

報道関係各位

2018年5月7日

2018年3月期決算(IFRS) 新中期経営計画の始動に向けた体制整う

- LWT における商品の差別化、シナジー効果、新規事業などの戦略的な取り組みが成果につながり、成長をけん引
- 原材料価格の上昇と日本の新築着工件数の減少への対応遅れが LHT の業績を押し下げ、取り組みの成果は事業利益に現れず。ロードマップに基づきサッシ事業の再興戦略を推進中
- 当期利益は過去最高を更新。より効率的で機動力のある組織となり、新中期経営計画の始動に向けた体制が整う

株式会社 LIXIL グループ（本社：東京都千代田区、社長：瀬戸欣哉、以下 LIXIL グループ）は本日、2018 年 3 月期通期の決算^{*1}を発表しました。

LIXIL グループ社長兼 CEO 瀬戸欣哉のコメント

「LIXIL グループは 2018 年 3 月期に全社的な変革に取り組み、着実に前進しました。2018 年 4 月からの新中期経営計画の順調なスタートにつなげることができたと自信を深めています。しかしながら、こうした取り組みの進捗は、2018 年 3 月期の事業利益^{*2}に、数字という形ではまだはっきりと表れていない状況です。予想を上回る原材料価格の上昇と日本の新築着工件数の減少への対応が遅れ、建材事業を展開する LIXIL Housing Technology (LHT) の業績を押し下げる大きな要因となりました。このような課題の解決に向けて、短期的な対策は既に講じており、さらに長期的な視点で、LHT の再興に向けたロードマップに基づく戦略を実行していきます。一方、水まわり事業を展開する LIXIL Water Technology (LWT) は、差別化のキードライバーとしてデザイン、テクノロジー、品質、ブランドの強化を進め、日本で培った技術を海外にも展開することで、国内外において成果を生み出してきました。また、全社的にさらなる組織の簡素化、本社部門のコスト削減、事業ポートフォリオの最適化、バランスシートの改善に取り組んだ結果、LIXIL グループは、より効率的で機動力のある組織となっています。当期利益^{*3}は 2 年連続で過去最高を更新することができました。新中期経営計画の始動に向けた体制が整い、今後は目標達成に向けて戦略の実行に注力していきます」

決算の概要

LIXIL グループ		(単位:億円)				
	売上収益		事業利益		当期利益	
18年3月期	16,648	(+1.9%)	753	(-16.1%)	546	+28.4%
18年3月期 第4四半期 (3か月)	4,143	+0.5%	67	-49.1%	159	-(%)

2018年3月期の売上収益は、前期比 1.9%増の 1 兆 6,648 億円^{*4}となりました。水まわり事業を展開する LWT の海外における新商品投入やシナジー効果が奏功したほか、LWT の日本事業およびキッチン事業

を展開する LIXIL Kitchen Technology (LKT) が、商品の差別化により、すべてのカテゴリーにおいて市場の伸びを上回る成長率を達成したことが増収に寄与しました。

事業利益は、前期比 16.1%減の 753 億円となりました。原材料価格の動向や新築着工件数に大きく影響を受ける LHT の事業構造上の課題に対する対応の遅れが減益の主因となりました。また、中東および南アフリカの経済不振が、一部の LWT の業績に影響を与えました。LHT における課題に対しては、後述の施策を既に推進し始めています。

非継続事業を含む当期利益は、前期比 28.4%増の 546 億円となりました。事業ポートフォリオの整理、遊休資産の売却、組織の簡素化のための体制変更、国内における連結納税制度適用の選択などが増益に寄与しました。当期利益は 2 年連続で過去最高益を達成しています。配当予想については、期末配当を 30 円から 35 円に修正し、通期の合計は 65 円となります。

2019 年 3 月期の業績予想は、売上収益は前期比 3%増の 1 兆 7,100 億円、事業利益は 13%増の 850 億円と増収増益を予想しています。

※1 国際会計基準 (IFRS) に基づく。

※2 IFRS の事業利益は、日本会計基準 (JGAAP) の営業利益に相当。

※3 親会社の所有者に帰属する当期利益

※4 売上収益、事業利益ともに継続事業ベース。2017 年 8 月の Permasteelisa の株式譲渡決定を受け、同社および同社子会社の事業を非継続事業に分類した。

主要施策

- さらなる組織の簡素化や階層の削減を実施し、意思決定の迅速化と経営の効率化を図りました。
- 管理体制およびガバナンスを強化し、経営資源を重点事業に集中させるべく、売却・撤退および出資・投資を実施し、さらなる事業ポートフォリオの最適化を推進しました。
- キャッシュフロー改善による支払利息の減少や不採算事業からの撤退、遊休資産の売却などにより、バランスシートの改善を図りました。EBITDA 純有利子負債倍率は、前期の 4.3 倍から 4.0 倍へと改善しています。
- LWT の日本事業は、商品の差別化によって、すべてのカテゴリーにおいて市場の伸びを上回る成長率を達成しました。また、商品開発における地域を超えたシナジー効果と新規事業が、LWT の海外事業における売上成長のうち 34%に寄与しました。LWT 戦略の基盤となる取り組みは順調に進捗しており、日本の技術が海外での売上成長に貢献しています。LWT は引き続きシナジー効果と新規事業の機会を迫及し、欧州・米州、アジア太平洋のすべての地域で LWT の商品ラインナップをさらに拡充し、衛生陶器、洗面、トイレ、浴室、水栓金具をはじめとする水まわり商品をトータルに提供することを目指します。
- LHT を外部環境に左右されない体質へと変革するため、2019 年 3 月期に向けた対策を既に講じており、さらに新組織体制の下でロードマップに基づき長期戦略を実行してまいります。具体的には、差別化商品

2018 年 3 月期業績

(単位:億円)

売上収益	事業利益	事業利益率
LIXIL Water Technology (LWT)		
7,159	677	9.5%
(+8%)	(+4%)	(-0.4pt)
LIXIL Housing Technology (LHT)		
5,352	275	5.1%
(-2%)	(-30%)	(-2.1pt)
LIXIL Building Technology (LBT)		
1,070	34	3.2%
(-3%)	(-37%)	(-1.7pt)
LIXIL Kitchen Technology (LKT)		
1,200	62	5.1%
(+5%)	(+43%)	(+1.4pt)
流通・小売り事業 (D&R)		
1,735	69	4.0%
(+1%)	(-5%)	(-0.2pt)
住宅・サービス事業(H&S)		
523	25	4.8%
(-18.8%)	(-43%)	(-2.0pt)

の開発および上市サイクルの高速化、プラットフォーム化や部材の共通化による生産効率の向上、工場設備の汎用化による加工工場の集約、海外事業の拡大といった施策を推進します。

- 2018年3月期までのマス広告の拡大により、国内におけるLIXILのブランド認知度は80%超まで上昇しました。今後はマスマーケティングから、データベース・マーケティングにシフトしていきます。これにより2019年3月期からマーケティング費用の削減を見込んでいます。
- 2019年3月期からの国内IT基幹システム本格稼働により減価償却費は増加しますが、減価償却を除く体質ベースでは、IT費用は2021年3月期をピークに減少を見込んでいます。

【関連資料】

>2018年3月期決算説明資料



>2018年3月期決算短信



>LIXILグループ中期経営計画



■LIXILについて

LIXILは、世界中の誰もが願う豊かで快適な住まいを実現するために、日々の暮らしの課題を解決する先進的なトイレ、お風呂、キッチンなどの水まわり製品と窓、ドア、インテリア、エクステリアなどの建材製品を開発、提供しています。ものづくりの伝統を礎に、INAX、GROHE、American Standard、TOSTEMをはじめとする数々の製品ブランドを通して、世界をリードする技術やイノベーションで、人びとのより良い暮らしに貢献しています。現在70,000人超の従業員を擁し、世界150カ国以上で事業を展開するLIXILは、生活者の視点に立った製品を提供することで、毎日世界で10億人以上の人びとの暮らしを支えています。

LIXILなどのブランドを展開する、株式会社LIXILグループ（証券コード: 5938）は、2018年3月期に1兆6,648億円の連結売上高を計上しています。

LIXILについて：www.lixil.com/jp、<https://www.facebook.com/lixilcorporation/>