

2015年1月9日

2015年5月期第2四半期決算補足説明資料



1. 2015年5月期第2四半期実績

- ◆ 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. (期初計画比)売上・営業利益
- ◆ 1-5. 通期の業績予想の修正
- ◆ 1-6. 各セグメントの取り組み

2. トピックス

- ◆ 2-1. 三協マテリアル 「Aleris社のアルミ押出事業」を譲受
- ◆ 2-2. 三協立山 「タイムタル」を子会社化
- ◆ 2-3. 三協マテリアル 「リョーサン・ヒートシンク生産事業」を取得
- ◆ <参考>海外展開状況 (2015年1月現在)
- ◆ 2-4. 三協アルミ 「首都圏ショールームオープン」
- ◆ 2-5. 三協アルミ 「ドラえもん」を起用した販促展開
- ◆ 2-6. 三協アルミ 「iFデザイン賞受賞」自然換気システム“ARM-S@NAV”
- ◆ 2-7. 三協立山 3商品が 「グッドデザイン賞」受賞
- ◆ 2-8. 三協マテリアルほか 「日系自動車部品展示会」に出展
- ◆ 2-9. タテヤマアドバンス 「サイン&ディスプレイショウ」に出展
- ◆ 2-10. 三協立山 「ツインリーフの森づくり」植樹活動実施

◇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-11月) ※建材事業(住宅)指標	60.7万戸	68.1万戸 (前年比12.1%増)	59.9万戸 (前年比12.0%減)
非木造建築物着工床面積(4月-11月) ※建材事業(ビル)指標	53,268千㎡	58,785千㎡ (前年比10.4%増)	54,079千㎡ (前年比8.0%減)
アルミ型材押出重量[サッシ・ドア除く] (6月-11月) ※2012年度までと連続性なし。 ※マテリアル事業指標		180.1千t	178.6千t (前年比0.8%減)
アルミ地金[日経平均](6月-11月)	201.3円/kg	236.6円/kg (前年比17.5%増)	293.1円/kg (前年比23.9%増)

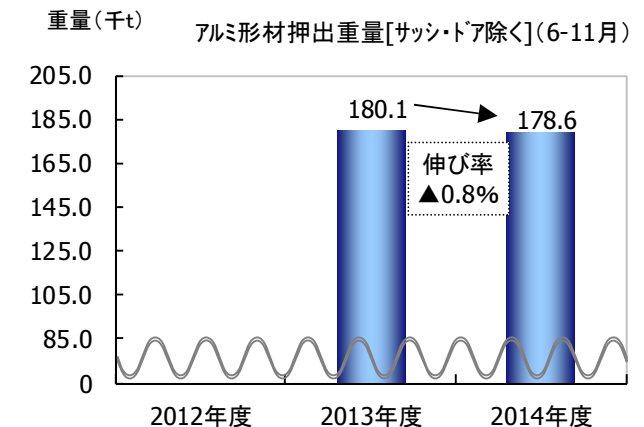
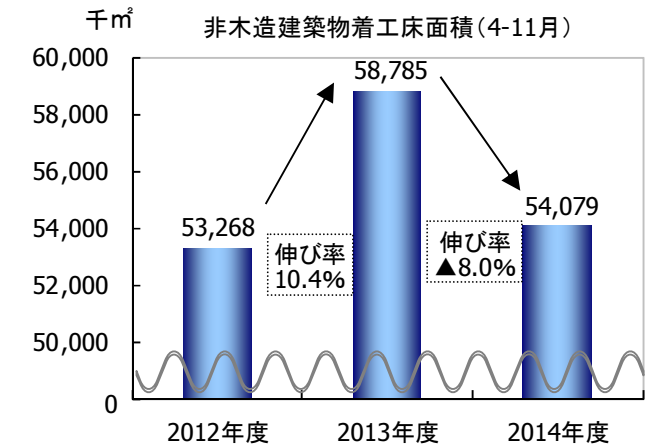
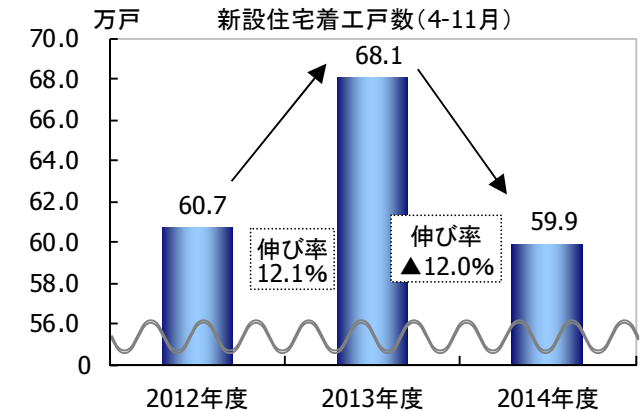
消費税率引上げに伴う駆け込み需要の反動減や消費マインドの低下、輸入原材料の価格高騰などから景気は先行き不透明な状況となった。

建材 建材市場においては、政府の経済対策により公共投資が増加傾向となったが、新設住宅着工戸数は大幅な減少となった。

マテリアル アルミニウム型材及びビレット市場は、輸送、一般機械分野などの需要が好調に推移した。

商業施設 商業施設市場は、コンビニエンスストアなどの新規出店や、改装需要が増加傾向で推移した。

アルミ地金 アルミ製錬会社の減産及び、米国での自動車等のアルミの需要増に加え円安によりアルミ価格が高騰している。



1-2. 2015年5月期2Q 経営成績

(単位：億円)

	2014年5月期 2Q実績	2015年5月期 2Q計画 2014/7/11発表	2015年5月期 2Q実績	前年同期比		期初計画比	
				増減	%	増減	%
売上高	1,412	1,450	1,428	15	1.1%	△ 21	-1.5%
売上総利益	368	-	355	△ 13	-3.6%	-	-
売上総利益率	26.1%	-	24.9%	-	-1.2p	-	-
営業利益	75	75	66	△ 9	-12.0%	△ 8	-11.1%
営業利益率	5.4%	5.2%	4.7%	-	-0.7p	-	-0.5p
経常利益	71	70	62	△ 9	-12.8%	△ 7	-11.3%
当期純利益	62	50	48	△ 14	-22.7%	△ 1	-3.2%

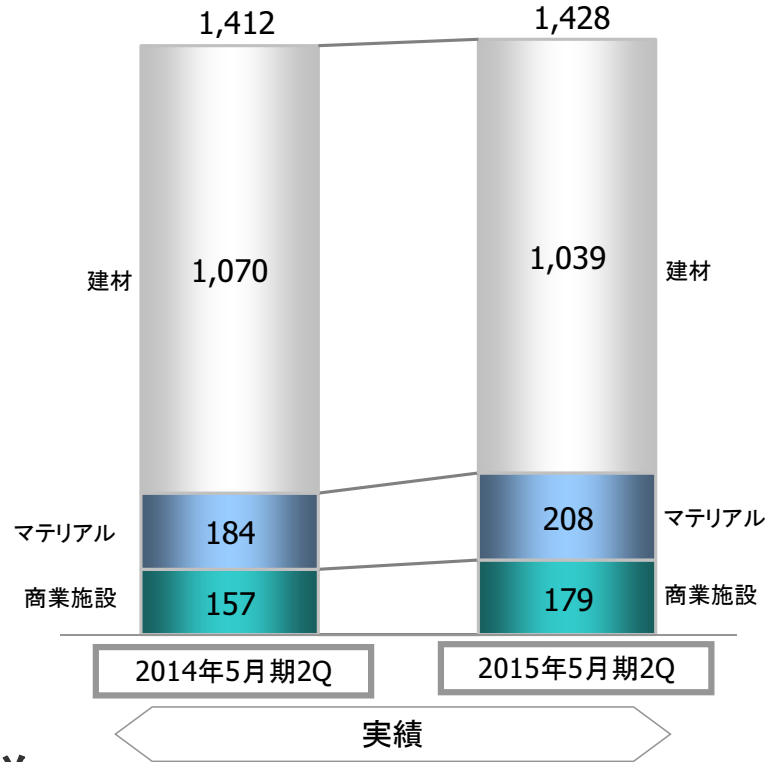
※金額・率は切り捨て表示

＜売上高＞	建材事業は減収となったが、非建材であるマテリアル事業・商業施設事業が増収となり、全体として前年同期比1.1%増となった。
建材事業	販売基盤の強化、改装・リフォーム需要の取り込み、コストダウンなどを推し進めたが、新設住宅着工戸数が減少したことなどにより、前年同期比2.9%減となった。
マテリアル事業	輸送、一般機械分野などの好調な需要を取り込んだことや、2013年12月に石川精機株式会社、2014年9月に三協サーモテック株式会社を子会社にしたことなどにより、前年同期比13.1%増となった。
商業施設事業	コンビニエンスストアの積極投資や出店増、ドラッグストアなど専門量販店の改装需要を積極的に取り込んだことなどにより、前年同期比14.1%増となった。
＜営業利益＞	コストダウンなどを推し進めたが、それ以上にアルミ地金価格が上昇したことなどにより、前年同期比12.0%減となった。

1-3. 2015年5月期2Q (前期比) 売上・営業利益

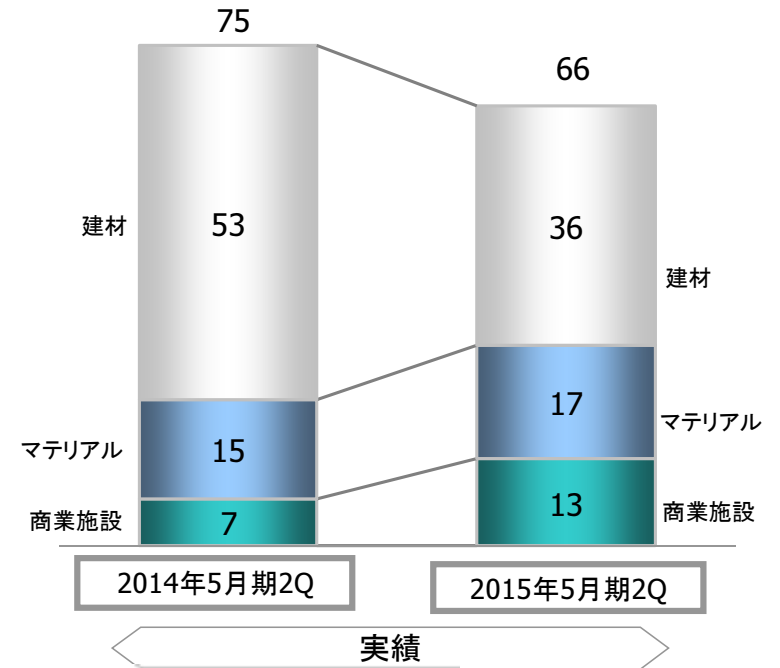
■売上高

(単位：億円)

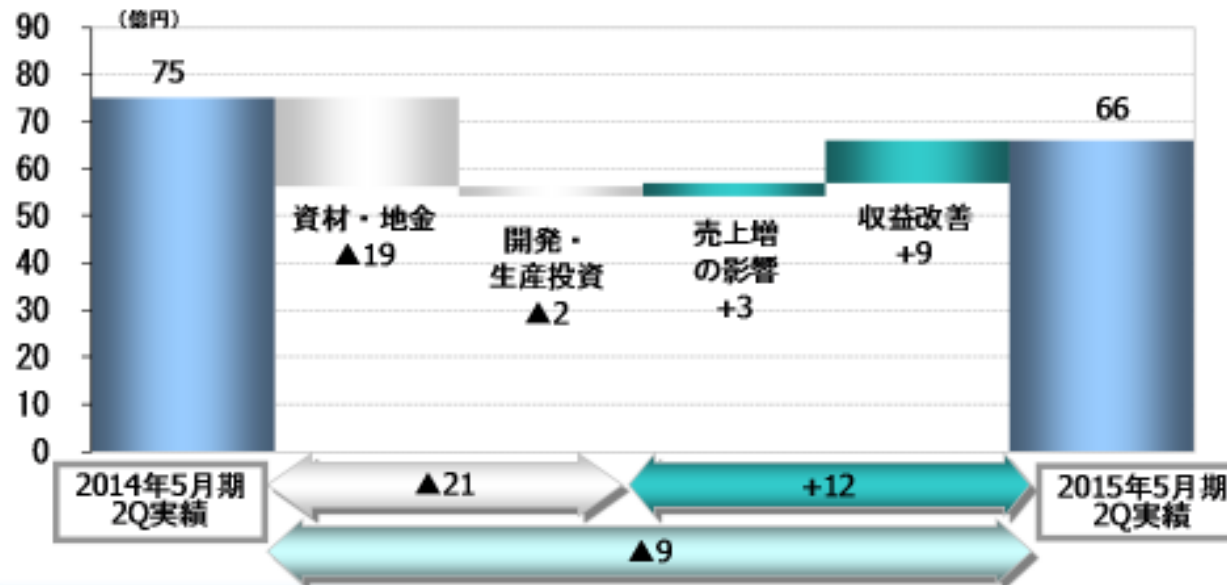


■営業利益

(単位：億円)



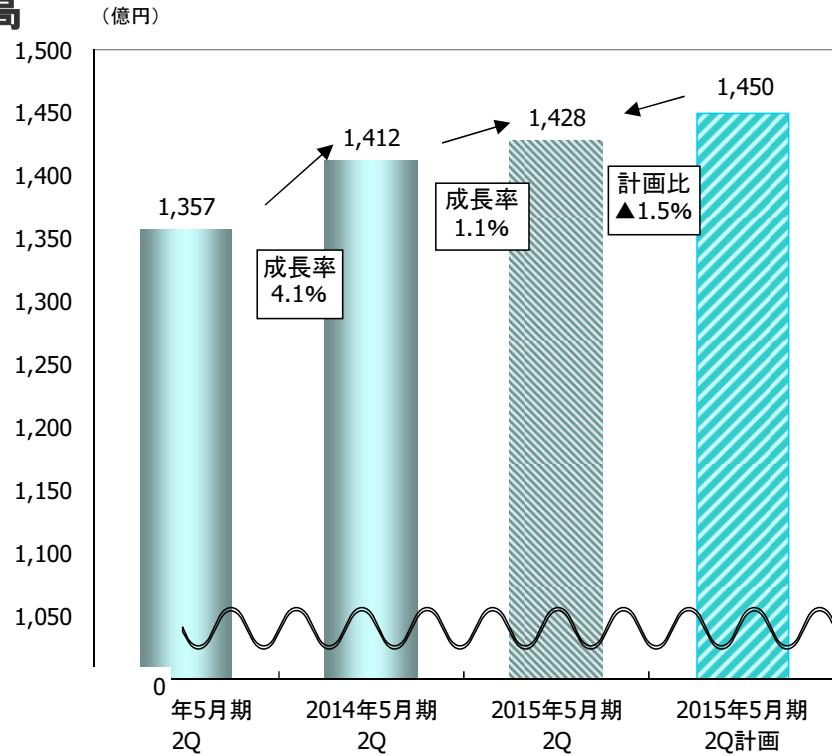
■営業利益変動内訳



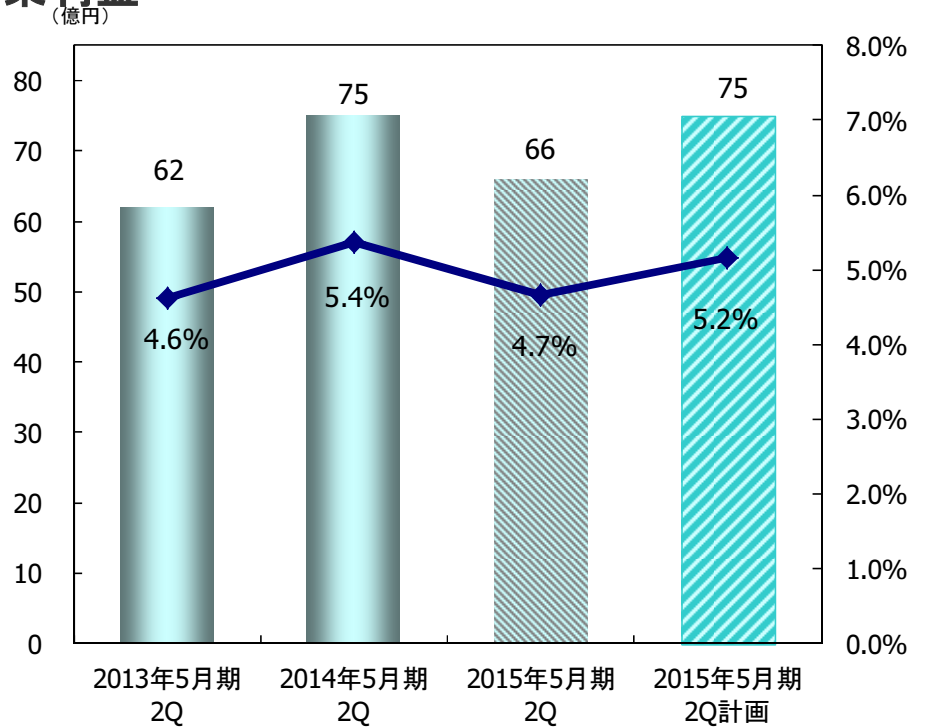
※金額は切り捨て表示

1-4. 2015年5月期2Q (期初計画比) 売上・営業利益

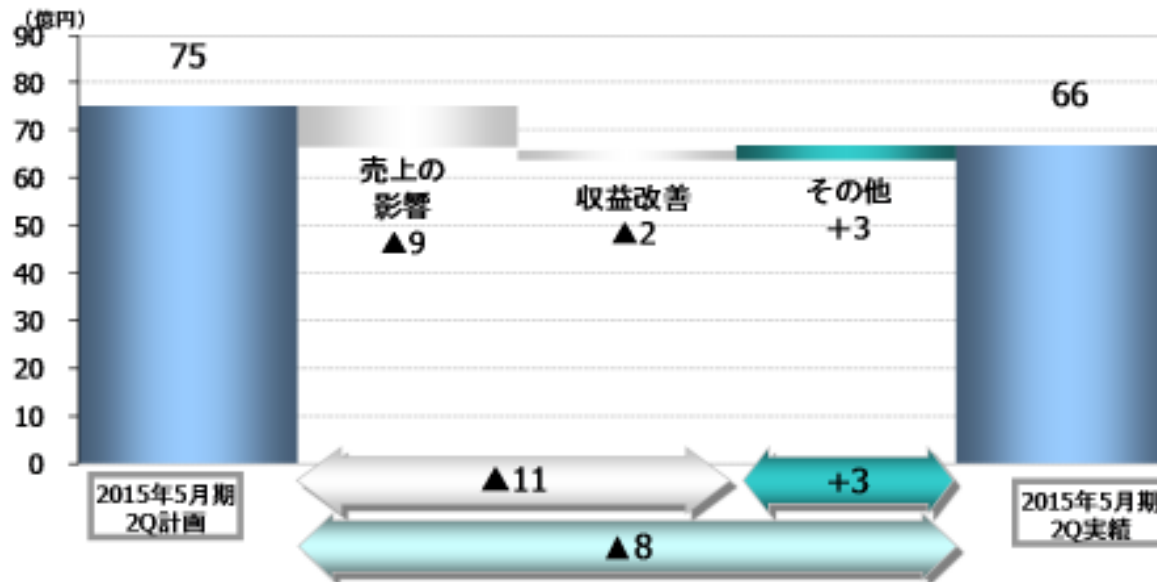
■売上高



■営業利益



■営業利益変動内訳



※金額は切り捨て表示

1-5. 2015年5月期通期 業績予想の修正

(単位：億円)

	2014年5月期 実績	2015年5月期 期初予想 (7/11発表)	2015年5月期 修正予想 (1/9発表)	前年比		期初予想比	
				増減	%	増減	%
売上高	2,952	3,000	3,000	47	1.6%	0	0.0%
売上総利益	758	-	-	-	-	-	-
売上総利益率	25.7%	-	-	-	-	-	-
営業利益	166	150	105	△ 61	-36.8%	△ 45	-30.0%
営業利益率	5.6%	5.0%	3.5%	-	-2.1p	-	-1.5p
経常利益	155	140	95	△ 60	-38.9%	△ 45	-32.1%
当期純利益	126	90	70	△ 56	-44.9%	△ 20	-22.2%

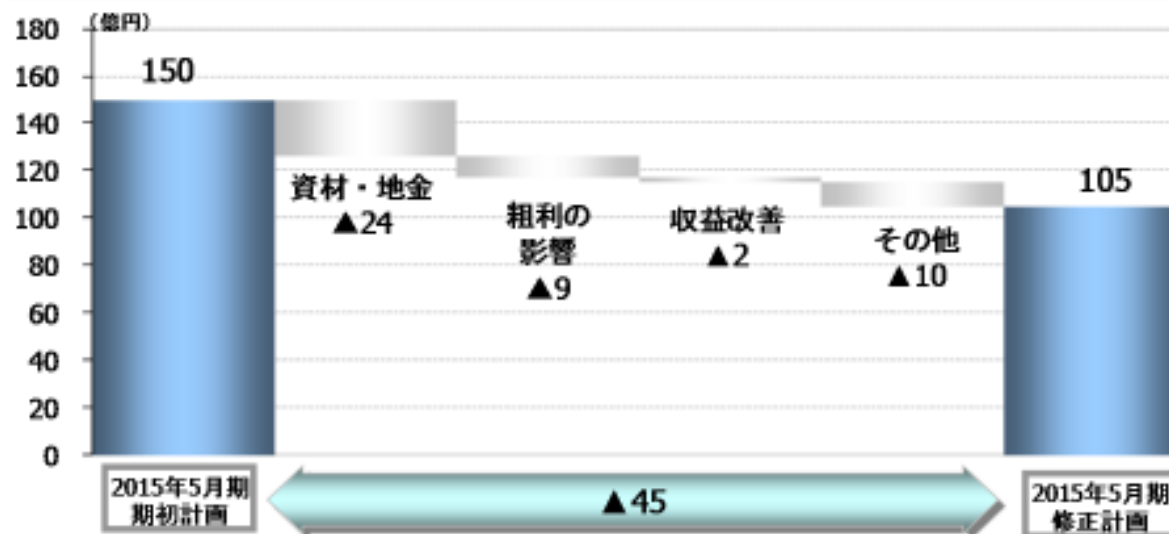
※金額は切り捨て表示

<修正理由>

コストダウン等の収益改善を行うも、それ以上に、アルミ製錬会社の減産等によるアルミ地金の高騰、及び、急激な円安による輸入資材の価格上昇による影響が大きく、今後も原料高が継続すると見込まれるため。

■ 営業利益 変動内訳

<期初計画比>



1-6. 2015年5月期 各セグメントの取り組み

VISION2020に向けた施策、投資を着実にを行うとともに、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	リフォーム事業における提案力強化及び競争力ある商品化の推進 海外事業における販売力・商品競争力の強化及び生産性向上
	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	戦略強化と 事業基盤の強化	小売チェーン本部攻略を主軸とした売上拡大、新商品投入の活発化 業務の効率化とスピード化、品質向上・コスト競争力強化の継続推進
	海外事業推進	日系小売業の海外進出サポートによる信頼関係構築と国内外での商機拡大 上海生産・販売拠点活用による、海外向け販売の拡大

事業譲受日：2015年2月（予定）

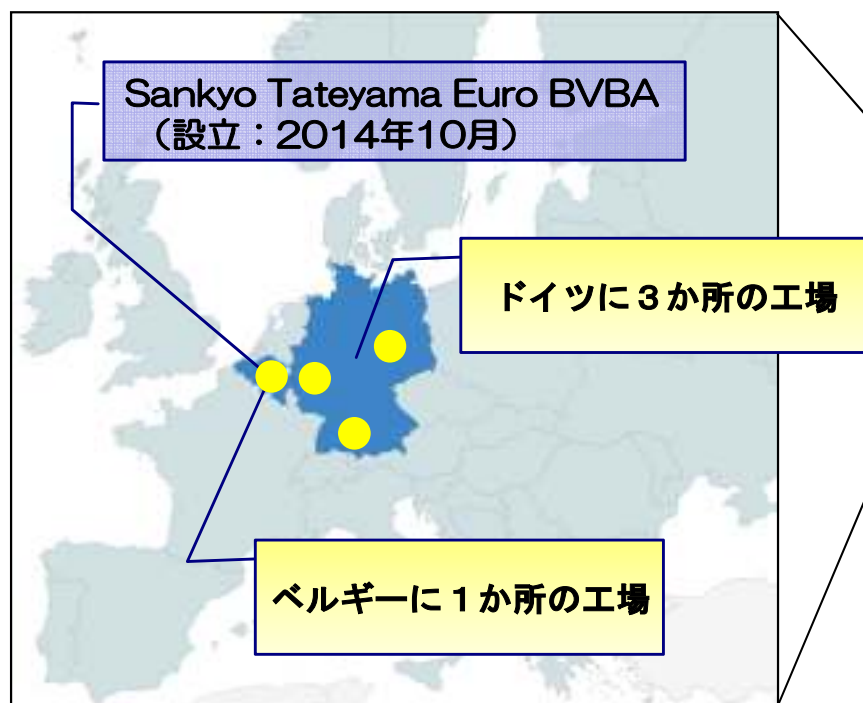
——素材技術のさらなる高度化との

連携により新たな地域・顧客を対象とした事業展開を目指す

Aleris社のアルミ押出事業は、高度な合金・押出・加工技術を強みに、航空機、鉄道、自動車などの幅広い分野で、世界的メーカーを顧客とする事業を展開。

2013年期 連結売上高（押出事業）：約390億円

<Aleris社アルミ押出事業の生産拠点>



2-2. 三協立山 「タイメタル」を子会社化

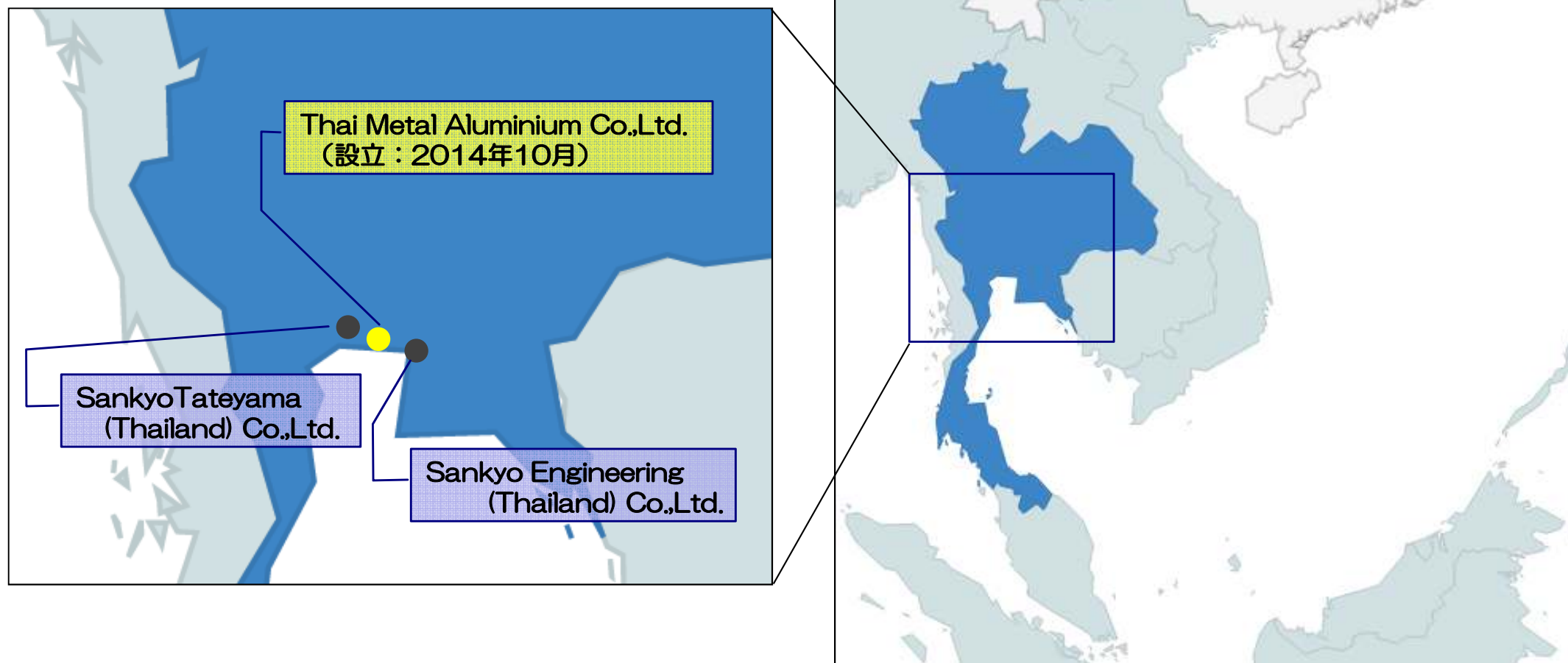
——ASEAN地域における事業領域の拡大

タイ国内でアルミビレットの製造・販売までを行う押出メーカーを取得

2013年期 連結売上高：約90億円

実行日：2015年3月（予定）

<タイの拠点>



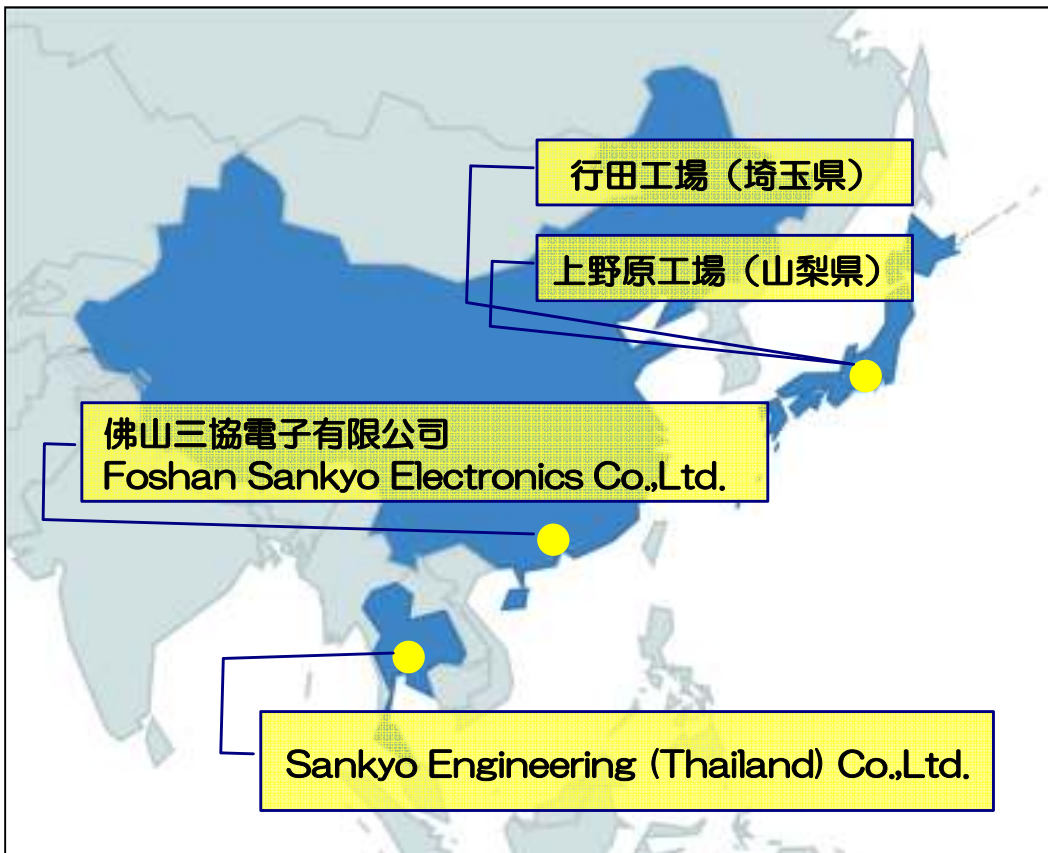
2-3. 三協マテリアル「リョーサン・ヒートシンク生産事業」を取得

9月1日より「三協サーモテック株式会社」として始動

——VISION2020 “非建材事業強化” “海外展開” に向けた取り組み

半導体・電子部品・機器販売等の(株)リョーサンより、国内ヒートシンク（半導体素子用放熱器）事業と、中国・タイ子会社の株式を取得。素材からヒートシンクの製品化まで一貫した製造提案が可能。

<生産拠点>



LED施設照明向け
「組立式ヒートシンク」



産業向け「軽量・高効率
の大型ヒートシンク」



産業機器・サーボモーター
装置向け「アルミ／銅液冷ヒートシンク・ヒートパイプ」

<参考>海外展開状況（2015年1月現在）



2-4. 三協アルミ「首都圏ショールームオープン」

——年間約7000組の来場者を目指す

<ショールームコンセプト>

「窓とドアから見つけよう！暮らし×幸せ×学びパーク」

◆首都圏ショールームの特長

- ・暮らしに幸せを呼び込むアイテムとして「窓とドア」の効果。「7つのコンセプトブース」を通じて、「どんな場所」で「何ができるか」を考えながら、「楽しみながら」体感いただけます。
- ・家の「顔」となる玄関ドアのじっくり選んでいただけるよう品揃えを充実させるとともに、液晶大画面モニターによる「玄関ドアの外壁とのコーディネートシミュレーター」をご用意しております。
- ・打合せコーナーを多目的スペースとしても活用できるため、ショールーム内で各種イベント開催も可能です。



◆首都圏ショールーム 概要

- 【営業時間】 10時00分～17時00分
- 【休館日】 水曜日、年末年始、ゴールデンウィーク、夏期
- 【展示内容】
 - <住宅建材> 玄関ドア 89点
 - 住宅用サッシ 129点
 - 室内建材 55点

◆アクセス

東京都新宿区西新宿3-6-11 西新宿KSビル9F



2-5. 三協アルミ「ドラえもん」を起用した販促展開

——ブランドイメージ向上を目的にショールームでのイベントを開催

名古屋ショールーム



「未来のとびらコンテスト」
受賞作品の展示



富山ショールーム

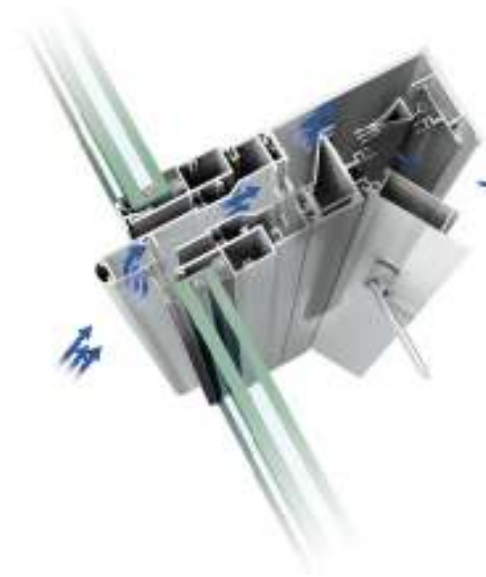
●名古屋ショールーム ドリームフェア
2014年9月20日（土）～21日（日）

●富山ショールーム リニューアルオープンフェア
2014年12月6日（土）～7日（日）

2014年6月1日より、国内外で知名度の高い“ドラえもん”を宣伝・販促キャラクターに起用し、企業認知度向上に向けたさまざまな施策展開をスタートしました。当社製品の重要なターゲットである女性のお客様に共感いただけるよう、6人の女性社員で構成した「女性推進WG」を立ち上げ、女性目線・感性を生かした企画・展開に向けた取り組みを進めています。

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

2-7. 三協立山 3商品が「グッドデザイン賞」受賞

3商品が2014年度グッドデザイン賞受賞



——三協アルミが発売している

高断熱樹脂窓「スマージュ」&スライディングゲート「ライアーレ」

三協立山と富山大学が共同開発した「歩行補助車」



高断熱樹脂窓
「スマージュ」



スライディングゲート「ライアーレ」



「歩行補助車」

「グッドデザイン賞」は、1957年に通商産業省（現経済産業省）によって創設された「グッドデザイン商品選定制度」を継承し、1998年より公益財団法人日本デザイン振興会が主催する、総合的なデザインの評価・推奨制度です。これまで、50年以上にわたり、私たちの暮らしと産業、そして社会全体を豊かにする「よいデザイン」として、約40,000件が受賞されています。「グッドデザイン賞」の受賞シンボルである「Gマーク」は、すぐれたデザインを示す象徴として、広く一般に親しまれています。

2-8. 三協マテリアルほか「日系自動車部品展示会」に出展

「2014日系自動車部品展示会 at 広州モーターショー」に出展

——中国現地法人での*3社共同出展

*三協マテリアル・佛山三協電子有限公司（三協サーモテック）・立山貿易（上海）有限公司（タテヤマアドバンス）の3社共同出展



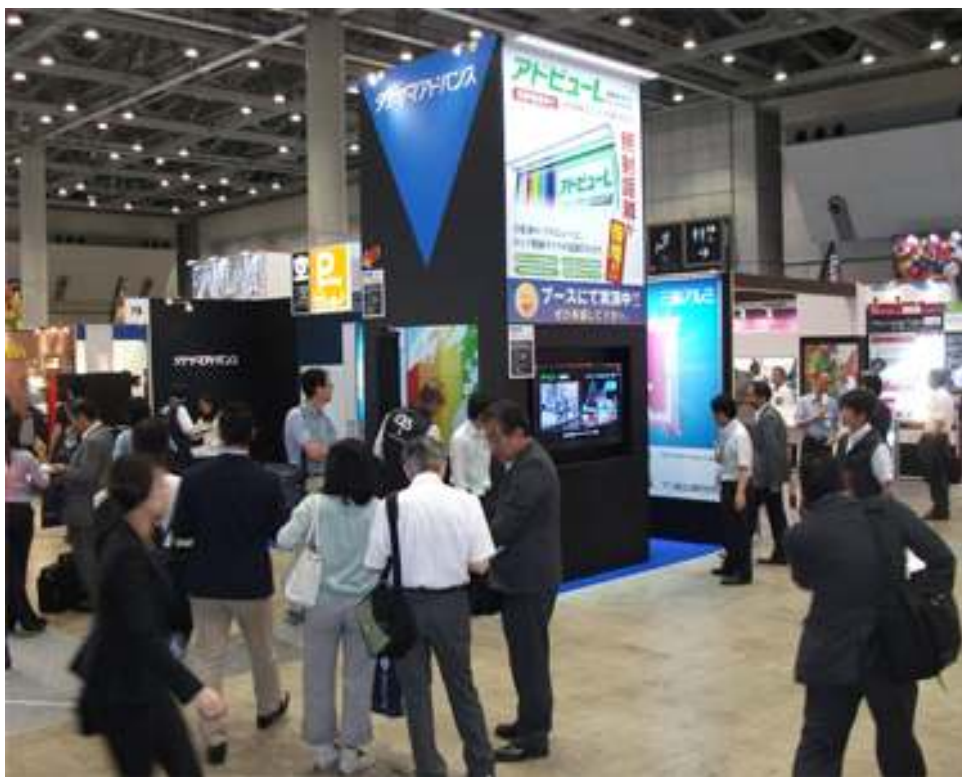
アルミニウムおよびマグネシウムの大型押出材や自動車関連への展開が見込める鍛造素材・鍛造品、ヒートシンク製品、看板部材などを出展

◆「日系自動車部品展示会」 会期：2014年11月20日（木）～22日（土）
来場者への提案や出展企業同士での商談・情報交換の場として、中国・広州でのモーターショーと併催されている展示会。2014年は192社が出展し、3日間で5,540人が訪れた。

「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（今年で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3万人が訪れた。

2-10. 三協立山 「ツインリーフの森づくり」 植樹活動実施

——富山県が推進する「企業の森づくり」へ参画

昨年引き続き苗木100本を植樹



森づくり活動の地に立てる標柱の除幕式を開催

◆「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すもの。

社員とその家族ら約110名がボランティアで参加



コナラなどの苗木500本を植樹



【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。