

2010年3月期決算説明会

2010年5月12日



高千穂交易株式会社

TAKACHIHO KOHEKI CO.,LTD.

2010年3月期の決算概要



高千穂交易株式会社

TAKACHIHO KOHEKI CO.,LTD.

2010年3月期 連結業績ハイライト

売上高について

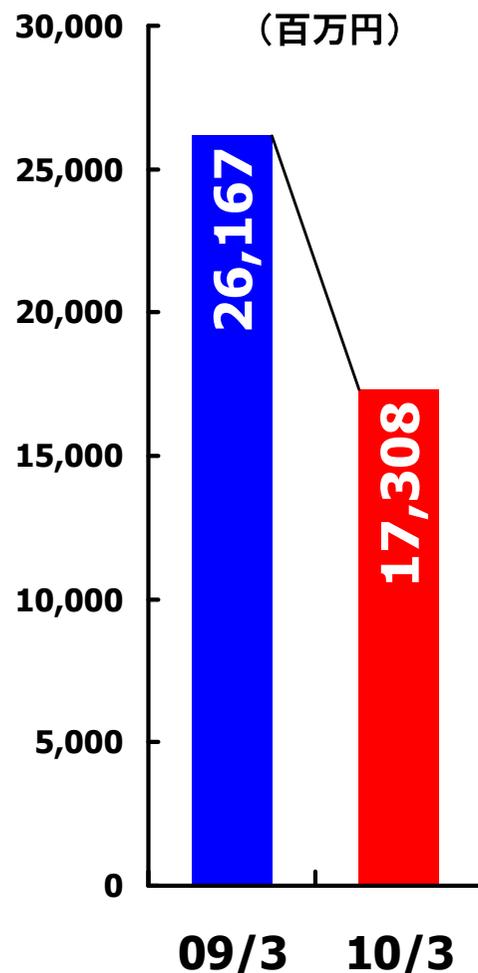
- ◆ システム機器事業、デバイス事業、カスタマ・サービス事業ともに前年実績を下回る
- ◆ 特にデバイス事業の大幅な減収が全体に大きく影響

利益について

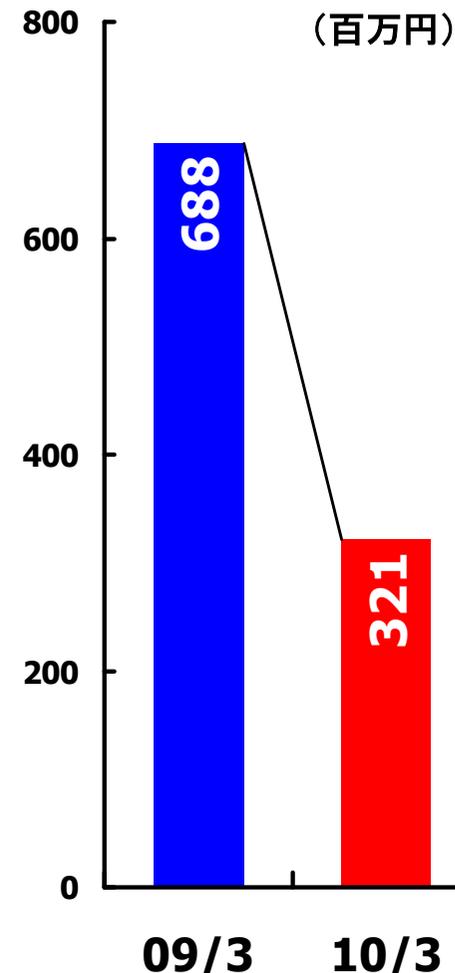
- ◆ 大幅な減収も、粗利益率の改善や販管費の大幅な削減に注力した結果、各利益とも黒字を確保

	(百万円)		
	09/3	10/3	前期比 (%)
売上高	26,167	17,308	△33.9
営業利益	456	263	△42.2
経常利益	688	321	△53.3
当期純利益	176	148	△15.6

【売上高】



【経常利益】



2010年3月期 連結業績の詳細

粗利益率の改善、販管費の圧縮が進む

(百万円)

項目	09/3	10/3			
	実績	実績	売上比%	前期差	増減率%
売上高	26,167	17,308	100.0	△8,859	△33.9
粗利益	5,223	4,245	24.5	△977	△18.7
粗利益率	20.0%	24.5%	-	4.6%	-
販売管理費	4,767	3,982	23.0	△785	△16.5
営業利益	456	263	1.5	△192	△42.2
経常利益	688	321	1.9	△366	△53.3
当期純利益	176	148	0.9	△27	△15.6
人員	368	349	-	△19	△5.2

● 半期毎の業績推移

(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	8,697
粗利益	3,065	2,158	2,078	2,167
粗利益率	19.4%	20.7%	24.1%	24.9%
販売管理費	2,544	2,222	2,032	1,949
営業利益	520	△64	45	218
経常利益	615	72	43	278
当期純利益	285	△109	△8	157
人員	370	368	368	349

スリム化対策による販管費の削減状況

(百万円)

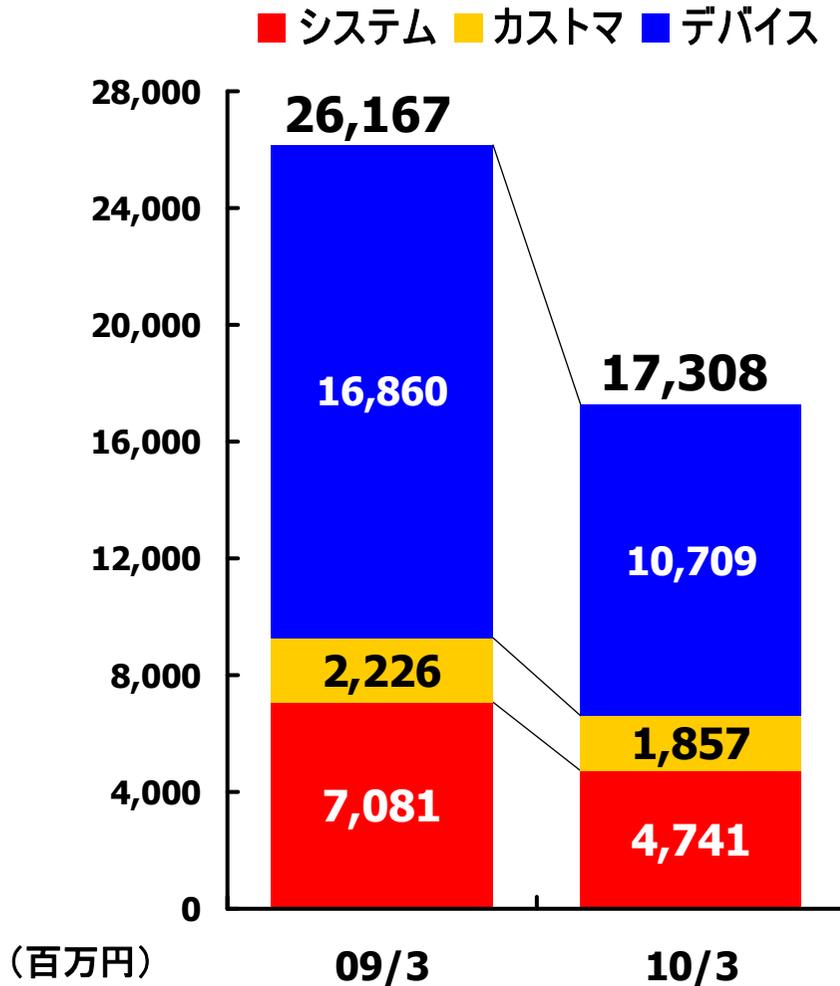
	09/3	10/3	前期差	前期比(%)	寄与度(%)
販売費及び一般管理費	4,767	3,982	△785	△16.5	△16.5
人件費	2,593	2,341	△251	△9.7	△5.3
物件費等	2,174	1,640	△533	△24.5	△11.2
支払手数料	408	290	△117	△28.8	△2.5
旅費交通費	224	140	△84	△37.4	△1.8
賃借料	557	490	△67	△12.1	△1.4

主な販売費及び一般管理費の削減のポイント

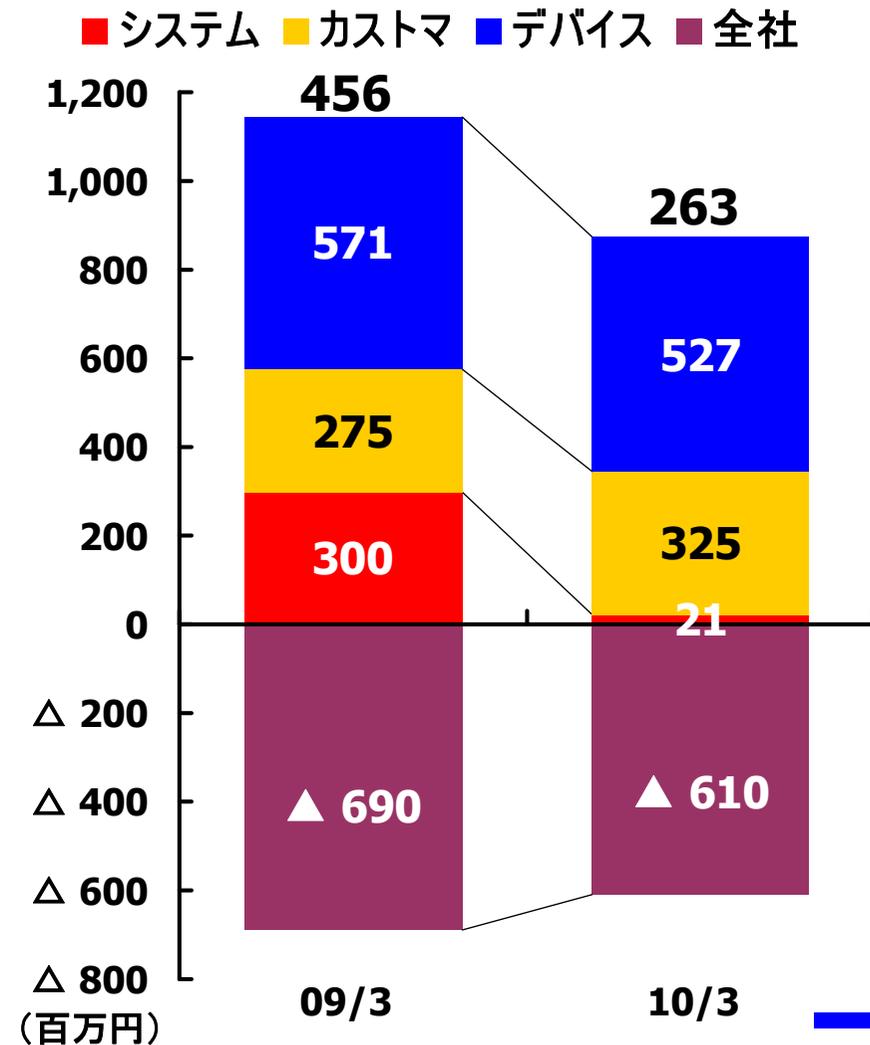
- ◆ 役員及び管理職層の賃金カット等により、人件費が減少
- ◆ 営業活動の効率化やWeb会議システムの利用促進などにより、旅費交通費を大幅に削減

セグメント別業績のハイライト

【売上高】



【営業利益】

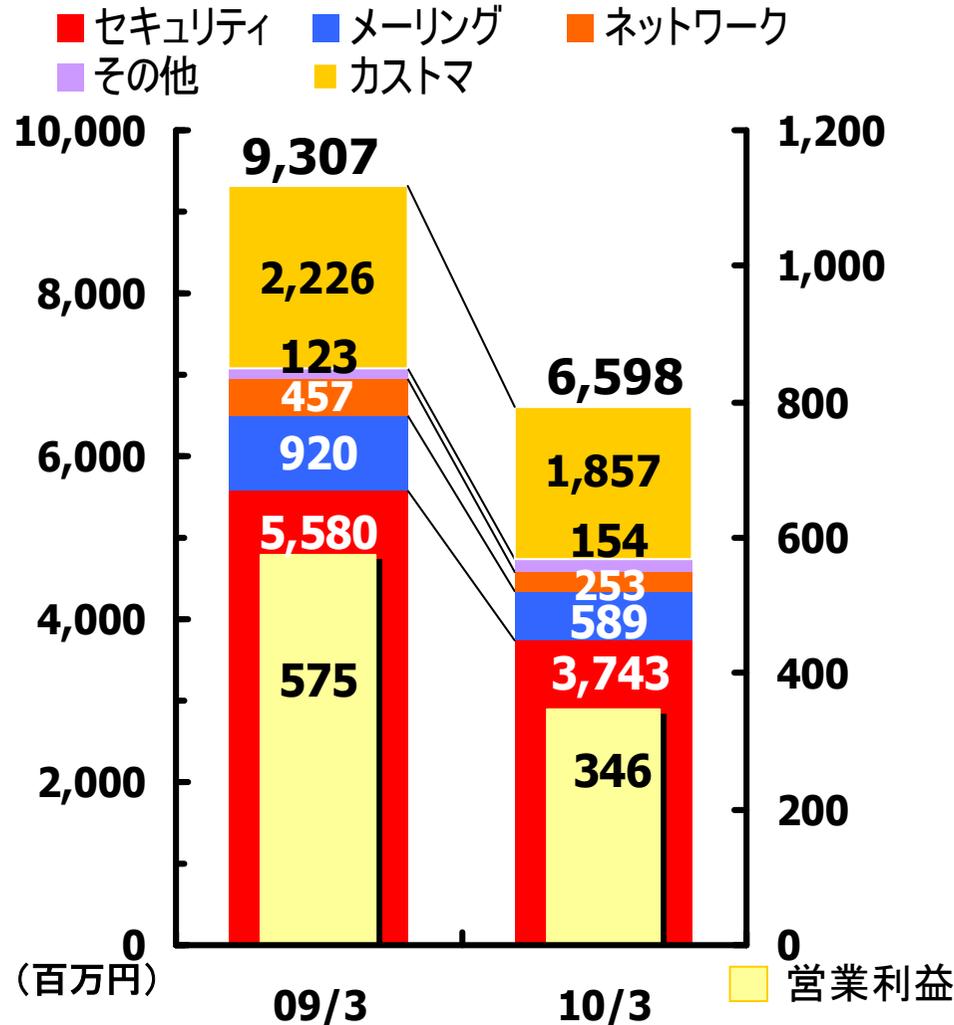


● セグメント別業績のハイライト(資料)

(百万円)

	09/3	10/3	前期差	前期比(%)	前期比寄与度(%)
売上高	26,167	17,308	△8,859	△33.9	△33.9
システム機器事業	7,081	4,741	△2,340	△33.1	△8.9
構成比(%)	27.1	27.4	—	—	—
カスタマ・サービス事業	2,226	1,857	△368	△16.6	△1.4
構成比(%)	8.5	10.7	—	—	—
デバイス事業	16,860	10,709	△6,150	△36.5	△23.5
構成比(%)	64.4	61.9	—	—	—
営業利益	456	263	△192	△42.2	△42.2
システム機器事業	300	21	△279	△93.0	△61.2
カスタマ・サービス事業	275	325	50	18.2	11.0
デバイス事業	571	527	△43	△7.6	△9.6
全社共通	△690	△610	80	—	—

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

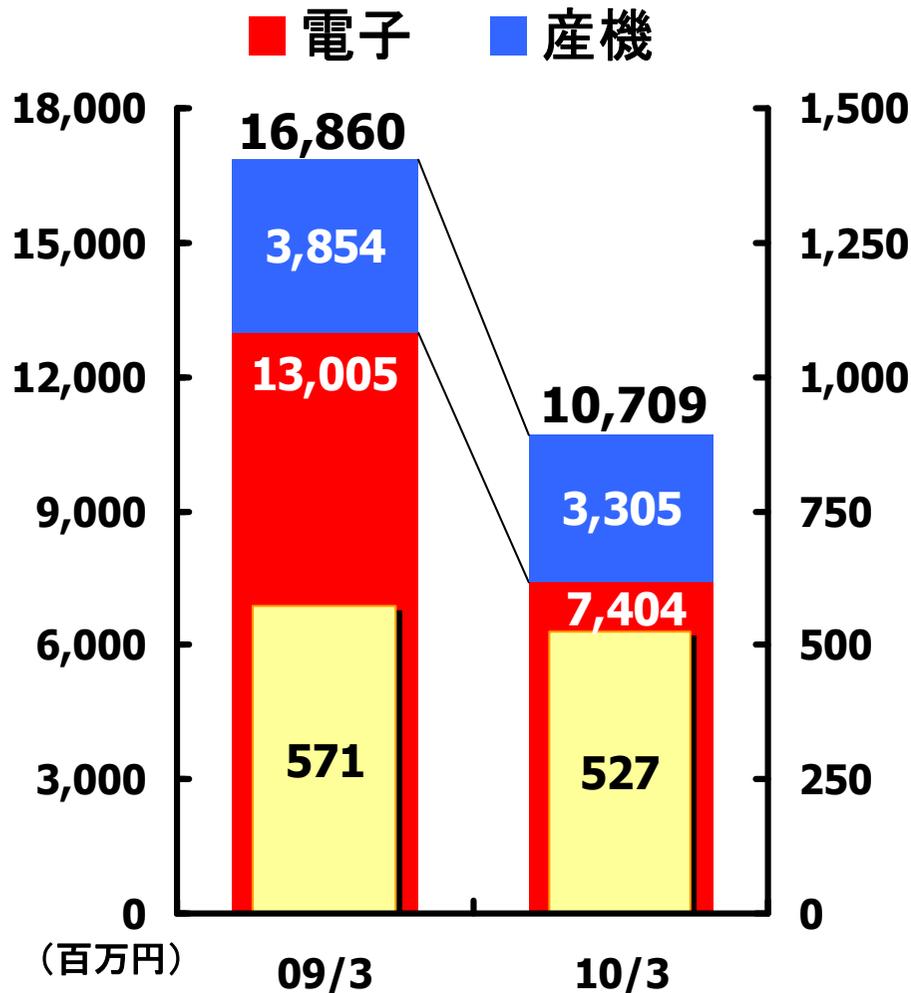
- ◆ セキュリティ商品類は、GMSなどの大手既存顧客の設備投資抑制の影響が大きく減収
- ◆ メーリング事業は、大手顧客へのメールインサーティングシステムの販売が一巡
- ◆ カスタマ・サービス事業は、システムの納入・設置案件が減少

営業利益について

- ◆ カスタマ・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減益
- (百万円)

システム+カスタマ	09/3	10/3	前期比 (%)
売上高	9,307	6,598	△29.1
営業利益	575	346	△39.8

● 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、必ずしも当社製品の需要増には繋がらず大きく減収
- ◆ 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、複写機向けやオフィス家具向けなどの販売が低迷

営業利益について

- ◆ 売上高は大幅な減収となったが、電子商品類の粗利益率が大きく改善(付加価値提案の奏功、民生品向け低粗利案件の減少)したことから、減益幅は比較的小幅

(百万円)

デバイス事業	09/3	10/3	前期比 (%)
売上高	16,860	10,709	△36.5
営業利益	571	527	△7.6

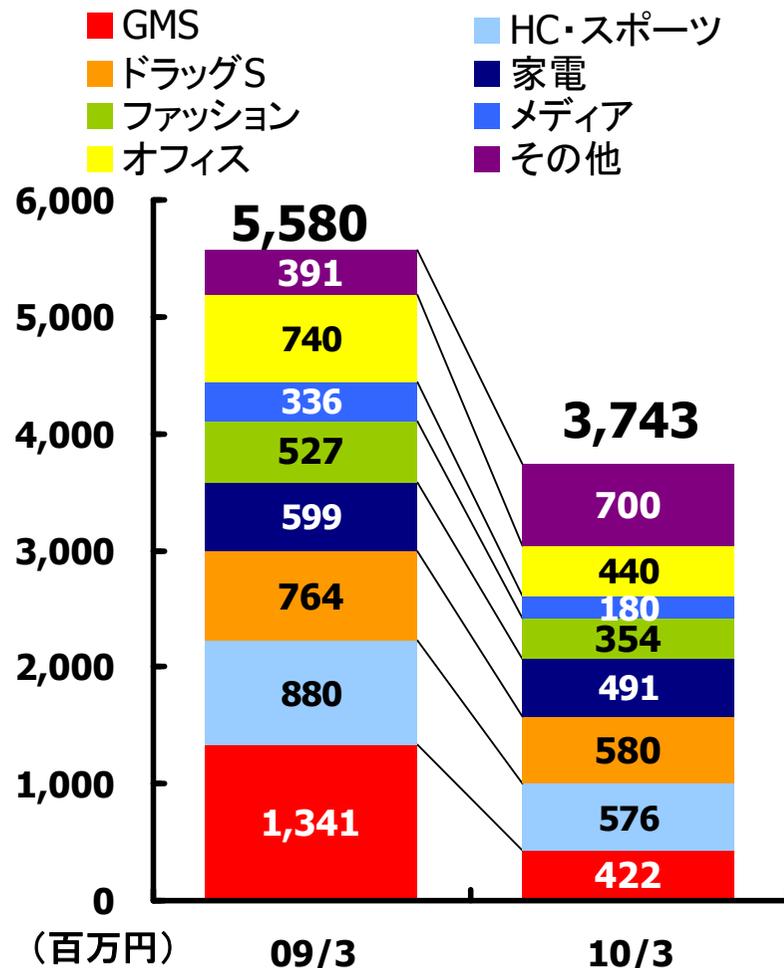
● プロダクト別業績(資料)

(百万円)

項目	09/3		10/3			
	実	績売上比%	実	績売上比%	前期差	増減率%
システム機器	7,081	100.0	4,741	100.0	△2,340	△33.1
セキュリティ	5,580	78.8	3,743	79.0	△1,836	△32.9
ネットワーク	457	6.5	253	5.4	△203	△44.5
メーリング	920	13.0	589	12.4	△330	△36.0
その他	123	1.7	154	3.2	30	24.5
デバイス	16,860	100.0	10,709	100.0	△6,150	△36.5
電子	13,005	77.1	7,404	69.1	△5,601	△43.1
産機	3,854	22.9	3,305	30.9	△548	△14.2
カスタマサービス	2,226	100.0	1,857	100.0	△368	△16.6

● 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

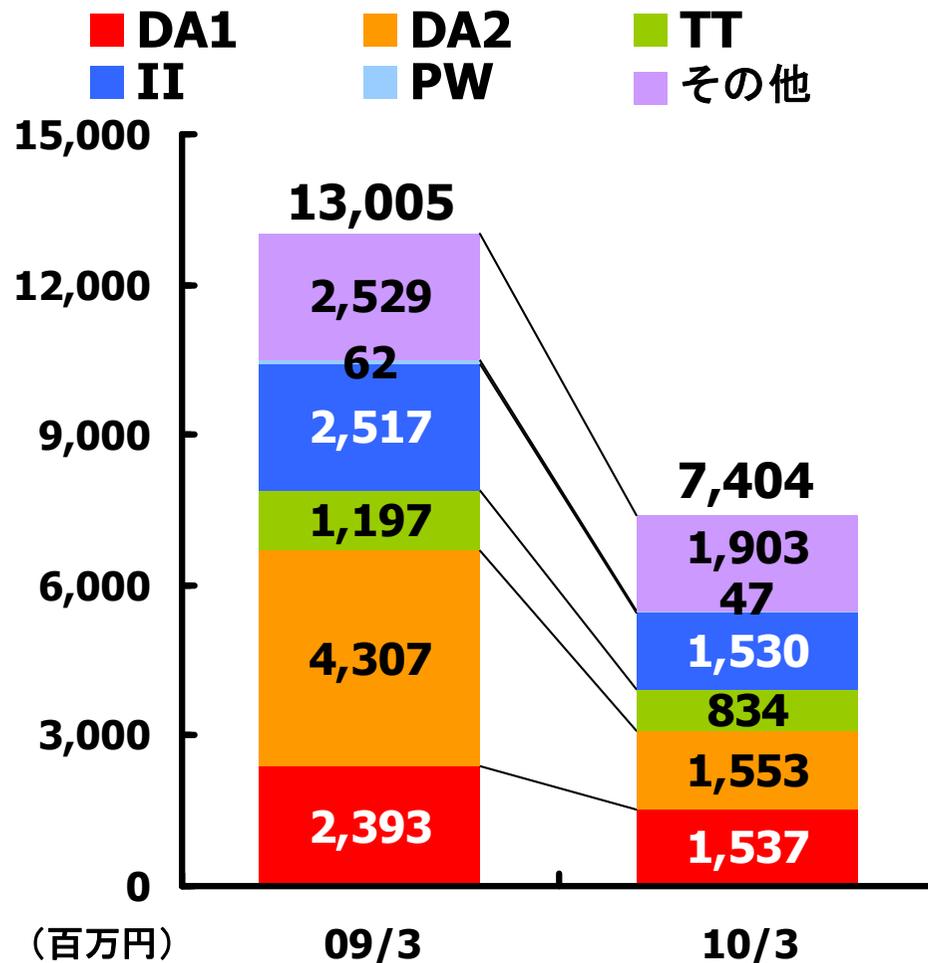
- ◆ 小売業の新規出店の見直しなど、設備投資の抑制を受け、GMS市場などを中心に前年実績を大幅に下回る
- ◆ オフィスセキュリティ市場では、グローバル企業や国内大手企業の設備投資抑制の影響により減少
- ◆ アミューズメント市場などの新規開拓が進展したほか、輸出向け製品に内蔵される防犯タグの販売が好調に推移し、その他市場が増加

(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	3,743	△32.9

● 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向けやデジタルカメラ向け半導体など民生品向け分野の販売が大きく減少
- ◆ 前年度好調だったアミューズメント向け半導体は前年実績には及ばず
- ◆ 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

	(百万円)		
電子プロダクト	09/3	10/3	前期比 (%)
売上高	13,005	7,404	△43.1

● 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)

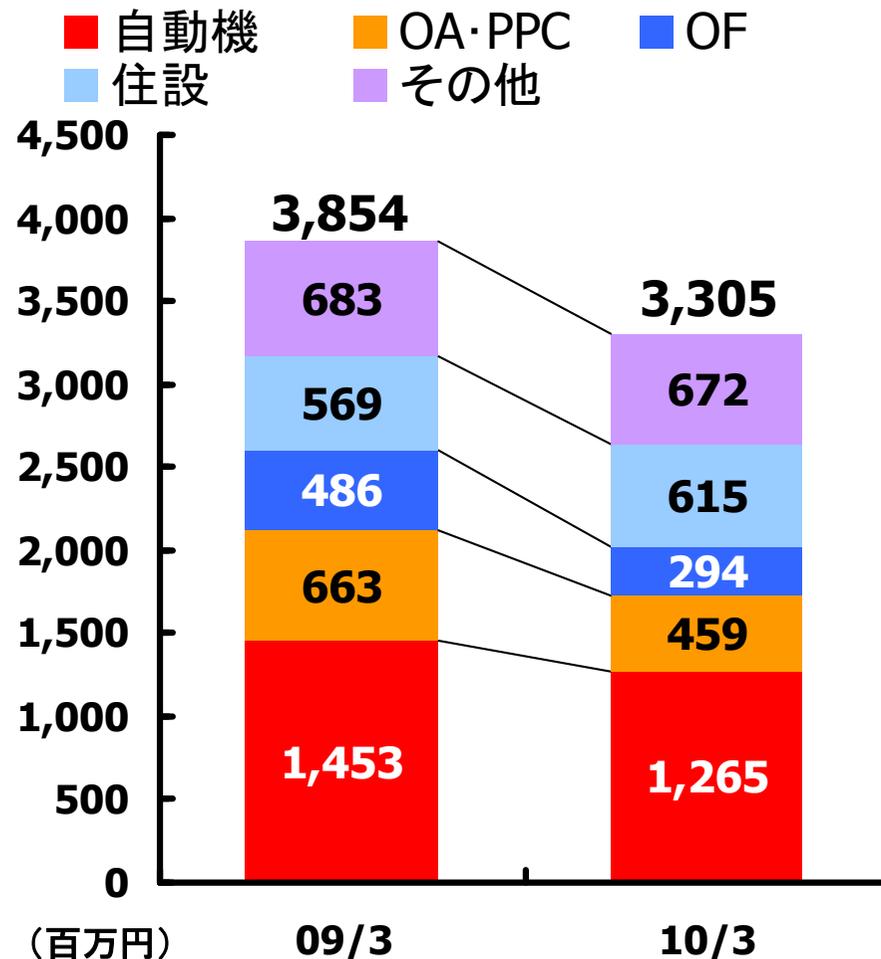
TT : カーDVDナビゲーター等

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

複写機、オフィス家具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

- ◆ オフィスの縮小、集約化など設備投資抑制の影響を受け、複写機やオフィス家具向け機構部品の販売が低迷
- ◆ 金融機関の設備投資抑制を受け、国内ATM向け機構部品の販売が減少
- ◆ 住設市場においては、各メーカーにIHクッキングヒーター向け機構部品の横展開が進むなど好調に推移

(百万円)

産機プロダクト	09/3	10/3	前期比 (%)
売上高	3,854	3,305	△14.2

● 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	10/3	構成比 (%)	増減
流動資産	15,052	15,322	88.2	270
現金預金	4,769	6,093	35.1	1,324
受取手形及び売掛金	5,960	5,095	29.3	△865
商品及び製品	3,792	3,012	17.3	△779
固定資産	2,324	2,046	11.8	△277
有形固定資産	646	608	3.5	△37
無形固定資産	59	62	0.4	2
投資その他資産	1,618	1,375	7.9	△243
資産合計	17,376	17,369	100.0	△7
流動負債	2,963	2,944	17.0	△18
支払手形及び買掛金	2,050	2,107	12.1	56
固定負債	919	975	5.6	56
純資産	13,494	13,448	77.4	△45
負債純資産合計	17,376	17,369	100.0	△7

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77.4%**

● 連結キャッシュ・フロー計算書のポイント

(百万円)

	09/3	10/3	前期差
営業活動によるキャッシュフロー	1,912	1,964	52
投資活動によるキャッシュフロー	△31	△875	△843
財務活動によるキャッシュフロー	△284	△266	18
現金及び現金同等物の増減額	1,494	824	△669
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期末残高	4,769	5,593	824

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**
売上高の縮小に伴い、運転資本が減少し、営業活動によるキャッシュフローが増加
- ◆ **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	163.0%

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を当初予想から4円減配し、24円（うち中間配当金12円は実施済み）に修正させていただいております。

◆ 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いたします。

今後の見通し



2010年3月期の成果と課題

2010年3月期の取組み

収益基盤の再構築(営業力の強化、コスト構造の抜本的見直し)に注力

成果

① 粗利益率の改善

⇒付加価値提案などが奏功し、粗利益率の計画を達成
(当初計画:24.2% ⇒ 実績:24.5%<前期差4.6%増>)

② 販管費の圧縮

⇒スリム化プロジェクトによる経費の圧縮を進め、当初計画を上回る削減に成功
(当初計画:4,480百万円 ⇒ 実績:3,982百万円<計画差497百万円、前期差785百万円減>)

課題

営業力の強化や、新規事業の立上げに注力したものの、主だった成果に結びつかず
売上計画は大幅な未達(当初計画:21,100百万円 ⇒ 実績:17,308百万円)

2011年3月期 経営方針

収益基盤の再構築

提案型営業の推進、更なるコスト構造のスリム化を実施

+

新規(事業・市場・商品)の創出

- ◆ **新市場の攻略**
 - ⇒ 食品スーパーやコンビニなど未開拓市場へのEASの拡販(システム機器事業)
 - ⇒ 産業機器分野向けを中心に付加価値提案型の営業を積極展開(デバイス事業)
- ◆ **新商品の開発と新規事業への取り組み強化**
- ◆ **中国市場へのビジネス展開を強化**
 - ⇒ 当社グループ・オリジナル製品の中国ローカル企業向け販売体制の確立

厳しい環境下においても、利益成長ができる企業への変貌を目指す

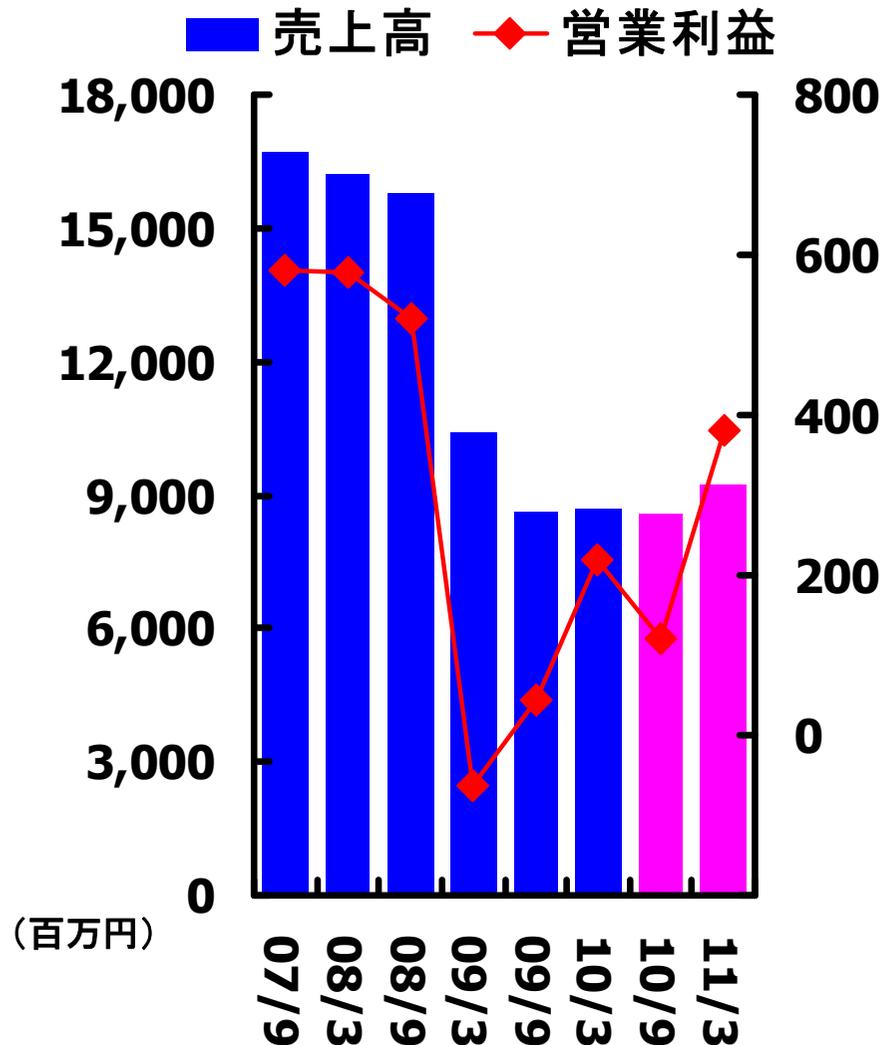
● 2011年3月期 通期業績計画

売上高横ばいも、粗利益率維持と販管費の更なる圧縮により増益

(百万円)

	10/3	11/3計画	前期差	前期比(%)
売上高	17,308	17,800	491	2.8
粗利益	4,245	4,410	164	3.9
粗利益率(%)	24.5	24.8	0.2	—
販売費及び一般管理費	3,982	3,910	△72	△1.8
販管费率(%)	23.0	22.0	△1.0	—
営業利益	263	500	236	89.4
営業利益率(%)	1.5	2.8	1.3	—
経常利益	321	500	178	55.4
経常利益率(%)	1.9	2.8	1.0	—
当期純利益	148	280	131	88.0
当期純利益率(%)	0.9	1.6	0.7	—

● 半期毎の売上高・営業利益の計画



売上高について

- ◆ リーマン・ショック以降、減少が続いていた売上高は前年9月期で底打ち
- ◆ 今期は、前期とほぼ横ばい(2.8%増)の見通し

営業利益について

- ◆ 付加価値提案の強化による粗利益率の向上や、スリム化対策による販管費の圧縮を進めた結果、営業利益は09年3月期を底に回復の傾向
- ◆ 今期は、前期に引き続き粗利益率の向上と販管費の圧縮に努め、前期から大幅増益(89.4%増)の見通し

2011年3月期 連結業績計画

売上高について

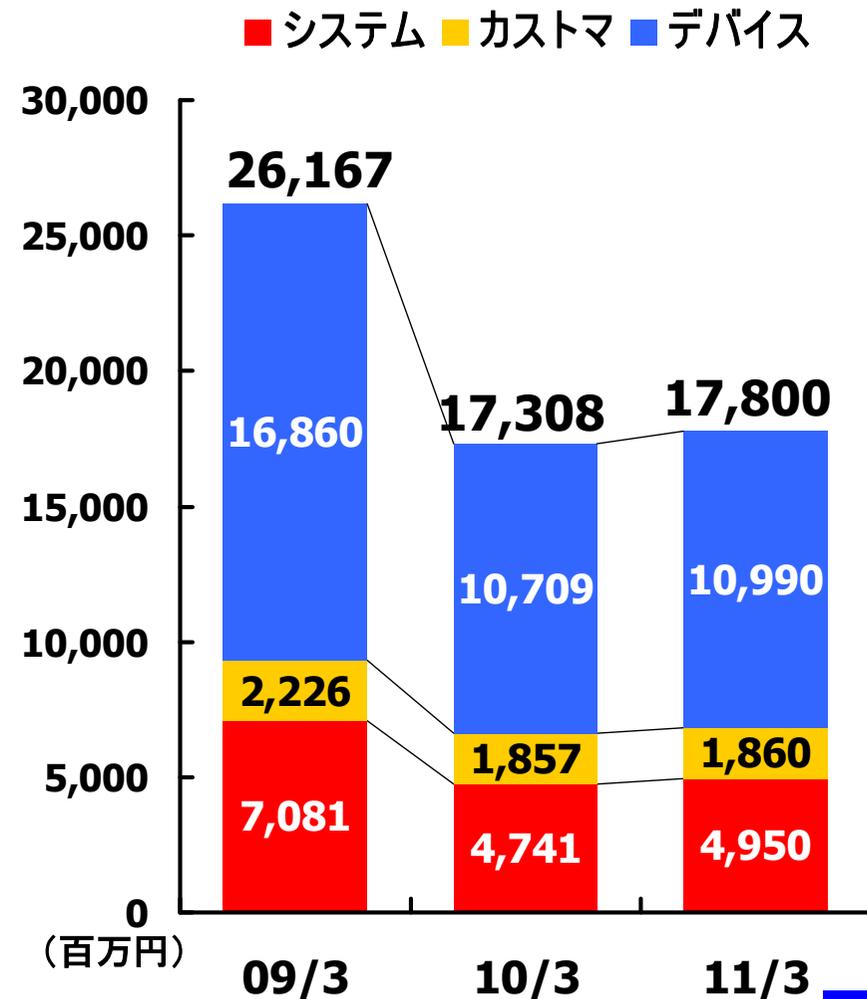
- ◆ システム機器事業では、新規顧客、新規市場の開拓活動を強化
- ◆ デバイス事業では、付加価値提案の強化など、収益性の向上に重点

利益について

- ◆ 前期に引き続き、粗利益率の改善と販管費の圧縮を強化

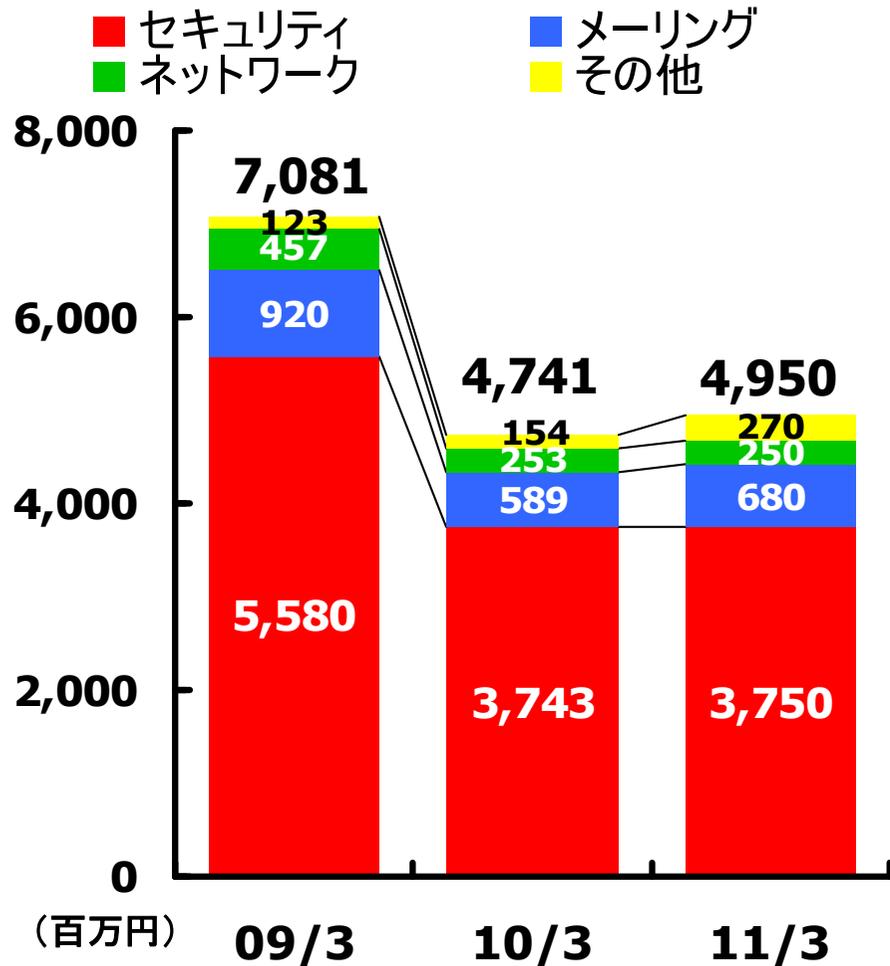
(百万円)

	10/3	11/3	前期比 (%)
売上高	17,308	17,800	2.8
営業利益	263	500	89.4
経常利益	321	500	55.4
当期純利益	148	280	88.0

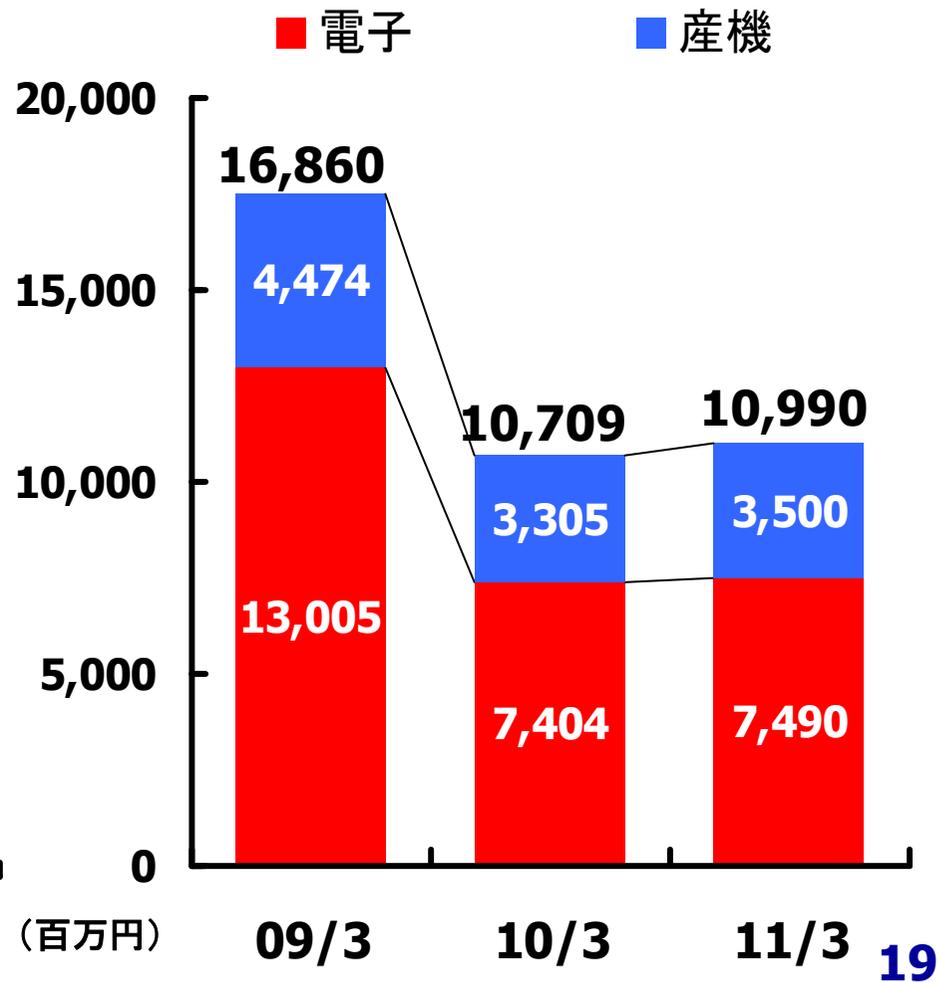


● セグメント別販売計画

【システム機器事業】

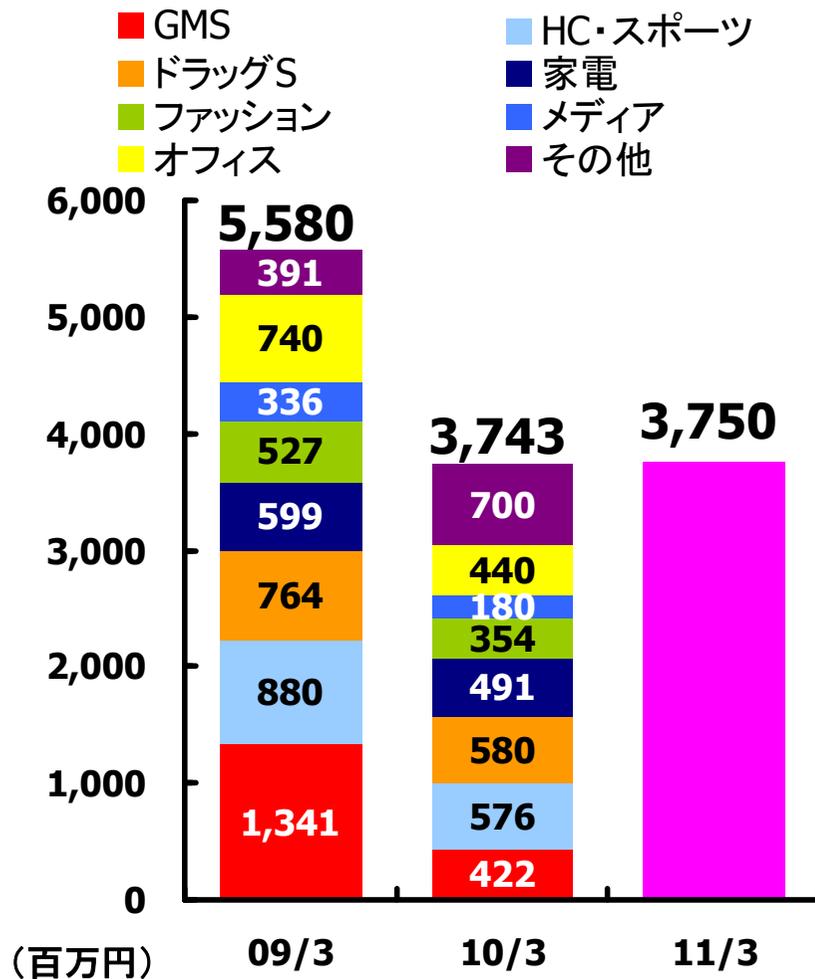


【デバイス事業】



● 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、新規市場開拓に注力



セキュリティプロダクトの重点戦略

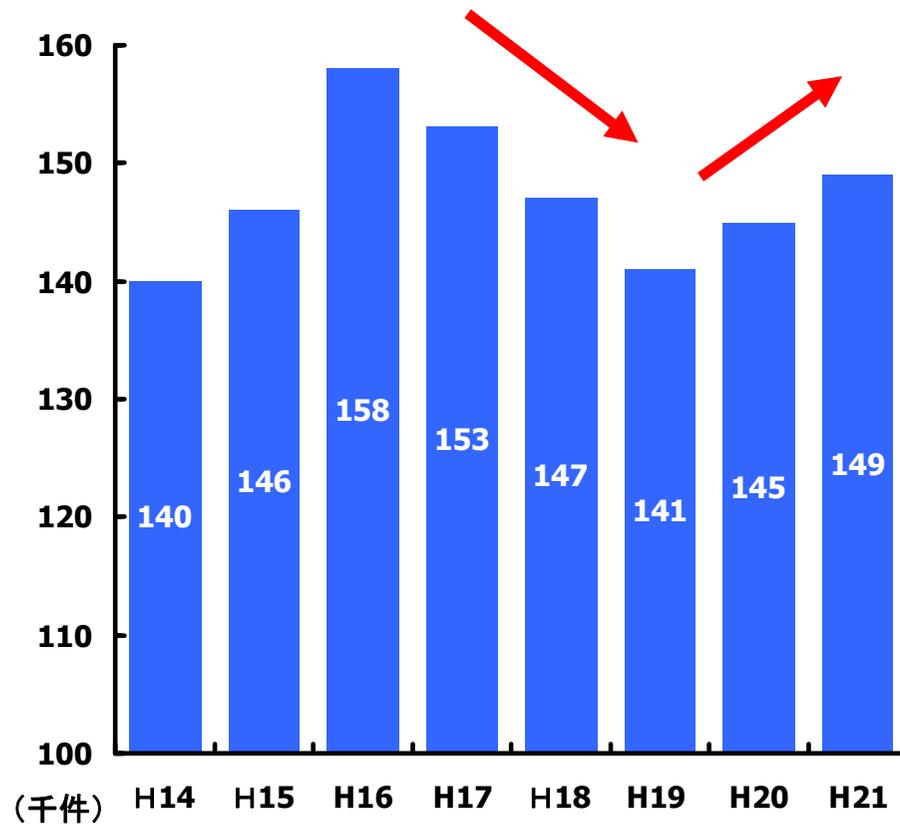
- ◆ **新規市場の開拓**
CVS、食品スーパー、書籍市場などの新規市場の開拓
- ◆ **EAS市場のシェア拡大**
・大手競合ユーザーの攻略
・タグなどのサプライビジネスの強化・拡大
- ◆ **オフィス向け市場の拡大**
入退室管理システムや重要資産持出防止システムの販売強化
- ◆ **中国市場へのEASビジネスの展開**
子会社であるエスキューブのオリジナル商品を中国市場へ展開

(百万円)

セキュリティプロダクト	10/3	11/3	前期比 (%)
売上高	3,743	3,750	0.2

● 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年度以降増加に転じる（H21年度14万9千件 <前年比3.1%増>）

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

● セキュリティプロダクトの主な取扱製品

リテールセキュリティ

- ◆ 商品監視システム(万引防止装置)
- ◆ セキュリティタグ
- ◆ 映像監視システム
 - ー 監視カメラ
 - ー 大量窃盗検知装置(TK-Multi Eye)
 - ー 映像記録装置(Smart DVR)



(商品監視システム)



(監視カメラ)



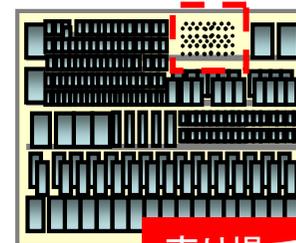
(映像監視システム)

オフィスセキュリティ

- ◆ 入退室管理システム
 - ー ソフトウェア(C-CURE)
 - ー フラッパーゲートなど各種ゲート
 - ー 各種認証装置

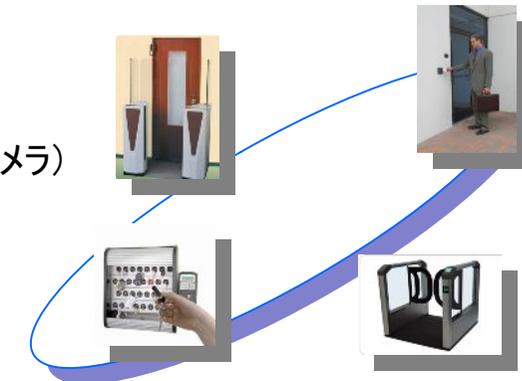


(360° オールラウンドビューカメラ)



売り場で
大量窃盗を検知

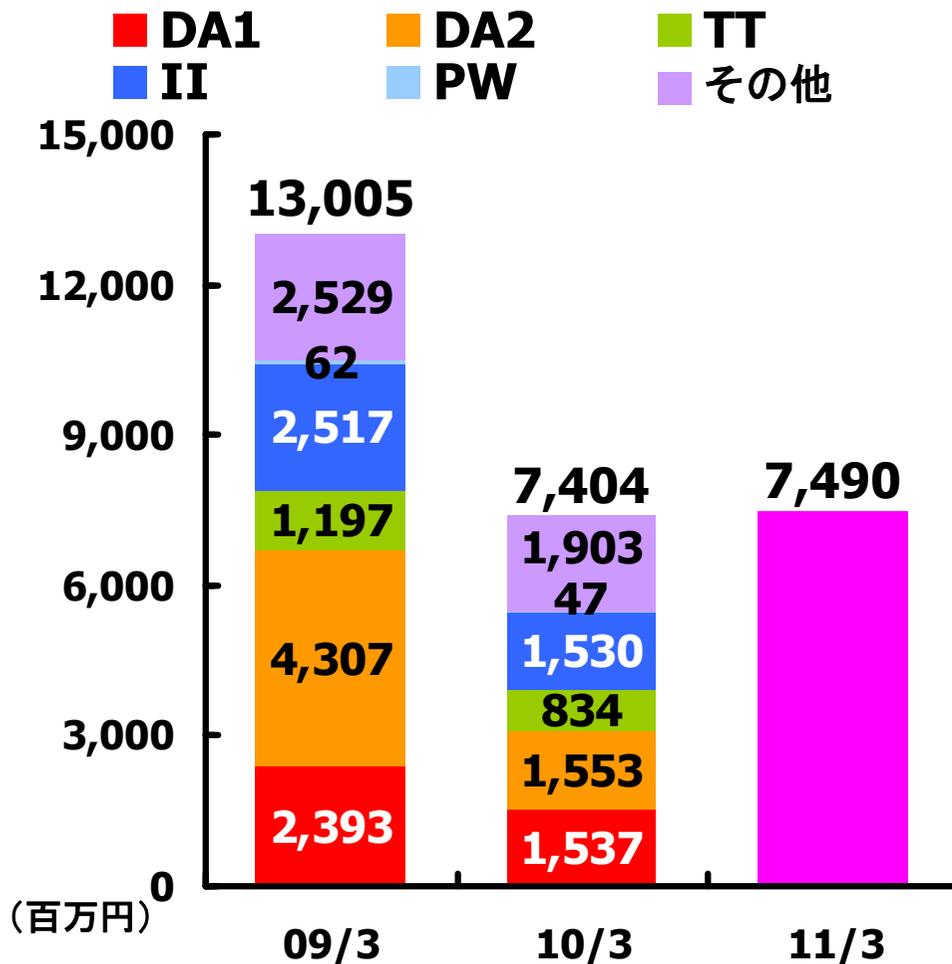
(大量窃盗検知装置)



(入退室管理システム)

● 電子プロダクトの販売計画

収益性の高い付加価値ビジネスに注力



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	10/3	11/3	前期比 (%)
売上高	7,404	7,490	1.2

● 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

鉄道(運輸)

健康機器

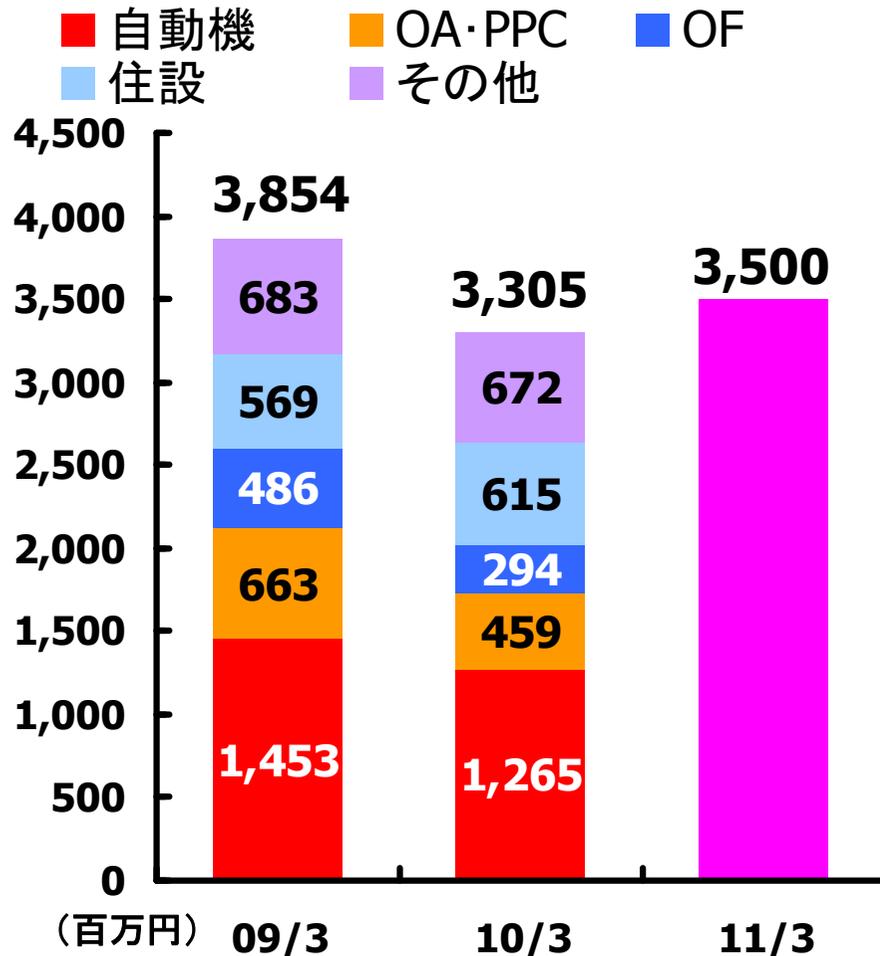
ターゲットアプリ攻略に向けた主な施策

- ◆ 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・新規アプリの開拓強化



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
- ◆ 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強化・拡大
 - ・業界最小、最軽量クラスのスライドレールの横展開

(百万円)			
産機製品	10/3	11/3	前期比 (%)
売上高	3,305	3,500	5.9

新規事業創出への取組み

RFID図書館システムの事業拡大

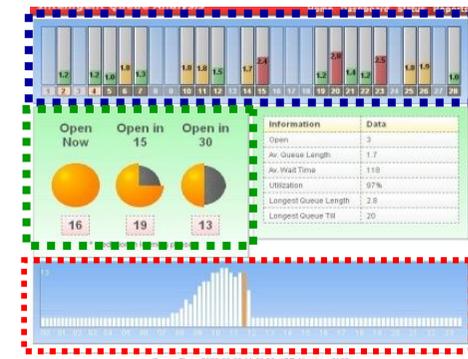
- ◆ 育成事業として取り組んでいるRFID図書館システムにつき、図書館システムメーカーとの連携を強化し、販売活動の強化を図る
- ◆ 前期は、所沢市立図書館や高槻市立図書館などに導入



(図書館管理システム)

ストアソリューションビジネスの立上げ

- ◆ 店舗の来客数をカウントする入店カウンターシステムと、映像解析システムを統合し、大規模店舗のレジ待ち時間の短縮やレジ業務の効率化を図る新システムの事業化を目指す



(新システムイメージ)

● 中国市場へのビジネス展開

機構部品の現地ローカル企業への販売体制構築

- ◆ 国内ATM市場No.1のシェアを誇る、TKオリジナルのスライドレールを、中国に生産拠点をもち欧米大手ATMメーカーや中国の現地ATMメーカーをターゲットに販売体制の早期構築を図る



(TKスライドレール)

Tyco/ADT社との中国市場での販売提携

- ◆ 子会社であるエスキューブが製造するEASを、Tyco/ADT社の中国拠点(中国、香港、台湾)を通じて、現地企業へ販売



(エスキューブ製自鳴式タグ)

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。