

窓辺をかえる、明日が変わる。

TOSO トソー株式会社

(東証2部 証券コード : 5956)



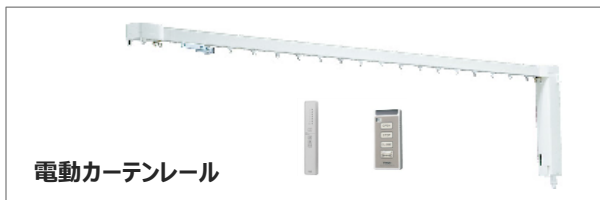
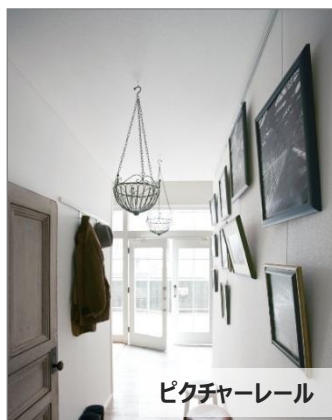
平成31年3月期 (2018年度) 第2四半期 決算説明

2018年11月

1. 事業環境および当社の状況

事業内容（主な製品）

室内装飾関連事業（カーテンレール類）



室内装飾関連事業（ブラインド類・間仕切類）



その他の事業



その他の事業

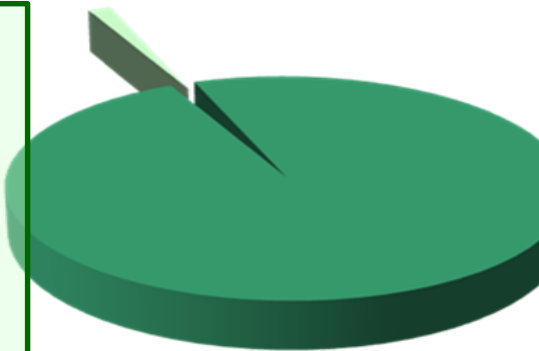
売上高構成率

2%

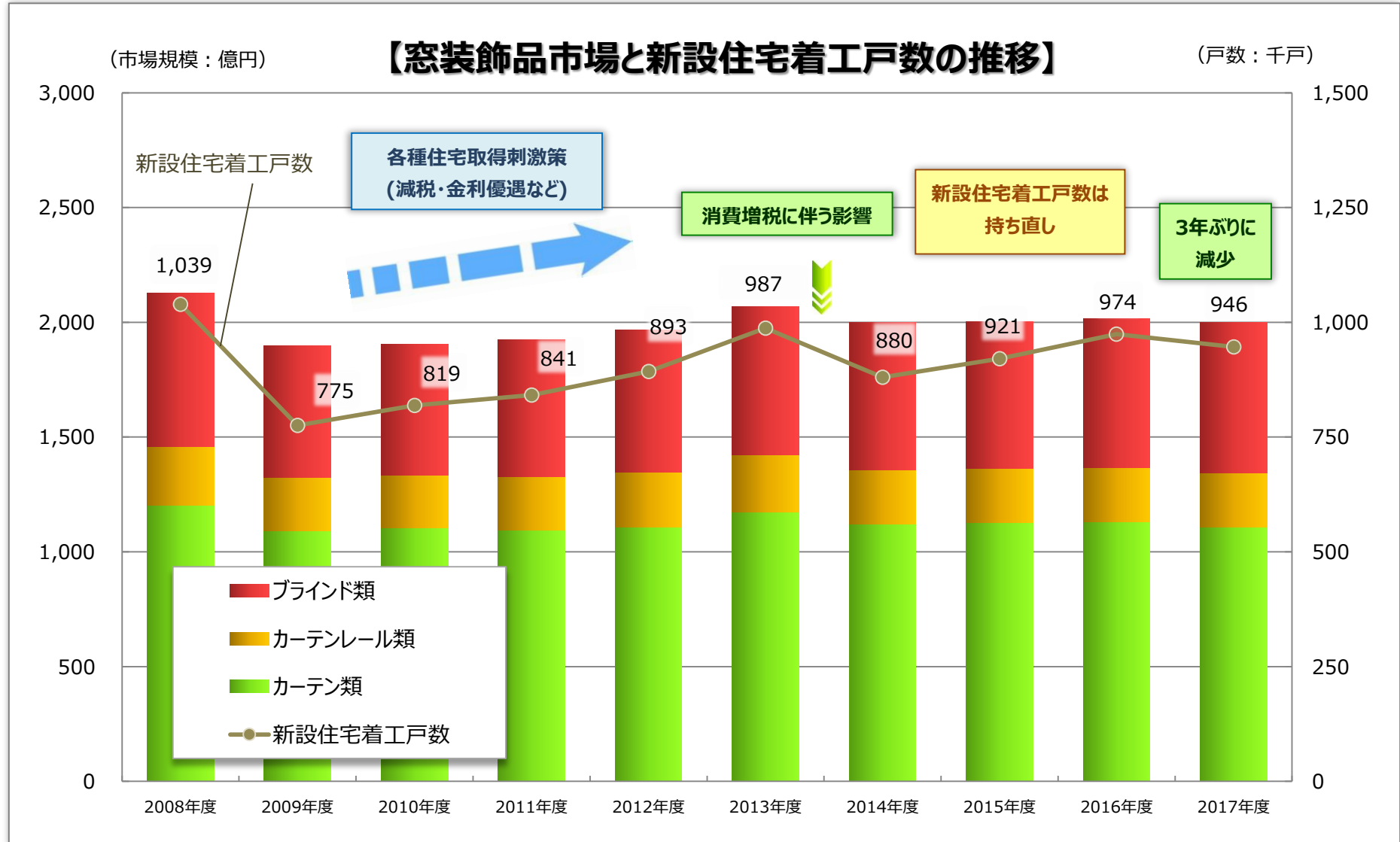
室内装飾関連事業

売上高構成率

98%



窓装飾品市場の状況



※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

市場規模と当社シェア

カーテンレール類・ブラインド類

国内市場規模：約**891**億円（2017年度）カーテンレール類
約**235**億円約**50**%

安定した収益基盤

ブラインド類
約**656**億円約**15**%

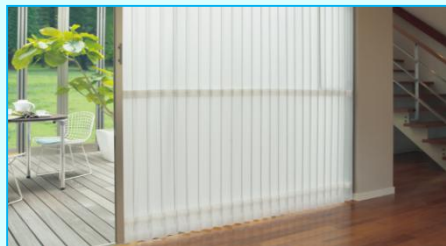
シェア拡大の余地あり

※ カーテンレール工業会およびブラインド工業会数値より当社推定

製品分類別 売上高構成 (室内装飾関連事業)


間仕切り類

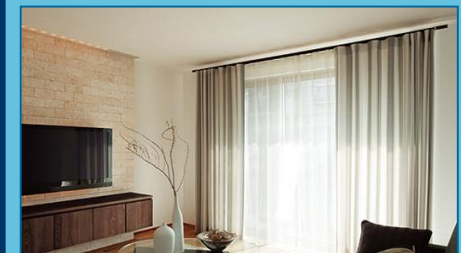
構成率 **1** %



カーテンレール類

構成率 **43** %

70年近くにわたり
国内シェアNo.1 



その他

2018年3月期
連結売上高

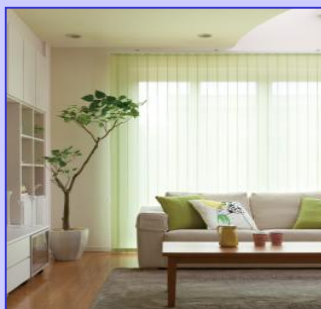
22,136
(百万円)

※その他：施工費・運賃など

ブラインド類

構成率 **44** %

近時はシェア拡大傾向



販売先別 売上高構成（室内装飾関連事業）

海外販売

構成率 約 **3** %

アジア・欧州への販売 他

その他販売

構成率 約 **16** %

メーカーへの資材販売・OEM供給など

専門店・工事店

構成率 約 **69** %



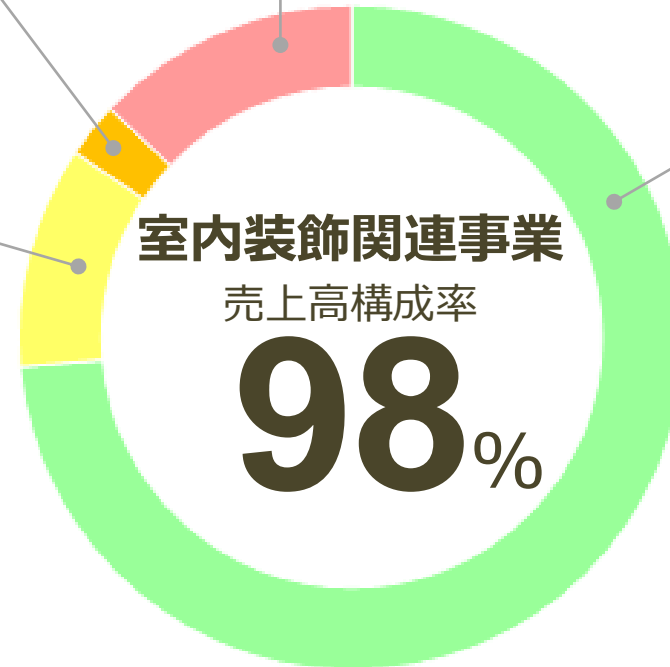
住宅メーカー・工務店納入業者
インテリア専門店・家具店
建築金物業者・建材業者
ゼネコン納入業者 他

大型小売業

構成率 約 **12** %



ホームセンター・GMS 他



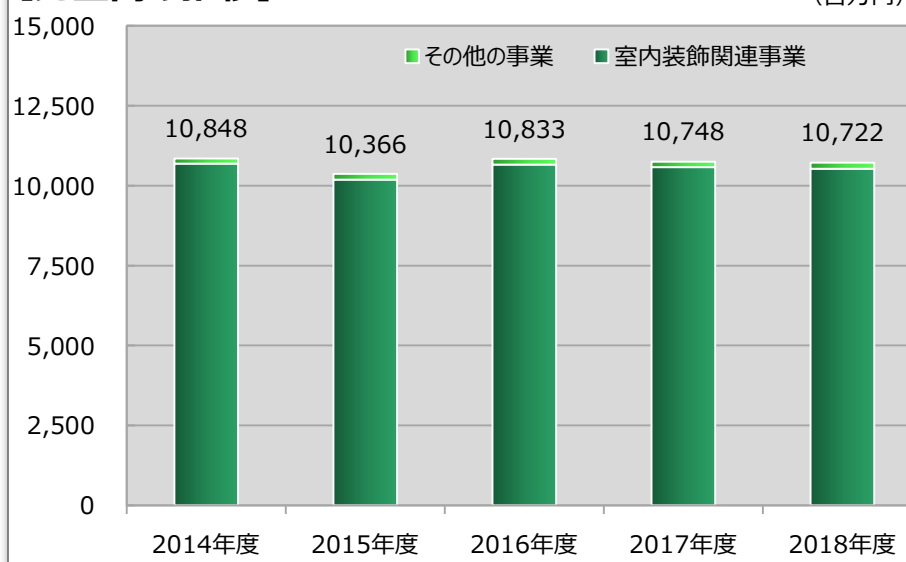
新設住宅市場中心の販売

2. 業績概況

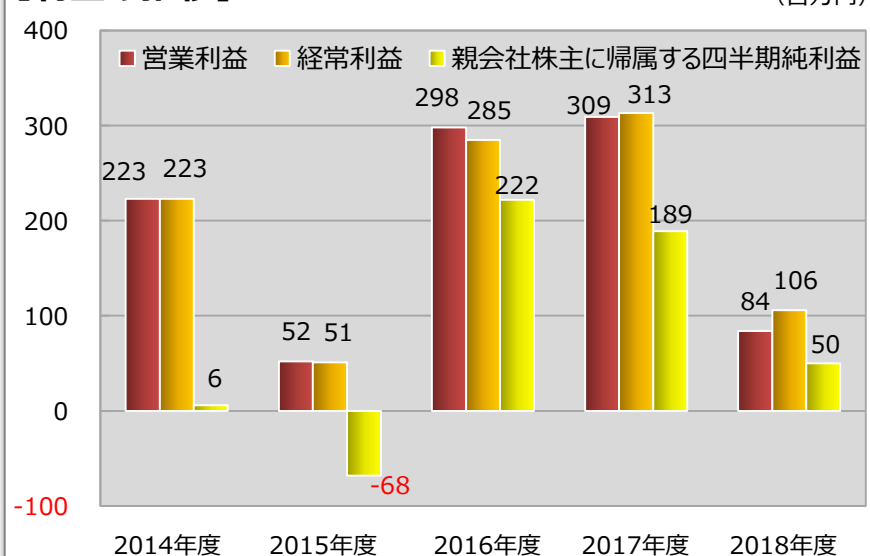
第2四半期業績概況

	前年同期比		コメント
売上高	0.2%減収	↘	国内住宅市場の停滞等 非住宅分野・海外事業・新規分野への取り組み推進
営業利益	225百万円の減益	↘	原材料価格や物流コストの上昇
経常利益	207百万円の減益	↘	営業外収益の増加
親会社株主に帰属する 四半期純利益	139百万円の減益	↘	特別損失の減少




【売上高の推移】



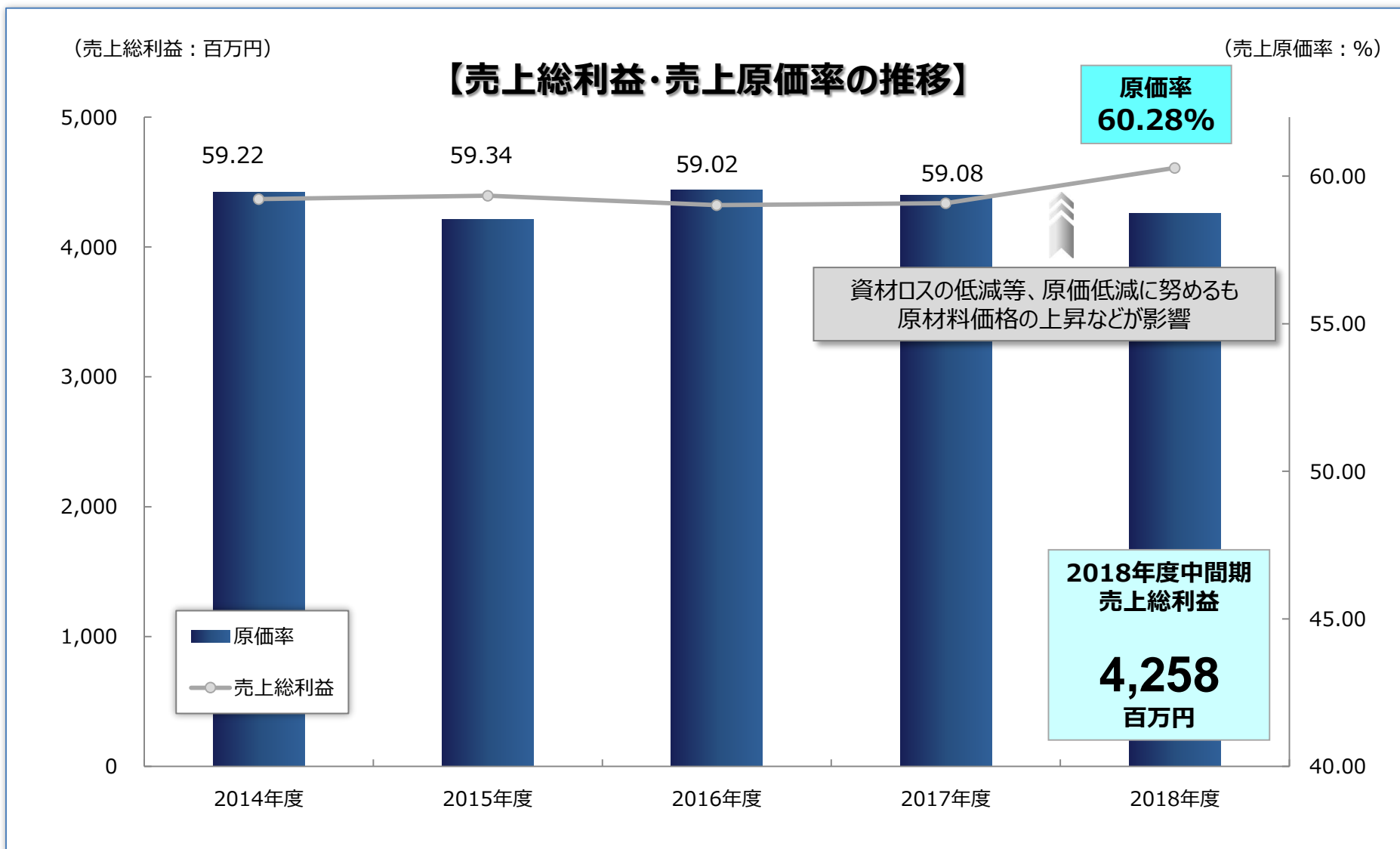
【利益の推移】



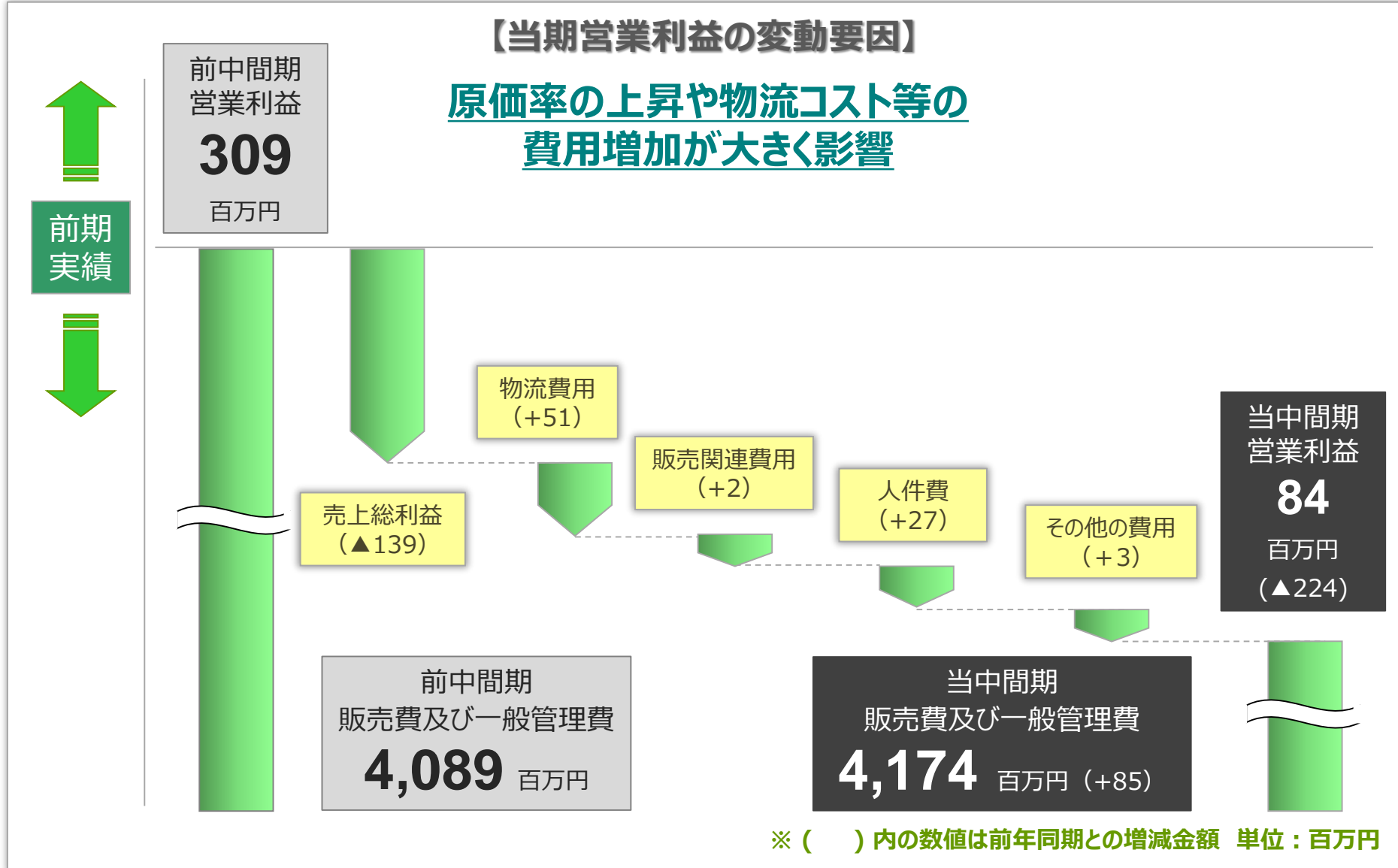
連結売上高の状況

	商品	販売状況	コメント
室内装飾関連事業	カーテンレール類 	販売状況 ↓	<ul style="list-style-type: none"> ➤ インテリア製品との調和を意識して開発された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18都市にて開催） ➤ シェア維持・拡大に向けた新規獲得活動を継続推進 ➤ 国内住宅市場停滞やインテリアトレンドの変化等が影響
	ブラインド類 	販売状況 ↑	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 使いやすさと機能性を追求した横型アルミブラインド「ベネアル」発売 ➤ スクリーン類（ロースクリーン・プリーツスクリーン）の新シリーズ拡販 ➤ 非住宅施設（ホテル・医療福祉等）の獲得強化 ➤ 窓以外のスクリーン需要取り込み推進
その他の事業	その他の事業 	販売状況 ↑	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 新製品のプロモーション強化による販売促進活動 ➤ 営業体制の拡充による新規開拓活動推進

売上総利益と原価率の状況



販管費と利益の状況



貸借対照表・キャッシュフローの状況

【貸借対照表】

※単位：百万円()内は前期末比増減

《主な変動要因》

流動資産

- ・現金及び預金 (+386)
- ・受取手形及び売掛金 (▲836)など

固定資産

- ・機械装置及び運搬具(純額)
(▲39)
- ・無形固定資産 (▲25)
- ・投資有価証券 (▲31) など

総資産 **20,184** 百万円 (▲424)流動資産
14,753 (▲246)固定資産
5,430 (▲177)

負債

8,668 (▲241)有利子負債
3,331 (+554)純資産
11,515 (▲182)

《主な変動要因》

負債の部

- ・支払手形及び買掛金 (▲180)
- ・電子記録債務 (▲242)
- ・1年内返済予定の長期借入金 (▲354)
- ・長期借入金 (+713) など

純資産の部

- ・自己株式 (▲364)
- ・繰延ヘッジ損益 (+226) など

【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	131 百万円	552 百万円	420 百万円
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲170 百万円	▲243 百万円	▲72 百万円
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲240 百万円	101 百万円	341 百万円

通期業績見直し

単位：百万円

	2017年度 第2Q累計	2018年度 第2Q累計	前年同期比	2017年度 通期実績	2018年度 通期見直し	前期比
売上高	10,748	10,722	99.2%	22,471	22,800	101.5%
原価率	59.08%	60.28%	(※) 102.0%	59.00%	(「ものづくり改革室」を中心に 原価低減活動を推進)	
販管費	4,089	4,174	102.1%	8,416	(物流コスト・その他費用の削減)	
営業利益	309	84	27.3%	795	720	90.5%
経常利益	313	106	34.0%	806	730	90.5%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	189	50	26.7%	507	470	92.6%

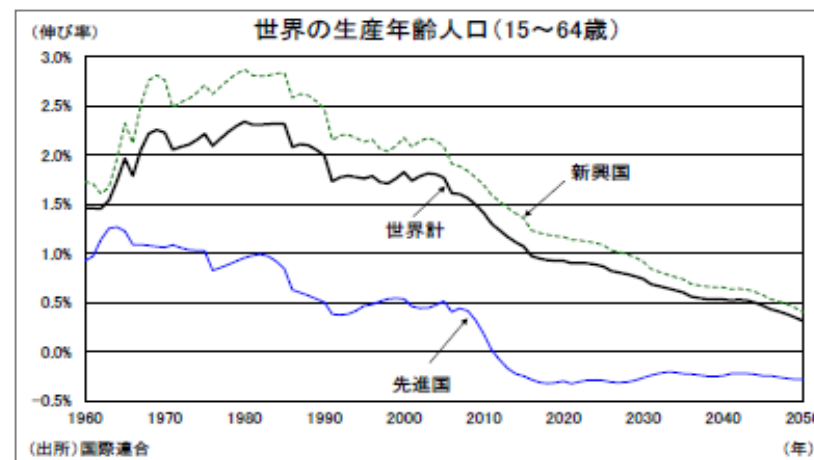
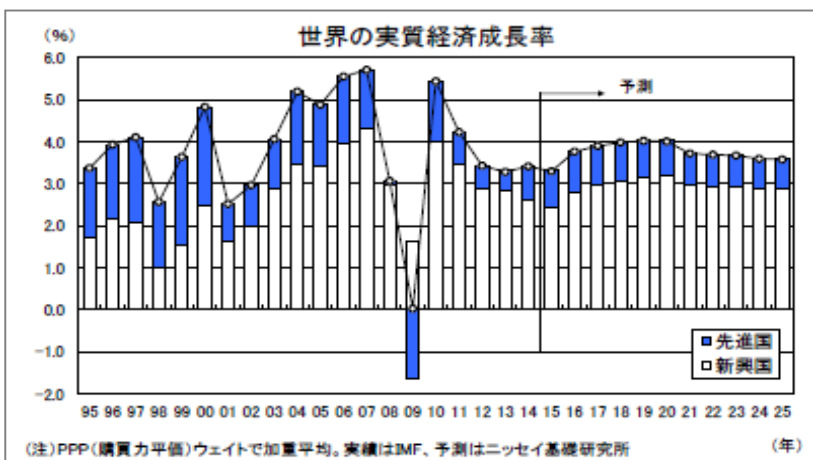
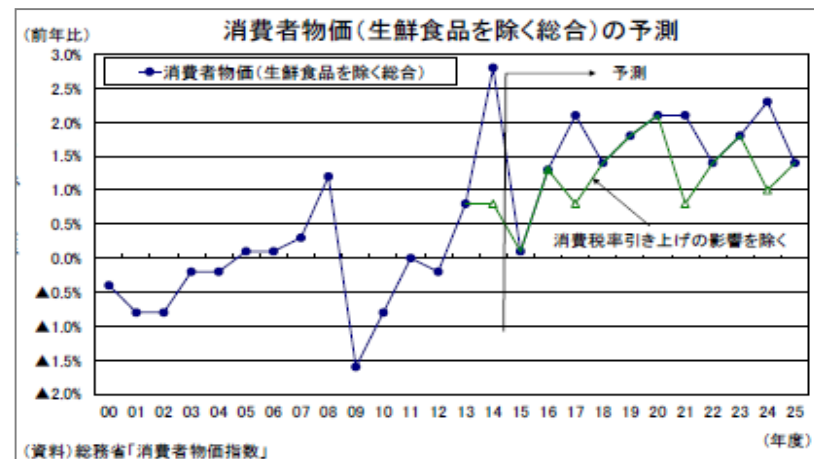
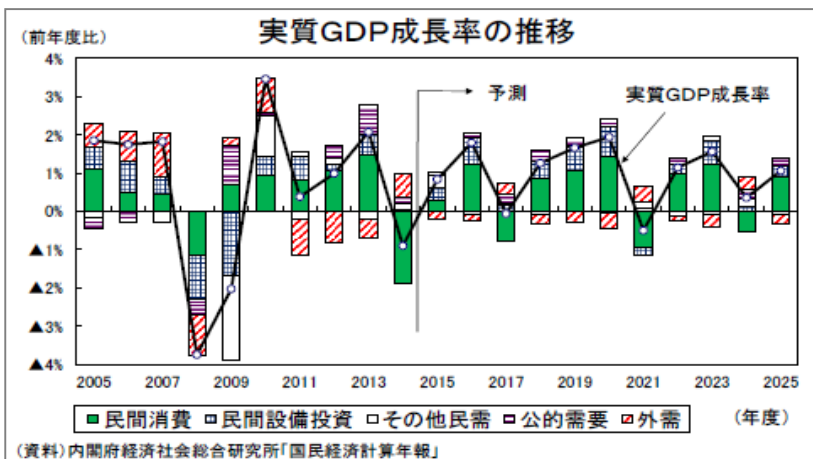
(※)原価率の前年同期比は、「2017年度原価率」÷「2016年度原価率」にて算出

【下期見直しについて】

市場環境	<ul style="list-style-type: none"> 企業収益や雇用環境は引き続き緩やかな改善が続くことが見込まれるが、世界経済のリスクが高まるなど、先行きは不透明 国内住宅市場の停滞や物流コストの上昇等が引き続き見込まれる
売上高	<ul style="list-style-type: none"> カーテンレールやブラインド類の新製品を中心とした拡販活動や新規顧客開拓活動等、住宅分野の深耕 非住宅分野の拡大や海外事業の強化、新規分野の拡大等の成長領域への取り組み強化
利益	<ul style="list-style-type: none"> 高付加価値型製品の提案および高騰する物流コストへの対応 ものづくり改革室を中心に、製品のモデルチェンジや生産工程見直し等の原価低減活動を推進

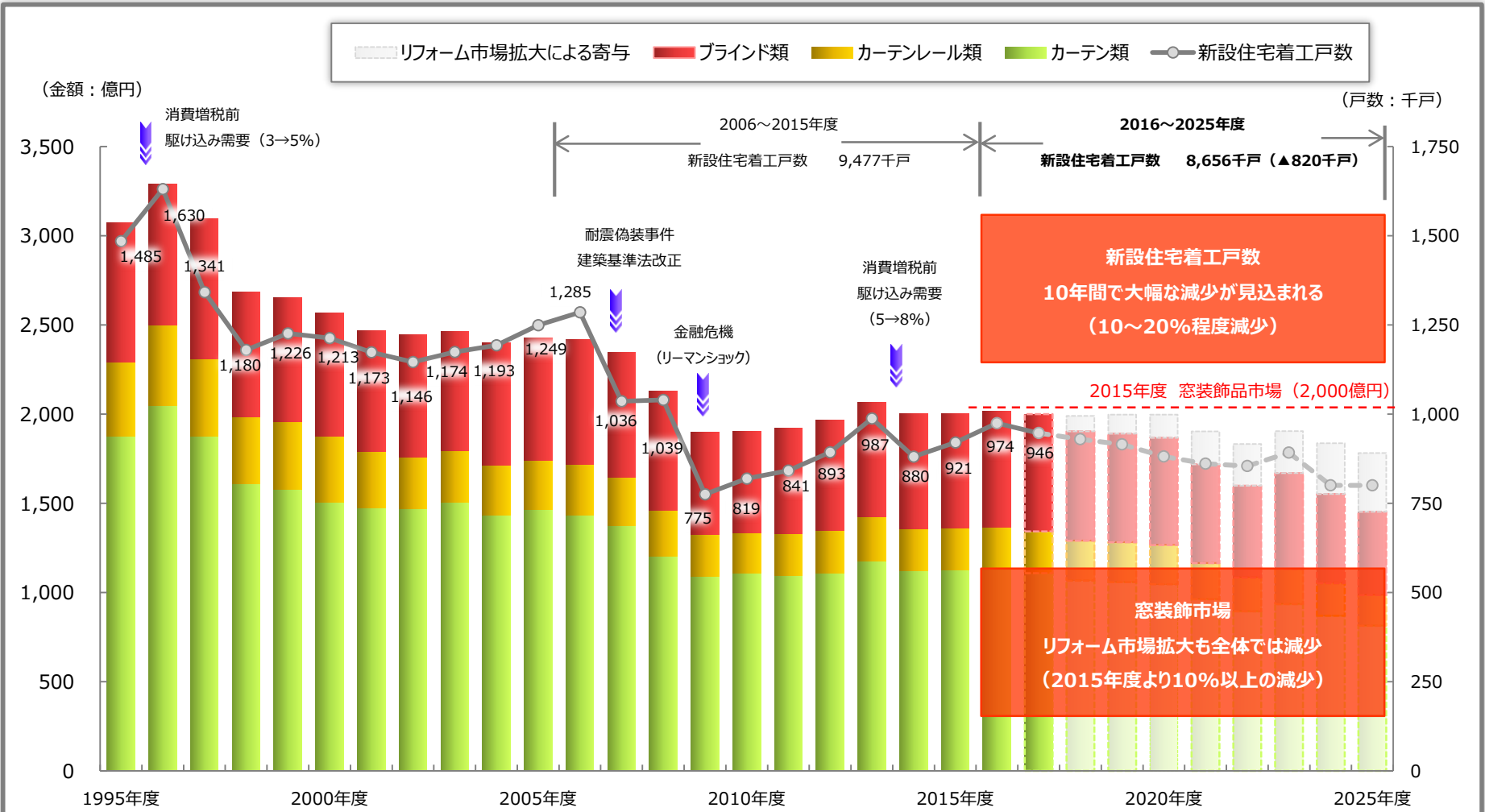
3. 今後の活動について

市場環境の見通し



短期的には緩やかな回復基調が続くものの、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の中期予測



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

※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】

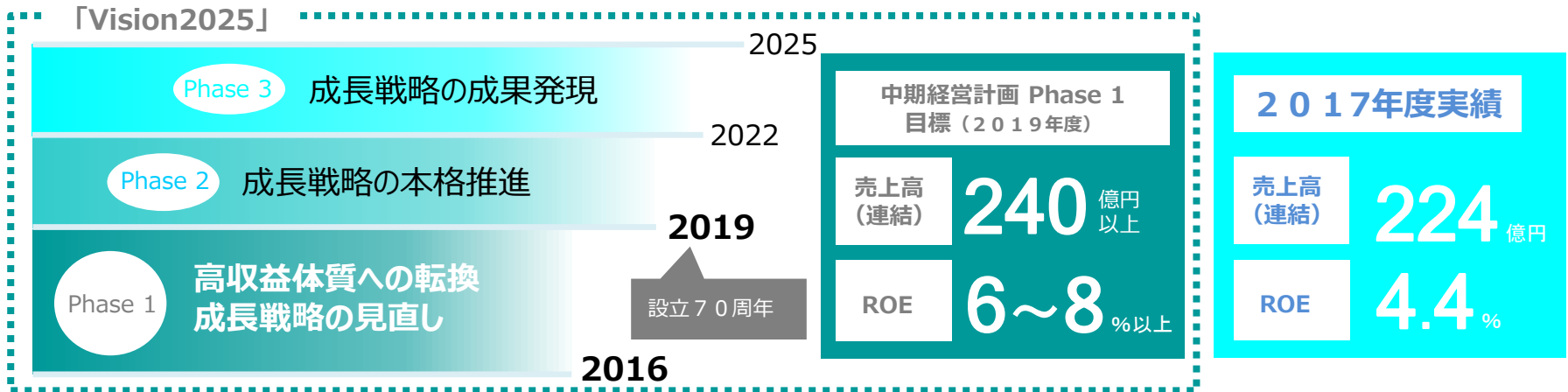
～ 夢を現実に! Catch our dreams ～

中期経営計画 (Phase1 : 2016～2019年度) 3期目

「Vision2025」Phase1では、当社が得意とす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事業を強化し、また、新規分野でのビジネス領域の拡大を図ることで、持続的な企業成長を目指しています。

重点施策「成長戦略の軌道修正」では、非住宅分野の拡大や海外事業の強化、新規分野の拡大において一定の成果が得られたものの、住宅分野の停滞を補うため、高収益体質への転換に向けた取り組みとあわせて一層の推進を図ります。

Phase1の2年間の着手課題への対策を進め、
中期経営計画 (Phase1) の達成に向け、
引き続き中期経営計画の重点施策を
推進いたします。



【Vision2025 経営目標 (2025年度)】

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）

【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
- ② カーテンレール国内シェアNo.1戦略の徹底
- ③ バリューチェーン再構築

成長戦略の軌道修正

- ① 非住宅分野：宿泊、医療等の施設を中心とした物件獲得活動の強化
- ② 海外事業：アジアにおける拡大するリテール分野でのビジネスモデル構築
- ③ 新規分野：歩行支援介護ビジネス、特定企業向け用途開発・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 商流の変化に対応した販売体制の構築

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

新経営ビジョン「Vision2025」

【Vision2025】

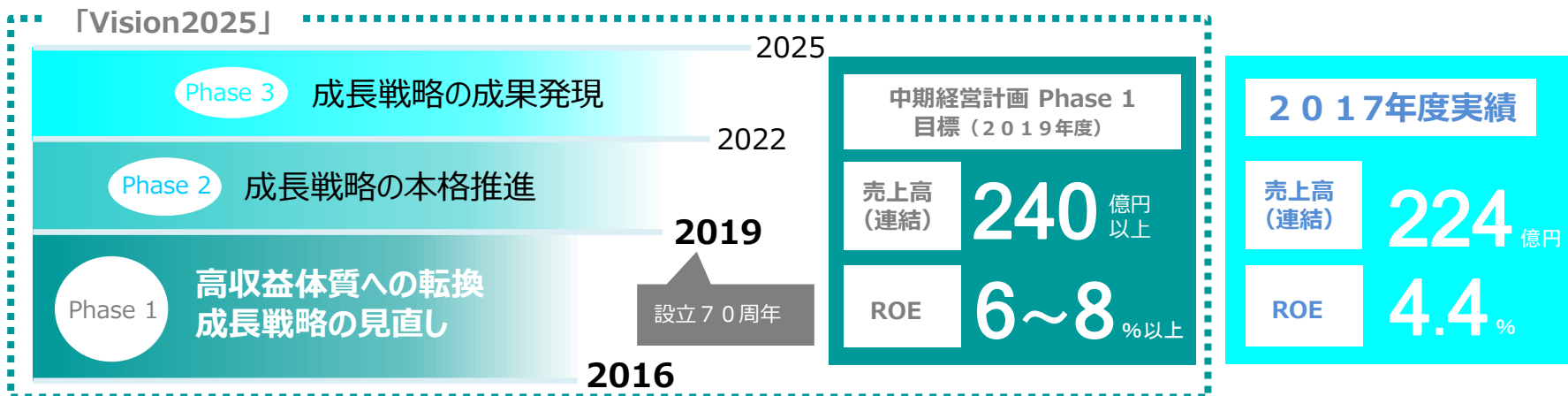
～ 夢を現実に! Catch our dreams ～

中期経営計画 (Phase1 : 2016～2019年度) 3期目

「Vision2025」Phase1では、当社が得意とす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事業を強化し、また、新規分野でのビジネス領域の拡大を図ることで、持続的な企業成長を目指しています。

重点施策「成長戦略の軌道修正」では、非住宅分野の拡大や海外事業の強化、新規分野の拡大において一定の成果が得られたものの、住宅分野の停滞を補うため、高収益体質への転換に向けた取り組みとあわせて一層の推進を図ります。

Phase1の2年間の着手課題への対策を進め、中期経営計画 (Phase1) の達成に向け、引き続き中期経営計画の重点施策を推進いたします。



【Vision2025 経営目標 (2025年度)】

連結売上高 : 270億円以上 ROE : 8%以上

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