



## 株式会社 LIXIL

2023年3月期第1四半期決算投資家・アナリスト向け説明会

2022年7月29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 1 四半期決算投資家・アナリスト向け説明会
[決算期]	2022 年度 第 1 四半期
[日程]	2022 年 7 月 29 日
[ページ数]	34
[時間]	17:00 – 17:57 (合計：57 分、登壇：24 分、質疑応答：33 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) 常務役員 IR 室 室長 平野 華世 (以下、平野)

---

### 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



[アナリスト名]*	みずほ証券	中川 義裕
	野村證券	福島 大輔
	BofA 証券	大室 友良
	SMBC 日興証券	川嶋 宏樹
	ジェフリーズ証券	福原 捷
	三菱 UFJ モルガン・スタンレー証券	八木 亮

\*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 1 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ひ申し上げます。

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：** よろしくお願ひします。

**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：** よろしくお願ひします。

**司会：** 常務役員 IR 室 室長、平野華世でございます。

**平野：** よろしくお願ひいたします。

**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。

まず初めに、社長の瀬戸より、2023 年 3 月期第 1 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、質疑応答のお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ひいたします。

それでは、瀬戸より、2023 年 3 月期第 1 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、よろしくお願ひいたします。

---

### 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



› 2016年3月期よりIFRSに移行しています  
各段階利益の名称の違いは以下の通りです

日本基準	IFRS（当社財務報告）
	<b>継続事業</b>
売上高	<b>売上収益</b>
売上原価	売上原価
売上総利益	売上総利益
販管費	販管費
<b>営業利益</b>	<b>事業利益（CE）</b>
営業外収益・費用	その他収益・費用
経常利益	営業利益
特別損益	金融収益・費用
	持分法投資損益
税引前利益	<b>税引前利益</b>
	継続事業からの当期利益
	<b>非継続事業</b>
	非継続事業からの当期利益
当期利益	当期利益
非支配持分に帰属する当期利益	<b>親会社の所有者に帰属する当期利益</b>
親会社の株主に帰属する当期利益	非支配持分に帰属する当期利益

IFRS基準の「事業利益（CE）」は日本基準の「営業利益」に相当

LIXIL

1

瀬戸：皆さん、こんにちは。2023年3月期第1四半期の決算についてご説明させていただきます。

皆さんもご存知の通り、当社はIFRSを基準としておりまして、当社における事業利益は日本基準の営業利益と同じものになります。

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@scriptasia.com



## 〉本日のポイント

### 2023年3月期 第1四半期 業績の総括

#### 下記理由により前年同期比増収減益。ただし、利益は回復傾向

##### 1) コスト・インフレーション

- 直近では、主要原材料の市場価格は下落方向に転じるも、過去のコストによる生産・在庫計上とヘッジ取引、円安影響により下落影響の発現は、早いもので3Q、遅いもので4Q半ばに

##### 2) 価格改定

- 計画に沿って順調に進捗。本格的な効果の発現は10月以降を予定

##### 3) 市場環境（需要）

- 市場の需要は弱含む一方で、当社受注状況は概ね良好

##### 4) 第1四半期における各事業の状況

- LWT（日本）**：一時的な部品供給難への対応が奏功し、前年同水準の売上を確保。他方で対策コストが上昇
- LHT（日本）**：アルミ地金のヘッジと円安の進行により、コスト高が継続。採算面に影響
- LWT（海外）**：1Q売上成長の多くが為替影響。受注良好なるも、1Qは、サプライチェーン上の諸問題を背景として商品供給の安定化が課題に

LIXIL

2

本日のポイント。前年同期比増収減益、ただし利益は回復傾向と記載しておりますが、3カ月前にご説明した状況の延長線上にあって、われわれとしては、前半は大変ですが後半は挽回できるというその状況を、本日は、要素ごとにご説明したいと思います。

まず、今年いっぱいは続くだろうと考え、また今後も続くだろうと思っていたコスト・インフレーションですが、直近では市場価格の下落、特にわれわれの中心の材料になっている銅とアルミに関しては、急速に下落方向に推移しております。

ただ、そのほとんどは、すでに買ったものが在庫になっていたり、将来のヘッジも行っていますので、銅やアルミに関しましては、この下落したものがすぐに業績に表れるというわけではありません。

それ以外にも、色々な市場価格が今後落ちていくであろうと考えていますが、この効果が実際に現れるのは、早いもので第3四半期、遅いものだと第4四半期の半ば。ただし、来年度には、このコスト・インフレーションの部分はかなり改善されて、われわれの収益に対しては、大きなプラスになるのではない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@scriptsasias.com



ただ、このコスト・インフレーションの効果は、特にひどい最初の上半期に関しては、昨年度の部分のコストがどうしても反映されるということで、採算的には前半は特に苦しい。

特にまた、もう一つの要素である価格の改定に関しましては、これは計画通り進んでおります。順調に進んでいますけれども、一番大きな値上げは10月以降に予定されていますので、そうした意味では、本格的な効果の発現は10月以降になります。ただ、4月も6月も値上げは計画通り進んでいまして、これは採算の改善に役立っております。

市場環境に関しましては、全般的な市場環境としては、正直言って弱含みだと思っています。ご存知の通り、金利はアメリカも欧州も上がっていく方向にありますし、燃料の価格が上がり、エネルギー価格が上がり、それからロシアの問題は当面解決しないという部分では、全体の状況としては弱含みだと思います。

一方で、社員が頑張ってくれたことにより、受注状況はおおむね良好で、むしろ受注した商品がまだ届けきれていない。物流の制約など様々ある中で届けきれてないという状況になっています。

一方で、各事業、多少状況は違います。まずLWTの日本の事業ですけれども、ここは競合他社等に比べると、とにかく供給責任を果たすことができたところは、いいニュースではないかなと思います。ほとんど欠品はなく、商品を出荷することができました。ただ、どうしてもこれを行うためには突発のものに対する対応ということで、対策コストは上がりました。ただこれも、ほぼ計画に近いところで推移しています。

LHTに関しては、これも常にヘッジしている部分がありますので、ある程度予想はしていたものの、円安の進行が予想以上だったことがコスト高に響いています。LHTの場合、タイ工場などから輸入している商品もありますので、そうしたものも円安が響いています。

LWTに関しましては、もちろん今まで話した通り、主なコストである、原材料のうち大きな割合を占める銅という部分に関しては既にヘッジしてある部分なので、前提としては計画通りで、受注も良好です。

ただ問題は、コロナ等の様々な理由で、労働力が欧州・米国で足りないということで、サプライチェーン上のいろんな問題が起こっています。このために、本来であったならば受けている良好な受注に関して、それに合った供給がまだできていないところで、本当だったらもうちょっと頑張れたのにな、という残念さがあります。

---

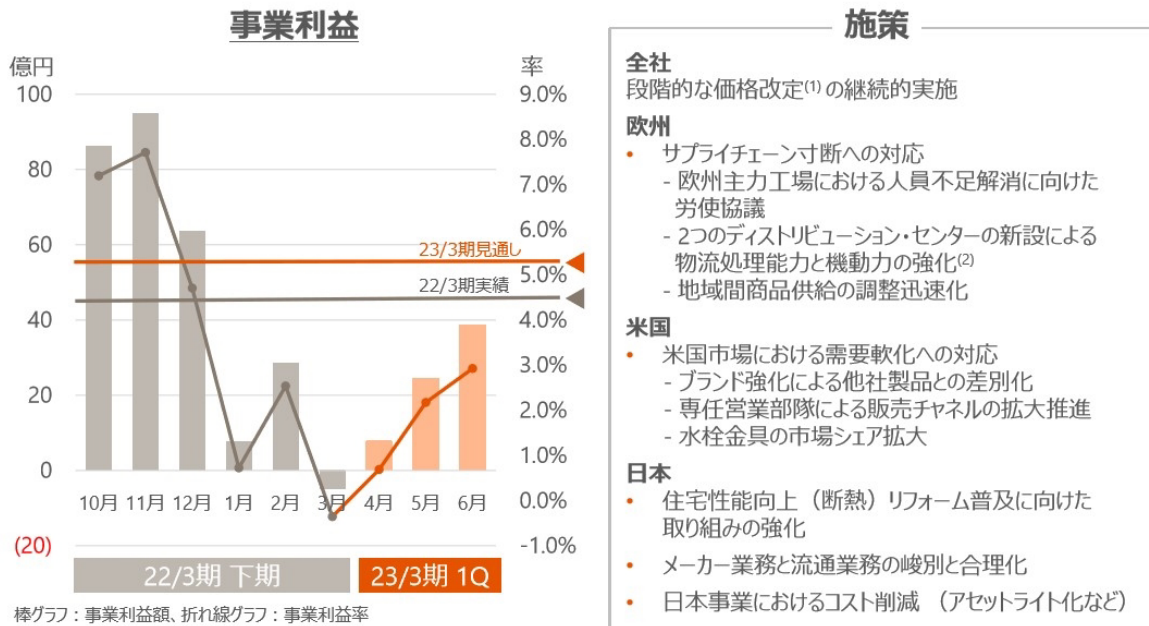
## サポート

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@scriptasia.com



## 本日のポイント

### 施策の段階的実行と効果発現により、利益率は順次回復



### 施策

- 全社**
  - 段階的な価格改定<sup>(1)</sup>の継続的实施
- 欧州**
  - サプライチェーン寸断への対応
    - 欧州主力工場における人員不足解消に向けた労使協議
    - 2つのディストリビューション・センターの新設による物流処理能力と機動力の強化<sup>(2)</sup>
    - 地域間商品供給の調整迅速化
- 米国**
  - 米国市場における需要軟化への対応
    - ブランド強化による他社製品との差別化
    - 専任営業部隊による販売チャネルの拡大推進
    - 水栓金具の市場シェア拡大
- 日本**
  - 住宅性能向上（断熱）リフォーム普及に向けた取り組みの強化
  - メーカー業務と流通業務の峻別と合理化
  - 日本事業におけるコスト削減（アセットライト化など）

LIXIL

(1) 2021年12月7日公表 プレスリリース「原材料価格の高騰による住宅用建材・設備機器のメーカー希望小売価格の一部改定について」  
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) p.26 事業・ESG関連トピックス「サプライチェーンの寸断と物流費の上昇への対応」参照

3

今お話した通り、3カ月前にお話した、急に上がったコストという部分が、ちょうどこの上半期に影響しているという部分では、必ずしも目覚ましい結果ではありませんが、3月以降、順々に結果は良くなってきております。

結果が良くなってきている部分を分析しますと、まず一つは、段階的な価格改定が大きな支えになっています。これは今後も続けていきますので、浸透が進むことによって、ここは利益の向上に貢献してくれることは十分期待できるかと思えます。

ヨーロッパに関しましては、先ほどお話した通り、サプライチェーンの問題がありました。われわれの、特にヨーロッパにおける売上の主力商品である、水栓金具の半分以上が作られているドイツの工場において、労働力が十分ではありませんでした。つまり、コロナ等で人があまり来られなかった、もしくはこういった状況の中で、受注状況は非常に良く、好調なので、土曜日でも働いてほしいとか残業してほしいということに関して、労働組合の方からなかなか対応が得られなかったんですけども、ようやくここに来てこの協議が終了して、生産をフルキャパシティで作れるようになりました。

## 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@scriptasia.com



また、それよりも大きな問題として、物流側の処理能力が足りなかったもので、ここに関しては二つの物流センターを新設することにより、十分に製品が出せる状態にもっていています。

ヨーロッパに関して言うと、やっぱり今回ロシアとかの問題を発端として、東ヨーロッパでやや悪くなってきていますが、一方でエネルギー価格が上がったことで、われわれとしては一番強い地域でもある中東地域、中近東地域などで、商売が大きく伸びているというプラスもありました。

一方、アメリカは、特に小売りを中心として、将来に向けて在庫調整をしているお客さまが増えてきております。ただその中でも、われわれ過去にブランドを強化してきたりして差別化をしてきたり、今まで仲介業者を使っていたような部分を全て専任の営業に変えるなど、販売のチャネルも変えてきております。

それから、利益の比較的低い衛生陶器から水栓金具の方に市場を拡大するというのも、少しずつ行ってきていますので、こういった施策がある程度実を結んで、悪い状況の中でも良くなってきています。

日本に関してはリフォーム、特にハウジング事業においては、今までリフォームというのは小さかったのですが、やっぱりエネルギーに対する関心が非常に高まり、エネルギー危機ということもあり、それからCO<sub>2</sub>の問題もありということで、断熱リフォームが急速に増えております。

それから、われわれの水回りの日本事業に関しましては、一種の流通改革として、メーカーはメーカーの仕事をしましよう、流通は流通の仕事をしましようというかたちでの合理化が進んでまいりました。

加えて、当然のことながら、日本事業におけるコストを削減するというアセットライト化や、人員の生産性を上げていくといったこと、デジタル化も進んでいますので、少しずつ回復していった、本格的な回復は10月以降で、7、8、9月も決して昨年に比べれば楽な状況ではありませんが、10月以降良くなるという兆候はずいぶんと掴んできているような状況でございます。

---

## 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



## 本日のポイント

### 今後の見通し：コスト環境は良化。ただし、影響の発現にはやや時間を要する

#### コスト環境

##### 原材料コスト

- 銅：価格は下落傾向<sup>(1)</sup>。過去ヘッジ分と在庫計上分により、コストへの本格的な反映は4Q半ば以降の見通し
- アルミ：大幅に下落<sup>(2)</sup>するも、過去のヘッジ分と為替影響により、1-2Qは期初コスト見込みを上回り、3Q以降に価格下落と円安影響が拮抗する見通し
- 鉄・樹脂：3Q以降の価格下落を見込む

##### 物流コスト

- 海上輸送等の運賃水準は下落傾向なるも、2Qまでは過去運賃を反映した原価が計上される見通し
- 価格下落影響は、3Q以降に発現の見込み

##### 半導体・ワイヤーハーネス・木製品など、その他のコスト

- 仕入の冗長化がサプライチェーンの寸断に対し奏功。一方で対応コスト高が継続
- 突発事項の発生頻度は低下。今後、緩やかに対応コストが減少することを期待

##### 為替影響（円安影響）

- 地金（アルミなど）調達その他、海外工場からの部品・製品輸入への影響あり

#### 今後のリスク要因

##### ロシアからのエネルギー供給リスク

- エネルギー消費が高まる冬期における生産にリスクあり
- ドイツ所在の工場は3つ。GROHE製品の約50%を生産
- ただし、ガス供給が45%削減される悲観シナリオでも代替エネルギーへの転換で生産高の減少は4.5%程度に留まると試算

##### 労務問題

- コロナ禍による労働力不足、ストライキ・欠勤は工場の他、港湾・輸送業者でも頻発
- 商品供給の不足については、今後も注視が必要

##### 中国におけるロックダウンの頻発

- 引き続き、仕入の冗長化により対応を予定

##### 世界的需要の本格的減退



(1) LME 月間平均価格 (2022年)：ピークの3月におけるUSD10,246/トンから6月は、USD9,036/トン (-12%)  
(2) LME 月間平均価格 (2022年)：ピークの3月におけるUSD3,543/トンから6月は、USD2,585/トン (-27%)

4

今後の見通しに関しましては、まず良いニュースとしては、コスト環境は明らかに良くなっています。ただ、この反映は来年の1月ぐらいからが中心になってきて、来期に関しては、これはものすごく良いニュースになり得るだろうと考えています。

悪いニュースに関しては、将来の景気に関する不安材料が増えてきているかと思います。一つ一つご説明しますと、銅とアルミに関しましては、この2、3月に示したような最高価格から一気に下がってきています。

その中で、銅に関しては過去ヘッジした分、それから既に作っているものは過去のコストで作っていますので、そういったもので在庫しているものが出荷されている状況が続いております。ヘッジした材料で製品が作られ、在庫になって、販売されるということが続くことを考えると、第4四半期の半ばぐらいから、原材料の今下がっている部分が業績に反映されていくだろうと思います。

アルミに関しては、もう少し悪かったのが、市場価格が大幅に下落したのは事実ですが、銅のケースと同様に、過去のヘッジ分があるので、今は高いコストのものを作っている、高いコストで買ったもので製品を作っている状況だけではなくて、為替が一気に円安に走ったことで悪くなりました。

## 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



それから、タイパーツが比較的高く推移していることもあって、製品の輸入という面でもやや苦戦をしました。ここは計画通りとは言えず、ちょっと第1四半期に関して悪かったかなと考えていますけれども、これは逆に、第3四半期以降に、価格下落とちょうど円安の影響が拮抗していくかたちで、こちらは予定通りになっていくということで、もちろんこれも本格的に良くなるのは第4四半期になります。

鉄と樹脂に関しては、海外における値段は下がっていますが、日本における値段はまだ下がっていません。ただ、第3四半期以降、下がるものは下がっていくのではないかと考えています。今の原油価格とか、国際的な鉄の価格という部分で考えていくと、下がっていくのではないかと。この辺に関しては、第3四半期以降で下がるとすると、銅やアルミで説明しました通り、実際にこれが業績に反映されるのは来期ということになります。

物流コストの方は、もう既にこの運賃水準は下落しています。ただ次の四半期までは、過去の運賃を反映した材料の原価が計上されるので、これはすぐには浮きませんが、第3四半期以降に、実際に物流コストが下落した部分が反映されます。

半導体、ワイヤーハーネスや木材もですが、今回様々な問題で特別対応しなくてはならなかったものです。この特別対応の発生頻度は減っています。そういった意味でここは、いくらになるというのはなかなか予想しにくいところですが、今後、緩やかにコストは減少していきたく見えています。

為替に関しては、これはトータルで見ると、海外事業に関しては円安で、円ベースではプラス材料ですが、アルミ地金の購買という部分ではマイナスになっている。それから、海外の工場から一部買っている、タイで生産しているサッシ商品などについては多少の影響があります。

ただ、全般で見えていくと、直近におけるコスト環境の良化の影響は、すぐには業績に反映されないものの、後半以降においては良い話だと考えていいかなと思っています。

一方で、リスク要因としては、当然のことながら、今の戦争におけるエネルギーの供給リスクがまずあります。ここに関しては、われわれ3カ月、4カ月ぐらい前からいろいろなBCP（Business Continuity Planning; 事業継続計画）のプランを立てております。まず、ガス供給がロシアから45%削減されたとしても、これはおそらく最悪のケースとして見ているケースでも、いろいろなエネルギーへの転換等をしていくことで、生産高の減少は4.5%程度にとどめられると考えているので、このリスクに関してはある程度対応できるかなと思います。

---

## 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@scriptasia.com



一方で、今までも輸送・港湾業者などで起きてきたような、それから工場で起きてきたような、コロナで突然労働力が減ってしまうとか、コロナによって労働意欲が少ない人たちがストライキ、それから欠勤を起こすというようなことでの問題というのは、特に輸送・港湾業者で起こり得るし、工場でも起こり得ると思います。

それから、中国におけるロックダウン。これは最近でも武漢でも起こったように、今後も起こり得ると思いますが、先ほどもお話したように、ここはこれまでうまく対応できてきたので、今後も仕入の冗長化を続けていくことで対応できるだろうと思っています。

最大のリスクとしては、世界的需要が本格的に減退することを心配はしています。ただ、既に今まで起きている減退に対しては、やはりそれなりに強く頑張ってきたということは、一つにはわれわれの GROHE みたいな商品を考えてみますと、やっぱりナンバーワンブランドというのは、経済環境が悪いときでも一定の需要量が常に得られるということが一つあります。

それから、世界中で経営をしていますので、先ほど話したような、ロシアからのエネルギー供給が悪くなったときには、逆に中東のような燃料で潤う経済に対して売ることができることや、今のようなエネルギー危機がきたとき、窓のリフォームに対する需要も生まれてきていることも事実です。良いところも悪いところもありますので、世界全体としての市場が悪くなったとしても、個社としては頑張れるような体質にはなってきているのではないかなと思います。

---

## 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



## ▶ 2023年3月期 第1四半期 決算ハイライト

### 前年同期比で増収減益

#### ■ 売上収益 3,603億円、前年同期比 4%増

- 1Q3か月：国内 +0.4%、海外 +11%（為替影響除く、+1.4%）
- サプライチェーン寸断、中国ロックダウンの影響あるも、為替影響、国内リフォーム成長、アジア太平洋地域の経済活動回復進展により増収

#### ■ 事業利益 70億円、前年同期比 161億円減

- 1Q3か月：国内 -74億円、海外 -99億円、連結調整/他 +12億円
- 各種対応策<sup>(1)</sup>の段階的な効果発現により、対前年同期比減益なるも、4月以降、利益率は徐々に回復

#### ■ 最終四半期利益<sup>(2)</sup> 57億円、前年同期比 111億円減

- 事業利益の減少を主因として減益



(1) 各種対応策についてはp.3参照  
(2) 最終四半期利益=親会社の所有者に帰属する四半期利益

5

数字としては、先ほどお話した通り、前年同期比で増収減益。増収といっても、為替影響はけっこうあります。ただ、先ほどお話した通り、欧州とアメリカの物流関係のサプライチェーンが、コロナ等で問題が起こらなければ、もう少し良い売上があげられたかと。特に欧州は、収益性のいい地域ですので、ここで売れるものを売ることで、届けることができなかったというのは、事業利益にはある程度響いています。

ただ、事業利益に響く部分は、これはもともと3カ月前から、コストが上がった部分、それからヘッジしていく部分というところで、将来にわたってある程度の期間、ここは苦しめられるだろうということを予測して考えていますので、ここは、前半は悪いが、後半は良くなっていくと考えております。

### 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@scriptasia.com



## 2023年3月期 第1四半期 連結業績結果

	22/3期	23/3期	前年同期比	
	1Q 3か月	1Q 3か月	増減	%
(億円)	実績	実績		
売上収益	3,458	3,603	+145	+4.2%
売上総利益	1,250	1,164	-86	-6.9%
(%)	36.2%	32.3%	-3.9pt	-
販売費及び一般管理費	1,019	1,094	+75	+7.3%
事業利益 <sup>(1)</sup>	231	70	-161	-69.8%
(%)	6.7%	1.9%	-4.7pt	-
非継続事業を含む 最終四半期利益 <sup>(2)</sup>	168	57	-111	-65.9%
EPS (円)	57.91	19.79	-38.12	-65.8%
EBITDA <sup>(3)</sup>	431	269	-162	-37.5%
(%)	12.5%	7.5%	-5.0pt	-

- 事業利益率：4.7pt悪化（売上総利益率：3.9pt悪化、販管費率：0.9pt悪化）
- 売上総利益率・事業利益率：1Q時点では価格改定・固定費削減効果がコスト増を賄うに至らず、悪化
- 販管費：販売活動量の増加及び物流費の上昇により、前年同期比+75億円（日本+14億円、海外+34億円、為替換算影響+27億円）。販管費率は、海外における人件費・物流費率の上昇を主因に0.9pt悪化

LIXIL (1) 日本基準の「営業利益」に相当  
(2) 親会社の所有者に帰属する四半期損益

(3) EBITDA=事業利益+減価償却費

6

そういったかたちで連結業績を見ていくと、明らかに分かることは、昨年の第1四半期、昨年の4月から6月というのは、コスト・インフレーションが起こる前の時点です。ここで頑張れた数字ができてなかったのは主にコスト・インフレーションが大きな理由だということは、4.7ポイント事業利益率が減ったけれど、そのうち売上総利益率が3.9ポイント減ったという、ほとんどが売上総利益要因だということから一つ説明できるのではないかなと思います。

もちろん、ある程度販管費上がった部分とかもあります。これも言ってみれば特別対応のコストが非常に長くかかっていることを考えると、この状況の改善というのが一つの大きなソリューションになるのではないかなと。

ただ、大きな目で見ると、われわれとしては、コストがぐっと上がっていくことに対して、値上げが常に遅れてくることで、遅れている間だけいつもこうした問題が起こるわけですが、今回コストが下がる傾向になってきましたので、ここは追いつくことが確実になったということは、割と良いことではない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



## 報告セグメントの変更

成長と利益率向上を加速し、事業間連携を強化する組織体制へ

ビルディングテクノロジー事業（LBT）及び住宅・サービス事業等（H&S）をハウジングテクノロジー事業（LHT）に統合することで、一層の事業間融合を図る



LIXIL

7

今回から、報告セグメントを変更しています。吉田専務がこれまで見てきたハウジングテクノロジー、ビルディングテクノロジー、住宅・サービス事業等、これを一つにします。住宅・サービス事業等は、ノンコアのビジネスを売却したこともありますので、そんなに大きな売上にはなっておりませんし、ビルディング事業に関しては、製品も基本的にはハウジングテクノロジーのサッシ事業に非常に近い商品が中心ですので、ここを一つにするというのは合理的な判断ではないかなと考えております。

### 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

## ご参考：2023年3月期 第1四半期 業績概況（報告セグメントの変更）

旧報告セグメントによる1Q（3か月）業績は以下のとおり

旧報告セグメント	(億円)	第1四半期 3か月		
		22/3期	23/3期	増減
LWT	売上収益	2,106	2,210	+104
	事業利益	237	132	-104
LHT	売上収益	1,148	1,167	+20
	事業利益	104	35	-69
LBT	売上収益	180	197	+17
	事業利益	-8	-8	-0
住宅・サービス事業等(H&S)	売上収益	72	68	-3
	事業利益	1	4	+4
全社/連結調整	売上収益	-47	-39	+8
	事業利益	-102	-94	+9
合計	売上収益	3,458	3,603	+145
	事業利益	231	70	-161

為替影響

1Q3か月：売上収益 +115億円、事業利益 +14億円

**LIXIL**

8

元のセグメントで業績を説明しますと、このようなかたちで、それぞれのセグメントごとの利益が出てきています。LHT に関して大きく減った部分は、多くはアルミの地金のヘッジが、コストとして効いているという部分と、円安ということで、円安の部分は期初計画には入っていなかった部分です。

LWT の方の、事業収益の下がっている部分に関しては、このコスト・インフレーションは予想の範囲内でありました。

### 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



## 2023年3月期 第1四半期 業績概況（報告セグメントの変更）

ウォーター事業（海外）、ハウジング事業が増収に貢献。コスト高対応策効果により、全事業で直前四半期比では増益なるも、前年同期比では減益

新報告セグメント		第1四半期 3ヵ月				
		22/3期 <sup>(1)</sup>	23/3期	増減		
(億円)				セグメント 変更による 増減 <sup>(2)</sup>	セグメント 変更を除く 増減	
LWT	売上収益	2,106	<b>2,210</b>	104		
	事業利益	237	<b>132</b>	-104		
LHT	売上収益	1,394	<b>1,430</b>	36	+17	+20
	事業利益	99	<b>31</b>	-68	+1	-69
全社/連結調整	売上収益	-42	<b>-37</b>	5	-3	+8
	事業利益	-105	<b>-94</b>	12	+3	+9
合計	売上収益	3,458	<b>3,603</b>	145		
	事業利益	231	<b>70</b>	-161		

為替影響

1Q3ヵ月：売上収益 +115億円、事業利益 +14億円

**LIXIL**

(1) 22/3期 通期・四半期実績については、2022年7月29日公表の「報告セグメントの変更に関するお知らせ」をご参照  
(2) 4報告セグメントから2報告セグメントに変更したことに伴う連結調整額を含む

9

今ご覧頂いたセグメント毎の業績を新しい報告セグメントに変換したのが、今ご覧頂いている数表でございます。

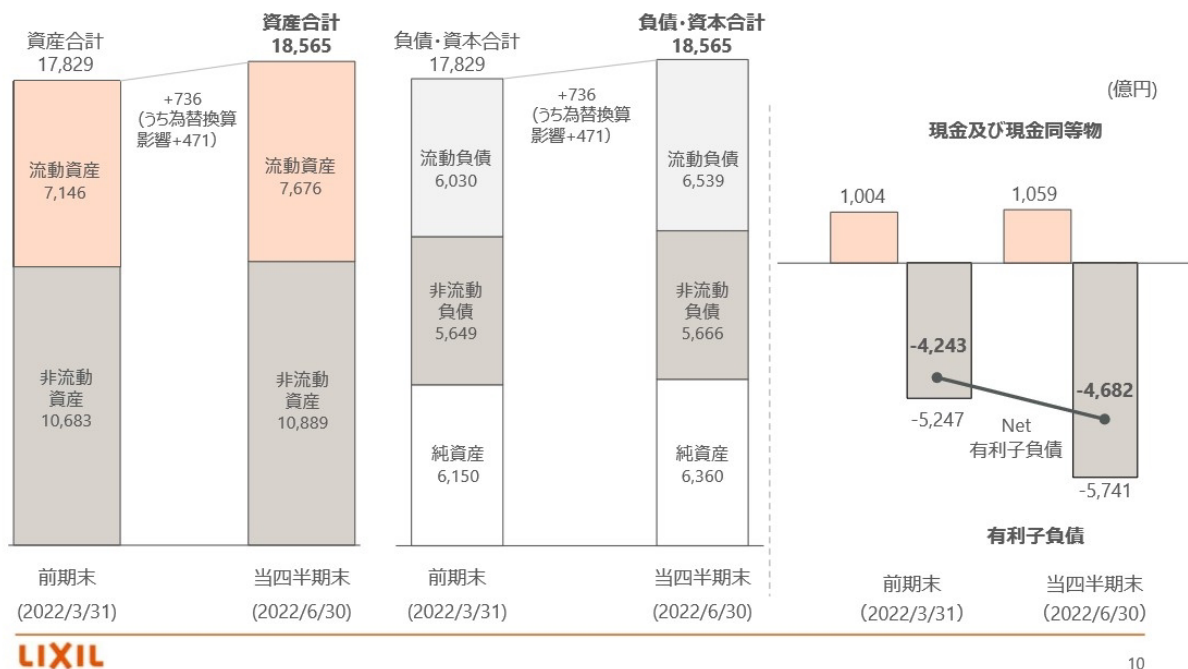
### サポート

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@scriptasia.com

**SCRIPTS**  
Asia's Meetings, Globally

## 連結財政状態

総資産は、主として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と資材高騰による単価上昇、為替影響により増加。自己資本比率は、34.1%



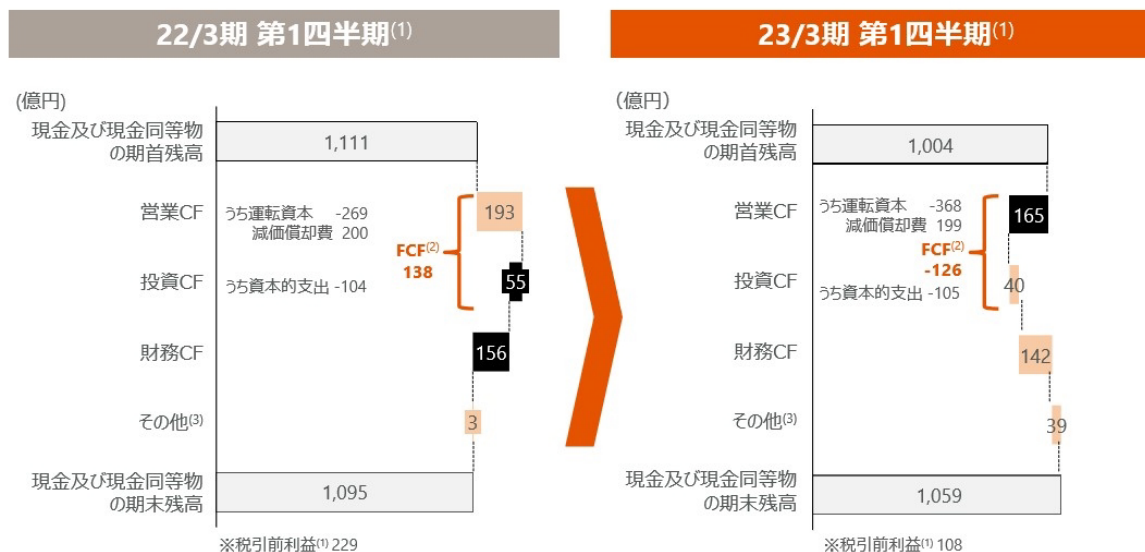
連結の財政状態。バランスシートをずっと整理してきて、身軽になってきたのですが、今回増えています。これは、一つには円安の換算。もう一つは、サプライチェーンの寸断に備えた在庫を増やしたという部分で、ちょっと増えてしまっております。

### 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@scriptasia.com

## 》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、アセットライト化促進により増加するも、在庫水準の引き上げ・資材高を主因とした棚卸資産残高増加による運転資本の減少、税引前四半期利益の減少により前年同期比では264億円の減少



(1) 非継続事業を含む  
(2) フリーキャッシュフロー (FCF) = 営業CF+投資CF で計算

(3) 「その他」= 為替換算影響額

11

キャッシュフローに関しても、順々に毎年改善させてきて、キャッシュフローやEBITDAに関しては、業界でも一番良い水準まで来られたのではないかなと考えています。今回は先ほど話した通り、在庫を積み増さなければいけなかったこと、それからコストが上がって、利益が下がったという部分で、今回は残念ながらフリーキャッシュフローは下がりましたが、体質としてはいい方向に向かっていると考えています。

### サポート

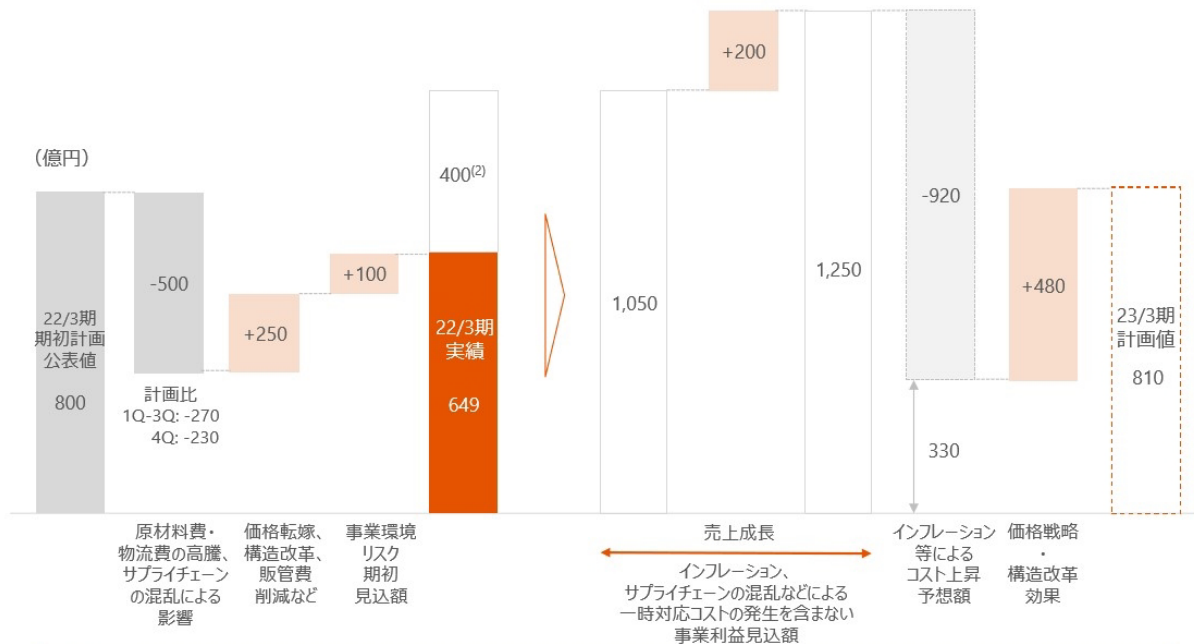
日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



## 本日のポイント

2022年3月期決算説明資料 p.3

### 事業利益計画未達要因・2023年3月期見通しの考え方（概算値）(1)



LIXIL (1) マネジメントベース

(2) 主として、発生を抑制することが可能なコスト、および、発生が急激であったため、対応策の効果発現時期との間のタイムラグにより生じたコスト 12

ここで、少しおさらいというか、3カ月前にお話した状況が今どのような感じで動いているのかということ、簡単に2022年3月期決算説明資料の3ページの図で説明させていただくと、もともと、われわれ800億で発表していた2022年3月期が650億になってしまった理由として、実際に計画よりも500億ぐらいのいろんなコストが上がってしまったと。それと価格転嫁とか事業リスクの当初見ていた分を足し合わせると、結果的には650だけど、実際にいろんなコストが上がった分が150億見られませんでしたというところ。逆に言うと、この辺が全部見られたら1,050億ぐらいまでいけたのではないかというのが、前期のおさらいでした。

そこから売上の成長を見て1,250億。それに対して、インフレーション影響で利益水準が大きく920億下がり、価格戦略で480億足して810億にしますと。これが大きな画だったわけです。

今でもこの前提というのは大きく変えていませんし、われわれの第1四半期の推移も、これを大きく変えるようなものではないかと思います。ただ、一つ一つの要素で見ていくと、売上成長に関して言うと、もうちょっと悲観的な部分は今後出てくる可能性はあるだろうと思っています。一方で、インフレーション等によるコスト上昇予想に関して言うと、ここは第3四半期から下がってくるというところでは、良い材料になってくると思います。

## 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@scriptasia.com

価格の戦略に関しては、これは今まで全部予定通りやれてきたので、たぶんこの通りやれるだろうと思いますけど、コストが下がった分に関して、やっぱり交渉がしんどくなるということは、ある程度あると思います。

しかし逆に言うと、ここは、重要なのは今期ではなくて来期になってくると思います。来期はこのままでいくと、前期 500 億、今期 920 億と膨れ上がっていったインフレ部分がなくなるので、そこをどこまで刈り取れるか。実際に、当然景気が悪くなって、それから全体のコストが下がってきたところで、交渉が厳しくなる中でいったとき、どこまでそれを刈り取れるかというのが大きなチャレンジになってくるのかなと、長期的には考えております。

以上、ご質問の時間を残したいので、ここで私からの説明は終わらせていただきます。

---

#### 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@scriptsasias.com



## 質疑応答

---

**司会 [Q]**：それでは、これより質疑応答の時間とさせていただきます。

最初のご質問をご紹介します。

みずほ証券、中川様より、欧州および米国において、インフレによる消費行動の変化の影響をどのように見ていらっしゃいますか。

**瀬戸 [A]**：アメリカにおいては、やはり消費行動、これは欧州もそうなんだろうけども、これからインフレが起こっていくという中で言ったとき、賃料が追いついていない層に関しては、ミドルエンドからローエンドの人に関して言うと、明らかに買い控えが起きていますが、逆にハイエンドの人たちに関して言うと、そこは必ずしもそうではないところからすると、ますます格差が生じてくるのではないかと考えています。

われわれとしては、戦略としてブランド価値を上げていって、ハイエンド側に売っていくということから見ていくと、そこは対応し得ると考えております。現実には、全体としての需要、1個1個の個数としての需要は下がってくると思いますが、ハイエンド側の需要に関しては、ある程度強いものは、今のところ見えているなという気はしています。

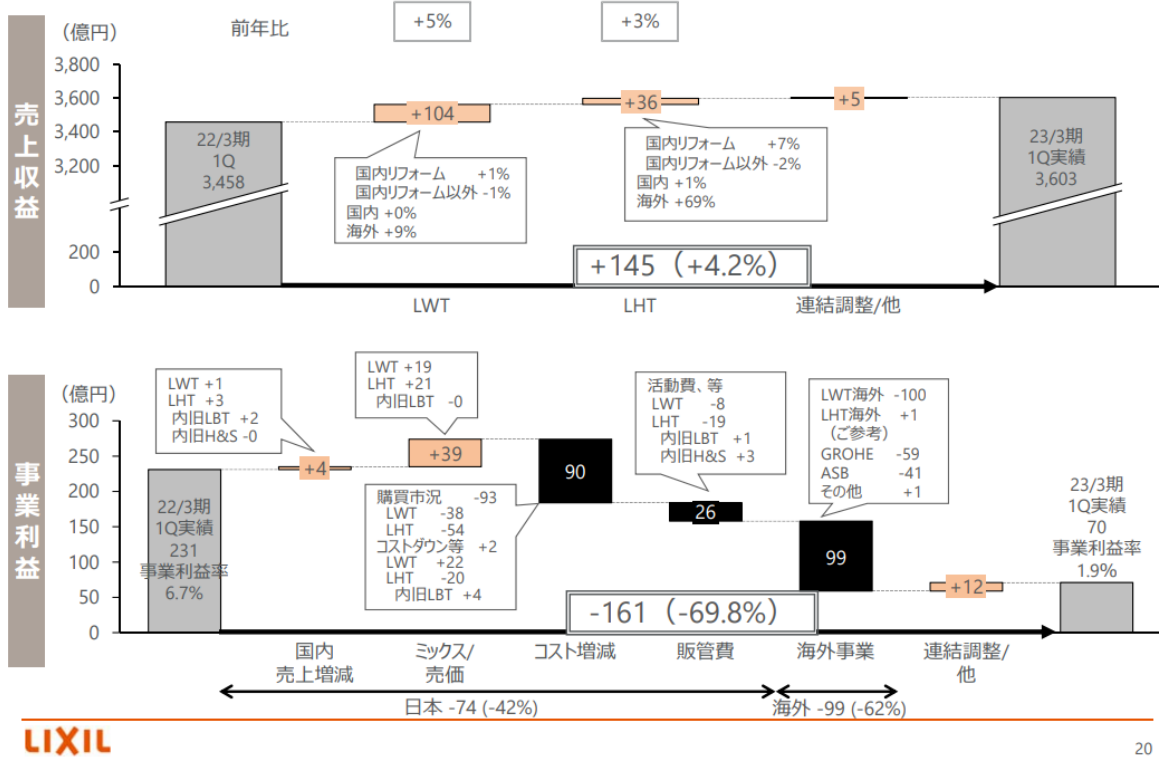
---

### 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



## 2023年3月期 第1四半期 売上収益・事業利益の増減（前年同期差）



司会 [Q]：続いて、三井住友トラストアセットマネジメント、竹川様より、複数のご質問を頂戴しておりますので、順番にご紹介させていただきます。

まず一つ目が、説明会資料の 20 ページに掲載しております、第 1 四半期の売上収益・事業利益の増減と、通期のウォーターフォールチャートの計画についてのご質問でございます。国内の売上増減が、第 1 四半期プラス 4 億円となっております。こちらが通期のセグメント変更における計画値としては 115 億円、年間で想定されておりますが、こちらについて何が修正されたのかというご質問が一点目。

あとミックス売価のプラス 39 億円です。こちらが年間がプラス 398 億円になるという理由。

そして三つ目のポイントが、海外が第 1 四半期でマイナス 99 億円。これがなぜ第 1 四半期、これほどのマイナスで、計画の達成に向かうのかというご質問です。

平野 [A]：こちらは、ウォーターフォールチャート、後ろの方のデータページについては、IR 室平野よりご回答させていただきます。冒頭の方でご質問いただいた、資料 20 ページの国内売上増減について、内容としては何が通期の見通しとして修正されたのか、ということですね。

### 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@scriptsasiam.com

基本的には通期の計画は、今回第1四半期の時点で何も修正しておりませんので、ウォーターフォールチャートの見た目が、報告セグメント LHT の中に LBT と、特に H&S、今まで国内のウォーターフォールチャートに数字として入れていなかった H&S を組み込んだことによって、数字が動いているようなかたちになります。

繰り返しになりますけれども、通期の計画を見直しておりませんので、従来国内事業分のウォーターフォールチャートの中に、別のところに書いてあった H&S 分を入れただけ、というかたちで、実質的には何の変化もないというつくりが、20 ページのウォーターフォールチャートになります。

これとはちょっと毛色が違うご質問を最後にいただいていたと理解しておりますが、それが海外ですね。今回、通期の計画で見込んである利益に対して、非常に計上額が少なかったにもかかわらず、年度末海外の利益、計画が達成できるのはなぜかということですね。

**瀬戸 [A]**：そこは先ほどお話した、われわれの値上げというのが、ほとんど 10 月以降になっています。これはなぜかという、大きなコスト上昇、特に銅価格を中心としたコスト上昇が、今年の 2 月から 3 月に行われたので、4 月に値上げするには間に合わなかったのが、これが 10 月に値上げするというかたちにしています。

それこそ 50% ぐらい一気に上がった時期もあったものですから、しかもそのコストは、少なくとも 9 月ぐらいまでは全く、100% 使われてしまうという状況で、10 月からは値上げが行われて、しかもそのコスト上昇の一部は、今回非常に下がっている部分に関しては、第 4 四半期、来年の 1 月から 3 月のどこかである程度実現されるので、そこに関してはかなり、逆に後半良くなっていくというのは大きく、まず一番大きいのは、それに対応する値上げが 10 月であるということが一つ。

それから二つ目は、これは計算外でしたけど、コストが良くなるという部分が 1-3 月にあるというところは一つあるので。全体で見えていくと、海外に関して言ったとき、特に大きな不安というのは、今のところ持っておりません。外的な要素で、ヨーロッパとかアメリカで不況というのが予想以上に行われたとき、というリスクはあると思いますが、ビジネスそのものとしての計画としては、蓋然性が非常に高いと思っています。

**司会 [Q]**：それでは続いて、竹川様からもう 1 問です。

欧州、特にドイツは LNG 不足で、冬場にかけて電力供給が厳しくなりますが、代替エネルギーに転換可能なのでしょうか。

---

## 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]**：これは、先ほどちょっとお話したことに重なってくると思いますが、一応われわれとしては三つぐらいのシナリオを作って、ロシアからのガス供給が止まっていくレベルに合わせた代替エネルギーへの転換というのは、計画を作っています。

ただ、先ほどお話したように、半分ぐらいもう来なくなるという状況においては、代替エネルギーに転換は可能だけれど、コストは上がると見えています。その場合は、やっぱり半減させることになりそうですけど、一番悪いケースで考えると、やっぱり数%の値上げの転嫁が遅れるということは起こりますけど、逆に言うとさっきのコスト、下落の部分の第4四半期の貯金がありますので、そこは何とかなるかなと考えています。

**司会 [Q]**：続けて、竹川様より、内外ともに値上げが進むと、消費者がついてこないのではないかと。景況感の悪化や金利上昇の影響など、欧米を中心に出てくるのではないのでしょうか。

**瀬戸 [A]**：はい。そのリスクはあると思います。それがゆえに、個社としてどうするかということがたぶん一番重要になってくるだろうと思っています。商品そのものとして見たときには、われわれの商品のそのものの値段というのは、お客さまが必ずしも知っているわけではないので、純粋な価格感受性というのは低い商品なんですね。ですから、競合がどうするかによってかなり変わってくると思います。

今、例えばアメリカのフィッティング（水栓金具）なんかでいくと、Mascoも Fortune Brands Home & Securityもコスト増に則して価格を上げる方針を明示しています。一方で、フィクスチャー（衛生陶器等）に関しては、Home Depotなどは必ずしも価格を上げていないということで、そういったものに関して、特に先ほどお伝えしたように、ローエンドの商品、プライベートブランドの商品などと競合しているような部分に関しては、消費者がついてこない分だけ、結局利益率が低くても売っていくことを強いられる商品というのは、当然あると思います。

ですから、そういったものからなるべく抜けられるように差別化していく、それから利益環境が良い商品にシフトしていくということをしてきました。で、当然景況感の悪化、ですから金利上昇は、住宅着工そのものが減っていくかたちで需要が減っていくということはあると思っています。繰り返しになりますが、今のところ、特に欧州に関しては、製品の受注は年末まで入っていますので、そういった意味では、グローバルでのブランドエクイティという部分はけっこう大きいかなと思います。

一方、アメリカに関しては、様々な形で売る相手を変えてきたり、売り方を変えてきたり、それからブランドエクイティを上げたりしてきたことが効果を出して、やれると考えていますけど、ヨーロッパに比べるとアメリカの方はチャレンジングな部分はあります。

---

## 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@scriptasia.com



一方で、アジアは非常に良いです。アジアが良いというのは、昨年悪かった部分に関して大きく改善しているところがあります。中国に関しては、なかなか予想が難しいですけど、決していい状況にはならない、あまりならないのだろうなということをしばらく覚悟はしております。

日本に関しては、むしろ金利は上がってはこないでしょうけれども、景況感が悪化していく中で言ったとき、一つの大きな要因としてのエネルギーコストが上がる部分は、むしろ LHT（ハウジング事業）のビジネスにはプラスという部分もあると思います。まだら模様な影響なものですから、どれだけ個々の企業として、経営者として、そこに対して対応できていくかということが、特に今年の後半は試されるのだと思います。

**司会 [Q]**：続きまして、野村證券、福島様より、国内では段階的に販売価格を値上げしておりますが、同業他社に対して、御社製品が割高で、シェアを落とすという可能性はないでしょうか。また同業他社と比較したときの、御社製品の価格競争力はいかがでしょうかというご質問でした。

**瀬戸 [A]**：今、価格競争力というのは、基本的には二つのものから来ていて、商品として差別化できているから、同じような商品でも高く売れるかどうかというところ。ここは努力してきたつもりではいるので、一定の自信もあります。それからもう一つは、同じ商品を安いコストで作れているかどうかという部分。これもプラットフォーム生産をしてきた結果という部分では自信があります。

で、最初の質問に関しては、これはなんとも言えません。かなり商品によって違ってくると思います。特に競合が多いのはキッチンと浴室で、そこに関しては、全ての会社が同じような行動をとるわけではなくて、値上げをしない会社がシェアを取りに行く可能性はあるかと思います。

それから過去にどこというか、会社の名前は上げられませんが、過去やはりこういう時期にアグレッシブに来るところがあったことも事実ですけど、ただ長期的に考えて、そうした施策を続けていくと、業界の中で言ったとき、やはり収益性を落としてきている人たちが多くいるので、われわれも今期、そんなに威張れたものでないですけど、他の方もやっぱりこの業界でなかなか大変だったと思うんですね。その中で販売価格の改定をしないというのはちょっと考えにくいので、程度の差だと思います。

その中で、ただ断固としてやっていくということは、短期的にシェアを落とす可能性があったとしても、長期的には良い製品を作るという源泉にはなるので、われわれはこの施策を続けていくということで、会社としての収益を上げていくことが重要だと考えています。

**司会 [Q]**：ありがとうございました。続きまして、BofA 証券、大室様より 3 点ご質問いただいておりますので、まずそちらを読み上げ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@scriptasia.com



一つ目、北米の住宅マーケットの見通しについて。二つ目が、エネルギーへの関心。断熱リフォームが増えているとのことで、断熱サッシの今後の売上について。そして三つ目が、本社ビルの売却状況。売却代金を活用した自社株買いの可能性についてです。

**瀬戸 [A]**：1 番目に関しては、住宅マーケットに関してはやはり下がっていくと思います。金利がここまで、逆に言うところまで強く上げているということは、それでも住宅マーケットが強くなってきているので、ある種のチキンゲームにはなっていると思いますけれども、下がっていく、当然下がっていくと思いますし、下がるまで金利は上がっていくと思います。

2 番目のエネルギーへの関心、断熱リフォームですけど、断熱サッシ、特にリフォーム用のサッシ、3 枚ガラスのリプラスとか、当社にしかない製品もあります。断熱サッシに関しては、売上はどんどん良くなってきております。一方で、サッシ全体で見えていくと、もうほぼ全ての商品が断熱サッシというカテゴリーに入る状況になっていますので、そうした意味では、今の世の中の流れに合った商品構成になってきているのではないかなと思います。

自社株云々というのは、これは私が決められることではないので、お答えは控えさせていただこうと思います。本社ビルの売却状況に関しては、売却そのものはもう決まっております。

**松本 [A]**：では松本の方から。売却の契約は成立をしております。契約時の一時金はいただいております。最終的な売却は今年度内に、引っ越し等々終わったところでとなっておりますので、第 4 四半期になるかなと思っております。

**司会 [Q]**：続きまして、SMBC 日興証券、川嶋様からのご質問です。

価格改定戦略に関し、原材料価格が下がる中での改定幅を圧縮するのか、コストが下がる中での競争状況を見ながら値下げの改定をいずれ行うのか、いかがでしょうか。

**瀬戸 [A]**：まず、最初のことはしません。というのは、先ほど話した通り、値下げにしろ、値上げにしろ、価格の改定は 6 カ月ぐらい前には公表しなければなりませんので、今回の 10 月に関して、今から変えるということはできません。

そして、繰り返しになりますけれども、実際の原材料価格が下がっている状況が実現するのは来年以降になるので、これはやった場合には、自分で損することになるので、あり得ません。それから他社も、これはやらないと思います。自殺的なことをやるかどうかというのは個々の判断ですけど、それをやるというのはあまり合理的な判断ではないので、皆さんやらないのではないかなと思います。

---

## 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@scriptasia.com



コストが下がる中で、競争状況を見ながら値下げ改定をするのか、いずれ行うのかということですが、これをやるということもないです。変な話ですけど、コストが上がったあと値上げすると、さっき言った時差の問題で損するわけですよ。今回も3月に上がったコストを価格に反映させましたが、4月から9月の間は、われわれとしては低い利益率で我慢しなければなりません。逆に言うと、下がっていく中で、今度は率先してわれわれが価格を下げてしまったら、その逆というのがなくなってしまうわけなので、それはやっぱりフェアな話ではないので、ないだろうと思います。

実際問題として、われわれとしてお客様に喜んでいただける価値のある商品を販売している限り、コストが下がったからといって価格を下げる必要はないだろうと思っていますし、そういった競争状況をコモディティのように作ってしまうこと自体が、経営戦略として間違っていると考えています。

個々のお客さまの中で、一番安い価格と高い価格の差とか、そういったものもなくしていったら、できるだけフェアな価格で売っていくかたちで価格施策も行ってきたわけですから、そういった意味では、われわれとして正しい判断というのは、商品を適正な価格で売っていくということだと思います。今、下がっていると言っても、元のコストに戻ってきているだけですから、元のコストにさえまだ戻っていませんから、そういった意味で値下げ改定というのは考えられないと思っています。

**司会 [Q]**：ありがとうございます。今ご説明いただきました価格改定につきましては、BofA証券の大室様からもご質問を追加で頂戴しましたけれども、内容が重複になりますので、こちらにつきましては割愛をさせていただきます。

続きまして、ジェフリーズ証券、福原様から、3点ご質問いただいておりますので、こちらをまずはご紹介させていただきます。

一つ目、中国のロックダウンにおいて、第1四半期での売上、事業利益への影響額としては、どのような項目に影響がいくら出ましたでしょうか。

二つ目ですが、米国では大手のホームセンターにおける在庫調整の話も出ているようですが、御社における在庫リスクはあるのでしょうか。

そして三つ目ですが、期初において920億円のインフレリスクを今期計画に織り込んでいますが、3カ月前に比べて、利益面は第3四半期以降でプラスが期待できるとのコメントがありました。その920億円をどれくらい打ち返せるのでしょうか。

---

## 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@scriptsasias.com



**瀬戸 [A]**：まず1番目ですけれども、前年同期比で中国は11%下がっております。数字として見ると、11%はそれなりに大きいですが、中国のビジネスというのは、われわれの場合、本第1四半期でいったら140億のビジネスですので、そんなに大きな影響はないです。中国が稼ぎ頭でもありませんので。われわれとしては、想定の範囲内の下がり方と考えております。

それから、2番目の大手ホームセンターでの在庫調整は出ております。現実問題として、これが一時的な在庫調整になるのか、需要のレベルを今後大きく低く見るつもりなのかは分かりませんが、大手ホームセンターの場合、ほとんどプライベートブランドを中国から買っているんですね。そうした意味でいったら、サプライチェーンが長い物を持っているので、彼らはプライベートブランドに関する在庫調整はかなりしなくてはいけないだろうと考えております。

一方、われわれの方は、メキシコで商品を作っておりますので、そういった意味では、もちろん今までずっとサプライチェーンのリスクが起きてきたので、ある程度在庫は増やしてきていますが、大手ホームセンターの大きな在庫調整に対して、われわれの在庫リスクが大きく増えるということは、特にはありません。大元の需要が減退することで、在庫リスクはある程度生まれるかもしれませんが、逆にこのコロナの中でだいぶSKUを絞るという努力もしてきましたので、そういった意味では限定的かなと考えています。

最後のご質問ですけど、もともと3カ月前にご説明した通り、920億円のインフレリスクに対して480億円打ち返すつもりで、この計画を、810億円という利益を考えております。そういった意味では、ほぼそれは予定通りで来ていますので、大きく何か変えるようなことはないと思います。

で、第3四半期以降プラスが期待できるというのは、あくまでも2、3月に上がってきたコスト部分を中心とした値上げを10月以降に行うということでございます。逆に言うと、このインフレリスクを全部同時に打ち返せるという状況だったら、もっといい利益目標を作っただろうと考えています。

**司会 [Q]**：続きまして、アルマキャピタルのグリュ様からご質問いただいておりますので、ご紹介させていただきます。

今後の売上収益、そして市場の需要において若干の懸念があるとおっしゃっていましたが、それはこの第1四半期に何か背景となるような予兆があったのか、それともお考えに基づくものでしょうか。

**瀬戸 [A]**：予兆はありませんでした。一言で言うと、むしろ需要に対してわれわれが商品を提供できないぐらいの状況だったので。しかも、そんなに大きな成長はしていませんけども、売上そのものは昨年と変わっていませんので、そういった意味では予兆のようなものはないです。

---

## 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@scriptsasias.com



ただ、これだけ金利も上がっていった、それからエネルギー危機の問題とかロシアの問題とかというのを考えると、需要の減退が市場全体としてあるということを想像するのは、合理的であるとは考えています。ただ、われわれ自身の商売として考えたときには、そこは個々に打ち返す方法を考えながらやっていっている、それなりに対応ができるように考えています。

**司会 [Q]**：ありがとうございます。次のご質問を頂戴しておりますので、ご紹介をさせていただきます。

井上様より、昨年と今年でインフレの影響が1,420億円ということですが、このうち市況が下がっても再度交渉しなければならない、下がらないものは何割程度ありますでしょうか。

**瀬戸 [A]**：難しい質問だと思います。まず、ほぼ半分ぐらいのコスト上昇というのが、半分以上をちょっと切るぐらいの上昇というのが、いわゆるサプライチェーンの寸断に対する対応コストみたいなところがあったわけですね。商品がコロナで問題があったとき、例えば航空便で持ってこなくてはいけないとか、ベトナムでロックダウンがあったから国内の工場で作らなくてはいけないとか。それから、実際に自分たちで物を作らなくてはいけないとか、いろんな商品を探さなくてはいけないとか、かなり高い値段で商品を買わなくてはいけなかったケースとかがあるわけですね。これに対して恒久的な回答としては、やっぱりサプライチェーンで冗長化していっているわけですね。

そうすると、その部分に関して言うと、サプライチェーンが冗長化したもののコストが転換したままでいけるかどうかというのは、そこは何とも言えないところはあると思います。ただ、市況が下がっても再度交渉しなければ下がらないものという意味をちょっと考えたんですけど、まずコモディティ系のは、市況が下がれば当然下げてもらいますと。それから燃料は放っておいても下がりますと。そういう意味では、今言った、突発性のあるものに関して少量だけ買わなくてはいけないものとかは、当然のことながら下がらない可能性というのはあります。

一方で、さっき言った航空便での輸送みたいなものは、起こらなければ払わなくていいわけなので。なかなか答えにくいところはあるんですけど、再度交渉しなければいけない、下がらないものというのは、ある程度は、数割あるとは思いますが。ただそれは交渉します。

**司会 [Q]**：ありがとうございます。次に、三井住友トラストアセットマネジメントの竹川様から頂戴しているご質問がございますので、そちらのご紹介をさせていただきます。

なぜ期初の段階でセグメント変更せずに、この第1四半期の3カ月経ったときにセグメント変更されたのか、というご質問です。

---

## 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@scriptsasias.com



**松本 [A]**：では、それは松本の方から。われわれとして期初の段階で変更して、第1四半期から変えているという認識ではございます。2022年3月期第4四半期決算のときに変えていないということのご質問なのかもしれませんが、われわれとしては新しい年度の最初の決算発表のときにセグメント変更をさせていただきましたということで、新しい年度から新しいセグメントで開示をいたしますと。それに従って、去年の数字も組み替えておりますということでございます。

**司会 [Q]**：ありがとうございます。続きましては、アルマキャピタルのグリュー様からのご質問になります。NODEAの受注拡大について、その進捗状況を教えてください。

**瀬戸 [A]**：数字は開示してないのですが、NODEAというのは、どうしても高級な商材をそれぞれの注文建築に対して売っていくというかたちなので、受注はけっこう拡大しているものの、売上計上のタイミングでいうと今期はまだほとんどなくて、来期ぐらいから大きな金額が出てくるという状況になっています。

今一番の悩みは、この注文建築の納期がすごく伸びてしまっていることなんですね。それはコモディティの値段が上がったり、そういったハイエンド側の建築をする人の手が足りないという問題が起きていることが背景です。ただ、思った以上に伸長している、良いビジネスになってきています。利益率も非常に高いですし、われわれとしては今後を期待しています。

**司会 [Q]**：ありがとうございます。ここまでいただいたご質問につきましては、全てご回答をさせていただきます。まだあと少しお時間がございますので、もしご質問がありましたら、ご参加の皆様からいただければと思います。

**瀬戸 [A]**：説明の仕方が下手だったかもしれませんが、誤解を与えたくないのでもっとお話しします。コストが上がったと、前期と今期で、合計で約1,400億円上がりましたと。そしてまた値上げもしてきましたと。値上げは去年250億ぐらい、値上げというか、いろんなかたちでの価格転嫁250億、それから今年は480億ということは、1,400億上がって、その内730億対応しましたというふうに見えますけれども、では例えばこの1,400億がなくなったら、全部それは利益になるかということ、それはやっぱりないことも事実です。

先ほど言った、下げなくてはいけないものもあるのかと言ったならば、下げなくてはいけないものというのは当然、長期的には出てくると思います。あまりにも急に上がったものを、急に対応したというところでは言ったとき。

ただ、そこに関しては、色々なことはありましたが、われわれとして言えることというのは、一つは、そもそもこの業界の中で、特に日本に関してわれわれが売っているものに関しては、十分な商

---

## 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



品の価値に対する利益を取ることができていなかったところに関して、それができるレベルにするための上げ方というのが、今回コストが上がったり下がったりした中で言ったときに、非常に難しかったけれど、値上げという意味では、そこでの値上げとして正当なものはしたのではないかなと考えております。全体のコストが下がったからといって、そこを大きく下げる必要というのではないかなと。

もう一つが、今回上がった特殊対応のコストのうち半分ぐらいが、いわゆる原材料とか燃料とかのように理解を得やすい部分ではなかったところがあります。そこが消えていったときに、ではそれがどのぐらいわれわれの利益に反映されるかというのは、これはちょっと初めてのことなので、やってみないと分からないところもあります。ただ全般として、われわれとしてきちんとした利益を取りましょうという努力と、業界に先駆けて値上げをしてきたことの実績は、最終的には長期的に、来期以降のわれわれの業績には非常に大きく貢献してくるのではないかなと思っています。

**司会 [Q]**：続きまして、ご質問を頂戴いたしましたので、ご紹介いたします。三菱 UFJ モルガン・スタンレー証券、八木様からのご質問です。

欧米の需要の減退の影響が仮に具現化するとしますと、どのタイミングでそれらが具現化すると考えればよろしいでしょうか。

**瀬戸 [A]**：なかなか難しいご質問だと思います。現実にヨーロッパなんかでいくと、今の受注状況はけっこういっぱい、入っているのはもう年内分ぐらいまで十分予測できるところまでは来ているので、これが急になくなってしまうことは、ちょっと考えにくいかなとは考えています。

一方、アメリカの方は、もう少し早く需要が悪くなっていくというサインが出ているので、これはアメリカとヨーロッパの差というよりも、ヨーロッパにおける GROHE のブランドエクイティの高さというところは、けっこうあるのかなとは思っています。

アメリカに関して言うと、われわれの商品の中で言ったとき、衛生陶器という利益率が比較的低い商品がけっこう中心になってきているので、需要減退の影響というのは、同じパーセンテージでも利益率が低い分だけ早く出てしまうんですね。そういった意味では、今年の後半にそれというのはあり得ると思います。ただ今われわれが商売をしているお客さまとの対話の中で言ったとき、そこは乗り切れるという、われわれとしては感触を持って今臨んでおります。そういう意味で、われわれ後半の収益回復に対して自信があるという話をさせてもらいました。

**司会 [M]**：ありがとうございます。ご質問が以上になりますので、これにて質疑応答は終了とさせていただきます。

---

## 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





これもちまして、株式会社 LIXIL2023 年 3 月期第 1 四半期決算説明会を終了と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]

---

#### 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@scriptasia.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@scriptasia.com

