

# 2021年5月期第3四半期 決算説明資料

2021年4月6日

 三協立山株式会社

## 業績結果

(億円)

	'21年5月期 3Q実績	'20年5月期 3Q実績	前年同期比	
			増減額	%
売上高	<b>2,178</b>	2,363	▲ 184	▲7.8%
営業利益	<b>25</b>	18	7	+37.4%
営業利益率	<b>1.2%</b>	0.8%		+0.4p
経常利益	<b>31</b>	19	12	+67.2%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	<b>10</b>	▲ 6	17	-

※金額は億円未満切り捨て表示、率は四捨五入表示

## ✓ 前年同期比減収増益

### ✓ 売上高は 約184億円減収 (▲7.8%)

新型コロナウイルス感染症拡大影響により国内外で経済活動が停滞する中、米中で実施した景気対策効果に加え、国内では個人消費や自動車分野での持ち直しなどにより経済活動再開の動きが見られるものの、依然として先行きは不透明な状態

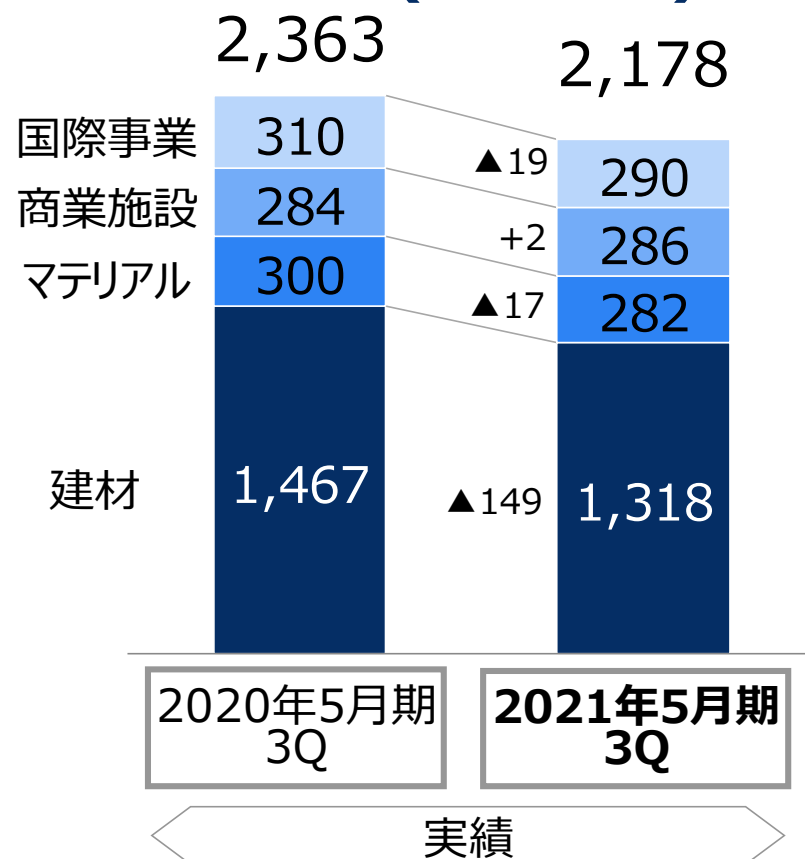
### ✓ 営業利益は 約7億円増益 (+37.4%)

建材事業は売上減少により減益となったが、マテリアル事業での加工品の増加や販売管理費抑制などに加え、商業施設事業でコストダウンの推進や業務効率化による販売管理費抑制などにより増益

売上高

2,178 億円

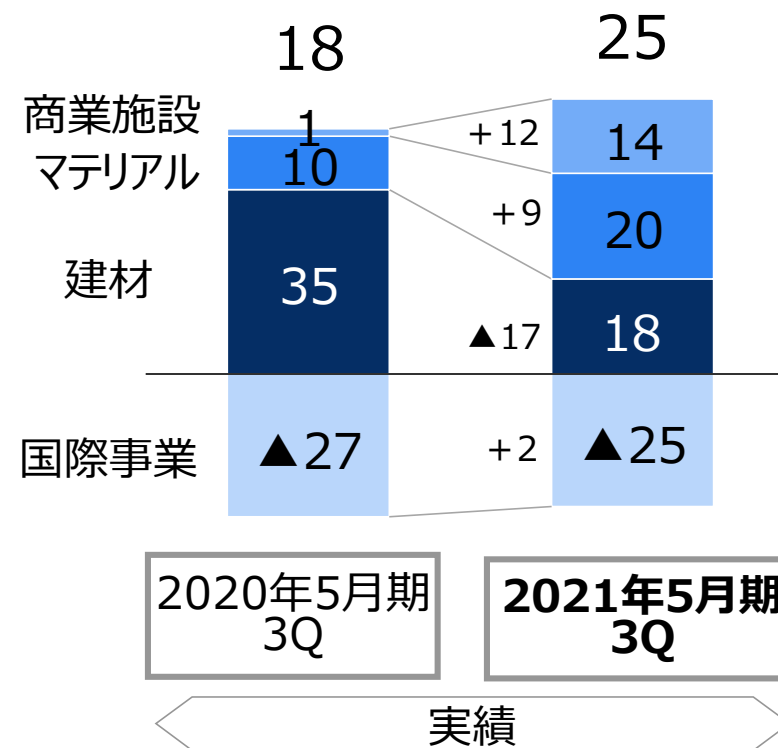
前年同期比 ▲184 億円  
(▲7.8%)



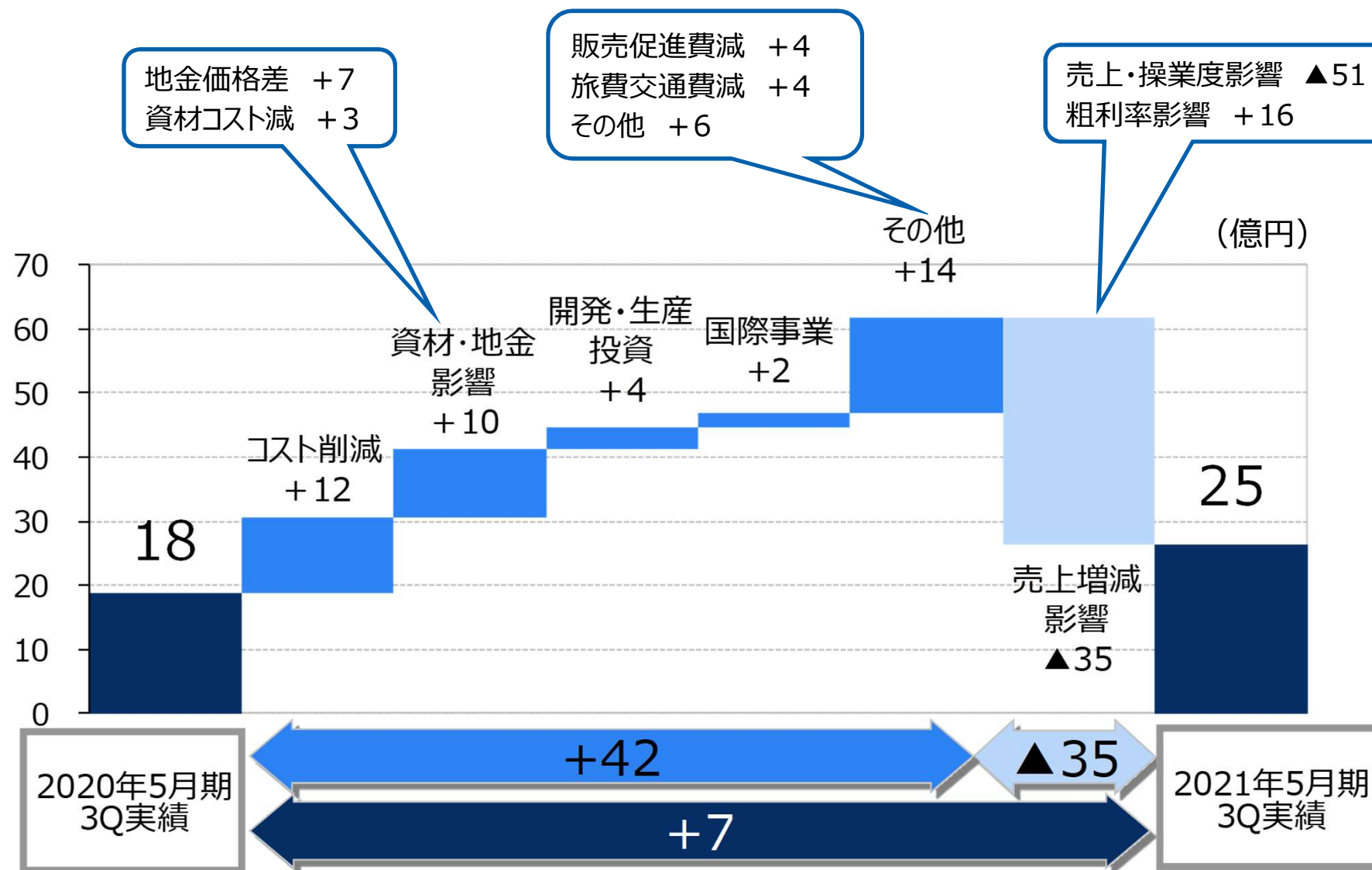
営業利益

25 億円

前年同期比 +7 億円  
(+37.4%)



※金額は億円未満切り捨て表示



※国際事業に係る利益増減については、「国際事業」に集約  
 ※金額は億円未満切り捨て表示

# 通期業績予想

## 通期業績予想

(億円)

	'21年5月期 通期業績予想	'20年5月期 実績		
			増減	%
売上高	<b>2,960</b>	3,136	▲176	▲5.6%
営業利益	<b>25</b>	20	+5	+24.1%
営業利益率	<b>0.8%</b>	0.6%		+0.2p
経常利益	<b>27</b>	16	11	+67.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	<b>1</b>	▲15	16	-

※金額は億円未満切り捨て表示、率は四捨五入表示

## 期末配当予想

**1株当たり 5円**

### 売上高

**2,960**

国際事業

412

商業施設

378

マテリアル

389

建材

1,780

### 営業利益

**25**

商業施設

17

マテリアル

28

建材

21

国際事業

▲38

2021年5月期

通期業績予想

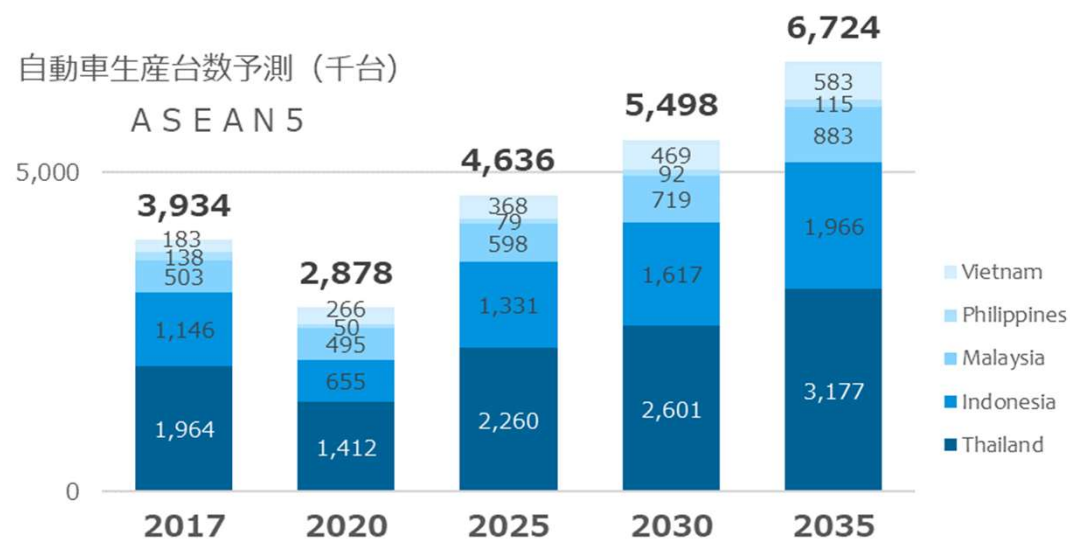
※ 4月6日公表の通期連結業績予想及び期末配当予想の修正

# THAI METAL ALUMINIUM における製造能力強化

## 設備投資の概要（予定）

所在地	タイ国サムットプラカーン県（現工場敷地内）
設備投資の内容	押出機 1 台、建屋、付帯設備等
設備投資額	約10億円
稼働開始	2021年6月
生産能力	約5,000トン/年

成長が見込まれる自動車分野を中心とするアルミ需要増への対応



(出典 LMC Automotive)







## 「健康経営優良法人2021 (大規模法人部門 (ホワイト500))」に認定

経済産業省および日本健康会議より、従業員の健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に取り組んでいる法人として認定されました。



2021  
健康経営優良法人  
Health and productivity  
ホワイト500

### ◆当社の健康経営に対する取り組み

当社は、社員の健康を重要な経営基盤と考え、2019年10月に、従業員の心身の健康の保持・増進に取り組む姿勢を示す「三協立山健康宣言」を策定。8つの行動目標を定め、ワーク・ライフ・バランスの推進に加え、多様な人材が活躍できる風土作りを強化してまいりました。

【三協立山の健康経営宣言・健康経営への取り組み】 <https://www.st-grp.co.jp/csr/health.html>



今後も当社は、社員が安心して健康で働ける職場環境を築くことで、当社グループの経営理念である「お得意先・地域社会・社員の協業のもと、新しい価値を創造し、お客様への喜びの満足の提供を通じて、豊かな暮らしの実現に貢献」するため、さらなる健康経営への取り組みを進めてまいります。



# ご参考資料

## 【事業環境指標】

	対象期間	2020年	2019年	2018年
【建材事業（住宅）指標】 新設住宅着工戸数	4月-12月	<b>62.1万戸</b> (10.0%減)	69.0万戸 (6.5%減)	73.7万戸 (0.5%減)
新設住宅着工戸数 [持家]	4月-12月	<b>20.1万戸</b> (10.0%減)	22.3万戸 (0.5%増)	22.2万戸 (0.5%増)
新設住宅着工戸数 [貸家]	4月-12月	<b>23.3万戸</b> (10.8%減)	26.1万戸 (15.5%減)	30.9万戸 (4.3%減)
【建材事業（ビル）指標】 非木造建築物着工床面積	4月-12月	<b>48,462千㎡</b> (11.5%減)	54,762千㎡ (5.7%減)	58,069千㎡ (2.7%減)
【マテリアル事業指標】 アルミ型材押出重量[サッシ・ドア除く]	6月-2月	<b>238.2千 t</b> (9.4%減)	262.9千 t (2.9%減)	270.6千 t (1.4%減)
【商業施設事業指標】 建築着工棟数[店舗]	4月-12月	<b>3,862棟</b> (23.9%減)	5,076棟 (13.2%減)	5,847棟 (4.1%減)
【国際事業指標】 ドイツ自動車生産台数	4月-12月	<b>249.59万台</b> (26.5%減)	339.71万台 (8.0%減)	369.24万台 (10.6%減)
タイ自動車生産台数	4月-12月	<b>97.42万台</b> (32.9%減)	145.22万台 (10.8%減)	162.8万台 (8.3%増)
【アルミ地金価格平均値】 [日本経済新聞より]	6月-2月	<b>244.6円/kg</b> (0.3%増)	244.0円/kg (13.2%減)	281.0円/kg (1.4%減)

（ ）は前年同期比

※金額は億円未満切り捨て表示

売上高

1,318 億円

前年同期比 ▲149 億円  
(▲10.2%)

- ・新設住宅着工戸数が前年度を下回る状況が続いたことなど

セグメント利益

18 億円

前年同期比 ▲17 億円  
(▲48.2%)

- ・売上減少影響

事業環境

新設住宅着工戸数

全体 ▲10.0%

持家 ▲10.0%

出典 国土交通省 建築着工統計調査報告

非木造建築物  
着工床面積

▲11.5%

出典 国土交通省 建築着工統計調査報告

ビル用アルミサッシ  
販売重量

▲10.5%

出典 経済産業省 生産動態統計

※比率は4~12月累計の前年同期比

アルミ地金価格  
(日本経済新聞)

+0.3%

※6~2月累計の前年同期比

※金額は億円未満切り捨て表示

## 売上高

# 282 億円

前年同期比 ▲17 億円  
(▲6.0%)

- ・コロナ影響によるアルミ型材市場の国内需要の全般的な減少
- ・アルミ地金市況に連動する売上の減少など

## セグメント利益

# 20 億円

前年同期比 +9 億円  
(+94.6%)

- ・加工品の増加や販売管理費抑制など

## 事業環境

### 国内アルミ型材押出重量

前年同期比	(一般機械)	(自動車)
(2020年 3-5月)	▲1.9%	▲23.1%
(2020年 6-8月)	▲23.0%	▲34.1%
(2020年 9-11月)	▲9.8%	4.7%
(2020年 12-2月)	▲2.6%	5.8%

出典 日本アルミニウム協会統計

※金額は億円未満切り捨て表示

## 売上高

# 286 億円

前年同期比 **+2 億円**  
**(+0.8%)**

- ・省人化・省力化を含む既存店改装需要の取り込みなど

## セグメント利益

# 14 億円

前年同期比 **+12 億円**  
**(+635.5%)**

- ・コストダウンの推進
- ・業務効率化による販売管理費抑制など

## 事業環境

建築着工棟数（店舗）

# ▲23.9%

出典 国土交通省 建築着工統計調査報告

小売業販売額（全体）

# +1.1%

出典 経済産業省 商業動態統計調査

※比率は4～12月累計の前年同期比

※金額は億円未満切り捨て表示

売上高

290 億円

前年同期比 ▲19 億円  
(▲6.2%)

・コロナ影響により欧州、タイにおいて機械・建材分野を中心にアルミ型材需要の全般的な減少など

セグメント利益

▲25 億円

前年同期比 +2 億円  
( - %)

・販売管理費抑制などの収益改善の推進

事業環境

自動車生産台数

前年同期比	ドイツ	タイ	中国
(2020年 1-3月)	▲19.5%	▲19.2%	▲45.3%
(2020年 4-6月)	▲61.2%	▲69.8%	2.3%
(2020年 7-9月)	▲17.0%	▲29.6%	7.7%
(2020年 10-12月)	3.1%	5.4%	9.4%

出典 VDA 出典 MARKLINES 出典 MARKLINES

GDP (国内総生産)

前年同期比	ドイツ	タイ	中国
(2020年 1-3月)	▲2.0%	▲1.9%	▲6.8%
(2020年 4-6月)	▲9.7%	▲12.2%	3.2%
(2020年 7-9月)	8.5%	▲6.4%	4.9%
(2020年 10-12月)	0.3%	▲4.2%	6.5%

出典 EUROSTAT 出典 NESDC 出典 ODN

## 【 計画前提・実績 】

		期中 平均値	2021年5月期 3Q実績	2020年5月期 3Q実績	2021年5月期 前提（通期）
アルミ地金価格 (日本経済新聞)		6~2月	<b>244.6円/kg</b>	244.0円/kg	236.0円/kg
為替	ドル	6~2月	<b>106.1円</b>	108.7円	110.0円
	ユーロ	4~12月	<b>122.4円</b>	121.0円	123.0円
	バーツ	4~12月	<b>3.4円</b>	3.5円	3.5円
	元	4~12月	<b>15.4円</b>	15.6円	16.0円





## 3密対策・換気

### ✓ アウトドアリビング

6～2月 累計売上  
前年比**161%**



#### 「ソラノマ」

お手軽アウトドアリビング（濡れ縁）。  
家族のライフスタイルに応じた  
くつろぎの空間をお手軽に。

### ✓ 出入口用網戸

6～2月 累計売上  
前年比**131%**



#### 「アコーディオン網戸」「てまノン網戸」

既存の玄関ドアや引戸に取り付けて風を採り入れる。  
「てまノン網戸」は取りはずしが簡単、丸洗いでできるの  
でいつもキレイ。

### ✓ 採風雨戸パネル

6～2月 累計売上  
前年比**117%**



#### 「エアフリー」

従来の雨戸パネルとは異なり、雨戸パネルを  
閉めたままで部屋の明るさや換気を確保。

3 すべての人に 健康と福祉を	9 産業と技術革新の 基盤をつくらう	12 つくる責任 つかう責任
		

## イエナカ生活

### ✓ ガーデンルーム

6～2月累計売上  
前年比**193%**



### 「ハッピーナリラ」

日中からナイトシーンまで快適な  
リラックス空間を。

### ✓ インテリア建材

6～2月累計売上  
前年比**107%**



### 「AMiS」

在宅でのリモート空間を確保する  
可動パーテーション。

## 非接触対応

### ✓ 宅配ボックス

6～2月 累計売上  
前年比**110%**



### 「フレムス/ フレムスLight」

不在時でも在宅中でも  
配達員と接触せずに  
宅配便を受け取り可能。





## ✓「ショールーム360°パノラマビュー」公開

高岡・首都圏・名古屋ショールームをオンラインで見学。

スマートフォンやタブレット端末、パソコンなどを利用して、実際にショールーム内にいるような疑似体験をすることができるWebコンテンツ。



クリックやスクロール操作により、ショールーム内の移動、360°回転、拡大・縮小が可能。商品をさまざまな角度から見る事ができる。



【URL】 <https://alumi.st-grp.co.jp/shr/webshr/index.html>



「SDGs：持続可能な開発目標」は全ての人々が豊かで満たされた生活を享受できる世界像を掲げており、当社の経営理念や、CSR活動が目指すものと重なる点が多くあります。私たちの日々の事業活動を通じて、今後もSDGsの達成に貢献します。

## ～ 三協立山 経営理念 ～

お客様・地域社会・社員の協業のもと、新しい価値を創造し、お客様への喜びと満足の提供を通じて、豊かな暮らしの実現に貢献します。

## C S R 活動

ESG	SDGs
<b>E</b> 環境	
<b>S</b> 社会	
<b>G</b> ガバナンス	

**【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、為替相場、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。