

2012年11月

**TOSO トーソー株式会社**

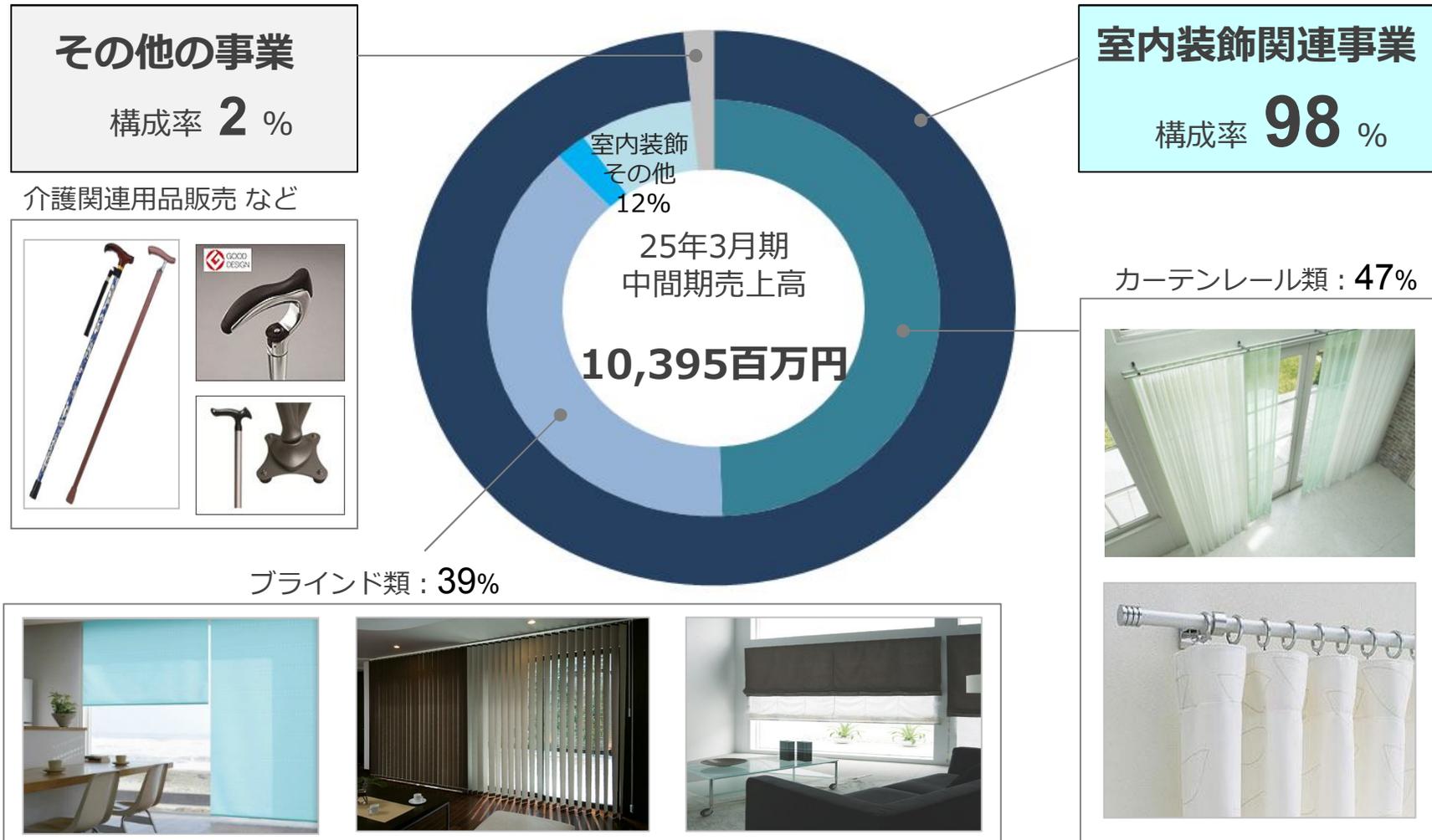
**平成25年3月期 第2四半期 決算説明**

(東証2部 証券コード : **5956**)

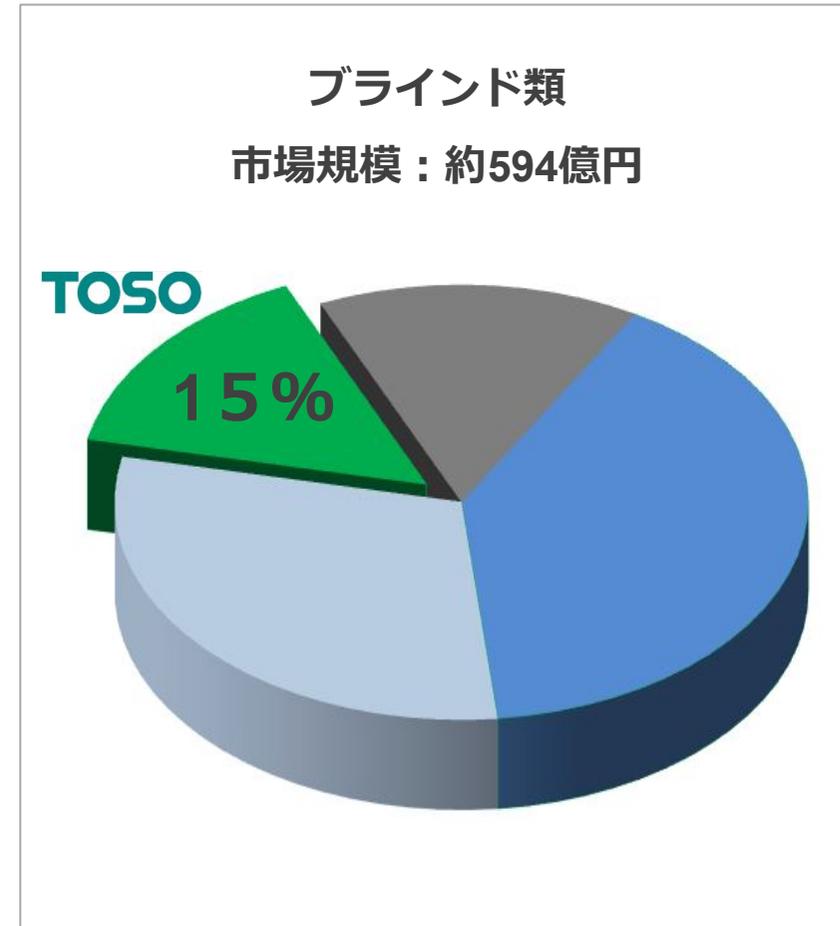
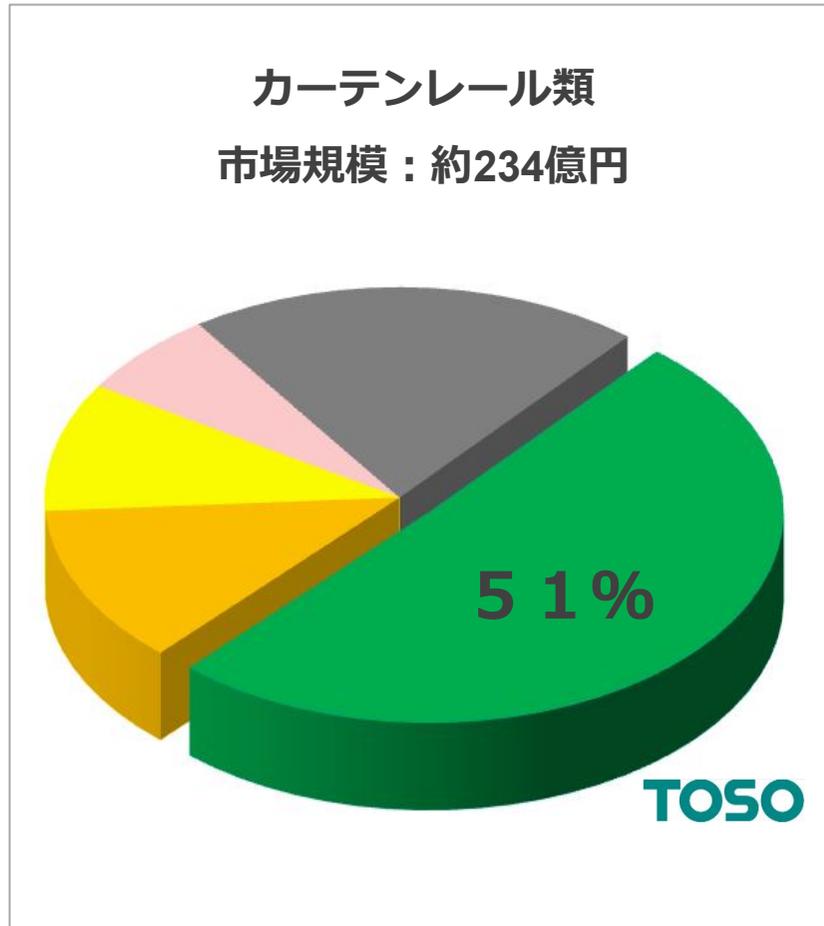


# 1. 事業環境

### 【連結売上高の構成率】

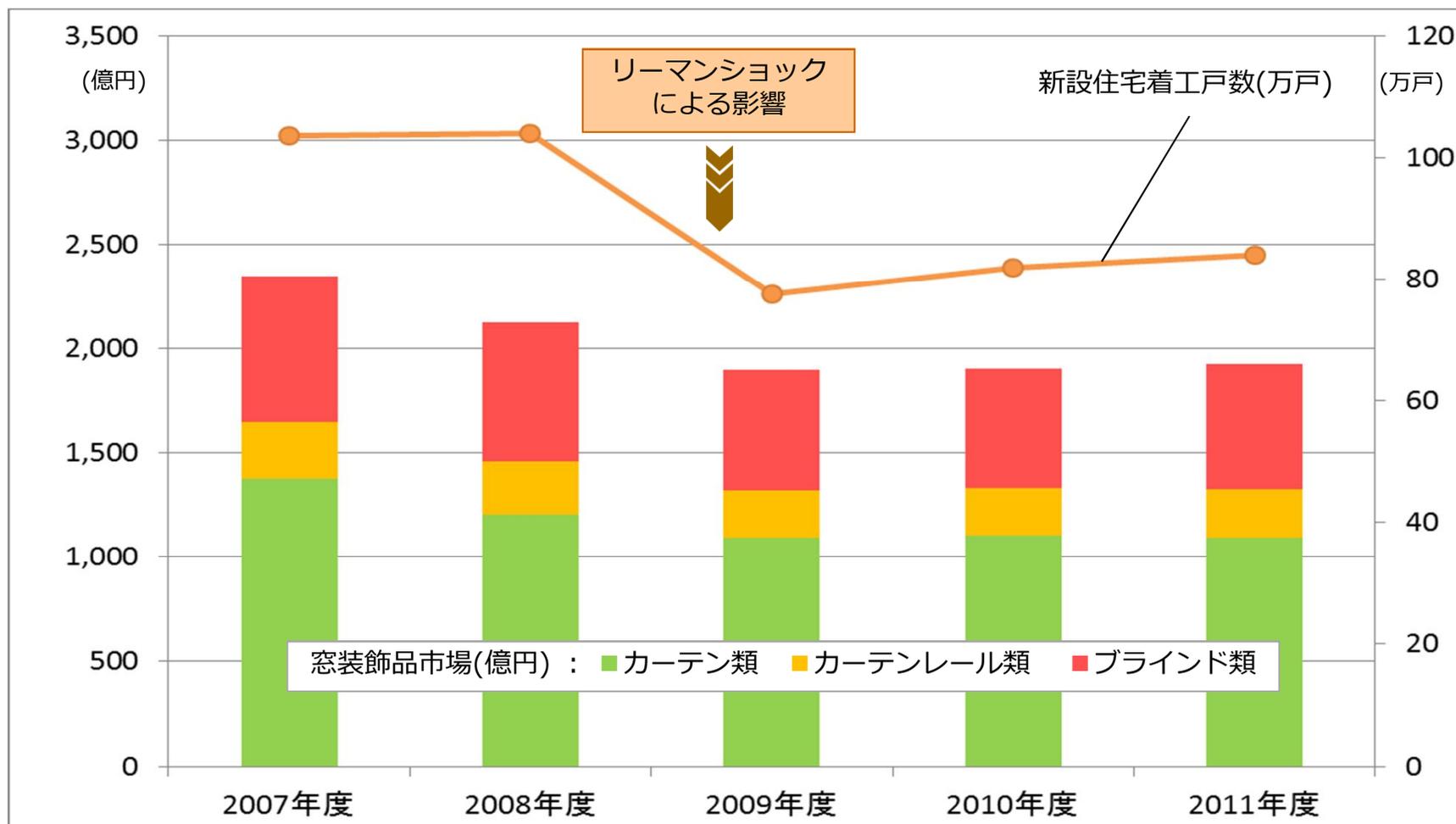


### 【商品項目別市場規模および当社シェア】



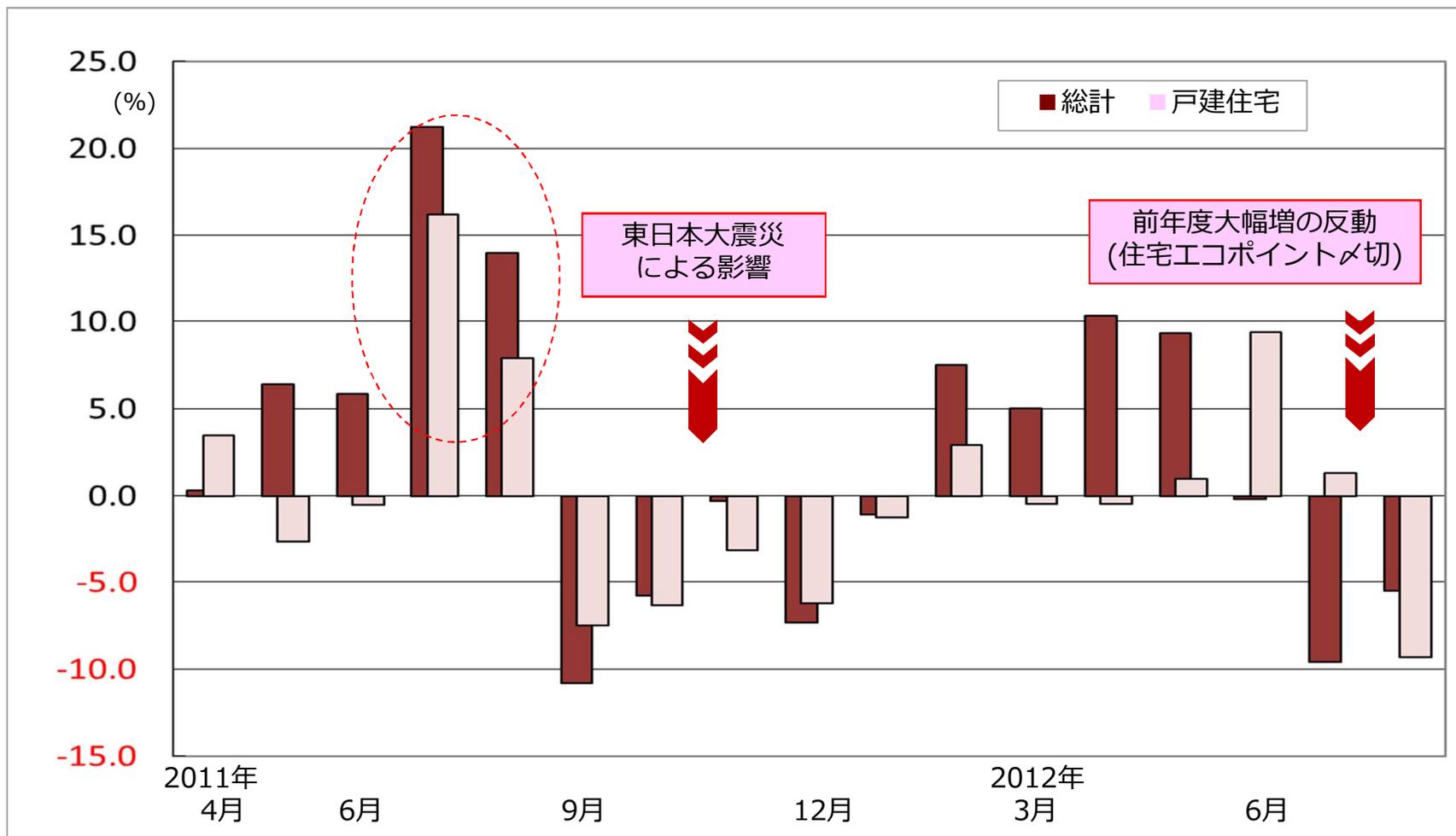
※日本インテリアファブリックス協会資料他(卸売ベース)より推定

### 【新設住宅着工と窓装飾品市場の推移】



※データ出典：日本インテリアファブリックス協会

### 【新設住宅着工と窓装飾品市場の推移】

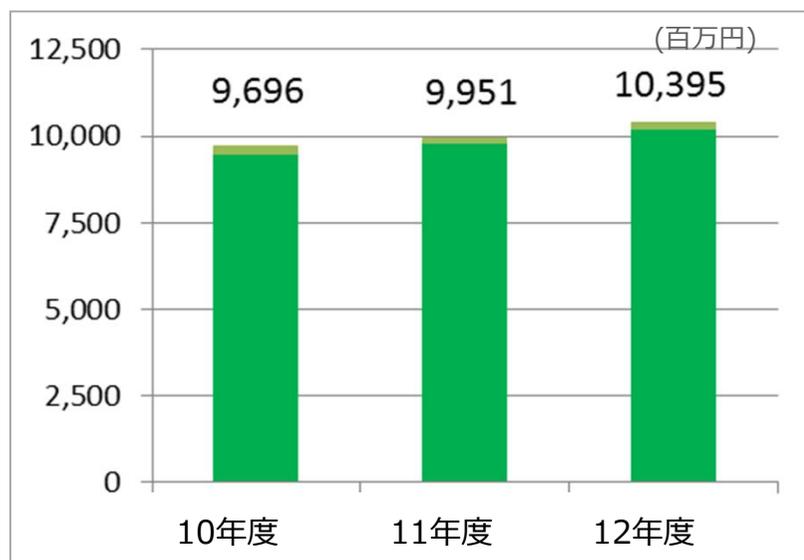


## 2. 業績概況

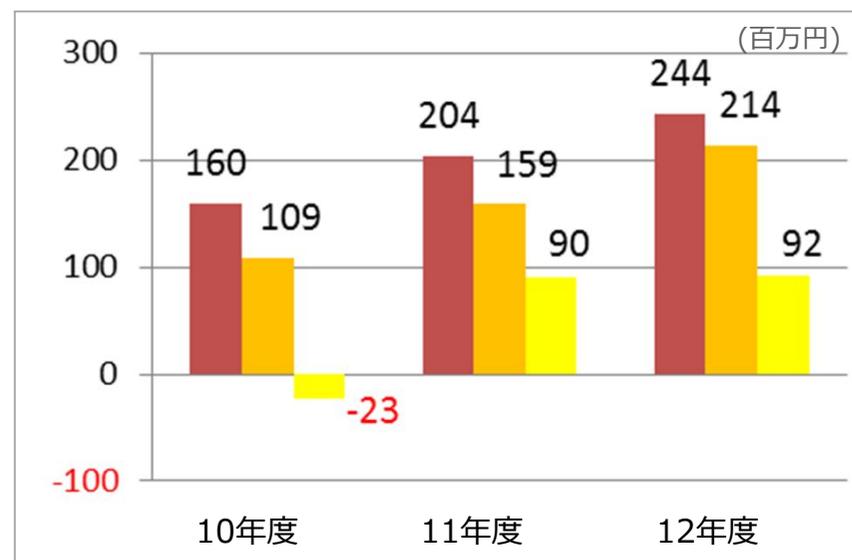
# 業績概況 - 2012年度中間期業績概況 -

	前年同期比		コメント
売上高	4.5%増収	↗	4期連続の上期(第2四半期累計)増収
営業利益	39百万円の増益	↗	原価率上昇、販管費増加を売上高拡大でカバー
経常利益	54百万円の増益	↗	特別費用の減少
純利益	2百万円の増益	↗	税務負担の発生

【売上高の推移】 ■ 室内装飾関連事業 ■ その他事業



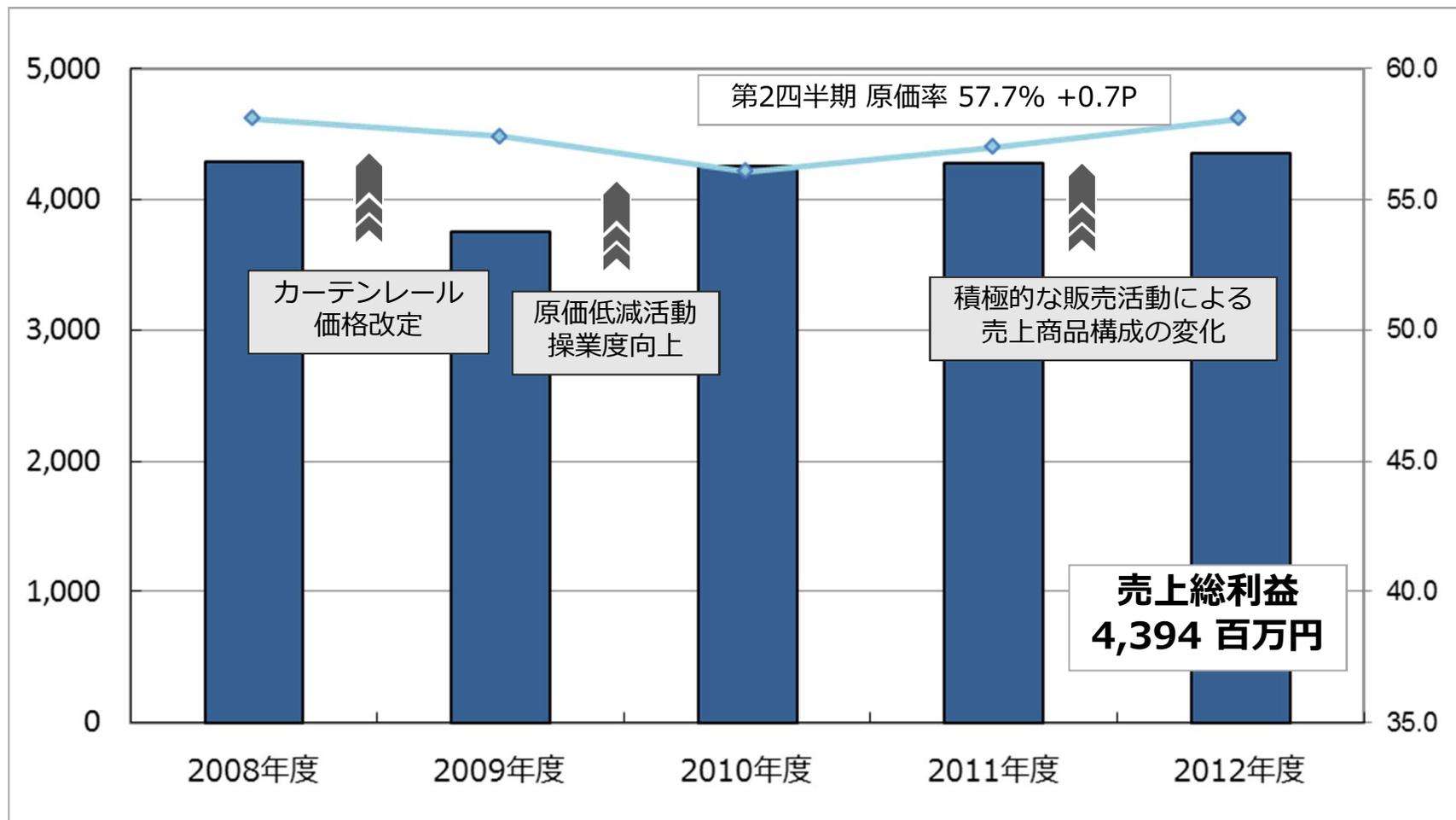
【利益の推移】 ■ 営業利益 ■ 経常利益 ■ 当期純利益



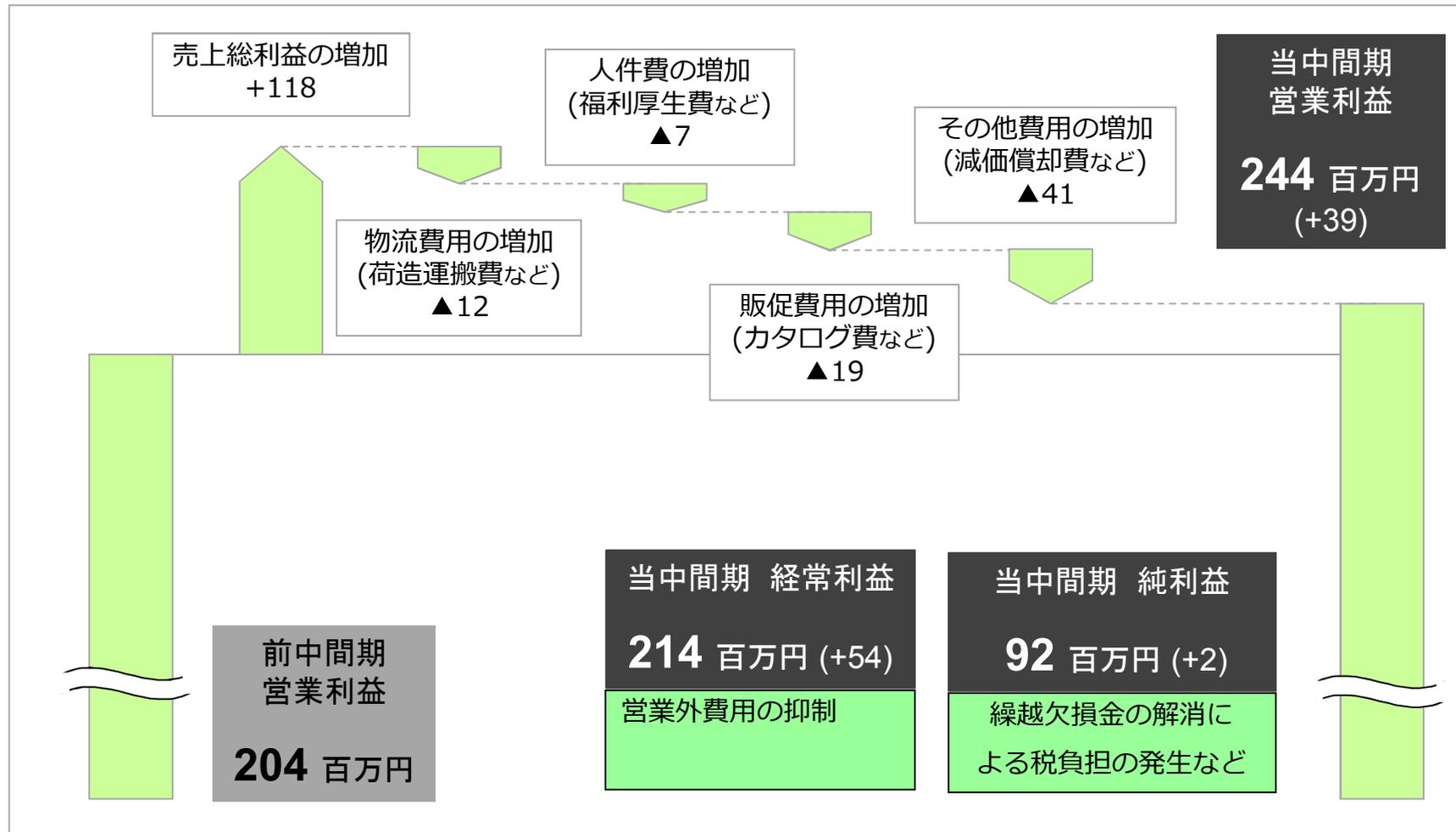
## 【商品別売上高分析】

商品	販売状況	コメント
カーテンレール類 	前年同期比 <b>101.8%</b> 販売状況 	<ul style="list-style-type: none"> <li>・6月発売新製品を中心とした全国展示会開催による販促効果（全国37ヶ所にて新製品展示会を開催）</li> <li>・省エネ需要を取り込んだ用品類の充実（カーテンと窓の隙間を防ぐ部品類など）</li> </ul>
ブラインド類 	前年同期比 <b>106.0%</b> 販売状況 	<ul style="list-style-type: none"> <li>・物件獲得や新規開拓などの積極的な営業活動</li> <li>・遮熱スクリーンなどの投入</li> </ul>
その他の事業 	前年同期比 <b>115.2%</b> 販売状況 	<ul style="list-style-type: none"> <li>・介護卸業者への販売強化</li> <li>・新製品発売および展示会出展による販促効果</li> </ul>

## 【売上総利益と原価率の推移】

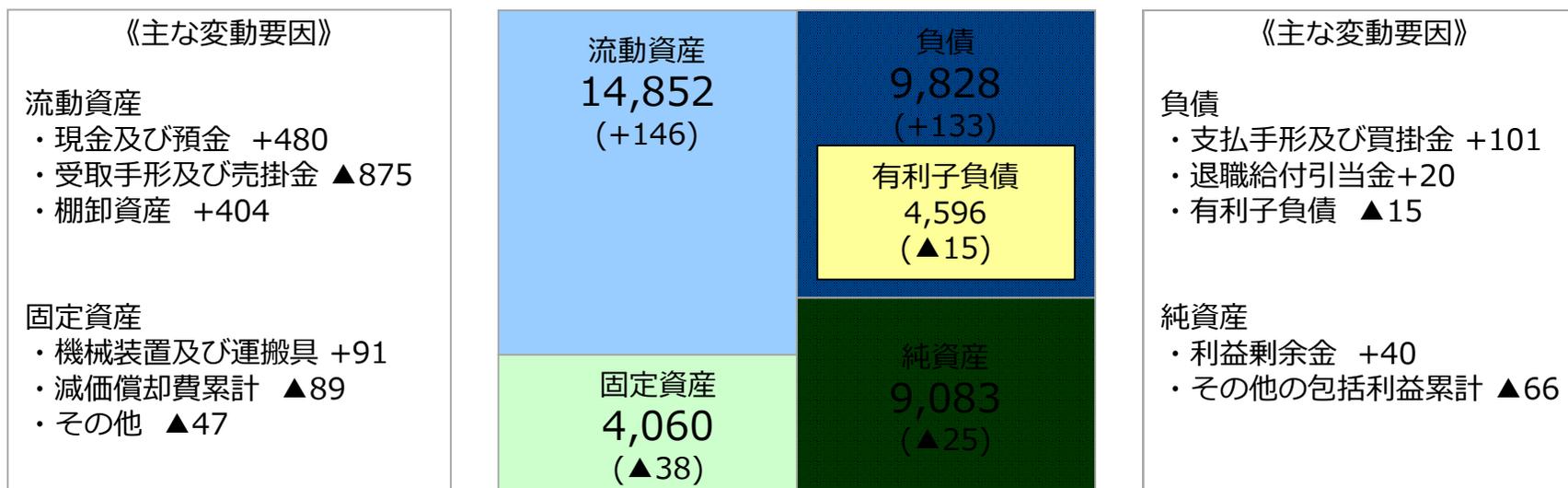


## 【当期営業利益の増減要因】



### 【貸借対照表】

総資産 18,912 百万円 (+107)



※単位：百万円( )内は前期末比増減

### 【キャッシュ・フロー計算書】

	前中間期	当中間期	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	792 百万円	758 百万円	▲33 百万円
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲246 百万円	▲152 百万円	+94 百万円
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲173 百万円	▲129 百万円	+43 百万円

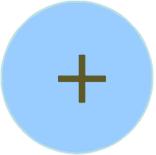
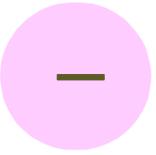
## 【25年3月期 通期業績予想】

	上期		下期		通期		
	前期	当期	前期	当期(予)	前期	当期(予)	前年比
売上高	9,951	10,395	11,418	<b>12,105</b>	21,369	<b>22,500</b>	<b>105.3%</b>
原価率	57.0%	57.7%	57.3%		57.2%		
販管費	4,070	4,149	4,306		8,376		
営業利益	204	244	574	<b>756</b>	778	<b>1,000</b>	<b>128.4%</b>
経常利益	159	214	575	<b>686</b>	734	<b>900</b>	<b>122.5%</b>
当期純利益	90	92	192	<b>308</b>	282	<b>400</b>	<b>141.5%</b>
配当金	5円	5円	5円	<b>5円</b>	10円	<b>10円</b>	

## 【下期見通しについて】

市場環境	世界経済の低迷懸念も復興需要の下支え等により新設住宅着工は前年並に推移
売上高	新製品の投入と新規開拓活動の強化を積極的に推進
利益	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

### 3. 中期展望

	短期	中長期
プラス要素 	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 ④消費税率アップによる駆け込み需要	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 <u>環境（エコ・省エネ）</u> 、耐震、高齢化、単身世帯等
マイナス要素 	① 雇用、所得環境の先行き不安による消費や住宅投資の影響 ② 震災による持家取得意欲への影響	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 ③ 消費税率アップによる特需後反動や投資意欲の減退



当面の新設住宅着工戸数は年間80万戸台を想定

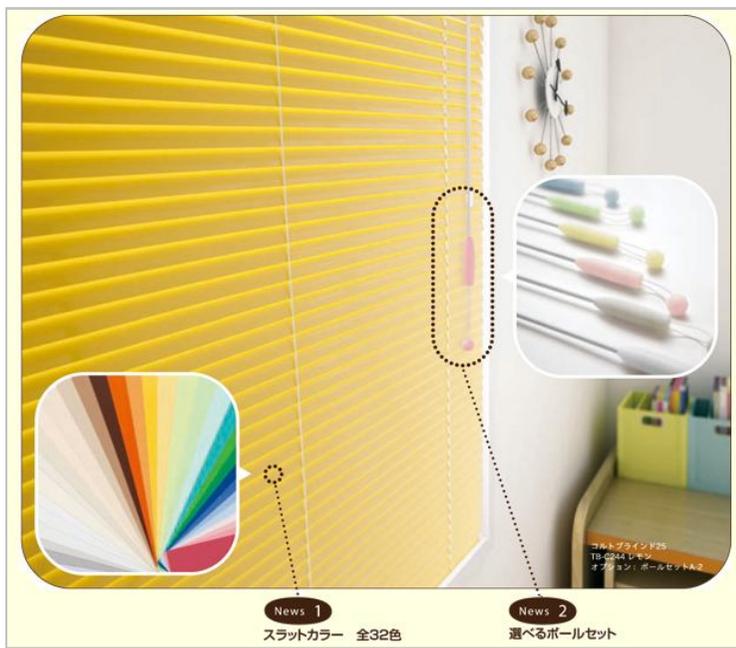
①コアビジネスのプラス要素の取り込み ②海外事業の拡大 ③非住宅(非新設)分野の取組強化

## 【販売政策と一体化した差別化商品の開発強化】

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。また、「省エネ」「節電」などの社会的需要へもタイムリーに対応。

### COLT(コルト)

「コルト」シリーズは、ベーシックな色柄を中心に、質感と値頃感を両立させた新定番シリーズ。ロールスクリーンやブラインドなどへ商品展開。



### レガートスクエア

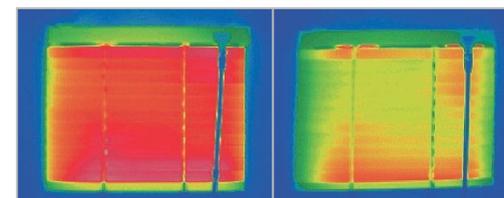
日本の住宅にマッチした木目柄で近時のトレンドであるナチュラルモダンやシックモダン、和モダンなどのスタイルに幅広く使用できるフラットなデザインの装飾性カーテンレール。



(2011年度グッドデザイン賞受賞)

### 遮熱ブラインド

太陽光の中で「暑さ」を感じさせる日射の約50%を占める赤外線、ブラインドの羽(スラット)表面にコーティングした遮熱塗装で反射し、熱エネルギーの発生と室内への侵入を低減します。



一般的なブラインド

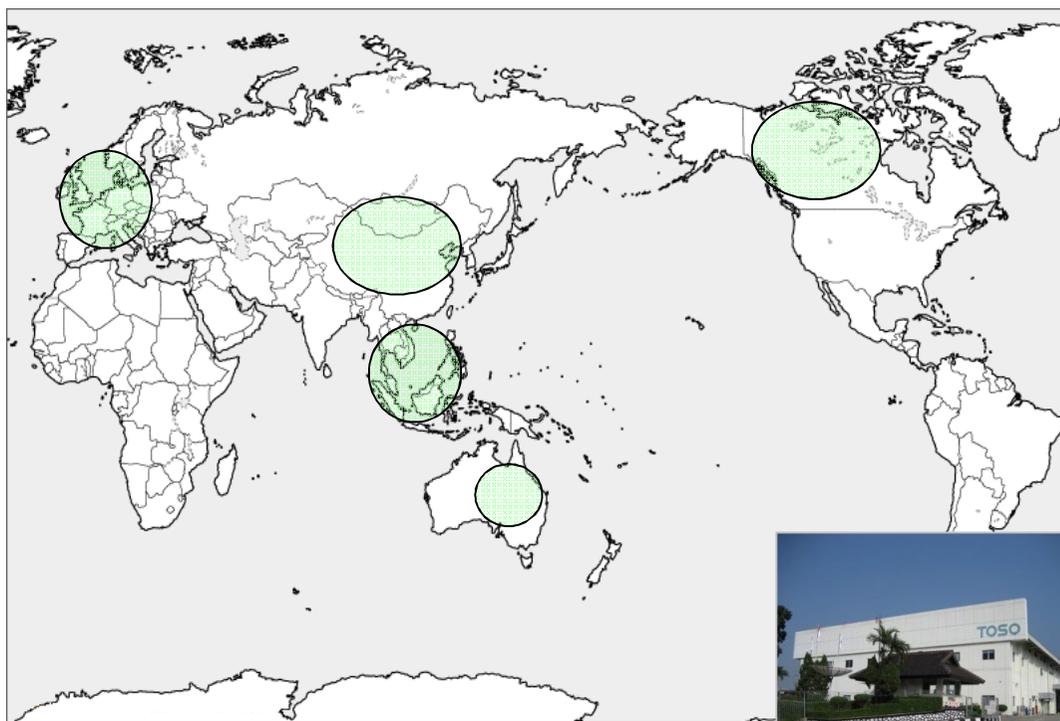
遮熱ブラインド

# 中期展望 - 営業政策② 海外事業の拡大 -

## 【海外事業における売上拡大】

海外大型物件の獲得やアジアを中心とした新興国需要の取り込みなどを積極的に推進することで、2015年度海外売上高構成率10%以上を目指す。

### 販売エリア・拠点



海外生産拠点：TOSO INDUSTRY INDONESIA



### 海外獲得物件



Taj Mahal Palace Hotel / India



Cyber-port City / Hong Kong

## 【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のみに依存しない新しい事業領域への拡大を図る。

### 非住宅領域

ホテル、オフィス、病院 など非住宅市場でのシェアアップ



### リフォーム市場

オーニング(日よけ)や複層ガラス、2重サッシなどのコア事業の周辺領域における商品展開の拡充によるリフォーム市場への取組強化



### 新規事業領域

好調に推移している介護関連用品の販売など、新規事業領域における売上拡大の継続的な推進



**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 <http://www.toso.co.jp>