

2027年3月期 第2四半期 決算説明資料

証券コード：5332

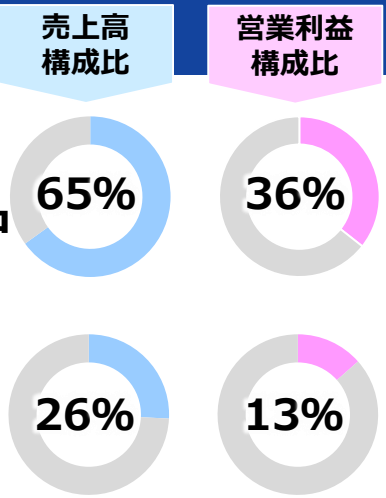
TOTO株式会社
2026.10.30

はじめに：TOTO事業概要

※売上高/営業利益構成比は2025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
 - ・ 各種コスト増により利益漸減。収益性改善のため構造改革を推進中
- 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



高い品質で
世界をリード

温水洗浄便座・ウォシュレット



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



水栓金具

快適性、節水性と
デザイン性を追求

浴槽/ユニットバス
洗面化粧台
システムキッチン
等

<TOTOグループ開発・生産体制>

開発体制

独自技術開発による価値創造

<総合研究所・各事業部>



例：<独自コア技術>



住設の技術を新領域事業の
商品開発・生産にも転用

<新領域事業>

※詳細は次頁

静電チャック

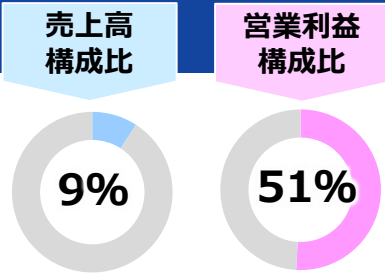


AD部材



はじめに：TOTO事業概要

<新領域事業（セラミック）>

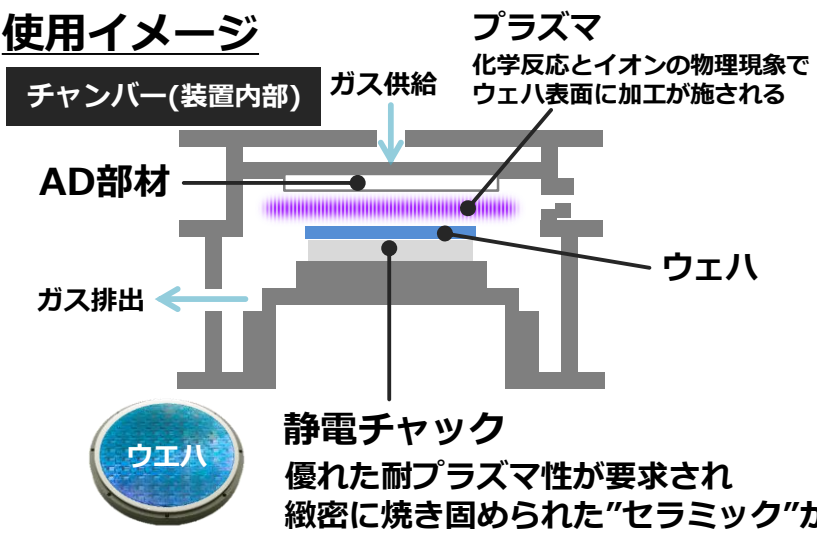


- ・主力は半導体製造装置向けの高品位・高精密セラミック製部材
- ・開発・生産面でTOTOグループ内の全部門と連携し、高い収益性を実現

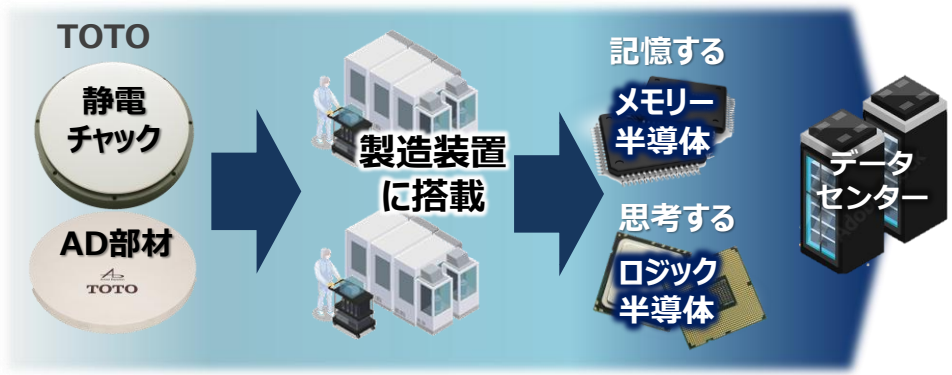
主な製品

 静電チャック	<ul style="list-style-type: none">・半導体製造装置内でウェハを固定する部材・高純度セラミック素材による圧倒的な耐久性が評価され、NAND型フラッシュメモリ向けの製造装置の極低温エッチング工程に採用されている。
 AD部材	<ul style="list-style-type: none">・半導体製造装置の天井材に使われる部材・独自開発したAD法※で形成したセラミック膜は、緻密かつ高密着なため耐プラズマ性が高く、超微細なパーティクルの発生を防止する。・ロジック半導体向けの製造装置のエッチング工程に採用されている。 <p>※エアロゾルデポジション法</p>

使用イメージ



製品の位置づけ



1. 2027年3月期第2四半期 決算

増収増益。概ね計画通りの進捗。

日本住設事業：減収減益

- ◆中東情勢による販売・供給への影響は収束も、1Qにおける浴室商品の販売減及び、外部調達コスト増等により減収減益。

海外住設事業：増収増益

- ◆米州事業は、ウォシュレットの継続伸長に加え、衛生陶器の新商品効果もあり増収も、市況影響によるミックスの悪化や成長投資初期の一過性影響により減益（赤字）。
- ◆アジア事業は、増収減益。台湾地域・ベトナム等の主要地域の販売は引き続き好調も、米州での一時的な在庫増加に伴う未実現利益の影響により減益。
- ◆欧州事業は、ウォシュレットの継続伸長により増収も、戦略的人員増強やショールーム投資 等により減益（グループ会社業績は黒字継続）。
- ◆中国大陸事業は、小売好調により増収。
事業構造改革効果により増収赤字大幅縮小（グループ会社業績は黒字化）。

新領域事業（セラミック）：増収増益

- ◆旺盛な先端半導体需要を背景とした静電チャック及びAD部材の販売増や為替効果もあり増収増益。

	2025年度 2Q累計	2026年度 2Q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)
売上高	3,494	3,647	+153 (104%)	+115	+38 (101%)	3,700	▲53 (99%)
営業利益 【営業利益率】	208 【5.9%】	252 【6.9%】	+44 (121%) 【+1.0pt】	+26	+18 (109%)	230 【6.2%】	+22 (110%) 【+0.7pt】
経常利益	231	248	+17 (108%)	+19	▲2 (99%)	222	+26 (112%)
親会社株主に 帰属する 中間純利益	88	213	+125 (2.4倍)	+13	+112 (2.3倍)	195	+18 (109%)

■為替レート（期中平均）

	2025年 1月~3月	2025年 4月~6月	2025年 7月~9月	2025年 10月~12月	2026年 1月~3月	2026年 4月~6月	2026年 7月~9月
1ドル	152.6円	144.6円	147.5円	154.1円	157.0円	159.6円	159.4円
1元	20.9円	20.0円	20.6円	21.7円	22.7円	23.5円	23.6円
1ユーロ	160.6円	163.8円	172.3円	179.4円	183.7円	185.4円	183.5円
1台湾ドル	4.6円	4.7円	4.9円	5.0円	5.0円	5.1円	5.0円
1ドン	0.0060円	0.0056円	0.0056円	0.0059円	0.0060円	0.0061円	0.0061円
1タイバーツ	4.5円	4.4円	4.6円	4.8円	5.0円	4.9円	4.8円
1インドルピー	1.8円	1.7円	1.7円	1.7円	1.7円	1.7円	1.7円

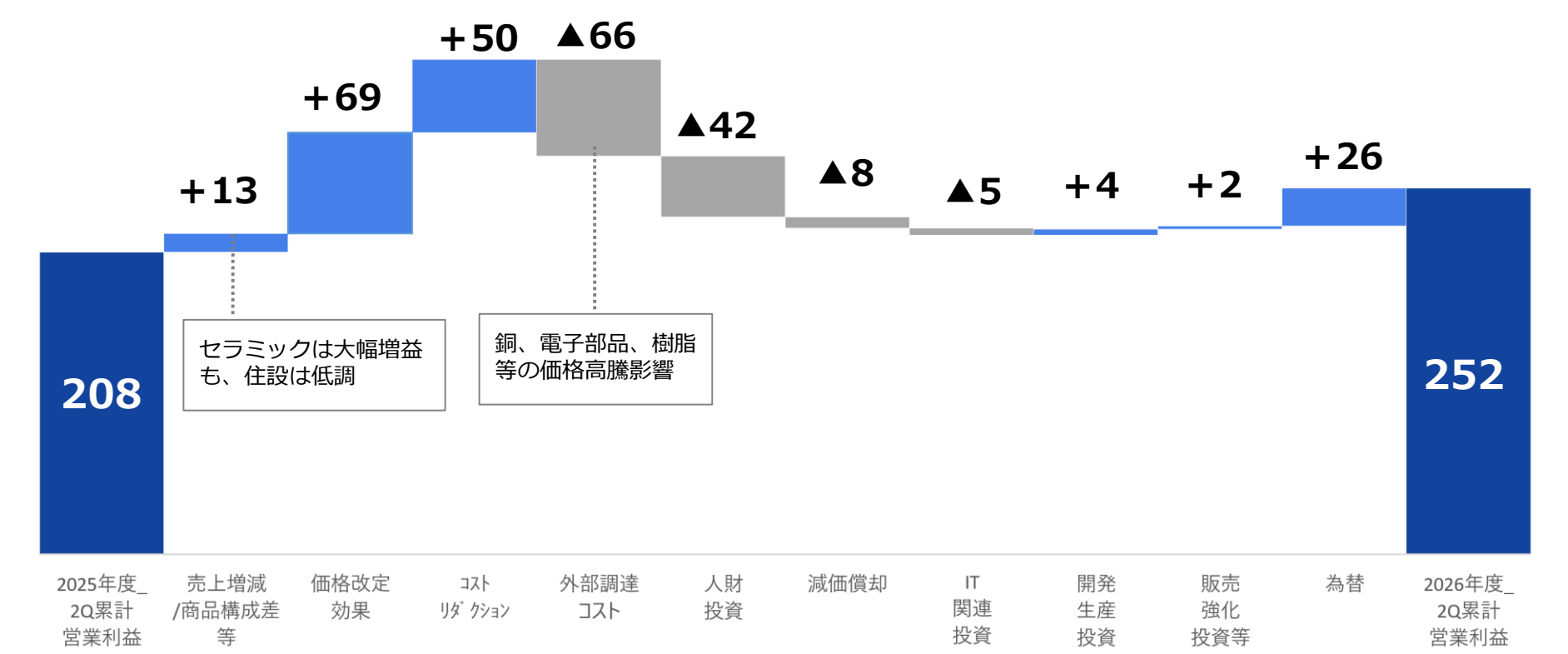
〈対象事業期間〉

- 日本住設事業
新領域事業
2026年4月~9月
- 海外住設事業
2026年1月~6月
(インド2026年4月~9月)

増収増益 売上高および純利益は過去最高

全社営業利益の増減要因

単位：億円



当初計画差	▲7	▲13	+2	▲2	▲4	+4	+2	+10	+20	+10	+22
-------	----	-----	----	----	----	----	----	-----	-----	-----	-----

中東情勢における業績影響（営業利益）：▲35億円（当初計画差＋10億円）

中東情勢影響による販売減、外部調達コスト増はあったものの、セラミック事業の売上増やコストリダクション、価格改定効果により増益。

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：2026年4月～2026年9月
海外住設事業：2026年1月～6月（インドは2026年4月～2026年9月）

単位：億円

〈売上高〉	2025年度 2Q累計	2026年度 2Q累計	前年差 (前年比)	為替影響		計画	計画差 (計画比)
				為替 影響額	為替影響除 前年差(前年比)		
日本住設	2,285	2,231	▲54 (98%)		▲54 (98%)	2,260	▲29 (99%)
海外住設	911	1,018	+107 (112%)	+80	+27 (103%)	1,034	▲16 (98%)
新領域 ※1	296	396	+100 (134%)	+35	+65 (122%)	405	▲9 (98%)
その他	1	1	+0		+0	1	+0
合計	3,494	3,647	+153 (104%)	+115	+38 (101%)	3,700	▲53 (99%)

〈営業利益〉 ※2	2025年度 2Q累計	2026年度 2Q累計	前年差 (前年比)	為替影響		計画	計画差 (計画比)
				為替 影響額	為替影響除 前年差(前年比)		
日本住設	67	54	▲13 (81%)	▲15	+2 (103%)	20	+34 (3倍)
海外住設	28	30	+2 (106%)	+6	▲5 (84%)	55	▲25 (54%)
新領域	127	182	+55 (143%)	+34	+21 (116%)	170	+12 (107%)
その他	-14	-14	▲0		▲0	-15	+1
合計	208	252	+44 (121%)	+26	+18 (109%)	230	+22 (110%)

※1 新領域：セラミック事業
※2 共通費の配賦方法を一部見直し（前年度数値も遡及値に変更）

日本住設事業は減収減益、
海外住設事業・新領域事業（セラミック）は増収増益。

リモデル（前年比）

売上高 1,611 億円（99 %）

営業利益 59 億円（▲9 億円）

新築（前年比）

売上高 620 億円（94 %）

営業利益 -5 億円（▲4 億円）

リモデルをターゲットとした新商品

〈マンションリモデル〉

●レスト系商品が堅調

- ・デザイン性・環境配慮性能を進化させた新商品がけん引
- ・マンションリモデル用途におけるレストルーム商品売上：対前年110%

〈パブリックリモデル〉

●宿泊施設やオフィス・店舗のリモデル需要が好調

- ・パブリックリモデル用途におけるレストルーム商品売上：対前年107%

〈2026年8月発売の新商品〉

住宅向け



大便器
ピュアレストEX



ウォシュレット
一体形便器
GG800/GG

すべての住宅向けウォシュレットが
使用時にだけお湯をつくる瞬間式に

ホテル向け



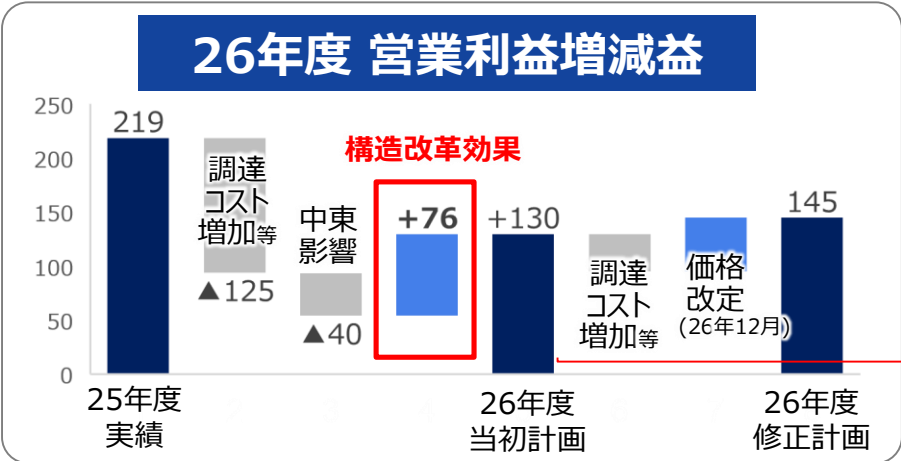
パブリック向け



引き続き
マンションリモデル
パブリックリモデル
好適商品を発売予定

中東情勢影響に伴う販売減や原材料価格高騰影響で減収減益も、レストルーム商品を
中心に新商品効果もあり業績は回復基調。原材料高騰に対し、下期に価格改定を実施する。

構造改革で掲げた各種施策による
26年度の営業利益貢献額：76億円。
計画通り始動し、成果が出ている。



構造改革の取り組みと効果額

カテゴリ	効果額	
	2030まで	2026
【1】新たな価値・需要創造	A デイリーウェルネス領域の進化・新たな価値創造等	
	+20～	+6
【2】リモデルターゲット需要・商品戦略の再定義	B ターゲット市場へのリソース・商品強化	
	+120～	+17
	C 国内工場の稼働率最大化	
【3】事業コスト構造の最適化	+50～	+18
	D 全生産拠点におけるSF&FA化の加速	
	+30～	+7
	E 更なるコストリダクションの積上げ	
	+120～	+22
	F DX活用した業務のコスト構造見直し	
	+50～	+6



追加検討：投下資本改善策 等

取り組み事例

〈ターゲット市場へのリソース・商品強化〉 **B E F**

セールス

需要地へのセールスシフト

25年度 26年度 30年度

20%増強

40%増強

商品

好適商品発売

26年8月



新商品群の売上
前年比：125%

今後も続々と発売予定

施策

販社統合

TOTOアクア
マーケティング(株)

8社を
統合し業務集約・
マンパワー最大化

専任チーム発足



支社にパブリック
リモデルチーム発足

重点地域強化

リモデル適齢マンシ
ョンストック多エリ
アへの活動強化

お施主様提案会

テクニカルセンター
相談会
物件勉強会

〈地産地消の推進〉 **C D F**

- ・衛生陶器のFA化を進め生産性の最高水準を維持
- ・為替に影響されない体制整備
- ・スピーディーな供給体制の確立



〈人財再配置〉

日本住設以外の成長セグメントへの転換

セラミック事業社員増強（約5割は日本住設からの転換）

25年4月

26年4月

26年10月

13%増強

18%増強

構造改革の各施策は計画通り実行中。今後も目標達成に向け推進。

海外住設事業_地域別業績

単位：億円

売上高	2025年度 2Q累計	2026年度 2Q累計	前年差 (前年比)			計画	計画差 (計画比)
				為替 影響額	為替影響除 前年差(前年比)		
米州事業	379	415	+36 (110%)	+26	+10 (103%)	430	▲15 (97%)
アジア事業	244	276	+32 (113%)	+17	+15 (106%)	279	▲3 (99%)
欧州事業	29	37	+8 (129%)	+4	+4 (114%)	35	+2 (105%)
中国大陸事業	259	290	+31 (112%)	+33	▲3 (99%)	290	+0 (100%)
合計	911	1,018	+107 (112%)	+80	+27 (103%)	1,034	▲16 (98%)

営業利益 ※	2025年度 2Q累計	2026年度 2Q累計	前年差 (前年比)			計画	計画差 (計画比)
				為替 影響額	為替影響除 前年差(前年比)		
米州事業	28	-2	▲30	+1	▲31	20	▲22
アジア事業	42	38	▲5 (89%)	+4	▲9 (78%)	34	+4 (110%)
欧州事業	-2	-2	▲0	+0	▲1	-2	▲0
中国大陸事業	-41	-4	+37	+1	+36	3	▲7
合計	28	30	+2 (106%)	+6	▲5 (84%)	55	▲25 (54%)

※連結調整、共通費の配賦含む
※共通費の配賦方法を一部見直し（前年度数値も遡及値に変更）

全事業において2桁の売上高伸長

※連結調整、共通費の配賦等は含まない

売上高（前年比）

262 百万ドル（103%）

営業利益（前年差）

9 百万ドル（▲16百万ドル）

2026年度_3Q（2026年_7月～9月）売上高伸長率：前年比 102%

■ 商品別伸長率

		前年比	売上高 構成比
売上高	衛生陶器	103%	51%
	温水洗浄便座 「ウォシュレット」	108%	39%
	水栓金具	95%	7%
販売台数	温水洗浄便座 「ウォシュレット」	102%	

ウォシュレット販売台数
2026年度_3Q（2026年_7月～9月） 前年比：103%

■ 市況動向と自社の状況

市況 中古住宅販売戸数前年比（納入時期ベース）
2026年 1～6月 ：99%
温水洗浄便座の需要自体は堅調も、先行き不透明感や購買
行動変化等による市況低迷影響で流通に在庫調整の動きあり。

TOTO
新商品や施策効果でセルアウトは堅調、継続伸長。
最大需要期の年末商戦に向け、施策強化し推進中。



新商品Aurora便器 快適性説明
発売キャンペーン（瞬間式ウォシュレット編）



（瞬間式ウォシュレット編）



（暖房便座編）



ウォシュレット
累計出荷台数
7,000万台突破ロゴで
品質への信頼獲得

ウォシュレットと衛生陶器の新商品効果並びに施策効果により増収。
市況影響によるミックス悪化や成長投資初期の一過性影響により減益。

米州事業：市況と自社施策について

【住宅を取り巻く環境】

- ・金利の高止まりにより、販売戸数は低調な水準で停滞
- ・中古住宅物件の水まわり改修や選定商品グレード低下にも波及

- ・温水洗浄便座の認知・関心は継続拡大
- ・普及率はまだ一桁だが、継続的に伸長
(日本の一般家庭の普及率は80%超)

【建材店の動き】

(Kitchen & Bath Shop)

- ・在庫調整の実施
→当面継続の見通し

セルアウト堅調

主要大手建材店の売上高(セルアウト)は
対前年2桁伸長を継続

**米州住設事業は、
ウォシュレットを軸に
継続的に成長**

【eコマース・リテール多店舗店】

市況影響は相対的に小さく、
継続的な成長を見込む。
26年度に新商品投入 ✓

【TOTOの施策】

ネオレストを中心としたウォシュレット一体形便器の
ブランディングや拡販強化

- ✓ ショールーム展示支援
- ✓ オンライン広告やSNSでのショールーム誘引
- ✓ インテリアデザイナー向けイベント開催
- ✓ 工場やオンラインでのセミナー実施



【モロー新工場稼働】



米国内に安定的で迅速な
供給体制を整備。✓
下期以降に製造益が発現。

**ウォシュレット拡販を軸とした長期事業成長戦略に変更はない。
現在実施しているチャネル別の取組みを更に加速させていく。**

■売上高（前年比）

※連結調整、共通費の配賦等は含まない

台湾地域	2,969 百万台湾ドル	(103%)
ベトナム	8,143 億ドン	(126%)
インド	1,664 百万ルピー	(119%)
タイ	316 百万バーツ	(103%)

■各国・地域の状況

台湾地域：ウォシュレット販売が好調で増収
3Qはショールーム改修による閉館影響を受け減収
4Q以降、プロモーション拠点として活用注力

ベトナム：市況回復と販売施策効果により継続伸長

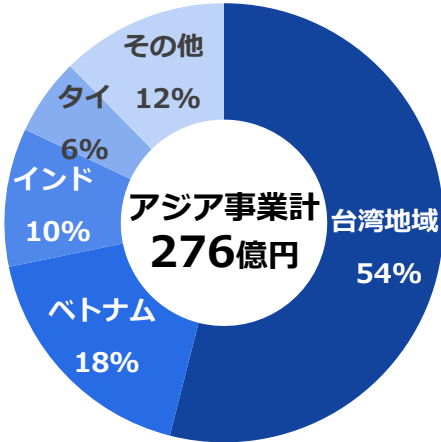
インド：販路拡大等の効果で増収

タイ：現場の市況低迷影響を受けるも、小売の伸長により増収
3Qは水害影響を受け減収も下期では増収見込み

3Q（7月～9月）	売上高前年比
台湾地域	89%
ベトナム	161%
タイ	89%

※インド決算期
2026年4月～2027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	109%	44%
	温水洗浄便座 「ウォシュレット」	128%	28%
	水栓金具	108%	26%
販売台数	温水洗浄便座 「ウォシュレット」	130%	

ウォシュレット販売台数
2026年度_3Q（2026年7月～9月）前年比：97%

主要地域は計画通り進捗。市場拡大していく各地域での販路拡大と
最適商品提案により、全社業績を牽引していく。

＜台湾地域＞

台北ショールーム リニューアル

改修需要の提案を強化、主力商品であるウォシュレット等の更なる拡販を目指す。

【オープン日：9月16日】



オープン当日・ショールーム見学会
※リニューアル前水準を大きく上回るお客様が来場



主力商品展示



パブリック空間
動作検証ルーム

海外初

＜お客様の反応＞

明るく開放的なショールームは未来のバスルームを鮮やかにイメージさせ、理想のバスライフを心ゆくまで想像できる。

来館者組数 対目標160%達成
見積金額 対前年144%

来期の挽回に寄与

＜サウジアラビア王国＞

中東初

リヤド テクニカルセンター 開設

大型プロジェクトが多数計画されている中東地域において、商品の体験を通じて重点顧客へ価値を訴求。

【オープン日：9月19日】※現地情勢を考慮しながら運営中



NEOREST COLLECTIONS
空間展示



NEOREST体験ルーム



技術展示



オープニングイベント

需要が高まっていく中で、安全配慮を徹底しながら、提案活動を実施していく

お客様接点の更なる強化により、各国市場における
ブランド認知拡大ならびに事業成長を加速させていく。

※連結調整、共通費の配賦等は含まない

売上高（前年比）

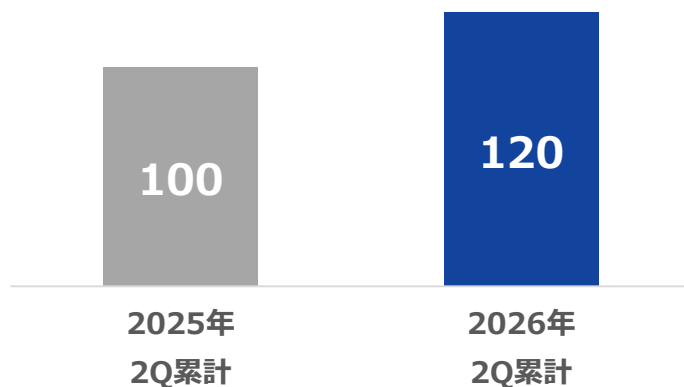
20 百万ユーロ（**114%**）

営業利益（前年差）

0.7 百万ユーロ（**▲0.3** 百万ユーロ）

2026年度_3Q（2026年_7月～9月）売上高伸長率：前年比 120%

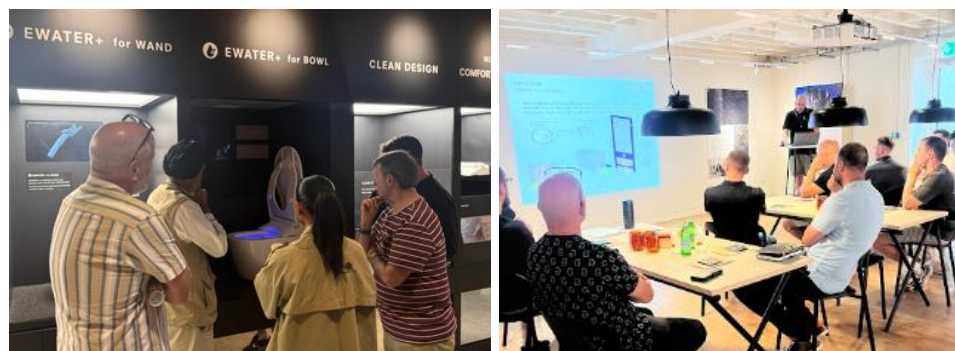
■ウォシュレット 販売台数伸長（指数）



2026年度_3Q（2026年_7月～9月）前年比：115%

■ウォシュレット普及に向けた取組み

5月にリニューアルオープンしたロンドンショールームを最大活用し、高級住宅市場への提案を強化。重点販売店への支援を強化し、英国市場におけるウォシュレット採用を拡大させていく。



重点販売店向け・ショールームセミナー

**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も
戦略的人員増強やショールーム投資 等により減益。**

※連結調整、共通費の配賦等は含まない

売上高（前年比）

1,255 百万元（99%）

営業利益（前年差）

39 百万元（+201 百万元）

2026年度_3Q（2026年_7月～9月）売上高伸長率：前年比 86% ※現場は需要減で前年割れも小売は二桁伸長を継続

■商品別伸長率

		前年比	売上高 構成比
売上高	衛生陶器	106%	49%
	温水洗浄便座 「ウォシュレット」	92%	27%
	水栓金具	88%	19%
販売台数	温水洗浄便座 「ウォシュレット」	103%	

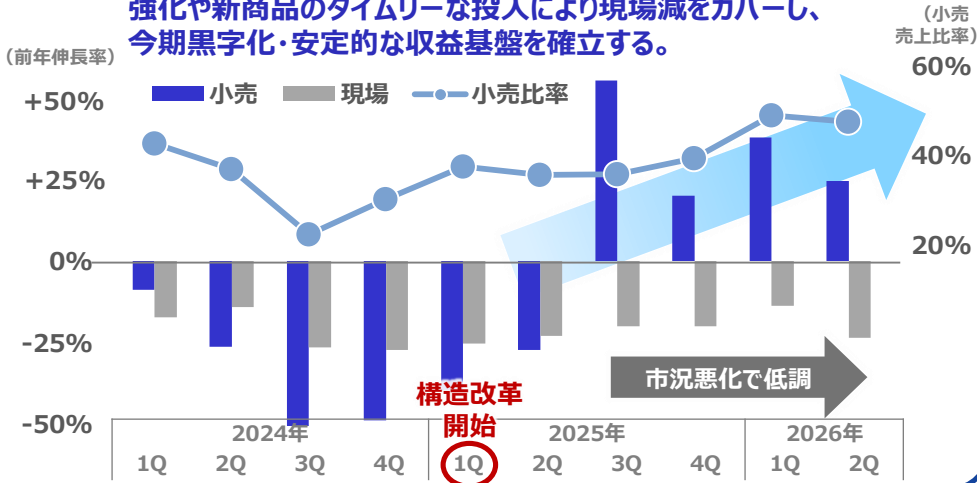
ウォシュレット販売台数
2026年度_3Q（2026年_7月～9月） 前年比：86%

■構造改革

戦略商品投入、小売・リモデルへのシフトを計画通り進捗

<用途別売上前年比推移・小売売上構成比>

（小売）販売・商品戦略により大幅伸長。代理店協業&リソースシフトの更なる強化や新商品のタイムリーな投入により現場減をカバーし、
今期黒字化・安定的な収益基盤を確立する。



現場の需要減で減収も、小売は大幅伸長。
構造改革による固定費圧縮効果、ミックス良化等により、黒字化。

売上高（前年比）

396 億円（134%）

営業利益（前年差）

182 億円（+55 億円）

■主力製品・各需要の状況

AI関連、データセンター投資増に伴い、先端半導体需要は引き続き好調。

| 静電チャック



上期は概ね当初計画通りの進捗。
サプライチェーン問題は2Qで解消済み。

| AD部材

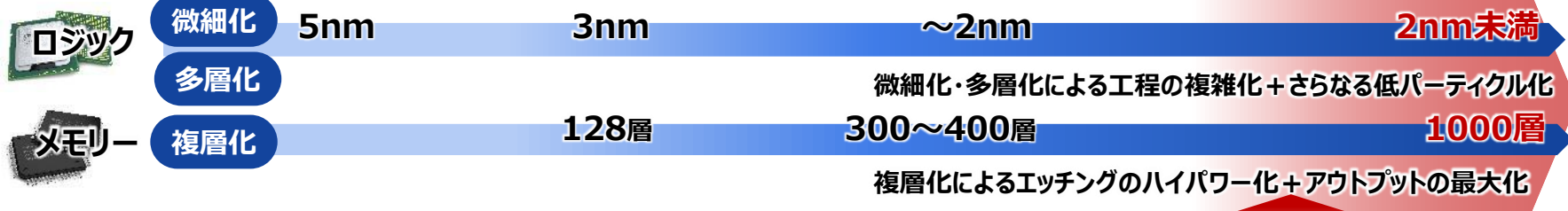


需要増に伴う生産数増と、
生産性の向上により増収。

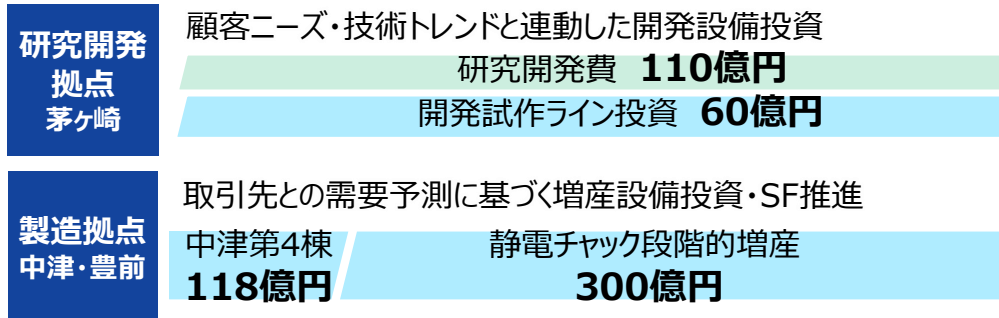
今後の需要増を見据え、大規模な生産増強&次世代品開発投資を実行し、
新規用途開拓も含めた長期成長を目指す（P20,21参照）

旺盛な需要増に追従し、上期は概ね計画通りの進捗で増収増益。

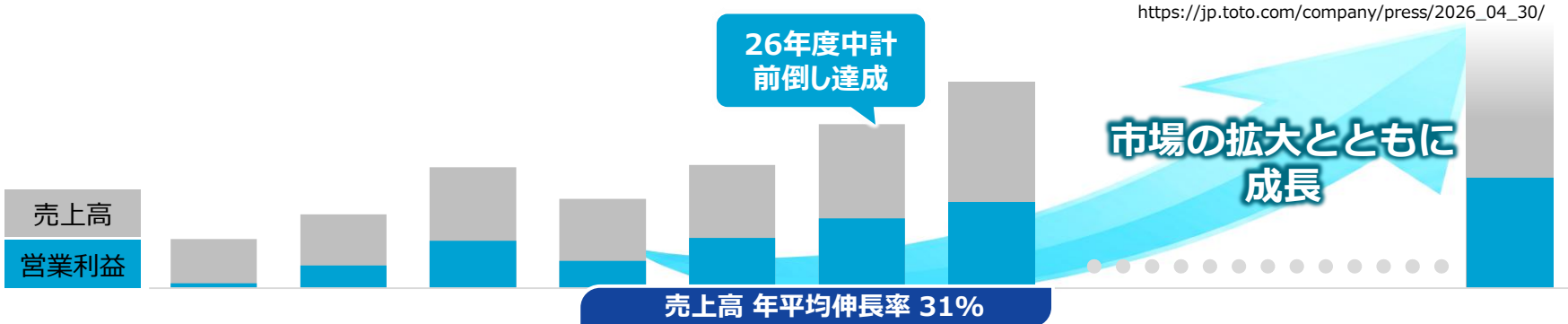
市場
トレンド



大型投資・大型費用



業績推移



※2027年以降の投資額は現時点の計画
https://jp.toto.com/company/press/2026_04_30/

今後も新製品開発、開発・量産設備に継続的な投資を実施。
進化・成長を続ける半導体市場に当社の社是である「良品と均質」で応えていく。

静電チャック・AD部材 次世代品量産体制の整備のための投資を計画

狙い：次世代品の需要拡大への対応力アップ

【大分県 中津工場】

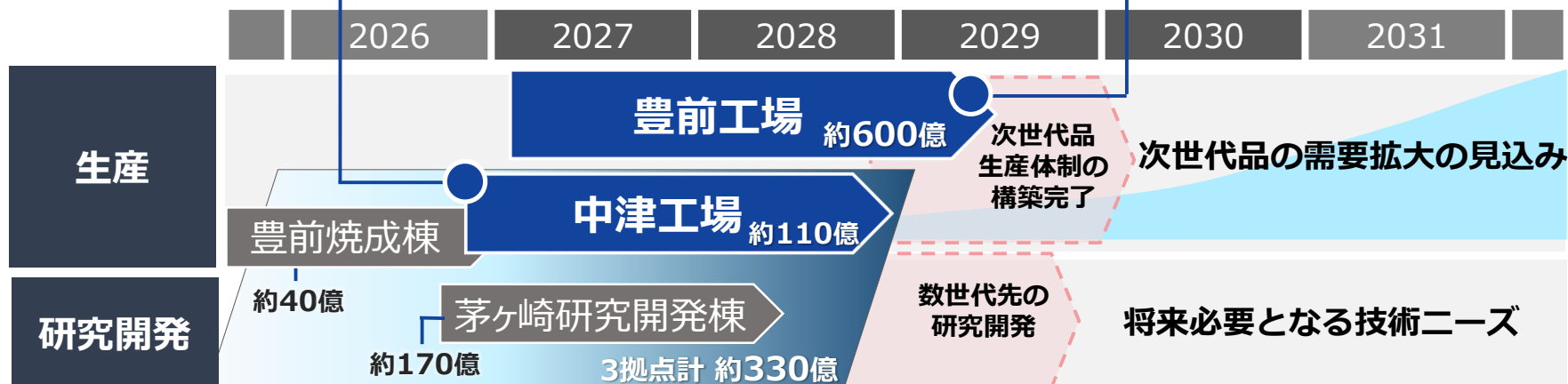
先端ロジック半導体向け
AD部材

2026年着工～2028年稼働予定

【福岡県 豊前工場】

先端NAND向け 静電チャック
先端ロジック半導体向け AD部材

2027年着工～2029年稼働予定



https://jp.toto.com/company/press/2026_10_30

2030年以降の市場成長に対応できる生産体制を構築。

次世代品開発やスマートファクトリー進化と併せ、長期事業成長につなげていく

2. トピックス

水と自然を守るため「TNFD」提言に賛同



Taskforce on Nature-related
Financial Disclosures

賛同の背景

事業の基盤は「自然の恵み」

TOTOのモノづくりは水や
土石等に依存。自然の喪失
は重大な事業リスク。



世界の潮流「自然の回復」

「脱炭素」と並び「自然の回復」が
世界で求められており、その開示
ルールが「TNFD」。



※TNFD : Taskforce on Nature-related Financial Disclosures（自然関連財務情報開示タスクフォース）

「衛生陶器の生産における水」に焦点を当てた分析と新たな対応策の開示を実施

■現状分析

衛生陶器の
生産における
水への依存
度や「リスクと
機会」を分析。



■対応策の検討

水の効率的な
使用を目指し
「水の再利用
率の目標」等を
設定。



■情報開示

TNFDフレーム
ワークに沿った
Web開示を
開始。



ニュースリリース https://jp.toto.com/company/press/2026_08_03/

TNFD提言に基づく情報開示 <https://jp.toto.com/company/sustainability/env/biodiversity/>

イニシアチブに準拠した取り組みで自然資本の保全に貢献すると共に、
透明性の高い情報開示によってステークホルダーの期待に応えていく。

社外からの評価

浴室床「お掃除ラクラクほっカラリ床」が 「キッズデザイン賞」で「キッズデザイン協議会会長賞」を受賞 ～素材の進化による安全性の向上とお手入れのしやすさが高評価～

■受賞理由

- ・浴室における冷えや滑り、衝撃吸収といった課題に対し、素材の進化によって本質的な解決策を提示した。
- ・**子どもの安全（転倒事故等）**を守るだけでなく、メンテナンスも楽で保護者の負担を軽減し、家族全員の入浴体験を豊かなものにしてくれる。



KIDS DESIGN
AWARD 2026



お掃除ラクラクほっカラリ床

床の表面シート (FRP) —————
すべりにくく、乾きやすいカラリパターン。

内側のクッションでやわらか

断熱クッション層 (発泡ウレタン) **内断熱** —————
畳のようなやわらかさを作り出し、断熱性保持、衝撃吸収、防音効果があります。

断熱床パン **外断熱** —————
(高強度断熱材・発泡ポリプロピレン)
断熱性保持、防音効果をさらに高めます。

ベースフレーム —————
強度保持の役割を果たします。



※図はイメージです。実際の色とは異なります。

お掃除ラクラクほっカラリ床の構造

ニュースリリース https://jp.toto.com/company/press/2026_09_16/

きれいと快適・健康をもたらし、環境に配慮した水まわり商品をお客様へ提供するため、新しい価値提供ができる技術開発を今後も進めていく。

3. 2027年3月期 修正計画

修正計画：ハイライト

上期業績と下期見通しを踏まえて通期計画を修正。
2期連続の過去最高売上高・営業利益を目指す。

売上高	7,750億円（当初計画比	99%）
営業利益	600億円（当初計画差	±0億円）

	＜当初計画比＞	＜当初計画差＞
日本住設事業：売上高	100%	営業利益 +15億円

- ◆ターゲット市場への提案強化や新商品拡販により売上は期初想定通り
- ◆12月実施の価格改定効果やコストリダクション追加効果 等を織り込み

海外住設事業：売上高 96% 営業利益 ▲26億円

- ◆米州事業は市況悪化等の影響を織り込み
- ◆中国大陸事業は市況悪化の影響を受け計画を見直すも、小売強化により増収赤字大幅縮小

新領域事業：売上高 102% 営業利益 +15億円

- ◆サプライチェーン影響による1Qの期ずれを上期リカバリー、旺盛な先端半導体需要を織り込み、上方修正

修正計画：P／L概要

単位：億円

	2025年度	2026年度 修正計画	前年差 (前年比)	為替影響除		2026年度 当初計画	当初計画差 (当初計画比)
				為替 影響額	前年差(前年比)		
売上高	7,374	7,750	+376 (105%)	+153	+223 (103%)	7,850	▲100 (99%)
営業利益 【営業利益率】	538 【7.3%】	600 【7.7%】	+62 (112%)	+23	+39 (107%)	600 【7.6%】	+0 (100%)
経常利益	607	580	▲27 (96%)	▲36	+9 (101%)	585	▲5 (99%)
親会社株主に 帰属する 当期純利益	403	460	+57 (114%)	▲26	+83 (121%)	460	+0 (100%)
ROA ※1	6.6%	7.3%	+0.7pt	※1 営業利益／総資産		7.2%	+0.1pt
ROE	7.7%	8.8%	+1.1pt			8.5%	+0.3pt
TOTO版ROIC ※2	6.9%	8.4%	+1.5pt	※2 税引後営業利益／(運転資本+固定資産)		8.6%	▲0.2pt

■為替レート（期中平均）

	2025年 1月～3月	2025年 4月～6月	2025年 7月～9月	2025年 10月～12月	2026年 1月～3月	2026年 4月～6月	2026年 7月～9月	2026年 10月～12月	2027年 1月～3月
1ドル	152.6円	144.6円	147.5円	154.1円	157.0円	159.6円	159.4円	155.0円	155.0円
1元	20.9円	20.0円	20.6円	21.7円	22.7円	23.5円	23.6円	22.5円	22.5円
1ユーロ	160.6円	163.8円	172.3円	179.4円	183.7円	185.4円	183.5円	180.0円	180.0円
1台湾ドル	4.6円	4.7円	4.9円	5.0円	5.0円	5.1円	5.0円	4.9円	4.9円
1ドン	0.0060円	0.0056円	0.0056円	0.0059円	0.0060円	0.0061円	0.0061円	0.0059円	0.0059円
1タイバーツ	4.5円	4.4円	4.6円	4.8円	5.0円	4.9円	4.8円	4.9円	4.9円
1インドルピー	1.8円	1.7円	1.7円	1.7円	1.7円	1.7円	1.7円	1.8円	1.8円

※対象事業期間
■日本住設事業、新領域事業
2026年4月～2027年3月
■海外住設事業
2026年1月～12月
(インド4月～翌3月)

各セグメントの上期業績と下期見通しを踏まえて、通期計画を修正。
過去最高の売上高・営業利益・純利益を目指す。

	2025年度 下期実績	2026年度 下期修正計画	前年差 (前年比)			2026年度 下期当初計画	当初計画差 (当初計画比)
				為替 影響額	為替影響除 前年差(前年比)		
売上高	3,881	4,103	+223 (106%)	+38	+185 (105%)	4,150	▲47 (99%)
営業利益 【営業利益率】	330 【8.5%】	348 【8.5%】	+18 (106%)	▲3	+21 (106%)	370 【8.9%】	▲22 (94%)
経常利益	376	332	▲44 (88%)	▲55	+11 (103%)	363	▲31 (91%)
親会社株主に 帰属する 半期純利益	315	247	▲68	▲39	▲29	265	▲18 (93%)

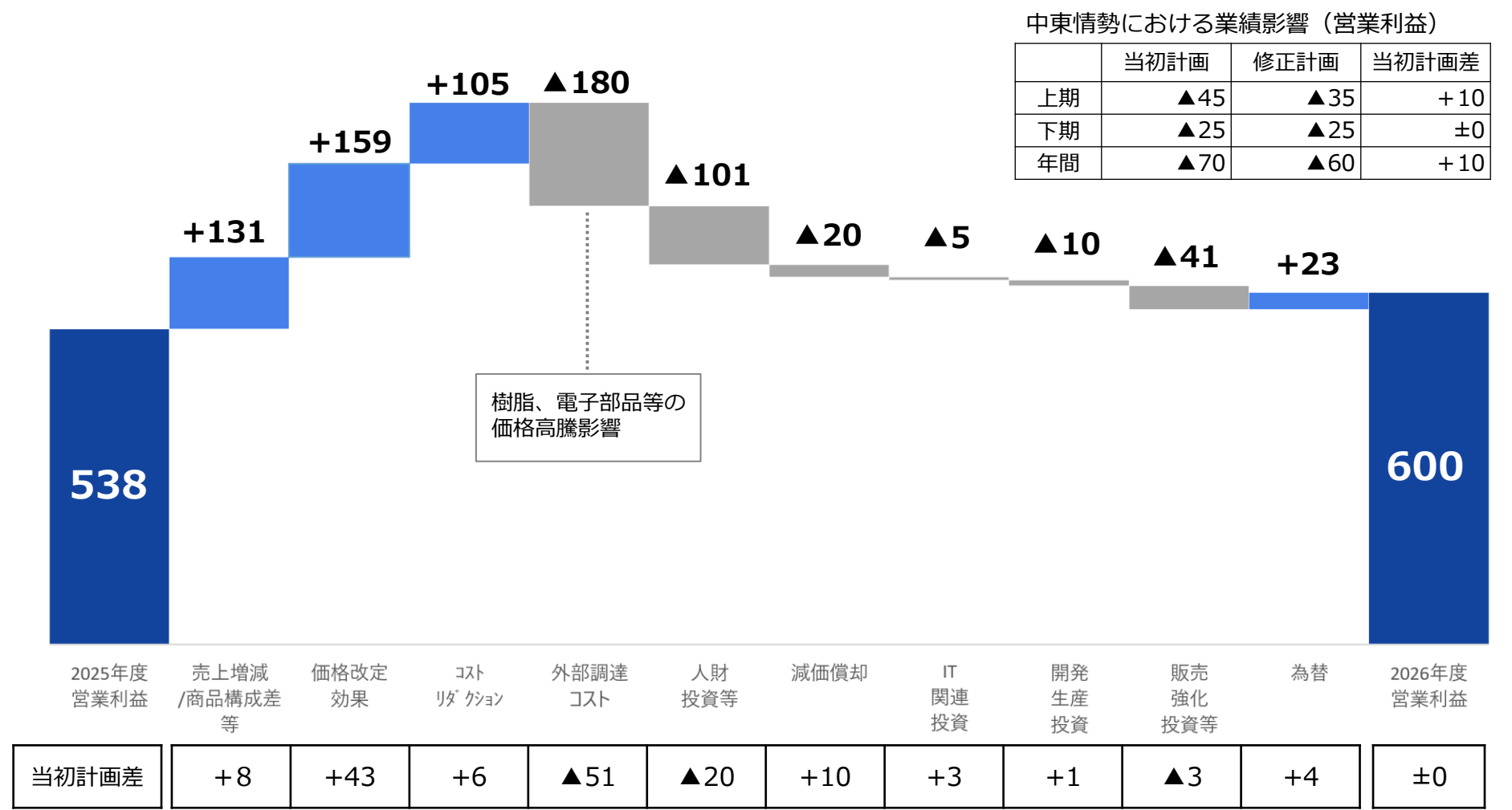
■ 為替レート（期中平均）

	2025年 1月～3月	2025年 4月～6月	2025年 7月～9月	2025年 10月～12月	2026年 1月～3月	2026年 4月～6月	2026年 7月～9月	2026年 10月～12月	2027年 1月～3月	※対象事業期間 ■ 日本住設事業、新領域事業 2026年10月～2027年3月 ■ 海外住設事業 2026年7月～12月 (インド10月～翌3月)
1ドル	152.6円	144.6円	147.5円	154.1円	157.0円	159.6円	159.4円	155.0円	155.0円	
1元	20.9円	20.0円	20.6円	21.7円	22.7円	23.5円	23.6円	22.5円	22.5円	
1ユーロ	160.6円	163.8円	172.3円	179.4円	183.7円	185.4円	183.5円	180.0円	180.0円	
1台湾ドル	4.6円	4.7円	4.9円	5.0円	5.0円	5.1円	5.0円	4.9円	4.9円	
1ドン	0.0060円	0.0056円	0.0056円	0.0059円	0.0060円	0.0061円	0.0061円	0.0059円	0.0059円	
1タイバーツ	4.5円	4.4円	4.6円	4.8円	5.0円	4.9円	4.8円	4.9円	4.9円	
1インドルピー	1.8円	1.7円	1.7円	1.7円	1.7円	1.7円	1.7円	1.8円	1.8円	

下期見通しを踏まえて修正。

修正計画：全社営業利益の増減要因

単位：億円



価格改定効果や、中東情勢影響、各事業における最新の業績見通しを織り込み。

修正計画：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：2026年4月～2027年3月
海外住設事業：2026年1月～12月（インドは4月～翌3月）

単位：億円

＜売上高＞	2025年度	2026年度 修正計画	前年差 (前年比)			2026年度 当初計画	当初計画差 (当初計画比)
				為替 影響額	為替影響除 前年差(前年比)		
日本住設	4,797	4,810	+13 (100%)		+13 (100%)	4,830	▲20 (100%)
海外住設	1,901	2,067	+166 (109%)	+117	+49 (103%)	2,163	▲96 (96%)
新領域 ※	674	870	+196 (129%)	+36	+160 (124%)	855	+15 (102%)
その他	3	3	+0		+0	2	+1
合計	7,374	7,750	+376 (105%)	+153	+223 (103%)	7,850	▲100 (99%)
＜営業利益＞	2025年度	2026年度 修正計画	前年差 (前年比)			2026年度 当初計画	当初計画差 (当初計画比)
				為替 影響額	為替影響除 前年差(前年比)		
日本住設	219	145	▲74 (66%)	▲22	▲51 (77%)	130	+15 (112%)
海外住設	63	109	+46 (174%)	+11	+35 (156%)	135	▲26 (81%)
新領域	287	380	+93 (132%)	+35	+58 (120%)	365	+15 (104%)
その他	-31	-34	▲3		▲3	-30	▲4
合計	538	600	+62 (112%)	+23	+39 (107%)	600	+0 (100%)

※新領域：セラミック事業

各セグメントの下期見通しを織り込み。

修正計画：海外住設事業_地域別業績

単位：億円

売上高	2025年度	2026年度 修正計画	前年差 (前年比)			2026年度 当初計画	当初計画差 (当初計画比)
				為替 影響額	為替影響除 前年差(前年比)		
米州事業	756	830	+74 (110%)	+38	+36 (105%)	870	▲40 (95%)
アジア事業	549	605	+56 (110%)	+22	+34 (106%)	623	▲18 (97%)
欧州事業	57	72	+15 (127%)	+5	+10 (118%)	70	+2 (103%)
中国大陸事業	539	560	+21 (104%)	+52	▲31 (94%)	600	▲40 (93%)
合計	1,901	2,067	+166 (109%)	+117	+49 (103%)	2,163	▲96 (96%)
営業利益	2025年度	2026年度 修正計画	前年差 (前年比)			2026年度 当初計画	当初計画差 (当初計画比)
				為替 影響額	為替影響除 前年差(前年比)		
米州事業	44	30	▲14 (68%)	+2	▲17 (62%)	50	▲20 (60%)
アジア事業	97	90	▲7 (93%)	+6	▲13 (86%)	76	+14 (118%)
欧州事業	-4	-10	▲6	+0	▲6	-6	▲4
中国大陸事業	-74	-1	+73	+2	+72	15	▲16
合計	63	109	+46 (174%)	+11	+35 (156%)	135	▲26 (81%)

米州事業は市況悪化等の影響を織り込み。中国大陸事業は現場の市況悪化影響を受け計画を見直すも、小売強化により増収赤字大幅縮小。

4. 財務関連

自己株式取得・消却

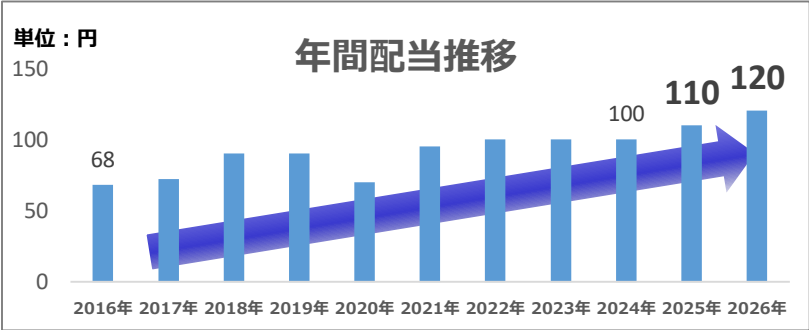
STAGE 2 における財務規律に基づき、自己株式取得・消却を実施

- 自己株式の取得により手元保有資金を適正化
(取得期間：2026年11月1日～2027年3月31日)
取得価額総額：300億円（上限） 取得し得る株式数：950万株（上限）
※発行済株式数（自己株式数を除く）に対する割合：5.8%
※株数は過去10年の最安値(3,160円)を参考に試算
- 消却予定日：2027年4月30日 消却予定株数：940万株（最大）

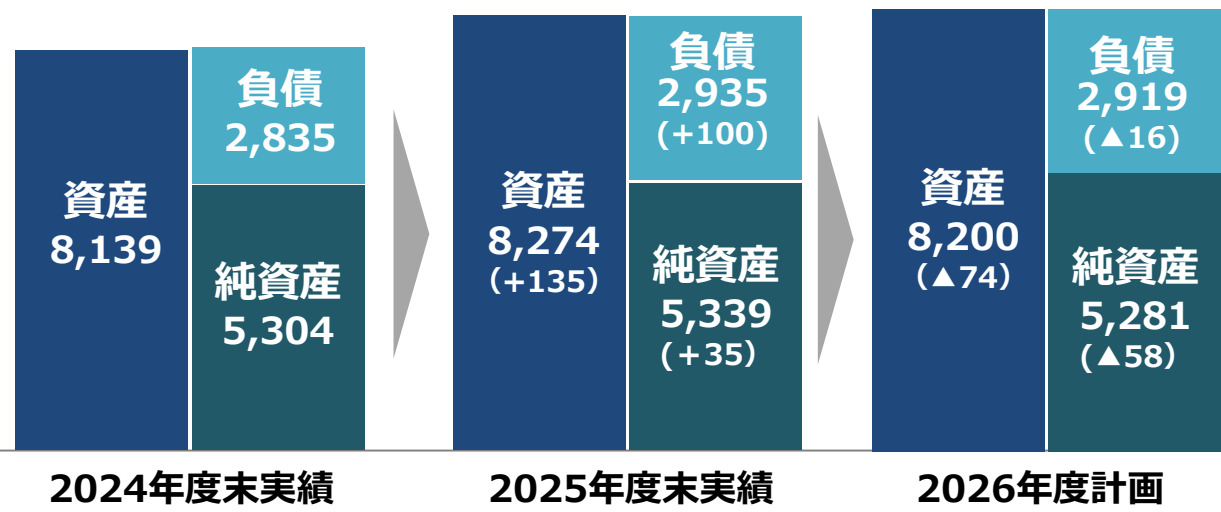
配当計画

■ STAGE 2 における配当方針（配当性向40%以上、増配または維持）に準じ、
26年度は当初計画通り10円増配の計画。

	2025年度	2026年度
中間	50.0円	60.0円
期末	60.0円	60.0円
年間計	110.0円	120.0円
配当性向	45.3%	42.2%



中東情勢影響の見通し、現状のキャッシュポジションや株価水準 等を
総合的に勘案し自己株式取得・消却を実施。



＜規律＞ 自己資本比率50%以上
DEレシオ 0.5倍以下

	25年度実績	26年度計画
自己資本比率	63.8%	63.7%※
DEレシオ	0.14倍	0.14倍

■ TOTO版ROIC関連指標（改善ドライバー中心）

	2024年度末	2025年度末	2026年度末
棚卸資産	1,346	1,216	1,250
固定資産	2,979	3,069	3,156
投資有価証券 *1	571	521	497
TOTO版投下資本 (運転資本+固定資産)	5,085	5,031	5,182
TOTO版ROIC	4.8%	6.9%	8.4%

※事業構成に占めるセラミック事業の割合が増えている状況等を踏まえ、事業リスクに見合った適正な自己資本比率水準を含めた新たな財務戦略を27年4月末に発表予定。

政策保有株式を継続的に縮減

*1：株式のほか出資金等も含む

投下資本コントロールと営業利益拡大によりTOTO版ROICは着実に改善傾向、2030年目標（12%以上）に向け、最適化施策の検討・実行に取り組む。

	2025年度 実績	2026年度 修正計画
営業CF	+712	+779
戦略投資 (設備投資)	▲431	▲576
固定資産・投資 有価証券の売却	+213	+84
投資CF	▲218	▲492
フリーCF	+494	+287
財務CF	▲393	▲497
CF増減	+101	▲210
現預金の 期末残高	1,328	1,118

+：増加 ▲：減少

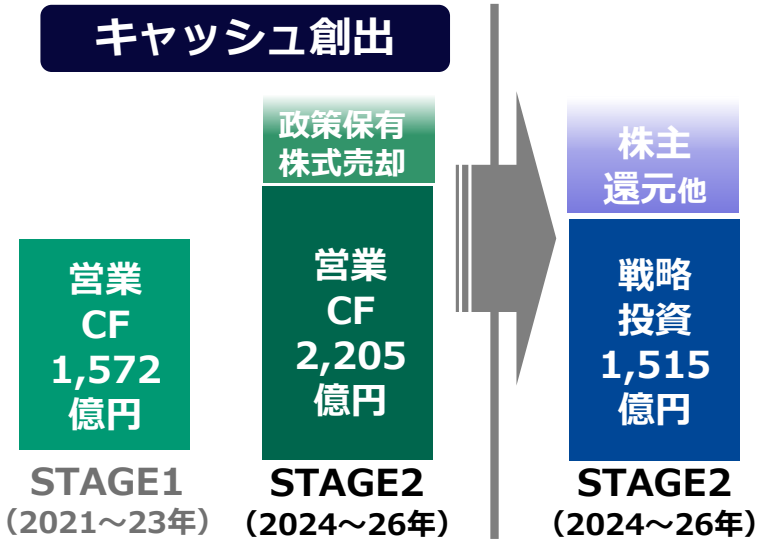
政策保有株式は継続的に縮減

自己株式取得を実施（▲300億）

	規律	計画 (自己株式 取得前)	計画 (自己株式 取得後)
手元保 有資金 (月商比)	1.5ヶ月	2.2ヶ月	1.7ヶ月

財務規律に基づき、自己株式取得により手元保有資金を適正化。
今後も適切なアロケーションを引き続き検討・実施していく。

戦略投資



キャピタルアロケーション

<株主還元>

- ・配当性向は40%以上とし、減配せず増配または維持
- ・自己株式取得は資本コストや株価水準、キャッシュ余力を総合的に勘案した上で機動的に実施

<戦略投資（設備投資）>

- ・成長セグメントを中心に、戦略的に投資
- ・資本コストを上回るハードルレートで管理を強化

戦略投資		主な設備投資内容	2026年度 当初計画	2026年度 修正計画	計画差
グローバル戦略投資	・ウォシュレット新商品投資 ・衛生陶器工場関連（米州）等	215 億円	242 億円	+27 億円	
セラミック戦略投資	・生産/開発体制強化投資 等	76 億円	102 億円	+ 26 億円	
日本戦略投資	・スマートファクトリー化 関連投資 等	61 億円	57 億円	▲4 億円	
基盤強化投資	・システム関連投資 等	175 億円	175 億円	±0 億円	
		527 億円	576 億円	+ 49 億円	

戦略投資は計画通り進捗。事業成長機会に対し機動的な投資を断行していく

(参考情報)

参考 グローバル住設事業_商品別売上高

単位：億円

米州・アジア・欧州は衛生陶器、ウォシュレットを中心に堅調に推移（P13・P15・P17参照）

売上高 (億円)	日本住設事業			海外住設事業		
	2025年度 2Q累計	2026年度 2Q累計	前年差 (前年比)	2025年度 2Q累計	2026年度 2Q累計	前年差 (前年比)
衛生陶器	499	509	+10 (102%)	439	472	+33 (108%)
温水洗浄便座 「ウォシュレット」	531	550	+19 (104%)	299	364	+65 (122%)
水栓機器	422	420	▲2 (99.5%)	152	159	+7 (104%)
浴室 ※	539	459	▲80 (85%)	※ 海外は合算 20	23	+3 (116%)
キッチン・洗面 ※	229	221	▲8 (97%)			
その他 ※	66	73	+7 (110%)			
合計	2,285	2,231	▲54 (98%)	911	1,018	+107 (112%)

■ 長期展望におけるTOTOの強み

	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	・徹底した低パーティクル ・数ナノレベルの極微細化・多層化による工程の複雑化⇒ウェハの正確な温度制御	
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 ⇒正確なウェハ温度制御 ・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 ⇒多層化下におけるエッチング対応付加価値機能	【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
	高耐久性・低パーティクル性を中心に顧客から高い評価・圧倒的な信頼を獲得。強固な信頼関係のもとで次世代品の研究開発を継続中。		
	【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 (需要調整期で売上が急減した23年度も営業利益率30%を堅持)		
業績ドライバー	・新世代品の継続的な付加価値アップによる単価増 ・新設装置への納入&市中チャンバースtock拡大による数量増 ・デバイスメーカー稼働増による交換需要の拡大	・新世代品の継続的な付加価値アップによる単価増 ・新設装置への納入拡大	

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、長期的な事業成長を目指す。

このプレゼンテーション資料は、2026年10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