

報道関係各位

2021年4月30日
株式会社 LIXIL

2021年3月期第4四半期決算（IFRS）

変革の取り組みの加速により、増益達成

- 事業利益、営業利益、最終利益で対前年増益
- 生産性向上とコロナ禍のコスト抑制策により 粗利率は前年比 0.9pt 改善、事業利益率は 0.7pt 改善により 4.2%
- 自己資本比率は対前年 7.7pt 改善し、31.7%に
- 期末配当予想を 5 円上方修正

株式会社 LIXIL（以下 LIXIL）は本日、2021年3月期第4四半期通期（2020年4月-2021年3月）の決算を発表しました。

LIXIL 社長 兼 CEO 瀬戸欣哉のコメント

LIXIL では、新型コロナウイルス感染症（COVID-19）による影響が続く中、環境の変化に柔軟かつ機動的に対応する能力を強化してきました。また、起業家精神にあふれた、顧客志向の組織となるため変革を推進し、生産性と業務効率を向上させ、変化する消費者ニーズへの対応を加速させてきたことで、通期において予想通りの堅調な業績を達成することができました。収益性向上とバランスシートの強化を実現し、消費者の新たな需要に柔軟に対応できる体制が整ったといえます。2022年3月期は、国内外における経済が回復基調にあることから、さらに堅調な年になると予想しています。

当社では、中期計画で示した目標達成に向けて、これまでに、事業ポートフォリオの最適化と組織の簡素化、国内事業の収益性改善の面に関しては、大きく前進してきました。引き続き基幹事業に注力し、国内事業の構造改革を推進することで、事業利益率 7.5%の達成を目指します。また、長期的に持続可能な成長を実現するため、海外の水まわり事業の成長促進と、将来性のある革新的な新規事業の創出にもリソースを投入していきます。LIXIL では、『世界中の誰もが願う、豊かで快適な住まいの実現』を存在意義として位置付けており、この実現に向けて今後も邁進してまいります。

➤ 決算の概要（第4四半期累計）

売上収益

2021年3月期第4四半期（12か月累計）の連結売上収益は、前年比 9%減の 1兆 3,783 億円となりました。

国内事業の売上収益は前年比 11%減の 1兆 134 億円でした。COVID-19 の流行による消費需要の減退や、新設住宅着工戸数の減少、東京オリンピック関連の需要の後退、前年の消費税増税後の需要減を受け、全ての国内事業において、減収となりました。しかしながら、第3四半期以降は、回復基調で推移しました。ニューノーマル下において、水まわり事業を手がける LIXIL Water Technology (LWT) のタッチレス製品への旺盛な需要に牽引され、リフォーム向け商材は、第3四半期以降は前年同期並みの売上に回復しました。非接触製品に対するニーズが高まる中、タッチレス水栓ナビッシュの売上は前

年比 76%増加し、タッチレス水栓を搭載した洗面化粧台も、下期に堅調に売上を伸ばしました。一方、住宅建材を展開する LIXIL Housing Technology (LHT) では、スマート宅配ポストの売上が前年比 53%増、玄関用収納網戸売上は前年比 61%増、リフォーム用シャッター売上は前年比 55%増と、ニューノーマルにおける新たなニーズに応える製品が好調でした。

海外事業の売上収益は、COVID-19 の影響による需要減退から前年比 3%減の 3,847 億円と減収となりました。LWT の中国市場は、好調な商業プロジェクトに支えられ、前年比で 5%の売上増となりました。LWT の欧州、中東、アフリカ地域では、好調な小売および e コマースに支えられ、特に中東の成長が顕著で、前年比で 3%売上を伸ばしました。米国では、小売と e コマースの旺盛な需要に支えられ、通期の売上は前年同水準まで回復しました。一方、アジア太平洋地域の売上は、前年比で 6%減少しました。

事業利益

通期の事業利益は、基幹事業が牽引し、生産性向上と、コロナ禍での販管費削減とリフォーム商材の売上比率の上昇により粗利率を前年比 0.9pt 改善したことで、前年比 10%増の 573 億円に、事業利益率は 0.7pt 改善して 4.2%となりました。特に、LHT 国内事業の生産効率の向上施策が功を奏し、収益性の改善と事業利益率の向上に貢献しました。通期の販管費は、前年比で 384 億円減少しました。

最終利益

最終利益は、第 3 四半期からの回復基調の継続と構造改革の進展により、前年比 205 億円増 (164%増) の 330 億円となりました。

連結財政状態

自己資本比率は 7.7pt 上昇し、31.7%に改善しました。また、株式会社 LIXIL ビバの株式譲渡により大幅に有利子負債を削減できたことで、EBITDA 有利子負債倍率は、2.0 改善して 3.5 倍となりました。

期末配当予想

期末配当予想は、5 円引き上げて、40 円に上方修正しました。年間配当金は、前年比 5 円増の 75 円を予想しています。

2022 年 3 月期通期業績予想

売上収益は 1 兆 4,400 億円、事業利益は 800 億円、事業利益率は 5.6%を見込んでいます。年間配当金はさらに 5 円増額し、一株当たり 80 円を予想しています。

➤ 2021 年 3 月期 第 4 四半期 事業ハイライト

LIXIL は、中期計画のもとで、より機動的で起業家精神にあふれた企業へと変革を遂げるため、様々な施策を推進してきました。こうした取り組みは、収益性の改善やバランスシートの強化、ステークホ

ルダ―に対する価値の向上につながっています。

- **国内事業の活性化**

国内事業の収益性を改善するため、生産効率と商品ミックスの改善から、組織・働き方改革に至るまで、包括的な取り組みを行ってきました。この戦略に沿って、LHT は 4 月、世界第 2 位の規模を誇る日本の富裕層市場をターゲットとしたハイエンド・ブランド「[NODEA \(ノデア\)](#)」を立ち上げました。NODEA は、自社工場での生産だけにこだわらないアセット・ライトモデルを採用し、新しい概念〈開・空・間〉のもと、外と内をこれまでにない新しい感覚でつなぐスケールの大きな窓や、インテリア、エクステリアなどの製品を国内ニッチ市場に提供します。「NODEA」の超大型パノラマウインドウは、スイスに拠点を置く Sky-Frame 社との共同開発によるもので、今後も国内外で最先端の技術を有する企業との協業を進めていきます。

- **将来性のある革新的な新規事業の創出**

持続的な成長の実現に向けて、将来性のある事業の強化に投資を継続しています。さらに、消費者ニーズにより迅速に対応し、潜在的なニーズを捉えた製品の開発につなげるため、新たな技術や製品開発の手法を採用しています。クラウドファンディングの仕組みを活用した製品開発は、この一例です。このオンラインプラットフォームの活用により、LIXIL は重要な消費者インサイトを手し、エンドユーザーとの直接的なつながりを築くことができます。LHT Japan のビジネスインキュベーションセンターは「[猫壁 \(にゃんぺき\)](#)」に続いて、Makuake で 2 月に「[ATMO \(アトモ\)](#)」プロジェクトを開始しました。玄関ドアに簡単に取り付けられる宅配ボックスである「ATMO」には、5 月 15 日の締め切りを前に、目標の応援購入総額である 100 万円を上回る 970 万円以上が寄せられています。一方、LWT Japan も 3 月に Makuake で高密度泡シャワー「[KINUAMI U \(絹浴み \[結\]\)](#)」プロジェクトを開始しました。6 月 27 日が締め切りのこのプロジェクトは、4 月 28 日に目標台数を完売、100 万円の目標金額を達成し、1,600 万円以上の応援購入金を集めました。

デジタル化は、LIXIL の将来の成長を支える鍵となります。当社の GROHE ブランドは、革新的なブランド体験をオンラインで提供するため、ビジネス・パートナーとエンドユーザーに向けて、デジタル・コンテンツ・プラットフォーム「[GROHE X](#)」を 3 月に立ち上げました。情報収集に活用していただけるよう、製品の使い方を説明する動画や、製品開発の背景を説明する記事、製品の疑似体験が可能な 360 度の画像など多彩なコンテンツを提供しているほか、ブランドの専門家によるサポートも提供し、ブランドに親近感を感じてもらえるような、様々な工夫がなされています。さらに、新たな双方向コミュニケーションを実現する「GROHE X」では、ビジネス・パートナーが GROHE の営業担当者とのミーティングを予約し、オンライン会議をしたり、最新製品に関する情報を入手することができます。サイト立ち上げ後 1 週間で、140 カ国から 68,000 人が「GROHE X」にアクセスし、4,000 件ものミーティングが開催されました。

- **環境負荷の低減に向けた取り組み**

LIXIL は「[環境ビジョン 2050](#)」のもと、2050 年までに事業プロセスと製品・サービスを通じて、CO₂ の排出量を実質ゼロにすることを目指しています。また、2016 年以降、CO₂ 排出量を世界全体で 6.3%削減しており、2030 年までに 30%削減することを目標に活動しています。その取り組みの一つとして、2020 年 10 月に海外の 8 つの水栓工場で CO₂ 排出実質ゼロを実現しました。

また、LHT Japan では、2026 年 3 月期までに国内のすべての窓シリーズ商品を高い断熱性を誇る高性能窓に刷新する取り組みをすすめており、第一弾製品として、アルミ窓「サーモス A」(2021 年 5 月順次発売予定) を皮切りに、樹脂窓 (2021 年夏発売予定)、ハイブリッド窓 (2021 年秋発売予定) を展開していきます。一方、循環経済の実現に向けて、GROHE ブランドから、初の「Cradle to Cradle®」(C2C) のゴールド認証を受けた水栓金具とシャワーレールセットを 3 月に発売しました。C2C 製品は、製品やサービスのライフサイクルを通じた資源の利用に配慮し、新たな資源の利用を大幅に削減します。

- **多様性の尊重を推進**

持続的な成長を実現し、当社の存在意義 (パーパス) を達成するためには、真の意味で、顧客志向の組織を構築する必要があります。当社の顧客層は、社会の多様性を反映し、多岐にわたります。このような多様性を反映した上で、組織改革を実現するため、ダイバーシティ&インクルージョン (D&I) を当社の企業文化の変革における基盤と位置付け、2030 年までに達成を目指す [D&I の戦略目標](#) を先日発表しました。当社は、2030 年までに全世界の管理職の 30% を女性とすること、取締役および執行役の半数を女性とすることを目指しています。また、地域別にも目標を設定しており、国内では、新卒採用において今年初めて男女同率を達成しましたが、これを今後も維持することを目指します。

2021 年 3 月期 第 4 四半期決算短信は当社 [IR ニュースサイト](#) からご覧ください。

About LIXIL

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 60,000 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。

株式会社 LIXIL (証券コード: 5938) は、2021 年 3 月期に 1 兆 3,783 億円の連結売上高を計上しています。

LIXIL グローバルサイト : <https://www.lixil.com/jp/>

LIXIL Facebook (グローバル向け) : <https://ja-jp.facebook.com/lixilglobal/>

LIXIL Facebook (日本国内向け) : <https://www.facebook.com/lixilcorporation>