

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、新型コロナウイルス感染症対策と社会的・経済的活動との両立を進める中、政府の推進する積極的な経済対策や日銀の大規模な金融緩和政策を背景に、景気は持ち直しの動きが見られたものの、感染症の断続的な拡大や、資源価格の上昇、さらには円安が一段と進行するなど、景況感の下押し要因が顕著に表れる状況が継続いたしました。一方、世界経済を巡っては、世界的なインフレ率の高止まりが続く中、ロシア・ウクライナ情勢に起因した経済制裁に伴う地政学リスクの高まりや、中国のロックダウンによる物流の混乱等によって、サプライチェーンの寸断、資源・エネルギー価格及び物流費が大幅に高騰するなどの懸念材料が顕在化し、不確実な世界情勢に伴う国内外経済の下振れリスクが急激に膨らみ、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環境性能等に応じた住宅ローン減税の導入、こどもみらい住宅支援事業の創設など、政府による各種住宅取得支援政策が下支えし、新設住宅着工戸数は緩やかな増加傾向が継続したものの、建設業界における慢性的な人工不足に加え、世界的な資源価格の高騰を背景とした建設資材・物流費のコスト高、及び住宅設備機器の供給遅延の長期化が懸念されるなど、住宅業界を取り巻く環境は依然として厳しく、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。

このように新型コロナウイルス感染症拡大による経済活動への影響が長期化する中であって、当社はお客様を始めとする関係各位の健康と安全の確保及び事業活動の維持継続に向け、各ショールームにおいては事前予約制で運用、さらにはオンラインでの打ち合わせを推奨するなど、新型コロナウイルス感染症拡大の抑制に必要な対策を講じつつ、第68期を初年度とする「第11次中期経営計画（第68期～第70期）」において掲げた「伝統を活かし、変革に挑む」とのスローガンの下、連綿と受け継いできた当社独自の事業スタイルの優位性を活かしながら、社員一人ひとりが自覚と責任を持って積極的に行動できる環境の整備と発想豊かな人材の育成に努めて、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さら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、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、さらには商品戦略、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具現化すべく「営業設計グループ」を主軸に据え、当社独自の機能を内包するソフトクローズ関連商品の拡充と市場への浸透に注力するとともに、コロナ禍を契機とした新たなニーズの高まりに応えるため、抗ウイルスフィルムを表面に被覆した「ハンドルカバー ここまも〜るφ25用」や、日常生活のなかで手に触れる機会が多い取手や引手、ツマミなどを抗ウイルス仕様として展開を図り、加えて、非接触型のクリーンスイッチをオプション機能として追加可能な住宅屋内用自動ドア「リニアエンジン MM30」や、リモートワーク空間の構築に最適なSW移動間仕切システム「SW-900」の市場への定着を目指した活動に注力し、ウィズコロナ時代に応える商品開発に取り組んで参りました。

一方、市場戦略につきましては、金物卸売業界の流通ルートの整備に取り組むとともに、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、当第68期においては、昨年10月の「秋の内覧会」に続いて、本年4月に開催を予定していた「春の新作発表会」を中止といたしました。その間、アトムCSタワー

では新商品への入替工事を行いながら、様々なご提案品を準備して本年5月にリニューアルオープンを行いました。このようにコロナ禍に備えた事業展開を推進するとともに、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準備を整えつつ、オンライン上での問い合わせには積極的に対応するなど、お客様との商談機会の創出に取り組んで参りました。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を推進し、日本各地の伝統工芸や職人と協業して金物との融合を模索するなど、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おります。

なお、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など、BCP対策を踏まえた物流拠点の複数化を目的に運用を開始している「広島営業所・C/Dセンター」につきましては、管理運用する商品を徐々に増やしつつ、商品供給面における顧客満足・サービスの維持向上に努めて、所期の目的を果たして参る所存であります。また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(2022-2024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。

さらに情報システム戦略につきましては、顧客利便性の向上及び社内業務の省力化のため、WEB請求書サービスの導入に向けて着手し、また集荷・配送をスムーズに行うため運送会社の荷受けラベル対応をカスタマイズするなど、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て、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」を広く紹介する目的として、ホームページ内の「atom動画ギャラリー」におきましては、YouTubeにて機能商品を中心とした製品紹介や設計・施工ガイドなどを動画で配信し、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、金物の調整方法等を明解に確認できる利便性を高めた動画コンテンツの整備を進め、また、同ホームページ内では、アトムCSタワー内の展示商品の写真や一部商品では動画の閲覧が可能な「ショールームビュー」の充実を図るなど、コロナ禍を見据え、SNSを積極的に活用した販売支援ツール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9,990百万円(前期比3.8%増)、営業利益は577百万円(前期比8.5%減)、経常利益は606百万円(前期比7.5%減)、当期純利益は412百万円(前期比6.6%減)となりました。

なお、当社は「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を当事業年度の期首から適用しておりますが、当期の経営成績の概況における前期比(%)は、当該会計基準等適用前の前期の数値を用いて算定しております。

(2) 当期の財政状態の概況

当事業年度末の資産総額は、12,888百万円となり、前事業年度末に比べ474百万円の増加となりました。主な内容は、現金及び預金が237百万円減少しましたが、電子記録債権が63百万円、売掛金が66百万円、有価証券(譲渡性預金)が500百万円、商品が94百万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、3,076百万円となり、前事業年度末に比べ219百万円の増加となりました。主な内容は、電子記録債務が219百万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、9,811百万円となり、前事業年度末に比べ254百万円の増加となりました。主な内容は、配当金支払で131百万円減少しましたが、当期純利益で412百万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262百万円増加し、当事業年度末では5,089百万円となりました。

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545百万円(前年同期は812百万円の増加)となりました。

主な資金増加要因は、税引前当期純利益606百万円、減価償却費196百万円、仕入債務の増加額221百万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136百万円、棚卸資産の増加額119百万円、法人税等の支払額205百万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151百万円(前年同期は306百万円の減少)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500百万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143百万円、投資有価証券の取得による支出503百万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131百万円(前年同期は135百万円の減少)となりました。

これは配当金の支払額131百万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。

	令和元年6月期	令和2年6月期	令和3年6月期	令和4年6月期
自己資本比率	74.4%	76.9%	77.0%	76.1%
時価ベースの自己資本比率	46.8%	45.8%	47.3%	44.9%

※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、当社の関連する住宅市場におきましても、少子高齢化による世帯数の減少や住宅の性能向上による高耐久・長寿命化などの構造的な要因を背景に、新設住宅着工戸数は中長期的に縮小傾向で推移するものと予想されますが、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るとともに、コロナ禍がもたらしたライフスタイルの変化により、高付加価値型の賃貸住宅需要の高まりと併せて、既存住宅の改修やワーキングスペース、郊外へ戸建て住宅を求めるニーズの増加、さらには抗菌・抗ウイルスや非接触商品の対応など、これらを要因とした市場の活性化が期待されるものの、新設住宅着工戸数の動向については、感染症の収束と消費性向及び所得環境の改善がさらに拡大浸透しなければ、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、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119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69期を中間年度とする「第11次中期経営計画(第68期～第70期)」において掲げた「伝統を活かし、変革に挑む」とのスローガンに従い、当社独自の価値観や行動規範など、「伝統」の良い点を受け継ぎ、「変革」に挑む人材を育むことのできる活力ある組織環境の構築を推進し、また、「ウィズコロナ時代に呼応する事業スタイルの構築」を基本方針として、より現場主義に徹した商品開発を目指して技術力を磨き、発想力・想像力を結集することにより、市場ニーズに応えるだけでなく、市場ニーズを先取りした「ものづくり」の推進に取り組みつつ、かつてない規模と速度で変化しつつある経営環境の中で、「新しい生活様式」が求める本質的な要求を迅速に見極め、柔軟で自由な発想と高い技術力を活かした新たな事業スタイルの構築を目指すことによって、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、実際の住空間づくりをテーマに開設した「L I V I N' Z O N E」の進展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、当社のステークホルダーを始めとする異業種・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、同館を活動拠点とするアーバンスタイル事業部では、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、業際の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、売上高10,350百万円（前期比3.6%増）、営業利益450百万円（前期比22.1%減）、経常利益470百万円（前期比22.5%減）、当期純利益310百万円（前期比24.8%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おり、第11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16.5円（増配1.5円を含む）とし、中間配当金の1株当たり16.5円（増配1.5円を含む）と合わせて、年間配当金を33円とさせていただき予定であります。さら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、「第11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、さら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。

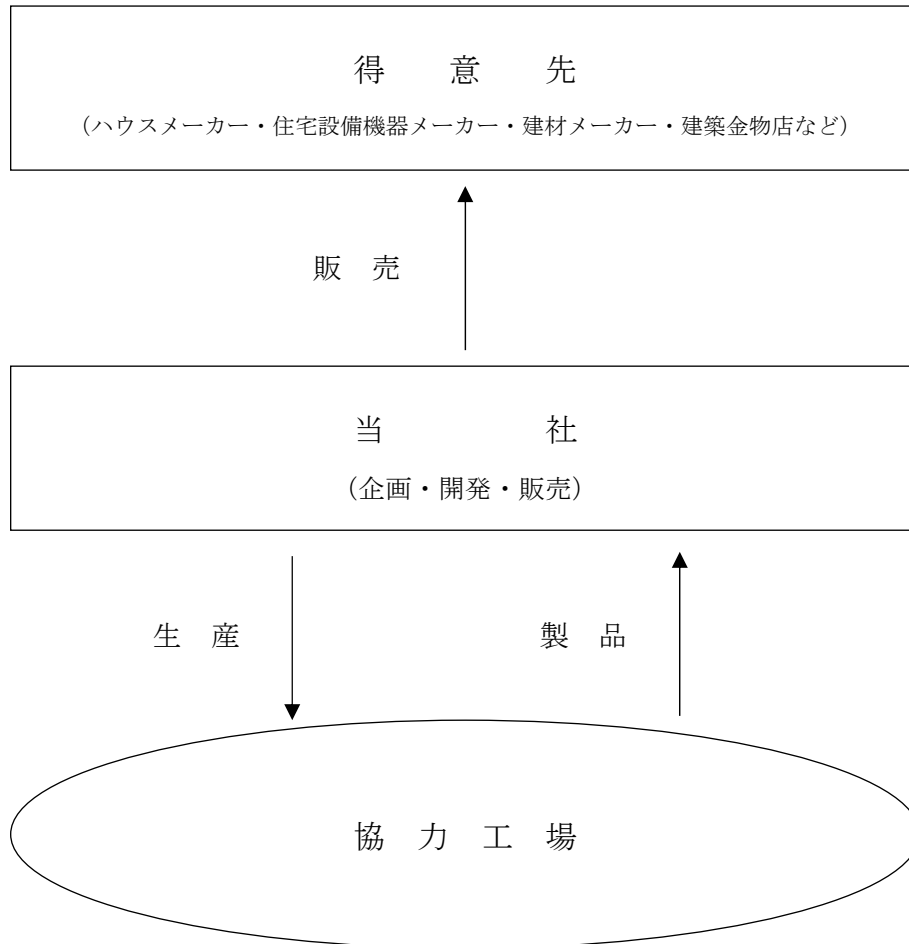
(新型コロナウイルス感染症について)

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、感染症対策を講じた上で、営業活動を継続しておりますが、新型コロナウイルス感染症の影響がさらに長期化し、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（^{カガリ} 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、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、コロナ禍においても必要な感染対策を講じつつ、内装金物（住まいの金物）の認知度向上に取り組むとともに、さらには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向け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、さらには＜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、さらなる販路拡大ならびに新たな戦略的商品開発（「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）を進めつつ、ウィズコロナ時代を見据えた商品開発を全社一丸となり推進して参ります。また、縮小傾向にある新設住宅市場や生活スタイルの変化に対応するリフォーム・リノベーション市場の動向などとともに、住宅産業のみならず、非住宅分野への対応を強化し、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」の展開を図るとともに、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の取り組みを促進するなど、「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充実を始めとして、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利便性を高めたコンテンツ動画やYouTube、ショールームビューにおける商品の拡充を図るなど、SNS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、サステナブル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、さらに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さらなる活性化を図り、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。