



中期経営計画 (2024年 - 2026年)

西本Wismettacホールディングス株式会社

2023年10月16日





Table of Contents

- 1. 中期経営計画**
2. 2035年に向けて
3. 中長期成長戦略
4. (参考) Wismettacグループについて

- アジア食グローバル事業(以下、AFB事業)において拡大が続く既存販路(うち、主としてメインストリーム)での売上増加、PB生産の拡充に加え、SCMのEtoEグローバル統合による商品原価の低減、及びデジタル化と物流省力化投資による販管費率の低減により利益率の2%引き上げを行い、**2026年に既存事業のOrganic成長^(*1)で売上高5,000億円・営業利益250億円**を達成する
- 上記に加え、営業CF・新規資金調達により**1,000億円^(*2)の戦略投資枠**を設定し、これを以下3領域を中心に集中投資する
 1. AFB事業におけるM&AやJVを中心とする未進出地域でのプレゼンス獲得、今後供給不足が懸念される商材への先行投資、R&Dケイパビリティ、RTE商品等の自社生産力向上投資、プラントベースシーフード/ミートや陸上養殖等の今後拡大が見込まれる上流への先行投資
 2. 独占栽培権を持つ日本の青果物の海外生産・海外販売事業への投資
 3. 食産業ソリューション事業、内外フードテックへの投資(シナジーのあるスタートアップ事業買収を含む)
- **自己資本比率30~40%、配当性向30%**を維持
- 金融リスク・市場リスク・地政学リスク等をマネージし、不確実性に対応

<注記-1> 中期経営計画の**期中平均想定為替レート：USD=135 JPY**

<注記-2> **日本からの輸出商材が北米AFB事業に占める割合は15%であり、国内で輸入販売を行っている青果事業等と為替持高を相殺することにより、米ドル/円の為替変動が当グループの業績に与える実質的な影響は極めて小さい^(*3)**

<注記-3> 今後、当社の中計は3年間固定方式とし、次回中計(2027-2029)は2026年以降公表を予定^(*4)

(*1) 実施予定のM&Aを含む

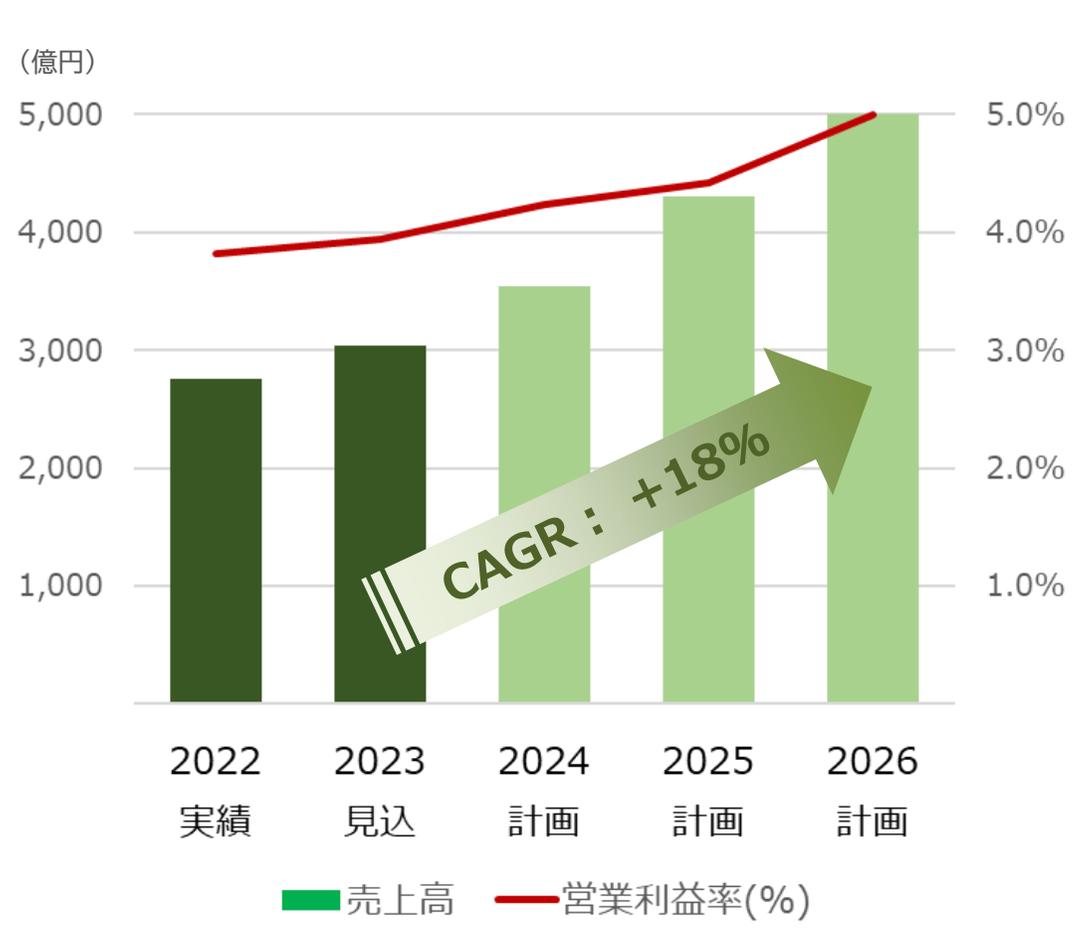
(*2) 2023年末の現預金残高は1,000億円を見込む

(*3) 為替変動により生じる海外子会社の財務諸表の換算が連結業績に与える影響を除く

(*4) 大きな経営環境の変化により必要と判断する場合は、計画を変更/公表

3ヶ年事業計画 (Organic)

※新規M&A等の寄与分は除く



(億円)

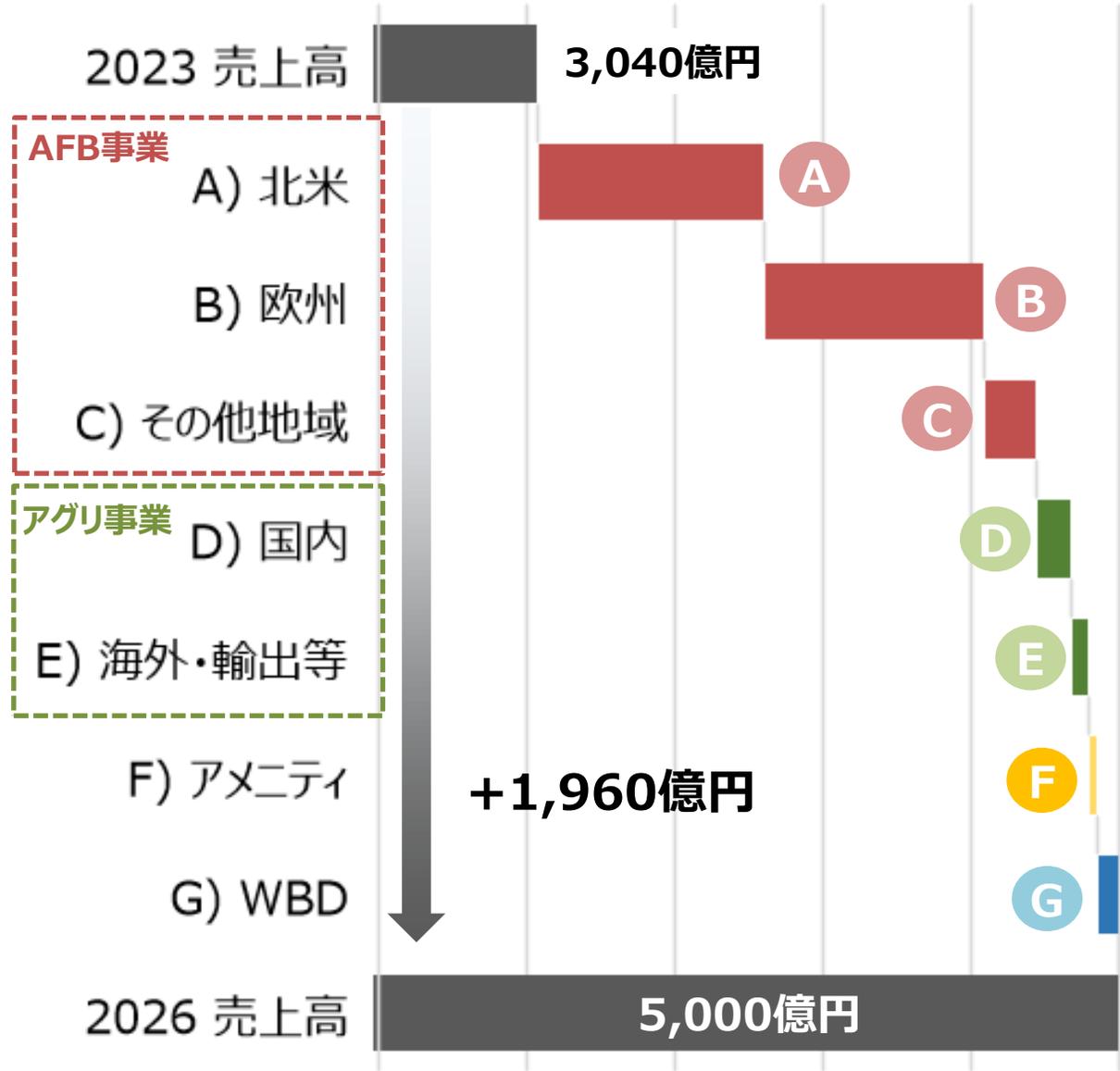
	2022年 実績	2023年 見込	2024年 計画	2025年 計画	2026年 計画
売上高	2,752	3,040	3,540	4,300	5,000
営業利益	105	120	150	190	250
営業利益率	3.8%	3.9%	4.2%	4.4%	5.0%
ROWC	21%	21%	24%	27%	31%

(為替前提 : USD=135 JPY)

既存販路の拡大・PB生産の拡充等に加え、可視化によるデータ重視マネジメント、物流の省人化投資により、成長と無駄の徹底排除を加速させ、
2026年に売上高5,000億円・営業利益250億円を達成

売上高 成長計画 (Organic)

※新規M&A等の寄与分は除く

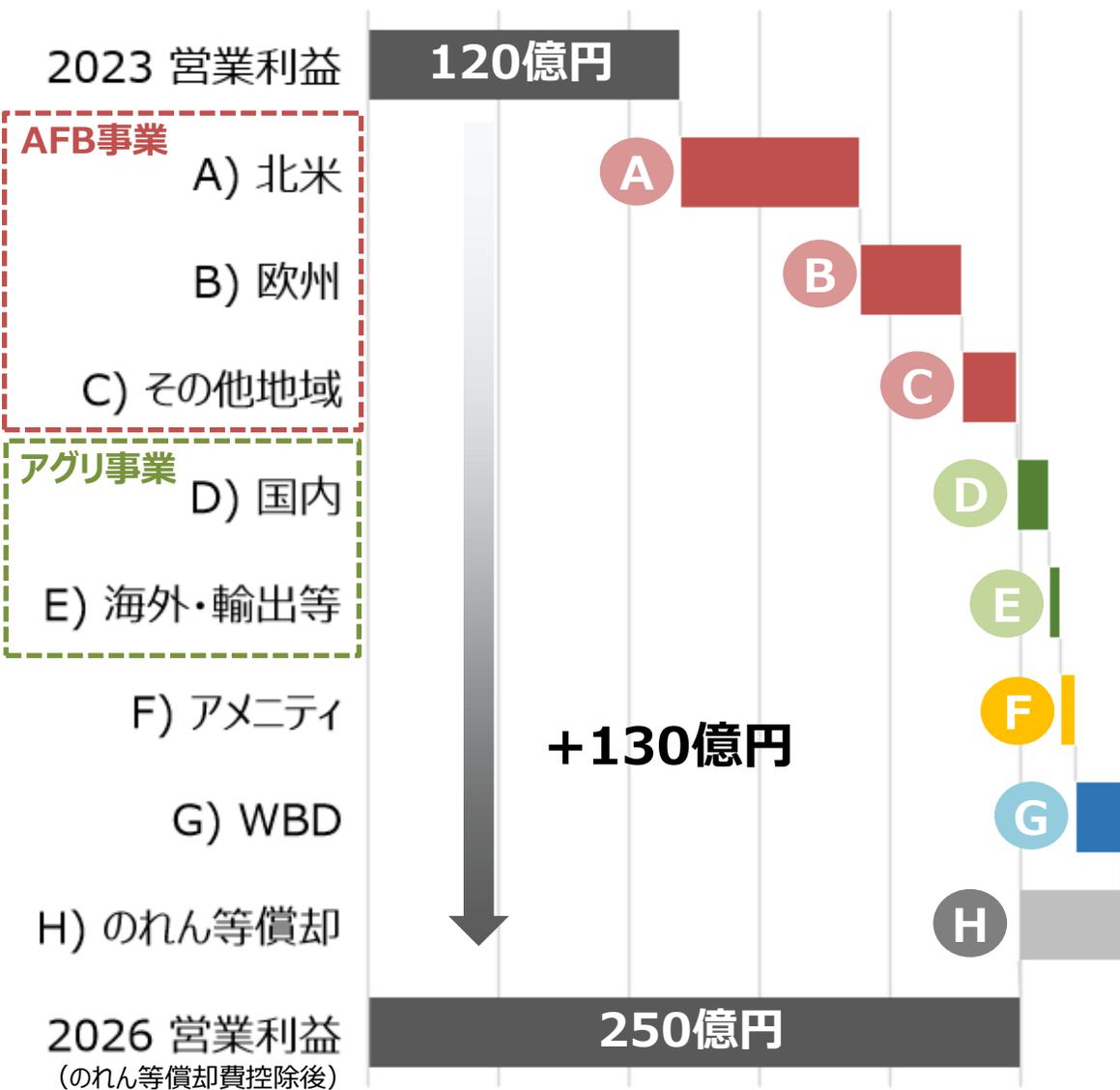


- A**
 - 既存メインストリーム販路拡大 - アジア食の販売拡大が続くメインストリーム量販店・フードサービスオペレータ等の継続的な開拓
 - 生鮮水産商材とメインストリーム向け開発型商材の拡充
- B** Uniontrade等のグループ加入、販売地域の拡大、拠点の拡大、欧州域内全拠点のシナジー創出 (商品統合、顧客基盤共有)
- C** 新興市場 (東南アジア・インド・中南米・中東・東欧)の開拓加速
- D** 売上500億円超の達成、重点商材のシェアアップ
- E** 独占栽培権を持つ日本品種のグローバル生産・販売
- F** メディカルフード等での多角化と新規海外展開
- G** 3ヶ年で10の新規事業を生成 (既に2事業を事業化・育成中、3事業を新たに事業化予定)、米国・中国・欧州に拠点設置

・ AFB事業 アジア食グローバル事業
 ・ アグリ事業 農水産商社事業
 ・ アメニティ アメニティ事業(国内その他)
 ・ WBD Wismettac Business Development (新規事業開発)

営業利益 成長計画 (Organic)

※新規M&A等の寄与分は除く



- A**
 - 商材毎の売上が大きく (且つ販管費が低い為)採算の良い**メインストリーム向け売上の拡大**による粗利率向上
 - 既存事業における**更なるPB率拡大**による粗利率向上 - 現地開発拠点の設置とOEM生産・工場の拡大
 - SCMのEtoEグローバル統合**による粗利率向上と大幅な物流コストの削減
- B** 商品統合による売上拡大と粗利率向上、**拠点間の管理コスト重複解消、SCM・業務・IT基盤共有によるコスト削減**
- C** 東南アジア・インド・中南米・中東・東欧への拡大による増益
- D**
 - 輸入売上増加と販管費率低減による採算性改善
 - 新興産地の開拓・関係構築**による仕入コスト低減
 - 共同入札によるフレートの低減
- E** 輸出及び海外生産・海外販売の拡大、海外拠点の拡大
- F** 新規事業展開、及び輸出事業の拡大等による増収増益と国内ライセンス生産等による為替影響を受けにくい事業構造への変換
- G** 新規事業の早期収益化と新規事業創出プロセスのスピード化 (**2024年に部門黒字化を計画**)
- H** のれんは原則として10年で償却する前提

<参考情報> セグメント別事業計画

		売上高 (億円)				
		2022 実績	2023 見込	2024 計画	2025 計画	2026 計画
	AFB事業	2,161	2,382	2,810	3,470	4,060
	アグリ事業	552	617	675	740	790
	その他事業	39	41	55	90	150
グループ合計		2,752	3,040	3,540	4,300	5,000

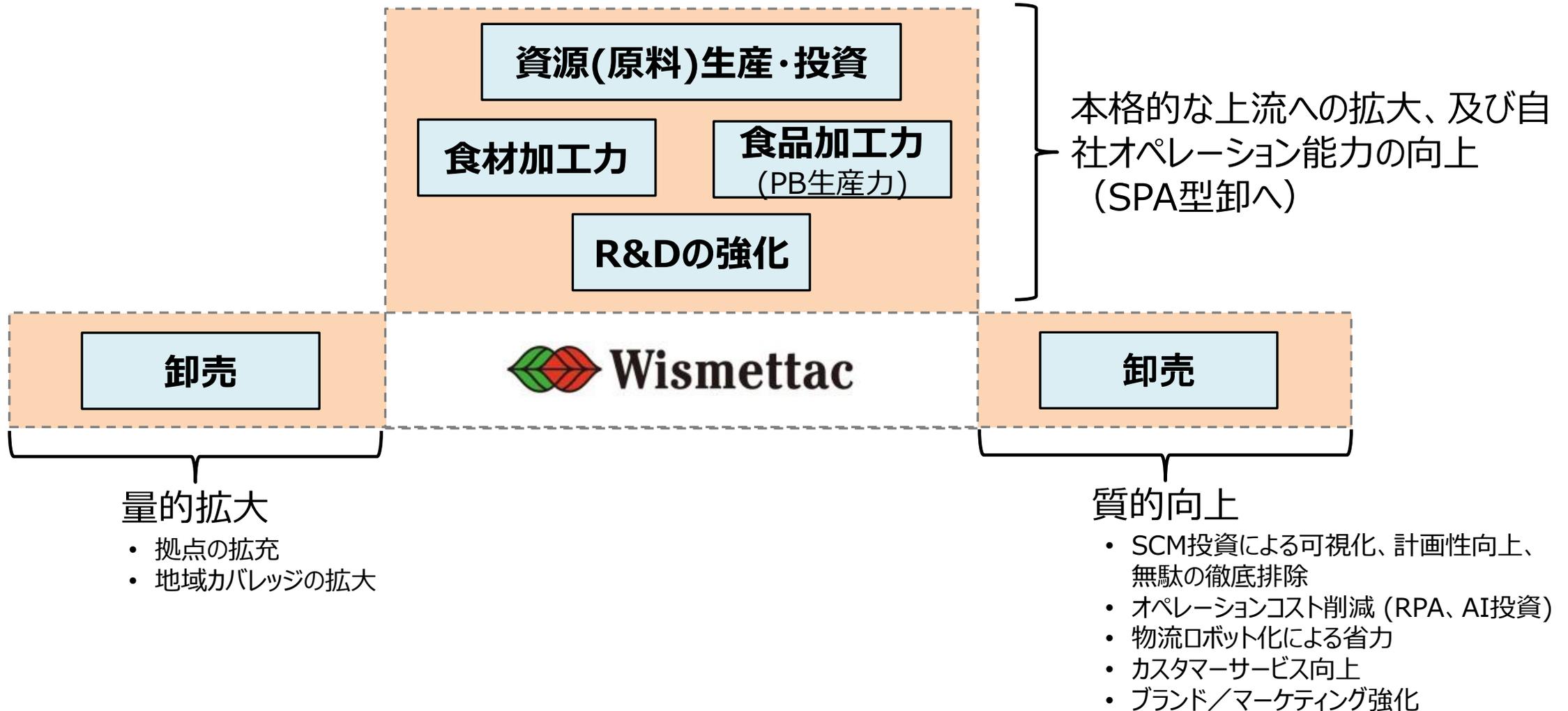
		営利 (億円)				
		2022 実績	2023 見込	2024 計画	2025 計画	2026 計画
	AFB事業	122	132	148	180	220
	アグリ事業	-9	-3	1	5	15
	その他事業	-8	-9	1	5	15
グループ合計		105	120	150	190	250

(*1) その他事業 = アメニティ + WBD

(*2) 調整額(未配賦経費等)配分後

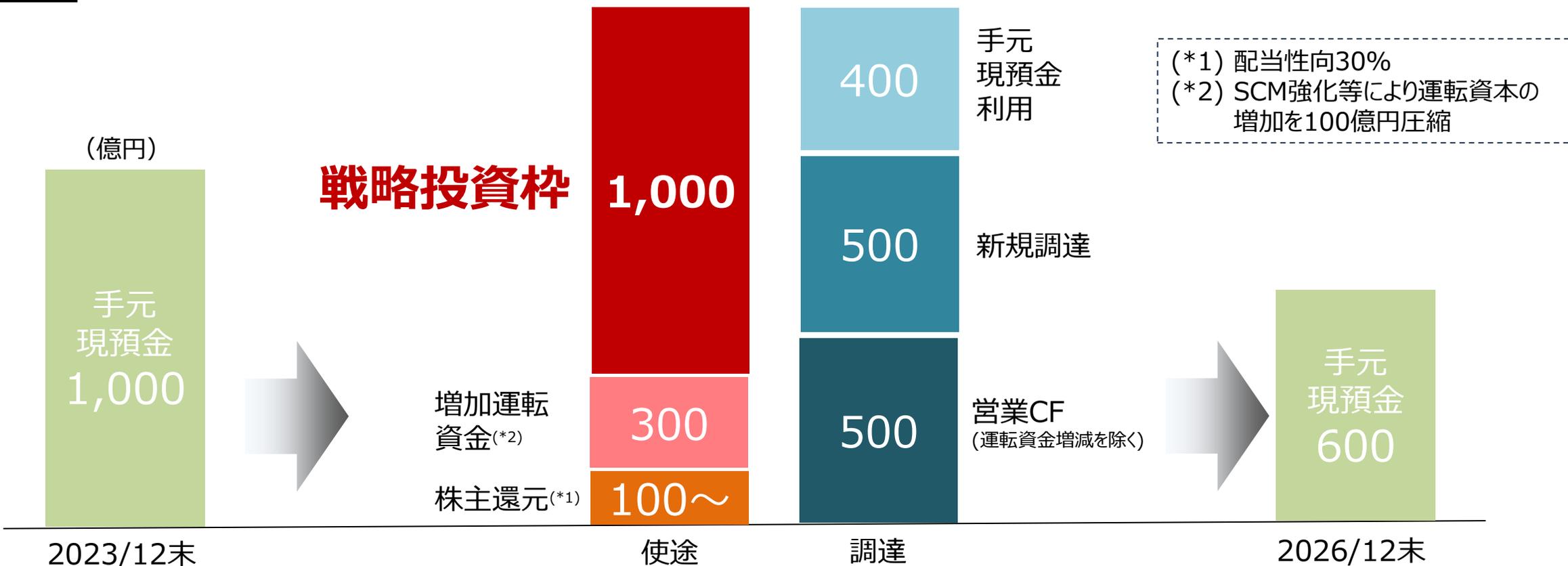
M&A・JV戦略／テクノロジー投資（AFB事業に関して）

※ Organic計画に含まれない更なる増益可能性と将来への投資



新規M&Aによる既存事業の地域・基盤拡大、R&D力向上、生産管理力向上と
SCM投資による徹底した商品原価低減と物流・オペレーションコスト削減

キャッシュマネジメントとアロケーション方針



1,000億円の戦略投資枠を設定して、以下3領域に集中投資

1. AFB事業におけるM&AやJVを中心とする未進出地域でのプレゼンス獲得、今後供給不足が懸念される商材への先行投資、R&Dケイパビリティ、RTE商品等の自社生産力向上投資、プラントベースシーフード/ミートや陸上養殖等の今後拡大が見込まれる上流への先行投資
2. 独占栽培権を持つ日本の青果物の海外生産・海外販売事業への投資
3. 食産業ソリューション事業、内外フードテックへの投資 (シナジーのあるスタートアップ事業買収を含む)

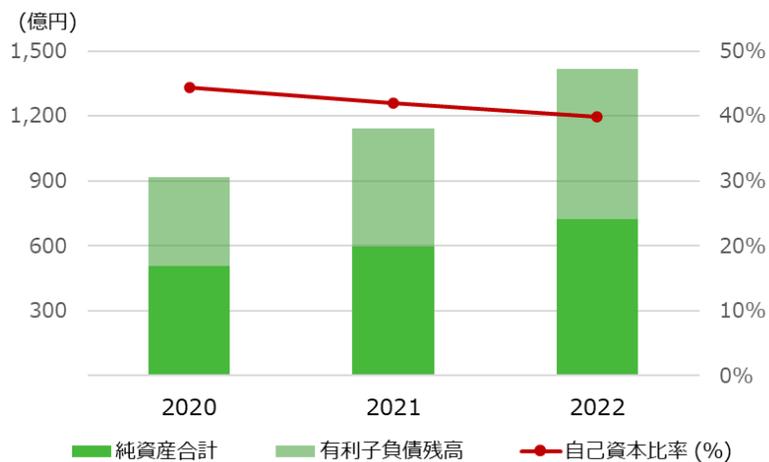
基本方針

プライム市場において、持続的な成長を図るため、健全な財務基盤を維持しながら、積極的事業拡大に向けた投資と安定的な配当を両立させる

目標値

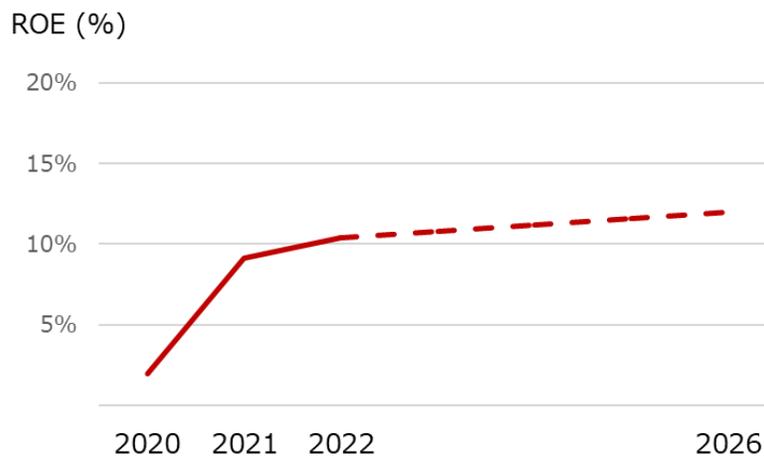
自己資本比率30~40%
(2023/6末現在 42%)

堅固な財務基盤を維持



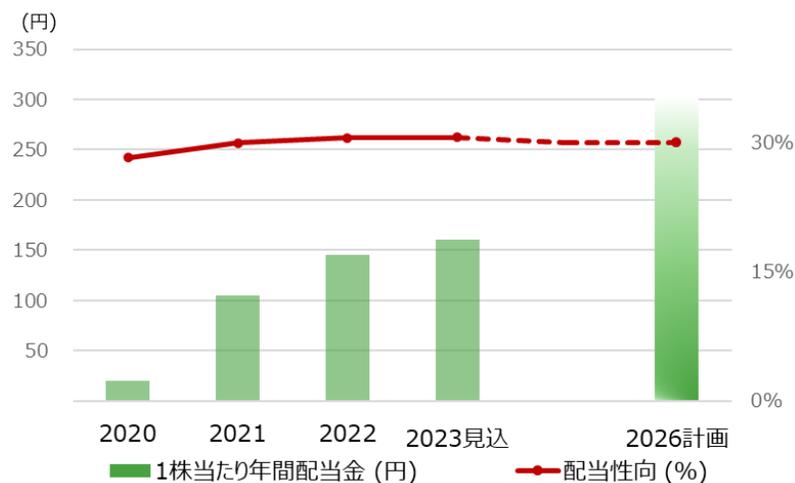
ROE 10%以上

コロナ禍除けば、目標水準を達成



配当性向 30%

上場来、コロナ禍含めて
30%を維持



為替 リスク

- グループ会社間取引における為替マリー(*)の活用、三国間取引を行うことにより、ビジネスへの実質的な影響をヘッジする
- 海外AFB事業における日本からの商品調達比率は15%(現状)程度を維持する

(*) 外国為替の売り持高と買い持高を結びつけることによって、為替持高を相殺。利益への影響は軽微。

金利 リスク

金利動向・支払利息への影響の把握、及び最適な資金調達を実施する
(金融環境の変動を受けにくい財務政策を実施)

地政学・ 気候変動 リスク

調達先の地域的集中を避け、同一商材をマルチソース化することにより、地域紛争・気候変動リスクを回避する（既に多数の主要商材で実施）



Table of Contents

1. 中期経営計画
2. **2035年に向けて**
3. 中長期成長戦略
4. (参考) Wismettacグループについて

2035年に向けて

世界に名だたる食のグローバルソリューションカンパニーへ

売上2兆円超へ

中計'26(2024 - 2026)

売上：5,000億円
営利：250億円

売上：3,040億円
営利：120億円

食のグローバルSPAへ

食のグローバルソリューションカンパニーへ

2023 2026 2029 2032 2035

④ メディカルフード(*)事業領域の基盤生成

- 誰もが等しく美味しく食べられる食の開発・提供
- 産学連携やIP(知的財産)を活用した事業化

③ 新規事業創出による成長

- デジタルやフードテック等の新技術を活用したソリューション事業の創出 (3年間で10事業)

② 青果事業のグローバル展開推進

- 知的財産権を活用した日本の青果物の海外生産及び、海外販売事業を新たな収益の柱として育成
- 青果卸売事業の収益構造の多様化・安定化

① 既存事業の量的・質的成長加速

- 営業力・商品開発力強化による新規市場・販路開拓
- PB拡充と物流費低減による粗利率向上
- SCM強化と販売・輸出入業務のデジタル化・AI化による経費率低減
- 潤沢な自己資本・現預金を活用したM&A等による事業規模拡大

(*) 医学的観点から特殊な栄養摂取の要求に対して設計された食品

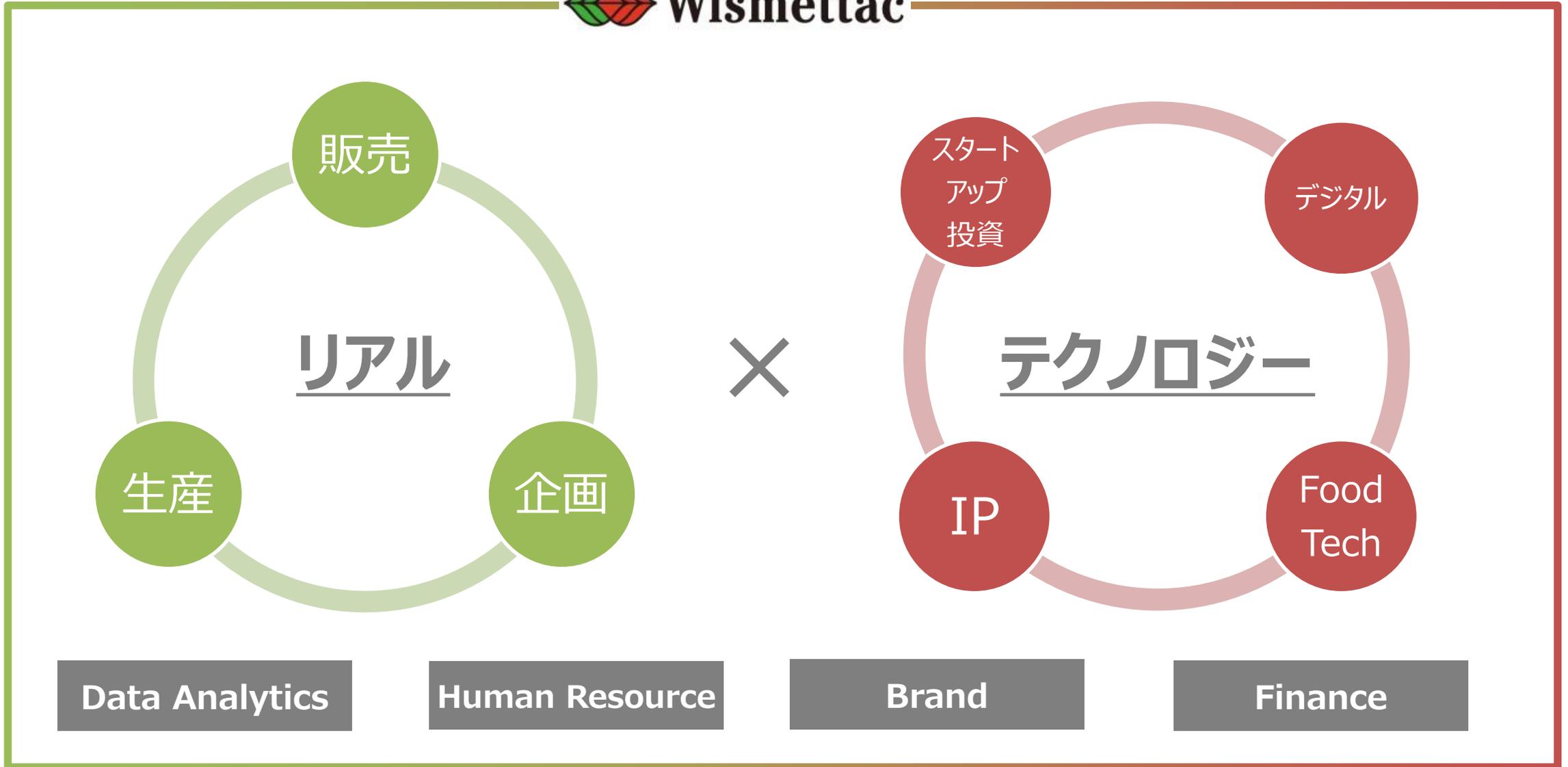


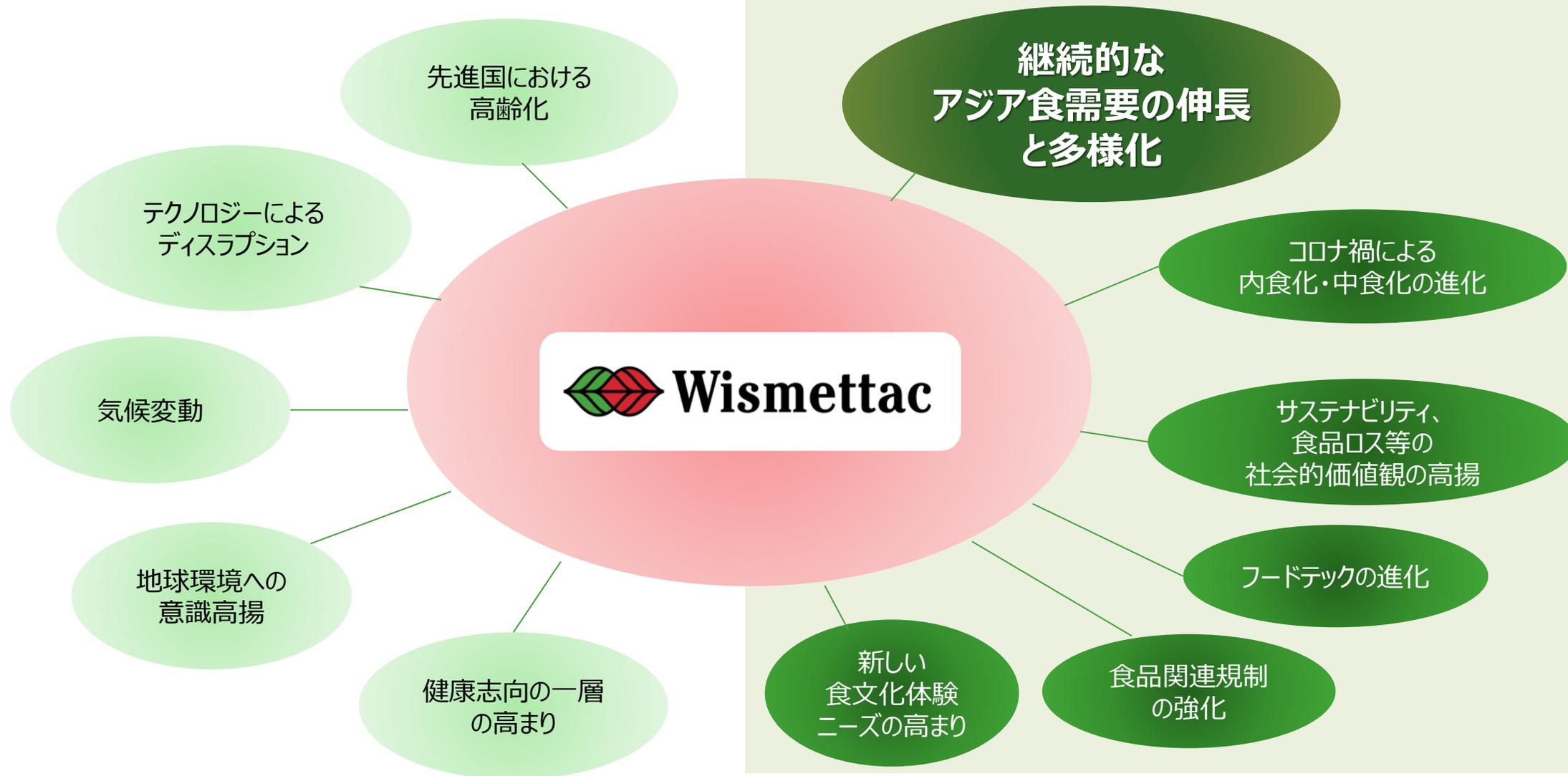


Table of Contents

1. 中期経営計画
2. 2035年に向けて
- 3. 中長期成長戦略**
 - I. AFB事業
 - II. アグリ事業
 - III. WBD事業
 - IV. アメニティ / メディカルフード事業
4. (参考) Wismettacグループについて

世界を取り巻くメガトレンドに加え、コロナ禍を受けた消費行動の変化と消費者の環境意識の高揚の影響等、食の産業でも事業環境が大きく変化

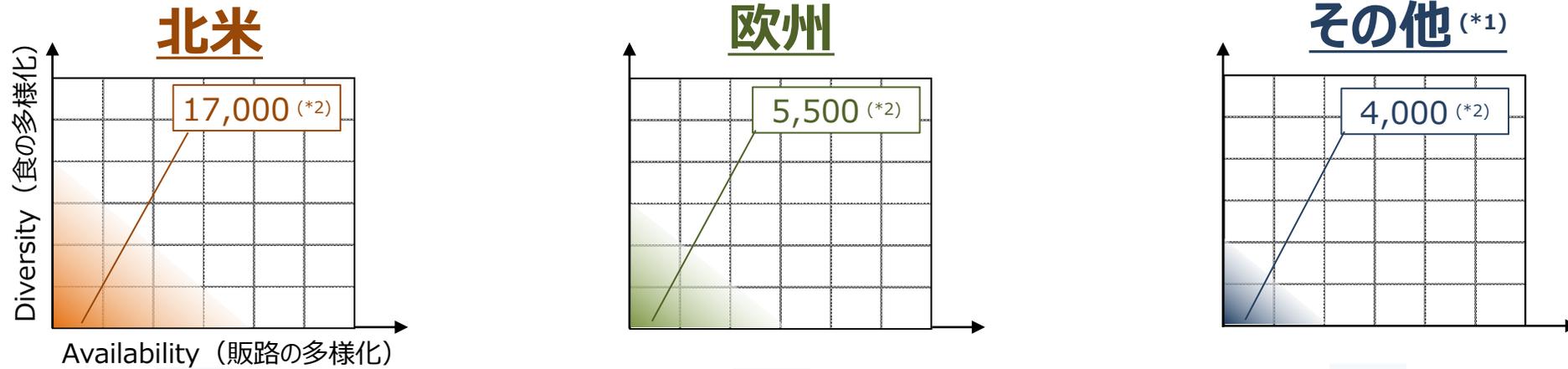
▼世界を取り巻くメガトレンド▲



▼食産業を取り巻く環境変化▲

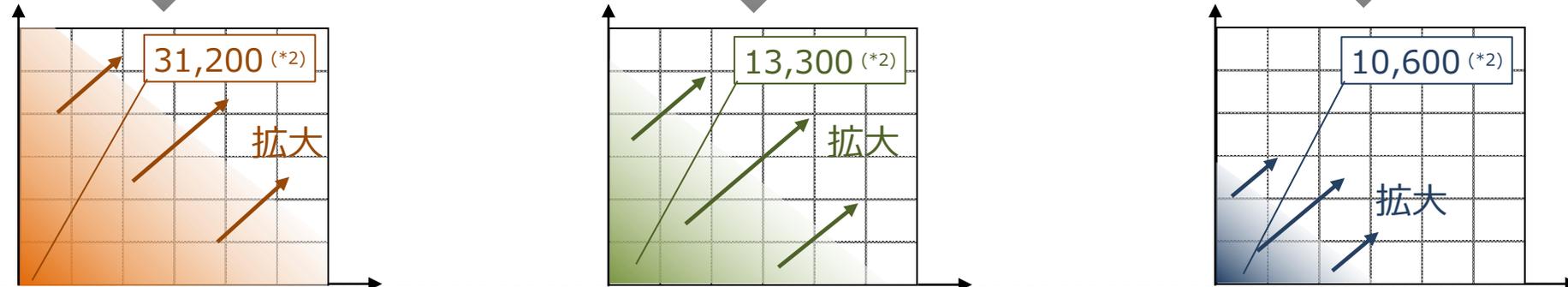
I. AFB事業：日本食・アジア食の広がり (イメージ)

10年前



中間層の拡大／ミレニアルズ・Z世代の増加／日本文化への関心の高まり／インバウンドの増加／健康意識の高まり

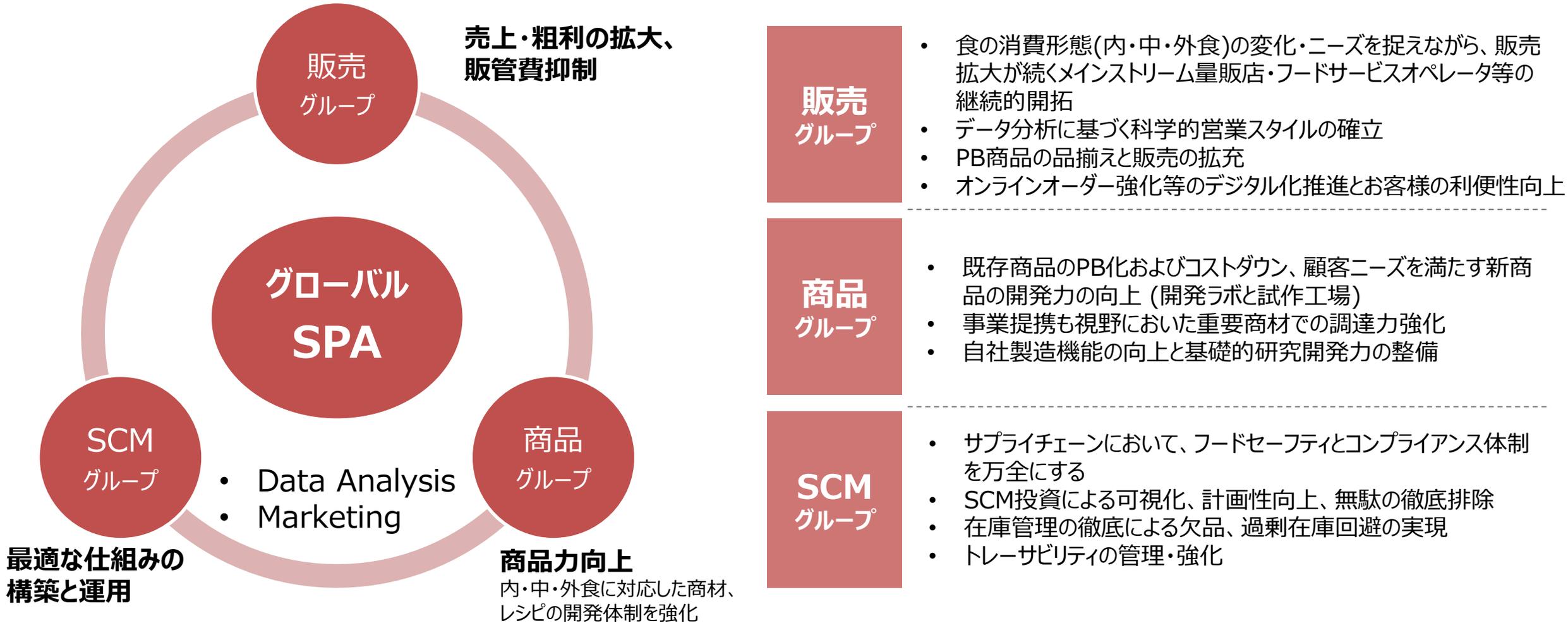
**現状と
今後**



- ・Diversity (食の多様化) ... 典型的な日本食から、より幅広いアジア食の浸透、そしてローカライズされたアジア食へ進化
- ・Availability (販路の多様化) ... 日本食レストラン／日系・アジア系スーパー中心から、現地大手レストラン／スーパー、To-Go／キオスク、ファーストフードへの広がり

社会環境の変化を背景とした日本食・アジア食の更なる拡大と多様化

I. AFB事業：アジア食の**グローバルSPA**を目指す



メニューと商品企画から製造、販売までを繋ぐことで、
PB/NBを最適なコストで販売し、消費者・顧客ニーズに迅速に対応

I. AFB事業：M&Aによる事業拡大

イタリアのUniontrade S.p.A.グループの子会社化を決定 (2024年度よりPL連結予定)

イタリア市場向け販路の拡充により、**欧州における事業基盤・収益機会を拡大**

Uniontradeグループの概要

- ▶ イタリアを代表する日本食・アジア食の卸売会社
- ▶ レストランや小売業との長い取引関係を基盤に、水産品、コメ、調味料などの食品・食材を販売
- ▶ レストラン向け業務用食品のCash & Carry事業(*1)も展開



(単位：千ユーロ)	所在地	設立年	資本金	業績 (2022年)	
				売上高	当期純利益
UT社	イタリア ミラノ	1984年	800	85,676	1,743
UL社		2017年	10	986	120

グループ連結による効果、目指す姿

- ▶ 商品統合、顧客基盤統合による増収
- ▶ 重複管理コスト解消、サプライチェーン・業務・IT基盤共有によるコスト削減

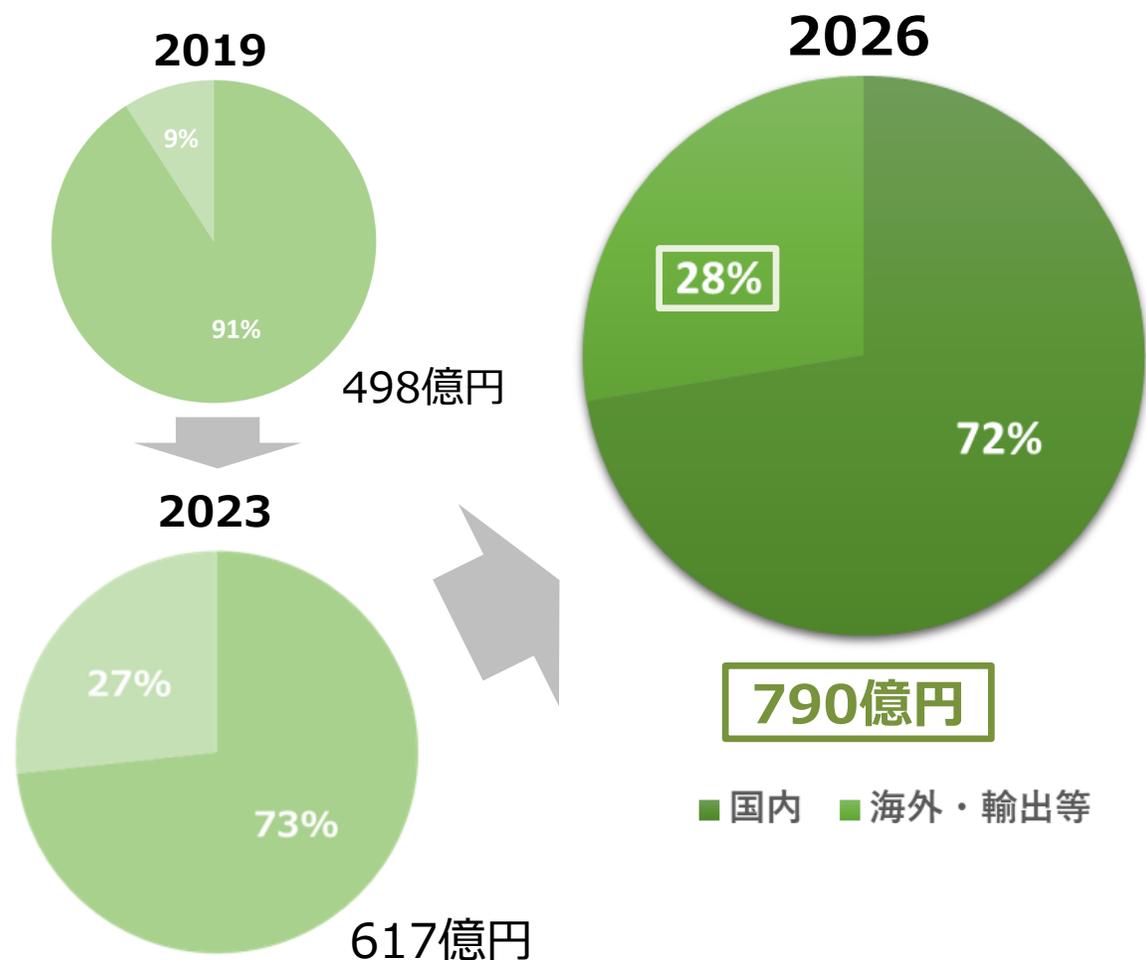


- **AFB事業における欧州事業の売上高比率が19%から24%レベルへ(*2)**
- **引き続きM&Aを積極的に活用し、AFB事業の地域・基盤拡大とシナジー効果(商品統合、顧客基盤共有、SCM・業務・IT基盤共有)が期待できる事業の取り込みを狙う**



(*1) 倉庫で購入、持ち帰るビジネスモデル (*2) 2023年売上高見込をベースに試算

Ⅱ. アグリ事業：売上高目標と重点実施事項



<事業を取り巻く環境>

- 為替変動・インフレ・気候変動により仕入条件のボラティリティーが拡大
- 世界的な消費拡大に伴う商品調達競争の激化
- 高付加価値品と廉価品への需要の二極化

国内事業

- 重点商材でのシェアアップ
- 輸入売上増加と販管費率低減による採算性改善
- 新興産地の開拓・関係構築による仕入コスト低減
- 共同入札によるフレート低減

海外・輸出等

- 独占栽培権を持つ日本品種のグローバル生産・グローバル販売
- 付加価値の高い日本産・安価な中国産青果物の輸出・販売拡大
- 廃棄ロス・顧客リターンロス削減による粗利率改善
- 顧客×商材毎の事業の集中と選択による粗利向上

国内青果事業での売上500億円超・巡航利益率2%強の達成と、日本品種のグローバル生産・グローバル販売を含めた海外展開の加速により、2026年に売上790億円・営利15億円を達成



日本品種の海外生産

- ・ 弘前大学開発のリンゴ「きみと」の南アでの育成者権と商標の許諾契約を締結
- ・ 植物検疫を経て、2024年試験栽培開始予定
- ・ 海外での生産・販売で得られたロイヤリティの一部を育成者へ還元



日本産青果物の輸出

- ・ 2017年より東南アジアを中心に日本産青果物の輸出を開始
- ・ 「日本産さつまいも」の外装箱が『2023日本パッケージングコンテスト』に入賞



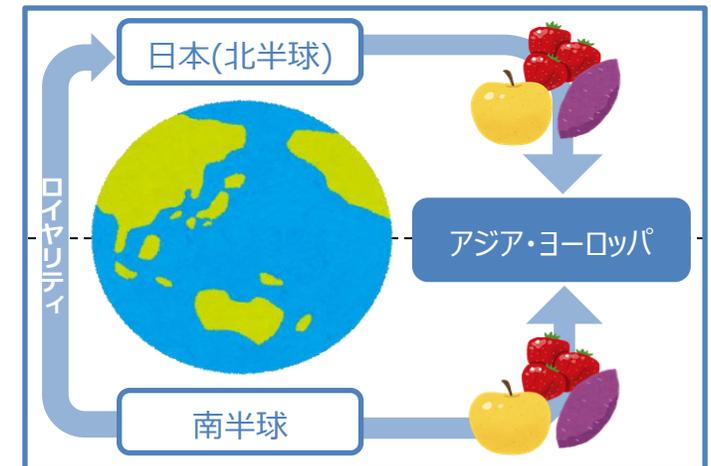
高品質な輸送方法とトレーサビリティの確立

- ・ 国内出荷から現地到着までのトレーサビリティシステムを実証実験中
- ・ 出荷時・現地到着時の商品を自動で撮影、品質不良発生時の原因追及や不要なクレームを抑制
- ・ 産地国偽造品対策として、QRコードを用いた真贋証明のシステムをパートナー企業と開発中



“クラブ制”による独占的なグローバル生産・流通網の構築を目指す

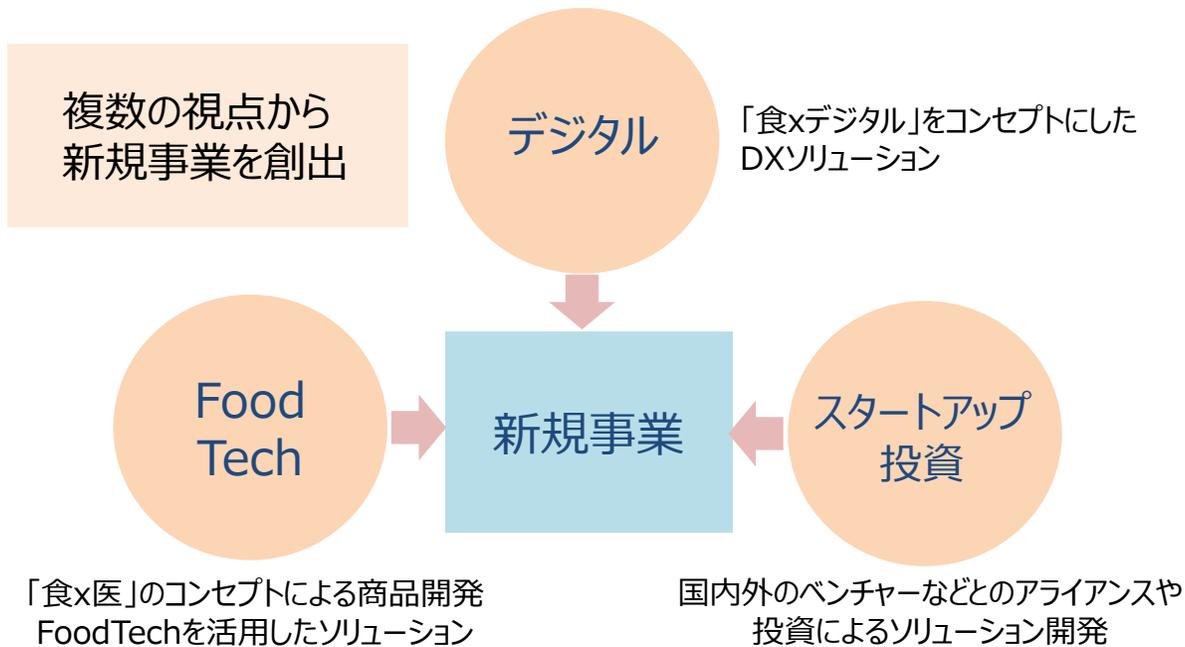
- ・ 育成者権・商標・ブランド・品質・マーケティング・需給の管理と国内外生産者との相互発展
- ・ 日本と南半球諸国から日本品種を供給することで通年販売を可能とし、“オールジャパン”をキーとして消費者へ打ち出す
- ・ 生産・販売で得られたロイヤリティの一部を権利者に還元
- ・ まずはイチゴ、サツマイモ、リンゴ品種で生産・販売を計画



Ⅲ. WBD事業：事業領域とアプローチ

事業領域

食品の生産から消費に至るサプライチェーンに対し、デジタルやFoodTechなどの新しい技術を活用した新規事業によって、消費者の食体験の向上とともに、食の業界に携わる人々をより豊かにする



アプローチ



Project Plan
×100 ideas



短期間で
スクリーニング



PoC
×30 cases



仮説の検証



Core Pillar

収益化

中小企業との協業・事業展開支援

サプライヤー向け

地方のサプライヤーに対し、
国内 / 海外 BtoB / BtoC
複数のチャンネルをワンストップで提供



(ふるさと納税サイト：国内BtoC)



(BtoBプラットフォーム：国内外BtoB)

FoodTech / ヘルスケア領域の
商品開発・海外事業展開の支援



EFポリマー社の
海外事業展開支援

(有機ポリマーによる農業の干ばつ対策)

レストラン向け

食品の最終提供者である
レストラン向けに、
顧客接点のデジタル化を推進



(レストランDXシステム)



Simple Point Of Sales



Online Ordering

(北米におけるサービス提供を開始)

食の業界のDX推進

Wismettacグループ DX推進

受発注管理のデジタル化・効率化推進、
トレーサビリティ確保による
法規制対応や品質向上



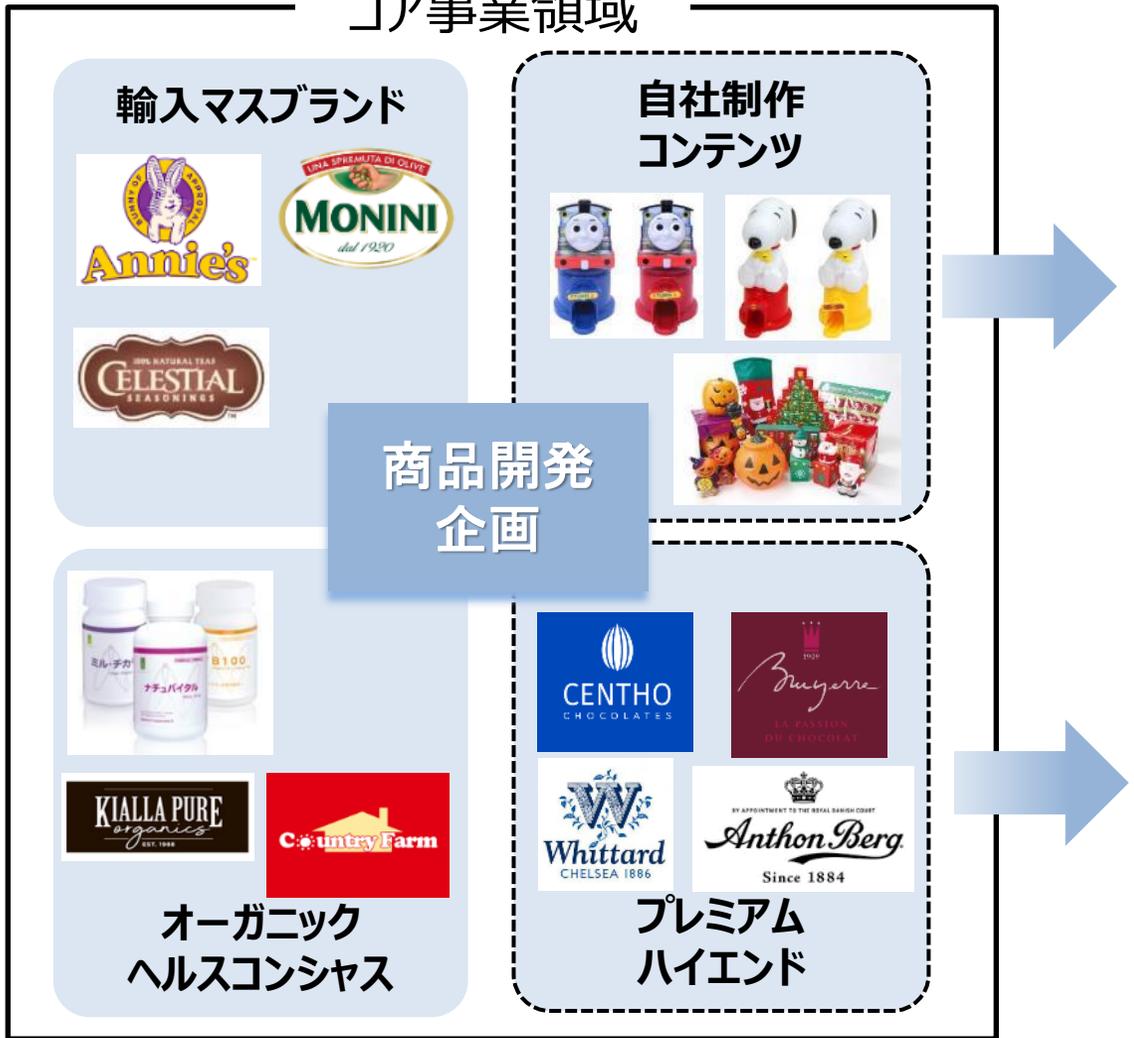
オンライン発注システム

(サプライチェーンにおける商品管理)

食の業界のDXを
まずは自社にて実践し
グローバルな業界全体に展開

既に2事業を事業化・育成中、3事業を新たに事業化予定 / 2024年に部門黒字化

コア事業領域

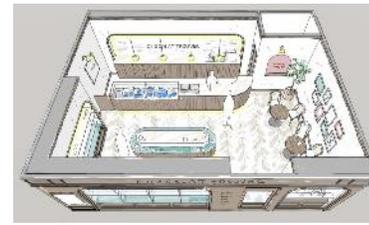


重点施策

- 国内で培った商品開発・企画力を活かして、「**オリジナル・キャラクター・シーズン商品**」を世界へ
- 23年9月より**台湾へ販売開始済**／韓国等のアジアへ市場拡大後、**25年以降に欧米へ展開**
- 海外サプライヤー／ライセンサーとの**互惠関係を強化し**、販売網を相互活用

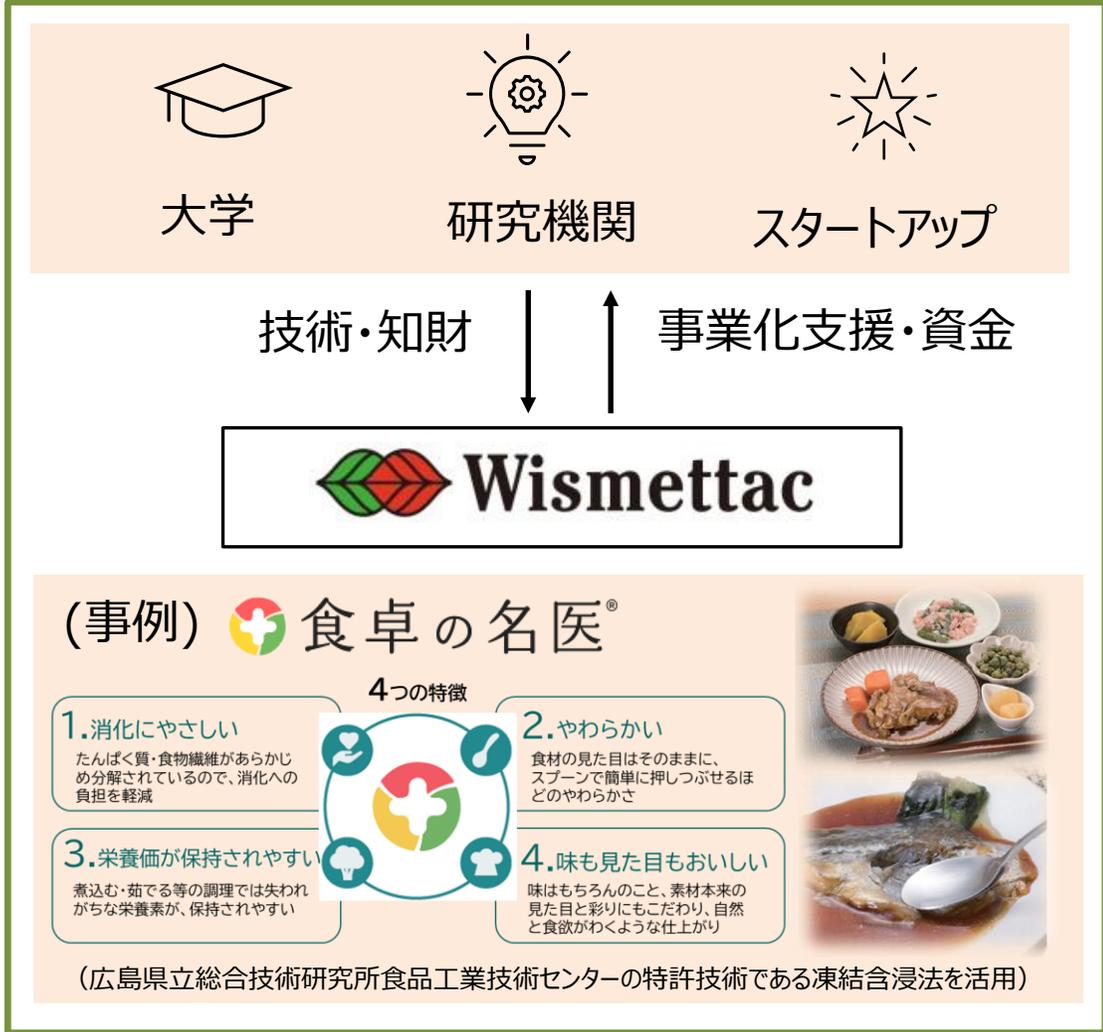
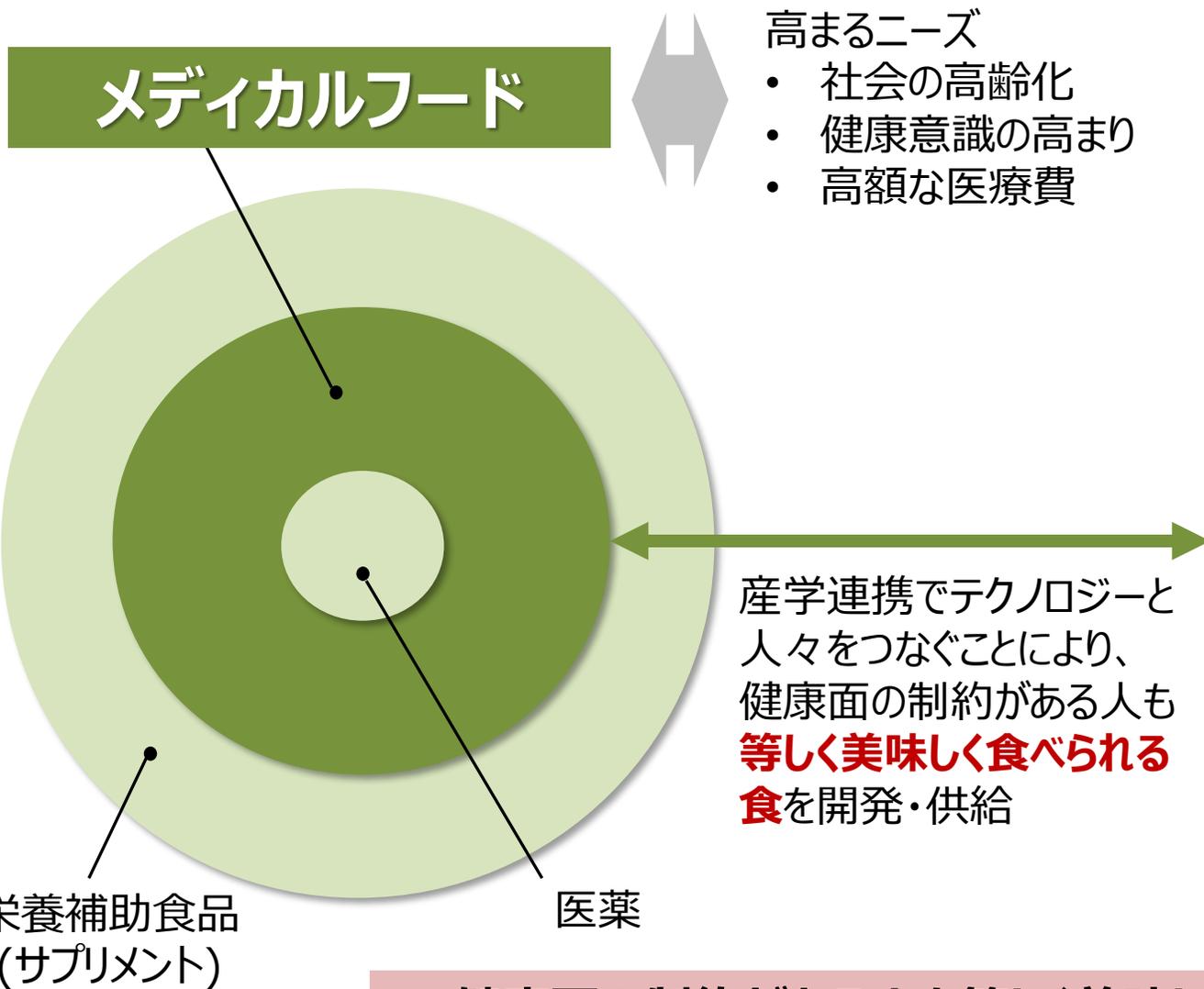


- 百貨店の祭事で育成してきた**プレミアムハイエンド・ブランドの店舗展開・常設販売**
- CENTHOアイスクリーム等**オリジナル商品を企画・開発**
- ECとの融合で海外へも発信（インバウンドの取り込み）



プレミアムハイエンドブランドの店舗展開・常設販売に加えて、自社制作コンテンツの**新規輸出販売(台湾・韓国・米国)**による増収増益、及び**為替影響の小さい事業構造へ**

IV. メディカルフード(*)事業領域の基盤生成



- 健康面の制約がある人も等しく美味しく食べられる食を開発・供給
- 成長の柱の一つとして、産学連携やIP(知的財産)を活用した事業化



Table of Contents

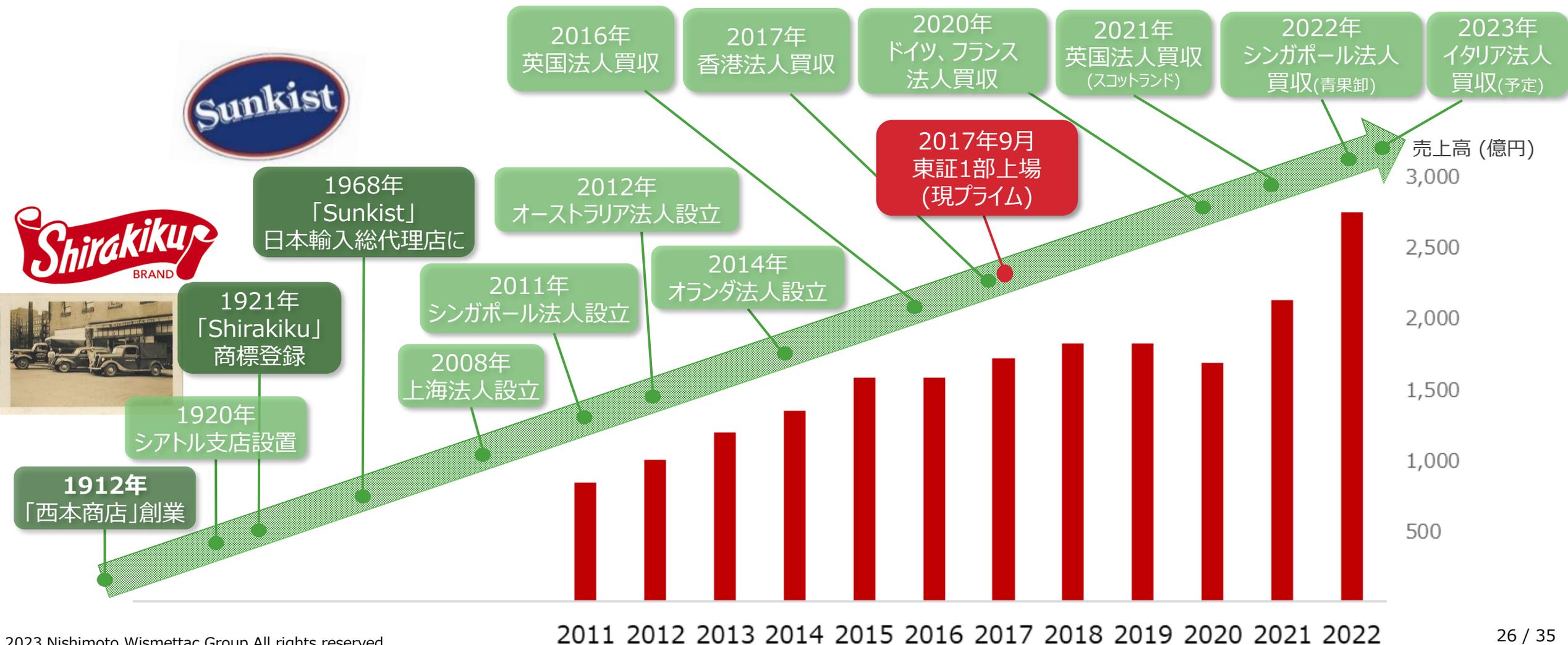


1. 中期経営計画
2. 2035年に向けて
3. 中長期成長戦略
4. **(参考) Wismettacグループについて**
 - I. Wismettacグループ成長の歩み
 - II. 主要事業のご紹介
 - III. 人事ビジョン・方針
 - IV. ESGへの取組み

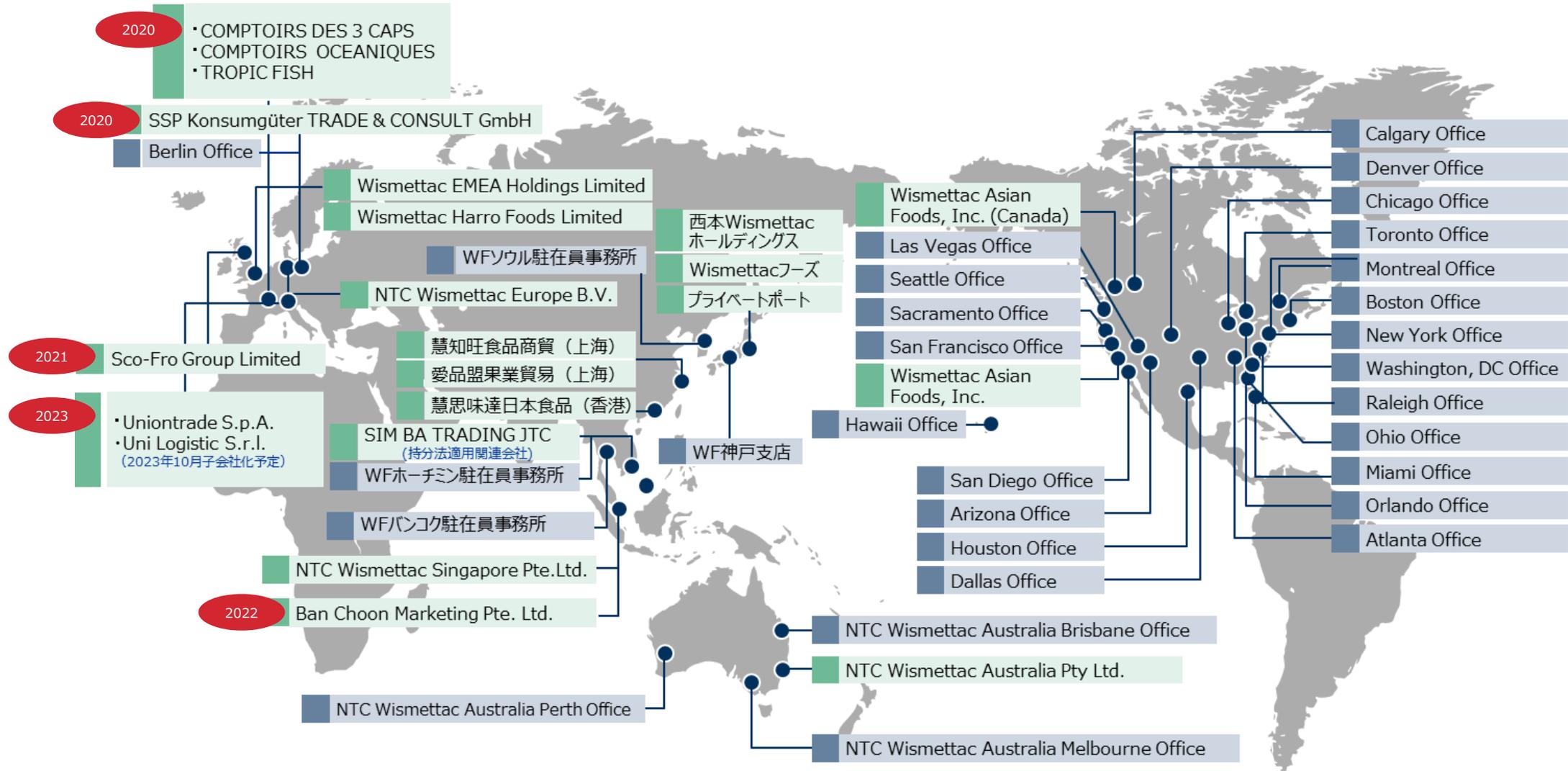
I. Wismettacグループ成長の歩み

1912年創業後、世界市場に食材・食品を供給するグローバル企業として発展
 過去10年では**年平均10%超の売上高成長**を維持し、**世界46か所に拠点**を有する^(*)

(*) Uniontrade含む (2023/10末 子会社化予定)



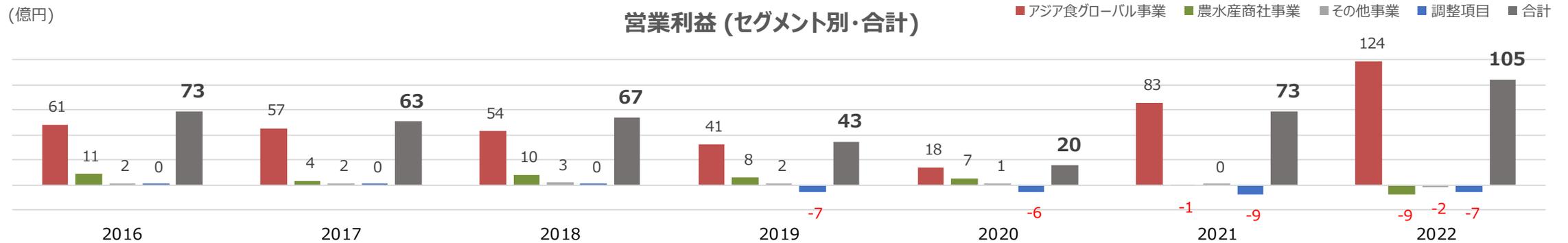
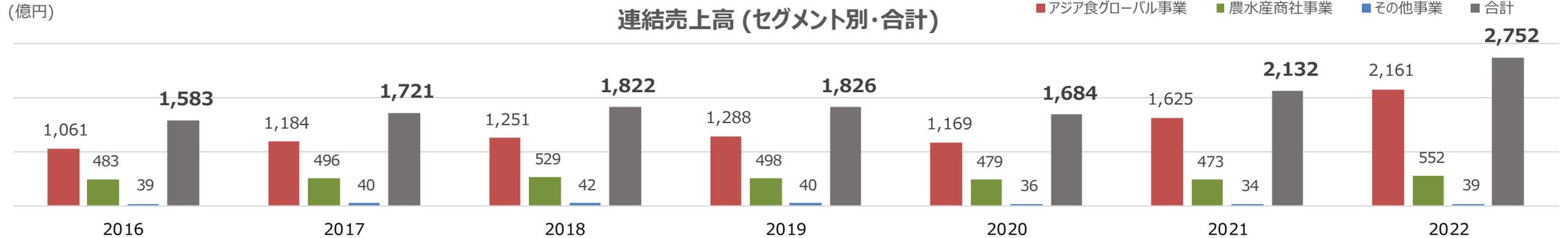
I. Wismettacグループ成長の歩み - 国内・海外拠点 -



図表中の“WF”は“Wismettacフーズ”の略

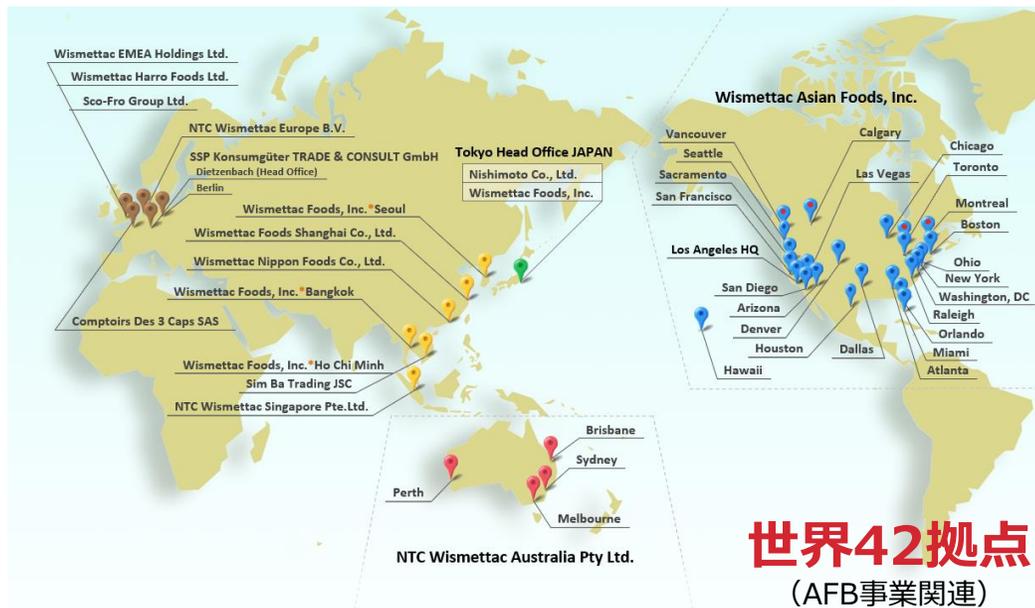
年 過去3年間に子会社化した事業拠点

I. Wismettacグループ成長の歩み - 業績推移 -



Ⅱ. 主要事業のご紹介- AFB事業

グローバルに広がる強固なサプライチェーン



フードセーフティ・関連法規制対応
法令に準拠した生産及び品質管理体制

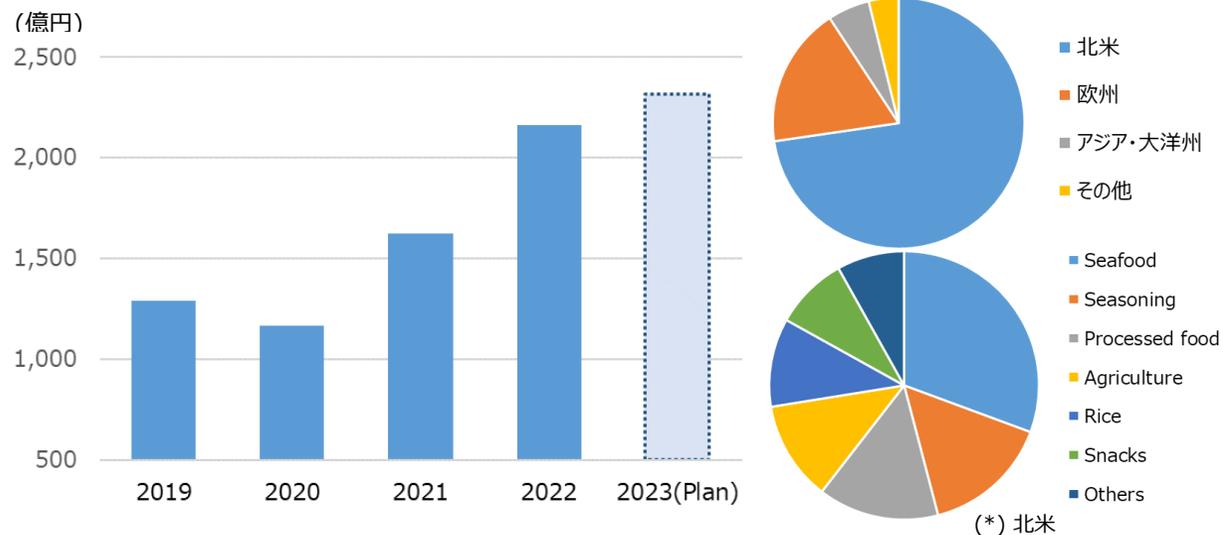


多数の高採算な自社PBを中心に幅広い取扱商品



・取扱SKU数は全体で約6,000
・PB「Shirakiku」売上構成比率は全体の約40%^(*)
^(*) 北米

売上高推移と構成比 (2022年)



Ⅱ. 主要事業のご紹介- アグリ事業 (輸入事業)

青果事業



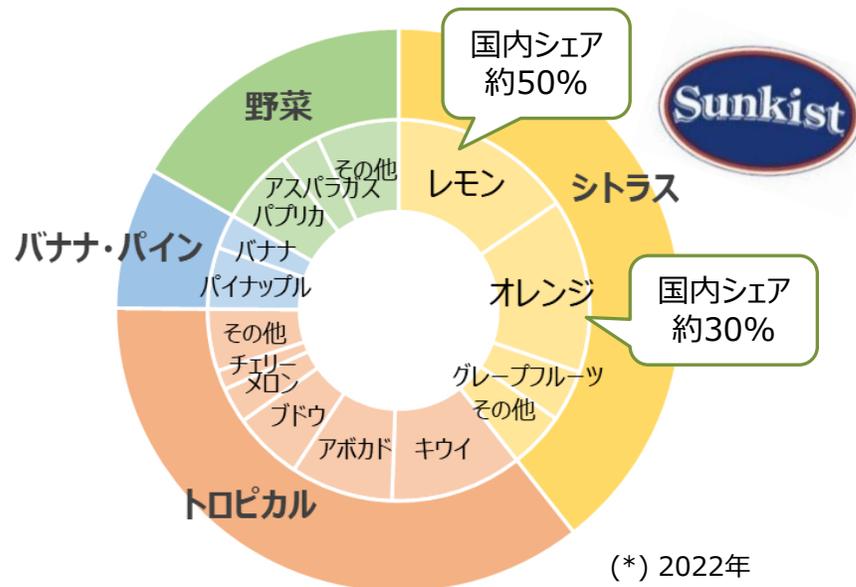
- 輸入青果の国内卸売販売
- 中国・シンガポールでの青果卸売販売
- 国産青果物の輸出 (海外輸出事業)

加工農産事業

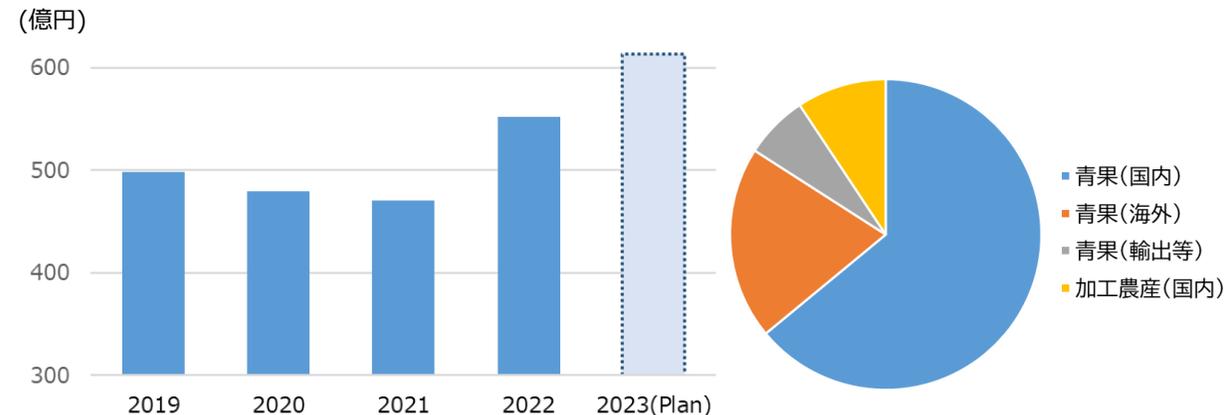


- 100品目以上の冷凍果実、野菜等を輸入・販売
- 産地開発から生産・品質管理、出荷までをマネジメント

主な取扱商品(国内青果事業)



アグリ事業 売上高推移と構成比 (2022年)



Ⅱ. 主要事業のご紹介- アメニティ事業 他 (輸入事業)

アメニティ事業

Brand / Products

Special Chocolate	Regular Brand	Character Brand

Customer

専門店
(雑貨/医療)

量販店

百貨店

自社ECサイト



POP-UP (バレンタイン)



百貨店へブランドチョコレートの特設ブースを期間限定出店

サプリメント事業

Products



・医師が推奨する、本格的な医療機関向けメディカルサプリメント



・サプリメントのほか、一杯で手軽にいくたんぱく質を摂取できるプロテインスープ等の健康食品も販売

ECチャネル

ナチュメディカ
(メディカルサプリ)

自社ECサイト



NATUMEDICA

診療機関

医療機関

美容サロン等

グローバルEC事業 (アグリ事業)

Products



・アメリカンチェリーを始めとして、シトラス系のフルーツ販売が中心
・一部、魚や肉、ワイン、生花等の取り扱いもあり

ECチャネル

Nishimoto
World Gift

他ECサイト

自社ECサイト



食×世界×ソリューションのフィールドにおいて、全てのステークホルダーから**信頼される組織**として進化し続けていくために、各事業の強化・拡張、新規事業の創出・確立、組織間連携による**価値創造をリード**していく人的ケイパビリティを高め続ける

組織の
ありたい姿

- 専門性の極めて高い人材により構成されている組織
- 無国籍多民族化(Multi Ethnic)が強力に推進されている組織(真のグローバル組織)
- エンゲージメント・士気の高い組織

人材育成方針
人材処遇方針

育成

- 「個」の成長支援 × 多様な「個」の特性や能力を活かす組織風土
- リーダー人材の早期選抜・育成(グローバルレベル + 地域レベル)
- 「個」および「組織」の専門性強化

処遇

- 市場において競争力の高い処遇水準 + Wellbeingの実現
- 外部優秀・異能人材の登用 × 内部人材の育成・リテンションのミックス
(変革し続ける環境に対する対応 × 対ステークホルダーの長期的信頼構築・強化)

中期経営計画実現に向けた
主要施策

- グローバル・タレントマネジメントの強化
(グローバルモビリティ・育成・配置・サクセッションプラン・評価の強化 等)
- 社内コミュニケーション及び1on1コミュニケーションの強化
- 採用力の強化(外部優秀・異能人材の採用の推進)

IV. ESGへの取り組み

食を通じた**持続可能な社会の実現**に貢献することを目的に「**サステナビリティ基本方針**」を制定
重点施策としてマテリアリティと取り組み課題を設定、推進

ESG

マテリアリティ・取り組み課題

持続可能な開発目標

取組事例

E 環境 (Environment)

地球環境への貢献

- ・ 気候変動の緩和と適応
- ・ サーキュラーエコノミー構築への貢献
- ・ 生物多様性の保全
- ・ 環境配慮型製品の提供



■ 天然ポリマーの普及推進



- ・ シリーズAラウンドに出資
- ・ 米国での農業向け試験販売開始

S 社会 (Social)

食の安全性と品質の確保

- ・ 安全な食を提供する能力の持続的向上

食とWell-beingの課題解決

- ・ 高齢人口増加に対応し、より健康的、QOLの高い生活と病気になりにくい身体力を増進する食の提供
- ・ 生活様式の変化に対応し、新たな事業機会を生む食のデジタルプラットフォーム等の提供
- ・ ダイバーシティ&インクルージョンの推進、ワークライフバランスを工夫して、いきいきと働ける職場環境の提供



■ トレーサビリティへの取り組み



■ 嚥下食の海外展開



IV. ESGへの取り組み

ESG

マテリアリティ・取り組み課題

持続可能な開発目標

取組事例

S 社会 (Social)

多様な人材の活躍

- ダイバーシティ&インクルージョンの推進、ワークライフバランスを工夫していきいきと働ける職場環境の提供
- サステナブルな事業展開を支えるグローバル人材採用、育成、登用

持続可能な社会構築への貢献

- 持続可能な地域の開発と支援
- サプライチェーンマネジメント



健康経営有料法人認定



- 健康経営有料法人に3年連続認定

フードバンクへの寄付



- 2020-2022の3年間で約1.2億円相当

G ガバナンス (Governance)

ガバナンス、コンプライアンスの強化

- コーポレートガバナンスの強化
- コンプライアンスの徹底
- リスクマネジメント、情報管理の充実

食のコンプライアンス体制の持続的向上

- 地域によって異なる食に関する規制への対応能力の持続的な進化



TCFDへの対応



フードセーフティ強化



注意事項

本資料は、西本Wismettacホールディングス株式会社および関係会社(以下当社)の財務情報、経営情報等の提供を目的としておりますが、内容についていかなる表明・保証を行うものではありません。

本資料に掲載されている当社の計画や戦略、業績の見通し等は、将来の予測等に関する情報を含む場合があります。これらの情報は現在入手可能な情報に基づくものであり、経済動向、業界での競争、市場需要、為替レート、税制や諸制度等に関わるリスクや不確実な要素を含んでいます。従って、将来、実際に公表される業績等はこれらの種々の要素によって変動する可能性があり、当社はこれらの情報を使用されたことにより生じるいかなる損害についても責任を負うものではありません。なお、当社は、新たな情報や将来の事象により、本資料に掲載された将来の見通しを修正して公表する義務を負うものでもありません。

資料の作成には、当社は細心の注意を払っておりますが、以下の点についてはあらかじめご了承ください。

- 掲載した情報に誤りがあった場合や、第三者によるデータの改ざん、データダウンロード等によって生じた障害等に関し、当社は事由の如何を問わず、一切責任を負いません。
- 日本語版と英語版の両方が公表されている資料について、日本語版と英語版に相違がある場合は日本語版を正とみなすものとし、翻訳による誤解から生じたいかなる損害についても責任を負いません。

本資料は、投資勧誘を目的にしたものではありません。実際に投資を行う際は、本資料の情報に全面的に依拠して投資判断を下すことはお控えいただき、投資に関するご決定はご自身のご判断で行うようお願いいたします。

【お問合せ先】

西本Wismettacホールディングス株式会社

経営管理室 03-6870-2015

ir_wismettac@wismettac.com