

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の下、雇用・所得環境は緩やかな回復基調が期待されたものの、2019年10月の消費増税による消費者マインドの落ち込みに加え、世界経済を巡っては、安全保障問題を包含する米中貿易摩擦や、英国のEU離脱問題、また中東における地政学リスクの高まりなどが危惧され、更には新型コロナウイルス感染症の拡大に起因する社会的・経済的活動の抑制や、サプライチェーンの不安定化を背景に経済活動が世界的に停滞するなど、不確実な世界情勢に伴う国内外経済の下振れ懸念が大きく膨らみ、景気の先行きに対する不透明感が、急速に進行する極めて厳し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が下支えしたものの、新設住宅着工戸数は昨年度に続いて貸家が大きく減少するとともに、持家ならびに分譲住宅も前年割れに転じるなど低調な推移を示し、併せて慢性的な人工不足による工事の遅延や人件費の上昇、更には建築資材及び物流費の高騰が続くなど、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。加えて、新型コロナウイルス感染症の影響を受け、住宅関連各社による一部資材の供給遅延や出荷停止、また建設現場では工事が中断されるなど、建設需要の不振が顕著に現れ、第4四半期以降は極めて厳しい経営環境が続きました。

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」とのスローガンに従い、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経営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「企画開発型企业」として、当社の主力商品群に成長した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えて、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」に目を向けた幅広い商品開発と営業戦略の推進を心がけ、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きめ細かく対応し、より現場主義に徹した、柔軟で機動力のある商品開発を具現化すべく「営業設計グループ」を軸に据え、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」の商品化を実現して、高齢者向け市場の深耕を図るとともに、ソフトクローズ機構部単体のユニット化に成功し、様々な引戸の納まりに展開が可能な、汎用性の高い「マルチソフトクローザー」の第一弾となる「AFDシステム・戸袋納まり」を開発するなど、ソフトクローズの機能性と利便性の向上を実現しつつ、当社独自の機能を持った商品群の拡充と、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して参りました。なお、アトムCSタワーにおきましては、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を鑑み、2020年4月の「春の新作発表会」の開催を中止といたしましたが、収束後には各種の提案会等を速やかに開催できるよう、同2階の「空間提案」として位置付ける「LIVIN' ZONE」を住空間の有効活用をテーマとして一新したほか、同館4階には保育施設や介護施設などの室内をイメージした「非住宅部門」を対象とする多数の当社商品を組み入れたモデルルームを設置し、これら商品群の効用を実体験していただく場とするとともに、同館5階の展示スペースもまた拡張して豊富な品揃えとするなど、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用意してコロナ禍の収束後に備えて参りました。

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オンライン化の推進に努め、金物知識の普及を図る勉強会に代えて、オンライン上での問い合わせなどには積極的に対応しつつ、同所開設の本旨に則り、柔軟な事業展開を重ねて参りました。

なお広島市内に新設した物流拠点「広島営業所・C/Dセンター」につきましては、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等を目的として2019年10月より稼働しており、引き続き供給体制の充実を図りつつ、顧客満足とサービスの維持・向上に取り組んでおります。

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、当社の「ものづくり」を広く紹介するため、ホームページ内の「atom動画ギャラリー」におきましては、新たに「マルチソフトクローザー AFDシステム 戸袋納まり」の施工動画を追加配信するなど、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、職人不足が顕著な建築現場においても、施工方法や手順、金物の調整方法などを明解に確認できる利便性を高めた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10,394百万円（前期比1.8%減）、営業利益は680百万円（前期比2.4%増）、経常利益は706百万円（前期比2.8%増）、当期純利益は482百万円（前期比11.1%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、12,021百万円となり、前事業年度末に比べ50百万円の増加となりました。主な内容は、現金及び預金が202百万円、売掛金が171百万円それぞれ減少しましたが、投資有価証券が389百万円、有形固定資産が51百万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、2,779百万円となり、前事業年度末に比べ281百万円の減少となりました。主な内容は、電子記録債務が118百万円、買掛金が137百万円それぞれ減少したこと等によるものです。

純資産につきましては、9,242百万円となり、前事業年度末に比べ331百万円の増加となりました。主な内容は、配当金支払で139百万円減少しましたが、当期純利益で482百万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202百万円減少し、当事業年度末では4,455百万円となりました。

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626百万円（前年同期は927百万円の増加）となりました。

主な資金増加要因は、税引前当期純利益705百万円、減価償却費195百万円、売上債権の減少額260百万円等によるものです。また主な資金減少要因は、仕入債務の減少額204百万円、法人税等の支払額231百万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689百万円（前年同期は490百万円の減少）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営業所・C/Dセンター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249百万円、投資有価証券の取得による支出603百万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139百万円（前年同期は129百万円の減少）となりました。
これは配当金の支払額139百万円によるものです。

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29年6月期	平成30年6月期	令和元年6月期	令和2年6月期
自己資本比率	73.6%	74.2%	74.4%	76.9%
時価ベースの自己資本比率	37.2%	41.2%	46.8%	45.8%

※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、前述した社会・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思われませんが、当社の関連する住宅市場におきましては、政府による大規模な経済対策や、継続した住宅取得支援政策などに支えられ、市場の活性化が期待される一方で、未だ新型コロナウイルス感染症の縮小・拡大の動向、ならびに収束時期の見通しが立たないため、消費者心理の冷え込みが長引き、景気の下押し圧力が働くことが強く懸念され、新設住宅着工戸数の動向については、感染症の収束に加えて、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、顕著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、いや増す自然災害の被災地復興に寄与し、また「新たな生活様式」が求められる時代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、かつてない厳しい変化を遂げつつある住宅業界を取り巻く環境への対応など、時代の変化に即応し得る柔軟かつ機動的な事業展開を図り、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117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67期を最終年度とする「第10次中期経営計画（第65期～第67期）」における課題を達成すべく「企画開発型企業」として新技術ならびに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における特異性・発展性を活かして周辺の事業領域を拡大しつつ、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、将来の当社を支えるべき発想豊かな人材の育成に励み、組織をあげて次世代を担う経営基盤づくりと進化に努め、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、コロナ禍の収束を見据えて万端準備を整えつつ、更新する「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「価値観と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、新たな時代の流れに対応し新たな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。

次期の見通しにつきましては、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、現段階では合理的な業績予想の算出が困難であるため、未定とさせていただきますが、今後、業績への影響を慎重に見極め、算出が可能となった時点で速やかに公表いたします。

(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（増配2.5円を含む）とし、中間配当金の1株当たり17.5円（「法人改組65周年」記念配当2.5円を含む）と合わせて、年間配当金を35円とさせていただき予定であります。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、株主優待制度を継続することとし、昨年度に続いて、「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「クオカード」に関しましては、幅広い株主様のご意向にお応えするため、社会貢献活動の一環とし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、前記「第10次中期経営計画」の基本方針に基づき、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。

(新型コロナウイルス感染症について)

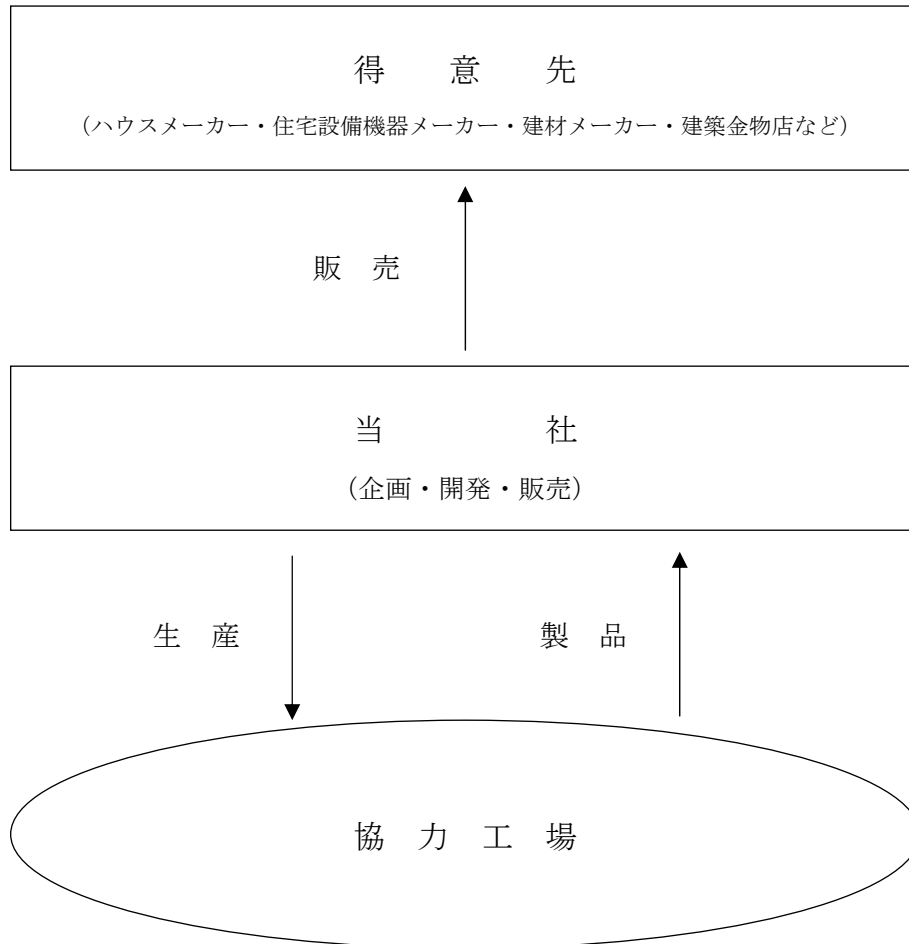
当社は、新型コロナウイルス感染症について、関係者並びに社員の安全確保のため、不要不急の外出や面談・出張を差し控えるとともに、在宅勤務や時差通勤の励行等の感染症対策を講じた上で、業務継続が可能な範囲において、営業活動を継続しております。

今後、新型コロナウイルス感染症の影響が長期化し、経済情勢が悪化した場合には、当社の業績に影響を及ぼす可能性があります。

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（^{かじ} 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、更にはコロナ禍の下2020年4月「春の新作発表会」、同10月の「秋の内覧会」の開催は中止といたしました。収束後は引き続き個展を定期的開催するとともに、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、今後とも新たな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おります。また、財務基盤強化の観点から自己資本比率を重視しております。

(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、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・汎用性」等々を有する、ソフトクローズ関連商品を始めとする快適提案品シリーズや、様々な引戸の納まりに展開が可能なマルチソフトクローザーシリーズの拡充を図るとともに、消費者生活の質的向上に寄与するため、環境負荷が小さく、かつ安全性に配慮した抗ウイルス商品への取り組みに着手するなど、「繊細なものづくりの精神」を反映させた商品開発を推進して参ります。

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効果的に浸透させるために、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、金物卸売業界の流通ルートの整備を進め、提案型の営業活動を積極的に推進して参ります。

加えて、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、販促ツールの一環として、機能商品における正しい施工方法や取り付け手順、金物の調整方法などが建築現場でも確認できる利便性を高めた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おります。

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そこそが、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。