

'10年度第2四半期決算



2010. 10. 29

目次	1. '10年度 第2四半期決算
	2. '10年度 通期計画
	3. '10年度 トピックス/下期活動
	1)国内住設事業
	2)海外住設事業
	3)新領域事業

売上は微増、営業利益は大幅に改善

事業再編費用などの特別損失により最終利益は赤字

【国内住設事業】

- ・新築売上は、新設住宅着工戸数の大きな落ち込みにより前年比 ▲14%
- ・リモデルは引き続き好調に推移。8月に発売した新商品の寄与も大きく +4%

【海外住設事業】

- ・海外売上は、中国はじめアジア全般で好調に推移。景気の回復にともない、売上・利益とも大きく伸長。米国は景気悪化の影響で前年割れ。

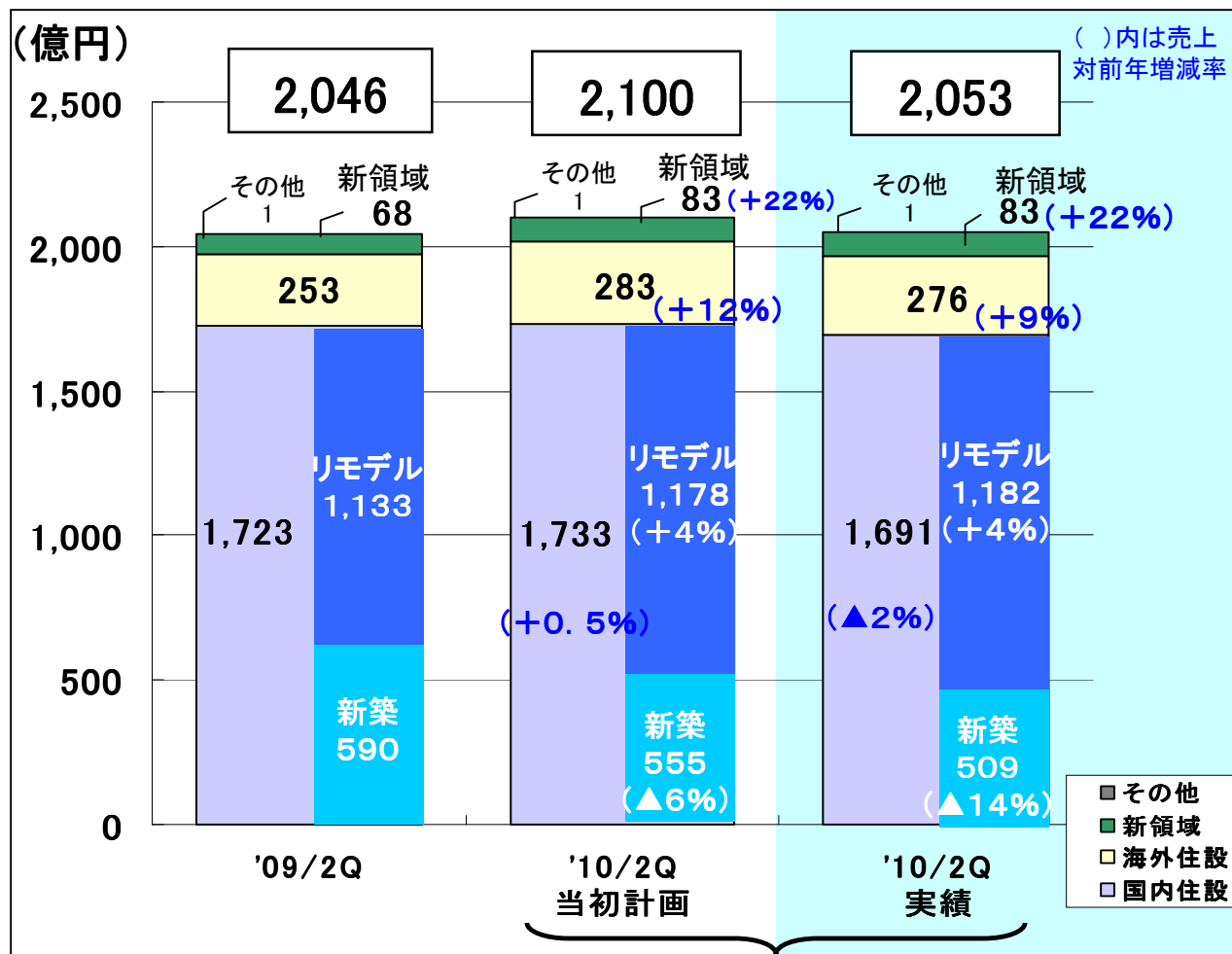
【新領域事業】

- ・セラミック事業は市場の回復基調に加え、オンリーワン技術を活かした商品群に特化することにより業績が大幅に改善

単位：億円(未満は切り捨て)

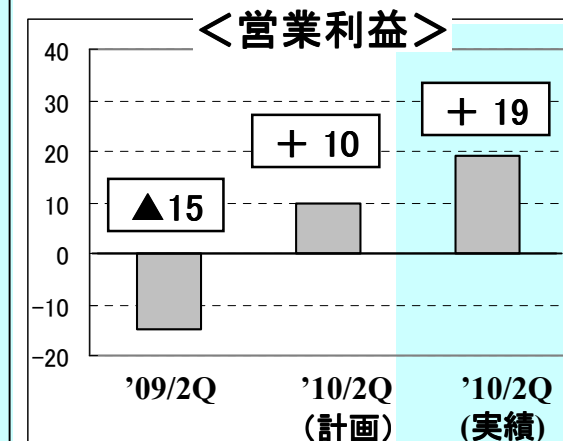
	09/20 実績	'10/20		対前年増減 (増減率)
		修正計画 (当初計画)	実績	
売上高	2,046	2,080 (2,100)	2,053	+6 (+0.3%)
営業利益	▲15	17 (10)	19	+35 -
経常利益	▲15	14 (15)	14	+29 -
特別損益	▲9	▲22 (▲15)	▲22	▲12
当期純利益	▲46	▲29 (▲15)	▲27	+18

需要分野別売上高



単位: 億円 (未満は切り捨て)

注:
マネジメントアプローチの導入にあたり、
今期より需要分野別の開示を以下
4つに変更
『国内住設事業』 『海外住設事業』
『新領域事業』 『その他』



国内	▲7	9	7
(リモデル)	13	23	24
(新築)	▲20	▲13	▲16
海外	19	20	30
新領域	▲21	▲9	▲9
その他	▲6	▲9	▲8

※セグメント間配賦ルール変更により当初発表から一部実績を修正しています

新築着工戸数(1-6月) 40万戸 38万戸(▲5%)
 納入時期ベースの需要 46万戸 39万戸(▲15%)

売上は新築向けの売上下落の影響を受け、前年比微増にとどまる。
 好調な海外住設の増益により営業利益は大幅に回復

国内住設の商品別売上高

TOTO

	'09/2Q	'10/2Q	
	売上高 (億円)	売上高 (億円)	前年比 (%)
レストルーム計	657	688	+ 5%
水栓機器			+ 3%
浴室			▲ 8%
キッチン・洗面			▲ 6%
バス・キッチン計	971	939	▲ 3%
その他計	127	113	▲ 11%
合計(調整前) ※	1,756	1,740	▲ 1%
国内住設合計	1,723	1,691	▲ 2%

※セグメント間の内部売上高又は振替高

海外住設の市場別売上高

TOTO

	(単位:百万ドル) <現地通貨での業績>		
米州	'09/2Q	'10/2Q	増減率
売上高	99.0	97.4	▲ 2%
営業利益	1.2	0.9	▲22%
(為替 円/\$)	96.01	88.48	

(単位:億円)		
'09/2Q	'10/2Q	増減率
95.0	86.2	▲9%
1.1	0.8	▲28%

	(単位:億人民元) <現地通貨での業績>		
中国	'09/2Q	'10/2Q	増減率
売上高	7.5	10.0	+32%
営業利益	1.5	2.5	+65%
(為替 円/人民元)	14.06	13.03	

(単位:億円)		
'09/2Q	'10/2Q	増減率
106.4	130.3	+23%
21.9	33.4	+53%

	(単位:百万ユーロ) <現地通貨での業績>		
欧州	'09/2Q	'10/2Q	増減率
売上高	7.0	8.7	+25%
営業利益	▲6.2	▲7.9	-
(為替 円/ユーロ)	135.53	107.81	

(単位:億円)		
'09/2Q	'10/2Q	増減率
9.5	9.4	▲1%
▲8.4	▲8.5	-

	(単位:百万ドル) <現地通貨での業績>		
アジア・オセアニア	'09/2Q	'10/2Q	増減率
売上高	43.7	57.2	+31%
営業利益	4.8	5.2	+9%
(為替 円/\$)	96.01	88.48	

(単位:億円)		
'09/2Q	'10/2Q	増減率
42.0	50.6	+21%
4.6	4.6	+0%

米州:需要の低迷が続き、売上・利益ともに前年割れ
 中国:沿岸部を中心に好調で売上は前年を大きく上回る
 欧州:新規市場への投資継続しており営業利益はマイナスに

(単位:億円)		合計
'09/2Q	'10/2Q	増減率
253.0	276.7	+9%
19.2	30.3	+57%

営業利益の増減益要因(前年差異)

TOTO

単位: 億円(未満は切り捨て)

増減要因			'10/2Q 計画 (7/30発表分)		'10/2Q 実績	
プラス 要因	コストリダクション	従前のコストリダクション	+23	+ 31	+25	+ 33
		Vプランコストリダクション	+ 8		+ 8	
	リモデル売上高の増加			+ 20	+ 20	
	海外売上高の増加			+ 10	+ 9	
	経費削減(販管費など)			+ 33	+ 36	
	新商品生産等による増産益			-	+ 8	
	その他			+ 8	+ 14	
マイナス 要因	新築売上高の減少			▲ 15	▲ 24	
	販売強化投資			▲ 40	▲ 42	
	原材料の値上がり			▲ 14	▲ 12	
	販売価格の下落・普及品の拡大			▲ 8	▲ 7	
合計				+25	+ 35	

目 次

1. '10年度 第2四半期決算

2. '10年度 通期計画

3. '10年度 トピックス/下期活動

- 1)国内住設事業
- 2)海外住設事業
- 3)新領域事業

新商品効果とリモデル需要喚起により、増収増益の計画

全社をあげたVプランコストリダクション計画も計画通り進捗予定

【国内住設事業】

- ・引き続きリモデル需要創出活動を強化し、新商品のさらなる伸長を見込む
- ・TOTO、DAIKEN、YKK AP、3社共同で「グリーンリモデルフェア'10-'11」を全国4ヶ所で開催。
リモデルの良さ、快適な生活プランの提案を推進していく

【海外住設事業】

- ・中国やアジア地域は引き続き好調を見込む
- ・米州はプロモーション活動などの販促強化で増収増益を見込む
- ・欧州は景気回復の遅れから前年並みの見込み
- ・各エリアで売上・利益とも円高の影響を受ける

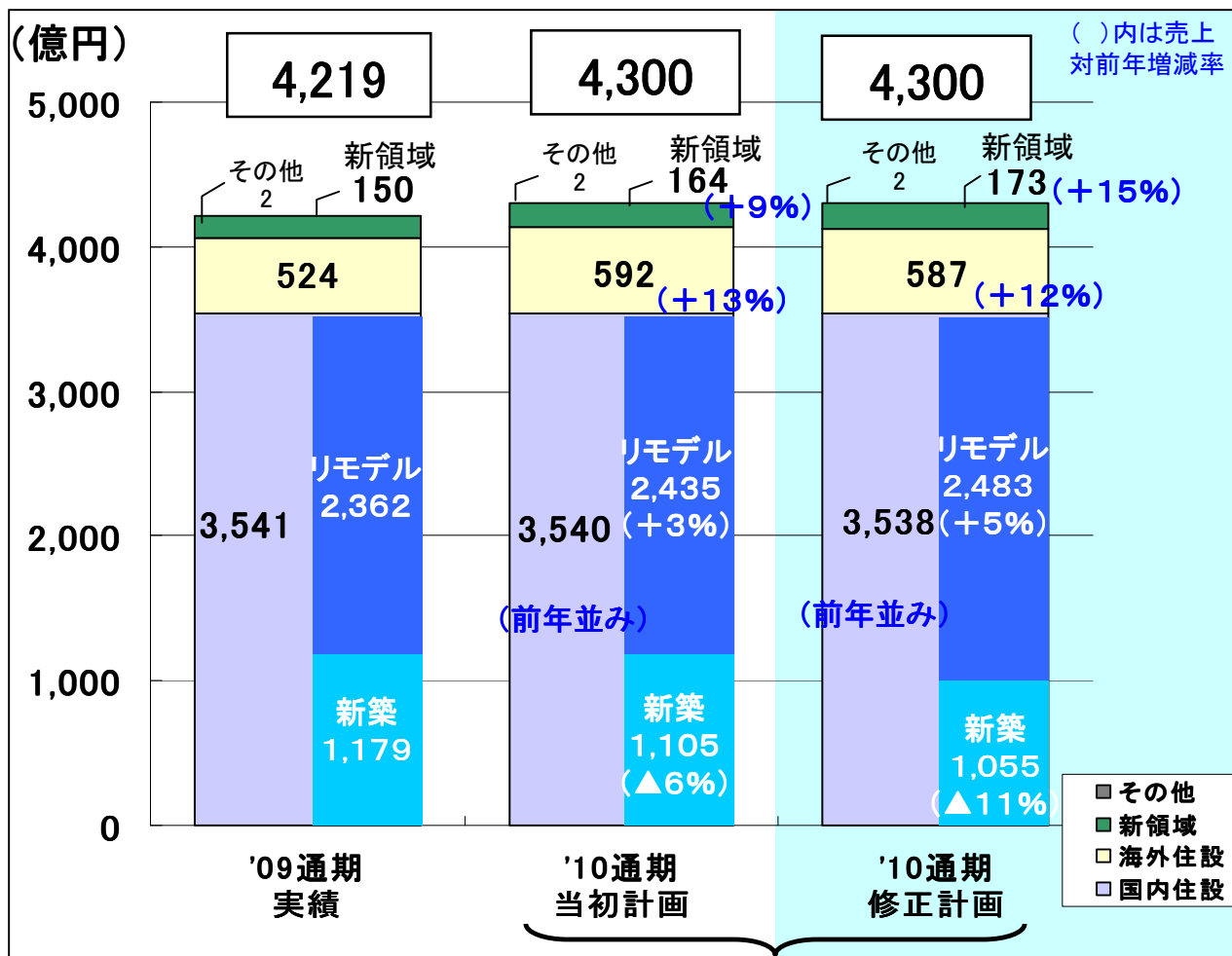
【新領域事業】

- ・セラミック事業はオンリーワン技術の優位性を活かし、さらなる収益の改善を見込む
- ・環境建材事業はグローバル展開を加速させ、「ハイドロテクトの環」の拡大をはかる

単位: 億円(未満は切り捨て)

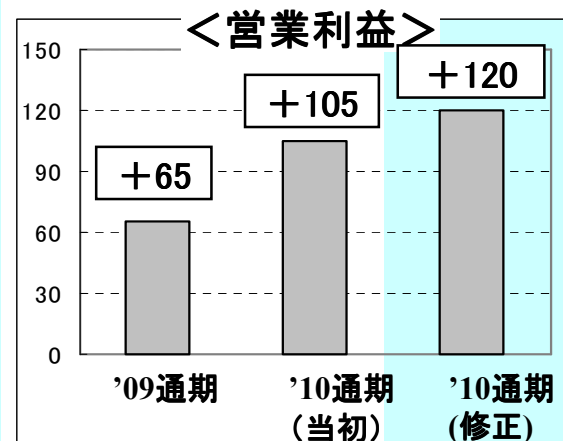
	'09／通期 実績	'10／通期		対前年増減 (増減率)
		当初計画	計画	
売上高	4,219	4,300	4,300	+80 (+2%)
営業利益	65	105	120	+55 (+82%)
経常利益	73	115	120	+46 (+64%)
特別損益	▲20	▲15	▲22	▲1
当期純利益	8	60	50	+41 (469%)

需要分野別売上高（通期計画）



単位: 億円 (未満は切り捨て)

注:
 マネジメントアプローチの導入にあたり、
 今期より需要分野別の開示を以下
 4つに変更
 『国内住設事業』 『海外住設事業』
 『新領域事業』 『その他』



国内	44	67	80
(リモデル)	66	82	100
(新築)	▲21	▲15	▲20
海外	60	70	76
新領域	▲26	▲13	▲17
その他	▲12	▲19	▲19

※セグメント間配賦ルール変更により当初発表から一部実績を修正しています

新築着工戸数(1-12月) 79万戸 80万戸(+1%)
 納入時期ベースの需要 90万戸 81万戸(▲11%)

リモデル需要の回復と海外住設事業、新領域事業の伸長により、
 増収・増益の計画

国内住設の商品別売上高

TOTO

	'09/通期	'10/通期	
	売上高 (億円)	売上高 (億円)	前年比 (%)
レストルーム計	1,353	1,401	+ 4%
水栓機器			+ 2%
浴室			+ 0%
キッチン・洗面			▲ 2%
バス・キッチン計	1,965	1,975	+ 1%
その他計	296	251	▲ 15%
合計(調整前) ※	3,615	3,629	+ 0%
国内住設合計	3,541	3,538	▲ 0%

※セグメント間の内部売上高又は振替高

海外住設の市場別売上高

TOTO

(単位:百万ドル) <現地通貨での業績>			
米州	'09/通期	'10/通期	増減率
売上高	192.9	221.2	+15%
営業利益	6.1	10.6	+74%
(為替 円/\$)	92.10	85.00	

(単位:億円)		
'09/通期	'10/通期	増減率
177.7	188.0	+6%
5.6	9.0	+61%

(単位:億人民元) <現地通貨での業績>			
中国	'09/通期	'10/通期	増減率
売上高	17.9	21.9	+22%
営業利益	4.4	5.6	+28%
(為替 円/人民元)	13.49	12.50	

(単位:億円)		
'09/通期	'10/通期	増減率
242.3	274.0	+13%
59.8	71.0	+19%

(単位:百万ユーロ) <現地通貨での業績>			
欧州	'09/通期	'10/通期	増減率
売上高	13.6	20.0	+47%
営業利益	▲ 12.5	▲ 12.7	-
(為替 円/ユーロ)	132.00	110.00	

(単位:億円)		
'09/通期	'10/通期	増減率
18.0	22.0	+22%
▲ 16.5	▲ 14.0	-

(単位:百万ドル) <現地通貨での業績>			
アジア・オセアニア	'09/通期	'10/通期	増減率
売上高	94.3	121.1	+28%
営業利益	12.9	11.7	▲ 9%
(為替 円/\$)	92.10	85.00	

(単位:億円)		
'09/通期	'10/通期	増減率
86.9	103.0	+19%
11.9	10.0	▲ 16%

米州:販促プロモーションを積極的に行い、売上・収益回復を見込む
 中国:旺盛な需要に加え、生産体制を整えて引き続き増収増益
 欧州:大型展示会などを通して販売網構築活動を継続して強化する

(単位:億円)		合計
'09/通期	'10/通期	増減率
524.9	587.0	+12%
60.8	76.0	+25%

営業利益の増減益要因(前年差異)

TOTO

単位:億円(未満は切り捨て)

増減要因			'10/通期 当初計画 (7/30発表分)		'10/通期 修正計画	
プラス 要因	コストリダクション	従前のコストリダクション	+48	+ 71	+50	+ 73
		Vプランコストリダクション	+23		+23	
	リモデル売上高の増加			+ 28		+ 44
	海外売上高の増加			+ 22		+ 22
	経費削減(販管費など)			+ 39		+ 45
	その他			—		+ 8
マイナス 要因	新築売上高の減少			▲ 24		▲ 37
	販売強化投資			▲ 63		▲ 70
	原材料の値上がり			▲ 27		▲ 26
	販売価格の下落・普及品の拡大			▲ 6		▲ 4
合計				+40		+ 55

1株あたりの配当

TOTO

	'09年度	'10年度計画
中間	5.0円	5.0円
期末	5.0円	5.0円
年間計	10.0円	10.0円

前年と同じ配当額(年間10円)を計画

目 次

1. '10年度 第2四半期決算

2. '10年度 通期計画

3. '10年度 トピックス/下期活動

- 1)国内住設事業
- 2)海外住設事業
- 3)新領域事業

キッチン

CRASSO
クラッソ



システムバス

SPRINO

sazana



洗面化粧台

SAQUA
サクラ



トイレ

GREEN
GMAX 4.8

GG-800

新レストパル

新ピュアレスト

EX

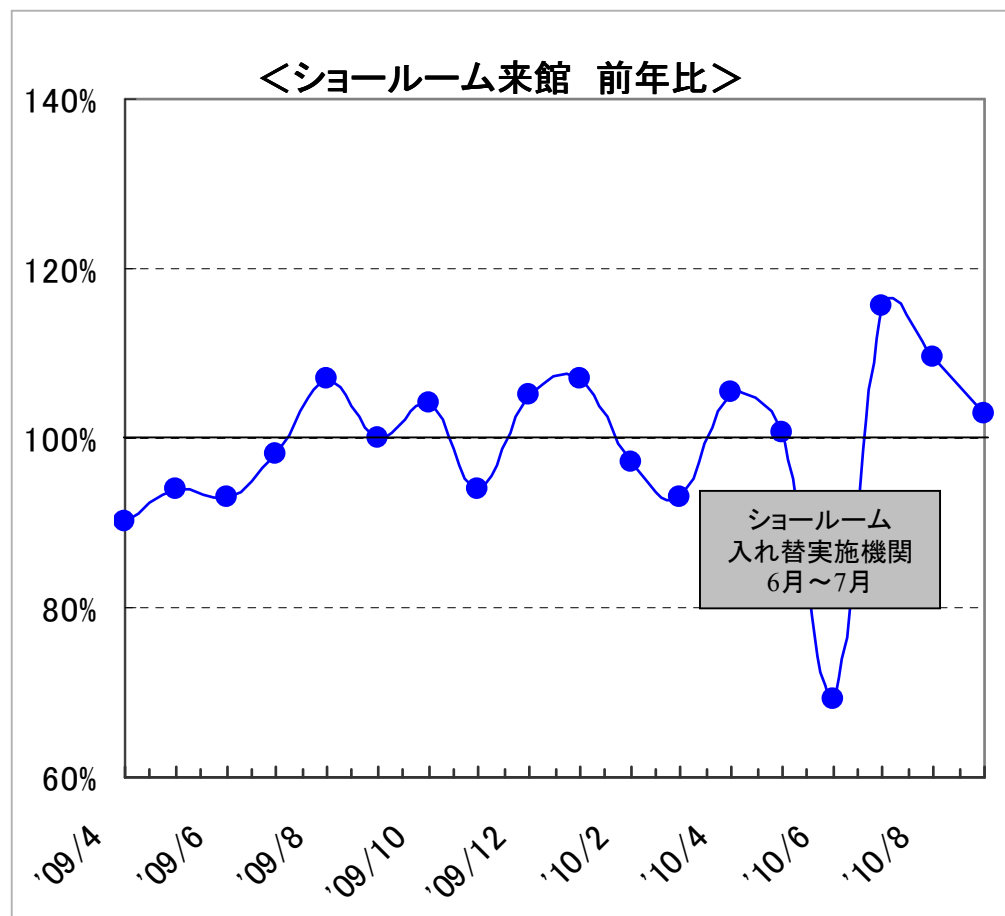
新ピュアレスト

QR



新商品群はTOTO国内商品の約40%に相当

■新商品販売状況



	10/2Q	8-9月
	売上 前年比	受注 前年比
レストルーム計	105%	108%
水栓機器	103%	109%
浴室	92%	101%
キッチン・洗面	94%	103%

* 1 売上：TOTO出荷時
* 2 受注：お客様ご注文時

ショールームへの来館は新商品への入替後、イベントや誘引施策効果により
来館が大きく伸長(8-9月で前年同期比 107%)
8月発売の新商品売上は計画を大きく上回り、システム商品も売上回復。

■グリーンリモデルフェア



グリーンリモデルフェア

グリーンスタイルフェアから名称を変更。
長く、快適に住み続けられる住宅改修の
しくみをご提案

家が**ワカ**ると、
が**カワ**る。



場所	期間	会場
名古屋	10年10月15日(金)~17日(日)	ポートメッセなごや
大阪	10年11月19日(金)~21日(日)	インテックス大阪
福岡	11年2月10日(木)~12日(土)	マリンメッセ福岡
東京	11年4月22日(金)~24日(日)	東京ビッグサイト

<速報:名古屋会場での反響>

	総動員数			(内)お客様動員数			お客様 比率
	目標	実績	達成率	目標	実績	達成率	
TOTO	5,000	6,127	123%	2,000	2,621	131%	43%
合計	10,000	11,888	119%	3,600	4,895	136%	41%

計画動員数を上回る。
特に一般のお客様が多数来場。
⇒お客様比率 27.5%('09)→ **43%**('10)

今年新設した ※
『グリーンリモデル診断』
コーナーではグリーン
リモデル診断(簡易版)
を実際に体験いただき、
リモデルをした場合の
効果を体感いただき
ました。



※グリーンリモデル診断:
現在のお住まいをグリーン度という尺度で評価し、お客様のご要望と暮ら
しにふさわしい住まいへのリモデルを提案するサービス

「グリーンリモデル診断」では約1400人を超えるお客様が聴講され、
リモデルの効果をご理解いただき、多くの反響が寄せられました

目次

1. '10年度 第2四半期決算

2. '10年度 通期計画

3. '10年度 トピックス/下期活動

- 1) 国内住設事業
- 2) 海外住設事業
- 3) 新領域事業

中国事業： 景気減速の懸念はあるが、足元は好調

事業環境

消費者物価指数上昇等により、インフレ懸念が再浮上。全国不動産開発投資額は依然2ケタ成長と高いものの、成長率はやや鈍化。

TOTO

小売、現場とも受注強く好調を維持。引き続き、販売力・生産力の強化を行う。中国内のショールーム展開を強化、TVCMやHPの刷新などマーケティング強化も推進。

米州事業： 景気回復の兆し見られず、需要も弱含み

事業環境

4月に住宅減税対策が終了し、住宅販売件数は新築・中古ともに厳しい状況。失業率も高止まりのままの状態が続いている。

TOTO

需要環境が弱い中で、流通向けのプロモーションを強化し、販売強化につとめる

TOTOブランドの地位確立と維持のため旗艦ショールーム拡大へ

TOTOでは、主要都市への旗艦ショールームの展開を強化。
そのほか現在、中国国内に約400店の販売店ショールームを展開し、各エリアをカバー。

⇒10年12月 広州 直営ショールーム **移転増床オープン**

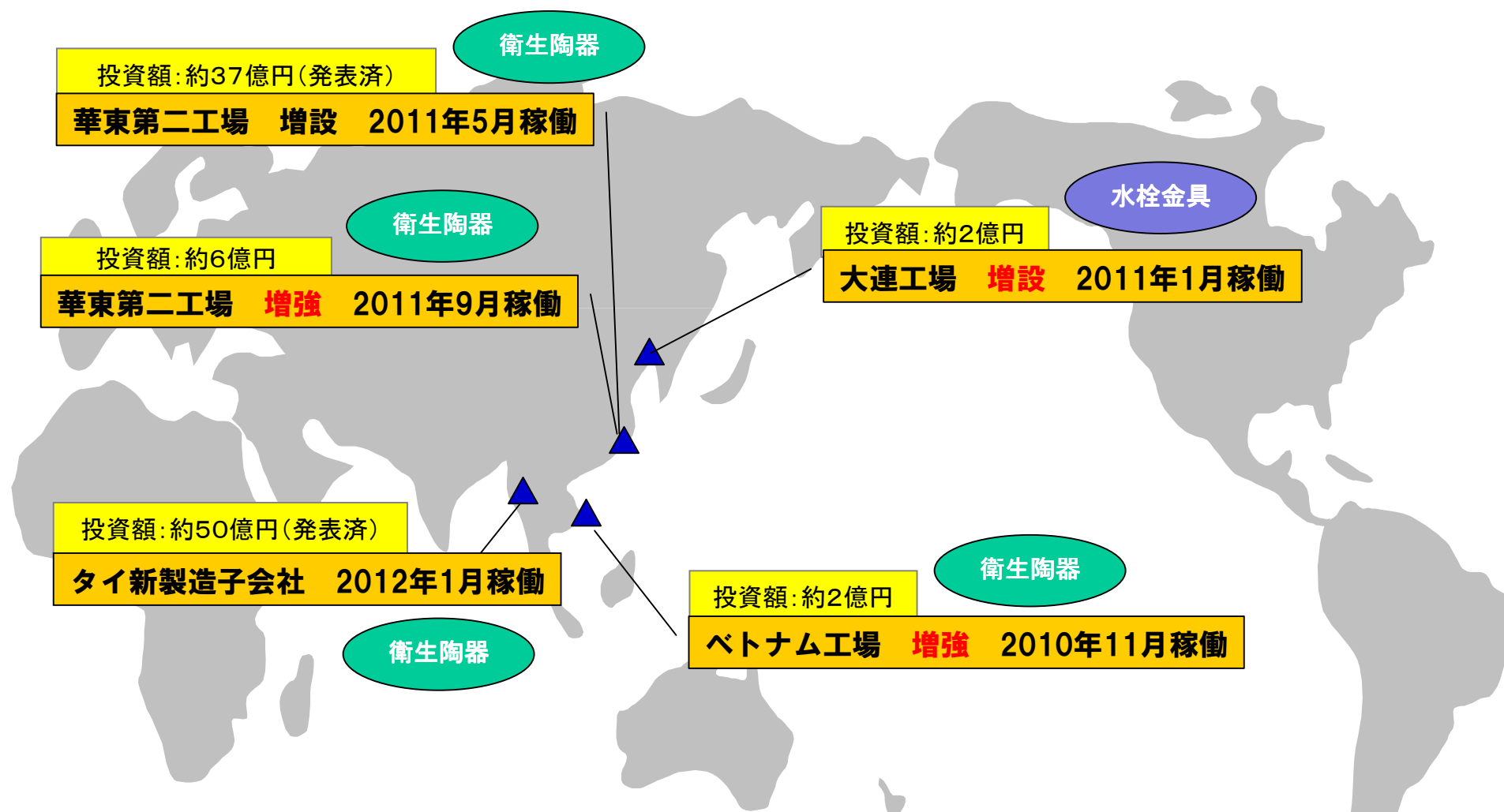
上海に次ぎ、専門家向け「テクニカルセンター」を併設

⇒南京、杭州、寧波、鄭州、重慶、深圳には大型の旗艦販売店ショールームをオープン予定



海外住設事業：生産体制強化

TOTO



旺盛な需要が見込まれる中国・アジア圏の工場の生産量をもとめるため、タイに新製造子会社(発表済)、中国、ベトナム工場にラインを増強

目次

1. '10年度 第2四半期決算

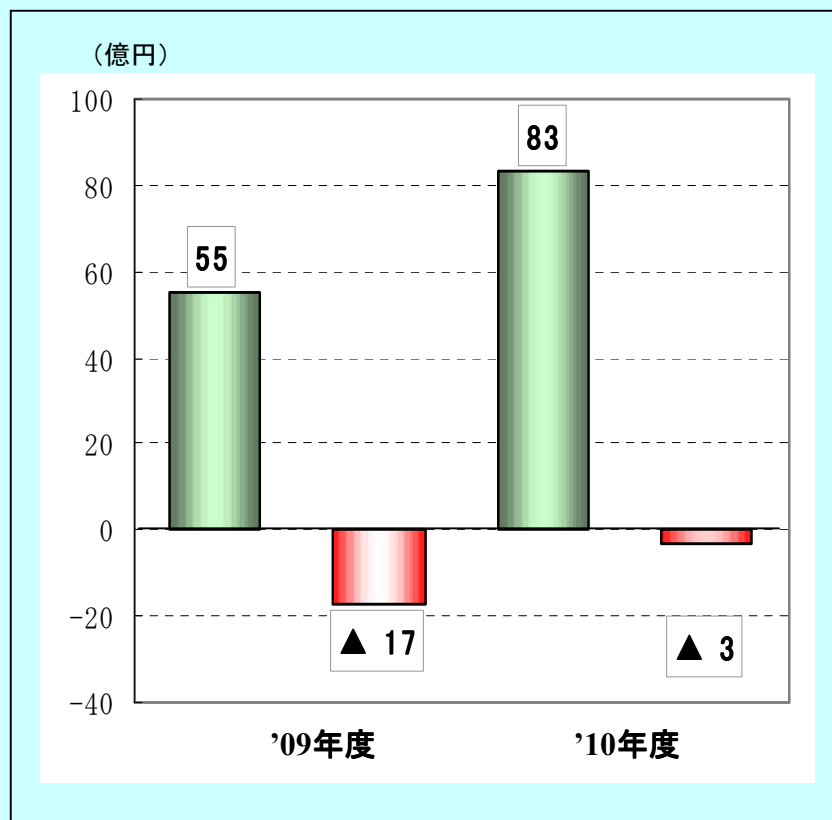
2. '10年度 通期計画

3. '10年度 トピックス/下期活動

- 1)国内住設事業
- 2)海外住設事業
- 3)新領域事業

セラミック事業

■ : 売上
■ : 営業利益



①需要の高まりによる売上増と収益改善

→世界各国での半導体・光ケーブルなど
需要の高まりをにらみ、体制を見直し・強化



②TOTOのオンリーワン技術を活かせる商品に特化

→生産拠点の集約・整備

③商品の強みを評価頂けるお客様に集中

→価値訴求により価格競争を回避、利益を確保

<生産拠点の集約・整備>

→中津第2工場をTOTOファインセラミックスに統合し
本社機能を移転('11年4月予定)

中津本社工場

富岡工場
(閉鎖・福島工場へ統合)



福島第1・第2工場

・生産ラインを中津・福島の2拠点に集約

・中津第二工場をグループ会社に統合

→セラミック技術・品質向上、コスト競争力強化

液晶・半導体市場の需要の高まりと事業再編(製品・工場の選択と集中)により
'10年通期で売上増と赤字額を大幅に縮小。'11年度の黒字化を目指す

このプレゼンテーション資料は、2010年10月29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。

あしたを、ちがう「まいにち」に。

TOTO