

## 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

### 米国とタイの自動車内装事業が大幅に伸長

#### ◆自動車内装事業が牽引し、前年同期売上高比で大幅に増収

2013年5月期第2四半期の連結売上高は391億63百万円、営業利益は9億23百万円(売上高比2.4%)、経常利益は10億87百万円(同2.8%)、純利益は6億25百万円となった。前年同期との比較では、売上高が8.1%増(29億40百万円増)となっており、自動車内装事業では、米国およびタイの子会社がともに業績を大きく伸ばした。インテリア事業では、循環型リサイクルカーペット「ECOS」を含む業務用カーペットとカーテンが好調に推移している。

営業利益については、売上高が増加した一方で販管費の増加を抑えることができたため、7億51百万円の増益となった。経常利益については、持分法による投資損失が24百万円となったものの、営業利益が大幅に伸びたため、8億46百万円の増益となった。純利益については、税金等調整前純利益11億59百万円に対し、法人税、住民税および事業税2億84百万円、法人税等調整額79百万円、少数株主利益1億70百万円を計上したことにより、7億82百万円の増益となっており、前年同期の赤字から黒字に転換している。

計画との比較では、売上高が11億36百万円の未達となった。日中間の経済の冷え込みで、中国向けの輸出が大幅に減少しており、未達額のうち約9億円はこの要因による。営業利益、経常利益については、利益率の改善、販管費の抑制により、計画を上回った。純利益は計画をわずかに下回っている。

#### ◆発売2年目の「ECOS」が順調

事業セグメント別の状況として、インテリア事業については、売上高が164億90百万円(前年同期比1億46百万円増)となり、営業利益は前年同期の赤字から黒字に転換した。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、発売2年目の「ECOS」が順調に伸び、大型物件も受注したため前年同期を上回った。一般家庭向けカーペット・ラグマットは、個人消費が伸び悩んだこともあり、売上高が前年同期を下回った。カーテンでは、主力の「U-Life」に加え、「ディズニーシリーズ」などが好調に推移している。

自動車・車両内装事業については、売上高が200億12百万円(前年同期比28億44百万円増)となった。米国子会社STAとタイ子会社TCHSが大幅増収となり、また、自動車用オプションマットを製造している中国子会社も増収となっている。以上の要因から営業利益も大きく伸び、12億5百万円(同6億43百万円増)となった。

機能資材事業については、売上高・営業利益ともに前年同期比でほぼ横ばいとなった。ホットカーペットは引き続き好調を維持しており、消臭商品「Tispaシリーズ」も順調に売上が拡大している。

#### ◆グローバル戦略を推進

通期の連結売上高は810億円、営業利益は20億円、経常利益は23億50百万円、当期純利益は15億円を予想しており、期初計画を変更していない。セグメント別の見通しとして、インテリア事業では、売上高346億円(前期比2.5%増)、営業利益4億10百万円(同38%増)を見込んでいる。自動車・車両内装事業では、売上高422

億円(同 12.4%増)を予想しており、米国やタイの状況から、達成は可能だと考えている。また、原価改善活動を進めているため、営業利益は 27 億円(同 49.8%増)となり、営業利益率は前期の 4.8%から 6.4%に上昇する見込みである。配当は中間・期末ともに 2.50 円、年間で 5 円を予定している。

当社では、2012 年 6 月より中期 3 カ年経営計画「Global Evolution 2015」をスタートさせた。基本方針として、海外展開を中心としたグローバル戦略、「ECOS」をはじめとするオンリーワン商品の積極的な展開を掲げており、市場シェアの拡大と利益率の向上を目指している。連結売上高の目標は、3 カ年で 100 億円の増収である。米国とタイの投資が一巡し、今後は順調に稼働するため、売上高は、2014 年 5 月期に 830 億円、2015 年 5 月期に 850 億円へ達すると見ている。営業利益率は 3%以上を目標に掲げた。今期は 2.5%にとどまるが、2014 年 5 月期には 3.2%、2015 年 5 月期には 3.4%を達成したいと考えている。なお、中長期の目標としては、営業利益率 5%以上、ROA(総資産経常利益率)6%以上を掲げている。

3 カ年のセグメント別収支計画として、インテリア事業については、売上高の大きな伸びは見込んでいないが、原価改善活動で確実に営業利益を確保していく。自動車・車両内装事業についても、投資が一巡したため、今後は利益の確保に努めていく。機能資材事業については、手堅いビジネスで売上高 40 億円規模を継続する。

海外事業の売上高比率は、前期が 14%であったが、今期は 20%まで上昇する見込みであり、2014 年 5 月期は 21%、2015 年 5 月期は 22%を目指す。地域別の内訳は、今期まで北米とアジアの売上比率が半々だが、2014 年 5 月期からはアジアの比率が上昇する。海外事業の拡大に伴い、2014 年 5 月期には海外の営業利益が国内を上回る見込みである。

グローバル展開の状況として、米国では、サウスカロライナに自動車用シート表皮材、カーペット、オプションマットを製造する工場を、カリフォルニアにはデザインセンターを置いている。中国については、広州に自動車用シート表皮材の工場を有しており、上海、蘇州では、自動車用オプションマットやホットカーペットの拠点を展開している。自動車内装材の製造拠点であるタイの子会社、インドネシアの持分法適用会社も順調に推移しており、インドの子会社については、立ち上がり当初なので収益面では赤字だが、今後 1 年半ほどで黒字に転換する見込みである。

「ECOS」については、再生材料比率が最大 77%(重量比)、CO<sub>2</sub>削減率が最大 43%(当社従来品比)となっており、「エコマークアワード 2012」で銅賞を受賞した。また、米国「Green Label Plus」の認証も取得し、これらがフォロワーの風になると見ている。

京都美術工芸所では、伝統技術を継承している。今年秋には、伊勢神宮の第 62 回神宮式年遷宮が行われるが、御装束神室に使用される裂地を調製し、納めている。明治 22 年の第 56 回から当社の前身工場で 3 度、昭和 28 年の第 59 回以降、今回の第 62 回まで当社で 4 度と、通算 7 度にわたって織物を調製しており、この技術と信頼が衆参両院、迎賓館などからの受注に結びついている。

(平成 25 年 1 月 31 日・大阪)

(平成 25 年 2 月 1 日・東京)

\* 当日の説明会資料は以下の HP アドレスから見ることができます。

<http://suminoe.jp/ir/setsumei/>