

2016年4月4日

# 2016年5月期第3四半期決算補足説明資料



## 1. 2016年5月期第3四半期実績

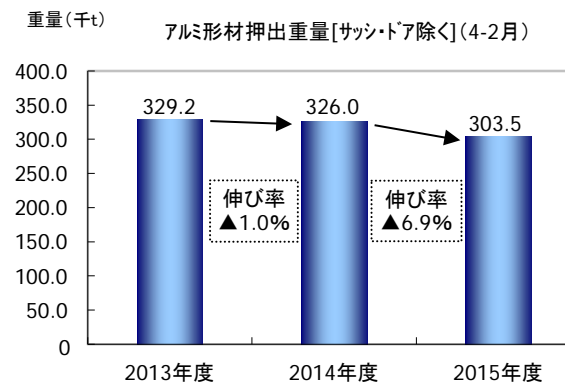
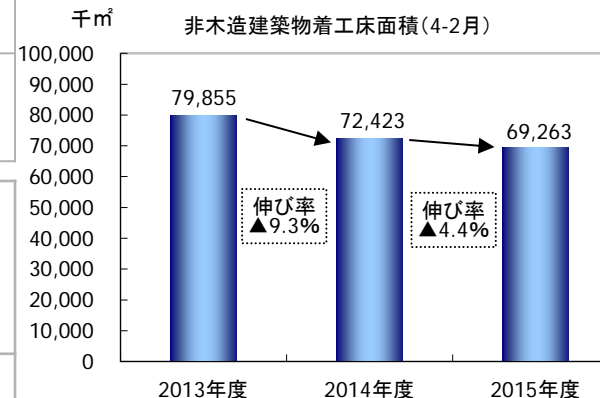
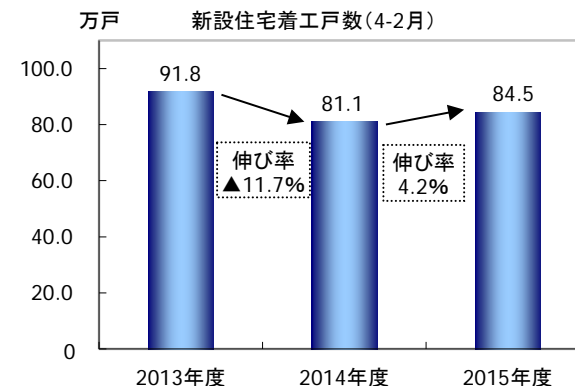
- ◆ 1-1. 事業環境
- ◆ 1-2. 経営成績
- ◆ 1-3. (前期比)売上・営業利益
- ◆ 1-4. 各セグメントの取り組み

## 2. トピックス

- ◆ 2-1. 三協アルミ 「アルジオ (ALGEO)」 好評発売中
- ◆ 2-2. 三協アルミ 「ファノーバ (FANOVA)」 5/2発売
- ◆ 2-3. 三協アルミ 「第6回エコハウス&エコビルディングEXPO」 出展
- ◆ 2-4. 三協アルミ 「首都圏ショールーム オープン1周年記念イベント」 開催
- ◆ 2-5. 三協アルミ 「建材設備大賞<特別賞>」受賞
- ◆ 2-6. 三協アルミ 「妻に星を贈ろう。キャンペーン」 3/1スタート
- ◆ 2-7. 三協アルミ SACLABから誕生「UCHI-MIZU (ウチミズ)」 4/1発売
- ◆ 2-8. 三協マテリアル 植物工場ラック「アルファーム」発売
- ◆ 2-9. タテヤマアドバンス 「アドビューB (バナー)」 2/1発売
- ◆ 2-10. 国際事業 STEP-G 中東などからの避難民へ「トレーニングウェア」 寄付

## ◇市場環境

市場環境	2013年度	2014年度	2015年度
新設住宅着工戸数(4月-2月) ※建材事業（住宅）指標	91.8万戸	81.1万戸 (前年比11.7%減)	84.5万戸 (前年比4.2%増)
非木造建築物着工床面積(4月-2月) ※建材事業（ビル）指標	79,855千㎡	72,423千㎡ (前年比9.3%減)	69,263千㎡ (前年比4.4%減)
アルミ型材押出重量[サッシ・ドア除く] (4月-2月) ※マテリアル事業指標	329.2千 t	326.0千 t (前年比1.0%減)	303.5千 t (前年比6.9%減)
アルミ地金[日経平均] (4月-2月)	239.8円/kg	292.0円/kg (前年比21.8%増)	256.8円/kg (前年比12.1%減)



当第3四半期連結累計期間におけるわが国の経済は、企業収益や雇用情勢が改善するなど緩やかな回復基調で推移したが、個人消費や設備投資の持ち直しが緩慢なことから本格回復には至らなかった。また、海外においては、中国の景気減速、原油価格の下落などから世界規模での景気下振れ懸念が増す状況となっている。

建材事業	新設住宅着工戸数の持ち直しが見られたものの、非木造建築着工床面積は前年同期比で減少が続いた。
マテリアル事業	輸送分野の需要は堅調となったが、電気機器分野などの需要が減少し、マテリアル市場全体としては、厳しい環境となった。
商業施設事業	大型量販店やコンビニエンスストアなどの、小売業の新店投資、改装投資が抑制傾向となった。
国際事業	タイでは気候要因による消費の低迷などにより景気が減速した。欧州においては輸送分野などでの競争が激化した。
アルミ地金	アルミ地金市況は足元で安定的となっている。

# 1-2. 2016年5月期3Q 経営成績

(単位：億円)

	2015年5月期 第3四半期実績	2016年5月期 第3四半期実績	前年同期比	
			増減	%
売上高	2,124	2,468	344	16.2%
売上総利益	504	518	13	2.7%
売上総利益率	23.7%	21.0%	-	-2.7p
営業利益	75	38	▲ 36	-48.7%
営業利益率	3.6%	1.5%	-	-2.1p
経常利益	69	31	▲ 37	-54.0%
親会社株主に帰属する四半期純利益	59	13	▲ 46	-77.6%

※金額・率は切り捨て表示

<売上高> 建材事業は増収となったが、マテリアル事業、商業施設事業は減収となった。また、本年度から国際事業セグメントが加わったことにより、前年同期比16.2%増となった。

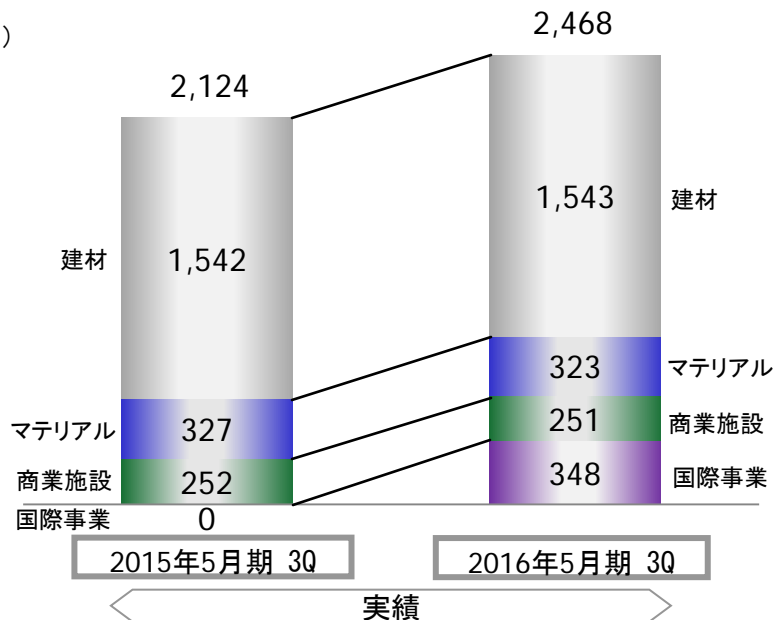
建材事業	木造新設住宅着工戸数の持ち直しがみられたものの、非木造建築市場が低調に推移したことから、前年同期比0.1%増となった。
マテリアル事業	輸送分野の需要取り込みなどを進めたものの、電気機器分野の需要減少などにより、前年同期比1.2%減となった。
商業施設事業	小売業の新規出店・改装需要に対する提案営業を推し進めたが、大型量販店の投資抑制による需要の減少などにより、前年同期比0.5%減となった。
国際事業	輸送分野や型材分野の需要取り込みや日本、欧州、中国、タイでのシナジー案件の創出を推し進めたが、欧州での鉄道分野の競争激化、タイでの建材分野の需要減少などにより、売上高348億18百万円となった。

<営業利益> 建材事業での基幹商品切替に伴う生産投資額の増加や、国際事業での欧州およびタイ市場の減速などが大きく影響したことなどにより、前年同期比48.7%減となった。

# 1-3. 2016年5月期3Q (前期比) 売上・営業利益

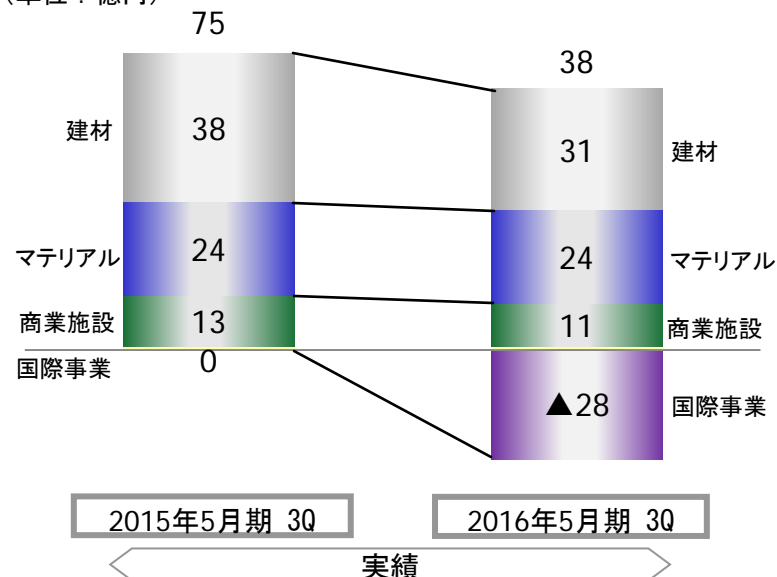
## ■売上高

(単位：億円)

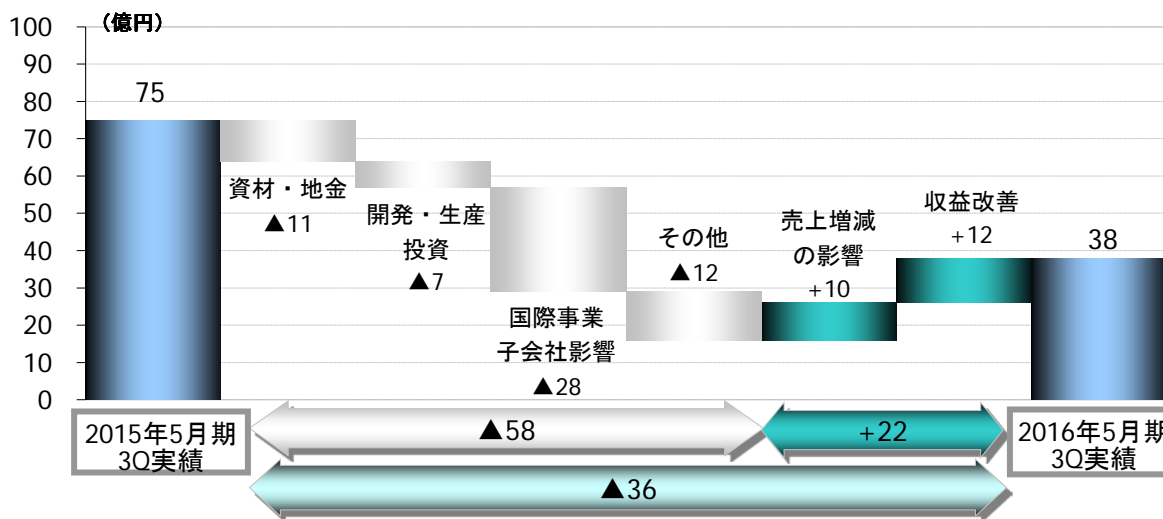


## ■営業利益

(単位：億円)



## ■営業利益 変動内訳



【内訳】 (億円)  
 <国際事業子会社影響>  
 為替影響 ▲1  
 雇用調整 ▲7  
 販管費その他 ▲14  
 のれん償却 ▲6  
 <その他>  
 退職給付費用 +1  
 販管費その他 ▲13

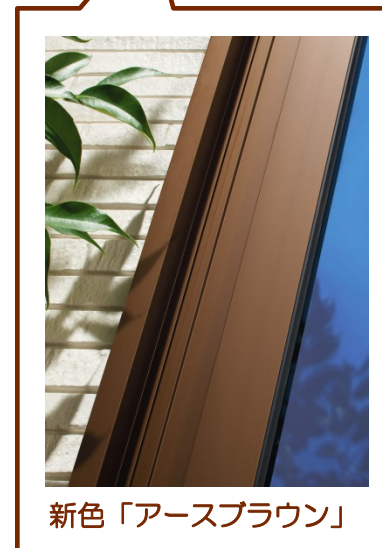
※金額は切り捨て表示

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。  
(期初計画の取り組みを変更なく推進)

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（トピックス2-3, 2-4参照） 競争力のある商品開発（トピックス2-1, 2-2, 2-5, 2-6, 2-7参照）
	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（トピックス2-8参照） 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（トピックス2-9参照） 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	海外子会社の管理強化と効率化およびシナジー創出に向けた基盤整備

## 新アルミ樹脂複合サッシ「アルジオ (ALGEO)」

——業界最高クラスの耐久性能と思いやり性能を実現——  
——「フラット下枠」と新色「アースブラウン」が好評——



新色「アースブラウン」

### Toughness

厳しい環境に負けない強靱性能

雨・風に強い



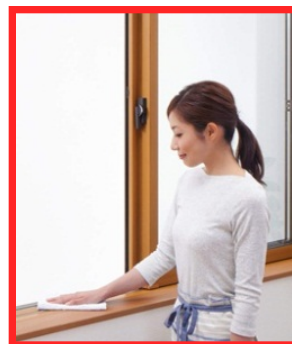
水密性能 **W-5**

耐風圧性能 **S-4**

断熱性能 **H-6**

### Kindness

お手入れ簡単  
思いやり性能



フラット下枠



新アルミ樹脂複合サッシ「アルジオ」は、アルミと樹脂のメリットを生かし、高い断熱性はもちろん、昨今の異常気象や自然災害に備え、業界最高クラスの耐風圧性、水密性を実現。さらに開閉のし易さやお手入れのし易さなど、使う人への思いやり性能も実現しています。特に、お手入れが簡単な「フラット下枠」と新色「アースブラウン」が好評をいただいています。

### 新玄関ドア「ファノーバ (FANOVA)」 5/2 発売

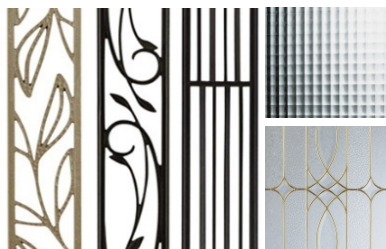
——主力の玄関ドアシリーズを刷新

ネクスト玄関ドア

**FANOVA**  
ファノーバ



＜業界初＞新採風機構  
(内開き窓「横型」タイプ)  
付きデザイン



多彩な採光デザイン  
「鋳物スリット、デザインガラス」



選べるタッチ錠  
「e-エントリー」

#### ●営業マン・代理店様向け研修会を開催

2月17日より全国で社内研修会を開催。各地域の営業マンが主力玄関ドアシリーズとなる「ファノーバ」の商品特長、PRポイントを学んだ。3月からは代理店様・ビルダー様向けの研修会、展示会などを順次実施している。

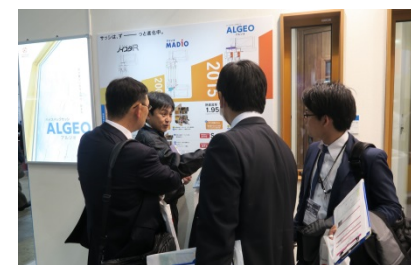
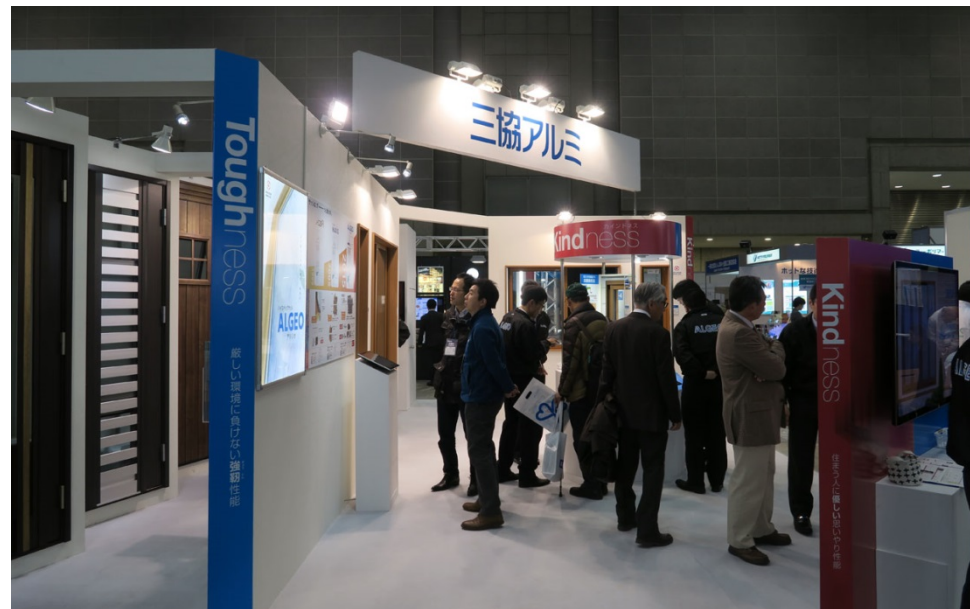


主力の玄関ドア「ラフォース」シリーズを刷新し、5月2日より新玄関ドア「ファノーバ (FANOVA)」を発売します。使い手にやさしい「USER Friendly (ユーザーフレンドリー)」をコンセプトに、業界初の新採風機構付きデザインをはじめ、リアルな木質感を再現した浮造り調の新木目色、選べるタッチ錠、多彩な採光デザインなど、オンリーワンなデザイン、ユニバーサルな使いやすさ、快適性を実現します。



### 「第6回エコハウス&エコビルディングEXPO」

——新アルミ樹脂複合サッシ「アルジオ (ALGEO)」  
新玄関ドア「ファノーバ (FANOVA)」を出展



3月2日～4日の3日間、東京ビッグサイト（東京都江東区）において開催された「第6回エコハウス&エコビルディングEXPO」に、昨年10月に発売した新アルミ樹脂複合サッシ「アルジオ」と、今年5月に発売予定の新玄関ドア「ファノーバ」を出展しました。同展示会には、3日間で計63,423人が来場し、当社ブースには3日間で約2,000人が訪れました。

### 「首都圏ショールーム オープン1周年記念 代理店様向けイベント」開催

——第1部 新築・リフォームに関する講演会

第2部 新玄関ドア「ファノーバ (FANOVA)」商品発表会



三協アルミ 蒲原社長より挨拶



第1部 記念講演会の様子



第2部 ファノーバ商品発表会

3月23日、オープン1周年を記念した代理店様向けイベントを首都圏ショールームにて開催しました。イベントには代理店の方々約60名が来会。第1部では、株式会社リクルート住まいカンパニーリフォーム・領域横断推進部 部長／三好悠介様による「新築・リフォームのトレンド調査からみる生活者の価値観～新しい家族像～住宅感の変化」と題した講演会を開催。第2部では、今年5月に発売予定の新玄関ドア「ファノーバ」の新商品発表会を開催し、商品特長を説明した後、代理店の皆様に現品を体感いただきました。

## 建材設備大賞<特別賞>を受賞 (主催：日経アーキテクチュア/日経ホームビルダー)

### —— 自然換気機能付き 高水密カーテンウォール 「NL-R NAV」



自然換気機能付き高水密カーテンウォール

# NL-R NAV

換気スリット部



### 特別賞

建材・設備メーカーから  
応募された製品を対象に  
審査委員会により選出

2016年3月発表



3月2日、目黒雅叙園（東京都目黒区）において、建材設備大賞（主催：日経アーキテクチュア/日経ホームビルダー）の授賞式が開催されました。同賞は、審査委員長に建築家で東京大学名誉教授の内藤廣氏を迎え、大賞1点と特別賞5点が選出されるもので、当社は自然換気機能を備えた高水密カーテンウォール「NL-R NAV」が特別賞を受賞しました。

## ガーデンフロア「ラステラ」発売記念

### 「妻に星を贈ろう。キャンペーン」 3/1～6/30

#### ——抽選で「星の命名権」をプレゼント



6月1日より、ウッドデッキでもタイルテラスでもない、モダンでシックな新感覚の屋外フローリング「ラステラ」を発売します。

柱を前後左右ともに内側に寄せて床板が飛び出したスタイルの「床張り出し納まり」は、床が浮いたような浮遊感を演出します。夜間においては、オプション設定のLED照明を設置することにより、下幕板を照らし、いっそうの浮遊感を印象づけます。



ガーデンフロア「ラステラ」



▲ LED照明（間接照明） ※オプション

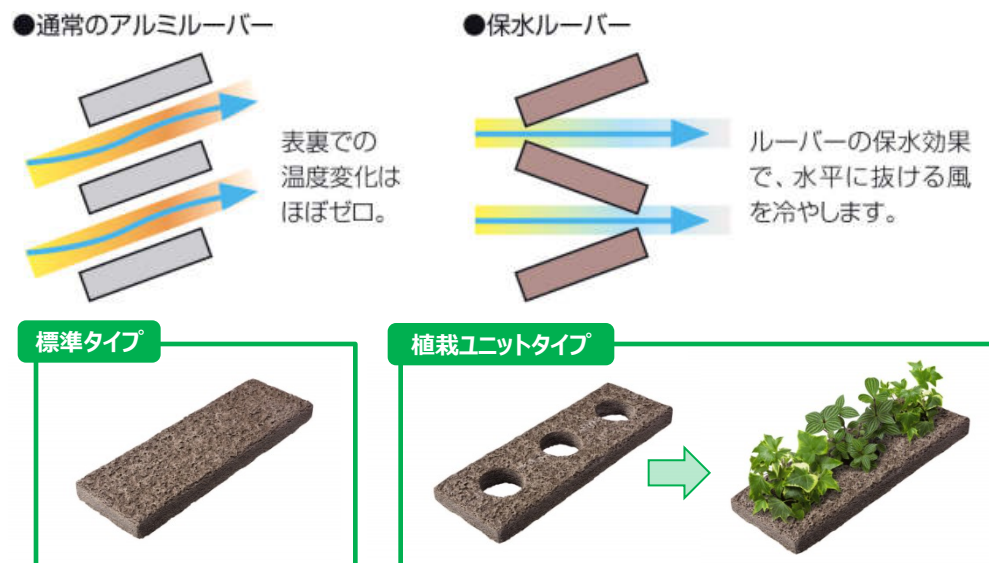
ガーデンフロア「ラステラ」の発売を記念して、3月1日～6月30日までの4ヵ月間、「妻に星を贈ろう。キャンペーン」を開催します。期間中、三協アルミのホームページ「ラステラ キャンペーン特設サイト」より、クイズに答えて応募すると、オーストラリア・スプリングブルック天文台公認「スターネーミングギフト（星の命名権）」がもらえるほか、Wチャンスとして「ほし」にまつわるグッズをプレゼントします。

建築家とのコラボレーション事業“SACLAB”（※1）から誕生

S.ボーダーシリーズ第3弾 <建築家 マウントフジアーキテクトスタジオとのコラボ商品>

環境配慮型ルーバースクリーン「UCHI-MIZU（ウチミズ）」4/1発売

——環境配慮型の素材（※2）で外気の熱気を和らげる



※2. 保水材料は小松精練(株)製「greenbiz」を使用

「UCHI-MIZU（ウチミズ）」は、廃棄物をリサイクル利用した多孔質の保水材料（発泡セラミック）を用いており、保水ルーバーに水を浸透させることで、ルーバー表面の温度を下げ、スリットに流れる風が冷やされ、周囲の熱気を和らげます。標準タイプに加え、植栽ユニットタイプもご用意しており、オリジナリティ溢れるデザインと清涼感により、新たな価値と快適で心地よい暮らしをご提案します。

※1. SACLAB（=Sankyo Alumi Creative Laboratory 通称：サクラボ）

三協アルミが2013年春よりスタートした、建築家と共に新しい住空間を考えるプロジェクト。「新たな敷地境界」をテーマに、2014年の「S.ボーダーシリーズ」第1弾、2015年の第2弾に続き、今回は建築家の原田真宏+原田麻魚（マウントフジアーキテクトスタジオ）とのコラボ商品として第3弾を発売。

### アルミ製の植物工場ラック「アルファーム」を発売

——アルミによる軽量化と棚のユニット化により施工性向上



完全人工型水耕栽培専用の植物工場ラック「アルファーム」を発売しました。市場のスチール製の植物ラックに比べ重量は1/3と軽量化を実現するとともに、棚のユニット化により施工性を向上しました。また、ラックの積載重量、取り付け方法や操作性、剛性など、お客様の要望に合わせたオーダーメイド製作も可能です。

### 2種類のメディアを1ユニットにセットできるLED照明付きバナー

——業界に先駆け、新商品「アドビュー-B (バナー)」を2/1発売



LED電装ユニット



2月1日、業界に先駆けて、2種類のメディアを1ユニットにセットできるLED照明付バナー「アドビュー-B (バナー)」を発売しました。掲示が煩雑になりがちなメディアがLED照明と一体となっていることで、日中・夜間を通して店頭をすっきりとしたイメージに演出します。

### STEP-G 中東などからの避難民へトレーニングウェアを寄付

——スポーツを通じて難民にドイツの文化を伝える



STEP-Gは3月7日、ドイツ・ボン工場の隣の施設に入居している中東などからの避難民（※1）の希望者に、トレーニングウェア（※2）（約100着）を寄付しました。

スポーツを通じて避難民にドイツの文化を知ってもらおうと企画したもので、寄付当日は工場関係者やボン市役所担当者が参加し、新聞記者による取材も行われました。

※1. 昨年、ドイツは中東などから100万人以上の避難民を受け入れています。

STEP-Gドイツ・ボン工場に隣接している施設は、ボン市からの要請を受け避難民（約260名）を受け入れており、管理・運営は同市が行っています。

※2. トレーニングウェアはSTEP-Gと三協立山が共同で購入したものです。



**【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。