

# 平成26年3月期 決算概要

(第57期)

1. 決算取締役会開催日 平成26年6月11日

2. 定時株主総会開催日 平成26年6月23日

決算期 年1回 3月31日

連結決算の有無 無

中間配当制度 無

会社名	江間忠木材株式会社
本社所在地	東京都中央区晴海3-3-3
	<a href="http://www.emachu.co.jp">http://www.emachu.co.jp</a>
責任者役職名	経理部長
氏名	杉本 雅雄
T E L	(03)3533-8244

3. 当期の業績 (平成25年4月1日～平成26年3月31日)

(1) 経営成績 (注)記載金額は百万円未満を四捨五入して表示しております。

	営業収益	対前期 増減率	営業利益	対前期 増減率	経常利益	対前期 増減率
	百万円	%	百万円	%	百万円	%
当期	12,639	(33.3)	395	(35.0)	390	(19.7)
前期	9,482	(7.1)	292	(9.2)	326	(19.1)

	当期純利益	対前期 増減率	1株当たり 当期純利益	自己資本 当期純利益率
	百万円	%	円 銭	%
当期	286	(20.7)	3,665.95	10.98
前期	237	(43.7)	3,037.77	9.70

(注) 自己資本当期純利益率は、純資産の部合計の期首と期末の単純平均で除して算出しております。

(2) 配当状況

	1株当たり 年間配当金	配当金総額	配当性向	純資産 配当率
	円	百万円	%	%
当期	1,830	142.74	49.9	5.4
前期	760	59.28	25.0	2.3

(3) 財政状況

	総資産	純資産	自己資本比率	1株当たり純資産
	百万円	百万円	%	円 銭
当期	7,206	2,665	37.0	34,168.82
前期	7,285	2,544	34.9	32,617.85

(注) 期末発行済株式数 当期 78,000株、前期 78,000株 (1単元の株式数 100株)

#### 4. 商品分野別売上高

商品分野別		前期		当期		前期比 増減率
		平成24年4月1日から 平成25年3月31日まで		平成25年4月1日から 平成26年3月31日まで		
分類	主たる取扱商品	売上高	構成比	売上高	構成比	
		百万円	%	百万円	%	%
製品	構造材・羽柄材・集成材用材他	5,845	62.4	7,659	61.2	31.0
原木		549	5.9	622	5.0	13.3
合板	針葉樹合板、特殊合板等	549	5.9	369	2.9	△32.8
繊維板	パーティクルボード、MDF、OSB等	1,161	12.4	1,668	13.3	43.7
国産材		368	3.9	515	4.1	39.9
木造建築請負		319	3.4	585	4.7	83.4
その他商品	エステックウッド、漆喰、その他建材	571	6.1	1,100	8.8	92.6
合 計		9,362	100.0	12,518	100.0	33.7

#### 5. 事業の経過及び成果

当期におけるわが国経済は、政府のいわゆる「三本の矢」による一体的な経済政策と日銀による一段の金融緩和により、円高是正、株式市場の活性化が進み、緩やかな回復基調を辿りました。新興国の成長鈍化等、不透明要因は残るものの、雇用情勢の改善や個人消費の持ち直しの動きもあり、デフレからの脱却も確実に推移しております。

住宅市場は、低金利や経済回復機運及び消費税増税前の駆け込み需要、住宅ローン控除等の住宅取得支援策により、新設住宅着工戸数は4年連続の増加で98万7千戸（前年度比10.6%増）、木造住宅も55万1千戸（前年度比11.8%増）で、過去10年では平成18年度以来7年ぶりに55万戸台を回復する等、好調に推移しました。公共施設等の大規模木造建築物も着実に増加しており、木材業界にとりましては繁忙感の強い1年となりました。

一方、長期建設需要の低迷により減少していた大工を始めとした住宅建設施工者（職人）が、復興需要の旺盛な東北地区に集中し、首都圏の職人不足から始まり、後半には全国に亘る職人不足に発展し、更には配送の運転者不足も加わり、住宅関連資材の現場納入遅延が発生した年でもありました。

このような環境の中で、当社は江間忠グループの総合力を発揮した営業を強化し、営業情報の一層の活用や幅広い商材を取り扱うことで、多様化するお客様のニーズに対応できる営業体制の構築に注力してまいりました。「木材利用ポイント」事業を始めとする政府による木材利用促進や公共建築物の木造化という時代の流れに対応し、国産材の取り扱い及び非住宅木造建築物の受注にも積極的に取り組んでおります。

従来の北米・欧州産住宅用資材のみならず、エステックウッドを始めとし、漆喰、ロシア・中国・東南アジア製品等の特徴ある商品の拡販に努めてまいりました。

また、当社は、在庫管理の更なる徹底と仕入コストの削減に一層注力し、収益性重視の営業に徹しました。

これらの結果、当期の営業収益は126億3千9百万円（前期比33.3%増）、経常利益は3億9千万円（前期比19.7%増）、当期純利益2億8千6百万円（前期比20.7%増）となりました。

主要商品別の概況は次のとおりであります。

##### 製品

現地挽き製品分野では、ロシアにおけるオリジナル商品の取扱量拡大に加え、欧州材においては新たに大手製材業者からの直輸入の開始等により取扱量を拡大しました。またカナダにおける収益性の高い

米ヒバカスタムカットの取り扱い継続に努めるとともに、北米及び北欧のサプライヤーとの密接な関係を活かし、羽柄材・原板・グループ会社向け原材料等の取り扱い拡大に努めました。一方、スプルースカスタムカットについては、原木生産量減少や中国向け輸出増加という産地事情により、取扱量減少を余儀なくされました。また国内では関西地区での営業拡大に加え、東北地方での東日本大震災後の復旧・復興需要を確実に取り込む等取引拡大に努めました。

これらの結果、当分野の売上高は前期比31.0%増の76億5千9百万円となりました。

## 原木

原木分野は米松オールダグロスやピーラーを中心とした収益性の高い価格競争力のある商品の取り扱いに注力し、従来の蒲郡港揚げのビジネスに加え、徳島港揚げのビジネスを2本目の柱として定着させるとともに、新宮港への内航船による配船等の新規ビジネス構築に努め、売上高は前期比13.3%増の6億2千2百万円と2期連続の増加となりました。

## 合板

遊技機用の特殊合板は、素材のアクリル化の影響を受け、前期比48.4%減と2期連続して大幅減少となりました。一方、グループ会社も含めたプレカットメーカー向け針葉樹合板ビジネスは、旺盛な住宅需要と国内合板市況の活況等により前期比6.7%増となったものの、当分野全体の売上高は前期比32.8%減の3億6千9百万円となり、2期連続の大幅減となりました。

## 繊維板

メラミン化粧板の販売は、旺盛な住宅需要を反映し、キッチンメーカー向け販売及びマンション収納向け販売がともに拡大し、前期比45.5%増の売上高となり、輸入シェアも12%から16%まで回復いたしました。またMDF・パーティクルボード等その他繊維板ビジネスも前期比29.7%増となり、当分野全体の売上高は前期比43.7%増の16億6千8百万円となりました。

## 国産材

国産材は、九州営業部でのプレカットメーカー等への販路拡大による取り扱い増に加え、グループ会社で生産開始となったエステックウッドの原材料手当、木材・建材事業部で開始した国産材製品取り扱い等により、前期比39.9%増の5億1千5百万円の売上高となりました。

## 木造建築請負

木造建築請負分野は、「公共建築物等木材利用促進法」による公共物件等の木造化の流れを上手く取り込み、工事案件の受注も順調に推移し、売上高は前期比83.4%増の5億8千5百万円となりました。

## その他商品

平成24年度よりエコライフ事業部として当社にて営業活動を開始したエステックウッドは、大型物件への採用等により売上高増となり、また建材グループ、直需事業部、ボード事業部等で取り扱っているその他建材類（石膏ボード、漆喰、建材商品等）の売上高も順調に伸び、当分野全体では、前期比92.6%増の11億円の売上高を計上いたしました。

## 6. 会社が対処すべき課題

本年度は、4月から導入された消費税増税後の住宅等の買い控えによる反動から、厳しいスタートとなっています。今後本格化するであろう大震災の復旧・復興需要に加え、すまい給付金・住宅ローン減税の推進・木材利用ポイントの延長といった政府による住宅需要カンフル策等の効果が徐々に出てくるものと期待されるものの、需要面では厳しい1年となると思われまます。またアベノミクスの導入を契機とした大幅な円安進行による資材価格の高騰という供給面での課題も継続しており、厳しい営業環境が続くと見込まれ、舵取りの難しい1年になると考えております。

こうした状況下、26年度は、「消費税増税後の住宅需要の翳りが予想される1年となりますが、非住宅分野・国産材・ロシア材等、今後成長が見込まれる分野に重点をおくとともに、地方拠点の整備・拡充による横の展開を図ることにより、更なる売上増を目指していく」という基本方針のもと、諸要因のもたらす様々な影響と木材利用促進の流れを大局的・長期的に把握し、変化に柔軟に対応する事により、時代の要請に適したより筋肉質な企業を目指してまいります。

営業活動面では、西日本地区での更なる営業基盤の拡大を目指し、大阪営業所の増員と営業体制の拡充を図ってまいります。また仙台営業所の売上高も順調に伸びてきており、今後本格化する大震災の復旧・復興需要を確実に取り込み、グループの総力を挙げて復興支援に貢献してまいります。

製品分野においては、北米を中心としたサプライヤーとの長年の絆を活かした商品の取り扱い拡大に傾注するとともに、ロシア・欧州等のサプライヤーとの一層の関係強化を図り、供給力の拡充及び商品作りを推進してまいります。また、ハウズビルダー及びプレカット工場を中心に、既存の外材に国産材を加えた各種木質材料の提案営業を行い、積極的に新規得意先を開拓してまいります。

原木分野においては、定着した蒲郡揚げ・徳島揚げの2本柱のビジネスに加え、3本目の柱を築くべく、新宮港揚げビジネス、合板メーカー向けビジネス等の確立に尽力してまいります。

合板・繊維板事業分野においては、主力商品のユニリン社製メラミン化粧板の既存のビジネスの拡販に加え、新たな商品・新たな仕入先の発掘に注力してまいります。更に、その他の合板・繊維板資材についても、新たな柱となるビジネスの構築に努めてまいります。オフィス家具用、事務机用等への拡販に加え、防虫合板・収蔵庫用製品・国産材製品等独自の新しいビジネスを軌道に乗せるべく努めてまいります。

国産材分野では、仕入先の拡充や、江間忠ホールディングスが所有する山林から搬出される間伐材の取り扱いも含め国産材ビジネスの確立を図ってまいります。九州営業部、木材・建材事業部等での取扱実績を踏まえた国産材の販売を、構造材のみならず内装材分野にも拡大し、全社を挙げて全国ベースでの販売に広げていく所存であります。

木造建築請負分野では、本年度より木造建築事業部の3ヵ年計画をスタートさせ、木造建築物を確実に獲得すべく陣容・体制を整備し、今後のニーズの高まりが予想される構造用集成材をベースとした大型木構造建築の企画、設計、施工を強力に推進し、3年後の平成28年度には22億円（平成25年度売上高9億円）の売上高を達成すべく取り組んでまいります。

またグループ会社で製造するエステックウッドの販売を担当するエコライフ事業部では、エステックウッドの拡販を目指すのはもちろんの事、難燃・不燃商品等の新商品開発にも本格的に取り組んでまいります。

海外ビジネスへの取り組みについては、台湾向け建材輸出ビジネスの拡大を目指すとともに、新産地・新商品の開拓に加え、輸出・三国間ビジネス等にも挑戦してまいります。

経営管理面では、コスト競争力強化を主題に、より効率的かつ筋肉質な企業体質への変革を目指し、システムの一段の充実及び経営管理体制の一層の強化を進め、直面する課題の解決、施策の推進に努めてまいります。

株主の皆様におかれましては、尚一層のご理解とご支援を賜ります様お願い申し上げます。

## 7. 役員の変動

当社の取締役並びに執行役員任期は1年であり、全員が任期満了となります。

(1) 新任取締役（平成26年6月23日開催の定時株主総会及び取締役会で選任）

代表取締役会長	伊藤泰彦
代表取締役社長	江間壮一
取締役	江間亮三
取締役	中稲八郎
取締役	前川健一郎

(2) 新任執行役員（平成26年6月23日開催の取締役会で選任）

江間壮一	（取締役兼任）
中稲八郎	（取締役兼専務執行役員）
前川健一郎	（取締役兼常務執行役員）
志田義昭	
宮田雅夫	
長根茂	
高橋信勝	

## 8. 次期営業見通し

第58期（平成27年3月期）の営業計画は次のとおりであります。

項目	営業収益	営業利益	経常利益
金額（百万円）	14,020	441	426
当期増減率	10.9%	11.8%	9.1%

以上