

# 2022年3月期 第2四半期決算説明資料

証券コード：5332

2021. 10.29

# 目次

---

## 1. 2022年3月期 第2四半期決算

---

## 2. 2022年3月期 修正計画

## ハイライト

**増収増益。売上高、利益ともに過去最高。**

### グローバル住設事業（日本）：増収増益

- ◆リモデルを中心に販売が好調で増収増益。

### グローバル住設事業（海外）：増収増益

- ◆中国大陸事業は市況の回復で増収増益。
- ◆アジア事業は、台湾を中心に好調で増収増益。
- ◆米州事業は昨年より伸長しているウォシュレットが好調で増収増益。

### 新領域事業：増収増益

- ◆セラミック事業は半導体市場の需要増により増収増益。

# 2022年3月期 第2四半期決算

## P/L概要

単位：億円

	2020年度 2Q	2021年度 2Q	前年差 (前年比)	前々年差 (前々年比)	計画	計画差 (計画比)
売上高	2,565	3,095	+530 (121%)	+134 (105%)	2,977	+118 (104%)
営業利益 【営業利益率】	97 【3.8%】	266 【8.6%】	+169 (2.7倍)	+95 (156%)	175 【5.9%】	+91 (152%)
経常利益	100	281	+181 (2.8倍)	+99 (154%)	178	+103 (158%)
親会社株主に 帰属する 四半期純利益	44	199	+155 (4.5倍)	+72 (157%)	122	+77 (163%)

## ■為替レート

	2020年度 1Q	2020年度 2Q	2021年度 1Q	2021年度 2Q
1ドル	108.9円	107.6円	106.1円	109.5円
1元	15.6円	15.2円	16.4円	17.0円
1ユーロ	120.1円	118.6円	127.8円	131.9円

増収増益。

# 2022年3月期 第2四半期決算

## セグメント別業績

単位：億円

<売上高>	2020年度	2021年度	前年差	為替影響除	前々年差	計画	計画差
	2Q	2Q	(前年比)	(前年比)	(前々年比)		
住設事業 (日本)	1,895	2,138	+243 (113%)	+243 (113%)	▲85 (96%)	2,070	+68 (103%)
住設事業 (海外)	571	822	+251 (144%)	+209 (137%)	+167 (125%)	790	+32 (104%)
新領域	98	134	+37 (138%)	+37 (138%)	+52 (163%)	116	+18 (116%)
その他	1	1	▲0	▲0	▲0	1	+0
合計	2,565	3,095	+530 (121%)	+489 (119%)	+134 (105%)	2,977	+118 (104%)

<営業利益>	2020年度	2021年度	前年差	為替影響除	前々年差	計画	計画差
	2Q	2Q	(前年比)	(前年比)	(前々年比)		
住設事業 (日本)	47	127	+80 (2.7倍)	+80 (2.7倍)	▲6 (96%)	75	+52 (169%)
住設事業 (海外)	59	124	+65 (2.1倍)	+57 (197%)	+63 (2.0倍)	100	+24 (124%)
新領域	4	29	+25 (7.1倍)	+25 (7.1倍)	+33	14	+15 (2.1倍)
その他	▲12	▲13	▲1	▲1	+5	▲14	+1
合計	97	266	+169 (2.7倍)	+160 (2.6倍)	+95 (156%)	175	+91 (152%)

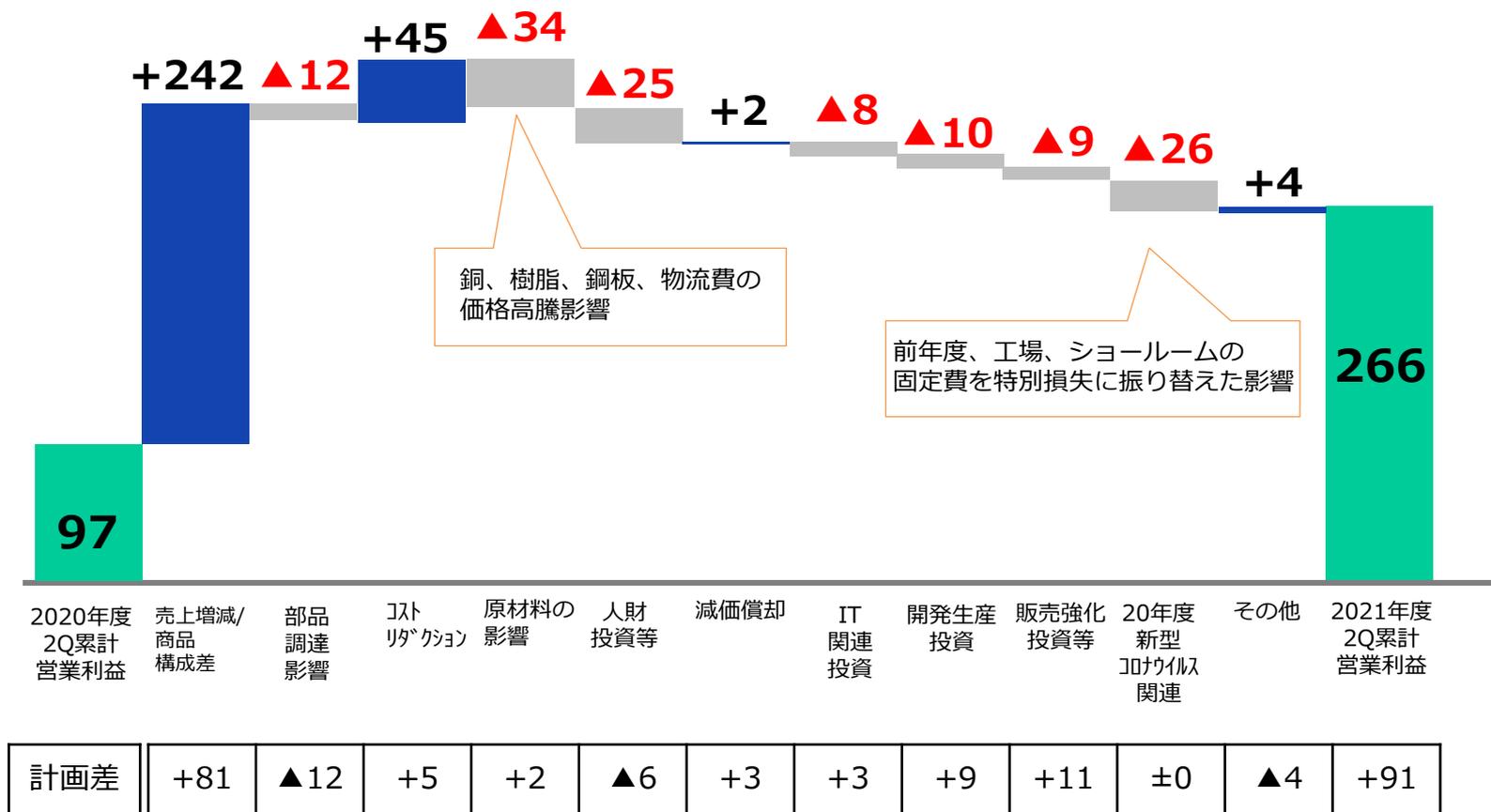
全セグメントで増収増益。

# 2022年3月期 第2四半期決算

## 全社

### 営業利益の増減要因（前年差異+169億円の内訳）

単位：億円



原材料価格等の高騰影響があったものの、売上好調により増益。

# 2022年3月期 第2四半期決算

## グローバル住設事業（日本）

### 需要別実績

単位：億円

#### <リモデル>

	2020年度 2Q	2021年度 2Q	前年差 (前年比)	前々年差 (前々年比)
売上高	1,253	1,455	+202 (116%)	▲44 (97%)
営業利益	41	113	+72 (2.8倍)	+1 (101%)
営業利益率	3%	8%	+4pt	+0pt

#### <新築>

	2020年度 2Q	2021年度 2Q	前年差 (前年比)	前々年差 (前々年比)
売上高	642	682	+41 (106%)	▲41 (94%)
営業利益	6	14	+8 (2.4倍)	▲6 (68%)
営業利益率	1%	2%	+1pt	▲1pt

リモデルは、衛生性への意識の高まりや、高付加価値商品の好調を受け増収増益。  
新築は住宅向け需要が堅調に推移し、増収増益。

# 2022年3月期 第2四半期決算

## 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			
	2020年度 2Q	2021年度 2Q	前年差 (前年比)	前々年差 (前々年比)	2020年度 2Q	2021年度 2Q	前年差 (前年比)	前々年差 (前々年比)
衛生陶器	404	445	+41 (110%)	▲13 (97%)	10	38	+28 (3.8倍)	+6 (119%)
ウォシュレット	477	475	▲2 (99%)	▲10 (98%)	69	59	▲10 (85%)	▲8 (88%)
水栓機器	370	421	+51 (114%)	▲16 (96%)	▲0	15	+15	+4 (133%)
浴室	400	503	+102 (126%)	▲33 (94%)	▲14	17	+31	▲6 (75%)
キッチン・洗面	184	228	+45 (124%)	▲6 (98%)	▲12	4	+15	▲4 (51%)
その他	60	66	+6 (110%)	▲6 (92%)	▲7	▲7	▲0	+2
合計	1,895	2,138	+243 (113%)	▲85 (96%)	47	127	+80 (2.7倍)	▲6 (96%)

ウォシュレットがベトナムのロックダウンの影響等で減収減益も、その他商品は増収増益。

# 2022年3月期 第2四半期決算

## グローバル住設事業（海外）

単位：億円

売上高	2020年度 2Q	2021年度 2Q	前年差 (前年比)	前々年差 (前々年比)
中国大陸事業	265	426	+162 (161%)	+103 (132%)
アジア事業 ※	132	156	+24 (118%)	+8 (105%)
米州事業	155	213	+58 (138%)	+50 (131%)
欧州事業	19	26	+7 (138%)	+6 (131%)
合計	571	822	+251 (144%)	+167 (125%)

営業利益	2020年度 2Q	2021年度 2Q	前年差 (前年比)	前々年差 (前々年比)
中国大陸事業	40	79	+39 (198%)	+35 (179%)
アジア事業 ※	18	28	+9 (152%)	+9 (152%)
米州事業	5	21	+15 (4.0倍)	+16 (4.5倍)
欧州事業	▲4	▲3	+1	+3
合計	59	124	+65 (2.1倍)	+63 (2.0倍)

※中国大陸事業を除く

グローバル住設事業（海外）全体で増収増益。

# 2022年3月期 第2四半期決算

## 現地グループ会社の業績（中国大陸事業）

※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

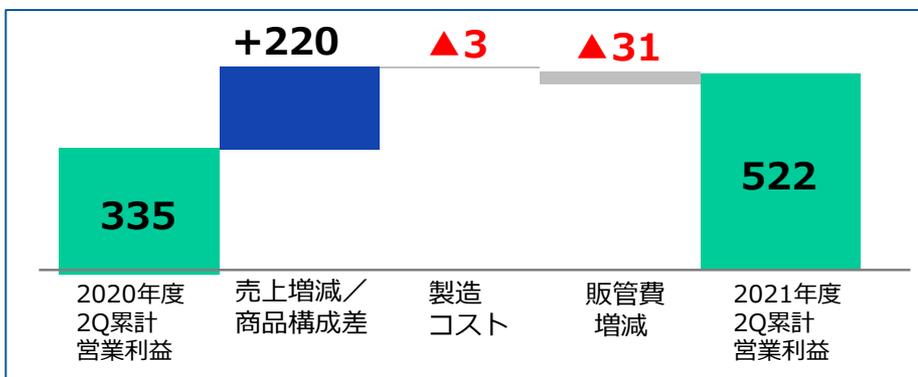
	2020年度 2Q	2021年度 2Q	前年差 (前年比)	前々年差 (前々年比)
売上高	1,724	2,546	+822 (148%)	+554 (128%)
営業利益	335	522	+186 (156%)	+209 (167%)
営業利益率	19%	20%	+1pt	+5pt

第3四半期(7月～9月)の売上高伸長率：前年比 107%  
：前々年比133%

為替レート	2020年度 2Q	2021年 2Q
1円	15.2円	17.0円

### 営業利益の増減要因

単位：百万元



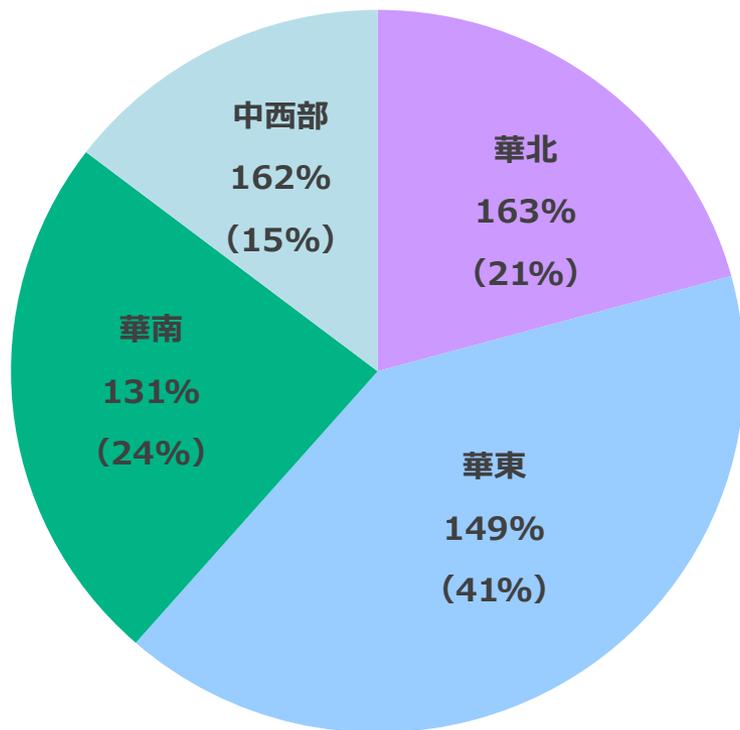
新型コロナウイルス感染症拡大からの回復で、増収増益。

# 2022年3月期 第2四半期決算

## 現地グループ会社の業績（中国大陸事業）

### ■ 地域別の売上高伸長率

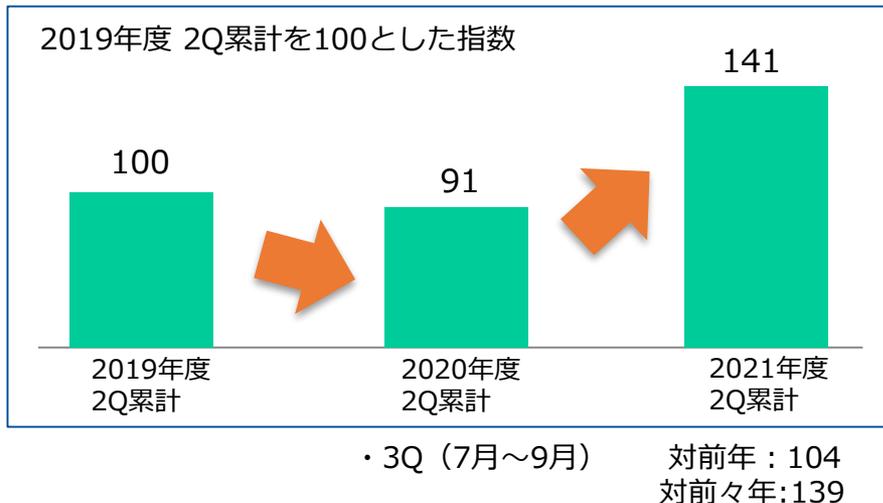
中国大陸事業計：148%(現地通貨ベース)



### ■ 商品別の売上高伸長率

	前年比	前々年比	売上高構成比
衛生陶器	171%	137%	45%
ウォシュレット	127%	123%	25%
水栓金具	178%	160%	24%

### ■ ウォシュレットの販売台数伸長



新型コロナウイルス感染症拡大からの回復で全エリア・商品で伸長。

# 2022年3月期 第2四半期決算

## 現地グループ会社の業績（アジア事業：台湾地域、ベトナム）※連結調整、共通費の配賦等は含まないベース

単位：百万台湾ドル

台湾地域	2020年度 2Q	2021年度 2Q	前年差 (前年比)	前々年差 (前々年比)
売上高	1,953	2,108	+155 (108%)	+291 (116%)
営業利益	520	587	+68 (113%)	+169 (140%)
営業利益率	27%	28%	+1pt	+5pt

第3四半期(7月～9月)の売上高伸長率：前年比 106%  
：前々年比125%

### ■台湾地域におけるウォシュレット販売台数の伸長



為替レート	2020年度 2Q	2021年度 2Q
1台湾ドル	3.60円	3.92円

単位：10億ドン

ベトナム	2020年度 2Q	2021年度 2Q	前年差 (前年比)	前々年差 (前々年比)
売上高 【外部顧客売上高】	2,144 【740】	2,145 【737】	+1 (100%)	+471 (128%)
営業利益	242	166	▲76 (69%)	▲43 (79%)
営業利益率	11%	8%	▲4pt	▲5pt

第3四半期(7月～9月)の外部顧客売上高伸長率：前年比 62%  
：前々年比48%

為替レート	2020年度 2Q	2021年度 2Q
1ドン	0.00460円	0.00475円

**台湾地域は新型コロナウイルス感染症の影響は少なく増収増益。  
ベトナムは売上高は前年並みも、インフラコストの増加により減益。**

# 2022年3月期 第2四半期決算

## 現地グループ会社の業績（米州事業）

※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

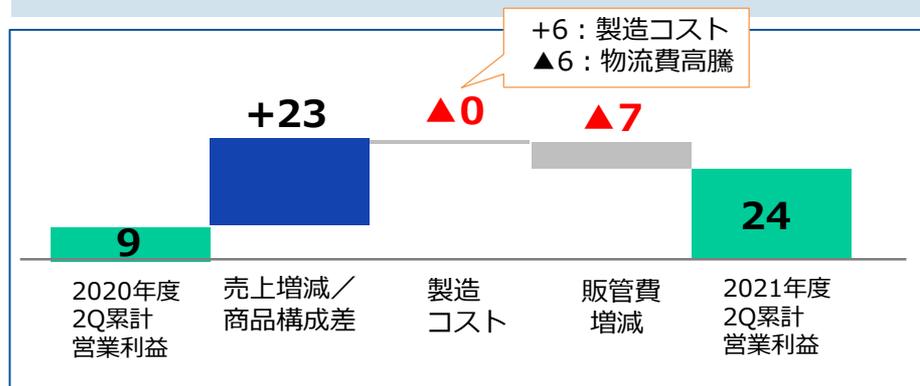
	2020年度 2Q	2021年度 2Q	前年差 (前年比)	前々年差 (前々年比)
売上高	143	198	+55 (138%)	+50 (133%)
営業利益	9	24	+15 (2.8倍)	+16 (2.9倍)
営業利益率	6%	12%	+6pt	+7pt

第3四半期(7月～9月)の売上高伸長率：前年比 113%  
：前々年比143%

為替レート	2020年度 2Q	2021年度 2Q
1ドル	107.6円	109.5円

### 営業利益の増減要因

単位：百万ドル



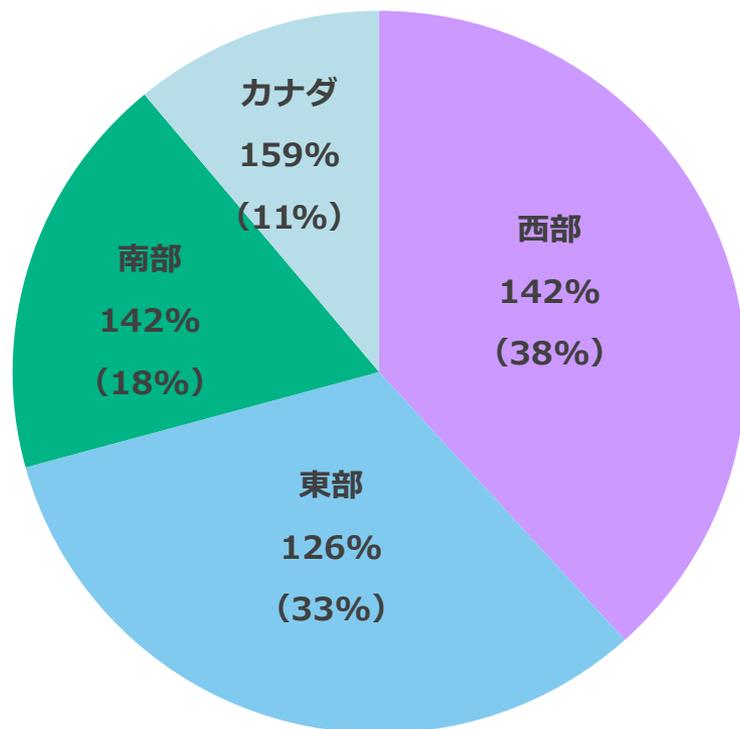
販売好調を継続し、増収増益。

# 2022年3月期 第2四半期決算

## 現地グループ会社の業績（米州事業）

### ■ 地域別の売上高伸長率（構成比）

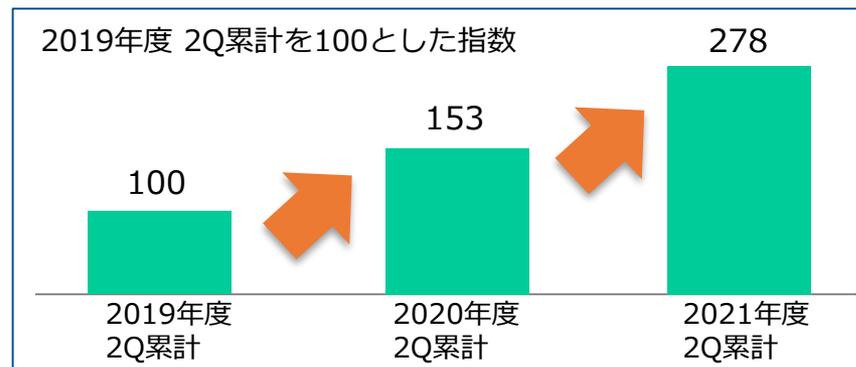
米州事業計：138%(現地通貨ベース)



### ■ 商品別の売上高伸長率

	前年比	前々年比	売上高 構成比
衛生陶器	139%	121%	47%
ウォシュレット	159%	196%	35%
水栓金具	98%	92%	12%

### ■ ウォシュレットの販売台数伸長



・ 3Q（7月～9月） 対前年： 78  
対前々年：203

地域別で全エリア、商品別では衛生陶器、ウォシュレットが前年を上回った。

# 2022年3月期 第2四半期決算

## 現地グループ会社の業績（欧州事業）

※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

	2020年度 2Q	2021年度 2Q	前年差 (前年比)	前々年差 (前々年比)
売上高	15	19	+4 (127%)	+4 (123%)
営業利益	▲2	0	+2	+4

第3四半期(7月～9月)の売上高伸長率：前年比 103%  
：前々年比113%

### ■納入現場事例

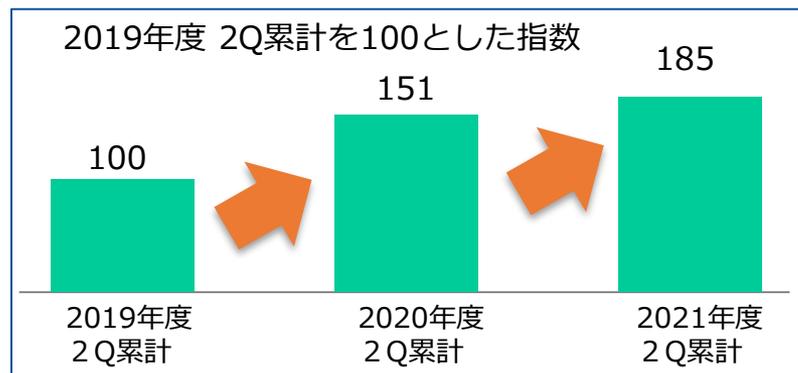
Hotel Fouquet's Barriere（フランス）



フランス、パリのシャンゼリゼ通りとジョルジュ・サンク通りの角に位置する5つ星ホテルにネオレストが採用された。

為替レート	2020年度2Q	2021年度2Q
1ユーロ	118.6円	131.9円

### ■ウォシュレットの販売台数伸長



・3Q（7月～9月） 対前年： 98  
対前々年：110

引き続き流通構築と著名物件採用を推進。

# 2022年3月期 第2四半期決算

## 新領域事業（セラミック事業）

### セラミック事業

単位：億円

	2020年度 2Q	2021年度 2Q	前年差 (前年比)	前々年差 (前々年比)
売上高	98	134	+37 (138%)	+52 (163%)
営業利益	4	29	+25 (7.1倍)	+33
営業利益率	4%	22%	+18pt	-

セラミック事業は、半導体市況の好調により増収増益。

# 目次

---

1. 2022年3月期 第2四半期決算

---

2. 2022年3月期 修正計画

## ハイライト

### 通期計画を上方修正。

**修正計画：売上高 6,500億円 営業利益 500億円**

売上高：150億円の上方修正（6,350億円→6,500億円）

営業利益：60億円の上方修正（440億円→500億円）

**グローバル住設事業（日本）：売上高+60億円 営業利益+5億円**

- ◆下期に原材料価格等の高騰影響や、一部商品の部品調達におけるリスクはあるものの、上期の好調を受けて上方修正

**グローバル住設事業（海外）：売上高+25億円 営業利益+10億円**

- ◆下期において中国大陸事業での不動産市況の不透明感や、米州事業での物流価格の高騰影響が懸念されるも、各地域の上期好調を受けて上方修正

**新領域事業：売上高+65億円 営業利益+46億円**

- ◆セラミック事業は半導体市場の需要増が継続の見通しのため上方修正

# 2022年3月期 修正計画

## P/L概要

単位：億円

	2020年度	2021年度 修正計画	前年差 (前年比)	2021年度 当初計画	当初計画差 (当初計画比)
売上高	5,778	6,500	+722 (112%)	6,350	+150 (102%)
営業利益 【営業利益率】	397 【6.9%】	500 【7.7%】	+103 (126%)	440 【6.9%】	+60 (114%)
経常利益	410	520	+110 (127%)	445	+75 (117%)
親会社株主に 帰属する 当期純利益	270	375	+105 (139%)	315	+60 (119%)
ROA	6.5%	7.9%	+1.4pt	6.9%	+1.0pt
ROE	7.7%	9.8%	+2.1pt	8.4%	+1.4pt

## ■為替レート

	2020年度 1Q	2020年度 2Q	2020年度 3Q	2020年度 4Q	2021年度 当初計画	2021年度 修正計画
1ドル	108.9円	107.6円	106.2円	104.5円	106.1円	110.0円
1元	15.6円	15.2円	15.4円	15.8円	16.4円	17.0円
1ユーロ	120.1円	118.6円	124.1円	124.6円	127.8円	130.0円

上期の結果を踏まえ、通期で増収増益。

# <参考> 2022年3月期 下期修正計画

## P/L概要

単位：億円

	2020年度 下期実績	2021年度 下期修正計画	前年差 (前年比)	2021年度 下期当初計画	当初計画差 (当初計画比)
売上高	3,214	3,405	+191 (106%)	3,373	+32 (101%)
営業利益 【営業利益率】	299 【9.3%】	234 【6.9%】	▲65 (78%)	265 【7.9%】	▲31 (88%)
経常利益	310	239	▲71 (77%)	267	▲28 (89%)
親会社株主に 帰属する 当期純利益	226	176	▲49 (78%)	193	▲17 (91%)

## ■為替レート

	2020年度 1Q	2020年度 2Q	2020年度 3Q	2020年度 4Q	2021年度 当初計画	2021年度 修正計画
1ドル	108.9円	107.6円	106.2円	104.5円	106.1円	110.0円
1元	15.6円	15.2円	15.4円	15.8円	16.4円	17.0円
1ユーロ	120.1円	118.6円	124.1円	124.6円	127.8円	130.0円

下期のみでは増収減益。

# 2022年3月期 修正計画

## セグメント別計画

単位：億円

<売上高>	2020年度	2021年度 修正計画	前年差	為替影響除
			(前年比)	(前年比)
住設事業 (日本)	4,198	4,500	+302 (107%)	+302 (107%)
住設事業 (海外)	1,377	1,705	+328 (124%)	+227 (116%)
新領域	201	293	+92 (146%)	+91 (145%)
その他	3	2	▲1	▲1
合計	5,778	6,500	+722 (112%)	+618 (111%)

2021年度 当初計画	当初計画差 (当初計画比)
4,440	+60 (101%)
1,680	+25 (101%)
228	+65 (129%)
2	-
6,350	+150 (102%)

<営業利益>	2020年度	2021年度 修正計画	前年差	為替影響除
			(前年比)	(前年比)
住設事業 (日本)	228	235	+7 (103%)	+7 (103%)
住設事業 (海外)	177	220	+43 (124%)	+24 (114%)
新領域	18	75	+57 (4.1倍)	+56
その他	▲27	▲30	▲3	▲3
合計	397	500	+103 (126%)	+85 (121%)

2021年度 当初計画	当初計画差 (当初計画比)
230	+5 (102%)
210	+10 (105%)
29	+46 (2.6倍)
▲29	▲1
440	+60 (114%)

全セグメントで増収増益。

# <参考> 2022年3月期 下期修正計画

## セグメント別計画

単位：億円

<売上高>	2020年度	2021年度	前年差	為替影響除	2021年度	当初計画差
	下期実績	下期修正計画	(前年比)	(前年比)		
住設事業 (日本)	2,303	2,362	+59 (103%)	+59 (103%)	2,370	▲8 (100%)
住設事業 (海外)	806	883	+78 (110%)	+17 (102%)	890	▲7 (99%)
新領域	103	159	+55 (153%)	+53 (152%)	112	+47 (142%)
その他	1	1	▲0	▲0	1	▲0
合計	3,214	3,405	+191 (106%)	+129 (104%)	3,373	+32 (101%)
<営業利益>	2020年度	2021年度	前年差	為替影響除	2021年度	当初計画差
	下期実績	下期修正計画	(前年比)	(前年比)		
住設事業 (日本)	181	108	▲73 (60%)	▲73 (60%)	155	▲47 (70%)
住設事業 (海外)	119	96	▲22 (81%)	▲32 (73%)	110	▲14 (88%)
新領域	14	46	+31 (3.2倍)	+31	15	+31 (3.0倍)
その他	▲15	▲17	▲1	▲1	▲15	▲2
合計	299	234	▲65 (78%)	▲76 (75%)	265	▲31 (88%)

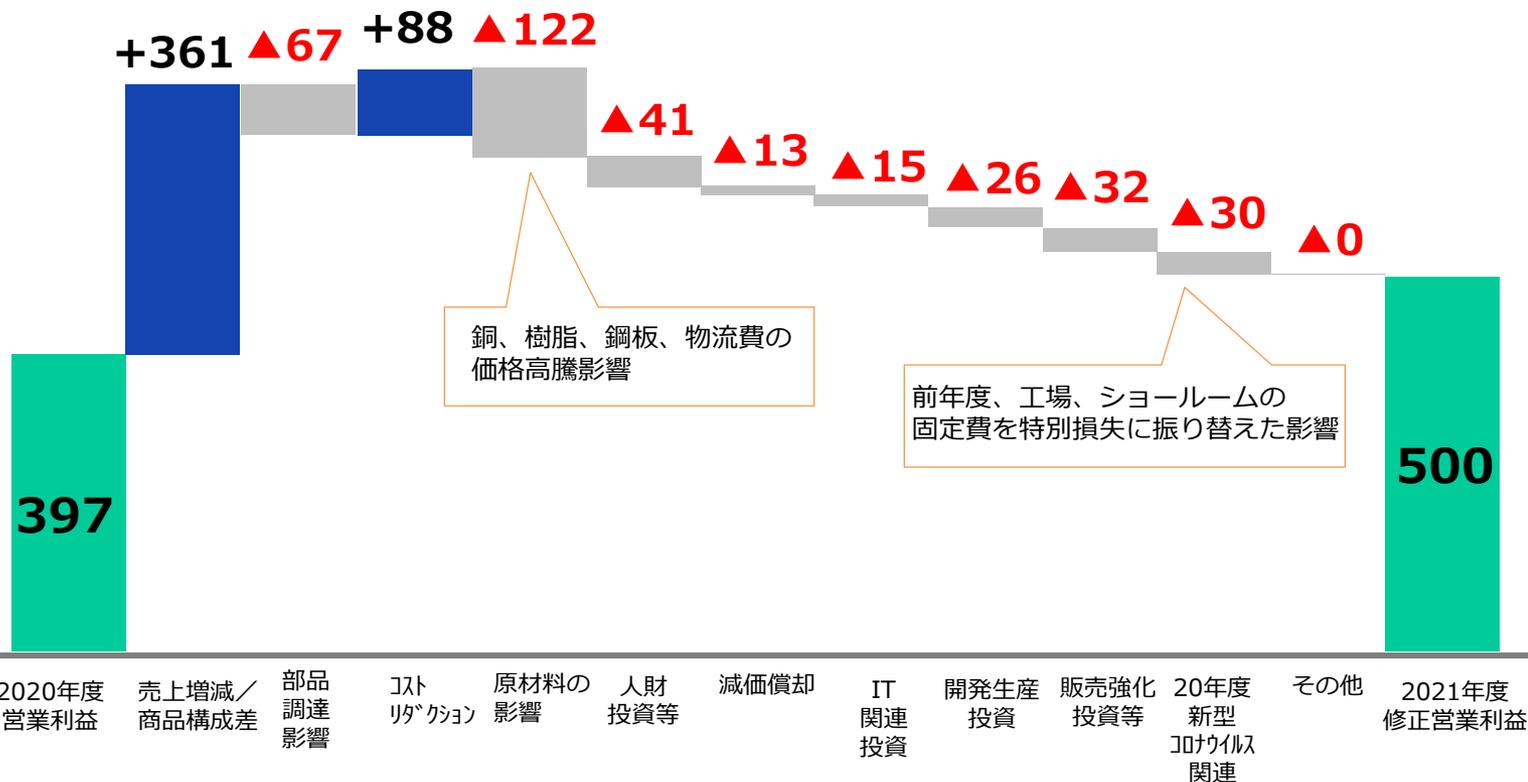
原材料価格等の高騰影響があり、住設事業は増収減益。  
新領域事業は半導体市況の好調が続き、増収増益。

# 2022年3月期 修正計画

## 全社

### 営業利益の増減要因（前年差異+103億円の内訳）

単位：億円



当初計画差	+154	▲67	+8	▲52	▲6	+9	+7	+6	+10	-	▲9	+60
-------	------	-----	----	-----	----	----	----	----	-----	---	----	-----

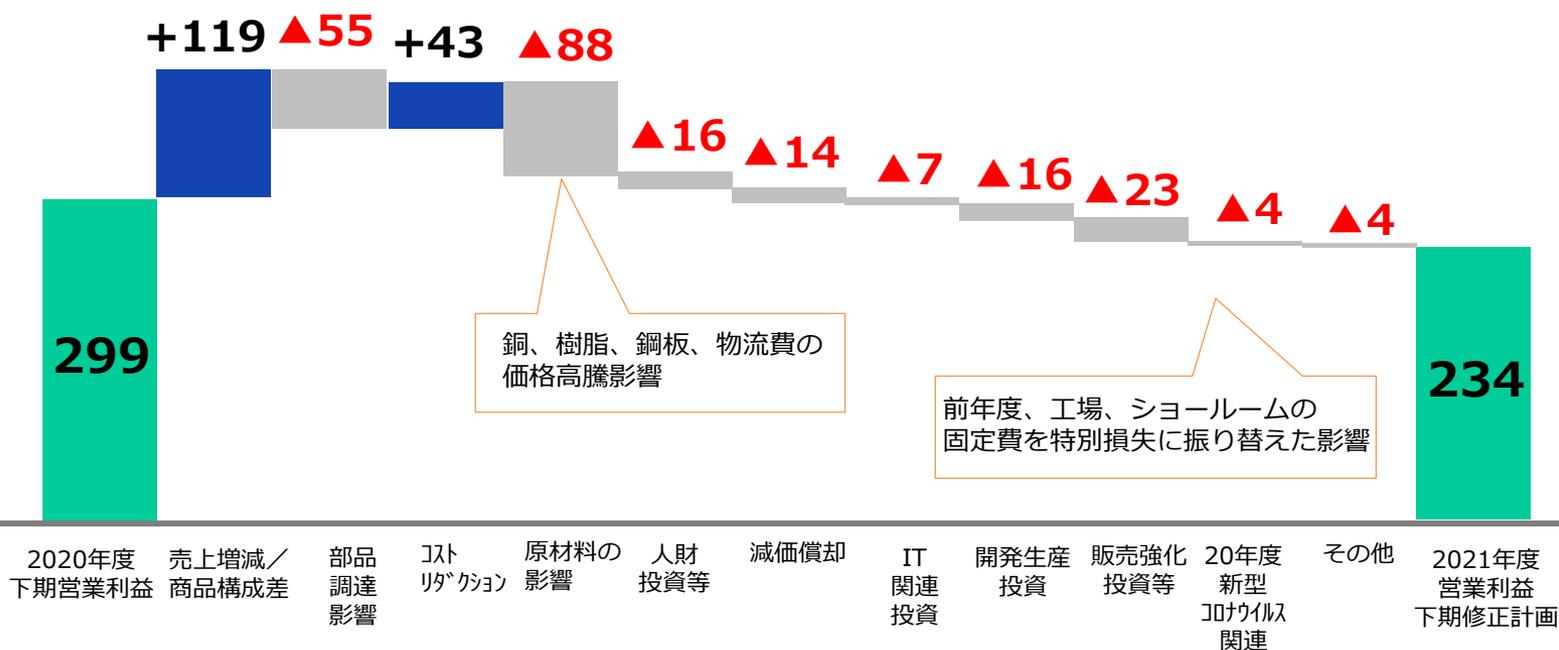
上期の売上好調による増益があるものの、原材料の影響が下期に想定を上回る見込み。

# <参考> 2022年3月期 下期修正計画

## 全社

営業利益の増減要因（前年差異▲65億円の内訳）

単位：億円



部品調達影響が拡大することに加え、原材料の影響が想定を上回る見込み。

# 2022年3月期 修正計画

## グローバル住設事業（日本）

### 需要別実績

単位：億円

<リモデル>	2020年度	2021年度 修正計画	前年差 (前年比)	2021年度 当初計画	当初計画差 (当初計画比)
売上高	2,886	3,134	+249 (109%)	3,155	▲21 (99%)
営業利益	211	220	+9 (104%)	216	+4 (102%)
営業利益率	7%	7%	▲0pt	7%	▲0pt
<新築>	2020年度	2021年度 修正計画	前年差 (前年比)	2021年度 当初計画	当初計画差 (当初計画比)
売上高	1,313	1,366	+53 (104%)	1,285	+81 (106%)
営業利益	17	15	▲2 (88%)	14	+1 (108%)
営業利益率	1%	1%	▲0pt	1%	▲0pt

下期に原材料価格等の高騰影響があるものの、  
上期の好調を受けリモデルは増収増益。新築は増収減益。

# 2022年3月期 修正計画

## 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				
	2020年度	2021年度 修正計画	前年差 (前年比)	2021年度 当初計画	当初計画差 (当初計画比)	2020年度	2021年度 修正計画	前年差	2021年度 当初計画	当初計画差 (当初計画比)
衛生陶器	898	938	+40 (104%)	900	+38 (104%)	55	81	+26 (148%)	71	+10 (115%)
ウォシュレット	1,008	964	▲44 (96%)	1,033	▲69 (93%)	163	96	▲67 (59%)	142	▲45 (68%)
水栓機器	853	944	+91 (111%)	915	+28 (103%)	33	44	+10 (130%)	33	+11 (132%)
浴室	889	1,024	+135 (115%)	987	+37 (104%)	▲3	22	+25	▲1	+23
キッチン・洗面	417	480	+63 (115%)	459	+21 (105%)	▲8	5	+14	▲2	+7
その他	134	150	+16 (112%)	146	+5 (103%)	▲12	▲13	▲1	▲12	▲1
合計	4,198	4,500	+302 (107%)	4,440	+60 (101%)	228	235	+7 (103%)	230	+5 (102%)

ウォシュレットは減収減益も、その他商品は増収増益。  
なお、キッチン・洗面は通期で黒字化を計画。

# 2022年3月期 修正計画

## グローバル住設事業（海外）

単位：億円

売上高	2020年度	2021年度 修正計画	前年差 (前年比)	2021年度 当初計画	当初計画差 (当初計画比)
中国大陸事業	695	895	+200 (129%)	875	+20 (102%)
アジア事業 ※	282	320	+38 (114%)	338	▲18 (95%)
米州事業	360	443	+83 (123%)	416	+27 (106%)
欧州事業	40	47	+7 (118%)	51	▲4 (92%)
合計	1,377	1,705	+328 (124%)	1,680	+25 (101%)

営業利益	2020年度	2021年度 修正計画	前年差 (前年比)	2021年度 当初計画	当初計画差 (当初計画比)
中国大陸事業	116	148	+32 (128%)	131	+17 (113%)
アジア事業 ※	46	47	+1 (102%)	51	▲4 (92%)
米州事業	25	34	+9 (137%)	34	+0 (100%)
欧州事業	▲10	▲9	+1	▲6	▲3
合計	177	220	+43 (124%)	210	+10 (105%)

※中国大陸事業を除く

原材料価格等の高騰影響があるものの、上期の好調を受け、  
グローバル住設（海外）全体で増収増益。

# <参考> 2022年3月期 下期修正計画

## グローバル住設事業（海外）

単位：億円

売上高	2020年度 下期実績	2021年度 下期修正計画	前年差 (前年比)	2021年度 下期当初計画	当初計画差 (当初計画比)
中国大陸事業	430	469	+38 (109%)	467	+2 (100%)
アジア事業 ※	150	164	+15 (110%)	187	▲23 (88%)
米州事業	205	230	+25 (112%)	211	+19 (109%)
欧州事業	21	21	▲0 (99%)	25	▲4 (82%)
合計	806	883	+78 (110%)	890	▲7 (99%)

営業利益	2020年度 下期実績	2021年度 下期修正計画	前年差 (前年比)	2021年度 下期当初計画	当初計画差 (当初計画比)
中国大陸事業	76	69	▲7 (91%)	71	▲2 (98%)
アジア事業 ※	28	19	▲8 (70%)	24	▲5 (81%)
米州事業	20	13	▲6 (69%)	18	▲5 (75%)
欧州事業	▲5	▲6	▲1	▲3	▲3
合計	119	96	▲22 (81%)	110	▲14 (88%)

※中国大陸事業を除く

原材料価格等の高騰影響を受け、グローバル住設（海外）全体で増収減益。

# 2022年3月期 修正計画

## 新領域事業（セラミック事業）

### セラミック事業

単位：億円

	2020年度	2021年度 修正計画	前年差 (前年比)	2021年度 当初計画	当初計画差 (当初計画比)
売上高	201	293	+92 (146%)	228	+65 (129%)
営業利益	18	75	+57 (4.1倍)	29	+46 (2.6倍)
営業利益率	9%	26%	+16pt	13%	+13pt

セラミック事業は、半導体市況の好調が続き、増収増益。

# 2022年3月期 修正計画

## 配当計画

	2020年度	2021年度 当初計画	2021年度 修正計画
中間	30.0円	40.0円	45.0円
期末	40.0円	40.0円	45.0円
年間計	70.0円	80.0円	90.0円
配当性向	44.0%	43.0%	40.7%

### 【株主還元の考え方】

- ・ 獲得した利益・資金は、成長投資に積極的に配分することを第一優先とした上で、適切に株主還元を行います。
- ・ 配当性向は連結当期純利益の40%を目途とし、安定的な配当を維持いたします。

**2021年度の配当は90円に修正。**

このプレゼンテーション資料は、2021年10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**