

窓辺をかえる、明日が変わる。

TOSO

2022年3月期（2021年度）

TOSO トーソー株式会社

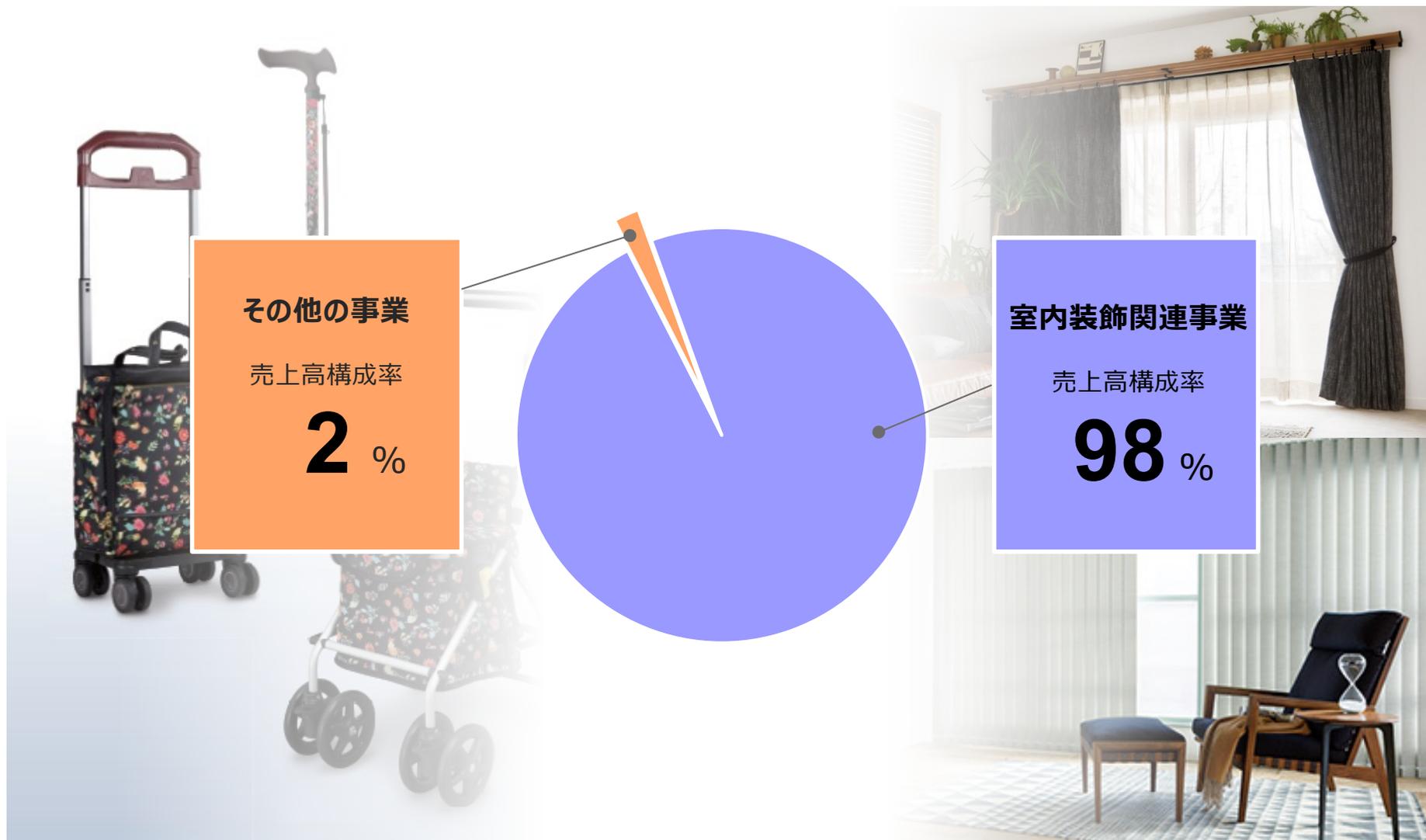
（東証スタンダード市場 証券コード：5956）

決算説明

2022年5月

1. 事業内容と市場規模

ト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

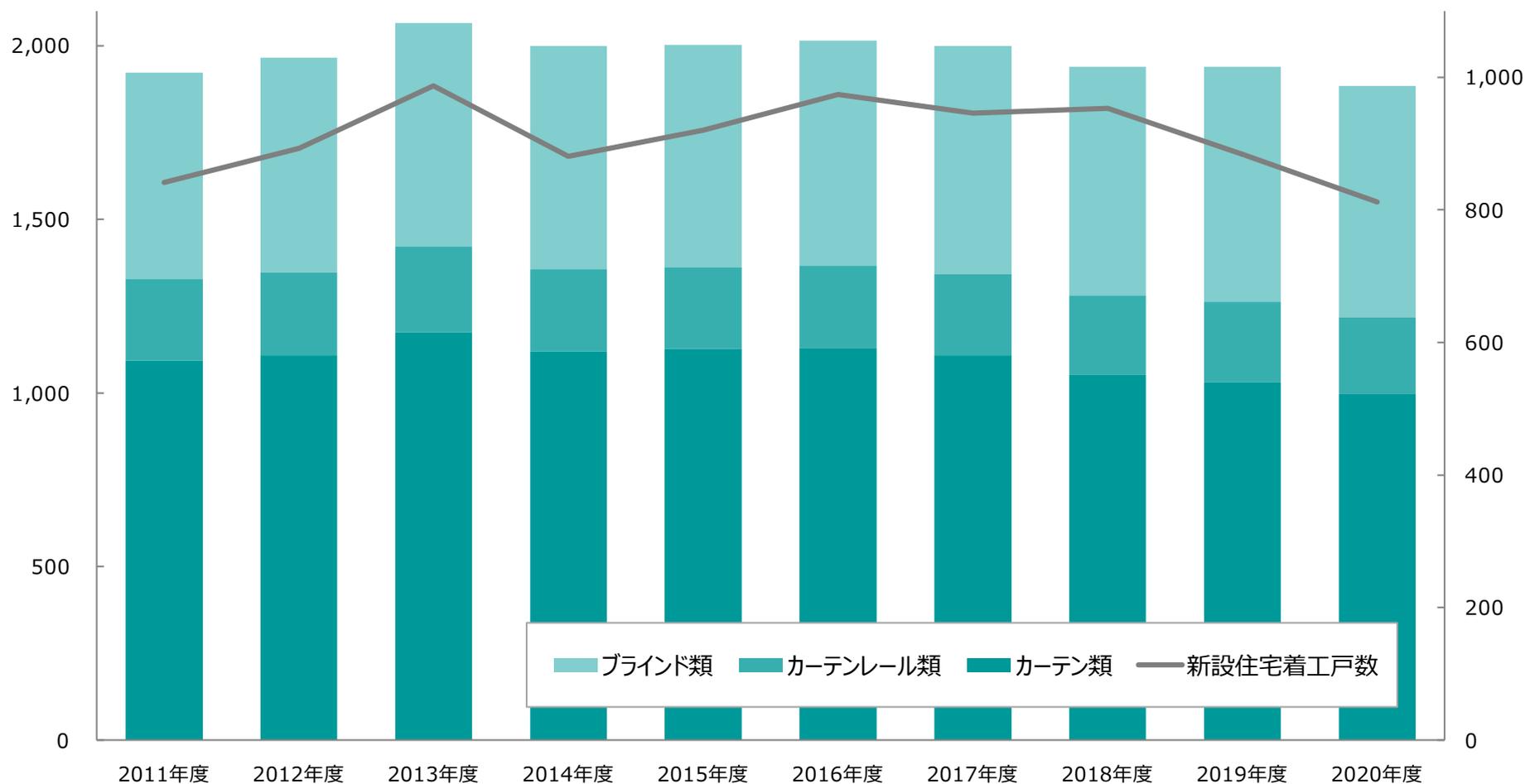
※日本インテリア協会資料（卸売ベース）より当社推定

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)



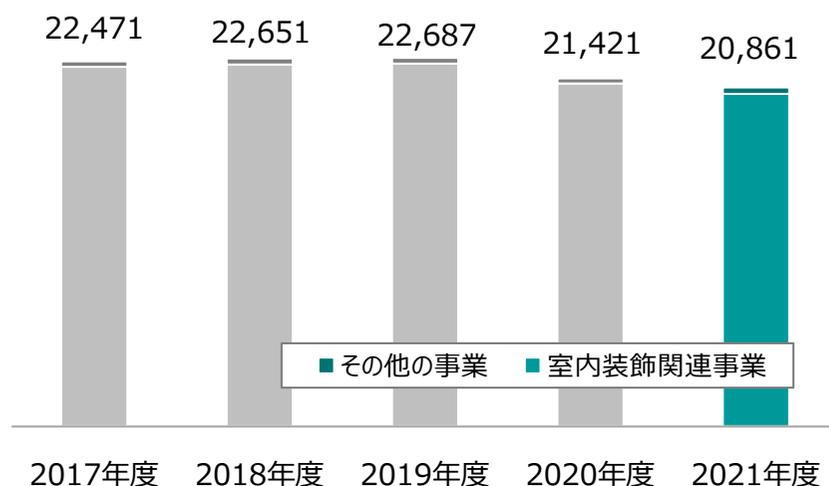
※国土交通省「建築着工統計調査」および日本インテリア協会資料（卸売ベース）より当社作成

2. 2022年3月期（2021年度）業績概況

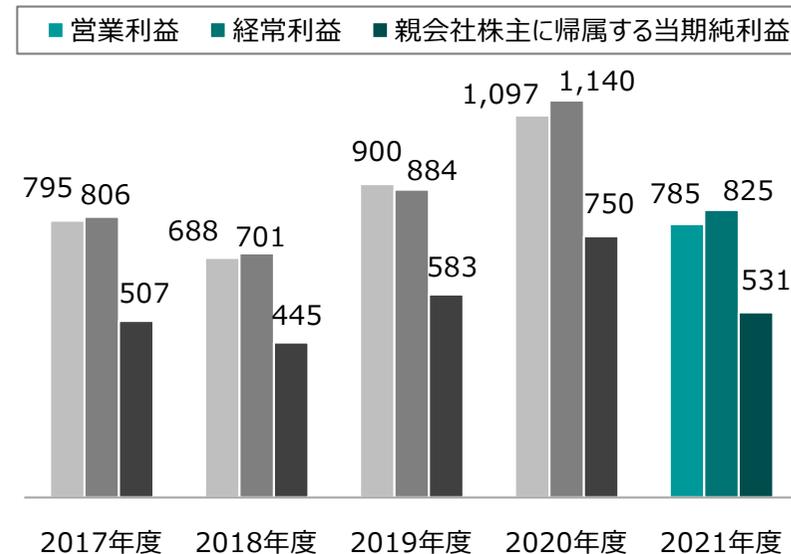
2021年度連結業績概況

	前期比	コメント
売上高	2.6% 減収 ↓	宿泊施設を中心とした非住宅物件の減少が影響
営業利益	28.5% 減益 ↓	原材料価格の高騰や為替変動が影響
経常利益	27.7% 減益 ↓	営業外利益の減少（保険金解約返戻金など）
親会社株主に帰属する 当期純利益	29.2% 減益 ↓	-

【売上高】 (百万円)



【利益】 (百万円)

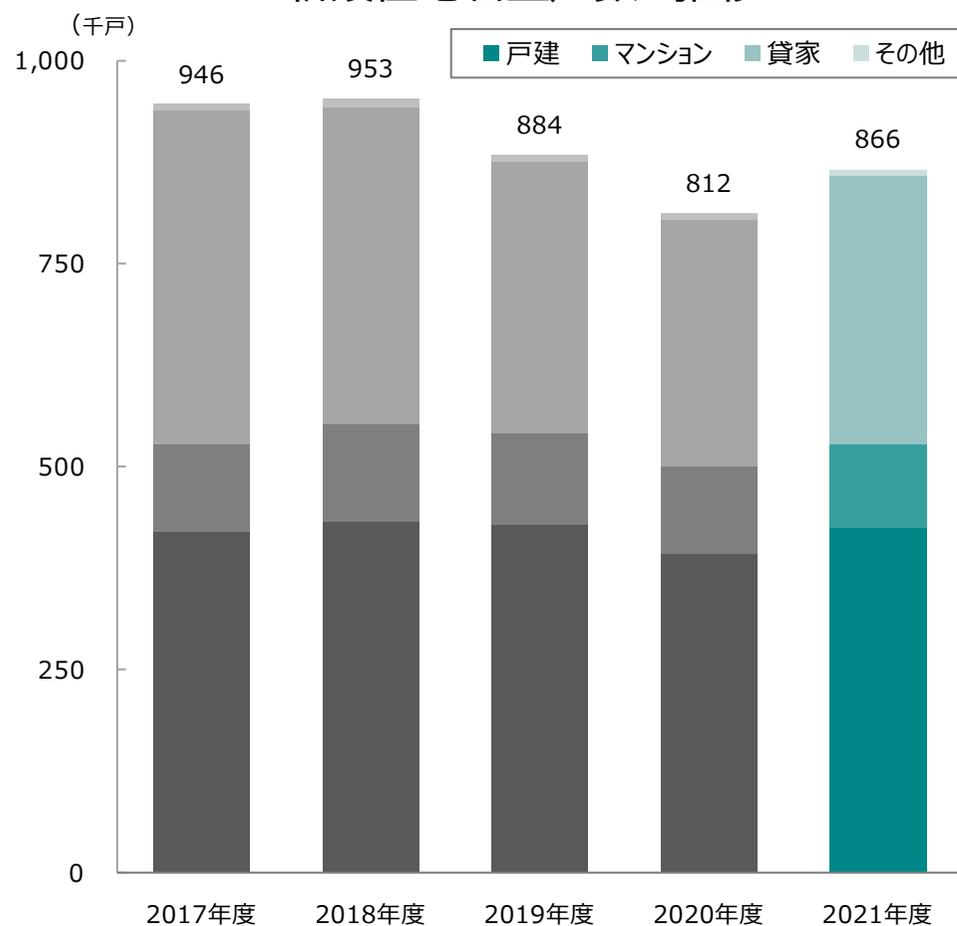


室内装飾関連事業の状況

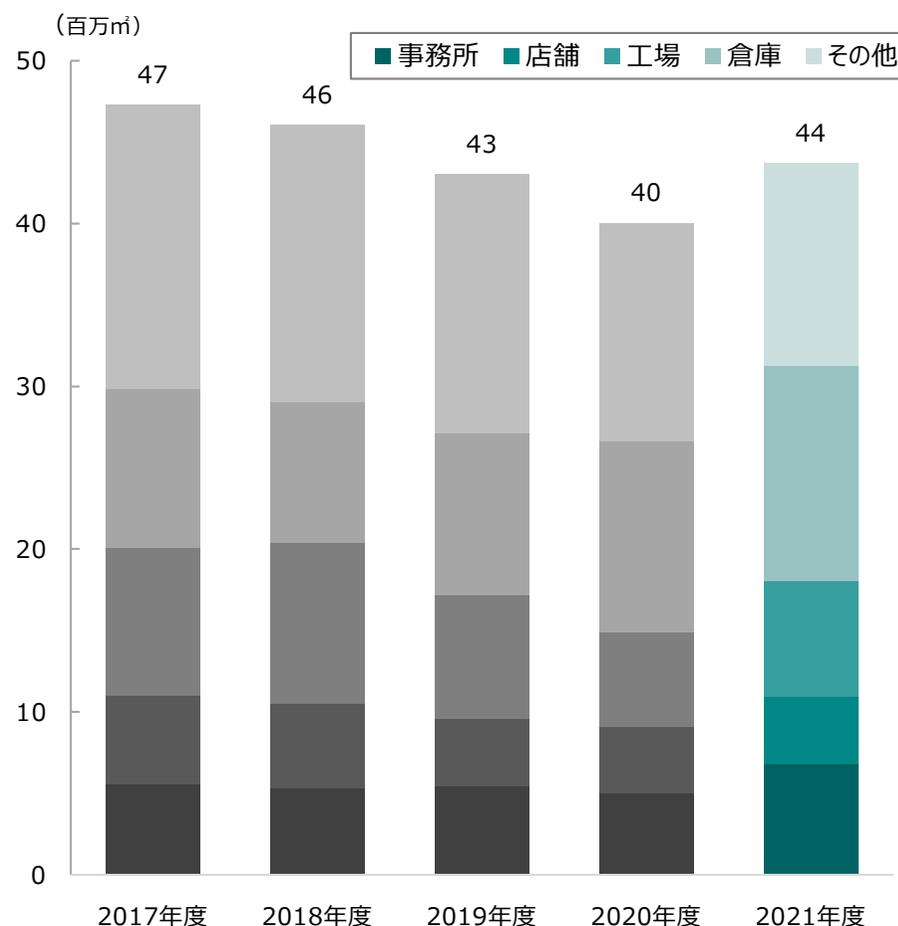
外部環境

住宅・非住宅ともに着工数は持ち直し

新設住宅着工戸数の推移



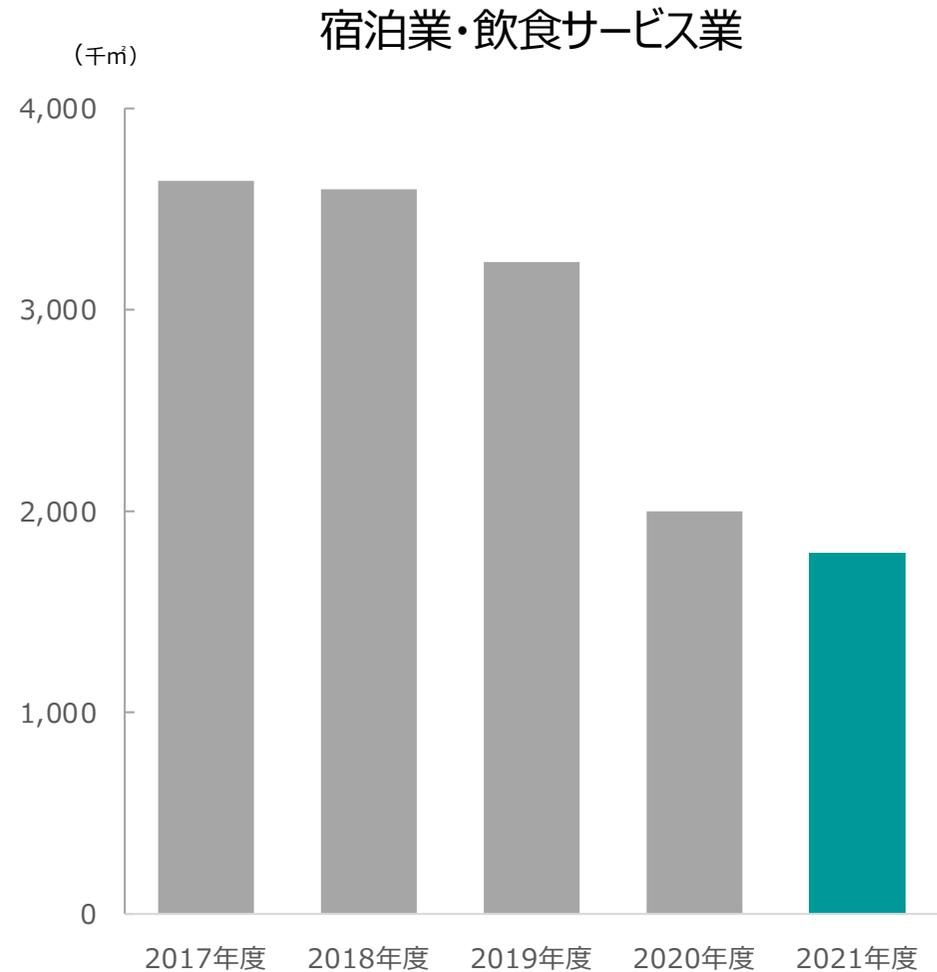
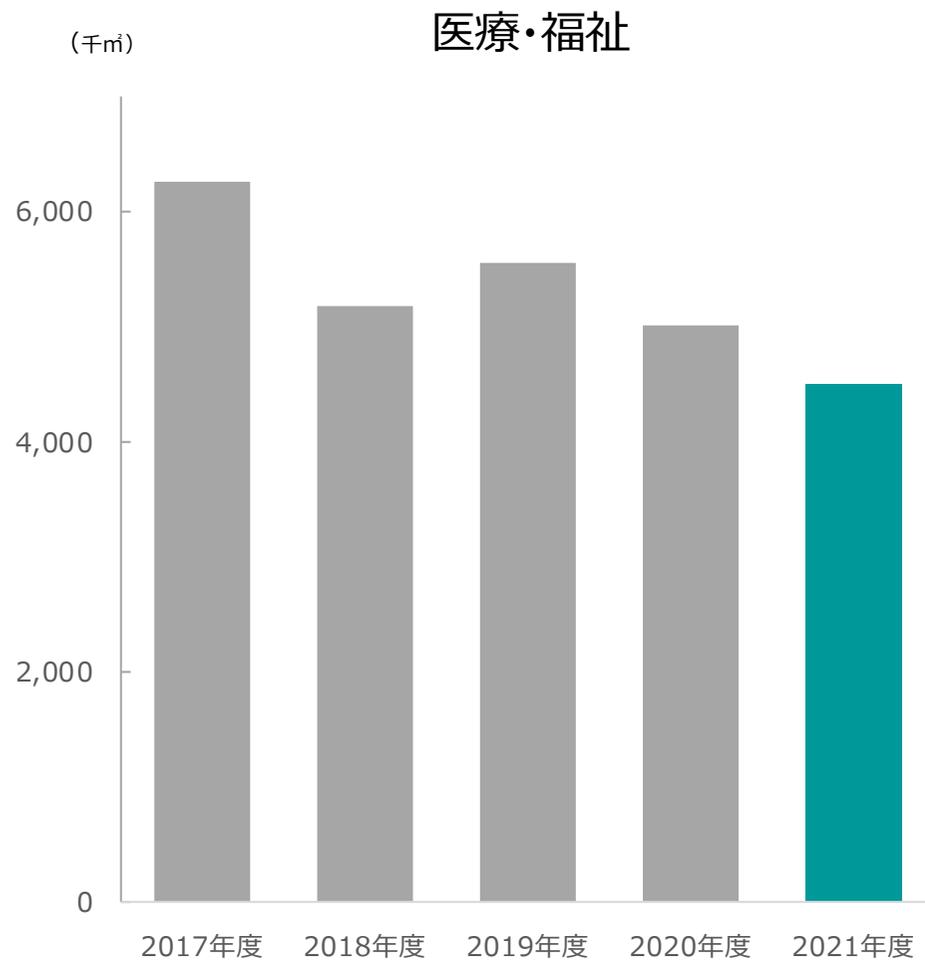
非住宅建築着工床面積



室内装飾関連事業の状況

外部環境

非住宅の中でも主力の宿泊・医療系が不振

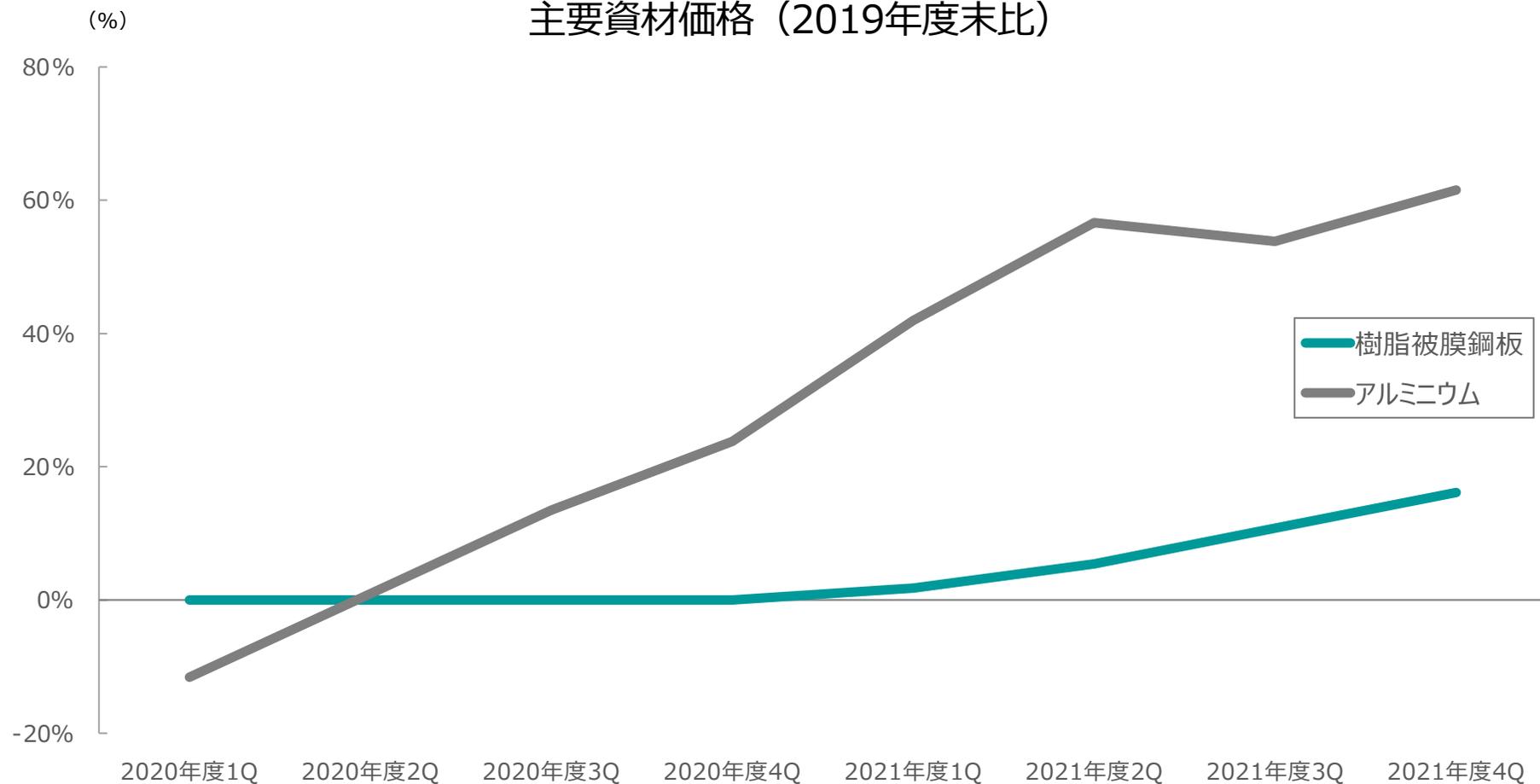


室内装飾関連事業の状況

外部環境

原材料価格の高騰や為替変動が影響

主要資材価格（2019年度末比）



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



モノ16



グレイスブライト16



ウインドウシェルフ

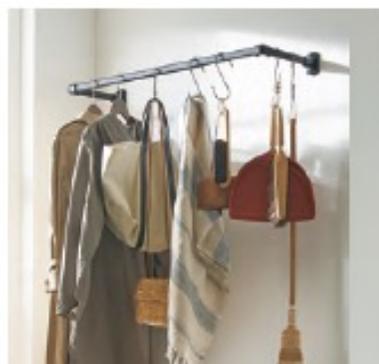
室内装飾関連事業の状況

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



ハンギングバー・モノ16

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

オンライン新製品展示会の開催

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

取組内容

オンラインイベントの開催や出版

インテリアテキスタイルメーカー合同発表会
with Curtains 2021 Online
ウィズカーテン オンライン

<p>アスワン 株式会社</p>  <p>PDF</p>	<p>株式会社川島織物セルコン</p>  <p>PDF</p>	<p>sangetsu</p>  <p>PDF</p>
<p>SINCOL</p>  <p>PDF</p>	<p>SUMINOE</p>  <p>PDF</p>	<p>東リ株式会社</p>  <p>PDF</p>

あなたの部屋はもっとおしゃれにできる
インテリアがあか抜ける
飾り方のルール **30**



30 Rules of Interior Decoration

「センスいいね」って言われる部屋になる。

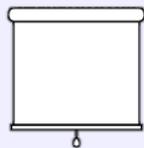
好きなものを飾っているのに、なぜ私の部屋は素敵に見えないの？
そう悩んでいる人、必見です。
何をどうやって置けばいいのか「飾り方のルール」を知れば
あなたのインテリアはもっとおしゃれに輝いて見えます。

160 の美麗写真
とともに

30 のルールを
わかりやすく解説！

トソー出版

室内装飾関連事業の状況



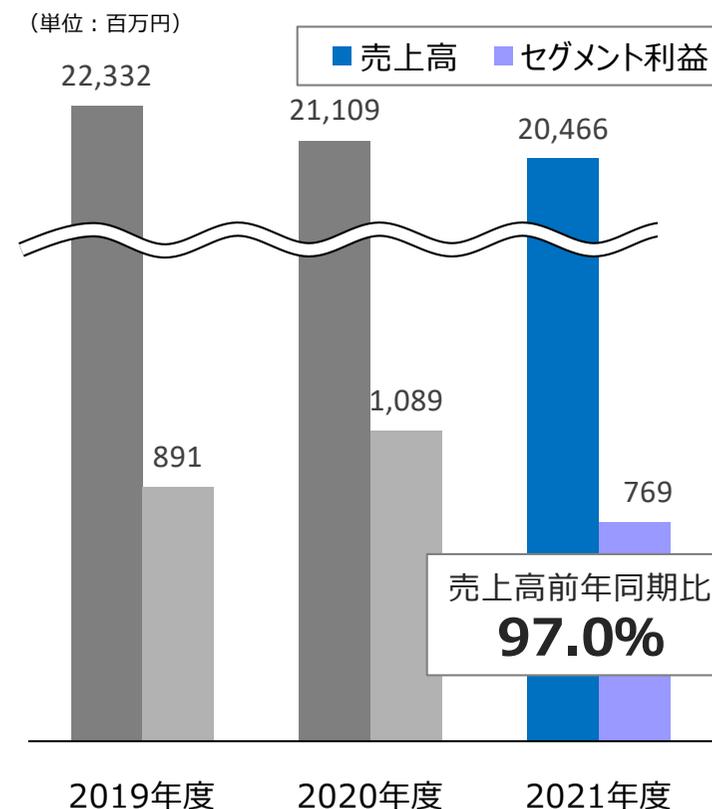
概況

外部環境

- 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
- 原材料価格の高騰や円安が進む

内部取組

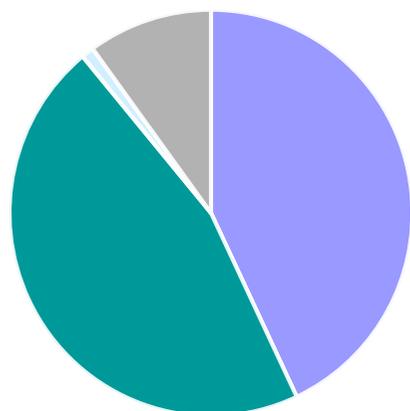
- ハンギングバー、抗菌・抗ウイルス品、チャイルドセーフティ品など付加価値製品の発売
- オンライン上での新製品展示会



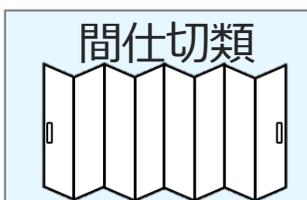
**海外販売の売上拡大も非住宅が不振となり売上減
利益面では原材料価格の高騰や円安の影響により減益**

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 **44%**
- ブラインド類 **45%**
- 間仕切類 **1%**
- その他 **10%**



概要

販売状況

新製品の寄与もあり
住宅向けは堅調だが、
宿泊施設を中心とした非住宅向けが
不振となり売上高は減少



近時は間仕切り需要が伸び悩み、
市場全体は減少傾向

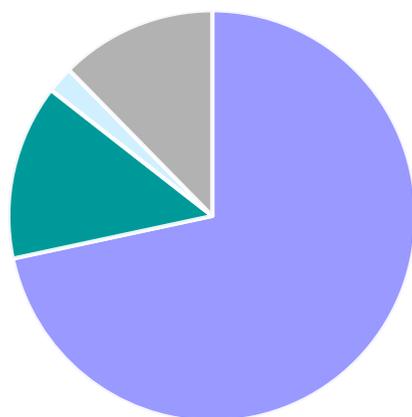


物件減による施工費および
売上減による送料の減少



室内装飾関連事業の状況

販売先別の状況



- 専門店・工事店 **80%**
- 大型小売業 **6%**
- 海外販売 **3%**
- その他販売 **11%**

※構成率の算出方法の見直しを行ったため、昨年度資料の構成率からの変動が発生しております。

	概要	販売状況
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	住宅向けは堅調だが、 宿泊施設を中心とした非住宅向けが 不振となり売上高は減少	↓
大型小売業 ホームセンター・GMS 等	巣ごもり需要の一巡により減少	↓
海外販売 アジア・欧州への販売 等	欧米や中国を中心とした 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	ファブリックメーカーや住設機器メーカーの 専用品の売上減などにより、減少	↓

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



第27回バリアフリー2021



WILLIAM MORRIS STICK
ウィリアム・モリス ステッキ

ここにキータッセルをつけてカーテンのイメージ



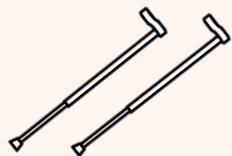
安定した歩行をサポートする
四点杖補助グリップ付

補助グリップ

※ 折り畳み式の補助グリップ付き
補助グリップを使うと立ち座り時に両手を使う
ことができ、腰・膝への負担が軽減されます

両手で立ち上がる時に非常に便利に力が入るようになってます

その他の事業の状況



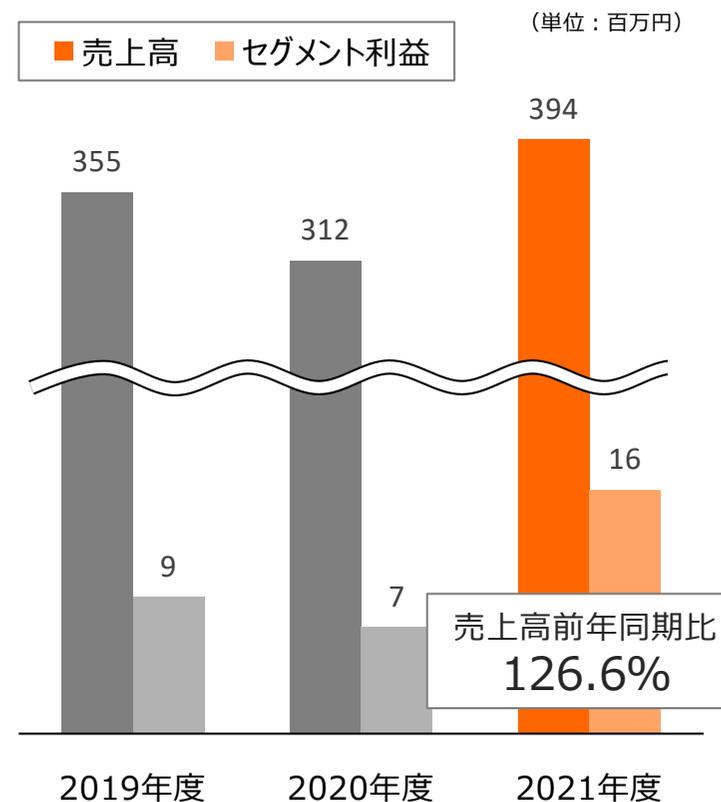
概況

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

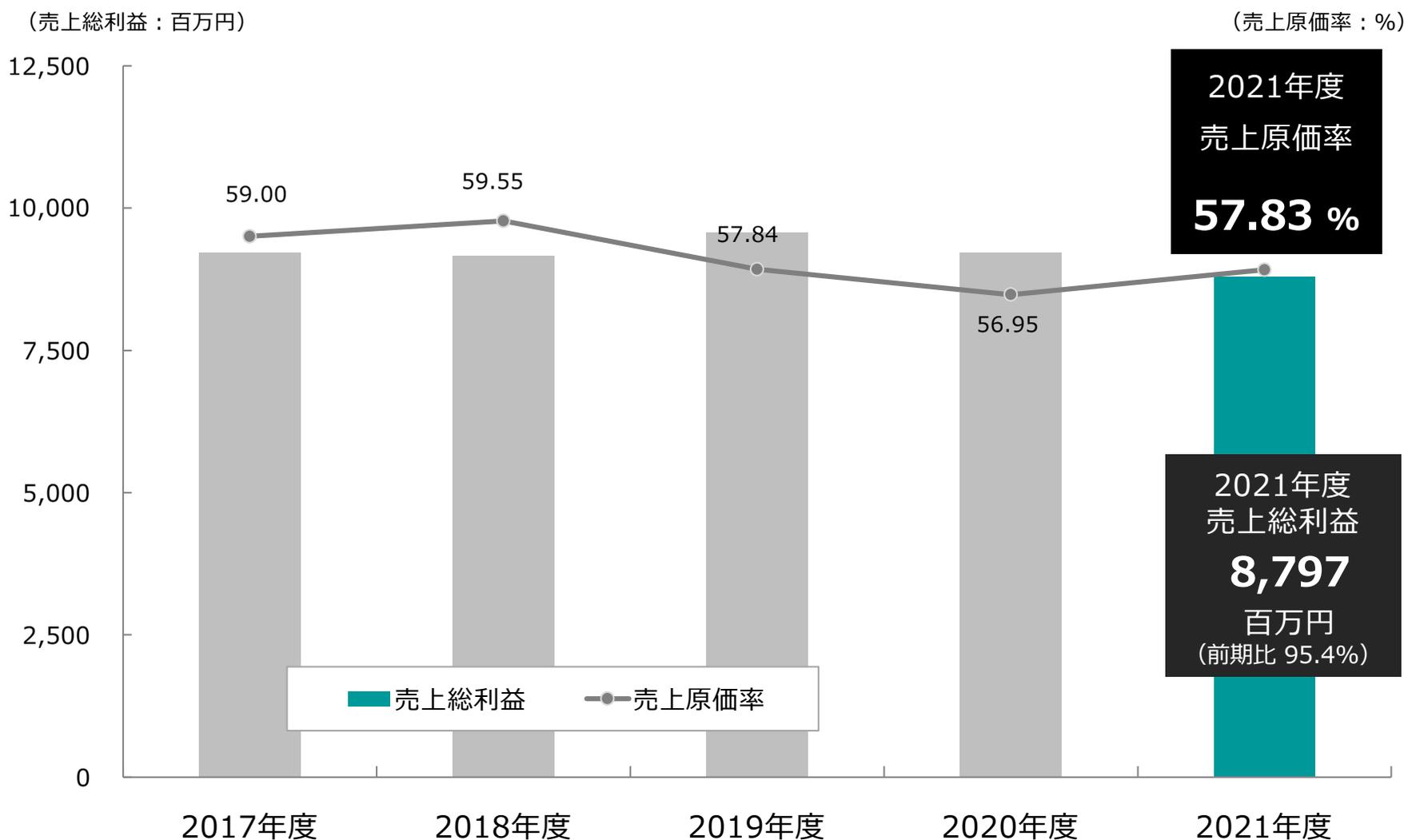
- 大手取引先との取り組み強化や、西日本への積極的な販促活動を実施
- バリアフリー展等展示会に出展
- 粗利改善生産性向上の推進



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

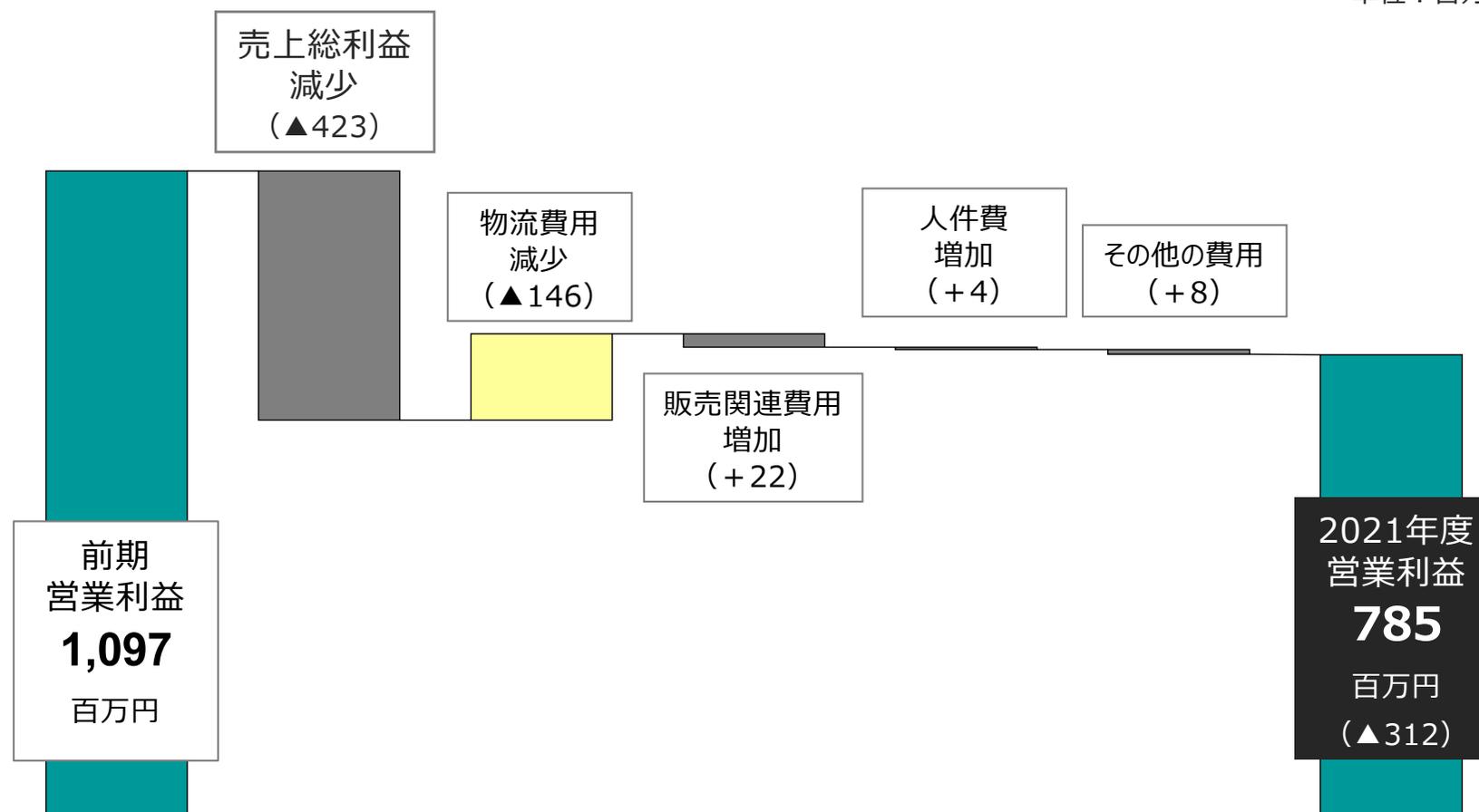
原材料価格の高騰や為替変動が影響



固定費・営業利益

物量減に伴う物流費の減少により、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

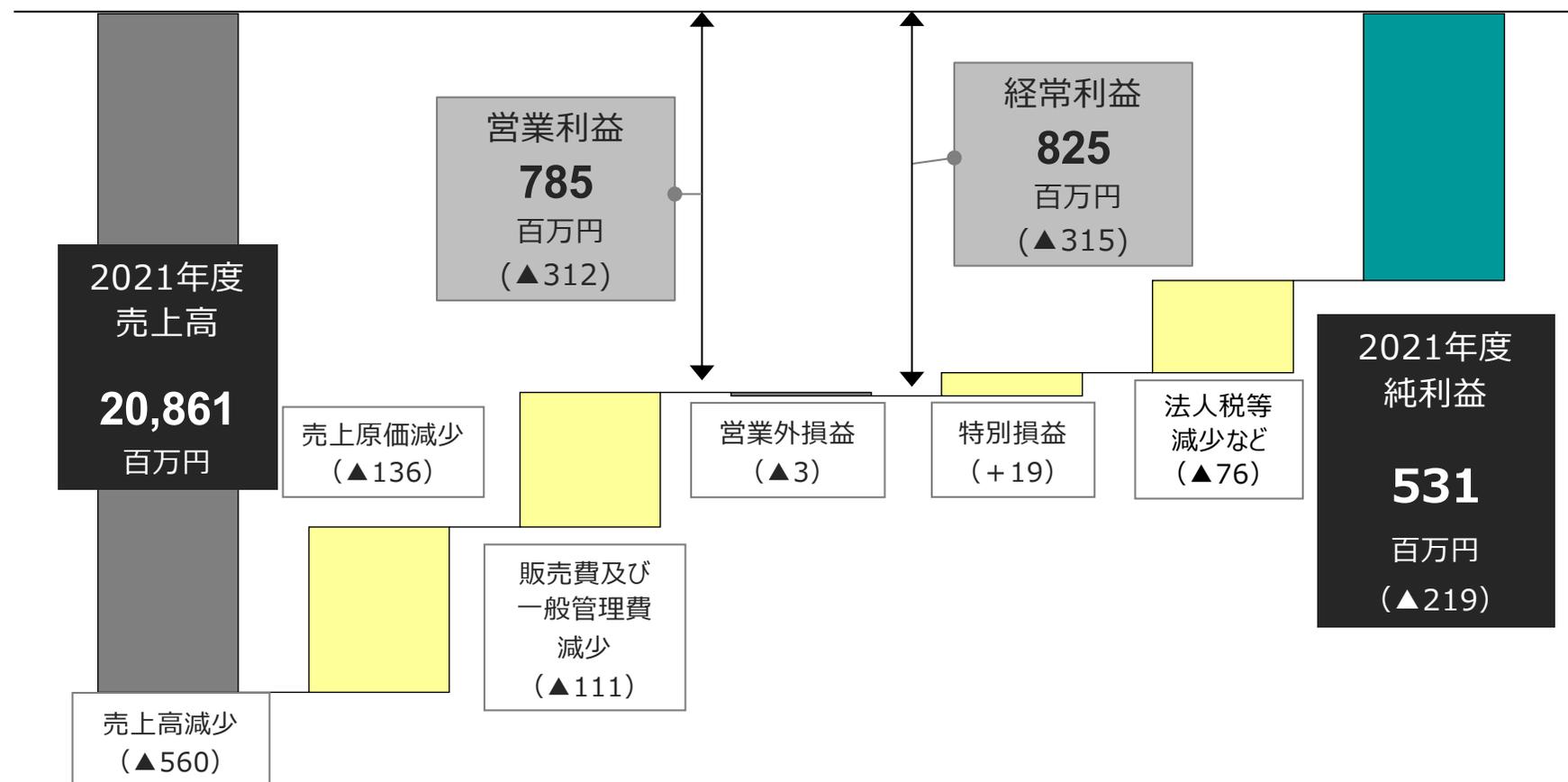


※ () 内は前期との増減金額

連結損益の前期比増減

売上減および売上原価率の上昇により、減益

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（+42） ・売上債権（▲381） ・棚卸資産（+121） など 固定資産 ・有形固定資産（▲71） ・無形固定資産（▲67） ・投資その他の資産（+14） など	総資産 20,502 百万円（▲205）		《主な変動要因》 負債の部 ・支払債務（+28） ・短期借入金（▲187） ・未払消費税（▲141） ・長期借入金（▲474） など 純資産の部 ・為替換算調整勘定（+118） ・利益剰余金（+442） など
	流動資産 15,366 （▲80）	負債 7,223 （▲824） 有利子負債 1,790 （▲660）	
	固定資産 5,135 （▲124）	純資産 13,278 （+619）	

※（ ）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	1,326 百万円	1,332 百万円	+6 百万円
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲472 百万円	▲564 百万円	▲91 百万円
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲646 百万円	▲839 百万円	▲192 百万円

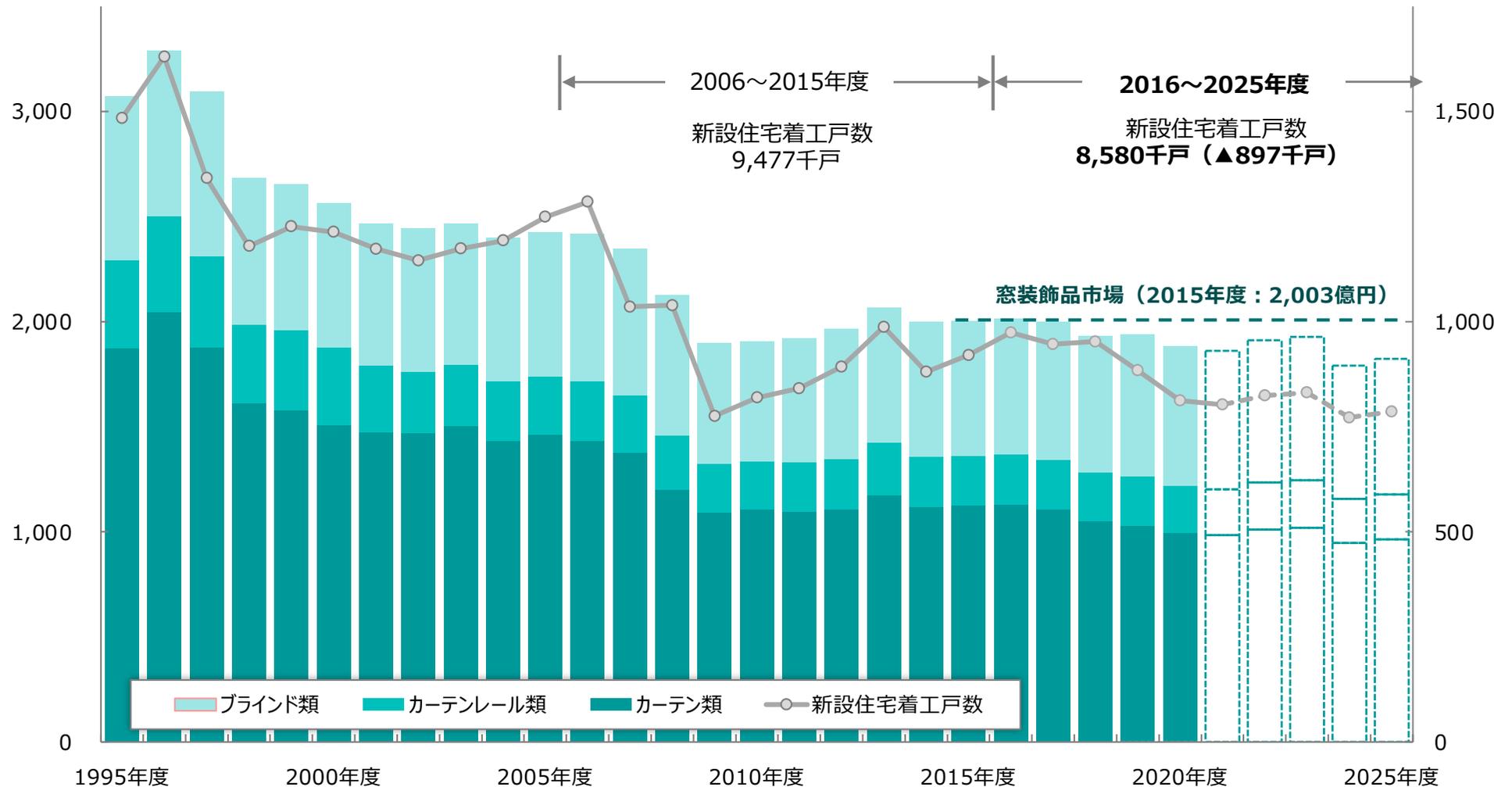
3. 今後の活動について

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)

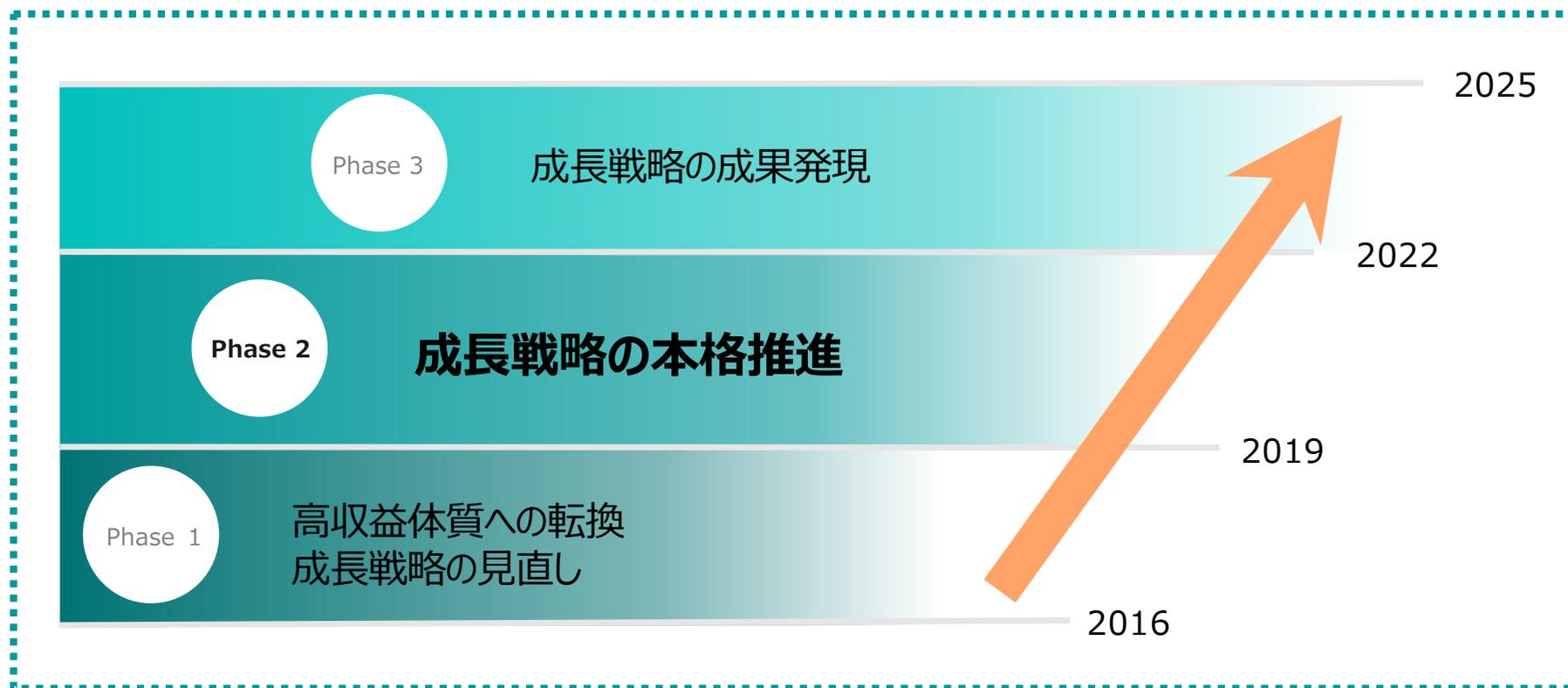
(戸数：千戸)



※最新の民間シンクタンク発表「日本経済中期見通し」、「日本インテリアアパブルクス協会資料（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

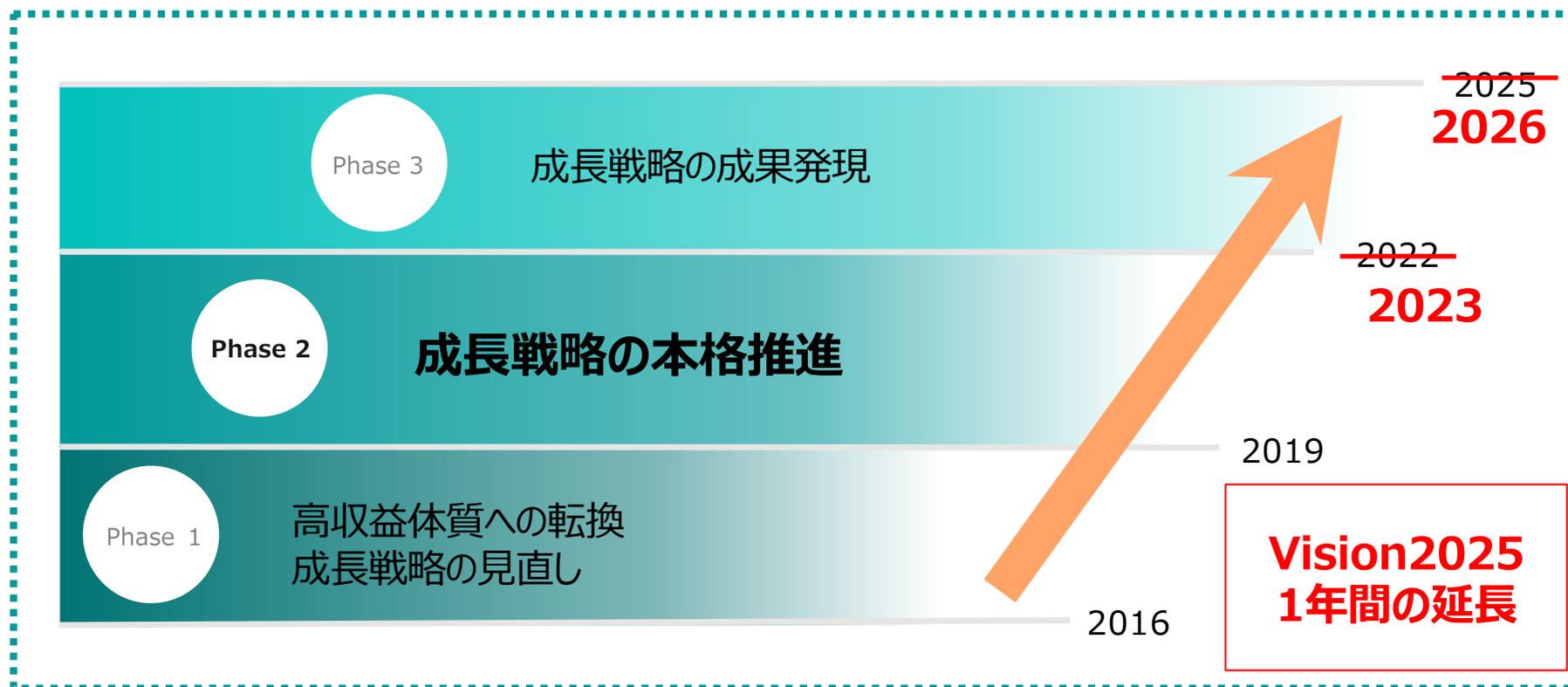


【Vision2025 経営目標（2026年度）】

連結売上高：270億円 **ROE：8%以上**

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 経営目標（2026年度）】

連結売上高：270億円 ROE：8%以上

「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

【 経営目標 (2023年度) 】

連結売上高：240億円 ROE：6%以上

「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

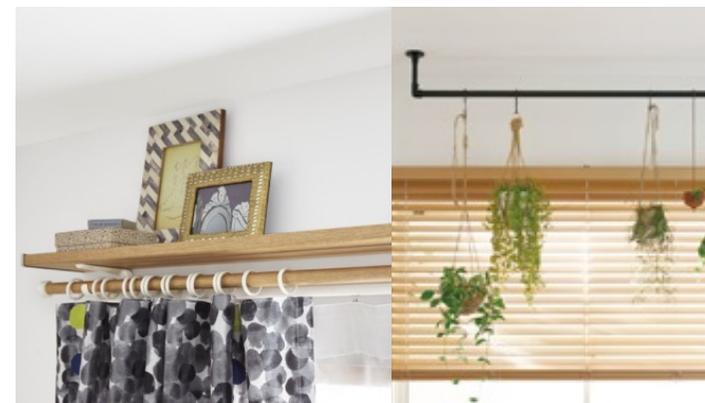
【 経営方針 】

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



用途開発



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**



「Vision2025」第2フェーズ (2020～2023年度)

取組内容

サステナビリティ方針の策定およびサイトの新設

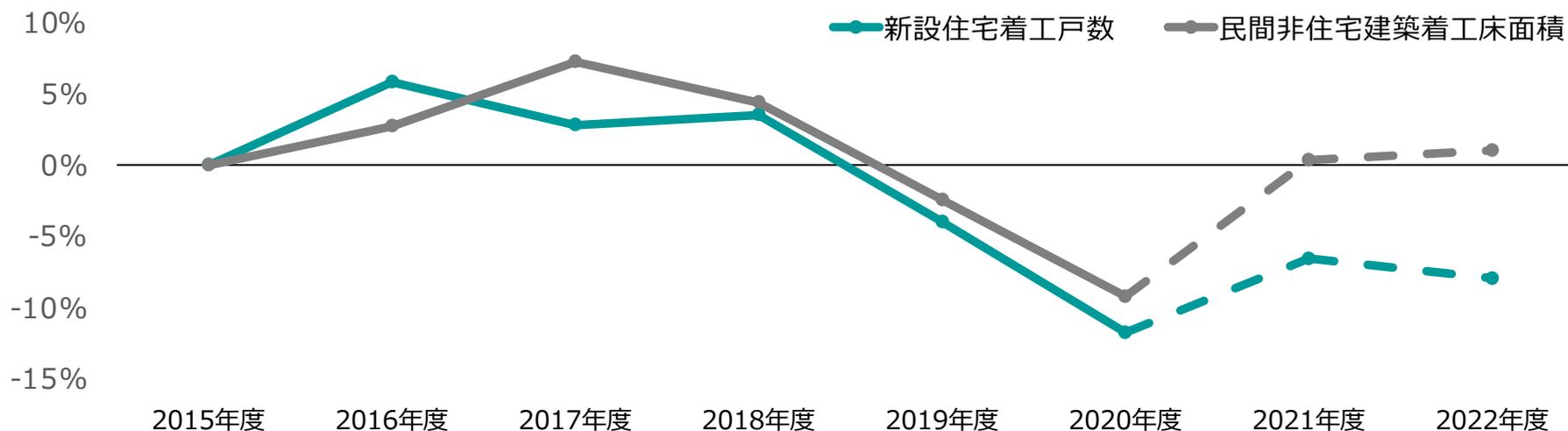


TOSO のサステナビリティ

TOSOは持続可能な開発目標 (SDGs) を支援しています

2023年3月期（2022年度）の見通し

住宅および非住宅の着工推移（2015年度比）

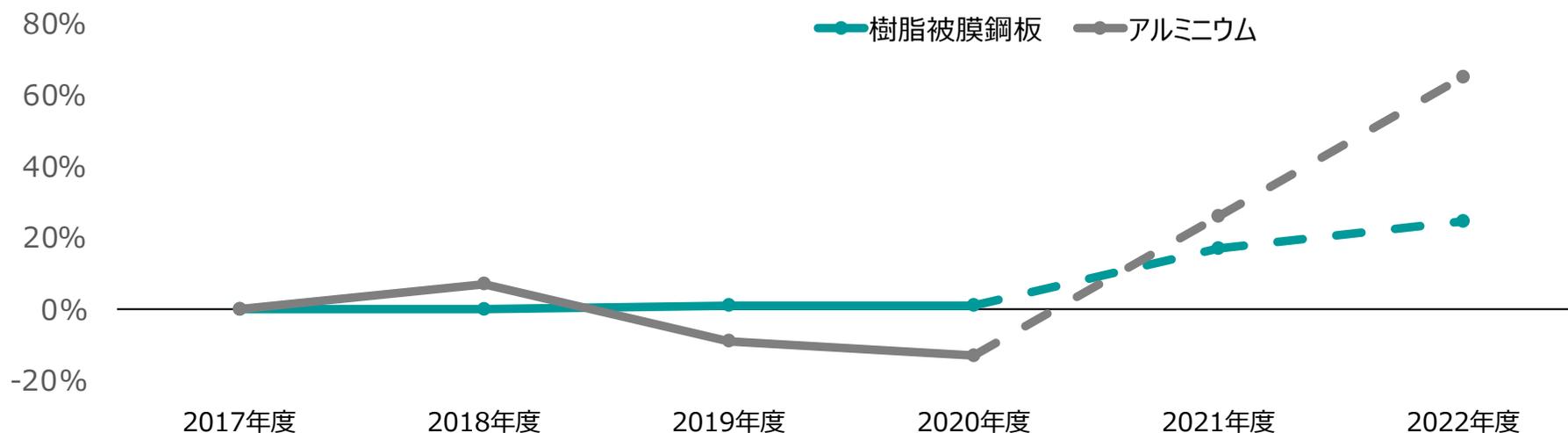


(※)一般財団法人 建設経済研究所「建設経済モデルによる建設投資の見通し」を基に作成。2021年度・2022年度は見込み値。

市場環境	<ul style="list-style-type: none"> 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 住宅関連市場は新設住宅着工戸数が前年減の見通しとなっており、また引き続き資材価格の高騰や円安傾向が継続する見通し
取組内容	<ul style="list-style-type: none"> 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

2023年3月期（2022年度）の見通し

資材価格の推移（2017年度比）



(※) 「World Bank」他当社独自資料を基に作成。2021年度・2022年度は見込み値。

市場環境	<ul style="list-style-type: none"> 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 住宅関連市場は新設住宅着工戸数が前年減の見通しとなっており、また引き続き資材価格の高騰や円安傾向が継続する見通し
取組内容	<ul style="list-style-type: none"> 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

2023年3月期（2022年度）の見通し

【2023年3月期（2022年度）業績予想】

	2022年3月期 (2021年度)			2023年3月期 (2022年度)	
	当初見通し	実績	前期比	見通し	前期比
売上高	21,700	20,861	97.4%	21,500	103.1%
原価率	—	57.83%	(※1) 101.5%	継続的な 原価低減活動を推進	
販管費	—	8,011	98.6%	効率・採算性を 重視した費用執行	
営業利益	720	785	71.5%	600	76.4%
経常利益	730	825	72.3%	630	76.4%
親会社株主に帰属 する当期純利益	470	531	70.8%	420	79.0%

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

窓辺をかえる、明日が変わる。

TOSO

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@toso.co.jp