



## 得意分野の選択と集中を図り、 事業構造改革から着実成長へ

### ◆中間業績の概要と分析

当中間期の連結決算は、売上高386億98百万円（前年同期比3.8%増）、営業利益11億16百万円（同17.6%増）、経常利益12億79百万円（同13.0%増）、中間純利益23億72百万円（同135.6%増）となった。インテリア事業、自動車・車両事業共に堅実に売上高が確保でき、利益面では原材料値上げによるコスト増（年額5億円を想定）のうち40%が上期に影響したものの、売上高増、生産効率向上、試作費・物流費の業務構造改革により、営業利益・経常利益共に前年実績および期初計画を上回った。中間純利益は税務上の繰越欠損金解消と利益創出が可能な体質に改善されたことを前提に、新たな繰延税金資産を計上したことにより法人税等調整額16億円を算入した。

セグメント別売上高は、インテリア事業184億4百万円（同2.8%増）、自動車・車両事業170億54百万円（同4.0%増）、その他事業33億65百万円（同10.0%増）となり、インテリア事業、自動車・車両事業、その他事業共に前期実績をクリアできた。セグメント別営業利益は、インテリア事業4億98百万円（同4.6%減）、自動車・車両事業10億89百万円（同5.0%増）、その他事業2億89百万円（同112.5%増）である。

インテリア事業は、新規住宅着工件数やリニューアル物件の増加を背景に、市場の下げ止まりがうかがえたが、販売価格は依然として厳しい状況で、原材料値上げの市場転嫁も進まず、激しい受注争いが続いた。そのような中、市場・顧客ニーズにきめ細かく対応した新商品や環境対応型商品を意欲的に投入し、マーケット別の販売戦略を積極的に展開した結果、売上高増となった。利益面では新商品の拡販に向け、見本帳等販売費を積極的に投入したことや、原材料価格の上昇が重なり、前期と同水準になった。

自動車分野は、国内市場において販売が停滞したが、好調な海外市場では米国子会社の売上高が拡大し、同分野の売上高は前年同期比5億円増となった。当中間期における海外売上高比率は自動車・車両事業分野で13%、全社総売上高に占める比率は6%となった。車両分野では、リサイクル可能な座席クッション材とシート材の複合商材や、非塩ビ床材など、環境対応型商材を積極的に展開し、前年同期比1億円の売上増となった。

その他事業では、中国家電事業OEM製造で2億円増収、環境対応型資材で1億円増収となった。前期は赤字で苦しんだが、完全に浮上でき、環境型商材等を積極的に投入した結果、順調に伸ばすことができた。

品目別の売上高は、カーペット166億7百万円（同9.2%増）、ドレープ148億11百万円（同0.2%増）、モケット19億33百万円（同12.0%減）、その他53億46百万円（同5.0%増）となった。カーペット分野の売上高増は、創業以来のコア商品であるカーペットの設備投資を積極的に行い、インテリア市場・自動車フロア材市場での販売戦略をより強化した結果が表れたと考えている。インテリア事業では、顧客別のきめ細かい商品政策や、得意とする提案型営業を強化した。自動車事業では、米国子会社のフロアカーペット製造ラインに設備投資を積極的に行い、生産能力の拡充を図り、市場規模の拡大を推進した。モケット分野は自動車のシート材としても高級なゾーンに属するため、高級車の伸び悩みとともに減少、ドレープにシフトした。

### ◆財務状況の概要

連結貸借対照表および連結キャッシュフローにおける当中間期の特長は、インテリア商品の季節的要因と、米国子会社の業容拡大に伴い、売上債権と在庫が増加している。市場ニーズに対応するため、積極的に新商材の在庫を積み上げているが、在庫に対する健全化は進んでいる。積極的在庫投資と判断いただきたい。

それに伴い営業活動によるキャッシュフローはマイナス2億62百万円となった。投資活動によるキャッシュフローは、固定資産取得による支出が増加しているほか、米国と中国の子会社の設備増強で5億円（米国4億円、中国1億円）の投資を行った結果、マイナス5億80百万円となった。財務活動によるキャッシュフローは長・短借入金の返済による支出が増加し、マイナス12億71百万円となった。

また、総負債の中の長期借入金・社債は約30億円減少し、短期借入金・社債が約25億円増加している。これは長期社債の約25億円が1年以内となり短期社債に移ったためである。利益剰余金は、前中間期26億66百万円だったが、法人税等調整額16億円を計上したことに伴い、32億円増加して58億97百万円となった。その結果自己資本比率は36.8%（前年同期比3.5ポイント増）である。

## ◆通期業績見通しと設備投資について

2007年5月期通期の連結業績は、売上高753億円、営業利益19億円、経常利益24億円、当期純利益30億円を計画している。売上高伸長の要である米国子会社は計画どおりに推移する見込みだが、国内販売ではまだまだ厳しさが予想され、期初計画を据え置いた。利益面でも、当中間期は期初計画を上回ったものの、原材料値上げの下期負荷分を考慮し、期初計画を据え置いている。

当社は長年中間配当を行わなかったが、株主への利益還元の見込み増加を図るため、当中間期より1株につき2.50円の間配当を実施した。期末配当も1株につき2.50円、通期5円を予定している（前年通期実績3.50円）。配当性向は13%弱の見通しである。

企業が成長段階に入るには設備投資が必要であるが、ばらついた設備投資を行うと企業のベクトルが合わず、収益が刈り取れない危険性がある。このため得意分野への選択と集中を行い、得意分野の事業基盤強化に向けた設備投資をタイムリーに実施していく。118～120期の3年間で40億円の投資を計画している。

当期における設備投資の主なものは次の3点が挙げられる。第1はペットボトルの再生繊維「スミトロン」の製造プラントの増設である（6億円）。2007年5月の稼働に向けて1ラインを増設し、4ライン体制とする。これによって年間生産量を1,800トンから3,000トンに引き上げる。現在ヒット中のラグマットだけでなく、自動車用カーペット向けも視野に商品開発力強化を図っていく。第2は車両用座席クッション材製造ラインへの投資である（1億円）。これはリサイクル性に優れた車両用座席クッション材の製造設備を導入し、鉄道各社への開発、性能試験対応強化を図るとともに、製造ラインの内製化を推進するものである。当社は環境問題に全社で取り組んでおり、環境対応型で競争力のある商材に集中的に投資していく経営姿勢で臨んでいる。第3は米国子会社の製造基盤強化への投資である（6億円）。自動車内装材子会社であるSTAIに、カーペット製造設備をさらに増設し、生産供給能力の拡大を図る。

## ◆中期経営計画の概要

当社は、2009年5月期を最終年度とした3カ年の第2次中期経営計画「ACTION-2008」を策定している。「事業体質の強化」と「収益基盤の拡充」を基本方針とし、2009年5月期の連結売上高800億円、営業利益30億円、経常利益35億円を目標としている。セグメント別売上高目標は、自動車・車両事業380億円（構成比48%）、インテリア事業385億円（同48%）、その他35億円（同4%）とし、2大事業の比率を同じにする。自動車・車両事業は海外事業の拡大を柱に、今期よりも40億円の増収を図る。インテリア事業は自動車・車両事業の海外事業ほど拡大は望めないが、ブランド力の強化を着実に図り、17億円の増収を見込んでいる。その他事業は、会社としてインテリア、自動車・車両事業の2軸を固めるため、やや減少する見込みである。その他の最終的な目標値は、営業利益率3.5%以上、連結売上高に占める海外売上上の比率10%以上、3年間で20億円の有利子負債圧縮、自己資本比率38%である。

## ◆環境に配慮した商品を積極的に投入

リサイクルタイルカーペット「SG-300」は、使用済みペットボトル再生繊維「スミトロン」を表面材（パイル糸）に使用し、使用済みタイルカーペットから製造したリサイクルパウダーをバック材に混入したものである。再生材料比率を25%まで高め、グリーン購入法基準だけでなく、エコマーク商品に認定されている。市場から回収された使用済み製品を材料としているため、工場内廃材を再利用したものと一線を画す価値あるリサイクル商品である。環境経営に積極的に取り組む企業や、病院、公共施設等で新たなフロア材として注目を集めている。

また、ホテル分野でトップシェアを取るためロールカーペット見本帳「Carpet Concierge（カーペットコンシェルジュ）」を企画・開発した。ホテル事業も外資系の進出により大都市圏で競争が激しくなり、各ホテルではリニューアルの機運が高まっている。このため、豪華な空間へのニーズの高まりに対応すべく、「Carpet Concierge（カーペットコンシェルジュ）」を市場投入し、積極的に攻め込んでいる。ほとんどの商品は当社の独自技術であるトリプルフレッシュ消臭加工を施している。

最後に、昨年7月に発表した、高いファッション性と高品質な素材にこだわった住江カーテンの総合ブランド「MODE-S Vol.3」である。家庭向けからコントラクト向けまで281柄・600アイテムをそろえ、住江ブランドのフラッグシップとなるラインアップで、現在順調に売上を伸ばしている。

（平成19年1月25日・大阪）

（平成19年2月2日・東京）