

2015年7月10日

2015年5月期決算補足説明資料



1. 2015年5月期実績

- 1-1. 2015年5月期 事業環境
- 1-2. 2015年5月期 経営成績
- 1-3. 2015年5月期 (前期比)売上・営業利益
- 1-4. 2015年5月期 (計画比)売上・営業利益

2. 2016年5月期の業績予想

- 2-1. 2016年5月期 各セグメントの取り組み
- 2-2. 2016年5月期 通期業績予想
- 2-3. 2016年5月期 営業利益の増減要因

3. トピックス

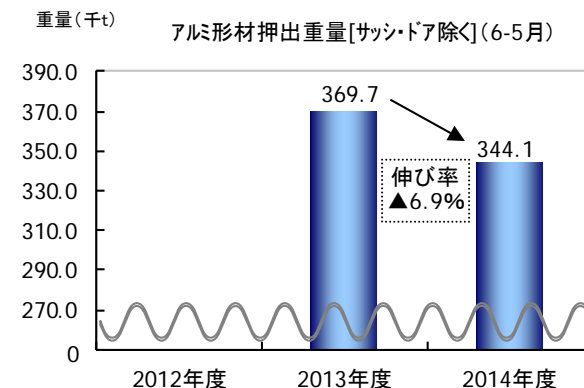
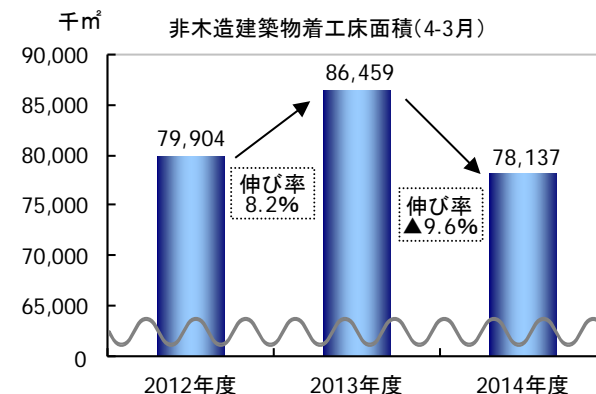
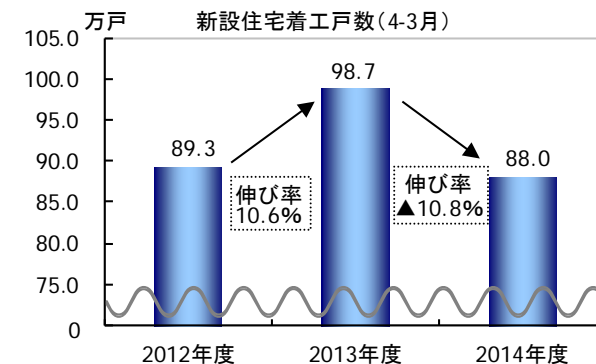
- 3-1. 三協立山 「STEP-G」「Thai Metal」が新たに三協立山グループに
- 3-2. 三協アルミ 新アルミ樹脂複合サッシ「ALGEO」発売
- 3-3. 三協アルミ 「ドラえもん」を起用した宣伝・販促展開を継続
- 3-4. 三協アルミ 「EX新商品展示会2015」開催
- 3-5. 三協アルミ 台湾のランドマーク「築禾豊」の外装サッシ受注
- 3-6. 三協アルミ SPC改装・リニューアル
- 3-7. 三協マテリアル 「第2回高機能金属展」に出展
- 3-8. タテヤマアドバンス「サイン&ディスプレイショウ」に出展
- 3-9. 三協立山 「ツインリーフの森づくり」根踏み活動を実施

◇市場環境

市場環境	2012年度	2013年度	2014年度
新設住宅着工戸数(4月-3月) ※建材事業（住宅）指標	89.3万戸	98.7万戸 (前年比10.6%増)	88.0万戸 (前年比10.8%減)
非木造建築物着工床面積(4月-3月) ※建材事業（ビル）指標	79,904千㎡	86,459千㎡ (前年比8.2%増)	78,137千㎡ (前年比9.6%減)
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	※2012年度までと 連続性なし	369.7千 t (前年比14.0%増)	344.1千 t (前年比6.9%減)
アルミ地金[日経平均] (6月-5月)	221.1円 /kg	242.1円/kg (前年比9.5%増)	301.5円/kg (前年比24.5%増)

消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動減や物価上昇による実質所得の減少などから、前半は個人消費や住宅投資が低迷したが、後半は駆け込み需要の反動減が徐々に緩和されたことに加え、円安による輸出の持ち直しや企業収益の改善などから、緩やかな回復基調が続いた。一方で、円安進行による輸入原材料の価格高騰が継続し、輸入企業の利益圧迫や価格転嫁の動きが見られた。

建材	建材市場は、消費税率引上げ後の駆け込み需要の反動減などから、新設住宅着工戸数が大きく減少した。
マテリアル	アルミニウム型材及びビレット市場は、自動車等の軽量化需要などを背景に輸送、一般機械分野での需要が堅調に推移した。
商業施設	商業施設市場は、コンビニエンスストアやドラッグストアの新規出店・改装需要が堅調に推移した。
アルミ地金	2014年度初からアルミ市況価格は高い水準となり、あわせて下半期から円安が進んだことから、アルミ地金価格は高止まりとなった。



1-2. 2015年5月期 経営成績

(単位：億円)

	2014年5月期 実績	2015年5月期 修正計画	2015年5月期 実績	前年同期比	
				増減	%
売上高	2,952	3,000	2,923	△ 28	-1.0%
売上総利益	758	-	671	△ 86	-11.4%
売上総利益率	25.7%	-	23.0%	-	-2.7p
営業利益	166	105	85	△ 81	-48.6%
営業利益率	5.6%	3.5%	2.9%	-	-2.7p
経常利益	155	0	79	△ 76	-49.0%
当期純利益	126	0	59	△ 67	-53.1%

<売上高> 建材事業は減収、マテリアル事業と商業施設事業は増収となり、合計で前年同期比1%減となった。

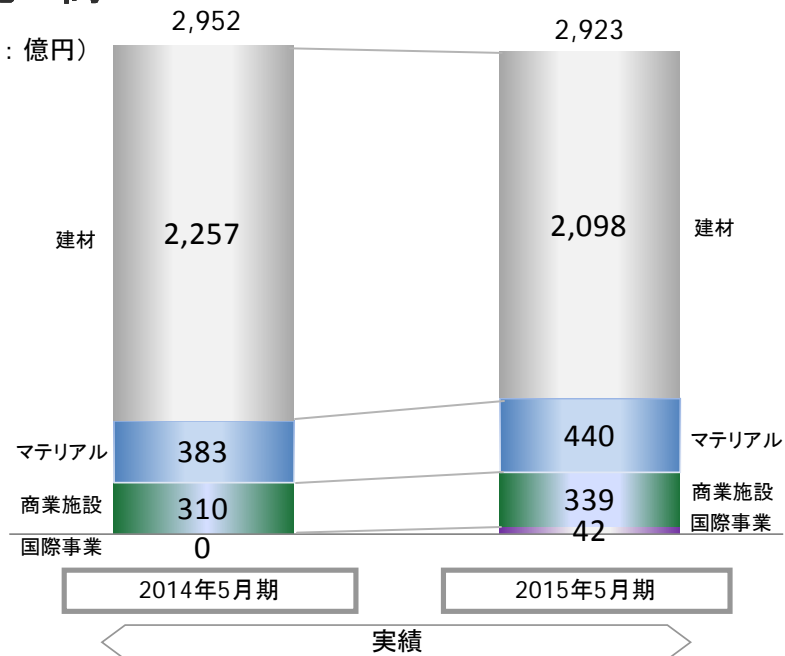
建材事業	販売網の強化、リフォーム需要の取り込み、首都圏ショールーム開設による販売促進強化などを推し進めたが、新設住宅着工戸数の減少、アルミ地金価格の高騰、競争激化などにより、売上高2,098億94百万円(前連結会計年度比7.0%減)、セグメント利益44億32百万円(前連結会計年度比64.2%減)となった。
マテリアル事業	輸送、一般機械分野での堅調な需要を積極的に取り込んだことなどにより、売上高440億77百万円(前連結会計年度比15.1%増)、セグメント利益31億60百万円(前連結会計年度比5.1%増)となった。
商業施設事業	コンビニエンスストアやドラッグストアの新規出店・改装需要を積極的に取り込んだことなどにより、売上高339億93百万円(前連結会計年度比9.4%増)、セグメント利益17億22百万円(前連結会計年度比33.8%増)となった。
国際事業	国際事業においては、売上高42億76百万円となったが、欧州でのアルミ押出事業譲受、タイでの子会社取得に伴う費用の発生などにより、セグメント損失△7億97百万円(前連結会計年度10百万円の損失)となった。

<営業利益> コストダウン・効率化等の収益改善を推し進めたが、新設住宅着工戸数の減少などの市場縮小と競争激化、アルミ地金価格の上昇などにより、前連結会計年度比48.5%減となった。

1-3. 2015年5月期 (前期比) 売上・営業利益

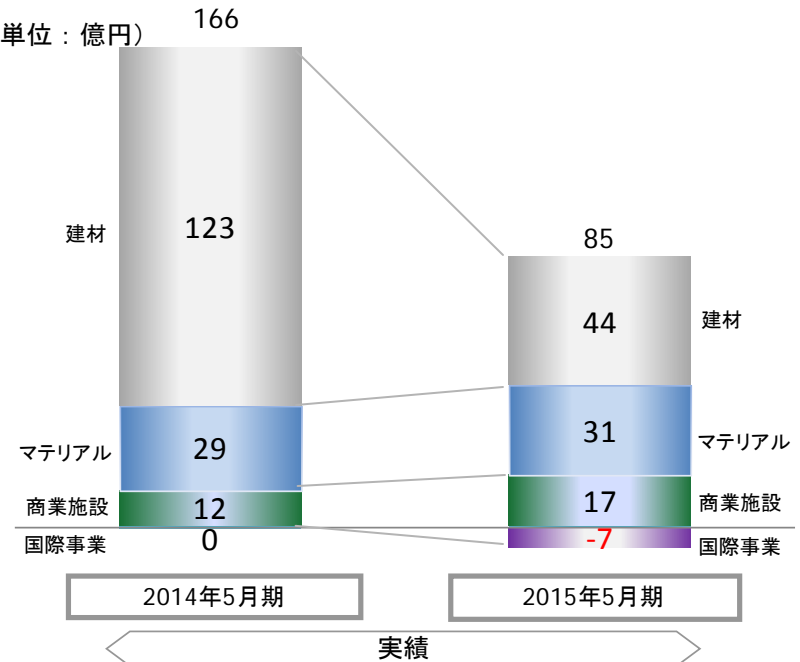
■売上高

(単位：億円)

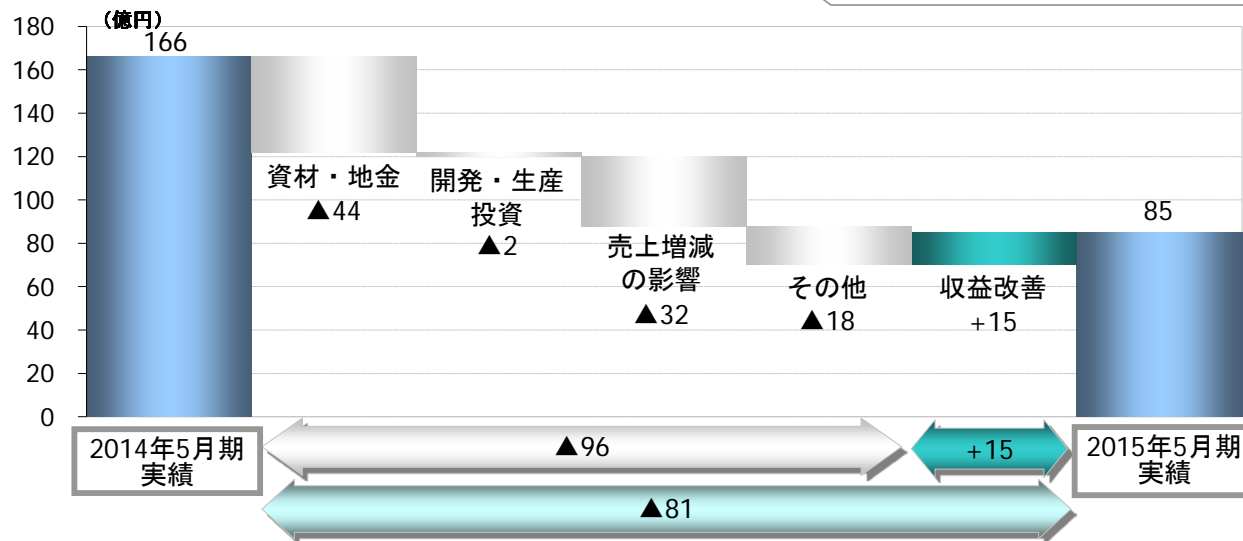


■営業利益

(単位：億円)



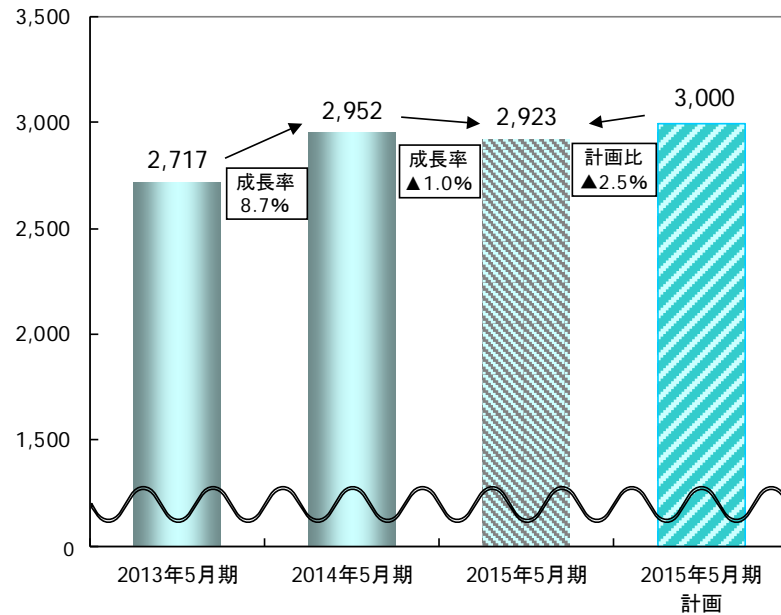
■営業利益変動内訳



1-4. 2015年5月期 (計画比) 売上・営業利益

■売上高

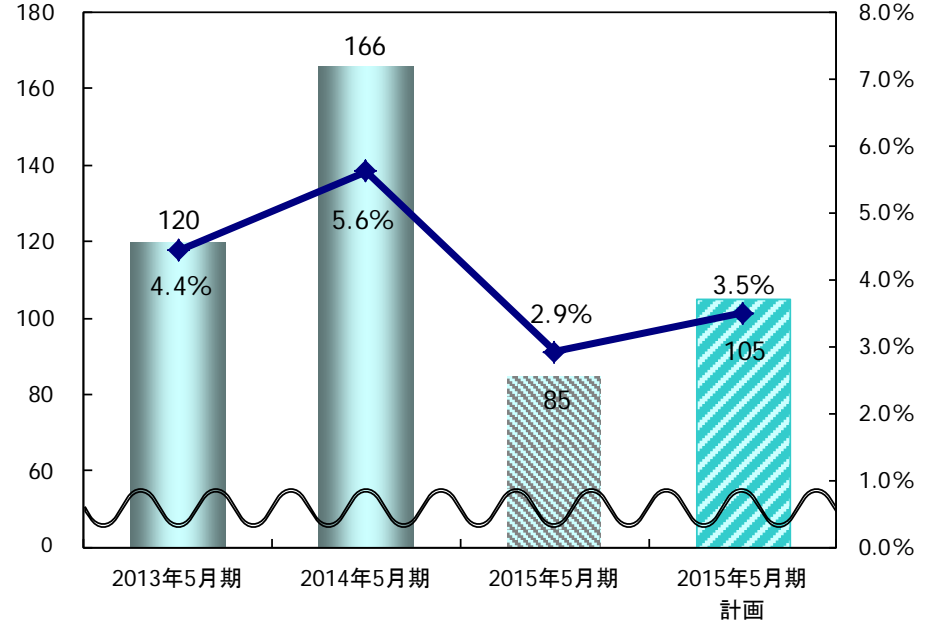
(単位：億円)



■営業利益・営業利益率

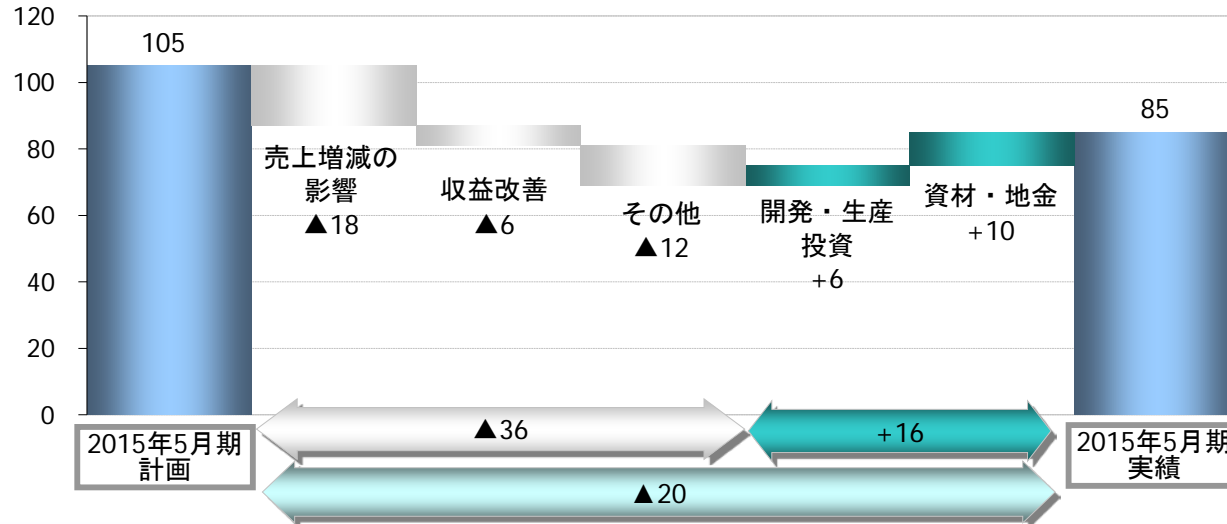
(単位：億円)

(営業利益率)



■営業利益変動内訳

(単位：億円)



外部環境の変化に柔軟に対応する体制を構築するとともに、成長分野への展開と収益の向上を図る。

セグメント	項目	概要
建材事業	販売基盤の強化	エリア戦略の推進と販売力の強化 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、競争力のある商品化の推進 リフォームネットワークの強化
	原価低減の追求	外部環境に柔軟に対応する生産体制の構築、徹底した効率化によるコストダウンの推進、最適調達網の構築
マテリアル事業	各拠点の基盤整備と販路の構築	グローバルサプライヤーとしての基盤整備の推進 優位性のある技術と市場分野の効率的な融合推進 子会社の経営管理体制の強化
商業施設事業	事業領域の拡大と供給体制の強化	競争力のある開発・生産供給体制の構築 営業品質向上と顧客満足獲得による領域拡大 国内の技術を生かした中国・北米・ASEANへの販売拡大
国際事業	基盤整備	新たにグループ会社となった欧州及びタイ子会社のシナジー創出に向けた基盤整備

2-2. 2016年5月期 通期業績予想

(単位：億円)

	2015年5月期 実績	2016年5月期 業績予想	前年比	
			増減	%
売上高	2,923	3,550	626	21.4%
売上総利益	671	-	-	-
売上総利益率	23.0%	-	-	-
営業利益	85	70	△ 15	-18.1%
営業利益率	2.9%	2.0%	-	-1.0p
経常利益	79	60	△ 19	-24.3%
当期純利益	59	25	△ 34	-58.0%

<今後の経済見通し及び外部環境>

個人消費の緩やかな回復などにより、景気は底堅く推移するものと思われるが、円安による輸入原材料価格の高止まりは今後も継続することが見込まれる。

建材事業

建材市場は、平成27年度の新設住宅着工戸数は89万戸(前年比101%)、非木造建築着工床面積は約78百万㎡(前年比99%)と概ね前期並みで推移するものと見込まれる。

マテリアル事業

アルミニウム型材及びビレットの国内市場では、設備投資の増加基調や円安により輸送、一般機械分野での輸出製品を中心に堅調な需要が見込まれる。

商業施設事業

商業施設市場では、コンビニエンスストア、ドラッグストアなど専門量販店の出店需要、小売業の再編、経営統合の動きに伴う改装需要が見込まれる。

国際事業

海外市場については、ASEANなど新興国を中心に高い経済成長率での推移が見込まれるとともに、輸送分野などアルミ化需要の増大を背景に関連メーカーの生産量増加が見込まれる。

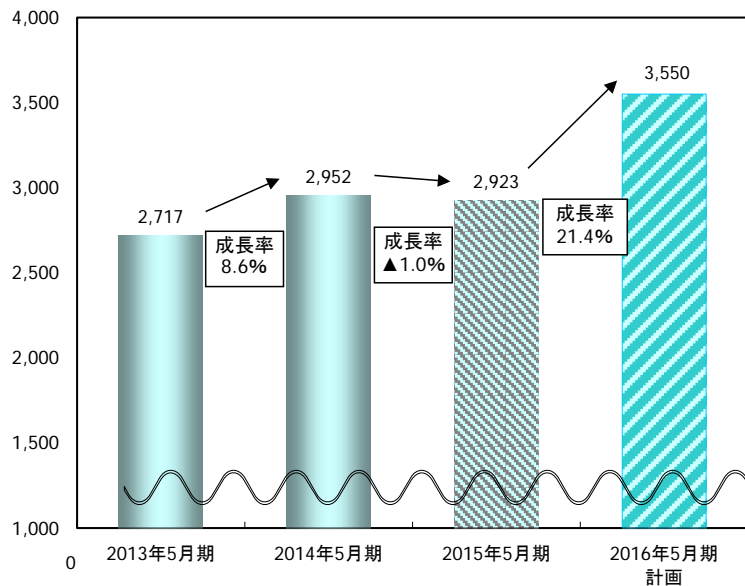
<営業利益>

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価格の高止まり、新サッシを中心とした開発・生産投資などに伴う費用増などを見込む。

2-3. 2016年5月期 営業利益の増減要因

■売上高

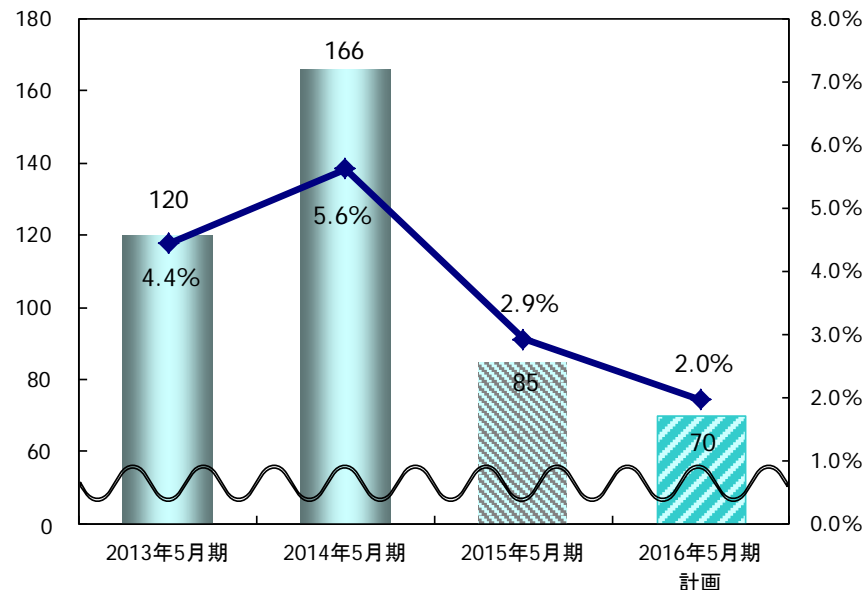
(単位：億円)



■営業利益・営業利益率

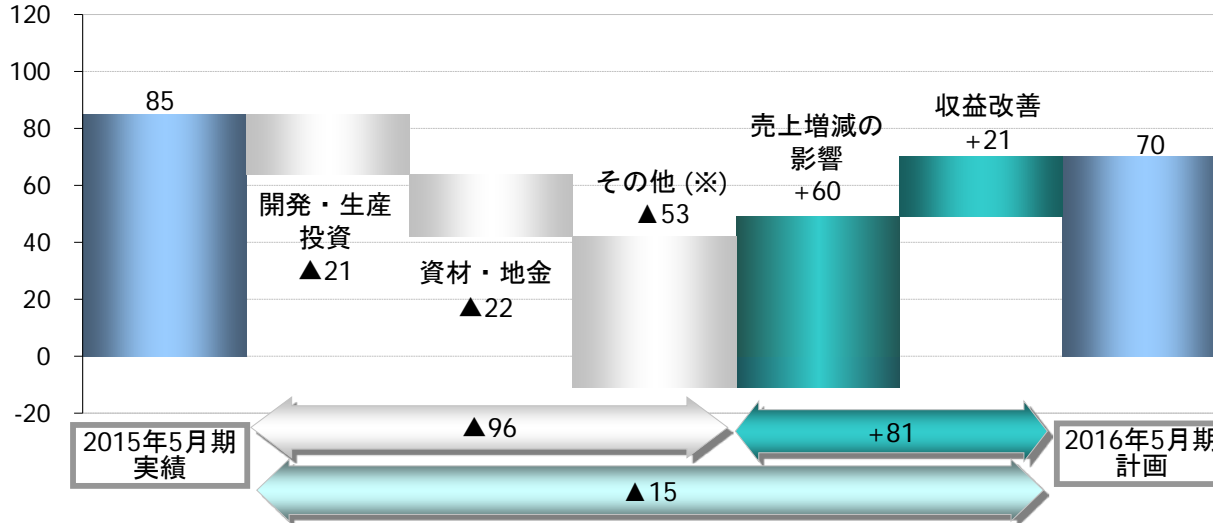
(単位：億円)

(営業利益率)



■営業利益変動内訳

(単位：億円)



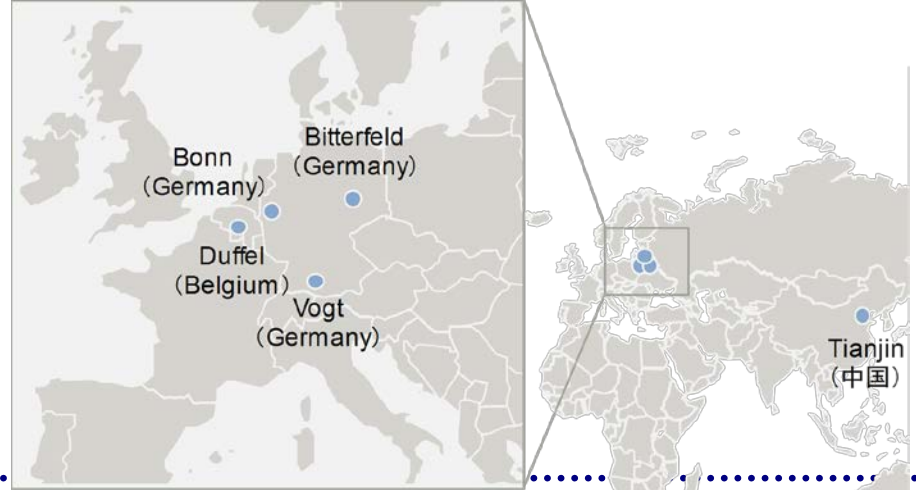
- (※) その他 主な内訳 (億円)
- ・ 宣伝広告費 ▲10
 - ・ システム費用 ▲2
 - ・ 物流費 ▲5
 - ・ 貸倒引当 ▲14
 - ・ のれん償却 ▲8 など

2015年3月 欧州、中国、タイに新たに海外拠点が増えました

—STEP-G, Thai Metal Aluminium

STEP/G ST Extruded Products Group

- 2015年3月1日 米Aleris社より買収
- ドイツ、ベルギー、中国に計5工場を有するアルミ押出、加工グループ
- 高度な技術を有し、主に航空機、鉄道、自動車分野向けの製品を製造
- 従業員数 約900名、売上高 約370億円



Thai Metal Aluminium

- 2015年3月2日 子会社化
- タイ Samutprakarn県に拠点を置くアルミ鋳造、押出、加工メーカー
- 建材向けアルミ型材のほか、自動車、電気製品向け部品など幅広い分野に製品を供給
- 従業員数 約900名、売上高 約95億円



新アルミ樹脂複合サッシ「ALGEO（アルジオ）」10月発売（予定）

——業界最高水準の性能 「安全・安心」「使いやすさ」に配慮

高い断熱性能はもちろん、耐久性能を高めた構造と厳しい環境に負けない強靱性能「**Toughness（タフネス）**」、開閉のしやすさやお手入れの簡単さなど住まう人への思いやり性能「**Kindness（カインドネス）**」を実現。ハイスpekででありながら、住まう人への優しさを併せ持つ。

Toughness

Point
1

ワンランクアップした
高耐久性能

Point
2

低炭素社会に貢献する
断熱性能

Point
3

安心・確実に施工
できる構造



Kindness

Point
1

お手入れ簡単
フラット下枠

Point
2

操作しやすい
どこでも引手

Point
3

ライフスタイルに応じた
充実機能

近年多発するゲリラ豪雨や寒波・猛暑などの異常気象への対策に加え、2020年に予定されている新省エネルギー基準義務化に向け、耐風圧性・水密性・断熱性を向上しました。「次世代スタンダードサッシ」と位置付け、発売から10年のマディオシリーズに代わり基幹サッシとして展開します。アルミ樹脂複合窓比率を、2017年度に50%までに引き上げる計画です。

2014年6月よりスタートした「ドラえもん」宣伝・販促展開を今年度も継続

——女性目線・感性を生かした企画立案・展開

- ・新高岡駅構内広告
- エスカレーター・階段見附



■改札内1階



- ・販促グッズ (キャンペーンなどを予定)



- ・万葉線「アイトラム」広告



- ・各種広告



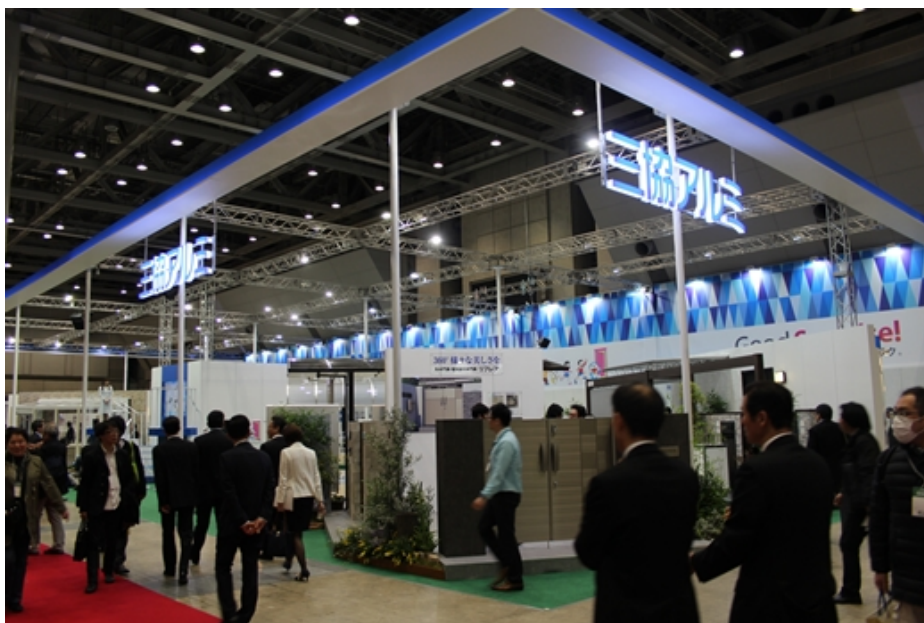
- ・ショールーム



©Fujiko-Pro, Shogakukan, TV-Asahi, Shin-ei, and ADK

「エクステリア新商品展示会2015」を全国7都市で開催

——テーマは “Good Surprise! —暮らし、発見、ワクワク。”



展示会の様子（東京会場）



見どころライブショー



SACLAB第一弾
「S.ボーダー」シリーズ
RING RING展示

静岡、東京、名古屋、大阪、長野、福岡、仙台の7会場で開催。
東京会場は約14,000名、大阪会場は約20,000名が来場した。

今年度、初の試みとなる「見どころライブショー」では、大型スクリーンを配したメインステージでのデモンストレーションとライブ中継を交え、来場者に新商品の見どころや特長を多角的にPR。また「暮らしのシーン演出」では、ガーデンデザイナーによる植栽や暮らしを彩る小物で、豊かなライフスタイルを体感できるブースの演出を行いました。

台湾の国際的ランドマーク「築禾豊」の外装サッシを受注

——現地販売会社・三協大同鋁業が一括受注



■台湾の寶佳グループ本社にて、築禾建設（寶佳グループ）による台日技術交流会の後、共同記者会見を行った。



■「築禾豊」イメージ図

◆築禾豊

台湾の建設業界の中でも特に品質を重視している築禾建設が蘆洲地区に建設予定の国際的ランドマーク。

三協アルミプレゼンセンターをリニューアル

——ビル専用のプレゼンセンターとして改装



内覧会を開催



■自然換気体感ルーム

人工的に発生させた風を採り込み、当社商品を使った通風効果を目で見て体感できる。

＜展示商品＞ARM-S@NAV、スウィンドウ、キャブコン、プレスなど

■プロダクツスクエア

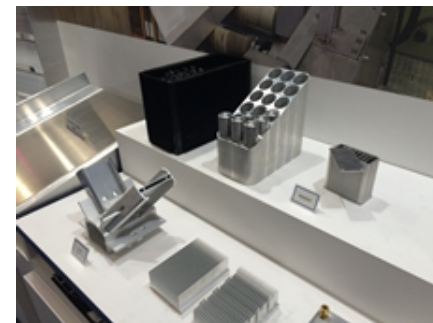
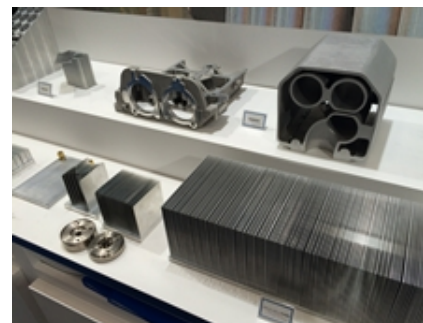
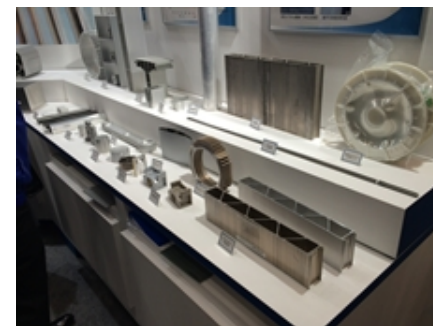
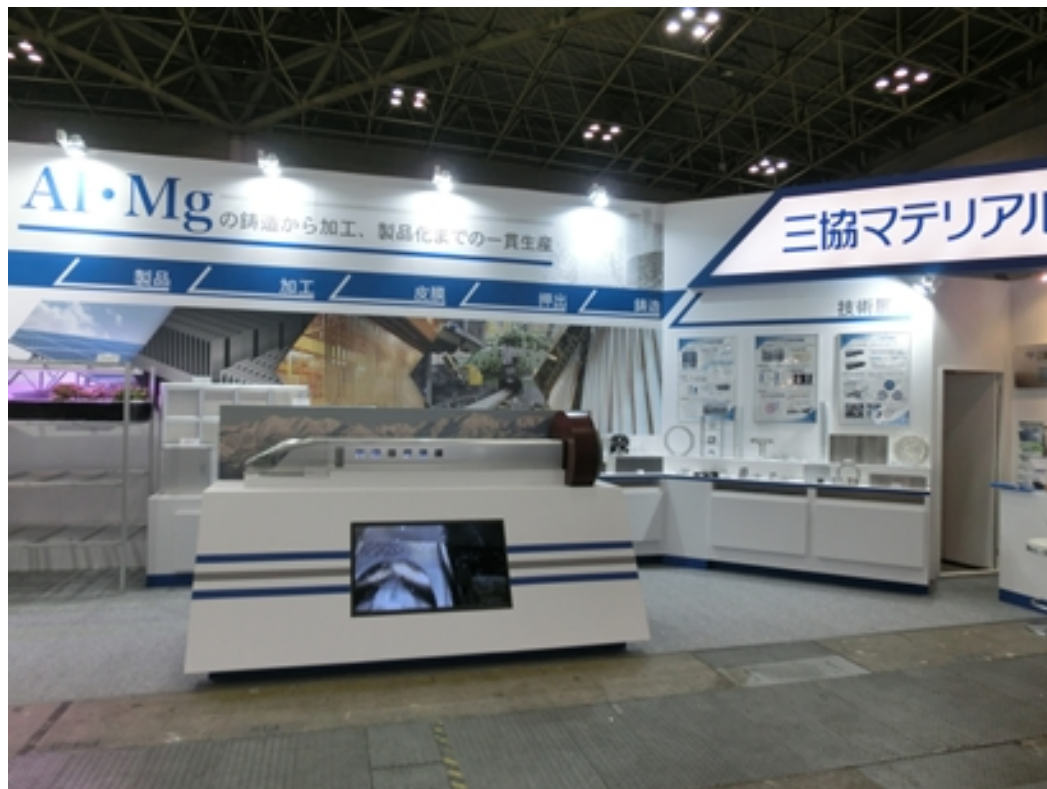
＜展示商品＞ARM-S、is100、MTG-70、MTG-90、HOOKSlim、手すりなど

今年2月に首都圏ショールーム（住宅用／一部エクステリアあり）をオープンしたことを受け、これまでのSPCをビル専用のプレゼンセンターとしてリニューアルしました。

第2回高機能金属展～メタルジャパン～に出展

——技術開発事例、各種加工品、アルミパレットなどを展示

コンセプトは「Al・Mgの鋳造から加工・製品化までの一貫生産」。技術開発事例、各種加工品、アルミパレットや植物工場ラックの製品事例を展示し、軽金属を幅広く提案した。



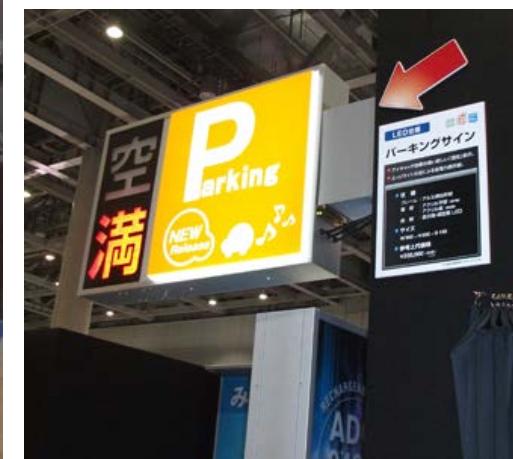
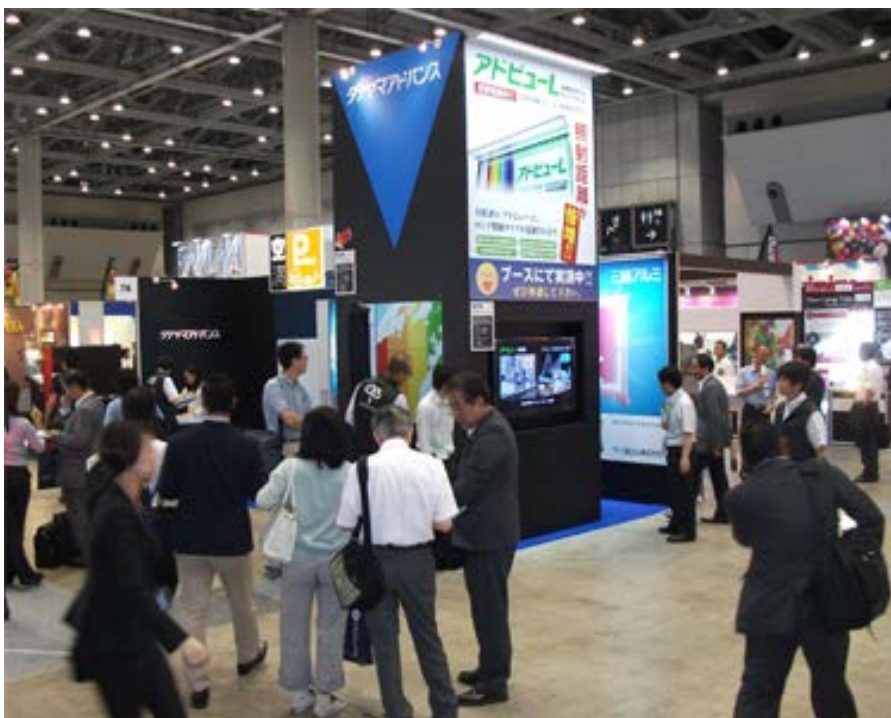
◆高機能金属展～メタルジャパン～

鉄、アルミ、銅をはじめ、レアメタル、チタン、マグネシウムと注目の最先端素材に関する技術や製品が集結。同時開催の4展示会と合わせて3日間で約58,000人が来場しました。

「第56回 サイン&ディスプレイショウ」に出展

——体感型ブースで2014年の新商品など展示

※タテヤマアドバンス設立後、
毎年出展（9回目）



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」や、コンセントのない屋外にも設置可能な「ADO-940N-BT」などを出展

◆「サイン&ディスプレイショウ」 会期：2014年9月18日（木）～20日（土）
看板・施設サイン、ディスプレイ業界の最新技術や商品の情報提供・認知の場として毎年開催されている展示会。第56回は145社が出展し、3日間で約3万人が訪れました。

「ツインリーフの森づくり<第6回>」根踏み活動を実施

——富山県が推進する「企業の森づくり」へ参画



■一昨年と昨年11月に植樹したコナラやクリなどの苗木と竹支柱をひもでしばり、しっかりと根付くよう根元を踏みしめた。



■社員とその家族ら59名がボランティアで参加。

◆ツインリーフの森づくり

2013年4月に高岡市と締結した「企業の森づくり」の一環として、とやま・ふくおか家族旅行村（富山県高岡市）の山林に毎年500本程度の苗木を5年間植樹。その後10年間維持管理を継続し、計15年で約2500本の苗木の育成を目指します。

【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。