



# 北恵株式会社

2021年11月期決算説明資料

証券コード：9872

東証1部

<https://www.kitakei.jp/>

# 〔1〕 2021年11月期 決算 概要

(注) 当社は2021年8月21日付で連結子会社であった福住株式会社を吸収合併し、2021年11月期第4四半期より非連結決算へ移行したため、次ページ以降の実績比較については、個別業績にて記載しております。

# 〔1〕 2021年11月期 決算 概要

## ■ 損益計算書

(金額単位:百万円)

2020年11月期

2021年11月期

	金額	売上高 構成比	金額	売上高 構成比	前年 同期比	計画比
売上高	53,027	100.0%	57,225	100.0%	+7.9%	+2.2%
売上総利益	5,264	9.9%	5,727	10.0%	+8.8%	+0.5%
販管費	4,666	8.8%	4,916	8.6%	+5.4%	△ 3.0%
営業利益	598	1.1%	811	1.4%	+35.6%	+28.7%
経常利益	721	1.4%	920	1.6%	+27.5%	+23.7%
当期純利益	728	1.4%	644	1.1%	△ 11.6%	+44.4%

### 【主な動き】

#### ●売上高

コロナウイルス感染拡大の影響による建築資材の納期遅延や価格高騰、ウッドショックによる国内での木材の供給不足や価格高騰などの影響があったが、既存得意先との関係強化、新規得意先の開拓、工事機能を生かしたリフォーム需要への対応を行ったことなどにより、過去最高の売上高となった。

#### ●当期純利益

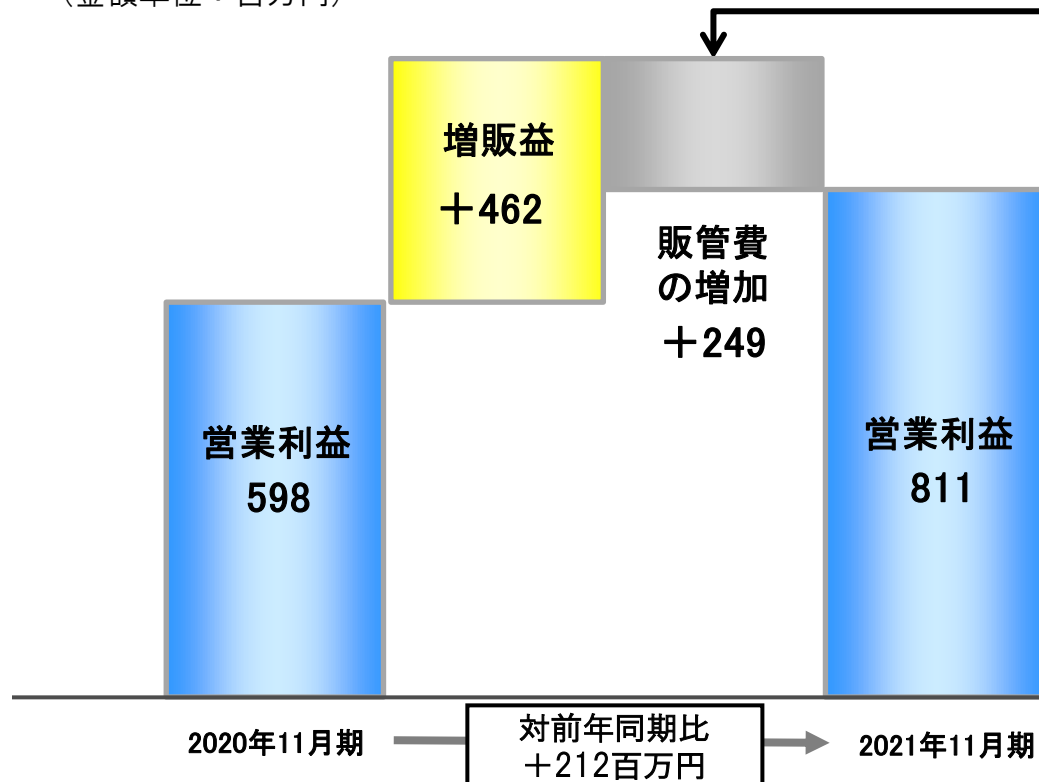
前期に特別利益398百万円を計上したため、減益となった。

(注) 計画比は、2021年10月1日に発表した2021年11月期通期業績予想数値(売上総利益ならびに販管費については前述発表時における計画値)との計画対比です。

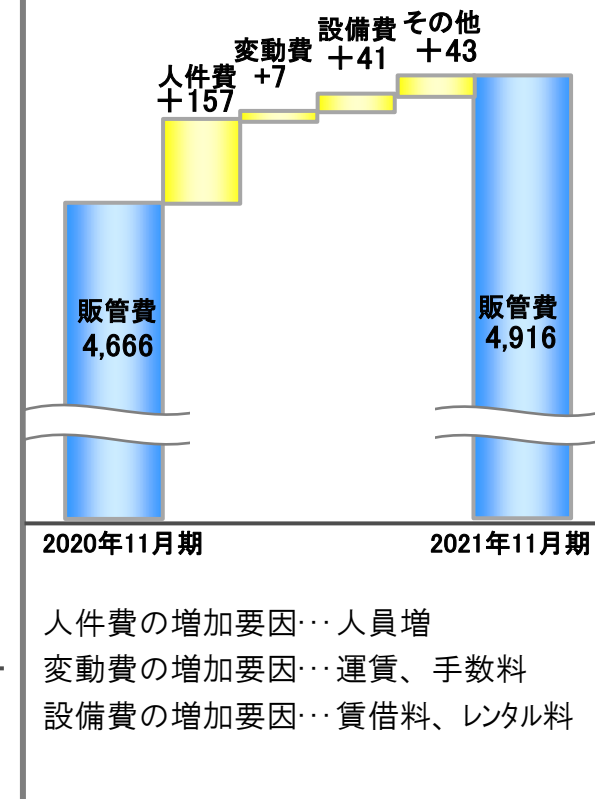
# [1] 2021年11月期 決算 概要

## ■ 営業利益分析

(金額単位：百万円)



### 【販管費の増加内訳】



# 〔1〕 2021年11月期 決算 概要

## ■ 商品別売上高

(金額単位:百万円)

2020年11月期

2021年11月期

	2020年11月期		2021年11月期		前年 同期比	[ご参考] 主要商品
	売上高	売上高 構成比	売上高	売上高 構成比		
木質建材	6,725	12.7%	7,299	12.8%	+8.5%	ユニットドア、クローゼット、フロア、収納ユニット、階段セット
非木質建材	4,487	8.5%	4,684	8.2%	+4.4%	石膏ボード、断熱材、屋根材、不燃ボード、サイディング
合板	1,871	3.5%	2,152	3.8%	+15.0%	ラワン合板、針葉樹合板
木材製品	2,661	5.0%	3,394	5.9%	+27.6%	木材構造材、木材造作材、フローリング
住宅設備機器	12,572	23.7%	13,567	23.7%	+7.9%	システムキッチン、ユニットバス、洗面ユニット、トイレ、空調機器、 燃焼機器、太陽光発電パネル
施工付販売 (メカ-施工)	941	1.8%	1,062	1.9%	+12.9%	外壁工事、住設工事、屋根工事、構造躯体工事、内装工事、 サッシ工事、太陽光発電システム
その他	4,464	8.4%	4,576	7.9%	+2.5%	サッシ、エクステリア、化成品、建築金物、建築道具
商品販売	33,723	63.6%	36,738	64.2%	+8.9%	
施工付販売 (完成工事高)	19,303	36.4%	20,486	35.8%	+6.1%	外壁工事、住設工事、屋根工事、構造躯体工事、内装工事、 サッシ工事、太陽光発電システム
合計	53,027	100.0%	57,225	100.0%	+7.9%	
オリジナル商品	2,068	3.9%	2,079	3.6%	+0.5%	軒天破風一体型板金、フローリング、換気システム

### 【主な動き】

重点商品である住宅設備機器と施工付販売（完成工事高）の堅調な推移を軸に、全ての品目で前期を上回り過去最高の売上高となった。

- 住宅設備機器の増加要因  
特に近畿地区でCOVID-19の影響により延期となっていた新築住宅及びリフォーム案件が、今期に再開されたことによる。
- 施工付販売（完成工事高）の増加要因  
一部取引先に対して材料販売のみに移行したことに伴い外壁工事は減少したが、住設工事等が伸びた。

(注) 1. 施工付販売は、仕入メーカーの責任施工により行っている工事（＝メカ-施工）と当社の手配による下請工事業者により行っている工事（＝完成工事高）に分割して記載しております。

2. オリジナル商品の販売実績は主に、木質建材、木材製品、住宅設備機器、その他に含まれております。

# [1] 2021年11月期 決算 概要

## ■ 貸借対照表

(金額単位:百万円)

 2020年  
11月期

2021年11月期

	金額	金額	前期末比
<b>流動資産</b>	21,486	23,887	+11.2%
現金及び預金	10,311	10,321	+0.1%
※1 受取手形及び売掛金・電子記録債権	9,700	11,962	+23.3%
※2 商品・未成工事支出金	1,451	1,567	+8.0%
<b>固定資産</b>	3,910	3,494	△ 10.6%
有形固定資産	1,754	1,707	△ 2.7%
無形固定資産	61	66	+7.7%
投資その他の資産	2,093	1,720	△ 17.8%
<b>資産合計</b>	25,396	27,381	+7.8%
<b>負債の部</b>	13,414	14,981	+11.7%
流動負債	12,415	14,010	+12.8%
※3 支払手形及び買掛金・電子記録債務	11,311	12,901	+14.0%
固定負債	998	970	△ 2.8%
<b>純資産の部</b>	11,982	12,400	+3.5%
株主資本	11,835	12,247	+3.5%
評価・換算差額等	146	152	+4.3%
<b>負債・純資産合計</b>	25,396	27,381	+7.8%
<b>有利子負債</b>	0	0	-
売上債権回転日数(日)	68.6日	69.1日	+0.5日
棚卸資産回転日数(日)	10.0日	9.6日	△ 0.3日
買入債務回転日数(日)	78.2日	77.2日	△ 1.0日

### 【主な動き】 (前事業年度末比)

- 資産…19億85百万円の増加
  - ・売掛金の増加20億84百万円
- 負債…15億66百万円の増加
  - ・支払手形の増加3億85百万円
  - ・電子記録債務の増加6億38百万円
  - ・買掛金の増加5億64百万円
- 純資産…4億18百万円の増加
  - ・利益剰余金の増加4億12百万円

$$\text{売上債権(※1)回転日数} = \frac{\text{期初売上債権} + \text{期末売上債権}}{2} \div \frac{\text{累計期間売上高}}{\text{期中日数} \times 4}$$

$$\text{棚卸資産(※2)回転日数} = \frac{\text{期初棚卸資産} + \text{期末棚卸資産}}{2} \div \frac{\text{累計期間売上高}}{\text{期中日数} \times 4}$$

$$\text{買入債務(※3)回転日数} = \frac{\text{期初買入債務} + \text{期末買入債務}}{2} \div \frac{\text{累計期間売上高}}{\text{期中日数} \times 4}$$

※4 期中日数: 2020年11月期=366日  
2021年11月期=365日

# [1] 2021年11月期 決算 概要

## ■ キャッシュ・フロー計算書

(金額単位:百万円)

2021年11月期

	金額
営業活動による キャッシュ・フロー	△ 92
投資活動による キャッシュ・フロー	324
財務活動による キャッシュ・フロー	△ 231
現金及び現金同等物 の増減額	0
現金及び現金同等物 の期首残高	10,311
合併に伴う現金及び 現金同等物の増減額	8
現金及び現金同等物 の期末残高	10,321
(ご参考)	
手元流動性比率(カ月)	2.2

(注) 2020年11月期は連結業績の開示のみであったため  
個別業績は記載していません。

【主な動き】 (前事業年度末比)

- 営業活動によるC/F  
〔増加要因〕  
仕入債務の増加額15億19百万円  
税引前当期純利益9億45百万円  
〔減少要因〕  
売上債権の増加額21億80百万円  
法人税等の支払額4億12百万円
- 投資活動によるC/F  
〔増加要因〕  
投資有価証券の償還による収入4億円  
〔減少要因〕  
有形・無形固定資産の取得による支出  
74百万円
- 財務活動によるC/F  
〔主な要因〕  
配当金の支払額2億31百万円

# [1] 2021年11月期 決算 概要

## ■ 新設住宅着工戸数の動き

### 2021年11月期 新設住宅着工戸数

(単位:千戸)

	総数	持家+分譲一戸建			マンション	貸家
		持家	分譲一戸建			
2019年12月 ~2020年11月	821	260	131	392	110	309
2020年12月 ~2021年11月	853	285	139	425	100	320
前年 同期比	+3.9%	+9.6%	+5.9%	+8.4%	△ 9.3%	+3.4%

2020年12月  
~2021年11月

	総数	前年 同期比	持家+分 譲一戸建	前年 同期比
九州・中四国	159	+6.2%	82	+9.6%
中部	108	+5.4%	63	+6.4%
東日本	449	+2.9%	220	+8.7%
内、首都圏	290	+1.7%	117	+7.7%
合計	853	+3.9%	425	+8.4%

#### 【主な動き】

- 当社決算期間における新設住宅着工戸数は、全国的に増加し、前期比3.9%増。
- 当社の主たる市場である持家及び分譲一戸建住宅の合計は前期比8.4%増。

(注) 「建築着工統計調査」(総務省統計局)に基づき、  
当社決算期間及び当社地域区分にて集計しております。



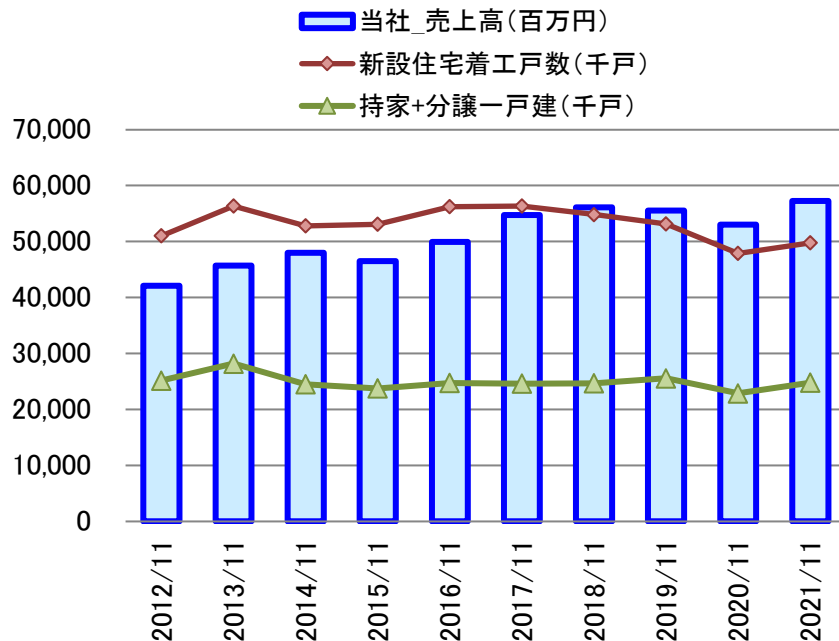
# [1] 2021年11月期 決算 概要

## ■ 新設住宅着工戸数・当社売上高推移

新設住宅着工戸数の推移は当社の売上高に影響を及ぼすと認識しております。

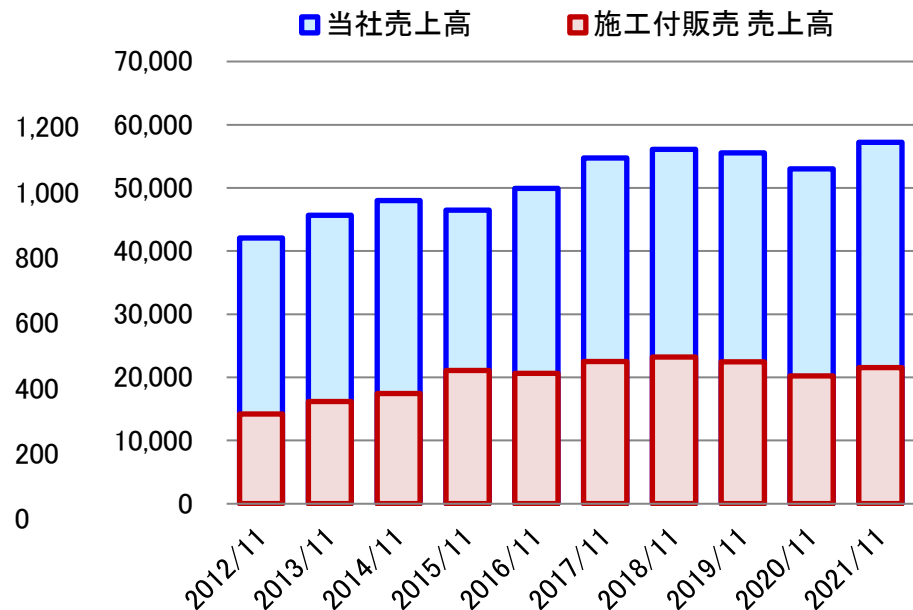
当社の売上高を牽引する最大の柱は、20年以上前から取り組み、長年の蓄積と信頼を得ている施工付販売です。

**新設住宅着工戸数、当社売上高 推移**



(注) 「建築着工統計調査」(総務省統計局)に基づき、当社決算期間(12月~11月)にて集計しております。

**当社売上高及び施工付販売売上高推移**



(注) 施工付販売売上高は仕入メーカーの責任施工により行っている工事(=メカ-施工)と当社の手配による下請工事業者により行っている工事(=完成工事高)を合算しています。

# 〔1〕 2021年11月期 決算 概要

## ■ 外部環境に関する当社の見方

新型コロナウイルス感染症（COVID-19）による業界への影響と、業界の動きや対応

COVID-19による業界への影響	業界の動きや対応
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 木材の供給不足（ウッドショック）や建築資材の価格高騰・納期遅延。</li> <li>● 施工現場（特に内装工事）での三密回避等に伴う工期の延長・遅延。</li> <li>● イベント中止や消費者の慎重な動き等、住宅展示場見学における様々な制約が発生し、新規営業が抑制されがちであった。</li> <li>● 感染拡大防止に配慮した営業活動や社員の働き方が必須。</li> <li>● 当住宅関連業界においては、COVID-19の拡大による先行き不透明な状況が続くものと予想した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 工期遅延や受注採算の悪化の動き等が見られる。</li> <li>● 製品単価の値上げ等、採算確保への取り組みが見られる。</li> <li>● 消費者がネットで見学体験できる、バーチャル展示場の活用等の動きが見られる。</li> <li>● ウェブ会議を利用した営業活動による対面営業補完や、社員のテレワーク・時差出勤等に取り組んでいる。</li> <li>● テレワークの拡大等から、暮らし方と居住空間のあり方を見直す意識が高まっている。</li> </ul>

# 〔1〕 2021年11月期 決算 概要

## ■ 外部環境に関する当社の見方

ウッドショックの原因と業界への影響、業界の動きや対応

ウッドショックの原因と 業界への影響	業界の動きや対応
<ul style="list-style-type: none"> <li>● コロナ禍に伴うテレワークの拡大や低金利政策が相まった米国で、郊外での戸建需要やDIYブームの拡大による木材需要の高まりに伴い、価格が高騰化。また、COVID-19の影響からいち早く立ち直った中国でも木材需要が高まっていた。</li> <li>● 日本は輸入木材の割合が高いが、上記理由から入手が困難な状況。国産材への切替も含めた対応を取ってはいるが、仕入コストの上昇は否めない。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 木材製品の仕入先との信頼関係に基づく安定的な購買により、調達ルートを確認。</li> <li>● 国内林業者による生産数量の増加と住宅会社等による国産材の新たな仕入ルートの開拓</li> <li>● 新築だけではなく、水廻りや外壁等を含めた、リフォーム・リノベーション需要への対応。</li> </ul>

# 〔1〕 2021年11月期 決算 概要

## ■ 外部環境に関する当社の見方

社会における当社の役割と、当社の「社会的責任」への取り組み

社会における当社の役割	当社の「社会的責任」への取り組み
<ul style="list-style-type: none"> <li>● お取引先様やユーザーの皆様との信頼関係を築いてきたことが自社の強みと認識し、今後も住まいのトータルサプライヤーとしての存在価値を一層高めることにより、全てのステークホルダーの皆様により一層信頼され、社会に貢献できる企業を目指す。</li> <li>● 住まいのトータルサプライヤーとしての事業活動を通じ、SDGs等、さらなる社会貢献に取り組む。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 1990年代から、計画植林材を使用したオリジナル商品の開発・販売に取り組んでいる。 [期待される効果] CO2削減への貢献</li> <li>● 現場での廃材処理が不要な商品や、工期の短縮化を図る商品の開発・販売を行っている。 [期待される効果] CO2削減への貢献</li> </ul>

## 〔1〕 2021年11月期 決算 概要

- 2021年11月期の取り組み
- 戦略的方向性

- 既存取引先との関係強化を軸として、ビルダー、住宅メーカー、リフォーム・リノベーション専門店、ホームセンターなどの新規取引先の開拓。
- 工事機能のさらなる充実により、外壁工事・住設工事などの工事売上の拡大や非住宅市場の開拓の推進。
- 環境・省エネをテーマとした太陽光発電システムや蓄電池などの住宅設備機器の拡販。
- オリジナル商品の開発及び販売強化。

- トピックス

- サイディングプレカット拠点として東日本テクニカルセンターを開設。
- 抗ウイルス加工フローリング「ウイルスガード コート」シリーズの販売を開始。

※サイディングプレカット…外壁材を予め加工すること。

# 〔1〕 2021年11月期 決算 概要

## ■ 2021年11月期の取り組み

最近の市場の課題と、当社の取り組み

市場の課題	当社の取り組み
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 施工現場での人手不足。</li> <li>● 施工現場での騒音や粉じん発生等の抑制。（施工現場近隣への配慮）</li> <li>● 狭小地現場での加工場所の確保と材料運搬への対応。</li> <li>● 施工現場の安全確保。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● サイディングプレカットの促進               <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 施工現場での工程の簡素化、工期短縮を図る。</li> <li>・ 廃材の抑制を図る。</li> <li>・ 工場加工のため、品質の安定化が図れる。</li> <li>・ 環境問題等、社会貢献につながる。</li> </ul> </li> </ul>

サイディングプレカット拠点として東日本テクニカルセンターを開設



# 〔1〕 2021年11月期 決算 概要

## ■ 2021年11月期の取り組み

市場のニーズと、当社の取り組み

市場のニーズ	当社の取り組み
<p>● ウイルス接触機会の低減。</p>	<p>● 抗ウイルス加工フローリング 「ウイルスガード コート」シリーズ の販売を開始。</p>

当社は、SIAA(抗菌製品技術協議会)の基準に適合した抗ウイルス加工の認証を取得<sup>※1</sup>しました。  
「ウイルスガード コート」シリーズは、当社オリジナル商品の1つであるフローリングの塗装面に  
抗ウイルス機能を有した製品です。製品上の特定ウイルスの数を減少させます。

※1 2021年5月20日 SIAA（抗菌製品技術協議会）正会員登録（会員番号：2981）  
登録番号：JP0612981X0001J / JP0612981X0002K

※抗ウイルス性能は全てのウイルスに対して同様の効果を保証するものではありません。

※抗ウイルス性能は試験での結果であり、実際の使用状況で同様の効果を保証するものではありません。

※表面の塗装面が消耗、阻害されると抗ウイルス性能が低下する場合があります。



ネットビーツ（クリア色）



クリ スクレイブ



シェルフォレ ブラックウォールナット



SIAAマークはISO 21702 法により評価された結果に基づき、  
抗菌製品技術協議会ガイドラインで品質管理・情報公開  
された製品に表示されています。

- ・抗ウイルス加工は、病気の治療や予防を目的とするものではありません。
- ・SIAAの安全性基準に適合しています。

# 〔2〕 2022年11月期 当社戦略と見通し



## 〔2〕 2022年11月期 当社戦略と見通し

- 外部環境に関する当社の見方
- 今後の見通し

- 国内景気は、ワクチン接種の普及等に伴う経済活動の再開が期待されるものの、依然として変異株によるCOVID-19の再拡大や世界的な物価の上昇など、予断を許さない状況が続くものと考えられる。
- 住宅関連業界は、緩和的な金融環境が続く中、政府による住宅取得支援策などが引き続き実施されるが、住宅ローン減税の控除率引き下げに伴う住宅取得マインドの減退や、建築資材の価格高騰・納期遅延などによって生じる住宅価格への影響が懸念されることから、しばらくは不透明な状況が続くものと予想される。

## 〔2〕 2022年11月期 当社戦略と見通し

- 2022年11月期の取り組み
- 戦略的方向性

- 引き続き地域の有力販売店やビルダー、住宅メーカー、ホームセンター、非住宅分野などの新規取引先の開拓。
- 既存取引先との関係強化。
- 工事機能のさらなる充実による、外壁工事や住設工事などの工事売上の拡大。
- 環境・省エネをテーマとした住宅設備機器の拡販。
- オリジナル商品の拡販。

## 〔2〕 2022年11月期 当社戦略と見通し

### ■ 業績見通し

(金額単位:百万円)

	2022年11月期	
	第2四半期 (計画)	通期 (計画)
売上高	28,000	58,000
売上総利益	2,935	6,020
販管費	2,515	5,205
営業利益	420	815
経常利益	469	923
当期(四半期)純利益	286	560

(注) 2022年11月期の期首より「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)等を適用するため、上記業績予想は当該会計基準適用後の金額であり、対前期及び対前年同四半期増減率は記載しておりません。

## 〔3〕 株主還元について

## 〔3〕 株主還元について

### ■ 配当の基本方針

当社は、株主各位に対する利益還元を経営の重要課題の一つとして位置付け、安定した配当を継続しつつ、当社を取り巻く経営環境及び財務状況等を勘案の上、業績に応じた利益還元を行っていくことを基本方針としております。配当額につきましては、当面の間、一株当たり年間14円を下限とした上で、配当性向35%を目途といたします。なお、非経常的な要因により、当期純利益が変動する場合等においては、その影響を考慮し配当額を決定してまいります。

### ■ 2022年11月期について

決算年月	2017年 11月期	2018年 11月期	2019年 11月期	2020年 11月期	2021年 11月期	予想
						2022年 11月期
1株当たり 当期純利益金額 (円)	58.27	58.16	62.49	78.54	69.42	60.36
1株当たり 配当額 (円)	20.00	23.00	22.00	25.00	24.00	21.00
配当性向 (%)	34.3%	39.5%	35.2%	31.8%	34.6%	34.8%

- (注) 1. 2018年11月期の1株当たり配当額には、東京証券取引所市場第一部銘柄指定記念配当2.00円が含まれております。  
 2. 2021年11月期より非連結での業績開示となるため、2020年11月期以前の1株当たり当期純利益金額及び配当性向は、非連結での業績を基に算出し比較情報として記載しております。  
 3. 2021年11月期の1株当たり配当額については、2022年2月17日開催予定の第63回定時株主総会に付議予定です。

### 〔3〕 株主還元について

#### ■ 株主優待

毎年11月20日(期末時)に、1 単元(100株)以上保有されている株主様を対象に、ご所有の株式数に応じて、以下のご優待を行っております。

1,000株以上



郵便局の選べるギフト  
「鳥」※

500株以上1,000株未満



QUOカード  
(1,000円分)

100株以上500株未満



QUOカード  
(500円分)

※ 3,000円相当の商品をカタログより  
お選びいただけます。

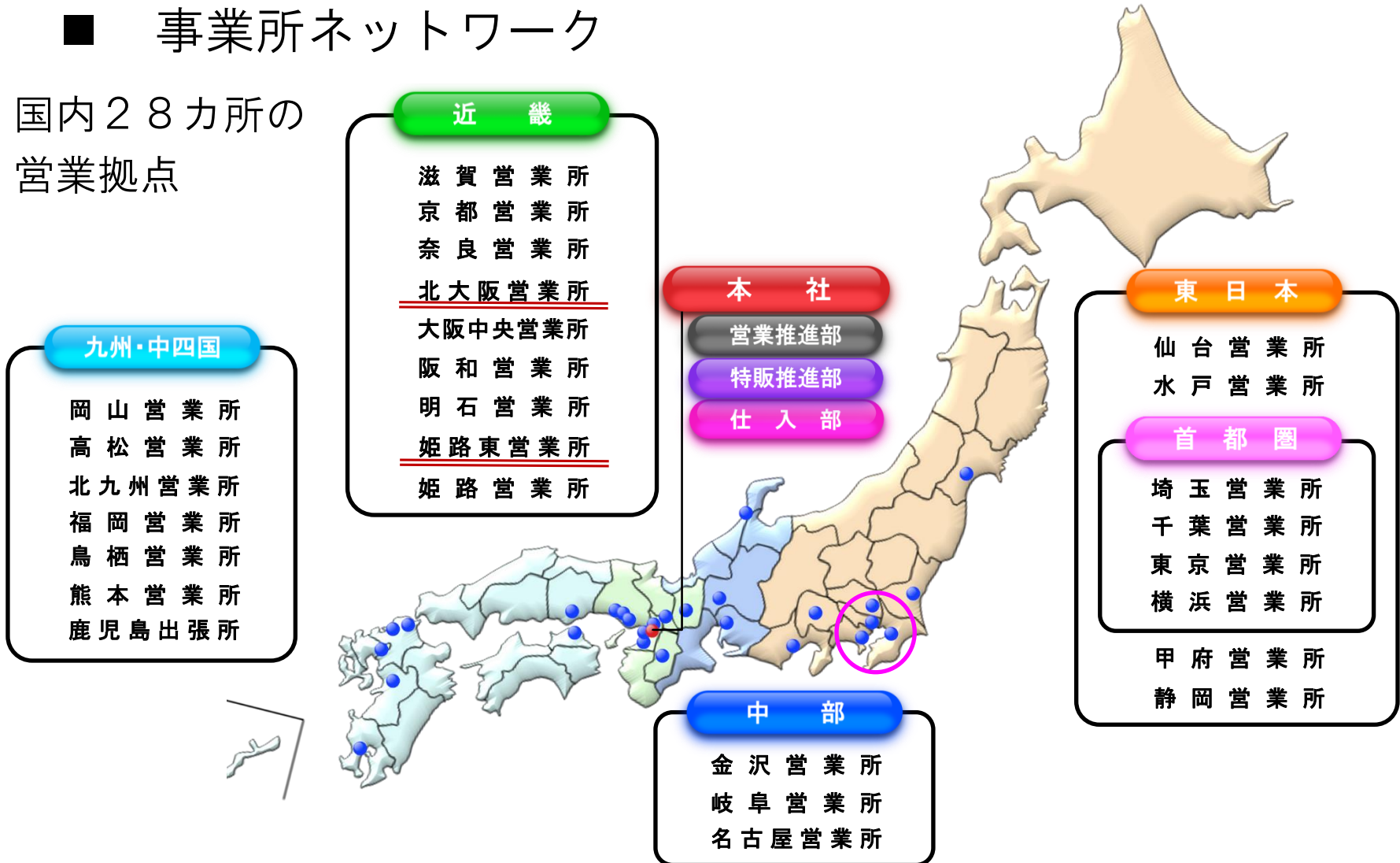
※ 優待画像はイメージです

# ご参考資料

(ご参考)

■ 事業所ネットワーク

国内28カ所の  
営業拠点



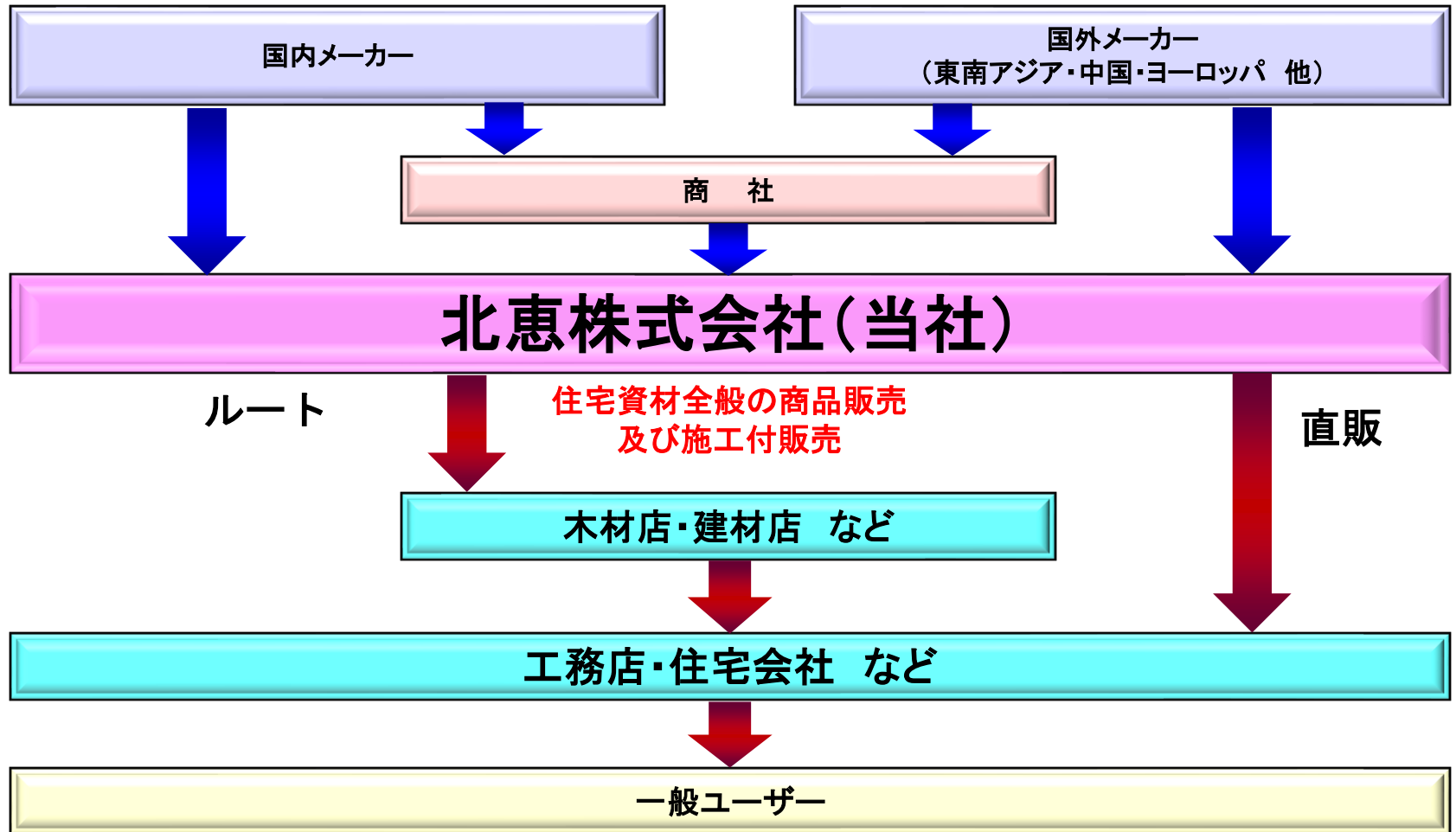
※ 下線は2021年11月期開設

海外拠点：ホーチミン駐在員事務所



(ご参考)

■ 販売チャネル



(ご参考)

■ 重点商品

住宅設備  
機器

お施主様が特に重視される  
キッチンやバスを、取扱メー  
カーの中から自由に組み合わ  
せることが可能




施工付  
販売

【完成工事高の特徴】

- ・ 当社独自の外壁工事瑕疵  
10年保証
- ・ 協力業者約1,150社の  
ネットワークを生かした  
全国規模の工事体制

オリジナル  
商品

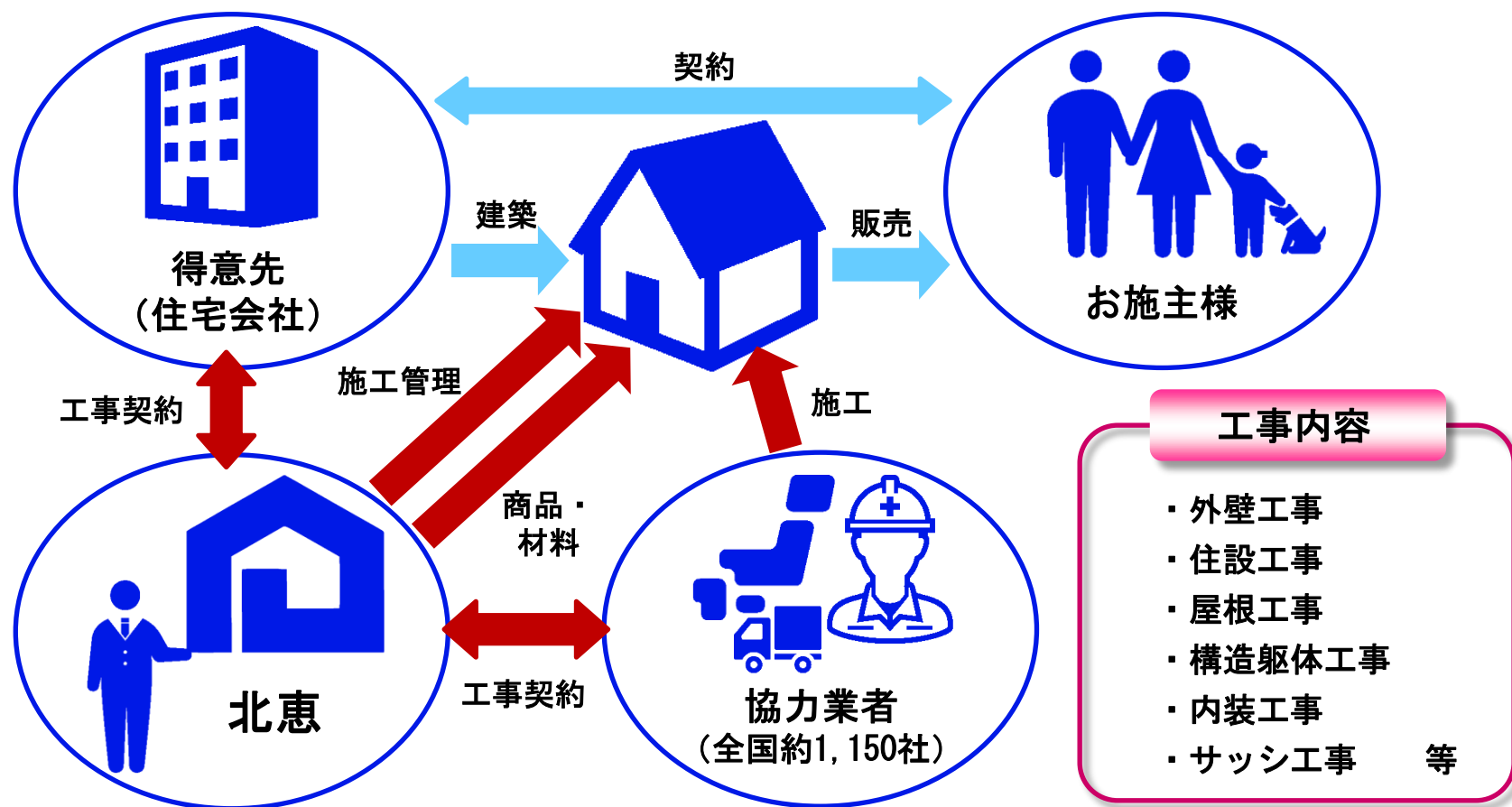
日々の暮らしをサポートする機能性と、個性を両立した  
オリジナル商品の開発・販売

 relaxssing wood

 **SPROUT**  
UNIVERSAL SERIES

(ご参考)

■ 施工付販売（完成工事高）の流れ



## ■ お問い合わせ先等

本資料の内容に関するお問い合わせにつきましては、下記までお願い申し上げます。

経営企画部 TEL 06-6251-1161（代表）

本資料には、当社の業績見通し等の将来に関する記述が含まれておりますが、これらは、本資料作成時点において当社が入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づくものであり、実際の業績等につきましては、今後様々な要因により、大きく異なる可能性があります。