

2026

Integrated

report

統合報告書
2026年3月期



プレミアムウォーター
公式キャラクター
びーちゃん



PREMIUM WATER
HOLDINGS



目次	Topメッセージ	Section 1 価値創造基盤				Section 2 当社のビジネスと戦略			Section 3 環境と社会への貢献				Section 4 人的資本とガバナンス		
		理念	あゆみ	価値創造	At a Glance	ビジネスモデル	成長指標	財務戦略	重要課題	環境	TCFD	地域社会	人的資本	ガバナンス	データ

Contents

P.2 Message from the Top トップメッセージ

P.4 Section 1 VALUE DRIVERS 価値創造基盤

理念・パーパス	5
価値創造のあゆみ	6
価値創造プロセス	7
At a Glance	8

P.9 Section 2 COMPANY STRATEGY 当社のビジネスと戦略

当社のビジネスモデル	10
主力事業について	14
成長指標	15
財務戦略	16

編集方針

本報告書は、ステークホルダーの皆様にはプレミアムウォーターホールディングスグループの持続的な成長や価値創造の道筋をお伝えできるよう、考え方や戦略、具体的な取り組みをまとめ編集しています。対象期間は2026年3月期（2025年4月～2026年3月）とし、当社グループ全体の活動をご報告いたします。

P.17 Section 3 ENVIRONMENT & SOCIETY 環境と社会への貢献

マテリアリティ	18
水の保全	19
安全な水を提供する取り組み	20
プラスチック循環モデル	21
環境に関わる取り組み事例	23
物流に関わる取り組み事例	24
気候変動に関する情報開示	25
地域・社会への貢献（災害協定、寄付・被災地支援）	29
地域・社会に関わる取り組み事例＜体験＞	30
地域・社会に関わる取り組み事例＜啓蒙・教育＞	31

P.32 Section 4 PEOPLE & TRUST 人的資本とガバナンス

人的資本方針	33
人的資本に関わる取り組み事例	35
ガバナンス	36
データ	38

将来の見通しに関する注意事項

本報告書における業績予測や将来の予測に関する記述は、現時点で入手可能な情報に基づき当社が判断したものであり、潜在的なリスクや不確実性その他の要因が内在されています。従って、様々な要因の変化により、実際の業績は見通しと大きく異なる可能性があることをご承知おきください。

Message from the Top

トップメッセージ

「日本の天然水」という唯一無二の価値を世界へ。
圧倒的な営業力と顧客基盤を武器に、さらなる高みを目指して。

プレミアムウォーターホールディングスは、創業以来一貫して「日本の天然水」にこだわり、独自のワンウェイシステムと圧倒的な営業力を掛け合わせることで、ウォーターサーバー市場において国内トップシェアを獲得するに至りました。私たちが目指すのは、単なる水の宅配事業ではありません。日本の貴重な資源である天然水を守り、育みながら、お客様の毎日の生活を根本から豊かにする「生活インフラ」としての役割を果たすことです。

100年続く企業への決意

当社グループは、経営理念として「100年続く企業へ」を掲げ、自らの挑戦を通じて人々の生活を豊かにし、世界で一番愛される会社となることを目指しております。ウォーターサーバー業界のリーディングカンパニーとして私たちが果たすべき役割は、単に利便性の高い製品を提供することだけではありません。日本の誇る貴重な資源である「天然水」を守り、その価値を次世代へ、そして世界へと伝えていくことで社会的意義を果たし、採水地の地方創生に貢献することこそが、当社の存在意義であると考えております。

水を取り巻く社会課題

現在、日本社会は水道管の老朽化や、気候変動による自然災害の激甚化など、深刻な「水リスク」に直面しています。特に水道管の老朽化は、地方においてより深刻な問題となっています。水道管は日本各地で法定耐用年数の40年を越えており、地中の水道管が破裂することで引き起こされる道路の陥没などが増えています。新しい水道管に更新するためには、対象地域に住む住民が水道代に上乗せして費用を支払う必要がありますが、人口が減少している地方ではそれでも更新費用がまかなえず、水道の維持がそもそも難しくなる可能性も高まっているのです。このような環境において、安全で高品質な天然水を提供し、全国各地に安価で届けることが可能な独自の物流網を構築している当社グループの社会的責任は極めて重要であると認識しております。災害時における備蓄水としての機能や、熱中症対策としての水分補給機会の提供など、安心・安全な水を安定的にお届けすることで、日本が直面している「水リスク」に対する不安を払拭するための役割を担っていきたいと考えています。

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

また、事業の源泉である天然水を永続的に享受するためには、水源地の環境保全が不可欠です。私たちは、採水地の環境保護活動や、工場新設に伴う雇用創出など、地方自治体との連携を通じた地方創生の取り組みを強化しております。あわせて、環境負荷を低減する容器の開発や物流効率化を含め、事業成長と環境・社会課題の解決を高いレベルで両立させていく所存です。

圧倒的な顧客基盤の確立と成長戦略

社会的な背景も追い風に、当社の主力事業であるウォーターサーバー事業は日々成長を続けています。私たちの競争力の源泉は、他社の追随を許さない「圧倒的な営業力」と、そこから生み出される強固な顧客基盤にあります。創業以来、「日本の天然水」を日本国内にとどまらず世界中へお届けしたいという志のもと、顧客獲得に邁進してまいりました。その結果、保有顧客数は着実に拡大し、ウォーターサーバー

事業において業界No.1の保有顧客数を獲得し、盤石な顧客基盤を確立いたしました。

将来的な企業価値向上のためにも、保有顧客数の「純増」を最重要指標としております。そのために必要なのが、「新規顧客の獲得」と「既存顧客の継続率向上」です。まず、「新規顧客の獲得」については、直営営業の強化とともに、有力なパートナー企業とのアライアンスを推進しております。最近では、日本航空株式会社と共同で「JALウォーター」を発表し、日本航空（JAL）のマイル会員様へのサービスを開始いたしました。次に、「既存顧客の継続率向上」ですが、そのためには、「顧客満足度の向上」が必要となります。契約期間の長期プランへのシフトを促進するとともに、利便性とデザイン性を追求した新型サーバーの開発や、お客様のライフスタイルに寄り添った新サービスの提供を強化しております。また近年は、「浄水型ウォーターサーバー」についても積極的に販売を進めております。天然水よりも安価である

ため、ウォーターサーバーを導入するお客様のハードルが低くなり、導入後の利便性を感じていただくことができています。天然水のニーズとは違ったニーズを持ったお客様へのサービス提供が可能となっております。その他にも、M&Aや新規事業の立ち上げなど、既存の枠組みにとらわれない事業拡大を通じて、新たな市場を切り拓いてまいります。

結びに代えて

「日本の天然水」という唯一無二の価値を日本人へ、そして世界に伝えることで、人々の生活を豊かにしていく。この理想の実現に向け、当社グループは全社一丸となって挑戦を続けてまいります。100年先も社会に必要とされ、愛される企業であり続けるため、株主・投資家の皆様をはじめとするステークホルダーの方々とともに豊かな未来を創造してまいります。今後とも、一層のご支援とご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。



Section 1

VALUE DRIVERS

価値創造基盤

理念・パーパス	5
価値創造のあゆみ	6
価値創造プロセス	7
At a Glance	8

1



PHILOSOPHY 理念体系

プレミアムウォーターホールディングスは水を守り、育むことで、持続可能な社会の実現に寄与します。
基本となる考え方として以下のような理念体系を定めています。



PREMIUM WATER
HOLDINGS

Purpose

わたしたちがステークホルダーの皆様と交わす約束

水を守る。人を育む。

Vision

わたしたちが目指す未来

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

わたしたちに与えられた使命

「日本の天然水」とい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

価値創造の軌跡 会社沿革

株式会社ウォーターダイレクトが2006年10月に山梨県富士吉田市でナチュラルミネラルウォーターの製造・販売を目的に設立され、2013年3月に東京証券取引所(東証)へ上場いたしました。2016年には株式会社エフエルシーと経営統合し、現在の商号へと変更されました。2020年にはウォーターサーバー事業の保有契約件数が100万件、2026年3月期には182万件を突破し、業界No.1※の保有顧客数となっています。

※日本流通産業新聞2026年1月8日号調べ

創業期

2006年10月

山梨県富士吉田市に、
ナチュラルミネラルウォーターの
製造及び販売を目的として設立



2007年4月

第一工場の 稼働開始

2010年7月

第二工場 竣工、稼働開始

変革期

2013年3月

東京証券取引所マザーズ市場へ株式を上場



2013年8月

富士吉田工場増設竣工

2015年11月

西桂工場 稼働開始

2016年7月

株式会社エフエルシーと
株式会社ウォーターダイレクトが経営統合し、
株式会社プレミアムウォーターホールディングスが誕生



PREMIUM WATER
HOLDINGS



スリムサーバー

成長期～新たな価値創造へ

2018年9月

朝来工場 稼働開始

2020年3月

保有契約件数100万件超

2022年2月

岐阜北方工場稼働開始

2024年4月

岐阜北方工場の第2期工事が竣工



cado



スリム
サーバーIII



amadana
グランデサーバー



famfit2



AURA
Water Server

2026年3月

保有契約件数182万件超

200万件

100万件

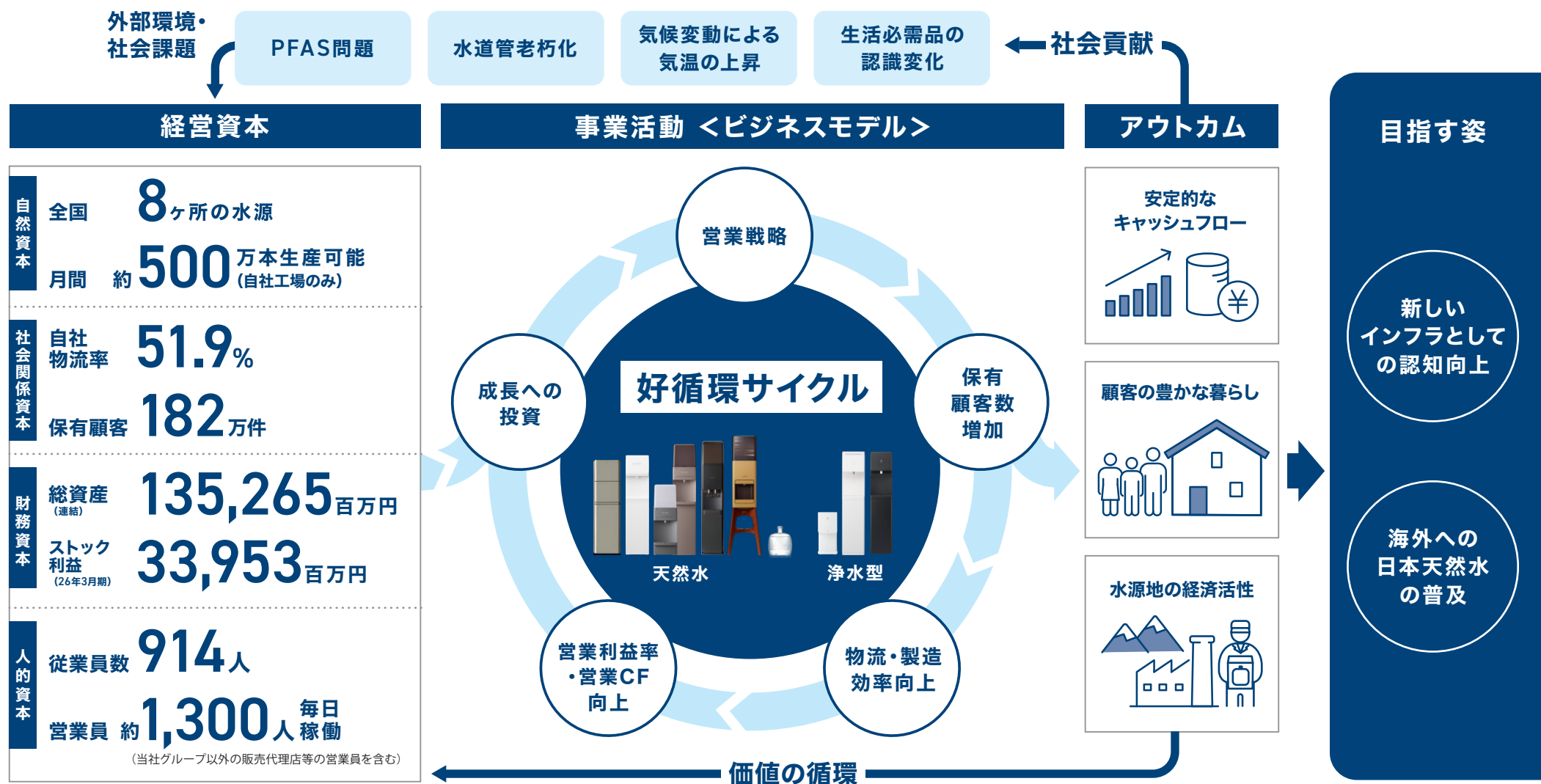
まずは 保有顧客数 **200万件**へ
その先は **1,000万件**を目指して

：保有顧客数推移

2006年 2007年 2010年 2013年 2016年 2020年 2026年

価値創造ストーリー

当社は、水に関する社会課題を背景に、強固な経営資本を独自のビジネスモデルへ投入し、事業の好循環を生み出します。
これにより社会への価値提供と持続的成長を両立させ、新たなインフラ構築や海外展開という目指す姿の実現へつなげます。



At a Glance (2026年3月期)

2006年の創業から20年、社員数914名の当社は、全国に複数の良質な水源地域を保有しています。

直近の売上収益は約803億円、営業利益約126億円(利益率15.7%)と高収益を達成しました。ROE29.6%、ROA6.2%と資本効率も非常に高く、PERやPBR等の市場評価のさらなる向上を目指し成長を続けています。

保有顧客数

182万件

創業年数

20年

※1

従業員数

914人

※2

平均年齢

35歳

※2

男女比率

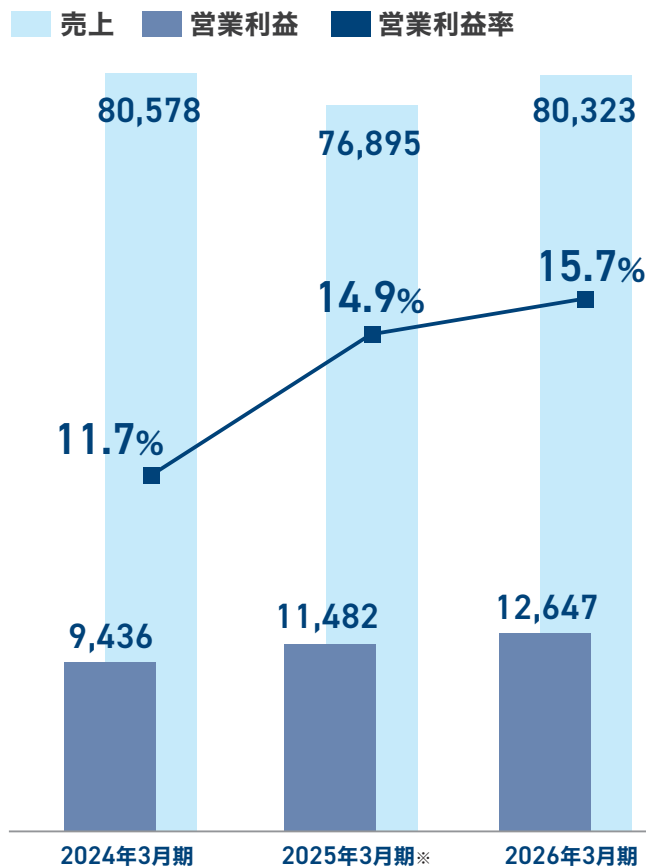
6:4

※2

※1 前身である株式会社ウォーターダイレクトの創業からカウントしています。

※2 プレミアムウォーターホールディングス及びグループ会社8社の従業員を対象としております。

業績ハイライト (2026年3月末時点)



ROE

29.6%

ROA

6.2%

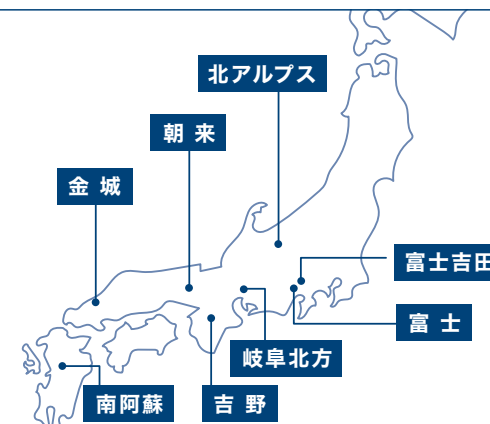
PER

13.24倍

PBR

3.60倍

水源地域



※2024年3月期中に行った エフエルシープレミアム(株)の売却に伴い、2025年3月期は年間約44億円(2023年3月期モバイル事業売上実績)の売上収益が減少。

Section2

COMPANY STRATEGY

当社のビジネスと戦略

当社のビジネスモデル	10
主力事業について	14
成長指標	15
財務戦略	16



当社のビジネス

当社はウォーターサーバー事業において32%を超える業界シェアNo.1※の企業となっています。

自社の圧倒的な営業力と近年では大手企業様とのアライアンスなども積極的に行っており、顧客の開拓を進めております。

顧客数が多いからこそ、複数の水源を保有し、全国に安心・安全で高品質な天然水を安価で届けることが可能です。

製造・物流面でのコストを抑制し、利益率を向上させることで成長投資や株主還元につながる好循環サイクルを構築しています。

※日本流通産業新聞2026年1月8日号より

1. 圧倒的な営業力 詳しくはP.11へ

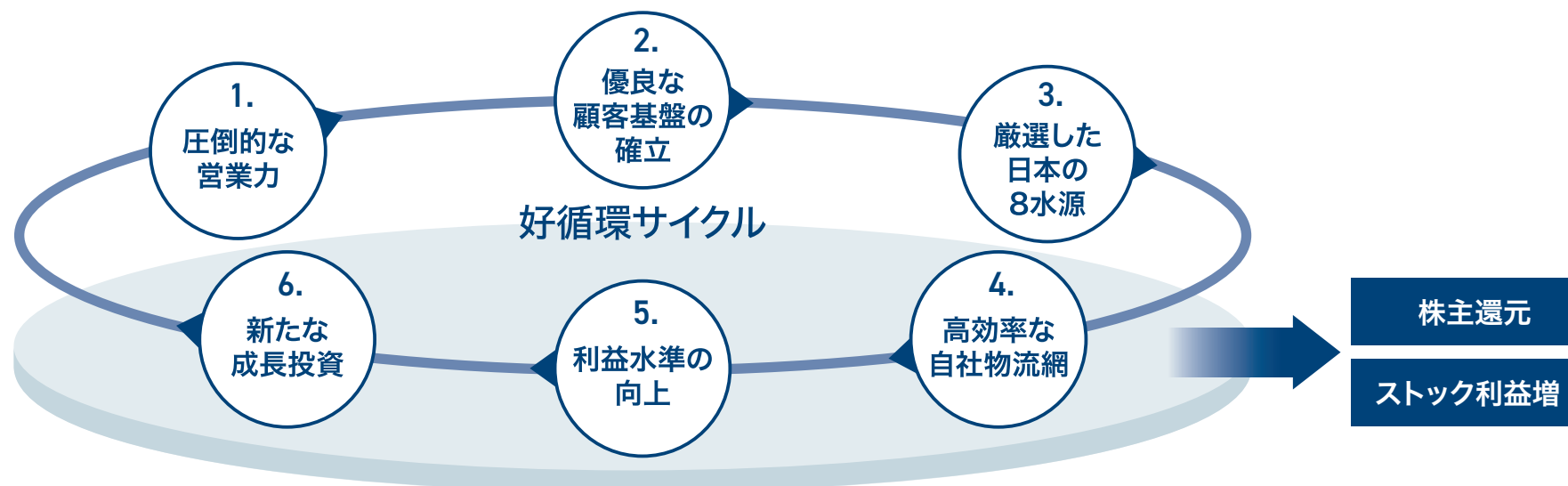
徹底した独自の研修により全営業担当者のスキルを高い水準に引き上げています。顧客一人ひとりに寄り添うきめ細やかな提案力と、全国を網羅する体制により、高い成約率を誇ります。

2. 優良な顧客基盤の確立 詳しくはP.11へ

営業力を駆使して獲得した顧客層は、長年の実績に基づく厚い信頼基盤です。非常に高いリピート率と満足度を維持し、他社を寄せ付けられない強固で継続的な収益基盤を生み出しています。

3. 厳選した日本の8水源 詳しくはP.12へ

安定した収益を背景に、全国から厳選した8つの優良水源を確保しています。多様なニーズに応えるとともに、災害時のリスクを分散させ、常に安全で安定した製品供給を可能にしています。



6. 新たな成長投資 詳しくはP.13へ

向上した利益は、新規事業開発や最新システム導入等のDX推進へと積極的に再投資しています。また次世代の人材育成にも注力し、さらなる営業力の強化を図ることで次のサイクルへつなげます。

5. 利益水準の向上 詳しくはP.13へ

物流コストの内製化による大幅な削減や、業務効率化による生産性向上により、トップクラスのコスト競争力を実現。高付加価値サービスの継続展開と合わせ、利益率を飛躍的に高めています。

4. 高効率な自社物流網 詳しくはP.12へ

豊富な水源と顧客基盤を効率よく繋ぐため、外部に依存しない独自の配送網を構築しました。配送コストを大幅に削減しつつ、迅速かつ柔軟な顧客対応を自社完結で実現しています。

圧倒的な営業力と業界No.1の顧客数を生み出す原動力

株式会社プレミアムウォーターホールディングスは、圧倒的な「製品力」を持つ株式会社ウォーターダイレクトと、圧倒的な「営業力」を持つ株式会社エフエルシーという2つの前身企業が経営統合し、誕生いたしました。当初より、他社にはない「非加熱処理の天然水」として、採水したままの美味しさを味わえる製品を提供しておりました。しかし、水道水を飲料水として利用することが一般的な日本では、ウォーターサーバー自体のニーズがまだ低く、顧客数が伸び悩むという課題がありました。さらなる顧客獲得には、製品のメリットを的確に伝え、潜在的なニーズを引き出し、「利用したい」と感じていただけるだけの高い営業力が必要不可欠だったのです。

一方、セールスプロモーション業界においてトップクラスの販売力を誇っていた株式会社エフエルシーは、ウォーターサーバーが今後の日本において生活インフラの1つになる可能性を秘めており、海外の事例を見ても高い成長性が見込める市場であると判断していました。

このように、他社にはない優れた点があるウォーターダ

イレクトの「製品」に対して、エフエルシーの「販売力」を集中させたことが、現在の業界No.1という圧倒的な営業力へと繋がっています。強固な営業体制によって着実に保有顧客数を伸ばし、2020年には100万件を突破、2026年3月期には182万件を超えるまでに成長を遂げております。

当社の保有顧客には、過去販売していたCLYTIAブランドと経営統合後プレミアムウォーターブランドだけではなく、OEM提供している複数のブランドの顧客も含まれています。

特に2024年に発表した「KABU&ウォーター」や2025年に発表した関西電力の「かんでん天然水」、そして2026年7月に開始したばかりの「JALウォーター」は、大手企業とのアライアンスとなっており、インパクトも大きいブランドです。引き続き、自社ブランドの成長を進めていくだけでなく、大手企業との取組みや、法人への営業も強化し、保有顧客数の増加に努めております。



PREMIUM WATER

High Quality Water Delivery Service

Locca
by PREMIUM WATER

CLYTIA

和のいずく
PRODUCED BY PREMIUM WATER

IDEAL WATER

日美水
HI-BI-SUI

KABU&

かんでん天然水

JALウォーター

Ⅰ 業界最多の全国8水源の天然水と当社独自の物流戦略

当社では、これまで全国約160か所の水源を訪れた中から厳選した採水地を選び、業界最多の8水源(自社3工場を含む)を保有しております。ウォーターサーバー業界では、水源を複数保有するだけではコストに見合う利益が得られず、事業としての維持・運営が困難です。多くの水源を保有するためには、それに見合った顧客数が必要となります。

当社は業界最多の保有顧客数を常に更新してきたからこそ、複数の水源を維持、運営することができています。また、それぞれの工場で採水できる天然水は、くみ上げた原水を丁寧にフィルターで除菌し、非加熱処理をおこなった天然水です。

当社の製品は、自然本来の「生」のおいしさを味わっていただくことができる、「生天然水」となっております。

そして、安心・安全で美味しい「生天然水」をご契約いただいている皆様へお送りするには物流面での取り組みも重要です。天然水のペットボトルは重いため、物流費が多くなります。さらに近年物流業界では大手物流会社をはじめとして人件費などの高騰により価格転嫁が複数回行われ、価格の高騰に拍車をかけております。

当社では2017年から物流費の増加を抑えていくための取組みとして、「自社物流網」の構築に力を入れてまいりました。

大手物流会社様だけではなく、各地方の物流会社様と直接契約を行い、当社の倉庫から配送をお願いするネットワークを構築しております。その結果、現在の自社物流網の比率は51.9%となり、大手物流会社のみを利用している他社よりもコストを抑え、高品質かつ価格を抑えた天然水の提供が可能となっています。さらに、全国各地に工場があることで、配送地域の最寄りの工場からの最短日数での発送が可能となり、さらなるコストダウンを実現しています。こういった取組みはウォーターサーバー業界内では当社だけのものであり、唯一無二の強みとなっています。



利益率向上のための施策

自社
物流網AIの導入
お客様のアフターケア
お問合せへのAIの活用工場の「高度自動化」
によるコスト削減

コスト削減による利益率向上と将来への成長投資

当社の利益率向上のための施策には、大きく3つがございます。

1つ目が前ページで紹介した「自社物流網」の構築です。物流面でのコストを抑制することが可能となっています。

2つ目が、工場の「高度自動化」による製造面でのコスト抑制です。

2024年に第二期工事が完了した「岐阜北方工場」では、工場内物流を劇的に効率化する“トラックローダー”や“完全自動倉庫”等の最新設備を完備し、プレミアムウォーターの採水工場としては初めてベレット（樹脂原料）からブリフォーム製造、ボトル成形、充填までを一気通貫で完結できる体制を整え、生産能力の飛躍的な向上を実現いたしました。

これにより自動化、省人化が可能になり、製造単価の抑制を行うことができます。

最後に3つ目が、AIの導入です。現在、当社ではお客様のアフターケアやお問合せへの対応

を中心としたAIの導入を積極的に行っています。「水」という、AIが発展してもなくなることがない商材を扱っているからこそ、裏側でのAI導入により全体的なコスト抑制を行い、製品への価格転嫁を最大限なくすることでお客様への貢献をはかるとともに、企業としての利益率の向上を図っています。

また、当社では成長投資を積極的に行っています。当社で最も重要なのは、「営業」です。営業力を保持し続けるためには、人材の採用や教育に投資を行っていくことが必要不可欠です。

また、顧客満足度を維持し、長くご契約を続けていただくための新しいウォーターサーバーの開発や新製品、新事業への取組みも続けております。

ウォーターサーバーという将来的には新しいインフラの1つとなるであろう大きな市場で、さらなる成長を続けていくために日々取り組み続けています。



主力事業について

当社は、ウォーターサーバーや新型ペットボトルなどの新規開発・販売・配送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・サービスをご提供しております。



成長指標

当社のビジネスモデルはストック型ビジネスモデルであり、顧客の増加により確実に収益の増加が見込めます。さらにウォーターサーバー事業は、一般的なストック型の商材の中でも解約率が低く、収益も安定しています。当社は、事業を通じて継続的に顧客から生み出される利益を「ストック利益」とし、重要指標にしています。

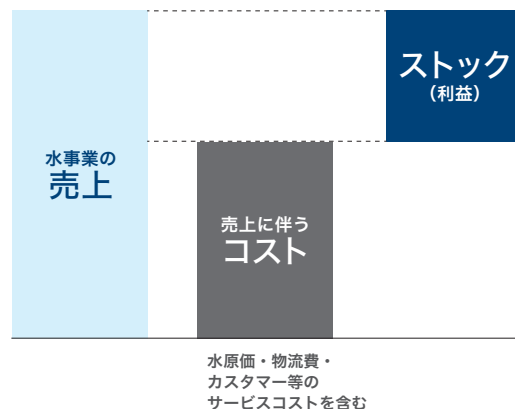
ストック利益

「ストック利益」とは、当社グループ内のウォーターサーバー事業（水事業）における売上から、それに関わるコストを引いたものです。（下記参照）

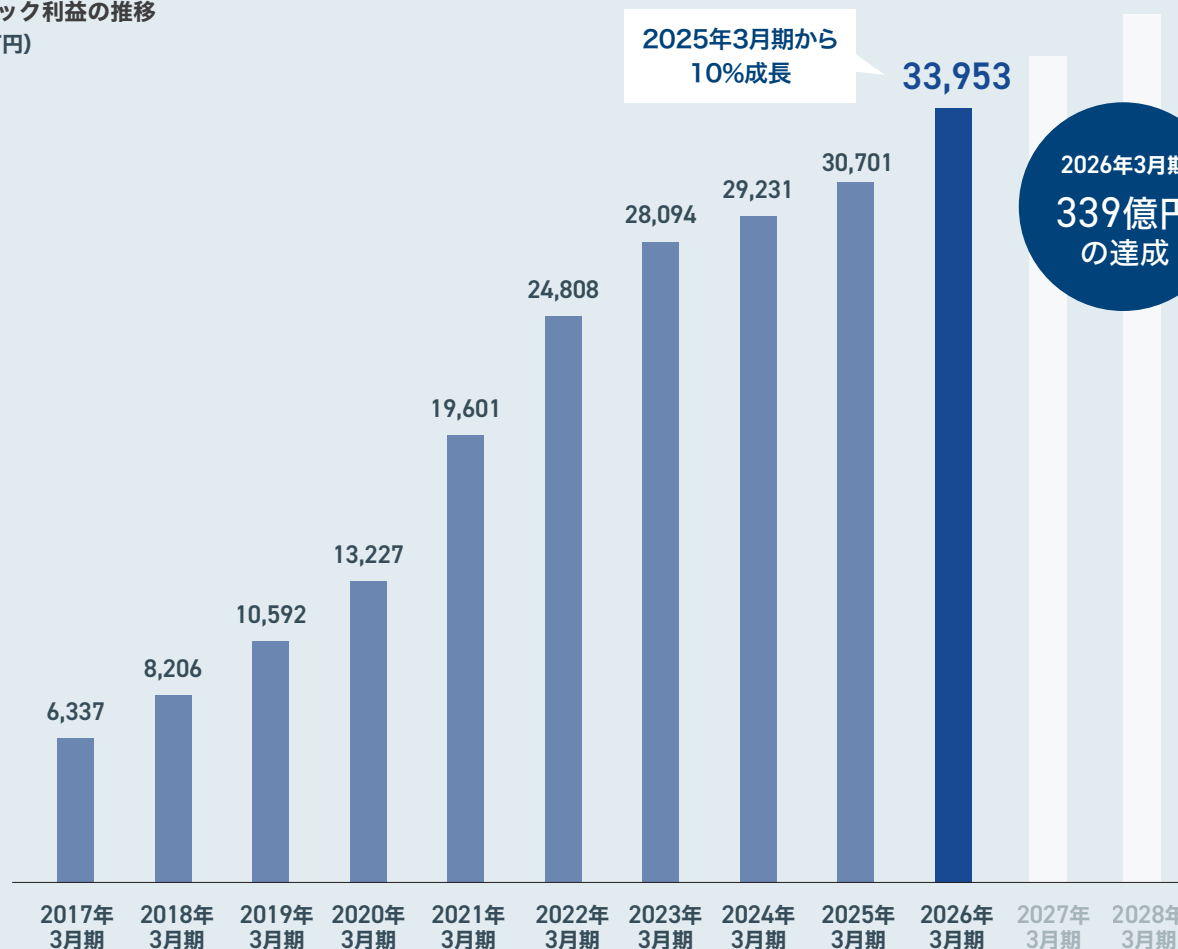
当社はこのストック利益を「新規獲得のための成長投資」や「株主還元」等に充てています。

利益の蓄積（ストックの考え方）

ストック [ストック利益]	将来にわたり、 継続的に生み出される利益
ストック売上－ストックコスト＝ストック利益	



ストック利益の推移
(百万円)



財務戦略

当社の事業の優位性を保つためには、財務戦略も重要です。当社事業において重要な指標である「ストック利益」の投資をどの部分へあてるのか、そして株主還元の方針に則って株主の皆様へ還元していくのかという部分も財務戦略の一部となります。

「胆大心小」の言葉のように、大胆な営業戦略と繊細な財務戦略を行っています。

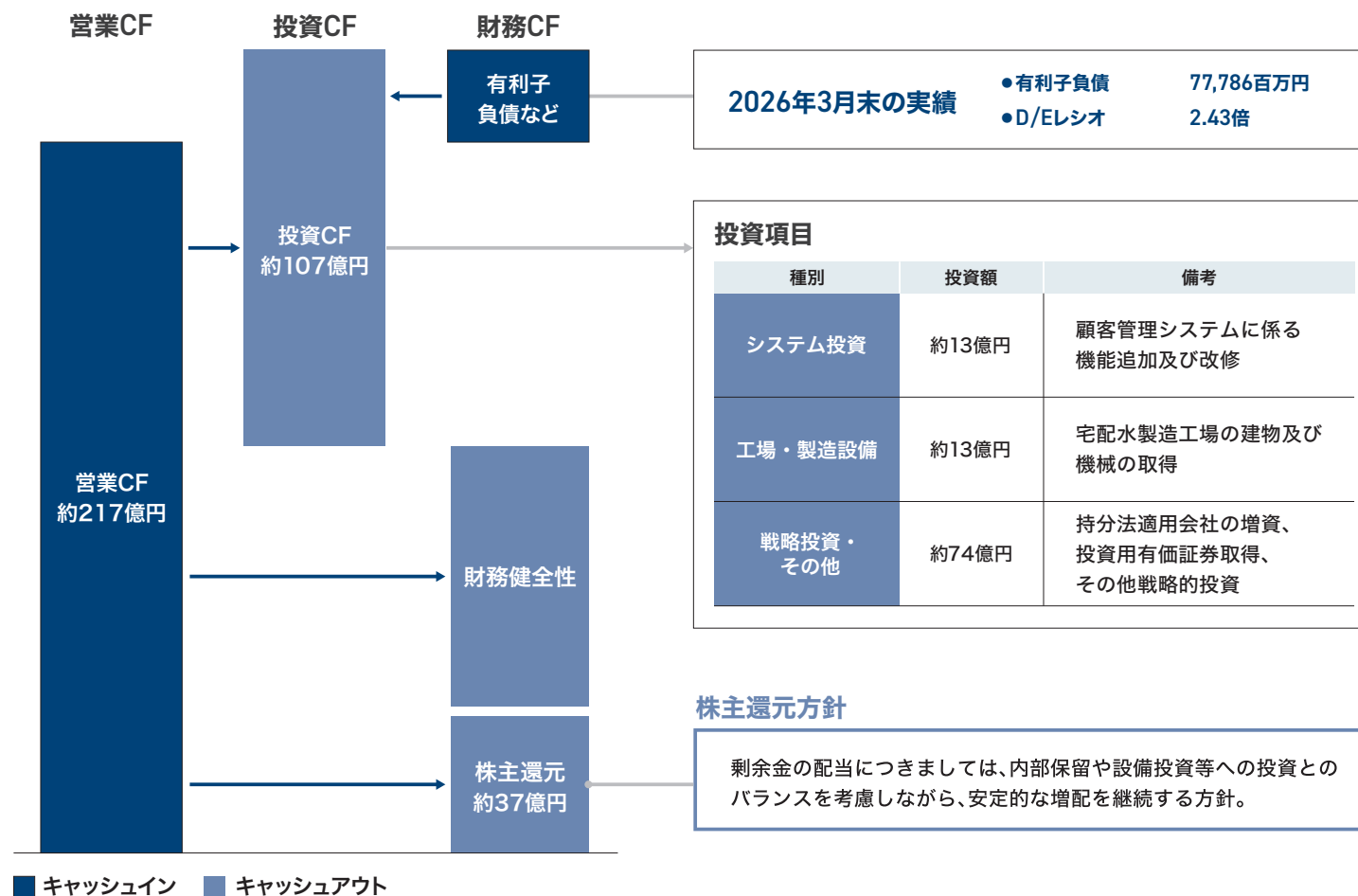
適切な資本構成を目指して

当社グループは、中長期的な持続的成長と企業価値の最大化に向け、最適な資本構成を実現・維持することを基本方針としています。

事業成長に不可欠なウォーターサーバーの調達や各種設備投資などの資金需要に対しては、安定的な営業キャッシュ・フローを基本財源とし、財務の健全性と安定性を維持しつつ円滑な事業活動に必要な流動性を確保するため、金融機関からの借入れや社債発行などを機動的に活用しています。

常に自己資本比率や流動比率などの指標を総合的に勘案し、将来の事業展開に必要な資金を確保できる体制を構築しています。

2026年3月期の実績をベースとしたキャピタルアロケーション図



Section3

ENVIRONMENT & SOCIETY

環境と社会への貢献

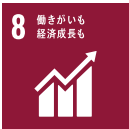
マテリアリティ	18
水の保全	19
安全な水を提供する取組み	20
プラスチック循環モデル	21
環境に関わる取組み事例	23
物流に関わる取組み事例	24
気候変動に関する情報開示	25
地域・社会への貢献(災害協定、寄付・被災地支援)	29
地域・社会に関わる取組み事例<体験>	30
地域・社会に関わる取組み事例<啓蒙・教育>	31



マテリアリティ

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。

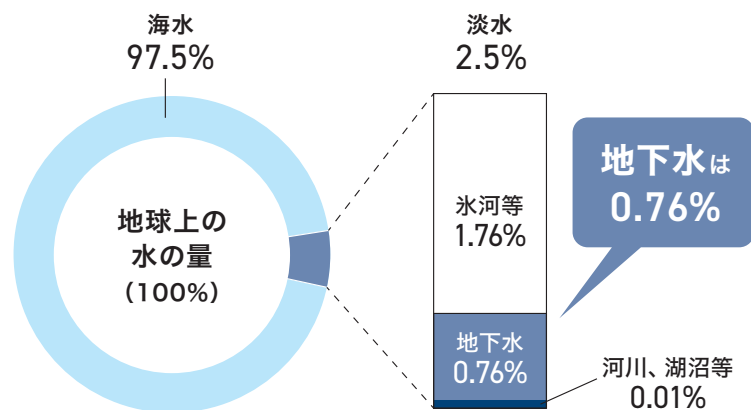
マテリアリティ	個別指標	対応するSDGs
環境を守り育むことで自然を豊かに	● 水資源の保全 ● プラスチック資源循環型モデルの実現 ● CO2削減によるカーボンニュートラルへの貢献	   
地域と共生し人々の暮らしを豊かに	● 地方創生 ● 地域コミュニティの発展 ● 地域環境の保全 ● 地域経済圏の構築	     
公正で透明かつ潤いのある組織を	● 企業統治の実効性・透明性の向上に向けた法令等の遵守 ● 適時適切な情報開示等を通じたコーポレート・ガバナンスの強化	
多様性を尊重し働きがいのある環境で社員の人生を豊かに	● ダイバーシティ&インクルージョンの推進による多様な人材の活躍の場を創造 ● 社員の働きがいの向上 ● 心身ともにいきいきと働ける職場環境の実現	    

水の保全

私たちが目指すのは、自社が持つ8つの水源ごとに最適な涵養(かんよう)活動を行い、貴重な水資源を守り抜くことです。そのための大きな柱として、「地域ごとの最適な涵養活動の展開」と、「次世代に水の価値を伝える教育の展開」の2つを掲げています。各水源の水質管理の強化、地下水の有効活用、水の品質管理の徹底、そして水資源の涵養・保全を進めています。

水を創る

「水を創る」取り組みは、地下水が限りある資源であるという深い認識から出発しています。地下水の枯渇を防ぎ、急激な水位低下や地盤沈下といった減少に伴う障害を防ぐためには、地下水の涵養と適正な利用が欠かせません。現在私たちは、水源ごとの揚水量や生産本数を正確に把握し、工場があるそれぞれの地域特性に合わせた涵養活動をすでに進めています。今後はさらに地下水位の継続的な把握に努めながら、各自治体との対話を深め、すべての地域で最も適した涵養活動を追求していきます。



(注) 1. World Water Resources at the Beginning of 21st Century ; I. A. Shiklomanov and John C. Rodda , 2003を
もとに国土交通省水資源部作成
2. 南極大陸の地下水は含まれていない。

水源涵養活動

「水源涵養(かんよう)」とは、森の土壌が降った雨をスポンジのようにたっぷりと蓄え、長い時間をかけて浄化しながら地下へと浸透させていく自然の働きのことです。この機能こそが、私たちの命を支える良質な天然水を生み出す源となっています。豊かな水を育む森を維持するには、適切な手入れが欠かせません。木が密集して日光が遮られると、地面の下草が育たず土が痩せ、水を蓄える力が失われてしまいます。そのため、適度に木を伐採して森に光を入れる「間伐」などを実施し、健全な土壌環境を整えることが重要です。当社は、西桂工場のある山梨県にて、揚水量に応じた森林整備(間伐等の涵養活動)を委託しています。また、熊本県では年間を通じて水を張った田んぼで地下水を育む「地下水を守るん田」活動を支援するほか、富士山麓の清掃活動にも継続的に参加し、数十年後の未来へと続く水資源の保護に努めています。

揚水量に応じた涵養活動



※山梨県西桂地区での涵養活動の様子
(間伐を実施している様子)

“地下水を守るん田”活動



熊本市は市民の飲料水を全て地下水でまかなう「水の都」ですが、近年都市化と水田の減少で市内の地下水位が低下しているため、水田維持の支援をしています。

安全な水を提供する取組み

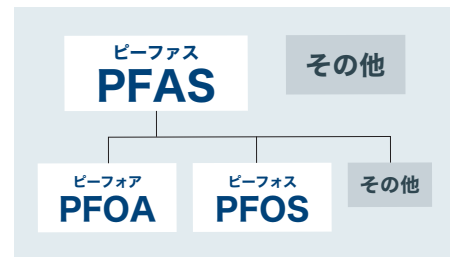
水の保全には、「未来に語り継ぐ」ことも必要です。日本の豊かな天然水が持つ価値を次世代に正しく理解してもらい、未来に向けた水の持続可能性を探究していくことも、私たちの重要な使命です。

この先も決して歩みを止めることなく、次世代へ水の価値を伝えていく活動を長く継続し、未来の豊かな水環境へと繋げていきます。

PFAS除去

PFAS（ピーファス）とは、有機フッ素化合物のうち「ペルフルオロアルキル化合物及びポリフルオロアルキル化合物」の総称です。PFASの中でも、PFOS（ピーフォス）・PFOA（ピーフォア）は既に使用や製造が国際的に規制されています。当社の天然水は定期的にPFOS・PFOAの検査を行っております。浄水型ウォーターサーバーで使用するカートリッジにおいても、PFOS・PFOAの除去が可能のため、安心・安全なお水を提供しています。

有機フッ素化合物



PFOS（ペルフルオロオクタンスルホン酸）：

アメリカで開発された界面活性剤（お水や油をはじく性質）で、撥水剤や消火剤等に幅広く使用されてきた物質

PFOA（ペルフルオロオクタン酸）：

こちらも耐熱性に優れ、界面活性剤（お水や油をはじく性質）があるため、フライパンのテフロン加工や食品包装紙の撥水加工等に利用された物質

有機フッ素化合物（PFOS・PFOA）検査結果

有機フッ素化合物PFAS（ピーファス）のうち、有害性が指摘される規制対象物質「PFOS（ピーフォス）」と「PFOA（ピーフォア）」は検出されていません。

検査月	2025年	2024年		2023年
水源	上期	下期	上期	下期
富士吉田	検出なし (4月実施)	検出なし (10月実施)	検出なし (5月実施)	検出なし (10月実施)
富士				
北アルプス				
岐阜北方	検出なし (5月実施)			
吉野	検出なし (4月実施)			
朝来				
金城				
南阿蘇				

PREMIUM WATER FUTURE

サービス提供を通じてユーザー参加型のSDGs活動を実現する“SDGs特化型”の新たなウォーターサーバーブランド『PREMIUM WATER FUTURE』を立ち上げました。

2026年8月末現在、PREMIUM WATER FUTUREの売り上げの一部を“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」に寄付することで13,408人が衛生的なお水を利用できるようになります。

※最低ご利用期間を継続してご利用いただくことを前提とした想定寄付金額より算出。



プレミアムウォーター公式Webサイトの以下ページより情報を引用しております。

『「PFAS（ピーファス）」とは？有機フッ素化合物との違いは？健康への影響等もまとめて紹介』

<https://premium-water.net/feature/pfas/>

プラスチック資源循環型モデルの実現

安全・衛生面の配慮から、お客様に安心安全に水を飲んでいただけるよう、私たちの製品はプラスチックを活用しています。

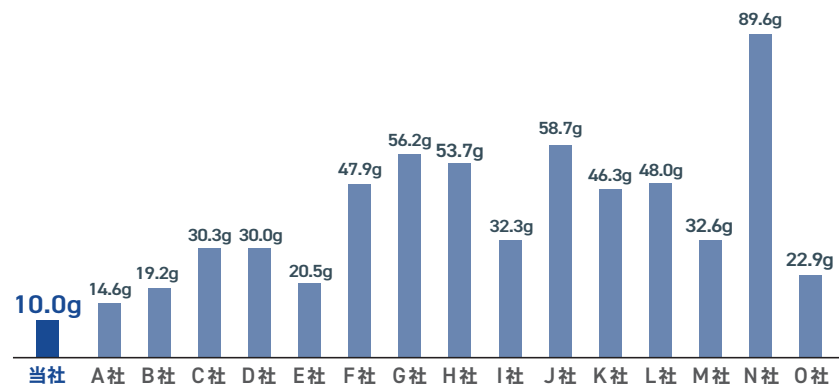
プラスチックにおけるサステナブルな取り組みについては、「4R (Refuse、Reduce、Reuse、Recycle)」の中でも「Reduce」「Recycle」に重点を置いた取り組みを推進しています。設計段階から環境配慮資材を組み込み、リサイクルしやすいペットボトル／ウォーターサーバーへと規格を見直すとともに、消費者に対するサステナブルな啓蒙まで、一貫通貫のプラスチック資源循環型モデルを実現していきます。

Ⅰ 設計・製造

ペットボトルの構造を変更し、2010年と比較して、23%の軽量化(プラスチック使用量削減)に成功しました。2026年3月末までに、全水源の約90%は軽量化されたペットボトルへ切り替えを完了しています。2026年度中に全水源の100%切り替えを目指しています。また、引き続きペットボトル軽量化に向けた研究開発及び植物性素材を使用したプラスチックボトルの検証を行い、さらに環境に優しい製品の実現に取り組んでいます。

2030年プラスチック削減目標

対象	目標	使用率／削減率 (2025年時点)
製品	サステナブル素材 50%使用	5%
	プラスチック使用量 15%削減	6%
ボトル	サステナブル素材 50%使用	—



Ⅱ 消費・分別

リサイクルマークがついているプラスチックは85%※がリサイクルにつながりますが、正しく分別がなされていない場合、リサイクルにつなげることは困難です。

当社では、お客様への啓蒙を徹底してペットボトルリサイクルに関する知識を共有するとともに、正しい分別につなげていく活動を行っています。また、お客様に対してマイボトルの利用を促進する等、廃棄が発生しない配慮を行っています。



参照: PETボトルリサイクル推進協議会年次報告書2025
<https://www.petbottle-rec.gr.jp/nenji/2025/2025.pdf>



ペットボトル分別率

お客様アンケートより
当社ペットボトルの分別率を調査

2026年
(6月時点) **91.1%**

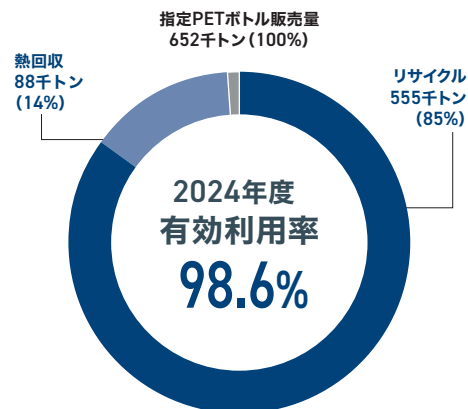
※n=8,470人

〔プレミアムウォーターで契約者様のうち、
アンケート回答者〕

ペットボトルの回収・リサイクル

日本のペットボトルリサイクル率は85%と、世界最高水準です。また指定ペットボトルの回収後の有効利用率も98.6%と高い水準となっています。

ただ、回収されたペットボトルが再びペットボトルとなる水平リサイクル率は37.7%に留まっています。今後、ペットボトル資源の循環を促進する「ボトルtoボトル」の比率を高めることが求められています。当社は、ペットボトルの分別に関する現状把握を常にしていくとともに、お客様に対してペットボトルのリサイクルに関する啓蒙活動などを行っています。



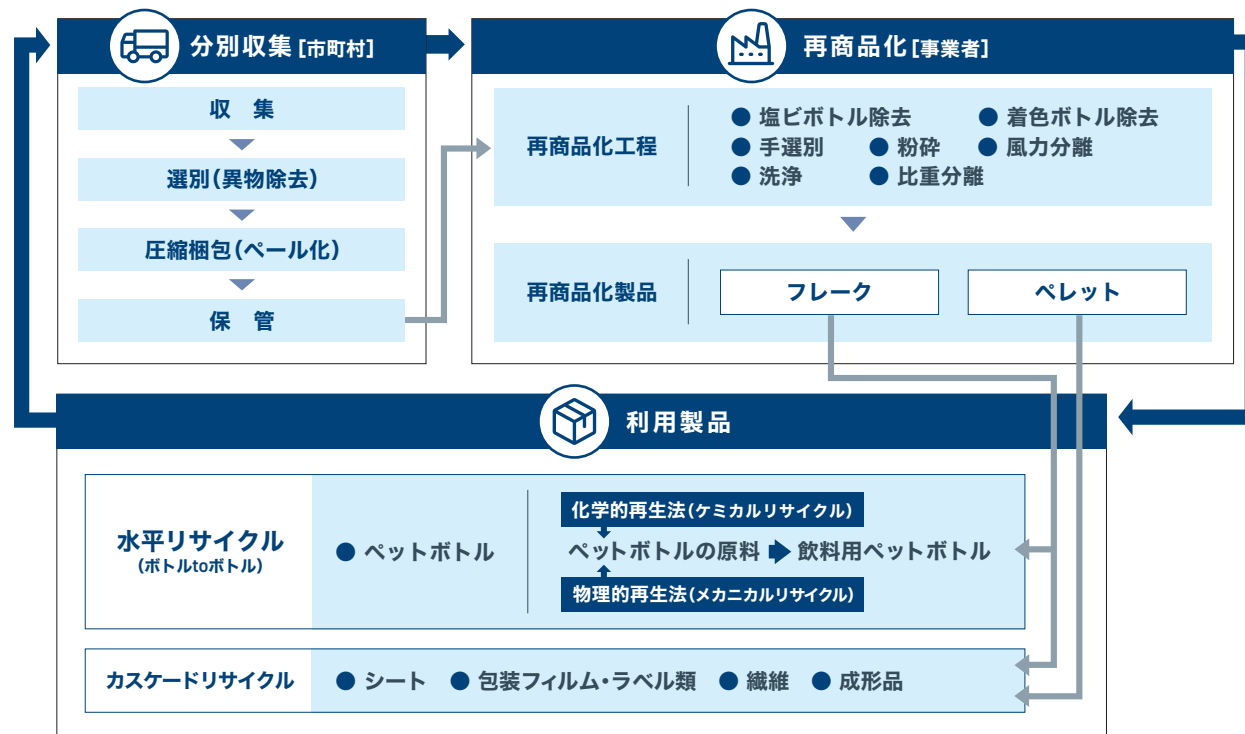
2024年度 指定PETボトルの有効利用率

※有効利用：リサイクルに熱回収を加えたもの



※引用元：PETボトルリサイクル 年次報告書2025
<https://www.petbottle-rec.gr.jp/nenji/2025/2025.pdf>

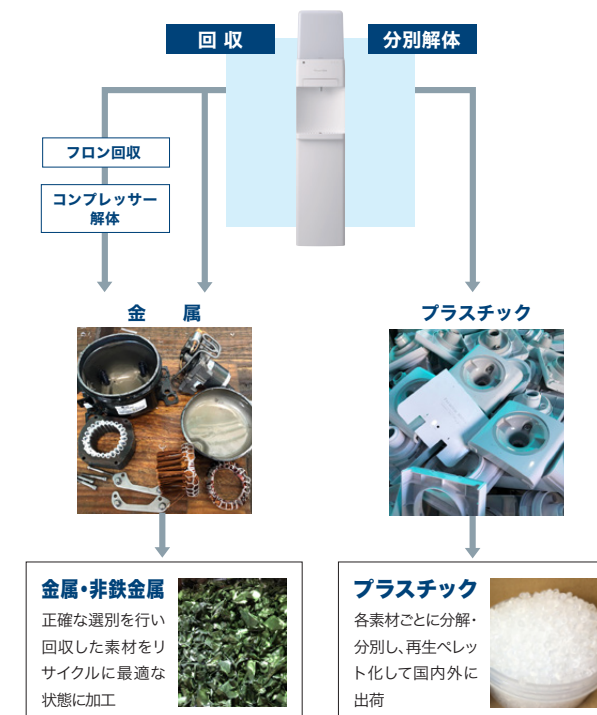
指定ペットボトル回収後のフロー



ウォーターサーバーの回収・リサイクル

当社のウォーターサーバーは、お客様ご自身で処分いただく必要はありません。契約終了時には当社にてウォーターサーバー本体を回収し、適切に処理することで、廃棄物の不適切な排出を抑止するとともに、循環型社会の実現に努めております。また、当社指定の廃棄事業者では自社工場内で解体選別や破砕による減量化を行うことで、資源再生製品を出荷する際の輸送コスト、CO2排出量を削減しています。第1種フロン類回収業者に登録済みで、自社工場内にてフロンガスを大気中に放出させることなく完全に回収し、適正処理を行っています。

使用済みウォーターサーバー処理フロー



取 組 み 事 例

環境に関わる取り組み事例

| ウォーターステーション

全国のLIVEやイベントで来場者様に無料でプレミアムウォーターの天然水を飲んでいただける給水スポット「ウォーターステーション」を開催しています。ウォーターステーションを設置することでマイボトル利用の促進だけでなくプラスチックごみの削減や、LIVEやイベント終了後のごみ問題対策にも繋がります。2026年度は合計25回開催。累計101,952本分のペットボトル(500ml換算)を削減することができました。

※お水ボトル1本(12L)当たり、500mlペットボトル24本削減できる換算(自社調べ)



| COOL CHOICE

プレミアムウォーターは、2017年3月より環境省が行う「COOL CHOICEできるだけ1回で受け取りませんかキャンペーン～ みんなで宅配便再配達防止に取り組むプロジェクト～」に賛同し、一部宅配水ブランドの契約者を対象に、『指定場所配送サービス※』を提供しています。

※お客様が配送時にご不在だった場合、配送先のご指定の場所に配送物を留め置くことでご不在時でも受け取り可能なサービスです。



| デコ活

プレミアムウォーターは、2050年カーボンニュートラル及び2030年度削減目標の実現に向けて、「COOL CHOICE」から発展し、環境省が行う取り組みである「デコ活※」にも賛同しています。

※「デコ活」は「脱炭素につながる新しい豊かな暮らしを創る国民運動」の愛称であり、二酸化炭素(CO₂)を減らす(DE)脱炭素(Decarbonization)と、環境に良いエコ(Eco)を含む“デコ”と活動・生活を組み合わせた新しい言葉。



| デカボスコア

「Earth hacks」のサービスとして、商品やサービスのCO₂e排出削減率を可視化したマークである「デカボスコア」は、お客様が商品やサービスを選ぶ際の、環境価値における新しい選択基準として提供されています。プレミアムウォーター12Lボトルの天然水を1本消費した場合、500mlペットボトル24本(計12L)のミネラルウォーターを消費した時に比べて、52%のCO₂e排出量を削減できることが示されました。



取 組 み 事 例

物流に関わる取組み事例

I 持続可能な物流の実現

コクヨサプライロジスティクス様と双方が抱える課題解決のため、大阪市内での共同配送を開始しました。両社の配送効率の向上により、大阪市内の配送車両を年間約2,000台削減することができるようになります。また、伊藤忠商事などが推進するフィジカルインターネットサービスを物流課題解決策として活用し、他荷主との混載による高効率な輸送ルートを拡大し、持続可能な物流の実現を目指す取組みを行っています。

効果のイメージ図



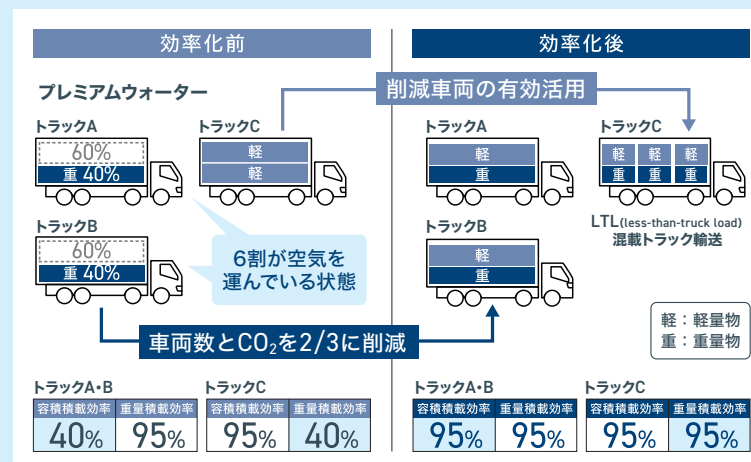
※お水ボトル1本(12L)当たり、500mlペットボトル24本削減できる換算(自社調べ)

I フィジカルインターネットサービス

フィジカルインターネットサービスとは伊藤忠商事株式会社、ほか数社が結節点を活用し異なる輸送企業を全国リレー相互接続する新しい輸送サービスです。プレミアムウォーターでは、物流課題とされている「ドライバー不足」「CO2排出量削減」「中小ロット貨物輸送」「運賃高騰」の解決策として、フィジカルインターネットサービスを活用し、他荷主との混載による高効率な輸送ルートを拡大し、持続可能な物流の実現を目指します。

I 自動運転トラック実証実験

株式会社T2とともに、深刻化するドライバー不足への新たな対策として、当社天然水を自動運転トラックで幹線輸送する実証を、関東一関西間の高速道路一部区間で実施しています。



関東一関西間の高速道路の一部区間で、当社天然水をレベル2自動運転(ドライバーの監視のもとに行われる特定条件下での高機能自動運転)トラックで輸送する実証を2026年6月～11月まで行っています。

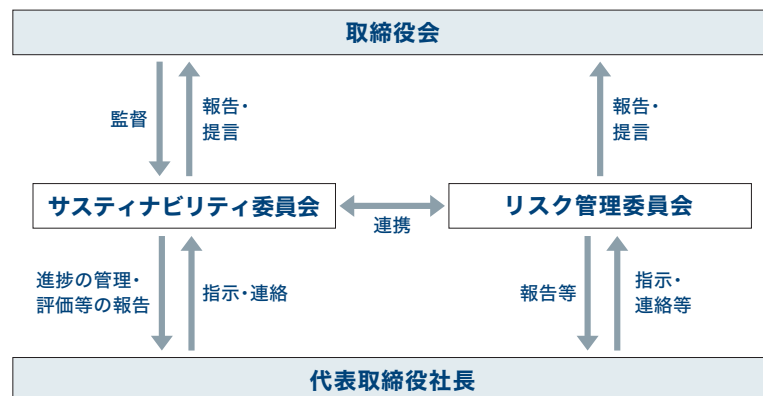
気候変動に関する情報開示

当社グループは「100年続く企業へ」をグループミッションに掲げ、森林整備や地下水保全、清掃活動、水資源の再利用等さまざまな取り組みを通じ、持続可能な社会・環境の実現を目指しています。環境に配慮した事業活動への取り組みの一環として、TCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）提言に賛同するとともに、気候変動に起因する事業等のリスク・機会の把握と適切な情報開示を行ってまいります。

I ガバナンス

当社グループは、気候変動を経営上の重要課題（マテリアリティ）の一つと位置付け、代表取締役社長を最高責任者とするガバナンス体制を構築しております。気候変動関連のリスク及び機会の特定・評価、及び対応策の策定は、サステナビリティ委員会とリスク管理委員会が協働して行っております。気候変動に関する検討事項や各種指標・目標（KPI）の進捗状況については、サステナビリティ委員会から取締役会に対して年1回以上報告されます。取締役会は報告の受領を通じて監督を行うとともに、年1回以上気候変動に関する議題を扱います。また脱炭素に向けた投資計画や予算等について審議・指導することで、気候変動の取り組みを適切に管理・監督する体制を整えております。

当社グループの気候変動に係るガバナンス体制図



I 戦略

シナリオの策定

当社グループは、天然水の採水から宅配水サービスの提供までを一貫して手がける事業構造上、気候変動の影響を水源・製造・物流の各段階で直接受け得るポジションにあります。こうした事業特性を踏まえ、TCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）提言に基づくシナリオ分析を実施し、気候変動が当社

グループの事業にもたらすリスクと機会を特定・評価しました。分析にあたっては、国際エネルギー機関（IEA）等の科学的根拠に基づき、移行リスクが顕在化しやすい1.5℃シナリオと、物理的リスクが顕在化しやすい4℃シナリオの2つの世界観を設定し、短期から長期にわたる事業への影響度を評価しています。特定したリスク・機会は当社グループの経営戦略及び事業計画に反映し、気候変動への対応を継続的に推進していきます。

シナリオ群の定義

対応するシナリオ		1.5℃シナリオ	4℃シナリオ
シナリオ	移行	・ NZE (IEA WEO2023) ・ APS (IEA WEO2023)	・ STEPS (IEA WEO2023)
	物理	・ SSP1-1.9 (IPCC AR6) ・ RCP2.6 (IPCCAR)	・ SSP5-8.5 (IPCC AR) ・ RCP8.5 (IPCC AR5)

概要

2100年において19世紀後半からの平均気温上昇を1.5℃に抑えるため、パリ協定等の各国政策が実施される。脱炭素を目的とした政策・法規制が国内外で強化され、カーボンプライシングの導入やプラスチック規制の拡大が見込まれる。当社グループにおいては、ボトリング工場の電力調達や配送車両の燃料コストへの影響が生じる一方、消費者の環境意識の高まりを背景にペットボトル代替需要や浄水型ウォーターサーバーへの移行が加速し、新規顧客獲得の機会が拡大すると想定する。

2100年において19世紀後半からの平均気温上昇を4℃に抑えるシナリオ。気候変動対策に関する政策・法規制の進展は限定的となる一方、台風・豪雨・干ばつ等の異常気象が激甚化・常態化すると予想される。採水拠点の操業停止リスクや物流網の寸断が事業継続に影響を及ぼす可能性があり、水質悪化による品質管理コストの増大も見込まれる。一方で、防災・備蓄意識の高まりがウォーターサーバー需要を押し上げる機会にもなり得ると想定する。

事業への影響度評価

当社グループを対象として、短期・中期・長期にわたる気候変動関連の移行リスク及び物理的リスクを特定し、事業への影響度を評価しました。異常気象の激甚化や政府による政策・規制の動向を踏まえ、特定したリスク・機会を当社グループの経営戦略及び事業計画に反映するとともに、適切な対応策を講じていきます。

対象範囲：プレミアムウォーターホールディングス グループ

時間軸	短期：0～3年	影響度	大：事業への影響が大きいと想定されるもの
	中期：3～10年		中：事業への影響が中程度と想定されるもの
	長期：10～30年		小：事業への影響が小さいと想定されるもの

移行／物理リスク一覧

区分	項目	事業インパクト	時間軸	影響度	
				1.5℃	4℃
移行リスク	政策・法規制	炭素税の導入や引き上げにより、ボトリング工場での電力使用やラストワンマイル配送(トラック燃料)に伴うエネルギー・物流コストが直接的に増加する。	短期～中期	大	小
		使い捨てプラスチック(ワンウェイボトル)に対する新税の負担や、代替容器の導入義務化等に伴う直接的な調達・コンプライアンスコストの増加が発生する。	短期～中期	大	大
		水不足による取水軽減によって製品の生産や販売数量が減少することにより減収する。	短期～中期	小	大
	市場	バージンプラスチック価格の上昇により水タンク・サーバーの原材料費の生産コストが増加する。	短期～中期	大	大
	評判	環境に悪影響等を及ぼすプロジェクトや活動	短期～中期	中	大

区分		項目	事業インパクト	時間軸	影響度	
					1.5℃	4℃
物理リスク	慢性	水不足	降水量の減少による地下水位低下は、採水拠点の操業停止や供給能力不足を招き、売上が減少。	長期	小	大
	慢性	水の品質	気候変動（水温上昇等）に伴う水源での微生物増殖リスク等に起因する品質悪化・健康被害リスク。製品回収やブランド毀損による売上減少、検査体制強化のコスト増を招く。	長期	中	大
	急性	操業停止や物流遅延	台風・豪雨・大雪等の自然災害により採水地点の操業停止や物流網の断絶が生じ、製品の供給遅延・出荷制限による売上減少が発生する。損壊設備の修繕費や迂回配送に伴う物流コストの増大が営業利益を圧迫する。	長期	小	大

機会一覧

区分	項目	事業インパクト	時間軸	影響度	
				1.5℃	4℃
機会	製品・サービス	環境意識向上	短期～中期	大	中
		気温上昇による需要増加	短期～長期	中	大
		備蓄としての需要増加	短期～中期	小	大
	市場	SDGs推進活動	短期～中期	中	大
	資源の効率性	輸送効率化	短期	大	中
レジリエンス	取水源の分散・複数確保	取水源の複数確保により、台風や渇水時でも納品遅延を回避でき、競争力が高まる。	中期～長期	中	中
	物流拠点の分散	物流拠点の分散により、台風や渇水時でも納品遅延を回避でき、競争力が高まる。	中期～長期	中	中

実現するための対応策

プラスチック使用量削減の取組み

当社グループの主力製品である天然水ボトルの構造を変更することで、従来より約23%（従来145g/本→現在112g/本）プラスチック使用量を削減したペットボトルを開発し、年間約278t^{※1}のプラスチック使用量を削減することが可能となりました。

※1 100%切り替えされた場合



物流の取組み

当社グループとコクヨサプライロジスティクス株式会社は、異業種ではありますが、平日の積載効率の向上とリソースの最適化という共通の課題を抱えており、その解決のために大阪市内における「共同配送」を実施することを決定いたしました。この取組みにより、「2024年問題」とされるドライバー不足等の物流問題の解決の一助になるほか、年間約2,000台の配送車両を削減することでCO²の削減にも貢献することが可能となります。



▶コクヨサプライロジスティクス株式会社との共同配送の取組みの様子

リスク管理

当社グループは、リスク管理委員会及びサステナビリティ委員会において気候変動に関するリスクを識別します。識別されたリスクはリスク管理委員で重要度を評価された後、サステナビリティ委員会で詳細な対応策を検討し、年1回以上進捗を取締役会へ報告します。これらのプロセスは全社的なリスク管理に統合されています。

指標と目標

当社グループでは、「Scope1・2」のGHG排出量に関して、日本政府目標に準じ、2050年までのカーボンニュートラルを目指しております。「Scope3」の削減目標については、政府の取組み及び市場動向を考慮し、引き続き検討を進めてまいります。

		2026年3月期
Scope 1		904.99
Scope 2		6,610.02
Scope 3	Category1	31,429.86
	Category2	40,740.80
	Category3	1,175.54
	Category4	15,479.27
	Category5	170.89
	Category6	1,217.90
	Category7	193.96
	Category8	—
	Category9	—
	Category10	—
	Category11	—
	Category12	904.29
	Category13	209,493.14
	Category14	—
	Category15	—

直近会計期間における温室効果ガス排出

※単位：tCO2e

※集計期間は会計年度に準拠しており、本表の対象期間は2026年3月期（2025年4月～2026年3月）となります。

※Scope3における「—」は、対象となる活動が少なく排出量全体に与える影響が小さいため、算定対象外としております。

取り組み事例

環境負荷低減に関わる取り組み事例

カーボン・オフセットによるCO2排出削減

また、当社グループは、持続可能な社会の実現に向けた環境負荷低減への取り組みとして、カーボン・オフセットによるCO2排出削減に貢献しています。当社グループでは、自社における温室効果ガス（GHG）の排出削減を最優先で推進する一方、事業活動に関わるプロセスのうち、現段階において発生が避けられない排出や、自社単独でのコントロールが困難な領域については、環境価値（クレジット）の調達及び償却を通じて相殺を行っております。2025年3月期においては、2,500t-CO2のカーボン・オフセットを実施いたしました。



地域・社会への貢献

生活インフラに欠かせない「水」をお届けしている私たちは、日常・非常時にかかわらず、安心安全な水を飲める環境を提供することが使命と考えています。そのため非常時にも、安定して水を供給できるよう自治体との災害協定を結び、インフラ整備の支援をしてきました。また持続可能な支援を行うため、当社の水源がある地域を中心に、環境保全を含めた地域課題の解決に取り組んでいます。今後はより地域に密着し、地域や自治体の皆様とともに、天然水を通じてより豊かな暮らしの実現 に向け取り組んでいきます。

Ⅰ 災害協定

当社グループは、災害発生時に必要に応じて被災者に対し、飲料水を供給することを目的として、自社工場がある山梨県富士吉田市・岐阜県北方町・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」を締結しています。これは、同市町村での災害発生時に、被災者に飲料水の提供が必要となった場合、飲料水の無償供給及びウォーターサーバーの無償貸与を行うという内容になっています。



Ⅰ 寄付・被災地支援

寄付

子ども食堂や児童養護施設、社会福祉施設等【31施設】にプレミアムウォーターが取り扱う天然水を、約8,000L分と災害時でも使用できる非常用キットを寄付しました。

寄付先合計

31 施設



寄付総量
合計 約 8,000 L

令和6年 能登半島地震被災地支援(寄付)

ヤマトホールディングス株式会社のご協力のもと、プレミアムウォーター2,048本(24,576L)、非常用キット400セットを寄付しました。また株式会社LDH JAPANのご協力のもと、下記を支援物資として被災地の方々に寄付しました。

令和6年 能登半島地震による被災地支援



株式会社LDH JAPANとの支援内容詳細

PREMIUM WATER FUTURE ウォーターサーバー：7台
プレミアムウォーター：100本(1,200L)
プレミアムウォーターPETボトル(300ml)：1,200本(360L)
プレミアムウォーターバックインボックス(6L)：35箱(210L)
非常用キット：6セット タンブラー：200個

令和8年 熊本地震被災地支援

被災をされたご家庭や施設、避難所など対してプレミアムウォーター11,350本(136,200L)、非常用キット453セット、非常用コック310個、保存水500ml1,200本を寄付いたしました。*また株式会社LDH JAPANのご協力の元、被災地での炊き出しも実施いたしました。今後も被害状況に合わせて継続的な支援を実施してまいります。 ※2026年8月31日までの支援内容



株式会社LDH JAPANとの炊き出し支援内容詳細

プレミアムウォーター：30本
非常用キット：3本
※その他、コーヒーやカレー、アイスなどを提供

取 組 み 事 例

地域・社会に関わる取り組み事例 <体験>

Ⅰ 南阿蘇村 田植え・稲刈り体験

採水地でもある南阿蘇の天然水は、安全であることに加え、その豊富な地下水量は世界一とも言われています。その南阿蘇の自然から育まれた地下水を、「この先もずっと残していきたい、そして同じこの南阿蘇の天然水で育ったお米をその土地の天然水で炊き、そのおいしさを多くの皆さんと共有したい」という想いから、2015年よりこの取り組みをスタート。支援している水田では一年中お水を溜める農法でお米を栽培しています。



直近3年の参加状況

2024年	田植え78名 稲刈り70名
2025年	田植え57名 稲刈り68名
2026年	田植え75名

Ⅰ 1日限定!こども料亭／親子で体験お料理教室

和食文化の大切さを伝えるために、ミシュラン星付き店「西麻布大竹」の大竹達也氏と園児による、両親へのおもてなし和食創作イベント「1日限定!こども料亭」を都内の保育園にて実施し、日本が誇る和食文化を知っていただく機会を提供しました。また、「麻布和敬」の竹村竜二氏をお招きし、食品ロスをテーマに「親子で体験お料理教室」を開催。食品ロスに対する学びと実践のきっかけを提供しました。



1日限定!こども料亭

星付き料理人である「西麻布 大竹」の大竹達也氏が考案した「一汁三菜」のレシピをもとに、両親への感謝の気持ちをこめて、和食料理を振る舞いました。

親子で体験お料理教室

「麻布和敬」竹村竜二氏考案の「食品ロスに繋がりのやすい食材」を用いた簡単レシピで料理教室を実施いたしました。



取 組 み 事 例

地域・社会に関わる取り組み事例 <啓蒙・教育>

Ⅰ 防災対策コンテンツの定期発信

日頃から災害に備えていただくために、「防災対策」の大切さを伝え、備蓄やローリングストック等、備えることについての情報を特設サイトを通じて定期的に発信しています。



Ⅱ 天然水や自然の大切さを学ぶ出張授業を実施

『キャリアパスポート』を活用した教育の一環として、「天然水や自然の大切さ」を学べる授業を湘南学園小学校小学4年生約90名と府中市立府中第五小学校小学4年生約120名を対象に出張授業を実施しました。天然水を扱う企業として、子どもたちに「日本の貴重な資源を未来に残すために何ができるか」を伝えていきます。

兵庫県の朝来工場では、小学生の通学路に面した立地を生かし、天然水の製造工程等を掲示した看板を設置しています。地元の豊かな天然水の価値や貴重な水資源について、子どもたちが学び、理解を深めるきっかけとなることを目指しています。



出張授業の様子

社会貢献活動の取組みの一環として2025年11月28日(金)に湘南学園小学校の小学4年生約90名を対象に、水の循環システムと自然の大切さを学ぶ特別出張授業を開催いたしました。



Section4

PEOPLE & TRUST

人的資本とガバナンス

人的資本方針	33
人的資本に関わる取り組み事例	35
ガバナンス	36
データ	38



人的資本方針

当社グループの持続的な成長のためには、優秀な従業員の確保とグループ内の統一的な人事制度のもとでの教育・指導等を通じた従業員の育成並びに一人ひとりが働きがいを感じられる環境づくりを推進することが必要不可欠であると考えております。

従業員の確保に向けた定期的な新卒採用や業務分野ごとに能力ある人材の中途採用を実施するとともに、当社グループの確立した人事制度のもとで各種研修等を通じた従業員への経営理念等の浸透と技術・能力等の拡充に注力しております。

I 社員の働きやすい環境作り

当社グループ社員の心と体の健康づくりを促進し、維持できる環境をつくるため、「人的資本経営プロジェクト」を発足し、社員の働き方や働きやすい環境のための取組みや制度の導入を行っています。

働く従業員への施策

出勤時間の選択制導入
介護休業制度
各環境や業務に合わせた評価制度の見直し
職場つみたてNISAの導入
産前産後休業・育児休業および育児給付金等の制度
育児時短勤務が子の小学校卒業まで可能に
定期的なストレスチェック制度
在宅勤務(テレワーク)を可能に

採用活動への施策

自社工場地域への現地採用促進
奨学金の代理返済制度導入

I 多様な人材登用

当社グループは、国籍や性差等を問わずに採用を行うとともに、女性・外国人・中途採用者の管理職といった中核人材の登用等に制限を設けることなく、多様性の確保に取り組んでおります。なお、2030年までに管理職に占める女性労働者の割合を30%にすることを目標にしつつ、人材の育成と社内環境整備に必要な検討を進めてまいります。

女性管理職比率



2026年3月期の実績

【役員における女性数】

選任数 1名

【採用者の女性割合】

グループ全体

44.1%
(98名)

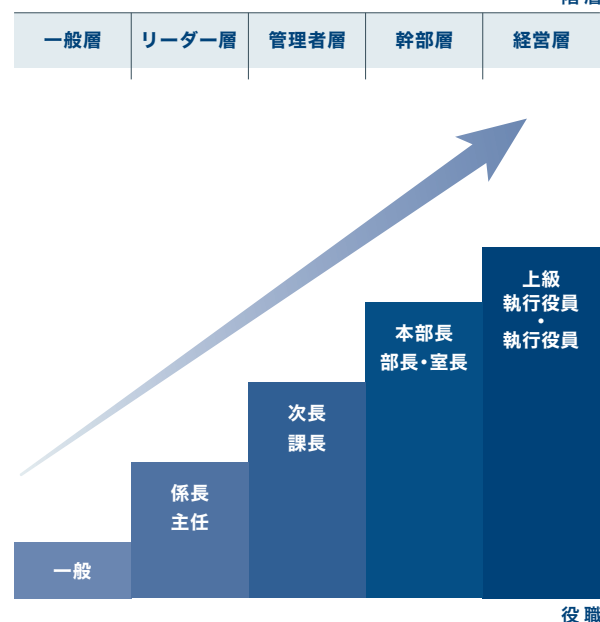
※新卒採用における女性社員比率 47.1%
※中途採用における女性社員比率 45.1%

教育制度の整備とキャリアステップ

個人の成長を促す目的で、プレミアムウォーターホールディングスグループでは全社員が学べる教育環境を提供しています。受講推奨カリキュラムを明確にすることで評価される知識やスキルを明示し、階層別に必要な知識を高めながら、仕事の質の向上に取り組んでいます。

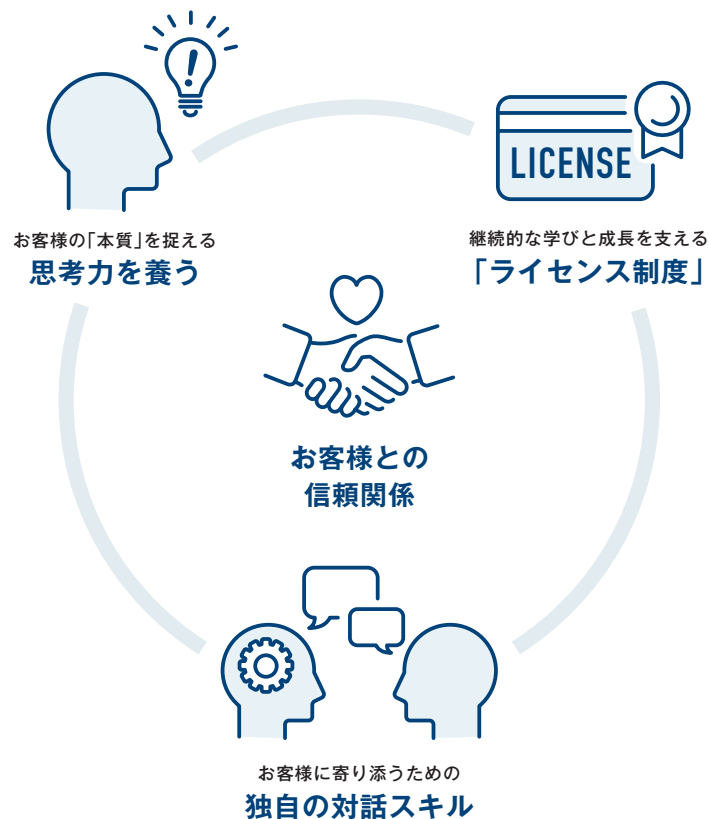
また社員のモチベーション向上と組織の活性化を図ることを目的として、半年に一度キャリア面談によるキャリアアップの機会を設けています。平均的には6～7年で管理職となりますが、実力があれば3年で管理職になるケースもあります。また次世代幹部育成制度「NEXT」では、若手社員が経営幹部主体の営業会議やマネジメント研修等に参加することができます。

階層と役職の関係性



圧倒的営業力を生み出す営業教育プログラム

営業教育プログラム概念図 (イメージ)



当社グループでは、従業員の中でも「営業（＝商品販売）」に携わる人員が多く、販売力の強化こそが企業価値向上の礎であると考えています。そのために、当社では自社の営業担当に加え、代理店・取次店等の販売店様も含め、独自の営業資格制度である「ライセンス制度」を導入しています。

一人ひとりが質の高いご案内を実践できるよう、営業活動に必要な「商品知識」「スキル」「リスク管理」の3つの要素を高

ライセンス制度

すべての営業員は、毎年更新が必要な営業資格「ライセンス」を保有。
当社の直接雇用スタッフだけでなく、サービスを取り扱うすべての販売店様にも適用し、基準に満たない場合は、個々の課題に合わせた追加研修や面談を実施、組織全体で一人ひとりの成長をサポートします。
これにより全販売チャンネルにおいて常に一貫した、高品質で誠実なサービスの提供が可能となっています。

ライセンス制度の特徴

- 営業品質を定量的に評価できる。
- お客様からの評価等をポイント化。営業員をレベル1～4でランク付けし、客観的に判断。

多岐にわたる独自のカリキュラム

具体的な『課題解決プログラム』

- <研修内容>
- コンプライアンス研修
 - マナー研修
 - お客様の潜在的なニーズを捉えるための「本質を見る思考法研修」
 - 表現力を高める「トークマニュアル研修」等
 - 「経緯・改善報告書」の提出
 - テストの再受講等

いレベルで維持するための体系的な仕組みとなっています。
また、お客様との永続的な信頼関係を築くために、営業員一人ひとりの人間性と専門性が重要であると考えています。そのため、単なる販売スキルを習得させるだけではなく、お客様の心に寄り添うための「思考」と「姿勢」を育む、独自の教育プログラムを構築・実践しています。

取 組 み 事 例

人的資本に関わる取り組み事例

I AGRIKO FARM (アグリコファーム)

当社は多様性を尊重する取り組みのひとつとして、株式会社AGRIKOと「AGRIKO FARM PW 桜新町」「AGRIKO FARM PW 代々木公園」を共同で運営しています。「AGRIKO FARM PW 桜新町」「AGRIKO FARM PW 代々木公園」は養殖と水耕栽培のシステムを合わせ持つサステナブルな農業システム「アクアポニックス栽培」を採用した“循環型農福連携ファーム”です。プレミアムウォーターの障がいがある従業員が、ファームの点検や手入れの作業に日々従事しています。

A G R I K O

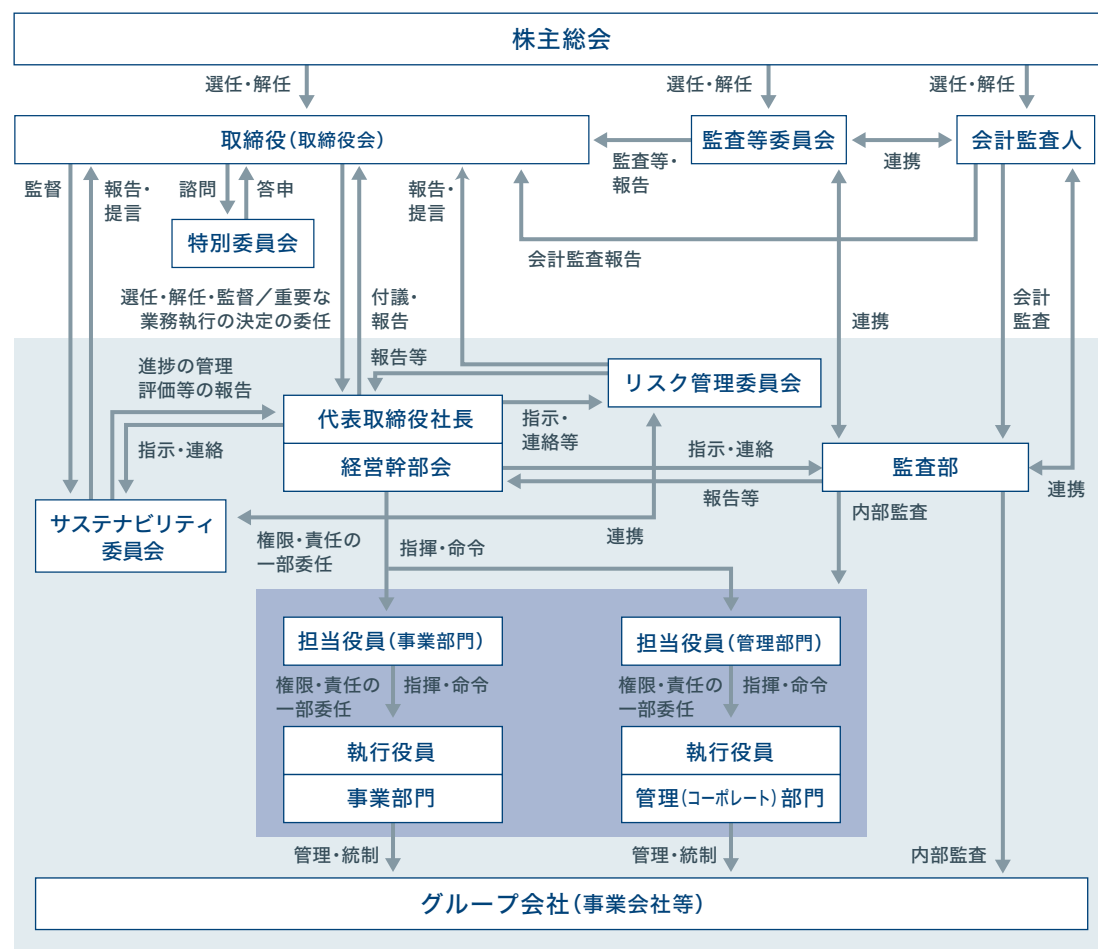
I SDGsとお水の基礎知識を学ぶイベントを開催

プレミアムウォーターのご契約者様を対象にしたSDGsイベントを2022年から計5回実施いたしました。イベントではSDGsの基礎知識について学び、「AGRIKO FARM PW 桜新町」「AGRIKO FARM PW 代々木公園」のアクアポニックスで育てられた魚や野菜の収穫を体験していただきました。その後2023年は検査キットを用いて身近なお水の水質を調査する自由研究企画を、2024年は星付きシェフ考案の「食品ロスに繋がりのやすい食材」を用いた簡単レシピで料理教室を、2025年はオリジナルアクアポニックス作成体験を、2026年はふるっ実験をとおして、お水がきれいになる仕組みや水資源の問題を学んでいただきました。



ガバナンス

当社は、企業価値の継続的向上を目的に、経営の透明性と健全性の確保及び環境の変化に迅速・適切に対応できる経営機能の強化がコーポレート・ガバナンスの重要な目的であると考えています。今後も適切なコーポレート・ガバナンス体制の強化に努め、経営における意思決定及び業務執行の効率化・透明性を向上させることを基本方針に、企業価値・株主共同の利益の持続的な向上に努めています。引き続き、コンプライアンス経営の徹底、リスクマネジメントの強化、監査体制の充実を行うことで、コーポレート・ガバナンスの構築・維持に努めていきます。



会社の機関と内部統制システム

機関名	構成・体制	主な役割
取締役会	取締役15名 (監査等委員5名、 社外取締役4名)	重要事項の意思決定と、 職務執行の監視・監督。 原則月1回の定時開催、 臨時開催・書面決議も実施。
経営幹部会	常勤取締役7名 上級執行役員3名	取締役会から委任された 重要事項の審議・業務執行決定。 迅速な意思決定を実現。
監査等委員会	監査等委員である 取締役5名 (うち社外取締役3名)	監査部・会計監査人と連携した 多角的な監査。常勤監査等委員が 重要会議に出席し適法性を監督。
監査部	専任担当者1名	内部監査計画に基づく業務の 適正な執行状況の確認。 取締役会等へ報告し、 不正行為を未然に防止。
サステナビリティ 委員会	委員長： 経営管理本部管掌 の執行役員	サステナビリティ方針の策定、 取組みのモニタリング・評価。 結果を取締役会へ報告・提言。

株主・投資家との対話促進

当社は、株主、投資家、地域社会をはじめとするあらゆるステークホルダーの皆様に対し、公平かつ適時・適切な情報開示に努め、信頼関係の構築を重視しております。

決算説明会の対象拡大

機関投資家・アナリスト向けに加え、個人投資家の方も参加可能な形式に変更。事前質問受付も導入。

経営方針説明会の開催

株主総会後に代表取締役社長による説明会を開催。質疑応答を通じ、深い相互理解と建設的な対話を促進。



取締役会活動状況 (2026年3月期)

開催回数：合計23回(うち9回はみなし決議)

出席状況：取締役15名中、9名が全23回に出席

2026年3月期 対話実施状況

内容	当社対応者	参加者	回数
定時株主総会	代表取締役会長 代表取締役社長 社内外取締役／監査等委員	株主	1
臨時株主総会	代表取締役会長 代表取締役社長 社内外取締役／監査等委員	株主	1
経営方針説明会	代表取締役社長	株主	1
決算説明会	代表取締役社長 取締役	アナリスト 機関投資家 個人投資家	2
IR・SR面談	IR管掌取締役 IR専任組織	アナリスト 機関投資家 個人投資家	26 (面談社数)
その他IR・SR対応	IR専任組織	株主 機関投資家 個人投資家	35 (延べ数)

取締役のスキルマトリクス

持続的な成長と中長期的な企業価値向上に向け、取締役会全体としてのバランス、多様性、規模を勘案し、必要なスキルを明確化しています。

		企業経営	事業戦略・マーケティング	製造技術・研究開発	営業戦略・営業推進	ESG・SDGs	財務・会計	法務・リスクマネジメント	IT・DX
取締役	萩尾 陽平	○	○			○			
	金本 彰彦	○	○		○	○			
	今泉 貴広	○			○				
	長野 成晃	○				○	○	○	○
	武井 道雄	○		○					
	清水 利昭	○				○	○	○	○
	谷口 政一郎	○			○				
	和田 英明	○	○						
	村口 和孝	○				○			
	川原 夏子	○	○			○			
監査等委員	加藤 次夫					○	○	○	
	柴田 亮	○					○	○	
	高橋 邦美	○					○	○	
	内田 正之						○	○	
	有田 道生	○					○	○	○

※その他詳細については下記のリンクよりご確認いただけます。



2026年3月期 有価証券報告書(コーポレート・ガバナンスの状況等)
<https://pdf.irpocket.com/C2588/uOn6/yOYT/pvP0.pdf>

第20期定時株主総会招集ご通知(役員のスキルマトリクス)
<https://pdf.irpocket.com/C2588/ccdN/l379/07nY.pdf>

2026年3月期 コーポレートガバナンス報告書
<https://premiumwater-hd.co.jp/ir/management/governance.php>

財務データ

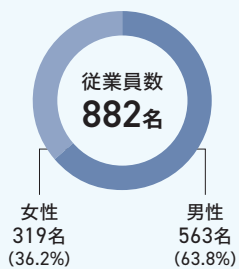
	2019年3月期	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期
業績情報（百万円）								
売上収益	37,744	45,453	56,339	68,452	76,463	80,578	76,895	80,323
営業利益	814	1,859	4,394	6,097	7,346	9,436	11,482	12,647
親会社の所有者に帰属する当期利益	▲312	1,866	3,193	3,542	6,057	5,777	5,631	8,450
キャッシュフロー（百万円）								
営業活動によるキャッシュ・フロー	4,781	6,659	9,448	7,991	13,814	19,669	20,659	21,673
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲1,195	▲1,334	▲5,487	▲2,716	▲4,272	▲5,001	▲12,774	▲10,743
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲1,907	▲1,831	2,659	▲1,830	▲4,129	▲9,882	▲6,541	▲2,542
現金及び現金同等物の当期末残高	6,734	10,238	16,873	20,322	25,737	30,561	31,900	40,484
1株当たり指標								
1株当たりの当期利益（円）	▲11.5	66.46	112.45	119.93	204.35	195.21	189.4	282.8
主要な指標								
自己資本比率（%）	6.0%	15.7%	17.0%	19.5%	22.6%	22.9%	22.4%	23.7%
ROE（%）	▲16.2%	43.6%	37.1%	28.6%	35.7%	27.3%	23.6%	29.6%
ROA（%）	▲1.0%	4.4%	5.2%	4.8%	7.0%	5.8%	5.0%	6.2%
PER（倍）	▲151.04	25.79	30.32	20.17	12.23	16.29	15.03	13.24
PBR（倍）	24.93	7.06	9.38	4.96	3.76	4.16	3.39	3.60

※本財務データは、プレミアムウォーターホールディングスグループの各連結会計年度における連結業績を示しています。※会計基準は日本基準（またはIFRS）を採用しています。

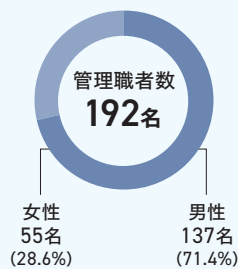
非財務データ

2025年3月期

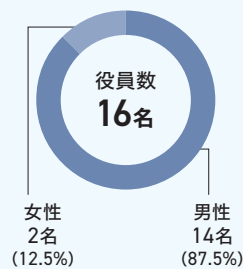
従業員数 *1



管理職者数 *1

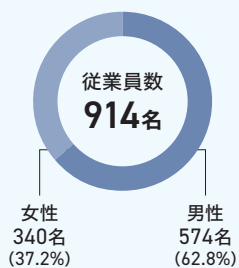


役員数 *2

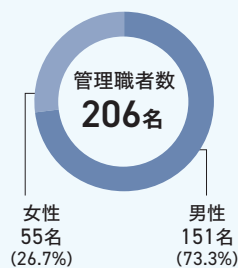


2026年3月期

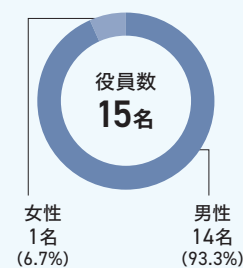
従業員数 *1



管理職者数 *1



役員数 *2



2025年3月期

2026年3月期

平均年齢 *1	全体	34.8歳	35.0歳
	男性	36.2歳	36.5歳
	女性	32.4歳	32.6歳
有給取得率 *3	全体	72.5%	73.6%
	男性	66.5%	69.0%
	女性	84.7%	81.9%
採用人数 *3	全体	155名	222名
	男性	87名	124名
	女性	68名	98名
育休取得率	全体	71.4%	82.4%
	男性	45.5%	66.7%
	女性	100%	100%

*1 役員、臨時従業員を除く *2 子会社を除く *3 臨時従業員を除く ※特に記載のない場合はPWHGグループ全体のデータとなります。 ※入社、退社時期により、在籍者に含まれるが受診対象とならない場合がございます。

株式情報

株式に関する基本情報 (2026年3月31日現在)

上場証券取引所	東京証券取引所 スタンダード市場
証券コード	2588
1単元の株式数	100株
事業年度	毎年4月1日から翌年3月31日までの1年
定時株主総会	毎事業年度終了後3ヵ月以内
基準日	3月31日
株主名簿管理人	三井住友信託銀行株式会社
同連絡先	三井住友信託銀行株式会社 証券代行部 東京都千代田区丸の内一丁目4番1号
公告掲載方法	電子公告により行う。ただし電子公告によることができない事故その他やむを得ない事由が生じたときは、日本経済新聞に掲載して行う。

株式等の状況 (2026年3月31日現在)

発行可能株式総数	……	84,000,000株
発行済株式の総数	……	普通株式 21,819,399株 (自己株式323,034株を含む。)
		B種種類株式 9,046,070株
株主数	……………	普通株式 8,332名
		B種種類株式 1名

会社情報

会社基本情報 (2026年3月31日現在)

商号	株式会社プレミアムウォーターホールディングス	
設立年月日	2006年10月13日	
資本金	5,223百万円 (連結)	
所在地	東京本社	〒105-0001 東京都港区虎ノ門4-3-13 ヒューリック神谷町ビル7階
	本店	〒403-0005 山梨県富士吉田市上吉田4597-1
グループ従業員数	914名 (連結) (役員、臨時従業員含まない)	

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Premium-Plus
株式会社PWリソース
株式会社ライフセレクト
株式会社プレミアムビジネスサポート
SINGAPORE FLC PTE. LTD
株式会社ウォーターオフグリッド