

# LIXIL

Link to Good Living

## 株式会社 LIXIL

2023 年 3 月期第 3 四半期決算投資家・アナリスト向け説明会

2023 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]	2023 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]	2023 年度 第 3 四半期
[日程]	2023 年 1 月 31 日
[ページ数]	27
[時間]	17:00 – 17:54 (合計：54 分、登壇：26 分、質疑応答：28 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)

---

### 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



常務役員 IR 室 室長 兼 Finance & Treasury 部門  
Corporate Accounting & Treasury/Tax リーダー

平野 華世 (以下、平野)

[アナリスト名]*	ゴールドマン・サックス証券	岡田 さちこ
	野村証券	福島 大輔
	CLSA 証券	望月 政広
	BofA 証券	大室 友良
	SMBC 日興証券	川嶋 宏樹

\*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 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

---

**司会**：それでは定刻となりましたので、株式会社 LIXIL2023 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にて実施しております。どうぞよろしくお願い申し上げます。

それではまず、本日の説明者をご紹介します。取締役代表執行役社長兼 CEO 瀬戸欣哉でございます。

**瀬戸**：よろしくお願いいたします。

**司会**：取締役代表執行役副社長 CFO 松本佐千夫でございます。

**松本**：よろしくお願いいたします。

**司会**：常務役員 IR 室室長兼 Finance & Treasury 部門 Corporate Accounting & Treasury/Tax リーダー、平野華世でございます。

**平野**：よろしくお願いいたします。

**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。

本説明会の資料は、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、2023 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、質疑応答の時間を設けております。終了は 18 時を予定しておりますので、最後までよろしくお願いいたします。

それでは瀬戸より、2023 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@scriptasia.com



## ▶本日のポイント

- 2023年3月期 3Q累計実績は前年同期比、増収減益
- 円安や資材・部品価格の高騰の影響は残るも、価格改定浸透により直近3カ月の収益性は当初計画に沿って改善
  - 欧州サプライチェーン問題の影響残るも、年度末までに解消を見込む
  - アジア太平洋地域は引き続き堅調、米国・中国の状況は要注視

## 2023年3月期 3Q累計業績の総括と今後の見通し

- 10-11月実施の国内の価格改定<sup>(1)</sup>は順調に進捗。4Q以降も引き続き収益性の改善を見込む。本年4月に再改定を予定<sup>(2)</sup>
- 海外事業（欧州）における出荷後ろ倒れにより、コモディティ価格等の原価下落の本格的な効果発現は、3月半ばからとなる見込み



(1) 2022年6月23日公表 プレスリリース「建材・設備機器のメーカー希望小売価格の一部改定について」  
(2) 2022年12月6日公表 プレスリリース「建材・設備機器のメーカー希望小売価格の一部改定について」

2

瀬戸：皆さん、こんにちは。ただいまより、2023年3月期第3四半期の決算の説明をさせていただきます。よろしくお願いいたします。

今期は、下方修正した計画の通り、推移したかなと考えています。今期は本当に色々なことがありまして、私も26年ぐらい社長をしていますが、今年は本当に初めてというぐらい、毎月色々なことがありました。

その中で、色々なことが起き、円安とか資材、それから部品価格の高騰といったものの影響は残りますが、10月に価格改定した部分が浸透して、3カ月の収益性は順次改善しております。

いくつかまだ不安な点があります。例えば、欧州に関するサプライチェーン問題の影響等が残っていますが、これも今、ほぼ解消しつつあります。アジア太平洋地域は堅調です。アメリカと中国は、今の時点では、ようやく底を脱したかなと、中国はもうすぐ脱せるかなという感じです。

ヨーロッパに関しては、需要の低迷が予想されますが、サプライミックスを変えながら対応しているかなと考えています。

## 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



一方、ちょっと心配なのは国内で、日本国内に関しては、新築の需要が11月ぐらいから明らかに悪くなり、リフォームも含めて需要は低調です。

累計の業績に関しましては、国内の価格改定は順調に進み、第4四半期のほうは、今度は原価が改善してくるという形で、改善していくかと思えます。

ただ、海外事業の出荷がやや後ろ倒れになってしまって、特に欧州に関して言うと、価格改定は成功しましたが、逆に数量としてはあまり出ていないということで、原価下落の影響が利益に貢献してくるのは2月からとっていましたけれど、3月半ばぐらいになるかなと考えております。

## 2023年3月期 第3四半期 実績

### LWT・LHTともに3Qにおいて収益性改善

		22/3期 3Q累計 実績	23/3期実績			
			1Q実績	2Q実績	3Q実績	3Q累計
		(億円)				
連結合計	売上収益	10,744	3,603	3,724	3,912	11,238
	事業利益	618	70	-8	148	210
	(%)	5.7%	1.9%	-	3.8%	1.9%
LWT	売上収益	6,472	2,210	2,251	2,371	6,832
	事業利益	645	132	74	153	360
	(%)	10.0%	6.0%	3.3%	6.5%	5.3%
LHT	売上収益	4,414	1,430	1,502	1,610	4,543
	事業利益	305	31	29	95	155
	(%)	6.9%	2.2%	1.9%	5.9%	3.4%
全社/ 連結調整	売上収益	-142	-37	-30	-70	-137
	事業利益	-333	-94	-111	-100	-305

LIXIL

3

今回、第3四半期の実績として見ると、ようやく少しずつ利益率が改善していった、3カ月間で見ると3.8%ですけれども、内容的にはだいぶ良くなってきています。LHTに関しては円安で苦しかった部分が、10月の価格改定でだいぶ回復していますし、LWTに関しましても、10月の価格改定と、特に海外事業に関しては、2月、3月に少しずつ原価が改善していくところが貢献するかなと考えています。

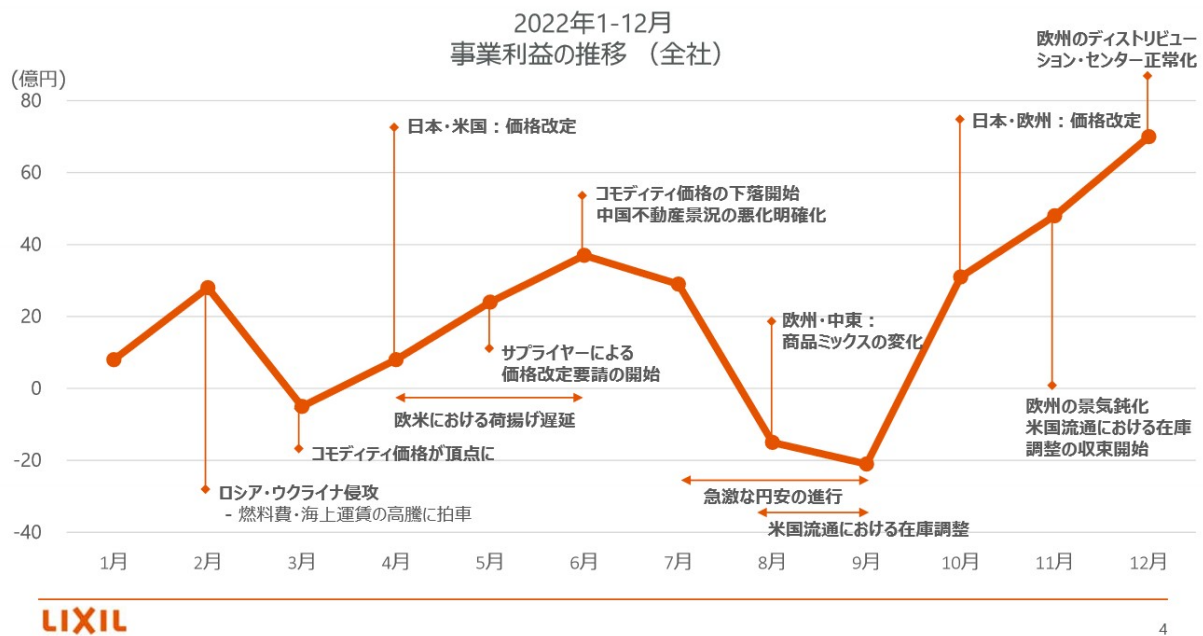
## サポート

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

 **SCRIPTS**  
Asia's Meetings, Globally

## 2023年3月期 第3四半期 実績 (2022/1-2022/12業績推移)

3Qは価格改定により収益性回復。  
海外事業については、需要減退懸念あるものの、4Q以降で原価改善を見込む



色々なことがあったということ、少しでもおさらいさせていただきたいのですが、まず2月にウクライナ侵攻がありました。これで、やっぱりエネルギーコストが上がったということで、オペレーション上の燃料費だけではなく、海上運賃が大きく上がってしまった。

もちろんこれは、コロナによって船が一気に使われてしまう、船の目詰まりが起こったこともあって、海上運賃が上がったわけですが、LIXIL という会社だけで捉えると、もう一つ大きな影響として、ロシアに置いていたディストリビューション・センターはヨーロッパの東側に出荷する予定だったのが使えなくなってしまった、ということで、急ぎ、輸送体制、ディストリビューション・センターの体制を切り替えなくてはならなかったところが大きく響きました。

それから、コモディティ価格は、前期ずっと上がっていったのが大体3月に頂点に達しました。銅、アルミを中心に、史上最高値の圏内で推移しました。

4月に、日本とアメリカを中心として、価格を改定しましたので、4月ぐらいから少しずつビジネスは改善していきましたが、この時点で、非常に景気が良かったヨーロッパとアメリカに関して、商品、部品を持ったコンテナが、アジアからなかなか届かない。届いても港がストライキであったり、コロナで人がいない、それからトラックも運べないという状態が続きまして、残念ながら非常に

### 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@scriptsasia.com



に強い需要を商売に生かすことができなかつたところは、今から考えても非常に残念だと思えます。

また、5月ぐらいから、特にLWTの国内のサプライヤーによる価格改定の要請が、遅れて始まりました。この遅れて始まったというのは、普通のコモディティである、例えば銅、亜鉛、それからアルミ、こういったものは、もう2022年3月期に、大体上がってきたわけですけど、われわれのサプライヤーは、その値上げを受けて、それからしばらくしてから、当社に対して値上げしてきたという部分があります。

結果的に、当社として、この部分の対応が後回しになってしまったところが、水回りのほうの採算には響きました。

そして6月には、コモディティ価格の下落が始まり、これは先ほどお話しした通り、今年3月ぐらいから効いてくるかなとは考えています。これは銅の部分ですね。アルミのほうはもう少し早く、この第3四半期のところで、だいぶ効きだしております。

中国の不動産の状況が急速に悪化してきたというのも、この時期でした。

円安は、もちろん5月ぐらいから始まっていたわけですが、7月、8月と急激に進んだということで、特にLHTジャパン、日本のサッシ事業、それからエクステリア事業の採算がこの時期急激に悪化しました。これは、当社は、タイやベトナムからの製品も輸入しているわけですが、タイやベトナムの製品に関しても、円安の進行がLHTのビジネスに関してマイナスに働きました。

それから、その時点では大きな影響がなかったのですが、徐々に影響が膨らんでいったのが、ヨーロッパと中東の商品ミックスが、この頃から変わりだしました。

従来であれば、ノンフラッシングシステム（壁裏に設置された洗浄水タンク以外の製品）のヨーロッパ向けが、われわれのヨーロッパの中心だったのが、フラッシングシステム（壁裏に設置された洗浄水タンク）のビジネスが非常に増え、特に中近東、インド向けが増えてきたということで、生産工場、生産のディストリビューション・センターのミックスが、この時期からまた大きく変わってきました。

そして、この時期一番われわれにとって痛かったのが、アメリカの流通が在庫調整を始めてきた。Home Depot、Lowe's、それからトレード（卸）のFergusonといったところが、早いところだと7月の末ぐらいから、遅いところでも8月ぐらいから、注文は不要ということが急速に進みました。これが最初の話ではひと月ぐらいというのが、11月ぐらいまで、色々な流通業者がアメリカで買わないという状況が続き、当社としては、先ほどお話しした通り、遅れて届いたコンテナで持

---

## 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@scriptsasia.com





ってきた商品が、皆、倉庫の前で余ってしまうという状況が続いたのが、非常にアメリカの採算を悪くしてしまいました。

一方、10月に価格適正化をしたということもあって、この時期から利益が順調に回復していております。

ただ、ヨーロッパの景気が鈍化していきましたが、ある程度数量を埋めてくれたのが、先ほど説明した商品ミックスが変わってきた、フラッシングシステムだったりとか、中近東のビジネスとかは、逆に良くなってきています。

それと、アメリカにおける在庫調整、ユーザー側の在庫調整が終わってくれたということで、11月からアメリカの在庫状況が改善してきました。

12月には、ディストリビューション・センターと工場の商品ミックスが、ほぼ正常化してきて、これが完全に正常化するのには3月までかかるかなと思っていますけれど、そういった意味では改善が順番に進んできた3カ月かと思います。

それと、ここには書いていませんが、12月に政府から大規模な補助金が補正予算で決定しました。これは、今期の影響は限定的かもしれませんが、来期以降、大きな影響があると思っています。

1,000億円という前代未聞の、窓のリフォームだけにかかってくる補助金としては、非常に大きな補助金です。これまで、色々な補助金がありましたけれども、全ての商品合わせて1,000億円とか1,500億円というレベルが多かったのに対して、窓だけに対して1,000億円となっています。

これは、やはり窓のリフォームというものが、日本のCO<sub>2</sub>対策の切り札であるということに関して、政府関係者に合意していただけたというところで、当社にとっては非常に大きな一歩だったと思っています。

---

## 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@scriptsasias.com



## 事業環境における懸念と対応

### ■ 懸念

1. 欧米中日における需要の減退
2. 中小仕入先からの調達価格の上昇、及び、潜在的な廃業の可能性
3. ロシア・ウクライナ問題の長期化
4. 中国の経済活動の再開、及び、景気回復によるコモディティ価格の再上昇

### ■ 対応

1. 差別化された商品
  - ・ 「レビア」<sup>(1)</sup> (23/3期4Q発売) 等の環境商品の強化
  - ・ シャワー関連商品の強化 (Basco社の買収<sup>(2)</sup>・「KINUAMI U」)
2. 差別化された原材料
  - ・ 黄銅の亜鉛化
  - ・ R70/R100などのリサイクルアルミ商品の投入<sup>(3)</sup>
3. サプライチェーンの再編
  - ・ 地域間の仕入状況の再編
  - ・ ハックダウンや後工程の現地化
  - ・ 中近東・インドの強化
4. 米国・中国におけるビジネスモデル変革の一層の推進



(1) ニュースリリース <https://newsroom.lixil.com/ja/2022101802>

(2) 事業・ESG関連トピックス p.26「ウォーター事業における海外事業の成長促進」をご参照

(3) 事業・ESG関連トピックス p.26「脱炭素・資源循環型社会への貢献」をご参照

5

色々なことがあり、でもまだこれから色々なことが起こるだろうというところで、何を心配しているかという、まず需要の減退といったところです。

ヨーロッパに関しては、明らかに昨年の、他社に比べると需要の減退が遅かったのは、先ほど申し上げた通り、多少フラッシングシステムが良かったということと、当社が中近東に強いというところがあって、ある程度遅れてきましたが、特にノンフラッシングシステムの需要は、ヨーロッパにおいては落ちてきています。

ただ、売上面ではほぼ保っていますけれど、価格改定によって保っているのですが、数量においては落ちています。

アメリカも、先ほどお話しした通り、昨年の8月ぐらいから悪くなってきましたが、結局11月ぐらいから在庫調整が終わって、リテール（小売）の会社を買ってくれるようになってきましたので、そういう意味では良くなりました。1月に関して言えば、今までのアメリカ向けのビジネスとしては最高の売上を、買収した会社の売上増加部分を除いても、オーガニックな部分だけで一番大きな売上になったということで、多少アメリカは良くなってきています。

## 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@scriptsasias.com



中国は、春節が開けた今時点では、全く動きはないですけれども、実際プロジェクトは、政府からの資金が入ってきて復活してきているので、春までにはかなり良くなっていくのではないかなと考えています。

一方、日本のほうは、じわじわと11月ぐらいから悪くなってきたのが、今、特に新築に関しては大きく需要が減退しているかなというのがあります。ここは先ほど少しお話ししたような、リフォーム部分の窓ですね。今までどうしても、リフォームという、水回りだけというのが日本の傾向だったのが、外壁部分ということになれば、ここは大きく変わってくるかなということで、ここは4月以降期待しているところです。

それから、2番目が中小仕入れ先からの調達価格の上昇。これは先ほどお話しした通り、中小の仕入れ先は、コモディティ価格の上昇に関して、すぐに値上げはしてこないです。それから、人件費も当然上がってきているのですが、それはすぐではないので、今政府のほうからも、こういった中小企業の値上げは積極的に認めてあげて、国全体として底上げしていきましょうということなので、当社としても、ここは受けていかなくちゃいけない部分だと思っています。

そういった部分の価格の上昇とか、それから、もしくはもう中小企業の方が非常に苦しいから廃業しますというところも出てきています。そういった意味でも、その辺りのコスト対応はあるだろうなと思っています。

ロシアとウクライナの問題に関しては、長期化することをおある程度予想しなくちゃいけない。そうすると、燃料費に関する長期的な問題とか、それから、東ヨーロッパ、西ヨーロッパともに、多少景気の回復には、力強いものが減ってくるのではないかなというのを心配しています。

一方で中国の経済活動の再開は、ビジネスそのものとしてはプラスですけれども、結局景気がまた回復してくることで、コモディティ価格が急に上がることをどう対応するかは、心配な材料ではあります。

この部分に関しては、ある程度われわれとしても経験ができてきましたし、値上げの仕方とか、そういった面での対応は、前よりは洗練されてきたと思いますが、今後4月以降、コモディティの値上げがあると思いますし、実際、最近ではアルミも銅もかなり上がってきています。

これらに対する対応ですけれども、まず何と言っても商品を差別化して、利益の取れる商品を作っていきます。その差別化というのは、一つの方向性としては、まず環境に優しい商品を作っていくのは重要だと考えています。

---

## 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@scriptsasias.com



その中で、「レビア」ですが、今期、まさにこの四半期で発売になるわけですが、廃プラスチック、しかもほとんど全てのプラスチックのゴミを利用して、環境に役立つ、再生木材として売っていくことができる商品になるかと思えます。

それから、当社は、エンドユーザーが選ぶ商品として、シャワー関連商品に力を入れることを方針としています。アメリカにおいて、シャワー全体を選ぶときに最初に選ぶのがシャワードアなのですが、そのシャワードアを強化するために、シャワードアの大手である Basco 社を買収しました。

それに加えて、当社のシャワー製品として、例えば「KINUAMI U」とか、「ボディハグシャワー」「エコアクアシャワーSPA」とか、当社しか持っていない強みのある商品、そういったシャワーを中心にやっていくということで、商品として、他と比べにくい商品で勝負するというのがあります。

商品だけではなくて、材料に関しても差別化を図っていこうと思っています。まず前からもお話ししていますが、黄銅の亜鉛化が進んでいっております。もちろんこれは環境にも良いことではありますけれども、コスト的にも大きな差が当然のことながらあります。

実は、黄銅というのは、65%が銅で35%が亜鉛ですけれども、実際黄銅の値段そのものは、銅の値段に今近づいてきています。これは、今、ユーザー側が黄銅のスクラップを溶かして使うという需要が増えていることもあって、黄銅そのものの値段が非常に上がってきています。

その中で、亜鉛との値差がものすごく大きくなってきていますので、この亜鉛化を来期には30%ぐらいの割合まで上げられると考えています。

これは、主に水栓の蛇口のほうですけれど、一方でシャワーのほうは、樹脂化を急速に進めています。かなりの部分を樹脂にすることで、ここも黄銅に頼ることがあまりない状況に変わってきています。

それから、今回われわれとして、非常にグッドニュースだったなと思うのは、R70、R100といった、リサイクルアルミ商品を投入できたことです。アルミは、バージン（未使用原料）のインゴット（半製品）から作る場合、アルミ1キログラムを作るのに10キログラムのCO<sub>2</sub>を排出します。これに対して、アルミのスクラップからアルミを作った場合、1キログラムのアルミを作るのに0.3キログラムしかCO<sub>2</sub>を排出しません。つまり、97%の改善が見込まれるわけです。この部分はものすごく大きいと思います。

---

## 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



例えばゼネコンとかは、建物全体を作るのに CO<sub>2</sub> を 40% ぐらい削減しようと言われてはいますが、ゼネコンの使っている素材、エンベデッドで使う素材というと、コンクリート、鉄、アルミであり、コンクリートや鉄はそこまで CO<sub>2</sub> を削減する手段は、まだなかなかないと思います。

そこにいくと、アルミだけで 97% の CO<sub>2</sub> が削減できるのは、非常に大きな革新です。実際これができるメーカー、100% のリサイクル商品で作れる会社は、ノルウェーにある Hydro という会社と当社だけで、大規模に建材全体に使っていくという大規模なメーカーは当社だけだと思っています。

そういった意味で、今非常に大きな注目を浴びていますので、この商品は、当社の差別化の一つのキーになるんじゃないかなと考えています。

現在、保証しているのが、R70 という商品を先月発売しましたがけれども、会社全体としては、もうずっとこのリサイクル化を進めてきており、ベトナム、タイ、日本を合わせて平均すれば 70% 基準まではもうできています。100% 基準の商品は、今年末に出す予定であり、会社全体として、全てをアルミのスクラップから作るという目標は、2030 年には達成できるだろうと思っています。これは非常に大きな進歩だと思っています。

それから、サプライチェーンの再編も重要なポイントになってきます。今回、先ほどのアメリカの話、欧州の話というのは、サプライチェーンの問題が大きかったです。

やはり、今分断されたサプライチェーンの問題を考えると、地域の中でサプライしていくということは重要だし、遠い距離を高いエネルギーを使って運んでいくことも、やはり環境には良くないということから考えると、地域内でもっとやっていくと。グローバルのサプライチェーンを地域内に変えていくことは必要だなということで、今回、だいぶ整理することができました。

例えば、大きくアジアの商品に頼っていたアメリカに関しては、80% がアメリカの大陸内、メキシコを中心としたところからの仕入れに変えました。また、ヨーロッパからアジアやアメリカに持っていた商品、これもヨーロッパでの生産、アメリカでの生産、それからアジアでの生産というふうに、少しずつシフトさせていっています。この部分が完成すると、サプライチェーンに関して言うと、非常に強靱なものになるだろうと考えています。今中国に関しては、中国で作ったものを中国で売るとというのが基本になっています。

それから、例えば、中近東とか、インドとか、そういった国で商品を買ったときに、これも完成品を輸出するという形だったのを、どうしてもその国では作れない、コアになる部分だけを持ってきて、残りは現地でノックダウンで作るといったことを進めています。

---

## 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





この部分で、サプライチェーンとコストという部分でも強靱化されるかなと思っています。特に今、エネルギーコストの上昇で、非常に市場としては急速に伸びている中近東、それからインドでの強化につながっているかなと思っています。

アメリカ・中国は、今までやっぱり、特にアメリカに関しては、何回もお話ししていますけれど、衛生陶器のリテール向けのビジネスが中心だったところを変えるということ、また製品として、先ほどお話ししたシャワーに力を入れていく、それから水栓に力を入れていくということで、商品の多角化が重要です。

それからお客さんも、今まではトレードにどんどん増やしていききましたけれど、それに加えて、ビルダー、リフォームというビジネスを増やしていっています。

中国も、プロジェクト関係のビジネスに関しては、大きなプライベートのところは減らしていき、与信に不安のない政府系であったり、ディーラー（代理店）に対して売るとか、それからリフォームに売って、個々に売っていくといったことに、もっともっと力を入れていく。それから、われわれの強みである高級な水栓を売っていくということで、利益率を上げていくということをやっていると思います。

## ▶ 2023年3月期 第3四半期 決算ハイライト

### 前年同期比で増収減益

- **売上収益 11,238億円、前年同期比 5%増**
  - ・ 3Q3か月：国内 +1%、海外 +9%（為替影響除く、-2.9%）
  - ・ 3Q9か月：国内 +1%、海外 +11%（為替影響除く、-0.7%）
- **事業利益 210億円、前年同期比 408億円減**
  - ・ 3Q3か月：国内 -32億円、海外 -76億円、連結調整/他 +12億円
  - ・ 3Q9か月：国内 -201億円、海外 -235億円、連結調整/他 +28億円
- **最終四半期利益<sup>(1)</sup> 110億円、前年同期比 305億円減**
  - ・ 事業利益の減少を主因として減益

**LIXIL** (1) 最終四半期利益=親会社の所有者に帰属する四半期利益

6

## 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



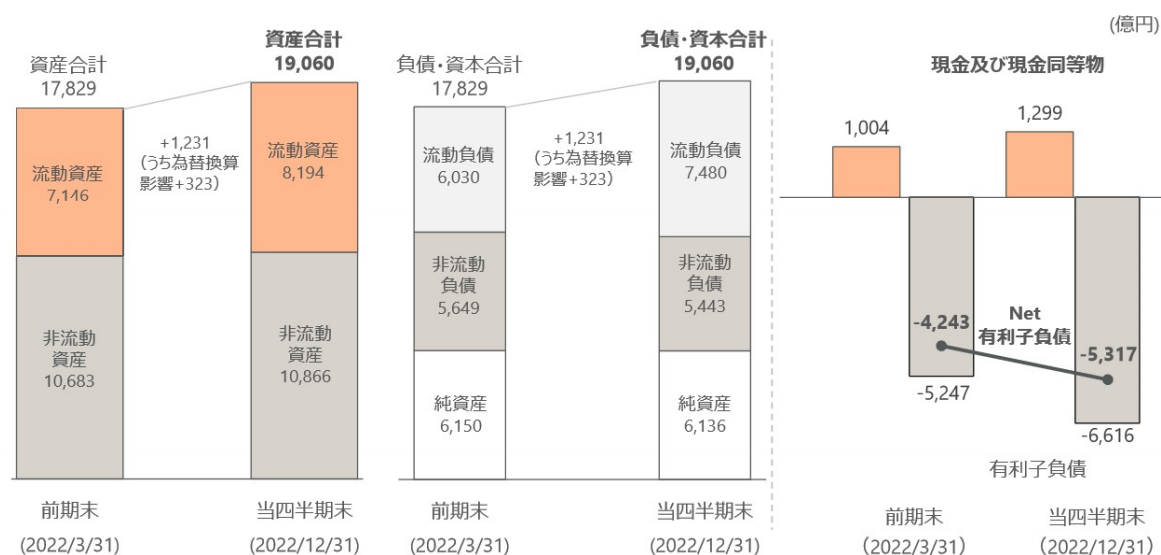
決算のハイライトとしては、売上収益に関して言うと、こうして見ると国内+1%、海外+9%がこの3カ月間ですけれども、現実には為替の影響が大きいです。為替影響を除くと、海外に関してはマイナス2.9%になります。今の段階でいくと、やっぱり中国、ヨーロッパ、アメリカ、それぞれ少し弱含みになっています。

ただ、アメリカ、中国に関しては、今の四半期、もしくは来四半期ぐらいから良くなっていくだろうという感触は持っていますし、欧州に関してもサプライチェーンの再編成ができましたので、中近東、インド向け、また当社がこれから得意としていこうと思っているフラッシングシステム等に頼っていけば、売上を伸ばしていくことができるかなと思っていますが、今はちょうど過渡期かなと思っています。

事業利益に関しましては、なんとか第3四半期に回復させることができ、210億円まで持っていくことができました。このまま改善していったら、これが来期に良い流れにできるように頑張ろうと思っています。

## 連結財務状態

有利子負債は、主に「パートナーシップ構築宣言」に基づく支払期日短縮に関する取り組みの推進<sup>(1)</sup>を目的とした2Qにおける資金調達により増加。自己資本比率は、32.1%



LIXIL (1) 23/3期 第2四半期決算説明資料 p.33 事業・ESG関連トピックス「サプライチェーンにおける責任ある調達と製品の安定供給を推進」をご参照

10

次に、バランスシートです。

## サポート

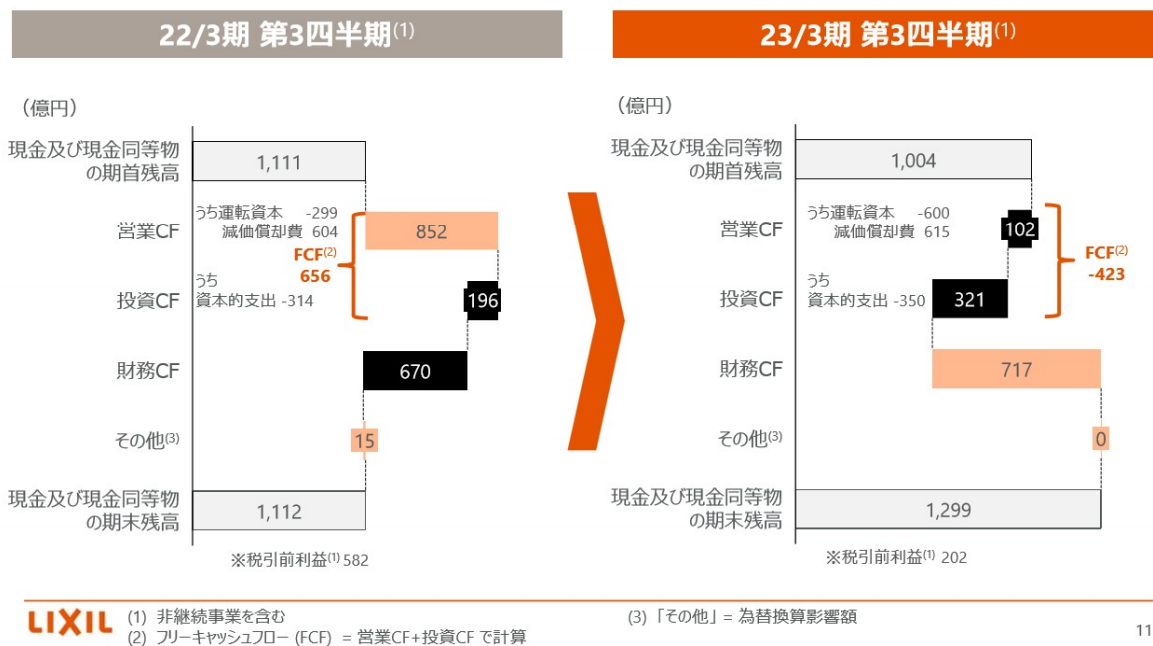
日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
 フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



今回、特に前期、サプライチェーンに苦しんだということもあって、とりわけ中国から持ってくる商品の在庫を厚くしたりとか、それから、結果的には当社として少しくまらなかつたアメリカで、商品を持っていった後、顧客による在庫調整が起こってしまったことや、欧州に関しては、プロダクトミックスが変わってきたことに対する準備とかありまして、全体として在庫レベルが上がってしまったことで、バランスシートが膨らんでしまっています。

## 》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、サプライチェーンの寸断への対応としての在庫水準の引き上げ、税引前四半期利益の減少等により前年同期比で1,079億円減少



一方、キャッシュも、これはもう日本全体の要請でもありますので、サプライヤーに対してパートナーシップ構築宣言ということで、支払期間を短くすることをコミットしています。その分の資金をお借りするといったこともしましたので、今期に関して言うと、キャッシュとしてはあまり良くない結果だったと思いますが、これはもう、今いい風にだんだんなりつつあるので、取り返していくというのが来期の目標になってくるかなと思います。

以上、この後は皆さんのご質問に直接お答えするという形をとりたいと思っています。

## 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@scriptsasias.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。

最初のご質問をご紹介させていただきます。ゴールドマン・サックス証券、岡田様より、2問頂戴しておりますので、まずは1問ずつ紹介いたします。

通期計画達成のために、4Q単独でLWT事業では7.8%、LHT事業では10.5%の事業利益率を達成する必要があります。価格改定効果や足元の需要動向を含め、達成確度についてご教示ください。

**瀬戸 [A]**：LHTに関しては確実に良くなってきているのが、ちょっと足元では値段が上がっていますけれど、やはり原材料の価格が下がってきたことと、10月以降の価格改定効果が十分に収穫できてきている。

それから、競合も遅れてですけれども、第3四半期に値上げしているというところで、いい流れができてきている。特に来期に関していくと、先ほどちょっとお話した1,000億円の補助金が出る窓のリフォーム事業、これはやっぱり高い利益率が保てる商売になるかなと考えていますので、こういった意味で、LHTは順調に改善していっていると思います。

LWTに関しては、日本と海外で少し流れが違うかなと思っています。日本に関しての事業利益の改善に関しては、多少、先ほどお話した中小企業の皆さんの仕入れ価格の値上げ部分の反映を考えますと、価格改定をしてリフォームを増やしているという部分はありますけれども、大きく改善するかと言うと、第4四半期に関しては多少厳しいかもしれません。

ただ、LIXIL International (LWT 海外事業) に関しては、先ほどお話した通り、原価の改善、それからアメリカが回復してきたという部分、こういった部分を考えると、LWT全体としての改善は十分できるんじゃないかなと考えております。

**司会 [Q]**：それでは2問目です。国内リフォーム需要について、コロナ禍収束で在宅時間も少なくなり、リフォーム需要への影響が懸念されますが、いかがでしょうか。また、環境性能の高い窓サッシへの取り替えについて、受注トレンドはいかがでしょうか。

**瀬戸 [A]**：先ほど、新築が11月から悪くなったという話をしていますけれども、国内のリフォームに関しましても、おっしゃる通り、一時的にショールームへの訪問者が減っているとか、影響があるかなとは思っています。

---

### 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



ただ一方で、最後のご質問の部分の窓サッシの取り替えですけど、ここはやっぱり、最大 50% の補助金が 200 万円まで出るということもありますので、大きな興味を集めています。極端な話ですけど、50%ということは、工事か窓かどっちかはタダというようなイメージに近い、高い補助金になるかと思います。

その中で、われわれとしては生産体制を変えまして、内窓を含むリフォーム用の窓を 3 倍までは生産ができるような体制になってきていますので、今回これを逃がさないという形にできると、今までリフォームと言えば水回りといった状況を変えていくことができるんじゃないかなと思っています。

**司会 [Q]**：次に、三井住友トラスト・アセットマネジメント、竹川様より、二つご質問を頂戴しておりますので、順番にご紹介いたします。

今期通期の事業利益の計画対比、第 3 四半期の進捗率は 50%。第 4 四半期でどこまでリカバリーできるでしょうか。未達幅のイメージを、LWT 国内、海外、LHT 国内と、部門ごとに教えてください。

**瀬戸 [A]**：今年、本当に苦しんで、前半（上期）だけで言うと事業利益計画対比は 15%でしたので、そういう意味では、後半（第 3 四半期）だけで 35%を盛り返して、順調にそこは改善できていると考えております。

先ほどお話しした通り、LHT に関しては比較的順調な流れを変える要素はあまりないと思っています。LWT は一方で、第 4 四半期に関して、これ以上改善するかというと、先ほどお話しした通り、国内の仕入価格の問題などもあるので、そこはまあまあかと考えています。

海外は、不確定要素が確かにたくさんあります。というのも、アメリカは明らかに 1 月に過去最高の売上を出せたということで需要が回復してきているし、中国も 1 月、2 月は悪いけれど、3 月には良くなりそうな状況であります。今までがちょっと悪すぎたというところもありますけれど。欧州がスローダウンはしていますが、結果的に売上を保てているところ、それと利益率が 3 月から改善するということからすると、われわれとしてはそれぞれにやっていけるところは大きいのではないかと考えています。

**司会 [Q]**：2 問目です。各国の状況についてご説明をお願いします。国内は、新築需要減はコロナの巣ごもり特需の剥落と理解できますが、リモデルはなぜ減速しているのでしょうか。価格改定による需要減でしょうか、あるいは窓のリモデルが思うようにいかないのでしょうか。今後の施策は

---

## 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@scriptsasias.com



どのようにお考えでしょうか。そして、米国、欧州、ともに景気後退が懸念されている中で、どのように数量を伸ばさせ、利益を確保していくのでしょうか。

**瀬戸 [A]**：リモデルに関しては、先ほどのご質問にも重なるのですが、水回りは悪くなっているのは事実でございます。これは、新築ほど落ちてはいないですが、水回りに関しては、巣ごもり特需という部分も同じようにあると思います。

やはり、巣ごもりしていく中でちょっとトイレが悪くなったとか、お風呂が悪くなったとか、それからやっぱりコロナで気になるから、タッチレスにしようといったものが、前ほどないということはあるかと思えます。

一方、窓のリモデル、これは非常に好調に推移しようとしています。補助金が出るということがあって待っていた部分も第4四半期ではあるかと思えますけれど、それでも第3四半期の12月のレベルで1.5倍ぐらいまで窓のリモデルが増えていましたので、今後大きくなっていくと期待しています。

窓のリモデルのビジネスというのは、われわれのサッシドアの事業部でのビジネスにおける売上として年間大体200億円ぐらいですけれども、そういったところに、言ってみれば33%から50%ぐらいの補助金が総額では1,000億円、1件最大200万円出るということは、かなり大きな期待をしいているのではないかと考えています。

一方、アメリカは景気後退しているかどうか、多少議論の余地があるのではと考えています。確かに、ここまで悪くなってきていますけれど、今年度で考えていくと、特に短期的に言うと、まず顧客による在庫調整が終わったということで、1月が非常に良かったということもあり、それほど悪くないかもしれないと考えています。

一方、ヨーロッパは明らかに景気後退が懸念されていますけれど、今のところ、数量は減っているけれど売上は確保できたのは、価格改定効果もありますが、一方で中近東のような新市場を得ることができたということが、結構大きかったと思います。中近東はやはり、今エネルギーコストが上がっているということで、逆に売れ行きが好調になりつつあります。

**司会 [Q]**：次に、野村証券、福島様より、質問を二つ頂戴しておりますので、順番にご紹介いたします。

第3四半期決算説明資料の4ページ、事業利益の月次チャートを見ると、12月が月間約70億円です。1-3月を70億円×3カ月で、合計210億円を達成すると通期計画と同じになりますが、例年

---

## 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



日本だと需要の最盛期は 10-12 月期で、1-3 月は不需要期です。足元では国内、米国の新築戸建て需要は低迷しています。12 月の利益水準を 3 カ月保てますでしょうか。

**瀬戸 [A]**：過去のパターンで言うと 1 月は悪いです。2 月、3 月と良くなっていくというのが過去のパターンですので、そういう意味では 2 月、3 月は 70 億円以上をやっていかなければならないとは考えております。

われわれとしては、今国内でいくと、やっぱり LHT。海外でいくと、14 ページにアメリカの新築需要が低迷していると書いてありますけれど、一方で先ほど言った、在庫調整収束による反動もありますので、結論から言うと、最後はヨーロッパ次第かなと考えています。

ヨーロッパに関しては、まだ受注残をたくさん抱えています。それをどこまでこの 3 カ月間で解消することができるかがこの計画の鍵だと思っています。

**司会 [Q]**：2 問目です。日本、欧州、米国では価格改定している割に売上が伸びておりません。まだ価格改定効果がフルに反映していないのかもしれませんが、販売数量で見ると、どの程度の減少で推移してきており、今後数量はどの程度伸びると見えていますか。日、米、欧をそれぞれ教えてください。

**瀬戸 [A]**：簡単にはお答えできないのですが、おっしゃる通り、価格改定の一方で売上が維持されているというイメージからすると、数量は明らかに落ちています。

ただ商品のミックスが大きく変わってきています。特にヨーロッパにおいては、先ほど話した通り、ノンフラッシングシステムの蛇口とかシャワーよりも、いわゆるフラッシングシステムが伸びている。それからアメリカに関して言うと、われわれとしては売上構成の大きかったセラミックが少し減ってきています。それから日本においても、売上のミックスが全体的に変わってきています。簡単にはなかなか言えませんが、全体として、少なくとも 5%以上は数量としては減っているだろうとは見えています。

**司会 [Q]**：Alma Capital のグルー様から、複数質問を頂戴しておりますので、2 回に分けてご紹介いたします。

まず、第 4 四半期に Basco の貢献をどのように見込んでいますでしょうか。そして通期計画では、事業利益の連結調整額をマイナス 475 億円に増額しているが、第 4 四半期に多くの費用がかかるということでしょうか。

**松本 [A]**：では松本からお答えさせていただきたいと思います。Basco の貢献は、大体年間 120 億円ぐらいの売上のある会社でございまして、その 4 分の 1 ということになります。利益率が

---

## 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





10%台前半の利益率という非常に好調な事業でございますので、先ほどの数字にその数字を掛けていただければ、大体利益が出るかと思えます。

事業利益の連結調整額 475 億円ですけれども、こちらについて、第 4 四半期に特に多くの費用がかかるということではなく、季節的な連結調整の費用が出てくるというのはありますけれども、多くの費用、すなわちリストラとかそういうことを予想しているわけではございません。

**司会 [Q]**：次の質問です。需要の軟化はどの程度進んでいるのか。また、最も大きな打撃を受けた地域や製品について、詳しく教えてください。

**瀬戸 [A]**：結果としては、アメリカの在庫調整が一番大きな打撃を受け、在庫が過剰になりました。基本的にはこれは衛生陶器でございます。

日本に関しては、これはボディーブロー的に少しずつ計画より悪くなっているというのが、今年の特徴と考えています。

欧州に関しては、需要の軟化がまだ、当社のビジネスに対してすごく影響しているというわけではないですけれど、結果的には欧州がもう少し、それからアメリカが 4-6 月に実際にコロナの影響で荷揚げなどが遅れなければ、本当はかなり良い成績がだせたのではないかとというのが残念なところでは。

**司会 [Q]**：次に、CLSA 証券、望月様より、二つ質問を頂戴しておりますので、順番にご紹介いたします。

ASB は第 3 四半期も赤字でしたが、第 4 四半期からは黒字化するという理解でよろしいでしょうか。それとも、来期からの黒字化を想定したほうがいいでしょうか。

**瀬戸 [A]**：先ほど申し上げた通り、1 月はアメリカンスタンダードというか、米国の事業そのものとして過去最大の売上でしたので、これはもう黒字化していると考えております。

また、先ほど松本から話があった Basco も貢献してくれるので、ここはもう既に第 4 四半期から黒字になっているという理解です。

**司会 [Q]**：2 問目です。グローバルでコストプッシュインフレーションが続いており、2023 年 3 月期だけでなく、2024 年 3 月期についても御社の調達コストが増加するリスクが高まっていると思います。来期についても、サプライヤーからの値上げ要請があると考えてよろしいでしょうか。

**瀬戸 [A]**：三つに分けて考えたらいいと思います。LWT ジャパン（LWT 日本事業）、ここは木製品、鉄製品を多く使用している中小の仕入れ先があります。ここからの値上げ要請は、7 月 8 月ぐ

---

## 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



らいから多くなってまいりました。5月から要請があり、7月頃から徐々に反映されていきました。大体こうした取引は、1年間その値段と決まってくるので、そういう意味で今期の後半に多かった部分があり、その値上げの影響は、ある程度LWT ジャパンに関してはあります。

ただ一方で、鉄や木のコストそのものは、既に下がりだしてきております。実は、去年6月から全体としては下がっているけれど、日本だけが特殊事情で値段が高いままでした。それは、一つには日本の木材の、いわゆるJISとかJASの規定の問題があり、自由に使えなかったといったものです。鉄に関しても、商品に関連して、高炉への投資などがあり、価格が上がってきていることもあって、他の国に比べると鉄と木の値段が高止まっていたことは事実ですけれども、これも最近下がりだしてきています。

ですから、LWT ジャパンに関しては、ある程度コストが上がることは予定していますけれど、大きくこれは困ったなという事態になるというよりは、ほぼ予想の範囲内で動いていこうと考えています。ここは上がった部分を当然われわれも上げるということをして、ある程度予想がついていますので、そこはLWT ジャパンに関してはマネージできるだろうと考えています。

LHTに関しては、去年3月にはアルミが1トンあたり4,000ドルぐらいまでいったのが、今は2,000ドルぐらいまで下がる一方で、円安が一気に進行し、為替とアルミの両方の要素があると思っています。ただ、こちらも基本は価格に転嫁するということが過去成功してきていますし、大きく失敗しないのではないかと考えています。

最後、LIXIL International (LWT 海外事業) ですけれど、ここが一番大きなコスト要素は銅になります。ただ、先ほどお話しした通り、樹脂化、亜鉛化が順々に進んでいます。どのぐらい上がるかによって違うとは思いますが、コストプッシュインフレーションに関して言うと、やはり需要あってのコストプッシュインフレーションなので、需要の減退という今の全体の状況、ものすごく景気が良くなっている状況ではないところからすると、コモディティのコストが大きく上がるということは、あまり想定していません。

また、コストが大きく上がることがあった場合も、当社は代替素材を増やしているということで競合よりも有利な状況にあると思います。

**司会 [Q]**：次に、BofA 証券、大室様からのご質問です。

修正計画でかなり円安を反映していましたが、そのバッファは結果的には何とオフセットされたのか。修正計画では反映しきれなかったマイナス要素は何が主要なものとしてありますでしょうか。

---

## 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





**瀬戸 [A]**：一つは、そもそも売上が伸ばせなかったということがあると思います。アメリカに関しては、9月ぐらいには在庫調整が終わるだろうと予想したのが、結局11月までかかってしまったこと。ヨーロッパに関しては、受注残はたくさんあるけれど、結局商品ミックスが変わった部分を出荷しきれなかったという、工場と物流センター両方の問題があったかと思います。結果的にその部分の売上が上がらなかったこと。

それともう一つは、やっぱり在庫が過剰になっていったとき、工場をある時期止めなくてははいけませんでした。その部分の固定費の負担は、特に衛生陶器に関してあり、そこはアメリカでは響いてしまったということがあると思います。

最後に、日本の需要減に関して言うと、やっぱり5%ぐらいは売上が計画よりも低くなってしまったと思っています。これは何が重要な要因かと言うと、世間で予想されている新築需要の予想、それからリフォームの需要が思うように伸びなかったというところがあります。

**司会 [Q]**：次に、SMBC日興証券、川嶋様より2問頂戴しています。

1問目です。為替レートが3カ月前とは傾向が変わりましたが、業績への影響について教えてください。

**瀬戸 [A]**：現時点で、為替レートの一番の影響は、アルミサッシに使われるアルミの値段に対する影響です。当然、為替レートが円高に向かっていくということは、これはわれわれにとってプラス材料ですけど、一方で、アルミの値段がじりじり上がっていることも事実です。

われわれとしては、先ほどお話しした通り、スクラップを中心としたアルミでサッシを作っていくということで、差別化はしていきますが、逆にスクラップを使っていくと、ヘッジができなくなってくるので、そこはボラティリティが高くなってしまいう傾向があるかと思っています。

そういった意味で、素材を変えて環境に良い商品を作ってきた分を、きちんと価格に反映していくことをしていかななくてはいけないなとは思っております。

繰り返しになりますけれど、為替レートの一番の影響は、アルミ、それから、製品でタイ、ベトナムから輸入している部分もあるので、主にLHTにかかります。

一方で、為替レートに関して、仮にドル高に振れた場合、有利になるのはアメリカのビジネスですけど、先ほどご質問があった通り、これまでいろんな問題があって赤字になってしまったところで、逆にそこが響いていたのが、これから利益が出てくるようになってくると、そこは多少利益が十分出てこないところがあるかと思いますが、今の時点で見ると、為替レートは円高になってくれるほうが業績に対して良い影響を与えるだろうと見ています。

---

## 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@scriptsasias.com



**司会 [Q]**：2 問目です。インフレによる消費能力への影響という観点から、量的な減少や低価格品が好まれることによるミックスの悪化リスクを、日本や米国で感じられていますか。

**瀬戸 [A]**：今感じているのは、欧州が一つありますね。欧州に関して、リフォームが小規模に変わってきていて、小規模に変わってくると、ある程度 DIY 的なものが増えてきます。

その中で、実は当社は 2 年前に「QuickFix」というブランドを出しています。この「QuickFix」は、自分で DIY リフォームができる商品ですが、この商品に替わってきています。さっき商品ミックスが大きく変わっているという話がありましたが、それによって、当社として従来の GROHE に比べると低価格品ではありますが、ただ利益としては十分取れている商品です。ある程度 SKU が少なく売れてくるので、その部分では欧州に関してはインフレによる消費能力への影響はうまくヘッジできているかと思います。

一方、アメリカは、大きな売上であったコモディティ的な、オープンプライスの衛生陶器の商品の売上が減ることになると思います。ただ、この部分はいずれにしても、ある程度やめていかなくは、長期的なボラティリティを防ぐことはできないと考えています。先ほどお話しした通り、製品をもっとシャワーや水栓金具に変えていくとか、それから買い手を変えていくことをしていくので、その意味ではミックスの悪化リスクは、明らかにアメリカでは、ビッグボックス（流通大手）で起こっているところは下がってくれるのではと思います。

一方、日本ですけれども、今のところ、大きくこれが出ているというのはありません。ただ、これから日本の中でといったとき、新築でもやっぱり売れている層というのが、分譲の中で非常にうまく安いものを作ってというところがありますので、そういったものの需要が増えていく中で、われわれの高級化路線の商品、価格改定路線の商品がシェアを減らすというリスクは、当然あると思います。

そこに対応できるように、商品の差別化を進めていくということが基本的な戦略になっていくと考えています。

**司会 [M]**：ここまでいただいたご質問につきましては、全てご回答させていただきました。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。

これもちまして、株式会社 LIXIL 2023 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 をどうぞよろしくお願い申し上げます。ありがとうございました。

[了]

---

## 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



---

## 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 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

