

Cominix

証券コード3173

大阪工機株式会社

2013年3月期
決算説明会用資料

http://www.osk-k.co.jp/index_j.html

AGENDA

1. 会社概要
2. 特長と強み
3. 事業環境と成長戦略
4. 2013年3月期 決算概要
5. 2014年3月期 事業計画
6. 利益配分に関する基本方針
7. 業績ハイライト

1. 会社概要

Cominix





会社概要

会社名	大阪工機株式会社
英訳名	OSAKA KOHKI CO.,LTD.
代表者	柳川　重昌
創業	1945年11月1日（中央機械工具商会を創業）
設立	1950年5月16日（大阪工具株式会社を設立）
本社所在地	大阪市中央区安堂寺町1-6-7
資本金	3億5,019万8千円（2013年3月期末現在）
連結売上高	150億円（2013年3月期）
決算期	3月
連結従業員数	249名（2013年3月期末現在）

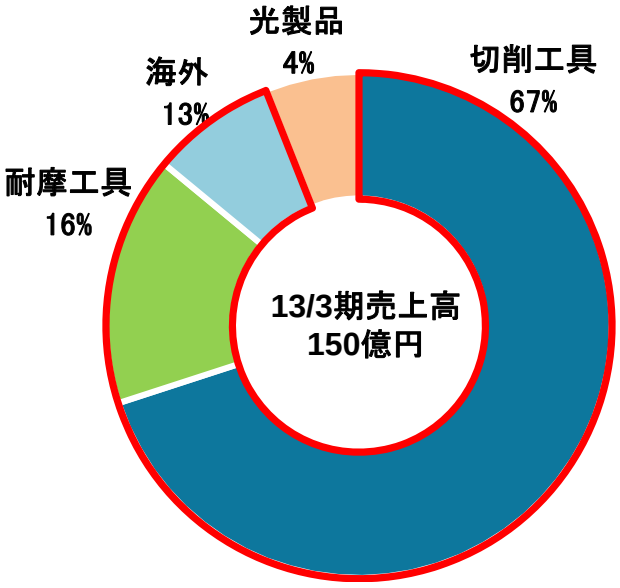
事業内容

切削工具に特化した高度専門商社

切削工具事業

- 生産性に直結する切削工具、研削工具、保持工具、精密測定機器、工作機械等を販売
- 国内外の有力な切削工具メーカーの商材を取り扱う





耐摩工具事業

- 製罐工具（パンチ、ダイス）、破砕工具等を販売



海外事業

- 中国、タイ、フィリピン、インドネシア、ベトナム、インド、メキシコなど海外拠点から、切削工具、耐摩工具等を販売

光製品事業

- 光ファイバー 、光源装置、光学部品を販売

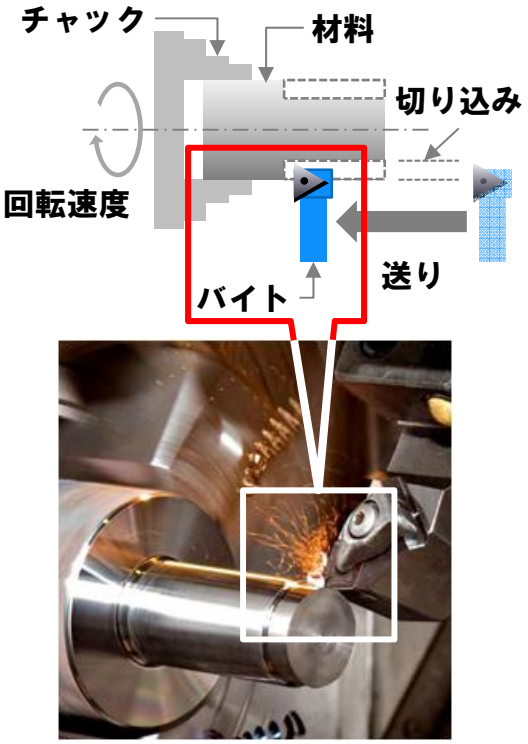


切削工具とは

- 生産ラインの工作機械に装着され、超高精度の金属加工を実現する超硬工具
- モノ作りのコアな工程における、生産性に直結する重要な工具
- 最適な工具選びが、加工速度、精度に大きく影響

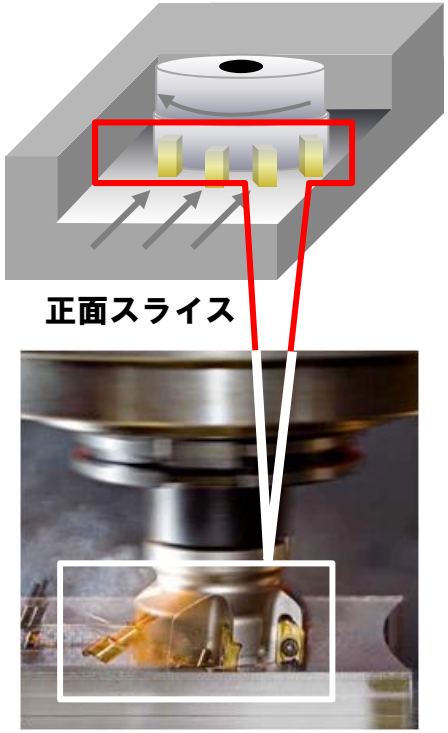
旋　削

旋盤、NC旋盤で表面加工



転　削

フライス盤、MCで表面加工



穿　孔

ボール盤、MCで穿孔



主要仕入先

- 切削工具市場の世界シェア60％をカバーする、主要かつ多彩なメーカーと取引
- 国内外の商材を厳選し、ユーザーニーズに応える商材を豊富に取り揃える

国内主要仕入先（代理店）

住友電気工業
不二越
日本特殊陶業
アライドマテリアル
田野井製作所
アサヒ工具製作所
聖和グループ （他計十数社）

オーダーメイド品
協力工場
（6社）



海外主要仕入先（代理店）

イスカルジャパン（イスラエル）
セコ・ツールズ・ジャパン（スウェーデン）
ケナメタルジャパン（米）
グーリングジャパン（独）
マパール（独）
インガソル・テグテックジャパン（韓国）
セラティジットジャパン（オーストリア）
ワルター・ツーリング・ジャパン（独）



Cominixブランド（代理店）

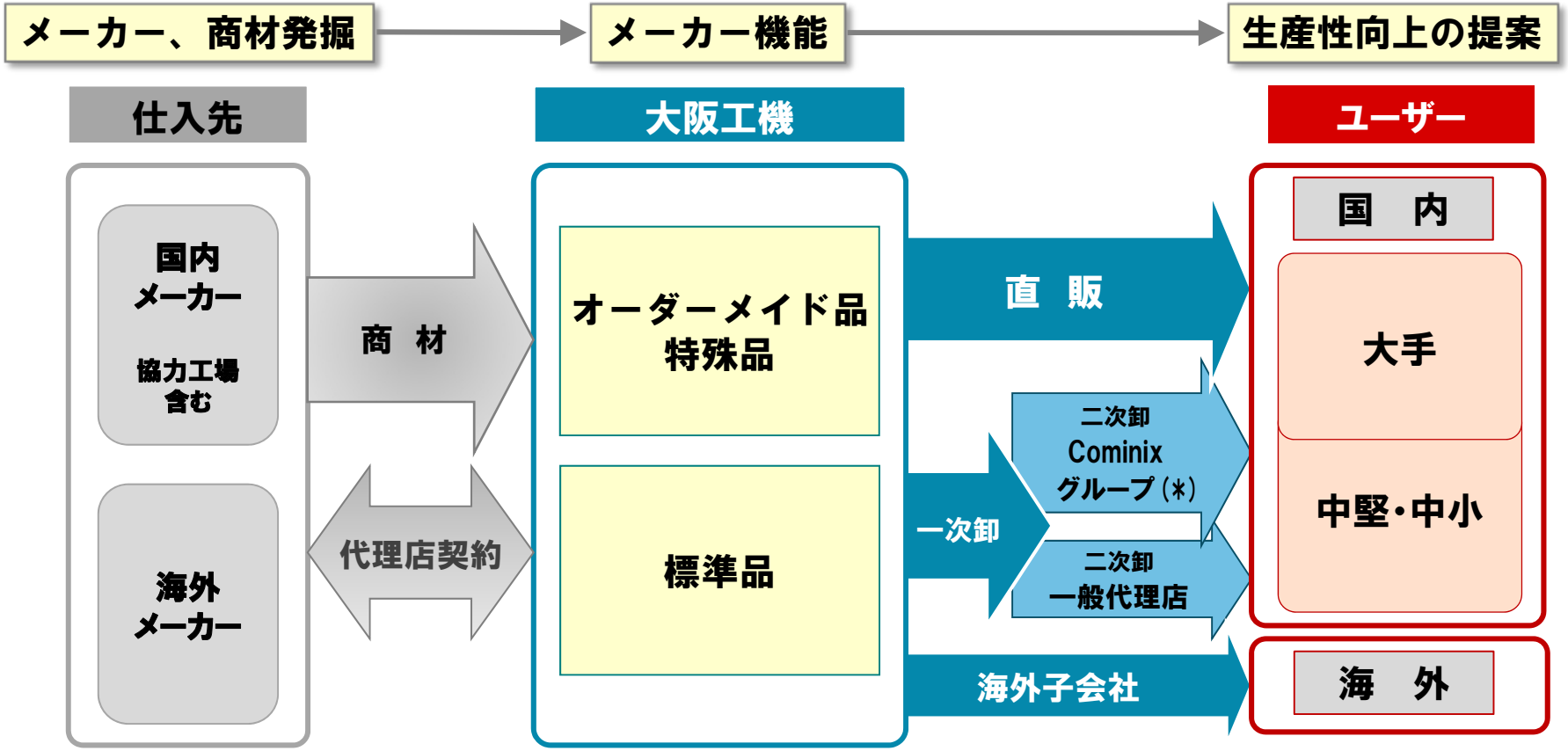
SGS TOOL COMPANY（米）
WIDIA-Hanita（イスラエル）
MAGAFOR（仏）
MILLSTAR（米）
WHIZ CUT（スウェーデン）
REGO-FIX（スイス）
VARGUS（イスラエル）
UTILIS（スイス）
alfa-sys（スイス）





事業フロー

- 先端技術を目利きする第一人者として、海外優良仕入先を発掘し、商材を厳選
- オーダーメイド品から標準品まで、幅広いニーズに応える豊富な品揃え
- 生産性向上のための提案により、モノ作りそのものに携わる



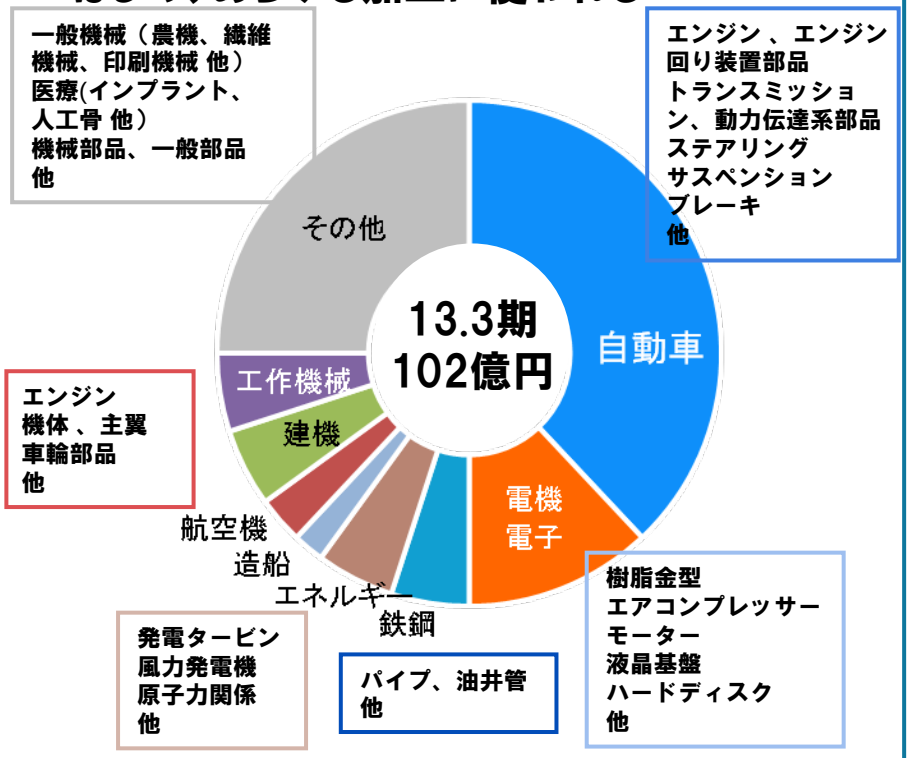
＊Cominixグループとは、有力な販売店会を組織するCominix会員店 約110社

顧客業種ごとの売上高構成（連結ベース、2013年3月期実績）

- あらゆる業種におけるコアな製造工程に不可欠な切削工具
- 様々な製造現場におけるニーズとソリューションをデータベース化して蓄積

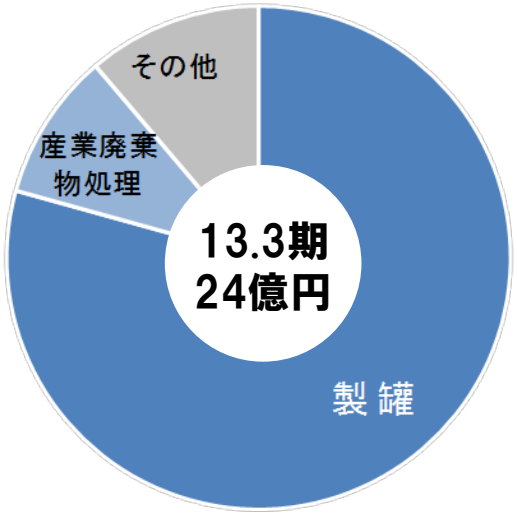
切削工具事業

- エンジン内主要部品や駆動系など基幹部分をはじめ、あらゆる加工に使われる



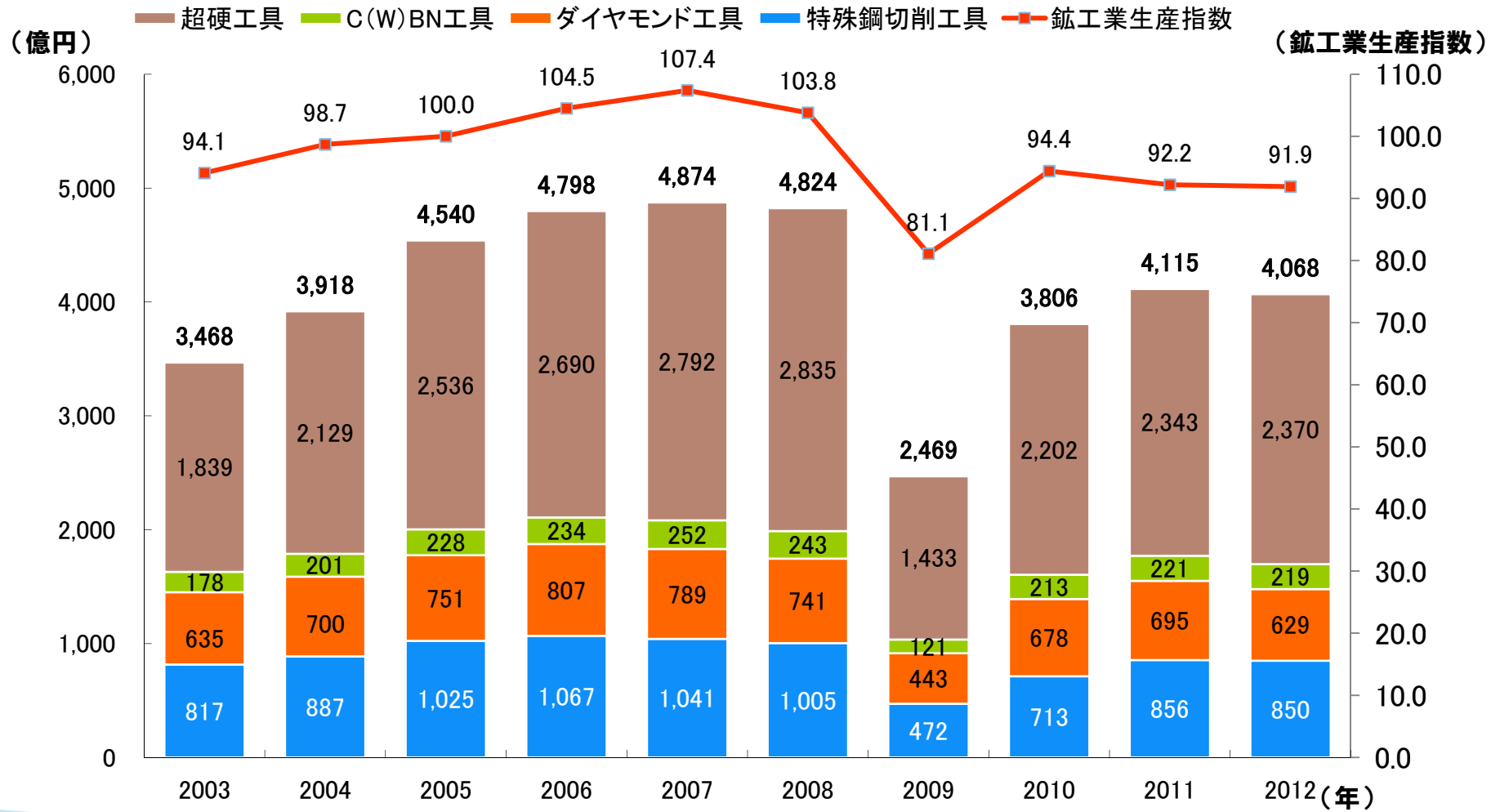
耐摩工具事業

- 切削工具で培ったオーダーメイド品により、国内製罐大手に圧倒的シェア



工具生産額の推移

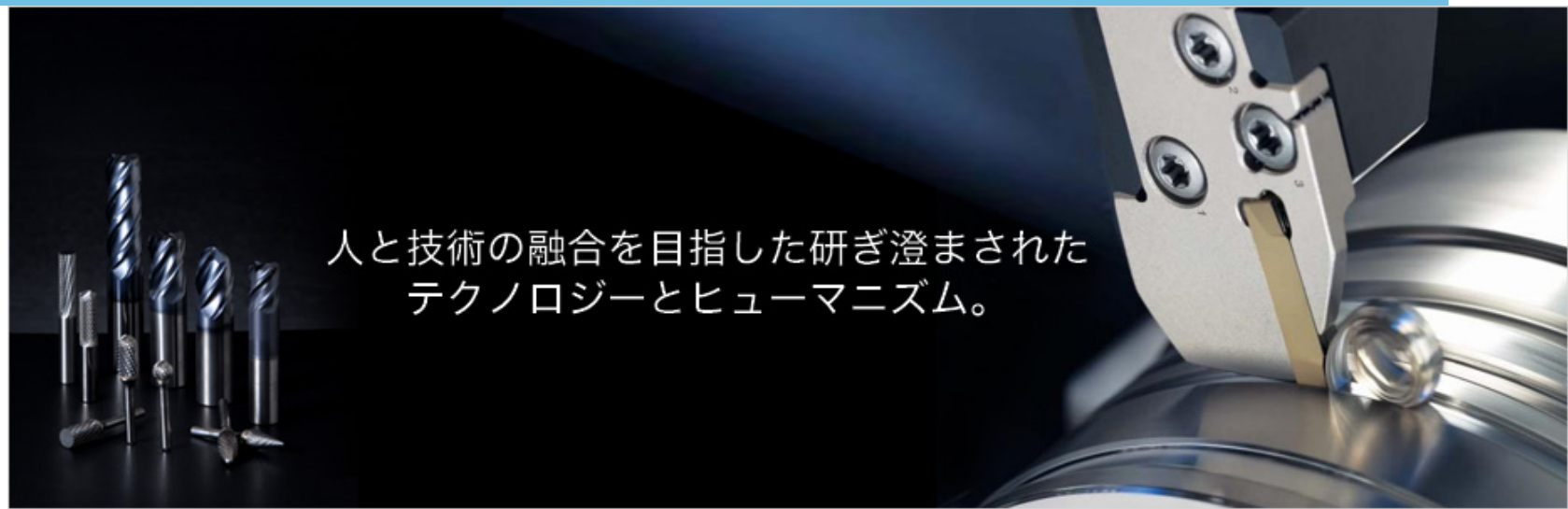
- 国内メーカー生産額は約4,000億円
- 鉱工業生産指数との連動性が高い



出所)機械統計　経済産業省、鉱工業生産指数(2005年を100とする)

2. 特長と強み

Cominix



特長と強み

1. 商品力　専門商社としての圧倒的な品揃え

有力海外メーカー、国内メーカー（特殊品、標準品）、オーダーメイド対応

2. 提案力　最適な加工手法の提供

ユーザーの膨大な加工情報をナレッジとして蓄積
部材費ではなく、製造原価全体を削減する提案力

3. 2つの販売形態　直販部門と卸部門

大手ユーザーへの総合的対応力
（商品調達力、ソリューション提供力、メーカー機能など）
中堅、中小ユーザーの生産性向上に応えるネットワーク体制

4. 積極的な海外展開　海外も積極的にフォローする体制構築

独立系専門商社として、きめ細かいサポート体制が高評価
国内における既存販売ルート重視の壁が海外では低くなる

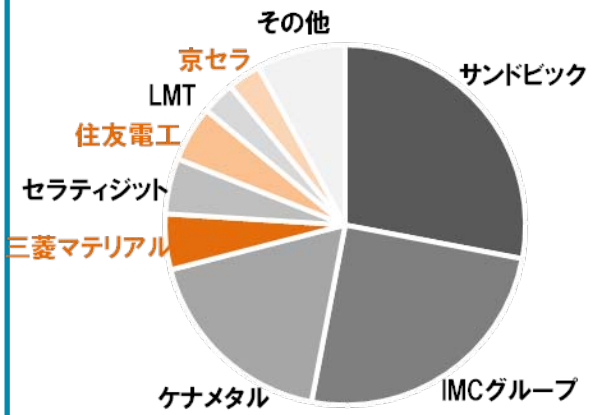
強み1．商品力　専門商社としての圧倒的な品揃え

- 大阪工機のみが取り扱う多数の商材で、高い参入障壁を築く

調達力

- グローバルスタンダードである海外メーカー品で圧倒的な実績
- 国内メーカーの不得手分野をカバー

切削工具メーカー世界シェア



出所）IMC

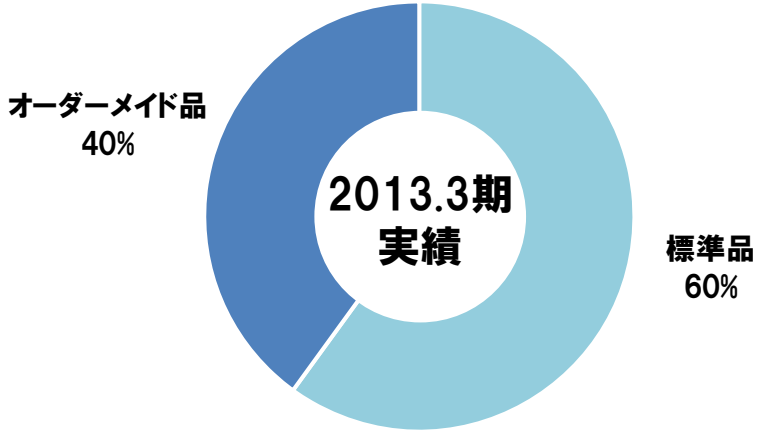
メーカー機能

- 設計段階に食い込み、切削ラインへの納入を独占
- オーダーメイド品、特殊品による差別化

在庫力

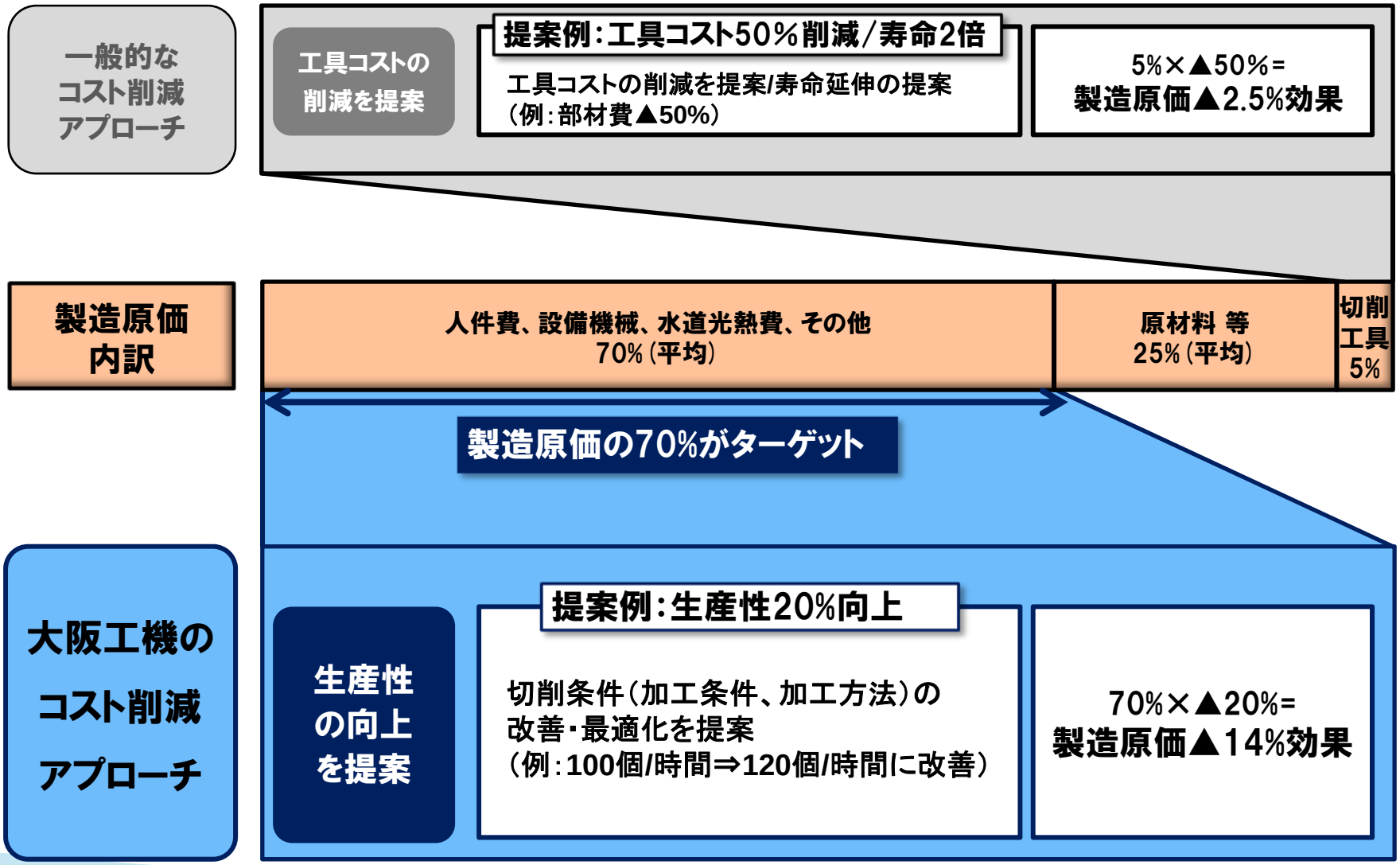
- 高い専門性により選りすぐった標準品の在庫
- ユーザーニーズに合致した常時7万点の品揃え
- 全国翌日午前中配送の即納体制

仕様別売上高構成比



強み2. 提案力　最適な加工手法の提供

- ユーザーの工具費削減ではなく、製造原価全体の削減をターゲットとする提案



強み2. 提案力　人材力を高める徹底した研修体制

- 先端工具のコンサル集団を形成する、入社配属後の研修体制
  個々の専門性を高め、**切削工具の超専門家**を育成

大 阪 工 機 の 研 修 体 制

■ **研修①：メーカーの最新技術の習得を徹底**
海外・国内仕入先メーカー担当者による、定期的な勉強会・情報交換会

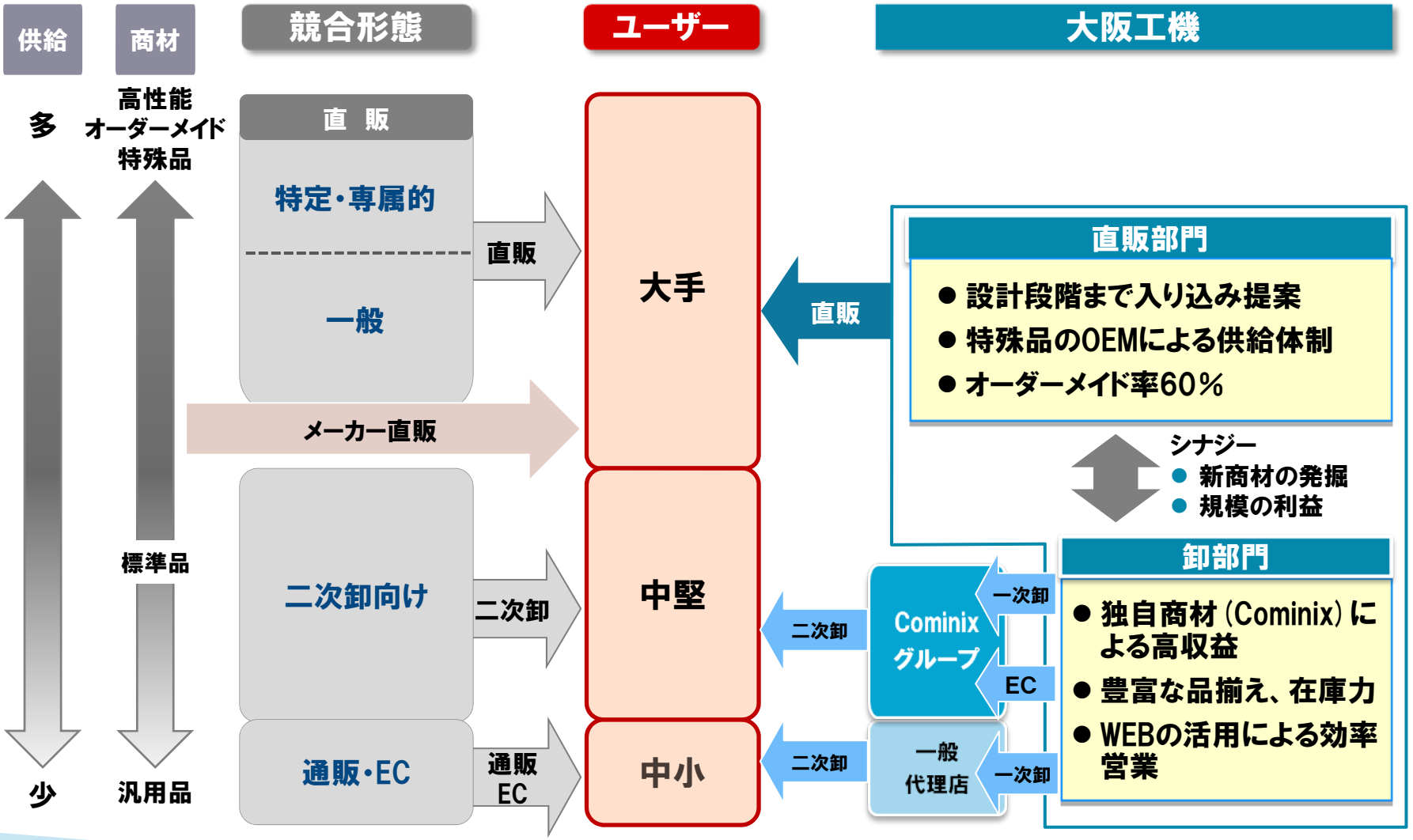
■ **研修②：グローバルスタンダードを吸収する武者修行の徹底**
海外メーカー、Cominix商品のメーカーへ出向き、新商品発掘を兼ねた研修

■ **研修③：インストラクター制によるナレッジの共有の徹底**
ベテラン社員を育成担当に配置し、育成・指導
他社ベテラン社員を育成担当者として採用

■ **研修④：目利き養成の徹底**
新商材の発掘を目的に、海外切削工具メーカーの展示会に出向き調査

強み3．2つの販売形態　直販部門と卸部門

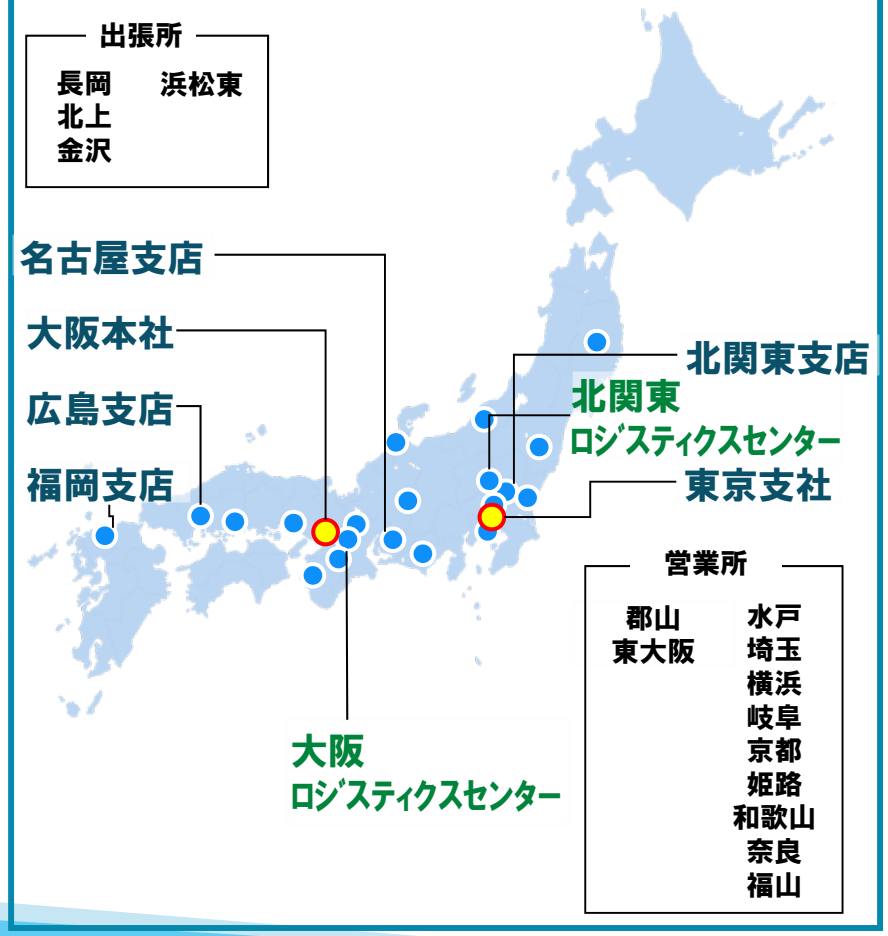
- 商品力と提案力を最大限に活かした販売形態



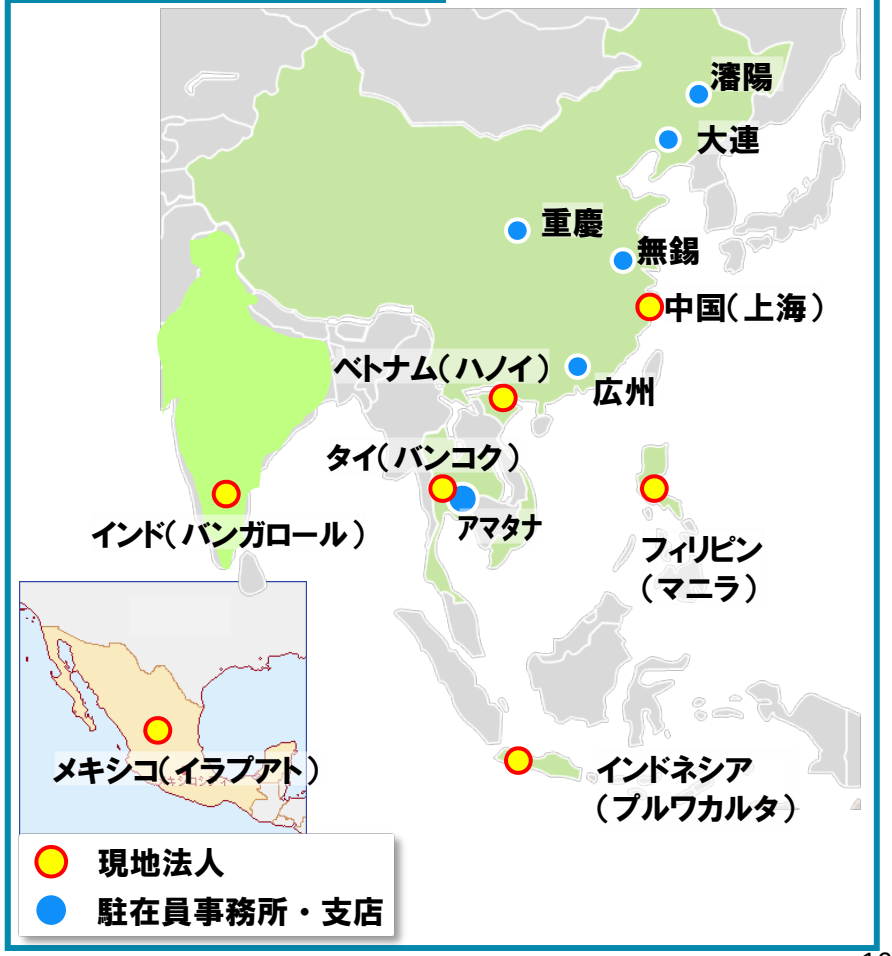
強み4. 積極的な海外展開 ～ネットワーク～

- 全国の支社、支店、営業所、物流拠点網で国内ユーザーをカバー
- 競合他社にはない海外展開により、急拡大する日系メーカーの海外拠点を開拓

国内ネットワーク



海外ネットワーク



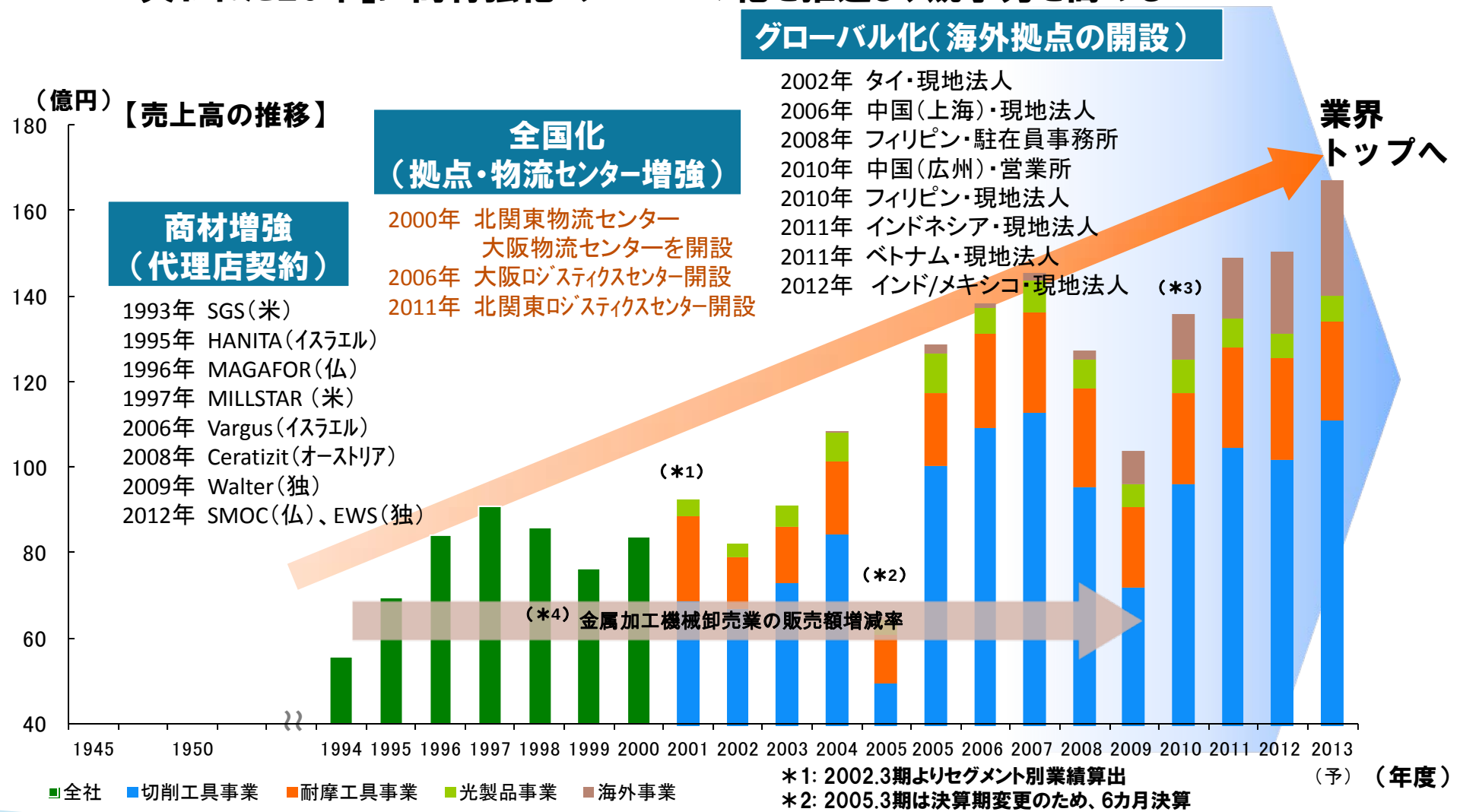
3. 事業環境と成長戦略

Cominix



成長の軌跡

- 日本経済が長期に低迷する中、着実に業績を拡大
- 「失われた20年」に商材強化・グローバル化を推進し、競争力を高める

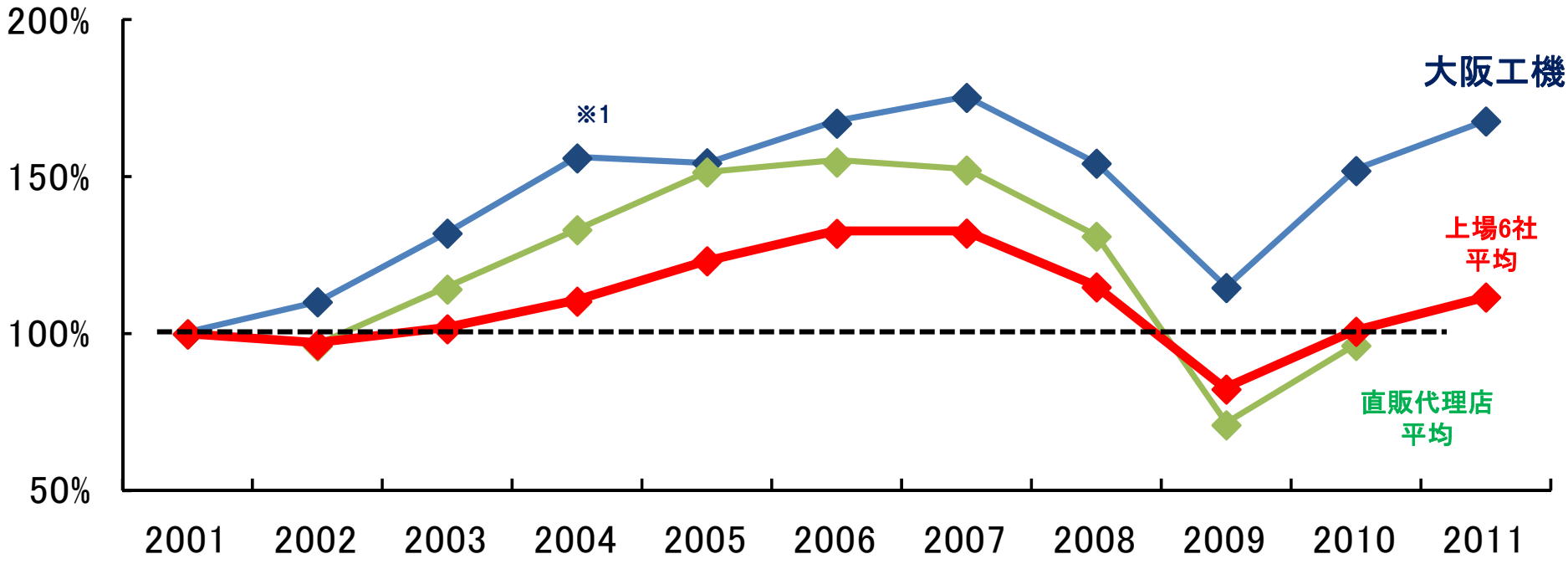


＊1: 2002.3期よりセグメント別業績算出
＊2: 2005.3期は決算期変更のため、6カ月決算
＊3: 2009.3期まで単独決算、2010.3期以降は連結決算
＊4: 金属加工機械卸売業の販売額増減率は1994年を100とした場合の比率

成長の軌跡　～同業他社比較～

- **厳しい環境下の10年間、着実に売上を伸ばしてきた**

【2001年度を基準とした売上高増減率】

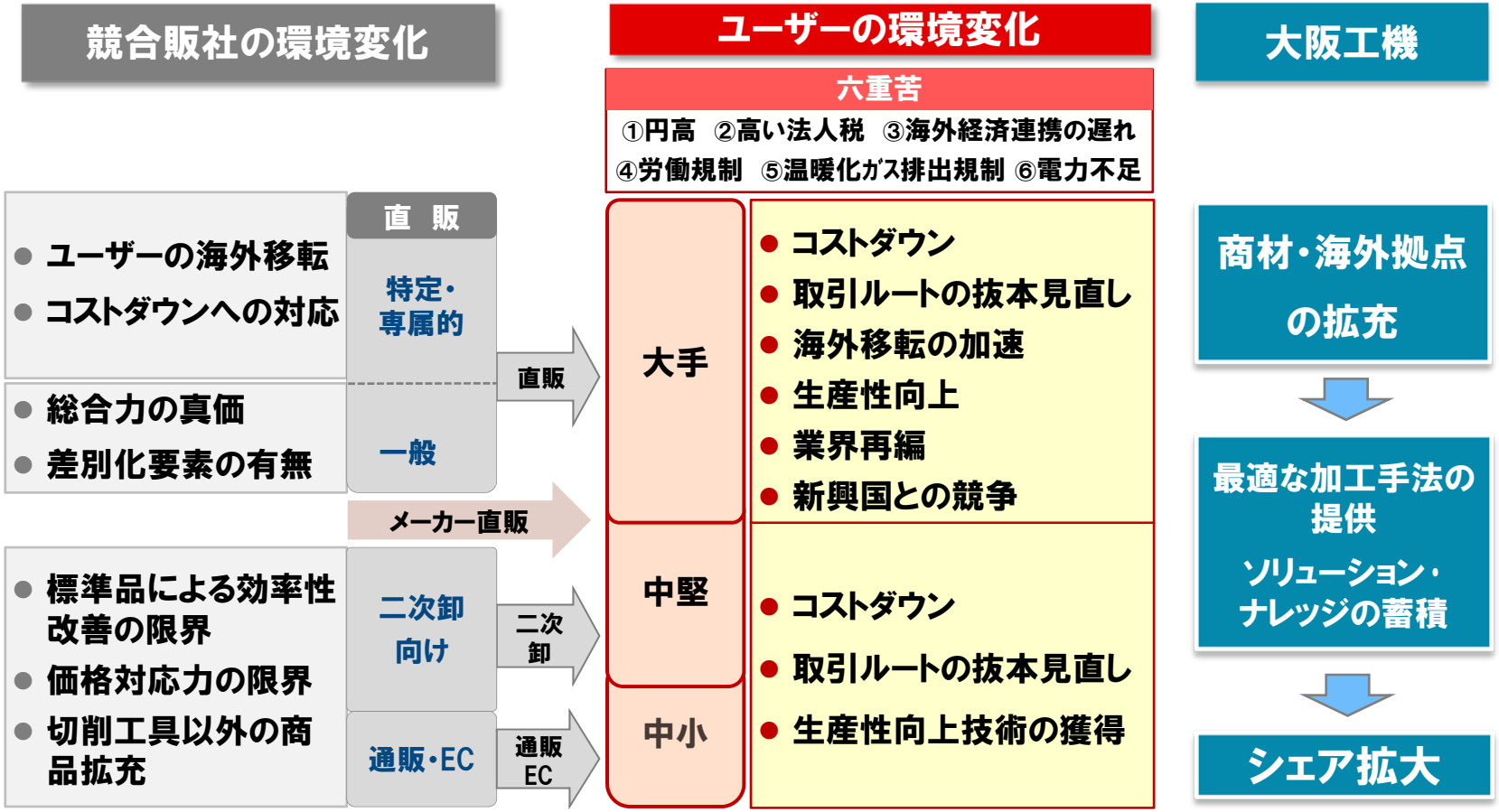


※1　決算期変更を補正

出所)「設備資材」、決算書など

事業環境認識

- ユーザーニーズに応えられる販社が選別される時代へ



業界NO.1に向けた成長戦略

モノづくりを主戦場に、切削工具事業を更に強化

戦略1．直販
①大手ユーザーを最適な加工手法提供により開拓
②当社が取扱う生産性の高い商品への置換え
③大手ユーザーに強い販社の囲い込み（M＆A）
特定業種の囲い込み・開拓、 耐摩事業の拡大

戦略2．一次卸
①中堅中小ユーザー・地域販社の取り込み
（地域拡大、Cominixグループの売上拡大）
②在庫力・知識力を駆使し商流の置換え（ルート換え）

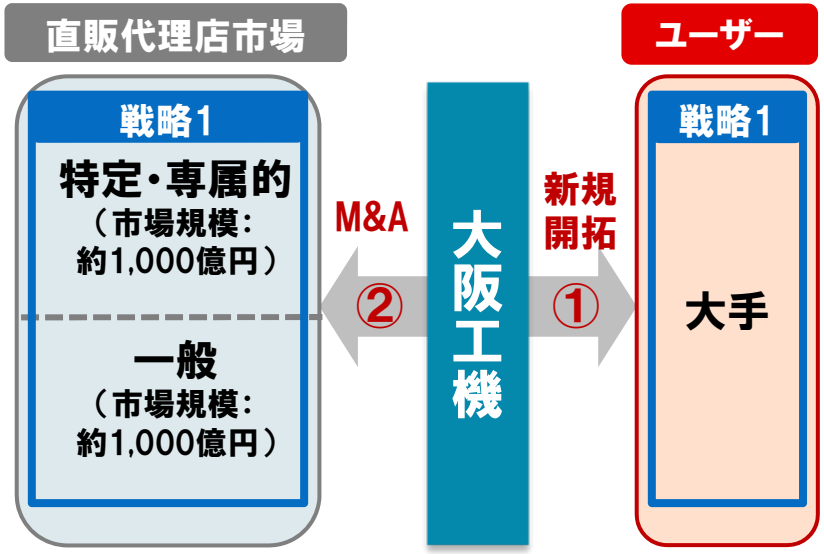
戦略3．海外
新興国拠点網の拡大

戦略1.直販　大手ユーザーを開拓・国内再編を主導

- 特定・専属的代理店
  - 納入を一手に請負うため、ユーザー動向に影響を受け経営が不安定

① 商品力・提案力を駆使し、大手ユーザーを直接開拓
② 当社の取扱う生産性の高い商品への置換え
③ 大手ユーザーに強い有力代理店の囲い込みへ、M&Aの活用
  - M&A後は切削工具に特化し、経営の安定と収益率を向上

大手ユーザーの開拓・再編



＊市場規模は推定

大阪工機のM&A実績

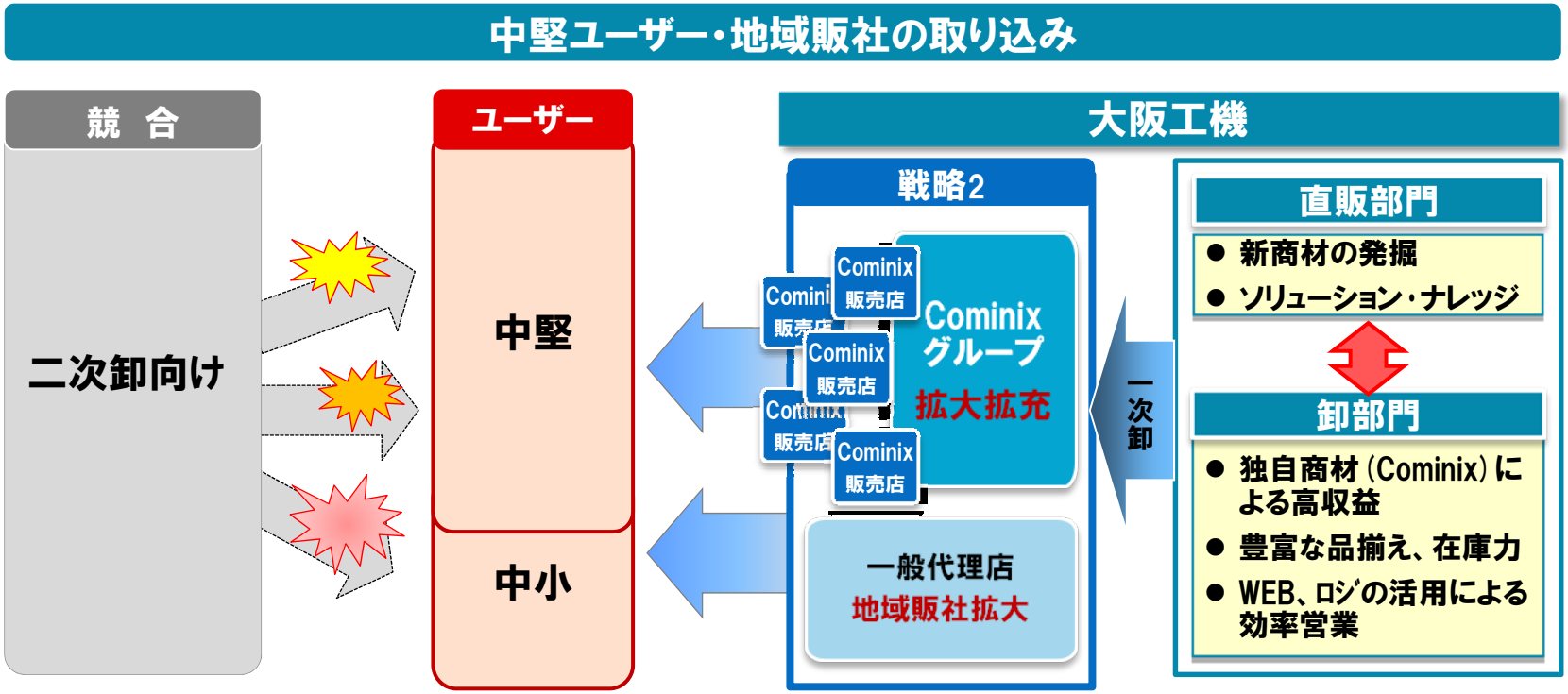
時期	社名
2003年	山崎兄弟会社を統合
2009年	武和テックを買収
2010年	CSTを吸収合併

戦略2.一次卸　中堅・中小ユーザー・地域販社の取り込み

- 規模の利益の最大化と、効率化の追求

① 直販で培った、最適な加工手法のソリューション・ナレッジの提供によるCominixグループの拡充・売上拡大

② 在庫力・知識力を駆使し、商流の置換え（ルート換え）



戦略3.海外　新興国拠点網の拡大

ユーザーの海外進出は絶好の好機

圧倒的な商品力 生産性向上に向けた提案力	海外進出に移行可能な 直販体制

コストダウン、生産性向上、品質維持、
安定調達サービス提供へ

海外事業の拡大

直販の情報をもとに
新規ユーザーの開拓

海外のノウハウを活かし
海外展開を現地で支援

ユーザーの
海外移転加速



Cominix

国内へのシナジー

海外で獲得したユーザー
の国内拠点を開拓

海外のノウハウを活かし
海外展開を支援

海外実績を国内新規取引へ

海外で獲得したユーザーの国内拠点を開拓

4. 2013年3月期 決算概要

Cominix



13年3月期 決算概要 ～損益計算書～

- 海外事業の成長と堅調に推移した耐摩工具の影響で、前期比+1.1％の増収。
- 営業拠点拡充に向けた先行投資としての人員増や新規上場に伴う費用増などにより販管費は増加、営業利益・経常利益は前期比で減益。
- 特別利益（保険解約益）の計上により、最終利益は前期比+21.4％の増益。

	2012年3月期		2013年3月期		
●損益計算書	（百万円）	（売上比）	（百万円）	（売上比）	（前年比）
売上高	14,900	100.0%	15,057	100.0%	101.1%
売上原価	12,005	80.6%	12,077	80.2%	100.6%
売上総利益	2,895	19.4%	2,980	19.8%	102.9%
販売費及び一般管理費	2,384	16.0%	2,556	17.0%	107.2%
営業利益	510	3.4%	423	2.8%	82.9%
営業外収益	63	0.4%	77	0.5%	121.3%
営業外費用	100	0.7%	60	0.4%	60.3%
経常利益	474	3.2%	440	2.9%	92.8%
特別利益	0	0.0%	61	0.4%	－
特別損失	9	0.1%	8	0.1%	89.0%
税引前当期純利益	464	3.1%	493	3.3%	106.1%
法人税等合計	240	1.6%	220	1.5%	91.8%
当期純利益	224	1.5%	273	1.8%	121.4%

13年3月期 決算概要 ～セグメント情報～

■セグメント別		2012年3月期 (百万円)	2012年3月期 (売上比)	2013年3月期 (百万円)	2013年3月期 (売上比)	2013年3月期 (前年比)
切削工具						
	売上高	10,480	100.0%	10,171	100.0%	97.1%
	売上総利益	2,071	19.8%	1,976	19.4%	95.4%
	セグメント利益	343	3.3%	207	2.0%	60.3%
耐摩工具						
	売上高	2,338	100.0%	2,389	100.0%	102.2%
	売上総利益	430	18.4%	457	19.1%	106.3%
	セグメント利益	219	9.4%	238	10.0%	108.7%
海外事業						
	売上高	1,398	100.0%	1,940	100.0%	138.8%
	売上総利益	305	21.9%	425	21.9%	139.1%
	セグメント利益	−19	−1.4%	−26	−1.3%	130.7%
光製品						
	売上高	683	100.0%	556	100.0%	81.4%
	売上総利益	88	13.0%	121	21.8%	136.5%
	セグメント利益	−31	−4.6%	4	0.9%	−15.6%

切削工具
- 前半はエコカー補助金等の影響を受けた自動車業界の需要拡大などにより堅調に推移したが、世界経済の減速や日系製造業の海外移転の進展等の影響により国内需要が減少し、前期比△2.9%減収。

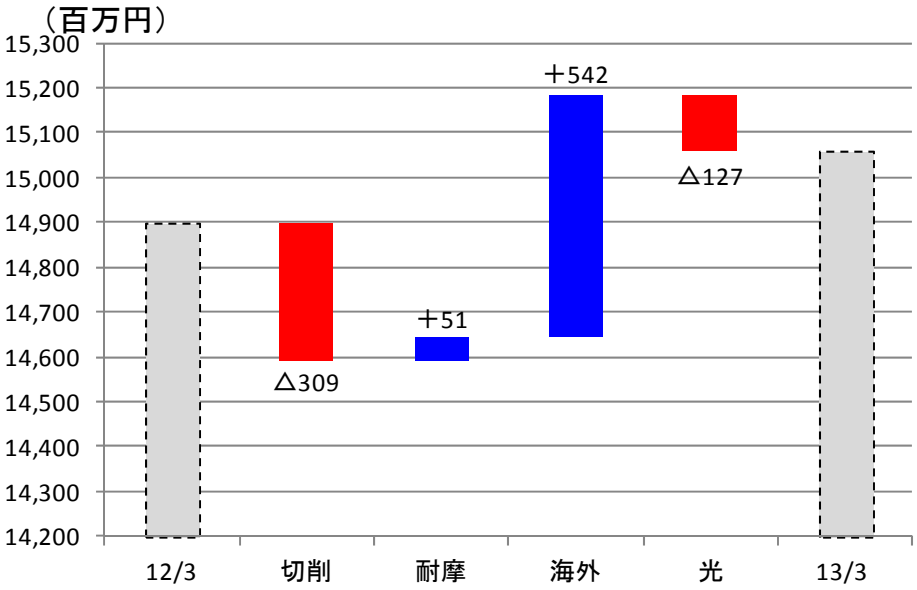
耐摩工具
- 前期から継続していた東日本大震災からの復興需要は上半期で一巡したものの、その後も製罐業界における圧倒的なシェアを武器に安定した業績を維持し、前期比＋2.2%増収。

海外
- 反日デモの影響を最小限に留めた中国や洪水被害からの復興需要のあったタイが海外事業を牽引、フィリピンも成長著しく、前期比＋38.8%増収。

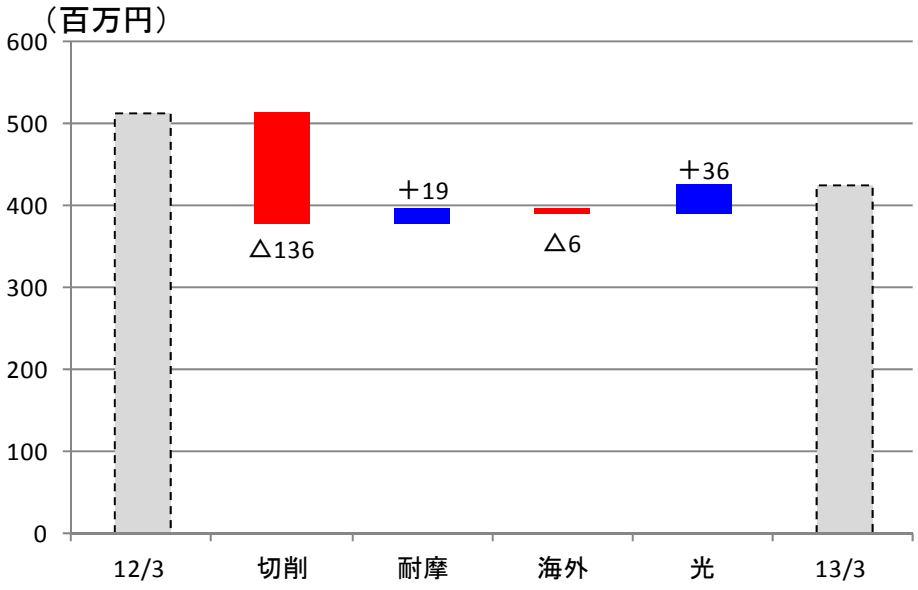
光製品
- 液晶パネル業界の市況悪化により、主力商品である液晶検査装置メーカー向け工業用照明の需要が減少しており、前期比△18.6%減収。セグメント損益は、在庫品の評価損を計上した前期から改善。

13年3月期 決算概要 ～セグメント前年比～

●売上高の増減



●営業利益の増減



13年3月期 決算概要 ～現地法人別～

	2012年3月期		2013年3月期		
■海外現地法人	（百万円）	（売上比）	（百万円）	（売上比）	（前年比）
DAIKOH（THAILAND）CO. , LTD					
売上高	190	100.0%	352	100.0%	185.4%
営業利益	−1	−0.7%	11	3.1%	−
中阪貿易（上海）有限公司					
売上高	966	100.0%	1,340	100.0%	138.7%
営業利益	76	7.9%	123	9.2%	161.4%
COMINIX（PHILIPPINES）, INC.					
売上高	93	100.0%	162	100.0%	173.4%
営業利益	−11	−12.4%	−3	−2.3%	−
PT. COMINIX INDONESIA					
売上高	0	0.0%	6	100.0%	−
営業利益	−3	0.0%	−18	−278.1%	−
COMINIX VIETNAM CO. , LTD					
売上高	0	0.0%	13	100.0%	−
営業利益	0	0.0%	−16	−124.8%	−
Cominix Mexico S.A. de C.V.					
売上高			0	−	−
営業利益			−4	−	−
COMINIX INDIA PRIVATE LIMITED					
売上高			0	−	−
営業利益			−6	−	−

DKT（タイ）

- 洪水被害からの復興需要の影響などにより売上高は前期比＋85.4%増収（現地通貨ベース＋61.1%）。営業損益も改善し黒字化。

中阪（中国）

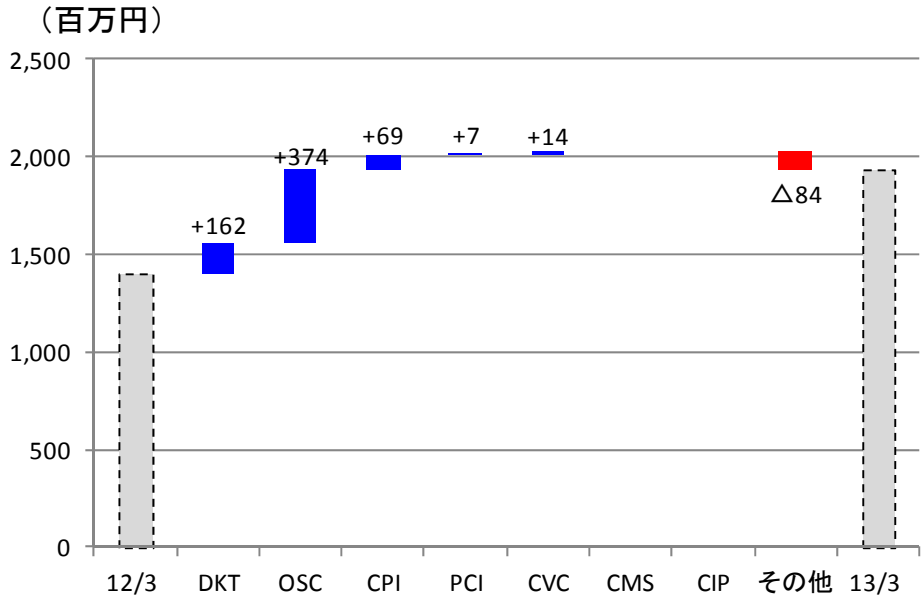
- 成長著しい中阪貿易は、反日デモによる影響を最小限に留め前期比＋38.7%増収（現地通貨ベース＋22.8%）。利益率も向上し、営業利益は＋61.4%増益（現地通貨ベース＋42.8%）。

その他

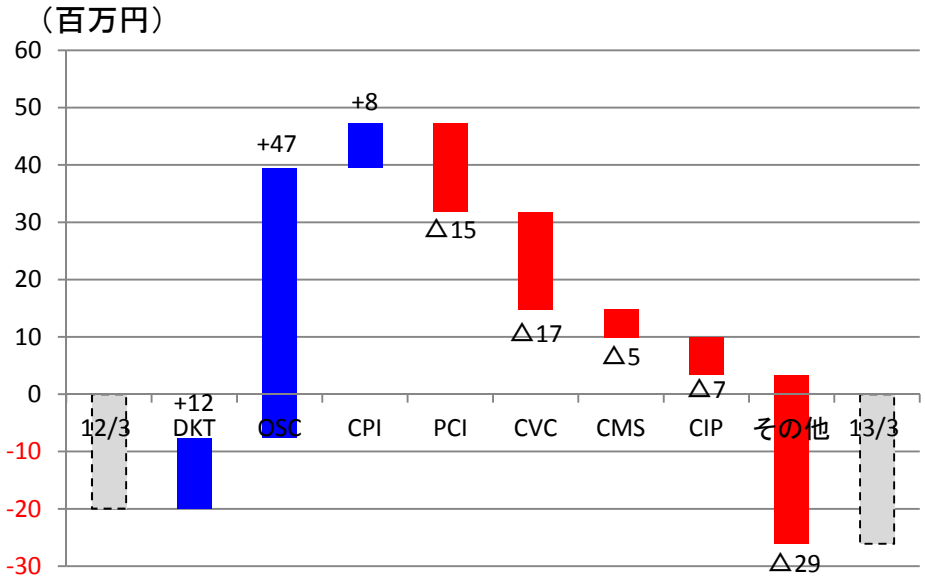
- CPI（フィリピン）は＋73.4%の増収（現地通貨ベース＋45.7%）、営業損失も縮小。
- 設立間もないPCI（インドネシア）、CVC(ベトナム)、CMS（メキシコ）、CIP（インド）は、低調に推移。

13年3月期 決算概要 ～現地法人前年比～

●売上高の増減



●営業利益の増減



13年3月期 決算概要 ～販管費～

- 国内外の営業拠点拡充に伴う人員増＋23人（12年3月末：226人→13年3月末：249人）等の影響により人件費は前年比+9.0％増加。地代家賃も前年比+10.3％増加。
- 成長著しい海外現地法人は前年比で増加するも、売上高比率は減少。

	2012年3月期		2013年3月期		
■勘定科目別	（百万円）	（売上比）	（百万円）	（売上比）	（前年比）
販売費及び一般管理費	2,384	16.0%	2,556	17.0%	107.2%
人件費	1,473	9.9%	1,606	10.7%	109.0%
荷造運賃	121	0.8%	122	0.8%	100.8%
地代家賃	133	0.9%	147	1.0%	110.5%
その他	657	4.4%	681	4.5%	103.7%

■法人別	（百万円）	（売上比）	（百万円）	（売上比）	（前年比）
OSK（日本）	2,195	15.8%	2,262	16.7%	103.1%
DKT（タイ）	49	26.0%	60	17.1%	122.2%
OSC（中国）	112	11.7%	150	11.2%	133.5%
CPI（フィリピン）	24	25.6%	32	20.2%	136.3%
PCI（インドネシア）	3	0.0%	18	277.7%	569.2%
CVC（ベトナム）	0	0.0%	20	150.2%	－
CMS（メキシコ）			4	－	－
CIP（インド）			6	－	－

13年3月期 決算概要 ～決算のポイント～

海外事業の成長と堅調に推移した耐摩工具の影響で、前期比で+1.1%の増収。

先行投資である人員増等の影響で営業・経常利益は減益、最終利益は増益を確保。

- 切削工具事業は、製造業全般の生産拠点の海外移転の進展等により国内需要が減少、前年比△2.9%の減収。
- **耐摩工具事業**は、前期から継続していた東日本大震災からの復興需要が上半期で一巡したものの、その後も製罐業界における圧倒的なシェアを武器に安定した業績を維持、前期比**+2.2%増収**。
- **海外事業**は、反日デモの影響を最小限に留めた中国や洪水被害からの復興需要のあったタイの現地法人が牽引、また3期目を迎えたフィリピンも成長著しく、前期比**+38.8%増収**。
- 光製品事業は、液晶パネル業界の市況悪化により、主力商品である液晶検査装置メーカー向け工業用照明の需要が減少しており、前期比△18.6%減収。

- 販売拠点の拡充策として、国内では**岐阜営業所**（9月）・**北上出張所**（10月）を開設、海外では**インド**（10月）・**メキシコ**（10月）に現地法人を設立。
- **フランスSMOC社・ドイツEWS社と総代理店契約を締結**し、ブローチ・旋盤用ターレット等の**新商材の取扱い**を開始。
- 11月に東京ビッグサイトで開催された**「JIMTOF2012」に**上記SMOC・EWS商品を始め、SGS、VARGUS、alfa-sys、REGO-FIXなどのメーカー品を**出展**。

5. 2014年3月期 事業計画

Cominix



14年3月期 事業計画 ～マネージャー制導入と組織改正～

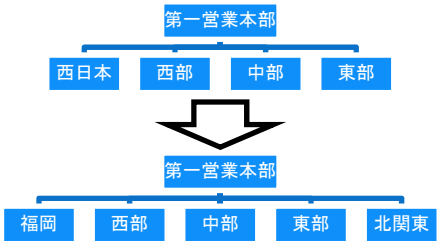
マネージャー制の導入

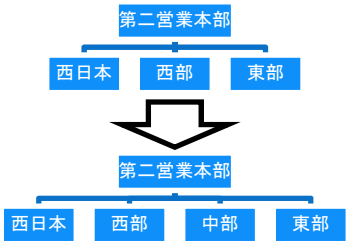
・マネージャーとは
　営業部門の各ブロックの長として1期2年を任期として任命する者を指す。

・導入の目的
① 営業戦略上、地域をブロック化し、地域拠点の集約や改廃がより円滑に行えるよう、各ブロックの長として位置づけと職務を明確にすること
② 勤続年数、等級だけでなく、一定の範囲から能力と意欲のある人材を積極的に登用する道を開くこと
③ 本来の意味でのマネージメント業務に特化したポジションを設定し、企業組織を強化・活性させること
④ 幹部職を担う社員の意識と能力の向上を図ること
⑤ 幹部職として組織に貢献できる人材を育成すること

組織改正

・主な改正点
① 北関東営業所を北関東支店に昇格し、長岡出張所を管轄とする。
② 中部第二営業部を新設し、岐阜営業所、名古屋営業2課、浜松東出張所を管轄とする。
③ 西日本第一営業部を福岡支店に改称し、福岡営業1課を管轄とする。





14年3月期 事業計画 ～損益計画～

- 成長著しい海外事業や戦略地域への販売拠点拡充と新規商材取扱いの効果を見込む切削工具事業の影響で前期比15.0％の増収を見込む。
- 人員増等の影響で販管費は増加するものの売上高比率は改善し営業利益は24.7％増益。
- 前期の特別利益計上の反動減により当期純利益は6.4％の増益に留まる見込み。

【連結】	2013年3月期		2014年3月期（計画）		
●損益計算書	（百万円）	（売上比）	（百万円）	（売上比）	（前年比）
売上高	15,057	100.0%	17,312	100.0%	115.0%
売上原価	12,077	80.2%	13,969	80.7%	115.7%
売上総利益	2,980	19.8%	3,343	19.3%	112.2%
販売費及び一般管理費	2,556	17.0%	2,815	16.3%	110.1%
営業利益	423	2.8%	528	3.1%	124.7%
経常利益	440	2.9%	518	3.0%	117.6%
当期純利益	273	1.8%	290	1.7%	106.4%

14年3月期 事業計画 ～セグメント別計画～

		2013年3月期		2014年3月期（計画）		
■セグメント別		（百万円）	（売上比）	（百万円）	（売上比）	（前年比）
切削工具						
	外部売上高	10,171	100.0%	11,694	100.0%	115.0%
	セグメント損益	207	2.0%	288	2.5%	139.4%
耐摩工具						
	外部売上高	2,389	100.0%	2,308	100.0%	96.6%
	セグメント損益	238	10.0%	246	10.7%	103.7%
海外事業						
	外部売上高	1,940	100.0%	2,710	100.0%	139.7%
	セグメント損益	−26	−1.3%	−13	−0.5%	−
光製品						
	外部売上高	556	100.0%	600	100.0%	107.9%
	セグメント損益	4	0.9%	5	1.0%	121.5%

切削工具
- 戦略地域への販売拠点拡充の効果や新規商材の取扱いに伴う航空機業界への販売増などを見込み前期比15.0%の増収の計画。

耐摩工具
- 製罐業界における圧倒的なシェアを背景に安定的な業績を見込むが、前期まで継続した東日本大震災の復興需要が一巡した反動減で前期比△3.4%減収の見込み。

海外
- 海外事業の成長を牽引する中国・タイの現地法人の他、フィリピンの現地法人も成長著しく前期比約40%の増収を見込む。

光製品
- LED関連商品などの売上増を見込み前期比＋7.9%増収。

6.利益配分に関する基本方針

Cominix



利益配分に関する基本方針及び年間配当金（予想）

利益配分に関する基本方針

将来の事業展開と経営体質強化に必要な内部留保を考慮しつつ、株主の皆様への安定的な配当の継続に努める

	年間配当金 円 銭					配当性向（連結） %
	第1四半期末	第2四半期末	第3四半期末	期末	合計	
2013年3月期	―	―	―	21.00	21.00	26.4
2014年3月期（予想）	―	11.00	―	11.00	22.00	26.0

【中間配当の実施】
株主の皆様への利益還元の機会を充実させるため、2014年3月期より中間配当を実施

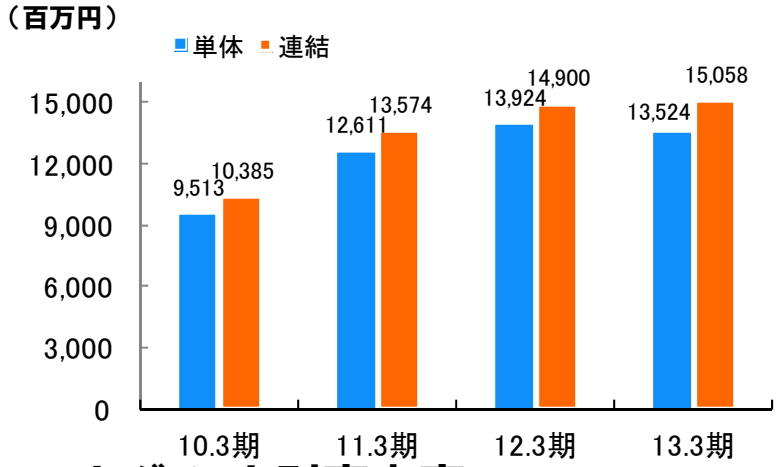
7. 業績ハイライト

Cominix

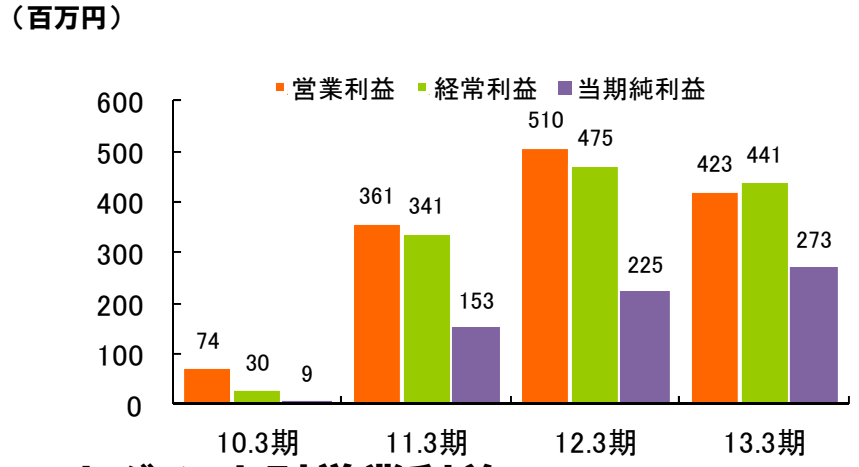


業績ハイライト

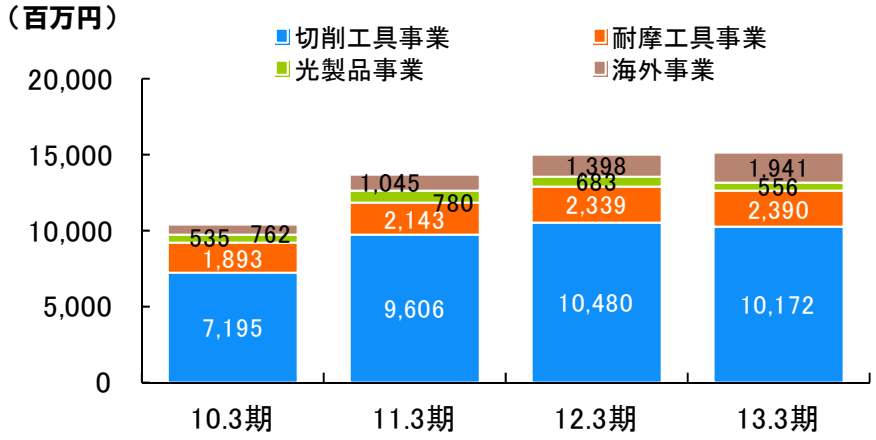
● 売上高



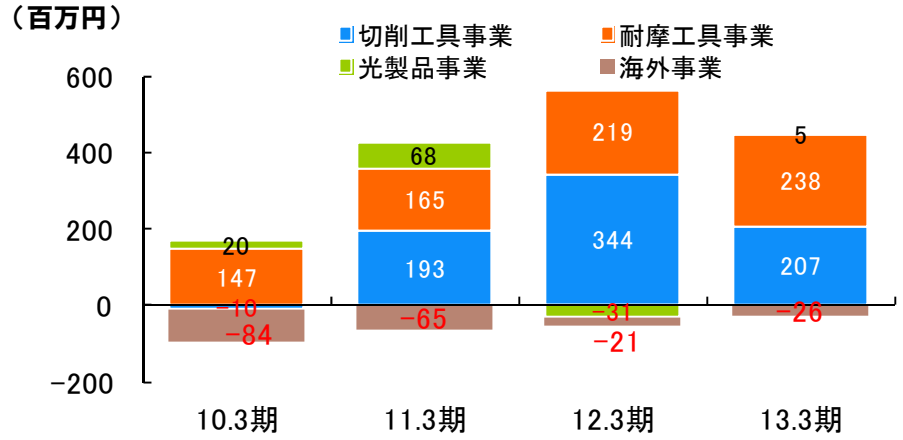
● 利益



● セグメント別売上高

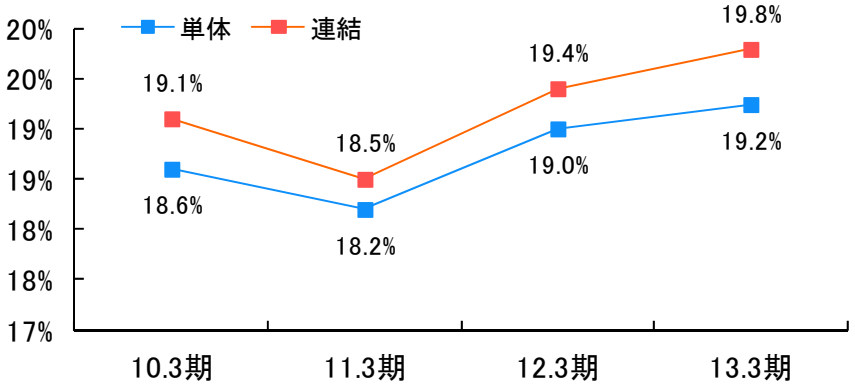


● セグメント別営業利益

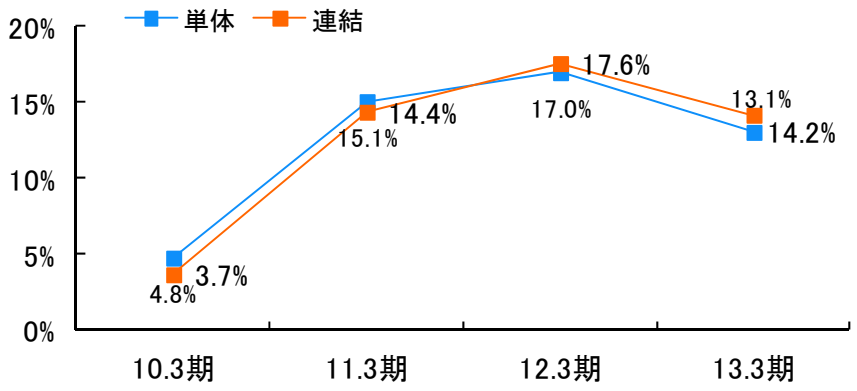


業績ハイライト

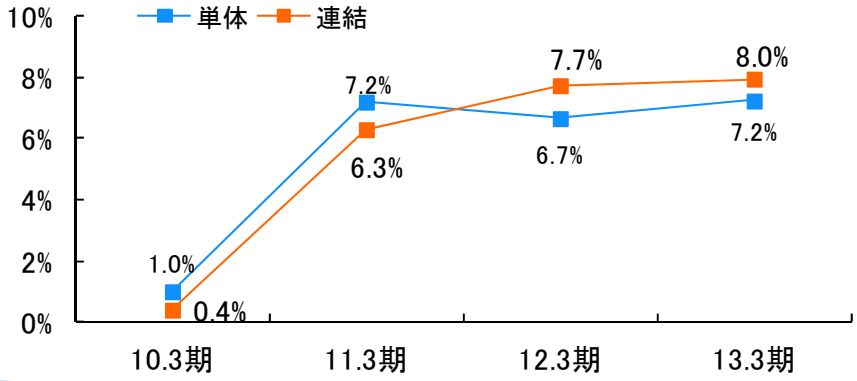
● 売上総利益率



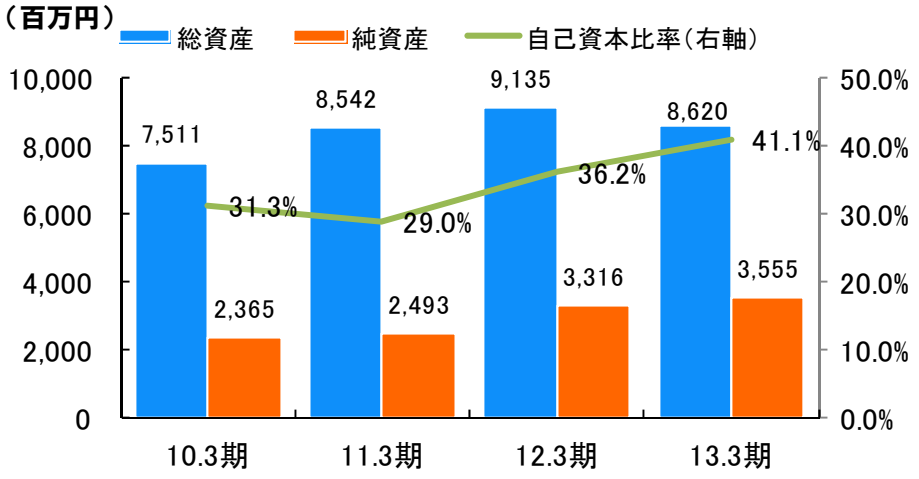
● OPマージン率（営業利益/粗利益）



● ROE



● 純資産、総資産の推移



本資料には、将来の業績に関る記述が含まれています。こうした記述は、将来の業績を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。将来の業績は、経営環境の変化などにより、計画数値と異なる可能性があることにご留意ください。又、本資料は情報の提供のみを目的としており、取引の勧誘を目的としておりません。

【お問合せ先】

大阪工機株式会社　　**経営企画室**

TEL:06-7711-7100　/　FAX:06-7711-7060

〒542-0061
大阪市中央区安堂寺町1-6-7