

## LIXILグループ 2021年3月期第2四半期決算(IFRS) 変革に向けた取り組みが着実に進展

- 上期累計では減収減益となるも、第2四半期には全事業が回復
- 2021年3月期通期業績予想は、売上収益は前年同期比11%減の1兆3,500億円、事業利益は24%減の400億円に上方修正
- 利益率改善と持続可能な成長に向けて、国内事業の変革を加速

株式会社 LIXIL グループ（以下 LIXIL グループ）は本日、2021年3月期第2四半期（上期）の決算を発表しました。

### LIXIL グループ 社長兼 CEO 瀬戸欣哉のコメント

「新型コロナウイルス感染症 (COVID-19) は、私たちの生活に引き続き大きな影響を与えていますが、LIXIL グループの業績は、第2四半期から回復基調にあります。今後の状況は依然として予測が難しいものの、日本市場は最悪の状況を脱しつつあり、海外市場でも需要の回復が進んできました。

直近では、Permasteelisa の売却を完了し、第3四半期中に株式会社 LIXIL ビバの株式譲渡も完了する予定となっており、戦略に沿い、継続的に財務基盤の強化を図っています。また、構造改革を進め、さまざまな施策を通じて従業員の働き方や企業文化の変革を促し、起業家精神にあふれた、より機動的で強い組織の構築を進めてきました。さらに、拠点集約によりオフィス面積の削減を進めるなど、利益率の改善に向けた施策も推進しています。まさに、このような取り組みの成果が、第2四半期の業績にあらわれているといえます。

ニューノーマルにおいて、人びとが家で過ごす時間が増えています。当社は、エンドユーザーのニーズの変化を的確に捉え、非接触型のテクノロジーを取り入れた製品の拡充や、ショールームにおける夜間のオンライン接客サービスを導入するなど、環境の変化を新たな成長機会へとつなげています。今後も、変化する顧客ニーズへの対応を引き続き強化してまいります」

### ➤ 決算の概要（第2四半期累計）

#### 売上収益

LIXIL グループの 2021 年 3 月期上期（6 か月累計）の売上収益は、前年同期比 13%減の 6,605 億円となりました。国内事業は、前年同期比 14%減の 4,918 億円でした。2020 年 1 月～6 月における新設住宅着工件数の減少や、COVID-19 の影響による消費需要の減退、前年の消費税増税後の需要減を受け、すべての国内事業において減収となりました。その一方で、水まわり事業を手がける LIXIL Water Technology (LWT) と住宅建材事業を展開する LIXIL Housing Technology (LHT) では、国内において、ニューノーマル下の新たな消費者ニーズに応える製品への需要が拡大し、LWT のタッチレス水栓および LHT の宅配ボックスの売上は、前年比 50%増となりました。また、大型化・深刻化する台風被害から住宅を保護する製品の売上も好調で、リフォーム用シャッターの売上は前年比 70%増となるなど、国内市場の売上は下げ止まりつつあり、回復基調で推移しています。

上期における LIXIL International が展開する海外事業の売上収益は、前年同期比 9%減の 1,786 億円、為替の影響を除く現地通貨ベースでは 8%減でした。海外の全地域で減収となった一方で、海外市場は第 2 四半期から堅調な回復を見せており、第 2 四半期（3 か月）では、LWT の海外事業は対前年で増収増益となりました。地域別にみると、米国では、LWT の上期の売上収益は前年同期比 2%減に、欧州・中東・アフリカ地域では 3%減となりましたが、堅調な小売と e コマースの売上に支えられ、第 2 四半期には米国は 10%増、欧州・中東・アフリカ地域は 13%増となりました。中国市場の売上収益は、第 1 四半期に 7%減となりましたが、プロジェクト案件の好調と小売の回復を背景に、第 2 四半期には 4%減とマイナス幅が改善しました。一方、アジア太平洋市場は、第 1 四半期には 31%減となるも、第 2 四半期には 14%減と持ち直しています。

## 事業利益

事業利益は、前年同期比 186 億円減となる 154 億円となりました。欧米を中心とした海外需要の回復と販管費の抑制により、第 1 四半期の -26 億円から黒字に転換しました。売上総利益率は、主に、売上の減少と製造部門の操業度低下を受け、0.6 ポイント減少しました。また、全社における販管費は、第 2 四半期だけで前年同期比 95 億円の抑制、上期累計では、前年同期比 186 億円の削減となりましたが、売上収益の減少によって販管費率は悪化しました。より機動的で強固な組織の構築に向けた変革の推進が、コスト削減にも寄与し、減収による影響を補うことができました。

## 上期最終利益

最終利益は、主として事業利益の減少により、前年同期比 123 億円減となる 109 億円でした。

## 2021 年 3 月期通期業績予想

2021 年 3 月期通期業績見通しでは、売上収益は前年同期比 11%減の 1 兆 3,500 億円、事業利益は前年同期比 24%減の 400 億円、最終利益は前年同期比 52%増の 190 億円を見込んでいます。この予想には、今期中に完了および完了見込みの、既に公表済みの子会社株式譲渡について現時点で見込まれる譲渡損益、ならびに構造改革費用の見込額が含まれています。

### ➤ 2021 年 3 月期 第 2 四半期 事業ハイライト

LIXIL グループの中期計画は、持続可能な成長の実現に向けて、利益率の向上や構造改革を進め、環境の変化に機動的に対応でき、起業家精神にあふれた強い組織を構築することを目指しています。この計画に基づき、第 2 四半期には、以下のような施策を推進してきました。

- **国内事業の改革を加速**

LIXIL グループ全体の売上の約 7 割を占める日本市場において、競争力の強化と持続可能な成長の実現に向けて、組織と企業文化の変革を進めています。国内市場では、新設住宅着工件数の減少が続き、消費者ニーズの変化や急速なデジタル化の進展により、従来のビジネスモデルの転換が求められ、変革を加速する必要があります。イノベーションの創出と起業家精神の発揮を促し、実力主義に基づいた機動的な組織を確立するために、当社は 2019 年秋に国内事業の活性化を目指した包括的な人事戦略「変わらないと、LIXIL」を導入しました。

「変わらないと、LIXIL」の一環として、本日、希望退職プログラムである「ニューライフ」の実施を発表しました。「ニューライフ」は、株式会社 LIXIL に在籍する 40 歳以上かつ勤続 10 年以上の国内従業員を対象としたプログラムで、社外へのキャリアを選択する従業員を支援するため、特別退職金を支給します。本プログラムの実施は、従業員の新たなキャリア形成や人生設計を支援するとともに、当社の変革のスピードを加速させることを目指したものです。加えて、当社では、「スーパーフレックス制度」や副業の試験導入など、多様な働き方の推進を目指した一連の施策を導入しています。

日本では、在宅勤務を基本とする体制に移行し、拠点の集約を開始しました。今年度から来年度にかけて段階的に、都区内にある LIXIL グループの計 23 拠点を、本社に集約をする予定です。本社は、新し

い働き方を象徴するオフィスとして、より多くの従業員が集う場所となり、生産性の向上と新しい価値の創出につなげるとともに、コスト削減を図ります。また、グローバル研究開発拠点「ところぼ」を開設し、愛知県常滑市に点在していた計 4 ヶ所のトイレ・洗面開発拠点を集約することで、連携強化やリソースの共有を通じてイノベーションの創出につなげていきます。また、生産のプラットフォーム化を加速し、生産性の向上を推進しています。

さらに、LIXIL グループでは、よりフラットでオープンなコミュニケーションを推進し、意思決定の迅速化や実力主義への転換を加速するため、[全社における役職の簡素化](#)を行います。役職の簡素化は、従業員の主体性とチームワークを高めることで、イノベーションの推進につながります。

- **事業ポートフォリオの最適化を推進**

事業ポートフォリオの見直しを進めることで、基幹事業である水まわりおよび住宅建材事業への注力と、バランスシートの改善を図っています。直近では、子会社である [Permasteelisa の株式譲渡を完了](#)し、流通・小売り事業を展開する [株式会社 LIXIL ビバの株式譲渡](#)は、第 3 四半期に完了する見込みです。LIXIL ビバの株式譲渡により、当社は経営資源を基幹事業へ集中させることができるようになり、今後は独立したサプライヤーとして、他のホームセンター事業者との関係を強化することができます。また、本年 12 月には、LIXIL グループと株式会社 LIXIL の合併が予定されており、一連の施策により、組織の簡素化とガバナンス強化を図ります。

- **差別化された製品とサービスの拡充**

ニューノーマルにおける需要の変化に対応する新しい製品、サービスの提供を強化しています。働き方や暮らし方が変わり、自宅で過ごす時間が増える中、快適な居住空間への高まるニーズに応え、遮音性や断熱性に優れたリノベーション向け内窓「INPLUS for Renovation」を発売しました。また、ショールームのオンライン接客サービスを拡充し、日中にショールームを訪問することが難しいお客さまや遠方にお住まいの方でも利用できるよう、20 時までのナイトオンライン接客サービスを開始しました。

- **持続可能な資源利用への取り組み強化**

LIXIL グループでは、事業活動における環境負荷の低減に努め、環境に配慮した製品・サービスの提供を通して、2050 年までに CO2 排出量実質ゼロを目指しています。この目標を達成するために、製品とサービスの環境価値の向上、事業プロセス全体の環境負荷低減、環境マネジメントシステムの構築に重点を置いています。その施策の一環として、製品パッケージや事業プロセスで利用される使い捨てプラスチックを削減し、より持続可能な代替品に置き換えることを目指してきました。

たとえば、GROHE ブランドは 2018 年より、「Less Plastic Initiative (プラスチック削減イニシアティブ)」を推進し、2021 年までに、製品パッケージから、プラスチックを完全排除することを目指しています。GROHE の取り組みは、現在までに 2,100 万個のプラスチックパッケージの削減につながっており、環境面で持続可能な社会づくりに貢献した企業に与えられる「German Sustainability Award 2021」の最終候補に選ばれました。一方、INAX ブランドは海外市場向けに販売する製品の一部に紙パッケージを採用しました。世界では毎年 5 兆個の使い捨てビニール袋が使用されていますが、プラスチック廃棄物のリサイクル率はたった 10%という現状があり、当社は研究開発の分野でも取り組みを進めています。すでに微生物由来のバイオプラスチックの基礎開発に成功し、実用化に向けた研究を加速させています。

- **世界の衛生環境改善と手洗いの普及に向けた活動を推進**

10 月 15 日の「[世界手洗いの日](#)」を前に、世界の衛生環境改善と手洗いの普及を推進するため、LIXIL グループは米国国際開発庁 (USAID) との間で、連携協力覚書を締結しました。また、英消費財企業であるレキットベンキナー社と新たに連携し、当社が開発・提供する開発途上国向け手洗いソリューション「SATO Tap」に、レキットベンキナー社の主力ブランド「Dettol (デトール)」石鹼 50 万個を付属して展開することを発表しました。さらに、国際連合児童基金 (ユニセフ) とは、かねてより水と衛生の分野におけるグローバルパートナーシップを通して、世界の衛生環境の改善に向けた活動を実施してきましたが、手洗いの迅速な普及に向けて、活動の幅をさらに広げ、連携を強化しています。世界では、総人口の 4 割にのぼる多くの人びとが自宅で手洗い設備を利用できないという現実があります。LIXIL グループは、

今後もパートナーシップの拡充を通じて、衛生環境の改善に向けて持続可能なエコシステムを構築し、世界中のあらゆる人びとのより豊かで快適な住まいと暮らしの実現に貢献していきます。

## ■ 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。現在約70,000人の従業員を擁し、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、2020年3月期に1兆5,144億円の連結売上高を計上しています。

LIXILについて：[www.lixil.com/jp](http://www.lixil.com/jp)、<https://www.facebook.com/lixilcorporation/>