



小松ウオール工業株式会社 | 東証プライム 7949

2023年3月期第2四半期 決算概要説明

2022年11月18日

■ 会社概要	3
■ 特徴・強み	12
■ 2023年3月期2Q 決算概要	21
■ 2023年3月期 業績予想	28

2023年3月期第2四半期 決算概要説明

会社概要

会社概要

社名	小松ウォール工業株式会社
代表取締役社長	加納 裕
設立	1968年1月
上場市場	東証 プライム (7949)
売上高	345億円 (2022年3月期)
従業員数	1,324名 (2022年3月末)
事業内容	可動間仕切、固定間仕切、トイレブース、移動間仕切、ロー間仕切の製造、設計、販売、施工等
本社	石川県小松市工業団地1丁目72番地
事業所	本社及び第二工場（小松市）、第一工場（小松市）、第三工場（小松市）、加賀工場（加賀市）、東京支店他 全国53支店

沿革

- 1968年 石川県小松市に小松ウォール工業株式会社を設立
スチール及びアルミ製間仕切の製造販売、設計施工を開始
- 1970年 石川県小松市に第一工場を新設
- 1971年 マイティウォール（可動間仕切）を開発、販売開始
- 1977年 石川県小松市に第二工場を新設
- 1980年 大型移動壁ランニングウォール（移動間仕切）を開発、販売開始
- 1984年 カームドア（固定間仕切）を開発、販売開始
- 1985年 モールシステム（ロー間仕切）を開発、販売開始
- 1989年 石川県小松市に第三工場を新設
日本証券業協会に店頭登録
- 1991年 石川県小松市に第三工場2号棟を増設
- 1999年 東証、大証市場第二部に上場、2000年市場第一部銘柄に指定
- 2001年 「GWALL」 ジーウォール（可動間仕切）を開発、販売開始
- 2005年 石川県小松市に第三工場3号棟を増設
- 2014年 石川県小松市に第三工場5号棟を増設
- 2016年 石川県加賀市に加賀工場を新設
石川県小松市に第一工場R&Dセンターを新設
- 2017年 セキュリティブース（トイレブース）を開発、販売開始
- 2018年 第三工場3号棟 ショールーム新設
- 2019年 大阪ショールームを新設
マイティスマートレール（可動間仕切）を開発、販売開始
- 2021年 corocoro（コラボレーションスペース用間仕切）を開発、販売開始
東京ショールームを新設
東北ショールームを新設
- 2022年 東証プライム市場に移行

我が社の基本理念

われわれは、常に一流を指向し、
内に礼節、勤勉、誠実を心がけ、
積極果敢に行動します。

- 一. 常に需要の動向を的確にとらえ、より良い製品、サービスを提供します。
- 一. 顧客に奉仕し、明るい職場環境をつくり、従業員の生活向上を図ります。
- 一. 限りない情熱と、たゆまぬ努力を重ね、企業の発展を期し社会のために尽します。

経営の基本方針

当社は、「我が社の基本理念」に基き、昭和43年の創業以来、間仕切の専門メーカーとして、ビルの高層化・建物の工期短縮という建設業界の要請に即して、受注から設計、製造、施工、サービスまでの自社一貫システムをもって、様々な新製品を社会に送り出し高い評価を得てまいりました。

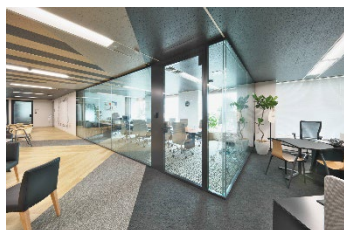
今後においても当社の専門分野である間仕切関連製品を中心に、新製品の開発、サービスの向上を通じて、着実な業容の拡大と安定した収益を継続して上げることにより、取引先・従業員・株主との共存共栄を図って社会への一層の貢献を行うことを経営指針として活動してまいります。

可動間仕切

固定金具で設置可能な間仕切

オフィスをはじめ、病院や学校、公共施設、工場等で利用

レイアウト変更も短期間で工事が可能

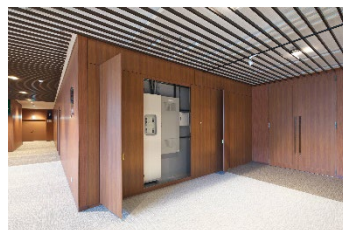


固定間仕切（軽量ドア等）

軽量ドアなど、溶接によりしっかりと固定される先付けタイプの間仕切。ドア部以外はパターン変更が可能

軽量ドア、学校の固定間仕切り、壁面化粧パネル等

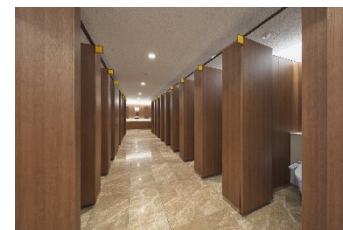
バリアフリー対応のカームドアや革新的なユニバーサルデザインドアなど豊富な製品種



トイレブース

丈夫でメンテナンス性に優れ、清涼感のあふれる、落ち着いたトイレ空間を形成するトイレブース

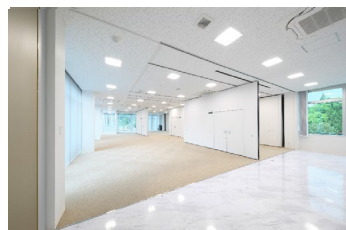
ハイグレードからスタンダードまで豊富なグレードをラインナップ。各種仕様など豊富なスタイルから選択可能



移動間仕切

ホテルの宴会場や展示場において、ユーザーが移動させて使用する間仕切。業界トップシェア

スライディング移動に加えて、ランニング移動も可能遮音タイプでは、独自機構によりパネルの上下を完全に密着させることができ、遮音性、固定性を発揮



ロー間仕切

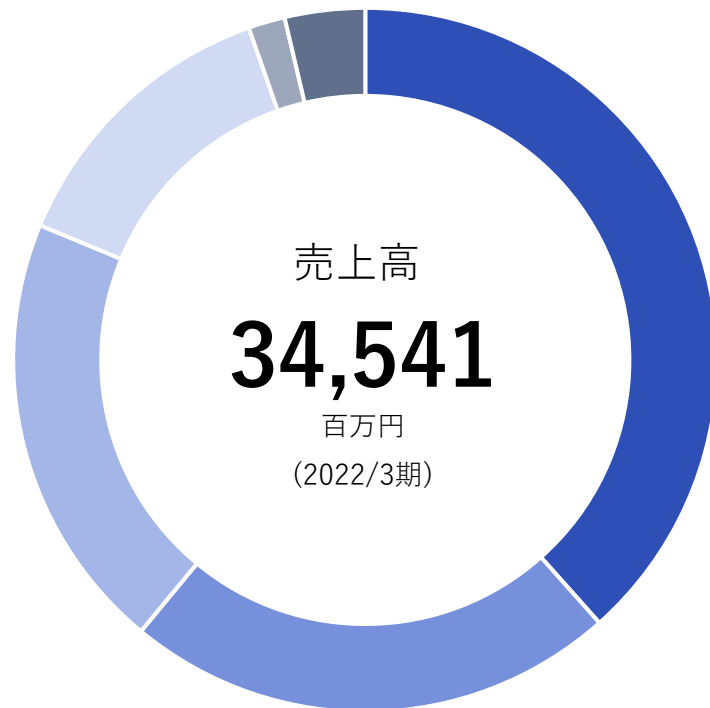
様々な高さや幅のラインナップを持つローパーティション。簡単な工事で設置が可能

インテリアや使い方に合わせて快適な作業・打合せ空間を創造



品目別売上高

■ 間仕切（パーティション）のトップメーカー、各種間仕切以外にトイレブースや軽量ドアも製造、販売



可動間仕切

売上高 **13,271** 百万円
構成比 **38.4** %

移動間仕切

売上高 **4,623** 百万円
構成比 **13.4** %

固定間仕切

売上高 **7,797** 百万円
構成比 **22.6** %

ロー間仕切

売上高 **582** 百万円
構成比 **1.7** %

トイレブース

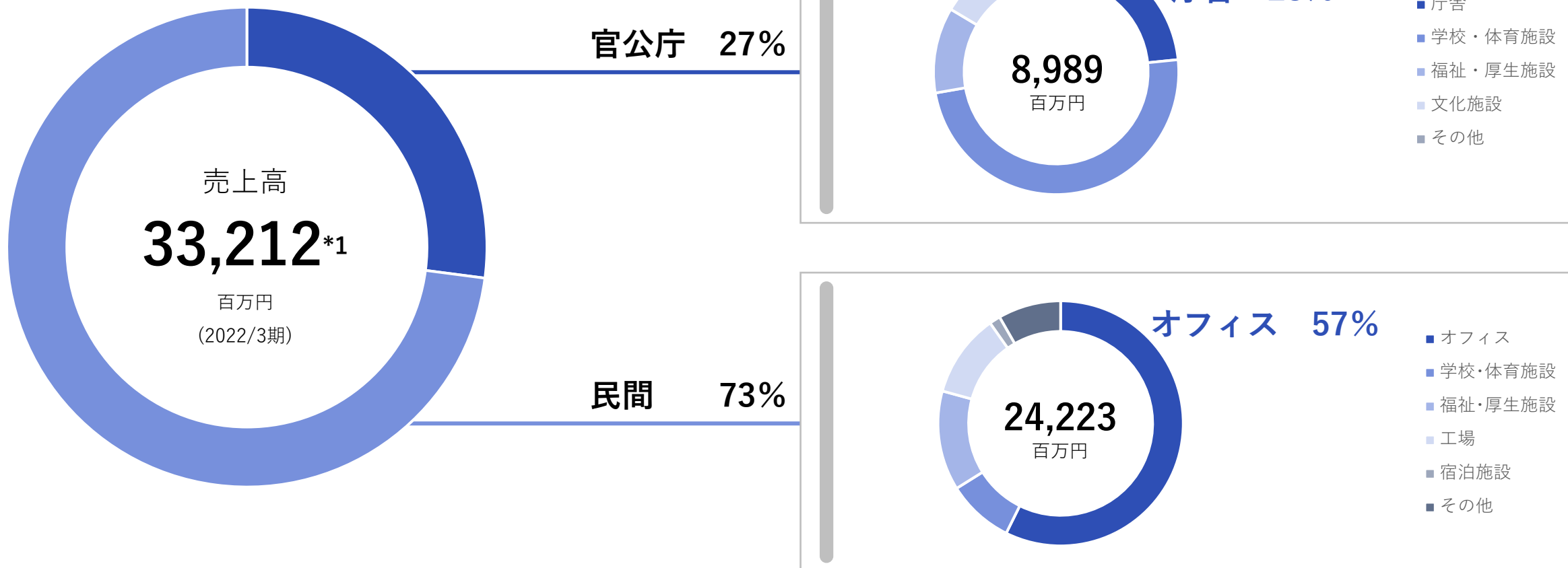
売上高 **6,994** 百万円
構成比 **20.2** %

その他

売上高 **1,273** 百万円
構成比 **3.7** %

用途別売上高

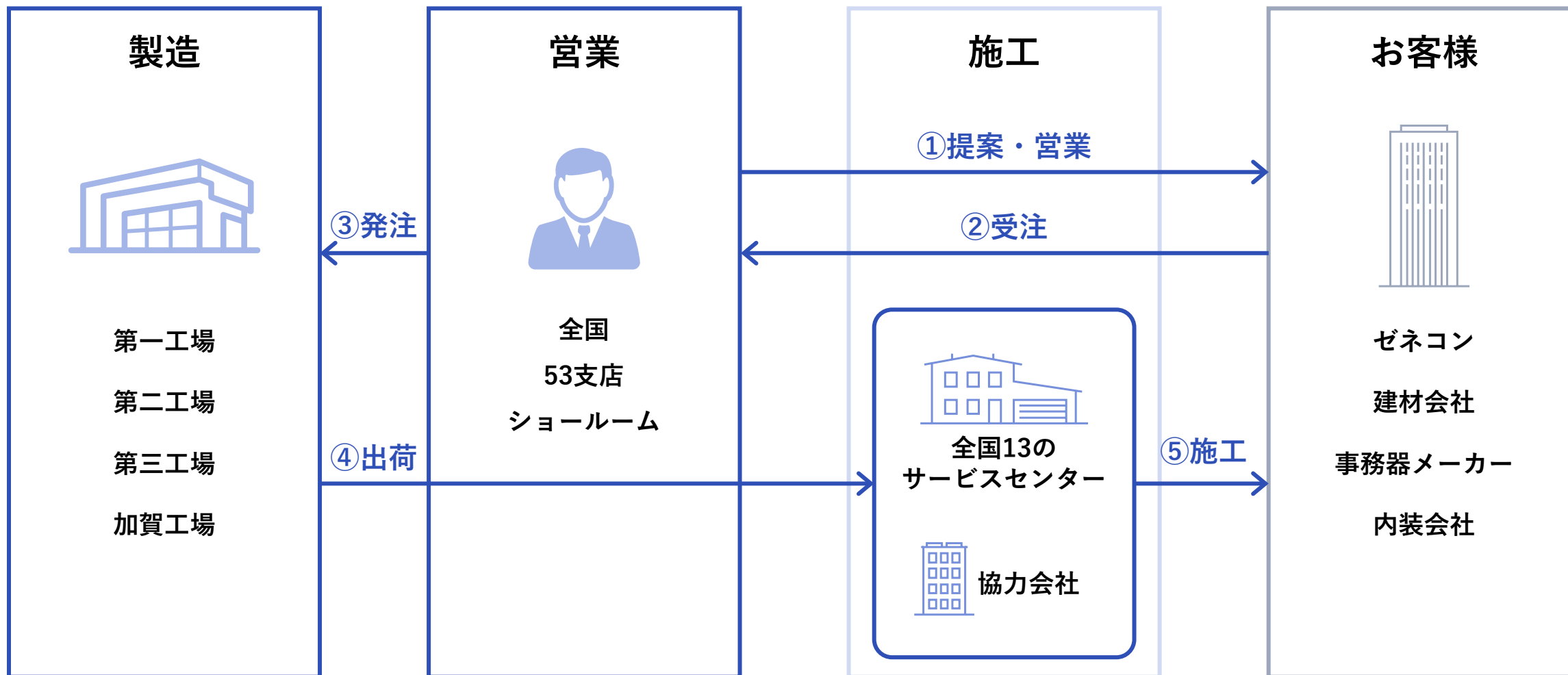
■ 用途別売上高は官公庁が27%、民間が73%、そのうちオフィス向けが57%。全体でも庁舎・オフィス向けが48%



*1 用途別売上高は社内基準の工事売上高で決算短信の売上高とは異なる

事業概要 ビジネスの流れ

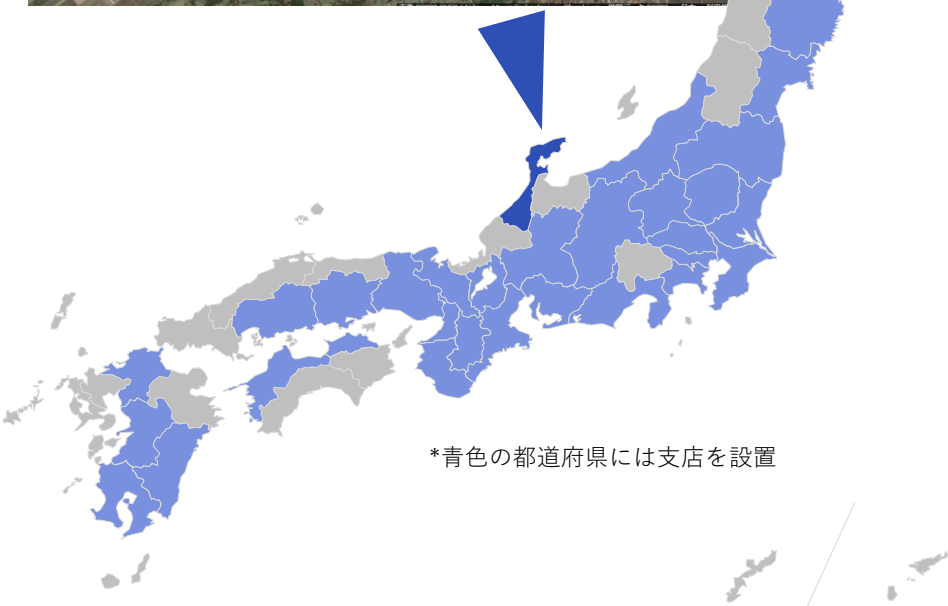
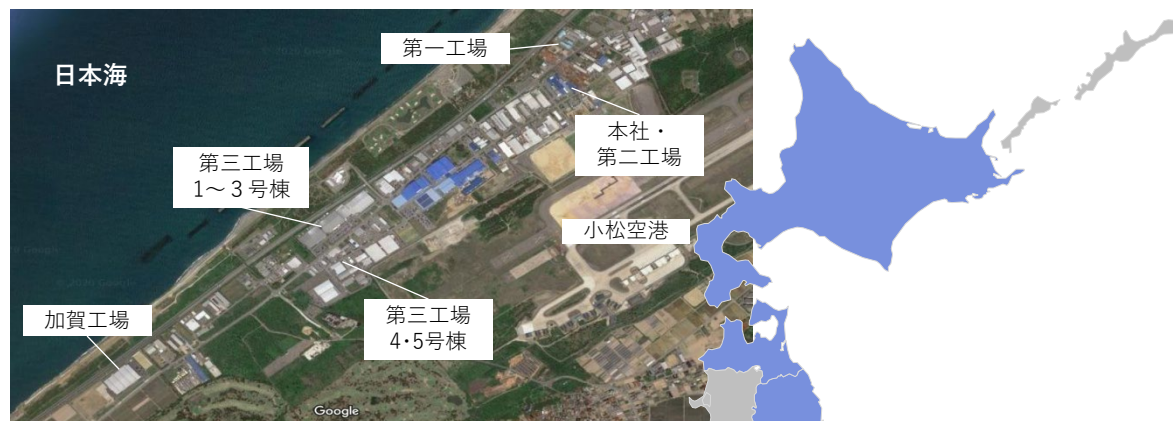
- 全国53支店の営業拠点をベースに、ゼネコン、建材会社、事務器メーカー、内装会社に対して提案・営業
- 製造は近接する4工場で行い、全国13のサービスセンターや協力会社が設置工事を行うことで品質を担保



工場・事業所

■ 石川県小松市、加賀市の4工場で間仕切・トイレブース・軽量ドアを製造し、全国33の都道府県にある53の営業拠点を通じて販売、全国主要都市にある13のサービスセンターや協力会社がビル等で施工

■ 営業拠点のショールームと大阪・東京・仙台の大規模ショールームで主要製品を展示、施主や導入企業との商談の場に



ショールーム



東北ショールーム
(宮城県仙台市)
展示スペース 401㎡



東京ショールーム
(東京都千代田区)
展示スペース 1,790㎡



大阪ショールーム
(大阪府大阪市)
展示スペース 390㎡

工場



本社・第二工場
(石川県小松市)
本社及び
トイレブースの生産



第一工場
(石川県小松市)
移動間仕切の生産
R&Dセンター



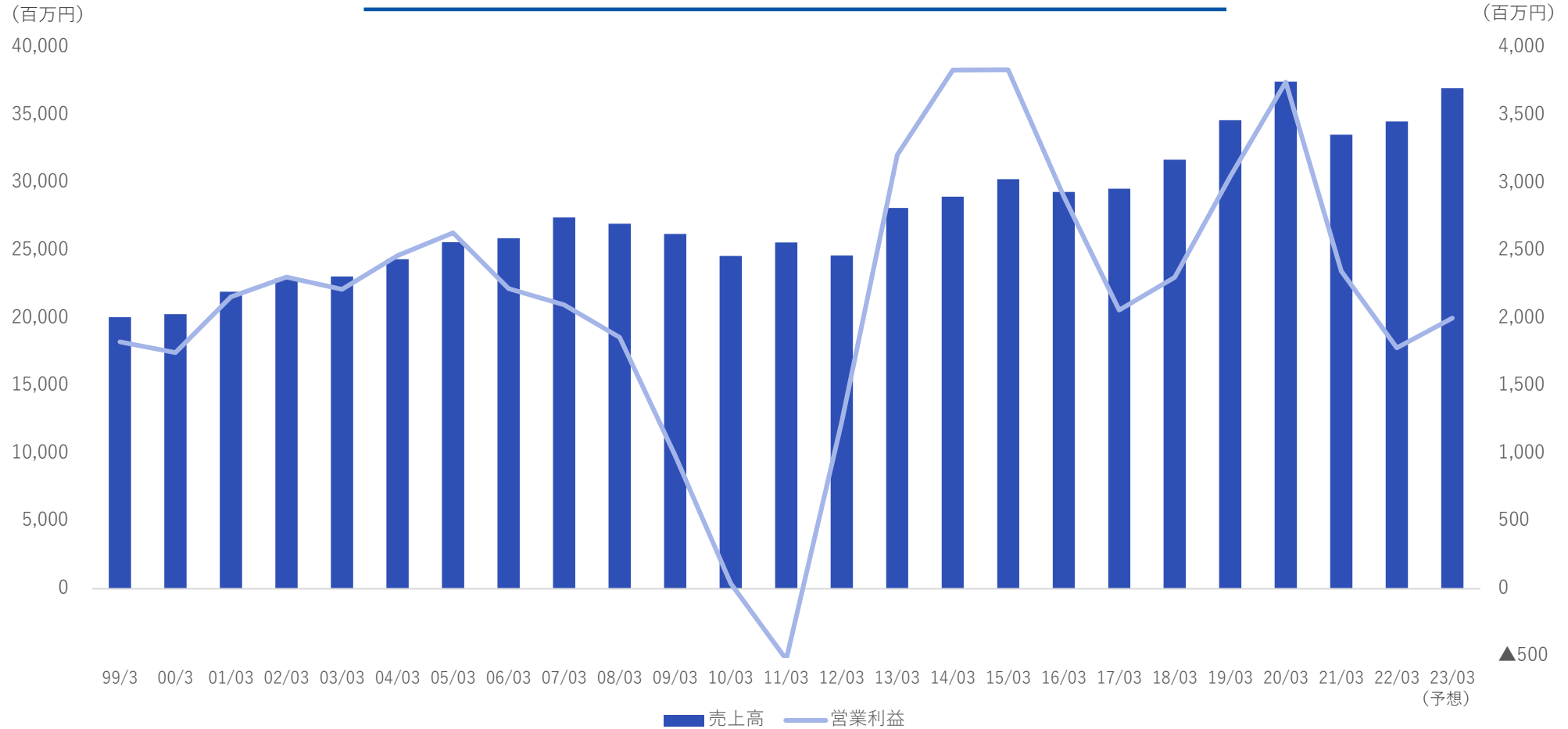
加賀工場
(石川県加賀市)
軽量ドア等の生産
製品企画・開発



第三工場 (1~5号棟)
(石川県小松市)
可動間仕切等の生産
間仕切骨材の組立・溶接 (1・2号棟)
間仕切パネルの生産 (3号棟)
ステンレス加工 (4号棟)
アルミニウム加工 (5号棟)

- 間仕切需要拡大に伴い、売上高は2023年3月期予想まで過去10年間で年平均2.8%増収
- 営業利益はコロナ禍影響により2期減益が続いたが、2023年3月期は増収増益を予想

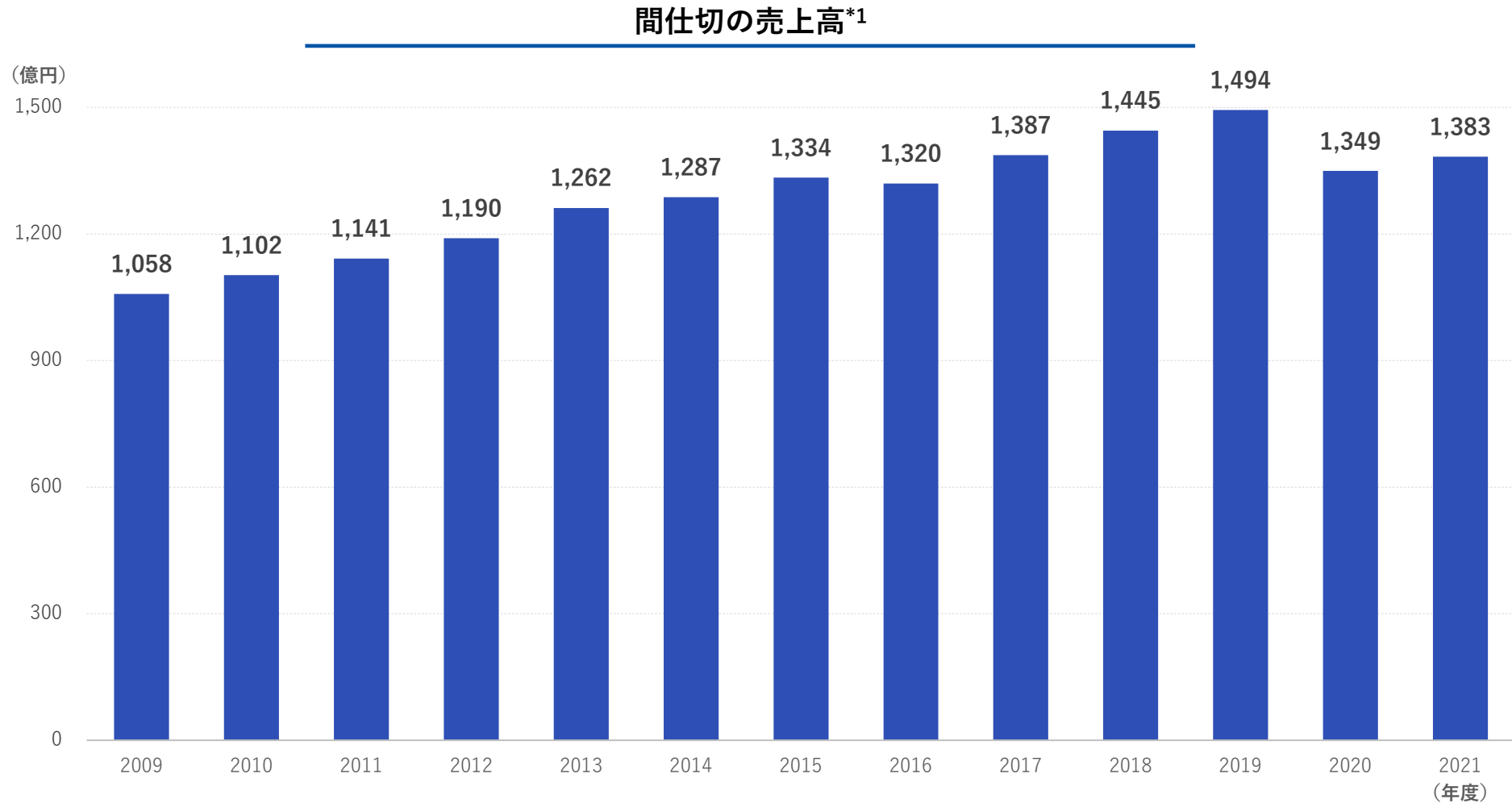
売上高と営業利益



2023年3月期第2四半期 決算概要説明

特長・強み

- 間仕切の売上高はコロナ禍により一時的に落ち込んだものの、レイアウト変更を容易にできる間仕切は中期的にも成長が続く
- 壁面化粧パネルや外壁用途の移動間仕切など新たな市場も拡大



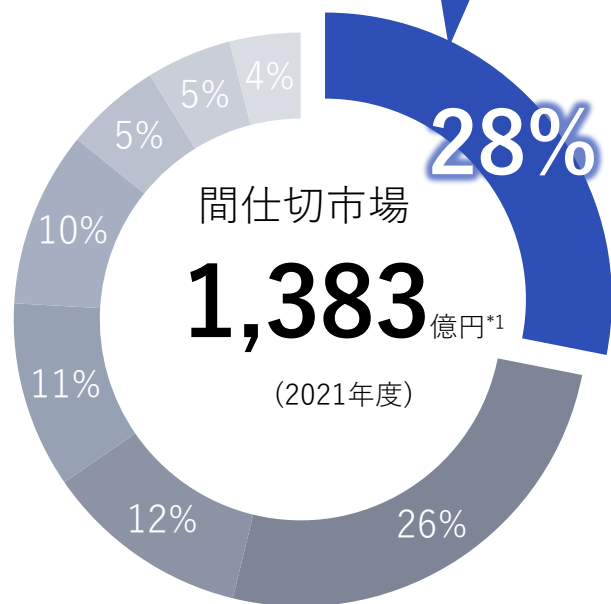
*1 日本パーティション工業会に属する間仕切メーカー10社の売上高合計

当社のポジション

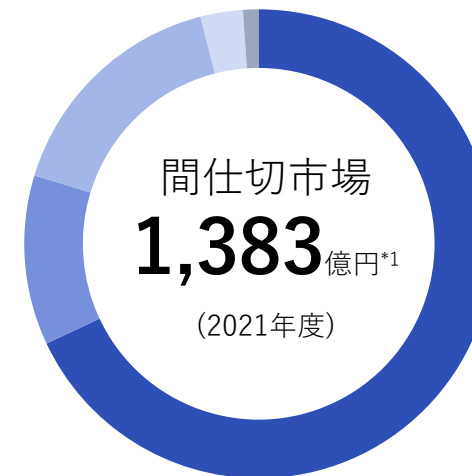
■ 間仕切業界は日本パーティション工業会に属する大手10社の寡占。間仕切は輸送コストが高く、国内で製造

■ 間仕切市場は1,383億円、当社のシェアは業界トップの28%、市場規模の大きい可動間仕切、移動間仕切、トイレブースで高いシェア

👑 間仕切業界 シェア1位 👑



■ 当社 ■ A社 ■ B社 ■ C社 ■ D社 ■ E社 ■ F社 ■ その他



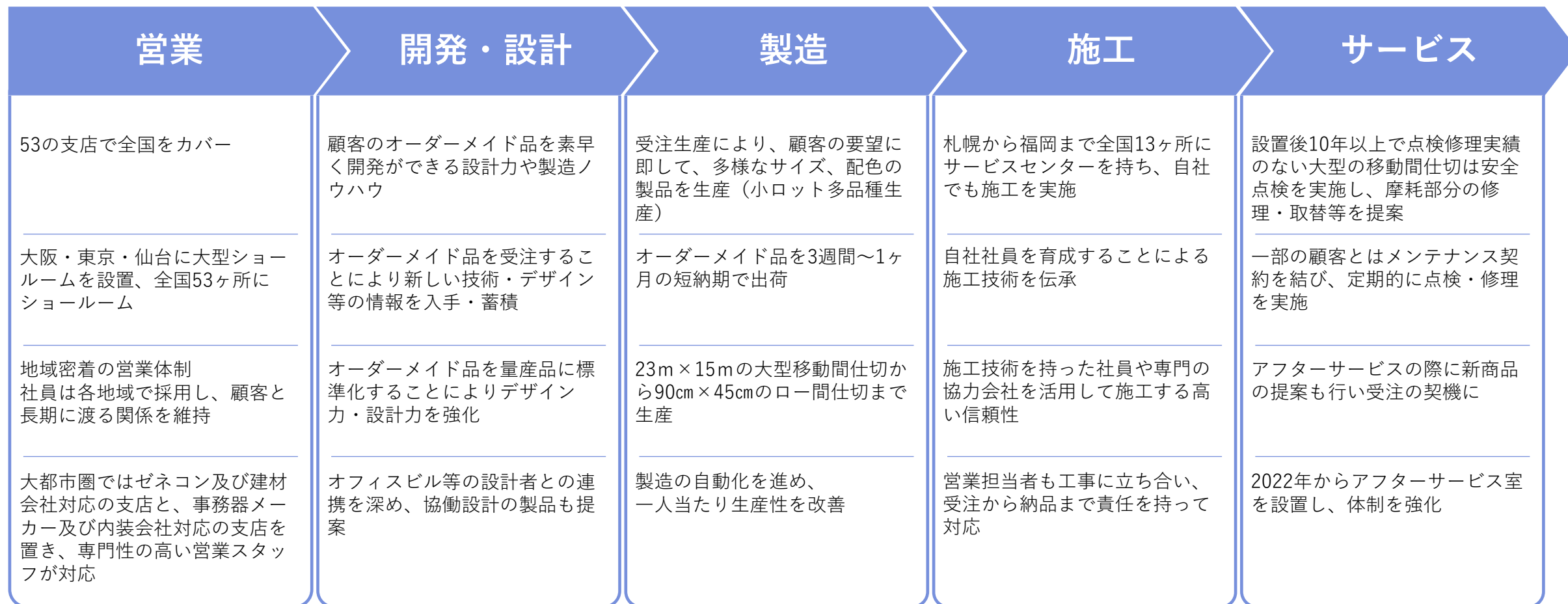
可動間仕切	25.7%	シェア2位
移動間仕切	34.1%	シェア1位
トイレブース	34.3%	シェア1位
学校間仕切	13.7%	シェア4位
壁面化粧パネル	48.1%	シェア1位

*1 当社調べ。間仕切市場の市場規模は最終顧客の購入推定金額で、決算短信記載の当社売上高とは異なる

設計・製造から販売まで一貫体制

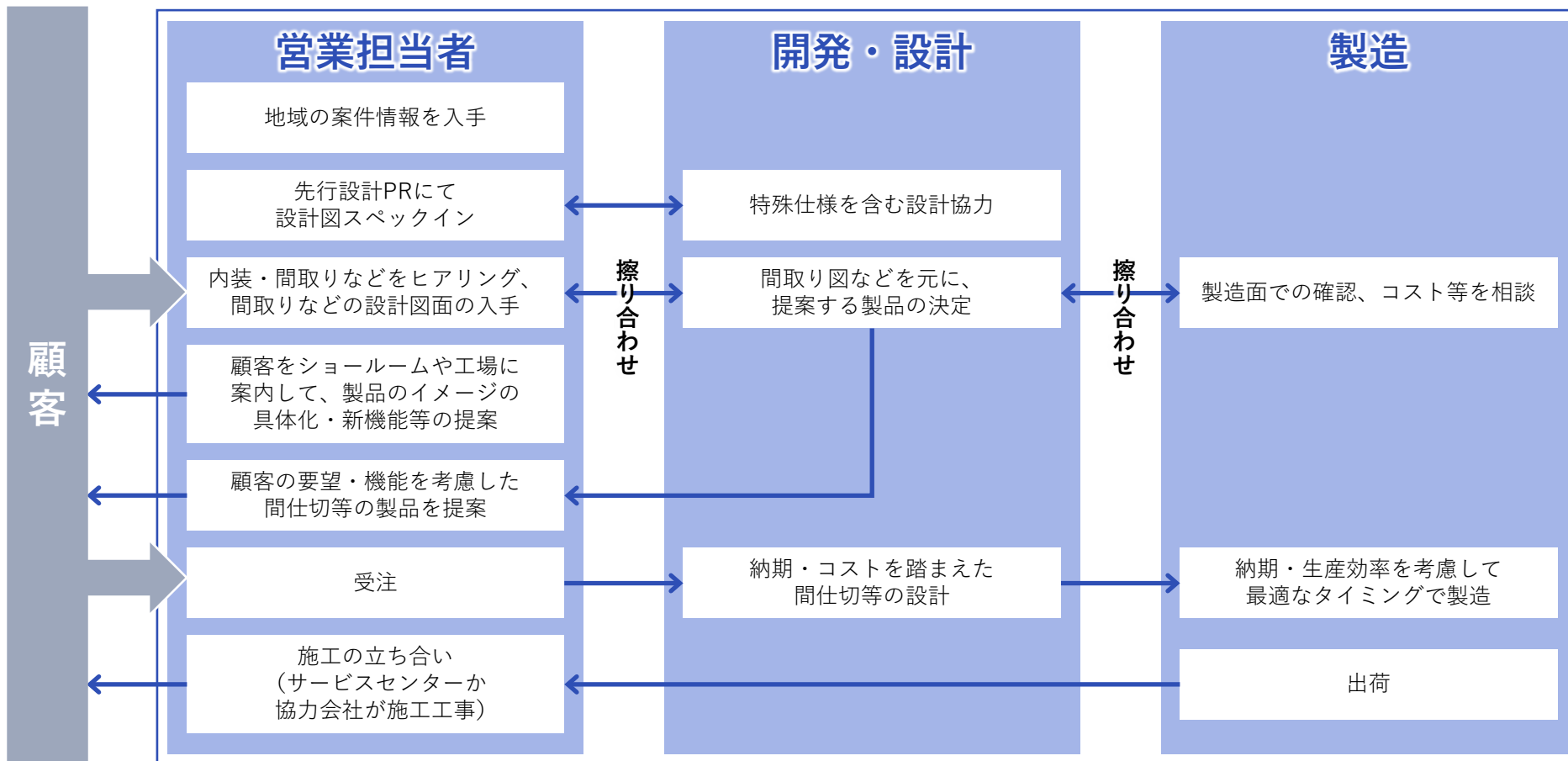
■ 受注、設計・製造から施工、サービスまで自社で対応。担当営業スタッフが受注から施工まで顧客対応

■ 難易度の高いオーダーメイド品を短納期で設計・製造するノウハウを持つ、オーダーメイド品を量産品へ標準化し付加価値の向上を図る

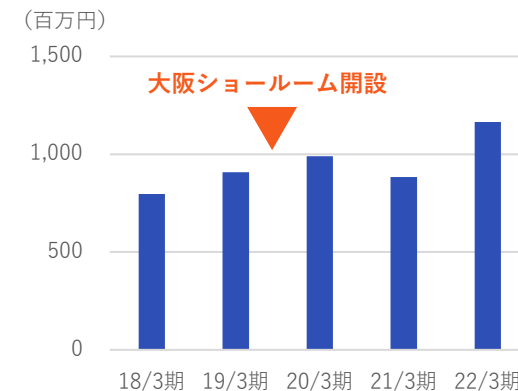


全国に営業網

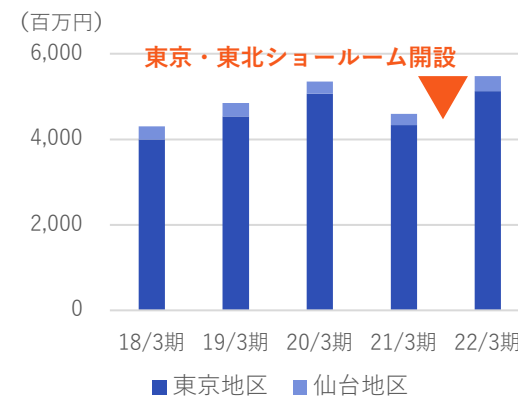
- 53の営業拠点で全国をカバー、現地採用で地域に密着した営業担当者がビルや公共施設建築等の情報をいち早く入手
- 各地域のゼネコン・設計事務所等とのネットワークを活かし、顧客の仕様・意匠に合わせた製品を提案し受注、施工まで責任を持って対応
- 大都市圏では新築向けと既築（改装）向けの営業担当者を分けることで、より専門性の高い提案を実施



大阪地区売上推移*1

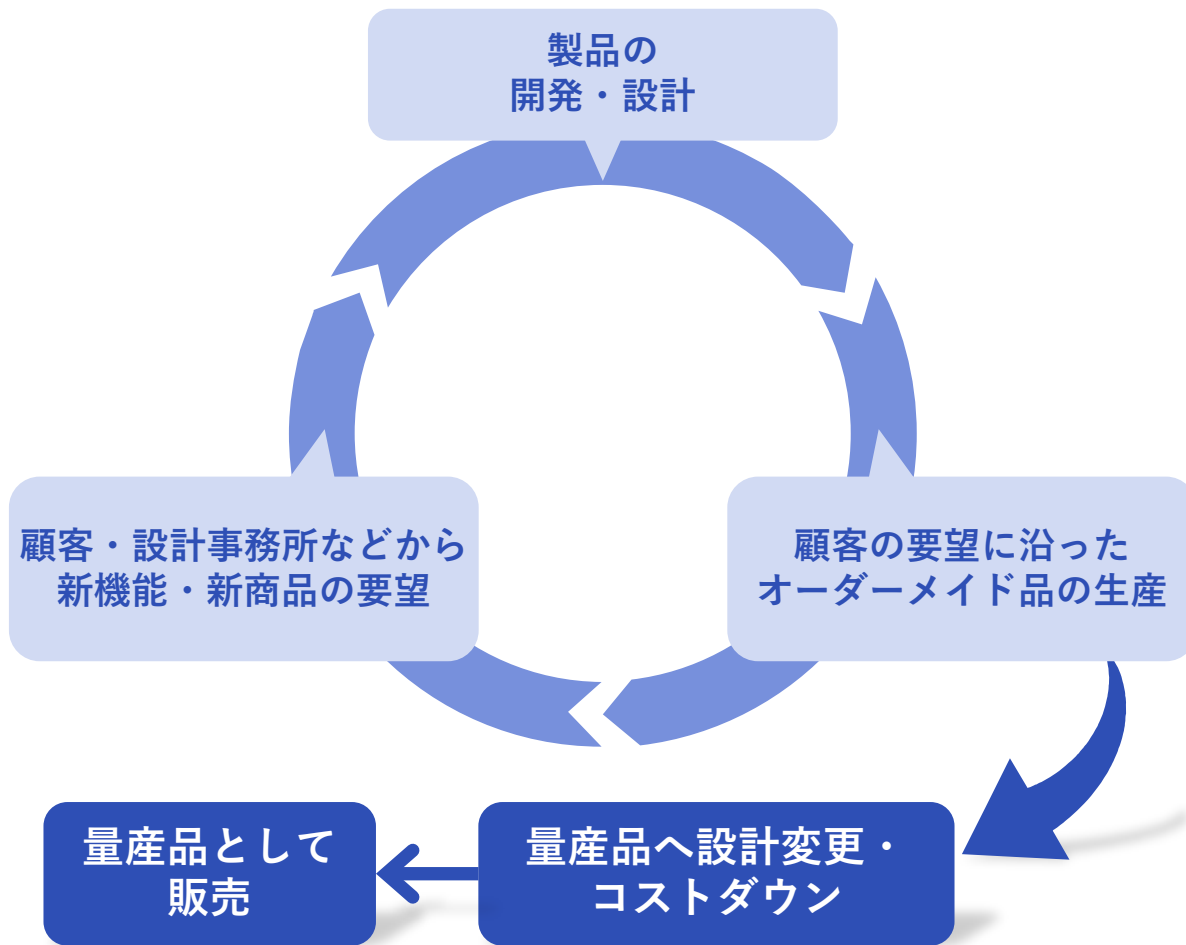


東京・仙台地区売上推移*1

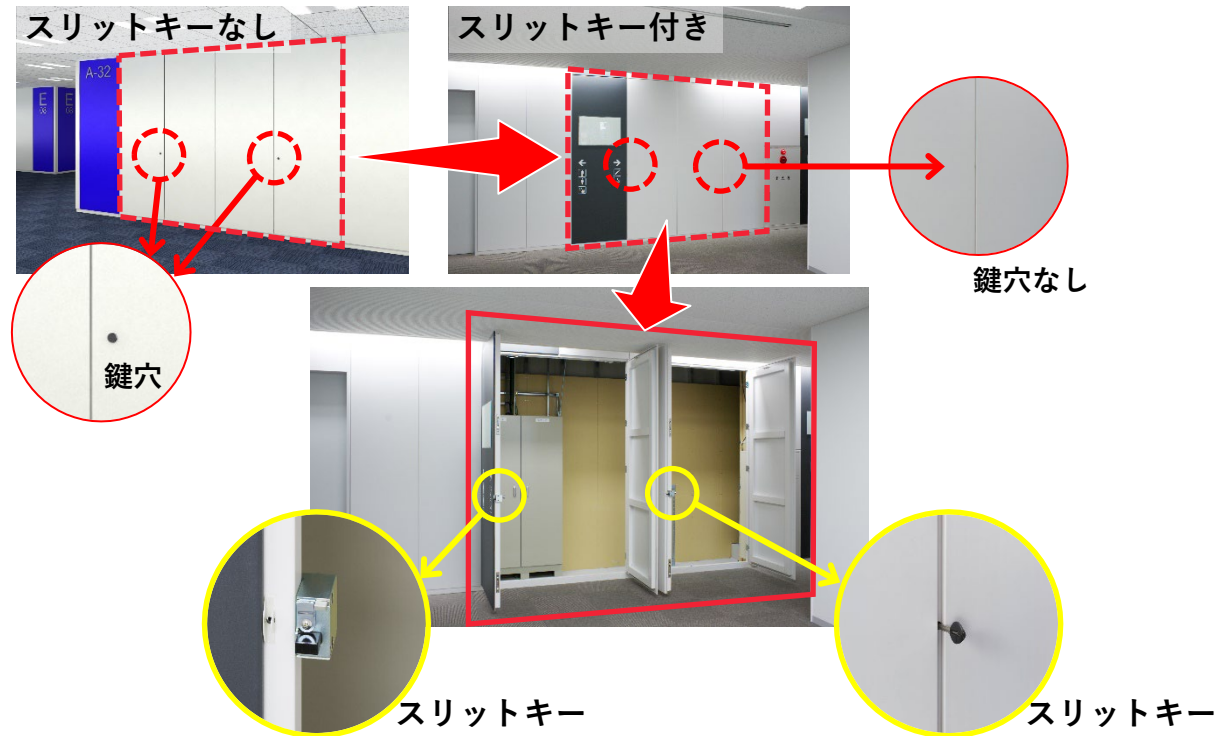


*1 大阪ショールームは2019年11月開設、東京ショールームは2021年1月、東北ショールームは2021年10月開設。3地区とも、売上高は事務器メーカー向けのみの売上高

- 自社開発品の提案のみならず、設計事務所などからの要望に沿った製品も開発・設計
- オーダーメイド品を設計変更等によりコストダウンを行い標準品としても販売、商品ラインナップや商品力を強化



スリットキー：壁面のようなすっきりと美しい意匠を実現



顧客から壁面のようにすっきりした壁面化粧パネルにしたいとの要望
支柱の中にロック機能を忍ばせる構造とミリ幅の鍵を独自に開発
カギを開けると自動でパネルが開く機構を開発
他社に先駆けてフラットな壁面化粧パネルを発売し、シェアアップに貢献

生産の優位性 (1)

■ 小ロット多品種生産ができる仕組みを作り、オーダーメイド品を効率的に製造。受注から出荷まで3~4週間で対応

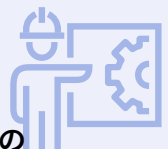
■ サイズや色などが異なる部材を日産6,000種類以上製造

設計の自動化



- オーダーメイド品に対応するため、営業拠点でも施工図を設計*1
- 施工図の設計は約180名（営業拠点含む）、製作設計*2は約80名（本社・工場）で対応
- オーダーメイド品も変数システムにより自動設計し製造ラインへ展開、設計工程でのデータを流用し最適化

自動化ライン ヒトと機械の効率分業



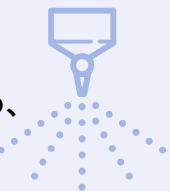
- 骨材初工程では、オーダーメイドの部材は設計工程にてデータが肉付けされ、そのデータを使い、設備により自動加工、標準部材は手動加工を行い、効率化を実現
- パネル工程では、サイズにより約80%は自動加工、約20%は手動加工を行い、効率化を実現

工程ごとのきめ細やかな管理体制



- 出荷日から逆算して、効率的な製造順序をシステム化（プログラム化）し、各工程で最適な製造順序を構築
- 各工程で前工程が見える化し、製造の遅れや最適な生産を工程全体でカバーできる体制構築
- 製造前日に自動倉庫移載装置により、歩留りが最適になるサイズで仕入れた材料を、製造順に自動積載
- 曲げ工程では同じ金型を使う製品ごとにラインに流し、金型取り替え頻度を最小化
- 塗装ラインでは同じ色ごとにラインに流し、色替え頻度を最小化

自社塗装ライン



- オーダーメイド品に対応するため、各工場に塗装ライン。同一品質が出せるノウハウ

オーダーメイド品を 短納期で出荷



- オーダーメイド品を受注から3~4週間で出荷
- 同一の納入先に向けた複数の製品をトラックや鉄道に混載し出荷
- 出荷の20%は鉄道を利用、コスト削減と環境配慮を実現



少量多品種品を受注生産

安定した稼働率

効率的な人員配置

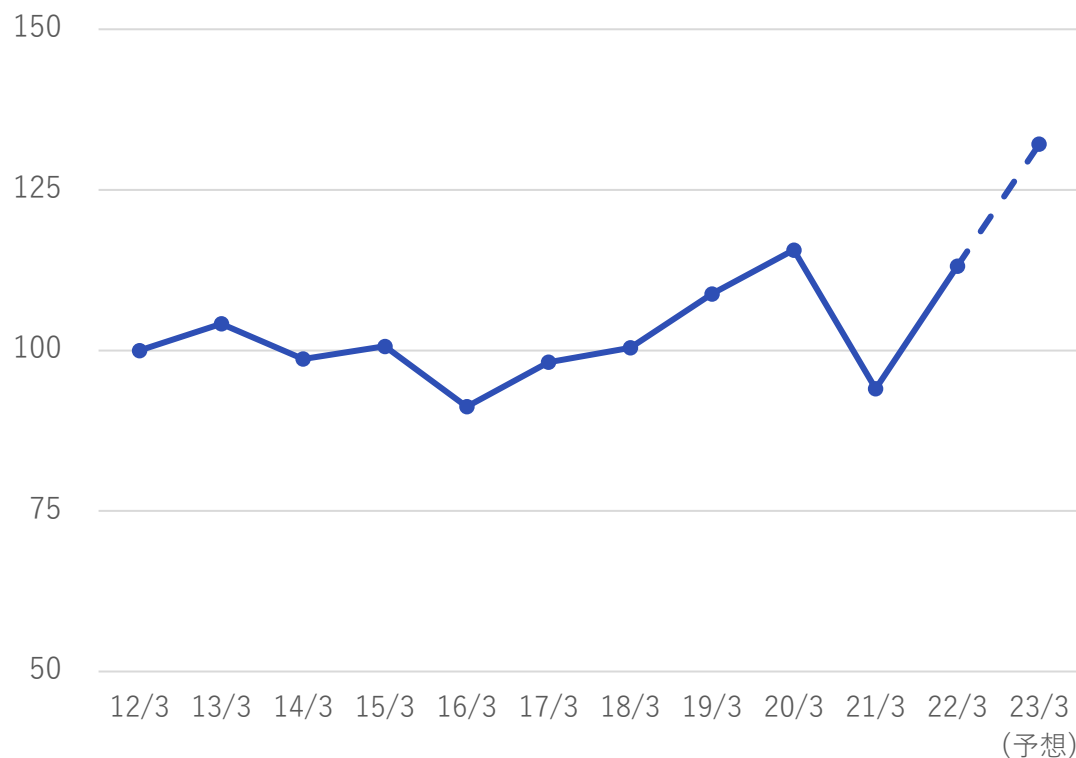
高い在庫回転率

*1 施工図の設計：ビル設計図に基づいた間仕切・トイレブース等のレイアウト図や平面図等を設計。*2 製作設計：間仕切・トイレブース等の各部材まで含めた設計

生産の優位性 (2)

- 工場の生産性は2016年3月期から回復傾向にあり、23年3月期は132まで上昇する見込み、システムによる製造の自動化を進めた成果
- 少量多品種生産を実現しながら高い生産効率を実現、同業他社に比べて高い在庫回転率

生産性推移*1 (12/3期=100として指数化)



同業各社の在庫回転率*2

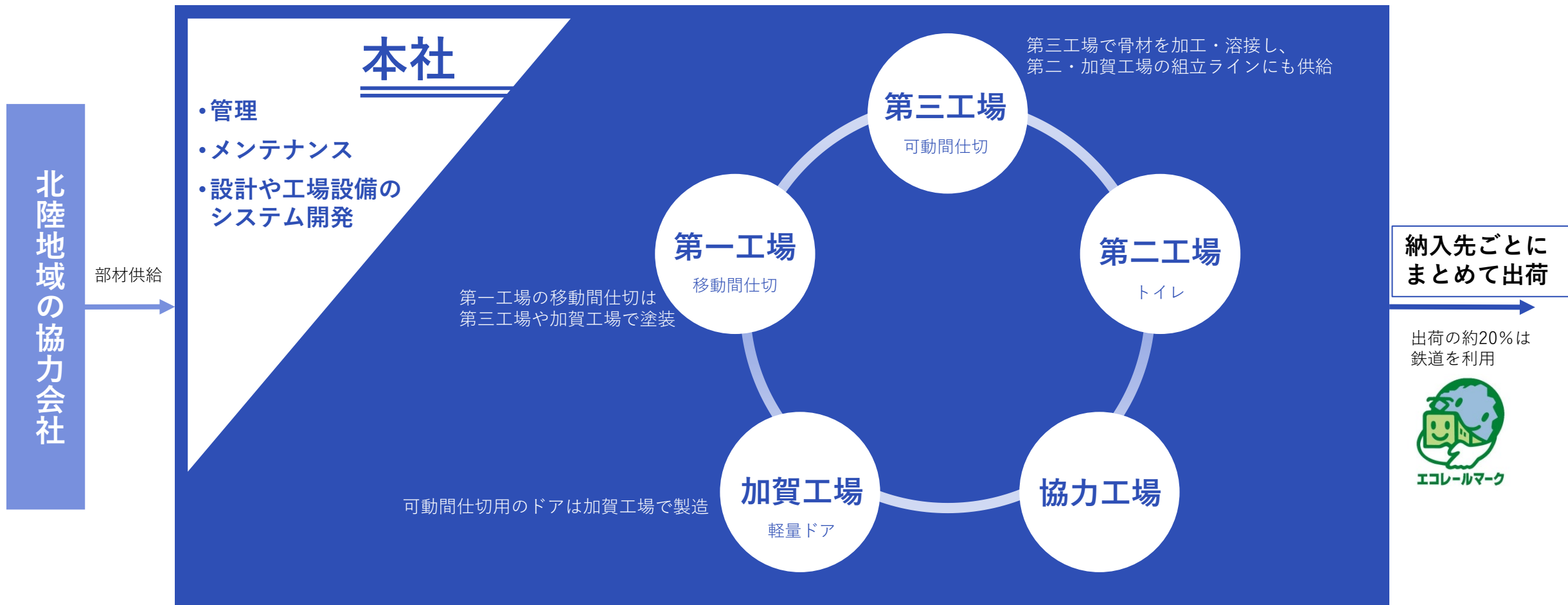
	決算期	売上高 (億円)	在庫回転率 (回)
当社	2022/3期	345	46.8
A社	2022/3期	323	25.1
B社	2021/12期	3,201	9.9
C社	2022/3期	2,611	14.7
D社	2022/3期	4,689	7.5
E社	2021/12期	1,158	11.9
F社	2022/3期	1,823	11.4

*1 生産性は主力商品であるマイティウォール従業員1人あたり生産枚数を2012年3月期を100として指数化

*2 日本パーティション工業会加盟の上場企業7社 (2022年3月期段階) の売上高と在庫回転率。パーティション以外の事業も含む

近接した4工場の一体運営による効率化

- 製品の共通部材を他工場にも供給、協力会社も石川県中心に北陸3県に集積しており、効率的な製造体制を構築
- 本社・4工場が近接しており、製造プロセスでの不具合も関係部署と迅速かつ正確に打合せ、迅速に不具合を解消
- 間仕切とトイレブースなど同一顧客向け製品を混載し輸送コストを削減、出荷の20%は鉄道輸送、「エコレールマーク」も取得



2023年3月期第2四半期 決算概要説明

2023年3月期第2四半期実績

決算概要

■ 2023年3月期2Q累計の売上高は前年同期比0.8%増収となったが、販売数量減少と材料価格上昇により営業利益は45.9%減益となった

■ 2月から製品価格の引き上げを行っているが、それ以前に受注した製品の値上げはできず利益回復が遅れた

	2022/3期 2Q累計		2023/3期 2Q累計				期比較	
	実績 (百万円)	売上比 (%)	期初予想 (百万円)	売上比 (%)	実績 (百万円)	売上比 (%)	前年同期比 (%)	期初計画比 (%)
売上高	15,944	100.0	17,000	100.0	16,074	100.0	+0.8	▲5.4
売上総利益	5,226	32.8	-	-	5,048	31.4	▲3.4	-
販管費	4,703	29.5	-	-	4,766	29.7	+1.3	-
営業利益	522	3.3	550	3.2	282	1.8	▲45.9	▲48.6
経常利益	563	3.5	600	3.5	312	1.9	▲44.6	▲48.0
当期純利益	341	2.1	370	2.2	196	1.2	▲42.4	▲46.8

決算概要

■ コロナ禍影響が薄れ、売上や受注は回復傾向にあるが、軽量ドアなどの数量減と材料価格上昇の影響が残り減益となった。

単位：百万円	2022/3期					2023/3期	
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q
売上高	7,085	8,859	8,729	9,868	34,541	7,353	8,721
売上総利益	2,296	2,930	2,775	3,298	11,299	2,287	2,761
販管費	2,295	2,408	2,381	2,434	9,518	2,347	2,419
営業利益	0	522	395	863	1,780	▲60	342
経常利益	29	534	409	875	1,847	▲43	355
当期純利益	9	332	282	617	1,240	▲48	244

品目別売上高

- 可動間仕切と移動間仕切はオフィスや宴会場向けの回復で増収、軽量ドアなどの固定間仕切りとトイレブースが低価格品に押され減収
- 受注残はすべての品目で増加、オフィスや宴会場向けが堅調なことに加え、固定間仕切りやトイレブースも病院等からの受注が回復傾向
- 大阪・東京・仙台に大規模ショールームを設置した効果とオフィス向け製品の開発の効果も出た

	2022/3期 2Q累計		2023/3期 2Q累計				
	実績 (百万円)	実績 (百万円)	前年同期比(%)	受注高 (百万円)	前年同期比(%)	受注残高 (%)	前年同期比(%)
売上高	15,944	16,074	+0.8	20,437	+8.9	18,491	+22.6
可動間仕切	6,118	6,875	+12.4	8,021	+16.6	4,535	+43.7
固定間仕切	3,780	3,282	▲13.2	3,829	▲10.9	4,664	+1.4
トイレブース	2,941	2,773	▲5.7	3,972	+1.5	3,668	+9.6
移動間仕切	2,136	2,308	+8.0	3,586	+31.3	4,959	+38.4
ロー間仕切	274	256	▲6.6	283	▲2.7	96	+30.0
その他	693	577	▲16.7	743	+14.7	567	+76.1

品目別売上高

- 可動間仕切はオフィス向けが好調、東京・東北ショールーム開設も増収に貢献、移動間仕切はホテルなどの宴会場向けが回復
- 一方で、固定間仕切りやトイレブースは病院向け等が伸び悩む中、他社の低価格品に押されて低調

単位：百万円	2022/3期					2023/3期	
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q
売上高	7,085	8,859	8,729	9,868	34,541	7,353	8,721
可動間仕切	2,763	3,355	3,267	3,886	13,271	3,349	3,526
固定間仕切	1,735	2,045	1,972	2,045	7,797	1,465	1,817
トイレブース	1,128	1,813	1,952	2,101	6,994	1,075	1,698
移動間仕切	971	1,165	1,154	1,333	4,623	1,072	1,236
ロー間仕切	144	130	130	178	582	132	124
その他	342	351	253	327	1,273	258	319

貸借対照表

■ オフィス向けなど債権回収期間が短い製品が増収となり、売上債権が減少し現預金が増加

単位：百万円	2022/3期末	2023/3期2Q末	前年期末差
流動資産	27,472	27,006	▲466
現預金	15,335	16,700	+1,365
売上債権	11,116	9,132	▲1,984
棚卸資産	818	990	+172
固定資産	14,670	14,593	▲77
有形固定資産	11,918	11,773	▲145
無形固定資産	450	429	▲21
投資その他の資産	2,300	2,389	+89
総資産	42,143	41,599	▲544
負債	6,743	6,375	▲368
買掛金	1,956	1,738	▲218
有利子負債	0	0	0
純資産	35,399	35,233	▲166
負債純資産合計	42,143	41,599	▲544

キャッシュフロー計算書

■ 利益の減少により営業キャッシュフローは前年同期比586百万円減少したが、フリーキャッシュフローは1,783百万円のプラス

単位：百万円	2022/3期 2Q累計	2023/3期 2Q累計	前年同期差
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,696	2,110	▲586
税引前当期純利益	563	340	▲223
減価償却費	519	503	▲16
売上債権の増減額	2,137	1,986	▲151
棚卸資産の増減額	▲131	▲171	▲40
仕入債務の増減額	▲123	▲217	▲94
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲1,088	▲327	+761
有形固定資産の取得による支出	▲481	▲265	+216
定期預金の預入・払戻による支出入	▲600	0	+600
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲426	▲426	0
配当金の支払額	▲426	▲426	0
現金及び現金同等物の四半期末残高	11,897	12,603	+706
フリーキャッシュ・フロー	1,608	1,783	+175

2023年3月期第2四半期 決算概要説明

2023年3月期 業績予想

業績予想

- 前期比増収増益を予想するが、期初計画を下方修正。オフィス向けなど受注は回復傾向にあるが、材料価格上昇の影響が想定以上
- 2月から製品価格を引き上げているが、値上げ前に受注した製品の出荷が下期も続くため。ただしこの影響は来期以降は薄れる見通し
- 配当は前期比5円増配の90円予想を継続

(百万円)

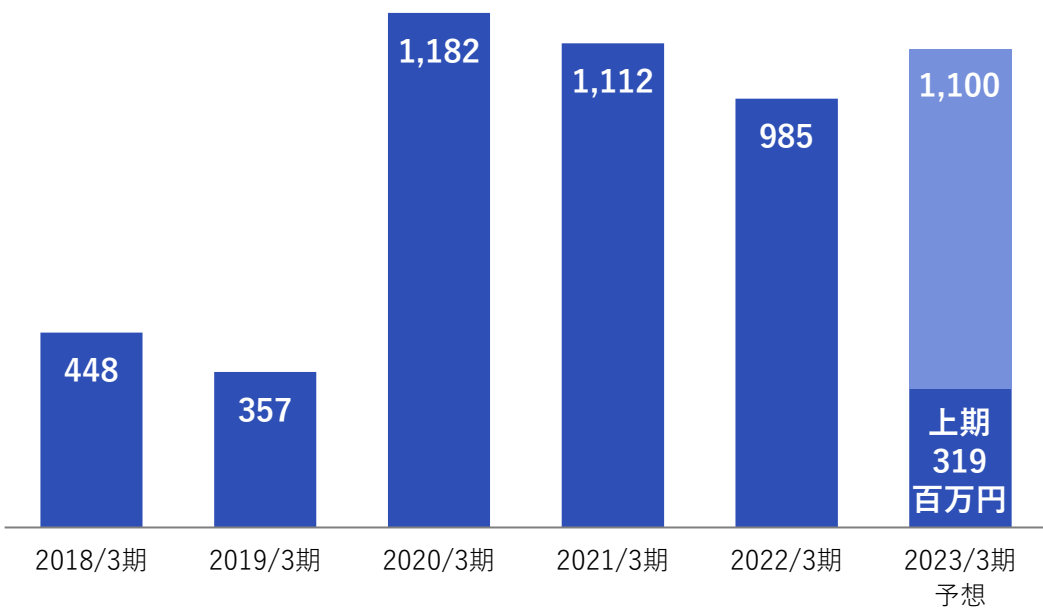
	2022年3月期		2023年3月期				増減	
	実績		期初予想		予想		前期比 (%)	期初予想比 (%)
売上高	34,541	100%	38,000	100%	37,000	100%	+7.1	▲2.6
営業利益	1,780	5.2%	2,750	7.2%	2,000	5.4%	+12.4	▲27.3
経常利益	1,847	5.3%	2,800	7.4%	2,050	5.5%	+11.0	▲26.8
当期純利益	1,240	3.6%	1,800	4.7%	1,370	3.7%	+10.5	▲23.9
1株当たり 当期純利益	133円76銭		194円07銭		147円53銭			
1株当たり 配当金	85円00銭		90円00銭		90円00銭			

設備投資、減価償却費

- 2022年3月期は既存機械設備の維持更新等で985百万円の設備投資を実施
- 2023年3月期は既存設備の維持更新を中心に1,100百万円の設備投資を計画、上期は319百万円の設備投資を実施

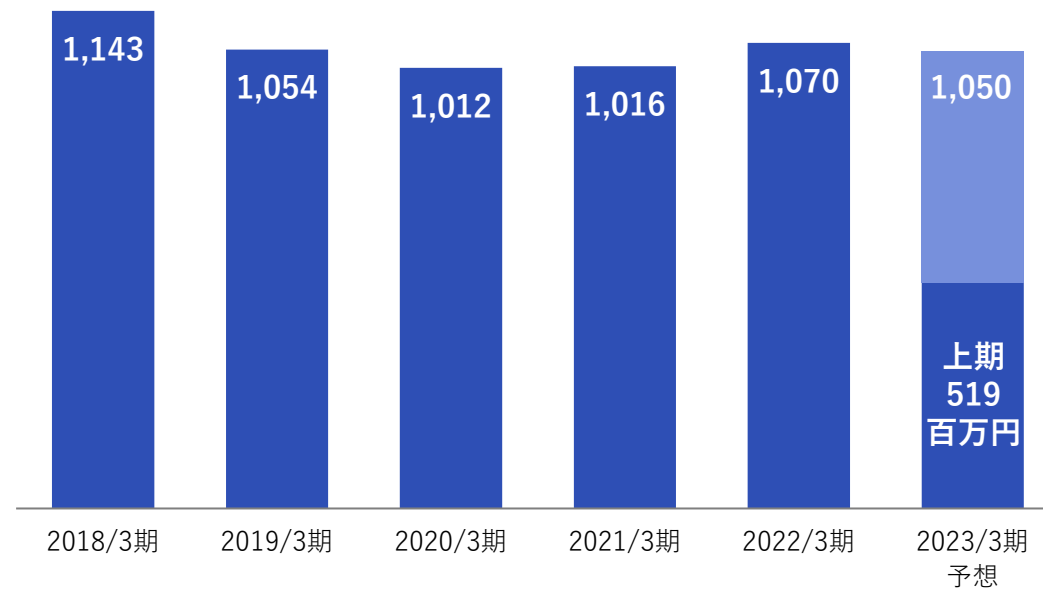
設備投資

(百万円)



減価償却費

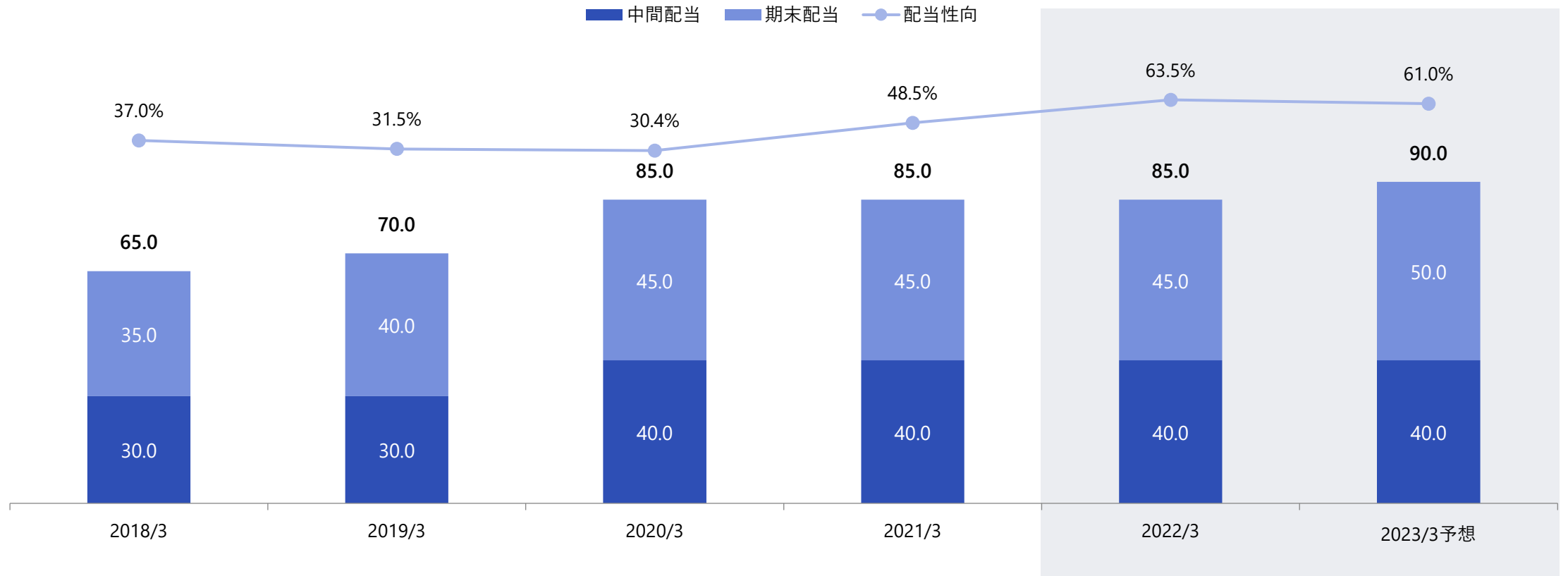
(百万円)



■ 2022年3月期は年間85.0円の配当を実施

■ 2023年3月期の年間配当は期初予想を継続し5円増配の90.0円を計画、配当利回りは約5%

1株当たり配当金（円）





小松ウオール工業株式会社 | 東証プライム 7949

お問合せ先

小松ウオール工業株式会社

総務部

TEL 0761-21-3131(代表)

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報および合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。