



**TOSO**

REPORT 2021  
統合報告書

# Contents

- 企業理念 ..... 3
- 沿革 ..... 4
- TOPメッセージ ..... 6
- 事業概況 ..... 8
- トーソの強み ..... 10
- 成長戦略 ..... 12
  - Vision2025 ..... 12
  - 非住宅分野 ..... 13
  - 海外事業 ..... 14
  - 新規分野 ..... 15
- ESGの取り組み ..... 16
  - 基本方針 ..... 16
  - 環境 **E** ..... 18
  - 社会 **S** ..... 20
  - ガバナンス **G** ..... 22
- 財務ハイライト ..... 24
- 非財務ハイライト ..... 25
- 業績サマリー ..... 26
- 会社概要 ..... 27

## 企業理念 Corporate Message

### 窓辺をかえる、明日が変わる。

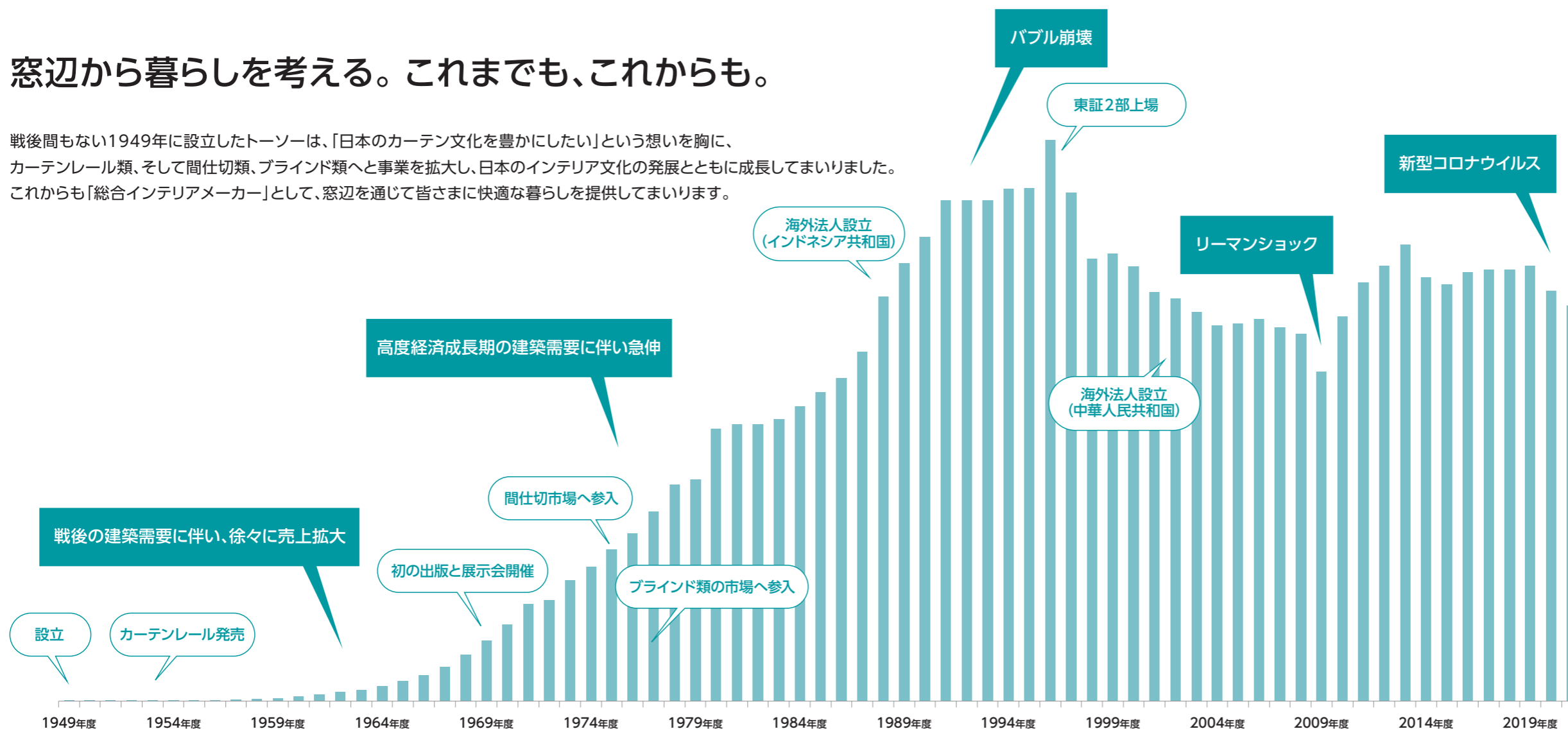
コーポレートメッセージは、企業理念やビジョンに掲げている成長性の指向・改革意識の醸成、さらには当社の進むべきベクトルを包括的に表現すると共に、当社が社会に対して約束する事の宣誓でもあります。

「かわる」ことを待つのではなく、自らが「かえていく」という革新的な意欲を常に持ち続けることにより、明日(未来)につながっていくと考えています。



## 窓辺から暮らしを考える。これまでも、これからも。

戦後間もない1949年に設立したトーソーは、「日本のカーテン文化を豊かにしたい」という想いを胸に、カーテンレール類、そして間仕切類、ブラインド類へと事業を拡大し、日本のインテリア文化の発展とともに成長してまいりました。これからも「総合インテリアメーカー」として、窓辺を通じて皆さまに快適な暮らしを提供してまいります。



事業	1949年 建築金物業として 東京装備工業株式会社設立	1965年 東装化工 (現つくば工場)稼働	1972年 トーソー株式会社に 社名変更	1978年 兵庫工場 設立	1985年 茨城第二工場 (現水海道工場)を新設	1996年 東京証券取引所市場 第2部(現スタンダード市場)上市	2009年 インドネシアでの 植林活動開始
	1953年 第1号製品 「C型カーテンレール」発売	1969年 TOSO初の装飾レール 「ローレット」発売	1975年 アコーディオンドア 発売	1977年～ ロールスクリーンや アルミブラインドなど ブラインド類を次々に発売	1996年 ピクチャーレール 発売	2007年 調光ロールスクリーン 発売	2020年 ビニールカーテン 発売
		1969年 「窓とカーテン」刊行 世界のカーテン・ カーテンレール展開催	1976年 トーソーフェア 初開催	1981年 ハイムテキスタイル展 初出展	1990年 WiCセミナー 初開催	2003年 「インテリアトレンド ビジョン」創刊	2007年 第1回 with Curtains 開催

**2021年度**

連結売上高  
**20,861**百万円

営業利益  
**785**百万円

これからのTOSO

**2016年度より**  
新経営ビジョン  
「Vision2025」  
を始動

P.12

## 持続的な企業成長を 目指しながら、 企業の社会的責任を 果たします



代表取締役社長

前川 圭二

### 2021年度を振り返って

当連結会計年度におけるわが国経済は、新型コロナウイルス感染症の世界的な拡大による低迷から、段階的な経済活動の再開やワクチン接種の促進等により持ち直しの動きも見られましたが、感染の再拡大やウクライナ情勢など、依然として景気の先行きは不透明な状況が続きました。

当社グループ事業に関連の深い建設市場におきましては、前年の新型コロナウイルス感染症の影響による落ち込みの反動により、新設住宅着工戸数、非住宅向けの建築着工床面積ともに増加しておりますが、世界的な原材料価格の高騰や為替変動、原油価格の上昇に加え、長期的には新設住宅着工戸数は減少傾向となるなど、取り巻く経営環境は依然として厳しい状況が続いております。

### 日本のカーテン文化を豊かにしたい

当社は2019年に創立70周年を迎えましたが、この70年間、「創る」と「伝える」の2つの活動を軸に、「日本のカーテン文化を豊かにしたい」との想いでカーテン文化の普及・発展に努めてまいりました。「創る」とは、製品開発によって世の中に新たな価値を提案することで、「伝える」とは、新たな価値をセミナーやイベント、出版を通じて世の中に文化を広め、業界を活性化させる活動です。

カーテンは欧米から伝来した文化であり、戦後70年ほどで日本に広く普及しました。当社はまだカーテンが一般的に普及していない頃から、日本の気候や建築構造、日本人のライフスタイルに合わせて「開け閉め」にこだわった製品を開発・提案し、

このような環境の中で、当社グループは「Vision2025」第2フェーズ(2020～2023年度)の2期目として、引き続き主力の住宅分野の深耕とあわせて、非住宅分野や海外事業、新規分野への営業活動を展開し、成長戦略を推進しました。

これらの結果、当連結会計年度における売上高は20,861百万円(前期比2.6%減少)、営業利益は785百万円(前期比28.5%減少)、経常利益は825百万円(前期比27.7%減少)、親会社株主に帰属する当期純利益は531百万円(前期比29.2%減少)となりました。なお、「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号2020年3月31日)等の適用により、売上高は46百万円減少し、営業利益は11百万円減少しております。

さらにはカーテン縫製の勉強会やセミナー、出版等の活動を行いカーテン文化の普及に努めてまいりました。今では当たり前となった厚手カーテンとレースカーテンの2枚吊りや毎日カーテンを開け閉めする文化も日本独特であり、当社の活動が文化の醸成の一助になったと自負しています。

結果として、カーテンレールは70年以上にわたりトップシェアを維持できており、「伝える」活動によって培われたファブリックや照明、家具等のメーカー様との関係性は現在でも当社の強みとなっております。

### 建物のつくりや暮らしにあわせた「創る」「伝える」活動

この70年で私たちを取り巻く社会や環境は著しく変わり、暮らし方はもちろんのこと、建物の構造やインテリアも変化してきました。また、近年はユーザーが情報を自ら選び「自分らしさ」を大切にする傾向が高まり、インテリアスタイルの多様化が進んでいます。建築の分野でも、リノベーションが住まいの選択肢の一つになったり、技術の進化により天井が高い大開口の住宅が続々と登場したりと、窓辺についても大きく変化しています。特に近年は新型コロナウイルス感染症の拡大により、在宅勤務の浸透に伴うおうち時間の増加や、飛沫防止や非接触といった感染対策が重要になるなど、窓辺に求める価値観などにも変化が見られました。

このような変化し続ける環境の中で当社はニーズを見つけ出し、培ってきた技術や強みを活かして機能性・デザイン性ともに優れた、新たな価値ある製品を「創る」ことで、需要を生み出してまいります。さらに近時ではICT技術の発展により、IoTへの対応も視野に入れていく必要があると認識しております。また、「伝える」活動についても、インターネットやSNSの普及に伴い、消費者自らが情報収集や取付を行う、といったケースも増加していることから、従来のイベントや出版活動と併せて、WEBやSNSを活用した様々なツールをご提供することで、皆さまにとって使いやすく、暮らしをより豊かにする空間づくりの一助になりたいと考えています。



### 今後の見通しと取り組み

事業領域についても新たな取り組みが必要と感じております。現在のコアビジネスである住宅分野の深耕とあわせて、需要の拡大が見込まれる宿泊施設をはじめとした非住宅分野の取り組み、アジアを中心とした海外販売の強化や当社グループの保有技術を活用した用途開発、ステッキやシルバーカーといった歩行支援用品等の新規分野でのビジネス領域拡大などの成長戦略に取り組むことで、持続的な企業成長を図ってまいります。これらの活動は2020年度より始動した経営ビジョン

「Vision2025」第2フェーズの重点施策「コアビジネスにおける「TOSO」特有の新しい企業価値創造」「成長戦略への重点投資による事業領域拡大」として推進してまいります。

当社は、これまでこれからも、「創る」と「伝える」の2つの活動を通して、皆さまの暮らしを豊かにすることを目標に事業を行ってまいります。それによって皆さまの暮らしを豊かにする、それが当社の変わらぬ想いです。

### ESG・SDGsへの対応

いま、企業を取り巻く環境は、グローバル化の進展、高齢化社会の到来、ICT技術の急速な進歩など大きく変化しており、お客様一人ひとりのライフスタイルの多様化も一層進んでいくものと思われます。これらの環境変化に対し、当社は「洗練されたデザイン性」「高い品質を生み出す技術力」をベースとして、「安全性」「操作性」「施工性」を重視した製品提供による新しい価値提案を行い、グローバルな視点から成長市場への積極的な提案活動を展開してまいります。

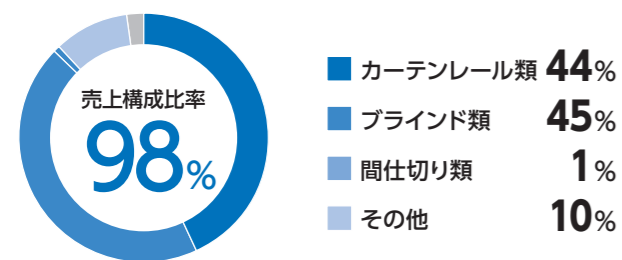
一方、企業は持続的な発展を目指すことと同時に、社会の一員と

しての存在意義を認められることが必要です。現在、持続可能な開発目標(SDGs)やESGといったキーワードが注目されておりますが、新型コロナウイルス感染症の影響により、この動きはさらに加速していくものと考えております。当社では改めて既存の環境保全活動や事業活動を見直し、新たにサステナビリティ方針を策定いたしました。具体的には、経営理念を基本的な考え方とし、組織統治(ガバナンス)を土台とした環境・社会への取り組みを事業に取り込むことで、より一層サステナビリティに関する活動を推進してまいります。

# 事業概況

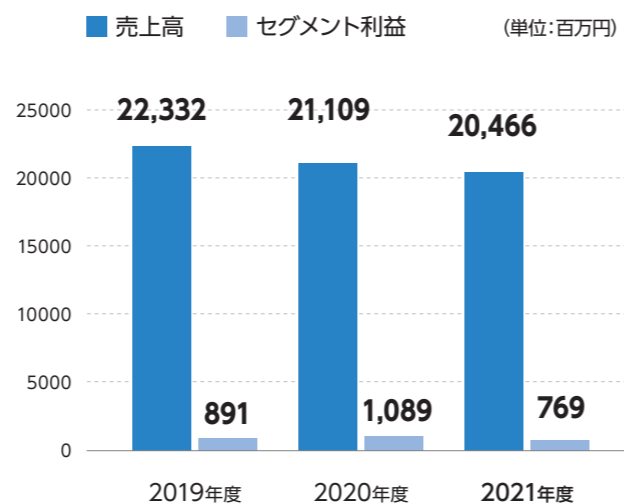
## 室内装飾関連事業

国内シェアNo.1のカーテンレールを中心に、ブラインド、ロールスクリーン等の窓装飾品や室内間仕切類などを開発・製造・販売しています。



## 2021年度の業績概況

室内装飾関連事業においては、新製品を中心とした展示会「トソーウインドウファッションフェア」やカーテンメーカーとの合同発表会「with Curtains」をオンラインで開催するなど営業活動の強化を行いました。非住宅分野を中心に売上げが伸び悩み、売上高は20,466百万円(前期比3.0%減少)となりました。セグメント利益については、原材料価格の高騰や営業活動費用の増加等が影響し、769百万円(前期比29.4%減少)となりました。なお、収益認識会計基準等の適用により、売上高は42百万円減少し、営業利益は11百万円減少しております。



## 2022年度の課題と展望

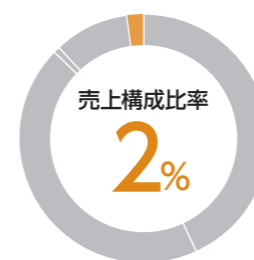
新設住宅着工戸数や非住宅着工床面積は一時的な落ち込みから持ち直しの傾向にて推移すると想定されますが、中長期的には住宅市場は縮減傾向となる見通しです。また、引き続き新型コロナウイルス感染症の影響による世界的な経済活動の停滞に加え、原材料価格のさらなる高騰やウクライナ情勢の動向、物流費

の上昇、国内の個人消費や住宅投資の低迷等もあり、経営環境は予断を許さない状況が続くものと予想されます。

当社グループといたしましては、経営ビジョン「Vision2025」の実現に向け、引き続き新製品開発力や市場への対応力の強化に取り組んでまいります。

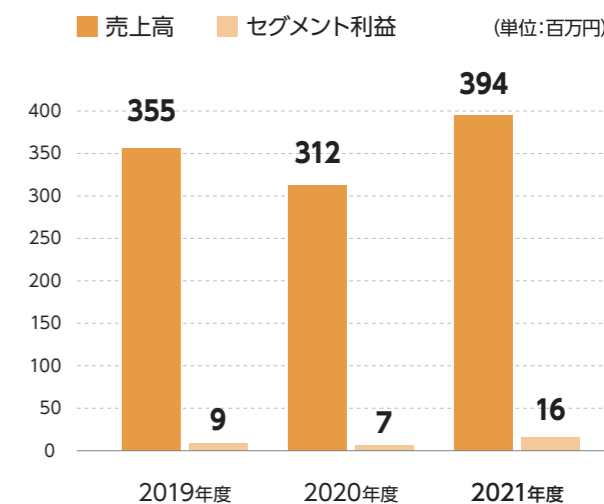
## その他の事業

ステッキを中心とした福祉用品を開発、販売しております。



## 2021年度の業績概況

その他の事業では、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しました。段階的な経済の持ち直しの中、大手取引先との取り組み強化等の販売活動推進により、売上高は394百万円(前期比26.6%増加)、セグメント利益は16百万円(前期比107.6%増加)となりました。なお、収益認識会計基準等の適用により、売上高は3百万円減少し、営業利益は0百万円減少しております。



## 2022年度の課題と展望

引き続き新型コロナウイルス感染症や原材料価格の高騰などの影響が懸念されるものの、介護関連市場は、日本の高齢者人口の増加に伴い、今後も拡大する見通しです。

そのような環境の中で、「歩行サポートメーカー」として、カート等のステッキ以外の製品ラインナップの拡充や、各種展示会への

出展、既存取引先との取り組み強化や新規取引先の開拓等に取り組んでまいります。また、インテリアメーカーであるトソーグループであることを活かし、ファッション性やデザイン性に優れた製品開発や、ステッキに対するマイナスイメージの転換による対象マーケットの拡大にチャレンジしてまいります。

## トソーの強み

「日本のカーテン文化を豊かにしたい」その思いから、設立から70年以上にわたって、「創る」・「伝える」の活動を続けてまいりました。この活動は当社事業の主軸であり、長期的に継続することで強みにもなっております。時代の変化にあわせて活動内容も変容させながら、これからも「創る」・「伝える」の活動を続けてまいります。



### 創る

まだ日本にカーテンレールが普及していなかった時代に、トソーはカーテンの開け閉めに徹底的にこだわり、「C型カーテンレール」を開発しました。

暮らし方や建物の構造は、時代と共に変わっていきます。驚くような新製品でも、何年後かには「あたりまえ」の存在となり、すっかり日常に溶け込んでいるかもしれません。

そんな未来のスタンダードを目指して、積み重ねた技術と品質を継承し、多様なニーズや海外のトレンドを取り入れながら、様々な製品を開発・販売しています。

### 伝える

トソーは製品の開発・製造・販売を行う傍ら、日本のカーテン文化の普及に努めてまいりました。カーテンの専門書がほとんどない時代に書籍「窓とカーテン」を出版し、カーテンをもっと広めるために「インテリア研究会」を全国50都市で開催しました。

現在でもインテリア雑誌や専門書の出版、各種イベント開催など、インテリア文化と業界全体の発展に取り組んでおります。



当社は、1949年の設立以来、カーテンレールの国内トップメーカーとして、日本のカーテン文化の普及に努めてまいりました。「カーテン文化を豊かにしたい」その思いは現在も変わることはありません。製品の開発・製造・販売はもちろん、業界の活性化、そして製品を実際に使っていただく皆さまの暮らしがもっと便利で魅力的になるような活動を続けてまいります。

### 製品

カーテンレール類については50%近い国内シェアがあり、この強みが当社の安定した収益基盤となっています。また、ブラインド類については、国内市場において当社シェア拡大の余地があると考えています。当社が製品開発で重視している点は《デザイン》と《機能》です。デザイン面では、過去に30種類以上の製品でグッドデザイン賞を受賞しているほか、近年では家具や照明などインテリア全体との調和を重視しています。機能面では、製品本来の便利さや快適さの追求に加え、近時はチャイルドセーフティーなど安全面も配慮した製品づくりにも積極的に取り組んでいます。今後も常にこだわりを持ち続け、アイデアと技術の向上を追求しながら新しい製品を開発することで、お客様の毎日を、そして明日をより魅力的なものにしていきたいと考えています。



### イベント・出版

イベント「with Curtains」は、当社主催で毎年開催している国内カーテンメーカーの合同発表会です。2021年度は新型コロナウイルス感染症拡大防止のためオンラインで開催いたしました。他にもウィンドウスタイリング・スキルアップ講座など、インテリアの仕事に携わる方々に向けたイベントやセミナーを開催しており、今後もさまざまなイベントやセミナーの開催を検討してまいります。

また、各種イベント開催とあわせて、インテリア雑誌や専門書などの出版や、多くの方に手に取っていただけるようフリーマガジン (La Finestra) の刊行も行う等、カーテン文化と業界の発展に情熱を持って取り組んでいます。



### その他の活動

近年、SNSの普及に伴い、実際に製品を使用される方が、SNS等で製品仕様や使い方を調べるケースが増えてきました。当社ではSNS上 (Instagram・YouTube等) に製品紹介や操作方法説明の動画を配信しているほか、イメージをつかみやすいよう、事例写真集やカラーシミュレーションなど、WEBやSNS等を活用して様々なツールを発信しています。

また、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う商談のオンライン化を受け、「商談サポートツール」として窓まわり製品の打合せに便利なウェブコンテンツを公開、随時コンテンツを増やしています。製品や納品時のイメージを写真や動画で共有でき、商談時間の効率化や疑問・不安の解消にお役立ていただきたいと考えております。



# 経営ビジョン「Vision2025」

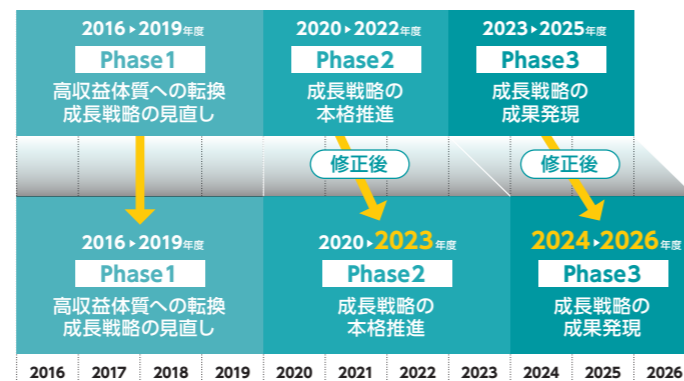
当社グループは、2016年4月より経営ビジョン「Vision2025」をスタートしました。10年後の「変わりたい姿」である「Vision2025」では、現在のコアビジネスである国内住宅市場を中心とした室内装飾関連事業での収益基盤をより強固なものにしなが、国内非住宅分野と海外事業を強化し、また、新規分野でのビジネス

領域を拡大することで持続的な企業成長を目指します。2020年度から始動した第2フェーズについては、重点施策として「新しい企業価値創造」、「成長戦略の推進」、「強固な経営基盤の再整備」を掲げ、取り組みを推進しております。



## 「Vision2025」期間延長

新型コロナウイルス感染症の影響を受けて活動が停滞しており、当社グループでは目標値はそのままに、期間を一年延長することにいたしました。なお、当社を取り巻く環境は刻々と変化しており、期間の延長のみならず、重点施策の内容等につきましても、状況に応じて修正を検討してまいります。



## 非住宅分野

宿泊施設や医療・福祉、文教施設を中心とした物件獲得活動を強化・推進しております。また、当社が保有している技術や機構・機能を活用した既存製品の販売領域拡大も目指してまいります。

### 物件獲得活動

今後、新設住宅着工戸数の減少に伴って住宅市場は縮減していくものと想定されます。一方で、高齢化に伴い医療・福祉施設は今後も一定の需要が見込める分野です。当社では、住宅市場で培った技術や強みを活かしやすい、宿泊、医療・福祉施設を中心に物件獲得活動を行ってまいります。

例えば、医療・福祉施設向けにはベッドまわり用のカーテンレールや点滴レール、制菌・抗菌加工を施したスクリーンを品揃えするなど、各物件で求められる機能や品質を満たす製品をラインナップしております。他にも宿泊施設や会議室等に活用いただける遮光ロールスクリーンや各種電動製品などがあり、今後、ニーズに合わせてさらなるラインナップの拡充を図ってまいります。



### 周辺領域の用途開発

非住宅分野は、ホテルやオフィスといった建物の窓以外にも需要はあります。物件獲得活動と併せて、窓以外の周辺領域における、既存の技術や機能・機構を活用した販売領域拡大に取り組みます。

具体例として、クリアロールスクリーンは既存のロールスクリーンの機構を活かして発売した製品ですが、昨今の新型コロナウイルス感染症の予防として店舗や事務所等で需要が拡大しております。

また、クリアロールスクリーン以外にもバスや鉄道といった車両用のロールスクリーンや冷蔵スペース用の保冷スクリーン、屋外用のロールスクリーンやビニールカーテンなど、既存製品や技術、機能・機構を活かすことができる分野への販売領域拡大に努めてまいります。



## 海外事業

当社では1962年より海外への販売を継続して実施しております。生産拠点として1988年にインドネシア共和国にP.T. TOSO INDUSTRY INDONESIA、2002年に販売拠点として中華人民共和国に東装窓飾(上海)有限公司を設立しており、アジア圏を中心に高級ホテル物件への納入や、エリアを限定しない資材販売・完成品販売等を行っております。

### 高級ホテル獲得活動

海外の高級ホテルは日本同様、電動タイプの製品の需要が高く、宿泊者がストレスフリーで使用できる機能性と、色柄や素材感といった意匠性が求められます。

海外にも同様の機能を持った製品は多数ありますが、操作のスムーズさや品質の高さなどを評価され、当社製品が採用されるケースが増えております。

2021年10月には、現地パートナー企業と提携してシンガポールにショールーム型販売店「TOSO Gallery」をオープンしました。このようなショールームや見本帳、展示会等を活用し、これからも当社は、機能性・意匠性ともに優れた日本の製品を海外へ納入してまいります。



### エリアを限定しない資材販売の強化

厚手カーテンとレースカーテンの2枚吊りや毎日カーテンを開け閉めするといった日本独特の文化同様、世界各国には様々な窓装飾やインテリアに関する文化が醸成されています。例えば、中華人民共和国では、日本ではあまり見られない厚く重いカーテンが多く、一般家庭向けであっても重量に耐えられる中～重量級のカーテンレールが主流となっています。一方、ヨーロッパでは日本のように頻繁に開閉することはなく、近年では見た目の美しさからウエーブカーテンが主流となっています。当社はそのような各国や地域のライフスタイル・インテリア

スタイルに合った製品(資材)を、各国のパートナー企業(代理店)を通じて販売しております。

従来、物理的距離の課題からアジア圏等を中心に販促活動を進めておりましたが、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴いオンラインでの商談が増加し、エリアの制約を受けづらくなりました。そこで当社ではWEBを活用しエリアを限定しない販売を強化してまいります。但し、オンラインだけでは対応できない場合もあるため、そういった部分を補完しつつ、販売と地域の拡大、獲得率の向上を目指します。

Soft start ●●● Normal speed → Soft stop >>>

Smart System Control  
speed and stop position  
automatically.



## 新規分野

コアビジネスである住宅市場のみに依存しない新規分野として、当社グループ企業「フジホーム株式会社」にて、ステッキを中心とした歩行支援ビジネスを推進しております。高齢化社会に対応した歩行支援用品を通じ、「いつまでも自分の脚で歩いて健康に」をテーマに、健康寿命延伸で人々の生活が少しでも快適になるようなモノづくりに取り組んでいます。

### 歩行サポートメーカーへ

高齢化が進む日本では、平均寿命だけでなく健康寿命の延伸が求められるようになっております。当社グループ企業であるフジホーム株式会社では「いつまでも自分の脚で歩いて健康に」のテーマを掲げ、介護用品ではなく、介護“予防”用品・フレイル(心身の活力が低下し、要介護へ移行する中間の状態)“予防”用品という視点から製品開発およびご提案を行っております。高齢者の中には、歩行支援用品の使用に抵抗を感じる方もいらっしゃるため、安全性はもちろん、ご使用いただく方がぜひ使いたい、外へ出かけたい、そう感じていただけるようなファッション性やデザイン性にも優れた商品を提供してまいります。



### 商品

歩行サポートメーカーとしてステッキ市場シェアNo.1を目指すと同時に、シルバーカーやサイドカートなどのステッキ以外の歩行支援用品のラインナップ拡充を行います。また、インテリアメーカーのグループ企業であることを活かし、デザインと機能を兼ね備えた新しい発想の商品の開発を目指します。



### プロモーション

H.C.R(国際福祉機器展)等の展示会へ出展し、「ファッションやインテリアとの融合」をテーマに外出する際のファッションスタイルや、室内での過ごし方提案、外出促進提案等を行います。また、日本は介護用品分野では先進国であり、国内のみならず海外の展示会への出展についても視野に入れ、準備を行ってまいります。





# ESGの取り組み

ESGやSDGs(持続可能な開発目標)への取り組みを「Vision2025」第2フェーズ(2020～2023年度)の重点施策に取り入れております。社会的責任に関する国際規格であるISO26000を活用して、7つの原則および7つの中核主題に即した取り組みを経営に組み込み、本業を通じて推進すべき重点テーマとして取り組んでまいります。

今後もすべての企業活動においてコンプライアンス・環境保全は勿論のこと、企業の社会的責任を果たし、持続可能な社会の構築を目指します。

## サステナビリティ方針

TOSOは、  
快適な住生活環境への提案を通じて、  
持続可能な社会の実現に貢献します

<p>1. TOSOがサステナブルであること</p> <p>持続可能な社会の実現には、まずTOSOがサステナブルであることが必要であり、ステークホルダーへの社会的責任であると認識します。</p>	<p>2. 社会に必要とされる企業でありつづける</p> <p>社会に必要とされる会社であることが、TOSOのサステナビリティに繋がると認識し、社会課題の解決に努めます。</p>	<p>3. 中長期的な視点で考える</p> <p>短期的な収益の追求だけでなく、中長期的な視点で考え、持続可能な成長を目指します。</p>	<p>4. 企業価値の源泉は「人」である</p> <p>最も重要な経営資源は「人」として認識し、全ての社員が長期にわたり健康で安心して働ける環境づくりを行います。</p>
---	---	---	---

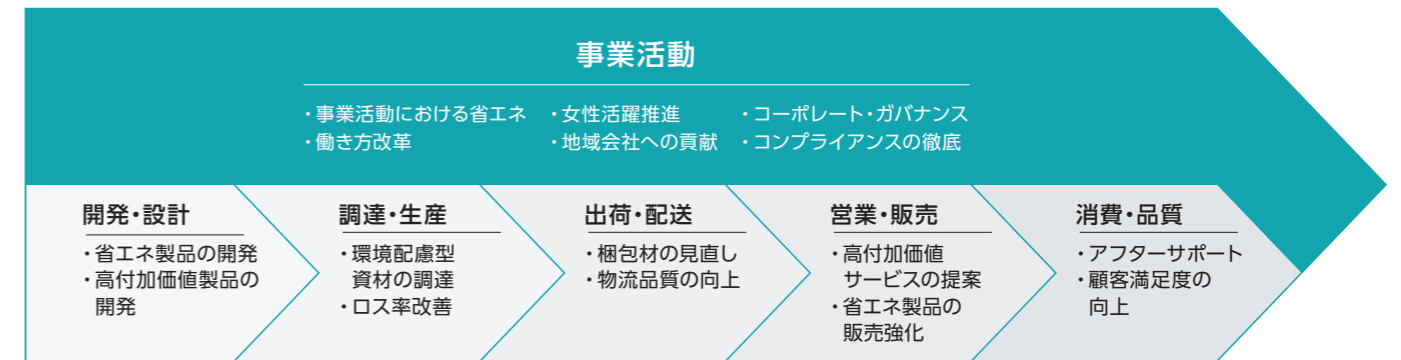
## マテリアリティ・マトリックス

当社はサステナビリティの推進にあたり、ISO26000の原則および7つの中核課題を活用して社会および当業界、当社の重要な課題を抽出し、ステークホルダーにとっての重要度および当社への影響・重要度の観点から、マテリアリティを特定いたしました。下記図中の右上にあたる、ステークホルダー並びに当社への影響・重要度の高いテーマから優先して取り組んでまいります。

非常に高い ↑ ステークホルダーにおける影響・重要度	・公正な取引の遵守 ・温室効果ガス削減 ・エネルギー・資源の有効活用 ・付加価値の提供(快適・安心・安全)	・環境に配慮した製品開発・調達・生産・販売 ・コンプライアンス ・コーポレート・ガバナンス ・リスクマネジメント
	・地域社会への貢献 ・コミュニティへの参画	・人材育成と能力向上 ・働きやすい職場づくり ・多様性とワーク・ライフ・バランス
	・ICTやAIを活用した業務改善	・サプライチェーン・マネジメント
当社における影響・重要度 →	非常に高い	

## バリューチェーンとマテリアリティ

マテリアリティを当社バリューチェーンに落とし込み、バリューチェーン全体で重要課題の解決・改善に取り組めます。



## 主な取組と関連するSDGs

ESG	CSR ISO26000 中核主題	マテリアリティ	取組内容	主に関連するSDGs
E Environment 環境	環境	・環境に配慮した製品開発・調達・生産・販売	・省エネ製品の開発・販売 ・環境にやさしい原材料の使用 ・材料ロス低減等による資源の有効活用	7 気候変動に具体的な対策を 12 つぶやみつつ持続
		・温室効果ガス削減 ・エネルギー・資源の有効活用	・事業活動における省エネ・温室効果ガス削減 ・廃棄物削減	13 気候変動に具体的な対策を 15 陸域生態系を保全
S Social 社会	労働慣行	・人材育成と能力向上 ・働きやすい職場づくり	・教育訓練機会・制度の充実 ・職場環境改善に向けた取り組み	4 質の高い雇用を促進 8 豊かになりつつ持続
	人権	・多様性とワーク・ライフ・バランス	・女性の積極的な採用と管理職等への登用 ・多様な働き方に向けた制度拡充 ・多様で平等な人材の採用・管理職等への登用	5 ジェンダー平等を促進 10 人や国の不平等をなくす
	消費者課題	・付加価値(快適・安心・安全)の提供	・顧客満足度向上に向けた活動 ・安心・安全の製品の開発・提供	3 健康と福祉を促進 11 住み続けられるまちづくりを 12 つぶやみつつ持続
G Governance ガバナンス	コミュニティへの参画・発展	・地域社会への貢献 ・コミュニティへの参画	・地域社会への支援 ・地域コミュニティへの参画	17 パートナーシップで目標を達成しよう
	組織統治	・コンプライアンス ・コーポレート・ガバナンス ・リスクマネジメント	・コンプライアンスの徹底 ・コーポレートガバナンス・コードに準拠した運営の継続 ・情報開示への積極的な対応 ・事業継続計画(BCP)の拡充	16 平和と公正な社会を築こう 17 パートナーシップで目標を達成しよう

# 環境 Environment

経営理念に「地球環境保全」を掲げ、社会に貢献し続ける企業として環境保全活動に取り組んでおります。建物のエネルギー使用量低減に貢献する製品開発を積極的に行うとともに、ISO14001認証を取得した生産工程における環境負荷低減やカーボン・フットプリントの認証取得のほか、植林等の社会貢献活動にも取り組んでおります。すべての企業活動において環境保護の観点を取り入れ、低炭素・循環型社会の実現に寄与し、持続可能な社会の構築を目指します。



## トソーグループ環境方針

地球環境保全が企業の責務である事を認識し、環境負荷低減に取り組み、持続可能な社会への貢献を目指します。

1. 環境関連の法令、条例、協定等を遵守し、環境保全・汚染の予防に努めます。
2. 事業活動が環境に与える影響の中で、次の項目を重点活動として取り組み、環境負荷低減を推進します。
  - (1) リサイクルの推進や在庫管理の適性化等により廃棄物を低減します。
  - (2) 事業活動の効率化やエネルギー使用量の管理水準を向上させ、地球温暖化防止に貢献します。
  - (3) 化学物質の低減を推進すると共に、環境負荷が少なく、安全性の高い原材料の使用を推進します。
3. 建物のエネルギー使用量低減に貢献する製品開発に積極的に取り組みます。

## 環境に配慮した製品開発・調達・生産・販売



### 省エネ製品の開発・販売

当社の主力製品は窓辺を美しく装うとともに、窓開口部の断熱性を高めて建物の省エネルギー化に貢献するものでもあります。これまでも遮熱性の高いブラインドやロールスクリーンを開発するなど、環境への取り組みを営業戦略と関連づけて取り組んでまいりました。

また、カーボン・フットプリント制度の普及促進を通じた環境負荷の低減を目指し、当社自らエネルギー使用量の削減に努めると共に、窓辺の工夫による節電を呼びかけてまいります。



遮熱機能をプラスした「遮熱スラット」



直射日光を効果的に遮る「外付けロールスクリーン」



断熱性・保温に優れた「ハニカムスクリーン」



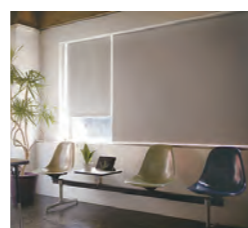
カーボン・フットプリント認証を取得した「ニューレリック型」

### 環境にやさしい原材料の使用と資源の有効活用

資材のロス率(歩留)改善活動や、木製カーテンレールやウッドブラインドに計画植林材や集成材を採用することにより、無駄のない資源の活用に取り組んでいます。また、有害物質が発生しない素材やグリーン購入法適合品(再生PET繊維を生地重量比25%以上使用した製品)の拡充など、地球環境にやさしい原料や素材を積極的に採用しています。



集成材を使用した木製ブラインド



グリーン購入法適合品のロールスクリーン



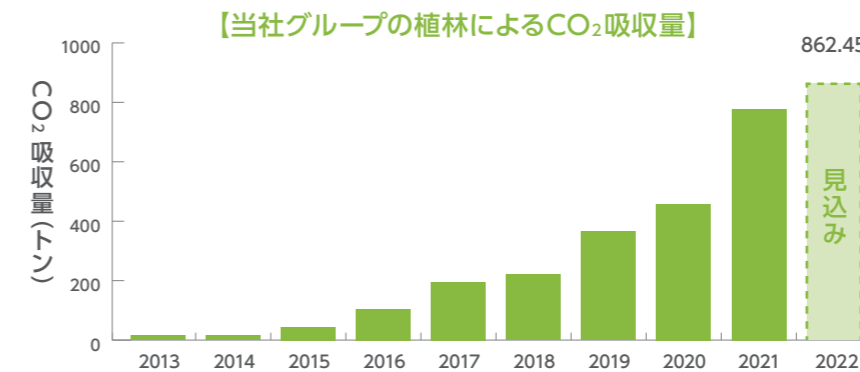
グリーン購入法適合品  
インテリアファブリックス  
産業活性化協議会

## 温室効果ガス削減



### インドネシア共和国における植林活動

当社グループは海外生産拠点「P.T.TOSO INDUSTRY INDONESIA」があるインドネシア共和国において、2009年度よりボゴール農業大学森林学部ワレット山研究所の協力を得て、植林活動を行っております。インドネシア共和国では過度の伐採による森林の減少が深刻化しており、その結果様々な問題が発生するようになりました。当社グループはインドネシア共和国に拠点を置く企業として、また木資材を使用した製品を販売している企業として、植林活動による地球環境保全に努めてまいります。



インドネシア共和国における植林活動

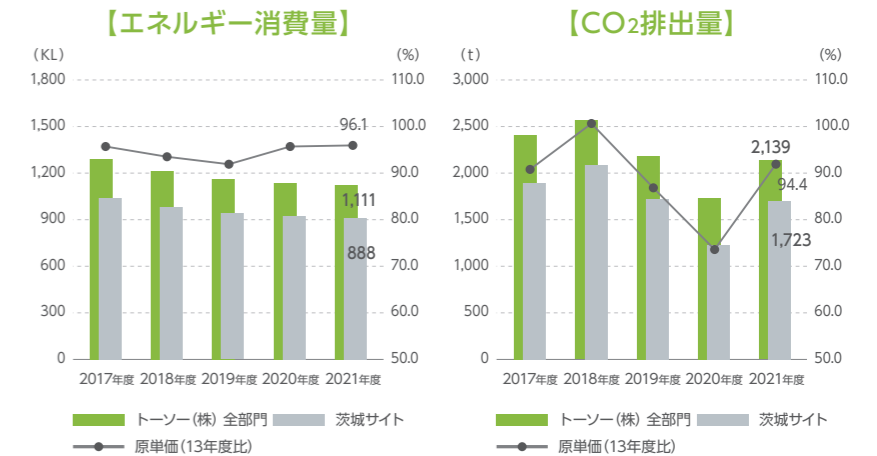
累計本数 **12,400本**  
(2022年3月末現在)

### 事業活動における省エネルギーへの取り組み

当社のエネルギー使用量の約80%を占める茨城サイト(つくば工場・水海道工場)では、電力消費量の削減に向けた取り組みを継続しております。

2013年度に1,300KL(原油換算)を超過していた全部門でのエネルギー使用量(原油換算)は、省エネ推進活動により、2021年度は1111.4KLでした。

茨城サイトはもちろん、全社でみてもエネルギー消費量は年々減少傾向にあります。引き続き、省エネルギーへの取り組みを全社を挙げて推進してまいります。

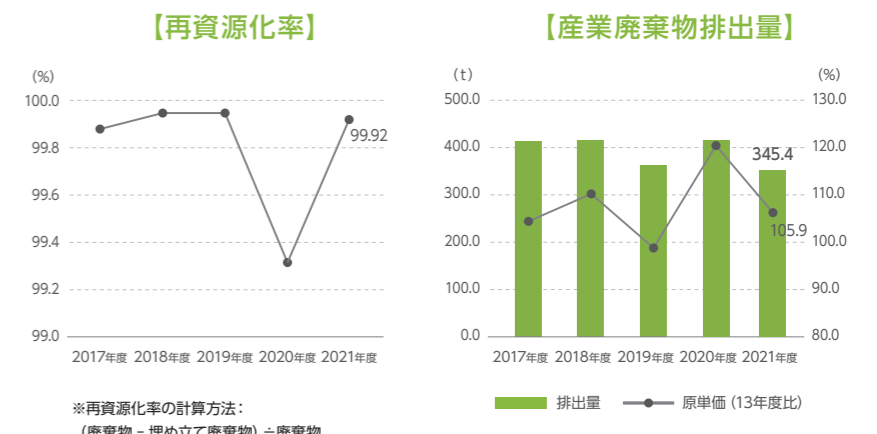


## エネルギー・資源の有効活用

### 茨城サイトにおけるゼロエミッション

当社のメイン工場がある茨城サイト(つくば工場・水海道工場)では再資源化率(※)の向上やロス率の改善等により、廃棄物の削減に向けた継続的な取り組みを行っています。産業廃棄物は18種類に分別して再資源化しており、事業系一般廃棄物も含めて2006年度以降ゼロエミッション(再資源化率99.0%以上)の達成を継続しており、2021年度も再資源化率99.92%と達成いたしました。

木製資材及びスクリーン類のロス低減、廃ダンボールの再利用等による排出量低減活動は継続して行っております。また、複合素材の廃棄物を単一素材に分別し、資源回収として処理することで混合廃棄物(産廃)の減少に努めています。



※再資源化率の計算方法:  
(廃棄物 - 埋め立て廃棄物) ÷ 廃棄物

# 社会 Social

当社は製品の開発・製造・販売を行う傍ら、日本のカーテン文化の普及に努めてまいりました。現在でもインテリア雑誌や専門書の出版、各種イベント開催など、インテリア文化と業界全体の発展に取り組んでいます。また、2020年よりスタートした経営ビジョン「Vision2025」第2フェーズでは、重点施策の1つに「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」を掲げており、顧客満足度向上に向けた取り組みや、従業員が働きやすい環境づくりに努め、ステークホルダーの皆さまにとってより良い環境づくりを行ってまいります。



## 方針

- ・お客様へ：ライフスタイルの変化にあわせ、安心・安全で暮らしを豊かにする製品づくりを目指します。
- ・従業員へ：働く人の能力発揮とその繋がりがこそ会社の基盤と考え、ライフワークを大切にしながら「全員活躍」の職場づくりを行います。
- ・インテリア業界へ：業界の活性化に向けたイベントや出版などの活動に継続して取り組みます。
- ・地域社会へ：地域の社会・文化の発展を目指し、社会貢献活動を推進してまいります。

## 人材育成と能力向上

### 教育訓練機会・制度の充実

「全員活躍」をキーワードとして、従業員が意欲をもって安心して働き続けられる環境づくりを行ってまいります。具体的には新入社員研修や中堅社員研修、新任マネージャー研修といった段階に応じた研修や職種別研修など、各種研修制度の充実化を図っているほか、社員自らスキルアップを図れるよう、公的資格の取得促進や通信教育受講サポートなどの自己啓発制度、会社に対し大きく貢献した従業員や部署への表彰制度等を取り入れております。

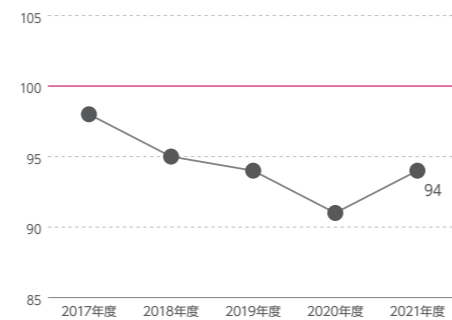


### 働きやすい職場づくり

老朽化した設備の改修など、働きやすい環境整備を行い、労働環境の改善を進めます。また、従業員が互いにサポートし合える風通しのよい職場づくりに努め、職場環境が従業員の健康にどの程度影響を与えるかの指標である「総合健康リスク」\*は、基準となる100を下回る数値を維持しています。



### 【総合健康リスク】



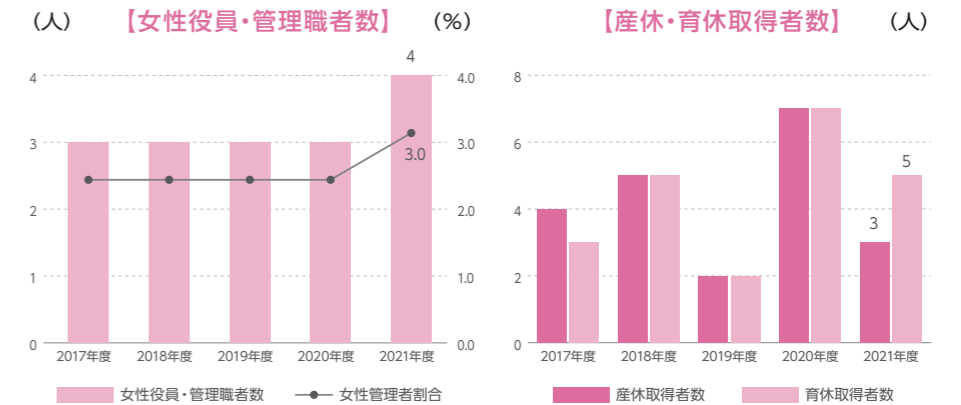
\*総合健康リスク：職場環境に起因して発生する健康問題のリスクを数値化したもの。全国平均100に対し、乖離度が大きいほど健康問題のリスクが増加(減少)する。

## 多様性とワーク・ライフ・バランス

性別・年齢・国籍・人種・経験の有無などに左右されない多様な人材の機会均等を尊重し、活躍の推進支援を行います。また、在宅勤務制度や時短勤務制度の導入など、多様で柔軟な働き方ができるような環境づくりを進めるとともに、育児・介護支援制度など、ライフイベントへの支援策を充実させております。万が一、体調を崩すなど勤務の継続が難しい場合であっても、私傷病休職制度や遺族保障制度等により、従業員やご家族へのサポートも行っています。

例：

- ・時差出勤
- ・ノー残業デー（残業時間の削減）
- ・有休取得推進
- ・在宅勤務制度
- ・育児休業制度
- ・介護休業制度
- ・育児短時間勤務制度
- ・私傷病休職制度
- ・遺族保障制度 等



フレックス制度についても導入を検討中

## 付加価値の提供

### 安心・安全の製品の開発・提供

ライフスタイルの変化にあわせ、安心・安全で暮らしを豊かにする製品づくりを目指します。「シックハウス症候群」の原因とされる物質の排除や、抗菌・抗ウイルス加工を施した製品、チャイルドセーフティ対策品など、安心してお使いいただける製品を多数ラインナップしております。



ループ状のコードやチェーンがないループレス式のローマンシェード



荷重がかかると外れる分離するボールチェーンや、ふさかけ・タッセル



化学物質排出量の少ない製品を認定する「GREEN GUARD」認定品



建築基準法によるランクで「シックハウス症候群」の原因とされる物質の放散量が最も少ないF☆☆☆☆認定品

### カーテンメーカーの合同発表会「with Curtains」開催

「with Curtains」は2007年より毎年開催している、インテリアコーディネーターをはじめとする業界の方々向けのインテリアテキスタイルの合同発表会です。日本を代表するカーテンメーカーにご参加いただき、マーケティング・開発担当者より、自社製品の開発背景やセールスポイント、コーディネート提案などを発表いただきます。また、会場にはコーディネート実例などを展示します。2021年度は新型コロナウイルス感染症の拡大防止を考慮しオンライン開催といたしましたが、今後も引き続きこのようなイベント開催を通じて、カーテンレールのトップメーカーとして、これからもカーテンとともに歩み、カーテンを楽しむ文化をより多くの人に広めていきたいと考えています。



# ガバナンス Governance

当社は、コーポレート・ガバナンスの基本方針の実現に向け、経営の意思決定と執行における透明性、迅速性、効率性及び公平性の確保、コンプライアンスの徹底、強化を図り、公正な経営システムの構築とその適切な運用に努めております。



## 方針

株主・顧客をはじめとする全てのステークホルダーの期待に応えるため、持続的な成長及び長期的な企業価値の向上を図ります。

## 取締役の紹介

(2022年6月30日現在)



### 代表取締役社長 前川 圭二

1983年4月 当社入社  
2004年4月 当社製造副本部長  
2009年4月 当社経営企画室長  
2011年4月 当社経理部長  
2013年6月 当社執行役員経理部長  
2014年6月 当社取締役経理部長  
2015年4月 当社取締役管理本部長  
2019年4月 当社代表取締役社長(現任)



### 専務取締役 結束 正

1983年4月 当社入社  
2011年4月 当社大坂営業部長  
2012年4月 当社営業副本部長  
2013年4月 当社営業本部長  
2013年6月 当社執行役員営業本部長  
2014年6月 当社取締役営業本部長  
2019年6月 当社専務取締役営業本部長(現任)



### 取締役 八重島 真人

1989年4月 当社入社  
2012年4月 当社特販営業部長  
2015年4月 当社営業副本部長  
2015年6月 当社執行役員営業副本部長  
2019年4月 当社執行役員管理本部長  
2019年6月 当社取締役管理本部長(現任)



### 取締役(監査等委員) 堀住 浩一

1984年4月 当社入社  
2010年4月 当社情報システム室長  
2015年4月 当社経理部長  
2018年6月 当社執行役員経理部長  
2020年4月 当社取締役(監査等委員)(現任)



### 社外取締役(監査等委員) 江角 英樹

1995年10月 監査法人トーマツ  
(現有限責任監査法人トーマツ)入社  
公認会計士登録  
1998年8月 同法人退職  
2005年8月 同法人退職  
2005年9月 株式会社コーポレート・アドバイザーズ・アカウンティング入社  
2005年9月 同社執行役員(現任)  
2015年6月 当社監査役  
2016年6月 当社取締役(監査等委員)(現任)



### 取締役(監査等委員) 尾崎 毅

1995年4月 弁護士登録  
2004年10月 山田秀雄法律事務所入所  
パートナー弁護士  
2005年1月 山田・尾崎法律事務所  
パートナー弁護士(現任)  
2013年4月 公益財団法人上廣倫理財団監事(現任)  
2014年3月 (株)西武ライオンズ監査役(現任)  
2022年6月 当社取締役(監査等委員)(現任)

# コンプライアンス

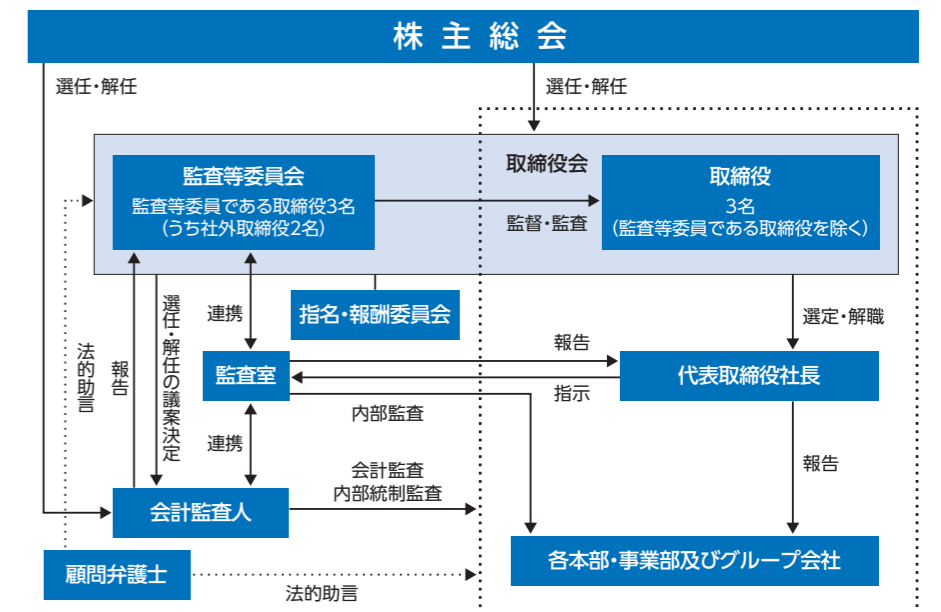
当社グループは、法令・定款を遵守し、違反・不正行為を防止するために、「企業倫理綱領」を中心とした関連規程や細則・マニュアルを整備するとともに、これらを取り纏めた「トーン・グループ社員の行動基準とリスク管理関連規程集」を全従業員に配布し、その周知と運用の徹底を図っております。また、グループ

会社を含めたコンプライアンスに関する統括および内部統制システムの構築と維持、改善を行うことを主眼とした内部統制委員会を設置し、定期的な法令等遵守状況のチェックや各部門の法令等遵守体制の徹底を行うことにより、企業集団における業務の適正性の確保に努めます。

# コーポレート・ガバナンス

## コーポレート・ガバナンス体制

当社は、監査等委員会設置会社であり、社外取締役を含む監査等委員による厳正な監査、監督によりコーポレート・ガバナンスが機能すると考え、取締役会、監査等委員会および会計監査人を設置しております。内部監査体制は代表取締役社長の直轄組織として監査室を設置し、内部監査の結果および改善計画書が代表取締役社長に報告されております。取締役会は取締役6名(内3名は監査等委員である取締役)で構成し、原則として毎月1回開催(必要に応じて随時開催)し、法令・定款および取締役会規程に基づき重要事項の決定および業務執行の監督に当たっております。



## 取締役会の実効性評価

取締役会は現任の社外取締役を含む取締役全員を対象として2021年12月に自己評価アンケートを実施し、その結果について事務局から報告を受けたうえで取締役会の実効性に関する分析・評価の議論を行いました。アンケートの結果、今回も全ての項目で適切であるという回答が過半数を占めており、

当社の取締役会の実効性は概ね確保されていることを確認いたしました。今後の対応としては、更に社外取締役の理解を深めるため、情報提供の時期や手法を検討してまいります。取締役会は、上記の評価結果および提言を踏まえて議論を重ね、実効性の更なる向上に努めてまいります。

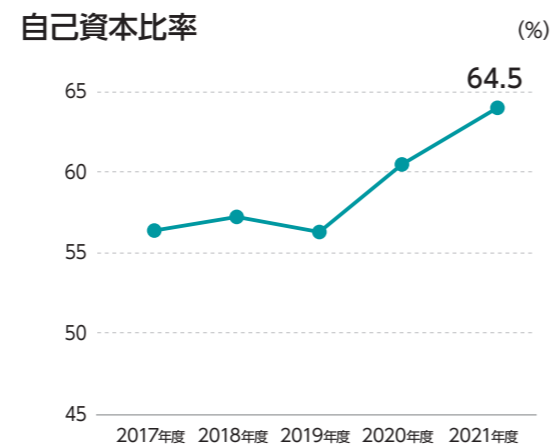
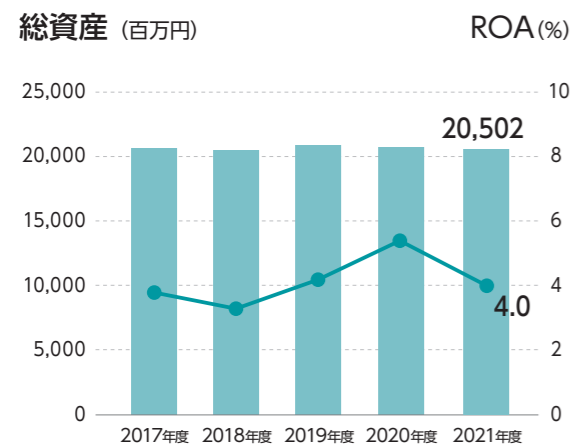
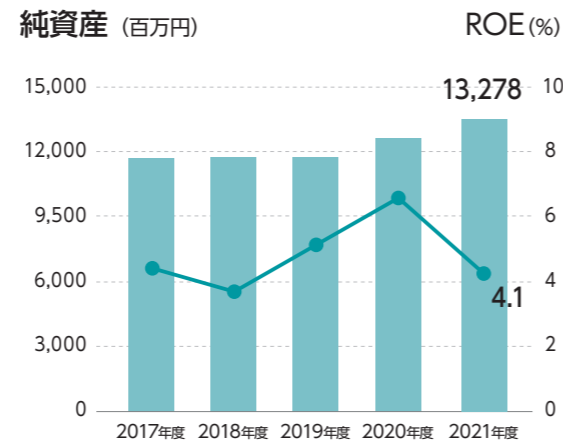
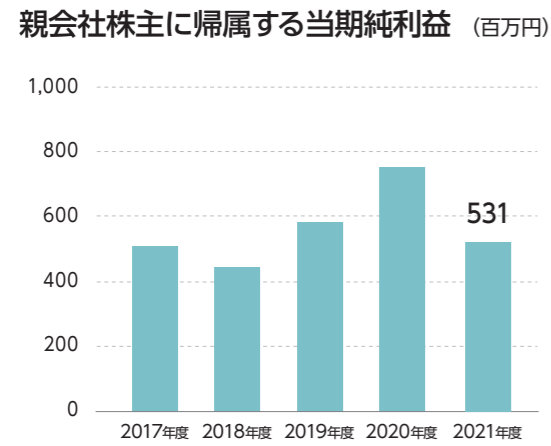
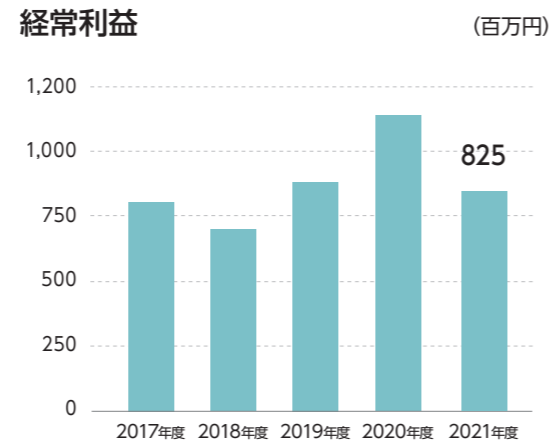
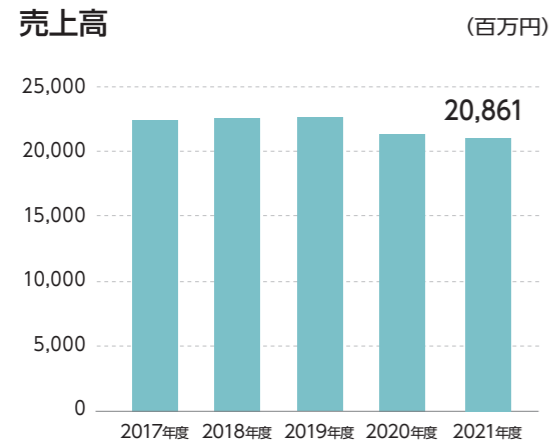
# リスクマネジメント

当社グループは、経営に重大な影響を及ぼすおそれのある損失の危険を適切に認識・評価し、事業リスクその他の個別リスクに対する基本的な管理体制を整備しております。内部統制委員会を中心に当社グループのリスク管理体制の構築と

維持、改善に努めるとともに、緊急事態が生じた場合には「危機管理規程」ほか関連規程や細則・マニュアルに基づき損害の拡大防止を図ります。また、有事に備えて事業継続計画(BCP)の検討をおこなってまいります。

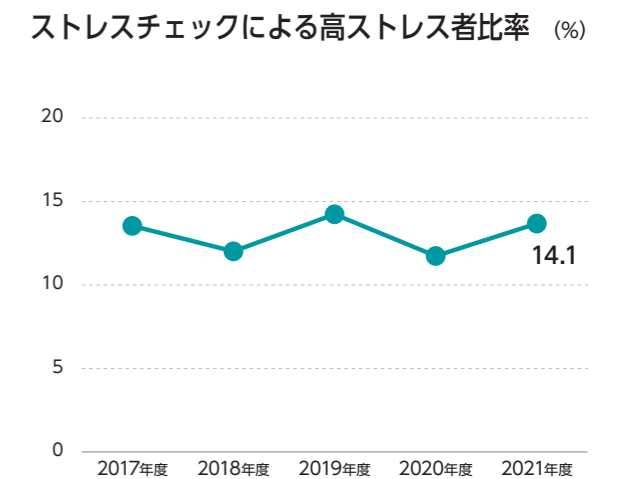
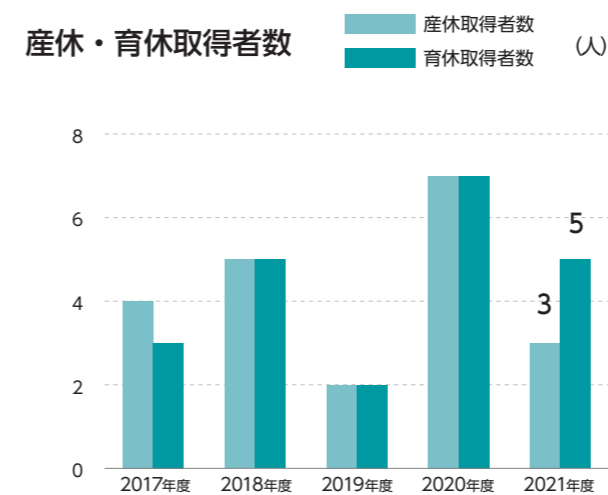
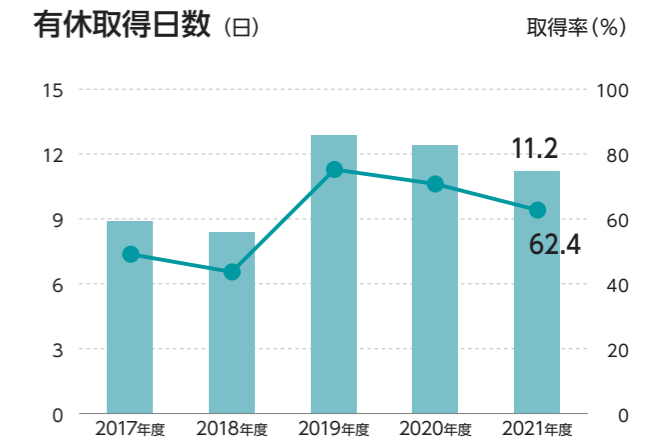
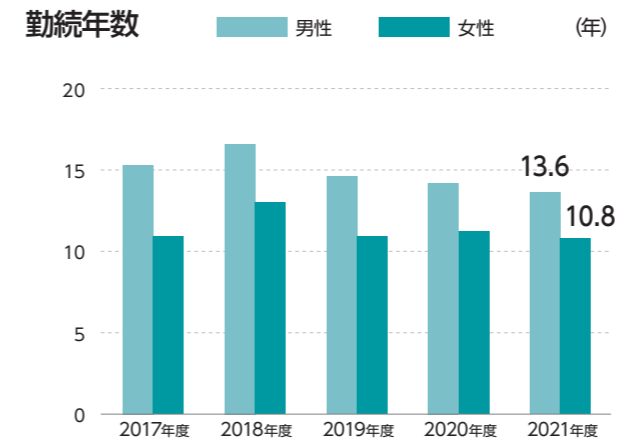
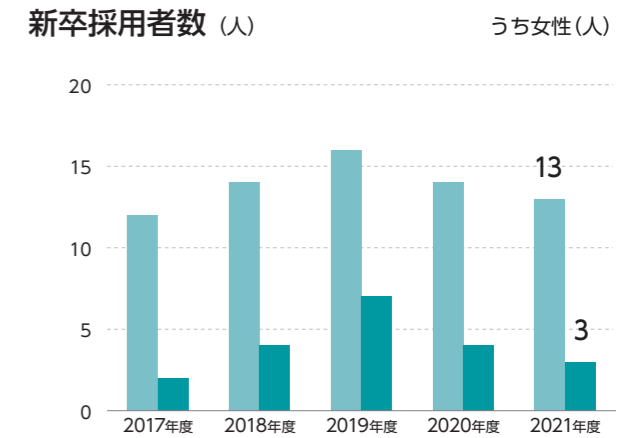
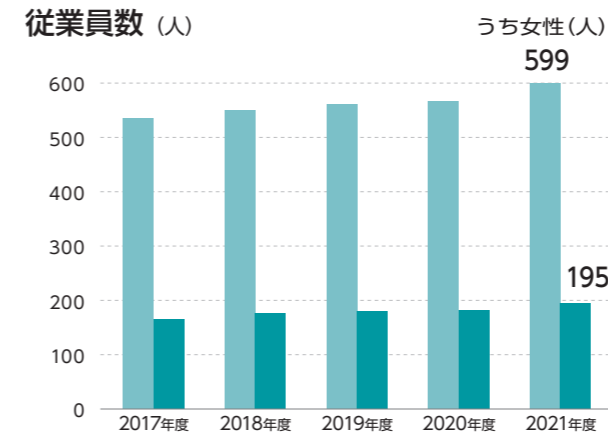
# 財務ハイライト

## 最近5事業年度の概況(連結)



# 非財務ハイライト

## 最近5事業年度の概況



# 業績サマリー (連結)

決算年度 (決算年月)		2017年度 (2018年3月期)	2018年度 (2019年3月期)	2019年度 (2020年3月期)	2020年度 (2021年3月期)	2021年度 (2022年3月期)
売上高	(千円)	22,471,637	22,651,537	22,687,903	21,421,441	20,861,413
営業利益	(千円)	795,436	688,016	900,574	1,097,563	785,304
経常利益	(千円)	806,201	701,130	884,428	1,140,632	825,068
親会社株主に帰属する当期純利益	(千円)	507,623	445,088	583,053	750,930	531,768
包括利益	(千円)	374,321	538,308	436,562	952,574	697,425
純資産額	(千円)	11,698,009	11,772,299	11,782,643	12,659,169	13,278,620
総資産額	(千円)	20,608,279	20,434,625	20,785,654	20,707,270	20,502,034
1株当たり純資産額	(円)	1,133.26	1,223.39	1,317.05	1,411.12	1,476.41
1株当たり当期純利益金額	(円)	49.38	45.19	62.50	84.15	59.44
自己資本比率	(%)	56.5	57.4	56.4	60.9	64.5
総資産利益率 (ROA)	(%)	3.9	3.4	4.3	5.5	4.0
自己資本利益率 (ROE)	(%)	4.4	3.8	5.0	6.2	4.1
株価収益率	(倍)	12.4	11.5	6.7	6.6	8.5
営業活動によるキャッシュ・フロー	(千円)	397,965	965,822	1,973,705	1,326,107	1,332,640
投資活動によるキャッシュ・フロー	(千円)	△635,436	△649,661	△474,743	△472,648	△564,163
財務活動によるキャッシュ・フロー	(千円)	△690,754	△360,973	△576,643	△646,767	△839,573
現金及び現金同等物の期末残高	(千円)	2,780,295	2,723,924	3,640,546	3,819,886	3,813,358
従業員数 (ほか、平均臨時雇用人数)	(名)	924 (251)	942 (262)	915 (261)	932 (266)	904 (273)

# 会社概要

## 会社概要

会社名	トーソー株式会社	主な事業内容	インテリア製品の開発、製造、販売
英文社名	TOSO CO.,LTD.		国土交通大臣許可 内装仕上工事業 (般-3) 第16989号
本社所在地	〒104-0033 東京都中央区新川1-4-9		ISO9001 認証番号:JQA-QM5920/製造本部/商品開発本部/品質保証部
電話番号	03(3552)1211(代表)		ISO14001 認証番号:JQA-EM2416/つくば事業場/水海道事業場
FAX	03(3552)1009	従業員数	連結904名 単体599名(2022年3月31日現在)
設立	1949年9月	売上高	連結20,861百万円(2021年度実績)
資本金	11億7,000万円		個別19,658百万円(2021年度実績)
上場取引所	東京証券取引所スタンダード市場		

## 役員 (2022年6月30日現在)

代表取締役社長	前川 圭二 (マエカワ ケイジ)	執行役員	栗山 忠久 (クリヤマ タダヒサ)
専務取締役	結束 正 (ケツソク タダシ)		本多 敏光 (ホンダ トシミツ)
取締役	八重島 真人 (ヤエシマ マコト)		森木 圭子 (モリキ ケイコ)
	堀住 浩一 (ホリズミ ヒロイチ)		山本 航平 (ヤマモト コウヘイ)
	江角 英樹 (エスミ ヒデキ)		滝澤 靖久 (タキザワ ヤスヒサ)
	尾崎 毅 (オザキ タカシ)		

## 株式情報 (2022年3月31日現在)

発行可能株式総数	30,000,000株
発行済株式の総数	10,000,000株
株主数	11,097名

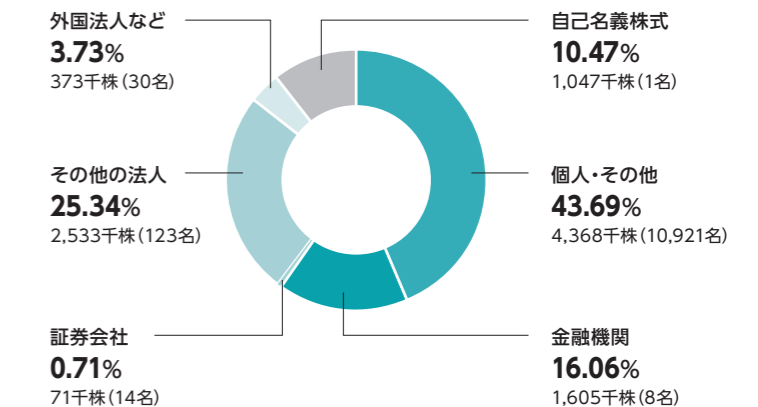
### 大株主 (上位10名)

株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
トーソー取引先持株会	437	4.88
十和運送株式会社	414	4.63
株式会社みずほ銀行	408	4.55
トーソー社員持株会	385	4.30
株式会社三菱UFJ銀行	338	3.77
第一生命保険株式会社	222	2.47
株式会社きらぼし銀行	216	2.42
株式会社常陽銀行	215	2.40
みずほ信託銀行株式会社	200	2.23
日金スチール株式会社	181	2.02

(注1) 持株数は千株未満を、持株比率は小数点第2位未満をそれぞれ切り捨てて表示しております。

(注2) 当社は自己株式1,047千株を保有しております。

### 所有者別分布状況 (株式数)



## 事業拠点一覧

営業拠点	札幌支店、仙台支店、さいたま支店、東京支店、横浜支店、名古屋支店、大阪支店、広島支店、福岡支店、営業所14カ所	連結子会社	サイレントグリス株式会社 トーソーサービス株式会社 フジホーム株式会社 P.T. TOSO INDUSTRY INDONESIA 東装窓飾(上海)有限公司
国内工場	つくば工場(茨城県)、水海道工場(茨城県)、兵庫工場(兵庫県)		
物流拠点	流通センター(茨城県)、流通センター(兵庫県)、札幌配送センター、福岡配送センター		
ショールーム	トーソープラザ(東京ショールーム、大阪ショールーム)		