

'11年度第3四半期決算



2012. 1. 31
TOTO

増収増益決算

新築需要の増加、コストリダクションの推進により大幅増益

【国内住設事業】

- ・新築は集合住宅を中心に好調を継続し、売上は前年比+11%
- ・リモデルは市場が一時的に停滞し、売上は前年比▲1%

【海外住設事業】

- ・米州は景気停滞の影響を想定より大きく受け、売上前年比▲2%
- ・中国は沿岸部の需要の伸びはやや鈍化するも、内陸部の需要は旺盛。売上前年比+21%

【新領域事業】

- ・環境建材事業はハウスメーカーの需要が伸び、売上は前年比+2%の伸長
- ・セラミック事業は震災および需要減の影響を受け、売上が前年を下回る

■P/L概要

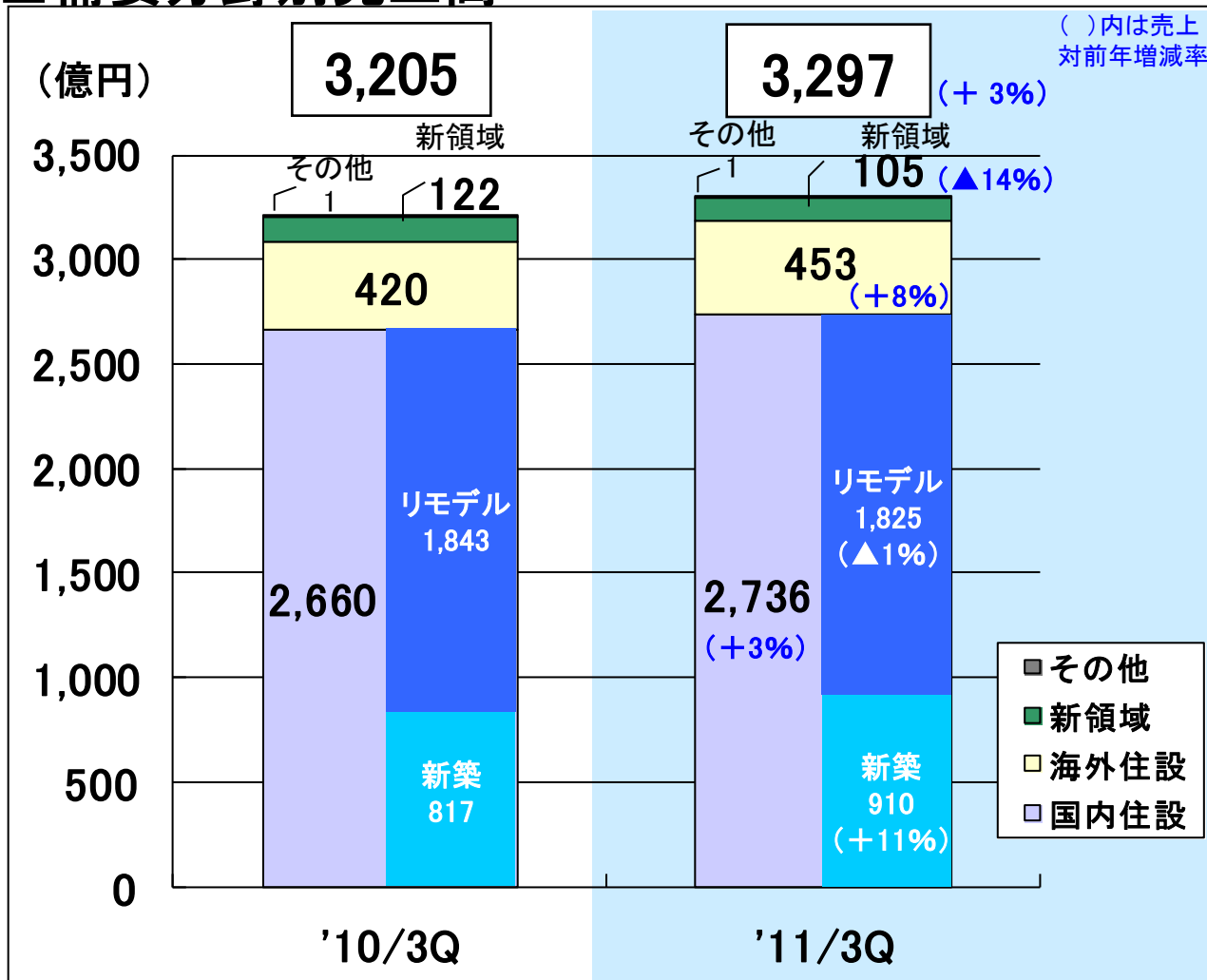
単位:億円(未満は切り捨て)

	'10/3Q 実績	'11/3Q		対前年増減 (増減率)
		計画	実績	
売上高	3,205	3,320	3,297	+92 (+3%)
営業利益	105	140	134	+29 (+28%)
経常利益	101	145	139	+38 (+38%)
特別損益	▲21	▲29	▲ 30	-9
当期純利益	46	80	※ 60	+14 (+29%)

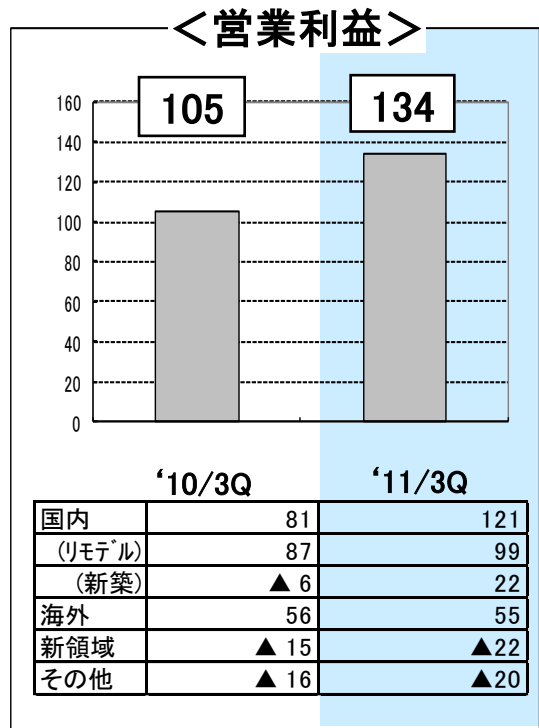
※:2011年12月の法人税引き下げに関連する法律公布に伴い、繰延税金資産の一部を取り崩すため当期純利益計画を見直した

増収分に加え、コストリダクションで大幅増益を達成

■ 需要分野別売上高



単位：億円(未満は切り捨て)



新築が好調、海外も伸長し、増収増益

■国内住設事業の商品別売上高

単位：億円(未満は切り捨て)

	'10/3Q	'11/3Q	
	売上高 (億円)	売上高 (億円)	前年比 (%)
レストルーム計	1,067	1,071	±0%
水栓機器	※1		±0%
浴室			+11%
キッチン・洗面			+4%
バス・キッチン計	1,437	1,504	+5%
その他計	225	238	+6%
合計(調整前)※2	2,729	2,813	+3%
国内住設合計	2,660	2,736	+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

浴室の売上が前年比+11%と大きく伸長

■海外住設事業の市場別売上高

現地通貨での業績			
(単位:百万ドル)〈現地通貨での業績〉			
米州	'10/3Q	'11/3Q	増減率
売上高	147.2	143.6	▲2%
営業利益	3.9	▲5.1	—
(為替 円/\$)	83.8	76.7	
中国			
(単位:億人民元)〈現地通貨での業績〉			
中国	'10/3Q	'11/3Q	増減率
売上高	16.7	20.2	+21%
営業利益	4.7	4.6	▲1%
(為替 円/人民元)	12.5	12.0	
アジア・オセアニア			
(単位:百万ドル)〈現地通貨での業績〉			
アジア・オセアニア	'10/3Q	'11/3Q	増減率
売上高	86.3	109.5	+27%
営業利益	9.9	11.5	+17%
(為替 円/\$)	83.8	76.7	
欧州			
(単位:百万ユーロ)〈現地通貨での業績〉			
欧州	'10/3Q	'11/3Q	増減率
売上高	14.3	16.0	+12%
営業利益	▲12.4	▲5.1	—
(為替 円/ユーロ)	114.2	104.1	

日本円での業績		
(単位:億円)		
'10/3Q	'11/3Q	増減率
123.4	110.0	▲11%
3.3	▲3.9	—
合計		
(単位:億円)		
'10/3Q	'11/3Q	増減率
208.5	243.1	+17%
58.5	55.7	▲5%
合計		
(単位:億円)		
'10/3Q	'11/3Q	増減率
72.3	83.9	+16%
8.2	8.8	+7%
合計		
(単位:億円)		
'10/3Q	'11/3Q	増減率
16.3	16.6	+2%
▲14.1	▲5.3	—
合計		
(単位:億円)		
'10/3Q	'11/3Q	増減率
420.6	453.8	+ 8%
56.0	55.3	▲1%

中国事業とアジア・オセアニア事業の売上が好調で増収も
米州住宅市場の冷え込みが影響して減益

■ 営業利益の増減益要因

単位：億円(未満は切り捨て)

増減要因			'11/3Q 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	+33	+ 58
		Vプランコストリダクション	+25	
	新築売上高の増加		+29	
	その他		+ 8	
マイナス 要因	リモデル売上高の減少		▲7	
	海外売上高の減少		▲1	
	Vプラン投資		▲11	
	原材料の値上がり		▲15	
	労務費関連の増加		▲26	
	販売価格の下落・普及品の拡大		▲6	
合計			+29	

Vプランコストリダクションの伸長や住宅着工の増加効果により
29億円の増益

増収増益の計画

国内住宅市場の回復に加え、コストリダクションも加速させる リモデル市場が一時的に停滞し、当初計画を見直し

【国内住設事業】

- ・昨年度発売の新商品効果が一巡するも、需要伸長と販売施策強化で増収増益の計画
- ・新築需要が想定以上に伸張し、通期売上計画を+10%→+14%に見直し
- ・リモデルは新築の増加による建設技能者不足のため、着手が遅れる。
それにより、通期売上計画を+3%→±0%に見直し

【海外住設事業】

- ・為替の影響を受けるも増収増益の計画
- ・中国、アジア諸国において大きく売上を伸ばす計画
- ・米国需要環境は好転の兆しがみられず、減収減益の計画

【新領域事業】

- ・環境建材事業は、国内ハウスメーカー需要増に加えて、海外展開を加速し増収計画

■P/L概要

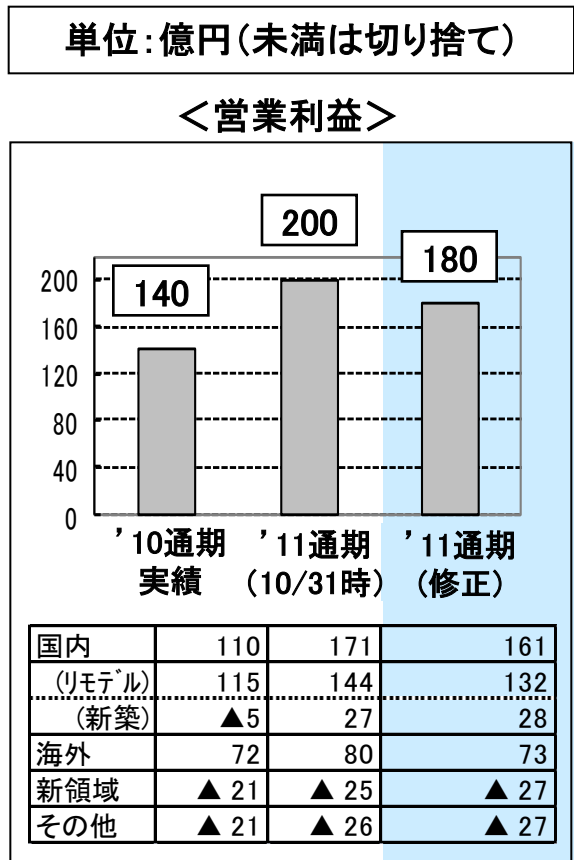
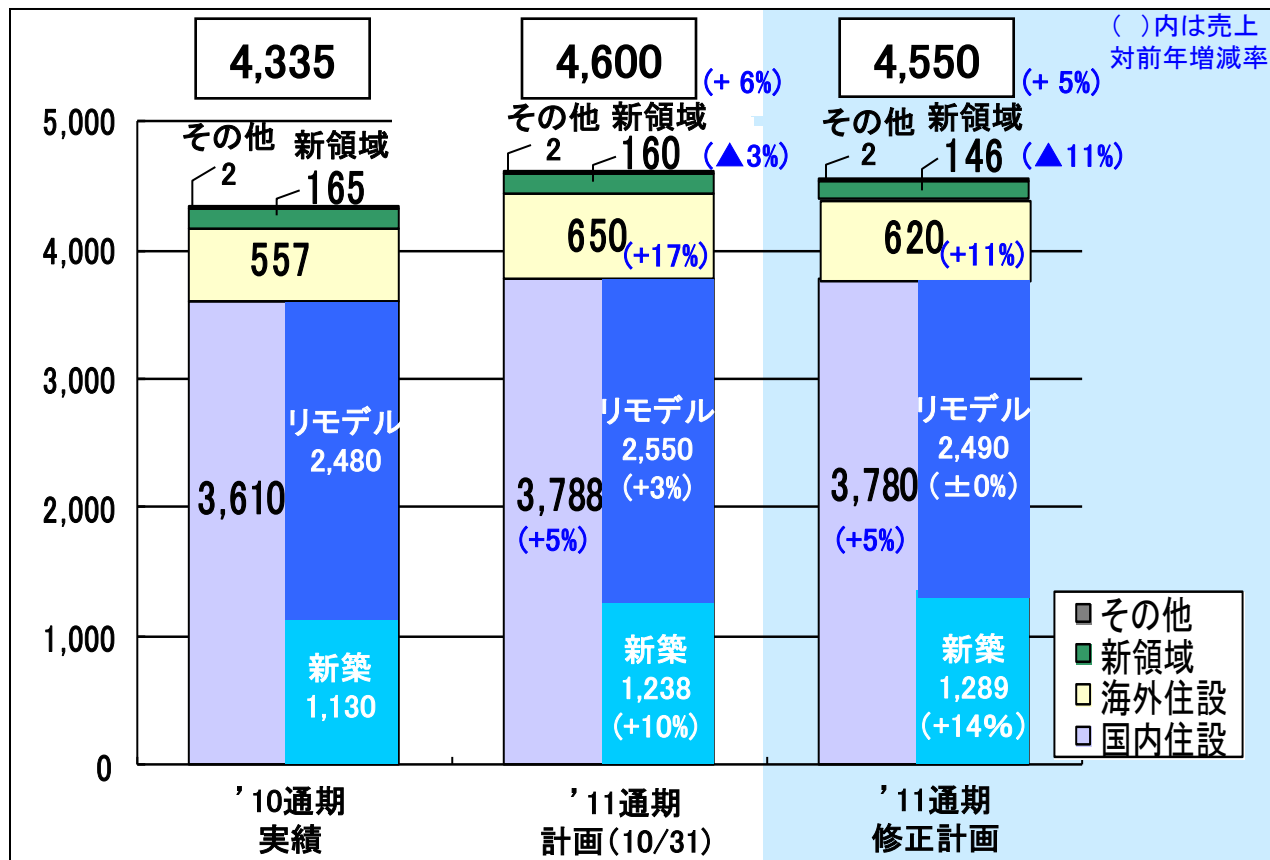
単位：億円(未満は切り捨て)

	'10年度実績	'11年度計画		対前年増減 (増減率)
		当初計画 (10/31修正)	修正計画	
売上高	4,335	4,600	4,550	+215 (+5%)
営業利益	140	200	180	+40 (+28%)
経常利益	138	205	185	+47 (+34%)
特別損益	▲57	▲38	▲ 39	+18
当期純利益	51	120	※ 80	+29 (+56%)

※:2011年12月の法人税引き下げに関連する法律公布に伴い、繰延税金資産の一部を取り崩すため当期純利益計画を見直した

好調な新築需要環境、コストリダクションにより増収増益の計画

■ 需要分野別売上高



81万戸
80万戸

84万戸(+4%)
83万戸(+3%)

...新築着工戸数(1-12月)
...納入時期ベースの需要

需要環境を鑑みて、新築売上の計画を上方修正
リモデルと海外住設の売上を下方修正

国内住設事業の商品別売上高

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	1,464	+2%
水栓機器			±0%
浴室			+10%
キッチン・洗面 ^{※1}			+5%
バス・キッチン計	1,928	2,017	+5%
その他計	345	391	+13%
合計(調整前) ^{※2}	3,708	3,873	+4%
国内住設合計	3,610	3,780	+5%

※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

全社をあげたVプランの推進で売上は+5%

■海外住設事業の市場別売上高

現地通貨での業績				
(単位:百万ドル) <現地通貨での業績>				
米州	'10年度	'11年度 (10/31発表)	'11年度 (修正)	前年比
売上高	194.9	201.3	186.6	▲4%
営業利益	3.5	▲4.6	▲11.3	-
(為替 円/\$)	81.5	77.0	77.7	

現地通貨での業績				
(単位:億人民元) <現地通貨での業績>				
中国	'10年度	'11年度 (10/31発表)	'11年度 (修正)	前年比
売上高	22.5	27.6	27.3	+21%
営業利益	6.2	6.5	6.2	+1%
(為替 円/人民元)	12.3	12.0	12.3	

現地通貨での業績				
(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 (10/31発表)	'11年度 (修正)	前年比
売上高	127.6	181.8	152.8	+20%
営業利益	14.9	15.6	17.3	+16%
(為替 円/\$)	81.5	77.0	77.7	

現地通貨での業績				
(単位:百万ユーロ) <現地通貨での業績>				
欧州	'10年度	'11年度 (10/31発表)	'11年度 (修正)	前年比
売上高	16.0	21.8	21.2	+33%
営業利益	▲17.0	▲6.4	▲7.5	-
(為替 円/ユーロ)	107.9	110.0	100.7	

日本円での業績				
(単位:億円)				
'10年度	'11年度 (10/31発表)	'11年度 (修正)	前年比	
158.8	155.0	145.0	▲9%	
2.9	▲3.5	▲8.8	-	

(単位:億円)				
'10年度	'11年度 (10/31発表)	'11年度 (修正)	前年比	
277.3	331.0	335.5	+21%	
76.2	78.5	76.6	+1%	

(単位:億円)				
'10年度	'11年度 (10/31発表)	'11年度 (修正)	前年比	
104.0	140.0	118.7	+14%	
12.2	12.0	13.4	+10%	

(単位:億円)				
'10年度	'11年度 (10/31発表)	'11年度 (修正)	前年比	
17.2	24.0	21.3	+24%	
▲18.3	▲7.0	▲7.5	-	

(単位:億円)	合計			
'10年度	'11年度 (10/31発表)	'11年度 (修正)	前年比	
557.3	650.0	620.7	+11%	
72.9	80.0	73.7	+1%	

中国とアジア・オセアニアの牽引で増収増益を見込む
米州は需要環境に回復の兆しが見られず減収減益計画

■ 営業利益の増減益要因(前年差異)

単位:億円(未満は切り捨て)

増減要因			'11年度 修正計画		'11年度 当初計画 (10/31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	+43	+77	+46	+80
		Vプランコストリダクション	+34		+34	
	リモデル売上高の増加			+2		+24
	新築売上高の増加			+49		+34
	海外売上高の増加			+1		+8
マイナス 要因	原材料の値上がり			▲22		▲18
	Vプラン投資			▲24		▲25
	労務費関連の増			▲31		▲34
	販売価格の下落・ボリュームゾーンの拡大			▲10		▲6
	その他			▲2		▲3
合計				+40		+60

新築効果とコストリダクション効果により前年比40億円の増益を計画

このプレゼンテーション資料は、2012年1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。

あしたを、ちがう「まいにち」に。

TOTO