

4243 ニックス

青木 一英 (アオキ カズヒデ)

株式会社ニックス社長

ソリューション営業を強化し、高付加価値型企業を目指す

◆2014年9月期決算の総括

当社にとって第84期に当たる2014年9月期は、円安・株高基調や経済政策により受注が緩やかに回復した。生産設備業界を中心に当社グループの主要販売先の投資意欲が改善したことに加え、ソリューション営業を推進したことが販売の伸長につながった。

原価低減や生産性向上の取り組みにより利益率も改善し、売上高43億1百万円(前期比19.4%増)、営業利益2億86百万円(同226.5%増)、経常利益2億75百万円(同154.4%増)、当期純利益2億22百万円(同135.5%増)と増収増益となった。経常利益率は6.4%となっている。

製品別の売上高は、工業用プラスチック31億86百万円(前期比3億94百万円増)、生産設備冶具9億61百万円(同2億93百万円増)、その他1億53百万円(同12百万円増)とすべてにおいて伸ばすことができた。売上総利益率は0.9ポイント改善し、45.2%となっている。

当社グループは、幅広いマーケットにエンドユーザーを持っていることが事業を展開する上での強みの一つとなっている。2014年度のマーケット別の売上を前期と比較すると、事務機器関連13.6%増、生産設備関連43.7%増、住宅設備関連23.6%増、環境衛生関連32.9%増、その他18.5%増となった。

2014年度から注力している自動車関連は4.6%増となっているが、生産設備関連の中に一部カーエレクトロニクス関係の製品が含まれていることから、この部分も含めると自動車関連事業で大きく伸ばすことができた。一方、高付加価値製品へのシフトを進めた結果として家電・映像機器関連は47%減となっている。

地域別売上高は、国内29億55百万円(前期比3億94百万円増)に対してアジア11億72百万円(同2億44百万円増)、北米1億54百万円(同53百万円増)となった。海外売上高比率は2.4ポイント上昇して31.3%となっている。タイ、香港、上海の販売拠点が順調に成長しており、中国市場の内需の拡大をにらんで上海地区ではローカル企業との取引も拡大している。北米については、自動車業界のメキシコへの進出に伴ってマガジンラックの販売が好調であった。

2014年9月末の総資産は46億68百万円(前期比2億92百万円増)、純資産は25億35百万円(同2億30百万円増)となっている。自己資本比率は54.3%(前期52.7%)、1株当たり純資産は1,095.12円(前期比92.08円増)となっている。

◆今後の重点施策

2015年9月期は、さらなる高付加価値型企業を目指すことを最重要課題ととらえ、顧客課題を解決してウィン・ウィンの関係を確立するソリューション営業を強化していく。並行して仕入れ戦略、生産戦略を見直し、売上総利益率の改善に取り組む。

また、品質改善活動を徹底して不良損失を最小化する目的で、2015年度中のISO9001の取得に向けて準備を進めている。ISOの取得に合わせ、さらなる品質向上と環境保全に努めるべく品質・環境方針の見直しも行って

る。

企業競争力の強化に向けては、海外グループ会社との連携を強化し、海外オペレーションの充実をはかる。企業の組織力を強化する観点からは会社全体で人材育成目標を掲げ、スキルレベルの向上により高付加価値人材の育成に努めていく。

以上の重点施策に取り組み、2015年9月期は連結で売上高45億10百万円(前期比4.9%増)、営業利益3億6百万円(同6.7%増)、経常利益3億17百万円(同15.1%増)を計画している。当期純利益については、法人税等の増加により2億10百万円(同5.5%減)と減益を見込んでいる。経常利益率は7%となる見込みである。

住宅設備関連事業では、当社グループはヒートポンプ式温水器や家庭用燃料電池に樹脂製部材を供給している。省エネを推進する政策の後押しに加え、景気の回復により省エネ設備の普及は拡大しており、2014年度の売上はヒートポンプ式温水器向けで247%、家庭用燃料電池向けで117%と大きく伸ばしている。今後も、これらの製品は日本の環境対策・省エネ対策の一翼を担う製品として拡大が見込まれることから、追い風に乗って着実に事業の拡大につなげていく。

生産設備関連事業では、2014年度には自動車の衝突回避システムの普及が進んだことによりマガジンラックの販売が拡大し、2015年度に入っても受注の拡大傾向が続いている。次世代カーナビを含めた自動車用電装システムの市場が拡大することで、さらなる拡販を見込んでいる。また、電力のスマートメーターの普及も当社にとって追い風であり、工作機械、プログラマブルコントローラー、制御機器等の産業機器も好調に推移するとみられる。

下期に向けた新製品として、生産設備関連事業では新型マウンター用印字機能付きラベルフィーダを発売した。従来機に比べ約20%価格を抑えており、海外展開も視野に入れて積極的に拡販をはかっていく。

環境衛生関連事業では、2014年度に当社の防虫樹脂を網に練り込んだ「虫のイヤがる網」の販売が始まったが、デング熱感染が話題になる中でマスメディアにも取り上げられるなど大きな反響を呼んだ。現在、2015年度のシーズンに向けて増産を計画している。

◆中期の展望

依然として、世界的に経済の先行きは不透明な状況が続いている。景気の下押しリスクがある中での基本戦略として、当社グループは強みを最大限に生かして顧客課題の抽出とソリューション提案を強化していく。また、自動車業界をはじめとする新たなビジネス領域への拡販を更に進めていく。

特に2015年9月期からは高付加価値型のビジネスに一層注力し、連結経常利益率10%を目指して事業を展開していく。2016年度には連結売上高50億円、連結経常利益5億円を達成したい。

中期的な課題としては、自動車関連事業はメキシコやインド、東南アジアなどでの現地生産化への対応が今後ますます重要になってくる。今後は、生産拠点の見直しも含めて対応を加速していく必要があると考えている。

2014年度に新たなアプリケーションを獲得した環境衛生事業については、更にアプリケーションの開発に注力して拡大をはかっていく。

当社は射出成形技術を基盤として事業を展開しているが、最適なソリューションを世界のマーケットに提供するためにはプラスチックだけでなく多様な素材との組み合わせも柔軟に取り入れつつ、常に「オンリーワン製品」の開発を目指している。今後も「無から有を生み出す想像力」を発揮するよう努めていく。

◆質 疑 応 答◆

経常利益率を改善するためにどのような戦略を考えているか。

一つには、売上を成長させることで相対的に売上に対する経費の比率を下げることに加え、仕入れ戦略を見直したり、生産効率の改善に努めることで改善していく。更にそれに加え、新たな高付加価値製品の開発を進める必要があると考えている。

自動車の生産台数は頭打ちが予想されているが、自動車関連事業の見込みはどうか。

自動車の生産台数そのものは大きくは伸びないとみているが、衝突防止機能といった新しい要素が出てきたことで当社のマガジンラックや基板用部材への需要が急速に拡大している。その意味では、自動車そのものの生産の動きとは必ずしも一致しない部分があり、2015年度上期については引き続き売上の拡大を見込んでいる。

ただ、足元の自動車の生産台数は東南アジアや中国でも減速傾向にあることから、下期については状況を注視しながら慎重に計画を立てていく。

円安・ドル高傾向が続くと、利益にどのような影響があるか。

円安基調は当社グループの業績にはプラスの方向に働く。2014年度の実績では、1円下がると年間で売上では15百万円、営業利益では7百万円強の押し上げ効果となる。

2016年度の海外売上高比率の目標はどうか。

2014年度の実績では25%強が外貨取引になっており、2016年度には30%を超えるようなイメージを持っている。それを実現するためには、海外生産を更に拡大していく必要があると考えている。

(平成26年11月26日・東京)