

2014年7月11日

# 2014年5月期決算補足説明資料

 三協立山株式会社

## 1. 2014年5月期実績

- 1-1. 2014年5月期 事業環境
- 1-2. 2014年5月期 経営成績
- 1-3. 2014年5月期 (前期比)売上・営業利益

## 2. 2015年5月期の業績予想

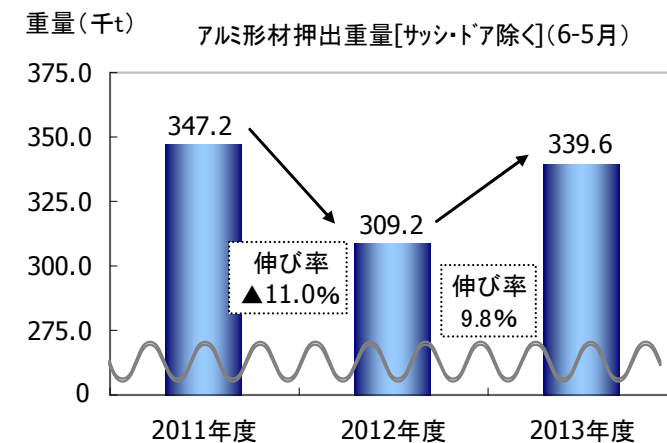
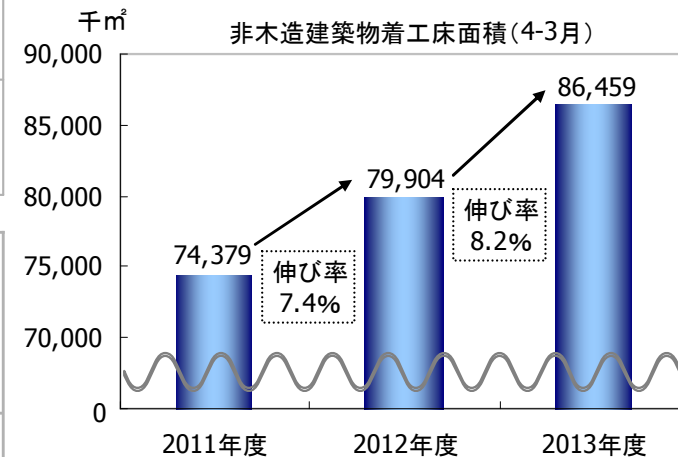
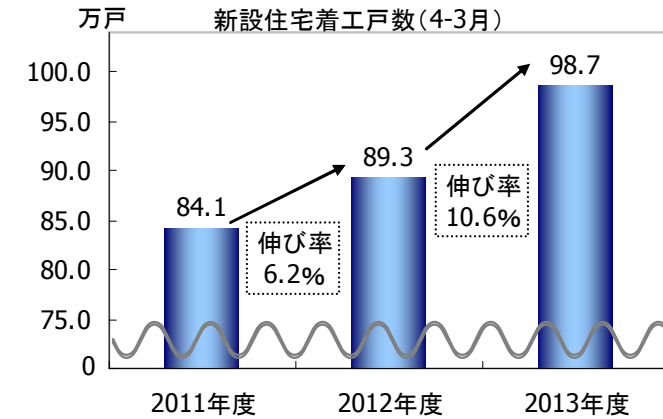
- 2-1. 2015年5月期 各セグメントの取り組み
- 2-2. 2015年5月期 通期業績予想
- 2-3. 2015年5月期 営業利益の増減要因

## 3. トピックス

- 3-1. 三協アルミ 「ドラえもん」を起用した宣伝・販促展開
- 3-2. 三協アルミ 「SACLAB (サクラボ)」建築家とのコラボ、新発想のフェンス
- 3-3. 三協アルミ 「iFデザイン賞受賞」自然換気システム “ARM-S@NAV”
- 3-4. 三協マテリアル 「メタルジャパン」高機能金属展に出展
- 3-5. タテヤマアドバンス 「新商品」2種類のサインを新規投入
- 3-6. 三協立山 「産業観光を本格化」工場見学が盛況

## ◇市場環境

市場環境	2011年度	2012年度	2013年度
新設住宅着工戸数(4月-3月) ※建材事業(住宅)指標	84.1万戸	89.3万戸 (前年比6.2%増)	98.7万戸 (前年比10.6%増)
非木造建築物着工床面積(4月-3月) ※建材事業(ビル)指標	74,379千㎡	79,904千㎡ (前年比7.4%増)	86,459千㎡ (前年比8.2%増)
アルミ型材押出重量[サッシ・ドア除く] (6月-5月) ※マテリアル事業指標	347.2千t	309.2千t (前年比11.0%減)	339.6千t (前年比9.8%増)
アルミ地金[日経平均](6月-5月)	216.6円/kg	221.1円/kg (前年比2.1%増)	242.1円/kg (前年比9.5%増)



消費税率引き上げに伴う駆け込み需要、政府の金融・財政政策などによる効果を背景とした消費マインドの向上や企業の収益改善にともなう設備投資の増加などにより、景気は緩やかに回復した。

建材	建材市場においては、住宅投資、公共投資が堅調に推移した。
マテリアル	アルミニウム型材及びビレットの国内市場は、一般機械、電機、輸送分野を中心に好調な動きが見られた。
商業施設	商業施設市場は、コンビニエンスストアを中心とした積極的な出店などにより堅調に推移した。
アルミ地金	一昨年からの円安により値上がりしたものの、前半は230円台での安定した値動きであったが、割増金の増加や精錬会社の減産による地金価格の値上がりにより、後半は高水準となった。

# 1-2. 2014年5月期 経営成績

(単位：億円)

	2013年5月期 実績	2014年5月期 期初計画 (2013/7/12発表)	2014年5月期 実績	前年同期比		期初計画比	
				増減	%	増減	%
売上高	2,717	2,860	2,952	234	8.6%	92	3.2%
売上総利益	700	-	758	57	8.2%	-	-
売上総利益率	25.8%	-	25.7%	-	-0.1p	-	-
営業利益	120	120	166	45	37.6%	46	38.4%
営業利益率	4.4%	4.2%	5.6%	-	+1.2p	-	+1.4p
経常利益	110	110	155	45	41.3%	45	41.4%
当期純利益	116	95	126	10	9.1%	31	33.7%

※金額・率は切り捨て表示

<売上高> 建材事業、マテリアル事業、商業施設事業ともに増収となり、合計で前年同期比8.6%増となった。

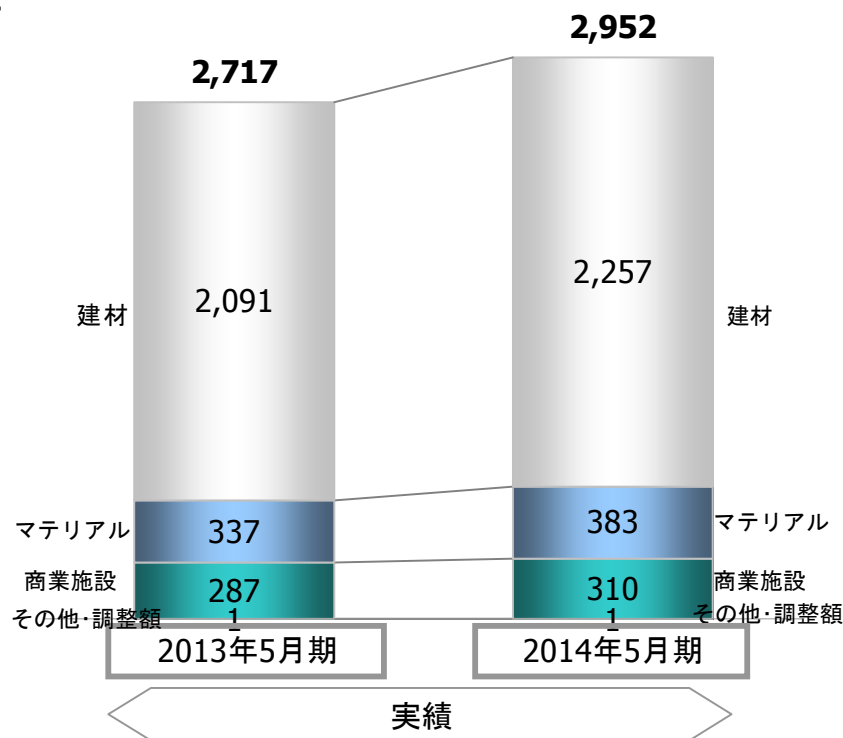
- ・建材事業 消費税率引き上げ前の駆け込み需要を背景とした新設住宅着工増加への対応や公共事業の取り込みを進めるとともに、販売網の強化や改装・リフォーム需要への対応などを積極的に押し進めた結果、前年同期比7.9%増となった。
- ・マテリアル事業 既存領域の拡大とともに、産業用太陽光発電需要や鉄道関連需要の取り込みに加え、事業拡大、新規分野参入の事業基盤強化に向けた体制を整備した結果、前年同期比13.6%増となった。
- ・商業施設事業 コンビニエンスストアを中心とした新規出店や改装需要の取り込みに加え、海外においては、中国(上海)の製造・販売拠点を中心に、現地に進出している日系や現地資本の小売業への販売拡大、さらには、欧米を含めた海外での販売拡大などに取り組んだ結果、前年同期比8.3%増となった。

<営業利益> 前年同期比でアルミ地金価格は上昇したものの、売上増やコストダウン・効率化等の収益改善を推し進めた結果、増益となり、前年同期比37.6%増となった。

# 1-3. 2014年5月期 (前期比) 売上・営業利益

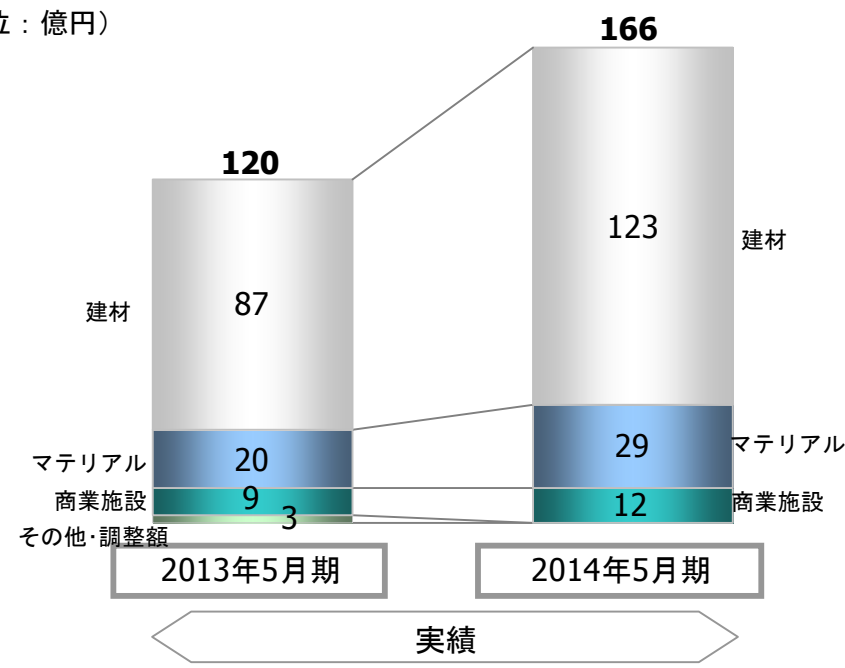
## ■売上高

(単位：億円)

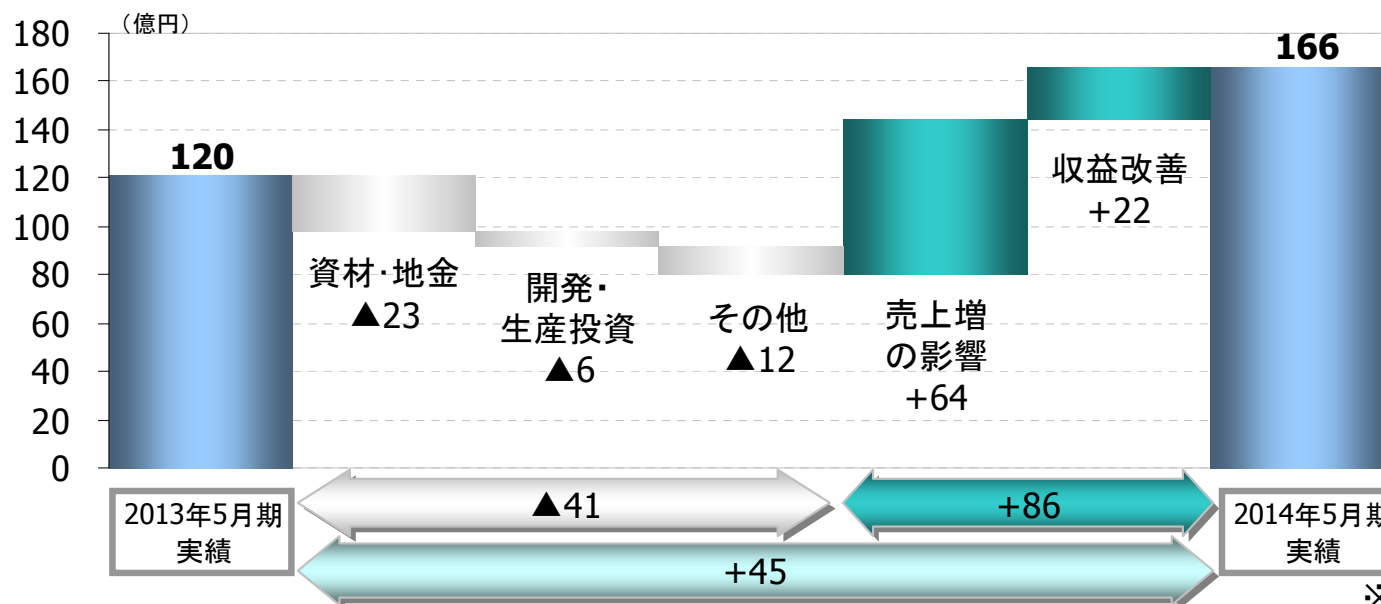


## ■営業利益

(単位：億円)



## ■営業利益変動内訳



※金額は切り捨て表示

## 2-1. 2015年5月期 各セグメントの取り組み

**VISION2020**に向けた施策、投資を着実に行うとともに、消費税増税や為替変動など環境変化に対して柔軟に対応し販売機会の確実な確保と、より柔軟な収益体制の確立を進める。

セグメント	項目	概要
建材事業	販売基盤の強化	エリア戦略の推進、代理店販売支援体制の強化 競争力のある商品開発
	成長分野への攻勢	改装・リフォームの提案力強化、競争力ある商品化の推進 海外での販売力強化及び商品競争力の強化、生産性向上
	原価低減の追求	ライン再構築や徹底した効率化によるコストダウンの推進
マテリアル事業	売上拡大と 基盤確立	企画・設計段階から参画する事による物件獲得の強化 チーム体制にてターゲット商品を選定したうえでの営業展開による収益向上 グループ子会社とのシナジー創出による基盤強化と売上拡大
	海外展開	早期の現地供給体制の確立を目指した取り組みと海外売上の拡大
商業施設事業	売上拡大と 事業の効率化 及び基盤強化	小売チェーン本部攻略を主軸とした売上拡大、事業戦略に基づく新商品投入 組織の効率化に向けた構造改革の推進 生産管理機能の強化、品質向上、コスト競争力強化に向けた国内・海外調達の最適化
	海外展開	中国・ASEANに進出する日系企業への販売拡大、中国でのサイン事業の展開 米国向けサイン販売および豪州小売等への什器販売拡大、商品開発・設計機能の強化

## 2-2. 2015年5月期 通期業績予想

(単位:億円)

	2014年5月期 実績	2015年5月期 予想	前年比	
			増減	%
売上高	2,952	3,000	47	1.6%
売上総利益	758	-	-	-
売上総利益率	25.7%	-	-	-
営業利益	166	150	△ 16	-9.7%
営業利益率	5.6%	5.0%	-	-0.6p
経常利益	155	140	△ 15	-10.0%
当期純利益	126	90	△ 36	-29.1%

※金額・率は切り捨て表示

### <今後の経済見通し及び外部環境>

消費税率引き上げに伴う駆け込み需要の反動が見込まれるものの、政府の政策による効果や消費マインドの改善が続くことなどにより、景気は緩やかな回復が続くものと見込むが、円安などによる輸入原材料価格の上昇が継続することなども想定。

#### 建材事業

消費税率引き上げによる駆け込み需要の反動などにより、平成26年度の新設住宅着工戸数は86.7万戸(前年度比88%)、非木造地建築着工床面積は83百万㎡(前年度比96%)が見込まれるなど、市場は縮小するものと想定。

#### マテリアル事業

電機・一般機械・輸送分野を中心に、軽量化のニーズの底堅さなどから、引き続き市場の拡大が見込まれる。

#### 商業施設事業

コンビニエンスストアを中心に新規出店数が増加するなど、堅調な推移が見込まれる。

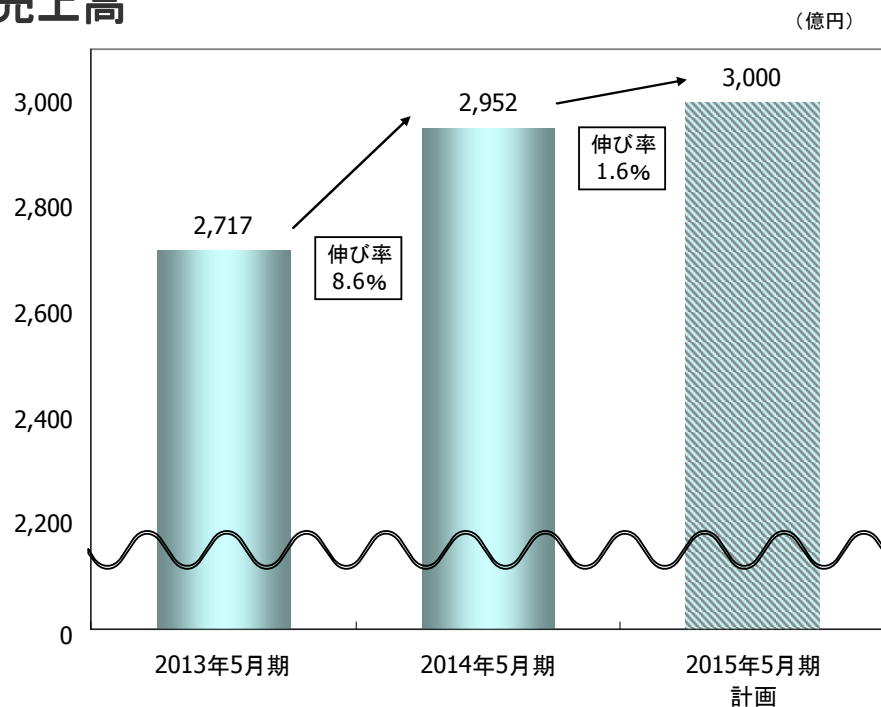
### <営業利益>

売上増や収益改善等の利益増を見込むものの、為替影響によるアルミ地金、樹脂、鋼材等の資材の価格アップ、開発・生産投資に伴う費用増などを見込む。

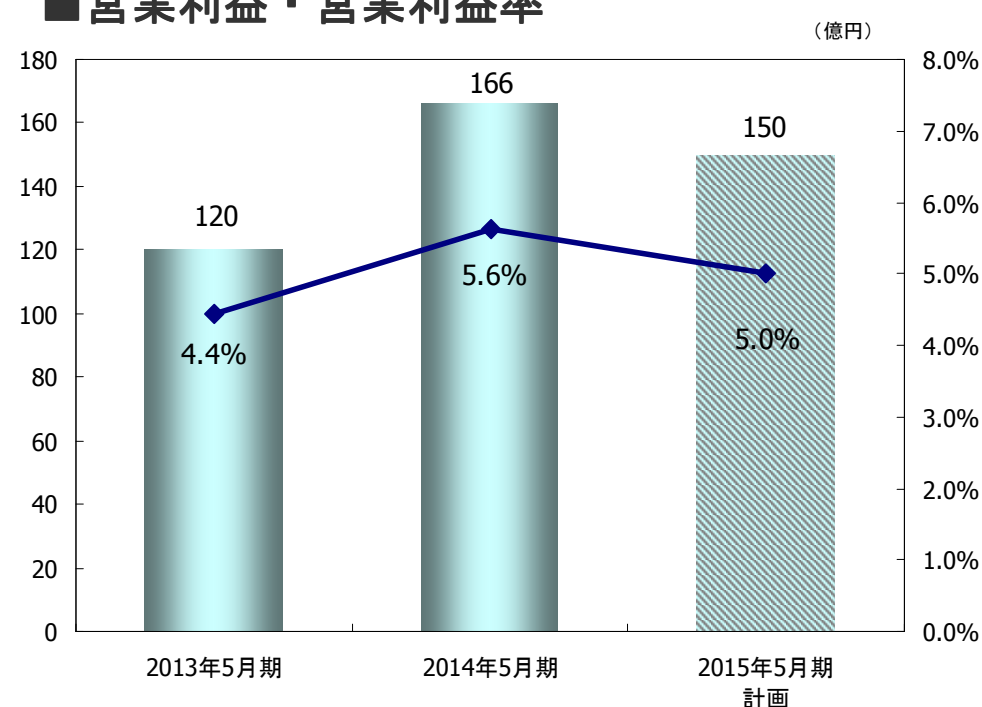


## 2-3. 2015年5月期 営業利益の増減要因

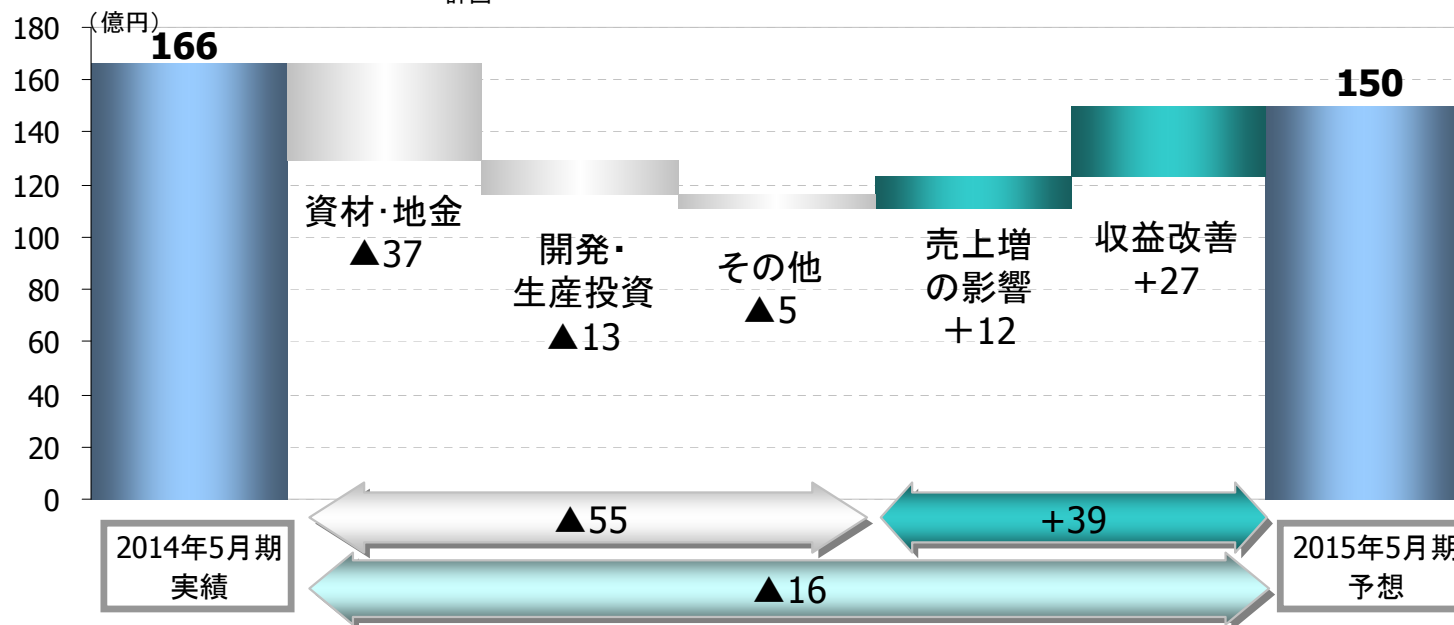
### ■売上高



### ■営業利益・営業利益率



### ■営業利益 変動内訳





### 3-1. 三協アルミ「ドラえもん」を起用した宣伝・販促展開

平成26年6月より、国民的人気キャラクター

「ドラえもん」を起用した宣伝・販促展開をスタート

——女性目線・感性を活かした企画立案・展開

・ テレビCM



・ 販促グッズ (キャンペーンなどを予定)



・ 東京駅丸の内駅舎内のデジタル看板



丸の内中央改札機総武階段



丸の内ドーム

・ ショールーム (全国6カ所)





建築家と共に新しい住空間を考えるプロジェクト“SACLAB”から誕生

——新発想の境界フェンス「S.ボーダー」シリーズ発売



「RING RING」(リングリング)



「mermaid」(マーメイド)



「momi」(モミ)

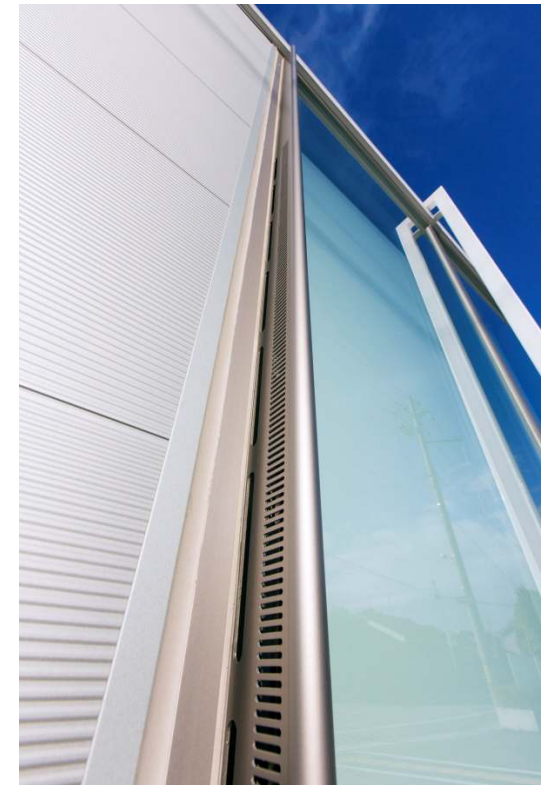
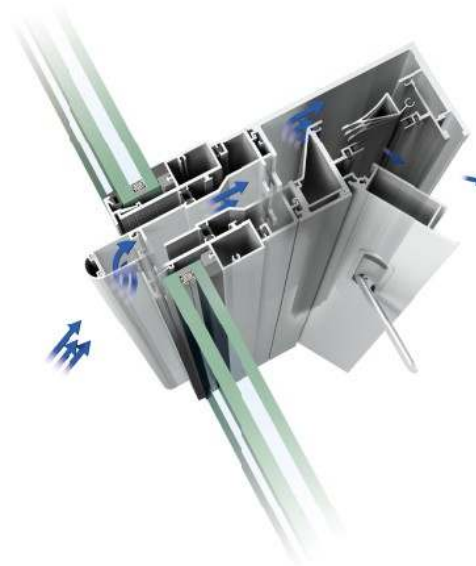
Kaede (カエデ)



2013年春より、建築家と共に新しい住空間を考えるプロジェクト「SACLAB (=Sankyo Alumi Creative Laboratory 通称：サクラボ)」を発足し、国内外で活躍する建築家の視点を取り入れた新しいアルミ建材の開発を進めてきました。今回、同プロジェクトから生まれた初の製品として、フェンス「S.ボーダー」シリーズを発売しました。

## 自然換気システム 「ARM-S@NAV」 が ドイツの「iFデザイン賞2014」受賞 ——世界的に最も権威のあるデザイン賞の一つ

「風をつかむ」「風の道をつくる」「風を制御する」といった独自技術の組み合わせにより自然の風を建物に取り込み、「風力」や「重力」を利用して効果的な換気を行うことができる自然換気システム。あらゆる建物の様々な条件下で自然の風を取り込むことが可能。



◆ 「iFデザイン賞」 (主催：ドイツ・ハノーバー工業デザイン協会)  
ドイツ国内にとどまらず、世界中からある多くの応募の中から優れた工業製品に贈られる著名なデザイン賞。「製品」「コミュニケーション」「パッケージング」の3部門において選定される。  
2014年は世界55カ国から4,615点の応募があり、1,626点が受賞した。



※ 「2012年度グッドデザイン金賞(経済産業大臣賞)」に引き続き受賞



### 第1回高機能金属展（通称：メタルジャパン）に出展

——国内最大級のアルミニウム押出型材製造技術をアピール



太陽光発電パネル用架台や精密加工のサンプル、マグネシウムホイールや振動吸収性を活かしたスピーカースタンドなどを展示

#### ◆「第1回高機能金属展」

最先端の金属材料・機械が一堂に出展する高機能金属に関する日本唯一の商談展で、今年初めて開催された。同時開催展を含め、国内外から1150社が出展し、3日間で約5万7千人が商談に訪れた。

### 3-5. タテヤマアドバンス「新商品」 2種類のサインを新規投入

## LED電装ユニット「アドビューL」・ バッテリースタンドサイン「ADO-900N-BT系」発売

—2014年春の新商品



※ LED照射面積を当社従来品「アドビュー」比で約2倍に拡大



ビル壁面の大型広告や交通広告を光ムラの少ない照射により鮮明に映し出す「アドビューL」

コンセントのない屋外にも設置可納な「ADO-930N-BT」(左)「ADO-940N-BT」(右)

### 3-6. 三協立山「産業観光を本格化」工場見学が盛況

富山県射水市内の3工場で一般向け工場見学を実施

——北陸新幹線来春開業控え、富山のアルミ産業をアピール

※一般の方や学生、企業など県内外より幅広くご来社いただいています。

■年間1000名の見学者を受け入れ予定



SANTIC（新湊工場内）

実施工場	射水市内3工場 ・奈呉工場（ビレット・鋳造） ・射水工場（押出） ・新湊工場（加工・組立）
料金	無料
見学時間	①10：00～12：00 ②14：00～16：00
所要時間	60～90分
受け入れ可能人数	5～40人まで ※中学生以上



工場見学前の  
事前説明の様子



工場見学中の様子



【本資料に関する注意事項】

本資料に記載されている内容には、三協立山株式会社及び連結子会社(以下、総称して「三協立山グループ」という)の計画、戦略、業績などの将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの記述は、現時点での入手可能な情報から得られた三協立山グループの仮定や判断に基づくものであり、これには既知または未知のリスク、不確実性及びその他の要因が内在しています。それらの影響により三協立山グループの実際の業績、事業活動、財務状況は、これらの見通しと大きく異なる場合があります。また、新たな情報、将来の事象、その他にかかわらず、三協立山グループが将来の見通しに関する記述を見直すとは限りません。なお、業績など実際の結果に影響を与えるリスク、不確実性及びその他の要因としては、三協立山グループの事業領域を取り巻く経済情勢、三協立山グループの製品やサービスの需要動向の変化や価格競争の激化、アルミ地金等の価格変動が挙げられますが、これらに限られるものではありません。

本資料の複製・転載はお断りします。