

証券コード: 5938



2015年3月期 第1四半期決算説明資料 (2014年4月－6月)

2014年8月4日

株式会社 LIXILグループ

この資料には、(株)LIXILグループ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。

Copyright © LIXIL Group Corporation, All rights reserved.



I. 第1四半期決算の概要

Copyright © LIXIL Group Corporation, All rights reserved.

I-1. 第1四半期(3ヶ月)決算のポイント

減益スタートは想定内

- 売上 10%増、粗利実質改善、販管費増により
営業利益44億減益
- リフォーム等の先行投資及び一過性費用により販管費増
- ノーマライズドベースでは営業利益12%増
- 海外事業は増収増益
- 消費増税の影響で新築は微減だったものの、
リフォームは増収維持
- リフォーム向け新商品多数発売

Copyright © LIXIL Group Corporation. All rights reserved.

2

I-2. 第1四半期(3ヶ月)連結業績結果(1)

| | 14/3期 第1四半期実績 | 15/3期 第1四半期実績 | 前年同期比 | | 単位:億円、% |
|------------------|------------------|------------------|-------|-------|--|
| | | | 増減 | % | |
| 売上高 | 3,484 | 3,815 | 331 | 9.5 | 国内 +0% 海外 +59% |
| 売上総利益 | 980 | 1,047 | 68 | 6.9 | |
| 売上総利益率 | 28.1% | 27.5% | - | -0.7P | 国内ほぼ横ばい 海外売上構成比 upにより低下 |
| 販管費 | 888 | 999 | 111 | 12.5 | |
| 販管費比率 | 25.5% | 26.2% | - | +0.7P | 営業先行投資など により一時的 悪化 |
| 営業利益 | 92 | 48 | -44 | -47.5 | |
| 営業利益率 | 2.6% | 1.3% | - | -1.4P | |
| 経常利益 | 136 | 46 | -90 | -66.4 | 前期為替差益 今期GROHE 取得費用 |
| 税引前利益 | 129 | 36 | -93 | -72.1 | |
| 四半期純利益 | 89 | 1 | -88 | -98.8 | |
| のれん償却前 四半期純利益 | 103 | 34 | -69 | -67.0 | 前期子会社再編に伴う 税効果 今期GROHE取得費用 等税効果対象外費用増 |
| のれん償却前 EPS(円) | 35 | 12 | -24 | -67.1 | |
| EBITDA * | 218 | 166 | -52 | -23.8 | |
| EBITDA 比率 | 6.2% | 4.3% | - | -1.9P | |

Copyright © LIXIL Group Corporation. All rights reserved.

* 営業利益+減価償却費+のれん償却費を表しています。

3

I-2. 第1四半期(3ヶ月)連結業績結果(2)

単位: 億円、%

| | 15/3期 第1四半期 財務諸表 | 一時要因・ 先行投資 | 14/3期 第1四半期 実績 | 15/3期 第1四半期 ノーマライスト 実績 | 前年同期比 | | 前年同期比 | |
|--------|------------------------|---------------|----------------------|---------------------------------|-------|-------|-------|------|
| | | | | | 増減 | % | ASB除く | % |
| 売上高 | 3,815 | 0 | 3,484 | 3,815 | 331 | 9.5 | 96 | 2.7 |
| 売上総利益 | 1,047 | -13 | 980 | 1,060 | 81 | 8.2 | | |
| 売上総利益率 | 28.1% | | 28.1% | 27.8% | - | -0.3P | | |
| 販管費 | 999 | 42 | 888 | 957 | 69 | 7.8 | | |
| 販管費比率 | 25.5% | | 25.5% | 25.1% | - | -0.4P | | |
| 営業利益 | 48 | -55 | 92 | 103 | 11 | 12.3 | 4 | 4.4 |
| 営業利益率 | 2.6% | | 2.6% | 2.7% | - | +0.1P | - | 0.0P |
| 経常利益 | 46 | -93 | 136 | 139 | 3 | 1.9 | -5 | -3.4 |
| 税引前利益 | 36 | -98 | 129 | 134 | 5 | 3.9 | -2 | -1.8 |

一時要因・先行投資

【売上総利益▲13】

雪害影響 ▲13

【営業外損益▲38、特別損益▲5】

GROHE取得費用及びのれん暫定処理 ▲38

ASB過年度取得原価償却 ▲5

【販管費+42】

BT-16先行投資 +12

営業先行投資 +19

雪害影響 +11

Copyright © LIXIL Group Corporation. All rights reserved.

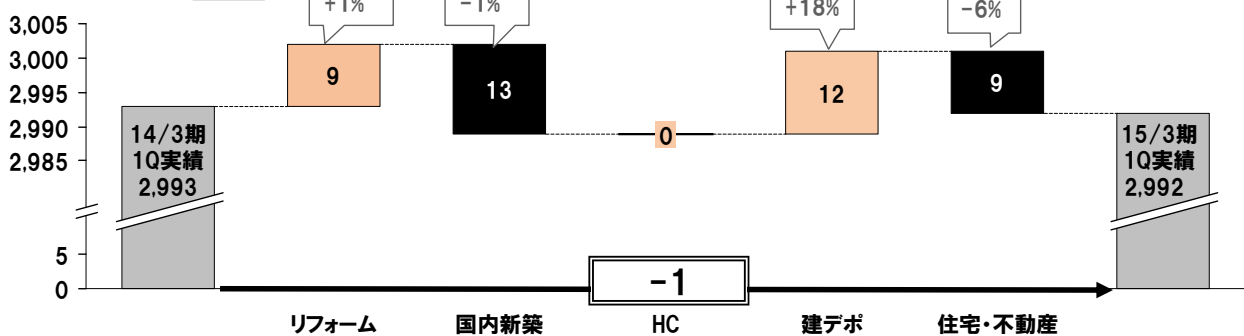
4

I-3. 国内 売上・営業利益の増減(前年差)

売上

0%

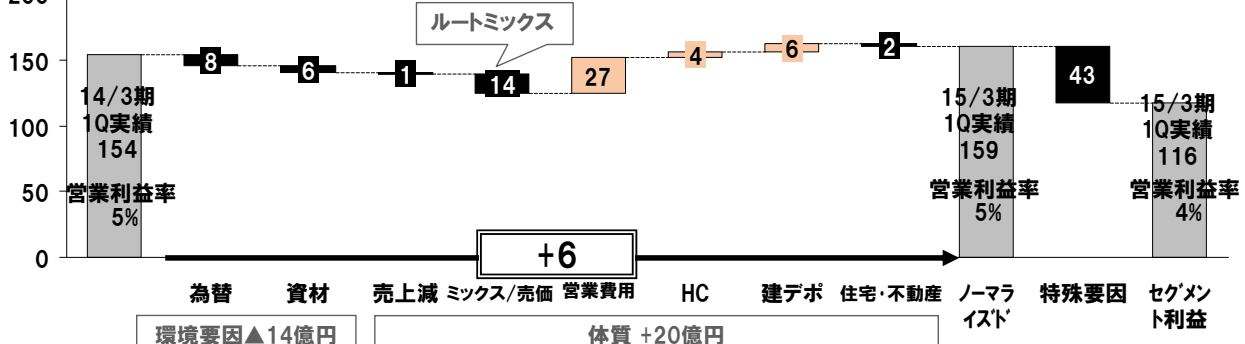
単位: 億円



営業利益

実質 +4%

単位: 億円



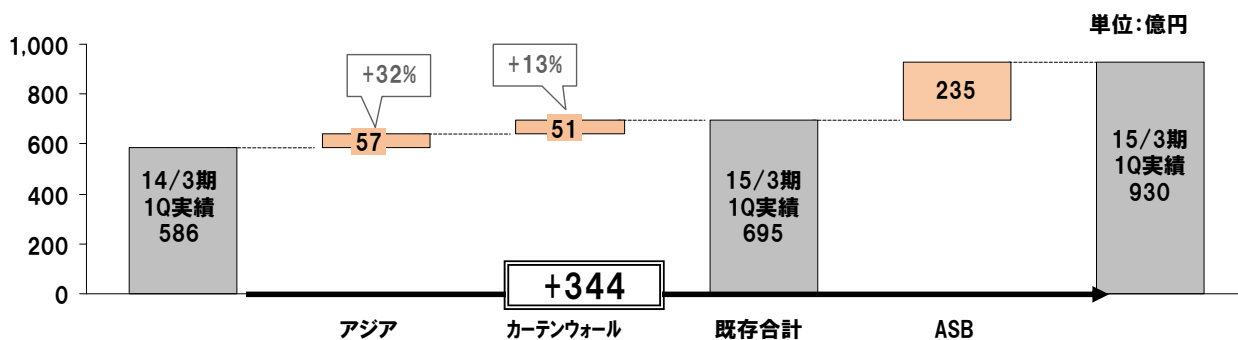
Copyright © LIXIL Group Corporation. All rights reserved.

5

I-4. 海外 売上・営業利益の増減 (前年差)

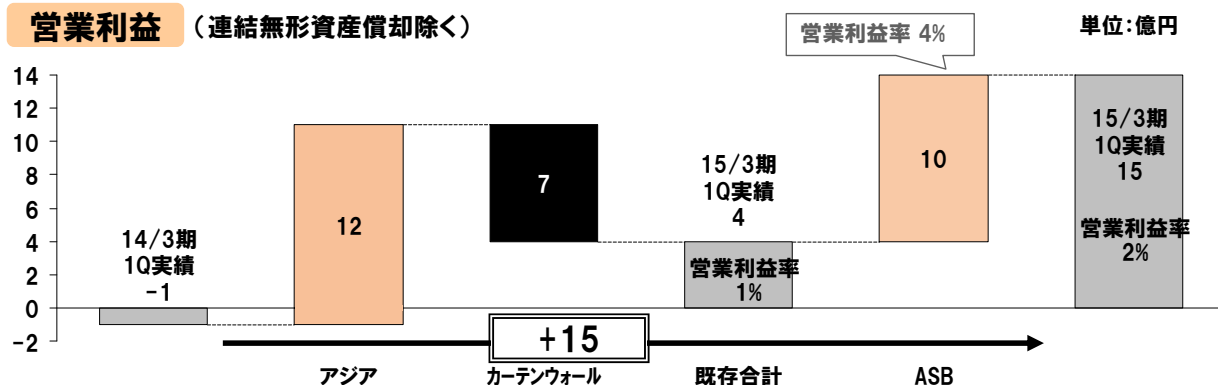
売上

+59% (既存 +19%)



営業利益

(連結無形資産償却除く)



Copyright © LIXIL Group Corporation, All rights reserved.

6

I-5. セグメント情報

単位: 億円
 ニュートラル —
 過達オホポチュニティ ○
 未達リスク ▼

| | | 15/3期上期 計画 | | 15/3期1Q 実績 | | 差引 第2四半期 | | 第2四半期前年比 | | 対上期予想 評価 |
|----|----------------|------------|------|------------|------|----------|------|----------|-----|----------|
| | | 売上高 | 営業利益 | 売上高 | 営業利益 | 売上高 | 営業利益 | 売上高% | 利益差 | |
| 国内 | 金属製建材 | 2,460 | 195 | 1,130 | 59 | 1,330 | 136 | 3.2% | 11 | — |
| | 水回り設備 | 1,730 | 115 | 789 | 14 | 941 | 101 | 5.2% | 34 | ▼ |
| | その他建材・設備 | 960 | 40 | 438 | 9 | 522 | 30 | 2.9% | 0 | ○ |
| | 国内事業 合計① | 5,150 | 350 | 2,357 | 83 | 2,793 | 267 | 4% | 46 | ▼ |
| 海外 | アジア | 450 | 5 | 235 | 4 | 215 | 2 | -8% | -1 | ○ |
| | ASB | 530 | 37 | 235 | 10 | 295 | 27 | — | 27 | — |
| 海外 | カーテンウォール | 1,150 | 28 | 460 | 1 | 690 | 28 | 36% | 38 | ▼ |
| | 海外事業 合計② | 2,130 | 70 | 930 | 15 | 1,200 | 56 | 62% | 63 | — |
| | 連結 建材・設備 合計①+② | 7,280 | 420 | 3,287 | 97 | 3,993 | 323 | 16% | 109 | ▼ |
| | 流通・小売り | 1,000 | 23 | 494 | 22 | 506 | 1 | 11% | -4 | ○ |
| | 住宅・不動産 | 300 | 24 | 141 | 12 | 159 | 12 | 1% | -3 | ○ |
| | のれん・本社・連結消去 | -230 | -157 | -107 | -83 | -123 | -74 | — | -8 | — |
| | 売上・営業利益 | 8,350 | 310 | 3,815 | 48 | 4,535 | 262 | 15% | 94 | ▼ |

第2四半期はリフォーム売上拡大、一時費用の低下、コスト削減活動により挽回。しかしながら新築向け売上の落ち込みや想定為替レート差による海外利益の低下及び先行投資の継続もすることなどから上期予想の未達リスクあり。

Copyright © LIXIL Group Corporation, All rights reserved.

7

I-6. その他(1)

■ 雪害による影響額

単位：億円

| | 14/3期 4Q | 15/3期 1Q | 一連の 雪害影響額 (総合計) |
|-------|----------|----------|-----------------------|
| 売上総利益 | -34 | -13 | -47 |
| 販管費 | 0 | -11 | -11 |
| 営業利益 | -34 | -24 | -58 |
| 営業外費用 | -12 | - | -12 |
| 経常利益 | -46 | -24 | -70 |

■ 深谷工場（システムキッチン）の復旧

2月14日より深谷工場の主要工程が被災

2月17日から受注停止（以降、国内他の2工場で既受注分のみ生産し出荷を継続）



3月中旬から深谷工場が一部稼働、17日から受注再開



5月1日から新商品の受注を開始



7月から生産完全正常化（6月25日から通常納期で受注開始）

Copyright © LIXIL Group Corporation, All rights reserved.

8

I-6. その他(2)

■ ASB のれん等

今第1四半期決算でPPA（取得原価配分）確定

単位：百万ドル

| | 14/3期 暫定値 | 今回 確定値 | 今期償却 予定額 | 償却年数 |
|-----------------|--------------|-----------|-------------|-------|
| のれん | 407 | 149* | 7 | 20年 |
| 商標 (無形固定資産) | - | 124 | - | なし |
| その他無形固定資産 | - | 97 | 6 | 5~30年 |
| 固定資産・ 在庫等再評価 | - | 38* | | 個別判断 |
| 合計 | 407 | 407 | 13 | |

*うち5億円は前期償却相当額

Copyright © LIXIL Group Corporation, All rights reserved.

■ GROHE 持分法投資損益
(営業外費用)

持分50%分

単位：百万ユーロ

| 項目 | 金額 | 内容 |
|------------|-----|-------------|
| GROHE連結純利益 | 8 | |
| のれん償却 | -11 | PPA未了につき暫定値 |
| 株式取得費用等 | -13 | 一過性費用 |
| 数理差異等 | -2 | 一過性費用 |
| 営業外 | -19 | |

9

I-6. その他(3)

■ 特別損益

単位:億円

| 科目 | 14/3期 第1四半期 実績 | 15/3期 第1四半期 実績 | 増減額 | 内容 |
|-------------|----------------------|----------------------|-----|----------|
| 固定資産売却益 他 | 0 | 0 | 0 | |
| 特別利益 | 0 | 0 | 0 | |
| 工場再編関連損失 | 4 | - | -4 | (前期)高岡工場 |
| 固定資産除売却損 他 | 3 | 5 | +2 | |
| のれん償却額等修正差額 | - | 5 | +5 | ASB* |
| 特別損失 | 7 | 10 | +3 | |

*PPA(取得原価配分)の確定に伴う前期償却額

■ 税金費用 (税金負担率 前期32.8% ⇒ 当期98.6%)

前期の子会社再編に伴う税金負担率減少の反動と当期のGROHE
取得費用やのれんの増加等により税金負担率が増加

I-7. 連結財政状態

単位:億円

| | 14/3月末 | 14/6月末 | 増減額 |
|-----------|--------|--------|------|
| 現 預 金 | 1,630 | 1,455 | -174 |
| 売 掛 債 権 | 4,872 | 4,443 | -430 |
| 棚 卸 資 産 | 2,109 | 2,334 | 226 |
| 有形・無形固定資産 | 6,296 | 6,254 | -43 |
| そ の 他 | 3,194 | 3,251 | 57 |
| 総 資 産 | 18,101 | 17,737 | -364 |
| 買 掛 債 務 | 2,358 | 2,138 | -220 |
| 有 利 子 負 債 | 6,265 | 6,160 | -104 |
| そ の 他 | 3,222 | 3,276 | 53 |
| 負 債 合 計 | 11,845 | 11,574 | -271 |
| 自 己 株 式 | -418 | -379 | 39 |
| そ の 他 | 6,674 | 6,542 | -132 |
| 純 資 産 | 6,256 | 6,163 | -93 |

総資産は364億円減少

■ 債権・棚卸資産など回転資産
の増減は季節要因

■ Net有利子負債は4,685億円
(+50億円)

■ D/Eレシオ:77%

■ 自己資本比率は34.3%でほぼ
横ばい

| | | | |
|-------------|----------|----------|--------|
| 自己資本比率(%) | 34.1 | 34.3 | +0.2P |
| 一株当たり純資産(円) | 2,123.22 | 2,078.11 | -45.11 |
| 期末株式数(千株) | 290,733 | 292,833 | +2,100 |

I-8. キャッシュフロー・設備投資の状況

■ キャッシュフローの状況

単位:億円

| | 14/3期 | 15/3期 | 増減額 |
|-------------|---------|---------|------|
| | 1Q(3ヶ月) | 1Q(3ヶ月) | |
| | 実績 | 実績 | |
| 税金等調整前当期純利益 | 129 | 36 | -93 |
| 減価償却費 | 112 | 115 | 4 |
| 法人税等支払 | -70 | -91 | -21 |
| 運転資本 | -36 | 48 | 84 |
| その他 | 7 | 55 | 48 |
| 営業キャッシュフロー | 142 | 163 | 21 |
| 投資キャッシュフロー | -49 | -38 | 11 |
| フリーキャッシュフロー | 93 | 125 | 33 |
| 財務キャッシュフロー | 47 | -158 | -205 |

■ FCFは前年同期に比し33億円の増加

■ 営業C/Fは税前利益が減少したものの非資金項目の増加に伴い21億円増え163億円の収入

■ 設備投資支出は23億円増加し142億円の支出

■ 期末現金同等物残は前年同期末に比し13億円増の1,322億円

■ 設備投資状況

単位:億円

| | 13/3 | 14/3 | 15/3 | | |
|-------|------|------|------|-------|------|
| | | | 10実績 | 上期見込み | 通期見込 |
| | 実績 | 実績 | | | |
| 設備投資額 | 738 | 643 | 115 | 340 | 750 |

■ 15/3 1Qの主な設備投資実績

<地域別> 国内 69億円
海外 46億円

<内容別> ベトナム工場 28億円
新商品 9億円
経済投資 22億円

単位:億円

| | 13/3 | 14/3 | 15/3 | | |
|-------|------|------|------|-------|------|
| | | | 10実績 | 上期見込み | 通期見込 |
| | 実績 | 実績 | | | |
| 減価償却費 | 447 | 492 | 112 | 270 | 560 |

■ 15/3 通期の主な設備投資予定

<地域別> 国内 470億円
海外 280億円
(ベトナム工場108億円)

<内容別> 新商品 120億円
経済投資 130億円
IT投資 130億円

II. 中期経営計画 LIXIL G-16 の進捗状況

II-1. 第1四半期(3ヶ月)決算:国内市況のポイント

<市況のポイント>

- 2014年1月-6月の国内新設住宅着工は前年比3.4%減
- 戸建・マンションは底打ちするも回復の兆しはまだ見えない。
- 底堅い賃貸も伸びは減速。
- リフォームは拡大鈍化から再び成長の兆し。

<新設住宅着工実績>

| | 2014年1月-6月 (6ヶ月) | | (ご参考) | | | |
|---------|---------------------|--------|---------------------|--------|---------------------|--------|
| | 戸数 | 前年比 | 2014年1月-3月 (3ヶ月) | | 2014年4月-6月 (3ヶ月) | |
| | | | 戸数 | 前年比 | 戸数 | 前年比 |
| 総数 | 435,777 | -3.4% | 216,943 | +3.4% | 218,834 | -9.3% |
| 持家① | 140,447 | -11.9% | 69,496 | -2.7% | 70,951 | -19.3% |
| 賃貸 | 176,291 | +11.7% | 86,622 | +18.8% | 89,669 | +5.5% |
| 分譲マンション | 52,868 | -20.6% | 28,905 | -11.6% | 23,963 | -29.3% |
| 分譲戸建② | 62,482 | -2.8% | 30,228 | -3.1% | 32,254 | -2.5% |
| 戸建合計①+② | 202,929 | -9.3% | 99,724 | -2.8% | 103,205 | -14.7% |

Copyright © LIXIL Group Corporation. All rights reserved.

14

II-2. 新設住宅着工戸数推移

| 単位:万戸 | 実績 | | | | シンクタンク | 14年度 | |
|----------|------|--------|------|------|--------|-------|--------|
| | 10年度 | 11年度 | 12年度 | 13年度 | | 予測 | 前年度比 |
| 新設住宅着工戸数 | 81.9 | 84.1 | 89.3 | 98.7 | 平均 | 88.1 | -10.7% |
| | | | | | A | 90.7 | -8.1% |
| | | | | | B | 84.4 | -14.5% |
| | | | | | C | 89.3 | -9.5% |
| | | | | | D | 101.0 | 2.3% |
| | | | | | E | 88.1 | -10.7% |
| | | | | | F | 91.1 | -7.7% |
| | | | | | G | 86.1 | -12.8% |
| | | | | | H | 86.6 | -12.3% |
| | | | | | I | 77.5 | -21.5% |
| J | 86.0 | -12.9% | | | | | |

Copyright © LIXIL Group Corporation. All rights reserved.

15

II-3. 景気の動向 シンクタンクによるGDP予測

日本経済予測総括表 (実質GDP)

マイナス予測
プラス予測

単位:前期比、%

| 2014年6月発表ベース | | 14年 | | | | 15年 | 14年 |
|--------------|-------|-----|-------|------|------|------|-------|
| | | 実績 | 予測 | | | 1-3月 | 予測 |
| | | | 1-3月 | 4-6月 | 7-9月 | | |
| A | 実質GDP | 1.6 | -1.1 | 1.0 | 0.3 | 0.3 | - |
| | 個人需要 | 2.2 | -3.3 | 0.7 | 0.4 | 0.3 | |
| | 住宅投資 | 3.1 | -7.4 | -4.3 | -1.1 | 2.3 | |
| | 設備投資 | 7.6 | -1.8 | 0.2 | 0.4 | 0.6 | |
| B | 実質GDP | 1.6 | -1.4 | 0.8 | 0.3 | 0.4 | - |
| | 個人需要 | 2.2 | -2.8 | 0.6 | 0.2 | 0.3 | |
| | 住宅投資 | 3.1 | -8.7 | -4.7 | -0.6 | 1.2 | |
| | 設備投資 | 7.6 | -3.7 | 1.9 | 1.0 | 1.4 | |
| C | 実質GDP | 1.6 | -1.4 | 0.6 | 0.4 | 0.4 | 14年 |
| | 個人需要 | 2.2 | -3.2 | 0.4 | 0.3 | 0.2 | |
| | 住宅投資 | 3.1 | -12.3 | -2.0 | 0.1 | 0.6 | |
| | 設備投資 | 7.6 | -1.0 | 0.1 | 0.2 | 0.6 | |
| D | 実質GDP | 1.6 | -1.0 | 0.9 | 0.7 | 0.4 | 7月 |
| | 個人需要 | 2.2 | -2.5 | 1.3 | 0.4 | 0.4 | |
| | 住宅投資 | 3.1 | -2.8 | -1.3 | 0.5 | 5.5 | |
| | 設備投資 | 7.6 | 2.3 | 0.8 | 1.5 | 1.9 | |
| E | 実質GDP | 1.6 | -1.3 | 0.7 | 0.5 | 0.3 | 31日発表 |
| | 個人需要 | 2.2 | -3.0 | 0.7 | 0.1 | 0.3 | |
| | 住宅投資 | 3.1 | -9.0 | -4.0 | 1.0 | 2.0 | |
| | 設備投資 | 7.6 | -2.6 | 1.2 | 1.1 | 1.2 | |

Copyright © LIXIL Group Corporation. All rights reserved.

出典:各シンクタンク 景気見通しレポート

16

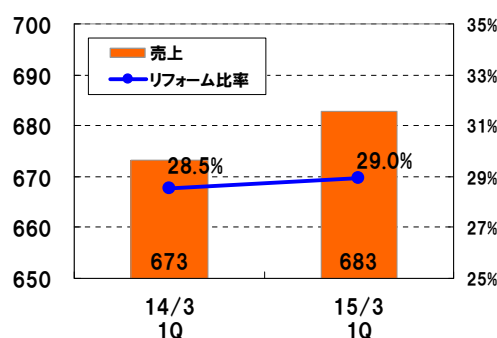
II-4. 国内リフォーム戦略の進捗 (1)

ストックビジネス比率推定

単位:億円、%

| | 14/3期 1Q | 15/3期 1Q | 前年同期比 |
|---------------------|----------|----------|-------|
| | (3ヶ月)実績 | (3ヶ月)実績 | |
| ストックビジネス売上 | 850 | 877 | 3.1% |
| 国内総売上高に占める比率(子会社含む) | 28.5% | 29.4% | +0.8P |

リフォーム商材比率



リフォーム商材売上

単位:億円、%

| | 13/3期 | 14/3期 | 前年同期比 | 15/3期 1Q | | 15/3期 | |
|-----------|-------|-------|-------|----------|-------|-------|-------|
| | 実績 | 実績 | | (3ヶ月)実績 | 前年同期比 | 計画 | 前年同期比 |
| リフォーム商材売上 | 2,479 | 2,826 | 14.0% | 683 | 1.4% | 3,050 | 7.9% |
| リフォーム比率 | 29.2% | 31.0% | +1.8P | 29.0% | +0.4P | 33.5% | +2.5P |

販売網の拡大:LIXILリフォームネット*加盟店推移

| 12年3月末 | 13年3月末 | 14年3月末 | 14年6月末 | 単位:店 |
|--------|--------|--------|--------|------|
| 8,896 | 9,356 | 10,203 | 10,495 | |

*施工店・リフォーム工事店の
ボランティアチェーン

Copyright © LIXIL Group Corporation. All rights reserved.

17

II-4. リフォーム (2) 広告展開～「リフォームを贈ろう」

TVCM

①

★夫から妻へキッチンの
リフォームを贈るストーリー

★14年4月末～5月末
全国で放映

②

★娘から定年を迎えた父へ
玄関ドアのリフォームを贈る
ストーリー

★14年7月末～8月末
全国で放映予定

屋外／交通広告

◆首都高LED広告



〔4月末～5月中旬〕
9箇所10面で展開。

〔8月中〕
14箇所17面で展開予定

◆電車

つり革広告



〔8月中〕
都内JR線にて展開予定

トレインチャンネル



〔8月中〕
関東・関西を中心に29路線で
展開予定

◆駅構内

デジタルサイネージ



〔8月中〕
全国主要34駅・530面で展開
予定

多種媒体を統合的に活用したコミュニケーションを展開

Copyright

18

II-4. リフォーム (3) 金属セグメント

LIXILの強みの金属商材でリフォーム需要の喚起を実施
お手軽簡単な1dayリフォームで金属リフォーム市場の創造

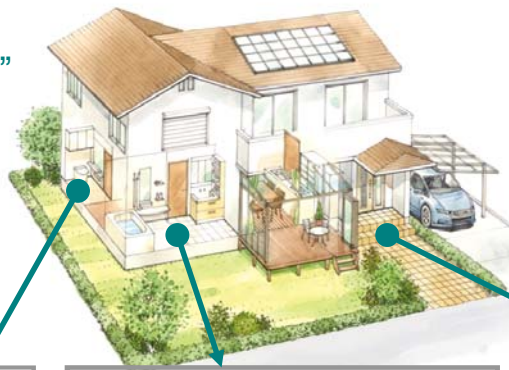
たった1日で住まいを快適に
暮らしアップできるのが
LIXILの“1dayリフォーム”

スピード
施工

快適性
アップ

省エネ
節電

防犯性
アップ



リフォームドア「リシエント」

2010年以降、販売数は
毎年2桁成長で推移。
2013年度は前年比
約140%と大きく伸長。



リシエント玄関ドア



リシエント玄関引戸

リシエント勝手口

「リフレムII」 (カバーモール)

壁を壊さず
あっという間に
「外窓交換」



「スタイルシェード」

屋外で夏の日ざし
をカットして心地
よいお部屋に

GOOD DESIGN
AWARD 2013
ウッドデザイン賞受賞商品 スタイルシェード



SPAGE

湯を、愉しむ。時を、味わう。



こだわりのリフォームに最適なくつろぎの空間と体験
をご提案する新発想のシステムバスルームです。

Copyright © LIXIL Group Corporation, All rights reserved.

3つのキーアイテム

■湯をまとう

アクアフィール

[肩湯]

首から肩に優しいお湯を
まとうかのような新感覚の肩湯。



■湯につつまれる

アクアタワー

[オーバーヘッドシャワー]

ボリューム感のある大粒の
お湯のあたり心地。



■湯に、打たれる

アクアタワー

[打たせ湯]

身も心も解きほぐされていく
ような打たせ湯の感触。



20

II-4. リフォーム (5) トイレ・キッチンの新製品

リフォレならリフォーム後、空間すっきり、清掃性・
利便性アップ。省施工で施工時間大幅短縮。

お手入れ、収納・作業性、デザインがさらに
進化したサンヴァリエ<アレスタ>



キャビネット付トイレ

リフォレ

空間
すっきり

お掃除
ラクラク

より
使い
やすく

■「よごれんフード」、「くるりん排水口」
を搭載し清掃性を進化



■リフォームコントラクター様メリットも多数

幅広い排
水芯対応

省施工
(約90分)

コンパクト
梱包

Copyright © LIXIL Group Corporation, All rights reserved.

21

II-4. リフォーム(6) 断熱改修工法『ココエコ』

一部屋からできる断熱改修工法『ココエコ』
最短1dayリフォームとして生まれ変わりました

第8回
キッズデザイン賞
受賞

3つのIN-PLUSから生まれる快適な暮らし



仮住まいも不要、住みながらリフォームOK!

before



「ココエコ」は、ひと部屋ごとのリフォームができるため、それ以外の部屋は、工事中でも家の中にいてOKです。仮住まいの必要もありません。

断熱リフォームで
1day工事を実現



AM 断熱パネルを張る
今ある壁や床を取り壊すことなく、上から断熱パネルを張っていきます。



PM 内装仕上げ
仕上げは好みに合わせて壁紙やフローリングを施工します。



after
リフォーム完了
お部屋が茶室のような美しさに。最短1日で快適空間のできあがりです。

II-5. 経営効率の改善:BT-16等*1改善の進捗報告

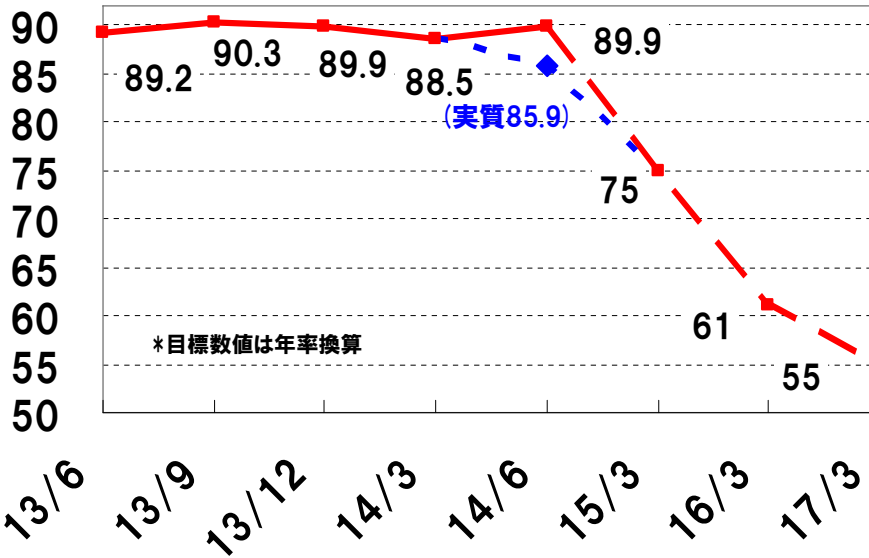
| 項目 | 主な施策 | 16年度 改善目標*2 | 14年度 1Q時点期末 進捗率 | 14年度 1Q財務諸表 反映実績 | 14年度 改善目標 |
|----------------------|---|----------------|-----------------------|------------------------|--------------|
| SCM | <ul style="list-style-type: none"> ● 営業・工事情報一元化 ● 生産・物流拠点最適化 ● ロジスティック改善 ● 戦略購買 ● CCC改善に伴う効果 | 550億円 | 10.4% | 19億 | 30億円 |
| 粗利の改善 | <ul style="list-style-type: none"> ● プロセスを可視化する事によるロスコストの削減 ● 商品ポートフォリオの最適化 | 350億円 | 14.7% | 10億 | 40億円 |
| 間接費など | <ul style="list-style-type: none"> ● 営業サポートプロセス改善 ● 商品開発効率化 ● 販管費削減 | 200億円 | - | ▲7億 | 60億円 |
| 内部目標額 | | 1,100億円 | 9.8% | - | - |
| 歩留考慮 (コンティンジェンシー) | | ▲330億円 | - | - | - |
| 国内コア事業 | | 770億円 | - | 22億 | 130億円 |
| HC・建デポ、サービス事業 | ● リフォームと新サービスによって牽引される成長 | 100億円 | - | 8億 | 20億円 |
| グローバル | ● 成長とシナジー創出 | 660億円 | - | 15億 | 100億円 |
| 環境要因、 本部経費・のれん | <ul style="list-style-type: none"> ● 為替の影響 ● 原材料 ● 物流、燃料費 ● 売価 ● マーケティング費用 ● 人件費 ● 日本の新設住宅着工数の減少 | ▲520億円 | - | ▲89億 | ▲140億円 |
| 合計 | | 1,010億円 | - | ▲44億 | 110億円 |

*1. MI-16: Marketing & Innovation 16, BT-16: Business Transformation 16

*2. 3カ年累計目標

II-5. 経営効率の改善: CCC (キャッシュコンバージョンサイクル)

単位: 日



➢ CCCは13/9期からほぼ横ばい

➢ 前年同期に比べ在庫は2.1日改善しているが、前期特殊要因により売掛金回転日数が2.0日悪化

➢ 商品別、生産パターン別、工場別に在庫削減目標方を決定済

16年3月末目標: 1,000億円のフリーC/Fを創出

II-6. ホームセンター事業の進捗

競合ホームセンター 14年1Qの業績

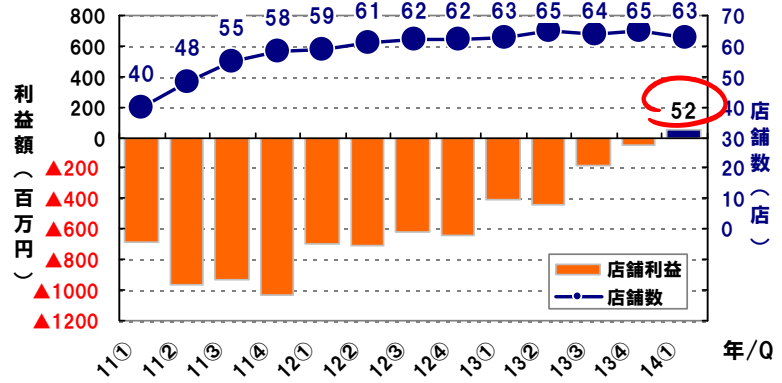
単位: 億円、%

| | LIXILビバ | | 主要競合HC 1Q (3-5月期)決算 | | | |
|------|---------|-------|---------------------|-------|-------|-------|
| | 4-6月期 | 3-5月 | A社 | B社 | C社 | D社 |
| 売上高 | 418 | 469 | 1,167 | 745 | 484 | 195 |
| 前年比 | +0% | +14% | +6% | +6% | +7% | +7% |
| 営業利益 | 30 | 37 | 65 | 53 | 12 | 15 |
| 利益率 | 7.2 | 8.0 | 5.6 | 7.1 | 2.4 | 7.7 |
| 前年率差 | +1.3P | +1.7P | +0.9P | +1.3P | +1.0P | +1.4P |

II-7. 建デポ事業の進捗

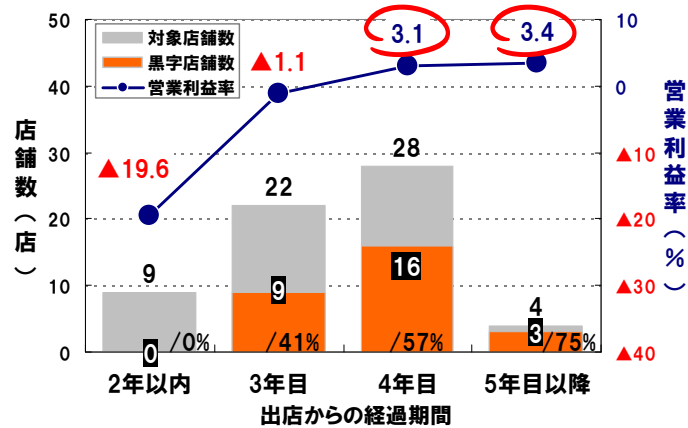
■ 四半期毎の店舗営業利益推移
(15/3期 第1四半期 全63店舗)

初の黒字化



■ 経過年別 店舗営業利益率
(15/3期 第1四半期)

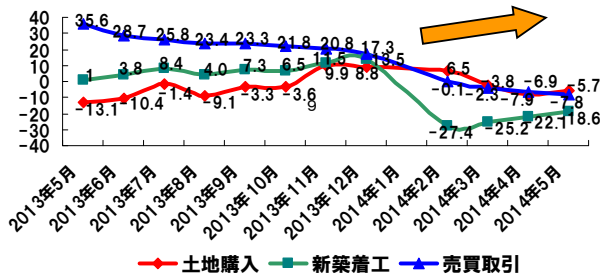
利益率10%超店舗2店



II-8. グローバル事業の進捗 (1) 中国

市況

不動産市場の動向 (年初来成長率)



出典: National statistic bureau, AS SW model, CREIS, Citi Research

2014年7月8日 LIXILグループはグリーンランドグループと戦略的パートナーシップに契約

グリーンランド社のニーズを満たすため
2社共同で商品やソリューションを開発
・計画していきます。



財務情報

単位: 百万ドル

| | 2013年 1Q 実績 | 2014年 1Q 実績 | 前年同期比 | |
|-------|----------------|----------------|-------|------|
| | | | 増減 | % |
| 売上高 | 54 | 64 | 10 | 18 |
| 営業利益 | -9 | 4 | 13 | - |
| 営業利益率 | -17% | 6% | - | +23P |

➤ 第1四半期にて強気に転じ、第2四半期以降も好調

绿地集团
世界 500 强企业

グリーンランドは中国の大手不動産開発企業で海外展開にも積極的。

II-8. グローバル事業の進捗 (2) アジア

市況

| | GDP | | 衛生陶器 売上成長率(%) | |
|------------|--------------|--------------|------------------|---------------|
| | 2013年度 実績 | 2014年度 予想 | 14年計画 対13年実績 | 14年見通し 対計画 |
| タイ | 2.8% | 3.1% | 6% | 1% |
| ベトナム | 5.2% | 5.2% | 2% | 0% |
| インドネシア | 5.6% | 5.3% | 19% | 2% |
| フィリピン | 4.7% | 6.5% | 28% | -11% |
| 韓国 | 2.8% | 3.7% | 21% | 24% |
| オーストラリア・NZ | 2.5% | 2.8% | 22% | 0% |

財務情報

単位: 百万ドル

| | 2013年 1Q 実績 | 2014年 1Q 実績 | 前年同期比 | |
|-------|----------------|----------------|-------|-----|
| | | | 増減 | % |
| 売上高 | 57 | 76 | 19 | 33 |
| 営業利益 | 2 | 6 | 4 | 211 |
| 営業利益率 | 3% | 7% | - | +4P |

➤ 上期を通して高成長が続く見通し

Copyright © LIXIL Group Corporation, All rights reserved.

2014年6月 LIXILショールーム オープン

アジアにてLIXILブランドを築く
ための主要な手段

場所: タイ (バンコク)
面積: 2,203 m²



28

II-8. グローバル事業の進捗 (3) ペルマスティリーザ

市況

| | 北米 | アジア 太平洋 | 中東 | 英国 | その他 欧州 |
|----------------|----------------|-------------|----------------|--------|----------------|
| 規模 *1 | 3.3 | 7.4 | 1.1 | 0.5 | 3.8 |
| 成長/ サイクル *2 | ↗ | ↑ | ↗ | ➡ | ➡ |
| 参入障壁 | High | High | Medium | High | Medium |
| 品質重視 | Medium High | Low | Medium High | High | Medium High |
| 競争 | Medium | High | Medium High | Medium | Medium High |
| 価格レベル | High | Very Low | Low | Medium | Medium |

*1 2013, 十億ユーロ

*2 2013-2017

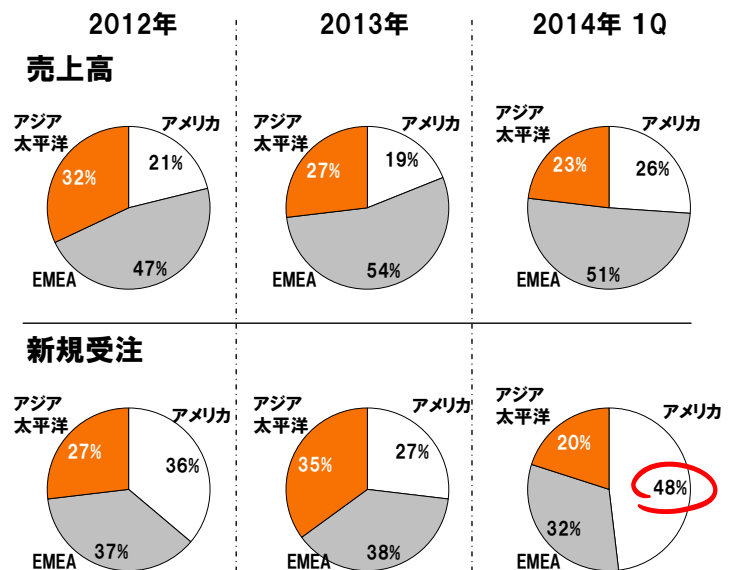
財務情報

単位: 百万ユーロ

| | 2013年 1Q 実績 | 2014年 1Q 実績 | 前年同期比 | |
|-------|----------------|----------------|-------|-----|
| | | | 増減 | % |
| 売上高 | 306 | 286 | -20 | -7 |
| 営業利益 | 9 | 3 | -6 | -71 |
| 営業利益率 | 3% | 1% | - | -2P |

Copyright © LIXIL Group Corporation, All rights reserved.

地域別構成比



* EMEA = 欧州、中東、アフリカ地域

➤ 外部要因によるプロジェクトの進捗遅れにより
計画未達だが、上期累計は増益見通し

29

II-8. グローバル事業の進捗 (4) ASB

市況

GDP 成長率 +2%
(1-3月 -2.1%、4-6月 +4%)

➤ アメリカ経済は堅調

個人消費成長率 +3-4%
*5月に発表された米商務省結果報告より

既存住宅価格上昇 +9.3%
*5月までのケース・シラー20都市圏住宅価格指数より

非住宅施設の建設 +6.4%
*5月までの米国勢調査局報告より

財務情報

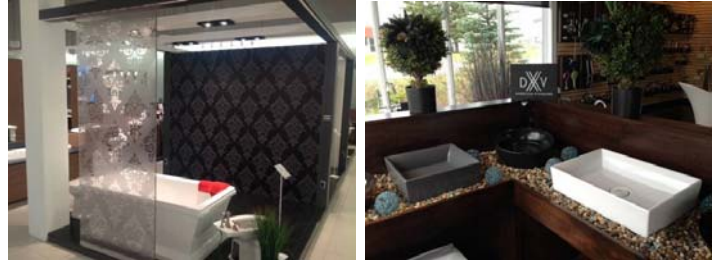
単位:百万ドル

| | 14/3期 第1四半期 実績 | 15/3期 第1四半期 実績 | 前年同期比 | |
|-------|----------------------|----------------------|-------|-----|
| | | | 増減 | % |
| 売上高 | 224 | 230 | 6 | 3 |
| 営業利益 | 6 | 10 | 4 | 73 |
| 営業利益率 | 3% | 5% | - | +2P |

➤ 第2四半期では二桁近い成長を目指す

Copyright © LIXIL Group Corporation, All rights reserved.

デザイナーからも高評価の DXVファーガソンショールーム改装状況



ショールーム改装状況 単位:店

| | ~ 1Q | 2Q | 3Q ~ |
|-----------------|------|-----|------|
| ファーガソンショールーム | 41 | 116 | 17 |
| ファーガソン以外のショールーム | 150 | 69 | - |

➤ ファーガソン
ショールームの
改装遅れ

30

II-8. グローバル事業の進捗 (5) グローエ

➤ 2014年計画達成に
向けて順調に推移

単位:百万ユーロ

| | 2013年 1Q 実績 | 2014年 1Q 実績 | 前年同期比 | |
|--------------------|----------------|----------------|-------|---|
| | | | 増減 | % |
| 売上高 | 354 | 364 | 10 | 3 |
| EBITDA* | 66 | 69 | 3 | 5 |
| EBITDA 比率 (%) * | 19% | 19% | - | - |

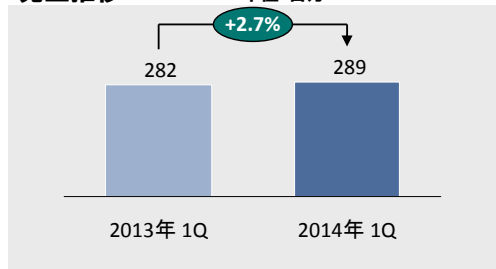
*EBITDAは一部の営業外
費用について調整済み

➤ 世界の全ての
市場で成長達成



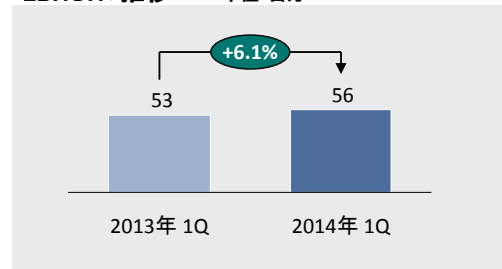
売上推移

単位:百万ユーロ



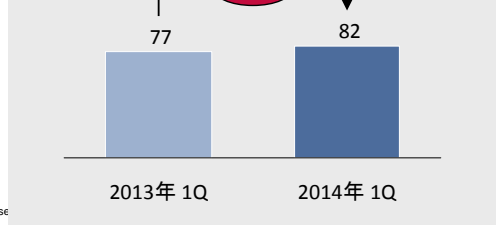
EBITDA*推移

単位:百万ユーロ



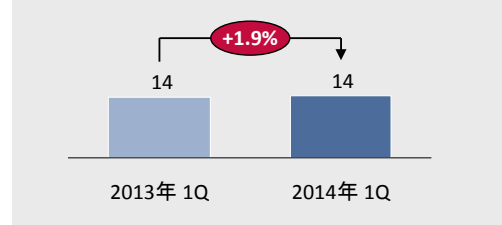
売上推移

単位:百万ユーロ



EBITDA*推移

単位:百万ユーロ



Copyright © LIXIL Group Corp.

its rese

31

II-9. 南アフリカ DAWN社の水回り部門へ共同出資 (1)

| | |
|--------|--|
| 会社名 | GROHE DAWN WaterTech Holdings Pty Ltd |
| 売り手 | Distribution & Warehousing Network Limited (通称 DAWN) *ヨハネスブルグ証券取引所に上場 |
| 事業内容 | 水栓金具・衛生陶器等の水まわり製品の製造・販売 |
| スキーム | GROHE DAWN WaterTech Holdings Pty Ltdの株式をGROHE・LIXILの持株会社が51%、DAWNが41%保有。(次頁ご参照) |
| スケジュール | 2014年6月 株式引受および譲渡契約、株主承認、販売契約に調印 2014年秋 クロージング予定(本件はDAWN株主合意と南アフリカの競争法上の許可を得られることが条件) |
| 予定出資金額 | 共同出資分 900百万ランド=86億円 (1南アフリカランド=9.5円) |

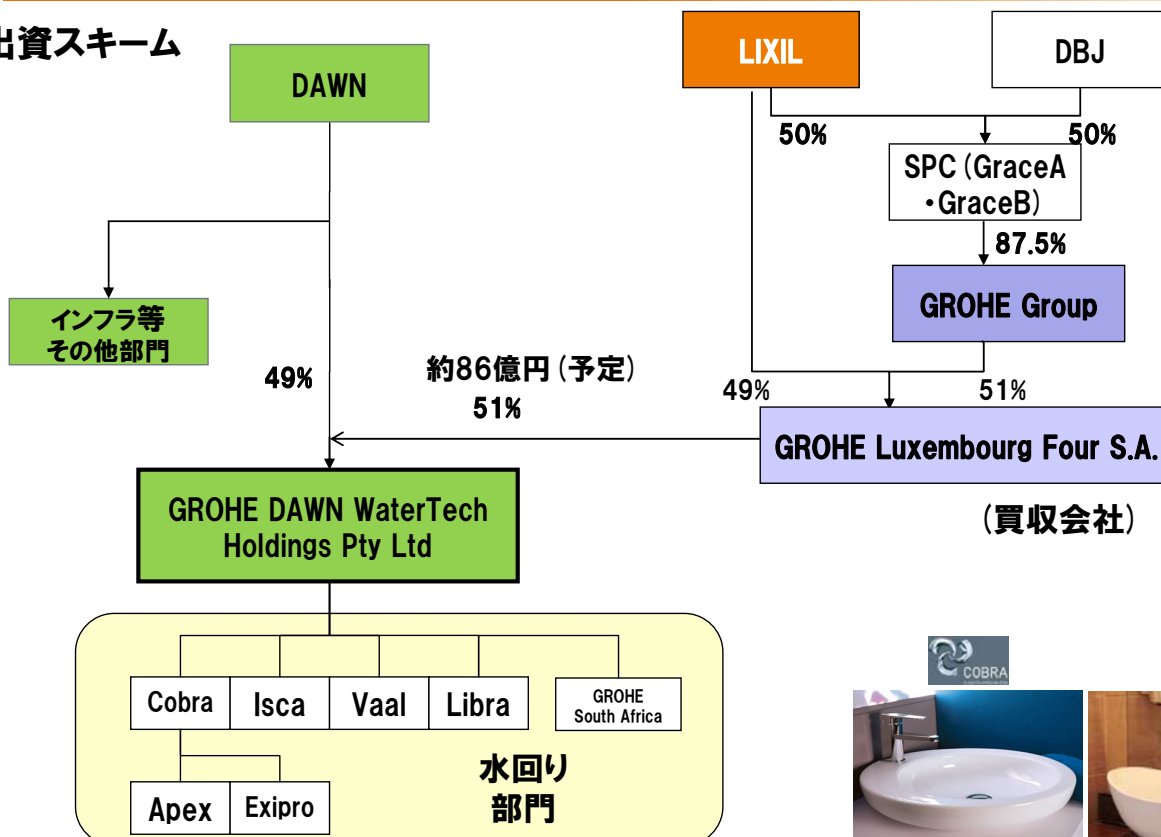
| 業績 | 単位:百万ユーロ | |
|----------|----------|-------|
| | 実績 | 予想 |
| 年度(6月決算) | 13/6期 | 14/6期 |
| 売上高 | 100 | 約110 |

出資の目的

- アフリカにおいて水回りのマーケットリーダーとなる機会
- ブランドが中級のためGROHEと補完的
- サブサハラ市場へのアクセスを得る

II-9. 南アフリカ DAWN社の水回り部門へ共同出資 (2)

出資スキーム



II-10. (株)LIXILグループの役員体制 (2014年7月26日現在)

■ 取締役一覧(○は外部からの招聘、昨年度から変更なし)

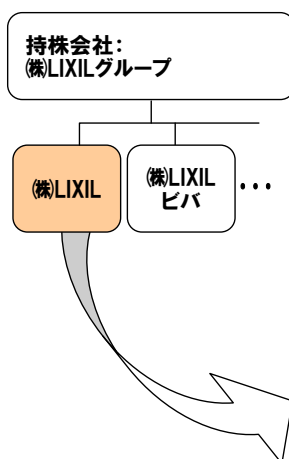
| | | | | |
|-------|--------|---|------------------------------|---------|
| 取締役 | 潮田 洋一郎 | | | |
| 取締役 | 藤森 義明 | ○ | (株式会社LIXIL 代表取締役社長 兼 CEOを兼務) | |
| 取締役 | 筒井 高志 | ○ | (株式会社LIXIL 取締役を兼務) | |
| 取締役 | 金森 良純 | | | |
| 取締役 | 菊地 義信 | | | |
| 取締役 | 伊奈 啓一郎 | | | |
| 社外取締役 | 敷土 文夫 | ○ | 社外取締役 | 川口 勉 ○ |
| 社外取締役 | 佐藤 英彦 | ○ | 社外取締役 | 幸田 真音 ○ |

■ 執行役一覧(※は取締役兼任、●は新任、○は外部からの招聘)

| | | | | | |
|-----------------|-------|---|---------|-------------------|-----|
| ※ 代表執行役社長 兼 CEO | 藤森 義明 | ○ | ※ 執行役専務 | 金森 良純 | |
| 代表執行役副社長 | 川本 隆一 | | 執行役専務 | 丹澤 信一 | ○ |
| ※ 執行役副社長 | 筒井 高志 | ○ | 執行役専務 | 二瓶 亮 | ○ |
| 執行役副社長 | 井植 敏雅 | ○ | 執行役専務 | 松村 はるみ | ○ |
| 執行役副社長 | 有代 匡 | | 執行役専務 | 松本 佐千夫 | ○ |
| 執行役副社長 | 八木 洋介 | ○ | 執行役専務 | Kenji Uenishi | ● ○ |
| 執行役副社長 | 白井 春雄 | | 執行役専務 | Laurence W. Bates | ● ○ |
| | | | 執行役 | 豆成 勝博 | |

II-11. (株)LIXILの役員一覧 (2014年6月19日定時株主総会后)

■ (株)LIXILは監査役制度を採用しています。



(株)LIXIL役員一覧(●は新任、○は外部からの招聘)

| | | |
|---------|-------------------|-----|
| 代表取締役社長 | 藤森 義明 | ○ |
| 代表取締役 | 川本 隆一 | |
| 取締役 | 井植 敏雅 | ○ |
| 取締役 | 八木 洋介 | ○ |
| 取締役 | 白井 春雄 | |
| 取締役 | 筒井 高志 | ○ |
| 取締役 | 丹澤 信一 | ○ |
| 取締役 | 太田 裕介 | |
| 取締役 | 松本 佐千夫 | ○ |
| 取締役 | Kenji Uenishi | ● ○ |
| 取締役 | Laurence W. Bates | ● ○ |
| 取締役 | Jay Gould | ● ○ |
| 取締役 | David Haines | ● ○ |
| 監査役 | 越田 悟 | |
| 監査役 | 多田 章 | |

III. トピックス



Copyright © LIXIL Group Corporation, All rights reserved.

III-1. 新商品等 (1)



フラットルーフのカーポート「Gルーフ カールーフタイプ」、デザインウォール「Gスクリーン フリーウォール」新発売



- さまざまな場所に設置できる人気のエクステリア構成パーツ「プラスG」シリーズのNEWアイテム。
- 「Gルーフ カールーフタイプ」は柱、フレーム、雨樋に至るまで、美しさを追求し、住まいと一体感のある佇まいを実現。
- 「Gスクリーンフリーウォール」は簡単に早く美しく施工できる接着剤張りタイル工法を取り入れた乾式構造のデザインウォール。

• 14年6月発売

Copyright © LIXIL Group Corporation, All rights reserved.

上質と洗練を極めた“フラットデザインコンセプト”のアルミ形材門扉・フェンス「ライシス」「プレスタ」誕生

- 凹凸部を無くし意匠性を高め、丸みを抑えたスクエアなフォルムで、シンプルながらも上質で洗練された佇まいを演出



• 14年4月発売

III-1. 新商品等 (2)

「エコカラットプラス デザインパッケージ ファブリックプラン」9種 新発売



・様々な色や柄のファブリックシートと、タイル独特の質感を持つ「エコカラットプラス」の組み合わせにより、これまでにない上質な空間を演出

・川島織物セルコンとのコラボレーション



・14年6月発売

Copyright © LIXIL Group Corporation, All rights reserved.

東京の新たなランドマーク、「虎ノ門ヒルズ」にLIXILグループの技術が多数採用



LIXIL、LIXIL 鈴木シャッター、川島織物セルコン、JAXSONなど当社グループの商材(カーテンウォール、壁・床タイル、重量シャッターや耐火スクリーン、タイルカーペット、浴槽など)で外観から居住空間まで快適性を実現。

III-2. 「第8回キッズデザイン賞」を受賞

子どもの安全安心に配慮した設計や機能が評価された計8商品が、3部門で「キッズデザイン賞」を受賞しました

<個人・家庭部門>

- 断熱リフォーム工法「ココエコ」
- 透光型耐力壁「パンチくん」

<未来を担う消費者デザイン部門>

- エアクリーニングウォール「エコカラットプラスデザインパッケージ ファブリックプラン MixModern 3㎡タイプ」

<一般部門>

- ビル用サッシ「PRO-SE 引違い窓(戸先安全ゴム)ノンレール下枠」
- 断熱窓「サーモスシリーズ(サーモスII・防火戸FG H/S)」
- 断熱玄関ドア「ジェスタ」「FG-E ジェスタ」「シリンダー一体型ハンドル S型」
- 断熱玄関ドア「ジェスタ」「FG-E ジェスタ」「玄関ドア上LED照明」
- 「玄関引戸 リニアスライドシステム」

Copyright © LIXIL Group Corporation, All rights reserved.



サーモスシリーズ(サーモスII・防火戸FG H/S)

III-3. ダイバーシティの推進

「WeDo アクション」 女性の活躍を加速するアクションプランを制定しました

2014年6月に発表された内閣府がサポートする「輝く女性の活躍を加速する男性リーダーの会」の「行動宣言」に沿って当社独自のアクションプランを制定しました。女性の意欲を高め、能力を最大限発揮できるよう取り組んでいきます。



WeDo : Women Empowerment in the Diversified Organization
「ダイバーシティ組織における女性の活躍推進」を意味しています。

III-4. その他トピックス

健康や快適性、環境負荷低減を追求した障がい者就労センター「LIXIL WING NIJI」竣工



- ・省エネ・少エネを実現するユニバーサルデザイン
- ・当施設は2013年に行ったLIXIL Diversity宣言の考えに繋がっていくものであり、障がい者雇用の推進に取り組むとともに、一人ひとりの能力を最大限に引き出せる働き方を提案していく。



・14年7月14日より業務開始

東京・お台場 日本科学未来館で開催
トイレの企画展に特別協賛



・「トイレ」にまつわる身近な話題から、排泄物と地球環境の問題に至るまでさまざまな情報に触れながら、環境に負荷をかけないトイレのシステムとは何かをわかりやすく展示

・LIXILが取り組んでいるISIS2018プロジェクト(*)やグリーントイレシステムプロジェクトの活動について紹介。
*UNICEFのWASHプログラムに賛同し、2018年までに200万人以上の児童に清潔で衛生的なトイレの提供を目指す活動

・14年10月まで開催

2015年3月期 第1四半期決算<添付資料>

| | |
|--|------|
| 1.(1) 通期 5か年推移実績(旧セグメント) | P.1 |
| 1.(2) 通期実績および2015年3月期予想(新セグメント) | P.2 |
| 2. 2015年3月期 第1四半期実績と上期下期予想 | P.3 |
| 3. 四半期毎の業績推移 | P.4 |
| 4. セグメント別状況① 国内メーカー群 (金属製建材/水回り設備/その他建材設備セグメント) | P.5 |
| 5. セグメント別状況② 流通・小売りセグメントの状況 | P.6 |
| 6. セグメント別状況③ 住宅・不動産他セグメントの状況 | P.7 |
| 7. 商品・サービス別売上状況 | P.8 |
| 8. リフォーム事業の状況 | P.9 |
| 9. 海外生産比率・海外売上 | P.10 |
| 10. ペルマスティリーザ | P.11 |
| 11. ASB | P.11 |
| 12. アジア事業 | P.12 |
| 13. 連結子会社数の推移 | P.12 |
| 14. のれん | P.13 |
| 15. 近年実施したM&A一覧 | P.13 |

2014年8月4日



株式会社 LIXILグループ^o

※この資料には、(株)LIXILグループ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。

1.(1)通期5か年推移実績(旧セグメント)

*この頁は14年3月期決算説明資料から変更ありません。

単位:億円、%

| | 10/3期 実績 | 11/3期 実績 | 12/3期 実績 | 13/3期 実績 | 14/3期 実績 | 前年同期比 | |
|----------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|---------------|
| | | | | | | 増減 | (%) |
| 金属製建材 | 3,688 | 4,885 | 5,150 | 6,518 | 7,318 | 800 | 12.3% |
| 水回り設備 | 2,828 | 3,800 | 3,705 | 3,743 | 4,385 | 642 | 17.1% |
| その他建材・設備 | 1,552 | 1,597 | 1,910 | 1,880 | 2,097 | 217 | 11.5% |
| 流通・小売り | 1,342 | 1,428 | 1,666 | 1,754 | 1,951 | 196 | 11.2% |
| 住宅・不動産他 | 519 | 575 | 613 | 593 | 642 | 49 | 8.3% |
| 小計 | 9,929 | 12,285 | 13,044 | 14,488 | 16,393 | 1,904 | 13.1% |
| 消去又は全社 | -103 | -135 | -130 | -124 | -106 | 18 | - |
| 売上高 | 9,826 | 12,149 | 12,914 | 14,364 | 16,287 | 1,923 | 13.4% |
| 売上総利益 | 2,990 | 3,807 | 3,761 | 4,031 | 4,478 | 448 | 11.1% |
| 売上総利益率 | 30.4% | 31.3% | 29.1% | 28.1% | 27.5% | - | -0.6P |
| 販管費 | 2,731 | 3,403 | 3,581 | 3,526 | 3,788 | 262 | 7.4% |
| 販管費比率 | 27.8% | 28.0% | 27.7% | 24.5% | 23.3% | - | -1.3P |
| 金属製建材 | 179 | 221 | 40 | 239 | 335 | 96 | 40.3% |
| 水回り設備 | 84 | 130 | 115 | 170 | 204 | 34 | 19.8% |
| その他建材・設備 | -14 | 36 | 19 | 76 | 101 | 25 | 32.8% |
| 流通・小売り | 39 | 20 | -9 | 3 | 38 | 36 | 14倍 |
| 住宅・不動産他 | -11 | 24 | 43 | 49 | 57 | 8 | 16.1% |
| 消去又は全社 | -17 | -27 | -28 | -32 | -45 | -13 | - |
| 営業利益 | 260 | 404 | 179 | 505 | 691 | 186 | 36.8% |
| 金属製建材 | 4.8% | 4.5% | 0.8% | 3.7% | 4.6% | - | +0.9P |
| 水回り設備 | 3.0% | 3.4% | 3.1% | 4.5% | 4.6% | - | +0.1P |
| その他建材・設備 | -0.9% | 2.2% | 1.0% | 4.0% | 4.8% | - | +0.8P |
| 流通・小売り | 2.9% | 1.4% | -0.5% | 0.2% | 2.0% | - | +1.8P |
| 住宅・不動産他 | -2.1% | 4.1% | 7.0% | 8.4% | 8.9% | - | +0.5P |
| 営業利益率 | 2.6% | 3.3% | 1.4% | 3.5% | 4.2% | - | +0.7P |
| 経常利益 | 279 | 392 | 161 | 531 | 749 | 219 | 41.2% |
| 税前当期純損益 | 39 | 304 | -264 | 325 | 729 | 403 | 124.0% |
| 当期純損益 | -53 | 158 | 19 | 213 | 448 | 234 | 109.7% |

1. (2)通期実績および2015年3月期予想(新セグメント)

単位:億円、%

| | 13/3期 実績 (ご参考) | 14/3期 実績 (ご参考) | 前年同期比 | | 15/3期 予想 | 前年同期比 | |
|----------------|----------------------|----------------------|--------------|---------------|---------------|--------------|--------------|
| | | | 増減 | (%) | | 増減 | (%) |
| 金属製建材 | 4,850 | 5,194 | 345 | 7.1% | 5,200 | 6 | 0.1% |
| 水回り設備 | 3,394 | 3,594 | 200 | 5.9% | 3,600 | 6 | 0.2% |
| その他建材・設備 | 1,840 | 2,068 | 228 | 12.4% | 2,000 | -68 | -3.3% |
| 流通・小売り | 1,754 | 1,951 | 196 | 11.2% | 2,030 | 79 | 4.1% |
| 住宅・不動産他 | 593 | 642 | 49 | 8.3% | 630 | -12 | -1.9% |
| 国内事業合計 | 12,430 | 13,449 | 1,019 | 8.2% | 13,460 | 11 | 0.1% |
| アジア | 662 | 929 | 268 | 40.5% | 1,050 | 121 | 13.0% |
| カーテンウォール | 1,618 | 2,050 | 432 | 26.7% | 2,460 | 410 | 20.0% |
| ASB | - | 291 | 291 | - | 1,070 | 779 | 267.7% |
| 海外事業合計 | 2,280 | 3,270 | 990 | 43.4% | 4,580 | 1,310 | 40.1% |
| 調整額 | -346 | -432 | -86 | - | -440 | -8 | - |
| 売上高 | 14,364 | 16,287 | 1,923 | 13.4% | 17,600 | 1,313 | 8.1% |
| 売上総利益 | 4,031 | 4,478 | 448 | 11.1% | 4,860 | 382 | 8.5% |
| 売上総利益率 | 28.1% | 27.5% | - | -0.6P | 27.6% | - | +0.1P |
| 販管費 | 3,526 | 3,788 | 262 | 7.4% | 4,060 | 272 | 7.2% |
| 販管費比率 | 24.5% | 23.3% | - | -1.3P | 23.1% | - | -0.2P |
| 金属製建材 | 310 | 423 | 113 | 36.5% | 430 | 7 | 1.7% |
| 水回り設備 | 218 | 254 | 37 | 16.8% | 270 | 16 | 6.2% |
| その他建材・設備 | 102 | 122 | 19 | 18.9% | 110 | -12 | -9.7% |
| 流通・小売り | 7 | 43 | 36 | 523.6% | 70 | 27 | 63.8% |
| 住宅・不動産他 | 52 | 61 | 9 | 17.3% | 55 | -6 | -9.2% |
| 国内事業合計 | 688 | 902 | 214 | 31.1% | 935 | 33 | 3.6% |
| アジア | 14 | 17 | 3 | 21.1% | 40 | 23 | 134.7% |
| カーテンウォール | 69 | 39 | -30 | -43.1% | 85 | 46 | 117.1% |
| ASB | - | 15 | 15 | - | 60 | 45 | 305.1% |
| 海外事業合計 | 83 | 71 | -12 | -14.3% | 185 | 114 | 160.5% |
| 全社費用・のれん償却等 | -266 | -282 | -16 | - | -320 | -38 | - |
| 営業利益 | 505 | 691 | 186 | 36.8% | 800 | 109 | 15.8% |
| 金属製建材 | 6.4% | 8.1% | - | +1.8P | 8.3% | - | +0.1P |
| 水回り設備 | 6.4% | 7.1% | - | +0.7P | 7.5% | - | +0.4P |
| その他建材・設備 | 5.6% | 5.9% | - | +0.3P | 5.5% | - | -0.4P |
| 流通・小売り | 0.4% | 2.2% | - | +1.8P | 3.4% | - | +1.3P |
| 住宅・不動産他 | 8.7% | 9.4% | - | +0.7P | 8.7% | - | -0.7P |
| 国内事業合計 | 5.5% | 6.7% | - | +1.2P | 6.9% | - | +0.2P |
| アジア | 2.1% | 1.8% | - | -0.3P | 3.8% | - | +2.0P |
| カーテンウォール | 4.3% | 1.9% | - | -2.3P | 3.5% | - | +1.5P |
| ASB | - | 5.1% | - | - | 5.6% | - | +0.5P |
| 海外事業合計 | 3.6% | 2.2% | - | -1.5P | 4.0% | - | +1.9P |
| 営業利益率 | 3.5% | 4.2% | - | +0.7P | 4.5% | - | +0.3P |
| 経常利益 | 531 | 749 | 219 | 41.2% | 815 | 66 | 8.8% |
| 税前当期純利益 | 325 | 729 | 403 | 124.0% | 765 | 36 | 5.0% |
| 当期純利益 | 213 | 448 | 234 | 109.7% | 490 | 42 | 9.5% |

*セグメント別営業利益は「のれん償却、取得原価配分前セグメント利益」を表示しています。

2. 2015年3月期 第1四半期実績と上期下期予想

単位:億円、%

| | | 14/3期 | | | 15/3期 | | | | | | | | | | |
|-------|--------------|---------------|---------------|-------------|----------|----------|-------|-------|--------|-------|-------|--------|--------|-------|--------|
| | | 上期実績 (ご参考) | 下期実績 (ご参考) | 通期 (ご参考) | 1Q 実績 | 2Q 差引 | 上期予想 | | | 下期予想 | | | 通期予想 | | |
| | | | | | | | 増減額 | 前年同期比 | | 増減額 | 前年同期比 | | 増減額 | 前年同期比 | |
| 売上 | 金属製建材 | 2,387 | 2,807 | 5,194 | 1,130 | 1,330 | 2,460 | 73 | 3.0% | 2,740 | -67 | -2.4% | 5,200 | 6 | 0.1% |
| | 水回り設備 | 1,704 | 1,890 | 3,594 | 789 | 941 | 1,730 | 26 | 1.6% | 1,870 | -20 | -1.1% | 3,600 | 6 | 0.2% |
| | その他建材・設備 | 960 | 1,108 | 2,068 | 438 | 522 | 960 | 0 | 0.0% | 1,040 | -68 | -6.2% | 2,000 | -68 | -3.3% |
| | 流通・小売り | 938 | 1,013 | 1,951 | 494 | 506 | 1,000 | 62 | 6.7% | 1,030 | 17 | 1.7% | 2,030 | 79 | 4.1% |
| | 住宅・不動産他 | 309 | 334 | 642 | 141 | 159 | 300 | -8 | -2.7% | 330 | -4 | -1.2% | 630 | -12 | -1.9% |
| | 国内事業合計 | 6,297 | 7,152 | 13,449 | 2,992 | 3,458 | 6,450 | 153 | 2.4% | 7,010 | -142 | -2.0% | 13,460 | 11 | 0.1% |
| | アジア | 412 | 518 | 929 | 235 | 215 | 450 | 38 | 9.2% | 600 | 82 | 15.9% | 1,050 | 121 | 13.0% |
| | カーテンウォール | 915 | 1,135 | 2,050 | 460 | 690 | 1,150 | 235 | 25.7% | 1,310 | 175 | 15.4% | 2,460 | 410 | 20.0% |
| | ASB | - | 291 | 291 | 235 | 295 | 530 | 530 | - | 540 | 249 | 85.6% | 1,070 | 779 | 267.7% |
| | 海外事業合計 | 1,327 | 1,943 | 3,270 | 930 | 1,200 | 2,130 | 803 | 60.6% | 2,450 | 507 | 26.1% | 4,580 | 1,310 | 40.1% |
| | 調整額 | -209 | -224 | -432 | -107 | -123 | -230 | -22 | - | -210 | 14 | - | -440 | -8 | - |
| | 売上高 | 7,415 | 8,871 | 16,287 | 3,815 | 4,535 | 8,350 | 935 | 12.6% | 9,250 | 379 | 4.3% | 17,600 | 1,313 | 8.1% |
| | 売上総利益 | 2,064 | 2,414 | 4,478 | 1,047 | 1,273 | 2,320 | 256 | 12.4% | 2,540 | 126 | 5.2% | 4,860 | 382 | 8.5% |
| 販売管理費 | 1,804 | 1,983 | 3,788 | 999 | 1,011 | 2,010 | 206 | 11.4% | 2,050 | 67 | 3.4% | 4,060 | 272 | 7.2% | |
| 営業 | 金属製建材 | 196 | 227 | 423 | 59 | 136 | 195 | -1 | -0.6% | 235 | 8 | 3.7% | 430 | 7 | 1.7% |
| | 水回り設備 | 111 | 143 | 254 | 14 | 101 | 115 | 4 | 3.7% | 155 | 12 | 8.1% | 270 | 16 | 6.2% |
| | その他建材・設備 | 43 | 79 | 122 | 9 | 30 | 40 | -3 | -7.3% | 70 | -9 | -11.0% | 110 | -12 | -9.7% |
| | 流通・小売り | 17 | 26 | 43 | 22 | 1 | 23 | 6 | 36.4% | 47 | 21 | 81.7% | 70 | 27 | 63.8% |
| | 住宅・不動産他 | 29 | 31 | 61 | 12 | 12 | 24 | -5 | -17.6% | 31 | 0 | -1.5% | 55 | -6 | -9.2% |
| | 国内事業合計 | 396 | 506 | 902 | 116 | 280 | 397 | 1 | 0.2% | 538 | 32 | 6.3% | 935 | 33 | 3.6% |
| | アジア | -5 | 22 | 17 | 4 | 2 | 5 | 11 | - | 35 | 12 | 55.4% | 40 | 23 | 134.7% |
| | カーテンウォール | -3 | 42 | 39 | 1 | 28 | 28 | 31 | - | 57 | 15 | 34.9% | 85 | 46 | 117.1% |
| | ASB | - | 15 | 15 | 10 | 27 | 37 | 37 | - | 23 | 8 | 55.3% | 60 | 45 | 305.1% |
| | 海外事業合計 | -8 | 79 | 71 | 15 | 56 | 70 | 79 | - | 115 | 35 | 44.5% | 185 | 114 | 160.5% |
| | 全社費用 | -87 | -103 | -190 | -58 | -48 | -106 | -20 | - | -109 | -5 | - | -215 | -25 | - |
| | のれん償却・取得原価配分 | -41 | -52 | -93 | -25 | -25 | -50 | -9 | - | -55 | -3 | - | -105 | -12 | - |
| | 営業利益 | 260 | 431 | 691 | 48 | 262 | 310 | 50 | 19.4% | 490 | 59 | 13.7% | 800 | 109 | 15.8% |
| 営業利益率 | 3.5% | 4.9% | 4.2% | 1.3% | 5.8% | 3.7% | - | +0.2P | 5.3% | - | +0.4P | 4.5% | - | +0.3P | |
| 経常利益 | 290 | 460 | 749 | 46 | 269 | 315 | 25 | 8.8% | 500 | 40 | 8.7% | 815 | 66 | 8.8% | |
| 当期純利益 | 178 | 269 | 448 | 1 | 189 | 190 | 12 | 6.7% | 300 | 31 | 11.4% | 490 | 42 | 9.5% | |

*セグメント別営業利益は「のれん償却、取得原価配分前セグメント利益」を表示しています。

<補足> 為替と原材料価格の実績と前提

| | 14/3期 実績 | 15/3期第1四半期 実績 | 15/3期 計画 |
|--------|-------------|------------------|-------------|
| 米ドル | 100.49円 | 102.14円 | 105.00円 |
| ユーロ | 129.34円 | 141.47円 | 145.00円 |
| タイバーツ | 3.18円 | 3.15円 | 3.30円 |
| 中国人民幣元 | 15.81円 | 16.93円 | 17.50円 |

| | | | |
|--------------|---------|---------|---------|
| アルミ価格(購入ベース) | 22万円/トン | 21万円/トン | 23万円/トン |
| 銅価格 | 55万円/トン | 56万円/トン | 58万円/トン |

3. 四半期毎の業績推移

単位:億円、%

| | 2014年3月期 | | | | | | | | | | 2015年3月期 | |
|----------|----------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|--------|----------|--------|
| | 上期 | | | | | 下期 | | | | | 1Q | |
| | 1Q | | 2Q | | 3Q | | 4Q | | 前年同期比 | | | |
| | | 前年同期比 | | 前年同期比 | | 前年同期比 | | 前年同期比 | | | | |
| 金属製建材 | 1,099 | - | 1,289 | - | | | | | 2,807 | - | 1,130 | 2.8% |
| 水回り設備 | 810 | - | 894 | - | | | | | 1,890 | - | 789 | -2.5% |
| その他建材・設備 | 453 | - | 507 | - | | | | | 1,108 | - | 438 | -3.2% |
| 流通・小売り | 482 | 8.1% | 456 | 7.4% | | | | | 1,013 | 14.5% | 494 | 2.5% |
| 住宅・不動産他 | 150 | 14.2% | 159 | 2.8% | | | | | 334 | 8.6% | 141 | -6.1% |
| 国内事業合計 | 2,993 | - | 3,304 | - | | | | | 7,152 | - | 2,992 | 0.0% |
| アジア | 177 | - | 235 | - | | | | | 518 | - | 235 | 32.4% |
| カーテンウォール | 409 | - | 506 | - | | | | | 1,135 | - | 460 | 12.5% |
| ASB | - | - | - | - | | | | | 291 | - | 235 | - |
| 海外事業合計 | 586 | - | 740 | - | | | | | 1,943 | - | 930 | 58.6% |
| 調整額 | -95 | - | -114 | - | | | | | -224 | - | -107 | - |
| 売上高 | 3,484 | 6.8% | 3,931 | 10.2% | 4,201 | 12.4% | 4,671 | 23.0% | 8,871 | 17.7% | 3,815 | 9.5% |
| 売上総利益 | 980 | 8.1% | 1,084 | 7.6% | 1,184 | 6.6% | 1,231 | 22.3% | 2,414 | 14.1% | 1,047 | 6.9% |
| 売上総利益率 | 28.1% | +0.3P | 27.6% | -0.7P | 28.2% | -1.5P | 26.4% | -0.2P | 27.2% | -0.9P | 27.5% | -3.1P |
| 販売管理費 | 888 | 1.6% | 917 | 1.5% | 934 | 7.6% | 1,049 | 19.0% | 1,983 | 13.4% | 999 | 12.5% |
| 販管費比率 | 25.5% | -1.3P | 23.3% | -2.0P | 22.2% | -1.0P | 22.5% | -0.8P | 22.4% | -0.9P | 26.2% | +0.7P |
| 金属製建材 | 72 | - | 125 | - | | | | | 227 | - | 59 | -17.6% |
| 水回り設備 | 44 | - | 67 | - | | | | | 143 | - | 14 | -68.2% |
| その他建材・設備 | 13 | - | 30 | - | | | | | 79 | - | 9 | -25.8% |
| 流通・小売り | 12 | - | 4 | - | | | | | 26 | - | 22 | 78.4% |
| 住宅・不動産他 | 13 | - | 16 | - | | | | | 31 | - | 12 | -13.1% |
| 日本事業合計 | 154 | - | 242 | - | | | | | 506 | - | 116 | -24.6% |
| アジア | -8 | - | 3 | - | | | | | 22 | - | 4 | - |
| カーテンウォール | 7 | - | -10 | - | | | | | 42 | - | 1 | -91.8% |
| ASB | - | - | - | - | | | | | 15 | - | 10 | - |
| 海外事業合計 | -1 | - | -7 | - | | | | | 79 | - | 15 | - |
| 全社費用 | -41 | - | -45 | - | | | | | -103 | - | -58 | - |
| のれん償却等 | -20 | - | -21 | - | | | | | -52 | - | -25 | - |
| 営業利益 | 92 | 180.3% | 168 | 60.0% | 250 | 3.0% | 181 | 45.3% | 431 | 17.4% | 48 | -47.5% |
| 営業利益率 | 2.6% | +1.6P | 4.3% | +1.3P | 5.9% | -0.5P | 3.9% | +0.6P | 4.9% | -0.0P | 1.3% | -1.4P |
| 経常利益 | 136 | 269.1% | 153 | 74.5% | 271 | 4.9% | 189 | 28.0% | 460 | 13.3% | 46 | -66.4% |
| 当期純損益 | 89 | 733.3% | 88 | 黒字化 | 191 | 5.5% | 79 | -42.2% | 269 | -15.1% | 1 | -98.8% |

*セグメント別営業利益は「のれん償却、取得原価配分前セグメント利益」を表示しています。

4. セグメント別状況① 国内メーカー群 (金属製建材/水回り設備/その他建材設備セグメント)

■ 国内メーカー群の売上高

単位: 億円

| | 第1四半期 | | | 上期 | | | | 通期 | | |
|---------|-------|-------|-----|-------|-------|-----|------|-------|-------|-----|
| | 前期 | 当期 | 前期差 | 14/3 | 15/3 | 前期差 | 前期比 | 14/3 | 15/3 | 前期差 |
| | 実績 | 実績 | | 実績 | 予想 | | | 実績 | 予想 | |
| 金属製建材 | 1,099 | 1,130 | 31 | 2,387 | 2,460 | 73 | 3.0% | 5,194 | 5,200 | 6 |
| 水回り設備 | 810 | 789 | -20 | 1,704 | 1,730 | 26 | 1.6% | 3,594 | 3,600 | 6 |
| その他建材設備 | 453 | 438 | -14 | 960 | 960 | 0 | 0.0% | 2,068 | 2,000 | -68 |

■ 国内メーカー群の営業利益

単位: 億円

| | 第1四半期 | | | 上期 | | | | 通期 | | |
|---------|-------|----|-----|------|------|-----|-------|------|------|-----|
| | 前期 | 当期 | 前期差 | 14/3 | 15/3 | 前期差 | 前期比 | 14/3 | 15/3 | 前期差 |
| | 実績 | 実績 | | 実績 | 予想 | | | 実績 | 予想 | |
| 金属製建材 | 72 | 59 | -13 | 196 | 195 | -1 | -0.6% | 423 | 430 | 7 |
| 水回り設備 | 44 | 14 | -30 | 111 | 115 | 4 | 3.7% | 254 | 270 | 16 |
| その他建材設備 | 13 | 9 | -3 | 43 | 40 | -3 | -7.3% | 122 | 110 | -12 |

■ 国内メーカー群の営業利益増減要因

<第1四半期実績:前年同期比較>

単位: 億円

| | 前1Q 実績 | 売上増減 | ミックス と売価 | 資材価格 | 為替影響 | 原価増減 | 販管費 増減 | 雪害 | 合計 | 当1Q 実績 |
|------|-----------|------|-------------|------|------|------|-----------|-----|-----|-----------|
| 金属 | 72億円 | 9 | -5 | -2 | -1 | 3 | -10 | -6 | -13 | 59億円 |
| 水回り | 44億円 | -6 | -6 | -4 | -5 | 15 | -6 | -18 | -30 | 14億円 |
| その他 | 13億円 | -4 | -3 | 0 | -2 | 5 | 0 | 0 | -3 | 9億円 |
| 製造系計 | 128億円 | -1 | -14 | -6 | -8 | 23 | -16 | -24 | -46 | 83億円 |

5. セグメント別状況② 流通・小売りセグメントの状況

■セグメント売上高とセグメント営業利益(実績と予想)

単位:億円

| | 第1四半期 | | | 上期 | | | | 通期 | | | |
|-----------|-------|-----|-----|------|-------|-----|-------|-------|-------|-----|----|
| | 前期 | 当期 | 前期差 | 14/3 | 15/3 | 前期差 | 前期比 | 14/3 | 15/3 | 前期差 | |
| | 実績 | 実績 | | 実績 | 予想 | | | 実績 | 予想 | | |
| 売上高 | 482 | 494 | 12 | 938 | 1,000 | 62 | 6.7% | 1,951 | 2,030 | 79 | |
| 営業利益 | 12 | 22 | 10 | 17 | 23 | 6 | 36.4% | 43 | 70 | 27 | |
| うち 建デポ | 売上高 | 64 | 75 | 12 | 128 | 159 | 31 | 24.0% | 281 | 350 | 69 |
| | 営業利益 | -9 | -3 | 6 | -18 | -6 | 13 | - | -28 | 0 | 28 |

■営業利益増減要因

<第1四半期実績:前年同期比>

単位:億円

| 14/3期 1Q実績 | 売上増 | 売価 | コスト | 販管費 | 新店費用 | 建デポ | 合計 | 15/3期 1Q実績 |
|---------------|-----|----|-----|-----|------|-----|-----|---------------|
| 12億円 | 4 | 2 | 2 | -3 | -1 | 6 | +10 | 22億円 |

■店舗数

単位:店

| | 14/3期 | 14/3期 | | 15/3期 | 前期比 |
|---------|-------|-------|------|-------|-----|
| | 通期実績 | 1Q実績 | 前期末比 | 通期予想 | |
| SVH 出店数 | 4 | 0 | - | 1 | - |
| NVH 出店数 | 0 | 0 | - | 0 | - |
| 建デポ出店数 | 4 | 1 | - | 6 | - |
| 閉鎖店舗数 | 4 | 0 | - | 0 | - |
| 期末店舗数 | 146 | 147 | +1 | 153 | +7 |
| 内SVH | 33 | 33 | 0 | 34 | +1 |
| 内NVH | 9 | 9 | 0 | 9 | 0 |
| 内建デポ | 62 | 63 | +1 | 68 | +6 |

■ホームセンター事業実績

単位:億円、%

| | 14/3期 | 15/3期 | 前年同期比 |
|-------|-------|-------|-------|
| | 1Q実績 | 1Q実績 | |
| 売上高 | 418 | 419 | 0.0% |
| 営業利益 | 25 | 30 | 22.6% |
| 営業利益率 | 5.9% | 7.2% | 1.3P |

■ホームセンター店舗売上伸び率

<15/3期1Q実績>

単位:%

| | |
|--------|------|
| 全店ベース | +0.3 |
| 既存店ベース | -5.5 |

※既存店=13/3期以前開店

■ホームセンター客数、客単価の伸び率

<15/3期1Q実績> 単位:%

| | | |
|-----|-----|------|
| 全店 | 客数 | -3.1 |
| | 客単価 | 3.5 |
| 既存店 | 客数 | -7.9 |
| | 客単価 | 2.8 |

6. セグメント別状況③ 住宅不動産セグメントの状況

■セグメント売上高とセグメント営業利益(実績と予想)

単位:億円、%

| | 第1四半期 | | | 上期 | | | | 通期 | | |
|------|-------|-----|-----|------|------|-----|--------|------|------|-----|
| | 前期 | 当期 | 前期差 | 14/3 | 15/3 | 前期差 | 前期比 | 14/3 | 15/3 | 前期差 |
| | 実績 | 実績 | | 実績 | 予想 | | | 実績 | 予想 | |
| 売上高 | 150 | 141 | -9 | 309 | 300 | -8 | -2.7% | 642 | 630 | -12 |
| 営業利益 | 13 | 12 | -2 | 29 | 24 | -5 | -17.6% | 61 | 55 | -6 |

■ 会社別の売上高と営業利益

<15/3期第1四半期 実績>

単位:億円、%

| | 売上高 | | | 営業利益 | | |
|------------------|-------|-------|--------|-------|-------|--------|
| | 14/3期 | 15/3期 | 前年同期比 | 14/3期 | 15/3期 | 前期比 |
| | 1Q実績 | 1Q実績 | | 1Q実績 | 1Q実績 | |
| LIXIL住宅研究所 | 58 | 58 | -0.1% | 4 | 4 | -7.6% |
| 日本住宅保証検査機構 (JIO) | 27 | 29 | 5.4% | 1 | 1 | 2.4% |
| ジャパンホームシールド | 24 | 23 | -6.4% | 3 | 2 | -20.9% |
| その他・連結組替 | 40 | 31 | -22.4% | 4 | 4 | -5.6% |
| 住宅不動産他 セグメント | 150 | 141 | -6.1% | 13 | 12 | -13.1% |

<15/3期予想>*14年3月期決算資料から変更なし

単位:億円、%

| | 売上高 | | | 営業利益 | | |
|------------------|-------|-------|--------|-------|-------|--------|
| | 14/3期 | 15/3期 | 前期比 | 14/3期 | 15/3期 | 前期比 |
| | 実績 | 予想 | | 実績 | 予想 | |
| LIXIL住宅研究所 | 285 | 283 | -0.7% | 20 | 24 | 16.2% |
| 日本住宅保証検査機構 (JIO) | 118 | 115 | -3.2% | 7 | 7 | 3.9% |
| ジャパンホームシールド | 101 | 111 | 9.3% | 13 | 15 | 13.3% |
| その他・連結組替 | 138 | 122 | -11.4% | 17 | 4 | -78.7% |
| 住宅不動産他 セグメント | 642 | 630 | -1.9% | 57 | 49 | -14.7% |

■ 住宅FCにおける契約数と上棟数

(前年数字の計上方法を修正)

契約数

単位:棟数、%

| | 通期 | | |
|-------|-------|-------|--------|
| | 14/3期 | 15/3期 | 前期比 |
| | 1Q実績 | 1Q実績 | |
| 住宅FC計 | 1,191 | 942 | -20.9% |

上棟数

単位:棟数、%

| | 通期 | | |
|-------|-------|-------|--------|
| | 14/3期 | 15/3期 | 前期比 |
| | 1Q実績 | 1Q実績 | |
| 住宅FC計 | 929 | 798 | -14.1% |

7. 商品・サービス別売上状況

単位:億円、%

| 主要商品名 | 14/3期 実績 | 14/3期 1Q実績 | 15/3期 1Q実績 | 前年同期比(%) | | | | |
|-------------|-------------|---------------|---------------|-----------|------|------|------|-------------|
| | | | | 14/3期 四半期 | | | | 15/3期 1Q |
| | | | | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | |
| 住宅サッシ類 | 2,152 | 513 | 486 | 8.0 | 3.5 | 9.2 | 11.1 | -5.2 |
| エクステリア | 1,206 | 290 | 314 | -2.2 | 1.8 | 5.0 | 19.5 | 8.3 |
| ビルサッシ・シャッター | 1,173 | 167 | 176 | -1.9 | 2.5 | 1.8 | 1.5 | 5.2 |
| 衛生機器 | 1,024 | 219 | 220 | 1.1 | 5.1 | 3.8 | 19.5 | 0.8 |
| バスルーム | 913 | 211 | 214 | 5.5 | 5.8 | 8.1 | 16.4 | 1.6 |
| キッチン | 1,060 | 246 | 233 | 6.8 | 12.2 | 6.7 | -3.4 | -5.3 |
| 洗面化粧台 | 340 | 72 | 76 | 5.9 | 8.5 | 7.8 | 22.0 | 5.6 |
| リビング建材 | 598 | 130 | 131 | 18.7 | 19.1 | 19.1 | 31.4 | 0.6 |
| 住宅用外壁材 | 377 | 89 | 84 | 3.8 | 5.3 | -5.6 | 12.3 | -5.9 |
| タイル | 308 | 68 | 68 | -4.5 | -1.5 | -4.1 | 7.6 | 0.6 |
| インテリアファブリック | 324 | 68 | 68 | -1.6 | -0.4 | -1.0 | 11.3 | -1.2 |
| 構造体・プレカット | 375 | 90 | 67 | 13.9 | 16.4 | 14.4 | 3.0 | -25.0 |
| ホームセンター | 1,919 | 474 | 486 | 7.8 | 7.4 | 8.0 | 21.9 | 2.6 |
| 海外 | 2,939 | 505 | 829 | 15.2 | 38.4 | 45.2 | 65.9 | 64.1 |
| その他 | 1,578 | 343 | 363 | 9.7 | 5.2 | 11.0 | 31.2 | 5.7 |
| 合計 | 16,287 | 3,484 | 3,815 | 6.8 | 10.2 | 12.4 | 23.0 | 9.5 |

8. リフォーム

ストックビジネス比率推定

単位:億円、%

| | 13/3期 | 14/3期 | 前年同期比 | 14/3期 | 15/3期 | 前年同期比 |
|-------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 実績 | 実績 | | 1Q実績 | 1Q実績 | |
| ストックビジネス売上 | 3,274 | 3,767 | 15.1% | 850 | 877 | 3.1% |
| 国内総売上高に占める 比率(子会社含む) | 26.6% | 28.2% | +1.6P | 28.5% | 29.4% | +0.8P |

リフォーム商材売上

単位:億円、%

| | 13/3期 | 14/3期 | 前年同期比 | 15/3期 | 前年同期比 | 14/3期 | 15/3期 | 前年同期比 |
|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 実績 | 実績 | | 計画 | | 1Q実績 | 1Q実績 | |
| リフォーム商材売上 | 2,479 | 2,826 | 14.0% | 3,050 | 7.9% | 673 | 683 | 1.4% |
| リフォーム比率 | 29.2% | 31.0% | +1.8P | 33.5% | +2.5P | 28.5% | 29.0% | +0.4P |

リフォームネットワーク加盟店数

| ボランタリー型 | 12/3末 実績 | 13/3末 実績 | 14/3末 実績 | 14/6末 実績 |
|---------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| LIXILリフォームネット | 8,896 | 9,356 | 10,203 | 10,495 |

*12年4月より現組織に移行

| フランチャイズ型 | 12/3末 実績 | 13/3末 実績 | 14/3末 実績 | 14/6末 実績 |
|----------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| LIXILリフォームチェーン | 414 | 377 | 376 | 382 |

*12年7月より現組織へ移行

9. 海外生産比率・海外売上

海外生産比率

| 生産品目 | 所在地 | 海外生産比率 | | |
|-----------|----------|-------------|---------------|-------------|
| | | 14/3期 実績 | 15/3期 1Q実績 | 15/3期 計画 |
| 住宅用アルミサッシ | タイ | 26% | 30% | 26% |
| リビング建材 | 中国・大連 | 46% | 48% | 46% |
| 衛生陶器 | ベトナム・ハノイ | 42% | 46% | 42% |
| | 中国・蘇州 | | | |
| 水栓金具 | 中国・蘇州 | 12% | 13% | 11% |
| 床タイル | 中国・蘇州 | 53% | 54% | 53% |

*今回から算出基準を変更しました。

海外売上

単位:億円、%

| 地域 | 14/3期 1Q実績 | | | 15/3期 1Q実績 | | | | |
|---------------|------------|-------------|-----------|------------|--------|-----|-----------|-----|
| | 売上高 | ペルマ除く 実績 | ペルマ 実績 | 売上高 | ペルマ除く | | ペルマ 実績 | |
| | | | | | 前期比 | 前期比 | | |
| Greater China | 143 | 79 | 64 | 157 | 10.1% | 106 | 34.9% | 51 |
| タイ | 27 | 26 | 2 | 33 | 20.0% | 29 | 13.7% | 4 |
| ベトナム | 16 | 14 | 2 | 17 | 7.4% | 17 | 18.4% | 0 |
| 韓国 | 8 | 8 | 0 | 20 | 146.2% | 20 | 154.0% | 0 |
| その他アジア | 38 | 13 | 25 | 43 | 14.5% | 18 | 39.6% | 25 |
| 中東 | 79 | 0 | 79 | 80 | 1.1% | 0 | -34.5% | 80 |
| 北米 | 69 | 1 | 68 | 334 | 384.3% | 230 | - | 104 |
| ヨーロッパ | 93 | 0 | 92 | 115 | 24.1% | 1 | 47.0% | 114 |
| その他 | 33 | 2 | 31 | 30 | -9.8% | 11 | 338.0% | 19 |
| 合計 | 505 | 143 | 362 | 829 | 64.1% | 432 | 201.4% | 397 |

ご参考:海外販売比率

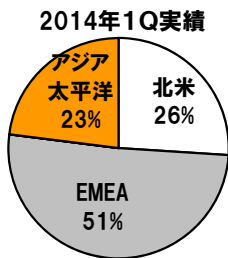
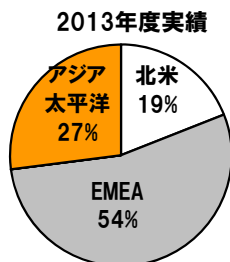
単位:億円、%

| 年度 | 11/3期 実績 | 12/3期 実績 | 13/3期 実績 | 14/3期 実績 | 15/3期 1Q実績 | 15/3期 予想 |
|-------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|-------------|
| 海外売上高 | 400 | 539 | 2,051 | 2,939 | 829 | 4,300 |
| 比率 | 3.3% | 4.2% | 14.3% | 18.0% | 21.7% | 24.4% |

10. ペルマスティリーザ

通期=1月~12月

■売上高構成比



*EMEA=欧州、中東、アフリカ地域

■ペルマスティリーザ社の業績推移

単位:億円、%

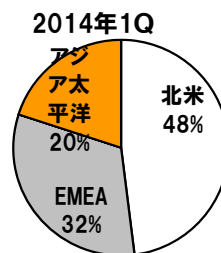
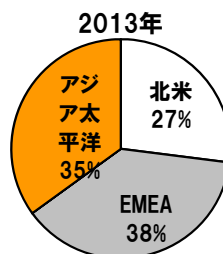
| | 13/12期 1Q実績 | 14/12期 1Q実績 | 14/12期 | | |
|-------------|----------------|----------------|--------|-------|------|
| | | | 前年同期比 | 予想 | 前期比 |
| 売上高 | 367 | 404 | 10% | 2,280 | 26% |
| 営業利益 | 11 | 4 | -66% | 85 | 106% |
| | % | 3% | -2P | 4% | +1P |
| のれん等償却 | 13 | 16 | - | 59 | - |
| 連結影響営業利益 | -3 | -12 | - | 26 | - |
| 為替レート 円/ユーロ | 120.2 | 141.5 | - | 145.0 | - |

■受注状況

単位:百万ユーロ

| | 13/12期 1Q実績 | 14/12期 1Q実績 |
|------|----------------|----------------|
| 新規受注 | 319 | 422 |
| 期末残高 | 1,962 | 2,017 |

■新規受注構成比



■のれん等

単位:百万ユーロ

| | 14/3期 期末残高 | 15/3期 | | 15/3期 | | 償却年数 |
|--------|---------------|-------|------|-------------|------|-------|
| | | 1Q償却額 | 期末残高 | 通期償却 予定額 | 期末残高 | |
| のれん | 216 | 6 | 210 | 24 | 192 | 11年 |
| 無形固定資産 | 204 | 4 | 199 | 17 | 187 | 4~20年 |
| 合計 | 419 | 10 | 409 | 41 | 379 | |

11. ASB

通期=13年度まで1月~12月

14年度から4月~3月

■ASB社の業績推移(円建て)

単位:億円、%

| | 15/3期 1Q実績 | 15/3期 | |
|------------|---------------|-------|----|
| | | 1Q実績 | 予想 |
| 売上高 | 235 | 1,070 | |
| 営業利益 | 10 | 60 | |
| | % | 5% | 6% |
| のれん等償却 | 3 | 20 | |
| 連結影響営業利益 | 7 | 40 | |
| 為替レート 円/ドル | 102.1 | 105.0 | |

*期初予想から
変更していません

■ASB社の業績推移(ドル建て)

単位:百万ドル、%

| | 13/12期 1Q実績 | 15/3期 1Q実績 | 前年同期比 |
|-------|----------------|---------------|-------|
| | | | |
| 営業利益 | 6 | 10 | 73% |
| | % | 3% | 5% |
| 総資産 | - | 867 | - |
| 有利子負債 | - | 298 | - |
| 純資産 | - | 277 | - |

■のれん等(今回の第1四半期決算にて確定)

単位:百万ドル

| | 15/3期 1Q償却額 | 15/3期 | | 償却年数 |
|--------------------|----------------|-------|-------------|-------|
| | | 期末残高 | 通期償却 予定額 | |
| のれん | 2 | 145 | 7 | 20年 |
| 無形固定資産 (償却対象のみ) | 1 | 94 | 6 | 5-30年 |
| 合計 | 3 | 239 | 13 | |

12. アジア事業

通期=1月~12月

■連結セグメント アジア事業 (円建て)

単位：億円

| | 2013年 1Q 実績 | 2014年 1Q 実績 | 前年同期比 | | 2014年 通期予想 | 前年同期比 | |
|------------|----------------|----------------|-------|------|---------------|-------|------|
| | | | 増減 | % | | 増減 | % |
| 外部顧客への売上高 | 110 | 149 | 39 | 36% | - | - | - |
| セグメント間・振替高 | 67 | 86 | 19 | 28% | - | - | - |
| 売上高 | 177 | 235 | 58 | 33% | 1,050 | 121 | 13% |
| 営業利益 *1 | -8 | 4 | 12 | - | 40 | 23 | 135% |
| 営業利益率 *2 | -7% | 2% | - | +10P | - | - | - |

*1 のれん等償却前営業利益

*2外部顧客売上高に対する営業利益率

13. 連結子会社数と持分法適用会社数の推移

| 13/06 | + | - | 13/09 | + | - | 13/12 | + | - | 14/03 | + | - | 14/06 |
|-------|----|---|-------|---|---|-------|---|---|-------|---|---|-------|
| 107 | 20 | 3 | 124 | 3 | 0 | 127 | 2 | 0 | 129 | 1 | 4 | 126 |
| 3 | 0 | 0 | 3 | 1 | 0 | 4 | 1 | 0 | 5 | 0 | 0 | 5 |

■ 新規連結及び持分法適用影響額：売上高 234億円、営業利益 5億円、経常利益 -22億円、
当期純利益 -30億円

14. のれん

負ののれん

(単位:億円)

| | 14/3期 通期実績 | | 15/3期 通期予想 | | 15/3期 1Q実績 | |
|----------------|---------------|----|---------------|----|---------------|----|
| | 償却額 | 残高 | 償却予想 | 残高 | 償却額 | 残高 |
| アメリカンスタンダード AP | 1 | 1 | 1 | - | 0 | 0 |
| 合計 | 1 | 1 | 1 | - | 0 | 0 |
| 営業外収益 負ののれん償却額 | 1 | | 1 | | 0 | |
| 特別利益 | - | | - | | - | |

正ののれん(その他無形固定資産含まず)

(単位:億円)

| | 14/3期 通期実績 | | 15/3期 通期予想 | | 15/3期 1Q実績 | |
|-----------------------|---------------|--------|---------------|-----|---------------|-----|
| | 償却額 | 残高 | 償却 | 残高 | 償却額 | 残高 |
| アメリカンスタンダード AP | 5 | 2 | 2 | - | 1 | 1 |
| AMTORONIC (上海美特の特株会社) | 3 | - | - | - | - | - |
| 川島織物セルコン | 6 | 13 | 6 | 7 | 1 | 11 |
| 羅住海爾住建 | 7 | 22 | 7 | 15 | 2 | 19 |
| ハイビック | 3 | 7 | 3 | 4 | 1 | 6 |
| Permasteelisa | 31 | 313 | 35 | 278 | 8 | 297 |
| ASB | 7 | 暫定 422 | 8 | 147 | 2 | 148 |
| Star Alubuild | 0 | 4 | 1 | 3 | 0 | 4 |
| 他 | 7 | 16 | 6 | 10 | 2 | 14 |
| 合計 | 68 | 800 | 67 | 465 | 17 | 502 |
| 販管費 | 66 | | 67 | | 17 | |
| 特別損失 | 2 | | - | | - | |

15. 近年実施したM&A一覧

海外企業のM&A

単位:億円

| 実施年月 | 会社名 | 狙い | 売上規模 | | 取得金額 | 所有割合 | のれん | 効果 |
|-----------------------------|---------------------------|--------------------------|-------|---------|-------|-------|---------------------------|---------------------------------|
| | | | 取得時 | 13年度実績 | | | | |
| 2009年7月 (一部 2009年11月) | アメリカンスタンダード アジア・パシフィック | 衛生陶器(アジア) | 235 | - | 176 | 100% | のれん 21 知的財産権 35 | アジアでの事業プラット フォーム アジア拠点の再編 |
| 2011年1月 | 上海美特カーテン ウォール | ビルサッシ(中国) | 120 | 245 | 32 | 75% | 5 | ビルサッシ中国展開 |
| 2011年12月 | ヘルマスティリーザ | ビルサッシ (グローバル) | 1,160 | 1,804 | 608 | 100% | のれん 343 無形固定資 産 350 | ビルサッシの グローバル展開 |
| 2013年8月 | アメリカンスタンダード フランス (ASB) | 水回り(北米) | 820 | 850 * | 305 | 100% | のれん 147 無形固定資 産 217 | アメリカでの事業プラット フォーム |
| 2013年10月 | スターアルビルド | ビルサッシ(インド) | 17 | - | 7 | 70% | 4 | インド事業展開 |
| 2014年1月 | グローエグループ | 水回り、特に水栓金具 (欧州、グローバル) | 1,800 | 1,876 * | 1,039 | 43.8% | 未定 | 欧州での事業プラット フォーム |

*ASBは13年度は4ヶ月連結、グローエは14年度から持分法の対象だが、ここでは2013年12月期(1年間)の売上を記載

日本企業のM&A

単位:億円

| 実施年月 | 会社名 | 狙い | 売上規模 | | 取得金額 | 所有割合 | のれん | 効果 |
|-----------------------|----------|-----------|-------|---------------------|--|------------------|-----|----------------------------|
| | | | 取得時 | 13年度実績 | | | | |
| 2010年4月 | 新日軽 | 住宅・ビル用サッシ | 1,100 | | 0 | 100% | 54 | サッシシェア50%超へ コスト削減 |
| 2010年4月 (一部09年6月) | サンウエーブ工業 | キッチン | 850 | 2011年4月 LIXILに統合 | 137 | 80%→ 13年 100% | -61 | キッチン首位へ コスト削減 |
| 2011年8月 (一部10年12月) | 川島織物セルコン | カーテン等内装材 | 343 * | 324 | 10/12月 22億円 11/8月 株式交換比 率 1:0.035 | 100% | 17 | 窓回り等での販売シナ ジー、川島ブランドの活用 |
| 2011年10月 | ハイビック | 木材関連 | 244 | 240 | 株式交換比 率 1:0.094 | 100% | 14 | 木材・プレカット事業 の強化 |

*事業分離した自動車等内装事業を除く

日本企業との資本・業務提携

単位:億円

| 実施年月 | 会社名 | 狙い | 取得金額 | 所有割合 | 評価*1 差額 | 効果 |
|----------|---------|----------------------|------|---------------|------------|-------------|
| 2010年12月 | レオパレス21 | 賃貸大手 リフォーム等 | 18 | 9%→ 13年 5% | 55*2 | レオパレス向け売上拡大 |
| 2013年9月 | エディオン | 家電量販店リフォーム | 50 | 8% | 13 | エディオン向け売上拡大 |
| 2013年10月 | シャープ | 家電と建材を融合させ た新商品開発 | 50 | 1% | 8 | 新商品開発・売上拡大 |

*1:14年6月末時点