

参考資料

2012年1月10日

- I . 2012年5月期(HD9期)第2四半期実績
および
- II . 通期(HD9期)の業績予想修正

 三協・立山ホールディングス株式会社

I-1. 第2四半期(6~11月)における事業環境



◇市場環境

市場環境	2009年度	2010年度	2011年度
新設住宅着工戸数(4月-9月)	384,175戸	407,922戸 (前年比6.2%増)	432,760戸 (前年比6.1%増) ※1
非木造建築物着工床面積(4月-9月)	31,753千㎡	35,274千㎡ (前年比11.1%増)	38,850千㎡ (前年比10.1%増)
アルミ型材押出重量[サッシ・ドア除く](6月-11月)	145.2千t	172.5千t (前年比18.8%増)	171.6千t (前年比0.5%減)
アルミ地金[NSP価格](6月-11月)	210.4円/kg	225.3円/kg	224.1円/kg

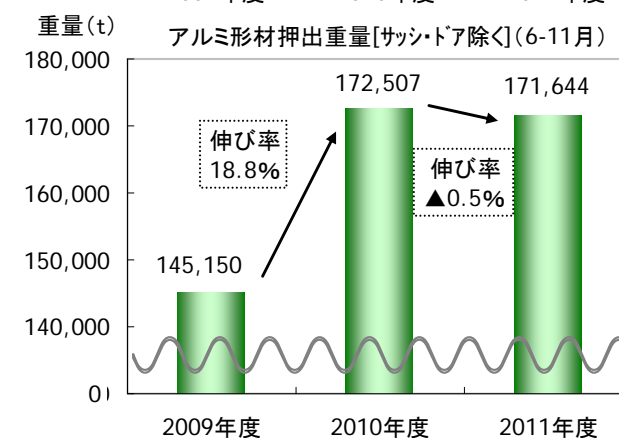
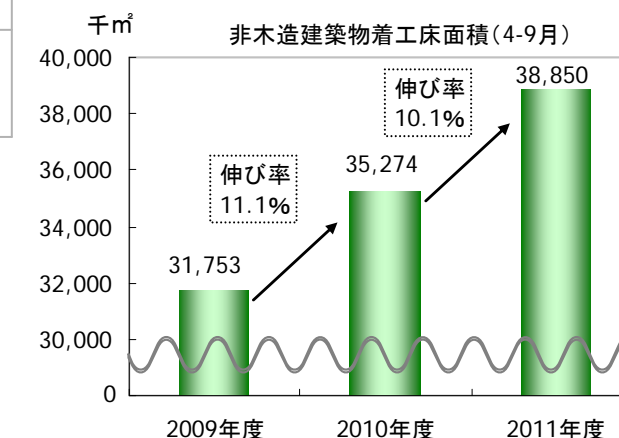
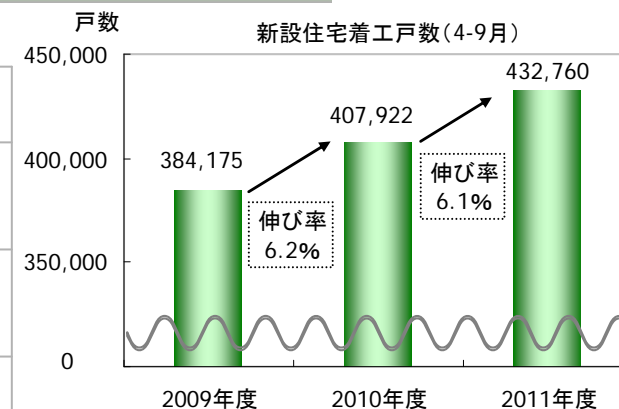
※1 直近：10月▲5.8%、11月▲0.3%

1) 建 材 : 震災による建築工期の長期化や住宅エコポイントの終了があったものの、市場に持ち直しの動きが見られ、復旧需要や政府による住宅取得支援策の効果もあり、住宅・ビル市場とも堅調に推移した。

マテリアル : 震災後に落ちこんだ需要が、自動車産業などにおいて想定より早く復旧し、回復した。

商業施設 : 震災による被災店舗の復旧や夏季の電力供給制限に伴う店頭看板のLED化などの節電対応が進んだ。

2) アルミ地金 : 当初は、米国の金融緩和や新興国の経済発展による需要増により、価格上昇の傾向が見られたが、その後欧州債務問題や米国経済の不透明感等を背景に下落傾向にある。



2012.01.10 第2四半期決算発表

I -2. HD9期第2四半期(2012年5月期2Q)経営成績



(単位：億円)

	2011年5月期 2Q 実績	2012年5月期 2Q計画 (7/12発表)	2012年5月期 2Q 実績	前年比		計画比	
				増減	%	増減	%
売上高	1,287	1,282	1,351	64	5.0	69	5.4
売上総利益	311	-	341	30	9.7	-	-
売上総利益率	24.2%	-	25.3%	-	+1.1P	-	-
営業利益	32	29	52	20	64.5	23	82.4
営業利益率	2.5%	2.3%	3.9%	-	+1.4P	-	+1.6P
経常利益	23	18	45	22	96.4	27	153.6
四半期純利益	10	14	31	21	209.4	17	126.4

1) 売上高

震災の復旧・復興や省エネ等に伴う需要に対応するように努めた結果、全事業で増収となり、前年比+5.0%、計画比+5.4%となった。

2) 営業利益

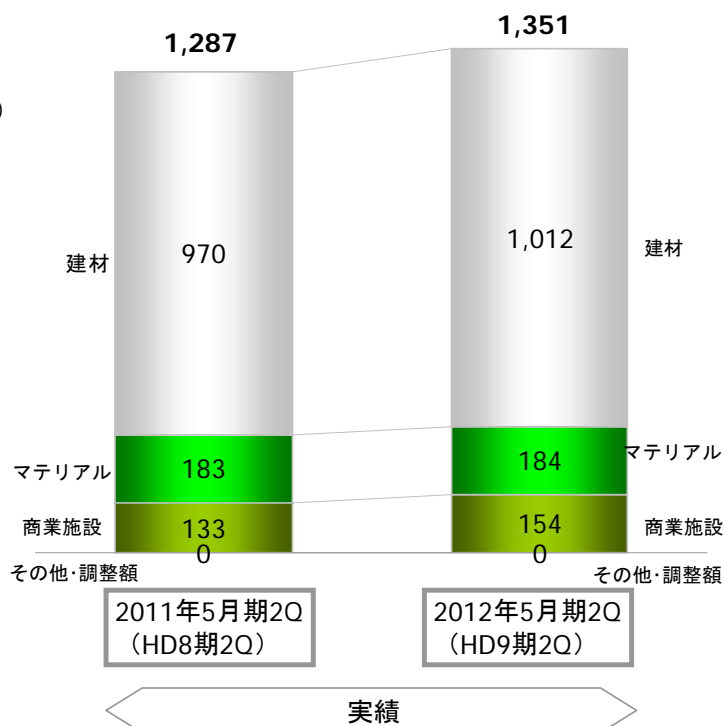
売上増による収益増や、建材事業を中心にコスト・受注改善施策を推し進めた結果、全ての事業で増益となり、前年比+20億円、計画比でも+23億円となった。

I -3. HD9期第2四半期セグメント別状況・経常利益の増減要因(前期比)

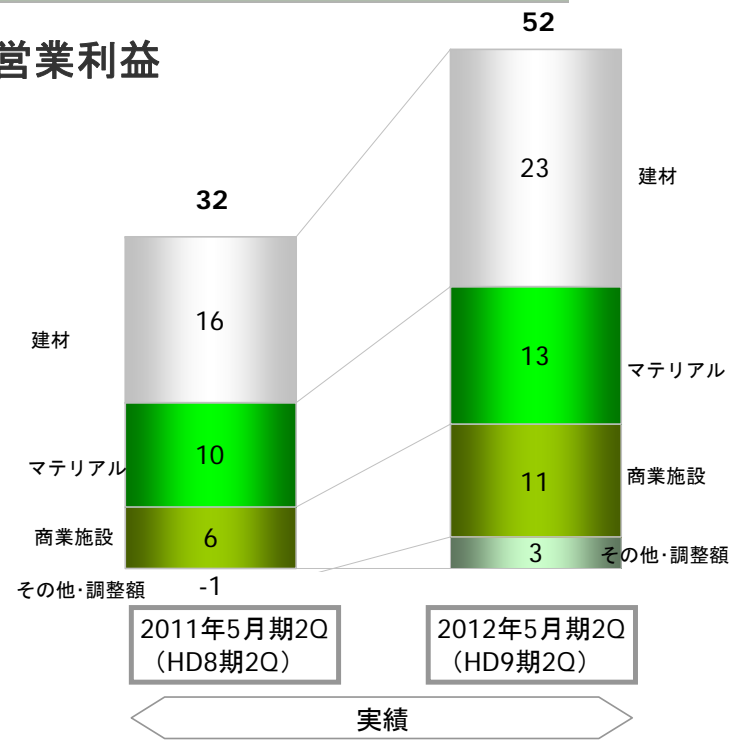


■売上高

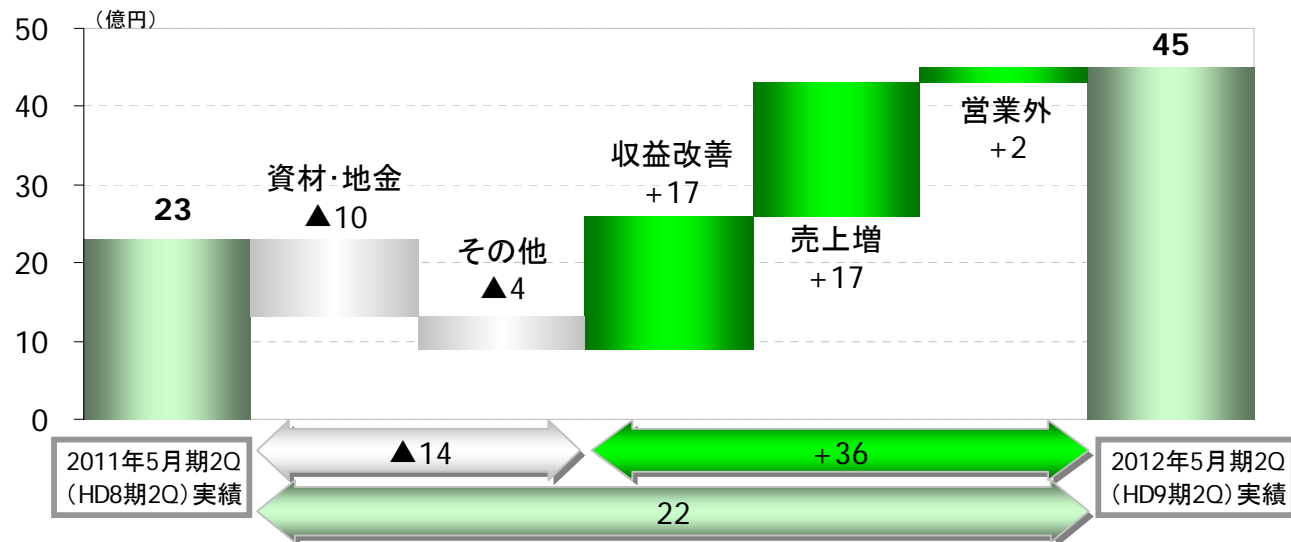
(単位：億円)



■営業利益



■経常利益 変動内訳



I -5. HD9期 グループ各社の取り組み



改善施策の推進など安定した収益基盤の構築を図るとともに、改装・リフォーム、非建材や海外事業強化など次の成長に向けた戦略を実行。

各社	項目	概要
三協立山 アルミ (建材事業)	安定した収益基盤の構築	<ul style="list-style-type: none"> ■ 代理店へのサポート強化、受注粗利改善の推進。 ■ 生産ライン集約、加工系生産子会社4社を統合。
	改装・リフォーム 環境配慮型商品	<ul style="list-style-type: none"> ■ 環境改修・マンションリフォームの受注体制強化、一新助家の機能強化。 ■ 主力商品やリフォーム商品に断熱・通風機能を高めたラインナップを拡充。 ■ パナソニック電工(株)との「省エネルギー型建材」共同開発に着手。
	海外展開	<ul style="list-style-type: none"> ■ 台湾市場での事業展開に向け、現地生産体制の構築と営業活動の開始。
三協 マテリアル (マテリアル事業)	技術による 市場開拓	<ul style="list-style-type: none"> ■ 大型・新合金型材、精密加工品の提案活動を積極化し顧客開拓。 ■ 放熱・軽量化技術によりLED照明部材やEVインフラ部材など環境分野を開拓・拡販。
タテヤマ アドバンス (商業施設事業)	販売領域の拡大 環境配慮商品	<ul style="list-style-type: none"> ■ ドラッグストアや家電量販店など好調業態の顧客を開拓。 ■ 筐体（POS・調剤台）など新しいカテゴリー分野の商品を拡販、内装事業の育成。 ■ 看板・什器におけるLED照明のラインナップを充実、節電改装物件の需要増に対応。
	海外展開	<ul style="list-style-type: none"> ■ ユーロショップ2011への出展を契機に欧米輸出に着手、米国向け看板輸出を開始。 ■ 上海拠点をベースに中国での日系小売業、及び現地の小売業への什器販売を推進。

Ⅱ. 通期(HD9期)の業績予想修正ほか

 三協・立山ホールディングス株式会社

Ⅱ-1. HD9期(2012年5月期)通期の業績予想の修正



(単位:億円)

	2011年5月期 実績	2012年5月期 期初予想 (7/12発表)	2012年5月期 修正予想 (1/10発表)	前年比		計画比	
				増減	%	増減	%
売上高	2,609	2,600	2,670	61	2.3	70	2.7
売上総利益	625	-	-	-	-	-	-
売上総利益率	23.9%	-	-	-	-	-	-
営業利益	79	60	84	5	6.2	24	40.0
営業利益率	3.0%	2.3%	3.1%	-	+0.1P	-	+0.8P
経常利益	64	40	69	5	7.6	29	72.5
四半期純利益	6	30	46	40	623.7	16	53.3

1) 今後の経済状況

- ・住宅版エコポイントの復活を含む第3次補正予算の成立・執行により復興需要が本格化してくることが想定されるなど、平成24年後半に向けて景気は緩やかに回復してくると想定。
- ・一方、第2四半期までに顕著に現れた節電や復旧需要が一段落、欧州債務問題、円高など依然予断を許さない状況が続く。

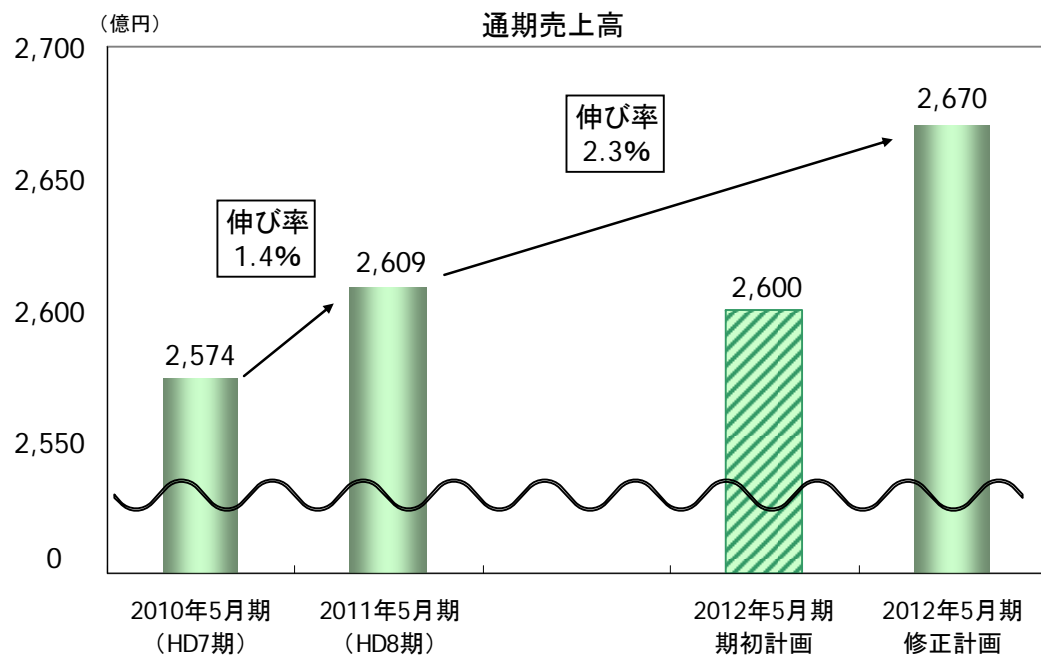
2) 修正の理由

- ・引き続き復旧・復興需要への対応や改善施策を推し進めることにより、第3四半期以降は概ね当初予想通りに推移するものと想定。
- ・通期業績は、第2四半期までの業績を踏まえ、売上高、営業利益、経常利益、当期純利益とも前回予想を上回ると見込まれる。

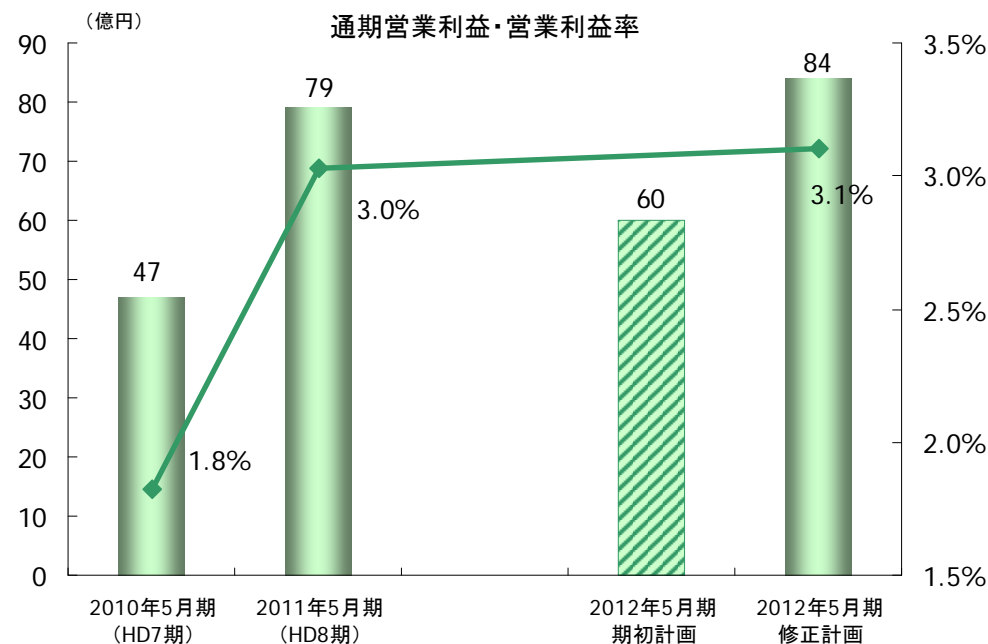
Ⅱ-2. HD9期通期の予想



■売上高



■営業利益



1) 売上高

下期は、概ね期初計画どおりに推移すると見込まれる。通期では、上期での増収分が期初計画に対し上乘せとなり、期初計画比+70億円となる見込み。また、全ての事業で期初計画を上回る見込み。

2) 営業利益

売上増による収益増や、生産・調達コストダウンなど改善施策を引き続き実施することで、営業利益は、期初計画比+24億円を見込む。

当社と子会社3社の統合に向けたスキーム



各事業会社があつそれぞれの優位性や戦略の独自性を維持しつつも、グループ全体の力を結集し

「長期VISION-2020」の達成を目指す。

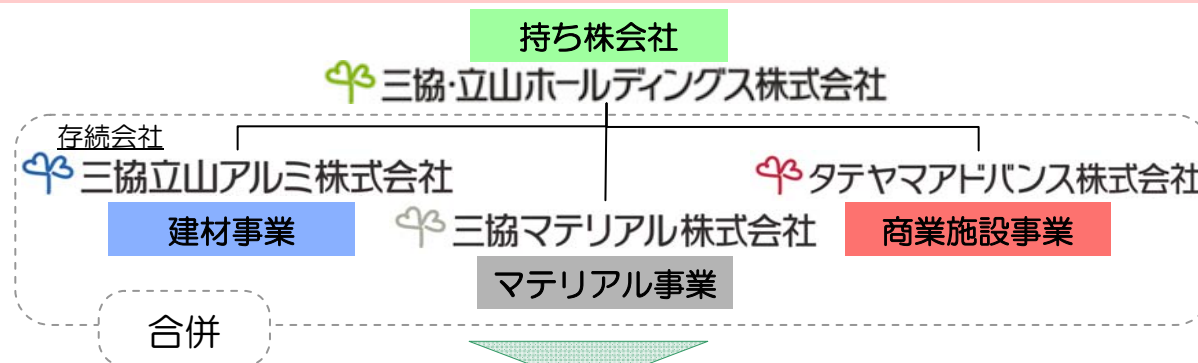
■ 合併のねらい

● 3つの事業会社体制で培った、事業ドメインごとの迅速な意思決定や戦略展開などは維持しながらも、グループ全体の総合力の発揮と経営の効率化を図る。

- 「改装・リフォーム事業の強化」「非建材事業の強化」「海外市場への展開」という3つの成長戦略を推し進める。
- 柱となる“環境技術”をはじめとして、グループとしての技術力を集約し、大きく進化・発展させる。

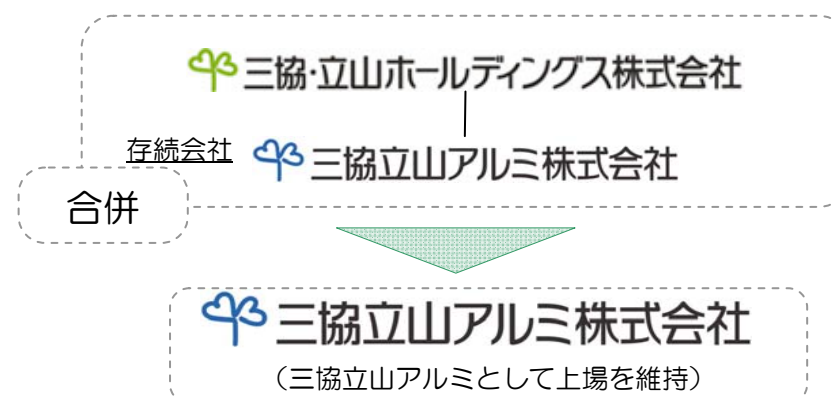
(予定)

Step1 《平成24年6月1日》三協立山アルミ・三協マテリアル・タテヤマアドバンスの合併



(予定)

Step2 《平成24年12月1日》当社と三協立山アルミの合併



【本資料に関する注意事項】

本資料に記載されている内容には、三協・立山ホールディングス株式会社及び連結子会社(以下、総称して「三協・立山ホールディングスグループ」という)の計画、戦略、業績などの将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの記述は、現時点での入手可能な情報から得られた三協・立山ホールディングスグループの仮定や判断に基づくものであり、これには既知または未知のリスク、不確実性及びその他の要因が内在しています。それらの影響により三協・立山ホールディングスグループの実際の業績、事業活動、財務状況は、これらの見通しと大きく異なる場合があります。また、新たな情報、将来の事象、その他にかかわらず、三協・立山ホールディングスグループが将来の見通しに関する記述を見直すとは限りません。なお、業績など実際の結果に影響を与えるリスク、不確実性及びその他の要因としては、三協・立山ホールディングスグループの事業領域を取り巻く経済情勢、三協・立山ホールディングスグループの製品やサービスの需要動向の変化や価格競争の激化、アルミ地金等の価格変動が挙げられますが、これらに限られるものではありません。

本資料の複製・転載はお断りします。