

# 平成24年3月期 決算説明会

平成24年5月17日  
トーソー株式会社



# 1. 事業内容と決算の概況

経理部長 前川 圭二

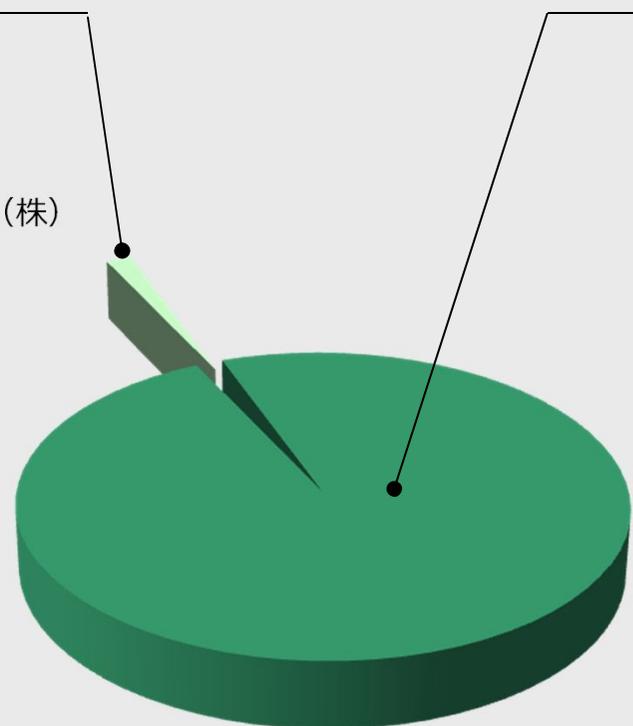


# トーソーグループのご紹介

売上高構成率 **2** %

## ◆ その他の事業

- フジホーム（株）
- トーソー流通サービス（株）
- トーソー商事（株）



売上高構成率 **98** %

## ◆ 室内装飾関連事業

- トーソー（株）
- サイレントグリッド（株）
- トーソーサービス（株）
- P.T.TOSO INDUSTRY INDONESIA
- 東装窓飾（上海）有限公司
- TOSO EUROPE S.A.S.

⚠ 室内装飾関連事業の約**93**%がトーソー(株)単体

# 室内装飾関連事業



売上高構成率 **98** %



間仕切り類  
構成率 約 **2** %



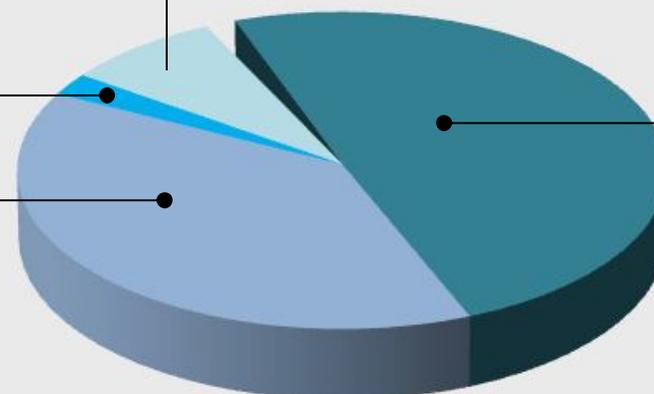
カーテンレール類  
構成率 約 **49** %



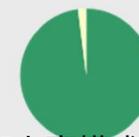
その他  
(取付工事/運賃收受等)



ブラインド類  
構成率 約 **39**



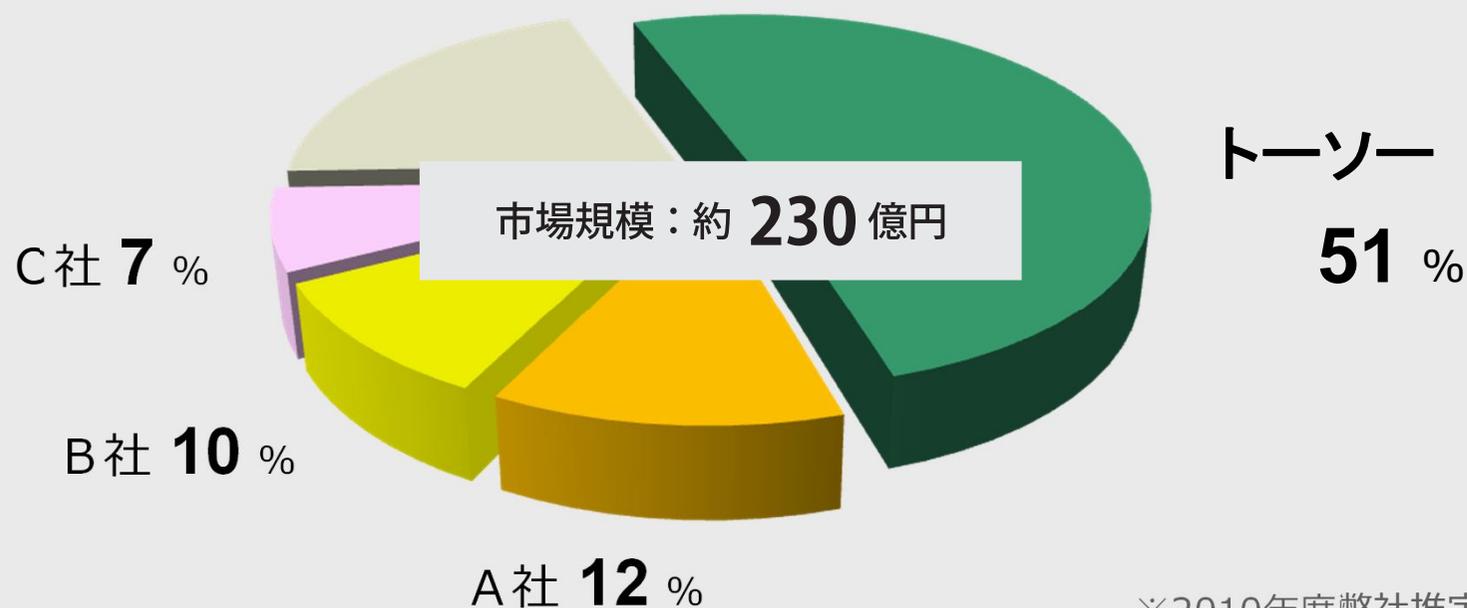
# 室内装飾関連事業



売上高構成率 **98 %**

【当社の特長】 国内カーテンレールシェアNo.1

【日本におけるカーテンレール市場のシェア】

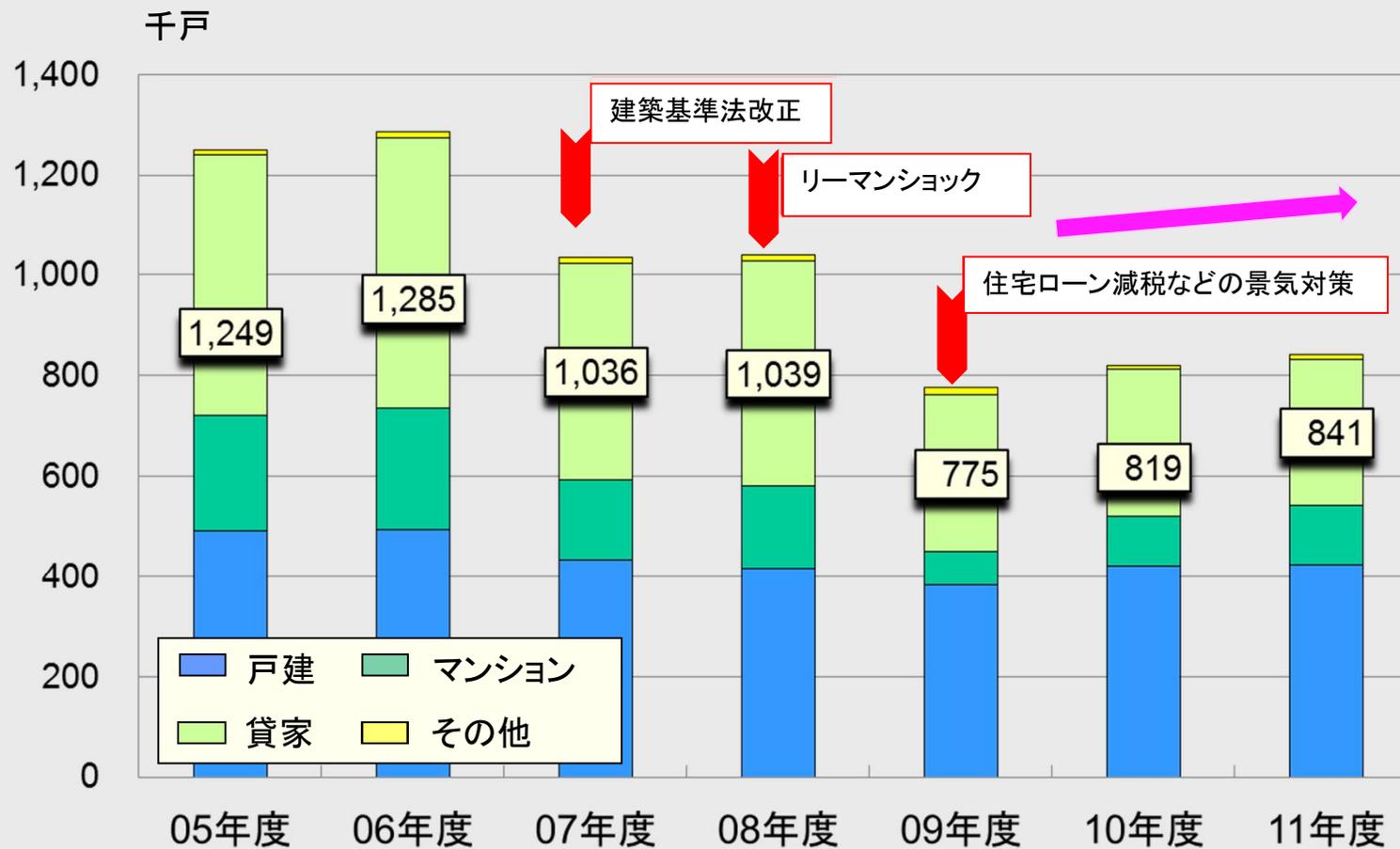


※2010年度弊社推定値  
市場規模は卸売ベース

# 室内装飾関連事業

売上高構成率 **98%**

## 【経営環境】 ①新設住宅着工戸数の前期比

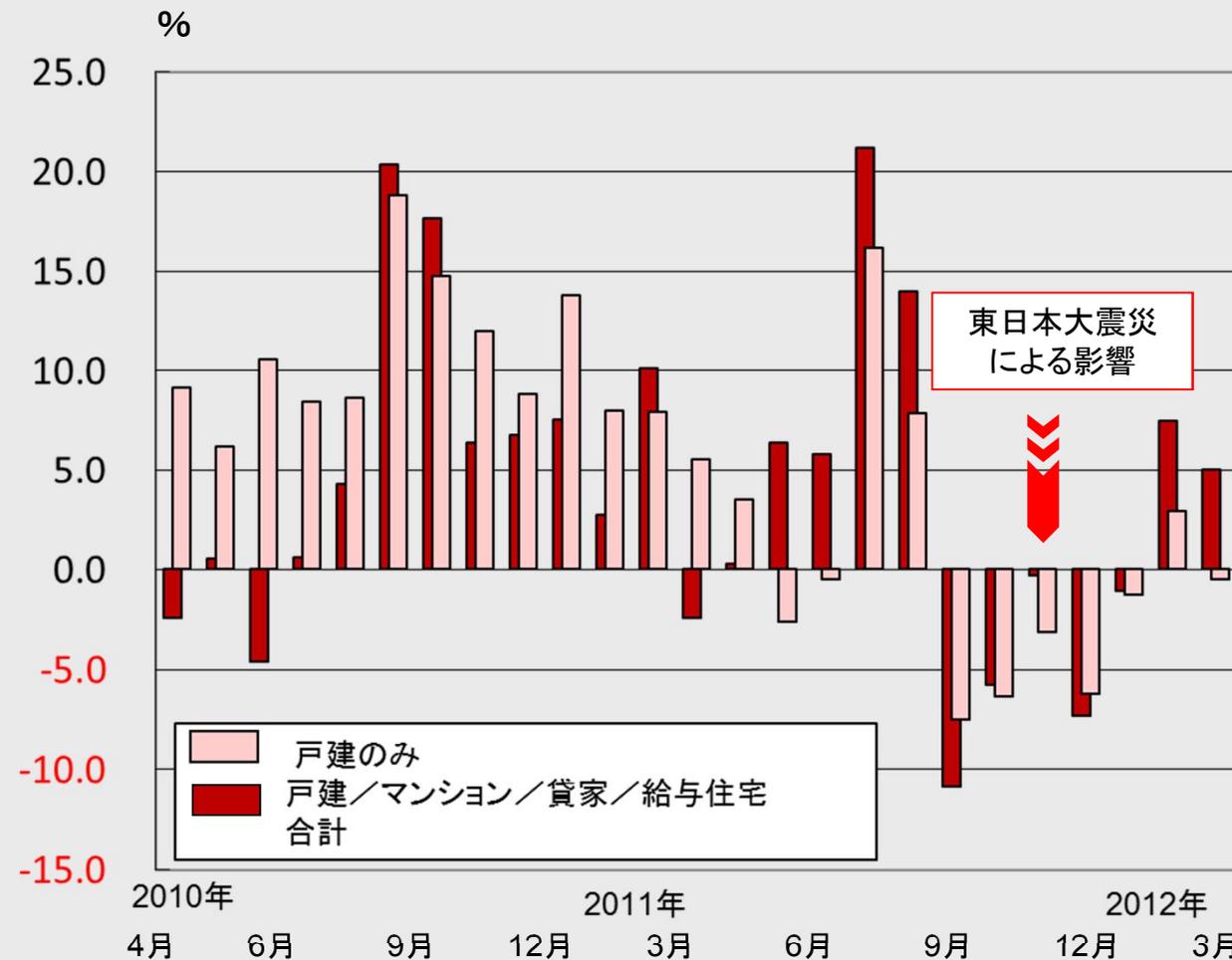


# 室内装飾関連事業



売上高構成率 **98%**

## 【経営環境】 ②新設住宅着工戸数の前年同月比推移



戸建住宅は2009年  
後半より緩やかな回復

東日本大震災の影響に  
よる一時的な落ち込み  
あり

# その他の事業



- ステッキ等の介護用品の販売
- グループの物流請負業務
- 損害保険業 等

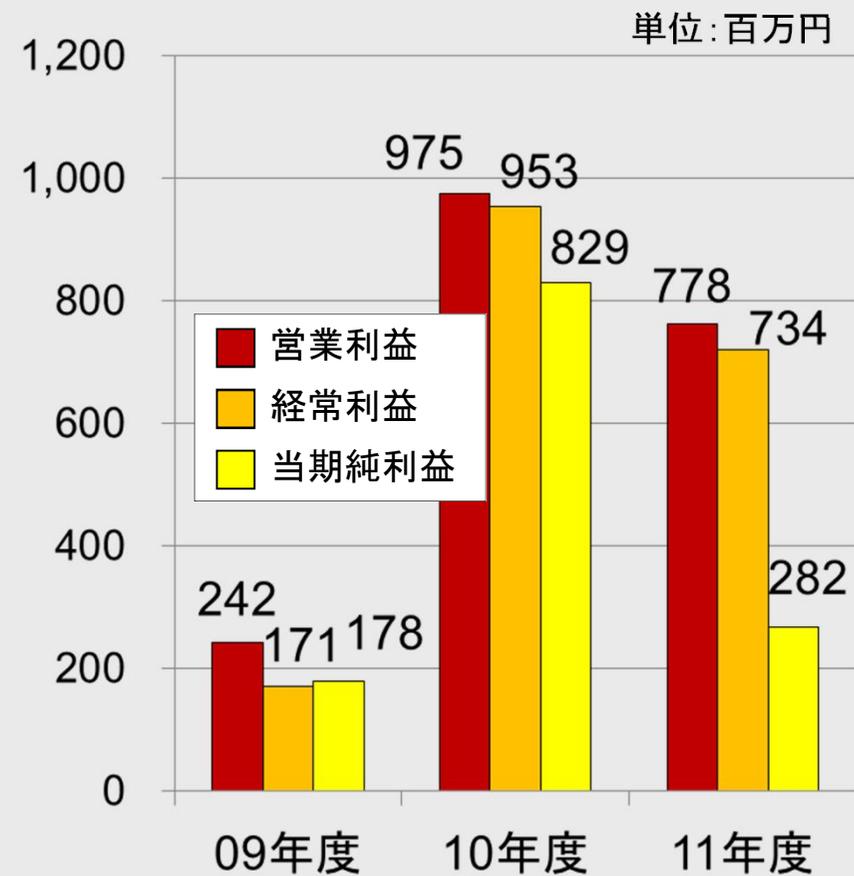


# 2011年度の業績概要

【売上高の推移】



【利益の推移】



## 2. 2011年度決算のご説明

経理部長 前川圭二



# 室内装飾関連事業の動向



売上高構成率 **98** %

## 【商品別販売動向】

カーテンレール類 (売上高前期比102%)

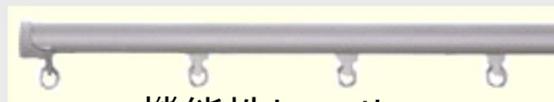
販売状況



金属製装飾性レール



木製装飾性レール

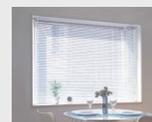


機能性レール



ブラインド類 (売上高前期比111%)

販売状況



横型ブラインド



縦型ブラインド



ロールスクリーン



ローマンシェード



プリーツスクリーン



# 室内装飾関連事業の動向



売上高構成率 **98%**

## 【チャンネル別販売構成】

海外チャネル



大型小売業ルート

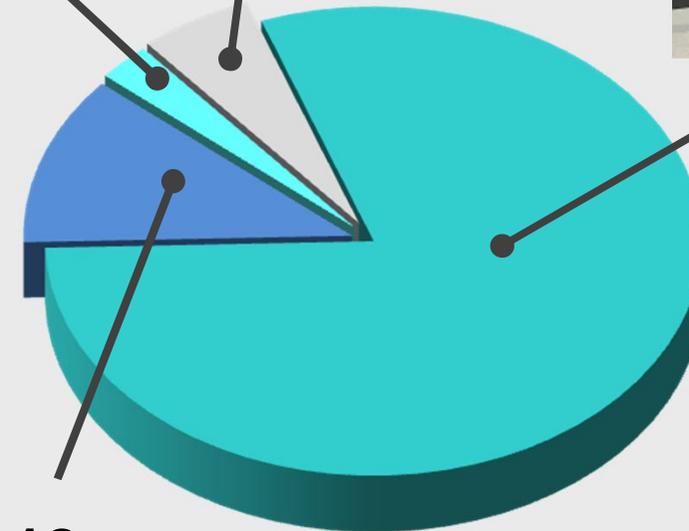


その他

メーカーへの資材供給 等

**5%**

**2.5%**



専門店・工事店ルート

**80%**

住宅メーカー及び工務店納入業者/  
インテリア専門店/家具店/  
金物業者/建材業者/  
ゼネコン納入業者 等への販売

**12%**

ホームセンター/GMS/  
通販 等への販売

# 室内装飾関連事業の動向



売上高構成率 **98** %

## 【主な販売チャネル別の動向】

### ① 専門店・工事店ルート



販売状況



市況の持ち直しや営業活動の強化等により売上高は好調に推移しました。主な要因は下記の通りです。

- ・ 戸建住宅の完工持ち直し
- ・ 新規開拓および物件獲得活動の強化
- ・ 新製品発売や展示会開催等の販促強化
- ・ 猛暑による市場の活性化

## Topics



ベーシックな無地スクリン「コルト」シリーズが好調



新製品展示会を全国で開催

# 室内装飾関連事業の動向



売上高構成率 **98%**

## ②大型小売業ルート



販売状況



ホームセンターのインテリア関連売上が低位に推移するなど市場環境は総じて低調なものの、大手企業との取り組み強化などにより、売上高は前年水準を上回る実績となりました。

## ③海外チャネル



販売状況



高級ホテル等の物件獲得活動を強化するとともに、フランス共和国に販売会社を設立するなど積極的な取り組みをおこないましたが、売上高は前年と比較して横這いとなりました。

これらの結果、  
室内装飾関連事業は、



売上高

**21,035**百万円(前期比 **102.4%**) (※1)

セグメント利益

**762**百万円(前期比 **80.7%**) (※1)

# その他の事業の動向



2010年度グッドデザイン賞を受賞した  
ステッキ「クレバー」



ステッキ「アクティブ」

「4ポイントステッキ」

## 販売状況



ステッキを中心とした介護用品の  
販売が好調に推移した為、増収と  
なりましたが、営業費用等の増加  
により減益となりました。

(※1) 当期よりセグメントの一部を変更し、従来「その他」  
の事業に含まれておりましたプラスチックチェーン等の  
仕入販売を「室内装飾関連事業」に変更致しました。  
各セグメント業績の前期比につきましても変更後のセグ  
メントに組み替えて算出しています。

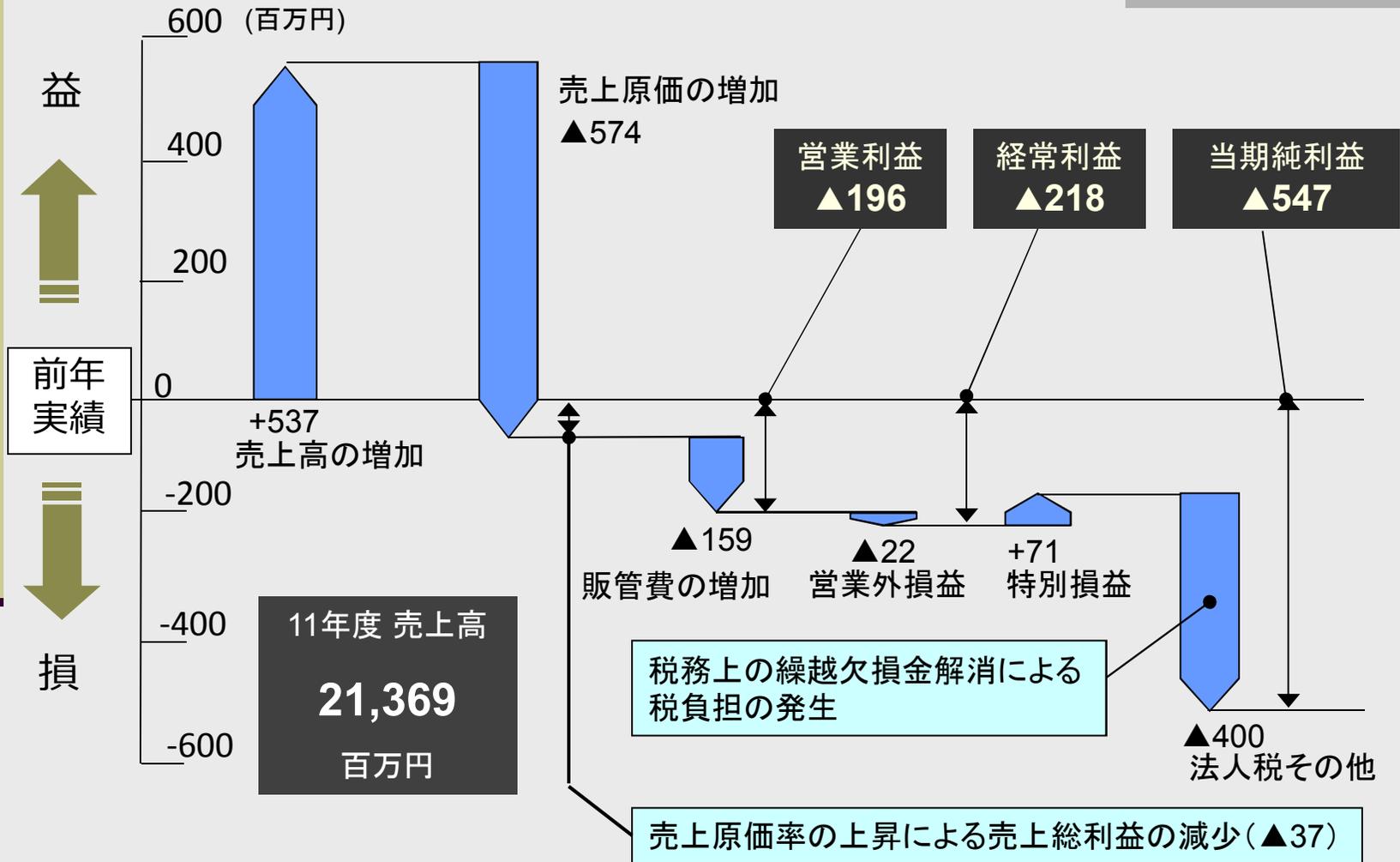
その他の事業



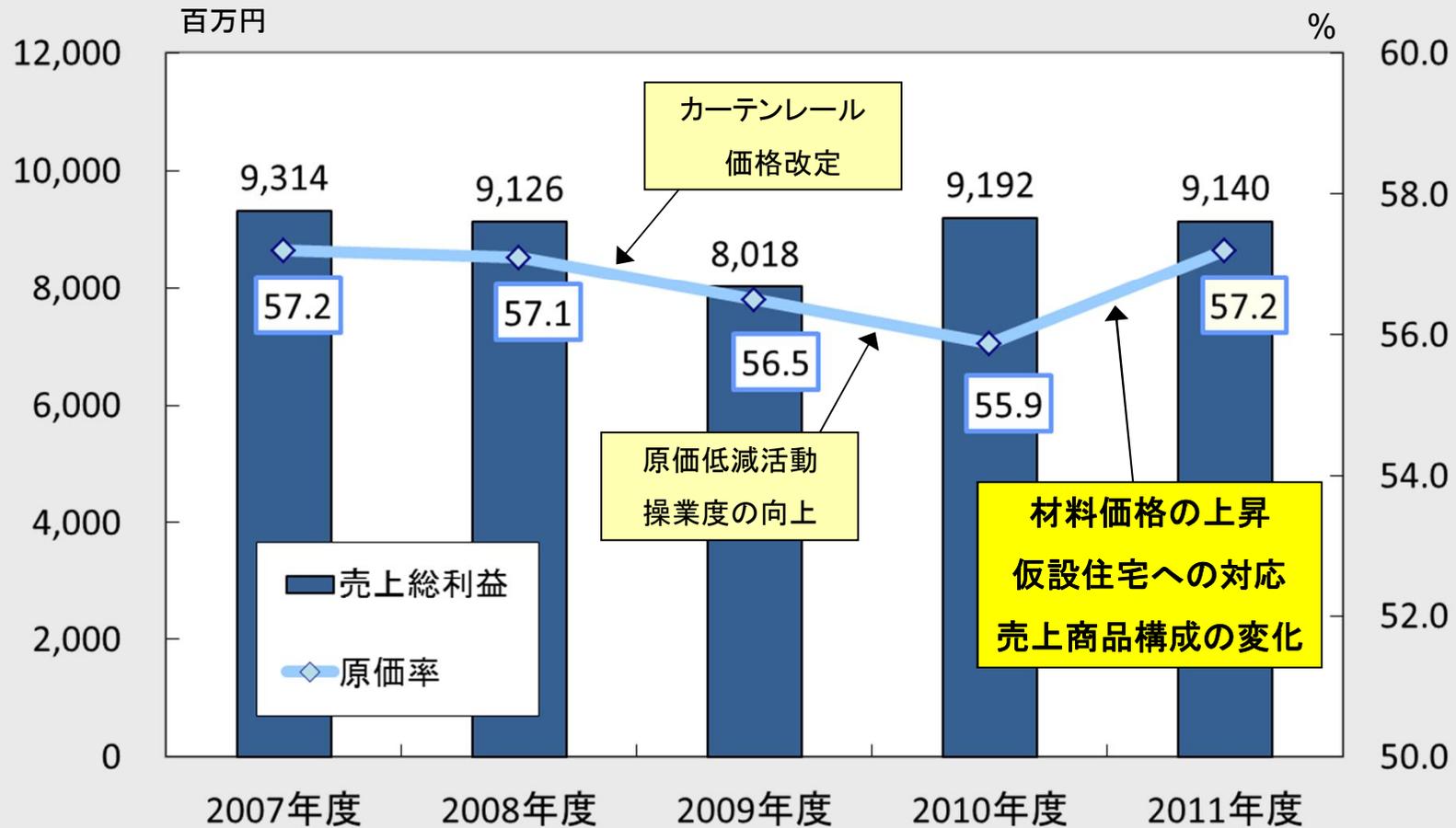
売上高  
セグメント利益

**334**百万円(前期比 **119.5%**)(※1)  
**19**百万円(前期比 **58.3%**)(※1)

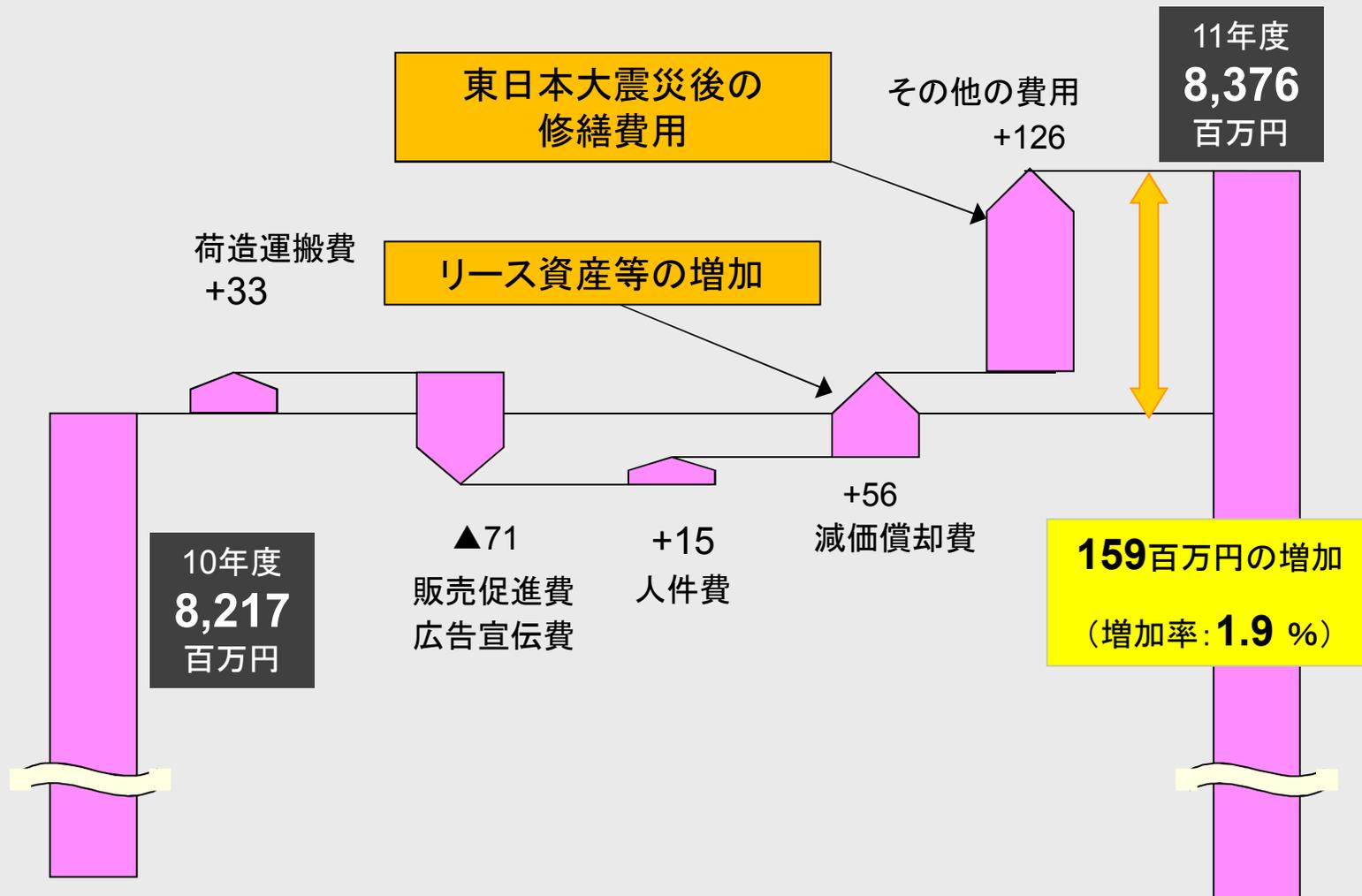
# 連結損益 前期比増減



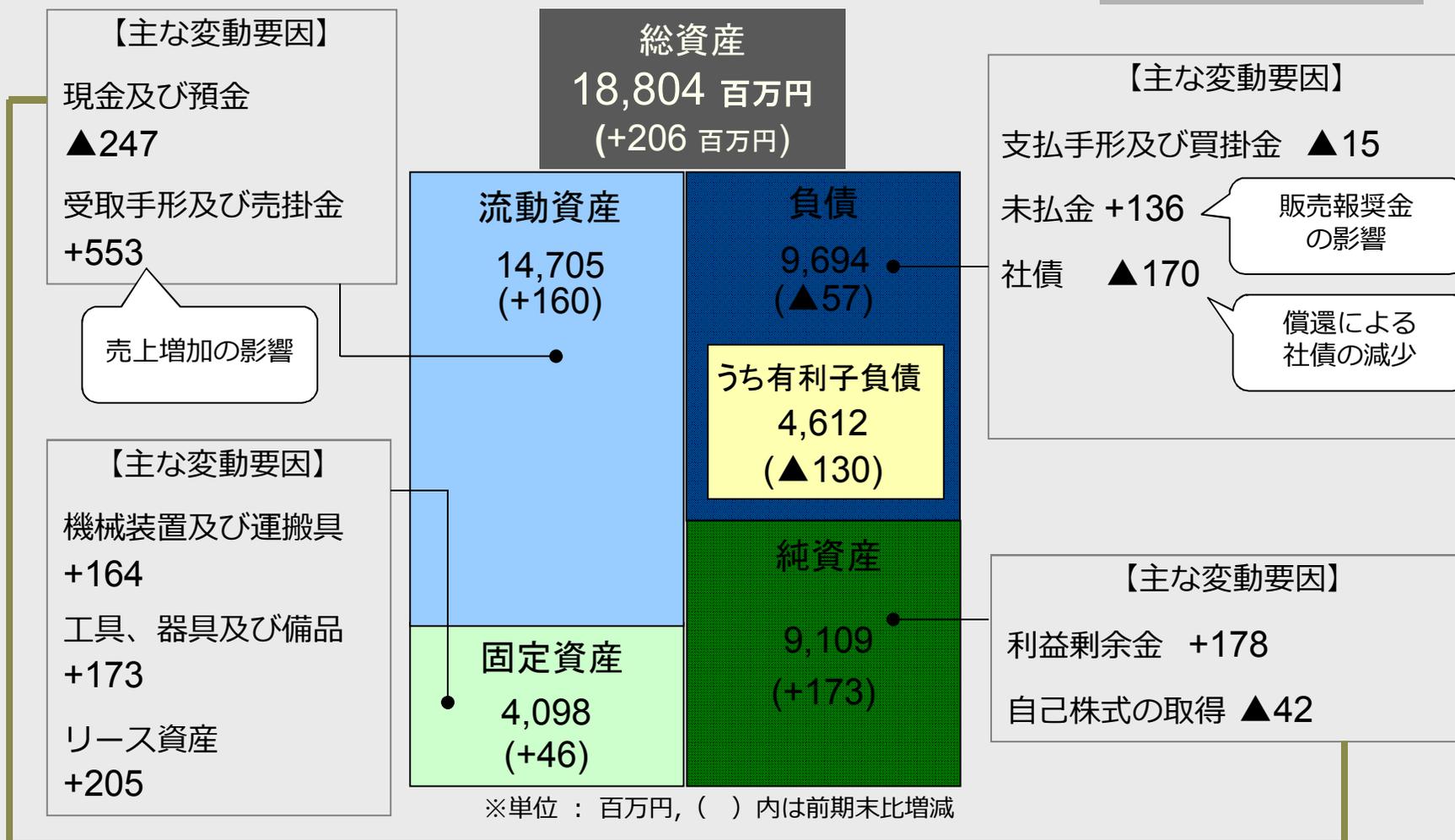
# 原価率・売上総利益の推移



# 販管費 前年比増減



# 貸借対照表の増減概要



# キャッシュフロー計算書の増減

	2010年度会計期間	2011年度会計期間	増減
1. 営業活動による キャッシュフロー	859 百万円	830 百万円	▲28 百万円
2. 投資活動による キャッシュフロー	▲122 百万円	▲729 百万円	▲606 百万円
3. 財務活動による キャッシュフロー	▲953 百万円	▲333 百万円	619 百万円

## 2011年度営業CFの主な項目 (百万円)

税引前利益 +709    仕入債務の減少 ▲10    未払金の増加 +203  
 売上債権の増加 ▲546    たな卸資産の減少 +14

(+はCFの増加、▲は減少)

### 3. 今後の活動について

取締役社長 大槻保人



# 国内住宅市場の動向予測

	短期	中長期
プラス要因 	① 減税や金利優遇等の政策 ② 住宅価格の値頃感と低金利の持続 ③ 団塊ジュニア世代の住宅購入本格化	① 高度成長期物件の建て替え、大型都市計画、リフォーム需要 ② キーワードは耐震、環境（エコ・省エネ）、高齢化、単身世帯等
マイナス要因 	① 雇用、所得環境の先行き不安による消費の鈍化 ② 震災に伴う持家取得意欲の減退	① 世帯数の減少、住宅の長寿命化による新設住宅着工の減少 ② 人口移動の停滞や産業の空洞化による貸家の減少



当面の新設住宅着工戸数は年間80万戸台を想定

①中長期のプラス要因の取り込み ②海外展開の加速 ③非住宅(非新設)分野の拡大

## 「ビジョン2015」(長期展望)

---

1. 国内市場においては新製品開発力と販売力を強化し、業界のリーディングカンパニーを目指す。
2. 世界のトップブランドメーカーとして認知される企業を目指し、海外販売比率10%超を達成する。
3. 新規事業の継続的推進による新しい事業基盤の確立を目指す。

# 中期経営戦略

## 【新中期経営計画 2012-2015】

商品開発力向上



販売政策と一体化した差別化商品開発の強化  
海外売上拡大に向けた開発・生産・販売体制の構築

海外販売拡大



積極的マーケティング活動による売上高の拡大

営業活動強化



非住宅分野、ストック住宅および新規事業領域への活動深耕

製造部門強化



原価低減活動の強化と的確なサプライチェーン構築

財務体質の改善



棚卸資産の適正化と生産性向上による収益力の強化  
固定費比率の低減による成長持続型の財務体質への改善

# 商品戦略

## 販売政策と一体化した差別化商品開発の強化

商品開発のスピードアップ／コスト競争力の強化／などにより、インテリアトレンドに合わせた特長のある製品を継続的に投入



## COLT(コルト)

「コルト」シリーズは、ベーシックな色柄を中心に、しっかりとした質感と値頃感を両立させ、“大人かわいい”をコンセプトにした商品ブランド。2011年5月より金属製ブラインドにも「コルト」シリーズを追加。

## レガートスクエア

日本の住宅にマッチした木目柄で近時のトレンドであるナチュラルモダンやシックモダン、和モダンなどのスタイルに幅広く使用できるフラットなデザインの装飾性カーテンレール。



「レガートスクエア」  
2011年度グッドデザイン賞受賞

# 商品戦略

## 「節電」「省エネ」関連製品の積極投入

「節電」「省エネ」に関連する製品を拡充し、窓開口部のインテリア製品に加え、エクステリア製品、サッシ・ガラスへと窓辺の省エネ対策品をトータルに提供



# 海外販売拡大

## 2015年度までに海外売上高構成比10%超へ

### ① アジア圏を中心とした新興国需要の取込み

- ・ 上海販売子会社「東装窓飾」を通じた中国市場開拓および中期的に著しい経済成長が見込まれるアジア圏の市場に対し、専門担当者を設置するなど積極的なマーケティング活動を実施することで売上拡大を図る。
- ・ インドネシア製造子会社「トーソーインダストリーインドネシア」の生産力・技術力を強化し、海外製品の主要供給工場として国際競争力のある生産体制を構築する。



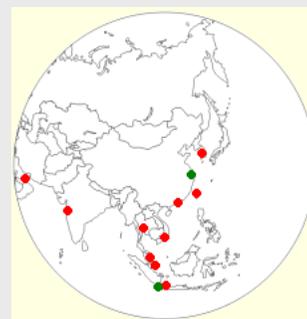
Cyber-port City / Hong Kong



Taj Mahal Palace Hotel / India



Atlantis The Palm Dubai / Dubai



TOSO アジア代理店網



TOSO INDUSTRY INDONESIA

# 海外販売拡大

## 2015年度までに海外売上高構成比10%超へ

### ②主要エリアへの直接投資による売上拡大



TOSO EUROPE S.A.S



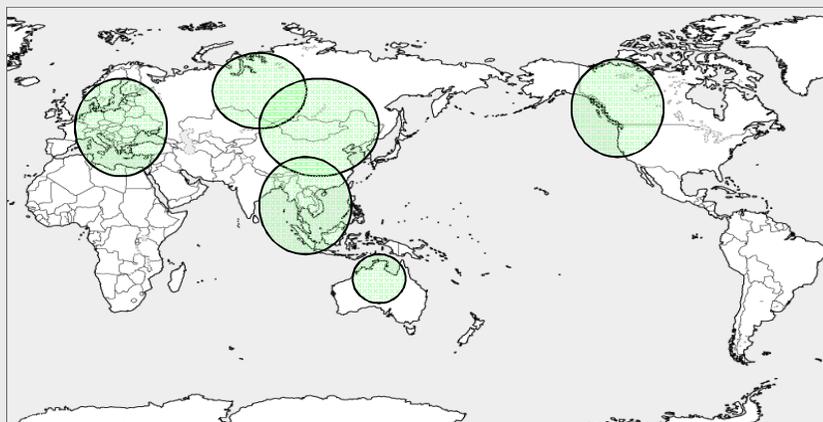
- 設 立 : 2011年8月
- 資 本 金 : 150万ユーロ  
※トーソー株式会社 (99%出資)
- 事業内容 : 欧州エリアにおける窓周り製品の製造・販売

### TOSO EUROPE S.A.S 設立

- ・ヨーロッパ市場における窓周り製品の販売強化を目的に、2011年8月「TOSO EUROPE S.A.S.」をフランス共和国ミュラン市に設立。経済規模が大きく、インテリア文化の情報発信地でもあるヨーロッパ市場にて本格的な販売に取り組む。

### 主要エリアへの積極活動の強化

- ・現在、売上拡大に向けて拠点を展開している中国および欧州エリアや、製造子会社のあるインドネシアを中心に、今後も積極的な海外マーケティング活動を強化するとともに、東南アジア諸国やインドなど、海外売上拡大に向けた直接投資の検討も進めていく。



現在販売活動をおこなっているエリア

# 営業活動強化

## 非新設住宅分野の拡大(新規事業領域)

商品戦略と連動した営業活動や販促プロモーションを効果的に展開し、新設住宅分野の動向に依存しない新しい事業領域への拡大を図る

長期的には漸減が見込まれる新設住宅着工戸数

### 非新設住宅分野の売上拡大に向けた取組み

非住宅市場でのシェアアップ  
(ホテル、オフィス、病院 など)



リフォーム市場への取組み  
(複層ガラス、内窓 など)



介護関連用品の販売  
(ステッキ、手すり など)



# 2012年度業績予想

単位：百万円

○ 新設住宅着工の緩やかな回復／新製品等の売上増加による寄与

	2011年度実績			2012年度予想	
	実績	前期比		予想	前期比
売上高	21,369	102.6%	➡	22,500	105.3%
原価率	57.2%	102.3%		(低下)	
販管費	8,376	101.9%		(減少)	
営業利益	778	79.9%		1,000	128.5%
経常利益	734	77.0%		900	122.6%
当期純利益	282	34.1%		400	141.8%

○ 原価低減活動  
生産性向上

○ 耐震補強費用等  
特殊要因の減少

	中間	期末	年間		中間	期末	年間
	配当予想	5円	5円		10円	➡	5円

# 平成24年3月期 決算説明会

---

## 【IR 窓口】

トソー株式会社経営企画室笠井・石坂  
〒104-0033  
東京都中央区新川 1-4-9  
TEL：03-3552-5877 FAX：03-3552-1380  
E-mail：ir@pub.toso.co.jp

当資料に記載されている将来見通しは、現時点で入手可能な情報に基づいて算出しており、実際の事業展開や業績予想等は今後の様々な要因により異なる可能性があります。