

3501 住江織物

吉川 一三 (ヨシカワ イチゾウ)

住江織物株式会社社長

グローバル戦略と機能性商品によるシェアアップを3カ年で目指す

◆2010年5月期連結決算概況

当期の売上高は、計画比で7.7%上回ったものの、前期比1.9%(13億40百万円)減収の700億33百万円となった。一方、営業利益は18億6百万円(前期比17億27百万円増)、経常利益は21億91百万円(同20億30百万円増)、当期純利益は14億12百万円(前期は8億49百万円の純損失)と、増益となった。営業利益率は前期0.1%から当期2.6%、経常利益率も0.2%から3.1%へと改善した。

売上面では、一昨年後半からの急激な景気後退が昨年前半で底を打ったことから、自動車内装事業が回復した。営業利益は、自動車向けシート表皮材事業の再編や、各事業分野での徹底的な経費削減により大幅に改善し、経常利益も営業利益の改善に加えて、持分法による投資利益1億55百万円の計上等により増益となった。また、スミノエ テイジン テクノ(株)の設立に伴って発生した持分変動益等の特別利益4億3百万円があった一方、投資有価証券の評価損や事業構造改革に伴う特別退職金等の特別損失が3億54百万円発生した。

◆セグメント別状況

インテリア事業は、オフィスビルの空室率の上昇からリニューアル工事が減少し、景気悪化により商業施設やホテルの新築工事も低迷していることから、業務用カーペットは低調に推移した。また、当社がトップシェアを誇る一般家庭用カーペット、ラグマットについても、消費マインドの悪化が影響し、売上高は前年割れとなった。カーテンでは、医療・福祉・教育向けコントラクトカーテンが前期並みに健闘したものの、一般家庭用が低調となり、全体では売上高が前期を下回った。壁紙では、「空気を洗う壁紙®」を中心とした機能性商品が伸長したことから、マーケットが縮小するなか、前期並みを維持できた。以上の結果、売上高は、計画は上回ったものの、前期比では7.7%減収し、325億53百万円となった。営業利益は、販管費の徹底的な削減により計画・前期比ともに上回り、前期比15%増の10億39百万円となった。

自動車内装事業は、エコカー減税、補助金制度の効果で国内自動車販売台数が堅調に推移したため、自動車向けカーペット事業、シート表皮材事業ともに売上高・営業利益は計画を上回った。海外では、米国子会社STAの売上高がわずかに前期を下回ったものの、営業利益では第3四半期より黒字転換したことから、大幅に改善した。中国ではSPMが売上高・営業利益ともに前期を大幅に上回った。車両内装事業は、鉄道・バスにシート表皮材やカーペット、リサイクル性に優れたシートクッション材「スミキューブ®」等を販売しているが、鉄道各社の投資計画の見直しがあり、新車両向けの受注は前期並みを維持したが、リニューアル需要が冷え込んだため、売上高・営業利益ともに前期を下回った。以上の結果、自動車・車両内装事業の売上高は、前期比4.9%増の331億66百万円、営業利益は418.6%増の20億93百万円と大幅な増益となった。営業利益率は前期の1.3%から当期は6.3%と回復しているが、これは、リーマンショックにより世界経済が低迷するなか、大阪工場の閉鎖や自動車シート表皮材事業の再編などの事業構造改革を行い、企業体質のスリム化を速やかに行なったことが大きく寄与している。

その他の事業分野は、ホットカーペット事業とタイルカーペットのOEM事業をメインに、独自消臭加工技術によ

るフィルター事業を展開している。ホットカーペット事業は、市場が縮小するなかシェアを拡大したが、円高進行と販売価格の下落により売上高が減少した。タイルカーペット OEM 事業は、国内での売上高は前年割れとなったが、海外向け輸出は数量・売上高ともに前期を上回った。消臭フィルター事業は、一般家庭向け置き型脱臭・消臭商品「香りでごまかさない 本当の消臭」を発売する等、積極的に拡販した。以上の結果、売上高は前期比 3.6%減の 43 億 12 百万円、営業利益は 35.3%減の 1 億 22 百万円となった。

◆連結バランスシート、キャッシュフロー

連結バランスシートの主な増減は、総資産は 59 億円増加して 743 億 83 百万円となった。棚卸資産は、在庫の圧縮が進み、前期に比べ 6 億 77 百万円減少した。スミノエ テイジン テクノを立ち上げた際、帝人ファイバーから約 7 億円の棚卸資産が算入されており、その分を含めると実際は約 13 億円の圧縮を実現したこととなる。在庫の適正管理と回転率の向上に努め、評価損の発生しそうな在庫については迅速に処理し、先送りを徹底して避けていることが今回の棚卸資産の減少に寄与している。有形・無形固定資産は、スミノエ テイジン テクノの設立に伴って帝人ファイバーの子会社 3 社が連結子会社となったことにより、前期比 22 億 29 百万円増加した。

キャッシュフローは、税金等調整前当期純利益の増加と棚卸在庫の圧縮により大幅に改善した。営業キャッシュフローはプラス 25 億 47 百万円、投資キャッシュフローはマイナス 7 億 45 百万円、財務キャッシュフローは 2 億 40 百万円、期末現金残高は前期比約 20 億円増加して 85 億 64 百万円となった。

当期の配当については、景気後退の影響から中間を無配とし、期末のみ 2.50 円の配当を予定している。

◆2011 年 5 月期計画と中期経営計画

2011 年の連結計画は、売上高 740 億円(前期比 5.7%増)、営業利益 18 億 50 百万円、経常利益 21 億 50 百万円、当期純利益 13 億 50 百万円としている。

セグメント別では、インテリア事業は、売上高 332 億円(前期比 2%増)、営業利益 10 億 20 百万円、自動車・車両内装事業は、売上高 365 億円(同 10.1%増)、営業利益 22 億 50 百万円、その他事業は、売上高 43 億円(同 0.3%減)、営業利益 1 億円を計画している。

なお、海外事業については、好調を維持する中国は売上高・利益ともに増加し、米国でも利益面の増加が見込まれる。株主配当は、中間・期末ともに 2.50 円の配当を予定している。

また、2011 年 5 月期から 3 カ年の中期計画“Challenge 2012”を実行する。

インテリアマーケットはこの 12~13 年間で 1 兆円から 6,000 億円を割り込むまでに縮小し、競争の激化から企業の再編が進んでいる。こうした状況では、総合戦で戦う分野とニッチマーケットで確たるシェアを取る分野と、戦略を分けて考えないと健全な収益が得られない。自社の将来性を見通して、取るべきシェアはしっかりと獲得し、トップ 3 の中にポジショニングしていなければならないと考える。その観点から、マーケットイン視点によるブランド商品や環境対応型商品、機能性商品を拡充し、マーケットのシェアアップを図り、収益力を高める。また、各事業の市場環境に合った売上高と利益を追求し、盤石な収益基盤を構築する。自動車・車両内装事業分野では、グローバル戦略として、グループ会社ならびにアライアンスによるグローバル供給体制を構築する。また、スミノエ テイジン テクノを中心に、開発力と生産性の向上によるコスト競争力を強化する。

その他の事業分野では、ホットカーペットやタイルカーペットの輸出を強化し、安定的な収益基盤を構築する。また、独自の消臭フィルターの販路を拡大し、事業として確立する。さらに、環境商材として自社製造しているペットボトルリサイクル長繊維「スミロン®」の生産を強化し、外販比率を高める。

全社共通テーマとしては、特に「見える化」の推進とマネジメント力の強化を図っていく。投資計画は、投下資本のリターンを重視した効率的な投資を基本とし、製造設備を中心に 30 億円の投資を行う。

3 カ年の数値目標としては、売上高は年 5%以上の成長、営業利益率 3.5%以上とし、最終年度である 2013 年 5

月期の売上高は 820 億円、営業利益 29 億円、経常利益 32 億円、当期純利益 17 億円、ROE5.9%、ROA4.0%と計画している。インテリア事業では、年 2~3%の成長を図り、一方、グローバル化が加速する自動車・車両内装事業では海外売上高比率を高め、年 7~10%の成長と高い目標を設定している。営業利益については、インテリア事業は各商品分野でシェアアップを図り着実な利益捻出を図り、自動車・車両内装事業は、売上規模の拡大に伴い、順当に増益を目指していく。

自動車内装事業の海外戦略は、中国を中心としたアジア地域の売上を現状の 20 億円規模から 3 倍強の 70 億円まで拡大する。海外売上高比率は自動車・車両内装事業分野比で現状の 24%から 33%へ、全社売上高においては 12%から 17%まで拡大させたい。

(平成 22 年 7 月 28 日・大阪)

(平成 22 年 7 月 30 日・東京)