



北 恵 株 式 会 社

証券コード 9872

2009年11月期 第2四半期 決算説明会

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

会社概要

2009年11月期 第2四半期 決算概要

業界の現状と今後

2009年11月期の見通し

今後の地域戦略・商品戦略

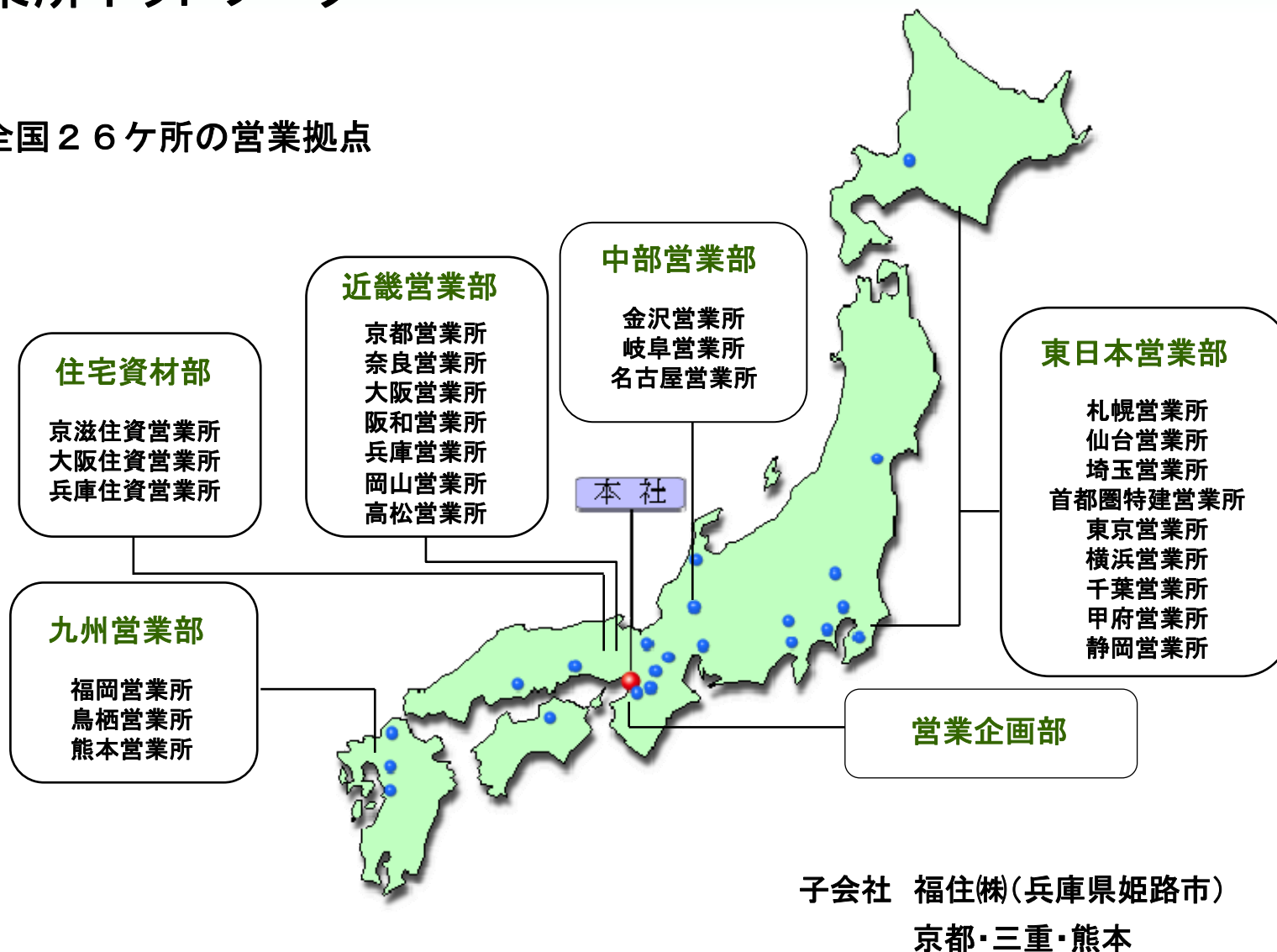
TOPICS

会社概要

商号：北恵株式会社 KITAKEI CO., LTD.
本社：大阪市中央区南本町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：324名（2009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：409億79百万円（2008年11月期）
経常利益：4億45百万円（2008年11月期）

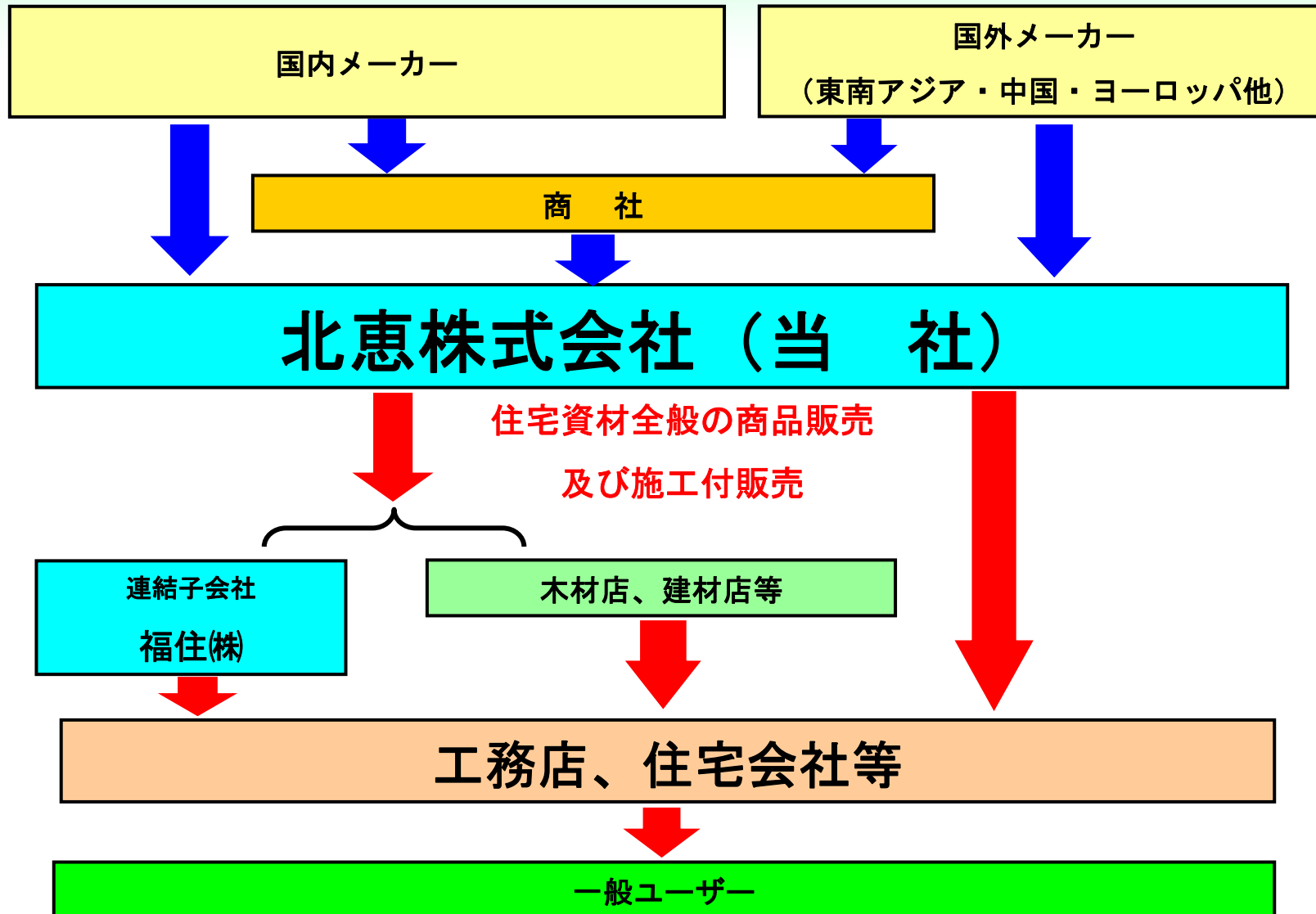
事業所ネットワーク

全国26ヶ所の営業拠点



販売チャネル(当社の位置づけ)

2009年5月実績
(2008年11月実績)



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

■ 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



● 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
- ・ 新築住宅でも
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

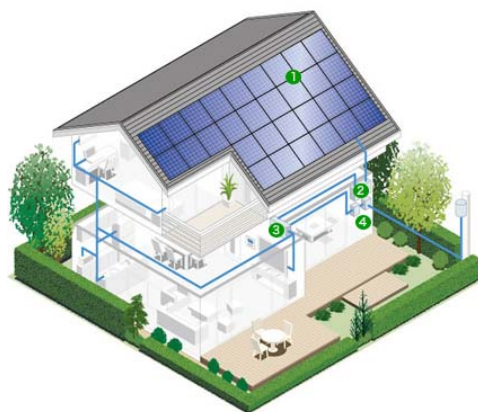
エコ給湯器



ヒートポンプユニット



貯湯ユニット



太陽光発電

取扱メーカー：

(株)INAX、(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)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

■ 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

屋根工事



外壁工事



● 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

■ オリジナル商品

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を提供しています。



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



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



「環境」・「ぬくもり」・「素材」の3つをテーマに、
人にやさしい総合建材商品を、国内外の提携工場
にて開発・販売



<http://www.sprout-univ.com/>

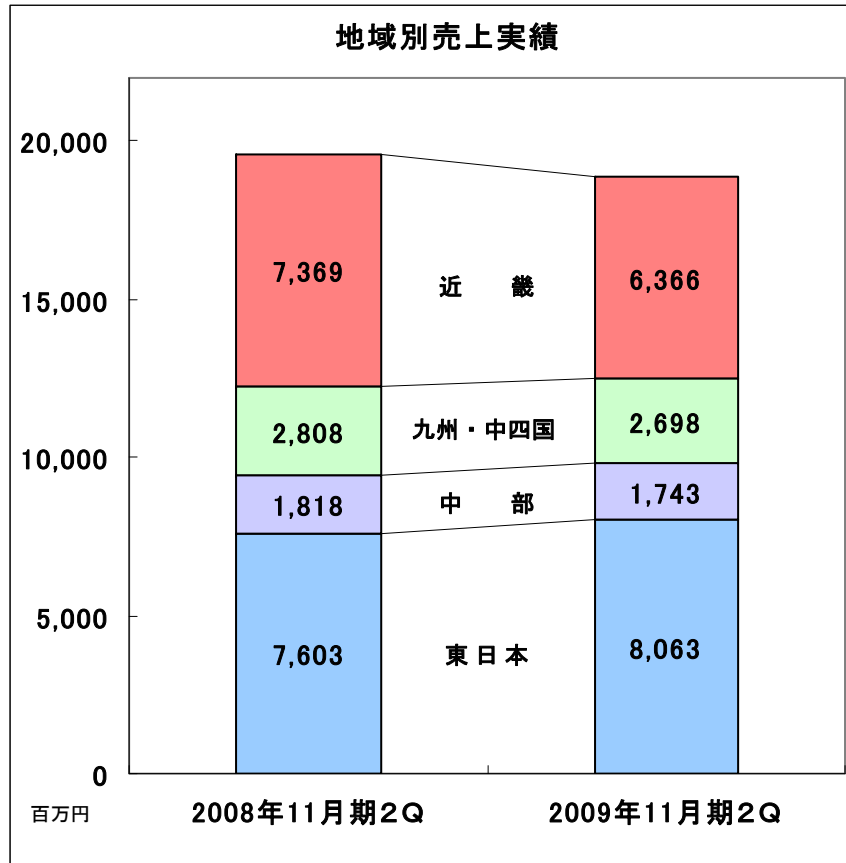
2009年11月期 第2四半期 決算概要

単位：金額 百万円&比率 %

	2008年11月期 第2四半期		2009年11月期 第2四半期		2009年11月期 第2四半期				
	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	19,599	100.0	19,600	100.0	18,871	100.0	96.3	▲ 728	96.3
売上総利益	2,054	10.5	2,050	10.5	1,920	10.2	93.5	▲ 133	93.7
販管費	1,946	9.9	1,940	9.9	1,878	10.0	96.5	▲ 68	96.8
営業利益	107	0.6	110	0.6	41	0.2	38.9	▲ 65	38.0
経常利益	164	0.8	150	0.8	103	0.5	62.6	▲ 61	68.7
当期純利益	32	0.2	60	0.3	16	0.1	51.3	▲ 15	27.4

地域別実績

単位：金額 百万円&比率 %



	2008年11月期第2四半期			2009年11月期第2四半期		
	売上	構成比	前期比	売上	構成比	前期比
近畿	7,369	37.6	97.8	6,366	33.7	86.4
九州・中四国	2,808	14.3	98.2	2,698	14.3	96.1
中部	1,818	9.3	99.0	1,743	9.2	95.9
東日本	7,603	38.8	83.9	8,063	42.7	106.1
合計	19,599	100.0	92.0	18,871	100.0	96.3
首都圏	6,302	32.2	81.1	6,785	36.0	107.7

[ポイント]

* 首都圏を中心に東日本にて前期を上回るも、全体で前期比96.3%。

商品別実績

単位：金額 百万円&比率 %

2008年11月期2Q		2009年11月期2Q	
15.0	木質建材	14.0	
4.3	非木質建材	4.9	
7.6	合板	5.7	
6.5	木材銘木	5.8	
31.8	住宅設備機器	34.2	
30.7	施工付販売	31.2	
4.1	その他	4.2	

	2008年11月期第2四半期			2009年11月期第2四半期		
	売上	構成比	前期比	売上	構成比	前期比
木質建材	2,946	15.0	97.1	2,645	14.0	89.8
非木質建材	850	4.3	87.8	931	4.9	109.5
合板	1,480	7.6	80.7	1,080	5.7	73.0
木材銘木	1,272	6.5	92.6	1,090	5.8	85.7
住宅設備機器	6,226	31.8	99.0	6,456	34.2	103.7
施工付販売	6,024	30.7	88.2	5,886	31.2	97.7
その他	798	4.1	84.9	780	4.2	97.7
合計	19,599	100.0	92.2	18,871	100.0	96.3
オリジナル商品	1,599	8.2	101.5	1,359	7.2	85.0

業界の現状と今後

- ・市場規模＝2009年度新設住宅着工戸数41万819戸（2008年12月～2009年5月）
前期比 着工戸数総計：77.5%、持家住宅：87.9%、分譲一戸建住宅：72.2%

今後の市場予想及び業界予想

- ・過去最大規模の住宅ローン減税(最大600万円)による需要の増加
- ・住宅取得等に対する贈与資金の非課税枠(最大500万円)の新制度による住宅取得の促進
- ・団塊の世代による建替え・リフォーム需要の増加
- ・雇用環境の厳しさによる住宅新設着工戸数の減少
- ・住宅瑕疵担保履行法施行（2009年10月1日）による新設住宅の着工遅延
- ・業界の合従連衡の加速化（競争激化や後継者問題等）

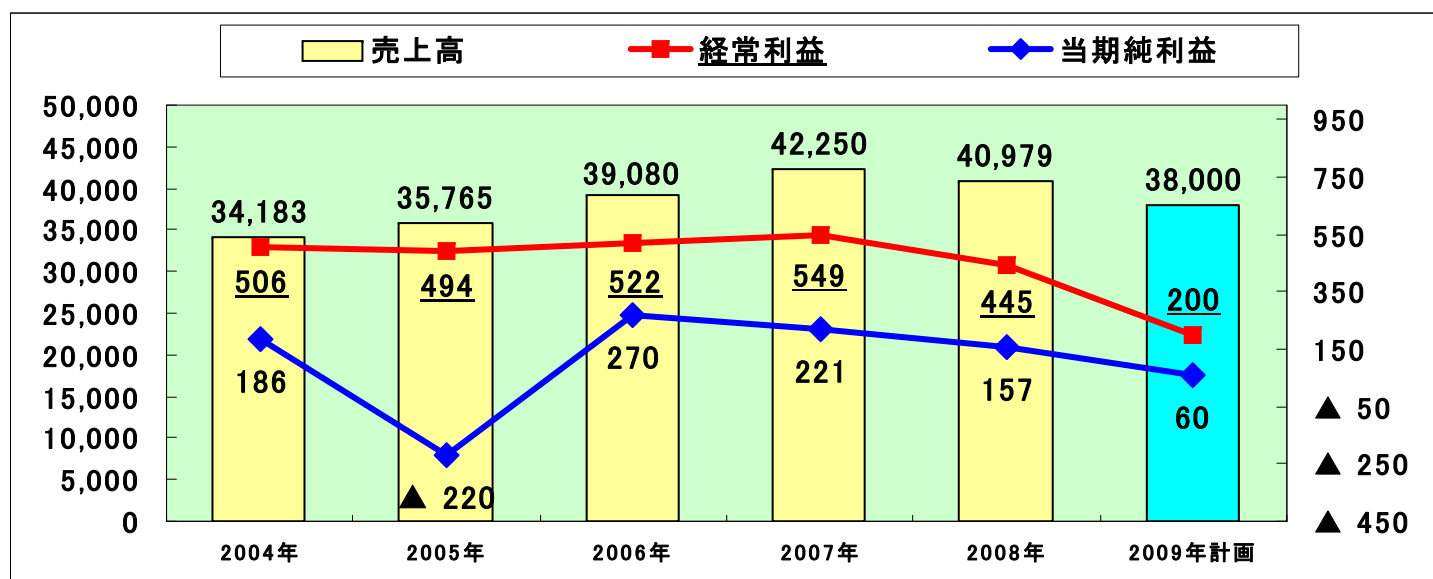
当社の進むべき方向性

- ・独自性をもって、常に存在価値のある住宅資材提供会社をめざす

2009年11月期の見通し

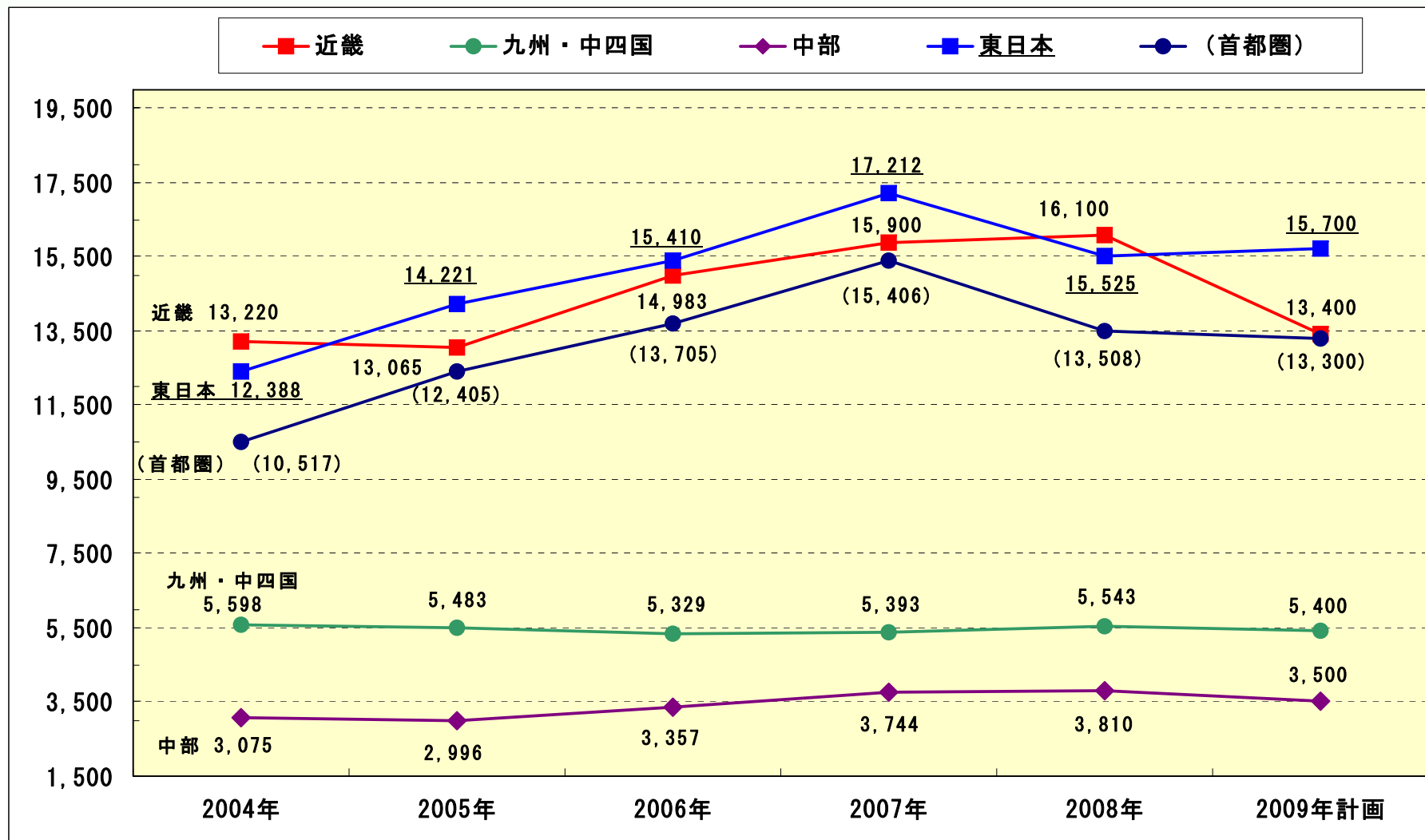
単位：金額 百万円&比率 %

	2008年11月期実績			2009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	40,979	100.0	97.0	38,000	100.0	92.7
売上総利益	4,254	10.4	98.3	3,870	10.2	91.0
販管費	3,903	9.5	101.3	3,760	9.9	96.3
営業利益	350	0.9	74.2	110	0.3	31.4
経常利益	445	1.1	81.1	200	0.5	44.9
当期純利益	157	0.4	71.2	60	0.2	38.0



今後の地域戦略（地域別売上計画）

単位：百万円



今後の地域戦略

首都圏

(現状)

- ・新設住宅着工戸数は前年比77.9%と減少し、競争激化



(対策)

- ・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を行い、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前年比75.9%と減少
- ・ ストック市場の競争激化

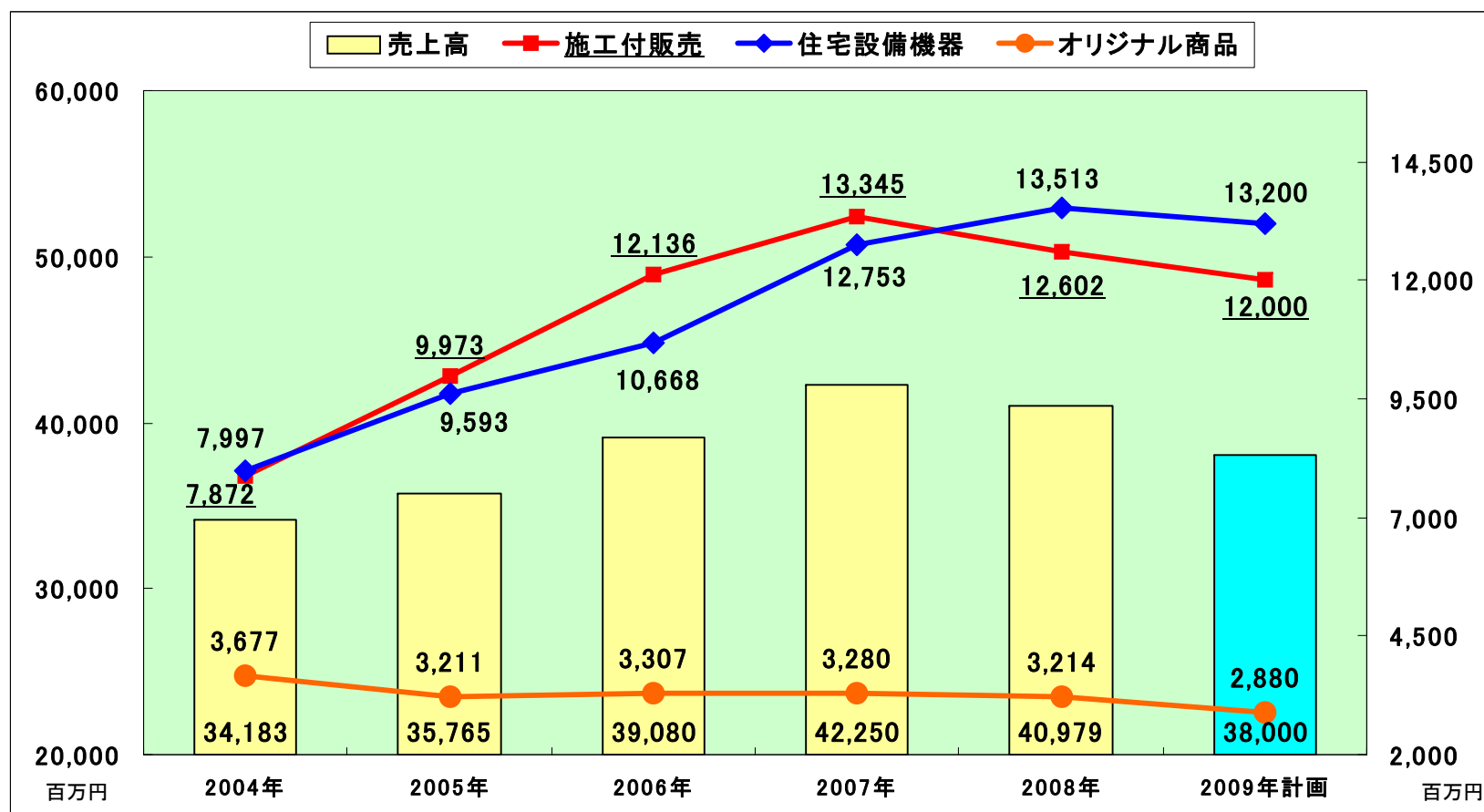


(対策)

- ・ 既存得意先の深耕と新規開拓の強化
- ・ 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

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



TOPICS



「ジャパンショップ」に出展いたしました

「リラクシングウッド」のブランド化の促進および販路の拡大を目的として、東京ビックサイトにて開催された「ジャパンショップ」へ出展しました。

会 期：2009年3月3日～3月6日
会 場：東京ビックサイト
来場者数：236,740名



北 恵 株 式 会 社

2009年11月期 第2四半期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)