




2014年3月期 第2四半期 決算説明会



2013年11月1日

 **TOYOTA** 株式会社 豊田自動織機

I. 決算

2014年3月期 第2四半期 決算のポイント

1. 第2四半期累計期間において
売上高、営業利益、経常利益、純利益ともに過去最高
2. 売上高 29%増収、営業利益 39%増益
車両、エンジン、コンプレッサー、繊維機械の
売上高は過去最高
3. 当期の業績予想、配当金を上方修正

業績<2Q実績>

(単位:億円)

	13/3期 2Q累計	14/3期 2Q累計	増減	
				率
売上高	7,629	9,814	2,185	28.6%
営業利益	372	518	146	39.2%
経常利益	424	648	224	52.8%
当期純利益	240	435	195	80.8%
1株当たり 当期純利益	77円24銭	139円09銭	61円85銭	—
1株当たり 配当金	25円	35円	10円	—

- ・自動車部門の好調、産業車両の台数増およびカスケード社の連結などにより、売上高・営業利益とも増加
- ・中間配当金を上方修正(当初30円 → 修正後35円)

業績<2Q実績>

(単位:億円)

	13/3期 2Q累計	14/3期 2Q累計	増減	
				率
設備投資	352	475	123	34.9%
減価償却費	270	296	26	9.6%

U S \$	79円	99円	20円	-
ユ - 口	101円	130円	29円	-

- ・コンプレッサーと産業車両を中心に設備投資が増加
- ・設備投資の増加に伴い、減価償却費が増加

業績<2Q実績>

(単位:億円)

	13/3期 期末	14/3期 2Q	増減	
				率
総資産	32,437	37,374	4,937	15.2%
純資産	15,249	18,202	2,953	19.4%
自己資本比率	45.4%	47.3%	—	—
連結子会社数	217社	214社	▲ 3社	—

・投資有価証券の時価評価増加に伴い、総資産、純資産ともに増加

セグメント情報<2Q実績>

上段:売上高 下段[]:営業利益 (単位:億円)

		13/3期 2Q累計	14/3期 2Q累計	増減	率
自動車	車両	1,573	2,381	808	51.3%
	エンジン	1,052	1,076	24	2.2%
	カーエアコン用コンプレッサー	1,117	1,329	212	18.9%
	電子機器・鋳造品ほか	283	283	0	0.2%
計		4,028 [148]	5,071 [194]	1,043 [46]	25.9%
産業車両		2,810 [186]	3,838 [264]	1,028 [78]	36.6%
物流		460 [23]	474 [23]	14 [0]	3.0%
繊維機械		180 [▲ 0]	315 [18]	135 [18]	74.6%
その他		149 [14]	114 [15]	▲ 35 [1]	▲ 23.7%
合計		7,629 [372]	9,814 [518]	2,185 [146]	28.6%

販売台数 (単位:千台)

		13/3期 2Q累計	14/3期 2Q累計	増減
ヴィッツ		85	68	▲ 17
RAV4		41	97	56
マークXジオ		1	1	▲ 0
車両計		127	166	39
ディーゼル		216	202	▲ 14
ガソリン		108	137	29
エンジン計		324	339	15
カーエアコン用 コンプレッサー		万台 1,179	万台 1,256	万台 77
産業車両		88	95	7
エアジェット 繊維機		1.8	3.8	2.0

- ・車両 : 新型RAV4の販売好調により、売上高が増加
- ・コンプレッサー: 国内・海外とも販売台数が拡大し、売上高が増加
- ・産業車両 : 販売台数増とカスケード社連結により、売上高が増加

経常利益の増減要因<2Q実績>

13/3期2Q実績と14/3期2Q実績の比較

(単位:億円)

増益	売上げの増加	101	減益	人件費の増加	▲ 50
	原価改善	65		研究開発費の増加	▲ 37
	為替変動による影響	126		諸経費の増加	▲ 59
	営業外収支の増加	78			
	計	370		計	▲ 146
				合計	224

- ・自動車部門と産業車両部門を中心とした販売台数増により、売上げが増加
- ・攻めの取り組みにより、人件費、研究開発費、諸経費が増加

業績＜通期予想＞

(単位:億円)

	13/3期	14/3期	増減		前回発表
				率	
売上高	16,152	20,000	3,848	23.8%	19,000
営業利益	770	1,050	280	36.2%	950
経常利益	868	1,250	382	43.9%	1,140
当期純利益	531	780	249	46.8%	700
1株当たり 当期純利益	170円36銭	249円07銭	78円71銭	—	223円79銭
1株当たり 配当金	55円	70円	15円	—	60円

業績<通期予想>

(単位:億円)

	13/3期	14/3期	増減		前回発表
				率	
設備投資	894	1,000	106	11.8%	1,000
減価償却費	579	640	61	10.4%	660

U S \$	83円	97円	14円	—	96円
工 ー 口	107円	130円	23円	—	126円

セグメント情報:売上高 <通期予想>

上段:売上高 下段[]:営業利益

(単位:億円)

		13/3期	14/3期	増減		前回発表
					率	
自動車	車 両	3,567	4,720	1,153	32.3%	4,200
	エ ン ジ ン	2,167	2,110	▲ 57	▲2.6%	2,200
	カーエアコン用コンプレッサー	2,281	2,710	429	18.8%	2,650
	電子機器・鋳造品ほか	570	610	40	6.9%	600
	計	8,586 [294]	10,150	1,564	18.2%	9,650
産 業 車 両	5,964 [387]	7,900	1,936	32.5%	7,700	
物 流	930 [48]	1,000	70	7.5%	1,000	
織 維 機 械	399 [5]	750	351	88.0%	450	
そ の 他	272 [33]	200	▲ 72	▲26.5%	200	
合 計	16,152 [770]	20,000	3,848	23.8%	19,000	

セグメント情報：販売台数 <通期予想>

(単位：千台)

	13/3期	14/3期	増減	前回発表
ヴ イ ッ ツ	155	126	▲ 29	113
R A V 4	112	198	86	176
マークXジオ	2	1	▲ 1	1
車両計	269	325	56	290
ディーゼル	452	397	▲ 55	433
ガソリン	214	253	39	272
エンジン計	666	650	▲ 16	705
カーエアコン用 コンプレッサー	万台 2,342	万台 2,600	万台 258	万台 2,570
産業車両	185	203	18	197
エアジェット 織機	4.6	10.0	5.4	6.5

経常利益の増減要因<通期予想>

13/3期通期実績と14/3期通期実績の比較

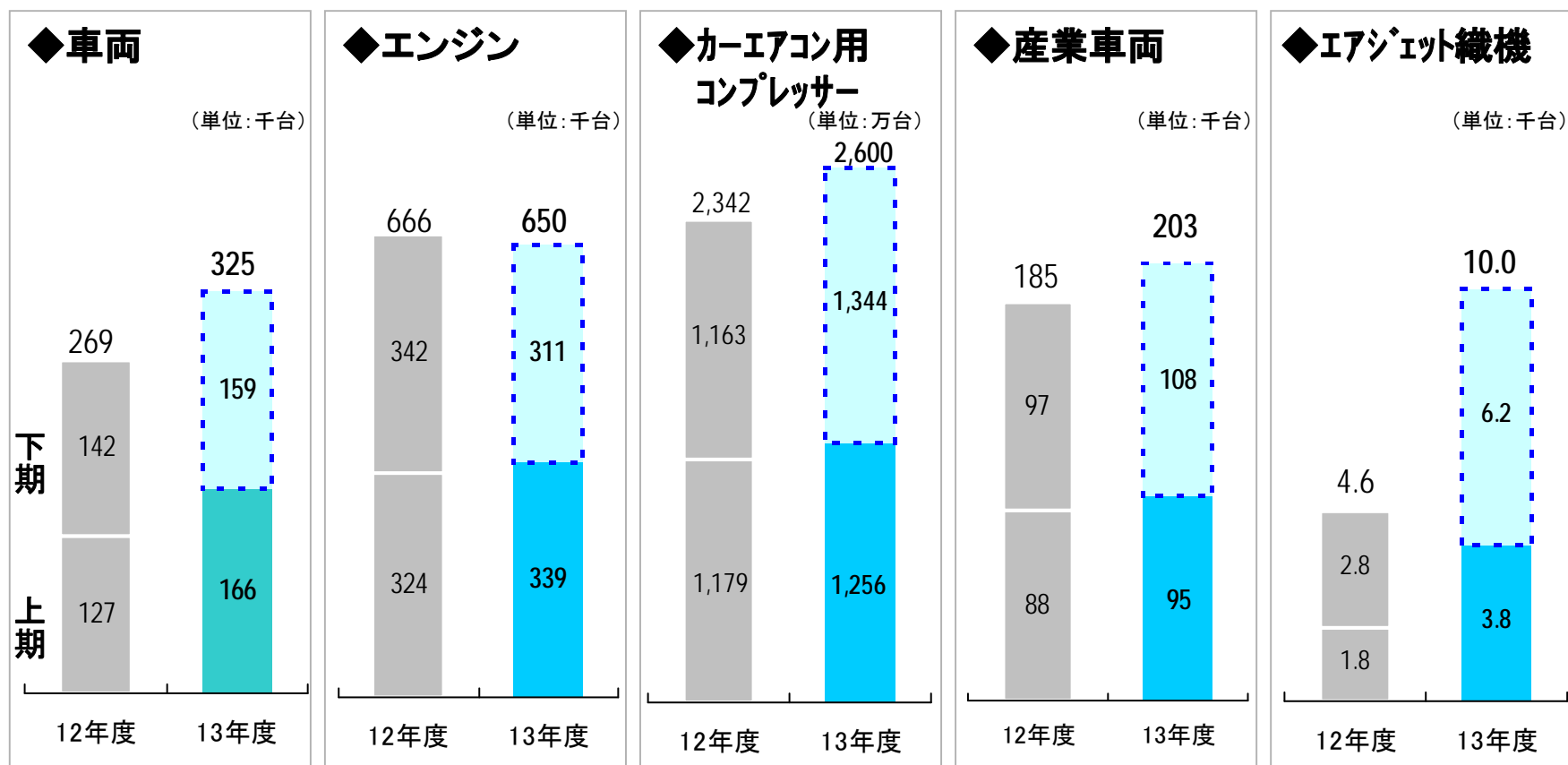
(単位:億円)

増益	売上げの増加	210	減益	人件費の増加	▲ 90
	原価改善	160		減価償却費の増加	▲ 61
	為替変動による影響	170		研究開発費の増加	▲ 40
	営業外収支の増加	102		諸経費の増加	▲ 69
	計	642		計	▲ 260
				合計	382

Ⅱ. 足元の販売状況

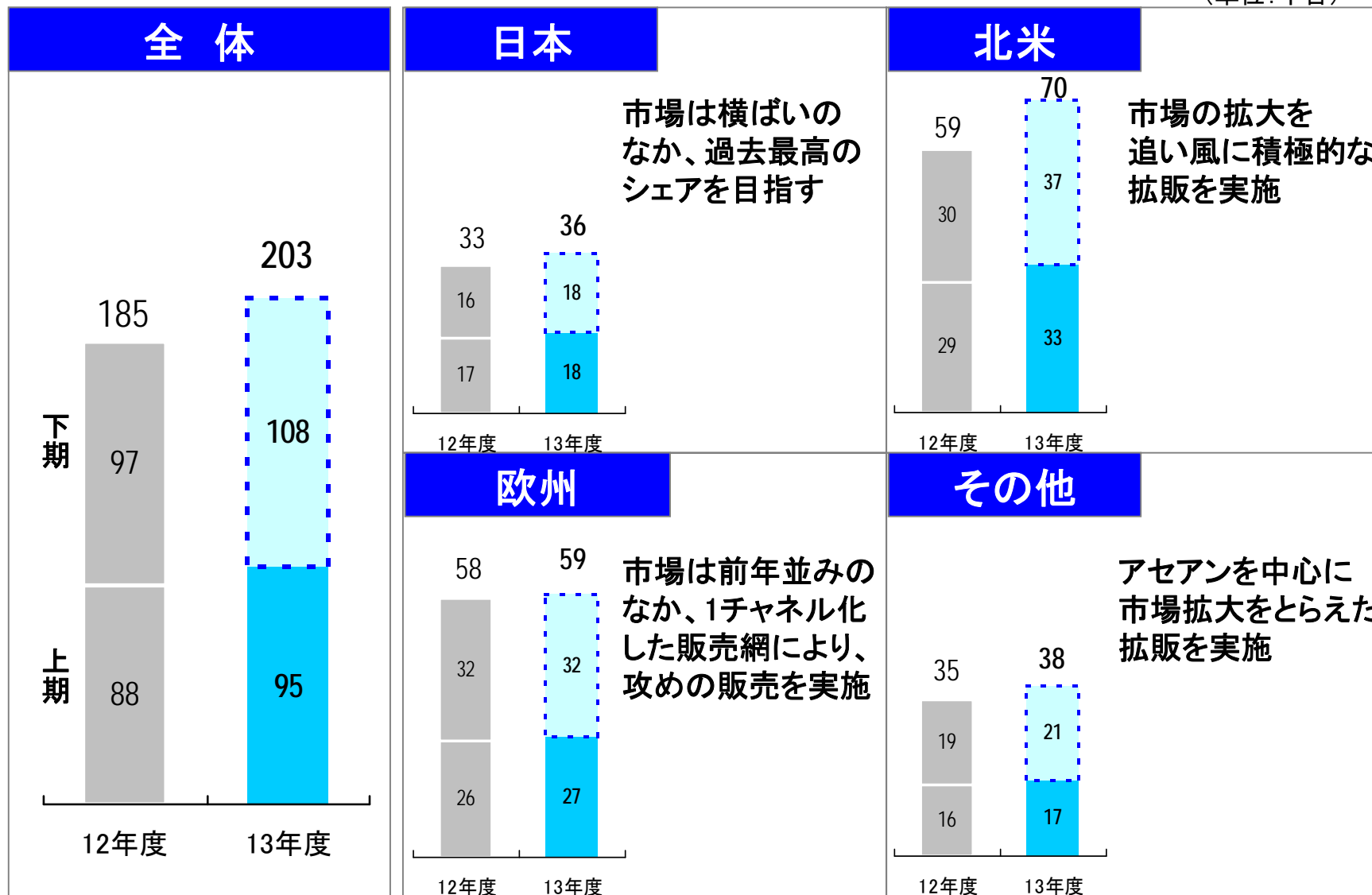
事業別販売台数

拡販活動の展開などにより、各事業において販売台数が増加



産業車両 足元の販売状況

(単位:千台)



市場は横ばいのなか、過去最高のシェアを目指す

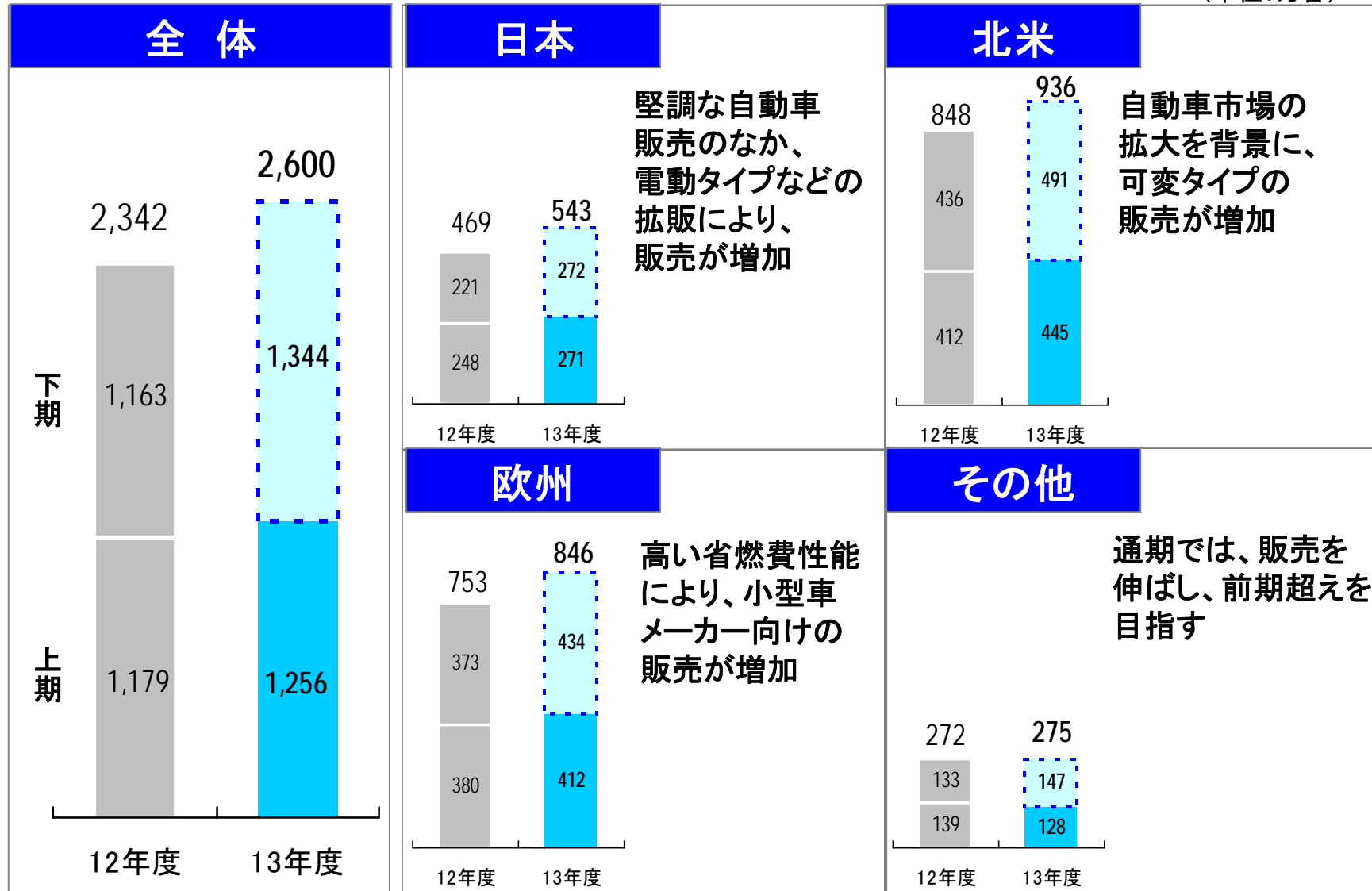
市場の拡大を追い風に積極的な拡販を実施

市場は前年並みのなか、1チャンネル化した販売網により、攻めの販売を実施

アセアンを中心に市場拡大をとらえた拡販を実施

コンプレッサー 足元の販売状況

(単位:万台)



堅調な自動車販売のなか、電動タイプなどの拡販により、販売が増加

自動車市場の拡大を背景に、可変タイプの販売が増加

高い省燃費性能により、小型車メーカー向けの販売が増加

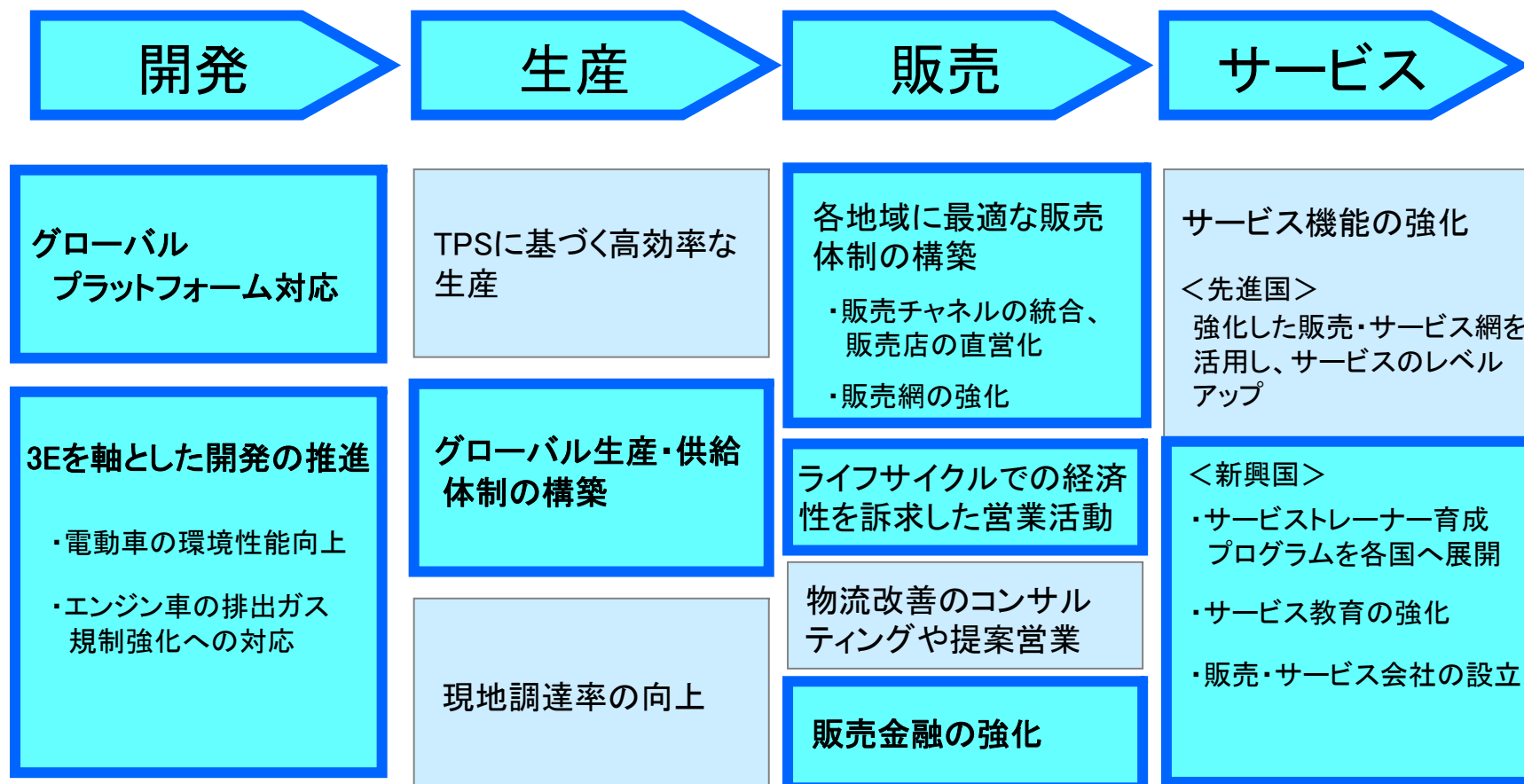
通期では、販売を伸ばし、前期超えを目指す

Ⅲ. 中期的成長に向けた取り組み

<p>ソリューション 産業車両</p>	<ul style="list-style-type: none">➤ グローバルプラットフォーム対応➤ 3Eを軸とした開発の取り組み➤ グローバル生産・供給体制の構築➤ 販売・サービス力の強化➤ 事業領域の拡大
<p>キーコンポーネント コンプレッサー</p>	<ul style="list-style-type: none">➤ 3Eを軸とした開発の取り組み➤ 生産・供給体制の最適化

ソリューション／産業車両

バリューチェーンの拡大に向けた取り組み



グローバルプラットフォーム対応

プラットフォーム共通化とモジュール化により、
市場ニーズに対応しつつ、開発リードタイムを短縮し、価格競争力を向上

1. 電動車

1.5～3.0トン積みモデル

中国で生産し、中国（2011/5）およびALOMA*市場（2012/1）向けに販売

* Asia, Latin America, Oceania, Middle East, Africa の略

2. エンジン車

3.5～8.0トン積みモデル

2013年 4月 北米で発売

2013年10月 北米で生産開始

→ 順次シリーズを拡大



3Eを軸とした開発の取り組み

主要機能部品の自社開発による商品力の強化

1. 電動車の環境性能の向上

エレクトロニクス事業部と協業

機能部品のコントローラーを強化し、ソフトウェア分野で差別化

➤稼働時間の10%以上延長などを実現

GENEO-R (2012/5)
ハイピックリフト(2012/12)

2. エンジン車の排出ガス規制強化への対応

エンジン事業部と協業

当社**新型1KDエンジン**および**ターボチャージャー**を搭載

➤燃焼効率の大幅改善による**DPFレス化**

3.5～8.0トン積みモデル

➤ **燃費30%向上**

グローバル生産・供給体制の構築

1. 先進国では市場に近い拠点での生産体制の基盤をこれまでに構築
2. 新興国への供給元を最適拠点へ順次切り替え(2010/5～)

アジア向け : 中国から供給
ブラジル向け: 米国から供給
ロシア向け : 欧州から供給 } リードタイム短縮、輸送コスト低減

(従来はいずれも日本から供給)

3. ブラジル工場の新設

- ・主力の1.8～3.0トン積みエンジン車を2013/10より生産
- ・生産能力:5,000台/年

グローバル生産・供給体制の構築

4. 中国工場の生産能力増強

- ・2013/6 移転・能増を完了
- ・中国でのハイエンド市場の拡大および新興国市場への輸出増加に対応

5. 主要機能部品は最適国で生産

ベトナムの部品生産子会社での電動車用モーター生産（2012/4 生産開始）

- ・日本・北米・欧州・中国の工場へ供給
- ・今後、搭載率を高め、商品力および価格競争力を向上

販売・サービス力の強化

1. 各地域における取り組み

販売チャネルの統合や販売店の直営化など、地域ごとに最適な施策を実施

1) 欧州

(1) これまでに販売チャネルを統合し、2013/1で欧州全域の1チャネル化完了

(2) **ロシア販売会社設立（2014/4 営業開始）**

市場規模が大きく、今後も成長が見込まれるロシア市場での販売力強化

2) 北米

(1) TICOと販売店オーナー双方のニーズにもとづき、販売店の直営化を実施

(2) 2ブランドによる大口お客様対応を引き続き強化

販売・サービス力の強化

1. 各地域における取り組み

3) ALOMA・中国

(1) 販売・サービス会社を設立

インド (2011/5 営業開始)

中国 (2011/9 営業開始)

(2) グローバル・トレーニングセンターでのサービストレーナー向け
実技教育の継続などにより、サービス機能を強化

(3) 優れた商品およびサービス品質によるライフサイクルでの経済優位性を
販売活動にて訴求

4) 日本

(1) 全業種における新規や大口のお客様への拡販活動を強化し、
ハード（物流機器）とソフト（物流改善）を組み合わせた
お客様に最適な物流の効率化をご提案

(2) 全国の販売・サービス網を活用し、お客様に迅速かつきめ細かな
サポートを行うことで、お客様満足度を一層向上

販売・サービス力の強化

2. お客様のニーズに対応して販売金融を強化

メキシコ、フランスに販売金融の拠点を設立
(2013/6 設立、順次営業開始)

- ・ 販売金融の強化により、これまでの販売、サービスと合わせ、お客様の様々なご要望にお応え
- ・ グローバルな販売・サービスネットワークを活用し、各地域のお客様に対応
- ・ 商品購入、メンテナンス、買い替えなど、商品のライフサイクルを通してお客様の満足度を向上

事業領域の拡大

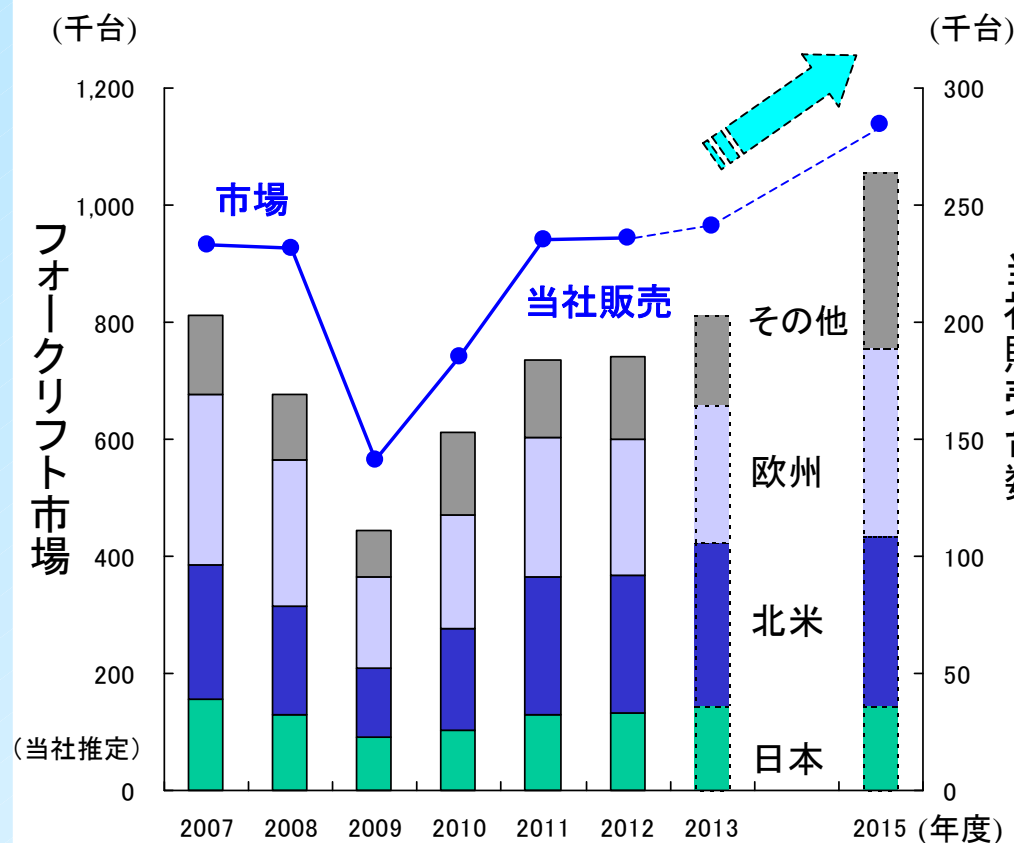
1. 世界最大手のフォークリフト用アタッチメントメーカー 米国カスケード社を2013/3末に子会社化

- ・お互いの理解活動により強みを共有し、商品力を一層強化
- ・事業領域を拡大し、お客様の物流ニーズへ一層幅広く対応
- ・カスケード社を核に産業車両用のコンポーネント強化を推進



ソリューション／産業車両

さらなる販売の拡大



【商品力強化】

- ・グローバルプラットフォーム対応
- ・主要機能部品の自社開発

【供給体制の強化】

- ・新興国での生産能力増強
- ・最適国での主要機能部品の生産

【販売・サービス力の強化】

- ・販売・サービス網の強化
- ・サービス機能の強化
- ・販売金融の強化

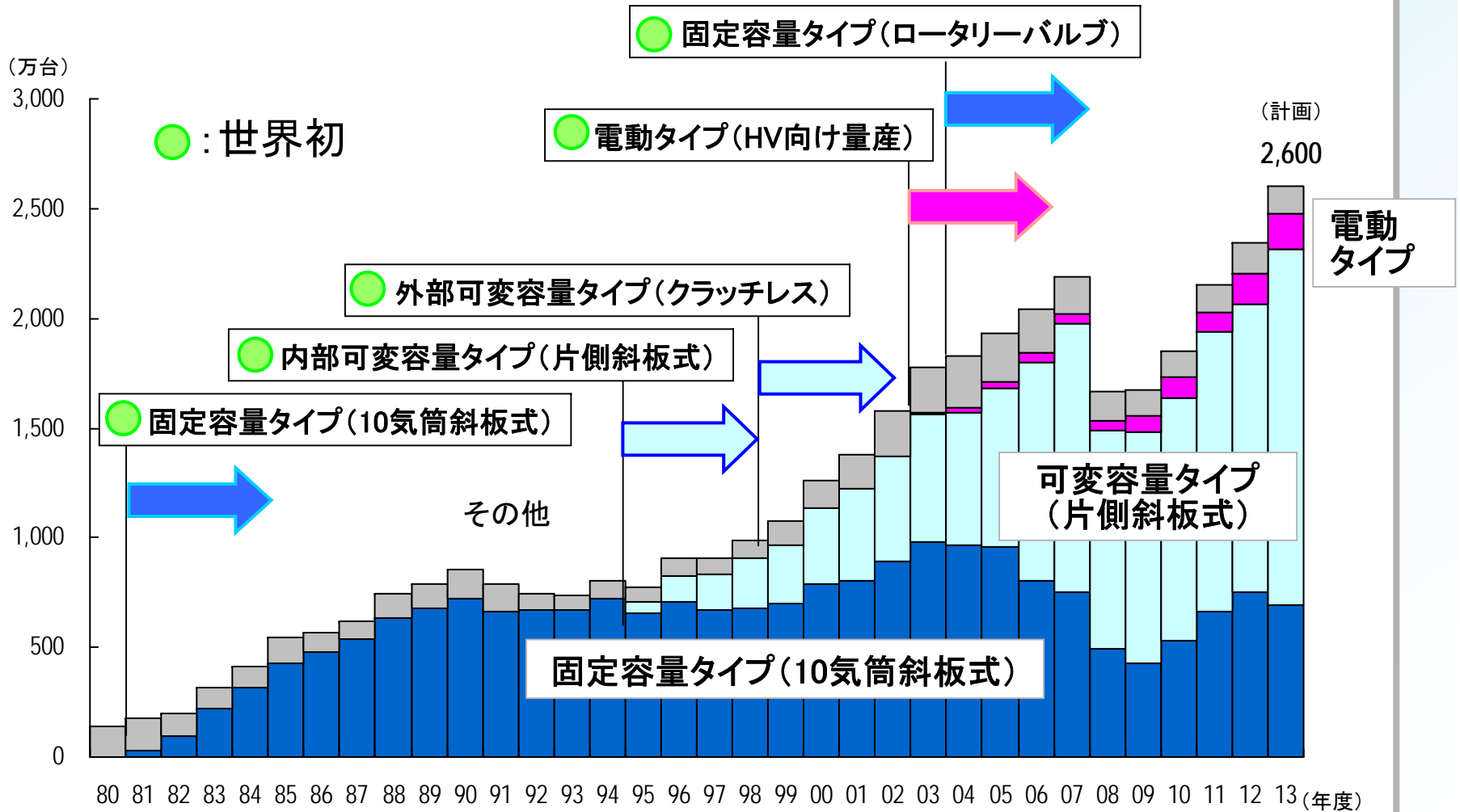
【事業領域の拡大】



販売台数拡大と
収益向上をはかる

キーコンポーネント／コンプレッサ

コンプレッサの技術および拡販の状況



キーコンポーネント／コンプレッサー

3Eを軸とした開発の取り組み

1. 新興国から先進国まで幅広いニーズへの的確に対応

先進国向け

電動車用

トヨタの全ての電動車に搭載。トヨタ以外へも順次拡販中

- 1) 電動タイプ: 電動車(HV、PHV、EV)の市場拡大により引き合いが急増
 - (1) 小型・軽量・静粛性・省燃費化の向上
 - (2) 内製のモーター、インバーターの性能向上による商品力強化

エンジン車用

トヨタをはじめとした世界中の主要カーメーカーで採用

- 1) 可変タイプ: 燃費規制強化により北米を中心に省燃費ニーズが拡大
 - (1) 省燃費性能を一層高めた次世代タイプの開発
 - (2) 新興国向けに機能と価格を最適化
- 2) 固定タイプ: 新興国で根強い需要
 - (1) 新興国向けモデルの開発
 - (2) 価格競争力の強化

新興国向け

キーコンポーネント／コンプレッサー

3Eを軸とした開発の取り組み

2. 新商品の投入

1) 電動タイプ

ESAシリーズ

省燃費性能10%向上、軽量化10%向上、搭載性向上
フォード、VWに加え、**新規にホンダ向けに販売**



ESA34

2) 可変タイプ

SESシリーズ

省燃費性能10%向上、軽量化10%向上
トヨタ、GM、アウディ、VW、ダイムラー向けに販売



6SES14

キーコンポーネント／コンプレッサー

生産・供給体制の最適化

1. 北米

- 1) 燃費規制強化に伴う可変タイプの需要増に対し、生産能力を2012年以降順次増強中
- 2) **主要機能部品の生産子会社立ち上げ (2013/9)** による現地調達率の向上

2. 欧州

- 1) 車両生産増に伴うコンプレッサー需要増に対し、**生産能力を増強 (2013/10)**
- 2) 現地調達率の向上

3. 中国

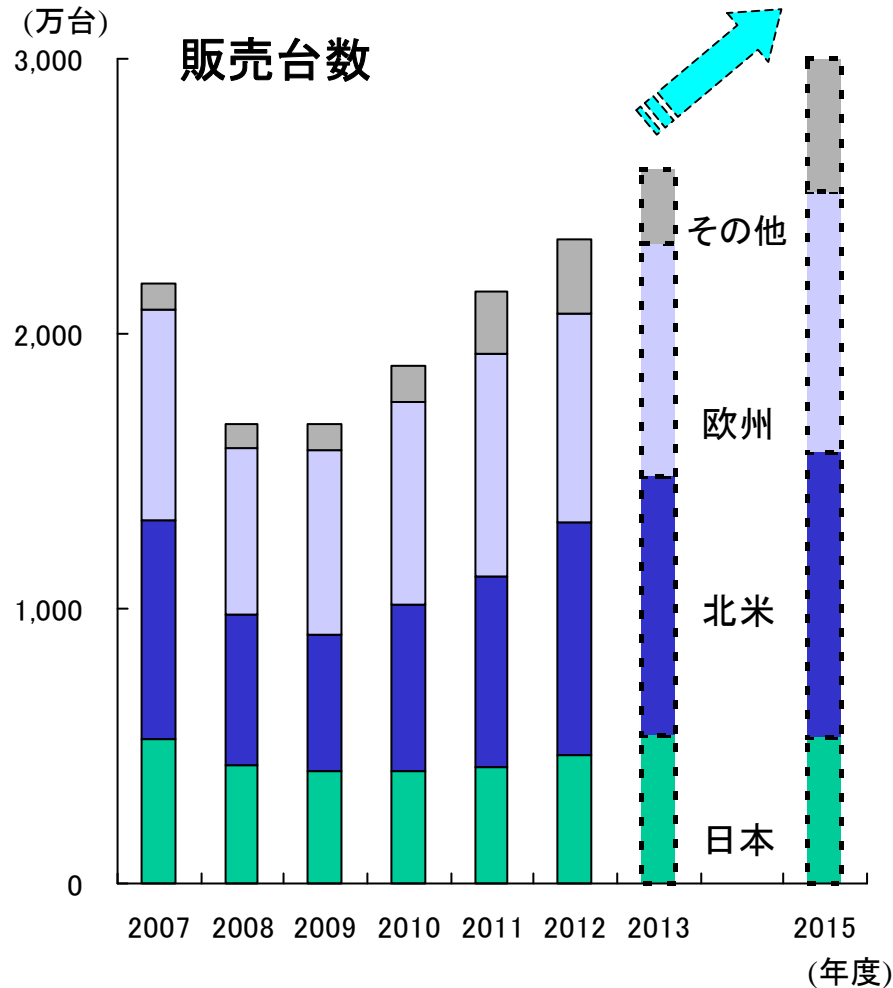
- 1) 日米欧のカーメーカーからの受注拡大への対応
- 2) 現地調達率の向上

4. アセアン

- 1) アセアン域内外の需要増に対応し、**インドネシア生産子会社を移転・生産能力増強 (2014/10)**
- 2) 現地調達率の向上

キーコンポーネント／コンプレッサー

さらなる販売の拡大



【商品力強化】

- ・省燃費商品のさらなる競争力強化
- ・新興国ニーズに対応し、機能と価格のバランスの取れた商品の開発

【供給体制の強化】

- ・グローバルでの需要増へ対応し、生産能力を強化
- ・現地調達率を高め、価格競争力を向上



国内外カーメーカーへの
拡販を加速

将来見通しに関する記述についての注意

このプレゼンテーション資料に記載されている、当社の現在の計画、見通し、戦略、確信などのうち、歴史的事実でないものは将来の業績に関する見通しであり、これらは現在入手可能な情報から得られた当社の経営者の判断に基づいています。したがって、これらの業績見通しのみで全面的に依拠することは控えてくださいますよう、お願いいたします。

実際の業績は、さまざまなリスクや不確実性により、これらの業績見通しとは大きく異なる結果となりうることをご承知おきください。実際の業績に影響を与えうるリスクや不確実性には、当社の事業を取り巻く経済情勢、さまざまな競争圧力、関連法律・法規、為替レートの変動などを含みます。

ただし、業績に影響を与えうる要素はこれらに限定されるものではありません。