

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、政府の推進する積極的な経済対策や日銀の継続的な金融緩和政策を背景に、所得環境は僅かながらも回復基調で推移したものの、安全保障問題を包含する米中貿易摩擦が危惧されて展望が開けぬ中、中国経済の減速懸念や、欧州に広がる政治的分断の鮮明化など、不確実な世界情勢に伴う国内経済の下振れへの不安が膨らみ、企業業績にも陰りが見え始めるなど、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省エネ住宅への補助金制度など、政府による各種住宅取得支援政策に支えられ、新設住宅着工戸数は持家が緩やかな持ち直しの動きを示したものの、一時的に急増した貸家は明確な減少傾向に転じ、更には相次ぐ甚大な自然災害の発生により住宅に関わる消費者マインドが停滞するとともに、慢性的な人工不足による工事の遅延や、建築資材及び地価の高騰が続いたことに加えて、物流コストの上昇によるコストアップ要因が顕在化するなど、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。

このような状況ながらも、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「自己改革を追求する企業風土の承継と発展」とのスローガンの下、創業以来、積み重ねてきた現状に安住することなく「将来の発展を支えうる経営基盤の確立と進化」を基本方針として、持続的発展を可能にする原動力となるべき人材を確保し、世代交代による組織の若返りを進めて、全社的な連携を強化しつつ、組織をあげて次世代を担う基盤づくりと更なる進化を図って参りました。

また住宅産業における企画開発型企業として、ソフトクローズ関連商品の拡充はもとより、あまた市場の要望に応じて新技術ならびに新商品の開発に取り組み「内装金物（住まいの金物）の全般」に目を向けた裾野の広い商品開発を心がけ、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て、経営環境の変動に左右されにくい社内体制と財務体質の構築を目指し、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実現すべく「営業設計グループ」を軸に据え、新たな機能商品の開発に取り組み、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、営業本部直轄の「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するとともに、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」の年2回の定期開催はもとより、同館2階を「空間提案」として位置付け、全方位の営業を展開する「セールスプロモーションチーム」が中心となり、中小需要家ならびにデベロッパーのお客様からの情報を掘り上げて新たな「L I V I N' ZONE」の拡充展示を行ったほか、保育施設や介護施設など非住宅部門を対象スペースとする同館4階には、先鋭的な次世代商品として自閉機能を付与した「半自動引戸ユニット」の追加展示を行い、高齢者向け市場の深耕を図り、同館5階の展示スペースもまた拡張して品揃え豊富な商品を展示するなど、新たな生活空間を創出して参りました。

また、当社の情報発信基地としての性格を持つ同館では「KANAGUつなぐ 地域」伝統工芸支援プロジェクトの推進を始め、金物知識の普及を図る勉強会を恒常的に催行するなど、積極的に新分野・異分野の開拓を図りつつ、更には2020年に迎える東京オリンピック・パラリンピックに向けてその立地を生かし、「新虎通り（環状2号線）」を中心に展開されるさまざまなイベントに地域密着の観点から協力・参加いたしました。

なお当期におきましては、当社の販促ツールである総合カタログ「ATOM-DATA-LINE（2019版）」を刊行して、新たな商品展開の周知と販路開拓に努めました。

更に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」の継続的なバージョンアップを実施し、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。

加えて、ホームページ内の「atom動画ぎやらりー」におきましては、新たにSWシステム（リビング移動間仕切り金具SW-900）の施工動画を、チャプター毎に分けて追加配信するなど、当社の主力商品について単なる商品紹介に留まることなく、建築現場にて施工方法や手順、金物の調整方法等を明解に確認できる動画コンテンツの拡充に努めました。

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10,589百万円（前期比1.0%増）、営業利益は664百万円（前期比5.5%増）、経常利益は687百万円（前期比4.7%増）、当期純利益は434百万円（前期比2.8%減）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、11,971百万円となり、前事業年度末に比べ358百万円の増加となりました。主な内容は、売掛金が127百万円、受取手形が100百万円それぞれ減少しましたが、現金及び預金が307百万円、建設仮勘定が245百万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、3,060百万円となり、前事業年度末に比べ69百万円の増加となりました。主な内容は、電子記録債務が63百万円増加したこと等によるものです。

純資産につきましては、8,910百万円となり、前事業年度末に比べ288百万円の増加となりました。主な内容は、配当金支払で129百万円減少しましたが、当期純利益で434百万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307百万円増加し、当事業年度末では4,657百万円となりました。

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927百万円（前年同期は677百万円の増加）となりました。

主な資金増加要因は、税引前当期純利益657百万円、減価償却費205百万円、売上債権の減少額173百万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227百万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490百万円（前年同期は542百万円の減少）となりました。

主な資金増加要因は、有価証券及び投資有価証券の償還による収入200百万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386百万円、投資有価証券の取得による支出303百万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129百万円（前年同期は119百万円の減少）となりました。

これは配当金の支払額129百万円等によるものです。

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28年6月期	平成29年6月期	平成30年6月期	令和元年6月期
自己資本比率	85.8%	73.6%	74.2%	74.4%
時価ベースの自己資本比率	38.3%	37.2%	41.2%	46.8%

※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、前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、自然災害の復旧・復興対策を含む公共事業投資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一定の駆け込み需要も見込まれるなど、市場の活性化が期待される一方で、東京オリンピック・パラリンピックを目指した都市再開発の需要が一巡することも予想され、新設住宅着工戸数の動向については、所得環境及び消費性向の、より一層明確な改善が伴わなければ、本格的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・パラ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、「セールスプロモーションチーム」を軸に、全方位の営業ネットワークの優位性を活かして、周辺の事業領域と販路の拡大に積極的に取り組み、更には国際標準2015年版への更新を了えた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116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66期を中間年度とする「第10次中期経営計画（第65期～第67期）」において基本方針として掲げた「経営基盤の確立と進化」を背景に、組織の再編成による次世代へ向けた足場固めを実現するため、第66期冒頭より、商品開発体制の更なる強化を図るべく、開発部と同一フロアに集約されている「営業設計グループ」を営業本部直轄から開発部の直属とし、双方の垣根を取り払い自由に交流できる環境づくりを進め、基礎技術と応用技術の協働による相乗効果の創出を図りつつ、より質の高い「企画開発力」の追求に努め、更には将来の当社を支えるべき発想豊かな人材の育成に励み、組織をあげて次代を担う基盤づくりと一層の進化を推進して、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、進展する「LIVIN' ZONE」を通して当社の全事業ならびに全商品の情報発信基地とし、併せて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、及びコラボレーションを進めるとともに、アーバンスタイル事業部では、同館を活動拠点として、従来の「ものづくり」のみならず、生活者の「価値観・ライフスタイルの多様化」が進む中、加速度的に進行する情報化社会への多面的なアプローチを行いながら、新しい時代の流れに対応し新しいテーマに向けた事業展開を推進して、豊かなライフスタイルをサポートする「住空間創造企業」としての独自性を深く追究するとともに、日本の伝統工芸や手仕事といった「日本のものづくり」を通じた文化的価値観の提案、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。

幸いにして当社は、第66期10月に「法人改組65周年」を迎える運びと相成りましたが、これを機に、あらためて当社は、住宅関連市場に関わる各種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10,720百万円（前期比1.2%増）、営業利益480百万円（前期比27.8%減）、経常利益500百万円（前期比27.2%減）、当期純利益330百万円（前期比24.1%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利益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おり、第10次中期経営計画における年間配当金については、常に着実な株主還元を目指すべく「年間配当金は利益水準のいかに関わらず、最低でも1株当たり30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17.5円（「アトムブランド誕生65周年」記念配当2.5円を含む）とし、中間配当金の1株当たり17.5円（「創業115周年」記念配当2.5円）と合わせて、年間配当金を35円とさせていただく予定であります。更には日頃よりの株主の皆様のご支援にお応えするため、当期末を以て株主優待制度を開始することといたしました。内容につきましては、「クオカード」と「当社関連指定商品の20%割引」の2本建てとさせていただき、また幅広い株主様のご要望にお応えするため、「クオカード」に換えて日本赤十字社へのご寄付をお選びいただける優待制度といたしております。今後とも当社は、全社一丸となって業績と株主利益の向上に努めて参ります。

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、普通配当は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10次中期経営計画の中間年度となる第66期の上半期には「法人改組65周年」を迎えることから1株当たり2.5円の記念配当を予定させていただきつつ、更なる業績の向上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。

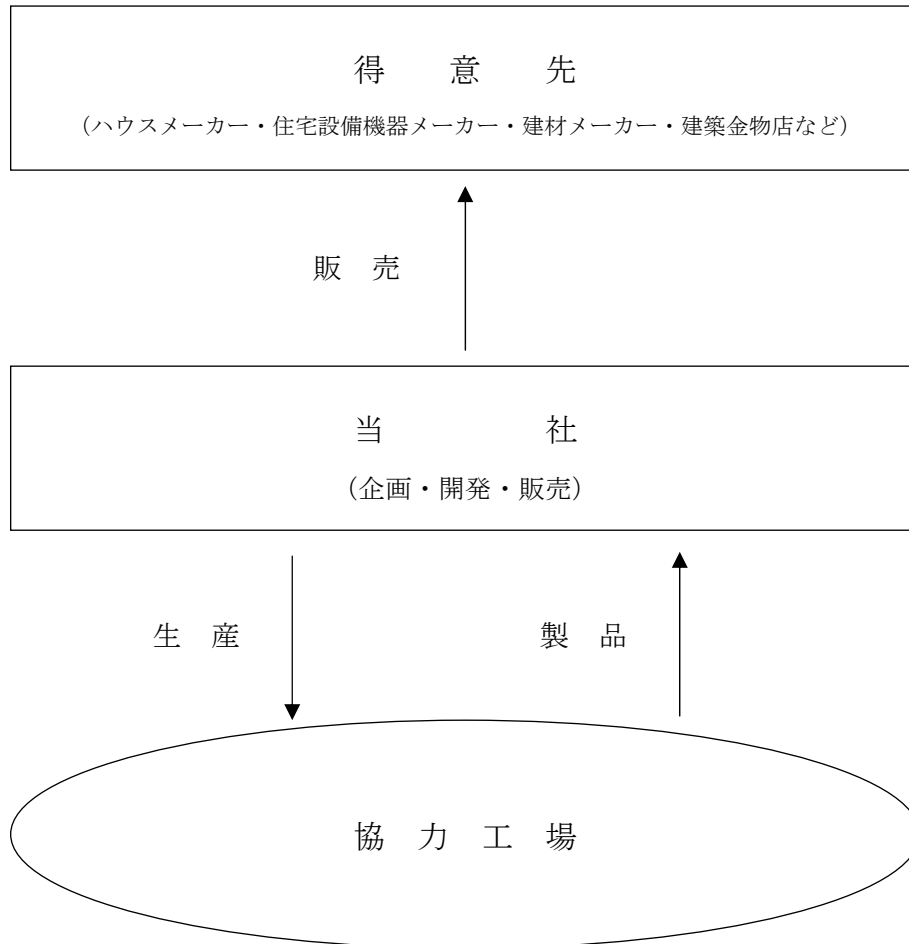
住宅用内装金物は主として住宅新設時に使用されるため、当社の業績は新設住宅着工戸数の増減に影響されます。

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（^{がし}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、常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、常に物流の近代化・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、更には＜環境方針＞を制定して、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、すなわち環境に配慮した「住空間創造企業」の構築を目指しております。なお、上記3つの戦略と環境方針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、開発部と営業設計グループの双方が自由に交流できる新たな開発体制の下、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を強化し、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、次世代向け商品の半自閉引戸を始めと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。加えて、西日本市場の強化と深刻化する運送コストや自然災害によるリスク分散の観点から推進してまいりました広島市内の物流拠点「広島営業所 C/Dセンター」におきましては、2019年秋

の竣工に向けて着々と準備を進めております。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拡充を始めとして、施工現場における設置方法や取り付け手順などが確認できるコンテンツ動画の充実を図るなど、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。

④<環境方針>におきましては、持続可能な社会の実現に向けた環境保全活動への取り組みとして、ISO14001(2006年8月認証取得)に則り、設計の基本段階から有害物質を排除するといった、エコロジーとエコノミーを同化させた事業活動を継続しつつ、更に2011年4月には「環境方針」を制定し、全社員が環境保全、及び汚染の予防を推進することが最重要課題の一つであることを十分に理解・認識のうえ、内装金物の設計・製造管理・販売を通して、人や社会、自然や地球にやさしい、環境に配慮した企業を目指しています。

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して、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現性が乏しいため、会計基準につきましては日本基準を適用しております。