

2023年3月期 決算説明資料

証券コード：5332

TOTO株式会社

2023. 4.28

2023年3月期 決算

増収減益

日本住設事業：増収減益

- ◆ 部品調達影響は収束し、底堅い住宅リモデル需要により増収も、上期から続く外部調達コストの影響が大きく、減益。

海外住設事業：増収減益

- ◆ 中国大陸事業は、不動産市況低迷に加え、新型コロナウイルス感染症再拡大の影響もあり減収減益。
- ◆ アジア事業は、台湾地域の販売好調、ベトナムの国内需要回復があり増収増益。
- ◆ 米州事業は、下期の市況悪化影響を受けた中、上期までの堅調な実績もあり増収も、物流コストの高騰影響が大きく、赤字。

新領域事業：増収増益

- ◆ 4Qに入り半導体市場の市況減速の影響を受けたものの、通期では増収増益。

	2021年度	2022年度	前年差 (前年比)	為替 影響額	為替影響除 前年差 (前年比)	修正計画	計画差 (計画比)
売上高	6,453	7,012	+559 (109%)	+305	+254 (104%)	7,070	▲58 (99%)
営業利益 【営業利益率】	522 【8.1%】	491 【7.0%】	▲31 (94%)	+29	▲60 (89%)	490 【6.9%】	+1 (100%)
経常利益	569	548	▲21 (96%)	+16	▲37 (93%)	520	+28 (105%)
親会社株主に 帰属する 当期純利益	401	389	▲12 (97%)	+8	▲19 (95%)	360	+29 (108%)
ROA	8.1%	7.2%	▲0.9pt			7.2%	+0.0pt
ROE	10.4%	9.1%	▲1.3pt			8.5%	+0.6pt

■為替レート (期中平均)

	2021年度 1Q	2021年度 2Q	2021年度 3Q	2021年度 4Q	2022年度 1Q	2022年度 2Q	2022年度 3Q	2022年度 4Q
1ドル	106.1円	109.5円	110.1円	113.7円	116.3円	129.7円	138.3円	141.4円
1元	16.4円	17.0円	17.0円	17.8円	18.3円	19.6円	20.2円	19.9円
1ユーロ	127.8円	131.9円	129.8円	130.0円	130.4円	138.3円	139.3円	144.3円
1台湾ドル	3.8円	3.9円	4.0円	4.1円	4.2円	4.4円	4.6円	4.5円
1ドン	0.0046円	0.0048円	0.0048円	0.0050円	0.0051円	0.0056円	0.0059円	0.0058円

売上高は過去最高となるも、外部調達コストの影響が大きく増収減益。

セグメント別業績

単位：億円

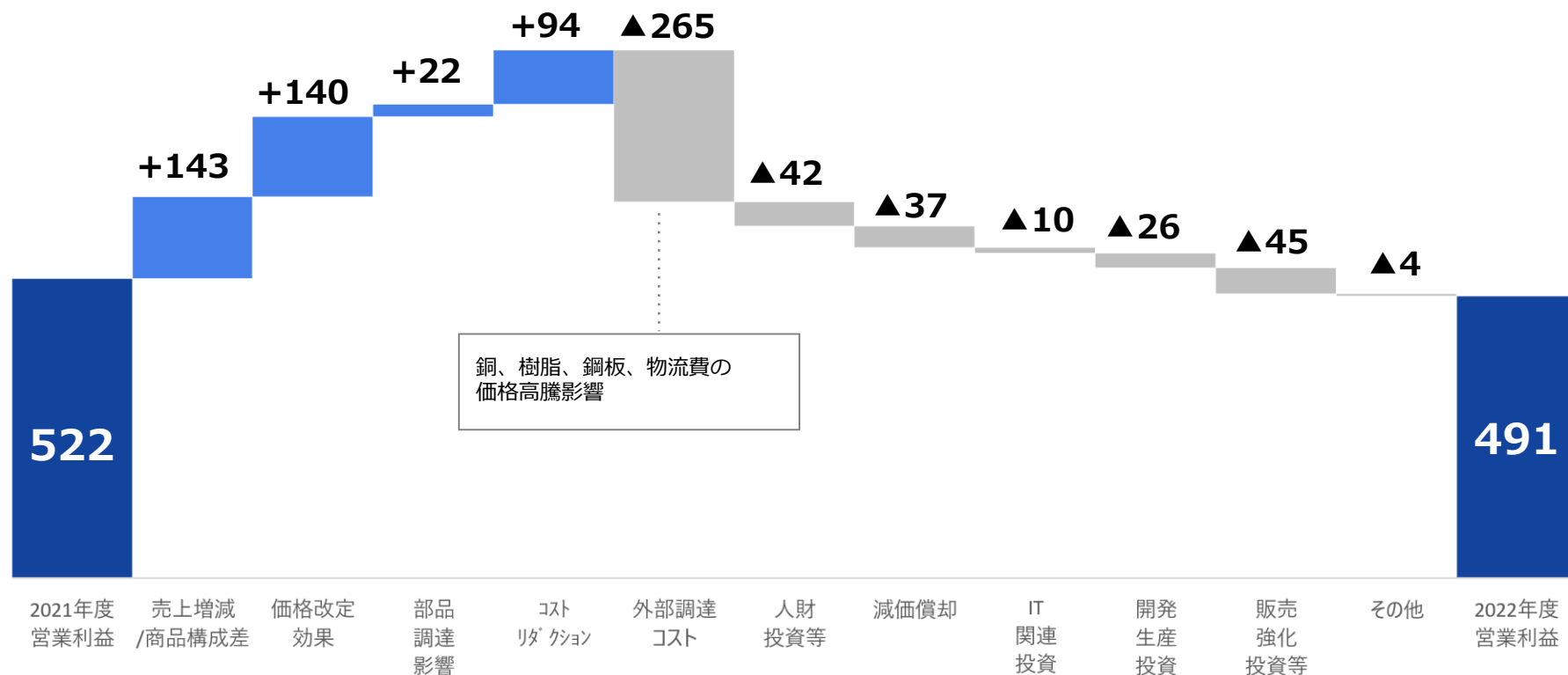
<売上高>	2021年度	2022年度	前年差 (前年比)	為替 影響額	為替影響除 前年差 (前年比)	修正計画	計画差 (計画比)
日本住設	4,409	4,628	+219 (105%)		+219 (105%)	4,695	▲67 (99%)
海外住設	1,740	1,886	+147 (108%)	+253	▲107 (94%)	1,882	+4 (100%)
新領域	301	495	+194 (164%)	+51	+142 (147%)	490	+5 (101%)
その他	2	3	+0	+0	+0	3	▲0
合計	6,453	7,012	+559 (109%)	+305	+254 (104%)	7,070	▲58 (99%)

<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 前年差 (前年比)	修正計画	計画差 (計画比)
日本住設	229	195	▲34 (85%)		▲34 (85%)	205	▲10 (95%)
海外住設	229	129	▲100 (56%)	+26	▲127 (45%)	125	+4 (103%)
新領域	93	194	+101 (2.1倍)	+3	+98 (2.1倍)	185	+9 (105%)
その他	▲29	▲26	+3	+0	+3	▲25	▲1
合計	522	491	▲31 (94%)	+29	▲60 (89%)	490	+1 (100%)

**グローバル住設事業は日本、海外ともに増収減益。
新領域事業は4Qに入り半導体市況減速の影響を受けたが通期では増収増益。**

全社営業利益の増減要因

単位：億円



計画差	▲2	+0	+0	+0	+5	▲0	+1	▲0	▲0	▲1	▲1	+1
-----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

各事業の売上拡大や住設事業における価格改定効果があったものの、
外部調達コストの影響が大きく減益。

■ リモデル

	2021年度	2022年度	前年差 (前年比)
売上高	2,976	3,160	+183 (106%)
営業利益	203	185	▲19 (91%)
営業利益率	7%	6%	▲1pt

■ 新築

	2021年度	2022年度	前年差 (前年比)
売上高	1,433	1,468	+35 (102%)
営業利益	25	10	▲15 (39%)
営業利益率	2%	1%	▲1pt

リモデル・新築共に需要を上回り、新商品拡販効果もあり増収も、外部調達コスト影響により減益。

日本住設事業：商品別業績

単位：億円

	売上高			営業利益		
	2021年度	2022年度	前年差 (前年比)	2021年度	2022年度	前年差 (前年比)
衛生陶器	940	972	+33 (103%)	98	71	▲26 (73%)
温水洗浄便座 「ウォシュレット」	908	1,037	+129 (114%)	84	119	+35 (141%)
水栓機器	912	905	▲7 (99%)	34	9	▲25 (27%)
浴室	1,027	1,079	+52 (105%)	29	1	▲29 (2%)
キッチン・洗面	478	492	+14 (103%)	8	▲1	▲9
その他	145	142	▲3 (98%)	▲24	▲4	+20
合計	4,409	4,628	+219 (105%)	229	195	▲34 (85%)

部品調達影響が収束したウォシュレットは、新商品投入効果もあり
下期を中心に伸長し、全体売上を牽引した。

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)	為替影響額	為替影響除 前年差 (前年比)	修正計画	計画差 (計画比)
中国大陸事業	924	851	▲73 (92%)	+110	▲182 (80%)	850	+1 (100%)
アジア事業	325	448	+123 (138%)	+54	+68 (121%)	445	+3 (101%)
米州事業	443	535	+91 (121%)	+86	+5 (101%)	535	▲0 (99.9%)
欧州事業	48	53	+5 (111%)	+3	+3 (106%)	52	+1 (102%)
合計	1,740	1,886	+147 (108%)	+253	▲107 (94%)	1,882	+4 (100%)

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 前年差 (前年比)	修正計画	計画差 (計画比)
中国大陸事業	158	81	▲76 (52%)	+14	▲90 (43%)	80	+1 (102%)
アジア事業	53	71	+18 (135%)	+12	+6 (111%)	65	+6 (110%)
米州事業	29	▲11	▲40	+1	▲41	▲5	▲6
欧州事業	▲11	▲13	▲2	▲0	▲2	▲15	+2
合計	229	129	▲100 (56%)	+26	▲127 (45%)	125	+4 (103%)

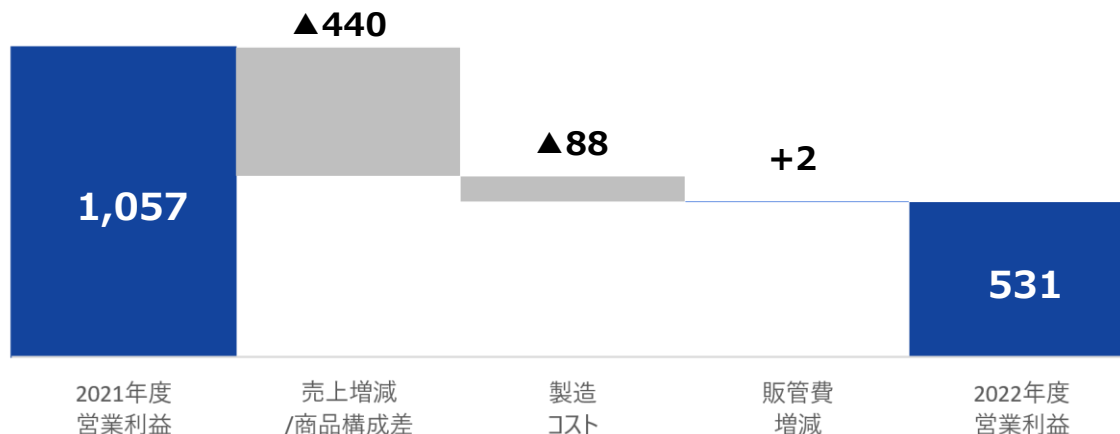
中国大陸は市況悪化、米州は物流コストの影響により
海外住設事業全体で増収減益。

■ P / L ※連結調整、共通費の配賦等は含まないベース

	2021年度	2022年度	前年差 (前年比)
売上高	5,398	4,341	▲ 1,057 (80%)
営業利益	1,057	531	▲ 526 (50%)
営業利益率	20%	12%	▲ 7pt

2023年度_第1四半期(2023年_1月~3月)の売上高伸長率：前年比 94%

■ 営業利益の増減要因

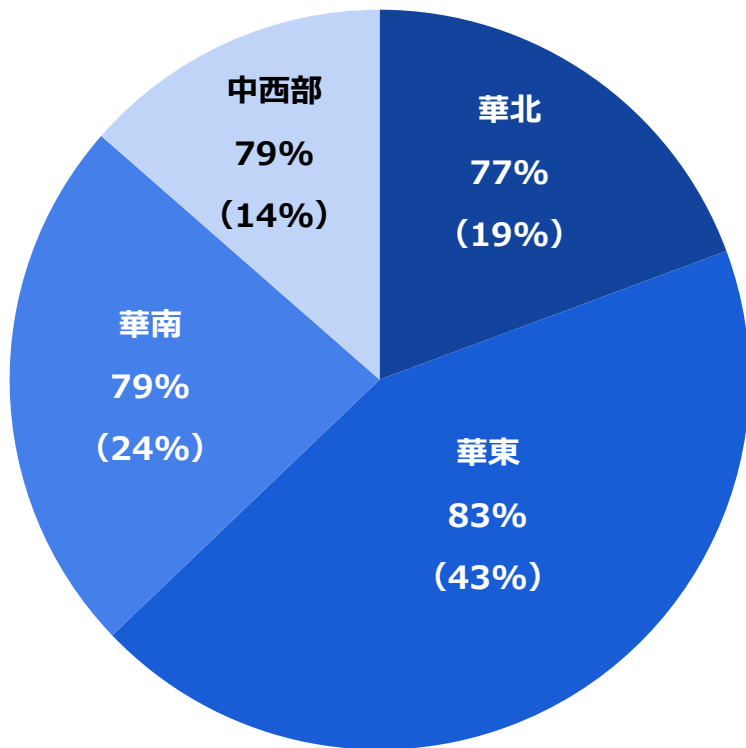


不動産市況低迷に加え、
新型コロナウイルス感染症再拡大の影響もあり、減収減益。

中国大陸事業

■ 地域別の売上高伸長率（構成比）

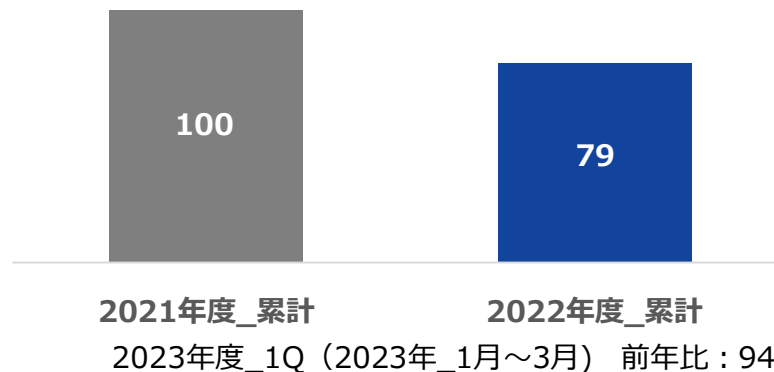
中国大陸事業計：80%(現地通貨ベース)



■ 商品別の売上高伸長率

	前年比	売上高 構成比
衛生陶器	81%	46%
温水洗浄便座 「ウォシュレット」	82%	25%
水栓金具	80%	24%

■ ウォシュレットの販売台数伸長（指数）



全地域・商品で前年を下回った。

台湾地域

単位：百万台湾ドル

台湾地域	2021年度	2022年度	前年差 (前年比)
売上高	4,359	5,125	+766 (118%)
営業利益	1,180	1,018	▲162 (86%)
営業利益率	27%	20%	▲7pt

2023年度_第1四半期(2023年_1月~3月)の売上高伸長率
前年比 100%

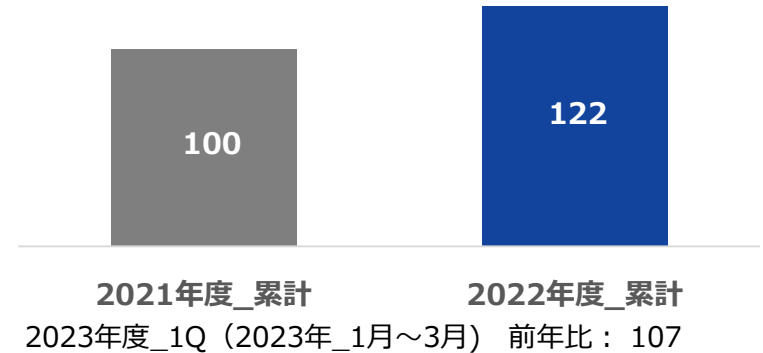
ベトナム

単位：10億ドン

ベトナム	2021年度	2022年度	前年差 (前年比)
売上高	4,244	4,865	+621
【外部顧客売上高】	【1,439】	【1,930】	(134%)
営業利益	330	454	+124 (138%)
営業利益率	8%	9%	+2pt

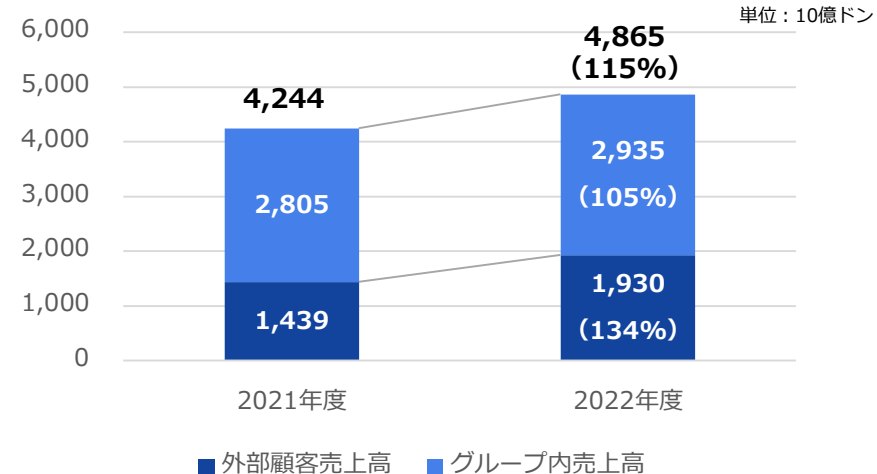
2023年度_第1四半期(2023年_1月~3月)の売上高伸長率
前年比 82%

■ウォシュレットの販売台数伸長（指数）



■ベトナム売上高内訳

※ () 内は対前年伸長率



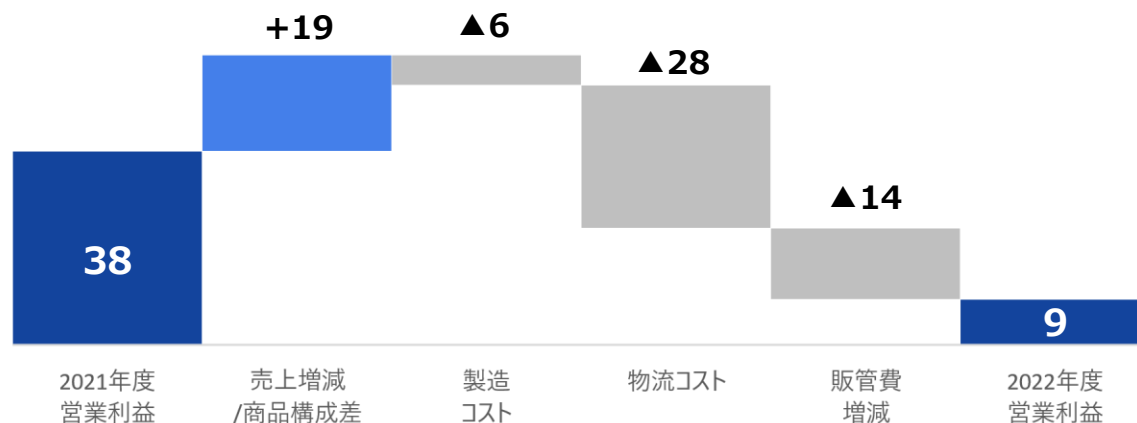
台湾地域は販売好調で増収も、外部調達コストの影響で減益。
ベトナムは国内需要の回復により増収増益。

■ P / L ※連結調整、共通費の配賦等は含まないベース

	2021年度	2022年度	前年差 (前年比)
売上高	403	408	+5 (101%)
営業利益	38	9	▲29 (23%)
営業利益率	9%	2%	▲7pt

2023年度_第1四半期(2023年_1月~3月)の売上高伸長率：前年比 93%

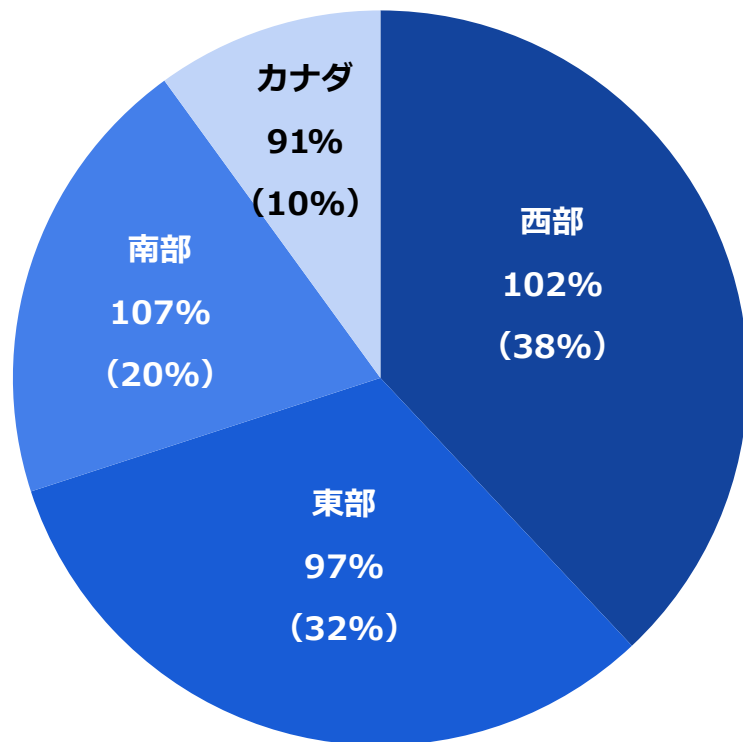
■ 営業利益の増減要因



下期の市況悪化影響を受けた中、上期までの堅調な実績もあり増収も、
物流コストの影響が大きく減益。

■ 地域別の売上高伸長率（構成比）

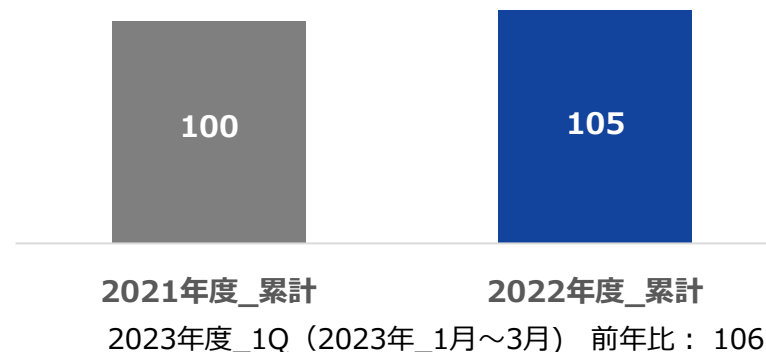
米州事業計：101%（現地通貨ベース）



■ 商品別の売上高伸長率

	前年比	売上高 構成比
衛生陶器	98%	48%
温水洗浄便座 「ウォシュレット」	105%	36%
水栓金具	97%	11%

■ ウォシュレットの販売台数伸長（指数）



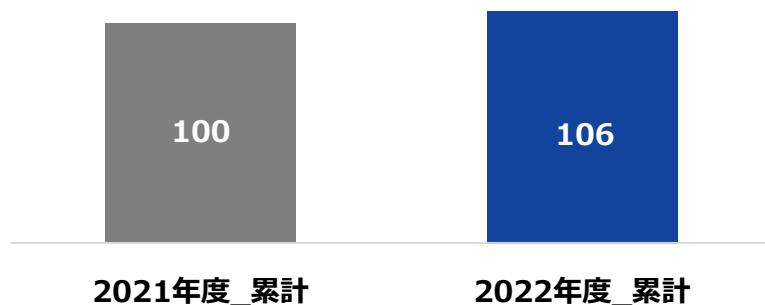
商品別ではウォシュレットが前年を上回った。

■ P/L ※連結調整、共通費の配賦等は含まないベース

	2021年度	2022年度	前年差 (前年比)
売上高	33	37	+4 (112%)
営業利益	▲3	▲4	▲1

2023年度_第1四半期(2023年_1月～3月)の売上高伸長率：前年比 86%

■ ウォシュレットの販売台数伸長（指数）



2023年度_1Q（2023年_1月～3月）前年比：76

■ 納入現場事例

Courthouse Hotel, London Soho

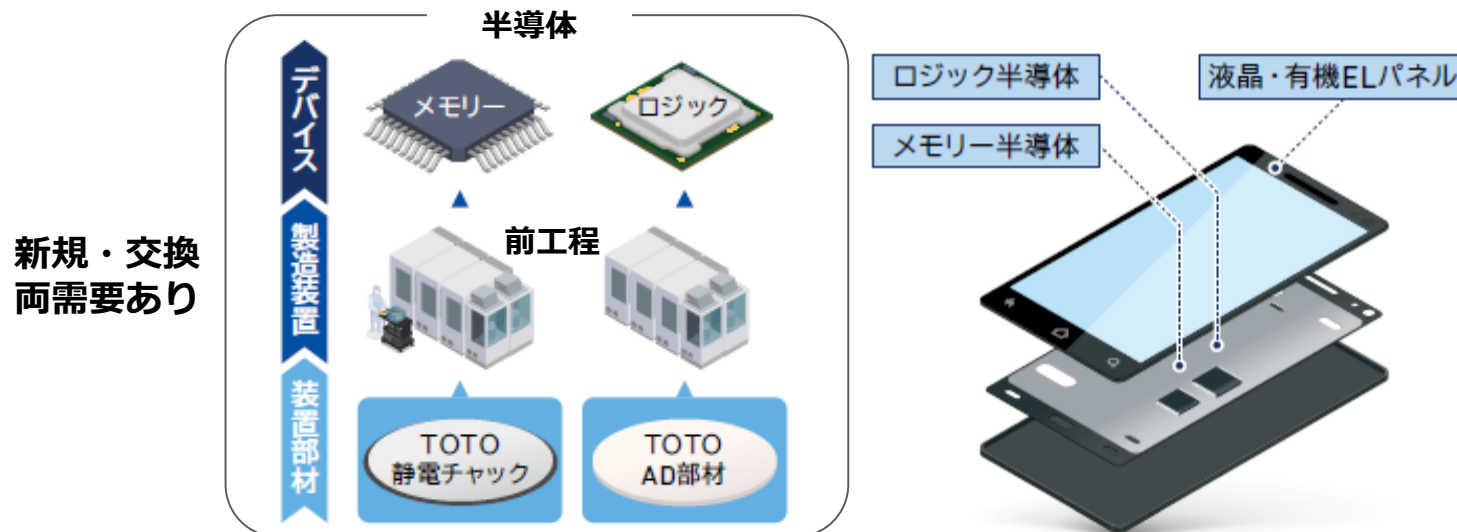


ビジネスにも観光にも適した、
ロンドン中心街の高級ホテル。
一部客室にウォシュレットが採用されている

増収赤字。販売網の拡充と著名物件採用を推進。

	2021年度	2022年度	前年差 (前年比)	為替影響額	為替影響除 前年差 (前年比)
売上高	301	495	+194 (164%)	+51	+142 (147%)
営業利益	93	194	+101 (2.1倍)	+3	+98 (2.1倍)
営業利益率	31%	39%	+8pt		

<主力商品概要（静電チャック・AD部材）>



※詳細はTOTOの統合報告書をご参照下さい。 <https://jp.toto.com/company/profile/library>

4Qに入り半導体市況減速の影響を受けたものの、
静電チャックの新規・交換需要の取り込みが好調で通期では増収増益。

トピックス

世界最大規模の国際見本市「ISH2023」に出展

注目の集まる単独会場「Forum 0（フォーラム ゼロ）」に 欧州トップブランド以外で初めて出展



エントランスの様子

会期：2023年3月13日（月）～3月17日（金）
会場：ドイツ・フランクフルト国際見本市会場
TOTOブース来場者数：50,000人以上（前回比約2倍超）



（上）「Forum 0」外観

（下）ラウンジの様子

「ISH展覧会ページ」
<https://www.toto.com/jp/ISH2023/>

環境に配慮しながら快適さを追求したTOTOの水まわり提案を発信
グローバルでの存在感とブランド価値を訴求した。

レッドドット・デザイン賞 / iFデザイン賞 受賞

■レッドドット・デザイン賞 ベストオブザベストに選出



reddot winner 2023
best of the best

システムキッチン「THE CRASSO (ザ・クラッソ)」 (国内キッチン設備で初)



受賞対象：
カウンター
スクエアすべり台シンク
水ほうき水栓LF
タッチレス「きれい除菌水」生成器

■レッドドット・デザイン賞と iFデザイン賞をダブル受賞



reddot winner 2023



ウォシュレット一体形便器「ネオレストWX」 (海外モデル)



引き続きデザインとテクノロジーの融合を追求し、進化させていく。

TOTOトイレの最上位「ネオレスト」発売30周年

30th
SINCE 1993
NEOREST



デザインの進化

テクノロジーの進化



1993年
初代ネオレスト
(ネオレストEX)

2023年
最新のネオレストシリーズ
(2022年8月発売 | 手前よりNX, LS, AS, RS)

「ネオレスト30周年記念スペシャルサイト」
<https://jp.toto.com/pages/knowledge/campaign/neorest30/>

これからもTOTOらしいトイレの“新常識”を次々と生み出し、
レストルームの新たな文化を創造し続けていく。

2024年3月期 計画

増収増益

日本住設事業：増収増益

- ◆新商品を中心とした拡販活動、価格改定効果により増収増益。

海外住設事業：増収増益

- ◆中国大陸事業は、小売を中心とした市況の緩やかな回復を見込み増収増益。
- ◆アジア事業は増収も、各生産拠点の減産影響等で減益。
- ◆米州事業は、ウォシュレット等の拡販や物流コストの良化、価格改定効果も加わり増収増益。

新領域事業：減収減益

- ◆半導体市場の調整局面に伴う市況悪化で減収減益。

	2022年度	2023年度			前年差 (前年比)	為替 影響額	為替影響除 前年差 (前年比)
		上期	下期	通期			
売上高	7,012	3,453	3,927	7,380	+368 (105%)	▲50	+418 (106%)
営業利益 【営業利益率】	491 【7.0%】	127 【3.7%】	403 【10.3%】	530 【7.2%】	+39 (108%)	▲13	+52 (111%)
経常利益	548	126	414	540	▲8 (99%)	▲47	+40 (107%)
親会社株主に 帰属する 当期純利益	389	87	303	390	+1 (100%)	▲43	+44 (111%)
ROA	7.2%			7.2%	+0.0pt		
ROE	9.1%			8.4%	▲0.7pt		

■為替レート (期中平均)

	2022年度 1Q	2022年度 2Q	2022年度 3Q	2022年度 4Q	2023年度
1ドル	116.3円	129.7円	138.3円	141.4円	130.0円
1元	18.3円	19.6円	20.2円	19.9円	19.0円
1ユーロ	130.4円	138.3円	139.3円	144.3円	140.0円
1台湾ドル	4.2円	4.4円	4.6円	4.5円	4.3円
1ドン	0.0051円	0.0056円	0.0059円	0.0058円	0.0055円

過去最高の売上高・営業利益を計画。

セグメント別業績

単位：億円

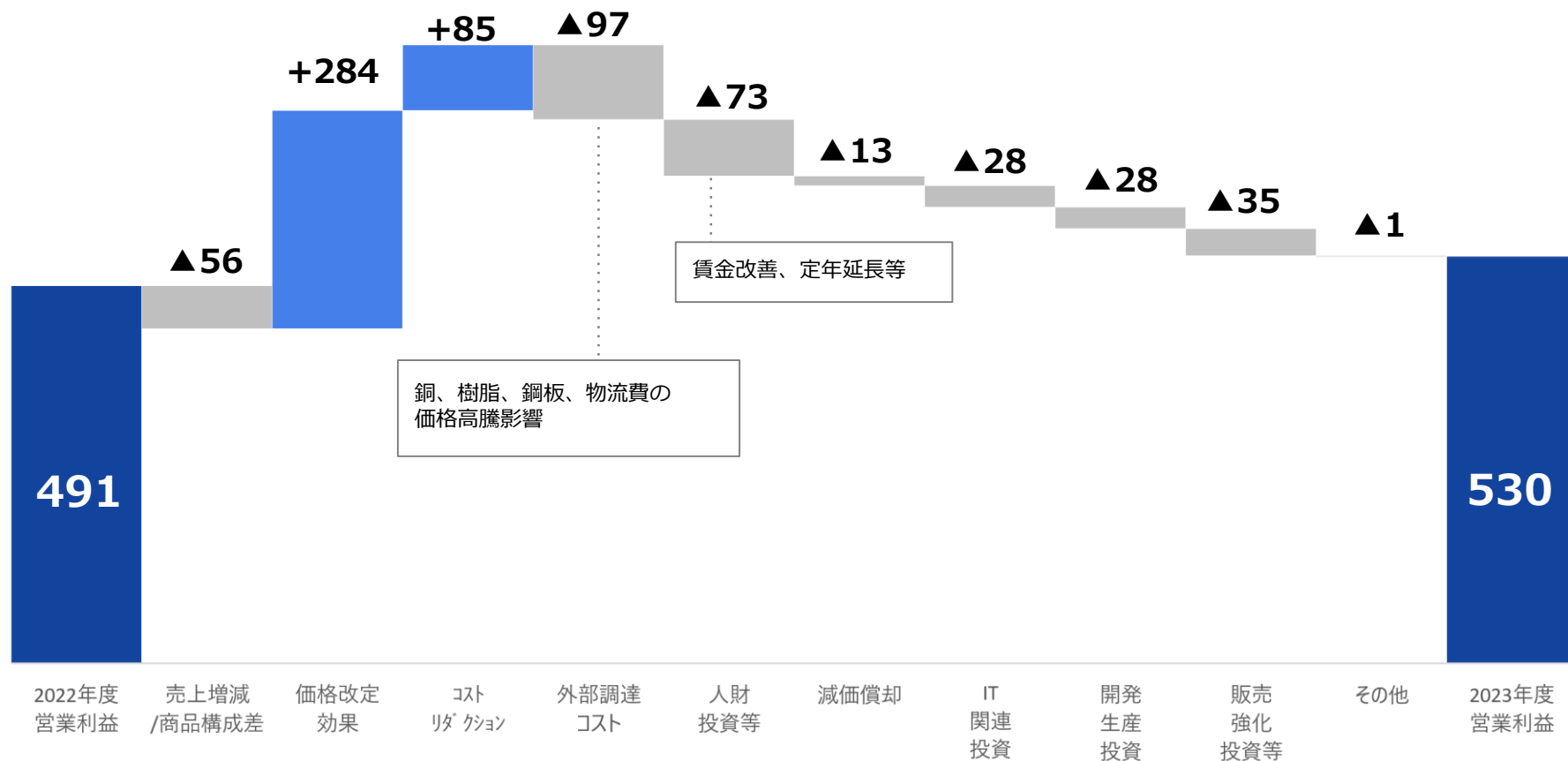
＜売上高＞	2022年度	2023年度			前年差 (前年比)	為替 影響額	為替影響除 前年差 (前年比)
		上期	下期	通期			
日本住設	4,628	2,350	2,600	4,950	+322 (107%)		+322 (107%)
海外住設	1,886	946	1,127	2,073	+187 (110%)	▲46	+233 (112%)
新領域	495	156	199	355	▲140 (72%)	▲4	▲136 (73%)
その他	3	1	1	2	▲1	+0	▲2
合計	7,012	3,453	3,927	7,380	+368 (105%)	▲50	+418 (106%)

＜営業利益＞	2022年度	2023年度			前年差 (前年比)	為替 影響額	為替影響除 前年差 (前年比)
		上期	下期	通期			
日本住設	195	63	187	250	+55 (128%)		+55 (128%)
海外住設	129	31	156	187	+58 (145%)	▲13	+71 (155%)
新領域	194	44	76	120	▲74 (62%)	▲0	▲73 (62%)
その他	▲26	▲11	▲16	▲27	▲1	+0	▲1
合計	491	127	403	530	+39 (108%)	▲13	+52 (111%)

グローバル住設事業は日本・海外ともに増収増益。
新領域事業は半導体市場の調整局面に伴う市況悪化で減収減益。

全社営業利益の増減要因

単位：億円



新領域事業の売上減や外部調達コストのマイナス影響はあるものの、住設事業における価格改定効果を見込み増益を計画。

■ リモデル

	2022年度	2023年度	前年差 (前年比)
売上高	3,160	3,462	+302 (110%)
営業利益	185	238	+54 (129%)
営業利益率	6%	7%	+1pt

■ 新築

	2022年度	2023年度	前年差 (前年比)
売上高	1,468	1,488	+20 (101%)
営業利益	10	12	+2 (119%)
営業利益率	1%	1%	+0pt

リモデル、新築ともに新商品を中心とした拡販と価格改定効果で
増収増益を計画。

海外住設事業

単位：億円

売上高	2022年度	2023年度			前年差 (前年比)	為替影響	為替影響除 前年差 (前年比)
		上期	下期	通期			
中国大陸事業	851	435	524	959	+108 (113%)	▲27	+135 (116%)
アジア事業	448	217	272	489	+41 (109%)	▲13	+54 (112%)
米州事業	535	264	311	575	+40 (108%)	▲7	+48 (109%)
欧州事業	53	30	20	50	※ ▲3 (94%)	+1	※ ▲4 (92%)
合計	1,886	946	1,127	2,073	+187 (110%)	▲46	+233 (112%)

営業利益	2022年度	年度			前年差 (前年比)	為替影響	為替影響除 前年差 (前年比)
		上期	下期	通期			
中国大陸事業	81	28	81	109	+28 (134%)	▲6	+33 (141%)
アジア事業	71	14	48	62	▲9 (87%)	▲3	▲6 (91%)
米州事業	▲11	▲4	34	30	+41	▲3	+44
欧州事業	▲13	▲7	▲7	▲14	▲1	▲0	▲1
合計	129	31	156	187	+58 (145%)	▲13	+71 (155%)

※グループ会社生産設備老朽化に伴う閉鎖の影響によるもの

中国大陸は小売を中心とした市況の緩やかな回復を見込み増収増益。
アジアは引き続き増収も、各生産拠点の減産影響で減益。
米州はウォシュレット等の拡販等を見込み増収増益。

	2022年度	2023年度	前年差 (前年比)	為替影響	為替影響除 前年差 (前年比)
売上高	495	355	▲140 (72%)	▲4	▲136 (73%)
営業利益	194	120	▲74 (62%)	▲0	▲73 (62%)
営業利益率	39%	34%	▲5pt		

半導体市場の調整局面に伴う市況悪化で減収減益。

グローバル環境目標：2022年度実績・2023年度計画

社会的価値・環境価値 指標		2022年度 実績	2023年度 計画	2030年度 計画
サステナブルプロダクツ商品構成比 ※1		73 %	75 %	78 %
	日本	77 %	80 %	85 %
	海外	63 %	64 %	70 %
商品使用時の水消費削減量 ※2		9.5 億m ³	10.0 億m ³	17 億m ³
事業所からのCO2総排出量 ※3		26.9 万t	25.9 万t	25 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）	74.9 pt	75.4 pt	80 pt
	ショールーム満足度（日本）	75.3 pt	75.8 pt	80 pt
	アフターサービスお客様満足度 ※4	94.0 pt	94.2 pt	95 pt



※1 「きれい快適」と「環境配慮」の両方を実現した商品

※3 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

※2 2005年当時の商品を普及し続けた場合と比べた削減効果

※4 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

「きれい快適・健康な暮らし」、「社会・地球環境への貢献」の実現に向け社会的価値・環境価値を高めていく。

設備投資・減価償却・研究開発費

	2022年度	2023年度 計画
設備投資額	656億円	620億円
減価償却費	314億円	330億円
研究開発費	215億円	260億円

■ 2023年度 設備投資内訳

日本住設事業	・ ショールーム投資 ・ 生産設備関連 等	120億円
海外住設事業	・ 生産設備関連 等	180億円
新領域	・ セラミック生産設備関連 等	40億円
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	280億円

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

	2022年度	2023年度 計画
中間	50.0円	50.0円
期末	50.0円	50.0円
年間計	100.0円	100.0円
配当性向	43.5%	43.5%

**2022年度は計画通り年間100円の配当。
2023年度は2022年度と同額の、年間100円の配当とする。**

このプレゼンテーション資料は、2023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