

あしたを、ちがう「まいにち」に。

TOTO

2022年3月期 決算説明資料

証券コード：5332

2022. 4.28

2022年3月期 決算

増収増益。売上高・営業利益・経常利益は過去最高。

グローバル住設事業（日本）：増収利益横ばい

- ◆ 原材料価格の高騰、部品調達影響があったものの販売が好調で増収利益横ばい。

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、物流費高騰の影響が大きいものの、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	2021年度	前年差 (前年比)	為替影響除 (前年比)	前々年差 (前々年比)	修正計画	修正計画差 (計画比)
売上高	5,778	6,453	+674 (112%)	+548 (109%)	+496 (108%)	6,500	▲47 (99%)
営業利益 【営業利益率】	397 【6.9%】	522 【8.1%】	+125 (132%)	+103 (126%)	+164 (146%)	500 【7.7%】	+22 (104%)
経常利益	410	569	+158 (139%)	+110 (127%)	+203 (155%)	520	+49 (109%)
親会社株主に 帰属する 当期純利益	270	401	+132 (149%)	+89 (133%)	+162 (168%)	375	+26 (107%)
ROA	6.5%	8.1%	+1.6pt		+1.9pt	7.9%	+0.2pt
ROE	7.7%	10.4%	+2.7pt		+3.3pt	9.8%	+0.6pt

■為替レート

	2020年度 1Q	2020年度 2Q	2020年度 3Q	2020年度 4Q	2021年度 1Q	2021年度 2Q	2021年度 3Q	2021年度 4Q
1ドル	108.9円	107.6円	106.2円	104.5円	106.1円	109.5円	110.1円	113.7円
1元	15.6円	15.2円	15.4円	15.8円	16.4円	17.0円	17.0円	17.8円
1ユーロ	120.1円	118.6円	124.1円	124.6円	127.8円	131.9円	129.8円	130.0円

増収増益。売上高・営業利益・経常利益は過去最高。

セグメント別業績

単位：億円

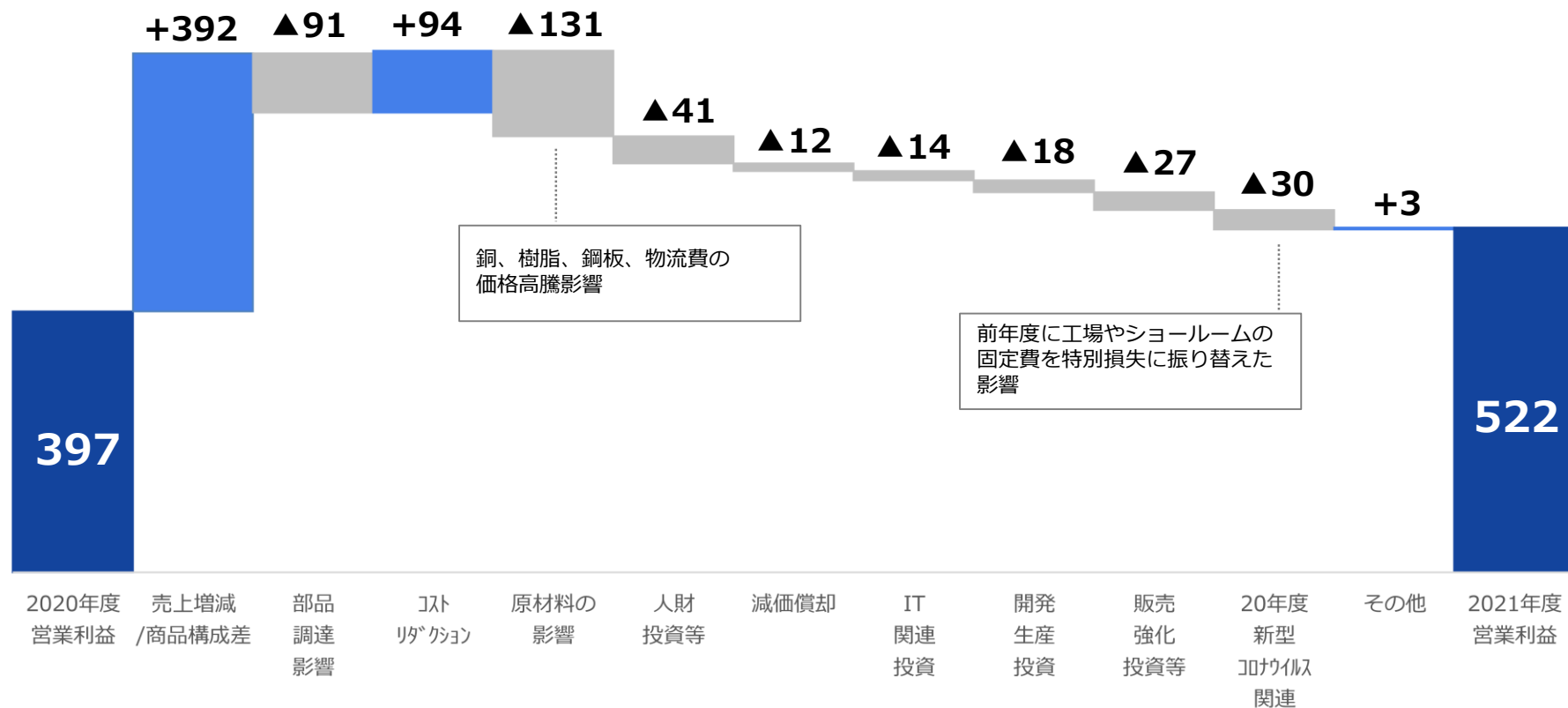
<売上高>	2020年度	2021年度	前年差 (前年比)	前々年差 (前々年比)	修正計画	修正計画差 (計画比)
住設事業 (日本)	4,198	4,409	+211 (105%)	▲19 (99.6%)	4,500	▲91 (98%)
住設事業 (海外)	1,377	1,740	+363 (126%)	+381 (128%)	1,705	+35 (102%)
新領域	201	301	+100 (150%)	+134 (181%)	293	+8 (103%)
その他	3	2	▲0	▲0	2	+0
合計	5,778	6,453	+674 (112%)	+496 (108%)	6,500	▲47 (99%)

<営業利益>	2020年度	2021年度	前年差 (前年比)	前々年差 (前々年比)	修正計画	修正計画差 (計画比)
住設事業 (日本)	228	229	+0 (100.2%)	▲31 (88%)	235	▲6 (97%)
住設事業 (海外)	177	229	+52 (129%)	+95 (171%)	220	+9 (104%)
新領域	18	93	+75 (5.1倍)	+93	75	+18 (124%)
その他	▲27	▲29	▲2	+7	▲30	+1
合計	397	522	+125 (132%)	+164 (146%)	500	+22 (104%)

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	+31	▲23	+5	▲9	+1	+0	+1	+9	+5	-	+2	+22
-----	-----	-----	----	----	----	----	----	----	----	---	----	-----

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。

■ リモデル

	2020年度	2021年度	前年差 (前年比)	前々年差 (前々年比)
売上高	2,886	2,976	+90 (103%)	+15 (101%)
営業利益	212	203	▲9 (96%)	▲24 (89%)
営業利益率	7%	7%	▲1pt	▲1pt

■ 新築

	2020年度	2021年度	前年差 (前年比)	前々年差 (前々年比)
売上高	1,312	1,433	+121 (109%)	▲34 (98%)
営業利益	16	25	+9 (156%)	▲7 (78%)
営業利益率	1%	2%	+1pt	▲0pt

リモデルは、9月以降継続している部品調達影響が大きく、増収減益。
新築は、住宅向け需要の好調が続き、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	2021年度	前年差 (前年比)	前々年差 (前々年比)	2020年度	2021年度	前年差 (前年比)	前々年差 (前々年比)
衛生陶器	898	931	+32 (104%)	▲9 (99%)	55	89	+34 (161%)	+21 (132%)
ウォシュレット	1,008	917	▲90 (91%)	▲25 (97%)	163	93	▲70 (57%)	▲28 (77%)
水栓機器	853	912	+59 (107%)	▲3 (99.7%)	33	34	+1 (102%)	▲7 (83%)
浴室	889	1,027	+138 (116%)	▲5 (99%)	▲3	29	+33	▲4 (89%)
キッチン・洗面	417	478	+61 (115%)	+33 (107%)	▲8	8	+16	+4 (192%)
その他	134	145	+11 (108%)	▲9 (94%)	▲12	▲24	▲12	▲18
合計	4,198	4,409	+211 (105%)	▲19 (99.6%)	228	229	+0 (100.2%)	▲31 (88%)

※過去実績は以下の調整を含む

①新収益認識基準の適用 ②共通費の配賦方法の一部見直し

ウォシュレットは部品調達影響があり減益も、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	2021年度	前年差 (前年比)	前々年差 (前々年比)
中国大陸事業	695	924	+229 (133%)	+254 (138%)
アジア事業 ※	282	325	+43 (115%)	▲1 (99.6%)
米州事業	360	443	+84 (123%)	+118 (136%)
欧州事業	40	48	+8 (119%)	+10 (127%)
合計	1,377	1,740	+363 (126%)	+381 (128%)

営業利益	2020年度	2021年度	前年差 (前年比)	前々年差 (前々年比)
中国大陸事業	116	158	+42 (136%)	+62 (165%)
アジア事業 ※	46	53	+7 (116%)	+8 (116%)
米州事業	25	29	+4 (117%)	+24 (6.2倍)
欧州事業	▲10	▲11	▲1	+1
合計	177	229	+52 (129%)	+95 (171%)

※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。

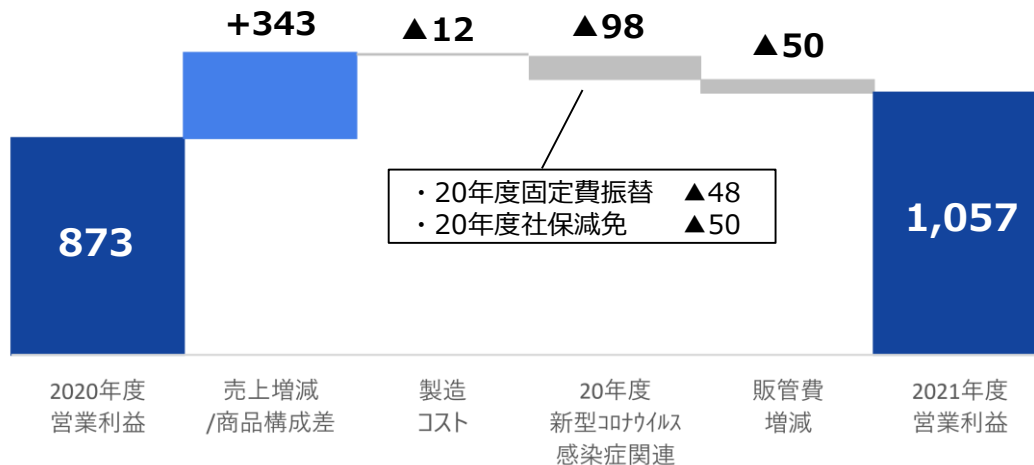
■ P / L ※連結調整、共通費の配賦等は含まないベース

	2020年度	2021年度	前年差 (前年比)	前々年差 (前々年比)
売上高	4,479	5,398	+919 (121%)	+1,164 (127%)
営業利益	873	1,057	+184 (121%)	+360 (152%)
営業利益率	20%	20%	+0pt	+3pt

2022年度_第1四半期(2022年_1月~3月)の売上高伸長率：前年比 81%

為替レート	2020年度 4Q	2021年 4Q
1円	15.8円	17.8円

■ 営業利益の増減要因

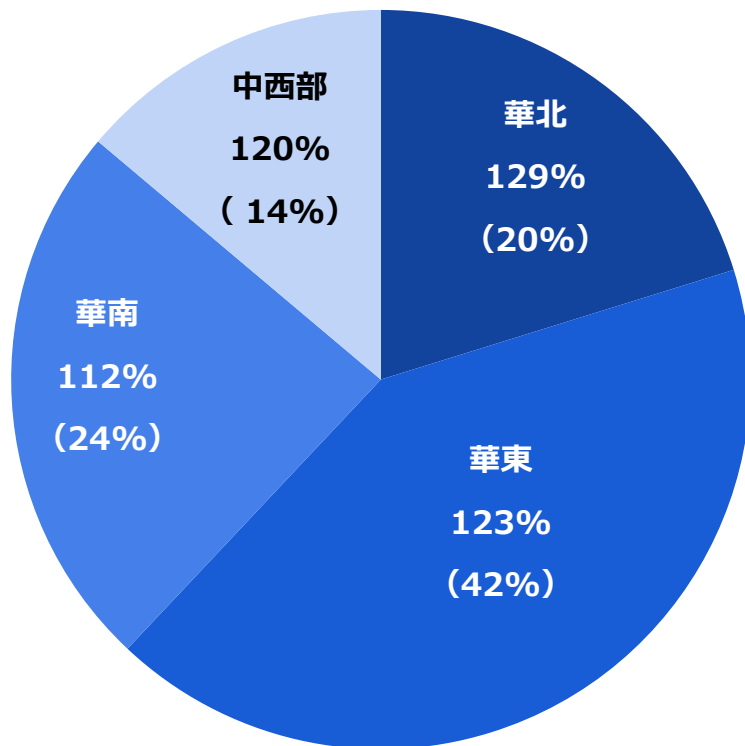


第4四半期に入り不動産価格抑制政策による市況悪化があったものの、第3四半期までの好調を受け増収増益。

中国大陸事業

■ 地域別の売上高伸長率（構成比）

中国大陸事業計：121%(現地通貨ベース)

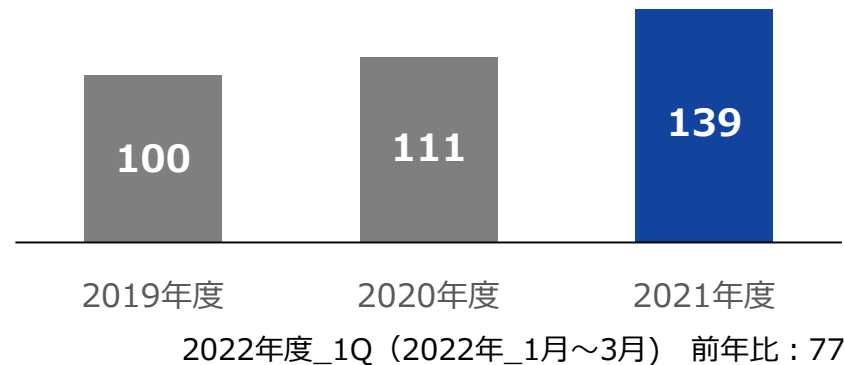


■ 商品別の売上高伸長率

	前年比	前々年比	売上高 構成比
衛生陶器	121%	127%	46%
ウォシュレット	122%	134%	24%
水栓金具	121%	128%	24%

■ ウォシュレットの販売台数伸長

2019年度 累計を100とした指数



全地域・商品で伸長。

台湾地域

単位：百万台湾ドル

台湾地域	2020年度	2021年度	前年差 (前年比)	前々年差 (前々年比)
売上高	4,030	4,359	+329 (108%)	+659 (118%)
営業利益	1,075	1,180	+105 (110%)	+332 (139%)
営業利益率	27%	27%	+0pt	+4pt

2022年度_第1四半期(2022年_1月～3月)の売上高伸長率
前年比 108%

ベトナム

単位：10億ドン

ベトナム	2020年度	2021年度	前年差 (前年比)	前々年差 (前々年比)
売上高 【外部顧客売上高】	4,240 【1,624】	4,244 【1,439】	+4 (89%)	▲12 (68%)
営業利益	509	330	▲179 (65%)	▲325 (50%)
営業利益率	12%	8%	▲4pt	▲8pt

2022年度_第1四半期(2022年_1月～3月)の売上高伸長率
前年比 115%

■ウォシュレット販売台数の伸長

2019年度 累計を100とした指数



2022年度_1Q (2022年_1月～3月) 前年比：105

為替レート	2020年度 4Q	2021年度 4Q
1台湾ドル	3.7円	4.1円

為替レート	2020年度 4Q	2021年度 4Q
1ドン	0.00451円	0.00499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。
ベトナムは新型コロナウイルス感染症拡大による国内需要の悪化と、
一部地域のロックダウンによる減産等の影響により増収減益。

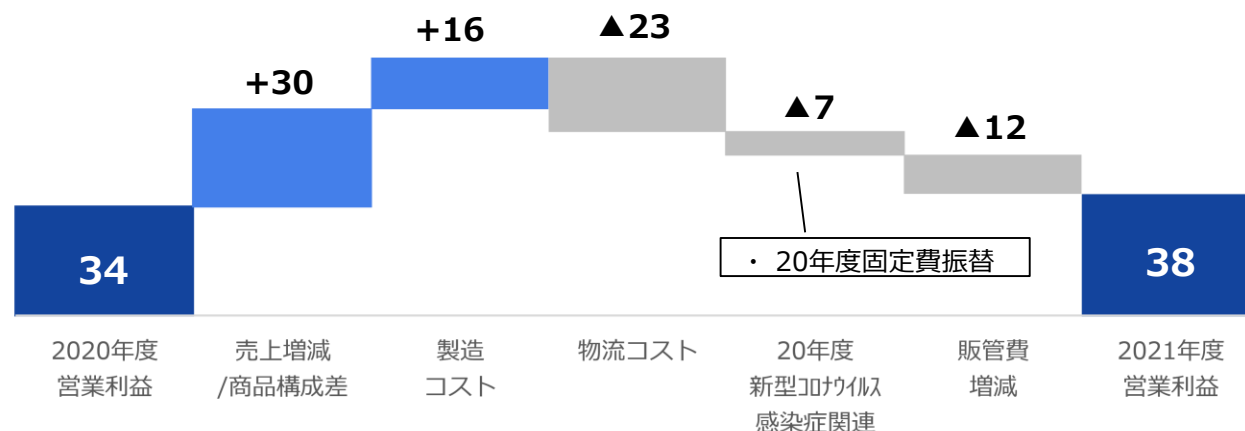
■ P / L ※連結調整、共通費の配賦等は含まないベース

	2020年度	2021年度	前年差 (前年比)	前々年差 (前々年比)
売上高	337	403	+66 (120%)	+105 (135%)
営業利益	34	38	+4 (113%)	+25 (2.9倍)
営業利益率	10%	9%	▲1pt	+5pt

2022年度_第1四半期(2022年_1月~3月)の売上高伸長率
前年比 119%

為替レート	2020年度 4Q	2021年度 4Q
1ドル	104.5円	113.7円

■ 営業利益の増減要因

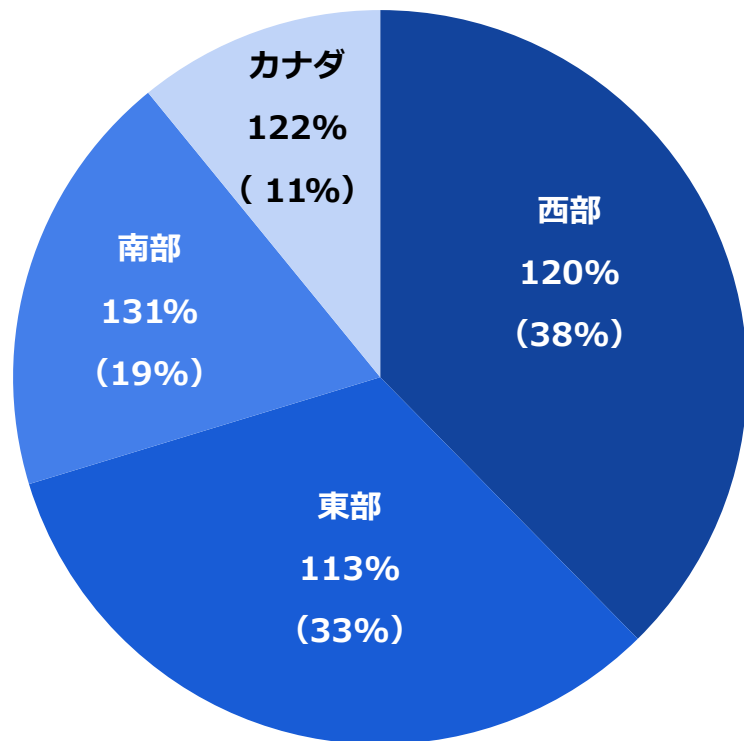


物流費高騰の影響が大きいものの、
昨年より伸長しているウォシュレットが好調で、増収増益。

米州事業

■ 地域別の売上高伸長率（構成比）

米州事業計：120%（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	128%	127%	49%
ウォシュレット	124%	185%	35%
水栓金具	85%	92%	11%

■ ウォシュレットの販売台数伸長

2019年度 累計を100とした指数



全地域で前年を上回り、
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

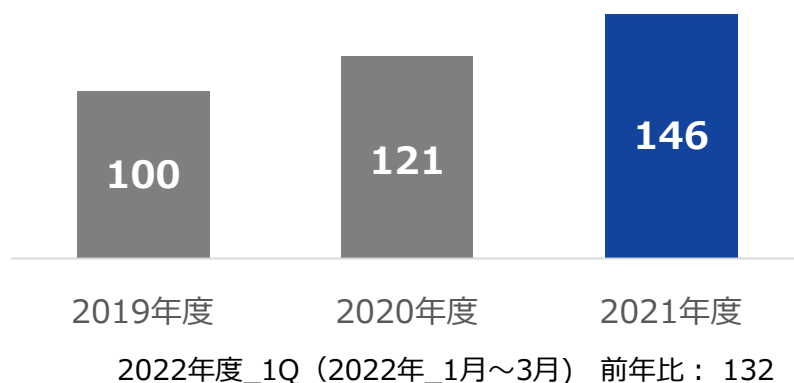
	2020年度	2021年度	前年差 (前年比)	前々年差 (前々年比)
売上高	30	33	+4 (112%)	+5 (119%)
営業利益	▲5	▲3	+2	+3

2022年度_第1四半期(2022年_1月~3月)の売上高伸長率
前年比 122%

為替レート	2020年度4Q	2021年度4Q
1ユーロ	124.6円	130.0円

■ ウォシュレットの販売台数伸長

2019年度 累計を100とした指数



増収赤字幅縮小。販売網の拡充と著名物件採用を推進。

	2020年度	2021年度	前年差 (前年比)	前々年差 (前々年比)
売上高	201	301	+100 (150%)	+134 (181%)
営業利益	18	93	+75 (5.1倍)	+93
営業利益率	9%	31%	+22pt	-

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

社外からの評価：レッド・ドットデザイン賞 受賞

「マットブラック表面仕上げ（水栓他）」や
ウォシュレット一体形便器の次期「ネオレスト」シリーズなど
4商品が受賞



reddot winner 2022

引き続きデザインとテクノロジーの融合を追求し、
より良い暮らしを提供していく。

社会とお客様の変化に合わせて、リモデル提案を進化

～アライアンスメッセージ「暮らしの中に笑顔を。」新設～

あこがれの暮らしを思い描く

「十人十家」の
バリエーションを拡充

不安がやわらぐ

リフォームにおける
安心の情報を提供

あこがれの暮らしを叶える

笑顔あるリモデルを
実現する工事店づくり



健康・快適
安全・安心
環境配慮

リモデルを通して持続的可能な社会実現へ貢献する、
グリーンリモデル

これからも3社それぞれの強みを活かした快適な住空間の提案を通して「暮らしの中に笑顔を。」の実現を目指し、リモデル需要を創造していく。

2023年3月期 計画

増収増益を計画。

日本住設事業：増収増益

- ◆一部商品の部品調達影響や、原材料価格高騰は継続するものの、
 昨年の部品調達影響からの回復や、下期の価格改定効果を見込む。

海外住設事業：増収減益

- ◆中国大陸事業
 不動産市況の回復遅れや原材料価格高騰は継続するも、
 下期以降の国内市況の回復を見込む。
- ◆アジア事業
 台湾地域の好調は継続、ベトナムにおける市況回復を見込む。
- ◆米州事業
 物流費高騰は継続するものの、ウォシュレットを中心に拡販を進める。

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継続を見込む。

	2021年度	2022年度			前年差 (前年比)	為替 影響額	為替影響除 (前年比)
		上期	下期	通期			
売上高	6,453	3,215	3,885	7,100	+647 (110%)	+202	+445 (107%)
営業利益 【営業利益率】	522 【8.1%】	150	390	540 【7.6%】	+18 (103%)	+26	▲8 (98%)
経常利益	569	161	389	550	▲19 (97%)	▲0	▲19 (97%)
親会社株主に 帰属する 当期純利益	401	103	312	415	+14 (103%)	▲8	+22 (105%)
ROA	8.1%			8.0%	▲0.1pt		
ROE	10.4%			9.8%	▲0.6pt		

■為替レート

	2021年度 1Q	2021年度 2Q	2021年度 3Q	2021年度 4Q	2022年度
1ドル	106.1円	109.5円	110.1円	113.7円	125.0円
1元	16.4円	17.0円	17.0円	17.8円	19.0円
1ユーロ	127.8円	131.9円	129.8円	130.0円	134.0円

増収増益を計画。

セグメント別業績

単位：億円

<売上高>	2021年度	2022年度			前年差 (前年比)	為替 影響額	為替影響除 (前年比)
		上期	下期	通期			
日本住設	4,409	2,195	2,545	4,740	+331 (108%)		+331 (108%)
海外住設	1,740	810	1,130	1,940	+200 (112%)	+165	+35 (102%)
新領域	301	209	209	418	+117 (139%)	+37	+80 (126%)
その他	2	1	1	2	▲0	+0	▲1
合計	6,453	3,215	3,885	7,100	+647 (110%)	+202	+445 (107%)

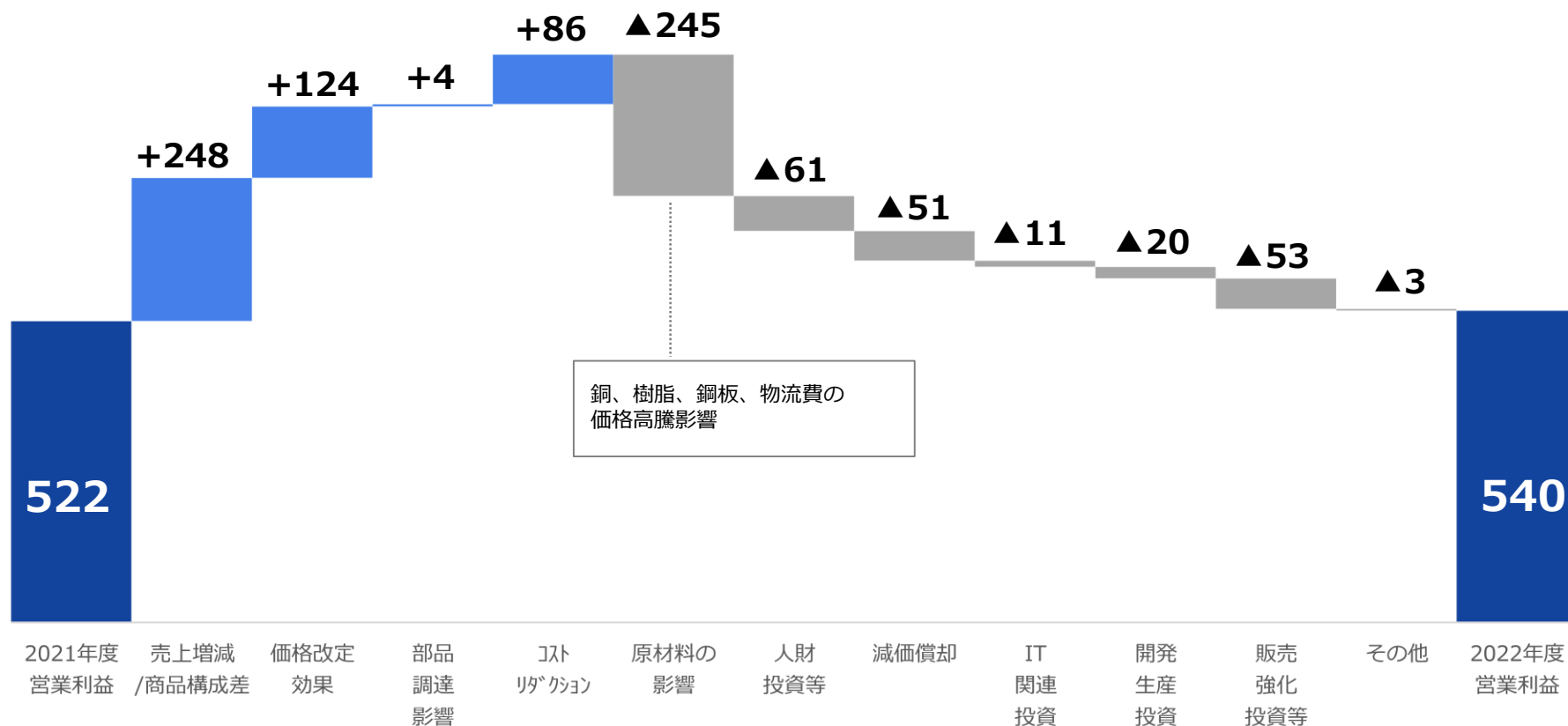
<営業利益>	2021年度	2022年度			前年差 (前年比)	為替 影響額	為替影響除 (前年比)
		上期	下期	通期			
日本住設	229	45	195	240	+11 (105%)		+11 (105%)
海外住設	229	46	141	187	▲42 (82%)	+24	▲67 (71%)
新領域	93	70	70	140	+47 (150%)	+2	+45 (148%)
その他	▲29	▲11	▲16	▲27	+2	+0	+2
合計	522	150	390	540	+18 (103%)	+26	▲8 (98%)

※2022年度より日本⇔海外の取引価格変更を実施

中国大陸事業における市況回復の遅れや、米州事業における原材料価格高騰影響が大きく海外住設事業は増収減益。日本住設事業・新領域事業は増収増益を計画。

全社営業利益の増減要因

単位：億円



部品調達影響の長期化や原材料価格高騰影響が昨年から継続するものの、売上増や価格改定効果を見込み、増益を計画。

■ リモデル

	2021年度	2022年度	前年差 (前年比)
売上高	2,976	3,238	+261 (109%)
営業利益	203	215	+11 (106%)
営業利益率	7%	7%	▲0pt

■ 新築

	2021年度	2022年度	前年差 (前年比)
売上高	1,433	1,502	+69 (105%)
営業利益	25	25	+0 (101%)
営業利益率	2%	2%	▲0pt

昨年度からの部品調達影響と原材料価格高騰影響が継続するも、下期の回復と価格改定効果を見込み、リモデル・新築ともに増収増益を計画。

海外住設事業

単位：億円

売上高	2021年度	2022年度	前年差 (前年比)	為替影響	為替影響除 前年差 (前年比)
中国大陸事業	924	945	+21 (102%)	+81	▲60 (94%)
アジア事業	325	405	+80 (125%)	+32	+49 (115%)
米州事業	443	535	+92 (121%)	+51	+40 (109%)
欧州事業	48	55	+7 (116%)	+2	+6 (112%)
合計	1,740	1,940	+200 (112%)	+165	+35 (102%)

営業利益	2021年度	2022年度	前年差 (前年比)	為替影響	為替影響除 前年差 (前年比)
中国大陸事業	158	115	▲43 (73%)	+13	▲55 (65%)
アジア事業	53	53	▲0 (100%)	+6	▲6 (89%)
米州事業	29	31	+2 (106%)	+6	▲4 (87%)
欧州事業	▲11	▲12	▲1	▲0	▲1
合計	229	187	▲42 (82%)	+24	▲67 (71%)

中国大陸事業における市況回復の遅れや、米州事業における
原材料価格高騰影響が大きく、海外住設事業合計で増収減益を計画。

	2021年度	2022年度	前年差 (前年比)	為替影響	為替影響除 (前年比)
売上高	301	418	+117 (139%)	+37	+80 (126%)
営業利益	93	140	+47 (150%)	+2	+45 (148%)
営業利益率	31%	33%	+3pt		

半導体前工程製造装置用セラミック部品



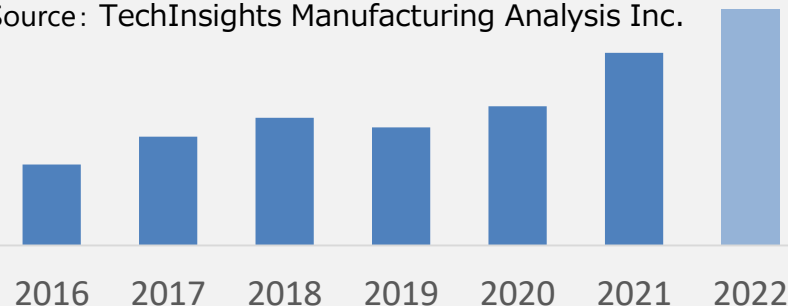
静電チャック



AD部材

WFE(半導体前工程製造装置)の売上予測

Source: TechInsights Manufacturing Analysis Inc.

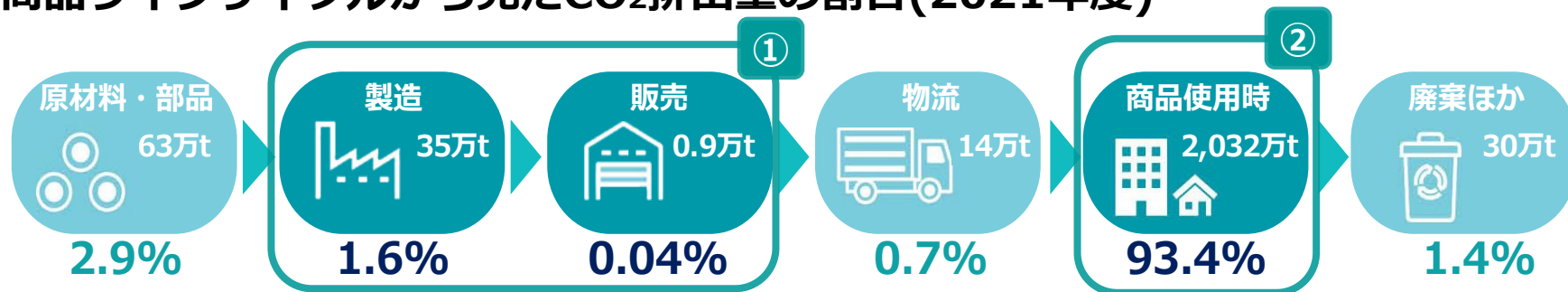


22年度も好調に推移する見通し。

半導体前工程製造装置の需要増に加え、半導体市況の好調が続くことによる
静電チャックの取替需要を見込み、増収増益を計画。

グローバル環境目標

商品ライフサイクルから見たCO₂排出量の割合(2021年度)



社会的価値・環境価値 指標		2020年度 実績	2021年度 実績	2023年度 目標	
②商品使用時	サステナブルプロダクツ商品構成比	69 %	70 %	73 %	
	日本	74 %	75 %	80 %	
	海外	56 %	59 %	61 %	
	商品使用時の水消費削減量 ※1	9.3 億m	10.0 億m	11 億m	
①製造・販売時	事業所からのCO ₂ 総排出量 ※2	30.7 万t	35.4 万t	29.4 万t	
	ステークホルダー サティスファクション	社員満足度 (日本)	74 pt	75 pt	76 pt
		ショールーム満足度 (日本)	73 pt	75 pt	75 pt
		アフターサービスお客様満足度 ※3	92 pt	93 pt	94 pt

※1 2005年当時の商品を普及し続けた場合と比べた削減効果

※2 CO₂総排出量は、2021年度をピークにカーボンニュートラルに向けて削減する計画

※3 対象範囲：日本・米州・欧州・中国大陸・台湾地域・インド・タイ・ベトナム

TOTO WILL 2030で掲げた各種目標の達成に向け、
社会的価値・環境価値を高めていく。

設備投資・減価償却・研究開発費

	2020年度	2021年度	2022年度 計画
設備投資額	253億円	430億円	420億円
減価償却費	252億円	269億円	320億円
研究開発費	224億円	240億円	260億円

■ 2022年度 設備投資内訳

日本住設事業	・ショールーム関連 ・生産設備関連 等	70億円
海外住設事業	・新工場関連 ・生産設備関連 等	70億円
新領域	・セラミック生産設備関連 等	15億円
全社共通	・グローバル商品開発投資 ・環境関連投資 ・IT関連投資 ・定常投資	265億円

**WILL 2030実現に向けた将来の事業成長への投資を
継続的に行っていく。**

配当計画

	2020年度	2021年度	2022年度 計画
中間	30.0円	45.0円	50.0円
期末	40.0円	50.0円	50.0円
年間計	70.0円	95.0円	100.0円
配当性向	44.0%	40.1%	40.9%

2021年度は期末配当を10月末発表計画の45円から50円に増配を行い、年間95円。
2022年度は2021年度から5円増配し、年間100円の配当とする。

このプレゼンテーション資料は、2022年4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