

2022年3月期（2021年度）

TOSO トーソー株式会社

（東証2部 証券コード：5956）

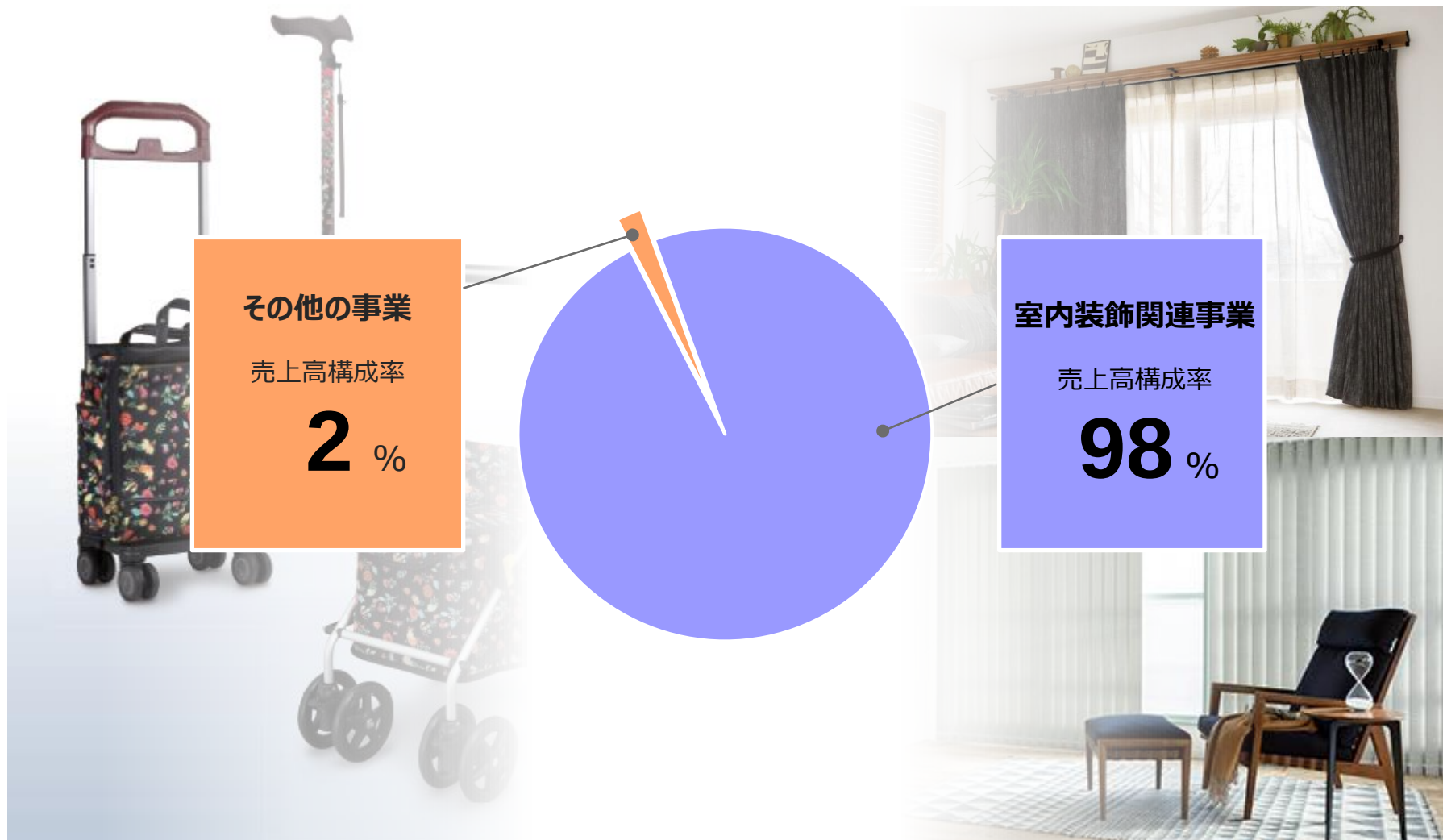
第2四半期 決算説明

2021年11月



1. 事業内容と市場規模

トーソーグループの事業内容



室内装飾関連事業の市場規模とシェア

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**890**億円（2020年度）

カーテンレール類
約220億円

約 **45** %

TOSO

ブラインド類
約670億円

約 **15** %

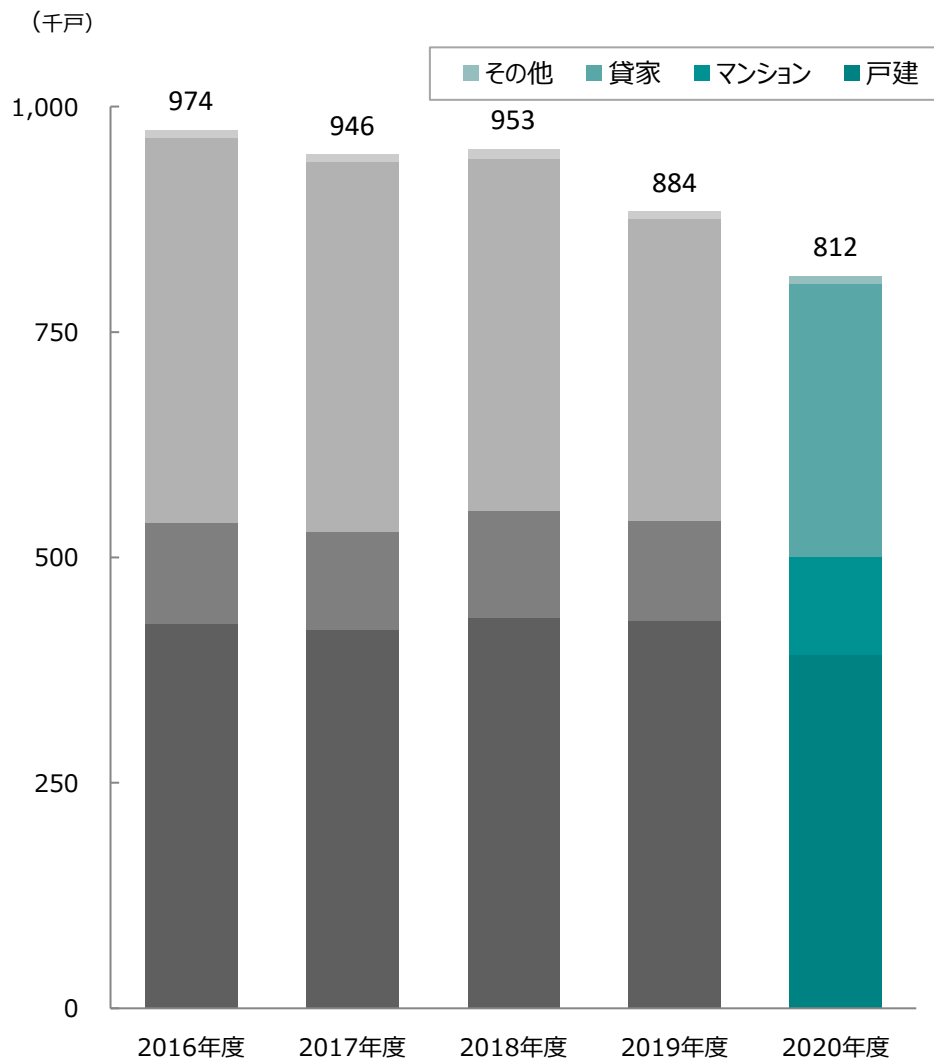
安定した収益基盤

シェア拡大の余地あり

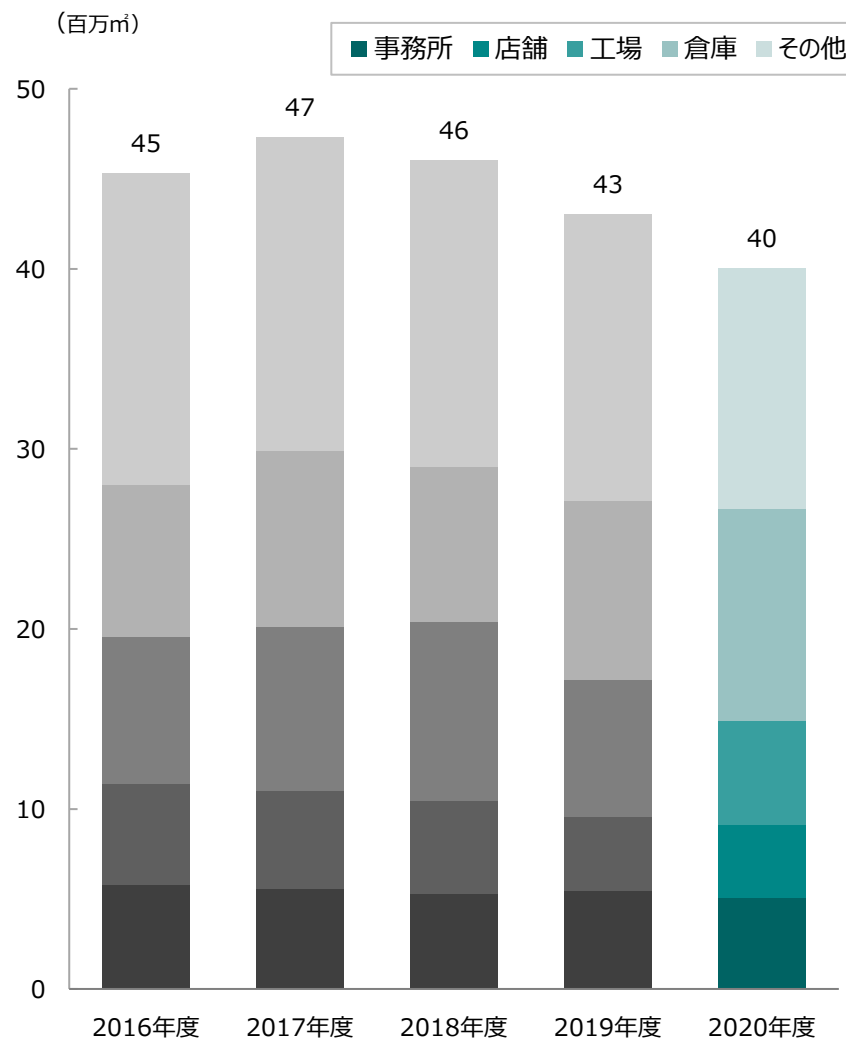
※日本インテリア協会資料（卸売ベース）より当社推定

外部環境（建設需要）

新設住宅着工戸数の推移



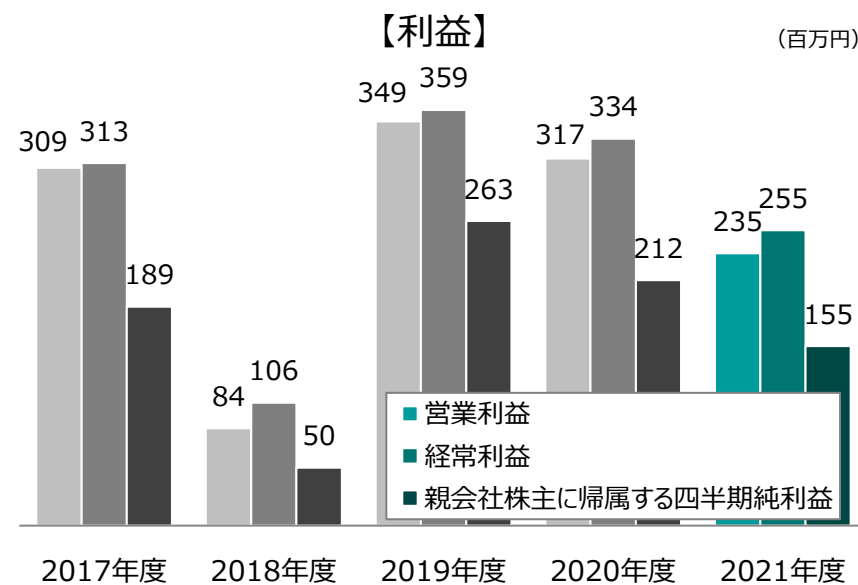
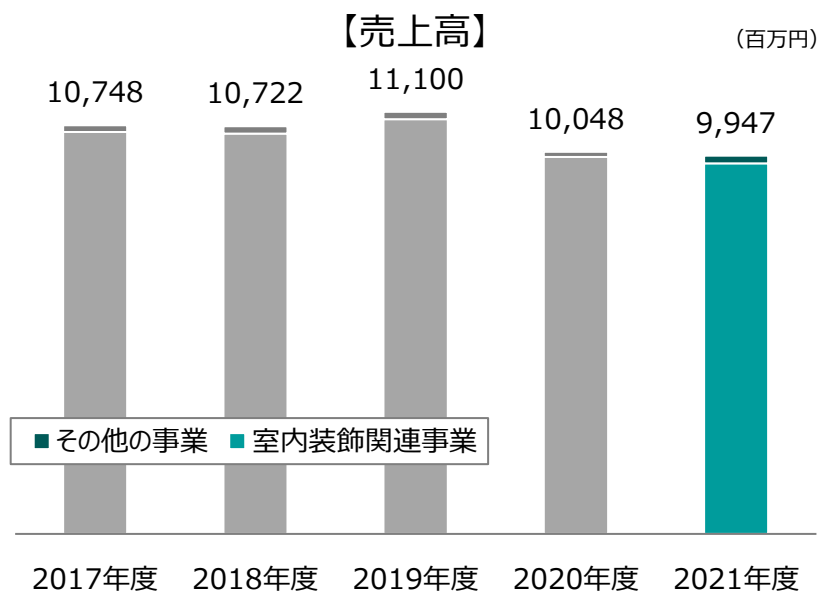
非住宅建築着工床面積の推移



2. 2022年3月期（2021年度）中間期業績概況

2021年度第2四半期業績概況

	前年同期比	コメント
売上高	1.0% 減収 ↘	物件獲得減少による非住宅分野の不振が影響
営業利益	25.9% 減益 ↘	原価低減に努めるも原材料価格の高騰が影響
経常利益	23.5% 減益 ↘	営業外収益が増加するも営業利益の減少が影響
親会社株主に帰属する 四半期純利益	26.8% 減益 ↘	-



セグメント別業績概況

室内装飾関連事業

業績：減収減益 ↘

- 新製品の発売やオンライン展示会を開催するなどの営業活動を実施
- 宿泊施設を中心とした非住宅物件の獲得が減少
- 新製品等営業活動費用の増加



その他の事業

業績：増収増益 ↗

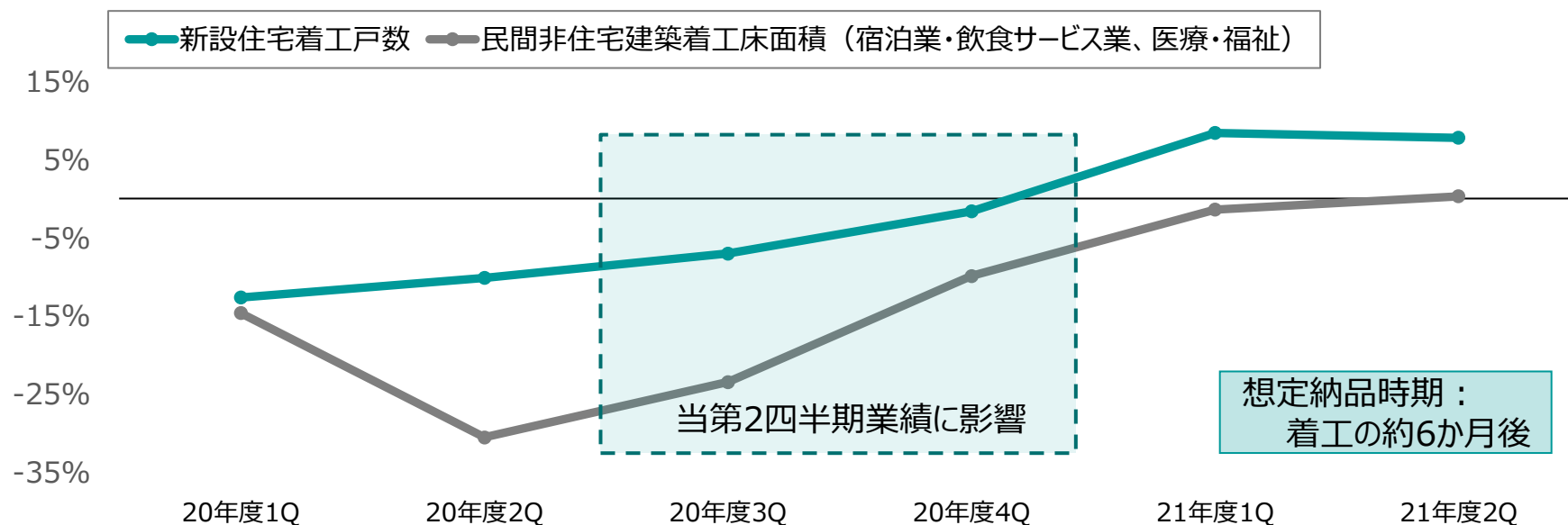
- 小売店の営業再開
- ステッキやシルバーカー等の歩行支援用品の販売活動や原価低減等を推進



室内装飾関連事業の状況

外部環境

住宅および非住宅の着工推移（前年同期比）

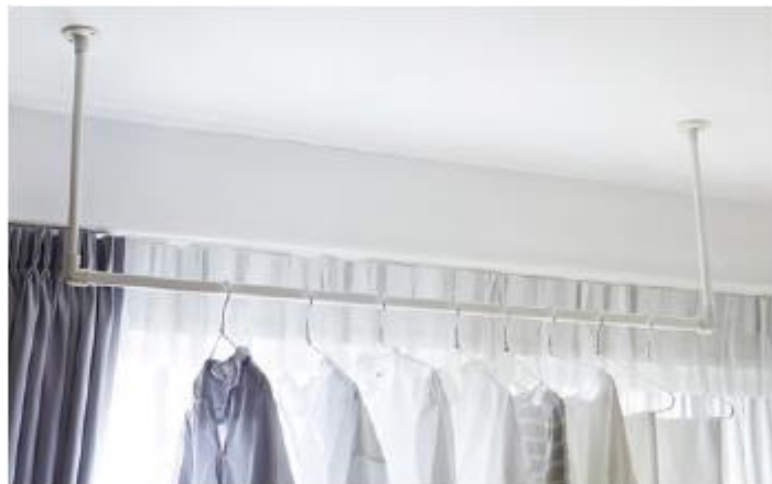


持ち直しつつあるが、コロナ以前の水準には戻っていない

室内装飾関連事業の状況

取組内容

コアビジネスの拡大に向けた新製品発売



室内装飾関連事業の状況

取組内容

コアビジネスの拡大に向けた新製品発売



室内装飾関連事業の状況

取組内容

安心・安全な新製品の提供



室内装飾関連事業の状況

取組内容

初のオンライン新製品展示会

新しい が見つかる
6 つの What's new ?!

WINDOW FASHION FAIR 2021

WEB 新製品展示会

特設サイト

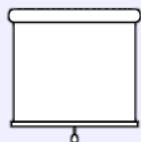
2021. 7.12 mon. — 8.31 tue.

開催中

今すぐチェック！



室内装飾関連事業の状況



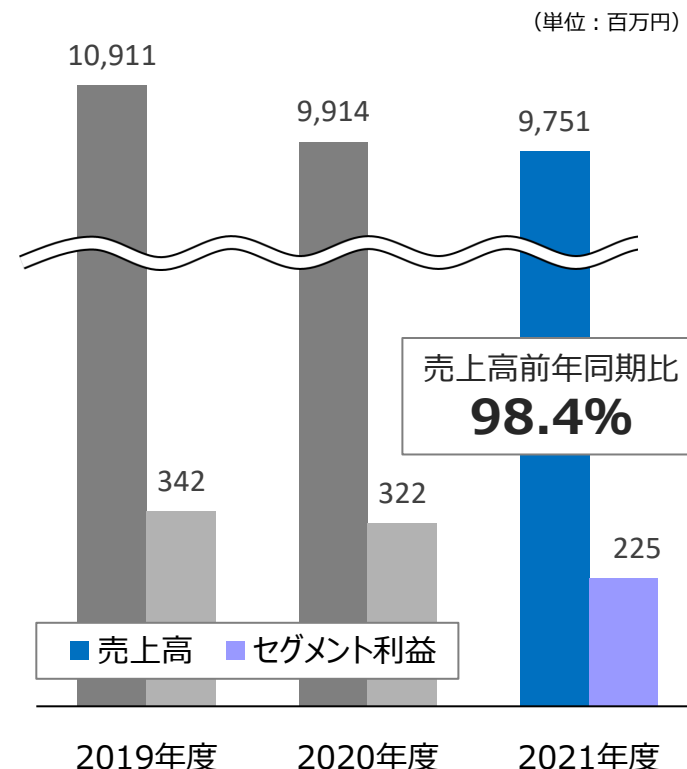
概況

外部環境

- ・ 前年反動により新設住宅着工戸数は増加傾向
- ・ 非住宅建設着工床面積も全体では前年増も、宿泊や医療分野では厳しい状況が続く

内部取組

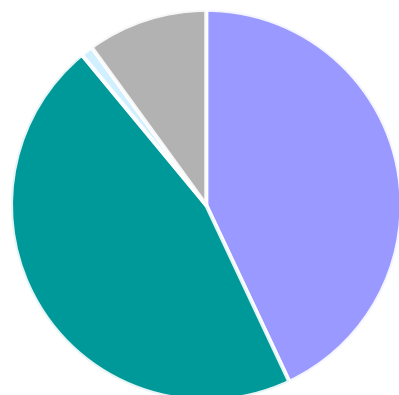
- ・ ハンギングバー、抗菌・抗ウイルス品、チャイルドセーフティ品など付加価値製品の発売
- ・ オンライン上での新製品展示会



**宿泊施設を中心に非住宅分野が伸び悩み売上減
利益面では営業活動費用の増加により減益**

室内装飾関連事業の状況

商品群別の状況



- カーテンレール類 43%
- ブラインド類 46%
- 間仕切類 1%
- その他 10%



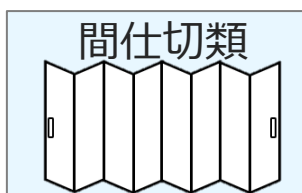
カーテンレール類

新製品発売による寄与はあるものの、
非住宅市場の低迷や
巣ごもり需要の減少が影響



ブラインド類

カーテンレール類同様、
抗菌・抗ウイルスロールスクリーン等の新製品の
寄与はあるが、非住宅市場の低迷が影響



間仕切類

近時は間仕切り需要が伸び悩み、
市場全体は減少傾向

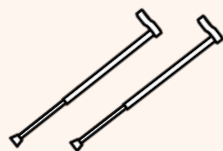


その他

昨年発売したビニールカーテン等により
売上拡大



その他の事業の状況



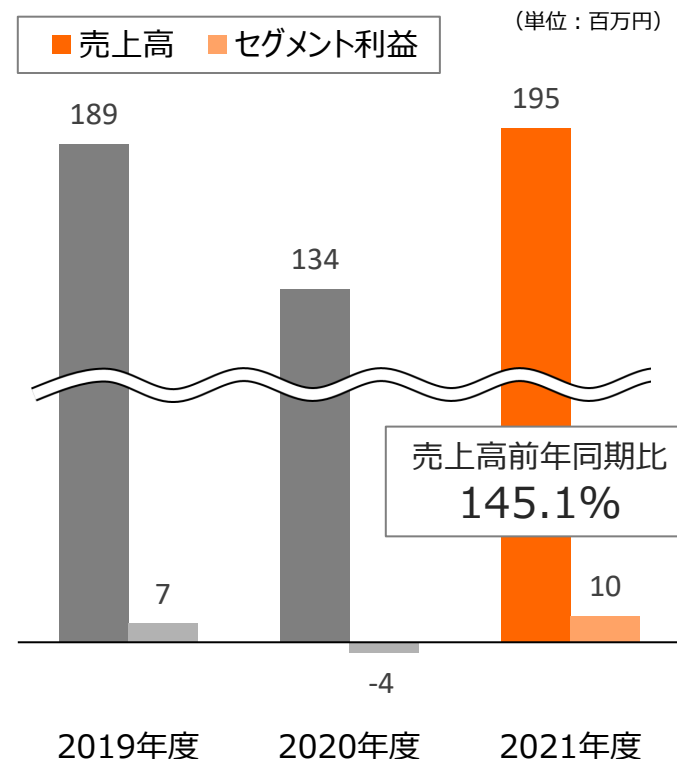
概況

外部環境

- 前年同期は新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受けた
- 今期は小売店の営業再開や経済・消費の持ち直しが寄与

内部取組

- ステッキやシルバーカー等の新製品を発売
- バリアフリー展等展示会に出展



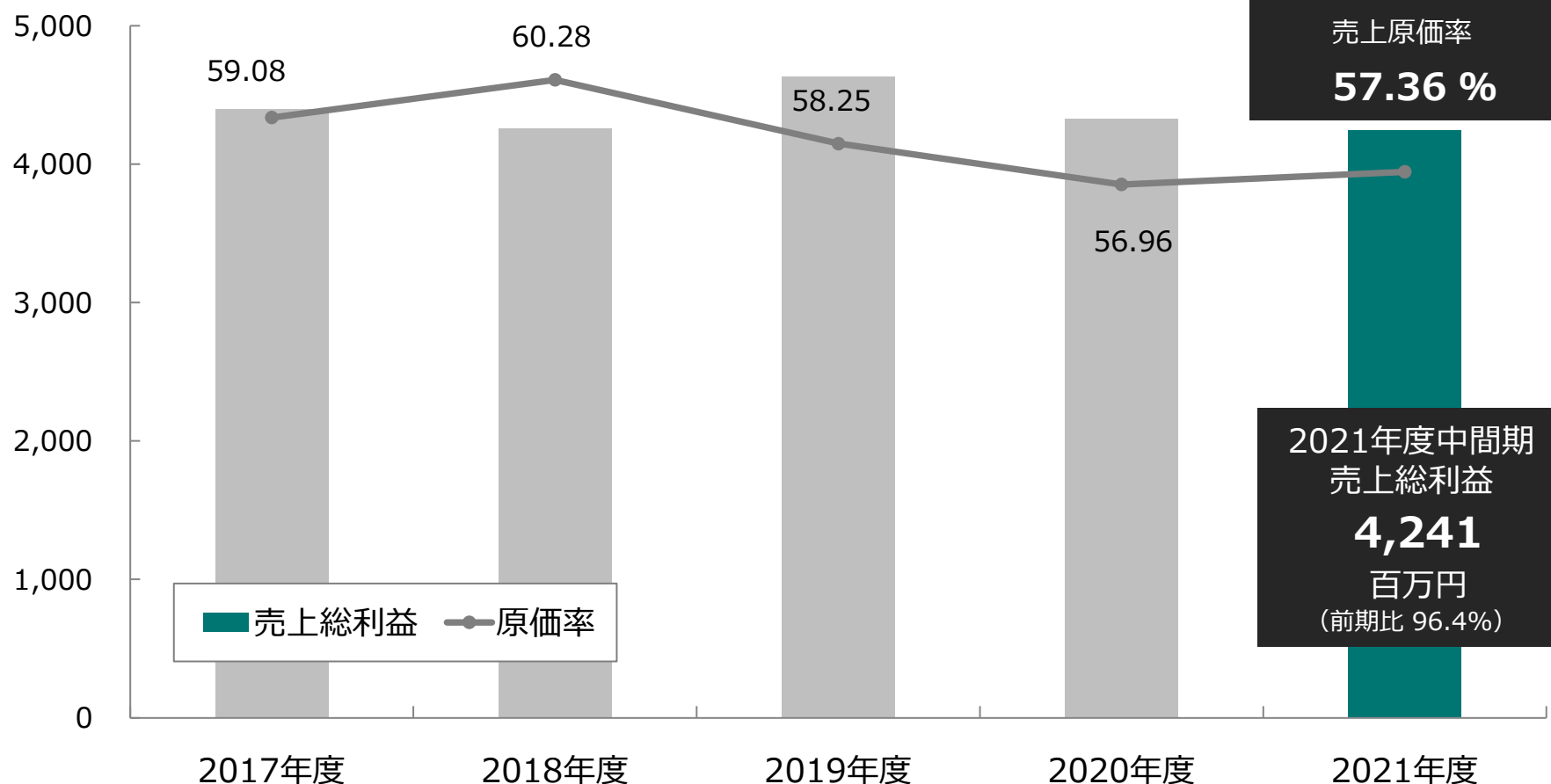
経済の持ち直しや小売店の営業再開等により、増収増益

売上総利益・売上原価率の推移

原価低減に努めるも、原材料価格の高騰が影響

(売上総利益：百万円)

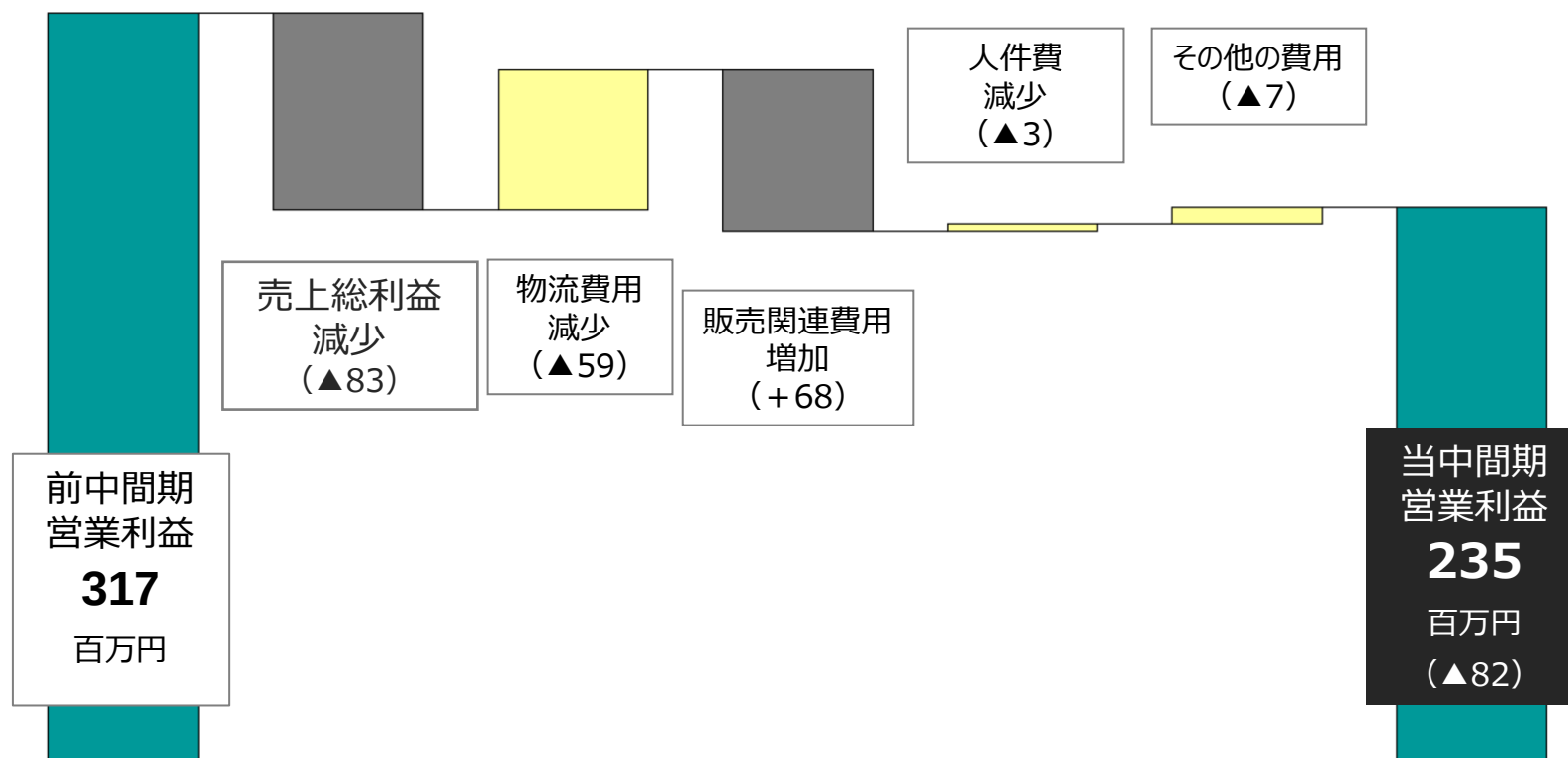
(売上原価率：%)



固定費・営業利益

新製品や展示会等の営業活動費用の増加により、
営業利益は減少

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（+315） ・売掛債権（▲1,173） ・棚卸資産（+230） など 固定資産 ・有形固定資産（▲36） ・無形固定資産（▲41） ・投資その他の資産（+27） など	総資産 20,022百万円（▲684） <table><tr><td> 流動資産 14,812（▲634） </td><td> 負債 7,182（▲865） 有利子負債 2,041（▲409） </td></tr><tr><td> 固定資産 5,209（▲49） </td><td> 純資産 12,839（+180） </td></tr></table>	流動資産 14,812（▲634）	負債 7,182（▲865） 有利子負債 2,041（▲409）	固定資産 5,209（▲49）	純資産 12,839（+180）	《主な変動要因》 負債の部 ・支払債務（▲183） ・短期借入金（▲142） ・未払金（▲200） ・長期借入金（▲329） など 純資産の部 ・利益剰余金（+112） など
流動資産 14,812（▲634）	負債 7,182（▲865） 有利子負債 2,041（▲409）					
固定資産 5,209（▲49）	純資産 12,839（+180）					

※（ ）内は前期末比増減

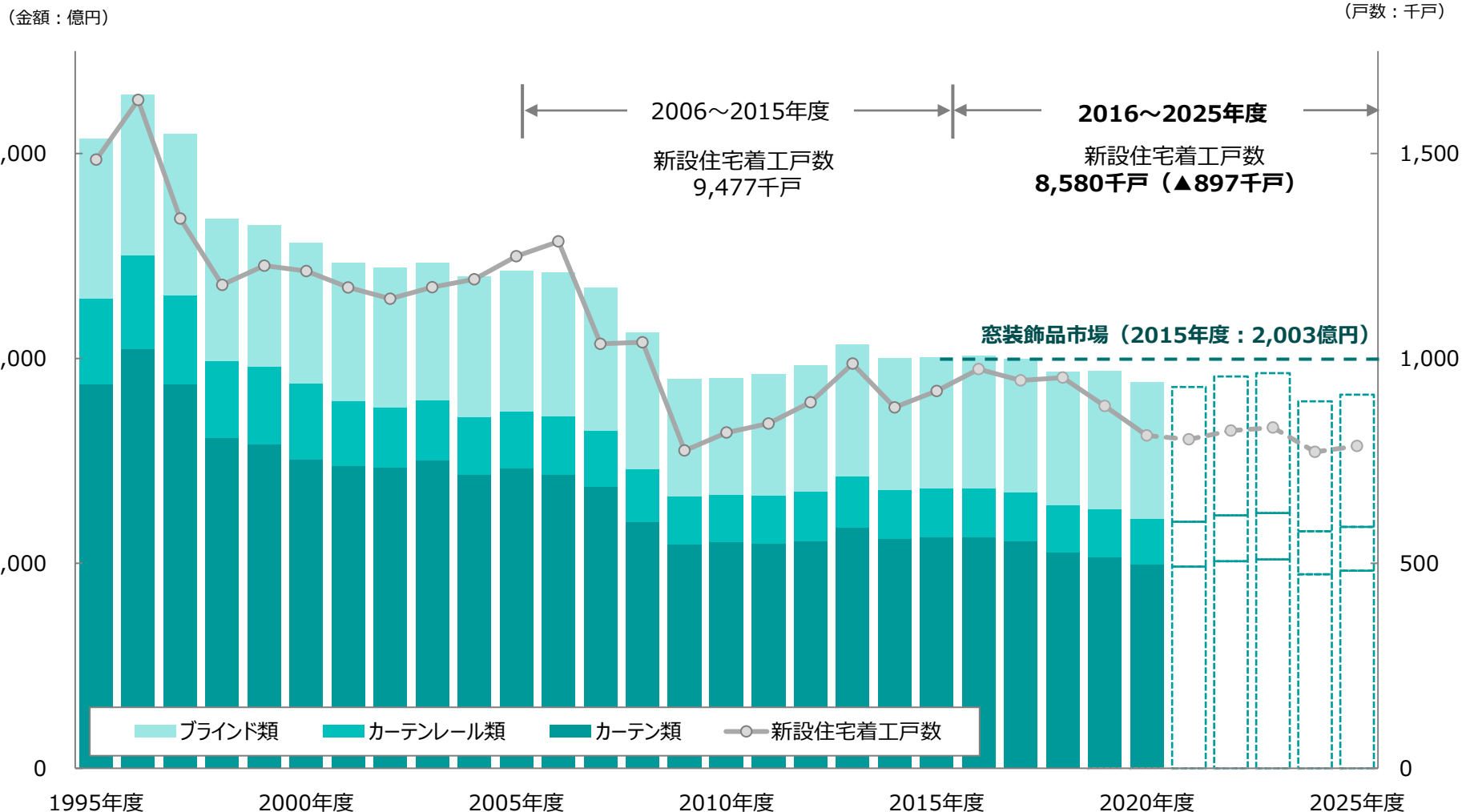
【キャッシュフロー計算書】

	前期	当期	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	750 百万円	957 百万円	+207 百万円
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲256 百万円	▲207 百万円	+48 百万円
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲143 百万円	▲501 百万円	▲358 百万円

3. 今後の活動について

新設住宅着工戸数と窓装飾市場予測

新設住宅着工の減少に伴い、窓装飾市場も縮小傾向



※最新の民間シンクタンク発表「日本経済中期見通し」、「日本インテリア協会資料（卸売ベース）」より当社推定

経営ビジョン「Vision2025」

2016年度より10年間の経営ビジョン「Vision2025」を始動



「Vision2025」第2フェーズ中期経営計画

非住宅

海外

住宅

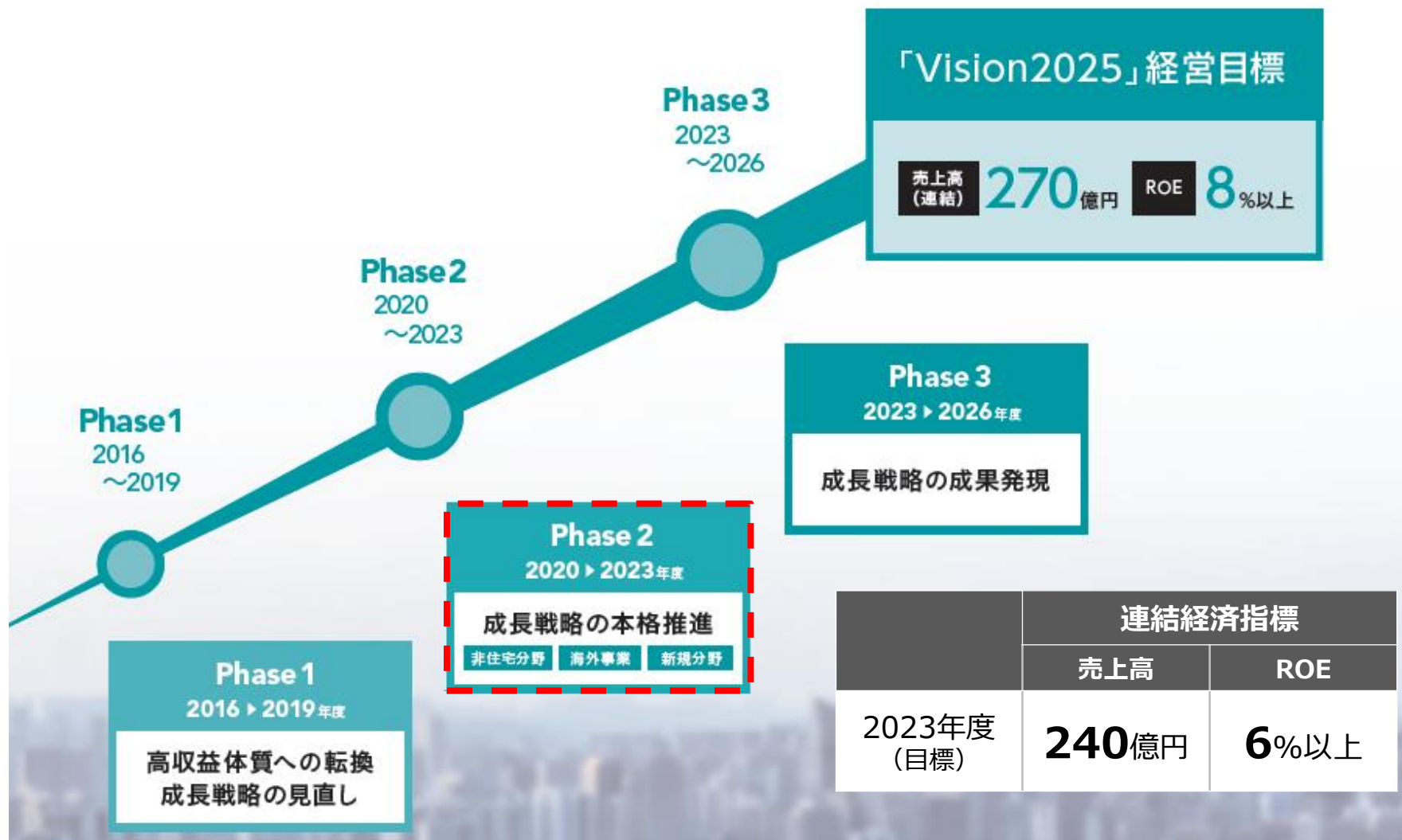
用途開発

新規

経営基盤の再整備

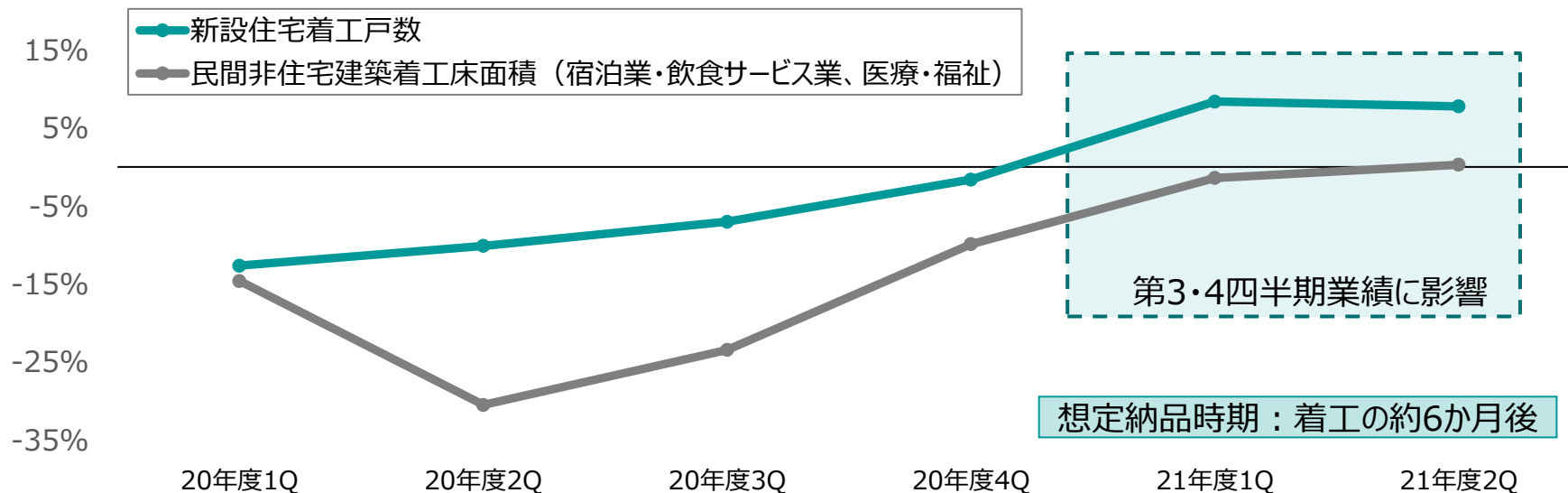
経営ビジョン「Vision2025」

2016年度より10年間の経営ビジョン「Vision2025」を始動



通期業績見通し

住宅および非住宅の着工推移（前年同期比）



市 場 環 境	- 住宅関連市場は新設住宅着工戸数・民間非住宅建築着工床面積（宿泊業・飲食サービス業、医療・福祉のみ）ともに回復傾向にて推移する見通し - 但し、国内経済は新型コロナウイルス感染症の長期化により先行きは不透明
取 組 内 容	- with Curtainsといったイベント等による上期に発売した新製品の拡販 - 一層の原価低減推進および費用低減等の経営体質の強化に向けた取り組み推進 - コア領域（住宅分野）の深耕と成長領域（非住宅分野、海外事業、新規分野）への取り組み強化

通期業績見通し

【2022年3月期（2021年度）通期業績予想】

	2020年度 第2Q実績	2022年3月期第2Q (2021年度中間)		2020年度 通期実績
		実績	前年同期比	
売上高	10,048	9,947	99.0%	21,421
原価率	56.96%	57.36%	(※1) 100.7%	56.95%
販管費	4,007	4,006	99.9%	8,123
営業利益	317	235	74.1%	1,097
経常利益	334	255	76.5%	1,140
親会社株主に 帰属する当期純利益	212	155	73.2%	750

(※)原価率の前期比は、「2021年度原価率」÷「2020年度原価率」にて算出



2022年3月期 (2021年度)	
通期見通し	前期比
21,700	(※2)
継続的な 原価低減活動を推進	
効率・採算性を 重視した費用執行	
720	(※2)
730	(※2)
470	(※2)

(※2)2022年3月期の期首より「収益認識に関する会計基準」等の適用により、前年比は記載しておりません。

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 : 03-3552-1009 E-mail : ir@tosco.co.jp

Q&A

Q1：上期は減収減益だが、通期増収を見込んでいる。下期の打開策はあるのか？

A1：新設住宅着工数は前期に比べ回復傾向にある。今後それが寄与してくるかと考えており、この機を逃さず確実に売上を獲得していきたい。また海外市場においても欧米を中心に回復傾向となっており、グループ会社がある中国も回復傾向。海外にも注力し、通期での増収を目指したい。

Q2：SDGsやESGに関する具体的な取り組みについて教えてほしい。

A2：当社グループでは従来から、働き方改革や女性に長く活躍いただけるような取組等を進めている。また環境面では20年以上前よりISO14001を取得し、環境改善活動を実施してきた。こういった既存の活動と今後取り組むべき活動を整理した上で、今後の方向性を決定する予定。とりまとめが出来次第、皆さまへも開示する。

Q&A

Q3：貴社の今後の中期経営計画や売上拡大策のもう少し具体的な内容を教えてください。

A3：海外については、現在コロナ禍で活動が停滞しているが、海外の高級ホテルは今後も建設需要が続くと思われる。当社は予てよりその獲得に向けた活動を進めており、販売店と協力して開設したシンガポールのショールームも活用して、更に海外の物件獲得に注力していきたい。また、国内については、建物以外への販売拡大にも注力したい。

Q&A

Q4：海外販売の売上比率、これが前年同期比どの程度の増減か、また決算短信に持ち直しの動きが見られたもののとありますが、何が健闘したか教えてください。また新規領域事業の具体的な中身を教えてください。

A4：

①海外売上高について

当社連結業績における海外売上高比率は3%程度となっていたが、前期は新型コロナウイルス感染症拡大の影響により2%程度まで落ち込んだ。当期は海外市場の持ち直しや中国市場での販売拡大等の影響により、コロナ禍前の水準までは至らなかったものの、回復基調にて推移した。

②新規領域事業の具体的内容

当社グループ企業のフジホーム株式会社にてステッキを中心とする歩行関連商品の開発・販売をおこなっている。当期は活動再開に伴い、新規取引先獲得を目指し、総合福祉展「第27回バリアフリー2021」に初出展する等、積極的な営業活動を推進した。