

1. 経営成績等の概況

(1) 当期の経営成績の概況

当期におけるわが国経済は、政府による経済対策や日銀の継続的な金融緩和政策の下、好調な企業業績を反映して雇用が改善するとともに、所得環境は緩やかな回復傾向を示したものの、保護主義に向かうかの米国新大統領の政策運営に対する不安や、EU離脱を目指す英国による欧州の政治情勢への影響、並びに中国を始めとする新興国経済への警戒感などに加え、安全保障問題も大きく浮上して、不確実な世界情勢に伴う経済の下振れ懸念は更に拡大する中、国内政治にも停滞感が窺われるなど、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、贈与税非課税枠の利用による貸家着工が増加するとともに、低水準にある住宅ローン金利や被災地着工の進展に加え、省エネ住宅補助金制度など、政府による各種住宅取得支援政策を背景として、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、人工不足や建築資材の値上がりを背景に住宅価格は高止まりとなり、更には工事の遅延、マンション着工の調整等も重石となり、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、当社は今期を中間年度とする「第9次中期経営計画（第62期～第64期）」において掲げた「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、活動を本格化した「セールスプロモーションチーム」を軸として、変革期を迎えた金物業界に一石を投じ、従来の販売チャネルとの信頼関係を守りながらも中小需要家への対応強化を図り、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するとともに、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り、更には商品戦略、市場戦略及び情報システム戦略に一層の前進を果たすべく、鋭意、当面する各々の課題に取り組んで参りました。

商品戦略につきましては、日々嵩じるお客様のご要望に即応し、より現場主義に徹した柔軟で機動力のある商品開発を目指して、営業本部直轄の「営業設計グループ」を軸に据え、機能性と利便性の向上を実現しつつ、ソフトクローズのトップメーカーとして、これら商品群の拡充と市場への浸透に注力いたしました。

一方、市場戦略につきましては、営業本部直轄として立ち上げた「販売促進グループ」において、当社商品の認知度向上と販路開拓を含む積極的な営業支援活動を展開しておりますとともに、アトムCSタワーにおきましては、「秋の内覧会」及び「春の新作発表会」の定期開催はもとより、同2階には「空間提案」として新たに「LIVIN' ZONE」の区画を設け、多数の当社商品を組み入れたモデルルームにて、これら商品群の効用を実体験いただく場とするとともに、引き続き金物のみならず広くインテリアに関わる商品を常設展示して高い評価をいただいたほか、「KANAGUつなぐ地域」伝統工芸支援プロジェクトを始め、当社主催及び各団体・企業との共催による各種セミナー・イベントに加えて、金物知識の普及を図る勉強会を恒常的に催行するなど、同所開設の本旨に則り、積極的に新分野・異分野の開拓を図って参りました。

また情報システム戦略につきましては、当社の経営管理体制を支える「統合型業務ソフトウェア」の大幅なバージョンアップを完了し、営業・業務・現業の各部門とも、あまねく同システムを最大限に活用しつつ利便性の向上に努め、常に業務効率ならびに経営効率の一層の向上を図っております。

このような経営全般にわたる諸施策を期中における内外況の変化に即応して推進して参りました結果、当期の売上高は10,532百万円（前期比6.2%増）、営業利益は571百万円（前期比78.2%増）、経常利益は592百万円（前期比60.4%増）、当期純利益は382百万円（前期比56.5%増）となりました。

(2) 当期の財政状態の概況

当事業年度末の資産総額は、11,250百万円となり、前事業年度末に比べ1,919百万円の増加となりました。主な内容は、現金及び預金が1,700百万円、有価証券及び投資有価証券が312百万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、2,966百万円となり、前事業年度末に比べ1,642百万円の増加となりました。主な内容は、支払手形が113百万円、電子記録債務が1,577百万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、8,283百万円となり、前事業年度末に比べ277百万円の増加となりました。主な内容は、配当金支払で109百万円減少しましたが、当期純利益で382百万円増加したこと等によるものです。

(3) 当期のキャッシュ・フローの概況

当事業年度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1,700百万円増加し、当事業年度末では4,335百万円となりました。

当事業年度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2,261百万円（前年同期は571百万円の増加）となりました。

主な資金増加要因は、税引前当期純利益560百万円、資金流出ではない減価償却費203百万円、仕入債務の増加額1,580百万円等によるものです。また主な資金減少要因は、法人税等の支払額160百万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451百万円（前年同期は33百万円の増加）となりました。

主な資金増加要因は、投資有価証券の償還による収入100百万円等によるものです。また主な資金減少要因は、商品開発の金型など有形固定資産の取得による支出119百万円、投資有価証券の取得による支出403百万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109百万円（前年同期は90百万円の減少）となりました。

これは配当金の支払額109百万円によるものです。

なお、キャッシュ・フロー指標のトレンドは次のとおりであります。

	平成26年6月期	平成27年6月期	平成28年6月期	平成29年6月期
自己資本比率	85.9%	88.2%	85.8%	73.6%
時価ベースの自己資本比率	49.4%	44.2%	38.3%	37.2%

※自己資本比率：自己資本／総資産

時価ベースの自己資本比率：株式時価総額／総資産

1. 各指標は、いずれも財務数値により計算しております。

2. 株式時価総額は、期末株価終値×期末発行済株式総数（自己株式控除後）により計算しております。

(4) 今後の見通し

今後の見通しにつきましては、現下、海外経済に牽引されて国内景気は総じて緩やかな回復基調にあるものの、金融市場ならびに株式市場の不安定化によりリスクが生じる可能性もあり、上述した経済環境の下で、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。

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は一服感も出始めているなど、これら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

このような状況の下、住宅関連産業に携わる当社といたしましては、引き続き被災地復興に寄与し、また来るべき東京オリンピックの成功にも備えた事業展開を図り、これらを支える総合力の強化に最大の努力を傾注するとともに、中長期的な観点において、住環境の改善に向けた潜在的なニーズには根強い底流があるものと捉え、国際標準ISO9001（QMS・品質マネジメントシステム）及びISO14001（EMS・環境マネジメントシステム）を活かした商品開発により、創業以来114年の思い「独り歩きのできる商品を提供する」を全うし、併せて第64期を最終年度とする「第9次中期経営計画（第62期～第64期）」における課題を達成すべく、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し、また併せて、変革期を迎えた金物業界の再編にも寄与すべく、「セールスプロモーションチーム」の活動を軸として、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、将来を見据えた新たな営業展開を推進して、鋭意、企業の社会的責任を果たして参る所存であります。

一方、アトムCSタワーにつきましては、当社の全事業ならびに全商品の情報発信基地として活用するとともに、当社のステークホルダーを始めとして、異業種・異分野の方々との交流、コラボレーションを進めるとともに、新たな時代の流れに即応すべきアーバンスタイル事業部では、アトムCSタワーを活動拠点として、従来の「ものづくり」のみならず、都市計画やライフスタイルへの提案、コンサルティングなど、業際的かつ先進的な分野へ進出して業容ならびに新規事業の拡大を目論んで参ります。

あらためて当社は、住宅関連市場に関わるテーマを深掘りしつつ、より一層、商品開発の充実と販路開拓の進展を図り、以て既存事業と新規事業の相乗効果を創出する「住空間創造企業」として、経営環境の変動に左右されにくい事業基盤の確立を一丸となって目指して参る所存であります。

次期の見通しにつきましては、売上高10,810百万円（前期比2.6%増）、営業利益550百万円（前期比3.8%減）、経常利益570百万円（前期比3.8%減）、当期純利益380百万円（前期比0.6%減）を見込んでおります。

(5) 利益配分に関する基本方針及び当期・次期の配当

当社は、安定的な経営基盤の確保と株主資本利益率の向上に努めるとともに、株主の皆様に対する利益還元を最重要課題として位置付け、積極的な配当を行うことを基本方針に掲げて、第9次中期経営計画における年間配当金については、つねに着実な株主還元を目指すべく「利益水準のいかんに関わらず、最低でも1株当たり25円を維持する」ものとしております。

当期の配当金につきましては、上記方針ならびに業績を踏まえ、期末配当金を15円とし、中間配当金の1株当たり15円（2円50銭増配）と合わせて、年間配当金を30円とさせていただく予定であります。

また、次期の配当金につきましては、業績の通期見通しに基づき1株当たり年間30円（第2四半期末15円、期末15円）を予定させていただき、第65期以降に連続して迎える創業115周年、アトムブランド誕生65周年、法人改組65周年に備えるべく、全社一丸となって業績と株主利益の向上に努め、株主の皆様への積極的な還元を目指して参ります。

なお、内部留保金につきましては、研究開発費や拠点の移転費用及び本社社屋の建て替え準備等の資金需要に充てる所存であります。

(6) 事業等のリスク

(住宅投資動向が当社の業績に及ぼす影響について)

当社は、家具金物・建築金物・陳列金物など、住宅用内装金物全般の企画・開発・販売を行っており、主として当社が企画開発した商品をメーカーに製造委託し、「ATOM」ブランドで国内全域の家具メーカー、建築金物店、ハウスメーカー、住宅設備機器メーカー等に販売しております。

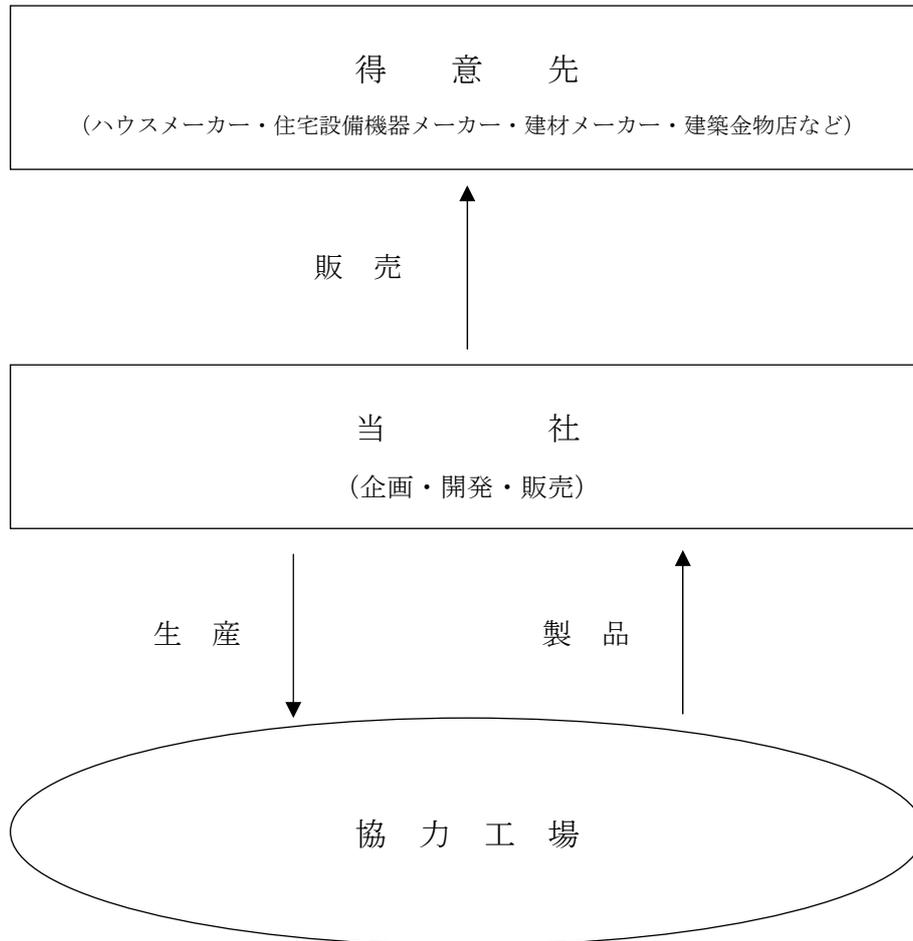
住宅用内装金物は主として住宅新設時に使用されるため、当社の業績は新設住宅着工戸数の増減に影響されます。

また、新設住宅着工戸数は、一般景気動向、金利動向、雇用情勢、地価動向、税制等の影響を受けるため、当社の業績もこれら外部要因に左右される可能性があります。

2. 企業集団の状況

当社は建築金物・家具金物を主体とした内装金物全般の企画・開発・販売を「ATOM」ブランドの下、国内全域のハウスメーカー・住宅設備機器メーカー・建材メーカーならびに建築金物店等を販売先とする、ファブレス（工場を持たない）メーカーとして事業活動を展開しております。

事業の系統図は、次のとおりであります。



※上記系統図以外に、当社全額出資による子会社（非連結）として、中国に「上海阿童木建材商貿有限公司」、ベトナムに「ATOM LIVIN TECH VIETNAM COMPANY LIMITED」を設立しています。

当該2社は、海外協力工場の開拓、現地販売ならびに日本国内への商品供給の拡大を目的としております。

3. 経営方針

(1) 会社の経営の基本方針

当社は、明治36年に創業し、昭和29年10月、その前身(有)高橋製作所を改組設立して以来、江戸指物金具の職人（^{カリ} 鋳職）であった創業者の言「独り歩きのできる商品を提供すべき」との教えに基づく企業理念「より良い金物を自ら考え、自ら普及させて行く」を掲げ、併せて「創意・誠実・進取」の精神を社是として、企画・開発・販売を兼ねるファブレス（工場を持たない）メーカーを標榜しつつ企業規模の拡充強化を図り、新しい時代に即した事業展開を積極的に進めております。

この間、伝統的に別分野として区別されていた「家具金物」と「建具金物」とを融合させた「内装金物（住まいの金物）」の分野を新たに創造しつつ、順次、家具業界から建具業界・住宅設備機器業界・住宅業界へと販路を拡大するとともに、つねに先駆的な商品の企画開発に努め、今日では取扱商品の80%以上を自社商品で占めるという独自の業態を形成するに至っております。

また、東京「アトムCSタワー」を始め大阪・札幌に常設ショールームを開設し、更には個展「春の新作発表会」及び「秋の内覧会」を連続して開催するとともに、総合カタログを定期刊行するなど、幅広くステークホルダーとの情報交換に努める一方、つねに物流の近代化・合理化に力を注ぎ、独自のコンピューターネットワークを構築して商品の安定供給に努力して参りました。

当社といたしましては、今後とも時代の要請に応えつつ、永続的に「より良い金物を自ら考え、自ら普及させて行く」との理念を全うし、住まいの金物の進化と発展に寄与するとともに、住生活を通して、広く社会に貢献して参りたいと考えております。

(2) 目標とする経営指標

当社では、売上高と営業利益・経常利益を当社の成長を示す経営指標として位置付けています。また、財務基盤強化の観点から自己資本比率を重視しています。

(3) 中長期的な会社の経営戦略ならびに対処すべき課題

当社は、事業環境に左右されない経営基盤の確立をキーワードに、変動する経営環境下においても安定成長を可能とする市場優位性の維持と収益力の強化に向けて＜商品戦略＞＜市場戦略＞＜情報システム戦略＞を策定し、これらを実行することで既存事業と新規事業の有機的結合による21世紀型ビジネスモデル、すなわち「住空間創造企業」の構築を目指しております。なお、上記3つの戦略における主な重点施策は以下の通りです。

①＜商品戦略＞におきましては、数多あるアトムオリジナル商品の再構成に着手し、シリーズ商品の集約化を図るなど顧客利便性の向上に努め、併せて居住空間のトータルデザイン化を目指して、更なる販路拡大ならびに新たな戦略的商品開発（裾野の広い商品群の開発）を全社一丸となり推進して参ります。更にリフォーム市場への対応強化をはじめ、高齢化社会及び価値観の多様化などの社会的要請に対応する「バリアフリー・快適性・安全性・利便性」等々を有する快適提案品シリーズやソフトクローズ関連商品、すなわちユニバーサルデザイン金物の更なる拡充を図るとともに、「繊細なものづくりの精神」を反映させた商品開発を実現すべく、手間をはぶく省施工から取付けやすい簡易施工へとシフトする取り組みを強化して参ります。

②＜市場戦略＞におきましては、ATOMダイレクトショップの情報発信機能を活用するとともに、設計事務所・工務店など、実際に製品をお使いいただくエンドユーザーのニーズや声を反映させるマーケティング機能をも有効に活用し、住まいに関わる新たな商材を開拓・投入して一層の充実を図るとともに、ISO9001及びISO14001の認証取得企業として、品質と環境に配慮した商品開発を継続しつつ、「アトムCSタワー」を主軸とした新分野・異分野への展開を積極的かつ持続的に推進して参ります。

また、市場のニーズに応える機能商品の構造が複雑化する中、その商品情報をあまねく市場に浸透させるために立ち上げた「セールスプロモーションチーム」により、これまでに培ってきたお客様との信頼関係を守りつつも、部門の垣根を超えた新たな営業展開を推進して参ります。更に今後の成長が期待される東南アジアに設立した、当社全額出資の子会社「ATOM LIVIN TECH VIETNAM COMPANY LIMITED（ホーチミン市）」においては、海外協力工場の開拓、現地販売ならびに日本国内への商品供給の拡大に注力し、所期の目的を果たして参る所存であります。

③<情報システム戦略>におきましては、金物業界のIT化における企業モデルの構築を目指して、大幅にバージョンアップした戦略的経営統合システムの活用を推進するとともに、前項の市場戦略に基づき、ATOMダイレクトショップにおける商品アイテムの充実を始めとして、インターネットを最大限に活用した事業展開を強化して参ります。

また、当面する住宅関連市場の不透明な事業環境の下ながらも、当社は、時代の変化に即応し得る柔軟かつ機動的な新しいフレームワークの構築が必須であるとの判断に基づき、商品開発と販売・購買体制の拡充強化はもとより、経営体制の高度化による業務運用全般の品質向上を目指しており、すべからく企業活動の更なる活性化を図り、内装金物分野におけるリーディングカンパニーとしてのポジションをより確固たるものにするこゝそが、当社の果たすべき責務と考え、引き続き安定的な収益体質を維持向上させて行くことと併せて、ユーザビリティが高い商品の提供を通じて、社会の発展に貢献して参る所存です。

- (4) その他、会社の経営上重要な事項
該当事項はありません。

4. 会計基準の選択に関する基本的な考え方

当社の利害関係者の多くは、国内の株主、債権者、取引先等であり、海外からの資金調達の実必要性が乏しいため、会計基準につきましては日本基準を適用しております。