

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 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 >>>](#)

2021 年 6 月 9 日 (水)

執筆：客員アナリスト

寺島 昇

FISCO Ltd. Analyst **Noboru Terashima**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2021年3月期は、上期にコロナ禍の影響を受けたが下期は回復に転じ、 通年では前期比2.6%増収、同14.6%営業増益を達成	01
2. 2022年3月期も19.0%の営業増益を予想、配当は年間43円（配当性向40.0%） の予定	01
3. 中期経営戦略「エレマテック NEXT」を推進中	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. 2021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
● 2022年3月期の業績見通し	12
■ 中長期の成長戦略	14
1. 中期経営戦略「エレマテック NEXT」の概要と重点領域	14
2. 高付加価値型ビジネス：完成品 ODM ビジネスの展開	14
3. 海外有力顧客の開拓	15
4. 自動車ビジネスの拡充	15
5. 中期業績予想	16
■ 株主還元	16

■ 要約

高付加価値型ビジネスの追求、海外有力顧客開拓で、 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. 2021 年 3 月期は、上期にコロナ禍の影響を受けたが下期は回復に転じ、通期では前期比 2.6% 増収、 同 14.6% 営業増益を達成

2021 年 3 月期の業績は、売上高 180,218 百万円（前期比 2.6% 増）、営業利益 5,463 百万円（同 14.6% 増）、経常利益 5,179 百万円（同 15.1% 増）、親会社株主に帰属する当期純利益 3,666 百万円（同 12.4% 増）となった。上期は新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）の影響で減収・減益となったが、下期に入り回復傾向が強まり通年では増収・増益となった。自動車向けが減少し黒物家電向けも低調であったが、半導体製造装置等の設備用部材やアフターマーケットでのドライブレコーダー向け、巣ごもり需要による TOY・ホビー向けが好調に推移した。地域別では日本と中国が増収・増益となった。商品構成の変化で売上総利益率は前期比 0.1pt 低下したが、増収により売上総利益額は同 1.7% 増となった。加えてコロナ禍の影響による出張旅費の減少等により販管費は前期比 3.3% 減となり、その結果営業利益は大幅増となった。

2. 2022 年 3 月期も 19.0% の営業増益を予想、配当は年間 43 円（配当性向 40.0%）の予定

2022 年 3 月期は、売上高 181,000 百万円（前期比 6.4% 増、注）、営業利益 6,500 百万円（同 19.0% 増）、経常利益 6,200 百万円（同 19.7% 増）、親会社株主に帰属する当期純利益 4,400 百万円（同 20.0% 増）と予想されている。マーケット別では、Digital Electronics はアミューズメントを中心に 1,099 百万円増、Automotive は自動車生産の回復により 5,287 百万円増、Broad Market はアフターマーケットは減収予想ながら産業機器や白物家電の増加によって 4,545 百万円増が見込まれている。（注：2022 年 3 月期の期首から「収益認識に関する会計基準」を適用するため、前期も同様基準を採用した場合の伸び率となっている）

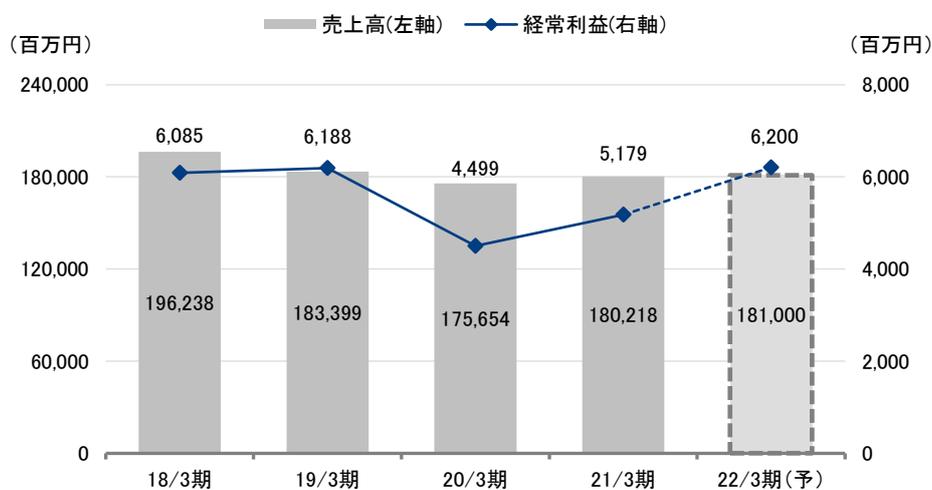
3. 中期経営戦略「エレマテック NEXT」を推進中

同社は、2020 年春に中期経営戦略「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。この戦略を推進・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。特に高付加価値型ビジネスでは、高機能商材、エコ関連商材、特殊意匠などの「刺さる商材」を拡充し、米系や中国系の大手顧客を開拓する。

中期の業績計画として、同社は毎年期初に、ローリング方式による当該年度と 2 年後の業績予想を開示している。2022 年 3 月期の開始に当たっては、当期業績予想とともに 2024 年 3 月期において、売上高 2,200 億円、経常利益 90 億円を目指す中期予想を公表している。

Key Points

- ・成長市場の追求と、高付加価値型ビジネスの2つの軸で収益成長を目指す
- ・2022年3月期は6.4%増収、19.0%営業増益を予想
- ・中期経営計画「エレマテック NEXT」を発表
- ・中期業績予想では2024年3月期に売上高2,200億円、経常利益90億円を目指す

業績推移


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65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。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項(ディスクレマー)をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

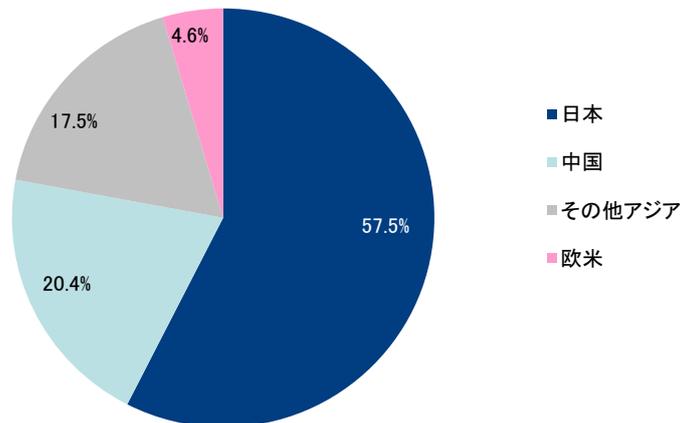
会社概要

(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 1,157 名（2021 年 3 月末）を抱え、国内外に 65 拠点（2021 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。2021 年 3 月期の売上構成比は日本が 57.5%、中国（香港含む）20.4%、その他アジア 17.5%、欧米 4.6% という構成だった。

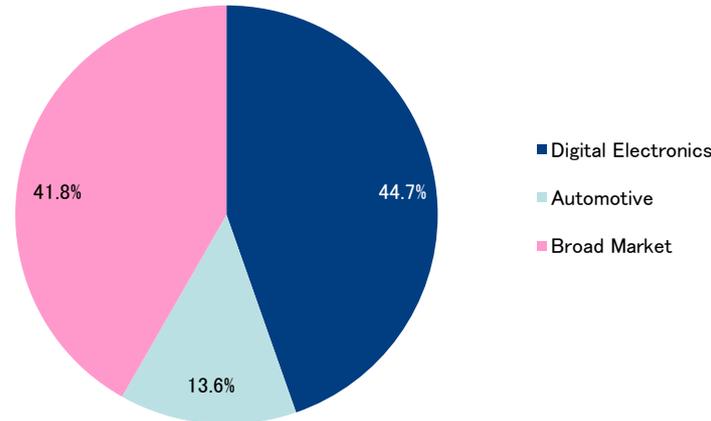
地域別売上高(2021年3月期)



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（2021 年 3 月期）は、Digital Electronics 44.7%、Automotive 13.6%、Broad Market 41.8% であった。

マーケット別売上高(2021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“高付加価値型ビジネス”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6,800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。個別の仕入先及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45%（2021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。中国経済がいち早くコロナ禍の影響から脱却したことや自動車生産が回復してきたことから足元の業績は堅調に推移している。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。企画開発・設計、製造サービスなど、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。

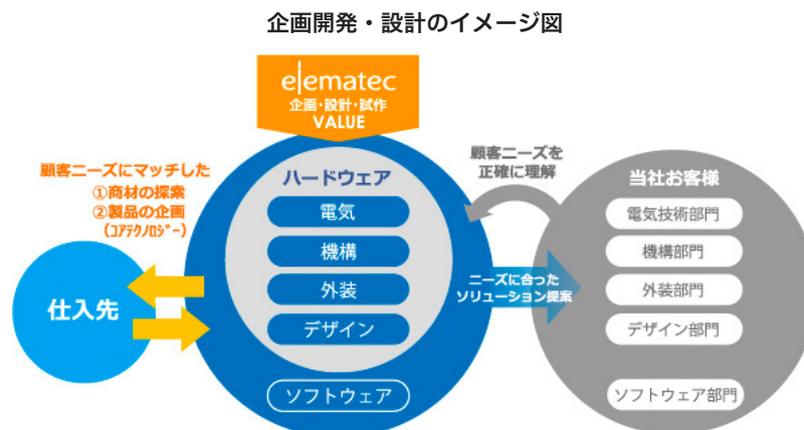
会社概要

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、「高付加価値型ビジネス」の取り組みを強化する方針だ。これまでは、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、高付加価値型ビジネスという「縦展開」（深掘り）でさらなる成長を目指す方針だ。主に「高機能商材」「エコ関連商材」「特殊意匠」に注力し、米系大手顧客、中国系大手顧客を開拓する方針だ。（詳細は後述）。

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。

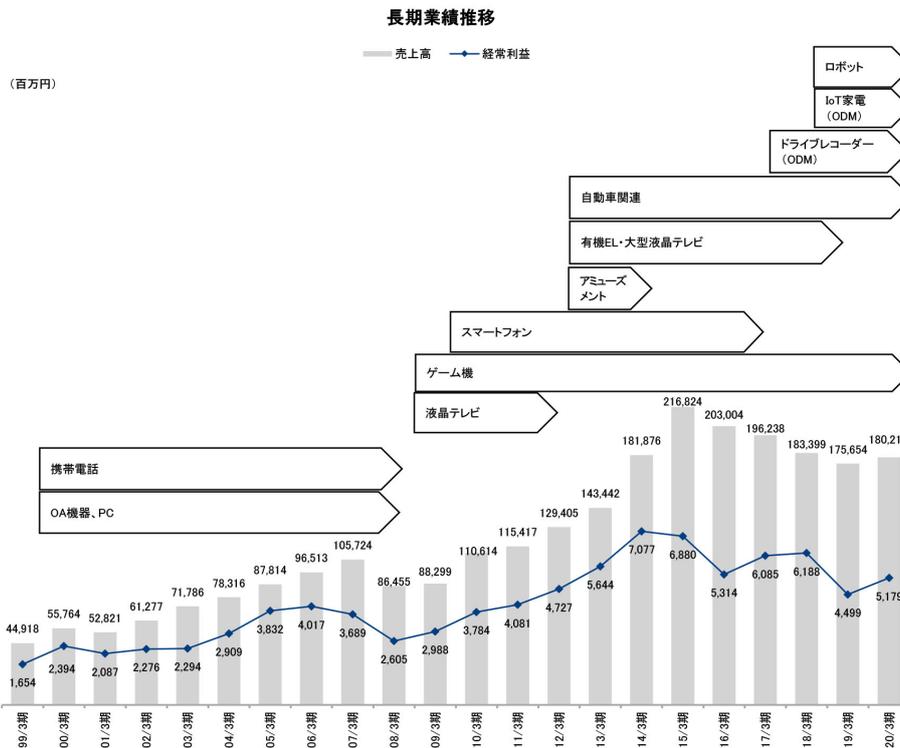
以上のように、同社は単なる部品商社ではなく様々なサービスや機能を有している。言い換えれば、上記の「5つのサービスや機能」を提供することで単純な商社機能に付加価値をオンしており、その結果として相対的に高い粗利率を維持している。今後も「5つのサービスや機能」をより活用していくことで、同社の粗利率はさらに向上していくはずだ。

会社概要

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。



注：ODMとは他社ブランド製品を設計から製造まで行うこと。同社では製造は外部へ委託
出所：会社案内よりフィスコ作成

業績の動向

上期はコロナ禍の影響受けるも下期には回復、 通期では14.6%の営業増益を達成

1. 2021年3月期決算の概要

(1) 損益状況

2021年3月期の業績は、売上高180,218百万円(前期比2.6%増)、営業利益5,463百万円(同14.6%増)、経常利益5,179百万円(同15.1%増)、親会社株主に帰属する当期純利益3,666百万円(同12.4%増)となった。

上期はコロナ禍の影響で減収となったが、下期に入り回復傾向が強まり通期では増収を達成した。自動車向けが減少し黒物家電向けも低調であったが、半導体製造装置等の設備用部材やアフターマーケットでのドライブレコーダー向け、巣ごもり需要によるTOY・ホビー向けが好調に推移した。地域別では欧州とその他アジアが減収となったが、日本と中国は増収・増益となった。

利益面では、売上総利益率は前期の9.8%から9.7%に低下したがこれは商品構成の変化による。販管費は前期比3.3%減の11,974百万円となったが、売上高が増加したことから販管費率は前期の7.1%から6.6%へ低下した。販管費の減少(412百万円)の内訳では、人件費が82百万円増(前期比1.2%増)となったが、主に昇給や昇格による。荷造運賃は増収や物流のひっ迫による運賃高騰により前期比では236百万円増(同12.2%増)となった。その他費用は731百万円減少したが、コロナ禍の影響で出張を一時的に自粛したことや旅費交通費が減少したことが主要因。

同社は輸出型の商社であることから、業績は為替レートの影響(円高マイナス、円安プラス)を受ける。会社によれば、1円の変動で売上高は約1,200百万円、経常利益は50百万円の影響を受けるとのこと。2021年3月期の対ドル平均レートは106.10円(2020年3月期は108.70円)であった。

コロナ禍の影響については、第1四半期には自動車向けを中心に大きく影響を受けたが、第2四半期以降は回復し、現在ではほぼ以前を上回るレベルに戻っている。下期だけを見ると、増収増益となった。

2021年3月期決算の概要

(単位：百万円、%)

	20/3期		21/3期		増減額	増減率
	金額	構成比	金額	構成比		
売上高	175,654	100.0	180,218	100.0	4,564	2.6
売上総利益	17,152	9.8	17,437	9.7	285	1.7
販管費	12,386	7.1	11,974	6.6	-412	-3.3
営業利益	4,765	2.7	5,463	3.0	698	14.6
経常利益	4,499	2.6	5,179	2.9	680	15.1
親会社株主に帰属する当期純利益	3,263	1.9	3,666	2.0	403	12.4

出所：決算短信よりフィスコ作成

業績の動向

(2) 地域別状況

地域別売上高は、日本が103,634百万円（前期比5.5%増）、中国が36,776百万円（同11.2%増）、その他アジアが31,457百万円（同8.4%減）、欧米が8,350百万円（同17.0%減）となった。国内が増収となったのは主にアフターマーケット向けのドライブレコーダー等が好調だったことによる。中国はコロナ禍の影響が比較的早く収まったことに加え、電気・電子部品関連に加えてTOY・ホビー向けが比較的好調であったことから2ケタの増収となった。その他アジアは顧客事情により黒物家電向け（主にTV向け）が不振だったことに加え、マレーシアなどがコロナ禍の影響を大きく受けて減収となった。欧米では、特に上期に欧州での自動車向けが大きく落ち込んだことから、通年でも減収となった。

セグメント利益は、日本が2,470百万円（同13.9%増）、中国が1,424百万円（同72.2%増）、その他アジアが854百万円（同21.4%減）、欧米が261百万円（同26.5%減）となった。日本と中国は増収に伴い大幅増益となった。その他アジア及び欧米は減収により減益率が大きくなったが、金額が小さいことから全体への影響は小さかった。

地域別状況

（単位：百万円、%）

	20/3期		21/3期		増減額	増減率
	金額	構成比	金額	構成比		
売上高	175,654	100.0	180,218	100.0	4,564	2.6
日本	98,211	55.9	103,634	57.5	5,423	5.5
中国	33,061	18.8	36,776	20.4	3,715	11.2
その他アジア	34,323	19.5	31,457	17.5	-2,866	-8.4
欧米	10,057	5.7	8,350	4.6	-1,707	-17.0
営業利益	4,765	-	5,463	-	698	14.6
日本	2,169	-	2,470	-	301	13.9
中国	827	-	1,424	-	597	72.2
その他アジア	1,087	-	854	-	-233	-21.4
欧米	355	-	261	-	-94	-26.5
(調整額)	325	-	452	-	-	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

(3) 財務状況

流動資産は95,333百万円（前期末比9,056百万円増）となったが、主に現金及び預金の増加4,490百万円、受取手形及び売掛金の増加4,380百万円、たな卸資産の増加234百万円などによる。固定資産は5,984百万円（同479百万円増）となったが、主に投資その他の資産の増加552百万円（投資有価証券の増加228百万円、退職給付に係る資産の増加210百万円等）による。この結果、2021年3月期末の資産合計は101,317百万円（同9,536百万円増）となった。

一方で、負債合計は46,903百万円（同6,018百万円増）となったが、主に流動負債のうち、支払手形及び買掛金の増加4,828百万円、短期借入金等の増加138百万円などによる。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2,521百万円などを受けて54,413百万円（同3,517百万円増）となった。この結果、2021年3月期末の自己資本比率は53.7%（前期末55.5%）となった。

業績の動向

連結貸借対照表

(単位：百万円)

	20/3 期末	21/3 期末	増減額
現金及び預金	23,387	27,877	4,490
受取手形及び売掛金	50,298	54,678	4,380
たな卸資産	11,441	11,676	234
流動資産計	86,276	95,333	9,056
有形固定資産	3,185	3,190	5
無形固定資産	472	394	-78
投資その他の資産	1,846	2,398	552
固定資産計	5,504	5,984	479
資産合計	91,781	101,317	9,536
支払手形及び買掛金	36,809	41,637	4,828
短期借入金等	-	138	138
流動負債計	39,748	45,619	5,871
固定負債計	1,136	1,284	148
負債合計	40,885	46,903	6,018
純資産合計	50,896	54,413	3,517

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、6,104百万円の収入となった。主な収入は、税金等調整前当期純利益の計上5,179百万円、減価償却費669百万円、仕入債務の増加3,555百万円などとなっている。主な支出は、売上債権の増加3,245百万円などとなっている。なお営業活動によるキャッシュ・フローが前期に比較して大幅に増加しているように見えるが、これは2019年3月期末が銀行休業日であったことから、前期のキャッシュ・フローが一時的に減少したことによるもので、今回の水準が通常レベルに戻ったと言える。

投資活動によるキャッシュ・フローは747百万円の支出となったが、主な支出は有形固定資産の取得676百万円など。財務活動によるキャッシュ・フローは1,264百万円の支出だったが、主に配当金の支払額1,146百万円による。この結果、現金及び現金同等物は4,490百万円の増加となり、2021年3月期末残高は27,877百万円となった。

業績の動向

キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	20/3 期	21/3 期
営業活動によるキャッシュ・フロー	398	6,104
税金等調整前当期純利益	4,472	5,179
減価償却費	528	669
売上債権の増減額 (-は増加)	1,711	-3,245
たな卸し資産の増減額 (-は増加)	-861	101
仕入債務の増減額 (-は減少)	-3,612	3,555
投資活動によるキャッシュ・フロー	-309	-747
有形固定資産の取得による支出	-308	-676
無形固定資産の取得による支出	-90	-139
財務活動によるキャッシュ・フロー	-1,747	-1,264
短期借入金の純増減額 (-は減少)	-81	132
配当金の支払額	-1,432	-1,146
現金及び現金同等物の増減額 (-は減少)	-2,327	4,490
現金及び現金同等物の期末残高	23,387	27,877

出所：決算短信よりフィスコ作成

コロナ禍の影響で Automotive は低調だったが、半導体製造装置等の設備用部材やドライブレコーダー向けは好調を維持

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)

	20/3 期		21/3 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	79,688	45.4%	80,484	44.7%	1.0%	電気・電子部品・半導体製造装置等の設備用部材	2,793
						TOY・ホビー	2,529
						カメラ・カメラモジュール	-1,266
						液晶・TP、BL	-812
						アミューズメント	-561
黒物家電	-528						
Automotive	27,187	15.5%	24,484	13.6%	-9.9%	Automotive 全体	-2,703
Broad Market	68,778	39.2%	75,249	41.8%	9.4%	アフターマーケット	7,199
						モーター	781
						OA 機器	-1,675
合計	175,654	100.0%	180,218	100.0%	2.6%		4,564

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

業績の動向

2021年3月期の Digital Electronics の売上高は 80,484 百万円（前期比 1.0% 増）となった。製品・市場別内容を見ると、カメラ・カメラモジュールは 1,266 百万円減となったが、これは主にコロナ禍の影響で顧客のデジカメ生産が低迷したことによる。液晶・タッチパネル・バックライトも 812 百万円減となったが、携帯電話市場で同社顧客が生産する液晶パネルが有機 EL に押されたことが主要因。またパチンコ・パチスロ向けのアミューズメントも 561 百万円減、TV 等の黒物家電向けも 528 百万円減となった。一方で電気・電子部品、半導体製造装置等の設備用部材はコロナ禍の影響もあり 2,793 百万円増となった。TOY・ホビーも巣ごもり需要でゲーム機器向けが好調に推移して 2,529 百万円増となった。電気・電子部品は需要が強かったことに加え、新規顧客を開拓したことも大幅増収に寄与した。

その一方で Automotive の売上高は 24,484 百万円（同 9.9% 減）となったが、特に第 1 四半期（4 月～6 月）にコロナ禍の影響で自動車市場全体が停滞したことの影響を大きく受けた。第 2 四半期に入ってほぼ前年同期並みにまで回復し、下期には前年同期比 5.4% 増と回復したが、第 1 四半期の落ち込みをカバーするには至らず、通期では減収となった。

Broad Market (Digital Electronics と Automotive 以外のすべてを含む) の売上高は、75,249 百万円（同 9.4% 増）となった。特にアフターマーケット向けが 7,199 百万円増と大きく伸長したが、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。産業機器向けのモーターも 781 百万円増となったが、一方で OA 機器は複合機向けが不振で同 1,675 百万円の減収となった。

■ 今後の見通し

2022 月期は全セグメントで増収、営業利益は 19.0% 増予想

● 2022 年 3 月期の業績見通し

(1) 損益状況

2022 年 3 月期は、売上高 181,000 百万円（前期比 6.4% 増※）、営業利益 6,500 百万円（同 19.0% 増）、経常利益 6,200 百万円（同 19.7% 増）、親会社株主に帰属する当期純利益 4,400 百万円（同 20.0% 増）と予想されている。

※ 2022 年 3 月期の期首から「収益認識に関する会計基準」を適用するため、前期も同様基準を採用した場合の伸び率となっている。

エレマテック | 2021年6月9日(水)
2715 東証1部 | <http://www.elematec.com/ir/>

今後の見通し

2022年3月期通期予想の概要

(単位：百万円、%)

	21/3期		22/3期(予)			
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率
売上高	170,067	100.0	181,000	100.0	10,933	6.4
営業利益	5,463	3.2	6,500	3.6	1,037	19.0
経常利益	5,179	3.0	6,200	3.4	1,021	19.7
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,666	2.2	4,400	2.4	734	20.0

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(2) マーケット別売上高予想

マーケット別では、Digital Electronics は75,670百万円(前期比1,099百万円増、同1.5%増)が予想されている。アミューズメントは1,455百万円増を見込んでいるが、これは市場の回復よりも得意先からの事業移管による。TOY・ホビーは引き続き好調が見込まれ1,152百万円増の見込み。一方で、モバイル端末は顧客の販売不振により1,651百万円減が予想されている。

Automotive は自動車生産の回復により29,770百万円(同5,287百万円増、同21.6%増)の予想となっている。

Broad Market は75,559百万円(同4,545百万円増、同6.4%増)が見込まれている。産業機器は964百万円増、白物家電も824百万円増の見込みだが、アフターマーケットは1,511百万円減の見込み。これは、主力のドライブレコーダーが機種変更の端境期により一時的に生産が落ち込むと予想されているため。

マーケット別売上高の予想

(単位：百万円)

	21/3期		22/3期予想			主な対象市場	増減額
	金額	構成比	金額	構成比	伸び率		
Digital Electronics	74,570	43.8%	75,670	41.8%	1.5%	アミューズメント	1,455
						TOY・ホビー	1,152
						モバイル端末	-1,651
Automotive	24,482	14.4%	29,770	16.4%	21.6%	Automotive 全体	5,287
						産業機器	964
Broad Market	71,014	41.8%	75,559	41.7%	6.4%	白物家電	824
						アフターマーケット	-1,511
合計	170,067	100.0%	181,000	100.0%	6.4%		10,933

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

■ 中長期の成長戦略

中期経営戦略「エレマテック NEXT」を推進中、3分野に注力。 中期の業績予想では2024年3月期に経常利益90億円を目指す

1. 中期経営戦略「エレマテック NEXT」の概要と重点領域

同社は、新しい中期経営計画「エレマテック NEXT」を発表している。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。

2. 高付加価値型ビジネス：完成品 ODM ビジネスの展開

(1) ODM チームを発足

技術部、環境・品質保証部、営業部・開発部から派遣された専門家集団（営業、品質保証、設計）により「ODM チーム」を組成、より付加価値の高い完成品 ODM ビジネスを積極的に展開する。さらにこれらの ODM チームをサポートする体制として、企画・設計・品質・配送を一元管理すると同時に、日本・海外双方に営業、品質管理部隊を配置して海外サイドの品質をフォローする。これらの仕組みを要約すると下図のようになる。



注：ODMとは「Original Design Manufacturing」の略で、委託者の依頼を受け、同社が独自に開発・設計・製造した製品（商材）のこと。通常の仕入商品より付加価値が高い。

出所：決算説明資料より掲載

(2) ターゲット顧客

同社は以下のような強みを持っている。

- ・ 日本だけでなく、海外でも品質サポートが可能
- ・ 豊富な情報ネットワーク（仕入先 6,800 社、販売先 6,600 社）
- ・ 技術部・環境品質保証部の専門性と高い企画力・提案力
- ・ 企画・設計から量産まで一元管理が可能

今後はこれらの強みを活かして、ODM ビジネスのターゲット顧客として主に以下の二つを重点的に開拓する。

a) 既存顧客：国内外有力企業

セットメーカーを中心とした国内外の有力企業（既存顧客）のニーズを深掘りし、既存商材の販売にとどまらず ODM 分野を新規開拓する。

b) 新規顧客：大手量販店 PB

プライベートブランド（PB）を出している家具、雑貨、家電等の量販店及び通信キャリア等へ参入する。

3. 海外有力顧客の開拓

(1) 刺さる商材の提案強化

同社では、国内外の有力顧客から評価される「刺さる商材」の拡充を進めている。具体的には高機能商材（放熱用液体金属、フォルダブルスマートフォン用部材）、エコ関連商材（環境対応型梱包材、エコ関連スマートフォン用部材）、特殊意匠（異種材料成形品、スマートフォン用発光インク）などがラインアップされている。

戦略としては、これらを含めて国内外有力商材の開拓・横展開を進め、顧客ニーズに合わせた商材の使い分けを行う。主なターゲットは、米系大手顧客と中国系大手顧客。既に実績として、米系、中国系有力顧客との直接取引口座を開設済み。また 2022 年 3 月期は、前期にスペックインした商材の量産を開始する予定。

(2) 日系有力商材の展示

海外有力顧客開拓の戦略としては、専属チームの新設に加え、これらのターゲット顧客の企画・開発拠点近く（米国サンノゼ）にショールームを開設した。実際の開設はコロナ禍の影響で 2021 年 2 月へずれ込んだが、ここへ日系有力商材を中心に展示している。加えて、デモによる実演を行い現場での体感が可能となっている。このショールームを活用することで、人脈の構築及び顧客ニーズをタイムリーにキャッチすることを狙っている。

4. 自動車ビジネスの拡充

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し、この分野での事業を拡充する。

自動車のモジュールビジネス拡大 (提案型)

(1) 自社工場の活用 (メーター液晶ボンディング)

需要が増加する液晶ボンディングビジネスに参入。日本市場で数社しか対応できない高付加価値製品を受注した。

(2) EV 関連 (バッテリー部品アッセンブリー)

設備設計、顧客近くの製造拠点の確保、作業人員の確保などの顧客要求をクリアし、PHEV、HEV 用バッテリーパック部材のアッセンブリーを数車種に展開する。

(3) 車載ユニット (コックピットモジュール)

内装樹脂加飾部品と電装部品を一体で複数車種受注した。今後は技術力をアピールし、設計からの受注を目指す。

5. 中期業績予想

中期の業績計画として、同社は毎年期初に、ローリング方式による当該年度と 2 年後の業績予想を開示している。2022 年 3 月期の開始に当たっては、当期業績予想とともに 2024 年 3 月期において、売上高 2,200 億円、経常利益 90 億円を目指す中期予想を公表している。コロナ禍の影響からの回復及び高付加価値ビジネスの強化により、過去最高益の更新を目指す。

■ 株主還元

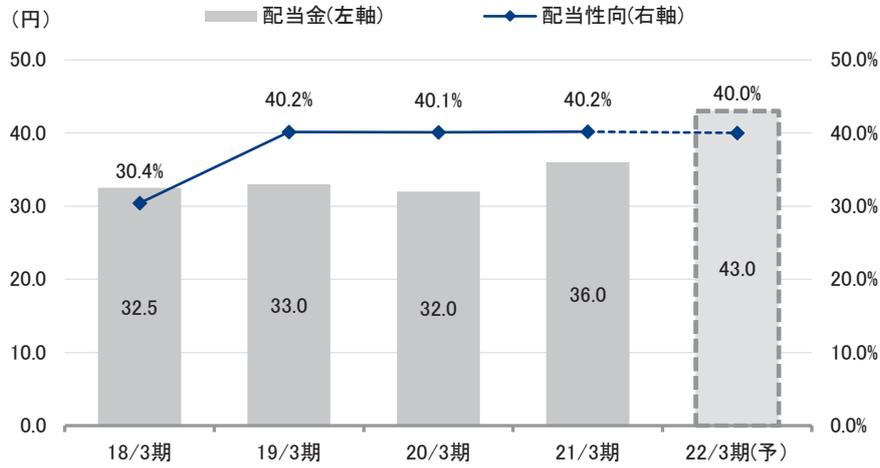
2022 年 3 月期は年間 43 円配当 (配当性向 40%) を予定

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、年間配当として 2020 年 3 月期は 32 円、2021 年 3 月期は 36 円を実施、配当性向は 40.1%、40.2% であった。

進行中の 2022 年 3 月期についても、基本的目標である「配当性向 40%」を維持するために年間 43 円配当を発表している。

株主還元

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 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp