

# 2022年3月期 第3四半期決算説明資料

証券コード：5332

2022. 1.28

**2022年3月期 第3四半期決算**

## 増収増益

### 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

- ◆中国大陸事業は増収増益。
- ◆アジア事業は、台湾地域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。

	2020年度 3Q累計	2021年度 3Q累計	前年差 (前年比)	為替影響除 (前年比)	前々年差 (前々年比)	計画	計画差 (計画比)
売上高	4,194	4,801	+608 (114%)	+531 (113%)	+320 (107%)	4,790	+11 (100%)
営業利益 【営業利益率】	281 【6.7%】	430 【9.0%】	+149 (153%)	+134 (148%)	+130 (143%)	418 【8.7%】	+12 (103%)
経常利益	276	459	+183 (166%)	+146 (153%)	+137 (142%)	437	+22 (105%)
親会社株主に 帰属する 四半期純利益	165	324	+159 (196%)	+126 (176%)	+98 (143%)	312	+12 (104%)

## ■為替レート

	2020年度 1Q	2020年度 2Q	2020年度 3Q	2021年度 1Q	2021年度 2Q	2021年度 3Q
1ドル	108.9円	107.6円	106.2円	106.1円	109.5円	110.1円
1元	15.6円	15.2円	15.4円	16.4円	17.0円	17.0円
1ユーロ	120.1円	118.6円	124.1円	127.8円	131.9円	129.8円

増収増益。

# セグメント別業績

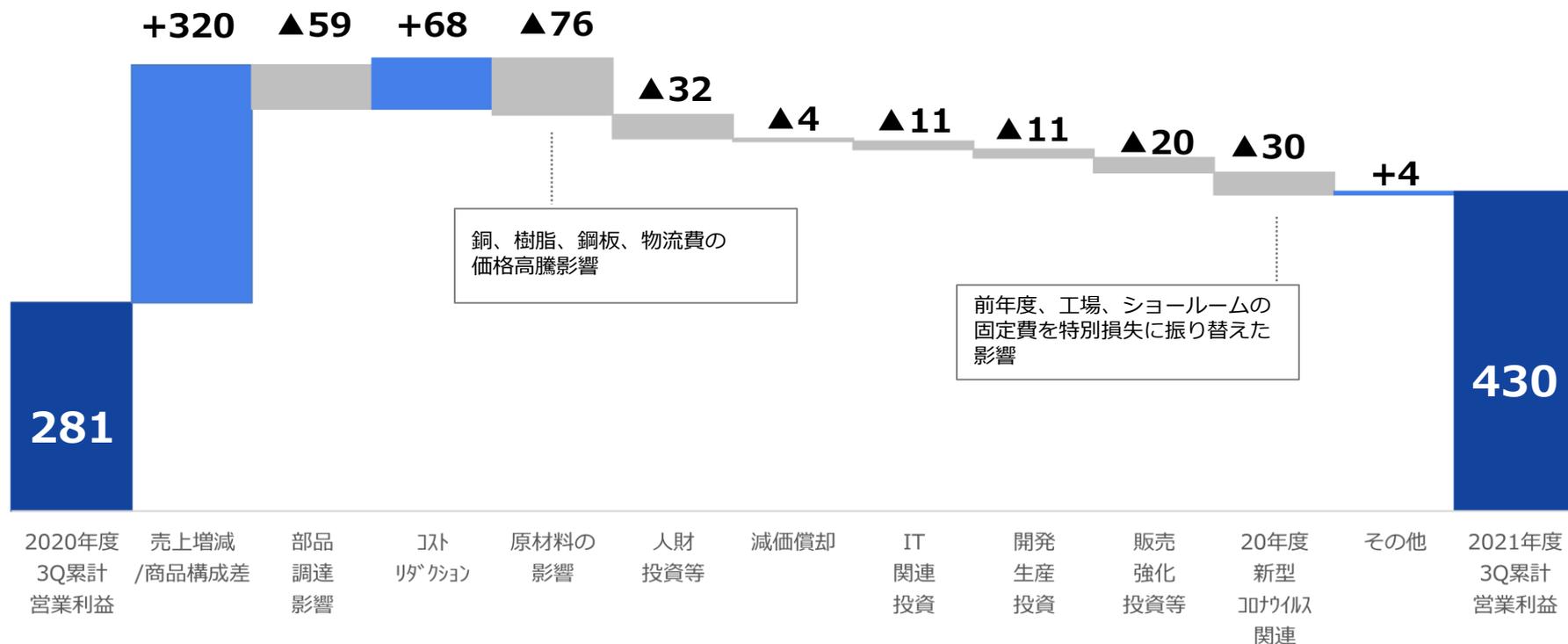
単位：億円

<売上高>	2020年度	2021年度	前年差	前々年差	計画	計画差
	3Q累計	3Q累計	(前年比)	(前々年比)		
住設事業 (日本)	3,082	3,313	+230 (107%)	▲60 (98%)	3,309	+3 (100%)
住設事業 (海外)	965	1,278	+313 (132%)	+290 (129%)	1,274	+4 (100%)
新領域	145	209	+65 (145%)	+90 (176%)	206	+4 (102%)
その他	2	2	▲0	▲0	2	+0
合計	4,194	4,801	+608 (114%)	+320 (107%)	4,790	+11 (100%)
<営業利益>	2020年度	2021年度	前年差	前々年差	計画	計画差
	3Q累計	3Q累計	(前年比)	(前々年比)		
住設事業 (日本)	166	206	+40 (124%)	▲25 (89%)	205	+2 (101%)
住設事業 (海外)	126	188	+62 (149%)	+90 (191%)	184	+4 (102%)
新領域	10	59	+49 (5.8倍)	+60	54	+6 (111%)
その他	▲21	▲23	▲2	+6	▲24	+1
合計	281	430	+149 (153%)	+130 (143%)	418	+12 (103%)

全セグメントで増収増益。

# 全社営業利益の増減要因

単位：億円



計画差	+8	▲1	+2	+0	+1	+1	+0	+1	▲1	-	+1	+12
-----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	---	----	-----

原材料価格等の高騰や部品調達影響があったものの、売上好調により増益。

# 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 3Q累計	2021年度 3Q累計	前年差 (前年比)	前々年差 (前々年比)
売上高	2,114	2,255	+141 (107%)	▲26 (99%)
営業利益	150	180	+31 (120%)	▲21 (90%)
営業利益率	7%	8%	+1pt	▲1pt

## ■ 新築

	2020年度 3Q累計	2021年度 3Q累計	前年差 (前年比)	前々年差 (前々年比)
売上高	968	1,057	+89 (109%)	▲34 (97%)
営業利益	16	26	+10 (160%)	▲5 (85%)
営業利益率	2%	2%	+1pt	▲0pt

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。

# グローバル住設事業（日本）：商品別業績

単位：億円

	売上高				営業利益			
	2020年度 3Q累計	2021年度 3Q累計	前年差 (前年比)	前々年差 (前々年比)	2020年度 3Q累計	2021年度 3Q累計	前年差 (前年比)	前々年差 (前々年比)
衛生陶器	652	696	+43 (107%)	▲8 (99%)	38	68	+30 (178%)	+11 (120%)
ウォシュレット	756	696	▲59 (92%)	▲50 (93%)	128	78	▲50 (61%)	▲36 (69%)
水栓機器	610	671	+61 (110%)	+5 (101%)	20	28	+8 (143%)	+2 (109%)
浴室	660	783	+123 (119%)	▲15 (98%)	1	35	+34 (51倍)	▲1 (96%)
キッチン・洗面	307	361	+54 (118%)	+12 (103%)	▲6	12	+18	▲0 (99%)
その他	97	106	+9 (109%)	▲5 (96%)	▲14	▲13	+0	▲2
合計	3,082	3,313	+230 (107%)	▲60 (98%)	166	206	+40 (124%)	▲25 (89%)

ウォシュレットは部品調達で影響があり減収減益も、  
その他商品は増収増益。

# グローバル住設事業（海外）

単位：億円

売上高	2020年度 3Q累計	2021年度 3Q累計	前年差 (前年比)	前々年差 (前々年比)
中国大陸事業	480	682	+202 (142%)	+186 (137%)
アジア事業 ※	200	227	+27 (114%)	+8 (104%)
米州事業	255	331	+75 (130%)	+88 (136%)
欧州事業	30	38	+8 (126%)	+9 (129%)
<b>合計</b>	<b>965</b>	<b>1,278</b>	<b>+313 (132%)</b>	<b>+290 (129%)</b>

営業利益	2020年度 3Q累計	2021年度 3Q累計	前年差 (前年比)	前々年差 (前々年比)
中国大陸事業	84	126	+43 (151%)	+55 (176%)
アジア事業 ※	29	38	+9 (130%)	+8 (129%)
米州事業	19	29	+10 (154%)	+22 (4.6倍)
欧州事業	▲6	▲5	+0	+4
<b>合計</b>	<b>126</b>	<b>188</b>	<b>+62 (149%)</b>	<b>+90 (191%)</b>

※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。

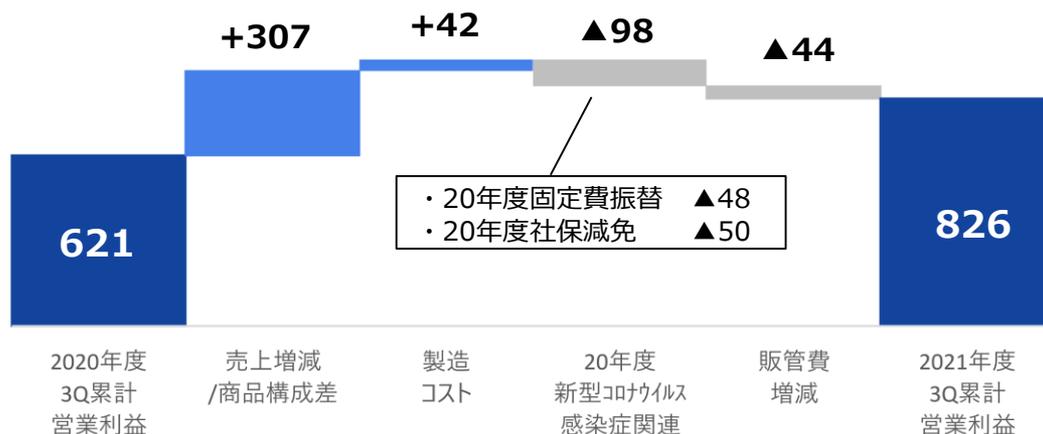
■ P / L ※連結調整、共通費の配賦等は含まないベース

	2020年度 3Q累計	2021年度 3Q累計	前年差 (前年比)	前々年差 (前々年比)
売上高	3,120	4,042	+922 (130%)	+929 (130%)
営業利益	621	826	+206 (133%)	+310 (160%)
営業利益率	20%	20%	+1pt	+4pt

第4四半期(10月～12月)の売上高伸長率：前年比 100%  
：前々年比 122%

為替レート	2020年度 3Q	2021年 3Q
1円	15.4円	17.0円

■ 営業利益の増減要因

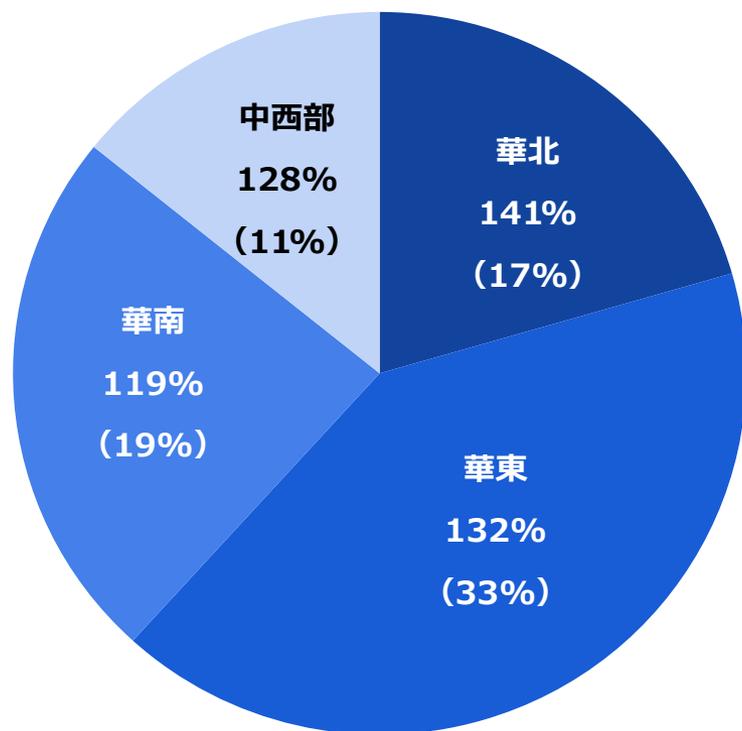


增收増益

# 中国大陸事業

## ■ 地域別の売上高伸長率

中国大陸事業計：130%(現地通貨ベース)

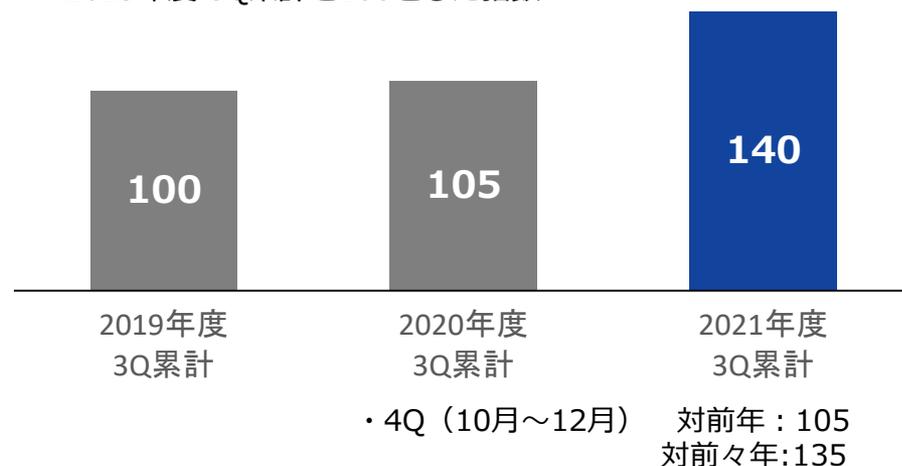


## ■ 商品別の売上高伸長率

	前年比	前々年比	売上高 構成比
衛生陶器	147%	140%	46%
ウォシュレット	114%	122%	24%
水栓金具	157%	165%	24%

## ■ ウォシュレットの販売台数伸長

2019年度 3Q累計を100とした指数



全エリア・商品で伸長。

## 台湾地域

単位：百万台湾ドル

台湾地域	2020年度 3Q累計	2021年度 3Q累計	前年差 (前年比)	前々年差 (前々年比)
売上高	2,972	3,184	+213 (107%)	+522 (120%)
営業利益	816	901	+86 (111%)	+288 (147%)
営業利益率	27%	28%	+1pt	+5pt

第4四半期(10月～12月)の売上高伸長率：前年比 111%  
：前々年比113%

## ベトナム

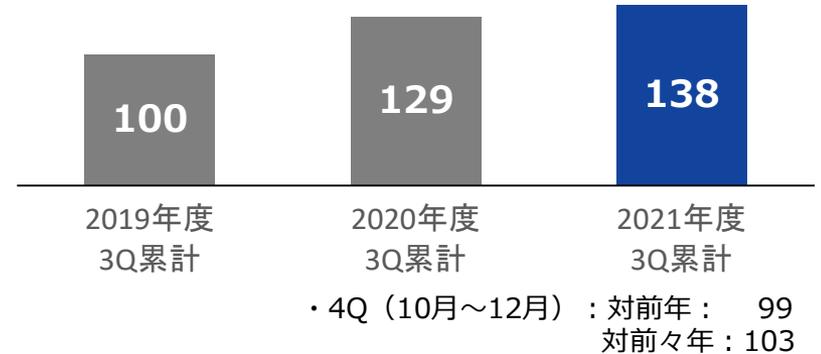
単位：10億ドン

ベトナム	2020年度 3Q累計	2021年度 3Q累計	前年差 (前年比)	前々年差 (前々年比)
売上高 【外部顧客売上高】	3,039 【1,068】	2,959 【941】	▲80 (88%)	+209 (77%)
営業利益	298	135	▲163 (45%)	▲210 (39%)
営業利益率	10%	5%	▲5pt	▲8pt

第4四半期(10月～12月)の外部顧客売上高伸長率：前年比 90%  
：前々年比 56%

## ■ウォシュレット販売台数の伸長

2019年度 3Q累計を100とした指数



為替レート	2020年度 3Q	2021年度 3Q
1台湾ドル	3.6円	4.0円

為替レート	2020年度 3Q	2021年度 3Q
1ドン	0.00458円	0.00481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。  
ベトナムはロックダウンによる減産等の影響により減収減益。

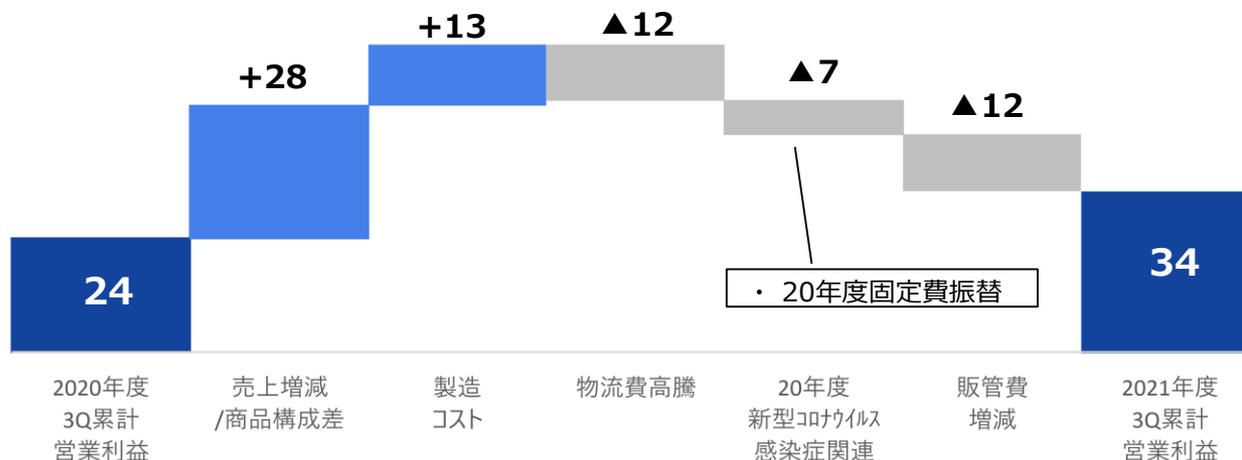
■ P / L ※連結調整、共通費の配賦等は含まないベース

	2020年度 3Q累計	2021年度 3Q累計	前年差 (前年比)	前々年差 (前々年比)
売上高	237	304	+67 (128%)	+82 (137%)
営業利益	24	34	+10 (143%)	+22 (2.9倍)
営業利益率	10%	11%	+1pt	+6pt

第4四半期(10月～12月)の売上高伸長率：前年比 99%  
：前々年比131%

為替レート	2020年度 3Q	2021年度 3Q
1ドル	106.2円	110.1円

■ 営業利益の増減要因

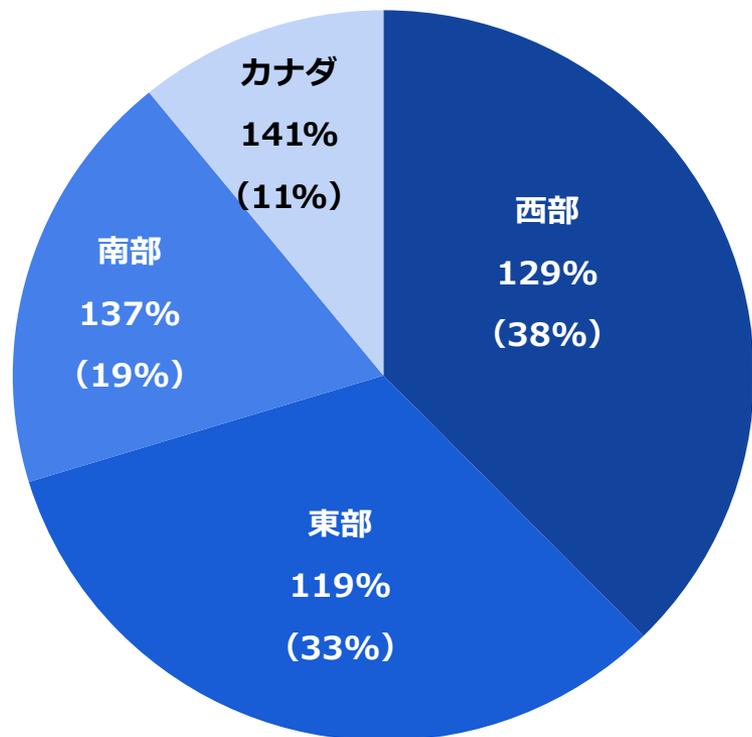


販売好調を継続し、増収増益。

# 米州事業

## ■ 地域別の売上高伸長率（構成比）

米州事業計：128%(現地通貨ベース)

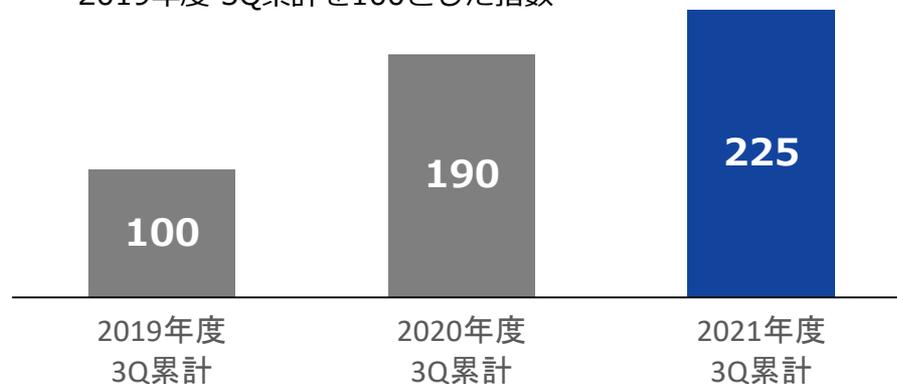


## ■ 商品別の売上高伸長率

	前年比	前々年比	売上高構成比
衛生陶器	139%	128%	49%
ウォシュレット	134%	196%	34%
水栓金具	89%	92%	12%

## ■ ウォシュレットの販売台数伸長

2019年度 3Q累計を100とした指数



・4Q（10月～12月）対前年： 81  
対前々年：137

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。

■ P / L ※連結調整、共通費の配賦等は含まないベース

	2020年度 3Q累計	2021年度 3Q累計	前年差 (前年比)	前々年差 (前々年比)
売上高	23	27	+4 (119%)	+4 (120%)
営業利益	▲3	▲1	+2	+5

第4四半期(10月～12月)の売上高伸長率：前年比 90%  
：前々年比109%

為替レート	2020年度3Q	2021年度3Q
1ユーロ	124.1円	129.8円

■ ウォシュレットの販売台数伸長

2019年度 3Q累計を100とした指数



増収赤字幅縮小。流通構築と施工店育成を推進。

	2020年度 3Q累計	2021年度 3Q累計	前年差 (前年比)	前々年差 (前々年比)
売上高	145	209	+65 (145%)	+90 (176%)
営業利益	10	59	+49 (5.8倍)	+60
営業利益率	7%	28%	+21pt	-

セラミック事業は、半導体市況の好調により増収増益。

トピックス

# 「Dow Jones Sustainability World Index」に選定

「Dow Jones Sustainability World Index」の  
「World Index」の構成銘柄に10回目の選定  
「DJSI Asia Pacific」の構成銘柄にも13年連続で選定

Member of

## Dow Jones Sustainability Indices

Powered by the S&P Global CSA

DJSIとは：

S&P Global 社が運営する株式指標で、経済・環境・社会の3側面から企業の持続可能性を評価。

2021年度は、世界約3500社を対象に調査を実施。

TOTOは322社のうちの1社として「DJSI World」に選定された。(日本企業：35社)

**事業を通して社会課題の解決に取り組むことで経済的成長を実現し、  
国連の「持続可能な開発目標（SDGs）」に貢献していく。**

# ベトナムに水栓金具新工場建設

## 生産性向上に加え、環境負荷を最小限に抑えた最新鋭の水栓金具工場をベトナムに建設



完成予想CG



生産予定の水栓金具の一例



### ■工場概要

投資金額：約100億円

生産品目：水栓金具（洗面用・浴槽用の手動水栓、自動水栓等）

着工：2022年1月

稼働：2024年3月

グローバル市場における水栓金具の需要伸長に合わせ、  
高品質でデザイン性の高い水栓金具の安定的供給体制の強化を図る。

# 日本住設事業における価格改定

原材料価格等の高騰が継続しており、生産性の向上や合理化によるコストリダクション等の企業努力だけでは吸収することが困難と判断したため、日本住設事業における価格改定を実施することとした。

## ■ 価格改定実施：2022年10月1日受注分より

## ■ 主な対象商品と改定率

対象商品	改定率
衛生陶器	3%～ 8%程度
ウォシュレット（一体形便器・シートタイプ）	2%～13%程度
水栓金具	6%～12%程度
ユニットバス・システムバスルーム	6%～20%程度
洗面化粧台	4%～ 8%程度
システムキッチン	2%～ 7%程度

このプレゼンテーション資料は、2022年1月28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**