

2025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

2025. 1.31

日本住設事業

- ◆100年にわた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



海外住設事業

- ◆米州、アジア・オセアニア、中国大陸、欧州において水まわりの住宅設備を製造・販売し、その国・地域にとって必要な存在になることを目指す
- ◆ウォシュレット・節水便器を軸に据え、特に米州とアジア・オセアニアは今後の成長ドライバー



新領域事業

- ◆衛生陶器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
- ◆米州、アジア・オセアニアと並び、今後の成長ドライバー



2025年3月期 第3四半期 決算

増収増益。概ね計画通りの進捗。

日本住設事業：増収減益

- ◆価格改定等の効果はあったものの、外部調達コスト・人財投資増等の影響で増収減益。

海外住設事業：増収増益

- ◆米州事業は中古住宅販売戸数は前年割れも、ウォッシュレットの拡販等により増収増益。
- ◆アジア事業はベトナムの市況低迷が業績に影響を及ぼしているものの、台湾地域の業績好調等により、増収増益。
- ◆中国大陸事業は、市況低迷影響の継続により減収赤字。

新領域事業：増収増益

- ◆半導体市況の回復に伴う静電チャックの販売増で増収増益。

	2023年度 3Q累計	2024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	5,248	5,423	+175 (103%)	+129	+46 (101%)
営業利益 【営業利益率】	329 【6.3%】	415 【7.7%】	+86 (126%)	+16	+70 (121%)
経常利益	376	455	+79 (121%)	+6	+74 (120%)
親会社株主に 帰属する 四半期純利益	265	364	+99 (137%)	+1	+98 (137%)

■ 為替レート (期中平均) ※対象事業期間

■ 日本住設事業、新領域事業 2024年4月~12月
■ 海外住設事業 2024年1月~9月 (インド4月~12月)

	2023年度 1月~3月	2023年度 4月~6月	2023年度 7月~9月	2023年度 10月~12月	2024年度 1月~3月	2024年度 4月~6月	2024年度 7月~9月	2024年度 10月~12月
1ドル	132.4円	137.5円	144.6円	147.9円	148.6円	155.9円	149.7円	152.4円
1元	19.4円	19.6円	19.9円	20.4円	20.6円	21.5円	20.9円	21.2円
1ユーロ	142.2円	149.6円	157.3円	159.1円	161.3円	167.9円	164.3円	162.6円
1台湾ドル	4.4円	4.5円	4.6円	4.7円	4.7円	4.8円	4.6円	4.7円
1ドン	0.0056円	0.0058円	0.0060円	0.0061円	0.0060円	0.0061円	0.0060円	0.0060円

增收増益

セグメント別業績

※対象事業期間

日本住設事業、新領域事業：2024年4月～12月

海外住設事業：2024年1月～9月（インドは4月～12月）

単位：億円

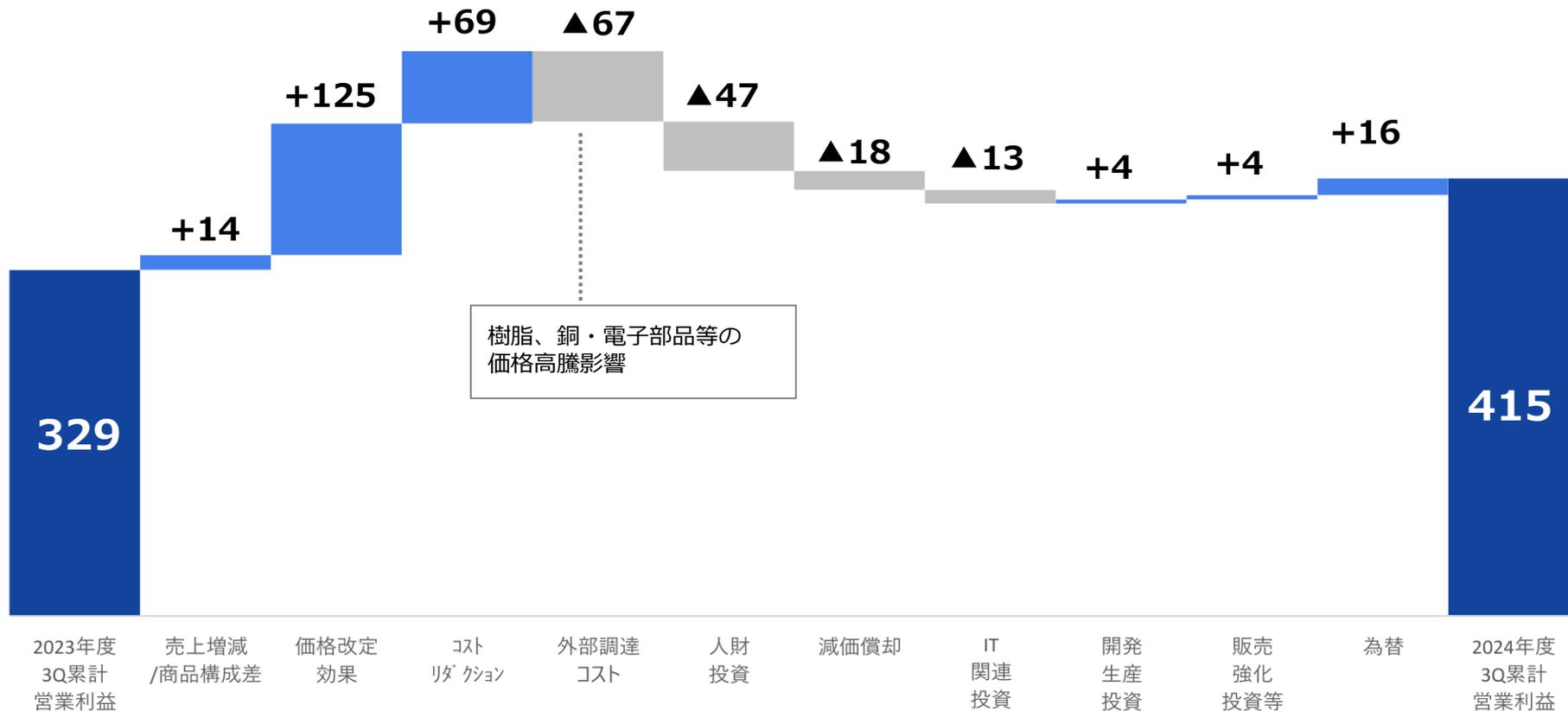
<売上高>	2023年度 3Q累計	2024年度 3Q累計	前年差 (前年比)	為替 影響額	為替影響除 前年差 (前年比)
日本住設	3,584	3,636	+52 (101%)		+52 (101%)
海外住設	1,401	1,441	+40 (103%)	+106	▲66 (95%)
新領域	261	344	+83 (132%)	+23	+60 (123%)
その他	2	2	▲0		▲0
合計	5,248	5,423	+175 (103%)	+129	+46 (101%)

<営業利益>	2023年度 3Q累計	2024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)
日本住設	205	197	▲7 (96%)	▲12	+4 (102%)
海外住設	68	98	+30 (144%)	+9	+21 (131%)
新領域	77	142	+65 (185%)	+19	+46 (160%)
その他	▲20	▲22	▲2		▲2
合計	329	415	+86 (126%)	+16	+70 (121%)

日本住設事業は増収減益、海外住設事業・新領域事業は増収増益。

全社営業利益の増減要因

単位：億円



外部調達コスト影響や人財投資・減価償却の増加はあったものの、
価格改定効果やコストリダクション等で増益。

リモデル（前年比）

売上高 2,625 億円（105%）
 営業利益 190 億円（▲3 億円）

新築（前年比）

売上高 1,011 億円（94%）
 営業利益 7 億円（▲4 億円）

■ リモデル提案強化 ～リモデルクラブ店との取組み～

- ・地域に密着し、お客様のリモデルに対する不安を解消に繋げ、住まいづくりをご提案、サポートを行うリモデルクラブは2024年で発足30周年。
- ・リモデルクラブ店と協業し、工期・費用等含めた、2万点以上の施工事例をホームページに掲載。リフォーム検討時のお客様が知りたい情報を発信。



リモデル需要喚起に繋げるべく、リモデルクラブ店との協業を引き続き強化

**リモデルは価格改定効果等により増収、新築は住宅着工減少影響で減収。
 営業利益は外部調達コスト増等により減益。**

海外住設事業

単位：億円

売上高	2023年度 3Q累計	2024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)
米州事業	424	529	+105 (125%)	+47	+58 (114%)
アジア事業	316	351	+35 (111%)	+19	+16 (105%)
中国大陸事業	625	524	▲100 (84%)	+36	▲136 (78%)
欧州事業	37	37	+0 (100%)	+3	▲3 (91%)
合計	1,401	1,441	+40 (103%)	+106	▲66 (95%)

営業利益	2023年度 3Q累計	2024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)
米州事業	14	49	+35 (3.5倍)	+5	+31 (3.2倍)
アジア事業	36	55	+19 (153%)	+3	+16 (144%)
中国大陸事業	31	▲3	▲34	+1	▲35
欧州事業	▲13	▲3	+10	+0	+10
合計	68	98	+30 (144%)	+9	+21 (131%)

海外住設事業全体では増収増益。

※連結調整、共通費の配賦等は含まないベース

売上高（前年比）

349 百万ドル（114%）

営業利益（前年差）

37 百万ドル（+22 百万ドル）

2024年度_4Q(2024年_10月~12月)売上高伸長率：前年比 103%

■ 商品別伸長率

		前年比	売上高 構成比
売上高	衛生陶器	112%	50%
	温水洗浄便座 「ウォシュレット」	124%	35%
	水栓金具	96%	9%
販売台数	温水洗浄便座 「ウォシュレット」	129%	

ウォシュレット販売台数
2024年度_4Q（2024年_10月~12月）前年比：120%

■ 市況の動向

中古住宅販売戸数前年比（納入時期ベース）
2024年 1~9月 ：97%

■ 商品別販売状況

| ウォシュレット

全てのチャネルにおいて前年増。特に、eコマース、リテール多店舗店での販売が大きく伸長し、全体を牽引。

| 衛生陶器

政策金利の高止まり等により、中古住宅販売戸数は前年割れが続く中で、市況を上回る伸長。



チャネル別施策によりウォシュレットが伸長し、増収増益。

※連結調整、共通費の配賦等は含まないベース

台湾地域

売上高 (前年比) **4,167** 百万台湾ドル (113%)

営業利益 (前年差) **822** 百万台湾ドル (+342 百万台湾ドル)

2024年度_4Q (2024年_10月~12月)売上高伸長率：前年比 118%

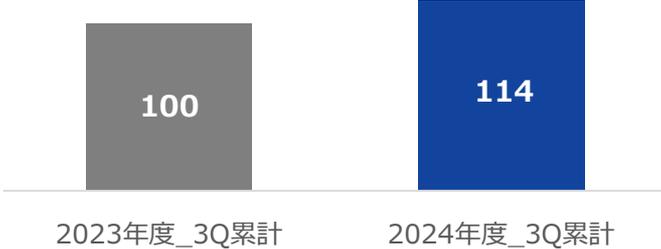
ベトナム

売上高 (前年比) **32,150** 億ドン (109%)
外部売上高 7,515 億ドン (69%)

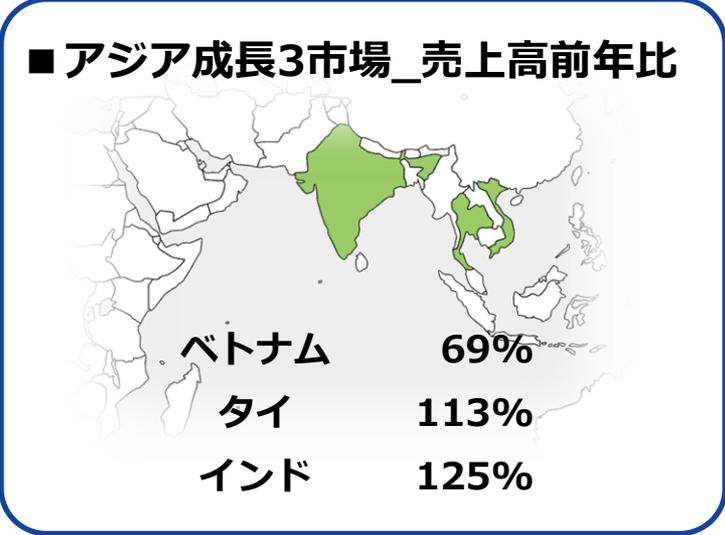
営業利益 (前年差) **909** 億ドン (+788 億ドン)

2024年度_4Q (2024年_10月~12月) 外部売上高伸長率：前年比 114%

台湾地域 ウォシュレット：販売台数伸長 (指数)



2024年度_4Q (2024年_10月~12月) 前年比：135%



**台湾地域は、市況が好調に推移し増収増益。
ベトナムは、市況低迷影響は継続も、グループ内売上高増で増収増益。**

※連結調整、共通費の配賦等は含まないベース

売上高（前年比）

2,490 百万元（78%）

営業利益（前年差）

36 百万元（▲191 百万元）

2024年度_4Q(2024年_10月～12月)売上高伸長率：前年比 65%

■ 商品別伸長率

		前年比	売上高 構成比
売上高	衛生陶器	79%	46%
	温水洗浄便座 「ウォシュレット」	80%	27%
	水栓金具	75%	22%
販売台数	温水洗浄便座 「ウォシュレット」	78%	

■ 市況の動向

2024年1～9月・一線都市計
(上海・北京・広州・深圳)

新築住宅販売戸数：前年比 73%

中古住宅販売戸数：前年比 104%

ウォシュレット販売台数
2024年度_4Q（2024年_10月～12月）前年比：61%

市況低迷影響の継続により減収減益。

売上高（前年比）

22 百万ユーロ（91%）

営業利益（前年差）

0.4 百万ユーロ（+4 百万ユーロ）

2024年度_4Q(2024年_10月～12月)売上高伸長率：前年比 134%

■ウォシュレット 販売台数伸長（指数）



■Hotel Interiors Experience（イギリス）

一流ホテルインテリアの最新トレンドを発信する展示会に出展。
建築家やデザイナー等に展示ブースを通じて、TOTO商品価値を訴求。

「日本の伝統美」をコンセプトに、商品の価値伝達



“和”をイメージした展示ブース

販売網の拡充と著名物件採用を推進。ウォシュレット販売増により増益。

売上高（前年比）

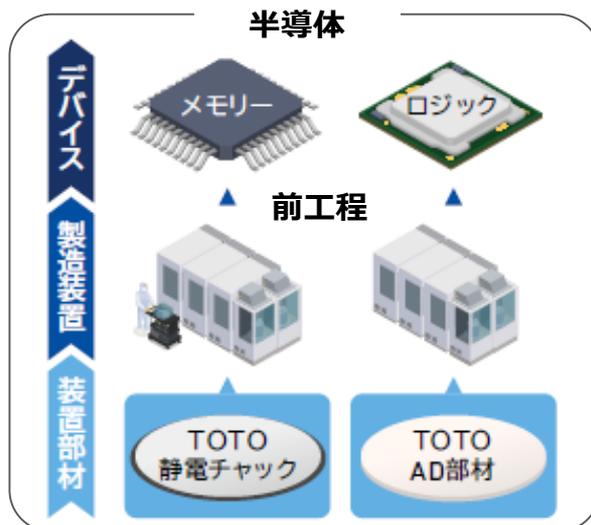
344 億円（132%）

営業利益（前年差）

142 億円（+65 億円）

■主力商品概要（静電チャック・AD部材）

【静電チャック】
新規・交換
両方の需要あり



■主力商品・各需要の状況

| 静電チャック：

データセンター等の需要増に伴う半導体市況回復により増収。

【新規需要】

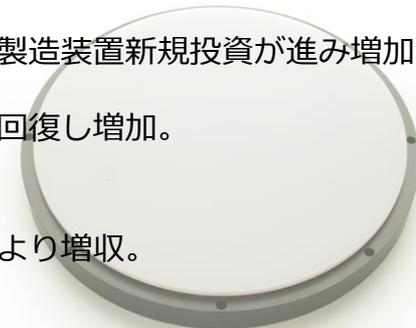
デバイスメーカーの半導体製造装置新規投資が進み増加。

【交換需要】

デバイスメーカーの稼働が回復し増加。

| AD部材：

ロジック半導体市況回復により増収。



半導体市況の回復に伴う静電チャックの販売増で増収増益。

TOTO WILL2030 STAGE2の進捗

※STAGE2発表時（2024年4月）の方向性 ⇒ 3カ年における進捗状況

■ 成長セグメント

米州

ウォシュレットを軸とした顧客接点構築と需要喚起

⇒チャネル別施策は順調。eコマ・リテール多店舗店が牽引し、概ね計画通り進捗。

アジア

ベトナム・タイ・インドの成長3市場で牽引し、台湾地域はアジア全体を下支え

⇒ベトナムの市況回復遅れはあるが、台湾が好調で、全体では概ね計画通り進捗。

セラミック

競争・変化の激しい半導体市場に 대응していき、高い売上成長と高収益体制を維持

⇒市況の回復が想定よりも早く、売上は計画以上に進捗。高収益体制を維持。

■ ベースセグメント

日本

リモデルを中心に競争優位を堅持し、収益を向上

⇒各種コストの増加が進むも、概ね計画通り進捗。収益向上を継続的に推進。

中国大陸

リモデルの取り組みを強化し、収益を向上

⇒想定以上の市場の変化を受け、抜本的な戦略見直しを推進。

STAGE2（2024～26年度中期経営課題）で掲げた「成長セグメントでTOTOグループを牽引する成長戦略」に変わりはない。

中国大陸事業の戦略見直し

- ✓ 不動産市況の長期低迷、および経済環境の悪化に伴う消費のローグレード化が進む中で、競合他社との価格競争の激化
- ✓ 結果、販売不振・工場の在庫調整（減産）により、収益が大きく悪化



- ✓ 販売・商品・生産など多角的な視点で、中国大陸事業の立て直しに向けた構造改革プランの検討を、全社をあげて推進
- ✓ 資本コストを意識して、中長期的な収益力向上を図る



2025年4月末の決算説明会にて、詳細をご説明予定

トピックス

「持続可能な開発目標（SDGs）」への貢献

「Dow Jones Sustainability World Index」に選定

「World Index」構成銘柄 : 13回目・7年連続の選定

「DJSI Asia Pacific」構成銘柄 : 16年連続の選定

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。（日本企業：37社）

共通価値創造戦略 TOTO WILL2030

きれいと快適・健康	環境	人とのつながり
    	   	   

「社会的価値・環境価値」と「経済価値」を同時に実現する共通価値創造戦略 TOTO WILL2030 では、「きれいと快適・健康」「環境」「人とのつながり」を取り組むべき重要課題「マテリアリティ」としてサステナビリティ経営を強化し、国連の「持続可能な開発目標(SDGs)」にも貢献していきます。

<https://jp.toto.com/company/profile/philosophy/managementplan>

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、サステナビリティ経営を強化していく。

「持続可能な開発目標（SDGs）」への貢献

第20回「TOTO水環境基金」

～国内外の活動は拡大を続け、来年度20周年～



＜これまでの助成＞
延べ332団体
総額4億9,908万円

TOTO水環境基金とは：
地域を支える団体と協働で社会課題の解決を目指すために、2005年度に設立。
地域の水と暮らしの関係を見直す継続的な活動を支援。

「水循環ACTIVE企業」認証

～「TOTO水環境基金」の取組みが水循環の確立に貢献していると評価～



水循環ACTIVE企業とは：
内閣官房水循環政策本部事務局が今年度創設した「水循環企業登録・認証制度」において、水循環の健全化に積極的に取り組み、その実績が認められた企業に与えられる。

創立以来「水」に関わる事業を展開してきた企業として、
今後も取り組みを継続し、社会課題の解決に向き合っていく。

参考

【参考】日本住設事業：商品別業績

単位：億円

	売上高			営業利益		
	2023年度 3Q累計	2024年度 3Q累計	前年差 (前年比)	2023年度 3Q累計	2024年度 3Q累計	前年差 (前年比)
衛生陶器	752	775	+22 (103%)	58	47	▲10 (82%)
温水洗浄便座 「ウォシュレット」	810	847	+37 (105%)	99	109	+10 (110%)
水栓機器	670	681	+11 (102%)	12	30	+18 (2.6倍)
浴室	855	851	▲4 (99.5%)	32	25	▲7 (78%)
キッチン・洗面	391	379	▲13 (97%)	9	2	▲7
その他	105	104	▲2 (98%)	▲5	▲17	▲12
合計	3,584	3,636	+52 (101%)	205	197	▲7 (96%)

このプレゼンテーション資料は、2025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