

QUALITY OF TIME AND SPACE



2026年9月26日・大阪
ラジオNIKKEI & プロネクサス共催
企業I R 個人投資家応援 イベント

トヨタ紡織株式会社
企業I R プレゼン

東証プライム 名証プレミア
証券コード 3 1 1 6

目次

1. 会社概要
2. 本日本伝えたいこと
3. 株主還元

1. 会社概要： トヨタ紡織ってどんな会社？

創業



108年

グローバル展開



23の国と地域
90拠点

連結従業員数



45,521人

売上収益

2兆370億円

シート生産台数



821万台/年

自動車用シート世界市場シェア



10% 3位

(2026年3月末時点)

小型から高級車まで。セダンも。ミニバンも。

多様な車種ごとのニーズに応じた開発を並行して進め、
最適な製品を提案

トヨタ自動車をはじめ、
日本国内外の多様な自動車メーカー向けに。

世界中のエンドユーザーの皆さまへ
「先進的な技術開発と高品質なものづくり」を提供

自動車だけでなく、全てのモビリティを。

航空機や鉄道など、
さまざまな移動空間へ新たな価値を提供

1. 会社概要： 歴史

1918.1創業 豊田紡織(株)



創業者 豊田 佐吉

豊田式自動織機などを発明

トヨタグループの創始者

創業の精神「世のため 人のため」

1942.3
合併・社名変更

中央紡績(株)

1950.5
設立

民成紡績(株)

1967.8
社名変更

豊田紡織(株)

2004.10
合併・社名変更

トヨタ紡織(株)

1947 設立
アラコ(株)
内装事業

1960.12 設立
タカニチ(株)

- ・タカニチ(株)
 - ・アラコ(株)
 - ・豊田紡織(株)
- 3社合併

2018
豊田紡織株式会社
創業から100年

1943
吸収合併

1950
分離独立

1937 設立
トヨタ自動車工業(株)

トヨタ自動車(株)

1926 設立
(株)豊田自動織機製作所

(株)豊田自動織機

1. 会社概要： トヨタ紡織って何を作っている会社？

(青字：2025年度売上実績)

シート製品 1兆4,590億円



シート

内外装製品 4,179億円



ドアトリム



バンパー

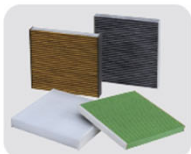
フィルター製品 1,600億円 (電動化製品含む)



エアフィルター



オイルフィルター



キャビンエアフィルター



エアクリーナー



モーターコア

EV車用モーター部品



セパレーター

燃料電池車用 部品

電動化製品

自動車以外



鉄道車両用シート
(写真提供JR東日本)



航空機用シート

1. 会社概要： 市場シェア

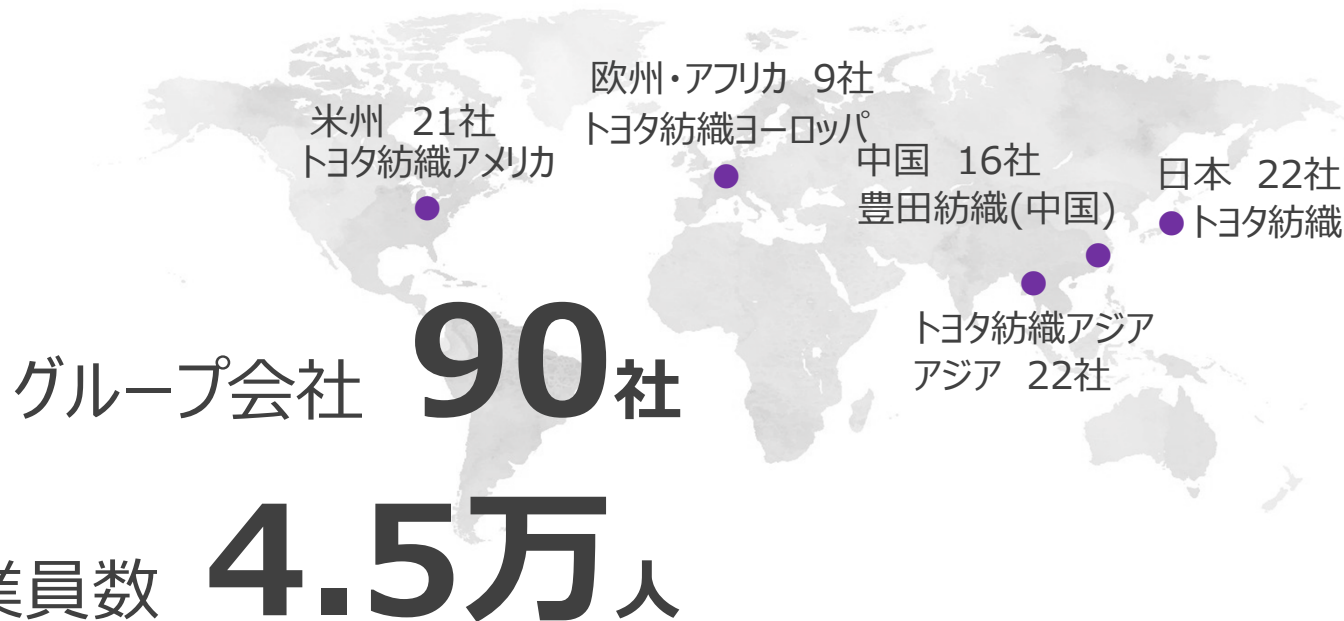
自動車の内装品（シート、ドアトリム）では、国内トップ°
グローバルサプライヤーを凌駕する会社を目指す



S&P Global Mobilityデータをもとに自社で算出（生産台数）

1. 会社概要： グローバルネットワーク

グローバルに展開し世界中のお客様に快適な車室空間を提供



(2026年3月末時点)

1. 会社概要： 国内拠点

トヨタ紡織東北



トヨタ紡織滋賀



トヨタ紡織九州



大阪営業所

刈谷(グローバル本社・工場)



猿投(技術開発・工場)



豊橋工場

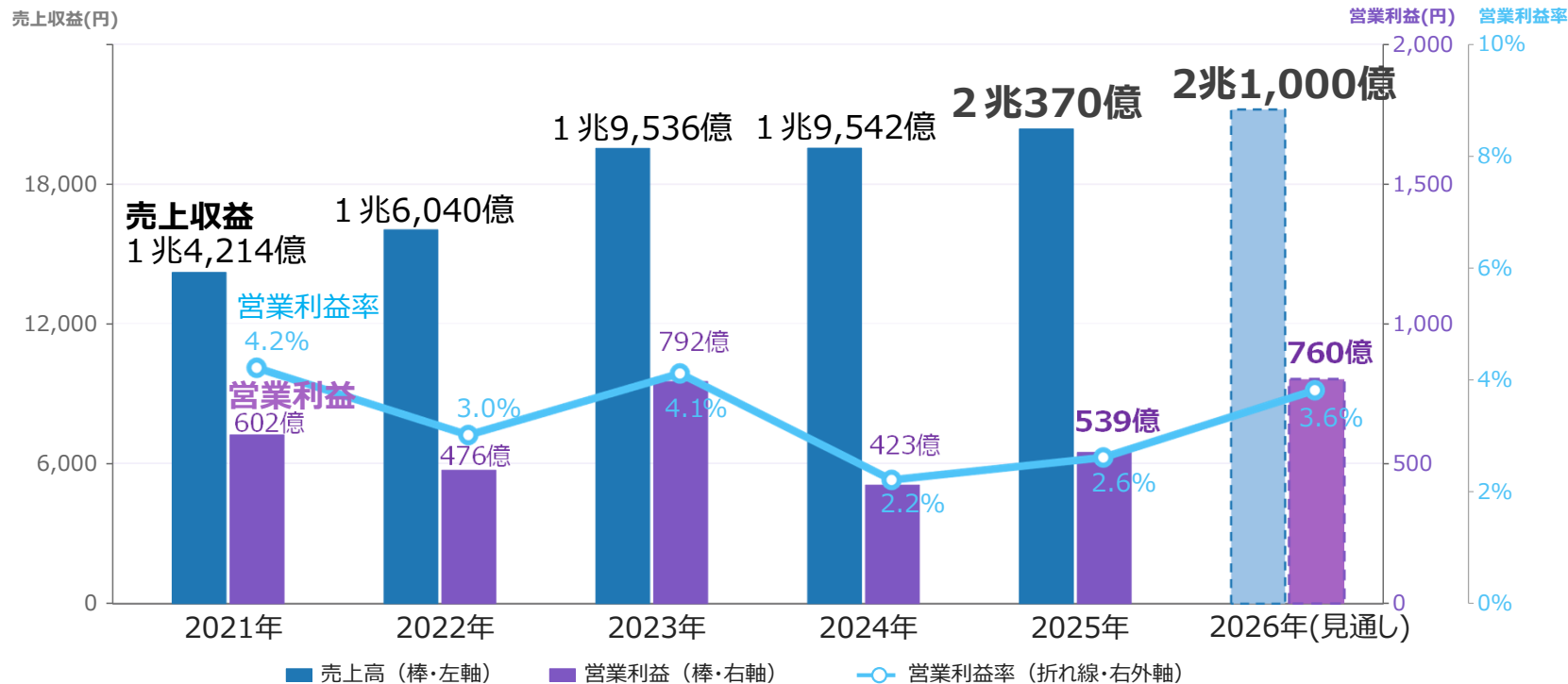


高岡工場



1. 会社概要：業績

業績推移（売上収益、営業利益、営業利益率）



1. 会社概要： 2030年中期経営計画

2030年目指す姿

インテリアスペースクリエイターとして快適な移動空間を実現し、
製品、顧客の幅を広げながら社会課題の解決に貢献している会社

2030年財務目標

売上収益	22,000億円
営業利益	1,500億円
営業利益率	7%
DOE	3%以上 (配当性向30%程度を考慮)
自己資本比率	50%程度

(USD:135.00)

2030年非財務目標

E : Scope3排出量削減率	▲30% (2019年度比)
S : 女性管理職比率	5%
G : 行動指針の実践度	90%

(代表的な目標を抜粋)

2. 本日は伝えたいこと

3つの成長戦略

1) 快適な移動空間の実現に向けた**製品戦略**

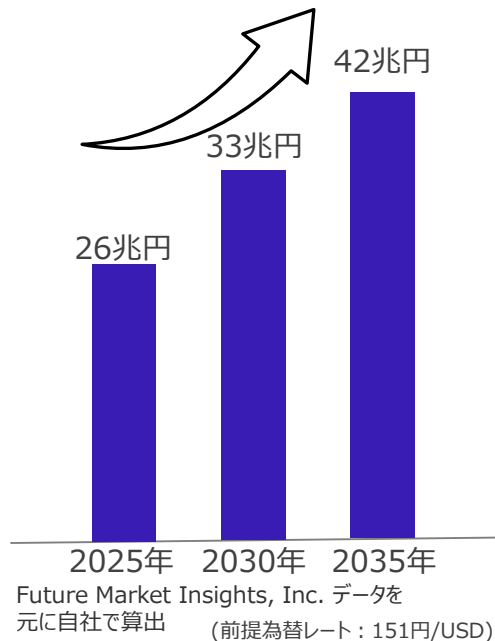
2) トヨタビジネスで培った技術力を基盤とした**顧客戦略**

3) 成長機会に応じた**地域戦略**

2. 1) 快適な移動空間の実現に向けた製品戦略

市場環境

自動車内装市場の価値予測



快適な車室空間への期待値の高まり

パーソナライズ・カスタマイズ
需要の拡大



EV・自動運転車の普及



高級・プレミアム車
市場の成長

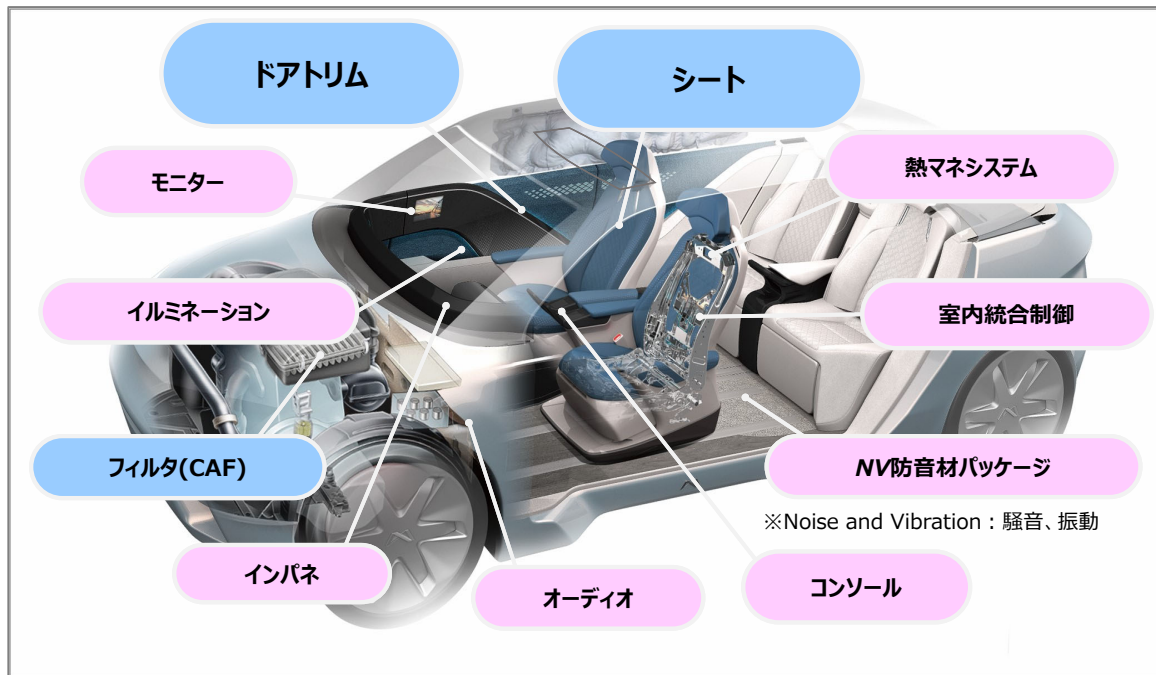


先進的なインフォテインメント
機能



2. 1) 快適な移動空間の実現に向けた製品戦略

インテリアスペースクリエイターとして車室空間全体を企画提案することで、付加価値を向上し、売り上げの拡大を図る



採用例 | MOOX-RIDEで移動を楽しむ空間へ

名古屋市で2026年2月から運行開始した新交通システム「SRT」に搭載



コンテンツ映像

車窓の景色に連動した
VR/AR体験が可能

立体的音響

映像×音響移動を感じる
3D音響システム

照明・調光

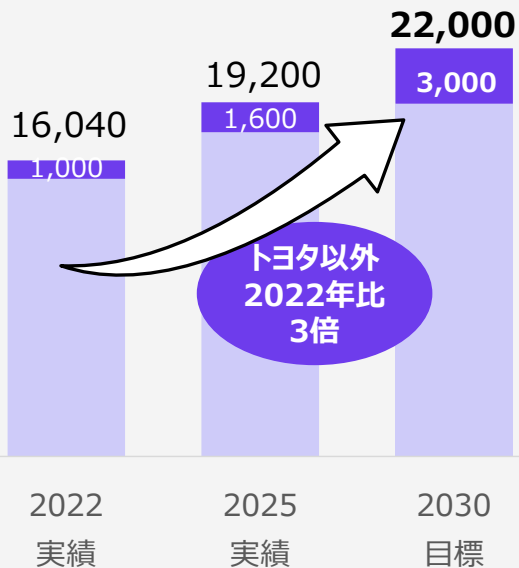
演出効果を高める
五感制御デバイス

「その場所を走ることでは感じることができないデジタルコンテンツ体験」を提供するサービスを目指す

2. 2) トヨタビジネスで培った技術力を基盤とした顧客戦略

2030年売上収益

(前提為替レート：135円/USD)



トヨタ以外の自動車メーカーへの 売上増加を目指す

取引のある完成車メーカー

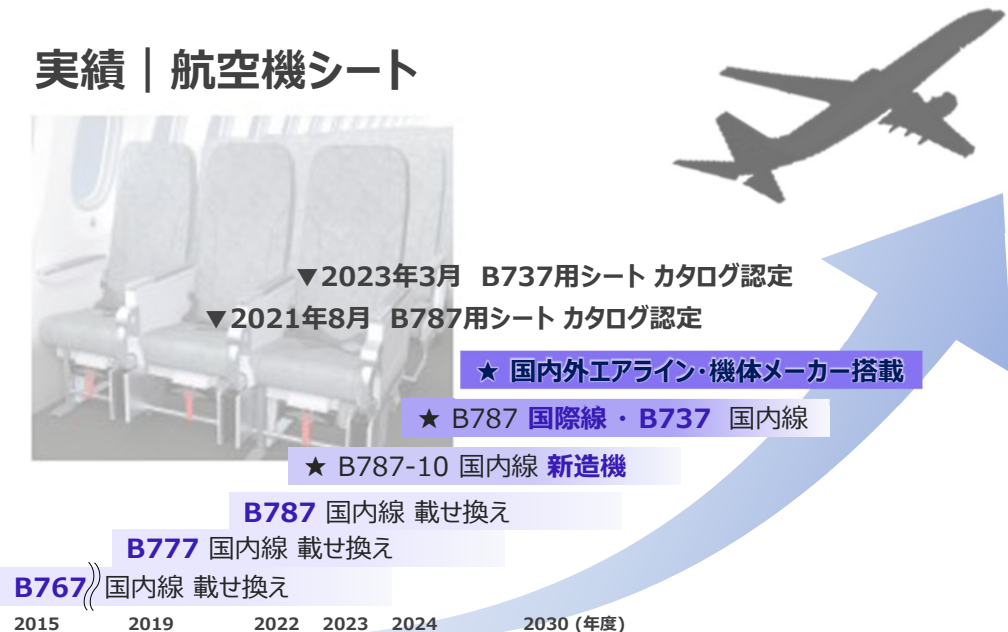
日系 ダイハツ、スズキ、スバル、マツダ
海外 BMW

中国EVメーカーにも受注活動中

2. 2) トヨタビジネスで培った技術力を基盤とした顧客戦略

自動車だけでなくすべてのモビリティへ“上質な時空間”を提供

実績 | 航空機シート



Japan Mobility Show展示



ウェルボヤージュ・シート

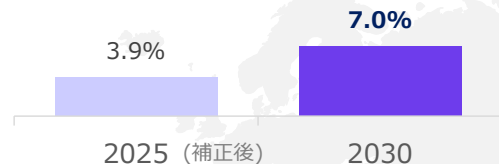
JAXAと共同開発の“乗客を乗せたまま移動できる”
車いす利用者向け航空機シート

2. 3) 成長機会に応じた地域戦略

地域ごとに取り巻く環境や課題に応じた方策を通じ、グローバル目標 営業利益率7%・1500億円を実現する

グローバル

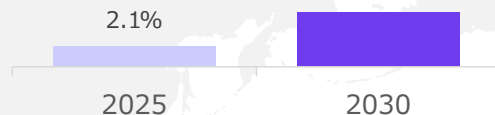
- ・日本の稼ぐ力向上、間接部門のムダ取り
- ・米州の収益体質改革
- ・インド市場対応



日本

課題：収益性向上

- ・製品切替時の高付加価値化
- ・コスト競争力のある部品採用



米州

課題：収益体質改革

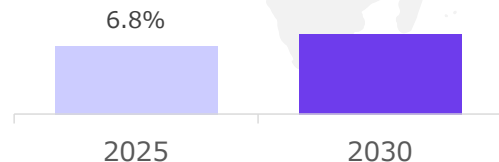
- ・生産現場の自動化推進
- ・間接部門のスリム化



中国

課題：提案・開発力強化

- ・現地開発力の強化（スピード）
- ・車室空間提案力の強化（現地ニーズ）

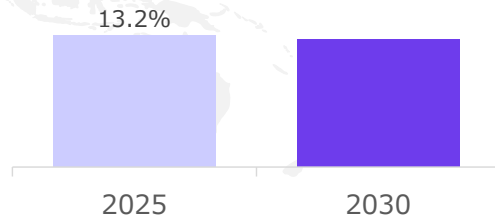


アジア

課題：コスト競争力強化

インド事業拡大

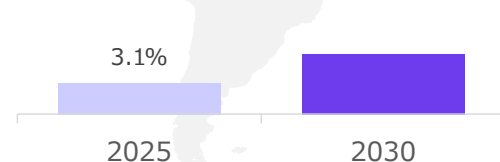
- ・工程集約、設備生産性向上
- ・インド受注拡大



欧州アフリカ

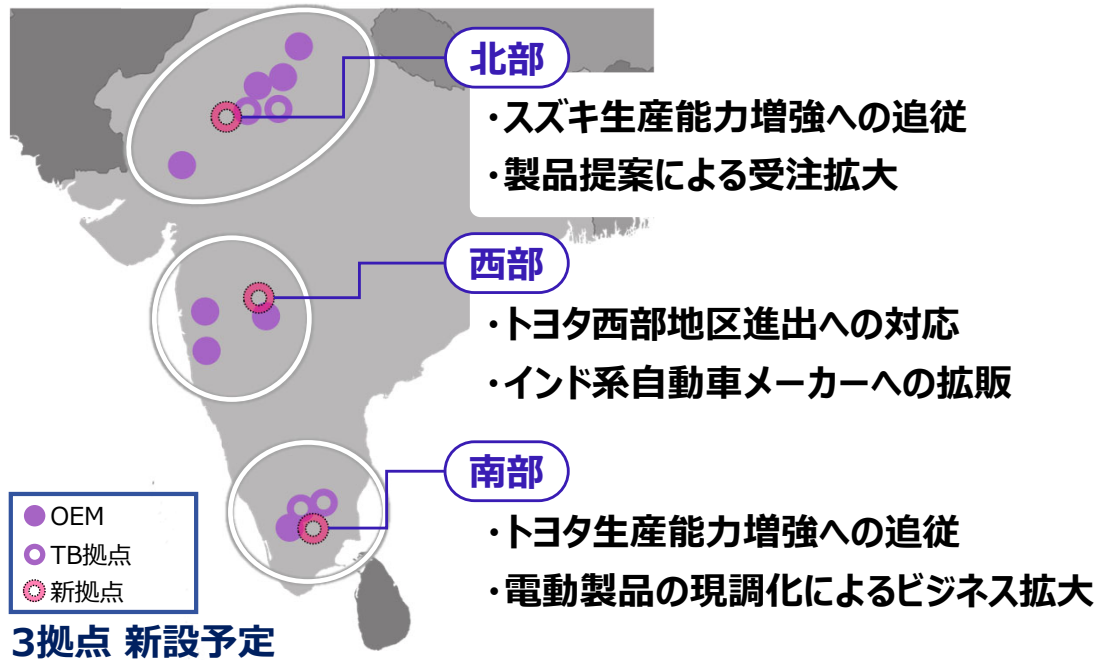
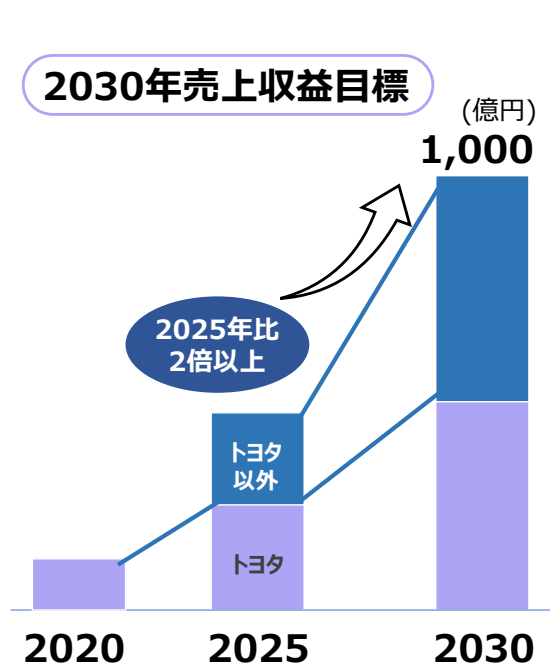
課題：市場対応

- ・トヨタ以外のビジネスの獲得
- ・電気自動車化に対応した製品拡充



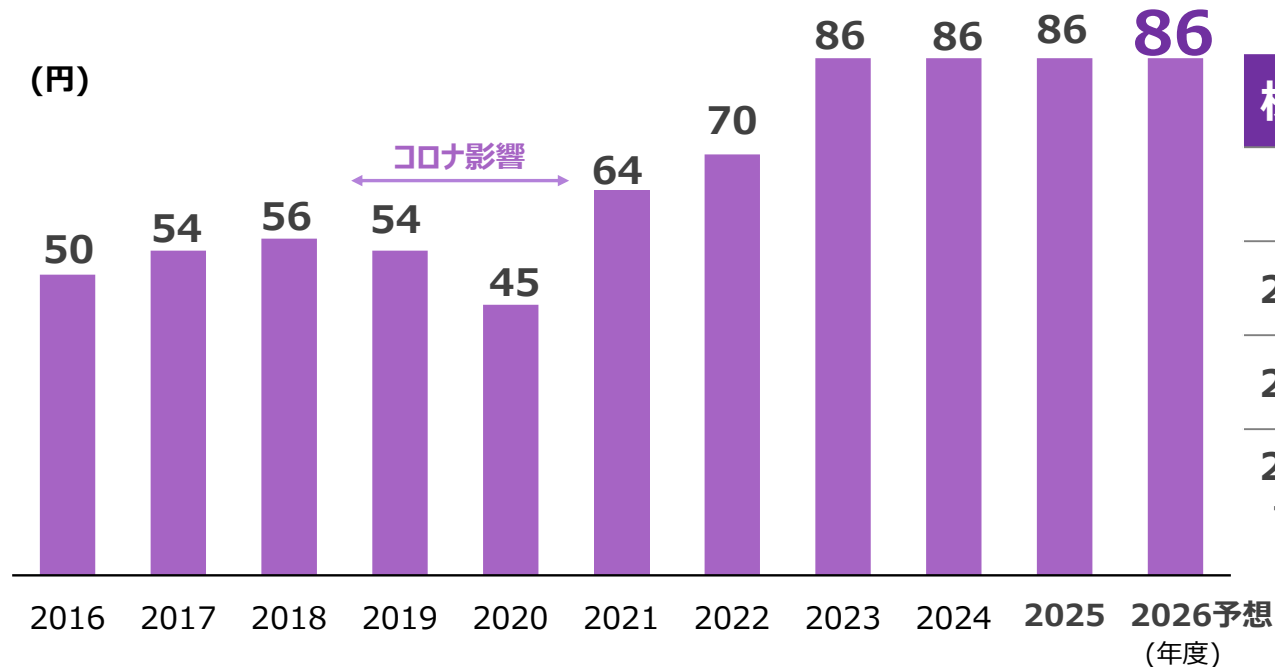
2. 3) 成長機会に応じた地域戦略 インド

「インドチャレンジ1000」 成長市場を確実に取り込んで事業拡大
インド市場ニーズに即した製品開発力の強化 × 現調化推進による競争力強化



3. 株主還元_配当

長期安定的な配当を継続し、今年度も年間86円を予定



株主還元方針 DOE3%

	DOE	配当性向
2024	3.4%	91.8%
2025	3.3%	66.0%
2026 予想	3.1%	33.4%

※配当性向30%程度を考慮

スポーツ活動



陸上部



ボート部



女子バスケットボール部 トヨタ紡織サンシャインラビッツ



トヨタ紡織九州 ハンドボール部 レッドトルネードSAGA



4. ご案内

当社ウェブサイト 個人投資家向けサイト

<https://www.toyota-boshoku.com/jp/ir/individual/>



トヨタ紡織 ウェブサイト

<https://www.toyota-boshoku.com/jp/>



当社ウェブサイト IRメール配信サービス

<https://www.toyota-boshoku.com/jp/ir/information/>



＜注意事項＞

本資料に記載されている将来に関する業績予想は、現時点で入手可能な情報に基づき当社が判断した予想値であり、不確実性やリスクを含んでおります。そのため 実際の結果は様々な要因によって業績予想と異なる可能性があります。