



## 株式会社 LIXIL

2023年3月期第2四半期決算投資家・アナリスト向け説明会

2022年10月31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 2 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 2 四半期
[日程]	2022 年 10 月 31 日
[ページ数]	28
[時間]	17:00 – 18:01 (合計：61 分、登壇：30 分、質疑応答：31 分)
[開催場所]	インターネット配信
[会場面積]	
[出席人数]	

---

### 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 兼 Finance & Treasury 部門

Corporate Accounting & Treasury/Tax リーダー

平野 華世 (以下、平野)

**[アナリスト名]\***

ゴールドマン・サックス証券 岡田 さちこ

みずほ証券 中川 義裕

野村証券 福島 大輔

SMBC 日興証券 川嶋 宏樹

CLSA 証券 望月 政広

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 LIXIL、2023 年 3 月期第 2 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い申し上げます。

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**：よろしくお願いいたします。

**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**：よろしくお願い致します。

**司会**：常務役員、IR 室 室長 兼 Finance & Treasury 部門、Corporate Accounting & Treasury/Tax リーダー、平野華世でございます。

**平野**：よろしくお願いいたします。

**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 2 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。

ご質問のある方は、視聴画面の下に表示されている Q&A ボタンより、会社名、お名前、ご質問をご入力ください。なお、ご質問については、お 1 人様まずは 2 問とさせていただきたく、お願いいたします。ご質問は随時受け付けております。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いいたします。

それでは瀬戸より、2023 年 3 月期第 2 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



## ▶本日のポイント

- 2023年3月期 上期実績は前年同期比、増収減益
- 想定以上の急激な円安の進行、資材・部品価格の追加上昇、物流混乱によるコスト増加により原価が急激に悪化
- 米国と中国の経済減速も踏まえ、通期業績予想を修正
- 配当予想に変更なし（中間配当は45円を決議）

## 2023年3月期 上期業績の総括と今後の見通し

- 価格改定<sup>(1)</sup>は順調に進捗
- 困難な事業環境下において製品の安定供給に努め増収するも、想定以上の急激な円安進行と資材価格の上昇加速、物流コスト上昇影響により減益
- サプライチェーンの寸断により、特に欧州では上期において商品の供給制約受けるも、ディストリビューション・センターの立ち上げ<sup>(2)</sup>により、3Q以降で解消を見込む



(1) 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) 2023年3月期 第1四半期 決算説明資料事業関連 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」p.26 ご参照

2

**瀬戸**：皆さん、こんにちは。2023年度3月期第2四半期の決算をご説明いたします。

今回、残念ながら、上期実績は前年同期比、増収減益、そして通期を通して増収減益に修正させていただくことになりました。これは残念ながら、われわれとして想定していた以上に急激に円安が進行したこと、また、それにも関連するところですが、資材・部品価格が想定していなかった追加上昇、海外の物流混乱によるコストが増加した結果原価が急激に悪化しました。

ただ、少し言い方を変えますと、非常に困難で流動的な事業環境下においても、とにかく製品の安定供給に努めようということで頑張りました結果、増収はしましたが、様々な要素の結果、想定以上の減益となりました。

また、今回の変更に関しましては、アメリカと中国の経済減速も踏まえ、通期、全体としての予想を修正させてもらっています。配当予想は変更しておりません。

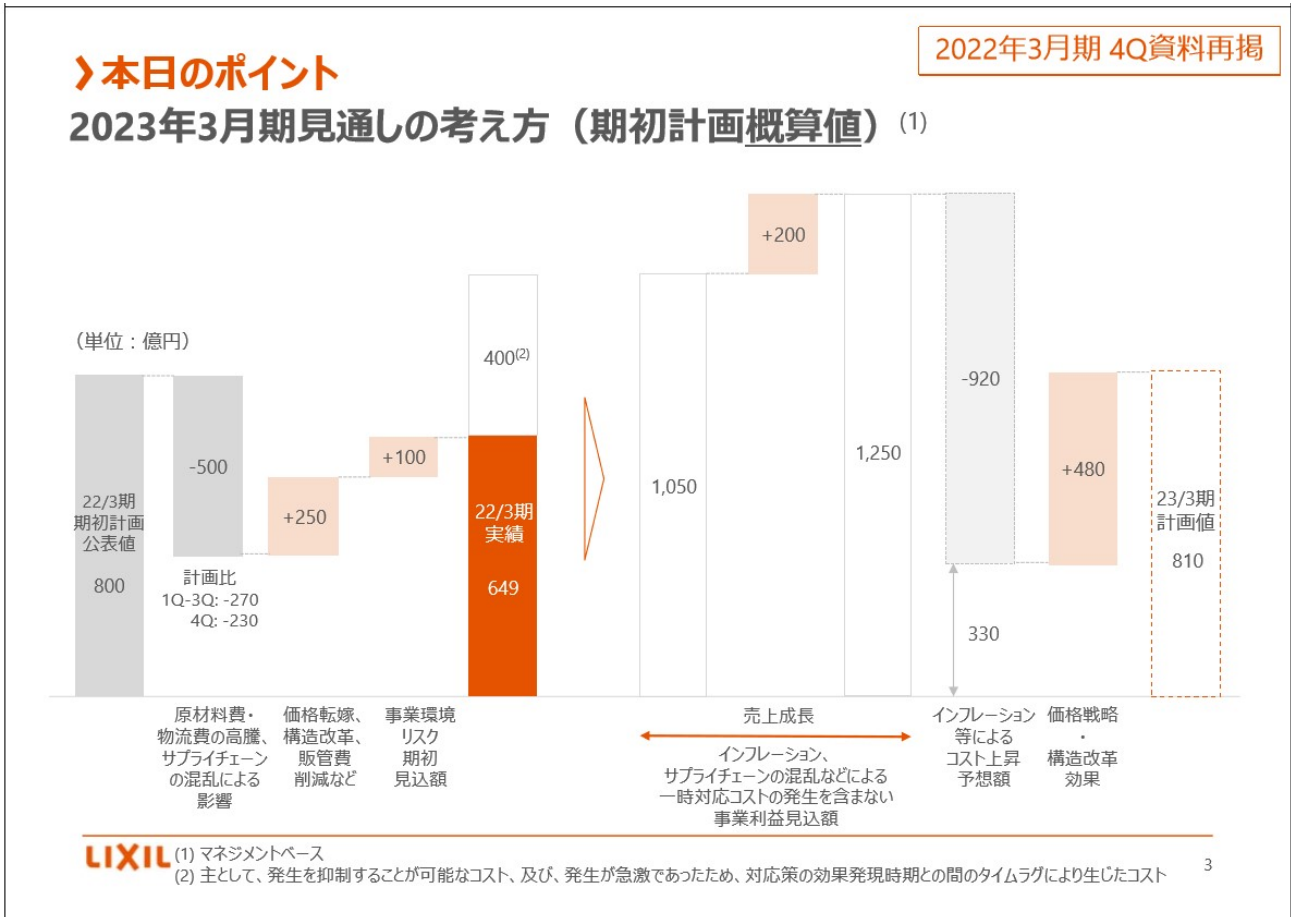
一方で、前期かなり苦しんだサプライチェーンの寸断、この面に関しては解決してきました。特に欧州では、上期でそれが大きな問題になっていた部分というのに関して、ディストリビューション・センターを立ち上げて、第3四半期以降で解消を見込むとすることが可能と思っています。

## 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



前半は思った以上に苦しみましたが、後半から遅れましたけれども回復過程に入っていくということで、この期、今期、様々なことが今期のうちに解決して、来期からはきちんとした結果が出せるような状況にしていきたいと思っております。



もともと今期の予定としては、仮に色々なコスト上昇のうち、昨年あった部分というのを転嫁することができれば、1,250 億円ぐらいの事業利益が出せるのではないかと考えていましたが、当時予想していたインフレーション等のコスト上昇が 920 億円。これに対して、期間内の価格戦略ならびに構造改革で 480 億円を取り戻して 810 億円と予想しておりました。

ここからの変化は、今からご説明します。

#### サポート

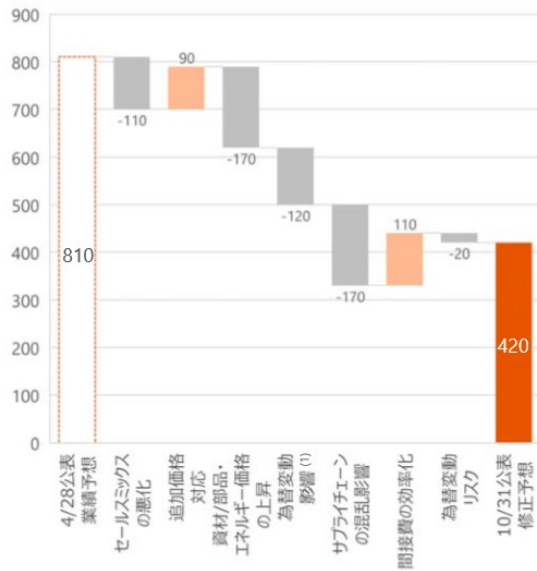
日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

## 本日のポイント

### 2023年3月期 通期修正計画（概算値）

#### 想定以上の急激な円安の進行、資材・部品価格の上昇、セールスマックス悪化を反映

(単位：億円)



#### ■ 主な修正内容

##### ・資材/部品・エネルギー価格の上昇

足元の調達状況、最新の取引価格に基づく調達コストを反映

##### ・為替変動影響

4/28公表の期初計画から、米ドルベースでの地金（アルミ・銅）の購入単価の前提に変更なし。ただし、円安進行影響（決済金額の上昇：当初115円/\$→修正後150円/\$）を織り込む

##### ・為替変動リスク

下期に更なる円安が進行した場合（150円/\$→160円/\$）のコスト上昇による下振れリスク（-20億円）

#### 為替変動が事業利益に与える影響について

主要通貨：米ドル、ユーロ

従来、当社事業構成において、事業利益に対し影響が小さかった為替変動が、主として以下を背景に利益押し下げ要因に

・**対米ドル**：① 米国での利益圧縮による為替効果の縮小と

② 地金の購入決済額、輸入資材・部品購入額の上昇

・**対ユーロ**：対米ドルに比して上昇幅が小さいことによる、利益の為替換算効果の縮小

LIXIL (1) 主として、LMEより調達する地金の購入代金の決済

4

ブリッジチャートでご説明しますが、その前にこの中で一番大きな要素は何だったかというところ、われわれにとっては為替の変動が大きかったです。そこがまず皆さんにご説明しないといけないかと思っています。

ここで為替変動に関しては120億円だけになっていますが、実はほかのところにも大きく為替変動が影響しているので、ここをまずご説明させていただきたいと思います。

従来からLIXILにおいては、為替が円高であろうと、円安であろうとある程度相殺できる、つまりマリーできるとお話していました。これは時期的な違いはありますが、いわゆるトランザクションリスクとトランスレーションリスクがほぼマリーできるというご説明をしてきました。

具体的にトランザクションリスクとは何であるかというところ、いわゆる国内へのドル建ての輸入商品、この部分が円安になれば損のほうに響く、円高になれば益のほうに行くという状況になっています。

一方、トランスレーションリスクというのは、われわれ海外事業がほぼ全体売上の3分の1あり、収益といった形になったときに円高であれば損になり、円安であれば益になるということでトランザクションリスクと逆の動きをすることから、かつ、金額的な規模として過去ほぼ同額の規模にな

## 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

っていたので、ここは相殺できるとご説明してきました。今回、これが相殺できなかったというのが、一つ大きな理由になっております。

なんで相殺できなかったかという、いくつか要素があります。

まず一つ目の要素は、今回ユーロがドルほど高くならなかったというところが大きな要素としてあります。これは、われわれの場合、海外事業が全体の3分の1ぐらいあるとお伝えしていますが、海外事業の中でユーロで評価されているところが、半分近くあります。ヨーロッパのビジネスや、それ以外のビジネスでもユーロと連動している国々が多かったというところがありました。一方で、直接ドルと連動している米国、こちらのほうがビジネスとして見たら今ひとつだったということが挙げられます。要するに売上ではなくて、本来であれば収益の部分のドル高が響くのがいいわけですが、米国に関しましては、特にこの7月から9月に関しまして、金利が上がったことによる需要の調整を各チャネルが積極的に行ってしまったということから、結果的にその部分のストップが効いてアメリカではほとんど利益が出ないという状況になりました。

したがって、アメリカでのトランスレーションベネフィットが出ず、一方、ヨーロッパでの、ユーロを含めほかの通貨でのトランスレーションベネフィットが限定的であったと。中国、アジアの通貨も限定的であったということで、トランスレーションベネフィットがほとんどなく、トランザクションリスクだけが今回急激な150円という通貨安があったというのが、大きな理由になっております。

それから二つ目ですが、資材/部品・エネルギー価格ってこと書いてありますが、この資材/部品のうち特にLWT ジャパンに関して、われわれのベンダーが値上げしてきたというところに関して予想できなかったところがあります。これは、期初のヒアリングでは値上げの予定がほとんどなかったところに値上がりが出てしまったということです。

一つには、木材のように急激な値上げがあったというコモディティもありますけど、それ以外に彼らがドルで買っている商品、それが予想していた以上に高くなってしまったということで、われわれに対して値上げをしないと事業が継続できないといったお話もあって、ここは受けざるを得なかったことなどが為替に響いております。

もう一つ、この中でサプライチェーンの混乱影響というものがありますが、春先、非常にコンテナのオペラビリティの問題等があって、多くのコンテナが高い海上運賃でアメリカに行き、特にアメリカでなかなか荷揚げができない状態でした。もしくは荷揚げされたものが急に多く納入された結果として、在庫のコストが上がってしまった。こういったロジスティクスのコストがほとんどドルで計上されたというところも大きな要素になっています。

---

## 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





その中で、どう対応したかということですが、われわれは、今まで値上げに関しましては、本来年に1回というのを、今回は年に2回実施しました。従来4月だけだったのが10月にもやったということが今回のもともとの、前のページでも説明した値上げでの効果だったのですが、さらに値上げできるものはほかにないかということで、日本国内、海外とで上げられるものは値上げを実施しております。また、価格表等がないようなものに関して、再交渉するとか、色々な形でなんとか値上げに対して対応したものが90億円。

それから、間接費の効率化というところで行くと、例えばGROHE X。GROHE Xというのは、プロモーションをオンラインとかビデオでやってくというようなものですが、これを日本でもLIXIL-Xという形でやることで実開催の展示会を減らしたり、カタログのデジタル化によってカタログの印刷を止めたり、オンラインショールームをプレゼンテーションの場として使うといった、色々な形で営業コストを下げることを行いました。

こうした間接費の効率化で110億円。それから追加価格対応で90億円という努力はしましたが、如何せんほかの要素が大きくてここまで、業績予想420億円という数字になりました。

実際の数字として、まずセールスマックスの悪化というところで行くと、これはもちろん中国のような比較的利益率が高いところの経済環境が悪く、今ひとつよく売れなかったというようなこともあります。また、カテゴリーというよりは個々の商品において、先ほどお話ししたとおり、供給を続けるためにある程度高いものでも買わなくてはならなかったものや、原価が高い、利益率の低いものが普段よりも多かったというところもあるかと考えております。

一方で、資材/部品・エネルギー価格、まず資材と部品に関しては、先ほどお話ししたとおり、われわれの仕入れ先による予想以上の価格の値上げがあり、ここはわれわれが、仕入れ先の状況というものを考えて予測し、それを値上げに最初から反映していればよかったところもあるかと思いますが、起きてしまったということが一つあります。

もう一つは、実際にコロナ等があったとき、われわれ自身として対応したコストというものもあります。例えば、典型的にいうと、浴室に使われている防振ゴムという商品になります。これは、中国におけるコロナ影響の拡大により、まったく手に入らなくなったとき、自分たちで型を起こしてつくりましたが、このように自分たちでつくると、それなりのコストが掛かってしまうこともありますし、そのための経費も当然、資材/部品のコストとして跳ね返ってくる。もちろん防振ゴム以外にも色々な商品をそういった形で対応することで供給をつないだという部分があります。

エネルギー価格に関しては、これは今年の後半に、特に日本の電気代等が上がるところで予測している部分でございます。

---

## 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



為替変動の影響に関しましては、これは直接的な為替の変動の影響の部分だけを見ております。大きな部分としては、特に前半戦でのアルミの輸入に関して、予想以上に影響がありました。為替変動に関しては、前半戦だけじゃなくて、後半も一応予測をしております。ここは特にサッシ、エクステリアのアルミが大きな要素ですけれども、一部、銅等の輸入の商品のものもあります。

それから、サプライチェーンの混乱影響ですが、先ほどお話ししたとおり、アメリカやヨーロッパになかなかコンテナが出せないような状況というのがあり、一方、コンテナのコストというのが最初5倍だったのが最大20倍までいってしまったなど、商品よりも高い輸送運賃を払うというような状況で物が届いて、それをなかなか荷降ろしができなかつたり、それから持っていくことができなかつたということなどが大きく影響いたしました。

一方、この為替レートというのはわれわれ160円まで予測しています。150円でこのサプライチェーンの混乱影響までのところを見ていますが、最後にあとプラス20億円、これは150から160円までの差で見ております。ここまで円安が進まなければ、ここは関係なくなりますが、ここまでの計算で420億円と見ております。

前半後半、全部合わせた結果ではありますが、主にこの資材/部品・エネルギー価格といったところ、これは後半の割合が多くなります。それから為替の変動に関しては、前半はなだらかに変わって行って、後半は150円で平坦に見ていますので、後半の影響が大きいというふうに見ています。それからサプライチェーンの混乱影響は、これは前半で解消されて、後半以降はなくなってくるだろうと考えています。

いずれにしても、資材・部品、それから為替の影響、これらも最終的には価格対応というのができますので、来期以降に関しましては、ここは影響がない状態にできるので、利益に関しては十分回復できるのではないかと考えています。10月から値上げが始まりますので、回復は10月から始まりますが、今のところ順調に進んでおります。後ほどご説明しますが、前半かなり苦しみましたけど、後半戦からは回復を見せることができるのではないかと考えております。

---

## 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



## 〉本日のポイント

### 業績予想の修正：事業環境と見通し

#### 全社

- 急激な円安の進行、想定外の資材・部品高騰による原価上昇に対し、下期の価格改定に追加施策を実施し、影響の緩和を図る
- 過去2年間における急激な事業環境変化に対して今期中に対応し、来期の業績改善に向け備える

#### 日本

- **新築**：資材価格等の上昇による着工への影響を注視
- **リフォーム**：エネルギー価格の上昇と政府政策対応により、窓を中心とした断熱商品需要は強く、12月以降の需要増を見込む

#### 海外

- **欧州、中東、アフリカ地域**：欧州はエネルギー価格等の上昇、金利の引き上げによる景気後退懸念あるも、好調な受注とサプライチェーン体制の安定化を通じて、成長機会を取り込む
- **北米**：各チャネルの在庫調整は10月で収束を見込む。ただし、金利上昇により、本格的な需要回復は来年度を見込む
- **中国**：不動産市況の低迷により、需要は上期同様の低成長を見込む
- **アジア太平洋地域**：経済活動の回復継続を見込む

LIXIL

5

全社的には繰り返しのようになりますが、急激な円安の進行、想定外の資材・部品高騰による原価上昇、この部分が大きく、ある程度、価格対策等のできるコストセーブはしましたが、結果的には、業績予想として修正しなくてはいけないレベルにまでなってしまいました。大変残念です。

一方で、これを何とか今期中に対応するという事で、来期以降、完全な状態で業績改善が図れるように、なんとか問題点は今期中に対応しようと考えています。

日本と海外ですけど、日本に関して新築は正直言って皆さん不安を抱いていらっしゃるのではないかと思います。確かに資材価格が上がっていくという形で、現実問題として、少し着工は難しいかなと言っている地方の工務店の方もいらっしゃいます。数字としてはそんなに大きく下がっている状況ではありませんが、ここは不安点があります。ただ一方で、リフォームに関しましては、今までリフォームというと水まわりが中心でしたが、今回は特にハウジング部門のほうでのリフォームというものに大きな期待が抱けるような状況になってきています。

これはエネルギー価格が上昇したということと、環境問題に対する注目が集まっているという、この二重の理由で、断熱に対する需要への関心が非常に広がってきていることがあります。それに加

#### 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

 **SCRIPTS**  
Asia's Meetings, Globally

えて、先週の金曜日に政府が経済対策を発表しましたが、その中の一つの項目として住宅のリフォーム、特に断熱というものに関して、大きな力を入れていっています。

これは、われわれもずっと政府に対して主張してきたところではあるのですが、日本という国は、海外、特に欧米に比べて、断熱状況が非常に悪い住宅がたくさんあります。新築を良くしていくということではなかなか解決がつかない問題なのは、とにかく新築は年間 80 万件ぐらいに対して既存の住宅は 6,000 万件以上あるという状況ですので、これは既存の住宅を良くしなくちゃいけない、ということがあります。

でも、既存の住宅を良くする中でいったとき、その熱の出口の 58%である窓と扉これを直すだけでずいぶん違いが出てきます。特に海外にはもうほとんどないと言われている単板のガラスを 3 枚のガラスにすれば、窓を 3 枚ガラスにすると熱効率 80%以上良くなり、これをやるだけで 1,400 万トンぐらいの CO<sub>2</sub> が削減できます。これは一産業で見たら最大の規模になってきます。

この部分に関して、非常に政府も含めて同調してくれて、とにかく日本の窓を良くしようという形で今回政策の後押しもあるので、このリフォームに関して来年 1 月以降になってくると思いますが、大きく伸びてくるだろうと考えています。

海外に関しましては、欧州、中東、アフリカ地域。こちらは、需要として見たとき、欧州の景気が後退するんじゃないかという話は確かにあります。ただ一方で、われわれの商品というのは比較的、特に過去 GROHE の商品の需要を見ると、景気にあまり左右されず、交換需要が非常に大きいというところで、日本のように新築需要に頼るのではなく、交換需要が非常に大きく、かつ受注状況が非常に好調であるという状況からすると、今回サプライチェーンがようやく安定化したので、後半に関しては良くなっていくだろうと考えています。中近東は、非常に良いです。

北米に関しましては、金利が上がったということで新築の需要が急速に冷え込んだことは事実です。結果的に、われわれというよりも、われわれのお客さんが急速な在庫調整をこの 7-9 月に行いました。われわれにしてみたら、ようやく出した商品が、サプライチェーンが解決して物が届いた途端に在庫調整ということで、在庫が膨れ上がるような形になってしまったという非常に残念な結果になって、これが採算には大きく響いたわけです。

ではこれが、いつ回復していくかということですけど、この在庫調整の時期に関しては様々な見方がありますが、来年の初めぐらいには普通の状況で注文が来ると期待しています。一応、各チャネルとも現時点では在庫調整、だいたい 10 月で終わると言っていますが、安全を見て来年と考えております。

---

## 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



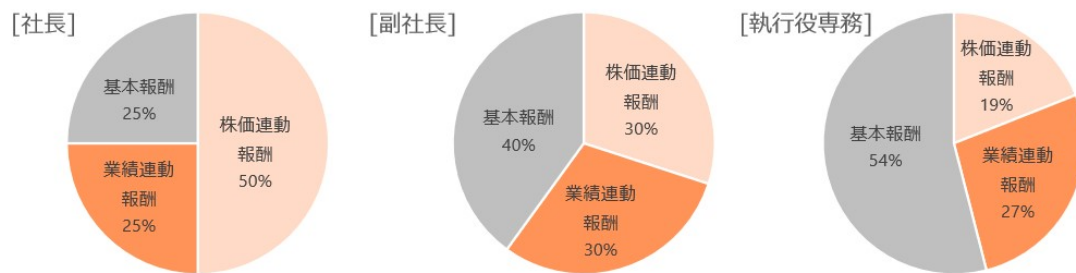
中国に関しては、今ほんの少しだけ良くなっています。これはやはり不動産市況がかなり悪くなってしまったので、中国政府が不動産の会社に対してある程度の資金を入れるということを許しているということで、建設が再開されているところとか、それから注文が再開しているところがあります。ただ、長期的に見てやはりこれは苦しいだろうということで、需要は上期同様の低成長で見えています。

一方、アジアパシフィックは、相変わらずいいです。これはコロナから解放されて、ホテルとかプロジェクトが大きく戻ってきているということで、需要は良くなってきております。

## 》本日のポイント

### 役員報酬について

執行役の役員報酬総額のうち25%~30%にあたる業績連動報酬は、本日公表の通期修正予想どおりの利益計上の場合、達成目標の下限を下回るため、全額支給されない見込み<sup>(1)</sup>。  
 なお、業績連動報酬の単年の業績目標項目の構成はROIC（40%）、事業利益（30%）、当期利益（30%）にて設定



業績目標達成度	支給率
50%未満の場合	0%
50%以上100%未満の場合	業績目標達成度と同じ
100%以上150%未満の場合	$\{(業績目標達成度 - 100) \times 2 + 100\}\%$
150%以上の場合	200%

**LIXIL** (1) なお、業績連動報酬の支給については、報酬委員会の審議を経て決定されます。

6

こういった状況の中で、われわれとして、おそらくこういった業績になったらどのぐらい業績連動報酬が悪くなるのというご質問もあるかと思って用意したのですが、おそらく私や、松本さんに関しては、業績連動の部分はほぼなくなるだろうと考えております。

## 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

## 〉 本日のポイント

### 脱炭素化・エネルギー価格上昇を背景としたサステナビリティ関連商材の需要の高まりを捉え、成長に向けた取り組みを推進

#### 外部環境の変化

- 環境問題の顕在化
- エネルギー危機・価格の高騰

#### 新たな需要を創出

- 日本国内における環境施策・官民連携の強化<sup>(1)</sup>  
(家庭部門でのエネルギー消費の削減)
- 消費行動の変化
  - 環境問題への関心の高まり
  - エシカル消費の認知向上

#### 潮流を捉えた商品群の強化 (一部製品・サービス例)

##### 住宅の高性能化

##### (省エネニーズへの対応)

開口部からの熱の放出抑制



断熱性の高い高性能窓

家庭での太陽光発電普及促進



「建て得シリーズ」<sup>(2)</sup>

##### 環境配慮型製品の拡充

##### (新たなニーズへの対応)

節水・節湯と新たな入浴体験を実現



「SHIN-ON」



「ボディハグシャワー」

再資源化困難な廃プラスチックのリサイクル実現



「revia (レビア)」

天然資源の使用削減



Cradle to Cradle®

LIXIL <sup>(1)</sup> LIXILは「脱炭素につながる新しい豊かな暮らしを創る国民運動」官民連携協議会（2022年10月25日発足）に参画  
2022年10月28日 閣議決定 [https://www5.cao.go.jp/keizai1/keizaitaisaku/2022-2/20221028\\_taisaku\\_gaiyo.pdf](https://www5.cao.go.jp/keizai1/keizaitaisaku/2022-2/20221028_taisaku_gaiyo.pdf)  
<sup>(2)</sup> 指定のLIXIL製品を採用されたお客さま向けに、少ない初期負担で太陽光発電を導入できるサービス

長期的には非常にいいビジネス環境になってきているのではないかと考えています。

なんといっても、環境問題の顕在化、エネルギー危機・価格の高騰というのは、われわれが過去はある程度、成熟産業と思っていた窓、ドア、壁、それから屋根、こういった商品に関して、いい商品をたくさん持っているということが挙げられます。それだけではなく、今後、こちらにも記載のとおり、廃棄プラスチックを使った商品である「revia」のような新しい商品に関して、イノベーションに力を入れてきたことは、ようやくこれから日の目を見てくれるのではと考えています。

ここで、日本国内における環境施策の官民連携ということで、「脱炭素につながる新しい豊かな暮らしを創る国民運動」という、先週、環境省から発表があったことが書いてありますけど、それ以上に、短期的には今回の大型の経済政策の中で、一つの大きな柱として住宅の断熱というのが唱えられていますので、ここは大きなビジネスチャンスになっていくだろうと考えています。

また、断熱、窓とドアばかり話しましたがけれども、当然のことながら太陽光発電を活用した「建て得シリーズ」や、断熱性の強い「スーパーウォール」、部分的な断熱効果がある「ココエコ」等の断熱商品というのは、これから非常に伸びてくると思いますし、特に資材価格が上がって新築が難

## 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

しくなってくれば、家の躯体に関わってくるリフォームの需要というのは増えていくと考えていますので、ここはチャンスだと思っています。

また、エネルギーのことだけでいくと給湯の部分を、お風呂じゃなくてシャワーでもやっていこうというところは、結構大きく注目されていくと思います。ここに書いてあります、「SHIN-ON」や「ボディハグシャワー」というのは、お風呂に入っているのと同じぐらい体を芯まで温めることができるというテクノロジーとして、評価できるのではないかなと思っています。既に発売している「KINUAMI」に加えて、今後シャワーに関しては、やっぱり LIXIL のイノベーションという部分は大きく注目されてもいいのではないかなと思っています。

それから、最近発表させていただいた、新発売した世界で初めて全ての種類の廃棄プラスチックのリサイクルを可能にした「revia」。これもわれわれとしては長期的には大きな商品に育てていこうと思っていますし、それから海外では、最も進んだリサイクルの方法である Cradle to Cradle® の認定商品を次々と増やしていっております。

## ▶ 2023年3月期 第2四半期 決算ハイライト

### 前年同期比で増収減益

- **売上収益 7,327億円、前年同期比 5%増**
  - ・ 2Q3か月：国内 +2%、海外 +14%（為替影響除く、-0.5%）
  - ・ 2Q6か月：国内 +1%、海外 +13%（為替影響除く、+0.4%）
- **事業利益 62億円、前年同期比 311億円減**
  - ・ 2Q3か月：国内 -95億円、海外 -60億円、連結調整/他 +5億円
  - ・ 2Q6か月：国内 -168億円、海外 -159億円、連結調整/他 +16億円
- **最終四半期利益<sup>(1)</sup> 37億円、前年同期比 220億円減**
  - ・ 事業利益の減少を主因として減益

LIXIL <sup>(1)</sup> 最終四半期利益=親会社の所有者に帰属する四半期利益

8

8 ページ。第 2 四半期の決算ハイライトになります。

### 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@scriptsasias.com



繰り返しになりますが、売上収益に関しましては、なんとかつないで頑張りましたと。ただやっぱりコストが今回、急激に増えたという部分に関して、正直言うとうまく対応できなかったと。われわれとしてみたら、多少残念な結果であり、回復が遅れてしまったということは事実ですが、ただ、回復が遅れたものの10月から価格をまず改定するといった形での採算の回復というのは行っていております。

## 2023年3月期 業績予想の修正 - セグメント別 ①

		上期実績		下期計画		通期		
		23/3期実績	前年同期比	23/3期見込み	前年同期比	22/3期実績	23/3期修正予想	前年同期比
		(億円)						
LWT	売上収益	4,461	+256	5,209	+792	8,622	9,670	+1,048
	事業利益	207	-201	373	+15	766	580	-186
LHT	売上収益	2,932	+89	3,138	+139	5,842	6,070	+228
	事業利益	60	-126	255	+124	317	315	-2
全社/ 連結調整	売上収益	-67	+19	-73	+19	-178	-140	-
	事業利益	-205	+16	-270	-57	-434	-475	-
合計	売上収益	7,327	+364	8,273	+950	14,286	15,600	+1,314
	事業利益	62	-311	358	+82	649	420	-229

LIXIL

16

ちょっとページ飛びますけど、16ページをお願いします。

そういった形で上期に関しては、事業利益は前年同期比で悪くなっています。LWTで201億、それからLHTで126億悪くなっています。

この一つには、昨年の同期、特に昨年の4月から6月が非常に良かったことが要因です。この時期というのは、まさにそのインフレーションが始まる前の時期であり、そこからインフレーションが始まって、それに対して値上げが追いつかないという状態がずっと続いてきたわけですが、そういう意味で、昨年の上期の状態の、特に4-6月の状態にまず早く戻す必要があると。

### 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



それが下期の10月ぐらいから少しずつ、おそらく、この7-9月は底だったと思うのですけれども。一応、下期のほうでは事業利益はLWTで15億。それからLHTで124億、昨年に比べて良くなっていくことは、ようやく底を越えてきているのではないかと思います。

本来であれば、今年の4-6月を底にするということで計画していたのですけれども、結果的にわれわれとしては、円安等の状況に対応できずに7-9月が底になってしまったというのが、現状かなと思っています。ただ、昨年同期の比較でいくと、われわれとしては311億のマイナスだった上期が、下期では82億のプラスになるということで、ここで反転ができてくると。来期に関しましては、もう少し強気の見方ができるのではないかなということで考えております。

以上、ちょっと長くなってしまいましたが、ご質問の時間を十分残せたかと思いますので、ここからは、ご質問を受ける形で、皆さんの疑問に答えていきたいと思っております。

---

#### 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@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。

ご質問のある方は、画面下にございます Q&A ボタンをクリックいただき、会社名とお名前、ご質問をご入力の上ご送信ください。

それでは、最初のご質問をご紹介します。三井住友トラスト・アセットマネジメント、竹川様より、通期修正計画に関連するポイントとして4点ご質問に挙げていただいていますので、まずはそちらのご紹介させていただきます。

セールスマックスの悪化について、もう少し具体的に教えてください。来期にも影響を与えませんでしょうか。

2点目です。追加価格の対応が追いついていないように見受けられますが、この先どのように対応されるでしょうか。度重なる値上げに需要、消費者はどう反応していますでしょうか。国内の新築、リモデルを中心にお聞かせください。

3点目です。米国の販売市況、欧州の販売市況について、3カ月前と比べてどう変化してきていますでしょうか。景気の悪化を踏まえて、消費者のマインドがどう悪化してきていますか。

4点目です。エネルギー価格の上昇について、来期に向けても大きなマイナスインパクトを与えると思いますが、価格転嫁以外に施策はあるのでしょうか。

瀬戸さん、ご回答よろしくお願いたします。

**瀬戸 [A]**：セールスマックスの悪化に関しましては、来期以降影響を与えるとは考えておりません。逆に、セールスマックスの悪化の中でいくと、まず国別で見ると、利益率が比較的高い中国とヨーロッパが計画に対して届きませんでした。ただ、中国はともかくとして、ヨーロッパは、注文は来ているが、出荷ができなかったという状況ですので、そういう意味では、これが十分出荷できれば当然このセールスマックスは良くなると見込んでいます。

アメリカに関しては、全般にセラミック（衛生陶器等）の比率が上がってフィッティング（水栓金具）の比率が下がったというところが、セールスマックスとして悪かったところであります。ここに関しては、先ほど少しお話ししたとおり、チャネル側の在庫の調整が終われば、平常どおりの売

---

### 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



り方になってくると思います。そのためアメリカに関しては、今期より来期が悪くなるということはずないだろうなと思っています。

一方、日本は先ほど少しお話ししましたが、なんとか供給をつなげるために高い物でも買って売るということをしなくてはいけなかったという状況は、少なくともこれでなくなりますので、そういった意味では、ここに関して、来期以降の影響は想定しておりません。

セールスマックスは、良くなる時も悪くなる時もあるのですが、今回はちょっと悪いほうに振れ過ぎてしまったというのは、残念ながら予想がうまくいかなかったというところはあるかと思います。

追加価格対応が追いついていない、これはそのとおりで、このところずっといろんなことが急速に起こりました。これは言い訳になってしまうからあまり言いたくないのですが、例えば、アルミがトンあたり4,000ドル、それから銅が1万ドルになるというのは、おそらく誰も予測していなかったのではないかと思います。そのあとの円安も予測してなかったところがあるので、そこは追いついてなかったんですけども、さすがに、来年の1月、2月のところでこれは全て追いつけると思います。

なぜそう思っているかという、アルミ、それから銅の価格が高かった時期は今年の3月でした。このとき買ったり、ヘッジしたり、それから在庫したものが使い終わるのが1月ぐらいなので、2月、3月にはほぼ追いつくだろうと思っています。

ただ一方で、円安影響、これはちょっと複雑なんですけれども、アルミが一番大きな影響を受けました。アルミに関しては、トンあたり4,000ドルだったものが2,200ドルぐらいまで下がってきているのですが、一方でヘッジしたところは、三千数百ドル、3,200ドルあたりだったかと思いますが、ヘッジしているものがあり、まだ残っています。それは円換算のレートとして150円となるとそんなに下がってない状態がずっと続いてしまうということなんですね。来年の1月ぐらいまではこの状況が続いてしまいます。ただ、この部分に関して、来年の4月にもう一度価格改定しますので、ここはそこで追いつけるだろうと思っています。

今後さらにアルミや銅の価格が上がってしまうという可能性は、今の中国の状況からいくとちょっと考えにくいのかなというふうには思っています。逆に価格が下がってきたときには、われわれにとっては利益のオポチュニティです。ここは常にタイムラグは悪いほうにばかり働くわけではないので、なんとも言えないなとは思っております。

---

## 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

一方、度重なる値上げに需要、消費者はどう反応していますかという点ですけれども、海外においては、先ほどお話ししたとおり、われわれの海外での商品に関しては、交換需要が非常に多くて新築は必ずしも影響していませんけれども、日本に関しては、新築が減っていくということはやっぱりインフレの中ではあると思います。

特に、不動産価格が上がってくるとなると、今までいわゆるローコストで土地と合わせて買っていたユーザーが減ってしまうというところは、当然あると思っております。そういう意味で、以前から、われわれは2030年には新設住宅着工戸数が60万戸になるだろうという予測の下に、工場の閉鎖や生産ラインの整理、それからプラットフォーム生産などにシフトしてまいりましたので、その部分に関しては、それに合わせたビジネスというのはできていると思っております。

ただ逆に、グッドニュースは、先ほどお話ししたみたいに補助金等が出るようになってきたので、今までわれわれのハウジングビジネスはだいたい9割が新築というイメージだったのが、リモデルのビジネスがどんどん増えてきているということからすると、リモデルのほうが利益率も高いですし、そこはいい話になってくるのではないかと考えています。

水まわりに関しましては、同じくリモデルが増えてくると思います。リモデルに関していうと、われわれとしてはTOTOさん含めた競合もいる中でどう戦っていくかというところですが、一つ言えることは、皆さんやっぱり値上げしていかないとやっていけないということは事実なので、今回いろんなことが起きたことに関する値上げをしないメーカーというのは存在しないのではないかと考えています、そういう意味では勝っていくだろうと。

それと、大変言葉を選ばなくちゃいけないと思うのですが、われわれの商品に関して消費者の方が、価格に関して一定のイメージを持っているということはないと思うんですね。新築に関しては、いくらぐらいってイメージを持っていますけれども。例えば、キッチンとか窓の値段をよくご存知で、このぐらいの値段じゃなくちゃいけないということを考えていらっしゃる消費者の方であまりいらっやらないと思います。

そういう意味では、リモデルにおいてこの値上げが大きく需要のストッパーになるっていうのは想定しにくい。要するに、お客さんが値段のイメージを持ってない商品に関して値上げというのはあくまでもタイミングだけの問題になってくるので、必ずしもそこは重要な要素ではないのではないかと考えています。新築に関しては影響はしますが、

米国の販売市況、それから欧州の販売市況については、景気が悪くなってきて、新築の需要は悪くなってきています。その中で欧州に関しては、われわれの事業で今のところ需要が大きく下がるといことは起きていません。それはおそらくリフォームが中心だからだということだと思います。

---

## 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



米国に関しましては、明らかにチャネル側での調整が今、行われています。これはわれわれ特有の事情だと思えますけれども、LIXIL に関していうと、物が届いたタイミングのときにこの在庫調整をチャネルで行われてしまい、在庫が増えてしまったということはあるのではないかと考えております。

この辺の商品を、じゃあチャネルが、景気が悪化したから安くしてたくさん売ることがあるかというと、過去はそういう行動はあまり取ってはいないと思っております。ただ、アメリカにおいて明らかに景気が悪くなっているかというと、それはインフレを見るとそうでもないことは事実なので、アセット価格の現在価値が悪くなってしまうとか、それから新規の不動産を買って建築するには悪い状況が数年間続くということは当然あると思えます。そういう意味では、3カ月前に比べて良くなっています。ただ、決定的に何かを変えなくちゃいけないというふうには考えておりません。

エネルギー価格の上昇に関しては、それほど大きなマイナスインパクトはないと考えています。今現在で、われわれ海外のプラントに関しましては 50%再エネ、それから 50%自分たちでグリーンエネルギー化という状況でやっていますので。当然のことながら、その 50%の再エネに関して上がる可能性というのは一定量あると思っております。ただ、海外のビジネスに関してはコストの中でいったら、すごくそれが大きいというものではありません。

一方、日本に関しては、やっぱりアルミという部分では大きな影響があると思えますし、それから衛生陶器関係ではガスコストというのは当然響いてくる可能性はあるとは思っています。

ただ、現実問題として、今年ということだけでいくと、それが例えば、来年で何十億円というレベルになるようなことはなくて、そこは省エネも進んでいますし、またその部分も含めた、今期上がっていくエネルギーコストを含めた値上げという、価格設定というのは当然、来年の 4 月に行います。

それでは、この 10 月から来年の 3 月までのエネルギーコストと、来年の 4 月以降のエネルギーコストで、来年の 4 月以降エネルギー価格が必ず高くなるという蓋然性は必ずしもないと思えます。当然のことながらいろいろな対策を取っていきます。ピークは今年の冬になるというのが、世界的にはコンセンサスなのではないかと思っております。

**司会 [Q]**：では、次のご質問をご紹介します。ゴールドマン・サックス証券の岡田様より 2 問頂戴しております。

---

## 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@scriptasia.com



1 問目、欧州と米国事業ですが、競合他社と比べての御社の業績はどうだったでしょうか。現在の受注状況についてもご教示ください。

2 問目、構造改革を行っていたかと思いますが、LHT、LWT 事業において今回の円安、資材価格の高騰などがなければ、マージンはどの程度改善したのでしょうか。

**瀬戸 [A]**：こちらは平野のほうから後ほど全部、数字がもうほとんど入ってきていますので回答しますが、一般論として言わせていただくと、今回良かったところはほとんどないと思います。ただ、事業がどこに中心に置いているかということによる差は起きていると考えています。事業の中心をどこに置いているかということと、それから中心が衛生陶器であるのか、それともフィッティングであるかということと、その二つにおいて大きく違いがあると思っています。

私の記憶でいくと、欧州に関しては全体に比べて当社は良かったと見ています。米国事業に関しては、衛生陶器が多かった分だけ悪かったという印象はあります。

それから、構造改革についてですけど、なかなかこの計算は難しいです。来年の3月に全て落ち着いていると考えると、来年の3月ベースだけの1カ月間では、事業利益率8%というのは出されている数字になるのではないかと思います。逆に言うと、それが今年の数値だった可能性は十分あると思います。それでも全部回復している状況ではないので、来年以降、何もなかったらそれよりもいい数字を出すことを目標にはしたいと思っています。

**司会 [Q]**：次に、みずほ証券、中川様からのご質問です。

米国の在庫調整は10月に終わる可能性があるとのことですが、消費者の最終需要の弱含みが続く場合には、回復に時間を要する可能性があると思われます。最終需要の見通しについてはどのようにお考えでしょうか。

**瀬戸 [A]**：これは難しいですね。実は Fortune Brands とか Masco とかの予想を見ている、一応、年内で全部終わって1月以降は大丈夫という見方をしているのが多いです。一方、10月に終わる可能性があるというのは、われわれの販売チャンネルにおけるお客さまが言っていることですが、これも会社によっては変わるかもしれません。実はもうこのところ毎月のように少しずつ在庫調整の期間が延びていることは事実なので。

皆さん、この11、12月の最大の買い物シーズンの結果を見て判断されるのではないかと思いますので、私の意見がそこまで参考になるかどうかというのは、なんとも言えません。ただ一般論だけで言わせていただくと、皆さんの見方としては、一応アメリカは1月からエンドユーザーの需要としては良くなっていくというのが、おそらく一般的な見方だと思います。

---

## 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



ちなみにエンドユーザーではなくて、われわれのお客さまである各チャネルの需要の一番悪かった時期というのは7-9月だったと。それは彼ら自身の在庫調整があったからということですね。

**司会 [Q]**：次に、野村證券の福島様から2問頂戴しておりますので、ご紹介いたします。

1 問目、10月からの値上げは期初の想定どおりでしょうか。値上げ幅、率を大きくする必要はないでしょうか。

2 問目、米国は新築向けは少なく、中古・リフォーム向けということだったと認識しておりますが、トップラインが現地通貨ベースもマイナスになったのはなぜでしょうか。中古住宅の流通量も弱まっていると思いますが、御社の売上が悪い状況は続きませんか。

**瀬戸 [A]**：10月からの値上げに関して、値上げは期初の想定どおりにするしかなくてですね。特に国内に関しては、精緻な価格表を出してやっていますので、あとから変えることはできないんです。基本的に値上げ幅だけを変えることというのはできません。今まで1年間かけて実施していたのを、6カ月でやれるようになったというのがだいぶ進歩ですので。そういう意味では、来年の4月はもちろんこれを反映した値段にはなりますけれども、では10月から3月までの間に何か特殊なことが起きたとき、4月にこれを反映できるかということ、これもできないのが事実です。

これ、先ほどの質問の中でいつキャッチアップできますかという話がありましたが、いろいろなことが起こり続けるとやっぱりキャッチアップは常に遅れていきます。ただ、今の状況としてコモディティの値段が下がっているということからすると、円安が進み、例えば170円が200円になるとか、そういったことになれば当然またキャッチアップが遅れるということにはなると思います。

ただ、正直言って1ドル200円というのはかなり蓋然性が低いのではないかと思います。われわれとして見ている1ドル160円というところは蓋然性としては良いレベルではないかと考えております。

一方、コモディティが今、急速に値上げするという要素は少なく、唯一あるのが電気代が急速に上がることによってアルミの値段が上がっていくということですが、需要から見てちょっと考えにくいなという状況ではあります。

2 問目のところについては、これはわれわれのユーザーが在庫数調整をした結果です。特に衛生陶器に関しまして、買うと言われてたくさん持っていったのですが、その時には在庫調整に入られていたため、売れずに在庫で持たされていることが理由となります。

実際のエンドユーザーの需要がそこまで大きく変わったわけではなく、たまたま7-9月の需要がわれわれのチャネルだけでなく、全てのチャネルが悪くなったというところがあると思います。流通

---

## 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



量も弱まっていますし、ではその需要、売上の悪い状況が続くかどうかということに関しては、先ほどの質問に対するご回答のとおり、どなたも正しい答えを持ってらっしゃるとは思わないけど、だいたい同業者も含めて1月以降には良くなるということを皆さん予想されています。

**司会 [Q]**：次に、SMBC 日興証券、川嶋様からのご質問です。

日・米・欧とそれぞれの分野で高いシェアを持っているので、外部環境の悪影響を受けて他社同様に業績が悪化するのには致し方ないと思いますが、御社独自のトップライン成長戦略や原価の低減、生産性向上施策について効果が出ているものがあればご説明ください。

**瀬戸 [A]**：見えにくいかもしれませんが、サッシだけで考えると、この1年間でわれわれの売上シェアというのはそんなに変わってなくて4割前後ですけれど、われわれの利益シェアは8割以上になっています。悪い状況の中でもなんとか結果を出してきているというのは、プラットフォーム生産や、ほかに先立って価格政策をとってきたということの結果が一つ、まず出ているのではないかと考えています。

それから、トイレ含む水まわりの商品に関しましては、コロナ影響などがあってもなんとかサプライチェーンをつなげる努力をした結果、原価は悪くなりましたけれども、売上としての成長を遂げることができてきているというのは一つ言えるのではないかと思います。

それから、タクティカルなところですが、われわれ自身として一番重要だと思っているのは、環境に合わせた商材。今世の中で起きている一番重要な問題は環境問題なので、その環境問題に合わせた商品をタイムリーに出せてきていることは今後の成長戦略として重要だと考えております。

この会社に戻ってきたときにお約束したこととして四つあります。一つはコア事業に集中します。そういう形でいくつかの事業を売却しました。その中で、今効いてきているところで重要なことは、リテール（小売り）の子会社や出資を減らしたことです。その結果、日本中のリテールに売ることができるようになりました。例えばいわゆる電機の子会社、ヤマダさんとかエディオンさんとか、それからホームセンターに行ってくださいと、当社の商品が一番たくさん出ているというのは、見ていただくと分かるかと思います。

それから二つ目、日本の事業に関して、キャッシュイーターからキャッシュジェネレーターにしていくということですが、今回のような原価が上がるということで、一時的にそれが見えにくくなっていますけれども、先ほどお話ししたとおり、利益のシェアという形で少なくともハウジング事業の中で比較すると、分かりやすい結果が出ていると思います。

---

## 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





それから、海外のポートフォリオ戦略というところでは、われわれ今、一生懸命やっているのが利益の質を上げていくことです。今回、例えばアメリカで衛生陶器の売上が多かったために苦しんでいることや、それから中国の不動産市況の低迷が起きていることは起きていますが、そこは良くなってきているというふうに自分たちでは思っており、これからビジネスの質が上がってくるということは間違いなくあると思います。

最後、イノベーションについては、環境というキーワードを中心に、考えていっております。そういう意味で、例えば「revia」や、「KINUAMI」、「SHIN-ON」、ボディハグシャワー」のような給湯に関して減らすことができるような商品であったり、断熱が非常に重要になっていくところでは窓や外壁のリフォーム商品の開発を進めていることは、今の環境政策、日本と世界の向かっている方向に対して合ってきているのではないかと思います。

**司会 [Q]**：次に、CLSA 証券、望月様から 2 問頂戴しております。

1 問目、ASB の事業利益が上期は赤字でしたが、いつのタイミングから黒字転換するでしょうか。黒字確保のための施策について教えてください。

2 問目、ROIC5%の達成は、どのタイミングを想定すればいいでしょうか。来期はまだ5%の達成は困難のように思いますが、いかがでしょうか。

**瀬戸 [A]**：1 問目ですが、これは先ほどご説明したとおり、商品を苦勞して持ってこなくてはならず、言ってみれば通常の輸送運賃の 20 倍かけて持ってきて、なおかつその持ってきたものに関して、ホームセンターが在庫調整をして注文をキャンセルしたというようなことが起きた、というかなり特殊な状況でした。この在庫が解消できるであろう下期を越えれば、当然のことながら黒字化は自然な形でできると思います。

ただ、それでも衛生陶器というのは、アメリカでは利益率が低いことは事実ですので、もっとわれわれとしては、ほかの地域では大成功しているフィッティングのビジネスというのを増やしていくということをしていこうと思っています。そのために足りない部分に関しては、市場に商品が合っていなかったところがいくつか反省点としてあります。例えば水圧とか。そこは改良したものが出せるようになってきていますので、黒字転換というよりは 1 回少し赤字になっただけなので、お許しいただきたいという話だと思います。

2 番目の ROIC 5%に関しては、先ほどお話ししたような条件が揃えば当然、来期に達成できると思います。

---

## 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



**司会 [Q]**：ありがとうございます。次に、三菱 UFJ モルガン・スタンレー証券の八木様からのご質問です。

LWT 海外の事業利益が 225 億円下方修正の国別の修正のイメージを教えてください。また、要因についてもご教示ください。

**瀬戸 [A]**：これは今まで開示してなかったことなのでご勘弁いただきたいのですが、やはりアメリカ、中国の不調というところが大きな要因になっています。

**司会 [Q]**：それでは最後のご質問。追加で野村証券の福島様から頂戴いたしました。

欧州、中東、アフリカ地域の売上は、欧州のマイナスを中東地域の好調でオフセットしているという話を前回お聞きしましたが足元はいかがでしょう。欧州の売上減のリスクはあまり考える必要はありませんか。

**瀬戸 [A]**：このご説明は、ロシアとウクライナのマイナスを中東地域の好調でオフセットしましたという話になります。足元では、むしろ欧州に関してもさっきのサプライチェーンの問題というのがあまり起こらなくなってきたので良くなってきています。

時間がないので簡単に説明しますが、今回欧州で一番苦戦した理由というのは中国から持ってくる部品の輸送が遅くなってしまったとか、輸送運賃がかかったというのも一つあるんですけど、一番大きかったのはロシアのディストリビューション・センターがウクライナへの侵攻によって使えなくなってしまったことです。

一方、ロシアのディストリビューション・センターは、東ヨーロッパ全体をカバーしていたので、われわれは、製品をドイツのディストリビューション・センターから出さなくてはいけなくなりました。ところがドイツのディストリビューション・センターは、そもそも各地域のディストリビューション・センター向けに製品を送るマザーディストリビューション・センターだったので、東欧の細かいお客さんに出せるようなオペレーションではなかった。それを両方やったので、どうしても出荷が間に合わなくなってしまったという状況が起きました。

一方で、われわれは、新しくディストリビューション・センターを立ち上げていました。これが稼動しましたので、10月からはこの出荷の問題での売上減のリスクがなくなりました。現時点でオーダーブックに関していうと、相変わらず大変好調ですので、ここに関しては、欧州の売上減リスクは考えておりません。

**司会 [M]**：たくさんのご質問をありがとうございました。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@scriptsasias.com



これもちまして、株式会社 LIXIL、2023 年 3 月期第 2 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