

# 平成 16 年 3 月期 第 3 四半期業績の概況（連結）

平成 16 年 2 月 13 日

上場会社名 ツインバード工業(株)

(コード番号：6897 東証第2部)

(URL <http://www.twinbird.jp/>)

問合せ先 代表者 取締役社長 野水 重勝  
責任者 経理部長 新嶋 昌泰

TEL : (0256) - 92 - 6111

## 1. 四半期業績の概況の作成等に係る事項

売上高（又はこれに相当する事項）の会計処理 : 無  
の方法の最近連結会計年度における認識の方法との相違の有無

## 2. 平成 16 年 3 月期第 3 四半期業績の概況（平成 15 年 9 月 26 日 ~ 平成 15 年 12 月 25 日）

### (1) 売上高

(百万円未満切捨)

	売上高
平成 16 年 3 月期第 3 四半期	4,813
平成 16 年 3 月期第 1 四半期 ~ 第 3 四半期累計	13,709
(参考)平成 15 年 3 月期	18,338

(注) 売上高は、当該四半期および当該四半期までの累計値である。前年同四半期の比較すべき数値の記載が困難であり、増減率は省略する。

### [ 売上高に関する補足説明 ]

当社グループの第 3 四半期の売上高は、当初計画比 97.2% の 4,813 百万円となり、第 1 四半期から第 3 四半期までの累計売上高は 13,709 百万円で、当初計画比 96.0% に留まりました。

家電業界においては、電子関連商品が好調を見る中、当社グループが主力とする小型実用家電市場およびギフト市場では消費の回復が遅れ、また、年度前半に市場投入した新製品の不振の影響により、売上高は当初計画を下回りました。

しかし、第 3 四半期後半には、年末商戦に向けて発売したクリーナー、液晶テレビ、コーヒーメーカー等の新機種投入の成果もあって、12 月単月売上高では前年同月比 3.3% 増となり、ようやく低落傾向からの回復を見るに至りました。

ギフトルートでは、依然として消費動向に回復が見られず、売上は減少する傾向にありますが、連結子会社北日本物産(株)は、フリーチョイス・カタログ販売が引続き好調で、業績は順調に推移しております。

今後、前記クリーナー、液晶テレビ、コーヒーメーカー等の新機種拡販による売上伸長に注力いたします。

### (2) 当該四半期において当社の財政状態及び経営成績に重要な影響を与えた事象

該当事項はありません。

[ 業績予想に関する定性的情報等 ]

当該四半期の売上高は、当初計画比97.2%に留まりましたが、開発新商品の利益率向上、海外生産におけるコストダウンへの注力による売上利益率の改善と、経費節減の効果および、連結子会社北日本物産の業績が順調に推移している状況から、連結ベースの収益は計画通りとなる見込であります。

また当該四半期から量産を開始したF P S C（フリーピストンスターリングクーラー）は、市場開拓によって販売先の商品企画も徐々に具体化しており、平成16年2月からF P S Cを搭載した新商品を出荷する予定であります。

（注）業績予想につきましては、現時点での情報により予想いたしましたが、為替相場変動等の要因もあり、実際の業績は予想数値と異なる場合があります。

以 上

# 平成 16 年 3 月期 第 3 四半期業績の概況（個別）

平成 16 年 2 月 13 日

上場会社名 ツインバード工業(株)

(コード番号：6897 東証第2部)

(URL <http://www.twinbird.jp/>)

問合せ先 代表者 取締役社長 野水 重勝  
責任者 経理部長 新嶋 昌泰

TEL:(0256)-92-6111

## 1. 四半期業績の概況の作成等に係る事項

売上高（又はこれに相当する事項）の会計処理 : 無  
の方法の最近会計年度における認識の方法と  
の相違の有無

## 2. 平成 16 年 3 月期第 3 四半期業績の概況（平成 15 年 9 月 26 日 ~ 平成 15 年 12 月 25 日）

### (1) 売上高

(百万円未満切捨)

	売上高
平成 16 年 3 月期第 3 四半期	3,286
平成 16 年 3 月期第 1 四半期 ~ 第 3 四半期累計	9,430
(参考)平成 15 年 3 月期	13,322

(注) 売上高は、当該四半期および当該四半期までの累計値である。

### [ 売上高に関する補足説明 ]

当会計年度第 3 四半期の売上高は、3,286 百万円で、当初計画に対し 96.8%（対前年比 97.1%）となりました。第 3 四半期までの累計売上高は 9,430 百万円で、当初計画に対し 95.5%（対前年比 94.9%）に留まりました。

主力の家電部門では、市場投入新機種の不振、とりわけ通販ルートでの不振から年度前半にかけて伸び悩みましたが、クリーナー、液晶テレビ、コーヒーマーカー等の年末商戦に向けた新機種発売により、売上の長期低落傾向によようやく歯止めがかかりました。

しかし、ギフトルートは、消費動向の回復が見られず、売上は減少する傾向にあります。

こうした状況の下、昨年 6 月に商品戦略・市場戦略強化を目的として大幅な組織変更をいたしました。運営も軌道に乗りつつあり、新体制による新商品開発とチャネル対応の強化、海外生産を含めた生産効率改善、F P S C 拡販への注力等、当初計画の業績確保に努めます。

### (2) 当該四半期において当社の財政状態及び経営成績に重要な影響を与えた事象

該当事項はありません。

### [ 業績予想に関する定性的情報等 ]

当該四半期業績予想につきましては、「第 3 四半期業績の概況（連結）」の [ 業績予想に関する定性的情報等 ] に記載のとおりでありますので、個別での記載を省略いたします。

以上