

› 2022年3月期  
第1四半期 決算説明資料〔IFRS〕

証券コード： 5938

(2021年4月 – 2021年6月)

株式会社 LIXIL

2021年7月30日

LIXIL

Copyright © LIXIL Corporation. All rights reserved.

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

## 本日のポイント

### 2022年3月期 第1四半期 業績の総括

- 前年の経済活動の制限からの回復、および、欧米を中心とした旺盛な需要と、日本の構造改革の進捗により、**対前年同期比で増収増益**
- 従来から取り組んできた様々な体質改善施策が定着するとともに、結果として表れはじめ、第1四半期としては、**事業利益以下、全ての段階利益において過去最高益を記録**
- 売上総利益率は、前年同期比で5.0pt改善。**事業利益率は6.7%に**

## 2022年3月期 第1四半期 決算ハイライト

### 第1四半期としては過去最高益。特に欧米の水まわり事業が好調。日本の構造改革も進捗し、増収増益

- **売上収益 3,458億円、対前年 11%増**
  - 対前年：国内1%減（売却影響を除く2%増）、海外50%増
- **事業利益 231億円、対前年 257億円増** 第1四半期 過去最高益
  - 欧米水まわり事業の売上伸長と、日本の構造改革の進捗が増益を牽引
- **最終四半期利益<sup>(1)</sup> 168億円、対前年 205億円増** 第1四半期 過去最高益
  - 前年の経済活動の制限からの回復と構造改革の進捗により増益

## 2022年3月期 第1四半期 連結業績結果

	21/3期	22/3期	前年同期比	
	1Q 3ヵ月 実績	1Q 3ヵ月 実績	増減	%
(億円)	実績	実績		
売上収益	3,105	3,458	+353	+11.4%
売上総利益	967	1,250	+283	+29.3%
(%)	31.1%	36.2%	+5.0pt	-
販売費および一般管理費	993	1,019	+26	+2.6%
事業利益 <sup>(1)</sup>	-26	231	+257	-
(%)	-0.8%	6.7%	+7.5pt	-
非継続事業を含む 最終四半期損益 <sup>(2)</sup>	-37	168	+205	-
EPS (円)	-12.82	57.91	+70.73	-
EBITDA <sup>(3)</sup>	177	431	+254	-
(%)	5.7%	12.5%	+6.8pt	-

- 事業利益率は7.5pt良化（売上総利益率は5.0pt良化、販管費率は2.5pt良化）
- 売上総利益率・事業利益率の良化は、利益率の高い海外事業の売上構成比率の上昇と、製造部門における操業度の向上、過年度における構造改革の効果発現が主因
- 販管費は、売上増加に伴い3ヵ月で前年同期比26億円増加

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

5

## 2022年3月期 第1四半期 セグメント別業績概況

### ▶ 水まわり事業の好調が増収に、コア事業が増益に貢献

報告セグメント	(億円)	第1四半期 3ヵ月		
		21/3期	22/3期	増減
LWT	売上収益	1,655	2,106	+451
	事業利益	30	237	+207
LHT	売上収益	1,173	1,148	-26
	事業利益	52	104	+51
LBT	売上収益	213	180	-33
	事業利益	-9	-8	+1
住宅・サービス事業等 (H&S)	売上収益	113	72	-41
	事業利益	4	1	-4
全社/連結調整	売上収益	-49	-47	+2
	事業利益	-104	-102	+2
合計	売上収益	3,105	3,458	+353
	事業利益	-26	231	+257

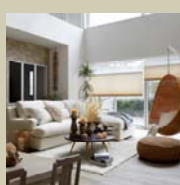
為替影響：  
1Q3ヵ月：売上収益 +55億円、事業利益 -1億円



## セグメント別決算の概要



Water Technology



Housing Technology



Building Technology



住宅・サービス

## Water Technology / ウォーターテクノロジー事業

海外事業は前年のコロナ影響からの回復と欧米の旺盛な需要継続により、増収増益。  
日本事業は旺盛なリフォーム需要を背景に、増収増益

4月-6月 億円		22/3期 1Q	YoY 現地通貨 ベース	
地域別売上 (1)	アメリカ	367	+35%	
	欧州、中東、 アフリカ地域	489	+66%	
	中国	143	+8%	
	アジア太平洋地域	97	+58%	
	日本	992	+9%	
	連結調整	19		
	<b>Water Technology</b>	<b>2,106</b>	<b>+27%</b>	<b>事業利益率%</b>
事業利益	海外	159	-	14.2%
	日本	78	+167%	7.9%
	<b>Water Technology</b>	<b>237</b>	<b>+689%</b>	
	事業利益率	11.2%	+9.4pt	

### 売上収益

#### ■ アメリカ・欧州、中東、アフリカ地域

- ✓ 前年1Qの低水準あるも、売上はコロナ前の水準を大幅に上回って伸長
- ✓ 全地域・販売チャネル・商品カテゴリーで、売上大幅伸長

#### ■ 中国

- ✓ 主に、小売販売チャネルとGROHE商品の売上伸長により増収

#### ■ アジア太平洋地域

- ✓ 新型コロナウイルス感染症再拡大の影響により、経済活動の制限に影響を受けるも、地域全体としては回復を継続し、増収

#### ■ 日本

- ✓ リフォーム需要と中高級品価格帯商品の需要が旺盛。衛生への関心の高まりと新商品効果により、タッチレス水栓、および、タッチレス水栓を搭載したキッチン・洗面化粧台が伸長

### 事業利益

#### ■ 海外・日本

- ✓ 海外：主に欧米における売上好調が増益を牽引
- ✓ 日本：リフォーム売上・中高級品売上構成比上昇により増益

## Housing Technology / ハウジングテクノロジー事業

▶ 体質強化施策の進捗、および、リフォーム商品の売上伸長により前年の子会社売却影響を除き、増収増益

4月-6月 億円		22/3期 1Q	YoY
地域別売上	日本	1,128	-3% <sup>(1)</sup>
	海外	19	+21%
	Housing Technology	1,148	-2%
事業利益	Housing Technology	104	+98%
	事業利益率	9.0%	+4.6pt

### ■ 日本

- ✓ 事業環境は依然厳しいものの、生産面・業務面における生産性の向上、体質強化施策の進捗、リフォーム売上の伸長により増益
- ✓ 事業利益率4.6pt改善
- ✓ “ニューノーマル”への対応、および、在宅時間が増えたことを背景にリフォーム需要が増加
  - ・ リシエント（リフォームドア）：前年比41%増
  - ・ インプラス（リフォーム樹脂内窓）：前年比36%増
  - ・ スマート宅配ポスト：前年比55%増
- ✓ 「かんたんリフォームで # おうち時間を幸せに」のプロモーション効果と、グリーン住宅ポイント制度がリフォーム需要を後押し

LIXIL (1) 事業売却等影響除く +2%

11

## Building Technology / ビルディングテクノロジー事業、住宅・サービス事業等（H&S）

▶ 大型物件を中心とした工期長期化に伴う建材供給時期の遅れにより減収、赤字幅縮小

4月-6月 億円		22/3期 1Q	YoY
ビルディング	売上	180	-15%
	事業利益	-8	-
	事業利益率	-4.3%	-0.1pt

- 大型物件を中心とした工期長期化に伴う建材供給時期の遅れにより減収
- 販管費削減・体質強化への継続的取り組みにより赤字幅縮小
- ビル案件は、長期に渡り、段階的に収益認識されることから、取り組みと効果の発現時期にタイムラグが生じるため、来期以降利益改善を見込む

▶ 前年度事業売却等影響を主因として、減収減益

4月-6月 億円		22/3期 1Q	YoY
H & S	売上	72	-37%
	事業利益	1	-84%
	事業利益率	1.0%	-2.9pt

- 事業売却等影響を除く1Q業績は、概ね前年同水準

LIXIL

12

## › (ご参考) データ集

### 商品・サービス別売上状況

› 前年の経済活動の制限からの回復と、非接触（タッチレス）化や快適性の向上を目的としたリフォーム需要の増加により、水まわり商品売上好調

セグメント	主要商品名	(億円)				(%)				
		21/3期 通期実績	21/3期 1Q実績	22/3期 1Q実績	前年 同期比 (%)	前年同期比				22/3期 1Q
						21/3期				
		1Q	2Q	3Q	4Q					
LWT	衛生機器**	1,055	242	244	+0.9%	+1.5	-8.5	-2.1	+8.4	+0.9
	バスルーム	870	197	218	+10.7%	-20.8	-18.8	-9.0	-3.9	+10.7
	洗面化粧台**	371	79	90	+13.7%	-8.5	-9.0	+8.9	+2.9	+13.7
	キッチン	1,001	225	246	+9.5%	-14.8	-20.0	-3.9	-1.0	+9.5
	タイル	330	79	78	-1.6%	-5.3	-16.6	-6.2	-7.6	-1.6
LHT	住宅サッシ	1,715	420	412	-2.0%	-10.7	-13.3	-4.2	-10.8	-2.0
	エクステリア	994	252	260	+3.1%	-9.4	-14.6	-6.0	-8.5	+3.1
	インテリア建材	624	154	149	-3.1%	-8.1	-18.0	-7.8	-8.2	-3.1
	その他LHT <sup>(1)</sup>	547	144	92	-36.5%	-30.0	-33.7	-14.9	-53.3	-36.5
LBT	ビルサッシ	934	213	180	-15.4%	-10.8	-18.2	-21.1	-17.3	-15.4
H&S	住宅・サービス事業 <sup>(1)</sup>	466	113	72	-36.5%	-13.9	-15.1	+1.2	-28.0	-36.5
	海外売上 <sup>(2)</sup>	3,847	757	1,133	+49.6%	-21.5	+2.3	+1.9	+2.6	+49.6
	その他・連結調整等	1,030	230	284	-					
<b>売上合計</b>		<b>13,783</b>	<b>3,105</b>	<b>3,458</b>	<b>+11.4%</b>	<b>-14.6</b>	<b>-11.6</b>	<b>-3.8</b>	<b>-6.2</b>	<b>+11.4</b>
(ご参考) **「衛生機器」「洗面化粧台」に含まれる水栓金具の売上状況										
LWT	水栓金具	217	48	57	+17.9%	+13.5	+4.9	+19.5	+22.2	+17.9

(1) 前年同期比での減少は、2021年3月期4Qにおける事業売却等影響による  
(2) 海外水まわり事業の商品別売上状況については、p.16参照

## 日本 - 国内リフォーム戦略の進捗：リフォーム向け売上の拡大への注力

### 住宅向けリフォーム需要好調により、リフォーム売上構成比5.0pt上昇

(億円)	第1四半期 3か月			
	21/3期実績 <sup>(1)</sup>	22/3期実績	増減	前年同期比
リフォーム商材売上	663	760	+97	+15%
LWT-J				+21%
LHT-J				+12%
LBT				-20%
リフォーム売上構成比	36%	41%	+5.0pt	

### セグメント別リフォーム売上構成比

	21/3期1Q	22/3期1Q	差
LWT	42% <sup>(1)</sup>	48%	+5.4pt
LHT	32%	36%	+3.8pt
LBT	22% <sup>(1)</sup>	23%	+1.6pt
国内・計	36%	41%	+5.0pt

### リフォーム加盟店の推移

店	20年3月	21年3月	21年6月
LIXILリフォームショップ (FC)	554	540	535
LIXILリフォームネット (ボランティア)	11,789	11,373	11,349
リクシルPATTOリフォームサービスショップ	3,602	3,817	3,794

(1) 同一基準に基づく比較を可能とするため、前年同期のリフォーム売上高を遡及修正

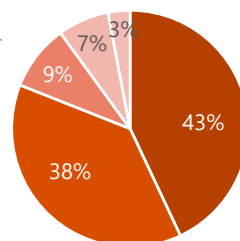
15

## 海外 - ウォーター事業における海外事業の成長促進の進捗

### ブランド・ポートフォリオやグローバルな生産体制、先進技術を活かすことで、ポートフォリオ・ギャップを埋め、海外事業の成長を促進

	22/3期 第1四半期 3か月									
	売上構成比					売上伸び率				
	海外事業合計	アメリカ	欧州、中東、アフリカ地域	中国	アジア太平洋地域	海外事業合計	アメリカ	欧州、中東、アフリカ地域	中国	アジア太平洋地域
水栓金具 (浴室)	43%	15%	65%	47%	38%	+50%	+35%	+63%	+5%	+72%
衛生陶器等	36%	51%	21%	45%	55%	+41%	+36%	+76%	+7%	+51%
水栓金具 (キッチン)	9%	6%	14%	5%	3%	+52%	+24%	+68%	+8%	+128%
浴槽・シャワーシステム	7%	20%	0%	1%	1%	+42%	+44%	+6%	+10%	-51%
その他	5%	8%	0%	2%	3%	-	-	-	-	-
合計	100%	100%	100%	100%	100%					

- 22/3期 第1四半期は、前年のコロナウイルス感染症拡大による影響からの事業回復により、すべての地域と製品カテゴリーで売上伸長



売上構成比 (21/3期 通期)

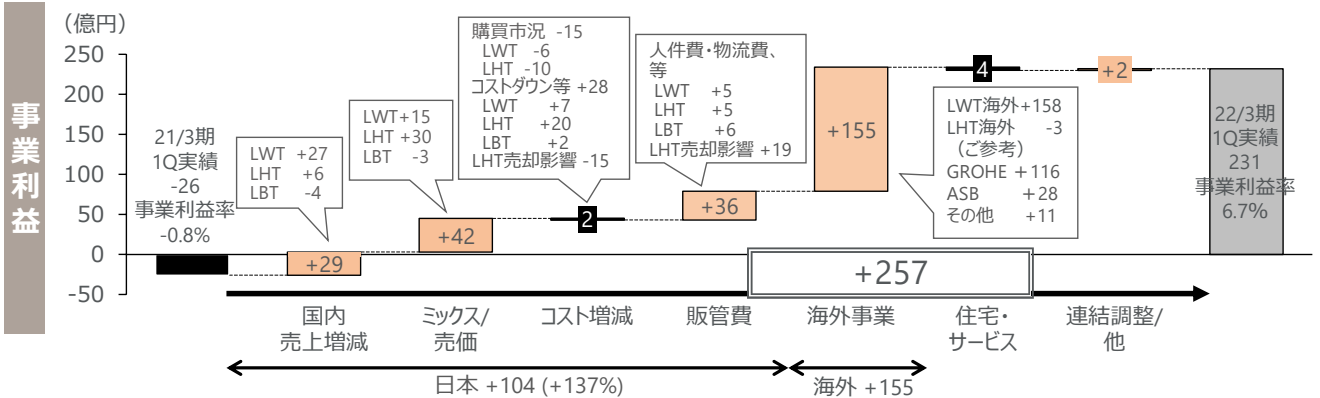
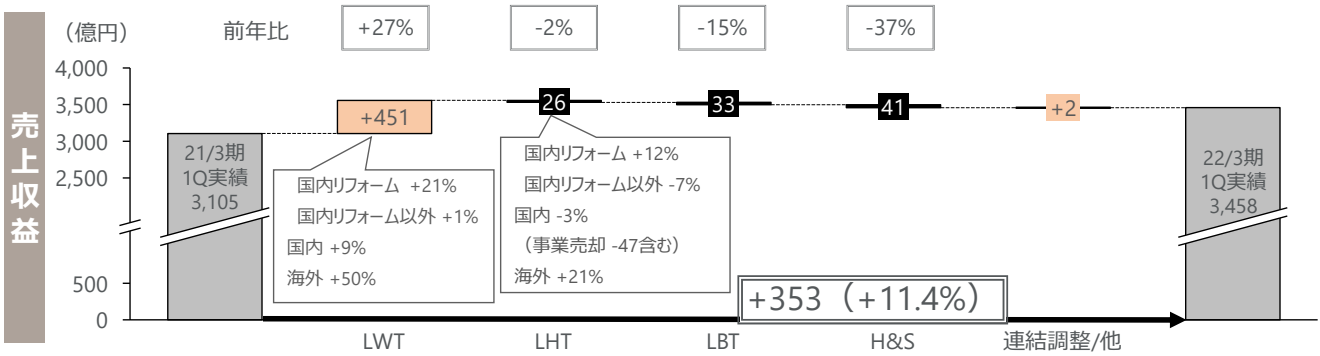
- 水栓金具(浴室)
- 衛生陶器等
- 水栓金具(キッチン)
- 浴槽・シャワーシステム
- その他

(ご参考) LIXIL統合報告書2021 p.38-39「LIXIL PLAYBOOKの優先課題」3. ウォーター事業における海外事業の成長促進」  
[https://www.lixil.com/jp/investor/library/annual\\_reports.html](https://www.lixil.com/jp/investor/library/annual_reports.html)

16



## 第1四半期 売上収益・事業利益の増減（前年同期差）



## 第1四半期 その他収益・費用、金融収益・費用 内訳

(億円)	21/3期 1Q実績	22/3期 1Q実績	増減
売却目的で保有していた資産の処分益	-	24	+24
その他	8	7	-1
<b>その他の収益</b>	<b>8</b>	<b>31</b>	<b>+24</b>
有形固定資産除売却損	2	5	+3
減損損失	2	8	+6
その他	8	10	+1
<b>その他の費用</b>	<b>12</b>	<b>23</b>	<b>+10</b>
受取利息	2	4	+1
受取配当金	8	10	+1
デリバティブ評価益	-	7	+7 (A)
為替差益	49	-	-49 (B)
<b>金融収益</b>	<b>59</b>	<b>20</b>	<b>-39</b>
支払利息	11	11	+1
デリバティブ評価損	46	-	-46 (B)
為替差損	-	11	+11 (A)
その他	0	1	+1
<b>金融費用</b>	<b>57</b>	<b>23</b>	<b>-33</b>

(A)「デリバティブ評価益」は「為替差損」と両建てで表示されています。

22/3期 1Q実績	
デリバティブ評価益	7
為替差損	-11
<b>Net</b>	<b>-4</b> 損

(B)「為替差益」は「デリバティブ評価損」と両建てで表示されています。

21/3期 1Q実績	
為替差益	49
デリバティブ評価損	-46
<b>Net</b>	<b>+3</b> 益

## セグメント別 実績及び通期業績予想

	(億円)	21/3期 1Q			22/3期 1Q				22/3期 通期予想			
		国内	海外	計	国内	海外	計	前年同期比%	国内	海外	計	前期比%
LWT	売上収益	913	742	<b>1,655</b>	992	1,114	<b>2,106</b>	+27.3%	4,315	4,340	<b>8,655</b>	+10.4%
	事業利益	29	1	<b>30</b>	78	159	<b>237</b>	+688.6%	365	460	<b>825</b>	+32.7%
	%	3.2%	0.1%	<b>1.8%</b>	7.9%	14.2%	<b>11.2%</b>	+9.4pt	8.5%	10.6%	<b>9.5%</b>	+1.6pt
LHT	売上収益	1,158	16	<b>1,173</b>	1,128	19	<b>1,148</b>	-2.2%	4,715	65	<b>4,780</b>	+0.8%
	事業利益	55	-3	<b>52</b>	109	-6	<b>104</b>	+98.1%	385	-20	<b>365</b>	+16.1%
	%	4.8%	-19.8%	<b>4.5%</b>	9.7%	-31.1%	<b>9.0%</b>	+4.6pt	8.2%	-	<b>7.6%</b>	+1.0pt
LBT	売上収益	213		<b>213</b>	180		<b>180</b>	-15.4%	865		<b>865</b>	-7.4%
	事業利益	-9		<b>-9</b>	-8		<b>-8</b>	-	30		<b>30</b>	+14.9%
	%	-4.2%		<b>-4.2%</b>	-4.3%		<b>-4.3%</b>	-0.1pt	3.5%		<b>3.5%</b>	+0.7pt
H&S	売上収益	113		<b>113</b>	72		<b>72</b>	-36.5%	300		<b>300</b>	-35.6%
	事業利益	4		<b>4</b>	1		<b>1</b>	-83.9%	10		<b>10</b>	-53.2%
	%	3.9%		<b>3.9%</b>	1.0%		<b>1.0%</b>	-2.9pt	3.3%		<b>3.3%</b>	-1.3pt
連結調整・他 <sup>(1)</sup>	売上収益			<b>-49</b>			<b>-47</b>	-			<b>-200</b>	-
	事業利益			<b>-104</b>			<b>-102</b>	-			<b>-430</b>	-
LIXIL <sup>(1)</sup>	売上収益	2,396	757	<b>3,105</b>	2,372	1,133	<b>3,458</b>	+11.4%	10,195	4,405	<b>14,400</b>	+4.5%
	事業利益	80	-2	<b>-26</b>	180	153	<b>231</b>	-	790	440	<b>800</b>	+39.6%
	%	3.3%	-0.3%	<b>-0.8%</b>	7.6%	13.5%	<b>6.7%</b>	+7.5pt	7.7%	10.0%	<b>5.6%</b>	+1.4pt

LIXIL (1) 国内・海外の売上収益/事業利益の合計と「計」の金額の差は、連結調整・他の金額

19

## 主要海外子会社業績

会社名	ASB (ASD Holdings)			
通貨・単位	単位：百万米ドル			
決算期	21/3期 1Q 実績	22/3期 1Q 実績	前年同期比	
為替レート(期中平均レート)	107.74	<b>110.00</b>	-	
売上収益	259	<b>349</b>	+35%	
事業利益	6	<b>31</b>	+404%	
事業利益率	2%	<b>9%</b>	+6.5pt	
決算期	21/3期 期末残高	償却額	22/3期 1Q (3ヵ月) その他 <sup>(1)</sup>	
為替レート (残高は期末レート、償却は期中平均レート)	110.71	110.00	-	
のれん	228	-	0	
無形資産	206	-2	0	
期末残高			<b>110.58</b>	
のれん			<b>228</b>	
無形資産			<b>205</b>	
会社名	Grohe Group (グロー工)			
通貨・単位	単位：百万ユーロ			
決算期	21/3期 1Q 実績	22/3期 1Q 実績	前年同期比	
為替レート(期中平均レート)	118.94	<b>131.78</b>	-	
売上収益	281	<b>455</b>	+62%	
事業利益	1	<b>89</b>	-	
事業利益率	0%	<b>19%</b>	+19.1pt	
決算期	21/3期 期末残高	償却額	22/3期 1Q (3ヵ月) その他 <sup>(1)</sup>	
為替レート (残高は期末レート、償却は期中平均レート)	129.8	131.78	-	
のれん	1,197	-	-5	
無形資産	1,429	-3	0	
期末残高			<b>131.58</b>	
のれん			<b>1,192</b>	
無形資産			<b>1,426</b>	

LIXIL (1) 為替換算差額など

20

## ▶ (ご参考) 事業関連・ESG関連トピックス

### 事業トピックス

#### 窓の高性能化を推進 樹脂窓「EW」新発売

プロファイン社（ドイツ）と共同開発し、  
脱炭素社会/循環型経済に貢献



(写真：樹脂窓「EW」2021年8月1日から北関東以南で発売、福島県含む)

- LIXIL環境ビジョン2050の実現に向け、先進的な樹脂・押出リサイクル技術を持つプロファイン社と樹脂窓「EW」を共同開発<sup>(1)</sup>
- 資源の循環利用に向け、樹脂フレームのリサイクル材使用率を従来品の約3倍に拡大
- 行政とも連携し、樹脂窓のリサイクルシステムの構築を目指す

#### スマートホーム市場 日本での展開強化

簡単に、マイホームをスマートホームへ  
「Life Assist 2」新発売



(写真：「Life Assist 2」2021年7月1日から発売)

- LIXILのIoT技術を生かし、近年成長を続けている日本のスマートホーム市場での展開を強化
- Life Assist 2はインターネットと接続し、住宅設備機器・建材や家電とつなげるだけでマイホームをスマートホーム化でき、簡単な操作で家中の機器がコントロール可能<sup>(2)</sup>
- 今後は連携できる製品・デバイスの拡大、地域コミュニティやサービスとの連携を予定

## 事業・ESGトピックス

### グローバルな衛生課題の解決

#### GROHEブランドが欧州・中東における「MAKE A SPLASH!」を支援



- 2018年より、LIXILとユニセフ（国際連合児童基金）は開発途上国の子供たちの安全で衛生的なトイレや手洗い習慣の普及活動を通じ、SDGs 6（安全な水とトイレを世界中に）の達成を目指すパートナーシップ「MAKE A SPLASH!」を展開<sup>(1)</sup>
- 欧州・中東13カ国でGROHEの対象商品を一点購入すると「MAKE A SPLASH!」に1ユーロ寄付するLIXILの本キャンペーンでは、啓蒙活動と寄付によるパートナーシップ活動の支援を通じ、衛生環境の改善に貢献

### 「KBC 2021 KITCHEN & BATH CHINA」に出展

#### アジア最大規模の見本市で豊かで快適な住まいを提案



- マルチブランドの強みを生かし、中国国内で展開する4ブランドの商品を出展<sup>(2)</sup>
- American Standard: 機能性の高いシャワートイレを紹介
- GROHE: スパ体験を実現する高級住宅・ホテル向けの新ラグジュアリーブランドGROHE SPAを展開
- INAX: 「アクアセラミック」や「セラファイン」など日本で培われた革新的な技術を駆使し、日本の空間美を体現する製品を展示
- LIXIL Kitchen: 中国市場向けの洗練されたハイエンド製品を展示
- ブランド・ポートフォリオを活用し、水まわり事業の海外成長を加速



<sup>(1)</sup> GROHE X(英語) [https://www.grohe-x.com/pl-pl/newsroom-overview/news-overview-international/brand\\_make-a-splash](https://www.grohe-x.com/pl-pl/newsroom-overview/news-overview-international/brand_make-a-splash)

<sup>(2)</sup> ニュースリリース(英語) <https://americanstandard.com.au/press-room/press-releases/lxil-showcases-four-power-brands-26th-kitchen-bath-china-2021-shanghai/> <sup>23</sup>

## ESG関連トピックス

### すべてのステークホルダーの人権を尊重する取り組みを強化

#### 人権方針を改定



- 人権リスクを管理するためのガバナンス体制の強化と人権デューデリジェンスのプロセスを明確化<sup>(1)</sup>
- 2020年に人権リスク評価を通じ、潜在的なリスクを低減するために特定された7つの「LIXILの人権重要分野」を明記
- 部門横断組織「人権デューデリジェンス・タスクフォース」の主導により、継続的に人権リスクを低減する取り組みを推進

### 「コーポレート・レスポンシビリティ報告2021」

#### 2021年3月期の取り組みをまとめたCR報告書を公表<sup>(2)</sup>

LIXIL



- **重要課題の見直し**：LIXILと社会にとっての重要度を元に優先度を設定
- **グローバルな衛生課題の解決**：21/3期末までのSATO累計出荷台数は、510万台以上
- **水の保全と環境保護**：36拠点を100%再生可能エネルギー由来の電力に切り替え。「LIXILプラスチック行動宣言」を公表
- **多様性の尊重**：「ダイバーシティ&インクルージョン」の戦略目標を更新。インクルージョン文化の醸成により、従業員の活躍を支援し、顧客志向を強化



<sup>(1)</sup> LIXIL人権方針 [https://www.lixil.com/jp/about/governance/pdf/Human\\_Rights\\_Principle\\_jp.pdf](https://www.lixil.com/jp/about/governance/pdf/Human_Rights_Principle_jp.pdf)

<sup>(2)</sup> CR報告書 [https://www.lixil.com/jp/sustainability/cr\\_library/pdf/LIXIL\\_CR2021\\_ja.pdf](https://www.lixil.com/jp/sustainability/cr_library/pdf/LIXIL_CR2021_ja.pdf)



## ESG関連トピックス

共生社会の実現へ、トイレから変えていく  
『LIXIL PARK』期間限定オープン

年齢・性別・身体状況に関わらず、すべての人が  
快適に利用できるパブリックトイレを実現



(写真: 『LIXIL PARK』2021年7月21日～9月5日、フジテレビ1F広場に期間限定オープン<sup>(1)</sup>)

- 誰もが利用可能なパブリックトイレを目指し、機能分散の考え方を取り入れて、車椅子を使用される方、オストメイト<sup>(2)</sup>の方、乳幼児連れの方に配慮した7種類の個室を設置
- 男女共用の機能分散トイレであり、トイレ以外にも授乳室やカムダウン・クールダウン室も用意。自分の目的に合った個室を自由に選んで利用できる
- 個室は可動式アメニティブース「withCUBE」を使用し、非接触で操作可能な仮想タッチパネルリモコン（空中浮遊スイッチ）も一部搭載。LIXILのイノベーションで、パブリックトイレから共生社会の実現へ貢献

LIXIL

(1) ニュースリリース <https://www.lixil.com/jp/news/pdf/2021072001.pdf>; スペシャルサイト [https://www.lixil.co.jp/feel\\_the\\_moment/lixilpark/index.html](https://www.lixil.co.jp/feel_the_moment/lixilpark/index.html)  
(2) ガンなどにより、直腸や膀胱の機能が障がいがあり、腹部に人工膀胱や人工肛門を造設した人のこと  
(3) ニュースリリース [https://www.lixil.com/jp/news/pdf/20210719\\_FTSE\\_J.pdf](https://www.lixil.com/jp/news/pdf/20210719_FTSE_J.pdf)

25

主要な株式指数の構成銘柄への選定

FTSE4 Good Index Seriesおよび  
MSCI Japan Empowering Women Index  
の構成銘柄に選定



FTSE4Good



FTSE Blossom  
Japan

2021 CONSTITUENT MSCI日本株  
女性活躍指数 (WIN)

- 人権、コーポレート・ガバナンス、グリーン調達ガイドライン策定等の取り組みが評価され、社会的責任投資の代表指数であるFTSE Russell社の「FTSE4Good Index Series」の構成銘柄と「FTSE Blossom Japan Index」の構成銘柄に5年連続で選定<sup>(3)</sup>
- 役員や従業員、新入社員における女性の割合が向上し、性別多様性の分野で優れた取り組みを行っている日本企業を対象とした「MSCI日本株女性活躍指数(WIN)」の構成銘柄に5年連続で選定

## 外部評価

### MSCI日本株女性活躍指数

役員や従業員、新入社員における女性の割合が向上し、MSCI社の「MSCI日本株女性活躍指数(WIN)」の構成銘柄に選定（5年連続、2021年6月）

2021 CONSTITUENT MSCI日本株  
女性活躍指数 (WIN)

### MSCI ESG Ratings

コンプライアンスへの取り組み、コーポレートガバナンス体制の改善、開示情報の拡充が評価され、MSCI社の「ESG Ratings」がBBBからAにランクアップ（2021年3月）



#### 免責事項

株式会社LIXILのMSCI指数への組み入れ、及び本ページにおけるMSCIのロゴ、商標、サービスマークまたは指数名の使用は、MSCIまたはその関連会社による株式会社LIXILへの後援、保証、販促には該当しません。MSCI指数はMSCIの独占的財産です。MSCI指数の名前およびロゴはMSCIまたはその関係会社の商標またはサービスマークです。

### FTSE4Good Index Series

人権、コーポレート・ガバナンス、グリーン調達ガイドライン策定等の取り組みが評価され、FTSE Russell社<sup>(1)</sup>の「FTSE4Good Index Series」の構成銘柄と「FTSE Blossom Japan Index」の構成銘柄に選定（5年連続、2021年6月）



FTSE4Good



FTSE Blossom  
Japan

#### Disclaimer

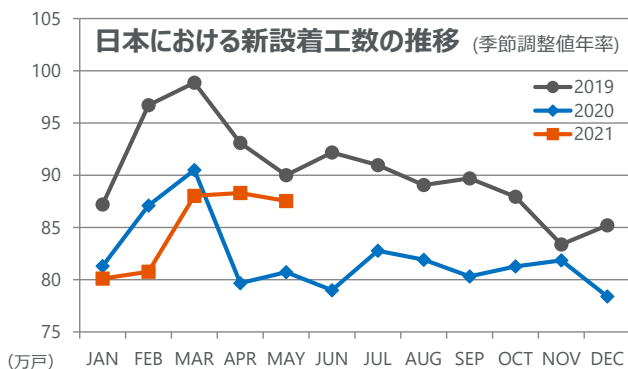
FTSE Russell (the trading name of FTSE International Limited and Frank Russell Company) confirms that The LIXIL Corporation has been independently assessed according to the FTSE4Good criteria, and has satisfied the requirements to become a constituent of the FTSE4Good Index. Created by the global index provider FTSE Russell, the FTSE4Good Index Series is designed to measure the performance of companies demonstrating strong Environmental, Social and Governance (ESG) practices. The FTSE4Good indices are used by wide variety of market participants to create and assess responsible investment funds and other products.

LIXIL

(1) FTSE International Limited と Frank Russell Company の登録商標です

26

## 事業環境



### 新築着工水準 (対前年比)

- 2021/1-3： -1.6%
- 2021/1-5： 4.5%

	2021年1月-5月 (5ヵ月)		2021年4月-5月 (2ヵ月)		為替 (期中平均レート)	20/3期 実績	21/3期 実績	22/3期 計画前提
	戸数	前年比	戸数	前年比				
総数	335,698	+2.5%	144,699	+8.5%	米ドル	109.10円	106.17円	105.0円
持家(1)	107,694	+7.0%	45,764	+12.4%	ユーロ	121.14円	123.73円	126.0円
貸家	123,494	+0.6%	53,899	+9.1%	原材料価格の 実績	20/3期 実績	21/3期 実績	22/3期 計画前提
分譲マンション	46,166	+1.1%	20,220	+1.0%	アルミ価格 (購入ベース)	21.5万円/トン	19.9万円/トン	22.6万円/トン
分譲戸建(2)	55,394	-0.1%	23,392	+6.1%	銅価格	58.6万円/トン	60.3万円/トン	70.8万円/トン
戸建合計(1)+(2)	163,088	+4.5%	69,156	+10.2%				



LIXIL

27

LIXIL

この資料には、(株)LIXILの将来についての計画と予測の記述が含まれています。  
これらの計画と予測は、リスクや不確定要素を含んだものであり、実際の業績は様々な重要な要素により  
当社の計画・予測と大きく異なる結果となる可能性があります。