

6265 妙徳

中森 俊雄 (ナカモリ トシオ)

株式会社妙徳 代表取締役社長

アジア事業拡大戦略の推進と、将来を見据えた先行投資

◆2013 年 12 月期第 2 四半期決算概要

2013 年 12 月期第 2 四半期の連結業績として、売上高は 10 億 16 百万円(前年同期比 6.8%減、計画比 5.1%減)と減収であった。連結四半期業績推移をみると、売上高は 2013 年第 1 四半期 4 億 72 百万円(前年同期は 4 億 96 百万円)、第 2 四半期 5 億 43 百万円(同 5 億 92 百万円)と厳しい状況で推移している。

経常利益率は 2013 年第 1 四半期 11.5%(前年同期は 16.7%)、第 2 四半期 19.0%(同 20.5%)といずれも前年同期を下回っている。その要因として、吸着パッドの生産を秋田事業所から岩手事業所へ移管した際の初期投資や、その間の生産停止が挙げられる。来年 1 月に吸着パッド生産の約 60%を海外へ効率的に移管するための取り組みである。また、韓国における一部コンバム生産開始のための初期投資や、為替の影響も発生した。

国内売上高は 5 億 98 百万円(前年同期比 85.7%)、海外売上高は 4 億 17 百万円(同 106.6%)であった。将来的には、国内と海外の比率を 50%ずつにしたいと考えているが、現在は国内売上高が落ち込んでいるため、海外売上高の比率が高くなっている状況である。

海外売上高の国別内訳は、韓国 1 億 40 百万円(前年同期比 19.5%増)、台湾 84 百万円(同 17.1%減)、中国 83 百万円(同 25.3%増)、北米・欧州 55 百万円(同 1.7%減)、東南アジア・その他 52 百万円(同 9.0%増)となっている。韓国や中国で増収となっているのは為替の影響によるもので、現地通貨では、ほぼ横ばいである。

製品群別売上構成比の推移として、コンバムが 34.4%(前期末は 37.8%)に減少する一方で、吸着パッドが 47.1%(同 42.8%)に増加している。圧力センサは 10.4%(同 10.1%)と横ばい、その他は 8.1%(同 9.3%)であった。新規の製造装置の需要が低迷する中で、すでに稼働している機械のメンテナンス需要が拡大していることがわかる。ただし、新規顧客の開拓ができていないという問題点を認識する必要があるとみている。

利益の増減要因として、まず減益要因は、売上減少による 40 百万円減、原価率悪化による 20 百万円減となっている。増益要因は、為替差益増加による 9 百万円増、固定資産売却損減少による 6 百万円増、投資有価証券売却益増加による 5 百万円増、販管費減少による 2 百万円増である。

なお設備投資額 2 億 49 百万円(前年同期 1 億 11 百万円)は、矢口事業所建て替え(ショールーム、社員寮)、研究開発投資、海外移管投資がおもな用途である。設備投資額の通期予想として、矢口事業所 1 億 10 百万円(上期実績 73 百万円)、岩手寮 30 百万円(同 30 百万円)、3D プリンター 11 百万円(同なし)、射出成形機 10 百万円(同なし)、海外生産移管金型 26 百万円(同 4 百万円)を計画している。

連結キャッシュフローの状況として、営業活動によるキャッシュフローは 2 億 89 百万円(前年同期 3 億 1 百万円)、投資活動によるキャッシュフローはマイナス 1 億 36 百万円(同マイナス 80 百万円)、財務活動によるキャッシュフローはマイナス 34 百万円(同マイナス 1 億 67 百万円)となり、これらの結果、現金及び現金同等物の期末残高は 6 億 4 百万円(同 4 億 56 百万円)となった。

連結貸借対照表の状況として、おもな変動は、買掛金と賞与引当金の増加である。2013 年 6 月末の自己資本比率は 88.9%(前期末は 89.3%)となった。2010 年 12 月期末の 70.0%から大きく伸びているのは、借入金の返済

が完了したためである。

◆通期業績見通しと配当方針

当上期の実績を顧みて、8月1日付で通期業績予想の修正を発表した。修正後の通期業績予想は、売上高 21 億 81 百万円(前期比 2.9%増)、営業利益 3 億 46 百万円(同 6.2%減)、経常利益 3 億 63 百万円(同 4.4%減)と、増収減益の計画となっている。これは、3 年後の収益を見据えた投資が主な減益要因である。当期純利益 2 億 31 百万円(同 26.6%増)が大幅な増益の予想となっているのは、前期は秋田事業所閉鎖に伴う特別損失を計上していたためである。経常利益率は 16.7%(前期は 17.9%)となる見込みである。

通期の国内売上高は 12 億 83 百万円(同 13 億 31 百万円)、海外売上高は 8 億 97 百万円(同 7 億 89 百万円)を計画しており、やはり国内売上の落ち込みによって、海外売上高比率は 41.1%(同 37.2%)に拡大することが予想される。

配当については、当期は中間配当として 1 株当たり 3.5 円を実施済みである。期末配当は 4.5 円とし、年間配当 8.0 円を予定している。配当性向は 26.4%、自己資本当期純利益利益率は 7.2%となる見込みである。

自己株式の取得については、2012 年 2 月から 8 月末までに 2 万 5,000 株、2012 年 11 月から 2013 年 5 月 11 日までに 8 万 6,000 株を実施した。その後、2013 年 11 月 13 日までに 12 万株を上限に実施予定で、6 月末までに 2 万 9,000 株を取得済みである。当社の発行済み株式総数は 828 万 5,000 株、うち自己株式数は 70 万 7,953 株(2013 年 6 月 30 日現在)となっている。

◆アジア市場を一つにした事業展開

当社では“ONE ASIA-ONE MARKET”を掲げ、アジアを一つのマーケットととらえた事業拡大戦略を展開している。まず「販売規模拡大」のために、成長分野・安定市場の需要取り込みとニーズに応える開発力の強化に取り組んでいる。現在は、廉価版の製品づくりにも力を入れている。また「地産地消」として、供給力強化(短納期化)、現地調達率向上による価格競争力強化、グループ間相互供給を開始している。こうした相乗効果の循環によって更なる事業拡大につなげていきたいと考えている。

国内販売戦略では、顧客情報のデータベース化(情報の整理、共有化)によって、採用ユーザーや採用装置状況、顧客需要、他社採用状況といった現状の把握と分析、情報の整理と発信、顧客要望の掘り起こしを行っている。

また 2014 年 4 月には、コールセンターを開設する計画である。現状は、直行直帰型のサテライト営業活動をとっているが、運転中や商談中に電話に出られないなど、タイムリーな対応ができないケースに対して、電話の問い合わせに専任で対応する体制を整え、顧客管理能力や顧客満足度の向上を図っていききたいと考えている。

さらに販売促進手段の強化としては、業界別販売促進ツールの拡充、展示会への積極出展による新製品・注力製品の PR 強化、新ショールームのオープン(2013 年 10 月)を通じ、営業活動の更なる効率化を図っていく。

2014 年 4 月には、山形、長野、栃木、北陸、広島、熊本を拠点候補として、営業人員およびサテライト営業駐在拠点の拡大など、営業人員の強化に取り組んでいく。また納期対応力の強化として、すでに本年 4 月には製品在庫から部品在庫方式へ変更し、受注後 3 日以内の出荷体制を整備している。これによって滞留在庫の削減や部品共通化が可能となり、製品供給力や価格競争力の強化につながる。

◆地産地消への取り組み

妙徳韓国では、本年 1 月からコンバム現地組み立てを開始している。現地コンバム売上の 2 割を生産しているが、今後は現地調達比率を拡大し、価格競争力強化、短納期化、顧客満足度の向上を推進していく。おもな販売先は半導体中心であるが、現在さらに自動車、包装機、医療分野への営業展開に取り組んでおり、特定業種に依

存しない販売体制を構築していく。

「安定品質生産体制の構築」は、誰がどこで作っても安定した品質でものづくりをするための取り組み。現在は、パラレルロボットを使用した自動検査機。これを別工程へも横展開をしていきたいと考えている。

なお吸着パッドは、秋田事業所から岩手事業所へ生産移管した。岩手事業所で最適ライン、安定品質体制を構築した後、2014 年 1 月からは海外へ生産移管し、量産を開始していく。4 年後には、コストを半減させることを目指している。

また国内事業所の取り組みでは、金型技術や射出成型技術の取得といった「技術ノウハウの自前化」に取り組んでいる。研究開発力の強化として、2013 年 8 月には 3D プリンターを導入し、これを活用し 2014 年 1 月には新型コンバムを発売予定である。初年度の販売目標は 23 百万円としている。

さらに 2014 年 1 月には、6 部 1 室制の現行組織体制を 3 部 1 室制に再編する計画を検討している。情報の共有化、一元管理の推進、業務遂行や人材教育のスピードアップを実現する。

今後のアジア販売戦略としては、上海妙徳では販売拠点を増設していく。コンバムタイランドでは、国別拡販活動によって東南アジア市場の拡販に取り組む。タイでは自動車業界の拡販、シンガポールでは専任営業担当の設置、インドネシアおよびマレーシアでも重点展開を推進していく。

欧米販売戦略では、現在、米国の Parker Hannifin 社の販売店を通じた販売活動を行っているが、売上高は右肩下がりの状況が続いている。そこで 2014 年第 4 四半期からは、技術営業のできる人材を米国へ送り込む予定である。現地法人化を視野に入れながら、米国市場での拡販活動を行っていききたい。これまでは、どちらかというと一点集中型でアジア新興国に力を入れてきたが、今後は米国市場へも人員を送り込んでいく方針である。

最後に「ヒトのグローバル化」として、2012 年 2 名、2013 年 9 名の外国人留学生を採用しており、日本で教育後、海外子会社へ再配置する予定である。社内英会話教室は、2015 年の社内公用語化を目指して継続している。また、2013 年にはグループ人事評価・給与制度を統一し、グループ間の最適人材配置に向けた取り組みを進めている。

(平成 25 年 8 月 28 日・東京)

* 当日の説明会資料は以下の HP アドレスから見るができます。

http://www.convum.co.jp/ir_info/index.html