

LIXIL

Link to Good Living

株式会社 LIXIL

ESG 説明会

2023 年 4 月 4 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]	アナリスト説明会
[イベント名]	ESG 説明会
[決算期]	
[日程]	2023 年 4 月 4 日
[ページ数]	44
[時間]	15:30 – 16:58 (合計：88 分、登壇：42 分、質疑応答：46 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]	6 名 取締役 代表執行役社長 兼 CEO 瀬戸 欣哉 (以下、瀬戸)

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



取締役 代表執行役専務 人事・広報・渉外・Impact 戦略担当 兼 Chief People Officer
ジン・モンテサーノ

(以下、モンテサーノ)

独立社外取締役 取締役会議長 兼 ガバナンス委員会委員長 兼 指名委員会委員
松崎 正年 (以下、松崎)

独立社外取締役 指名委員会委員長 兼 報酬委員会委員 兼 ガバナンス委員会委員
西浦 裕二 (以下、西浦)

常務役員 Chief Environmental Impact Officer 兼 Chief Standardization Officer 兼 環境戦略委員会議長
迎 宇宙 (以下、迎)

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
	SMBC 日興証券	川嶋 宏樹
	野村証券	福島 大輔
	モルガン・スタンレーMUFG 証券	渡邊 宏樹

*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、ESG 説明会を開始いたします。

本日は、「A POSITIVE IMPACT FOR TODAY AND TOMORROW」をテーマとして、先週 3 月 30 日に公表いたしました環境戦略の更新内容を中心に、企業価値の向上と社会や環境課題の解決によるポジティブなインパクトの創出、その両立を目指す当社のさまざまな取り組みについてご説明いたします。

本日のご説明は、登壇順に、取締役、代表執行役社長兼 CEO、瀬戸欣哉、取締役、代表執行役専務、Impact 戦略委員会委員長、ジン・モンテサーノ、常務役員、環境戦略委員会議長、迎宇宙の 3 名より行います。また、後半の Q&A セッションでは、独立社外取締役、取締役会議長、松崎正年氏、独立社外取締役、指名委員会委員長、西浦裕二氏のお二人にもご登壇いただきます。

なお、本日の司会進行は、IR 室、平野が担当させていただきます。どうぞよろしくお願いいたします。

本日のアジェンダ

- 1 LIXILにおける価値創造への取り組み（瀬戸）**
 - 価値創造を通じたパーパスの実現 - LIXIL Playbookの更新
 - 事業・サービスを通じたインパクト創出：事例
 - LIXILのインパクト戦略 - 本日の説明会の構成
- 2 LIXILのインパクト戦略概要（モンテサーノ）**
 - LIXILのインパクト戦略
 - D&I推進活動の進展
 - 「グローバルな衛生課題の解決」取り組み（マックスカー）
- 3 環境戦略の更新（迎）**
 - LIXIL 環境ビジョン2050
 - 戦略更新：事業領域とその先のインパクトへ
 - 戦略更新：中期目標の設定
 - 戦略更新：重要課題に「生物多様性の保全」を追加
- 4 Q&Aセッション**
 - サステナビリティ領域における取締役会の役割 – ガバナンスの取り組み（松崎、西浦）
 - 参加者からのご質問への回答（全員）

LIXIL

4

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

続きまして、本日の進行についてご説明申し上げます。

本日のアジェンダは、ただ今、投映しております説明会資料4ページ目に記載のとおりであり、この後、3名の登壇者が順にご説明いたします。

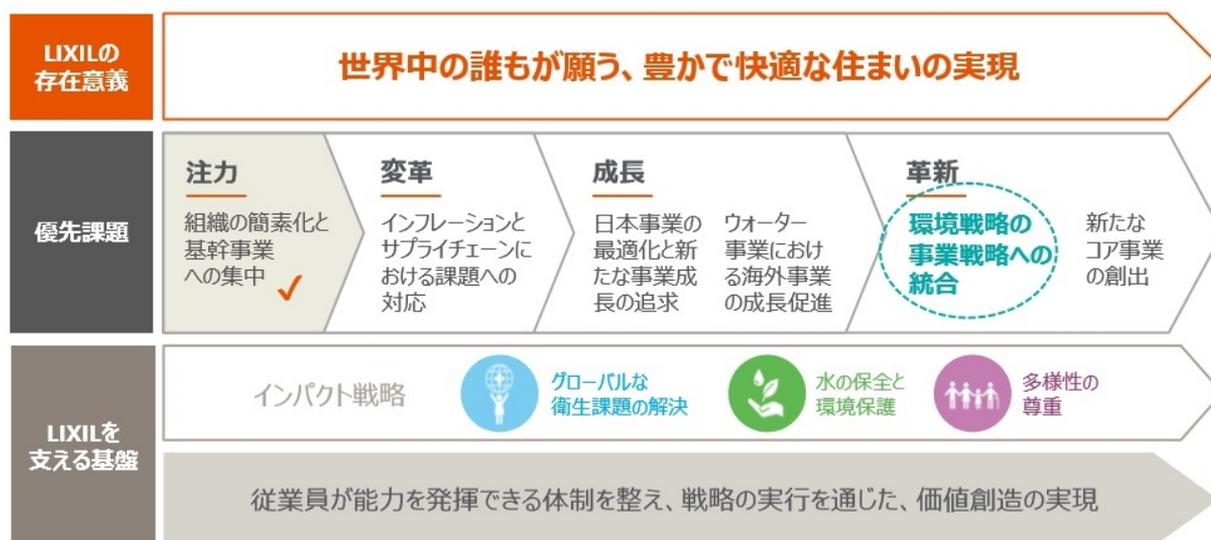
ご説明後には、質疑応答のお時間を設けてございます。ご質問は説明会開催中いつでも入力可能ですので、画面下、Q&Aよりご投稿ください。

なお、本日の説明会は、日本時間午後5時に終了を予定しております。最後まで、どうぞよろしくお願いたします。

それでは、早速、瀬戸さん、よろしくお願いいたします。

価値創造を通じたパーパスの実現 - LIXIL PLAYBOOKの更新

当社パーパス達成を追求し、持続的な成長と価値創造を達成するために、LIXIL Playbookで定めた優先課題に対する取り組みを推進。**環境戦略の事業戦略への統合**を追加し、事業活動・事業成長を通じた企業価値の向上と、社会や環境課題の解決における**インパクトの創出との両立**を目指す



LIXIL

6

瀬戸：皆さん、こんにちは。LIXILの瀬戸です。本日は当社のESG説明会にご参加いただき、ありがとうございます。

皆さんもよくご存じのとおり、この1年間は大変厳しい、難しい年でした。昨年はロシアのウクライナ侵攻に始まり、それからコモディティプライスが上がり、コロナで物流が止まってしまい、物が届けられなくなってしまうようなことが起こったり、様々なことが起こりました。

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



ただ、その中でも、特に長期的にこれからわれわれの事業にインパクトを及ぼすのは、気候変動問題に対する皆さんのご興味、それと危機感ではないかと思っております。

当社は、この気候変動に伴う地球へのインパクトを含めた環境戦略を、単なるリアクティブな問題点、チャレンジと捉えるだけではなくて、これをむしろわれわれとして自分たちのパーパスに沿った持続的な成長と価値創造を達成するための一つの手段として、この環境戦略を事業戦略に統合していこうとコミットしております。

ちょうどここで今、お出している資料は、当社の統合報告書にも掲載している LIXIL Playbook の内容で、ここに今回イノベーションというところで、新たに環境戦略の事業戦略への統合を強調させていただきました。

では、一体、その環境戦略はどんなものがあるか、いくつかご紹介したいと思います。

事業・サービスを通じたインパクト創出：事例

事業プロセスと製品・サービス提供でのLIXILのバリューチェーンにおける活動を超え、住宅・建設業界を中心とした社会全体に向けたポジティブインパクトの創出を目指す

廃プラスチックと廃木材を融合した新しい循環型素材「レビア」を開発⁽¹⁾



- ・年間18.5万トンの廃プラの有効活用とCO₂排出量60万トン削減を目指す⁽²⁾
- ・水平リサイクルによる循環利用が可能

低炭素型アルミ型材「プレミア (PremiAL)」シリーズを新展開⁽³⁾



- ・リサイクルアルミ使用100%を目指す
- ・当社Scope3排出量の3割を削減
- ・建材のエンボイド・カーボン削減

「先進的窓リノベ事業」⁽⁴⁾対象の高性能窓ラインアップを強化



- ・日本での2030年度住宅からのCO₂排出量約7割削減⁽⁵⁾への貢献
- ・住宅での冷暖房費負担の軽減

LIXIL

(1) ニュースリリース <https://newsroom.lixil.com/ja/2022101802>

(2) 中長期的に事業規模1,000億円の目標を達成した前提

(3) ニュースリリース https://newsroom.lixil.com/ja/20221215_01

(4) 経済産業省と環境省による「先進的窓リノベ事業」公式サイト <https://window-renovation.env.go.jp/>

(5) 2013年度比

7

まず、事業・サービスを通じたインパクトの例として、昨年ご紹介いたしました循環型素材「レビア」がございます。これは、ありとあらゆるプラスチックのごみを利用して、木材のごみと融合させてつくった新しい素材です。今日、商品を実際に持ってきていますが、これは「レビアペイブ」といって、歩道に使っていただけるものです。

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



従来のプラスチックのリサイクルは、例えばポリプロピレンだったらポリプロピレン、ポリエチレンだったらポリエチレン、単一の素材を選別して、そしてペレットにして再生するというのが普通でした。

「レビア」の場合は、その選別というプロセスを経ずに海洋プラスチックから PP、PE、それから塩化ビニルまで、様々な種類のプラスチックを木材と一緒に押出加工で作るという革新的な素材です。

これがわれわれの計画どおり進むと、年間 18 万 5,000 トンの廃プラの有効活用と、CO₂排出量 60 万トンの削減ができるのではないかと考えています。もちろん、これはわれわれだけではなくて、政府や自治体、それから消費者の皆さんとの間で、「レビア」を更に使っていこうということがあれば、もっと大きなものになっていくと思います。

二つ目が、中央にある低炭素アルミ型材「プレミアム」です。実は私が LIXIL に入ったとき、LIXIL のアルミ材料は、ほとんどがボーキサイトからアルミインゴットを作った、インゴットを中心とした材料でした。スクラップは一部社内のスクラップを使用していましたが、使用率は 20～30%といったところでした。

しかし、スクラップとボーキサイト由来のアルミインゴットでは、大きく CO₂の使用量が違います。例えばボーキサイト主体で作った場合、アルミ 1 キログラムを作るのに CO₂は 10 キログラム排出されます。ところがスクラップから作ると、同じアルミ 1 キログラムでも 0.3 キログラムで済みます。型材ベースで 97%の削減、仮にアルミサッシまで作った場合の比較でも 75%程度は削減でき、非常に大きな削減となります。

これを昨年われわれは、70%のスクラップを使用することを保証した商品を発売いたしました。次は、今年末には 100%を保証する「プレミアム R100」という商品の発売を予定しております。

そして、2031 年までには、全てのアルミ素材をスクラップから作ることを目指しております。これは今までわれわれの商品というと、いわゆるオペレーショナルカーボンという、実際に商品を使用しているときの CO₂削減が話題になっていましたが、これは最初に商品を組み込むところから、建設の段階から、いわばエンボディド・カーボンとして削減できるという画期的な商品になります。

それに加えて、先日政府が発表いたしました、窓のリノベーションに対する補助金が 1,000 億円という大変大きな金額が発表されましたが、窓のリフォームもわれわれにとって重要な CO₂削減のための事業になってきています。

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



世の中ではどうしても、新築のゼロエネルギーハウスが大きな話題になっていますが、実際に日本には既存の住宅が6,000万戸もあって、窓がほとんど単板ガラスを使用しています。エネルギーの56%はドアや窓から出てきます。その部分を断熱するのは非常に大きな経済効果があると思っております、経済効果と断熱の効果があると思っております。

そして、この断熱の効果が、日本での2030年度住宅からのCO₂排出量の7割削減に、おそらく一番大きな貢献ができるのではないかと考えております。

そういった意味で、われわれは商品を通して、われわれの普段の事業取引を通して、気候変動に対する対策を実現していこうと考えております。

LIXILのインパクト戦略 – 本日の説明会の構成

日々変化する外部環境に対応した戦略の策定、迅速な事業機会の捕捉が持続的成長につながる

メガトレンド	事業機会	本日のトピック
<ul style="list-style-type: none"> 気候変動 水・資源不足 地政学リスクの高まり サプライチェーン寸断 世界の中間層の台頭 日本市場の成熟 デジタル化の加速 働き方改革 	<ul style="list-style-type: none"> 省エネ型商材需要の高まり (断熱性能・節水・節湯) 環境配慮型商材需要の高まり (高リサイクル建材・部材) 高付加価値製品の展開 (スマートトイレ・高機能シャワー) 顧客とのタッチポイントの向上 働き方改革による組織の機動性の向上 	<div style="text-align: right;">E S G</div> <ul style="list-style-type: none"> LIXILのインパクト戦略概要 当社人材戦略が目指す姿、進捗 「グローバルな衛生課題の解決」取り組み <div style="background-color: #00a68a; color: white; padding: 5px; text-align: center; margin-top: 10px;">1. モンテサーノ CPO</div> <ul style="list-style-type: none"> 新たに更新された環境戦略概要 各重点領域ごとの定量目標達成によるインパクト創出のロードマップ <div style="background-color: #003366; color: white; padding: 5px; text-align: center; margin-top: 10px;">2. 迎 CEO兼CSO</div> <ul style="list-style-type: none"> QAセッションに社外取締役2名参加 サステナビリティ領域における取締役会の役割等、ガバナンスについてディスカッション <div style="background-color: #800040; color: white; padding: 5px; text-align: center; margin-top: 10px;">3. 松崎取締役、西浦取締役</div>

LIXIL

8

当社を取り巻く事業環境は日々変化しています。そして、それぞれに対して迅速に対応していきます。先ほどからお話しておりますが、こういった様々な変化はわれわれにとってリスクでもありますが、チャンスでもある。そして、そのチャンスをどうやって生かしていくかということで、社会にインパクトを与える企業になれるかどうかが決まってくると思います。

この後、私の後にインパクト戦略の全体像を、インパクト戦略委員会委員長のジン・モンテサーノが説明します。それから、今年3月に更新したインパクト戦略の柱の一つである環境戦略について

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



は、環境戦略委員会を統括している Chief Environmental Impact Officer 兼 Chief Standardization Officer の迎宇宙が説明します。

そして、説明会の最後には、参会者の皆さまからのご質問に答える Q&A セッションを設けていますが、今回も当社の社外取締役である西浦さんと松崎さんにも参加していただき、冒頭はサステナビリティに関して、当社のガバナンスのあり方についてご説明いただく予定です。

それでは、本日はよろしくお願いいたします。

司会：ありがとうございました。

続きまして、インパクト戦略委員会委員長のモンテサーノより、LIXIL のインパクト戦略概要についてご説明いたします。よろしくお願いいたします。

レスポンスビリティからインパクトへ

LIXILのPurpose「世界中の誰もが願う、豊かで快適な住まいの実現」は、急速に変化する世界において、日々の暮らしを支える製品を生み出し、新しい働き方を推進する私たちの原動力です。未来を見据えた活動を通じて、私たちは**インパクト（良い影響）**を生み出しています。

4月1日から、私たちはコーポレート・レスポンスビリティ（CR）戦略からインパクト戦略へ移行します。この更新は、私たちの**コミットメント**を反映したものです：



LIXIL

10

モンテサーノ*：瀬戸さん、どうもありがとうございます。

皆さん、こんにちは。今日はLIXILの新しい方向性を示すこの場にご出席を賜り、ありがとうございます。

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



さて、「世界中の誰もが願う、豊かで快適な住まいの実現」をパーパスに掲げる企業として、私たちがすべきことは単に住宅を建設することにとどまりません。私たちは責任あるパーパスドリブン企業として、社会や環境にインパクト、すなわち良い影響を与える義務があると信じています。

2015年に私たちはCR戦略をつくり、企業として責任を果たすために活動をしてまいりました。これまでの成果に対して、私はとても誇りに思っています。しかし、LIXILはパーパスの実現に向けて、既に責任の域を超えた活動をしています。熟考と研究を重ねた結果、LIXILはこの4月よりCR戦略からインパクト戦略へと移行しています。

今回の更新は、こちらにある三つのポイントを反映しています。一つ目は「世界中の誰もが願う、豊かで快適な住まいの実現」というLIXILのパーパスへのコミットメント、そして二つ目に、私たちの本業に沿ったかたちで、重要な社会・環境問題に取り組むというコミットメント、そして最後に、これらの取り組みに対して説明責任を果たすという私たちのコミットメントです。

私たちは世界にインパクトを与え、そのインパクト、すなわち私たちの活動の成果を測定し、ステークホルダーの皆さまへ説明する責任があります。私たちは新たに追加した環境のKPIなどのように明確な目標を設定し、その達成に向けた進捗をトラッキングしています。インパクト戦略が重要視する説明責任と透明性により、ステークホルダーとの信頼関係が強化されるものと考えています。

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



LIXILのインパクト戦略

LIXILの約束

LIXILは、今日と未来の世界にインパクト(良い影響)を生み出す取り組みと革新的な製品やサービスを通じて、**世界中の誰もが願う、豊かで快適な住まいの実現**を目指しています。

<p>優先取り組み分野</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> <p>グローバルな衛生課題の解決 すべての人に衛生を</p> <p>私たちは、世界中の人びとのより良い生活のために、衛生課題に応える革新的な製品とソリューション、ビジネスモデルを提供します。</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> <p>水の保全と環境保護 CO₂ゼロと循環型の暮らしを</p> <p>私たちは、事業プロセス、製品ライフサイクル全体でエネルギー、水、天然資源の責任ある利用に取り組み、バリューチェーンにおける環境負荷を最小限に抑えます。次世代が受け継ぐ地球環境の改善に貢献する製品やサービスを拡充し、パートナーや消費者とともに環境サステナビリティを推進しています。</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>多様性の尊重 すべての人にインクルージョンを</p> <p>私たちは、ダイバーシティ&インクルージョンを推進し、公平な職場づくりをはじめとする様々な取り組みを行っています。多様な従業員の英知と視点を活かしたイノベーション、社内外との様々なコラボレーションを促進することによって、多様化する顧客のニーズに応え、誰もが快適で健康的な生活を送り、いきいきと輝ける社会を目指します。</p> </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> <p>グローバルな衛生課題の解決 2025年までに1億人の人びとの衛生環境の改善を通じて生活の質の向上に貢献</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> <p>気候変動対策を通じた緩和と適応</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Scope 1+2 CO₂排出量 -50.4%*1 ● Scope 3 CO₂排出量 -30%*1 ● 節湯水栓・節水型トイレの販売構成比(日本) 100% ● 新築戸建住宅向け高性能窓の販売構成比(日本) 100%*2 </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> <p>水の持続可能性を追求</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 水使用効率向上 +20%*1 ● 節水製品による水使用削減貢献年間20億m³*3 </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 5px;"> <p>資源の循環利用を促進</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 廃棄物などのリサイクル率 90%*2 ● リサイクルアルミの使用比率 100% </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>多様性の尊重</p> <p>2030年までに</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 女性取締役・執行役員比率50% ● 全世界の女性管理職比率30% ● 日本の新卒採用を男女同率 </div>	<p style="text-align: center; font-size: small;">*1 2019年3月期比 *2 2026年3月期まで *3 2025年3月期まで その他、すべて2031年3月期を目標年度とする</p>
--	--	---

11

CR 戦略で掲げていた、三つの優先取り組み分野に変更はありません。皆さん、よくご存じだと思います。LIXIL は最も大きなインパクトを与えられるこれら三つの領域に、LIXIL の能力を生かして取り組んでいきたいと考えています。

インパクト戦略では、レスポンスビリティを軸とするのではなく、より包括的なアプローチで環境や社会へインパクトを与えると同時に、LIXIL にとっての財務成果も同時に追求します。

この三つのエリアは相互に関連しており、私たちの事業と世界の長期的なサステナビリティを達成するために、一緒に対処しなければいけないと考えています。今回、インパクト戦略へ移行するわけですが、実際のところは、従業員は既にこの戦略変更よりもずっと前からインパクト戦略を実行していると感じています。

私たちの従業員はパーパスをよく理解し、受け止めています。彼らは自社の製品やサービスに信じられないほどの情熱を注いでおり、パーパス実現のために、長期的に持続可能な影響を生み出すことの重要性を理解しています。

さて、組織としてのビジョンや目標を達成するために重要な役割を果たすのは「人」です。私が今ご説明差し上げたインパクト戦略を実行していくのも、LIXIL の従業員にほかなりません。本日の

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@scriptsasia.com

10

ESG 説明会は環境に焦点を当てていますが、人的資本に関わる取り組みなどについては、また別の機会にご説明の場を設けたいと考えています。

しかし、この先、環境戦略の詳細な説明に移る前に、CPO である私から、当社の三つの優先取り組み分野の一つである D&I の分野について、この 1 年のハイライトを簡単に紹介させていただきたいと思います。

D&I推進活動の進展

D&I 推進への取り組みは、LIXILにおけるインクルーシブな職場環境や文化の醸成から始まります。

2030年に向けた D&I ロードマップ



アカウントパリティ（説明・成果責任）を人事からビジネスに移行するため、2つの重要施策を23年3月期に開始

リーダー向けD&I 推進ガイドブック	D&I ダッシュボード
<ul style="list-style-type: none"> リーダーがより効果的にD&Iを推進できるよう、実践的な事例を交えた「リーダー向けD&I推進ガイドブック」を展開 ガイドブック内容の理解を深めるために、ビジネス、コーポレート部門のリーダーが、ワークショップを実施予定 	<ul style="list-style-type: none"> リーダーがD&I目標に向けた進捗を定期的に確認し、現状を把握できるよう、主要なD&I KPIを備えたダッシュボードを開設



12

こちらに 2030 年までのロードマップをお示ししています。この目標に向けて順調に歩みを進めています。D&I の推進をなぜ行うのか、何を行うのか、が組織全体に浸透し、この 1 年はフェーズ 2 からフェーズ 3 へ移行するための活動に注力しました。管理職や従業員の理解と取り組みを深める意味で、非常に大きな一歩を踏み出しました。

これまで D&I 促進は人事主導で進められてきましたが、フェーズ 3 では D&I の取り組みがビジネスリーダー主導で行われ、責任が各 PL や部門に移されます。言うは易しですが、実際に行うのはとても難しいことです。正しい行動に対するリーダーの責任を果たさないまま、かたちだけ移行しても意味がないのです。これを確実にやり遂げるために、昨年二つの重要施策を行いました。

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

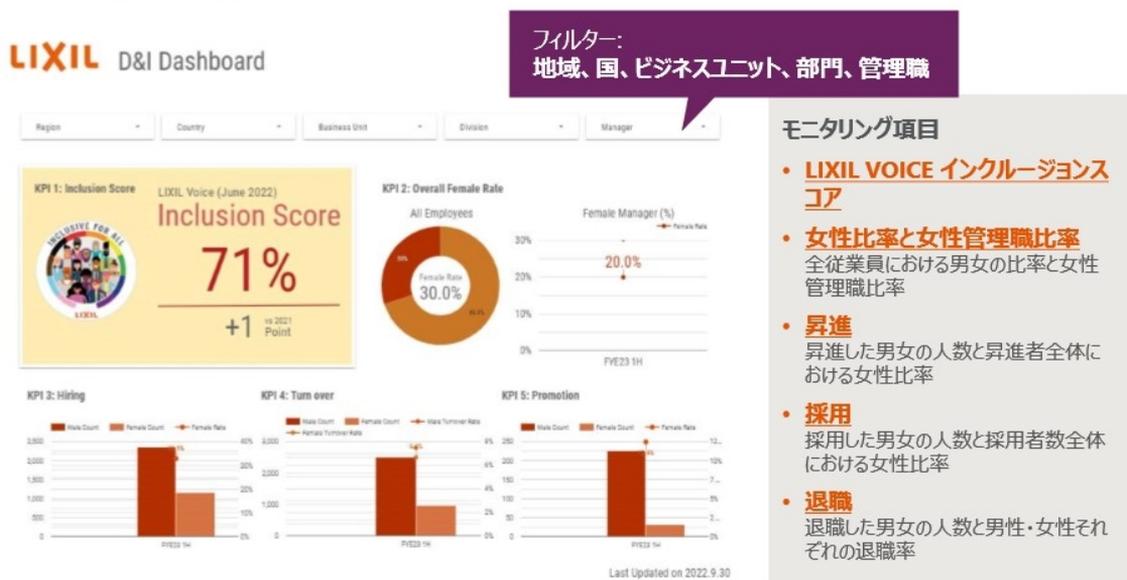


まず、リーダー向けに D&I をより効果的に活性化させるためにリーダーができること、すべきことを組織のニーズに合わせて、実践例を交えて明確にしたガイドを作成しました。各チームの D&I の進捗状況をリアルタイムで追跡することができるダッシュボードも開発しました。リーダーが定期的に D&I 目標に対する進捗状況を把握し、現状を評価するための仕組みを整えました。次のスライドで詳しく紹介したいと思います。



D&I ダッシュボード

D&Iに関するスコアをモニタリングし、**D&I委員会**で進捗を確認します。
 こうした取り組みを通じてD&Iを推進し、**多様な社員の知識や視点を活かすことで、多様化する消費者のニーズに応える製品やサービスを生み出します。**



13

Qualtrics (クアルトリクス) をベースにした D&I ダッシュボードでは、LIXIL のデータを用いて組織の LIXIL VOICE インクルージョンスコア、全社の管理職の男女比率、昇進、採用、退社の男女比率という五つの主要 KPI に焦点を当てています。この五つの重要な指標を、地域、国、部門ごとに定期的に追跡することで、目標に対する進捗状況をリーダーがより明確に把握できるようになります。これらの進捗は、瀬戸社長が委員長を務める D&I 委員会で PL と部門ごとに発表、議論されます。

LIXIL は 2030 年までに、ジェンダー不均衡を是正するという具体的な目標を立てています。しかし、男女比を整えることが真の目標ではありません。多様で有能な従業員の能力を最大限に引き出すことが重要です。

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@scriptasia.com



長期的な企業価値創造の原動力となるのは、社員です。LIXIL が社員に与える真のインパクトは、社員一人一人が個々の可能性と能力を十分に発揮することで、初めて実現できると考えています。社員が持つ知識や視点によって実現する革新的な商品・サービスで、多様化する社会のニーズに応じていきます。

現在、社内で進めている D&I の取り組みは、それに向けた道筋なのです。LIXIL が生み出すインパクトを語る上で、グローバルな衛生課題の解決における取り組みは欠かせません。LIXIL Public Partners と SATO 事業のリーダーであるエリン・マッカスカーより、グローバルな衛生課題の解決における進捗をご説明いたします。

マッカスカー（映像）：（英語で説明）

司会：ありがとうございました。

続きまして、環境戦略委員会議長の迎より、環境戦略の更新についてご説明いたします。よろしくお祈りします。



LIXIL 環境ビジョン2050

LIXILの環境ビジョンは、3つの環境課題に取り組むことにより「CO₂ゼロと循環型の暮らし」の実現を目指す



ZERO CARBON AND
CIRCULAR LIVING

LIXILは、2050年までに、
**事業プロセスと
製品・サービスを通じて、
CO₂の排出を実質ゼロにし、
水の恩恵と限りある資源を
次世代につなぐ
リーディングカンパニーを目指す**

実現に向けた3つの領域



気候変動対策を通じた緩和と適応

事業プロセスと製品・サービスによる温室効果ガスの排出を実質ゼロにする



水の持続可能性を追求

節水や水の循環利用、浄水技術などを通じて、水の環境価値を創造する



資源の循環利用を促進

循環型社会への変革に貢献し、限りある資源を未来につなぐ

LIXIL

15

迎：皆さん、こんにちは。環境戦略委員会を統括しております、迎でございます。

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



LIXILでは、環境問題の解決に取り組むことは企業としての存在意義を追求し、持続可能な事業を推進する上で非常に重要なことだと考えています。そのために、2019年に環境ビジョン「ZERO CARBON AND CIRCULAR LIVING」を掲げました。

そして、これを具体的に達成するべく、ここに掲げております三つの重点領域を設定しております。すなわち、気候変動対策を通じた緩和と適応、水の持続可能性を追求、資源の循環利用を促進、この三つでございます。

目標：1.5°C目標達成に向けた環境負荷低減のための変革の道のり

LIXILでは、世界の平均気温上昇を1.5度に抑える目標への貢献とCO₂排出量実質ゼロを含む「環境ビジョン2050」の実現に向けた取り組みを推進



環境ビジョン2050の達成を目指すことでリスクを管理し、機会を捉えています

	事業活動におけるリスク管理	製品・サービスによる機会獲得	
● 気候変動の緩和と適応	サプライチェーン全体のCO ₂ 削減・再エネ促進	高性能窓・ZEH商品の提供	節湯・節水商品の提供
● 水の持続可能性を追求	水使用効率化・水リスク管理	安全性を高めた美味しい水の提供	
● 資源の循環利用を促進	廃棄物等の再資源化	リサイクル材活用・プラ梱包等の削減	

LIXIL

16

私たちは、革新的な製品・サービスの提供に加え、事業活動における環境負荷低減を通じて、環境価値の向上と環境リスクの低減を目指し、これまでも継続的に取り組んでまいりました。ただ、これをさらに進化、加速させるためには、環境関連部門のメンバーだけではなく、経営陣や事業部門が密に連携し、全社的に活動を強化することが必要だと考えました。

そこで、一昨年、環境戦略委員会を立ち上げ、グローバル、かつ部門横断的な取り組みを加速させています。

その成果の一つとして、昨年は気候関連財務情報開示タスクフォース（TCFD）の提言に基づき、気候変動問題が当社に及ぼすリスクと機会、この特定と評価を行うとともに、CO₂排出削減に関する

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



る意欲的な中期目標を発表しました。本年は、この気候変動の対応だけではなく、それ以外の環境領域も含めた環境戦略を更新し、「環境ビジョン 2050」の達成に向けて、より具体的な目標を策定いたしました。

これより詳細は説明いたしますが、私たちの環境戦略は従来の企業責任の範囲にとどまらず、より一層大きなインパクトを地球環境と人々の暮らしにもたらしていけるという考えをベースにしています。

■ 戦略更新：3つのポイント

- › 事業領域とその先へのインパクト
- › 中期目標の設定
- › 未来を見据え、三つの領域を前進させる
「生物多様性の保全」を重要課題に追加

LIXIL

17

今回の戦略更新におけるポイントを三つご説明いたします。

まず環境戦略の Scope を、事業領域とその先のインパクトを捉えた範囲として明確に示しました。事業活動や自社製品の使用に伴う環境負荷を最小限にしていくこと、これは全てのメーカーが取り組むべき責務だと考えています。これに加えまして、当社では社会や環境課題の解決におけるインパクトの最大化に取り組むことを環境戦略において明確にしました。

二つ目に、この環境ビジョンを達成するための取り組みを加速させるために、三つの重点領域において、それぞれ中期目標を設定しています。

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@scriptsasias.com



そして最後に、生物多様性です。これを重点課題に追加いたしました。これまでも「生物多様性の保全」への貢献という取り組みは、当社で継続して行ってまいりましたが、今回環境ビジョンの達成に向け、三つの重点領域に共通する基盤として位置づけ、当社の重要課題に追加し、取り組んでまいります。

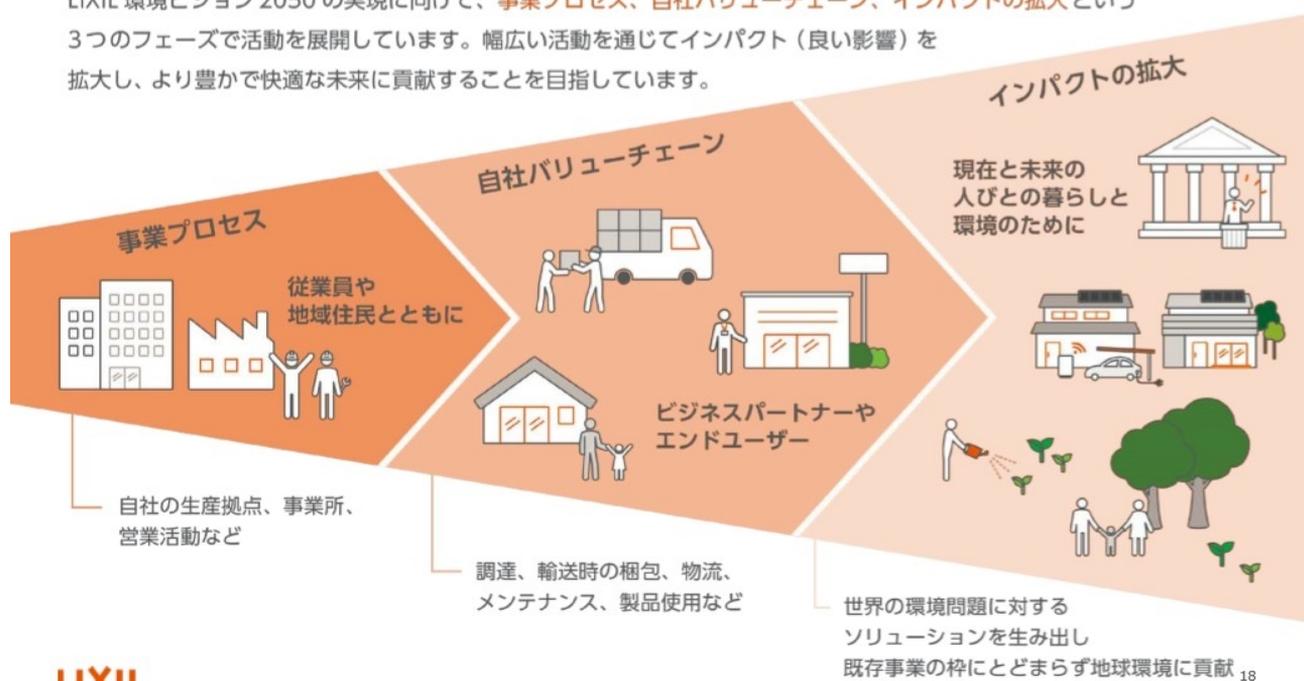
今申し上げた環境戦略の考え方、そして環境ビジョンの達成に向けた道筋について、まとめた動画をご用意いたしました。まずはこちらをご覧ください。

映像：（音楽のみ）

戦略更新：事業領域とその先のインパクトへ

ビジョン実現に向けた3つのフェーズ

LIXIL 環境ビジョン2050の実現に向けて、**事業プロセス**、**自社バリューチェーン**、**インパクトの拡大**という3つのフェーズで活動を展開しています。幅広い活動を通じてインパクト（良い影響）を拡大し、より豊かで快適な未来に貢献することを目指しています。



LIXIL

迎：ただ今、動画でご説明しましたとおり、今回の更新された環境戦略では、私たちが生み出す社会のインパクトを最大化するために、事業プロセス、自社バリューチェーン、インパクトの拡大という三つのフェーズで捉えています。

この中で事業プロセスとは、当社の生産拠点、事業所、営業活動を指し、従業員や周辺地域の住民などが関連するステークホルダーとなります。

サポート

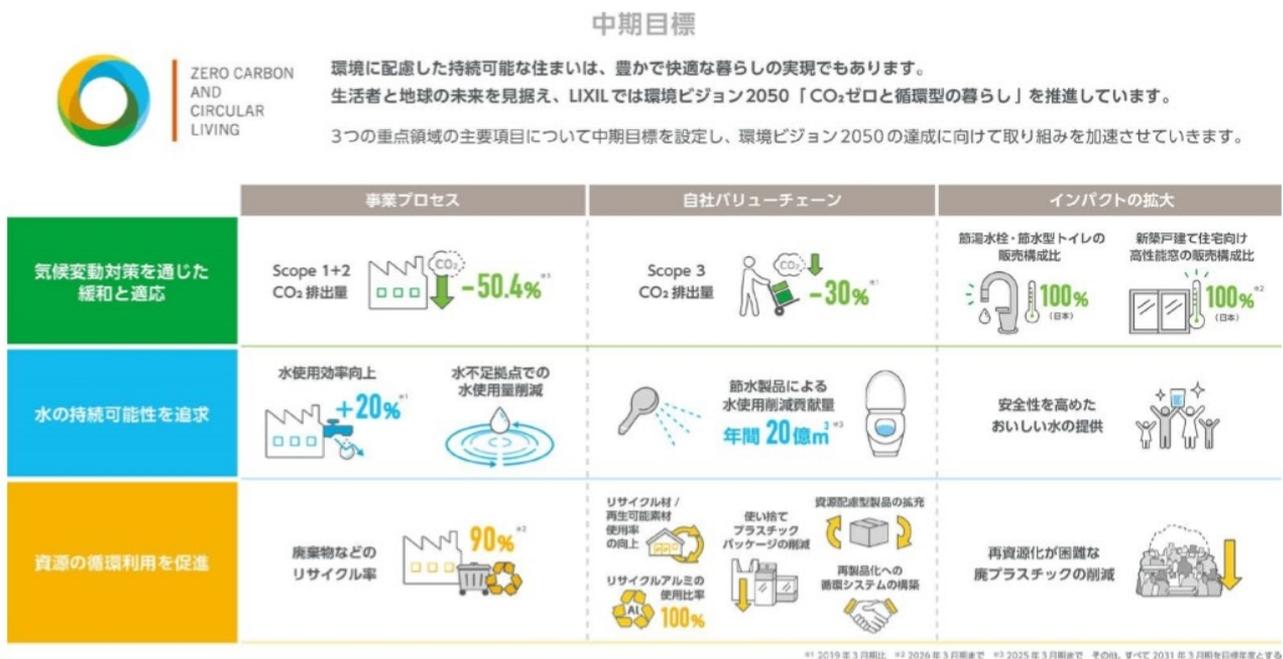
日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

次に自社バリューチェーンですが、これは事業プロセスの上流と下流で、社外のステークホルダーとの接点をもって発生するプロセスを主に指しています。したがって、ビジネスパートナーやエンドユーザーが主なステークホルダーとなります。

そして三つ目のインパクトの拡大ですが、ここでは、私たちはこれまでの企業責任の枠にとどまらず、社会へのインパクトを拡大し、地球環境の未来に貢献していきます。

この三つのフェーズにおける取り組みを確実に進めることで、環境関連のリスクを低減すると同時に、当社の事業機会を捉え、持続可能な成長につなげていけると考えています。

戦略更新：中期目標の設定



今までお話ししたことをまとめたのが、この表になります。今回の戦略更新では、三つの重点領域、それぞれの項目を三つのフェーズに分けました。すなわち、トータルで3かける3の九つの項目があるわけですが、それぞれの領域において中期目標を設定することで、私たちが取り組むアクションを明確にしました。

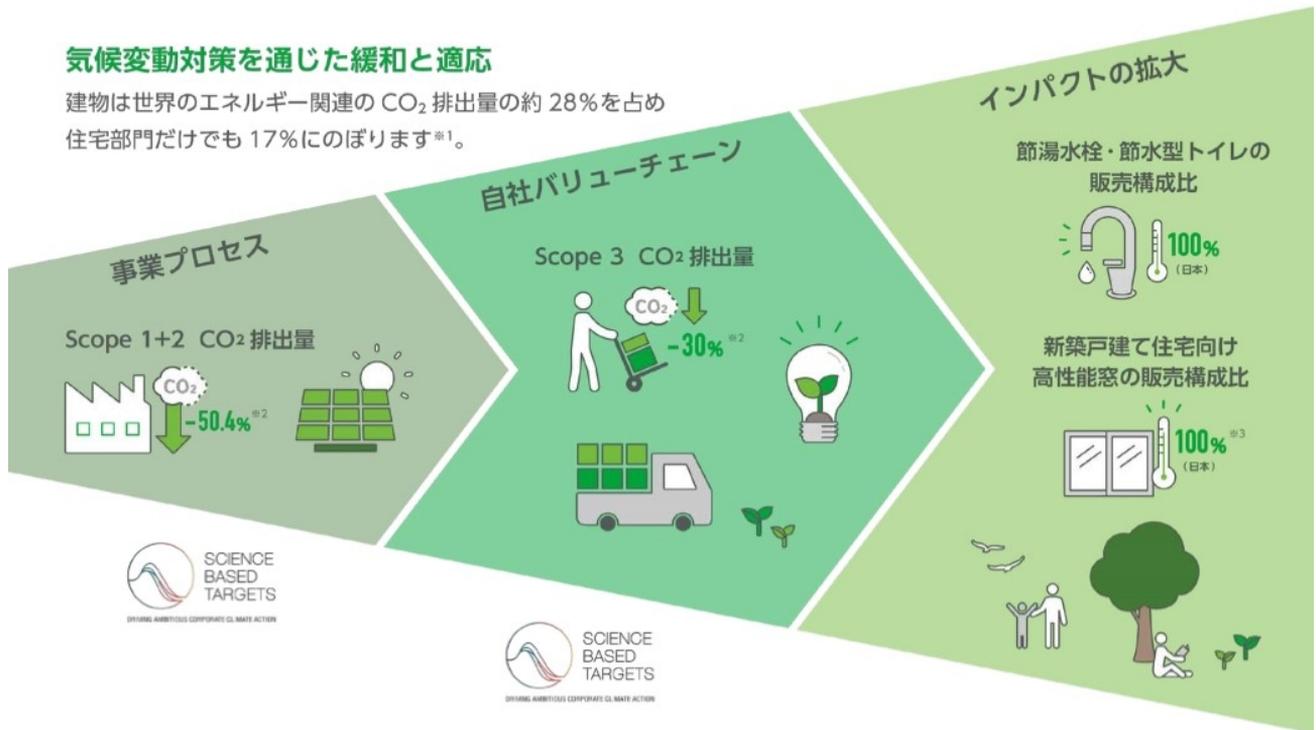
これらのKPIと目標は、私たちが進める環境活動の全てではございませんが、重点的に取り組むべき項目に絞って定量的、定性的に目標を設定したものです。

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



気候変動、水の持続性、資源循環、それぞれの領域に分けて、これから詳細にご説明したいと思います。



LIXIL

※1 United Nations Environment Programme (<https://globalabc.org/our-work/tracking-progress-global-status-report>)
 ※2 2019年3月期比
 ※3 2026年3月期まで（その他、すべて2031年3月期を目標年度とする）

21

まずは気候変動です。

気候変動は私たちが取り組むべき喫緊の課題であり、気候変動対策を通じた緩和と適応は、当社の注力分野の一つです。当社では、環境に配慮した製品やサービスの提供を通じて、この気候変動の影響を緩和することに加え、適応に資する活動に取り組んでいます。

また、当社の CO₂ 削減の目標は SBTi が掲げる 1.5°C水準に合致しており、先月、認定更新を完了しております。

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@scriptsasias.com



気候変動対策を通じた緩和と適応

中期目標と環境ビジョン2050の達成に向けた主な取り組み

事業プロセス	自社バリューチェーン	インパクトの拡大
<p>Scope1.2の削減</p>  <ul style="list-style-type: none"> ・燃料転換（短期、長期：水素） ・電化 	<p>Scope3の削減</p>  <p>サプライヤーとの連携による排出量削減</p>	<p>間接的な排出量の削減貢献</p>  <p>高断熱窓や節湯・節水機能を有する製品・サービスなどの展開</p>
 <ul style="list-style-type: none"> ・再生可能エネルギーへの切替 ・省エネ活動 	 <p>使用時にエネルギーを使用する製品の省エネ化</p>	<p>気候変動への適応</p> <p>室内温度の上昇を防ぐ商品や防災・減災商品の展開</p> 

LIXIL

22

では、具体的にどうしているかですが、まず事業プロセスにおいては、環境負荷の最小化に向けて、工場やオフィスで徹底した省エネ、再生可能エネルギーの活用、CO₂排出の少ない燃料への置換、このようなものに取り組んでいます。

これらに加えて、当社では2050年までの長期目標の達成に向けたさまざまな検討を開始しています。昨年12月には、水素への燃料転換に向けた活動に進捗がございました。実際の生産工場において量産設備を活用し、水素を活用した試験を行いました。その結果、現在活用している天然ガスと同様に、問題なく水素が適用可能であることを確認いたしました。

続いて、バリューチェーンです。ここでの取り組みですが、Scope3といわれている排出量の割合の中で多く占めるものが二つあります。一つは製品使用、二つ目は調達です。

この中で、調達に関してはサプライヤーの皆さまとの連携が不可欠となります。これまでも当社の調達活動へご理解、ご協力をいただいておりますが、これに加えて、当社が購入する製品・サービスのCO₂排出量削減に向けたエンゲージメント活動を開始しました。サプライヤーの皆さまとの連携によって、バリューチェーン全体の現状を把握し、効果的な活動が取り組めるようにコミュニケーションを進めております。

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



続きましてインパクトの拡大に向けては、当社の事業および製品が直接的に排出する CO₂ だけにとどまらず、社会全体における排出量の削減に貢献することが重要と捉え、活動しています。

当社では、高い断熱性能、節湯・節水機能、創エネ機能など、CO₂ 排出量の削減に貢献する製品・サービスの普及に向けた定量的な目標を設定しており、間接的に排出削減に貢献しております。

水の持続可能性を追求

現在、家庭で安全な飲料水にアクセスできない人びとは約 8 億人にのぼり^{※1}、2050年には世界人口のおよそ 40% が深刻な水ストレスに直面すると言われています^{※2}。

人口増加などに伴い、家庭における水使用量は 1960 年から 6 倍に増加しています^{※3}。



続いて、水の持続性に関する取り組みです。

世界では、家庭で安全な飲み水を確保するために、徒歩 30 分以上かかる人が約 8 億人いるといわれています。また、1960 年代と比較して、家庭用の水使用量が 6 倍にも増加し、資源としての重要性がますます高まっています。

水は、あらゆる生命の源です。単に消費されるものではなく、守るべき大切な資源です。水栓やトイレ、シャワーなど、日常的に使用する製品を提供する私たちは、全ての人が安全な水にアクセスできるように努めると同時に、浄水技術などを通じて付加価値を高めることで、水の持続性を追求する取り組みを推進しています。

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@scriptsasias.com

水の持続可能性を追求

中期目標と環境ビジョン2050の達成に向けた主な取り組み

事業プロセス	バリューチェーン	インパクトの拡大
水の使用効率向上  水循環システムの導入 水リスク拠点でのリスク評価を推進し改善 SBTN (Science Based Target Network) のコーポレートエンゲージメントプログラムに参画	製品における責任ある水の使用  節湯水栓や節水型トイレの普及で水使用量を削減  水をリサイクルするシャワーシステム「Everstream」のコンセプトを発表 (2024年商品化)	安全な水の実現  日々の生活で使用する水や水のサービス (WASH)へのアクセス向上と水の環境持続性を追求  浄水技術により安全性を高めた、よりおいしい水を提供

LIXIL

25

では、具体的な活動ですが、事業プロセスの取り組みにおいては、自社における責任ある水の利用をグローバルに推進しています。具体的には、中期目標として、事業所における水の効率を2031年3月期までに20%改善することを掲げております。特に水不足拠点においては、この水の使用効率を上げるためのソリューションに取り組んでいます。

続いて2番目のバリューチェーンですが、ここでは節水性能の高い製品・サービスを通じて、2025年3月までに、グローバルで20億立方メートルの水の使用量の削減に貢献することを目指しています。

先月、グローエブランドが発表しました「Everstream (エバーストリーム)」ですが、これは水をリサイクルして活用することを可能としたシャワーシステムのコンセプトです。2024年の春に商品化を目指して、現在開発中です。

そして、三つ目のインパクトの拡大に向けては、先ほどエリンも説明しましたように、LIXILは事業として、水と衛生の分野に取り組んでいます。安全で衛生的な水と水へのアクセス向上を必要としているのは、開発途上国に限りません。地域に根差したソリューションの開発、提供をすることと同時に、その対象を拡大していくことで機会を創出するべく、事業を展開しています。これは今後

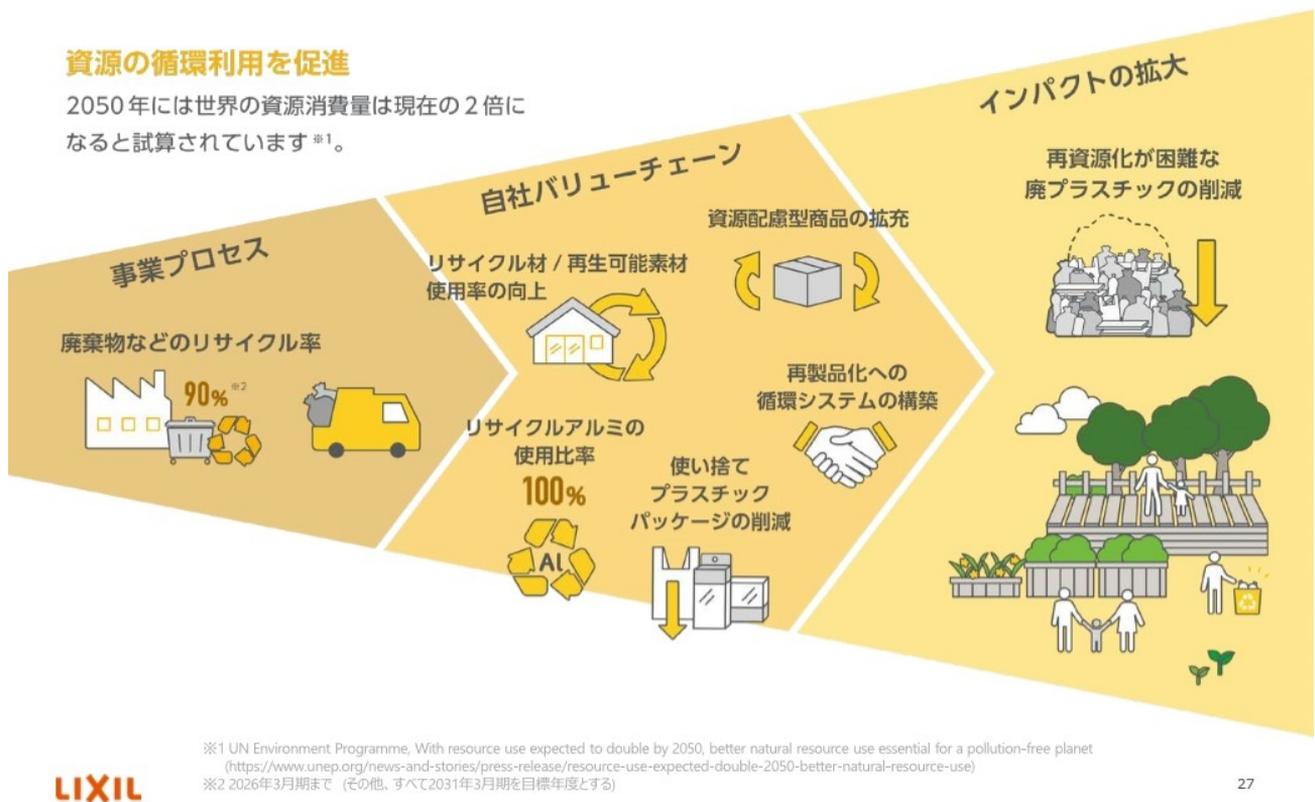
サポート

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



の人々の暮らしを変えるだけでなく、水の安全性においてもインパクトを生み出すものと考えています。

具体的な取り組みとしては、従来の下水道設備を使わない衛生管理システムや、安価で設置が容易な SATO のようなイノベーションを通じて、安全性とアクセスの向上に取り組めます。また、水道水へのアクセスのある地域においては、一歩進んで、浄水栓、浄水カートリッジによる安全性を高めた、よりおいしい水の提供を通じ、水の持続性を追求しています。



続いて、資源循環への取り組みです。

私たちの事業や生活を支え、現代の豊かな社会の礎となっている化石燃料や金属といった資源は、地球上に限られた量しかない枯渇性資源です。したがって、社会全体の持続的な成長のためには、循環型社会を実現することが必要だと考えています。

したがって、当社では限りある資源の持続的な利用を見据えて、原材料の調達から製造、使用、廃棄、そして再利用までの製品ライフサイクル全体における、資源循環の取り組みを全社で推進しています。

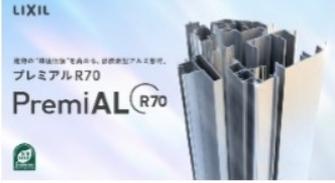
サポート

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



資源の循環利用を促進

中期目標と環境ビジョン2050の達成に向けた主な取り組み

事業プロセス	バリューチェーン	インパクトの拡大
<p>廃棄物等のリサイクル率向上</p>  <p>・社内での循環・再活用 ・分別精度を高める活動</p>	<p>資源循環を想定した開発やシステム構築</p>  <p>リサイクル材などの使用比率を高めた商品の展開</p>  <p>資源効率の最大化に向けた活動や製品から製品への循環システムの構築への取り組み</p>  <p>使い捨てプラスチックパッケージの削減</p>	<p>再資源化が困難な廃プラスチックの削減</p>   <p>循環型素材「レビア」 家庭や事業活動による廃プラスチックと建築廃木材を原料とした新素材を開発、商品化</p>

LIXIL

28

具体的な例として、事業プロセスにおいては、生産工程における廃棄物を減らすことが重要です。具体的には、このリサイクル率を2026年3月までに、グローバルでは90%に引き上げることを目標としています。

バリューチェーンにおいては、資源循環を想定した製品開発やシステム構築を推進しています。まずその第1歩として、製品へ投入する新規資源の最小化に向けて、アルミや樹脂、木材でリサイクル材の活用を促進しています。

先ほど瀬戸も説明しましたが、例えばハウジング事業で使用されるアルミ型材については、リサイクルアルミの使用比率を2031年3月までには100%にすることを目標とし、その第1弾として昨年12月に「プレミアム」シリーズを発表しました。また、資源効率を高めるための製品寿命の長期化や再利用に配慮した設計、それから製品から製品への循環システムの構築にも取り組んでいます。

最後に、インパクトの拡大についてです。これも先ほど瀬戸が説明いたしましたが、これまで再資源化が非常に難しいといわれていた廃プラスチック、これと建築物の解体などから出ます廃木材を融合した新素材「レビア」を開発しました。

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



今後、資源循環に取り組む自治体との連携を通じて、調達から生産、販売、使用後の回収、そして再利用に至るまでのエコシステムを構築していきたいと考えています。

このように、自社の事業プロセスによって生じる廃棄物のリサイクルや自社製品の再生利用にとどまらず、より一歩進んで、政府や自治体、業界団体、ビジネスパートナーの皆さまなど、ステークホルダーと連携し、資源循環型社会の実現に貢献していきたいと考えています。

戦略更新：重要課題に「生物多様性の保全」を追加

持続可能な成長に向け、事業活動や製品ライフサイクルのすべての過程で生物多様性に与える影響に留意し、その存続や回復を意識することは重要課題



CLIMATE CHANGE MITIGATION AND ADAPTATION

- ✓ 事業活動でのCO₂削減
- ✓ 製品、サービスによるCO₂削減

WATER SUSTAINABILITY

- ✓ 節水、循環水活用
- ✓ 土壌汚染の防止
- ✓ 浄化機能への負荷低減

CIRCULAR ECONOMY

- ✓ リサイクル材の利用促進
- ✓ 持続可能な原材料調達

LIXIL

29

以上述べましたように、LIXIL では気候変動、水、資源を三つの重点領域に定めて、環境ビジョン達成に向けた取り組みを強化しておりますが、同じ目標に向けてフォーカスすべき課題が「生物多様性の保全」と考えています。

当社を含む企業は、水や鉱物などの資源に依存することで事業活動を成立させている一方で、気候変動や水質汚染、大気汚染などの影響を与えています。持続可能な事業活動へ向けて、三つの重点領域を強化していくと同時に、「生物多様性の保全」は表裏一体で、環境課題として注力すべき領域だと考えています。

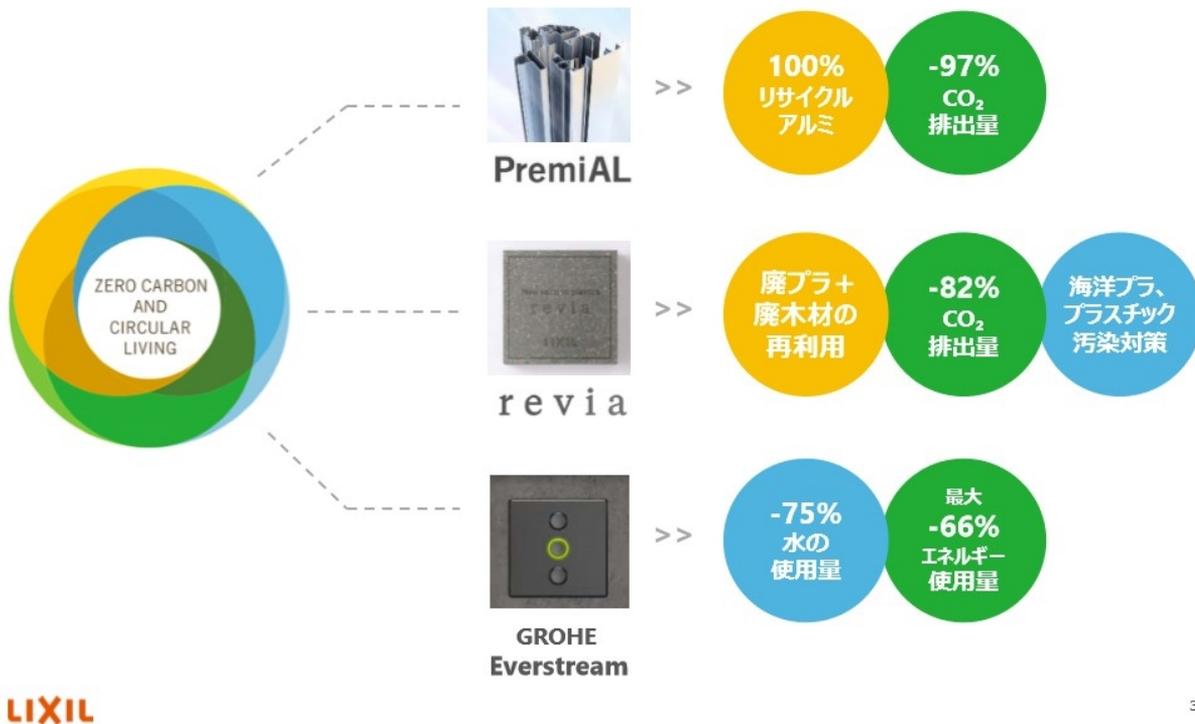
当社の重要課題とすることによって、各領域におけるこれまでの活動をさらに前進させていきたいと思ひます。

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

環境ビジョンの包括的なアプローチを体現する製品イノベーション



30

ここまで重点ごとに当社の取り組みを説明してまいりましたが、この三つの重点領域はそれぞれが独立しているわけではなく、相互に関連しています。そして、インパクトを最大化するためには、包括的なアプローチが必要だと考えています。

例えば先ほど述べましたリサイクルアルミですが、これは資源循環に貢献することもできますが、瀬戸も申しましたように、CO₂ 排出量の削減にも大きくつながります。また、「レビア」においても、これまで焼却廃棄されていたプラスチックを原材料として用いることで、社会全体におけるCO₂ の排出量削減と資源循環に貢献します。

このように、一つ一つの環境の側面ではなく、包括的な取り組みを通じることによって、環境戦略を着実に推進していきたいと思えます。そして、私たちはこれを通じて存在意義を追求し、インパクトをさらに大きく生み出すことによって、持続可能な社会の実現に貢献していきたいと考えています。

私からの説明は以上となります。

司会：ありがとうございました。

以上で、本日予定していた当社からのご説明は終了となります。

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

質疑応答

司会 [Q]：ここからは、質疑応答のお時間とさせていただきます。

会場の準備をしている間、質疑応答の流れについてご説明させていただきたいと考えております。

この後、まず投資家の皆さまからのご質問をお受けし、続いて報道関係の皆さまからのご質問をお受けする流れとなります。お時間の制約上、質問が重複すると見られる場合には割愛させていただく場合がございます。また、ご質問は、本日ご説明させていただいた内容に限らせていただきたいと思いますと考えております。あらかじめご了承ください。

ご質問は、ただ今ご覧いただいている画面の下、Q&A から入力することができます。会社名とお名前をご記入の上、ご質問を入力くださいますようお願い申し上げます。

間もなく会場の準備が整いますので、今少しだけお待ちください。

それでは、会場の準備が整いましたので、質疑応答に移らせていただきます。皆さまよりお寄せいただいたご質問には、登壇者の5名より回答いたします。

皆さまからのご質問をご紹介します前に、2点ほど。特に2021年6月のコーポレートガバナンス・コード改定以降、当社のIR面談においてよくご質問いただくことのある、サステナビリティ課題への取り組みを巡る取締役会による監督について、社外取締役のお二方にお話を伺いたいと考えております。

まず、松崎議長にお伺いいたします。

本日のトピックであるサステナビリティ課題については、2021年6月改定のコーポレートガバナンス・コードにおいて、まず上場会社がこれに能動的、積極的に取り組むべきことが定められました。

また、取締役会は、中長期的な企業価値向上の観点から、各種戦略の実行が企業の持続的な成長に資するよう計画され、また実行されているかについて、監督を行うべきことが明示的に求められるようになりました。

ご案内のとおり、当社では従前からサステナビリティを巡る課題については非常に積極的に取り組んでまいりましたが、近年、特に2021年6月以降において、取締役会によるサステナビリティ関

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



連の戦略への関与や議論に変化はあったのでしょうか。また、変化があったとすれば、どのような変化があったのかお聞かせいただけますでしょうか。

松崎 [A]：ありがとうございます。

当社ではコーポレートガバナンス・コードの改定がある前から、サステナビリティ課題に対しては取締役会として関心を持って、取締役会に臨んできました。リスクという観点と成長へのオポチュニティという二つの両面から関心を持っていました。

リスクと申しますのは、例えば気候変動への取り組みですとか、人権への取り組みは、国際社会の要請に答えていかないと、ほかの部分でいくら一生懸命やったとしても減点を食らってしまうというリスクがあるわけです。そういうことにはなっていないかというところを、関心を持って確認させていただいてきました。

それから、オポチュニティですが、環境あるいは社会への取り組みが、見方を変えれば事業機会になり、当社の成長の機会になるわけなので、そういう観点で取り組んでいただいているかということ、関心を持って臨んでまいりました。

コーポレートガバナンス・コードが改定されて、取締役会に求められたこととして、サステナビリティに関わる方針を策定しなさいという原則がありました。当社は指名委員会等設置会社ですので、実際には執行陣が策定した方針を取締役会として審議をした結果、承認していくというプロセスを踏みました。

従来から取り組んできた三つの柱をベースとして、執行陣として、その進捗をどのようにガバナンスを利かせていくのか。その体制を確認させていただいた上で、取締役会として方針を承認しております。

改定以降、取締役会が具体的にどのように関わってきたのか。二つほど例をお示ししますと、一つは今日のインパクト戦略に関係してきますが、私がジンさんの執行役報告で、SDGsに関わる取り組みの報告を聞いた際に申し上げたのは、SDGsへの取り組みが、企業がそこに参画する意義は、企業は技術も持ち、あるいは人材も持ち、社会的な課題を解決する能力がある。

それに加えて、起業家精神を発揮して、それをビジネスにつなげることができると。そこに意義があるのだということを申し上げたのですが、今日のインパクト戦略はまさにそういった意見をうまく反映させていただいたなと思いました。先日、CR戦略からインパクト戦略への変更という提案が取締役会においてあったわけですが、私は今申し上げたような考えから、積極的に賛成いたしました。

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、環境戦略ですが、瀬戸 CEO から今日もご紹介がありましたが、Strategy Playbook をアップデートして、その際に環境への取り組みを成長戦略に組み込むという大きな方針を打ち出しました。

その後、事業を担当するリーダーの報告で、具体的にそれをどう実現しているのだと。今日の「レビア」の話も含めて紹介をいただきましたが、ある社外取締役から、個々の取り組みはよく分かるのだけれども、もっと LIXIL 全体として包括的な全体像が分かるようにまとめていただくとありがたいねと。そうすると、社外の人にもよく分かるのではないですかという意見がありました。

今日、迎さんから説明いただいた環境戦略、皆さんも感じておられたかと思いますが、九つの象限にうまくまとめていただいて、当社として包括的にどのような取り組みをしていくのかが、だいぶ見えるようになったかなということで、私たちが取締役会で申し上げたことも参考にしながら、うまく、あるべき方向へ当社のサステナビリティへの取り組みが進んでいるのではないかと感じております。

以上でございます。

司会 [Q]：松崎さん、ありがとうございました。

続きまして、西浦指名委員会委員長にお伺いいたします。

同様に、コーポレートガバナンス・コードの改定以降、取締役会による監督について非常に注目されるようになっております。その意味で、取締役お一人お一人のサステナビリティ関連の知見やスキルの重要性は、以前よりも増しているのではないのでしょうか。取締役会における監督機能の実効性を担保するために、指名委員会では取締役候補者の指名にあたり、サステナビリティ関連の知見、あるいはスキルをどのように考慮しているのでしょうか。ご教示いただけますと幸いです。

西浦 [A]：西浦です。

片仮名の経営用語が最近飛び交っていますが、結果的には言葉の意味について少し認識のばらつきがあるような気がします。

サステナビリティというのは、今日もお話ししましたが、持続可能性、その中でわれわれは自身の事業のみならず、周りを取り巻く環境や社会のサステナビリティの向上にも、今まで以上に深く積極的に関与していこうと申し上げました。すなわち、取締役会の立ち回り、あるいは経営チームの観点からは、サステナビリティの向上は目指すべき方向性であり、あるいはつくり上げていくべき状態であると考えております。

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



一方で、そうした目標を達成するために、取締役会、個々の取締役が持っている能力を一覧化したものが、スキルマトリックスです。その中において、いまやサステナビリティに関するスキルは全員が持たなければいけない。スキルというよりは、むしろ知見、視点、姿勢については、全員が持たなければいけないものとして、これはあえてスキルマトリックスの中には一項目としては入れておりません。従来のスキルマトリックスの中において、全員が共通して、この大きな目標に向かっていこうと考えております。

以上です。

司会 [Q]：ありがとうございました。

それでは、この間に参加者の皆さまからのご質問を頂戴しておりますので、ここからは皆さまからのご質問を紹介させていただければと思います。

三井トラスト・アセットマネジメント、竹川様より頂戴したご質問をご紹介します。

ご質問の内容は、SATO 製品の提供からかなり時間が経過していますが、これを通じてどのような新市場開拓が進んでいるのか。地域、インフラの構築まで広げ、収益機会を模索しているのか。実際にいつ頃、この取り組みで収益化、つまり PL インパクトが実現するのかについて教えてください、というご質問です。

こちらについてはジンさん、お願いします。

モンテサーノ [A]*：ご質問ありがとうございます。

確かにかなり時間が経過しています。10年たちました。SATO の製品が世界各国に出荷されるようになって10年です。グローバル市場で SATO が歓迎されるようになっていくことをうれしく思っています。

私たちの努力を通じて、さまざまな市場が開拓されてきました。1,000万 US ドルの補助金を USAID から受け取っています。パートナーシップを通じてですが、セネガルやガーナにも参入いたしました。そして、エチオピアやケニア、タンザニアなどに加えて、それらの国にも参入しています。追加的なパートナーシップを USAID と行っていることによりまして、ガーナやセネガルにおいて、市場参入する際のリスクを軽減することができるようになっています。

そして、より加速した参入ができるようになってきています。過去は参入するのが難しい状況がありました。資金やリソースが少なかったからです。そして、物流チャネルもありませんでした。

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



しかし、この1,000万ドルの補助金の期間を通じて、新しい市場、新しい消費者にアプローチすることができると思っています。

新しい収益機会についてですが、地域インフラを構築するというよりは、機会に対して投資していきたいと思っています。例えば、家族、世帯に対して投資をしてみたいです。さらに、地域の病院や学校、診療所といったところにアプローチをしていきたいと思っています。衛生が欠けている分野に注力していきたいと思っています。

そして、収益化するタイミングですが、SATO に関しましては、2025年までに収益化させることをコミットしてまいりました。バングラデシュは戦略的な地域であり、コロナ前ではありますが、既にブレークイーブンを達成していました。しかし、コロナによってお客様に対してリーチするのが難しくなっているところがあります。その克服が課題の一つになっており、ターゲットどおりにいけるようにフォーカスしています。そして、何ができるかを探っているところです。

本事業に関連して、3,500万のお客様が45カ国にいらっしゃいます。そして、野心的なターゲットは2025年までに1億人ということなのですが、そこまでの野心がなければ3,500万にはならなかったと思います。

瀬戸 [A]：インパクトという意味でいくと、実際にこれは、仮に1,000万個売ったとしても、要は5,000万ドルぐらいにしかならない。そういう意味では60億とか70億円の売上で、1,000万個というのはものすごく大きな数で、例えばわれわれは、毎年売っているトイレの数は数百万個なわけですね。

ただ、それによって、今、言ったとおり収益そのものとしては、われわれは1兆5,000億円とか6,000億円というのが当社売上として考えると、せいぜいどんなに頑張っても数十億円という売上でしかありませんし、頑張ってもブレークイーブンです。

しかしながら、実際問題として、そうすることによってわれわれが与えている社会的なインパクトが、現実にはビジネスに跳ね返っている部分はものすごく大きいものです。

例えば、われわれの普段お付き合いをさせて頂いている流通の皆さんにおいても、トイレについて、仮にLIXILでもTOTOでもどちらでもいいというお客様がいらっしゃる時に、やはりLIXILを売る理由になるのが、こうしたことをしていることであるし、国によっては、はじめにSATOのようなトイレを買ったが、最終的には何十万円するトイレを買ってくれるというようにお客さまが育つといったサイレントエフェクトみたいなものが挙げられます。

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、LIXIL のパーパス、要するに全ての人により良い暮らしをしてもらいたいといったものを、ある意味体現しており、従業員にとってのモチベーションにもすごく上がっているわけですね。

直接的な収益インパクトでいくと、そこまで大きなものは期待していません。ただ、実際にわれわれが毎年 100 万人とか 200 万人の人のトイレを良くするよりも、仮に数百万人のトイレをものすごく低いコストでやることができるということに、われわれはもっと誇りを持っていいのではないかと思っています。

司会 [Q]：ありがとうございました。

竹川様より、もう 1 問ご質問を頂戴しております。

トイレの水の使用量が重要なことは言うまでもありませんが、KPI 達成に新興国ではそもそも浄水、下水道の整備も重要になってきます。政府等との連携、ODA 活用の動き、その中で LIXIL 衛生陶器の販路を拡大するような戦略はございますでしょうか、というご質問です。

モンテサーノ [A]*：とても良い質問です。おっしゃるとおりであって、やはりこれらの新興国における水の供給や下水道を整備することも重要です。今、世界で最も都市化が進んでいるトップ 10 の国々は、一方で、世界で最も下水道の整備が遅れています。なので、その自治体や公共事業は、こういうような途上国において、急速な都市開発に追いつくことができず、これは大きな課題でもあります。

迎さんのプレゼンテーションにもありましたが、このような野心的な水の持続可能性の目標を掲げているわけですが、水の供給だけではなく、水を無駄にしないことも重要です。SATO プログラムは、もちろん水の節約にもつながります。1 カップでトイレを流すことができるからです。

ただ、エリンさんが今 LIXIL Public Partners をやっております、これは新たな事業です。野心的なプランで、公衆衛生の全体をより幅広く見ようというものです。全体的なバリューチェーンを用いて新興国の状況を改善しよう、水、水の保全、下水システム、こういったところを取り上げていこうというものです。

LIXIL Public Partners は、例えばアメリカはマーケットでいろいろなことをやっております。アラバマや住民の方々など 50 万人が実際に衛生にアクセスすることができていません。なので、ローカルコミュニティと新しいソリューション、新しいプロダクト等、今日話すことはできないのですが、こういったものに今取り組んでおります。

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



今後、詳細は発表できると思うのですが、ビル&メリンダ・ゲイツ財団や、ほかのパートナーと一緒に協力することによって、新しいイノベーションをこういった領域に展開しようとしております。実際、途上国における課題に答えようとしております。

LIXIL Public Partners は革新的な新しい取り組みで、こういった点を取り上げていく。これは政府や規制当局といった組織と協力してやっていくものであります。

瀬戸 [A] : SATO も、もともとはビル&メリンダ・ゲイツ財団と一緒にスタートしたプロジェクトです。ビル・ゲイツさんは問題意識として、単純に、もちろん SATO は非常に衛生環境を良くするために良い商品ですが、これが都市部になってくると、いくら SATO をつくっても、その後の下水のシステムがちゃんとないと良くなれないと、いうことに彼は非常に危機感を感じていて、われわれをパートナーとして選んでくれて、そこを何か良いものを作っていこうと努力しています。

近い将来、きっと皆さんに喜んでいただけるようなソリューションをわれわれはつくって、社会に貢献できるチャンスをつくれるのではないかと考えています。こちらはもともとの市場規模がトイレよりも大きいものですから、われわれとしては、先ほどご質問の中で収益へのインパクトという話がありましたが、こちらのほうが長期的には収益へのインパクトは大きいと思います。

司会 [Q] : ありがとうございます。

もう 1 問頂戴しております。ゴールドマン・サックス証券、岡田様より頂戴しておりますご質問です。

住宅設備企業の多くは、環境性能、節水機能が付加された製品を製造、販売していると思いますが、御社の環境対応製品における、差別化できている点についてご教示ください。また、環境性能が付加された製品を展開することで、コストの上昇などにつながるケースはあるのでしょうか。

瀬戸 [A] : 環境性能と節水機能に関していうと、まず環境機能に関しては二つの部分があって、一つは、水を温めるための機能でいったときの CO₂ の削減という部分、それからもう一つは、現在よく使われている黄銅製品の水栓が、黄銅は鉛を使うことが非常に多いということで、鉛を含めると水の成分が悪くなるという飲み水への影響、環境というか健康に関する部分がございます。

こうしたものに対するわれわれの対策として、黄銅だけではなくて亜鉛とかプラスチックを使っていく方向で水を良くするというのもしてありますし、給湯の部分で、できるだけ温度をうまく保てるような設備も考えています。

特に節水機能に関していくと、われわれは特にシャワーに強みがあり、世界で一番シャワーをたくさん売っている会社ですので、単純に同じ水が来ても、より強く水圧を感じるができるような

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@scriptasia.com



商品や水を再利用する方法など、さまざまな新しい製品を今後発売していく予定になっております。

司会 [Q]：ありがとうございました。

もう1問ご質問を頂戴しておりますので、ご紹介させてください。次の質問は、SMBC日興証券、川嶋様より頂戴したご質問です。

「プレミアム」や「レビア」の拡大に向けて、どのような課題があるでしょうか。

瀬戸 [A]：「プレミアム」は、販売面での課題はあまりないと思っています。現実にも今、多くのゼネコンがビルを建てるにあたって、CO₂を大きく削減しなければいけない課題にあたったとき、大きな材料としては鉄とアルミとコンクリート。その中で一番CO₂の削減の余地が大きいのは、アルミと考えています。コンクリートは非常に難しいし、鉄に関する電炉化はある程度いくところまでいっているところがあるので、どうしてもそこに大きく頼るところがあります。

先ほど言ったような、サッシベースで、例えば70%以上CO₂が削減できることになってくると、アルミの使用量にもよりますが、20%近くCO₂が削減できるチャンスがあるというのは、今、4割削減しなくてはいけないといわれているゼネコンからすると、すごく大きいし、販売面では大きな課題はないと思っています。

ただ、将来的にはやはりアルミのリサイクル材を使っていくと、スクラップをどう獲得するかに関して問題が出てくる可能性はあると思います。アルミは、日本のように産業が進んだ国では非常にスクラップの流通がちゃんとできてきていますし、われわれもそれをどう選別して、どう作るかに関してノウハウはためてきています。

その部分はわれわれの強みにもなりますが、将来的には、今、アルミのスクラップ材はボーキサイトから作った商品よりも通常は安く得られるわけですが、これが高くなっていく事態は出てくるだろうと考えています。

ただ、基本的に大きなチャレンジは、技術的なものを除けばないと思いますし、技術的にも既に100%は十分実現できているので、これはわれわれとしてみたら、かなり高い確率でうまくやっていけると思います。

一方、「レビア」のほうは、まだまだ分からないことがたくさんあります。新しい素材で、それから世の中としての受け入れ態勢、特にエコシステムをつくらなくてはなりません。プラスチックのごみは集めることそのものにお金がかかってしまう、コストがかかってしまうので、それに対して自治体がどう対応してくれるのか、政府がどう対応してくれるかによって、その商品のコストは

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



大きく変わってくると思います。ですから、社会としてこの「レビア」が応援してもらえるかどうか、かなり大きな鍵になってくると思います。

また、技術的にはたくさんの、様々な種類のものを使っていきますので、当然のことながら物性としては幅が結構広がります。そうすると、その物性の中で求めているものが、例えば歩道のようなレビアペイブの場合は特に大きな問題はないですが、もっと違うものを作りたいと。

例えば、いすを作りたいとか、家具を作りたいとか、デッキを作りたいとか、それからフェンスを作りたいとなってくると、成分の調整はある程度必要になってくると思います。こういった成分の整え方とか、そのときの押出とか加工の条件はこれから課題になってくると思います。

ただ、「プレミアム」にしても「レビア」にしても、基本的にはやれないことはない。非常に大きなことに関してやれないことはなくて、ただ「レビア」の場合は、社会環境がどうなっていくかということ、その社会環境に対してどう働きかけられるかは、結構大きなチャレンジかなと思います。

司会 [Q]：ありがとうございました。

続きまして、野村證券、福島様より頂戴しておりますご質問をご紹介します。お願いします。

「レビア」「プレミアム」「Everstream」の市場規模、当面の売上目標はどの程度ですか、というご質問です。

瀬戸 [A]：「レビア」は非常に答えにくいですね。実際、われわれは当面、中期なところとして1,000億円ぐらいの売上を目指したいと言っており、現実にはその何倍というプラスチックのごみが出ているわけです。これを、例えば全ての日本の歩道に使ってくれたりとか、いろいろな地面に使ってくれたりと言えば、いくらでも広がっていきます。従って、市場の規模はグローバルに考えると、ものすごく大きく、先ほど繰り返したとおり、ここはエコシステムという問題が入ってくるようなので、容易にどのぐらいとは簡単には言えません。ただ、まずはわれわれとしてみたら、これを作って、皆さんに受け入れていただいて、広げていくということをしていく段階です。

「プレミアム」に関しては、今あるわれわれの商品は全て「プレミアム」に変えていくことができますし、おそらくそれを売っていくのは全く問題がないことだと思うので、今われわれの日本でのアルミ製品の売上は3,000億円とか4,000億円という金額があるわけなので、これを全部「プレミアム」に変えていく意味では、それだけの市場があると思います。

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



それだけではなくて、アジアでも非常に興味を持ってもらっているの、アジアも大きくやってくることができると思います。そういう意味では、ここも売上目標というよりは、どう早く全ての商品を「プレミアム」にしていくかというスピードの問題かなと思っています。

アジアに関していうと、別にスクラップは「プレミアム」でなくてもいいわけですが、「プレミアム」のほうが高く売れるというところで、われわれとしては、むしろ利益をどう考えるかということだと思います。

それから最後、「Everstream」、これは分かりません。「Everstream」は、基本的にはシャワーをどれだけ再利用するかに関する、環境的なプラスの側面と、それに対するお客様の受け止め方によって変わってくると思います。

ただ、われわれのシャワー全体の経験を含めた商品としては、われわれにとって一番差別化ができて、ほかの会社に対して誇れる商品がたくさんあります。「Everstream」だけではなく、「KINUAMI U」や「エコアクアシャワーSPA」、「ボディハグシャワー」、こういったものは、おそらく、これからわれわれの商売の柱になっていくのではないかと考えています。ただ、「Everstream」は、特定の売上目標は今のところつくっていません。

目標と進捗

KPIs	Target	FYE2021実績	FYE2022実績	
気候変動対策への緩和と適応				
Scope1,2によるCO ₂ 排出量	2031年3月期	50.4%削減 (2019年3月期比)	18.4%削減	
Scope3によるCO ₂ 排出量	2031年3月期	30%削減 (2019年3月期比)	11.7%削減	
節湯水栓・節水型トイレの販売構成比 ⁽¹⁾	2031年3月期	100%	節湯水栓	—
			節水トイレ	—
戸建住宅向け高性能窓の販売構成比 ⁽¹⁾	2026年3月期	100%	—	
			90.8% ⁽²⁾	
			98.1% ⁽³⁾	
			80%	
水の持続可能性を追求				
事業所における水の使用効率	2031年3月期	20%向上 (2019年3月期比)	+9.4%	
節湯水栓・節水型トイレの普及による水使用削減貢献量	2025年3月期	20億m ³	—	
			13億m ³	
資源の循環利用を促進				
事業所から排出される廃棄物等のリサイクル率	2026年3月期	90% (2019年3月期比)	75.9%	
			Japan	97.4%
			Europe	99.6%
			Asia	91.5%
			North America	39.3%
アルミ型材のリサイクル材使用比率	2031年3月期	100%	—	
			78.3%	
			97.2%	
			99.7%	
			94.7%	
			45.8%	
			70% ⁽⁴⁾	

LIXIL

(1)日本市場のみ (2)湯はり専用や全身浴など、節湯水栓の用途に該当しない商品を除く (3)一部の集合住宅向けを除く (4)6063材

32

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

司会 [Q]：ありがとうございます。

同じく野村證券、福島様より、もう 1 問ご質問を頂戴しております。資料の 32 ページに関連するご質問です。

事業所から排出される廃棄物等のリサイクル率は、北米を除けば既に 90%を超えています。北米が低いのはなぜですか。どのような課題がありますか。北米以外では、今後注力することは何ですか、というご質問です。

瀬戸 [M]：迎さん、お願いします。

迎 [A]：北米の比率が低いのは、社会のインフラがまだ育っていないというところですか。私どもの事業所はメキシコとかにございますが、その周囲にこの廃棄物を受け入れてくれる、それをまた活用してくれるインフラがまだなく、一部は埋立せざるを得ないのが今の状況です。

それでもこの数年間で、大きくこのリサイクル率は向上しています。そういう意味では、北米も今後、各ほかの地域と同じようなかたちで、100%に近いところまでいくのではないかと考えています。

それから、どのような課題があとは残っているかですが、この北米を除くと 95%を超えています。したがって、その中で今残っているところは、それぞれ特定の工場であるとか事業所に課題がありますが、そういうことに関して、やはり周辺のステークホルダーというか、エコシステムにどう乗っかっていけるかを今、模索して、それで活動しているところでございます。

司会 [Q]：ありがとうございました。

続きまして、モルガン・スタンレーMUFU 証券、渡邊様よりご質問を頂戴しておりますので、ご紹介いたします。

一般消費者の意識について伺いたく存じます。節水型製品という、実際に水道代の削減、高断熱窓だと電気代の削減といった、目に見えるかたちで消費者はベネフィットを感じられるわけですが、リサイクル材の利用促進分野について、消費者の意識は高まっているのでしょうか。もちろん、廃プラスチックを利用できることに越したことはないと思うのですが、消費者は御社の先進的な取り組みについてこられるのか、見通しを伺いたく存じます、というご質問です。

瀬戸 [A]：なかなか難しい質問ですが、例えばヨーロッパでは明らかに廃プラスチックの利用が、消費者にとって大きな興味になってきていることは間違いないと思います。

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



実際に今までと違う種類のペットボトルを受け取ることにしても積極的ですし、ペットボトルを使わない方法に関してもかなり協力的になってきています。消費者の成熟度が上がっていくことに関してその部分は出てくるし、あとはやはり国による規制がそういったものを感じさせるようになってくると考えています。

ですから、みんな分かっていることですが、このまま放っておいたら大変なことになってしまうと。例えば、今、海洋に漏れ出しているプラスチックを一つの例にとれば、1週間われわれ日本人が平均的な日本人の魚の消費量を取って食べると、1週間に1枚クレジットカードを食べているのと既に同じ状況なんですね。そういった状況をみんな知れば、当然これは変えなくてはならないというところにはなってくる。

ただ、それはほかの人の問題でしょうと。自分の問題ではないでしょうということになっている部分がまだあると思います。ですから、そこに関するところは、われわれだけではなくて、政府の力も借りなくてはならないと思いますし、メディアの力も借りなくてはならない部分があるのではないかと考えています。

司会 [Q]：ありがとうございました。

これまでに投資家の皆さまより頂戴しているご質問については、全てご紹介差し上げました。

続きまして、報道関係の皆さまからのご質問をご紹介するお時間とさせていただきます。

最初のご質問をご紹介させていただきます。産業新聞、増田様より頂戴しているご質問でございます。

アルミリサイクル 100%に向けて、原料アルミスクラップの調達戦略を教えてくださいというご質問です。

瀬戸 [A]：すみません、これは秘密です。既にわれわれは、この調達戦略は策定が終わっていて、当面というか、最終的に 2031 年には全て原料をアルミスクラップにするということに関して既にめどを立てています。

司会 [Q]：ありがとうございました。

もう1問頂戴しております。日本経済新聞、山口様より頂戴しているご質問です。

新築戸建て向けの窓サッシを 2025 年度に全て高断熱化するとありますが、現在は何割で、どのような点を訴求して 100%まで高めていきたいですか。これに伴う CO₂ 排出量削減のインパクトはどれぐらいになるのでしょうか、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



瀬戸 [A]：基本的には90%ぐらいまでは高まっています。CO₂排出量削減のインパクトは、既に、ある意味高まったという結果だけからすると、そんなに大きなものではないですが、これは実際にどうやって売られているかということで行くと、一番大きいのは実は新築ではなくて、これからリフォームになってくるんですね。

というのは、新築の着工戸数は年間80万戸に対して、全体で今6,200万戸の既存住宅があって、その8割ぐらいは単層窓、シングルガラスの窓です。これをどれだけ変えていけるかが大きな鍵になってくると。

今、われわれは国からの補助金もあって急速に、実は今日時点では7倍ぐらいリフォームの窓の注文は受けているので、われわれも驚いているのですが、これをやっていると、1,000万戸ぐらいを単層窓から3層窓に変えることがもし仮にできたら、大雑把に言って400万トンぐらいのCO₂の排出量削減になります。これはかなり大きな数字になります。

そういう意味では、まだまだやることはいっぱいあって、今の段階でわれわれが、例えば今回の3層窓にしていくことをやっていくということで、おそらくできるのは10万トン、20万トンという単位が、われわれが貢献する部分かなとは思っていますが、もっとやっていかなくてはいけないと思っています。

司会 [Q]：ありがとうございました。

これまでに報道関係の皆さまより頂戴しているご質問については、全てご紹介差し上げました。この間に投資家の皆さまから2問ほど、ご質問を新たにいただいておりますので、戻りまして投資家の皆さまからのご質問をお受けしたいと思います。

三井トラスト・アセットマネジメント、竹川様より頂戴しておりますご質問です。

バリューチェーンにおける川中、川下、どの辺りまでモニタリングされていますか。どのような課題が浮き彫りになり、どのような改善策を行い、その結果、どのような効果が得られておりますでしょうかというご質問です。

瀬戸 [A]：なかなか難しい質問ですね。

まず、われわれの中で一番大きい商品はアルミ商品で、このアルミ商品に関しては動脈と静脈が完全にできていて、先ほどスクラップの調達に関するご質問がありましたが、ほとんど売ったものに関しては最終的に回収することができていますし、工場の中で使っていないものも、スクラップとかも回収することができるということで、やはりアルミとか黄銅のような、既に長い期間スクラップが使用されてきた商品に関しては、完全なエコシステムができています。

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



一方、一番の問題はプラスチックで、樹脂、特に PVC に関してはスクラップの単価が非常に安いので、あまり実際にそれがリサイクルされて使われていることがほとんどない。なおかつ、非常にリサイクルが難しいし、特ににおいという問題が結構残る商品なので、そもそも PVC みたいなものを使っていくかは、結構これから社会全体として考えなくてはいけない部分ではないかと思っています。

PVC 以外にも、われわれの使っている樹脂商品の中には、SMC 商品という比較的、ほとんどリサイクルが不可能なもの、それから先ほど迎さんが答えてくれた北米の話がありましたが、衛生陶器も基本的にはリサイクルは非常に困難な商品となります。こういった商品をどう変えていくかをチャレンジとしてわれわれは考えていて、それなりに方向性は今見だしつつあると思っています。

迎 [A]：加えて、今、瀬戸が申しあげましたように、まず樹脂に関しては現在の当社の商品では、なかなかリサイクルというか、ループに乗っていないのが正直なところです。それに関しましては、われわれはそういうループに乗せる、サーキュラー（資源の循環）に乗せることを前提とした開発をしておりません。

ですから、例えばお客様が商品を使い終わった後に分解しやすくして、例えばポリエチレンとポリスチレンを分けるとか、そういうかたちにできれば、もっとこれはループに乗っていくのではないかと考えています。したがって、今、そういうかたちの開発を始めたところです。

また、一部のファイバーで補強したような、例えばお風呂などは、さらにチャレンジングなものです。現時点では、ここもほとんどが再生利用されていませんが、ここは新しく素材を変えるとか、あるいは今、既に出ているお風呂に対しては、どういうかたちでこれを再活用できるかは、長期間にはなるかもしれませんが、今、開発を進めているところでございます。

瀬戸 [A]：長期的には三つぐらい考えなくてはいけないことがあり、一つは、例えば衛生陶器みたいなものに関して、今後も大量に作り続けるかどうかは、やはり社会的に考えていかななくてはいけないのではないかと思います。衛生陶器、セラミックは結局 100 年でももつものですから、それをどうリサイクルしていくかに関しても、われわれは挑戦だと思っています。

二つ目は、SMC のような、今まではリサイクル不可能だった素材をどう変えていくか。これも実はいろいろ考えています。

それから最後に、安易に使ってしまっている PVC みたいなものは、考え直さなくてはいけないのではないかと深く感じているところではあります。

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



ヨーロッパだと PVC は使っているだけで、Cradle to Cradle の認証は取れません。そういうところが、もっと厳しく、われわれはグローエから学ぶことがものすごくあって、ものすごくグローエは Cradle to Cradle の商品が多いですが、そういったリサイクルを最初から考えたデザインと開発をしていかななくてはいけないと思います。

司会 [Q]：たくさんのご質問をお寄せいただいておりますが、終了のお時間が近づいておりますので、次のご質問をいったん最後とさせていただきます。

同じく竹川様より頂戴したご質問です。

地域に根差した水の実現、同業他社が行っているものと比べて、優れている効果があると分析している点を教えてください。

瀬戸 [A]：地域に根差した水の実現ということですが、水をきれいにすることは結構必要だと考えています。水というのは、国と地域によって、非常に豊かなところもあれば貧しいところもある状況の中で、それぞれの国にある水をきれいにしたり、飲みやすいものにする、衛生的にするという意味での、われわれはフィルターのテクノロジーを、恐らく他社よりも非常に進んだものを持っていると思いますので、こういったもので、より安全、よりおいしい水を届ける。それから、場合によってはペットボトルの使用に代わるような、おいしい水をつくっていくことは、かなり進んでいると考えております。

ですから、それぞれの土地で、そういった使用可能な、特に飲むことが可能な水をつくり、おいしい水をつくることによってペットボトルの使用を減らすといったことは、恐らく他社よりも大きく進んでいるのではないかと考えます。

また、先ほど節水のシャワーなどの話もしましたが、節水のシャワーであったり、水を再利用したシャワーであったりという部分に関して、われわれは恐らくほかの会社がやっていないことをやっているという自信があります。

司会 [M]：ありがとうございました。

たくさんのご質問をお寄せいただき、本日は誠にありがとうございます。ただ、残念ながら終了の時刻が近づいてまいりました。そこで、質疑応答のお時間は、これもちまして終了とさせていただきます。追加のご質問等がございます場合には、ぜひ IR 室、広報までご連絡ください。責任を持ってご回答させていただきます。

それでは、本日予定したお時間となりましたので、これで全て終了とさせていただきたいと思えます。

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 LIXIL、ESG 説明会を終了させていただきます。

本日はご参加いただき、誠に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
2. 本トランスクリプトは企業の同時通訳音源を書き起こした内容を含む
3. *は企業の同時通訳の書き起こしを示す

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@scriptsasias.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

