

'14年度第3四半期決算



2015. 1. 30

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が想定以上に長引いた
- ・海外住設事業は好調に推移。売上高の増加、生産性の向上及び、為替変動の影響もあり、営業利益が大きく伸びた

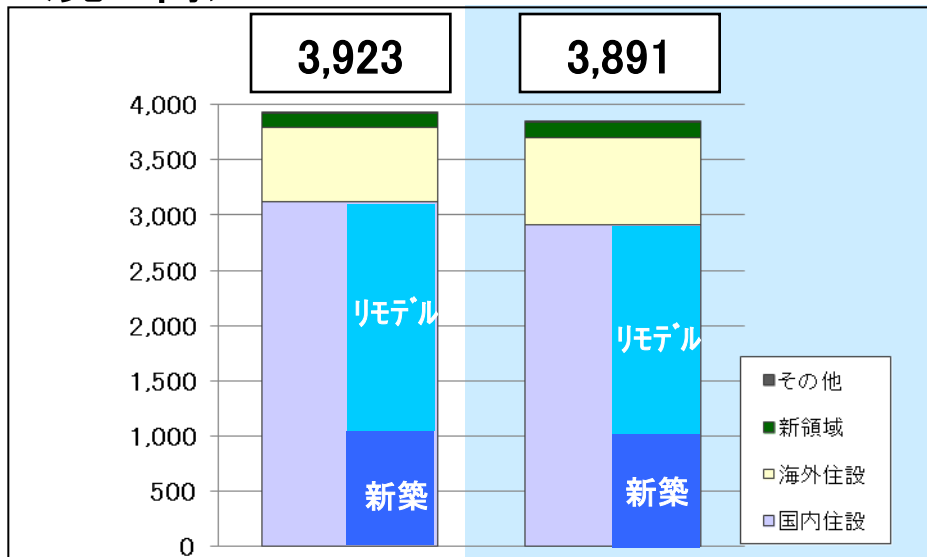
■P/L概要

単位：億円(未満は切り捨て)

	'13/3Q 実績	'14/3Q		計画差異	前年比増減 (前年比率)	'12/3Q 実績	【ご参考】 前々年比増減 (前々年比率)
		計画	実績				
売上高	3,923	3,869	3,891	+22 (+1%)	▲32 (▲1%)	3,450	+441 (+13%)
営業利益	325	262	251	▲11 (▲4%)	▲74 (▲23%)	168	+83 (+50%)
経常利益	355	280	281	+1 (+0%)	▲74 (▲21%)	185	+96 (+52%)
特別損益	89	0	0	0	▲89	▲25	+25
当期純利益	336	186	188	+2 (+1%)	▲148 (▲44%)	129	+59 (+45%)

■ 需要分野別業績

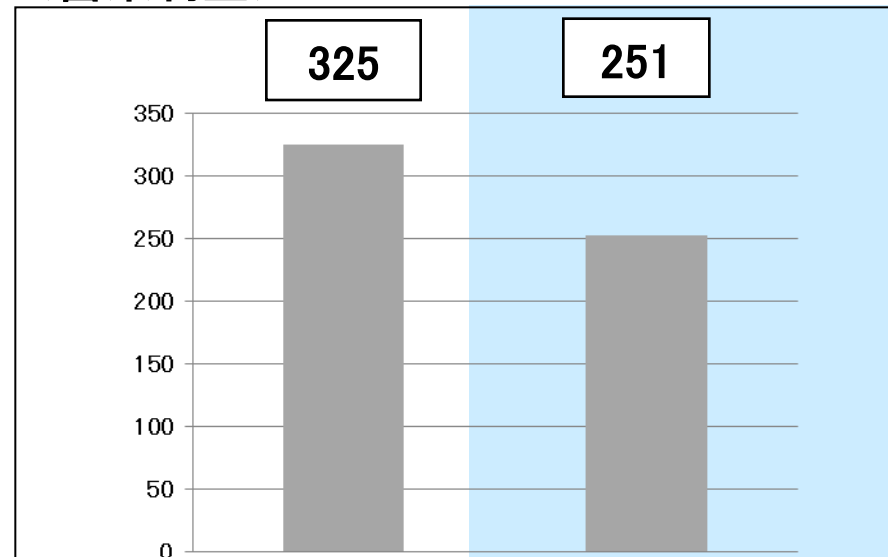
<売上高>



	'13/3Q	'14/3Q	前年比 (%)
国内住設	3,115	2,896	▲7%
(リモデル)	2,112	1,917	▲9%
(新築)	1,003	978	▲3%
海外住設	677	852	+26%
新領域	128	140	+9%
その他 ※	1	1	+20%
合計	3,923	3,891	▲1%

<営業利益>

単位: 億円 (未満は切り捨て)



	'13/3Q	'14/3Q	前年比
国内住設	262	121	▲ 141
(リモデル)	215	100	▲ 115
(新築)	47	21	▲ 26
海外住設	102	168	+65
新領域	▲ 14	▲ 4	+9
その他 ※	▲ 25	▲ 33	▲ 7
合計	325	251	▲74

※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いたが、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」に含めている。

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		
	'13/3Q	'14/3Q	前年比(%)
レストルーム計	1,204	1,152	▲4%
水栓機器			▲4%
浴室			▲7%
キッチン・洗面			▲23%
バス・キッチン計	1,678	1,527	▲9%
その他計	313	295	▲6%
合計(調整前)※	3,196	2,976	▲7%
国内住設合計	3,115	2,896	▲7%

※セグメント間の内部売上高又は振替高を含みます。

駆け込み需要反動影響を受け、すべての商品で減収

■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	'13/3Q	'14/3Q	前年比(%)	'13/3Q	'14/3Q	前年比	営業利益率
米州	百万ドル	174.9	192.1	+10%	9.2	12.2	+3.0	6.3%
中国	億元	22.8	24.7	+8%	5.0	6.9	+1.9	28.0%
アジア	百万ドル	118.4	160.1	+35%	18.8	33.1	+14.3	20.6%
欧州	百万ユーロ	20.3	21.8	+7%	▲ 4.0	▲ 2.8	+1.2	▲ 12.9%

■日本円ベース

米州	億円	170.9	210.2	+23%	8.9	13.3	+4.4	
中国	億円	364.1	437.0	+20%	80.4	122.4	+42.0	
アジア	億円	115.7	175.2	+51%	18.3	36.2	+17.9	
欧州	億円	26.7	30.2	+13%	▲ 5.2	▲ 3.9	+1.3	
計	億円	677.6	852.8	+26%	102.5	168.0	+65.5	

為替前提	1ドル	97.8	109.5
	1元	16.0	17.7
	1ユーロ	131.9	138.9

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				'14/3Q (前年差異)	
国内住設事業合計				▲141	
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	+23	+45
			Vプランコストリダクション	+22	
	マイナス 要因	リモデル売上高の減少		▲75	
		新築売上高の減少		▲7	
		原材料の値上がり		▲17	
		Vプラン投資		▲19	
		販売強化投資		▲18	
		普及品市場(ホリウムゾーン)拡大のための対応		▲32	
	その他		▲18		
海外住設事業損益				+65	
新領域事業損益				+9	
その他				▲7	
合計				▲74	

■新「ネオレストハイブリッドシリーズ AH/RH」 2015年2月2日に発売

「省エネ住宅ポイント」対象商品



「きれい除菌水」

||

「ewater+」

1 便器きれい

2 ノズルきれい

を世界で展開中

TOTO独自の「きれい除菌水」



1 便器きれい

トイレの使用後に「きれい除菌水」のミストを自動で吹きかけ、見えない汚れや菌まで分解・除菌。トイレのきれいが長持ち。



※イメージです

2 ノズルきれい

使用後に「きれい除菌水」でノズルの内側も外側も毎回、自動で洗浄・除菌。ノズルのきれいが長持ち。



※イメージです

3 においきれい

トイレ空間の気になるニオイ※1を除菌水フィルターで捕集して脱臭※2。

※1: アンモニア

※2: 集じん機能はありません。すべてのニオイを除去することはできません。



※イメージです

■新テレビコマーシャル



新商品の発売に合わせて、
新テレビコマーシャル
『ネオレスト 菌の親子』篇を1月9日から放映

■成田国際空港「GALLERY TOTO」

体感型トイレ空間が
第2旅客ターミナルビル連絡通路に
2015年4月中旬オープン



※完成予想イメージ



※完成予想イメージ

世界中から多くのお客様が訪れる成田国際空港に、日本のトイレ文化・技術力を体感いただけるトイレ空間「GALLERY TOTO」が成田国際空港とTOTOのコラボレーションにより誕生します。

ここにも「新ネオレスト ハイブリッドシリーズAH/RH」を設置。外部壁面に特殊な大型映像パネルを採用するなどギャラリーのような空間です。

■ ベッドサイド水洗トイレが 「2014年日経優秀製品・サービス賞 最優秀賞 日経MJ賞」を受賞



介護を必要とする方々の排泄をサポートする「ベッドサイド水洗トイレ」が高く評価されました。

■ 東京証券取引所主催 第3回「企業価値向上表彰」優秀賞

資本コストをはじめとした投資者の視点を深く組み込んだ企業価値向上経営を実践している企業として、優秀賞を受賞

■ 「Euronext Vigeo World 120」に選定



欧州最大級の調査会社「Vigeo」と証券取引グループ「NYSE Euronext」による持続可能性評価指標に選定

■ 世界包装機構主催 2014年度「ワールドスター賞」 を2点同時受賞

『だれでも簡単に組み立てられる「立体構造緩衝材」』『13ZJ タンク通い箱のテープレス封かん』がノミネートし、2点とも受賞

このプレゼンテーション資料は、2015年1月30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