

2021年3月期 決算説明 新共通価値戦略 TOTO WILL2030 質疑応答要旨

証券コード：5332

2021. 4.28

2021年3月期 決算・新共通価値創造戦略TOTO WILL2030説明会

■日時：2021年 4月28日（水） 17:00－18:30

■形式：ZOOMによるオンライン開催

■発表：代表取締役 社長執行役員 清田 徳明

Q 1 : 2022年3月期計画

今期の計画は保守的であるとする。

新型コロナウイルスの感染拡大影響を大きく見ている、という理解だが正しいか。また、不確定要素をどう見ているか。

A 1 : 現在、日本では一部地域で緊急事態宣言が発出されるなど、

新型コロナウイルスの感染拡大はいまだ終息を見せていない。

よって、計画については影響を大きく見ている。

不確定要素としては、いくつかあるが、一つ目は原材料が挙げられる。

銅・鋼板・樹脂など想定より高騰しており、この動向は注視している。

二つ目は、現在木材の調達が世界的に厳しくなる中、日本においても新築住宅の着工に関わる部分であるため、この影響は無視できない。

三つ目は輸出における海外輸送費の高騰。

Q 2 : 還元方針

開示では現在の還元方針を維持しているが、今後業績が上振れた場合、これを変更する可能性はあるか。

A 2 : 還元の方針は「配当性向40%を目安とする」という前提を守りつつ、業績が計画を上回る等が起きた際は、配当の見直しを行っていく。

Q 3 : 2022年3月期計画、WILL2030双方ともかなりの費用増を見込んでおられる。先行投資と売上確保に必要な部分に切り分けるとどうなるのか。また、費用増もあり、売上高増と比較すると利益の増加が小さいと感じる。今後利益率を向上させるための施策等は。

A 3 : 新型コロナウイルスの感染拡大が進む中で、費用の見直しは進めてきた。今後もメリハリをつけて投資は行っていく。
利益率の向上については、日本は衛生性の意識の高まりもあり、「オート機能」を持つ商品の売上割合が高まっている。
今後もこの需要は継続すると考えており、我々がさらに付加価値を提供することで、利益率向上にもつながると考える。
また、海外の中国市場においては、ここ数年で利益率が下がったものの、攻略すべき市場の選別や、商品体系の見直しを行い利益率向上を目指していく。

Q 4 : 中国

**2022年3月期の計画では営業利益率が対前年で下がっている。
増益幅が小さいがこの背景は。**

**A 4 : 2021年3月期は社会保険料優遇政策があり、営業利益を押し上げていた。
2022年3月期はこの政策は行われなかったため、営業利益率が下がって見える。
付加価値の高い商品の拡販、二線三線都市への参入といった取り組みを
進める中で、投資も行ってきたため。**

Q 5 : 米州

2022年3月期の計画は、先行開示されている1Qの結果からすると
厳しい計画と見える。

A 5 : 2021年3月期の1Qで米国はウォシュレットを中心に大きく伸びている。
そこからの前年比ということになるので、1Qは決して低い数字ではない。
2Q以降は新型コロナウイルス感染拡大の反動増になるため、
計画自体も厳しいとは考えていない。

Q 6 : 新共通価値創造戦略WILL 2030 STAGE1

革新活動によるコストリダクションで+240億円を計画しているが、これは従来からの活動で達成可能なのか。挑戦的な計画ではないか。

**A 6 : 従来からプラットフォームを始めとするコストリダクションは行っているが、ここから更に改善を進めることは可能だと考えている。
自動化も含め生産性の向上に努めていく。**

Q 7 : 日本

非住宅分野、特に公立学校においては湿式トイレを乾式トイレにする補助金等があるが、これは計画に織り込んでいるか。

A 7 : 学校トイレについては、これまでも独自に研究会を作り啓蒙活動を進める等取り組みを行ってきた。

当然、補助金等の影響は織り込んでいる。

その他の非住宅分野は宿泊施設等は非常に厳しい状況が続いている。

Q 8 : 日本

20年度から23年度のリモデルの年平均の伸長率を6%と設定しているが、これまでの成長率を踏まえると、やや高いという印象。6%とした背景は。

A 8 : リモデル商品の売り上げ台数は、年に2%から3%の伸長と見て妥当。

しかし、新型コロナウイルス感染症の影響でお客様の衛生性に対する意識が高まってきたと考えており、足元の日本市場では付加価値の高いタッチレス商品の構成比が高まっている。

よって、引き続きお客様のニーズを捉えながら商品力を磨いていけば、売上は年平均伸長率6%を達成できると考えている。

Q 9 : 新領域

半導体不足と言われているため、セラミック事業の売上・利益はもっと上がるのではないか。もし需要があるとするのならば、利益率を改善する施策などはあるか。

A 9 : 半導体市況は今後好調と見ている。併せて半導体工場の稼働が盛んになってくるので取替需要も一層伸びてくると考えている。基本的にはその見立てに基づき、静電チャックの取引先様と連携しながら計画を策定した。

また、アップダウンが激しい業界のため、需要が拡大した際にも対応できるよう、一昨年、工場を新設し、歩留まり改善やスマートファクトリー化など、生産効率の改善に取り組んできた。これにより、利益率も改善されると考えている。

それだけでなく、4 Gから5 Gと世代が変わっていく中で、TOTOのオンリーワン技術を活かし、世代に対応する新しい商品を提供していく。その中で、取引先様と単価アップを進め、更なる利益率改善につなげたい。

Q 1 0 : 米州

23年度のウォシュレットの販売台数について、20年度比プラス127%という計画だが、売上高を伸ばす販売戦略をどう考えているのか知りたい。中価格帯商品の販売台数が伸びるのではないかという印象。

A 1 0 : 販売台数は23年までで227%の伸長率と、大幅な伸長を見込んでいる。普及期になり、中級価格帯の商品が増えていくため、売上高の伸長率は販売台数の伸長率よりも、当然ながら落ちてくる。一方で、一体型のモデルをすべての販売網で増やしていく。一体形はシートタイプと違って、非常に利益率が高いため、台数だけでなく売上高も伸びていくという流れをつくりたい。

質疑応答要旨

Q 1 1 : 2022年3月期計画

21年度計画の原材料価格の上昇を70億円と想定しているが、材料ごとに、それぞれどのような影響があるのか。
また、原材料価格の上昇は、来期以降も続くと想定しているのか。

A 1 1 : 原材料のなかで、一番影響が大きいのは銅。その後、樹脂、鋼板と続く。鋼板を1とすると、樹脂が2で、銅は4くらいの比率で影響がでる。そのほかにも、海上輸送等の物流コストや、現実には少し上がってきている電子部品関係のコスト上昇の見立ても織り込んでいる。この先は、WILL2030 STAGE1では、105億円と見ており、上がり幅が少し収れんされていくが、価格上昇は続くであろうと想定。特に銅は、当面の間、量的にも需要が高まり、またお金余りという状況もあって、価格の上昇が続くと考えている。

質疑応答要旨

Q 1 2 : 2022年3月期計画、WILL2030共に、特に日本は保守的な計画に見え、コンセンサスと比べても低い。利益成長を含め、将来的に会社がどのように成長していくと考えているか。

A 1 2 : 今回の発表にあたり、コンセンサスは随分と意識をさせていただいた。元々の計画段階では、コンセンサスに近いような数字だったが、原材料価格の上昇や収益基準の見直し等で、結果としてご覧のような数字にとどまった。もちろん、それだけではなく、木材輸入量の減少や木材価格の上昇など、新型コロナウイルス感染症に付随する影響からまだ抜け切っていない点も考慮した。しかし、最終的にはしっかり結果を出していきたい。われわれは104年間、水まわりの清潔性、衛生性を極めてきた歴史を持っている。そういう意味で、新型コロナウイルス感染症の影響でお客様の清潔性・衛生性に対する感度や家の中を充実させる意識が高まってきたことは、非常に大きなビジネスチャンス。それをしっかり結果に繋げられるかは、われわれのこれからの活動にひとえにかかっている。“きれい”“快適”を一層極めていきながら、当然DX技術も加えてお客様の体験価値を増やしていく。また、併せて“ウェルネス”という分野の価値向上・利便性向上にも努め、しっかり確実に長期的に成長していく。そのために全員一丸となって、しっかりと商品に磨きをかけていきたい。

あしたを、ちがう「まいにち」に。

TOTO