

2022年3月期決算概況（参考資料）

2022年5月11日

ニチハ株式会社
(コード番号7943、東証プライム・名証プレミア)

1. 当期2022年3月期通期業績

(1) 連結業績 (百万円、%)

	2021/3期 実績	2022/3期		前期比		予想比		
		予想	実績	金額	%	金額	%	
売上高	120,964	122,000	128,599	7,634	6.3	6,599	5.4	
営業利益 (営業利益率)	12,029 (9.9%)	12,500 (10.2%)	12,576 (9.8%)	547	4.5	76	0.6	
経常利益	12,248	12,500	13,600	1,351	11.0	1,100	8.8	
親会社株主に帰属する 当期純利益	8,902	8,700	10,146	1,244	14.0	1,446	16.6	
	中間	27.5円	42円	42円	14.5円	—	0円	—
	期末	45.5円	42円	55円	9.5円	—	13円	—
1株当たり配当金	73円	84円	97円	24円	—	13円	—	

(注1)「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を当連結会計年度の期首から適用しており、2021/3期に係る各数値については、当該会計基準等を遡って適用した後の数値となっております。
(以下、本資料において同様)

(注2) 予想は2021年5月7日発表の期初予想。ただし中間配当金については実績。

(2) 連結業績の説明

① 市場環境等

当社グループ主力製品の窯業系外装材の主要マーケットである住宅市場におきましては、国内新設住宅着工戸数は需要回復により増加基調が続く、2021年度全体では866千戸と前年度比6.6%の増加となりました。一方で、窯業系外装材の業界全体の国内販売数量は、資材不足による工事の遅れの影響等もあり、前年度比2.3%(JIS規格対象外の12mm厚製品を含む基準)の増加にとどまりました。

また、米国の住宅着工戸数は、年率換算150万戸を超える高水準が続く、旺盛な住宅需要が継続しました。

② 売上高

国内では、窯業系外装材事業が好調なマーケットを背景に増収、金属系外装材事業も業界内シェアの上昇により増収となりました。また、米国外装材事業も増収となるなど好調に推移したことから、全体の売上高は1,285億99百万円と前連結会計年度比76億34百万円(6.3%)の増収となりました。

③ 損益

生産増に伴う固定費の増加のほか、特に期後半にはエネルギーや諸資材の高騰が利益を圧迫する要因となりましたが、年間を通しては国内外装材事業・米国外装材事業の増収による増益でコスト増等を吸収し、営業利益は125億76百万円と前連結会計年度比5億47百万円(4.5%)、経常利益については為替差損益の改善なども加わり136億円と同13億51百万円(11.0%)の増益となりました。

親会社株主に帰属する当期純利益につきましては、米子会社において、新型コロナウイルス感染症対策融資に係る債務免除益を特別利益に計上したこともあり、101億46百万円と同12億44百万円(14.0%)の増益となりました。

④ 配当

当社は当期より配当性向を見直し、従来の30%以上を35%以上に引き上げております。当期の配当金につきましては、既の実施済の中間配当金42円に加え、期末配当金は直近の配当予想から13円増額し、普通配当55円を実施する予定であります。これにより当期の年間配当金は、1株当たり97円となる予定であります。

2. 次期2023年3月期の通期業績予想

(1) 連結業績 (百万円、%)

	上期		下期		通期				
	前年同期比		前年同期比		前期比				
	金額	%	金額	%	金額	%			
売上高	68,000	5,316	8.5	73,000	7,084	10.7	141,000	12,400	9.6
営業利益 (営業利益率)	5,200 (7.6%)	△1,416	△21.4	8,300 (11.4%)	2,340	39.3	13,500 (9.6%)	923	7.3
経常利益	5,300	△1,561	△22.8	8,400	1,661	24.7	13,700	99	0.7
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,700	△1,535	△29.3	6,000	1,088	22.2	9,700	△446	△4.4
1株当たり配当金	48.5円	6.5円	—	48.5円	△6.5円	—	97円	0円	—

(注) 通期の想定米ドル為替相場: 115円

(2) 連結業績予想の説明

住宅市場につきましては、国内においては、新設住宅着工戸数は3%程度の減少を想定する一方、国内窯業系外装材業界全体の需要は、資材不足による工事遅れ分を取り込むことにより、当期並みと予想しております。米国市場においては、足元では金利上昇による住宅販売の失速が懸念されますが、住宅着工戸数は引き続き150万戸前後の高水準が続くものと見ております。

このような状況の下、国内においては高付加価値商品を軸にシェアアップを図るほか、非住宅市場でもさらなる販路拡大に注力いたします。また、米国では新工場の稼働開始を機にさらなる拡販と収益力アップに取り組みます。コスト面では、資材・エネルギーコスト高騰の影響は避けられないと見ておりますが、生産性改善、コスト削減を強力に推進してまいります。加えて商品価格改定による効果を織り込み、次期の連結業績を前頁のとおり予想しております。

なお、当社及び国内連結子会社の有形固定資産の減価償却方法は主として定率法を採用していましたが、2023年3月期より定額法に変更する予定です。この変更により、2023年3月期の減価償却費は従来の方法と比べて約16億円減少する見込みであり、業績予想には当該変更を織り込んで算定しております。

(3) 配当

当社は連結配当性向35%以上を指針として運用しております。当社の次期配当金は、現時点での通期連結業績予想では親会社株主に帰属する当期純利益が減益となるものの、安定配当を実施すべく当期の年間配当金と同額とし、中間・期末配当金ともに各48.5円の年間97円を予想しております。

3. 決算関係データ

(1) セグメント別売上高の主要内訳

(百万円)

	2021/3期		2022/3期		2023/3期		
	実績	実績	前期比		予想	前期比	
			金額	%		金額	%
売上高	120,964	128,599	7,634	6.3	141,000	12,400	9.6
外装材事業	111,755	119,156	7,401	6.6	131,000	11,843	9.9
国内	93,991	98,348	4,357	4.6	105,300	6,951	7.1
窯業系外装材	85,582	88,008	2,425	2.8	91,700	3,691	4.2
金属系外装材	8,408	10,340	1,931	23.0	13,600	3,259	31.5
海外	17,763	20,807	3,044	17.1	25,700	4,892	23.5
米国	15,431	17,659	2,228	14.4	22,600	4,940	28.0
(百万US\$)	(144.5)	(160.6)	(16.1)	(11.2)	(196.5)	(35.8)	(22.3)
中国他	2,331	3,148	816	35.0	3,100	△48	△1.5
その他	9,209	9,442	233	2.5	10,000	557	5.9

(注) その他の内訳は、繊維板事業、工事事業、FP事業、その他事業

(2) 市場環境

	年度	上期			下期			通期計	
		第1四半期	第2四半期	計	第3四半期	第4四半期	計		
住宅市場									
新設住宅着工戸数	千戸	2020	204	210	414	207	191	398	812
			(△12.4)	(△10.1)	(△11.3)	(△7.0)	(△1.6)	(△4.5)	(△8.1)
		2021	221	225	446	220	200	420	866
			(8.1)	(7.2)	(7.6)	(6.1)	(4.9)	(5.6)	(6.6)
うち一戸建	千戸	2020	99	98	197	105	94	199	396
			(△16.0)	(△12.8)	(△14.4)	(△4.7)	(0.7)	(△2.2)	(△8.7)
		2021	109	114	223	114	93	207	430
			(10.2)	(15.4)	(12.8)	(8.8)	(△1.3)	(4.0)	(8.4)
窯業系外装材業界									
NYGサイディング販売数量	千坪	2020	7,170	6,884	14,054	7,606	7,010	14,616	28,670
[日本窯業外装材協会]			(△8.3)	(△14.9)	(△11.7)	(△7.2)	(△8.1)	(△7.6)	(△9.7)
(JIS規格対象外の12mm厚製品を含む基準)		2021	7,075	7,167	14,242	7,831	7,260	15,091	29,333
			(△1.3)	(4.1)	(1.3)	(3.0)	(3.6)	(3.2)	(2.3)
当社									
窯業系サイディング販売数量	千坪	2020	3,811	3,751	7,562	4,171	3,904	8,075	15,637
(JIS規格対象外の12mm厚製品を含む基準)			(△0.7)	(△8.2)	(△4.6)	(△1.7)	(△2.7)	(△2.1)	(△3.3)
		2021	3,880	3,913	7,793	4,245	3,903	8,148	15,941
			(1.8)	(4.3)	(3.1)	(1.8)	(△0.0)	(0.9)	(1.9)
NYGシェア	%	2020	53.2	54.5	53.8	54.8	55.7	55.3	54.5
			(+4.1p)	(+4.0p)	(+4.0p)	(+3.0p)	(+3.1p)	(+3.1p)	(+3.5p)
		2021	54.8	54.6	54.7	54.2	53.8	54.0	54.3
			(+1.6p)	(+0.1p)	(+0.9p)	(△0.6p)	(△1.9p)	(△1.3p)	(△0.2p)

(3) 米国市場環境

米国住宅着工戸数	千戸	1月	2月	3月	4月	5月	6月
(注) 季節調整済み、年率換算		1,625	1,447	1,725	1,514	1,594	1,657
		(0.5)	(△7.7)	(35.9)	(61.4)	(52.4)	(30.2)
(出所) 米商務省		7月	8月	9月	10月	11月	12月
		1,562	1,573	1,550	1,552	1,703	1,754
		(4.3)	(14.3)	(7.0)	(2.5)	(9.8)	(5.6)