

高 橋 武 治 (タカハシ タケハル)

高橋カーテンウォール工業株式会社社長



受注単価アップを目指して

◆2004年12月期中間期財務ハイライト

取締役管理部長 影山信博

建設業界は、首都圏の大型プロジェクトが一段落して、都市再開発の建て替え工事本格化を控えたはざま期を迎える。そのため、当社業績も前期に比較して減収減益となった。当中間期における連結売上高は52億43百万円（前中間期比8億22百万円減少）、売上総利益は7億82百万円、営業利益は38百万円、経常利益は1億17百万円といずれも前中間期を下回り、当期純利益は残念ながらマイナス11百万円となった。単独ベースの損益も、売上高40億10百万円（同8億58百万円減）、売上総利益5億15百万円、営業利益1億8百万円、経常利益2億44百万円と減収減益となった。ただし、当期純利益は特別利益の計上に伴い1億14百万円（同27百万円増）となった。

セグメント別売上高（営業利益）は、当社（TCW）が40億10百万円（1億8百万円）、子会社スパジオ（SPZ）が9億58百万円（14百万円）、タラソシステムジャパン（TSJ）が2億77百万円（マイナス86百万円）である。SPZの売上以外は減収減益となっている。ただし、当期のTSJの売上については下期の方に集中しており、通期では前期を上回る予定である。

中間期の連結貸借対照表の主な増減については、資産の部の「投資等」が特定金外信託10億円強を売却した結果、前中間期よりも11億30百万円減少している。売却した資金は借入金の返済原資に充当して、負債の部の短期借入金16億2百万円と長期借入金14億46百万円の減少となった。その結果、自己資本比率は前中間期45.8%に対して当中間期55.5%と約10%向上した。有利子負債の圧縮方策により、前期1年間で約19億円減少を達成したが、2004年12月期末までには更に約15億円の削減を計画している。中間期までの達成率は8億76百万円（約58%）である。

通期の連結売上高は110億円、経常利益2億90百万円、当期純利益1億円を計画している。

◆事業概要

社長 高橋武治

当社は1954年の万年塙（鉄筋コンクリート組立塙）製造に始まり、PCカーテンウォールの業界に参入し、1985年には業界トップメーカーとなった。1990年7月、JASDAQに株式を公開し、その後、アクリル施設部を設立するなど、多角化を積極的に進めてきた。こうした社会の変化に対応する柔軟な姿勢、新しいフィールドにチャレンジする姿勢は、今後も変わらず当社の基本姿勢である。

当社（TCW）の事業はPCカーテンウォール部門と環境空間施設部門から成り、グループ会社として、（株）スパジオ（SPZ）、（株）タラソシステムジャパン（TSJ）がある。グループの売上構成は、PCカーテンウォール事業部が55%、環境空間施設部が21%（以上TCW）、SPZが17%、TSJが7%となっている。PCカーテンウォール部門の当期売上高予想は59億円と、前期実績よりも6億円減少しているが、これは工事完成時期のずれ込みによるものであり、実態はほぼ横ばいの状況である。環境空間施設部門は21億円（前期実績25億円）と一時的に減少するが、来年以降増加する見込みである。SPZは21億円（同20億円）、TSJは9億円（同8億円）と大きな変化はない。なお、丸の内駅前再開発D工区・明治製菓本社ビル・日本橋三井タワー・銀座8丁目ビル・太平4丁目錦糸町開発業務棟等を2004年以降の案件として受注している。

当社の強みは、同業他社に対する圧倒的なコスト競争力である。この力を支えているのは、トップブランドの営業力、高度な技術力、徹底したコスト管理、安定した生産量と生産能力という基本的な事柄の積み重ねによるものである。

当社のマーケットシェアは、1998年度22%、2002年度28%、そして2003年度31%と増加している。主な競合会社は、ゼネコン100%子会社であるB社（2003年度シェア10%）とC社（同16%）、そして独立系のA社（同10%）である。当業界における業者数はこの5年間で33社から24社と減少しており、この間、業界総

受注高が284億円から187億円と大幅に減少している中で、TCW受注高は63億円から57億円と微減ほぼ横ばいの状況を維持している。業界内淘汰のスピードは2001年以降アップし、この傾向は今後も続くとみているが、当社のマーケットシェアは上昇傾向である。

◆セグメント別状況と今後の目標

当社のPCカーテンウォール部門の今後の目標はシェア40%（首都圏50%）以上の追求である。短期的には、コストダウンにより競争力強化を進め、業界内淘汰に勝ち抜き、中長期的には撤退・廃業企業のシェア獲得を達成する。その過程においては、価格交渉力の強化を図り、3ヵ年計画として受注単価を毎年5%ずつ上げていき、3年内に受注単価10%増を目指す。また、旧アクア施設部門と環境空間部門を統合、環境空間施設部門として一本化した。「テーマある空間作り」をキーワードとして、商業・ビジネス・文化・公共・レジャー・アミューズメント空間の内装についての企画・設計・施工のトータルプロデュースを行っている。市場規模2兆円と見込まれるこの分野において、ニッチなニーズをとらえていくことで確実な成長が期待できるため、当社グループにおける新しい成長部門としてとらえている。短期的目標は、旧2部門の統合を速やかに進め、大阪から東京への進出を進める中、東京での足固めをすることである。中長期的には、当社の特長・強みを生かすという観点から、水回りに強い空間プロデュースを押し出していき、当社の独自色を出していく。前期から当期にかけては減収減益という結果となつたが、PC部門の利益率アップと環境空間施設部門の受注増により今後は増収増益に転換を図る。単体の3ヵ年計画において、2004年12月期は売上高81億円（PC部門60億円：環境空間施設部門21億円）、営業利益1億35百万円としている。最終年度の2007年12月期には売上高96億38百万円（同63億38百万円：33億円）、営業利益5億71百万円を達成する。

システム収納家具をイタリアから輸入販売している子会社（株）スパジオは収益体质の強化・定着を図り、短期的には売上高20億円を確保し、物流センターの再構築によるコスト削減を実現する。中長期的には利益率の向上を図り、2004年12月期売上高（営業利益）は21億円（55百万円）、2007年12月期は24億円（95百万円）と計画している。

（株）タラソシステムジャパンは、海水を使用した海洋療法・リラクセーション施設を展開している。タラソテラピーはヨーロッパにおいては数多くの施設がある伝統的療法であり、その中でも最上級クラスの施設テルムマラン・ドゥ・サンマロと技術提携契約を結んでいる。当社は、1993年10月にアクア施設部を設けプール施設の設計、施工を行ってきた。タラソテラピー事業への進出は、脱オシリービル（コンサルティング→設計→建設→運営）により収益力増大を目指したものである。TSJの現在のビジネスモデルは、コンサルティング事業・施設運営・化粧品販売の三つから構成されている。核となるコンサルティング事業部は、勝浦市の当社施設「テルムマラン・パシフィーク」をショールームとして営業活動を行い、そこで蓄積されたノウハウを基に、日本各地で各種施設のコンサルティングと設計を受注、人材を派遣していく。TSJの今後の目標は、短期的には収益3部門の確立、「テルムマラン」ブランド力の強化、ノウハウを生かしたビジネスを展開することであり、中長期的にはさらなる収益機会の拡大とタラソテラピーの普及、定着を追求することである。

TSJの売上および営業利益は、勝浦施設の集客が下半期の7～9月に偏ることと、コンサルティングの当期売上が下期に集中するため中間期決算は赤字となるが、本決算には黒字となる見込みである。2004年12月期以降、売上高は右肩上がりに増加するが、2005年12月期で実施する投資計画により、収益は一時減少すると見込んでいる。投資の詳細についてはまだ発表できる段階ではないが、結果が出てくるのは2007年12月期以降となるであろう。営業利益計画では2007年12月期には1億75百万円としている。

以上の結果、3年後の2007年12月期には、グループ全体の連結売上高は135億74百万円、営業利益は8億26百万円と見込んでいる。

（平成16年9月1日・東京）