

# 2009年9月期決算説明会

---

2009年11月12日



**高千穂交易株式会社**

**TAKACHIHO KOHEKI CO.,LTD.**

# 2009年9月期の決算概要



**高千穂交易株式会社**

**TAKACHIHO KOHEKI CO.,LTD.**

# 2009年9月期 連結業績ハイライト

## 売上高について

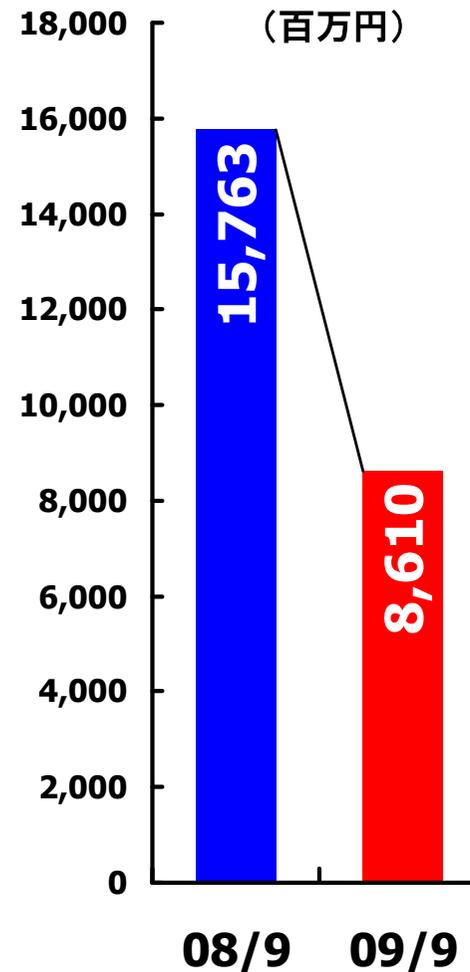
- ◆ システム機器事業、デバイス事業、カスタマ・サービス事業ともに前年実績を下回る
- ◆ 特にデバイス事業の大幅な減収が全体に大きく影響

## 利益について

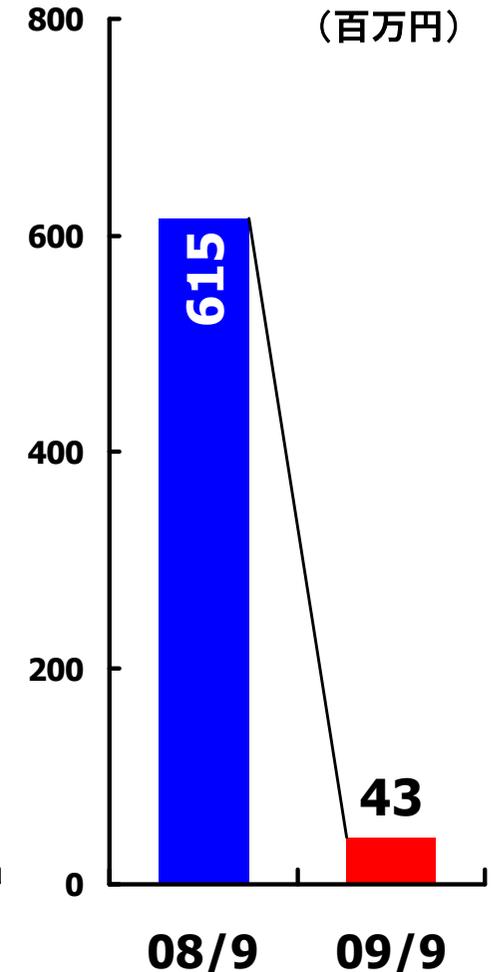
- ◆ 大幅な減収も、粗利益率の改善や販管費の大幅な削減に注力した結果、経常利益ベースでは黒字を確保

	08/9	09/9	前期比 (%)
売上高	15,763	8,610	△45.4
営業利益	520	45	△91.2
経常利益	615	43	△92.9
当期純利益	285	△8	—

## 【売上高】



## 【経常利益】



## 2009年9月期 連結業績の詳細

粗利益率の改善、販管費の圧縮など収益性向上に注力 (百万円)

項目	08/9		09/9				
	実	績	実	績	売上比%	前期差	増減率%
売上高	15,763		8,610		100.0	△7,152	△45.4
粗利益	3,065		2,078		24.1	△987	△32.2
粗利益率	19.4%		24.1%		-	4.7%	-
販売管理費	2,544		2,032		23.6	△511	△20.1
営業利益	520		45		0.5	△475	△91.2
経常利益	615		43		0.5	△572	△92.9
当期純利益	285		△8		-	△294	-
人員	370		368		-	△2	△0.5

## ● 半期毎の業績推移

(百万円)

項目	08/上期	08/下期	09/上期	対08/下期差
売上高	15,763	10,404	8,610	△1,794
粗利益	3,065	2,158	2,078	△80
粗利益率	19.4%	20.7%	24.1%	3.4%
販売管理費	2,544	2,223	2,032	△191
営業利益	520	△64	45	109
経常利益	615	73	43	△30
当期純利益	285	△109	△8	101
人員	370	368	368	0

# スリム化対策による販管費の削減状況

(百万円)

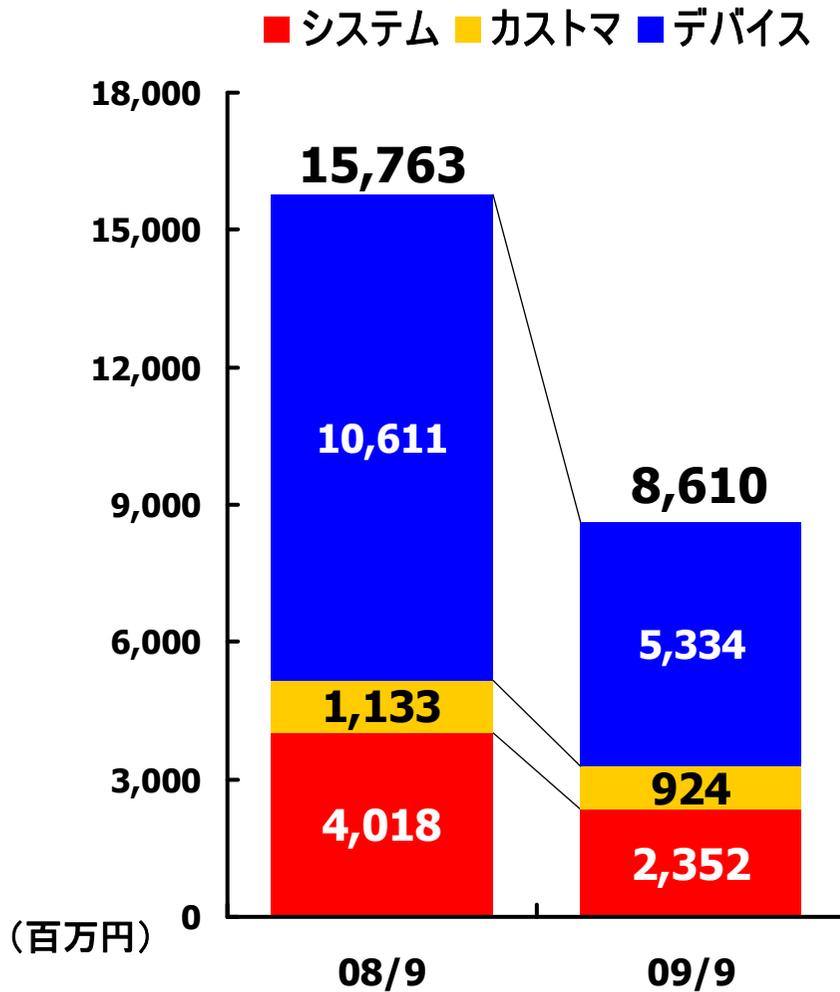
	08/9	09/9	前期差	前期比(%)
販売費及び一般管理費	2,544	2,032	△511	△20.1
人件費	1,346	1,190	△156	△11.6
物件費	1,197	842	△355	△29.7
支払手数料	238	148	△90	△37.9
旅費交通費	130	72	△58	△44.9
賃借料	278	253	△24	△8.8
消耗品費	37	21	△15	△42.0
広告費	28	13	△15	△53.9
交際費	33	24	△8	△26.3

## 主な販売費及び一般管理費の削減のポイント

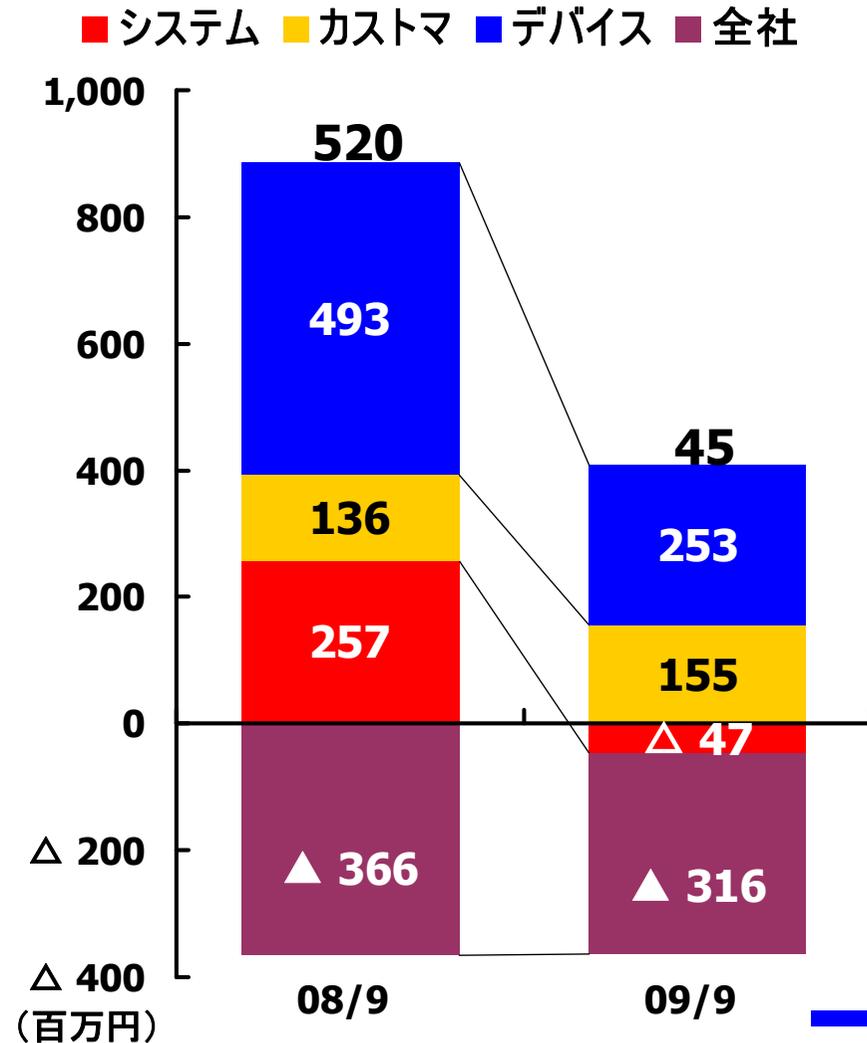
- ◆ 役員及び管理職層の賃金カット等により、人件費が減少
- ◆ 営業活動の効率化やWeb会議システムの利用促進などにより、旅費交通費を大幅に削減
- ◆ 交際費予算の削減と広告宣伝活動の縮小により、交際費及び広告費を削減

# セグメント別業績のハイライト

【売上高】



【営業利益】

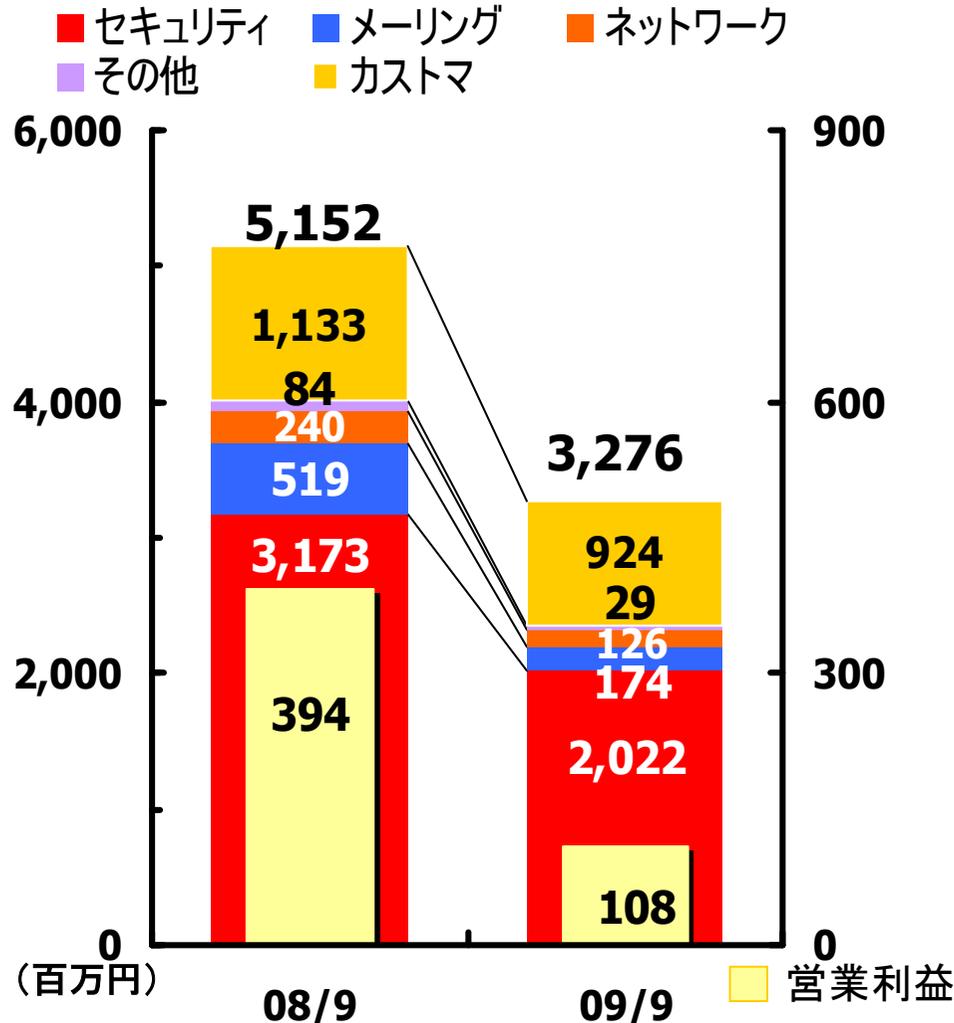


# セグメント別業績のハイライト(資料)

(百万円)

	08/9	09/9	前期差	前期比(%)	前期比寄与度(%)
売上高	15,763	8,610	△7,152	△45.4	△45.4
システム機器事業	4,018	2,352	△1,666	△41.5	△10.6
構成比(%)	25.5	27.3	—	—	—
カスタマ・サービス事業	1,133	924	△209	△18.5	△1.3
構成比(%)	7.2	10.7	—	—	—
デバイス事業	10,611	5,334	△5,276	△49.7	△33.5
構成比(%)	67.3	62.0	—	—	—
営業利益	520	45	△475	△91.2	△91.2
システム機器事業	257	△47	△305	—	△58.6
カスタマ・サービス事業	136	155	19	14.2	3.7
デバイス事業	493	253	△239	△48.6	△46.0
全社共通	△366	△316	49	—	—

# システム機器+カスタマ・サービス事業の業績



## 売上高について

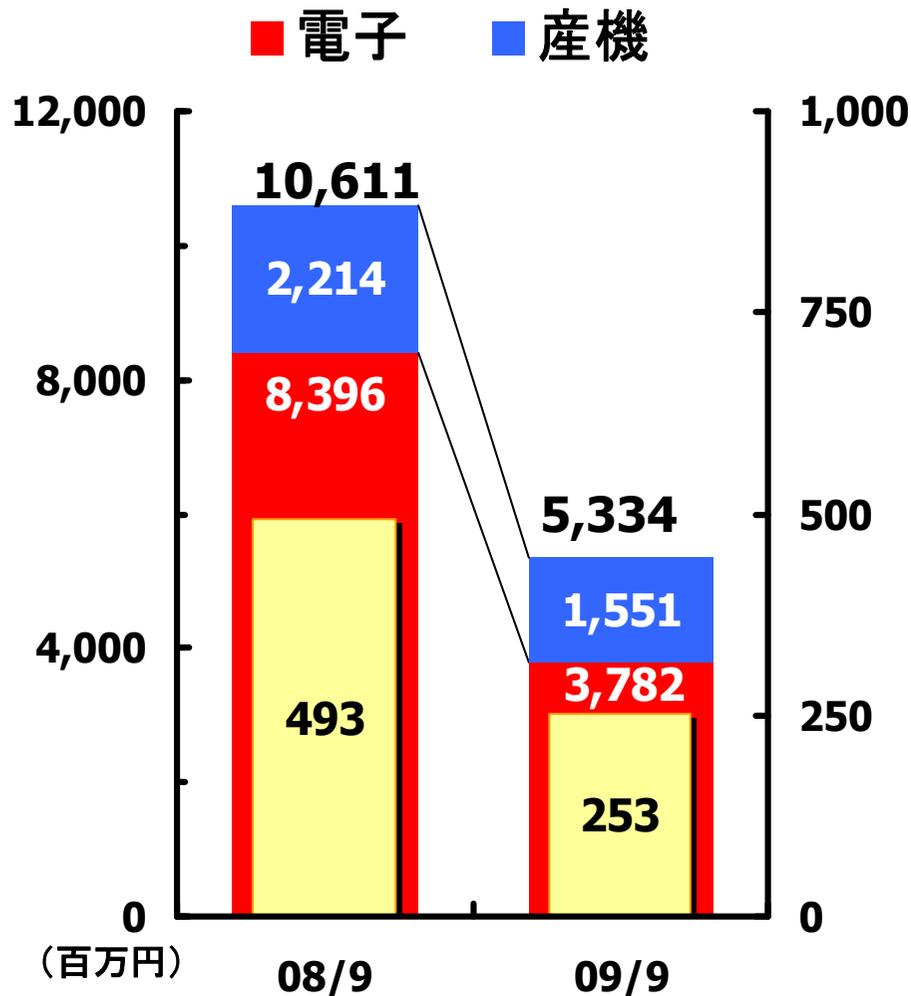
- ◆ セキュリティ商品類は、GMSなどの大手既存顧客の設備投資抑制の影響が大きく減収
- ◆ メーリング事業は、大手顧客へのメールインサーティングシステムの販売が一巡
- ◆ カストマ・サービス事業は、システムの納入・設置案件が減少

## 営業利益について

- ◆ カストマ・サービス事業は、外注コストの低減に努め増益
- ◆ システム機器事業では、大幅な減収の影響が大きく営業赤字 (百万円)

システム+カスタマ	08/9	09/9	前期比 (%)
売上高	5,152	3,276	△36.4
営業利益	394	108	△72.5

# ● デバイス事業の業績



## 売上高について

- ◆ 電子商品類は、大手電機メーカー等の生産が回復しつつあるものの、比較的好調だった前年実績には大きく及ばず減収(△55.0%)
- ◆ 産機商品類は、住設市場向けの販売が好調に推移したものの、主力のATM向けの販売が低調に推移

## 営業利益について

- ◆ 電子商品類において、相対的に粗利益率が低い民生品向けの販売が減少したことや、付加価値提案が奏功したことなどから、粗利益率が改善したものの、大幅な減収の影響により減益 (百万円)

デバイス事業	08/9	09/9	前期比 (%)
売上高	10,611	5,334	△49.7
営業利益	493	253	△48.6

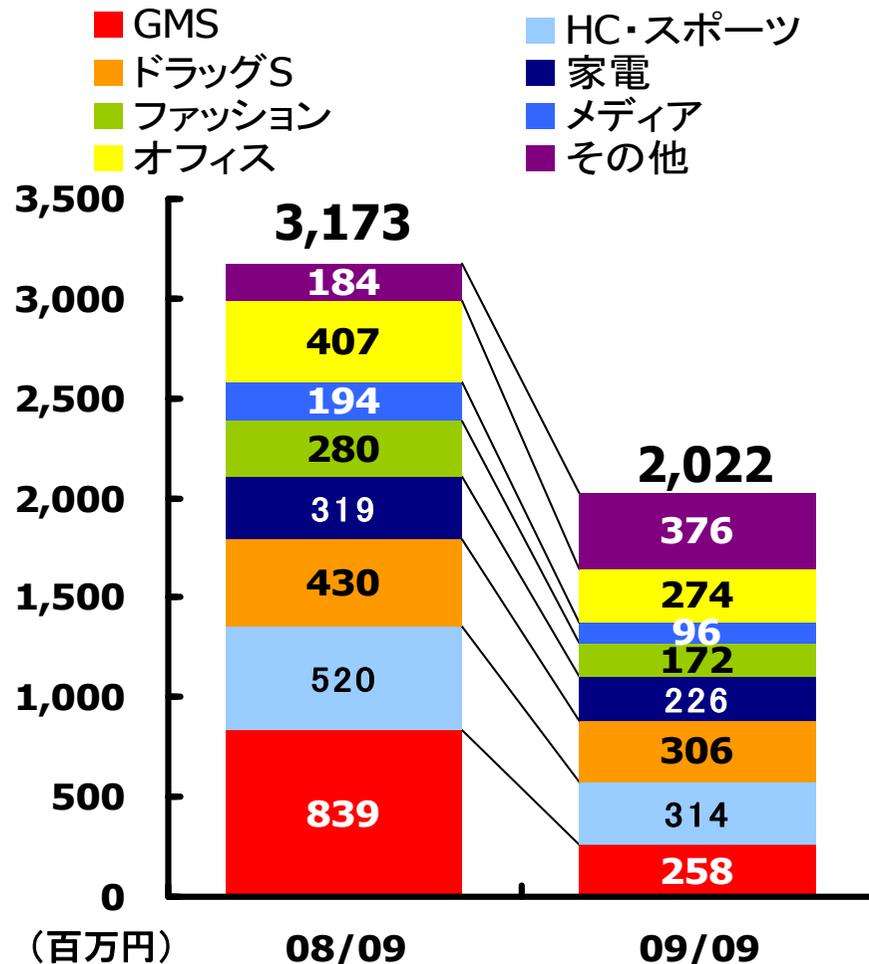
## ● プロダクト別業績(資料)

(百万円)

項目	08/9		09/9			
	実	績売上比%	実	績売上比%	前期差	増減率%
システム機器	4,018	100.0	2,352	100.0	△1,666	△41.5
セキュリティ	3,173	79.0	2,022	86.0	△1,151	△36.3
ネットワーク	240	6.0	126	5.4	△114	△47.5
メーリング	519	12.9	174	7.4	△345	△66.5
その他	84	2.1	29	1.2	△54	△64.9
デバイス	10,611	100.0	5,334	100.0	△5,276	△49.7
電子	8,396	79.1	3,782	70.9	△4,613	△55.0
産機	2,214	20.9	1,551	29.1	△662	△29.9
カスタマサービス	1,133	100.0	924	100.0	△209	△18.5

# ● セキュリティプロダクトの業績

## 小売業を中心とする企業の設備投資抑制の影響により大幅減収



### セキュリティプロダクトの業績のポイント

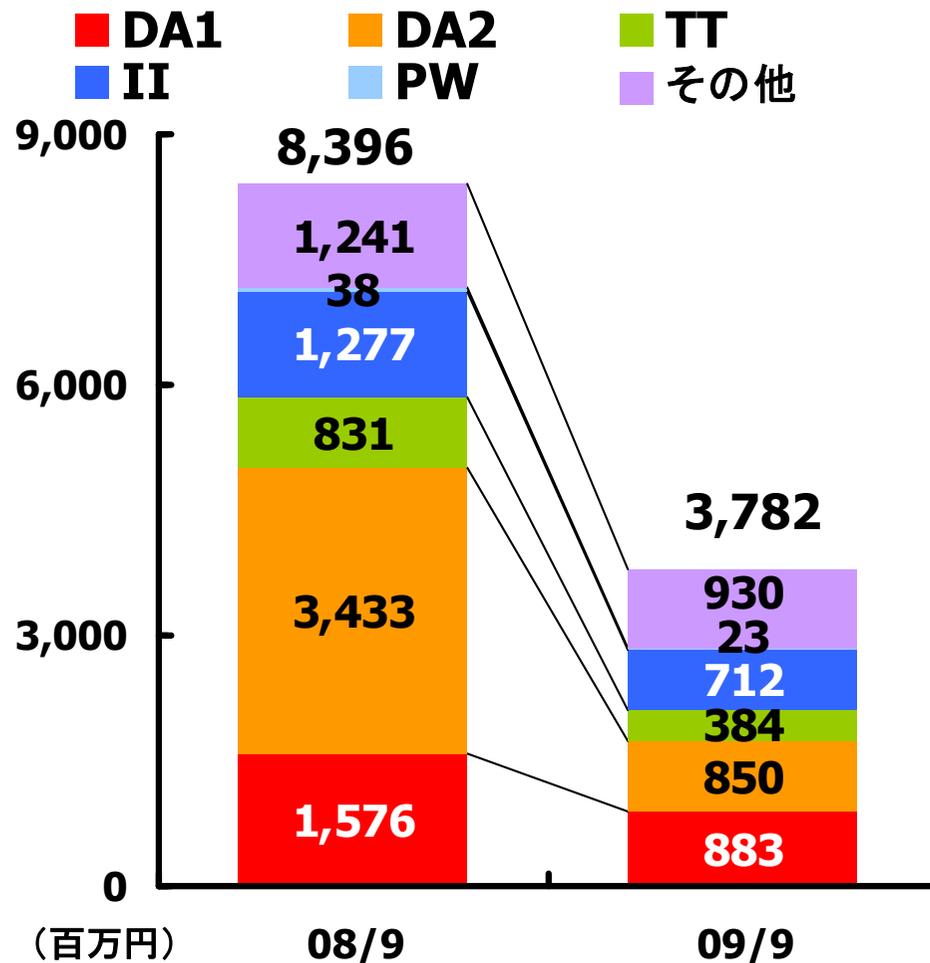
- ◆ 小売業の新規出店の見直しなど、設備投資の抑制を受け、GMS市場などを中心に前年実績を大幅に下回る
- ◆ オフィスセキュリティ市場では、前年度の大型案件の一巡や、企業の設備投資抑制の影響により減少
- ◆ 海外製品に内蔵される防犯タグの販売が好調に推移し、その他市場が増加

セキュリティプロダクト	08/9	09/9	前期比 (%)
売上高	3,173	2,022	△36.3

(百万円)

# ● 電子プロダクトの業績

## 民生品向け半導体の販売が大きく減少



### 電子プロダクトの業績のポイント

- ◆ 前年度実績に大きく貢献した、無線LAN向けや液晶モジュール向け半導体など、民生品向け分野の販売が大きく減少
- ◆ 携帯電話向け小型マイクが大手電機メーカーの幅広い機種に採用
- ◆ アミューズメント向け半導体が好調を維持
- ◆ 大手電機メーカーの生産は、前年水準には及ばないものの、徐々に回復傾向

電子プロダクト	08/9	09/9	前期比 (%)
売上高	8,396	3,782	△55.0

# ● 電子プロダクト(メモ)

---

## 市場区分

DA1: デジタルアプライアンス: モバイル系(携帯電話、デジタル・カメラ等)

DA2: デジタルアプライアンス(液晶テレビ、パソコン、プリンター等)

II : インダストリーインフラ(測定器、医療機器、放送設備、通信基地局等)

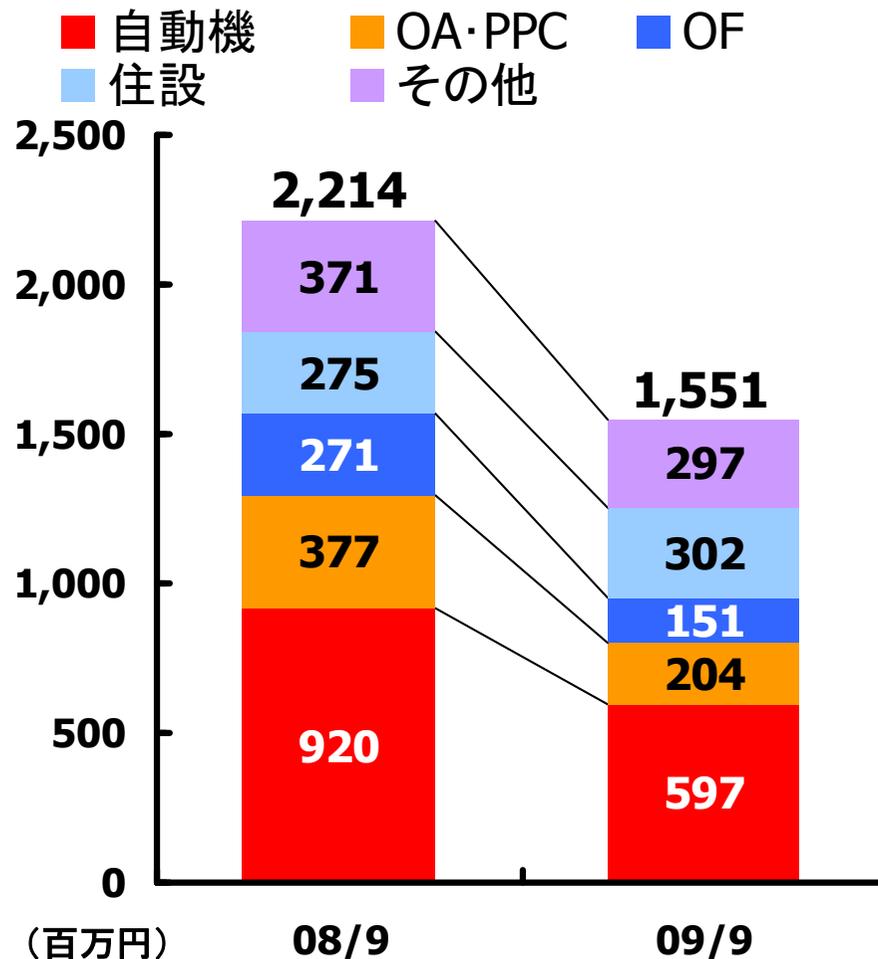
TT : カーDVDナビゲーター等

PW : パワー(電源関係)

その他 : アミューズメント設備、代理店販売等

# 産機プロダクトの業績

## 主力の自動機市場向け機構部品の販売が大きく減少



### 産機プロダクトの業績のポイント

- ◆ 金融機関の設備投資抑制を受け、前年度中国向けなどを中心に好調であったATM向け機構部品の販売が大きく減少
- ◆ 複合機市場においては、大手顧客の減産の影響を受け減少
- ◆ OF市場においては、設備投資の抑制の影響でメーカーの生産が大幅に減少
- ◆ IHクッキングヒーター向け機構部品の販売を中心に住設市場が好調に推移

(百万円)

産機プロダクト	08/9	09/9	前期比 (%)
売上高	2,214	1,551	△29.9

# ● 産機プロダクト(メモ)

---

## 市場区分

自動機:ATM(現金自動預け払い機)、券売機、釣銭機、自動販売機等

OA・PPC:複合機、コピー機、プリンター、印刷機等

OF(オフィス家具) :キャビネット、机、椅子等

住設 :住宅設備、システムキッチン、福祉機器、引き戸、昇降棚等

その他:上記以外で半導体製造装置等産業機器、ゲーム機、アミューズメント  
設備、車両、パチンコ台間機等

# 連結貸借対照表のポイント

(百万円)

	09/3	09/9	構成比 (%)	増減
流動資産	15,052	14,913	87.1	△138
現金預金	4,769	5,763	33.6	993
受取手形及び売掛金	5,960	4,939	28.8	△1,020
商品及び製品	3,792	3,178	18.6	△613
固定資産	2,324	2,217	12.9	△107
有形固定資産	646	626	3.7	△19
無形固定資産	59	54	0.3	△4
投資その他資産	1,618	1,535	9.0	△83
資産合計	17,376	17,130	100.0	△246
流動負債	2,963	2,749	16.0	△214
支払手形及び買掛金	2,050	1,920	11.2	△130
固定負債	919	931	5.4	12
純資産	13,494	13,449	78.5	△44
負債純資産合計	17,376	17,130	100.0	△246

## B/Sのポイント

- ◆ **現金預金の増加**  
売上高減少に伴い、運転資金負担が軽減したことから、現金預金が大幅に増加
- ◆ **商品及び製品(在庫)の圧縮**  
スリム化対策による在庫の圧縮が奏功し、商品及び製品が減少
- ◆ **自己資本比率78.3%**  
自己資本比率は09年3月対比で微増(77.5%→78.3%)

# ● 連結キャッシュ・フロー計算書のポイント

(百万円)

	08/9	09/9	前期差
営業活動によるキャッシュフロー	446	1,513	1,067
投資活動によるキャッシュフロー	61	△883	△945
財務活動によるキャッシュフロー	△138	△143	△5
現金及び現金同等物の増減額	335	493	158
現金及び現金同等物の期首残高	3,275	4,769	1,494
現金及び現金同等物の四半期末残高	3,610	5,263	1,652

## キャッシュ・フロー計算書のポイント

- ◆ **営業キャッシュ・フローが大幅に増加**  
売上規模の縮小に伴い、運転資金負担が軽減したことを主因に、営業活動によるキャッシュ・フローが前期に比べ約3.4倍に増加
- ◆ **投資活動によるキャッシュ・フローが減少**  
手元資金の効率的な運用を企図して、一部資金を定期預金へ預入れた(10億円)ため、投資活動によるキャッシュ・フローが減少

## 株主還元策について

	1株あたり 年間配当金	内中間配当	配当性向:連結
2006年3月期	24円00銭	12円00銭	29.1%
2007年3月期	28円00銭	14円00銭	31.7%
2008年3月期	28円00銭	14円00銭	116.8%
2009年3月期	28円00銭	14円00銭	160.5%
2010年3月期	24円00銭	12円00銭	(見込み) 161.8%

### 株主還元策に関するポイント

#### ◆ 配当予想を年間28円から24円に修正

当社では、安定・継続的な配当の実施を基本方針としておりますが、足許の収益状況や先行きの見通しも総合的に勘案した結果、1株あたりの年間配当金予想を従来の28円から24円に修正させていただきました。

#### ◆ 株主優待は継続実施

当社は、株主優待として単元株(100株)保有の株主様に、「おこめ券」年間6kg分(内中間期3kg)を一律して提供しております。株主優待については、従来どおり継続実施する予定です。

# 今後の見通し



# 2010年3月期 通期業績見通し

大幅な減収予想も、粗利益率の改善と販管費の圧縮に注力

(百万円)

	09/3	10/3予想		前期差	前期比 (%)
		当初	10月16日 修正		
売上高	26,167	21,100	18,600	△7,567	△28.9
粗利益	5,223	5,100	4,420	△803	△15.4
粗利益率(%)	20.0	24.2	23.8	3.8	—
販売費及び一般管理費	4,767	4,480	4,085	△682	△14.3
販管费率(%)	18.2	21.2	22.0	3.8	—
営業利益	456	620	335	△121	△26.6
営業利益率(%)	1.7	2.9	1.8	0.1	—
経常利益	688	630	330	△358	△52.0
経常利益率(%)	2.6	3.0	1.8	△0.8	—
当期純利益	176	330	150	△26	△15.0
当期純利益率(%)	0.7	1.6	0.8	0.1	—

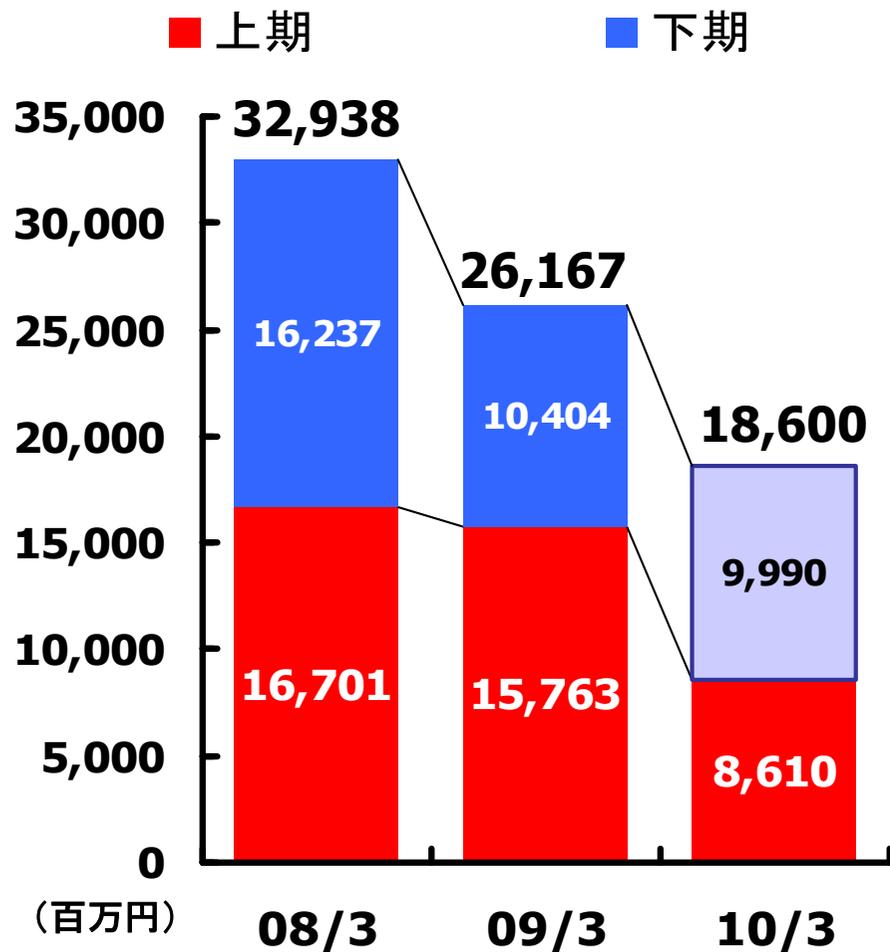
## 半期毎の業績推移計画

(百万円)

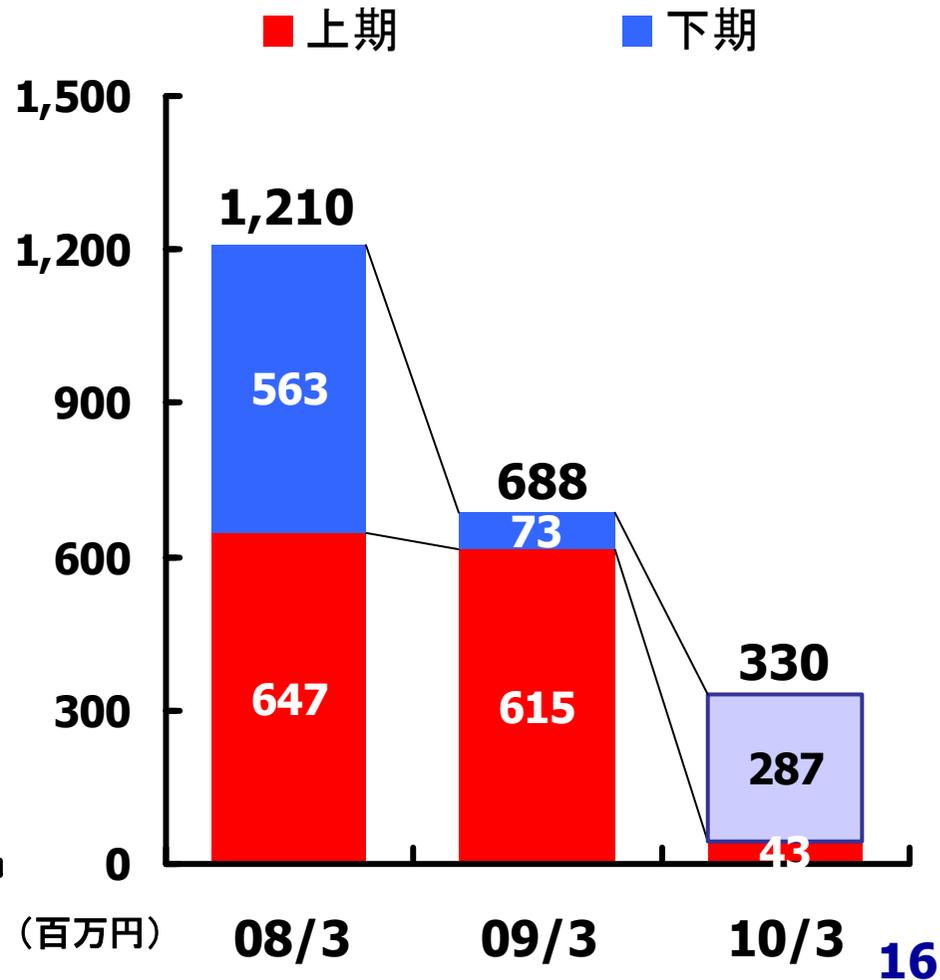
項目	08/上期	08/下期	09/上期	09/下期
売上高	15,763	10,404	8,610	9,900
粗利益	3,065	2,158	2,078	2,342
粗利益率	19.4%	20.7%	24.1%	23.7%
販売管理費	2,544	2,223	2,032	2,053
営業利益	520	△64	45	290
経常利益	615	73	43	287
当期純利益	285	△109	△8	158

# ● 下期の業績見通し

## 【売上高半期別推移】



## 【経常利益半期別推移】



# 2010年3月期 連結業績計画

## 売上高について

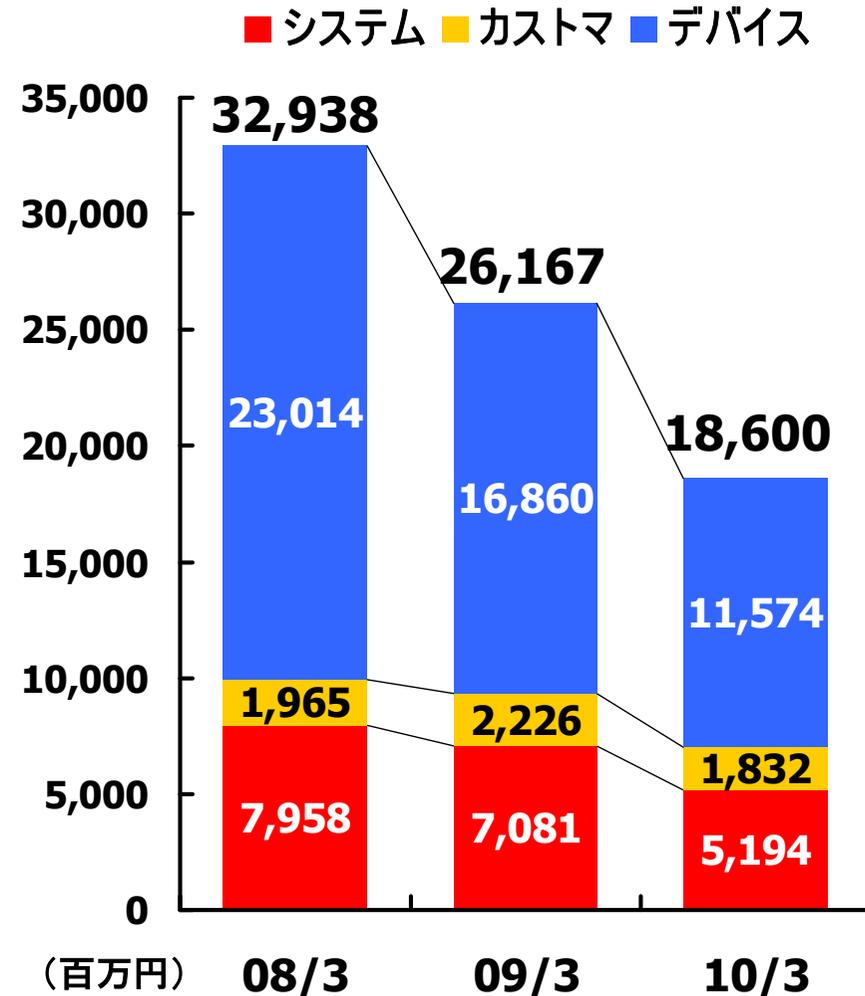
- ◆ システム機器事業では、新規顧客、新規市場の開拓活動を強化
- ◆ デバイス事業では、付加価値提案の強化を図り収益性の向上に重点

## 利益について

- ◆ 上期に引続き、粗利益率の改善と販管費の圧縮を強化

(百万円)

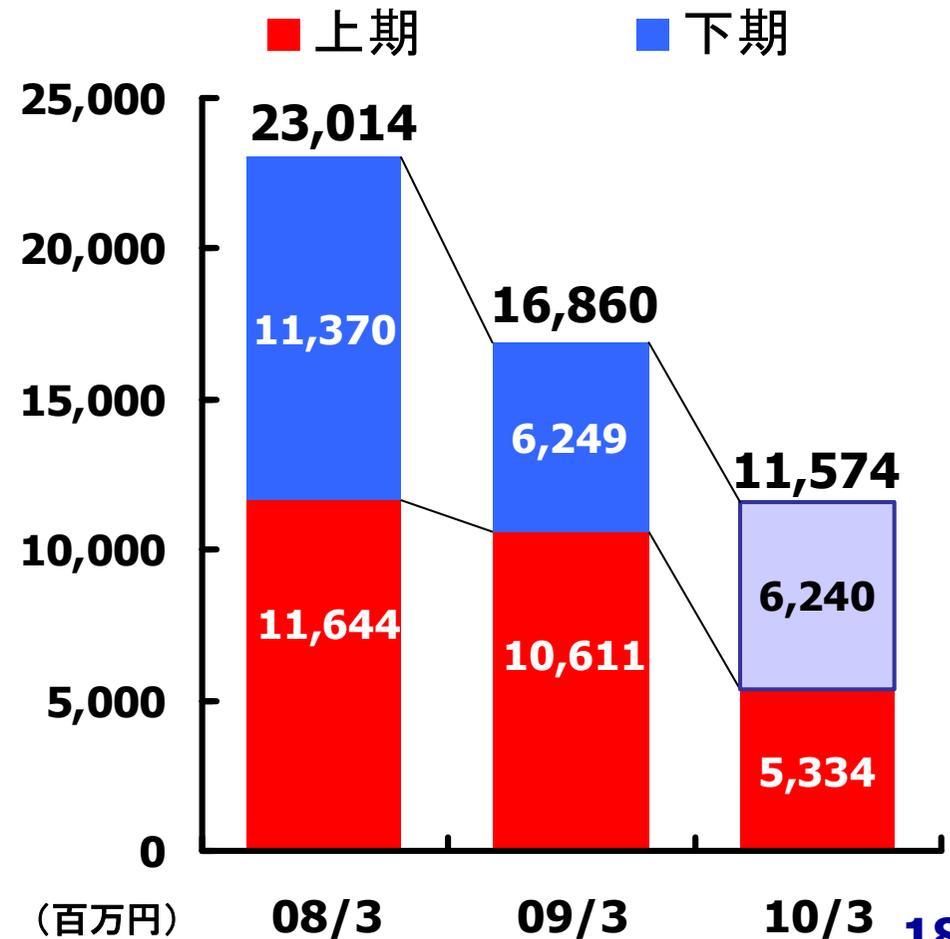
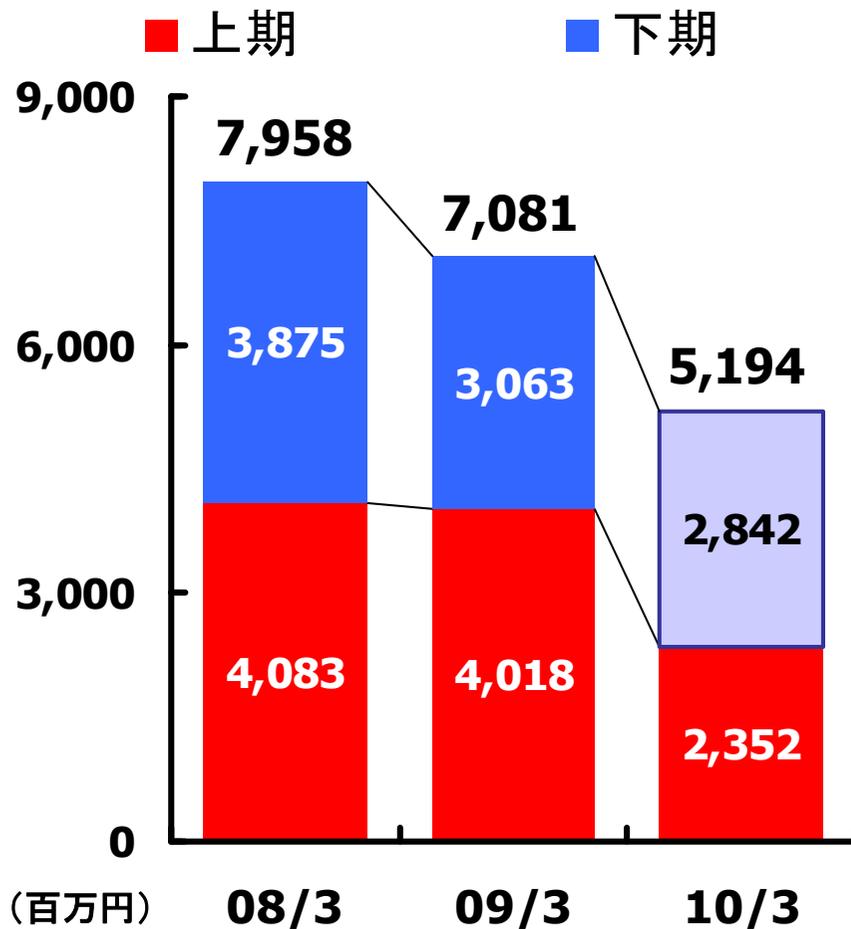
	09/3	10/3	前期比 (%)
売上高	26,167	18,600	△28.9
営業利益	456	335	△26.6
経常利益	688	330	△52.0
当期純利益	176	150	△15.0



# ● セグメント別 下期販売計画

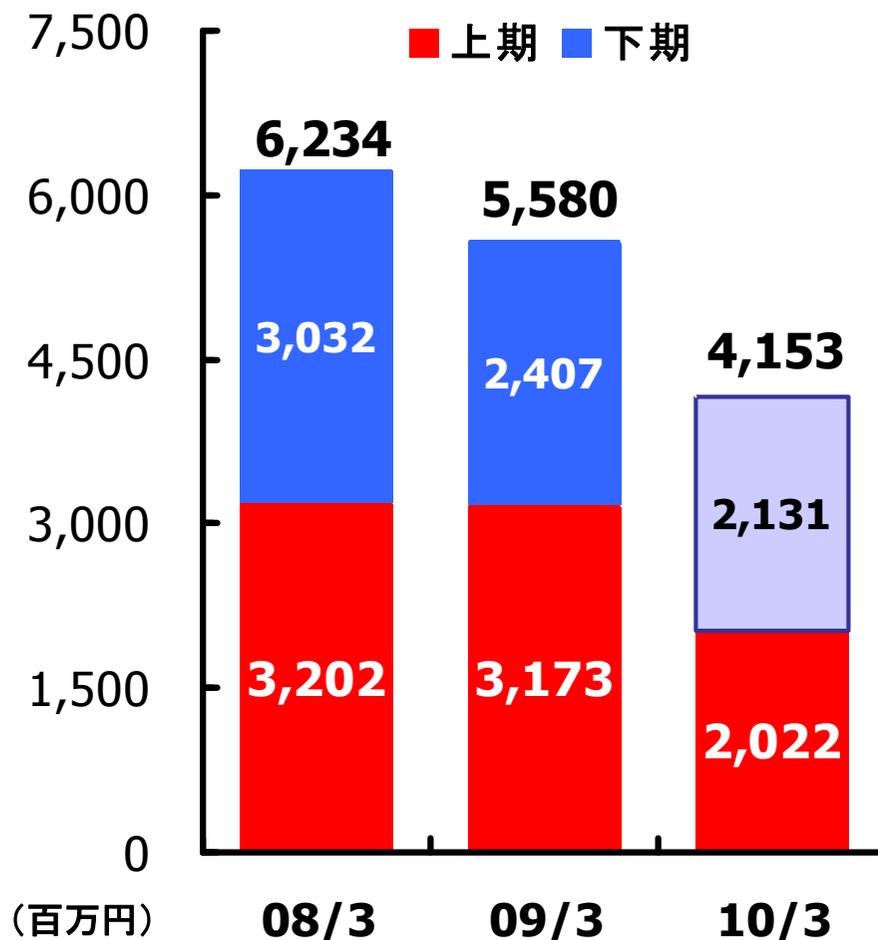
【システム機器売上高】

【デバイス事業売上高】



# ● セキュリティプロダクト販売計画

大手小売業の設備投資抑制が続く中、新規開拓に注力



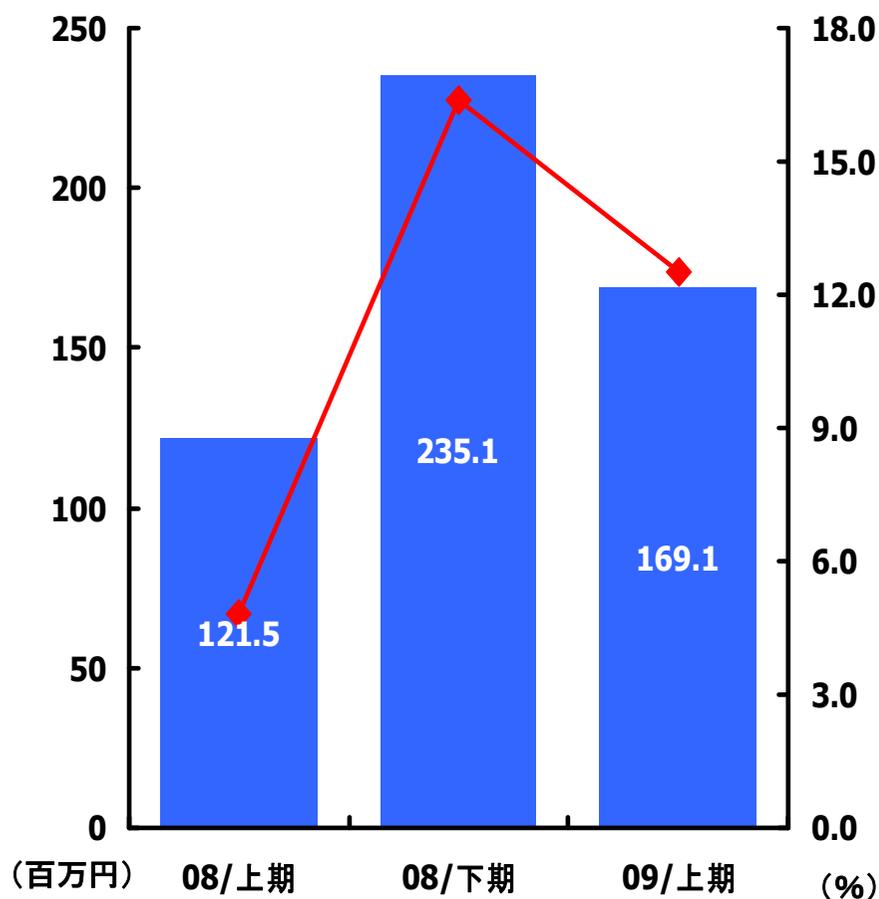
## セキュリティプロダクトの重点戦略

- ◆ **新規市場の創造**  
CVS、食品スーパー、書籍市場などの未開拓市場の開拓
- ◆ **EAS市場のシェア拡大**
  - ・大手競合ユーザーの攻略
  - ・ファッション市場の深耕
  - ・代理店販売の強化
- ◆ **大量窃盗検知装置の積極的展開**  
新規商材である「TK-Multi Eye」システムの拡販

(百万円)			
セキュリティプロダクト	09/3	10/3	前期比 (%)
売上高	5,580	4,153	△25.6

# セキュリティプロダクトの新規開拓の状況

## 【新規受注額の推移】



### 新規顧客の開拓が徐々に奏功

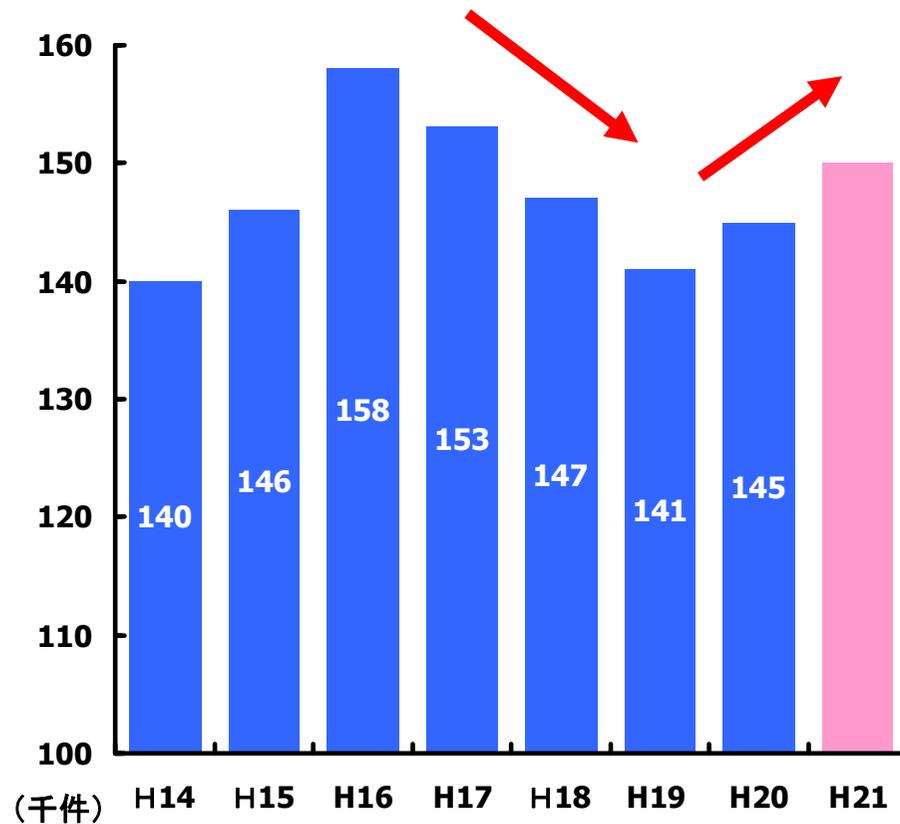
- ◆ 既存顧客の設備投資の抑制が続く中、重点的に取り組んでいる新規顧客の開拓が徐々に奏功しつつあり、09年2Qでは、新規受注率が前年度水準の9.0%から15.4%に大幅に上昇

	新規受注額 (百万円)	新規受注率 (%)	対前年新規 受注率比(%)
<b>08年度</b>	<b>356.7</b>	<b>9.0</b>	—
08/上期	121.5	4.8	—
08/下期	235.1	16.4	—
<b>09/上期</b>	<b>169.1</b>	<b>12.5</b>	<b>3.5</b>
09/1Q	57.3	9.1	0.1
09/2Q	111.8	15.4	6.4

※単体のリテールセキュリティのみを対象

# ● 景気の悪化を背景に万引き認知件数が増加に転じる

## 【万引認知件数】



<警察庁統計資料>

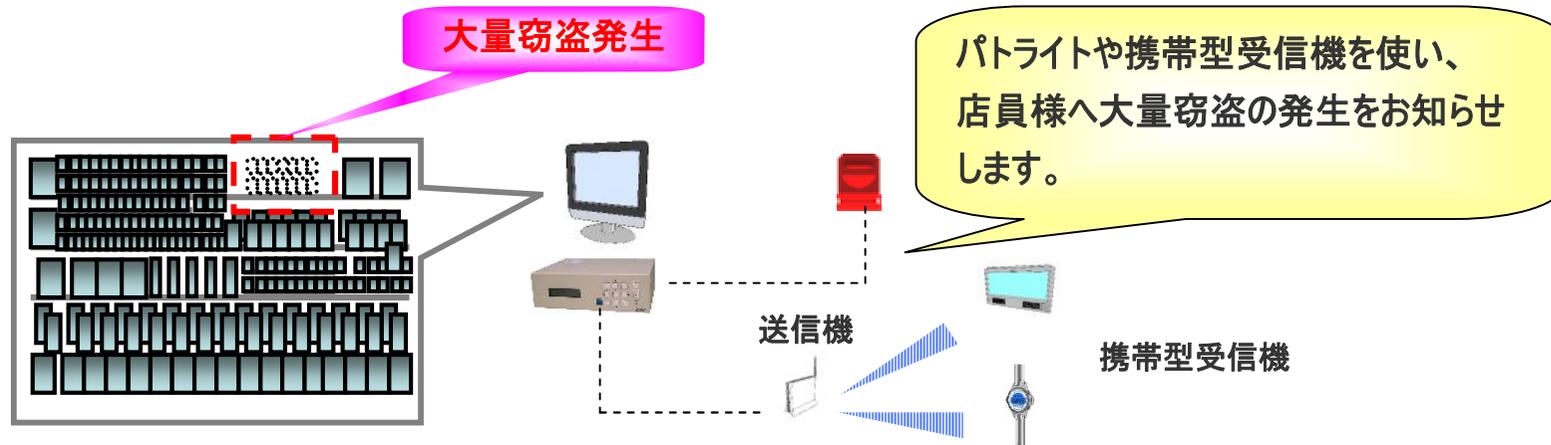
### 万引犯罪が増加傾向

- ◆ H17年以降減少を続けていた万引犯罪が、景気の悪化を背景に、H20年度は増加に転じる(前期比2.5%増)
- ◆ H21年度の速報値においても、1~9月までの万引認知件数は11万1千件と前期実績を4.7%上回る

### 最近の万引犯罪の特徴

- ◆ 青少年の万引犯罪が増加
- ◆ 高齢者の万引犯罪が増加
- ◆ 高額商品を大量に持ち去るいわゆる「大量窃盗」が増加

## ● 新規商材「TK-Multi Eye」のご紹介



深刻な被害を及ぼす大量窃盗を防止する「TK-Multi Eye」(大量窃盗検知装置)

### ◆ 近年の万引犯罪の変化

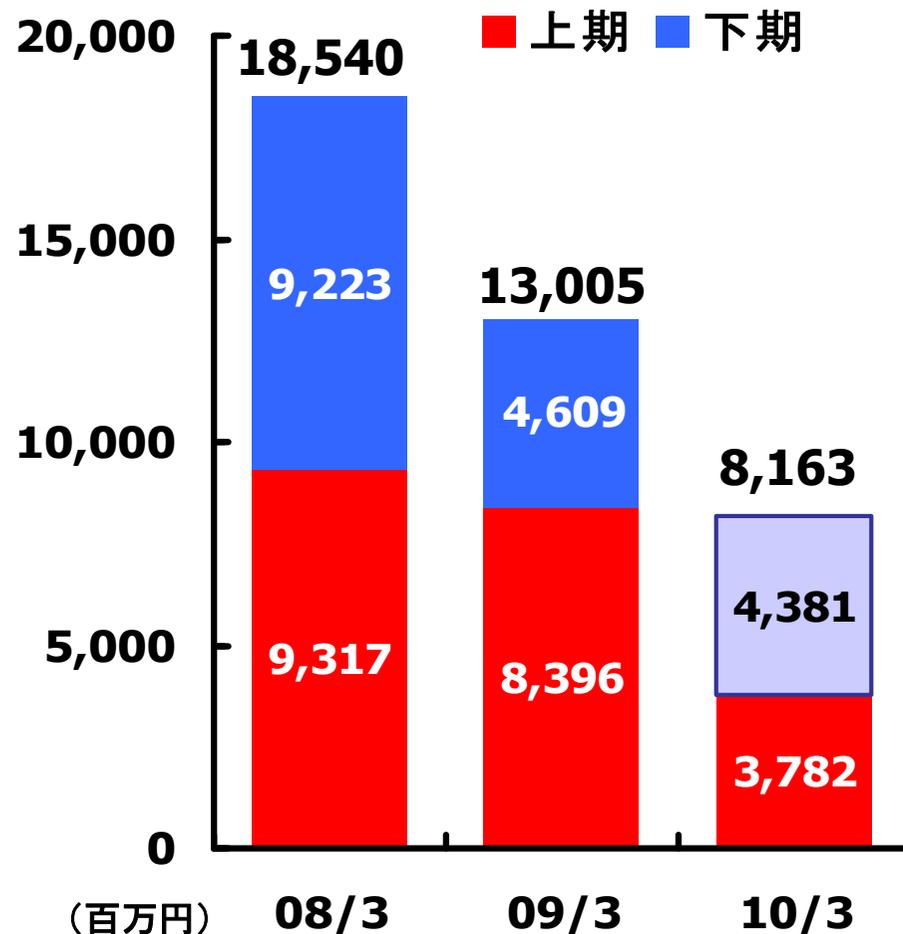
小売業では、近年、従来の万引きとは異なり、見張り役や実行役などに分かれ、組織化して高額商品を大量に持ち去る悪質な犯罪が数多く見られます。こうした犯罪は一回の被害額が数十万円に上るケースもあり、小売業界においては、その対策が急務となっています。

### ◆ 今年度300台の販売を見込む

大量窃盗被害の多いドラッグストアや書店、家電量販店などを中心に今年度300台の販売を見込んでおります。

# ● 電子プロダクトの販売計画

売上が回復傾向を示す中、収益力を一層強化



## 電子プロダクトの重点戦略

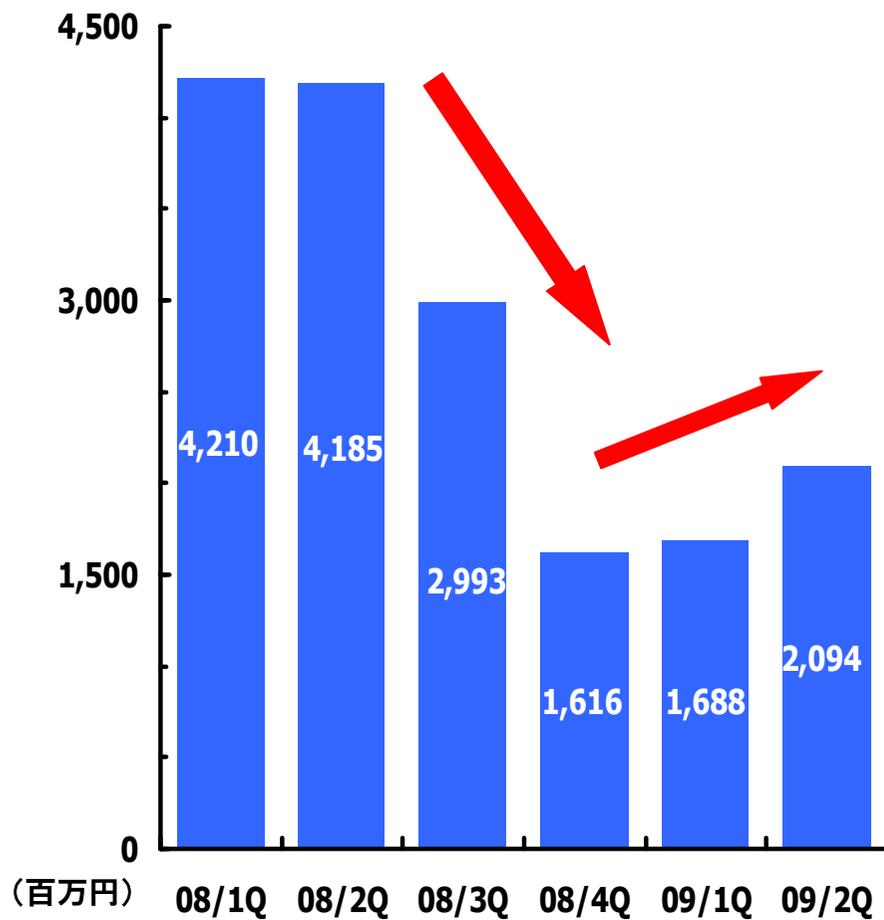
- ◆ 産業機器向けの強化により収益性を改善
  - ・各アプリケーションに特化した、アプリケーションセグメントセールスの展開
  - ・取扱商品をプロダクトミックスにより複合的に販売
- ◆ アミューズメント市場の横展開の推進
- ◆ 付加価値提案の強化により収益性改善
  - ・FAE(フィールド・アプリケーション・エンジニア)の技術サポートの強化による高付加価値提案を実現

(百万円)

電子プロダクト	09/3	10/3	前期比 (%)
売上高	13,005	8,163	△37.2

# ● 電子プロダクト四半期毎の売上高推移

生産の持ち直しを背景に、緩やかな回復基調へ



## 08年度4Qを底に回復傾向

- ◆ 08年10月のリーマンショック以降、大手電機メーカーの大幅な減産の動きを受け、販売が急激に減少したものの、08年度4Qを底に徐々に回復傾向

(百万円)		
電子プロダクト	売上高	対08/4Q比 (%)
2008年度4Q	1,616	—
2009年度1Q	1,688	4.5
2009年度2Q	2,094	30.0

# ● アプリケーションセグメントセールスの展開

## 産業機器市場におけるターゲットアプリ

産業用ロボット

防犯センサー

照明機器

鉄道(運輸)

健康機器

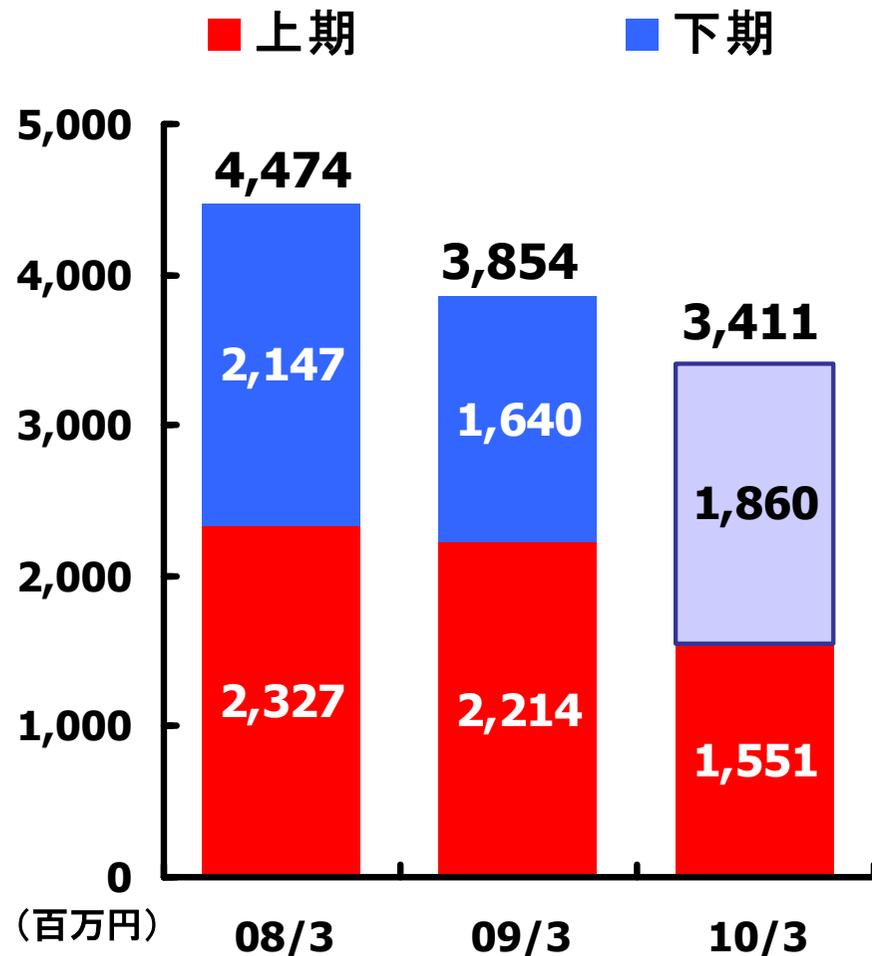
## ターゲットアプリ攻略に向けた主な施策

- ◆ 上位シェア顧客の新規獲得
- ◆ プロダクトミックスによる複合的な販売
- ◆ 顧客ニーズの高い新規商材の早期発掘

高付加価値提案(FAEのサポート力)  
によりシェア及び粗利益率の向上

# 産機製品の販売計画

## 新市場・新アプリの開拓強化に重点



### 産機製品の重点戦略

- ◆ 海外ビジネスの積極的展開
  - ・国内No.1シェアを誇るATM向け機構部品の海外メーカーへの販売強化
  - ・複写機市場の中国展開を強化
- ◆ 住宅設備市場の更なる拡大
  - ・IHクッキングヒーター向け機構部品の拡販のほか、新商材、新アプリの発掘・強化
- ◆ アミューズメント市場の育成・確立

(百万円)			
産機製品	09/3	10/3	前期比 (%)
売上高	3,854	3,411	△11.5

# ● 今後の成長への課題

## ① 既存事業の拡大

- ◆ デバイス事業
  - ・新しい商権の獲得と産業機器分野の市場拡大(電子)
  - ・新しい機構部品の開拓とアミューズメント市場の確立(産機)
- ◆ システム機器事業
  - ・EAS(商品監視システム)の新市場の創造
  - ・映像監視システムの拡販



(商品監視システム)

## ② アジアビジネスの拡大

- ◆ 日系企業のサポートの強化
- ◆ TKオリジナル商品の現地ローカル企業への販売の開始



(エスキューブ製自鳴式タグ)



(TKスライドレール)

## ③ 新規事業の立上げ

- ◆ 新規事業の立上げ・M&A
- ◆ ストアソリューションによる事業領域の拡大



(入店カウンターによるデータ化イメージ)

## ④ 人材の育成・開発

- ◆ 技術サポート力の一段の強化



(図書館管理システム)

ありがとうございました。



当資料に掲載されている内容は、種々の前提に基づいたものであり、記載された将来の計画数値、施策の実現を確約したり、保証したりするものではありません。