

'11年度第1四半期決算



2011. 07. 29

減収増益決算

東日本大震災後の生産体制が想定より早く復旧

コストリダクション活動が進み、減収の中で増益を達成

【国内住設事業】

- ・システムキッチン、ネオレスト等一部商品の新規受注停止が影響し減収
- ・新築売上は、材料供給不足等による着工の遅れが想定ほど影響なく、前年比+3%
- ・リモデル売上げは、震災後のマインド低下により前年比▲4%

【海外住設事業】

- ・米州事業は、市況厳しい中増収を保つも原価率悪化により減益
- ・中国事業は、引き続き沿海部・内陸部において好調で増収増益

【新領域事業】

- ・セラミック事業は、福島からの設備移転が順調に進むも減収
- ・環境建材事業は、提案強化により利益率は改善するが、震災の影響により減収

【震災の影響】

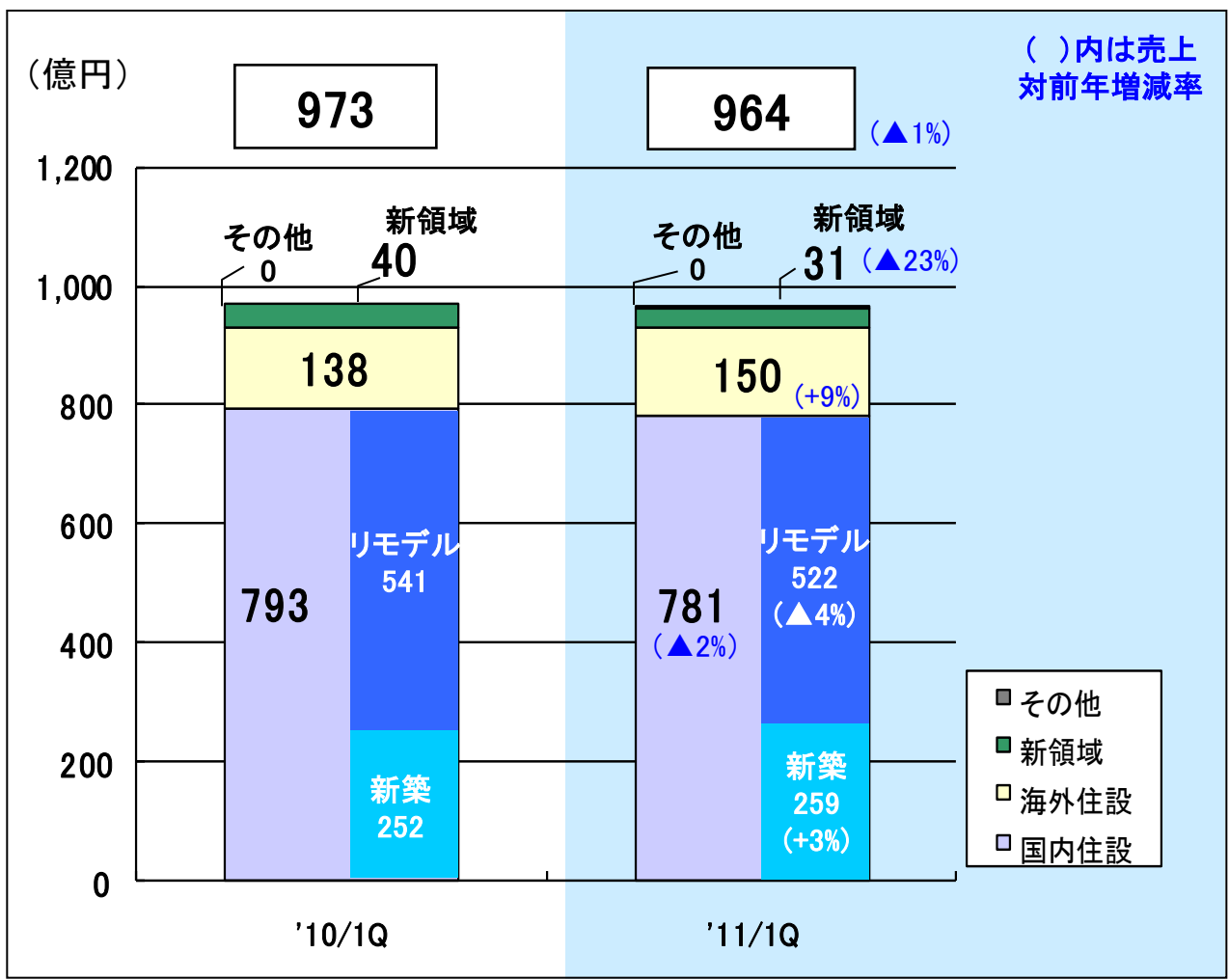
- ・部品不足による受注停止はほぼ解消。被災したショールームもすべて再開

単位:億円(未満は切り捨て)

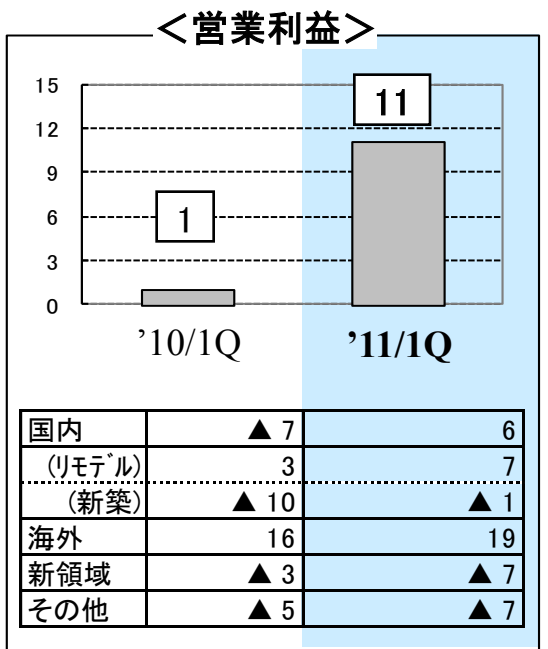
	'10/1Q 実績	'11/1Q		対前年増減 (増減率)
		計画 (6/29修正)	実績	
売上高	973	950	964	▲9 (▲1%)
営業利益	1	5	11	+10 (+692%)
経常利益	2	9	14	+12 (+394%)
特別損益	▲ 19	▲ 3	▲ 3	+16
当期純利益	▲ 27	▲ 3	6	+33

震災後の供給不足が想定以上に早く回復し、計画を大きく上回った

'11年度第1四半期決算 需要分野別売上高



単位: 億円 (未満は切り捨て)



震災後の需要減・供給不足等により国内住設は前年比▲2%

'11年度第1四半期決算 国内住設の商品別売上高 TOTO

単位: 億円(未満は切り捨て)

	'10/1Q	'11/1Q	
	売上高	売上高	前年比 (%)
レストルーム計	310	310	±0%
水栓機器			▲1%
浴室			±0%
キッチン・洗面※1			▲2%
バス・キッチン計	440	436	▲1%
その他計	62	55	▲11%
合計(調整前) ※2	814	801	▲2%
国内住設合計	793	781	▲2%

※1: 今期よりマーブライトの売上・利益を「キッチン・洗面」から「その他」へ変更したのに伴い、前期実績も修正

※2: 調整前合計はセグメント間の内部売上高および振替高を含む

キッチンは5月上旬まで新規受注停止した影響で前年比▲2%

'11年度第1四半期決算 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	'10/1Q	'11/1Q	増減率
売上高	46.6	47.1	+1%
営業利益	0.3	▲ 0.6	-
(為替 円/\$)	93.04	83.15	

(単位:億円)		
'10/1Q	'11/1Q	増減率
43.4	39.1	▲10%
0.3	▲ 0.5	-

	(単位:億人民元) <現地通貨での業績>		
中国	'10/1Q	'11/1Q	増減率
売上高	4.5	5.8	+28%
営業利益	1.2	1.5	+23%
(為替 円/人民元)	13.63	12.68	

(単位:億円)		
'10/1Q	'11/1Q	増減率
61.9	73.7	+19%
16.9	19.4	+15%

	(単位:百万ユーロ) <現地通貨での業績>		
欧州	'10/1Q	'11/1Q	増減率
売上高	4.6	5.7	+22%
営業利益	▲ 3.5	▲ 2.2	-
(為替 円/ユーロ)	124.92	117.57	

(単位:億円)		
'10/1Q	'11/1Q	増減率
5.8	6.7	+15%
▲ 4.4	▲ 2.6	-

	(単位:百万ドル) <現地通貨での業績>		
アジア・オセアニア	'10/1Q	'11/1Q	増減率
売上高	29.6	37.3	+26%
営業利益	3.8	4.3	+14%
(為替 円/\$)	93.04	83.15	

(単位:億円)		
'10/1Q	'11/1Q	増減率
27.5	31.0	+13%
3.5	3.6	+2%

米州:市況厳しい中で増収確保も原価率悪化で減益

中国:活発化する上海郊外の開発等旺盛な需要により増収増益

欧州:ISH後に引合いが増え増収もマーケティング投資で赤字

(単位:億円)		合計
'10/1Q	'11/1Q	増減率
138.7	150.6	+9%
16.3	19.8	+22%

単位:億円(未満は切り捨て)

増減要因			'11/1Q 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	+13	+19
		Vプランコストリダクション	+6	
	新築売上高の増加		+2	
	海外売上高の増加		+4	
マイナス 要因	リモデル売上高の減少		▲7	
	原材料の値上がり		▲4	
	労務費関連の増		▲3	
	販売価格の下落・ボリュームゾーンの拡大※		▲1	
合計			+10	

※販売価格下落・ボリュームゾーンの拡大は
震災で高付加価値商品の受注が停止した影響が大きい

供給の遅れやマインドの低下により停滞していた国内住設が
6月以降に想定より回復基調となり、上期計画を上方修正

【国内住設事業】

- ・生産体制が早く復旧し、回復基調となったため上期計画を見直し。
- ・新築売上げは、震災による着工の遅れが見られず、前年比+4%の計画
- ・リモデル売上げは、通常的需求創造活動に戻ることに伴い、前年比3%の計画

【海外住設事業】

- ・見通しに変更なし。
- ・ただし為替の前提を83円→79円に見直すことにより、円換算ベースでの計画修正あり
- ・米州・中国・欧州・アジア・オセアニアすべての地域において増収の計画

【新領域事業】

- ・環境建材事業は海外展開を加速させ増収計画

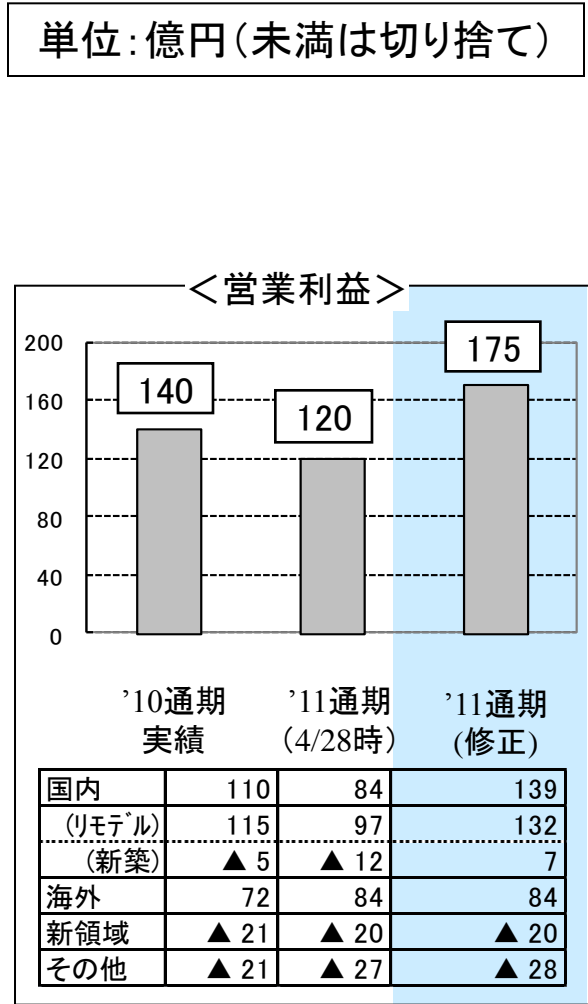
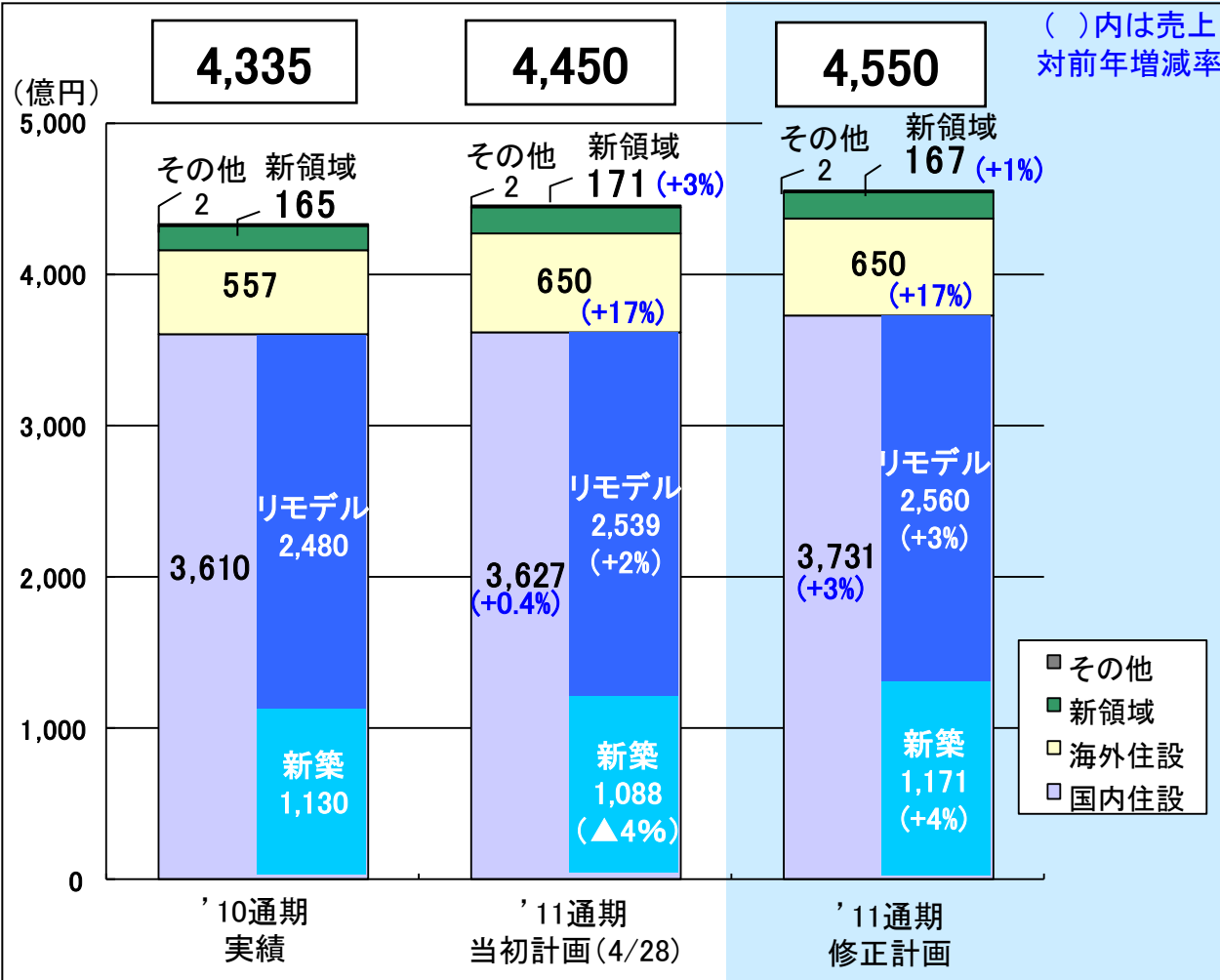
単位: 億円(未満は切り捨て)

	'10年度実績	'11年度計画			対前年増減 (増減率)
		上期	下期	合計	
売上高	4,335	2,100 (+2%)	2,450 (+7%)	4,550	+215 (+5%)
営業利益	140	40 (+105%)	135 (+12%)	175	+35 (+25%)
経常利益	138	40 (+174%)	140 (+13%)	180	+42 (+30%)
特別損益	▲ 57	▲ 5	▲ 5	▲ 10	+47
当期純利益	51	20 (-)	110 (+39%)	130	+79 (+154%)

上期計画を修正(下期計画は据置き)

上期の売上・利益計画を上方修正。下期計画は据え置き

'11年度計画 需要分野別売上高



81万戸 79万戸(▲3%) 83万戸(+2%) ...新築着工戸数(1-12月)
 80万戸 79万戸(▲2%) 83万戸(+3%) ...納入時期ベースの需要

国内住設事業が回復基調にあるため、新築・リモデルを上方修正

'11年度計画 国内住設の商品別売上高

TOTO

単位:億円(未満は切り捨て)

	10年度	11年度計画	
	売上高	売上高	前年比 (%)
レストルーム計	1,434	1,485	+4%
水栓機器			+1%
浴室			+9%
キッチン・洗面 ^{※1}			+7%
バス・キッチン計	1,928	2,026	+5%
その他計	345	374	+8%
合計(調整前) ^{※2}	3,708	3,885	+5%
国内住設合計	3,610	3,731	+3%

※1: 今期よりマーブライトの売上・利益を「キッチン・洗面」から「その他」へ変更したのに伴い、前期実績も修正

※2: 調整前合計はセグメント間の内部売上高および振替高を含む

'11年度計画 海外住設の市場別売上高

(単位:百万ドル) <現地通貨での業績>			
米州	'10年度	'11年度	増減率
売上高	194.9	230.0	+18%
営業利益	3.5	6.8	+93%
(為替 円/\$)	81.49	79.00	

(単位:億人民元) <現地通貨での業績>			
中国	'10年度	'11年度	増減率
売上高	22.5	25.1	+11%
営業利益	6.2	6.2	±0%
(為替 円/人民元)	12.30	12.30	

(単位:百万ユーロ) <現地通貨での業績>			
欧州	'10年度	'11年度	増減率
売上高	16.0	19.7	+23%
営業利益	▲ 17.0	▲ 10.2	-
(為替 円/ユーロ)	107.90	110.00	

(単位:百万ドル) <現地通貨での業績>			
アジア・オセアニア	'10年度	'11年度	増減率
売上高	127.6	149.3	+17%
営業利益	14.9	14.8	▲1%
(為替 円/\$)	81.49	79.00	

(単位:億円)		
'10年度	'11年度	増減率
158.8	181.7	+14%
2.9	5.3	+86%

(単位:億円)		
'10年度	'11年度	増減率
277.3	308.7	+11%
76.2	76.2	±0%

(単位:億円)		
'10年度	'11年度	増減率
17.2	21.6	+25%
▲ 18.3	▲ 11.2	-

(単位:億円)		
'10年度	'11年度	増減率
104.0	117.9	+13%
12.2	11.6	▲5%

(単位:億円) 合計		
'10年度	'11年度	増減率
557.3	629.9	+13%
72.9	81.9	+12%

米州:高付加価値商品の販促強化と生産性改善で増収増益を目指す
 中国:開発進む内陸部と需要活発な沿海部で提案強化し増収を目指す
 欧州:独・仏・英3カ国にて引き続き販促強化する

為替レートを見直したため、
日本円での通期計画を修正
(現地通貨ベースでは修正なし)

'11年度決算 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		'11年度 2Q計画	'11年度 当初計画 (4/28)	'11年度 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	+27	+39	+32	+55	+46	+72
		Vプランコストリダクション	+12		+23		+26	
	リモデル売上高の増加		+6	+21	+28			
	新築売上高の増加		+3	▲ 13	+12			
	海外売上高の増加		+2	+11	+11			
マイナス 要因	原材料の値上がり		▲ 10	▲ 32	▲ 26			
	Vプラン投資		▲ 1	▲ 23	▲ 23			
	労務費関連の増		▲ 15	▲ 14	▲ 22			
	販売価格の下落・ボリュームゾーンの拡大		▲ 2	▲ 9	▲ 4			
	その他		▲ 2	▲ 15	▲ 13			
合計		+20	▲ 20	+35				

このプレゼンテーション資料は、2011年7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