

4243 ニックス

青木 伸一（アオキ シンイチ） 株式会社ニックス 会長

青木 一英（アオキ カズヒデ） 株式会社ニックス 社長

自動車関連分野に注力

◆平成 25 年 9 月期決算総括

会長 青木伸一

当社はグローバル市場対応を見据え、更なる経営体制強化と組織活性化を図るため、本年 10 月 1 日付で新体制を発足させた。機動力をもって一層の業績向上と企業価値向上を実現させていきたい。

連結決算業績は、売上高 36 億 2 百万円（前期比 3.0%減）、営業利益 87 百万円（同 45.3%増）、経常利益 1 億 8 百万円（同 146.9%増）、当期純利益 94 百万円（同 1.4%増）となり、減収増益の結果となった。

現在の事業環境は、復興需要を背景とした緩やかな景気の回復基調や政権交代に伴う経済政策による円安・株高の進行の一方で、欧州景気の低迷や新興国の経済成長鈍化などが懸念されている。

売上減少の最大要因は生産設備業界での投資回復が低調だったことによる。また、事務機器業界での生産回復の遅れも要因のひとつであった。利益増加要因については円安効果によるところが大きく、そういう意味では計画未達であったといえる。しかし、受注領域の拡大などで実験的な試みをしたことはいい経験となり、平成 26 年度のスタートは堅調に推移している。

製品別売上構成をみると、生産設備治具関連では安価かつ大量に出回っている中国製コピー品の影響などにより実績は低調であった。コピー品への対応は今後の大きな経営課題になるだろう。一方、工業用プラスチックは回復基調にある。売上全体は減少したが、原価低減や為替効果により売上総利益率は上昇した。今期は売価が下がる中、原価を抑える戦略が功を奏している。原価を抑え、QCD（Quality、Cost、Delivery）の優れた製品を開発することは今後の中長期的な課題であると考えている。

マーケット別では自動車関連分野に注力しており、いわゆる Tier1 メーカーとの取引が増加した。住宅設備関連では、長年、ガスエネルギー供給関連会社が重要な顧客となっているが、今期は新規の顧客との取引も獲得でき、順調に伸長している。事務機器関連は数量ベースで若干減少したが、今後も重要な収入源として注力していきたい。生産設備関係はマガジンラックなどが低調であった。家電分野については、白物家電はまだしも、テレビ・ビデオなどの AV 機器は成長が見込めないため、営業活動は慎重に行いたいと考えている。環境関連については、昨年度セキュリティ関連会社からの大量受注があったが、今年度ないため売上は減少しているが、非常にユニークで将来性のあるジャンルであり、今後注力していきたい。

地域別売上高をみると、海外売上高が大きく伸びており、特にアジアは売上の 3 割近くを占めている。昨年 9 月、当社はタイに子会社を設立したが、自動車業界や事務機器関係などは「チャイナプラスワン」ということで中国から ASEAN ヘシフトしつつある。今後、現地生産も含めて対応を進めていく予定である。

バランスシートについては、2013 年度は大きな投資がなかったため純資産が若干増えて自己資本比率が少し改善しているが、今期は中長期的視野に立ち、精密成形分野などへ積極的に投資していく予定である。

◆中期展望と平成 26 年 9 月期業績予想

社長 青木一英

中期的な基本方針として、まず、顧客課題の抽出とソリューション提案の強化に取り組む。開発陣を営業に組み込み、先方の設計段階から関係を構築していきたい。また、新ビジネス領域としては特に自動車業界に注力し、拡販を強化する。2016 年度の業績目標は連結売上高 50 億円、連結経常利益 5 億円とし、経常利益率 10%を目指したい。

当面の課題は、自動車業界への侵攻である。自動車業界は取り組むべき業界と考えており、今まで培ってきた技術力・営業力を結集・改善しながら深く入り込んでいきたい。2 番目は NIXAM 応用製品の更なる拡販である。現在、当社は素材に注力しているが、汎用樹脂に耐熱性や摺動性を付加するなど、差別化への投資を積極的に行うことで更なる強みとしていきたい。3 番目は ASEAN 市場でのソリューション営業の拡大である。タイの法人は現在日本人 1 人、現地人 1 人という少人数体制ではあるが、やはり現地法人があると商談しやすいと実感する。特に自動車関係では重要な位置にあり、将来的には開発陣も現地に設置してソリューション営業できるようにしていきたい。

このような中期展望を踏まえ、平成 26 年 9 月期の重点施策は、「営業スタイル」の刷新、「モノづくり力」の強化、「素材開発力」の強化と確立、「現地化」の更なる加速の 4 点である。「営業スタイル」の刷新では、設計陣の同行営業あるいは単独営業によって先方の設計段階から関わっていきたくと考えている。「モノづくり力」の強化では、グローバル化に備え、津久井工場をマザー工場として確固たるものにするべく、改善活動によってコスト体質を鍛えていきたい。「素材開発力」の強化と確立では、積極的投資を行い、素材をキーファクターとして確立していく。「現地化」の更なる加速では、自動車業界などに対して、設計や品質管理等に加え現地生産も視野に入れ解決できる体制にしていきたい。

平成 26 年 9 月期(2014 年度)の連結業績は、売上高 39 億 60 百万円、営業利益 1 億 10 百万円、経常利益 1 億 40 百万円、当期純利益 1 億 19 百万円を予想している。足元の状況は順調であり、計画を達成できるようまい進していきたい。

◆海外ビジネス展開の近況

上海の販売会社「上海日更国際貿易有限公司」は少数精鋭で地道に活動してきたが、少しずつ引き合いが出てきている。生産設備業界向け基板クリーナーはカーエレクトロニクス業界や自動車メーカーなどから引き合いがあり、また生産設備業界向け普及型マガジンラック(ECO-RACK)は中国製コピー品にはまねのできない高レベル製品で、品質を重視するカーエレクトロニクス業界を中心に実績を重ねている。今後の納入予定としては、家電業界向け機構部品で電子レンジのつまみが中国のローカル企業に初めて採用された。ローカル企業は債権回収など課題も多いが、中国は魅力ある市場であり、今後に期待したい。生産設備業界向けトレーサビリティ機器も、近年人件費高騰で自動化の進む中国において需要が出てきている。自動車業界向け摺動部品を受注できたのも現地法人を設置した成果だと考えている。

昨年設置したタイの子会社 NIX TRADING(THAILAND)LTD.の状況として、当社の重要顧客である事務機器メーカーがタイに進出しておりファスナーの納品が 2013 年 10 月から本格化してきた。今後の納入予定には、自動車産業向け生産工程用部品や EMS 業界向け普及型マガジンラックである ECO-PACK などがある。タイでは自動車産業が盛んであり、横展開なども期待している。また、ASEAN においても中国・韓国のコピーラックが問題となっているが、日系企業を中心に当社製品に価値を認める顧客からの大口注文もある。今後も ASEAN の拠点として現地展開の強みをいかし、自動車業界や日系企業へアピールしていきたい。

◆防虫忌避商品「ARINIX」のラインナップ

防虫忌避商品「ARINIX」は素材から当社が開発した製品で、用途によっていろいろな形状がある。「殺虫」ではなく「防虫」というのが肝心なところで、例えば食洗機の中で使えばゴキブリなどの侵入を防ぐことができ、しかも死骸は残らない。カップ式自動販売機はアリやゴキブリの被害が多いが、「ARINIX」のAR自販機キットを自販機の脚に取り付けると防虫することができ、JR駅構内の自販機に採用されている。シートタイプのもものは物置、倉庫、ベッドの下、冷蔵庫の下、棚、観葉植物周辺などに、テープタイプのもものはセキュリティ機器周辺、ドアパッキン合わせ、厨房関係、ライト周りなどに、それぞれ多様な用途が想定できる。まだ爆発的に売れるという状況ではないが、今後の拡販が楽しみな製品群である。

さらに、今夏、この商品を応用した網戸張替用の防虫網を大手ホームセンターで販売し、好感を得ることができた。今後本格的に販売していく。また、テレビ東京の情報番組「L4YOU プラス」のヤマトの匠コーナーで「虫を寄せ付けない！魔法の網戸」という特集が生まれ、6分ほど放送された。このような形で注目されるのはありがたいことであり、非常に可能性のある商品だと考えている。

「ARINIX」製品群は、中長期的には当社の成長の命運を分ける製品だと実感しており、今後もラインナップを充実させ、積極的に取り組んでいきたい。

◆質 疑 応 答◆

「ARINIX」網戸の海外展開について伺いたい。

「ARINIX」網戸は製造元の手網戸メーカーとの兼ね合いもあり、当面は国内販売のみの予定である。ただし、東南アジアでは Dengue 熱など蚊を媒体とした問題も多く、大きな市場であることは間違いなく考えており、将来的には展開していきたい。その際には、網戸を直接販売するのではなく、どこかとタイアップする形になるだろう。華僑ネットワークという可能性もある。

「ARINIX」網戸は中期計画でどのぐらいの売上になると予想しているか。

2016年の売上目標50億円のうち、「ARINIX」関連で10%程度にできればと思っているが、網戸だけの数字を示すのはまだ難しい。

(平成25年11月27日・東京)

* 当日の説明会資料は以下のHPアドレスから見ることができます。

<http://www.nix.co.jp/pdf/2013112801.pdf>