

白銅

(7637・東証1部)

2019年6月21日

アルミを中心とした独立系金属専門商社

ベーシックレポート

(株) QUICK
中村 宏司

会社概要

所在地	東京都千代田区
代表者	角田 浩司
設立年月	1949/11
資本金 (2019/3/31 現在)	1,000 百万円
上場日	2000/3/9
URL	http://www.hakudo.co.jp/
業種	卸売業

主要指標 2019/6/19 現在

株 価	1,342 円
年初来高値	1,708 円 (3/26)
年初来安値	1,280 円 (6/3)
発行済株式数	11,343,300 株
売買単位	100 株
時価総額	15,223 百万円
予想配当 (会社)	58.0 円
予想EPS (アナリスト)	143.71 円
実績PBR	0.90 倍

アルミ、伸銅、ステンレス、特殊鋼などの加工・販売

アルミニウム、伸銅、ステンレス、特殊鋼、プラスチック等の板、棒、管等の加工・販売を手がける。メーカーなどの傘下にはない独立系の金属専門商社である。事業は標準品ビジネスと特注品ビジネスに区分している。標準品ビジネスでは自社工場で在庫を保有し、顧客からの注文に応じて切断や加工をして配送している。特注品ビジネスでは、工場に在庫していない製品を仕入先である材料メーカーや同業者から直接、顧客に配送している。



豊富な品揃え、迅速な見積り回答、翌日配達を実現

標準品ビジネスの特徴（利便性、白銅の強み）は以下の6つ。(1) 豊富なラインアップ。アルミニウム、伸銅、ステンレスなど幅広い産業用素材を提供。(2) 小口対応。(3) クイック・レスポンス。お客様センターが、見積もり、注文、問い合わせに迅速に対応。(4) クイック・デリバリー。国内5カ所に在庫・加工センターを持ち、最短で翌日納品を実現。(5) 多彩な加工バリエーション。(6) 高精度な加工。

20/3期は下期の需要回復を見込み、増益を予想

19/3期の連結業績は、売上高が前期比3.5%増の45,228百万円、営業利益が同19.2%減の2,249百万円。上期まで販売が好調だったことから増収となったが、18/3期に利益を押し上げていた在庫評価影響の反動や、下期に半導体製造装置業界向けなどの販売が低調だったことなどにより営業減益となった。

QUICK 企業価値研究所では、20/3期の連結業績について、売上高45,400百万円（前期並み）、営業利益2,330百万円（同4%増）と会社計画と同額を予想する。主要需要先である半導体製造装置業界や液晶製造装置業界向け販売は下期の回復を見込む。これまで実施してきた新設備導入による生産性の改善や、高付加価値品の販売増などが増益に貢献する見通し。21/3期も増益基調が続くと予想する。

業績動向	売上高 百万円	前期比 %	営業利益 百万円	前期比 %	経常利益 百万円	前期比 %	当期純利益 百万円	前期比 %	EPS 円	
2019/3 実績	45,228	3.5	2,249	-19.2	2,333	-18.0	1,564	-22.8	137.98	
2020/3	会社予想 (2019年5月発表)	45,400	0.4	2,330	3.6	2,410	3.3	1,630	4.2	143.71
	アナリスト予想	45,400	0.4	2,330	3.6	2,410	3.3	1,630	4.2	143.71
2021/3	アナリスト予想	45,950	1.2	2,435	4.5	2,515	4.4	1,700	4.3	149.89

会社概要

会社概要

● 会社概要

アルミニウム、伸銅、ステンレス、特殊鋼、プラスチック等の板、棒、管等の加工・販売を手がける。

経営者

● 経営者

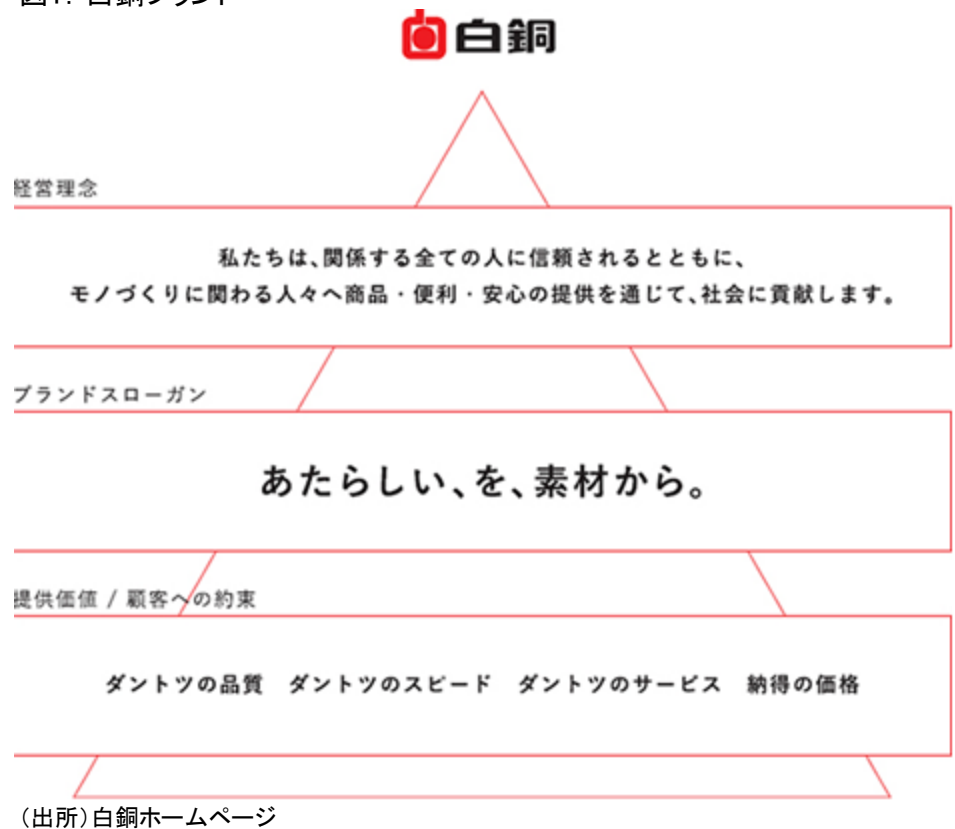
代表取締役社長 角田浩司氏ほか 取締役 9人（うち4人が監査等委員）

企業理念

● 経営理念

「私たちは、関係する全ての人に信頼されるとともに、モノづくりに関わる人々へ商品・便利・安心の提供を通じて、社会に貢献します」

図1. 白銅ブランド



会社概要

図2. 5つの約束



(出所) 白銅ホームページ

会社概要

沿革

● 沿革

1932年	2月	白銅商店として個人創業
1949年	11月	非鉄金属の販売を目的として株式会社白銅商店設立
1967年	5月	商号を白銅に変更
1968年	2月	コンピューターシステム導入
1974年	10月	神奈川県に工場拠点を開設
1983年	6月	大阪府に営業拠点を開設
1990年	3月	滋賀県に工場拠点を開設
1992年	4月	旧白銅（現：廣成）より金属事業に関する営業を譲受、同時に商号を銅金から白銅に変更
2000年	3月	日本証券業協会に店頭登録
2003年	5月	上海白銅精密材料有限公司を設立
2004年	10月	東京証券取引所市場の第2部に上場
2005年	9月	東京証券取引所市場の第1部に指定
2006年	2月	福島県に工場拠点を開設
2008年	5月	佐賀県に工場拠点を開設
2014年	10月	HAKUDO (THAILAND) を設立
2017年	11月	埼玉県に工場拠点を開設
2019年	2月	高瀬アルミを完全子会社化

大株主

● 大株主

	株主	所有株式数 (千株)	所有比率 (%)
1	K&P アセット・マネジメント合同会社	1,031	9.0
2	山田 治男	676	5.9
3	山田 智則	676	5.9
4	有限会社双光	633	5.5
5	キッズラーニングネットワーク	632	5.5
6	イーストゲート	602	5.3
7	N&N アセット・マネジメント合同会社	585	5.1
8	山田 哲也	340	2.9
9	山田 光重	340	2.9
10	山田 悦弘	340	2.9

(出所) 第69回株主総会招集通知より当研究所作成。19年3月31日現在

事業概要

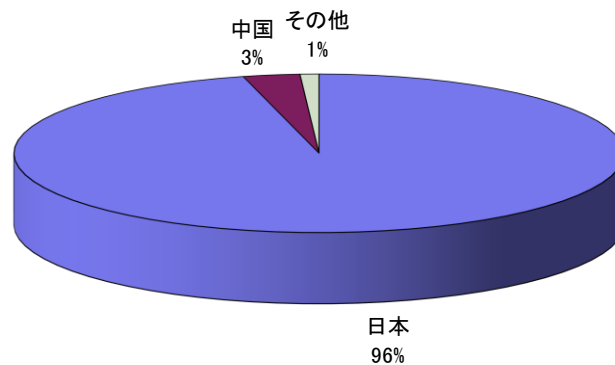
事業の内容

● 事業の内容

アルミニウム、伸銅、ステンレス、特殊鋼、プラスチック等の板、棒、管等の加工・販売を手がける。メーカーなどの傘下にはない独立系の金属専門商社である。報告セグメントは所在地別に日本、中国、その他の3つに分類している。その他にはタイ子会社が含まれている。

セグメント別の売上高構成比は図3の通り。全体の売上高の9割以上を占める日本では、標準品ビジネスと特注品ビジネスを行っている(図4参照)。

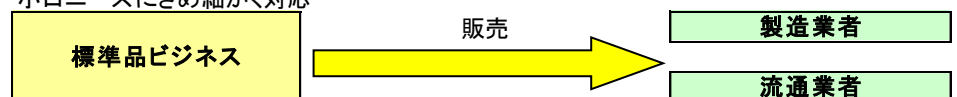
図3. 19/3期売上高:地域セグメント別構成比



(出所)白銅資料より当研究所作成

図4. 事業の流れ

全国の流通業者をパートナーに
小口ニーズにきめ細かく対応



・アルミニウム・伸銅・ステンレス、
特殊鋼を中心に自社工場に在庫している

個別ニーズに応えた商品を共同開発



・仕入先から顧客へ商品を直送

(出所)白銅資料から当研究所作成

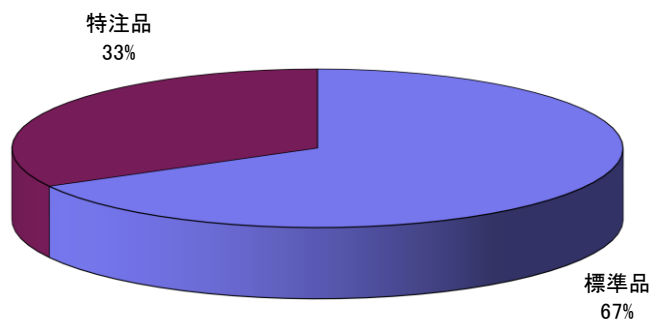
事業概要

標準品ビジネスと
特注品ビジネスを展開

標準品ビジネスでは、材料メーカーや同業者から約 5200 品目サイズの製品を仕入れ、それを標準在庫品として常時自社工場に在庫している。その標準在庫品を顧客からの注文に応じて切断やフライス加工し、短納期で顧客である製造業者、流通業者に配送している。

特注品ビジネスでは、工場に在庫していない製品を仕入先である材料メーカーや同業者から直接、顧客である大手製造業者に配送している。中国、タイにある子会社でも日本と同様の事業を展開している。

図5. 19/3期売上高：標準品ビジネスと特注品ビジネスの構成比



(出所)白銅資料より当研究所作成

標準品ビジネスの特徴

標準品ビジネスと特注品ビジネスの売上高構成比は図5の通り。約7割を標準品ビジネスが占めている。標準品ビジネスでは以下の6つの特徴（利便性、白銅の強み）がある。

- (1) 豊富なラインアップ。アルミニウム、伸銅、ステンレス、特殊鋼を中心に幅広い産業用素材を加工して提供する。
- (2) 小口対応。1枚、1本、1グラムから、顧客の要望に合わせてジャストサイズで加工し、提供する。
- (3) クイック・レスポンス。お客様センターが、FAX、電話、Eメール、ネットでの見積もり、注文、問い合わせに迅速に対応。
- (4) クイック・デリバリー。国内5カ所に在庫・加工センターを持ち、最短で翌日納品を実現。
- (5) 多彩な加工バリエーション。同社が在庫する全ての商品について、指定寸法での切断に加え、フライス、研磨などの加工にも対応。
- (6) 高精度な加工。フライス加工や研磨加工では、板厚・巾・長さに加え、直角度、平行度や平面度まで精度保証をしている。

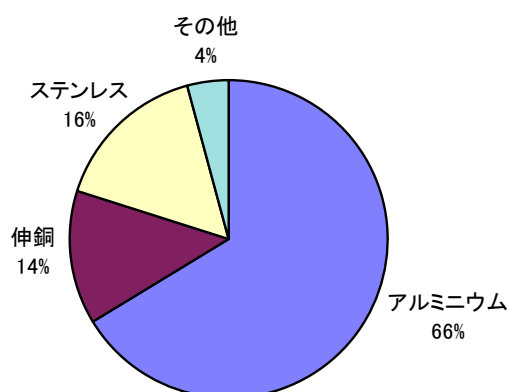
事業概要

品種別売上高構成

品種別の売上高構成比をみると（図6参照）、アルミニウムが全体の約7割を占めている。当面はアルミニウムが6割以上を占める状況が続く見通しだが、ステンレスの拡販に注力しており、ステンレスの比率が徐々に高まる見通しである。

販売先をみると、多方面の業界に販売しているが、半導体製造装置業界や液晶製造装置業界への販売が多いことに特徴がある。

図6. 品種別売上高(19/3期)



(出所) 白銅資料より当研究所作成

成長戦略

同社では成長戦略として、(1) 同業他社との差別化による顧客満足度の向上、(2) 海外事業の強化、(3) 3Dプリンターでの金属製品の受託製造、を掲げている。

具体的にみると、(1) では、製造現場において、ロボットなど省人省力化生産設備を積極的に導入するとともに、製造現場のIoT（モノのインターネット）を推進している。お客様センターについては、引き合いに対する回答時間の短縮や、オペレーターの対応品質の向上を図るとともに、「白銅ネットサービス」の利便性の向上を図っている。標準在庫品の品目サイズ数の増加も進めており、18/3 期末に約 5000 品目サイズだったが、19/3 期末には約 5200 品目サイズに増加させた。また、「白銅ネットサービス」において他社在庫品を取り寄せることのできる品目サイズを拡充させ、18年6月より、標準在庫品と他社在庫品合わせて1万2000品目サイズが利用可能となった。今後も継続的に利便性の向上に取り組む方針である。

事業概要

同業他社との差別化による顧客満足度の向上を図る

さらに、航空宇宙規格材料シリーズ、エコシリーズ、ハイスペックシリーズ等の特徴のある商品の充実も図っている。これまでも顧客満足度を向上させ業績を回復させてきており、今後は品目サイズの増加とともに航空宇宙規格材料シリーズのような差別化商品の拡販に QUICK 企業価値研究所では期待している。

海外事業の強化。
アジアを中心に海外事業を積極的に展開

(2) では、アジアを中心に海外事業を積極的に展開している。アジア全域への非鉄・ステンレスのオーダーメイドプレートの販売網の確立を目指す。中国の連結子会社において、「上海白銅ネットサービス」やお客様センターの機能改善による顧客満足度向上に伴う増収増益が図られるものと期待している。東南アジアへの進出の第一歩として、タイに現地法人（14年10月）を設立しており、在庫品拡充により早期の黒字化を目標としている。また、17年2月にはベトナムのホーチミン市内に駐在員事務所を開設し、東南アジア地域の市場調査および情報収集を強化している。現在、海外は中国子会社がようやく利益貢献できるようになってきたが、まだ利益規模は小さい。中長期的には東南アジアの需要は増加が見込まれていることから、新しい現地法人の設立や代理店の拡大で、どれだけ需要を取り込めるか、今後の動向を注視していきたい。

3Dプリンターでの金属製品の受託製造の拡大を図る

(3) では、3Dプリンターでの金属製品の受託製造の拡大を図っている。3Dプリンターを導入することによるメリットは、①顧客の材料調達や金型製作の時間を大幅に短縮、②最終製品をダイレクトに造形可能、③マシニングセンタでは困難な、複雑な形状の一体構造化の実現、④究極の多品種・少量生産の提供、などが挙げられる。17年4月には2台目の3Dプリンターを導入し、18年4月よりアルミダイカスト製品の材料として広く使われ、日本工業規格（JIS）の規格品でもある「ADC12」の粉末を使うアルミ造形サービスを開始した。金属製品の受託製造の範囲の拡大を行うなど、製造体制や技術対応力を強化している。同社では多品種の品揃え、きめ細かいサービス提供を強みとしており、3Dプリンターの導入により顧客満足度の向上が図られるものと当研究所では期待している。

財務分析

営業利益は13/3期から3期連続の増益を実現

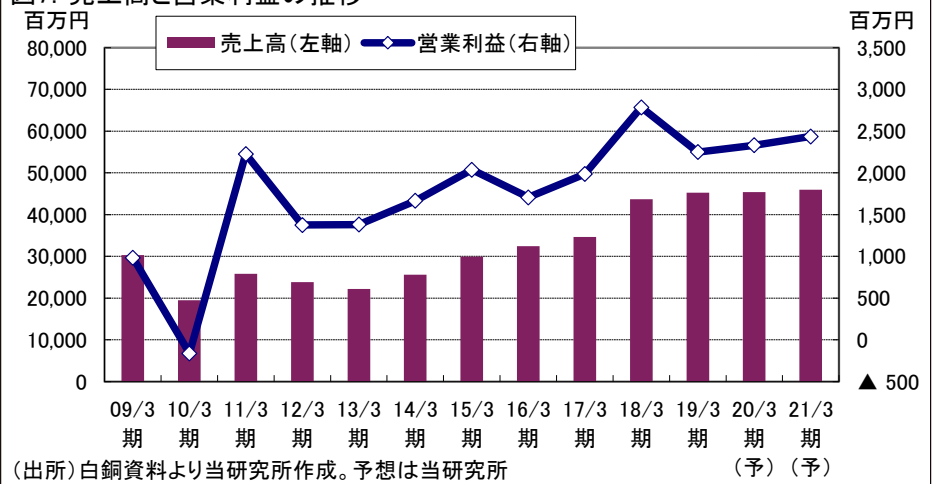
16/3期、19/3期は在庫評価影響の悪化で減益

18/3期の営業利益はリーマン・ショック後の最高値となったが、営業利益率は15/3期の水準にとどかず

過去（09/3期～19/3期）の業績動向をみると（図7参照）、リーマン・ショックの影響から10/3期に売上高、営業利益が大きく落ち込んだ後、11/3期に一旦回復に向かった。しかし、12/3期には円高の進行や、欧州債務危機に起因する世界経済の景気減速から国内製造業の新規設備投資が低迷し、再び減収となった。営業利益は大幅に減少したがこれは、減収に加え、棚卸資産評価方法を変更（後入先出法→総平均法）したことが響いた。仕入価格と販売価格が低下する中、総平均法の適用によりアルミニウムなどリーマン・ショック前の高値で仕入れた在庫が売上原価を増加させ利益を圧迫した。13/3期も円高の進行や、新規設備投資の低迷が続き減収となったが、コスト削減効果などにより営業利益は微増となった。14/3期、15/3期は円高の是正（円安）により製造業の輸出が回復に向かい、企業の設備投資の増加を背景に増益となった。

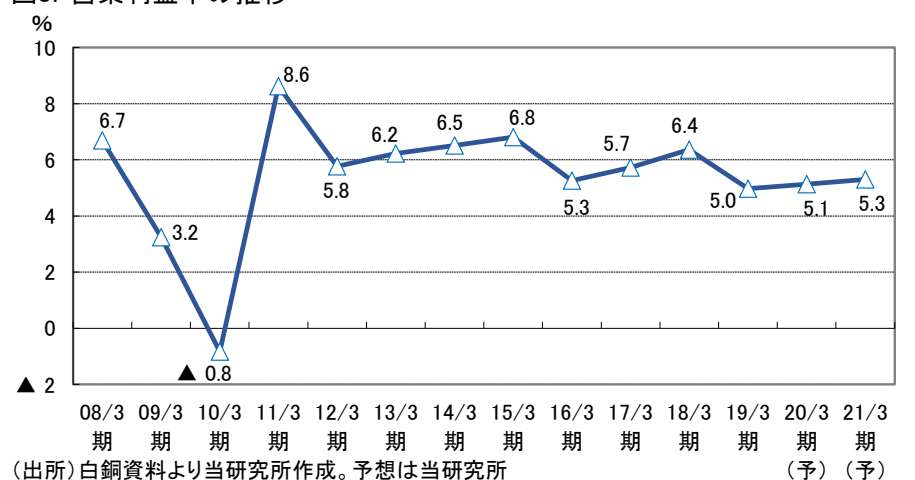
16/3期はアルミ地金価格、銅地金価格の下落に伴い、在庫評価影響が悪化したことから営業減益となったが、半導体製造装置分野や液晶製造装置分野の需要が堅調に推移したこともあり売上高は14/3期以降、増加傾向が続き、17/3期には年後半にはアルミ地金価格、銅地金価格ともに上昇に向かったことから、在庫評価影響も好転し、再び増益に回復した。18/3期も増益となった。19/3期は、18/3期に在庫評価影響が利益を押し上げていた反動などにより再び営業減益となった。

図7. 売上高と営業利益の推移



営業利益率の推移をみると（図8参照）、13/3期から15/3期は改善傾向となったものの、営業利益の増加に比べ緩やかなものとなっている。また、16/3期は営業減益となったことから、営業利益率も低下した。17/3期、18/3期の営業利益率は向上し、18/3期の営業利益はリーマン・ショック後の最高値となったが、営業利益率は15/3期の水準にとどかなかつた。19/3期は営業減益となり、営業利益率は低下した。

図8. 営業利益率の推移



同社のコスト構造は変動費率が高く、限界利益率が低い特徴がある

同社のコスト構造をみてみると、有価証券報告書で確認できる直近の決算である18/3期の売上原価率は連結、単独ともに83%となっている。売上高の連単倍率がほぼ1倍であることから、単独ベースの売上原価率の内訳をみると、83%のうち70%を商品仕入原価（金属地金などの原材料費）、13%をサービス原価（労務費5%と経費8%）に区分している。売上高の増加とともに原材料費も増加するため、商品仕入原価は変動費となる。また、サービス原価においても労務費の一部や、経費のうち外注費、業務委託費も変動費となるため、売上原価に占める変動費率が高い。販管費においても出荷重量に合わせて増加する運賃の比率が高く（18/3期連結の販管費の約3割を占め、売上高比率は3.5%）、同社のコスト構造として変動費率が高く、限界利益率が低いとの特徴が挙げられる。また、原材料費の占める割合が高く、地金市況の変動に伴う在庫評価影響もリスクとして挙げられる。

このため、売上高の増加に合わせて変動費が増加することから、13/3期～15/3期の営業利益率は緩やかな改善にとどまった。16/3期は在庫評価影響が利益を押し下げたため営業利益率が低下したが、17/3期にはその反動で営業利益率は再び上昇した。18/3期は、地金市況の上昇に伴う販売価格の上昇により売上高は15/3期に比べ1.5倍となった。しかし、同時に地金市況の上昇により商品仕入原価も増加しており、さらに運賃の上昇もあったことから、営業利益率は17/3期より向上したものの、15/3期の水準にとどかなかつたとみている。

財務分析

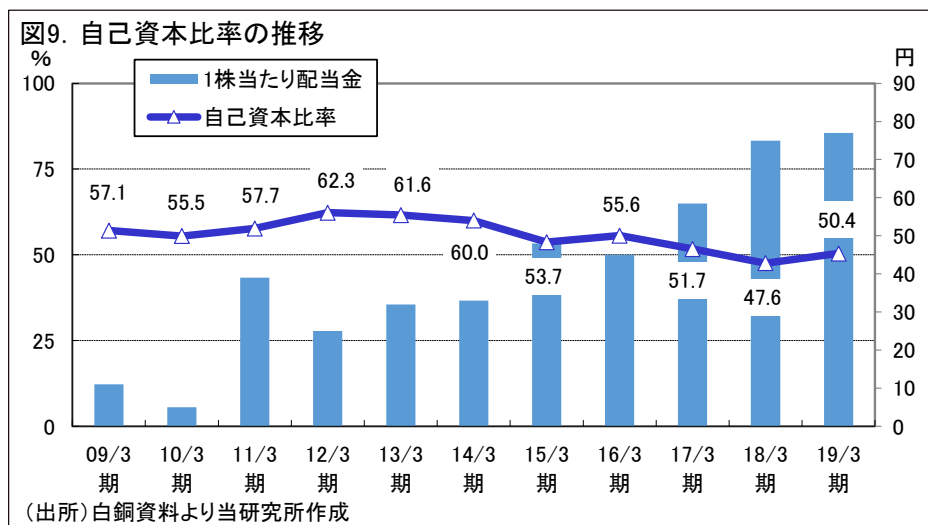
19/3期決算の詳細と20/3期以降の予想については後述するが、当研究所では20/3期は営業増益への回復を予想する。地金市況に変動がないものとして、売上高の増加により営業利益も増加が見込めるが、利益率をさらに向上させるためには、付加価値の高い製品の販売構成比を高める必要がある。ただ、販売構成品の改善には時間がかかると考え、当研究所では、20/3期以降の営業利益率は緩やかな改善にとどまると予想している。

自己資本比率は積極的な株主還元の実施で18/3期は一時的に50%を割り込む

一方、自己資本比率の推移をみると（図9参照）、09/3期～11/3期は50%台で推移し、12/3期は62%まで向上した。ただ、13/3期～15/3期は自己資本比率が低下傾向となっている。これは、利益水準は高まっていたが、株主還元を力を入れたことが要因として挙げられる。1株当たり年間配当金の推移をみると、12/3期：25.0円、13/3期：32.0円、14/3期：33.0円、15/3期：48.0円、16/3期：45.0円、17/3期：58.5円、18/3期：75.0円、19/3期：77.0円となっている。また、15/3期は自己株式の取得を実施したこともあり自己資本比率の低下が大きくなった。17/3期、18/3期も増配を行ったことから、さらに自己資本比率が低下し、18/3期の自己資本比率は50%を割り込んだ。19/3期は50%台に回復したが、自己資本比率50%超が財務の健全性の目途とされているため、今後は自己資本比率の向上も視野に入れた株主還元が求められてこよう。

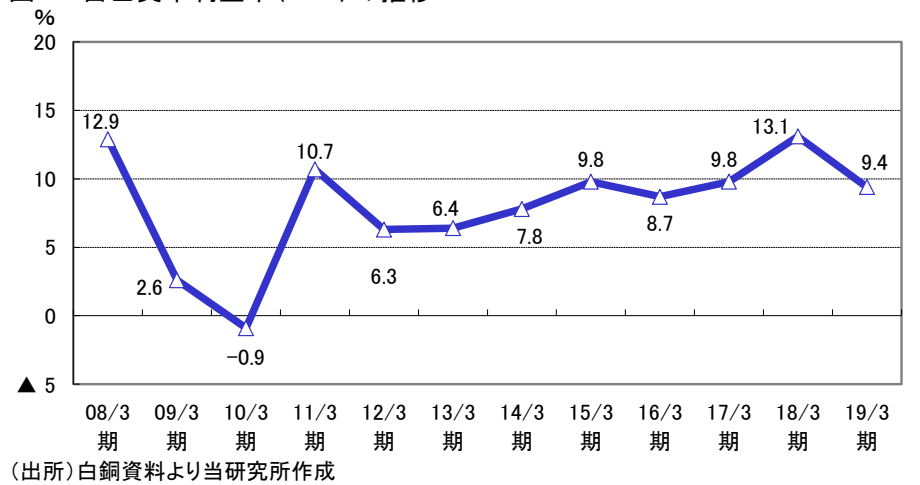
18/3期のROEは13%。過去10年で最高水準にまで向上

また、自己資本利益率（ROE）の推移をみると（図10参照）、13/3期から15/3期まで上昇傾向となり、16/3期は一旦低下したものの、17/3期は9.8%に回復し、18/3期は過去10年で最高水準となる13.1%まで向上した。19/3期は在庫評価影響などにより再び9%台に低下した。



財務分析

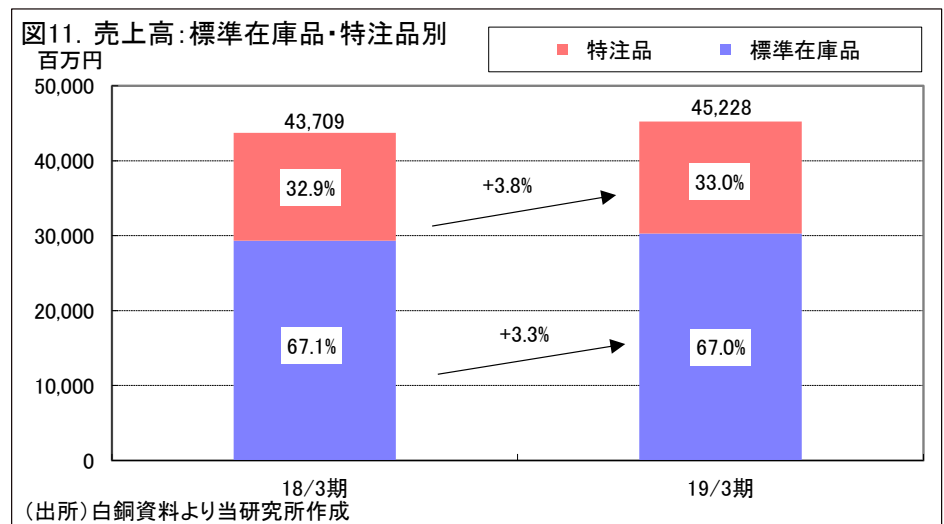
図10. 自己資本利益率(ROE)の推移



19/3 期は 19% 営業減益。在庫評価影響と下期の半導体製造装置業界向けの販売不振が響いた

19/3 期の連結業績は、売上高が前期比 3.5% 増の 45,228 百万円、営業利益が同 19.2% 減の 2,249 百万円となった。上期まで幅広い業種で好調を維持したことから、標準在庫品、特注品ともに販売重量が増加した。アルミニウム地金価格の上昇などに伴う販売価格の引き上げも進んだことから増収となった。しかし、下期に入ると、主要需要産業である半導体製造装置業界では、世界的なメモリ価格の低下や需給の緩みを受け、設備投資が調整局面となり、液晶製造装置業界も減速感が見えた。

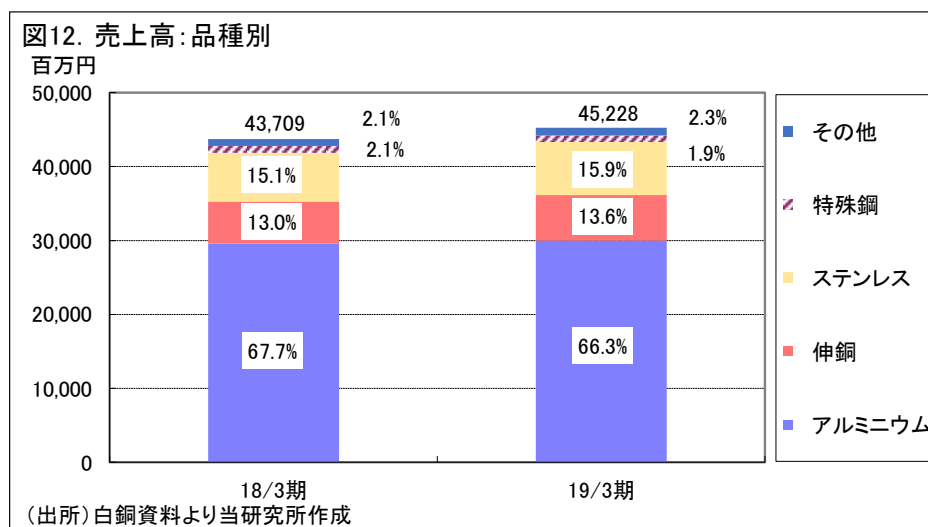
標準在庫品、特注品ともに増収となった。売上構成比は大きな変化はなかった（図 11 参照）。



同社では同業他社との差別化による売上高の増大を図るため、17年11月に国内5番目の工場となる埼玉工場開設による生産能力の増強、ロボットなど省人・省力化生産設備の積極投入、製造現場のIoT推進による製造現場の革新、製造キャパシティのアップを行うとともに、お客様センターの対応品質の向上、社員教育の充実による能力向上により、顧客満足度の向上を図った。また、高精度材料をラインアップしたハイスpekシリーズや、欧州の厳しい環境規制に適合したエコシリーズ、航空・宇宙規格に適合した航空宇宙規格材料シリーズなど需要拡大が見込める特徴のある商品を中心に標準在庫品の品揃えを増やしており、標準在庫点数を16年3月末時点の4,300品目サイズから5,200品目サイズへ拡充した。インターネット経由で24時間・365日見積り・注文が可能なWEBサイト「白銅ネットサービス」の他社在庫品が取り寄せできる品目サイズを拡充させ、18年6月より同社標準在庫品と他社在庫品を合わせて1万2000品目サイズが利用可能となったことも標準在庫品の販売増に寄与した。まだ規模は小さいものの新規事業の構築として、17年4月に2台目の3Dプリンターを導入した。18年4月より、ア

ルミダイカスト製品の材料として広く使われ、JIS 規格品でもある「ADC12」の粉末を使うアルミ造形サービスを開始し、金属製品の受託製造の範囲の拡大を行うなど、製造体制や技術対応力を強化した。

品種別では、付加価値の高いステンレスの拡販が進んだことから、主力のアルミニウムの販売重量は増加したが、品種別売上高比率は低下した（図12 参照）。



営業減益となったのは、18/3 期に利益を押し上げていた在庫評価影響の反動や、下期に半導体製造装置業界向けなどの販売が低調だったことによる。19/3 期はアルミニウムを中心とした原料価格の上昇による販売価格の上昇で、安値在庫の払い出しによる在庫評価影響の好転が利益を押し上げており、同社では在庫評価影響が利益を 31 百万円押し上げたと分析している。ただ、18/3 期は在庫評価影響で利益が 393 百万円押し上げられていたことから、在庫評価影響が前期比では 362 百万円の減益要因となった。在庫評価影響を除く営業利益は、前年同期比 7.2%減と同社では試算している。増収となったものの、利益率の高い半導体製造装置業界向けの販売が下期に低調だったことから、増収効果で費用増を吸収できなかった。費用面においては、人件費の増加や重量ベースでの販売増に伴う運賃の増加に加え、製造設備能力の向上や老朽化した設備の更新、自動化生産設備の新規導入などによる減価償却費が増加した。さらに 19 年 2 月に買収した高瀬アルミののれん一括償却の計上も利益を圧迫した。

20/3 期は会社計画、当研究所予想ともに増益への回復を見込む

会社側は 20/3 期の連結業績について、売上高 45,400 百万円（前期並み）、営業利益 2,330 百万円（同 4%増）を計画。上期は低調な推移が続くものの、下期において標準在庫品販売で半導体製造装置業界や液晶製造装置業界向けを中心に販売増を見込む。顧客満足度の向上と標準在庫品の品揃えの充実により、増益を目指すとしている。

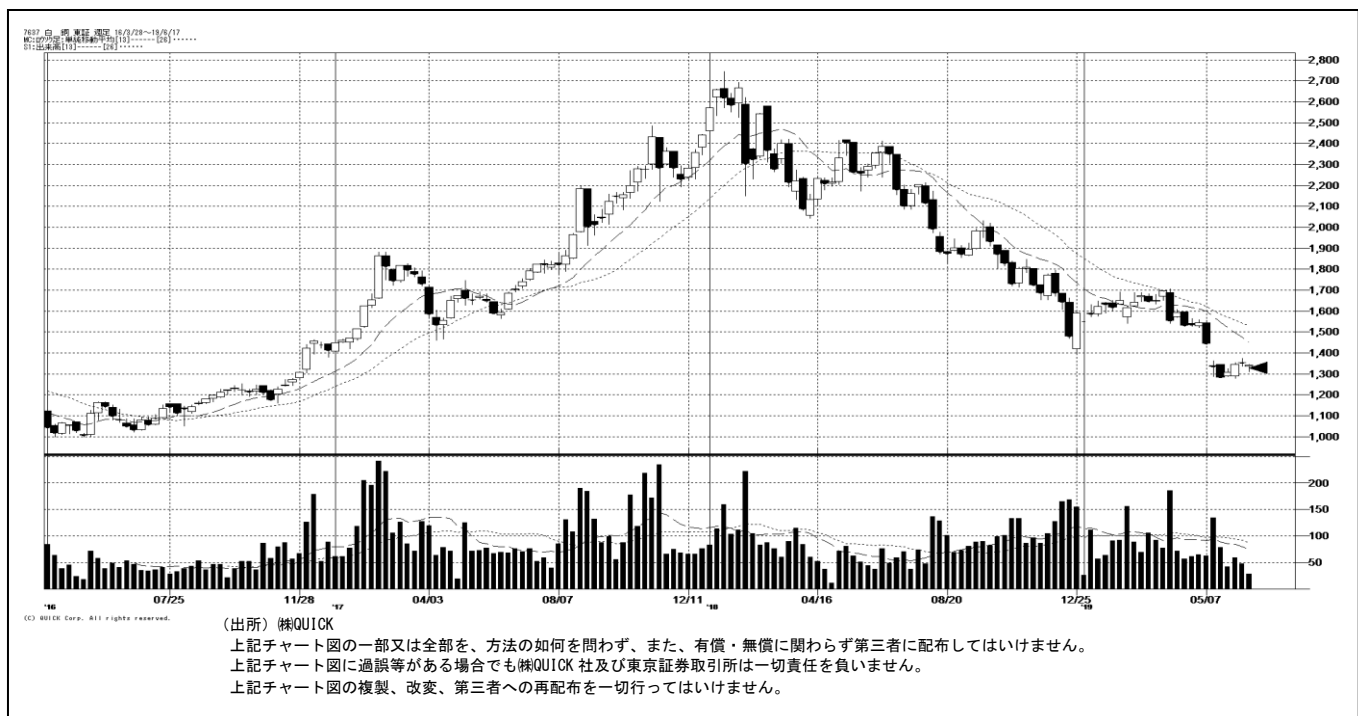
当研究所では、20/3 期の連結業績について、会社計画と同額の予想とした。会社計画と同様に半導体製造装置業界や液晶製造装置業界向け販売は下期の回復を見込む。事業環境については、AI（人工知能）や IoT の普及に伴う需要増が見込まれる中、半導体製造装置業界の調整も上期で終わり、液晶製造装置業界も有機 EL などの根強い需要に支えられ下期には回復に向かうとみている。

前期比では、売上高がほぼ横ばいにとどまるものの、これまで実施してきた新設備導入による生産性の改善や、高付加価値品の販売増などにより営業増益を予想する。さらに「白銅ネットサービス」の普及や利用率の向上も増益に貢献するとみている。「白銅ネットサービス」については、システム投資を行い利便性の向上を図っている。「白銅ネットサービス」でカタログに掲載されていない商品の見積り、受注もできるようにし、他社在庫品（取り寄せ品）の注文できる品目サイズの増加により、顧客満足度をさらに向上させていく方針である。また、航空宇宙規格材料シリーズ、エコシリーズ、ハイスペックシリーズ等の特徴のある商品の充実にも注力しており、今後の販売拡大に寄与するものと考える。

引き続き、顧客への納期対応を強化すべく、生産能力の増強を進めていることも販売増に寄与するものとみている。特に有機 EL 製造装置向けで需要拡大が期待されているステンレス製品の加工能力を増強していることが、今後の販売増に結びつくものと期待している。

品種別では主力のアルミニウムの伸長を見込む。差別化商品の拡販を進めているが、中でも今後の需要拡大が見込まれる航空機向けアルミ製品の販売増を見込んでいる。また、有機 EL 製造装置向けなどへの拡販でステンレス製品の比率も高まるものと考える。

21/3 期は、売上高 45,950 百万円（前期比 1%増）、営業利益 2,435 百万（同 5%増）と予想する。引き続き標準在庫品の販売増により増収増益基調が続くと考える。標準在庫品の品目サイズの増加や、「白銅ネットサービス」の普及や利用率の向上が進むことも増収増益に貢献するとみている。



			2017/3	2018/3	2019/3	2020/3 予 (アナリスト)
株 価 推 移	株 価 (年 間 高 値)	円	1,886	2,748	2,419	-
	株 価 (年 間 安 値)	円	1,000	1,460	1,393	-
	月 間 平 均 出 来 高	百 株	3,192	4,328	3,782	-
業 績 推 移	売 上 高	百万円	34,626	43,709	45,228	45,400
	営 業 利 益	百万円	1,985	2,784	2,249	2,330
	経 常 利 益	百万円	2,042	2,845	2,333	2,410
	当 期 純 利 益	百万円	1,405	2,028	1,564	1,630
	E P S	円	123.91	178.81	137.98	143.71
	R O E	%	9.8	13.1	9.4	9.4
貸 借 対 照 表 主 要 項 目	流 動 資 産 合 計	百万円	21,758	26,461	25,343	-
	固 定 資 産 合 計	百万円	6,846	7,729	8,273	-
	資 産 合 計	百万円	28,604	34,191	33,616	-
	流 動 負 債 合 計	百万円	13,772	17,899	16,630	-
	固 定 負 債 合 計	百万円	31	30	57	-
	負 債 合 計	百万円	13,803	17,930	16,688	-
	株 主 資 本 合 計	百万円	14,620	15,984	16,698	-
キ ャ ッ シ ュ フ ロ ー 計 算 書 主 要 項 目	純 資 産 合 計	百万円	14,800	16,261	16,928	-
	営 業 活 動 に よ る CF	百万円	2,413	3,103	2,073	-
	投 資 活 動 に よ る CF	百万円	-1,301	-1,379	-1,027	-
	財 務 活 動 に よ る CF	百万円	-510	-663	-850	-
	現 金 及 び 現 金 同 等 物 の 期 末 残 高	百万円	4,820	5,902	6,087	-

リスク分析

事業に関するリスク

● 販売方法別のリスク

同社の販売方法は標準品ビジネスと特注品ビジネスに分かれている。標準品ビジネスでは、自社工場に常時約 5200 品目サイズの商品を在庫し、それを流通業者およびユーザーからの注文に応じて、加工して販売しているため、自社工場に大量の在庫を抱えることや、国内の景気動向の影響を受けやすいことがリスクとして挙げられる。

特注品ビジネスでは、特定の大口ユーザー向けのオリジナル規格の商品を、自社工場を介さずにメーカーから直接大口ユーザーに納品するため、特定大口ユーザーの生産動向に影響されることがリスクとして挙げられる。

● 特定業界への売上高依存度によるリスク

アルミニウムやステンレスの厚板を多方面の業界に販売している。なかでも半導体製造装置業界、液晶製造装置業界向けの売上比率が高く、同業界は、いわゆる「シリコンサイクル」や「クリスタルサイクル」に大きく影響されるため、その周期によって同社の業績に影響を及ぼす可能性がある。

● 非鉄金属市況による影響

主要販売商品であるアルミニウム、伸銅等の非鉄金属の価格は、国際市況によって変動している。国際市況が大きく変動した場合には、同社の業績に影響を及ぼす可能性がある。

ディスクレーム

1. 本レポートは、株式会社東京証券取引所（以下「東証」といいます。）が実施する「アナリストレポート・プラットフォーム」を利用して作成されたものであり、東証が作成したものではありません。
2. 本レポートは、本レポートの対象となる企業が、その作成費用を支払うことを約束することにより作成されたものであり、その作成費用は、当該企業が東証に支払った金額すべてが、東証から株式会社 QUICK（以下「レポート作成会社」といいます。）に支払われています。
3. 本レポートは、東証によるレビューや承認を受けておりません（ただし、東証が文面上から明らかに誤りがある場合や適当でない場合にレポート作成会社に対して指摘を行うことを妨げるものではありません）。
4. レポート作成会社及び担当アナリストには、この資料に記載された企業との間に本レポートに表示される重大な利益相反以外の重大な利益相反の関係はありません。
5. 本レポートは、投資判断の参考となる情報の提供を唯一の目的として作成されたもので、有価証券の取引及びその他の取引の勧誘又は誘引を目的とするものではありません。有価証券の取引には、相場変動その他の要因により、損失が生じるおそれがあります。また、本レポートの対象となる企業は、投資の知識・経験、財産の状況及び投資目的が異なるすべての投資者の方々に、投資対象として、一律に適合するとは限りません。銘柄の選択、投資判断の最終決定は、投資者ご自身の判断でなされるようお願いいたします。
6. 本レポート作成にあたり、レポート作成会社は本レポートの対象となる企業との面会等を通じて、当該企業より情報提供を受けておりますが、本レポートに含まれる仮説や結論は当該企業によるものではなく、レポート作成会社の分析及び評価によるものです。また、本レポートの内容はすべて作成時点のものであり、今後予告なく変更されることがあります。
7. 本レポートは、レポート作成会社が信頼できると判断した情報に基づき記載されていますが、東証及びレポート作成会社は、本レポートの記載内容が真実かつ正確であり、そのうちに重要な事項の記載が欠けていないことやこの資料に記載された企業の発行する有価証券の価値を保証又は承認するものではありません。本レポート及び本レポートに含まれる情報は、いかなる目的で使用される場合におきましても、投資者の判断と責任において使用されるべきものであり、本レポート及び本レポートに含まれる情報の使用による結果について、東証及びレポート作成会社は何ら責任を負うものではありません。
8. 本レポートの著作権は、レポート作成会社に帰属しますが、レポート作成会社は、本レポートの著作権を東証に独占的に利用許諾しております。そのため本レポートの情報について、東証の承諾を得ずに複製、販売、使用、公表及び配布を行うことは法律で禁じられています。

<指標の説明について>

本レポートに記載の指標に関する説明は、東京証券取引所ウェブサイトに掲載されております。

参照 URL ⇒ <https://www.jpx.co.jp/listing/ir-clips/analyst-report/index.html>