

'14年度第2四半期決算



2014. 10. 31

目次

1. '14年度 第2四半期決算

2. '14年度 通期見通し

3. トピックス

- 1) 国内住設事業
- 2) 海外住設事業
- 3) 新領域事業
- 4) 社外からの評価

連結業績は、ほぼ計画通りの決算（減収減益）

- 国内住設事業は消費増税による駆け込み需要の反動影響を受けた
- 海外住設事業は好調に推移

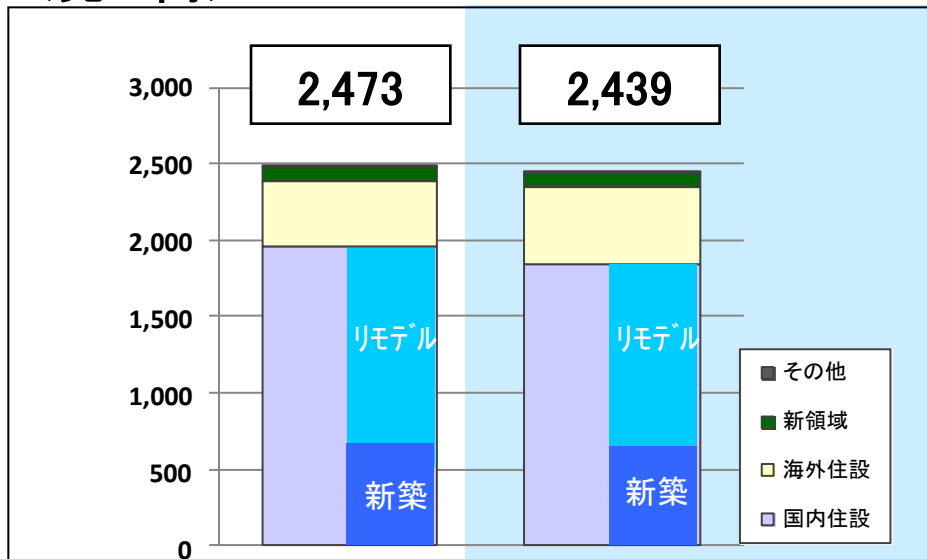
■P/L概要

単位：億円(未満は切り捨て)

	'13/2Q 実績	'14/2Q		計画差異	前年比増減 (前年比率)	'12/2Q 実績	【ご参考】 前々年比増減 (前々年比率)
		計画	実績				
売上高	2,473	2,505	2,439	▲66 (▲3%)	▲34 (▲1%)	2,200	+239 (+11%)
営業利益	152	123	120	▲3 (▲2%)	▲32 (▲21%)	63	+57 (+90%)
経常利益	171	123	133	+10 (+8%)	▲38 (▲22%)	68	+65 (+95%)
特別損益	48	▲3	0	+3	▲48	▲11	+11
当期純利益	183	74	85	+11 (+15%)	▲98 (▲54%)	41	+44 (+107%)

■ 需要分野別業績

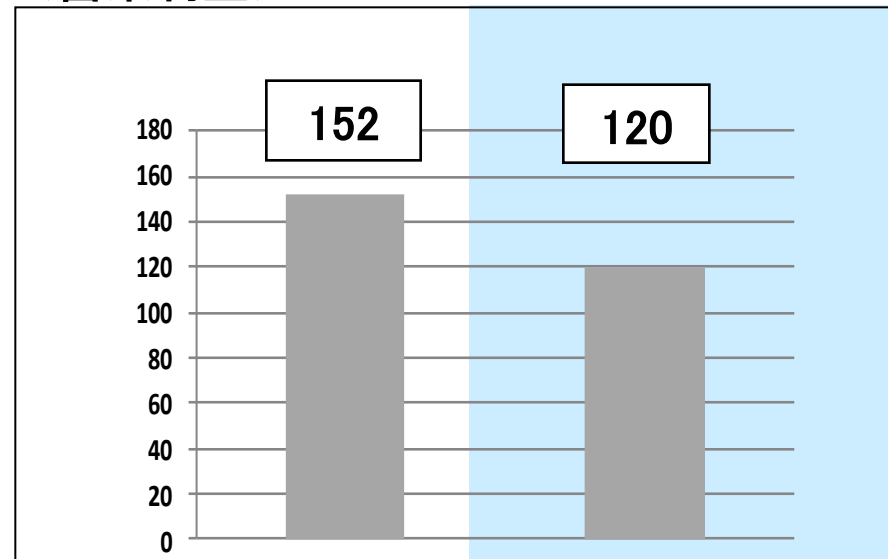
<売上高>



	'13/2Q	'14/2Q	前年比 (%)
国内住設	1,961	1,847	▲6%
(リモデル)	1,331	1,222	▲8%
(新築)	630	625	▲1%
海外住設	428	497	+17%
新領域 ※	82	93	+15%
その他	1	1	+20%

<営業利益>

単位: 億円 (未満は切り捨て)



	'13/2Q	'14/2Q	前年比
国内住設	128	54	▲74
(リモデル)	106	43	▲63
(新築)	22	10	▲11
海外住設	50	89	+39
新領域 ※	▲9	▲4	+5
その他	▲17	▲19	▲2

※4月30日に発表した「2014年度計画」では「燃料電池事業」を「新領域事業」セグメントに変更しておりましたが、家庭用燃料電池の普及期に向けた研究開発が続いているため、「その他」に含めております。

**海外住設事業・新領域事業は好調に推移したものの、
国内住設事業は駆け込み需要反動影響を受け、リモデル・新築とも減収減益**

■国内住設事業の商品別業績

単位:億円(未満は切り捨て)

	売上高		
	'13/2Q	'14/2Q	前年比(%)
レストルーム計	756	741	▲2%
水栓機器			▲2%
浴室			▲6%
キッチン・洗面			▲23%
バス・キッチン計	1,054	972	▲8%
その他計	204	193	▲5%
合計(調整前)※	2,016	1,908	▲5%
国内住設合計	1,961	1,847	▲6%

※セグメント間の内部売上高又は振替高を含みます。

すべての商品で売上高が前年割れ。システムキッチンの新規受注を7月に再開、キッチン・洗面事業は販売強化費用などの投資を実施

■海外住設事業の市場別業績

■現地通貨ベース		売上高			営業利益			
	通貨	'13/2Q	'14/2Q	前年比(%)	'13/2Q	'14/2Q	前年比	営業利益率
米州	百万ドル	114.4	129.2	+13%	4.0	4.0	+0.0	3.1%
中国	億元	14.0	15.4	+10%	2.7	4.0	+1.3	26.0%
アジア	百万ドル	74.9	94.5	+26%	7.3	21.7	+14.4	23.0%
欧州	百万ユーロ	13.8	14.1	+2%	▲ 2.8	▲ 2.0	+0.8	▲ 14.2%

■日本円ベース

米州	億円	112.8	130.9	+16%	3.9	4.0	+0.1	
中国	億円	223.9	251.1	+12%	43.1	66.0	+22.9	
アジア	億円	73.8	95.7	+30%	7.1	22.0	+14.9	
欧州	億円	17.7	19.4	+10%	▲ 3.5	▲ 2.6	+0.9	
計	億円	428.4	497.4	+16%	50.6	89.4	+38.8	

為替前提	1ドル	98.6	101.4
	1元	16.1	16.3
	1ユーロ	128.5	138.3

全地域とも好調、現地通貨ベースで増収増益(欧州は損失幅を縮小)

■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				'14/2Q	
国内住設事業合計				▲74	
国内 住設 事業	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	+16	+30
			Vプランコストリダクション	+14	
	マイナス 要因	リモデル売上高の減少		▲38	
		新築売上高の減少		▲1	
		原材料の値上がり		▲10	
		Vプラン投資		▲11	
		販売強化投資		▲14	
		普及品市場(ホリウムゾーン)拡大のための対応		▲18	
	その他		▲12		
海外住設事業損益				+39	
新領域事業損益				+5	
その他				▲2	
合計				▲32	

目次

1. '14年度 第2四半期決算

2. '14年度 通期見通し

3. トピックス

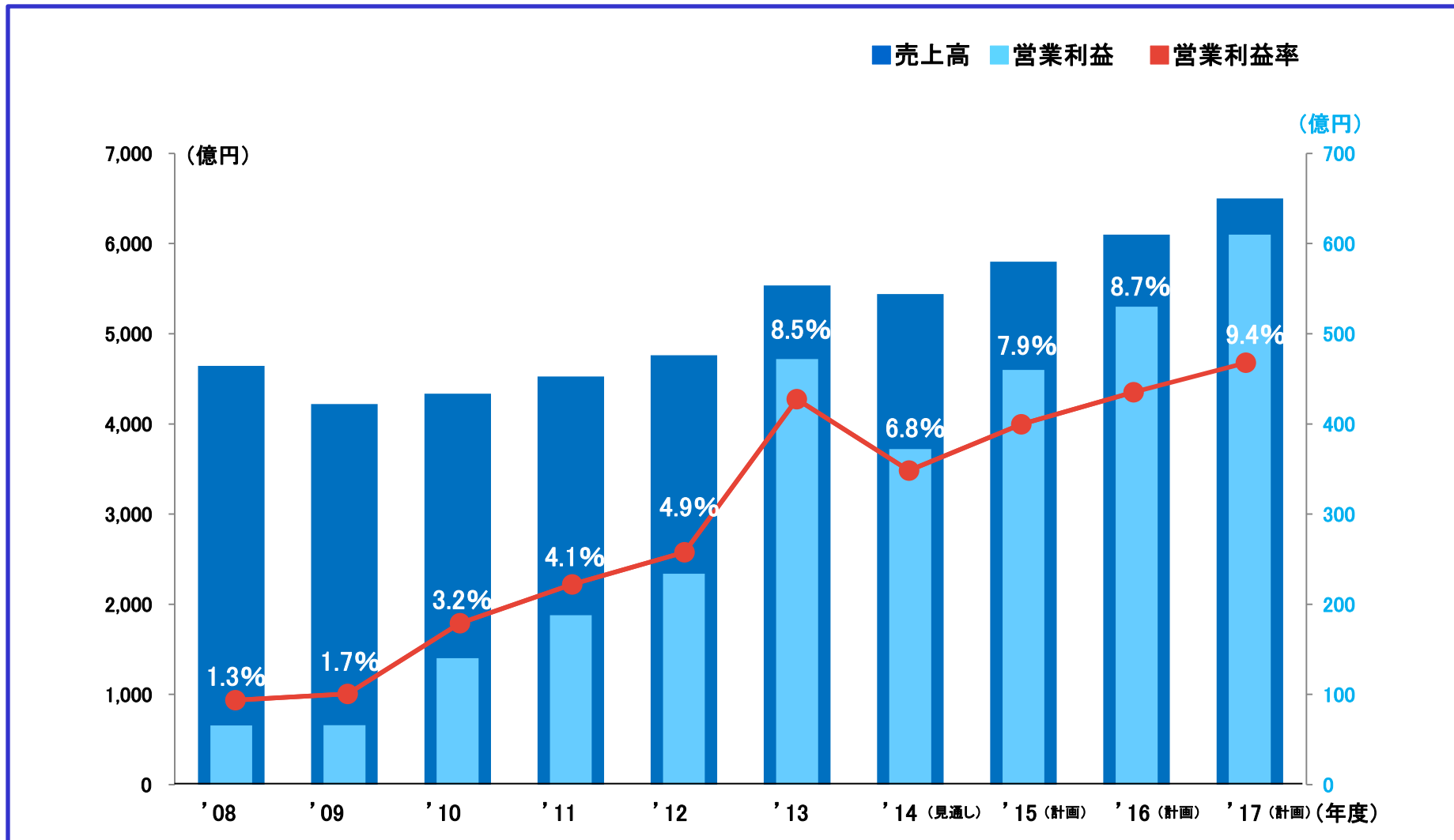
- 1) 国内住設事業
- 2) 海外住設事業
- 3) 新領域事業
- 4) 社外からの評価

■P/L概要

単位：億円(未満は切り捨て)

	'13年度 実績	'14年度				対前年増減 (増減率)	'12年度 実績	【ご参考】 前々年比増減 (前々年比率)
		上期実績	下期		通期見通し			
			期初計画	下期見通し				
売上高	5,534	2,439	2,935	3,001	5,440	▲94 (▲2%)	4,762	+678 (+14%)
営業利益	471	120	249	252	372	▲99 (▲21%)	233	+139 (+60%)
経常利益	504	133	256	246	379	▲125 (▲25%)	260	+119 (+46%)
特別損益	65	0	▲17	▲20	▲20	▲86	▲36	+16
当期純利益	441	85	149	138	223	▲218 (▲50%)	169	+54 (+32%)

通期見通しは期初発表数値のまま、変更なし



2014年度は消費増税による駆け込み需要の反動影響を受け減収減益となる見通しだが、2014年以降は持続的成長を見込む

■配当

	' 13年度	' 14年度計画
中間	10.0円	13.0円
期末	13.0円	13.0円
年間計	23.0円	26.0円

配当は下期も計画通り13円、通期で26円の計画

目次

1. '14年度 第2四半期決算

2. '14年度 通期見通し

3. トピックス

- 1) 国内住設事業
- 2) 海外住設事業
- 3) 新領域事業
- 4) 社外からの評価

■リモデル戦略の推進

●TDY※コラボレーションの強化

TDY3社のさらなる連携強化を図り、コラボレーションショールームを増設。TOTOリモデルクラブが20周年を迎え、「グリーンリモデル診断」「備えるリモデル」など提案を継続・強化



TDY3社長共同で「リモデルクラブ」20周年記者発表会を開催

3社によるコラボショールームを、6月に福岡、9月に横浜(TY)を開設。2016年春には名古屋に開設予定

※TDY=TOTO・DAIKEN・YKK AP

●ショールームイベントの強化



全国104箇所のショールームでリモデルクラブ店との共同イベントや「リモデルフェア」を開催。グレードアップキャンペーンも実施中

●工場リモデルフェア

10月11日より全国の工場で開催

詳細はホームページをご覧ください：<http://www.toto.co.jp/remodel/koujyou/>

■パブリックトイレ向け商品の強化

●パブリックトイレの新定番を目指して



パブリックコンパクト便器・フラッシュタンク式

タンク式とフラッシュバルブ式の長所を兼ね備えた電源不要の新しい洗浄システム。省施工で、4.8リットル洗浄の節水、連続洗浄を実現

ウォシュレットPS

乾電池、壁裏配線が不要な「エコリモコン」を搭載

写真上：パブリックコンパクト便器とウォシュレットPSのセット例
写真下：乾電池不要の「エコリモコン」



●TDY連携により高齢化対応の提案

国際福祉機器展にTDY共同で初出展

高齢者施設や在宅介護されるご家庭で、安心して暮らし続けられる空間や商品を提案



大建の「ひきドア」とTOTOの「前方ボード」を組み合わせたトイレ空間の提案



YKK APの「テラス窓」とTOTOの「ベッドサイドトイレ」を組み合わせた展示

■中国: 持続的成長を維持

不動産市場減速の動きはあるものの、狙いのゾーンでの住宅需要は堅調。

このような環境の中、成長市場が大都市から周辺都市へ移行するなどの変化に対応し、高級ブランドの強みを活かし、堅調な成長を維持

売上高前年比(現地通貨ベース)

	1Q	2Q	3Q	4Q	通期計
'13	▲11%	+10%	+13%	+18%	+8%
'14	+16%	+6%	+5%		+7%



■現地の商品開発を充実

高級ブランドとして、また中国現地のニーズを捉えた商品の品揃えを強化するため、上海に開発センターを設置

中国現地における開発力の向上と開発期間の短縮を図り、新商品を継続的に投入



写真上: 上海開発センター

写真左: 海外で人気の高いタンク一体形便器。ウォシュレットの配線が見えない設計に。

写真右: 中国向けに開発した商品「C II CLASSIC Faucet」はレッドドット・デザイン賞を受賞

■アジア・オセアニア: 台湾・ベトナムが牽引

アジアの各地域で堅調に売上が推移。

ベトナムでは日本向け需要増と生産性向上により、アジア全体(現地通貨ベース)で計画を上回った

●台湾: ウォシュレット拡販強化

●ベトナム: 最新現場に採用



台湾市場における「ウォシュレット」の更なる普及拡大を目指し、TVCFを中心としたプロモーションを展開



2014年9月にグランドオープンしたハノイ市内最大の複合ビル「ロッテセンター」はホテル、オフィス、モールなどを有し、各施設にTOTOを採用

●新規市場: インド工場稼働、著名現場への採用活動を推進



インド・グジャラート州の衛生陶器工場が稼働、開業式ではグジャラート州首相 アンディベン・パテル女史によるテープカットが行われた



2014年1月に開業したムンバイ国際空港第2ターミナルに大便器約400ピース・小便器約300ピースが採用

■ セラミック事業

計画通り上期黒字化を実現
通期黒字化を目指す

半導体市場の回復や光通信市場の活況により、各商品とも売上が伸長。特にオンリーワン技術である「イットリアADコーティング」の需要が拡大

	'13/2Q	'14/2Q	前年比
売上高(億円)	38.2	51.9	+36%
営業利益(億円)	▲4.5	0.3	+4.8



半導体製造装置・材料・部材の世界最大級の国際見本市「SEMICON WEST 2014」(サンフランシスコ)に出展。AD法などの技術を訴求

■ 環境建材事業

減収ながら体質改善活動により
損失幅は前年並み

駆け込み需要の反動影響を受けたものの、従来から取り組んできた革新活動により生産性が向上、「ハイドロセラ」の新商品は好調

	'13/2Q	'14/2Q	前年比
売上高(億円)	43.9	41.4	▲6%
営業利益(億円)	▲5.1	▲4.6	+0.5



「ハイドロテクトの輪」をグローバルに拡大、「ハイドロテクト」の普及を促進。ALCOA社によるアルミ用コート材の採用活動が進む中、「ソチ五輪聖火台」に採用

Dmitry Tatarin | Horizont | KALZIP | Alcoa Architectural Products®
Photo credit: Olympstroy State Corporation

■ 燃料電池

燃料電池(SOFC)の心臓部である発電モジュールにおいて、当社のオンリーワン技術であるセラミック製発電セル及び発電モジュールの製造・開発を推進し、早期事業化を目指す

■ 「Dow Jones Sustainability Indices World」に4年連続で選定

世界的な社会的責任投資指標である「DJSI」にて、持続可能性(サステナビリティ)に優れた上位約10%の企業として、4年連続で選定

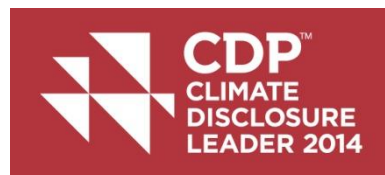
MEMBER OF

Dow Jones
Sustainability Indices

In Collaboration with RobecoSAM

■ CDP「気候変動パフォーマンス先進企業」に初選定

地球温暖化防止への取り組みがCDPから高く評価され、2014年度の「気候変動パフォーマンス先進企業(Climate Performance Leadership Index)」、および「気候変動情報開示先進企業(Climate Disclosure Leadership Index)」に選定。「CPLI」の選定は今回が初めて、「CDLI」は3年連続の選定



■ 「ベッドサイド水洗トイレ」が第6回ロボット大賞「優秀賞」を受賞



介護を必要とする方々の排泄をサポートする戸建住宅・高齢者施設(居室)向けの「ベッドサイド水洗トイレ」が経済産業省、一般社団法人日本機械工業連合会が主催する「第6回ロボット大賞」において、サービスロボット部門「優秀賞」を受賞。関東学院大学 建築・環境学部 大塚雅之研究室との共同受賞

■ TOTO陸上競技部 早川英里がアジア大会女子マラソンにて4位入賞



TOTO陸上競技部・早川英里選手が、韓国の仁川で開催されたアジア競技大会女子マラソンで4位入賞。タイムは2時間33分14秒

このプレゼンテーション資料は、2014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。

あしたを、ちがう「まいにち」に。

TOTO