証券コード： 5938

2010年3月期 第３四半期
（2009年4月-１２月）
決算説明資料

LIXIL
Link to Good Living

2010年２月1日

株式会社 住生活グループ

この資料には、㈱住生活グループの将来についての計画と予測の記述が含まれています。これらの計画と予測は、リスクや不確定要素を含んだものであり、実際の業績は様々な重要な要素により当社の計画・予測と大きく異なる結果となる可能性があります。

Ⅰ．2010年3月期　第３四半期決算*の概要

LIXIL
Link to Good Living

*資料中の「第３四半期」とは4月～１２月の9ヶ月間（第３四半期累計）を指します。
「第3四半期 単期」は10月～12月の3ヶ月間をさします。

Ⅰ-1. 第３四半期経営環境・経営施策のポイント

＜新設住宅着工 09年1-９月の実績＞

総数：　58万戸（-30.1%）

うち持家：　21万戸（-14.4%）

うち分譲マンション：　6万戸（-57.9%）

＜ご参考：1-１２月＞
総数：　79万戸（-27.9%）
うち持家：28万戸（-10.6%）
うち分譲マンション：8万戸（-58.0%）

＜当第3四半期の経営施策ポイント＞

- 国内事業環境悪化に対し、スピード感のある構造改革や生産等の海外移転を実施
- 国内市場競争力強化に向け、グループ内の重複部門の最適化実施を開始するとともに、サンウエーブ工業との業務資本提携・株式交換契約締結（10年4月子会社化予定）や新日軽の子会社化（所管官庁の許可等後）に向け基本合意締結を実施
- 海外市場開拓を目的にアメリカンスタンダードのアジア・パシフィック部門を買収
- 地球環境問題への対応として太陽光発電システム事業に向け新会社設立
- 業績については、累計では減収･営業減益となるも経常利益は増益。第3四半期単期では減収だが営業増益となった

＜連結範囲の見直し＞

・エクステリア事業子会社の再編や海外市場の重要性などの観点から連結範囲を見直した結果、第1四半期から11社を新規連結し、資本提携により関連会社となったサンウエーブ工業は第2四半期より持分法適用。

・第2四半期に買収したアメリカンスタンダードのアジアパシフィック部門15社は第2四半期末から新規連結。

・太陽光発電システム事業のため設立した新会社を第3四半期より新規連結。

・また、09/3期第3四半期から新規連結した2社も当上期損益に影響を与えている。

・連結会社数 ： 前期末44社 → 当四半期末69社

損益影響額（29社分）：売上高197億円、営業利益-6億円、経常利益+2億円、当期利益-2億円

Ⅰ-2. 第３四半期 単期（3ヶ月）連結業績

単位：億円、%

	09/3期 第3四半期 単期実績	10/3期 第3四半期 単期計画	10/3期 第3四半期 単期実績	前年同期比 増減	前年同期比 (%)	計画比 増減	計画比 (%)
売上高	2,725	2,625	**2,514**	-211	-7.7	-111	-4.2
売上総利益	817	-	**794**	-22	-2.8	-	-
売上総利益率	30.0%	-	**31.6%**	-	+1.6P	-	-
販管費	708	-	**676**	-32	-4.6	-	-
営業利益	109	85	**118**	10	9.0	33	39.1
営業利益率	4.0%	3.2%	**4.7%**	-	+0.7P	-	+1.5P
経常利益	71	86	**120**	50	70.6	35	40.4
四半期純利益	3	41	**55**	52	1,657.4	14	34.8

＜経営成績（3か月）のポイント＞

- 売上高は海外事業の伸長や新規連結の増加効果があるも、新設住宅着工戸数の低迷が大きく響き-7.7%の211億円減と大幅減収。 計画比でも新築の低迷が響き、-4.2%、111億円の未達となる。
- 一方、営業利益は、大幅な売上減少にも関わらずコスト競争力強化や販管費削減を進めた結果、営業利益率を0.7p改善し10億円の増益で、計画比では+39.1%の33億円上振れで進捗。
- 経常利益は、為替差損やデリバティブ評価損益の好転および持分法投資利益等で増益幅を拡大し+70.6%の50億円増益。
- 四半期純利益は、減損損失が減少したことなどから17倍強の52億円増益。計画比でも+34.8%の14億円上振れ進捗となった。

Ⅰ-3. セグメント別状況（単期：3ヶ月）

売上は上期に引続き低迷も利益は全セグメントで営業黒字を達成し、上期累計利益を上回る。

単位：億円、%

	売上高							営業利益				
	09/3期 第3四半期 単期 実績	10/3期 第3四半期 単期 計画	**10/3期 第3四半期 単期 実績**	前年同期比 増減	前年同期比 %	計画比 増減	計画比 %	09/3期 第3四半期 単期 実績	**10/3期 第3四半期 単期 実績**	前年同期比 増減	前年同期比 %	10/3期 第2四半期 累計実績
金属製建材事業	1,007	945	**900**	-108	-10.7	-45	-4.8	78	**58**	-20	-25.9	80
水回り設備事業	765	778	**756**	-9	-1.1	-22	-2.8	14	**41**	27	193.6	31
その他建材･設備事業	464	413	**392**	-72	-15.6	-21	-5.1	6	**4**	-2	-31.7	-12
流通・小売り事業	372	374	**356**	-15	-4.1	-18	-4.8	13	**15**	2	16.7	26
住宅･不動産他事業	147	136	**137**	-10	-6.6	1	0.7	1	**5**	3	210.2	-18
小計	2,755	2,647	**2,541**	-213	-7.7	-105	-4.0	112	**123**	10	9.1	107
消去又は全社	-30	-21	**-27**	3	-	-6	-	-4	**-4**	0	-	-9
連結	2,725	2,625	**2,514**	-211	-7.7	-111	-4.2	109	**118**	10	9.0	99

■金属製建材：
持家住宅着工や非居住系建築着工などが低調で-10.7%の減収。利益面もコスト削減に努めたもののビル用建材の採算悪化を補えず減益。

■水回り設備：
集合住宅などの着工低迷に伴いバスルーム及びキッチンが不振だったが海外販売増で減収を圧縮し-1.1%の減収。利益は、諸経費削減活動の効果や製品点検費用減少により大幅増益。上期(6ヶ月)累計を上回る利益。

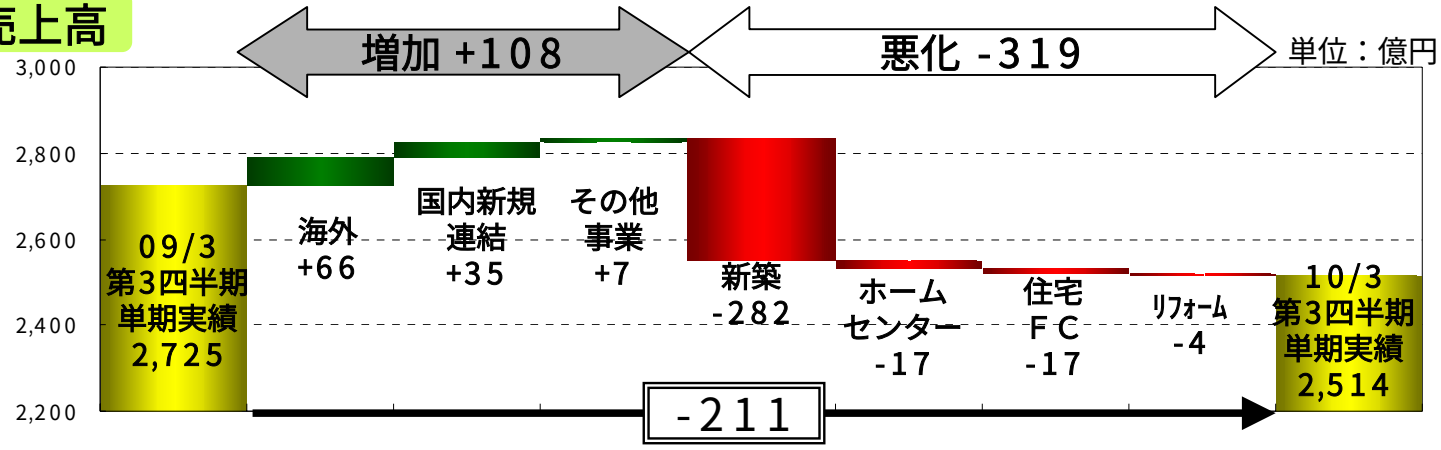
■その他・設備：
建築投資の低迷などの影響で-15.6%の減収。利益面は減益だが構造改革効果が一部発現し上期赤字から黒字転換。

■流通・小売り
景気の不透明な状況下、厳しい年末商戦。利益重視の販促の結果、-4.1%の減収となるが増益を確保。

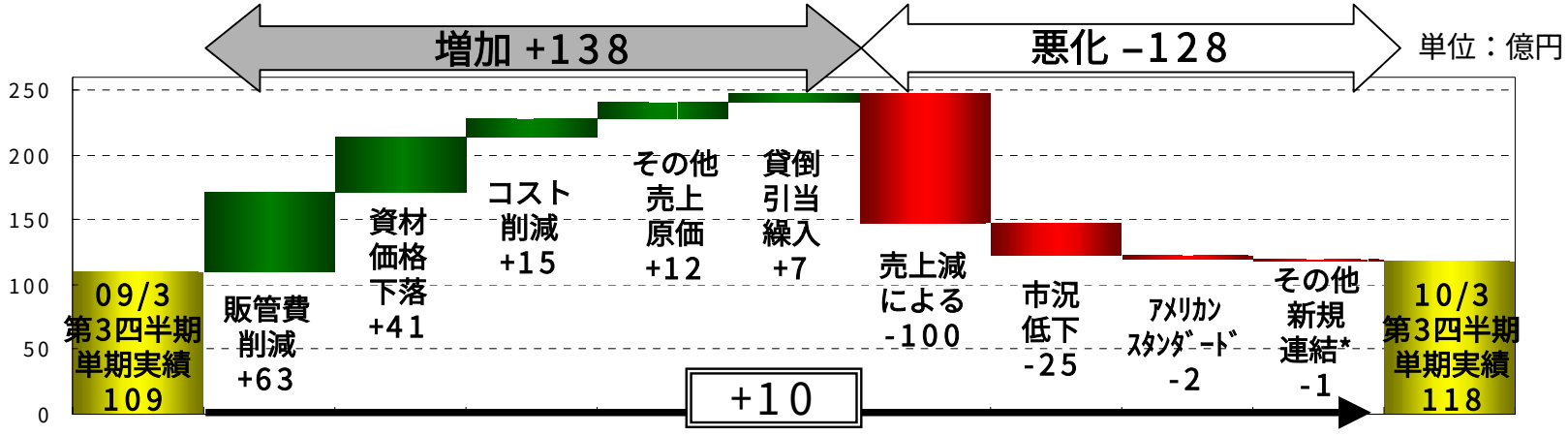
■住宅・不動産他：
住宅投資や不動産市況低迷もコスト削減などに努め上期赤字から黒字転換し、対前年増益となる。

Ⅰ-4. 売上高・営業利益増減：要因別（前年比 3ヶ月）

売上高



営業利益

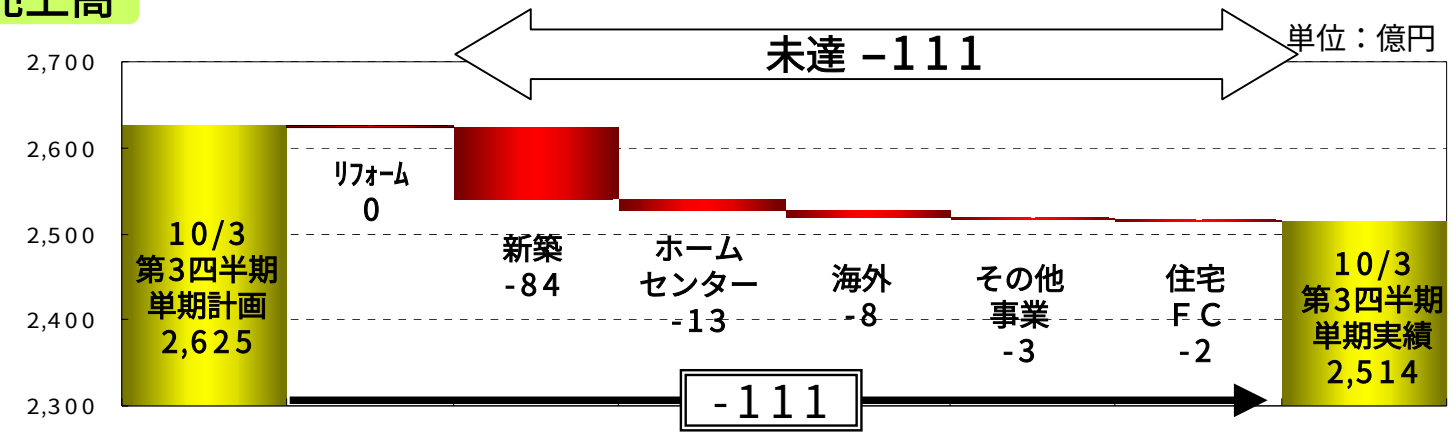


***当第1四半期からの新規連結：** ㈱ダイナワン、NITTAN UK Ltd.、台湾伊奈股分有限公司、INAX VIETNAM TILE CO.,Ltd、Ｇライフグループ7社(Ｇライフグループ㈱、㈱アイエクス、㈱フレックスリビング、㈱フレックス九州、㈱フレックス瀬戸、㈱アイメル渡喜、ナニワエクステリア㈱)　計11社

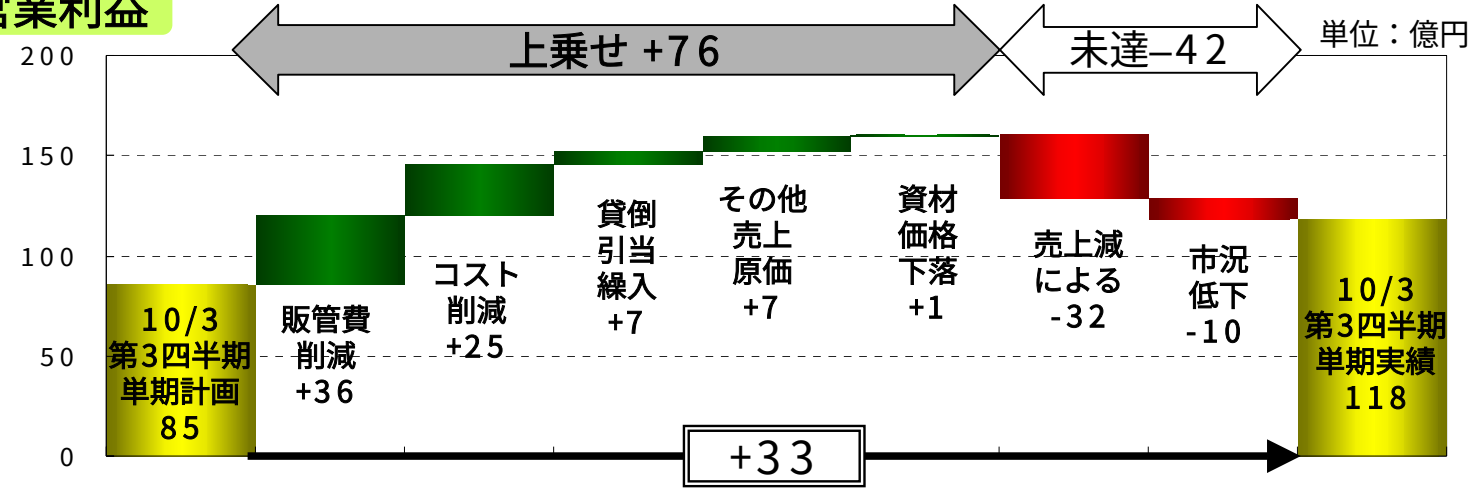
当第3四半期からのPL新規連結： American Standardグループ15社(A-S CHINA PLUMBING PRODUCTS Ltd. 他)

Ⅰ-5. 売上高・営業利益増減：要因別（計画比 3ヶ月）

売上高



営業利益



Ⅰ-6. 第３四半期（累計）連結業績

単位：億円、％

	09/3期 第3四半期 実績	10/3期 第3四半期 計画	10/3期 第3四半期 実績	前年同期比		計画比	
				増減	(%)	増減	(%)
売上高	7,925	7,350	**7,239**	-686	-8.7	-111	-1.5
売上総利益	2,363	-	**2,243**	-120	-5.1	-	-
売上総利益率	29.8%	-	**31.0%**	-	+1.2P	-	-
販管費	2,118	-	**2,026**	-92	-4.4	-	-
営業利益	245	184	**217**	-28	-11.3	33	18.1
営業利益率	3.1%	2.5%	**3.0%**	-	-0.1P	-	+0.5P
経常利益	215	208	**242**	27	12.7	35	16.7
四半期純損益	64	-58	**-44**	-109	-168.7	14	-

＜経営成績のポイント＞

■売上高は海外事業の伸長や新規連結の増加効果があるも、新設住宅着工戸数の低迷が大きく響き-8.7%の686億円減と大幅減収。

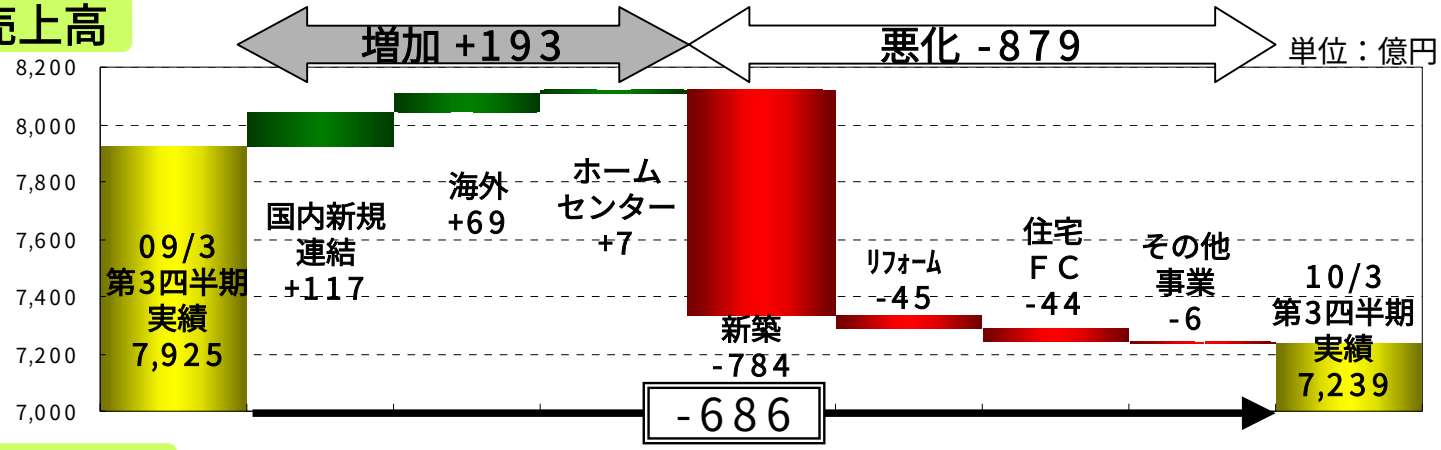
■一方営業利益は、大幅な売上減少にも関わらずコスト競争力強化や販管費削減を進めた結果、営業利益率を僅か0.1p落とすに留まる28億円の減益となった。

■経常利益は、為替差損やデリバティブ評価損益の好転及び持分法投資利益等で大幅に改善し+12.7%の27億円の増益となる。

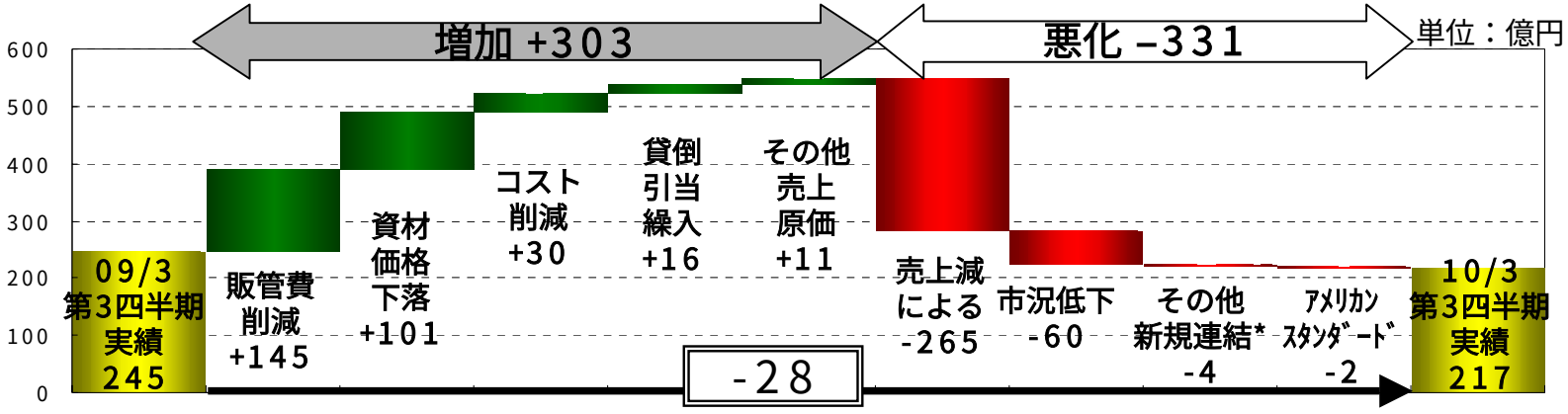
■四半期純利益は、第2四半期に計上した減損損失や工場再編関連損失などの特別損失により44億円の四半期純損失となる。

Ⅰ-7. 売上高・営業利益増減：要因別（前年比）

売上高



営業利益



***当第1四半期からの新規連結：** ㈱ダイナワン、NITTAN UK Ltd.、台湾伊奈股分有限公司、INAX VIETNAM TILE CO.,Ltd、Ｇライフグループ7社(Ｇライフグループ㈱、㈱アイエクス、㈱フレックスリビング、㈱フレックス九州、㈱フレックス瀬戸、㈱アイメル渡喜、ナニワエクステリア㈱)　計11社

09/3期第3四半期からの新規連結：スヤマトーヨー㈱、INAX VIETNAM Plumbing Fixtures Co., Ltd.　計2社

当第3四半期からのPL新規連結：American Standardグループ15社(A-S CHINA PLUMBING PRODUCTS Ltd. 他)

Ⅰ-8. セグメント別状況（累計：9ヶ月）・その他

流通小売り以外は減収となるも利益では水回りと流通小売りで増益となる。

単位：億円、%

	売上高						営業損益			
	09/3期 第3四半期 実績	10/3期 第3四半期 計画	**10/3期 第3四半期 実績**	前年同期比 増減	前年同期比 %	計画比 増減	09/3期 第3四半期 実績	**10/3期 第3四半期 実績**	前年同期比 増減	前年同期比 %
金属製建材事業	2,977	2,727	**2,682**	-295	-9.9	-45	151	**137**	-13	-8.9
水回り設備事業	2,193	2,090	**2,068**	-125	-5.7	-22	46	**73**	27	59.1
その他建材･設備事業	1,350	1,157	**1,136**	-214	-15.9	-21	16	**-8**	-24	-148.3
流通・小売り事業	1,036	1,065	**1,047**	11	1.0	-18	34	**41**	6	19.0
住宅・不動産他事業	438	380	**381**	-57	-13.0	1	9	**-13**	-22	-254.5
小計	7,994	7,419	**7,314**	-681	-8.5	-105	256	**230**	-26	-10.2
消去又は全社	-69	-69	**-75**	-6	-	-6	-11	**-13**	-2	-
連結	7,925	7,350	**7,239**	-686	-8.7	-111	245	**217**	-28	-11.3

貸倒引当金繰入(販管費)

単位： 億円

	第1四半期	第2四半期	上期累計	第3四半期	第3四半期期累計	第4四半期
10/3期	6	5	11	5	16	-
09/3期	4	16	20	12	32	27
増減差	+2	-11	-9	-7	-16	-

Ⅰ-9. １０/3期連結業績予想の進捗状況

第2四半期発表時から変更なし

単位：億円、%

	10/3期						
	第3四半期累計				通期予想(09/10/29公表)		
	実績	対前年増減額	前年同期比	対計画増減額		対前年増減額	前年度比
金属製建材	2,682	-295	-9.9	-45	**3,760**	-219	**-5.5**
水回り設備	2,068	-125	-5.7	-22	**2,830**	-87	**-3.0**
その他建材・設備	1,136	-214	-15.9	-21	**1,600**	-171	**-9.7**
流通・小売り	1,047	11	1.0	-18	**1,380**	47	**3.5**
住宅・不動産他	381	-57	-13.0	1	**520**	-39	**-6.9**
消去又は全社	-75	-6	-	-6	**-90**	0	**-**
売上高	7,239	-686	-8.7	-111	**10,000**	-469	**-4.5**
営業利益	217	-28	-11.3	33	**220**	-36	**-14.1**
経常利益	242	27	12.7	35	**230**	8	**3.7**
当期純利益	-44	-109	赤字化	14	**-50**	-55	**赤字化**

当第3四半期は対計画で売上未達･利益大幅達成であったが、為替動向や市況などといった事業環境が不透明なため､通期業績の見直しは行っていない。

II. 経営戦略の進捗

LIXIL
Link to Good Living

Ⅱ-１. 新グループブランド LIXIL の導入(1)

グループブランドマーク

■ LIXIL（リクシル）とは「住＝ＬＩＶＩＮＧ」と「生活＝ＬＩＦＥ」にある二つの[ＬＩ]を掛け合わせた造語であり、私たちの事業領域である「住生活」そのものをあらわしている。

ステートメント

Link to Good Living
Link to the Earth

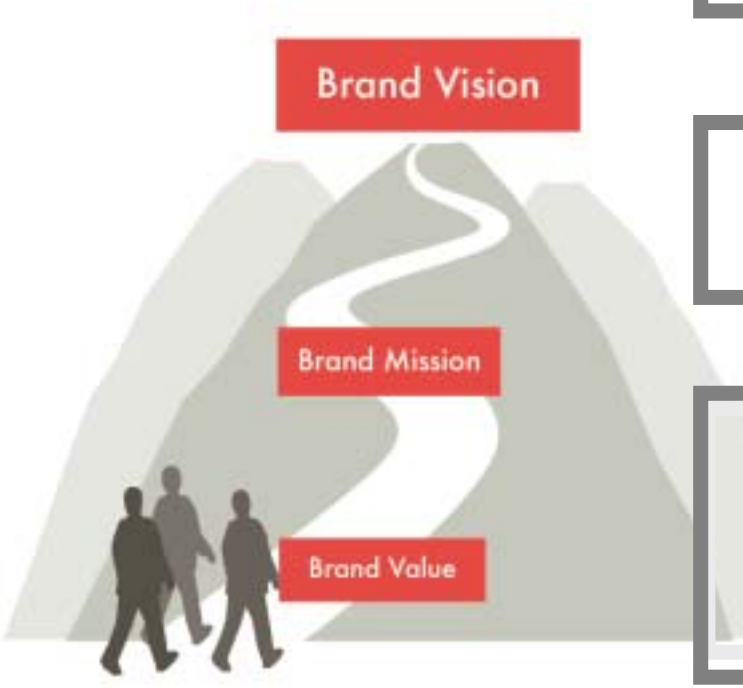
ブランド使用場面

- 持株会社のブランドマーク
- 共同ショールーム
- 事業会社が共同で行う展示会等
- 事業会社のカタログや掲示物
- シェアードサービス会社や新たな事業会社のロゴマーク

Ⅱ-1. 新グループブランド LIXIL の導入(2)

ブランドコンセプト LIXIL WAY

新グループブランドと同時に、グループ全体でビジョンを共有できるブランドコンセプトを導入する。



① LIXILブランドビジョン：ありたい姿

地球と調和する「暮らしの理性」を創造する。
Link to the Earth

② LIXILブランドミッション：日々の努力

良い暮らしにつながる「絆」をつくる。
Link to Good Living

③ LIXILブランドバリュー：約束する価値

確かな品質
Link to Quality

高い技術
Link to Technology

美しい環境
Link to Environment

豊かな感動
Link to Emotion

Ⅱ-２. 今後のグループ経営取組みの柱

新ブランドLIXILのもと、グループ経営の取組みを強化し、さらなるシナジー効果を創出していく。

Ａ．国内市場での競争力の強化

- サンウエーブ工業の子会社化
- トステム・ＩＮＡＸ・サンウエーブで重複する住器部門の最適化

Ｂ．海外市場の開拓

- アメリカンスタンダード　アジア・パシフィック部門
- 上海万博へ出展

Ｃ．地球環境問題への対応

- 太陽光発電システム事業への新規参入
- 大規模太陽光発電施設の建設計画

Ⅱ-３．シナジー最大化に向けたセグメント別経営の強化

グループの統合シナジーを最大化するために、昨年から導入している「事業セグメント別経営体制」の業績責任を明確にする。

- 責任・権限のある事業セグメントの責任者・主幹会社を配置することで、各事業セグメントは、複数の事業会社があたかも一つの会社であるような一元化された事業運営を実現する
- 水回り設備事業については、ＩＮＡＸが主幹会社として、サンウエーブ、トステム水回り事業を含めて総括し、セグメント全体最適を計画・実行する
- 主要セグメントである「金属製建材」「水回り設備」については、ＣＥＯとＣＯＯをおく

事業セグメント	事業セグメント責任者	主幹会社
金属製建材	ＣＥＯ：トステム㈱　取締役会長兼社長　潮田洋一郎 ＣＯＯ：トステム㈱　取締役副社長　大竹俊夫	トステム㈱
水回り設備	ＣＥＯ：㈱ＩＮＡＸ　取締役会長　杉野正博 ＣＯＯ：㈱ＩＮＡＸ　取締役社長　川本隆一	㈱ＩＮＡＸ
その他建材・設備	㈱住生活グループ　専務取締役　長坂泰郎	－
流通・小売	トステムビバ㈱　取締役社長　豆成勝博	－
住宅・不動産他	㈱住生活グループ　取締役　菊地義信	－

Ⅱ-４．Ａ.国内競争力強化(１)グループ統合販売戦略の推進

グループの統合販売戦略を立案・推進する組織として、住生活グループの１００%子会社「株式会社LIXIL」を２０１０年４月に設立する予定。

設立する会社の概要(予定)

社名	株式会社LIXIL（リクシル）
設立	2010年４月1日
株主	㈱住生活グループ100％ 出資子会社
所在地	東京都中央区日本橋浜町 (㈱住生活グループ本社と同じ)
目的	●販売シナジーの最大化による、お客さま満足の向上とグループ企業価値の最大化の実現のための、統合販売戦略立案と推進 ●事業セグメント・事業会社をまたぐ新規事業の育成と推進

グループでの位置づけと役割

㈱住生活グループ

１００%出資子会社

㈱LIXIL

① クロスセルによる販売シナジー最大化

② 次世代ストック戦略と新規事業の推進

③ グループ共同ショールームの推進

④ 営業シェアードサービスの推進と運営

セグメントをまたぐ戦略の共有とシナジーの最大化

5つの事業セグメント

Ⅱ-４．Ａ.国内競争力強化(２)ショールームの共同化

全国にグループ共同ショールームを展開し、地域ナンバーワンショールーム戦略でグループのシナジーを最大化させる。

トステム	７７箇所
ＩＮＡＸ	６６箇所
サンウエーブ工業※	８８箇所
東洋エクステリア	１４箇所

LIXILショールーム

- ２０１０年４月から３年間を目処として共同化を進める
- 重複を解消し、グループ商材の総合展示
- 商品とサービス・ソリューションのワンストップ提案
- 業界最大級となる規模と展示

※ サンウエーブ工業㈱は２０１０年４月１日より㈱住生活グループの子会社となる予定。

Ⅱ-４．A.国内競争力強化 (3)シナジーと構造改革

順調に進捗しているが、新築着工９５万戸前提からの需要減少に伴い、前倒しで刈取りを実施、来期発現分は一部見直し中。

11/3期(単年度)目標		主な施策	進捗状況（単位:億円）	
項目	事業会社		当第３四半期実績金額	11/3期単年度見通し
構造改革(120億円)	トステム(65億円)	販管費削減(営業固定費の削減、効率化)	5 (前倒し)	再度見直し中
		国内工場再編：今期5工場閉鎖	0	15
		人件費の圧縮：早期退職制度	0	15
	INAX(55億円)	不採算事業の撤退決定	3 (前倒し)	12
		人件費の圧縮(派遣・請負削減)	27 (前倒し)	再度見直し中
		業務改革(IT化、間接人員の圧縮)	24 (前倒し)	
シナジー(50億円以上)	INAX・トステム(17億円)	住器事業の最適化： **生産の片寄せを実施、バスルーム生産をＩＮＡＸ工場へ集約済み**	1	17
	グループ全体(35億円)	購買・物流の統合(㈱住生活サプライ設立)	10	17
		販売チャネルの相互活用	2	3
		製造費・販管費の削減	16	15
	(金額未定)	**サンウエーブ工業・新日軽とのシナジー**	-	効果発現予定

Ⅱ-４．A.国内競争力強化 (4) 国内のＭ＆Ａ

	サンウエーブ工業㈱	新日軽㈱ （基本合意段階）
取得方法	㈱住生活グループが８０％を取得 （０９年6月に約３０％を第三者割当・自己株の購入・日新製鋼㈱より購入、１０年4月(予定)に株式交換後、２０％を譲渡)	日本軽金属㈱より１００％を取得。 取得会社は未定。
取得時期	２００９/６/１９： ２９.９８％ ２０１０/４/１：株式交換、１００％ ２０１０/４/７(予定)：日新製鋼㈱へ ２０％を譲渡し、８０％へ	２０１０年4月1日または 別途定める日 （*公正取引委員会の審査待ち）
買収金額等	０９年6月 約３０％=２６.８億円 １０年4月 株式交換比率＝１：０.１９	未定
のれん代総額（またはのれん償却額）	１０/３期：負ののれん償却 ８億円 １１/３期以降：のれん総額未定	未定

サンウエーブ工業とのシナジーは生産体制やショールーム戦略等を中心に策定中。

Ⅱ-４．A.国内競争力強化 (5) リフォーム-1

リフォーム売上は 前年同期比2.8%減も新築影響減が大きくリフォーム比率は高まる

リフォーム売上

単位：億円、%

	09/3期 実績	10/3期第3四半期 実績	前年同期比	計画比
トステム	813	652	-0.4	1.0
ＩＮＡＸ	835	625	-3.9	-0.4
トステムビバ	75	64	6.5	-2.7
その他	311	227	-8.8	-1.1
合計	2,033	1,568	-2.8	0.0

ご参考：リフォーム比率
（※国内総売上高に占める比率）

09/3期 実績	09/3期 第3四半期 実績	10/3期 第3四半期 実績
19.6%	20.6%	22.1%

注）「リフォーム売上」とは以下を指します。
・リフォーム専用商品　・リフォームチャネル
・トステムオンライン　・ビバのリフォーム部門
・TOEXの後付商品　・ビル改装事業の売上高

非新築向け売上

単位：億円、%

	10/3期第3四半期 実績	前年同期比	計画比
トステム	672	-0.7	0.7
ＩＮＡＸ	732	-3.8	-0.3
トステムビバ	1,047	1.0	-1.5
その他	523	4.6	-1.2
合計	2,974	-2.9	-0.7

ご参考：非新築市場売上比率
（※国内総売上高に占める比率）

09/3期 第3四半期 実績	10/3期 第3四半期 実績
39.1%	42.0%

注）「非新築向け売上」とは左記“リフォーム売上”に以下の売上を追加したものです。
・工事・保守･メンテナンス　・ビルダー向けソリューションサービス
・住宅用火災警報器　・ビバの小売事業（リフォーム以外）
・不動産関連事業　・性能評価検査、地盤改良工事､地盤保証
・その他

リフォームネットワーク

(加盟店数)

	09/3末 実績	09/12末 実績
トステムリフォームマジック	5,784	5,444
トステムホームウェル（FC）	186	176
INAXリフォームネットワーク	3,697	3,665
INAX LIFA（FC）	246	248

ＥＣＯを念頭においた商品開発

SATIS(トイレ)、ラ･バス(バス)、インプラス(窓)、エコカラット(タイル)、Zima(ガーデンルーム)など

リフォームチャネルの開拓

インターネット販売、ホームセンター販売網、不動産管理会社の活用など

Ⅱ-４．A.国内競争力強化 (5) リフォーム-2

住宅版エコポイントの有効活用：窓リフォームの期待市場規模（試算）

市場規模

項目		市場規模(兆円)	導入数
創エネルギー	太陽光発電	110	4,600万戸
省エネルギー	窓の断熱化	16	

資料： 小宮山宏 前東大総長
日経新聞09/5/13より抜粋

改修対象窓数試算

		対象物件	窓数(万枚)
住居	戸建て	233万戸	3,030
	集合	199万戸	990
計		432万戸	4,020
非住居		18万件	1,470
合 計		-	5,490

※1 国交省目標：断熱住居20%→40%（2015年）
2 改修対象は築20年未満と見込む

改修窓の市場試算(年換算)

(単位：億円)

		MAX	MIN
住居	戸建て	3,270	1,640
	集合	1,070	540
計		4,340	2,170
非住居		1,060	530
合 計		5,400	2,700

改修窓の市場試算ではMAXで5,400億円/年も期待できる。この機会を捉えて一般消費者の方々に認知してもらうことが肝要。（CMや家電量販店ルートへの展開など)

お勧め商品　内窓
（後付け二重窓）
「インプラス」(トステム)

波及効果：エコリフォームの即時交換

「エコリフォームによって取得したエコポイントを、当該エコリフォームを行う工事施工者が追加的に実施する工事の費用に充当できるものとします。」→ 全国の水回りショールームにも「インプラス」展示

Ⅱ-4. A.国内競争力強化 (6) ホームセンター事業

トステムビバの業績

単位：億円、%、店

	09/3期 実績	10/3期 第3四半期 実績	前年同期比	計画比	10/3期末 計画	前期末比
売上高	1,333	1,047	+1.0	-1.5		
営業利益	36	47	+23.2	+5.3		
率	2.7%	4.4%	+0.8p	+0.3p		
SVH 出店数	3	1	-	-	2	-
NVH 出店数	-	-	-	-	-	-
建デポ出店数	1	1			1	-
閉鎖店舗数	3	2	-	-	2	-
期末店舗数	82	81	-	-	82	0
内SVH	17	18	-	-	19	+2
内NVH	6	6	-	-	6	0
内建デポ	1	2	-	-	2	+1

（注）SVH=「スーパービバホーム」･･･店舗面積が10,000㎡を超える（現状の平均は14,000㎡）新業態の大型店舗。
NVH=「ニュービバホーム」･･･店舗面積が10,000㎡未満だが、SVHと同様の店舗コンセプトで展開している新業態店舗。

プロ向け小型ショップの展開

・トステムビバ「建デポ」野田･上尾の2店舗（改装出店）一般の方も購入可能

・トステム「建デポ・プロ」2月2日立川店オープン（プロユーザー限定の会員制）

Ⅱ-４．A.国内競争力強化（７）ＴＯＥＸ

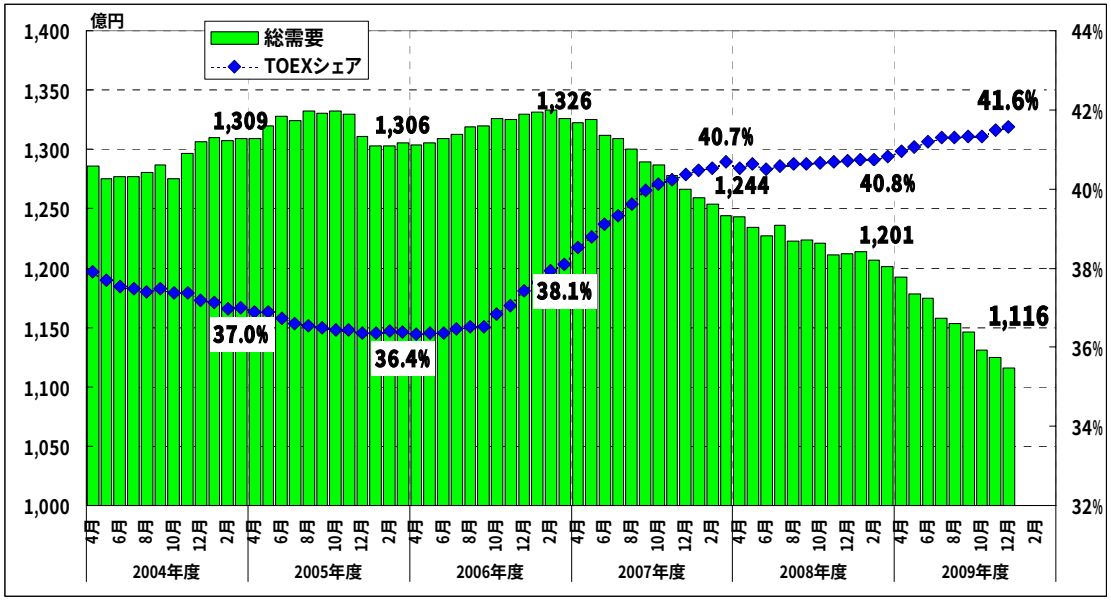
TOEX（東洋エクステリア㈱）業績

単位：億円、％

		09/3期 実績	10/3期 実績	第3四半期 前年同期比	第3四半期 計画比
売上高		549	388	-6.8	1.6
営業利益		48	38	8.6	22.9
	%	8.7%	9.8%	+1.4P	+1.7P

ガーデンルーム“ Zima”

ガーデンエクステリアの総需要とTOEXシェア



ガーデンエクステリア総需要資料：全国エクステリア工業会

「自然浴」をキーワードに、従来からの門扉、カーポート、フェンスといったエクステリア商品に加え、「ミッドテリア」という新ジャンルを開拓し、需要が減少する中でも利益成長を着実に実行。

Ⅱ-４．B.海外市場の開拓(1) 海外販売・海外生産

海外販売

単位：億円、％

	10/3期						
	第3四半期実績	前年同期比	計画比	下期予想	前年同期比	通期予想	前年度比
タイ	18	-24.9	-5.1	15	+18.4	25	-25.8
ベトナム	30	+22.6	+7.7	24	+25.1	43	+12.1
中国・香港	10	-38.8	-37.5	32	+258.4	38	+51.6
その他アジア	20	+61.0	-7.0	17	+161.6	30	+116.4
欧米・その他	14	+108.0	-8.4	10	+390.6	20	+180.0
小計	91	+9.9	-7.5	97	+97.0	155	+31.5
アメリカンスタンダード	61	-	-1.1	135	-	135	-
合計	152	+83.4	-5.0	232	+314.8	290	+145.9

ご参考：海外販売比率

09/3期 1.1% ⇨ 10/3期予想 2.9%

海外販売伸び率145.9%

■成長著しい中国市場の開拓に向け、当社グループのブランドバリュー向上を図るため、上海万博・日本産業館への出展や 外灘三号（上海の有名ギャラリー）の展覧会スポンサードなどを行う。
■上海万博ではアメリカンスタンダードが181のパビリオンに衛生機器を納品

海外生産

会社名	生産品目	所在地	投資状況	海外生産比率		
				09/3期実績	10/3期 第3四半期実績	10/3期 通期予想
トステム	住宅用アルミサッシ	タイ	第5次設備投資	33%	31%	36%
	リビング建材	中国・大連	-	42%	43%	42%
ＩＮＡＸ	衛生陶器	ベトナム・ハノイ	第5工場建設中、第6工場計画	22%	23%	23%
		中国・蘇州	第2工場本格稼動			
	水栓金具	ベトナム・ダナン	工場建設ほぼ完了、1月生産開始	-	-	-
		中国・蘇州	-	9%	12%	12%
	床タイル	中国・蘇州	-	44%	44%	46%

上海万博・日本産業館への出展

TOSTEM INAX

Ⅱ-4. B.海外市場の開拓(2)アメリカン・スタンダード

アメリカン・スタンダードアジア・パシフィック部門

取得方法	取得時期	買収金額	のれん代総額
㈱INAXがIdeal Standard社から未公開会社8社を取得および香港上場のA-S China Plumbing Products社を公開買付	【A-S CHINA社】 09年11月9日公開買付完了 (12月末現在 持分100%) 【その他の会社】 09年7月2日	175億円 別途、現預金 受入:45億円	のれん総額 20億円 ※5年償却(一部一括償却) 知的財産権総額：34.8億円 ※9年償却

業績

（単位：億円）

	第3四半期(3ヶ月)実績			下期予想		
	売上高	営業利益	経常利益	売上高	営業利益	経常利益
アメスタ・グループ業績	61	6	4	135	16	10
のれん代償却額		-6	-4		-7	-5
知的財産権償却額(INAX計上)		-2	-2		-2	-2
連結影響額合計	61	-2	-2	135	7	3

ご参考:11/3期以降のれん年間償却予定額

営業利益	経常利益
-5	-3
-4	-4
-9	-7

ブランド戦略

「INAX」「American Standard」並存：中国、ベトナムなど

「American Standard」主体：タイ、韓国、フィリピンなど

American Standard

Ⅱ－４．Ｃ.地球環境問題への対応(１)太陽光発電システム事業

新会社『リクシルエナジー株式会社』（資本金：1億円、㈱住生活グループ100％出資）を設立し、省エネ・環境対応住宅の基幹商品でもある太陽光発電等のエコロジー発電システムの製造と販売に参入する。

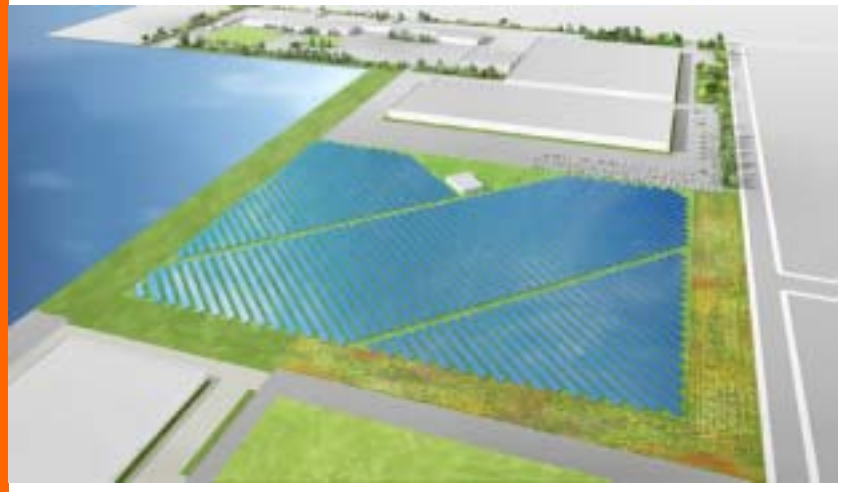
住生活グループが参入することで、太陽光発電システムを次世代住宅の標準的な住宅設備機器として普及させていくことを目指す。

目的・狙い	クリーンエネルギーの活用を推進する。 グループ企業のエコ商品とともに住宅の CO_2排出ゼロに貢献する。
開始時期	２０１０年４月販売開始
事業の内容	太陽光発電等のエコロジー発電システム全般 及び応用製品の製造と販売
目標	初年度 新規国内設置数の５％ ３年後　新規国内設置数の１０％以上
ブランドマーク	LIXIL ENERGY by TOSTEM & INAX

Ⅱ－４．Ｃ.地球環境問題への対応（２)太陽光発電施設の建設

住生活グループの事業会社トステム㈱において、工場等の遊休地を利用した大規模な太陽光発電施設による、環境負荷低減に取り組むべく主要自治体と協働で設備投資を計画中。

太陽光発電施設



有明工場　鳥瞰イメージ

有明工場太陽光発電施設	
計画地	熊本県玉名郡長洲町名石浜25
太陽光電池出力	約３．７５Ｍｗ 九州最大
推定発電電力量	約４，０００Ｍｗｈ/年　※
ＣＯ2排出削減量	約１，５００ｔ/年
敷地面積	約１０９，０００坪
施設対象面積	約３６，０００坪
運転開始予定	２０１１年２月
電力使用方法	自家消費(工場使用量の12.5%相当)

※ 一般家庭年間約１，０００世帯分

*同規模の計画を福島県・茨城県の２工場で計画中