# ２０２４年３月期
# 第２四半期決算説明会

2023年10月31日
株式会社日清製粉グループ本社

# 目　次

Ⅰ．第２四半期 実績、及び通期業績予想

Ⅱ．中期経営計画達成に向けた今期の一丁目一番地施策の進捗

Ⅲ．ESGの取組み

# Ⅰ．第２四半期 実績、及び通期業績予想

# 1．第２四半期 実績



- 売上高は、国内製粉事業における麦価改定に伴う小麦粉価格改定の実施、熊本製粉㈱の新規連結効果、食品事業や中食・惣菜事業の価格改定の実施等により、増収
- 営業利益は、各事業において前期にコスト上昇に対して価格転嫁が遅れた部分も含めた価格改定の実施、国内製粉事業のふすま価格の堅調な推移や熊本製粉㈱の新規連結効果、豪州製粉事業の償却費負担減少、中食・惣菜事業の堅調な業績等により、増益

※金額は億円未満四捨五入

| （単位：億円） | 2024年３月期 第2四半期 実績 | 業績予想（5月公表） | 比 | 前年実績 | 比 |
|---|---|---|---|---|---|
| 売上高 | 4,269 | 4,100 | +4.1% | 3,887 | +9.8% |
| 海外売上高比率 | 31.0% | – | – | 32.6% | – |
| 営業利益 | 255 | 190 | +34.3% | 159 | +60.3% |
| 経常利益 | 265 | 192 | +38.1% | 172 | +53.9% |
| 親会社株主に帰属する四半期純利益 | 184 | 125 | +47.6% | ▲378 | – |

# 2．第２四半期 実績 事業別評価

■第２四半期 実績 事業別評価（営業利益 前年差で評価）

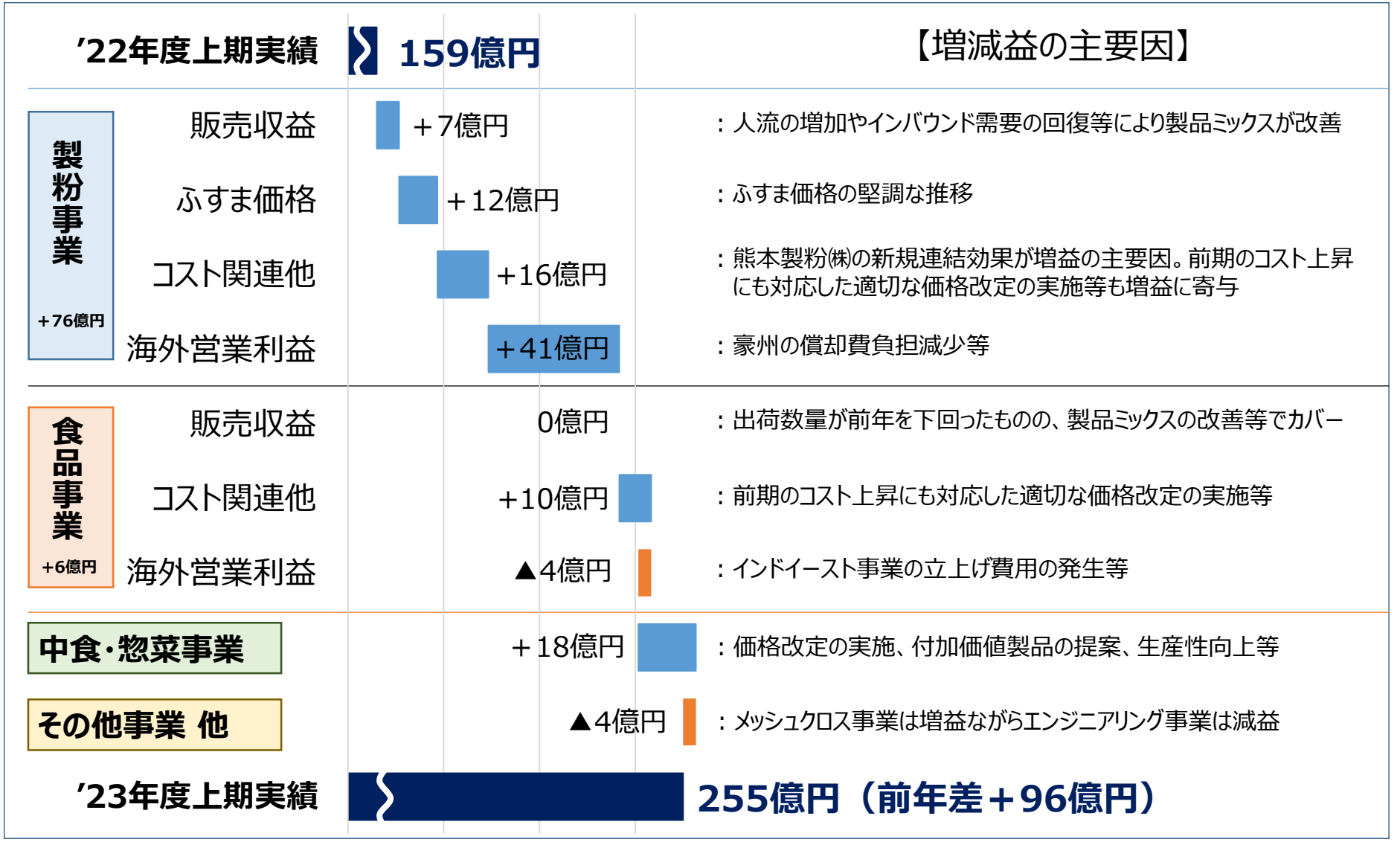
| | |
|---|---|
| 前年以上↑ | 製粉（国内）、製粉（海外）、加工食品、中食・惣菜、メッシュクロス |
| 前年以下↓ | 酵母・バイオ、健康食品、エンジニアリング |

# 3．第２四半期 営業利益 前年差分析

健康と信頼をお届けする 日清製粉グループ

■営業利益　増減分析（前年差）

：増益　：減益



# 4．２０２４年３月期 業績予想



- 売上高は、下期に麦価改定に伴う小麦粉価格の引き下げを予定するものの、熊本製粉㈱の新規連結効果、加工食品事業や中食・惣菜事業の価格改定の実施等により、増収を見込む
- 営業利益は、国内製粉事業におけるふすま価格の堅調な推移、熊本製粉㈱の新規連結効果、海外製粉事業における豪州の償却費負担減少、加工食品事業の業績回復、中食・惣菜事業の堅調な業績等により、増益を見込む
- 業績予想は、上期実績を踏まえ、売上高、営業利益、経常利益、当期純利益ともに上方修正

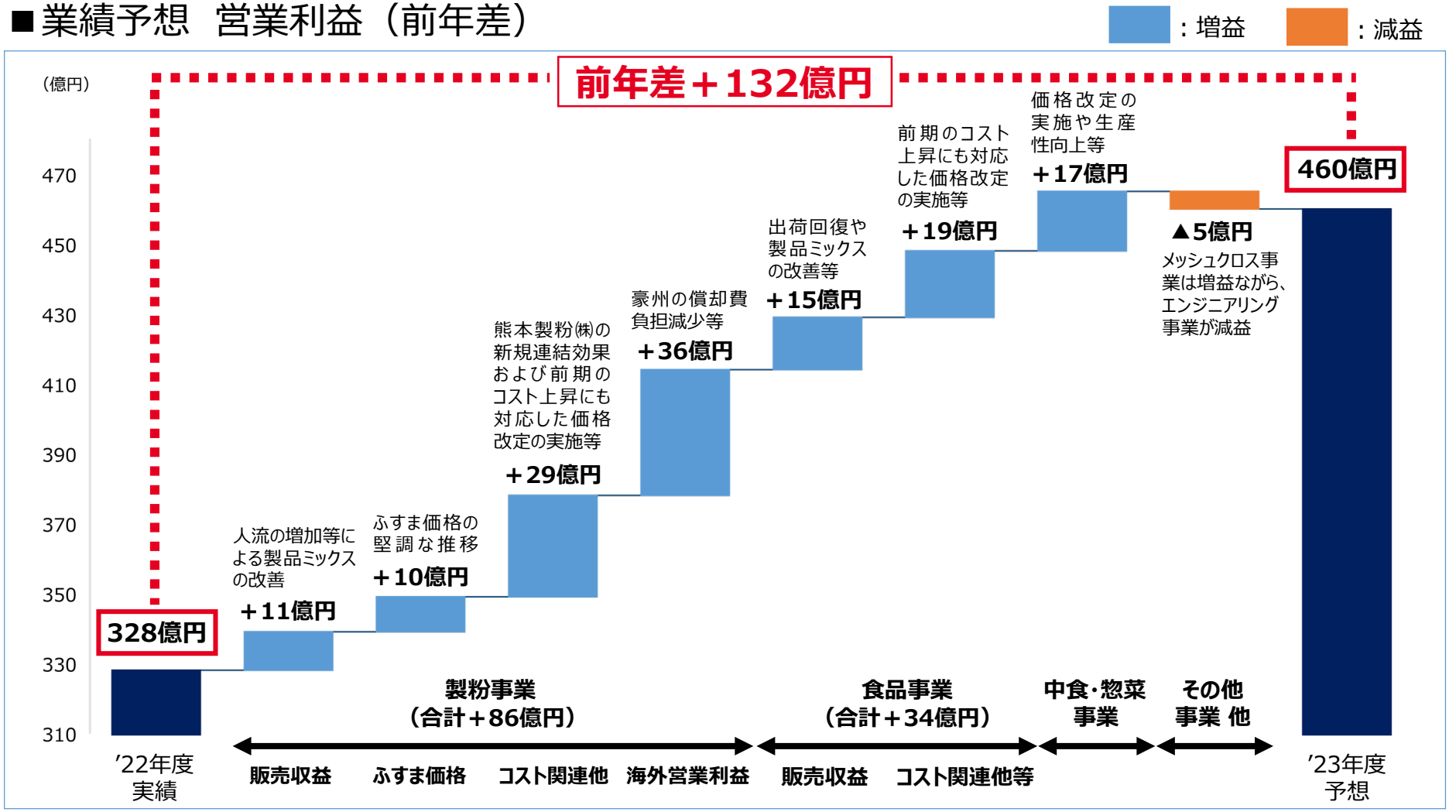
※金額は億円未満四捨五入

| （単位：億円） | 2024年３月期 業績予想 | 業績予想（5月公表） | 比 | 前年実績 | 比 |
|---|---|---|---|---|---|
| 売上高 | 8,500 | 8,200 | +3.7% | 7,987 | +6.4% |
| 海外売上高比率 | 31.4% | 28.9% | – | 32.8% | – |
| 営業利益 | 460 | 390 | +17.9% | 328 | +40.1% |
| 経常利益 | 470 | 395 | +19.0% | 331 | +42.2% |
| 親会社株主に帰属する当期純利益 | 300 | 260 | +15.4% | ▲104 | – |

# 5．２０２４年３月期 業績予想 営業利益

通期業績予想の営業利益は390億円から460億円に上方修正（＋70億円の上方修正）。
前年差＋132億円の増益見通し

■業績予想　営業利益（前年差）



# 6．中期経営計画 数値目標の進捗



’23年度の業績は、一丁目一番地施策の着実な実行で順調に進捗。中期経営計画最終年度目標の達成も視界に入る

■’23年度業績予想の中期経営計画に対する進捗

| | ‘21年度<br>実績<br>（中計基準年度） | ‘22年度<br>実績 | ‘23年度<br>業績予想 | ‘26年度<br>目標<br>（中計最終年度） |
|---|---|---|---|---|
| 売上高 | 6,797億円 | 7,987億円 | 8,500億円 | 9,000億円 |
| 営業利益 | 294億円 | 328億円 | 460億円 | 480億円 |
| ＥＰＳ | 59円 | ▲35円 | 101円 | 110円 |
| ＲＯＥ | 4.0% | ▲2.4% | 6.9% | 7.0% |

# Ⅱ．中期経営計画達成に向けた今期の一丁目一番地施策の進捗

# 1．今期の一丁目一番地施策

①事業ポートフォリオの再構築によるグループ成長力の促進

②食糧インフレへの対応

③豪州製粉事業の業績回復

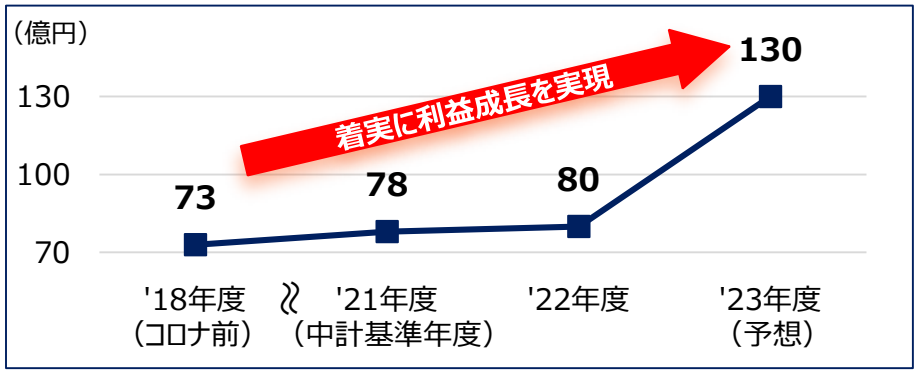
④環境政策

⑤デジタル戦略

# ①-1. 国内製粉事業

水島工場の新設も含め生産性向上に不断に取り組み、着実に利益成長を実現。'23年度は熊本製粉㈱の新規連結効果等もあり、利益水準が一段と高まる

## ■国内製粉事業の営業利益の推移




**'23年度は一丁目一番地施策の実行が主要因となり利益水準が一段と高まる**

**①事業ポートフォリオの再構築によるグループ成長力の促進**
- 熊本製粉の買収による新規連結効果

**②食糧インフレへの対応**
- 前期のコスト上昇にも対応した適切な価格改定の実施

**③生産性向上**
- 水島工場の新設も含め不断の取組みを実施

**④ふすま価格の堅調な推移**

## ■熊本製粉とのシナジー効果創出

**【各バリューチェーンにおける取組み】**

| | |
|---|---|
| 生産 | ➢ 九州エリアにおける最適生産体制の構築<br>➢ 熊本製粉の生産性向上<br>→日清製粉のノウハウの投入 |
| 販売 | ➢ 日清製粉グループの販売チャネルを活用した販売拡大（米粉、焙煎粉、プレミックス等）<br>➢ 日清製粉による米粉等の全国販売の検討 |
| 開発 | ➢ 技術情報・ノウハウの共有と連携強化による開発力、提案力の強化<br>➢ 両社の共同開発製品の上市 |
| 調達 | ➢ 共同購買、物流連携等による調達コスト削減<br>※日清製粉も熊本製粉の優れた所を取り入れる |

**統合によるシナジー効果を両社で創出。連結営業利益の拡大を目指す**

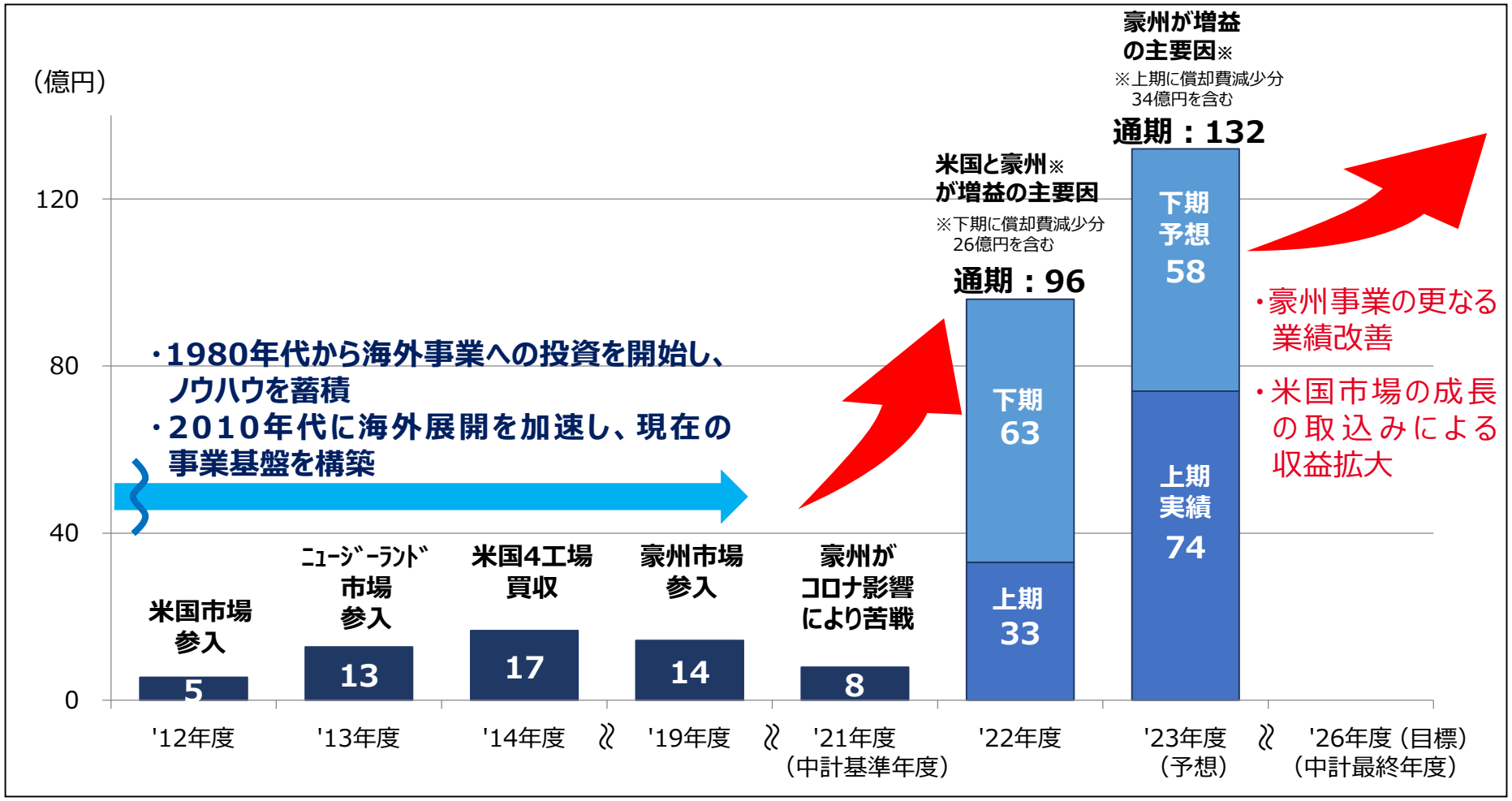
# ①-２．海外製粉事業



健康と信頼をお届けする 日清製粉グループ

海外製粉事業は当社グループの利益成長のドライバー。豪州は中期経営計画の目標通り業績回復中。米国やその他の国は高収益の維持、強化に取り組む

■海外製粉事業の営業利益の推移



# ①-3．米国製粉事業

’23年度は業績予想を上方修正。現在、市場成長が見込め、高い稼働率のロサンゼルス工場、およびサギノー工場を増設中であり、高収益の維持、強化を図る

## ■中計期間中の生産能力増強

◆ロサンゼルス工場　150トン/日（’23年12月に稼働）
◆サギノー工場　600トン/日（’24年冬に稼働）

合　計　750トン/日 **（生産能力が14%UP）**

➢ それぞれ稼働初年度から利益貢献する見込みであり、高収益の維持、強化を図る

## ■米国市場の販売競争激化に関する当社の考え

①米国事業の商圏で他社の増設の動きは見られない
②増設中の工場が立地するカリフォルニア州、テキサス州は今後も成長が見込める市場
③全米においても人口が増加しており、需要も増加

**米国事業の増設が競争激化を招く可能性は低い**

## ■テキサス州の市場環境とサギノー工場増設による効果

| | |
|---|---|
| **テキサス州の市場成長性** | ➢人口は’50年まで年率2%のペースで増加予測（出典：Texas Demographic Center）<br>➢州内の小麦粉生産量は’15年以降、年率2%成長（出典：USDA NASS） |
| **テキサス州の競争環境** | ➢小麦粉需要量の約3割がテキサス州外からの供給であり、テキサス州内では小麦粉の供給過多による過当競争が起きにくい |
| **サギノー工場の稼働率** | ➢’19年に生産能力増強（600トン/日）を実施したものの、既にフル稼働であり、生産余力がほとんどない状況 |

**米国製粉事業におけるサギノー工場増設の効果**

| | |
|---|---|
| **①生産・販売** | 生産能力が11%向上。市場成長に対応した出荷を実現 |
| **②市場プレゼンス** | 生産能力が米国市場で4位にUP（現在5位） |
| **③利益成長** | 償却費は年間数億円程度。稼働初年度から出荷増による利益貢献を見込む |

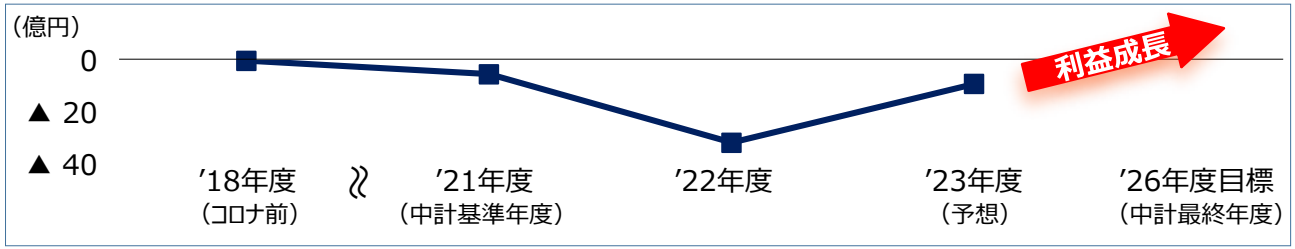
# ①-４．加工食品事業



健康と信頼をお届けする 日清製粉グループ

コストアップに対応した製品価格改定の継続実施により、コスト上昇に価格改定が追いつき、業績は回復。今後は、成長戦略に沿った拡販施策に取り組み、利益水準を高める

## ■営業利益　増減推移（'18年度を基準）




- '23年度はコスト上昇に価格改定が追い付いたことで業績は回復
- 成長戦略を推進し、利益水準を更に高める

## ■加工食品事業の成長戦略

### 事業構造の転換

収益基盤の常温家庭用事業を維持・強化しつつ、業務用事業、冷凍食品事業等を強化

**■業務用事業**

外食産業等の人手不足を解決・緩和する様々な商品を展開

**■冷凍食品事業**

パスタの競争力強化、パスタ以外の商品の強化

### 海外現地完結型事業

「日清製粉Welna」ブランドとして
・海外子会社現地販売事業の強化
・輸出事業の強化

**■海外子会社現地販売事業**

現在、B to Bのプレミックスがメインであるが、B to Cの加工食品も展開予定

**■輸出事業**

輸出国と展開商品の拡大により売上高2倍を目指す

### 新製品開発

簡便・本格・健康・環境の4軸の新製品開発により、付加価値化を推進

**■'23年秋の新製品一例**

【業務用　課題解決型新製品】

トレイ・フォーク付き
冷凍レンジ用パスタ



全5アイテムにて発売

外食業界の人手不足の課題解決に貢献



# ①-5．インド イースト事業

’23年度末にインド市場でのシェア2割獲得に向けて取組み中。一方、原材料価格の上昇、エネルギーコストが依然として高く、利益貢献は当初想定から遅れる見通し

■インド市場の状況

› 人口は14億人で世界1位。パン市場は年率4～6%程度で伸長する見通し

■インド イースト事業の強み、課題

（強み） 競合他社製品と比べ品質の優位性
（強み） 日本で培ったきめ細やかな提案型営業の展開による顧客開拓力
（課題） 主原材料のコストは前期に比べ上昇、エネルギーコストも依然として高い状況
（課題） 新規参入のインドにおいて率先して値上げがしにくい状況

**今期の営業利益予想は下方修正**（修正後の通期予想は前年並、下期予想は増益）

■今後の対応

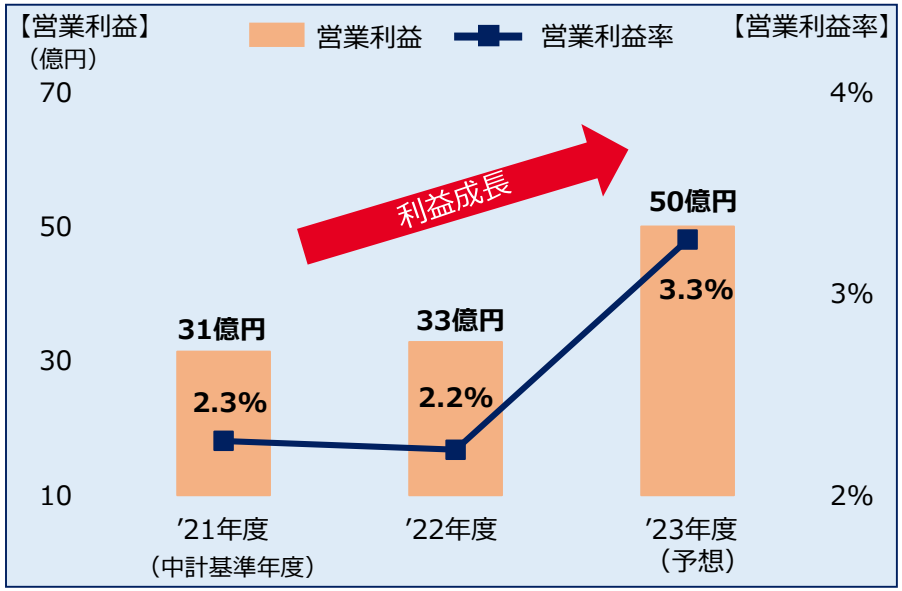
**①販売シェアの拡大** → ’23年度中にシェア2割を獲得。中計期間中にシェア3割を目指す
**②コスト上昇に対応した価格改定** → インド市場参入から1年が経過。顧客との関係性を考慮し、個別に実施
**③生産性の更なる改善** → 日本で培った生産技術を活用し、生産性の更なる改善に取り組む

**中期経営計画の最終年度目標の達成を目指す（’21年度差＋10億円程度の増益）**

# ①-6. 中食・惣菜事業１

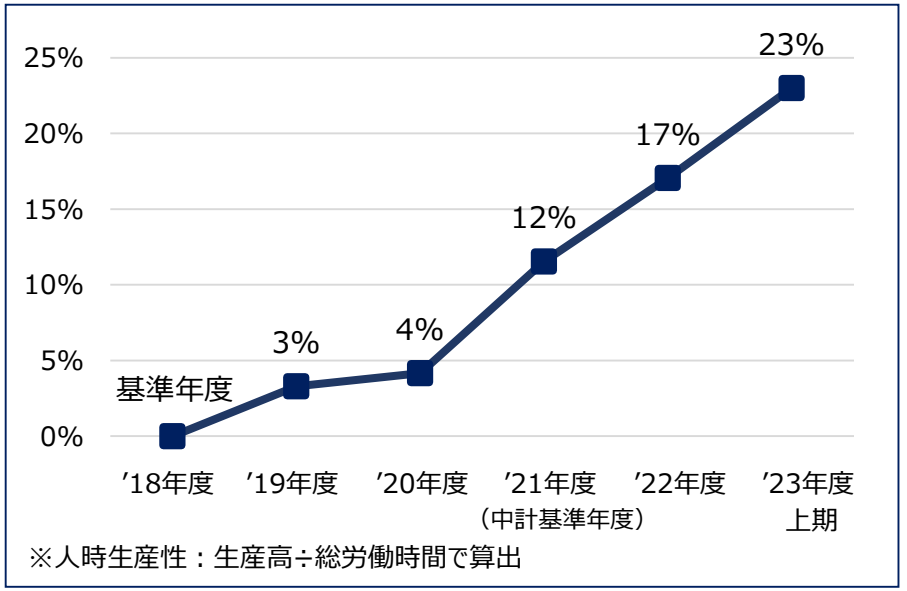
当社グループの成長事業として、研究開発力の強化、生産性向上に向けたDX、自動化を推進することで競争力を強化し、成長を継続

■中食・惣菜事業の成長（営業利益（額・率）の推移）




■中食・惣菜事業の人時生産性向上

（トオカツフーズ㈱ ‘18年度を基準年度とした推移）




※人時生産性：生産高÷総労働時間で算出

**利益成長は、DXや自動化の推進による生産性向上が大きく貢献**

# ①-6．中食・惣菜事業２

## ■ＤＸの推進（トオカツフーズ㈱）

トオカツフーズの特長

**多様なデータと管理**
・多品種で少量～大量の変量生産
・生産状況に適応した多数の従業員の適切な配置

**豊富なデジタル人材**
・以前からデジタル人材の育成・強化に取り組んできた

**データ重視の経営体制**

**独自で生産管理システムを構築**
**➡日々の経営管理指標の見える化を実現**

**データに基づく的確・迅速な経営判断** ⇨ **人時生産性向上を継続**

**› 経済産業省が定める「DX認定取得事業者」に認定** DX認定 **（中食・惣菜業界として初の認定）**

## ■自動化の推進 （工程の自動化により省人化を推進、今後は盛り付け工程の自動化研究にも着手）

| | | |
|---|---|---|
| ①おむすび成型・海苔巻きの自動化 | ⇒ | 約2名減/ライン |
| ②マヨネーズなどのソース等の充填機導入 | ⇒ | 約1名減/ライン |
| ③コールスローサラダ充填機導入 | ⇒ | 約2名減/ライン |
| ④成分表示・賞味期限シール画像検査装置導入 | ⇒ | 約1名減/ライン |


おにぎり用海苔巻き機

# ①-７．エンジニアリング・メッシュクロス事業

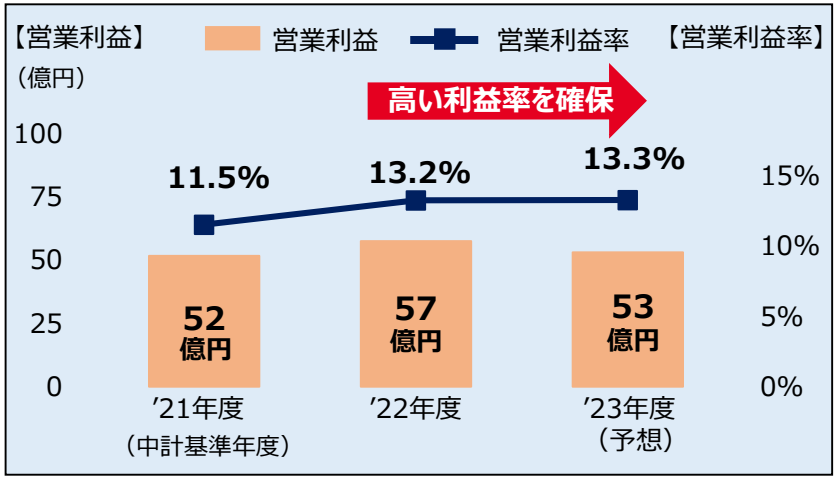
両事業は、世界的に高い技術力、知見を有しており、独自成長を果たすとともに、両事業の顧客が重なる領域では、事業連携を行いシナジー効果を発揮

## ■両事業の特長と成長性

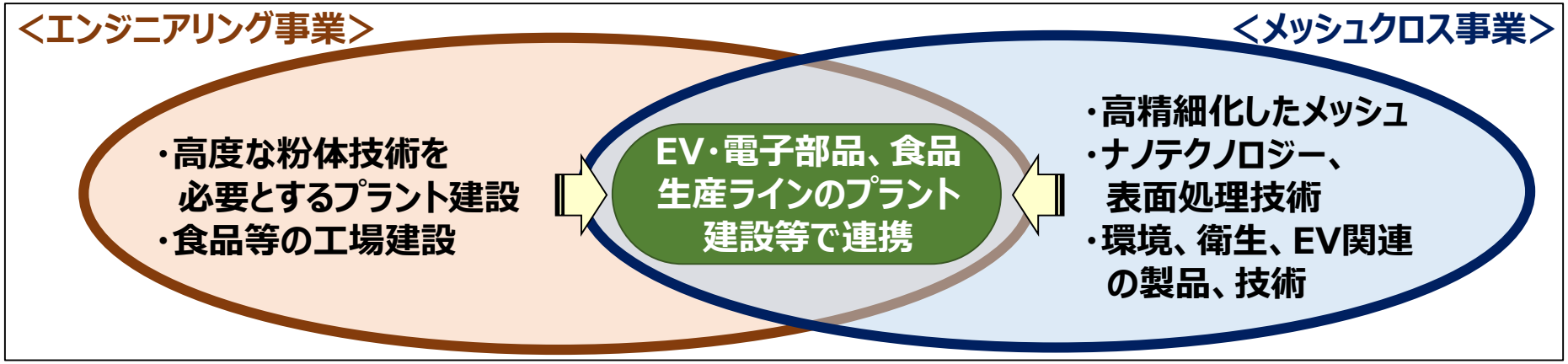
- 高度な技術力を背景とした高い収益性が両事業の特長
- 日清製粉グループの一員であるという、市場からの信用・信頼も競争優位につながる
- 脱炭素社会の実現に向け、独自技術で貢献しており、今後も成長市場での業績拡大が見込める

**当社グループの事業ポートフォリオで重要な位置づけ**

## ■その他事業の営業利益の推移




## ■両事業のシナジー発揮分野



# ①-８．メッシュクロス事業

高い技術力を活かし開発した製品の販売を通じ、持続可能な社会の実現に貢献。環境課題の解決を事業機会の拡大につなげ、更なる事業成長を目指す

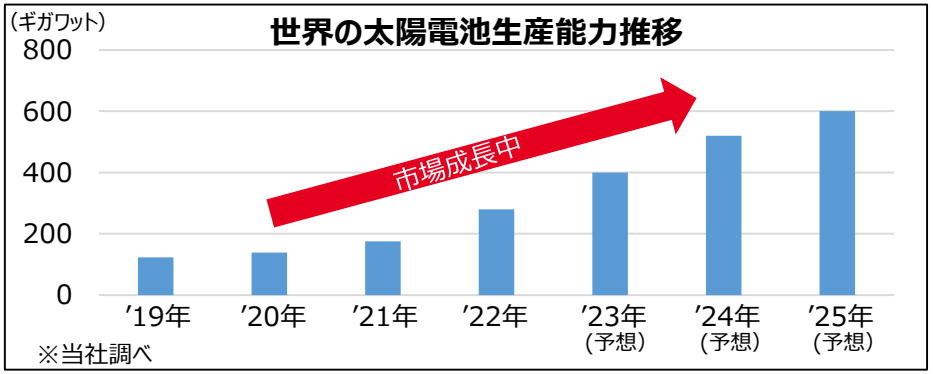
## ■持続可能な社会の実現に貢献する製品を開発・販売

- 太陽電池向け高精細金属メッシュ
- 水素製造装置用メッシュ
- EVを含めた車用の成形フィルター
- バイオマス樹脂使用のメッシュ製品等

» 今後も需要拡大が見込まれる

**環境課題の解決につながる製品で事業機会を拡大**

## ■太陽電池市場規模の予測




» メッシュクロス事業は太陽電池向け金属メッシュにおいて世界市場の約４割のシェアを保有

利益成長を実現し、中期経営計画の目標達成を目指す

# ② 食糧インフレへの対応



前期に価格転嫁が後追いとなった国内コア事業は、適切な価格改定の実施により、上期中にコスト上昇に価格改定が追い付いたことで収益基盤を確保

■食糧インフレの今後の見通しと対応

◆当社グループの主原料である輸入小麦の政府売渡価格が本年10月に▲11.1%引き下げ（3年ぶりの引き下げ）

◆ウクライナ情勢は未決着ながら、食糧インフレの山は見えてきた

**下期以降はこれまでの環境（価格改定の後追い、需要減退等）を逆回転させるチャンスと捉える**

■国内のコア事業（製粉、加工食品、酵母事業）におけるコスト上昇への対応

◆ ‘22年度実績： コスト上昇に価格改定が後追いとなり、前年差▲29億円の減益

◆ ‘23年度予想： 製粉事業と食品事業の「コスト関連他」の合計は前年差＋44億円※の増益予想 ※製粉事業の「コスト関連他」に熊本製粉㈱の新規連結効果を含む

**’22年度に発生した価格転嫁遅れによる減益分は、’23年度に全て取り戻せる見通し**

# ③　豪州製粉事業の業績回復



中期経営計画の増益目標に沿って業績は回復中。今期は価格改定、生産性改善等の効果により、業績予想を達成する

■'23年度 営業利益 上期実績、通期予想（前年差　除く償却費負担減少分）

| | 上期実績（前年差） | 通期予想（前年差） | 備考 |
|---|---|---|---|
| **①粗利の増加** | ＋2億円 | ＋6億円 | 価格改定効果等 |
| **②販管費の上昇** | ▲3億円 | ▲8億円 | 物流費、人件費等の上昇 |
| **③コスト削減施策の効果** | ＋3億円 | ＋10億円 | 生産性改善、物流効率改善等 |
| **合　計** | ＋2億円 | ＋8億円 | 期初計画（＋8億円）を達成する見通し |

※'23年度（通期予想）の為替レート：93円/AUDを使用

■中期経営計画達成に向けた主な取組み

## 売上拡大

**◆インストアベーカリー向け売上拡大施策**

- コスト上昇に見合った価格改定の実施
- 新規拡販（新たな製品等）
- 値上げにより停滞する売り場活性化に向けた提案強化による出荷拡大
- 職人不足解消による出荷拡大に向け、ベーカー育成トレーニングプログラムを実施

×

## 収益改善

**◆継続的なコスト削減**

生産ラインの改廃、生産のロス削減、自動化等による生産性向上、輸送の効率化等

**◆不採算製品からの撤退や採算改善の実施**

**◆高付加価値製品の強化**

豪州で高食物繊維小麦粉の独占販売契約を締結

# ④ 環境政策



'30年度グループの自社拠点における$CO_2$排出量50%削減（'13年度比）に向け、大規模なオフサイトPPAの導入も決定。今後もロードマップに沿って環境投資を計画的に実行

■今期の主な取組み

**① 本年11月から、製粉工場として国内最大規模を誇る鶴見工場がオフサイトPPAと非化石証書を活用し使用電力を100%実質再生可能エネルギーに変更**

- ■発電設備８MWクラス（最終予定出力。本年11月より段階的に導入）から再生可能エネルギー電力の供給を受ける
- ■$CO_2$削減効果：年間約27千トン強（'13年度換算：年間約32千トン強）

**② 自社工場に太陽光発電などの再生可能エネルギー導入を推進**

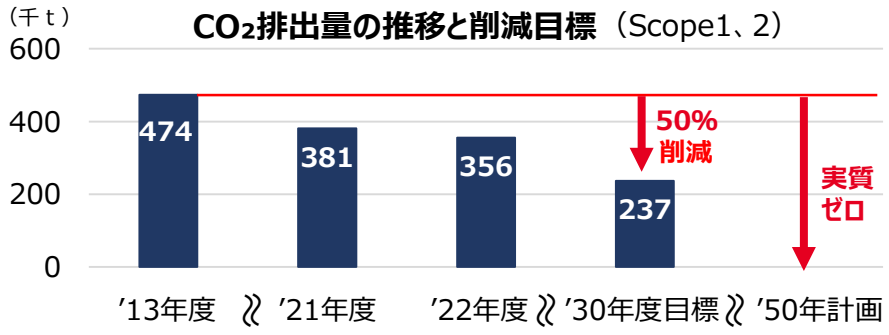
- ■国内外の拠点で太陽光発電設備の導入　⇒14事業場で導入済（'23年3月末時点）
- ■再生可能エネルギー由来電力の利用　⇒ 3事業場で導入済（'23年3月末時点）

input

- ■中期経営計画における環境投資枠
  １５０億円（当社として中期経営計画で初めて設定）
- ■'23年度　環境投資計画
  ２２億円（前期差＋10億円）

**ロードマップに沿って計画的に環境投資を実行**

output



# ⑤ デジタル戦略



「自動化・効率化」「標準化」「顧客提案力の強化」「販売チャネルの拡充」等を軸に、DXテーマを設定・遂行。各バリューチェーンで具体的な成果がではじめている

## ■各バリューチェーンにおける主な取組みテーマと成果事例

**インフラ（デジタルツール活用/セキュリティ強化/人材育成等）**

**バックオフィス(経理・財務・人事・総務等)**

| 研究開発 | 調達 | 生産 | 需給 | 営業/マーケ | 経営高度化 |
|---|---|---|---|---|---|
| ●最適生産条件のモデル構築 | ●デジタル化による業務効率化 | ●生産工程見える化による品質安定・生産効率向上 | ●AI・データ活用による需給業務の標準化・効率化 | ●情報・ノウハウ蓄積・共有による顧客提案力強化 | ●経営データの見える化とPDCA |

**具体的な成果事例**

全社

### 企業版ChatGPT導入・活用

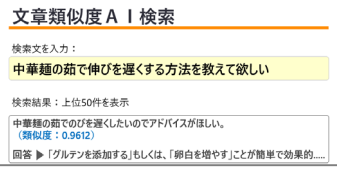
- ✓ 業務効率化を目的として、当社専用のクローズドな環境で安全に利用できる企業向けChatGPTを導入
- ✓ 文章要約や社内文書ドラフト作成等の基本的な用途から順次活用開始
- ✓ 活用事例やAIプロンプト(命令/指示文)のコツ紹介など、継続的に社員の習熟や活用拡大を図っていく

製粉事業

### ナレッジデジタル化と顧客提案強化

- ✓ 技術知見、営業ノウハウ等の関連ナレッジをデータベース化した上で、AIを活用した高速かつ高精度の情報検索プログラムを構築
- ✓ 社内蓄積データの中から、必要な情報へ迅速なアクセスが可能となり、顧客対応の強化を実現

画面イメージ




製粉事業　中食・惣菜事業

### 経営データ見える化とPDCA

【製粉事業】
- ✓ BIツール等を用いて、生産・在庫・販売など、経営関連データの見える化を推進

【中食・惣菜事業】
- ✓ 独自の生産管理システムを構築し、経営管理指標・データに基づく、的確・迅速な経営判断を可能に

(P.18参照)

# Ⅲ. ESGの取組み

# 1．資本効率を意識した経営の推進





‘23年度より、資本効率の指標としてROEと併せてROICの活用を開始。事業ごとのROICを定期的に確認することで課題を認識し、改善につなげていく

■資本効率を意識した経営の推進の考え方

- 事業ポートフォリオの再構築によるグループ成長力の促進により、利益成長を実現
- 投資において、各事業の資本コストを上回るリターンが得られる投資を実行
  （＝NPVが正となる投資を行うことで、ROICを高めていく）
- 遊休、低稼働、低収益・非事業資産の処分
- 不採算、低収益事業の整理　等

■今期の資本効率改善の取組み

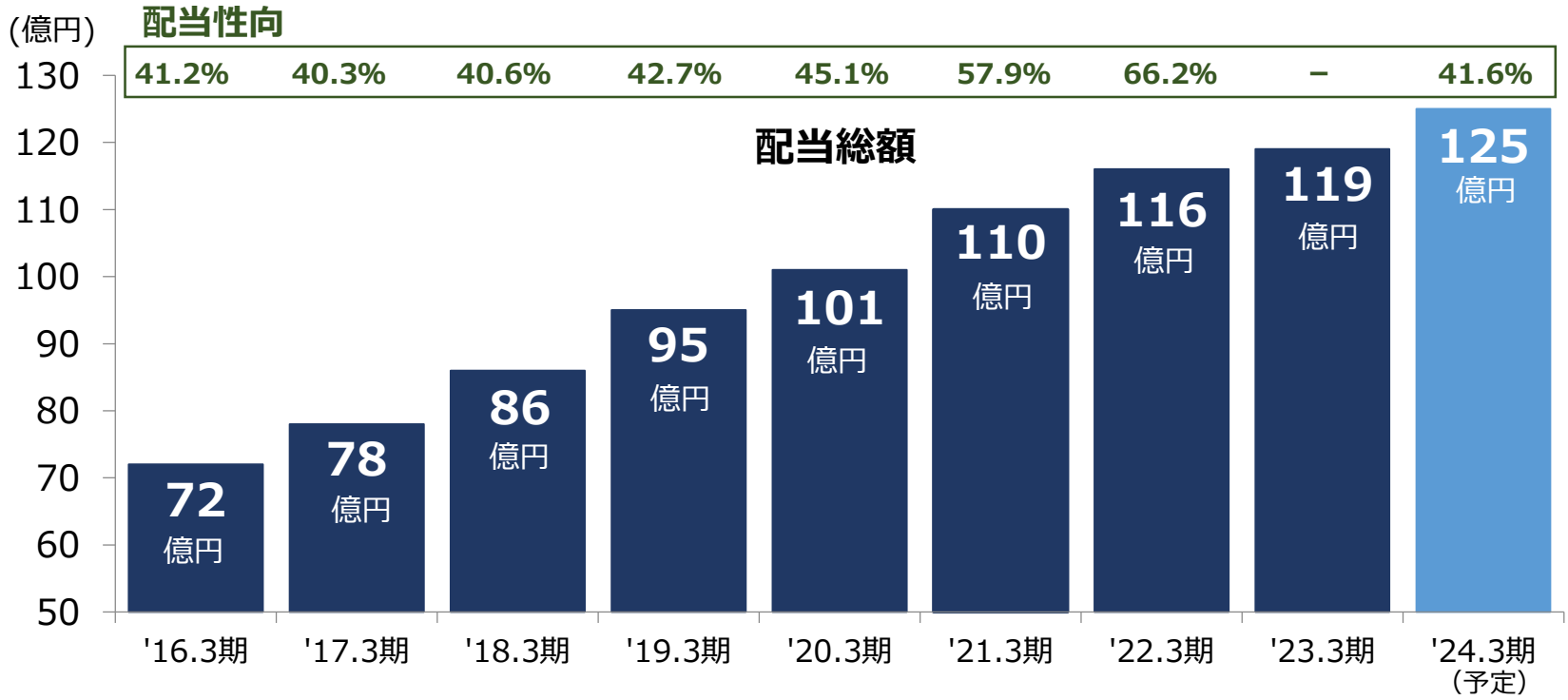
| | |
|---|---|
| **①収益性改善** | ➢ 食糧インフレへの対応<br>➢ 豪州製粉事業の業績回復（価格改定、生産性改善等）　等 |
| **②成長投資** | ➢ 熊本製粉㈱（本年1月買収）におけるシナジー効果創出等 |
| **③低稼働工場の集約** | ➢ 酵母・バイオ事業にて老朽化し稼働率が低下した埼玉工場を閉鎖<br>（本年12月に埼玉工場を閉鎖し、びわ工場に生産を集約） |

**’23年度のROEは6.9%の見通し**

# 2．株主還元

## ■配当総額と配当性向の推移

・配当性向は40%以上を基準とし、増配はタイミングを見据えて常に積極的に検討
・'24年3月期の年間配当は前期から1株当たり2円の増配を予定（当初予想から1株当たり1円増加）
⇒実質的に11期連続増配を予定




| 1株当たり配当金 | 24円 | 26円 | 29円 | 32円 | 34円 | 37円 | 39円 | 40円 | 42円 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|

# 3．人材戦略

（S）人材

本年6月に人事・労務本部を新設。人材戦略のスピードアップと強化を目指す

## ■人材戦略

| | |
|---|---|
| 社是・企業理念 | **『信を万事の本と為す』『時代への適合』『健康で豊かな生活づくりに貢献する』** |
| 人事の基本理念 | **『人間尊重』『相互信頼』** ー会社と社員は成長と発展を共有するパートナーであるー |
| 人材戦略 | **人材力向上** 時代の変化に即応して、挑戦・変革をリードする人材の確保・育成<br>**組織力向上** 多様な人材がやりがいを持って能力を最大限発揮できる環境づくり<br>**ダイバーシティの推進** 多様性を認め、お互いを尊重しあう企業風土醸成によるグループ総合力の発揮 |
| 人材戦略で重視する価値観（求める人材像） | **自律** ：自ら学び、考え行動し、結果と向き合う<br>**挑戦** ：時代を先取りし、失敗を恐れず新しいことに挑み続ける<br>**信頼** ：社内外から信頼され、また周囲を信頼して任せることができる<br>**協働** ：多様な他者と協働して新しい価値を生み出す |

**人材戦略を実現するための施策の方向性**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 採用力強化 | 採用活動のグループ連携強化 | 採用系統の多様化 | 採用広報戦略の強化 | リファラル等、新たな採用手法の導入 |
| 育成力強化 | 事業経営者等の計画的育成・配置 | 自律的学習支援施策の強化 | デジタル・グローバル人材育成の強化 | 人材情報可視化の拡充 |
| 活用力強化 | グループ人材交流の促進 | グループ内公募の実施 | キーポジション要件の明確化 | シニア人材活用の見直し |
| 働き方改革 風土改革 | 生産性向上に根差した総労働時間削減 | グループ一体感醸成施策の展開 | 多様な働き方に応える取り組みの強化 | 心理的安全性の向上 |
| 人事賃金制度の見直し | 年功を排し、適性や意欲を重視した資格制度の実現 | 求める人材を生み出し続ける評価制度の実現 | 評価を適正に反映し分かりやすい賃金制度の実現 | 価値観の多様化に対応した雇用制度の実現 |

人的資本開示への対応（KPIとして定点観測）

人権への取り組みの推進

# 4．環境課題中長期目標の進捗

■環境課題中長期目標とその進捗

| 取組みテーマ | 目標 | ’22年度実績（基準年度対比） |
|---|---|---|
| 気候変動への対応 | ‘30年度　グループの自社拠点で$CO_2$排出量50%削減（’13年度比） | 25%削減 |
| | ‘50年　カーボンニュートラルに向けてグループの自社拠点で$CO_2$排出量実質ゼロ | |
| | サプライチェーンにおける$CO_2$排出量の削減 | |
| 食品廃棄物への対応 | ‘30年度　原料調達からお客様納品までの食品廃棄物の50%以上削減（’16年度比、惣菜3社は’19年度比）※対象は国内グループ会社 | 41%削減 |
| 容器包装廃棄物への対応 | ‘30年度　化石燃料由来のプラスチック使用量の25%以上削減（’19年度比）※対象は国内グループ会社 | 10%削減 |
| 水資源への対応 | ‘40年度　工場の水使用量原単位30%削減（’21年度比） | 4%削減 |

# 記載内容に関する注意事項

当資料に記載されている内容は、種々の前提に基づいたものであり、記載された将来の計画数値、施策の実現を確約したり、保証するものではありません。