

2024年3月期 第3四半期決算説明資料

証券コード：5332

TOTO株式会社

2024. 1.31

日本住設事業

- ◆100年に渡り築き上げた基幹事業
- ◆水まわりの住宅設備を製造・販売
- ◆新築需要に依存しない経営体質の転換を目指し、30年近くにわたり、リフォーム需要を創出



衛生陶器

温水洗浄便座
ウォシュレット

水栓金具

売上高構成比
68%



システムバスルーム



システムキッチン



洗面化粧台

海外住設事業

- ◆ウォシュレット・節水便器を軸にした成長ドライバー
- ◆中国大陸、アジア・オセアニア、米州、欧州において事業推進し、その国・地域にとって必要な存在になることを目指す



衛生陶器



温水洗浄便座
ウォシュレット

売上高構成比
27%



水栓金具



浴槽



洗面器

新領域事業

- ◆年々存在感を増す3本目の柱
- ◆水まわりで培った技術やノウハウを半導体分野にも活用
- ◆半導体やフラットパネルディスプレイの製造装置向けのセラミック商品を展開



静電チャック



AD部材

売上高構成比
5%



構造部材

2024年3月期 第3四半期 決算

減収減益

日本住設事業：増収増益

- ◆新商品や価格改定により住宅リモデルの売上高が伸長し増収、外部調達コスト増等の影響を受けたものの、価格改定効果により増益。

海外住設事業：増収減益

- ◆中国大陸事業は、不動産市況低迷による売上高減や在庫調整等で減収減益。
- ◆アジア事業は、台湾地域の市況悪化影響および外部調達コスト増、ベトナムの市況悪化影響および在庫調整により、全体で減収減益。
- ◆米州事業は、市況低迷の中、ウォシュレットが好調で増収増益。

新領域事業：減収減益

- ◆半導体市況低迷の影響を受け減収減益。

	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)	計画	計画差 (計画比)
	3Q累計	3Q累計					
売上高	5,271	5,248	▲24 (99.5%)	+62	▲86 (98%)	5,300	▲52 (99%)
営業利益 【営業利益率】	436 【8.3%】	329 【6.3%】	▲107 (75%)	+1	▲108 (75%)	343 【6.5%】	▲14 (96%)
経常利益	475	376	▲99 (79%)	+6	▲105 (78%)	401	▲25 (94%)
親会社株主に 帰属する 四半期純利益	363	265	▲98 (73%)	+6	▲104 (71%)	280	▲15 (95%)

■ 為替レート (期中平均)

	2022年度	2022年度	2022年度	2023年度	2023年度	2023年度
	1Q	2Q	3Q	1Q	2Q	3Q
1ドル	116.3円	129.7円	138.3円	132.4円	137.5円	144.6円
1元	18.3円	19.6円	20.2円	19.4円	19.6円	19.9円
1ユーロ	130.4円	138.3円	139.3円	142.2円	149.6円	157.3円
1台湾ドル	4.2円	4.4円	4.6円	4.4円	4.5円	4.6円
1ドン	0.0051円	0.0056円	0.0059円	0.0056円	0.0058円	0.0060円

減収減益。

セグメント別業績

単位：億円

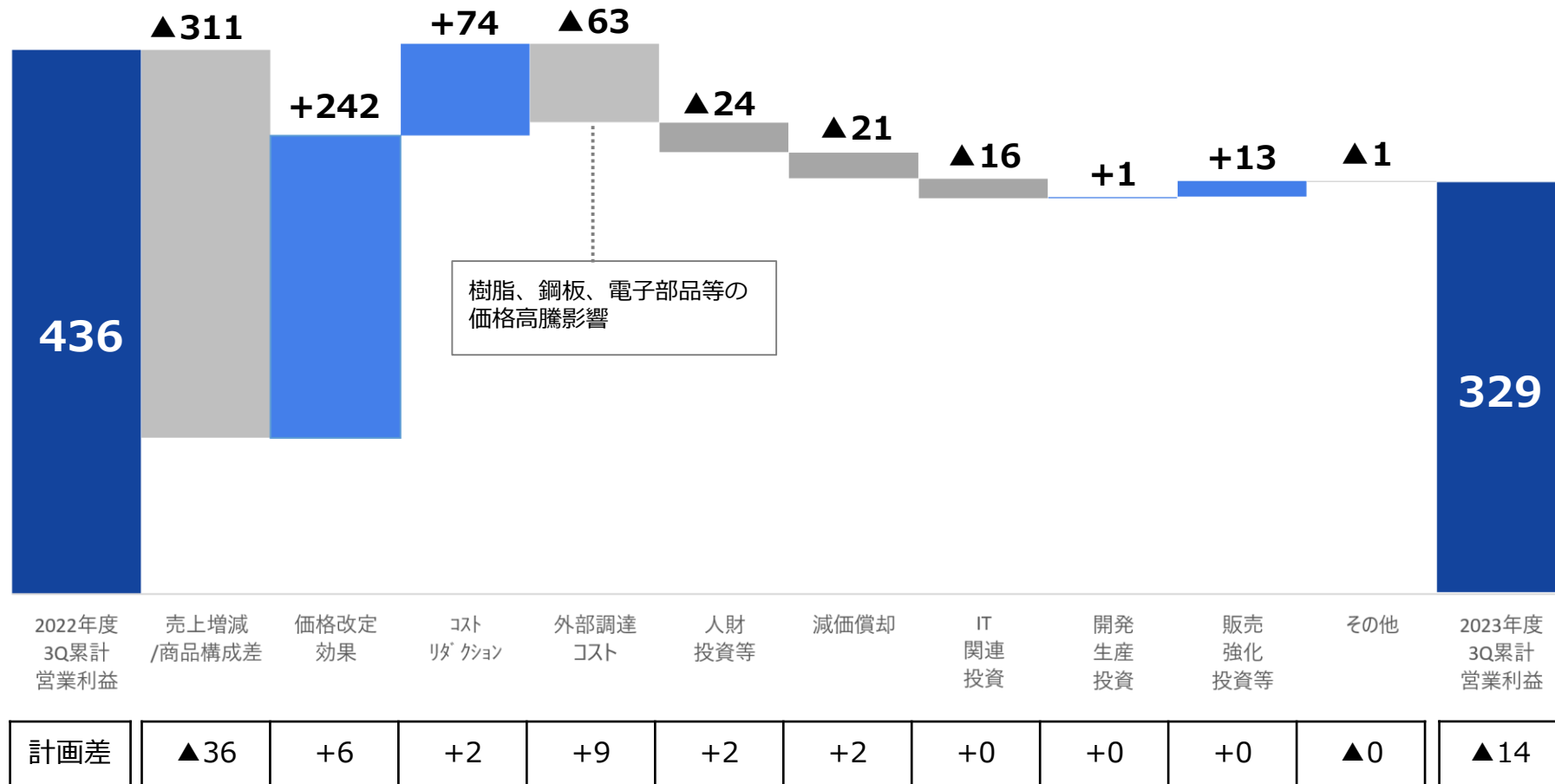
<売上高>	2022年度 3Q累計	2023年度 3Q累計	前年差 (前年比)	為替 影響額	為替影響除 前年差 (前年比)	計画	計画差 (計画比)
日本住設	3,494	3,584	+89 (103%)		+89 (103%)	3,636	▲52 (99%)
海外住設	1,399	1,401	+3 (100%)	+51	▲49 (97%)	1,403	▲2 (99.9%)
新領域	376	261	▲116 (69%)	+10	▲126 (67%)	260	+1 (100%)
その他	2	2	+0	+0	+0	2	+1
合計	5,271	5,248	▲24 (99.5%)	+62	▲86 (98%)	5,300	▲52 (99%)

<営業利益>	2022年度 3Q累計	2023年度 3Q累計	前年差 (前年比)	為替 影響額	為替影響除 前年差 (前年比)	計画	計画差 (計画比)
日本住設	179	205	+26 (114%)		+26 (114%)	215	▲10 (95%)
海外住設	111	68	▲43 (62%)	+1	▲44 (61%)	71	▲3 (96%)
新領域	165	77	▲89 (46%)	▲0	▲89 (46%)	77	▲0 (99.5%)
その他	▲19	▲20	▲1	+0	▲1	▲20	▲0
合計	436	329	▲107 (75%)	+1	▲108 (75%)	343	▲14 (96%)

日本住設事業は増収増益、海外住設事業は増収減益。
新領域事業は減収減益。

全社営業利益の増減要因

単位：億円



住設事業における価格改定効果があったものの、
売上減や各生産拠点の在庫調整、外部調達コスト増等の影響で減益。

■ リモデル

	2022年度 3Q累計	2023年度 3Q累計	前年差 (前年比)
売上高	2,399	2,511	+112 (105%)
営業利益	160	193	+33 (121%)
営業利益率	7%	8%	+1pt

■ 新築

	2022年度 3Q累計	2023年度 3Q累計	前年差 (前年比)
売上高	1,095	1,073	▲23 (98%)
営業利益	19	12	▲7 (62%)
営業利益率	2%	1%	▲1pt

リモデルは、新商品および価格改定効果により増収。
新築は、住宅着工戸数減影響を受け減収。

日本住設事業：商品別業績

単位：億円

	売上高			営業利益		
	2022年度 3Q累計	2023年度 3Q累計	前年差 (前年比)	2022年度 3Q累計	2023年度 3Q累計	前年差 (前年比)
衛生陶器	736	752	+17 (102%)	64	58	▲7 (90%)
温水洗浄便座 「ウォシュレット」	798	810	+12 (102%)	103	99	▲4 (96%)
水栓機器	660	670	+10 (101%)	2	12	+9 (4.6倍)
浴室	821	855	+33 (104%)	1	32	+31 (26.6倍)
キッチン・洗面	376	391	+16 (104%)	5	9	+4 (182%)
その他	104	105	+1 (101%)	3	▲5	▲7
合計	3,494	3,584	+89 (103%)	179	205	+26 (114%)

新商品や価格改定効果により全ての商品で増収。

海外住設事業

単位：億円

売上高	2022年度 3Q累計	2023年度 3Q累計	前年差 (前年比)	為替影響額		計画	計画差 (計画比)
				為替影響額	為替影響除 前年差 (前年比)		
中国大陸事業	638	625	▲14 (98%)	+7	▲20 (97%)	626	▲1 (99.8%)
アジア事業	317	316	▲1 (99.6%)	+11	▲12 (96%)	316	+0 (100%)
米州事業	402	424	+21 (105%)	+31	▲9 (98%)	424	▲0 (99.9%)
欧州事業	41	37	▲4 (90%)	+3	▲7 (82%)	37	▲0 (99%)
合計	1,399	1,401	+3 (100%)	+51	▲49 (97%)	1,403	▲2 (99.9%)

営業利益	2022年度 3Q累計	2023年度 3Q累計	前年差 (前年比)	為替影響額		計画	計画差 (計画比)
				為替影響額	為替影響除 前年差 (前年比)		
中国大陸事業	64	31	▲33 (48%)	+0	▲33 (48%)	32	▲1 (95%)
アジア事業	48	36	▲12 (75%)	+1	▲13 (73%)	36	+0 (101%)
米州事業	9	14	+5 (164%)	+1	+5 (155%)	15	▲1 (93%)
欧州事業	▲10	▲13	▲3	▲0	▲2	▲12	▲1
合計	111	68	▲43 (62%)	+1	▲44 (61%)	71	▲3 (96%)

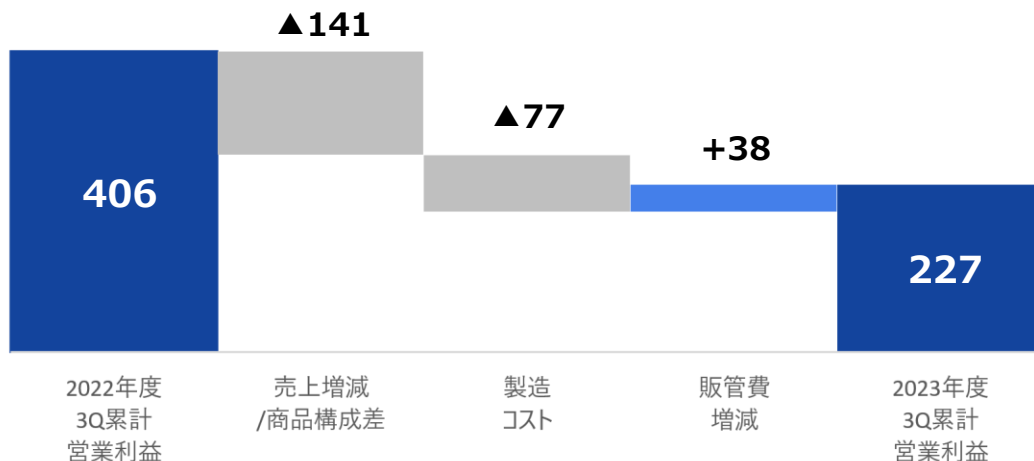
海外住設事業全体で増収減益。

■ P / L ※連結調整、共通費の配賦等は含まないベース

	2022年度 3Q累計	2023年度 3Q累計	前年差 (前年比)
売上高	3,271	3,182	▲90 (97%)
営業利益	406	227	▲180 (56%)
営業利益率	12%	7%	▲5pt

2023年度_4Q(2023年_10月~12月)の売上高伸長率：前年比 99%

■ 営業利益の増減要因



■ 商品別の伸長率

		前年比	売上高 構成比
売上高	衛生陶器	98%	46%
	温水洗浄便座 「ウォシュレット」	106%	26%
	水栓金具	93%	23%
販売台数	温水洗浄便座 「ウォシュレット」	112%	

ウォシュレット販売台数
2023年度_4Q(2023年_10月~12月) 前年比：95%

不動産市況低迷による売上高減や在庫調整等で減収減益。

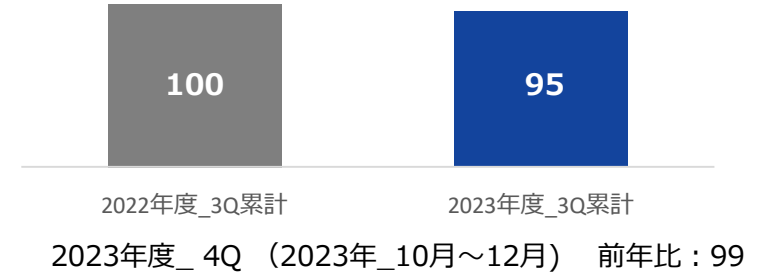
台湾地域

単位：百万台湾ドル

台湾地域	2022年度 3Q累計	2023年度 3Q累計	前年差 (前年比)
売上高	3,848	3,675	▲173 (96%)
営業利益	865	480	▲385 (55%)
営業利益率	22%	13%	▲9pt

2023年度_4Q (2023年_10月~12月)の売上高伸長率 前年比 110%

■ウォシュレットの販売台数伸長（指数）



ベトナム

単位：10億ドン

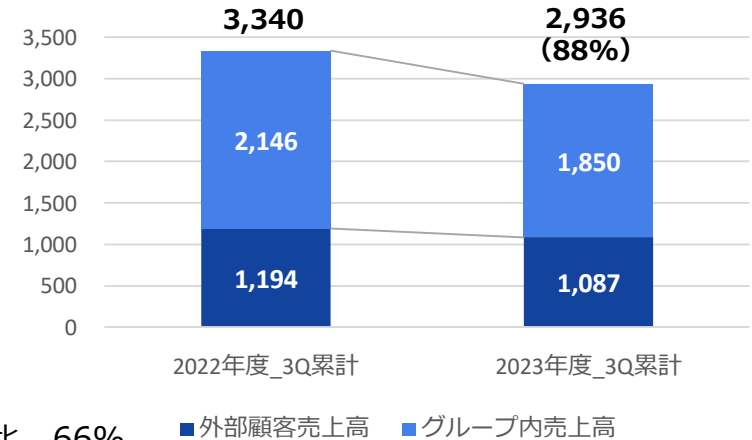
ベトナム	2022年度 3Q累計	2023年度 3Q累計	前年差 (前年比)
売上高	3,340	2,936	▲404 (88%)
内数 【外部顧客売上高】	1,194	1,087	▲108 (91%)
営業利益	265	12	▲253
営業利益率	8%	0.4%	▲8pt

2023年度_4Q (2023年_10月~12月)外部顧客売上高伸長率 前年比 66%

■ベトナム売上高内訳

※ () 内は対前年伸長率

単位：10億ドン



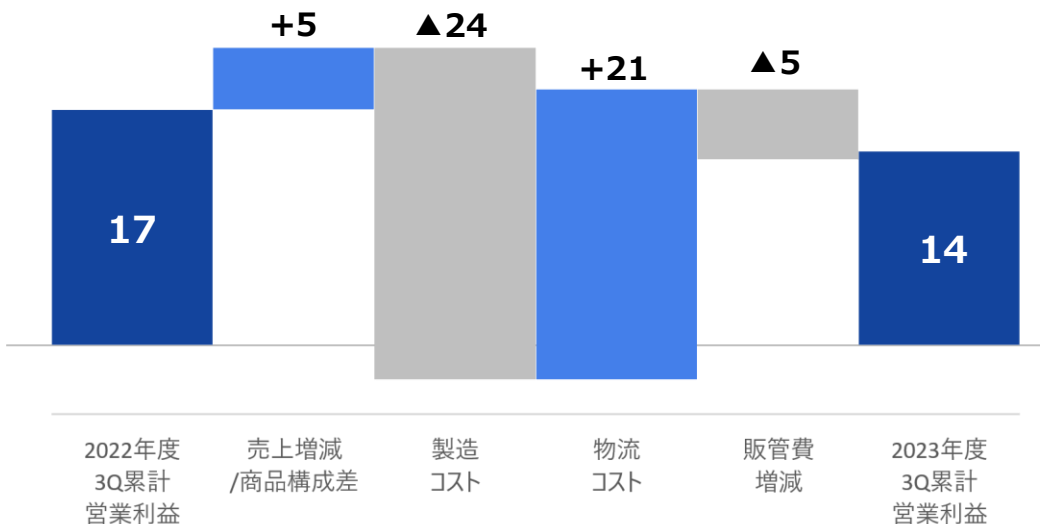
台湾地域は、市況悪化影響および外部調達コスト増等により減収減益。
ベトナムは、市況悪化影響および在庫調整等により減収減益。

■ P / L ※連結調整、共通費の配賦等は含まないベース

	2022年度 3Q累計	2023年度 3Q累計	前年差 (前年比)
売上高	314	306	▲8 (97%)
営業利益	17	14	▲3 (81%)
営業利益率	6%	5%	▲1pt

2023年度_4Q(2023年_10月～12月)の売上高伸長率：前年比 120%

■ 営業利益の増減要因



■ 商品別の伸長率

		前年比	売上高 構成比
売上高	衛生陶器	93%	51%
	温水洗浄便座 「ウォシュレット」	102%	32%
	水栓金具	99%	11%
販売台数	温水洗浄便座 「ウォシュレット」	113%	

ウォシュレット販売台数
2023年度_4Q (2023年_10月～12月) 前年比：149%

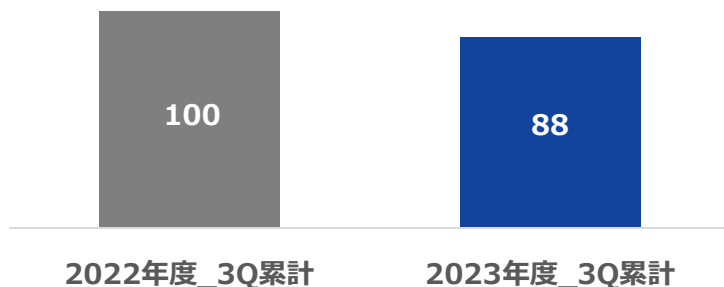
市況低迷影響や在庫調整等の影響により減収減益。
ウォシュレットの販売台数は継続的に伸長。

■ P / L ※連結調整、共通費の配賦等は含まないベース

	2022年度 3Q累計	2023年度 3Q累計	前年差 (前年比)
売上高	29	25	▲5 (84%)
営業利益	▲3	▲4	▲1

2023年度_4Q(2023年_10月~12月)の売上高伸長率：前年比 66%

■ウォシュレットの販売台数伸長（指数）

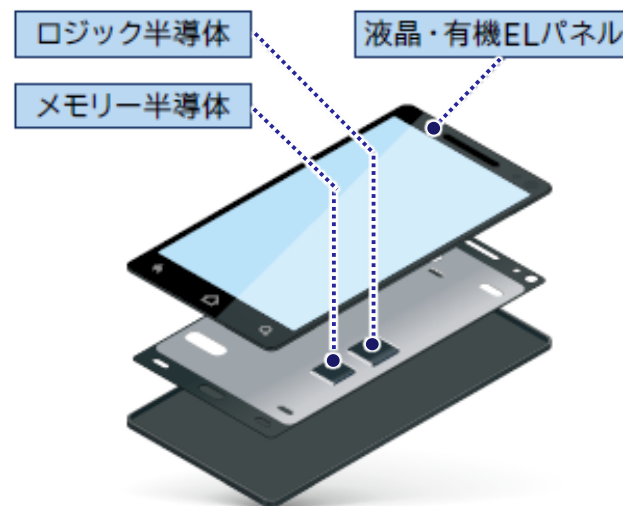
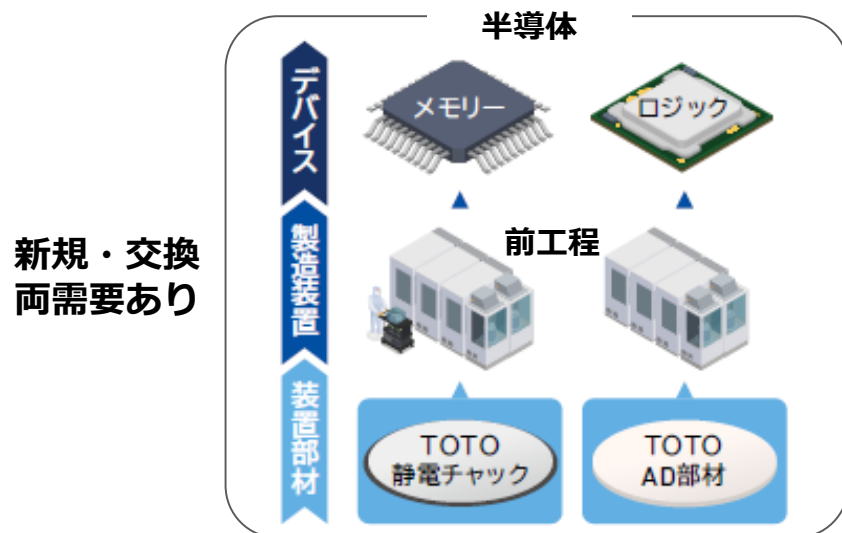


2023年度_4Q（2023年_10月~12月）前年比：98

販売網の拡充と著名物件採用を推進するも
ドイツにおける暖房工事関連の国策影響を受け減収赤字。

	2022年度 3Q累計	2023年度 3Q累計	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	376	261	▲116 (69%)	+10	▲126 (67%)
営業利益	165	77	▲89 (46%)	▲0	▲89 (46%)
営業利益率	44%	29%	▲15pt		

<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>

高効率の生産体制により、一定の利益水準は維持したものの、半導体市況低迷の影響で減収減益。

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12回目・6年連続の選定
「DJSI Asia Pacific」の構成銘柄にも15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。

世界約3500社を対象に調査を実施。

TOTOは321社のうちの1社として「DJSI World」に選定された。(日本企業：38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。**

參考資料

中国大陸事業：今後の見通しとTOTOの取り組み

不動産市況の低迷は、2024年度以降も長期化する見通し。
中長期視点の取り組みを強化しながら、リモデル需要を掘り起こしていく。

用途

小売

(個別散在需要)

- ・代理店ショールームにおける価値伝達の強化
→展示の進化と、説明員のスキル向上
- ・一体形便器を中心としたウォシュレットの拡販
(足元でもウォシュレット一体形便器が牽引)
- ・顕在化しつつあるリモデル需要の取り込み
→元請工事店の攻略、
リモデル顧客向けプロモーション展開



※最新の旗艦店ショールーム (華南)

現場

(集約需要)

- ・ディベロッパーや物件の「選択と集中」
→TOTOらしい価値を提供
- ・非住宅物件への提案強化
→全用途での攻略活動を強化
中でも、需要回復基調の5星ホテルの提案強化



※中国大陸市場向け
ウォシュレット一体形便器

米州事業：今後の見通しとTOTOの取り組み

今後もウォシュレットを中心に市況に左右されない成長を目指す。

流通

建材店

(Kitchen & Bath Shop)

- ・代理店ショールームにおける価値伝達の強化
→ ・主要63都市圏で、より質の高いショールームへ進化
(高付加価値商品の空間・技術展示・ウォシュレット体験)
- ・お客様誘引策の実施

eコマース

- ・SNS等を活用したウォシュレット認知拡大と商品価値伝達
- ・販路の拡大

リテール 多店舗展開店

- ・商品展示店舗数の拡大
- ・1店舗あたりの売上拡大
- ・販売商材の拡大

アフターサービス

- ・サービスエリアの拡大
- ・サービスマンのスキル向上やサポート体制の強化



※最新の代理店ショールーム
(マイアミ)



※アフターサービスの様子

このプレゼンテーション資料は、2024年1月31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