

|| 企業調査レポート ||

サンワテクノス

8137 東証プライム市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2022年6月30日(木)

執筆：客員アナリスト

佐藤 譲

FISCO Ltd. Analyst **Yuzuru Sato**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 半導体関連、産業機械業界向け製品の受注拡大により 2022 年 3 月期は 4 期振りに過去最高業績を更新	01
2. 2023 年 3 月期業績も豊富な受注残を背景に増収増益が続く見通し	01
3. 新中期経営計画「SNS2024(Sun-Wa New Stage 2024)」を発表	02
■ 業績動向	03
1. 2022 年 3 月期の業績概要	03
2. 部門別、地域別動向	05
3. 2023 年 3 月期の業績見通し	07
■ 長期ビジョンと中期経営計画	08
1. 長期ビジョン	08
2. 前中期経営計画の振り返り	09
3. 新中期経営計画「SNS2024(Sun-Wa New Stage 2024)」	12
■ 株主還元	17

■ 要約

2025年3月期に営業利益は2022年3月期比1.5倍増の70億円を目指す中期計画を発表

サンワテクノス<8137>は独立系技術商社で、FA・産業機器業界向けが売上高の約4割を占める。電機・電子・機械の3分野にまたがって事業を展開している点と、それを生かした「双方向取引」（顧客メーカーに生産ラインの機器を納入し、そこで生産された製品を仕入れる）の2つの特長により業容を拡大してきた。取引先数は単体ベースで顧客先が約3,200社、仕入先が約2,100社となり、主な仕入先は安川電機<6506>、オムロン<6645>などである。

1. 半導体関連、産業機械業界向け製品の受注拡大により2022年3月期は4期振りに過去最高業績を更新

2022年3月期の連結業績は、売上高で前期比14.6%増の154,414百万円、営業利益で同123.2%増の4,804百万円と4期振りに過去最高業績を更新した。半導体関連業界や産業機械業界を中心に設備投資が拡大したほか、部材の供給不足による生産への影響を考慮した顧客からの先行手配もあったことが要因だ。地域別売上高では、中国を中心としたアジア向けが前期比47.4%増と大きく伸長した。受注高は前期比44.9%増の199,931百万円、受注残高は前期末比165.1%増の73,081百万円に積み上がっている。なお、2022年3月期より会計基準の変更に伴い有償支給品を売上高に含めない純額表示に変更しており、売上高で17,043百万円の減少要因となっている。同一基準で比較した場合の売上高は前期比27.2%増となる。

2. 2023年3月期業績も豊富な受注残を背景に増収増益が続く見通し

2023年3月期の連結業績は、売上高で前期比6.7%増の164,700百万円、営業利益で同4.1%増の5,000百万円となる見通し。新型コロナウイルス感染症の拡大（以下、コロナ禍）に伴う中国での生産、物流活動への影響や、エネルギー価格上昇に伴う景気全般への影響など外部環境は先行き不透明感が強まっているものの、半導体関連業界を中心に製造業の設備投資は2023年3月期も拡大見通しであることや、受注残が豊富なことから増収増益が続く見通しだ。

要約

3. 新中期経営計画「SNS2024(Sun-Wa New Stage 2024)」を発表

同社は新たな中期経営計画「SNS2024 (Sun-Wa New Stage 2024)」を発表した。基本方針として、1) イノベーションが求められる成長分野への注力、2) より高付加価値な製品と新たなソリューションの提供、3) サステナビリティ経営による持続可能な社会の実現に貢献、の3点に取り組み、最終年度となる2025年3月期に売上高195,000百万円、営業利益7,000百万円を目指す。3年間の年平均成長率は売上高で8.1%、営業利益で13.4%となる。最重要経営指標(KGI)を従来の「売上高」から「営業利益」に変更し、DXによる業務効率化も進めながら利益成長を追求していく。具体的な取り組みとしては、事業ポートフォリオを顧客業界ごとにマッピングし、積極的リソースを投入する分野(半導体製造装置、ロボット・マウンター、工作機械)と選択的リソースを投入する分野(FA装置、車載、設備)、その他分野に分けて戦略を立案・実行することで、売上総利益の拡大を目指す。積極的リソース及び選択的リソース投入分野については年率10%以上(半導体製造装置は15%以上)の利益成長を見込んでいる。また、地域にとらわれず顧客業界ごとに最適な製品・ソリューションを提供する専門営業組織を2022年4月に立ち上げ、新規顧客の開拓や既存顧客との取引深耕を進めていく。海外事業については売上比率で2022年3月期の38%から2025年3月期に40%に引き上げる。中国だけでなくその他アジア地域での事業拡大も目指す方針で、インドにも新たに進出する予定にしている。同社が取り扱う商材は省エネ化・省力化に貢献するものが多いことから、中長期的に右肩上がりの成長が見込まれる。今回の新たな事業戦略によって、こうした需要を取り込み、収益成長につなげていくものと期待される。

Key Points

- ・半導体関連、産業機械業界向け製品の受注拡大により、2022年3月期は4期ぶりに過去最高業績を更新
- ・中国リスクがあるものの、豊富な受注残を背景に2023年3月期も増収増益が続く見通し
- ・新中期経営計画を発表、営業利益で2025年3月期に2022年3月期比1.5倍増の70億円を目指す

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

半導体関連、産業機械業界向け製品の受注拡大により、 2022年3月期は4期ぶりに過去最高業績を更新

1. 2022年3月期の業績概要

2022年3月期の連結業績は、売上高で前期比14.6%増の154,414百万円、営業利益で同123.2%増の4,804百万円、経常利益で同102.4%増の5,195百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同100.3%増の3,577百万円と4期ぶりに過去最高を更新した。国内外でコロナ禍が続いたものの、半導体関連業界や産業機械業界を中心に設備投資が拡大したほか、半導体等の部材供給不足による生産活動への影響を考慮した顧客が先行発注を行う動きも見られ、売上高は未達となったものの、各利益は会社計画を上回って着地した。受注高についても前期比44.9%増の199,931百万円と急拡大し、受注残高は前期末比165.1%増の73,081百万円と大きく積み上がった。

2022年3月期連結業績

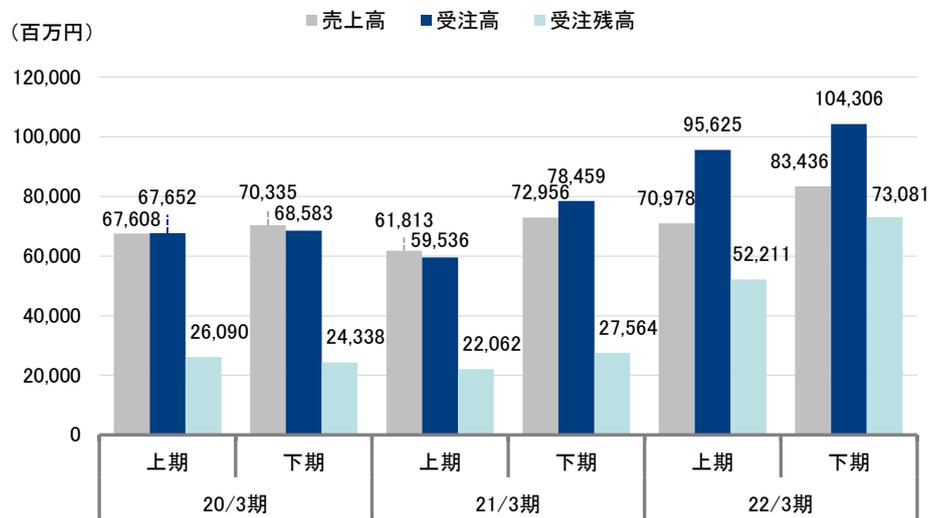
(単位：百万円)

	21/3期		会社計画※	22/3期			前期比	計画比
	実績	売上比		実績	売上比	(旧基準)		
売上高	134,769	-	156,500	154,414	-	14.6%	-1.3%	
(旧基準による売上高)			173,543	171,457		27.2%	-1.2%	
売上総利益	14,224	10.6%	-	18,772	12.2%	10.9%	32.0%	
販管費	12,071	9.0%	-	13,967	9.0%	8.1%	15.7%	
営業利益	2,152	1.6%	4,300	4,804	3.1%	2.8%	123.2%	
経常利益	2,567	1.9%	4,600	5,195	3.4%	3.0%	102.4%	
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,786	1.3%	3,240	3,577	2.3%	2.1%	100.3%	

※会社計画は2022年1月発表値
出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

半期別受注・売上高

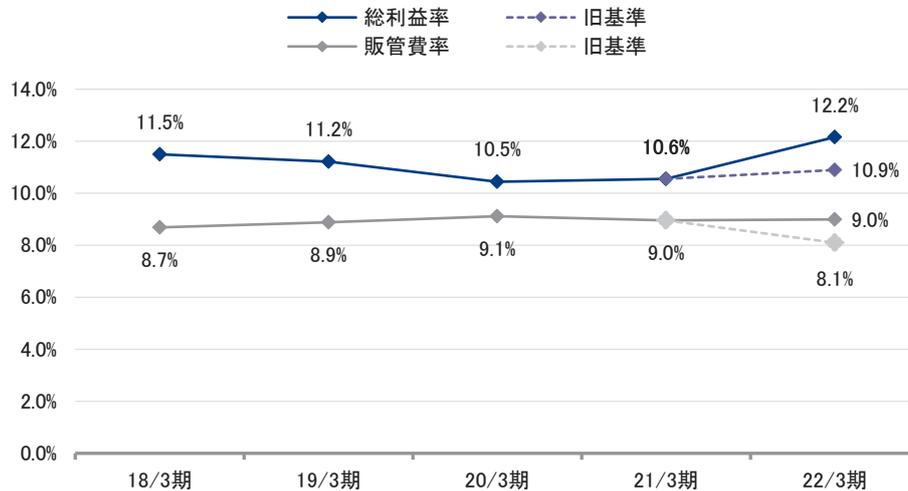


なお、2022年3月期から会計方針を変更^{*}したことにより、売上高及び売上原価が旧基準と比較して17,043百万円目減りした。旧基準ベースの売上高は前期比27.2%増の171,457百万円となる。売上総利益率は前期の10.6%から12.2%に上昇したが、旧基準ベースで比較しても10.9%と若干上昇した。売上増と売上総利益率の改善により、売上総利益は前期比32.0%増の18,772百万円となった。販管費は人件費や荷造運搬費の増加に加えて、下期から出張を解禁するといった営業活動を通常体制に戻したこと、円安進展による海外子会社分の増加等により同15.7%増の13,967百万円となった。販管費率は増収効果により旧基準ベースでも前期の9.0%から8.1%に低下した。

^{*} 収益認識基準の適用により、従来は売上高及び売上原価に同額分を計上していた有償支給品に関して、2022年3月期より収益として認識しない方法に変更した。同社の場合、国内向け車載電装品ビジネス（電子部門）で影響がある。

業績動向

売上総利益率と販管費率の推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

地域別では中国を中心としたアジアが大幅増収、 業界別では半導体関連、産業機械向けが大きく伸長

2. 部門別、地域別動向

同社は売上高について、取扱商品別に電機・電子・機械の3部門に分けて内訳を開示している。また地域別セグメント情報として売上高及び営業利益、参考情報として業界別売上構成比と増減動向について開示している。

(1) 部門別売上高の動向

電機部門の主な商材は、サーボモーターやモーションコントローラ、インバータ、プログラマブルコントローラ、パワーコンディショナなどが挙げられ、主に安川電機の製品を取り扱っている。売上高は、チップマウンターなどの産業機械業界向けの電機品や制御機器、半導体関連業界向けの電機品、太陽光関連業界向けの電機品の販売が増加し、前期比 34.7% 増の 31,198 百万円となった。

電子部門の主な商材は、コンデンサやコネクタ、リレー、スイッチなどの一般電子部品のほか、ファンモーターやステッピングモーター、LED、電源装置など多岐にわたっている。売上高は、産業機械業界向け及び半導体関連業界向けの電子部品、電子機器及びコネクタのほか、OA 機器関連業界向けの電子部品の販売が増加した。また、自動車関連搭載向け電子部品については実質ベースでは2ケタ増収となったものの、会計基準の変更により有償支給品を売上から除外したことで見かけ上は減少している。会計基準変更の影響額は 17,043 百万円で、旧会計基準で見た電子部門の売上高は前期比 28.3% 増の 131,698 百万円となっている。

サンワテクノス | 2022年6月30日(木)
 8137 東証プライム市場 | <http://www.sunwa.co.jp/ir/>

業績動向

機械部門の主な商材は、安川電機のロボットのほか搬送装置や減速機などが挙げられる。売上高は、半導体関連業界向けの搬送装置や生活用品業界向けの設備機器（マスクの製造設備）の販売が増加したものの、2021年3月期に大型案件の売上計上があったフラットパネルディスプレイ（FPD）関連業界向け搬送装置の販売が減少したことにより、前期比4.4%減の8,560百万円となった。

部門別売上高

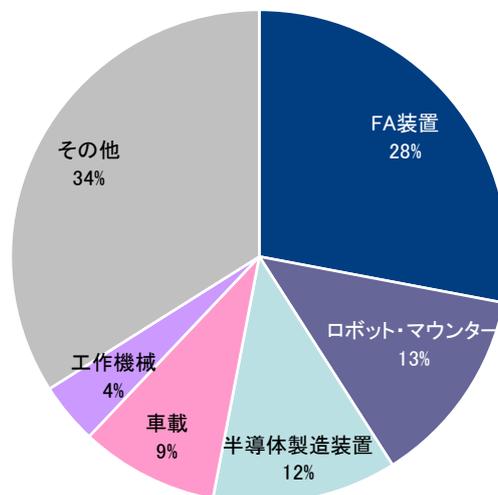
(単位：百万円)

	19/3期	20/3期	21/3期	22/3期	前期比
電機部門	24,569	21,137	23,157	31,198	34.7%
電子部門	109,370	106,400	102,657	114,655	11.7%
(旧会計基準)	-	-	-	131,698	28.3%
機械部門	11,470	10,404	8,955	8,560	-4.4%
合計	145,410	137,943	134,769	154,414	14.6%

出所：決算短信よりフィスコ作成

なお、業界別売上構成比はFA装置が28%、ロボット・マウンターが13%、半導体製造装置が12%、車載（ADAS関連）が9%、工作機械が4%、その他（社会インフラ、アミューズメント、医療機器、食品流通、事務機器、民生機器、セキュリティ等）が34%となっている。

業界別売上構成比(2022年3月期)



出所：決算説明資料及び中期経営計画資料よりフィスコ作成

(2) セグメント別売上高・利益動向

日本の売上高は前期比7.0%増の115,811百万円、営業利益は同154.8%増の3,049百万円となった。産業機械業界向けの電機品、制御機器及び電子部品、半導体関連業界向けの電機品、電子機器、コネクタ及び搬送装置が増加した一方で、FPD関連業界向け搬送装置の販売が減少した。旧会計基準ベースの売上高で見ると、前期比22.7%増の132,854百万円となる。

業績動向

アジアの売上高は前期比 47.1% 増の 52,216 百万円、営業利益は同 109.8% 増の 1,924 百万円となった。産業機械業界向けの電子部品、半導体関連業界向けの電機品及び電子部品、太陽光関連業界向けの電機品の販売が増加した。アジアの売上の 8 割弱を占める中国での需要が前期第 3 四半期からいち早く回復し、その勢いが 2022 年 3 月期を通じて継続した。また、東南アジアにおいてもグローバル SCM ソリューションの受注案件が増加し収益拡大に貢献した。

欧米の売上高は前期比 31.9% 増の 6,214 百万円と 4 期ぶりに増収に転じたものの、営業損失は前期の 1 百万円から 108 百万円に拡大した。産業機械業界向けの電子部品や生活用品業界向けの設備機器の販売が増加したものの、輸送費の高騰が損失拡大要因となった。

セグメント別売上高及び営業利益

(単位：百万円)

<売上高>	19/3 期	20/3 期	21/3 期	22/3 期	前期比
日本	115,993	110,335	108,252	115,811	7.0%
(旧会計基準)	-	-	-	132,854	22.7%
アジア	37,188	34,454	35,492	52,216	47.1%
欧米	8,084	6,398	4,711	6,214	31.9%
その他	1,733	1,396	931	748	-19.7%
調整額	-17,589	-14,641	-14,617	-20,575	-
合計	145,410	137,943	134,769	154,414	14.6%

<営業利益>	19/3 期	20/3 期	21/3 期	22/3 期	前期比
日本	1,939	1,285	1,197	3,049	154.8%
アジア	1,208	592	917	1,924	109.8%
欧米	254	-84	-1	-108	-
その他	3	7	16	-16	-
調整額	4	46	23	-44	-
合計	3,410	1,846	2,152	4,804	123.2%

出所：決算短信よりフィスコ作成

中国リスクがあるものの、 豊富な受注残を背景に 2023 年 3 月期も増収増益が続く見通し

3. 2023 年 3 月期の業績見通し

2023 年 3 月期の業績は売上高で前期比 6.7% 増の 164,700 百万円、営業利益で同 4.1% 増の 5,000 百万円、経常利益で同 0.1% 増の 5,200 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で同 0.6% 増の 3,600 百万円と、伸び率は鈍化するものの、増収増益が続く見通し。

業績動向

2023年3月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	22/3期		23/3期				
	実績	売上比	上期計画	前年同期比	通期計画	売上比	前期比
売上高	154,414	-	83,100	17.1%	164,700	-	6.7%
営業利益	4,804	3.1%	2,600	23.3%	5,000	3.0%	4.1%
経常利益	5,195	3.4%	2,700	23.0%	5,200	3.2%	0.1%
親会社株主に帰属する当期純利益	3,577	2.3%	1,900	22.5%	3,600	2.2%	0.6%
1株当たり当期純利益(円)	228.33		123.03		233.11		

出所：決算短信よりフィスコ作成

ウクライナ情勢や中国でのコロナ政策による生産・物流活動へのマイナス影響、エネルギー価格の上昇、半導体不足による生産計画の引き下げなどがリスク要因となる。実際、2022年4月の中国向け売上高は上海のロックダウンにより一時的に落ち込んでいる。ただ、4月の受注高は過去最高を更新するなど依然好調な状況で顧客の投資意欲に翳りは見られない。中国は2020年もロックダウン解除後に需要が急速に回復した経緯があり、同社も豊富な受注残を抱えていることから、通期で見れば業績は堅調に推移するものと見込まれる。営業利益率が前期比で0.1%低下するが、2022年3月期の途中まで抑制していた出張を再開し営業費用の増加を見込んでいることや、足元の外部環境が不透明なことから保守的に見積もっていることが要因と見られる。

■ 長期ビジョンと中期経営計画

“やりたいこと”を“できる”に変える ものづくりのベストパートナーを目指す

1. 長期ビジョン

同社グループは、社は「人を創り 会社を興し 社会に尽くす」のもと、グローバルネットワークを活用し、顧客への「最新の情報」「ニーズを捉えたソリューション」「安全安心のサービス」を提供するとともに、パートナー企業との協業により、産業の振興、持続可能な社会の実現に貢献してきた。ここ数年はグローバルな社会情勢の変化が著しく、市場環境も大きく変化するなかで、同社グループの目指す方向性をより明確にするため、2031年3月期に向けた長期ビジョン「Sun-Wa Vision 2030」を策定した。長期ビジョンにおけるミッション（使命・存在価値）、ビジョン（同社グループが目指す姿）、バリュー（ミッションを果たしビジョンを実現するための価値観）については以下のとおりとなる。

ミッションについては「世界中の技術をつなぎ新たな価値を創造し、豊かな社会づくりを支える」と定義し、グローバルネットワークを生かして、最新の技術提案と最適な製品を提供していくことにより持続可能な社会の発展に貢献していく考えだ。また、ビジョンとして“やりたいこと”を“できる”に変える、ものづくりのベストパートナーを目指していくことを掲げた。

バリューについては「顧客志向」「チャレンジ精神」「チームワークとコミュニケーション」の3つのポイントを挙げている。「顧客志向」では、常に顧客目線で物事を考え、価値観を共有することで真の顧客ニーズをくみ取り、最良の理解者として全力を尽くしていく。「チャレンジ精神」では、自らの成長のために高い目標を掲げ、変化を恐れず前向きに挑戦していくことで創造性・専門性を高め、企業活力の向上を図る。また「チームワークとコミュニケーション」では、相手を尊重し、違いを理解し、その価値を認めることで新たな価値を創造していくほか、パートナー企業を大切に、総合力の向上を目指していく。

前中期経営計画「NEXT1800」の業績目標は利益ベースで達成

2. 前中期経営計画の振り返り

(1) 前中期経営計画の振り返り

2020年3月期から2022年3月期までの3ヶ年中期経営計画「NEXT1800」について振り返ると、1年目は米中貿易摩擦の影響による投資の一時的な冷え込み、2年目はコロナ禍による世界的な景気悪化が影響して業績目標値を下回るペースが続いた。3年目に中国市場を中心として市場環境が好転したことにより一気に挽回し、営業利益は当初目標の4,800百万円を達成、経常利益率も2.8%の目標に対して3.0%と上振れて着地した。売上高については目標の180,000百万円に対して旧会計基準ベースで171,457百万円と未達となったが、これは2年目までの下振れ要因に加えて、2022年3月期は半導体の供給不足の影響が出たことによる。売上高の未達に対して利益面で目標を達成できたのは、ICT活用による業務効率の改善や、コロナ禍において出張自粛及び各種経費の抑制等に取り組んだことで、販管費を想定以上に削減できたことが要因である。

中期計画「NEXT1800」の経営数値目標と実績・計画

(単位：百万円)

	19/3期	20/3期		21/3期		22/3期		達成率
	実績	目標	実績	目標	実績	目標	実績	
売上高	145,410	150,000	137,943	165,000	134,769	180,000	171,457 [※]	95.3%
営業利益	3,410	3,100	1,846	3,800	2,152	4,800	4,804	100.1%
経常利益	3,627	3,300	2,144	4,000	2,567	5,000	5,195	103.9%
(利益率)	2.5%	2.2%	1.6%	2.4%	1.9%	2.8%	3.0%	

※ 旧会計基準ベースの売上高

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

また、前中期経営計画で掲げた重点施策とその成果については以下のとおりである。概ね順調な成果を得られたものと評価される。

a) 「コアビジネスの強化でお客様のものづくりに貢献する」

コアビジネスの強化として、エンジニアリング事業の拡大と売上総利益率の向上、グローバルSCMソリューション事業の拡大に取り組んできた。

長期ビジョンと中期経営計画

このうち、エンジニアリング事業については売上総利益率が2019年3月期の12.2%から2022年3月期は14.0%まで上昇したものの、当初目標としていた25～30%の水準には届かなかった。エンジニアリング事業とは、従来、単品で販売していたものを同社が各商材を組み合わせることでシステム化し、顧客最適を行ったうえで販売する事業となる。エンジニアリングという付加価値を付けることで収益性を高めると同時に、1件当たりの受注規模を大型化していくことを狙いとしていた。当初は同社がある程度システム化したものを顧客に提案営業することで利益率を高めていく戦略であったが、実際には顧客の要求に合わせてシステム化する案件が多く、結果的に利益率の大幅な向上には至らなかった。商談の場となる東京テクニカルセンターを2020年に開設したが、コロナ禍が続くなかで営業活動が思うように進まなかったことも一因である。同事業の売上規模も2019年3月期は約124億円であったが、より採算重視の方針に切り替えたことから2022年3月期は100億円未満の水準にとどまったものと見られる。

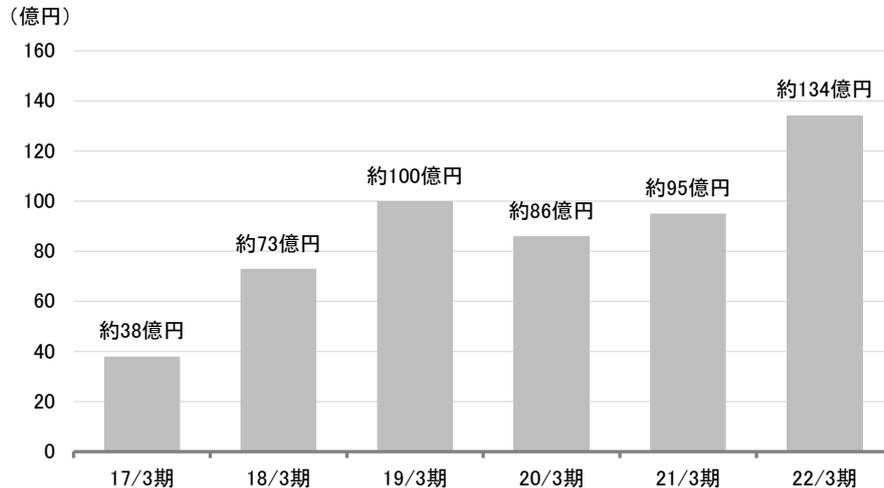
エンジニアリング事業の概要



出所：会社ホームページより掲載

一方、グローバルSCMソリューション事業の売上高については、2019年3月期の約100億円から2022年3月期は約134億円に拡大した。同事業は、顧客企業が今まで独自で各サプライヤーから電子部品や設備機器等を調達してきた機能を一括して同社で引き受けるアウトソーシングサービスとなる。顧客企業は同社に調達機能を集約することで、調達コストの低減やリードタイムの短縮、担当部署のコスト削減といったメリットを享受できる。2021年3月期までは外部環境の悪化もあり低迷していたが、2022年3月期に入って半導体不足等によるサプライチェーンリスクの高まりもあり、アウトソーシングサービスのニーズが一段と高まったこともあり、売上高も大きく伸長した。また、同事業部の発足と同時にグローバル物流インフラの見直しと改善に取り組み、その一環としてWMS（倉庫管理システム）の本格運用を開始した。WMSの運用によって案件ごとの物流コストの可視化を実現しており、物流効率の改善による収益性の維持向上につながっている。グローバルSCMソリューション事業については、コロナ禍で顧客の生産拠点分散化が進む可能性があり、既存顧客との取引規模拡大だけでなく、新規顧客獲得につながる取り組みとして期待される。

グローバルSCMソリューション事業の売上高推移



出所：決算説明資料及び中期経営計画資料よりフィスコ作成

b) 「グローバル事業を拡大し、市場の需要をサポートする」

前中期経営計画ではグローバル事業の拡大を図るため、海外拠点の増設に取り組んできた。2019年8月にベトナム・ホーチミン市に同国内で2拠点目となる営業所を開設したほか、2021年1月にマレーシアのパナン、同年5月に中国の廈門にそれぞれ現地スタッフによる営業所を開設し、販売体制の強化を図ってきた。

また、現在13ヶ国28拠点に展開している海外現地法人では日系企業が顧客の大半を占めていることから、日本人がマネジメントに携わってきたが、事業規模をさらに拡大していくためには現地スタッフのマネジメント登用による組織力の一段の強化が重要との考えから、2020年に「グローバルネクストリーダー研修制度」を開始し、幹部候補生約10名の研修を定期的実施してきた。2022年3月に第1期生の研修を終えており、今後も継続して人材育成に取り組む方針となっている。マネジメント人材のグローバル化が進めば、現在売上構成比で10%程度（中国市場では約35%）にとどまっている外資系企業の顧客開拓も進み、海外売上高も一段と拡大するものと予想される。

一方、国内でも2019年から新たな営業拠点として地方都市にスマート営業所の開設を進めてきた。スマート営業所とは、営業スタッフ（2名程度）だけで構成する小規模な営業所のことを指す。地方の中小都市に点在している優良顧客との関係をより強固なものとし取引深耕を図るほか、新規顧客の開拓にもつなげていくことを目的としている。事務スタッフなどは置かず、内勤業務は遠隔地にある支店でサポートするため、営業所に係る経費や内勤スタッフの件費を抑えることが可能となる。コロナ禍でWeb商談を行うケースが増えているが、FA・産業機器などのBtoB市場では顧客要望も多種多様であり、直接面談して話を聞くことで信頼関係を構築し、新たな商談につなげていく場合が多い。実際、2019年に開設した四国営業所（愛媛県新居浜市）や2021年3月期に開設した長岡営業所（新潟県）、甲府営業所（山梨県）では顧客との商談件数が増加している。直近では2021年10月に金沢営業所（石川県）、同年12月に北九州営業所（福岡県）を開設しており、今後は盛岡営業所（岩手県）の開設も検討している。また、海外でもインドや中国の武漢や青島に営業所を開設することを検討している。

c) 「新事業領域へ挑戦し持続的成長を加速する」

新事業領域として、健康関連事業の拡大に取り組んできた。具体的には、AED（自動体外式除細動器）の導入・拡販や、コロナ禍における感染症対策として空間除菌消臭装置等の販売を行ってきた。そのほか、脱炭素ビジネスとして LED 照明機器の販売にも取り組んだ。いずれも業績面での影響は軽微だが、社会貢献につながるビジネスとして今後も継続する方針だ。

d) 「持続可能な社会の実現への取り組み」

SDGs の取り組みとしては、重要課題を設定し、推進活動のための SDGs 推進委員会や SDGs アンバサダーを設置し、個々の社員に対しても SDGs に関する目標を持たせて意識付けを行うようにした。事業面では、脱炭素社会の実現に向けた取り組みとして太陽光パネル等の再生可能エネルギーや電気自動車関連など、クリーンエネルギーをテーマとしたビジネスや CO₂ 排出量削減に貢献する省エネルギー関連ビジネスをテーマに掲げて、営業活動を強化した。また、ICT 活用による働き方改革についても取り組んできた。

新中期経営計画を発表、 営業利益で 2025 年 3 月期に 2022 年 3 月期比 1.5 倍増の 70 億円を目指す

3. 新中期経営計画「SNS2024(Sun-Wa New Stage 2024)」

(1) 経営数値目標

2023 年 3 月期からスタートする 3 ヶ年の中期経営数値目標のなかで、KGI に「営業利益」を設定した。従来は「売上高」を重視し、売上高を拡大すれば利益も自ずとついてくるという考え方であったが、市場環境変化のスピードが速くなるなかでは必ずしも売上高の拡大が利益成長につながる時代ではなくなってきたという認識により、利益を起点とした経営戦略を打ち出すことにした。

具体的な業績目標としては、2025 年 3 月期に売上高で 1,950 億円、営業利益で 70 億円とした。営業利益率は 3.1% から 3.6% に引き上げ、主に売上総利益率の上昇を見込んでいる。3 年間の年平均成長率で見ると、売上高 8.1%、営業利益 13.4% となるが、2023 年 3 月期は前述のとおり伸び率が鈍化する計画となっているため、2024 年 3 月期以降に成長が加速する計画だ。また、海外売上比率（海外事業会社売上 ÷ 連結売上高）を 2022 年 3 月期の 38% から、2025 年 3 月期は 40% に引き上げていく。アジアを中心に事業拡大を図る方針だ。また、同社では 2025 年 3 月期の業績目標が達成できれば、次のステップとして 2028 年 3 月期に売上高 2,500 億円、営業利益 100 億円を視野に入れているようだ。

長期ビジョンと中期経営計画

中期経営計画「SNS2024(Sun-Wa New Stage 2024)」の経営数値目標

(単位：百万円)

	22/3 期実績	25/3 期目標	年平均成長率
売上高	154,414	195,000	8.1%
営業利益	4,804	7,000	13.4%
(利益率)	3.1%	3.6%	
< 単体 >			
売上高	115,811	142,700	7.2%
営業利益	3,046	4,250	11.7%
(利益率)	2.6%	3.0%	
< 海外子会社 >			
売上高	58,430	78,600	10.4%
営業利益	1,816	2,750	14.8%
(利益率)	3.2%	3.5%	

注：為替前提レート 115 円 / ドル

出所：決算説明資料及び中期経営計画資料よりフィスコ作成

(2) 基本方針

「SNS2024」で取り組む基本方針として同社は、a) イノベーションが求められる成長分野への注力、b) より高付加価値な製品と新たなソリューションの提供、c) サステナビリティ経営による持続可能な社会の実現に貢献、の3点を掲げ、これらを遂行していくことで業績目標を達成していく考えだ。

a) 「イノベーションが求められる成長分野への注力」

同社では、リソースを投入する顧客セグメントを、同社の強みと市場の魅力度（市場規模、成長率、利益率）を軸にして、積極的リソースを投入する分野、選択的リソースを投入する分野、その他分野に分類し、顧客セグメント別に事業戦略を立て、実行していくことで売上総利益の拡大を目指す。

積極的リソースを投入する分野は、半導体製造装置、ロボット・マウンター、工作機械の3分野とした。半導体製造装置分野については半導体産業が国策としても重要な分野として位置付けられ、経済安全保障の観点からもさらなる成長が期待できるため、同社の強みが発揮できる重要セグメントと位置付けている。主な戦略として、顧客と性能向上につながる共同テーマの獲得、コスト低減につながるユニット組立の提案推進、新規有望顧客獲得のために必要となる仕入先の開拓を挙げ、これらを実行することにより、売上総利益で年率15%以上の成長を目指す。

ロボット・マウンター分野に関しては技術革新が著しい高成長分野であり、同社が優位性を発揮しやすいセグメントとなる。主な戦略は、顧客ごとに製品別インシェアアップに取り組んでいくほか、周辺機器の新規顧客の開拓を進めていく。また、顧客ニーズを集約し、業界に特化した製品の企画にも取り組む方針だ。こうした戦略を実行することにより、売上総利益で年率10%以上の成長を目指す。

工作機械分野は、世界のモノづくりを支える「マザーマシン」の高性能化、自動化、デジタル化で成長が見込めるセグメントと位置付けている。主な戦略は、周辺機器の新規顧客開拓、IoT化により重要度が増すFAPC（産業用コンピュータ）の提案、BCP対策としてグローバルSCMソリューションの提案などを推進していく。これら戦略の実行により、売上総利益で年率10%以上の成長を目指す。

長期ビジョンと中期経営計画

一方、選択的リソースを投入する分野としては、FA 装置、車載、設備の3分野を挙げている。選択的リソースの投入とは、状況によっては資本提携や業務提携などでパートナー企業と協業しながら事業を拡大していくことを意味している。FA 装置分野に関しては、顧客層が広く製品品種も多岐に渡るため、同社の中では最も売上総利益の規模が大きい分野となる。今後の戦略としては、グローバル規模での FA コンポーネント業界に注力していくこと、量産アプリケーションを軸とした戦略製品を創出していくこと、デジタルツールの積極活用による情報発信の強化の3点を挙げ、これら戦略の実行により、売上総利益で年率10%以上の成長を目指す。

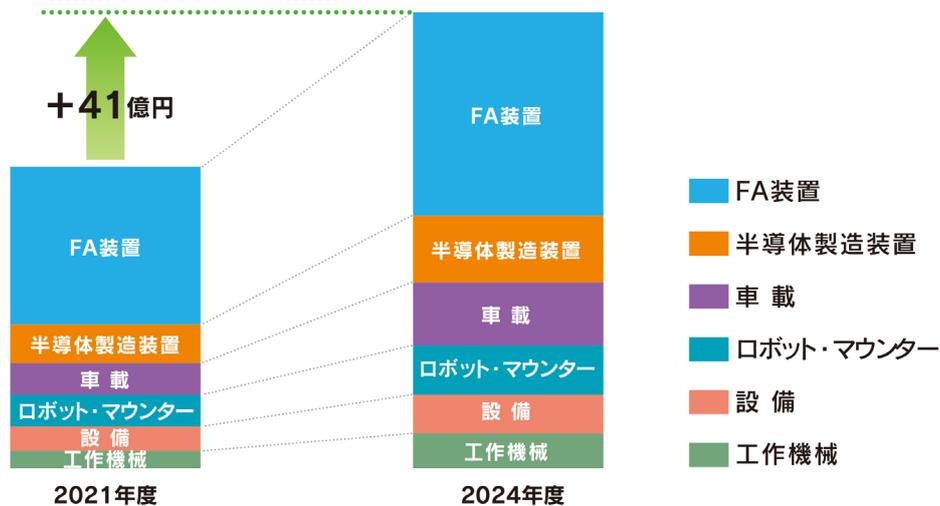
車載分野では100年に一度の変革期が到来しており、CASE※をキーワードとした車載電装システムの進化と市場の拡大が期待できるセグメントとなる。主な戦略としては、既存製品の横展開による新規顧客の開拓を進めていくこと、新規戦略製品をグローバルに開拓していくこと、新規取引先開拓のための組織を構築することの3点を挙げており、これら戦略を実行することにより、売上総利益で年率10%以上の成長を目指す。

※ CASE: Connected (コネクテッド)、Autonomous (自動運転)、Shared & Services (カーシェアリングとサービス)、Electric (電気自動車) の頭文字をとった造語。自動車産業界において、次世代に向けた動向を象徴するキーワード。

設備分野に関しては対象業界が広く、自動化やサステナビリティ対応への技術的ニーズが高まっているセグメントと位置付けている。主な戦略としては、営業とエンジニアリングが一体となって顧客への提案力を強化していくこと、食品業界における Sier との協業による案件拡大、設備のパッケージ化と横展開による収益性の向上等に取り組む。これら戦略を実行することにより、売上総利益で年率10%以上の成長を目指す。

同社では今後3年間でこれら6分野の売上総利益を合計で41億円増加させることを目標としている。2022年3月期売上総利益142億円のうち6分野合計の構成比は69.6%を占めており、今後も同社業績をけん引する見通しだ。なお、その他分野の売上総利益についても3年間で拡大していく計画となっている。

売上総利益の成長イメージ



出所：決算説明資料及び中期経営計画資料より掲載

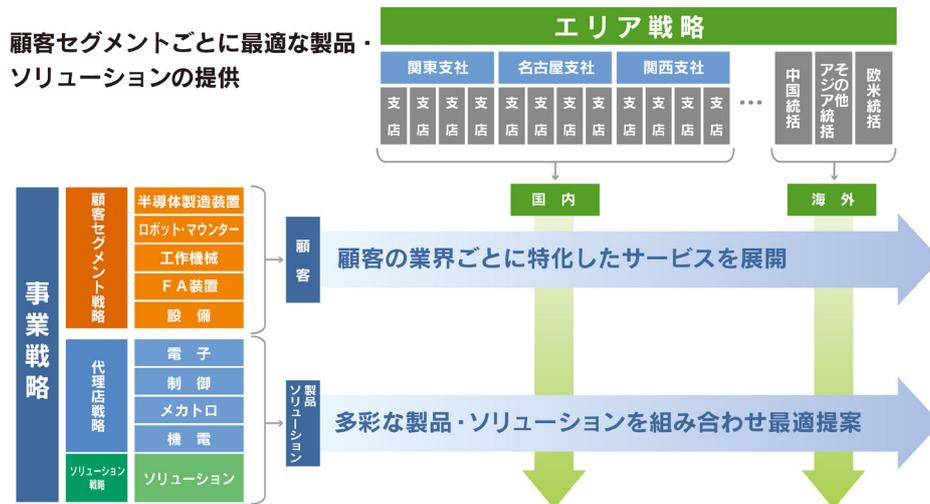
長期ビジョンと中期経営計画

b) 「より高付加価値な製品と新たなソリューションの提供」

より高付加価値な製品と新たなソリューションを提供していくため、顧客セグメントごとに特化した営業サービスを展開する。このほか、DXによる業務効率化と提供価値の向上、地域密着とグローバルネットワークの拡充による海外シェアの拡大に取り組んでいく戦略だ。

顧客セグメントごとに特化した営業サービスについては、半導体製造装置、ロボット・マウンター、工作機械、FA 機器、設備の5つの顧客セグメントにおいて、専門知識を持った営業チームを組織化し、地域の垣根を取り払った営業活動を行うことで、新規顧客の開拓や既存顧客との取引深耕を目指す。従来は、支店ごとに営業担当が決まっていたため、専門知識が必要とされる分野において新規顧客の開拓や既存顧客との取引深耕が進まないという課題があった。専門の営業チームを組織化したことで、こうした課題の解消を目指す。例えば、半導体製造装置分野では関西エリアに主要顧客を持つため、関西に専門知識を持った営業スタッフがいたが、東北エリアにはこうした人材が配属されていないため、同エリアでの半導体製造装置メーカーの売上が伸び悩んでいた。専門の組織を作ったことで専門知識を持った関西の営業スタッフが東北エリアで営業活動を行うことで売上拡大が期待される。新組織は全国から選抜された23人（執行役員4人含む）で構成されており、今後の動向が注目される。

顧客セグメントごとに特化した営業サービス

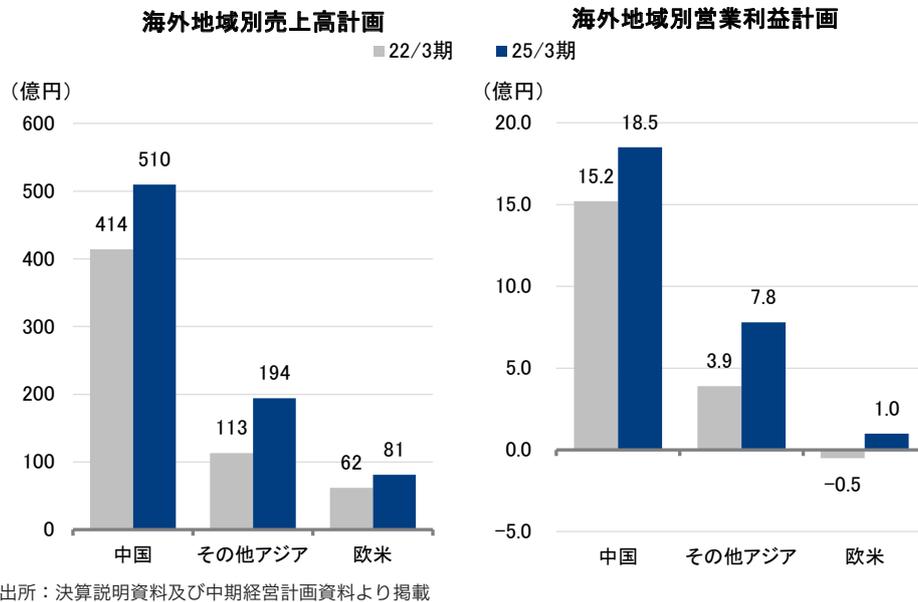


出所：決算説明資料及び中期経営計画資料より掲載

また、DXによる業務効率化の取り組みとしては、各種戦略の実効性を担保するため社内組織を横断化したKGIの可視化を進める。このほか重点戦略に集中するためのオペレーションの効率化、顧客バリュー向上のためのデータ活用的高度化などを推進し企業価値の向上を図る。また、これらDX戦略を推進するために必要となる人材の採用・育成も進めていく。

長期ビジョンと中期経営計画

海外シェアの拡大については、2025年3月期までに海外売上比率を2022年3月期実績の38%から40%に引き上げる計画となっている。主力の中国市場においては、拠点のさらなる拡充を図り最新技術と高品質なサービスの提供や、現地社員にマッチした人事制度などを導入することで、売上高510億円、営業利益18.5億円を目指す。また、その他アジア地域では安定した経営基盤の構築と代理店としての販売力強化、総合的に販売する組織作りやインドへの進出を進めながら、売上高194億円、営業利益7.8億円を目指す。コロナ禍を契機に中国の生産機能を一部移管する動きも出始めており、こうした需要を取り込むことで売上規模の拡大は可能と見られる。欧米地域については現地での新規商材の発掘及びグローバル輸出販売に加えて、同社の認知度を向上することで売上高81億円、営業利益1.0億円を目指す。新規商材としては、欧州メーカーの匂いセンサーの仕入販売を国内で開始している。



c) 「サステナビリティ経営による持続可能な社会の実現に貢献」

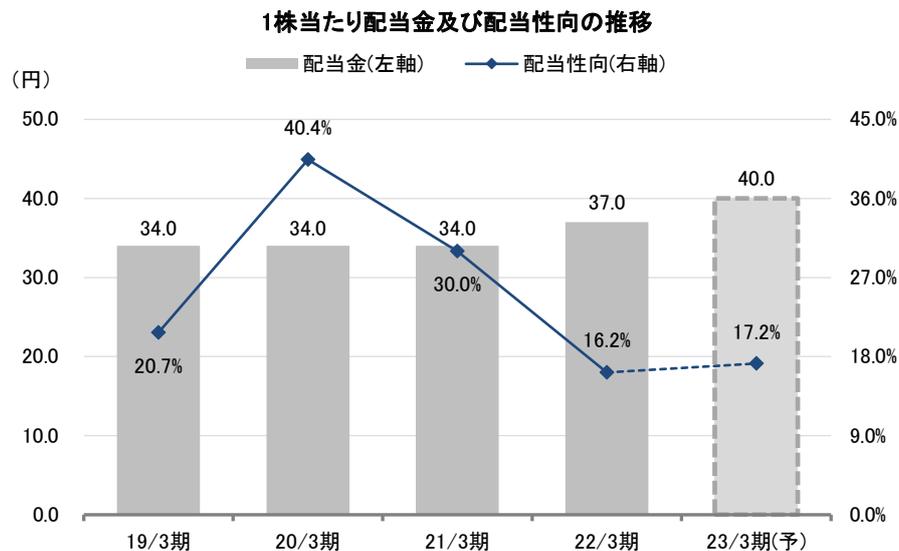
持続可能な社会の実現に向けた取り組みについては、引き続き経営の最重要課題の一つとしてとらえており、社業を通じて社員の育成も図りながら推進する。特に地球温暖化対策として省エネ化や省力化を実現するための電機品や電子部品、設備機械を同社は多く取り扱っており、脱炭素化社会に貢献する企業としての成長機会は大いだと弊社では見ている。

株主還元

安定配当を基本に中長期視点で連結業績に応じた利益還元を実施する方針

同社は株主還元について配当によることを基本としており、配当方針としては安定配当を維持しながら中長期視点で連結業績に応じた利益還元を行う方針としている。また、株主還元や資本効率向上のため、時期及び財務状況に応じて自己株式取得を機動的に実施しており、直近では2021年11月～12月に363千株、599百万円の自己株式取得を実施している。

2022年3月期の1株当たり配当金については、業績が過去最高を更新したこともあり前期比3.0円増の37.0円（配当性向16.2%、自己株取得を含めた総還元性向では32.9%）と4期ぶりの増配を実施した。また、2023年3月期についても同3.0円増配の40.0円（配当性向17.2%）と2期連続増配を予定している。今後も業績が順調に拡大し、配当性向がさらに低水準になるようであれば増配余地が出てくるものと思われる。



出所：決算短信よりフィスコ作成

サンワテクノス | 2022年6月30日(木)
 8137 東証プライム市場 | <http://www.sunwa.co.jp/ir/>

株主還元

簡略化損益計算書及び主要指標

(単位：百万円)

	19/3期	20/3期	21/3期	22/3期	23/3期(予)
売上高	145,410	137,943	134,769	154,414	164,700
前期比	-0.9%	-5.1%	-2.3%	14.6%	6.7%
売上総利益	16,318	14,421	14,224	18,772	-
売上高総利益率	11.2%	10.5%	10.6%	12.2%	-
販管費	12,908	12,574	12,071	13,967	-
売上高販管費率	8.9%	9.1%	9.0%	9.0%	-
営業利益	3,410	1,846	2,152	4,804	5,000
前期比	-17.5%	-45.8%	16.5%	123.2%	4.1%
売上高営業利益率	2.3%	1.3%	1.6%	3.1%	3.0%
経常利益	3,627	2,144	2,567	5,195	5,200
前期比	-16.6%	-40.9%	19.7%	102.4%	0.1%
親会社株主に帰属する当期純利益	2,628	1,341	1,786	3,577	3,600
前期比	-14.8%	-49.0%	33.2%	100.3%	0.6%
EPS(円)	164.08	84.11	113.23	228.33	233.11
配当(円)	34.00	34.00	34.00	37.00	40.00

出所：決算短信よりフィスコ作成

簡略化貸借対照表

(単位：百万円)

	19/3期	20/3期	21/3期	22/3期	増減額
流動資産	64,209	62,713	64,430	82,209	17,779
現金及び預金	10,005	12,052	13,113	14,049	936
売上債権	42,256	39,838	42,453	51,997	9,544
固定資産	9,905	9,024	11,951	10,868	-1,083
有形固定資産	2,861	2,759	2,590	2,230	-360
無形固定資産	143	193	170	226	56
投資その他の資産	6,900	6,072	9,190	8,411	-779
資産合計	74,114	71,738	76,381	93,078	16,696
流動負債	37,199	35,402	36,372	52,797	16,425
支払債務	31,427	29,108	29,455	40,676	11,221
固定負債	4,970	4,608	4,978	2,257	-2,721
負債合計	42,169	40,011	41,350	55,054	13,703
有利子負債	6,705	6,709	7,048	7,805	757
株主資本	29,056	29,552	30,802	33,277	2,475
その他の包括利益累計額	2,888	2,174	4,228	4,746	518
純資産合計	31,944	31,726	35,030	38,023	2,992

出所：決算短信よりフィスコ作成

株主還元

キャッシュ・フローの状況

(単位：百万円)

	19/3 期	20/3 期	21/3 期	22/3 期
営業活動キャッシュ・フロー	1,636	3,238	1,589	792
投資活動キャッシュ・フロー	-153	-200	-141	244
財務活動キャッシュ・フロー	28	-945	-309	-580
期末及び現金同等物の期末残高	9,521	11,568	12,629	13,565

出所：決算短信よりフィスコ作成

経営指標

(単位：百万円)

	19/3 期	20/3 期	21/3 期	22/3 期
自己資本比率	43.1%	44.2%	45.9%	40.9%
有利子負債比率	21.0%	21.1%	20.1%	20.5%
ROE	8.8%	4.2%	5.4%	9.8%
ネットキャッシュ (百万円)	3,300	5,343	6,065	6,244

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