

TOTO

やります
「生活環境企業」。

’06年度中間決算説明会

東陶機器株式会社
代表取締役副社長 宇塚 俊夫
2006年10月31日

1. '06年度上期決算について
2. '06年度通期計画について
3. 原材料価格の高騰と価格改定について
4. リモデル事業の拡大に向けて

1. '06年度上期決算について

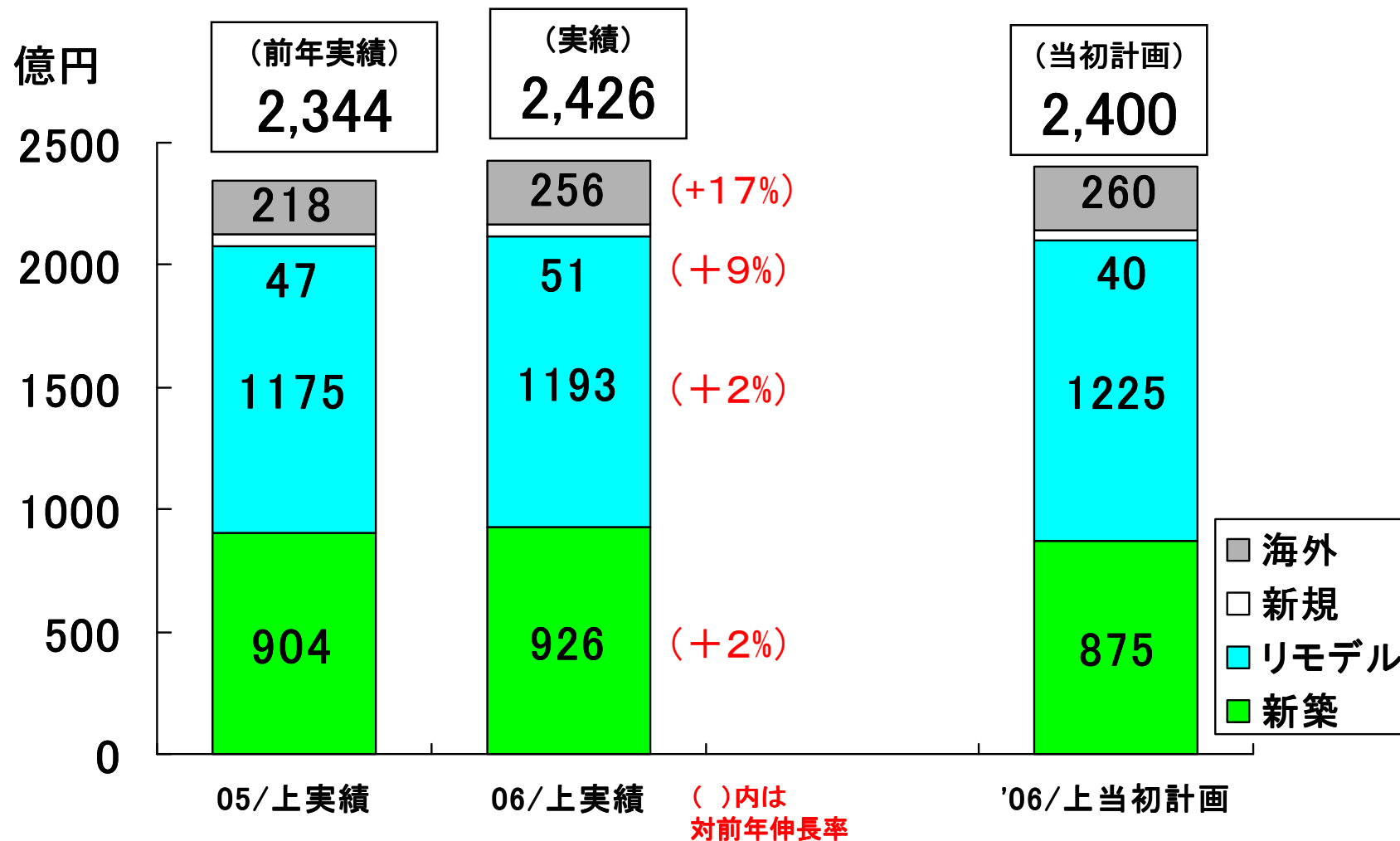
'06年度上期決算概要

※単位：億円（未満は切り捨て）

	'06/上		対計画 増減額 (増減率)	前年度 実績	対前年 増減額 (増減率)
	計画	実績			
売上高	2,400	2,426	+26 (+1.1%)	2,344	+82 (+3.5%)
営業利益	115	101	▲14 (▲12.2%)	102	▲1 (▲1.2%)
経常利益	100	94	▲6 (▲6.0%)	92	+2 (+2.0%)
当期利益	45	40	▲5 (▲11.1%)	36	+4 (+10.4%)

増収、利益は横ばい

分野別売上高の推移



※判別精度の向上に伴い、今回より分野別売上高の算出基準を変更

商品別売上高—対前年伸長率の推移

商品名	'06上計画 (前年比)	'06上実績 (前年比)	差異
レスト合計	+ 0%	± 0%	± 0P
バス・キッチン計	+ 4%	+ 6%	+ 2P
その他	▲ 5%	+ 1%	+ 6P
建築用設備機器計	+ 2%	+ 3%	+ 1P
その他計	+17%	+15%	▲ 2P
合計	+ 2%	+ 4%	+ 2P

おおむね、計画を上回る

経常利益の増減益要因

<単位:億円>

	増減要因	計画	実績	差異
プラス 要因	コストダウン	+35	+36	+1
	リモデル売上高の増加	+22	+7	▲15
	新築売上高の増加	▲5	+4	+9
	価格改定による益	±0	+5	+5
	その他	▲7	+11	+18
	計	+45	+63	+18
マイナス 要因	原材料の値上がり	▲17	▲36	▲19
	普及品の拡大	▲10	▲13	▲3
	販売価格の下落	▲5	▲9	▲4
	販売強化投資・リモデル施策増	▲5	▲3	+2
	計	▲37	▲61	▲24
	合計	+8	+2	▲6

リモデル売上高、原材料の値上がりが計画未達の主要因

海外売上高の推移(グロス)

■海外事業の実績と年度計画

*グロス=グループ内取引を含む総売上高
<単位:億円>

		05上実績	06上実績	差異 (増減率)
米国	売上高	112	138	+26 (+23%)
	経常利益	6	7	+1
中国	売上高	121	143	+22 (+18%)
	経常利益	11	15	+4
その他	売上高	71	80	+9 (+13%)
	経常利益	3	▲1	▲4
合計	売上高	306	363	+57 (+19%)
	経常利益	21	22	+1

計画	差異 (増減率)
146	▲8 (▲5%)
9	▲2
149	▲6 (▲4%)
15	±0
82	▲2 (▲2%)
▲1	±0
378	▲15 (▲4%)
23	▲1

為替の前提

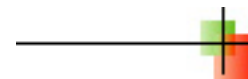
	05上	06上
US\$	110.62	115.24
中国元	13.31	14.4

()内は対前年伸長率

各国ともに大幅増収



特別損益



•特別利益	計	0.2億円
◇土地等売却益		0.2億円
•特別損失	計	13.3億円
◇海外拠点整理損失 (フィリピン サイアム・マリワサ)		7.5億円
◇環境対策費用 (土壌汚染浄化追加費用)		2.8億円
◇減損損失 (土地等)		1.9億円

2. '06年度通期計画について

'06年度 年度計画

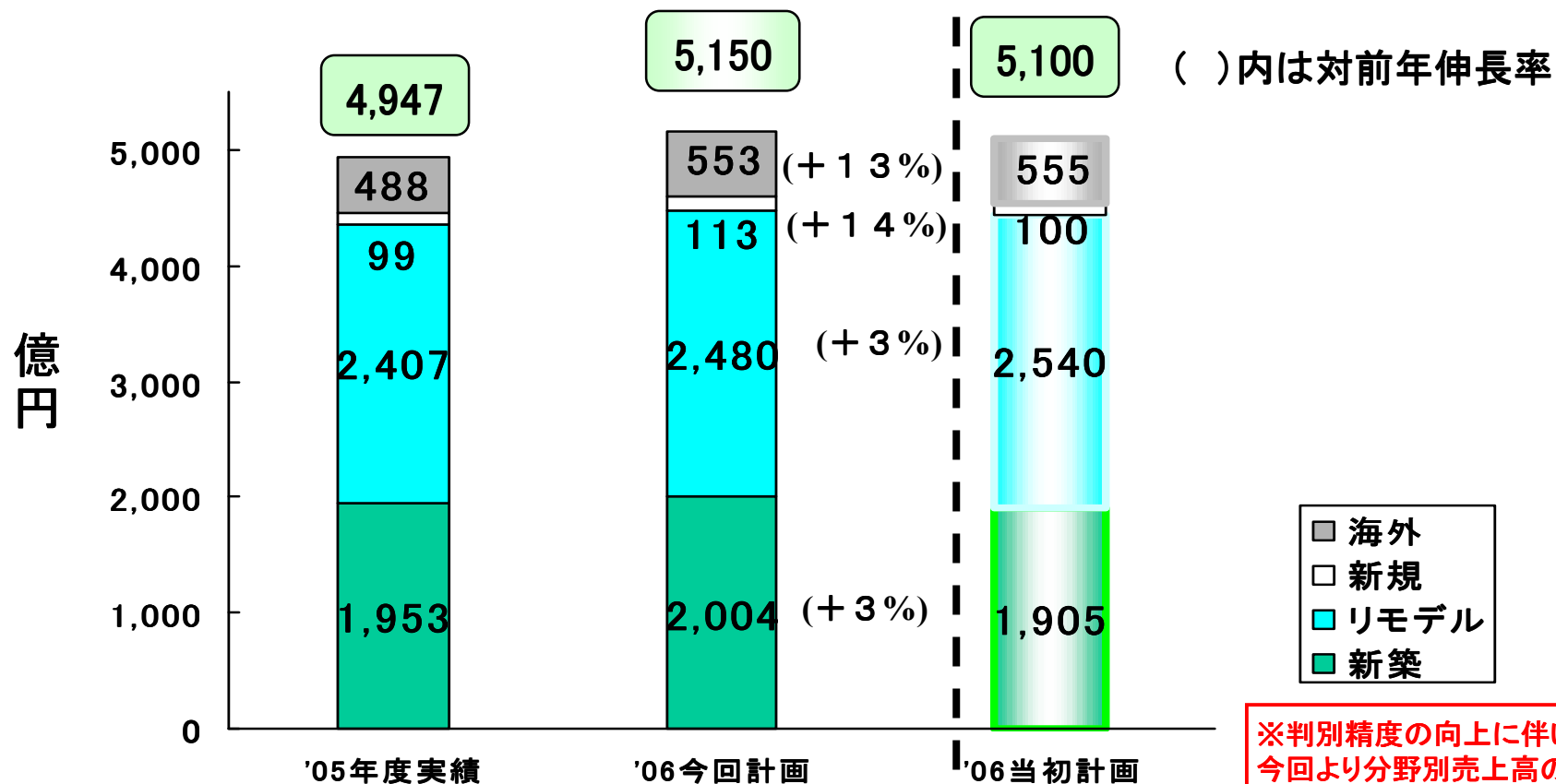
※単位：億円（未満は切り捨て）

	'06年度			対当初計画 増減額 (増減率)	前年度 実績	対前年 増減額 (増減率)
	上期実績 (当初計画)	下期計画 (当初計画)	合計			
売上高	2,426 (2,400)	2,724 (2,700)	5,150 (5,100)	+50 (+1.0%)	4,947	+203 (+4.1%)
営業利益	101 (115)	194 (220)	295 (335)	▲40 (▲11.9%)	251	+43 (+17.2%)
経常利益	94 (100)	176 (200)	270 (300)	▲30 (▲10.0%)	227	+43 (+18.6%)
当期利益	40 (45)	115 (115)	155 (160)	▲5 (▲3.1%)	129	+25 (+19.3%)

EPS (円)	————	————	44.71		37.12	+7.6
ROE (%)	————	————	6.9%		6.2%	+0.7P

通期で増収・増益を実現

分野別売上高の計画(通期)



※判別精度の向上に伴い、今回より分野別売上高の算出基準を変更

新築・リモデルともに拡大を目指す

商品別売上高一対前年伸長率(通期計画)

商品名	当初計画 (前年比)	今回計画 (前年比)	差異
レスト合計	+ 3%	+ 2%	▲ 1 P
バス・キッチン計	+ 3%	+ 5%	+ 2 P
その他	▲ 6%	▲ 1%	+ 5 P
建築用設備機器計	+ 2%	+ 4%	+ 2 P
その他計	+ 14%	+ 13%	▲ 1 P
合計	+ 3%	+ 4%	+ 1 P

システムキッチンを大幅に拡大

経常利益の増減益要因(通期計画)

<単位:億円>

増減要因		当初計画	今回計画	差異
プラス 要因	コストダウン	+ 78	+ 78	± 0
	価格改定による益	+ 30	+ 35	+ 5
	リモデル売上高の増加	+ 42	+ 21	▲ 21
	新築売上高の増加	▲ 12	+ 10	+ 22
	その他	▲ 1	+ 22	+ 23
	計	+ 137	+ 166	+ 29
マイナス 要因	原材料の値上がり	▲ 31	▲ 81	▲ 50
	普及品の拡大	▲ 15	▲ 19	▲ 4
	販売価格の下落	▲ 5	▲ 15	▲ 10
	販売強化投資・リモデル施策増	▲ 14	▲ 8	+ 6
	計	▲ 65	▲ 123	▲ 58
	合計	+ 72	+ 43	▲ 30

原材料の値上がりの影響が大きく当初計画を30億円下方修正

海外売上高の推移(グロス)

海外事業の実績と年度計画

* グロス=グループ内取引を含む総売上高

<単位:億円>

		05年度			06年度		
		上期	下期	合計	上期	下期	合計
米国	売上高	112	133	245	138 (+23%)	151 (+14%)	289 (+18%)
	経常利益	6	7	14	7	11	18
中国	売上高	121	166	288	143 (+18%)	171 (+3%)	314 (+9%)
	経常利益	11	20	32	15	24	39
その他	売上高	71	84	157	80 (+13%)	98 (+17%)	178 (+13%)
	経常利益	3	4	8	▲1	5	4
合計	売上高	691			783 (+13%)		
	経常利益	55			61		

()内は対前年伸長率

為替の前提

各国ともに大幅に増収

	05 上	05 下	06 当初 見込	06 上	06 下見込
US\$	110.62	118.07	118.0	115.24	118.0
中国元	13.31	14.63	14.4	14.4	14.4

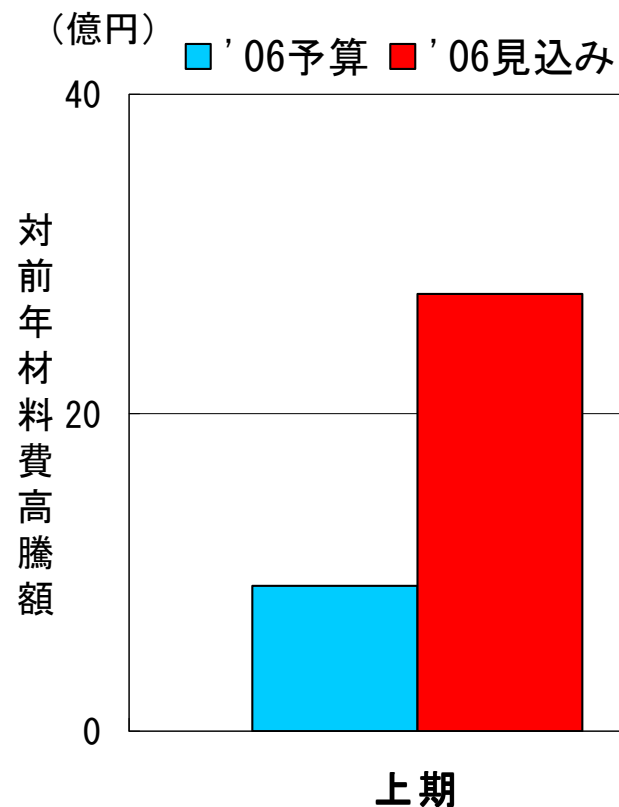
1株あたりの配当金

	'05年度	'06年度
中間	6.0円	6.5円
期末	6.0円	6.5円 (計画)
年間	12.0円	13.0円 (計画)

‘06年度は1円増配の年間13円を計画

3. 原材料価格の高騰と価格改定について

更なる原材料価格の高騰とその影響 ～銅価格の当初予算と見込み～



年間で
約45億円の
乖離が発生

↓
価格改定を実施
('07年2月)

↓
下期業績への
寄与は限定的
= 下方修正

当初見込みより大きな乖離が発生

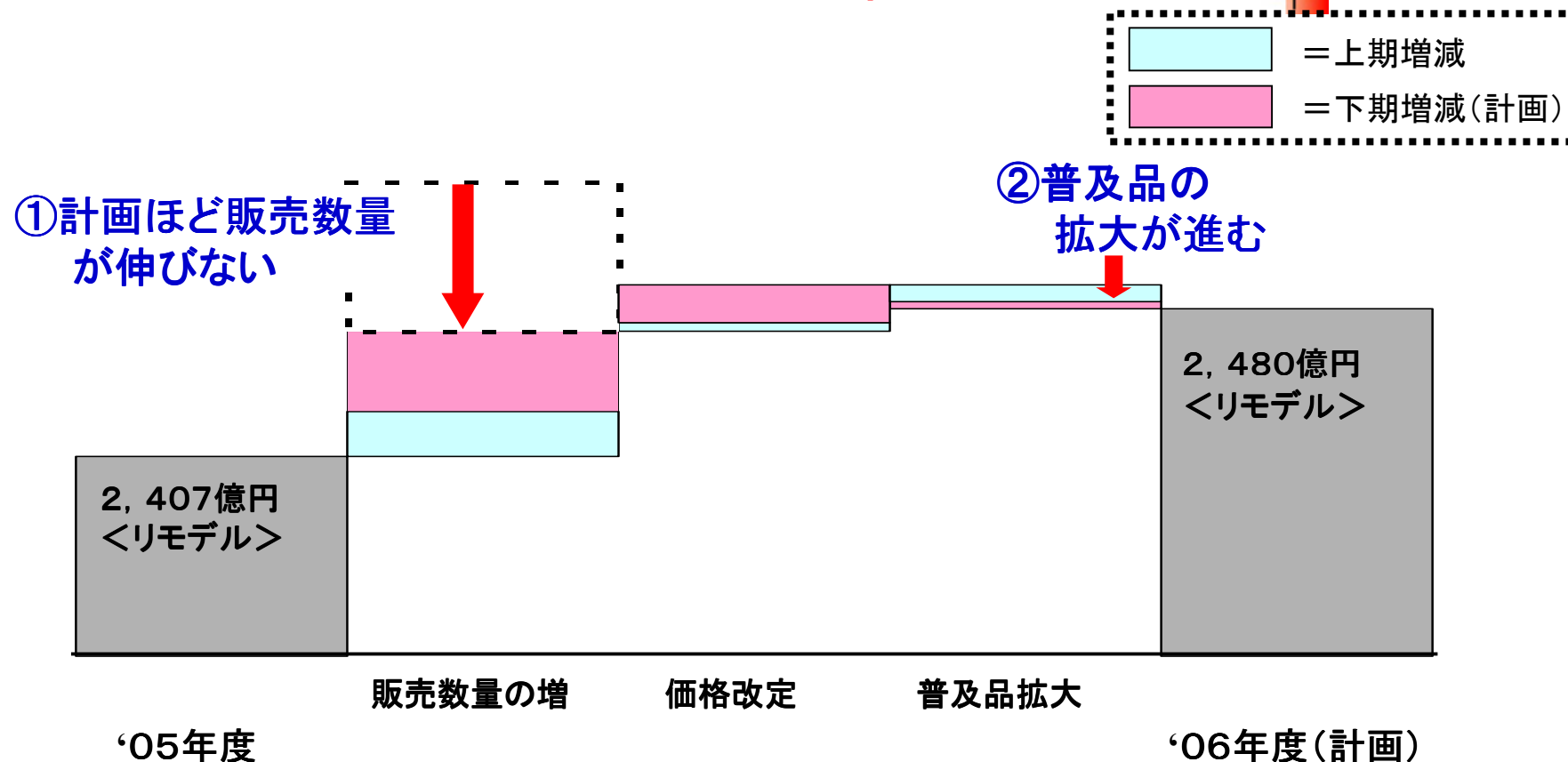
価格改定(第二次)の実施について

対象商品	価格改定率	価格高騰のあった 原材料・(部材)	'06年7月 実施有無
(1)トイレシステム	平均 4%程度	木部材・樹脂、板金他 (衛陶・水栓金具)	無
(2)水栓金具 ・衛生陶器用付属金具、水栓金具類	平均 8%程度	銅地金他	有
(3)戸建システムバスルームの一部商品	平均 2%程度	鋼板、樹脂他 (水栓金具)	無
(4)ガス給湯機	平均10%程度	非鉄金属・鉄鋼他	無
(5)石油給湯機	平均10%程度	非鉄金属・鉄鋼他	無
(6)小型電気温水器	平均 8%程度	非鉄金属・鉄鋼他	無
(7)洗面化粧台	平均 8%程度	木部材、樹脂他 (衛陶・水栓金具)	無
(8)アクセサリ-	平均 5%程度	木部材・黄銅・樹脂他	有
(9)福祉機器	平均 5%程度	木部材・黄銅・樹脂他	無

2007年2月受注分より、価格改定を実施

4. リモデル事業の拡大に向けて

リモデル売上高分析

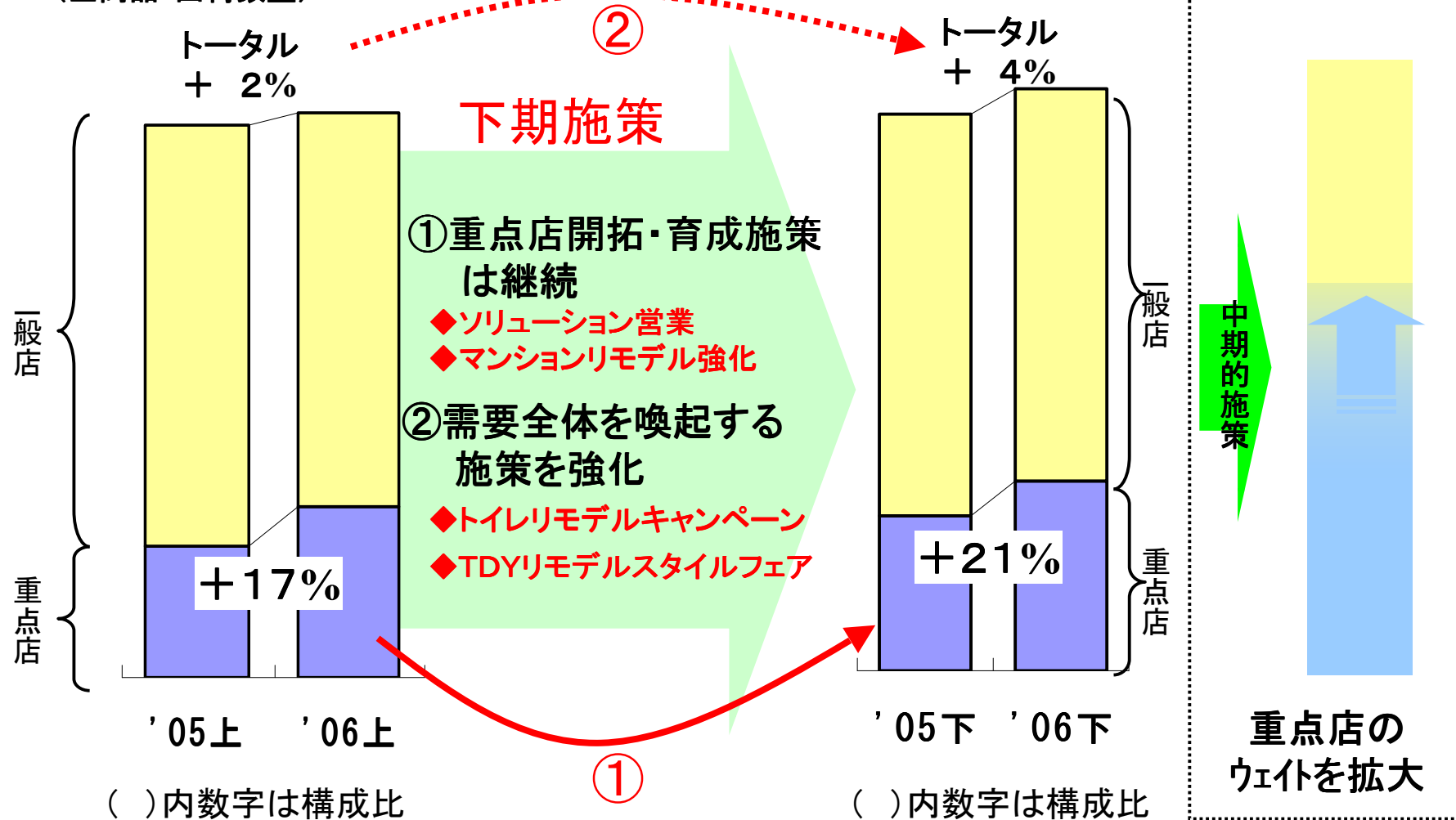


<今後の活動>

- ①計画ほど販売数量が伸びない ⇒ 需要創造活動の強化
- ②普及品の拡大が進む ⇒ 付加価値提案の強化

リモデル需要創造活動の再加速

◆販売店別リモデル商品推移
(全商品・出荷数量)

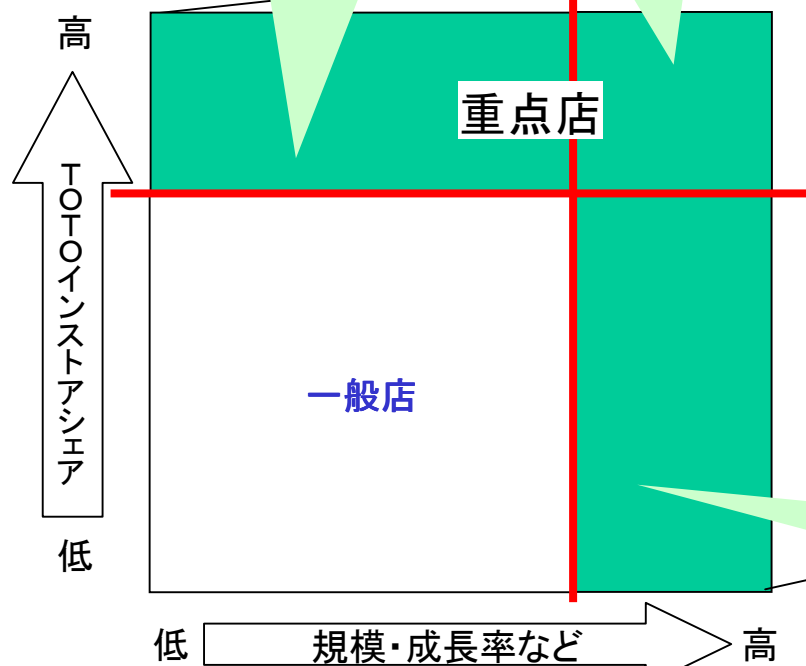


ソリューション営業活動の強化

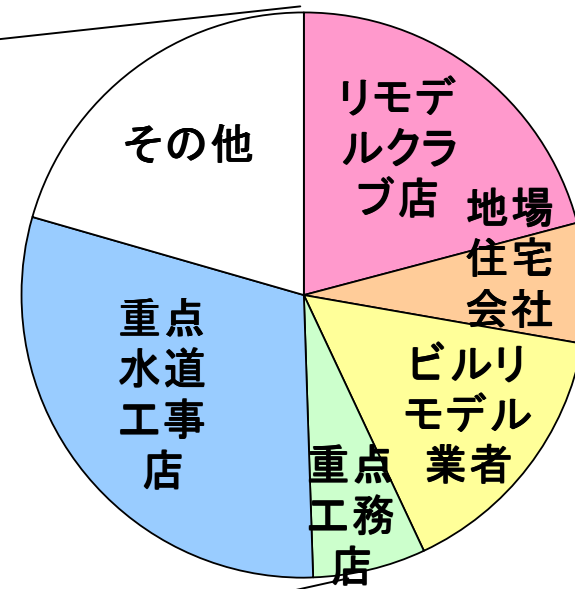
(ご参考) 重点店とは...

● 当社へのロイヤリティは高く
将来のリモデル需要創造の
可能性が多い顧客

● 当社を主力として取扱しており
規模も大きい顧客



重点店別売上内訳
(リモデル・'06年上期)



● 販売力があるが
他社の取扱量が多く
当社との関係が浅い顧客

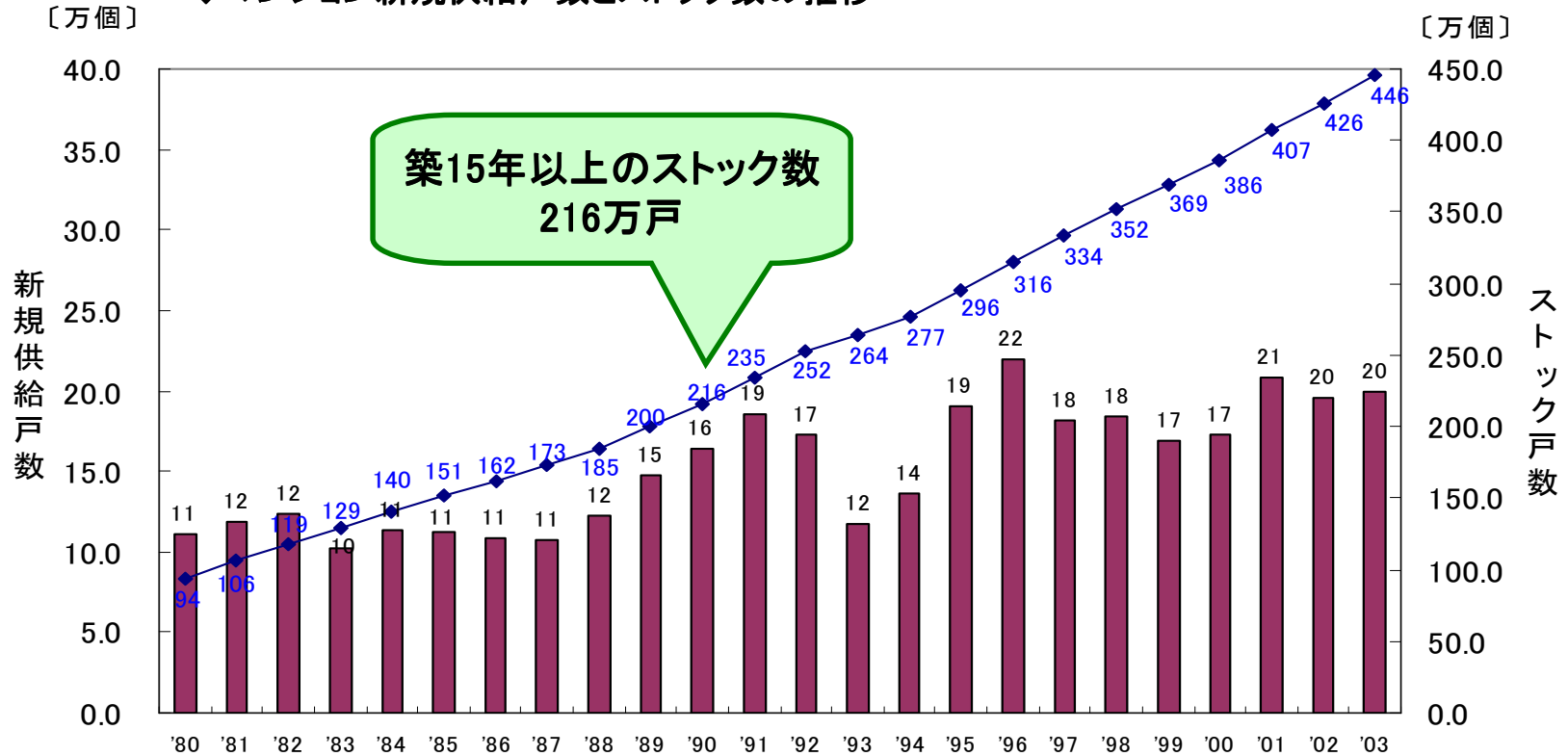
ソリューション営業活動とは

重点店に対して、店ごとに
TOTOセールスが各種支援を
行なっていく活動のこと。

**ソリューション提案活動の強化を通じて
売上向上を図る**

マンションリモデルの需要

◆マンション新規供給戸数とストック数の推移



築15年以上のストック数
216万戸

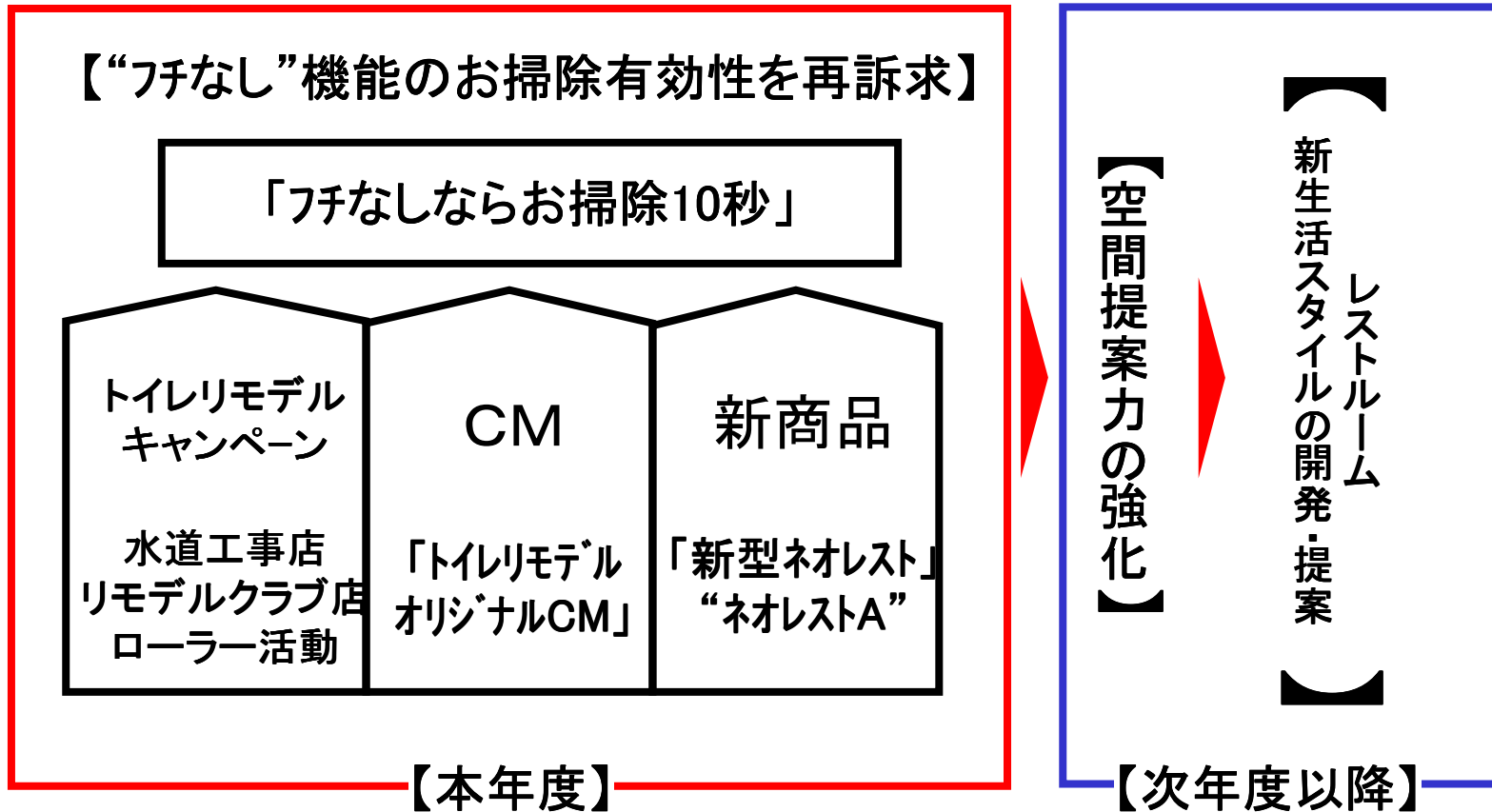
- (注) 1. 新規供給戸数は、建築着工統計等を基に推計した。
- 2. ストック戸数は、新規供給戸数の累積等を基に、各年末時点の戸数を推計した。
- 3. ここでいうマンションとは、中高層(3階建て以上)・分譲・共同建て、鉄筋コンクリート、鉄骨鉄筋コンクリートまたは鉄骨造の住宅をいう。

マンションリモデル市場は今後、更に増加が見込める

マンションリモデルの取組み強化

	レストルーム	バス・キッチン・洗面
新商品 (‘06年下期発売計画)	 <p>ピュアレストMR(10月発売)</p> <p>今まで設置できなかった 排水条件でも“フチなし”化が可能</p>	 <p>ひろがる超低床WPシリーズ(10月発売)</p> <p>ちょっと広めの 中型サイズの品揃え</p>
	更に新商品を続々発売	
販売施策	マンションリモデル活動ノウハウブックをもとに リモデルクラブ店と需要開拓	

トイレリモデル需要喚起策



中期的活動として推進中

TDYリモデルスタイルフェアの開催

～お客様にTOTO商品に触れていただく機会の増大～

リモデルの夢をカタチに!



『リモデルスタイルフェア '06-'07』

◇会場

【名古屋】2006年10月27、28日 ポートメッセ名古屋

【大阪】 2006年11月24、25日 インテックス大阪

【福岡】 2007年 2月23、24日 マリンメッセ福岡

【東京】 2007年 4月27、28日 東京ビッグサイト

◇対象...パートナー様、お得意様、お客様



進化した6つの「生活スタイル提案」

楽しく
つどう

招いて
もてなす

趣味に
こだわる

便利に
すまう

安らいで
くらす

健やかに
すごす

<新LDK共同企画>

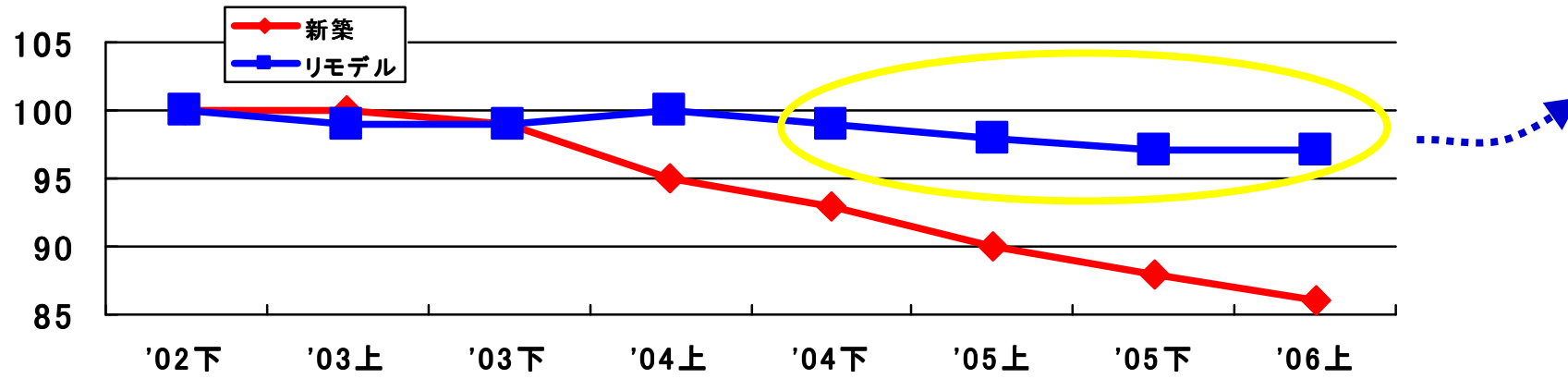
「4つの住まい方」のコンセプト・プラン
例)健やかにすごす:光や風、自然の温もり
を感じる、明るくて心地の良いLDK空間

LDKの提案を加え、お客様に商品に触れていただく場を提供



リモデル販売価格の状況

◆全商品平均単価の推移(含む普及品の拡大による影響) <'02年=100>



高級	★'03/02ネオレストSD ★'03/07アプリコット	★'05/03フローピア魔法びん	★'06/08ネオレストA
	★'03/02ピュアレスト	★'05/09キュージア	新商品の投入
中級		★'04/02WL一体Z ★'04/08バスピアKA ★'04/09スタイルF	★'06/02ピュアレストOR ★'05/07バスピア魔法びんライト ★'06/02ウォッシュレットS

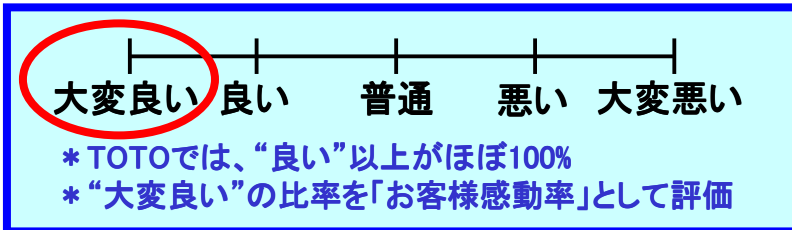
高級品(付加価値品)の新商品を順次発売予定



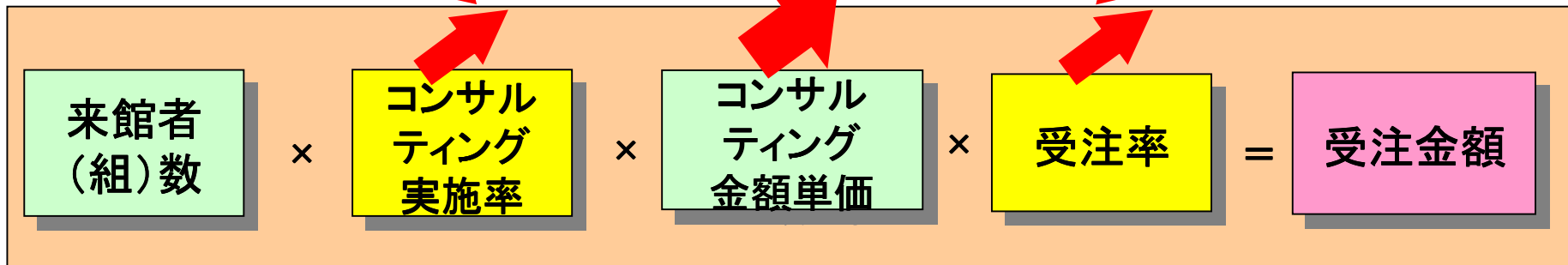
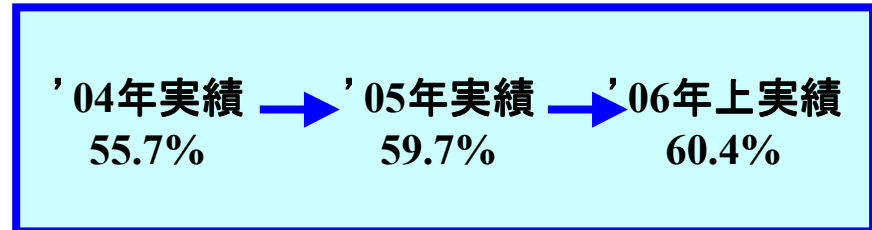
ショールームにおけるお客様満足向上の取組み

◆ショールーム接客におけるお客様満足向上の取組について

■お客様アンケートはがきに関する評価



■お客様感動率の推移



■ 2005年度下期⇒2006年度下期の増加率(計画)

- 来館組数 +5%
- 全商品コンサル金額 +9%
- SB受注金額 +7%
- SK受注金額 +14%

高付加価値品提案強化により、コンサル金額伸長率を拡大

TOTO

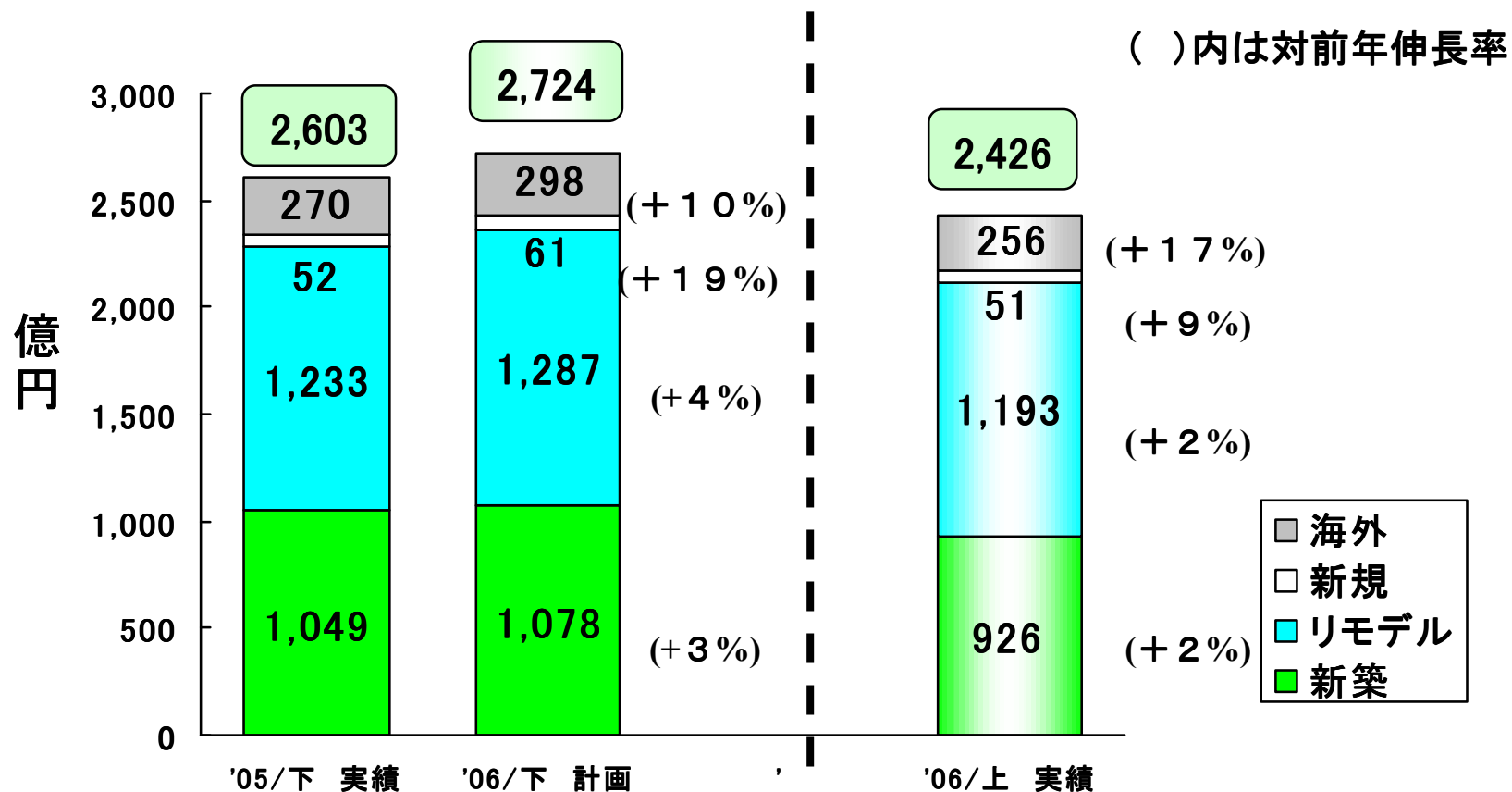
(参考資料)'06年度下期計画について

'06年度 下期計画

※単位:億円(未満は切り捨て)

	'05/下 実績	'06/下 計画 <small>() 内は当初計画</small>	対前年 増減額 (増減率)
売上高	2,603	2,724 (2,700)	+121 (+4.6%)
営業利益	149	194 (220)	+45 (+30.2%)
経常利益	135	176 (200)	+41 (+30.4%)
当期利益	93	115 (115)	+22 (+23.7%)

分野別売上高(下期計画)



※判別精度の向上に伴い、今回より分野別売上高の算出基準を変更

商品別売上高 対前年伸長率(下期計画)

商品名	'06/下 当初計画	'06/下 今回計画
レスト合計	+ 5%	+ 4%
バス・キッチン計	+ 2%	+ 5%
その他	▲ 6%	▲ 3%
建築用設備機器計	+ 3%	+ 4%
その他計	+ 10%	+ 12%
合計	+ 3%	+ 4%

経常利益の増減益要因(下期計画)

<単位:億円>

増減要因		'06/下 当初計画	'06/下 今回計画
プラス 要因	コストダウン	+ 4 3	+ 4 2
	価格改定による益	+ 3 0	+ 3 0
	リモデル売上高の増加	+ 2 0	+ 1 4
	新築売上高の増加	▲ 7	+ 6
	その他	+ 6	+ 1 1
	計	+ 9 2	+ 1 0 3
マイナス 要因	原材料の値上がり	▲ 1 4	▲ 4 5
	普及品の拡大	▲ 5	▲ 6
	販売価格の下落	± 0	▲ 6
	販売強化投資・リモデル施策増	▲ 9	▲ 5
	計	▲ 2 7	▲ 6 2
	合計	+ 6 5	+ 4 1

海外売上高の推移(グロス)

海外事業の実績と年度計画

* グロス=グループ内取引を含む総売上高
<単位:億円>

		'05/下	'06/下	差異 (増減率)
米国	売上高	133	151	+14%
	経常利益	7	11	-
中国	売上高	166	171	+3%
	経常利益	20	24	-
その他	売上高	84	98	+17%
	経常利益	4	5	-
合計	売上高	384	420	+9%
	経常利益	33	39	-

為替の前提

	05 下	06 下見込
US\$	118.07	118.0
中国元	14.63	14.4

ショールーム数の拡大

	'06年3月 実績	'06年9月 実績	'07年3月 計画
ショールーム数	99	101	104
水彩ショップ数	434	462	500
リモデルクラブ店 (媒体掲載店)	4,375	4,379	5,000

このプレゼンテーション資料は、2006年10月31日現在の将来に関する前提・見通し・計画に基づく予測が含まれています。世界経済・競合状況・為替の変動等にかかわるリスクや不確定要因により実際の業績が記載の予測と大幅に異なる可能性があります。

TOTO

<http://www.toto.co.jp/>

<お問合せ先>

TOTO 広報室 長田・中原・松原

TEL: 03-3595-9422

E-mail: asuka.osada@toto.co.jp

ryuji.matsubara@toto.co.jp