

2026年3月期 第3四半期 決算説明資料

証券コード：5332

T O T O株式会社

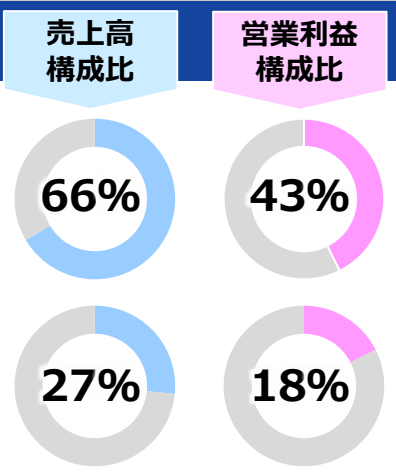
2026.1.30

はじめに：TOTO事業概要

※売上高/営業利益構成比は2024年度実績
全社調整額を除いたベース

<グローバル住設事業>

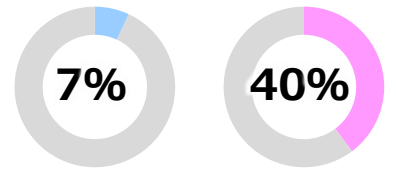
- 日本** ◆100年以上にわたり市場を築き上げた基幹事業
◆新築需要に依存しないリモデル事業を主とし、幅広い商品を提案
- 海外** ◆その国・地域に必要な存在になることを目指す
◆ウォシュレット・節水便器を重点商品に据え、
特に米州とアジア・オセアニアは今後の成長ドライバー
◆中国大陆は業績が急激に悪化し構造改革を推進中



主な商品	衛生陶器	温水洗浄便座・ウォシュレット	水栓金具	浴槽/ユニットバス 洗面化粧台 システムキッチン 等
	 高い品質で 世界をリード	 主力であり海外の成長 ドライバー。住設事業で 収益性が最も高い	 快適性、節水性と デザイン性を追求	

<新領域事業：セラミック事業>

- ◆主力は半導体製造装置向けの高品位・高精密セラミック製部材
◆衛生陶器で培った技術力や高効率の生産体制で高収益を実現



1. 2026年3月期 第3四半期 決算

増収減益。計画通りの進捗。

日本住設事業：減収減益（売上高は前年並み）

- ◆累計では減収も、新商品拡販効果等により、第3四半期（10月-12月）の売上高・営業利益は、リモデル・新築ともに前年伸長。

海外住設事業：減収減益

- ◆米州事業は、ウォシュレットの伸長がけん引し増収。
営業利益は成長投資や関税影響により減益も、計画通り。
- ◆アジア事業は、台湾地域やベトナム等の業績好調により増収増益。
- ◆欧州事業は、ウォシュレット等の販売増により増収赤字幅縮小（グループ会社業績は黒字継続）。
- ◆中国大陆事業は、減収赤字。事業構造改革は計画通り進捗中。

新領域事業：増収増益

- ◆旺盛な先端半導体市況を受け、静電チャック・AD部材の販売増で増収増益。

	2024年度 3Q累計	2025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	5,423	5,471	+48 (101%)	▲40	+88 (102%)
営業利益 【営業利益率】	415 【7.7%】	404 【7.4%】	▲11 (97%)	▲17	+7 (102%)
経常利益	455	465	+10 (102%)	+7	+3 (101%)
親会社株主に 帰属する 四半期純利益	364	285	※1 ▲79 (78%)	+12	▲91 (75%)

※1：中国大陸事業の構造改革費用として、
特別損失を計上（期初計画に織り込み済）

■為替レート（期中平均）

	2024年 1月～3月	2024年 4月～6月	2024年 7月～9月	2024年 10月～12月	2025年 1月～3月	2025年 4月～6月	2025年 7月～9月	2025年 10月～12月
1ドル	148.6円	155.9円	149.7円	152.4円	152.6円	144.6円	147.5円	154.1円
1元	20.6円	21.5円	20.9円	21.2円	20.9円	20.0円	20.6円	21.7円
1ユーロ	161.3円	167.9円	164.3円	162.6円	160.6円	163.8円	172.3円	179.4円
1台湾ドル	4.7円	4.8円	4.6円	4.7円	4.6円	4.7円	4.9円	5.0円
1ドン	0.0060円	0.0061円	0.0060円	0.0060円	0.0060円	0.0056円	0.0056円	0.0059円
1タイバーツ	4.2円	4.3円	4.3円	4.5円	4.5円	4.4円	4.6円	4.8円
1インドルピー	1.8円	1.9円	1.8円	1.8円	1.8円	1.7円	1.7円	1.7円

〈対象事業期間〉

- 日本住設事業
新領域事業
2025年4月～12月
- 海外住設事業
2025年1月～9月
(インド2025年4月～12月)

増収減益

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：2025年4月～12月
海外住設事業：2025年1月～9月（インドは2025年4月～12月）

単位：億円

＜売上高＞	2024年度 3Q累計	2025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	3,636	3,618	▲18 (99.5%)		▲18 (99.5%)
海外住設	1,441	1,381	▲60 (96%)	▲29	▲31 (98%)
新領域 ※	344	470	+126 (137%)	▲11	+137 (140%)
その他	2	2	+0		+0
合計	5,423	5,471	+48 (101%)	▲40	+88 (102%)

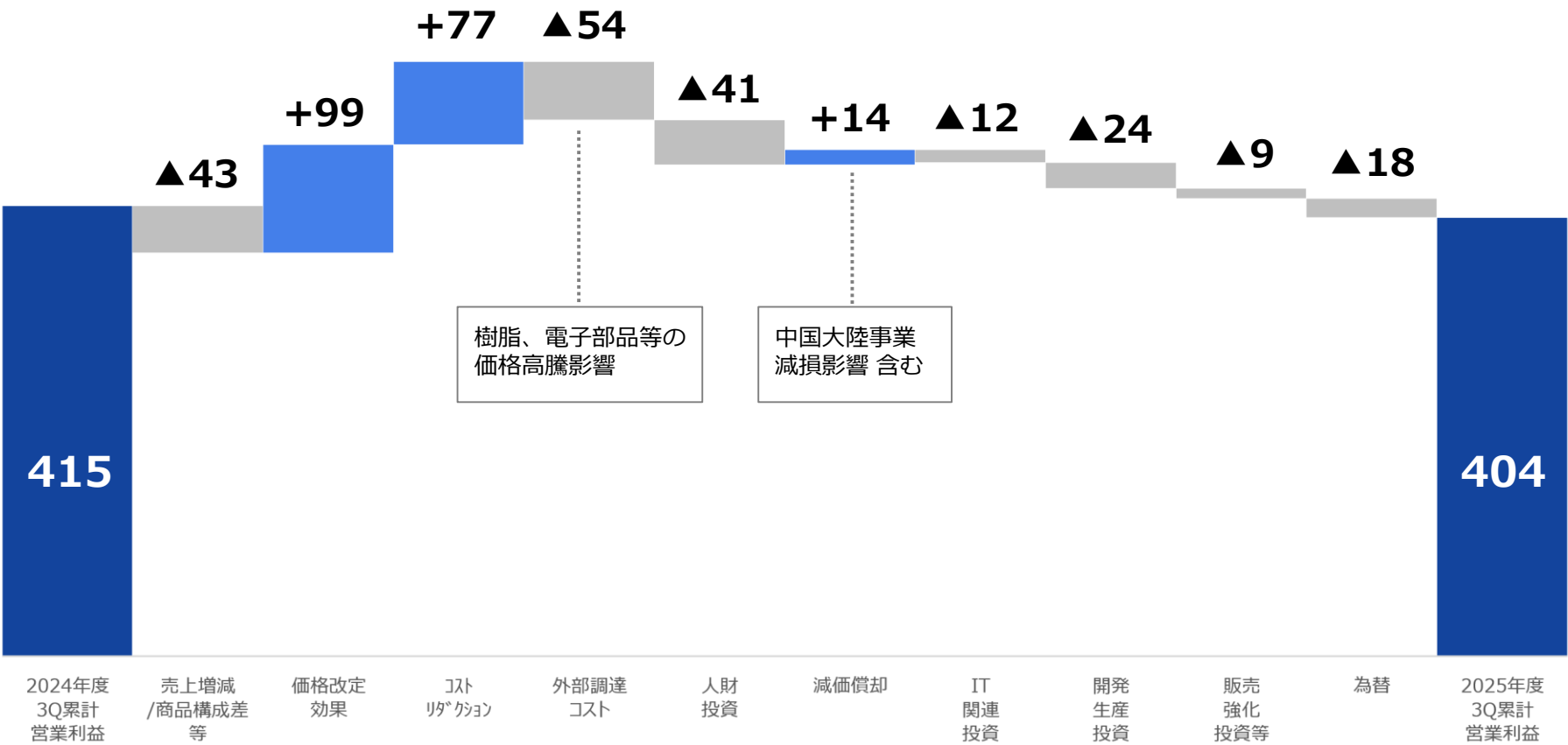
＜営業利益＞	2024年度 3Q累計	2025年度 3Q累計	前年差 (前年比)	為替 影響額	為替影響除 前年差(前年比)
日本住設	197	171	▲26 (87%)	▲6	▲20 (90%)
海外住設	98	55	▲44 (56%)	▲1	▲43 (56%)
新領域 ※	142	202	+60 (142%)	▲11	+71 (150%)
その他	-22	-24	▲2		▲2
合計	415	404	▲11 (97%)	▲17	+7 (102%)

※新領域：セラミック事業

住設事業は減収減益、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



新領域事業の売上増や価格改定、コストリダクション等の効果はあるも
住設事業の売上減や外部調達コストの影響等により減益。

リモデル（前年比）

売上高 2,625 億円（100 %）

営業利益 167 億円（▲23 億円）

新築（前年比）

売上高 993 億円（98 %）

営業利益 4 億円（▲3 億円）

リモデル事業の状況

- 上期は販売数量減の影響があったものの、第3四半期(10-12月)では前年実績を上回り(前年比104%)、市場のセルアウトも引き続き順調に推移。

- 8月発売新商品の販売は好調を維持。

⇒ 2026年2月発売の浴室・水栓の
新商品も含め、提案を加速させていく

〈2025年8月発売新商品〉

**REST
ROOM**



〈2026年2月発売新商品〉

BATHROOM (シンラ/サザナ/WY・WT/RW)



▶ TOTOだけの「きれい除菌水」を
水まわり全体で訴求する

**REST
ROOM**



LAVATORY



KITCHEN



累計では減収も、第3四半期の売上はリモデルを中心に前年伸長。

8月および2月発売の4部位新商品をフックにリモデル提案活動を強化していく。

海外住設事業_地域別業績

単位：億円

売上高	2024年度 3Q累計	2025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	529	553	+24 (105%)	▲13	+37 (107%)
アジア事業	351	383	+32 (109%)	▲5	+37 (110%)
欧州事業	37	42	+5 (114%)	+0	+5 (113%)
中国大陸事業	524	404	▲121 (77%)	▲11	▲110 (79%)
合計	1,441	1,381	▲60 (96%)	▲29	▲31 (98%)

営業利益	2024年度 3Q累計	2025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	49	38	▲11 (77%)	▲2	▲10 (80%)
アジア事業	55	73	+18 (132%)	▲0	+18 (132%)
欧州事業	-3	-3	+0	▲0	+0
中国大陸事業	-3	-53	▲50	+1	▲51
合計	98	55	▲44 (56%)	▲1	▲43 (56%)

海外住設事業全体では減収減益。

※連結調整、共通費の配賦等は含まない

売上高（前年比）

373 百万ドル（107%）

営業利益（前年差）

32 百万ドル（▲4 百万ドル）

2025年度_4Q（2025年_10月～12月）売上高伸長率：前年比 114%

■商品別伸長率

		前年比	売上高 構成比
売上高	衛生陶器	109%	51%
	温水洗浄便座 「ウォシュレット」	112%	37%
	水栓金具	89%	8%
販売台数	温水洗浄便座 「ウォシュレット」	118%	

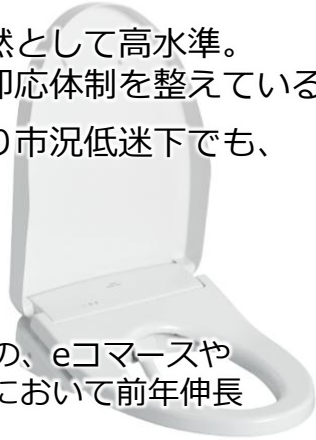
ウォシュレット販売台数
2025年度_4Q（2025年_10月～12月） 前年比：120%

■市況の動向

中古住宅販売戸数前年比（納入時期ベース）
2025年 1～9月 ：102%
政策金利は低下傾向にあるものの依然として高水準。
⇒利下げによる需要回復を見据え、即応体制を整えている。
先行き不透明感や購買行動変化により市況低迷下でも、
温水洗浄便座市場の需要は堅調。

■商品別販売状況

- | ウォシュレット
建材店でのミックス悪化はあるものの、eコマースや
リテール多店舗店含め、全チャネルにおいて前年伸長
- | 衛生陶器
中高級品の拡販により前年伸長。



ウォシュレットの伸長がけん引し増収。
営業利益は成長投資や関税影響により減益も、計画通りの進捗。

■売上高_前年比（現地通貨）

※連結調整、共通費の配賦等は含まない

台湾地域	4,538 百万台湾ドル	(109%)
ベトナム	9,158 億ドン	(122%)
インド	2,198 百万ルピー	(113%)
タイ	508 百万バーツ	(86%)

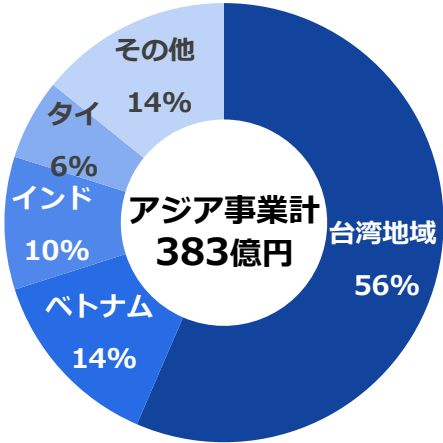
■各国・地域の状況

台湾地域：ウォシュレット一体形便器の拡販等により増収
ベトナム：市況の回復基調を追い風に増収
インド：各種施策等の効果で増収
タイ：市況の厳しさ等を背景に減収

4Q（10月～12月）	売上高前年比
台湾地域	99%
ベトナム	137%
タイ	93%

※インド決算期
2025年4月～2026年3月

■売上高_構成比（億円）



■商品別伸長率（億円）

アジア全体		前年比	売上高構成比
売上高	衛生陶器	112%	45%
	温水洗浄便座「ウォシュレット」	105%	25%
	水栓金具	108%	27%
販売台数	温水洗浄便座「ウォシュレット」	95%	

ウォシュレット販売台数
2025年度_4Q（2025年_10月～12月）前年比：88%

台湾地域は、ウォシュレット一体形便器の拡販等で増収。
ベトナムは市況が回復傾向で増収。

※連結調整、共通費の配賦等は含まない

売上高（前年比）

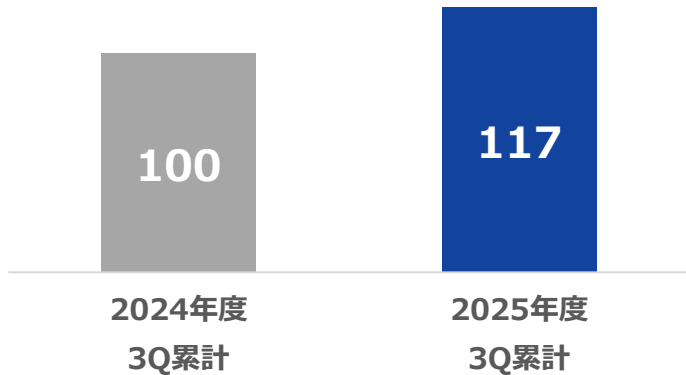
25 百万ユーロ（**113%**）

営業利益（前年差）

1 百万ユーロ（**+0.6** 百万ユーロ）

2025年度_4Q（2025年_10月～12月）売上高伸長率：前年比 105%

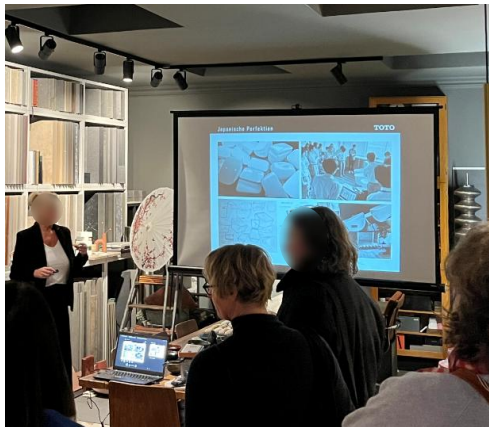
■ウォシュレット 販売台数伸長（指数）



2025年度_4Q（2025年_10月～12月）前年比：100%

■欧州市場での地位確立に向けた取組み

プランマー（水道工事店）へのウォシュレットの価値訴求の活動を継続強化。



ウォシュレットの価値訴求研修



プランマーとの協業イベント

重点プランマーに対するウォシュレットの拡販効果等により増収増益、黒字を継続。

※連結調整、共通費の配賦等は含まない

売上高（前年比）

1,972 百万元（79%）

営業利益（前年差）

- 168 百万元（▲204 百万元）

2025年度_4Q（2025年_10月～12月）売上高伸長率：前年比 91%

■ 商品別伸長率

		前年比	売上高 構成比
売上高	衛生陶器	78%	45%
	温水洗浄便座 「ウォシュレット」	83%	28%
	水栓金具	78%	22%
販売台数	温水洗浄便座 「ウォシュレット」	83%	

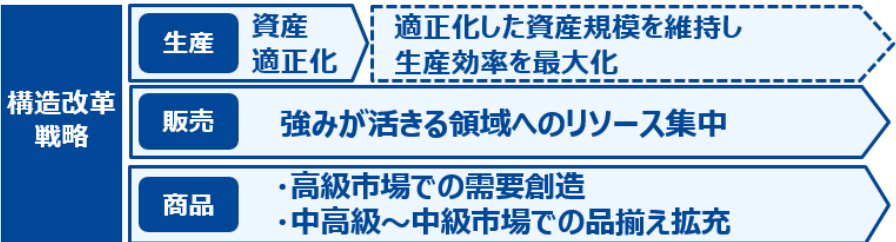
ウォシュレット販売台数

2025年度_4Q（2025年_10月～12月）前年比：102%

※商品・販売戦略効果で前年越え

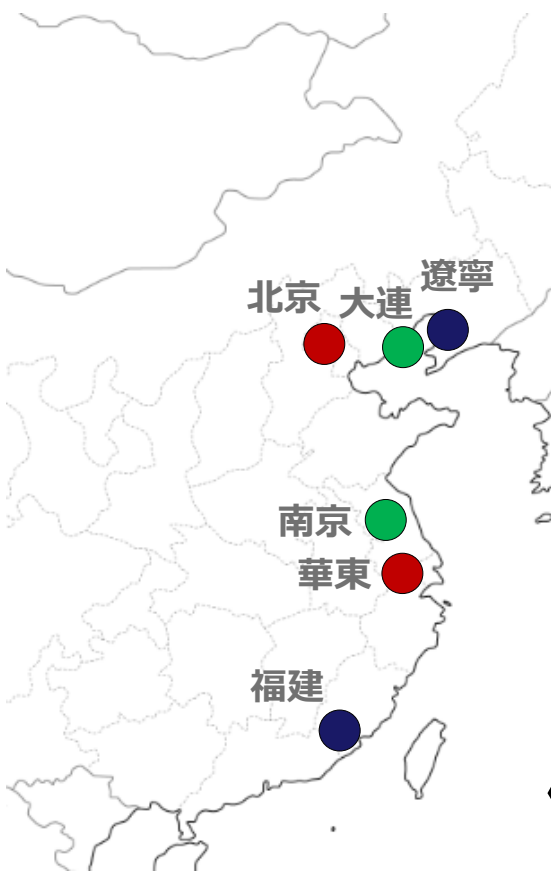
■ 事業構造改革（2025年4月発表）

3つの戦略で安定的な収益構造への事業転換を図る



減収赤字も、事業構造改革は計画通りに推進中。

生産：生産再編・人員最適化



〈●●衛生陶器〉実施済

【生産停止工場_4月28日】

◇清算実施状況

・会社清算は計画通り進行中

■東陶北京（北京市）

■東陶華東（上海市）

【生産工場_1月末現在】

■東陶福建（漳州市）

■東陶遼寧（大連市）

2025年5月21日稼働

〈●水栓・浴槽〉実施済

【人員最適化】

■東陶大連（大連市）

■南京東陶（南京市）

◇水栓・浴槽工場での一部人員最適化を実施

※工場稼働は継続

〈上記構造改革に伴う特別損失の計上：約150億円〉

※当該費用は2026年3月期の計画に織込み済み。

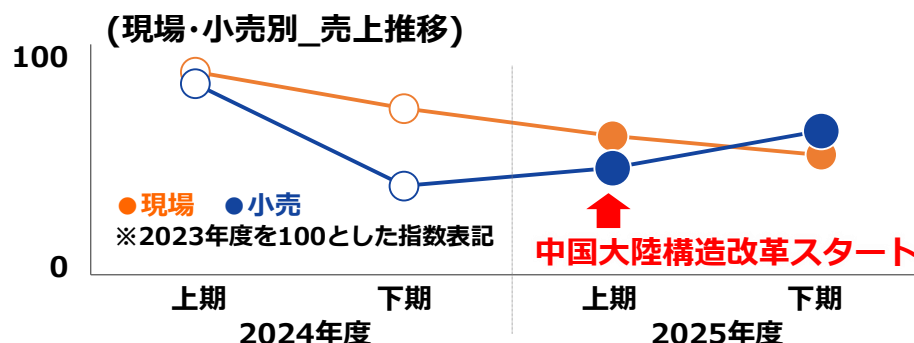
衛生陶器の生産再編により生産規模は約4割程度縮減。（4月開示済み）
水栓金具・浴槽工場も事業規模に適した生産体制とする。（10月開示済み）

販売：リモデル需要への取組み

リモデルでTOTOの強みを活かせる領域にリソースを集中

- ✓ 強みを活かせるエリア・用途・業者にリソースを集中
- ✓ オンライン×オフラインを活用したお客様へのコミュニケーション
- ✓ 既存ショールームを活用した提案・施工等の機能強化

【主な取組内容】



新商品投入効果や住宅リモデル施策実施の相乗効果で小売業績は回復傾向へ

■ 住宅リモデル

SNS活用や、納入マンションでのイベント等を積極的に実施。ショールームへの誘引や商品のシフトアップにも繋がり、小売業績に成果が出ている。

■ パブリックリモデル

日本で培ったパブリックの水まわり空間・商品提案力による新しい取り組みで業績向上を目指す。

例) 病院・福祉高齢者セミナー

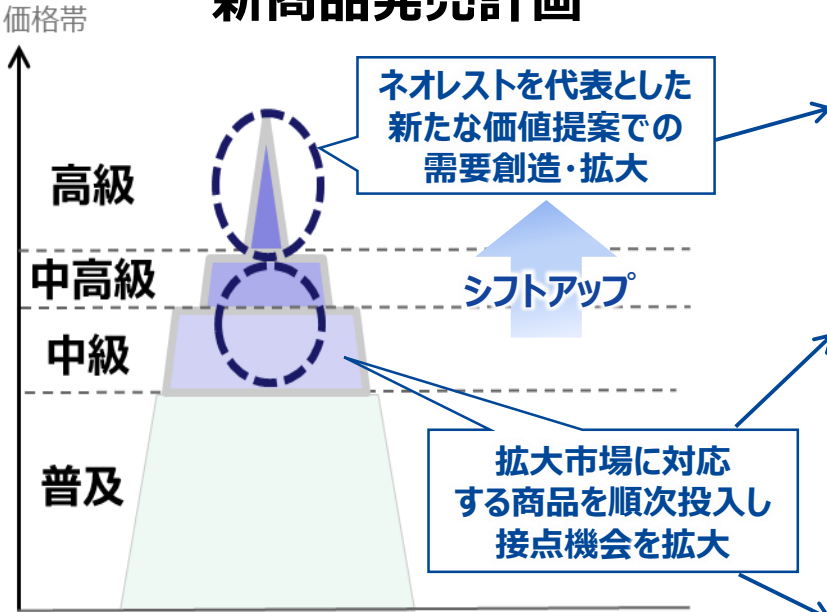


重点ターゲットへの活動は引き続き推進中。

市場ニーズを捉えた商品の拡充で顧客接点を拡大し、全体業績への寄与を目指す。

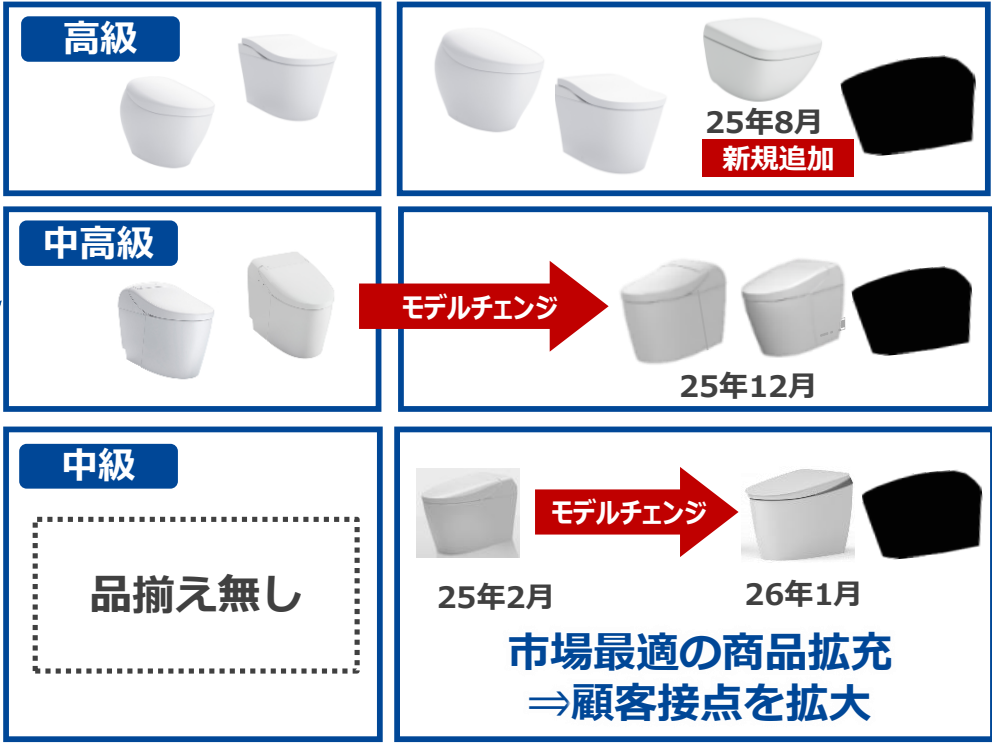
商品：新商品発売計画

現状の市場構造における
新商品発売計画



■ 新商品投入の効果
TOTO商品がお客様の購入の選択肢に入り、
リモデルにおいてターゲットへの効果が出始めている。
→ シフトアップが実現

一体形便器ラインナップ
～2024年度 2025年度～



※その他の商品も同様に拡充遂行中

顧客接点が拡大しシフトアップが図れている。
市場ニーズに即した新商品を追加し、この流れをさらに加速させる。

売上高（前年比）

470 億円（137%）

営業利益（前年差）

202 億円（+60 億円）

■主力製品・各需要の状況

静電チャック 新規・交換：両方の需要あり
データセンターの需要増に伴う先端半導体市況の好調さを受け増収。
新規需要：メモリメーカーによる投資抑制の影響を受け売上鈍化。
交換需要：メモリメーカーの稼働が高い水準を維持し増加。

AD部材
AI関連の需要は堅調かつ、上期の期ずれや単価アップの寄与の影響もあり増収。

■長期展望におけるTOTOの強み ～顧客から圧倒的な信頼を獲得～

	3D NANDメモリ向け	ロジック向け	
エッチング装置の技術革新	半導体の複層化における深堀技術革新（ハイパワーかつ極低温環境）	・ 数ナノレベルの極微細化（ウエハの正確な温度制御） ・ 徹底した低パーティクル	
TOTOの特性	【静電チャック】 ・ 圧倒的に高い素材純度⇒高耐久性・高寿命 ・ 超高精度な表面加工 ⇒正確なウエハ温度制御 ・ 独自の接着＆絶縁技術⇒極低温下での性能維持	【AD部材】 独自の緻密膜生成 ⇒業界最高水準の低パーティクル	【静電チャック】 ・ 高精度ヒーター制御 ⇒均一な温度制御 ・ 圧倒的な高純度 ⇒高耐久性・高寿命
	【生産体制】 徹底したスマートファクトリー化による高歩留り・高収益体制の実現		

独自技術＆生産体制により、先端製造装置の技術革新を支え、長期成長を目指す

旺盛な先端半導体市況を受け、静電チャック・AD部材の販売増で増収増益。

2. トピックス

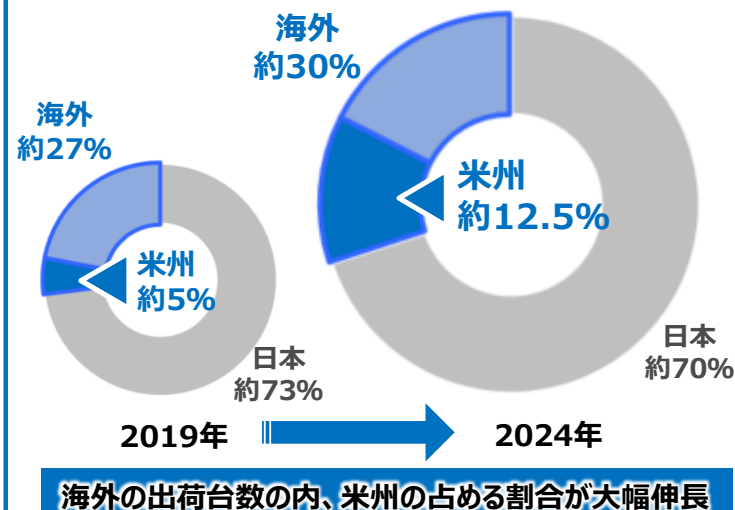
TOTO WILL2030「きれいと快適・健康」の実現に向けて

ウォシュレット累計出荷台数7000万台突破

～1980年6月の販売開始から45年5カ月（2025年11月時点）～

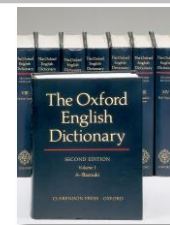


ウォシュレットの販売構成比（2019年～2024年）



■「WASHLET」がオックスフォード英語辞典に新規掲載

2025年12月の同辞典の改訂において「WASHLET」の商標名が新たに掲載された。当社の提唱してきたトイレ習慣が「世界中の人々の生活に欠かせない文化」として、世界的に広く認められた。



米州を最大のドライバーとして海外住設事業で販売台数を拡大。引き続き、グローバル市場での提案活動を加速させ、快適な生活文化を啓蒙していく。

「持続可能な開発目標（SDGs）」への貢献

CDPの気候変動、水セキュリティにおいて最高評価の「Aリスト」 2年連続でダブル選定

～気候変動に対するCO2排出削減、水リスクに対する水使用量削減などの取り組みが評価～



CDPとは：

環境問題に関心を持つ世界の機関投資家などの要請に基づき、企業や自治体に対して、気候変動や水資源保護などの環境問題への取り組みと情報開示を求める活動を行う国際的な非営利団体。企業の環境活動に関する情報を収集・分析・評価し、最も優れた企業を毎年「Aリスト」として認定している。

第21回「TOTO水環境基金」 助成先団体を決定

～国内13団体、海外8団体の計21団体に助成
2026年度は、既に活動中の2団体とあわせて、
合計23団体のプロジェクトに支援～



「水循環ACTIVE企業」2年連続で認証

～「TOTO水環境基金」の取り組みが
持続可能な水循環の確立に貢献していると評価～



「きれいで快適・健康な暮らしの実現」・「社会・地球環境への貢献」を
目指し、引き続きサステナビリティ経営を推進していく。

このプレゼンテーション資料は、2026年1月30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