

株主・ファンミーティング MUJIダイアログ

株式会社
良品計画
東証プライム (7453)



《注意事項》

・イベントの様子をスタッフが撮影します。ご了承くださいませ。

出席者紹介



金井 政明

(株)良品計画
代表取締役会長



堀口 健太

(株)良品計画
執行役員 経営企画部 部長
経理財務部、経営管理部管掌



坂本 克也

(株)良品計画
グランフロント大阪 店長



日向 桃子

(株)良品計画
食品部 冷凍・飲料担当

本日のアジェンダ

時間	内容	登壇者紹介
14:00～	開始・ご挨拶 「無印良品・良品計画について」	執行役員 経営企画部長 堀口 健太 経営管理部/経理財務部管掌
14:15～	お客様の声を生かす活動	お客様室 顧客サービス推進課 課長 赤峰 貴子
14:20～	グランフロント大阪のお店作りのコンセプト	グランフロント大阪 店長 坂本 克也
14:35～	新しくなる無印良品のコーヒー	食品部 冷凍・飲料担当 日向 桃子
14:45～	質疑応答、対話	
15:30	閉会	



無印良品・良品計画について

■ 無印良品・良品計画について

■ 良品計画の目指す姿／ステークホルダーとの関係づくり

■ 財務情報



氏名/Name:

堀口 健太

Kenta Horiguchi



■ 所属、タイトル

- 執行役員 経営企画部長 経理財務部、経営管理部管掌

■ 出身

-大阪 鶴橋出身 22歳まで大阪で育ちました！（働いてからは一度も関西に立ち寄った事ありません！）

■ 今までの経歴

- ・ 06年 新卒で良品計画に入社 桑名
- ・ 07年 店長 岐阜
- ・ 08年 ブロックマネージャー 名古屋、埼玉
- ・ 10年 MUJI上海 中国5年半（北京、上海）
- ・ 15年 MUJI ITALIA イタリア3年半（ミラノ）
- ・ 19年 店舗サポート部長 東京
- ・ 20年 企画室 部付部長
- ・ 21年 執行役員 経営企画部 部長

無印良品について

無印良品のあゆみ



1980年 無印良品誕生

消費社会へのアンチテーゼとして誕生。
当時は西友ストアのプライベートブランド。



「わけあって、安い」

代表的な商品「こうしん われ椎茸」



1983年 直営1号店開店

直営1号店「無印良品 青山」がオープン

無印良品について

無印良品のあゆみ



1989年 (株)良品計画設立
設立後、2000年東証一部指定



1991年 海外展開開始
イギリス、香港にオープン



2005年 上海現地法人設立
無印良品（上海）商業有限公司設立

無印良品について

ものづくりの考え方

良品計画は1980年のブランド創生以来、3つの視点でものづくりを続けてきました。

素材
の選択

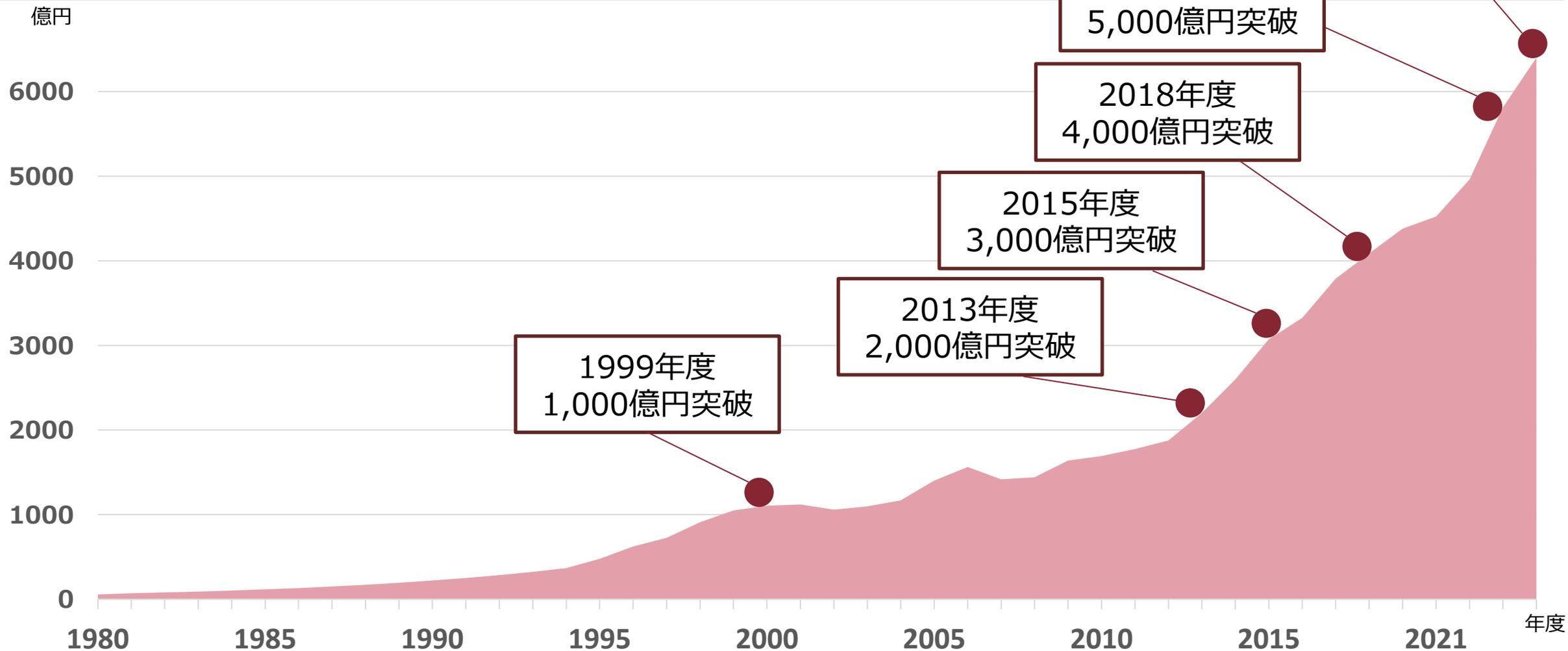
工程
の点検

包装
の簡略化

地球環境や生産者に配慮した素材を選び、すべての工程において無駄を省き、
本当に必要なものを本当に必要なかたちで
お客様に提供することを目指した、実質本位のものづくりです。

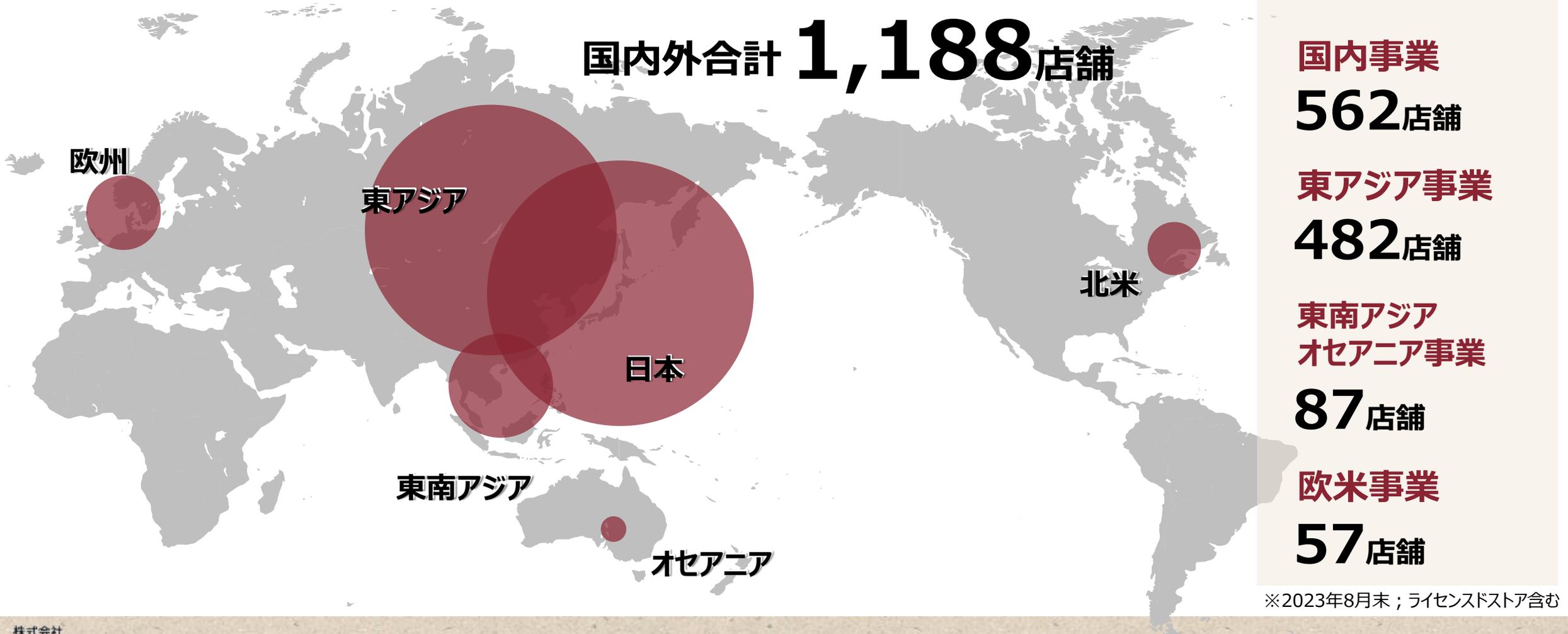
良品計画について

売上の推移



良品計画について

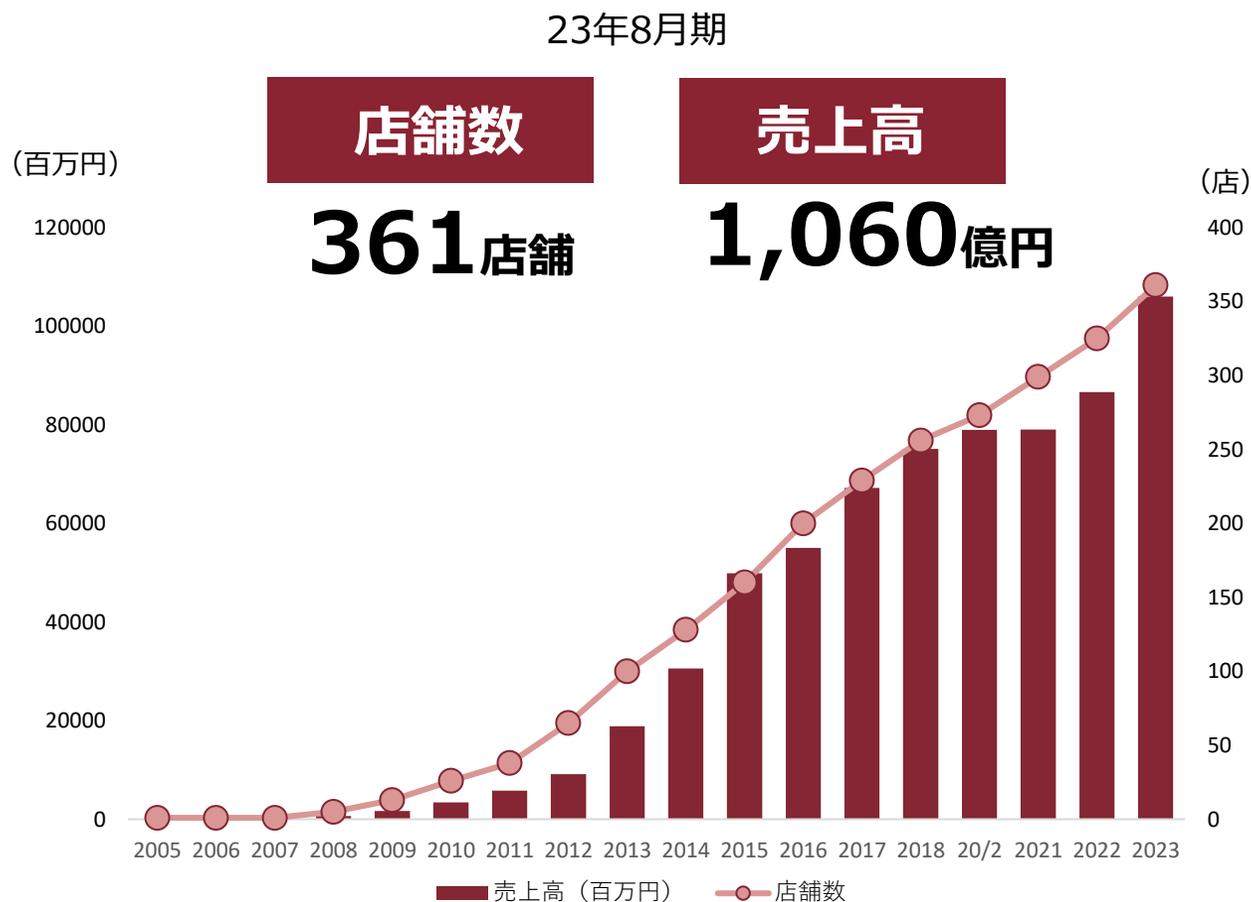
世界に広がる無印良品



良品計画について

中国大陸事業のあゆみ

- 2005年に出店を開始し、2013年に100店を突破。2026年末までに、70店舗/年の出店を予定。



良品計画の目指す姿

企業理念

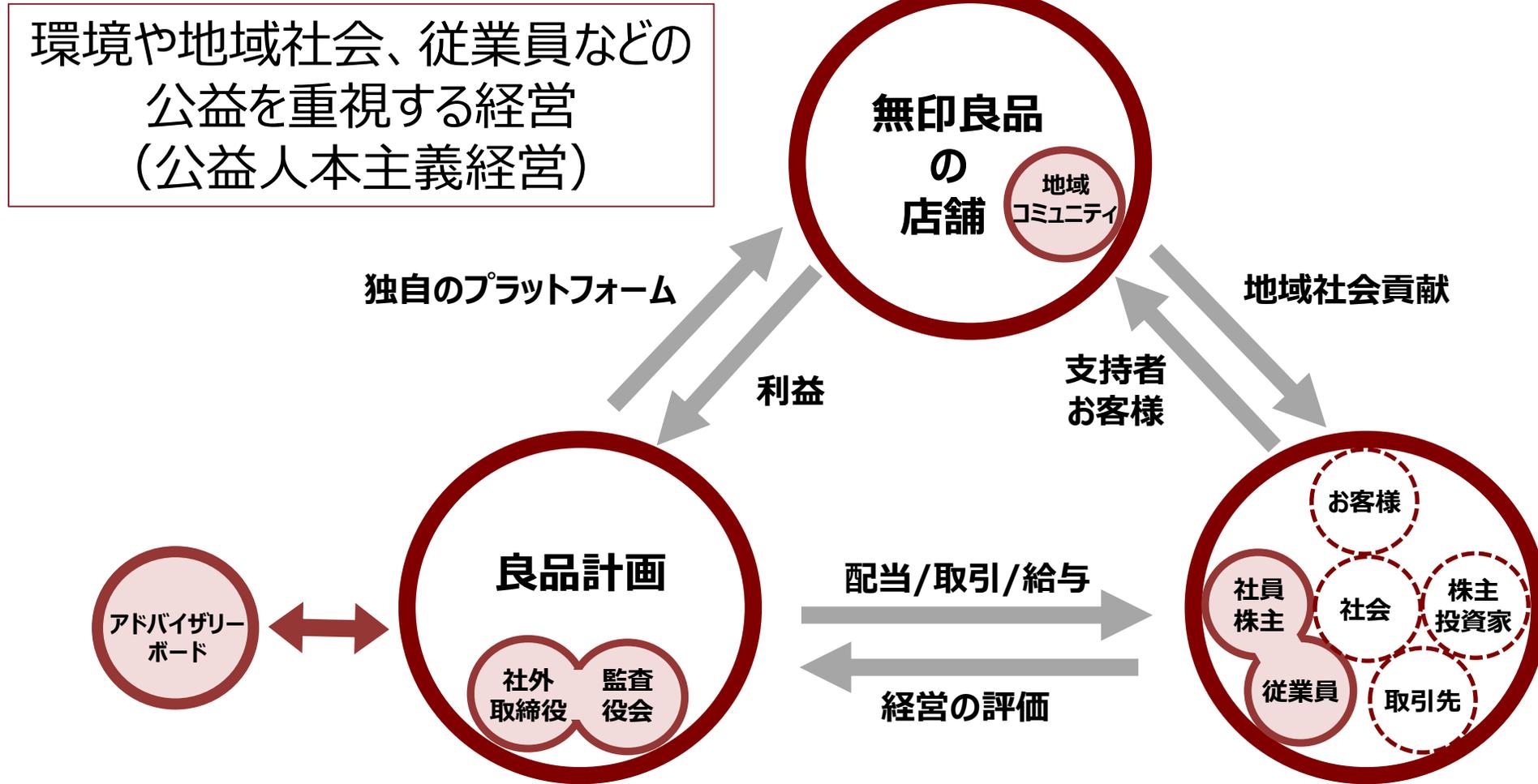
「人と自然とモノの望ましい関係と心豊かな人間社会」
を考えた商品、サービス、店舗、活動を通じて
「感じ良い暮らしと社会」の実現に貢献する。

二つの使命

1. 日常生活の基本商品群を誠実な品質と倫理的な視点から開発し、使うことで社会を良くする商品を、手に取りやすい価格で提供する。
2. 店舗は各地域のコミュニティセンターとしての役割を持ち、地域の皆さまと課題や価値観を共有し、ともに地域課題に取り組み、地域への良いインパクトを実現する。

良品計画の目指す姿

新たなガバナンス構想



ステークホルダーとの関係づくり

株主とのつながり

株主ミーティングの開催（2023年11月23日/祝日）

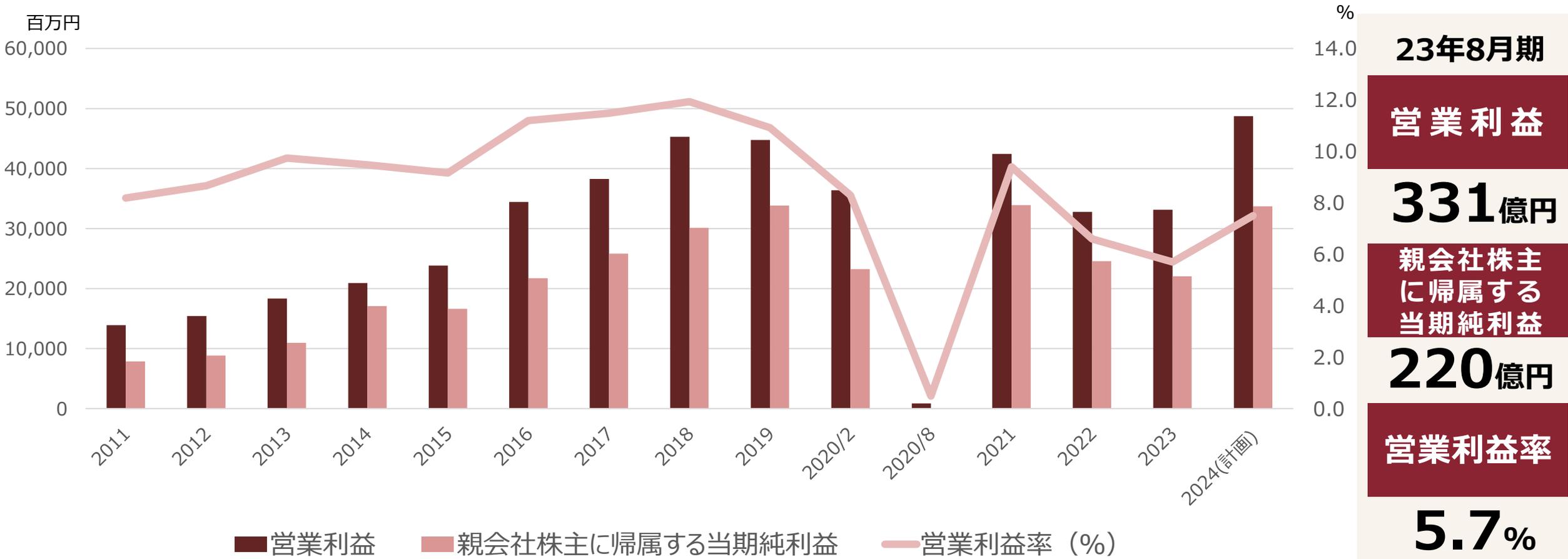
先期に引き続き、祝日に株主総会を開催し、約950名の方が会場あるいはオンラインにて参加。総会后、株主の皆様と当社経営陣の間で、ビジョン、商品、店舗運営等を直接意見交換する場として、株主ミーティングを実施。



※当日の様様を、当社WEBサイトで公開しております。 https://www.ryohin-keikaku.jp/ir/shareholders_meeting/

財務情報

営業利益・当期純利益／営業利益率の推移



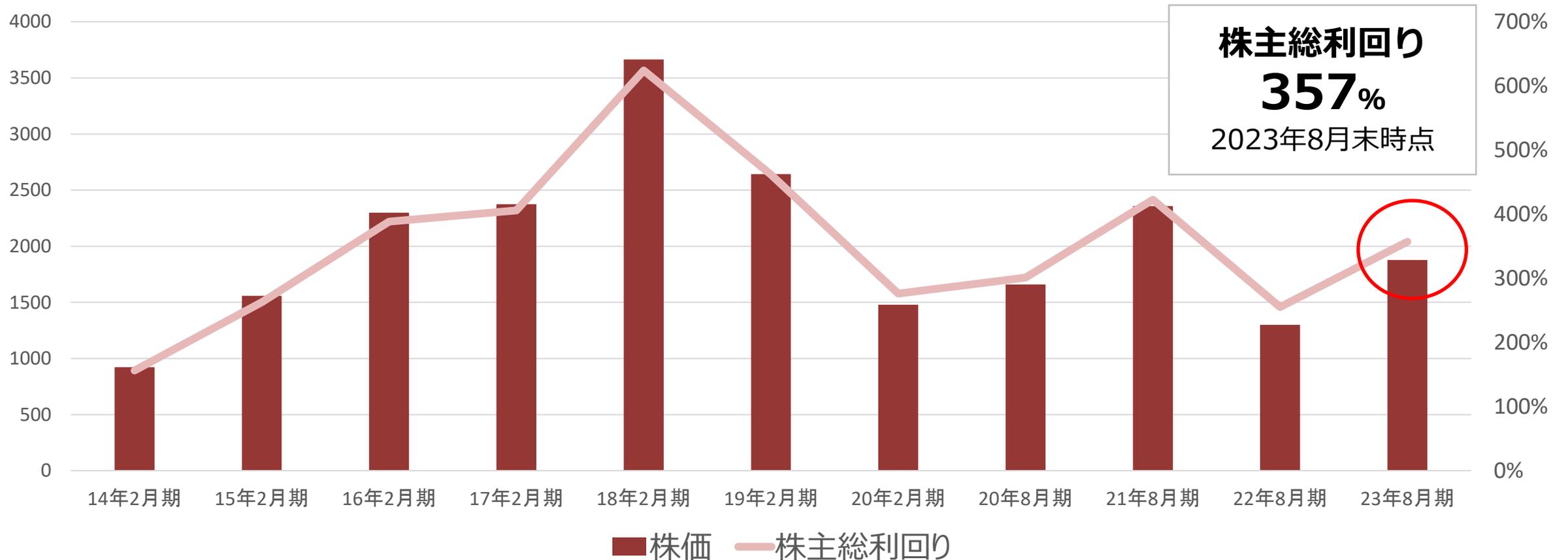
注: 2020年8月期は、決算期変更のため6か月の数値です。

財務情報

株価/株主総利回り

株主総利回り (TSR) =
株式投資により得られた収益 (キャピタルゲイン + 配当) ÷ 株価

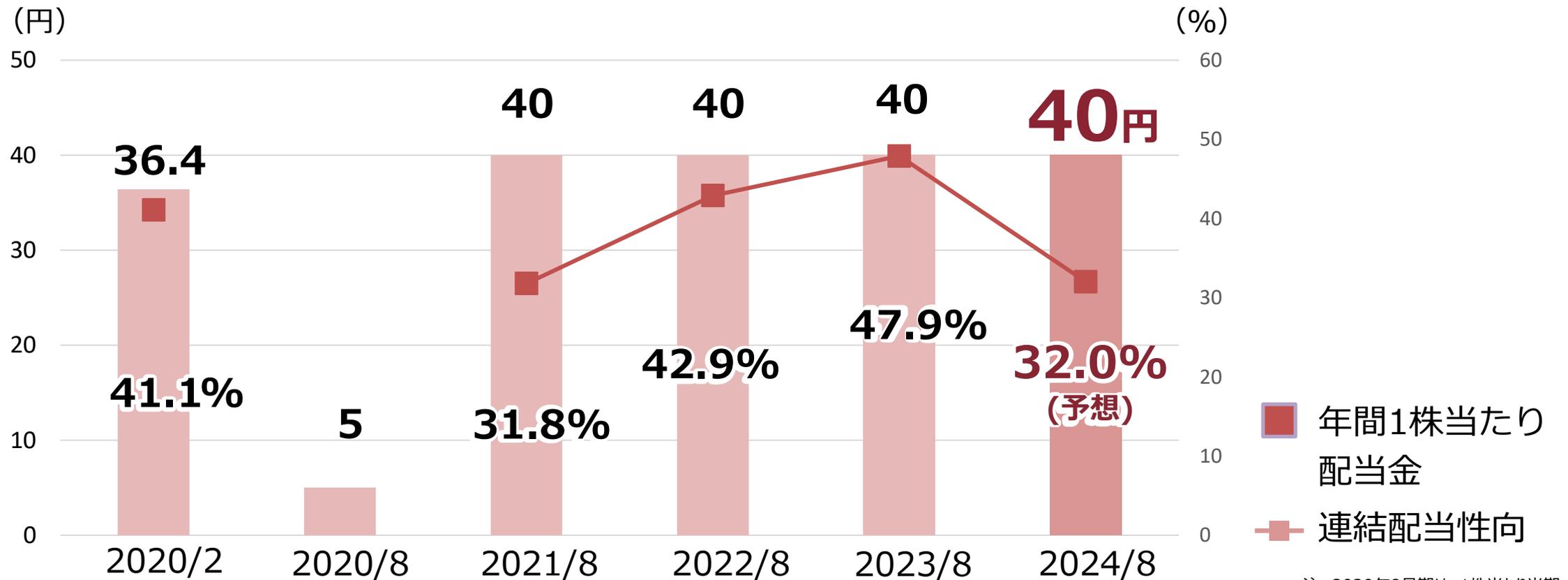
株価と株主総利回り (2013年2月期末を基準) の推移



財務情報

株主還元－配当

当社は、連結での業績に基づいた配当とし、配当性向30%(年間)を基準にしております。



注：2020年8月期は、1株当たり当期純損失のため、記載していません

財務情報

株主還元－株主優待

株主の皆様との中長期的な関係づくりを強化するため、株主優待を正式導入。
2019年に株式を10分割し、投資単位を引き下げ。株主数は分割前の約1.4万名から約15万名に増加。2023年12月末日時点の最低投資金額は23万円程度。



※12月末時点の株価（2,359円）、1株当たり配当40円で試算

- 対象：毎年8月末（当社期末）または毎年2月末（第2四半期末）時点の株主名簿にそれぞれ記載または記録された、100株（1単元）以上保有する株主様
- 優待の内容：お買い物5%割引（期間中は何回でも利用可）

お買い物額	優待割引額 (円)	優待利回り	配当利回り	実質利回り (優待+配当)
3万円	1,500	0.6%	1.7%	2.3%
5万円	2,500	1.1%	1.7%	2.8%
10万円	5,000	2.1%	1.7%	3.8%

「IRメール配信サービス」のご案内

最新のIR情報や、株主様ならびに当社株式に興味をお持ちの方向けのイベント情報等をメールでお届けいたします。ぜひこの機会にご登録ください。

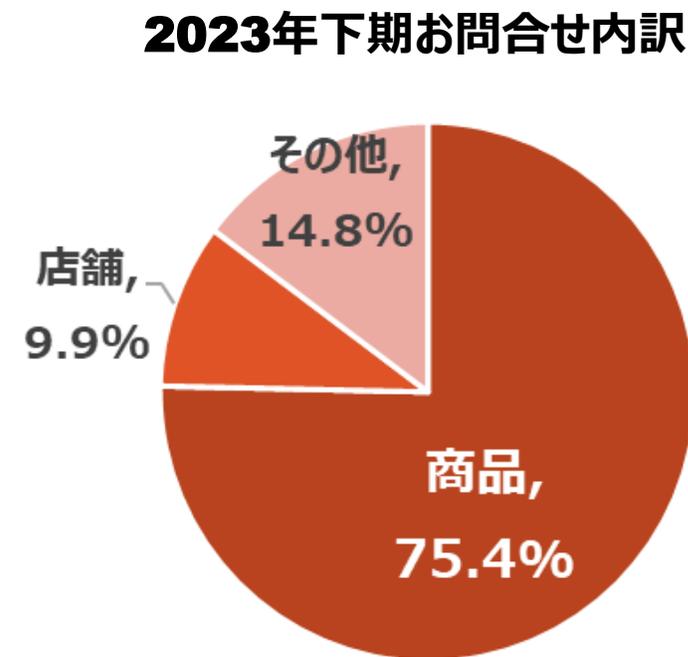
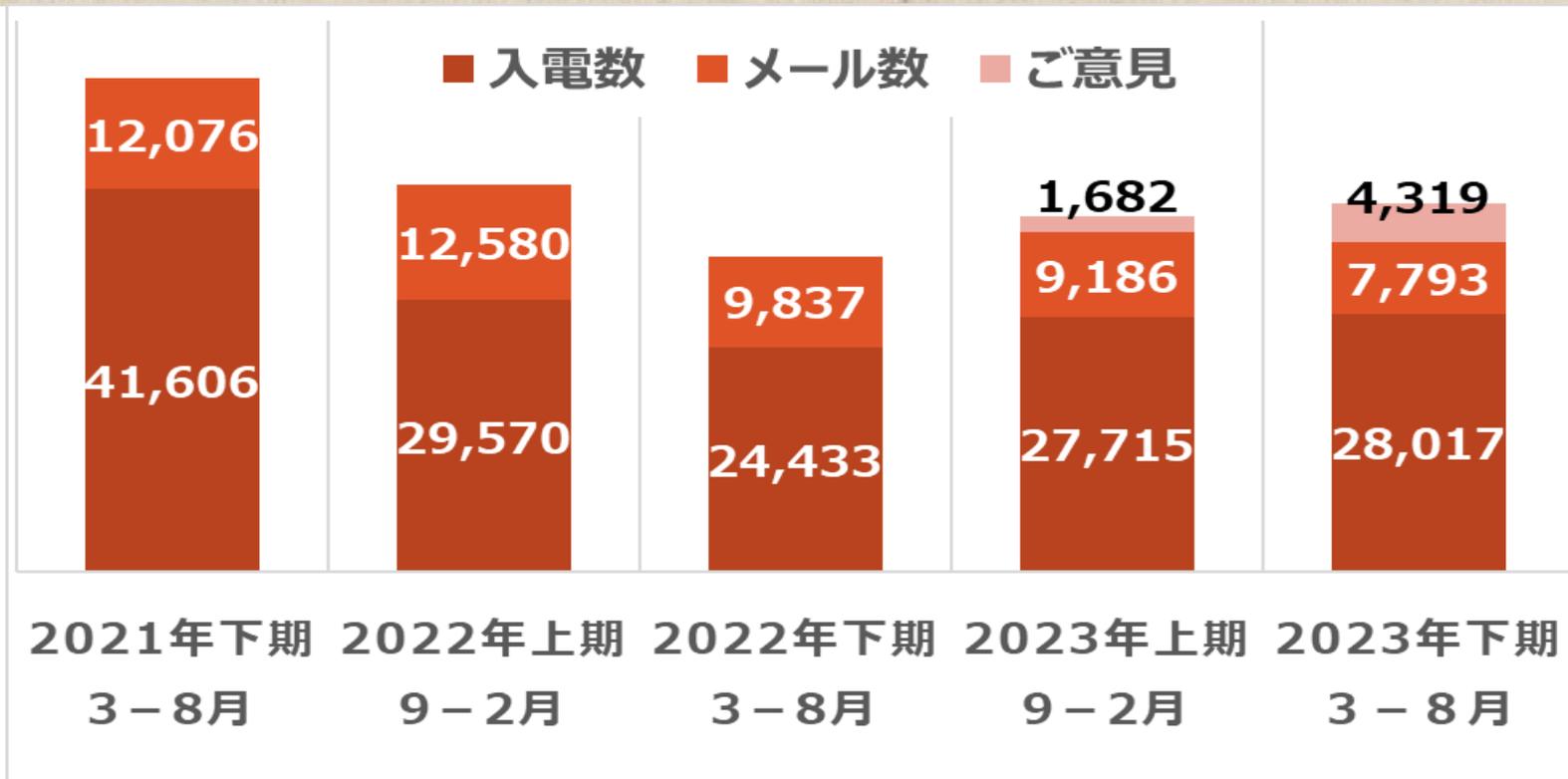




お客様の声を生かす活動



お客様からの声の推移と取り組み



「困ったこと会議」
お客様の声を
商品に生かす
社長から再宣言

SUS
スタッキングS
組立動画配信

ファニチャーの
立体サイズ表
標準化

チラシ配布
ご意見フォーム
設立

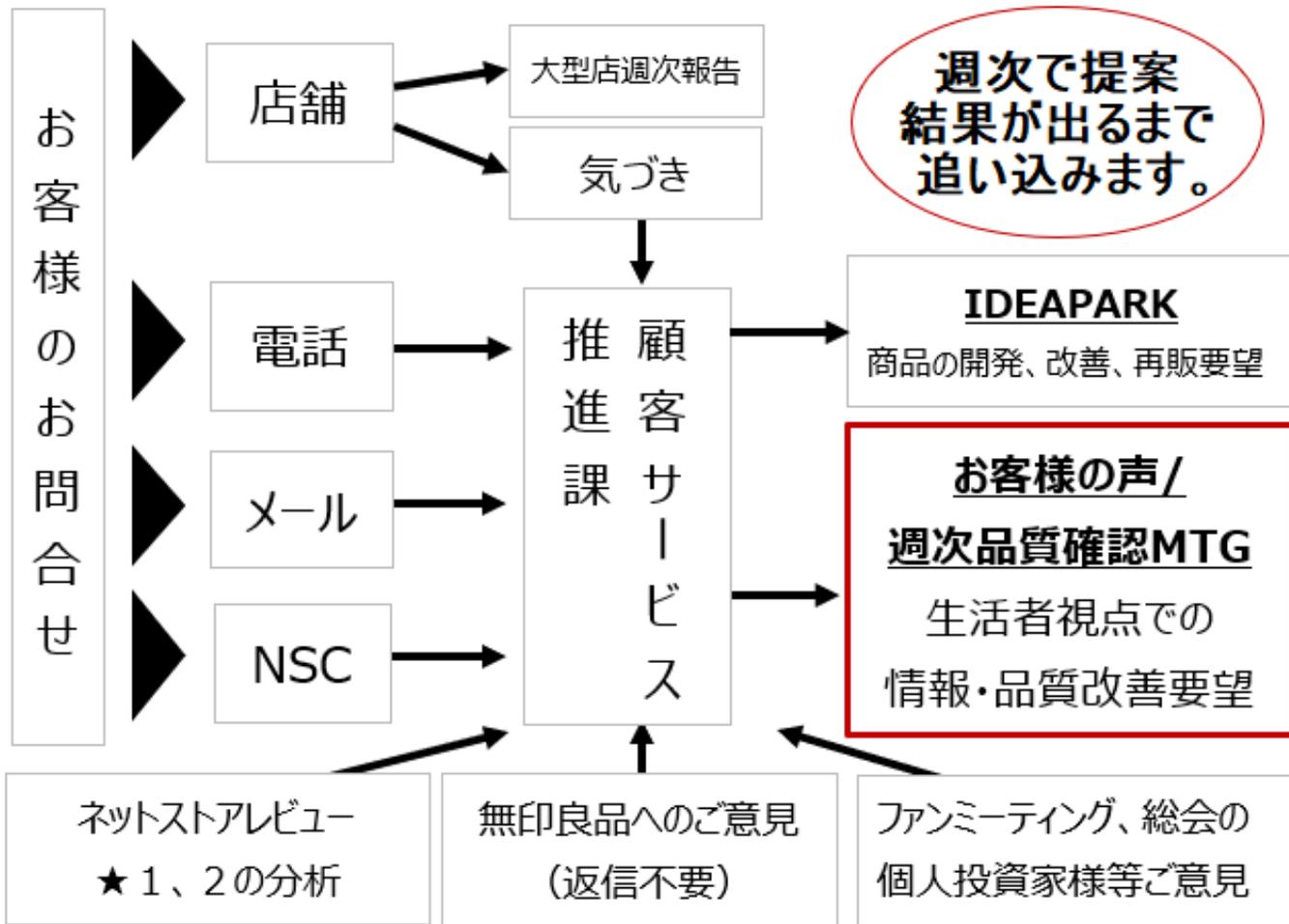
個別QA
EC衣服情報
強化

ファン
ミーティング
参加

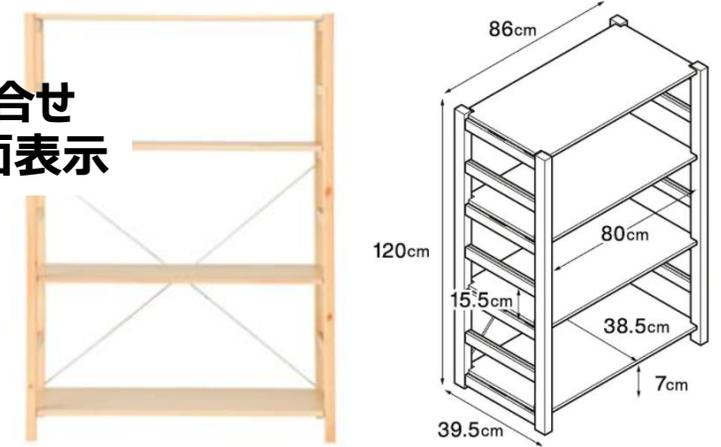
お客様が自己解決できる環境の構築

お客様のご意見を広く集める

ご意見・お問合せの内容を分析した声の活用



サイズのお問合せ
→立体図面表示



組立のお問合せ
→組立動画



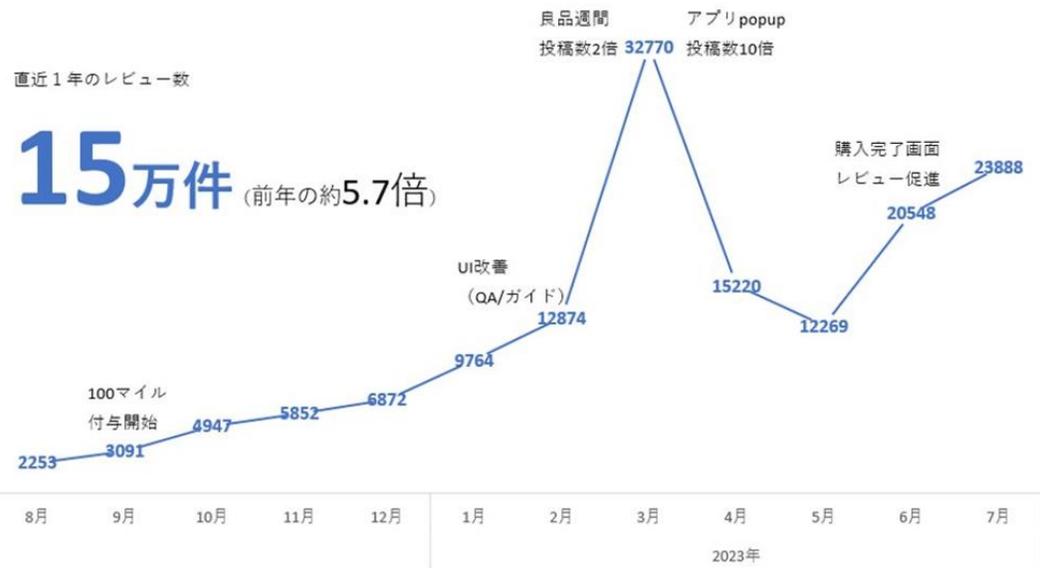
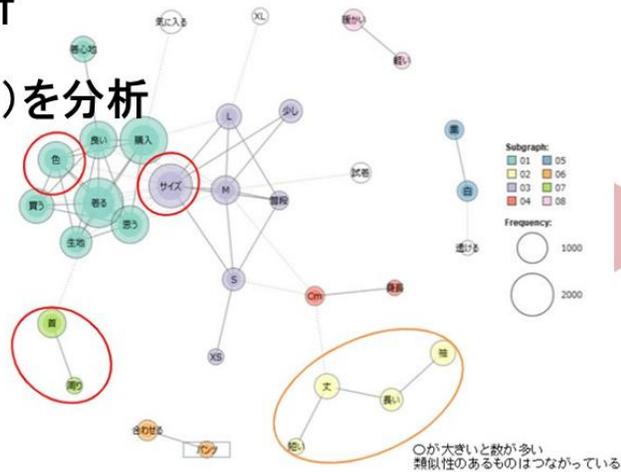
ピンポイントの質問
→よくある質問

- Q: 組み合わせや内寸サイズを確認できますか?
A: パイン材ユニットシェルフの組み合わせシミュレーターをご確認ください。
→ [シミュレーター](#)
- Q: 棚板を増やすことはできますか?
A: 棚板を追加することが可能です。

デジタルマーケティングでのお客様の声の活用



商品レビュー分析
声の多い
(= 知りたい情報)を分析



再生ポリエステルターパードパンツ

購入し、声
3,990円

商品説明

この商品について
再生ポリエステルターパードパンツです。柔らかい生地、快適な履き心地、幅広いサイズに対応しています。また、再生ポリエステルを使用しているため、環境に優しい商品です。また、再生ポリエステルを使用しているため、環境に優しい商品です。また、再生ポリエステルを使用しているため、環境に優しい商品です。

商品仕様

商品名: 再生ポリエステルターパードパンツ
商品番号: 8302890

分析結果から
ネットストア
の商品説明を拡充

お客様の要望を
商品部に提案
(24SSから改良)

無印良品
グランフロント大阪

店長 さかもと 坂本 かつや 克也

無印良品

自己紹介

1999年 無印良品 アメリカ村

2001年 無印良品 天王寺ミオ

2003年～2014年 無印良品の10店舗の店長

FO大阪、つかしん、姫路フォーラス、天王寺ミオ、HEPナビオ、
京阪モール、藤沢、イオンモールKYOTO（新店）、
アトレ恵比寿、新宿

2014年 営業本部 近畿東エリアマネージャー

2017年 宣伝販促室 宣伝販促課 課長

2018年 WEB事業部 コミュニケーション担当課長

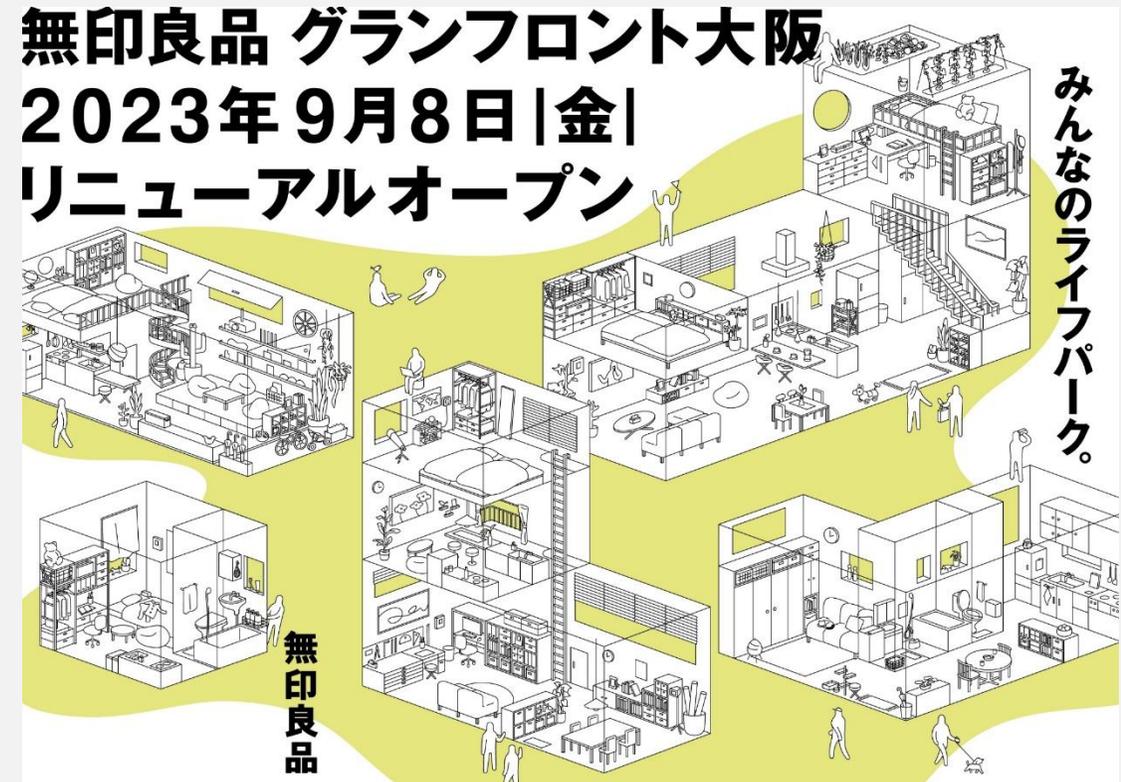
2019年 オープンコミュニケーション部 コミュニケーション担当課長

2022年 無印良品 グランフロント大阪店長

リニューアル後の店舗のコンセプト

みんなのライフパーク。

“住まいに必要な住宅から日々の暮らしに必要な日用品まで
暮らしの空間すべてが揃っているお店”





- **無印良品の商品がすべて揃い、無印良品の“今”、最新の品揃えやサービスがある**
- **住空間事業の旗艦店**
『10年後の住まい、100年後の暮らし』
- **店舗を最大のメディアとする旗艦店**
『発見、体感、体験できる “集える場所”』

10の特長

1. 関西最大面積で、『無印良品のすべてが揃う』
2. テーマパークのように『体感・体験』できる
3. 無印良品初『MUJI Coffee』
4. 様々な『住まいの専門家』が承ります
5. 西日本初『MUJI INFILLO（ゼロ）』の提供と
西日本初『空間設計事務所』を設置
6. 新サービス『コワーキングスペース』
7. 『資源循環型』の社会を考える
8. Café&Mealの『地産地消』
9. “暮らし”をテーマにつながる『open MUJI』
10. 『配信スタジオ』からのコミュニケーション



みんなのライフパーク。

1. 関西最大面積で、『国内最大級の品揃え』

売場面積 約1,500坪

取扱品目 無印良品の商品すべてが揃う
無印良品以外でもIDEE、ヴィンテージ家具、
店舗限定地域産品、地域住まいのパーツ・建材、
空間備品など

OPEN 2023年9月8日（金）

営業時間 11:00～21:00
※café&Meal 11:00～22:00

みんなのライフパーク。

2. テーマパークのように『体感・体験』できる

2階

入口ステージ
衣料品

毎月、暮らしに役に立つ衣食住の商品を紹介
ガラス面を増やし、自然光でウェアを体験

3階

香り
キッチンスタジオ
コーヒーサービス

エッセンシャルオイルが試せる新環境
定期的に試飲・試食、シェフのアレンジレシピ開催
店内焙煎したコーヒーの販売

4階

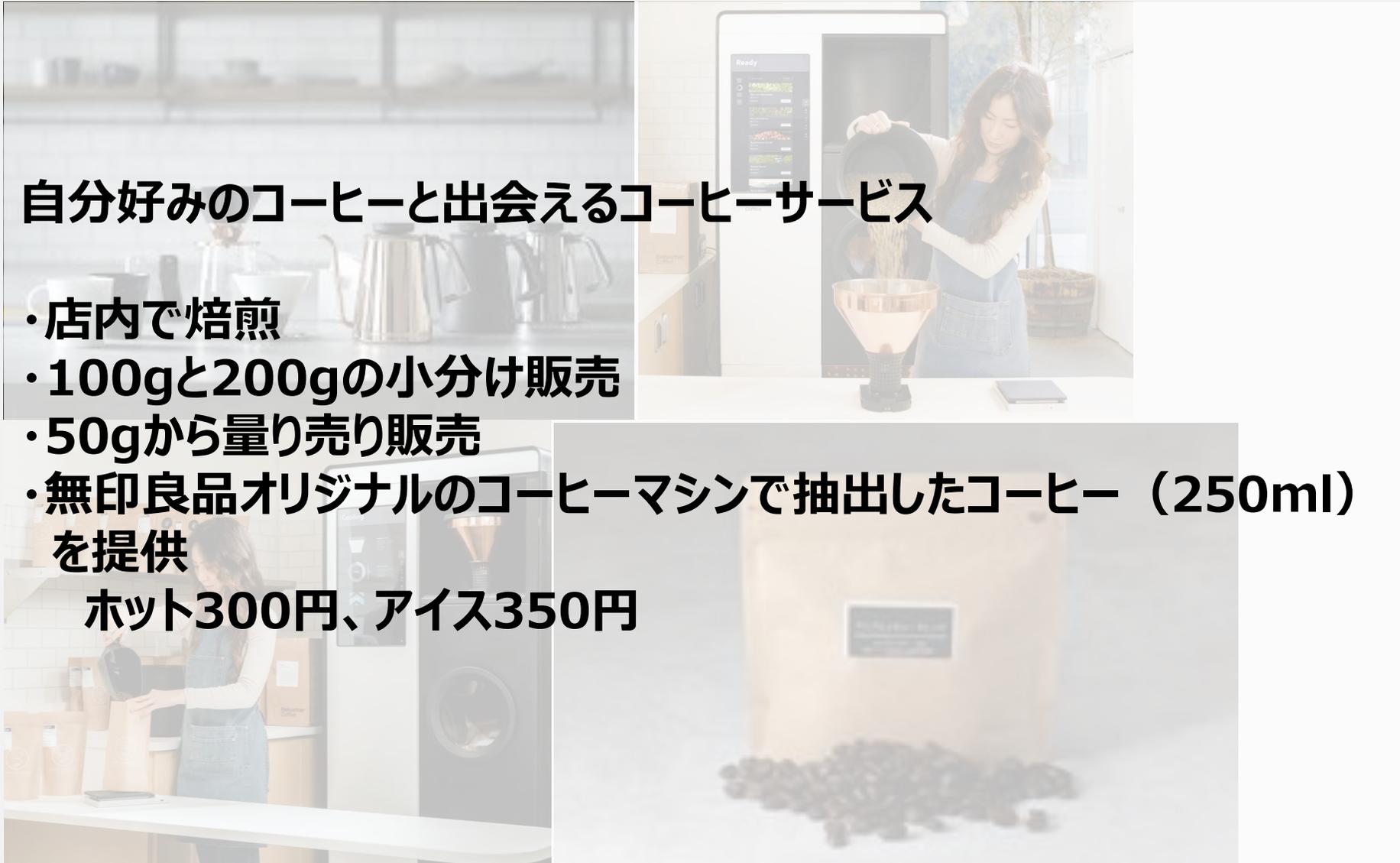
カーテン
モデルルーム
空間ゾーン

自然光で遮光や色合いが試せる
10のモデルルームで日用品から家具、リフォーム、
リノベーションを体感
コワーキング、見えるオフィス、キッズスペース

3. 無印良品初『MUJI Coffee』

自分好みのコーヒーと出会えるコーヒーサービス

- ・店内で焙煎
- ・100gと200gの小分け販売
- ・50gから量り売り販売
- ・無印良品オリジナルのコーヒーマシンで抽出したコーヒー（250ml）
を提供
ホット300円、アイス350円



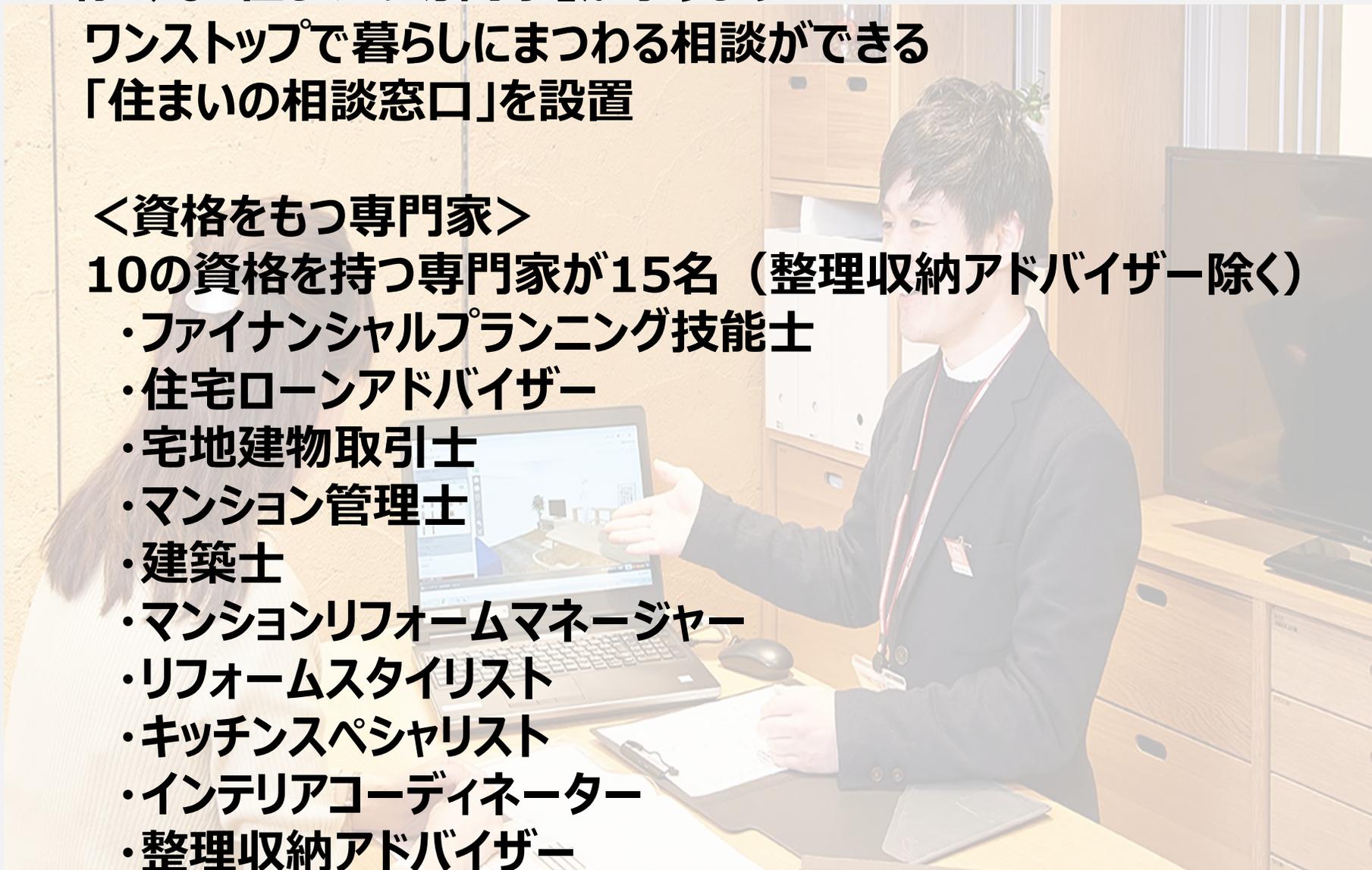
4. 様々な『住まいの専門家』が承ります

ワンストップで暮らしにまつわる相談ができる
「住まいの相談窓口」を設置

＜資格をもつ専門家＞

10の資格を持つ専門家が15名（整理収納アドバイザー除く）

- ・ファイナンシャルプランニング技能士
- ・住宅ローンアドバイザー
- ・宅地建物取引士
- ・マンション管理士
- ・建築士
- ・マンションリフォームマネージャー
- ・リフォームスタイリスト
- ・キッチンスペシャリスト
- ・インテリアコーディネーター
- ・整理収納アドバイザー



5. 西日本初『MUJI INFILLO（ゼロ）』、『空間設計事務所』

マンションの性能向上リノベーション『MUJI INFILLO（ゼロ）』の提供

- ・55m²のリノベーションしたモデルルームを展示
- ・空間を体感
- ・実際に性能を見れる（断熱材の入った壁の断面）

団地をリノベーションするMUJI×UR

- ・モデルルームを全国で初めて店舗に展示
- ・使用していない実際の団地住戸から、敷居や鴨居、柱を移設し、鈴蘭台第1団地（兵庫県神戸市北区）にて手がけたリノベーションプランをそのまま再現

遊休スペース活用と地域課題に取り組む『空間設計事務所』を設置

- ・街全体を“自分たちの住まう場”と捉え「家」「オフィス」「商業」「公共」の4つの分野において、企画から考え空間設計を行ないます

みんなのライフパーク。

6. 新サービス『コワーキングスペース』

料金：1時間 500円 3時間以上最大1500円

・フオンブース：30分200円

・商談スペース：6名用1時間2,000円/
12名用1時間4,000円

・コピー、プリント/モノクロ10円/枚 カラー50円/枚

広さ：29坪（89m²）

定員：38席

設備：無料

Wi-Fi、全席電源、店内焙煎コーヒー、書籍（店内閲覧）

7. 『資源循環型』の社会を考える

ReMUJIの取り扱い拡大

- ・染めなおした服
- ・つながる服
- ・洗いなおした服

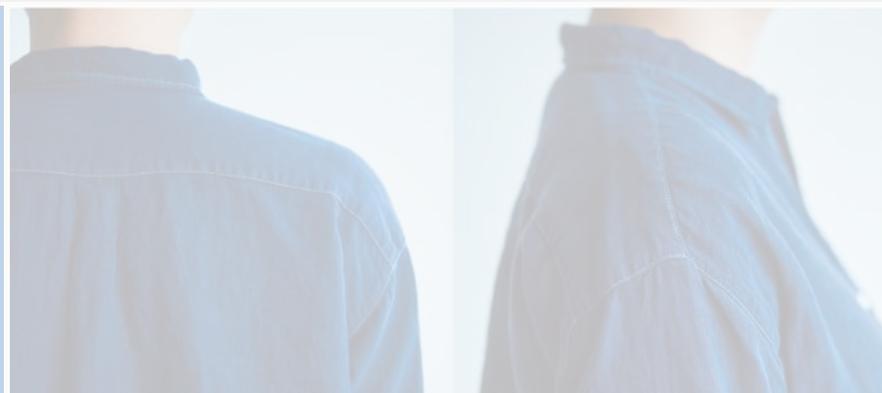
地球のよう
回してみよう

リサイクル・リユースの推進「MUJI CYCLE」回収ステーションの設置

- ・プラスチック収納用品回収
- ・プラスチックボトル回収
- ・衣料品回収
- ・紙製ハンガー・フック回収
- ・フードドライブ回収

関西地区初 容器削減を目指し洗剤やシャンプーの量り売りを開始

- ・シャンプー、コンディショナーなどヘアケア10種類
- ・トイレ用、食器用、衣類用など洗剤6種類



8. café&Mealの『地産地消』

- ・地産地消をテーマに、生産者とお客様を繋げることを目指します
約7割のメニューを、大阪府、京都府、兵庫県など近畿2府4県で採れる食材を中心に使ったメニューで展開
- ・デリカテッセンからレストランのサービスに変更

店内什器もすべて購入可能

- ・テーブルやチェアなども商品で、一部は地域木材の活用

ランチは11時～14時

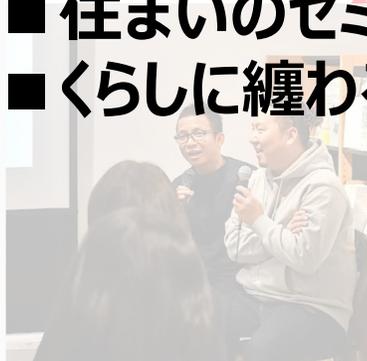
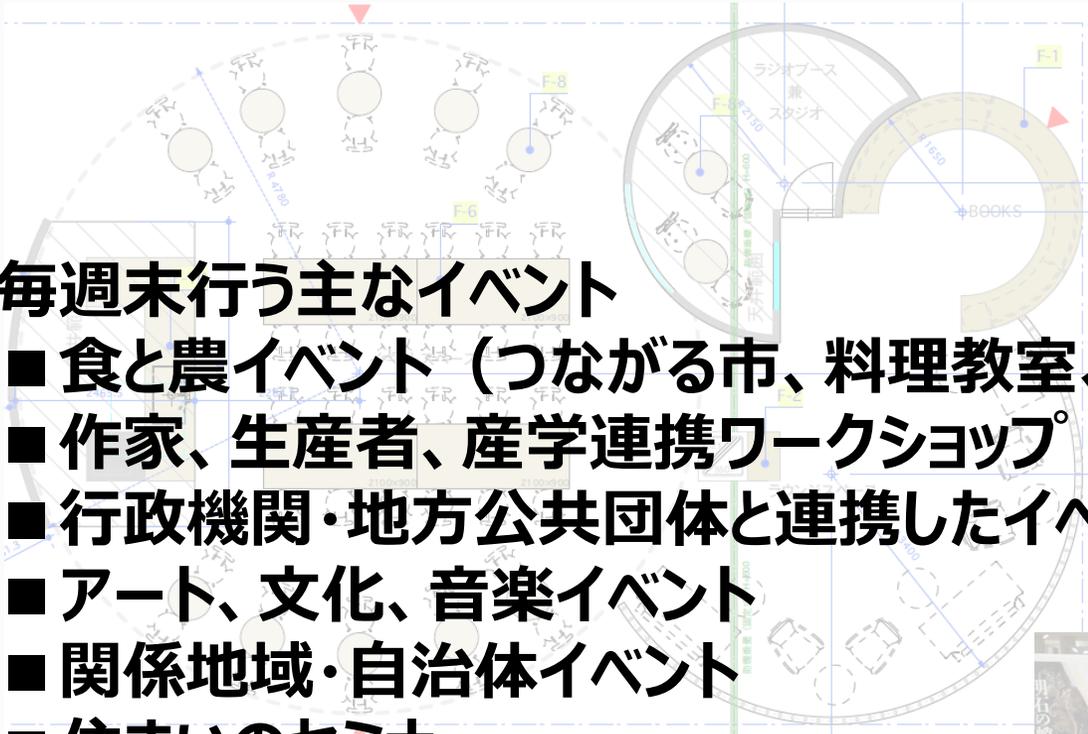
カフェは14時～17時

ディナーは17時～22時

9. “暮らし”をテーマにつながる『open MUJI』

毎週末行う主なイベント

- 食と農イベント（つながる市、料理教室、試食試飲会）
- 作家、生産者、産学連携ワークショップ
- 行政機関・地方公共団体と連携したイベント
- アート、文化、音楽イベント
- 関係地域・自治体イベント
- 住まいのセミナー
- 暮らしに纏わるトークイベント



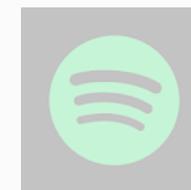
10. 『配信スタジオ』からのコミュニケーション

毎日配信

- 店内放送
- MUJI passport、Instagramライブ配信

主な内容

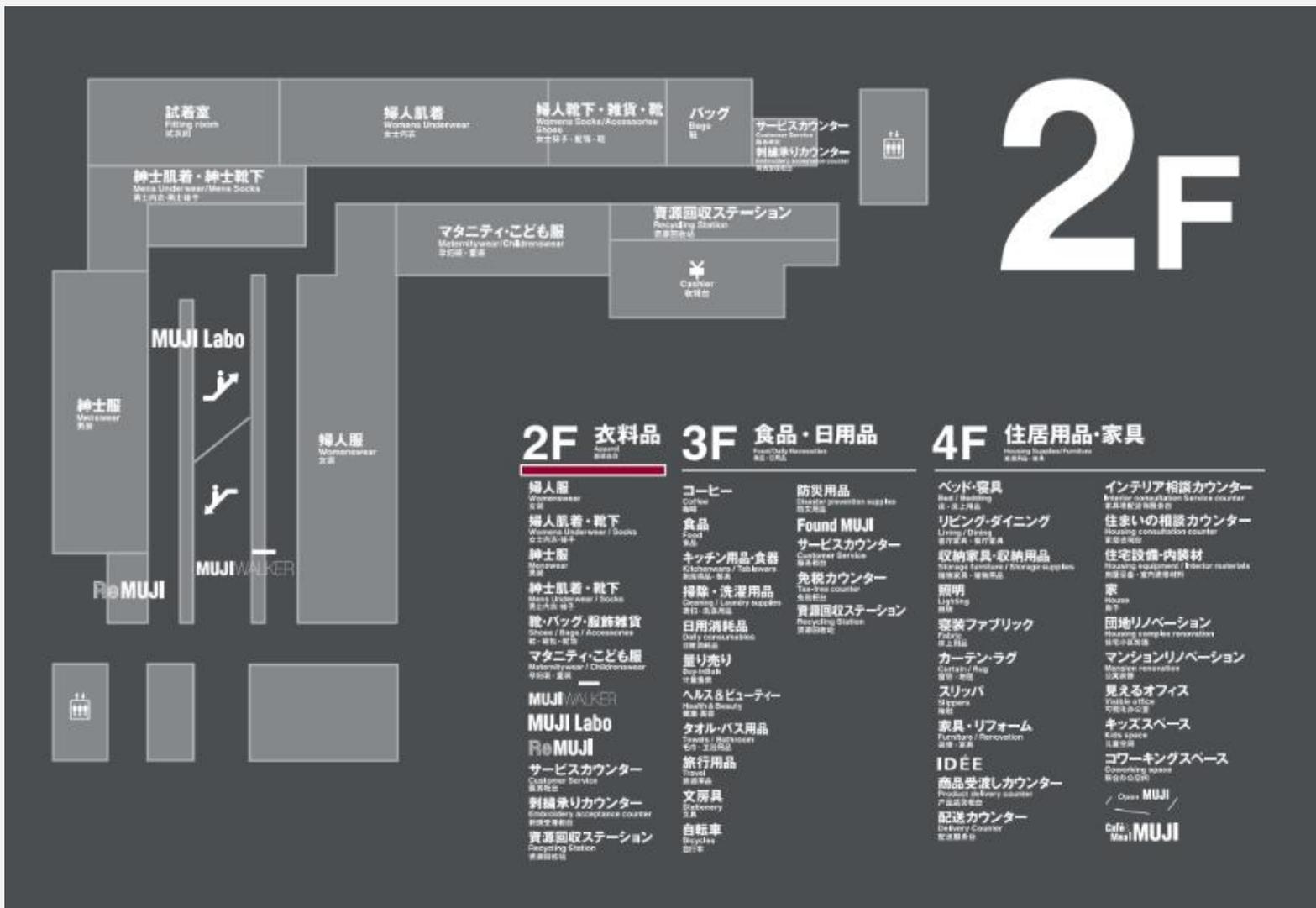
- 新商品など商品紹介
- イベント告知
- MUJIニュース
- 地域の情報



無印良品
くらしのラジオ

無印良品グランフロント大阪 フロア構成

2F





無印良品グランフロント大阪 フロア構成

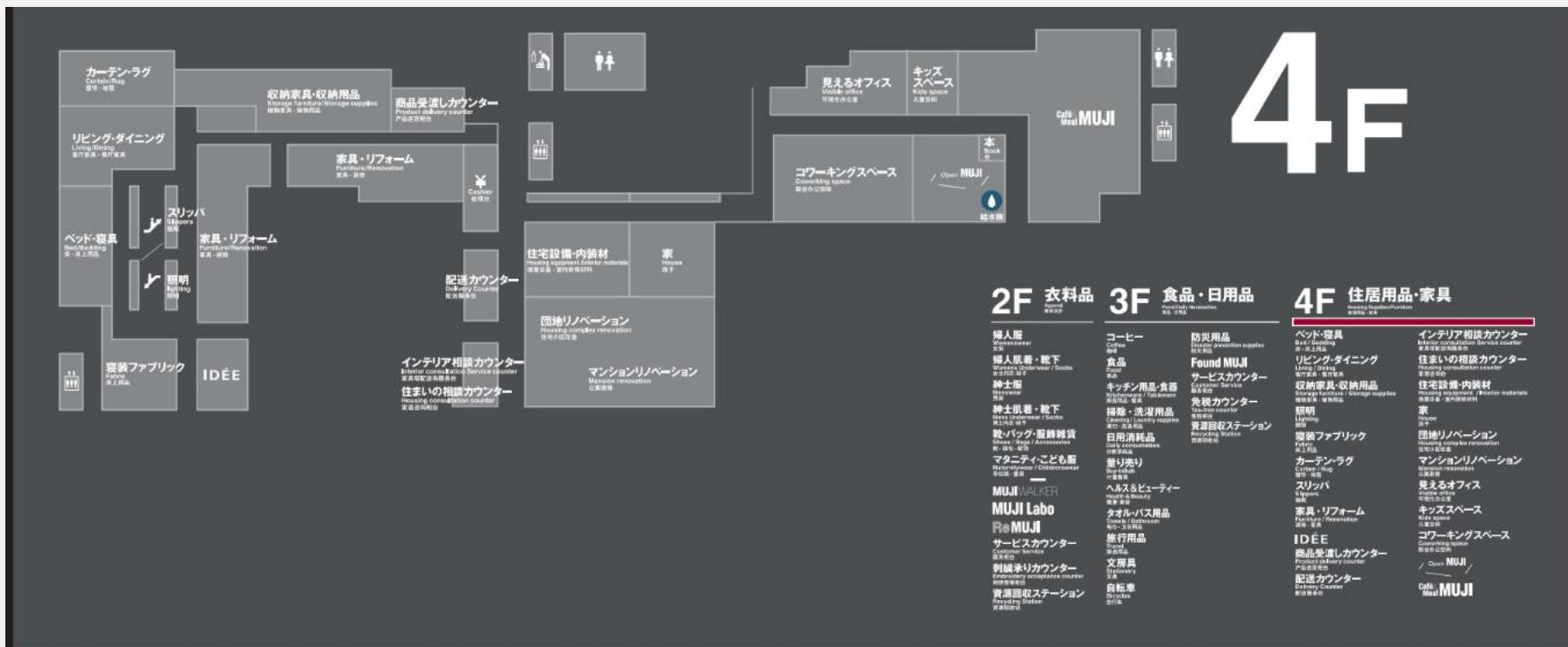
3F





無印良品グランフロント大阪 フロア構成

4F



4F

- | | | |
|---|--|---|
| <p>2F 衣料品
Clothing</p> <p>婦人服
Women's</p> <p>婦人服着・靴下
Women's (Underwear / Socks)</p> <p>紳士服
Men's</p> <p>紳士服着・靴下
Men's (Underwear / Socks)</p> <p>靴・バッグ・服飾雑貨
Shoes / Bags / Accessories</p> <p>マタニティ・子ども服
Maternity / Children'swear</p> <p>MUJI WALKER</p> <p>MUJI Labo</p> <p>Re MUJI</p> <p>サービスカウンター
Service Counter</p> <p>相談承りカウンター
Consultation counter</p> <p>資源回収ステーション
Recycling Station</p> | <p>3F 食品・日用品
Food & Daily necessities</p> <p>コーヒー
Coffee</p> <p>食品
Food</p> <p>キッチン用品・食器
Kitchenware / Tableware</p> <p>掃除・洗濯用品
Cleaning / Laundry supplies</p> <p>日用消耗品
Daily consumables</p> <p>量り売り
Bulk</p> <p>ヘルス&ビューティー
Health & Beauty</p> <p>タオルバス用品
Towels / Bath items</p> <p>旅行用品
Travel items</p> <p>文房具
Stationery</p> <p>自転車
Cycles</p> | <p>4F 住居用品・家具
Home goods & Furniture</p> <p>防災用品
Disaster preparedness supplies</p> <p>Found MUJI</p> <p>サービスカウンター
Service Counter</p> <p>免税カウンター
Tax-free counter</p> <p>資源回収ステーション
Recycling Station</p> <p>カーテン・ラグ
Curtains / Rugs</p> <p>スリッパ
Slippers</p> <p>家具・リフォーム
Furniture / Renovation</p> <p>IDÉE</p> <p>商品受渡しカウンター
Product handover counter</p> <p>配送カウンター
Delivery Counter</p> <p>Open MUJI</p> <p>Call MUJI</p> <p>インテリア相談カウンター
Interior consultation counter</p> <p>住まいの相談カウンター
Home consultation counter</p> <p>住宅設備・内装材
Home equipment / Interior materials</p> <p>家
Homes</p> <p>団地リノベーション
Mansion renovation</p> <p>マンションリノベーション
Mansion renovation</p> <p>インテリア相談カウンター
Interior consultation counter</p> <p>住まいの相談カウンター
Home consultation counter</p> |
|---|--|---|



END

新しくなる無印良品のコーヒー

2024年1月20日

無印良品 グランフロント大阪



コーヒーの未来を考えました

世界でコーヒーを飲む人口は増えている



地球温暖化、相場で左右される価格、働き手の確保・・・



生産量と消費量のバランス

「おいしくつくる」だけではない、無印良品ができることって？

無印良品の商品開発 3つのコンセプト
「素材の選択」「工程の見直し」「包装の簡略化」

商品コンセプト

1. 毎日飲んでも飽きのこない、味わいのバランスのとれたコーヒー
(香りの質、甘み、コク、酸味と苦味のバランス)
2. 世界の各エリアのコーヒー豆を、それぞれの特長を生かしてブレンド
3. 自分好みのコーヒーを探ることができるよう、味わいの選択肢がある
(ライト/ミディアム/ダークブレンドで、明確な味わいの差別化)

～味わい～

日本人の嗜好に合うコーヒーの甘みや、香ばしい香りを体現するため、「ブラジル」の豆をメインで使用する。

～原料～

本来であれば、輸出規格外として処分されるもの/国内消費に回るものも使用する。

コーヒーの輸出規格

コーヒー豆：金、小麦、大豆と同様に、国際的な先物相場がある

相場価格：品種や産地、格付け（グレード）によって異なる

↳ 国によってさまざま（国際的な統一基準は無し）

ブラジル



欠点数 + 豆の大きさ

※輸出規格外になるコーヒー豆：
一般的なブラジル農園で生産量の10~30%

豆の大きさ

SC20	
SC19	
SC18	
SC17	輸出規格
SC16	
SC15	
SC14	
SC13	
SC12	輸出規格外
SC11以下	

風味品質に影響なし

欠点数

No.2	4-7点	
No.2/3	8-11点	
No.3	12-18点	
No.3/4	19-25点	輸出規格
No.4	26-34点	
No.4/5	36-44点	
No.5	46-79点	
No.6	86-153点	
No.7	160-340点	輸出規格外
No.8	360点以下	

風味品質に影響あり

欠点数は輸出規格を踏襲（風味、品質は保持）

風味に影響のない「大きさ」だけではじかれてしまう豆を使用できないか？

取り組み達成に向けて

「今あるコーヒーを、遠い将来にまで持続的に生産できるか」
「生産者と膝を突き合わせて一緒に乗り越える」
ダテラ農園と小川珈琲のサステイナブルな考え方に共感

MUJI
無印良品

商品/売場



ダテラ農園ならびに
ダテラ農園が選定した周辺農家

- ・精選選別技術
- ・品質管理
- ・サステイナブルな取り組み

OGAWA

- ・商品設計
(原料、焙煎、ブレンド)
- ・生豆商社機能
- ・品質確認

ダテーラ農園に行ってきました



東京～（ダラスで乗り換え）～サン・パウロ 計26時間
サン・パウロから国内線1時間20分、空港から農園まで車で約2時間半



1987年創業（創業者の本業はタイヤ販売業）

6,400haある敷地のうち、コーヒー農園は2800ha、残り3,600haは自然林や植林地、水源確保のための土地となっている。（セラード地域では、通常敷地の20%を保全地区とすることが決められているが、ダテラは50%以上を保全地区としている。）

6,400ha = 甲子園1,600個分
大阪市の約30%に相当

2003年にブラジルのコーヒー農園で初めてレインフォレストアライアンス認証を取得。



↑ 苗床

コーヒーの木は、苗を購入して育てる農園も多い中、ダテーラ農園ではすべて苗から育てている。



↑ 主根がまっすぐに伸びたものが良い。↑ 分岐しているのは×

苗のうちにはココナッツや野菜くずなどの有機肥料を使用。土だと雑菌で病気になることも。↑

まずは健康な苗を見つけるところから。



苗の生育状況に合わせて、遮光シートを開閉している。



灌漑システムを使って水やりを行うため、畑が円形になっている場所も。

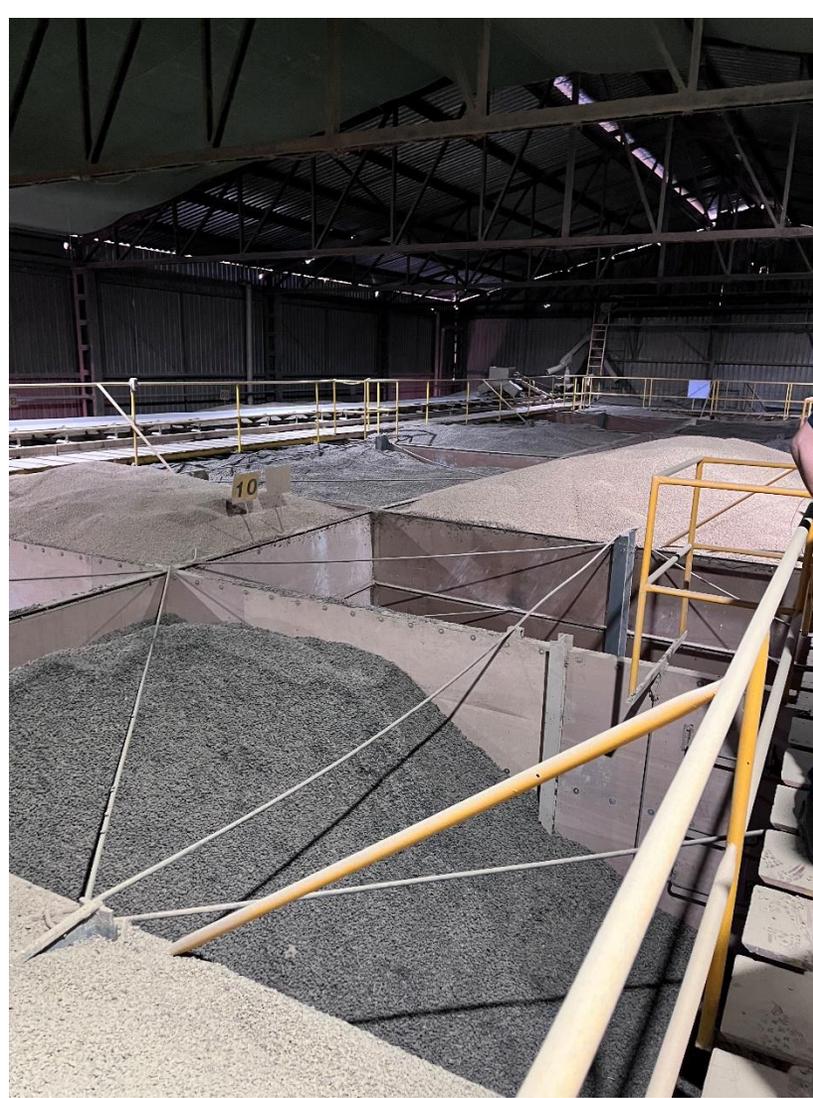


↑この塔を起点に、スプリンクラーがついた腕部分が回転している。

ダテラ農園では水を確保するために、一部畑をつぶして貯水池をつくったそう。



収穫時期は5月から8月。



① 収穫後、コーヒーの実をサイズ別に選別（実の大きさや熟度によって分けられる。）

② 果肉部分を除去して乾燥→脱殻→風力選別→スクリーン選別

（輸出規格と規格外のサイズに選別。今回使うのはこのスクリーン選別で規格外になった豆。）



機械は少し斜めになっていて、振動させながら軽い豆（欠け豆、虫食い、貝殻豆）をはじいていく。

③ 比重選別



敷地内の滝。湧水はもともと10カ所くらいしかなかったが、現在は70カ所ほどに。↑

原生林の植樹プロジェクト

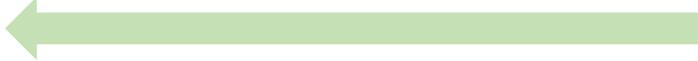
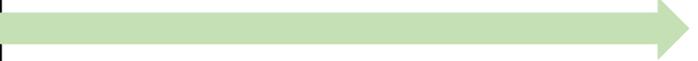
コーヒー農園で排出されるCO2を減らすため、2030年までに全世界のコーヒー農園で10億本の植樹を行う。ダテラ農園では原生林の苗も育成しており、2,000万本の植樹を計画。



◎ 中規模のコーヒー農園 2カ所訪問

どちらの農園もコーヒー以外に、大豆やコーンなどの穀物もつくっている。コーヒーは苗を植えてから収穫できるようになるまで3年かかるので効率悪く、また最近は大豆やコーンの価格があがっているので、コーヒー畑を別の畑にしてしまうことも。あわせて働き手の確保が難しいことも課題。

ターゲットの味わいになるように、ベースとなるブラジルの豆を50%配合

	ライトテイスト	ミディアムテイスト	ダークテイスト
ブレンド原料	ブラジル（無印専用グレード） 50% グアテマラ Huehuetenango 50%	ブラジル（無印専用グレード） 50% エチオピア Yirgachefe 25% グアテマラ Huehuetenango 25%	ブラジル（無印専用グレード） 50% インドネシア Mandheling 50%
テイスト	やさしい甘みと酸味 	酸味/苦味のバランス	キレのある苦味 
	ブラジルの軽やかな甘みと グアテマラのやさしい酸味が特長の、 すっきりとしたコーヒーです。	ブラジルの甘く香ばしい香りと、 エチオピアの華やかな味わいが特長です。 酸味と苦味のバランスの良い コーヒーです。	インドネシアマンドリンの重厚な香りと ブラジルのキレのある苦みが 特長のコーヒーです。 ミルクで割っても美味しく召し上がれます。

味わいMAP

オリジナルブレンド
ライトテイスト

爽やかな香りと、
すっきりとした後味

オリジナルブレンド
ミディアムテイスト

甘い香りと、
バランスの良い苦みと酸味

オリジナルブレンド
ダークテイスト

深煎りの香ばしさと、
キレのよい苦み

すっきり ●

● コク深い

おすすめのシーン



朝の目覚めに

おすすめのシーン



1日のリフレッシュしたい時に

おすすめのシーン



午後のくつろぎの時間に



無印良品の商品やサービス、当社の経営について、
皆様の声をお聞かせください！

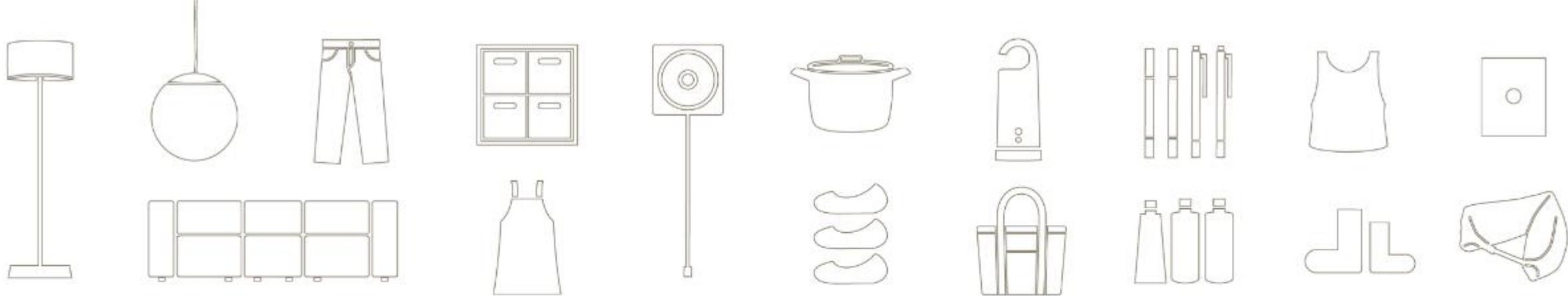


株主・ファンミーティングアンケート

本日は株主・ファンミーティングにお越しいただき、ありがとうございます。
今後の運営の参考にさせていただきたく、
アンケートにご協力いただけますと幸いです。



QRコードを読み込み、ご回答いただくか、
QRコードをつけたアンケートカードを
配布しておりますので、
後日の回答でも問題ございません。
どうぞよろしく願いいたします。



株式会社 良品計画

<免責事項>

- 当資料に記載されている内容は当社の株式の購入、売却など、投資を勧誘するものではありません。
- 当資料に記載されている当社の財務状況、経営方針、計画、業績目標等のうち歴史的事実でないものは、現在入手可能な情報を基にした予想値であり、これらはリスクや不確実な要因の影響を受けます。従って、実際の業績は、これらの予想とは大きく異なる可能性があります。
- 各種データ・資料については細心の注意を払っておりますが、記載された情報の誤りや第三者によるデータの改ざん等本資料に関連して生じる障害・損害について、その理由の如何に関わらず当社は一切責任を負うものではありません。

