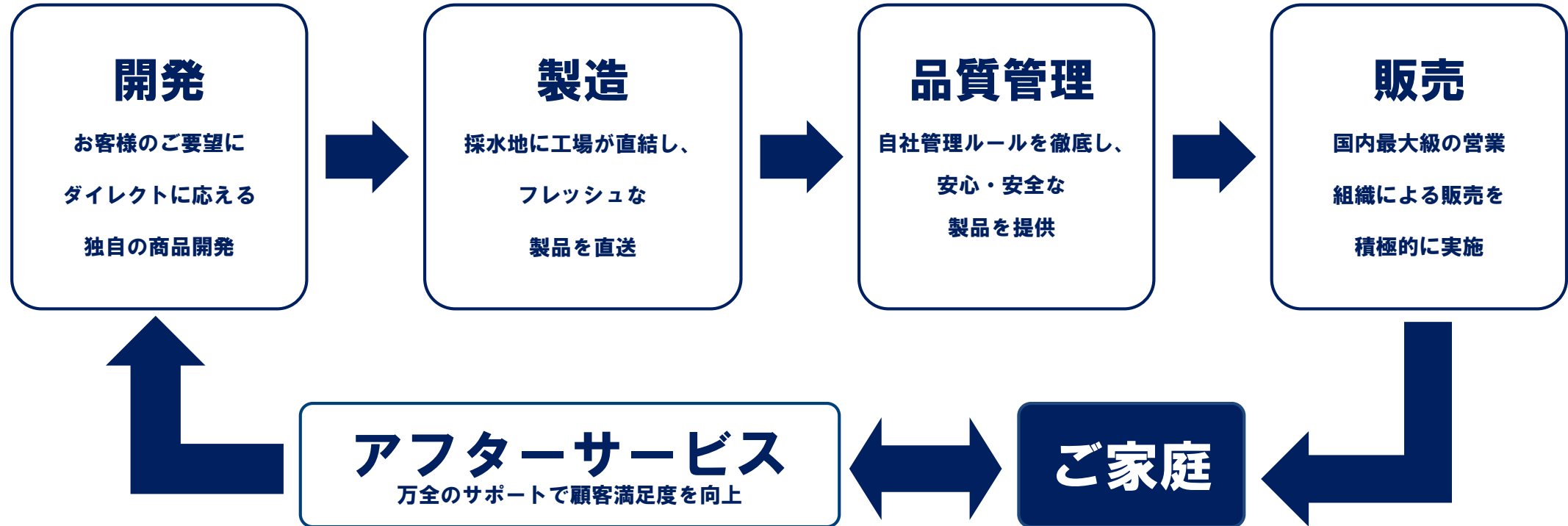
プレミアムウォーター（株）を傘下に持つ。

## 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

ご指定の配送日（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。

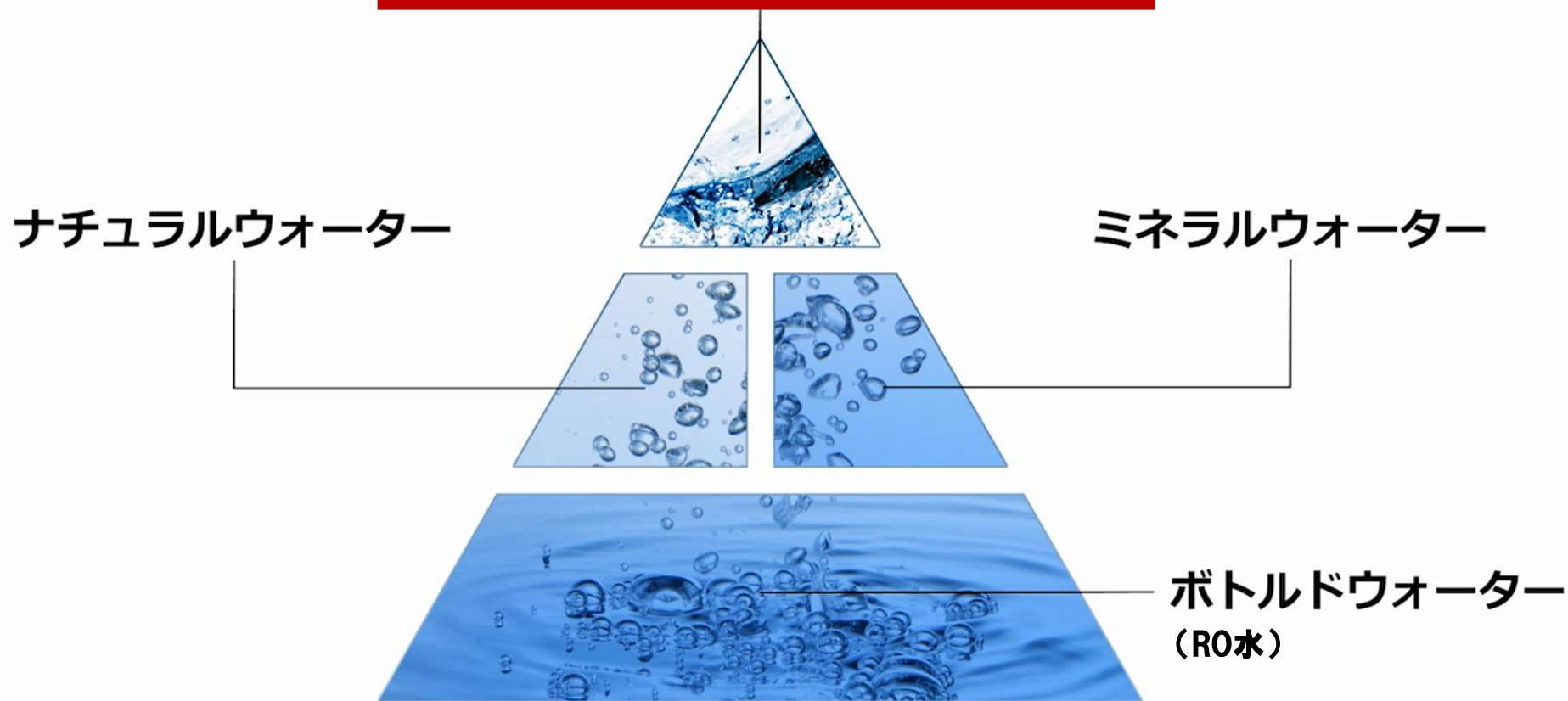
サービス形態	再利用ボトル「リターナブル方式」	使いきりボトル「ワンウェイ方式」
宅配イメージ	<p>使用後のボトルを回収し、洗浄・殺菌後に再利用</p> <p>生産工場 → 配送 → ご家庭 → 回収 → 生産工場</p> <p>使用後の容器は次回ご注文時に回収</p>	<p>使いきりボトルをお届けする片道(ワンウェイ)方式</p> <p>生産工場 → 配送 → ご家庭</p> <p>使用後の容器はお客様にて廃棄</p>
ボトルの特徴	<p>回収して再利用</p> <p>ガロンボトル内に外気が流入する構造</p> <p>酸化 菌の発生</p> <p>ガロンボトルかさばって困る...</p>	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

# 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

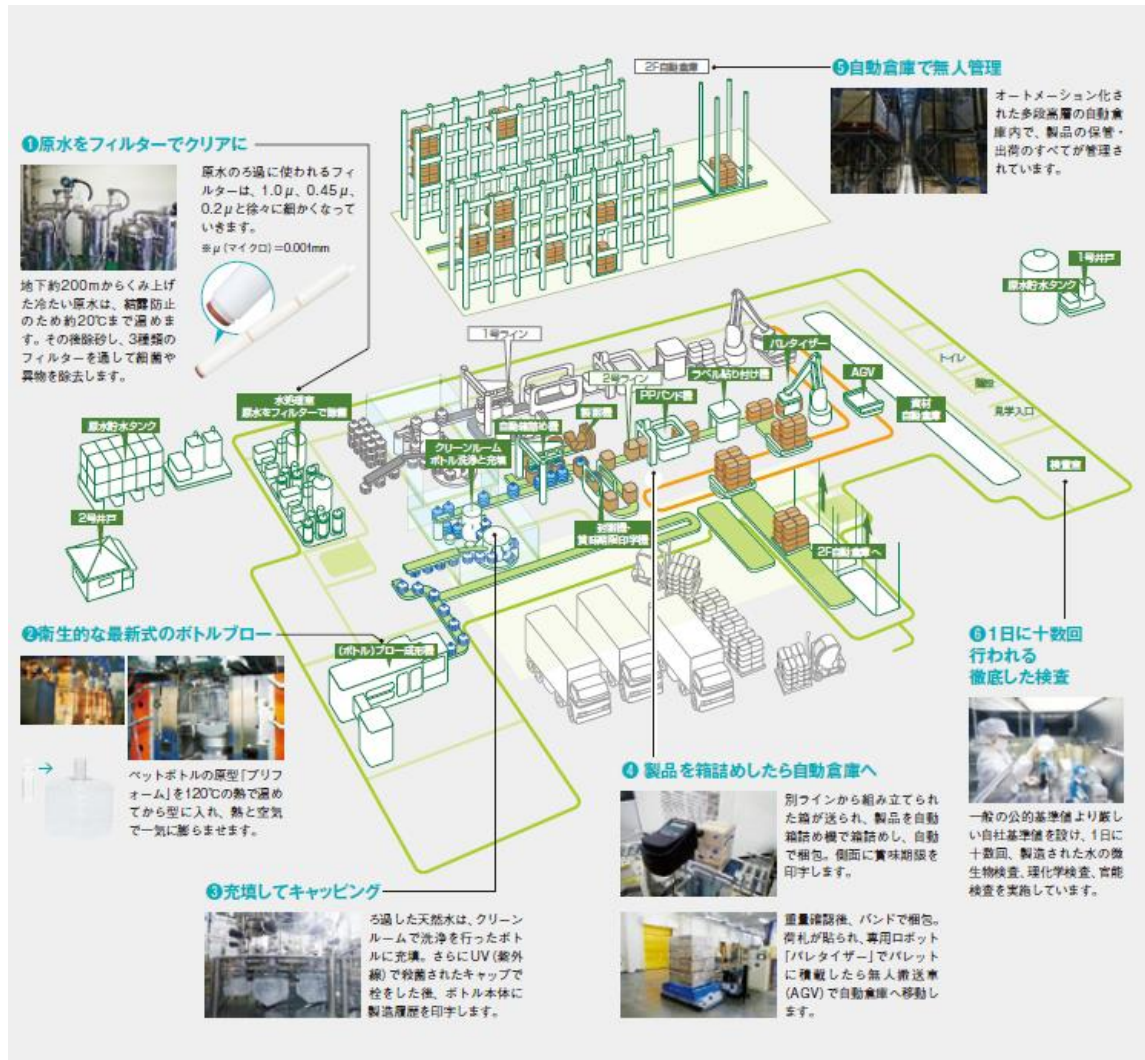


# 最高品質への取り組み（高品質な水源）

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】

# 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