

|| 企業調査レポート ||

エレマテック

2715 東証 1 部

[企業情報はこちら >>>](#)

2020 年 6 月 29 日 (月)

執筆：客員アナリスト

寺島 昇

FISCO Ltd. Analyst **Noboru Terashima**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2020年3月期はモバイル向け低迷で売上高は前期比4.2%減収、 営業利益は同24.8%営業減益	01
2. 2021年3月期は見通し不透明で通期の予想発表を見送り	01
3. 中期経営計画「エレマテック NEXT」を発表、3つの戦略を強化	01
■ 会社概要	02
1. 沿革と事業内容	02
2. 特長と強み	04
3. 5つのサービス・機能	05
4. 長期業績推移	07
■ 業績の動向	08
1. 2020年3月期決算の概要	08
2. マーケット別売上高の動向	11
■ 今後の見通し	12
■ 中長期の成長戦略	12
1. 前中期経営計画「エレマテック・クロス」の総括	12
2. 新中期経営計画「エレマテック NEXT」の概要と重点領域	12
3. 高付加価値型ビジネスの強化	13
4. 国内外有力顧客の開拓	13
5. 自動車領域への注力	13
6. コーポレートガバナンスの推進 / 人材の育成	14
■ 株主還元	15

要約

成長市場の追求に、付加価値創造という軸を追加し、 2つの軸による中長期的な収益拡大を目指す

エレマテック<2715>は電子材料を得意とするエレクトロニクス商社。2009年に高千穂電気株式会社と大西電気株式会社が合併して誕生した。その後2012年に豊田通商<8015>グループ入りした。

1. 2020年3月期はモバイル向け低迷で売上高は前期比4.2%減収、営業利益は同24.8%営業減益

同社の2020年3月期は、売上高175,654百万円(前期比4.2%減)、営業利益4,765百万円(同24.8%減)、経常利益4,499百万円(同27.3%減)、親会社株主に帰属する当期純利益3,263百万円(同3.0%減)となった。自動車向けやアフターマーケット向けのドライブレコーダーなど順調に拡大した分野・商材もあったが、モバイル向けや黒物家電向けが低調に推移し全体では減収となった。商品構成の変化で粗利率も若干低下、人件費を中心に経費が増加し営業減益となった。この決算においては新型コロナウイルス感染症(以下、コロナ)の影響は軽微であった。

2. 2021年3月期は見通し不透明で通期の予想発表を見送り

2021年3月期通期については、コロナの影響で先行きが不透明なことから予想発表を見送ったが、第1四半期については売上高41,000百万円(前年同期比3.7%減)、営業利益900百万円(同22.8%減)を予想している。年間配当についても、現時点では未定としている。

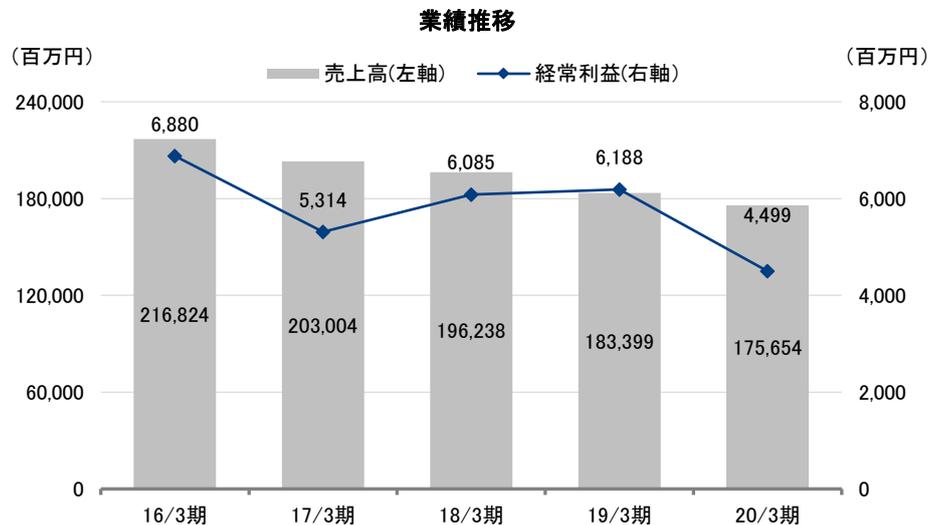
3. 中期経営計画「エレマテックNEXT」を発表、3つの戦略を強化

前回の中期経営計画「エレマテック・クロス」は2020年3月期で終了したが、その結果及び課題を踏まえて、2023年3月期を最終年度とする新たな中期経営計画「エレマテックNEXT」を発表した。主要戦略として「高付加価値型ビジネスの拡大」、「国内外有力顧客の開拓」、「自動車領域への注力」を掲げている。定量的な目標値は発表されていないが、この計画を推進・実行していくことで、単なる量的拡大だけでなく、質的な改善を目指していく方針だ。

Key Points

- ・ 成長市場の追求と、付加価値創造の2つの軸で収益成長を目指す
- ・ 2020年3月期は営業減益、2021年3月期の予想は未定
- ・ 新中期経営計画「エレマテックNEXT」を発表、主に3分野に注力し、量的拡大+質的改善を目指す

要約



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

電子材料を得意とする2社が2009年に合併して誕生。
国内外に61拠点を擁し、Digital Electronics、Automotive、Broad Marketの3つのマーケットで事業を展開

1. 沿革と事業内容

(1) 沿革

同社の前身の2社のうち、高千穂電気は1947年に東京で、大西電気は1958年に京都で、それぞれ設立された。両社はともに絶縁材料の取扱いからスタートし、その後の技術開発の流れに沿ってエレクトロニクス製品向けの電子材料へと取扱品目を拡大させて、独立系技術商社として業容を拡大してきた。

両社は2009年に合併(存続会社は高千穂電気)し、社名をエレマテック株式会社へと改めた。事業領域はともに電子材料主体でありながら、東京と京都で地理的補完関係を生かして成長を続けてきた。2012年にTOBによって豊田通商の子会社となり、現在に至っている。

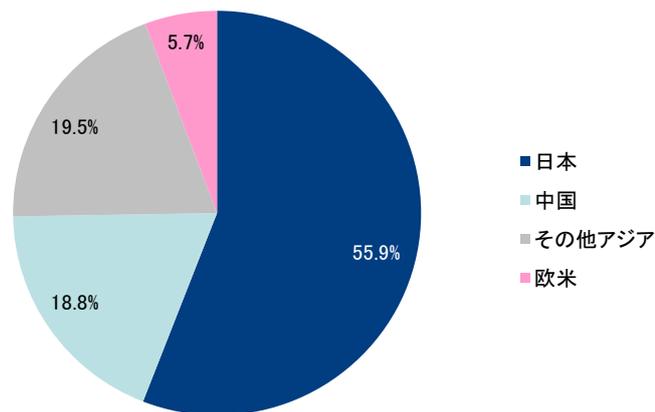
会社概要

(2) 事業内容

沿革を反映し、同社は現在、エレクトロニクス製品向けの電子材料を始めとして電子部品や設備など幅広い商材を取り扱っている。事業の基盤としては、連結ベースで従業員 1,180 名（2020 年 3 月末）を抱え、国内外に 61 拠点（2020 年 3 月末）を擁している。事業拠点の中には加工サービスを手掛ける拠点が国内 1、中国 2 の合計 3 ヶ所が含まれている。

事業はグローバルで展開しているが、主要顧客は日系企業が中心であり、日本企業の海外進出状況を反映して海外については中国及びアジア地域が主体となっている。2020 年 3 月期の売上構成比は国内が 55.9%、中国（香港含む）18.8%、その他アジア 19.5%、欧米 5.7% という構成だった。ここ数年は主要顧客の中国における生産低下を反映し、同社でも中国の売上構成比が低下基調にある。

地域別売上高(2020年3月期)

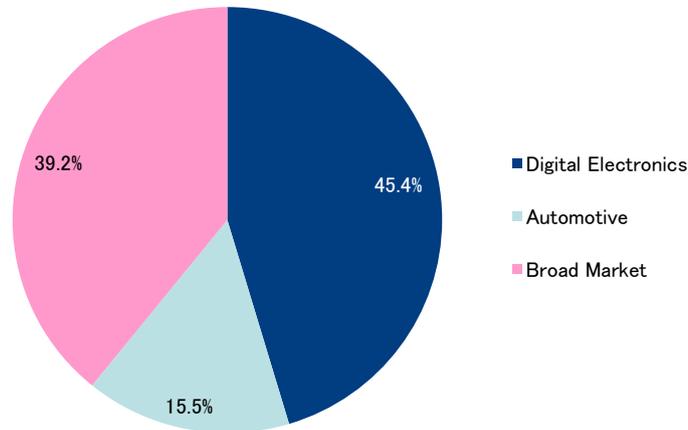


出所：決算短信よりフィスコ作成

同社は仕入先・販売先の双方に多数の顧客を有して幅広い商材を取り扱っているため、管理するうえでグルーピング（分類）は不可欠だ。従来は取扱商材に基づき管理（仕入先基準）していたが、2015 年 3 月期からは顧客企業の生産品目を基準（販売先基準）とした、マーケット別に分類する方式に切り替えた。その結果現在では、Digital Electronics、Automotive、Broad Market の 3 つに分けて内部管理及び情報開示を行っている。それぞれの売上高比率（2020 年 3 月期）は、Digital Electronics 45.4%、Automotive 15.5%、Broad Market 39.2% であった。

会社概要

マーケット別売上高(2020年3月期)



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

多数の商材・取引先を生かして業績の安定成長を実現、 今後は“付加価値創造”に力点

2. 特長と強み

同社の特長としてまず挙げられるのは、多数の取引先と商材を抱える点だ。仕入先は約7,100社（メーカー）にのぼり、一方で約6,600社の販売先（ユーザー）に対して、電子材料や電子部品を中心とする広範囲で多様な商材の取引を行っている。個別の仕入先および販売先は開示されていないが、主な販売先上位10社で売上高の約42.1%（2020年3月期）を占める。このように仕入先や販売先、取扱い商品が分散されているため、業績は特定の顧客や製品の動向に大きく左右されることが少なく安定した成長の持続が可能となっている。

また多数の商材、顧客を抱えていることから機敏に新しい成長分野への展開を行えるのも同社の強みだろう。同社は現在、スマートフォンから自動車やロボット等へ事業の軸足を移す過渡期にある。言うまでもなく、それぞれの市場の成長性の変化に対応したものだ。足元は米中貿易摩擦の激化によって決して理想的な事業環境とは言えないが、事業環境と成長市場という2つの変動要因を巧みにコントロールして業績面で大きな谷間を作ることなく、変化の波を乗り切ろうとしていることに同社の本領が発揮されていると言えるだろう。

同社が提供しているのは、最適な部材の供給、信用供与・ファイナンス、納期・在庫の管理といったエレクトロニクス商社としてのベーシックなサービス・機能だけではない。製造サービス、調達代行サービスなど、より高度で付加価値の高いサービス・機能も提供している。同社は5つのサービス・機能を掲げているが、こうした機能があるからこそ、多様な商材をビジネスにつなげ、業績に落とし込むことができているということだ。

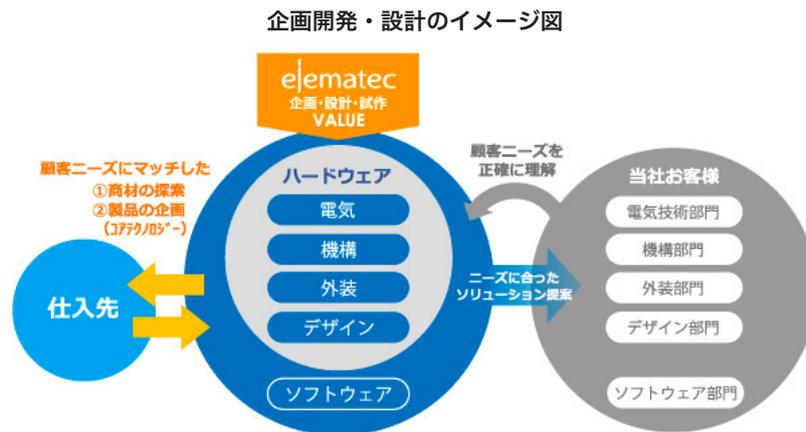
会社概要

同社は今後、自社の有する特長・強みと、独立系技術商社としての機能・知見とを組み合わせ、「付加価値創造」の取り組みを強化する方針だ。そして、今後はこの「付加価値創造力」を成長の原動力の1つとしていく方針だ。これまで、成長市場への機敏な対応という「横展開」が収益成長のけん引力であったが、今後は、付加価値創造という「縦展開」(深堀り)でさらなる成長を目指す方針だ。

3. 5つのサービス・機能

(1) 企画開発・設計：真のニーズにマッチした製品の企画開発・設計

顧客の購買部門だけでなく、設計・開発部門などとも深い関わりを持ち、真のニーズを掘り起こしている。ちょっとしたヒントからでもニーズを汲み取り、営業部門・開発部・技術部が一体となって検討を重ね、新しいパーツやユニットなどを企画開発・設計する。技術部では、機構及び電気回路設計などの専門家と、3D CAD・3Dプリンター・NC工作機械などの試作設備も保有している。これらリソースの活用に加え、長年培ってきたノウハウや最先端の専門知識をもとに、膨大な営業基盤を生かして、顧客のニーズにマッチした製品を提供する。



出所：同社ホームページより掲載

(2) 調達代行サービス：顧客が求める品質・コスト・納期に最適な部材の調達代行

多数の調達先管理、頻雑な発注・納期管理など、顧客の業務効率化とコスト低減を実現するため、同社が調達業務を代行する。長年培ってきたノウハウ・専門知識を駆使して、国内外問わず部材を調達し、品質管理や納期管理を徹底し、また、指定された部材の取り扱いだけでなく、世界中の多くの仕入先のそれぞれが持つ得意分野をしっかりと把握した上で、より適した調達先を選定し提案する。万一の品質問題等の発生時にもワールドワイドで拠点を生かして迅速に対応する。

会社概要

調達代行サービスのイメージ図



出所：同社ホームページより掲載

(3) 製造サービス：高品質な製造サービスを提供し、個別のカスタマイズにも対応

世界中の拠点ネットワークを通じて集められる、顧客の製品開発情報や最新技術情報をもとにして、顧客ごとに個別に企画開発・設計されたカスタマイズ品やモジュール品を製造するために、同社では国内1ヶ所（横浜）、海外2ヶ所（大連、無錫）に加工工場を設けている。また、自社工場ばかりでなく、優良な技術やコスト競争力を持った国内外の外部製造委託先とタッグを組んで、カスタマイズ品・モジュール品に加え、完成品（ODM）も提供することができる。「情報」「技術」「モノの作り方」を理解し、グローバルなサプライチェーンを構築している。

(4) 品質・環境マネジメント：高品質な製品の提供と高度な品質管理体制の確立

顧客からの高度な品質要求に応えるため、様々なサービスを提供している。顧客の監査要望書に基づき、成分分析などの環境対策や製品が基準を満たしているかを検査するのはもちろん、試作から量産に移行する際に、安定した量産が行えるかも確認している。また、万一不良品が発生した場合には、顧客と共に不良品の識別、解析を迅速に行い、改善計画を立案して実施し、再発防止に取り組むなど、環境・品質保証部を中心にあらゆる面からサポートしている。

(5) 海外ネットワーク：ワールドワイドなネットワークを使って、スムーズなグローバル物流を実現する

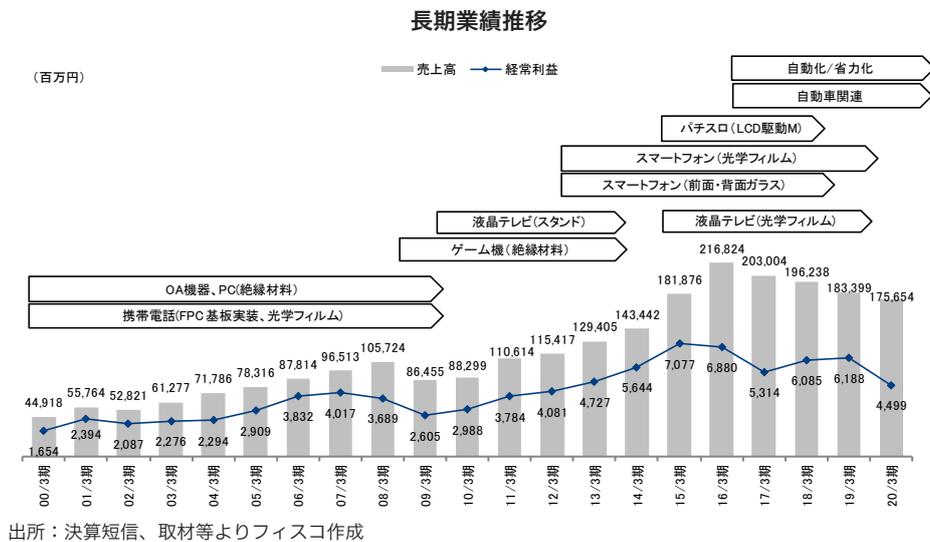
グローバル化が進んだ今、日本を経由しない、いわゆる三国間ビジネスが拡大している一方で、世界的なビジネスの潮流も、「世界の工場」と呼ばれてきた中国から、ASEANを中心に生産移管が進むといった変化が起こっている。同社のワールドワイド・ネットワークはこうした流れにも対応できる。日本国内の拠点と海外現地法人ばかりでなく、海外現地法人同士が密な連携を図ることに加え、国内外を問わずいつも顧客の身近にすることで、時差も、言葉の壁も超えて、より迅速でスムーズなコミュニケーションや物流を実現している。

以上のように、同社は単なる部品商社ではなく様々なサービスや機能を有している。言い換えれば、上記の「5つのサービスや機能」を提供することで単純な商社機能に付加価値をオンしており、その結果として相対的に高い粗利率を維持している。今後も「5つのサービスや機能」をより活用していくことで、同社の粗利率はさらに向上していくはずだ。

商社に求められる機能をしっかりと発揮し、 収益成長へとつなげてきた

4. 長期業績推移

同社の長期的な業績推移を振り返ると、浮沈の激しいエレクトロニクス業界に身を置きながら、経済サイクルや製品サイクルなどの波を乗り越えて安定成長を果たしてきたと言えるだろう。2000年代初めは携帯電話関連で伸びたがその中身はFPC（プリント配線版）の部材や基板実装、光学フィルムなどが主要な商材だった。2010年前後は地デジ移行などもあって液晶テレビ関連の部材が大きなビジネスとなった。また、2010年以降はスマートフォンやタブレットが急成長商品として台頭し、同社はそこに各種フィルム類やガラス類などを販売してリーマンショックからの迅速な回復と連続最高益の更新を達成した。ここ数年はスマートフォン市場が成熟化したことで業績の踊り場を迎えた形となっているが、ここにきて同社にとって次の成長市場は自動車関連と海外メーカー向けに移しつつある。さらにその先には5Gと呼ばれる次世代（第5世代）の移動通信システムがある。5Gに移行すると基地局から端末まですべてが一新され、また、“通信”の守備範囲が格段に広がり、あらゆるものがネットワーク化されることになる。仕入・販売両側で多数の取引先と多様な商材を有する同社にとっては一段と商機が拡大すると期待される。



業績の動向

減収減益での着地、主要因は顧客事情によるモバイル向けの大幅減

1. 2020年3月期決算の概要

(1) 損益状況

同社の2020年3月期決算は、売上高175,654百万円(前期比4.2%減)、営業利益4,765百万円(同24.8%減)、経常利益4,499百万円(同27.3%減)、親会社株主に帰属する当期純利益3,263百万円(同3.0%減)と、減収減益となった。2020年3月期においてはコロナの影響は軽微であった。

2020年3月期の事業環境としては、米中貿易摩擦の激化による影響が懸念されていたが、顧客側の事情によるスマートフォン関連部材の落ち込みなど、同社固有の事情による影響がより大きく出たと見える。一方で売上高を伸ばした事業・製品もあり、既述のように同社の扱う商材や顧客層の広さによって不振の商材をカバー出来たと見えるだろう。

利益面では、売上総利益率は前期の10.0%から9.8%に低下したが商品構成の変化による。販管費は前期比2.8%増となったが、売上高が減少したことから販管費率は前期の6.6%から7.1%へ上昇した。販管費の増加(337百万円)の内訳では、人件費が268百万円増となったが、人員増に加えて給与体系の見直しの影響もあった。荷造運賃は35百万円の減少となったが、人手不足等により単価がアップしているので、減収(数量減)の割には低下しなかった。その他費用は104百万円増加したが、2019年3月期に貸倒引当金の引当率の見直しを行ったことによる戻入益が発生し、この反動によって生じた貸倒引当金繰入額の増加が主な要因となっている。この結果、営業利益は同24.8%減の4,765百万円となった。

2020年3月期決算の概要

(単位: 百万円、%)

	19/3期		20/3期		増減額	増減率
	金額	構成比	金額	構成比		
売上高	183,399	100.0	175,654	100.0	-7,745	-4.2
売上総利益	18,384	10.0	17,152	9.8	-1,232	-6.7
販管費	12,048	6.6	12,386	7.1	337	2.8
営業利益	6,335	3.5	4,765	2.7	-1,570	-24.8
経常利益	6,188	3.4	4,499	2.6	-1,689	-27.3
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,364	1.8	3,263	1.9	-101	-3.0

出所: 決算短信よりフィスコ作成

(2) 地域別状況

地域別売上高は、国内が98,211百万円(前期比2.2%増)、中国が33,061百万円(同21.4%減)、その他アジアが34,323百万円(同3.3%増)、欧米が10,057百万円(同16.0%減)となった。またセグメント利益は、国内が2,169百万円(同26.4%減)、中国が827百万円(同38.7%減)、その他アジアが1,087百万円(同8.6%減)、欧米が355百万円(同10.1%減)となった。

エレマテック | 2020年6月29日(月)
 2715 東証1部 | <http://www.elematec.com/ir/>

業績の動向

中国から米国への輸出停止などの影響で中国向けの落ち込みが全体の業績に大きく影響したが、国内は増収にも関わらず減益となっており、利益面では国内向けも足を引っ張ったと言える。これも商品構成の変化によるもので、2020年3月期については比較的利益率の高かった商品構成が低下したことによる。

地域別状況

(単位：百万円、%)

	19/3期		20/3期			
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率
売上高	183,399	100.0	175,654	100.0	-7,745	-4.2
日本	96,136	52.4	98,211	55.9	2,075	2.2
中国	42,046	22.9	33,061	18.8	-8,985	-21.4
その他アジア	33,243	18.1	34,323	19.5	1,080	3.3
欧米	11,973	6.5	10,057	5.7	-1,916	-16.0
営業利益	6,335	3.5	4,765	2.7	-1,570	-24.8
日本	2,946	-	2,169	-	-777	-26.4
中国	1,351	-	827	-	-524	-38.7
その他アジア	1,190	-	1,087	-	-103	-8.6
欧米	395	-	355	-	-40	-10.1
(調整額)	451	-	325	-	-	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

(3) 財務状況

流動資産は86,276百万円(前期末比4,218百万円減)となったが、主に現金及び預金の減少2,327百万円、受取手形及び売掛金の減少2,502百万円、たな卸資産の増加554百万円などによる。たな卸資産の増加は、コロナの影響により2020年3月末に顧客からの出荷延期要請等があったことによる。固定資産は5,504百万円(同332百万円増)となったが、主に有形固定資産の増加795百万円、無形固定資産の減少219百万円、投資その他の資産の減少244百万円による。この結果、2020年3月期末の資産合計は91,781百万円(同3,886百万円減)となった。

一方で、負債合計は40,885百万円(前期末比4,725百万円減)となったが、主に流動負債のうち、支払手形及び買掛金が4,562百万円減、短期借入金が83百万円減、固定負債182百万円減などによる。支払手形及び買掛金の減少は取引先との支払い条件の変更等の特殊要因などではなく、2019年3月末が銀行休業日だったことから、支払いが4月にずれた影響で一時的に2019年3月期末の買掛金と仕入債務が増加し、この反動が2020年3月期末に表れたためである。純資産合計は親会社株主に帰属する当期純利益の計上による利益剰余金の増加1,830百万円などを受けて50,896百万円(同839百万円増)となった。この結果、2020年3月期末の自己資本比率は55.5%(前期末52.3%)となった。

エレマテック | 2020年6月29日(月)
 2715 東証1部 | <http://www.elematec.com/ir/>

業績の動向

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	19/3 期末	20/3 期末	増減額
現金及び預金	25,714	23,387	-2,327
受取手形及び売掛金	52,801	50,298	-2,502
たな卸資産	10,886	11,441	554
流動資産計	90,495	86,276	-4,218
有形固定資産	2,390	3,185	795
無形固定資産	691	472	-219
投資その他の資産	2,090	1,846	-244
固定資産計	5,172	5,504	332
資産合計	95,667	91,781	-3,886
支払手形及び買掛金	41,371	36,809	-4,562
短期借入金	83	-	-83
流動負債計	44,291	39,748	-4,543
固定負債計	1,318	1,136	-182
負債合計	45,610	40,885	-4,725
純資産合計	50,056	50,896	839

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

(4) キャッシュ・フローの状況

営業活動によるキャッシュ・フローは398百万円の収入となった。主な収入は、税金等調整前当期純利益の計上4,472百万円、減価償却費528百万円、売上債権の減少1,711百万円など。主な支出は、たな卸資産の増加861百万円、仕入債務の減少3,612百万円などとなっている。

投資活動によるキャッシュ・フローは309百万円の支出となったが、主な支出は有形固定資産の取得308百万円など。財務活動によるキャッシュ・フローは1,747百万円の支出だったが、主な支出は配当金の支払額1,432百万円による。この結果、現金及び現金同等物は2,327百万円の減少となり、2020年3月期末残高は23,387百万円となった。

Automotive と Broad Market は逆風の事業環境下でも 着実に増収を確保

2. マーケット別売上高の動向

マーケット別売上高の詳細

(単位：百万円)

	19/3 期		20/3 期		伸び率	主な対象市場	増減額
	実績	構成比	実績	構成比			
Digital Electronics	90,240	49.2%	79,688	45.4%	-11.7%	モバイル	-4,548
						黒物家電	-3,527
						電気・電子部品 / 半導体パッケージ	-2,693
Automotive	26,780	14.6%	27,187	15.5%	1.5%	Automotive 全体	407
Broad Market	66,379	36.2%	68,778	39.2%	3.6%	アフターマーケット	2,804
						医療機器	980
合計	183,399	100.0%	175,654	100.0%	-4.2%		

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

2020年3月期の Digital Electronics の売上高は 79,688 百万円（前期比 11.7% 減）となった。製品・市場別内容を見ると、最も変動が大きかったのはモバイル（端末）で、前期比 4,548 百万円の減収となった。これは米中貿易摩擦の影響ではなく、取引先の事情によるものだ。次に影響が大きかったのは黒物家電（主に TV 向け）で 3,527 百万円の減収となった。さらに米中貿易摩擦の影響で中国での生産活動が低下したことなどから、様々な分野で使用される電気・電子部品 / 半導体・半導体パッケージの売上高が 2,693 百万円減となった。

その一方で Automotive は前期比 1.5% 増の 27,187 百万円となった。自動車関連の市場や商材は同社が今後の成長分野として期待し、注力している分野であることを考えれば、1.5% の増収率は若干低いという印象も受けるが、日本及び中国で自動車生産が低水準にあることに照らすと健闘したと評価できるだろう。

Broad Market の売上高は、前期比 3.6% 増の 68,778 百万円となった。このセグメントは Digital Electronics と Automotive 以外のすべてを含んでいるが、その中で 2020年3月期はアフターマーケット（前期比 2,804 百万円増）と医療機器（同 980 百万円増）が売上を伸ばした。アフターマーケットというのは販売経路に基づいた命名で、中身としてはドライブレコーダー関連製品が中心となっている。一方、医療機器は現状では超音波診断装置の部材が中心となっている。この2つが Broad Market の伸びをけん引する状況は前期から続いている。

■ 今後の見通し

2021 年 3 月期の通期予想はコロナの影響で未発表

同社は 2021 年 3 月期通期業績について、コロナの影響が見極められないことから予想の発表を見送った。今後、合理的な算定が行えるような状況になった時点で速やかに開示する予定だ。但し、足元の状況から判断して第 1 四半期（2020 年 4 月～同 6 月）の業績については、売上高 41,000 百万円（前年同期比 3.7% 減）、営業利益 900 百万円（同 22.8% 減）、経常利益 850 百万円（同 22.3% 減）、親会社株主に帰属する四半期純利益 600 百万円（同 26.7% 減）を見込んでいる。

■ 中長期の成長戦略

新中期経営計画「エレマテック NEXT」を発表、3 分野に注力し量的拡大と質的改善を目指す

1. 前中期経営計画「エレマテック・クロス」の総括

前回の中期経営計画である「エレマテック・クロス」は 2020 年 3 月期で終了したが、以下はその成果と課題である。

成果については、EV・HV 関連商材の販売等による自動車領域の伸長に加えて、ドライブレコーダーや医療機器関連ビジネス等のモジュール・ODM ビジネスの強化が挙げられる。また、機構、筐体設計の強度・流動解析やソフトウェア担当の人材獲得等、人員・設備の拡充に伴う技術部の機能強化についても実現した。

一方で、課題も残った。伸長する海外顧客（米系、中国系）の開拓や、顧客のニーズに合わせた新規商材の発掘や、モジュール化などの付加価値創造、新しい技術を取り入れた商品企画・提案などである。

2. 新中期経営計画「エレマテック NEXT」の概要と重点領域

前回の中期計画が 2020 年 3 月期に終了したことに続いて、2021 年 3 月期を初年度、2023 年 3 月期を最終年度とする新しい中期経営計画「エレマテック NEXT」を発表した。その中期戦略の柱として、「高付加価値型ビジネスの拡大」、「国内外有力顧客の開拓」、「自動車領域への注力」の 3 つを掲げている。

中長期の成長戦略

以下はその概要であるが、前回の中期経営計画と大きく変わったと思われるのは、「量的拡大から質的改善を目指す」という点だろう。前回の「エレマテック・クロス」の目標は、「自動車、自動化 / 省力化、“B to B to C”ビジネスの強化、機能強化」であり、どちらかと言うと「成長市場を狙う量的拡大志向」であったと言える。それに対して今回の中期経営計画は以下に述べられているように、「社内の体質改善、リソースの適正配分、重点市場の深掘り」など「質的な改善」に力点が置かれている点は注目に値する。そしてその成果は、売上高の拡大ではなく、粗利率の改善に現れるはずだ。残念ながらコロナの影響で、現時点では今回の中期経営計画の定量的目標は発表されていないが、今後の粗利率の動向に注目したい。

3. 高付加価値型ビジネスの強化

(1) 社内連携強化による顧客への提案力の向上

ビジネスの前線である営業部門と後方支援とも言える開発部、技術部、環境品質支援部との連携を強化し、顧客への提案力を一段と向上させる。独自の企画開発や設計機能の向上を図り、モジュール品や完成品（ODM）を拡販する。

(2) 商材の使い分けによる最適な解決策の提案

高性能な日本製商材と価格競争力に優れた新興国製商材を使い分けることで、顧客にとって最適な解決策を提案する。一例として、汎用品には新興国製商材、専門品には日本製商材などを充当することが挙げられる。

4. 国内外有力顧客の開拓

既述のように同社は多くの顧客を抱えているが、その大部分が日系企業及びその海外子会社である。そのため今後は、米系及び中国系有力顧客への拡販を図る計画で、そのためにリソースを積極的に投入する。具体的には、海外顧客をターゲットとした専属チーム新設に加え、顧客開拓拠点へ同社自身が出店する。その結果、同社が持つ技術力、品質管理能力等を活用し、競争力のある商材や付加価値のあるサービスを提供する計画だ。具体的には、サンノゼにショールームを設置し、日系商材を中心にデモの実演まで行うことで米系有力顧客へ PR する。また深圳現地法人へ開発部員を駐在させることで日系商材のタイムリーかつ適切な展開を可能にして中国系有力顧客を開拓する。

5. 自動車領域への注力

自動車業界は 100 年に一度の大変革期にあると言われており、同社でも、今後ますます電装化比率が上昇すると予想される自動車領域に注力する。この自動車領域の拡大のために経営資源を重点的に配分する計画だ。特に以下の 4 分野に注力する。

(1) 海外 Tier-1 の攻略

日本の Tier-1 だけでなく、海外の Tier-1 メーカー等を攻略するためにリソースを投入。国内顧客だけにとられないビジネスを展開する。

(2) 自社工場の機能強化

中国の無錫、大連にある自社工場の機能をさらに強化する。これによって車載関連部材の加工内製化率を上げ、価格競争力を向上させる。

(3) 豊田通商との連携

親会社である豊田通商グループの持つ様々な機能・ノウハウ・海外拠点網を活用し、同社独自の機能との連携により成長スピードを加速させる。

(4) 専属チームの新設

重点顧客・商材に対応した専属チームを新設し、顧客ニーズを深掘することで案件の大玉化を狙う。

また重点実施項目としては、以下の3分野に注力する。

(1) 先進運転支援 / 自動運転システム

システムを支えるコアユニット関連商材を開拓する。カメラ、Lidar、ミリ波関連等のビジネスを拡大することが相当する。

(2) EV化

主要ユニットを開発生産する国内外有力顧客の獲得を目指す。具体的な施策としては、ヒーター、統合センサー等熱源となる製品の拡大やモーター関連ビジネスの拡大など、商材の幅を広げていくことが挙げられる。

(3) HMI：ヒューマンマシンインターフェイス

加飾関連商材を開拓する。具体的な施策としては、コックピットモジュールビジネスの拡大、樹脂製品単品ではなく電子・電装部品（ヒーターコントロール、LED ASSY等）までのトータルコーディネートなどである。

6. コーポレートガバナンスの推進 / 人材の育成

今回の中期経営計画では、「会社が健全な成長に向かう様に、アクセル（営業支援）とブレーキ（リスク回避）をバランスよく効かせるインフラを整備し、適正に運用すること」も目標として掲げている。

(1) アクセル：主に3つを推進

a) グローバル人材の育成

優秀な人材の採用、体系だった教育の実施、海外研修の実施、定期的なローテーション等を実行する。

b) ITインフラの整備

グループERP（会計システム）の統一化、セキュリティの強化、RPAの導入等を進める。

c) 営業活動の側面支援

投融资案件のFSサポート、グローバルベースでの物流管理等を推進する。

(2) ブレーキ：コーポレートガバナンスの強化

リスク管理+内部統制+コンプライアンスの取組みを強化する。具体的には、海外現法のガバナンス強化、財務リスク管理強化、貿易管理体制の強化などを推進する。

■ 株主還元

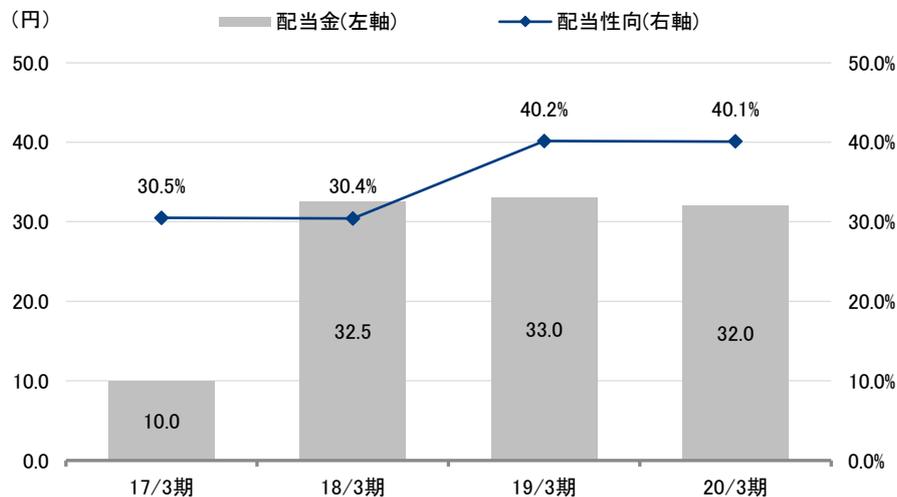
2021年3月期の配当金額は未定ながら配当の基本方針は変更なし。 長期的には ROE10% が目標

同社は、基本的には株主還元については、配当によることを原則としており、「配当性向 40% 以上」を目標として掲げている。事実、2019年3月期、2020年3月期には、それぞれ年間配当 33 円（2019年6月の1:2株式分割修正後）、32 円を実施、配当性向は 40.2%、40.1% であった。

進行中の 2021年3月期については、予想利益が公表されていないことから年間配当金額も公表されていないが、会社は「金額は未定であるが、配当性向 40% 以上は維持する方針で、予想利益を公表する段階で年間配当についても発表する予定だ」と述べている。

また長期的な目標として「ROE10%」を掲げている。この目標を達成するためには、自己資本の過度の増加を抑えながら利益成長を達成することが必要であり、決して容易な目標ではないが、今後の経営陣の奮起に期待したい。

配当金及び配当性向の推移



注：2019年6月1日付で1：2の株式分割を実施
出所：決算短信よりフィスコ作成

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-11-9

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（情報配信部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp