



北 恵 株 式 会 社

証券コード 9872

2008年11月期 中間決算説明会

<http://www.kitakei.co.jp/>

会社概要

2008年11月期中間決算概要

業界の現状と今後

2008年11月期の見通し

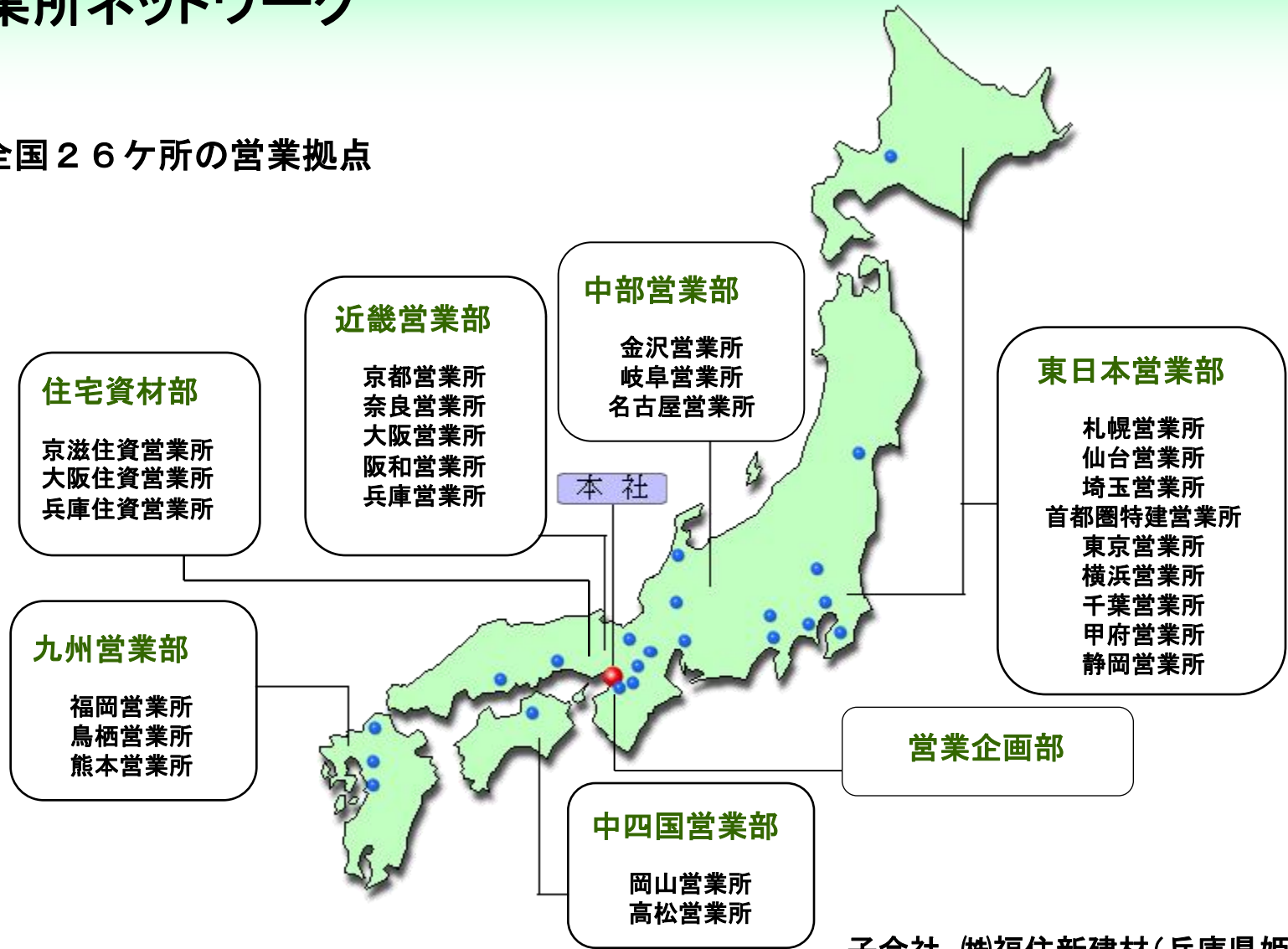
今後の地域戦略・商品戦略

会社概要

商 号 : 北恵株式会社 KITAKEI CO., LTD.
本 社 : 大阪府中央区南本町3-6-14 (イトウビル)
設 立 : 1959年12月22日
資 本 金 : 22億2008万円
従 業 員 数 : 316名 (2008年5月現在 : 連結)
上 場 取 引 所 : 大阪証券取引所 市場第二部
発 行 済 株 式 数 : 10,011千株
事 業 内 容 : 新建材・住宅設備機器等の商品販売及び施工付販売
売 上 : 422億91百万円 (2007年11月期:連結)
経 常 利 益 : 5億81百万円 (2007年11月期:連結)

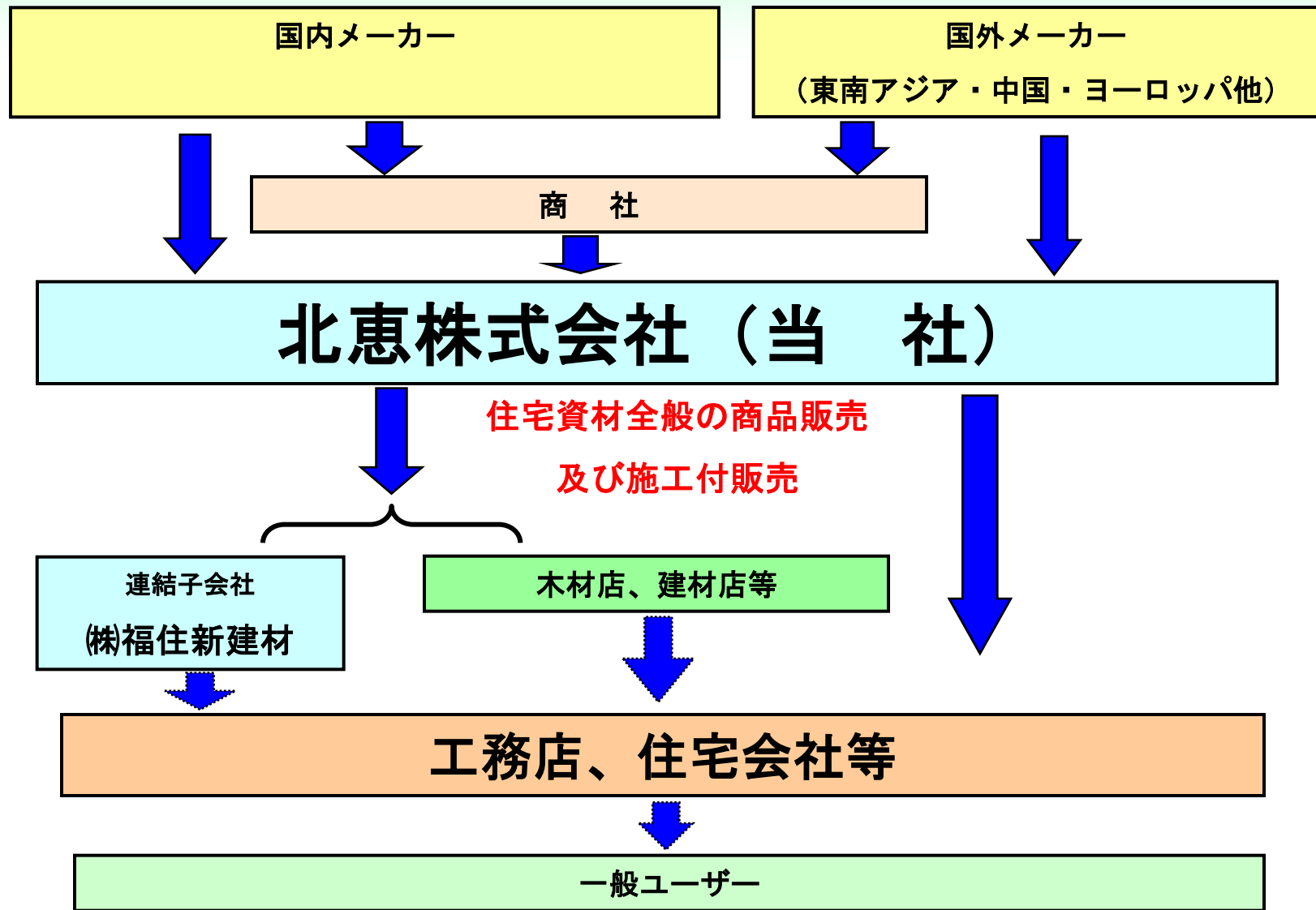
事業所ネットワーク

全国26ヶ所の営業拠点



子会社 (株)福住新建材(兵庫県姫路市)

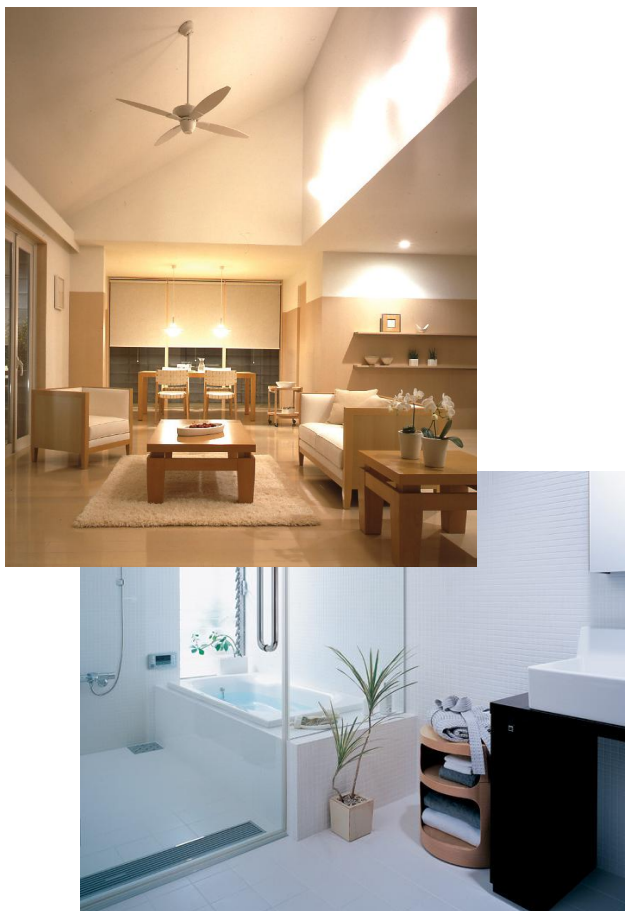
販売チャネル(当社の位置づけ)



取扱商品

幅広い商品群で住まい創りを総合的にプロデュース

国内外の住宅資材でこだわりのある住まい創りをサポート



■ 木質建材

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

石膏ボード/断熱材
屋根材/不燃ボード
サイディング

■ 合板

ラワン合板/針葉樹合板

■ 木材銘木製品

木材構造材/木材造作材
フローリング/銘木工芸品

■ 住宅設備機器

システムキッチン
ユニットバス/洗面ユニット
シャワートイレ/空調機器
燃焼機器/照明機器

■ 施工付販売

外壁工事/住設工事
屋根工事/構造躯体工事
内装工事

■ オリジナル商品

フローリング/無垢ドア
換気システム/システム収納
木製連続手摺システム

■ その他

化成品/住宅保存剤
建築金物/建築道具
エクステリア

取扱商品

■ 重点商品

システムキッチン



洗面ユニット



ユニットバス

■ 住宅設備機器

システムキッチン/ユニットバス/洗面ユニット/
シャワートイレ/空調機器燃/焼機器/照明機器

● システムキッチン/ユニットバス

- ・ 住宅部材の中でも、比較的単価の高い商品
- ・ 住宅部材の中では、
選定に特に重点が置かれている商品
- ・ 当社の役割として、
メーカーの組合せが自由

取扱メーカー：

(株)I N A X、(株)ミカド、(株)ノーリツ、
サンウェーブ工業(株)、クリナップ(株)、
(株)日立ハウステック、タカラスタンダード(株)、
ナスラック(株)、他

取扱商品

■ 重点商品

外壁工事



■ 施工付販売

外壁工事/住設工事/屋根工事/構造躯体工事
内装工事

● 外壁工事

- ・当社独自の施工基準による安心施工
- ・施工確認書による品質管理
- ・外壁工事瑕疵10年保証制度

(工務店・ビルダーの外壁工事の
瑕疵担保責任(10年)をバックアップ)

取扱メーカー：

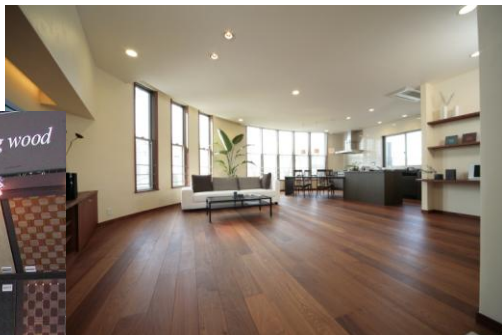
ニチハ(株)、(株)INAX、旭トステム外装(株)、
クボタ松下電工外装(株)、アイジー工業(株)

他

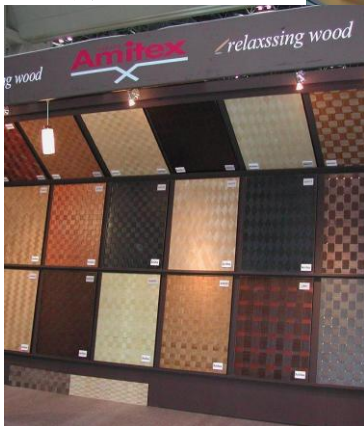
取扱商品

■ 重点商品

カリン



アミテックス



連続手摺



浴室換気乾燥暖房機



■ オリジナル商品

フローリング/無垢ドア

換気システム/システム収納/木製連続手摺システム

- ・1978年よりプライベートブランド商品『新芽』の開発、販売を開始
- ・長年にわたり国内外の提携工場にて、ユーザー意見を反映した商品を企画開発し、豊かな暮らしを実現する商品の提供

 *relaxssing wood*

東南アジア・中国・ヨーロッパの提携工場にて生産された
無垢フローリング(チーク、カリン、ゴム等)や造作部材の輸入販売

 **SPROUT**
UNIVERSAL SERIES

「環境」・「素材」・「ぬくもり」をテーマに
人にやさしい総合建材商品を開発・販売

取扱商品

■ 重点商品

オリジナル商品の販売強化のため、商品カタログをリニューアルしました。



取扱商品



■ 重点商品

暖かい家創りをお考えの方に無垢フローリングのHPでの提案をしております。

The screenshot displays the website's navigation menu with links for Home, Concept, Products Line Up, Company, and Document Request. The main content area features a large image of a forest with text describing a relaxing environment. Below this, a living room scene is shown with wood flooring, accompanied by the text "それは、自然の創ったけがれなき繊巧美。" (That is, the delicate craftsmanship of nature, without any stains). At the bottom, a row of product categories is listed: ウィスキーオーク (Whisky Oak), フローリング・パネル (Flooring Panels), ウォームソリッド (Warm Solid), ピュアレックス (Pure Lex), ガスコニューウッド (Gascon New Wood), and アミテックス (Amitex).

<http://www.relaxssingwood.com/index.html>

2008年11月期 中間連結決算概要

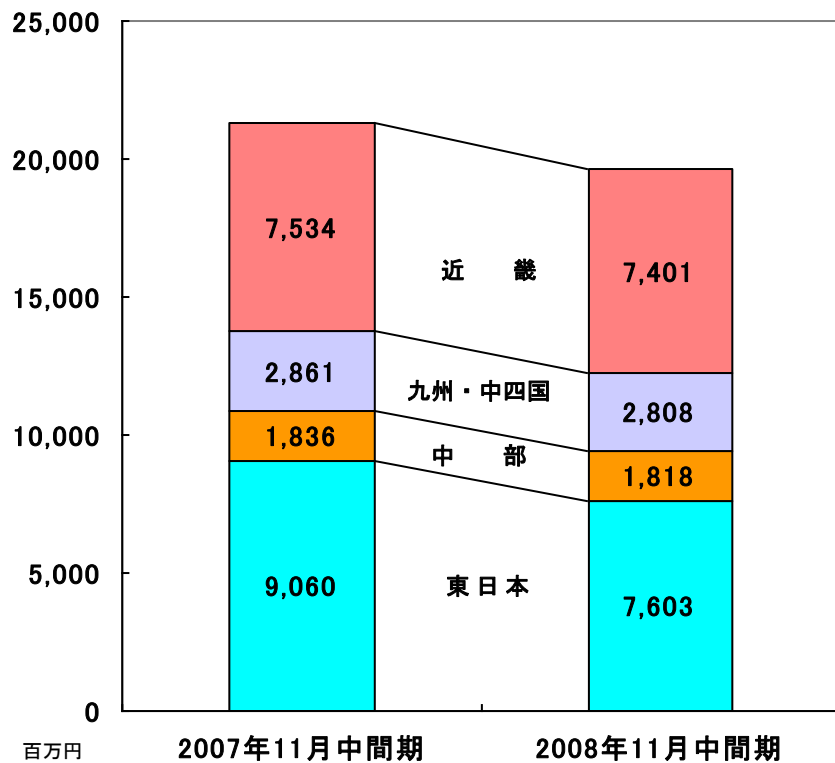
単位：金額 百万円 & 比率 %

	2007年11月期中間期		2008年11月期中間期		2008年11月期中間期				
	実績		計画		実績				
	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比	前期比	前期差異	計画比
売上高	21,292	100.0	21,500	100.0	19,631	100.0	92.2	▲ 1,661	91.3
売上総利益	2,189	10.3	2,170	10.1	2,064	10.5	94.3	▲ 124	95.1
販管費	1,898	8.9	1,890	8.8	1,946	9.9	102.5	48	103.0
営業利益	290	1.4	280	1.3	117	0.6	40.5	▲ 173	42.1
経常利益	328	1.5	310	1.4	174	0.9	53.3	▲ 153	56.4
当期純利益	161	0.7	160	0.7	42	0.2	26.2	▲ 119	26.5

地域別実績

単位：金額 百万円&比率 %

地域別売上実績



	2007年11月中間期			2008年11月中間期		
	売上	構成比	前期比	売上	構成比	前期比
近畿	7,534	35.4	115.0	7,401	37.7	98.2
九州・中四国	2,861	13.4	106.0	2,808	14.3	98.2
中部	1,836	8.6	124.4	1,818	9.3	99.0
東日本	9,060	42.6	122.1	7,603	38.7	83.9
合計	21,292	100.0	116.2	19,631	100.0	92.2
首都圏	7,768	36.5	120.7	6,302	32.1	81.1

商品別実績

単位：金額 百万円 & 比率 %

2007年11月中間期		2008年11月中間期	
14.3	木質建材	15.0	
4.5	非木質建材	4.3	
8.6	合板	7.5	
6.5	木材銘木	6.5	
29.5	住宅設備機器	31.7	
32.2	施工付販売	30.9	
4.4	その他	4.1	

	2007年11月中間期			2008年11月中間期		
	売上	構成比	前期比	売上	構成比	前期比
木質建材	3,034	14.3	106.6	2,946	15.0	97.1
非木質建材	967	4.5	93.5	850	4.3	87.9
合板	1,834	8.6	143.1	1,480	7.5	80.7
木材銘木	1,374	6.5	89.4	1,272	6.5	92.6
住宅設備機器	6,289	29.5	126.9	6,226	31.7	99.0
施工付販売	6,851	32.2	123.0	6,055	30.9	88.4
その他	940	4.4	101.9	798	4.1	84.9
合計	21,292	100.0	117.3	19,631	100.0	92.2
オリジナル商品	1,575	7.4	98.2	1,599	8.2	101.5

[ポイント]

- * 首都圏を中心とした施工付販売の大幅な減少
- * 合板単価の下落による販売額の減少

業界の現状と今後

- ・市場規模＝2007年度新設住宅着工戸数103万戸（2007年 4月～2008年 3月）
前期比 着工戸数総計：80.6%、持家住宅：87.7%、分譲一戸建住宅：87.5%

1. 構造的問題点

- ・少子化、住生活に対する意識変化による住宅購入者の減少
- ・住宅購入意欲が景気・金利動向に非常に影響を受け易い
- ・散在需要も多く地域密着型産業の為、事業規模の拡大と現場効率化が困難

2. 今後の業界予想

- ・リフォーム市場の拡大による異業種からの参入
- ・業界の合従連衡の加速化（競争激化や後継者問題等）

3. 今後の市場予想

- ・住宅ローン減税制度の終了に伴う駆け込み需要の発生
- ・団塊の世代による建替えやリフォーム需要の増加
- ・高機能住宅（環境・省エネ・耐震等）へのニーズの高まりと住宅の多様化・個性化の加速
- ・景気の不透明感による新築住宅購買意欲の低下に伴う販売競争の激化

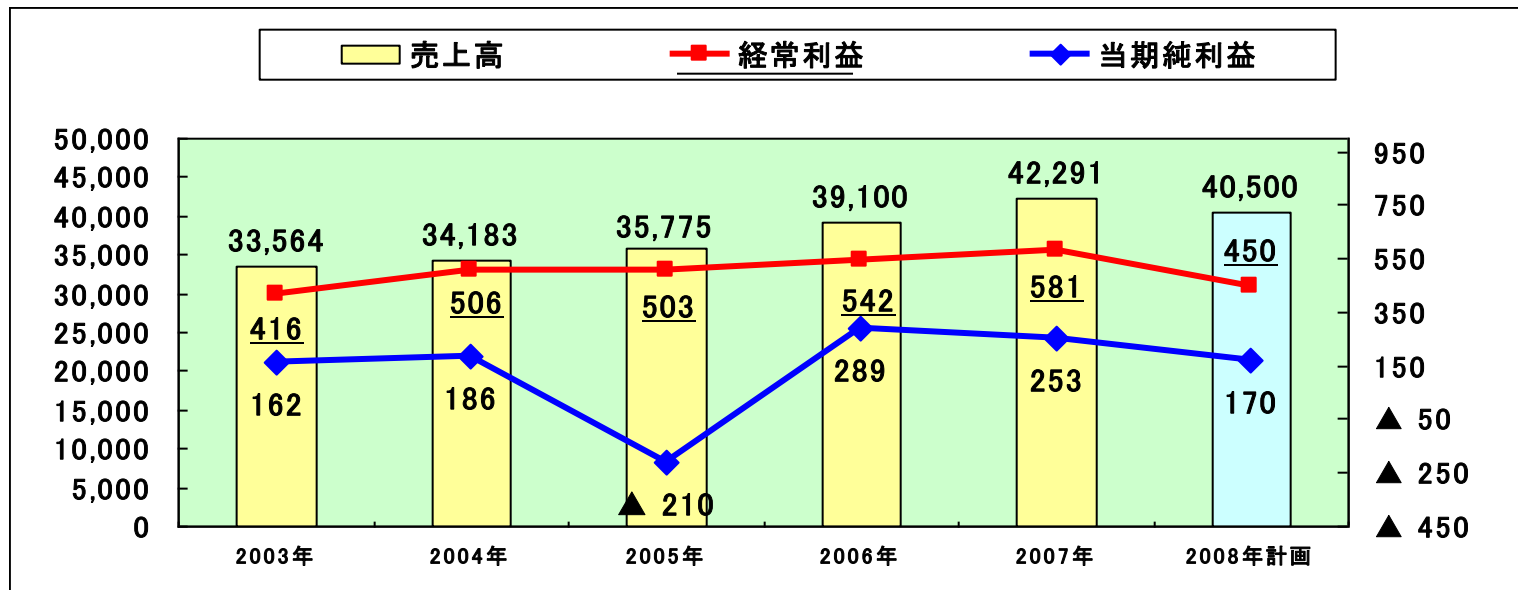
当社の進むべき方向性

- ・オリジナリティを追求し、常に存在価値のある住宅資材提供会社をめざす

2008年11月期の見通し

単位：金額 百万円&比率 %

	2007年11月期実績			2008年11月期計画		
	金額	百分比	前期比	金額	百分比	前期比
売上高	42,291	100.0	108.2	40,500	100.0	95.8
売上総利益	4,357	10.3	103.3	4,250	10.5	97.5
販管費	3,854	9.1	103.4	3,870	9.6	100.4
営業利益	503	1.2	102.6	380	0.9	75.5
経常利益	581	1.4	107.2	450	1.1	77.4
当期純利益	253	0.6	87.6	170	0.4	67.1



今後の地域戦略

首都圏

(現状)

- ・ 新設住宅着工戸数の伸び悩みによる競争激化



(対策)

- ・ 中堅ビルダーを中心とした新規取引先の開拓と商品販売の強化
- ・ 施工付販売を切り口にした商品販売の強化による一棟納材比率の向上
- ・ オリジナル商品を切り口とした非住宅市場の開拓

今後の地域戦略

近 畿

(現状)

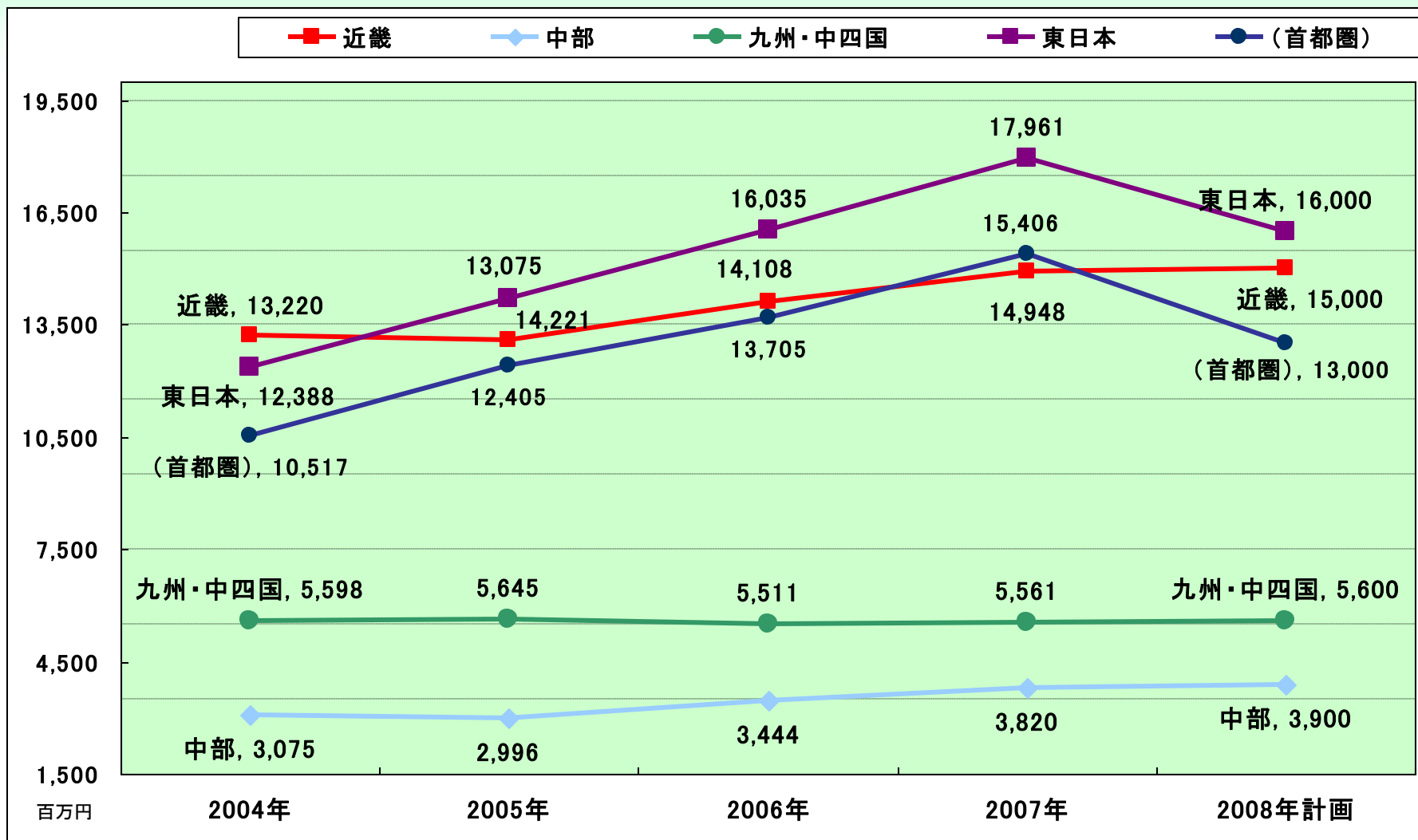
- ・ 新設住宅着工戸数は大きな伸びは期待できない
- ・ ストック市場の競争激化



(対策)

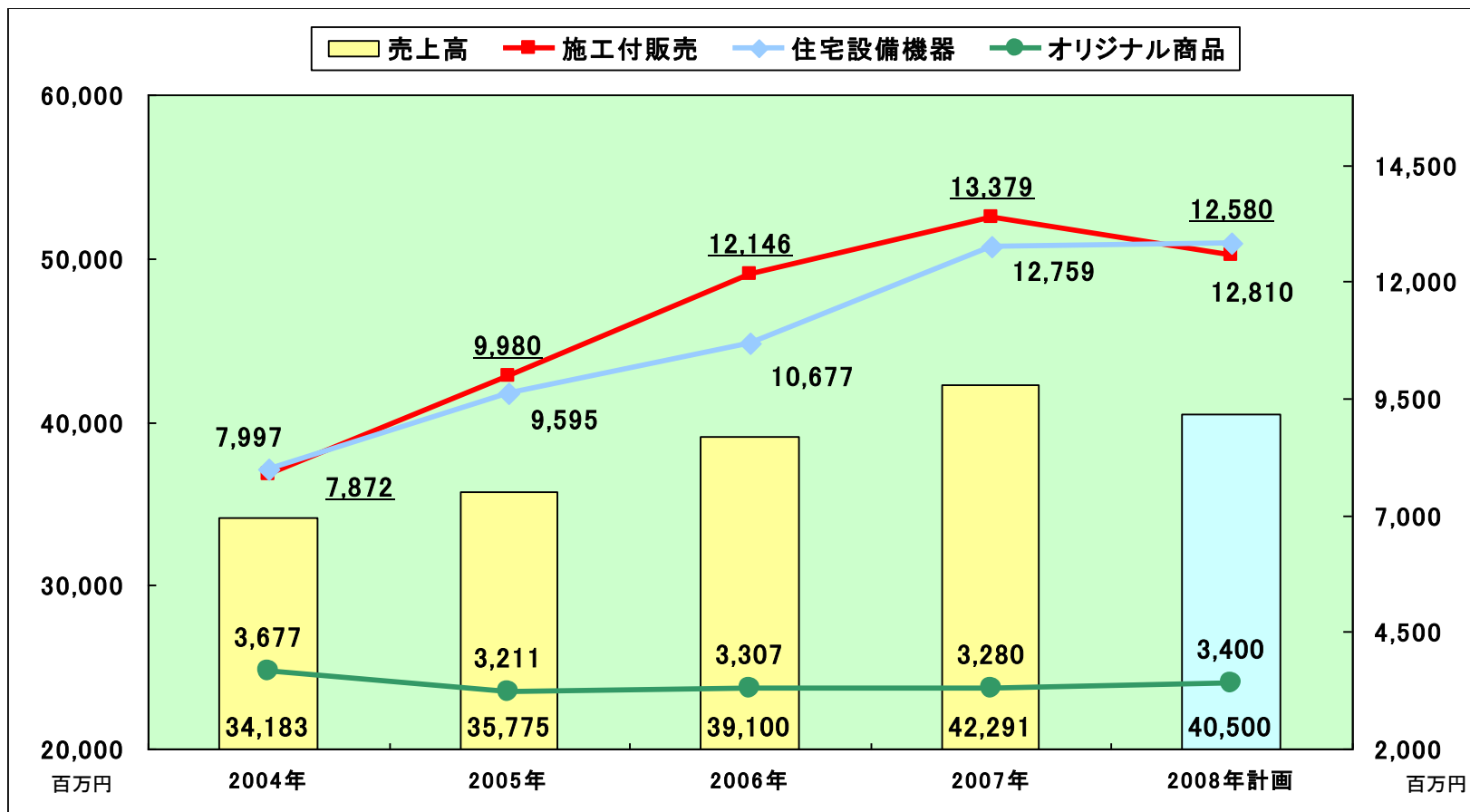
- ・ 既存得意先の深耕と新規開拓の強化
- ・ 循環型ストック市場をターゲットとした
地域ビルダー、リフォーム業者、異業種チャネルの開拓
- ・ 品質確保の為の工事体制の強化

地域別売上計画



今後の商品戦略

差別化・競争優位性を確立するため、オリジナル商品、住宅設備機器及び施工付販売の強化



おかげさまで50周年



おかげさまで50周年

人ある限り、住まいに対するニーズは、永遠です。
つねに私たち北恵は、皆さまに、確かなご満足をお届けすることを第一に考え、
これからも、あらゆるニーズにお応えできるよう努めてまいります。

代表取締役社長 北村 良一

 **北恵株式会社**
<http://www.kitakei.co.jp>

日刊木材新聞 2008年7月11日掲載広告

北 恵 株 式 会 社

2008年11月期 中間決算説明会について

将来にわたる予想部分につきましては、皆様の投資のご参考資料としてご提供するものです。

従って、当社の推測・予測に基づくものであり、確約や保証を与えるものではありません。

予測と異なる結果となることがあるということをご了承の上、ご活用頂きますよう、お願い申し上げます。

※ 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。

常務取締役経営統括本部長 北村 誠

TEL 06-6251-1161 (代表)