

# リンナイグループ中期経営計画 2021－2025

**Rinnai**

- 中期経営計画
- 2021年度計画

# 本中計にあたって

リンナイは1920年の創業から今日まで、世界各国それぞれの生活文化・気候条件・エネルギー事情に適した商品やサービスの提供を通し、世界中の人々の豊かな暮らしに貢献してまいりました

2020年に創業100周年を迎えたリンナイは、次の100年に向けた新たなスタートとして、健全で心地よい暮らしの実現と持続的な企業成長を目指し、2021年度から2025年度までの5年を対象とする新たな中期経営計画を策定いたしました



# 前中期経営計画「G-shift 2020」の振り返り

2018年度  
増収・減益

国内：業界縮小と価格競争の中、主力商品が伸び悩む  
海外：継続的に売上が成長するも、投資先行で減益

2019年度  
減収・増益

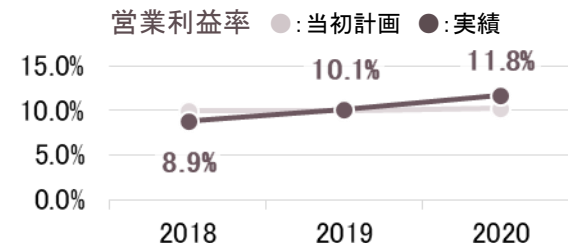
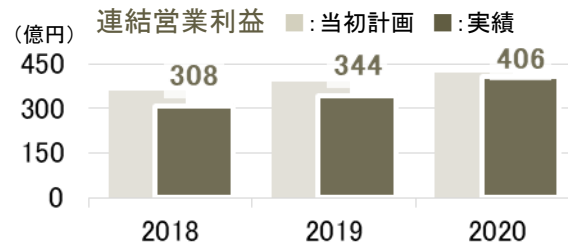
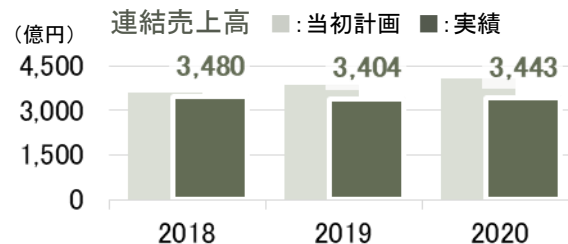
国内：消費税引き上げに伴う環境変化の中、利益改善が進む  
海外：競争激化や現地通貨安により、一部で踊り場に差し掛かる

2020年度  
増収・増益  
過去最高益

新型コロナウイルス感染症による影響が世界各地で発生  
国内：好調な成長品目が牽引、巣ごもり需要や寒波需要を取り込む  
海外：アメリカが伸長。中国をはじめ各地で期初の想定を上回る回復

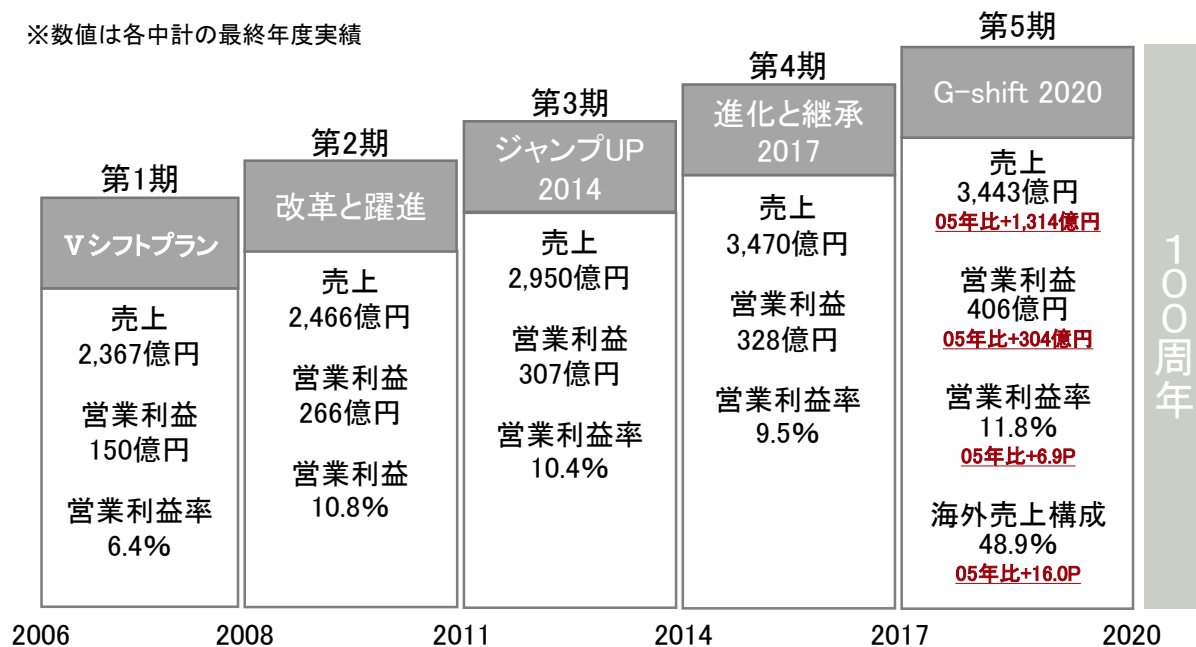
## 2018年度～2020年度の振り返り

- ・大きな環境変化の中、売上/営業利益とも立案時の数値目標は未達
- ・原価低減等の企業努力を推し進め、想定以上に利益改善が進む
- ・過去最高益を更新し、次の100年に向けた基礎が固まる



# 本中期経営計画の位置づけ

※数値は各中計の最終年度実績



## 今後、加速が見込まれる環境変化

- ・カーボンニュートラルへの取り組み
- ・ニーズの変容とニューノーマルの定着
- ・デジタル化の進行

## 本中計の位置づけ

- 変化の激しい新たな時代に  
選ばれるブランドを目指し、  
中長期目線で成長と変革を実行する  
5か年と位置づける

過去5期・15年の中計による体質強化

新中期経営計画

# 外部環境の動向とリンナイグループの強み



グローバル

- ・世界総人口は増加、新興国の経済成長は継続
- ・地球温暖化によりカーボンニュートラルの動きが加速
- ・デジタル技術の発展による生活様式の変化
- ・アメリカ…好調な住宅市場 中国…地方都市へのガスインフラ拡大



日本

- ・人口減少・世帯数減少の流れ、共働き世帯は増加
- ・住宅着工件数は減少、ガス機器市場も横ばいが見込まれる
- ・自然災害の頻発、規模拡大
- ・価値観、行動様式の変容

**Rinnai**

- ・重要ユニットの自社開発と自動化設備/金型の内製力
- ・省エネを実現するハイブリッド技術、熱に関するコア技術
- ・最新型工場と特色ある製造関連会社を持つモノづくり力
- ・全国を網羅する販売チャンネルや体感型提案スペース
- ・現地生産拠点、海外ネットワーク
- ・高品質なブランドイメージが定着
- ・堅実な財務基盤

# 中期経営計画2021－2025

## New ERA 2025

New Expansion, Revolution and Advancement

創業101年目となる2021年からスタートする本中計を、新時代(New Era)と捉え、

事業規模の拡大(Expansion)と企業体質の変革(Revolution)を通して、社会課題解決への貢献(Advancement)を図る

# 目指す姿

## ブランドプロミス

### Creating a healthier way of living

— リンナイは、健全で心地よい暮らし方を創造します —

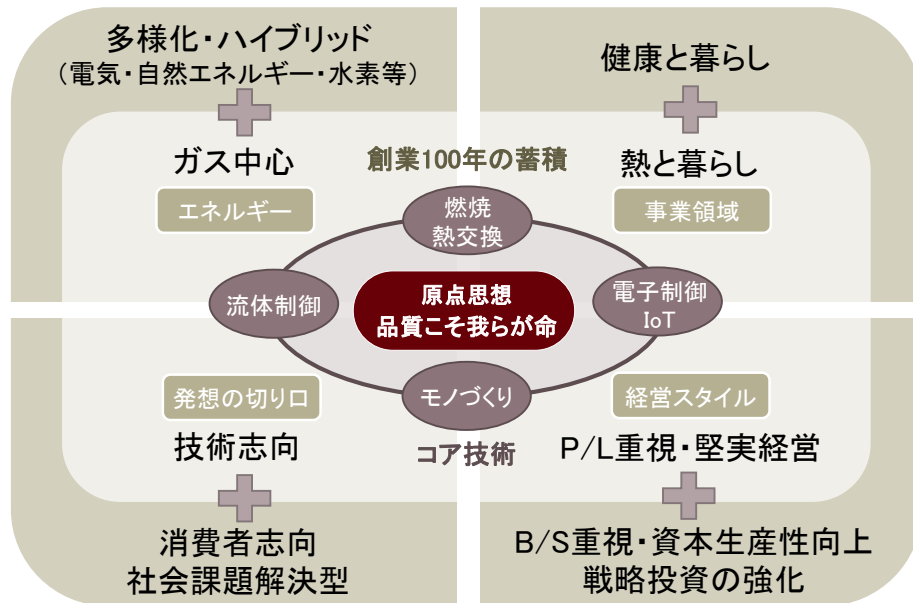
## リンナイが取り組むべき社会課題

◆生活の質の向上 ◆地球環境問題への対応

## 目指す姿

あらゆるエネルギー源を活用し、  
熱と暮らし・健康と暮らしの分野における  
世界の社会課題をコア技術で解決することで  
持続的で堅実な長期成長を図る

## コア技術を基に4領域で機能を拡大



日本・アメリカ・中国を軸とした世界市場での事業規模拡大  
持続的成長を支えていくための企業体質を変革



# 戦略ストーリー

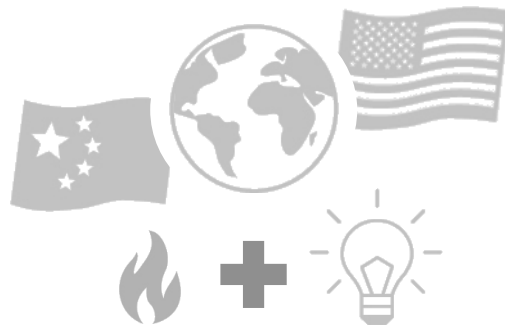
「社会課題解決への貢献」、「事業規模の拡大」、「企業体質の変革」を軸とした3つの戦略ストーリーを策定

## 社会課題解決への貢献



- ・ 生活の質の向上
- ・ 地球環境問題への対応

## 事業規模の拡大



- ・ 地域領域の拡大
- ・ 事業領域の拡大

## 企業体質の変革

# Rinnai

- ・ 消費者志向への変革
- ・ 無形資産への重点投資
- ・ 収益力の強化

# 社会課題解決への貢献 - 生活の質の向上 -

当社グループは「給湯機器→お湯を作る」、「厨房機器→料理を作る」、「空調機器→部屋を暖める」など、人々の生活に密着した商品を展開。商品のさらなる価値提供により、人々の生活を支えることに加え、「生活の質」の向上を図ることが可能

【事例:アメリカにおける生活の質向上への取り組み】



タンク式給湯器



タンクレスガス給湯器

タンクレス給湯器による湯切れの無い利便性を提供し、利便性の向上により日々の生活におけるストレスを低減



より豊かで楽しみに満ちた生活を実現することは、ブランドプロミスを体現する上で当社の大きな使命。健康、上質、心地よさなど、お客様の「楽しみ」や「ワクワク」を体現する商品を提供、その販売を拡大

# 社会課題解決への貢献 - 生活の質の向上 -

## 「生活の質向上」定義

リンナイグループにおける生活の質向上項目を以下の4つに設定

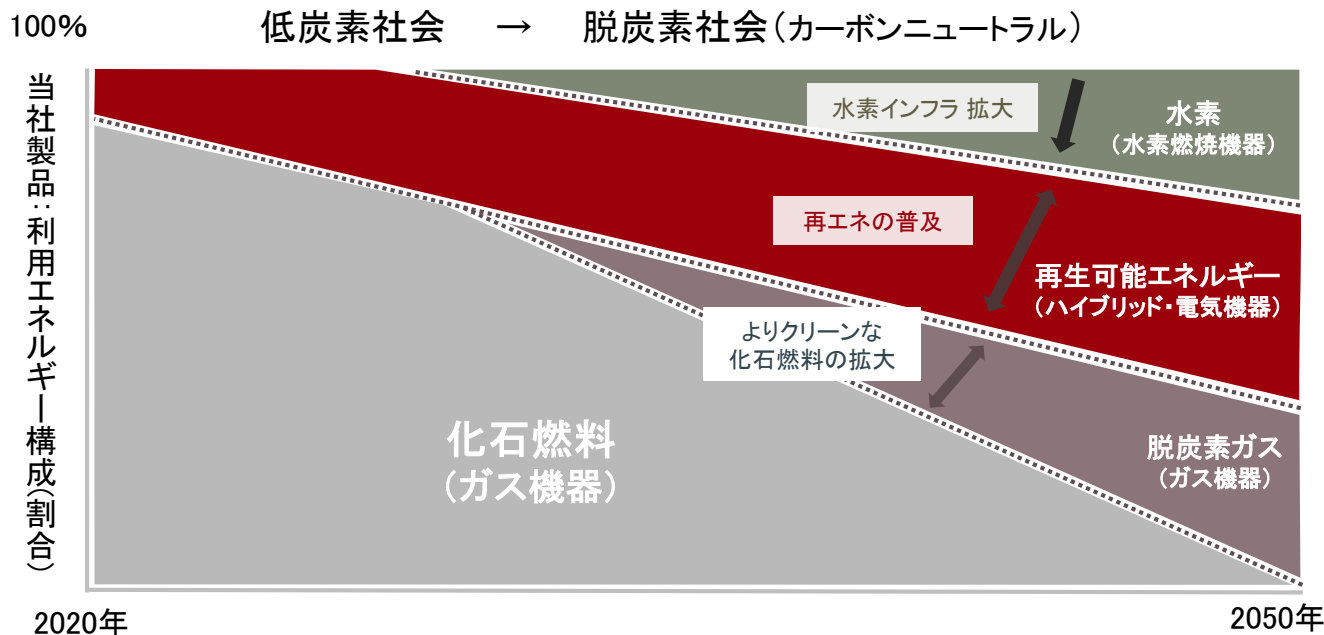
### 1. 利便性向上によるストレス低減 2. 住空間の安全性向上 3. 衛生改善・健康増進 4. レジリエンス

それぞれの国地域において広く普及している標準的な商品に比べ生活の質が向上する商品を選定

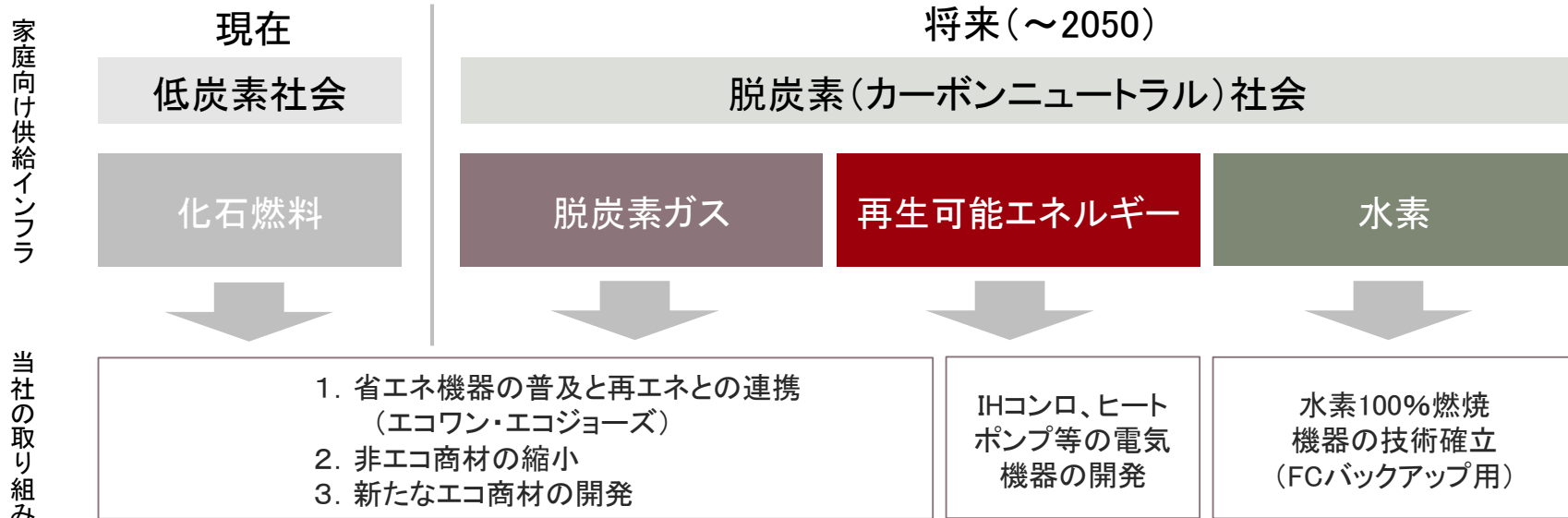
	項目	主な該当商品	「生活の質向上」内容
1	利便性向上による ストレス低減	タンクレスガス給湯器(アメリカ) ガス衣類乾燥機(日本・韓国・中国) 食器洗い乾燥機(日本・中国)	タンクレス給湯器による湯切れのない環境の提供 衣類乾燥機や食器洗い乾燥機による家事負担軽減
2	住空間の安全性向上	無線LAN対応リモコン(日本) センサー付きコンロ(中国・アセアン)	遠隔操作機能、見守り機能の提供 センサー機能付きコンロによる火災事故防止
3	衛生改善・健康増進	マイクロバブルバスユニット(日本) 浄水器(中国) 給湯器(ガス・電気)(アセアン)	マイクロバブルバスによる健康増進 浄水器による衛生環境の改善 給湯環境の無い家庭への給湯機器の設置
4	レジリエンス	エコワン(日本) ガスコンロ(アセアン)	災害時における給湯機能の提供 停電時でも調理できる環境の提供

# 社会課題解決への貢献 - 地球環境問題への対応 -

2016年パリ協定により、各国CO<sub>2</sub>排出量削減・排出量ゼロ(カーボンニュートラル)の動きが加速  
ガス機器を取り扱う当社は、脱炭素社会を念頭に置いた多様なエネルギー機器の可能性を追求



# 社会課題解決への貢献 – 地球環境問題への対応 –



強みとするコア技術でCO<sub>2</sub>排出量削減や大気汚染改善などを通し、「地球規模での環境課題の解決」に本業を通じて貢献  
当面の低炭素社会においては環境商品のラインアップ拡充と販売拡大を進め、  
将来の脱炭素社会に向けて、多様なエネルギーに対応する技術を深化させる

# 社会課題解決への貢献 – 地球環境問題への対応 –

< 本中計期間の取組 >

CO<sub>2</sub>やPM2.5排出量低減となる商品を、地球環境貢献商品として設定

本中計期間は低炭素社会に貢献する「ガス給湯器」とPM2.5排出量低減に貢献する「ガスボイラー」を設定

	項目	主な該当商品 各国地域のエネルギー事情を考慮	「地球環境への貢献」内容
1	CO <sub>2</sub> 排出量の低減	エコジョーズ・エコワン(日本)	省エネ性の高い給湯機器によるCO <sub>2</sub> 排出量の削減
		タンクレスガス給湯器(アメリカ、オーストラリア)	
		ガス給湯器(中国)	
		コンデensingボイラー (韓国)	燃焼効率の良いガスコンロによるCO <sub>2</sub> 排出量の削減
		ガステーブルコンロ(インドネシア)	太陽熱を利用した温水供給によりCO <sub>2</sub> 排出の削減
		太陽熱温水パネル(ブラジル)	
2	PM2.5排出量の低減	ボイラー(中国、モンゴル)	石炭ボイラーからガスボイラー化によりPM2.5排出量を削減

# 事業規模の拡大 - 地域領域 -

## 重点戦略市場: アメリカでの売上規模拡大

- ・ 湯切れが無く、省スペースで環境性能の高いタンクレス給湯器の認知が拡大
- ・ 持続的成長を達成するための営業/マーケティング戦略の推進
- ・ イノベーションセンター開設と新工場稼働で現地での技術力、競争力を強化
- ・ 2025年を成長の通過点として、将来的に売上1,000億円への拡大を目指す

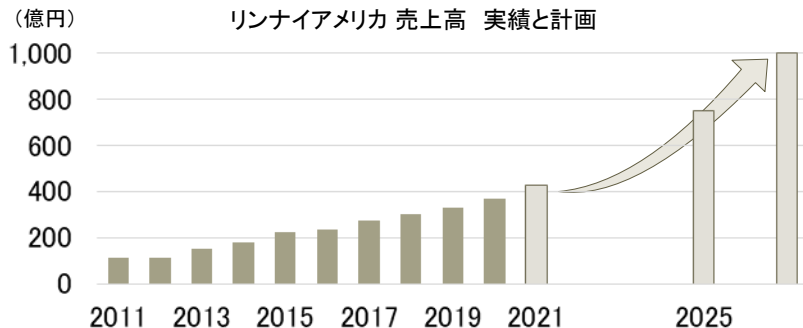
### グリフィン工場

2021年10月  
竣工予定

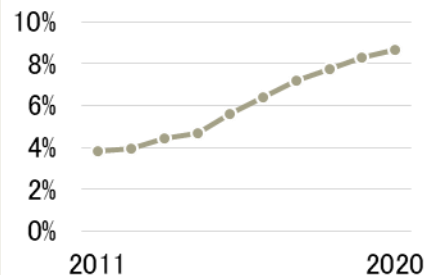
延床 28,532㎡  
(2021年4月時点)



拡大するタンクレス給湯器需要  
に向け、新工場稼働で生産能力  
拡大と生産性向上を実現する  
(生産能力: 20万台~)



### 給湯器市場におけるタンクレス比率

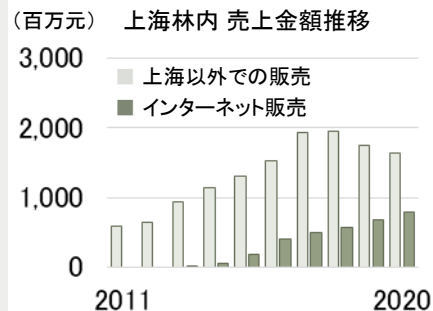
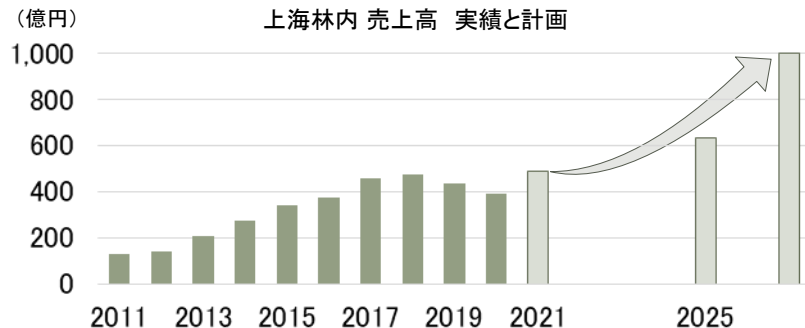


リンナイアメリカはタンクレス  
給湯器トップシェアメーカー  
としてタンクレス給湯器の  
市場拡大を牽引。  
タンクレス比率が30%まで  
拡大したオーストラリア同様、  
今後も上昇が見込まれる

# 事業規模の拡大 - 地域領域 -

## 重点戦略市場：中国での売上規模拡大

- ・ 生活水準の向上に伴い、中流層が拡大。世界最大規模のマーケットへ変化
- ・ 競合ひしめく中、マーケティング強化による認知度拡大と差別化の推進
- ・ インターネット販売の拡大と、オフラインとの融合による新たな販売手法の展開
- ・ 次の柱を育成し総合エネルギー機器へと拡張。売上1,000億円へ



経済成長とガスインフラ拡大で各地区でガス機器利用が増加。また中国でのEC拡大に適応し、インターネット販売比率が上昇。「618」や「独身の日」といった中国の大型ECイベントで給湯器の売上金額1位を達成

### 奉賢工場 第2期

2023年2月

竣工予定

延床 174,474㎡(全体)



主力となるガス給湯器の販売拡大に加え、ボイラーや厨房機器といった新たな柱の拡大を見据えた能力増強。また内製強化や生産合理化、生産設計を通じたモノづくり力向上でグローバルに稼ぐ力を強化



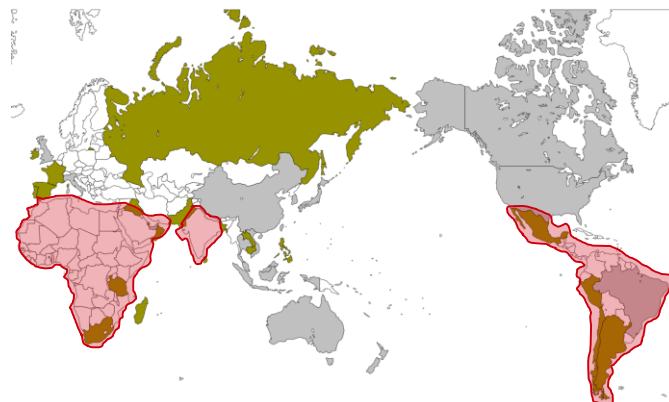
# 事業規模の拡大 - 地域領域 -

## 未参入、新興国への販売展開

中南米の未参入地域や

アフリカ、インドを中心に新興国へ販路拡大を促進

■ 現地法人拠点 ■ 主な代理店販売地域 ■ 重点戦略地域

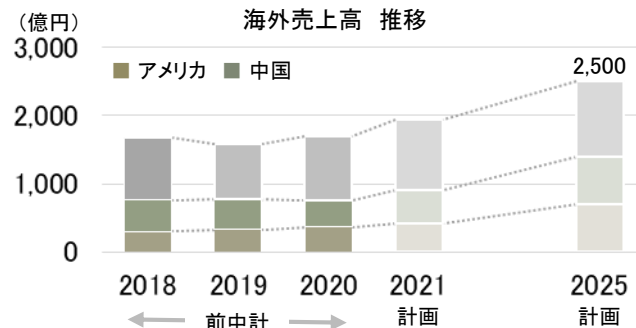


## 海外売上規模の拡大

成長市場や新市場での規模拡大により、

リンナイグループの社会貢献をより大きなスケールで実現

2025年の海外売上高 2,500億円を目指す



# 事業規模の拡大 - 事業領域 -

従来の「熱と暮らし」分野に加え、  
「健康と暮らし」分野へとリンナイ商品を拡大

美容、シニア支援、ペット関連といった  
ユーザー志向での価値創造や  
電気、水素などガスだけにとらわれない商品を展開

基礎/応用研究の強化と海外開発体制の充実で  
10年、20年後を見据えた研究開発を実行

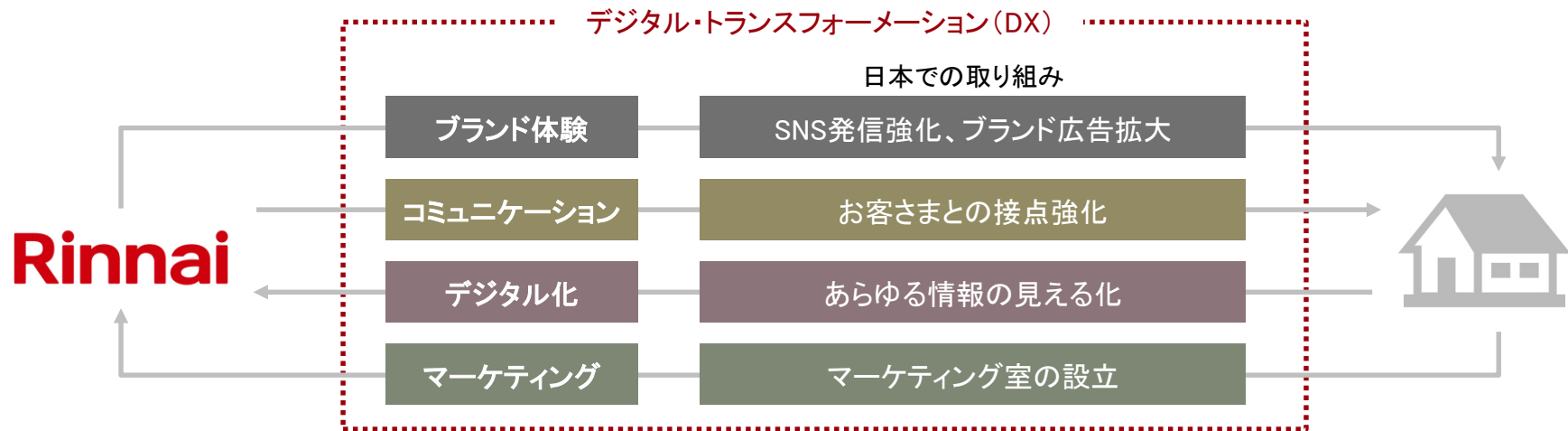


幅広いエネルギー源を活用



基礎研究・要素技術の開発を進め、「熱と暮らし」「健康と暮らし」分野における消費者視点での価値を追求  
電気・自然エネルギー・水素といったエネルギーの活用技術を深耕し、生活の質向上と環境分野への貢献度を加速  
海外拠点へのリソース投入で現地での開発力を強化

# 企業体質の変革 - 消費者志向への変革 -



マーケティング組織を新設し、生活の質向上における本質的なニーズの収集を行い、商品企画や販促企画に結び付けるデジタル・トランスフォーメーション(DX)の枠組みで、デジタルとリアル両面で新たな消費者とのコミュニケーション導線を構築し、消費者が安心と楽しみを得るブランド体験を通して、生涯にわたって消費者価値を提供し続けるビジネスモデルを創り上げる

# 企業体質の変革 - 消費者志向への変革 -

## 消費者志向を強化するマーケティング活動 『4つのテーマ』

ユーザーニーズ  
の把握



商品ブランドを通じた  
リンナイイメージ向上



最終ユーザーに  
直接アピール



バリューチェーン  
への落とし込み



企画

開発

量産

販促

# 企業体質の変革 - 無形資産への重点投資 -

## 人材投資



(主な投資内容)

エンゲージメント向上施策、自己成長への評価・  
教育制度の構築、新しい働き方への職場環境整備

## 情報技術



(主な投資内容)

グローバル連携強化に向けた情報インフラ整備  
デジタル・トランスフォーメーションへの技術開発

## コア技術(ノウハウ)



(主な投資内容)

高度なモノづくり体制に向けての強化  
「熱と暮らし」「健康と暮らし」研究開発体制の拡充

## ブランディング



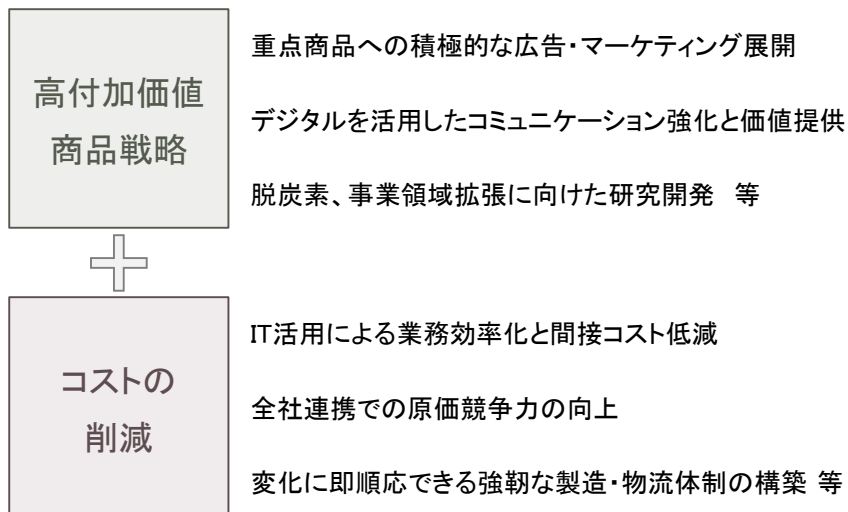
(主な投資内容)

グローバルブランドイメージの社外浸透  
インナーブランディングの強化

# 企業体質の変革 - 収益力の強化 -

## 稼ぐ力の更なる向上

高付加価値商品戦略の推進と徹底したコスト削減により、  
これまで高めてきた収益力を更に向上



## ROICを重点指標に設定

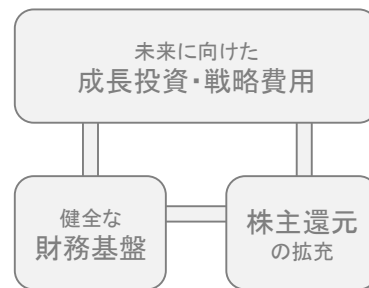
徹底した稼ぐ力の向上と  
効率的な経営資本の投下で  
資本生産性を高めていく

P/L目線  
売上高  
営業利益

B/S目線  
運転資本  
固定資産

## 資本バランスの最適化

資本政策に基づき、  
投資・還元・財務基盤の  
バランスをコントロールしていく



# 8つの重点施策

1

生活の質・環境商品の拡大

2

研究開発の領域拡大と  
次の柱に向けた事業の構築

3

長期に利益を支える  
モノづくり体制強化

4

グローバル体制の強化

5

デジタル・トランスフォーメーション(DX)による  
業務改革とセキュリティ対策の強化

6

リンナイブランド社内外浸透

7

人材価値向上への取り組み

8

ESG評価向上への取り組み

# 数値目標(2025年度連結)

## 事業規模の拡大

地域領域の拡大  
事業領域の拡大

連結売上 **4,500億円**  
(国内 2,000億円、海外 2,500億円)

## 企業体質の変革

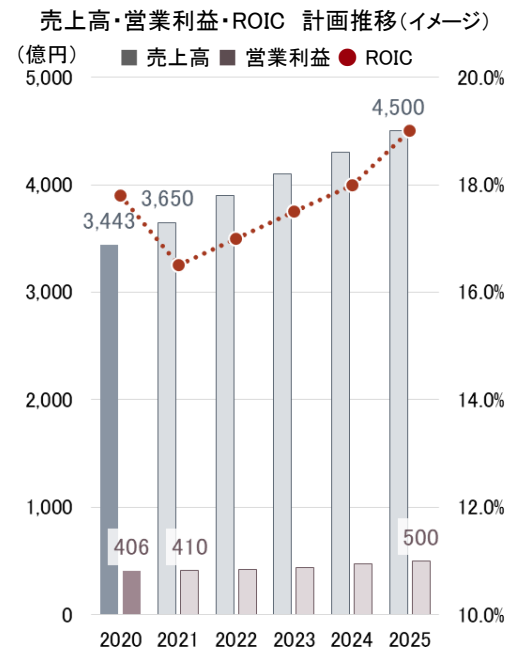
消費者志向への変革  
無形資産への重点投資  
収益力の強化

営業利益 **500億円**  
投下資本効率(ROIC) **19.0%**  
総還元性向(5年平均) **40.0%**

## 社会課題解決への貢献

生活の質の向上  
地球環境問題への対応

「生活の質の向上」「地球環境」貢献商品  
売上高(2020年度比) **50%UP**  
CO<sub>2</sub>削減貢献量 **700万t**





# 資本政策の基本方針

健全な財務基盤を確保した上で、未来への成長投資と株主への安定還元を図る

成長投資  
戦略費用

健全で心地よい暮らしの実現と、持続的成長に向けた  
研究開発や設備投資、無形資産への重点投資

株主還元

配当性向の引上げと、機動的な自己株式の取得を通じて  
総還元性向の向上を図る

健全性

生活必需品である当社商品の安定供給体制を確保するため、  
リスク対応資金を中心とした強固な財務基盤を維持

# 基本シナリオと成長投資/戦略費用

## 基本シナリオ

国内の戦略商品の拡販や海外での成長加速により、  
連結売上高4,500億円、連結営業利益500億円を見込む

	2020年度	2025年度
売上	3,443億円	4,500億円
営業利益	406億円	500億円
営業利益率	11.8%	11.1%
ROIC	17.6%	19.0%

基本シナリオ達成に  
必要な投資内容  
(800億円)

- ・ 経常的な設備投資
- ・ 新物流センター稼働
- ・ アメリカ、中国での新工場稼働

## さらなる成長に向けた成長投資・戦略費用

資本生産性と組織的採算管理に基づく追加的な成長投資・  
戦略費用により、基本シナリオを超えた持続的な成長を図る

### 消費者志向への転換

- ・ マーケティングの強化、消費者接点の構築による価値創出
- ・ ブランディングの強力な推進、情報投資による事業変革

### 海外成長の加速

- ・ 市場拡大/地域攻略に必要な広告宣伝/マーケティング投資

### 研究開発の拡充

- ・ 事業領域の拡大、カーボンニュートラルに向けた研究開発
- ・ 海外研究開発体制の構築

### 人材への投資

- ・ 成長実現に向けた人材戦略の推進と従業員への還元

### M&A

- ・ 必要に応じ、上記達成に必要なM&Aを実施

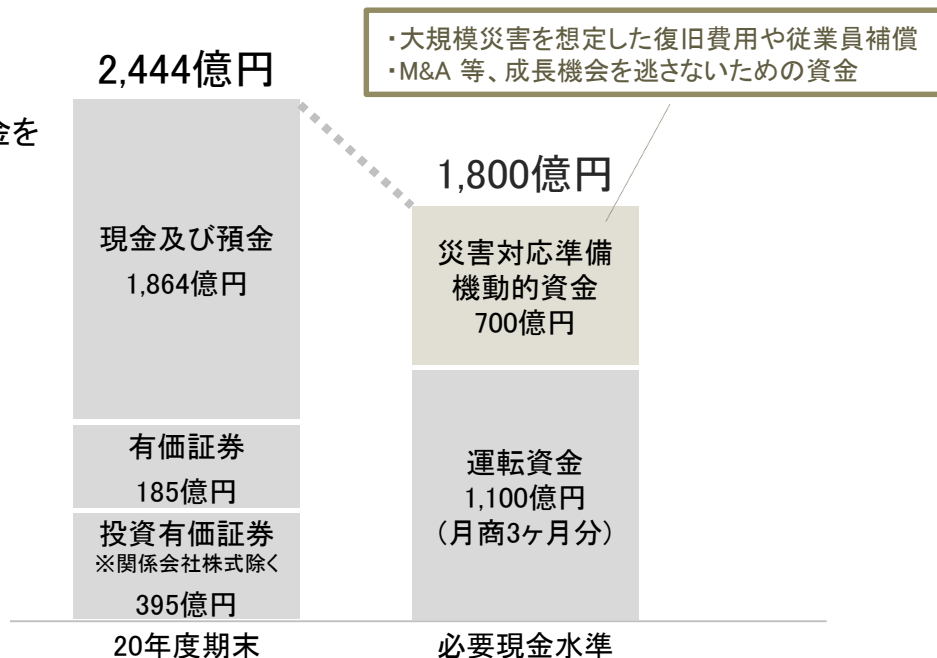
# 必要現金水準について

## 現金水準における考え方

生活必需品を取り扱う責務遂行のための財務基盤と  
M&A、資本提携等の機会逸失を避けるための機動的資金を  
維持しつつ、将来への成長投資や戦略費用を最優先し  
株主還元の拡充を図る

## 政策保有株式への考え方

保有方針、保有による経済合理性を検証しつつ  
中長期視点での保有縮減を図る



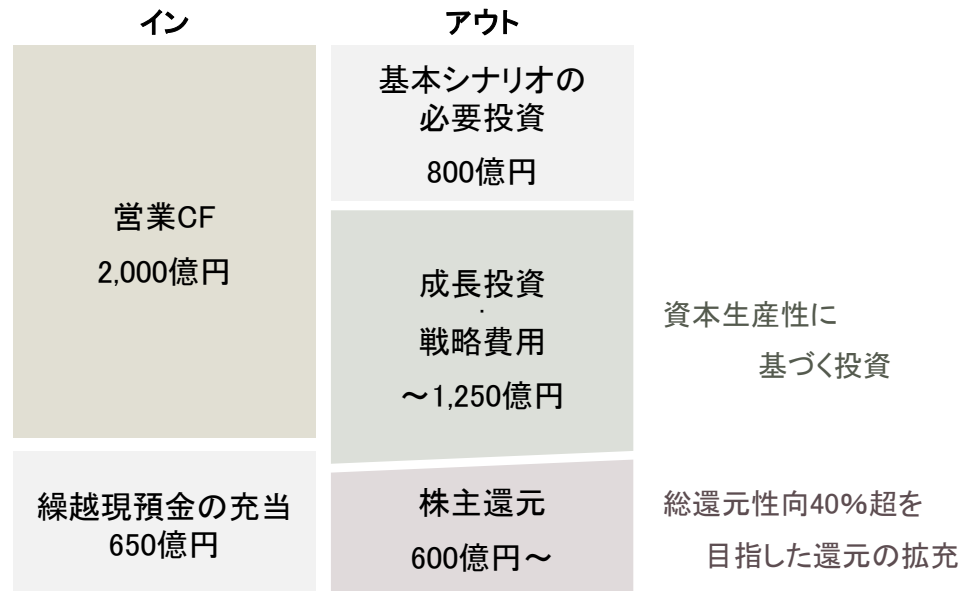
# 中計期間中のキャピタルアロケーション

## 過去5年間のキャッシュ・フロー

(2016~2020年 実績)




## 2021~2025年度のキャッシュ・フロー



戦略ストーリー達成に向けた成長投資・戦略費用の実行と保有現預金水準のコントロールを通じて、  
過去5年間とは大きく異なる資源配分を実現する

# 本中計とESGのつながり

ESG項目	主な取り組み	本中計とのつながり (3つの戦略ストーリー)	SDGsへの貢献
E: 環境	<p>省エネ給湯機器の普及によるCO<sub>2</sub>排出量削減 →2025年目標: 700万t</p> <p>省エネ機器の開発・販売促進</p> <p>脱炭素社会に向けた研究開発の投資拡大</p>	<p>社会課題解決への貢献(地球環境貢献)</p> <p>事業規模の拡大(地域領域の拡大)</p> <p>企業体質の変革(無形資産への重点投資)</p>	 
S: 社会	<p>生活の質向上商品の創出</p> <p>人材価値向上への取り組み →人材成長への投資、人事制度見直し、健康経営の推進</p> <p>多様な働き方への環境整備</p>	<p>社会課題解決への貢献(生活の質の向上)</p> <p>事業規模の拡大(事業領域の拡大)</p> <p>企業体質の変革(消費者志向への変革)</p> <p>企業体質の変革(無形資産への重点投資)</p>	 
G: 企業統治	<p>コンプライアンス徹底</p> <p>サイバーセキュリティ対策の強化</p> <p>コーポレートガバナンス・コード各原則の実施</p> <p>業績連動・株式報酬の導入</p> <p>指名諮問委員会/報酬諮問委員会の設置</p>	<p>企業体質の変革</p>	

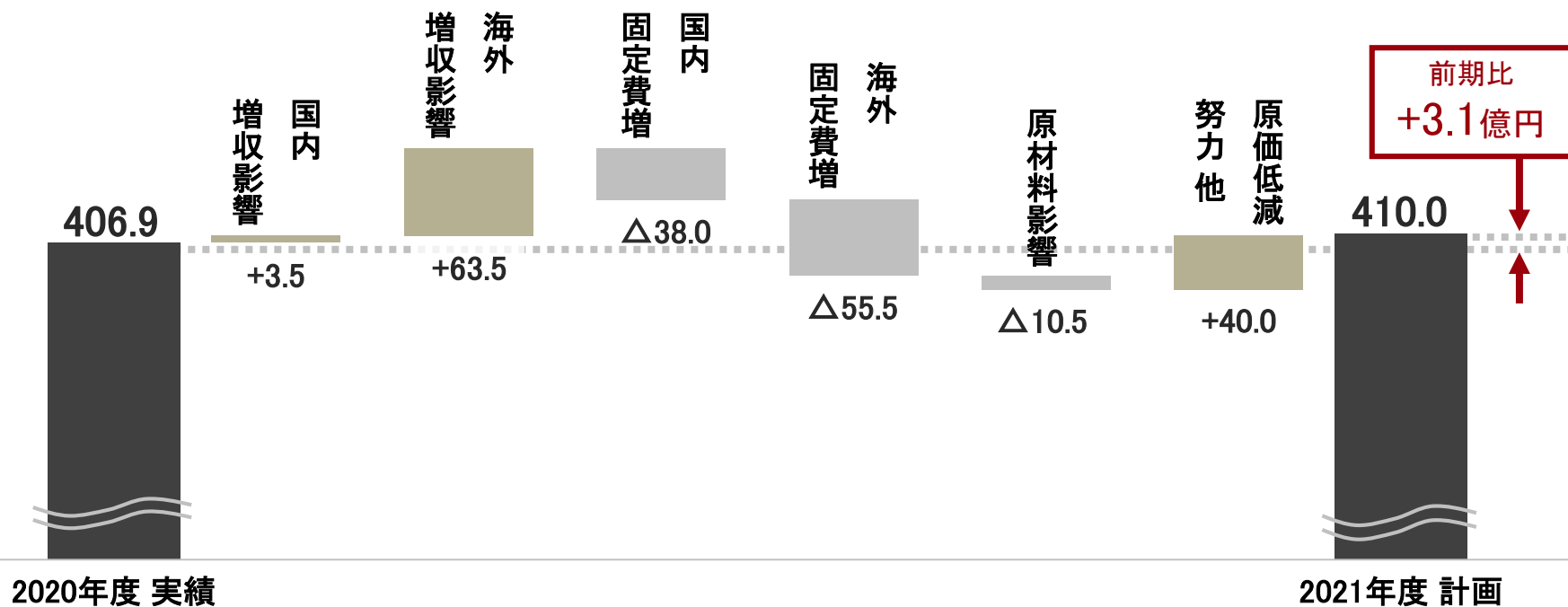
- 中期経営計画
- 2021年度計画

# 連結損益 2021年度 計画

[単位:億円]	2020年度	2021年度	前期比増減率
売上高	<b>3,443</b>	<b>3,650</b>	+6.0%
国内	1,758	1,770	+0.7%
海外	1,684	1,880	+11.6%
(海外比率)	48.9%	51.5%	+2.6pt
営業利益	<b>406</b>	<b>410</b>	+0.8%
営業利益率	<b>11.8%</b>	<b>11.2%</b>	△0.6%
ROIC	<b>17.6%</b>	<b>16.5%</b>	△1.1%

# 2021年度 連結営業利益 増減計画

[単位: 億円]





# リンナイ単体 2021年度 計画

## 業績

### 2021年度 売上高(計画) 2130.0億円

- ▶ 「生活の質の向上」「地球環境」貢献商品の販売拡大
- ▶ 市場の変化に応じたニーズの把握とコミュニケーション
- ▶ 新物流センター建設(2022年6月竣工予定)
- ▶ 戦略費用投下により減益見込み(広告、マーケティング、研究開発等)

(億円)	2020年度	2021年度	前期比増減率
売上高	2123.8	2130.0	+0.3%
営業利益	206.1	185.0	△10.2%



ガス衣類乾燥機



食器洗い乾燥機



新物流センター

(販売計画:国内)

前期比増減率

給湯暖房機 (うちハイブリッド給湯器)	+0.3% (+16.7%)
ふろ給湯器	+1.8%
ビルトインコンロ	△0.7%
ガス衣類乾燥機	+25.9%
食器洗い乾燥機	+5.0%

# リンナイアメリカ 2021年度 計画

業 績

1974年設立

## 2021年度 売上高(計画) 424.1億円

- ▶ 営業体制/マーケティングの強化を通じた市場拡大
- ▶ 高効率ボイラー等のラインアップ拡充
- ▶ グリフィン工場が竣工(2021年10月予定)
- ▶ 販促、研究開発費の増加や人員増による減益見込み

(億円)	2020年度	2021年度	前期比増減率	現地通貨増減率
売上高	369.7	424.1	+14.7%	+15.4%
営業利益	21.8	19.6	△10.0%	△9.4%



高効率  
ガス給湯器  
SENSEI



高効率  
ボイラー



業務用  
ラックシステム

(販売計画)

	前期比増減率
タンクレス給湯器	+11.5%
ボイラー	+43.8%

# 上海林内 2021年度 計画

業 績

1993年設立

## 2021年度 売上高(計画) 458.9億円

- ▶ オンライン販売の更なる強化と拡大
- ▶ ガス給湯器に次ぐ新たな柱づくりの推進
- ▶ 奉賢 第二期工事の建築開始(2023年2月竣工予定)



ボイラー



レンジフード



浄水器

(億円)	2020年度	2021年度	前期比増減率	現地通貨増減率
売上高	391.9	458.9	+17.1%	+17.8%
営業利益	55.1	63.2	+14.7%	+15.4%

(販売計画)	前期比増減率
給湯器	+6.9%
ボイラー	+12.3%
レンジフード	+1.9%

# リンナイオーストラリア 2021年度 計画

業 績

1971年設立

## 2021年度 売上高(計画) 244.9億円

- ▶ 主力の給湯機器の着実な成長
- ▶ 広告、デジタルマーケティングの展開



タンクレス給湯器



電気タンク式給湯器

(億円)	2020年度	2021年度	前期比増減率	現地通貨増減率
売上高	244.0	244.9	+0.4%	+1.0%
営業利益	9.2	9.9	+6.8%	+7.5%

(販売計画)

	前期比増減率
タンクレス給湯器	+2.3%
電気タンク式給湯器	+4.0%
ダクト式冷暖房システム	△7.1%
ルームエアコン	+1.2%

# その他 海外関連会社 2021年度 計画

## リンナイコリア

## 業績

1974年設立

- ▶ 経営改善活動の更なる加速と原価競争力の確保
- ▶ 顧客ニーズに即した内需/輸出の拡大

(億円)	2020年度	2021年度	前期比増減率	現地通貨増減率	(販売計画)	前期比増減率
売上高	275.0	275.4	+0.2%	+0.8%	ボイラー	△1.6%
営業利益	0.5	7.2	+1130.8%	+1138.7%	ガスコンロ	△12.0%
					電気コンロ	△0.6%

## リンナイインドネシア

## 業績

1988年設立

- ▶ 継続的な好調が見込まれるテーブルコンロ販売
- ▶ 高価格帯のビルトインコンロやレンジフード等の成長分野への新製品投入

(億円)	2020年度	2021年度	前期比増減率	現地通貨増減率	(販売計画)	前期比増減率
売上高	117.6	120.4	+2.4%	+3.0%	テーブルコンロ	+2.0%
営業利益	24.2	24.1	△0.3%	+0.3%	ビルトインコンロ	+5.3%

# 設備投資計画

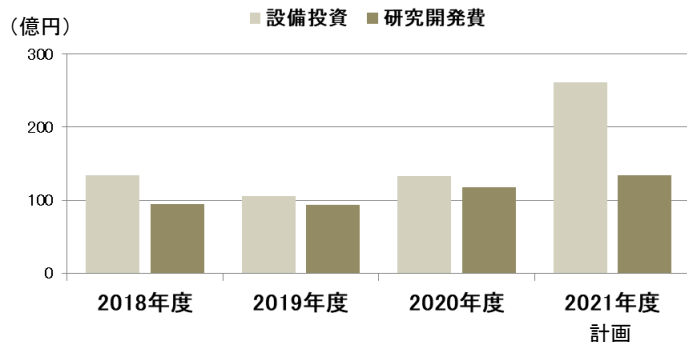
## 通期の連結設備投資 実績と計画

(億円)	2020年度	2021年度	増減額
設備投資	133	261	128
減価償却	114	125	11
研究開発費	118	134	16

### 2021年度の主な設備投資

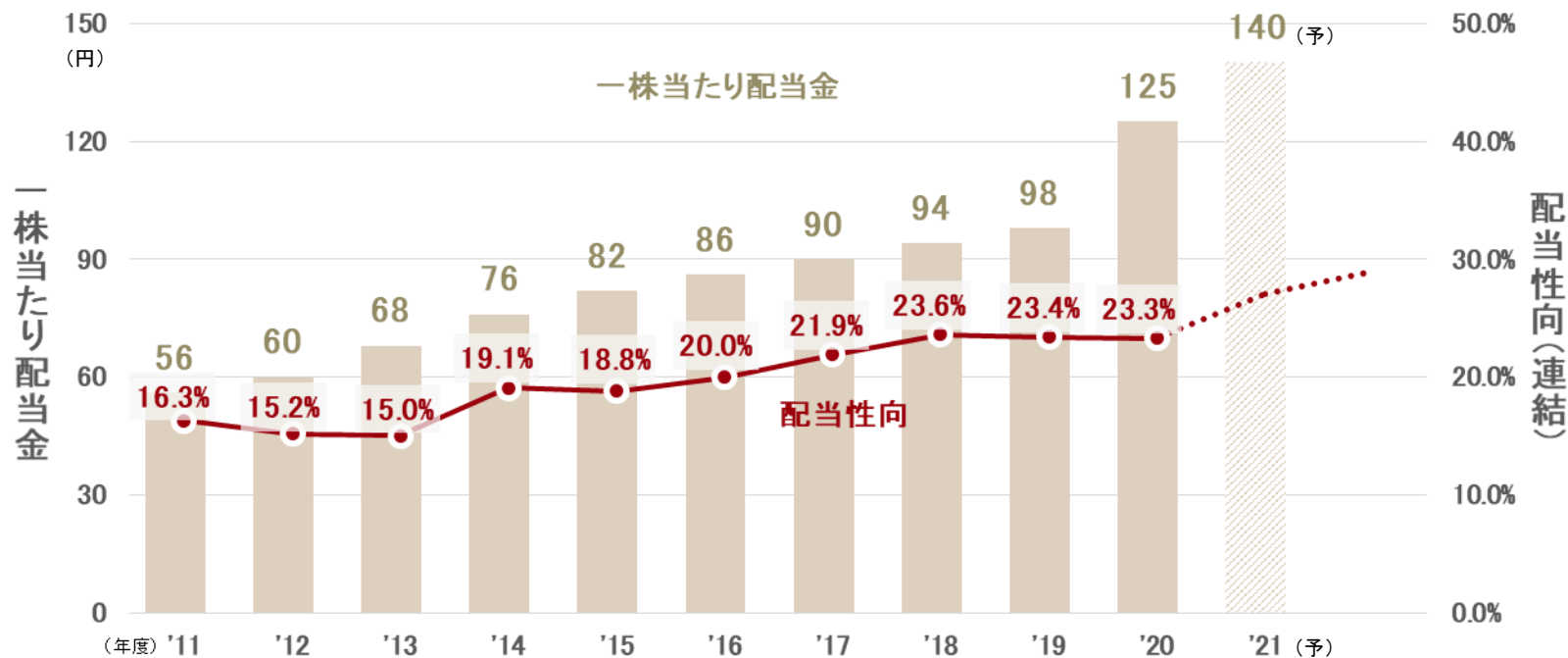
- ▶ 国内: 需要に迅速・柔軟に対応するための物流の総見直し
- ▶ 海外: アメリカ、中国への積極投資

## 設備投資・研究開発費 推移



- ▶ 成長分野を中心に過去最高水準での投資を予定
- ▶ 国内・海外での研究開発を強化

# 株主還元の方針



- ▶ 2020年度は当初予定の110円(100周年記念配当 含む)から125円へ。19期連続増配を継続
- ▶ 未来へ向けた成長投資を最優先に行いつつ、株主還元も順次拡充の予定

本資料に掲載されております業績予想や将来予想は、現時点において入手可能な情報に基づき当社が判断して予想したものであり、実際の業績は今後様々な要因の変化により予想とは異なる結果となる可能性があることをご承知おき下さい。