

1. 当四半期決算に関する定性的情報

(1) 経営成績に関する説明

当第2四半期累計期間におけるわが国経済は、政府による経済対策や日銀の金融緩和政策を背景として、企業収益や雇用・所得環境に改善が見られたものの、円安進行による輸入原材料の調達コストの増加や、米国の金融政策転換による影響、更には中国を始めとする新興国経済の減速懸念など、景気の先行きに対する不透明感は、依然として払拭できない状況の下で推移いたしました。

当社の関連する住宅市場におきましては、個人消費が底堅く推移したことに加え、被災地着工の増加、低水準にある住宅ローン金利や省エネ住宅ポイント制度など、政府による各種住宅取得支援政策をも背景として、新設住宅着工戸数は緩やかな持ち直しの動きを示したものの、労務費及び建設資材の高騰による住宅価格の上昇や、マンション傾斜問題が消費者心理に与えた影響もあり、本格的な市場の回復には未だ至らない水準で推移いたしました。

このような状況ながらも、当社は今期を初年度とする「第9次中期経営計画(第62期～第64期)」において「自己改革に基づく新たなステージでの飛躍」とのスローガンの下、内装金物全般に目を向けた「裾野の広い商品開発と新たな営業戦略の推進」を基本方針に掲げ、住宅関連産業における企画開発型企業として、より現場主義に徹した商品開発を目指して、機能性と利便性を向上しつつ市場のニーズに応える「ものづくり」を推進するとともに、昨年10月には、東京(アトムCSタワー)及び大阪(アトム住まいの金物ギャラリー大阪事業所)の2拠点において「秋の内覧会」を開催、全方位のお客様に対する積極的な営業活動に最大の努力を傾注し、併せて販売費及び一般管理費の圧縮など、調整かつ管理可能な諸施策を講じつつ、困難な市場環境に対応し得る営業体制とこれを支える管理体制の強化を図るべく、各々の課題に取り組んで参りました結果、当第2四半期累計期間の業績は売上高4,906百万円(前年同期比6.9%増)、営業利益228百万円(前年同期比10.6%減)、経常利益251百万円(前年同期比10.0%減)、四半期純利益154百万円(前年同期比7.3%減)となりました。

(2) 財政状態に関する説明

① 資産、負債及び純資産の状況

当第2四半期会計期間末の資産総額は9,197百万円となり、前事業年度末に比べ292百万円の増加となりました。主な内容は、現金及び預金が113百万円、受取手形及び売掛金が198百万円それぞれ増加したこと等によるものです。

負債につきましては1,233百万円となり、前事業年度末に比べ181百万円の増加となりました。主な内容は、買掛金が113百万円、未払法人税等が90百万円それぞれ増加したこと等によるものです。

純資産につきましては7,964百万円となり、前事業年度末に比べ110百万円の増加となりました。主な内容は、配当金支払で39百万円減少しましたが、当第2四半期累計期間における四半期純利益で154百万円増加したこと等によるものです。

② キャッシュ・フローの状況

当第2四半期累計期間における現金及び現金同等物(以下「資金」という。)は、前事業年度末に比べ13百万円増加し、2,132百万円となりました。

当第2四半期累計期間における各キャッシュ・フローの状況とそれらの要因は、次のとおりであります。

(営業活動によるキャッシュ・フロー)

営業活動の結果得られた資金は165百万円(前年同期は46百万円の減少)となりました。

主な資金増加要因は、税引前四半期純利益250百万円、仕入債務の増加額113百万円等によるものです。また主な資金減少要因は、売上債権の増加額198百万円等によるものです。

(投資活動によるキャッシュ・フロー)

投資活動の結果、使用した資金は111百万円(前年同期は154百万円の減少)となりました。

これは主に商品開発の金型など有形固定資産の取得による支出48百万円、投資有価証券の取得による支出54百万円等によるものです。

(財務活動によるキャッシュ・フロー)

財務活動の結果、使用した資金は40百万円(前年同期は59百万円の減少)となりました。

これは配当金の支払額40百万円によるものです。

(3) 業績予想などの将来予測情報に関する説明

今後の見通しにつきましては、上述した経済環境と来年4月に予定されている消費税率再引き上げに向けた政府の経済対策の行方など、予断を許さない不透明な状況が続くものと考えられますが、当社の関連する住宅市場におきましては、政府による住宅関連税制の改正や、地価の先高観を背景とした住宅投資マインドの改善、更には工事価格の上昇に一服感も出始めているなどを要因とした、市場の活性化が期待されるものの、消費性向及び所得環境の実質的な改善が伴わなければ、明確な回復には至らない状況にあるものと思われまます。

このような状況ながらも、当社は継続して住宅市場に関わるテーマを深掘りしつつ、創業以来110余年の思い「独り歩きのできる商品を提供する」を全うし、併せて今期を初年度とする第9次中期経営計画に掲げた基本方針に基づき、本来の企画開発型企業として新技術の開発、新商品の開発に取り組むことはもとより、ソフトクローズ関連商品の特異性・発展性を活かして周辺の事業領域を拡大しつつ、折戸・引戸金物以外の分野でも存在感を高めるべく注力するとともに、変革期を迎えつつある金物業界において、従来の販売チャネルとの間に積み上げてきた信頼関係を守りつつも、部門の垣根を越えた新たな営業展開による中小需要家への対応強化を推進すべく「セールスプロモーションチーム」を発足し、併せて本年4月開催の「春の新作発表会」を軸として、第3四半期冒頭より新たな商品展開と販路開拓に努め、新規事業と既存事業との更なる相乗効果の実現を目論んで参りたいと存じます。また今後の成長が期待される東南アジアへの展開を期して開設した「ホーチミン駐在員事務所(ベトナム社会主義共和国)」では、現地販売及び日本国内への商品供給をも目指すべく、鋭意、市場情報の収集とネットワークの構築に努めて参ります。

なお、通期の業績見通しにつきましては、現時点において平成27年8月5日公表の「平成28年6月期の業績予想」に変更はございません。