

2015年3月期 決算説明会

2015年 5月 19日



2015年3月期の決算概要

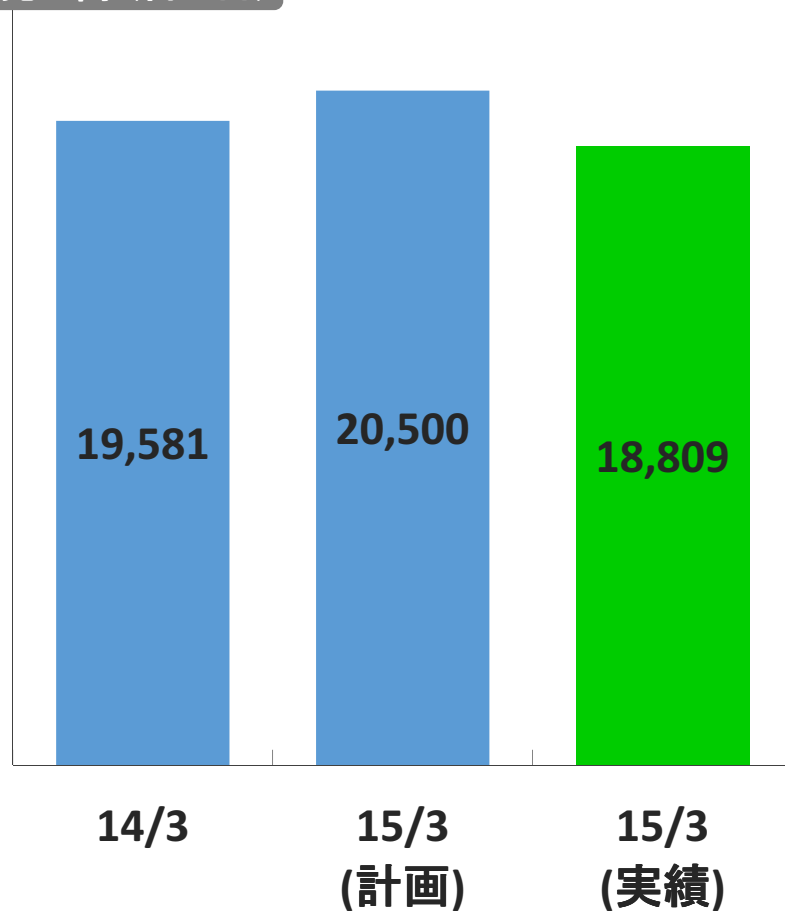
※当資料の金額の記載は、百万円未満を切り捨てて表示しております。

※今期(15/3月期)よりシステムセグメントの事業区分を一部変更しました。これに伴い過去期の区分も組み替えています。

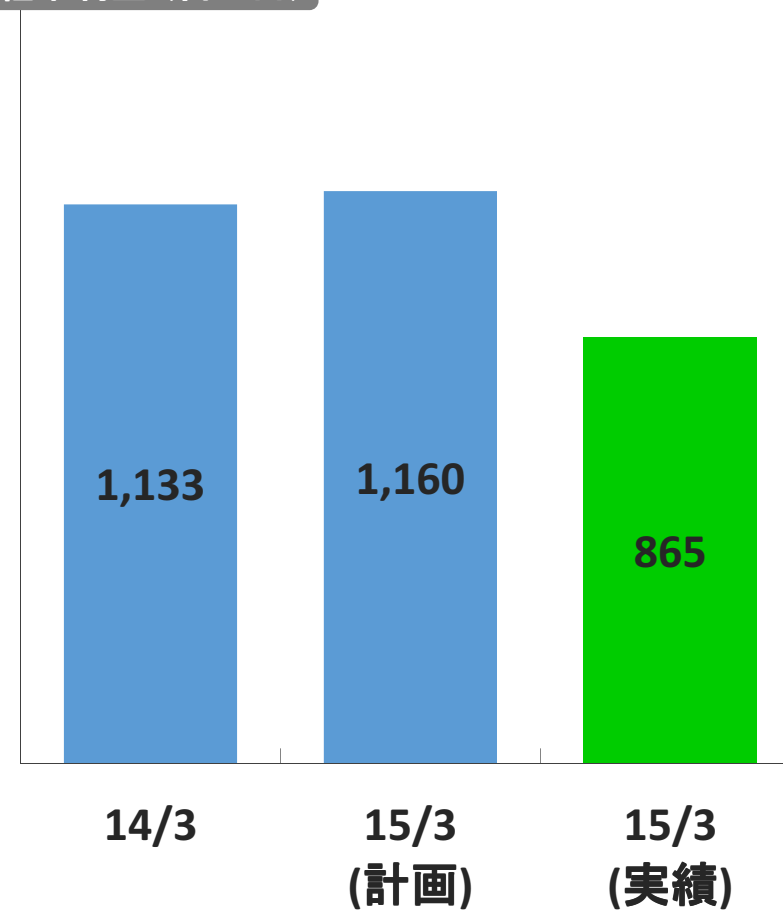
連結業績ハイライト

セグメントごとに好不調が分かれ、減収減益、
計画比でも未達

売上高 (百万円)



経常利益 (百万円)



連結業績の詳細

減収と円安による商品調達コスト増の影響により本業では減益

(百万円)	14/3	15/3		計画差	前期差	前期比 (%)
	実績	計画	実績			
売上高	19,581	20,500	18,809	△1,690	△771	△3.9
粗利益	5,360	5,810	4,935	△874	△425	△7.9
粗利益率(%)	27.4	28.3	26.2	△2.1	△1.1	—
販売費及び一般管理費	4,330	4,660	4,247	△412	△82	△1.9
販管费率(%)	22.1	22.7	22.6	△0.1	0.5	—
営業利益	1,030	1,150	688	△461	△342	△33.2
営業利益率(%)	5.3	5.6	3.7	△1.9	△1.6	—
経常利益	1,133	1,160	865	△294	△267	△23.6
経常利益率(%)	5.8	5.7	4.6	△1.1	△1.2	—
当期純利益	565	630	589	△40	24	4.3
当期純利益率(%)	2.9	3.1	3.1	0.0	0.3	—
人員	453	—	450	—	△3	—

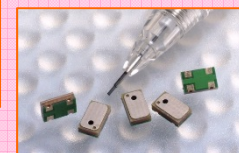
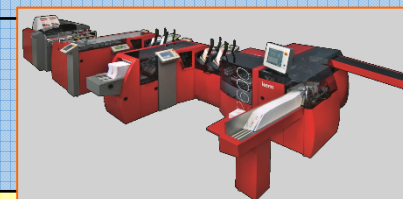
※ 15/3の販管費にのれん償却264百万円計上(14/3は254百万円)

※ 15/3の当期純利益には固定資産(土地)譲渡に伴う処理による法人税等合計額169百万円減少を含む

※ 2014年11月に子会社化したGuardfire 2社は損益及び人数には含まず(みなし取得日が決算日である2014/12/31のため)

資料：セグメント・プロダクト

セグメント	プロダクト (商品類)	商品例
システム	セキュリティ	<ul style="list-style-type: none"> ・EAS(商品監視システム) ・映像監視システム ・ストアマネジメントシステム ・ディスプレイセキュリティシステム ・オフィス入退室管理システム ・防火システム
	その他	<ul style="list-style-type: none"> ・メーリングシステム ・RFIDシステム ・ネットワークシステム
カスタマ	—	システムセグメントの商品の 構築・保守・運用管理
デバイス	電子	<ul style="list-style-type: none"> ・アナログ半導体 ・通信用電子部品 ・各種センサー
	産機	<ul style="list-style-type: none"> ・スライドレール ・ガススプリング ・ソフトクローズユニット ・電子錠

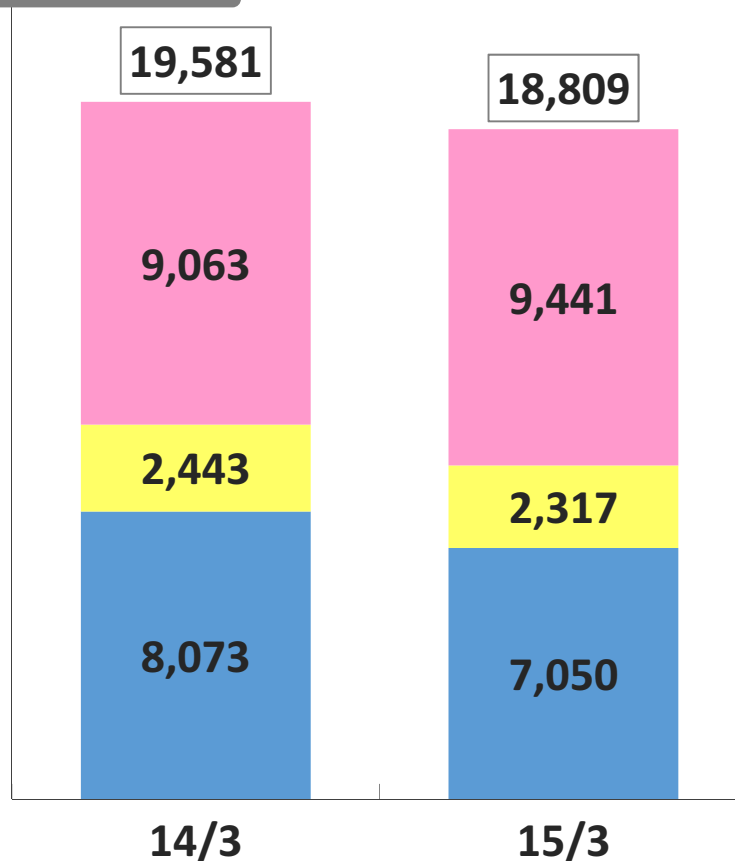


セグメント別業績のハイライト

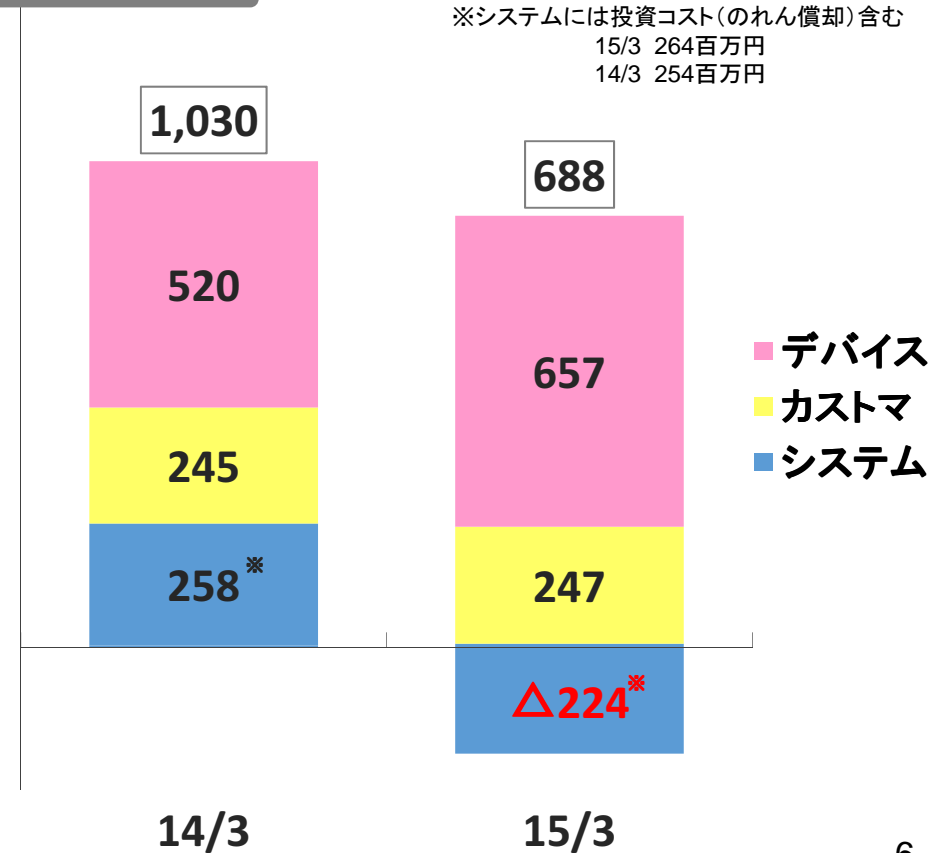
システム：消費増税の反動減の長期化による小売業設備投資
先送り等の影響を受け減収減益

デバイス：製造業向け販売が好調に推移し増収増益

売上高 (百万円)



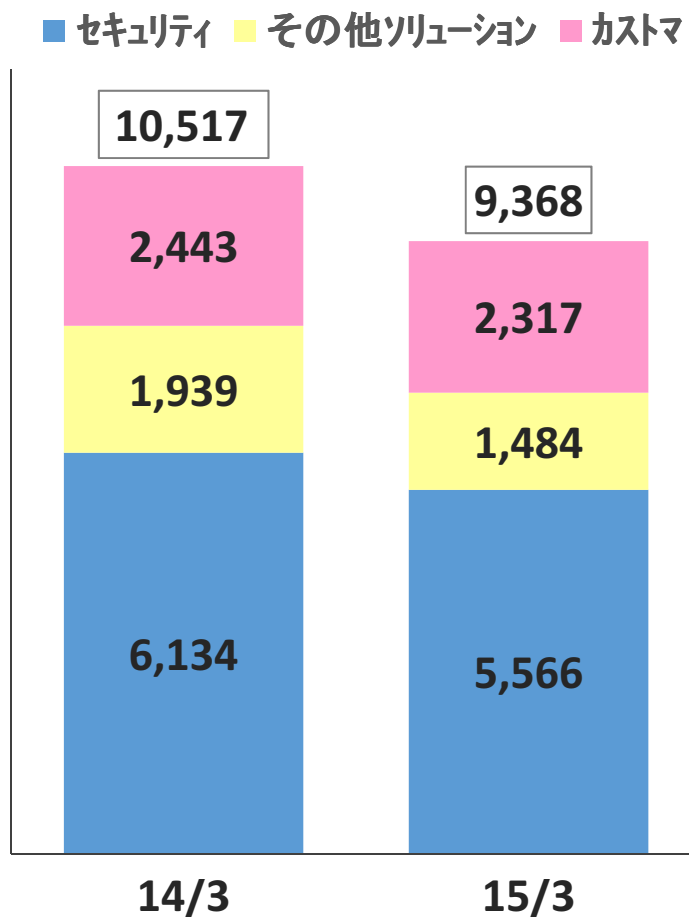
営業利益 (百万円)



システム+カスタマ・サービスセグメントの業績

各プロダクトとも減収

売上高 (百万円)



定性情報

- ◆ セキュリティプロダクトは小売業向け販売が低迷し大幅減収
- ◆ その他ソリューションプロダクトでは、メーリングシステムの不振により減収
- ◆ カストマ・サービスは減収ながら、コスト低減に努め営業利益は前年並み

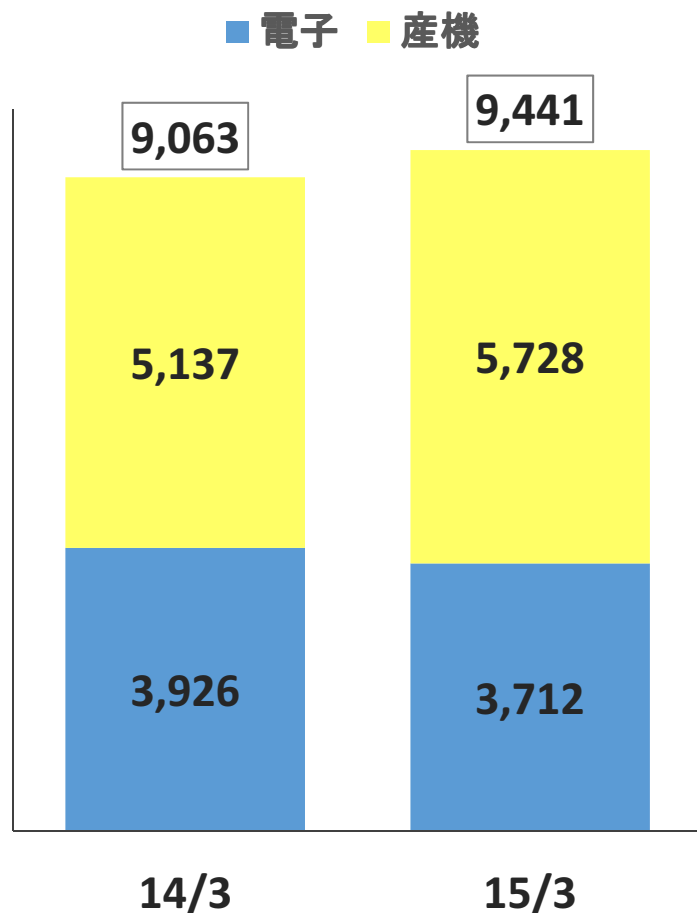
営業利益 (百万円)

	14/3	15/3	前期比
システム	258	△224	△483
カスタマ	245	247	1
合計	504	22	△482

デバイスセグメントの業績

製造業向け販売が好調な産機が牽引し増収増益

売上高 (百万円)



定性情報

- ◆ 産機プロダクトでは、引き続きATM(現金自動預払機)や遊技市場への販売が好調
- ◆ 電子プロダクトでは、産業機器市場が堅調に伸長したものの、連結子会社減により減収

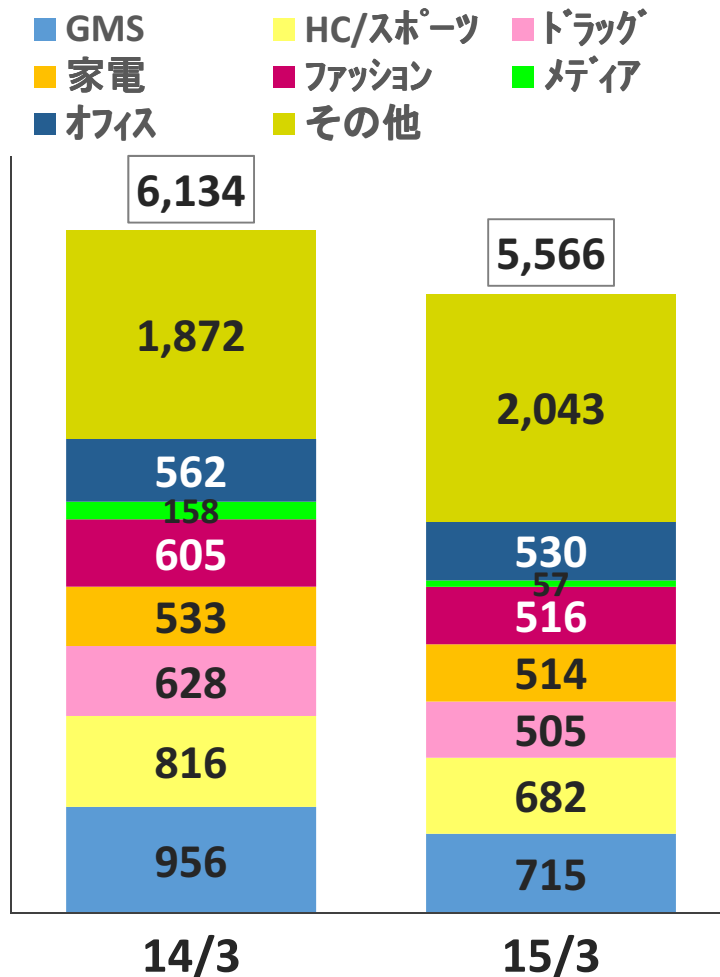
営業利益 (百万円)

	14/3	15/3	前期比
デバイス	520	657	136

セキュリティプロダクトの業績

その他市場(TKTH※)以外の全市場で減収

売上高(百万円)



定性情報

- ◆ 主要顧客の小売業では消費増税に伴う駆け込み需要の反動減が長引き、新規出店及び設備投資先送りの影響を受け、大幅減収
- ◆ オフィスは前年のような大型案件獲得できず微減
- ◆ その他市場はTKTH※を中心に日系顧客との新たなリレーション構築や新規オープンデパートへ出店するアパレル向け案件を多数獲得し増収

※TKTH: Takachiho Fire, Security & Services(Thailand)Ltd.



EAS(商品監視システム)

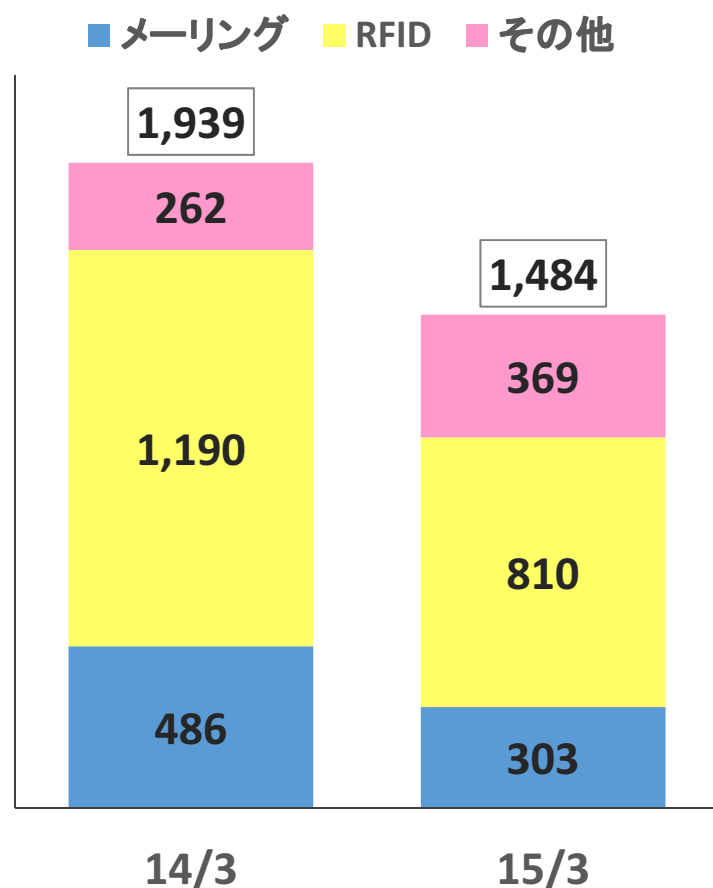


タイ小売店への設置例

その他ソリューションプロダクトの業績

その他(ネットワーク商品)が増収となるも全体では減収

売上高(百万円)



定性情報

- ◆ その他は、利用が拡大している無線LANシステム(Meraki)が伸長、加えてLANスイッチの販売増により増収
- ◆ RFIDは特殊タグの開発や大型プロジェクト案件の遅れ等により減収
- ◆ メーリングは新製品のリリース遅れにより積極的な販売活動ができず減収。

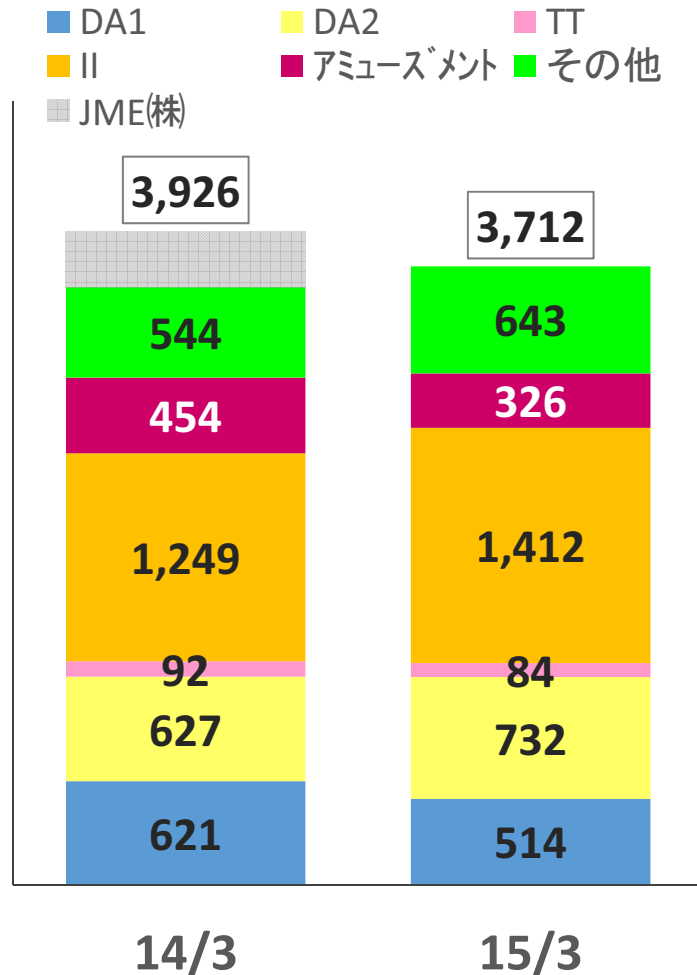


無線LANシステム(基地局)

電子プロダクトの業績

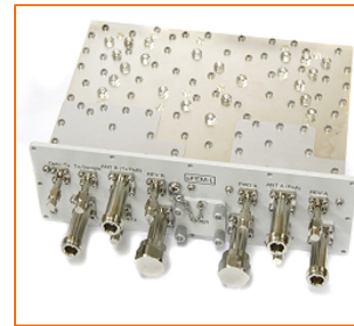
ターゲットの産業機器市場(II)や設置型情報家電(DA2)で伸長

売上高(百万円)



定性情報

- ◆ 重点市場として取組んでいる産業機器市場(II)は、新規取扱メーカーのRFフィルターが基地局の中継増幅器に初採用となる等、順調に推移
- ◆ DA2ではプリンタ向けのアナログICが好調
- ◆ 全体では連結子会社の減により減収



RFフィルター



アナログIC

資料：電子プロダクトの市場区分

DA1 「デジタルアプライアンス1」

モバイル系情報家電 … 携帯電話、スマートフォン、デジタル・カメラ等

DA2 「デジタルアプライアンス2」

設置型情報家電 … 液晶テレビ、パソコン、プリンター等

TT 「テレマティクス」

車載用機器 … カーナビゲーション、車載カメラ等

II 「インダストリーインフラ」

産業機器 … 測定器、医療機器、放送設備、通信基地局等

アミューズメント

… ゲーム機、遊技機等

その他

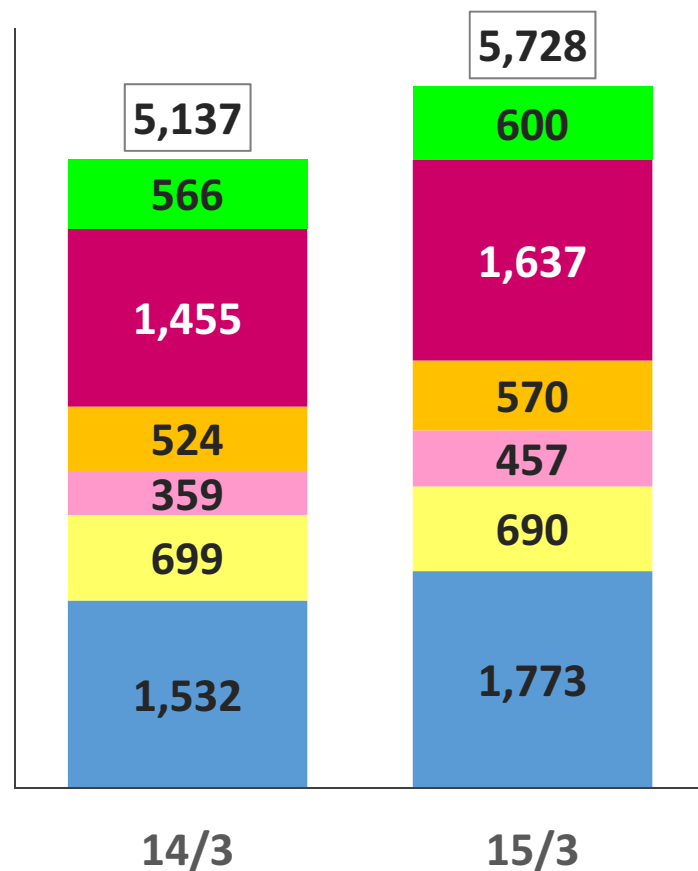
… パワー(電源関係)、代理店販売等

産機プロダクトの業績

ほぼ全ての市場で増収

売上高 (百万円)

■ 自動機 ■ 住設 ■ OA/PPC
■ OF ■ 遊技 ■ その他



定性情報

- ◆ 自動機市場は国内外のメーカーのATM（現金自動預け払い機）への販売が堅調に推移
- ◆ 保守的な計画にしていた遊技市場で採用機種や製品種類の増加により引き続き大幅増収
- ◆ その他市場ではターゲットにしていた自動車内装向けバネの販売増



スライドレール



コンストンバネ

資料：産機プロダクトの市場区分

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

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

OA・PPC

…複合機、コピー機、プリンター、印刷機等

OF 「オフィスファニチャー(家具)」

…オフィス・医療用キャビネット、机、椅子等

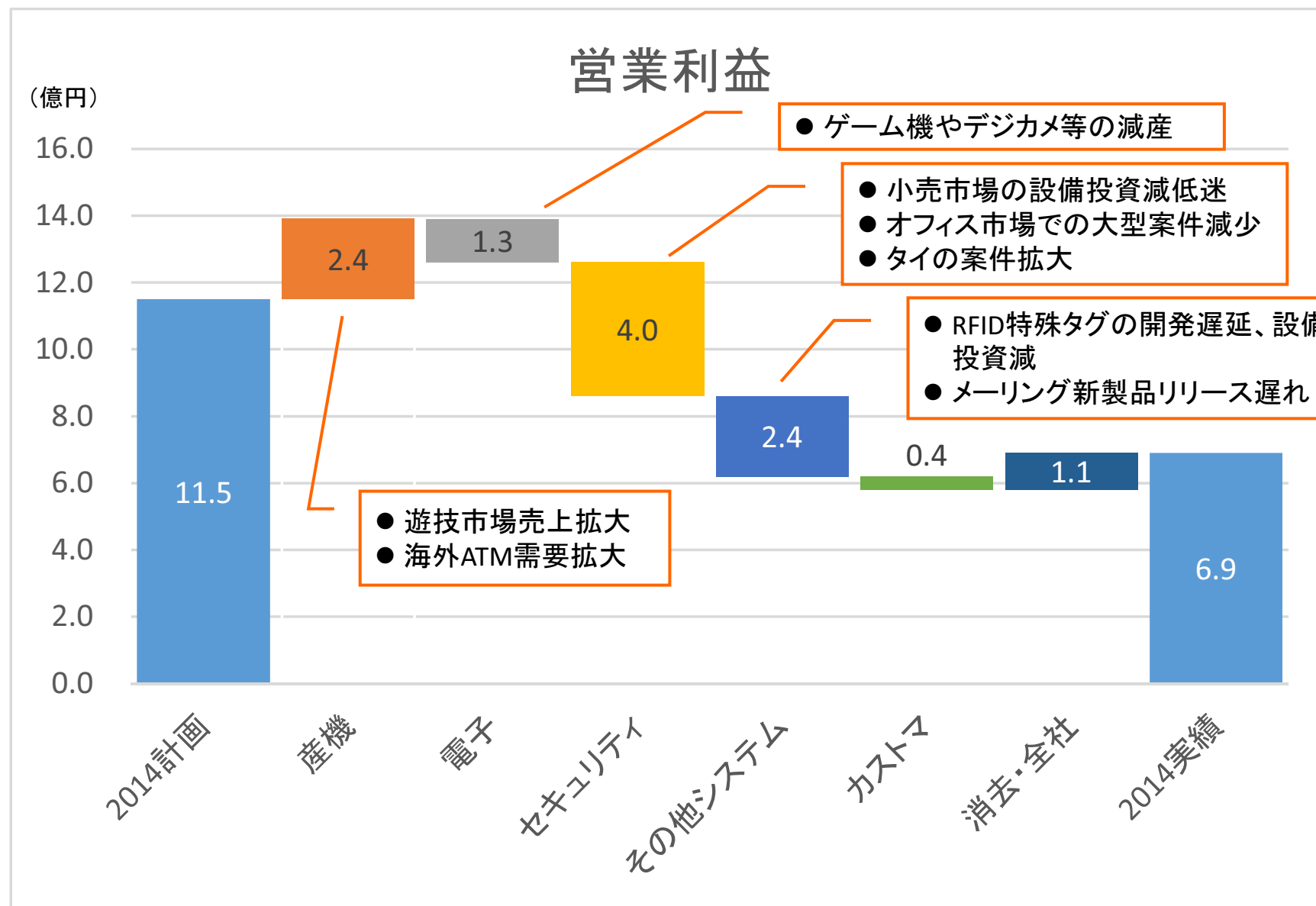
遊技

…パチンコ台間機、ゲーム機、アミューズメント設備等

その他

…上記以外で半導体製造装置、サーバーラック、鉄道・自動車関連等

プロダクト別業績



貸借対照表の状況

Guardfire社買収により現金減、無形固定資産(のれん)増

(百万円)	14/3	15/3	構成比(%)	増減
流動資産	16,261	15,609	78.7	△651
現金預金	7,212	5,637	28.4	△1,574
受取手形及び売掛金	5,821	6,608	33.3	786
商品及び製品	2,372	2,202	11.1	△170
固定資産	3,036	4,229	21.3	1,193
有形固定資産	499	360	1.8	△139
無形固定資産	896	2,350	11.8	1,453
投資その他資産	1,639	1,519	7.7	△120
資産合計	19,297	19,839	100.0	542
流動負債	4,199	4,245	21.4	46
支払手形及び買掛金	2,863	3,128	15.8	265
固定負債	754	646	3.3	△107
純資産	14,343	14,947	75.3	603
負債純資産合計	19,297	19,839	100.0	542

連結キャッシュ・フロー計算書の状況

Guardfire社買収により投資活動によるキャッシュフローが減少

(百万円)

	14/3	15/3	前期差
営業活動によるキャッシュフロー	487	1,255	767
投資活動によるキャッシュフロー	△352	△2,650	△2,298
財務活動によるキャッシュフロー	△205	△230	△24
現金及び現金同等物の増減額	△45	△1,574	△1,529
現金及び現金同等物の期首残高	6,507	6,462	△45
現金及び現金同等物の期末残高	6,462	4,887	△1,574

株主還元策について

安定的な配当を継続的に実施

	1株あたり 年間配当金	内中間配当	配当性向:連結
2012年3月期	29円00銭	12円00銭	84.1%
2013年3月期	24円00銭	12円00銭	42.2%
2014年3月期	24円00銭	12円00銭	41.5%
2015年3月期	24円00銭	12円00銭	39.9%
2016年3月期(予想)	24円00銭	12円00銭	(見込み) 37.4%

※2012年3月期の年間配当金には創立60周年記念配当5円を含みます。

加えて、将来の成長に向けた投資にも注力

次期の見通し

※当資料の金額の記載は、百万円未満を切り捨てて表示しております。

※今期(15/3月期)よりシステムセグメントの事業区分を一部変更しました。これに伴い過去期の区分も組み替えています。

通期業績計画

Guardfire社を組み入れて大幅増収増益を計画

(百万円)	15/3 実績	16/3 計画	前期差	前期比(%)
売上高	18,809	23,000	4,190	22.3
粗利益	4,935	6,090	1,154	23.4
粗利益率(%)	26.2	26.5	0.2	—
販売費及び一般管理費	4,247	4,930	682	16.1
販管费率(%)	22.6	21.3	△1.3	—
営業利益	688	1,160	471	68.6
営業利益率(%)	3.7	5.0	1.4	—
経常利益	865	1,160	294	34.0
経常利益率(%)	4.6	5.0	0.4	—
親会社株主に帰属する当期純利益	589	630	40	6.8
当期純利益率(%)	3.1	2.7	△0.4	—

※ 16/3計画には2014年11月に子会社化したGuardfire 2社を含む

※ 16/3計画の販管費にのれん償却約480百万円計画(15/3は264百万円)

中期事業方針

基本方針

独自の付加価値創出とグローバルビジネスの拡大

- ① 既存事業の収益拡大
- ② グローバルビジネスの拡大
- ③ 新規ビジネスの創出

今後の成長戦略

国内既存事業の収益基盤を固め、海外・新規で成長を実現

シナジーを高め相互成長を促進

既存事業の収益拡大

- 複合リテールセキュリティシステムの開発・販売
- クラウド型無線LANの拡販
- 機構部品の自動車内装市場強化

グローバルビジネスの拡大

- セキュリティ事業本格拡大
- 高度防火システム拡大
- 産機事業の海外販売強化

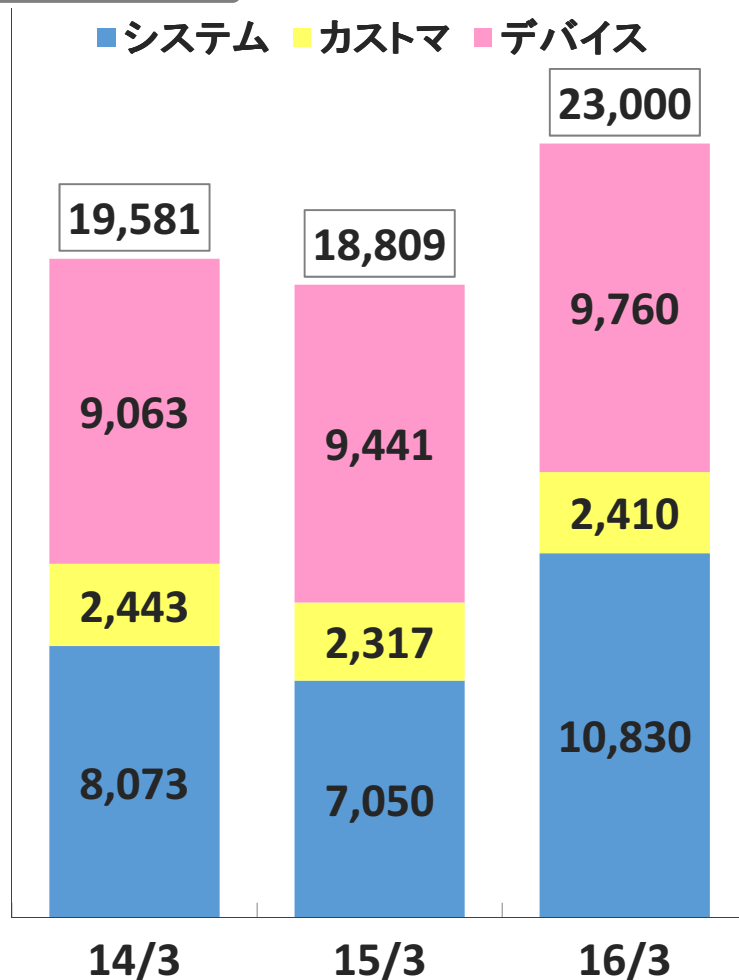
新規ビジネスの創出

- RFID、リテールソリューション等の市場形成・拡大
- 社会インフラ市場開拓
- その他

セグメント別販売計画

全セグメントで増収を計画

売上高（百万円）



定性情報

- ◆ システム: セキュリティ国内市場の拡大に加え、Guardfire社のグループ参入等による海外事業の強化、RFID等の新規市場での拡販を図る
- ◆ デバイス: 電子は産業機器市場での拡販継続、産機は国内新規市場の開拓に加え海外での拡大を図る

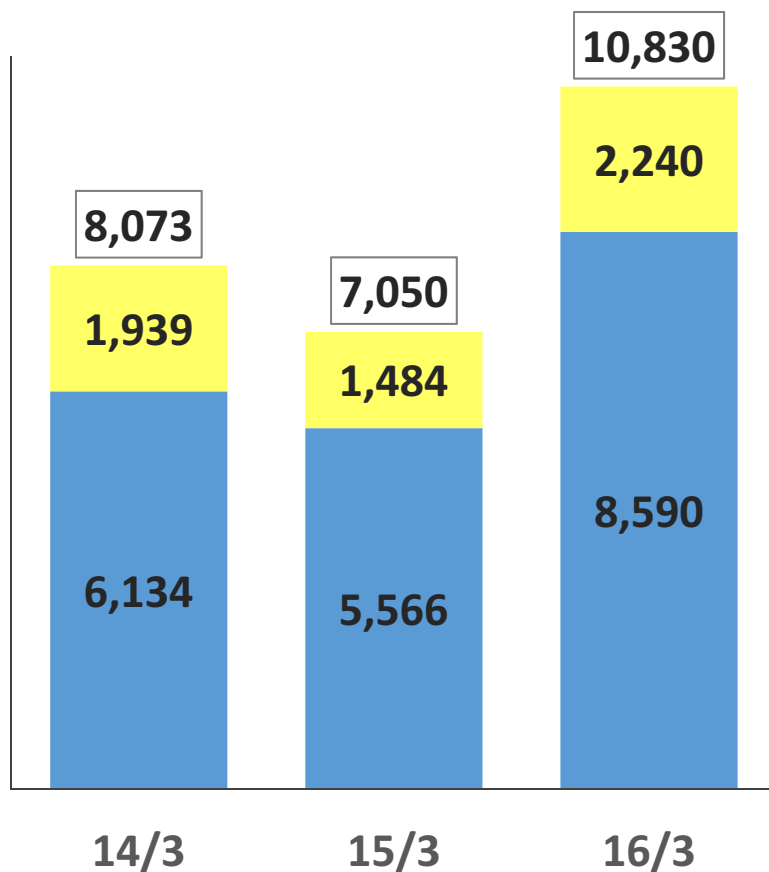
	15/3	16/3	前期比
売上高	18,809	23,000	4,190
営業利益	688	1,160	471
経常利益	865	1,160	294
当期純利益	589	630	40

セグメント別販売計画の詳細

全プロダクトで増収、特にセキュリティはGuardfire社参入より大幅増

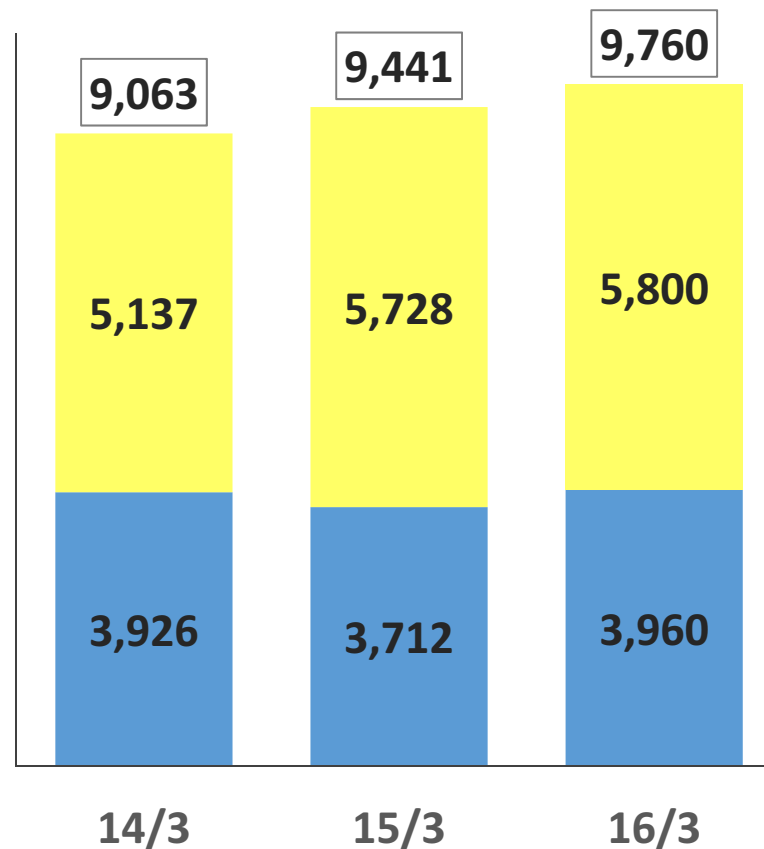
システム

■ セキュリティ ■ その他ソリューション



デバイス

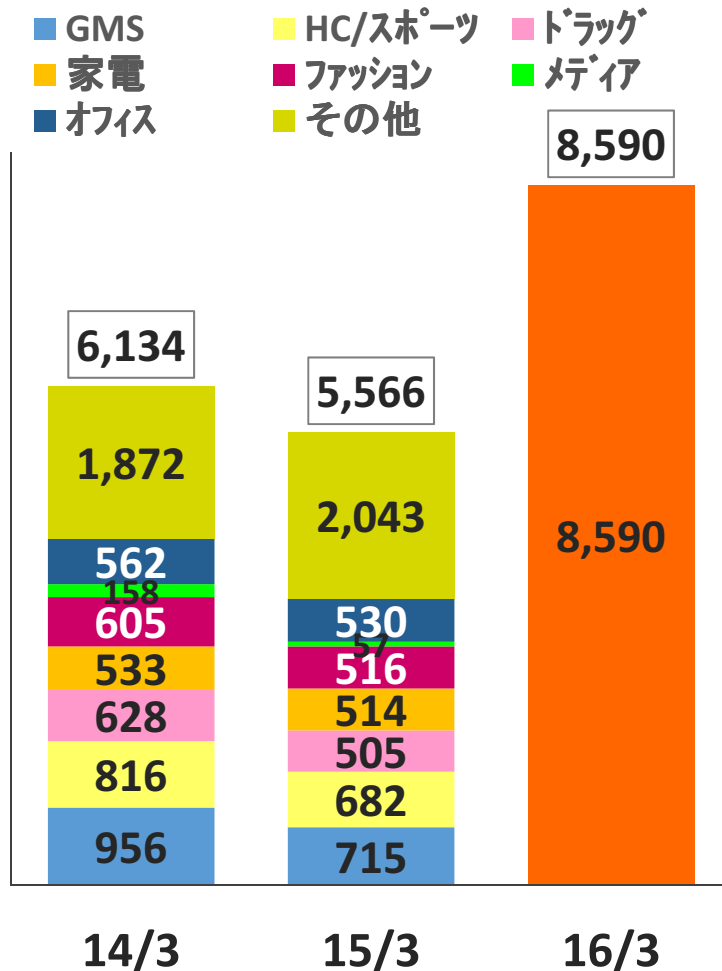
■ 電子 ■ 産機



セキュリティプロダクト販売計画

リテール重点市場への拡販、及びグローバル化推進

売上高 (百万円)



主な施策

- ◆ 重点市場(ドラッグ、GMS、アパレル)への複合提案強化
- ◆ オフィスは新商品・ソリューション&サービスをラインアップし、顧客別提案強化
- ◆ その他市場のTKTH※は、グループ内の連携強化によりタイを中心とする東南アジア日系企業のセキュリティ事業を開拓加速
- ◆ その他市場のGuardfireは東南アジア全域の日系・韓国系のEPC※を重点的に攻略し、高度防火システムを販売

※TKTH: Takachiho Fire, Security & Services(Thailand)Ltd.

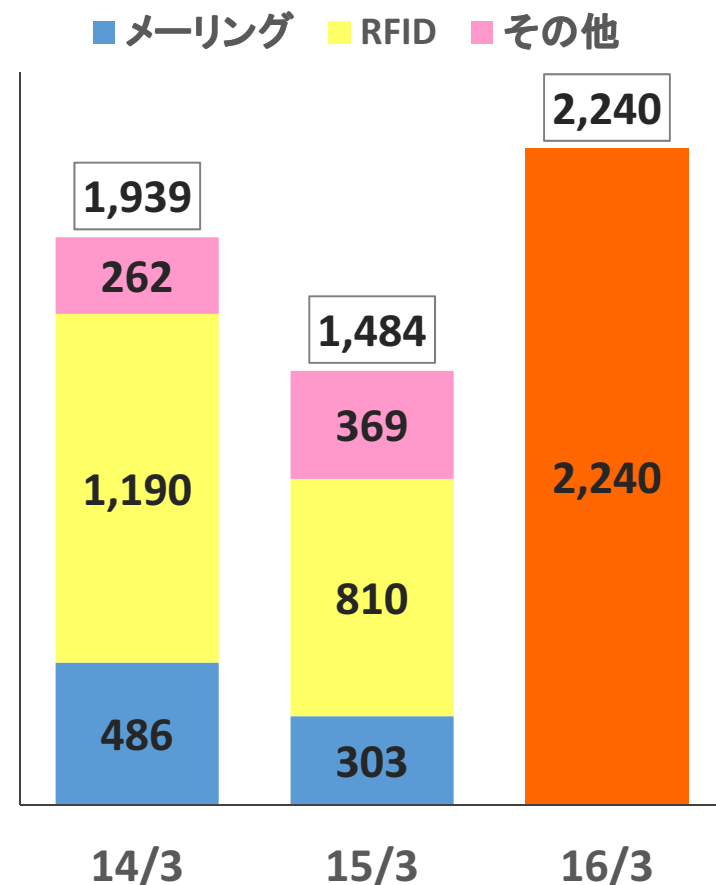
※EPC : Engineering, procurement and construction

(設計、調達、建設)を行う企業

その他ソリューションプロダクト販売計画

RFIDの市場形成継続と既存事業の拡大

売上高（百万円）



主な施策

- ◆ アパレル小売店向けRFID在庫管理システムの販売強化
- ◆ 付加価値の高い特殊RFIDタグの開発や新型ゲートの早期リリース
- ◆ リセーラーを活用し、無線LANシステム（Meraki）一括管理サービス事業（MSP）の販売強化
- ◆ メーリングプロダクトの新製品の販売強化

資料：RFIDとオムニチャネル

(アパレル業界にフォーカス)



オムニチャネルとは・・・

実店舗やオンラインストア等のあらゆる販売チャネルを統合すること、及び、そうした統合販売チャネルの構築によってどのような販売チャネルからも同じように商品を購入できる環境を実現すること。

実店舗とWEB店舗共通の顧客管理や在庫状況の把握、配送ルートを整備などを行い、顧客との接点を増やすことで、いつでもどこでも買物をできる環境が必要。

RFIDで商品を管理することにより、リアルタイムに在庫状況の把握が可能となり、オムニチャネル実現に近づく。

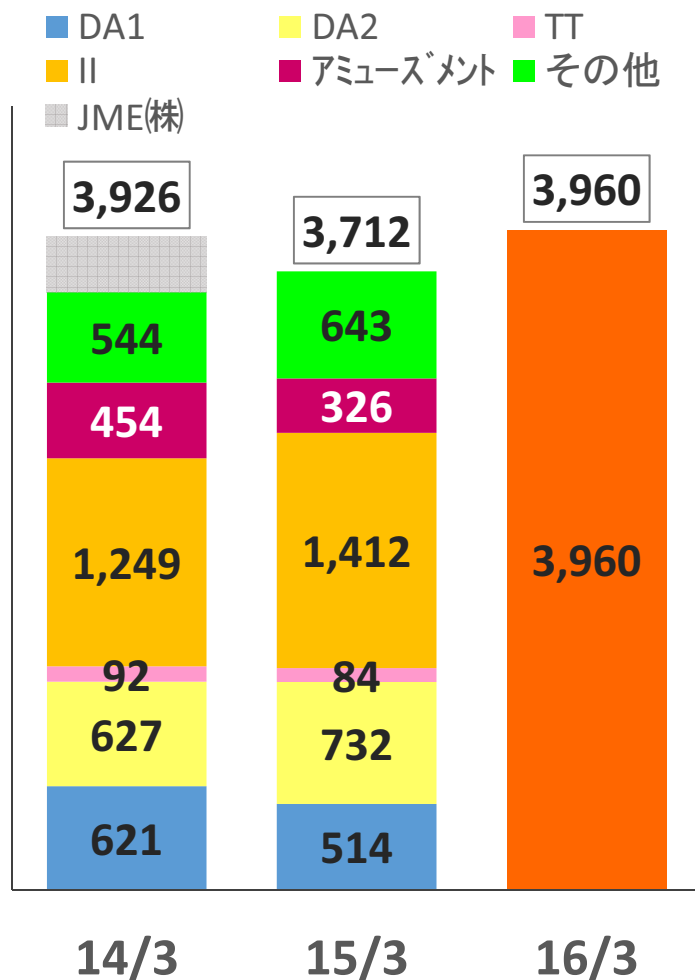
【RFIDでできること】

- 在庫場所(陳列棚、バックヤード、他店舗、倉庫等)や数を瞬時に把握→販売機会ロス削減
- 棚卸し時間短縮→業務効率向上
- レジ時間短縮→顧客満足向上、業務効率向上
- 試着されたが販売に結びつかなかった商品の把握→マーケティング
- 売れ筋商品のリアルタイム把握→生産効率向上

電子プロダクト販売計画

産業機器市場への販売強化継続

売上高（百万円）



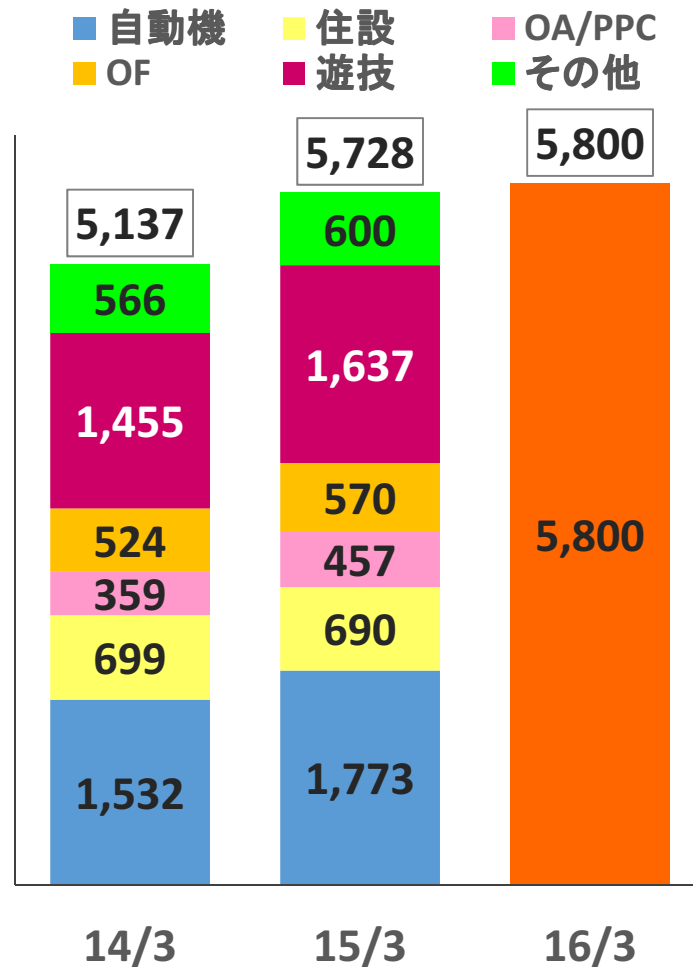
主な施策

- ◆ 産業機器市場(II)の中でも基地局や交換機等の通信インフラ分野を強化
- ◆ 産業機器市場(II)の重電系の建機、昇降機(エレベータ等)へも拡販
- ◆ DA1ではスピーカー周りのアプリケーションデモ機を作成・提案して案件獲得
- ◆ アミューズメントでは新規取扱メーカーのデバイスを採用したリファレンス回路を作成・提案し拡販

産機プロダクト販売計画

遊技以外、各市場ともに伸長を目指す

売上高 (百万円)

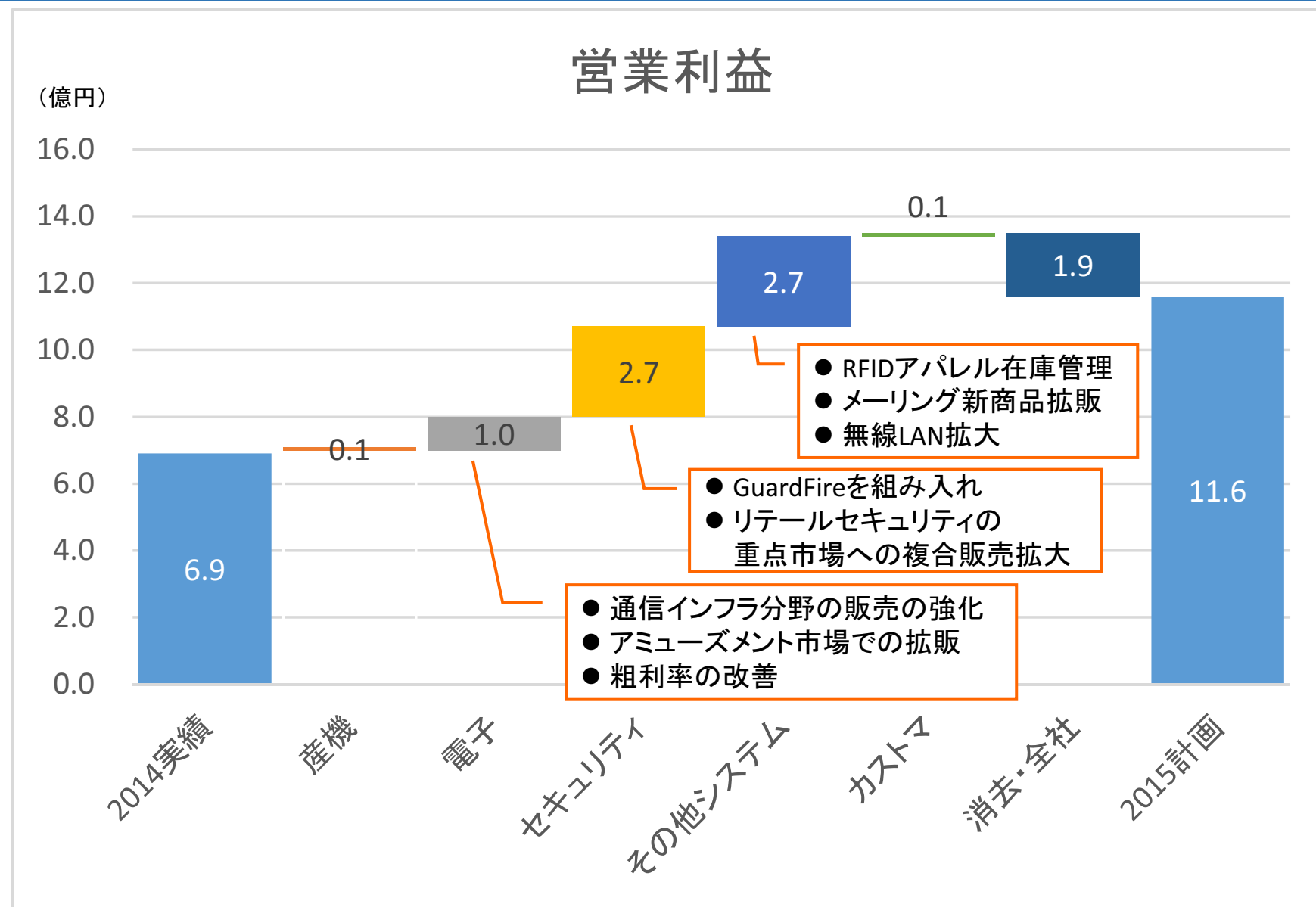


主な施策

- ◆ 自動機(ATM)の国内メーカーの深耕と海外メーカーの攻略継続
- ◆ 従来中国・香港エリアでの拡販継続に加え、TKAM※と連携し北米でのビジネスを強かに推進
- ◆ 遊技は価格競争激化により前年を下回る計画
- ◆ 新市場開拓強化
(自動車内アームレスト等の車両内装、等)
- ◆ 新商品開拓強化
(海外ガススプリング、ソフトクローズ、等)

※TKAM: Takachiho America, Inc.

セグメント別計画

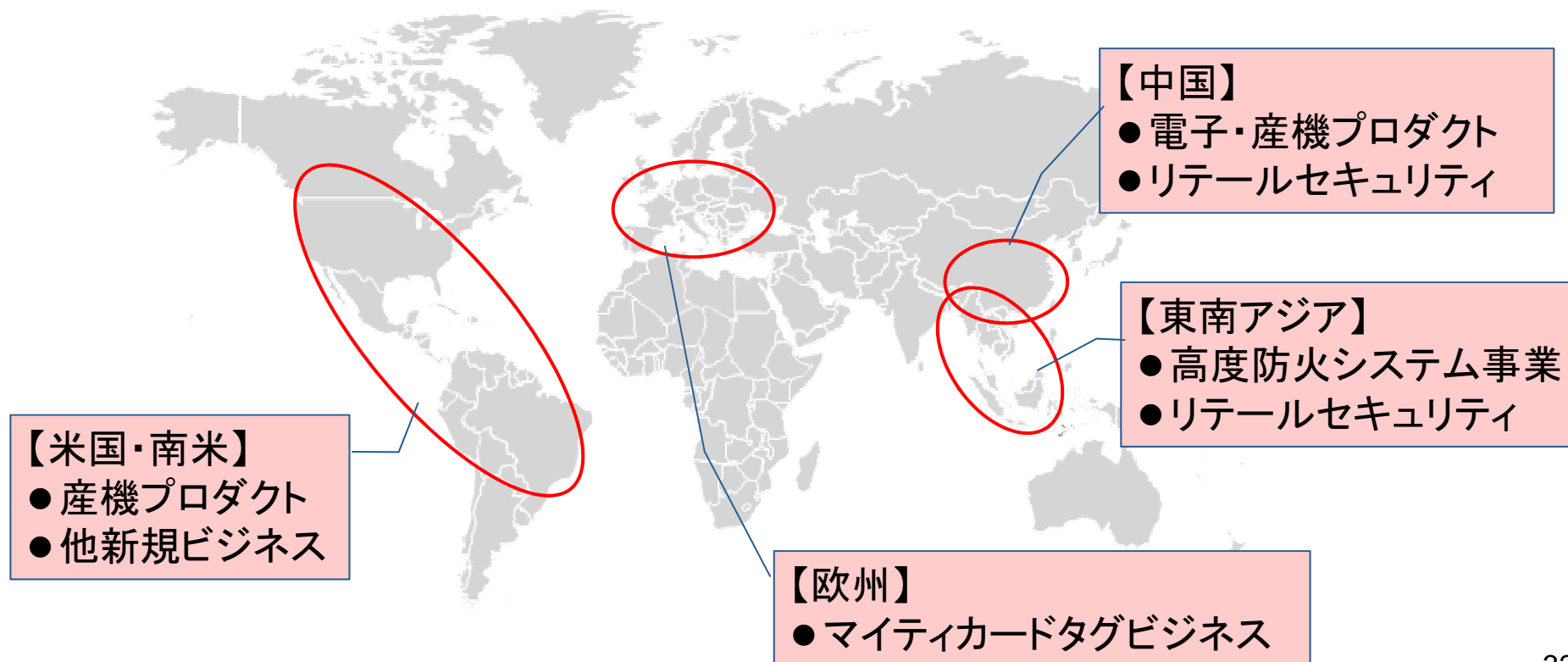


トピックス

独自の付加価値の創造と
グローバルビジネスの本格展開の状況

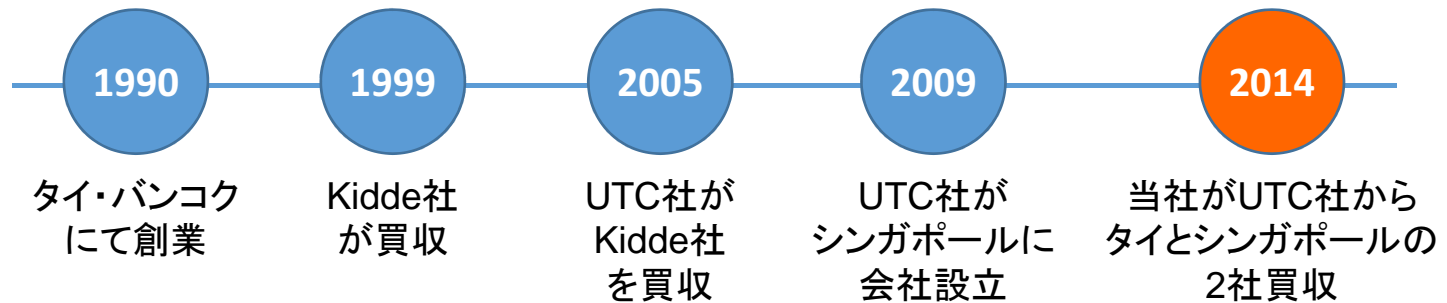
1. グローバルビジネスの拡大 ①

- ① Guardfire、TKTHの高度防火・SECシステム事業の東南アジアにおける拡大
- ② 産機プロダクトの中国・米国・南米でのビジネスの拡大
- ③ (株)S-Cubeのリテールセキュリティシステムの販売
- ④ マイティカード(株)の特殊RFIDタグの販売
- ⑤ GMS、ドラッグ海外進出に伴うセキュリティシステムの導入



2. Guardfire社 概要 ①

■ 沿革 :



- ### ■ 事業内容:
- 高度防火システムプロバイダーとして、PPOG※向けにデザイン・機器供給・監督・設置調整やアフターサービスまで網羅したフルレンジサービスを東南アジア地域を中心に行う。

- ### ■ 売上高 :
- 2013年度 約27億円 ※2社合計

- ### ■ 特長 :
- ・ 高度な災害対策が求められる PPOG に注力
 - ・ Clientにあわせたデザイン・エンジニアリングサービスを提供
 - ・ 主要顧客はおもに日系および韓国系のEPC※企業
 - ・ 消防設備は世界的な一流メーカーから調達
 - ・ NFPA※遵守が求められるプロジェクトで優位性を発揮

※ PPOG : Power Petrochemical Oil and Gas

※ EPC : Engineering, procurement and construction (設計、調達、建設)を行う企業

※ NFPA : National Fire Protection Association

米国防火協会が制定する防火・安全設備および産業安全防止装置などの規格

中期事業方針

基本方針

独自の付加価値創出とグローバルビジネスの拡大

- ① 既存事業の収益拡大
- ② グローバルビジネスの拡大
- ③ 新規ビジネスの創出

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や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。