

タカラスタンダード株式会社

2024年3月期 第3四半期

決算説明資料

2024年2月1日

証券コード
7981

水まわりって、大切だから

Takara standard

1. 2024年3月期 第3四半期 決算概要

P. 2 ~ 15

2. トピックス

P. 17 ~ 18

2023年4-12月
決算概要

売上高は新築向け・リフォーム向けとも順調に拡大し、
第3四半期の過去最高を更新。
営業利益・四半期純利益とも増益。

【売上高】

1,794億円
前期比 +3.9%

新築向けが各製品部門とも好調。リフォーム向けでは2023年8月発売の最高級シリーズのシステムキッチン「レミュー」、2022年8月発売の中高級シリーズのシステムバス「グランSPA」の拡販もあり増収となった。

【営業利益】

107億円
前期比 +7.5%

第3四半期(10月~12月)は、2023年度実施の価格改定の反映が順調に推移し、営業利益は前年同期比約1.4倍となり、第3四半期累計でも増益に転じた。

【四半期純利益】

82億円
前期比 +5.2%

上記、価格改定の効果に加え、政策保有株式縮減の取組み推進による投資有価証券の売却により、四半期純利益は増益となった。

第3四半期累計で増収増益となり、営業利益率も改善。

(単位:億円)

	2022年4-12月		2023年4-12月			
	金額	売上比	金額	売上比	増減	増減率
売上高	1,727	100.0%	1,794	100.0%	+66	+3.9%
売上総利益	583	33.8%	608	33.9%	+24	+4.2%
販売費及び 一般管理費	484	28.0%	500	27.9%	+16	+3.5%
営業利益	99	5.8%	107	6.0%	+7	+7.5%
経常利益	104	6.1%	110	6.2%	+6	+5.8%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	78	4.5%	82	4.6%	+4	+5.2%

経営成績(四半期別対比)

Takara standard

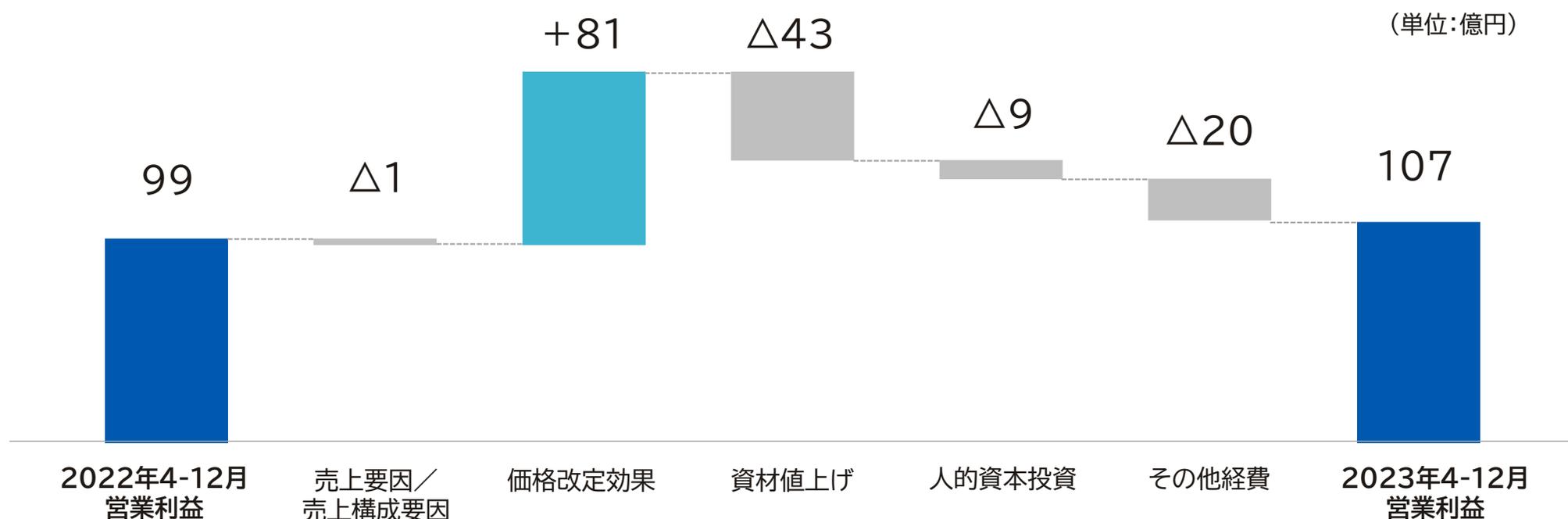
第3四半期(10月~12月)は、2023年度実施の価格改定の反映が順調に推移し、営業利益は前年同期比約1.4倍。第3四半期累計でも増益に転じる。

(単位:億円)

	2022年				2023年							
	上期 (4-9月)		第3四半期 (10-12月)		上期 (4-9月)				第3四半期 (10-12月)			
	金額	売上比	金額	売上比	金額	売上比	増減	増減率	金額	売上比	増減	増減率
売上高	1,100	100.0%	626	100.0%	1,146	100.0%	+45	+4.2%	647	100.0%	+20	+3.3%
売上総利益	377	34.3%	206	33.0%	384	33.5%	+6	+1.8%	223	34.6%	+17	+8.5%
販売費及び 一般管理費	316	28.8%	167	26.7%	331	28.9%	+14	+4.6%	169	26.2%	+2	+1.3%
営業利益	60	5.5%	38	6.2%	53	4.6%	△7	△12.8%	54	8.4%	+15	+39.3%
経常利益	63	5.8%	40	6.5%	54	4.8%	△8	△13.9%	55	8.6%	+14	+36.8%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	41	3.8%	36	5.9%	44	3.9%	+2	+6.7%	38	5.9%	+1	+3.5%

営業利益の増減要因

Takara standard

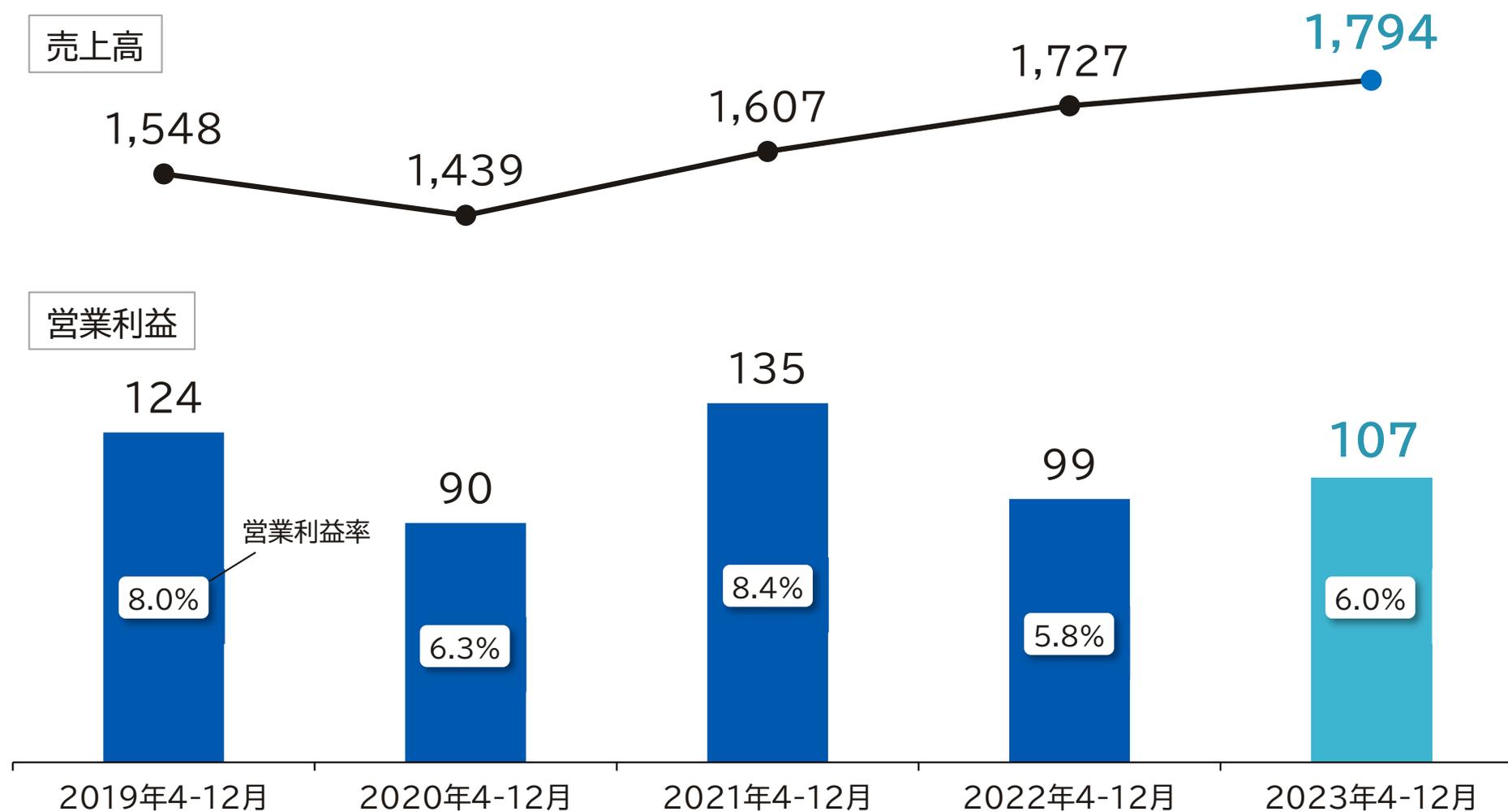


価格改定効果	2022年度および2023年4月、8月に実施した価格改定により利益が増加した。
資材値上げ	主要な資材である鋼板、ステンレス、樹脂原料など市況の高止まりにより、コストアップとなった。
人的資本投資	成長事業への人財投資、DX人材の獲得・育成など持続的な成長に資する人的資本への投資を積極的に実行した。
その他経費	物流コストの上昇や、生産設備増強に伴う減価償却費を中心に増加した。

売上高 及び 営業利益の推移

Takara standard

(単位:億円)



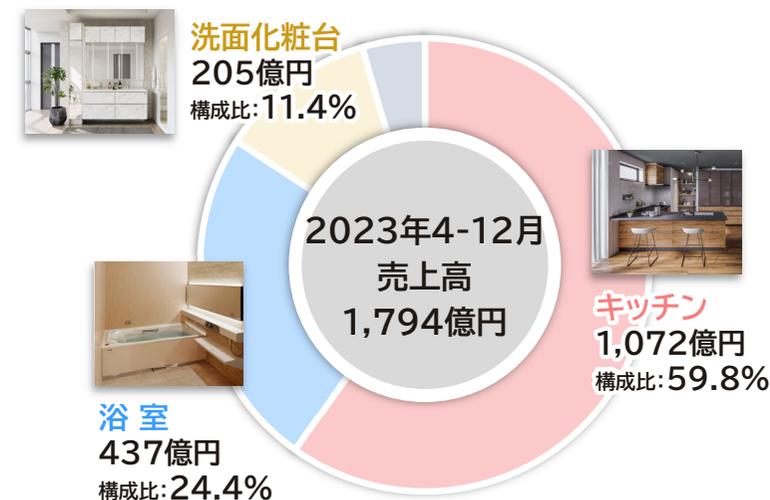
※2021年度より「収益認識に関する会計基準」等を適用しており、2020年4-12月は遡って適用した数値となっておりますが、2019年4-12月の各数値は遡及適用しておりません。

製品部門別の売上高

キッチン、洗面化粧台は新築向けを中心に前年を上回ったことに加え、フルモデルチェンジを実施した最高級シリーズのシステムキッチン「レミュー」、洗面化粧台「エリーナ」の新製品効果が出始めている。浴室では中高級シリーズ「グランスパ」や新築マンション向けが好調。

(単位:億円)

	2022年4-12月		2023年4-12月			
	金額	構成比	金額	構成比	増減	増減率
キッチン	1,033	59.8%	1,072	59.8%	+39	+3.9%
浴室	409	23.7%	437	24.4%	+28	+6.9%
洗面化粧台	197	11.4%	205	11.4%	+8	+4.1%
その他共 計	1,727	100.0%	1,794	100.0%	+66	+3.9%



【内数】

パネル関連売上	50	2.9%	54	3.0%	+4	+8.4%
海外事業売上	9	0.6%	9	0.5%	△0	△5.8%

製品部門別の売上高(四半期別対比)

Takara standard

(単位:億円)

	2022年				2023年							
	上期 (4-9月)		第3四半期 (10-12月)		上期 (4-9月)				第3四半期 (10-12月)			
	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比	増減	増減率	金額	構成比	増減	増減率
キッチン	658	59.8%	375	59.9%	680	59.3%	+22	+3.4%	392	60.7%	+17	+4.7%
浴室	262	23.8%	146	23.4%	285	24.9%	+22	+8.7%	151	23.5%	+5	+3.6%
洗面化粧台	123	11.2%	73	11.8%	129	11.3%	+6	+5.1%	75	11.6%	+1	+2.3%
その他共 計	1,100	100.0%	626	100.0%	1,146	100.0%	+45	+4.2%	647	100.0%	+20	+3.3%
【内数】												
パネル関連売上	31	2.9%	18	2.9%	34	3.0%	+3	+9.6%	19	3.0%	+1	+6.4%
海外事業売上	6	0.6%	3	0.5%	5	0.5%	△0	△7.1%	3	0.5%	△0	△3.0%

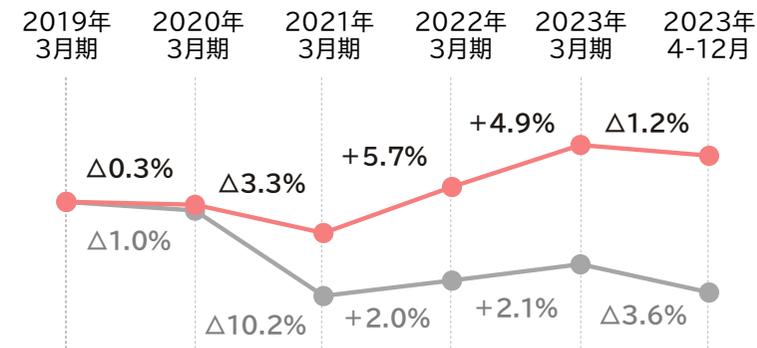
出荷台数増減率(業界比較)

当社の出荷台数の対前期増減率は業界(キッチン・バス工業会)を上回る水準で推移。

キッチン



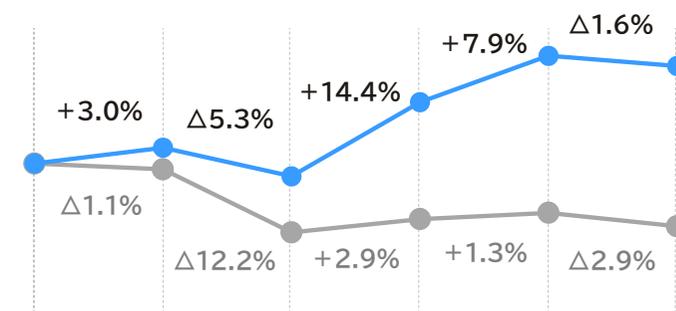
	2020年 3月期	2021年 3月期	2022年 3月期	2023年 3月期	2023年 4-12月
当社	△0.3%	△3.3%	+5.7%	+4.9%	△1.2%
キッチン・バス 工業会	△1.0%	△10.2%	+2.0%	+2.1%	△3.6%



浴室



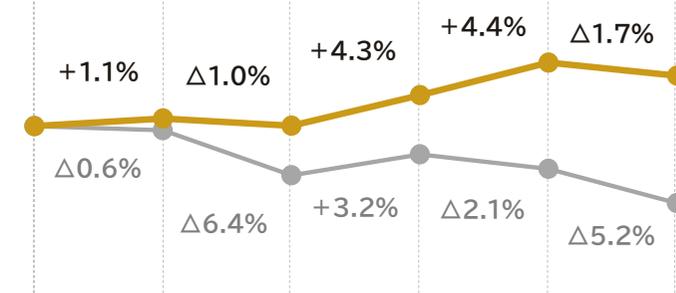
	2020年 3月期	2021年 3月期	2022年 3月期	2023年 3月期	2023年 4-12月
当社	+3.0%	△5.3%	+14.4%	+7.9%	△1.6%
キッチン・バス 工業会	△1.1%	△12.2%	+2.9%	+1.3%	△2.9%



洗面化粧台



	2020年 3月期	2021年 3月期	2022年 3月期	2023年 3月期	2023年 4-12月
当社	+1.1%	△1.0%	+4.3%	+4.4%	△1.7%
キッチン・バス 工業会	△0.6%	△6.4%	+3.2%	△2.1%	△5.2%



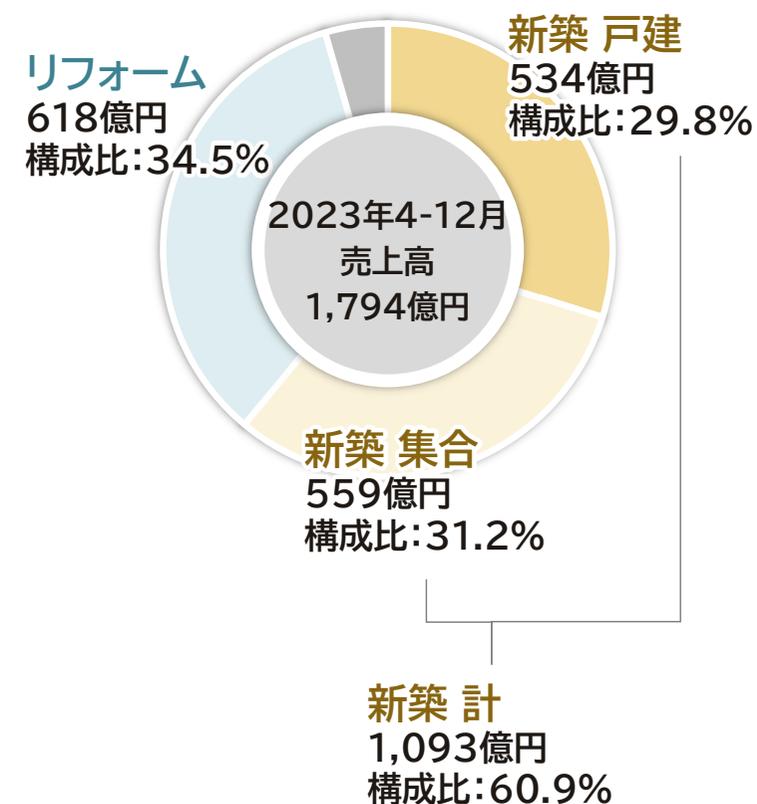
※キッチン・バス工業会の台数増減率は、システムキッチン合計、システムバス合計、洗面化粧台合計の対前期増減率を記載

都市部を中心に、新築・リフォームともに売上を拡大。

リフォーム市場では中高級シリーズのシステムバス「グランスパ」の拡販などにより +4.5%の伸びとなった。

(単位:億円)

		2022年4-12月		2023年4-12月			
		金額	構成比	金額	構成比	増減	増減率
新築	戸建	527	30.6%	534	29.8%	+6	+1.2%
	集合	524	30.4%	559	31.2%	+34	+6.6%
	計	1,052	60.9%	1,093	60.9%	+41	+3.9%
	リフォーム	592	34.3%	618	34.5%	+26	+4.5%
	その他共 計	1,727	100.0%	1,794	100.0%	+66	+3.9%



市場別の売上高(四半期別対比)

Takara standard

(単位:億円)

	2022年				2023年								
	上期 (4-9月)		第3四半期 (10-12月)		上期 (4-9月)				第3四半期 (10-12月)				
	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比	増減	増減率	金額	構成比	増減	増減率	
新築	戸建	344	31.3%	183	29.2%	343	29.9%	△1	△0.3%	190	29.5%	+7	+4.1%
	集合	322	29.3%	202	32.3%	344	30.0%	+21	+6.7%	215	33.3%	+13	+6.4%
	計	667	60.6%	385	61.5%	687	59.9%	+20	+3.1%	405	62.7%	+20	+5.3%
リフォーム		381	34.6%	211	33.7%	406	35.5%	+25	+6.8%	211	32.7%	+0	+0.4%
その他共 計		1,100	100.0%	626	100.0%	1,146	100.0%	+45	+4.2%	647	100.0%	+20	+3.3%

貸借対照表

2023年12月末の総資産は 2,683億円、前期末比 114億円の減少。

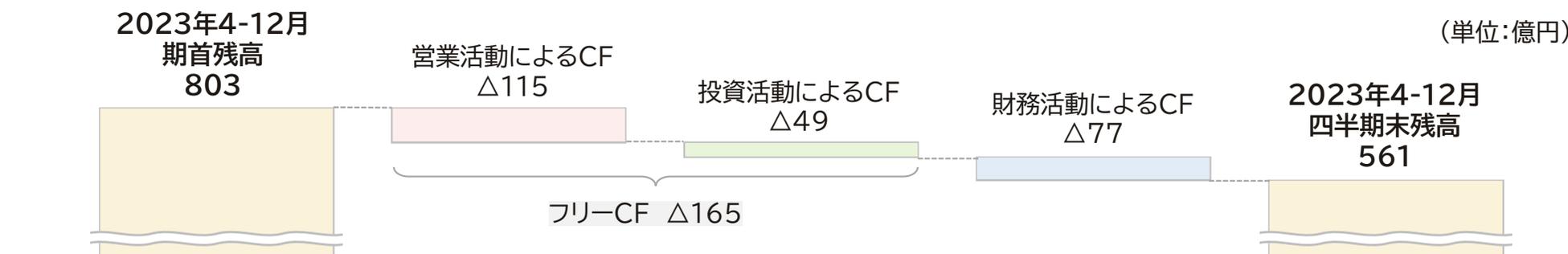
(単位:億円)

		2023年 3月末	2023年 12月末	増減	主な要因	
資産	流動資産	1,737	1,609	△128	現金及び預金 売上債権	△242 +94
	固定資産	1,061	1,074	+13		
資産合計		2,798	2,683	△114		
負債	流動負債	761	626	△134	仕入債務	△131
	固定負債	222	224	+1		
負債合計		983	850	△133		
純資産		1,815	1,833	+18	四半期純利益 自己株式の取得 剰余金の配当	+82 △35 △36
負債純資産合計		2,798	2,683	△114		

主に一部の購入先及び物流事業者への支払い早期化に伴う仕入債務の減少

キャッシュ・フローの状況

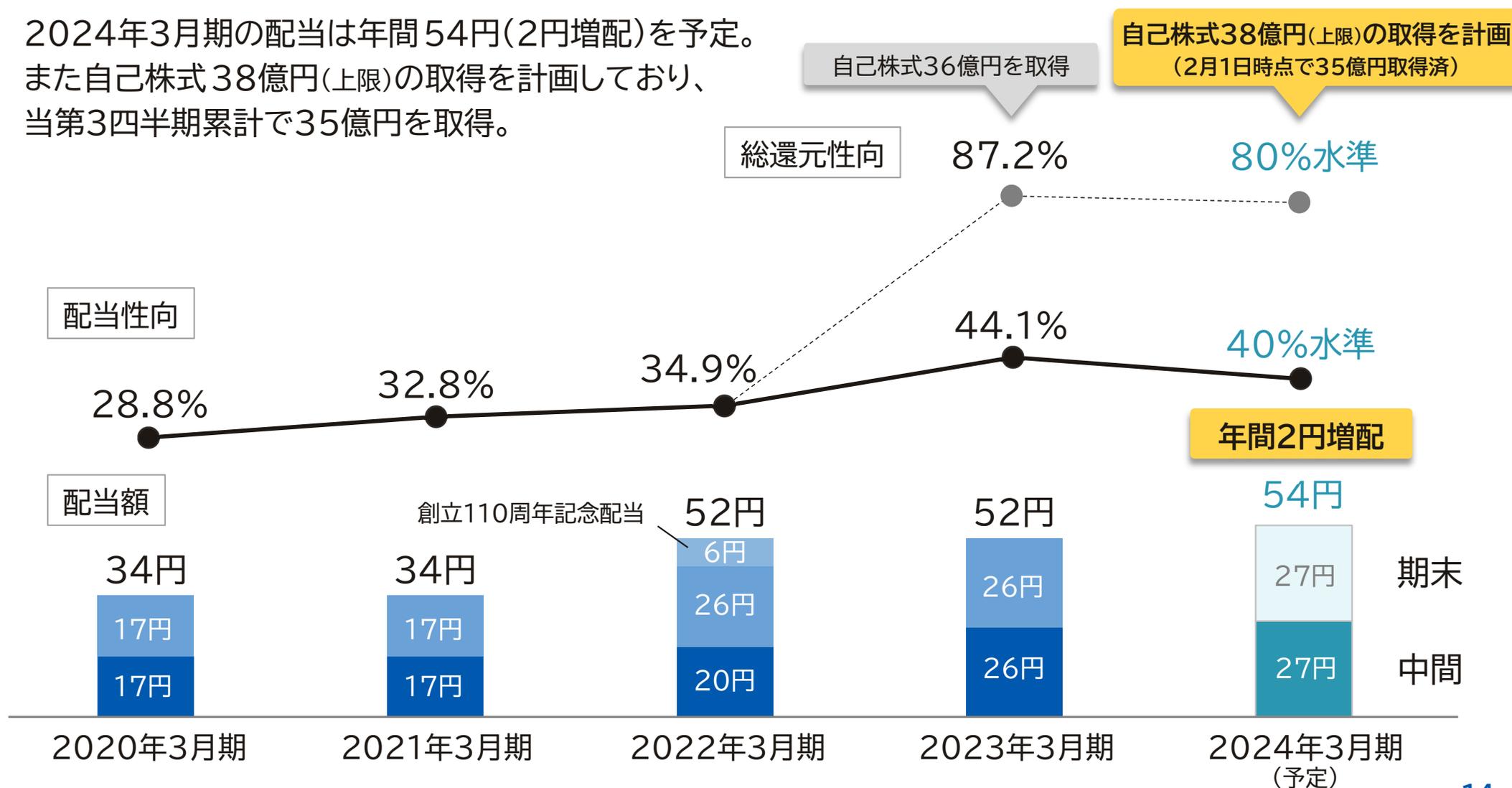
現金及び現金同等物の四半期末残高は、一部の購入先及び物流事業者への支払いを早期化したことによる仕入債務の減少などで期首に比べ242億円減少し、561億円となった。



	2022年 4-12月	2023年 4-12月	主な内容
現金及び現金同等物の期首残高	886	803	
営業活動によるキャッシュ・フロー	8	△115	仕入債務の減少 △140 売上債権・棚卸資産の増加 △101 税金等調整前四半期純利益 119
投資活動によるキャッシュ・フロー	△33	△49	有形固定資産の取得による支出 △67 投資有価証券の売却による収入 17
フリーキャッシュ・フロー	△24	△165	
財務活動によるキャッシュ・フロー	△93	△77	配当金の支払額 △36 自己株式の取得による支出 △35 短期借入金の減少 △4
現金及び現金同等物の四半期末残高	768	561	

資本効率の向上及び株主還元により一層の充実を目的に、
2024年3月期は「増配」と「自己株式取得」を予定

2024年3月期の配当は年間54円(2円増配)を予定。
また自己株式38億円(上限)の取得を計画しており、
当第3四半期累計で35億円を取得。



2024年3月期 業績予想

最近の業績動向を踏まえ、2023年5月11日公表の通期業績予想を下記の通り修正。※ 2024年2月1日公表

- ・ 売上高は、新築向け・リフォーム向けとも順調に拡大し、当初計画通り推移する見通し。
- ・ 営業利益、経常利益については、下期は長期化する資材・エネルギー価格高騰への対策として、2023年度に実施した価格改定の反映も順調に推移し、当初の計画水準達成の見通しであるものの、上期における価格反映の時期ずれによる利益の下振れ分を補えないため修正。
- ・ 当期純利益は、政策保有株式縮減の取組み推進による投資有価証券の売却益の計上により据え置き。

(単位:億円)

	2023年3月期 実績	2024年3月期 今回修正予想 (2024年2月1日公表)	増減		前回発表予想 (2023年5月11日公表)	今回修正予想との増減	
				増減率			増減率
売上高	2,274	2,353	+78	+3.5%	2,353	0	0.0%
営業利益	109	123	+13	+12.4%	141	△18	△12.8%
営業利益率	4.8%	5.2%	+0.4P	-	6.0%	△0.8P	-
経常利益	114	126	+11	+9.7%	145	△19	△13.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	84	95	+10	+12.9%	95	0	0.0%

1. 2024年3月期 第3四半期 決算概要 P. 2 ~ 15

2. トピックス P. 17 ~ 18

2023年10月にリニューアル5カ所を実施

全国47都道府県に約160カ所。お客様が商品を「見て、触れて、納得」いただける地域密着型のショールームを展開。



栃木県	宇都宮ショールーム
京都府	京都南ショールーム
大阪府	大阪ショールーム
福岡県	福岡ショールーム
神奈川県	港北ショールーム

WEB活用によりショールームへの来場を促進

360°見渡せる
バーチャルショールーム



ショールーム
展示品情報



WEB予約システム



「2023 CRMベストプラクティス賞」を受賞

生産性向上による収益構造改革のために、デジタル技術の活用を推進し、販売活動を変革するためのDXの取組が評価。

顧客管理(CRM※)システムの導入

※Customer Relationship Managementの略



取引先と施主の情報を一元管理

情報共有の強化、追跡対象の選別

成約率UP

会議時間の削減・情報取得の早期化

営業効率UP



「CRMベストプラクティス賞」

一般社団法人CRM協議会主催。
IT技術を活用して顧客管理(CRM)を実施し、
成果を上げている企業・団体から選定し、CR
M推進のモデルケースとして広く役立てていく
ことを目的に実施。

インド・ニューデリーで開催されたアジア最大級の建築系展示会 「Economic Times ACETECH展」に初出展

今後の海外事業においてインドを重点戦略候補国として位置付けており、進出を検討する上で、現地でのホーローの受容性調査やパートナー候補企業選定のため、今回出展。

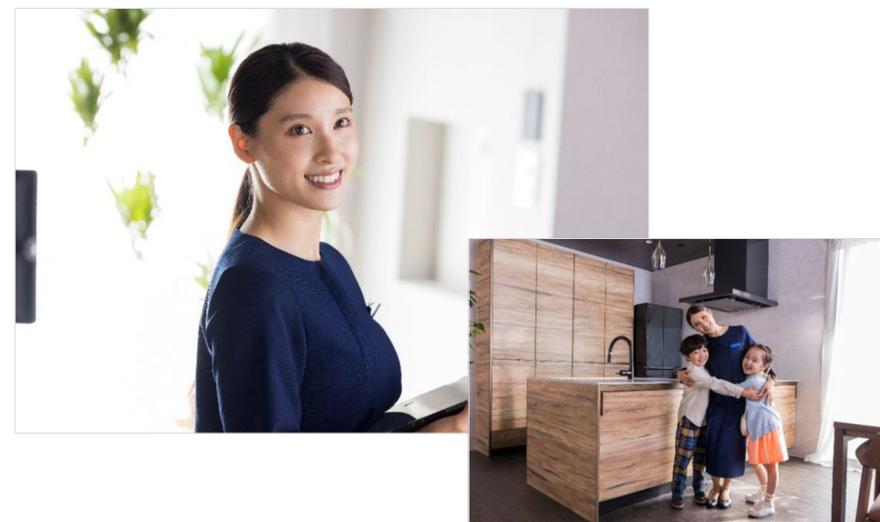


2023年12月に開催。約500名のインテリアデザイナーや設計会社の担当者が当社ブースへ来場し、ホーロー製品の清掃性やデザイン性、耐久性を高く評価いただきました。



土屋太鳳さんがCMキャラクターを務める 新テレビCM放映開始

「未来への願い」をテーマに、ショールームアドバイザーとして5年目を迎えた土屋太鳳さんが、小さなお客様役を演じる子役の池村碧彩さんと石塚陸翔さんファミリーをお迎えします。



CM内では、物知りの池村さんや、知りたがりの石塚さんに対し、SDGsなタカラスタンダードの製品を、優しく分かりやすく紹介。土屋さんのどこか母性をも感じさせる子役のお二人への対応や、5年目のベテランとなり自信に満ち溢れた土屋さんの姿にご注目ください。

< IRお問い合わせ先 >

タカラスタンダード株式会社

管理本部 財務部

TEL

06 - 6962 -1502

E-mail

ir@takara-standard.co.jp

水まわりって、大切だから

Takara standard

本資料は、2024年2月1日現在の計画に基づく予測が含まれています。これらの計画と予測は、リスクや不確定要因を含んだものであり、実際の業績が当社の計画と異なる結果となる可能性があります。