



上新電機株式会社

2024 年度第 2 四半期決算説明会

2024 年 11 月 5 日

イベント概要

[企業名]	上新電機株式会社
[企業 ID]	8173
[イベント言語]	JPN
[イベント種類]	決算説明会
[イベント名]	2024 年度第 2 四半期決算説明会
[決算期]	2025 年度 第 2 四半期
[日程]	2024 年 11 月 5 日
[ページ数]	29
[時間]	17:00 – 17:45 (合計：45 分、登壇：26 分、質疑応答：19 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 代表取締役兼社長執行役員 金谷 隆平（以下、金谷） 代表取締役兼副社長執行役員 営業戦略担当 高橋 徹也（以下、高橋）

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

取締役兼常務執行役員 経営企画・人財戦略担当

田中 幸治（以下、田中）

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



登壇

司会：本日はお忙しい中、上新電機株式会社、2024 年度第 2 四半期決算説明会のライブ配信をご視聴いただきまして、誠にありがとうございます。

本日の進行につきまして、まず代表取締役 兼 社長執行役員、金谷隆平より決算について説明し、その後、質疑応答のお時間とさせていただきます。

皆様からのご質問につきましてはチャット欄にて承りますので、適宜ご入力をよろしくお願いいたします。なお、チャットの入力は説明中も可能でございます。

それでは、金谷より説明させていただきます。

【目次】

- 2024年度（2025年3月期）第2四半期決算
2024年度（2025年3月期）通期予想
- 中期経営計画（JT-2025 経営計画）の
取り組みについて



2/33

金谷：皆様、こんにちは。上新電機株式会社、代表取締役 兼 社長執行役員の金谷隆平でございます。本日はお忙しい中、2024 年度第 2 四半期決算の説明会にご参加いただき、誠にありがとうございます。

本日は、こちらの順番に沿って説明いたします。

説明終了後、質疑応答の時間を設けております。もししくは担当の役員より回答させていただきますので、何卒よろしくお願い申し上げます。

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



2024年10月25日公表

2025年3月期第2四半期（中間期）連結業績予想及び通期連結業績予想の修正に関するお知らせ

当社は、2024年5月7日の前期決算発表時に公表しました2025年3月期の第2四半期（中間期）連結業績予想及び通期連結業績予想を下記のとおり修正いたしましたのでお知らせいたします。

1. 連結業績予想について

(1) 2025年3月期第2四半期（中間期）連結業績予想の修正

(2024年4月1日～2024年9月30日)

(2) 2025年3月期通期連結業績予想の修正

(2024年4月1日～2025年3月31日)

(3) 修正の理由

第2四半期連結累計期間の業績につきまして、売上面は猛暑の影響により好調であったエアコン等の一部商品を除き、おしなべて前期実績を下回り、特に当社の強みであるエンタテインメント商品の不振が響き、販売チャネルではインターネット販売が伸び悩みました。一方で経費面においては将来を展望した、人的資本や生産性向上に向けたICT実装への投資を積極的に行った結果、減収減益の見通しとなり、前回予想を下回ることとなりました。

2025年3月期の通期連結業績予想につきましても、第2四半期までの実績と足元の動向を鑑み、売上高、利益ともに前回予想を修正いたしました。

2. 配当予想について

2024年5月7日の前期決算発表時に公表しましたとおり、1株あたり100円（前期実績90円）を期末配当として予定しております。

2025年3月期第2四半期（中間期）連結業績予想の修正

	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に 帰属する 中間純利益	1株当たり 中間純利益
	百万円	百万円	百万円	百万円	円 銭
前回発表予想（A）	198,000	4,600	4,600	3,200	122.63
今回修正予想（B）	191,800	1,800	1,800	2,200	84.47
増減額（B－A）	△6,200	△2,800	△2,800	△1,000	—
増減率（%）	△3.1	△60.9	△60.9	△31.3	—

2025年3月期通期連結業績予想の修正

	売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に 帰属する 当期純利益	1株当たり 当期純利益
	百万円	百万円	百万円	百万円	円 銭
前回発表予想（A）	410,000	9,000	9,000	6,000	229.93
今回修正予想（B）	400,000	4,000	4,000	3,800	146.18
増減額（B－A）	△10,000	△5,000	△5,000	△2,200	—
増減率（%）	△2.4	△55.6	△55.6	△36.7	—

配当予想

	年間配当金		
	第2四半期末	期末	合計
	円 銭	円 銭	円 銭
前回予想	0.00	100.00	100.00
今回予想	0.00	100.00	100.00
前期実績(2024年3月期)	0.00	90.00	90.00

3/33

それでは、3ページをご覧ください。

当社は、2025年3月期第2四半期（中間期）連結業績予想及び通期連結業績予想の修正に関するお知らせを、2024年10月25日に開示しました。

売上高だけでなく、営業利益をはじめとする全ての利益項目において、期初に発表した予想から大幅な下方修正を行いました。

第2四半期の下方修正に伴い、通期業績につきましても同様に下方修正を行いました。これからご説明する第2四半期決算の結果を真摯に受け止め、要因を冷静に分析し、課題を克服するための対策を速やかに講じることで、第3四半期以降の巻き返しに取り組んでまいります。

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

2024年度（2025年3月期）第2四半期決算の概要 -1

連結損益計算書（4-9月）

(百万円)	2023年度上期（4-9月）		2024年度上期（4-9月）					
	実績	売上比	期初予想	売上比	実績	売上比	増減率	対期初予想増減率
売上高	197,483	100.0%	198,000	100.0%	191,986	100.0%	△2.8%	△3.0%
うち店頭販売	163,356	82.7%	—	—	157,967	82.3%	△3.3%	—
うちインターネット販売	31,463	15.9%	—	—	29,677	15.4%	△5.7%	—
その他	2,664	1.4%	—	—	4,341	2.3%	+63.0%	—
売上総利益	52,868	26.8%	—	—	50,852	26.5%	△3.8%	—
販売費及び一般管理費	48,282	24.5%	—	—	49,013	25.5%	+1.5%	—
営業利益	4,586	2.3%	4,600	2.3%	1,838	1.0%	△59.9%	△60.0%
経常利益	4,549	2.3%	4,600	2.3%	1,777	0.9%	△60.9%	△61.4%
中間純利益※1	3,110	1.6%	3,200	1.6%	2,196	1.1%	△29.4%	△31.4%

※1 親会社株主に帰属する中間純利益

4/33

4 ページをご覧ください。4 ページは、2024 年度上期、4 月から 9 月の連結業績一覧です。

売上高におきましては、店頭販売及びインターネット販売いずれも前期実績から減収となりました。

利益面では、営業利益、経常利益、中間純利益いずれも前期実績から減益となりました。

売上総利益率は 26.5%にとどまり、前期から 0.3 ポイント低下しました。

売上高の減収に伴い、売上総利益は減益となる一方、販売費及び一般管理費の支出が増加したことにより、営業利益は大幅減益となり、営業利益率も 1.0%に低下しました。

有価証券売却益による特別利益の計上により、中間純利益は、営業利益、経常利益を上回る着地となりました。

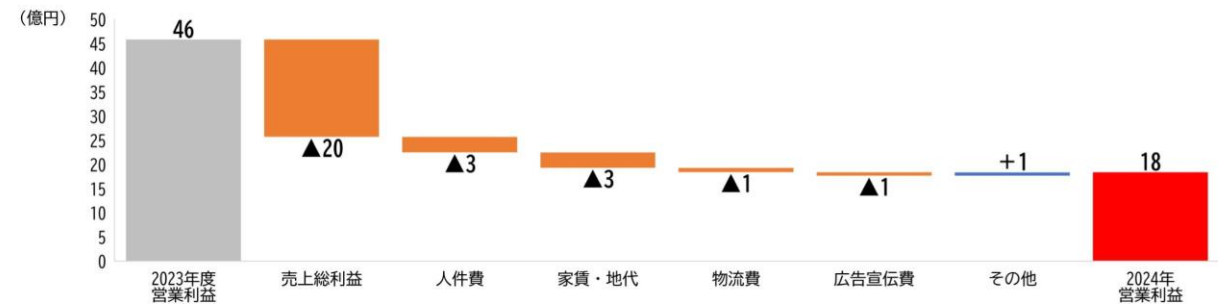
営業利益の増減要因につきましては、次のスライドにて説明を行います。

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

2024年度（2025年3月期）第2四半期決算の概要 -2

営業利益増減要因（4-9月）：前年差



2023年度

(億円)	2022年度 営業利益	売上総利益	人件費	家賃・地代	物流費	広告宣伝費	その他	2023年度 営業利益
4-9月	41	+17	▲4	▲4	▲1	+2	▲7	46

営業利益増減要因（四半期別）：前年差

(億円)	2023年度 営業利益	売上総利益	人件費	家賃・地代	物流費	広告宣伝費	その他	2024年度 営業利益
4-6月	11	+4	▲2	▲2	▲0	▲1	▲1	9
7-9月	35	▲24	▲1	▲2	▲1	▲0	+1	9

5/33

続きまして、5 ページをご覧ください。5 ページは、4 月から 9 月の営業利益の増減要因のグラフです。

売上総利益は、前期比 20 億円の減益となりました。これは、主力の家電及びエンターテインメントの販売が伸び悩んだことが大きく影響しています。人件費は前期比で 3 億円支出が増加しましたが、これは人的資本への投資を進めた結果によるものです。

物流については、関西茨木物流センターにおけるマテハンの追加投資、東京物流センターの EC 出荷機能整備への投資により、東西の物流の 2 拠点体制が順調にスタートしており、物流効率の向上によって、経費は前期比で 1 億円の微増にとどめることができました。

以上の結果、売上総利益の減益と販売費及び一般管理費の増加により、営業利益は大幅な減益となりました。

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

2024年度（2025年3月期）第2四半期決算の概要 -3

連結損益計算書（7-9月）

(百万円)	2023年度1Q (4-6月)		2024年度1Q (4-6月)			2023年度2Q (7-9月)		2024年度2Q (7-9月)		
	実績	売上比	実績	売上比	増減率	実績	売上比	実績	売上比	増減率
売上高	90,377	100.0%	90,195	100.0%	△0.2%	107,106	100.0%	101,791	100.0%	△5.0%
うち店頭販売	72,998	80.8%	73,399	81.4%	+0.5%	90,358	84.4%	84,568	83.1%	△6.4%
うちインターネット販売	16,048	17.7%	14,290	15.8%	△11.0%	15,415	14.4%	15,386	15.1%	△0.2%
その他	1,330	1.5%	2,505	2.8%	+88.3%	1,333	1.2%	1,835	1.8%	+37.7%
売上総利益	24,787	27.4%	25,137	27.9%	+1.4%	28,081	26.2%	25,714	25.3%	△8.4%
販売費及び一般管理費	23,695	26.2%	24,228	26.9%	+2.2%	24,587	23.0%	24,785	24.3%	+0.8%
営業利益	1,091	1.2%	909	1.0%	△16.7%	3,495	3.3%	929	0.9%	△73.4%
経常利益	1,076	1.2%	904	1.0%	△16.0%	3,473	3.2%	873	0.9%	△74.9%
四半期純利益(※1)	620	0.7%	468	0.5%	△24.5%	2,489	2.3%	1,728	1.7%	△30.6%

※1 親会社株主に帰属する四半期純利益

6/33

続きまして、6 ページをご覧ください。6 ページは、2024 年度 7 月から 9 月の連結損益の一覧です。

売上高は、前期比 5.0%の減収となりました。昨年 9 月に阪神タイガースの優勝セールを実施したことで、前期実績比のハードルが高かったことが影響し、店頭販売が減収に転じたことが主な要因となっております。

インターネット販売は、前期実績並みの売上高を確保することができました。これは、自社サイトの販売が順調に推移したこと、出店先の販売も構造改革の影響が一巡し、前期実績からの減収幅が縮小したことによるものです。

利益面では、営業利益、経常利益、四半期純利益、いずれも減益となりました。

販売費及び一般管理費は前期並みで推移しましたが、売上総利益が前期比 8.4%下落したことにより、営業利益率は 0.9%まで落ち込む結果となりました。

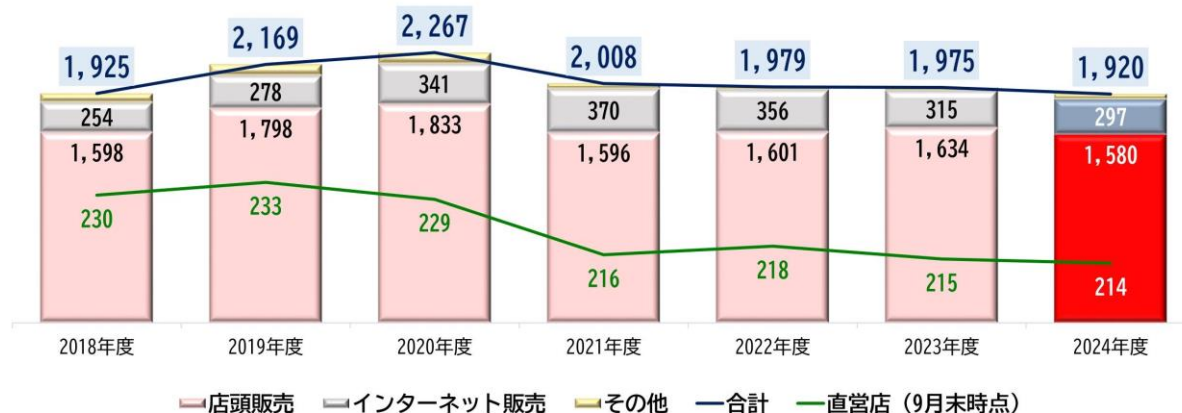
サポート

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

店頭販売とインターネット販売の推移（上期）

●リアル店舗数の減少影響はあるものの、店頭販売は厳しい着地

（億円）



（億円）	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
1店舗あたり売上高（※1）	6.95	7.72	8.00	7.39	7.35	7.60	7.38
※1 店頭販売÷直営店							

7/33

続きまして、7ページをご覧ください。7ページは、店頭販売及びインターネット販売における各事業年度上期の業績推移を示しています。

店頭販売につきましては、2024年度は、チャネル別の開示を始めた2018年度からの7年間で、最も厳しい売上高となりました。これは、エンターテインメントの売上が前期実績から大幅に低下したことによるものです。

今年度は、ゲームを中心とする新商品の販売サイクルが大きく影響しました。主力の家電販売でカバーする計画でしたが、家電販売も低迷したことにより、売上高の減収だけでなく、売上総利益の減益にも直接的な影響を及ぼすことになりました。

インターネット販売につきましては、2023年度から取り組んでいる構造改革により、自社サイトであるJoshin web ショップを柱とする収益力の強化に取り組んでおります。結果、2022年度以降は下落傾向で推移していますが、規模の拡大からシフトしたことで、収益力は着実に強化することができました。2024年度は、自社サイトの売上高は前期を上回る実績を確保し、出店先の売上高も構造改革の影響が一巡したことにより、減収幅は縮小傾向にあります。

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

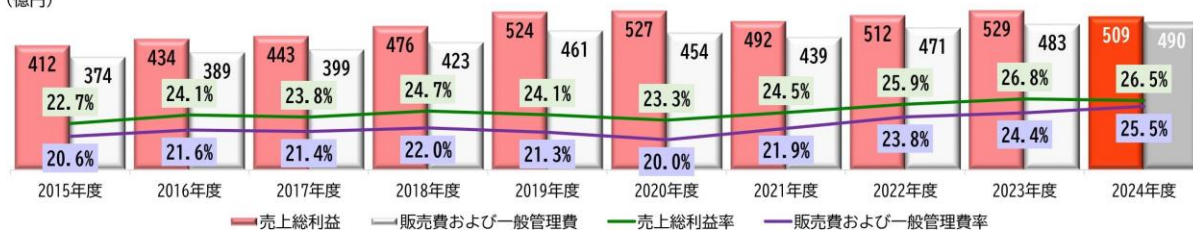
連結業績推移（上期）

●売上総利益率は26%台を確保するも、販売費および一般管理費率が25%に到達したことにより、営業利益は厳しい着地

売上高と営業利益
(億円)



売上総利益と販売費および一般管理費
(億円)



8/33

続きまして、8 ページをご覧ください。8 ページは、各事業年度上期の業績推移を一覧にしたものです。

2024 年度は、それまで上昇傾向で推移した売上総利益が減少に転じ、販売費及び一般管理費も過去 10 年間で最大になったことから、営業利益は過去 10 年間で最も厳しい業績となりました。結果、営業利益率も 2% 台で推移してきたものが、1.0% まで低下しました。

売上総利益率は 26.5% となり、前期実績から若干減少していますが、前期は阪神タイガースの優勝セールによる一過性の要因が押し上げており、2022 年度と比較すると上昇していることから、上昇傾向で推移していることに変わりはありません。

営業利益を確保できなかった最大の要因は、計画された販売費及び一般管理費の上昇分を上回る売上総利益の額そのものを確保できなかったことによるものであり、必要な売上総利益を生み出すだけの売上計画を達成できなかったことが、最大の要因であると認識しております。

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

2024年度（2025年3月期）第2四半期決算の概要 -4

品種別売上高（4-9月）

(百万円)	2023年度1Q (4-6月)		2024年度1Q (4-6月)			2023年度2Q (7-9月)		2024年度2Q (7-9月)			2023年度上期 (4-9月)		2024年度上期 (4-9月)		
	実績	売上比	実績	売上比	増減率	実績	売上比	実績	売上比	増減率	実績	売上比	実績	売上比	増減率
テレビ	5,252	5.8%	5,279	5.8%	+0.5%	7,120	6.6%	6,507	6.4%	△8.6%	12,372	6.3%	11,787	6.1%	△4.7%
冷蔵庫	5,841	6.5%	5,783	6.4%	△1.0%	8,206	7.7%	7,271	7.1%	△11.4%	14,047	7.1%	13,054	6.8%	△7.1%
洗濯機・ クリーナー	8,205	9.1%	7,936	8.8%	△3.3%	10,072	9.4%	9,310	9.1%	△7.6%	18,277	9.2%	17,247	9.0%	△5.6%
電子レンジ・ 調理器具	3,559	4.0%	3,531	3.9%	△0.8%	4,218	3.9%	3,734	3.7%	△11.5%	7,777	3.9%	7,266	3.8%	△6.6%
エアコン	11,764	13.0%	13,109	14.5%	+11.4%	16,289	15.2%	16,699	16.4%	+2.5%	28,053	14.2%	29,809	15.5%	+6.3%
パソコン	4,500	5.0%	4,202	4.7%	△6.6%	4,580	4.3%	3,631	3.6%	△20.7%	9,080	4.6%	7,834	4.1%	△13.7%
携帯電話	6,596	7.3%	8,909	9.9%	+35.1%	8,645	8.1%	10,019	9.8%	+15.9%	15,241	7.7%	18,928	9.9%	+24.2%
ゲーム・模型・ 玩具・楽器	13,730	15.2%	10,897	12.1%	△20.6%	14,170	13.2%	12,030	11.8%	△15.1%	27,901	14.1%	22,927	11.9%	△17.8%

9/33

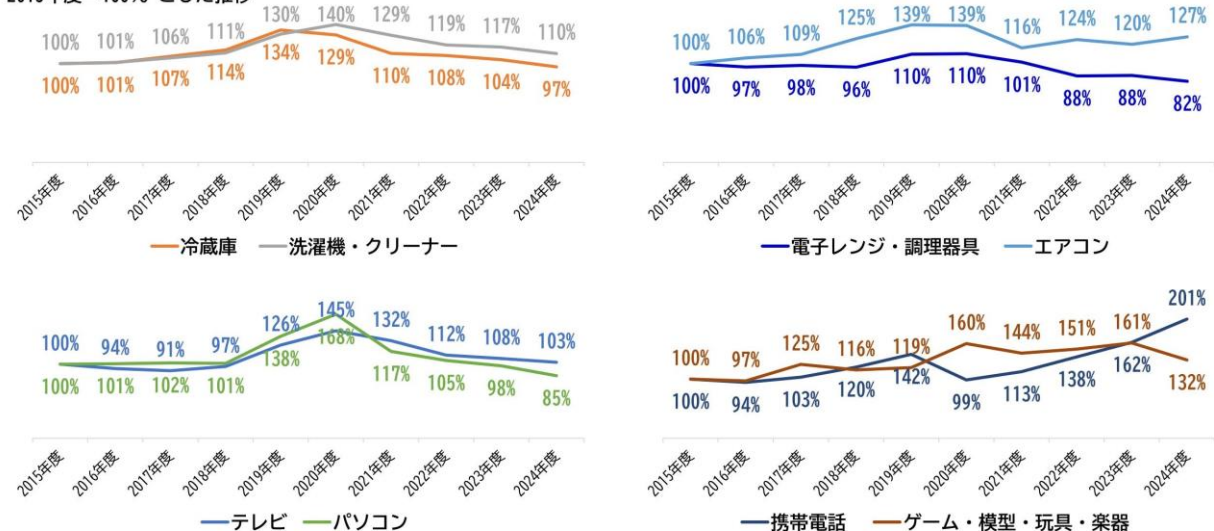
続きまして、9 ページをご覧ください。9 ページは、上期の主な品種別の売上高です。

2024 年度は、携帯電話、エアコンは前年を上回る実績を確保することができました。前期実績との比較では、エアコンを除く主力の大型家電において、軒並み前年を下回る着地となりました。阪神タイガースの優勝セールがあり、前年実績のハードルが高いことありますが、期初に計画した台数を販売することができなかったことが、この結果に繋がっています。

商品別販売10年間推移（4-9月）

●携帯電話、エンターテインメント系、エアコンは順調に伸ばす一方、苦戦する商品もあり

2015年度=100% とした推移



10/33

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

続きまして、10 ページをご覧ください。10 ページは、過去 10 年間の上期における商品別販売額の推移です。

この 10 年間で、直営店の店舗数は減少していますが、携帯電話やゲームをはじめとするエンターテインメント商品は順調に売上を拡大してきました。主力の家電製品では、エアコン、洗濯機・クリーナーは売上を伸ばしてきましたが、冷蔵庫のように 10 年前の売上を下回る商品も見受けられます。

物流体制の整備により、大型家電の全国配送、設置が可能となりましたので、リアル店舗、EC 両チャンネルでの訴求を通じた販売強化で売上高の拡大を目指してまいります。

ひと、まち、笑顔に。Joshin

2024年度（2025年3月期）第2四半期決算の概要 -5

貸借対照表

(百万円)	2024年3月末	2024年9月末	増減
流動資産	124,006	117,585	△ 6,420
有形固定資産	74,902	74,856	△ 46
無形固定資産	2,545	3,128	+582
投資その他の資産	31,322	30,201	△ 1,120
固定資産	108,769	108,185	△ 584
資産合計	232,775	225,771	△ 7,004
(ご参考)			
有利子負債合計	53,104	46,313	△ 6,790

(百万円)	2024年3月末	2024年9月末	増減
流動負債	84,571	73,612	△ 10,959
固定負債	43,590	48,548	+4,957
負債合計	128,162	122,160	△ 6,001
純資産合計	104,613	103,610	△ 1,002
負債純資産合計	232,775	225,771	△ 7,004
ネット有利子負債合計	49,212	42,661	△ 6,551

※ ネット有利子負債合計：有利子負債－現金及び預金

キャッシュ・フロー

(百万円)	2023年9月末	2024年3月末	2024年9月末	2023年9月末比 増減	2024年3月末比 増減
営業活動によるキャッシュ・フロー (a)	7,370	2,278	11,109	+3,738	+8,830
投資活動によるキャッシュ・フロー (b)	△2,284	△ 4,806	△ 1,457	+827	+3,349
(フリーキャッシュ・フロー (a) + (b))	5,086	△ 2,527	9,651	+4,565	+12,179
財務活動によるキャッシュ・フロー	△2,339	3,649	△ 9,891	△ 7,551	△ 13,541
現金及び現金同等物の期末残高	5,516	3,891	3,652	△ 1,864	△ 239

11/33

続きまして、11 ページをご覧ください。11 ページは、貸借対照表とキャッシュ・フロー計算書における主要項目の実績を示しています。

貸借対照表における資産の部では、棚卸資産をはじめとする流動資産の減少などにより、合計で約 70 億円減少しました。負債の部では、長期借入金を積み増したことなどにより、固定負債が増加しましたが、短期借入金の返済などにより、合計で 60 億円減少しました。

キャッシュ・フロー計算書では、営業活動によるキャッシュ・フローが売上債権及び棚卸資産の減少により 100 億円を超え、3 月末時点から約 88 億円増の 111 億 900 万円の収入となりました。投資活動によるキャッシュ・フローは、投資有価証券の売却による収入などにより、14 億 5,700 万円の支出となりました。結果、フリーキャッシュ・フローは 3 月末時点から約 121 億円増の 96 億

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



5,100 万円の収入となりました。財務活動によるキャッシュ・フローは、短期借入金の返済などにより、98 億 9,100 万円の支出となりました。

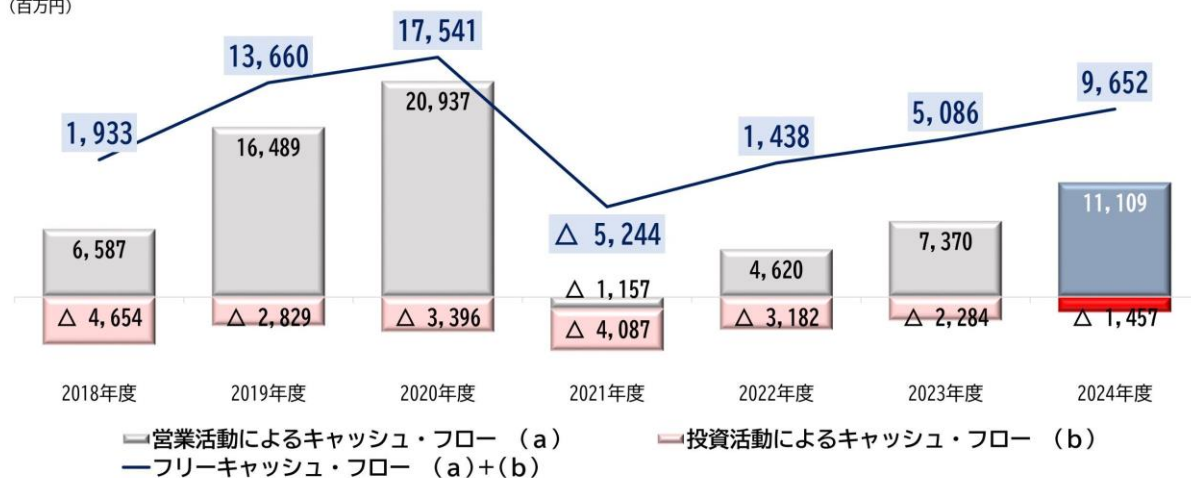
財務の健全性はしっかりと確保することができています。

ひと、まち、笑顔に。Joshin

キャッシュ・フローの推移（9月末）

●営業キャッシュ・フローは2024年9月末時点で111億円を確保したことにより、フリー・キャッシュフローもプラスで着地

（百万円）



12/33

続きまして、12 ページをご覧ください。12 ページは、各事業年度上期におけるキャッシュ・フローの推移です。

営業活動によるキャッシュ・フローにつきましては、開示を始めた 2018 年度からの 7 年間で、過去 3 番目に大きな額となり、2020 年度以来、4 期ぶりに 100 億円を突破しました。

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



2024年度（2025年3月期）通期予想

連結損益計算書（通期予想）

(百万円)	2023年度通期（4-3月）		2024年度通期（4-3月）					
	実績	売上比	期初予想	売上比	今回予想	売上比	増減率	対期初予想増減率
売上高	403,692	100.0%	410,000	100.0%	400,000	100.0%	△0.9%	△2.4%
営業利益	8,364	2.1%	9,000	2.2%	4,000	1.0%	△52.2%	△55.6%
経常利益	8,251	2.0%	9,000	2.2%	4,000	1.0%	△51.5%	△55.6%
当期純利益(※1)	4,891	1.2%	6,000	1.5%	3,800	1.0%	△22.3%	△36.7%

※1 親会社株主に帰属する当期純利益

13/33

続きまして、13 ページをご覧ください。13 ページは、2024 年度通期の修正後の予想です。

売上高は期初の予想から 2.4%減少し、100 億円の下方修正となります。営業利益、経常利益は期初の予想から 55.6%減少し、50 億円の大幅な下方修正となります。結果、営業利益率も期初予想の 2.2%から 1.0%に低下します。

下期最大の課題は、リアル店舗における家電を販売する力の再構築です。個別の店舗ごとに損益状況や周辺の市場環境など、きめ細やかな状況分析に基づく最適な店舗運営体制を整備すべく、従業員の商品知識、接客力、提案力などの専門性向上をはじめ、従業員の配置や営業時間の見直し、ICT を活用した店舗オペレーション体制の高度化、これらにより、顧客接点を強化し、収益の拡大を目指してまいります。

EC においては、自社サイトの売上拡大に引き続き注力するとともに、出店先につきましても、利益を落とさない形での販売拡大に取り組めます。また、商品ラインナップの拡充などによる自社サイトの魅力度向上や、店舗受け取りサービスのエリア拡充により、リアル店舗との相互送客によるシナジー効果の最大化に引き続き取り組んでまいります。

商品施策の抜本的な見直しにも、同時並行で取り組んでまいります。一人一人のお客さまに合わせたワントゥワンマーケティングの強化による、効果的なプロモーションを積極展開してまいります。

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

また、リアル店舗、EC の 2 チャネルを支える基盤として、東西 2 拠点による総合物流体制の強化、配送、設置、工事体制の整備拡充も進めてまいります。

連結業績推移（通期）

●営業利益は過去10年間で最も厳しい予想、下期の挽回策が上積みのカギを握る

売上高と営業利益

（億円）



14/33

続きまして、14 ページをご覧ください。14 ページは、過去 10 年間の通期業績の推移を示しています。

売上高は 4,000 億円レベルで推移していますが、営業利益は過去 10 年間で最も厳しい予想となります。営業利益率につきましては、過去 10 年間は 2% 台で推移していましたが、1.0% に低下すると予想しております。営業利益を少しでも積み上げ上げるためには、下期の取り組みが重要になっています。

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@scriptsasias.com

2024年度（2025年3月期）下期予想

連結損益計算書（下期（10-3月）予想）

(百万円)	2023年度上期 (4-9月)		2024年度上期 (4-9月)			2023年度下期 (10-3月)		2024年度下期 (10-3月)					
	実績	売上比	実績	売上比	増減率	実績	売上比	期初予想	売上比	今回予想	売上比	対前年 増減率	対期初予想 増減率
売上高	197,483	100.0%	191,986	100.0%	△2.8%	206,209	100.0%	212,000	100.0%	208,013	100.0%	+0.9%	△1.9%
営業利益	4,586	2.3%	1,838	1.0%	△59.9%	3,778	1.8%	4,400	2.1%	2,161	1.0%	△42.8%	△50.9%
経常利益	4,549	2.3%	1,777	0.9%	△60.9%	3,702	1.8%	4,400	2.1%	2,222	1.1%	△40.0%	△49.5%
中間純利益(※1)	3,110	1.6%	2,196	1.1%	△29.4%	1,781	0.9%	2,800	1.3%	1,603	0.8%	△10.0%	△42.7%

※1 親会社株主に帰属する中間純利益

15/33

続きまして、15 ページをご覧ください。15 ページは、2024 年度下期の修正後の予想です。

売上高は、期初の予想から 1.9%の減収となりますが、前年実績を上回る予想です。

前期は阪神タイガースの日本一セールを実施したことにより、下期に前年実績を上回る売上高を確保することは、決して容易な状況ではありません。営業利益、経常利益は期初予想から半減し、営業利益率も期初予想の 2.1%から 1.0%に低下すると予想しています。

営業利益の額を積み上げるためには、売上総利益の拡大と、販売費及び一般管理費の適切な管理を同時に実現しなければなりません。下期は、当社が成長事業に位置づけているモバイル通信、リフォーム事業に一層注力するとともに、先ほど申し上げた、リアル店舗、EC における各取り組みを着実に実行し、顧客接点の強化を軸に、売上高を積み上げることによって、売上総利益を拡大し、営業利益の積み増しを目指してまいります。

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

連結業績推移（下期）

●営業利益は過去10年間で最も厳しい予想、来期以降も見据えてさまざまな挽回策に着手

売上高と営業利益

（億円）



16/33

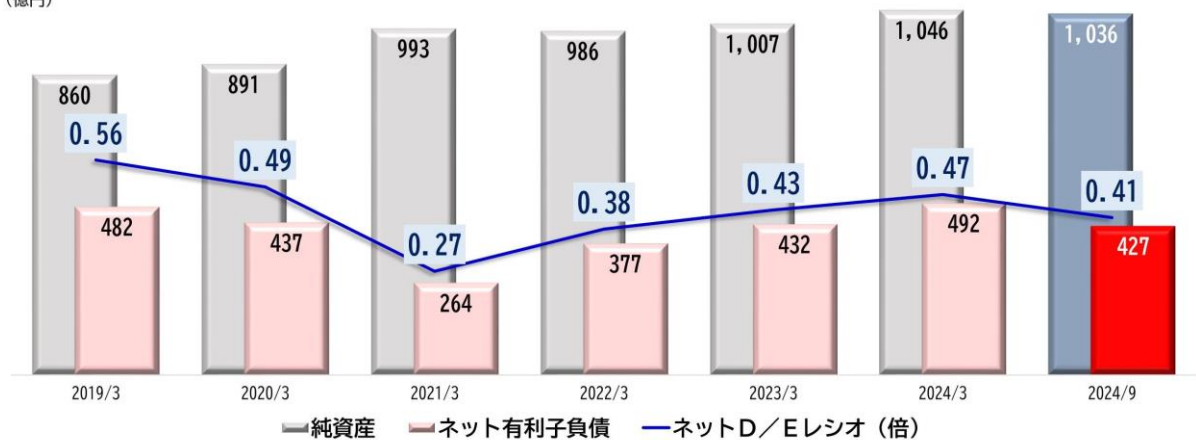
続きまして、16 ページをご覧ください。16 ページは、過去 10 年間の下期業績の推移です。

売上高は 2,000 億円レベルで推移していますが、営業利益は過去 10 年間で最も厳しい予想となっていますので、中期経営計画、JT-2025 経営計画に掲げた諸施策を着実に実行することにより、少しでも予想を上回る着地を目指してまいります。

財務状況とネット有利子負債の推移

ネット有利子負債は2024年3月末時点から減少、ネットD/Eレシオは低位安定で推移

（億円）



ネット有利子負債：有利子負債－現金
 ネットD/Eレシオ：(有利子負債－現金) ÷ 自己資本

17/33

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

続きまして、17 ページをご覧ください。17 ページは、財務状況とネット有利子負債の推移です。

2024 年 9 月末時点において、ネット有利子負債は 2024 年 3 月末時点から約 65 億円減少しました。純資産も若干減少したことにより、ネット D/E レシオは 0.41 倍となり、低位安定で推移しています。

ひと、まち、笑顔に。Joshin

店舗数10年間推移

Joshinグループの「ドミナント戦略」を推進すべく「Joshin」ブランド直営店を強化、関東地区で店舗数増加

2024年9月末時点 エリア別店舗内訳

地区	合計 店舗数	Joshin		BOOK-OFF	TSUTAYA
		直営店	FC店		
関西	142店	135店		6店	1店
東海	34店	32店	2店		
北信越	23店	23店			
関東	17店	17店			
四国	2店		2店		
合計	218店	207店	4店	6店	1店

2024年度 出店・閉店の推移

移転を伴う新規出店	都道府県	業態	店名
2024年 4月	埼玉県	Joshin	ソコラ所沢店
2024年 4月	埼玉県	Joshin	草加松原店

閉店	都道府県	業態	店名
2024年 4月	埼玉県	Joshin	草加まつばら店
2024年 8月	兵庫県	TSUTAYA	TSUTAYA加古川店



18/33

続きまして、18 ページをご覧ください。18 ページは、過去 10 年間ににおける店舗数の推移です。

2024 年 9 月末時点における直営店の店舗数は、214 店舗となりました。2024 年度は、移転に伴う新規出店を 2 店舗行う一方、TSUTAYA や移転に伴う 2 店舗の撤収により、店舗数に変動はありません。

当社グループは、関西エリアを中心に東海、関東、北信越エリアにおいてドミナント戦略を推進してきましたが、足元の苦境を乗り越え、その先の持続的成長を確かなものにするためには、1 店舗当たりの販売力の底上げが急務となります。既存店のスクラップアンドビルド、新規出店、不採算店舗の撤収も含めて、Joshin ブランド直営店の販売力強化を強力に推進してまいります。

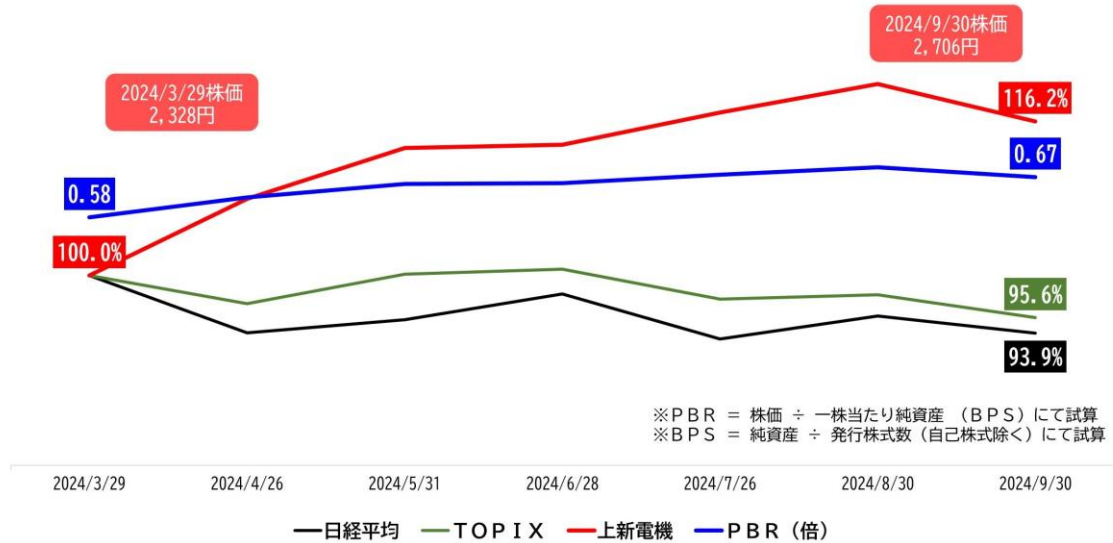
サポート

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



当社株価とPBRの推移

2024年に入り日経平均およびTOPIXを上回るパフォーマンスで推移し、PBRも0.6倍台に改善



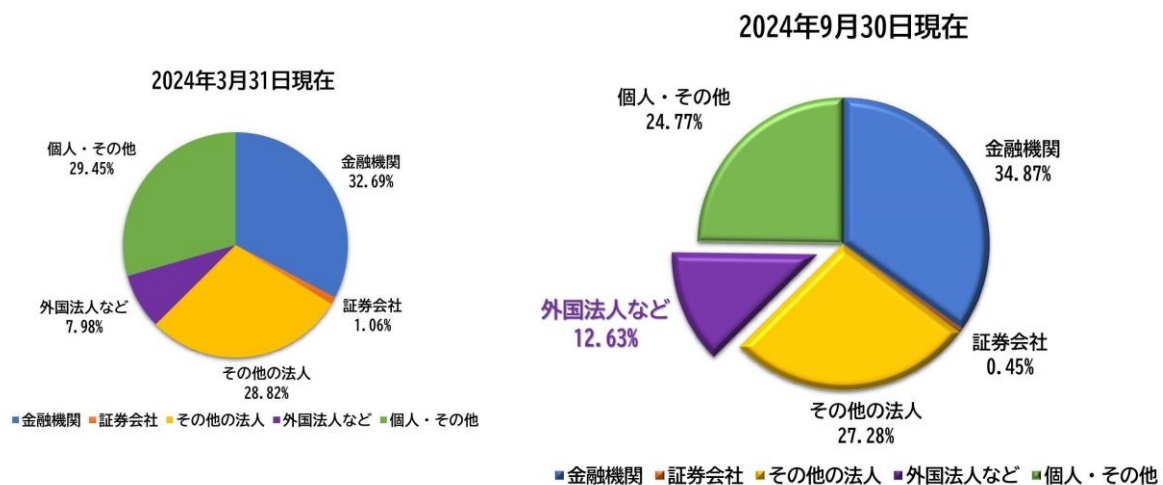
19/33

続きまして、19 ページをご覧ください。19 ページは、2024 年 4 月から 9 月までの半年間における株価と PBR の推移を取りまとめたものです。

当社の株価は、比較的安定して推移した結果、日経平均及び TOPIX を上回るパフォーマンスを確保しました。PBR につきましては、0.58 倍から 0.67 倍で推移しましたが、1.0 倍にはまだ大きなかい離が存在しています。

株主構成の推移

●外国法人などの保有比率が12%台に上昇



(注) 持株比率は、自己株式を控除して計算しております。

20/33

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

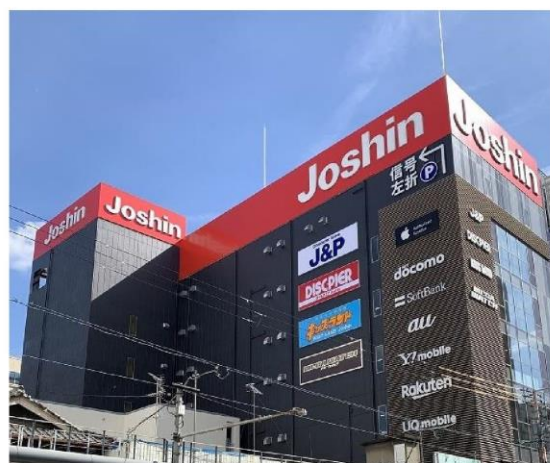
続きまして、20 ページをご覧ください。20 ページは、2024 年 9 月末時点の株主構成です。

3 月末時点と比較すると、個人・その他の持ち株比率が 5%程度低下する一方、外国法人などの持ち株比率が増加し、12%台に到達いたしました。

【目次】

- 2024年度（2025年3月期）第2四半期決算
2024年度（2025年3月期）通期予想

- 中期経営計画（JT-2025 経営計画）の
取り組みについて



21/33

続きまして、21 ページをご覧ください。ここからは、中期経営計画（JT-2025 経営計画）の取り組みについて説明させていただきます。

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@scriptsasia.com



「統合報告書 2024」発刊



主なコンテンツ強化ポイント

- 代表取締役をはじめとする全社内取締役のメッセージ掲載
- マテリアリティの主な目標、成果、課題及び対策を更新
- 価値創造プロセス掲載のビジネスモデルを刷新
- 「JT-2025 経営計画」に掲げる事業戦略の進捗状況
- 全執行役員のメッセージ掲載
- 資本コストや株価を意識した経営の実現を新たに掲載
- 環境価値関連図と生物多様性への対応を新たに掲載
- 事業ステージに連動する人財像を新たに掲載
- 従業員エンゲージメントに関するコンテンツを充実
- 社外取締役全員による座談会を2年連続で開催

詳しくは、下記のURLをご覧ください。
<https://www.joshin.co.jp/ja/csr/archive.html>
 ※英語版は、11月中に英語サイトに公開予定です

22/33

それでは、22 ページをご覧ください。22 ページは、統合報告書 2024 のご紹介となります。

本年 9 月に日本語版冊子の発刊、及び当社ホームページ上で公開し、英語版につきましては 11 月中に公開予定となっております。JT-2025 経営計画の 2 年目となる今回は、事業戦略の進捗状況と今後の取り組みについて、担当役員全員のメッセージと併せて掲載をいたしました。

「JT-2025 経営計画」個別戦略の進捗と今後の取り組み 1/10

	個別戦略	【2024年度】課題への取り組み	【2024年度】上期実績と下期以降の取り組み
リアル店舗	● E C店舗とリアル店舗とのシナジーを重視した出店・既存店の強化	■ 新規出店、毎年2店舗（うち関東1店舗）純増を計画 ■ 全面改装：18店舗、部分改装：23店舗、リフレッシュ改装：65店舗 計106店舗を計画	■ 9月末時点新規出店：2店舗（埼玉県）両店とも移転店舗 ■ 10月以降：関西2店舗、東海1店舗出店予定（うち1店舗は移転物件） ■ 9月末時点全面改装：11店舗、部分改装：12店舗、リフレッシュ改装：37店舗 ■ 10月以降：全面7店舗、部分11店舗、リフレッシュ28店舗改装予定
	● ICTを駆使した高効率・高品質営業実現による顧客満足度の向上（タッチパネルによる商品選択、オンライン接客、セルフレジ、接客支援システム、電子POP、デジタルサイネージなど）	■ フルセルフレジ導入を本格化、レジ運営に関わる業務を軽減し、接客に注力できる店舗運営体制を構築 ■ システムを十分に活用していない店舗に対し、本部からの指導・支援を通じた効率化運営をサポート	■ 新店・全面改装店舗でフルセルフレジを導入、導入店舗のモニタリングを行い運営面も含めた改良を継続実施 ■ 奈良三条大路店で順調なスタートを切ったが、導入店舗を拡大する中で課題もみつきシステムの改良・改善を実施 ■ 店舗側の理解促進や運営支援も並行して実施
	● 専門資格の取得に加え、社内教育体制による従業員の販売力・提案力・接客力の強化（家電アドバイザー、家電エンジニア、スマートマスター、福祉住環境コーディネーターなど）	■ 次席者・品種別エリアリーダー等、階層別研修を実施 ■ 店舗交換研修の積極的な実施	■ 9月末時点階層別研修開催回数：次世代リーダー研修3回／エリアリーダー研修2回 ■ 10月以降も同数以上の研修を実施予定 ■ 9月末時点店舗交換研修受講人数：39名 ■ 10月以降は個店レベルでの実施に移行
	● 家電、エンターテインメント商品に次ぐ第3の柱としてリフォーム・モバイル商品の取り組み強化	■ 売場の強化（壁面コーナーでの外壁塗装などリフォーム訴求、補助金訴求拡大） ■ 接客力向上のためクローザー同行研修を実施 ■ モバイル商品は着座コーナーを充実	■ 「外壁塗装」の壁面での訴求を24店舗で実施、一定の効果が確認できたものの目標には未達 ■ 10月以降は見積から成約に繋がる成約率の向上に注力 ■ 毎年2月に開催を計画、下期に研修実施予定 ■ 着座スペースは各店舗で導入済、全面改装・部分改装店舗を中心に着座スペースを拡大中

23/33

続きまして、23 ページをご覧ください。

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

23 ページ以降は、JT-2025 経営計画に掲げる個別戦略について、2024 年度上期における課題の取り組み状況と下期以降の取り組みを掲載しておりますので、ご確認ください。

長時間にわたりましたが、以上をもちまして、2024 年度第 2 四半期決算の説明を終了させていただきます。ご清聴いただき、誠に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

司会 [M]：それでは、質疑応答に移りたいと存じます。ご質問のある方は、画面右側のチャット欄にご質問の投稿をお願いいたします。

質問者 [Q]：質問がまいついています。粗利率のトレンドについて教えてください。第1クォーターでは前年比でプラスであったのに、第2クォーターの粗利率は低下しています。売上の苦戦に伴い、ディスカウントの強化を実施したのでしょうか。また、競争環境の悪化が生じたのでしょうか。

この質問につきましては、営業戦略担当の高橋からご回答させていただきます。

高橋 [A]：はい。営業戦略担当の高橋でございます。ただ今のご質問にお答えをさせていただきたいと思います。

まず当社の粗利率でございますけれども、まず仕入れ価格、これを一つガイドラインとして持っております。それともう一つ仕入れ条件、これはもうリベートなんですけれども、まずは日頃の商売、日常の商売で獲得する仕入れ価格、それに伴って量をしっかり売ってリベートを稼ぐ、これは両方とも計画をさせていただいております。

仕入れ価格については、第1クォーター、第2クォーターの問題があるんですけれども、締めて前期を上回る実績を確保できました。ただ、リベートがどうしても売上が落ちてしまいましたので、そのリベートのショートと、それとポイント発行、これはやっぱり売上を取るためにポイントも使いましたんで。ポイント発行が前年よりもちょっと余分に出てしましまして、粗利益を毀損をしましたので、結果として0.3ポイント下がってしまったんですけれども。仕入れ価格に対する粗利益率は0.16ポイント、これは社内の数字でございますけれども、これは向上しております。

計画値通り進んでおりますので、やっぱりもう致命的だったのは売上ボリュームが計画通り取れなかった。それに対して今下期、計画を立ててやっておりますので、売上が回復をしたら、前期の粗利益率は十分に確保できますし。そういう体質の営業はもう確立できておりますので、特に粗利率についてはご心配いただく必要がないと考えておりますので、よろしくお願いいたします。以上でございます。ありがとうございました。

質問者 [Q]：引き続いて、同様の質問がまいついております。粗利率について、第2クォーター期間3カ月の前年同期比の落とし幅が大きい。これは、販売不振でリベートが取れていないのか、それ

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



とも前年が阪神タイガース優勝セールでリベートを多く取りすぎていると見るべきか。要因を伺いたい。

第3クォーター以降の方針について伺いたい。コスト増加が続く中で、引き続き粗利率の確保を重視するのか、それとも販売強化による粗利高でカバーを目指すのか、販売方針の考え方を伺いたい。

引き続き、高橋からご回答申し上げます。

高橋 [A]：はい。引き続き、お答えをさせていただきたいと思います。

まず前期の第2クォーターが粗利益率は、ご指摘通り、阪神タイガースのリーグ優勝セールで相当な数の商品が売れました。また、当然そういう阪神タイガースの優勝セールということで各お取引先様にもご支援をお願いして結果、かなり大きなリベートを獲得することができました。その反動が来たというのは、間違いない事実でございます。

ただ、仕入れ価格による粗利益率、これをしっかり確保しておりますし、売上が上がることによって、率のほうも十分に上がってできますので。そのあたりは、先ほどもお話をさせていただきましたけれども、率については特に心配をしておりませんので、よろしくお願いいたします。

続いて、下期の、率でいくのか、額でいくのかという話でございます。当社、家電量販店の業界の中でやっぱり一番、粗利率の低い企業でございました。そのためにここ数年、やはり粗利率を上げる努力をずっとやってきて、今、同業他社には負けておりますけれども、率の内容については相当安定をしてきております。

この下期は、上期の反省でやはり家電の数字を十分取れなかった。ここを取りにいくことによって、リベートが入ってきますので、売上額、収益ともに稼ぐことができますし。売上を上げると販管費の絶対額は上がりますけれども、当然販管費率が下がっていきますので、売上を上げるということは二つの効果があると感じておりますので。

下期については、やはり売上を取っていく。そういう戦略に舵を切ってやっていこうと思いますので、よろしくお願いいたします。以上でございます。ありがとうございました。

質問者 [Q]：続きまして、商品販売において、それぞれ計画に対してどのように推移したのかをお願いいたします。阪神タイガースの優勝効果の剥落は想定に対していかがだったでしょうか。ICTなどへの投資については、期初計画に対して変更があったのかについてお願いいたします。

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



高橋 [A] : はい。そしたら、まず背景からお話をさせていただきたいと思うんですが。まず4月から8月、この9月の実績を除いた実績でございますけれども、家電の売上は前同を超えております。それとスマートライフ（リフォーム）、モバイルという当社でいう成長事業、ここにカテゴライズされている品種群については、二桁しっかり伸長することができました。

短信でも表示をさせていただいている通り、エンタメ、ここに大きなダメージを受けたんですけれども、4-8では前同を越えておったんですけれども。結局、9月のマイナスっていうことは当初から見えておりましたので、そのマイナス分、4月から8月の家電で積まないといけないところがほぼ前同通り、エンタメのマイナスについてはスマートライフ（リフォーム）とモバイルでカバーをしてくれたんですけれども。

この上期については、そこで力尽きた。9月の大きな数字をカバーできずに、大きなマイナスを発生させてしまったっていう形で。やっぱり家電の数字の4月から8月、この期間の売上が取れなかったっていうことが一番大きな要因になっております。

質問者 [Q] : ICT などへの投資については、期初計画に対して変更があったかについてお願いいたします。

この件につきましては、経営企画人財戦略担当の田中より回答させていただきます。

田中 [A] : 経営企画・人財戦略を担当しております、田中でございます。

ICTの実装を進める計画につきましては、期初計画通りでございます。営業の売場、特に営業の現場に対するこの実装の計画、これは中期経営計画に基づいて着々と実行しております。

例えば、デジタルサイネージあるいは電子POP、こういったものの投資を進めることによって、お客さまがわかりやすい買い場、そして販売員が運営しやすい売り場、これを実現する、これを目指しております。また、販売員の作業動線の短縮、それから間接業務の削減、これを進めることによりまして、お客さまとの接点、これを強化する。それによって、少ない人財で確実に売上を上げていくという、そういう収益体制を構築しようと考えています。

それが各年度の費用として計上されることによって、利益を少し圧迫する要因はございますけれども、中長期的に収益体制を拡大していくための投資と考えております。以上でございます。

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



質問者 [Q]：質問がまいりました。下期の計画前提について教えてください。期初計画比では、売上予想を引き下げた要因はエンタメで良いのでしょうか。大型家電の前提など、考え方をご教授ください。

これにつきましても、営業戦略担当の高橋より回答させていただきます。

高橋 [A]：はい。引き続き、高橋でございます。よろしくお願いいたします。

上期のエンターテインメントのマイナスっていうのは当初から織り込んでおりましたが、我々が想定した以上の落ち込みがあった。それはもうテレビゲームというのが、主な要因だったんですけれども。加えて、カードゲーム、これも1枚数百円のものなんですけども、束になるとやっぱり億単位の売上になるわけなんですけど、このブームがちょっと下火になった。この二つの影響を食らって、我々が想定した以上の落ち込みがございました。

下期の計画については、それらも含めてエンターテインメントのマイナス、これはすでに織り込んでおります。上期、先ほど申し上げましたモバイル、スマートライフ、こちらは2Qでも二桁伸長をしてくれております。下期についても当然二桁伸長の計画を立てておりますし、上期もほぼ計画通りに走ってくれてますので、ここはほとんど心配がないと考えておりますので。エンターテインメントの落ち込みについては、家電でしっかりカバーする。家電でアドオンしていく。そういう計画を立てております。

4月から8月でも、家電はプラスに転じておりました。9月のタイガースセールで一気にマイナスに振れてしまいましたけれども、下期については十分挽回の余地があります。

2年前、3年前の水準まで家電を戻せば、お約束している数字については十分にいけると考えておりますし。そういう範囲になっておりますので、やはり2年前、3年前、この水準に一刻も早く戻す。そういう取り組みをやっていきたいと思っておりますので、よろしくお願いいたします。以上、ご説明を終わらせていただきます。ありがとうございました。

司会 [M]：他にご質問ありますでしょうか。

質問者 [Q]：はい。質問がまいっております。インターネット販売は減収幅が小さくなったとのことでしたが、再び売上高が成長路線に回復するのは、いつごろとなりそうでしょうか。

これにつきましても、高橋からご回答させていただきます。

高橋 [A]：はい。高橋でございます。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@scriptsasias.com



インターネット販売についてのご質問でございますけれども、まず前期は構造改革ということで、大きく売上を落としました。ただ、営業利益率では前期の 1.4 倍まで上げることができた、収益力強化は成功した、ここからどう反転攻勢をかけていくのかでございますけれども、まずは自社サイト、今日、社長の金谷からも説明がございましたけれども、自社サイトをしっかり上げていく、実際に 2Q も、自社サイトは大きく売上を伸ばしております。公表しておりませんので、数字は申し上げませんが、大きく伸ばしておりますし、チャネル別の構成比も高く上がってきております。この 10 月も、さらに大きく伸ばしてくれました。

自社サイトをしっかりと伸ばしていく。そこから出てくる結果が我々の成長と考えておりますけれども、自社サイトの成長というのは、やっぱり一歩ずつという部分がございます。ただ、自社サイトはいったん伸びると、なかなかバックをしない。しっかりとお客さまがついてきていただく、それとブランディングが確立できる。これが我々のねらいでございますので。

売上のむやみやたらな成長、たくさんやっぱり売りたいのは事実なんですけれども、やっぱり丁寧に売りながら、ブランディングを確立して、いったん上がった売上はもう以前みたいに 2 度と落ちない。そういう商売をしっかりと目指していきたいと思っております。

いきなり大幅な増収ということは、なかなかお約束はできないかもしれませんが、確実に一歩ずつ上がっていきます。これはお約束できる状態に今なってきましたので、ぜひご期待いただきたいと思いますので、よろしくお願いいたします。以上で、ご説明を終わらせていただきます。ありがとうございます。

質問者 [Q]：はい。次の質問がまいっております。販売費及び一般管理費の見通しをお聞きしたい。費用増の動向と生産性の改善策についてもご回答をいただきたいということでございます。

これにつきましては、経営企画人財戦略担当の田中よりご回答させていただきます。

田中 [A]：田中でございます。ご質問にご回答申し上げます。

まず、この販管費でございますけれども、中長期の経営戦略への投資、これを軸としまして各期の経費を計画して支出をしております。特に、企業価値向上のドライバーの役割を担う多様な人財の活躍、これを可能とする職場環境の整備については、積極的に投資を行っているところでございます。

ICT の実装については、先ほどご説明申し上げた通りですけれども。例えば、販管費の中で大きな額を占めます、この広告宣伝費。これにつきましては、デジタル化を進めることによってコストを

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



削減しつつ、一人一人のお客さまのこのニーズに沿うようにワントゥワンのプロモーション、マーケティングを実施しているところでございます。

また、店舗運営では大きなウェイトを占めます電気使用料でございますけれども、これについては、営業現場のこの作業効率の改善もありまして、電気使用量は削減の方向にございます。また、電力会社との事前契約におきまして、その従量課金の電力単価が下がっております。加えて、PPAの活用によりまして自家発電と自家消費、これのウェイトが高まっておりますので、全体として昨年上期の実績よりも電気代は下がっております。

今後、下期は、この上期の業績がこの販管費によって圧迫されたということがございますので、より一層現場のこの生産性を高めることによって、従業員のこの人件費を圧縮しつつ、光熱費も圧縮することによって、利益の底上げを図っていきたいと考えております。私からは以上でございます。ご質問、ありがとうございました。

司会 [M]：他にご質問ありますでしょうか。それでは、質疑応答を終了させていただきます。

以上をもちまして、上新電機株式会社、2024 年度第 2 四半期決算説明会、ライブ配信を終了いたします。

以上、ご清聴いただきまして、誠に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、SCRIPTS Asia 株式会社（以下、「当社」という）は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。

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、すべて利用者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利用者が被った損害、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