

2010年3月期 決算説明資料



2010年4月30日

株式会社 住生活グループ

この資料には、(株)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。

・ 2010年3月期決算の概要



ポイント：

- ・ 「将来への布石」の年度
- ・ 減収増益（営業利益ベース）

- 1. 経営環境と経営施策のポイント

< 新設住宅着工 09年1-12月の実績 >

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%)

<ご参考：09年4-10/2月>
総数： 71万戸 (-27.0%)
うち持家： 27万戸 (- 8.4%)
うち分譲マンション： 6万戸 (-62.3%)

< 当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、サンウエーブ工業や新日軽を子会社化（10年4月より）へ
- 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（09年7月）
- 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（09年12月）
- グループブランドを「LIXIL（リクシル）」へ一新するとともに、統合営業戦略立案会社(株)LIXILの設立（4月1日）を決定
- 水回り設備事業の営業シナジー追及を目的としてINAXとサンウエーブの営業部門統合会社(株)INAXサンウエーブマーケティングの設立（7月1日営業開始）を決定

< 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 当期末69社（2社合併消滅）
- 損益影響額（29社分）：売上高301億円、営業利益-3億円、経常利益+8億円、当期利益-0億円

- 2. 2010年3月期 連結業績結果

単位：億円、%

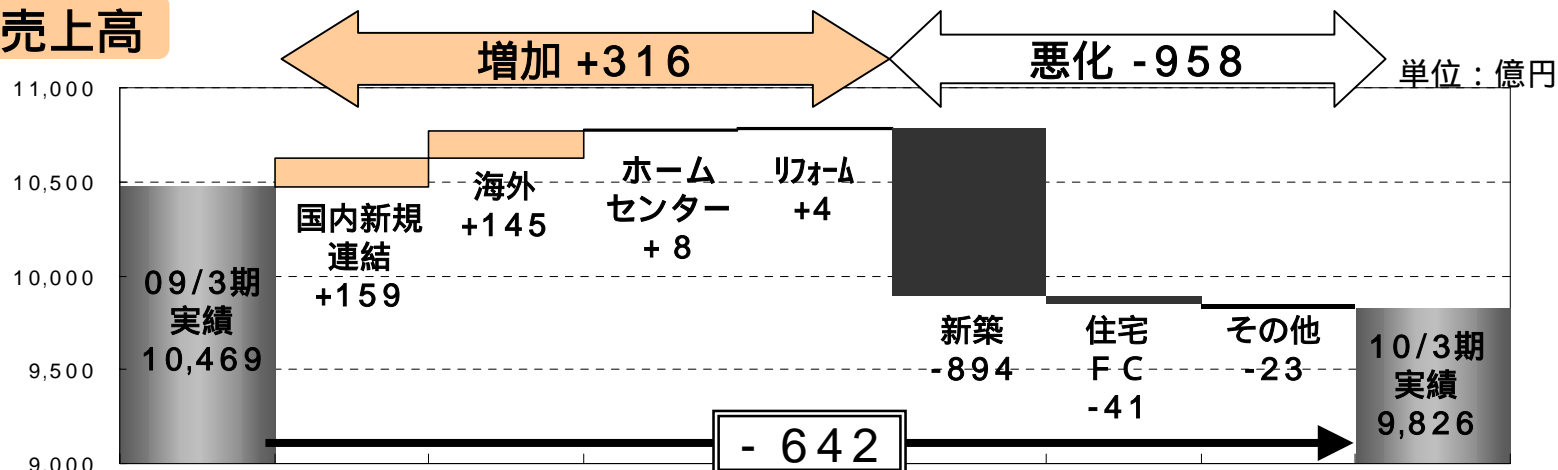
	09/3期 実績	10/3期 予想 (中間期修正)	10/3期 実績	前年比		予想比	
				増減	(%)	増減	(%)
売上高	10,469	10,000	9,826	-642	-6.1	-174	-1.7
売上総利益	3,058	-	2,990	-68	-2.2	-	-
売上総利益率	29.2%	-	30.4%	-	+1.2P	-	-
販管費	2,802	-	2,731	-71	-2.5	-	-
営業利益	256	220	260	4	1.5	40	18.1
営業利益率	2.4%	2.2%	2.6%	-	+0.2P	-	+0.4P
経常利益	222	230	279	57	25.6	49	21.1
当期純損益	5	-50	-53	-58	-	-3	-

< 経営成績のポイント >

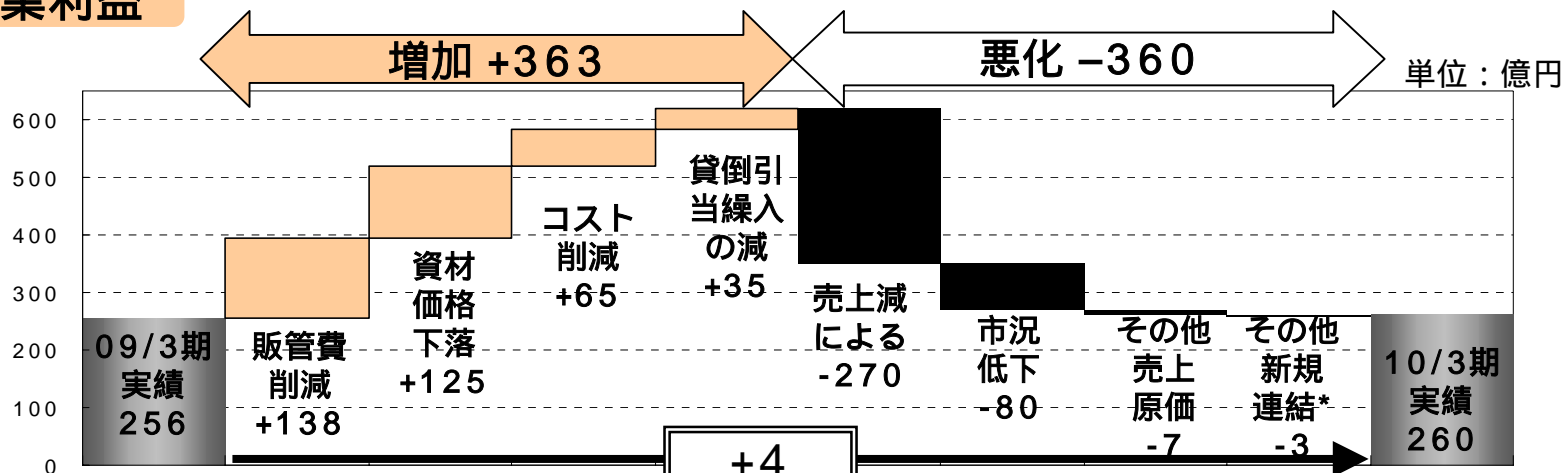
- 売上高は海外事業の伸長や新規連結の増加効果があるも、新設住宅着工戸数の低迷が大きく響き -6.1%の642億円減と大幅減収。予想比でも新築の低迷が響き、-1.7%の174億円未達となった。
- 一方、営業利益は、大幅な売上減少にも関わらずコスト競争力強化や販管費削減を進めた結果、営業利益率を0.2p改善し4億円の増益となった。予想比では+18.1%の40億円上振れの結果となった。
- 経常利益は、為替差損やデリバティブ評価損益の好転および持分法投資利益等で増益幅を拡大し +25.6%の57億円の増益。
- 当期純利益は、減損損失151億円や工場再編関連損失42億円など248億円の特別損失を計上したことにより53億円の当期純損失となった。

-3. 売上高・営業利益増減：要因別（前年比）

売上高



営業利益



営業利益率 2.4%

2.6%

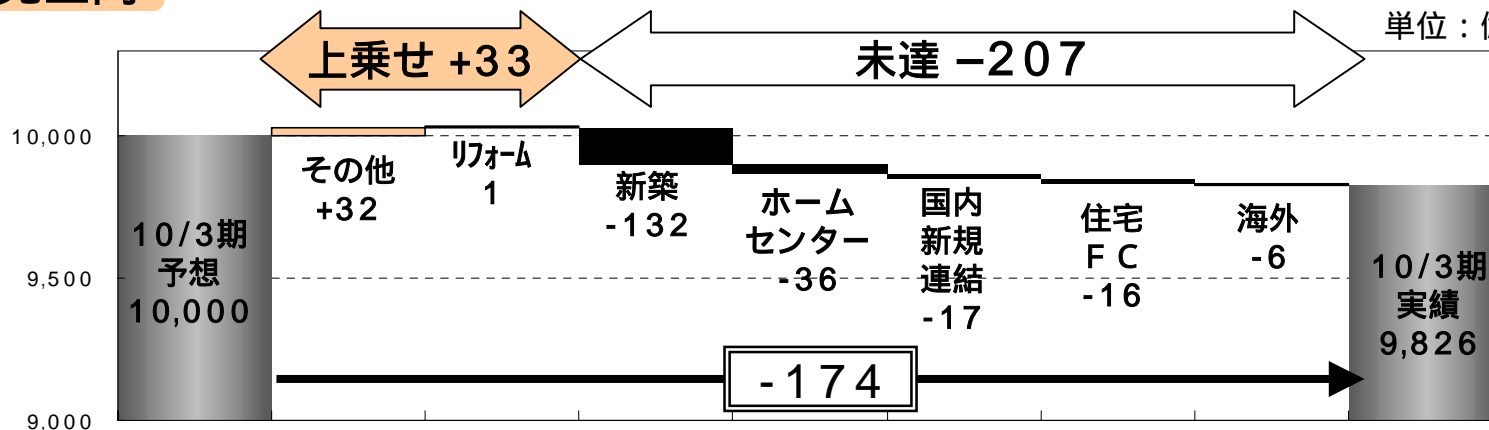
*当第1四半期からの新規連結：(株)ダイナワン、NITTAN UK Ltd.、台湾伊奈股分有限公司、INAX VIETNAM TILE CO.,Ltd.、Gライフグループ7社(Gライフグループ(株)、(株)アイエクス、(株)フレックスリビング、(株)フレックス九州、(株)フレックス瀬戸、(株)アイメル渡喜、ナニワエクステリア(株) 計11社

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)

-3. 売上高・営業利益増減：要因別（予想比）

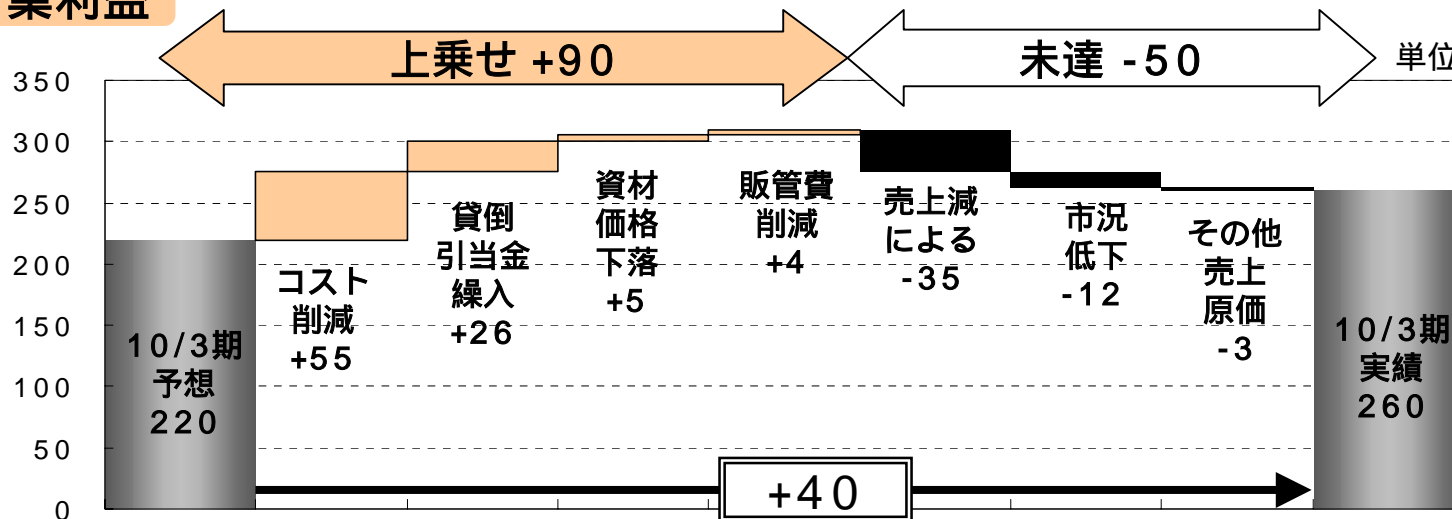
売上高

単位：億円



営業利益

単位：億円

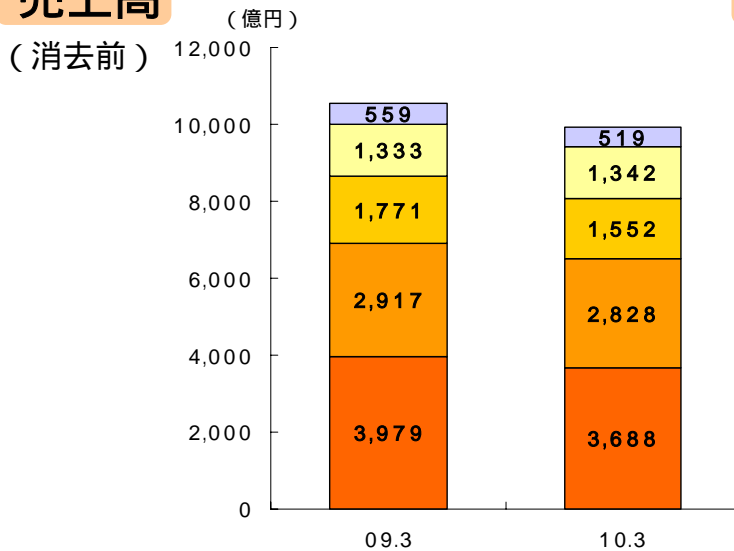


営業利益率 2.2%

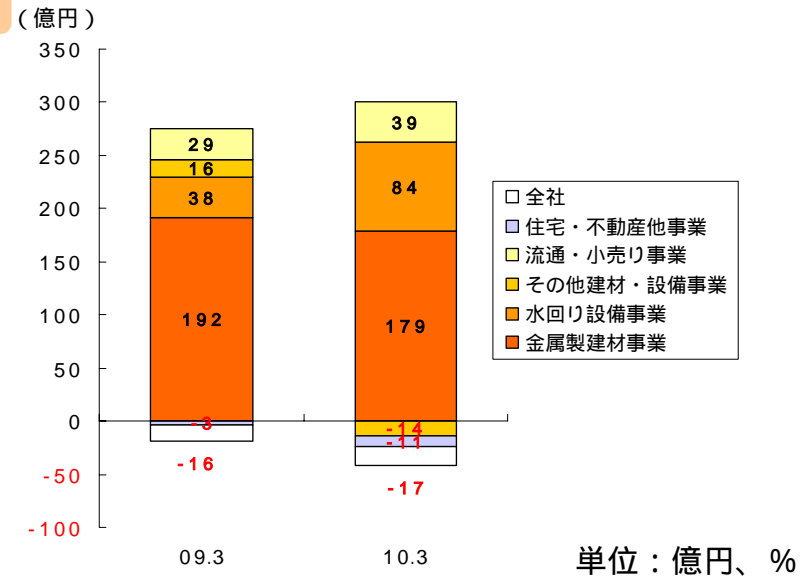
2.6%

-4. セグメント別状況

売上高



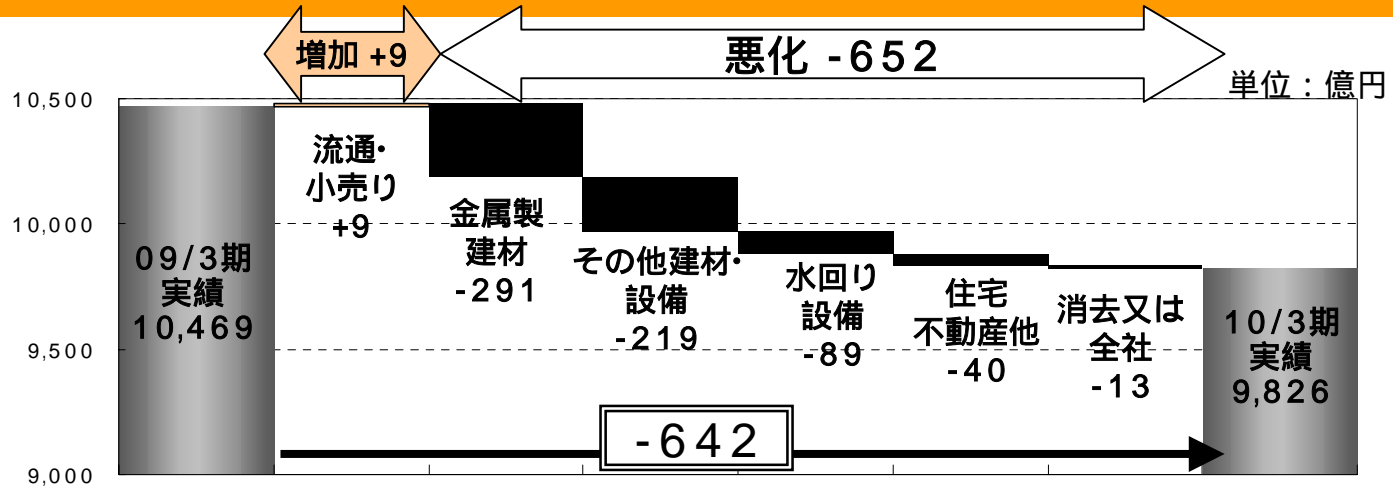
営業利益



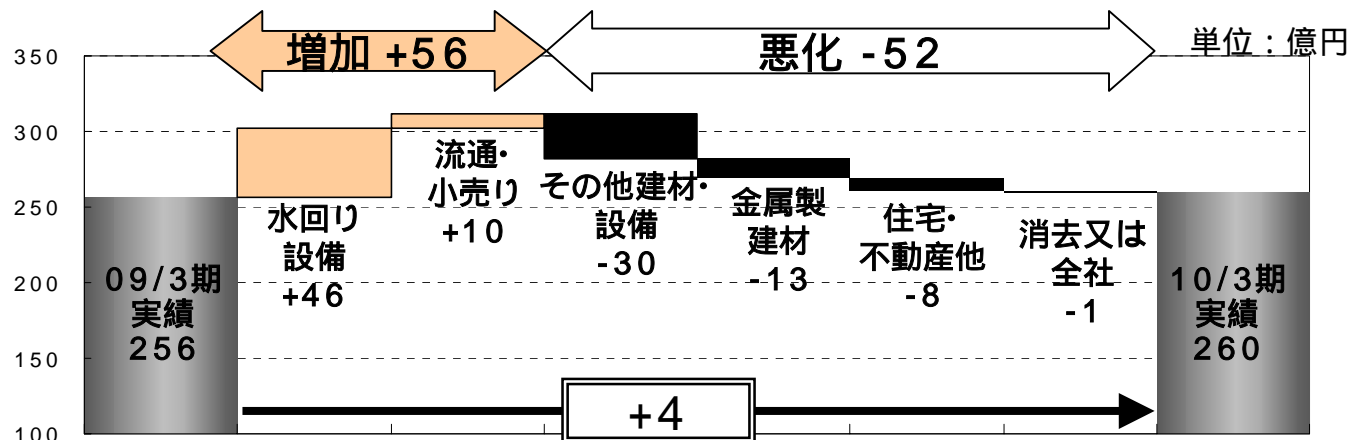
	売上高					営業利益			
	09/3期 実績	10/3期 予想	10/3期 実績	前年比		09/3期 実績	10/3期 実績	営業利益率	
				増減	%			10/3期	前年差
金属製建材事業	3,979	3,760	3,688	-291	-7.3	192	179	4.8%	+0.0P
水回り設備事業	2,917	2,830	2,828	-89	-3.0	38	84	3.0%	+1.7P
その他建材・設備事業	1,771	1,600	1,552	-219	-12.4	16	-14	-0.9%	-1.8P
流通・小売り事業	1,333	1,380	1,342	9	0.7	29	39	2.9%	+0.7P
住宅・不動産他事業	559	520	519	-40	-7.1	-3	-11	-2.1%	-1.5P
小計	10,558	10,090	9,929	-629	-6.0	272	277		
消去又は全社	-90	-90	-103	-13	-	-16	-17		
連結	10,469	10,000	9,826	-642	-6.1	256	260	2.6%	+1.5P

- 4. 売上高・営業利益増減: セグメント別 (前年比)

売上高



営業利益



セグメント別増減要因

(単位：億円)

	販管費削減	資材価格	コスト削減	売上減による	市況低下	その他原価	新規連結	合計
金属製建材	17	93	47	-110	-59	2	-2	-13
水回り設備	95	25	7	-61	-15	-6	2	46
その他建材・設備	47	7	3	-79	-6	-0	-2	-30
流通・小売り	3	-	2	3	1	1	-	10
住宅・不動産他	12	1	6	-23	-0	-3	-	-8
合計	173	125	65	-270	-80	-7	-3	5

- 5. その他損益関連

■ 貸倒引当金繰入・戻入について

単位：億円

	第1四半期	第2四半期	第3四半期	第4四半期	累計
10/3期	6	5	5	8	25
09/3期	4	16	12	27	59
増減差	+2	-11	-7	-19	-35

■ 特別損失

科目	09/3期 実績	10/3期 実績	増減	内容
遊休資産等	8	123	115	トステムの綾部工場などの閉鎖工場やバックアップ用地
事業減損	58	28	-30	トステム傘下のシニアライフカンパニー、他
減損損失	66	151	85	工場再編等に伴う用途見直しによるものや 介護付きマンションなど
工場再編関連損失	8	42	34	INAXのタイルや建材事業等の不採算事業及び閉鎖決定工場など
投資有価証券評価損	5	31	26	
固定資産除売却損他	78	25	-53	
特別損失	157	248	91	

■ 工場数について

	10/3期末	施設名	生産品目	閉鎖時期
トステム	(国内) 22	トステム松戸工場	ビル用サッシ	09年6月末閉鎖完了(前橋工場に移管・集約)
		トステム勝央工場	住宅用サッシ	09年11月末閉鎖完了(大和、岩井、久居、有明工場に移管・集約)
		トステム豊橋工場	雨戸、複層ガラス	09年12月末閉鎖完了(久居工場に移管・集約)
INAX	(国内) 20	トステム吉見工場	バス、洗面、網戸、複層ガラス	09年12月末閉鎖完了(下妻、石下工場に移管・集約)
		トステム綾部工場	木質内装建材	10年3月末閉鎖完了(大連、須賀川、名張工場に移管・閉鎖)
		施設名	生産品目	生産停止時期
		INAX土浦工場	ソイルセラミックス	09年9月
		INAX久米工場	エクセリア	09年11月

- 6. 連結財政状態

- 自己資本比率は50%程度の水準を維持。

単位：億円

	09/3月末	10/3月末	増減額
現預金	879	985	106
売掛債権	2,137	2,183	46
棚卸資産	1,415	1,266	-149
有形・無形固定資産	4,146	4,097	-49
その他	1,911	1,804	-107
総資産	10,488	10,335	-153
買掛債務	1,202	1,216	14
借入金・社債	2,254	2,186	-68
その他	1,701	1,770	69
負債合計	5,158	5,172	14
自己株式	-638	-638	0
その他	5,968	5,801	-167
純資産	5,331	5,163	-168

%、円

自己資本比率 (%)	50.6	49.7	-0.9P
R O E (%)	0.1	-1.0	-1.1P
一株当たり純資産(円)	1,903.69	1,842.78	-60.91

総資産は153億円の減少
新規連結の影響を除くと実質
366億の減少

- 売掛債権 46億円増加
新規連結による
- 棚卸資産 149億円減少
建材在庫圧縮による
- 有形・無形固定資産
のれん・知的財産権 +79億
減損 -151億円など
- 借入金・社債 68億円減少
借入による増 417億円
返済による減 684億円
新規連結による増 50億円
社債発行による増 150億円
- 自己資本比率 0.9P減少
純資産の減少による

-7. キャッシュフロー・設備投資の状況

- 投資全体は若干圧縮したが、海外及びホームセンターに重点。FCFは大幅増加。11/3期はエコ関連（新商品、生産設備）及びホームセンターに重点投資。

キャッシュフローの状況

単位：億円

	09/3期 実績	10/3期 実績	増減額
税金等調整前当期純利益	66	39	-27
減価償却費	352	329	-22
法人税等支払	-159	-71	89
運転資本	166	150	-15
その他	215	233	19
営業キャッシュフロー	639	681	41
投資キャッシュフロー	-631	-273	357
フリーキャッシュフロー	8	407	399

FCFは399億円増加

税引前利益 27億円減少
法人税等支払 89億円減少

設備投資状況

単位：億円

	09/3 実績	10/3 実績	11/3 見込み		
			上期	下期	通期
設備投資額	351	308	230	270	500

単位：億円

	09/3 実績	10/3 実績	11/3 見込み		
			上期	下期	通期
減価償却費	352	329	175	185	360

10/3期の主な設備投資実績

ホームセンター 52億円
海外工場 46億円
INAX新商品 14億円

11/3期の主な設備投資予定

ホームセンター 93億円
海外工場 74億円
トステム・INAX新商品 70億円
工場遊休地太陽光発電 60億円

・次期（2011年3月期）の予想



ポイント：

- ・「守り」から「攻め」への転換年度
- ・大幅な増収増益（営業利益ベース）

- 1. 「中期経営展望」最終年度の概要

2010年度 中期経営展望
 < 2009年4月30日修正値 >

2011年3月期予想

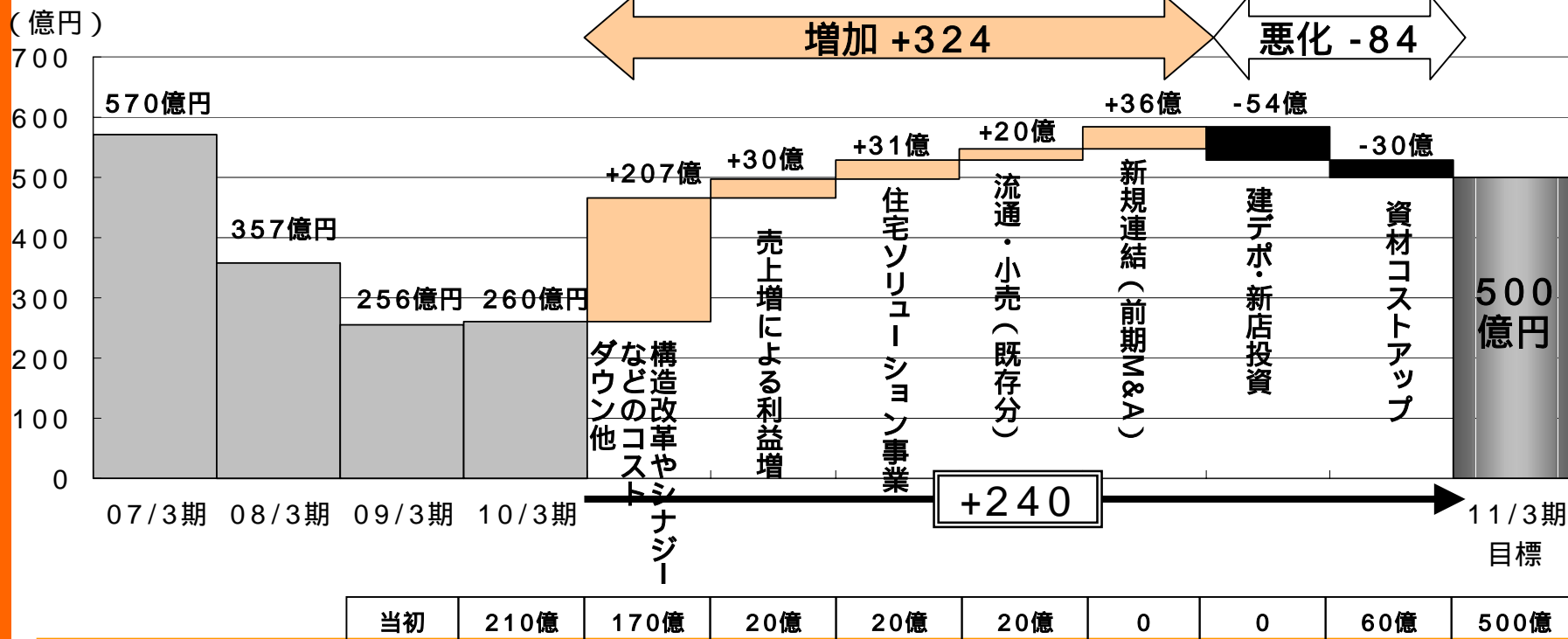
- 売上高 1兆600億円 (前年比 + 1.9%)
- 営業利益 500億円 (前年差 + 290億円)
- ROE 5% (前年差 + 4.0 p)

- 売上高 1兆2,000億円 (前年比 + 22.1%)
- 営業利益 500億円 (前年差 + 240億円)
- ROE 5%程度 (前年差 + 6.0 p)

前提とする住宅着工戸数：95万戸

前提とする住宅着工戸数：80万戸

■ 2010年度(11/3期)目標 達成シナリオ



-2. 11/3期連結業績予想(1)

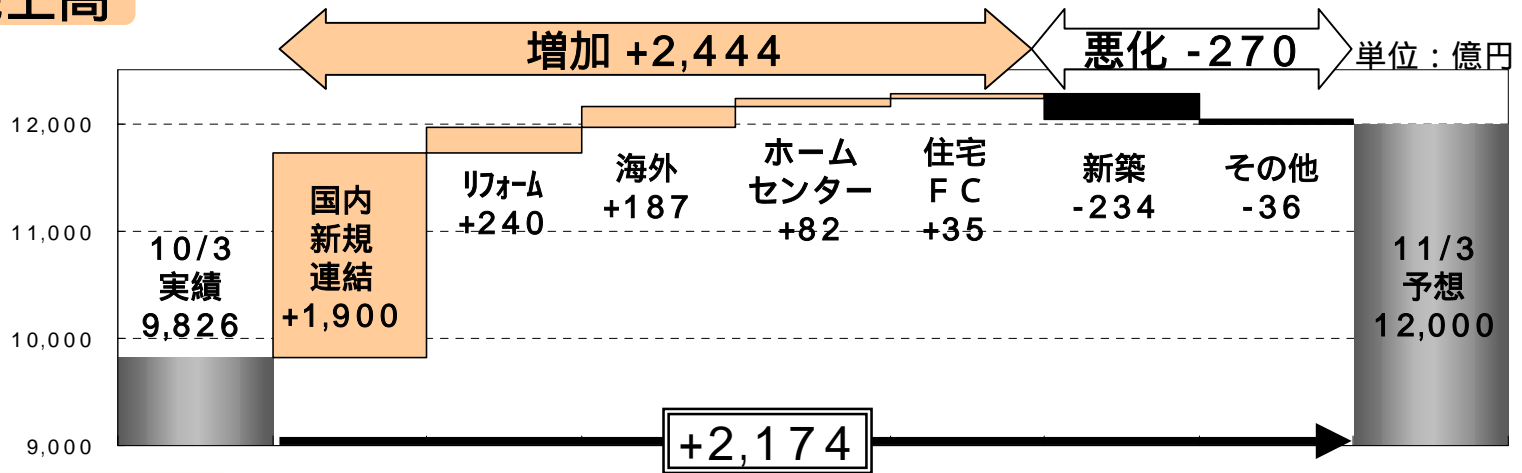
単位：億円、%

	10/3期 実績	11/3期				通期予想	伸び率	(ご参考)11/3期 中計最終年度 目標値
		上期	伸び率	下期	伸び率			
金属製建材	3,688					4,900	32.9%	
水回り設備	2,828					3,700	30.9%	
その他建材・設備	1,552					1,500	-3.3%	
流通・小売り	1,342					1,450	8.0%	
住宅・不動産他	519					600	15.6%	
消去又は全社	-103					-150	-	
売上高	9,826	5,700	20.6%	6,300	23.5%	12,000	22.1%	10,600
売上総利益	2,990	1,800	24.3%	1,980	28.4%	3,780	26.4%	
販売管理費	2,731	1,655	22.6%	1,625	17.7%	3,280	20.1%	
金属製建材	179					260	45.6%	
水回り設備	84					185	120.8%	
その他建材・設備	-14					50	-	
流通・小売り	39					5	-87.1%	
住宅・不動産他	-11					20	-	
消去又は全社	-17					-20	-	
営業利益	260	145	47.1%	355	120.1%	500	92.4%	500
営業利益率	2.6%	2.5%	+0.5P	5.6%	+2.5P	4.2%	+1.5P	
経常利益	279	145	19.0%	355	126.5%	500	79.5%	
当期純損益	-53	90	-	170	272.4%	260	-	

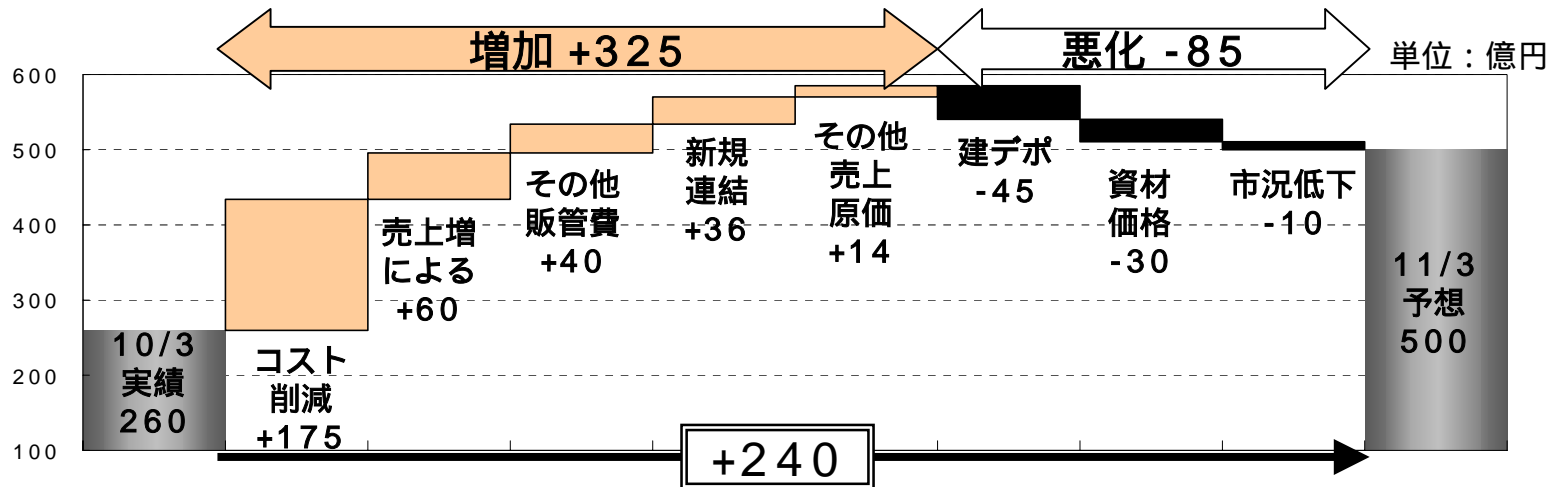
SR削減費用など統合費用として下期特損100億を見込む。(上期は特益とほぼ相殺。)

-2. 11/3期連結業績予想(2)

売上高



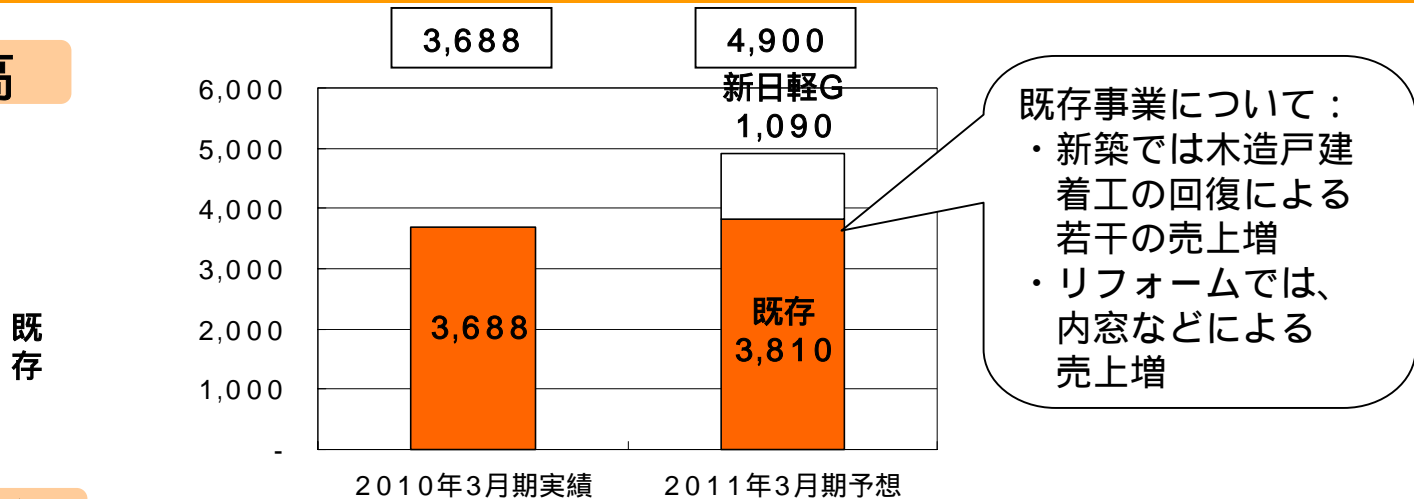
営業利益



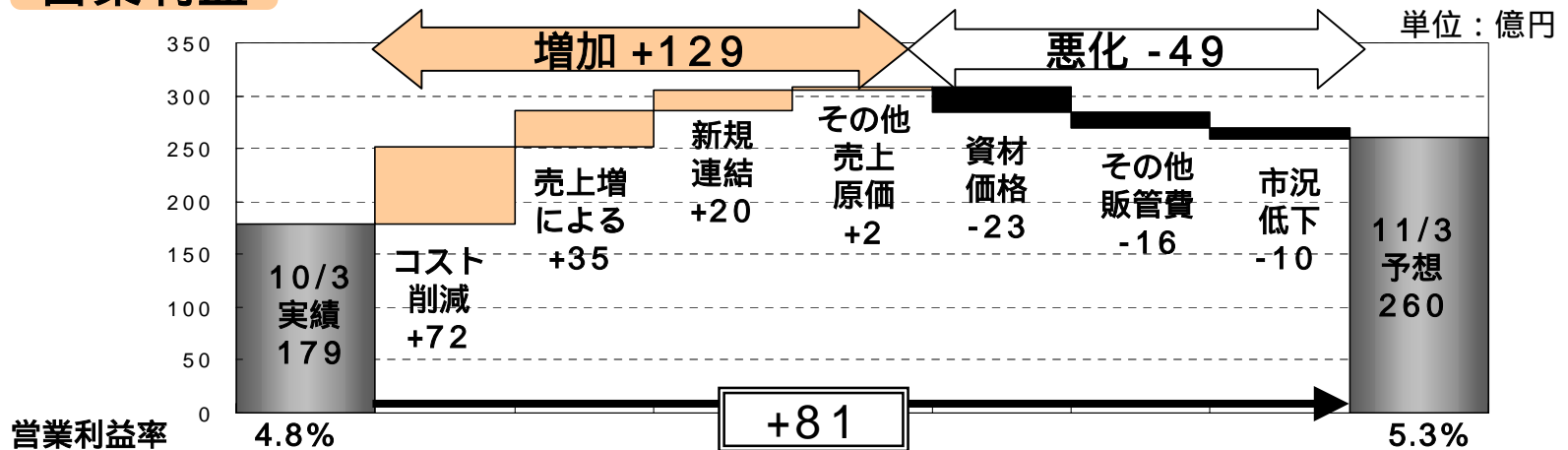
新規連結予定・10年4月から新日軽グループ、サンウエーブ工業グループ、アメリカンスタンダードの上期分など。

- 3. 金属製建材セグメント

売上高



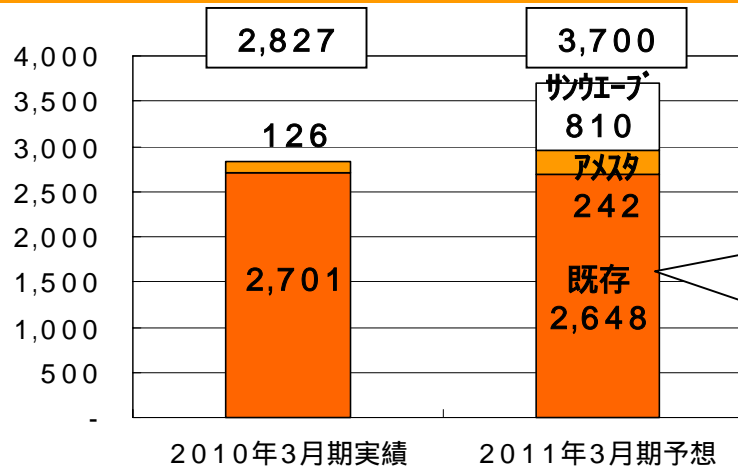
営業利益



11/3期のポイント：
 新日軽とのシナジーの早期発現化と拡大
 住宅版エコポイント制度の有効活用などリフォーム売上の拡大
 高機能窓の開発と発売
 ガーデンエクステリアの好調な販売の継続

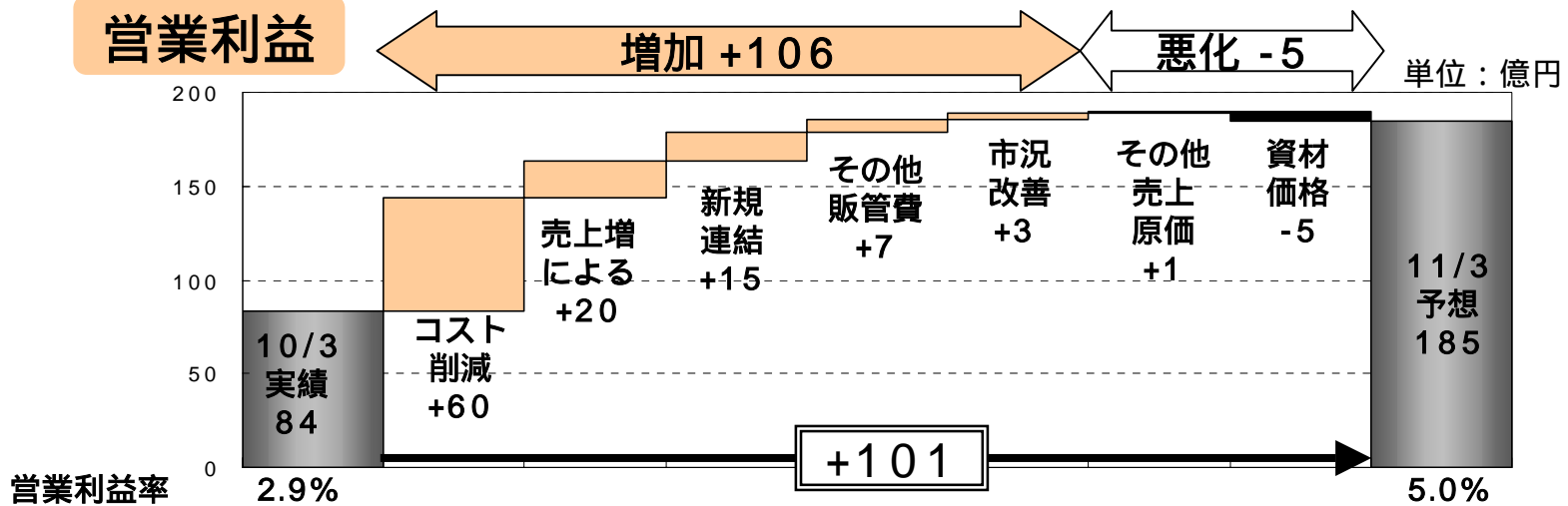
-4. 水回り設備セグメント

売上高



既存事業について：
・マンション需要の
落ち込みをリフォームと海外の伸びで
ほぼ相殺

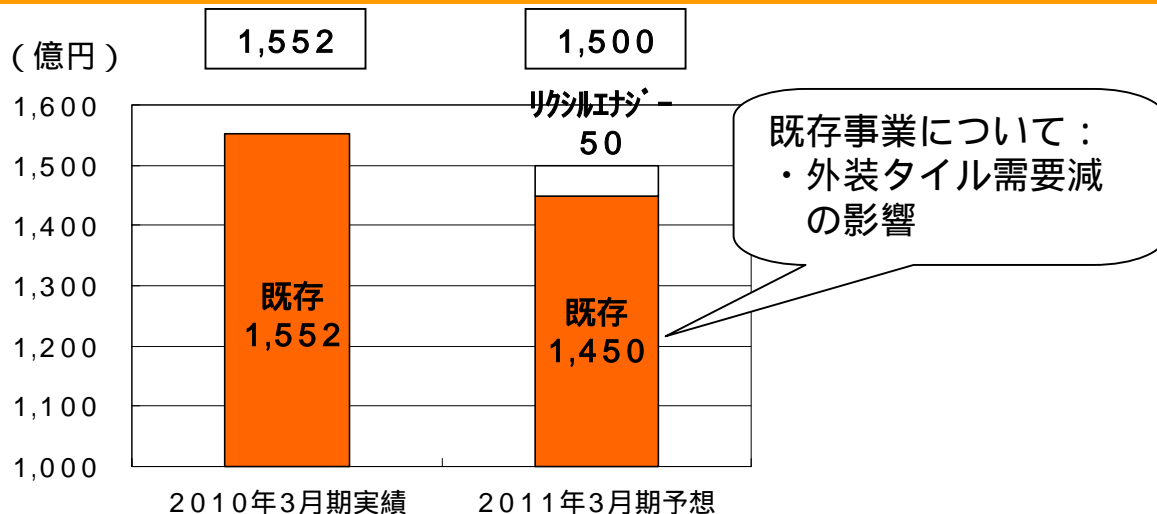
営業利益



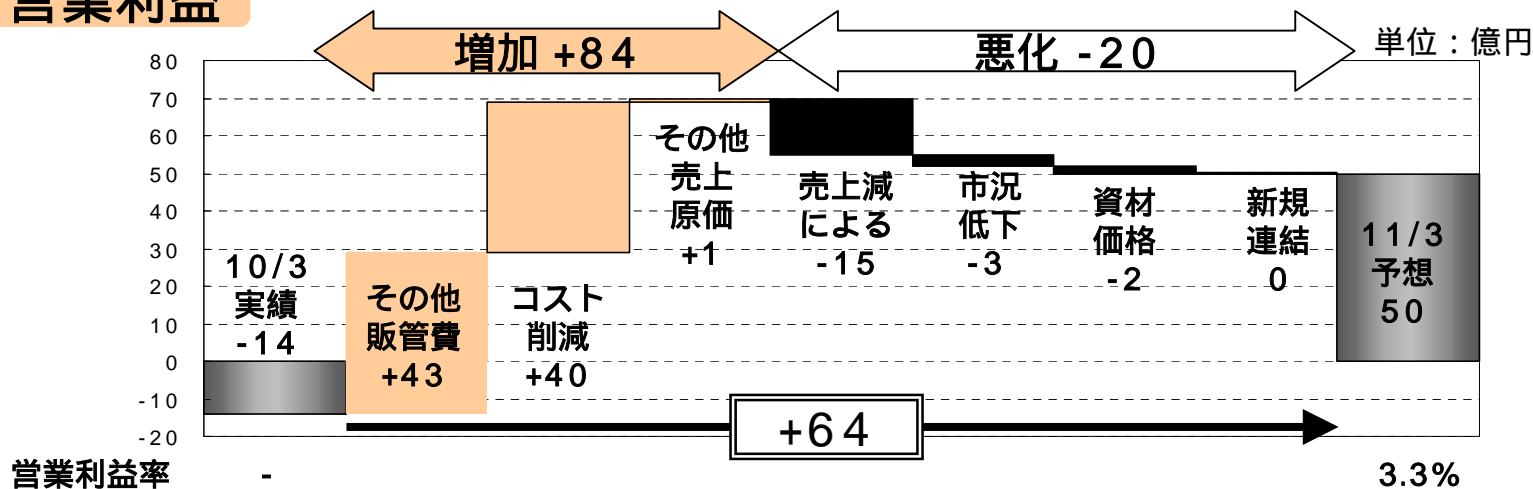
11/3期のポイント：
水回り設備事業の最適化 (INAX・サンウエーブ・トステム)
ショールーム統合を開始し、3ヵ年計画の完了時のコスト削減目標は50億以上
株式会社INAX サンウエーブ マーケティングの立上げによる業務効率化と売上拡大

-5. その他建材セグメント

売上高



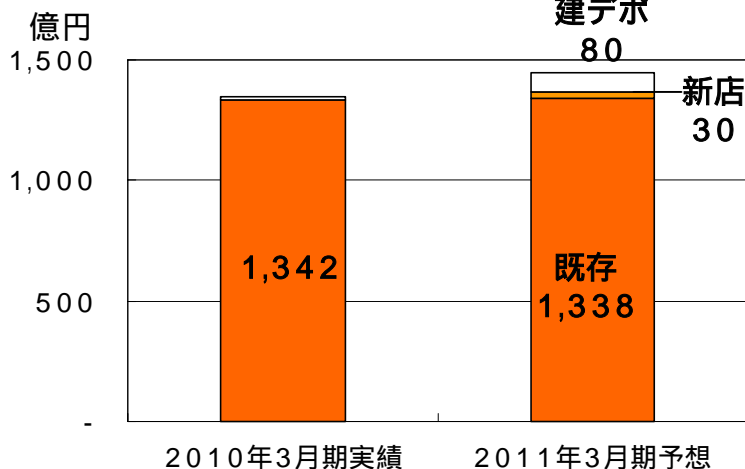
営業利益



- 11/3期のポイント：
- ・前期構造改革効果などにより黒字化へ
 - ・太陽光発電システム事業へ進出

-6. 流通・小売りセグメント

売上高

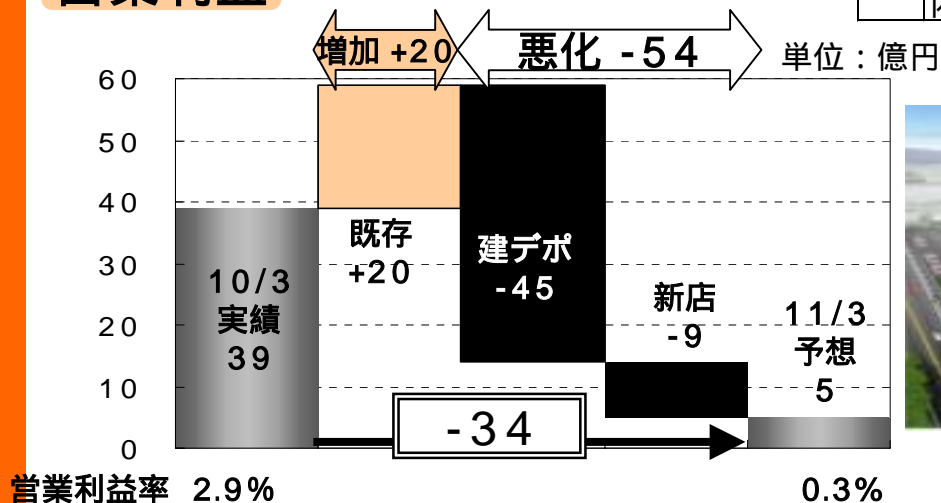


業績と店舗数

単位：億円、%、店

	09/3期 実績	10/3期末		11/3	
		実績	前期末比	予想	前年比
売上高	1,333	1,342	0.7%	1,450	8.0%
営業利益	29	39	34.5%	5	-87.2%
率	2.2%	2.9%	+0.7P	0.3%	-2.6P
SVH 出店数	3	2	-	1	-
NVH 出店数	-	-	-	3	-
建デポ出店数	1	2	-	43	-
閉鎖店舗数	3	2	-	2	-
期末店舗数	82	84	+2	129	+45
内SVH	17	19	+2	20	+1
内NVH	6	6	0	9	+3
内建デポ	1	3	+2	46	+43

営業利益

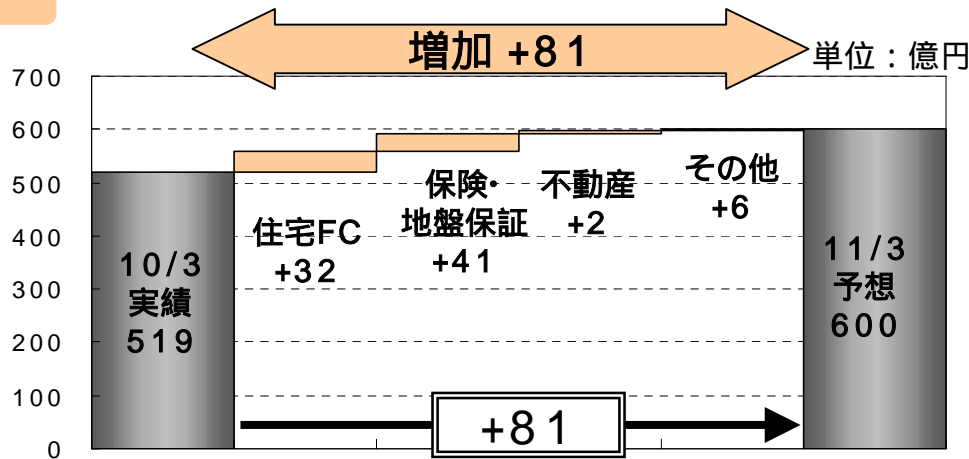


2010年3月にオープンした高崎店

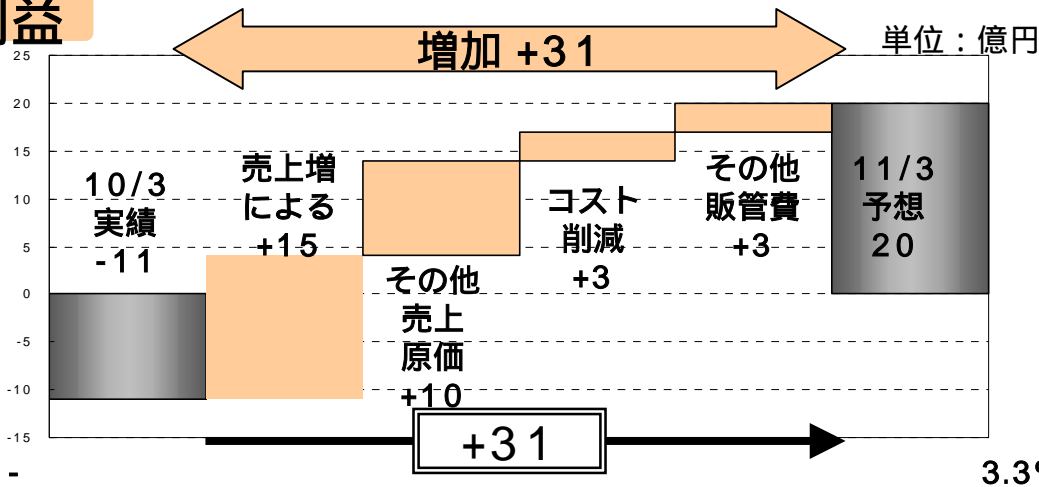
11/3期のポイント：
 ・ 既存ビジネスは、売上はほぼ横ばいだが、コスト削減や業務効率化により増益
 ・ 建デポは将来への先行投資

- 7. 住宅・不動産他セグメント

売上高



営業利益



2010年4月発売のNewセシボ



- 11/3期のポイント：
- ・前期の構造改革効果などにより黒字化へ
 - ・JIOがリフォーム保険など開始
 - ・住宅FCでOB顧客からのリフォームニーズを取込む計画

- 8. 1 1 / 3 期 配当の予定

■ 配当金

1 1 / 3 期は、年間40円配当を維持の予定。

配当性向の基本方針は連結ベース当期利益の30%以上。

	09/3期	10/3期	11/3期 (予定)
上期	20円	20円	20円
下期	20円	20円	20円
通期	40円	40円	40円
配当性向	2,352.9%	-209.2%	43.8%

■ 自己株式取得

資金状況、株価水準を判断し、機動的に実施する方針。

■ 株式会社の支配に関する基本方針

当社では、多数の株主に株式を中長期で保有していただくことが望ましいと考え、業績を向上し企業価値を高めて、株主の支持をいただけるような施策を打ってまいります。よって、敵対的買収防衛策については、特に定めておりません。

経営戦略



- 1. 今後のグループ経営の柱

国内市場での競争力の強化

- ・ セグメント別機能別マトリクス経営の深化
- ・ 国内事業における構造改革の推進
- ・ 国内ストック対応ビジネスモデルの構築

海外市場の開拓

- ・ 海外販売と海外生産
- ・ アメリカンスタンダード

地球環境問題への対応

- ・ 環境先進企業に向けて
- ・ 太陽光発電システム事業への新規参入

ターゲット市場

新築市場

+

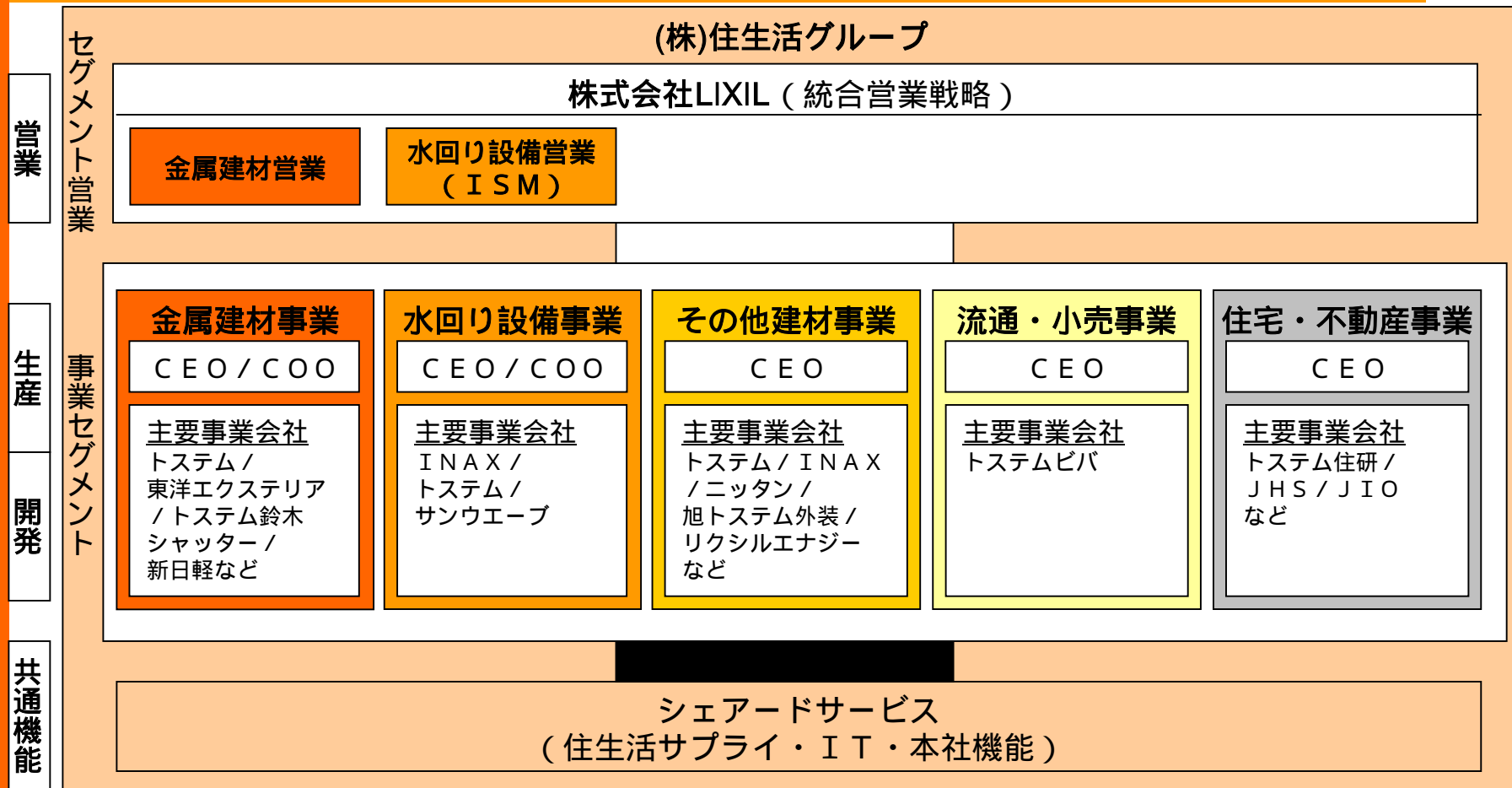
リフォーム市場

国内市場

+

海外市場

-2. セグメント別機能別マトリクス経営の深化

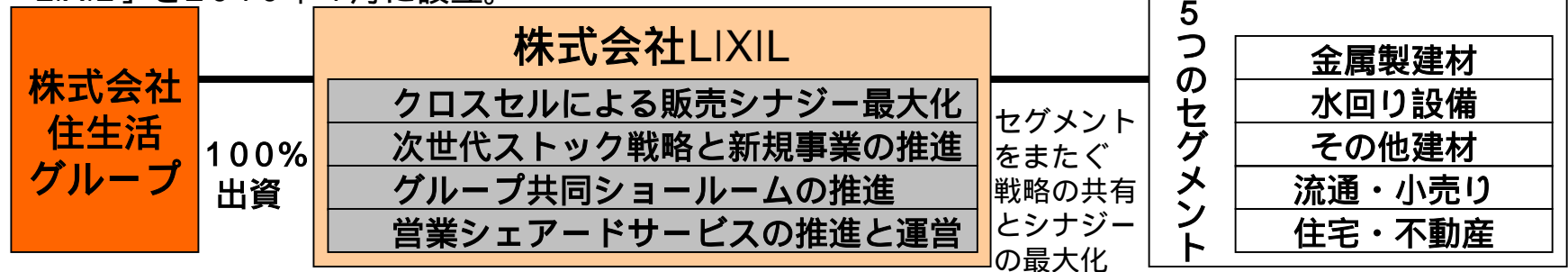


- 施策1. セグメントごとにCEOとCOOを置くことで、責任者を明確化し、セグメント別経営を強化する
- 施策2. セグメント内での開発・生産の重複解消と最適化を図り、水回り開発・生産をINAXとサンウエーブに集約する
- 施策3. セグメント(金属・水回り)ごとの営業体制を強化し、(株)LIXIL設立によるセグメント間シナジーの強化を図る(統合SR・クロスセル・新規事業等)

- 3. 国内事業における構造改革の推進(1)

■ 営業体制の強化

グループの統合営業戦略を立案・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。



■ ショールーム数

	10/3期	4社合計
トステム	77	245 箇所
INAX	66	
サンウエーブ	88	
東洋エクステリア	14	

➡ 3年後には約100箇所へ統合

■ 構造改革やシナジーなどの利益創出額

主要施策	10/3期 単年度 実績	11/3期 刈取り予定額
工場再編、不採算事業撤退、製造コストダウン	120億円	207億円
業務改革その他		
水回り設備事業の最適化（ショールーム統合含む）		
共同購買・共同物流シナジー（住生活サプライ）		
人件費（早期退職制度含む）		
新日軽とのシナジー		
流通改革		

- 3. 国内事業における構造改革の推進(2)

新日軽（2010年4月1日完全子会社化）

[主な狙い]

アルミ建材事業でのスケールメリットを追求、商品規格の統一

[株式取得方法]

取得方法	取得時期	買収金額	のれん代総額	公表日
日本軽金属グループより(株)住生活グループが株式を100%取得。	2010年4月1日	65万4千円	未定 (11/3期1Q発表時開示予定)	2009年3月18日 業務及び資本提携の協議開始 2009年7月13日 基本合意書締結 2010年3月9日 株式譲渡契約締結

[期待するシナジー効果額]

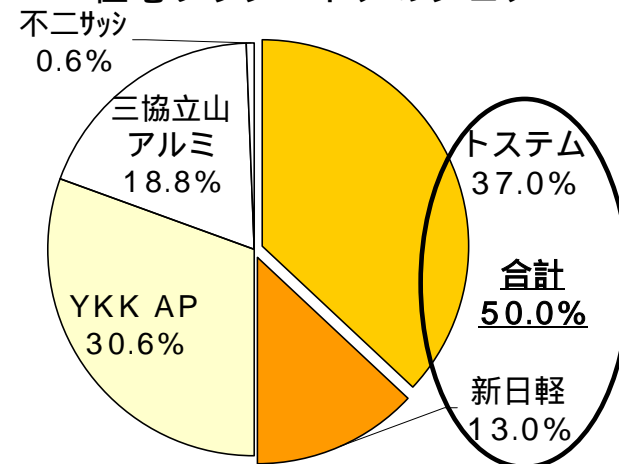
主な施策	シナジー効果額
<ul style="list-style-type: none"> ・スケールメリット ・共同購買によるコスト削減 ・物流統合によるコスト削減 ・商品規格の統一によるコスト削減 ・経営資源の有効活用によるコスト削減など 	<p>現在、積上げ中 狙いは100億円以上 (但し、11/3期単年度刈取り予定額は約30億円)</p>

業績（新日軽単体）

(億円)

	11/3期 予想
売上高	950
営業利益	19

ご参考：新日軽がグループ入りした後の住宅サッシ・ドアのシェア



注：木造住宅用アルミサッシ・ドアのシェア

(出典：日本経済新聞社「2008年 主要商品・サービスシェア調査」)

- 3. 国内事業における構造改革の推進(3)

サンウエーブ工業（2010年4月1日完全子会社化）

[主な狙い]

キッチン事業で、商品開発・資材調達・生産・物流等でシナジー効果を実現、市場での優位性を高める

[株式取得状況]

取得方法	取得時期	買収金額	のれん代総額
(株)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(株)より購入。 ・10年4月に100%株式交換後、20%を日新製鋼(株)へ譲渡。	2009/6/19：29.98% 2010/4/1：株式交換、100% 2010/4/7：日新製鋼(株)へ20%を譲渡し、80%へ	09年6月 約30%=26.8億円 10年4月 株式交換比率=1：0.19 20%売却収入45.8億円	未定 2010年1Q発表時 開示予定

[水回り設備事業の効率化]

分類	主要施策	効果金額 (11/3期単年度予定)
生産 / 調達	<ul style="list-style-type: none"> 生産片寄せによるスケールメリットの追求 仕様の統一化によるコストダウン 資材調達コストの低減 	約30億円
開発	<ul style="list-style-type: none"> 技術や知的財産の相互活用による高付加価値商品の開発 	
営業 / 供給	<ul style="list-style-type: none"> 営業部門を統合した子会社「株式会社INAXサンウエーブマーケティング (ISM)」を設立し、7/1から営業開始 	約30億円

業績（サンウエーブ工業単体）

(億円、%)

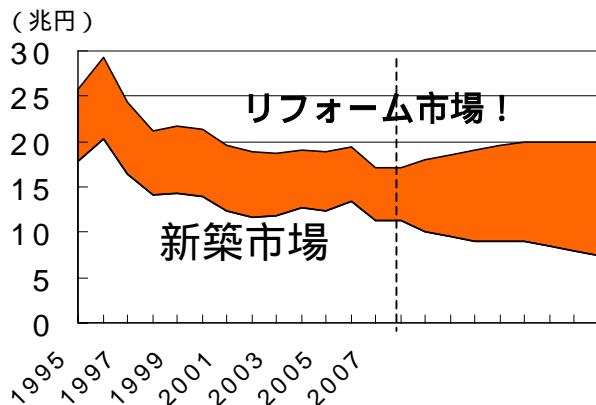
	10/3期 実績	11/3期 予想	前年比
売上高	728	790	+8.6
営業利益	8	19	+147.0

サンウエーブのキッチン
サンヴァリエ<ピット>



- 4.国内ストック対応ビジネス(1)戦略

今後の日本の住宅市場（概念図）



リフォーム市場活性化に必要な要素



国：リフォーム・省エネ化の推進

既存住宅流通活性化等事業など、中古住宅性能評価および保証に向けた動き（CO₂削減と密接に関連）

生活者：認識転換

「リフォームやメンテナンスは安心して快適な暮らしを得られる！消費ではなく投資！」という認識



当社グループの目指す姿！

事業：良い住環境をトータルにサポートする
サービスプロバイダー

住生活グループが活用するリフォーム市場の流通

1. 既存ルートでの売上拡大

- ・コア事業会社と代理店、販売店、工務店、ハウスメーカーなどを通じた既存ルートでの販売拡大（営業人員の拡充、エコ対応商品の開発）

2. 新規（B to C）ルートでの売上拡大

- ・ホームセンター販売網の拡充
- ・インターネット販売の活用
- ・住宅フランチャイズ事業OB顧客からの受注取り込み

3. 新規（B to B）ルートでの売上拡大

- ・マンション管理会社の買収などによる囲い込み（安定受注）

- 4. 国内ストック対応ビジネス(2)取組み

リフォーム市場活性化に向けた当社グループ施策



1. リフォームチャネルの開拓

- インターネット販売： トステムオンライン、INAXメンテナンス
- ホームセンター販売網： スーパービバホーム、建デポ、建デポ・プロ
- 不動産管理会社の活用： 不動産フランチャイズチェーンERA、セントラルホームズとジョインライフのマンション管理事業（合計13,000室管理）の買収
- 住宅FCの活用： アイフルホーム、フィアスホーム、ジーエルホーム
- リフォームネットワーク： 下記3.参照

2. E C Oを念頭においた商品開発例

商材	商品名	エコ機能
トイレ	SATIS	節水
バスルーム	ラ・バス	省エネ
窓	インプラス、リクラス、高機能窓	断熱
タイル	エコカラット	健康配慮
ガーデンルーム	ZIMA	水密性、気密性
ソーラー発電システム	リクシルソーラー	創エネ

3. LIXILリフォームネットワーク

(加盟店数)

フランチャイズ型	09/3末 実績	10/3末 実績
トステムホームウェル (FC)	186	174
INAX LIFA (FC)	246	247

(加盟店数)

ポランタリー型	09/3末 実績	10/3末 実績
トステムリフォームマジック	5,784	5,263
INAXリフォームネットワーク	3,697	3,718
TOEX 自然浴 deくらす店	619	984
サンウエーブリフォームショップR&B	263	276

-4. 国内ストック対応ビジネス(3)取組み

リフォーム比率

(リフォーム売上の国内総売上高に占める比率)

09/3期 実績	10/3期 実績	11/3期 計画
19.6%	20.7%	21.3%

ご参考：リフォーム売上

単位：億円、%

	09/3期 実績	10/3期		11/3期		
		実績	前年比	予想比	予想	前年比
トステム	813	830	2.1%	1.4%	919	10.7%
I N A X	835	824	-2.1%	0.3%	939	14.0%
サンウエーブ					271	-
トステムビバ	75	84	2.4%	2.0%	109	31.0%
その他	311	301	-3.3%	-4.5%	318	5.6%
合計	2,033	2,038	0.2%	0.0%	2,555	25.4%

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

建デポは含みません。

非新築市場比率

(非新築向け売上の国内総売上高に占める比率)

09/3期 実績	10/3期 実績	11/3期 計画
37.8%	39.7%	37.7%

ご参考：非新築向け売上

単位：億円、%

	09/3期 実績	10/3期		11/3期		
		実績	前年比	予想比	予想	前年比
トステム	844	858	1.6%	0.9%	949	10.7%
I N A X	987	964	-2.3%	0.4%	1,076	11.6%
サンウエーブ					274	-
トステムビバ	1,333	1,342	0.7%	-1.3%	1,400	4.3%
その他	754	701	-7.0%	-1.7%	767	9.4%
合計	3,917	3,865	-1.3%	-0.5%	4,466	15.5%

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
- ・不動産関連事業
- ・ビバの小売事業(リフォーム以外)
- ・性能評価検査、地盤改良工事、地盤保証

- 4. 国内ストック対応ビジネス(4)商品紹介

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			改修対象窓数試算		改修窓の市場試算(年換算) (単位：億円)				
項目	市場規模 (兆円)	導入数		対象物件	窓数 (万枚)		MAX	MIN	
創エネルギー 太陽光発電	110	4,600 万戸	→	住戸建て	233万戸	3,030	住戸建て	3,270	1,640
				居集合	199万戸	990		居集合	1,070
省エネルギー 窓の断熱化	16			計	432万戸	4,020	計	4,340	2,170
				非住居	18万戸	1,470	非住居	1,060	530
				合計	-	5,490	合計	5,400	2,700

資料：小宮山宏 前東大総長
日経新聞09/5/13より抜粋

- 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



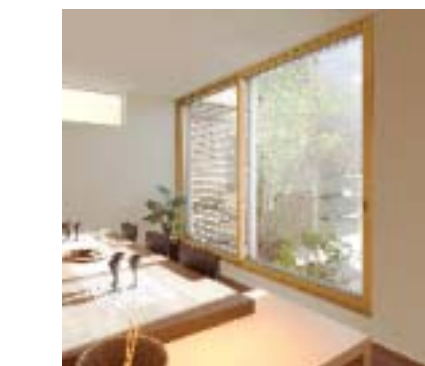
改修窓の市場試算ではMAXで5,400億円/年も期待できる。この機会を捉えて一般消費者の方々に認知してもらうことが肝要。(CMや家電量販店ルートへの展開など)

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

実績と予想

	(億円)	
	10/3期 実績	11/3期 予想
内窓売上	35	70



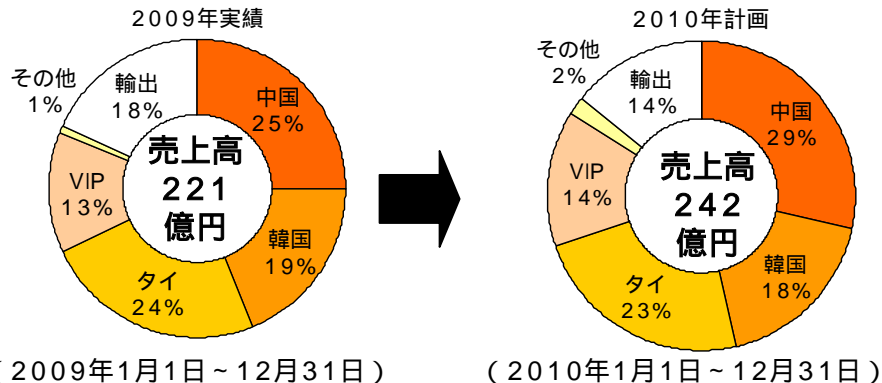
内窓（後付け二重窓）お勧め商品
「インプラス」（トステム）
「リクラス」（新日軽）

- 5. 海外市場の開拓(1) アメリカンスタンダード

2010年度の戦略的位置付け

過去の投資ファンドのガバナンスのもと、短期的利益を追求する「守りの経営」からブランド認知、シェア拡大による売上成長と利益増を目指した「攻めの経営」に転ずる為の「基盤整備の年」と位置付ける。

国別売上高構成比



業績予想

	09/12			10/12	
	予想	実績	予想差異	予想	前年増減
連結影響売上高	135	126	-9	242	116
営業利益	16	14	-2	14	0
%	11.9%	11.1%	-0.8P	5.8%	-5.3P
のれん代(知財償却額含む)	-9	-9	0	-9	0
連結影響営業利益	7	5	-2	5	0
年間設備投資額		5		18	+14

・マーケティング費用 前年比+9億(中国)

・設備投資 前年比+14億
工場(中国・タイ・ベトナム)
ショールーム(中国・タイ)

中国における戦略：中国市場を最重要エリアと位置付ける

[営業戦略]

	09年12月末時点	10年12月末目標
ショールーム数	167店	227店
代理店数	76店	86店
進出地域	73都市	90都市

[ブランド戦略]

・ブランド価値向上のためのマーケティング投資、ショールーム展開、流通網の整備など、全方位における中国ビジネス基盤の増強を実施し、競争に対する優位性を確立する(中国15都市でのTVCM放映など)

その他の地域における戦略：

タイ・韓国

・中国と並ぶ主要拠点
・事業運営の仕組みや流通政策を根本的に見直し、構造改革を実施する

VIP(ベトナム・インドネシア・フィリピン)

・成長トレンドを加速させる

インド

・本格的に市場参入する

-5. 海外市場の開拓(2)シナジー

アメリカンスタンダード (ASAP) とのシナジー

	シナジーテーマと主な具体例	進捗	対象国
販売	相互チャネルを活用した販売の拡大 <ul style="list-style-type: none"> ・ INAXのハイエンド商品のASAPチャネルでの拡販 (REGIO SATIS 等) ・ JAXSON浴槽のASAPチャネルでの拡販 ・ 相互商品の共同生産とOEM供給 	計画中	アジア全域
SCM	集中購買によるコストダウン <ul style="list-style-type: none"> ・ 衛陶原料の集中購買 ・ 仕入れ部品の集中購買 	着手開始	アジア全域
	ベストプラクティス共有によるコストダウン <ul style="list-style-type: none"> ・ 衛陶製造技術 / 金具製造技術の共有化 ・ 人材育成 / 管理手法 (シックスシグマ等) の移転 		
	輸送・保管・出荷の統合 <ul style="list-style-type: none"> ・ アジア地域での物流機能最適化によるコストダウン 	計画中	アジア全域
	双方の技術・知恵を生かした新商品開発 <ul style="list-style-type: none"> ・ ASAP向けシャワートイレの開発 	計画中	アジア全域
他	バックオフィス、販促ツール、開発拠点統合などによるコストダウン	計画中	中国・ベトナム

海外営業拠点数

ASAP	7カ国42拠点
INAX	7カ国11拠点
トステム	5カ国7拠点

- 5. 海外市場の開拓(3)販売と生産の状況

海外販売

地域	10/3期 実績		11/3期 予想	
		前年比		前年比
タイ	57	72.0%	99	74.2%
ベトナム	55	42.9%	71	29.3%
中国・香港	46	79.2%	113	146.8%
その他アジア	63	340.4%	110	74.1%
欧米・その他	42	499.6%	58	36.4%
合計	263	122.1%	450	71.3%
うち、ASAP	126		242	91.7%

ご参考：海外販売比率

09/3期 1.1% → 10/3期 2.7% → 11/3期 3.8%

海外販売伸び率 +71.3%

- 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などを行う。
- 上海万博ではアメリカンスタンダード（ASAP）が181のパビリオンに衛生機器を納品。
- タイにおいて、ローカル向け住宅用サッシの販売

海外生産

会社名	生産品目	所在地	投資状況	海外生産比率	
				10/3実績	11/3目標
トステム	住宅用アルミサッシ	タイ	第5次設備投資	32%	34%
	リビング建材	中国・大連	-	43%	50%
I N A X	衛生陶器	ベトナム・ハノイ	第5工場計画、第6工場計画	24%	27%
		中国・蘇州	第2工場稼働		
	水栓金具	ベトナム・ダナン	工場稼働	13%	14%
		中国・蘇州	-		
床タイル	中国・蘇州	-	43%	45%	



上海万博で展示する黄金色の世界トイレ「REGIO」

- 6. 地球環境問題への対応(1)

住生活グループ環境基本理念

住生活グループは、21世紀における持続的発展が可能な社会の構築には、地球環境保全が人類にとって最も重要な課題であると認識し、あらゆる場面でのグループ企業活動において循環型の志向と行動を徹底し、企業市民としての社会的責任を果たします。



2010年度までの環境目標（2006年制定）

CO ₂ 排出総量	CO ₂ 排出原単位	ECO商品比率
CO ₂ 国内排出量	海外を含めたCO ₂ 排出量 / 売上高	ECO認定商品・サービスの売上 / 売上高
1990年比 21% 減らします	1990年比 49% 減らします	売上比率を 68% にします

2009年度の結果（予想）

	CO ₂ 排出総量	CO ₂ 排出原単位	ECO商品比率
目標	509千トン	目標 0.50 トン/百万円	目標 63%
実績	389千トン	実績 0.57 トン/百万円	実績 66%
評価		評価	評価

エコ商品比率*（2010年3月末時点）

INAX	88.6%	トステム	76.4%	(*各社の基準に合致した商品の割合)
------	-------	------	-------	--------------------

- 6. 地球環境問題への対応(2)

トピックス

トステムの工場遊休地に太陽光発電システムを設置予定：経済産業省からの補助金交付決定を受け、建設に向けた準備に着手（有明工場、岩井工場、須賀川工場で計60億の投資）

トピックス

リクシルエナジー株式会社を発足し、「リクシルソーラー」（太陽光発電システム）の発売を開始



リクシルエナジー(株)の予想	
売上高： 50億円	営業利益： 0億円
シェア： 2010年度 新規国内設置数の5%	



販売体制

- ・営業部門約80名の体制で2010年4月1日から販売開始
- ・トステムやINAXと協力しながら、全国の工務店やリフォーム専門店などへ販売
- ・グループ内のホームセンター、住宅フランチャイズチェーンへの販売も展開

施工体制

- ・リクシルエナジー施工認定店が施工を行う
- ・施工認定店になるためには、同社指定の研修を受けてもらう必要があり、そのための研修センターを2ヶ所オープンした（2010年3月1日関東研修センター、2010年3月10日に関西研修センター）
- ・2010年度中に約2,000名の研修を行う予定

販売商品および施工の特長

- ・単結晶セルを使用し、高効率
- ・豊富な取付けバリエーションで様々な屋根に対応
- ・パネル色がブラックなので、住宅のデザインを損なわない
- ・住宅内外を知り尽くした住生活グループ傘下の会社の施工IDを持ったスタッフが工事するため安心

- 6. 地球環境問題への対応(3)

トピックス

旭硝子株式会社とトステムが次世代に向けた高性能・高断熱窓の開発・製造・販売に関する業務提携について基本合意書を締結（2010年4月18日）

[狙い]

高性能・高品質の「窓」づくり：

両社の経営資源を効率的に活用し、高性能・高品質な「窓」の開発・製造・販売を行なっていく

AGC 旭硝子

銀2層のLow-E膜
光と熱を選択通過・反射



次世代省エネ基準が達成できる
トップレベルのエコガラス

TOSTEM



断熱性に優れた
トップレベルのサッシ



高性能・高品質の「窓」

[協議内容]

高性能・高品質の「窓」の開発・製造・販売ならびに保証体制を実現するために、3つの合弁事業構築に向けた協議を両社で開始する。

- | | |
|---------|--|
| 開発事業 | 両社の経営資源を効率的に活用し、「窓」の企画・開発と「窓」の性能を保証する仕組みの検討を行う |
| 機能ガラス事業 | 旭硝子主導により「窓」に関わる機能ガラスの製造・販売を行う |
| 窓組立事業 | トステム主導により「窓」の性能保証体制を構築し、「窓」の製造・販売を行う |

- 7. 役員の変動 (2010年6月17日定時株主総会後の予定)

■ 役員一覧 (は新任)

代表取締役会長	潮田 洋一郎	(トステム株式会社 代表取締役会長を兼務)	
代表取締役社長	杉野 正博	(株式会社 I N A X 取締役会長を兼務)	
取締役	筒井 高志		
取締役	金森 良純		
取締役	伊奈 啓一郎	監査役	西村 正一
社外取締役	高崎 正弘	監査役	越田 悟
社外取締役	志村 哲男	社外監査役	大野 伊史
社外取締役	藪土 文夫	社外監査役	清水 哲太

■ 議決権行使にかかる事項等

株主総会に出席しない株主について、書面(議決権行使書用紙)または電磁的方法(インターネット等)により、議決権を行使できることとする。

(ご参考) 商品・サービス別売上状況

単位：億円、%

主要商品名	09/3期 実績	10/3期 実績	前年 同期比 (%)	四半期内訳				販売会社
				1Q	2Q	3Q	4Q	
住宅サッシ類	1,706	1,528	-10.4	-12.7	-16.1	-11.7	1.3	トステム
エクステリア	1,013	922	-9.0	-7.3	-9.9	-11.4	-6.9	トステム、TOEX
ビルサッシ・シャッター	1,078	931	-13.6	-16.5	-13.7	-24.5	-5.6	トステム、トステム鈴木シャッター、トステムSD
衛生機器	914	884	-3.3	-6.3	0.4	-4.9	-2.5	INAX、トステム
バスルーム	1,004	866	-13.8	-14.3	-16.7	-13.8	-9.9	INAX、トステム
キッチン	491	436	-11.2	-14.1	-12.9	-15.8	-0.3	トステム、INAX
洗面化粧台	269	244	-9.5	-10.3	-8.1	-11.0	-8.7	INAX、トステム
リビング建材	502	445	-11.2	-13.8	-12.8	-15.0	-1.8	トステム
住宅用外壁材	425	357	-16.0	-17.2	-19.9	-19.8	-4.5	旭トステム外装、INAX、トステム
タイル	410	332	-19.0	-21.0	-18.3	-22.3	-14.1	INAX、INAXCOM
防災機器	367	324	-11.6	-20.3	-17.8	-8.9	-2.4	ニッパ、ニッパ電子、ニッパ精機
構造体	147	134	-8.9	-15.1	-19.2	-0.6	4.8	21世紀住研、トステム
ホームセンター	1,323	1,342	0.7	6.0	1.8	-4.1	-0.4	
その他	819	1,080	33.4	8.8	7.7	50.3	67.7	トステムビル、トステム住研、JIO、JHS等
合計	10,469	9,826	-6.1	-8.6	-9.7	-7.7	1.7	

注：上記商品別は国内の製造業のみを対象とし、海外会社分は「その他」に含む。

LIXIL

Link to Good Living