



## FY2023-2025 Średniookresowy plan biznesowy „Challenge 2025”

10 marca 2023



**„2023-2025”**

Punkt zwrotny w erze wielkich przemian



**Wyzwanie** dla zapewnienia dalszego  
wzrostu i przyszłości firmy

- **Przegląd aktualnego średniookresowego planu biznesowego**
- Długodystansowa mapa drogowa
- Challenge 2025 w skrócie
- Kluczowa strategia Challenge 2025

## Osiągnięto szybkie przejście do oszczędnej i wydajnej organizacji biznesu

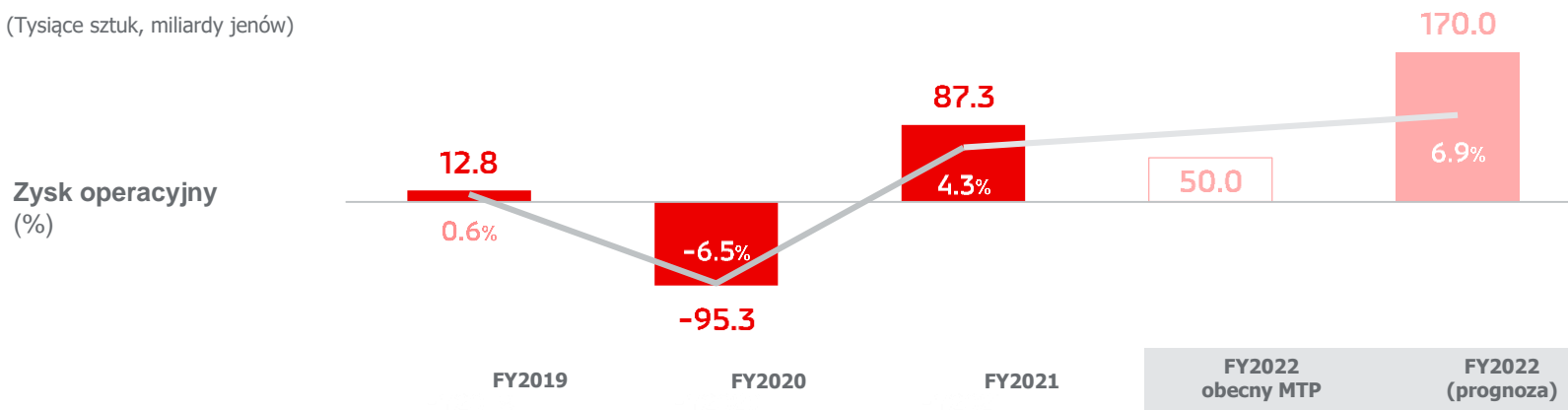
Znaczący wzrost zysku osiągnięty dzięki redukcji kosztów stałych i podwyższeniu przychodów

| Działania   | Wyniki  |
|---|---|
| Obniżenie kosztów stałych o 20% w ciągu 2 lat poprzez koncentrację inwestycji w kluczowych regionach i na kluczowych produktach | <b>Osiągnięto w ciągu 1 roku</b>  |
| Koncentracja zasobów zarządzania w ASEAN<br>Reforma struktury biznesowej w krajach rozwiniętych                                 | Intensyfikacja wprowadzania produktów na rynki ASEAN w ramach nowego MTP*.<br>Reforma działalności w Europie przy wsparciu Aliansu  |
| Wzbogacenie oferty xEV<br>Rozwój technologii xEV  | 2 modele PHEV / Ponowne uruchomienie produkcji komercyjnego EV Kei / Kei EV (Nissan) / EV dla Chin (Guangzhou Automobile Gr.) / Wprowadzenie technologii nowej generacji w PHEV /HEV /BEV |
| Optymalizacja produkcji   | Restrukturyzacja produkcji w Japonii  |
| Wzmacnianie kooperacji z partnerami   | Wykorzystanie nowych technologii Aliansu (platforma CMF-CD / E-Architektura / ADAS / technologia Kei EV itp.)   |

\* Średniookresowy plan biznesowy

## Znaczący wzrost zysków dzięki redukcji kosztów stałych i zwiększeniu przychodów

(Tysiące sztuk, miliardy jenów)



|                                   | FY2019 | FY2020 | FY2021 | FY2022<br>obecny MTP | FY2022<br>(prognoza) |
|-----------------------------------|--------|--------|--------|----------------------|----------------------|
| Wolne przepływy pieniężne (FCF)   | -82.8  | -178.8 | 25.6   | 31.0                 | -                    |
| Wielkość sprzedaży (sztuk)        | 1 127  | 801    | 937    | 1 054                | 866                  |
| Wydatki na badania i rozwój (R&D) | 130.9  | 101.4  | 90.7   | 99.0                 | 102.0                |
| Nakłady inwestycyjne (CAPEX)      | 103.9  | 76.4   | 62.7   | 100.0                | 90.0                 |
| Amortyzacja                       | 74.8   | 65.9   | 53.6   | 80.0                 | 59.0                 |

- Przegląd aktualnego średniookresowego planu biznesowego
- **Długodystansowa mapa drogowa**
- Challenge 2025 w skrócie
- Kluczowa strategia Challenge 2025

# Długodystansowa mapa drogowa



|  | 2020  | 2025   | 2030  | 2035   |
|--|---|--|---|--|
| Zmiany społeczne                               | Wzrost świadomości dot. neutralności węglowej   |  | Działania na rzecz neutralności węglowej / Ewolucja budowy akumulatorów |  |
|  | Generacja Z (nadanie priorytetu przeżyciom, empatii i dysponowaniu własnym czasem)  |  |   | W stronę Generacji ...   |
|  | Ewolucja technologii cyfrowych (łączość (5G/6G), transformacja cyfrowa (DX), sztuczna inteligencja (AI), robotyka i metawersum) |  |   |  |
| Średnio-okresowy plan biznesowy                | "Small but Beautiful"   | <b>"Challenge 2025"</b>                                    |   |  |
| Elektryfikacja pojazdów                        | Głównie spalinowe   | ICE / HEV / PHEV / BEV                                     |   | Głównie HEV / PHEV / BEV   |
| Transformacja cyfrowa / Nowe obszary biznesowe | Użycie technologii cyfrowych w biznesie   | - Aktualizacje systemów<br>- Transformacja cyfrowa         |   | Pełne wdrożenie nowych form biznesowych z wykorzystaniem technologii cyfrowych                                 |
| Zakres działalności biznesowej                 | Sprzedaż pojazdów<br>Działalność posprzedażna   | - Rozbudowa łańcucha wartości<br>- Nowe wyzwania biznesowe |   | - Sprzedaż pojazdów + zyski w nowych obszarach<br>- Głębsza współpraca z partnerami (zarządzanie energią itp.) |
| Strategia regionalna                           | Wprowadzenie na rynki światowe  | Wybór obszaru docelowego i określenie roli                 |   | Określenie ról regionalnych i zapewnienie zysków w każdym z regionów   |

- Przegląd aktualnego średniookresowego planu biznesowego
- Długodystansowa mapa drogowa
- **Challenge 2025 w skrócie**
- Kluczowa strategia Challenge 2025



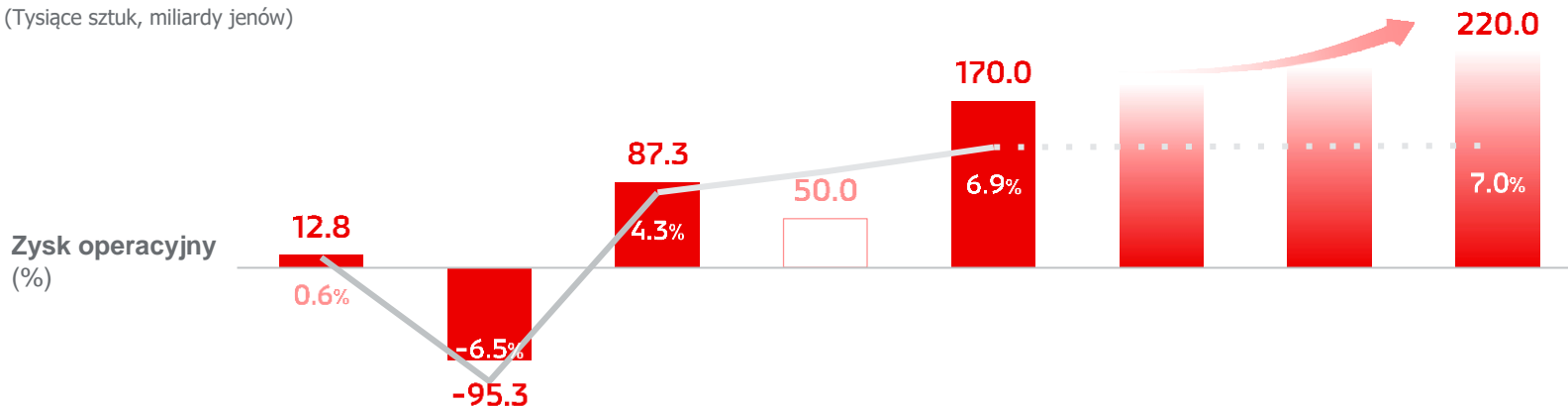
# Challenge 2025 Zarządzanie kluczowymi wskaźnikami efektywności (KPI)

| Sprzedaż – KPI  | Finanse – KPI  | Inwestycje - KPI   |
|---|--|--|
| FY2025  | FY2025   | FY2025   |
| <b>Marża na samochodzie</b>   <b>¥2 500<sub>tys.</sub></b>  | <b>Zysk operacyjny (%)</b>   <b>¥220.0<sub>mld</sub></b><br><b>7%</b>                        | <b>Wydatki R&amp;D (Elektryfikacja)</b>   <b>¥150.0<sub>mld</sub></b><br><b>¥70.0<sub>mld</sub></b>  |
| <b>Sprzedaż (sztuk)</b>   <b>1 100<sub>tys.</sub></b><br><b>Sztuk</b>   | <b>EBITDA* (%)</b>   <b>¥300.0<sub>mld</sub></b><br><b>10%</b>                               | <b>CAPEX (Elektryfikacja)</b>   <b>¥130.0<sub>mld</sub></b><br><b>¥55.0<sub>mld</sub></b><br><b>(IT/Nowe biznesy)</b>   <b>¥15.0<sub>mld</sub></b> |
|   | <b>Wolne przepływy pieniężne</b>   <b>¥150.0<sub>mld</sub></b>                               | <b>Amortyzacja</b>   <b>¥85.0<sub>mld</sub></b>  |
|   | <b>Kapitał własny (Wskaźnik kapitału własnego)</b>   <b>¥1.0<sub>bln</sub></b><br><b>45%</b> |  |
| <small>*Zysk operacyjny przed potrąceniem odsetek od zaciągniętych zobowiązań oprocentowanych, podatków, amortyzacji wartości niematerialnych i prawnych oraz amortyzacji rzeczowych aktywów trwałych</small> |  |  |

# Challenge 2025 Zarządzanie kluczowymi wskaźnikami efektywności (KPI)



(Tysiące sztuk, miliardy jenów)

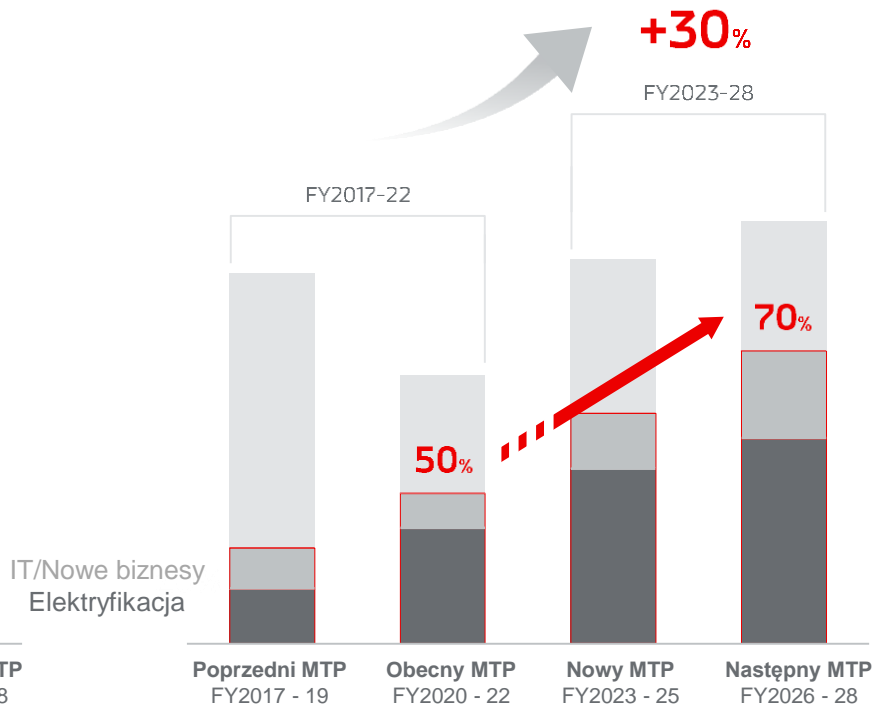
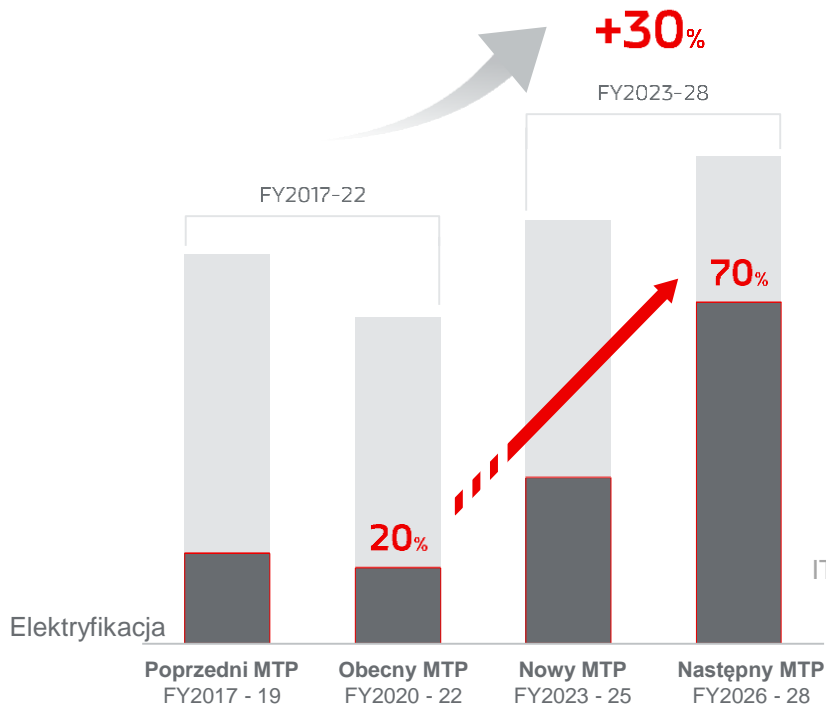


|                                   | FY2019 | FY2020 | FY2021 | FY2022<br>obecny MTP | FY2022<br>(prognoza) |   | FY2025<br>nowy MTP |
|-----------------------------------|--------|--------|--------|----------------------|----------------------|---|--------------------|
| Wolne przepływy pieniężne (FCF)   | -82.8  | -178.8 | 25.6   | 31.0                 | -178.8               | → | 150.0              |
| Wielkość sprzedaży (sztuk)        |        |        |        |                      |                      | → |                    |
| Wydatki na badania i rozwój (R&D) | 1 127  | 801    | 937    | 1,054                | 866                  | → | 1 100              |
| Nakłady inwestycyjne (CAPEX)      | 130.9  | 101.4  | 90.7   | 99.0                 | 102.0                | → | 150.0              |
| Amortyzacja                       |        |        |        |                      |                      | → |                    |
| Kursy walutowe                    |        |        |        |                      |                      |   |                    |
| USD (Dolar amerykański)           | 103.9  | 76.4   | 62.7   | 100.0                | 90.0                 |   | 130.0              |
| JPY (Jen japoński)                |        |        |        |                      |                      |   |                    |
| THB (Bat tajlandzki)              | 74.8   | 65.9   | 53.6   | 80.0                 | 59.0                 |   | 85.0               |

# Wydatki na badania i rozwój (R&D) / Nakłady inwestycyjne (CAPEX)

## Wydatki na badania i rozwój (R&D)

## Nakłady inwestycyjne (CAPEX)



**Ustanowienie /  
Wzmocnienie absolutnie  
stabilnej bazy dochodowej**

**Zwiększanie rentowności**  
na rynkach ASEAN / Oceanii

**Zwiększanie rentowności**  
w innych regionach  
produktami z ASEAN  
(Ameryka Łacińska,  
Bliski Wschód / Afryka)

**Usprawnienie działalności w**  
regionach zaawansowanych  
technologii  
(Japonia / Ameryka Północna /  
Europa / Chiny)

**Działania w kierunku  
neutralności węglowej**

**Wzmocnienie rozwoju**  
elektryfikacji i rola Aliansu  
w drugiej fazie rozwoju linii  
samochodów xEV  
(FY2026-2028)

**Wzmocnienie działań w**  
Zakresach 1-3 redukcji  
emisji CO<sub>2</sub>  
(Produkcja / Zamówienia)

**Cyfryzacja / Ekspansja na  
nowe obszary biznesowe**

**Odnowa wewnętrznej**  
infrastruktury IT /  
Rozwój cyfryzacji w HR

**Zarządzanie energią**

**Ponowne wykorzystanie**  
akumulatorów

**Dane o sprzedaży**

Indywidualizm Mitsubishi Motors - Być firmą wybraną przez klientów



## Czym jest **indywidualizm Mitsubishi Motors**?

Zapewnienie klientom satysfakcjonującej mobilności, która budzi w nich ducha przygody wspartego niezawodnością i technologią, tworząc zestaw wartości "Ekologia, bezpieczeństwo, ochrona i komfort"



Wzmocnienie marki Mitsubishi Motors i biznesu zorientowanego na wartości

# Wpływ indywidualizmu Mitsubishi Motors na wizję produktu



Przyjazne dla środowiska, umożliwiają życie blisko natury



Dążenie do neutralności węglowej poprzez produkcję elektrycznych pojazdów dostawczych



Umożliwianie Klientom przeżywania ekscytujących przygód z dużą pewnością siebie



Zapewnianie Klientom bezpiecznego powrotu do domu z rodziną z każdej przygody



Niezawodne i użyteczne w przypadku klęsk żywiołowych, przerw w dostawie prądu itp.



Pierwszy w skali globalnej masowo produkowany akumulatorowy samochód elektryczny (BEV) i ceniony na całym świecie samochód PHEV jako podstawa elektrycznej reputacji marki

## Elektryfikacja



Niezawodność nawet w niekorzystnych warunkach dzięki filozofii projektowania uwzględniającej wszystkie nawierzchnie, w każdym środowisku, na całym świecie

## Trwałość i wytrzymałość



Zapewnia nadzwyczajne właściwości jezdne i pewność na każdej nawierzchni

## Elektronicznie sterowany napęd na 4 koła (S-AWC)

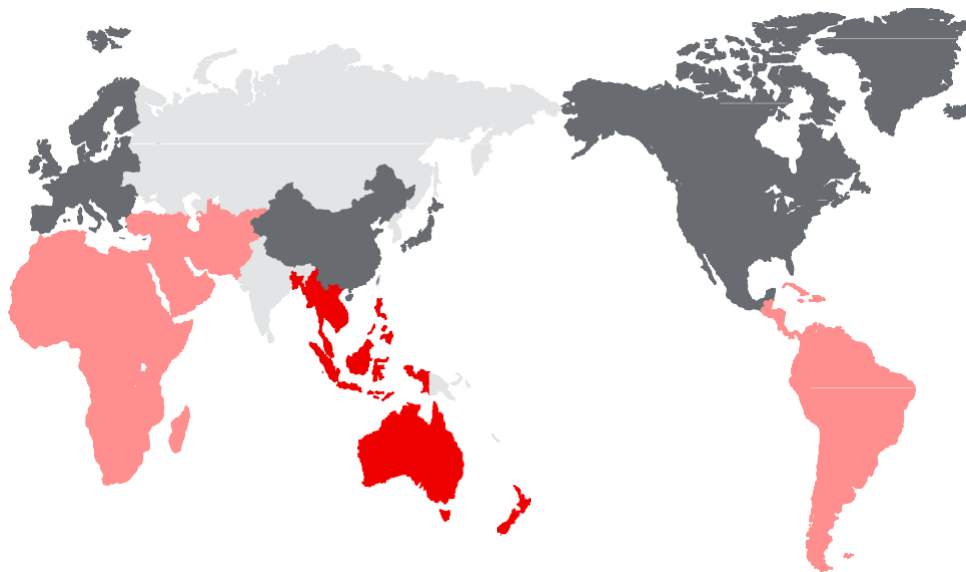


Zachwyca kierowców i pasażerów dzięki komfortowi zaawansowanego technicznie wnętrza ze stale rozwijanymi systemami IT

## Komfort

- Przegląd aktualnego średniookresowego planu biznesowego
- Długodystansowa mapa drogowa
- Challenge 2025 w skrócie
- **Kluczowa strategia Challenge 2025**





## Regiony szybkiego wzrostu

### **ASEAN, Oceania**

Koncentracja zarządzania zasobami w głównych regionach działalności, dążenie do wzrostu wielkości sprzedaży, udziału w rynku i przychodów

## Regiony wsparcia

### **Ameryka Łacińska, Bliski Wschód / Afryka**

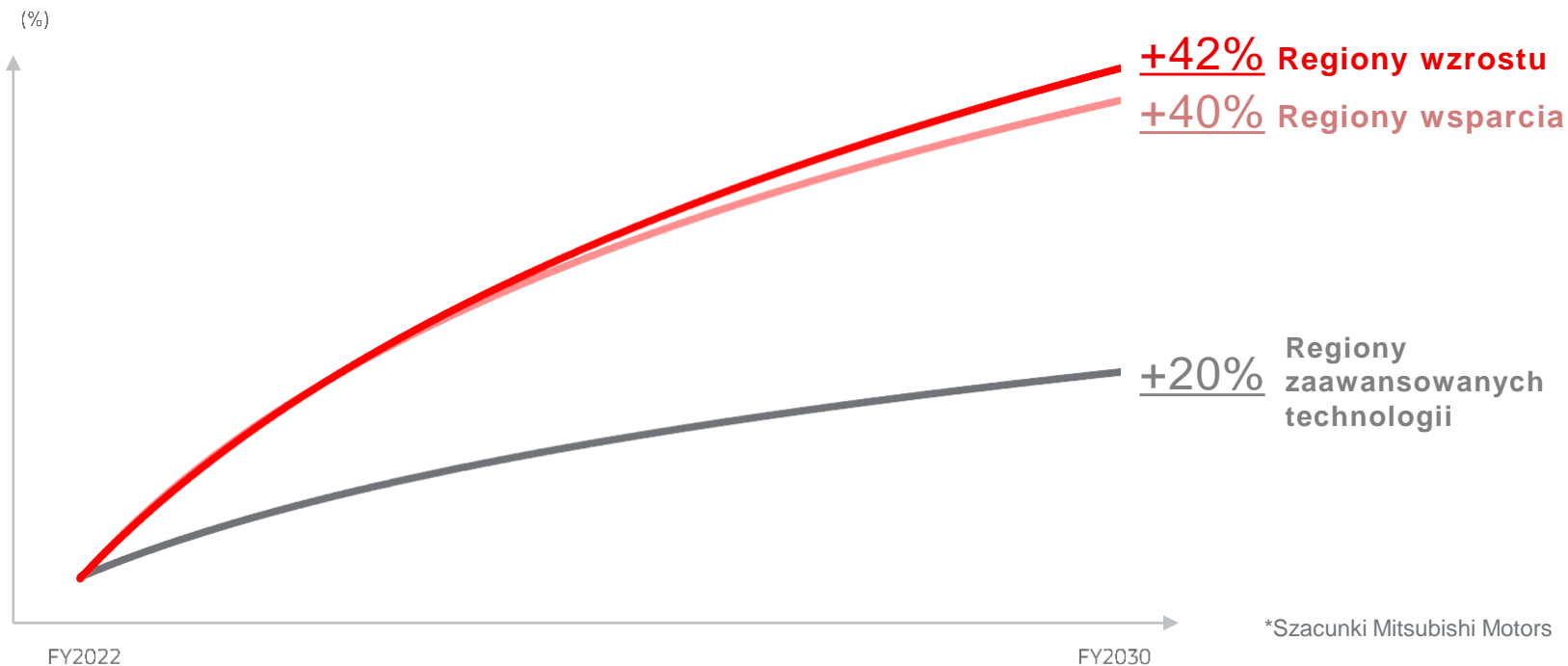
Drugi filar rozwoju biznesu polegający na maksymalizacji wykorzystania produktów przeznaczonych głównie na rynki ASEAN

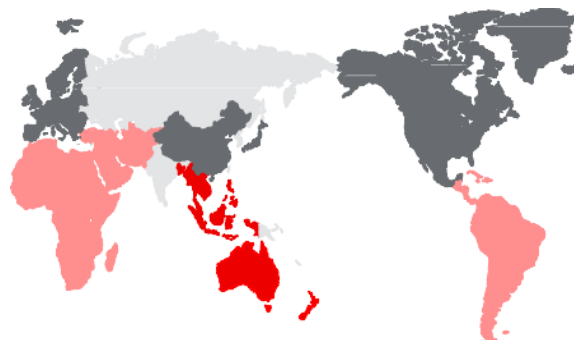
## Regiony zaawansowanych technologii

### **Japonia, Ameryka Północna, Europa, Chiny**

Wykorzystanie zaawansowanych technologii we współpracy z partnerami z Aliansu

## Znaczący rozwój w regionach szybkiego wzrostu i regionach wsparcia\*





## Regiony szybkiego wzrostu

### ASEAN, Oceania

Koncentracja zarządzania zasobami w głównych regionach działalności, dążenie do wzrostu wielkości sprzedaży, udziału w rynku i przychodów

## Regiony wsparcia

### Ameryka Łacińska, Bliski Wschód / Afryka

Drugi filar rozwoju biznesu polegający na maksymalizacji wykorzystania produktów przeznaczonych głównie na rynki ASEAN

## Regiony zaawansowanych technologii

### Japonia, Ameryka Północna, Europa, Chiny

Wykorzystanie zaawansowanych technologii we współpracy z partnerami z Aliansu

+42%

Wzrost sprzedaży (FY2022 - 2030)

+20%

Udział w przychodach

Zarządzanie alokacją zasobów

Współpraca w ramach Aliansu

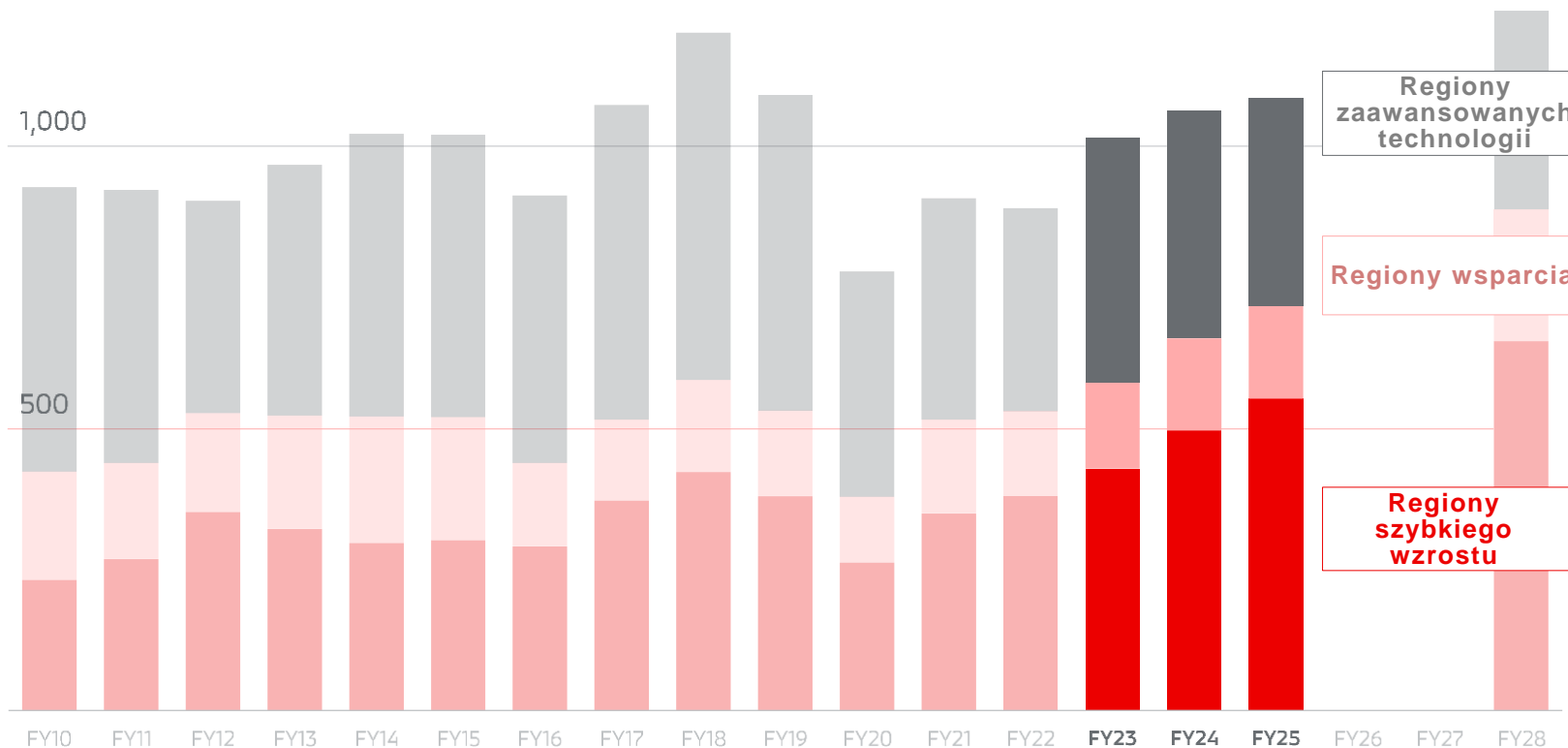


Ewolucja i wzmacnianie roli zaawansowanych technologii

# Strategia regionalna | Prognoza sprzedaży według kategorii regionów



(w tysiącach sztuk)



## Budowanie trwałego zaufania klientów w oparciu o indywidualizm samochodów Mitsubishi Motors

### Doświadczenia w trakcie zakupu i serwisu



- Globalne wdrożenie nowego standardu obsługi u dealerów
- Płynny przebieg sprzedaży samochodu dzięki poprawie wydajności pracowników sprzedaży
- Zapewnienie sprawnej, spersonalizowanej obsługi posprzedażnej z maksymalnym wsparciem dla Klienta

### Doświadczenie klientów z zakresu łączności i usług cyfrowych



- Bezpieczeństwo, ochrona i komfort przy korzystaniu z łączności i usług cyfrowych, takich jak connected car, aplikacje itp.

### Dostarczanie nowych wartości za pośrednictwem dealerów



- Działania zorientowane na wartość marki prowadzone we współpracy z dealerami
- Dostarczanie nowych wartości za pośrednictwem dealerów, jak nowy styl życia z xEV i zarządzanie energią

### Działania promujące indywidualizm Mitsubishi Motors



- Wydarzenia pozwalające doświadczyć indywidualizmu Mitsubishi Motors (Star Camp, itp.)
- Dostarczanie klientom informacji o udziale w Asia Cross Country Rally i działalności RALLIART

## Rozszerzenie sprzedaży zorientowanej na wartość poprzez wykorzystanie indywidualizmu samochodów Mitsubishi Motors

|   |  |   |
|---|--|---|
| <b>Regiony<br/>szybkiego<br/>wzrostu</b>          | <b>ASEAN</b>   | <ul style="list-style-type: none"><li>■ Konsekwentne wprowadzanie nowych produktów</li><li>■ Organizowanie wydarzeń i wzmacnianie kontaktów z klientami</li><li>■ Produkcja i wprowadzenie na rynki xEV dostosowanych do specyfiki każdego kraju</li></ul>  |
|   | <b>Oceania</b>   | <ul style="list-style-type: none"><li>■ Zwiększenie sprzedaży w dużych miastach dzięki Outlanderowi PHEV</li><li>■ Zapewnienie najlepszych warunków gwarancji i kompleksowej opieki</li><li>■ Wzmacnianie łańcucha wartości w celu zwiększenia zysków w cyklu życia pojazdu</li></ul>             |
| <b>Regiony<br/>wsparcia</b>                       | <b>Ameryka<br/>Łacińska<br/>Bliski Wschód<br/>Afryka</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>■ Wzmocnienie sieci sprzedaży</li><li>■ Mocniejsze wejście na rynek indywidualny z nowymi produktami z krajów ASEAN</li><li>■ Pozyskanie pierwszych zwolenników xEV dzięki wprowadzeniu Outlandera PHEV</li></ul>   |
| <b>Regiony<br/>zaawansowanych<br/>technologii</b> | <b>Ameryka<br/>Północna<br/>Europa<br/>Chiny</b>         | <ul style="list-style-type: none"><li>■ Wzmocnienie współpracy z innymi firmami Aliansu</li><li>■ Rozszerzenie oferty xEV</li><li>■ Poprawa jakości obsługi klienta poprzez wzmocnienie narzędzi cyfrowych</li></ul>  |
|   | <b>Japonia</b>   | <ul style="list-style-type: none"><li>■ Wzmocnienie marki dzięki bogatej ofercie xEV i indywidualizmowi MMC</li><li>■ Wykorzystanie transformacji cyfrowej do zacieśniania kontaktów z Klientami</li><li>■ Wzmocnienie łańcucha wartości dla maksymalizacji zysku z cyklu życia pojazdu</li></ul> |

## Wprowadzenie na rynek 16 nowych modeli (w tym 9 modeli xEV) w ciągu następnych 5 lat

Modele ICE (silniki spalinowe)

Modele xEV (zelektryfikowane)



Lepsze wypełnienie segmentów rynkowych w regionach wzrostu i wsparcia

## Wprowadzenie na rynek 12 nowych modeli (w tym 7 modeli xEV) w ciągu następnych 5 lat

Modele ICE (silniki spalinowe)

Modele xEV (zelektryfikowane)



PPV

Pickup



Pickup  
BEV

2-rzęd. SUV  
BEV

2-rzęd. SUV  
HEV



MPV

3-rzęd. SUV

XFC CONCEPT



ASX

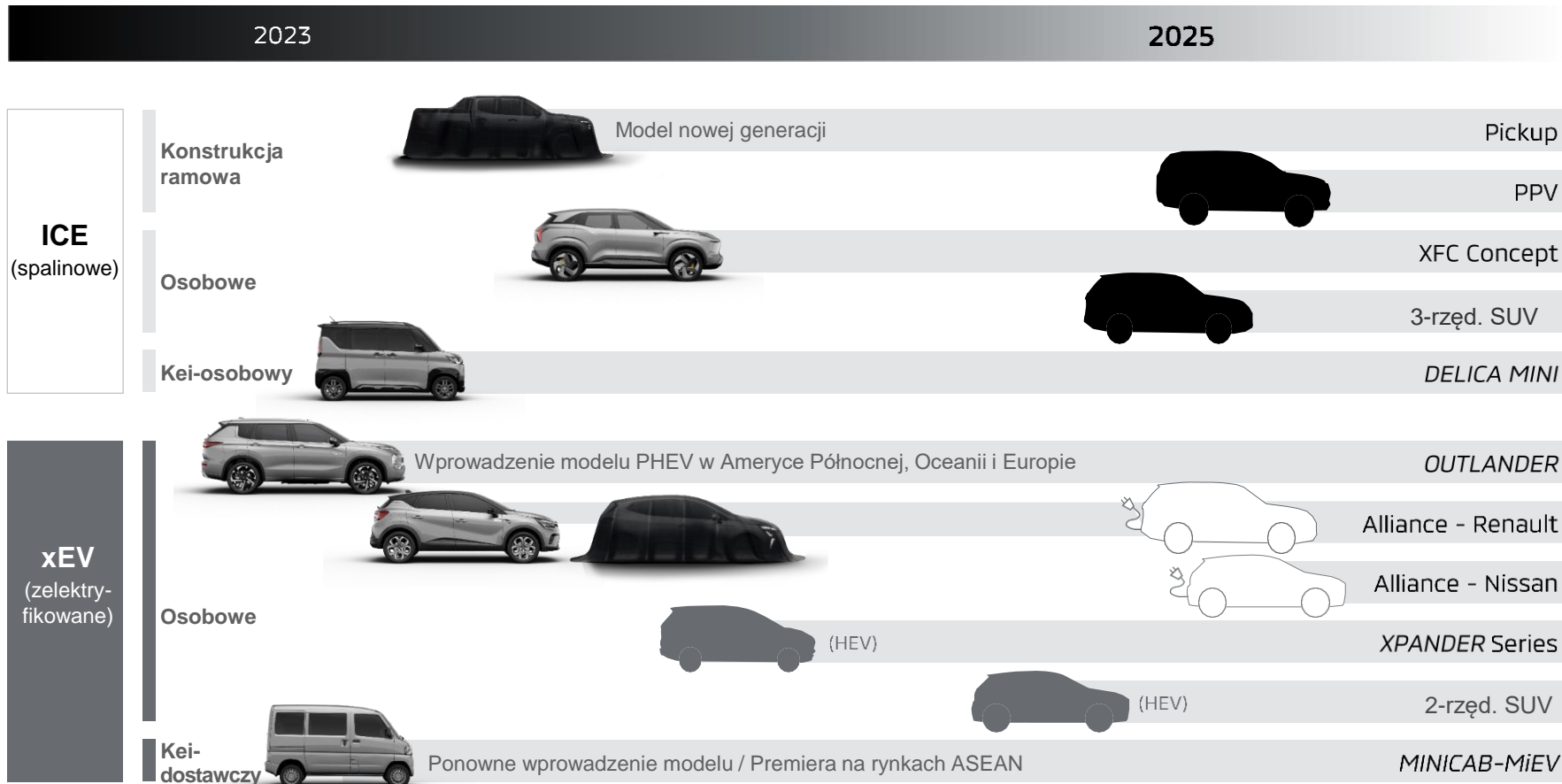
Alliance  
BEV

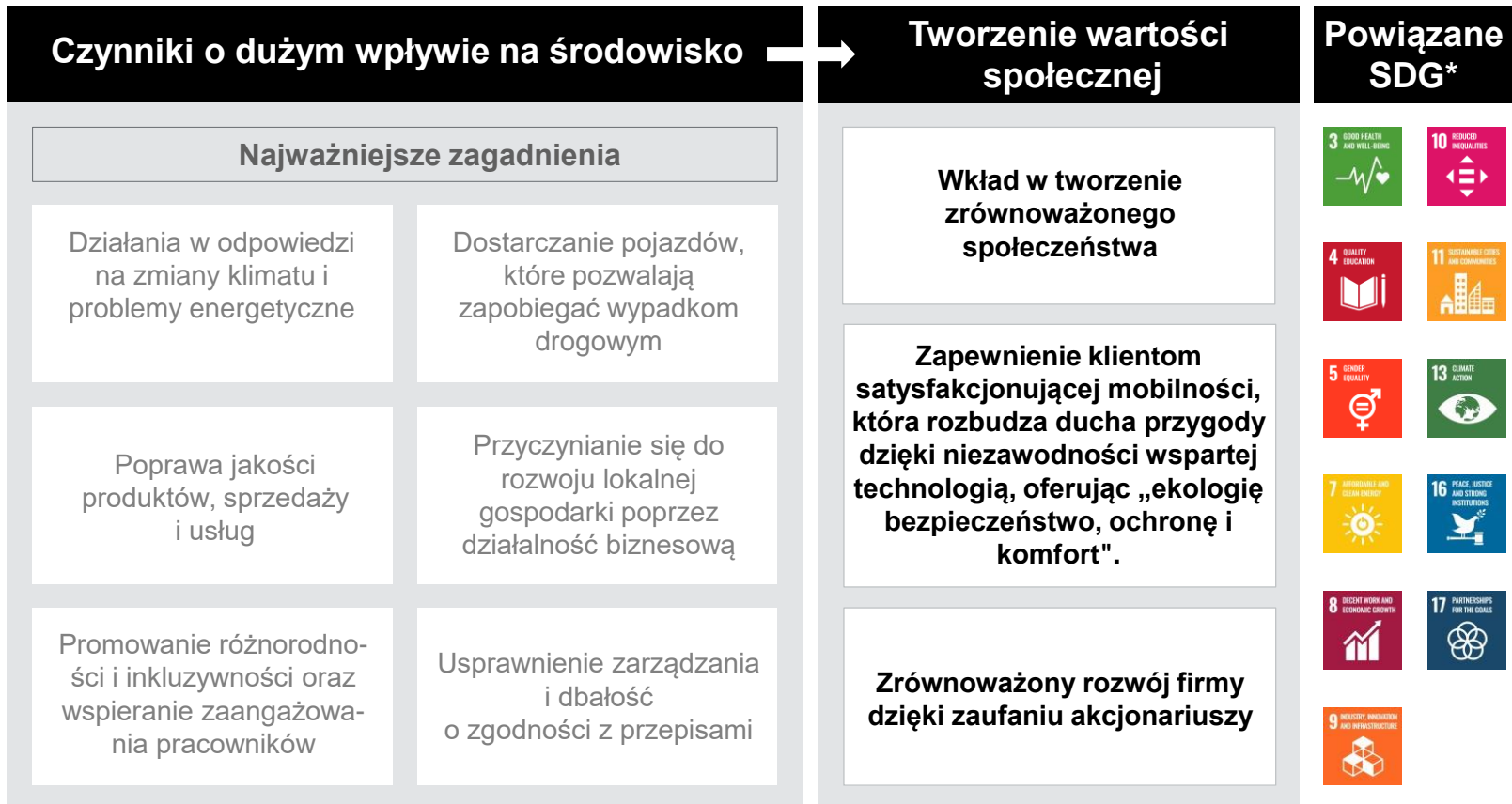
XPANDER  
HEV

MPV  
HEV



# Wprowadzanie produktów | Harmonogram (okres Challenge 2025)





\*Sustainable Development Goals - Cele Zrównoważonego Rozwoju

## Przyspieszenie inicjatyw mających na celu osiągnięcie neutralności węglowej

### Cele środowiskowe na rok 2030 (aktualizacja)

Średnia emisja CO<sub>2</sub>  
przez nowe pojazdy

**-40%**

(Od zbiornika paliwa do kół,  
w porównaniu ze stanem z FY2010)

Udział pojazdów xEV  
w całej sprzedaży

**50%**

FY2035

**100%**

Emisja CO<sub>2</sub>  
z działalności biznesowej

**-50%**

(Emisja całkowita w Zakresach 1 i 2  
w porównaniu ze stanem z FY2018)



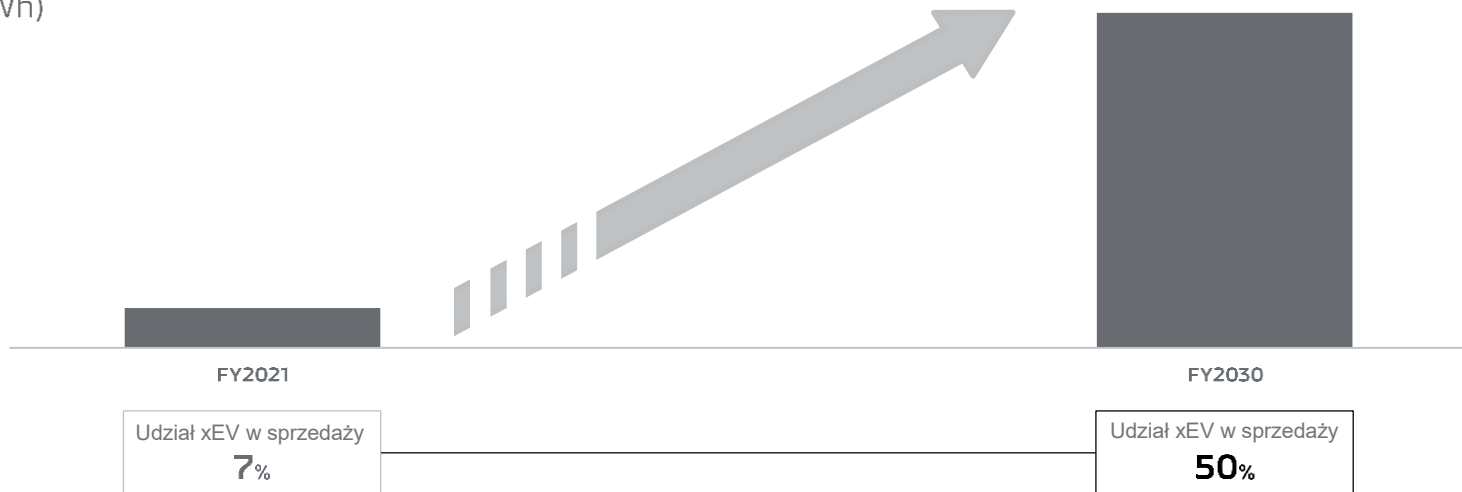
Działania w zakresie redukcji emisji CO<sub>2</sub> poprzez współpracę z dostawcami  
i przewoźnikami w zakresie zaopatrzenia i dystrybucji

## Dostarczanie akumulatorów służące osiągnięciu neutralności węglowej

Cel **15GWh** (do roku 2030)

Całkowite wydatki inwestycyjne **210 mld jenów**

(GWh)



## Wkład w działalność Aliansu



Wkład z postaci zysków MMC

Produkcja pojazdów K-Car

Współpraca w regionach  
ASEAN / Oceania

Wiodąca rola w opracowaniu  
nowej generacji ramy podwozia



Wspólne wykorzystanie  
układów napędowych,  
w tym elektrycznych  
układów napędowych



Oferta wzbogacona  
o model OEM  
Europa: Renault / Nissan  
Ameryka Północna: Nissan



Platforma

Dostarczanie akumulatorów

Autonomia jazdy / Technologie bezpieczeństwa czynnego / E-Architektura



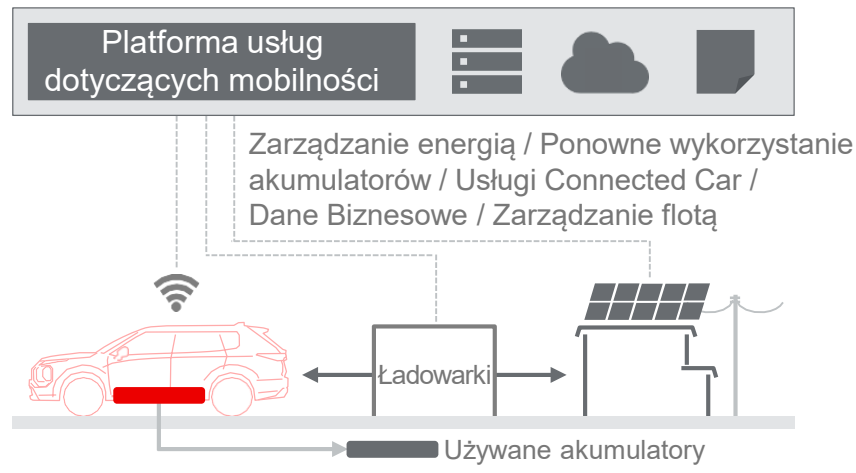
Wsparcie ze strony członków Aliansu

## Aktualne i przyszłe filary przychodów

- 1 Sprzedaż pojazdów
- 2 Finansowanie (leasing)
- 3 Działalność posprzedażna
- 4 Rozwój mobilności**

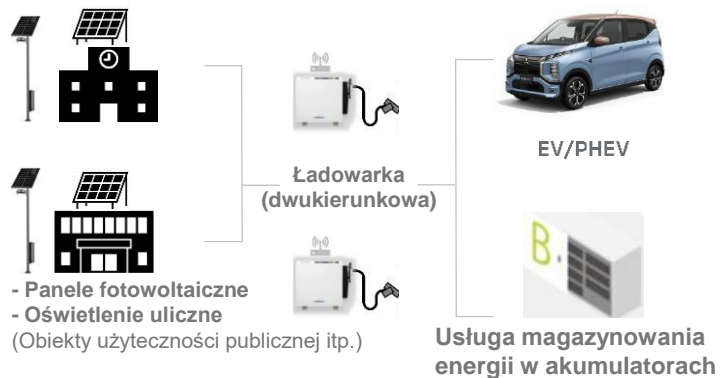
- Wykorzystanie danych pojazdu / funkcji zdalnej obsługi pojazdu / używanych akumulatorów trakcyjnych jako unikalnych aktywów dla producentów samochodów
- Współpraca z partnerami / gminami i rozwój działalności w zakresie mobilności jako czwarty filar przychodów po sprzedaży pojazdów, finansowaniu (leasing) i obsłudze posprzedażnej

## Inicjatywy na rzecz zarządzania energią / Ponowne wykorzystanie akumulatorów / Biznesowe wykorzystanie danych



- Inicjatywy na rzecz zarządzania energią i ponownego wykorzystania używanych akumulatorów w dążeniu do neutralności węglowej
- Rozwój działalności z wykorzystaniem danych o pojazdach
- Dostarczanie kompleksowych rozwiązań w zakresie mobilności łączących leasing i obsługę posprzedażną

## Zarządzanie energią (Advance Decarbonization Regions / współpraca z GI Fund\*)



## Ponowne wykorzystanie akumulatorów (oświetlenie uliczne wykorzystujące moduły akumulatorowe)

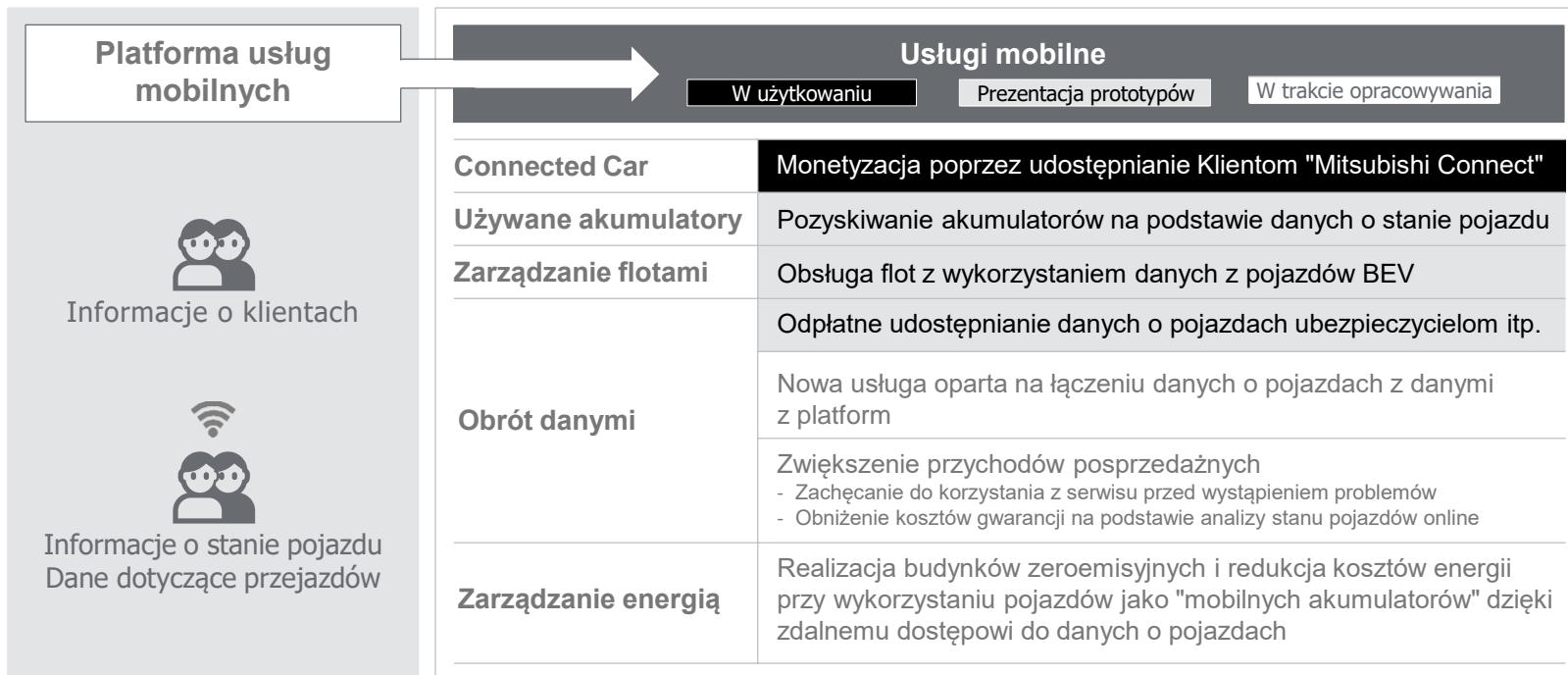


- Współpraca z samorządami i Japan Post Group w zakresie neutralności węglowej przy wykorzystaniu akumulatorów trakcyjnych, w tym wcześniej używanych oraz wykorzystanie ich jako źródła zasilania w przypadku klęsk żywiołowych (przerwy w dostawie prądu itp.).
- Współpraca przy realizacji inicjatyw rządowych, jak Advance Decarbonization Regions i funduszu GI w tych inicjatywach
- Pierwsza realizacja w mieście Okazaki, a celem jest jej przyszłe rozszerzenie

- Opracowanie podążającego za światłem słonecznym oświetlenia ulicznego wykorzystującego moduły akumulatorowe z MIRAI-LABO (powstanie planowane na FY2022)
- Rozpoczęcie testów w celu oceny redukcji CO<sub>2</sub> przy produkcji poprzez ponowne wykorzystanie, oraz możliwość pracy bez zewnętrznego zasilania elektrycznego
- Zastosowanie w miejscach publicznych, w zakładach pracy itp.

\*Fundusz Zielonych Innowacji Ministerstwa Gospodarki, Handlu i Przemysłu

**Połączenie danych o pojazdach i informacji o klientach w celu usprawnienia łańcucha wartości, w tym sprzedaży i marketingu po sprzedaży oraz do rozwoju nowych obszarów działalności, jak obrót danymi i współpraca ze stronami trzecimi**





## Stworzenie miejsc pracy sprzyjających zaangażowaniu pracowników i rozwojowi kadr jako podstawa działań w ramach "MMC WAY"

### Wytyczne dotyczące "MMC WAY" (aktualizacja FY22)



#### **THINK OF OUR CUSTOMERS, STRENGTHEN TRUST**

お客様を第一に考え、常に信頼を得続ける



#### **ENRICH SOCIETY**

社会の発展に貢献する



#### **WELCOME ALL FACTS, SHARE DIFFICULT NEWS FIRST**

事実を直視し、悪い情報ほど迅速に共有する



#### **CONDUCT AND CHALLENGE YOURSELF PROFESSIONALLY**

プロとして、自ら行動し枠を超えて挑戦する



#### **RESPECT ALL, WORK AS A BROADER TEAM**

互いに敬意を払い、組織や属性を越えて共働する

### Strategiczne priorytety HR

#### Tworzenie lepszych miejsc pracy

- Przyjęcie organizacji pracy bez ustalonej lokalizacji
- Wprowadzenie elastycznego stylu pracy z uwzględnieniem opieki nad dziećmi i opieki pielęgniarskiej nad rodziną

#### Więcej możliwości kształcenia / przekwalifikowania

- Rozszerzenie wzajemnej wymiany talentów między Japonią i zagranicznymi oddziałami firmy oraz globalne programy rozwoju kariery
- Uruchomienie cyfrowych programów przyswajania nowych umiejętności w celu wsparcia transformacji cyfrowej
- Włączenie wiedzy technicznej do systemu i procesów HR

#### Ochrona i dbałość o różnicowanie pracowników

- Wdrożenie elastycznej strategii i struktury wynagradzania
- Tworzenie tętniących życiem miejsc pracy, w których pracownicy doceniają zróżnicowane możliwości wykorzystania swojego potencjału



**MITSUBISHI  
MOTORS**

Drive your Ambition

Niniejsza prezentacja zawiera stwierdzenia dotyczące przyszłości, oparte na ocenach i szacunkach, które zostały dokonane na podstawie aktualnie dostępnych informacji. Z natury rzeczy takie stwierdzenia są obciążone niepewnością i ryzykiem. Dlatego też informujemy, że ostateczne wyniki mogą znacznie różnić się od wyżej wymienionych stwierdzeń z powodu zmian w otoczeniu ekonomicznym związanym z naszą działalnością, trendów rynkowych, wahań stóp procentowych i kursów walutowych, zmian w przepisach prawa, regulacjach, polityce rządowej itp.

Potencjalne ryzyko i marginesy niepewności nie ograniczają się do powyższych, a firma Mitsubishi Motors nie jest zobowiązana do aktualizacji informacji zawartych w niniejszej prezentacji w celu odzwierciedlenia wszelkich zmian lub zdarzeń w przyszłości.

Osoby zainteresowane inwestowaniem w Mitsubishi Motors proszone są o podjęcie ostatecznej decyzji inwestycyjnej na własne ryzyko, z uwzględnieniem powyższego. Należy pamiętać, że ani firma Mitsubishi Motors, ani żadna strona trzecia dostarczająca informacji nie ponosi odpowiedzialności za jakiegokolwiek szkody, które można ponieść w związku z inwestowaniem w Mitsubishi Motors w oparciu o informacje przedstawione w niniejszej prezentacji.