



株式会社 LIXIL

2022 年 3 月期第 3 四半期決算投資家・アナリスト向け説明会

2022 年 1 月 31 日

イベント概要

[企業名]	株式会社 LIXIL
[企業 ID]	5938
[イベント言語]	JPN
[イベント種類]	決算説明会
[イベント名]	2022 年 3 月期第 3 四半期決算投資家・アナリスト向け説明会
[決算期]	2021 年度 第 3 四半期
[日程]	2022 年 1 月 31 日
[ページ数]	30
[時間]	16:45 – 17:38 (合計：53 分、登壇：20 分、質疑応答：33 分)
[開催場所]	インターネット配信
[会場面積]	
[出席人数]	
[登壇者]	3 名
	取締役 代表執行役社長 兼 CEO 瀬戸 欣哉 (以下、瀬戸)
	取締役 代表執行役副社長 兼 CFO 松本 佐千夫 (以下、松本)
	常務役員 IR 室 室長 平野 華世 (以下、平野)

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



[アナリスト名]*	野村證券	福島 大輔
	SMBC 日興証券	川嶋 宏樹
	BofA 証券	大室 友良
	ゴールドマン・サックス証券	岡田 さちこ
	モルガン・スタンレーMUFG 証券	勝山 有里紗
	みずほ証券	中川 義裕
	大和証券	寺岡 秀明
	三菱 UFJ モルガン・スタンレー証券	八木 亮

*質疑応答の中で発言をしたアナリストの中で、SCRIPTS Asia が特定出来たものに限る

サポート

日本	03-4405-3160	米国	1-800-674-8375
フリーダイヤル	0120-966-744	メールアドレス	support@scriptsasias.com



登壇

司会：それでは定刻となりましたので、株式会社 LIXIL 2022 年 3 月期第 3 四半期決算説明会を始めさせていただきます。本説明会は、インターネットライブ配信および電話会議にて開催させていただきます。どうぞよろしくお願い申し上げます。

まず、本日の説明者をご紹介します。向かって左側より、取締役代表執行役社長兼 CEO、瀬戸欣哉でございます。

瀬戸：よろしくお願い致します。

司会：取締役代表執行役副社長兼 CFO、松本佐千夫でございます。

松本：よろしくお願い致します。

司会：常務役員 IR 室室長、平野華世でございます。

平野：よろしくお願い致します。

司会：本日の司会進行を担当します、IR 室、福島でございます。

次に、本説明会の資料ですが、ウェブ配信をご視聴の方はウェブ画面を、電話会議後参加の方は当社ウェブサイト、株主投資家向け情報に掲載の説明資料をご覧ください。

続いて、本日の進行についてご説明します。

始めに、社長の瀬戸より、2022 年 3 月期第 3 四半期の決算について、ご説明させていただきます。その後、質疑応答のお時間を設けております。なお終了は午後 5 時 45 分を予定しております。最後までどうぞよろしくお願い致します。

それでは瀬戸より、2022 年 3 月期第 3 四半期決算についてご説明させていただきます。瀬戸社長よろしくお願い致します。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



2016年3月期よりIFRSに移行しています
各段階利益の名称の違いは以下の通りです

日本基準	IFRS（当社財務報告）
	継続事業
売上高	売上収益
売上原価	売上原価
売上総利益	売上総利益
販管費	販管費
営業利益	事業利益（CE）
営業外収益・費用	その他収益・費用
経常利益	営業利益
特別損益	金融収益・費用
	持分法投資損益
税引前利益	税引前利益
	継続事業からの当期利益
	非継続事業
	非継続事業からの当期利益
当期利益	当期利益
非支配持分に帰属する当期利益	親会社の所有者に帰属する当期利益
親会社の株主に帰属する当期利益	非支配持分に帰属する当期利益

IFRS基準の「事業利益（CE）」は日本基準の「営業利益」に相当

LIXIL

1

瀬戸：皆さん、こんにちは。ただいまより 2022 年 3 月期第 3 四半期決算の内容をご説明いたします。

日本基準の売上高は、当社の基準である IFRS では、売上収益という言葉を使っております。また、今回の説明の中心になる利益の部分は、日本基準での営業利益を、われわれは事業利益という言葉でご説明しております。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

SCRIPTS
Asia's Meetings, Globally

〉本日のポイント

2022年3月期 第3四半期 業績の総括

- ・ **前年同期比 増収**
日本の一部事業で部品調達難・物流ひっ迫の影響受けるも、欧米での好調継続、アジア太平洋地域での経済活動回復の進展により増収
- ・ **売上総利益率・事業利益率ともに前年同期比改善を維持**
原材料等のコスト上昇により3Q3ヵ月では減益なるも、従来からの体質改善施策、期初からの販管費削減、外部環境に起因するオペレーション上の課題への対応が奏功し、累計期間では増益、利益率改善を継続
- ・ 通期計画に対する進捗率は、事業利益 77%、最終利益⁽¹⁾ 88%
- ・ 日本の一部事業では部品供給不安から需要先送りが見られるが、リフォームを中心とした需要は引き続き世界的に堅調

LIXIL (1) 最終利益=親会社の所有者の帰属する当期利益

2

今回の業績は、いろいろな難しい状況を考えると、頑張ったのではないかと考えております。

特に、皆さんご存じと思いますが、今回アジアを中心とした、様々な地域でコロナの問題などが起こって、一部の事業で部品の調達難が起きました。これは当社の商品だけではなくて、当社と一緒に納められるような商品の部品の調達難も結構大きかったと思います。

それから、物流がひっ迫しました。

そのような中で、まず欧米、特にヨーロッパの調子が良かったということ。

それからようやくコロナから、アジアの一部が回復してきました。インドネシア、インドに関してはかなり良くなってきて、ベトナムとタイもこの第3四半期は苦しかったのですが、ようやく良くなってきました。様々な問題がありましたが、乗り越えて頑張れたのでは、ということで、増収になっております。

利益に関しましても、特に原材料等のコストがあって、この3ヵ月間では、多少減益になりますけれども、従来から体質を改善してきたこと、それから期初から販管費を下げている、様々なオペレ

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



ーション上の課題への対応をしてきたということで、累計期間では増益して、利益率を改善しております。通期計画に対する事業利益の進捗率は77%、最終利益では88%でございます。

今後は、日本の一部の事業では、今言った部品が届くのを確認してから買おうとか作ろうという傾向が多少出てきています。そういった意味で需要の先送りが一部見られますが、そもそものリフォームの需要は非常に強いと思っています。

世界的には、先ほどお話しした欧米は非常に強いですし、アジアも回復してきています。

中国に関しては多少の不安材料はありますが、それ以外の地域に関しては堅調と考えていいかと思っています。

サポート

日本	03-4405-3160	米国	1-800-674-8375
フリーダイヤル	0120-966-744	メールアドレス	support@scriptsasias.com



》本日のポイント

直近の事業環境と対応状況

部品調達難・物流のひっ迫など外部環境に起因するオペレーション上の課題に着実に対応



原材料等の価格高騰



サプライチェーンのひっ迫



自然災害と感染症の拡大

- 外部環境の変化に柔軟に対応できる価格設定と体制整備
 - ✓ タイムラグ短縮
 - ✓ デジタル化
 - ✓ パートナーの理解と協力要請
- 高付加価値品へのシフト
- サプライチェーン強化と安定供給
 - ✓ 生産品目の絞り込み
 - ✓ 部品の共通化
 - ✓ サプライチェーン（仕入先・生産拠点）の冗長化
- 外部環境に対する弾力性強化
 - ✓ 固定費の弛まぬ削減（本社縮小移転・生産体制の再編・人員配置の最適化）
 - ✓ プラットフォーム化

LIXIL

3

直近の事業環境と対応状況に関して、いろいろなことがあり、皆さんもご関心お持ちと思いますので、起きたことに対する対応だけでは、やっぱり経営者としては寂しいので、この起きたこと、いろいろなことが起きていることを逆に長期的な成長にどうつなげてきたかという、この2点を説明したいと思います。

まず起きたことへの対応ですが、原材料費の価格が上がりました。これはもう皆さんご存じの通りです。これに関しては前回もお話した通り、基本的には価格を上げるという方向で考えています。

ただ、アメリカ、ヨーロッパのようにすぐに価格を上げられるというわけではなくて、日本の場合は、上代の改定とか、掛け率の改定とか、それからカタログの問題とかがあって、常にタイムラグが生じています。このタイムラグを今回短縮するために、かなりの努力をしました。

この一つとして、デジタル化していくと。値段に関してデジタルで示すことで、簡単に変えられるようにする。紙の印刷だけに頼らなくなってきています。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

それと、パートナーの皆さんの理解と協力を要請することで、今回、今までなかった年に2回以上の値上げに関して、要請を受けていただくことができました。

それからもう一つは、価格帯に関して、やっぱりどうしてもコモディティ商品の値上げは難しいところがあります。そこで、高付加価値商品にシフトしていく形をとることで、価格感受性を下げるという努力もずっとしてきました。

次に、サプライチェーンのひっ迫です。もうこれは様々なところで起こりました。ただ、まずコロナが起きたときに、われわれが最初にしたことが、生産品目の絞り込みでした。ここは非常に重要なポイントでして、要はコロナみたいなことが起こると、人は外出しなくなります。そうすると、いろんな商品を探すことよりも、知っている商品を買おうとか、自分がわかっていて安心できるものを確保しようという動きに出ます。

従って、まず売れ筋商品に絞り込んでいくことによって、われわれとしてはリスクそのものを低減することができます。

それから、その中で部品も共通化することも続けてきました。

また、サプライチェーンの冗長化。これは自分たちである程度、作ることも含めてずっとやってきた結果、われわれはおそらくこの業界の中で言ったら、かなりうまく今回のサプライチェーンのひっ迫に関して、生産を続けることができたかと思います。

もちろん、ベトナムや中国で作るものを日本で作るようなことによって、コストが上がることはありました。ただお客様に迷惑をかけずに、何とかしのいでいくことができたのは、良かったのだと思っています。

それから、自然災害と感染症の拡大。ここに関しては避けられない。今回こういったことがあったからって、これが特別なことと考えるわけではなくて、これからも続くことはあると思います。

その中で一つできることは、まずプラットフォーム化をしていく。工場の生産をプラットフォーム化していくと、生産の冗長性が非常に上がります。

それから固定費をとにかく下げていって、できる限り変動費で考えていくと。そういった意味で、本社の縮小移転は、必ずしも費用というよりは、働き方改革ではありますが、在宅勤務を増やすという部分では、固定費を下げるできています。

それから生産体制。工場をある程度、スケジュールをもって閉めていっております。

それから人員配置を最適化すること。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



こういったことをすることによって、外部の環境が変わっても、ある程度弾力的に対応できるようにはしてきています。

サポート

日本	03-4405-3160	米国	1-800-674-8375
フリーダイヤル	0120-966-744	メールアドレス	support@scriptsasias.com



▶本日のポイント

足元のオペレーション上の課題への対応は継続しつつ、ニューノーマル社会における新たな事業機会を捉え、成長に向けた取り組みを推進



コモディティ価格の上昇を背景にしたビジネス

- 従来の水まわり中心のリフォームから、住宅全体の性能を向上させるリフォームへ



環境問題に対する関心の高まりの加速に対応したビジネス

- 現在の省エネ基準に満たない住宅は日本の既存住宅の約90%
- 仮に日本の既存住宅の約70%で使用される単板ガラスの窓を、三層ガラスにリフォームした場合のCO2削減量は、推計で年間約1,509万トンにもなる⁽¹⁾
- 化石燃料を主とした日本では、既存住宅の省エネが脱炭素化に大きく貢献



ニューノーマルに対応したビジネス

- ニューノーマル社会におけるニーズの高まりに対応した差別化商品の展開
 - ✓ ウォーターシステム (GROHE Blueなど) 事業の拡大
 - ✓ DIY需要に応えた「GROHE QuickFix」シリーズ⁽²⁾の発売
- アルミ・樹脂サッシのリサイクル推進
- プラスチック再生木材の利用促進

LIXIL

(1) 地球温暖化対策への優先課題は『住宅の高性能化』『脱炭素社会の実現に向けた住宅の高性能化』に関する報告書
<https://newsroom.lixil.com/ja/2022011701>

(2) 事業関連・ESG関連トピックス p.25 「GROHE QuickFix」シリーズを発売

4

ただ、これだけではありません。次のポイントです。

こうしたことを考えながらも、実際に起きている事業変化というものが、恒久的な変化になってきているので、この恒久的な変化は、成長をするために重要なきっかけであると捉えています。

よく、隠された祝福、Blessing in disguise という言い方をしますけれども、いろんな問題があるということは、逆に言うと機会も作られているということだと思います。

一つは、コモディティ価格がどんどん上がっていくということは、逆に言うと今まで日本の住宅の前提になっていた、ある程度ローコストの家を短い期間にどんどん建替えていくというビジネスモデルが困難になっていくことを意味します。

そうなってくれば、今ある家をできるだけ良くしましょうということで、外壁を直したりとか、窓やドアを直したりとか、屋根とかシャッターとか、いろんなものを直していこうということにもなってきます。つまり、今まではリフォームと言うと水回りしか皆考えていませんでした。トイレ、

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



キッチン、お風呂、それ以外の商品もリフォームの対象になってくる。そうすることでリフォームの市場は非常に大きくなると思います。

従来から、新築市場が2に対してリフォーム市場が1の需要の規模感が日本の常識でした。ところが、欧米とかのいわゆる先進国では、リフォームの需要が3とか4に対して新築が1。日本の逆です。

このように市場が変わっていけば、当然リフォーム市場を成長させていくことができるわけです。ですから、水回り中心からいろんな商品が売れるビジネスモデルに変えていく。これは大きな成長の機会です。

それから二つ目が環境問題。特にCO₂の排出に関する社会的なプレッシャーが高まってまいりました。

ご存じの通り、日本の場合、一次エネルギーの消費の一番大きなセクターは建築物です。4割ぐらゐを占めているのではないかとされています。

一方、自動車とか電車といったモビリティとされている部分は20%台です。

つまり、住宅で一番エネルギーを使っています。その中で、エネルギーが出ていってしまう（熱の損失や流出）ところの58%が開口部。主に窓とドアでございます。これが日本の場合、欧米に比べて非常に断熱性が悪い。

それがゆえに、今まで日本は政府として、断熱性を良くするという、例えばZEHの推進といったような運動をしてきたわけですが、ただ、それはあくまでも新築住宅に対する対応です。

自動車であれば、新車に対する対応をすれば、5年から10年ぐらいの間で全ての車が入れ替わりますけれど、住宅の場合はそうはいきません。住宅は今、既存住宅6,200万戸に対して、今年で恐らく84万戸ぐらいの新築しか建ちません。

従って、既存のストック住宅のエネルギー効率を良くする必要があります。そして、この6,200万戸のストック住宅のうち、約90%の住宅が平成28年省エネルギー基準を守れていません。これを何とかしないと、CO₂の削減はできないわけです。

そしてその一番の早道が窓です。例えば、日本の既存住宅の約7割で使われている1枚ガラスを、3枚ガラスにリフォームするだけで、年間約1,500万トンのCO₂が削減できます。これは、いわゆる経産省が今考えている自動車を全部エコにしていくという、省エネで考えられている目標値が約

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



2,500 万トンですから、窓だけでここまでのことができるわけです。しかも窓を変えるのは、3 時間程度あればできます。

さらに言えば、自動車の場合は、省エネといっても、例えば電気自動車に替える場合は、電気そのものが化石燃料を使っている限りは、必ずしも CO₂ は削減できないわけです。ところが窓の場合は、実際にエネルギー消費そのものを減らすので、直接的な効果があります。

またそれだけではなくて、窓を変えることでヒートショックのリスクを低減できます。ヒートショックで亡くなる方は交通事故で亡くなる人よりも多いです。ですから国民の健康も改善できるし、窓を変えるというだけで大きく変えられると思われます。この市場は非常に大きいです。

仮に、一つの家で全て、今回当社が発売しました 3 枚窓の「リプラス」に変えますと 200 万円ぐらいとなります。これを、例えば 1,000 万戸の窓をこれで変えれば、20 兆円の市場になります。

従来われわれのサッシの売上は年間千数百億円の売上ですから、非常に大きな市場というのが存在して、しかもこれを売ることは世の中の役に立つわけです。

今回われわれ、トリプルガラスの高性能ハイブリッド窓「TW」とトリプルガラスの高性能ハイブリッド窓にリフォーム可能なリフォーム用窓「リプラス」を発売し、この 2 月よりどんどん売っていかうと思っています。これは大きな成長機会です。

それから、ニューノーマルに対応したビジネスとしては、様々なものがありますが、今回ヨーロッパでは、このニューノーマルに合わせた商品が非常によく売れて、われわれの利益に貢献してくれています。

一つは、ウォーターシステム。これは前からお話ししていますが、水を綺麗にした上で炭酸を入れて飲んでもらう、水道から炭酸水が飲める「GROHE Blue」という商品。これは非常に伸びています。

それから今回ご紹介するのは、GROHE の新しいブランドである「QuickFix」。これは従来、ヨーロッパだけでなく世界中の問題ですが、いわゆるプラマー（Plumber: 水道工事を行う専門職の方）の数がなかなか足りていません。そのような状況下において、自分で簡単に替えられるように、QR コードを使い、YouTube のビデオを見ながら簡単に替えられるような商品を作りました。

これは当然、素人の方にやってもらってもいいですし、プロの配管の方にやっていただいてもいいと。ただ、非常に時間も早いし簡単であるということで、この商品はこれから大きく広がっていきだろろうと考えています。われわれが大きく期待しているブランドであり、プロダクトラインです。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



それから、アルミや樹脂のサッシに関してのリサイクルを推進しています。アルミや樹脂のサッシに関しては、これまでリサイクルはあまり強化されてきていません。特に樹脂サッシに関して、日本ではほとんどリサイクルされていませんでしたが、今回われわれリサイクルすることを前提とした樹脂サッシ、それから、リサイクル率を業界で最高なレベルまで上げているアルミサッシ、こういったものを販売するようになっています。

そして、前回のプレゼンでもご説明した、プラスチック再生木材、これは CO₂ の削減だけではなく、今あるコンクリート不足に対する代替案としても、大きな意味を持ってくると思います。

サポート

日本	03-4405-3160	米国	1-800-674-8375
フリーダイヤル	0120-966-744	メールアドレス	support@scriptsasias.com



▶ 2022年3月期 第3四半期 決算ハイライト

■ 売上収益 10,744億円、対前年 4%増 (3Q3か月 1%増)

- 3Q9か月：国内2%減（子会社売却影響を除く 1%増）、海外20%増
- 3Q3か月：国内4%減（子会社売却影響を除く -0%）、海外13%増
3Q3か月では日本事業の一部での機器の供給不足、部品調達難の影響を
ニーズの高い商品の安定供給と海外事業によりカバー

■ 事業利益 618億円、対前年 165億円増 (3Q3か月 54億円減)

- 3Q9か月：欧米の売上伸長、日本の構造改革進展、期初からの販管費削減
努力により増益確保
- 3Q3か月：期初の値上げを上回る原材料価格の上昇、製品の安定供給のための
コスト増により減益なるも、デジタル化の推進等による販管費削減努力により対応

■ 最終四半期利益⁽¹⁾ 415億円、対前年 28億円増

- コア事業への集中により業績の変動要因を低減し、四半期利益は安定した進捗

LIXIL (1) 最終四半期利益=親会社の所有者の帰属する四半期利益

5

第3四半期の決算ハイライト。先ほど少しお話しした通り、9カ月間では増収増益、ただこの3カ月間では、やや減益にはなります。期初の値上げを上回る原材料の価格上昇とか、安定供給するためのコスト増があったため、ある程度今回は仕方がなかったというところでありました。

ただ、販管費をどうやって下げていくかということで、デジタルをできるだけ積極的に使ったり、それから先ほど言ったような、ヨーロッパの商品、利益率の高い商品が売れたということもあって、何とか良いレベルで今回乗りきることができたのではないかと考えています。

最終四半期の利益に関しては、コア事業に集中して、今までのような変動を起こさないようにすることによって、安定した利益を出して、増益となっています。先ほどお話しした通り、通期計画に対する最終利益の進捗率は現時点で88%までできております。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

2022年3月期 第3四半期 連結業績結果

(億円)	第3四半期 9か月				第3四半期 3か月		
	21/3期	22/3期	増減	%	22/3期	増減	%
売上収益	10,355	10,744	+389	+3.8%	3,782	+32	+0.8%
売上総利益	3,499	3,734	+235	+6.7%	1,292	-31	-2.3%
(%)	33.8%	34.8%	+1.0pt	-	34.2%	-1.1pt	-
販管費	3,047	3,116	+69	+2.3%	1,047	+23	+2.3%
事業利益 ⁽¹⁾	452	618	+165	+36.6%	245	-54	-18.0%
(%)	4.4%	5.7%	+1.4pt	-	6.5%	-1.5pt	-
非継続事業を含む 最終四半期利益 ⁽²⁾	387	415	+28	+7.3%	158	-120	-43.2%
EPS (円)	133.35	142.79	+9.44	-	54.33	-41.55	-
EBITDA ⁽³⁾	1,059	1,222	+163	+15.4%	448	-52	-10.5%
(%)	10.2%	11.4%	+1.1pt	-	11.8%	-1.5pt	-

- 事業利益率：1.4pt良化（売上総利益率：1.0pt良化、販管費率：0.4pt良化）
- 売上総利益率・事業利益率：利益率の高い海外事業の売上構成比率の上昇、過年度における構造改革の効果発現と、価格の適正化・販管費削減努力により良化
- 販管費：売上増加に伴い9か月で前年同期比69億円増加（日本73億円減少、海外142億円増加）するも販管費率は0.4pt良化

LIXIL

(1) 日本基準の「営業利益」に相当
(2) 親会社の所有者に帰属する四半期利益

(3) EBITDA=事業利益+減価償却費

6

連結の業績としては、売上総利益も、去年同期までの33.8%が34.8%になり、事業利益が4.4%から5.7%に増えています。

これはコストを下げたこと、それから高付加価値の商品を売ってきたということがあります。

今回、今までなかったような、原材料費が上がってきたことや、ロックダウンとかを含めて、商品が足りなかったものを空輸で持ってきたりとか、海外で作っていたものを日本で作ったことによるコスト増がなければ、もっと素晴らしい結果になったのになというのは、すごく残念に思っています。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

SCRIPTS
Asia's Meetings, Globally

2022年3月期 第3四半期 セグメント別業績概況

水まわり事業の好調継続が増収に、コア事業が増益に貢献

報告セグメント	(億円)	第3四半期 9か月			第3四半期 3か月	
		21/3期実績	22/3期実績	増減	22/3期実績	増減
LWT	売上収益	5,774	6,472	+698	2,267	+150
	事業利益	464	645	+181	237	-28
LHT	売上収益	3,661	3,544	-117	1,247	-59
	事業利益	260	291	+31	108	-16
LBT	売上収益	708	657	-51	251	+6
	事業利益	8	20	+12	9	+6
住宅・サービス事業等 (H&S)	売上収益	369	227	-142	77	-62
	事業利益	19	-5	-25	2	-8
全社/連結調整	売上収益	-157	-156	+1	-60	-2
	事業利益	-298	-332	-34	-111	-8
合計	売上収益	10,355	10,744	+389	3,782	+32
	事業利益	452	618	+165	245	-54

為替影響：

3Q9か月：売上収益 +192億円、事業利益 +19億円

3Q3か月：売上収益 +77億円、事業利益 +11億円

LIXIL

7

それから、セグメント別で見ますと、ややハウジングのところが苦しんでいるように見えますが、ここも増収は増収です。

ただ、やっぱり一番アルミという材料をたくさん使っているというところからすると、大変だったことも事実ですし、それから、一部ベトナムで生産していたものを国内で代替生産した事業でもあったので、そこでは苦労はしました。

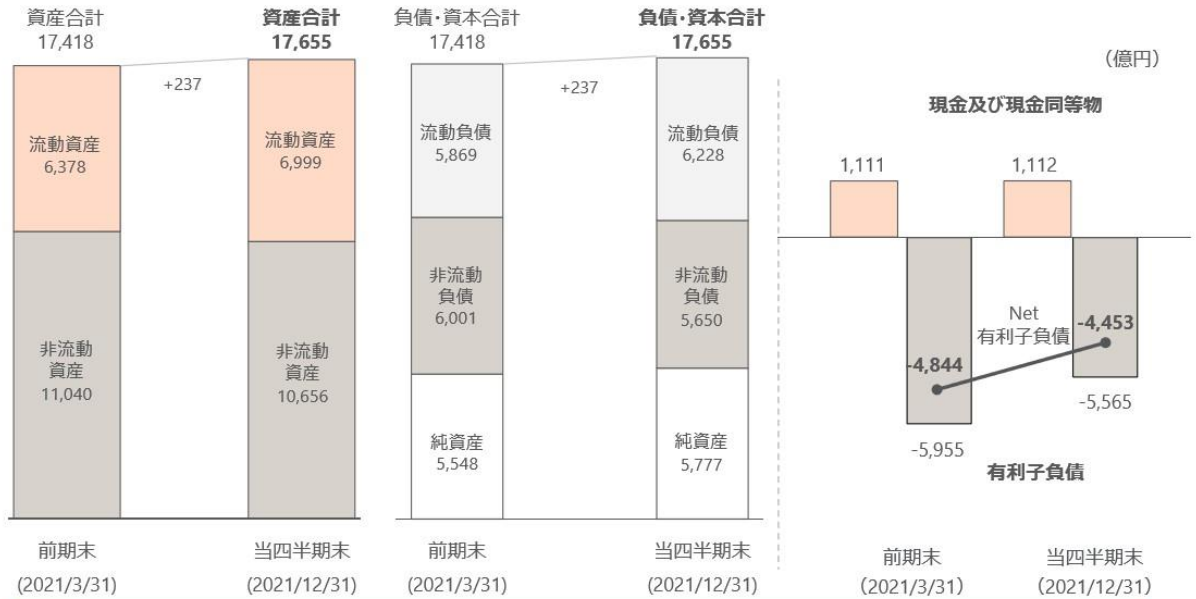
一方、水回りのほうは、海外を中心に利益も収益も増やすことができたかなと思っています。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

》連結財政状態

自己資本比率は、21/3期末時点から0.9pt改善し、32.6%に。
通期計画34%に対し順調に進捗



LIXIL

8

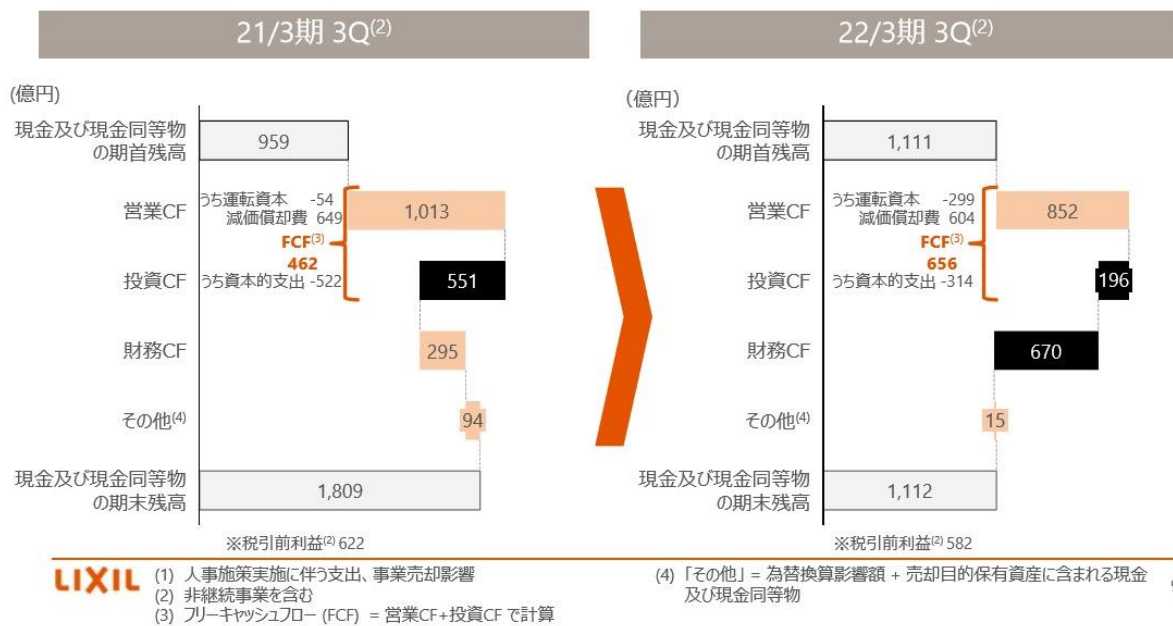
自己資本比率に関しましては、現在 32.6%。通期計画の 34%に対して利益を積み上げることで順番に有利子負債も下げ、順調に進捗しています。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

キャッシュフローの状況及び現金残高

フリーキャッシュフローは、構造改革推進による減少176億円⁽¹⁾と事業改革による運転資本の増加、アセットライト化促進による投資の減少により前年同期比では195億円の増加



キャッシュフローも、昨年は構造改革推進とかがありましたので、そういったものがなくなったこともあって、運転資本も増加しましたが、アセットライトの推進で投資も減少して、フリーキャッシュフローが増えています。

一部、去年どうしてもコロナで緊急に借りなくてはいけなかった部分に関して、順調に返しています。

以上、簡単にではございますが、第3四半期の決算についてご説明させていただきました。

残りのスライドに関してはご質問に答えるような形で、カバーしていきたいと思っております。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

質疑応答

司会 [Q]：それではこれより質疑応答のお時間とさせていただきます。

それでは最初のご質問をご紹介します。野村証券、福島様からのご質問です。

4月から国内で受注する製品の値上げを打ち出しておりますが、その思惑通りに値上げができた場合に、材料価格の高騰額をカバーできますでしょうか。御社の2023年3月期のコスト縮減効果をどう見たらよろしいですか。

瀬戸 [A]：値上げは間違いなく思惑通りにできると思っております。ただ、4月からという部分で申し上げますと、一部高騰額をカバーできていない商品があります。これは4月からの値上げの発表を昨年12月に行いましたが、1月にさらにコモディティの値上がりによって起こっているからです。

ですから、もう1回値上げを行うというのもありますし、全体の平均価格の中で比較的低い単価のものに関する値上げを積極的に行うとか、様々な形でやっていきますが、これは当然何らかの形で、時期はずれるかもしれませんが、カバーしていきます。

一方で、2023年3月期のコスト縮減効果ですけれども、これは、今年もキャリアオプションを行います。

それだけではなくて、今非常にメンテナンスのコストがかかっている本社を、大幅に面積を縮小させたり、営業所に関しても、半分以下の数にしていっております。

工場も、順番に計画的に閉鎖をし、それからプラットフォーム生産も進んでいるので、引き続き大きなコスト縮減効果を期待していただけるのではないかと考えております。

司会 [Q]：それでは次のご質問をご紹介します。SMBC日興証券、川嶋様からのご質問です。

第3四半期の3カ月間で、海外のLWTは、ASB、GROHE、そしてセグメント全体でも増収減益でしたが、要因分析と見通しを教えてください。

瀬戸 [A]：基本は、去年の第3四半期はペントアップデマンドもあって良かったことはもちろんありますが、何よりもコストが上がってしまったことが大きいです。

ASBもGROHEも、3回、4回と値上げをしましたが、特に第3四半期の10～12月に関しては、材料というよりは物流コストが非常に上がりました。場合によっては空輸をしなくては物が届かな

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



いような状況があったので、基本要因はコストであり、逆にコストであるがゆえに、ここは一時的な部分だったと思っています。

ただ、コンテナはおそらく、少なくとも今年の9月ぐらいまでは高いコストが続くと見られていますので、引き続きお客様に対して、それを転嫁していくことになると思います。

日本と比べると、ASBもGROHEも、ある程度デジタルで値上げはできますので、日本ほどのタイムラグはでないかと思っています。

ただ、当然のことながら、売った契約とデリバリーまでの間の差に関しては、それは後追いで値上げはできません。売上の収益を計上する段階のときに、言ってみたら在庫している原材料が上がってしまうこととか、売ってから生産する場合に、高いコストのものを使わなくてはいけないということが起きた場合は、常にそこはキープできるわけではないので、基本的にはいわゆるコモディティに関しては、常に転嫁をしていっているし、今後も転嫁できると思っています。

ただ、読めないようなものが、例えばコンテナが遅れて空輸で対応したりとか、そういったことは今後も起こりうると思います。ただ、第3四半期に比べて今後悪くなる要因は特にはないと思っています。

司会 [Q]：それではここでメールにていただきました質問についても、ご紹介させていただきます。

BofA証券の大室様から3点いただいておりますので、一つずつお答えいただければと思います。一部、今までのご質問と重複している部分がございますが、まず1点目が、価格改定について、今後の値上げ実施のタイミング、値上げ幅について、製品ごとにご説明をお願いします。

瀬戸 [A]：これは既に発表しているものがありますので、それを後ほど、平野からご説明させていただきます。

ただ、実際に今後追加の可能性も十分あります。それから商品によっては、さっき言ったデジタルに変えていくこともあり得るので、全てカバーしているわけではありませんし、全て決まっているわけじゃないので。ただ決まったものに関しては、随時発表していきますし、ホームページ等に記載されていきます。

司会 [Q]：次は2点目のご質問をご紹介します。原材料価格について、銅、アルミは何月まで先物でカバーされていますでしょうか。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



松本 [A]：では、松本から説明させていただきます。基本的にわれわれ 12 カ月先まで、先物としてカバーするというので考えておりますけれども、12 カ月先まで 100 パーセントカバーするというのではなくて、段階的にカバーをしていきます。

ですから、平均的に言うと、だいたい 6 カ月から 9 カ月分先物をカバーしているところかと、ご理解いただければと思います。

司会 [Q]：続きまして、販管費削減について、販管費の削減を強調されていらっしゃいますが、具体的にはどのような項目を削減されていらっしゃいますでしょうか。

瀬戸 [A]：これは、今回の販管費の削減ですので、まず一番大きかった項目としては、ニューライフを中心とした人件費の削減。総人件費が下がりました。ここがまず大きかった部分の一つです。

それから二つ目には、われわれ基本的に在宅勤務に変えてきましたので、いわゆる出張とかミーティング、会食などの費用やいわゆるトレードショー（展示会）の費用です。

トレードショーに関しては、例えば今までヨーロッパだと、昨年であればフランクフルトで行われる ISH という最大の展示会が、一番大きな品目でしたが、これを止めて代わりにデジタルでのプレゼンテーションなどに変えてきました。日本で言うと、リフォームの大々的なフェアなどは、基本的に全てキャンセルしました。

ではこれが今後、恒久的になくなる分と復活する部分がどれぐらいあるかですけれど、かなりの部分は恒久的になくそうと考えています。

当社は、基本的に在宅勤務を中心とするというふうに舵を切っております。従って、コロナが元に戻っても、今までのようにオフィス等にお金をかけることは少ないので、そういった意味では、今回本社を移転して、本社ビルを売却するというところも、今後は効いてきます。

ただ、トレードショーに関しては、業界全体でやっているものとかもありますし、それから費用対効果が十分あるものは続けますけれど、そうした戻ってくる費用は一部だと考えています。

司会 [Q]：大室様からもう 1 点ご質問がございましたので、そちらを続けてご紹介いたします。

来期の増益のドライバーとしては、何を考えていらっしゃいますでしょうか。また、リスクファクターとしては、コロナ、原材料、サプライチェーン以外にありますか。

瀬戸 [A]：増益のファクターのドライバーとして、まず一つ目に言えることは、売上増が期待できます。われわれいろんな手を今まで打ってきていて、そのの部分に関して、ヨーロッパ、アメリカに関しては、完全に成長軌道に乗せています。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



アジアに関しても、コロナが終わったということでの、まずペントアップデマンドの成長、それに加えて、東南アジアの本来の成長はこの2年間抑えられていたので、その部分は当然出てくると思います。

また日本に関しては、先ほどお話した通り、リフォームの質が変わってくるのでそこを期待しています。今まで水回りだけだったリフォームが、金属に関してもリフォーム需要が高まると思うので、まずは売上が第一。

それから利益面では、コストとか原材料とか、サプライチェーンでかかってきたコストという部分をまた転嫁していきますので、その部分が、もう一つの増益材料になってくるかと思います。

そして最後は販管費です。販管費に関しましては、これはもう絶え間なくわれわれ、これから毎年のように落としていこうと考えておりますので、その部分は当然ファクターになってくると思います。

リスクファクターに関しましては、目に見えていて一番怖いなと思っているのは、中国におけるオミクロン株を中心としたウイルスの拡大によって、中国のあちこちでロックダウンが行われることで、部品の供給が不十分になってしまうことを心配しています。

ただ繰り返しになりますけれども、この部分を今までわれわれ一番頑張って、リスクヘッジしてきたところなので、ある程度の対応力はあると自負はしております。

いずれにしても、想像がつかない、想定がつかない商品が不足するという可能性は当然あり得ると思います。

それから、コロナ、原材料、サプライチェーン以外のリスクファクターとして、もう二つあるのが、自然災害と電力不足、それからカントリーリスクです。

自然災害はもう言うまでもないと思いますし、それから今回、中国で起きたように、電力不足がいろんな国で起こることによって、商品が電力を多消費する。結果的には原材料のコストが上がってしまったとか、それから商品そのものが十分生産されない可能性がある。

例えば、今ウッドショックなんて話題になっていますけれど、ガラス、コンクリートとか、そういった一般的な原材料が足りなくなるという可能性は、今年も十分あり得ると思いますし、そういうことに対する対策も立てています。

それから、最後はカントリーリスクというか、ジオポリティカルリスク（地政学的リスク）です。今のウクライナの問題とか、台湾と中国の問題とか、いろんな問題が起こり得ると思いますし、そ

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

の中で、サイバーテロを含めた、システムに対する攻撃とか、挙げだすとたくさんありますけれども、そういったものが、今われわれとして現実的に想定しているリスクです。

司会 [Q]：それでは、チャットでいただいているご質問のご紹介をさせていただきます。

三井住友トラスト・アセットマネジメント、竹川様より、いくつかのご質問をいただいておりますので、三つに分けてご紹介させていただきます。

まず一つ目のご質問は、住宅サービスの計画ショートの背景、そしてそのリカバリーの方法について、教えてください。

瀬戸 [A]：住宅サービスは、われわれ一番大きなものは、LIXIL 住研という会社です。この LIXIL 住研は、比較的小さい工務店さんに対して、商材を供給することと、それから建築方法に関して、フランチャイズとしてノウハウを提供する仕事をしています。

今回ウッドショックの中で、なかなかそういう小さい工務店が、家を十分建てることができなかつたりとか、それからそこに対する商品の供給を、われわれ自身も十分できなかったといったところが、正直言ってわれわれとしての力不足が、LIXIL 住研に関してはあったと思います。

あと LIXIL リアルティは、その次にわれわれとしては大きい会社で、元々不動産部門というか、自分達で家を買ってリフォームして売るということもしていますが、そういったアクティビティが、コロナ等もあって止まっていたことはあるかと思います。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

ビルディングテクノロジー事業 (LBT)、住宅・サービス事業等 (H&S)

体質強化への継続的取り組みと生産性向上施策の進展により増益

4月-12月 億円		22/3期 3Q	YoY
ビルディング	売上	657	-7%
	事業利益	20	+155%
	事業利益率	3.0%	+1.9pt

- 体質強化と生産性向上施策の進展により事業利益率は前年比1.9pt改善
- ビル案件は、長期に渡り、段階的に収益認識されることから、取り組みと効果の発現時期にタイムラグが生じるため、来期以降も継続的な利益改善を見込む

前年度事業売却等影響を主因として、減収減益

4月-12月 億円		22/3期 3Q	YoY
H & S	売上	227	-38% ⁽¹⁾
	事業利益	-5	-
	事業利益率	-2.4%	-7.7pt

- 前年度の事業売却と、不動産大型物件売却影響の剥落により減収
- 販管費抑制するも、事業売却影響・資材高騰影響により赤字

LIXIL (1) 事業売却等影響除く -7%

13

松本 [A]：こちらのご質問、計画ショートと書いてありますが、われわれの資料では、対前年の比較を記載しています。こちらは資料の13ページにも書いてございますように、前年度に事業売却をいたしました。

それと、LIXIL リアルティで、去年大型物件の売却がございまして、それが今年はなかったというのが、対前年で売上が38%減っている主な理由になります。

司会 [Q]：続けて二つ目のご質問です。

サプライチェーンの物流問題はどこで落ち着きますか。国内の需要動向、そして供給正常化のタイミングについて教えてください。

瀬戸 [A]：これはもう、世界中の人がいろんな形で報道に対して回答しています。一番楽観的な方は、今回の春節の後にとか、オリンピックの後で落ち着くだろうと見ていますが、一番長く見ている方は、少なくとも9月ぐらいまで続くだろうという見方をしています。

これは私の意見に何らかの意味があると思わない、あくまでもこの辺は推測でしかないことだと思いますので、基本的には今年は大変だろうなということを前提に、物事を考えています。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

国内の需要動向に関しましては、基本的に本源的な需要は非常に強いと思っています。ただ、例えば今回もかなりの期間、給湯器が供給できないという状況が半年以上続いていることによって、リフォームとか、新築とかが後ろにずらされていることが起きています。それからウッドショックをはじめとした、いろんな問題で、小さい工務店の方が需要を後ろにずらしているといったことはあります。

ですから、ある意味、次の問題ですね、供給の正常化がある程度見えてきた段階で、そこはペントアップデマンドとして大きく出てくるというのが、恐らく今の一般的な見方なんじゃないかなと考えています。

じゃあそのタイミングがいつかと言うと、われわれの商品であれば、われわれも想定できるのですが、例えば給湯器とか食洗器とか、IHに関して、われわれよりもそれぞれのメーカーの方がほうが多分詳しいと思うので、そこに関してお答えするのは非常に困難かなとは思っています。

ただ、自分たちの商品に関しては、基本的にはもう正常化の段階に入っています。例えば、トイレであれば、今月もう既に正常化になりつつあって、商品によってはNプラス1とかNプラス2という通常の状況で出せるようになっています。

司会 [Q]：次、3問目のご紹介をいたします。

中計見直しのタイミングについて、どのようにお考えか教えてください。

瀬戸 [A]：現時点で新たな中計を作るということの、事業に対するポジティブな意味は特に感じていません。

社内的には、ストラテジープレイブックといった形で、もう皆さんにお話ししている方向性。コアの資産に集中し、ノンコアの資産に関しては売却整理し、それから組織をできるだけスリムに簡易化していく。そして国内の事業をキャッシュが生まれるように事業を変えていく。そして海外の事業に関しては、利益率の高いところに集中的に投資して、そのビジネスを伸ばす。そして最後にイノベーションによって、今回もいろんなイノベーションの例を挙げさせていただいていますけれど、新しい商売を作っていく。

これを愚直にやっていくということ以上は考えておりません。

司会 [Q]：次に、ゴールドマン・サックス証券、岡田様からと、三井住友トラスト・アセットマネジメントの竹川様からも、同様の内容についてのご質問がございますので、お二人からのご質問としてご紹介させていただきます。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



米国での金利上昇が懸念されていますが、御社の米国事業、また米国の住宅市場やシャワートイレの販売に、何かしらの影響が出てくる可能性はありますでしょうか。もしくは既存住宅リフォームのウエートが高いので、影響は軽微でしょうか。今後の見通しを含めて教えてください。

瀬戸 [A]：まず既存住宅リフォームのウエートが高いことは事実です。そういった意味で、またわれわれが売っているルートである、例えば小売りや卸も、基本的にはリフォームが多い。アメリカの市場そのものが、リフォームが多いということもあるので、そこに関しての影響が、そうであるがゆえに軽微であるということは、多少は言えるかと思います。けれども、金利上昇そのものは、やはりアメリカの住宅着工とか、それから全体に対する景気への影響も当然あると思いますので、影響が出る可能性はあると思っています。

ただ、今われわれがアメリカンスタンダードのブランドの売れ行きとか受注状況とかを見る限りでは、特別不安を抱くような状況では全くないです。むしろ非常に強い需要を今受けて、われわれとしては、その生産をどうやってカバーしていくか、その需要にどう応えていくかのほうに、むしろ力を置いております。

司会 [Q]：次に、三井住友トラスト・アセットマネジメント、竹川様からのご質問です。米国、欧州の需要に変化はないでしょうか。

瀬戸 [A]：今のところ変化は大きく見られていません。ただ欧州に関しては、ずっと強かったことからすると、どこかでやっぱり休みというか、一旦休憩みたいな形になってくることはあり得るかと思っています。ただ、今、当社の欧州で一番強いところは、東ヨーロッパです。東ヨーロッパに関して言うと、ジオポリティカルリスク（地政学的リスク）は多少意識しております。

一方で、アメリカに関しては、先ほどの質問に関連するところですが、常識的に考えれば、やっぱり金利をがんがん上げていくことになれば、そこは低所得者層を中心に需要が減退する可能性、景気が減退する可能性はあると思いますけれども、今のところ、われわれそれは全く感じておりません。むしろ、全体の景気に対して、われわれの商品のほうがより強い受注予測をしている現状でございます。在庫レベルの意味で言ったら、もっと積みたいといったところでございます。

司会 [Q]：次に、モルガン・スタンレーMUFJ 証券、勝山様からのご質問です。

同業他社では、温水洗浄便座に使用する部品の調達難が続いているようですが、御社に関してはいかがでしょうか。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



瀬戸 [A]：続いていません、部品調達は大丈夫です。できています。ただ、要するに昨年並み、通常並みに作ることは全く問題は起きていませんけれども、増産ができる状況かと言うと、せいぜい最大10%強ぐらいしか多分できないと思います。

やっぱり、われわれ自身のキャパシティの問題とか、それから部品も無尽蔵に調達ができる状況ではなくて、いろんな形で部品を今調達して売っているという状況です。

そういう意味では、多少コストには響いてはいますけれども、増産はできる状態です。

司会 [Q]：次に、みずほ証券、中川様からのご質問です。ASBの事業利益率は、3Qに1Qおよび2Qと比べて低下していますが、物流関連費用以外にどのような要因がありますでしょうか。

また、米国ではインフレが加速していますが、需要への影響は出ていますでしょうか。

瀬戸 [A]：物流関連費用がやっぱり一番大きいことは事実です。実際には、さっき言ったような空輸したりとか、コンテナに関しても、少し多めに払うことで優先してもらうとかをしているので、そこが一番大きいことは事実です。

アメリカンスタンダードの商品に関して言うと、鋼板、樹脂、銅、それぞれ使っておりますので、もちろん上がっていますけれども、ここはかなり柔軟に値上げをすることで対応していています。

司会 [Q]：それでは次に、大和証券、寺岡様からのご質問です。

住宅サッシの売上減少が続いている要因について、整理させてください。新商品の投入や、リフォームへの注力で巻き返しが期待できるのでしょうか。

瀬戸 [A]：これは、われわれとして値上げをすることによって、今まであまりにも採算が悪くて無理していた商売に関して、やっぱりそこはちゃんと利益を確保させてくださいというような交渉をして価格を引き上げた結果、数量が下がった部分はあります。

ただ、結果的にその後コストが上がってきたこともあって、それは本当に続けなくて良かったのですが、そういったところにしてみても、今受注面では戻ってきているということが起きています。

ですから、受注面、先行きで見ると、売上はこれから住宅サッシに関しては伸びていく。特に春にかけて非常に良い数字になってくるのではないかと考えています。

司会 [Q]：それではここで、メールにていただきましたご質問をご紹介します。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



三菱 UFJ モルガン・スタンレー証券の八木様より。LWT、LHT の来期に向けたマージンの考え方を教えてください。値上げの効果などで、今期と比較して大きく改善するポテンシャルはあるのでしょうか。

瀬戸 [A]：結論からすると、今期のマージンに満足しているわけではなく、今期の、特に日本に関しては、LWT も LHT も本来得られるべき粗利益が、結局コモディティの値上げに追いつかれてしまった部分、特に LHT に関しては大きかったと思います。その部分は当然改善していこうと思っています。

ただ引き続き、またコモディティの値段も上がってくる可能性もありますので、そのタイムラグを考えないといけないと思っていますけれども、大きく改善できるポテンシャルは、もちろんあると思っています。

ちなみに、今期で言うと第 1 四半期が、われわれとしては値上げした後、コモディティの値上げに合わせた値上げができて、一番適切な値段だったと思っています。その値段を考えると、もっともっと改善できる余地はあると考えています。

ただ、マージンの改善は、必ずしも値上げすることだけではなくて。われわれとしては、プラットフォーム化することによってコストを下げたりとか、それから販管費を下げることをしてきて、努力をしてきて、それからまた当然のことながら、生産性が上がってくると工場の数も少なくて済むので、そういった意味で工場を減らしたりとか。

そして、先ほどのご質問にも関連するところですが、もう無茶な商売はやめることもしてきたりということで、総合的に取り組んできていますので、今回余地があるかと言うと、まだまだやれるとは思っています。

司会 [Q]：それでは次のご質問を、ご紹介いたします。

モルガン・スタンレーMUFJ 証券の勝山様より。事業利益の進捗率と季節性を考慮しますと、通期計画 800 億円の達成は少々厳しいと考えるべきでしょうか。

瀬戸 [A]：できると思ってやっております。第 3 四半期がちょっと厳しかったことは事実ですが、この辺も正直言って、ある程度われわれとしては計画の範囲内でできたのではないかと考えていますので、第 4 四半期に関しても、そういう意味ではやれる部分であると思っています。

おっしゃっている季節性の部分は、従来であると年度の最後のほうで、日本の利益率が調整で低くなる場所がありますけれども、今回は非常に海外が強いということもありますので、そこは頑張れるのではないかと考えています。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



われわれ当然、800 億円やれる前提で考えていますが、先ほどその前に、どのくらい伸ばす余地があるかという話がありました。

実は今期、本当にここまでのコモディティの値上げ、われわれが想定していた以上の値上げがあったのと、想定してなかった物流の問題、それから想定していなかった国内工場での代替生産とか、そうしたものを考えると、正直言って、かなりいい結果です。今期の予想である 800 億円を大きく超えて 1,000 億円を超えるような事業利益を、今期は十分出す力があったと思っています。

ですので、そうした意味では少し残念だったという気持ちはありますが、期初に出した数字はできるだけ達成するようにします。

司会 [M]：そうでしたら、ご質問が以上のございますので、これにて質疑応答は終了とさせていただきます。

それではこれで、株式会社 LIXIL 2022 年 3 月期第 3 四半期決算説明会を終了させていただきます。

今後とも LIXIL をどうぞよろしくご願ひ申し上げます。ありがとうございました。

[了]

脚注

1. 会話は[Q]は質問、[A]は回答、[M]はそのどちらでもない場合を示す

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



免責事項

本資料で提供されるコンテンツの信憑性、正確性、完全性、最新性、網羅性、適時性等について、当社は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。さらに、利用者が当社から直接又は間接に本サービスに関する情報を得た場合であっても、当社は利用者に対し本規約において規定されている内容を超えて如何なる保証も行うものではありません。

本資料または当社及びデータソース先の商標、商号は、当社との個別の書面契約なしでは、いかなる投資商品（価格、リターン、パフォーマンスが、本サービスに基づいている、または連動している投資商品、例えば金融派生商品、仕組商品、投資信託、投資資産等）の情報配信・取引・販売促進・広告宣伝に関連して使用をしてはなりません。

本資料を通じて利用者に提供された情報は、投資に関するアドバイスまたは証券売買の勧誘を目的としておりません。本資料を利用した利用者による一切の行為は、すべて会員自身の責任で行っていただきます。かかる利用及び行為の結果についても、利用者自身が責任を負うものとします。

本資料に関連して利用者が被った損害、損失、費用、並びに、本資料の提供の中断、停止、利用不能、変更及び当社による本規約に基づく利用者の情報の削除、利用者の登録の取消し等に関連して会員が被った損害、損失、費用につき、当社及びデータソース先は賠償又は補償する責任を一切負わないものとします。なお、本項における「損害、損失、費用」には、直接的損害及び通常損害のみならず、逸失利益、事業機会の喪失、データの喪失、事業の中断、その他間接的、特別的、派生的若しくは付随的損害の全てを意味します。

本資料に含まれる全ての著作権等の知的財産権は、特に明示された場合を除いて、当社に帰属します。また、本資料において特に明示された場合を除いて、事前の同意なく、これら著作物等の全部又は一部について、複製、送信、表示、実施、配布（有料・無料を問いません）、ライセンスの付与、変更、事後の使用を目的としての保存、その他の使用をすることはできません。

本資料のコンテンツは、当社によって編集されている可能性があります。

サポート

日本 03-4405-3160 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

