

2013年7月12日

2013年5月期決算補足説明資料

 三協立山株式会社

1. 2013年5月期実績

- 1-1. 事業環境
- 1-2. 経営成績
- 1-3. (前期比)売上高・営業利益
- 1-4. 連結財政状態

2. 2014年5月期の業績予想

- 2-1. 通期業績予想
- 2-2. 営業利益の増減要因
- 2-3. グループ各社の取り組み

3. トピックス

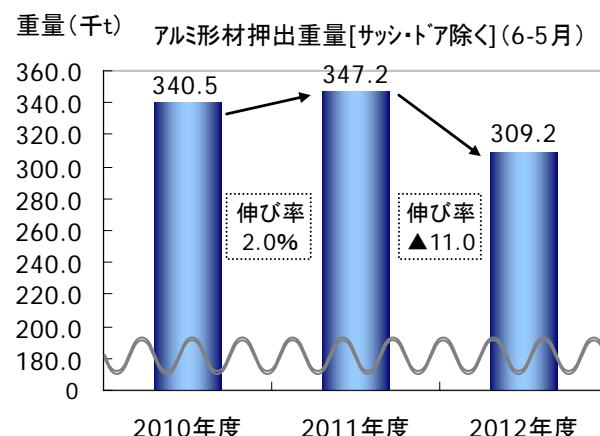
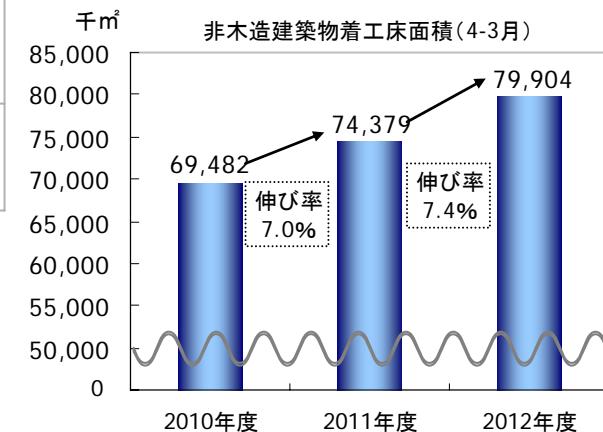
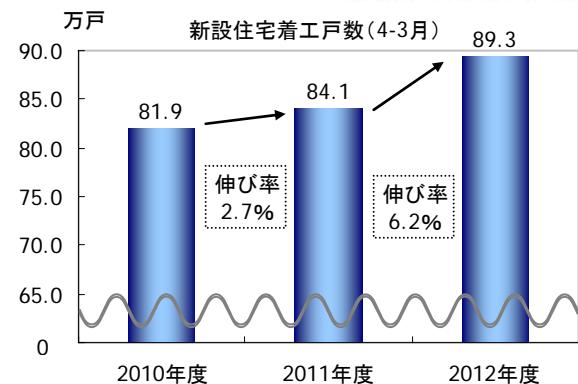
- 3-1. 三協立山と三協・立山ホールディングスの合併
- 3-2. 三協アルミ 東京駅丸の内駅舎復原工事 全窓に採用
- 3-3. グッドデザイン賞ダブル受賞
- 3-4. パナソニック エコソリューションズ社との共同開発
- 3-5. 三協マテリアル 太陽光発電パネル用架台を発売
- 3-6. タテヤマアドバンス 中国・上海の展示会に出展

1-1. 2013年5月期における事業環境

◇市場環境

市場環境	2010年度	2011年度	2012年度
新設住宅着工戸数(4月-3月)	81.9万戸	84.1万戸 (前年比2.7%増)	89.3万戸 (前年比6.2%増)
非木造建築物着工床面積 (4月-3月)	69,482千m ²	74,379千m ² (前年比7.0%増)	79,904千m ² (前年比7.4%増)
アルミ形材押出重量 [サッシ・ドア除く] (6月-5月)	340千 t	347千 t (前年比2.0%増)	309千 t (前年比11.0%減)
アルミ地金[日経平均] (6月-5月)	237円/kg	216円/kg (前年比8.7%減)	221円/kg (前年比2.1%増)

- 1) 建材 :建設市場は、震災復興需要や低金利、消費税率引き上げ前の駆け込み需要などを背景とし、住宅投資、公共投資が底堅く推移した。
- マテリアル :震災復興需要や電力買取制度によるエネルギー分野の需要の底堅さはあったが、輸送、一般機械、電機業界の需要が低調となつた。
- 商業施設 :国内の新規出店、店舗改装需要などから着工棟数、床面積とも増加傾向となつた。
- 2) アルミ地金 :中国をはじめとする海外経済の減速の影響により下落傾向にあつたが、昨年末からの円安に伴い、アルミ地金価格は上昇傾向にある。



(単位：億円)

	2012年5月期 実績	2013年5月期 期初計画 (2012/7/12発表)	2013年5月期 実績	前年同期比		期初計画比	
				増減	%	増減	%
売上高	2,725	2,800	2,717	△ 7	-0.3%	△ 82	-2.9%
売上総利益	687	-	700	12	1.9%	-	-
売上総利益率	25.2%	-	25.8%	-	+0.6p	-	-
営業利益	103	90	120	16	16.1%	30	34.1%
営業利益率	3.8%	3.2%	4.4%	-	+0.6p	-	+1.2p
経常利益	90	76	110	19	21.8%	34	44.9%
当期純利益	46	68	116	70	152.4%	48	71.1%

※前年同期(2012年5月期実績)は、三協・立山ホールディングス連結の実績値を表示

■売上高

建材事業は增收だったが、マテリアル事業・商業施設事業で減収となり、前年同期比0.3%減となった。

・建材事業 : 厳しい市場環境が続いたが、建材市場が堅調に推移したことや、成長分野の強化に向けた環境・リフォーム関連商品の拡充・拡販に努めたことなどにより、前年同期比0.6%増となった。

・マテリアル事業 : 一般機械分野などの需要が減速した影響や、アルミ地金市況の低下に連動した売上が前年比で減少したことなどにより、前年同期比4.6%減となった。

・商業施設事業 : コンビニエンスストアなどの好調業態を中心とした拡販を推進したが、前年度にあった節電対応特需が収束したことなどの影響により、前年同期比1.4%減となった。

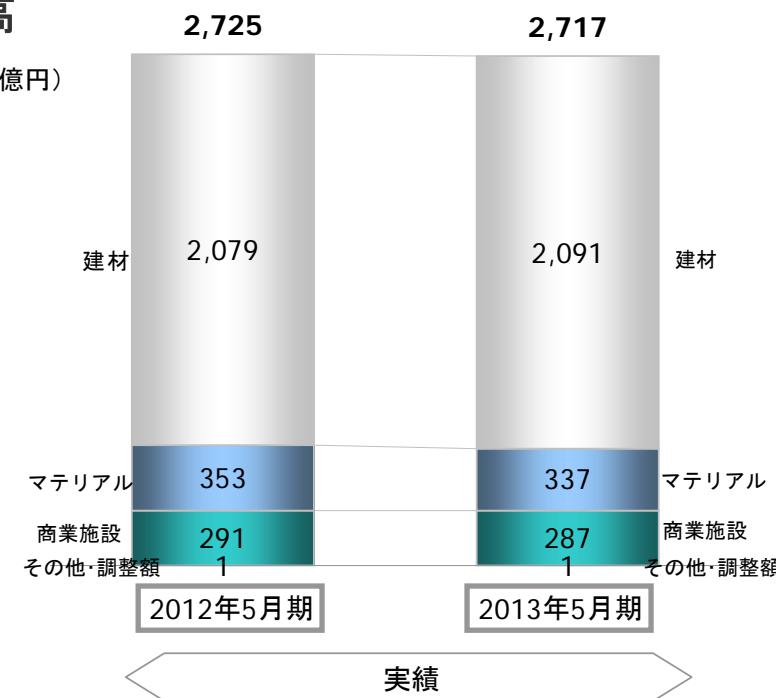
■営業利益

前年度にあった節電対応特需が収束したことにより商業施設事業で減益となったものの、効率化やコストダウンの推進により、前年同期比16.1%増となった。

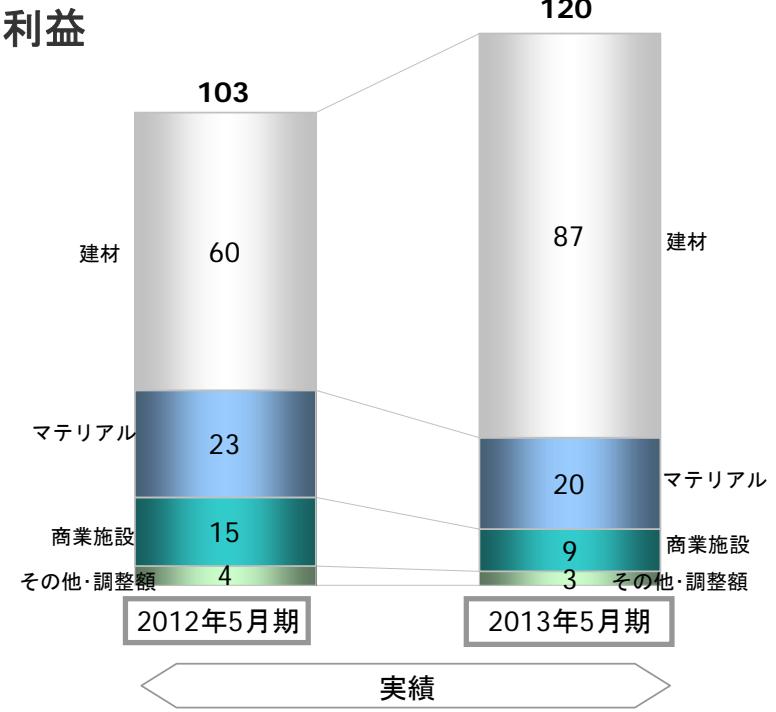
1-3. 2013年5月期 (前期比) 売上高・営業利益

■売上高

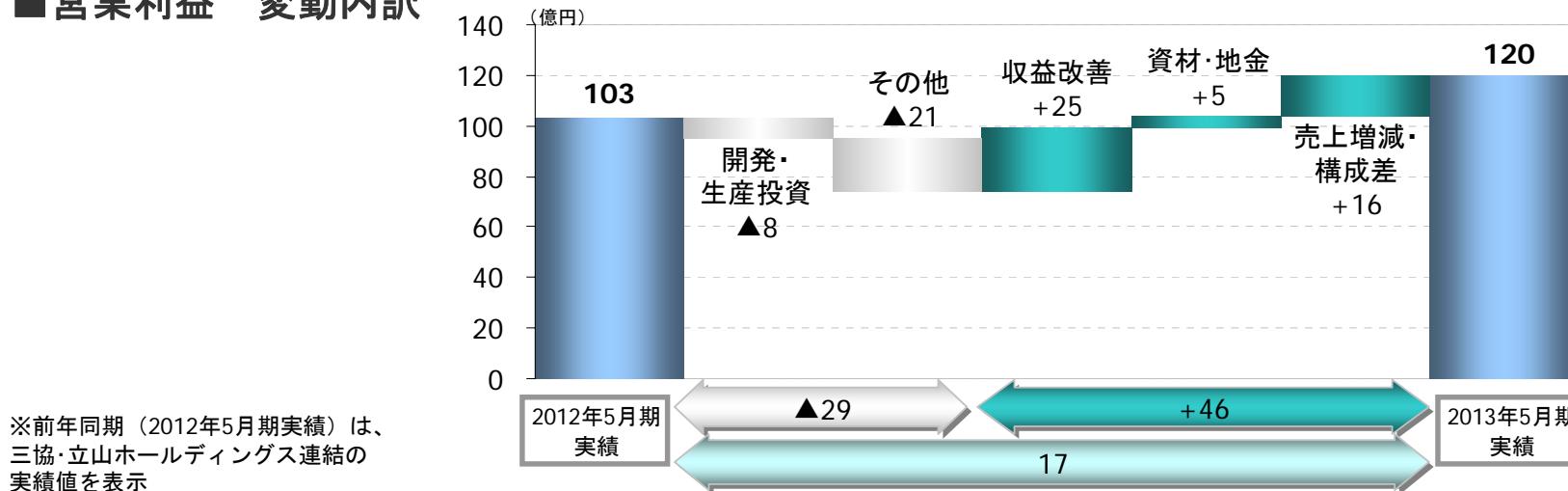
(単位: 億円)



■営業利益



■営業利益 変動内訳



(単位:億円)

	2012年 5月期末	2013年 5月期末	増減額
現 金 ・ 預 金	238	247	9
売 上 債 権	553	515	▲ 38
た な 卸 資 産	274	289	15
有 形 固 定 資 産	922	924	1
投 資 そ の 他 資 産	124	159	34
そ の 他	14	28	14
総 資 産 合 計	2,128	2,165	36
仕 入 債 務	489	465	▲ 23
有 利 子 負 債	716	618	▲ 97
そ の 他	380	399	18
負 債 合 計	1,586	1,483	▲ 103
自 己 資 本	535	674	138
少 数 株 式 持 分	6	7	1
純 資 産 合 計	542	682	139

(単位: %)

自己資本比率 〔自己資本÷総資産×100〕	25.1%	31.1%	6.0%
有利子負債比率 〔有利子負債÷自己資本×100〕	133.8%	91.7%	-42.1%
ROA(営業利益ベース) 〔営業利益÷総資産×100〕	4.9%	5.6%	0.7%

※前年同期(2012年5月期実績)は、三協・立山ホールディングス連結の実績値を表示

純資産は139億円増加

- 投資その他資産の増加は投資有価証券の時価評価の増加など
- 有利子負債の減少は主に長期借入金の返済など
- 純資産の増加は当期純利益による増加のほか自己株式の減少など
- 自己資本比率は6.0P上昇

(単位:億円)

	2013年5月期 実績	2014年5月期 予想	増減	前年比
				%
売上高	2,717	2,860	142	5.2%
売上総利益	700	-	-	-
売上総利益率	25.8%	-	-	-
営業利益	120	120	0	-0.6%
営業利益率	4.4%	4.2%	-	-0.2p
経常利益	110	110	0	-0.1%
当期純利益	116	95	△ 21	-18.3%

1) 今後の経済見通し及び外部環境

- ・消費税率引き上げを控えた駆け込み需要の発生とその反動減などの市場の変動影響が想定されるものの、景気対策や海外経済の回復を背景に、景気は成長を維持すると見込む。

<建材事業>

- ・建設市場では前年度の大型補正予算の多くが次年度に繰り越されることや、復興需要、消費税率引き上げ前の駆け込み需要が見込まれ、平成25年度の新設住宅着工戸数は93万戸（前年度比104.1%）や非木造建築物着工床面積81百万m²（前年度比101.4%）が見込まれるなど、市場は堅調に推移すると想定。

<マテリアル事業>

- ・輸送機械分野でエコカー補助金終了の反動減からの回復、電機・一般機械分野では、円安を背景とした海外に対する価格面での競争力向上による国内需要の増加などが見込まれる。

<商業施設事業>

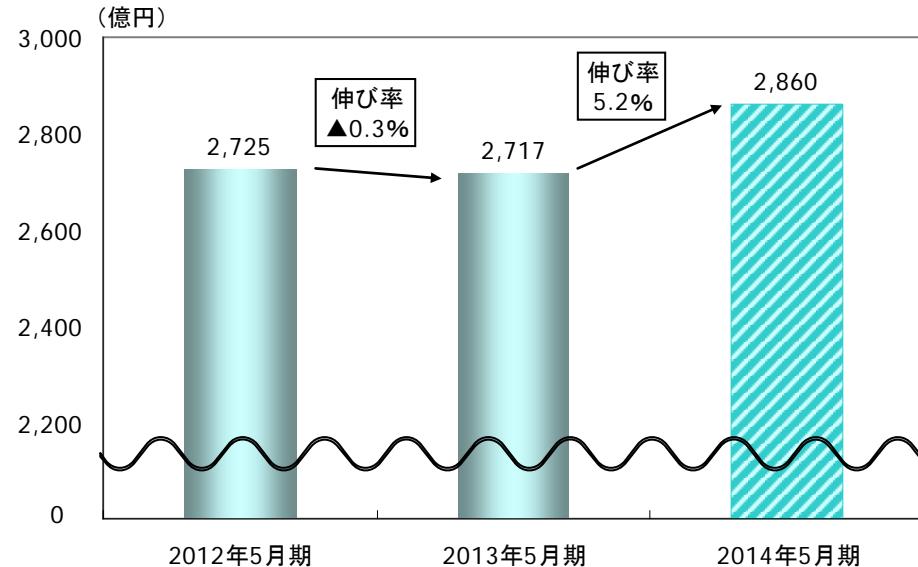
- ・コンビニエンスストアなどの好調な業態を中心に新規出店が増加するなど堅調な推移が見込まれる。

2) 営業利益について

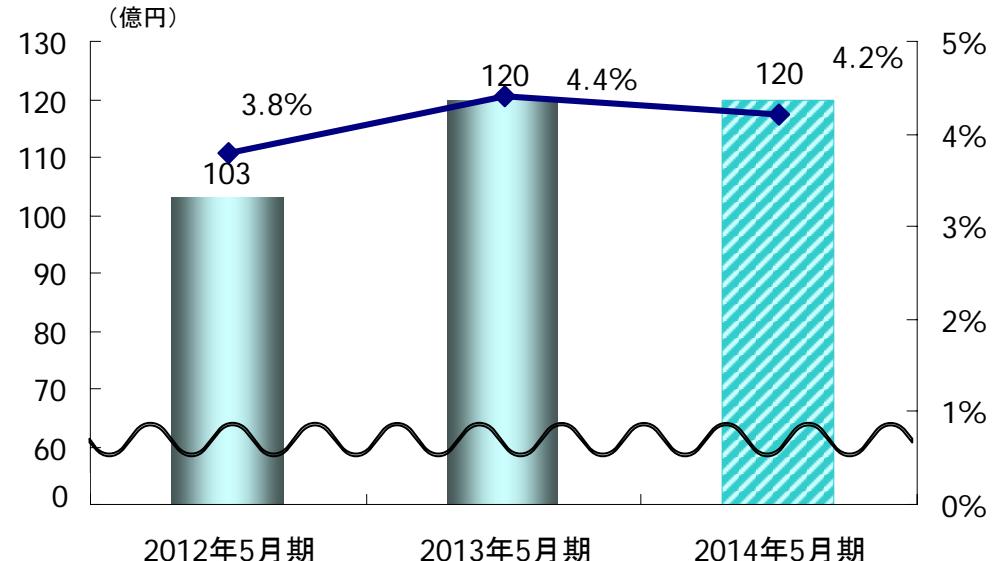
- ・売上増や収益改善等の利益増を見込むものの、為替影響によるアルミ地金、樹脂、鋼材等の資材の価格アップ、開発・生産投資に伴う費用増などを見込むため。

2-2. 2014年5月期 営業利益の増減要因

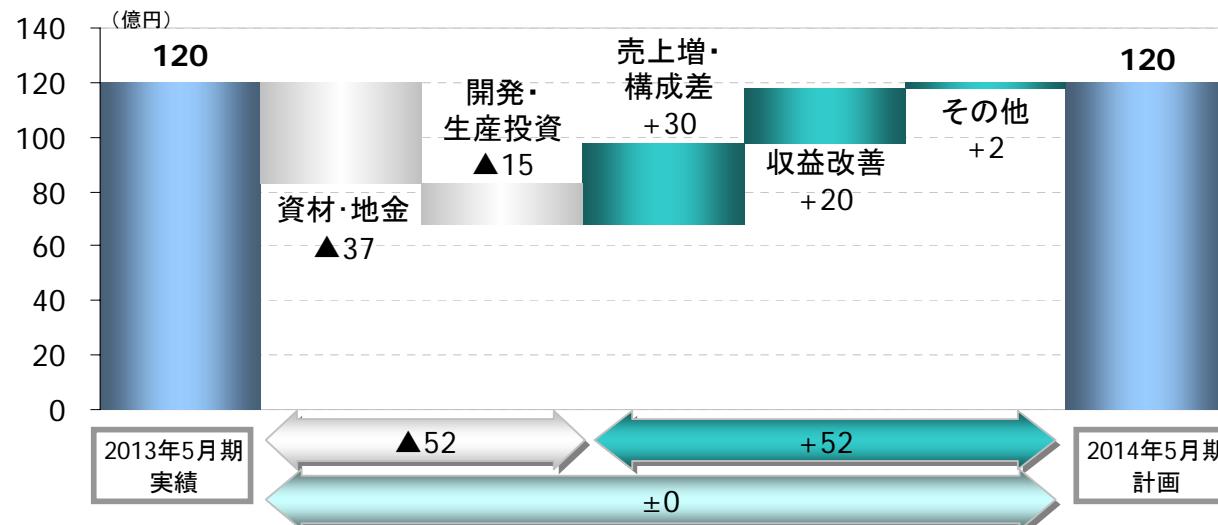
■売上高



■営業利益・営業利益率



■営業利益 変動内訳

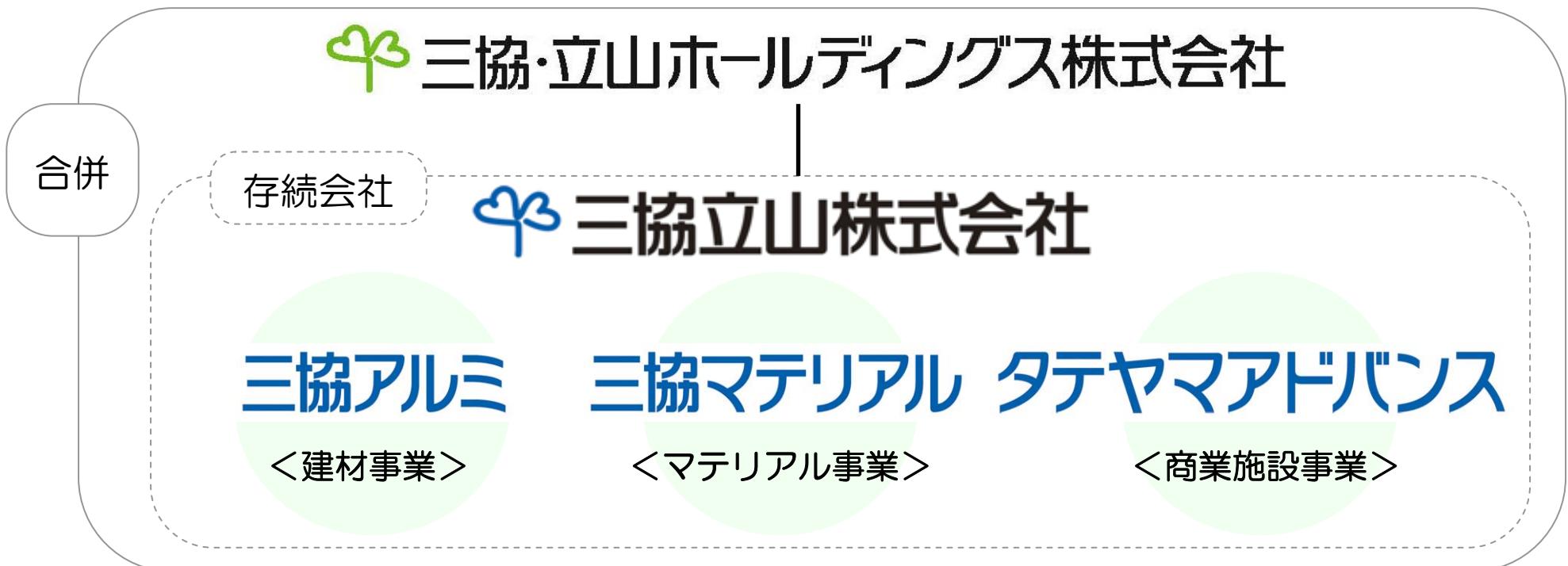


中期的な成長機会獲得に向けた施策、投資を着実に行うとともに、消費税増税や為替変動など環境変化に柔軟に対応し販売機会の確実な確保と、より柔軟な収益体制の確立を進める。

セグメント	項目	概要
建材 事業	事業基盤の強化	<ul style="list-style-type: none"> ■ 代理店販売支援体制の強化、商品力の強化。 ■ 物量変動を見据えたライン集約や業務効率化によるコストダウンの推進。
	改装・リフォーム事業の強化	<ul style="list-style-type: none"> ■ 断熱・通風機能など環境技術を活かした競争力ある商品・技術の投入。 ■ 環境改修・リフォームの総合提案、一新助家の機能強化。
	海外展開	<ul style="list-style-type: none"> ■ 海外での販売力強化および商品競争力の強化、生産性向上。
マテリアル 事業	新規開拓・ 既存顧客への拡販	<ul style="list-style-type: none"> ■ 営業・技術開発連携による製品技術を基にした顧客ニーズの掘り起こし。 ■ 太陽光架台・大型材・精密加工品等の提案活動を積極化し顧客開拓。
	海外展開	<ul style="list-style-type: none"> ■ 日系企業のアジア進出に歩調を合わせた供給体制の確立。
商業施設 事業	売上拡大と事業の 効率化・基盤強化	<ul style="list-style-type: none"> ■ 小売チェーン本部攻略を主軸とした売上拡大、事業戦略に基づく新商品投入。 ■ 組織の効率化に向けた構造改革の推進。 ■ 生産管理機能の強化、生産品質向上、コスト競争力強化に向けた海外調達の拡大。
	海外展開	<ul style="list-style-type: none"> ■ 中国・ASEANに進出する日系企業への販売拡大、中国でのサイン事業化。 ■ 米国向けサイン販売および豪州小売等への什器販売拡大、商品開発・設計機能の強化

各事業が持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。

《2012年12月1日》三協立山と三協・立山ホールディングスの合併



東京駅丸の内駅舎の全窓に当社サッシ全面採用

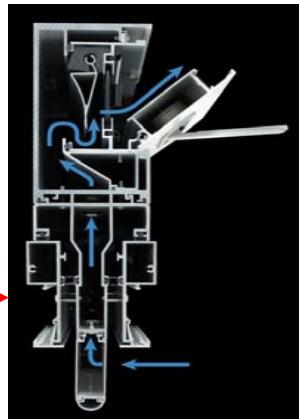
——「東京駅専用ビル用サッシ」が歴史的復原工事の顔に



創建当時の「木の風合い」に近づける表面処理：フッ素樹脂塗装
工事の基本方針に沿うよう復原作業を実施

自然換気システム「ARM-S@NAV」

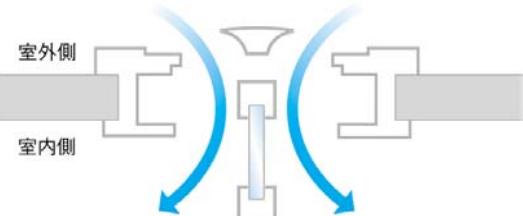
—スリム・機能美を踏襲したデザイン性と
風を一定量で取り入れる機能性が高評価



断面図

採風玄関ドア「ラフォース採風タイプ」

—新機構のウイングが
防犯性の確保や省エネに貢献



「ARM-S@NAV」は

「グッドデザイン金賞」(経済産業大臣賞)を受賞

グッドデザイン金賞（14件）は、事前に選出された「グッドデザインベスト100」の中から、特別審査で選ばれたもの。

（※2012年度は審査対象3,132件のうち、1,108件がグッドデザイン賞を受賞）



「ナノイー」搭載内部額縁 —女性の感性を生かした、玄関の新しい提案



玄関の空気を水に包まれた微粒子イオン
「ナノイー」によって爽やかにし、家族
みんなに健やかな暮らしを提案



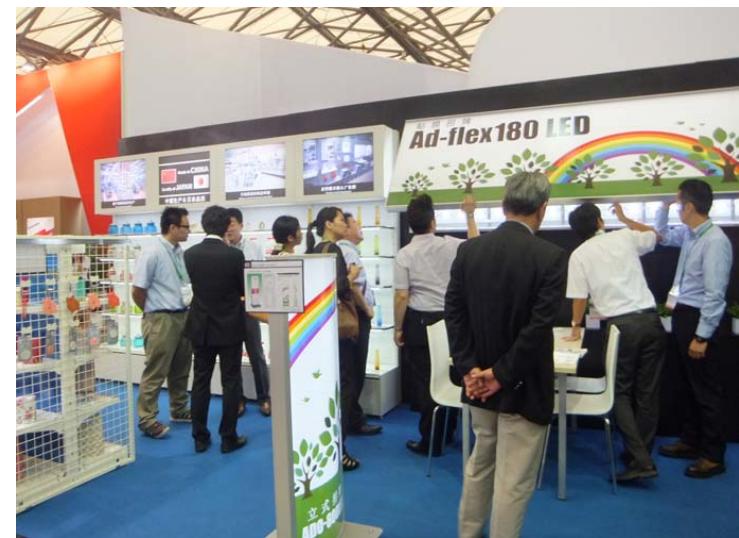
太陽光発電パネル用架台「サンステージ」を発売

——最大積雪150cmに対応可能

新開発のアルミ合金（6N01系）採用により「軽量化・高耐食性・高強度」を実現



「2012上海国際展示・POP・商用施設器材展示会」に出展 —海外への販売拡大を目指す



主力商品である店舗用什器やLEDを採用した看板などを中心に展示
当社ブースへは、4日間で約1,500人が来場し、活況を呈した

【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、三協立山株式会社及び連結子会社(以下、総称して「三協立山グループ」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、その他にかかるわらず、三協立山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、三協立山グループの事業領域を取り巻く経済情勢、三協立山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、アルミニウム等の価格変動が挙げられるますが、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。