

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

東日本大震災とタイ洪水の影響が大きいが期初計画は据え置き

◆2012年5月期第2四半期連結業績

2012年5月期第2四半期は、欧州の金融不安、米国の景気減速、円高の急激な進行に加え、タイの洪水によって再び世界的なサプライチェーンの分断が起きるなど、依然として不透明な経済状態が続いた。インテリア事業および自動車内装事業は、第2四半期に震災の復興需要などのプラス要素が見られたものの、第1四半期の減収が影響した。

売上高は362億23百万円となり、前年同期比で8億88百万円(2.4%)減少した。営業利益は、前年同期の8億27百万円を大きく下回って1億72百万円となり、営業利益率も2.2%から0.5%に低下した。経常利益は、営業利益の減益に持分法による投資損失が72百万円加わり、前年同期の10億71百万円から大きく減少し、2億41百万円となった。経常利益率は0.7%であった。四半期純利益は、有価証券評価損と東日本大震災の災害損失等を特別損失に2億39百万円計上したことにより、前年同期4億26百万円からマイナスに転じ、1億57百万円の純損失となった。期初計画は前年同期より低い数字を見込んでいたため、売上高は期初計画比6億23百万円増、営業利益は1億22百万円増、経常利益は71百万円増となったが、純利益は2億7百万円の減少になった。東日本大震災とタイの洪水により、売上高と営業利益ともに下ブレが発生した。これらの影響は、国内やタイだけでなく、米国の自動車内装材の供給が停止するなど、そのほかの地域の事業にも及んでいる。タイの洪水については、上期はそれほどでもないが、下期には大きく影響する見込みである。東日本大震災による諸問題を克服する見通しがついた矢先に、タイで洪水が発生したために、再び業績が頭打ちになったというのが現状である。

セグメント別では、インテリア事業は、厳しい状況ながら売上高が前年同期をわずかに上回り163億44百万円となったが、営業利益は2億84百万円減少し3百万円の営業損失となった。主力であるタイルカーペットの価格競争が激しくなっていることと、原材料価格の上昇によりコスト増となったことが減益の原因である。オフィスビルや商業施設、ホテル向けの業務用カーペットでは、東日本大震災で新たな設備投資の中止や先送りがあり、売上高は前年同期を下回った。一般家庭向けカーペット、ラグマットは、消費動向が定まらない状況であったが売上高は前年同期を上回った。カーテンも同様に前年同期を上回り、壁紙は消臭機能が評価されて売上高が伸びた。今期の業績にはまだ貢献していないが、ディズニーホームシリーズが好調である。大人向けのディズニー商品で非常に評判が良く、昨年の暮れから今年の春にかけて大型店の店頭を占めるようになってきている。タイルカーペットは国内で毎年約2千万㎡作られており、同量が廃棄されている。現状では埋め立てしか処分方法がないが、当社は、これを回収して塩ビ、ナイロン、PP等の素材を分離し、塩ビを全てリサイクルするという技術を確認した。「EGOS」という商品名で販売しており、自治体や大手デベロッパー、建設会社から高い評価を得ている。

自動車・車両内装事業は、売上高が前年同期比で8.4%減少し171億68百万円となり、営業利益は4億46百万円減の5億61百万円となった。自動車内装事業は、好調な受注状況から米国やタイで製造設備の増強を行っており、東日本大震災とタイの洪水がなければシェアを一気に伸ばせるはずだったが、国内でも海外でも予想を下回る結果となった。車両内装事業は、シート表皮材の張替え工事が震災の影響で低調だったが、バスや鉄道車両

の扉付近に貼られている床面の表示材「OH フィルム」など、積極的に新商材の拡販に努めた。

機能資材事業は、売上高が 24.8%増の 26 億 51 百万円となり、営業利益は 1 億 1 百万円増の 1 億 89 百万円となった。これはホットカーペットが省エネ商品として見直され、好調だったためである。タイルカーペットのOEM販売は、国内は順調だったが、円高によって輸出は半減した。消臭フィルターについては、シャープ製空気清浄機の最上級機種に当社フィルターが採用された。

◆EGOS について

オフィスビルなどのリニューアルの際に回収した古いタイルカーペットをバックング材と表面のパイル材とに分離し、バックング材からリサイクルパウダーを製造している。そのリサイクルパウダーを当社の奈良工場で新しいタイルカーペットのバックング材に使っている。「資源を未来へ。」をキーワードに開発した当社独自のリサイクルシステムである。表面のパイル糸に当社のペットボトルリサイクル長繊維「スミロン」を使っているECOSシリーズの商品もあり、再生材比率は最高で 77%、CO₂の削減率も当社従来品に比べ 43%に達している。これらの数字は、世界でも類を見ない高い数字である。当社のオンリーワンの技術であり、オンリーワン商品である。これが多くの支持を得ているので、競争の激しいタイルカーペット市場で大型物件を受注していく計画である。

◆質 疑 応 答◆

中期経営計画での ECOS の貢献度はどのくらいと見込んでいるか。

全グループ売上高の中で金額的には多くないが、環境にやさしい商品という切り口で圧倒的な強さを持っており、顧客の門戸が少しずつ開いている状況である。設計事務所ではこの商品を指定するという動きが顕著になっている。設計業務は 1~2 年はかかるので、次期中期経営計画の後半あたりからその影響が現れ、売上高、数量ともにかなり増えていくとみている。

(平成 24 年 1 月 24 日・大阪)

(平成 24 年 1 月 25 日・東京)