

1. 経営成績等の概況

(1) 当期の経営成績の概況

当事業年度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、雇用・所得環境が改善傾向を示したことに加え、インバウンド需要の増加等によって、景気は緩やかな持ち直しの動きが見られたものの、物価上昇による実質購買力の抑制が消費の重しとなったことに加え、少子高齢化社会の進展による人手不足の深刻化が危惧されるなど、下振れリスクが残存する状況が継続いたしました。また、世界経済を巡っては、国際社会の分断・対立の深まりによって、各地で地政学リスクが高まるほか、米国における関税政策の影響や中国経済の先行き懸念など、不確定要素が多く、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、住宅ローン減税の拡充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、建築資材の原材料コストや製造・輸送に係るエネルギーコストの高止まり等を要因とした建設コストの増加が住宅需要を抑制する状況が続く、新設住宅着工戸数は低調な推移を示しました。また、建設業界における慢性的な人工不足に加え、日銀の金融緩和政策の転換に伴う住宅ローン金利上昇の懸念から、住宅取得マインドは低調に推移する中、省エネ基準適合義務化によって、一時的な駆け込み着工の動きがみられたものの、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。

このような状況の下、今期を初年度とする「第12次中期経営計画（第71期～第73期）」において掲げた「伝統を活かし、変革に挑む」との企業スピリットに従い、創業以来、122年の社歴で培ってきた特長的な事業スタイルを有効に活用できる原動力（人材）を確保するため、全社的な連携体制の強化と環境を整備し、社員一人ひとりが責任と自覚を持って積極的に行動することによって、未来を切り開いていくことのできる“突破力”を備えた発想豊かな人材の育成に尽力したことに加え、市場ニーズに応える「ものづくり」を推進することにより、全方位のお客様にご満足いただける裾野の広い商品とサービスを丁寧提供し続ける「住空間創造企業」への進化に取り組みました。

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目指して、当社独自の機能を内包するソフトクローズ関連商品を拡充したほか、3枚の引戸をスムーズな動きで連動させて開閉できる「シンクロ連動引戸金具 SU-101」を新たに設定、また滑らかな動きで折りたたためて操作も簡単な「ダンパー付き折りたたみ棚受け」、さらには、開き戸・引戸どちらにも使用可能で、空気の入替えが簡易的に行える「室内用可動ルーバー」等、その他を含め、裾野の広い商品開発を推進してきました。アトムCSタワー（東京・新橋ショールーム）においては、新設したホテルの客室をイメージした空間に、当社商品の使用例や家具商材・その他商品の追加提案を行うなど、市場ニーズに対応した関連商品の拡充と市場への定着を目指した活動に注力しつつ、機能性と利便性の向上を実現して参りました。

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、2025年4月には東京・アトムCSタワーにて「2025春の新作発表会・東京展」を開催し、併せて、総合カタログ「ATOM-DATA-LINE (2025-2027)」を発刊して、新たな商品展開の周知と販路開拓に努め、続く6月にはベトナム・ホーチミン市で開催されたベトナム最大級の建築系展示会「V I E T B U I L D 2025」に出展するなど、お客様との商談機会の創出に取り組みつつ、新規事業と既存事業とのさらなる相乗効果の創出を図って参りました。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、「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。

さら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、受発注・会計管理システムを今後の変革にも対応可能なクラウド型システムへ更新して、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、機能商品を中心とした商品紹介や設計・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C S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、SNSを積極的に活用した販売支援ツールの拡充に努めて参りました。

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10,297百万円(前期比1.3%増)、営業利益は515百万円(前期比54.6%増)、経常利益は561百万円(前期比50.9%増)、当期純利益は390百万円(前期比53.5%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、11,608百万円となり、前事業年度末に比べ1,579百万円の減少となりました。主な内容は、現金及び預金が1,409百万円、無形固定資産が255百万円それぞれ増加しましたが、有価証券及び投資有価証券が3,152百万円減少したこと等によるものです。

負債につきましては、1,177百万円となり、前事業年度末に比べ1,859百万円の減少となりました。主な内容は、電子記録債務が1,857百万円減少したこと等によるものです。

純資産につきましては、10,430百万円となり、前事業年度末に比べ279百万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390百万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3,190百万円減少し、当事業年度末では1,924百万円となりました。

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、使用した資金は1,154百万円(前年同期は540百万円の増加)となりました。

主な資金増加要因は、税引前当期純利益560百万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1,723百万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1,894百万円(前年同期は289百万円の減少)となりました。

主な資金増加要因は、定期預金の払戻による収入3,600百万円、有価証券の償還による収入300百万円、投資有価証券の償還による収入300百万円等によるものです。また主な資金減少要因は、定期預金の預入による支出5,100百万円、商品開発の金型など有形固定資産の取得による支出233百万円、情報システムの更新など無形固定資産の取得による支出256百万円、投資有価証券の取得による支出502百万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139百万円の減少)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。

	令和4年6月期	令和5年6月期	令和6年6月期	令和7年6月期
自己資本比率	76.1%	78.0%	77.0%	89.9%
時価ベースの自己資本比率	44.9%	36.0%	41.3%	50.4%

※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考えられ、当社の関連する住宅市場におきましても、少子高齢化による住宅取得者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、人口動態の変化や環境意識の高まり、新技術の進歩など、多様な要素によって、住宅業界では量から質への転換期を迎えており、住宅の機能性や設計へのニーズが高まることに加え、環境負荷の低減を求める動きから、ZEHなどのエコ住宅の普及が進むほか、AIやIoTなどの新技術の進展等により、新たな需要の創出に期待が持てる局面にあります。然し乍ら、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、生き残りをかけた企業間取引の先鋭化ならびに競合の激化傾向とを併せて、当社を取り巻く事業環境は依然として楽観し得ないものと予想されます。

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、事業展開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、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122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72期を中間年度とする「第12次中期経営計画(第71期～第73期)」において掲げた「伝統を活かし、変革に挑む」との企業スピリットに従い、当社独自の価値観や行動規範など、「伝統」の良い点を活かしながら、その時代が求めるもの、或いはユーザーの求めに応じて自在に変化できる「住空間創造企業」を目指して「変革」に挑み、また、「持続的成長に向けた新たな付加価値の創出」を基本方針として、住宅産業における企画開発型企業として新たな成長基盤の構築に向けて、当社独自の開発商品を世に問うことこそ使命とした「ものづくり」の原点に立ち返り、本来、当社が取り扱うべき商品の裾野拡大と高収益型企業への回帰を実現させる事業展開を図りつつ、将来を見据えた各種投資の活性化を推進して、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、実際の住空間づくりをテーマに開設した「LIVIN' ZONE」の充実を図りつつ、当社の全事業ならびに全商品の情報発信基地として、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、売上高10,500百万円(前期比2.0%増)、営業利益350百万円(前期比32.1%減)、経常利益400百万円(前期比28.7%減)、当期純利益270百万円(前期比30.9%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12次中期経営計画（第71期～第73期）」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んに関わらず、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。

第71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、期末配当金を普通配当の1株当たり15円から1円50銭増額した16円50銭とし、中間配当金の1株当たり17円50銭（法人改組70周年の記念配当2円50銭を含む）と合わせて年間配当金を34円とさせていただく予定であります。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12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、「A T O M」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。

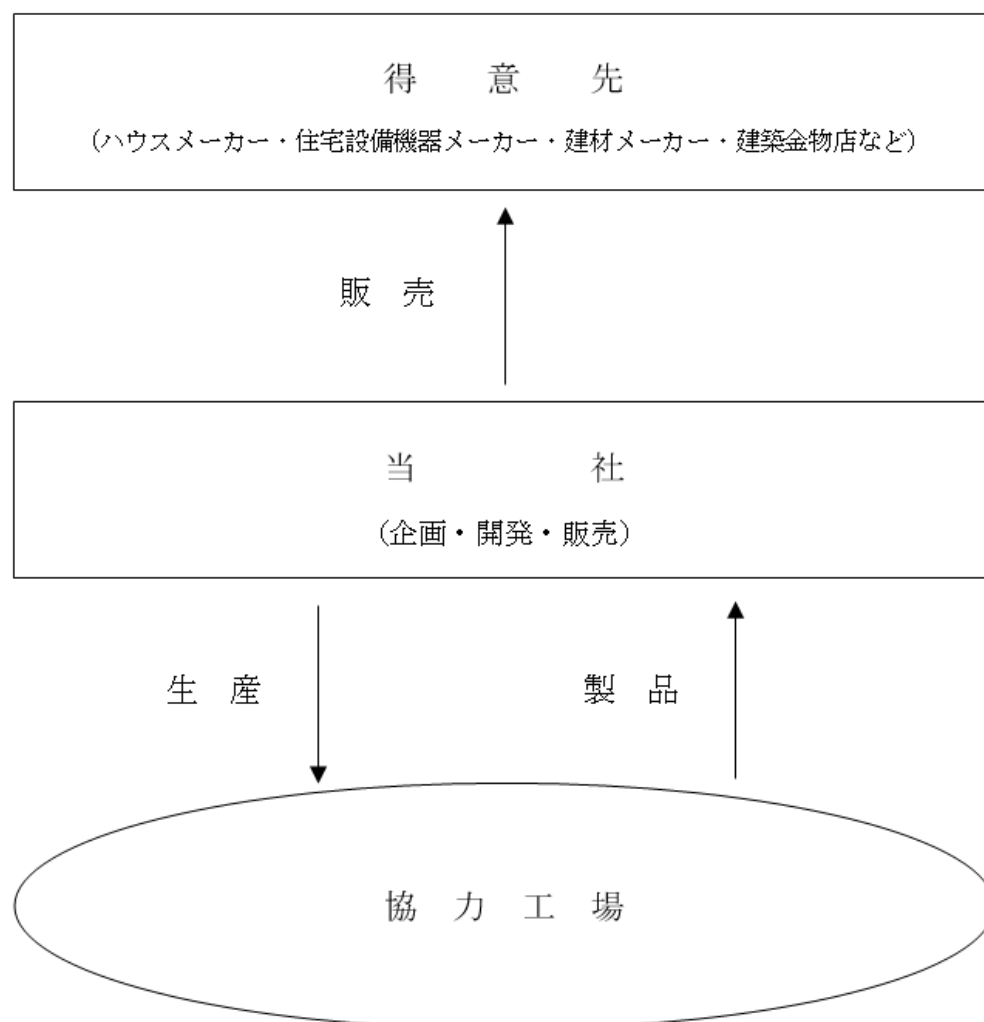
住宅用内装金物は主として住宅新設時に使用されるため、当社の業績は新設住宅着工戸数の増減に影響されます。

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^{カザリ}(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」を始め大阪に常設ショールームを開設し、さらには個展を年に2回(「春の新作発表会」及び「秋の内覧会」)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、一部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)を全社一丸となり推進して参ります。また、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、施設建築分野(店舗・事務所・教育・医療・福祉など)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のさらなる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より質の高い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、実際に商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)」の協力を得て、ベトナム国内で開催される建築系展示会に出展して当社商品の認知度向上に努めつつ、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、当社の経営管理体制を支える、受発注・会計管理システムを今後の変革にも対応可能なクラウド型システムへ更新し、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る他、アナログとデジタルを融合させたDX化を推進するなど、常に業務効率ならびに経営効率の向上に取り組むとともに、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、また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。さらに2023年1月には「SBT (Science Based Targets) イニシアチブ」の認定を取得し、事業活動における温室効果ガス排出削減に向けた取り組みを推進しており、SDGsへの取り組みとともに持続可能な社会の実現に努めて参ります。

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とこそが、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一貫性が乏しいため、会計基準につきましては日本基準を適用しております。