



ダイキン工業株式会社

2024年3月期第1四半期決算説明会

2023年8月8日

イベント概要

[企業名]	ダイキン工業株式会社
[企業 ID]	6367
[イベント言語]	JPN
[イベント種類]	決算説明会
[イベント名]	2024 年 3 月期第 1 四半期決算説明会
[決算期]	2024 年度 第 1 四半期
[日程]	2023 年 8 月 8 日
[ページ数]	32
[時間]	16:00 – 16:55 (合計：55 分、登壇：13 分、質疑応答：42 分)
[開催場所]	インターネット配信
[登壇者]	2 名 執行役員 コーポレートコミュニケーション担当 宮住 光太 (以下、宮住) コーポレートコミュニケーション室 経営 IR グループ長 的場 一裕 (以下、的場)

サポート

日本 050-5212-7790 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



[アナリスト名]*	三菱 UFJ モルガン・スタンレー証券	佐々木 翼
	ゴールドマン・サックス証券	諫山 裕一郎
	モルガン・スタンレーMUFG証券	井原 芳直
	シティグループ証券	グレース・マクドナルド
	野村証券	前川 健太郎

*質疑応答の中で発言をしたアナリスト、または質問が代読され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	050-5212-7790	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

阪本：ただ今より、ダイキン工業株式会社、2024年3月期第1四半期決算説明会を始めさせていただきます。本日はお忙しい中、多数の方にご参加いただき、ありがとうございます。

説明資料につきましては、本日メールでご案内しておりますとおり、当社のホームページ、株主・投資家情報に掲載しております。必要な方はお手元にご用意の上、ご参加くださいませ。

それでは、本日の登壇者をご紹介します。

執行役員、コーポレートコミュニケーション担当、宮住光太、コーポレートコミュニケーション室、経営IRグループ長、的場一裕、以上2名でございます。

進行は、経営IRグループの阪本が務めさせていただきます。よろしくお願いいたします。

本日は、はじめに宮住より決算の概要についてご説明させていただきました後、質疑応答とさせていただきます。終了時刻は17時を予定しております。

それでは、宮住役員、お願いいたします。

サポート

日本 050-5212-7790 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



決算概要

売上高、営業利益とも前年度を上回った。為替影響を除く実質ベースで増収増益を確保し、過去最高業績を更新。

各地域で需要が低迷する厳しい事業環境のなか、当社は、カーボンニュートラル・省エネに資する商品・サービスの提案強化、ソリューション事業の拡大、戦略的売価施策、変動費コストダウンや固定費削減により、収益力強化に努めた。

- ✓ 空調事業：中国・アジアで販売を拡大。日本・米州・欧州でも、堅調な市場を見極め、差別化商品・サービスの拡販に努め、増収増益。
- ✓ 化学事業：需要減速の影響を大きく受けるなか、半導体市場での拡販に努め、増益基調を維持。

第2四半期以降、事業環境は厳しさを増すが、重点テーマの取組みを加速し、変化に対応した施策を強化・拡充することで、年間計画（売上高4兆1,000億円、営業利益4,000億円）の達成をめざす。

(億円)	1Q実績		
	2022年度	2023年度	前年度比
売上高	9,678	10,947	113%
営業利益	1,079	1,179	109%
(利益率)	(11.1%)	(10.8%)	
経常利益	1,095	1,148	105%
(利益率)	(11.3%)	(10.5%)	
親会社株主に帰属する 四半期純利益	706	803	114%
(利益率)	(7.3%)	(7.3%)	
	USD/円	¥130	¥137
	ユーロ/円	¥138	¥149
	中国元/円	¥19.6	¥19.6

為替影響 (対前年度)
売上高 +360億円
営業利益 +30億円

為替影響除く前年度比
売上高 109%
営業利益 106%

2

宮住：宮住でございます。本日はお忙しい中、決算説明会にご参加いただき、ありがとうございます。

第1四半期決算につきまして、資料に沿って説明させていただきます。

2ページをご覧ください。第1四半期決算の概要でございます。

売上高、営業利益とも為替影響を除く実質ベースで前年を上回り、過去最高業績を更新いたしました。

第1四半期の事業環境は、米州の住宅市場や欧州のヒートポンプ暖房市場など、各地域で需要が低迷する大変厳しいものとなりましたが、当社は、カーボンニュートラル・省エネに資する商品・サービスの提案強化、ソリューション事業の拡大、戦略的売価施策の徹底、コストダウンや固定費削減など、収益力の強化に努め、第1四半期の実績は社内計画を達成することができました。

為替の実績は、ドル137円、ユーロ149円、中国元19.6円、対前年の為替影響は、売上高で360億円、営業利益で30億円のプラスとなりました。

サポート

日本 050-5212-7790 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



第2四半期以降も需要回復が遅れ、厳しい事業環境が続くと想定されますが、当社は重点テーマの取り組みを加速し、環境変化に応じた施策を強化・拡充することで、年間計画の達成を目指してまいります。

事業セグメント別実績

(億円)		1Q実績		
		2022年度	2023年度	前年度比
全社	売上高	9,678	10,947	113%
	営業利益 (利益率)	1,079 (11.1%)	1,179 (10.8%)	109%
空調	売上高	8,893	10,118	114%
	営業利益 (利益率)	945 (10.6%)	1,037 (10.2%)	110%
化学	売上高	639	609	95%
	営業利益 (利益率)	125 (19.6%)	128 (21.0%)	102%
その他	売上高	146	220	151%
	営業利益 (利益率)	9 (5.9%)	14 (6.4%)	165%

※冷凍・冷蔵事業、フィルタ事業は空調事業に含む。

3

3ページをご覧ください。事業セグメント別の実績でございます。

空調事業は、中国・アジアで販売を拡大したことに加え、日本・米州・欧州でも、比較的堅調な市場を見極め、差別化商品・サービスの拡販に努め、増収増益となりました。

化学事業は、需要減速の影響を大きく受ける中、半導体市場向けの販売に努め、増益基調を維持しております。

為替影響額については、空調事業で、売上高 341 億円、営業利益 19 億円のプラス、化学事業で、売上高 19 億円、営業利益 11 億円のプラスとなりました。

各事業の状況、空調事業の地域別の状況につきましては、後ほどご説明いたします。

サポート

日本 050-5212-7790 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



営業利益増減分析-実績の対前年度比



4

4 ページをご覧ください。営業利益の対前年増減分析です。

需要低迷の影響を大きく受けましたが、売価施策・コストダウンの徹底、採用の抑制や経費削減など固定費の効率的な運用に努め、マイナス影響をカバーいたしました。

サポート

日本 050-5212-7790 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

地域別売上高の推移-空調事業

※冷凍・冷蔵事業、フィルタ事業含む

※パーセンテージは前年度比

(億円)	2019年度1Q		2020年度1Q		2021年度1Q		2022年度1Q		2023年度1Q	
日本	112%	1,274	91%	1,163	117%	1,364	97%	1,323	106%	1,398
欧州	107%	938	93%	874	157%	1,370	112%	1,538	114%	1,749
中国	96%	1,124	79%	891	146%	1,300	95%	1,233	118%	1,460
米州	107%	1,807	92%	1,661	133%	2,216	147%	3,251	116%	3,781
アジア	107%	828	64%	532	138%	735	143%	1,050	112%	1,174
オセアニア	92%	169	97%	163	138%	225	129%	291	100%	290
中近東	91%	97	75%	72	186%	134	136%	182	130%	236
アフリカ	82%	16	71%	11	115%	13	194%	25	117%	29
計	105%	6,253	86%	5,367	137%	7,356	121%	8,893	114%	10,118
海外売上高比	80%		78%		81%		85%		86%	
USドル/円	¥110		¥108		¥110		¥130		¥137	
ユーロ/円	¥123		¥118		¥132		¥138		¥149	
中国元/円	¥16.1		¥15.2		¥17.0		¥19.6		¥19.6	

5

5 ページをご覧ください。

空調事業の地域別売上高は、主要各地域で前年を上回って推移しました。為替影響を除く実質の売上高前年比は、欧州 105%、中国 119%、米州 110%、アジア 109%となっております。

サポート

日本 050-5212-7790 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



7

地域別売上高の推移-化学事業

※パーセンテージは前年度比

(億円)	2019年度1Q		2020年度1Q		2021年度1Q		2022年度1Q		2023年度1Q	
日本	103%	126	71%	90	147%	132	128%	170	94%	159
米州	95%	108	71%	77	135%	103	131%	136	78%	107
中国	90%	88	105%	93	133%	123	123%	151	86%	130
アジア	87%	53	88%	47	127%	60	132%	78	99%	77
欧州	63%	64	76%	48	173%	84	121%	101	132%	134
その他	81%	3	40%	1	179%	2	139%	3	55%	2
計	88%	443	80%	356	142%	504	127%	639	95%	609
海外売上高比		71%		75%		74%		73%		74%
USドル/円		¥110		¥108		¥110		¥130		¥137
ユーロ/円		¥123		¥118		¥132		¥138		¥149
中国元/円		¥16.1		¥15.2		¥17.0		¥19.6		¥19.6

6

6 ページをご覧ください。化学事業の地域別売上高の推移です。

為替影響を除く実質の売上高前年比は、米州 74%、中国 86%、欧州 122%となっています。

サポート

日本 050-5212-7790 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



事業/地域別概況-空調事業

日本

物価高騰による消費マインドの低下、景気回復の遅れなどにより、住宅用・業務用ともに需要が停滞。当社は、差別化商品の拡販に加え、売価施策の効果を取り込み、売上高は前年度を上回った。

- ✓ 住宅用：『うるさらX』など差別化商品の販売を強化。電気料金の上昇により高まる省エネニーズを捉え、高・中級機種の販売割合が向上した。
- ✓ 業務用：高い省エネ性と優れた施工性を併せ持つ「FIVESTAR ZEAS」、『machiマルチ』を拡販。空気清浄機能・除菌機能を付加する『UVストリーマ除菌ユニット』などを組み合わせたシステム提案に注力。

前年度比 (台数ベース)		1Q 実績
住宅用	業界	95%
	当社	90%
業務用	業界	100%
	当社	96%
アプライド	業界	114%
	当社	115%

※アプライドは売上高ベース

7

7ページをご覧ください。ここから空調事業の地域別の概況について説明いたします。

まず日本です。

物価高騰による消費マインドの低下、景気回復の遅れなどにより、住宅用・業務用ともに需要は低迷しました。当社は、住宅用・業務用、いずれもシェアダウンとなりましたが、高付加価値商品・差別化商品の拡販に加え、売価施策を徹底し、売上高は前年を上回りました。

サポート

日本 050-5212-7790 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

事業/地域別概況-空調事業

米州

住宅需要の停滞や流通在庫調整などにより、厳しい市場環境。当社は、販売力の強化、環境対応商品の拡販に加え、売価施策の効果も取り込み、売上高は前年度を上回った。

- ✓ 住宅用ユニタリー：環境プレミアム商品「Fit」を大きく拡販したが、長引くインフレや金利上昇による業界需要の伸びの停滞、流通在庫抑制の動きにより、前年度を下回った。
- ✓ ダクトレス：需要が比較的堅調な業務用市場で、強化した販売網を活用し、VRVを拡販。RA/SKYは、流通在庫抑制の動きにより、前年度を下回った。
- ✓ アプライド：エアハンドリングユニット、チラーなど機器の拡販に加え、サービス事業でも販売を伸ばし、売上高は前年度を大きく上回った。

前年度比 (台数ベース)		1Q 実績
住宅用ユニタリー		73%
ダクトレス	RA/SKY	70%
	VRV	101%
アプライド		154%

※アプライドは売上高(現地通貨)ベース

8

8 ページをご覧ください。

米州空調事業は、住宅需要の停滞や流通在庫調整など厳しい事業環境の中、販売力強化、環境対応商品の拡販に取り組んだことに加え、売価効果もあり、売上高は前年を上回りました。

住宅用ユニタリーは、長引くインフレや住宅金利の上昇による需要の停滞、流通在庫抑制の影響を大きく受ける中、環境プレミアム商品「Fit」の販売に注力いたしました。

ダクトレスは、需要が比較的堅調な業務用市場で VRV を拡販しました。

ダイキンノースアメリカ社の売上高は、現地通貨ベースで前年比 102%となりました。主力の住宅用ユニタリーの販売が落ち込みましたが、環境プレミアム商品の拡販による販売ミックスの改善、売価施策の徹底に加え、買収による新規連結効果もあり、増収を確保いたしました。

サポート

日本 050-5212-7790 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



事業/地域別概況-空調事業

中国

ゼロコロナ政策が解除され、生産・販売活動を3年ぶりに全面的に展開。不動産市況の回復が遅れているなか、住宅用・業務用・アプライドともに販売は大きく伸び、売上高は前年度を大きく上回った。営業利益は、高付加価値商品の拡販、コストダウンの取組みにより、高水準を維持。

- ✓ 住宅用市場：ユーザーダイレクトの小売販売に加え、ショールームを活用したライブ放送、Web広告、SNSなど、オンラインを活用した当社独自の販売活動が売上拡大に貢献。空調・換気・ヒートポンプ床暖房に、省エネ・空気質提案などのソリューションサービスを組み合わせた住宅用マルチエアコンの新シリーズ「Daikin Care中央空気システム」を投入し、顧客ニーズに対応。
- ✓ 業務用市場：ゼロコロナ政策により中断していた物件への納入が再開し、販売が伸長。カーボンニュートラル政策の推進による政府物件・工場・グリーンビルなどの市場の伸びを受けて、省エネ性の高い新商品を投入。
- ✓ アプライド市場：インフラ関連・半導体関連など成長分野に資源を投入したことに加え、保守・メンテナンス事業を強化。

前年度比 (現地通貨ベース)	1Q 実績
住宅用	124%
業務用	128%
アプライド	107%

9

9 ページをご覧ください。

中国空調事業は、ゼロコロナ政策の解除を受け、生産・販売活動を3年ぶりに全面展開し、売上高は前年を大きく上回りました。不動産市況の回復は遅れておりますが、高付加価値商品の拡販、コストダウン、固定費削減に取り組み、営業利益は高水準を維持しております。

住宅用マルチエアコンの売上高は、前年比125%となりました。昨年の上海ロックダウンの反動もありますが、好調だった2021年度第1四半期と比較しても、それを上回る水準となっています。

ユーザーダイレクトの小売販売、オンラインを活用した販売活動を推進したことに加え、省エネ・空気質の改善提案などのソリューションサービスを組み合わせた新シリーズを市場に投入し、顧客ニーズを捉えました。

業務用市場では、カーボンニュートラル政策の推進を背景に、拡大する更新需要を取り込みました。

サポート

日本 050-5212-7790 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

事業/地域別概況-空調事業

欧州・中近東・アフリカ

インフレ率の高止まりに対する金融引き締め政策の継続により景気が減速する厳しい事業環境。当社は、ヒートポンプ暖房の需要が一時的に減少するなか、環境・省エネを切り口に、業務用・アプライドで販売を拡大し、地域全体の売上高は前年度を上回った。

- ✓ 住宅用：気温上昇もあり、フランス・スペインなどで販売を伸ばしたが、景気減速による消費マインドの低下の影響を大きく受けた。
- ✓ 業務用：スペックイン活動の徹底により、オフィスや店舗等の省エネニーズを取り込み、販売を拡大。
- ✓ 暖房事業：各国政府のグリーンディール政策を背景に、ヒートポンプ式温水暖房機器の需要は引き続き拡大基調。しかし、第1四半期は、ガス価格の下落やイタリアの補助金制度の変更の影響を大きく受けた。
- ✓ アプライド：R32小型INVチラーなど環境対応商品の販売を拡大。
- ✓ 冷凍・冷蔵事業：スーパーマーケットの投資抑制により、厳しい事業環境が継続。

前年度比 (台数ベース)		1Q 実績
住宅用		87%
業務用	SKY	104%
	VRV	102%
H/P暖房		88%
アプライド		119%
冷凍・冷蔵		77%

※住宅用・業務用・H/P暖房は欧州のみ

※アプライド、冷凍・冷蔵は売上高(現地通貨)ベース

10

10 ページをご覧ください。欧州・中近東・アフリカ空調事業です。

インフレ高止まりに伴う金融引き締めの継続による景気減速、ヒートポンプ暖房需要の一時的な減少など厳しい事業環境の中、環境・省エネを切り口に、業務用・アプライドの販売を伸ばし、地域全体の売上高は前年を上回りました。

住宅用は、フランス・スペインで拡販しましたが、景気減速による消費マインド低下の影響を受けました。

業務用は、需要が堅調なホテル、レストランなど、サービス関連の市場で更新需要の獲得に努めました。

HP 暖房事業は、当第1四半期の需要は、ガス価格の下落やイタリアの補助金制度変更により、想定を大きく下回り、一転してマイナスとなりました。

当社も需要減少の影響を受け、販売台数は減少しましたが、高付加価値製品の拡販や販売施策の徹底により、売上高は前年を上回りました。

サポート

日本 050-5212-7790 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

当社は、今回の需要減速は一時的なものだと考えております。中長期的にカーボンニュートラルの流れは変わらず、各国のグリーンディール政策を背景に、ヒートポンプ式温水暖房機器の需要は引き続き拡大基調にあると考えています。

事業/地域別概況-空調事業

アジア・オセアニア

インフレに伴う消費低迷、インドでの天候不順など厳しい事業環境のなか、販売店の開発・支援に努めたことにより、地域全体の売上高は前年度を上回った。

- ✓ 住宅用：新規店の開発、オンラインを活用した販売店支援、インバータ機の普及促進に注力。気温上昇の追い風もあり、インドネシア・タイなどで販売が拡大。インドでは、冷夏により需要が伸び悩んだが、これまで拡充してきた販売網を活用し、拡販。
- ✓ 業務用：きめ細かな販売店支援により、回復基調にある需要を確実に受注につなげ、インド・タイを中心に拡販。
- ✓ アプライド：機器の拡販に加え、保守・メンテナンスなどサービス事業に注力。

■売上高上位国の前年度比（現地通貨ベース）
 オーストラリア：102% インド：120% ベトナム：107%
 マレーシア：103% インドネシア：123% タイ：130%

前年度比 (台数ベース)		1Q 実績
住宅用		104%
業務用	SKY	108%
	VRV	119%
アプライド		151%

※アプライドは売上高(現地通貨)ベース

11

11 ページをご覧ください。

アジア・オセアニア空調事業は、インフレによる消費低迷、インドでの天候不順など厳しい事業環境の中、販売店の開発・支援に努めたことにより、地域全体の売上高は前年を上回りました。

住宅用は、新規店の開発、オンラインを活用した販売店支援、インバータ機の普及促進に注力し、好天であったインドネシア・タイなどで販売が拡大しました。また、インドでは、冷夏の影響を受けましたが、地方都市にも拡充してきた販売店網など、これまで培ってきた販売力を生かし、拡販しました。

業務用は、回復基調にある需要を着実に受注につなげ、インド・タイを中心に販売を拡大しました。

サポート

日本 050-5212-7790 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



事業/地域別概況-化学事業

半導体プロセス材料向けや自動車分野、化成品での需要減少により、売上高は前年度を下回った。

- ✓ フルオロカーボンガス：需要が比較的堅調であったことに加え、売価施策の効果も取り込み、前年度を大きく上回った。
- ✓ 樹脂・ゴム
 - フッ素樹脂：半導体製造装置向けの販売は好調に推移したが、LANケーブル向けなど情報通信分野で販売が減少し、前年度並み。
 - フッ素ゴム：自動車分野の需要減速により、前年度を下回った。
- ✓ 化成品ほか：エッチング剤、表面防汚コーティング剤、撥水撥油剤の需要が落ち込み、前年度を下回った。

前年度比 (売上高ベース)	1Q 実績
合計	95%
ガス	151%
樹脂・ゴム	100%
化成品ほか	72%

12

12 ページをご覧ください。

化学事業は、半導体プロセス材料や自動車、化成品向けの需要減少により、売上高は前年を下回りました。

フッ素樹脂は、半導体製造装置で使用される高機能材料の販売は好調に推移しましたが、LAN ケーブルなど情報通信分野向けの販売が減少し、売上高は前年並みとなりました。

フッ素ゴムは、自動車市場の減速の影響を大きく受けました。

化成品は、エッチングガス、表面防汚コーティング剤、撥水撥油剤の販売が落ち込みました。

サポート

日本 050-5212-7790 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

事業/地域別概況-フィルタ事業

米国で低収益事業からの撤退を進めたことによる販売減が影響し、売上高は前年度を下回った。

- ✓ エアフィルタ：需要が堅調に推移するなか、米国・欧州・アジアで、病院・製薬・データセンター市場向けに高機能フィルタの販売が伸長。日本で、感染症対策商材の需要が一巡するなか、半導体市場向けに拡販。
- ✓ P&I(※)：アフターサービス事業へのリソースのシフトなど事業体質の改善に努めた。

※P&I・・・ガスタービン、大規模プラント等の業務用集塵システム

13

13 ページをご覧ください。

フィルタ事業は、各地域で高機能フィルタの販売を伸ばしましたが、米国で低収益事業からの撤退を進めたことによる販売減の影響により、売上高は前年を下回りました。

サポート

日本 050-5212-7790 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



設備投資・減価償却費・研究開発費

(億円)	2022年度		2023年度	
	1Q実績	年間実績	1Q実績	年間計画
設備投資	439	2,503	790	3,150
減価償却費	331	1,427	392	1,700
研究開発費	232	1,022	302	1,150

14

14 ページをご覧ください。

設備投資・減価償却費・研究開発費の第1四半期実績は、記載のとおりです。

将来の成長発展に向けた生産能力増強投資、商品開発などの先行投資、ITなどの強化投資を予定どおり実行しており、年間計画はいずれも変更していません。

説明は以上でございます。ありがとうございました。

サポート

日本 050-5212-7790 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



質疑応答

阪本 [M]：それでは、これより質疑応答の時間とさせていただきます。

それでは、三菱 UFJ モルガン・スタンレー証券の佐々木様、お願いいたします。

佐々木 [Q]：三菱 UFJ の佐々木と申します。本日はよろしくお願いいたします。

1 問目が、増減益分析の考え方について教えてください。一つは、ご説明でちょっと理解できていないところがありまして、宮住さんのご説明にありまして、空調の主要地域で、多くの地域が現地通貨ベースで前年比増収になっていると思います。

ただ、そこに対して、4 ページの拡販を見ると、空調が 51 億円程度の増益幅になっています。各地域、特に高利益率の中国が販売拡大したということも考慮しても、空調の数量効果は 1 クォーターではあまり出ていない決算になっております。

改めて、各地域でしっかりと販売が拡大されておるのですが、今回 1 クォーター決算でそれほど数量効果が出なかったというのをどのように見ればいいのかを教えてください。

結構在庫がたまっていたりするので、そういう未実現利益の影響が出たり、宮住様のご説明にあったとおり、伸びていない製品もあったりしたので、全体としては数量効果が出なかったことなのかなと思ったのですが、ご解説いただければ幸いです。よろしくお願いいたします。

宮住 [A]：ありがとうございます。

数量が伸びていないというのは、おっしゃるとおりです。世界的に見て、巣ごもり需要の反動減という傾向が共通して言えると思います。モノの消費、住宅をはじめ、耐久消費財、白物のエアコンも含めた家電商品などの需要が減退しているということがあります。巣ごもり需要の反動減という傾向があるかと思います。

併せて一方で、需要サイドで申し上げますと、コロナがほぼ収束したことで行動制限が解除されたということで、サービス消費は伸びてきているというようなことで、少し消費の構造が変わってきているというのが大きな背景にあると理解しております。

当然、供給制約が世界的にある程度クリアになったということですが、一方で、消費構造が財からサービスに移ったということもあって、結局、実需がなく、物が売れない、在庫がたまっていると

サポート

日本 050-5212-7790 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



いう状況。これはエアコンについても然りということで、数量ベースでは落ち込んでいるということかと思えます。

佐々木 [Q]：やはり考え方としては、ご説明にもあったとおり、例えばアメリカの住宅用ユニタリーが伸びていなかったりとか、ヒートポンプ暖房が伸びなかったりとか、そういうものもあったりしたので、会社全体としては、1クォーターはそれほど数量効果が出なかったという理解でよろしいですか。

宮住 [A]：はい、そうです。

アメリカについて、数量効果と価格効果のところで少しお話を申し上げますと、アメリカの場合、住宅ユニタリーが、1クォーターの実績で73%と台数ベースでかなり落ち込んでいますが、DNA社の売上高は、現地通貨ベースで102%と増収を確保しています。

主力のユニタリーの台数が73%という水準にとどまっているのに、全体として増収を確保したという、その増収要因を少しブレイクダウンして申し上げますと、まず、数量はマイナス25ポイントです。

それをどうやってカバーしたかということで言いますと、売価で3ポイント、商品構成で20ポイント、あとM&Aの新規連結効果で4ポイントあり、全体として102%の増収となっております。

また、ユニタリーの中でも、特に高付加価値の「Fit」を伸ばしてきているということもあって、高付加価値の商品の比率が高まり、商品ミックスも改善してきているというところ、あとは販売チャネルも広がってきているといったこともあって、増収を確保できたという形でございます。

佐々木 [Q]：ありがとうございます。

2点目は今と関連した質問ですが、在庫について確認させてください。3月末と比べると在庫水準がかなり拡大していると思います。おっしゃるとおり、ミックスは良くなっていますが、住宅用ユニタリーとか、ヒートポンプ暖房とか、世界的に空調の需要が伸び悩む中で、現状の在庫水準までたまってしまっているというところをどう見ていらっしゃるか。

当然リスクであるとは思いますが、課題として見るべきなのか、それとも2クォーターの需要期に捌けると考えればいいのか。この在庫水準の高止まりをどのように見ればいいのかをぜひご解説お願いしていただけないでしょうか。よろしくお願いいたします。

宮住 [A]：在庫については、コロナ、ウクライナの問題を受けて、基本的に在庫を厚めに持つことを政策的にやってきたということがあったのですが、コロナが収束し、ウクライナの問題も小康状

サポート

日本 050-5212-7790 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



態ということで、供給制約がなくなった状況の中で、在庫がだぶついている。過去に積み上げた在庫の中には滞留在庫もありますので、在庫の中身を精査するというのも始めておりますが、実需、実販が弱く、流通在庫が捌けていないということがあって、この第1四半期は在庫が溜まっているということです。

今後、実需がどの程度立ち上がってくるのか、戻ってくるのかということですが、正直、世界的に不透明感が強まっているという認識をしております。また、エアコンは、耐久消費財として住宅市場と連動するというので、住宅ローン金利も高止まりしているということもあり、実際に在庫がはけていくような売りが出てくるのかということころは、これから慎重に見極めていきたいと思えます。

そういった中で、まずはきちりと今、手元にある在庫、中身をしっかりと確認して、調整していくということになるかと思えます。

佐々木 [M]：大変よく分かりました。どうもありがとうございました。

阪本 [M]：ありがとうございました。

では次に、ゴールドマン・サックス証券の諫山様、お願いいたします。

諫山 [Q]：いつも大変お世話になっております。ゴールドマン、諫山でございます。

1点目、私も米州についてもう少し補足をいただけないかと思っております。と言いますのも、ミックスで20%増というのは結構インパクトがあるお話だと思うのですが、この中に「Fit」の話がどれぐらい入っているのか。今期の目玉商品というか、前期から結構お話をされていたので、20%もドライブしているものが一体何なのかをもう少し教えていただけないでしょうか。

反対に、ボリュームの27%ダウンというのは、他社と比べても少し弱いような気がしているのですが、シェアのお話等々、何か起こっていることがあれば補足をいただけると幸いです。

御社のほうが在庫が溜まっているような状況なのか。どちらかという、M&A効果もあって、はけていると思っていたのですが、急落の度合いが想定外でしたので、それぞれもう少しご説明いただけると幸いです。

的場 [A]：的場でございます。

アメリカのユニタリーの数量につきましては、少し流通在庫の水準が高く、実際の販売のほうも、この期間、非常に弱かったということもありまして、出荷が思うように進まなかったというところでは。

サポート

日本 050-5212-7790 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



昨年度の第1クォーターが、今の状況と反対の状況で、非常に良かったということもありまして、前年比との対比でマイナスが大きくなっているのですが、実態としてもそういう状況でございました。

最初にご質問いただきました商品構成約20ポイントのところというのは、大きくは三つ要因がございます。

一つは商品の販売ミックスの要因、あとは販売ルートの問題です。当社の場合は自前の卸のルートが比較的高いのですが、こちらの販売が数量を落としている中でも比較的良かったということですので。自前卸のほうが、売価の水準などが高いということがございます。

三つ目は、市場のところであります。比較的当社の強い更新事業でありますとか、中古住宅向けですね、こういったところが比較的良く、反対に新築市場のところは売価の競争なども起こっており、シェアが下がっておりますが、結果的に、より良いほうのミックスの効果が強く残ったということがございます。

20ポイントというのは、それぞれ今申し上げた三つの要因がほぼ同じぐらいの割合で合わさって、この数字になっていると見ております。

諫山 [Q]：ありがとうございます。

アメリカもヨーロッパもまた暑くなっているので、需要は持続性がありそうだと思っておりますが、需要についてかなり厳しめのコメントが宮住さんからありました。御社としては増収はキープできるのですか。

的場 [A]：そうですね。ユニタリーの需要というのは、元々今年1月から6月の期間が一番厳しいだろうと見ておりまして、その動き自体はそのとおりか、少し想定よりも厳しかったのですが、基本的にはそのトレンドかなと思っております。

今、少し住宅の取引といったところも回復の基調が出てきておりますので、この一番厳しい4月-6月のところが、何とか乗り切れたのではないかと考えているところです。

諫山 [Q]：ありがとうございます。

二つ目の質問です。欧州もやはりヒートポンプのお話等々でこれまで盛り上がっていたので、このマイナスは、とうとう来たかというところもあるのですが、こちらもアメリカでいただいたように、売上高を分解することはできますか。

サポート

日本 050-5212-7790 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



ヒートポンプとか住宅がマイナスでも、欧州全体では前年比 105% ですよ。LC で確保できているというのはすごいことだと思うのですが、こちらの要因等について、ヒートポンプの、需要の減速が一時的だと思うというところを、もう少し確度を持ってお話しただければ幸いです。よろしくをお願いします。

宮住 [A]：ヨーロッパのヒートポンプですね。第 1 四半期は、非常に需要が大きく落ち込んだということです。

いくつか要因があるのですが、先ほど申し上げたように、まずは天然ガス価格が大きく下がったということです。これはロシアの問題で、今、足元の水準で言いますと、ガス価格は昨年 8 月がピークでした。足元は昨年の 10 分の 1 ぐらいの水準にまで天然ガス価格が下がっています。

あと、少しお話ししましたが、補助金ですね。補助金を削る動きがいくつかの国で出てきているということです。特にイタリア、あとフランスでも少しそういった動きが出てきているということです。

あと、燃焼暖房ボイラーですね。燃焼ボイラーの駆け込み需要が発生していると。これは要するに、燃焼暖房の規制時期を少し前倒しするという動きが出てきたということもあって、今間に燃焼暖房、燃焼ボイラーを買ってしまうといったような駆け込み需要が出たということです。

そういった要因があって、ヒートポンプ暖房給湯器の需要が少し減退しているということでもあります。

これについては、基本的には一過性のものだとは見ております。やはり欧州全体で、リパワー EU という環境政策を推進しておりますので、循環的な要因としてロシアの問題等々出てきましたが、構造的には、カーボンニュートラルで変わらないと考えておりますので、今まで続けてきているヒートポンプ暖房事業の強化、ポーランドでの工場増設等を含めて、これは進めていきたいと考えています。

ヒートポンプ暖房、台数ベースで、1 クォーターで前年比 88% ですが、その増収要因を申し上げますと、数量ベースで 88 だったもの、売価で 10 ポイント、高級ゾーンの拡販で 8 ポイント、あと平均単価が高いドイツの構成比が上がり 6 ポイントということで、売上高ベースで 112% となっております。

諫山 [Q]：欧州については、これも増収をキープできるとお考えでいらっしゃいますか。

宮住 [A]：はい、基本的に年間でも増収を維持していきたいとは考えております。

サポート

日本 050-5212-7790 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



諫山 [M]：大変よく分かりました。どうもありがとうございました。

阪本 [M]：ありがとうございました。

では次に、モルガン・スタンレーMUFG証券の井原様、お願いいたします。

井原 [Q]：よろしくお願いいたします。

一つ目は中国についてです。住宅用マルチに関して言うと、2年前と比べても若干伸びていらっしゃるということでしたが、手元計算だとおそらく2%ぐらい伸びていらっしゃるかと思います。中国全体で見たときに、2年前と比べてどうだったかというところは、確か本決算のときに4月の数字をいただいて、そのときはもう少し伸びが高かったような記憶がありまして、もしかして4月は良かったけれども、5月、6月とかはちょっと減速されているのかなという気もしています。その辺り、中国の状況について、他社でも、経済が一般に良くなるかと思っていたが、想定より厳しいみたいなコメントも多かったですので、その辺りのコメントをいただけたらと思います。

あと、1年前の増減益要因の中で、上海ロックダウンによる影響ということで180億円マイナスが入っています。今回の増減益には、上海ロックダウンのマイナスの反動みたいな感じが入っていないので、これがどれくらい今年の損益に影響しているのか、その辺りをご説明いただけませんかでしょうか。

的場 [A]：中国の状況ですが、月ごとに概況を申し上げますと、4月、5月は比較的良かったですが、これはロックダウンというか、ゼロコロナ政策の反動と言いますか、先送り需要によるものです。6月になりましてから、そういったところも一巡して、通常の状態になっているということで、4月、5月に比べますと、やはり6月のトレンドは下がっているという状況です。

増減分析に関するところは、昨年度、上海ロックダウンのマイナス影響が、営業利益で約180億円ありました。その分は、今年度はプラスとして出てくるのですが、増減分析の項目で言いますと、拡販効果の中に含めております。そのプラスの180億もあったうえで、空調事業で約50億のプラスということです。そういうことを考えますと、実質的にはやはり数量効果は非常に厳しかったという見方になるかと思えます。

井原 [Q]：戻っている金額は180すべてという理解で大丈夫ですか。

的場 [A]：はい、その前提で見えております。

井原 [Q]：ありがとうございます。

サポート

日本 050-5212-7790 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



2点目はヒートポンプのところですか。イタリアの補助金がなくなるというのは、確か1月からの話だったかなという記憶があって、今回、1-3月までは良かったのが、4-6月になって急に減ったなという印象を受けております。

影響として、さっき三つ挙げていただいたものを分けるのはなかなか難しいとは思いますが、御社から見て、どの辺りが影響として大きかったか。あと、細かい数字はないかもしれませんが、イタリアは、例えば50%とかすごい落ちているけれども、補助金制度が変わっていないドイツはプラスだとか、ガス価格が影響するとすれば、おそらくイタリア、フランスだけではなくて、満遍なくスローダウンされたのかなという気もしますので、その辺りを分けて教えていただければと思います。

あと、今回ヒートポンプでは売価がかなり効いていらっしゃると思いますが、さっき的場さんがアメリカの新築のところで値段がというお話をされましたし、日本国内のさっきのご説明など、ちょっと値段が気にかかっているところがあります。需要が変わってくると売価が動くケースもございますので、これは欧州のヒートポンプに限らないのですが、今までずっと台数は良かったので売価を維持できていたところが、状況が変わって、値下げ攻勢をしかけてくるコンペティターが出たみたいなの、そういったふうに見ていらっしゃるマーケットがあれば教えていただけますでしょうか。

的場 [A] : ご質問の件ですが、全体的には、需要が厳しい中で、売価のほうは計画どおり進めております。全般的に差別化商品、高機能商品のほうが、より売価も引き上げておりますし、製品に競争力のある分野については、販売が比較的堅調でございます。各地域とも、特に日本とヨーロッパと米州が当てはまりますが、数量減ほど売上を落としていないところは、そういったような要因でございます。

この期間、その中でも、特にヨーロッパのヒートポンプに関しましては、昨年引き上げました売価を維持しております。今期に入りまして、4月から6月の間にも値上げをしております、売価効果も取れております。特に製品の中でも高機能ゾーンですね、付加価値の高いものでありますとか、高効率のタイプのものといったところの販売は比較的好調で、こういったところで売上を確保できたという状況になっております。

井原 [Q] : 国ごとに大きな差はございますか。数字はおっしゃらなくても結構ですが。

的場 [A] : イタリアは大きく落としておりますが、その他の国では、ほとんど前年を割れているところはありません。UKが若干割れておりますが、大きなマイナスではありません。フランスも前年並みを確保しておりますし、ドイツについては引き続き2倍以上の非常に高い伸びをキープしております。

サポート

日本 050-5212-7790 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



イタリアは、やはり補助金制度変更の影響が大きいです。昨年の12月末でスーパーボーナスでありますとか、エコボーナスといったような大きな還付率の制度がいったん打ち切られたのですが、それでも全ての補助金がなくなったということではなくて、その後、まだ継続してちょっと残っている部分がありました。そういったものがいったんなくなったということと、2月にまでは、ボーナスが現金化されて取引されていたというところがあったのですが、そういったことができなくなりましたので、お客様にとっては、一旦は払い込みをしないといけないという制度変更もあり、その影響が大きく出たということです。

フランスにつきましては、先ほど説明がありましたように、ガス価格が落ち着いたということと、新築だけではなく、燃焼式の据付禁止規制が来年の1月から前倒しされるというアナウンスも一部あります。燃焼式の駆け込み需要という言い方は良くないかも知れませんが、そういった需要もありまして、前年並みにとどまったと見ております。

ドイツにつきましては、特に市場環境は大きな変化がなかったと見ております。

井原 [Q]：なるほど。

イタリアとフランス以外に補助金制度が変わる見通しというのは、今のところないと考えていいのか。あと、一般的に、これは年に1回変わるもので、ここから年度内にまた新たに補助金が変わるということはあまり心配しなくてよさそうですか。

的場 [A]：そうですね。今のところ、大きな変更でアナウンスされているようなものは特になく、直ちには起きないだろうと見ております。

井原 [Q]：おそらく今後どんどん起きてくるとは思いますが、年度内に起きる可能性はあまり心配しなくてよろしいですか。

的場 [A]：そうですね。そのように考えております。

井原 [M]：分かりました。どうもありがとうございます。

阪本 [M]：ありがとうございました。

では次に、シティグループ証券のマクドナルド様、お願いいたします。

マクドナルド [Q]：今日はありがとうございました。

ヒートポンプについてですが、まず台数ベースが12%マイナスになっているのは、想定外ですか、想定内ですか。ガス価格が今年の8月にピークアウトしています。以前、ガス価格が下がって

サポート

日本 050-5212-7790 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

いることで、燃焼ボイラーから切り替える必要性が減ってくるという話もありましたので、ガス価格が暴落していることで、ヒートポンプ販売への影響があることは想定内と思ったのですが、いかがですか。ヒートポンプ市場全体が、台数ベースでちょっと冷え込んでいることが、想定内なのか、想定外なのか、まず教えてもらえますか。

宮住 [A]：ガス価格が下がってくれば、当然ヒートポンプの需要は少し下振れするという意味では想定内なのですが、ガス価格自体が10分の1まで下がるという、そこは少し想定外ですね。結果として需要も大きく落ち込んだという理解をしています。

マクドナルド [Q]：ロシアとウクライナの状況が落ち着いたら、ガス価格がまた戻らない可能性もあると思いますので、今後、事業計画では、ガス価格が戻らないという前提に変えたほうがいいのではないかと思います。

ヒートポンプのマーケットにとっては、カーボンニュートラルとか、グリーンディール政策とか、いろいろ言われていますが、押し上げた背景の一つが、ロシアのウクライナ侵攻によってガス価格が上がったことかと思います。ヨーロッパでインフレの懸念によりガス価格が暴落すると、需要が手控えになるというところを見ると、ロシア・ウクライナ戦争が終われば、何かマイナス影響があるのではないかと思うのですが、いかがですか。

宮住 [A]：去年の8月にかけてガス価格が急騰したときというのは、この先、戦争がどうなるかわからないというところで、投機資金とかも入ってかなり上がったわけですね。

その部分が今、剥落しているということです。今、10分の1の水準まで落ちており、少し戻るかもわからないですが、低位安定のガス価格を前提としたヒートポンプ事業の見通しということになると思います。

その際には、カーボンニュートラルの本気度というところで、どれぐらいやっていくか、そこは欧州委員会をはじめとして、欧州の各国政府のスタンスによることになりませんが、これだけインフレが高進している中で、少しでも安いものを買いたいという一般消費者のマインドに抗えない部分もあるでしょうから、少し売り戻しはあるだろうとは想定しています。

マクドナルド [Q]：あと2点ほど確認したいです。

一つは、ドイツについてです。ドイツでガスボイラーの据え付けを数年以内に禁止するという話がある一方で、据え付けの規制をもう少し緩くする可能性もあるというところで、ドイツの中でも、この脱ボイラーのトレンドがちょっと停滞するような動きが、新聞等で報道されています。その辺は何か気になりますか。

サポート

日本 050-5212-7790 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



宮住 [A]：脱ボイラーの動きに少しブレーキをかけるというような政権が与党に就けば、当然そういった動きが出てくるだろうとは考えています。

短期的には、そういった部分が向かい風になるということも当然あるだろうとは想定しています。

ただ、中期的には、カーボンニュートラルの方向に行くだろうということで、右肩上がりの度合いがどれぐらいになるかという問題だと考えております。以前想定した成長の角度自体は少し鈍化することはあるかと思いますが、中期的にはヒートポンプ暖房の需要は右肩上がりになるという部分は一緒だと思います。

マクドナルド [Q]：御社のポーランドの工場新設がこのまま進むというところですが、競合他社も生産能力を拡張する動きがあります。供給過剰のような心配はないのか、そのリスクはどう考えていますか。

宮住 [A]：競合他社が生産してきますので、供給が増えてくるだろうとは考えています。

そうなったときに課題としてクリアしていかなければいけないのは、いかに売るかというところですね。当然販路の拡大はあるのですが、据え付けですね、インストール、そこの部分のエンジニアを早く持つ、つまりサービスマンを早く確保する。消費にダイレクトにつながっていくという、戦術レベルの話になりますが、そこの部分をしっかりとやっていくということで、パイの伸び方が少しスローダウンしても、市場にしっかりと密着してシェアを取っていくという事業戦略になるかと考えています。

マクドナルド [Q]：ありがとうございます。

最後に、化学事業の売上が600億ぐらいで、想定より弱かった印象もあるのですが、通期計画達成の確度はどうですか。

宮住 [A]：化学は需要減の影響が大きいので、セカンドクォーター以降も販売減が続くと見ております。今のところ少し厳しめに見ていますが、そこはかなり不透明です。

マクドナルド [M]：ありがとうございました。

宮住 [M]：ありがとうございました。

阪本 [M]：ありがとうございました。

では次に、野村證券の前川様、お願いいたします。

前川 [Q]：野村證券の前川でございます。ご説明どうもありがとうございます。

サポート

日本 050-5212-7790 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



まず1点目です。需要が厳しいというお話を繰り返しいただいておりますが、今期、欧州と米州の現地通貨ベースでの売上高は11%増という計画だったかと思えます。1Qの進捗が、通期計画に対して若干遅れている中で、どのような施策をお考えなのか。

例えば、4-6月は天候要因などで、状況が特に厳しかったということで、今後は戻ってくるということなのか。あるいは、今回、増減益分析を拝見していても、固定費他の減益が空調事業だけ見ると1Qで130億、通期計画で856億ですから、固定費の増加が、もしかすると1Qで抑えられており、このようなところで利益の計画を達成、ないしは積み上げていくというスタンスがおりなのか。数量が下振れる中で施策・取り組み方をお話していただきたいというのが1点目でございます。

宮住 [A]：需要減の中でございますので、やはり売価、あとは拡販を頑張ることで重点施策を徹底的に詰めていく地道な努力になろうかと思えます。

当然、コストダウンもやっていかなければなりません。やはり重点テーマとして掲げているもの、それぞれ一つ一つ実行していくことになろうかと思えます。

前川 [Q]：そうしますと、今回、固定費他のところがそんなにマイナスが大きくなかったのは、これは何か意図的にされたものではなくて、たまたま1Qの出方が少ないということでよろしいでしょうか。

的場 [A]：固定費につきましては、1Q利益対策としてだいぶ意思を持って取り組んでいる部分がございます。

たとえば、人の採用・育成の規模を少し小さくしたり、不要不急の経費、特に販売促進費の見直しを行ったり、思い切って抑制することに取り組んでおります。

逆に言いますと、重点テーマに対する費用については、抑えておりません。

前川 [Q]：分かりました。ありがとうございます。

あともう一つは、インド工場に関してですが、確か8月に立ち上がるか、ないしは、立ち上がりがかかなり近いかと思えます。工場への投資、立ち上がりの状況、あと市場が少し天候要因でというようなお話もありましたが、この辺りのスタートアップの今の取り組み状況についてアップデートいただければと思います。お願いします。

的場 [A]：インドの工場は予定どおり稼働しております。先月7月から圧縮機の生産を開始し、今月からルームエアコンの完成品の生産も開始いたします。

サポート

日本 050-5212-7790 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



インド市場の状況ですが、この第1四半期は、業界需要はおそらくマイナスと推定しております。ただ、主な要因は天候要因と見ておりまして、やはり冷夏の影響が大きかったと考えております。そのような中でも、当社のルームエアコンの販売につきましては、3、4ポイントほど、前年プラスを確保できたという状況でございます。

前川 [M]：分かりました。どうもありがとうございます。

的場 [M]：ありがとうございました。

阪本 [M]：ご質問ありがとうございました。

他にご質問はいただいていないようですので、これで質疑応答を終了させていただきます。

以上をもちまして、本日の決算説明会を終了させていただきます。最後までご参加いただきまして、ありがとうございました。

[了]

脚注

1. 音声不明瞭な箇所に付いては[音声不明瞭]と記載
2. 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 050-5212-7790 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

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 050-5212-7790 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

