

2023年3月期 第1四半期決算説明資料

証券コード：5332

TOTO株式会社

2022. 7.29

2023年3月期 第1四半期決算

増収減益。

日本住設事業：売上高横ばい・減益

- ◆住宅向け需要は堅調も、
原材料価格の高騰、部品調達影響等で売上高横ばい・減益。

海外住設事業：増収減益

- ◆中国大陸事業は不動産価格抑制政策による市況悪化に加え、
一部地域の新型コロナウイルス感染症拡大による影響で減収減益。
- ◆アジア事業は、台湾地域が好調に推移したことにより増収増益。
- ◆米州事業は、ウォシュレットの好調が継続し増収も、
高騰が続く物流コストの影響が大きく減益。

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。

	2021年度 1Q	2022年度 1Q	前年差 (前年比)	為替 影響額	為替影響除 (前年比)	計画	計画差 (計画比)
売上高	1,457	1,535	+77 (105%)	+42	+35 (102%)	1,520	+15 (101%)
営業利益 【営業利益率】	121 【8.3%】	102 【6.7%】	▲19 (84%)	+5	▲25 (80%)	87 【5.7%】	+15 (117%)
経常利益	129	154	+24 (119%)	+48	▲24 (82%)	97	+57 (159%)
親会社株主に 帰属する 四半期純利益	90	105	+16 (117%)	+46	▲31 (66%)	66	+39 (160%)

■為替レート

	2021年度 1Q	2022年度 1Q
1ドル	106.1円	116.3円
1元	16.4円	18.3円
1ユーロ	127.8円	130.4円

増収。営業利益は減益だが経常利益、四半期純利益は増益。

セグメント別業績

単位：億円

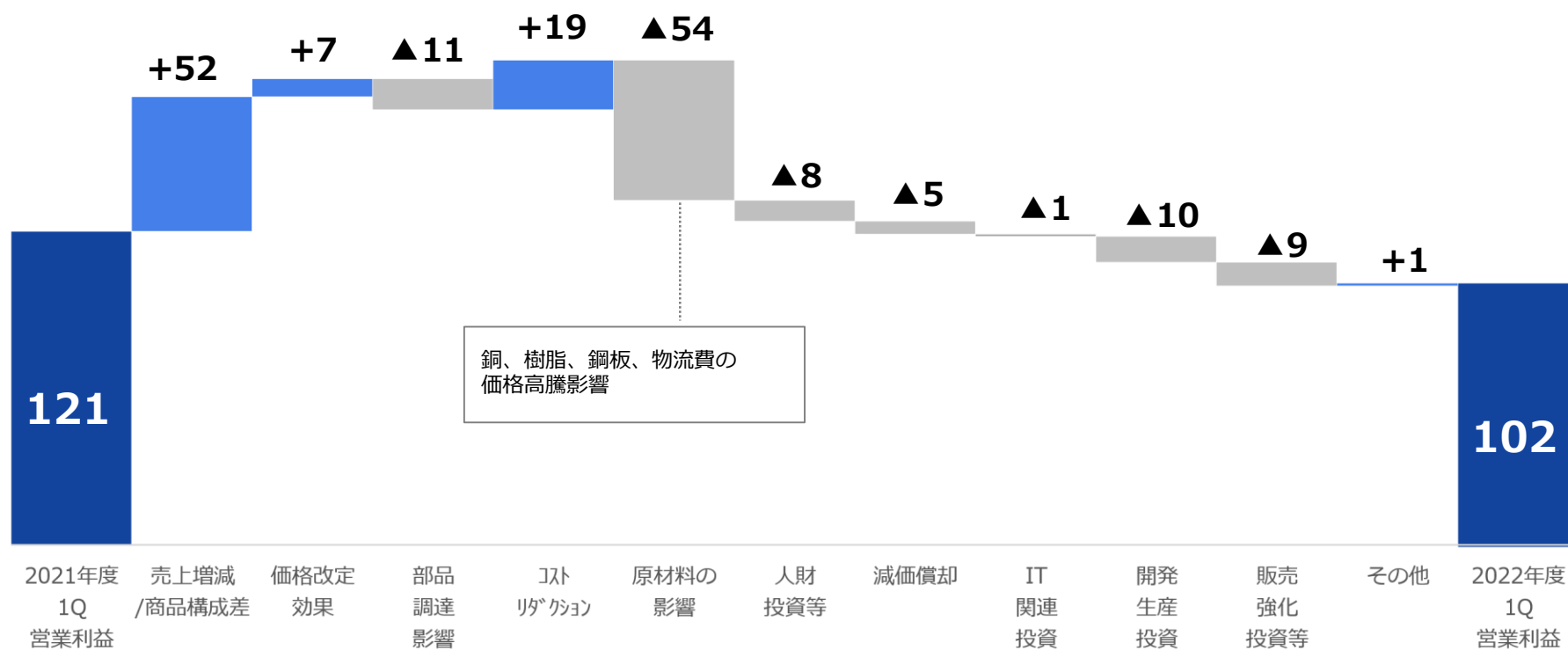
<売上高>	2021年度 1Q	2022年度 1Q	前年差 (前年比)	為替 影響額	為替影響除 (前年比)	計画	計画差 (計画比)
日本住設	1,031	1,033	+2 (100%)		+2 (100%)	1,031	+3 (100%)
海外住設	360	390	+29 (108%)	+36	▲6 (98%)	389	+1 (100%)
新領域	65	111	+46 (170%)	+7	+39 (160%)	100	+11 (111%)
その他	1	1	+0	+0	+0	1	+0
合計	1,457	1,535	+77 (105%)	+42	+35 (102%)	1,520	+15 (101%)

<営業利益>	2021年度 1Q	2022年度 1Q	前年差 (前年比)	為替 影響額	為替影響除 (前年比)	計画	計画差 (計画比)
日本住設	58	28	▲29 (49%)		▲29 (49%)	27	+1 (105%)
海外住設	58	30	▲28 (51%)	+5	▲33 (42%)	30	▲0 (99%)
新領域	12	49	+37 (4.1倍)	+0	+36 (4.0倍)	35	+14 (140%)
その他	▲6	▲5	+1	+0	+1	▲5	+0
合計	121	102	▲19 (84%)	+5	▲25 (80%)	87	+15 (117%)

新領域事業は好調に推移し増収増益となるも、
グローバル住設事業は日本、海外ともに増収減益。

全社営業利益の増減要因

単位：億円



計画差	+12	-	+1	+0	+2	▲1	+0	-	+1	+1	▲1	+15
-----	-----	---	----	----	----	----	----	---	----	----	----	-----

原材料価格等の高騰や部品調達影響で減益。

■ リモデル

	2021年度 1Q	2022年度 1Q	前年差 (前年比)
売上高	701	684	▲17 (98%)
営業利益	50	25	▲25 (50%)
営業利益率	7%	4%	▲4pt

■ 新築

	2021年度 1Q	2022年度 1Q	前年差 (前年比)
売上高	330	349	+19 (106%)
営業利益	7	3	▲4 (47%)
営業利益率	2%	1%	▲1pt

リモデルは減収減益。新築は増収減益。

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 1Q	2022年度 1Q	前年差 (前年比)	2021年度 1Q	2022年度 1Q	前年差 (前年比)
衛生陶器	205	215	+10 (105%)	15	13	▲2 (87%)
ウォシュレット	225	230	+5 (102%)	28	21	▲7 (76%)
水栓機器	203	195	▲9 (96%)	9	▲8	▲17
浴室	255	251	▲4 (99%)	10	▲4	▲15
キッチン・洗面	112	112	+1 (101%)	2	▲2	▲4
その他	31	30	▲1 (97%)	▲6	9	+15
合計	1,031	1,033	+2 (100%)	58	28	▲29 (49%)

浴室における部品調達影響や水栓機器におけるパブリック需要の一巡、および原材料価格高騰の影響が大きく減益。

海外住設事業

単位：億円

売上高	2021年度 1Q	2022年度 1Q	前年差 (前年比)	為替影響額	為替影響除 前年差 (前年比)
中国大陸事業	183	166	▲17 (91%)	+17	▲34 (81%)
アジア事業	69	84	+15 (122%)	+7	+8 (111%)
米州事業	95	124	+29 (130%)	+11	+18 (119%)
欧州事業	13	16	+3 (121%)	+0	+2 (119%)
合計	360	390	+29 (108%)	+36	▲6 (98%)

営業利益	2021年度 1Q	2022年度 1Q	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	36	12	▲24 (34%)	+3	▲26 (26%)
アジア事業	15	15	+1 (105%)	+2	▲1 (93%)
米州事業	9	5	▲4 (51%)	+1	▲5 (42%)
欧州事業	▲1	▲2	▲1	▲0	▲1
合計	58	30	▲28 (51%)	+5	▲33 (42%)

海外住設事業全体で増収減益。

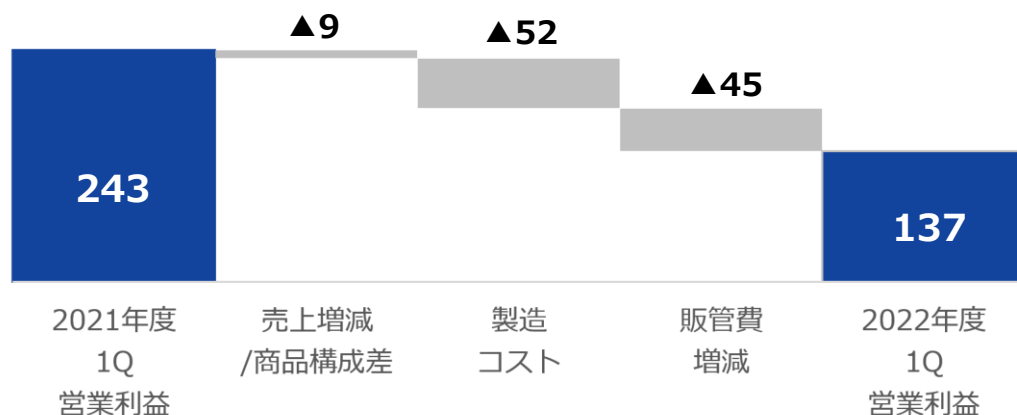
■ P / L ※連結調整、共通費の配賦等は含まないベース

	2021年度 1Q	2022年度 1Q	前年差 (前年比)
売上高	1,115	906	▲209 (81%)
営業利益	243	137	▲106 (56%)
営業利益率	22%	15%	▲7pt

2022年度_第2四半期(2022年_4月~6月)の売上高伸長率：前年比 72%

為替レート	2021年度 1Q	2022年度 1Q
1元	16.4円	18.3円

■ 営業利益の増減要因

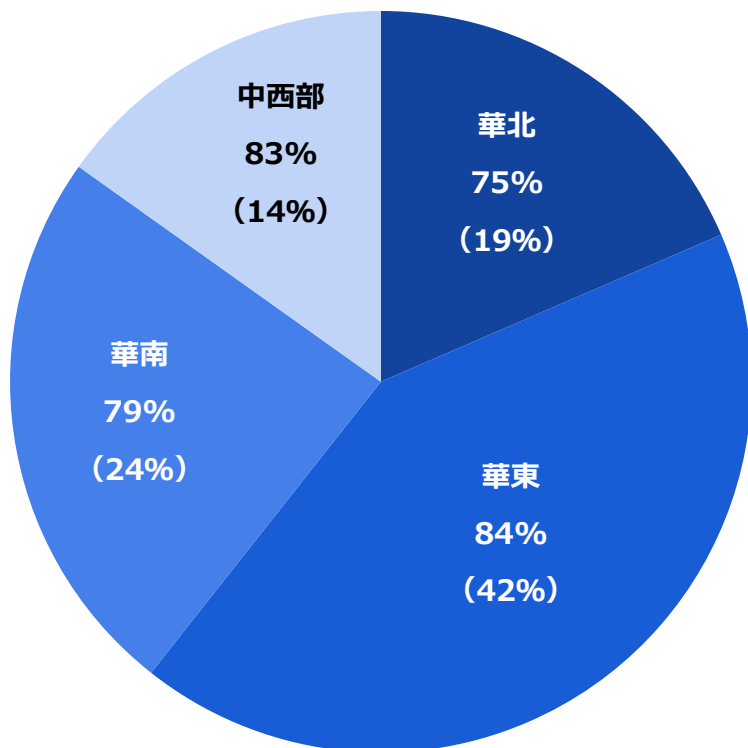


2021年末より継続する不動産価格抑制政策による市況悪化に加え、一部地域における新型コロナウイルス感染症の再拡大影響もあり減収減益。

中国大陸事業

■ 地域別の売上高伸長率（構成比）

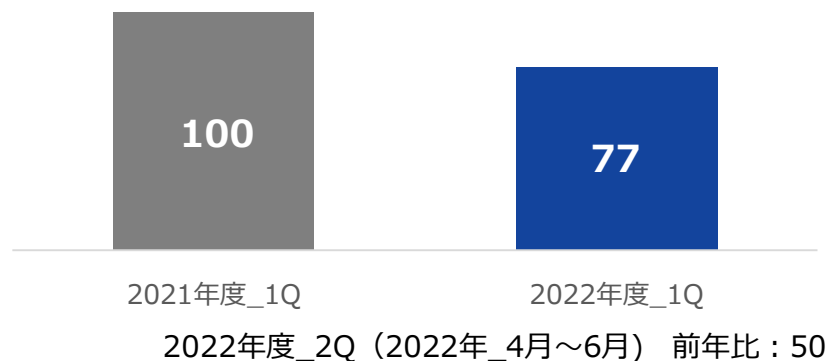
中国大陸事業計：81%(現地通貨ベース)



■ 商品別の売上高伸長率

	前年比	売上高 構成比
衛生陶器	75%	42%
ウォシュレット	85%	26%
水栓金具	89%	26%

■ 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 1Q	2022年度 1Q	前年差 (前年比)
売上高	1,042	1,126	+85 (108%)
営業利益	312	315	+3 (101%)
営業利益率	30%	28%	▲2pt

2022年度_第2四半期(2022年_4月～6月)の売上高伸長率
前年比 118%

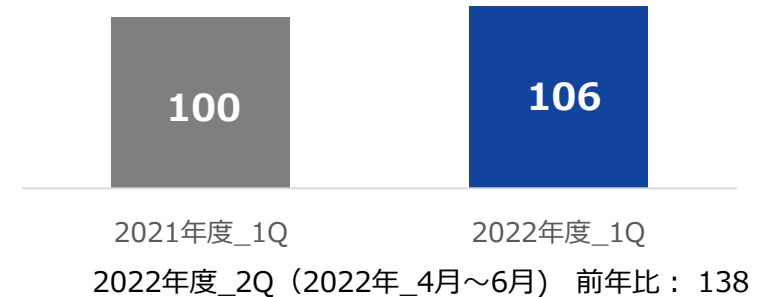
ベトナム

単位：10億ドン

ベトナム	2021年度 1Q	2022年度 1Q	前年差 (前年比)
売上高 【外部顧客売上高】	897 【214】	946 【249】	+49 (116%)
営業利益	30	12	▲18 (39%)
営業利益率	3%	1%	▲2pt

2022年度_第2四半期(2022年_4月～6月)の売上高伸長率
前年比 111%

■ウォシュレットの販売台数伸長（指数）



為替レート	2021年度 1Q	2022年度 1Q
1台湾ドル	3.78円	4.2円

為替レート	2021年度 1Q	2022年度 1Q
1ドン	0.00460円	0.00510円

台湾地域は販売好調により増収増益。

ベトナムは新型コロナウイルス感染症拡大からの国内需要の回復があり増収も、
原材料価格高騰および新工場立上げ費用等により減益。

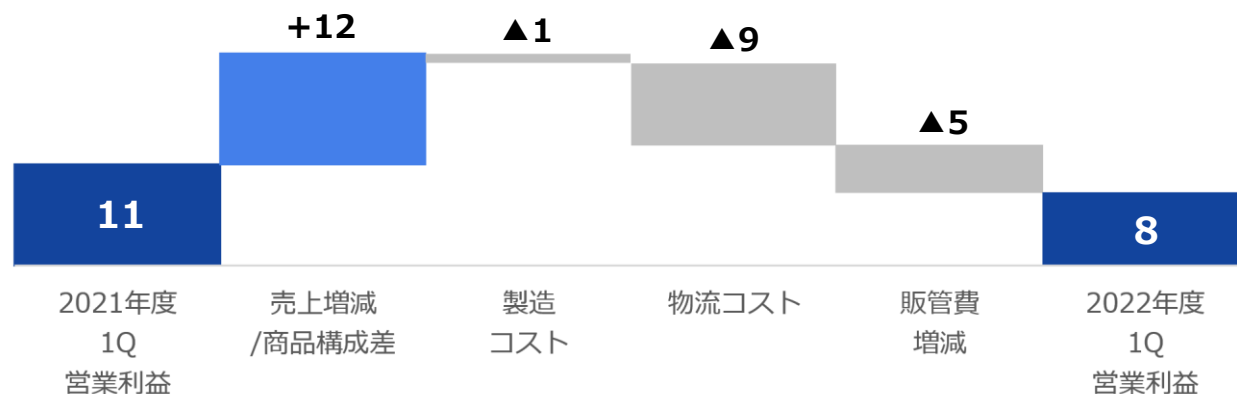
■ P / L ※連結調整、共通費の配賦等は含まないベース

	2021年度 1Q	2022年度 1Q	前年差 (前年比)
売上高	90	106	+17 (119%)
営業利益	11	8	▲3 (70%)
営業利益率	12%	7%	▲5pt

2022年度_第2四半期(2022年_4月~6月)の売上高伸長率
前年比 104%

為替レート	2021年度 1Q	2022年度 1Q
1ドル	106.1円	116.3円

■ 営業利益の増減要因

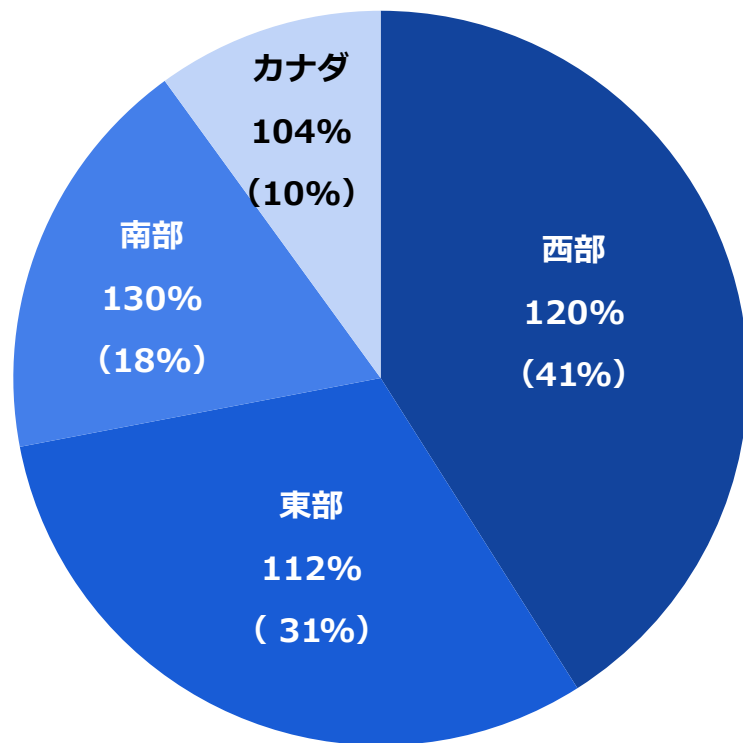


ウォシュレットの好調が継続し増収も、高騰が続く物流コストの影響が大きく減益。

米州事業

■ 地域別の売上高伸長率（構成比）

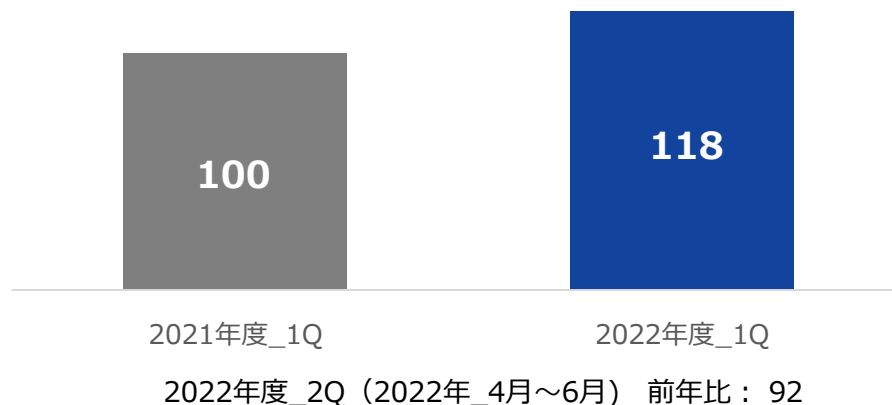
米州事業計：119%（現地通貨ベース）



■ 商品別の売上高伸長率

	前年比	売上高 構成比
衛生陶器	116%	47%
ウォシュレット	133%	38%
水栓金具	91%	9%

■ ウォシュレットの販売台数伸長（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。

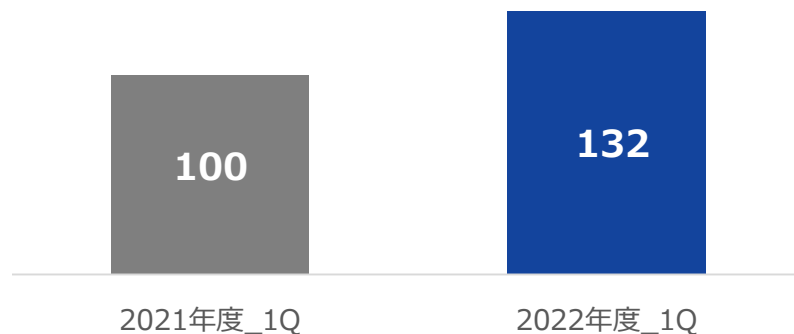
■ P / L ※連結調整、共通費の配賦等は含まないベース

	2021年度 1Q	2022年度 1Q	前年差 (前年比)
売上高	9	12	+2 (122%)
営業利益	▲1	▲0	+0

2022年度_第2四半期(2022年_4月~6月)の売上高伸長率
前年比 112%

為替レート	2021年度1Q	2022年度1Q
1ユーロ	127.8円	130.4円

■ ウォシュレットの販売台数伸長（指数）



2022年度_2Q (2022年_4月~6月) 前年比：111

増収赤字幅縮小。販売網の拡充と著名物件採用を推進。

	2021年度 1Q	2022年度 1Q	前年差 (前年比)	為替影響額	為替影響除 (前年比)
売上高	65	111	+46 (170%)	+7	+39 (160%)
営業利益	12	49	+37 (4.1倍)	+0	+36 (4.0倍)
営業利益率	18%	44%	+26pt		

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：ESG投資インデックスへの選定

■ FTSE4Good Index Series

7年連続選定



FTSE4Good

■ MSCI ESG Leaders Indexes

15年連続選定

2022 MSCI ESG Leaders
Indexes Constituent

■ GPIFが採用している5つのESG投資インデックス



FTSE Blossom
Japan



FTSE Blossom
Japan Sector
Relative Index

2022 CONSTITUENT MSCIジャパン
ESGセレクト・リーダーズ指数

2022 CONSTITUENT MSCI日本株
女性活躍指数 (WIN)

S&P/JPX
カーボン
エフィシエント
指数

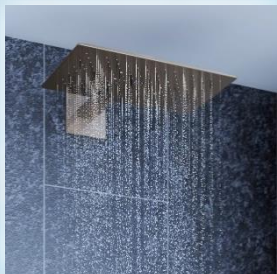
海外住設事業

バスルームを彩る
「ネオレストシリーズ」と
シャワー商品のラインアップ拡充

レストルーム



シャワー



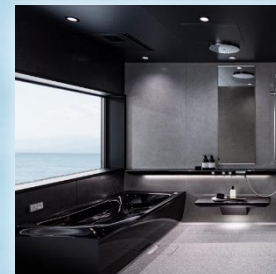
洗面化粧台



キッチン



浴室



主要な水まわり全てに新商品投入
デザイン拡充、クリーン技術進化

日本住設事業



新商品「ネオレストLS」は
世界的な2大デザイン賞をダブル受賞

これからも「TOTOらしさ」に更に磨きをかけ、
持続可能な社会の実現と、豊かで快適な生活文化の両立を目指していく。

このプレゼンテーション資料は、2022年7月29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