

# 2010年9月期決算説明会

---

2010年11月10日



**高千穂交易株式会社**

**TAKACHIHO KOHEKI CO.,LTD.**

# 2010年9月期の決算概要



**高千穂交易株式会社**

**TAKACHIHO KOHEKI CO.,LTD.**

# 2010年9月期 連結業績ハイライト

## 売上高について

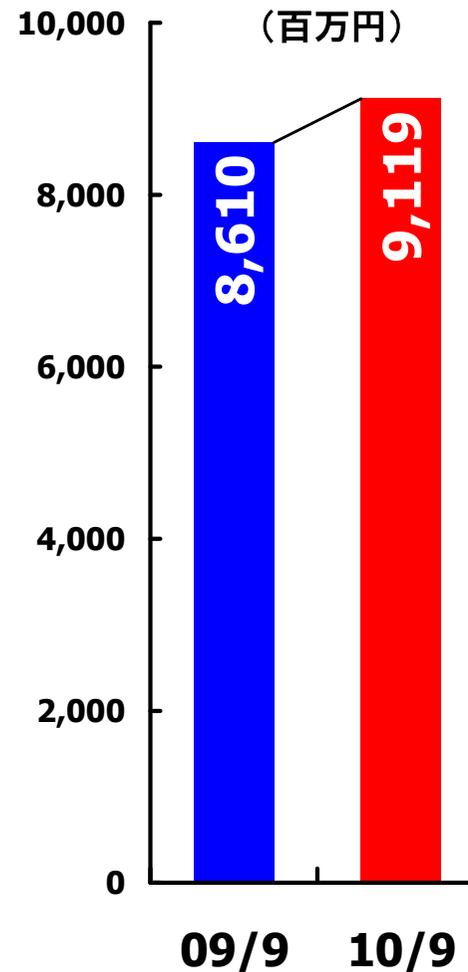
- ◆ 産機商品類の販売好調が全体の増収に大きく寄与
- ◆ システム事業は、競合リプレイスなどが進み、前年水準を確保

## 利益について

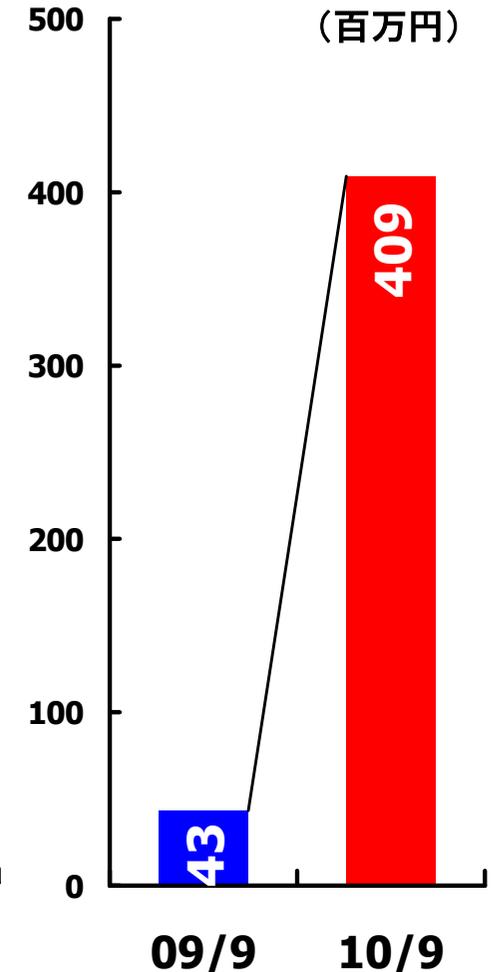
- ◆ 粗利益率の改善、販管費の削減により、損益分岐点が大幅に引き下がったこと、増収効果が相俟って大幅増益

	09/9	10/9	前期比
売上高	8,610	9,119	5.9%
営業利益	45	357	7.8倍
経常利益	43	409	9.4倍
当期純利益	△8	223	黒字転化

【売上高】



【経常利益】



## 2010年9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	09/9		10/9			
	実績	実績	売上比%	前期差	増減率%	
売上高	8,610	9,119	100.0	509	5.9	
粗利益	2,078	2,271	24.9	193	9.3	
粗利益率	24.1%	24.9%	—	0.8%P	—	
販売管理費	2,032	1,913	21.0	△118	△5.8	
営業利益	45	357	3.9	312	681.7	
経常利益	43	409	4.5	366	838.3	
当期純利益	△8	223	2.4	232	黒字転化	
人員	368	334	—	△34	—	

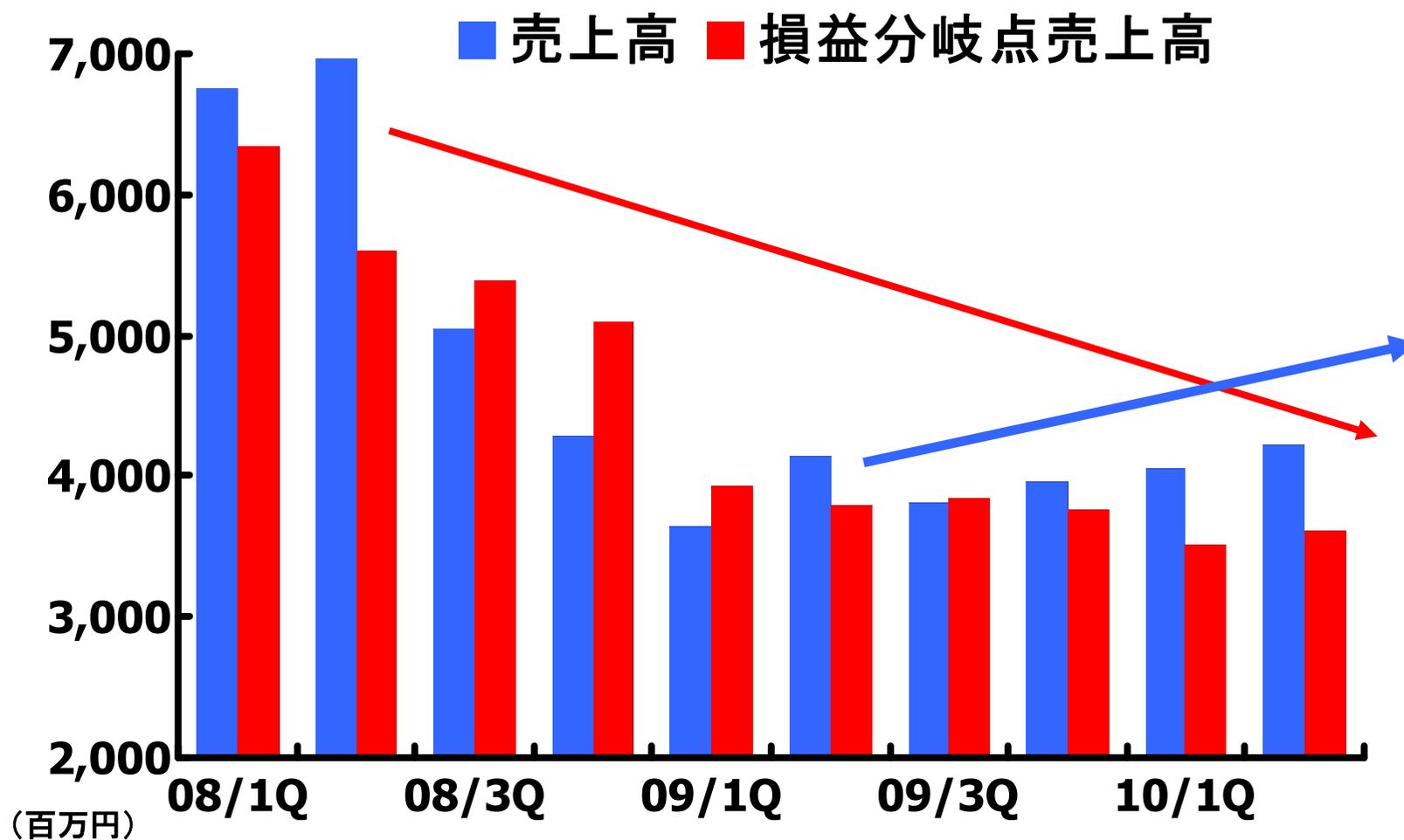
## ● 半期毎の業績推移

(百万円)

項目	08/下期	09/上期	09/下期	10/上期
売上高	10,404	8,610	8,697	9,119
粗利益	2,158	2,078	2,167	2,271
粗利益率	20.7%	24.1%	24.9%	24.9%
販売管理費	2,222	2,032	1,949	1,913
営業利益	△64	45	218	357
経常利益	72	43	278	409
当期純利益	△109	△8	157	223
人員	368	368	349	334

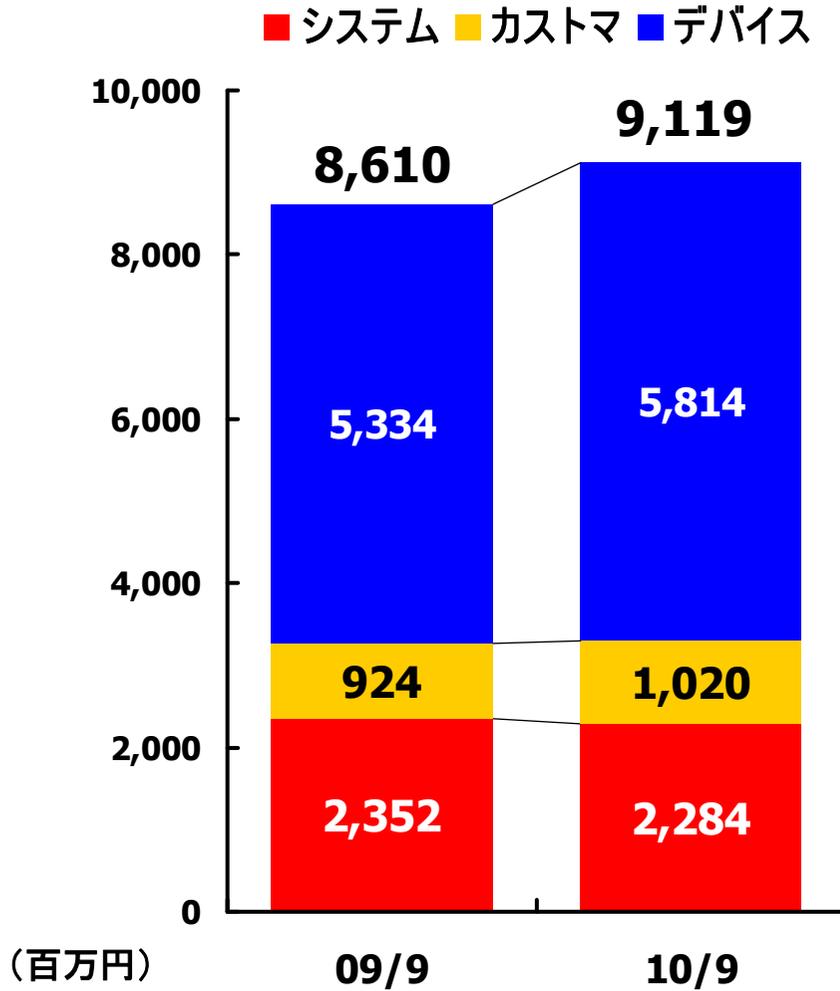
## ● 四半期毎の損益分岐点の推移

直近では、08/1Q対比で43%低下

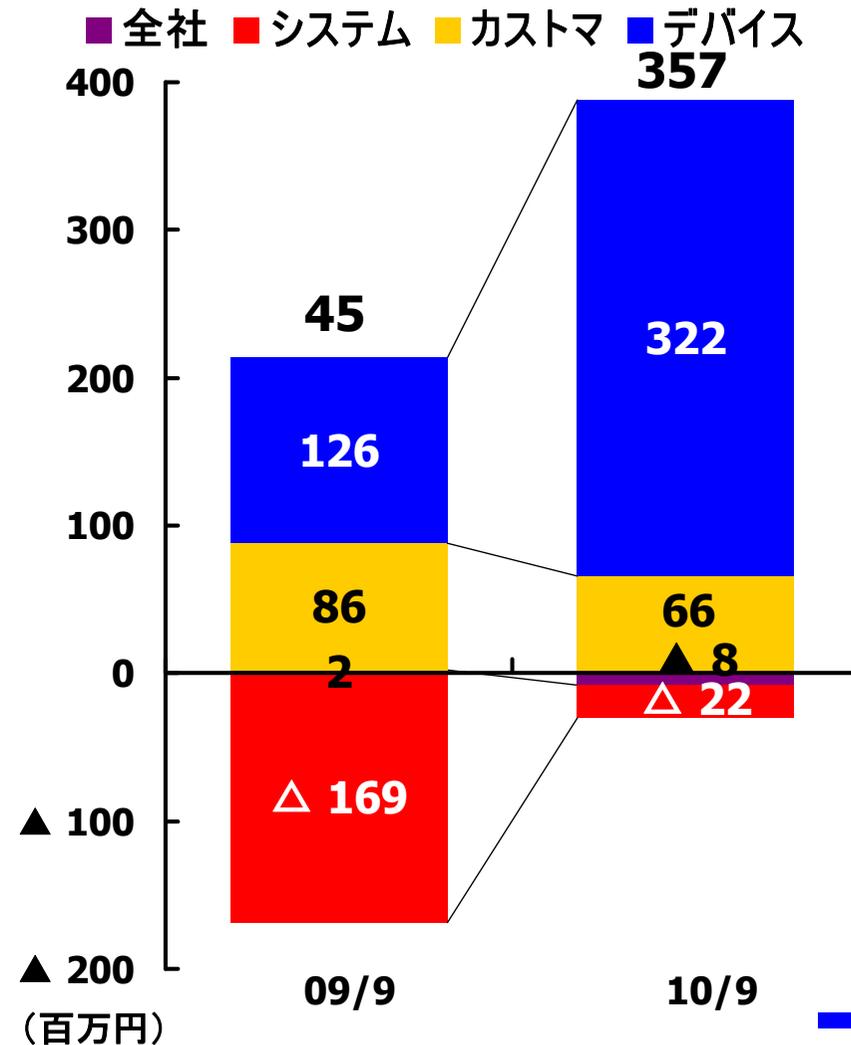


# セグメント別業績のハイライト

【売上高】



【営業利益】



# ● セグメント別業績のハイライト(資料)

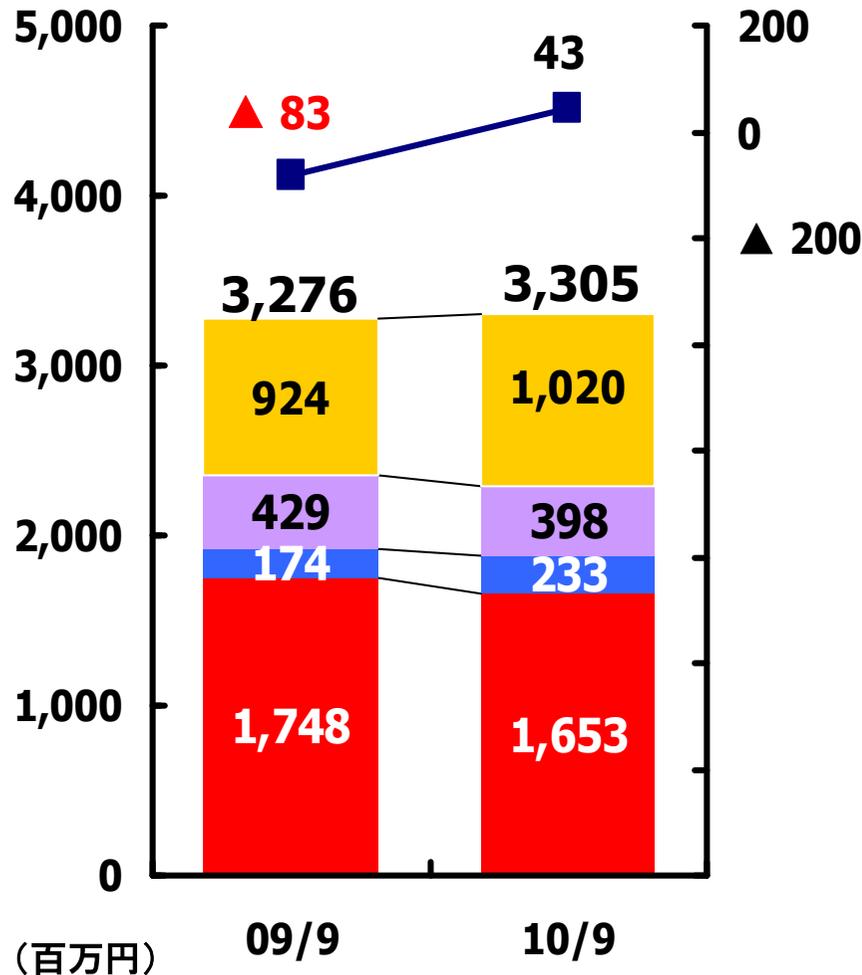
(百万円)

	09/9	10/9	前期差	前期比(%)	前期比寄与度(%)
売上高	8,610	9,119	509	5.9	5.9
システム	2,352	2,284	△67	△2.9	△0.8
構成比(%)	27.3	25.0	—	—	—
カスタマ・サービス	924	1,020	96	5.9	1.1
構成比(%)	10.7	11.2	—	—	—
デバイス	5,334	5,814	480	9.0	5.6
構成比(%)	62.0	63.8	—	—	—
営業利益	45	357	312	681.7	681.7
システム	△169	△22	147	—	321.9
カスタマ・サービス	86	66	△20	△23.5	△44.2
デバイス	126	322	196	154.9	428.6
全社共通	2	△8	△11	—	—

(注) 会計基準の変更に伴って、今年度より全社共通の費用の配賦基準を変更しております。これに伴い、09年9月期の営業利益もこれに合わせて修正し、比較しております。

# システム+カスタマ・サービスの業績

■ セキュリティ ■ メーリング ■ その他  
■ カストマ ■ 営業利益(右目盛)



## 売上高について

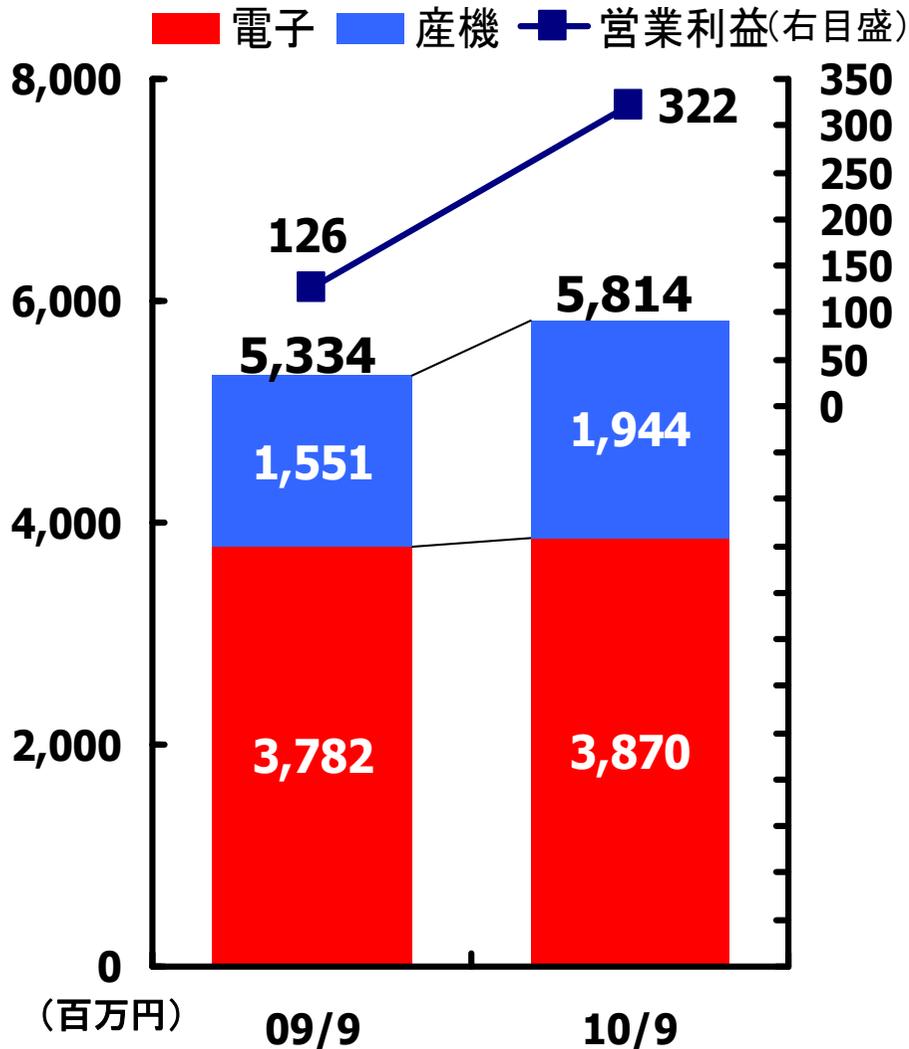
- ◆ セキュリティ商品類は、前年度高伸した輸出製品に内蔵されるタグの販売が一服したことなどから減収
- ◆ メーリング商品類は、高速インクジェットプリンターの販売が好調に推移し増収
- ◆ カストマ・サービス事業は、納入、設置案件の増加により増収

## 営業利益について

- ◆ カストマ・サービスにおいて外注費などの原価低減に努め、粗利益率が上昇
  - ◆ 全体として、販管費の圧縮効果により増益
- (百万円)

システム+カスタマ	09/9	10/9	前期比 (%)
売上高	3,276	3,305	0.9
営業利益	△83	43	—

## ● デバイスの業績



### 売上高について

- ◆ 電子商品類は、民生品向けの販売が減少するも、重点市場の産業機器向けが好調に推移し増収
- ◆ 産機商品類は、中国向けATMや住宅設備機器向け機構部品の販売が好調に推移し、大幅増収

### 営業利益について

- ◆ コスト削減効果に加え、相対的に粗利益率の高い産機商品類の売上構成比が増加したこと、及び技術力を活かした付加価値提案の効果などにより大幅増益

(百万円)

デバイス事業	09/9	10/9	前期比 (%)
売上高	5,334	5,814	9.0
営業利益	126	322	154.9

## ● プロダクト別業績(資料)

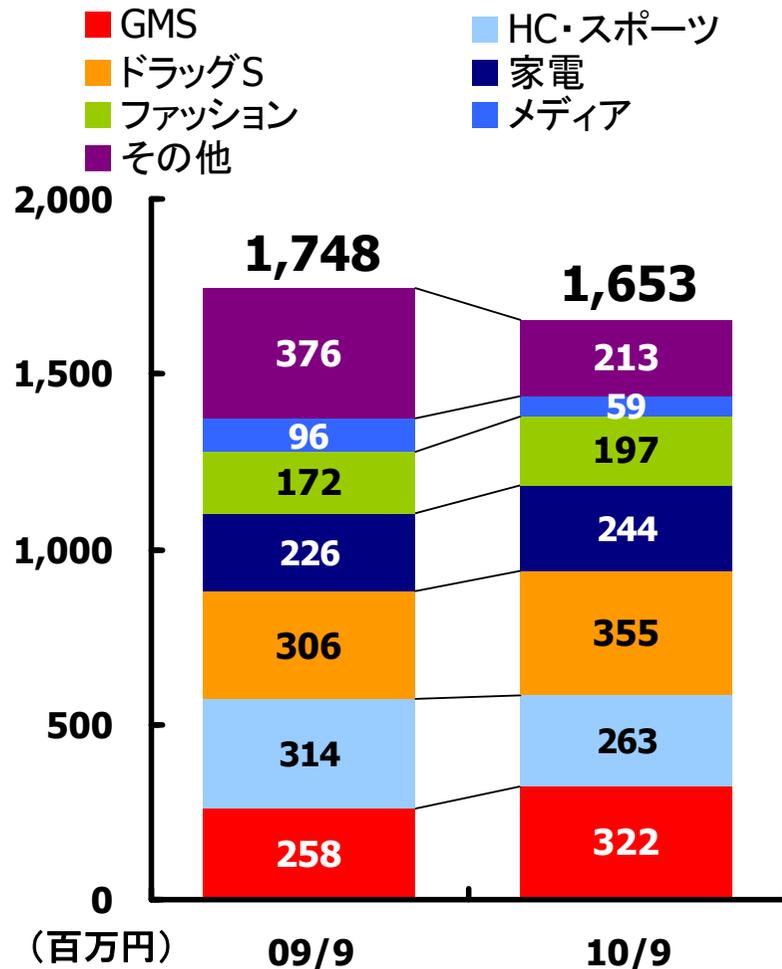
(百万円)

項目	09/9		10/9			
	実	績売上比%	実	績売上比%	前期差	増減率%
システム	2,352	100.0	2,284	100.0	△67	△2.9
セキュリティ	1,748	74.3	1,653	72.4	△94	△5.4
メーリング	174	7.4	233	10.2	58	33.7
その他	429	18.3	398	17.4	△31	△7.3
デバイス	5,334	100.0	5,814	100.0	480	9.0
電子	3,782	70.9	3,870	66.6	87	2.3
産機	1,551	29.1	1,944	33.4	392	25.3
カスタマ・サービス	924	100.0	1,020	100.0	96	10.4

(注) 会計基準の変更に伴って、今年度よりセキュリティ商品類及びその他商品類の構成の変更いたしました。それに伴い、前年度の実績につきましても、これに合わせて修正をしております。

# セキュリティプロダクトの業績

## 主力の市場で持ち直しの動き



### セキュリティプロダクトの業績のポイント

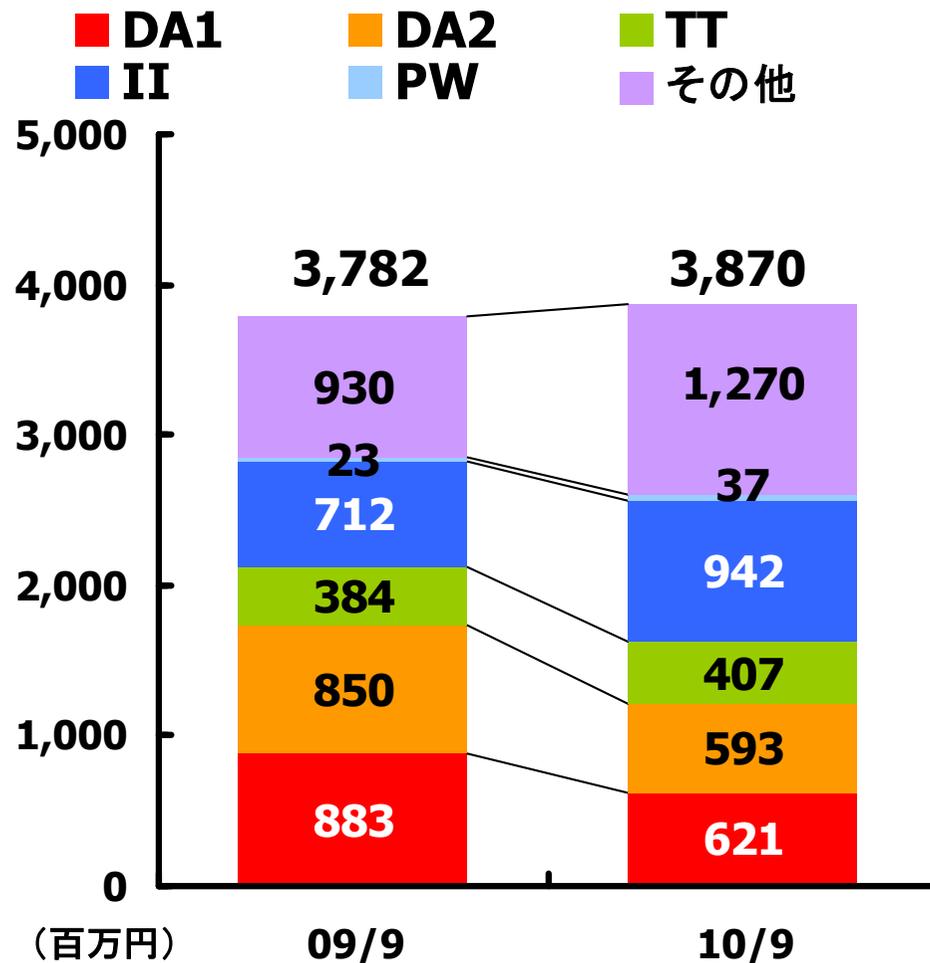
- ◆ GMS市場においては、新規出店など徐々に持ち直しの動き
- ◆ ドラッグストア市場においては、競合製品のリプレイスにより増収
- ◆ 前年度高伸した、輸出製品に内蔵される防犯タグの販売が一服し、その他市場が減収
- ◆ コンビニ、食品スーパーへのトライアルの実施  
⇒ 下期以降の実績へ期待
- ◆ 中国など、アジア地区でのEASの販売を開始し、一部で実績化

(百万円)

セキュリティプロダクト	09/9	10/9	前期比 (%)
売上高	1,748	1,653	△2.9

# ● 電子プロダクトの業績

## 重点市場の産業機器向けの売上高が増加



### 電子プロダクトの業績のポイント

- ◆ 半導体製造装置や基地局向けなど、産業機器向けが増収
- ◆ その他市場のうち、代理店を通じた間接販売が好調に推移
- ◆ 民生品向けは、パソコン向けなどを中心に大幅減収
- ◆ ASS(アプリケーションセグメントセールス)活動では、産業ロボット、鉄道向けで、製品の検証が進む

(百万円)			
電子プロダクト	09/9	10/9	前期比 (%)
売上高	3,782	3,870	2.3

# ● 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)

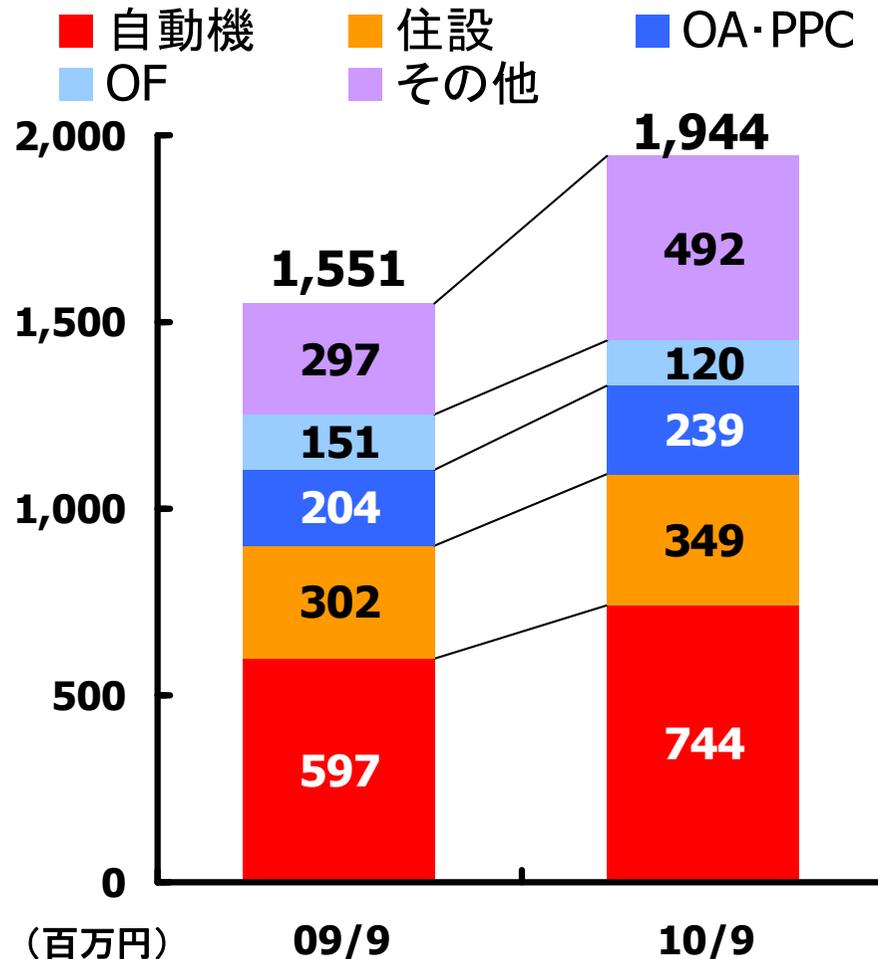
TT : カーDVDナビゲーター等

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ATM用部品の販売が、中国向けを中心に増加



### 産機プロダクトの業績のポイント

- ◆ ATM向け機構部品の販売が、中国向けを中心に高伸
- ◆ 住設市場においては、IHグリル向けなどのほか、白物家電への横展開が進む
- ◆ 複合機市場においても、中国輸出向けを中心に増加
- ◆ その他市場では、サーバーラックやアミューズメント、車両ドア向け機構部品の販売が好調
- ◆ オフィス家具市場では、設備投資抑制の影響により低迷

(百万円)

産機プロダクト	09/9	10/9	前期比 (%)
売上高	1,551	1,944	25.3

# ● 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

# ● 連結貸借対照表の状況

(百万円)

	10/3	10/9	構成比(%)	増減
流動資産	15,322	15,352	88.0	30
現金預金	6,093	6,300	36.1	206
受取手形及び売掛金	5,095	5,156	29.5	61
商品及び製品	3,012	3,071	17.6	58
固定資産	2,046	2,098	12.0	52
有形固定資産	608	593	3.4	△15
無形固定資産	62	44	0.2	△17
投資その他資産	1,375	1,460	8.4	85
資産合計	17,369	17,451	100.0	82
流動負債	2,944	3,077	17.6	132
支払手形及び買掛金	2,107	2,223	12.7	116
固定負債	975	894	5.1	△80
純資産	13,448	13,479	77.3	30
負債純資産合計	17,369	17,451	100.0	82

## ● 連結キャッシュ・フロー計算書の状況

(百万円)

	09/9	10/9	前期差
営業活動によるキャッシュフロー	1,513	404	△1,109
投資活動によるキャッシュフロー	△883	△68	815
財務活動によるキャッシュフロー	△143	△122	20
現金及び現金同等物の増減額	493	206	△287
現金及び現金同等物の期首残高	4,769	5,593	824
現金及び現金同等物の期末残高	5,263	5,800	537

## 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%
2011年3月期	24円00銭	12円00銭	(見込み)60.7%

### 株主還元策に関するポイント

#### ◆ 安定・継続的な配当の実施

当社は、安定・継続的な配当を行うことを旨としております。

#### ◆ 株主優待の実施

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。

# 通期の見通し



**高千穂交易株式会社**

**TAKACHIHO KOHEKI CO.,LTD.**

## 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)
  - ⇒ 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)
- ◆ **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

# 2010年9月期までの進捗状況

## <方針>

収益基盤の再構築

新規(事業・市場・商品)  
の創出

## <結果>

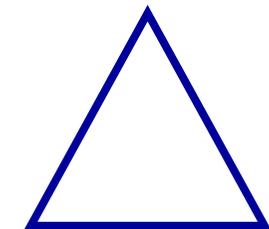
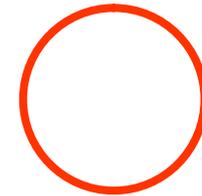
・粗利益率が改善(前期比+0.8P)  
・販管費の更なる圧縮(同△2.2%)  
⇒ 損益分岐点が大幅に引き下がる

・新市場については、電子では産業機器市場、産機ではアミューズメント市場の開拓が進むも、システム事業では、下期へ課題を残す

・新商品開発と新規事業の創出への取組みは、新商品を投入し、トライアル等の提案活動を推進するも、上期には主だった成果へは結びつかず

・中国市場の開拓については、中国等でEASの販売を開始するなど、徐々に成果が現れつつある

## <評価>



# 2011年3月期 通期業績計画

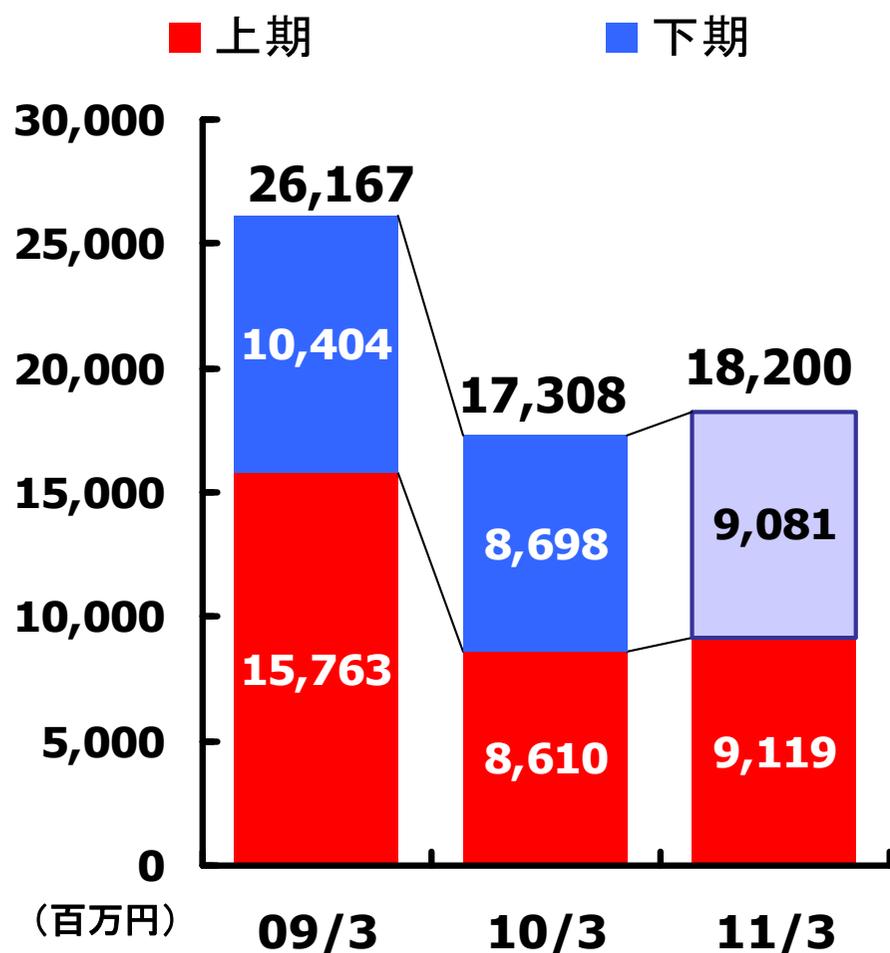
## 粗利益率維持とローコスト体質の定着に注力

(百万円)

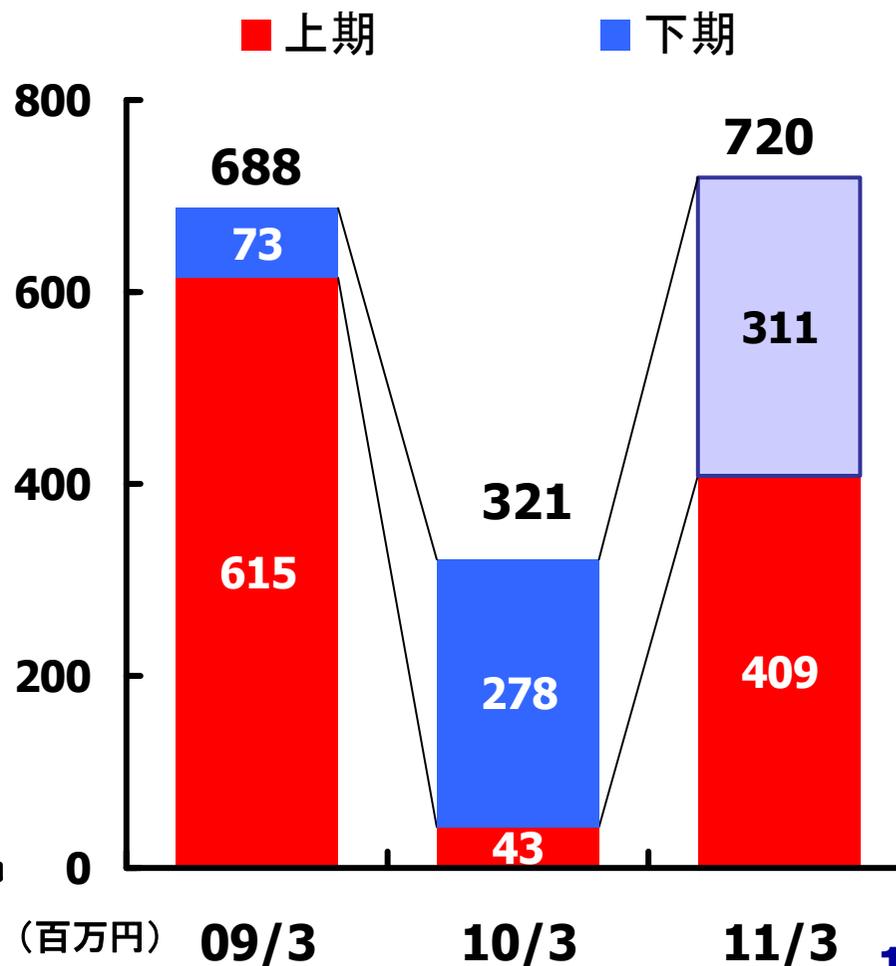
	10/3	11/3予想		前期差	前期比 (%)
		当初	11月5日 修正		
売上高	17,308	17,800	18,200	892	5.2
粗利益	4,245	4,410	4,510	265	6.2
粗利益率(%)	24.5	24.8	24.8	0.3	—
販売費及び一般管理費	3,982	3,910	3,840	△142	△3.6
販管费率(%)	23.0	22.0	21.1	△1.9	—
営業利益	263	500	670	407	154.8
営業利益率(%)	1.5	2.8	3.7	2.2	—
経常利益	321	500	720	399	124.3
経常利益率(%)	1.9	2.8	4.0	2.1	—
当期純利益	148	280	400	252	170.3
当期純利益率(%)	0.9	1.6	2.2	1.3	—

# ● 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】



# 2011年3月期 連結業績計画

## 売上高について

- ◆ デバイス事業を中心に増収計画
- ◆ 上期に引き続き、産機商品類の増収効果が大きく寄与

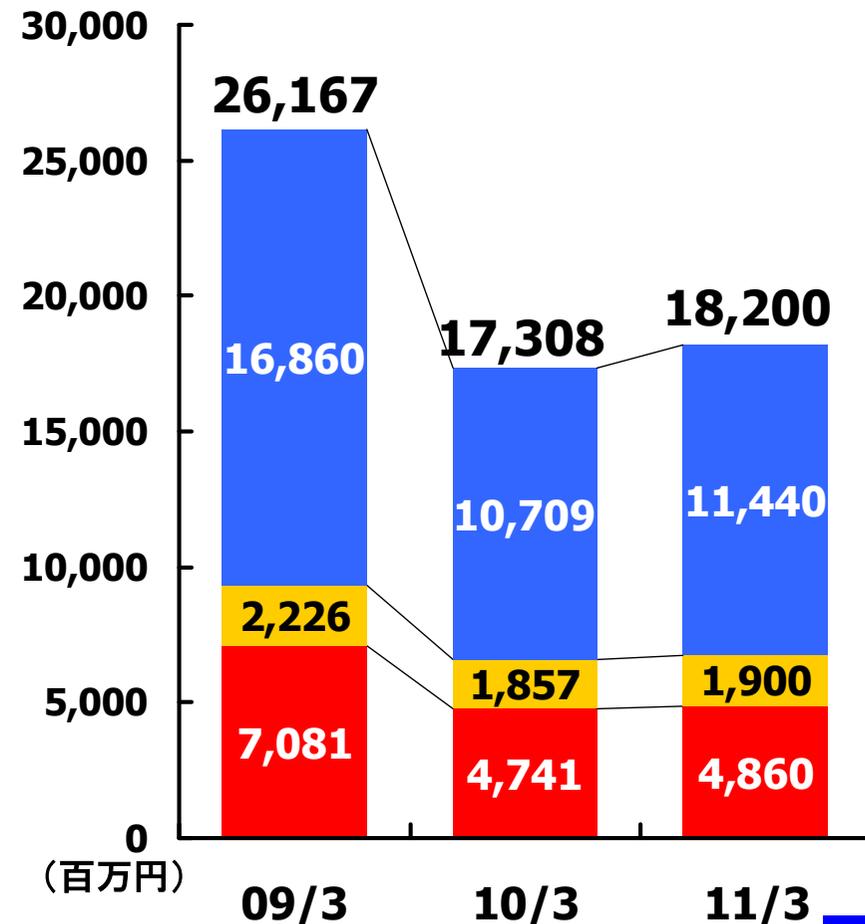
## 利益について

- ◆ 来期以降の成長を見据え、粗利益率の維持と、ローコストでの業務運営体制の定着化に重点

(百万円)

	10/3	11/3	前期比 (%)
売上高	17,308	18,200	5.2
営業利益	263	670	154.8
経常利益	321	720	124.3
当期純利益	148	400	170.3

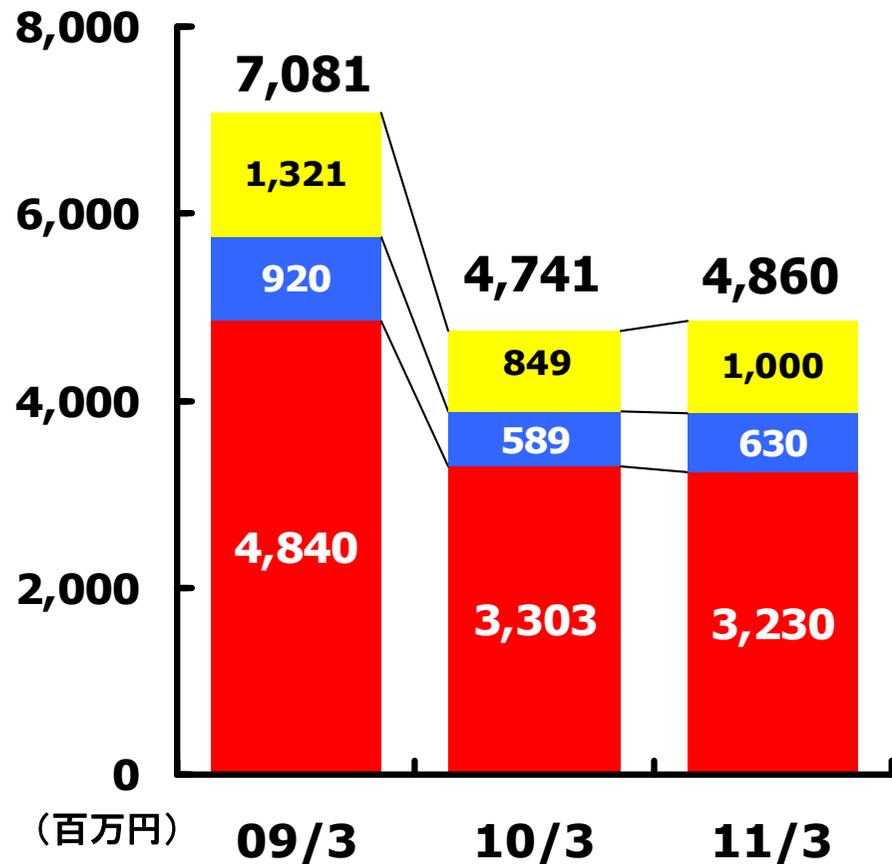
■ システム ■ カスタマ ■ デバイス



# セグメント別販売計画

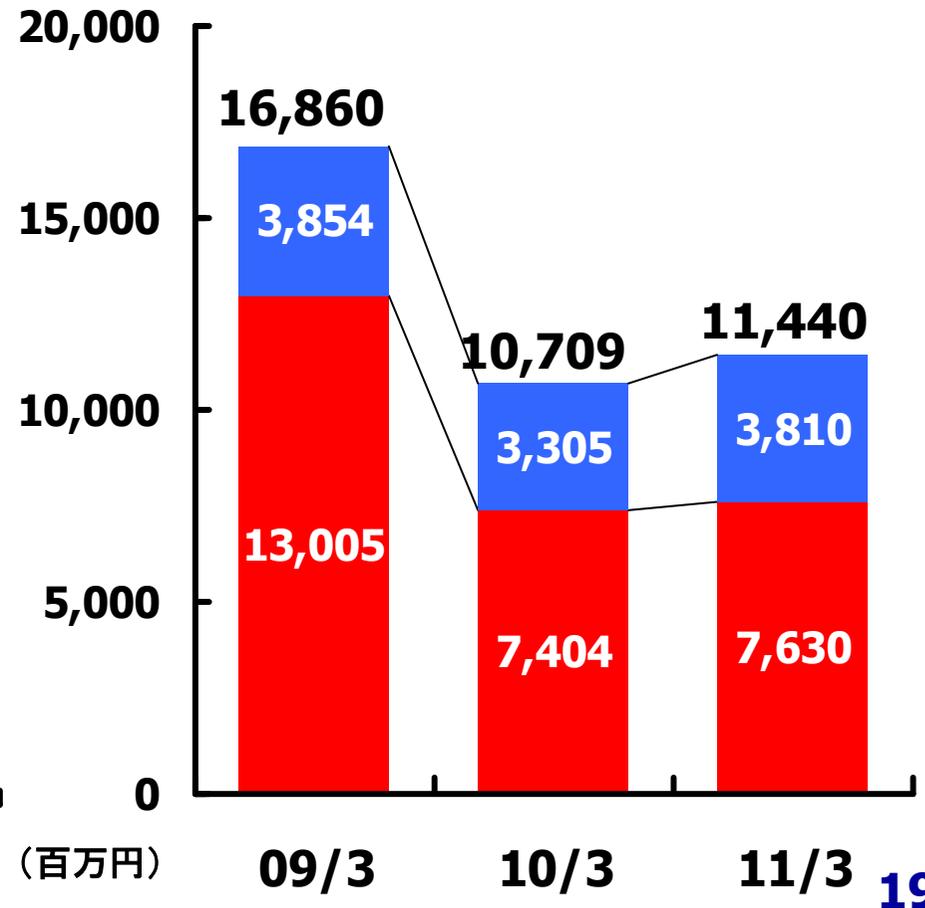
## 【システム】

■ セキュリティ ■ メーリング ■ その他



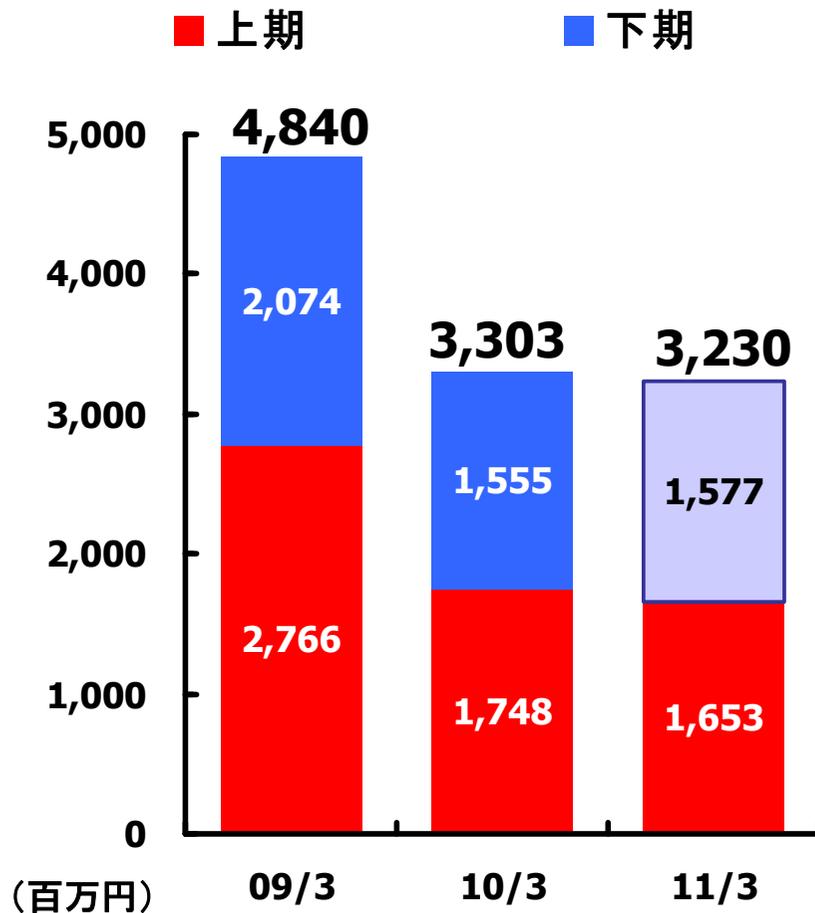
## 【デバイス】

■ 電子 ■ 産機



# ● セキュリティプロダクト販売計画

新規市場の開拓など、来期以降の活動に布石



## セキュリティプロダクトの重点戦略

- ◆ **新規市場の開拓**
  - ・CVS、食品スーパーでのトライアルの推進及び横展開
- ◆ **EAS市場のシェア拡大**
  - ・ドラッグストア市場でのソースタギング実現へ向けて競合製品のリプレイス促進
- ◆ **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
- ◆ **新規商材の早期リリース**

(百万円)			
セキュリティプロダクト	10/3	11/3	前期比 (%)
売上高	3,303	3,230	△2.2

# ● 用途広がる商品監視システム

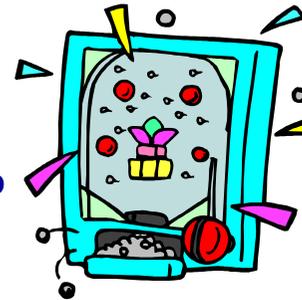
## 映画館向け新ソリューション

- ◆ 3D映画の普及に伴い急増する専用メガネの“持ち帰り”対策として、当社のEASが活躍。
  - ・メガネの製造段階でタグを内蔵し、利用者がメガネを返却せずに映画館の外に出ようとすると、ゲートとメガネ内のタグが反応し、ブザーが鳴る仕組み

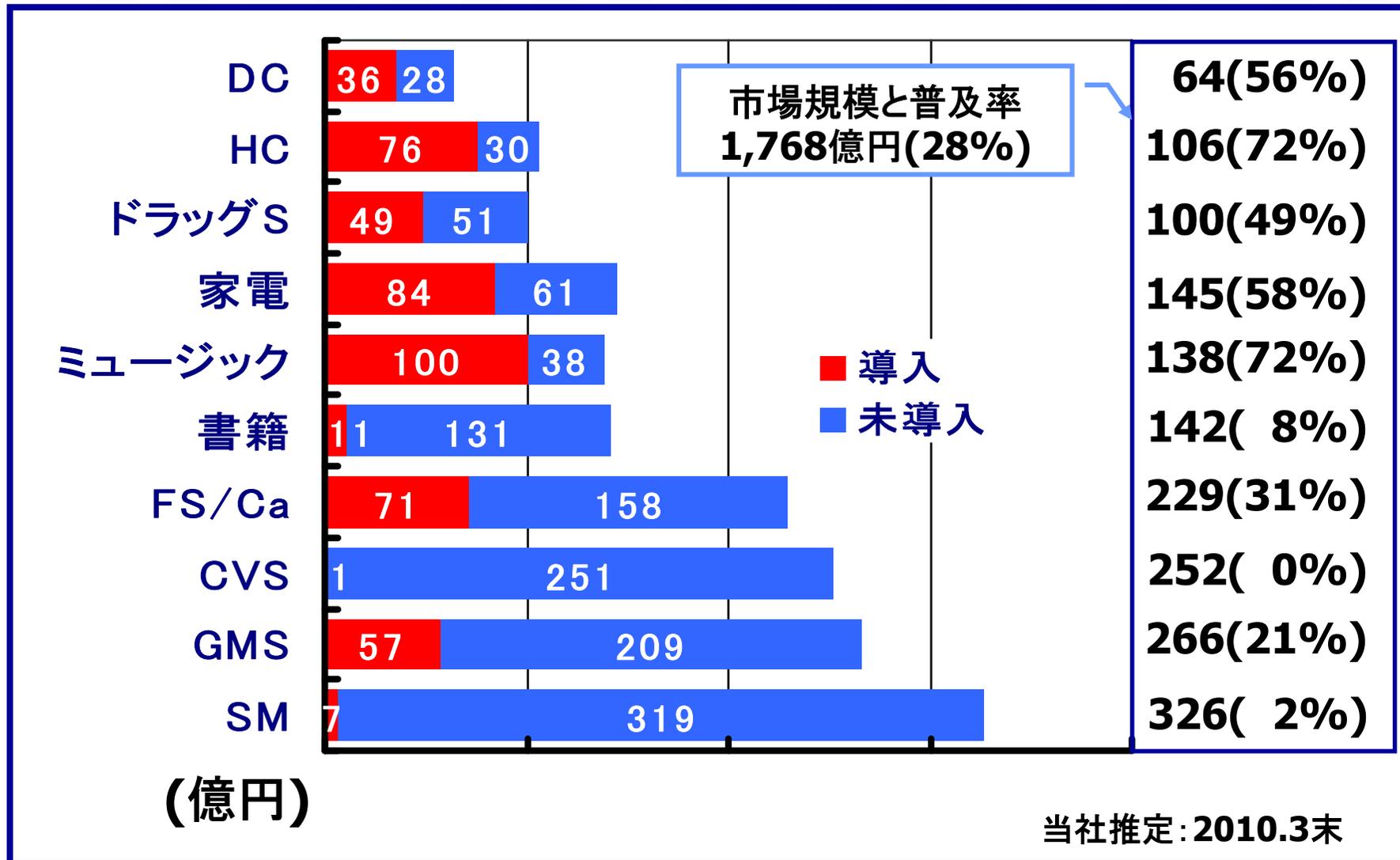


## パチンコ店への導入進む

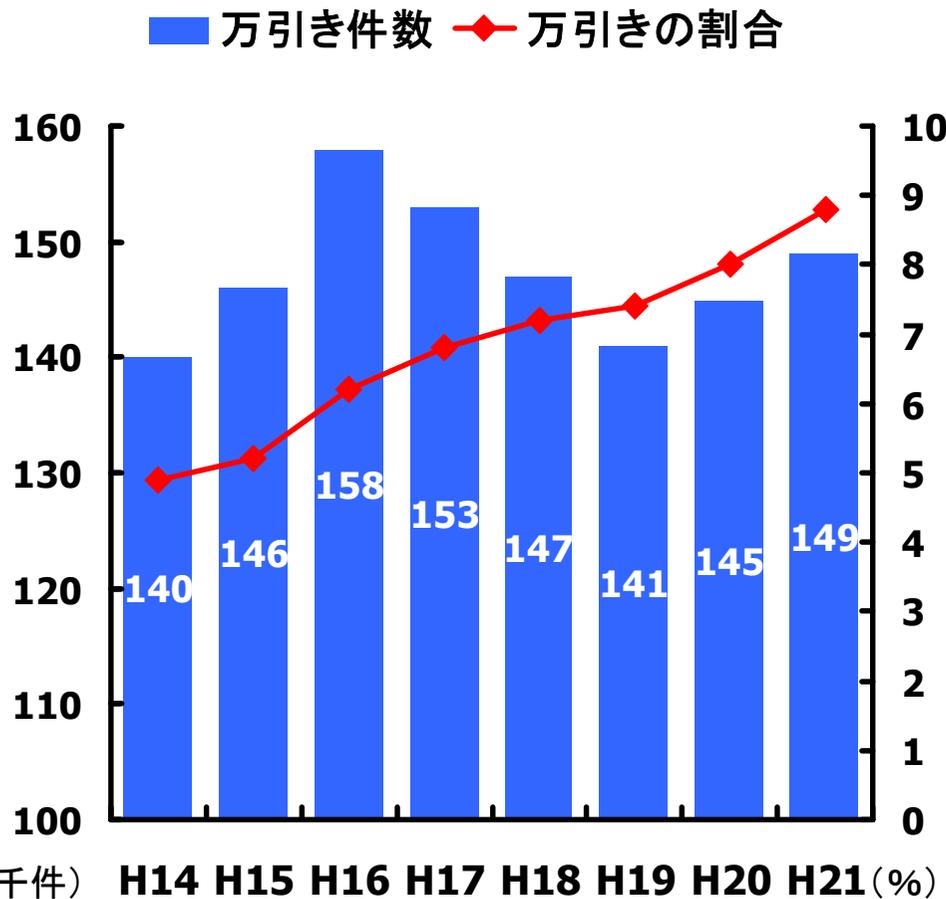
- ◆ 1円パチンコの人気が高まる中、同一店内での1円エリアから4円エリアへの玉の持ち出しを防ぐ
  - ・1円パチンココーナーのドル箱にタグを取り付け、1円エリアと4円エリアの境界にゲートを設置。1円エリアの玉を4円エリアへ持ち込むことを防ぐ。



# EASの市場規模と普及状況



# ● 万引防止へ官民共同での取組み始まる



依然減らない万引き犯罪

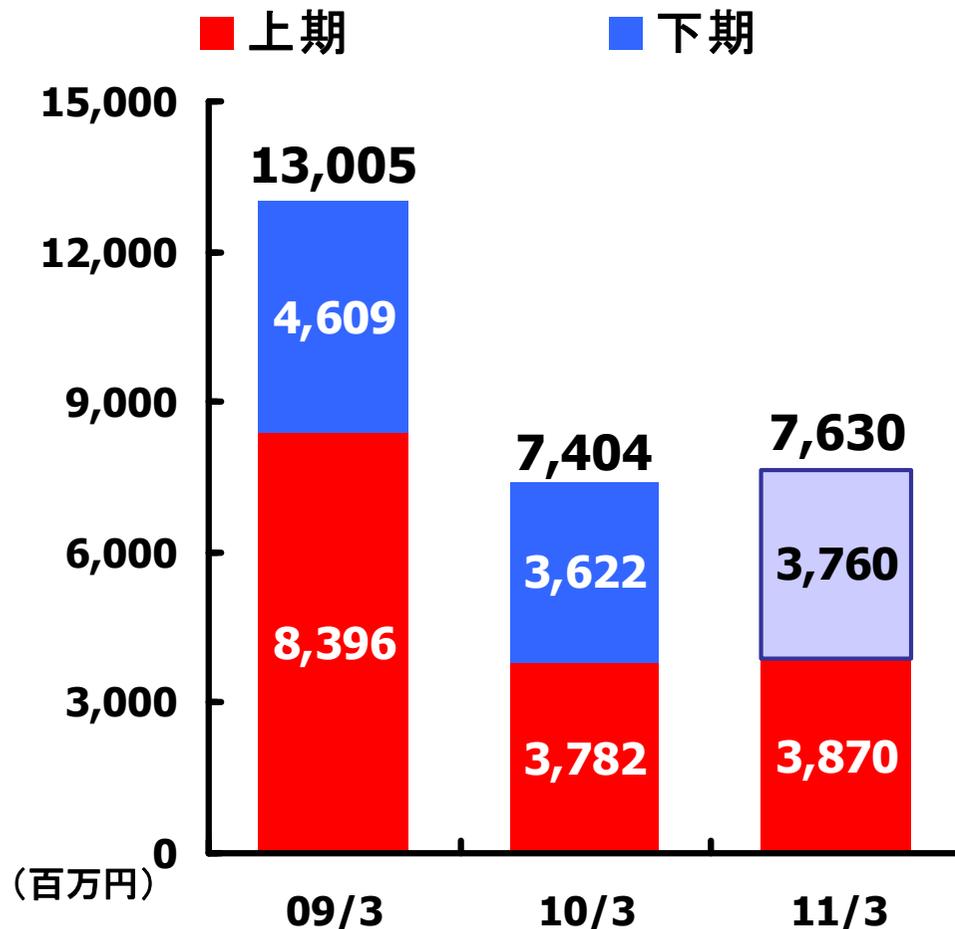
官民共同での取組みが始まる

- ◆ 警視庁及び警察庁での官民合同会議の継続的な開催
  - ・ 警視庁、警察庁の他、各小売業界団体、EAS機器協議会等が参加
- ◆ 万引き防止を企図した、防犯マニュアルの作成や各種イベントの開催
- ◆ 万引き認知の届出徹底を促進
  - ・ 万引き届出時の調書の簡素化などにより、届出による店舗側の負担軽減

<注> 万引き件数 = 万引き認知件数  
 万引きの割合 = 万引き認知件数 / 刑法犯認知総数  
 <警察庁統計資料>

# ● 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

- ◆ 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
- ◆ 産業機器向けの強化
  - ・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
- ◆ アミューズメント市場の横展開の推進
- ◆ 民生品向けに特徴あるデバイスの調達・販売の強化
- ◆ 新たなサプライヤーの発掘、開拓に注力

(百万円)

電子プロダクト	10/3	11/3	前期比 (%)
売上高	7,404	7,630	3.0

## ● 新たなサプライヤー戦略について

### NS(ナショナルセミコンダクタージャパン)との販売代理店契約解消

- ◆ 2011年3月末日をもって、当社仕入先であるNSとの代理店契約を解消(2011年4月以降は、当社の技術サポートを必要とされるお客様を中心に、販売店として引き続きNS製品の提供を実施)

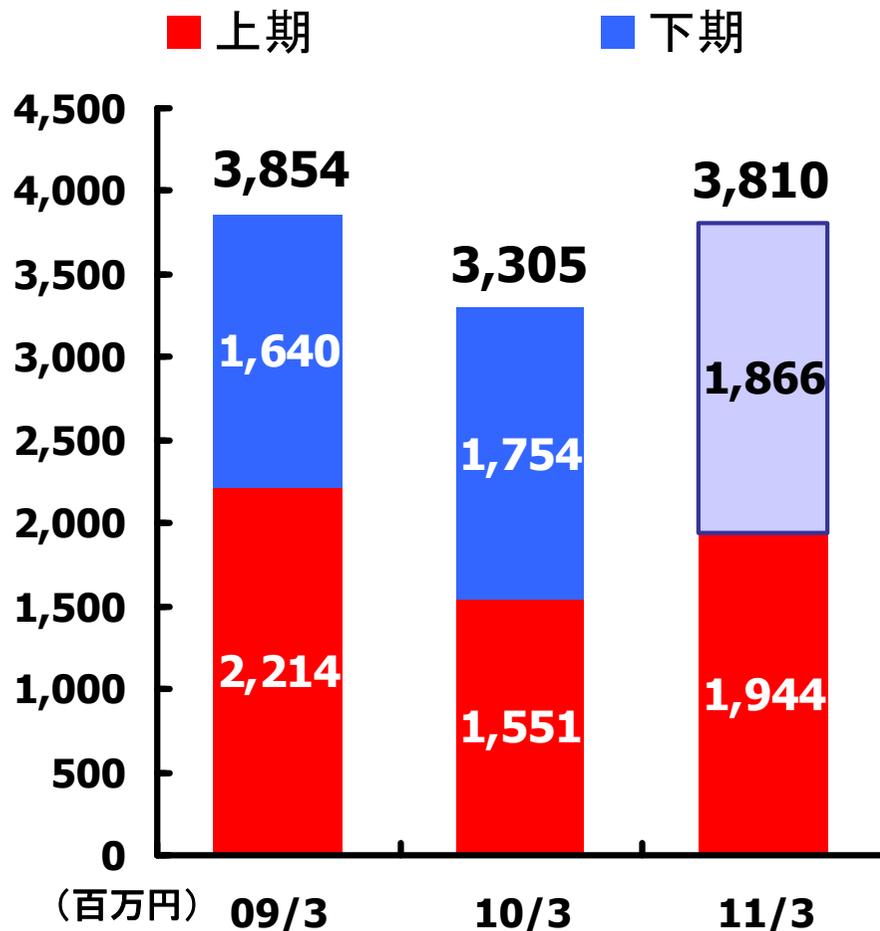


### 新たなサプライヤー戦略について

- ◆ NSとの35年以上に亘る取引を通じ培ったノウハウを活かし、新たなアナログ分野のサプライヤーの開拓
- ◆ 近年強化を進めてきた通信系デバイス(ANADIGICS、VITESSE)・MEMS系センサー(Kionix、Knowles、INTERLINK)などを中心に、販売強化
- ◆ 産業機器向け市場をターゲットに、ハイパワー電源(Methode)の供給体制を強化・拡大

# 産機プロダクトの販売計画

## 新市場・新規アプリの開拓強化



### 産機プロダクトの重点戦略

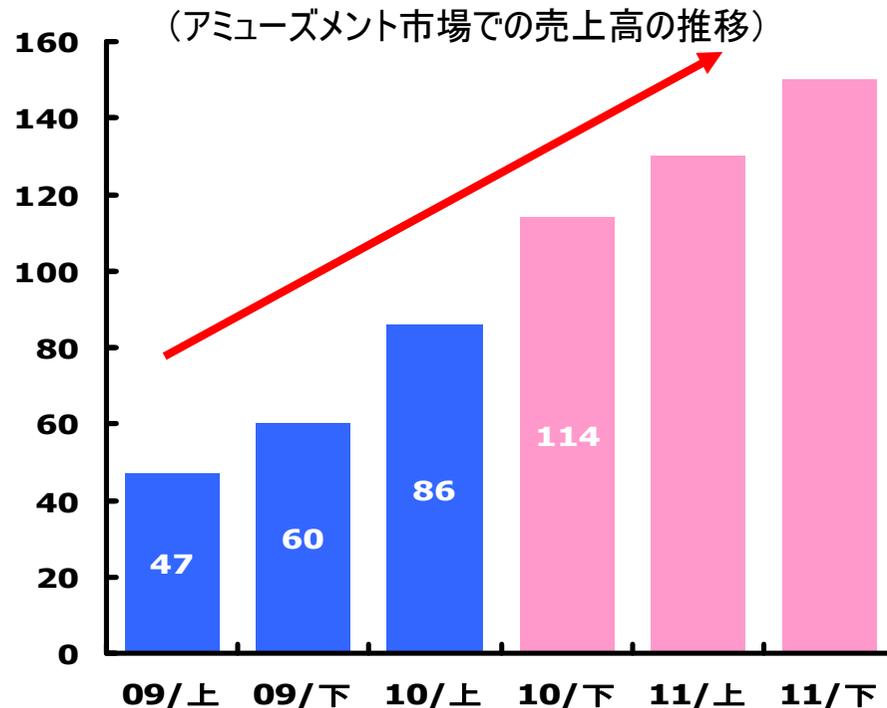
- ◆ 海外ビジネスの積極的展開
  - ・国内No.1シェアを誇るATM向け機構部品の海外メーカーへの販売強化
- ◆ 住宅設備市場の更なる拡大
  - ・IHクッキングヒーター向け機構部品の拡販のほか、新商材、新アプリの発掘・強化
- ◆ アミューズメント市場の強化・拡大
  - ・業界最小、最軽量クラスのスライドレールの横展開
- ◆ 戦略的サプライヤーの開拓・育成

(百万円)			
産機プロダクト	10/3	11/3	前期比 (%)
売上高	3,305	3,810	15.3

# 産機プロダクトの新市場開拓

## アミューズメント市場での開拓が進む

- ◆ 業界最小、最軽量クラスのスライドレール「TKマイクロレール」を市場へ投入  
⇒ アミューズメント機器の内部機構（演出装置）への採用が広がる



(TKマイクロレール)

# ● 新規事業創出への取組み

## 《映像センシングによる販促支援サービスの提供》

カメラと分析ソフトの併用により、録画映像をコンピュータ解析し、分析結果をタイムリーに提供。

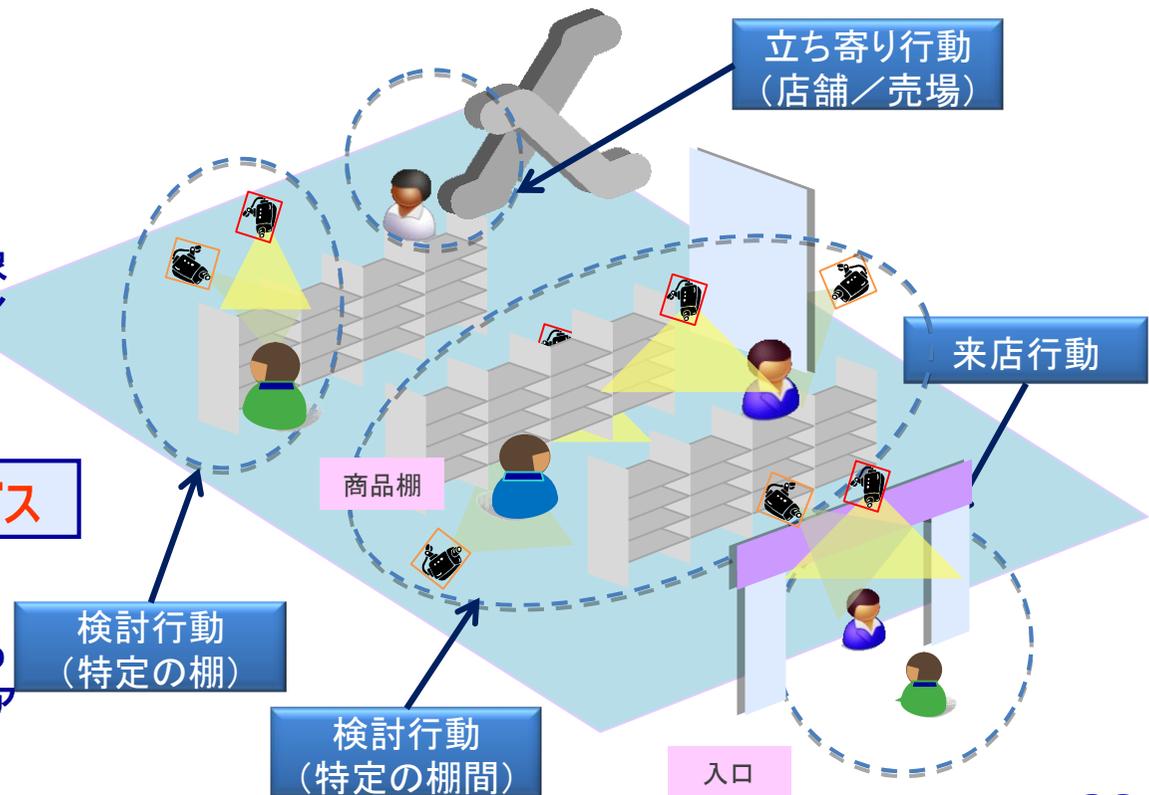
EASで多くの取引実績を持つ小売業を中心に営業活動をスタート。

### ・男女年齢識別サービス

- ◆ 店舗の入口にカメラを設置し、その映像から来店客の性別や年齢層をリアルタイムに判定。

### ・店舗行動(棚寄り付き)計測サービス

- ◆ 陳列棚・什器近辺に設置したカメラの映像を分析することで、来店客における陳列商品への接触時間や頻度等をリアルタイムに計測。



## ● 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等を、Tyco/ADT社の中国拠点(中国、香港、台湾)等を通じて、アジアの現地企業へ販売  
⇒ 韓国でのEASの販売や、中国現地でのタグビジネスで一部実績化が進む(下期以降へ期待)



(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。