

2023年3月期（2022年度）

TOSO トーソー株式会社

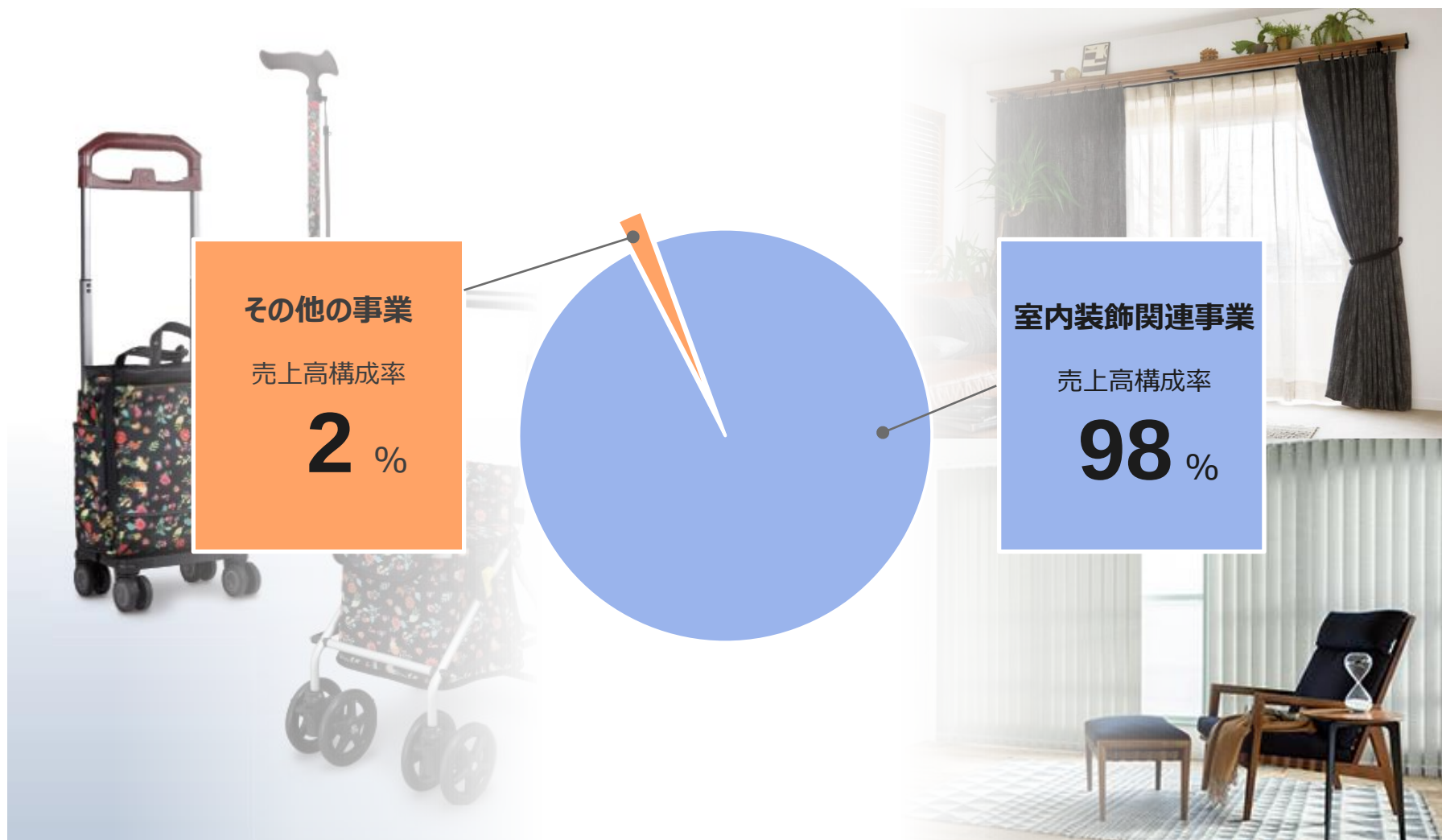
（東証スタンダード市場 証券コード：5956）

決 算 説 明

2023年5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（2021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

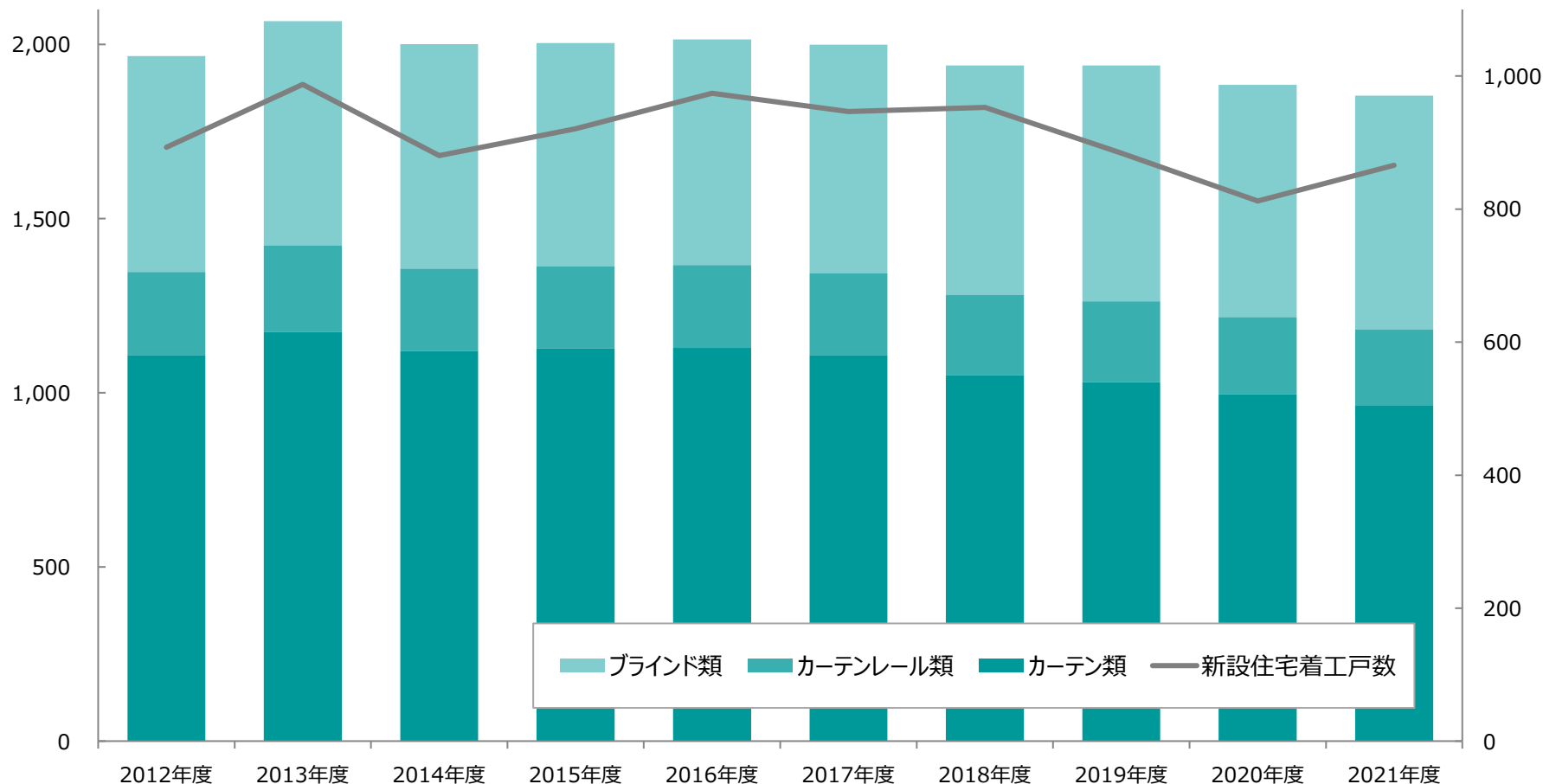
※日本インテリア協会資料（卸売ベース）より当社推定

室内装飾関連事業の市場と建設需要

窓装飾市場は新設住宅着工戸数に影響される

(市場規模：億円)

(戸数：千戸)



※国土交通省「建築着工統計調査」および日本インテリア協会資料（卸売ベース）より当社作成

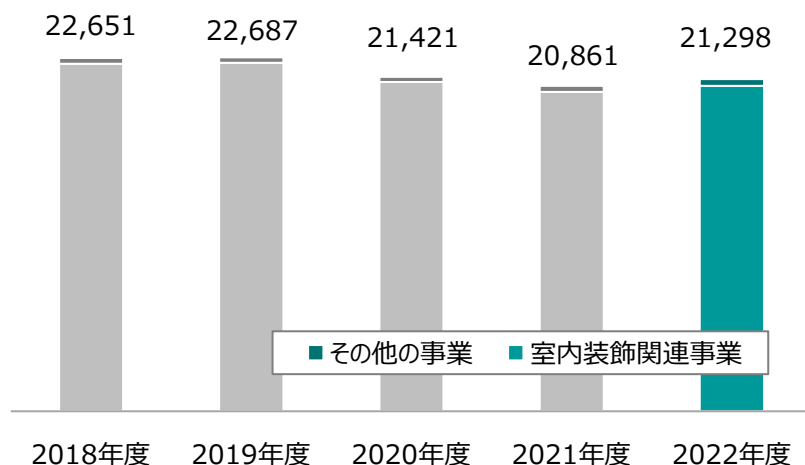
2. 2023年3月期（2022年度）業績概況

2022年度連結業績概況

	前期比	コメント
売上高	2.1% 増収 ↗	非住宅分野や海外販売の増加が影響
営業利益	8.3% 減益 ↘	原材料価格の高騰や為替変動が影響
経常利益	8.8% 減益 ↘	営業外損失の増加（為替差損など）
親会社株主に帰属する 当期純利益	31.0% 減益 ↘	-

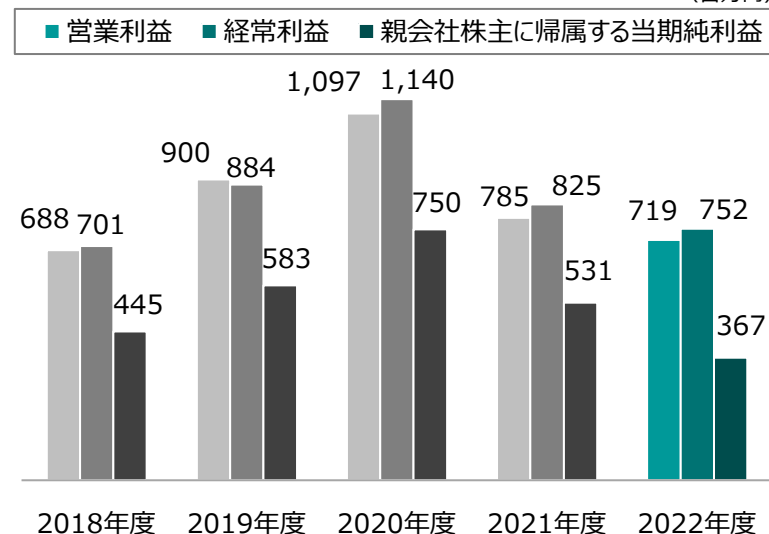
【売上高】

(百万円)



【利益】

(百万円)

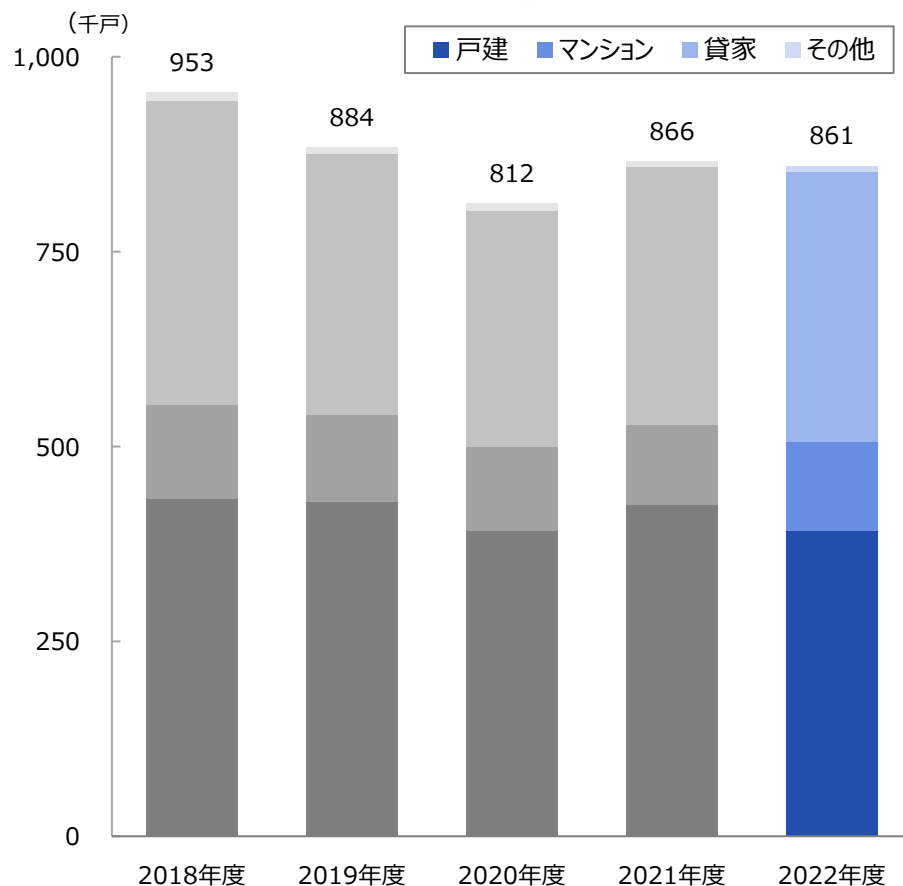


室内装飾関連事業の状況

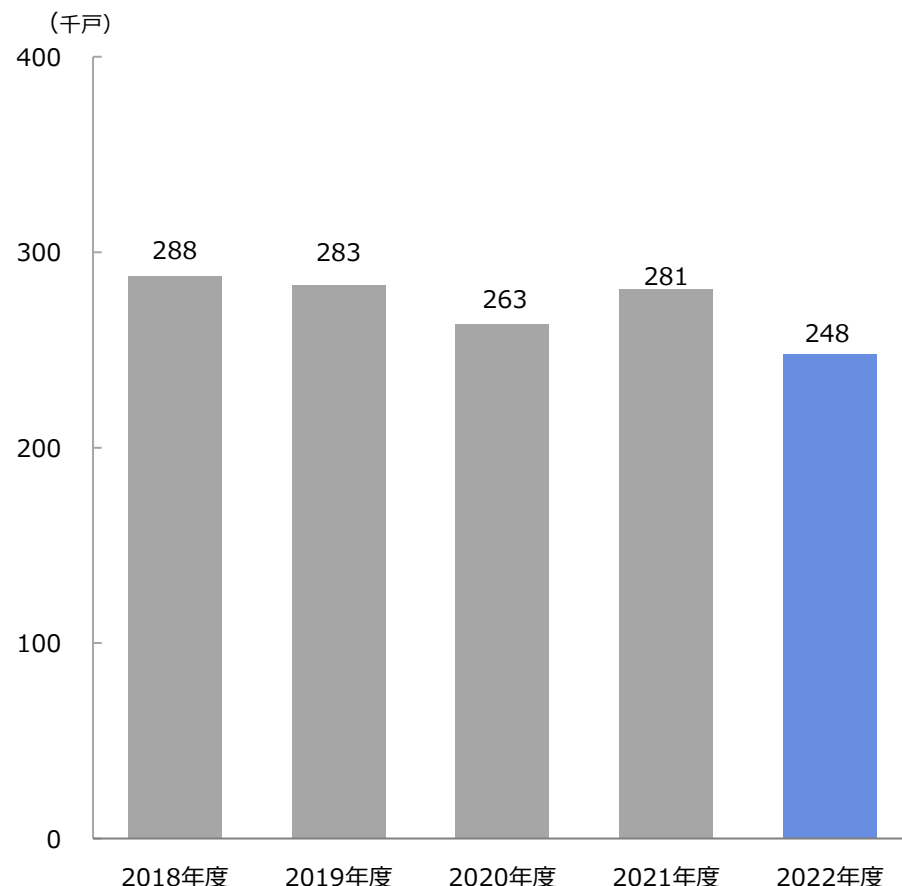
外部環境

住宅は微減だが、中でも主力の持家が不振

新設住宅着工戸数の推移



持家の新設住宅着工戸数の推移

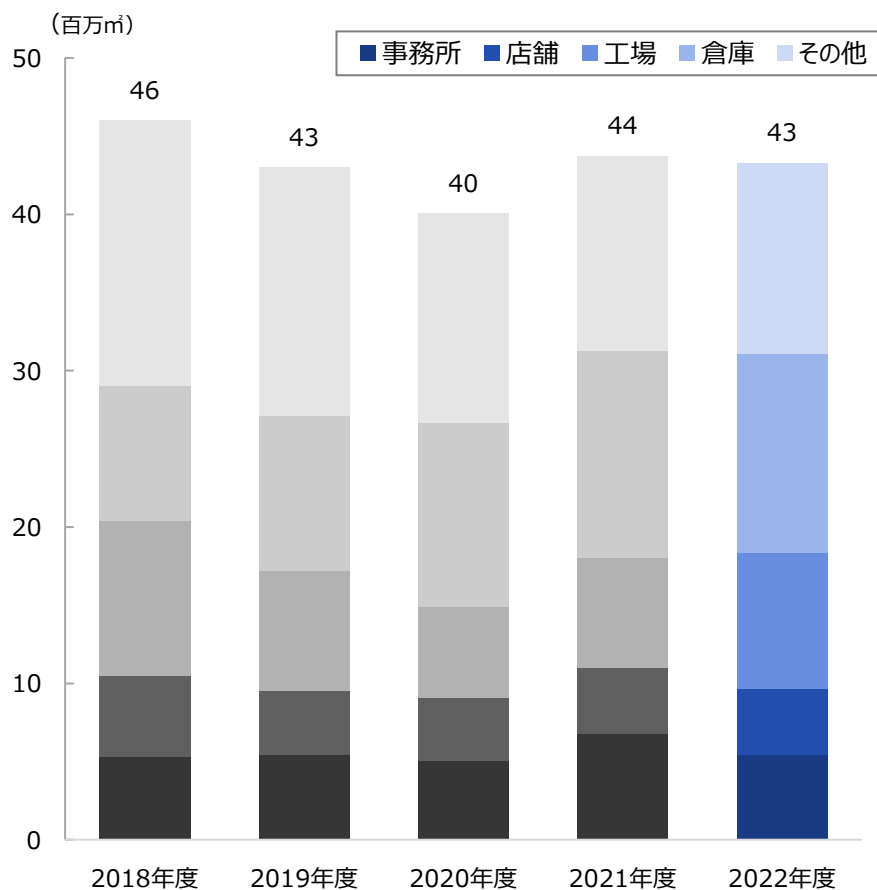


室内装飾関連事業の状況

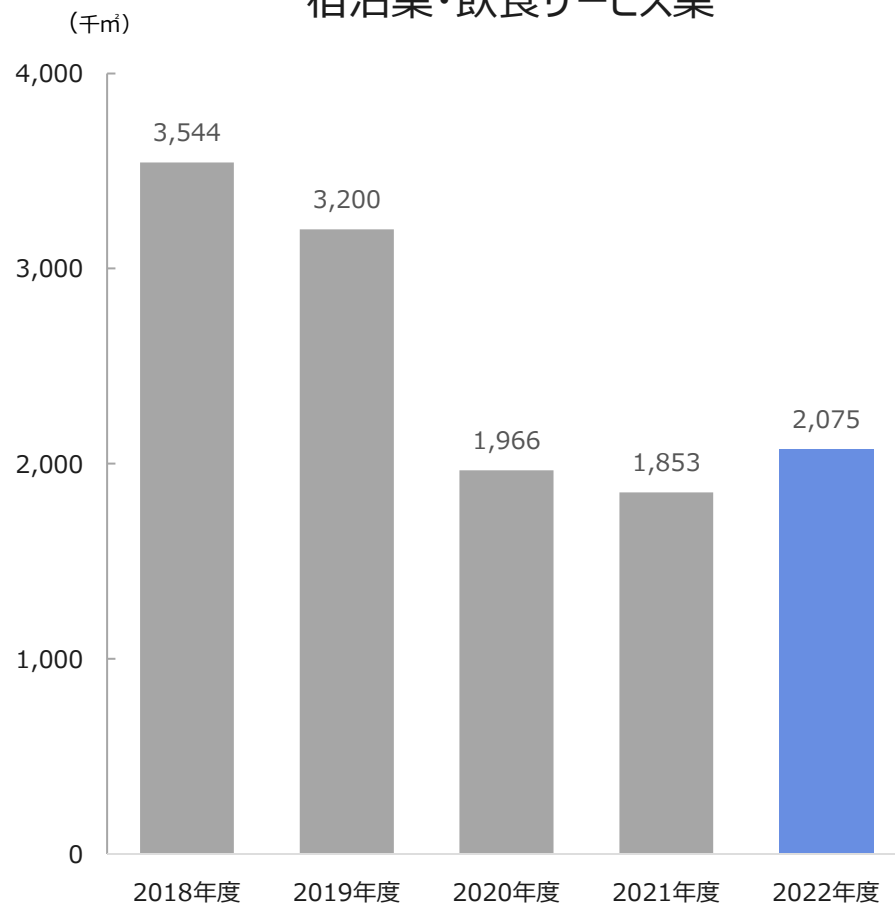
外部環境

非住宅も微減だが、主力の宿泊系は復調傾向

非住宅建築着工床面積



宿泊業・飲食サービス業

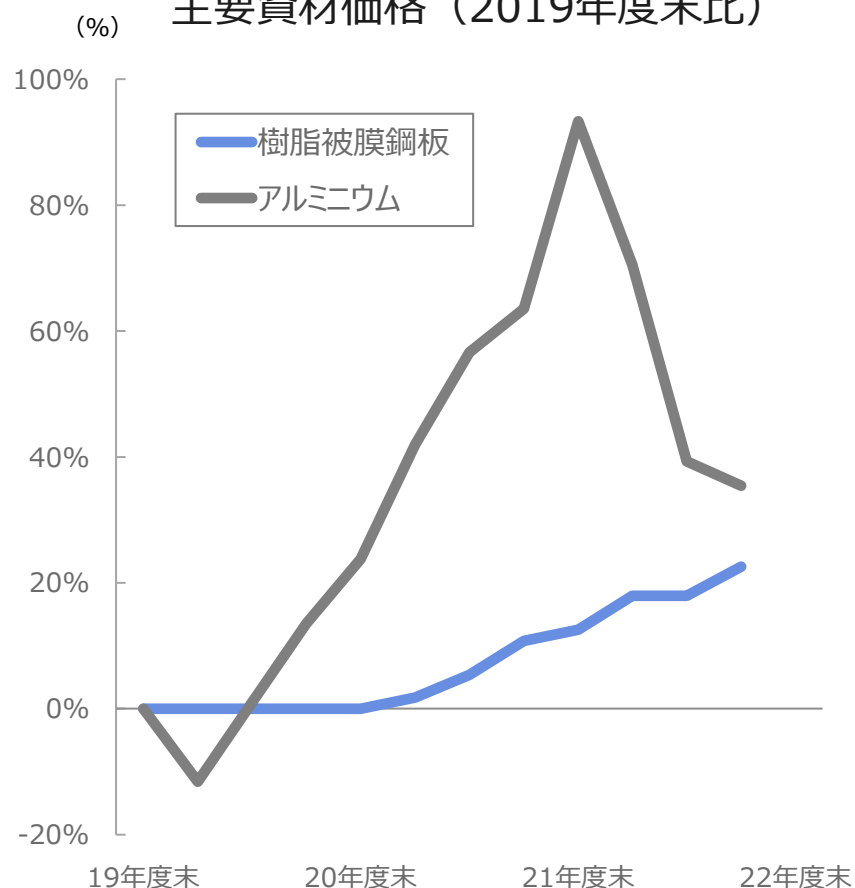


室内装飾関連事業の状況

外部環境

原材料価格の高騰や為替動向が影響

主要資材価格（2019年度末比）



為替動向



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



ハンギングバーH-2



プリーツスクリーン

室内装飾関連事業の状況

取組内容

環境にやさしい新製品の提供



断熱効果

ハニカムスクリーン



リサイクル
PET糸使用

ブリーツスクリーン「葉月」

室内装飾関連事業の状況

取組内容

新製品展示会をハイブリッド開催



ハンギングバーには 大きく分けて3つの使い方がります



室内装飾関連事業の状況

取組内容

イベント・展示会への出展や出版



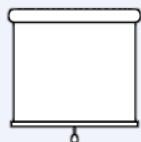
働く | 遊ぶ | 憩う | もてなす | 彩る

最高の
リビングルームが
ここにある。

5つの行動別に、20の秀逸事例 & 28のGOODアイデアを紹介。
理想のリビングルームづくりの
ヒントが見つかります。

トソー出版

室内装飾関連事業の状況



概況

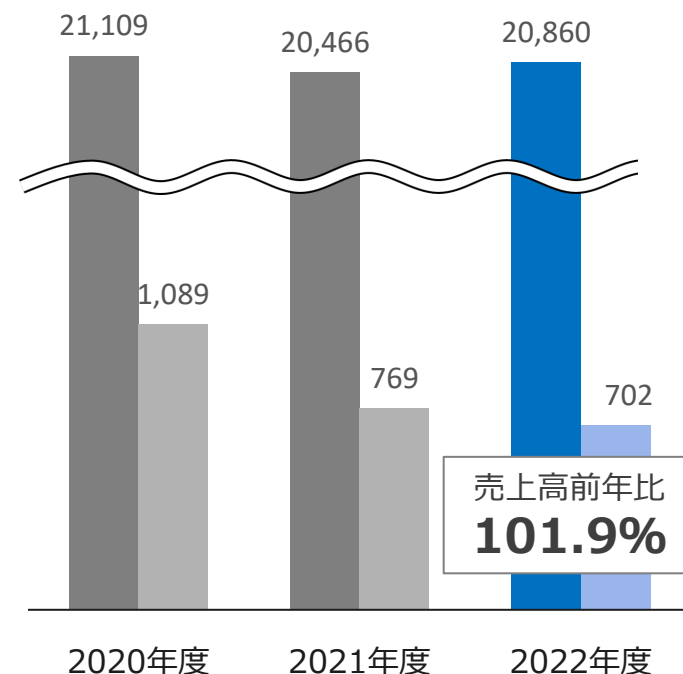
外部環境

- ・ 新設住宅着工戸数は持家を中心に減少
- ・ 宿泊施設を中心とした非住宅や海外市場が持ち直し傾向
- ・ 原材料価格の高騰や為替変動が続く

内部取組

- ・ カーテンレール価格改定を実施
- ・ ハンギングバーおよびブラインド類の新製品を発売
- ・ 各種展示会への出展やオンラインイベントを開催

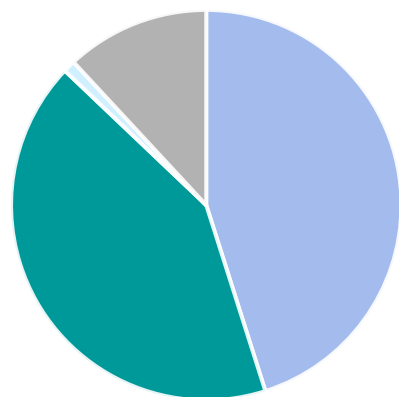
■ 売上高 ■ セグメント利益 (単位：百万円)



**住宅分野が不振も、非住宅や海外販売の好調により増収
利益面では原材料価格の高騰や為替変動の影響により減益**

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 **45%**
- ブラインド類 **42%**
- 間仕切類 **1%**
- その他 **12%**



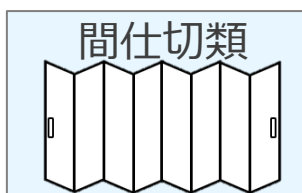
カーテンレール類

物量は前年割れだが、
価格改定の寄与により売上高は増加



ブラインド類

新製品や非住宅の寄与はあるが、
主力の住宅向けの不振が影響



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



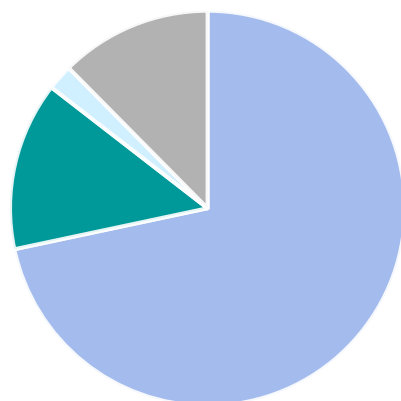
その他

非住宅物件の獲得等により
施工費等が増加



室内装飾関連事業の状況

販売先別の状況



- 専門店・工事店 **78%**
- 大型小売業 **6%**
- 海外販売 **3%**
- その他販売 **13%**

専門店/工事店

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・内装工事業者
ゼネコン納入業者 等

住宅向けは不振だが、
宿泊施設を中心とした非住宅向けが
好調に推移し、売上高は横ばい



大型小売業

ホームセンター・GMS 等

前年反動に加え
EC販売の拡大により増加



海外販売

アジア・欧州への販売 等

段階的な世界経済の持ち直しにより増加



その他販売

メーカーへの資材販売 等

住宅向け以外の資材販売が増加



その他の事業の状況

取組内容

総合福祉展やオンライン展示会への出展



国際福祉機器展H.C.R2022

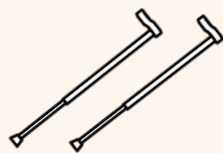


弊社ではステッキ以外の自立歩行補助商品も



この商品は杖先が 360 度動くため

その他の事業の状況



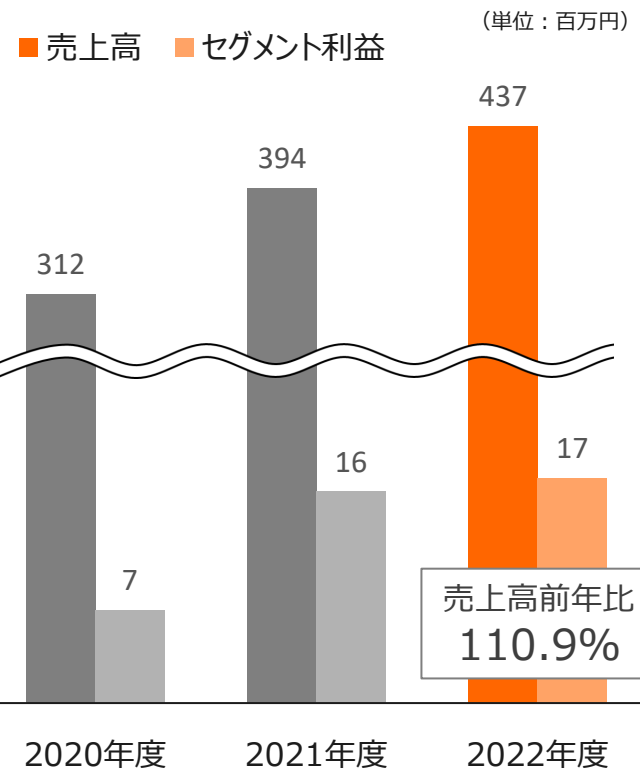
概況

外部環境

- ・ 行動制限の緩和や経済・消費の持ち直しが寄与
- ・ 資源・エネルギー価格の高騰や円安の影響を受けた

内部取組

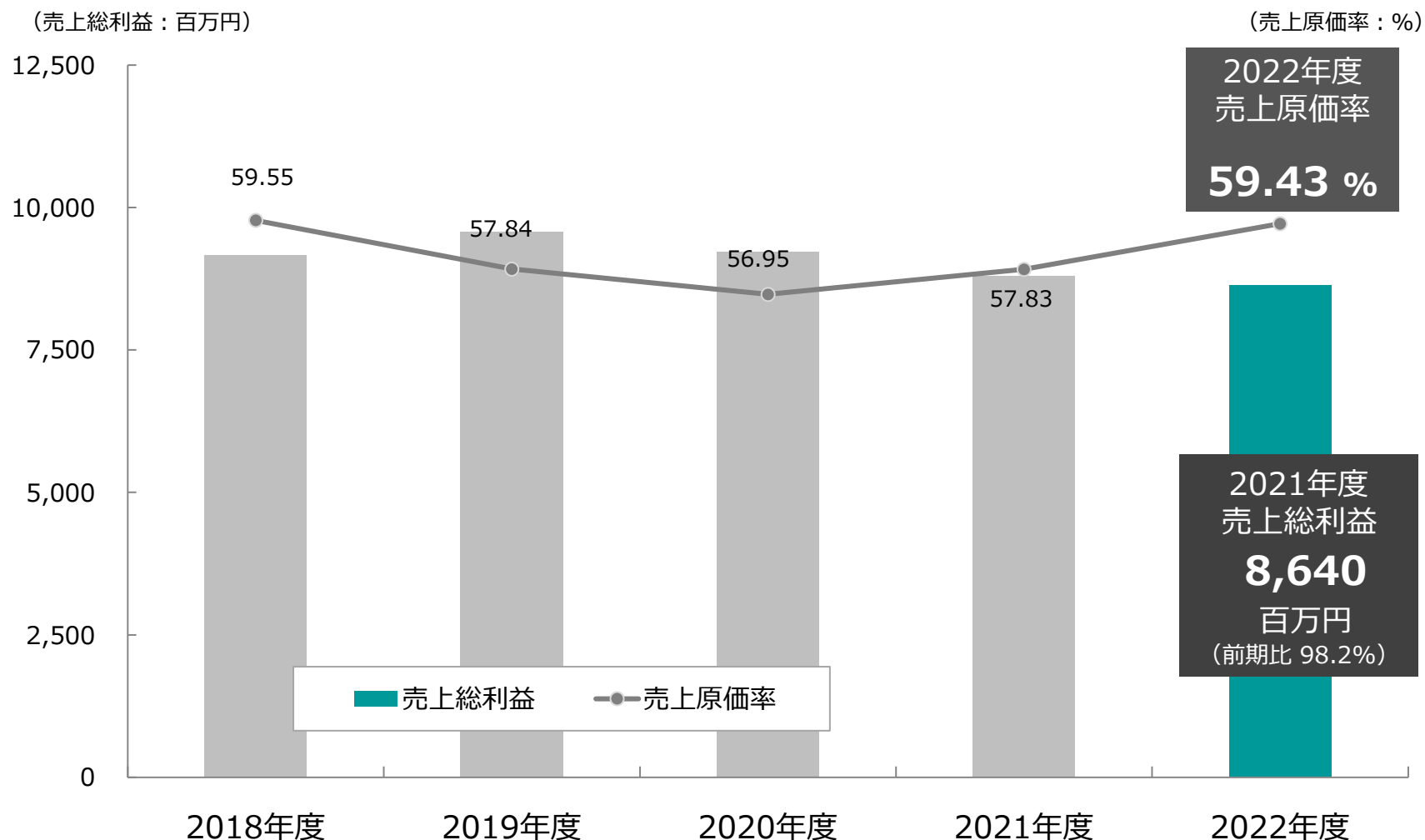
- ・ 新エリア開拓や既存販売店との取り組み強化等を実施
- ・ 国際福祉機器展をはじめとする展示会に出展



段階的な経済の持ち直しや販売活動強化により増収増益

売上総利益・売上原価率の推移

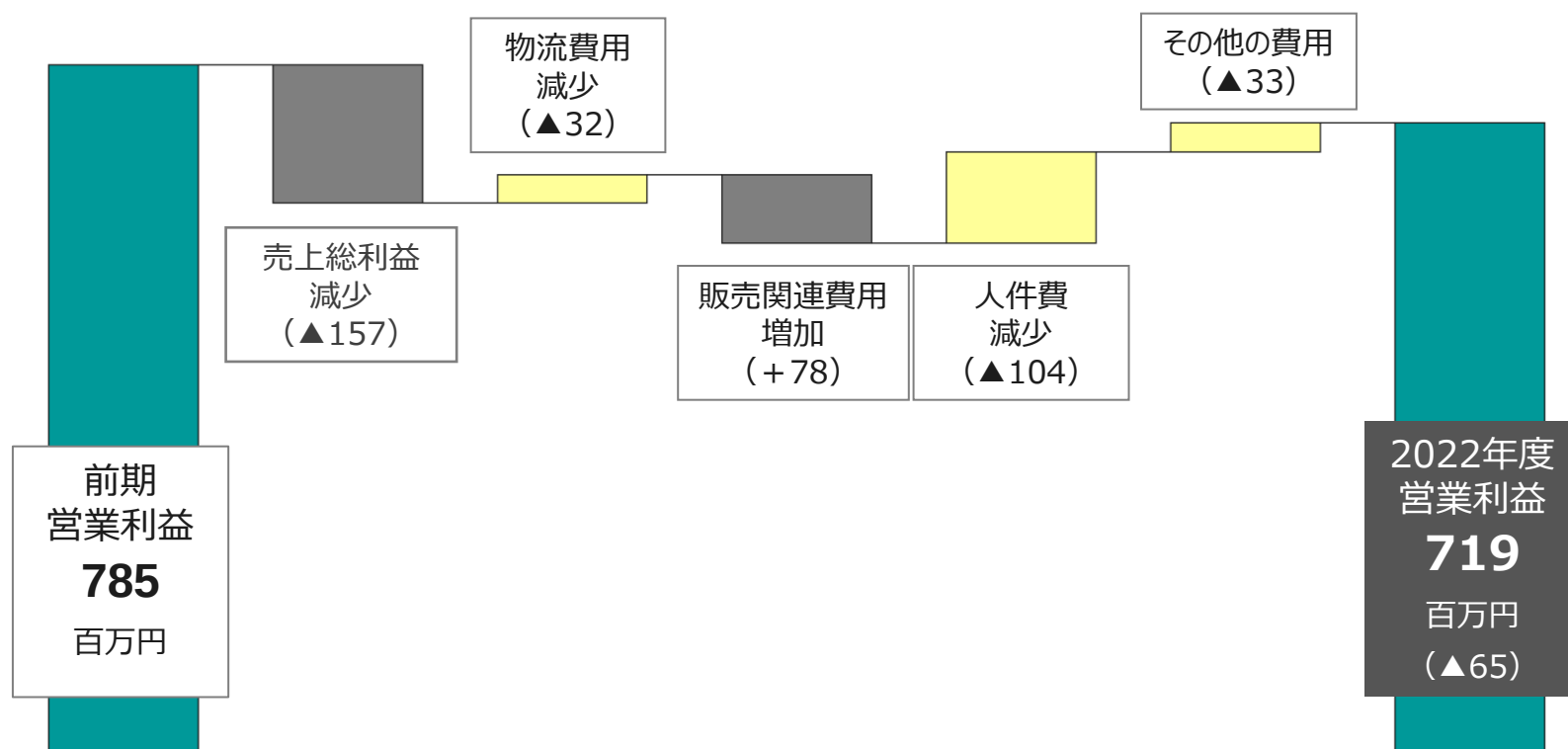
原材料価格の高騰や為替変動が影響



固定費・営業利益

物流費や人件費の減少により、固定費削減も
売上総利益減少により営業利益は減益

単位：百万円

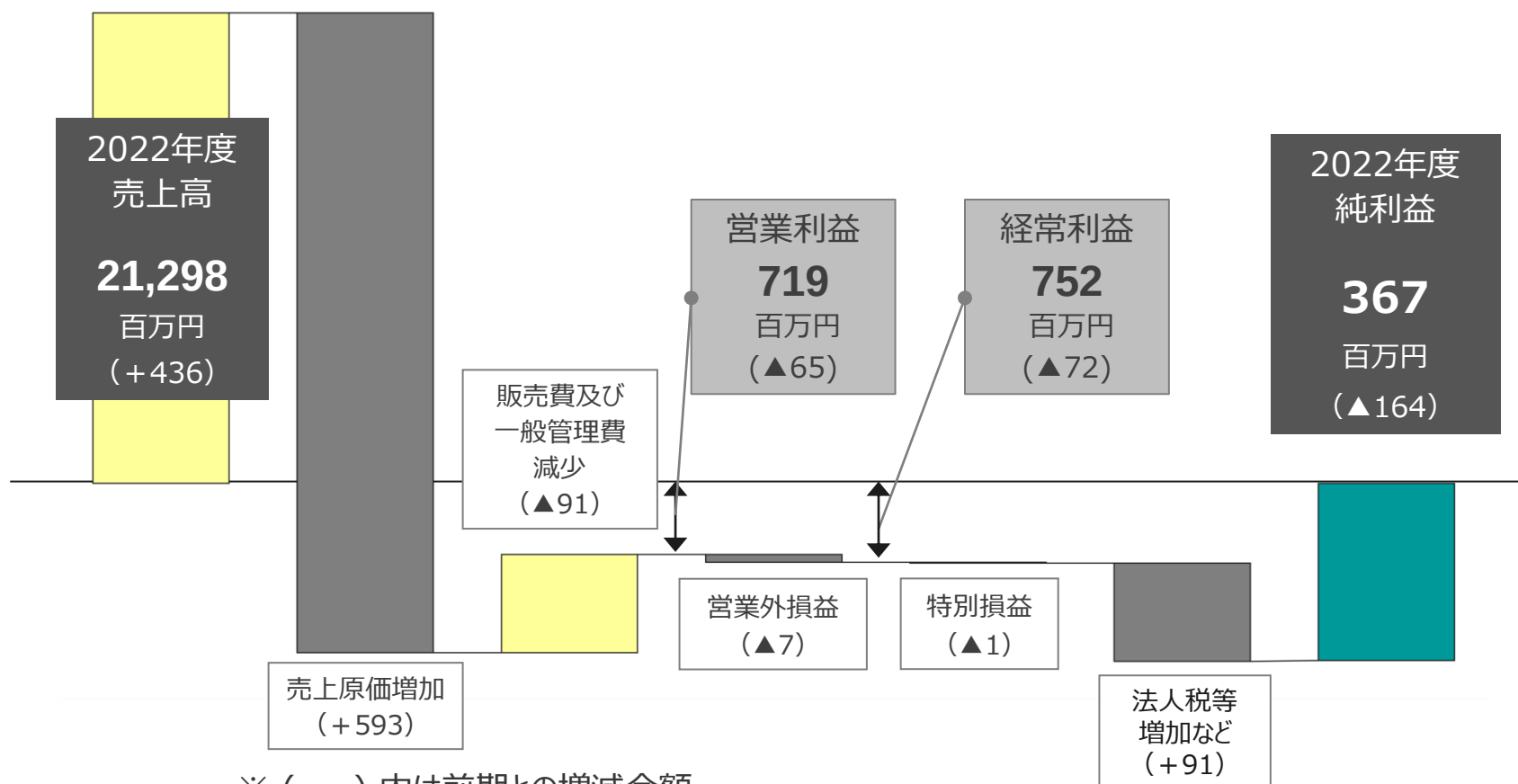


※ () 内は前期との増減金額

連結損益の前期比増減

売上増も、売上原価率の上昇により、減益

単位：百万円



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（▲477）
- ・売上債権（+188）
- ・棚卸資産（+317） など

固定資産

- ・有形固定資産（▲13）
- ・無形固定資産（▲19）
- ・投資その他の資産（▲47） など

総資産 **20,469** 百万円（▲32）

流動資産
15,414（+47）

固定資産
5,055（▲80）

負債

6,856（▲366）

有利子負債
1,308（▲481）

純資産
13,613（+334）

《主な変動要因》

負債の部

- ・支払債務（+138）
- ・1年内返済予定の長期借入金（▲434）
- ・長期借入金（▲40） など

純資産の部

- ・為替換算調整勘定（+172）
- ・利益剰余金（+277） 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	1,332 百万円	606 百万円	▲726 百万円
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲564 百万円	▲581 百万円	▲17 百万円
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲839 百万円	▲653 百万円	+186 百万円

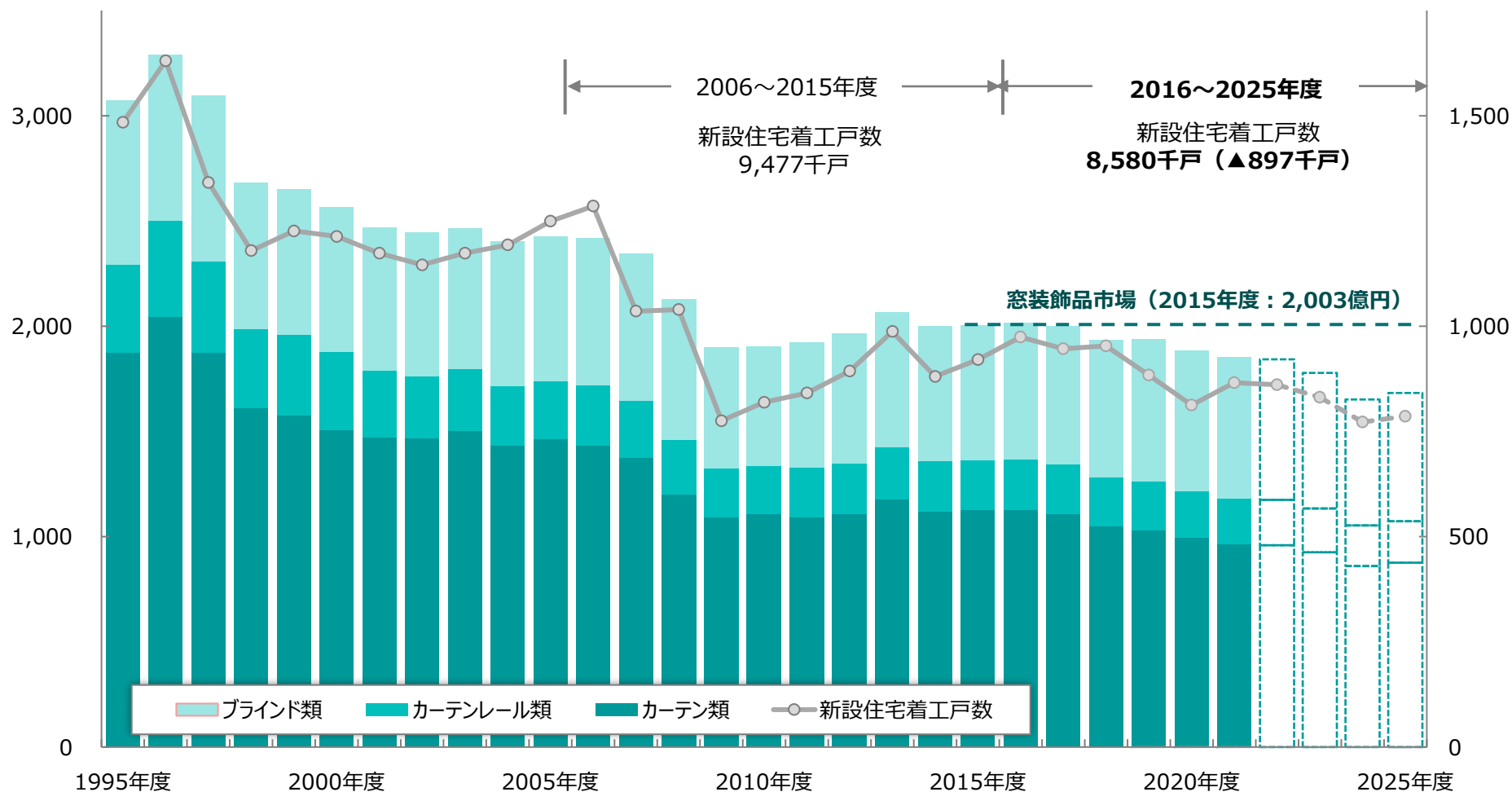
3. 今後の活動について

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

(金額：億円)

(戸数：千戸)



※最新の民間シンクタンク発表「日本経済中期見通し」、「日本インテリアファブリックス協会資料（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（2020～2023年度）

成長戦略を本格的に推進し、持続的な企業成長を目指す

【 経営方針 】

- 1 .コアビジネスにおける「TOSO」特有の新しい企業価値創造
- 2 .成長戦略への重点投資による事業領域拡大
- 3 .持続的な企業成長を実現するための強固な経営基盤の再整備

「Vision2025」第2フェーズ（2020～2023年度）

成長戦略を本格的に推進し、持続的な企業成長を目指す

【 経営方針 】

1. コアビジネスにおける「TOSO」特有の新しい企業価値創造
2. 成長戦略への重点投資による事業領域拡大
3. 持続的な企業成長を実現するための強固な経営基盤の再整備



【 重点施策 】

新たな付加価値提案



「Vision2025」第2フェーズ（2020～2023年度）

成長戦略を本格的に推進し、持続的な企業成長を目指す

【 経営方針 】

1. コアビジネスにおける「TOSO」特有の新しい企業価値創造
2. 成長戦略への重点投資による事業領域拡大
3. 持続的な企業成長を実現するための強固な経営基盤の再整備



【 重点施策 】



非住宅分野



海外販売



新規分野

「Vision2025」第2フェーズ（2020～2023年度）

成長戦略を本格的に推進し、持続的な企業成長を目指す

【 経営方針 】

1. コアビジネスにおける「TOSO」特有の新しい企業価値創造
2. 成長戦略への重点投資による事業領域拡大
3. 持続的な企業成長を実現するための強固な経営基盤の再整備



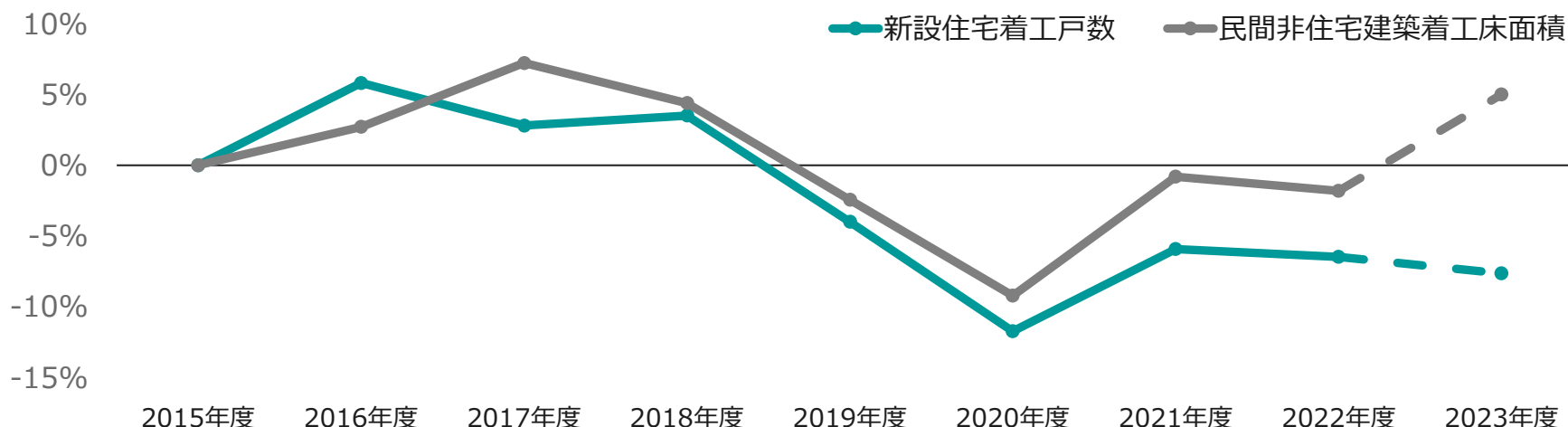
【 重点施策 】

**従業員、顧客、社会へ向けた
ESG・SDGsへの取り組み**



2024年3月期（2023年度）の見通し

住宅および非住宅の着工推移（2015年度比）



(※)国土交通省「建築着工統計調査および一般財団法人 建設経済研究所「建設経済モデルによる建設投資の見通し」を基に作成。2023年度は見込み値。

市場環境	- 国内経済は新型コロナウイルス感染症の5類への移行等に伴って持ち直しが想定されるものの、感染の再拡大やウクライナ情勢等の懸念もあり、先行きは不透明 - 引き続き資材価格の高騰や為替変動に伴う影響が発生する見通し - 住宅関連市場は新設住宅着工戸数が前年減の見通し
取組内容	- 高付加価値型新製品提案および「選びやすさ」を重視したラインナップ見直しの積極推進 - 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、新規領域）への取り組み強化 - 一層の原価低減推進および費用低減や、サステナビリティへの取り組み推進

2024年3月期（2023年度）の見通し

【2024年3月期（2023年度）業績予想】

	2023年3月期 (2022年度)		
	当初見通し	実績	前期比
売上高	21,500	21,298	102.1%
原価率	—	59.43%	(※1) 102.8%
販管費	—	7,920	98.9%
営業利益	600	719	91.7%
経常利益	630	752	91.2%
親会社株主に帰属 する当期純利益	420	367	69.0%

2024年3月期 (2023年度)	
見通し	前期比
21,800	102.4%
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	
550	76.4%
580	77.1%
350	95.4%

(※)原価率の前期比は、「2022年度原価率」÷「2021年度原価率」にて算出

TOSO トーソー株式会社
(東証スタンダード市場 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

Q1：2023年度業績予想は、当初の中期計画の目標に届かない見込みとのことだが、経営ビジョンの修正や次期中期計画についてはどのように考えているのか？

A1：まずは業績予想を超過達成することが最重要と認識している。

Vision2025の策定は2015年、現在の中期経営計画は2019年に策定したものであり、その際には予想し得なかった新型コロナウイルス感染症の影響や原材料価格の高騰が発生している。これらの状況変化や弊社活動状況を踏まえて、達成に向けた活動を行い、必要に応じて修正を検討する予定。

また、次の中期経営計画は2024年度から始動予定であり、新中期経営計画の策定や、Vision2025の修正等が発生した場合は、社内決議後、速やかに情報開示を行う。

Q&A

Q2：2023年度の 為替の影響はどのように見込んでいますか？

A2：単純計算でドル円価格が1円動くと約2,000万円の影響が発生する計算だが、為替予約等である程度リスクヘッジを行っており、上昇額が全てそのまま原価へ影響しないようにしている。

Q3：現状の事業環境での自然体の売上高営業利益率は、どの程度とお考えでしょうか？

A3：2021年度及び2022年度は資材価格・エネルギー資源の大幅な高騰もあり売上高営業利益率はやや低下したが、概ね4%前後にて推移している。（2020-2023年度平均：4.03%）

継続的な原価低減活動・生産効率の向上に向けた取り組みを推進することで、まずは5%程度まで高めていきたい。

Q&A

Q4：親会社に帰属する当期純利益が大幅に下がっていますが、具体的な要因を教えてください。

A4：原材料価格の高騰や為替変動等により売上原価が上昇した結果、各段階利益が減少している。それに加えて、グループ子会社の配当方針を変更したことにより、税効果会計上の影響が発生している。