

# 2026年3月期 第3四半期決算説明資料 [IFRS]

(2025年4月－2025年12月)

**LIXIL** 株式会社 LIXIL  
2026年1月30日

証券コード：5938



## 2026年3月期 第3四半期 業績の総括

### 2026年3月期 第3四半期実績 事業利益は365億円、EBITDAは984億円

#### ■ 国内

- ・ LWTJ・リビングは、新築需要は引き続き低調に推移するも、リフォーム商材は堅調維持、ともに前年比増収・増益を達成
- ・ LHTは、新築向けは引き続き低迷するも、補助金対象商品の売上が大きく伸長、収益に大きく貢献。売上・利益ともに前年並みを達成

#### ■ 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

- ・ 為替差損の計上により、金融費用が前年比増加
- ・ 2Q同様、連結子会社におけるドイツ法人税率変更により税金費用が前年比減少

## 来期の見通し：事業環境



### 全般

- コモディティ価格：アルミ・銅価格の上昇・価格高止まり傾向
- 為替：円安傾向継続により、日本事業にマイナス影響あり
- 各国政策による住宅市場の供給制約緩和への影響



### 日本

- 新築：新築着工数は低迷
- リフォーム：省エネ基準厳格化や補助金に後押しされ成長（窓リフォーム改修に対する補助金は継続決定）

#### リフォーム事業の強化



### 米国

- 住宅市場回復が遅れるも、政策実現（住宅価格上昇抑制等）によるプラス影響に期待
- 金利・インフレ動向による住宅市場への影響について要注視

#### 米国のターンアラウンド



### 欧州

- 「中期の道筋」策定時はFYE2027から住宅市場の本格回復を想定するも、市場の回復時期に遅れ
- 各国の政策実現にハードルあり

#### GROHEブランドの成長



### IMEA

- インド：都市開発と中間層の拡大による住宅需要増加
- 中東：サウジアラビアを筆頭に需要が堅調

#### GROHEブランドの成長

### 中国・アジア太平洋地域

- 中国住宅市場は低迷継続。輸出増値税還付廃止の影響あり
- ベトナム中心にAPACは回復傾向。タイは中国増値税還付廃止により、競合環境が軟化する可能性あり

#### 差別化商品の拡販

## 前年同期比で減収増益

### ■ 売上収益 11,385億円、前年同期比 20億円減

- ・ 3Q3ヵ月（増減率）：国内 0%、海外 +2%（為替影響除く、-3%）
- ・ 3Q9ヵ月（増減率）：国内 +1%、海外 -2%（為替影響除く、-3%）

### ■ 事業利益 365億円、前年同期比 54億円増

- ・ 3Q3ヵ月（増減額）：  
LWT -2億円、LHT +1億円、Living -2億円、連結調整/他 -7億円
- ・ 3Q9ヵ月（増減額）：  
LWT +63億円、LHT +1億円、Living +6億円、連結調整/他 -15億円

### ■ EBITDA<sup>(1)</sup> 984億円、前年同期比 47億円増

### ■ 最終四半期利益<sup>(2)</sup> 118億円、前年同期比 75億円増

- ・ 3Q3ヵ月（増減額）：金融費用の増加あるも、法人所得税費用減少により前年比2億円改善
- ・ 3Q9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75億円改善

(1) EBITDA = 事業利益 + 減価償却費

(2) 最終四半期利益 = 親会社の所有者に帰属する四半期利益

	第3四半期 9ヵ月				第3四半期 3ヵ月		
(億円)	25/3期	26/3期	前年 同期比	%	26/3期	前年 同期比	%
売上収益	11,405	11,385	-20	-0.2%	4,026	+19	+0.5%
売上総利益	3,770	3,912	+141	+3.8%	1,393	+34	+2.5%
(%)	33.1%	34.4%	+1.3 pt	-	34.6%	+0.7 pt	-
販管費	3,460	3,547	+87	+2.5%	1,196	+43	+3.8%
事業利益 <sup>(1)</sup>	311	365	+54	+17.5%	196	-9	-4.5%
(%)	2.7%	3.2%	+0.5 pt	-	4.9%	-0.3 pt	-
非継続事業を含む 最終四半期利益 <sup>(2)</sup>	43	118	+75	+175.7%	85	+2	+2.9%
EPS (円)	14.91	41.08	+26.17	+175.5%	29.40	+0.81	+2.8%
EBITDA <sup>(3)</sup>	937	984	+47	+5.0%	406	-8	-1.9%
(%)	8.2%	8.6%	+0.4 pt	-	10.1%	-0.2 pt	-

■ 売上総利益率：前年同期比1.3pt良化

■ 販管費：国内人件費を主因に前年同期比87億円の増加（日本+67億円、海外+8億円、為替換算影響+14億円）。販管費率は、0.8pt悪化

■ 事業利益率：前年同期比0.5pt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四半期利益

(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、価格改定とリフォーム向け売上により売上・利益共に前年水準を維持。  
 Livingは、リフォーム向け売上が堅調に推移し増収増益

		第3四半期 9ヵ月			第3四半期 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	6,066	<b>6,040</b>	-27	<b>2,111</b>	+13
	事業利益	280	<b>343</b>	+63	<b>137</b>	-2
LHT	売上収益	4,047	<b>4,044</b>	-2	<b>1,453</b>	+19
	事業利益	244	<b>245</b>	+1	<b>123</b>	+1
Living	売上収益	1,543	<b>1,558</b>	+16	<b>555</b>	-10
	事業利益	67	<b>73</b>	+6	<b>39</b>	-2
全社/連結調整	売上収益	-251	<b>-257</b>	-6	<b>-93</b>	-3
	事業利益	-281	<b>-296</b>	-15	<b>-102</b>	-7
合計	売上収益	11,405	<b>11,385</b>	-20	<b>4,026</b>	+19
	事業利益	311	<b>365</b>	+54	<b>196</b>	-9

## 為替影響<sup>(1)</sup>

**3Q3ヵ月**：売上収益 +68億円、事業利益 +5億円

**3Q9ヵ月**：売上収益 +38億円、事業利益 +6億円

<sup>(1)</sup> 在外子会社からの損益の為替換算影響額

<sup>(2)</sup> 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第3四半期業績は以下のとおり

		第3四半期 9ヵ月					第3四半期 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 変更による 増減 (2)	セグメント 変更を除く 増減			セグメント 変更による 増減 (2)	セグメント 変更を除く 増減	
LWT	売上収益	6,987	6,984	-3	+24	-27	2,451	+15	+2	+13
	事業利益	319	395	+76	+13	+63	167	0	+2	-2
LHT	売上収益	4,497	4,480	-17	-15	-2	1,604	+7	-12	+19
	事業利益	273	266	-7	-7	+1	132	-2	-4	+1
全社/ 連結調整	売上収益	-79	-80	0	+6	-6	-29	-3	0	-3
	事業利益	-281	-296	-15	0	-15	-102	-7	0	-7
合計	売上収益	11,405	11,385	-20	-	-	4,026	+19	-	-
	事業利益	311	365	+54	-	-	196	-9	-	-

### 為替影響<sup>(1)</sup>

3Q3ヵ月：売上収益 +68億円、事業利益 +5億円

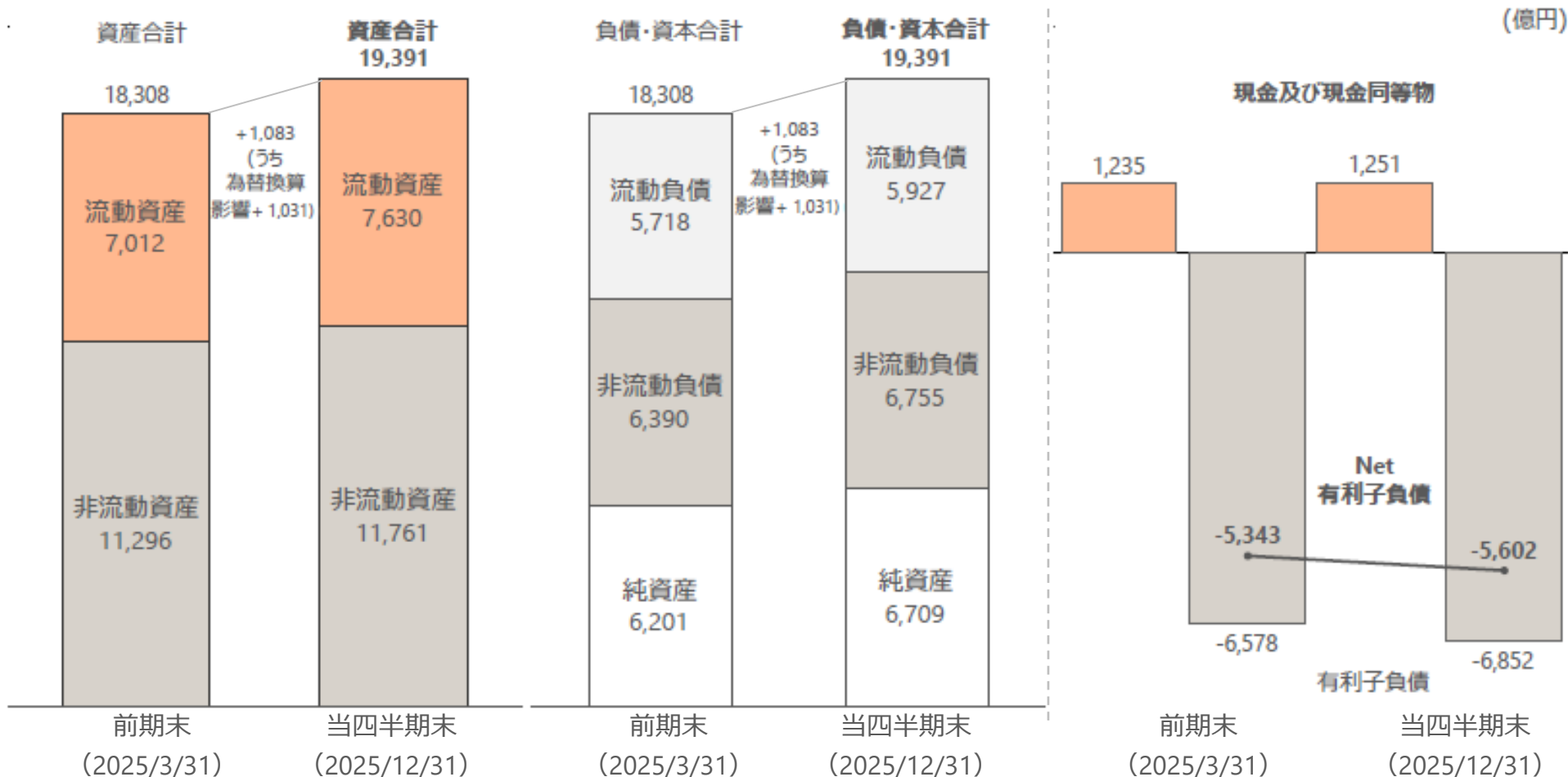
3Q9ヵ月：売上収益 +38億円、事業利益 +6億円

(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



欧州における資産の為替換算影響により、総資産が増加。  
自己資本比率は、34.4%

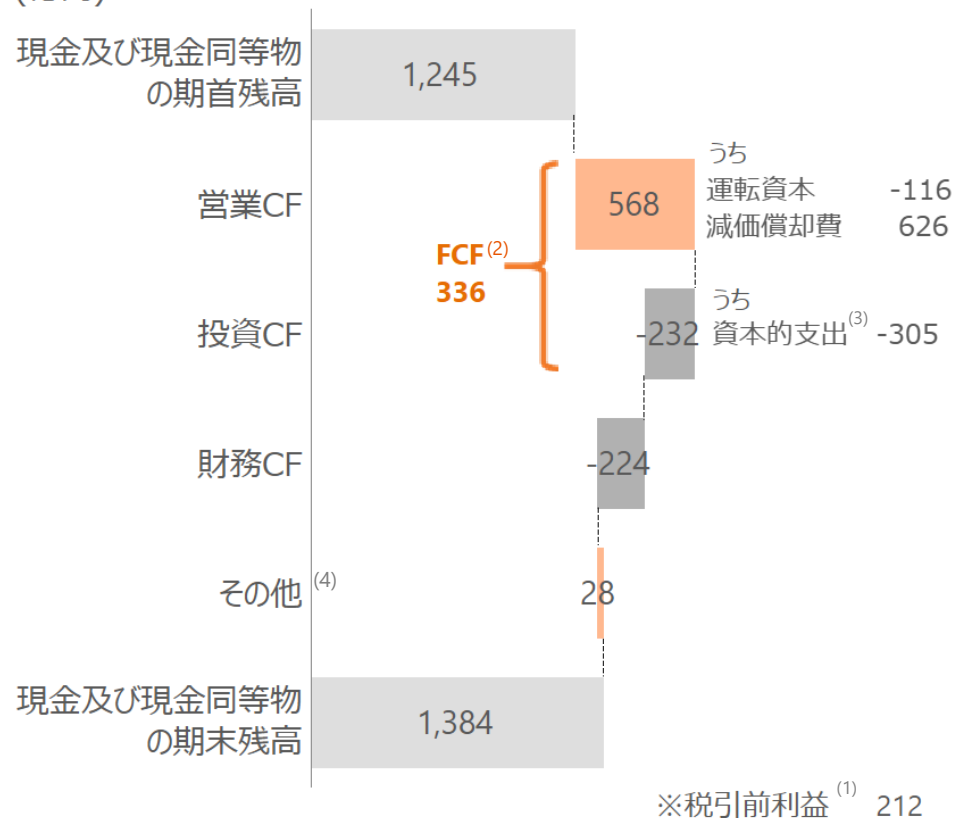




売上債権ならびに棚卸資産増加により営業キャッシュフローは前年比減少するも、フリーキャッシュフローはプラスを維持

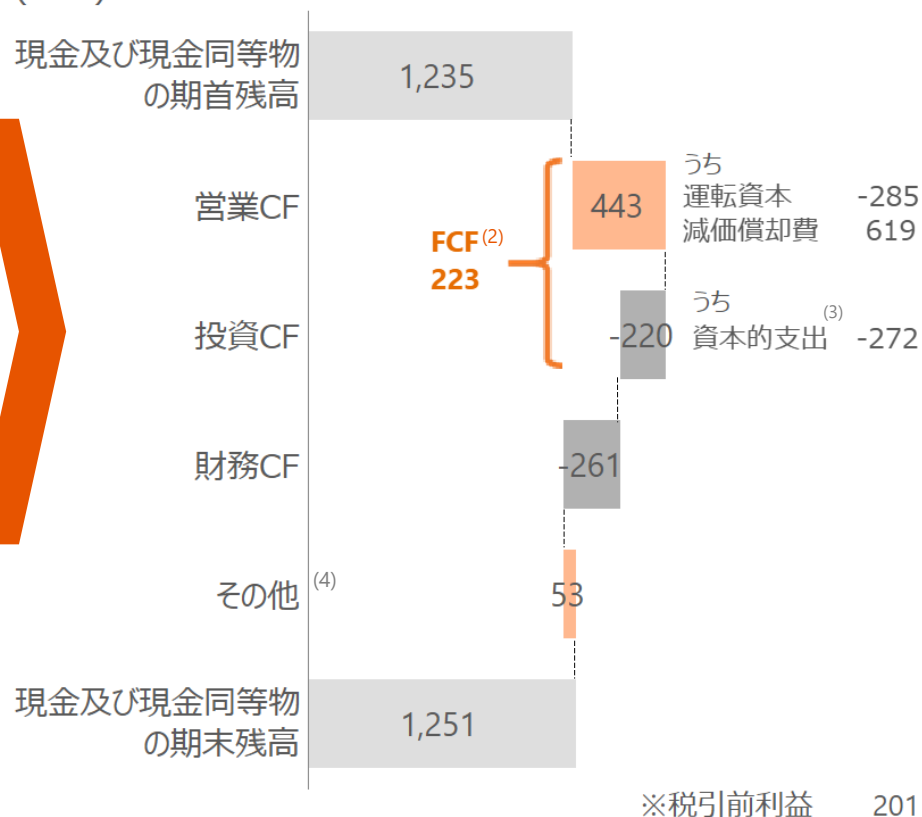
## 25/3期 第3四半期 <sup>(1)</sup>

(億円)



## 26/3期 第3四半期

(億円)



(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 リースによる使用権資産の取得を除く)

(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

		25/3期 第3四半期実績	26/3期 第3四半期実績	前年同期比		26/3期 業績予想
(億円)				増減	%	
日本	売上収益	2,346	2,396	+51	+2.2%	3,200
	事業利益	164	191	+26	+15.9%	205
	%	7.0%	8.0%	+0.9 pt	-	6.4%
海外 <sup>(1)</sup>	売上収益	3,721	3,643	-78	-2.1%	5,110
	事業利益	115	152	+37	+32.0%	200
	%	3.1%	4.2%	+1.1 pt	-	3.9%
LWT合計	売上収益	6,066	6,040	-27	-0.4%	8,310
	事業利益	280	343	+63	+22.5%	405
	%	4.6%	5.7%	+1.1 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1.0pt減の60.3%

## 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、カラー商材好調によるミックス改善効果により、前年同期比増益
- **海外事業利益比率**：前年同期比3.2pt増の44.4%

(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 -116億円、-3%。事業利益 +31億円、+27%

# ウォーターテクノロジー事業 (LWT) 海外地域別売上収益

LIXIL

11

地域別売上 (マネジメントベース) <sup>(1)</sup> (億円)	26/3期 第3四半期実績	前年同期比 現地通貨 ベース	26/3期 業績予想	前年同期比 現地通貨 ベース
アメリカ	1,138	-4% <sup>(2)</sup>		+10% <sup>(3)</sup>
欧州	1,312	+5%		+5%
IMEA (インド、中東、アフリカ地域)	548	+15%		+12%
アジア太平洋地域	318	0%		+11%
中国	294	-11%		+7%
連結調整・他	33	-		-

<b>LWT海外合計 (制度会計ベース)<sup>(1)</sup></b>	<b>3,643</b> (前年同期比 -2%)	<b>5,110</b> (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>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、オランダ等主要地域に加え、南欧や東欧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、その他湾岸諸国等全地域で増収</li> <li>インドは好調だった前年比で増収を維持</li> </ul>
アジア太平洋	減収	横ばい	<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>タイは需要低迷や供給過多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 3Q実績 1USD=149.33円、1EUR=171.84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-13%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、リフォーム売上が新築売上をカバーし、減収増益。

海外事業はタイの市況低迷影響をインドにおける拡販でカバーし、売上・利益とも横ばい

(億円)		25/3期 第3四半期実績	26/3期 第3四半期実績	前年同期比		26/3期 業績予想
				増減	%	
日本	売上収益	3,847	3,836	-11	-0.3%	5,090
	事業利益	234	236	+2	+1.0%	280
	%	6.1%	6.2%	+0.1 pt	-	5.5%
海外	売上収益	200	208	+9	+4.3%	280
	事業利益	10	9	-1	-13.5%	15
	%	5.2%	4.3%	-0.9 pt	-	5.4%
(1) LHT合計	売上収益	4,047	4,044	-2	-0.1%	5,370
	事業利益	244	245	+1	+0.3%	295
	%	6.0%	6.1%	+0.0 pt	-	5.5%

## 売上収益

- リフォーム売上是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微減

## 事業利益

- 新築向け売上減、2Qでの窯業サイディング事業関連の費用計上の影響あるも、リフォーム売上が好調、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 第3四半期実績（ご参考）

LHTビル事業除く  
ビル事業

売上収益 3,306億円、事業利益 179億円、事業利益率 5.4%

売上収益 738億円、事業利益 66億円、事業利益率 9.0%



## 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 第3四半期実績	26/3期 第3四半期実績	前年同期比		26/3期 業績予想
				増減	%	
Living合計	売上収益	1,543	1,558	+16	+1.0%	2,100
	事業利益	67	73	+6	+8.2%	105
	%	4.4%	4.7%	+0.3 pt	-	5.0%

### 売上収益

- リフォーム向け売上が好調に推移。前年同期比で増収

### 事業利益

- 商品ミックス悪化継続するも、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	3Q
+5.7	+8.7	+10.9	+6.9	+8.6	+2.5	-0.4
+4.2	+0.6	+4.5	+1.6	+6.3	-0.1	+0.3
-0.9	-6.2	-3.1	-3.0	-2.6	-0.5	-3.8
+1.3	-5.4	+5.6	+4.5	+0.6	-0.5	+4.7
-0.5	-3.4	-2.1	+5.5	+3.7	+1.3	-0.8
-12.1	-13.3	-8.5	+1.2	+1.4	-0.6	-7.8
+2.0	+8.0	-6.1	+1.9	-9.3	-2.2	+3.7
-26.7	-25.0	-1.7	-8.0	-6.8	-11.1	-12.9
+2.3	+1.0	+2.5	+4.7	+6.8	+1.4	-0.1
-5.8	-6.4	-4.7	-7.0	+3.4	+1.4	+0.8
-3.7	-4.9	-2.2	+0.7	+3.0	-2.4	-3.8
+9.9	+1.2	+5.7	-2.5	-8.5	+1.0	+2.4
+3.0	-0.8	+2.6	+1.1	-1.4	+0.3	+0.5

LWT	水栓金具	280	203	218	+7.1%
-----	------	-----	-----	-----	-------

-0.3	+15.3	+10.7	+8.5	+16.0	+4.3	<b>+2.4</b>
------	-------	-------	------	-------	------	-------------

(2) 海外水まわり事業の商品別売上状況については、p.17参照

リフォーム商材売上構成比2.3pt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)	第3四半期 9ヵ月				第3四半期 3ヵ月	
	25/3期 実績 <sup>(1)</sup>	26/3期 実績	増減	前年 同期比	26/3期 実績	前年 同期比
リフォーム商材売上	2,916	3,093	+177	+6.1%	1,157	+8.2%
LWT-J				+6%		+4%
LHT				+6%		+13%
ビル事業除く				+7%		+12%
ビル事業				+3%		+17%
Living				+6%		+5%
リフォーム売上構成比	46%	48%	+2.3pt		50%	+3.4pt

## セグメント別リフォーム売上構成比

	25/3期 3Q	26/3期 3Q	増減
LWT	55%	57%	+1.9pt
LHT	41%	44%	+2.5pt
Living	47%	49%	+2.1pt
国内・計	46%	48%	+2.3pt

## 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 第3四半期 9ヵ月						26/3期 第3四半期 3ヵ月					
	海外 事業 合計	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	海外 事業 合計	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
売上構成比												
水栓金具 (浴室)	42%	13%	60%	61%	35%	50%	42%	13%	60%	60%	35%	51%
衛生陶器等	43%	66%	24%	35%	61%	38%	43%	67%	24%	36%	61%	35%
水栓金具 (キッチン)	9%	5%	16%	4%	3%	5%	9%	6%	16%	3%	2%	5%
浴槽・シャワーシステム	4%	13%	0%	0%	1%	1%	4%	12%	0%	0%	1%	0%
その他	2%	3%	1%	0%	1%	7%	2%	3%	0%	1%	1%	9%
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)	+2%	-10%	+2%	+15%	+4%	-6%	0%	-6%	+1%	+9%	+2%	-13%
衛生陶器等	+2%	+1%	+10%	+18%	-2%	-21%	+2%	+3%	+9%	+21%	-5%	-32%
水栓金具 (キッチン)	+5%	-2%	+7%	+11%	+27%	-9%	+7%	+13%	+8%	+9%	-6%	-19%
浴槽・シャワーシステム	-23%	-23%	-11%	-23%	-2%	+14%	-21%	-21%	+1%	-29%	-14%	-48%

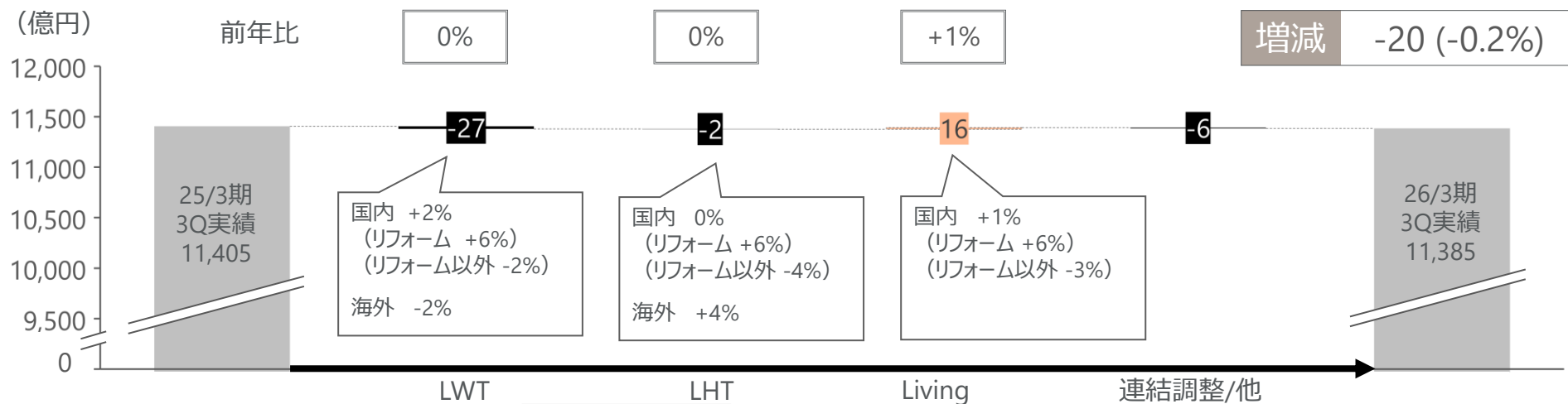
(1) LIXIL Playbookの優先課題『ウォーター事業における海外事業の成長促進』の進捗については統合報告書2025 p.27、29-32、74をご参照ください  
[https://ssl4.eir-parts.net/doc/5938/ir\\_material\\_for\\_fiscal\\_ym37/181737/00.pdf#page=28](https://ssl4.eir-parts.net/doc/5938/ir_material_for_fiscal_ym37/181737/00.pdf#page=28)

# 2026年3月期 第3四半期 (9ヵ月) 売上収益・事業利益の増減 (前年同期差)

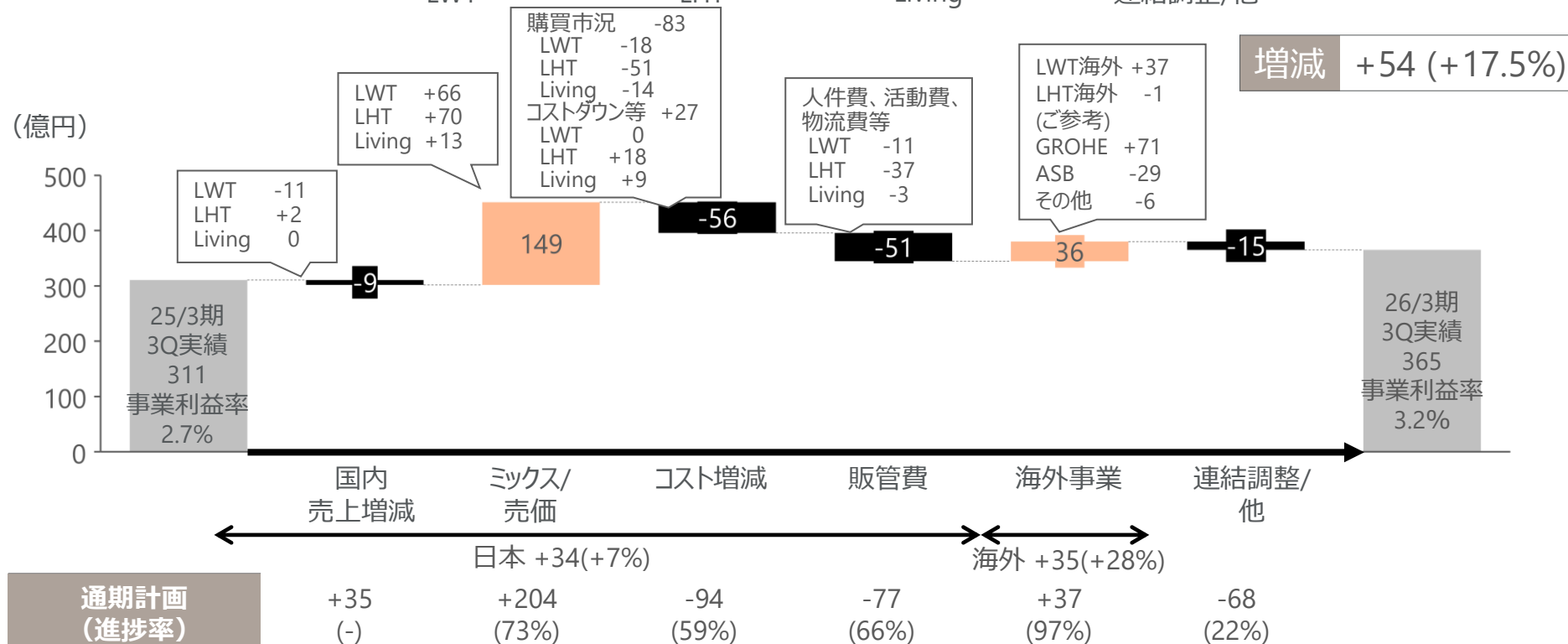
LIXIL

18

売上収益



事業利益

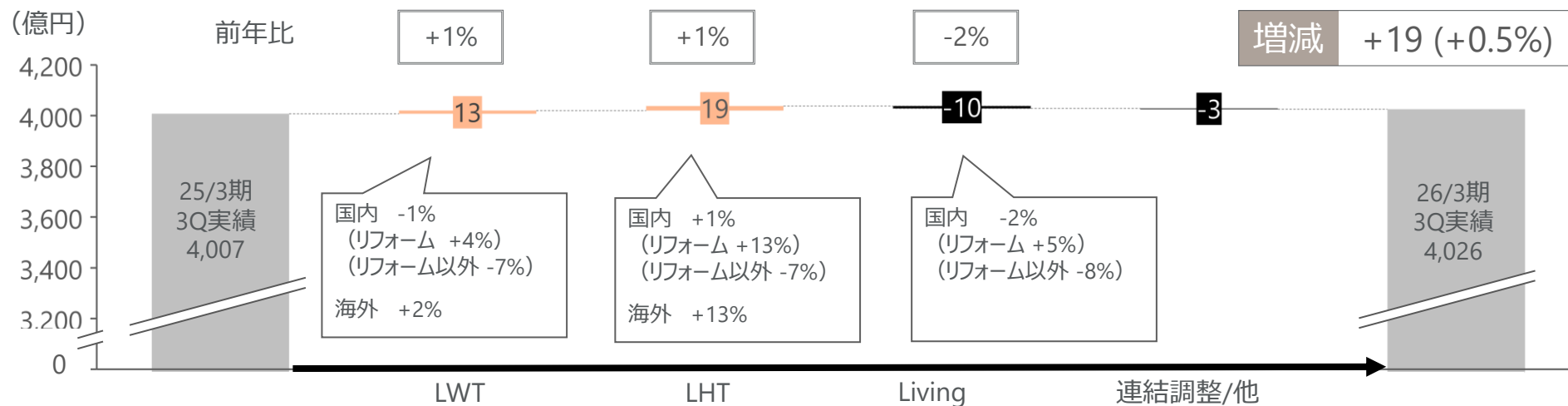


# 2026年3月期 第3四半期 (3ヵ月) 売上収益・事業利益の増減 (前年同期差)

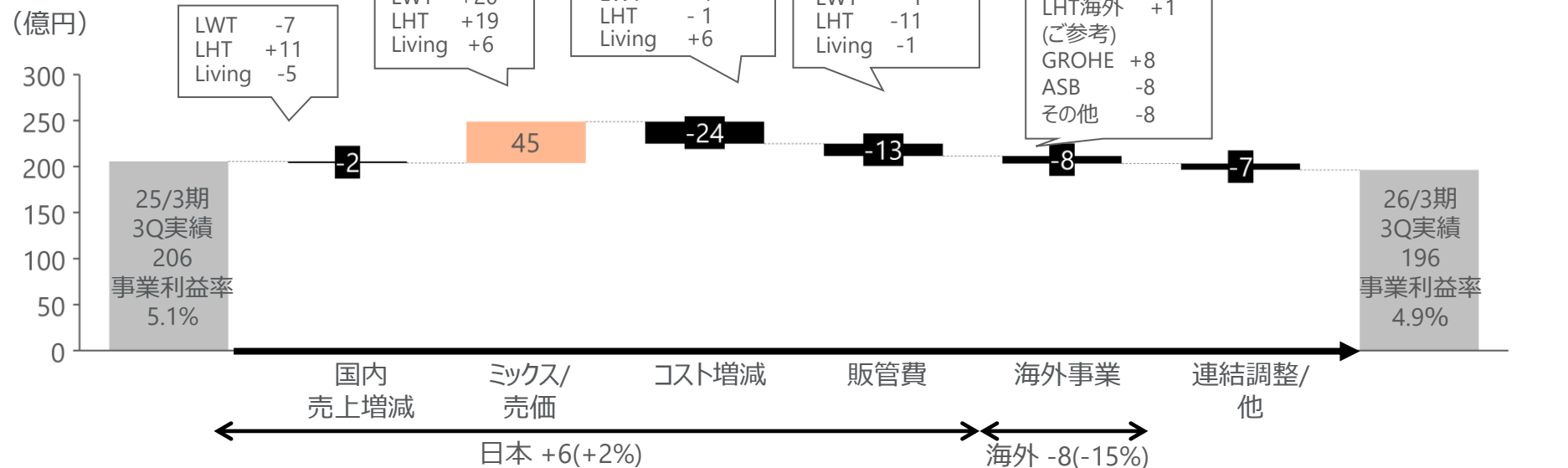
LIXIL

19

売上収益



事業利益



# 2026年3月期 第3四半期 その他収益・費用、金融収益・費用 内訳

	25/3期 3Q実績	26/3期 3Q実績	増減
(億円)			
持分法適用に伴う再測定による利益	-	17 (1)	+17
その他	43	41	-2
<b>その他の収益</b>	<b>43</b>	<b>58</b>	<b>+15</b>
有形固定資産処分損	6	6	0
減損損失	10	35 (2)	+25
その他	53	78 (3)	+25
<b>その他の費用</b>	<b>70</b>	<b>119</b>	<b>+49</b>
受取利息	13	15	+1
受取配当金	11	12	+1
デリバティブ評価益	2	1	-1
その他	2	1	-1
<b>金融収益</b>	<b>29</b>	<b>30</b>	<b>+1</b>
支払利息	91	85	-5
為替差損	8	43	+35
その他	3	1	-2
<b>金融費用</b>	<b>102</b>	<b>129</b>	<b>+27</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

21

		25/3期 第3四半期			26/3期 第3四半期			前年 同期比%	26/3期 通期予想			
		日本	海外	計	日本	海外	計		日本	海外	合計	前期比 %
LWT	売上収益	2,346	3,721	6,066	2,396	3,643	6,040	-0.4%	3,200	5,110	8,310	+3.2%
	事業利益	164	115	280	191	152	343	+22.5%	205	200	405	+9.9%
	%	7.0%	3.1%	4.6%	8.0%	4.2%	5.7%	+1.1 pt	6.4%	3.9%	4.9%	+0.3 pt
LHT	売上収益	3,847	200	4,047	3,836	208	4,044	-0.1%	5,090	280	5,370	+1.9%
	事業利益	234	10	244	236	9	245	+0.3%	280	15	295	+13.3%
	%	6.1%	5.2%	6.0%	6.2%	4.3%	6.1%	+0.0 pt	5.5%	5.4%	5.5%	+0.6 pt
Living	売上収益	1,543		1,543	1,558		1,558	+1.0%	2,100		2,100	+2.2%
	事業利益	67		67	73		73	+8.2%	105		105	+45.3%
	%	4.4%		4.4%	4.7%		4.7%	+0.3 pt	5.0%		5.0%	+1.5 pt
連結調整 ・他 <sup>(1)</sup>	売上収益			-251			-257	-			-380	-
	事業利益			-281			-296	-			-455	-
LIXIL <sup>(1)</sup>	売上収益	7,735	3,921	11,405	7,791	3,851	11,385	-0.2%	10,390	5,390	15,400	+2.3%
	事業利益	466	126	311	500	161	365	+17.5%	590	215	350	+11.7%
	%	6.0%	3.2%	2.7%	6.4%	4.2%	3.2%	+0.5 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 (ASD Holdings) (百万米ドル)	25/3期					26/3期				3Q累計 前年 同期比
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	累計	
売上収益	298	286	262	276	1,122	247	250	239	736	-13%
事業利益	-12	-6	-13	-12	-44	-19	-16	-18	-52	-
事業利益率	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Grohe Group (グローエ) (百万ユーロ)	25/3期					26/3期				3Q累計 前年 同期比
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	累計	
売上収益	390	393	412	406	1,601	417	425	414	1,256	+5%
事業利益	20	39	44	47	150	51	44	45	141	+36%
事業利益率	5%	10%	11%	12%	9%	12%	10%	11%	11%	+2.5pt

ASB (ASD Holdings) (百万米ドル)	25/3期 残高	26/3期 3Q残高
のれん <sup>(1)</sup>	225	225
無形資産 <sup>(1)</sup>	221	217

Grohe Group (グローエ) (百万ユーロ)	25/3期 残高	26/3期 3Q残高
のれん <sup>(1)</sup>	1,199	1,184
無形資産 <sup>(1)</sup>	1,382	1,374

## 26/3期 3Q実績

為替レート	期中平均	期末
USD	149.33円	156.56円
EUR	171.84円	184.33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

## ■ 低炭素・資源循環型社会への貢献

第7回日経SDGs経営大賞にて業界初の「環境価値賞」を受賞<sup>(1)</sup>



- SDGs（持続可能な開発目標）に貢献する先進企業を表彰する「第7回日経SDGs経営大賞」にて、LIXILは住宅設備機器・建材業界として初の「環境価値賞」を受賞
- 「環境価値賞」：気候変動、資源、生物多様性等の重要テーマについて、企業の取り組み状況を総合的に評価
- LIXILの取り組み：PVロールスクリーン<sup>(2)</sup>、FRPマテリアルリサイクル<sup>(3)</sup>等の社会全体の環境負荷の低減に貢献

(1)ニュースリリース <https://newsroom.lixil.com/ja/2025112899>

(2)ニュースリリース <https://newsroom.lixil.com/ja/2025041401>

## ■ パートナースhipを通じたインパクトの拡大

SWA（Sanitation and Water for All）  
2025のセクター大臣会合に参加<sup>(4)</sup>



- 国連主催のSWA（Sanitation and Water for All：すべての人に衛生と水を）のグローバル・リーダーシップ評議会メンバーに瀬戸CEOが民間企業から初めて選出（2023年より）
- 2025年10月のセクター大臣会合に評議会メンバーとして瀬戸も出席。製品提供にとどまらない持続可能なビジネスの仕組み作りの必要性、解決を加速させるための官民連携の強固なパートナーシップの重要性を強調

(3)ニュースリリース <https://newsroom.lixil.com/ja/2025011501>

(4)ウェブサイト <https://www.lixil.com/jp/impact/sanitation/partnerships.html>

## ■ イノベーションを通じた社会課題の解決

ビデ専用ノズルが「Femtech Japan Award 2025」の最高位賞「GOLD」を受賞<sup>(1)</sup>



- ・ ビデ専用ノズル<sup>(2)</sup>が最高位の「GOLD」を受賞。女性の気持ちに寄り添い、おしりとビデでノズルを兼用しないという清潔感への不安を解消した点等が特に高く評価
- ・ ビデ専用ノズルはLIXILのシャワートイレ全機種に搭載。女性の健康課題解決に向けた製品開発に加え、幅広い世代への啓発活動を継続実施
- ・ 多様な従業員の英知と視点を活かしたイノベーション、社内外のコラボレーション促進により、多様なニーズに応え、全ての人びとの健康で快適な暮らしに貢献

(1)ニュースリリース <https://newsroom.lixil.com/ja/2025121801>

(2)ウェブサイト <https://www.lixil.co.jp/lineup/toiletoom/s/2nozzle/>

## ■ 洗練されたデザインがブランド価値向上を牽引

「bathtope」等の革新的なデザインの製品群が国内外のデザイン賞を受賞



### GOOD DESIGN AWARD 2025

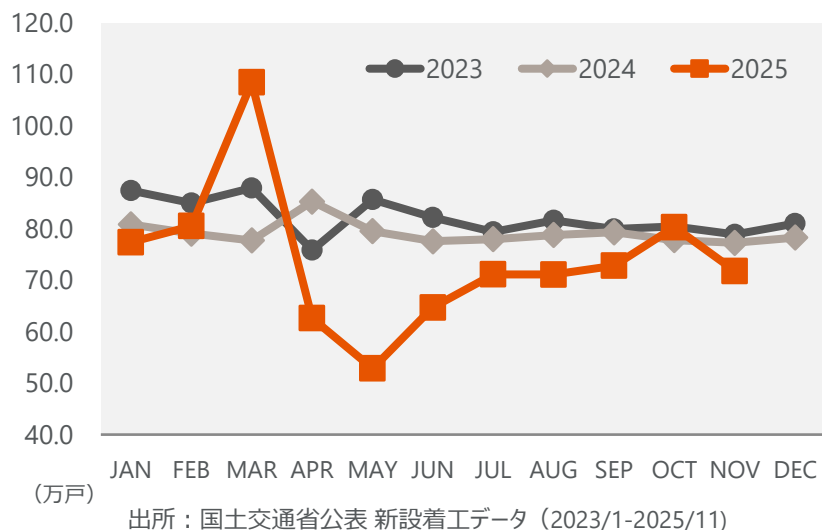
- ・ 世界8拠点にグローバルデザインセンターを設置し、デザイナーが上流から製品開発に参画する体制を構築。国内販売の布製浴槽を備えたシステムバス「bathtope」をはじめとしたデザイン性の高い製品群がブランド価値向上を牽引
- ・ 主な受賞状況
  - 2025年度グッドデザイン賞：8製品が受賞<sup>(3)</sup>
  - German Design Award 2026：10製品が受賞<sup>(4)</sup>
  - JIDAデザインミュージアムセレクションVol.27：2製品が受賞<sup>(5)</sup>

(3) ニュースリリース <https://newsroom.lixil.com/ja/2025101599>

(4) ニュースリリース <https://newsroom.lixil.com/ja/2025112501>

(5) ニュースリリース <https://newsroom.lixil.com/ja/2025112802>

## 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)

- 2025/1-9 : -8.0%
- 2025/1-11 : -7.0%

	2025年1月-11月 (11ヵ月)		2025年4月-11月 (8ヵ月)	
	戸数	前年比	戸数	前年比
総数	678,549	-7.0%	472,030	-13.7%
持家(1)	183,789	-8.3%	131,037	-14.1%
貸家	299,473	-5.1%	206,636	-13.1%
分譲マンション	82,153	-13.4%	53,873	-22.4%
分譲戸建(2)	105,297	-4.9%	74,381	-8.2%
戸建合計(1)+(2)	289,086	-7.1%	205,418	-12.1%

## アルミ価格 出所：LME 3ヵ月先物 (23/10/2-26/1/19)



## 銅価格 出所：LME 3ヵ月先物 (23/10/2-26/1/19)



為替 (期中平均レート)	24/3期 実績	25/3期 実績	26/3期 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 計画前提
アルミ価格 (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	<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



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