

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 12 月 14 日 (火)

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. 2022年3月期第2四半期は、コロナ禍からの回復で前年同期比7.6%増収、61.7%の営業増益を達成	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	02
■ 会社概要	03
1. 沿革と事業内容	03
2. 特長と強み	05
3. 5つのサービス・機能	06
4. 長期業績推移	08
■ 業績の動向	09
1. 2022年3月期第2四半期決算の概要	09
2. マーケット別売上高の動向	12
■ 今後の見通し	13
1. 2022年3月期の業績見通し	13
2. プライム市場の維持	14
■ 中長期の成長戦略	15
1. 中期経営戦略「エレマテック NEXT」の概要と重点領域	15
2. 高付加価値型ビジネスの拡大	15
3. 海外有力顧客の開拓	16
4. 自動車関連ビジネスの強化	16
5. 中期業績予想	17
6. SDGsへの考え方	17
■ 株主還元	19

■ 要約

高付加価値型ビジネスの拡大、海外有力顧客開拓、 自動車向け拡充で中長期的な収益拡大を目指す

エレマテック<2715>は、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電子材料を得意とするエレクトロニクス商社だが、その後2012年に豊田通商<8015>グループ入りした。近年は単なる部品・部材の販売だけでなく、モジュール製品やODM製品（Original Design Manufacturing、企画段階から参画する製品）の拡販に注力している。

1. 2022年3月期第2四半期は、コロナ禍からの回復で前年同期比7.6%増収、61.7%の営業増益を達成

2022年3月期第2四半期の業績は、売上高91,660百万円（前年同期比7.6%増※）、営業利益3,481百万円（同61.7%増）、経常利益3,408百万円（同67.6%増）、親会社株主に帰属する四半期純利益2,397百万円（同70.1%増）となった。前年上期が最も新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）の影響を受けた時期であったことから、前年同期比での増益率が高くなっているが、その前の上期（2020年3月期第2四半期）と比較しても営業利益は49.7%増であった。マーケット別では、3分野すべてで増収となったが、特にAutomotiveが生産の回復に伴い前年同期比29.3%増となった。世界的に半導体不足が注目されているが、2022年3月期第2四半期については大きな影響はなかった。地域別では日本だけが減収であったが、これは収益認識に関する会計基準（以下、会計基準）の変更の影響によるもので、実質では増収であった。売上総利益率は前年同期比1.4pt増と改善したが、会計基準の変更を除いても改善している。結果、売上総利益額は同23.9%増となり、販管費はコロナ禍からの回復もあり同10.0%増にとどまったことから、営業利益は大幅増となった。

※ 2022年3月期第1四半期の期首から収益認識に関する会計基準等を適用しているが、前年同期については同基準採用前の数値となっている。以下、上期の決算数値および前年同期数値についても同様。

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※）、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はカメラ・カメラモジュールを中心に2,067百万円増、Automotiveは自動車生産の回復により3,475百万円増、Broad Marketでは、アフターマーケットは減収予想ながらも医療機器や産業機器、モーター等の増加によって5,389百万円増が見込まれている。

※ 2022年3月期通期予想および前期比較については、前期実績も収益認識に関する会計基準を採用したベースとなっている。

要約

3. 中期経営戦略「エレマテック NEXT」を推進中

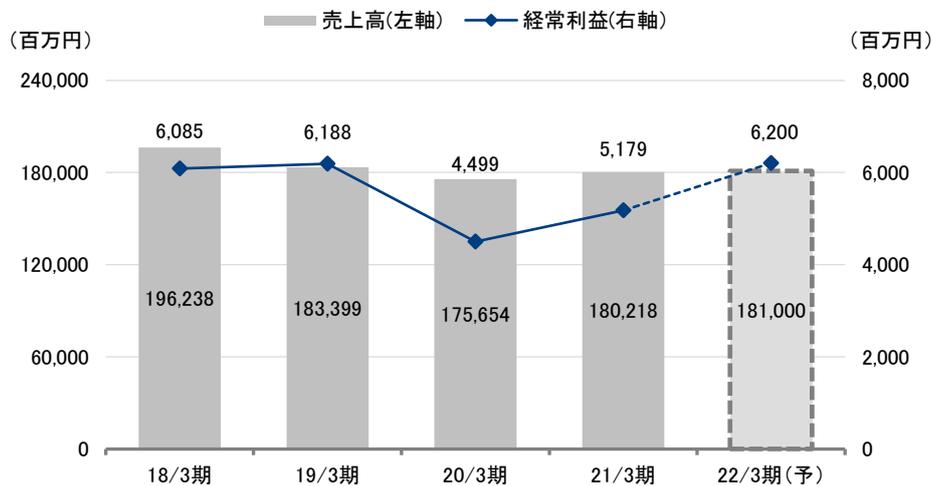
同社は、2020年春に中期経営戦略「エレマテック NEXT」を発表した。主要戦略として「高付加価値型ビジネスの拡大」「国内外有力顧客の開拓」「自動車関連ビジネスの強化」を掲げている。この戦略を推進・実行していくことで、単なる量的拡大だけでなく、質的な改善を目指していく方針だ。高付加価値型ビジネスでは、完成品ODMビジネスが本格的に稼働し始めている。国内外有力顧客の開拓では、フォルダブルスマートフォン向けを強化することで、中国系、米系顧客の攻略を目指す。自動車向けでは、生産の回復に加えてEV化に伴う新商材の拡販で売上増を計画している。

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
- ・中期経営戦略「エレマテック NEXT」を推進中
- ・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66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り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が主体でありながら、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。

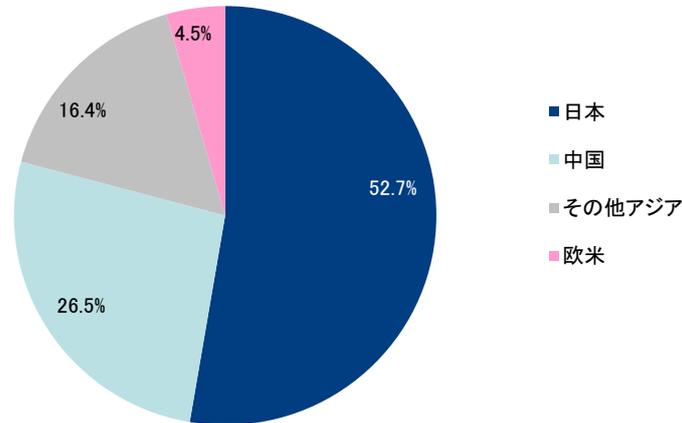
(2) 事業内容

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はじ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66拠点（2021年6月1日）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た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（決算短信ベース）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。2022年3月期第2四半期の売上構成比（同）では、日本が52.7%、中国（香港含む）26.5%、その他アジア16.4%、欧米4.5%となっている。

会社概要

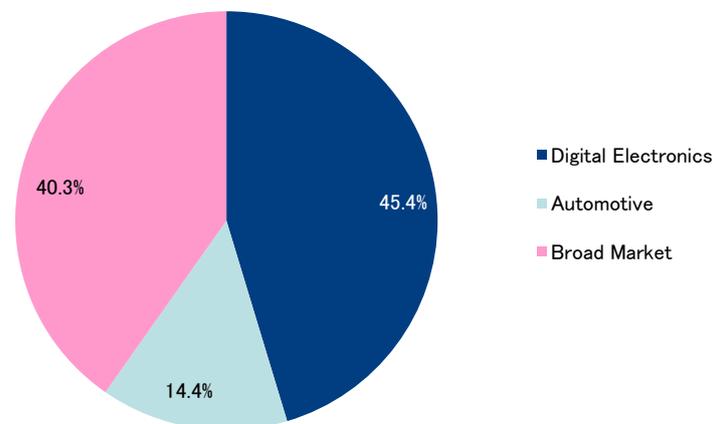
地域別売上高(2022年3月期第2四半期)



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）を行っていたが、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は、2021年3月期がDigital Electronics 44.7%、Automotive 13.6%、Broad Market 41.8%だった。2022年3月期第2四半期では、Digital Electronics 45.4%、Automotive 14.4%、Broad Market 40.3%となっている。

マーケット別売上高(2022年3月期第2四半期)



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

エレマテック | 2021年12月14日(火)
2715 東証1部 | <http://www.elematec.com/ir/>

会社概要

同社が注力するマーケット

Digital Electronics



Automotive



Broad Market



出所：同社ホームページより掲載

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、完成品ビジネス等へ事業の軸足を移す過渡期にあたる。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。同社は以下のような 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。

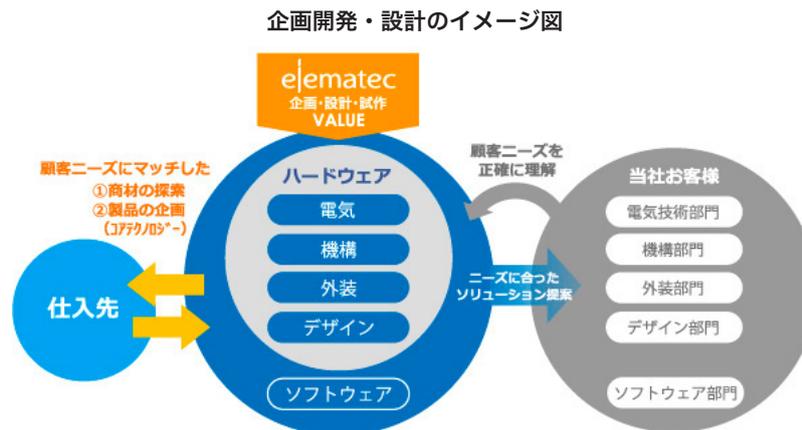
会社概要

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」が収益成長の牽引力であったが、今後はこれに加えて、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。

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、煩雑な発注・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それぞれが持つ得意分野をしっかりと把握したうえで、より適した調達先を選定し提案する。万が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、万が一不良品が発生した場合には、顧客とともに不良品の識別、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。

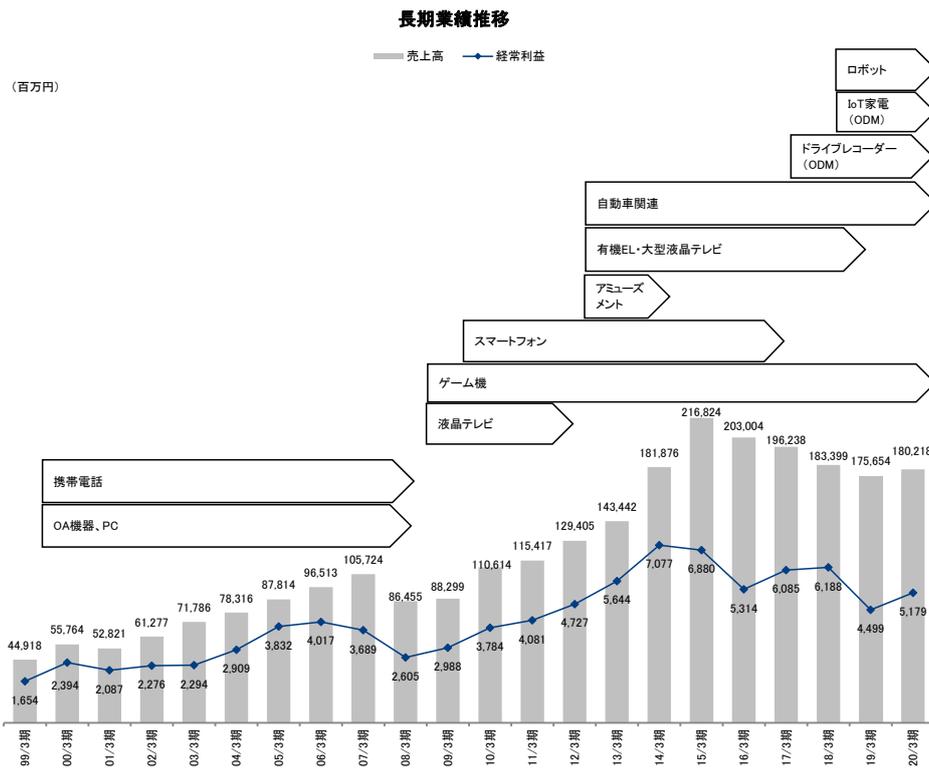
以上のように、同社は単なる部品商社ではなく様々なサービスや機能を有している。言い換えれば、上記の「5つのサービスや機能」を提供することで単純な商社機能に付加価値を加え、その結果として相対的に高い粗利率を維持している。今後も「5つのサービスや機能」をより活用していくことで、同社の粗利率はさらに向上していくはずだ。

会社概要

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（プリント配線板）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。ここ数年は今までの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、ここに来て社にとって次の成長市場は自動車関連と海外顧客攻略に移行しつつある。仕入・販売の両側で多数の取引先と多様な商材を有する社にとって、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

2022年3月期第2四半期は増収増益、 営業利益は前年同期比61.7%増の大幅増

1. 2022年3月期第2四半期決算の概要

(1) 損益状況

2022年3月期第2四半期の業績は、売上高91,660百万円（前年同期比7.6%増*）、営業利益3,481百万円（同61.7%増）、経常利益3,408百万円（同67.6%増）、親会社株主に帰属する四半期純利益2,397百万円（同70.1%増）となった。前年上期が最もコロナ禍の影響を受けた時期であったことから前年同期比の増益率が高くなったが、その前の上期（2020年3月期第2四半期）と比較しても営業利益は49.7%増となっており、増益の要因は単なる反動増だけではないと言える。

※ 会計基準の変更による影響が5,522百万円減となっており、仮にこの影響がなかったと仮定すると増収率は14.1%増となっていた。

マーケット別では、2021年3月期上期にコロナ禍の影響を大きく受けたAutomotiveが自動車生産の回復に伴い増収となったことに加え、Digital Electronicsもカメラ・カメラモジュールが堅調に推移したことなどから増収を確保した。さらにBroad Marketでは、ここ数年牽引してきたドライブレコーダー向けが製品切替え時期で一服となったが、一方で医療機器向け、モーター関連等が堅調に推移して増収となった。

売上総利益率は前年同期比1.4pt増と改善し、10.8%となった。会計基準の変更による売上高の目減りが影響しているが、同社は「この影響を除いても改善している」と述べており、「高付加価値化に向けての体質改善」が進んでいると言えそうだ。一方で販管費は、業績連動賞与の引当金の増加や物流逼迫による荷造運賃の増加などから同10.0%増となったが、売上総利益率の増加を下回ったことから営業利益は大幅増となった。

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。同社によれば、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いふ。2022年3月期第2四半期の対ドル平均レートは、予想（100.0円）より10円ほど円安となったことから、経常利益ベースで約500百万円のプラス効果があったようだ。

コロナ禍の影響については、「2020年3月期上期ではほとんど影響がなかった」と同社は述べている。また、世界的な半導体不足についても、今のところ同社への直接的な影響はなかったようだが、一部の顧客では同社が供給する部品・部材以外の半導体等が手当てできずに生産が滞る可能性は残っているようだ。このため、通期予想は慎重な見方となっている。

エレマテック | 2021年12月14日(火)
2715 東証1部 | <http://www.elematec.com/ir/>

業績の動向

2022年3月期第2四半期決算の概要

(単位：百万円)

	21/3期 第2四半期		22/3期 第2四半期		増減額	増減率
	金額	構成比	金額	構成比		
売上高	85,164	100.0%	91,660	100.0%	6,496	7.6%
売上総利益	8,013	9.4%	9,928	10.8%	1,915	23.9%
販管費	5,861	6.9%	6,447	7.0%	586	10.0%
営業利益	2,152	2.5%	3,481	3.8%	1,329	61.7%
経常利益	2,033	2.4%	3,408	3.7%	1,375	67.6%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,409	1.7%	2,397	2.6%	988	70.1%

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

(2) 地域別状況

地域別売上高は、日本が48,288百万円（前年同期比4.1%減）、中国が24,252百万円（同43.6%増）、その他アジアが14,988百万円（同5.6%増）、欧米が4,131百万円（同11.3%増）となった。日本が減収となったのは、会計基準の変更によるため、実質では増収であった。主に自動車向けの回復に加え、医療機器向けが好調であったことによる。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大幅な増収となった。その他アジアは、顧客事情によりスマートフォン向け液晶が不振だったことなどから増収率は低位に止まった。欧米では、欧州での自動車向けが回復したことなどから増収となった。

セグメント利益は、日本が1,758百万円（同115.4%増）、中国が843百万円（同30.3%増）、その他アジアが751百万円（同101.9%増）、欧米が33百万円（同72.3%減）となった。日本、中国、その他アジアは増収に伴い増益となった。欧米は製品構成の変化により減益となったが、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)

	21/3期 第2四半期		22/3期 第2四半期		増減額	増減率
	金額	構成比	金額	構成比		
売上高	85,164	100.0%	91,660	100.0%	6,496	7.6%
日本	50,374	59.1%	48,288	52.7%	-2,086	-4.1%
中国	16,884	19.8%	24,252	26.5%	7,368	43.6%
その他アジア	14,195	16.7%	14,988	16.4%	793	5.6%
欧米	3,710	4.4%	4,131	4.5%	421	11.3%
営業利益	2,152	2.5%	3,481	3.8%	1,329	61.7%
日本	816	-	1,758	-	942	115.4%
中国	647	-	843	-	196	30.3%
その他アジア	372	-	751	-	379	101.9%
欧米	119	-	33	-	-86	-72.3%
(調整額)	196	-	93	-	-	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

業績の動向

(3) 財務状況

流動資産は99,748百万円（前期末比4,415百万円増）となったが、主に現金及び預金の増加936百万円、受取手形及び売掛金の減少276百万円、たな卸資産の増加3,528百万円などによる。固定資産は6,087百万円（同103百万円増）となったが、主に有形固定資産の増加61百万円、投資その他の資産の増加49百万円による。この結果、2022年3月期第2四半期末の資産合計は105,836百万円（同4,519百万円増）となった。

一方で、負債合計は49,905百万円（同3,001百万円増）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1,753百万円、短期借入金の増加365百万円などによる。純資産合計は、親会社株主に帰属する四半期純利益の計上による利益剰余金の増加1,455百万円などを受けて55,930百万円（同1,517百万円増）となった。この結果、2022年3月期第2四半期末の自己資本比率は52.8%（前期末53.7%）となった。

連結貸借対照表

（単位：百万円）

	21/3 期末	22/3 期 第2四半期末	増減額
現金及び預金	27,877	28,813	936
受取手形及び売掛金	54,678	54,402	-276
たな卸資産	11,676	15,204	3,528
流動資産計	95,333	99,748	4,415
有形固定資産	3,190	3,251	61
無形固定資産	394	389	-5
投資その他の資産	2,398	2,447	49
固定資産計	5,984	6,087	103
資産合計	101,317	105,836	4,519
支払手形及び買掛金	41,637	43,390	1,753
短期借入金	138	503	365
流動負債計	45,619	48,546	2,927
固定負債計	1,284	1,359	75
負債合計	46,903	49,905	3,001
純資産合計	54,413	55,930	1,517
利益剰余金	48,560	50,015	1,455

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1,685百万円の収入となった。主な収入は、税金等調整前四半期純利益の計上3,408百万円、減価償却費427百万円、売上債権の減少412百万円、仕入債務の増加1,557百万円などとなっている。主な支出は、棚卸資産の増加3,505百万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171百万円の支出となったが、主な支出は有形固定資産の取得309百万円、無形固定資産の取得27百万円などとなっている。財務活動によるキャッシュ・フローは711百万円の支出だったが、主に短期借入金の増加による収入356百万円、配当金の支払額による支出941百万円によるものである。この結果、現金及び現金同等物は936百万円の増加となり、2022年3月期第2四半期末残高は28,813百万円となったため、依然として手元資金は潤沢と言える。

業績の動向

キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	21/3 期 第 2 四半期	22/3 期 第 2 四半期
営業活動によるキャッシュ・フロー	3,918	1,685
税金等調整前純利益	2,033	3,408
減価償却費	298	427
売上債権の増減額 (- は増加)	1,716	412
たな卸し資産の増減額 (- は増加)	-217	-3,505
仕入債務の増減額 (- は減少)	167	1,557
投資活動によるキャッシュ・フロー	-576	-171
有形固定資産の取得	-518	-309
無形固定資産の取得	-77	-27
財務活動によるキャッシュ・フロー	111	-711
短期借入金の純増減額	851	356
配当金の支払額	-613	-941
現金及び現金同等物の増減額	3,411	936
現金及び現金同等物の期末残高	26,799	28,813

出所：決算短信よりフィスコ作成

コロナ禍の影響から回復し、3分野すべてで増収

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)

	21/3 期 第 2 四半期		22/3 期 第 2 四半期		伸び率	主な対象市場	増減額
	実績	構成比	実績	構成比			
Digital Electronics	39,812	46.7%	41,574	45.4%	4.4%	カメラ・カメラモジュール 電気・電子部品、半導体	1,587 1,006
Automotive	10,174	11.9%	13,159	14.4%	29.3%	Automotive 全体	2,984
BroadMarket	35,178	41.3%	36,926	40.3%	5.0%	モーター 医療機器	1,011 820
合計	85,164	100.0%	91,660	100.0%	7.6%		6,496

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

2022年3月期第2四半期の Digital Electronics の売上高は 41,574 百万円（前年同期比 4.4% 増）となったが、会計基準の変更による影響額が 2,854 百万円あり、これを修正すると実際には 11.6% の増収であった。製品・市場別内容を見ると、カメラ・カメラモジュールが 1,587 百万円増となったが、これは主に顧客の一眼レフカメラの販売が好調だったことによる。電気・電子部品、半導体も前年同期の反動で 1,006 百万円の増加となったが、会計基準の変更による影響額が 1,475 百万円あり、これを修正すると 2,481 百万円の増収であった。

業績の動向

Automotive の売上高も、前年同期にコロナ禍の影響を受けた反動で 13,159 百万円（同 29.3% 増）となったが、会計基準の変更による影響額は 28 百万円であった。自動車の生産台数が回復したことが最大の要因となっている。

Broad Market (Digital Electronics と Automotive 以外のすべてを含む) の売上高は、36,926 百万円（同 5.0% 増）となったが、会計基準の変更による影響額が 2,638 百万円あり、これを修正すると 12.5% の増収であった。特に堅調であったのが、モーター関係で 1,011 百万円の増収（会計基準の変更による影響額は 9 百万円）、超音波診断装置などの医療機器が 820 百万円の増収（同 552 百万円）であった。前期まで増収を牽引してきたドライブレコーダー向けは、顧客の製品の切替え時期（端境期）であることから約 1,500 百万円の減収となったが、これは当初から想定されていた範囲であった。

■ 今後の見通し

**2022年3月期はその他アジアを除く全セグメントで増収、
営業利益は19.0%増を予想。
プライム市場の基準をクリア**

1. 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）と予想されており、期初予想と変わっていない。

* 2022年3月期第1四半期の期首から収益認識に関する会計基準等を適用するため、前期も同様に基準を採用した場合の伸び率となっている。

自動車を中心にコロナ禍からの回復を見込んでおり、その他アジアを除く全セグメントで増収の予想。上期が比較的好調であったことに加えて、為替レートの前提が1ドル100円であることを考慮すれば、この予想が上方修正される可能性は高いだろう。しかし一方で、依然として半導体不足が続いていることから、客先での生産が滞るリスクも残っていることから、同社はこの点を考慮して現時点では通期予想を修正していない。

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

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.

(2) マーケット別売上高予想

マーケット別では、Digital Electronics は 76,637 百万円（前期比 2,067 百万円増、同 2.8% 増）が予想されている。電気・電子部品、半導体は客先での生産回復により 3,442 百万円増を見込んでいる。カメラ・カメラモジュールも主要顧客の販売が好調であることから 1,362 百万円増の見込み。一方で、液晶、TP・BL は顧客のスマホ生産減（液晶タイプから有機 EL タイプへ切り替わっている）により、1,772 百万円減が予想されている。しかしこれは当初から予想されていたことであり、想定範囲内である。

Automotive は自動車生産の回復により 27,958 百万円（同 3,475 百万円増、同 14.2% 増）の予想となっている。ただし、世界的な半導体不足から、顧客である自動車メーカーの生産計画が当初よりは下方修正されており、同社の売上予想も期初見込み（29,770 百万円）からは下方修正された。

Broad Market は 76,404 百万円（同 5,389 百万円増、同 7.6% 増）が見込まれており、期初予想からは上方修正されている。向け先別では、超音波診断装置を中心とした医療機器が 1,721 百万円増、幅広い分野に使われる産業機器が 1,342 百万円増、モーターが 1,063 百万円増の見込み。一方でアフターマーケットは減収が予想されているが、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である。

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
	実績	構成比	実績	構成比	伸び率		
Digital Electronics	74,570	43.8%	76,637	42.3%	2.8%	電気・電子部品、半導体	3,442
						カメラ・カメラモジュール	1,362
						液晶、TP・BL	-1,772
Automotive	24,482	14.4%	27,958	15.4%	14.2%	Automotive 全体	3,475
BroadMarket	71,014	41.8%	76,404	42.2%	7.6%	医療機器	1,721
						産業機器	1,342
						モーター	1,063
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

2. プライム市場の維持

既報のように現在、東京証券取引所は市場の変更・見直しを進めているが、同社は下表のようにプライム市場の上場維持基準をすべて達成した（適合した）。これによりプライム市場への上場維持が決定し、手続きとして 2021 年 7 月 9 日付けで東京証券取引所より、同社がプライム市場の上場維持基準に適合している旨の通知を受領した。これに対して、2021 年 9 月 22 日に東京証券取引所へプライム市場を選択市場とする市場選択申請書を提出済みである。

今後の見通し

プライム市場の上場維持基準

	プライム市場 上場維持基準	一次判定結果 (2021年6月30日時点)	適合状況
株主数	800人	2,769人	○
流通株式時価総額	100億円	183億円	○
流通株式比率	35.0%	36.6%	○
売買代金	0.2億円	0.39億円	○

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、新しい中期経営戦略「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」「自動車関連ビジネスの強化」の3つを掲げている。それぞれの進捗状況は下記のようになっている。

2. 高付加価値型ビジネスの拡大

(1) 完成品 ODM チームが本格稼働

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 ビジネスの積極展開を行ってきたが、これらが本格的に稼働しつつある。加えてこれらの 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・海外の双方に営業、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体制を整えた。

※「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。同社では通常の仕入商品より付加価値が高いとしている

この結果、完成品 ODM ビジネスの量産実績として、ドライブレコーダー、コーヒーメーカー、駐車管理センサー、ウェアラブル活動量計、布団乾燥機などが挙げられる。さらに車載タブレット、ウェアラブル機器、LED ランタン、スティック PC などの提案中案件としても進行中であり、今後の動向が注目される。

(2) 環境対応型商材の拡充

同社を取り巻く市場環境の 1 つとして、サステナビリティに対する意識が世界的に高まり、環境に配慮した商品への需要が急増している。同社では、このような流れを新たなビジネスチャンスと捉え、「エコ商材推進チーム」を設置した。その成果として、既に下記のような商材が上市されている。

- a) 環境対応型梱包材：原材料がサトウキビと竹で構成。ゲーム機やヘッドセットの梱包に使用
- b) 異種材料成形品：自然由来材料を成形品へ（脱プラへ貢献）。住宅関連事業等で出た廃材の再利用
- c) 生分解性樹脂：自然環境で生分解される樹脂をストロー、スマホケース向け等を使用

3. 海外有力顧客の開拓

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が、その中で有望な商材として注目されるのがフォルダブルスマートフォン用商材である。スマートフォン業界では現在、液晶型から有機 EL 型への移行が進んでいるが、その先にあるのがフォルダブルスマートフォンである。このフォルダブル端末は開発過渡期であり、今後本格的な量産が開始されると予想されるが、このような流れは同社にとって、特に以下の 2 点で新たなビジネスチャンスである。

1 つ目は日本製の有力商材の発掘である。同社が有する得意先 6,300 社、仕入先 7,100 社からの豊富な情報を生かして有力商材（背面の意匠から表面のフィルムまで幅広い商材）を発掘する計画だ。2 つ目は中国系、米系顧客の攻略だ。過渡期にあるフォルダブル端末は新規参入の大きなチャンスであり、積極的に中国系、米系の顧客を開拓する。既に大手ローカル顧客との口座獲得済みであり、今後はフォルダブルスマホ商材をメインに、スベックイン活動を強化する。

4. 自動車関連ビジネスの強化

(1) Automotive の売上推移

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の上昇、EV 化が進む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しつつある。実績としても、2022 年 3 月期には Automotive 向けは 27,958 百万円が見込まれているが、これは第 1 次中期経営計画の初年度である 2015 年 3 月期の 14,588 百万円に比べて 191.7% 増となる。

(2) 自社加工工場の機能強化

無錫工場の設備（貼合、洗浄装置等）を増強し、同工場の機能を強化している。これらの効果もあり、Smart Mirror、HUD（Head-Up Display）、メーターパネル等の新規案件を獲得している。

(3) EV 化の展開

自動車業界では世界的に EV 化の流れが進んでいるが、これは同社にとって追い風（新たなビジネスチャンス）である。既に下記のような製品（完成品）が上市されており、このような高付加価値商材を中心に国内外の有力顧客（Tier1、2）への提案を強化する方針だ。

a) 耐火シート Assembly (完成品)

多くの EV 自動車ではバッテリーにリチウムイオン電池を採用しているため、その発火対策が重要課題である。同社では、今後バッテリーの発火対策として需要が見込める耐火シートに注力しているが、既に初採用の事例が出ている。これを契機に同製品の拡販を目指す。

b) EV 用ヒーターユニット Assembly (完成品)

EV 自動車では、走行距離をできるだけ長くすることが必要だが、そのためにはバッテリーの無駄な消費を抑えることが重要課題だ。特に問題となるのが冬場の暖房である。ガソリン車の場合は、エンジンの熱を利用できるため室内全体を暖めることが可能だが、EV 車の場合、全室暖房は不効率なため部分暖房が採用される。同社では既に EV 車の座席の足元を温めるヒーター（完成品）を開発済みであり、今後は拡販に注力する。

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。

6. SDGs への考え方

同社では、SDGs に対して主に 2 つの視点から積極的に取り組んでいる。1 つ目は営業活動を通じた取り組みとして、同社グループが注力するマーケットごとに SDGs の各ゴールに結びつく商品や、サービスを社会への貢献度合い・継続性の観点から抽出するものである。2 つ目は、企業市民としての取り組みであり、同社グループにおいて注力している CSR・ガバナンス活動を洗い出し、SDGs の趣旨に資する項目を特定するものとしている。

同社が取り組んでいるテーマとトピックス、関連する SDGs 項目は以下のとおりとなっている。

(1) 環境 (Environment)

取り組みテーマは、自動車のエネルギー効率改善及び電力の効率的な活用、脱炭素社会の実現、クリーンエネルギーの普及、循環型社会の実現、環境負荷の軽減としている。トピックスとして、環境負荷の軽減への取り組みにおいて、同社では植物由来原材料を使用した梱包材を納入していることが挙げられる。SDGs17 の目標のうち、関連項目は「7. エネルギーをみんなにそしてクリーンに」「9. 産業と技術革新の基盤をつくろう」「12. つくる責任つかう責任」「13. 気候変動に具体的な対策を」となっている。

中長期の成長戦略

(2) 社会 (Social)

取り組みテーマは、飢餓・貧困の解消及び交通事故のない社会の実現、適切な医療環境の整備、製造工程における生産性の向上、人手不足の解消、循環型社会の実現、人材育成の推進、安定的なインフラの整備、人権の尊重としている。トピックスとして、交通事故のない社会の実現への取り組みにおいて、ドライブレコーダーの企画開発及び部材の拡販を進めていることが挙げられる。SDGs17の目標のうち、関連項目は「1. 貧困をなくそう」「3. すべての人に健康と福祉を」「8. 働きがいも経済成長も」「9. 産業と技術革新の基盤をつくろう」「11. 住み続けられるまちづくりを」「16. 平和と公正をすべての人に」となっている。

(3) ガバナンス (Governance)

取り組みテーマは、人権の尊重及び公正な事業活動の展開としている。これらの実現のため、コーポレートガバナンス体制及びコンプライアンス体制の整備を行っている。SDGs17の目標のうち、関連項目は「10. 人や国の不平等をなくそう」「16. 平和と公正をすべての人に」となっている。

SDGs への考え方

取り組みテーマ	トピックス	関連するSDGs
<p>E</p> <ul style="list-style-type: none"> 自動車のエネルギー効率改善 電力の効率的な活用 脱炭素社会の実現 クリーンエネルギーの普及 環境負荷の軽減 循環型社会の実現 	 <p>環境負荷の軽減 植物由来原料を使用した梱包材の納入</p>	
<p>S</p> <ul style="list-style-type: none"> 飢餓、貧困の解消 交通事故のない社会の実現 適切な医療環境の整備 製造工程における生産性の向上 	<ul style="list-style-type: none"> 人手不足の解消 循環型社会の実現 人材育成の推進 安定的なインフラの整備 人権の尊重  <p>交通事故のない社会の実現 ドライブレコーダーの企画開発及び部材の拡販</p>	
<p>G</p> <ul style="list-style-type: none"> 人権の尊重 公正な事業活動の展開 	<ul style="list-style-type: none"> コーポレートガバナンス体制及びコンプライアンス体制の整備 	

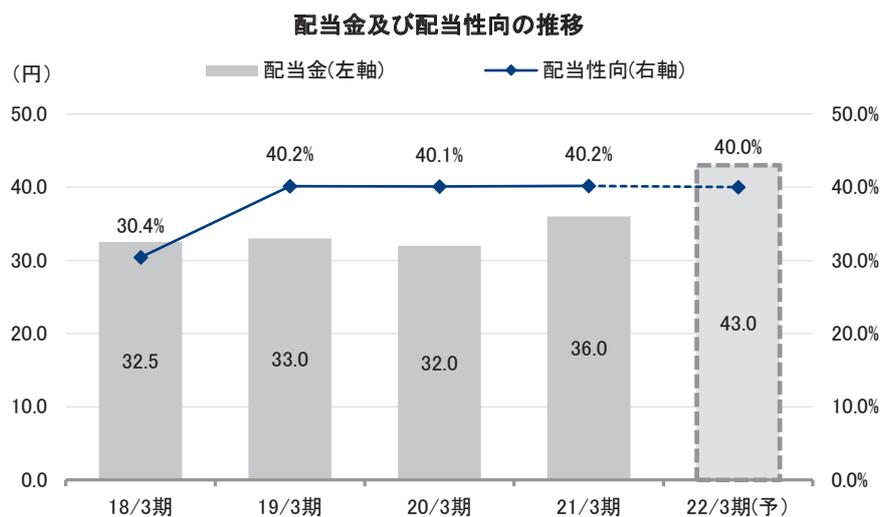
出所：決算説明資料より掲載

■ 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。但し、足元の業績は比較的堅調であり、仮に上方修正されるようであれば、増配の可能性もありそうだ。



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