

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3四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緩和的な金融環境の維持を背景に、ウィズコロナの進展から社会的・経済的活動の正常化に向けた動きが続いたことに加え、人手不足による賃金上昇や半導体の供給制約の緩和などの要因がプラスに働き、内需が持ちこたえたことによって、景気は底堅い成長が見られたものの、依然として国内では物価高や実質賃金の低迷により、個人消費の回復が遅れているほか、人手不足による設備投資の遅延等に加え、世界的にも高インフレの波が根強く残り、またサプライチェーンの脆弱性が、地政学的対立の強まりによって顕在化するなど、不確実な世界情勢に伴う国内外経済の下振れリスクが残存し、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住宅ローン減税の導入、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、資材価格の高騰による建設コストの増加が住宅取得マインドの重しとなり、新設住宅着工戸数の利用関係別においては、持家と分譲住宅を中心に低迷する状況が続きました。また建設業界における慢性的な人工不足に加え、物流の2024年問題の影響が懸念されるなど、住宅業界を取り巻く環境は依然として先行き不透明感が拭えず、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。

このようにウィズコロナが進展する状況の下、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に向けては、Web会議等のコミュニケーションツールの活用を継続しつつ、新製品を中心に幅広く商品を紹介する機会を創出して参りました。さらには、今期を最終年度とする「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、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たことに加え、当社の情報発信基地としての性格を持つアトムCSタワーでは、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。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、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3四半期累計期間の業績は売上高7,744百万円(前年同期比1.8%減)、営業利益285百万円(前年同期比13.7%減)、経常利益313百万円(前年同期比13.0%減)、四半期純利益217百万円(前年同期比28.5%減)となりました。

(2) 財政状態に関する説明

当第3四半期会計期間末の資産総額は13,404百万円となり、前事業年度末に比べ524百万円の増加となりました。主な内容は、現金及び預金が161百万円減少しましたが、受取手形及び売掛金が57百万円、電子記録債権が97百万円、有価証券(譲渡性預金)が400百万円、商品が137百万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3,274百万円となり、前事業年度末に比べ441百万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45百万円、電子記録債務が231百万円、未払法人税等が89百万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10,130百万円となり、前事業年度末に比べ83百万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、当第3四半期累計期間における四半期純利益で217百万円増加したこと等によるものです。

(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。一方、カーボンニュートラル実現に向けた省エネ化への進展も相まって、住宅業界では量から質への転換期を迎えており、既存住宅の利用価値の向上や住み替え需要の促進効果に加え、コロナ禍でニーズが高まった室内環境の向上要求や生活スタイルの意識変化による住環境の見直し需要など、サステナブルな社会の実現に向けて、一定の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、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、本格的な市場の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、当社は昨年10月に創業120周年、本年1月にアトムブランド誕生70周年を迎え、さらに本年10月には株式会社へと法人改組して70周年を迎えます。この相次ぎ迎える記念すべき節目の年度を機に、創業以来培ってきた歴史と伝統を礎として、将来に向けて新たな一歩を踏み出すという意を込めて、企業ロゴ「ATOM LIVINGTECH」を刷新し、本年1月より運用を開始いたしました。こうした企業ロゴ刷新の基本コンセプトに則り、「ものづくり」の原点に立ち返り、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、120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ならびに裾野の広い商品開発に磨きをかけて参ります。併せて、第4四半期冒頭の本年4月には、現地の市場調査とともに当社商品の認知度向上を目指し、ベトナム・ホーチミン市で開催されるベトナム最大級の建築系展示会「VIETBUILD」へ出展、また同月には当社の全事業ならびに全商品の情報発信基地である東京・アトムCSタワーにて「春の新作発表会」を開催するなど、コロナ禍による制約が緩和される中、対面形式でのセールスプロモーション活動を展開し、お客様との商談機会の創出に取り組みつつ、新たな商品展開と販路開拓に努め、新規事業と既存事業とのさらなる相乗効果の創出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、現時点において令和5年8月4日公表の「令和6年6月期の業績予想」に変更はございません。