

2026年3月期 決算説明資料 [IFRS]

(2025年4月－2026年3月)

LIXIL 株式会社 LIXIL
2026年4月30日

証券コード：5938



2026年3月期 業績の総括

**2026年3月期 実績 事業利益は385億円、EBITDAは1,216億円
事業利益は業績予想を上回る結果にて着地**

■ 国内

- 新築需要は、前年比10%以上の顕著な減少となるも、リフォーム売上の伸長により、全セグメントにおいて前年比増益を達成
- LHTは、リフォーム補助金対象商品の売上が前年比増加するも、上期低位に推移していたアルミ価格が下期より高騰し、4Q利益に影響

■ 海外

- LWT海外事業は、売上は前年比横ばいなるも、欧州・IMEA⁽¹⁾における高付加価値商品へのシフトが奏功し事業利益は大幅改善。米国・中国市場では低迷継続なるも、米国は構造改革効果発現により、3月単月で事業利益の黒字化を達成

■ その他

- 追加構造改革費用の計上により、その他収益費用が前年比増加
- 為替差損の計上により、金融費用が前年比増加

(1) IMEA (インド、中東、アフリカ地域)

2026年3月期 期初計画との差異

事業利益は業績予想に比して上振れて着地。最終利益⁽¹⁾は、その他費用、金融費用が当初計画より増加するも、税金費用減少により、業績予想並みに着地

事業利益以降の段階利益

(億円)	26/3期 期初計画	26/3期 実績	差異
事業利益	350	385	+35
その他収益費用	-50	-101	-51
営業利益	300	284	-16
金融収益費用	-90	-127	-37
税引前利益	210	157	-53
税金費用	-130	-69	+61
当期利益	80	88	+8
最終利益 ⁽¹⁾	80	81	+1

主な変更点

✓ その他収益費用

当初想定していた構造改革に加えて、米国における追加的リストラ費用や中国の景気悪化による固定資産減損、ITシステムの減損などを追加で計上

✓ 金融収益費用

支払・受取利息は計画通りなるも、為替差損の計上により、金融費用が期初計画より増加

✓ 税金費用

連結子会社における法人税率変更により税金費用は期初計画より減少

(1) 最終利益=親会社の所有者に帰属する利益

欧州



GROHEブランドの成長

ブランド別売上構成比



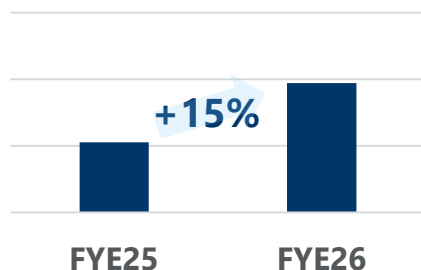
足元の状況

- ✓ 欧州主要国での建設コスト上昇により、欧州の住宅需要は引き続き軟調
- ✓ ペントアップデマンドは徐々に発現

今後の取り組み

- ✓ カラー商材、GROHE SPA等、高付加価値商品売上伸長によるミックスの維持・改善
- ✓ 物流拠点最適化等、サプライチェーンの更なる効率化

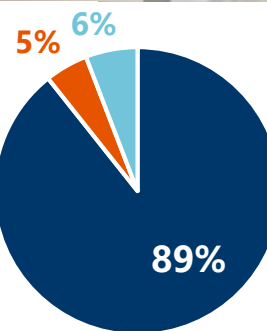
事業利益伸び率



IMEA



安定供給の確保



ブランド別売上構成比

GROHE	89%
AS	5%
Cobra	6%

足元の状況

- ✓ 中東はサウジアラビアを筆頭に需要が堅調。イラン情勢による売上影響は、足元は軽微なるも要注視
- ✓ インドは都市開発と中間層の拡大による住宅需要増加、プロジェクト案件が好調
- ✓ アフリカ地域におけるGROHE売上堅調、特にエジプトやモロッコの成長がけん引

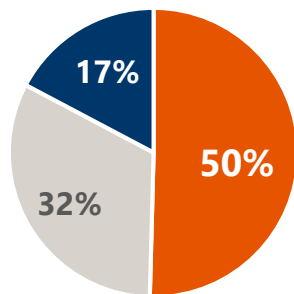
今後の取り組み

- ✓ サウジアラビアやインド等の重点市場において、GROHE製品やGROHE SPAブランドを軸にショールーム展開やプロジェクト案件の獲得を強化

APAC



市場回復と販売網拡充



ブランド別売上構成比

AS	50%
INAX	32%
GROHE	17%

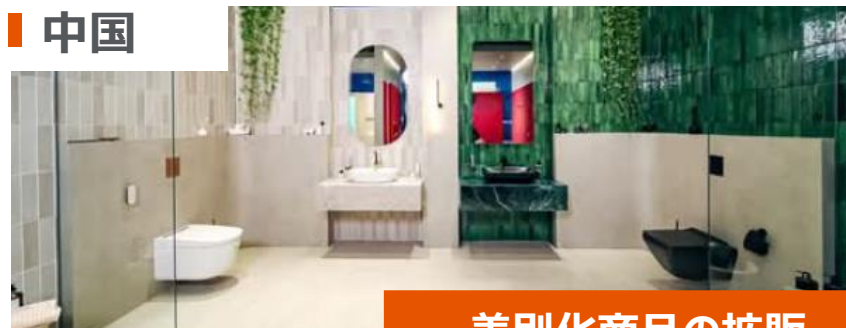
足元の状況

- ✓ ベトナムは不動産市場の規制緩和により、中断していたプロジェクトが再開
- ✓ タイ景気の一層の低迷が懸念され、状況要注視

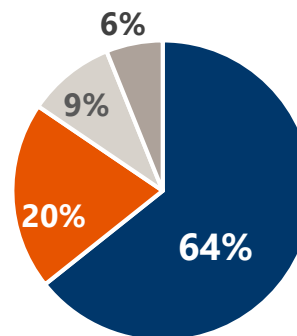
今後の取り組み

- ✓ 新製品開発やブランド価値向上を通じ、プロジェクト案件の獲得と直販の拡大
- ✓ 事業構造・拠点の最適化を加速

中国



差別化商品の拡販



ブランド別売上構成比

GROHE	64%
AS	20%
INAX	9%
others	6%

足元の状況

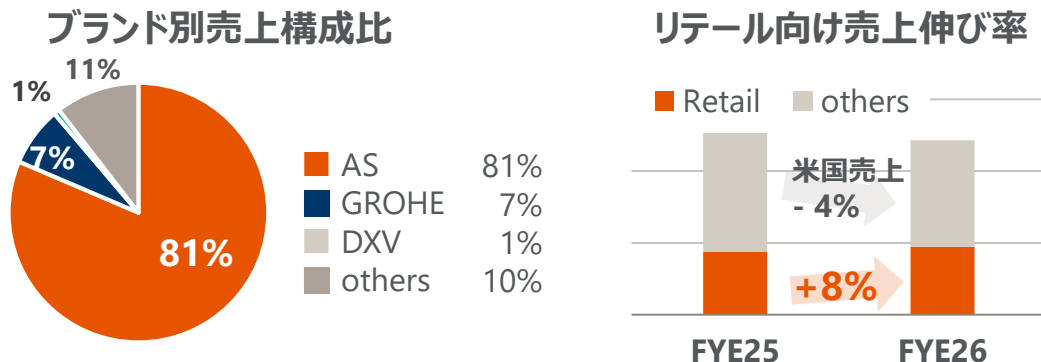
- ✓ 中国住宅市場は低迷継続
- ✓ 不動産デベロッパーの資金難により、プロジェクト向け市場は大幅減
- ✓ 一方で、Groheブランドはさらに売上が伸長

今後の取り組み

- ✓ GROHEの拡販での現地メーカーとの差別化、ASBの商業施設向け強化など、ブランド戦略の明確化
- ✓ 生産拠点の再編によるアセットライト化

FYE2026の進捗

米国事業のターンアラウンド



コスト高や値上げ効果の発現遅延により想定よりも回復に時間がかかったものの、各施策の効果が4Qにて発現し、3月単月は黒字化

人員配置の最適化

- ✓ 浴槽事業の移行サービス提供契約の終了を見据えて実施した追加の構造改革の効果が発現（過去1年で、約10%の人員削減を達成）

サプライチェーンの再構築

- ✓ 浴槽事業の移行サービス提供契約は3月末で終了
- ✓ 物流ネットワークの再編

事業ポートフォリオの最適化

- ✓ DIY向けの低利益ボリューム層から、プロ向け卸売へリソースの再配分
- ✓ ASBとGROHEの拡販アプローチを強化。GROHEの卸向け拡販に加えて、ASBは施工業者との関係強化

FYE2027の取り組み



- ✓ ASプレミアムトイレの展開：新製品「Champion」発売し、プレミアムトイレを拡充
- ✓ GROHEの成長：供給体制の強化やショールームへの更なる投資
- ✓ ASBの強み活用：施工業者向けのトレーニングやラボの活用、商品・施工の一体提供による関係性強化
- ✓ シャワートイレ展開：米国における優先度を上げ、展開を推進

前年同期比で増収増益

■ 売上収益 15,107億円、前年同期比 60億円増

- ・ 4Q3ヵ月（増減率）：国内 0%、海外 +7%（為替影響除く、-2%）
- ・ 通期（増減率）：国内 +1%、海外 0%（為替影響除く、-3%）

■ 事業利益 385億円、前年同期比 72億円増

- ・ 4Q3ヵ月（増減額）：
LWT +23億円、LHT +6億円、Living +1億円、連結調整/他 -12億円
- ・ 通期（増減額）：
LWT +86億円、LHT +7億円、Living +6億円、連結調整/他 -27億円

■ EBITDA⁽¹⁾ 1,216億円、前年同期比 71億円増

■ 最終利益⁽²⁾ 81億円、前年同期比 61億円増

- ・ 4Q3ヵ月（増減額）：事業利益改善および法人所得税費用減少あるもその他費用の増加により前年比14億円悪化
- ・ 通期（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61億円改善

(1) EBITDA = 事業利益 + 減価償却費

(2) 最終利益 = 親会社の所有者に帰属する利益

(億円)	通期				第4四半期 3ヵ月		
	25/3期	26/3期	前年同期比	%	26/3期	前年同期比	%
売上収益	15,047	15,107	+60	+0.4%	3,722	+80	+2.2%
売上総利益	4,981	5,152	+170	+3.4%	1,240	+29	+2.4%
(%)	33.1%	34.1%	+1.0pt	-	33.3%	+0.1pt	-
販管費	4,668	4,767	+99	+2.1%	1,220	+12	+1.0%
事業利益 ⁽¹⁾	313	385	+72	+22.9%	20	+17	+646.8%
(%)	2.1%	2.5%	+0.5pt	-	0.5%	+0.5pt	-
非継続事業を含む 最終利益 ⁽²⁾	20	81	+61	+306.9%	-37	-14	-
EPS (円)	6.97	28.33	+21.36	+306.5%	-12.74	-4.80	-
EBITDA ⁽³⁾	1,145	1,216	+71	+6.2%	232	+24	+11.4%
(%)	7.6%	8.0%	+0.4pt	-	6.2%	+0.5pt	-

■ **売上総利益率**：前年同期比1.0pt良化

■ **販管費**：国内人件費の増加、為替影響による海外販管費の増加を主因に前年同期比99億円の増加（日本+72億円、海外-23億円、為替換算影響+51億円）。販管費率は、0.5pt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。日本のリフォーム伸長、欧州・IMEAの高付加価値商品へのシフトが増益に貢献。LHTは、新築低迷影響あるも、リフォーム向け売上伸長により増益を達成。Livingは、リフォーム向け売上が堅調に推移し増収増益を達成

		通期			第4四半期 3ヵ月	
		25/3期	26/3期	前年同期比	26/3期	前年同期比
(億円)						
LWT	売上収益	8,049	8,111	+62	2,071	+89
	事業利益	369	454	+86	111	+23
LHT	売上収益	5,271	5,257	-15	1,212	-12
	事業利益	260	267	+7	22	+6
Living	売上収益	2,055	2,076	+21	517	+5
	事業利益	72	78	+6	5	+1
全社/連結調整	売上収益	-328	-336	-8	-79	-2
	事業利益	-388	-415	-27	-119	-12
合計	売上収益	15,047	15,107	+60	3,722	+80
	事業利益	313	385	+72	20	+17

為替影響(1)

4Q3ヵ月：売上収益 +113億円、事業利益 +9億円

通期：売上収益 +151億円、事業利益 +15億円

(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第4四半期業績は以下のとおり

(億円)		通期					第4四半期 3ヵ月			
		25/3期	26/3期	前年同期比			26/3期	前年同期比		
				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	9,278	9,368	+90	+28	+62	2,384	+93	+4	+89
	事業利益	409	508	+99	+13	+86	113	+23	0	+23
LHT	売上収益	5,868	5,840	-29	-14	-15	1,359	-12	+1	-12
	事業利益	292	292	0	-7	+7	26	+7	+1	+6
全社/ 連結調整	売上収益	-100	-101	-1	+7	-8	-21	-1	+1	-2
	事業利益	-388	-415	-27	0	-27	-119	-12	0	-12
合計	売上収益	15,047	15,107	+60	-	-	3,722	+80	-	-
	事業利益	313	385	+72	-	-	20	+17	-	-

為替影響(1)

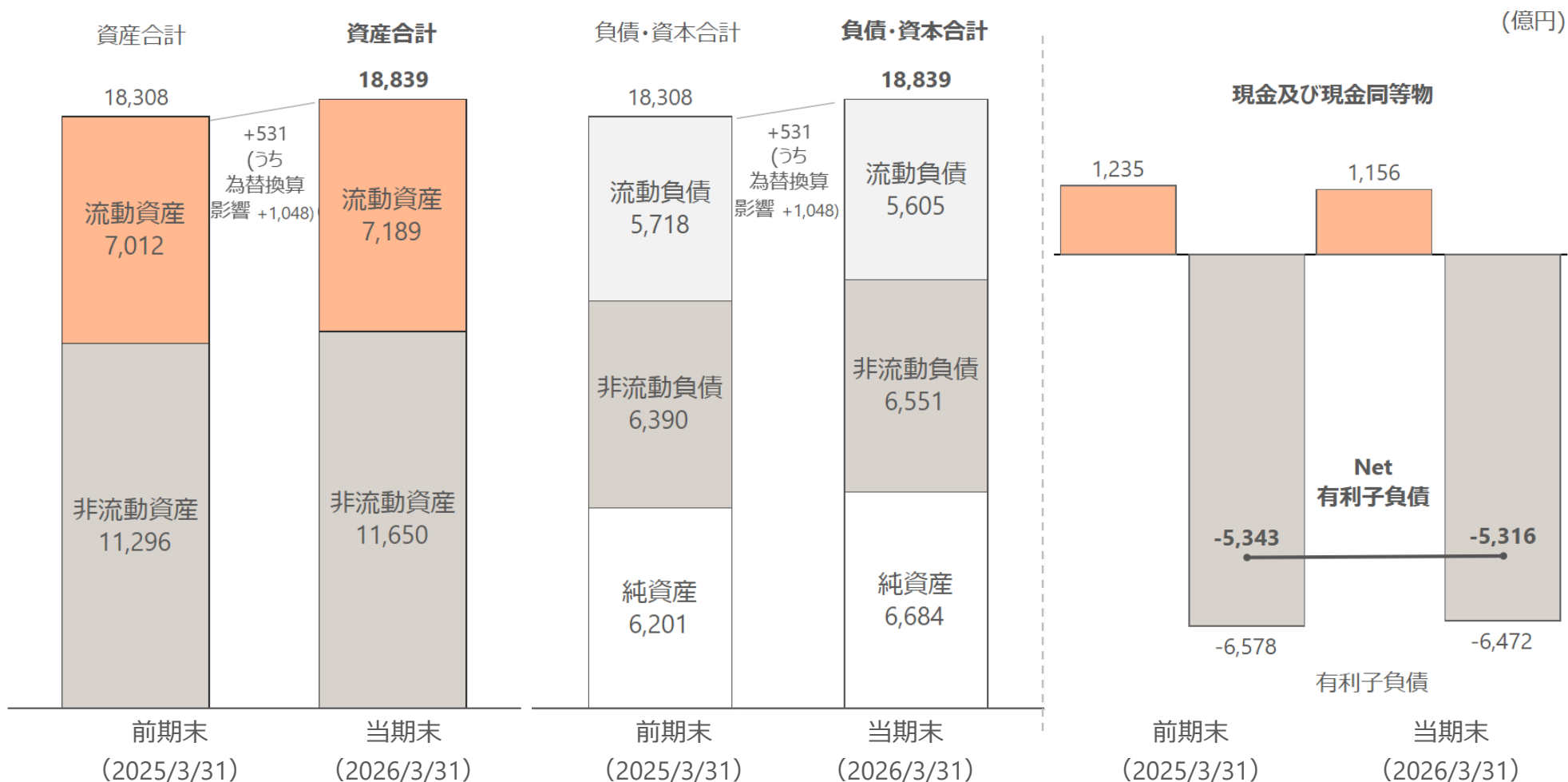
4Q3ヵ月：売上収益 +113億円、事業利益 +9億円

通期：売上収益 +151億円、事業利益 +15億円

(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

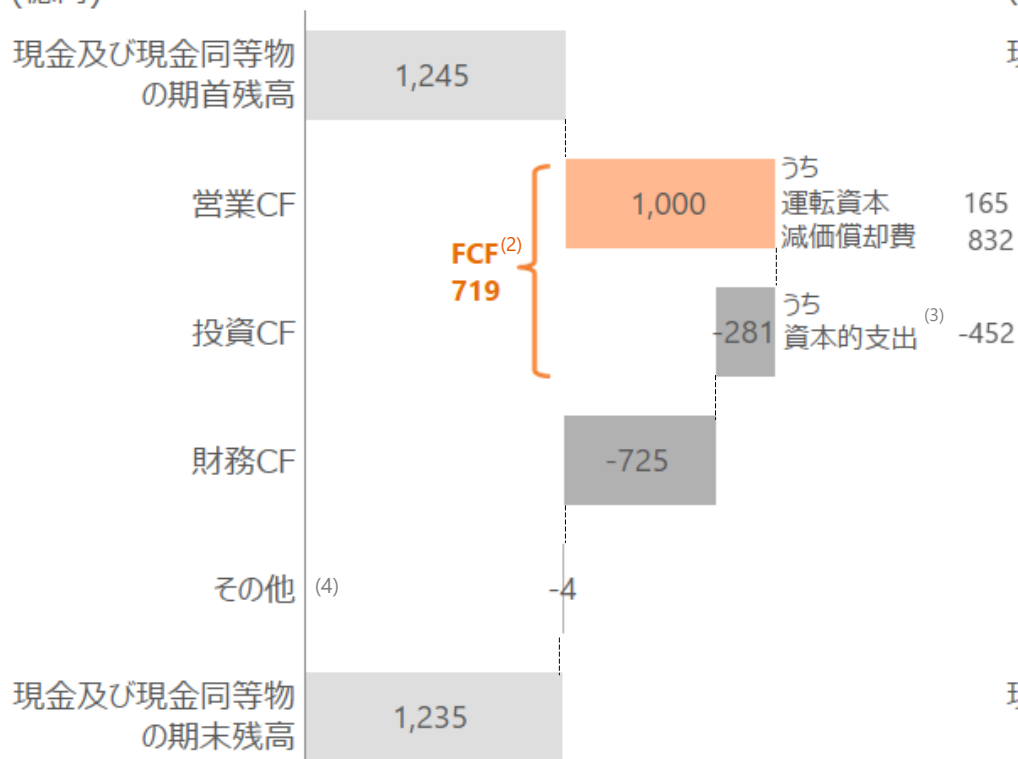
為替換算影響ならびに当期利益計上により、純資産が増加。
自己資本比率は、35.3%



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 通期 (1)

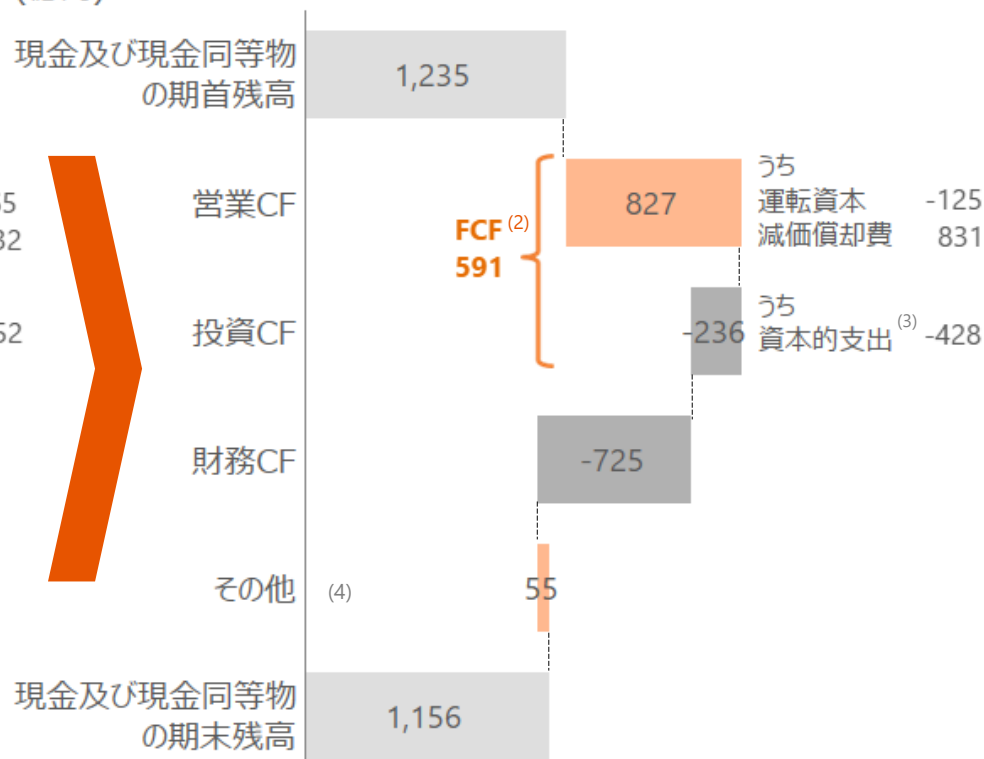
(億円)



※税引前利益 (1) 201

26/3期 通期

(億円)



※税引前利益 157

(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

➤ 経営戦略の進捗・2027年3月期 通期業績見通し

2027年3月期 通期予想

2027年3月期 通期業績予想

- ・ 売上収益16,000億円、事業利益450億円、最終利益120億円を予想
(中東情勢による影響は合理的な織り込みが困難であり、計画値に含めず)
- ・ 年間配当金は一株あたり90円を予想

足元の事業環境と見通し

- ・ 全般： 中東情勢による影響（後述）について、今後の動向を要注視
- ・ LWT海外事業：
 - 米国：
 - ✓ 構造改革を通じた販管費削減や販売体制の再編効果が今期発現予定
 - ✓ 一方で、好転の兆しがあった米国景気が低迷継続、住宅市場の回復への不透明感継続
 - 欧州：
 - ✓ ペントアップデマンドは徐々に発現するも、住宅市場の本格回復は後ろ倒しとなる予測
 - IMEA：
 - ✓ 中東情勢による混乱あるも、足元は大きな影響なし。今後の売上影響について要注視
 - APAC中国：
 - ✓ 住宅市場全般としては、未だ低迷しているが、堅調なGrohe製品拡販に注力
- ・ 日本事業： 日本における新築着工数は引き続き弱含みと予測。一方でリフォーム向け販売を推進し、新築需要減をカバーする見込み

増収増益⁽¹⁾を計画。年間配当金90円を予定

(億円)	26/3期 実績	27/3期 業績予想	増減
売上収益	15,107	16,000	+893
事業利益	385	450	+65
営業利益	284	375	+91
税引前利益	157	250	+93
税金費用	-69	-130	-61
非支配持分に帰属する当期利益	6	0	-6
親会社の所有者に帰属する当期利益	81	120	+39
EPS (円)	28.33	41.75 ⁽²⁾	+13.42
ROE (%)	1.3	1.8 ⁽²⁾	+0.5pt
ROA (%)	0.4	0.6	+0.2pt
ROIC (%)	1.5	2.0	+0.5pt
EBITDA ⁽³⁾	1,216	1,264	+48
調整後EBITDA ⁽⁴⁾	984	1,033	+49
Net debt/EBITDA ⁽³⁾	4.4x	4.3x	-0.1
配当 (円/株)	90	90 ⁽²⁾	-
配当金の調整後EBITDA ⁽⁴⁾ %	26%	25%	-

(1) 事業利益ベース

(2) 2026年3月31日現在の発行済み株式数 (自己株式数を除く) を使用

(3) EBITDA=事業利益+減価償却費

(4) 調整後EBITDA=事業利益 + 減価償却費 (IFRSにおけるリース会計適用による現金の流出を伴う減価償却費の計上額の補正)

- ・ **不透明な事業環境**：中東地域の紛争長期化により、原油・アルミ地金等の市況が高騰。国内事業へのコスト悪化影響の精査、グローバルでの生産最適化・価格改定等の影響低減施策の精査に時間を要する状況
- ・ **各種リスクの見極め**：今後の原材料調達（特に樹脂やプラスチック、化成品、梱包材等）および製品供給の見通し、各種コストの上昇可能性が極めて不透明であり、現時点では、業績予想への合理的な織り込みが困難

	主なリスク要因	対応の方向性
製造・供給	<ul style="list-style-type: none"> ・石油由来原材料の高騰・供給懸念 ・アルミ価格の高騰 ・銅価格の高止まり、その他副資材の高騰・供給懸念 	<ul style="list-style-type: none"> ・追加的価格改定 ・調達先の多角化 ・アルミはスクラップ材の比率増加
コスト高騰・供給懸念 (燃料・物流費)	<ul style="list-style-type: none"> ・各工場の燃料費・電力代高騰 ・海上、陸上、航空すべてにおける運賃高騰、サーチャージ 	<ul style="list-style-type: none"> ・ヘッジによる価格変動リスクの回避 ・出荷における優先度を柔軟に判断
製品納期	<ul style="list-style-type: none"> ・一部の部品・資材の供給不安により、出荷遅延や納期確約の所要期間延長 	<ul style="list-style-type: none"> ・納期調整や供給懸念はあるも、主力商材への出荷限定など、売上影響を軽減

■ **WTI 価格推移** 出所：US Energy Information Administration (24/1/1-26/4/20)



■ **アルミ価格** 出所：LME 3か月先物 (24/1/1-26/4/27)



2026年3月期 事業利益実績・2027年3月期見通しについて⁽¹⁾

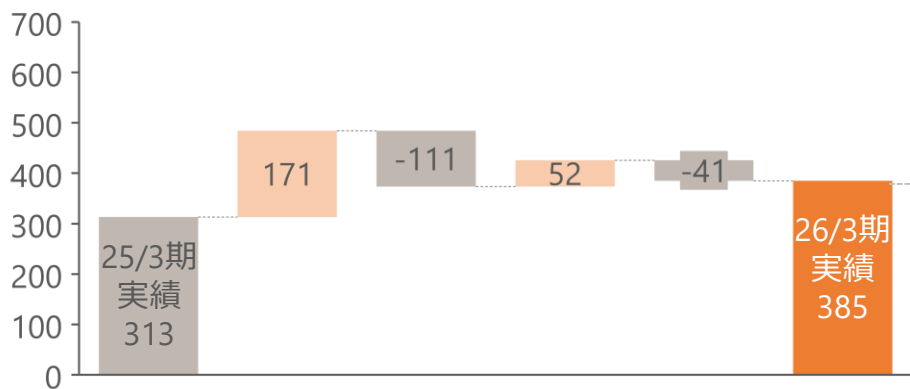
2026年3月期

- 国内：アルミ・資材・部品コストは上昇するも、価格改定によりカバー
- 海外：欧州・IMEAにおける売上改善ならびに構造改革効果により増益

2027年3月期

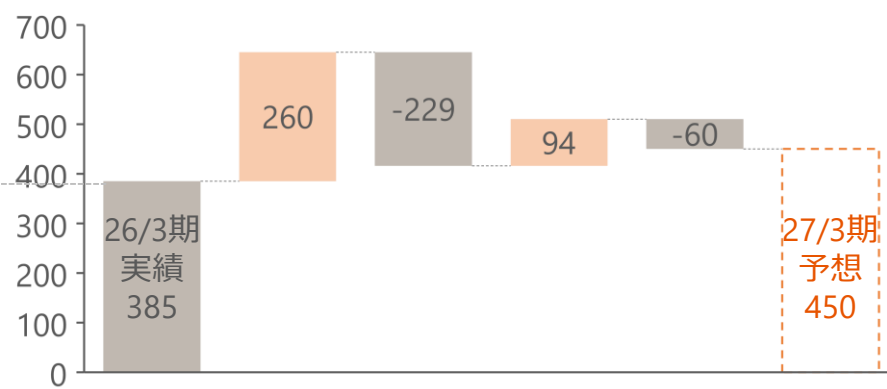
- 国内：地金（アルミ・銅）・資材・部品コストの上昇は継続するも、価格改定、リフォーム売上伸長によりカバー
- 海外：主に欧州・IMEAにおける売上伸長ならびに構造改革効果により増益
- 国内において人件費・販管費上昇によるコスト増加あり

(億円)



国内事業 売上増減・価格改定
国内事業 原材料・資材費の高騰⁽²⁾
海外事業 欧州・IMEAの売上改善
その他

(億円) ※中東情勢による影響は、本見通しには含めない

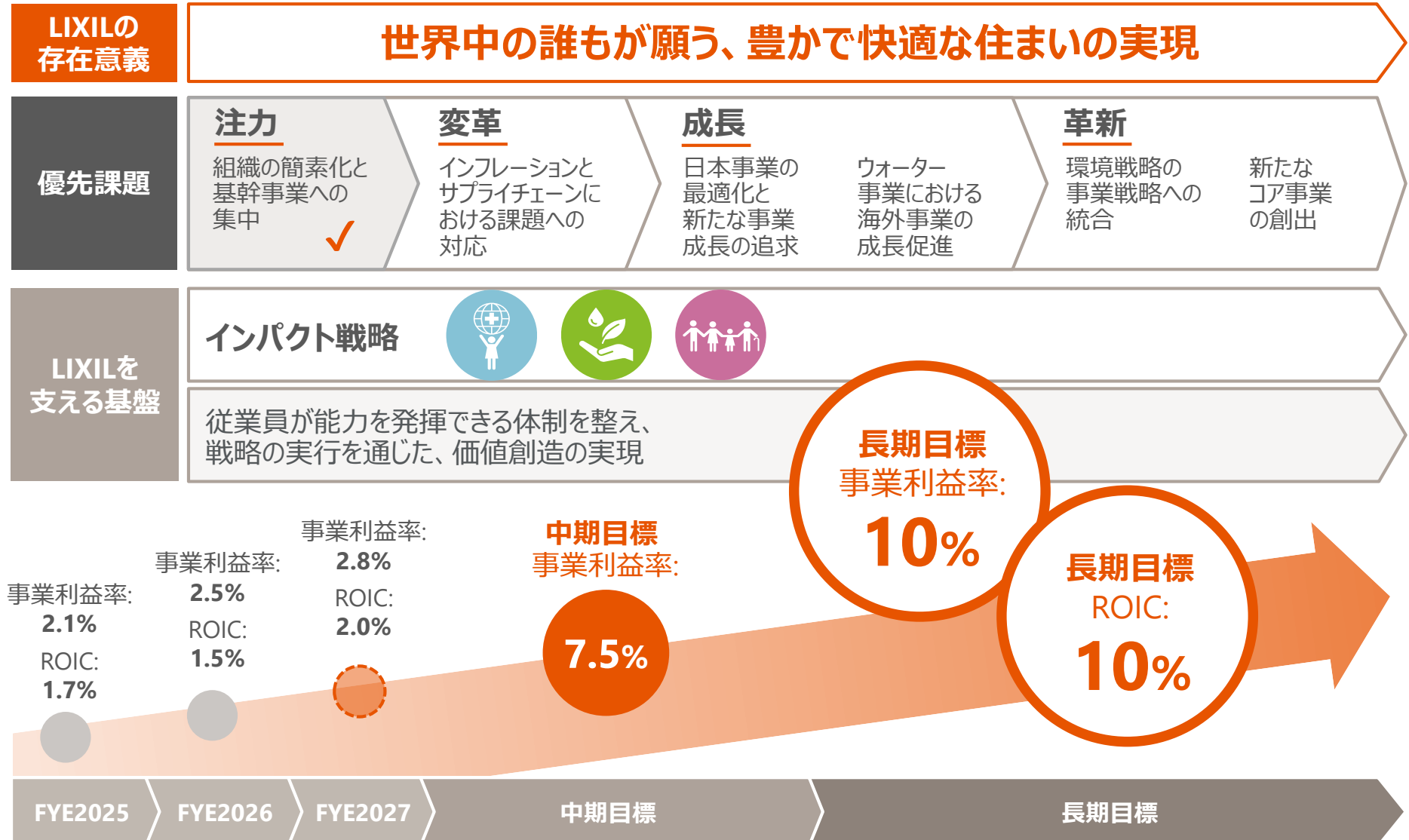


国内事業 売上増減・価格改定
国内事業 原材料・資材費の高騰⁽²⁾
海外事業 欧州・IMEAの売上伸長
その他

(1) セグメント別の数値は (26/3期 実績値) p.35・36、(27/3期 予想値) p.40に掲載

(2) 為替影響を含む

経営の基本的方向性 – LIXIL Playbook



27/3期業績予想について

	単位	26/3期		見直し後
		期初計画	実績	27/3期計画
売上収益	億円	15,400	15,107	16,000
事業利益 ⁽¹⁾	億円	350	385	450
事業利益率	%	2.3%	2.5%	2.8%
為替レート	USD	155.0円	150.97円	155.0円
	EUR	161.2円	174.54円	186.0円

公表時との相違点

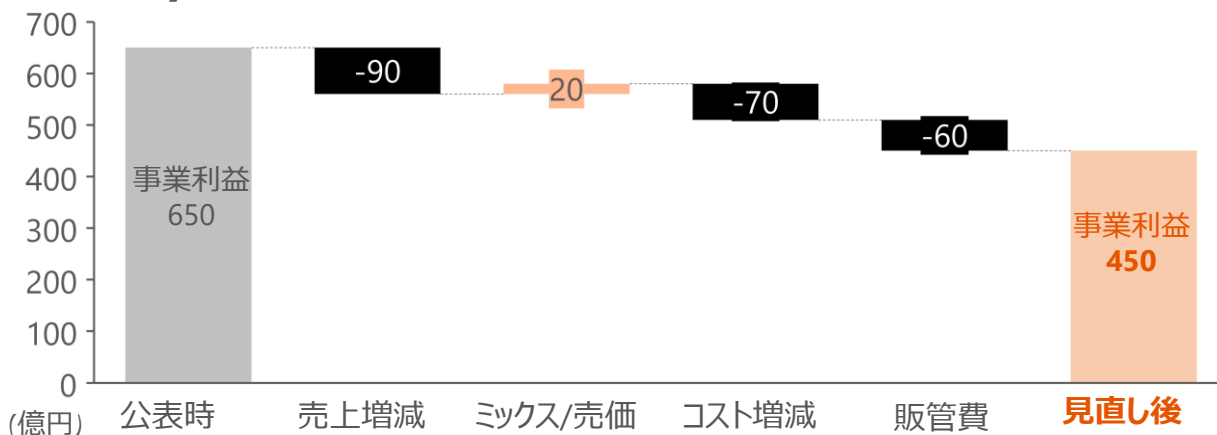
ポジティブ要因

- 欧州の自助努力による売上・利益成長
- IMEAの堅調な市場成長
- Groheブランドのシェア向上
- 国内リフォーム売上伸長

ネガティブ要因

- 米国の景気悪化と住宅市場低迷継続
- 欧州住宅市場の回復遅れ
- 日本新築着工数急減からの回復遅れ
- コモディティ価格の高騰・高止まり
- 人件費・物流費等 販管費の上昇

27/3期予想の見直しの内訳



(1) 日本基準の「営業利益」に相当

日本・海外事業ともに、中東情勢による売上やコスト上昇への影響が極めて不透明なリスク要因

■ LWT海外事業

分類	リスク	機会
売上成長	<ul style="list-style-type: none"> ・ 欧州市場回復の更なる遅延 ・ 米国/中国での住宅・不動産市場の一層の低迷 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 欧州市場回復モメンタムの加速 ・ 米国市場の回復
米国政権による政策	<ul style="list-style-type: none"> ・ 追加関税の発動、インフレ・金利上昇による景気後退、住宅市場の低迷継続 ・ 不法移民政策による人手不足・買い手減少 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 中間選挙に向けたトランプ政権による追加景気刺激策 ・ 金利低下、住宅関連施策発動（補助金/減税）
地政学的要素	<ul style="list-style-type: none"> ・ 紛争勃発・拡大による売上減、資材価格高騰 ・ 需要拡大/供給制約によるアルミ・銅の高騰 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 紛争収束による調達コストの低下、市場安定

■ 日本事業（LHT/LWT/リビング）

分類	リスク	機会
売上成長	<ul style="list-style-type: none"> ・ 金利/インフレ/人手不足によるマーケット低迷 ・ 金利上昇による住宅市場（新築）の低迷 ・ 断熱材等の供給難による新築市場の低迷 	<ul style="list-style-type: none"> ・ リフォーム市場の更なる拡大
コスト上昇	<ul style="list-style-type: none"> ・ さらなる円安の進行・Commodity価格高騰による調達価格の上昇 ・ 地政学リスク上昇による調達・資材価格高騰 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 円高への転換による輸入価格の下落 ・ Commodity価格の低位安定 ・ AIの活用等 デジタル化によるコストダウン
政府による施策	<ul style="list-style-type: none"> ・ 断熱リフォーム補助金の費消率の伸び悩み 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新たな景気刺激策による需要喚起

近時の原材料・エネルギーなどの価格高騰・安定供給リスクの高まりに対し、再生材活用・省エネ性能の向上により、安定供給・収益性向上を両立。事業戦略へ融合し収益貢献も追求

循環型低炭素アルミ「PremiAL」

スクラップ活用（全体の80%程度）による調達の安定化・消費エネルギーの大幅低減



✓注力: 輸入新地金への依存度を下げ、アルミ価格・電力コスト高騰の影響を最小化

循環型素材「revia（レビア）」

国内の廃プラスチック・廃木材を原材料に安定調達



✓注力: 事業規模・対象商材の拡大、地場でのエコシステムの構築

省エネリフォーム製品 (リフォーム内窓「インプラス」や断熱ドア「リシェント」等)

小規模リフォームによる住宅断熱性能の向上



✓注力: 光熱費高騰による節電需要の顕在化・政府補助金の活用促進

■ 布製浴槽を備えた浴室空間「bathtope」

従来の浴槽比で資材使用量を削減し、加えて、節水へ貢献



✓注力: 原価リスク低減・新規市場開拓

キャピタルアロケーションに関する考え方

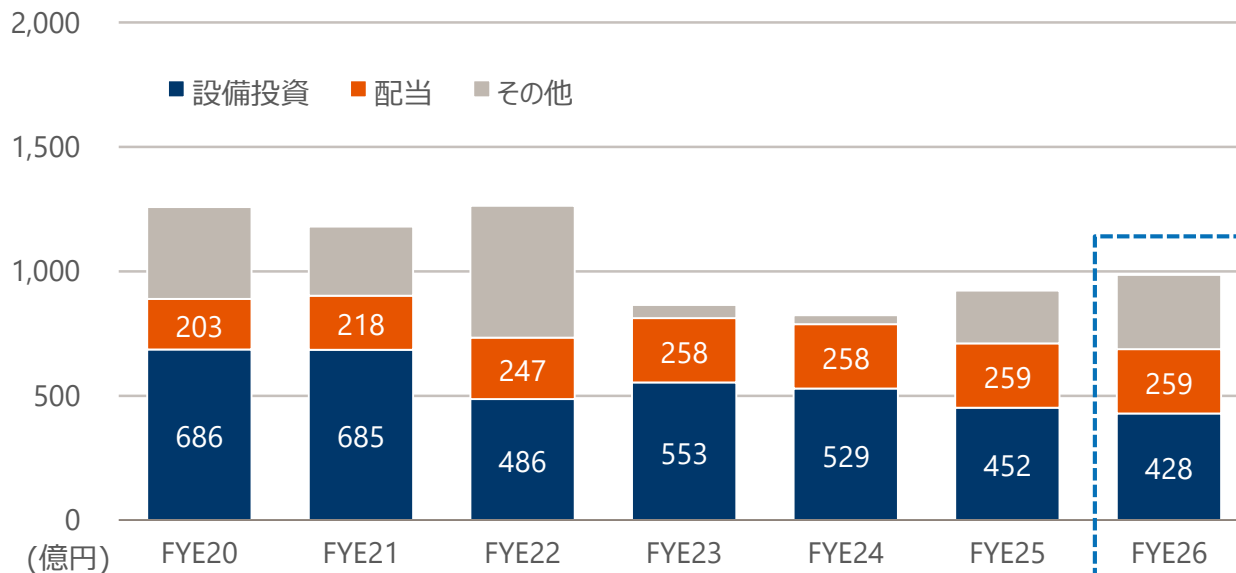
方針に変更なし

- ✓ **設備投資**：競争力強化を目的とした設備投資(新商品開発、合理化、IT投資等含む)等の成長投資を継続
- ✓ **株主還元**：長期にわたり安定した配当を実施することを基本とし、中期的なEBITDAの水準に基づき、年間配当金額を決定。自己株式の取得は余剰資金の有無により機動的に検討
- ✓ **財務体質の改善**：事業環境、財政状態、キャッシュフローの状況をもとに勘案

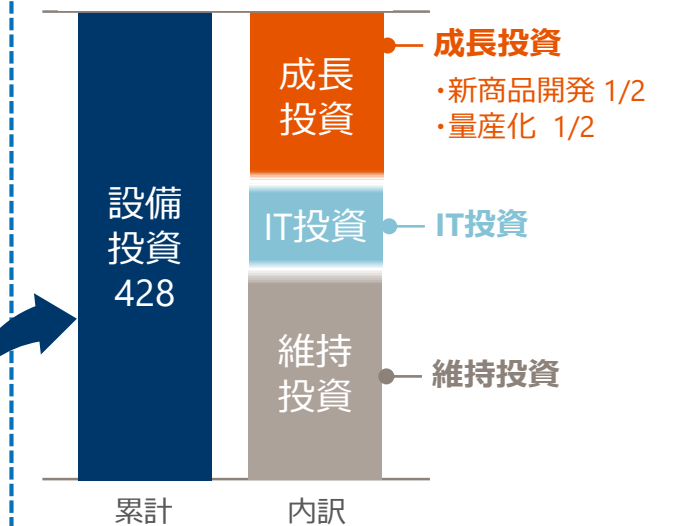
2027年3月期 配当金予想

1株当たり配当金は、前期同額の年間90円を予想（通期業績予想に基づき算出した調整後EBITDA⁽¹⁾の25%）

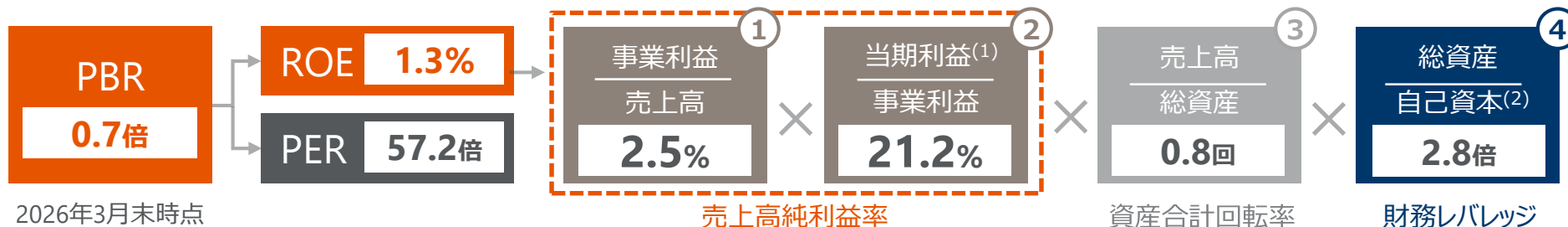
調整後EBITDA⁽¹⁾



設備投資の内訳



(1) 調整後EBITDA：事業利益 + 減価償却費（IFRSにおけるリース会計適用による現金の流出を伴う減価償却費の計上額の補正）



各指標の推移

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
ROE (%)	2.4	6.3	8.3	2.6	-2.2	0.3	1.3
事業利益率 (%)	3.5	4.2	4.5	1.7	1.6	2.1	2.5
当期利益率 ⁽³⁾ (%)	23.9	57.7	74.9	62.1	-60.0	6.4	21.2
資産回転率 (回)	0.7	0.7	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8
財務レバレッジ (倍)	4.2	3.2	2.9	3.0	2.9	3.0	2.8

- PBR改善のためにはROE向上が必要
- 資産回転率と財務レバレッジは安定的
- ROE向上のポイントは事業利益率と当期利益率の改善
 - ✓ 事業利益率：海外事業の収益性改善
 - ✓ 当期利益率：税負担率の適正化

詳細は3Q資料「収益構造について」参照

今後の取り組み

収益性改善による
ROE 向上

事業利益率改善

- 日本事業におけるリフォーム事業の強化
- 米国事業のターンアラウンド
- グローバル市場に向けた差別化商品開発の加速
- DXやAI活用による販管費（固定費）の削減

当期利益率改善

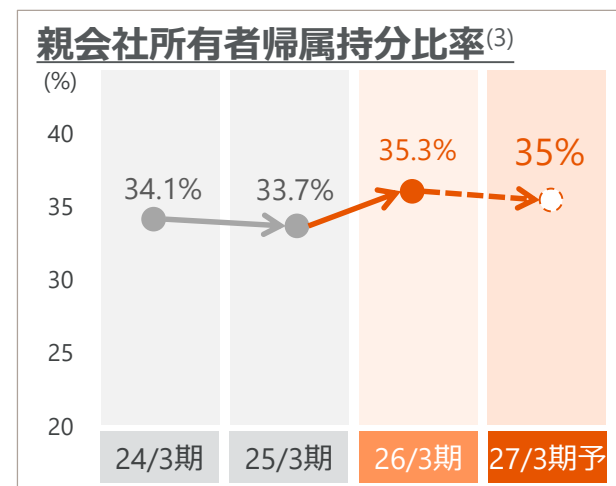
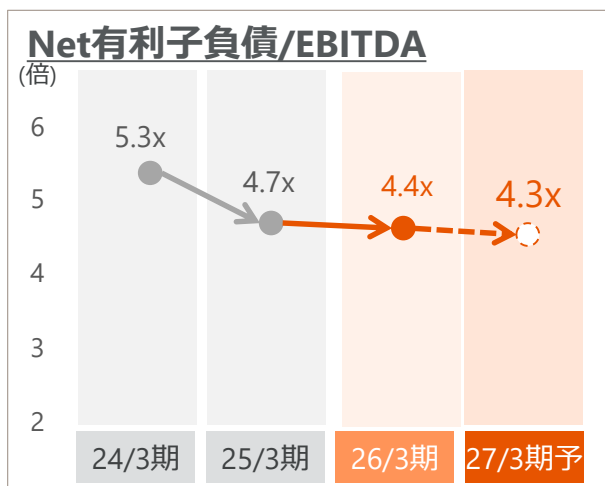
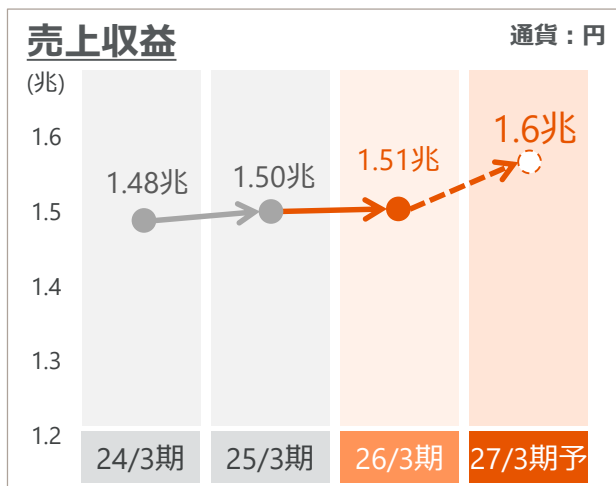
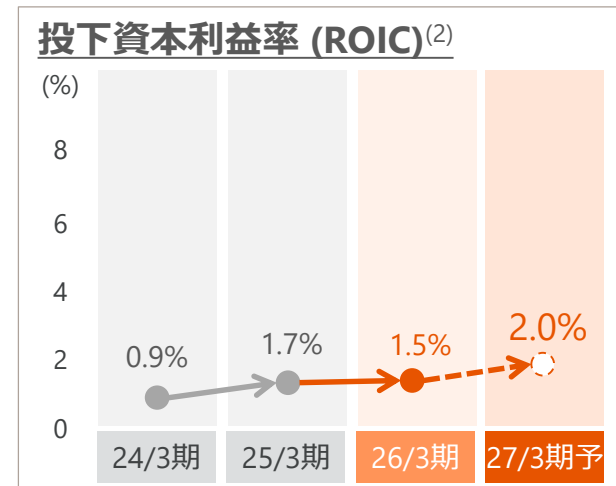
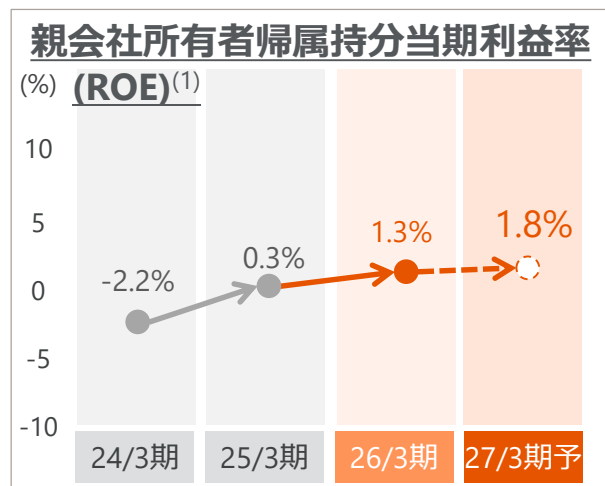
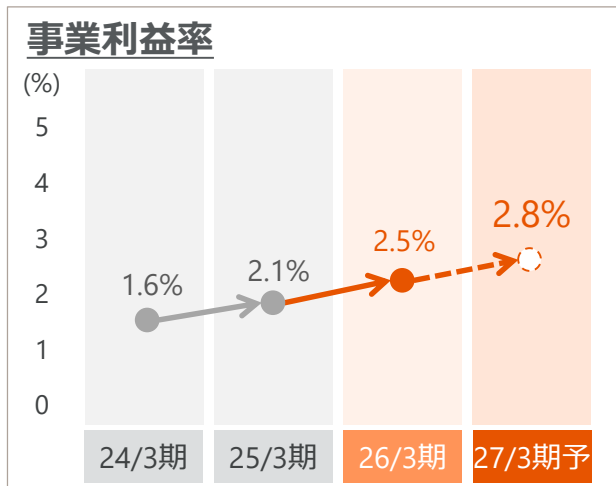
- 構造改革一巡によるその他費用減少
- 赤字子会社の収益性改善による税負担率の適正化

(1)親会社の所有者に帰属する当期利益

(2)親会社所有者帰属持分比率

(3)当期利益/事業利益

今後も、財務体質の強化・収益性の向上を目指す



(1) 2026年4月30日公表の新株式発行影響考慮前数値

(2) 算出方法：営業利益×(1-実効税率)÷(運転資本+固定資産)

(3) 日本基準 (JGAAP) における自己資本比率

- 世界的に不透明感が増しており事業環境が著しく変化する可能性が高く、今後の状況を要注視
- 足元の為替の状況を鑑みるに、状況が継続すればOpportunityとして発現する可能性あり

国内需要

		25/3期 実績	26/3期 見込み ⁽¹⁾	27/3期 見通し ⁽²⁾
住宅着工 (千戸/YoY)	総数	788 ⁽³⁾	728 ⁽³⁾	719/-1%
	持家	215	201	196/-3%
	分譲戸建	119	116	113/-3%
リフォーム (市場規模)	兆円/YoY	7.3	7.4	7.5/+1%

「先進的窓リノベ事業」補助金

		24年度 実績 ⁽⁴⁾	25年度 実績 ⁽⁴⁾	26年度 計画
予算	億円	1,350	1,350	1,125
申請戸数	千戸	323	365	-
消化率	%	73	78	
消化額	億円	986	1,053	

(1) 2026年2月時点における見込み

(2) LIXIL予測

(3) 4号特例影響を補正した数値

為替

		25/3期 実績	26/3期 実績	27/3期 見通し ⁽²⁾
為替レート (平均レート)	円/米\$	152.48	150.97	155.0
	円/ユーロ	163.62	174.54	186.0

原材料価格

		25/3期 実績	26/3期 実績	27/3期 見通し ⁽²⁾
原材料価格 (万円/トン)	アルミ	39.8	41.3	47.0
	銅合金	117.0	124.3	133.6

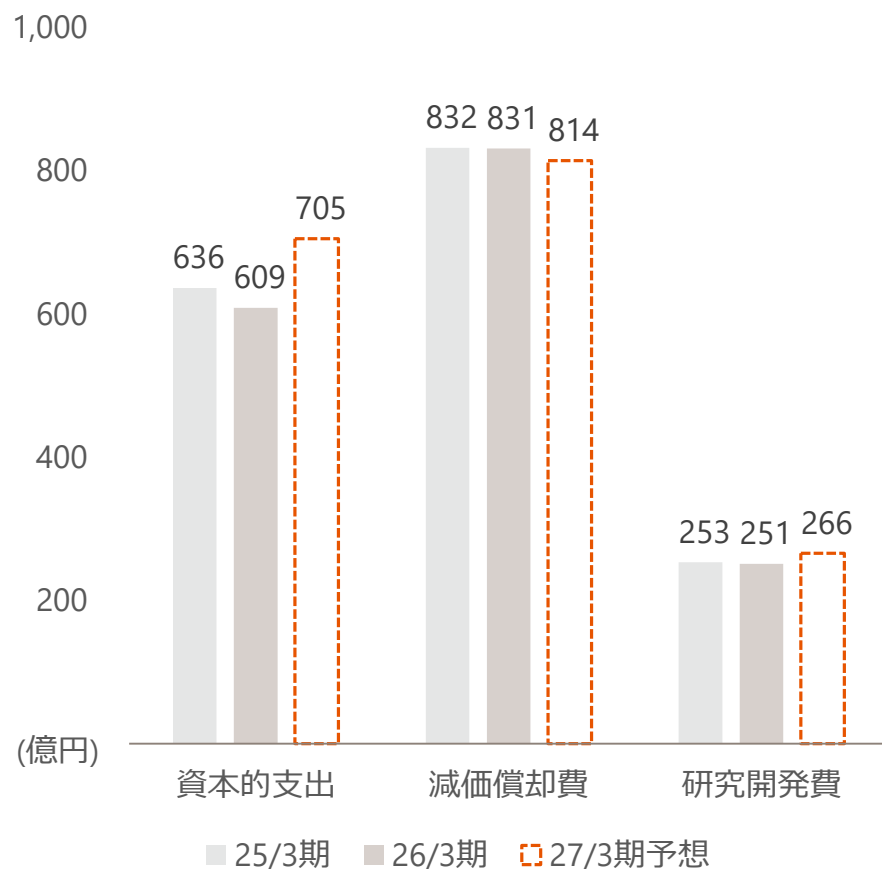
金利

		25/3期 実績	26/3期 実績 ⁽⁵⁾	27/3期 見通し ⁽²⁾
平均 利率 (%)	短期借入金	3.2%	3.0%	
	一年以内に返済予定の 長期借入金	1.0%	1.8%	
	長期借入金	1.5%	1.6%	

(4) 先進的窓リノベ2025情報ステーション <https://x.gd/pmuk4>

(5) 監査前数値

投資効率の向上による、財務体質の改善と収益性の向上を両立を目指す



資本的支出の内訳

(億円)	25/3期	26/3期	27/3期予
IT投資	108	107	109
上記以外	528	502	596
資本的支出合計	636	609	705

減価償却費の内訳

(億円)	25/3期	26/3期	27/3期予
IT償却	140	142	126
上記以外	692	689	688
減価償却費合計	832	831	814

(1) 非継続事業を除く。資本的支出・減価償却費には無形資産・IFRS16リースを含む

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、米国・中国の売上減少の影響を受け、売上収益は横ばいなるも、欧州・IMEAの売上増により増益

(億円)		25/3期 実績	26/3期 実績	前年同期比		27/3期 通期予想
				増減	%	
日本	売上収益	3,120	3,186	+66	+2.1%	3,250
	事業利益	202	236	+34	+16.8%	210
	%	6.5%	7.4%	+0.9 pt	-	6.5%
海外 ⁽¹⁾	売上収益	4,929	4,925	-4	-0.1%	5,500
	事業利益	166	218	+52	+31.2%	310
	%	3.4%	4.4%	+1.1 pt	-	5.6%
LWT合計	売上収益	8,049	8,111	+62	+0.8%	8,750
	事業利益	369	454	+86	+23.3%	520
	%	4.6%	5.6%	+1.0 pt	-	5.9%

売上収益

- **日本**：リフォーム売上好調に推移し、前年同期比で増収
- **海外⁽²⁾**：欧州・IMEA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・円貨ともに横ばい
- **海外売上比率**：前年同期比0.5pt減の60.7%

事業利益

- **日本**：価格改定効果に加え、リフォーム売上好調に推移し、前年同期比増益
- **海外⁽²⁾**：欧州・IMEAの収益性の高い成長、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2.9pt増の48.0%

(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 -151億円、-3%。事業利益 +37億円、+22%

地域別 (マネジメントベース) ⁽¹⁾ (億円)	26/3期 実績					27/3期 業績予想	
	売上 (前年同期比)		事業利益 (前年同期比)		事業 利益率	売上	
アメリカ	1,504	(-4%)	-75	(-)	-	1,700	+13%
欧州	1,766	(+4%)	215	(+15%)	12%	1,900	+8%
インド、中東、アフリカ地域	721	(+15%)	50	(+339%)	7%	810	+12%
アジア太平洋地域	444	(0%)	20	(+11%)	5%	500	+13%
中国	375	(-10%)	-3	(-)	-	390	+4%
連結調整・他	114	-	11	-	-	200	-
LWT 海外合計⁽¹⁾ (制度会計ベース)	4,925	(0%)	218	(+31%)	4.4%	5,500	+12%

アメリカ	欧州	インド、中東、アフリカ	アジア太平洋	中国
<ul style="list-style-type: none"> ✓ リテール向け売上は回復したものの、市況の低迷が続き減収 ✓ 4Qにて追加の構造改革を実施、商材・販売先のシフトによる収益性向上を目指す 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ドイツ等主要地域に加え東欧の販売数量増加により増収 ✓ 水栓金具やフラッシングシステムの売上好調によりミックス改善、増益に寄与 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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、また、インド、トルコ等全地域で増収 ✓ 良好なミックスが収益性の確保に寄与 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ APAC全体の売上は前年並みで推移。ベトナム、インドネシアが成長したものの、タイ、フィリピンの減速によって相殺 ✓ 良好なミックスとブランド構成により、収益性が改善 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 不動産市況低迷が継続し、消費者需要の回復を抑制 ✓ GROHE製品は二桁台の増収を実現 ✓ 収益性の確保に向け、市場状況に合わせた組織体制を整えるべく、厳格なコスト管理を継続

(1) 制度連結会計 為替レート： 26/3期 通期実績 1USD=150.97円、1EUR=174.54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

日本事業は、新築売上が影響し減収なるもリフォーム売上が伸長し、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 実績	26/3期 実績	前年同期比		27/3期 通期予想
				増減	%	
日本	売上収益	5,006	4,972	-34	-0.7%	5,050
	事業利益	249	254	+6	+2.3%	275
	%	5.0%	5.1%	+0.1 pt	-	5.4%
海外	売上収益	265	284	+19	+7.2%	320
	事業利益	12	13	+1	+8.8%	15
	%	4.4%	4.5%	+0.1 pt	-	4.7%
LHT合計 ⁽¹⁾	売上収益	5,271	5,257	-15	-0.3%	5,370
	事業利益	260	267	+7	+2.6%	290
	%	4.9%	5.1%	+0.1 pt	-	5.4%

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、前年同期比増益
- ビル事業は収益性が向上し、利益貢献

(1) 2026年3月期 実績（ご参考）

LHTビル事業除く
ビル事業 売上収益 4,278億円、事業利益 170億円、事業利益率 4.0%
売上収益 978億円、事業利益 97億円、事業利益率 9.9%

リフォーム向け売上が堅調に推移し増収増益

		25/3期 実績	26/3期 実績	前年同期比		27/3期 通期予想
				増減	%	
(億円)						
Living合計	売上収益	2,055	2,076	+21	+1.0%	2,150
	事業利益	72	78	+6	+8.5%	100
	%	3.5%	3.8%	+0.3 pt	-	4.7%

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「ルミス」



インテリア建材「ラシッサ」



➤ (ご参考) データ集

LWTは、4Qは全商材とも前年比プラス。LHTは、4Qは窓リフォーム改修補助金の端境期により住宅サッシが減少も、エクステリアが好調。リビングは、洗面化粧台が好調

セグメント	主要商品名	(億円)			(%)							
		25/3期 通期実績	26/3期 通期実績	前年 同期比 (%)	前年同期比							
					25/3期				26/3期			
					1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
LWT	衛生機器** (1)	1,152	1,182	+2.7%	+5.7	+8.7	+10.9	+6.9	+8.6	+2.5	-0.4	+1.1
	バスルーム	924	951	+2.9%	+4.2	+0.6	+4.5	+1.6	+6.3	-0.1	+0.3	+5.2
	タイル	302	297	-1.7%	-0.9	-6.2	-3.1	-3.0	-2.6	-0.5	-3.8	+0.2
LHT	住宅サッシ	1,879	1,893	+0.7%	+1.3	-5.4	+5.6	+4.5	+0.6	-0.5	+4.7	-2.9
	エクステリア	945	968	+2.5%	-0.5	-3.4	-2.1	+5.5	+3.7	+1.3	-0.8	+6.1
	その他LHT	387	370	-4.6%	-12.1	-13.3	-8.5	+1.2	+1.4	-0.6	-7.8	-11.3
	ビルサッシ	1,010	978	-3.1%	+2.0	+8.0	-6.1	+1.9	-9.3	-2.2	+3.7	-5.6
	住宅・サービス事業	190	172	-9.4%	-26.7	-25.0	-1.7	-8.0	-6.8	-11.1	-12.9	-6.5
Living	キッチン	1,004	1,023	+1.9%	+2.3	+1.0	+2.5	+4.7	+6.8	+1.4	-0.1	0.0
	洗面化粧台 (1)	366	376	+2.6%	-5.8	-6.4	-4.7	-7.0	+3.4	+1.4	+0.8	+4.9
	インテリア建材	572	568	-0.8%	-3.7	-4.9	-2.2	+0.7	+3.0	-2.4	-3.8	+0.6
	海外売上 (2)	5,194	5,209	+0.3%	+9.9	+1.2	+5.7	-2.5	-8.5	+1.0	+2.4	+6.6
	その他・連結調整等	1,122	1,121	-								
売上合計		15,047	15,107	+0.4%	+3.0	-0.8	+2.6	+1.1	-1.4	+0.3	+0.5	+2.2

(ご参考) **「衛生機器」に含まれる水栓金具の売上状況												
LWT	水栓金具	280	299	+6.9%								
					-0.3	+15.3	+10.7	+8.5	+16.0	+4.3	+2.4	+6.6

(1) 25/3期 1Qより衛生機器と洗面化粧台売上の社内管理方法を変更しました。25/3期の増減率については、過去の決算説明資料をご参照ください

(2) 海外水まわり事業の商品別売上状況については、p.34参照

リフォーム商材売上構成比1.9pt上昇。4Qでは窓リフォーム改修補助金の端境期によりLHTが減少するも、水まわりの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4四半期 12ヵ月				第4四半期 3ヵ月	
	25/3期 実績 ⁽¹⁾	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	3,776	3,976	+ 200	+5.3%	883	+2.6%
LWT-J				+6%		+6%
LHT				+5%		-3%
ビル事業除く				+5%		-1%
ビル事業				0%		-9%
Living				+6%		+6%
リフォーム売上構成比	45%	47%	+1.9pt		43%	+0.7pt

セグメント別リフォーム売上構成比

	25/3期	26/3期	増減
LWT	55%	57%	+1.8pt
LHT	39%	41%	+1.7pt
Living	47%	49%	+2.1pt
国内・計	45%	47%	+1.9pt

リフォーム内窓「インプラス」



LIXILの窓リフォーム

(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

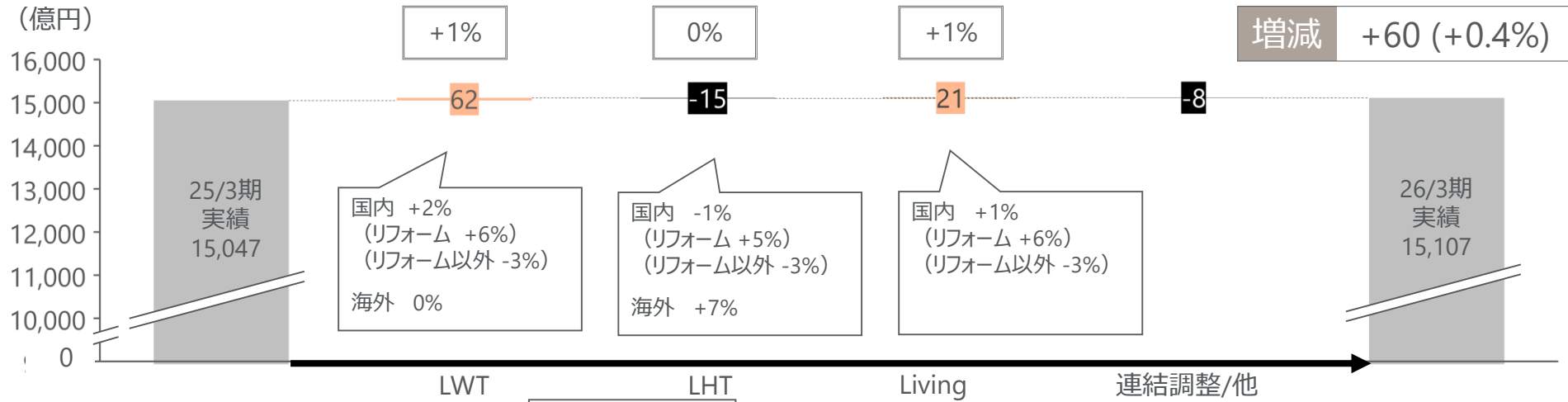
ブランド・ポートフォリオやグローバルな開発体制、差別化された商品の展開により、現地ニーズに迅速に対応し、海外事業の成長を促進⁽¹⁾

	26/3期 第4四半期 12ヵ月						26/3期 第4四半期 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%	59%	35%	49%	42%	13%	62%	55%	35%	44%
衛生陶器等	44%	67%	24%	36%	61%	37%	44%	68%	23%	40%	62%	34%
水栓金具 (キッチン)	9%	5%	16%	4%	3%	5%	8%	5%	15%	3%	3%	5%
浴槽・シャワーシステム	4%	12%	0%	0%	1%	1%	4%	11%	0%	0%	1%	1%
その他	2%	3%	0%	1%	0%	8%	2%	3%	0%	2%	0%	16%
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%	-9%	+2%	+12%	+6%	-4%	+4%	-5%	+4%	+4%	+14%	+5%
衛生陶器等	+2%	+1%	+8%	+23%	-3%	-22%	+1%	+0%	+1%	+39%	-6%	-24%
水栓金具 (キッチン)	+4%	-3%	+6%	+9%	+30%	-10%	+1%	-7%	+3%	+3%	+39%	-16%
浴槽・シャワーシステム	-22%	-22%	-5%	-24%	+1%	+14%	-18%	-19%	+17%	-29%	+9%	+15%

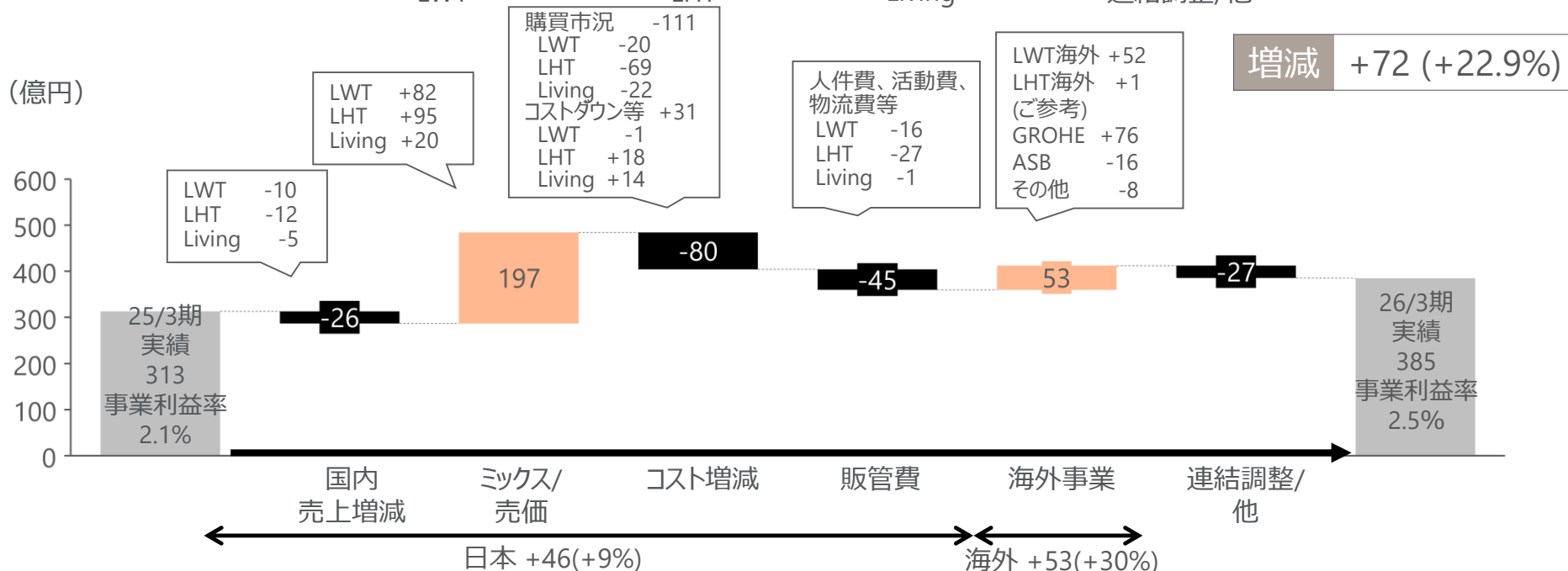
(1) LIXIL Playbookの優先課題『ウォーター事業における海外事業の成長促進』の進捗については統合報告書2025 p.27、29-32、74をご参照ください
https://ssl4.eir-parts.net/doc/5938/ir_material_for_fiscal_ym37/181737/00.pdf#page=28

2026年3月期 売上収益・事業利益の増減（前年同期差）

売上収益



事業利益

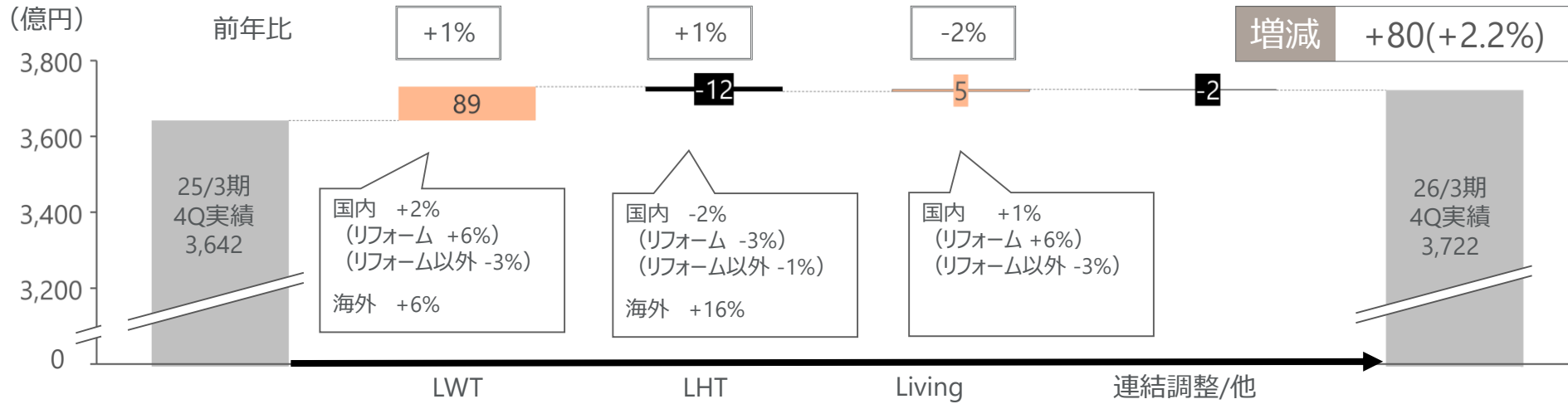


期初計画 (達成率)

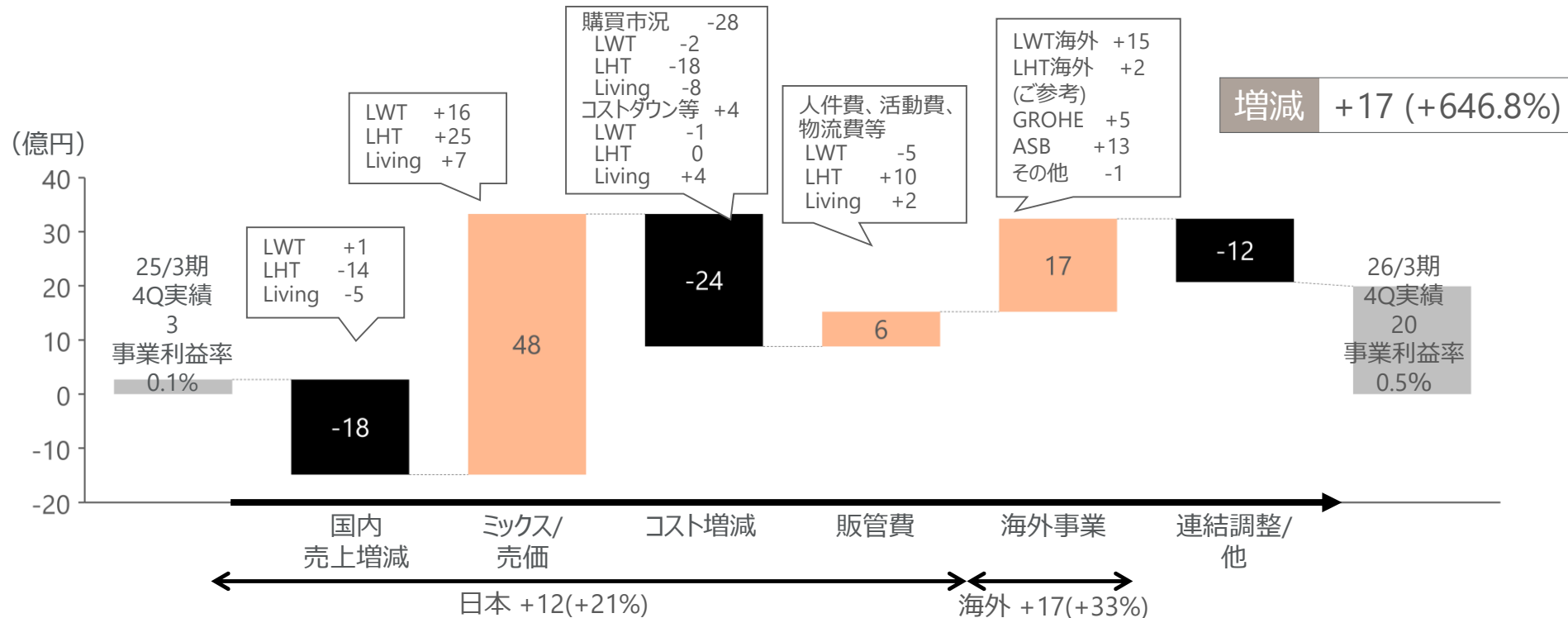
+35	+204	-94	-77	+37	-68
(-)	(97%)	(85%)	(58%)	(142%)	(38%)

2026年3月期 第4四半期 (3カ月) 売上収益・事業利益の増減 (前年同期差)

売上収益



事業利益



(億円)	25/3期 実績	26/3期 実績	増減
有形固定資産処分益	5	24	+19
持分法適用に伴う再測定による利益	-	17	+17
その他	105	52	-53
その他の収益	110	94	-17
有形固定資産処分損	13	12	-1
減損損失	35	65	+31
その他	79	117	+38
その他の費用	127	195	+68
受取利息	18	19	+1
受取配当金	12	14	+2
デリバティブ評価益	7	9	+2
その他	3	2	-1
金融収益	40	44	+4
支払利息	119	115	-4
為替差損	17	53	+36
その他	3	1	-2
金融費用	139	169	+30

- その他の収益：
 - (1)有形固定資産処分益ならびに出資先の持分法適用会社化による一時的な収益認識
- その他の費用：
 - (2) ITシステム、一部海外工場の固定資産減損計上含む
 - (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

	(億円)	25/3期 実績			26/3期 実績			前年 同期比%	27/3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	3,120	4,929	8,049	3,186	4,925	8,111	+0.8%	3,250	5,500	8,750	+7.9%
	事業利益	202	166	369	236	218	454	+23.3%	210	310	520	+14.4%
	%	6.5%	3.4%	4.6%	7.4%	4.4%	5.6%	+1.0pt	6.5%	5.6%	5.9%	+0.3pt
LHT	売上収益	5,006	265	5,271	4,972	284	5,257	-0.3%	5,050	320	5,370	+2.2%
	事業利益	249	12	260	254	13	267	+2.6%	275	15	290	+8.6%
	%	5.0%	4.4%	4.9%	5.1%	4.5%	5.1%	+0.1pt	5.4%	4.7%	5.4%	+0.3pt
Living	売上収益	2,055		2,055	2,076		2,076	+1.0%	2,150		2,150	+3.6%
	事業利益	72		72	78		78	+8.5%	100		100	+27.5%
	%	3.5%		3.5%	3.8%		3.8%	+0.3pt	4.7%		4.7%	+0.9pt
連結調整 ・他 ⁽¹⁾	売上収益			-328			-336	-			-270	-
	事業利益			-388			-415	-			-460	-
LIXIL ⁽¹⁾	売上収益	10,181	5,194	15,047	10,234	5,209	15,107	+0.4%	10,450	5,820	16,000	+5.9%
	事業利益	523	178	313	569	231	385	+22.9%	585	325	450	+16.9%
	%	5.1%	3.4%	2.1%	5.6%	4.4%	2.5%	+0.5pt	5.6%	5.6%	2.8%	+0.3pt

(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					4Q累計 前年 同期比
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	累計	
売上収益	298	286	262	276	1,122	247	250	239	243	979	-13%
事業利益	-12	-6	-13	-12	-44	-19	-16	-18	-2	-55	-
事業利益率	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Grohe Group (グロー工) (百万ユーロ)	25/3期					26/3期					4Q累計 前年 同期比
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	累計	
売上収益	390	393	412	406	1,601	417	425	414	404	1,660	+4%
事業利益	20	39	44	47	150	51	44	45	44	185	+23%
事業利益率	5%	10%	11%	12%	9%	12%	10%	11%	11%	11%	+1.7pt

ASB (ASD Holdings) (百万米ドル)	25/3期 残高	26/3期 残高
のれん ⁽¹⁾	225	225
無形資産 ⁽¹⁾	221	215

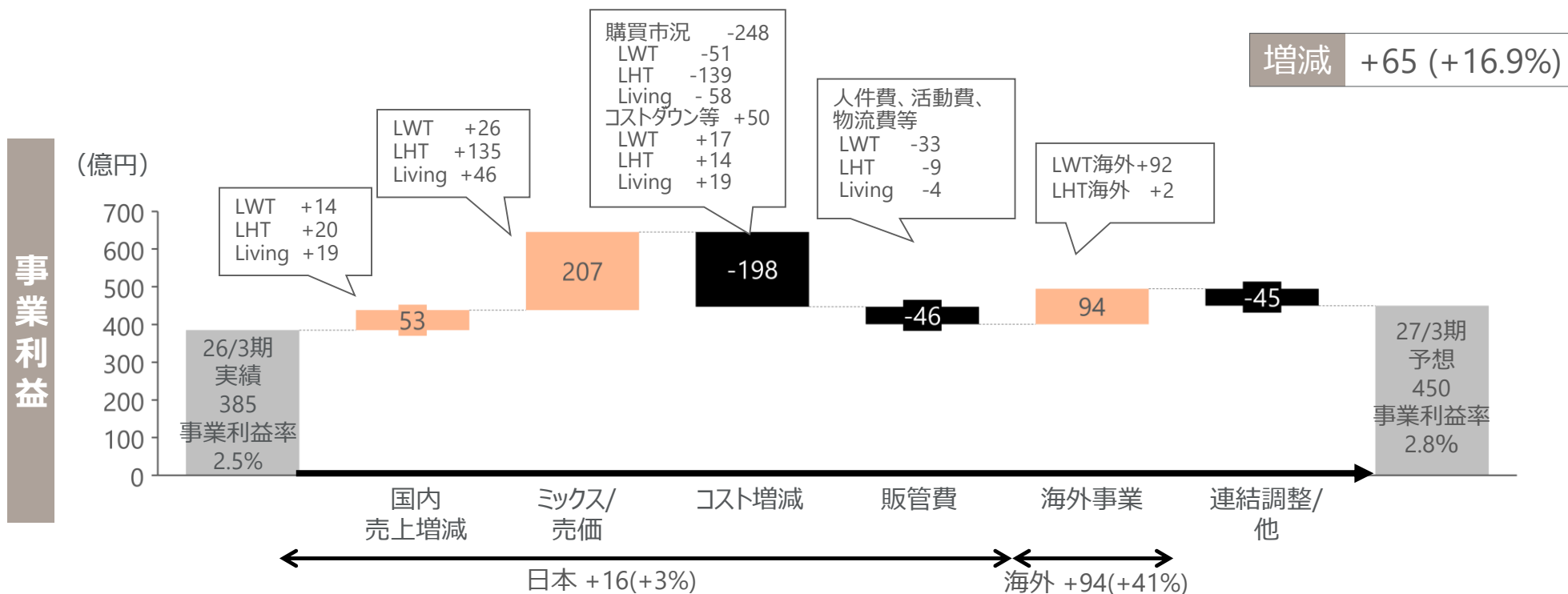
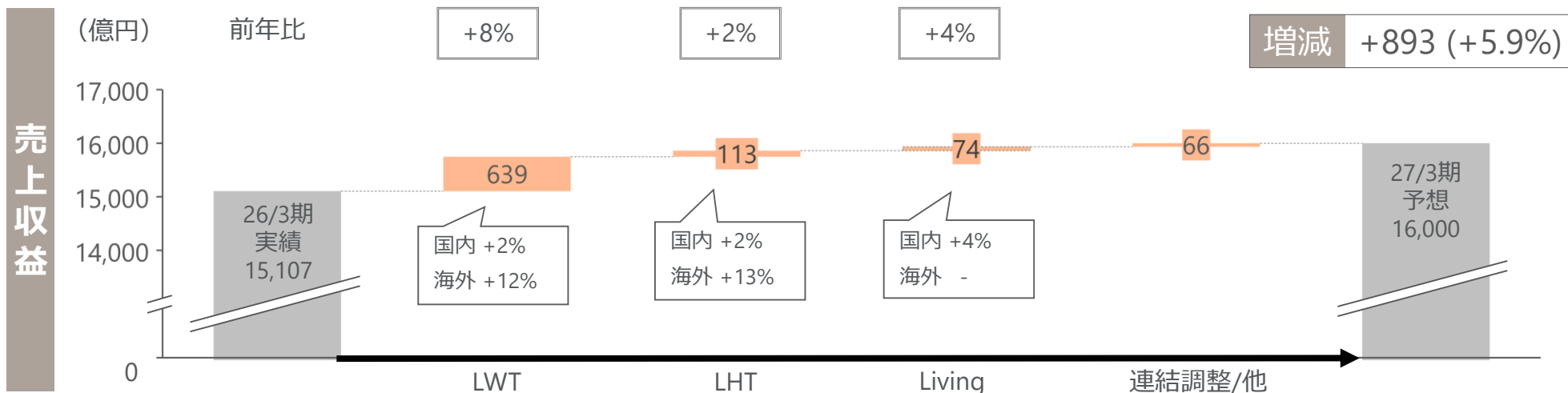
Grohe Group (グロー工) (百万ユーロ)	25/3期 残高	26/3期 残高
のれん ⁽¹⁾	1,199	1,185
無形資産 ⁽¹⁾	1,382	1,372

26/3期 通期実績

為替レート	期中平均	期末
USD	150.97円	159.88円
EUR	174.54円	183.41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

2027年3月期予想 売上収益・事業利益の増減（前年同期差）



➤ (ご参考) 事業関連・ESG関連トピックス

(3月23日発表内容から一部変更)

取締役一覧 (◎は2026年6月新任、□は独立役員、下線付きは女性) *：議長/委員長、●：委員

	氏名	取締役会議長	指名委員会	監査委員会	報酬委員会
社内取締役 ₍₁₎	瀬戸 欣哉				
	◎ 金澤 祐悟				
	◎ <u>藤田 真理子</u>				
社外取締役	□ 青木 淳		●		*
	□ 石塚 茂樹				●
	□ 石野 博		●	●	
	□ 大堀 龍介		●	*	
	□ <u>金野 志保</u>			●	
	□ <u>田村 真由美</u>			●	
	□ 西浦 裕二	*			
□ <u>綿引 万里子</u>		*		●	

※委員会については法定委員会のみ記載

※取締役候補者の田中 弥生氏については、他の職務との両立の観点から、同氏と協議の上で、同氏を新任の取締役候補者から取り消すことといたしました。詳細は本日開示の適時開示をご覧ください。

執行役一覧 (※は取締役を兼任、◎は新任、下線付きは女性)

(3月23日発表)

氏名		役職
瀬戸 欣哉	※	代表執行役社長 兼 Chief Executive Officer
金澤 祐悟	※	代表執行役副社長 Chief Operating Officer 兼 人事・Digital・CX 担当
ビジョイ モハン (Bijoy Mohan)		執行役専務 LIXIL International 担当
吉田 聡		執行役専務 LIXIL Housing Technology (LHT) ・Living事業 担当
大西 博之		執行役専務 LIXIL Water Technology (LWT) Japan 担当
<u>藤田 真理子</u>	※	執行役専務 CFO, 経理・財務・IR・Risk Management 担当
キム ハンスル (Hanseul Kim)		執行役専務 Chief Transformation Officer, Corporate Transformation・M&A 担当
<u>エリン・マッカスカー</u> <u>(Erin McCusker)</u>	◎	執行役専務 Chief Impact Officer, 広報・渉外・Impact戦略 担当

■ グローバルな衛生課題の解決

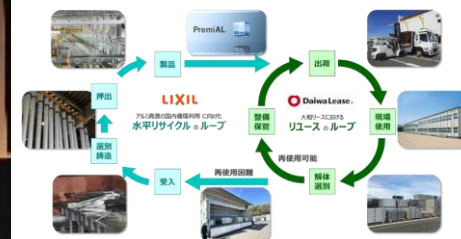
累計1億300万人の衛生環境を改善：
2025年までの改善目標を達成⁽¹⁾



- ・インパクト戦略の優先取り組み分野「グローバルな衛生課題の解決」において、累計1億300万人の衛生環境を改善
- ・ソーシャルビジネス「SATO」を通じて、世界59の国と地域に1,000万台以上のトイレ・手洗い設備を出荷。手頃な価格の革新的なソリューションにより、衛生市場の継続的な発展に貢献
- ・累計1億人の達成を転換点と捉え、新たな目標である「直接のおよび間接的に、さらなる1億人の人びとの衛生環境を改善」（2031年3月期まで）⁽²⁾の達成に向け、取り組みを加速

■ 低炭素・資源循環型社会への貢献

環境省主催「第7回ESGファイナンス・アワード・ジャパン」にてサーキュラーエコノミー賞を初受賞⁽³⁾



- ・環境サステナブル企業部門において、アルミリサイクルによる資源循環と経済価値を両立した多角的な取り組みが評価され、同賞を初受賞
- ・アルミ新地金のみで製造した場合と比較してCO₂排出量を約50%削減する循環型低炭素アルミ「PremiAL」シリーズを展開。2025年10月より、LIXIL製造のアルミ形材を使用している全製品への展開を開始
- ・2025年より大和リースと連携し、リース用サッシの回収・再生・再供給する国内循環システムの運用を開始⁽⁴⁾

(1)ニュースリリース https://newsroom.lixil.com/ja/20260216_103million_milestone (3)ニュースリリース <https://newsroom.lixil.com/ja/2026021899>

(2)ウェブサイト https://www.lixil.com/jp/impact/sanitation/sanitation_detail.html (4)ニュースリリース <https://newsroom.lixil.com/ja/2026021898>

■ 低炭素・資源循環型社会への貢献

環境省主催「プラスマ・アワード2026」にて
循環型素材「revia」が「作る部門」金賞を受賞⁽¹⁾



- ・「プラスマ・アワード2026」において、再資源化が困難な廃プラスチックと廃木材を活用した循環型素材「revia（レビア）」が最高位の金賞を受賞
- ・2025年に三重県津市とパートナーシップ協定を締結し、市内の家庭から出た廃プラスチックを地元のLIXIL久居工場で製品化する資源循環システムを構築
- ・新たな取組みとして、2025年大阪・関西万博での施工知見を活かし、ジョイント連結による簡単施工と意匠性を両立した新製品「レビアパネル」を2026年4月に発売⁽²⁾

■ イノベーションを通じた付加価値の向上

デザインと機能性を両立した空間提案の加速



- ・システムキッチン「ノクト」「シエラ」を刷新。家具のように調和する意匠と機能性を両立し、「ノクト」には新素材リテックストップを投入。新たな空間デザイン提案を加速⁽³⁾
- ・住まい全体のトータルコーディネートを提案するLIXILのDesign Styleに、自然との調和や癒しなど、近年のトレンドから生まれた新コーディネート「COMFORT GRAIN」を追加。インテリア建材の最上位ライン「GSシリーズ」、多機能タイル「エコカレットプラス」を新商品として発売し、心地よい日常をつくる空間提案を実現⁽⁴⁾

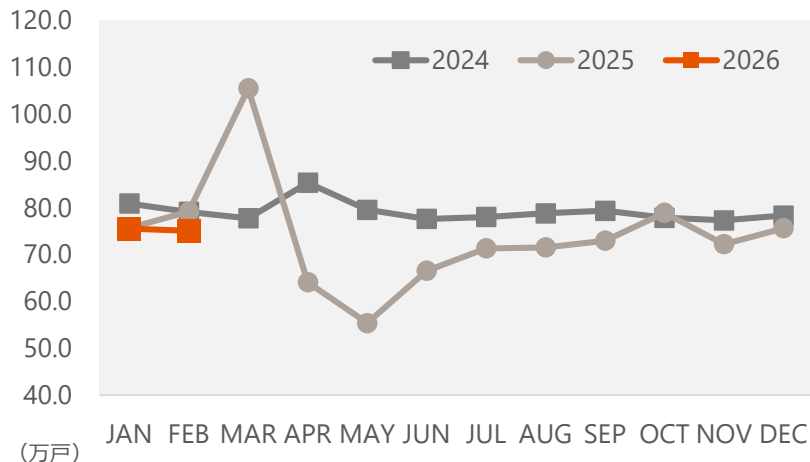
(1) ニュースリリース <https://newsroom.lixil.com/ja/2026020599>

(2) ニュースリリース <https://newsroom.lixil.com/ja/2026030201>

(3) ニュースリリース <https://newsroom.lixil.com/ja/2026020401>

(4) ニュースリリース <https://newsroom.lixil.com/ja/2026020901>

日本における新築着工数の推移 (季節調整値年率)



出所：国土交通省公表 新設着工データ (2024/1-2026/2)

新築着工水準 (対前年比)

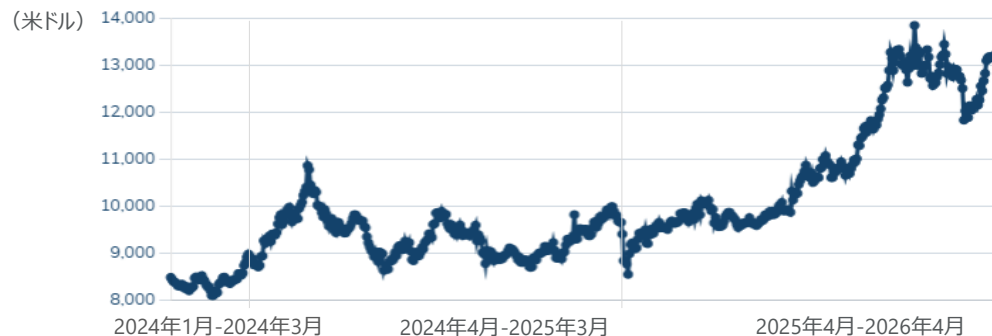
- 2026/1-2 : -2.7%
- 2025/1-12 : -6.5%

	2025年1月-12月 (12ヵ月)		2025年4月-2月 (11ヵ月)	
	戸数	前年比	戸数	前年比
総数	740,667	-6.5%	647,676	-10.9%
持家(1)	201,285	-7.7%	178,452	-10.9%
貸家	324,991	-5.0%	281,228	-10.5%
分譲マンション	89,888	-12.2%	75,418	-20.1%
分譲戸建(2)	115,935	-4.3%	104,394	-5.0%
戸建合計(1)+(2)	317,220	-6.5%	282,846	-8.8%

アルミ価格 出所：LME 3ヵ月先物 (24/1/1-26/4/27)



銅価格 出所：LME 3ヵ月先物 (24/1/1-26/4/27)



為替 (期中平均レート)	25/3期 実績	26/3期 実績	27/3期 計画前提
米ドル	152.48円	150.97円	155.0円
ユーロ	163.62円	174.54円	186.0円

原材料価格の実績	25/3期 実績	26/3期 実績	27/3期 計画前提
アルミ価格 (購入ベース)	39.8万円/トン	41.3万円/トン	47.0万円/トン
銅合金価格	117.0万円/トン	124.3万円/トン	133.6万円/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）
	継続事業
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
営業利益	事業利益（CE）
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
	非継続事業
	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