

# 2026年3月期 第2四半期(中間期)決算説明資料 [IFRS]

(2025年4月－2025年9月)

**LIXIL** 株式会社 LIXIL  
2025年10月31日

証券コード：5938

Copyright © LIXIL Corporation. All rights reserved.



## 2026年3月期上期 業績の総括

### 2026年3月期 上期実績 前年同期比、減収なるも事業利益・EBITDAともに改善

#### ■ 国内

- ・ 1Qにて発現した建築基準法の改正（4号特例の廃止）の駆け込み需要の反動減ある中で、水まわりリフォーム商材は引き続き堅調維持
- ・ LHTの事業利益は、窯業サイディング事業に関連する追加費用計上により前年比横ばい。リフォーム売上は、プロモーション効果により9月以降増加傾向

#### ■ 海外

- ・ LWT海外事業は、売上は前年比減収なるも事業利益は大幅改善
- ・ 欧州・中東・インドは、好調継続。米国・中国は住宅景気の低調継続

#### ■ その他

- ・ 連結子会社（LIXIL Europe）における法人税率変更により税金費用減少。通期業績予想に変更なし（他要因含めて3Q以降に精査）
- ・ 通期配当予想に変更なし。中間配当は、期初予想通りの45円を決議

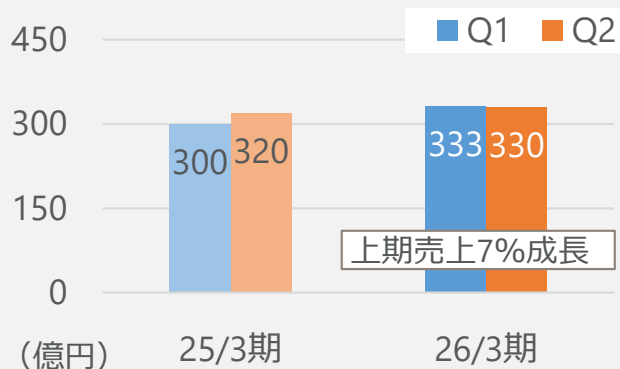
## 2026年3月期 足元の事業環境と今後の見通し：国内

新築着工低迷等、事業環境は厳しい状況継続するも、リフォームを中心に好調継続中

### LWT事業（日本）

- ✓ 新築向けの駆け込み影響は収束するも、リフォーム向け売上は好調継続する見込み
- ✓ ショールーム来訪者数は、8-9月にて増加傾向

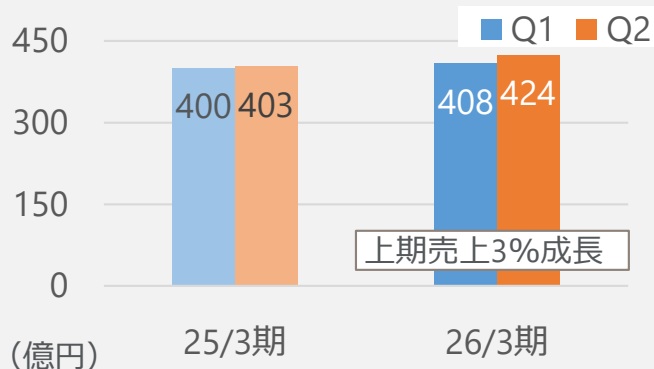
LWT（日本）リフォーム向け売上



### LHT事業（日本）

- ✓ 新築着工数低迷による影響は継続
- ✓ 窓リフォーム補助金対象商品のプロモーションを展開中。3Q以降も売上増加の見通し

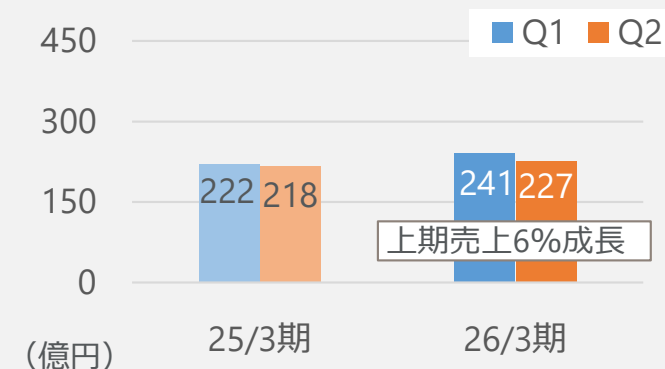
LHT（日本）リフォーム向け売上



### Living事業

- ✓ 新築向けの駆け込み影響は収束するも、水回り商材リフォーム売上は好調継続する見込み
- ✓ 商品ミックス悪化により、2Qに収益性が若干悪化。高価格帯商材の売り伸ばしに注力

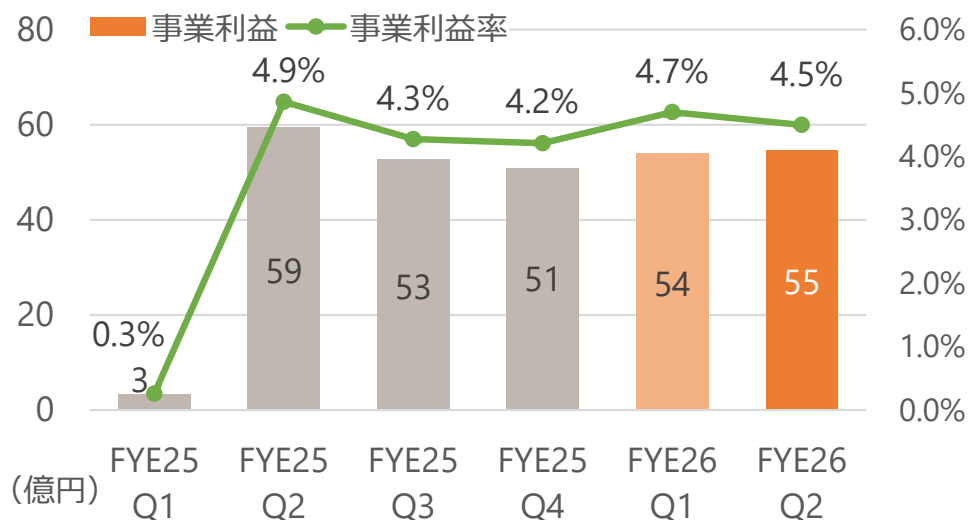
Living リフォーム向け売上



## 2026年3月期 足元の事業環境と今後の見通し：LWT事業（海外）

### LWT事業（海外）

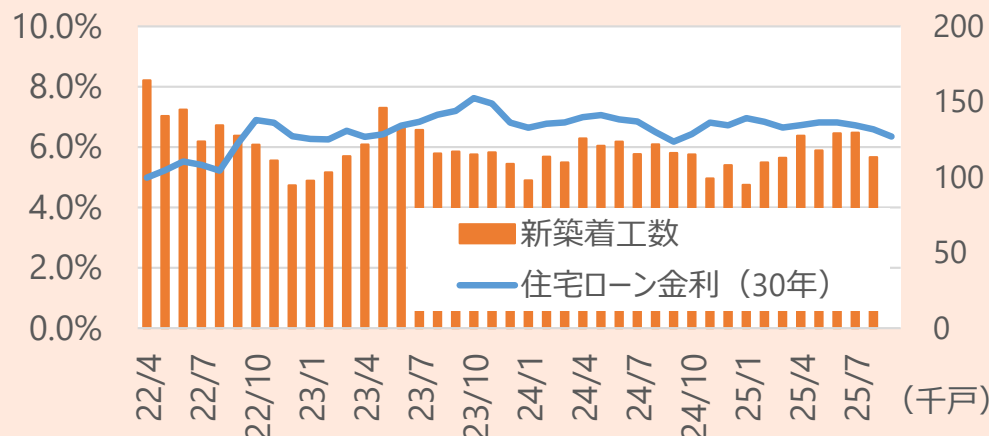
- ✓ 全世界的に金利低下の傾向にあるも、主要市場の欧州では政権不安定により住宅建設促進の政策決定に遅れ
- ✓ 欧州は構造改革効果・カラー商材等の売上好調により収益性回復傾向
- ✓ 米国・中国は引き続き需要低迷継続
- ✓ 中東・インドは引き続き旺盛な需要継続



### 米国

- 今後、利下げフェーズとなり、住宅ローン金利も一時期に比べ僅かながら低下傾向
- 関税・移民政策が住宅市況の回復を遅らせており、今期一杯は厳しい状況が継続
- 価格改定・構造改革効果は今期より段階的に発現見込み（来期以降本格的に発現見込み）

### 金利及び住宅着工数の推移<sup>(1)</sup>



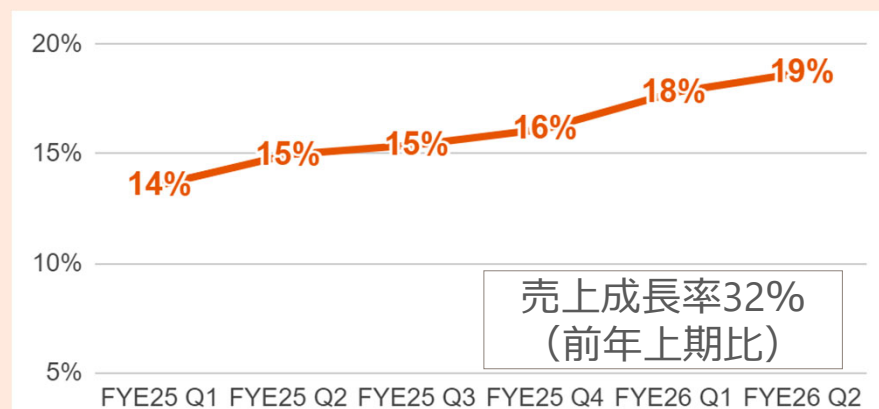
(1) 米国連邦住宅金融抵当公庫(Freddie Mac)よりLIXIL作成

## 2026年3月期 足元の事業環境と今後の見通し：LWT事業（海外）

### 欧州・IMEA（インド、中東、アフリカ地域）地域

- 市場の本格回復は来年以降と予測するもカラー商材好調・販売施策により売上が前年比5%改善（前々年比13%改善）
- 欧州地域は、構造改革実施による固定費削減効果により、収益性が安定
- IMEAは中東の旺盛なプロジェクト進行により、売上が前年比16%成長、利益に貢献

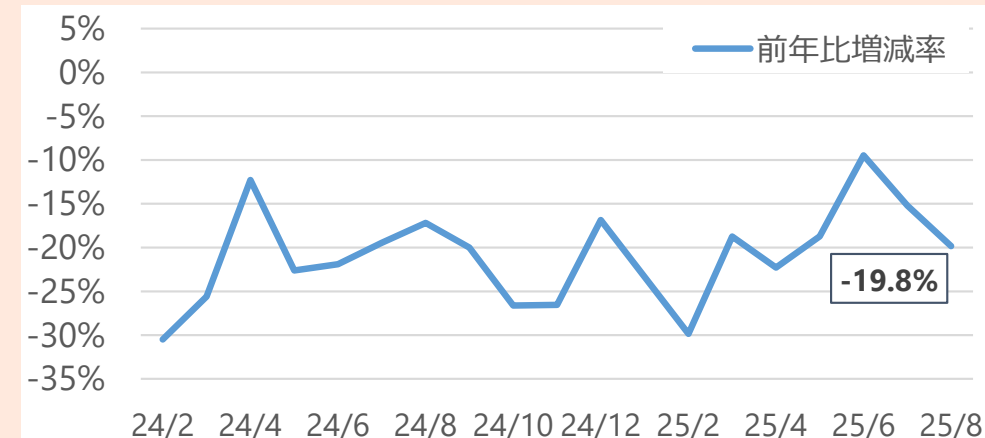
#### 水栓金具に占めるカラー商材の売上構成比



### アジア太平洋地域、中国

- しばらく不動産不況が続いたベトナムは、足元回復傾向。前年同期比売上10%改善
- タイは景況感・競合悪化により低迷継続
- 中国は、衛生陶器市場は景況感・競合悪化により厳しい状況が継続。当社強みであるGROHE製品は、足元前年比売上25%改善

#### 中国における新設住宅着工面積の前年比増減率の推移<sup>(1)</sup>



(1) 中国国家统计局 (NBS)よりLIXIL作成。2025年1月-2月は春節影響を踏まえて作成

## 前年同期比で減収増益

### ■ 売上収益 7,359億円、前年同期比 38億円減

- ・ 2Q3ヵ月（増減率）：国内 0%、海外 +1%（為替影響除く、-1%）
- ・ 上期6ヵ月（増減率）：国内 +1%、海外 -4%（為替影響除く、-3%）

### ■ 事業利益 169億円、前年同期比 64億円増

- ・ 2Q3ヵ月（増減額）：  
LWT +1億円、LHT -15億円、Living -1億円、連結調整/他 -6億円
- ・ 上期6ヵ月（増減額）：  
LWT +65億円、LHT -1億円、Living +7億円、連結調整/他 -8億円

### ■ EBITDA<sup>(1)</sup> 578億円、前年同期比 55億円増

### ■ 最終中間利益<sup>(2)</sup> 34億円、前年同期比 73億円増

- ・ 2Q3ヵ月（増減額）：その他費用の増加あるも、法人所得税費用減少により前年比23億円改善
- ・ 上期6ヵ月（増減額）：その他費用ならびに金融費用の増加あるも、事業利益改善および法人所得税費用減少により前年比73億円改善

(1) EBITDA = 事業利益 + 減価償却費

(2) 最終中間利益 = 親会社の所有者に帰属する中間利益



|                                   | 上期 6ヵ月 |              |           |        | 第2四半期 3ヵ月    |           |         |
|-----------------------------------|--------|--------------|-----------|--------|--------------|-----------|---------|
|                                   | 25/3期  | 26/3期        | 前年<br>同期比 | %      | 26/3期        | 前年<br>同期比 | %       |
| (億円)                              |        |              |           |        |              |           |         |
| 売上収益                              | 7,398  | <b>7,359</b> | -38       | -0.5%  | <b>3,713</b> | +13       | +0.4%   |
| 売上総利益                             | 2,412  | <b>2,519</b> | +107      | +4.4%  | <b>1,271</b> | +33       | +2.7%   |
| (%)                               | 32.6%  | <b>34.2%</b> | +1.6 pt   | -      | <b>34.2%</b> | +0.8 pt   | -       |
| 販管費                               | 2,307  | <b>2,350</b> | +44       | +1.9%  | <b>1,193</b> | +53       | +4.7%   |
| 事業利益 <sup>(1)</sup>               | 105    | <b>169</b>   | +64       | +60.4% | <b>78</b>    | -20       | -20.5%  |
| (%)                               | 1.4%   | <b>2.3%</b>  | +0.9 pt   | -      | <b>2.1%</b>  | -0.6 pt   | -       |
| 非継続事業を含む<br>最終中間利益 <sup>(2)</sup> | -39    | <b>34</b>    | +73       | -      | <b>43</b>    | +23       | +121.4% |
| EPS (円)                           | -13.69 | <b>11.67</b> | +25.36    | -      | <b>14.84</b> | +8.14     | -       |
| EBITDA <sup>(3)</sup>             | 523    | <b>578</b>   | +55       | +10.5% | <b>285</b>   | -21       | -7.0%   |
| (%)                               | 7.1%   | <b>7.9%</b>  | +0.8 pt   | -      | <b>7.7%</b>  | -0.6 pt   | -       |

■ 売上総利益率：前年同期比1.6pt良化

■ 販管費：国内人件費を主因に前年同期比44億円の増加（日本+47億円、海外+4億円、為替換算影響-7億円）。販管費率は、0.8pt悪化

■ 事業利益率：前年同期比0.9pt良化

(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中間利益

(3) EBITDA=事業利益+減価償却費

LWTは、日本・海外事業ともに増益。高収益な欧州・中東の売上改善が増益に貢献。  
 LHTは、売上が微減なるも価格改定とリフォーム向け売上増加により利益横ばい。  
 Livingは、リフォーム向け売上が堅調に推移し増収増益

|         |      | 上期 6ヵ月 |       |       | 第2四半期 3ヵ月 |       |
|---------|------|--------|-------|-------|-----------|-------|
| (億円)    |      | 25/3期  | 26/3期 | 前年同期比 | 26/3期     | 前年同期比 |
| LWT     | 売上収益 | 3,969  | 3,929 | -40   | 1,997     | +24   |
|         | 事業利益 | 140    | 206   | +65   | 99        | +1    |
| LHT     | 売上収益 | 2,612  | 2,592 | -21   | 1,309     | -12   |
|         | 事業利益 | 123    | 123   | -1    | 62        | -15   |
| Living  | 売上収益 | 978    | 1,003 | +26   | 491       | +2    |
|         | 事業利益 | 27     | 34    | +7    | 13        | -1    |
| 全社/連結調整 | 売上収益 | -161   | -164  | -3    | -84       | -1    |
|         | 事業利益 | -186   | -194  | -8    | -96       | -6    |
| 合計      | 売上収益 | 7,398  | 7,359 | -38   | 3,713     | +13   |
|         | 事業利益 | 105    | 169   | +64   | 78        | -20   |

## 為替影響<sup>(1)</sup>

2Q3ヵ月：売上収益 +29億円、事業利益 +1億円    上期6ヵ月：売上収益 -29億円、事業利益 +1億円

(1) 在外子会社からの損益の為替換算影響額

(2) 26/3期からセグメント区分を変更しています。旧区分での業績につきましては、次頁をご覧ください



旧報告セグメントによる上期業績は以下のとおり

|             |      | 上期 6ヵ月 |       |                          |                      |     | 第2四半期 3ヵ月 |                          |                      |     |
|-------------|------|--------|-------|--------------------------|----------------------|-----|-----------|--------------------------|----------------------|-----|
|             |      | 25/3期  | 26/3期 | 前年同期比                    |                      |     | 26/3期     | 前年同期比                    |                      |     |
| (億円)        |      |        |       | セグメント<br>変更による<br>増減 (2) | セグメント<br>変更を除く<br>増減 |     |           | セグメント<br>変更による<br>増減 (2) | セグメント<br>変更を除く<br>増減 |     |
| LWT         | 売上収益 | 4,550  | 4,533 | -17                      | +23                  | -40 | 2,290     | +29                      | +5                   | +24 |
|             | 事業利益 | 152    | 229   | +76                      | +11                  | +65 | 106       | +3                       | +2                   | +1  |
| LHT         | 売上収益 | 2,900  | 2,877 | -24                      | -3                   | -21 | 1,450     | -16                      | -4                   | -12 |
|             | 事業利益 | 138    | 134   | -4                       | -4                   | -1  | 68        | -17                      | -2                   | -15 |
| 全社/<br>連結調整 | 売上収益 | -53    | -50   | +2                       | +6                   | -3  | -27       | 0                        | +1                   | -1  |
|             | 事業利益 | -186   | -194  | -9                       | 0                    | -8  | -96       | -6                       | 0                    | -6  |
| 合計          | 売上収益 | 7,398  | 7,359 | -38                      | -                    | -   | 3,713     | +13                      | -                    | -   |
|             | 事業利益 | 105    | 169   | +64                      | -                    | -   | 78        | -20                      | -                    | -   |

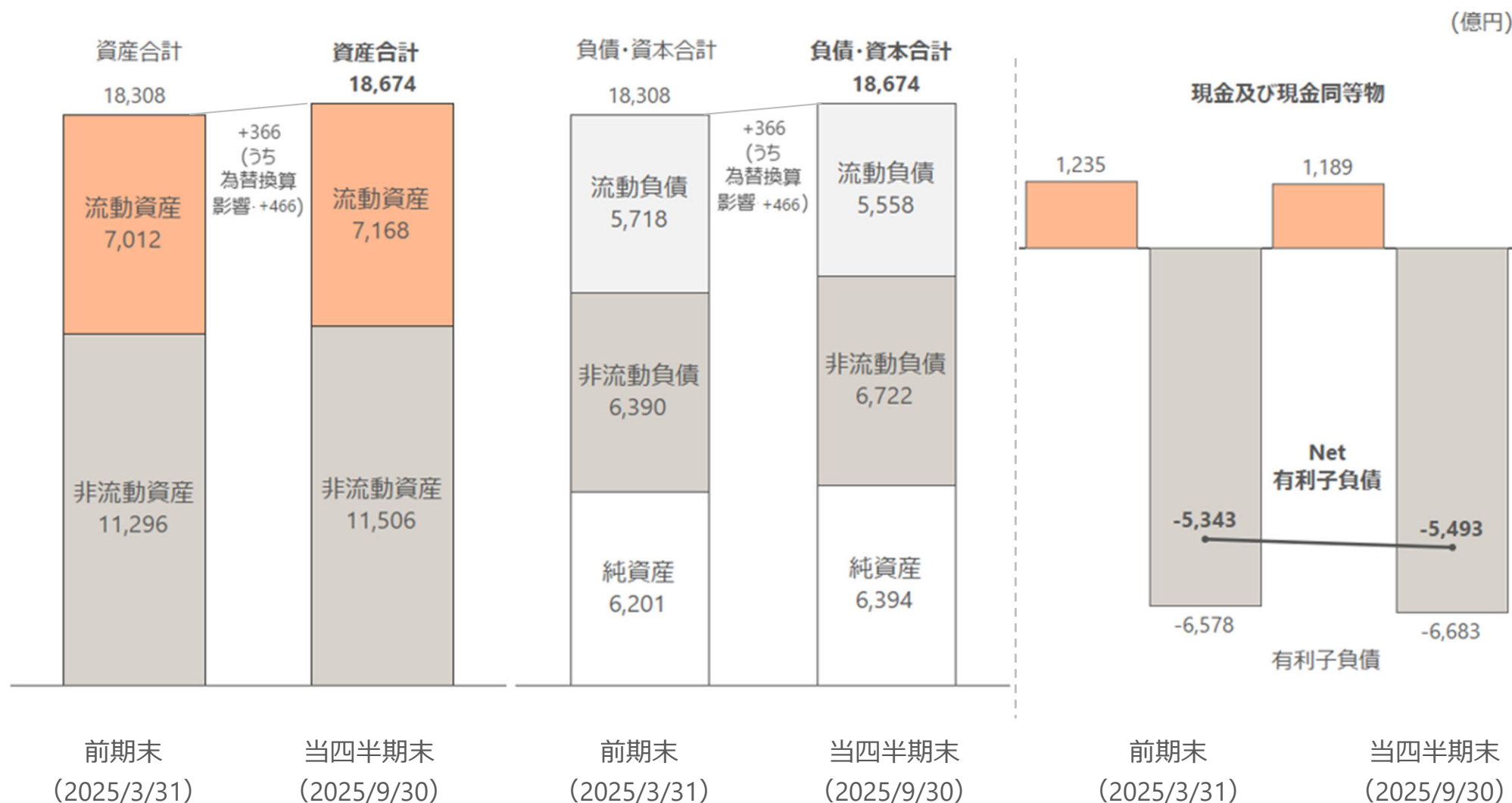
## 為替影響<sup>(1)</sup>

2Q3ヵ月：売上収益 +29億円、事業利益 +1億円    上期6ヵ月：売上収益 -29億円、事業利益 +1億円

(1) 在外子会社からの損益の為替換算影響額

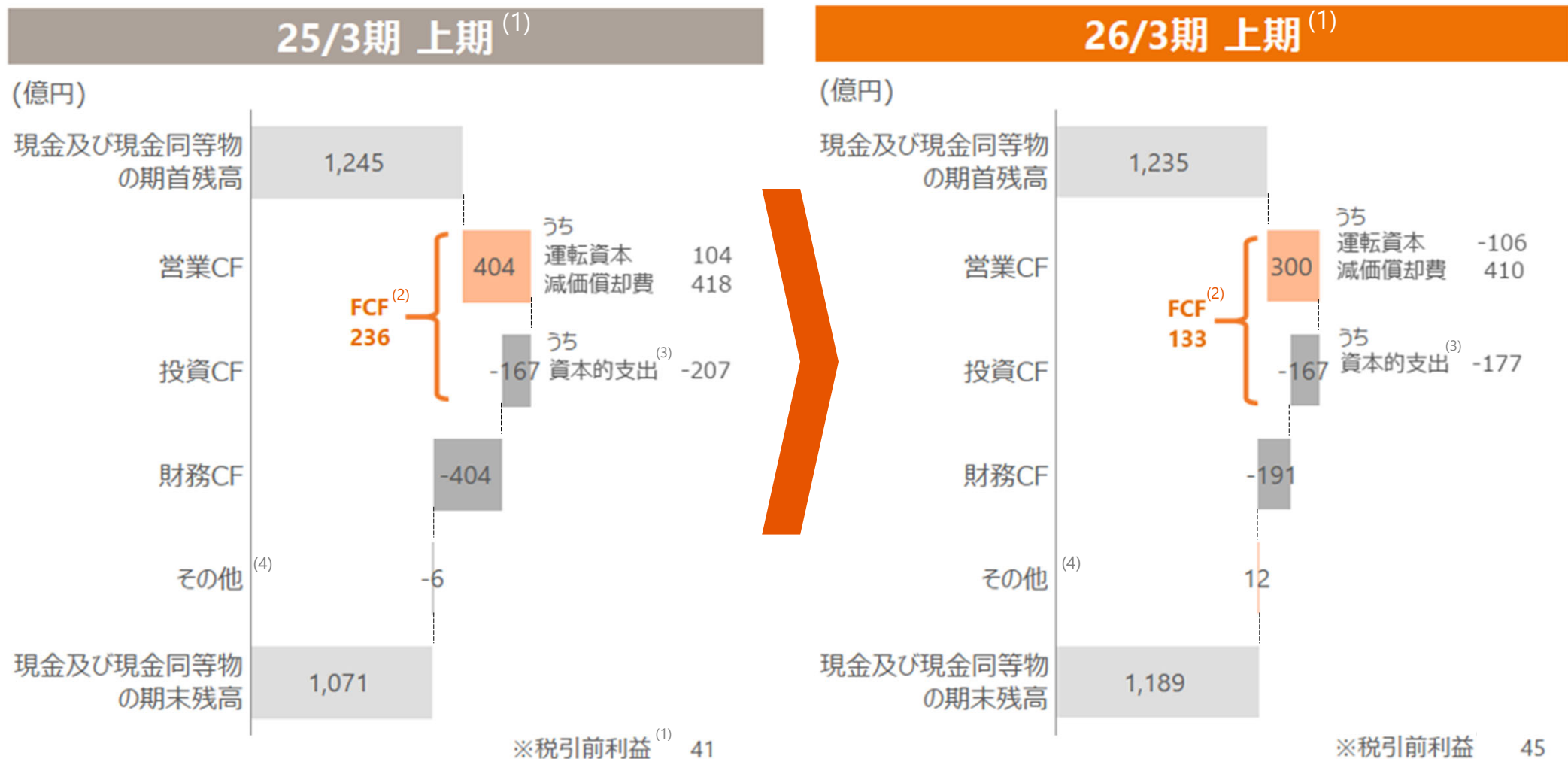
(2) 2報告セグメントから3報告セグメントに変更したことに伴う連結調整額を含む

総資産は微増。欧州における資産が為替換算影響により増加。  
自己資本比率は、34.1%



# 〉 キャッシュフローの状況及び現金残高

棚卸資産増加により営業キャッシュフローは前年比減少するも、フリーキャッシュフローはプラスを維持



(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

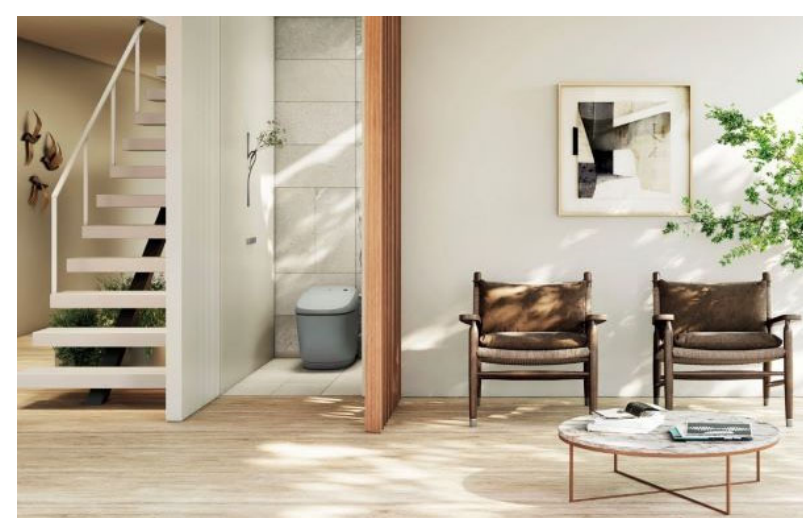
(3) 資本的支出=有形資産の取得+無形資産の取得  
(IFRS16 リースによる使用权資産の取得を除く)

(4) 「その他」 = 為替換算影響額

# セグメント別決算の概要

- － ウォーターテクノロジー事業 (LWT)
- － ハウジングテクノロジー事業 (LHT)
- － リビング事業 (Living)

- 商品・製造プロセス・ビジネスモデルにおいて類似点の多い「ウォーターテクノロジー事業」の「キッチン・洗面事業」及び「ハウジングテクノロジー事業」の「インテリア事業」を統合し、2026年3月期1Qより「リビング事業」として新セグメントを発足しました。
- 近年の事業環境の変化を踏まえ、特に成長が著しいインドと中東の重要性が増していることから、区分を下記の5地域に変更しています。
  - ・ アメリカ
  - ・ 欧州
  - ・ インド、中東、アフリカ地域
  - ・ アジア太平洋地域
  - ・ 中国



日本事業はリフォーム向け売上好調により増収増益。海外事業は、欧州・中東の売上好調なるも、米国・中国の売上減少の影響を受け、減収増益

| (億円)              |      | 25/3期<br>上期実績 | 26/3期<br>上期実績 | 前年同期比   |        | 26/3期<br>業績予想 |
|-------------------|------|---------------|---------------|---------|--------|---------------|
|                   |      |               |               | 増減      | %      |               |
| 日本                | 売上収益 | 1,480         | 1,540         | +60     | +4.0%  | 3,200         |
|                   | 事業利益 | 78            | 96            | +19     | +24.1% | 205           |
|                   | %    | 5.3%          | 6.3%          | +1.0 pt | -      | 6.4%          |
| 海外 <sup>(1)</sup> | 売上収益 | 2,489         | 2,389         | -99     | -4.0%  | 5,110         |
|                   | 事業利益 | 63            | 109           | +46     | +74.1% | 200           |
|                   | %    | 2.5%          | 4.6%          | +2.0 pt | -      | 3.9%          |
| LWT合計             | 売上収益 | 3,969         | 3,929         | -40     | -1.0%  | 8,310         |
|                   | 事業利益 | 140           | 206           | +65     | +46.4% | 405           |
|                   | %    | 3.5%          | 5.2%          | +1.7 pt | -      | 4.9%          |

## 売上収益

- **日本**：リフォーム売上が好調に推移し、前年同期比で増収
- **海外<sup>(2)</sup>**：欧州・中東にて売上増加するも、米国・中国の需要低迷継続、前年の米国の浴槽事業譲渡に伴う売上減少の影響を受け、現地通貨ベース・円貨ともに減収
- **海外売上比率**：前年同期比1.9pt減の60.8%

## 事業利益

- **日本**：価格改定効果に加え、リフォーム売上が好調に推移し、前年同期比増益
- **海外<sup>(2)</sup>**：欧州・中東の売上増加に加え、操業改善効果により、前年同期比増益
- **海外事業利益比率**：前年同期比8.4pt増の53.1%

(1) 2025年3月期実績は2025年3月に第三者に譲渡した米国の浴槽事業を含む

(2) 為替影響を除く前年同期比：売上収益 -71億円、-3%。事業利益 +46億円、+73%



# ウォーターテクノロジー事業 (LWT) 海外地域別売上収益

LIXIL

13

| 地域別売上 (マネジメントベース) <sup>(1)</sup><br>(億円) | 26/3期<br>上期実績               | 前年同期比<br>現地通貨<br>ベース | 26/3期<br>業績予想               | 前年同期比<br>現地通貨<br>ベース |
|------------------------------------------|-----------------------------|----------------------|-----------------------------|----------------------|
| アメリカ                                     | 768                         | -5% <sup>(2)</sup>   |                             | +10% <sup>(3)</sup>  |
| 欧州                                       | 867                         | +5%                  |                             | +5%                  |
| IMEA (インド、中東、アフリカ地域)                     | 371                         | +16%                 |                             | +12%                 |
| アジア太平洋地域                                 | 204                         | +1%                  |                             | +11%                 |
| 中国                                       | 207                         | -7%                  |                             | +7%                  |
| 連結調整・他                                   | -29                         | -                    |                             | -                    |
| <b>LWT海外合計 (制度会計ベース)<sup>(1)</sup></b>   | <b>2,389</b><br>(前年同期比 -4%) |                      | <b>5,110</b><br>(前年同期比 +4%) |                      |

|             | 円貨 | 現地通貨 |                                                                                                                                        |
|-------------|----|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| アメリカ        | 減収 | 減収   | <ul style="list-style-type: none"> <li>リフォーム市場の需要回復に至らず。1Qの基幹システム刷新影響あり減収</li> <li>浴槽事業譲渡を皮切りに、さらなる商材・販売先のシフトを加速し、収益性向上を目指す</li> </ul> |
| 欧州          | 増収 | 増収   | <ul style="list-style-type: none"> <li>ドイツ、オランダ、イタリア等、主要地域における販売数量増加により増収</li> <li>水栓金具はカラー商材の売上が好調、大半の商品カテゴリーで売上が回復し、増益に寄与</li> </ul> |
| インド、中東、アフリカ | 増収 | 増収   | <ul style="list-style-type: none"> <li>中東は堅調な需要継続によりサウジアラビア、湾岸諸国等を筆頭に全地域で増収</li> <li>インドは好調だった前年並みの売上を維持</li> </ul>                    |
| アジア太平洋      | 減収 | 増収   | <ul style="list-style-type: none"> <li>ベトナムはプロモーションにより小売り向けの売上が回復し増収</li> <li>タイは需要低迷と地震によるプロジェクトの遅延により減収</li> </ul>                   |
| 中国          | 減収 | 減収   | <ul style="list-style-type: none"> <li>不動産市況低迷が継続し、消費者需要の回復を抑制</li> <li>GROHE製品は売上が回復するも、他ブランドは厳しい競争環境が継続し減収</li> </ul>                |

(1) 制度連結会計 為替レート： 26/3期 上期実績 1USD=146.57円、1EUR=167.74円

マネジメントベース為替レート： 26/3期 1USD=155.0円、1EUR=161.2円

(2) 浴槽事業譲渡に伴い、前年の売上から除いています。譲渡した浴槽事業の売上を昨年の売上に加えた前年同期比は-14%となります

(3) 売上成長率予想の算出にあたっては、米国の浴槽事業譲渡の影響を除いた数値を使用しています。浴槽事業を昨年実績に加えた前年同期比は-1%となります



日本事業は、売上はリフォーム向けが新築向けの落ち込みをカバーしほぼ横ばい。  
海外事業はタイ・ベトナムの市況低迷影響をインドにおける販売拡大にてカバー

| (億円)                 |      | 25/3期<br>上期実績 | 26/3期<br>上期実績 | 前年同期比   |        | 26/3期<br>業績予想 |
|----------------------|------|---------------|---------------|---------|--------|---------------|
|                      |      |               |               | 増減      | %      |               |
| 日本                   | 売上収益 | 2,483         | 2,463         | -20     | -0.8%  | 5,090         |
|                      | 事業利益 | 117           | 119           | +2      | +1.8%  | 280           |
|                      | %    | 4.7%          | 4.8%          | +0.1 pt | -      | 5.5%          |
| 海外                   | 売上収益 | 130           | 129           | -1      | -0.6%  | 280           |
|                      | 事業利益 | 7             | 4             | -3      | -40.3% | 15            |
|                      | %    | 5.1%          | 3.0%          | -2.0 pt | -      | 5.4%          |
| LHT合計 <sup>(1)</sup> | 売上収益 | 2,612         | 2,592         | -21     | -0.8%  | 5,370         |
|                      | 事業利益 | 123           | 123           | -1      | -0.4%  | 295           |
|                      | %    | 4.7%          | 4.7%          | +0.0 pt | -      | 5.5%          |

## 売上収益

- リフォーム売上は堅調に推移するものの、新築向け売上微減により前年同期比横ばい

## 事業利益

- 新築向け売上減、窯業サイディング事業関連の費用計上の影響あるも、価格改定効果と在庫評価益の影響もあり、前年同期比横ばい
- ビル事業は収益性が向上し、利益貢献

(1) 2026年3月期 上期実績（ご参考）

LHTビル事業除く  
ビル事業 売上収益 2,130億円、事業利益 83億円、事業利益率 3.9%  
売上収益 461億円、事業利益 39億円、事業利益率 8.5%

## リフォーム向け売上が堅調に推移し増収増益

| (億円)     |      | 25/3期<br>上期実績 | 26/3期<br>上期実績 | 前年同期比   |        | 26/3期<br>業績予想 |
|----------|------|---------------|---------------|---------|--------|---------------|
|          |      |               |               | 増減      | %      |               |
| Living合計 | 売上収益 | 978           | 1,003         | +26     | +2.6%  | 2,100         |
|          | 事業利益 | 27            | 34            | +7      | +26.4% | 105           |
|          | %    | 2.8%          | 3.4%          | +0.6 pt | -      | 5.0%          |

### 売上収益

- リフォーム向け売上が好調に推移。キッチン是新築向けも好調を維持し、前年同期比で増収

### 事業利益

- 商品ミックス悪化により2Qにて増益幅が減速するも、リフォーム売上が好調に推移し、前年同期比増益。原材料・資材のコスト上昇を価格改定効果にてカバー

### キッチン「リシェル」



### 洗面化粧台「ルミシス」



### インテリア建材「ラシッサ」



## ➤ (ご参考) データ集

(%)

| 前年同期比 |       |       |      |       |       |
|-------|-------|-------|------|-------|-------|
| 25/3期 |       |       |      | 26/3期 |       |
| 1Q    | 2Q    | 3Q    | 4Q   | 1Q    | 2Q    |
| +5.7  | +8.7  | +10.9 | +6.9 | +8.6  | +2.5  |
| +4.2  | +0.6  | +4.5  | +1.6 | +6.3  | -0.1  |
| -0.9  | -6.2  | -3.1  | -3.0 | -2.6  | -0.5  |
| +1.3  | -5.4  | +5.6  | +4.5 | +0.6  | -0.5  |
| -0.5  | -3.4  | -2.1  | +5.5 | +3.7  | +1.3  |
| -12.1 | -13.3 | -8.5  | +1.2 | +1.4  | -0.6  |
| +2.0  | +8.0  | -6.1  | +1.9 | -9.3  | -2.2  |
| -26.7 | -25.0 | -1.7  | -8.0 | -6.8  | -11.1 |
| +2.3  | +1.0  | +2.5  | +4.7 | +6.8  | +1.4  |
| -5.8  | -6.4  | -4.7  | -7.0 | +3.4  | +1.4  |
| -3.7  | -4.9  | -2.2  | +0.7 | +3.0  | -2.4  |
| +9.9  | +1.2  | +5.7  | -2.5 | -8.5  | +1.0  |
|       |       |       |      |       |       |
| +3.0  | -0.8  | +2.6  | +1.1 | -1.4  | +0.3  |

|      |       |       |      |       |             |
|------|-------|-------|------|-------|-------------|
| -0.3 | +15.3 | +10.7 | +8.5 | +16.0 | <b>+4.3</b> |
|------|-------|-------|------|-------|-------------|

(2) 海外水まわり事業の商品別売上状況については、p.19参照

リフォーム商材売上構成比1.6pt上昇。全セグメントで堅調なリフォーム需要が継続し、  
リフォーム比率が前年比向上

| (億円)       | 上期 6ヵ月                     |             |        |           | 第2四半期 3ヵ月   |           |
|------------|----------------------------|-------------|--------|-----------|-------------|-----------|
|            | 25/3期<br>実績 <sup>(1)</sup> | 26/3期<br>実績 | 増減     | 前年<br>同期比 | 26/3期<br>実績 | 前年<br>同期比 |
| リフォーム商材売上  | 1,847                      | 1,936       | +89    | +4.8%     | 969         | +3.3%     |
| LWT-J      |                            |             |        | +7%       |             | +3%       |
| LHT        |                            |             |        | +3%       |             | +5%       |
| ビル事業除く     |                            |             |        | +4%       |             | +5%       |
| ビル事業       |                            |             |        | -6%       |             | +6%       |
| Living     |                            |             |        | +6%       |             | +4%       |
| リフォーム売上構成比 | 46%                        | 47%         | +1.6pt |           | 47%         | +1.4pt    |

## セグメント別リフォーム売上構成比

|        | 25/3期 上期 | 26/3期 上期 | 増減     |
|--------|----------|----------|--------|
| LWT    | 55%      | 57%      | +1.7pt |
| LHT    | 41%      | 42%      | +1.4pt |
| Living | 47%      | 49%      | +1.7pt |
| 国内・計   | 46%      | 47%      | +1.6pt |

## リフォーム内窓「インプラス」



(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



ブランド・ポートフォリオやグローバルな開発体制、差別化された商品の展開により、  
現地ニーズに迅速に対応し、海外事業の成長を促進<sup>(1)</sup>

|             | 26/3期 上期 6ヵ月   |      |      |                           |                  |      | 26/3期 第2四半期 3ヵ月 |      |      |                           |                  |      |
|-------------|----------------|------|------|---------------------------|------------------|------|-----------------|------|------|---------------------------|------------------|------|
|             | 海外<br>事業<br>合計 | アメリカ | 欧州   | インド、<br>中東、<br>アフリカ<br>地域 | アジア<br>太平洋<br>地域 | 中国   | 海外<br>事業<br>合計  | アメリカ | 欧州   | インド、<br>中東、<br>アフリカ<br>地域 | アジア<br>太平洋<br>地域 | 中国   |
| 売上構成比       |                |      |      |                           |                  |      |                 |      |      |                           |                  |      |
| 水栓金具 (浴室)   | 42%            | 13%  | 60%  | 61%                       | 34%              | 49%  | 42%             | 13%  | 59%  | 60%                       | 34%              | 49%  |
| 衛生陶器等       | 44%            | 66%  | 24%  | 35%                       | 62%              | 39%  | 44%             | 67%  | 25%  | 36%                       | 63%              | 38%  |
| 水栓金具 (キッチン) | 8%             | 5%   | 15%  | 4%                        | 3%               | 5%   | 8%              | 6%   | 15%  | 4%                        | 3%               | 6%   |
| 浴槽・シャワーシステム | 4%             | 13%  | 0%   | 0%                        | 1%               | 1%   | 4%              | 12%  | 0%   | 0%                        | 1%               | 1%   |
| その他         | 2%             | 3%   | 1%   | 0%                        | 1%               | 6%   | 2%              | 3%   | 1%   | 0%                        | 0%               | 6%   |
| 合計          | 100%           | 100% | 100% | 100%                      | 100%             | 100% | 100%            | 100% | 100% | 100%                      | 100%             | 100% |
| 売上伸び率       |                |      |      |                           |                  |      |                 |      |      |                           |                  |      |
| 水栓金具 (浴室)   | +3%            | -12% | +2%  | +18%                      | +5%              | -2%  | +4%             | -14% | +3%  | +19%                      | +1%              | +1%  |
| 衛生陶器等       | +2%            | +1%  | +11% | +17%                      | -0%              | -16% | +4%             | +3%  | +13% | +15%                      | -2%              | -12% |
| 水栓金具 (キッチン) | +4%            | -9%  | +7%  | +12%                      | +48%             | -3%  | +8%             | -3%  | +11% | +23%                      | +33%             | +3%  |
| 浴槽・シャワーシステム | -24%           | -25% | -16% | -21%                      | +8%              | +46% | -24%            | -25% | -8%  | +10%                      | +9%              | +53% |

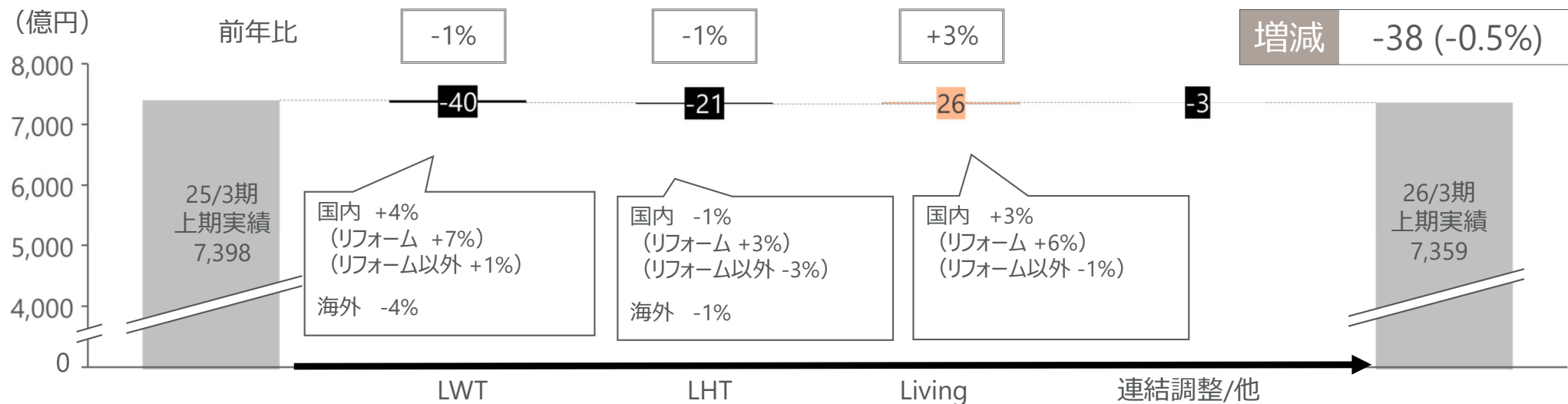
(1) LIXIL Playbookの優先課題『ウォーター事業における海外事業の成長促進』の進捗については統合報告書2025 p.27、29-32、74をご参照ください

[https://ssl4.eir-parts.net/doc/5938/ir\\_material\\_for\\_fiscal\\_ym37/181737/00.pdf#page=28](https://ssl4.eir-parts.net/doc/5938/ir_material_for_fiscal_ym37/181737/00.pdf#page=28)

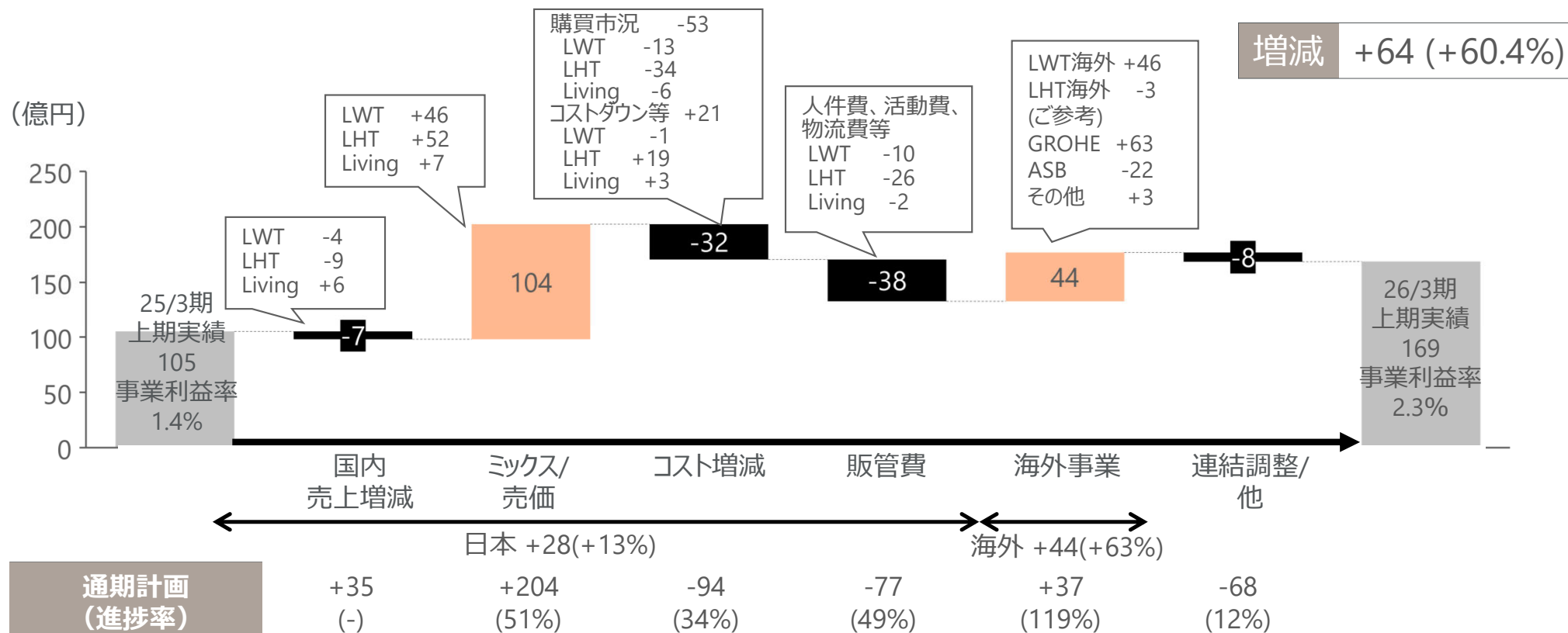
# 2026年3月期 上期（6ヵ月）売上収益・事業利益の増減（前年同期差）

20

売上収益



事業利益

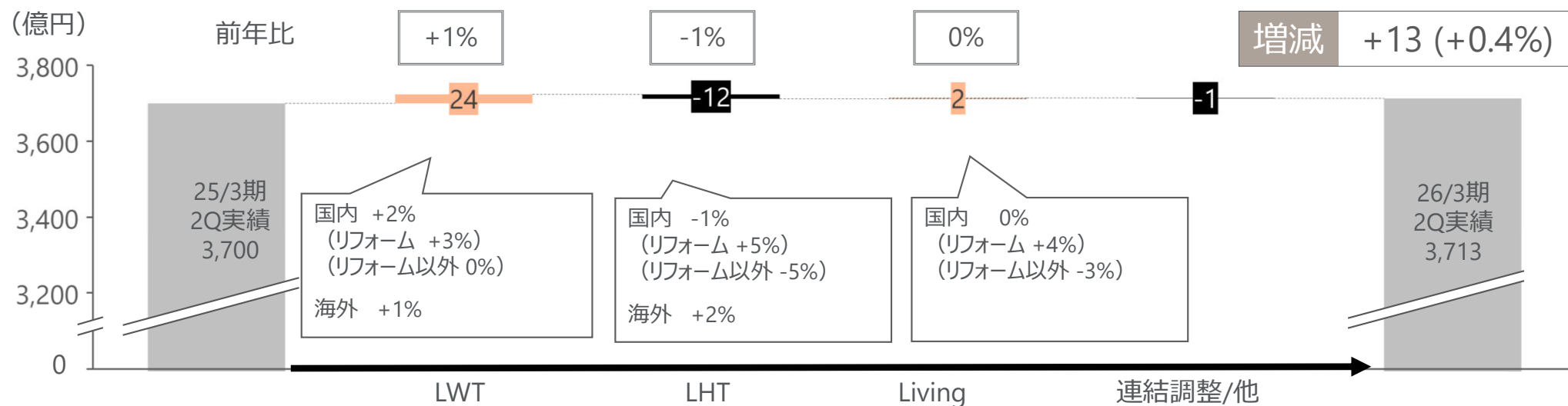


# 2026年3月期 第2四半期（3カ月） 売上収益・事業利益の増減（前年同期差）

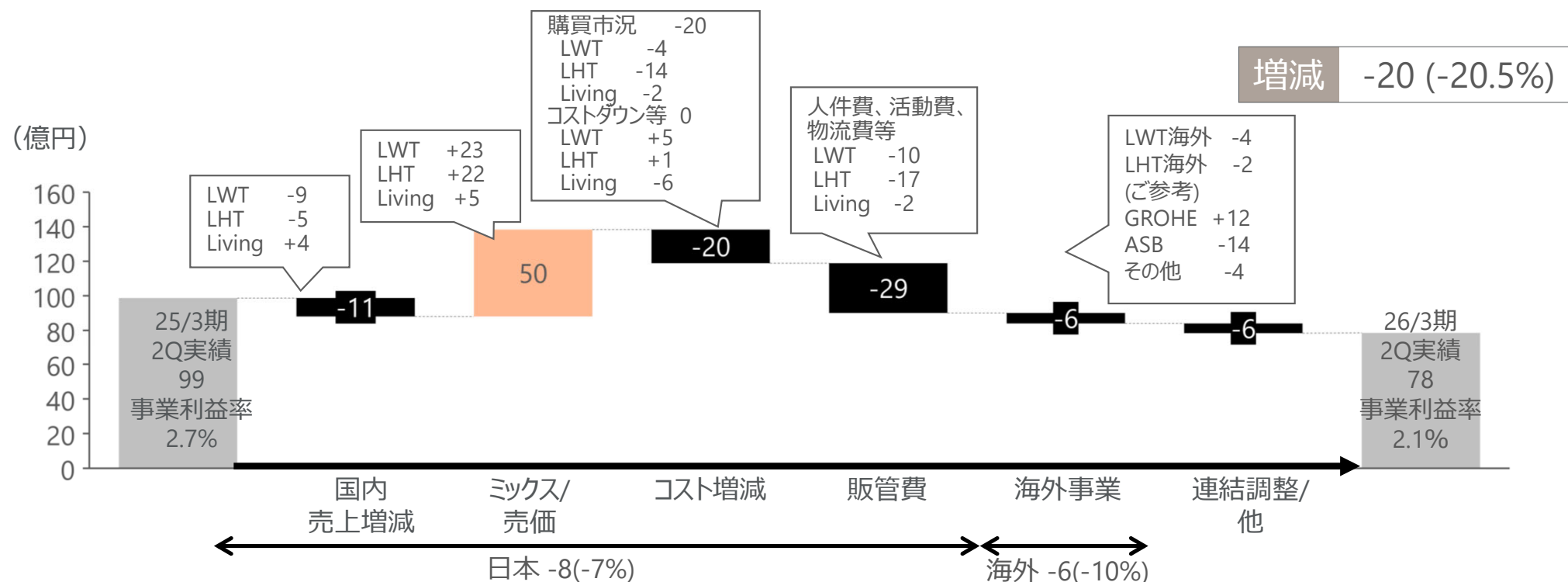
LIXIL

21

売上収益



事業利益



# 2026年3月期 第2四半期（中間期） 〉 その他収益・費用、金融収益・費用 内訳

|                  | 25/3期<br>上期実績 | 26/3期<br>上期実績     | 増減         |
|------------------|---------------|-------------------|------------|
| (億円)             |               |                   |            |
| 持分法適用に伴う再測定による利益 | -             | 16 <sup>(1)</sup> | +16        |
| その他              | 35            | 25                | -10        |
| <b>その他の収益</b>    | <b>35</b>     | <b>41</b>         | <b>+7</b>  |
| 有形固定資産処分損        | 4             | 4                 | 0          |
| 減損損失             | 3             | 27 <sup>(2)</sup> | +24        |
| その他              | 34            | 65 <sup>(3)</sup> | +31        |
| <b>その他の費用</b>    | <b>41</b>     | <b>96</b>         | <b>+55</b> |
| 受取利息             | 9             | 11                | +2         |
| 受取配当金            | 7             | 7                 | 0          |
| デリバティブ評価益        | 4             | 1                 | -3         |
| その他              | 2             | 1                 | -1         |
| <b>金融収益</b>      | <b>21</b>     | <b>20</b>         | <b>-2</b>  |
| 支払利息             | 60            | 56                | -4         |
| 為替差損             | 15            | 30                | +15        |
| その他              | 3             | 0                 | -2         |
| <b>金融費用</b>      | <b>78</b>     | <b>87</b>         | <b>+9</b>  |

■ その他の収益：

(1) 出資先の持分法適用  
会社化による一時的な  
収益認識（1Q計上）

■ その他の費用：

(2) ITシステムの減損計上  
含む  
(3) LHT窯業サイディング事  
業撤退による費用、欧  
州拠点の再編コスト含む

■ 為替差損：足元の為替  
変動による為替差損の  
計上

# セグメント別 実績及び通期業績予想

LIXIL

23

|                           |      | 25/3期 上期 |       |       | 26/3期 上期 |       |       |            | 26/3期 通期予想 |       |        |          |
|---------------------------|------|----------|-------|-------|----------|-------|-------|------------|------------|-------|--------|----------|
|                           |      | 日本       | 海外    | 計     | 日本       | 海外    | 計     | 前年<br>同期比% | 日本         | 海外    | 合計     | 前期比<br>% |
| (億円)                      |      |          |       |       |          |       |       |            |            |       |        |          |
| LWT                       | 売上収益 | 1,480    | 2,489 | 3,969 | 1,540    | 2,389 | 3,929 | -1.0%      | 3,200      | 5,110 | 8,310  | +3.2%    |
|                           | 事業利益 | 78       | 63    | 140   | 96       | 109   | 206   | +46.4%     | 205        | 200   | 405    | +9.9%    |
|                           | %    | 5.3%     | 2.5%  | 3.5%  | 6.3%     | 4.6%  | 5.2%  | +1.7 pt    | 6.4%       | 3.9%  | 4.9%   | +0.3 pt  |
| LHT                       | 売上収益 | 2,483    | 130   | 2,612 | 2,463    | 129   | 2,592 | -0.8%      | 5,090      | 280   | 5,370  | +1.9%    |
|                           | 事業利益 | 117      | 7     | 123   | 119      | 4     | 123   | -0.4%      | 280        | 15    | 295    | +13.3%   |
|                           | %    | 4.7%     | 5.1%  | 4.7%  | 4.8%     | 3.0%  | 4.7%  | +0.0 pt    | 5.5%       | 5.4%  | 5.5%   | +0.6 pt  |
| Living                    | 売上収益 | 978      |       | 978   | 1,003    |       | 1,003 | +2.6%      | 2,100      |       | 2,100  | +2.2%    |
|                           | 事業利益 | 27       |       | 27    | 34       |       | 34    | +26.4%     | 105        |       | 105    | +45.3%   |
|                           | %    | 2.8%     |       | 2.8%  | 3.4%     |       | 3.4%  | +0.6 pt    | 5.0%       |       | 5.0%   | +1.5 pt  |
| 連結調整<br>・他 <sup>(1)</sup> | 売上収益 |          |       | -161  |          |       | -164  | -          |            |       | -380   | -        |
|                           | 事業利益 |          |       | -186  |          |       | -194  | -          |            |       | -455   | -        |
| LIXIL <sup>(1)</sup>      | 売上収益 | 4,941    | 2,618 | 7,398 | 5,006    | 2,518 | 7,359 | -0.5%      | 10,390     | 5,390 | 15,400 | +2.3%    |
|                           | 事業利益 | 221      | 69    | 105   | 250      | 113   | 169   | +60.4%     | 590        | 215   | 350    | +11.7%   |
|                           | %    | 4.5%     | 2.6%  | 1.4%  | 5.0%     | 4.5%  | 2.3%  | +0.9 pt    | 5.7%       | 4.0%  | 2.3%   | +0.2 pt  |

(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

(2) 新報告セグメントによる前年度開示数字については、2025年4月30日公表の「25/3期決算説明資料」をご参照ください



| ASB<br>(ASD Holdings)<br>(百万米ドル) | 25/3期 |     |     |     |       | 26/3期 |     |     | 上期前年<br>同期比 |
|----------------------------------|-------|-----|-----|-----|-------|-------|-----|-----|-------------|
|                                  | 1Q    | 2Q  | 3Q  | 4Q  | 通期    | 1Q    | 2Q  | 累計  |             |
| 売上収益                             | 298   | 286 | 262 | 276 | 1,122 | 247   | 250 | 497 | -15%        |
| 事業利益                             | -12   | -6  | -13 | -12 | -44   | -19   | -16 | -34 | -           |
| 事業利益率                            | -     | -   | -   | -   | -     | -     | -   | -   | -           |

| Grohe Group<br>(グローエ)<br>(百万ユーロ) | 25/3期 |     |     |     |       | 26/3期 |     |     | 上期前年<br>同期比 |
|----------------------------------|-------|-----|-----|-----|-------|-------|-----|-----|-------------|
|                                  | 1Q    | 2Q  | 3Q  | 4Q  | 通期    | 1Q    | 2Q  | 累計  |             |
| 売上収益                             | 390   | 393 | 412 | 406 | 1,601 | 417   | 425 | 842 | +7%         |
| 事業利益                             | 20    | 39  | 44  | 47  | 150   | 51    | 44  | 96  | +62%        |
| 事業利益率                            | 5%    | 10% | 11% | 12% | 9%    | 12%   | 10% | 11% | +3.8pt      |

| ASB (ASD Holdings)<br>(百万米ドル) | 25/3期<br>残高 | 26/3期<br>上期残高 |
|-------------------------------|-------------|---------------|
| のれん <sup>(1)</sup>            | 225         | 225           |
| 無形資産 <sup>(1)</sup>           | 221         | 218           |

| Grohe Group (グローエ)<br>(百万ユーロ) | 25/3期<br>残高 | 26/3期<br>上期残高 |
|-------------------------------|-------------|---------------|
| のれん <sup>(1)</sup>            | 1,199       | 1,182         |
| 無形資産 <sup>(1)</sup>           | 1,382       | 1,377         |

26/3期 上期実績

| 為替レート | 期中平均    | 期末      |
|-------|---------|---------|
| USD   | 146.57円 | 148.88円 |
| EUR   | 167.74円 | 174.47円 |

(1) のれん及びその他の無形資産とその評価については、2025年3月期 有価証券報告書 p.145-147「14. のれん及びその他の無形資産」に記載  
[https://ssl4.eir-parts.net/doc/5938/yuho\\_pdf/S100VYMK/00.pdf#page=145](https://ssl4.eir-parts.net/doc/5938/yuho_pdf/S100VYMK/00.pdf#page=145)

## ➤ (ご参考) 事業関連・ESG関連トピックス

## ■ イノベーションによる豊かで快適な住まいの実現

着脱式の浴槽を備えたシステムバス  
「bathtope」の最上位モデルを発売<sup>(1)</sup>

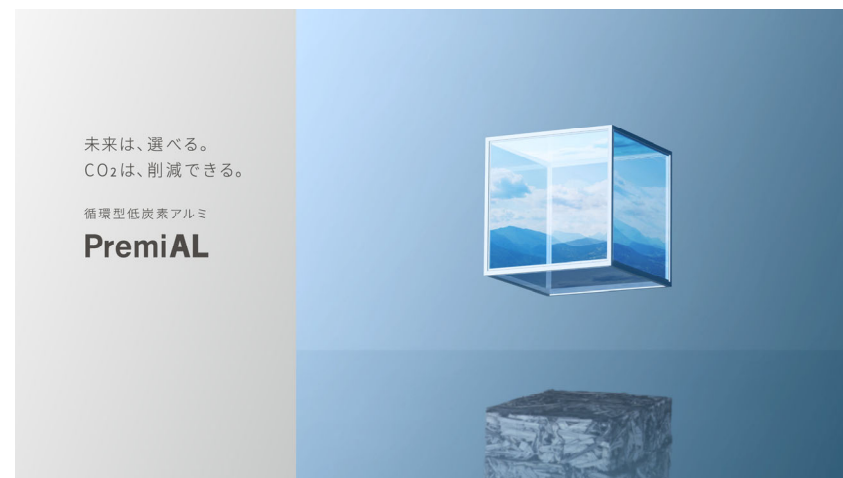


- ・「お風呂はもっと、自由でいい。」をコンセプトに、昨年国内で販売開始した、布製のたためる浴槽を備えた浴室空間「bathtope」の最上位モデルを発売
- ・最上位モデルGタイプの特長は、スライドドアによる浴室と洗面のシームレスな接続。ハイエンドアイテムを厳選して採用し、開放的で洗練された浴室空間を演出
- ・暮らしの多様化にあわせ、快適な住まいの実現に向けた付加価値の高い製品やサービス提供

(1) ニュースリリース <https://newsroom.lixil.com/ja/2025072501>

## ■ 脱炭素・資源循環型社会への貢献

循環型低炭素アルミ「PremiAL」を価格据え置きで標準展開<sup>(2)</sup>



- ・アルミ新地金のみで製造した場合と比較してCO<sub>2</sub>排出量を約50%削減する循環型低炭素アルミ「PremiAL」を、価格据え置きでLIXIL製品のアルミ（LIXIL製造のアルミ型材のみ）に10月より順次展開
- ・脱炭素化社会の実現に貢献。環境配慮と経済性を両立し、LIXILが創出するインパクトをさらに拡大
- ・「PremiAL R100」がロイター・グローバル・サステナビリティ・アワード2025のファイナリストに総申請数750社以上の中から選出

(2) ニュースリリース <https://newsroom.lixil.com/ja/2025091701>

### ■ 多様化するライフスタイルやニーズに対応し豊かで快適な住まいを実現

「洗面空間の当たり前を変えていく」  
洗面新製品を発売<sup>(1)</sup>



- ・「カスタムバニティ」：大容量の洗面ボウル・清掃性の高さといった機能性と豊富なカラーバリエーションによるデザイン性を両立。見積、提案書、図面、手配まで一括の“セット提案”でプロユーザーの業務負荷軽減に貢献
- ・「ランドリープラス」：間取りや理想に合わせて、バリエーション豊かなアイテムを自由に組み合わせることで、お好みのランドリー空間を実現。最適な動線により家事効率向上に貢献

(1)ニュースリリース <https://newsroom.lixil.com/ja/2025011302>

### ■ グローバルな衛生課題の解決

第9回アフリカ開発会議（TICAD 9）  
パートナーイベントに参画



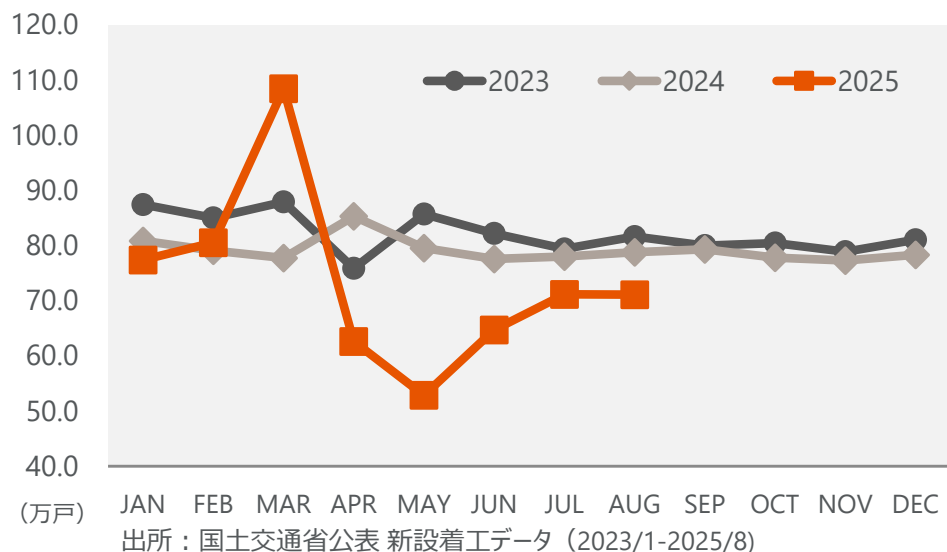
- ・ グローバルヘルスのためのインパクト投資イニシアティブ（トリプル・アイ）、内閣官房およびUNICEF（国連児童基金）が共催するアフリカが直面する健康課題に焦点を当てたイベントに瀬戸CEOが登壇し、衛生環境の改善に向け、官民の枠を超えた連携の重要性について議論
- ・ 上記トリプル・アイのイベントに加えて、LIXILとUNICEFの「MAKE A SPLASH!」パートナーシップ<sup>(2)</sup>のパネルディスカッション（LIXIL主催）<sup>(3)</sup>では、SDGs目標6の達成に向け、持続的な「衛生経済圏」の構築に必要な学び\*を報告

\*支援が届きにくい地域でのサプライチェーン構築、官民連携による普及促進、市場分断是正、公的資金の活用、政策への積極関与、制度の整備について

(2)MAKE A SPLASH! パートナーシップ <https://www.lixil.com/jp/makeasplash/>

(3)ニュースリリース [https://newsroom.lixil.com/ja/20250902\\_ticad9](https://newsroom.lixil.com/ja/20250902_ticad9)

## 日本における新築着工数の推移 (季節調整値年率)



## 新築着工水準 (対前年比)

- 2025/1-6：-7.5%
- 2025/1-8：-8.1%

|             | 2025年1月-8月<br>(8ヵ月) |        | 2025年4月-8月<br>(5ヵ月) |        |
|-------------|---------------------|--------|---------------------|--------|
|             | 戸数                  | 前年比    | 戸数                  | 前年比    |
| 総数          | 483,584             | -8.1%  | 277,065             | -19.4% |
| 持家(1)       | 129,534             | -8.5%  | 76,782              | -18.1% |
| 貸家          | 214,955             | -5.9%  | 122,118             | -18.9% |
| 分譲マンション     | 58,831              | -16.5% | 30,551              | -32.1% |
| 分譲戸建(2)     | 74,274              | -7.1%  | 43,358              | -13.7% |
| 戸建合計(1)+(2) | 203,808             | -8.0%  | 120,140             | -16.6% |

## アルミ価格 出所：LME 3ヵ月先物 (23/7/3-25/10/14)



## 銅価格 出所：LME 3ヵ月先物 (23/7/3-25/10/14)



| 為替<br>(期中平均レート) | 24/3期 実績 | 25/3期 実績 | 26/3期<br>計画前提 |
|-----------------|----------|----------|---------------|
| 米ドル             | 144.40円  | 152.48円  | 155.0円        |
| ユーロ             | 156.80円  | 163.62円  | 161.2円        |

| 原材料価格の実績         | 24/3期 実績   | 25/3期 実績   | 26/3期<br>計画前提 |
|------------------|------------|------------|---------------|
| アルミ価格<br>(購入ベース) | 33.5万円/トン  | 39.8万円/トン  | 44.8万円/トン     |
| 銅合金価格            | 100.9万円/トン | 117.0万円/トン | 126.2万円/トン    |



> (ご参考) 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             | 売上収益             |
| 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           | 税引前利益            |
|                 | 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  | 親会社の所有者に帰属する当期利益 |
| 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



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。

MAKE BETTER HOMES A REALITY FOR EVERYONE, EVERYWHERE

世界中の誰もが願う、豊かで快適な住まいの実現