



平成28年3月期（2015年度）

TOSO トーソー株式会社

（東証2部 証券コード：5956）



決算説明会

平成28年5月18日

会場：公益社団法人日本証券アナリスト協会

1. 事業環境と市場規模

取締役管理本部長 前川 圭二

トーソーグループの事業内容

室内装飾関連事業（カーテンレール類）



住宅用カーテンレール



病院用カーテンレール



電動カーテンレール



ピクチャーレール

室内装飾関連事業（ブラインド類・間仕切類）



ベネシャンブラインド



ロールスクリーン



パーチカルブラインド



パネルドア／アコーディオンドア

その他の事業



介護関連用品

物流関連事業

その他の事業

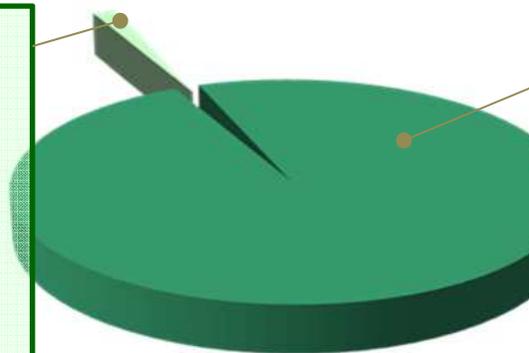
売上高構成率

1 %

室内装飾関連事業

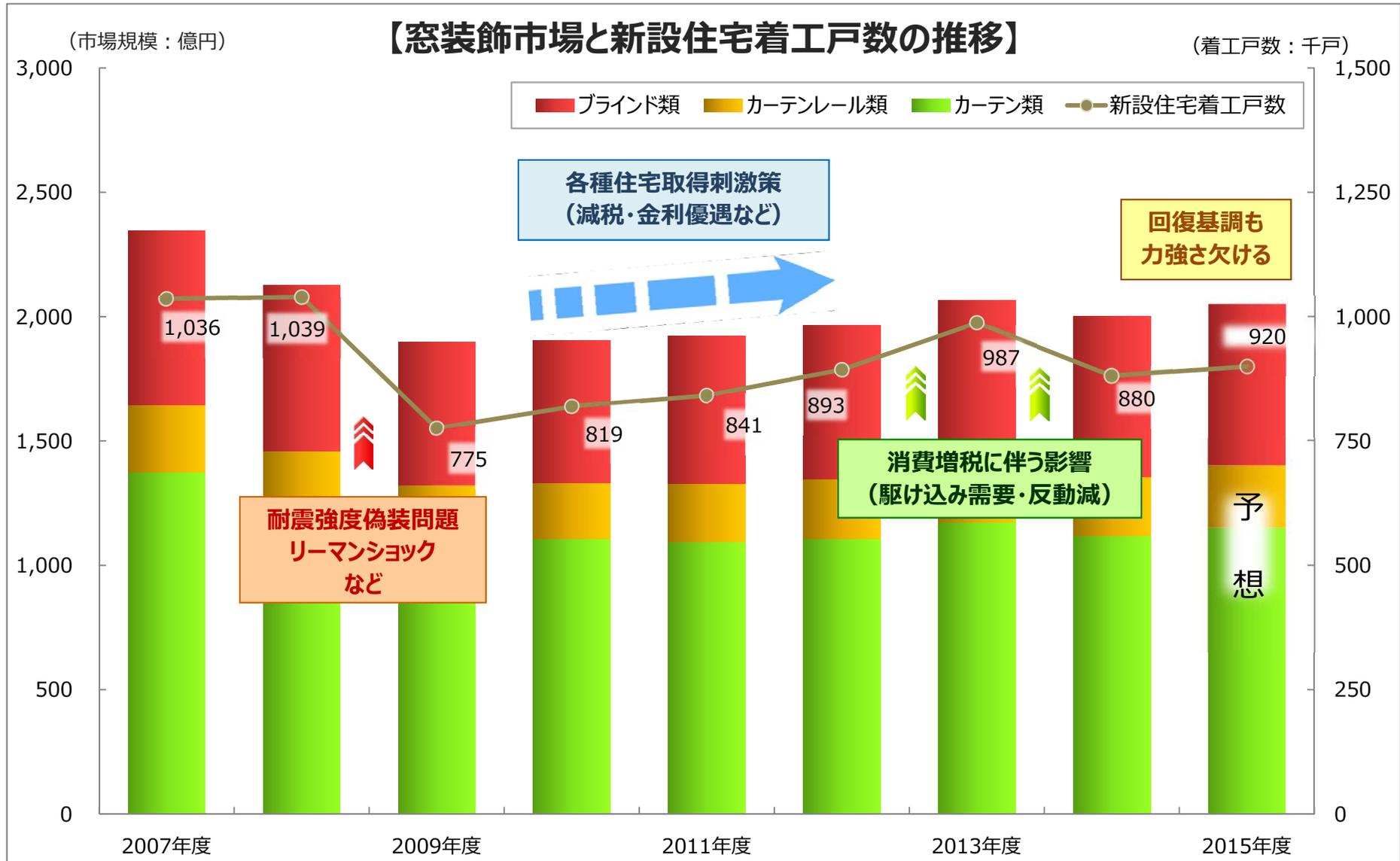
売上高構成率

99 %



室内装飾関連事業 ①

構成率 99%
室内装飾関連事業



※データ出典：国土交通省、日本インテリアファブリックス協会

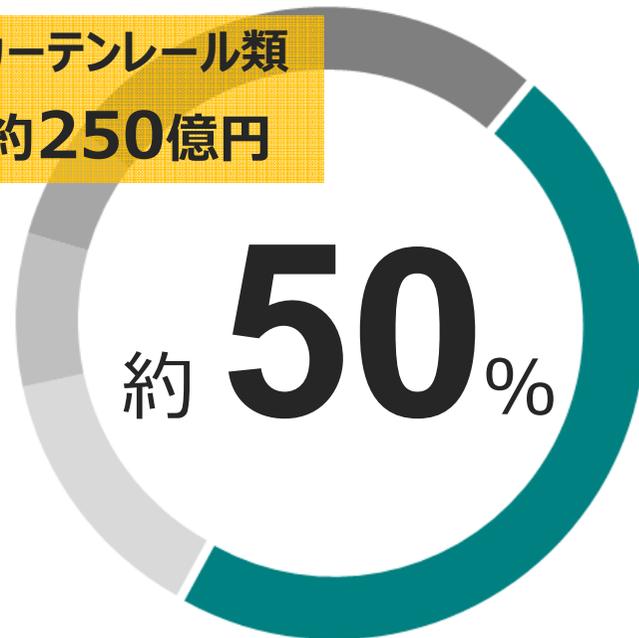
室内装飾関連事業 ②

構成率 99%
室内装飾関連事業

カーテンレール類・ブラインド類

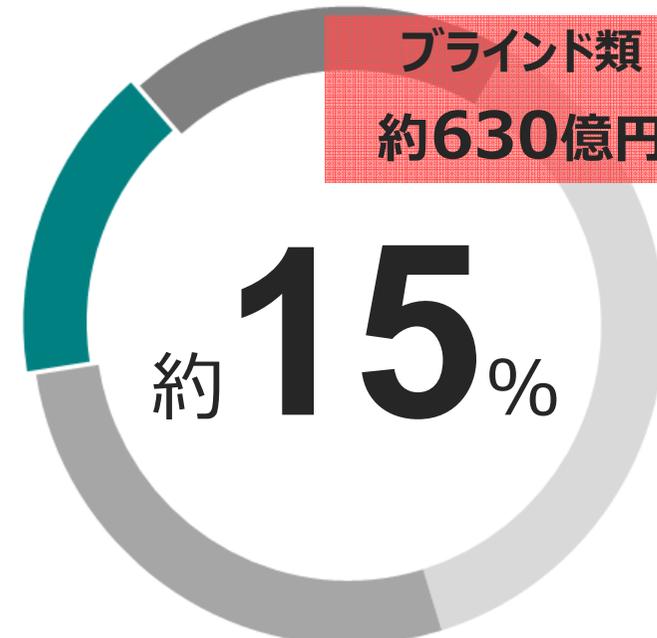
国内市場規模：約**880**億円（2014年度）

カーテンレール類
約250億円



TOSO

ブラインド類
約630億円



安定した収益基盤

シェア拡大の余地あり

※日本インテリアファブリックス協会資料（卸売ベース）より当社推定

室内装飾関連事業 ③

構成率 99%
室内装飾関連事業

【製品分類別 売上高構成】

間仕切り類
構成率 **2%**



その他
取付施工費
運賃売上など



カーテンレール類
構成率 **47%**

60年以上にわたり
国内シェアNo.1



ブラインド類
構成率 **40%**

シェア拡大に向けて
取組強化中



室内装飾関連事業 ④

構成率 99%
室内装飾関連事業

【販売先別 売上高構成】

その他販売
メーカーへの資材販売 他

海外販売
売上高構成率 **2%**
アジア・欧州への販売 他

大型小売業
売上高構成率 **11%**



ホームセンター・GMS・通販 他



**日本国内住宅市場
中心の販売**

専門店・工事店
売上高構成率 **72%**

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
建築金物業者・建材業者
ゼネコン納入業者 他

構成率 1%
その他の事業



その他の事業

【その他の事業 内容】

フジホーム株式会社

介護関連用品の開発・販売



トーソー流通サービス株式会社

物流事業請負業務 等



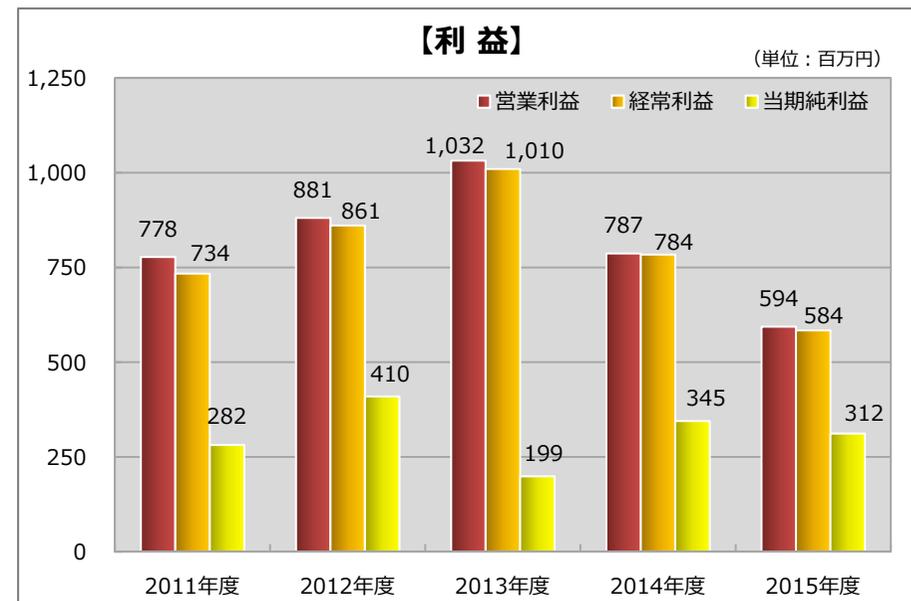
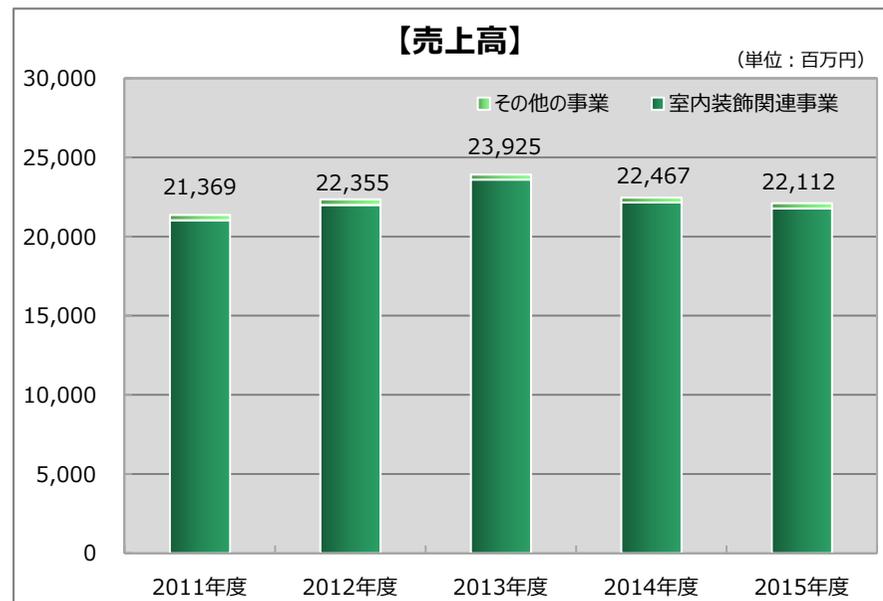
その他の事業
2015年度売上高
335
百万円

2. 平成28年3月期（2015年度）業績概況

取締役管理本部長 前川 圭二

2015年度連結業績概況

	前期比	コメント
売上高	1.6% 減収 ↓	戸建住宅を中心とした新設住宅着工の回復遅れ 水害（2015年9月：関東・東北豪雨）などが影響
営業利益	24.5% 減益 ↓	固定費は抑制傾向も全体ではやや増加
経常利益	25.4% 減益 ↓	営業外収入・費用とも減少
親会社株主に帰属する 当期純利益	9.5% 減益 ↓	災害による損失（▲113百万円）あり



売上高の状況 ① (セグメント別)

	売上高	販売状況	
室内装飾関連事業	21,776 百万円 前期比 1.7% 減少	カーテンレール類  販売状況 	<ul style="list-style-type: none"> 7月発売カーテンレール新製品を中心とした展示会開催による販売促進活動（全国24ヶ所にて展示会を開催） シェア維持・拡大に向けた新規開拓活動を推進 <p><u>住宅関連市場の低迷により主力製品の販売が減少</u></p>
		ブラインド類  販売状況 	<ul style="list-style-type: none"> デザイン性の高い新製品の発売（木製ブラインドなど） スクリーン類のリニューアル、安全対策品の発売 <p><u>非住宅施設（ホテル・オフィス・商業施設）の獲得減少</u></p>
		間仕切り類  販売状況 	<p><u>近時は省エネ意識の高まりにより回復基調も市場全体は減少傾向</u></p>
その他の事業	335 百万円 前期比 8.3% 増加	介護関連事業  販売状況 	<ul style="list-style-type: none"> 新製品のプロモーションや新規開拓活動を積極的に推進 <p><u>新製品の市場浸透・新規開拓企業の獲得</u></p>

売上高の状況 ②（室内装飾関連事業）

【販売先別売上高の状況】

専門店・工事店



販売状況

住宅市場の低迷、水害に伴う販売機会の喪失等により、住宅関連の主力製品の販売が低迷しました。

- 新設住宅着工戸数の回復遅れ
- 展示会等を活用した販売促進活動
- 新規開拓・物件獲得活動の強化



新製品展示会を全国で開催

大型小売業



販売状況

海外生産品などとの価格競争が激化するなか、新製品による切替活動や大型広域専門店のセールなどによる販売活動を強化したことで、前期を上回りました。

海外販売



販売状況

中国を中心とする新興国の経済成長減速などを受け、獲得物件の減少や資材販売の低迷などが影響して、前期を下回りました。

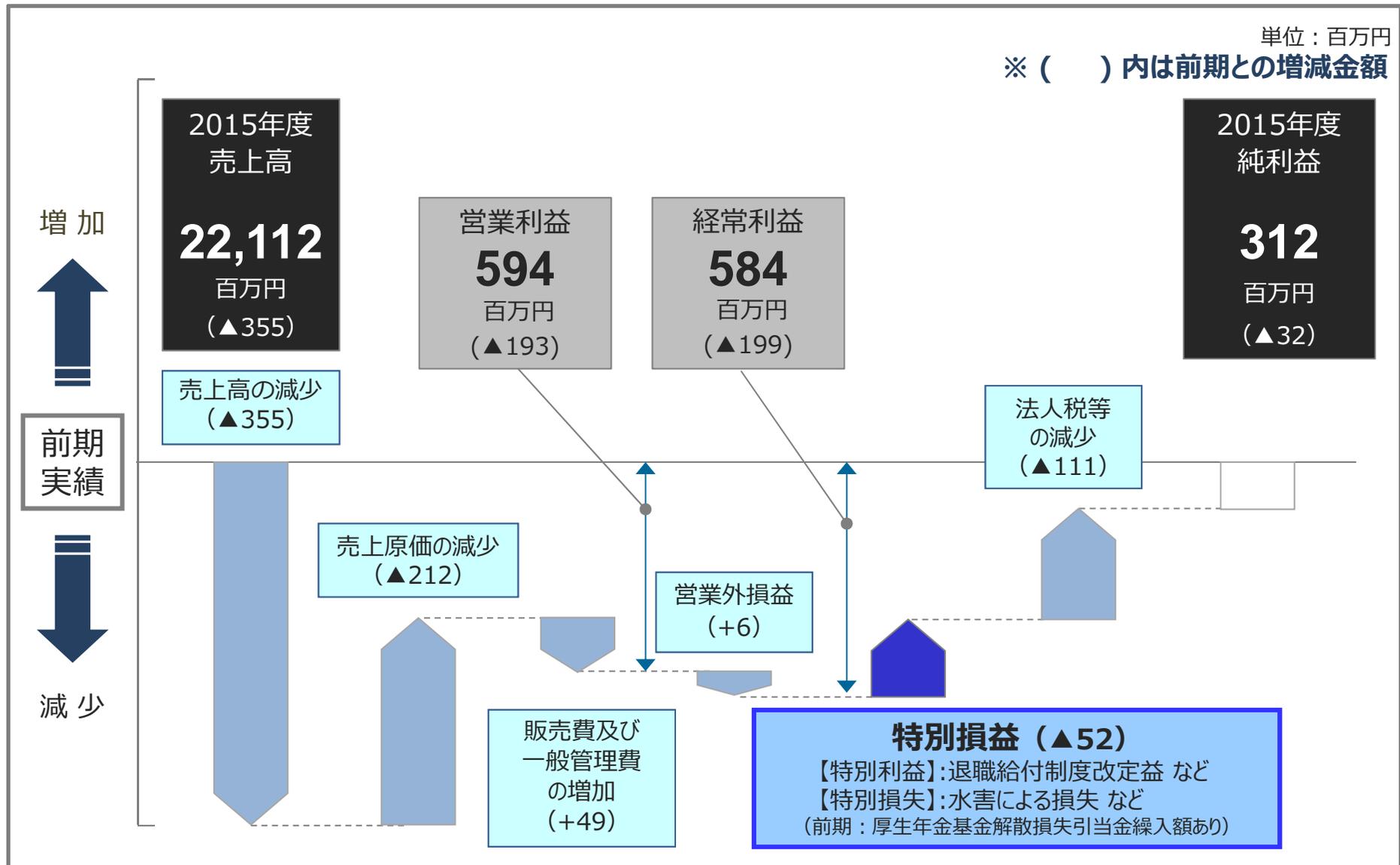
その他販売



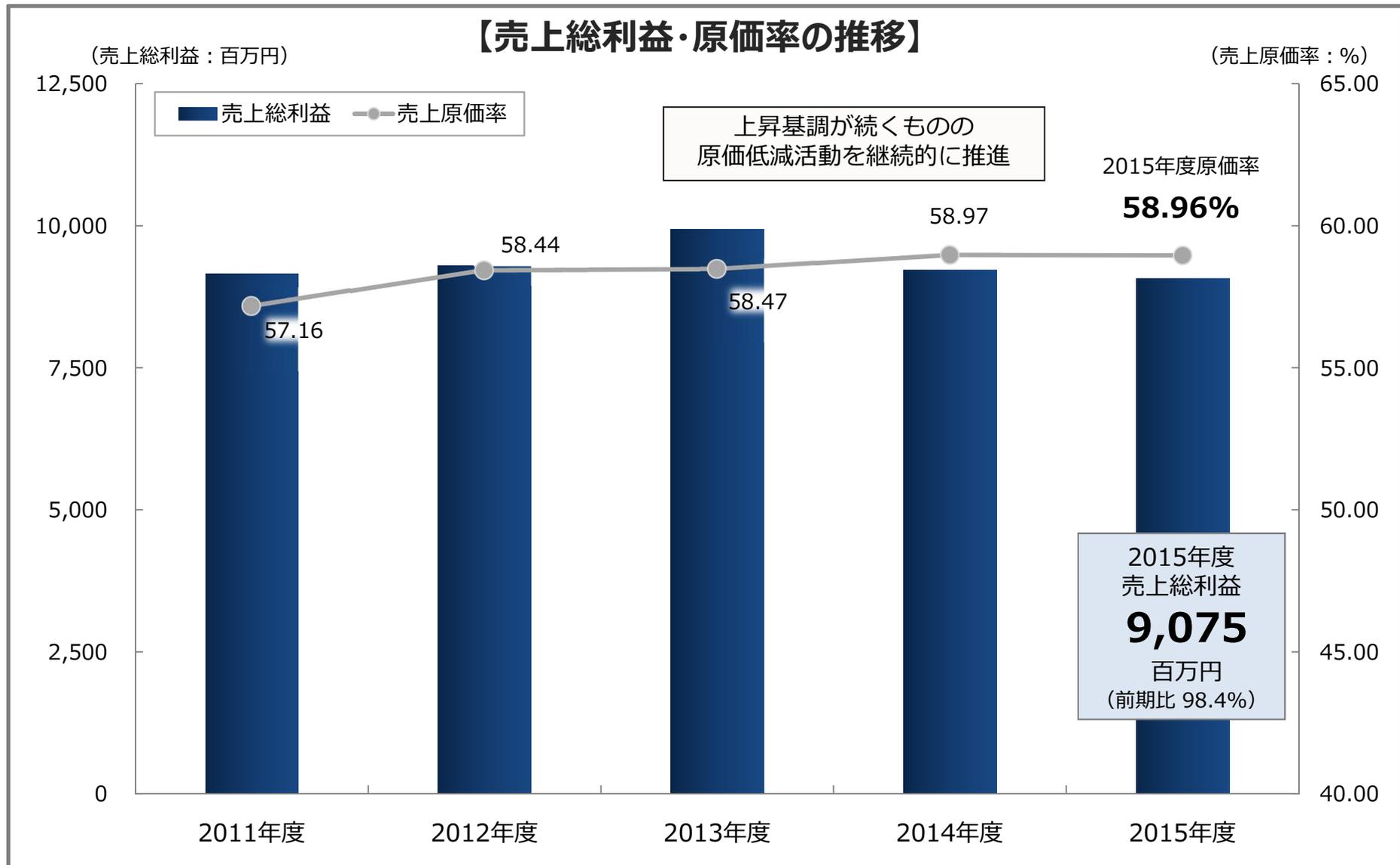
販売状況

大型企業への専用品やOEM品の供給などが増加したことにより前期をやや上回りました。

連結損益の前期比増減



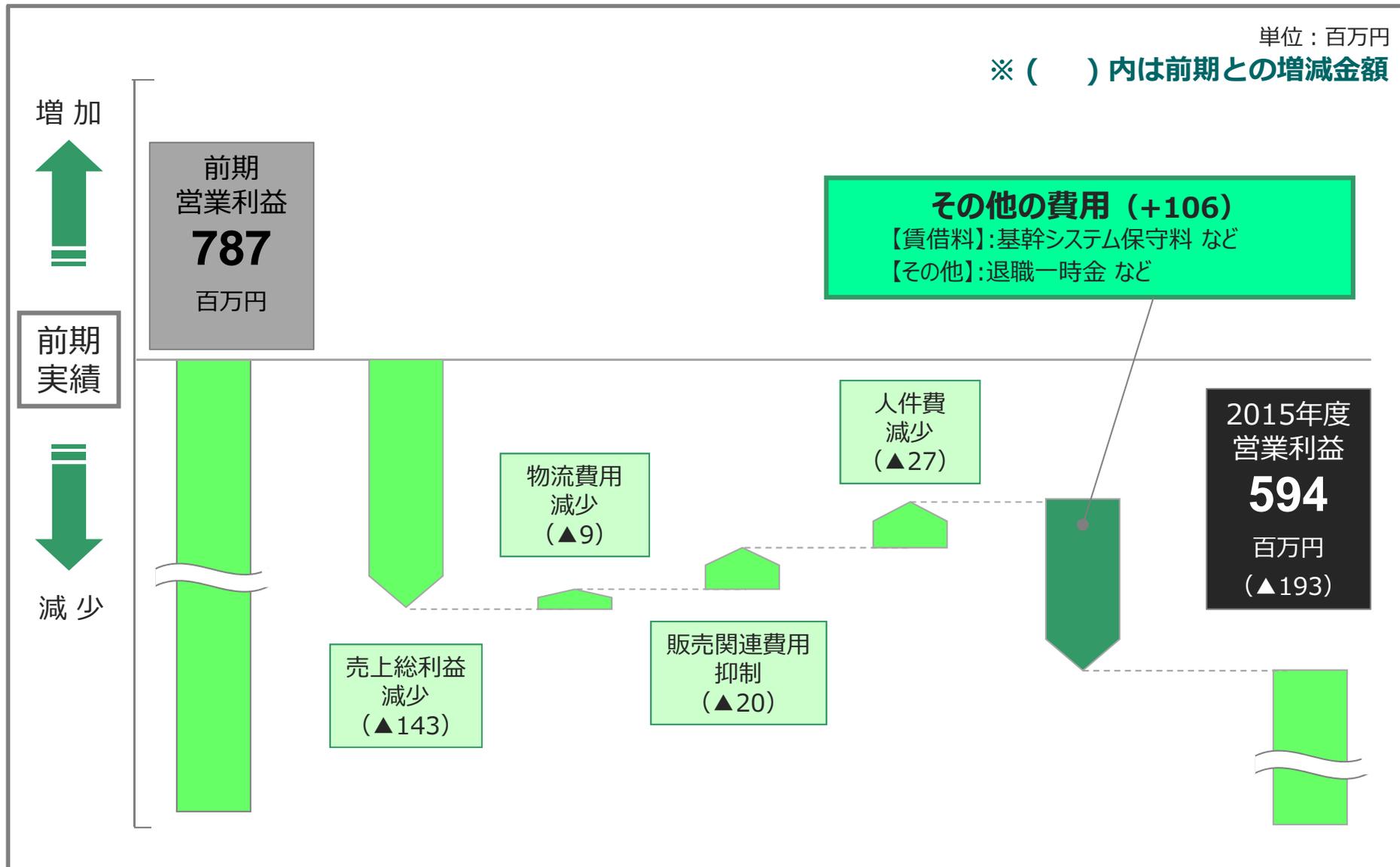
売上総利益と原価率の状況



固定費と営業利益の前期比増減

単位：百万円

※ () 内は前期との増減金額



貸借対照表・キャッシュフロー計算書

【貸借対照表】

単位：百万円

《主な変動要因》 流動資産 ・現金及び預金 (▲663) ・棚卸資産 (+111) ・繰延税金資産 (+241) ・その他 (▲395) など 固定資産 ・無形固定資産 (+277) ・退職給付に係る資産 (▲78) など	総資産 20,893 百万円 (▲583) 流動資産 15,319 (▲689) 固定資産 5,573 (+106)	負債 9,966 (▲198) 有利子負債 3,688 (▲402) 純資産 10,926 (▲384)	《主な変動要因》 負債の部 ・短期借入金 (▲190) ・流動負債その他 (+578) ・長期借入金 (▲178) ・長期リース債務 (▲81) など 純資産の部 ・利益剰余金 (+207) ・繰延ヘッジ損益 (▲385) ・退職給付に係る調整額 (▲169) など
--	---	--	---

※ () 内は前期末比増減

【キャッシュフロー計算書】

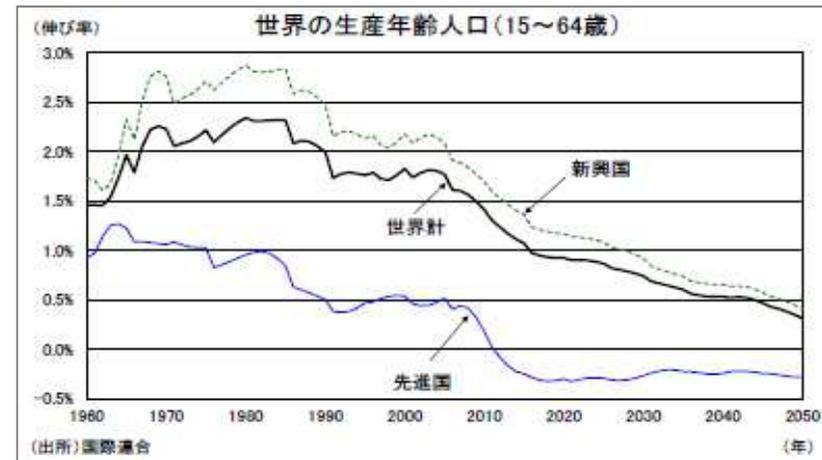
	前期	当期	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,891 百万円	743 百万円	▲1,148 百万円
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲531 百万円	▲752 百万円	▲221 百万円
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲625 百万円	▲649 百万円	▲23 百万円

3. 今後の活動について

代表取締役社長 大槻 保人

市場環境予測

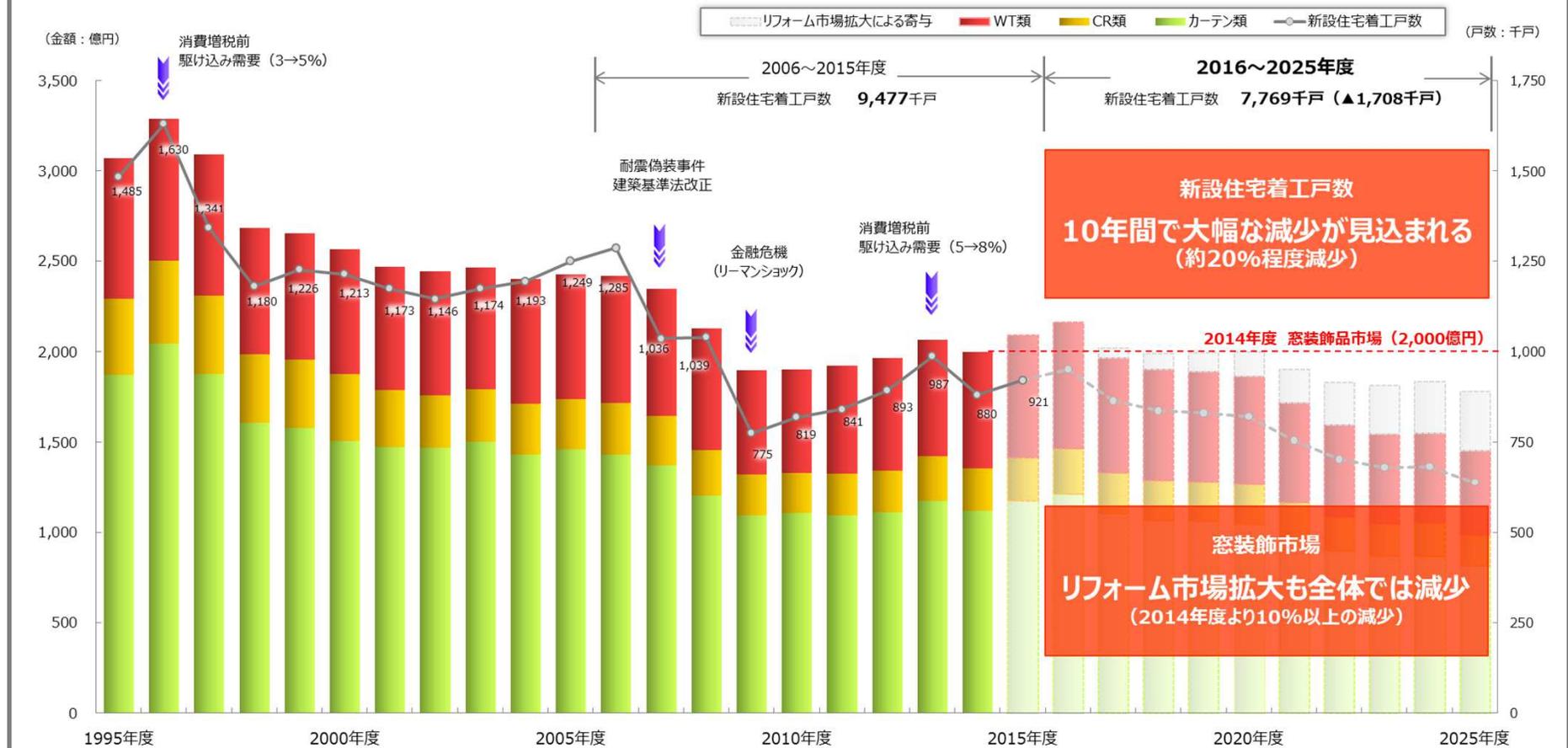
【主な経済指標の中期見通し】



短期的には回復基調が見込まれるものの、それ以降は不透明な状況

新設住宅着工戸数と窓装飾市場予測

【新設住宅着工戸数と窓装飾市場の中期見通し】



コアビジネスに関連性の高い新設住宅着工戸数は中期的に漸減傾向

※民間シンクタンク発表「日本経済中期見通し」、「日本インテリアアプリアクセス協会資料（卸売ベース）」より当社推定

新経営ビジョン「Vision2025」

【Vision2025】

～ 夢を現実に! Catch our dreams ～

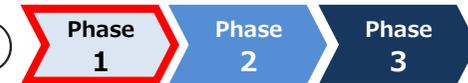


「Vision2025」は、コアビジネスである住宅市場での事業基盤を固めながら、成長戦略である非住宅分野の拡大と海外進出を加速し、また、新規事業では、歩行介護ビジネスの幅を広げるとともにインテリア周辺領域での用途開発にトライし、事業基盤を変えていくための10年間と位置づけます。2016-2019年度の4年間で「第1フェーズ」とし、まずは高収益体質への転換と成長戦略の修正を図っていきます。次に2020-2022年度の3年間で「第2フェーズ」とし、成長戦略を本格的に推進し、最終の3年間となる2023-2025年度を「第3フェーズ」では成長戦略の成果発現を目指します。

【Vision2025 経営目標】

連結売上高：270億円以上 ROE：8%以上

中期経営計画（「Vision2025」 Phase1 : 2016-2019年度）①



【中期経営計画】

高収益体質への転換、成長戦略の見直し

《最終年度（2019年度）は設立70周年》

2016-2019年度は東京オリンピック・パラリンピック開催を控えた需要の高まりなどにより、比較的堅調な景気拡大が見込まれており、この期間にコアビジネス市場における収益体質の転換を図る。更に成長戦略として位置づける「非住宅分野」「海外事業」「新規分野」の再構築をおこないながら「Vision2025」の目標達成を目指す。

中期経営方針

1. 高収益体質への転換
2. 成長事業分野の再構築・再強化
3. 新規事業分野への注力と戦略ドメインの転換
4. 人材育成

【中期経営計画 経営目標】

連結売上高：240億円以上 ROE：6-8%

中期経営計画（「Vision2025」Phase1：2016-2019年度）②



【重点施策】

高収益体質への転換

- ① コアビジネスにおける経営資源の再評価（事業基盤の見直し・組織再編・費用再配分）
- ② 「カーテンレール国内シェアNo.1企業」の戦略を再徹底（全方位型商品開発の推進）
- ③ バリューチェーン再構築による高収益構造への転換（バリューチェーンのイノベーション）

成長戦略の軌道修正

- ① 非住宅分野：宿泊、医療・介護施設などを中心とした物件獲得活動を強化
- ② 海外事業：アジア地域を重点市場と位置づけ、拡大するリテール分野でのビジネスモデルを構築
- ③ 新規分野：歩行支援介護ビジネス、企業向け用途開発・専用品供給の拡大

戦略ドメイン（事業領域）の転換

- ① 当社の強みを発揮できる事業領域へのシフト
- ② 投資効果を考慮した商品開発・生産体制・販売手法の見直し
- ③ 商流の変化（電子取引によるインターネット販売など）に対応した柔軟な販売体制の構築

人材育成

- ① ICT時代を牽引する次世代リーダーの育成 ※ICT：Information and Communication Technology
- ② 従業員の基礎知識向上を目指した実践的な育成体系作り

29年3月期（2016年度）の見通し

【29年3月期（2016年度）業績予想】

	27年3月期 (2014年度)	28年3月期 (2015年度)		29年3月期 (2016年度)	
	実績	実績	前期比	見通し	前期比
売上高	22,467	22,112	98.4%	23,000	104.0%
原価率	58.96%	58.95%	(※) 100.0%	(原価低減活動を推進)	
販管費	8,431	8,481	100.6%	(効率・採算性を重視した費用執行)	
営業利益	787	594	75.5%	900	151.5%
経常利益	784	584	74.6%	880	150.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	345	312	90.5%	550	176.1%

(※)原価率の前期比は、「2015年度原価率」÷「2014年度原価率」にて算出

市場環境	<ul style="list-style-type: none"> 国内経済は更なる消費増税のタイミングなど不透明な状況が続く。また、世界経済の下振れなど懸念材料もあり。 住宅関連市場は回復傾向が続くものの力強さに欠ける。
業績	<ul style="list-style-type: none"> 新製品の投入およびプロモーション活動を積極的に推進 海外販売拡大、非住宅施設獲得活動および新規領域への取り組みを強化 原価低減活動・生産性向上など経営体質の強化に向けた取組みを継続

TOSO トーソー株式会社
(東証2部 証券コード : 5956)

当資料に関するお問い合わせ先 : トーソー株式会社 経営企画室

TEL : 03-3552-5877 FAX : 03-3552-1380 E-mail : ir@pub.toso.co.jp