

2019年度第1四半期決算説明資料

証券コード：5332

2019. 7. 31

2019年度第1四半期決算

ハイライト

増収。中国の市況悪化の影響等により減益。

グローバル住設事業（日本）：増収増益

◆リモデル、新築ともに増収増益。

グローバル住設事業（海外）：減収減益

◆中国は一線都市での不動産市況が停滞し、減収減益。

◆アジア・米州は増収減益。

新領域事業：減収赤字

◆セラミック事業は半導体市況減速及び生産性の悪化により、減収赤字。

2019年度第1四半期決算

P/L概要

単位：億円

	2018年度 1Q	2019年度 1Q	前年差 (前年比)	為替影響		計画	計画差 (計画比)
				為替 影響額	為替影響除 (前年比)		
売上高	1,324	1,360	+36 (+3%)	▲5	+41 (+3%)	1,375	▲15 (▲1%)
営業利益 [営業利益率]	63 [4.8%]	54 [4.0%]	▲9 (▲15%)	▲1	▲8 (▲14%)	54 [4.0%]	▲0 (▲0%)
経常利益	80	54	▲26 (▲32%)	▲14	▲12 (▲13%)	61	▲7 (▲11%)
親会社株主に 帰属する 四半期純利益	48	31	▲17 (▲35%)	▲14	▲3 (▲4%)	37	▲6 (▲15%)

■為替レート

	2018年度1Q	2019年度1Q	2019年度計画
1ドル	108.2円	110.2円	110.0円
1元	17.0円	16.3円	16.0円
1ユーロ	133.1円	125.2円	130.0円

2019年度第1四半期決算

セグメント別業績

単位：億円

<売上高>	2018年度 1Q	2019年度 1Q	前年差 (前年比)	為替影響		計画	計画差 (計画比)
				為替影響額	為替影響除 (前年比)		
住設事業 (日本)	944	1,000	+56 (+6%)		+56 (+6%)	990	+10 (+1%)
住設事業 (海外)	307	298	▲9 (▲3%)	▲6	▲3 (▲1%)	319	▲21 (▲7%)
新領域	72	61	▲11 (▲15%)	+0	▲11 (▲15%)	66	▲5 (▲7%)
その他	0	0	+0		+0	0	+0
合計	1,324	1,360	+36 (+3%)	▲5	+41 (+3%)	1,375	▲15 (▲1%)

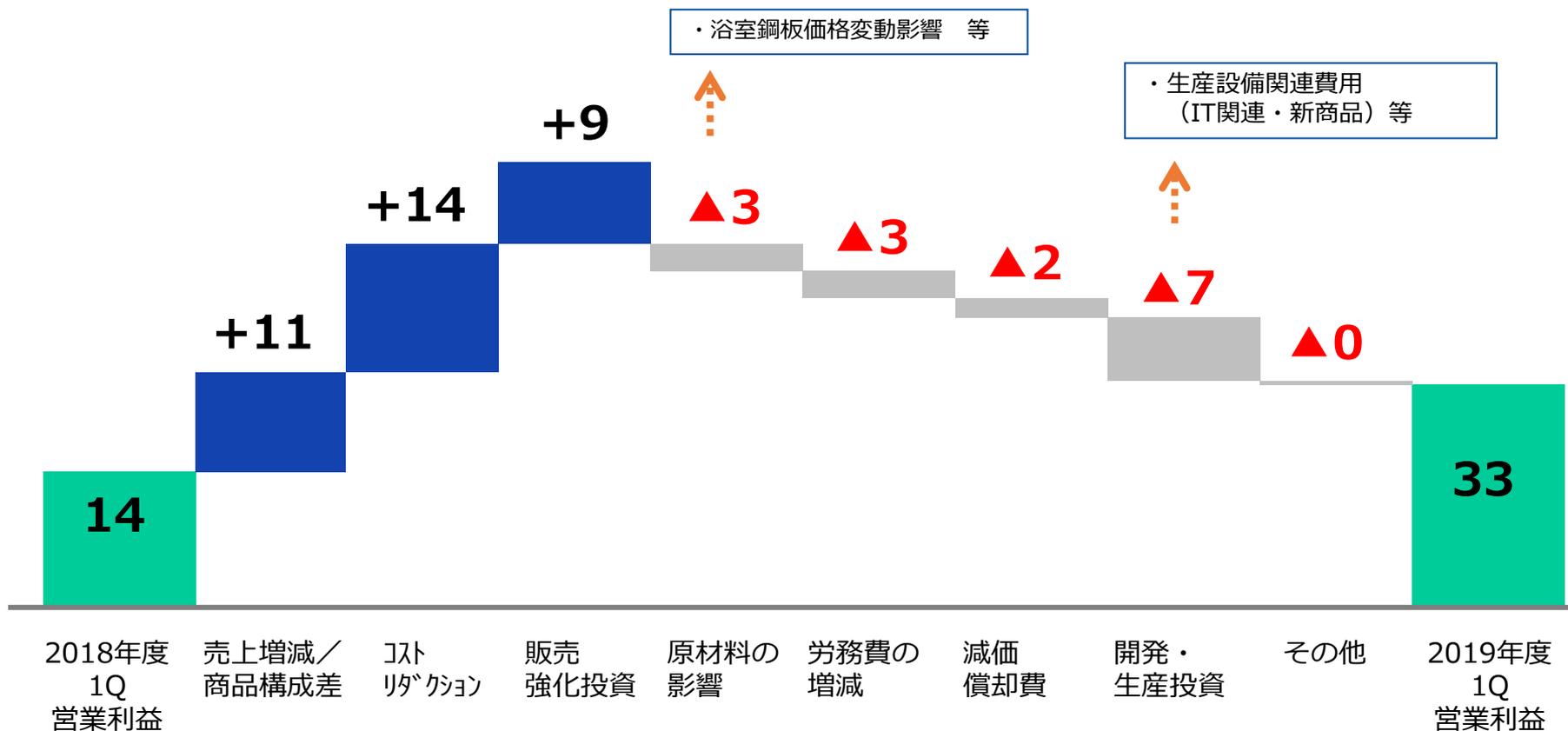
<営業利益>	2018年度 1Q	2019年度 1Q	前年差 (前年比)	為替影響		計画	計画差 (計画比)
				為替影響額	為替影響除 (前年比)		
住設事業 (日本)	14	33	+19 (約2.2倍)		+19 (約2.2倍)	28	+5 (+20%)
住設事業 (海外)	56	33	▲23 (▲40%)	▲1	▲22 (▲38%)	36	▲3 (▲6%)
新領域	0	▲5	▲5	+0	▲5	0	▲5
その他	▲8	▲8	+0		+0	▲9	+1
合計	63	54	▲9 (▲15%)	▲1	▲8 (▲14%)	54	▲0 (▲0%)

2019年度第1四半期決算

グローバル住設事業（日本）

営業利益の増減要因（前年差異+19億円の内訳）

単位：億円



計画差	▲1	+0	+1	▲0	+2	+1	+2	+0	+5
-----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

2019年度第1四半期決算

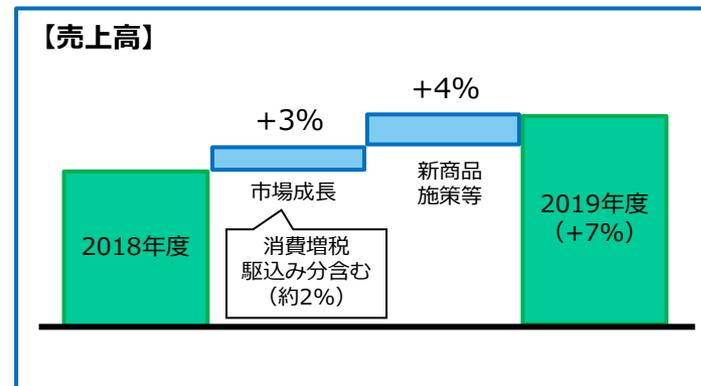
グローバル住設事業（日本）

需要別実績

単位：億円

<リモデル>

	2018年度 1Q	2019年度 1Q	前年差 (前年比)
売上高	640	686	+46 (+7%)
営業利益	12	29	+17 (約2.4倍)
営業利益率	2%	4%	+2pt



<新築>

	2018年度 1Q	2019年度 1Q	前年差 (前年比)
売上高	304	313	+9 (+3%)
営業利益	2	3	+1 (+38%)
営業利益率	1%	1%	+0pt

【需要】	2019年度1Q	着工
住宅		▲1%

【売上高】	2019年度1Q	合計
住宅		+2%
非住宅		+9%

リモデル、新築ともに増収増益。

2019年度第1四半期決算

グローバル住設事業（日本）

商品別実績

単位：億円

	売上高			営業利益		
	2018年度 1Q	2019年度 1Q	前年差 (前年比)	2018年度 1Q	2019年度 1Q	前年差 (前年比)
衛生陶器	186	200	+14 (+7%)	2	5	+3 (約2.2倍)
ウォシュレット	199	211	+12 (+6%)	16	16	+0 (+2%)
水栓機器	205	211	+6 (+3%)	6	9	+3 (+40%)
浴室	236	254	+18 (+8%)	1	6	+5 (約3.7倍)
キッチン・洗面	99	107	+8 (+8%)	▲5	▲0	+5
その他	17	15	▲2 (▲11%)	▲6	▲4	+2
合計	944	1,000	+56 (+6%)	14	33	+19 (約2.2倍)

全商品で増収増益。

2019年度第1四半期決算

グローバル住設事業（海外）

単位：億円

売上高	2018年度 1Q	2019年度 1Q	前年差 (前年比)	為替影響除 前年差 (前年比)
中国	160	139	▲21 (▲13%)	▲14 (▲9%)
アジア	64	69	+5 (+9%)	+7 (+11%)
米州	73	78	+5 (+6%)	+3 (+4%)
欧州	9	10	+1 (+6%)	+1 (+13%)
合計	307	298	▲9 (▲3%)	▲3 (▲1%)
営業利益	2018年度 1Q	2019年度 1Q	前年差 (前年比)	為替影響除 前年差 (前年比)
中国	43	22	▲21 (▲49%)	▲20 (▲47%)
アジア	13	12	▲1 (▲9%)	▲0 (▲6%)
米州	3	1	▲2 (▲41%)	▲1 (▲43%)
欧州	▲3	▲2	+1	+1
合計	56	33	▲23 (▲40%)	▲22 (▲38%)

グローバル住設事業（海外）で減収減益。

2019年度第1四半期決算

現地グループ会社の業績（中国）

※連結調整、共通費の配賦等は含まないベース

P / L

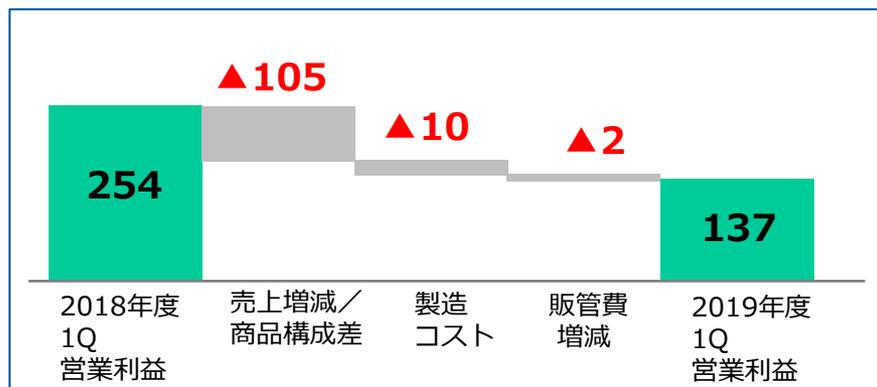
単位：百万元

	2018年度 1Q	2019年度 1Q	前年差（前年比）
売上高	936	851	▲85(▲9%)
営業利益	254	137	▲117(▲46%)
営業利益率	27%	16%	▲11pt

第2四半期(4月～6月)の売上高伸長率は前年同期比+11%

営業利益の増減要因

単位：百万元



為替レート	2018年度1Q	2019年度1Q
1元	17.0円	16.3円

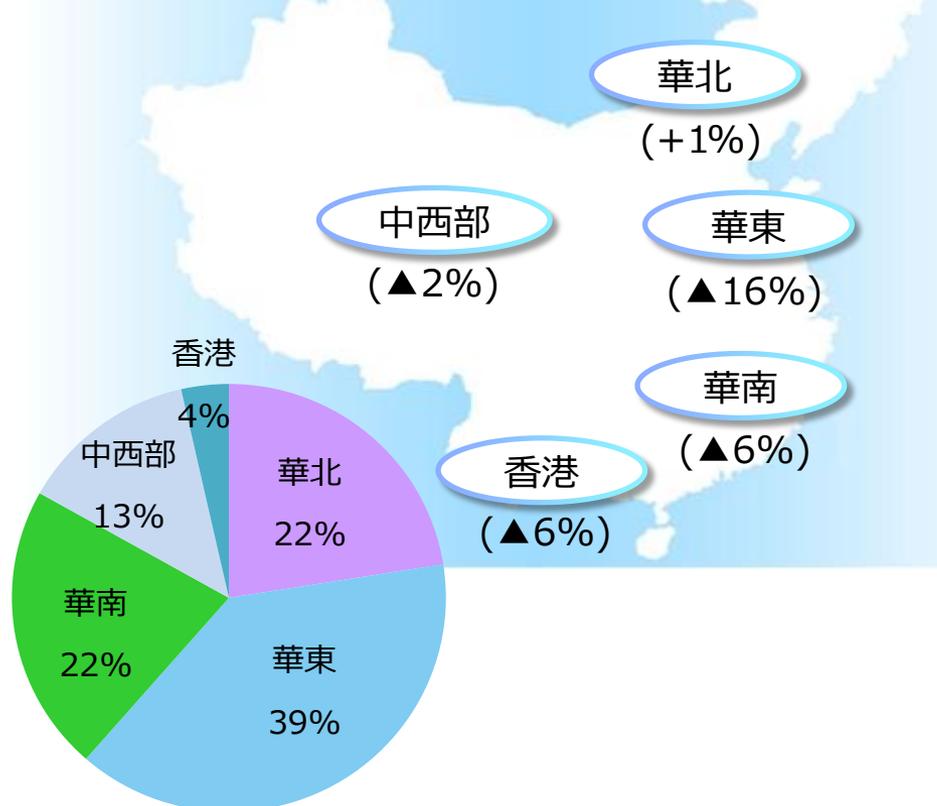
一線都市での不動産市況の停滞等の影響により減収減益。

2019年度第1四半期決算

現地グループ会社の業績（中国）

■ 地域別の売上高伸長率

中国事業計：▲9%(現地通貨ベース)

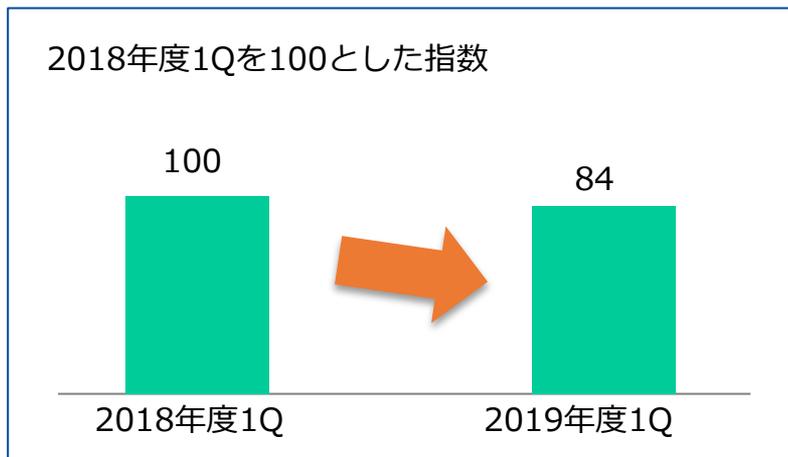


■ 地域別の売上高構成比

■ 商品別の売上高伸長率

	伸長率
衛生陶器	▲14%
ウォシュレット	▲19%
水栓金具	+15%

■ ウォシュレットの販売台数伸長



華北を除き減収。主要商品では衛生陶器、ウォシュレットで減収。

2019年度第1四半期決算

現地グループ会社の業績（アジア・オセアニア）

※連結調整、共通費の配賦等は含まないベース

売上高
エリア別内訳

台湾	ベトナム	その他
48%	21%	31%

単位：百万台湾ドル

台湾	2018年度1Q	2019年度1Q	前年差 (前年比)
売上高	823	941	+118 (+14%)
営業利益	244	248	+4 (+2%)
営業利益率	30%	26%	▲4pt

第2四半期(4月～6月)の売上高伸長率は、前年同期比+4%

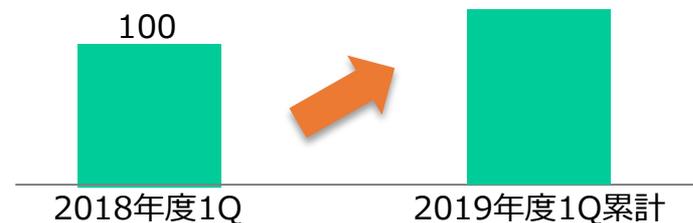
単位：10億ドン

ベトナム	2018年度1Q	2019年度1Q	前年差 (前年比)
売上高 [外部顧客売上高]	680 [303]	707 [306]	(+4%) (+1%)
営業利益	82	87	+5 (+7%)
営業利益率	12%	12%	+0pt

第2四半期(4月～6月)の外部顧客売上高伸長率は前年同期比▲23%、第3四半期以降は前年大幅伸長の見込

■ウォシュレット販売台数の伸長

2018年度1Qを100とした指数 134



為替レート	2018年度1Q	2019年度1Q
1台湾ドル	3.71円	3.57円

為替レート	2018年度1Q	2019年度1Q
1ドン	0.00475円	0.00474円

台湾は新築市場の下げ止まり、ウォシュレット好調等で増収増益。
ベトナムは納入物件の増加、生産性の向上により増収増益。

2019年度第1四半期決算

現地グループ会社の業績（米州）

※連結調整、共通費の配賦等は含まないベース

P / L

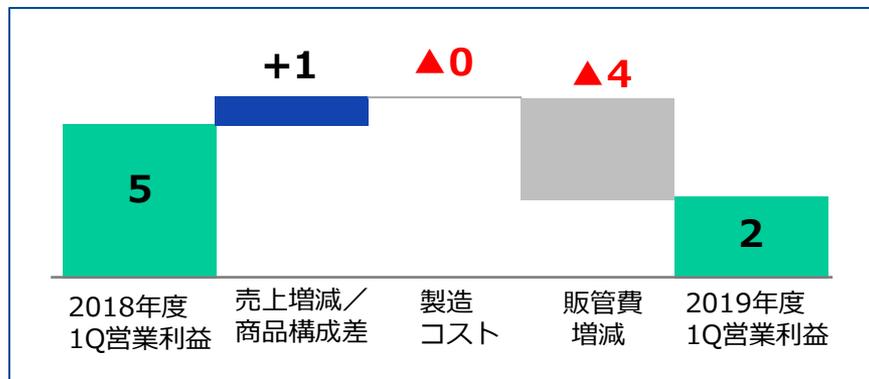
単位：百万ドル

	2018年度 1Q	2019年度 1Q	前年差(前年比)
売上高	68	70	+2(+4%)
営業利益	5	2	▲3(▲45%)
営業利益率	8%	4%	▲4pt

第2四半期(4月～6月)の売上高伸長率は前年同期比▲2%

営業利益の増減要因

単位：百万ドル



為替レート	2018年度1Q	2019年度1Q
1ドル	108.2円	110.2円

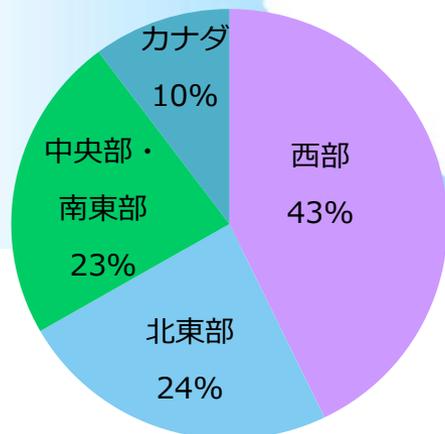
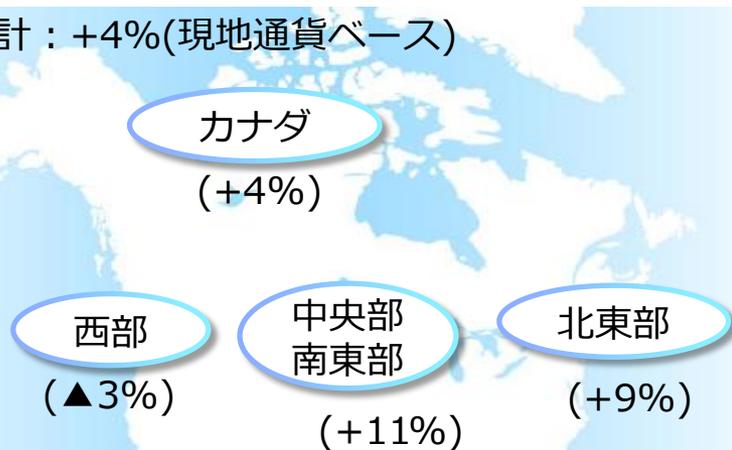
ウォシュレットの好調等により増収。一時的な販促コスト等により減益。

2019年度第1四半期決算

現地グループ会社の業績(米州)

■ 地域別の売上高伸長率

米州事業計：+4%(現地通貨ベース)

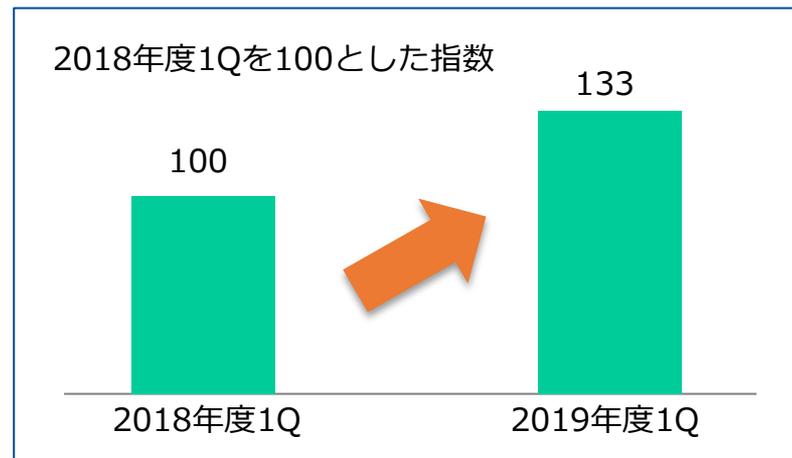


■ 地域別の売上高構成比

■ 商品別の売上高伸長率

	伸長率
衛生陶器	+0%
ウォシュレット	+16%
水栓金具	▲0%

■ ウォシュレットの販売台数伸長



西部を除き増収。ウォシュレットが引き続き伸長。

2019年度第1四半期決算

現地グループ会社の業績（欧州）

※連結調整、共通費の配賦等は含まないベース

P / L

単位：百万ユーロ

	2018年度1Q	2019年度1Q	前年差 (前年比)
売上高	7	7	+0 (+10%)
営業利益	▲2	▲1	+1

第2四半期(4月～6月)の売上高伸長率は前年同期比+11%

為替レート	2018年度1Q	2019年度1Q
1ユーロ	133.1円	125.2円

■ 納入現場事例

London Marriott Hotel Grosvenor Square（英国）



WASHLET EK

メイフェア地区の中心部にある5つ星ホテル。ウォシュレットが採用された。

売上横ばい、営業利益改善。欧州向け新商品の投入により流通構築を推進。

2019年度第1四半期決算

新領域事業

セラミック事業

単位：億円

	2018年度1Q	2019年度1Q	前年差 (前年比)	為替 影響額	為替影響除 (前年比)
売上高	55	44	▲11 (▲20%)	+0	▲11 (▲21%)
営業利益	2	▲3	▲5	+0	▲5

環境建材事業

単位：億円

	2018年度1Q	2019年度1Q	前年差 (前年比)	為替 影響額	為替影響除 (前年比)
売上高	16	16	+0 (+4%)		+0 (+4%)
営業利益	▲1	▲1	▲0		▲0

セラミック事業は半導体市況減速及び生産性の悪化により、減収赤字。

TOTO 商標は2019年7月1日で、誕生から50年

TOTO

この商標には、住宅設備機器の総合メーカーとして世界の市場を目指し、高い品質へのこだわり・責任・誇りが表現されている。
また、デザインは乗り物から見たときの「識別性」「視認性」、
また「普遍性」や「国際性」にも配慮している。

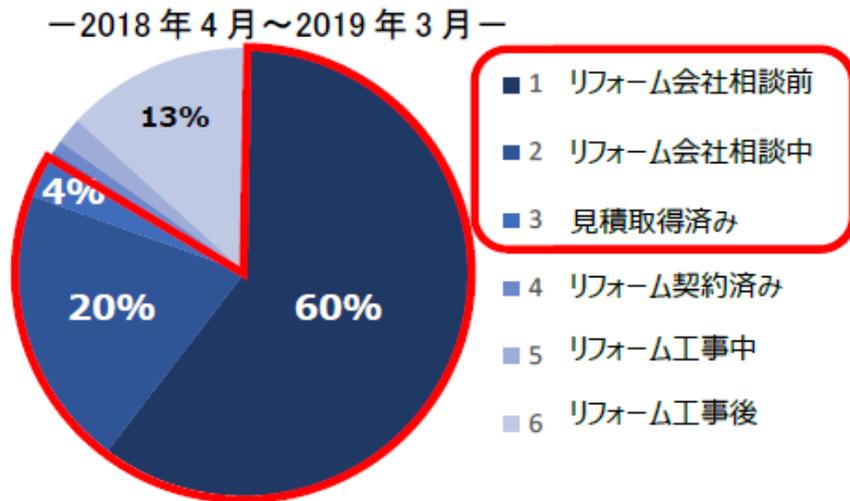
今後も新たな生活価値を創造し提供していく企業として、未来へつながる「あした」に向かい、期待をこえる「まいにち」を提案していく。

グローバル住設事業（日本）：あんしんリモデル戦略 スタートから1年

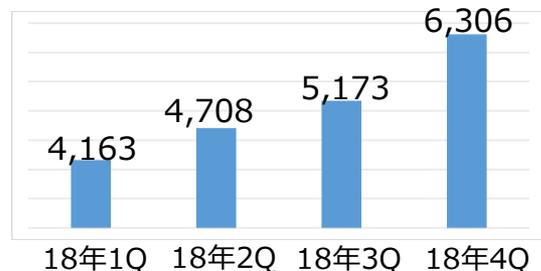
■ 新たな取組み：リモデルサポートデスク

リモデルの需要を喚起するために、TOTO商品の相談だけでなく、リモデルする空間・部屋全体への相談、施工業者選定や工事費用について等、リモデル全ての相談を受け付ける。

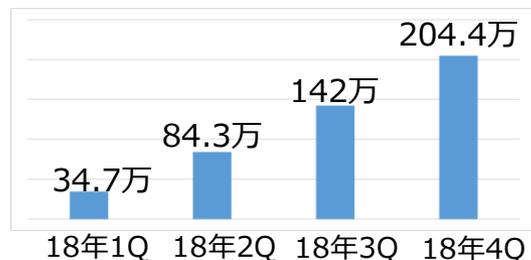
■ リモデルサポートデスクへの相談内容内訳



■ リフォーム実例掲載数



■ リフォームサイトアクセス数



リモデルサポートデスクへの問合せの8割が「リモデル前の相談」。
リフォーム実例掲載数、リフォームサイトアクセス数ともに順調に推移。

「気候関連財務情報開示タスクフォース（TCFD）」へ賛同

金融安定理事会（FSB）が設置した
「気候関連財務情報開示タスクフォース（TCFD）」の提言へ賛同



TCFDは、「Task Force on Climate-related Financial Disclosures」の略で、主要国の中央銀行や金融規制当局などが参加する国際機関である金融安定理事会によって2015年12月に設立されたタスクフォース。

長期視点で脱炭素社会の構築に貢献していく。

このプレゼンテーション資料は、2019年7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