

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、政府による積極的な経済対策や日銀の大規模な金融緩和政策の下、好調な企業業績を反映して所得環境は緩やかな回復基調が続いたものの、米国が主張する貿易不均衡に端を発した世界的な経済摩擦が一段と強まる中、安全保障問題を内包した米中間の対立が激化するとともに、欧州に広がる政治的分断の鮮明化や、中東・東アジアにおける地政学的リスクの拡大が危惧されるなど、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、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が下支えしつつあるものの、人工不足を始め、建築資材及び地価の高騰を背景に住宅価格は高止まりになるとともに、相次ぐ甚大な自然災害による経済的損失や、工事の遅延・マンション着工の調整などが重石となり、更には一時的に拡大した賃貸住宅市場は適正化への兆しが出始めるなど、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。

このような状況の下、当社は今期を初年度とする「第10次中期経営計画(第65期～第67期)」において掲げた「自己改革を追究する企業風土の承継と発展」とのスローガンの下、「将来の発展を支える経営基盤の確立と進化」を基本方針として「内装金物(住まいの金物)の全般」を自社ブランドで網羅する「住空間創造企業」を目指し、併せ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、創業115周年の節目を迎えた昨年10月には、多彩な商品を幅広く展示した「秋の内覧会」を東京(アトムC S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拠点において開催して好評を博し、更には独自の市場を形成しているソフトクローズ関連商品の拡充強化と販路拡大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5,355百万円(前年同期比0.0%増)、営業利益382百万円(前年同期比7.9%増)、経常利益393百万円(前年同期比7.6%増)、四半期純利益246百万円(前年同期比7.9%増)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12,021百万円となり、前事業年度末に比べ407百万円の増加となりました。主な内容は、投資有価証券が271百万円増加したこと等によるものです。

負債につきましては3,234百万円となり、前事業年度末に比べ243百万円の増加となりました。主な内容は、支払手形及び買掛金が93百万円、電子記録債務が116百万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8,786百万円となり、前事業年度末に比べ164百万円の増加となりました。主な内容は、配当金支払で59百万円減少しましたが、当第2四半期累計期間における四半期純利益で246百万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70百万円減少し、4,279百万円となりました。

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505百万円(前年同期は287百万円の増加)となりました。

主な資金増加要因は、税引前四半期純利益393百万円、仕入債務の増加額222百万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123百万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516百万円(前年同期は312百万円の減少)となりました。

これは主に商品開発の金型及び広島市内に物流・営業拠点を開設するための設備投資など有形固定資産の取得による支出213百万円、投資有価証券の取得による支出301百万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59百万円(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59百万円によるものです。

(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、前述した経済環境を要因として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、政府による継続した住宅取得支援政策や、相次ぐ自然災害の復旧・復興需要などに支えられるとともに、2019年10月に予定されている消費増税に伴う、過大な駆け込み需要と過度の反動減はないものと推察される中、新設住宅着工戸数の動向については、消費性向及び所得環境の改善が更に拡大浸透しなければ、顕著な回復には至らない状況にあると思われまます。

このような状況ながらも、当社は昨年10月に創業115周年を迎え、更に本年1月にはアトムブランド誕生65周年、また来る第66期には株式会社へと法人改組して65周年という節目の年度を迎えますが、第10次中期経営計画のスローガンに則り、これら連続する周年記念を機会として原点に立ち返り、創業以来の思い「独り歩きのできる商品を提供する」を全うし、115年の間に培ってきた価値観や行動規範などの伝統を承継しつつ、現状に安住することなく自らの変革にも果敢に挑み、本来の「企画開発型企業」として、より現場主義に徹した新技術並びに新商品の開発に更に磨きをかけることはもとより、内装金物(住まいの金物)全般に目を向けた「裾野の広い商品開発」を推進して参ります。また併せて、第4四半期冒頭の本年4月には、前述した「秋の内覧会」に続く「春の新作発表会」の開催を予定しており、春秋年2回の展示会を通して、より一層の商品開発の充実と販路開拓の拡大に努め、既存事業と新規事業と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全社一丸となって目指して参る所存であります。一方、現地生産の強化と東南アジア市場での販売を目的として設立した子会社「ATOM LIVIN TECH VIETNAM COMPANY LIMITED(ホーチミン市)」においては、新たな「ものづくり」体制の確立と価格競争力の向上を目論んで参ります。

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30年8月6日公表の「平成31年6月期の業績予想」に変更はございません。