

2019年3月期 決算説明会

2019年 5月 21日



2019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。

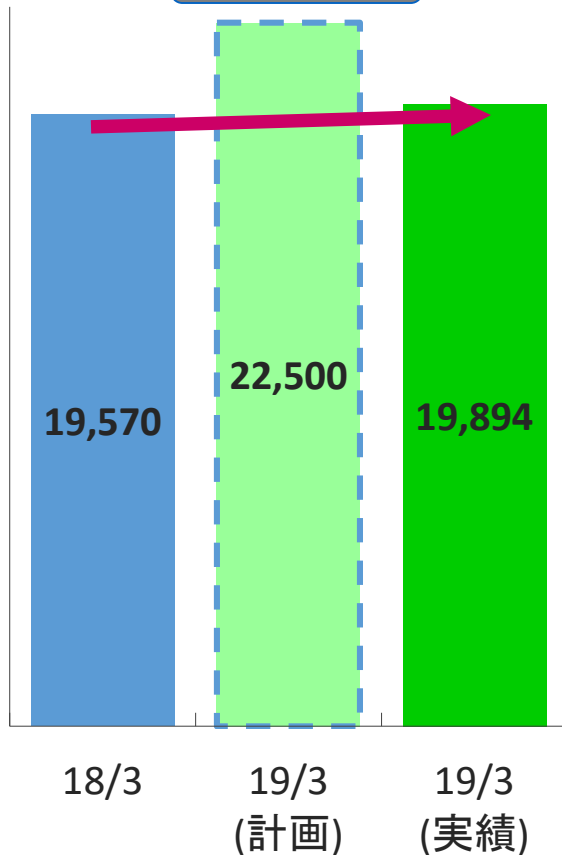
※2019年3月期の計画値は、2018年5月9日に発表した値を使用しています。

連結業績ハイライト

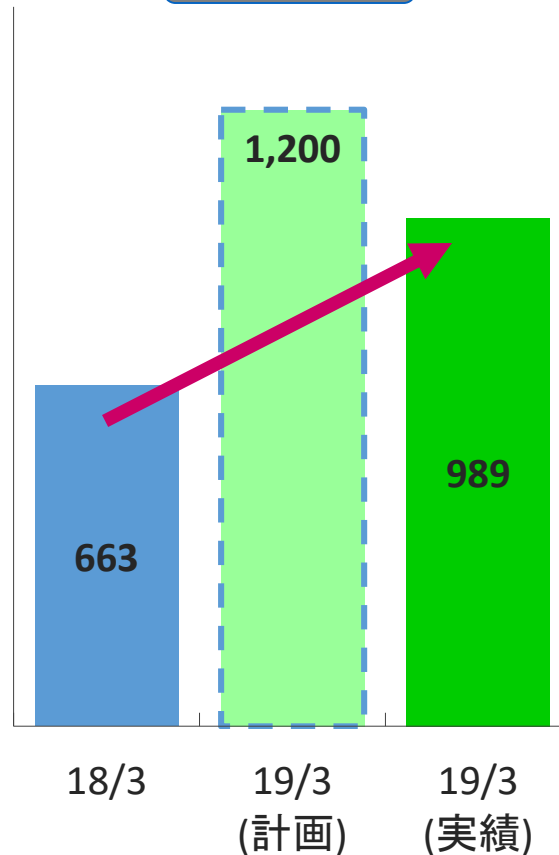
(単位: 百万円)

増収増益、経常利益10億円超

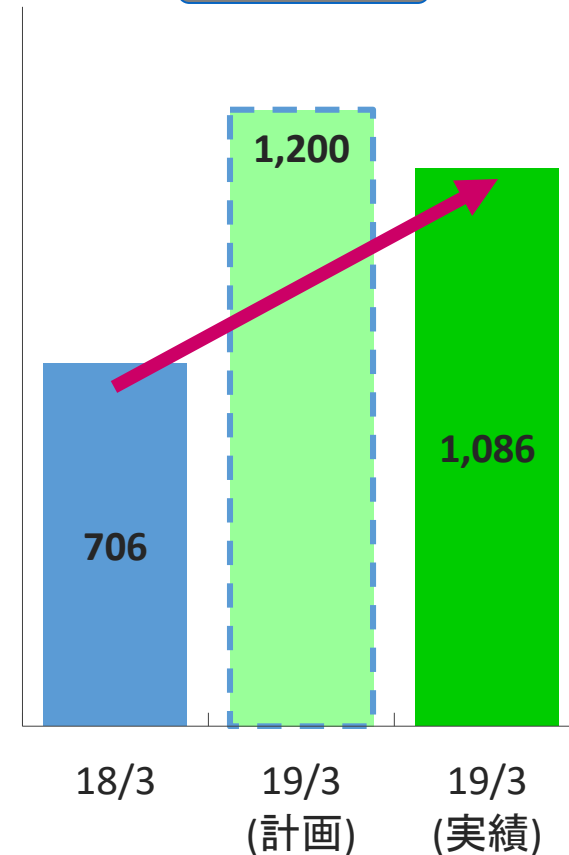
売上高



営業利益



経常利益



連結業績の詳細

(単位:百万円)

粗利率の向上により大幅増益

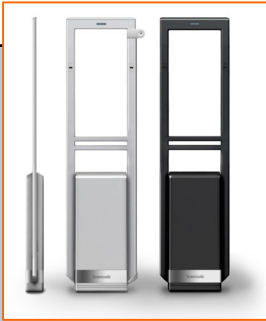




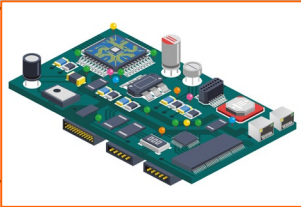
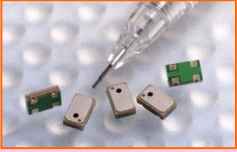


のれんの減損損失を計上したものの、当期純利益は前期比275%増

	18/3	19/3		計画差	前期差	前期比 (%)
	実績	計画	実績			
売上高	19,570	22,500	19,894	△2,605	324	1.7
粗利益	4,793	5,800	5,107	△692	313	6.5
粗利益率(%)	24.5	25.8	25.7	△0.1	1.2	—
販売費及び一般管理費	4,130	4,600	4,117	△482	△12	△0.3
販管费率(%)	21.1	20.4	20.7	0.3	△0.4	—
営業利益	663	1,200	989	△210	326	49.1
営業利益率(%)	3.4	5.3	5.0	△0.4	1.6	—
経常利益	706	1,200	1,086	△113	380	53.8
経常利益率(%)	3.6	5.3	5.5	0.1	1.9	—
親会社株主に帰属する当期純利益	130	800	491	△308	360	275.3
当期純利益率(%)	0.7	3.6	2.5	△1.1	1.8	—
人員	494	—	488	—	△7	—

※ 19/3の販管費にのれん償却142百万円計上(18/3は192百万円)

※ 19/3の特別損失に、2014年の買収により発生したのれんの残存価額の一部を減損損失として184百万円計上(18/3は253百万円)

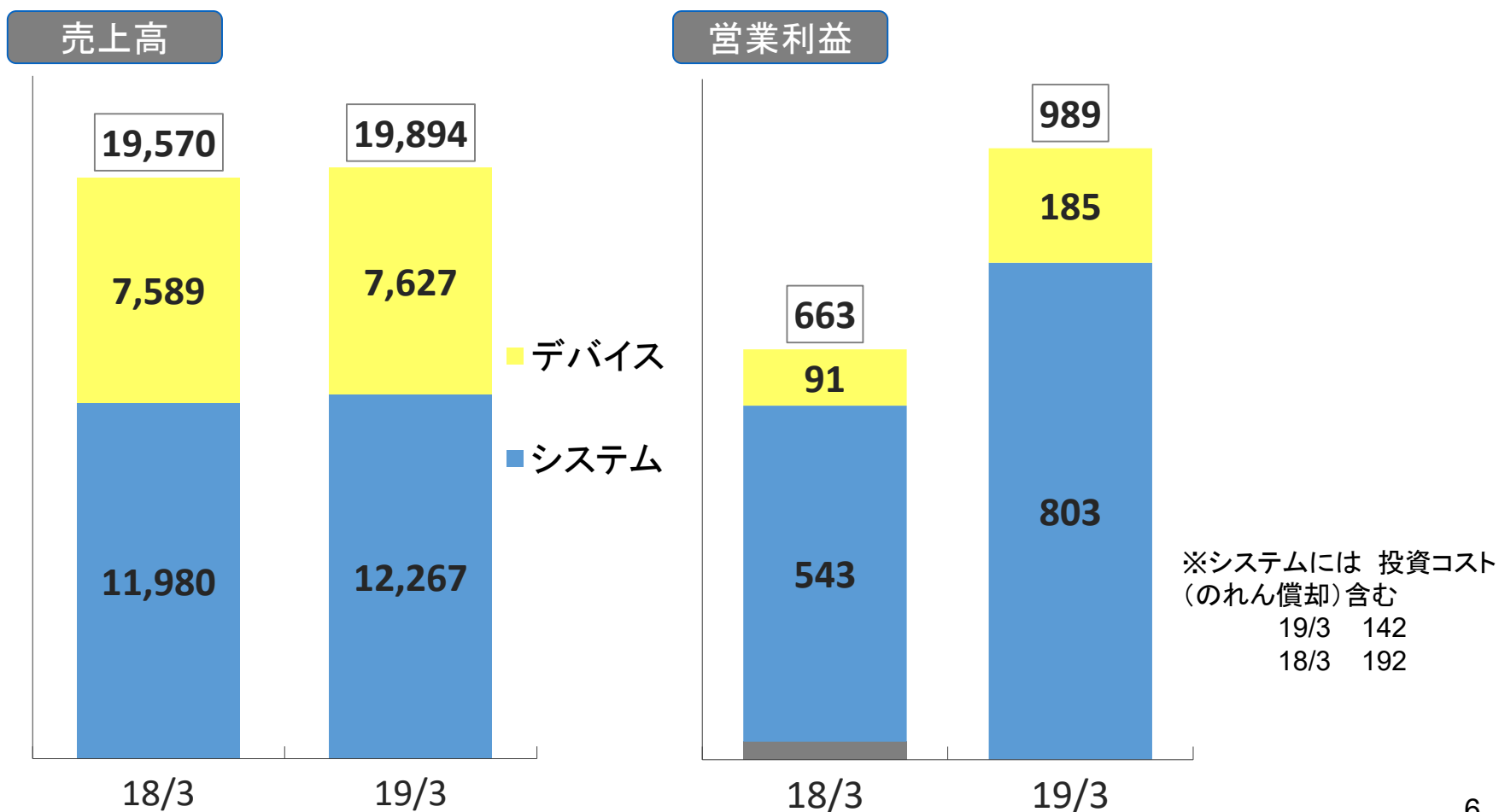
資料：セグメント・プロダクト

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 ソリューション	<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・ サービス	システムセグメント内の商品の 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(売上・営業利益)

(単位:百万円)

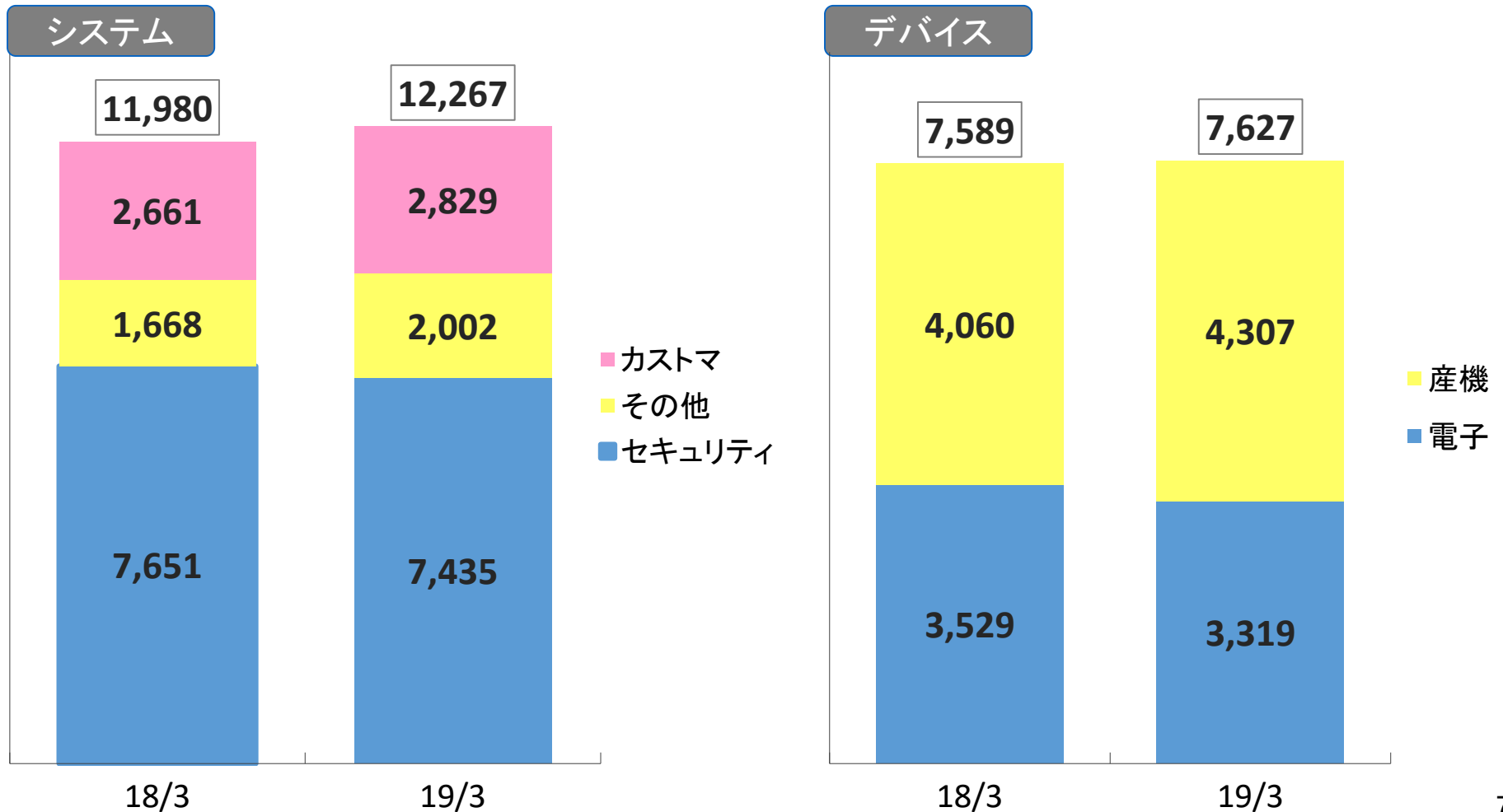
システム: オフィス向けソリューション販売が牽引し増収増益
 デバイス: 産機プロダクトの回復により増収増益



プロダクト別業績(売上)

(単位:百万円)

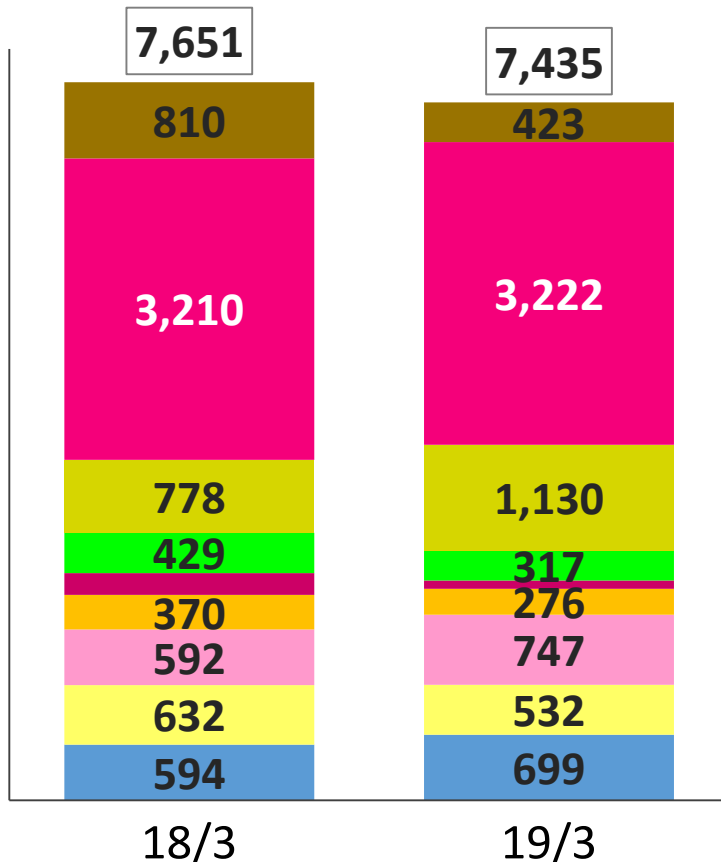
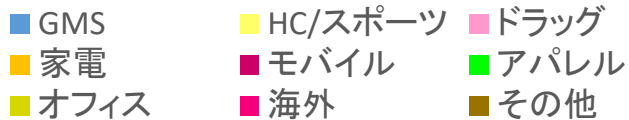
システム:リテール向けなど一部で苦戦も全体は増収
デバイス:電子の減収を産機がカバーし微増



セキュリティプロダクトの業績

オフィス向け好調もリテール向け苦戦により減収

売上高(単位:百万円)



定性情報

- ◆ オフィスは働き方改革支援につながる勤怠管理のニーズを捉え国内企業や外資系向けに入退室システムの販売が好調
- ◆ 海外では高度防火システムの大型受注を獲得したものの、売上計上には至らず微増に止まる
- ◆ GMS、ドラッグはCCTV(監視カメラ)の新店及び更新需要により増収
- ◆ 上記以外のリテール向けが苦戦し減収

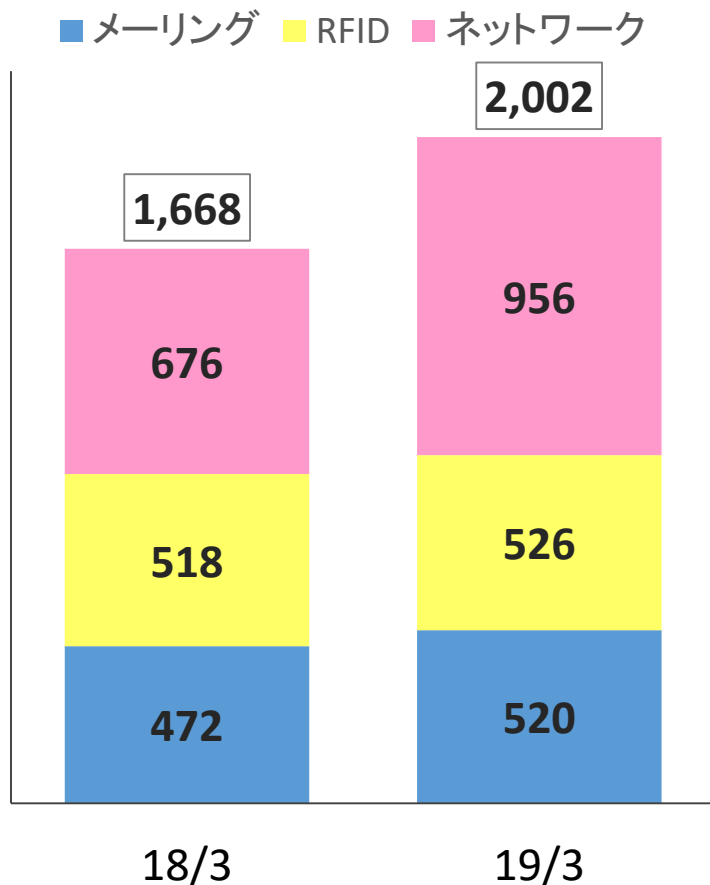


入退室管理システム

その他ソリューションプロダクトの業績

全市場で増収、クラウド型無線LAN好調維持

売上高(単位:百万円)



定性情報

- ◆ ネットワークは自治体や企業向けにクラウド型無線LANが好調で増収
- ◆ メーリングは新機種のリプレースにより微増
- ◆ RFIDは新たな案件を獲得したものの売上計上は翌期にずれ込み横ばい



封入封緘機

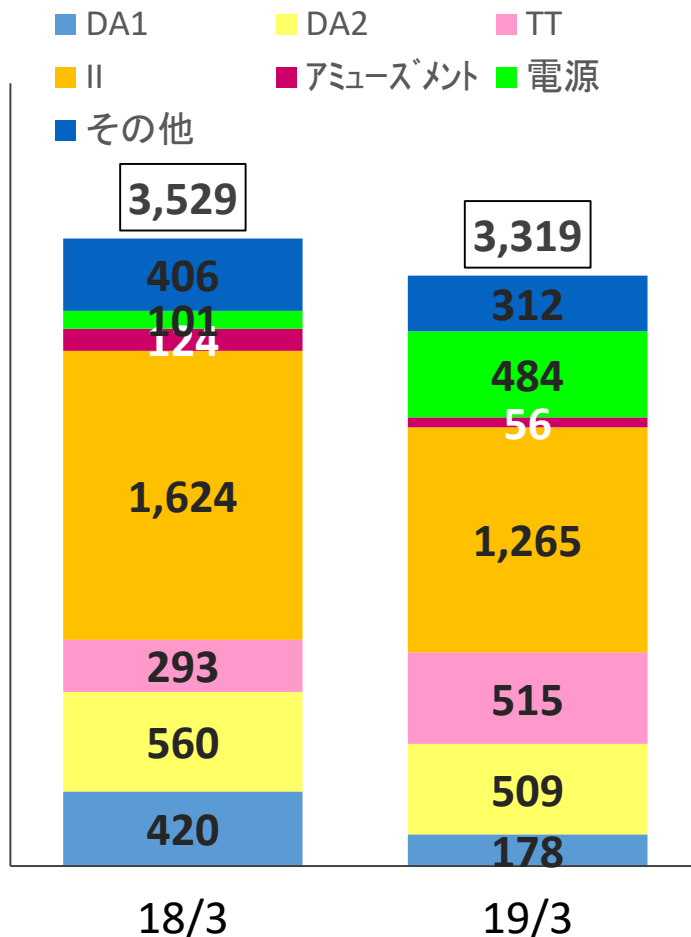


クラウド型無線LANシステム

電子プロダクトの業績

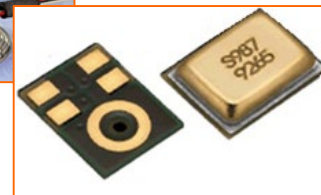
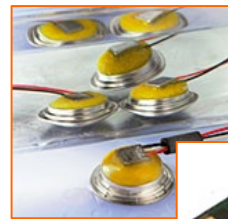
家電向けの販売不振により減収

売上高(単位:百万円)

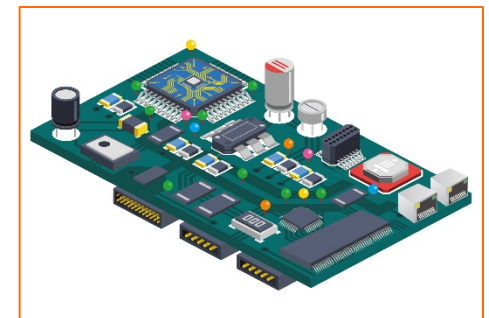


定性情報

- ◆ 次世代移動通信「5G」向け電源モジュールの販売好調
- ◆ 車載用エンターテインメントの音声コントロール向けにシリコンマイクが好調
- ◆ 家電はスマホ向けの販売が大幅減
- ◆ II(産業機器)市場は半導体製造装置やIP-PBX向けの販売が苦戦し減収



シリコンマイク



プリント基板

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 … 構内交換機、通信基地局、医療機器、放送設備、等

アミューズメント

… ゲーム機、遊技機等

その他

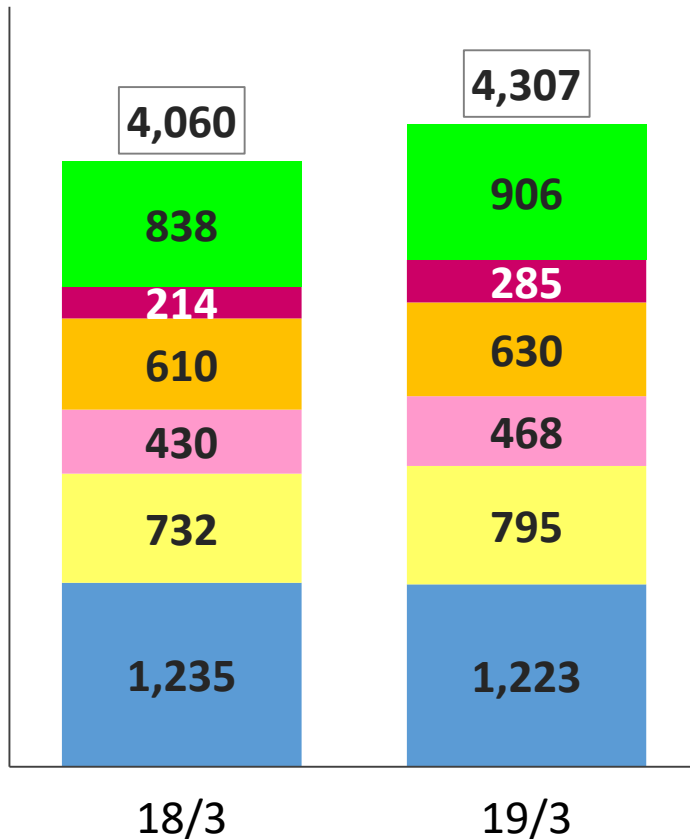
… パワー(電源関係)、代理店販売等

産機プロダクトの業績

自動機(ATM)以外の市場において増収

売上高(単位:百万円)

■ 自動機 ■ 住設 ■ OA/PPC
■ OF ■ 遊技 ■ その他

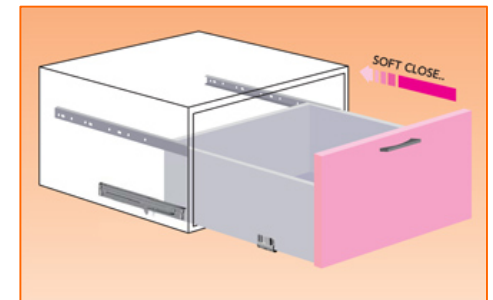


定性情報

- ◆ 住設は米国向けソフトクローズユニットの拡販などにより増収
- ◆ その他は自動車内装向け機構部品販売増
- ◆ 遊技向けは市場縮小傾向のなか一部の機種に採用され増収
- ◆ 自動機(ATM)市場は電子決済拡大の逆風の中微減に止まる



スライドレール



ソフトクローズ
ユニット

資料：産機製品の市場区分

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

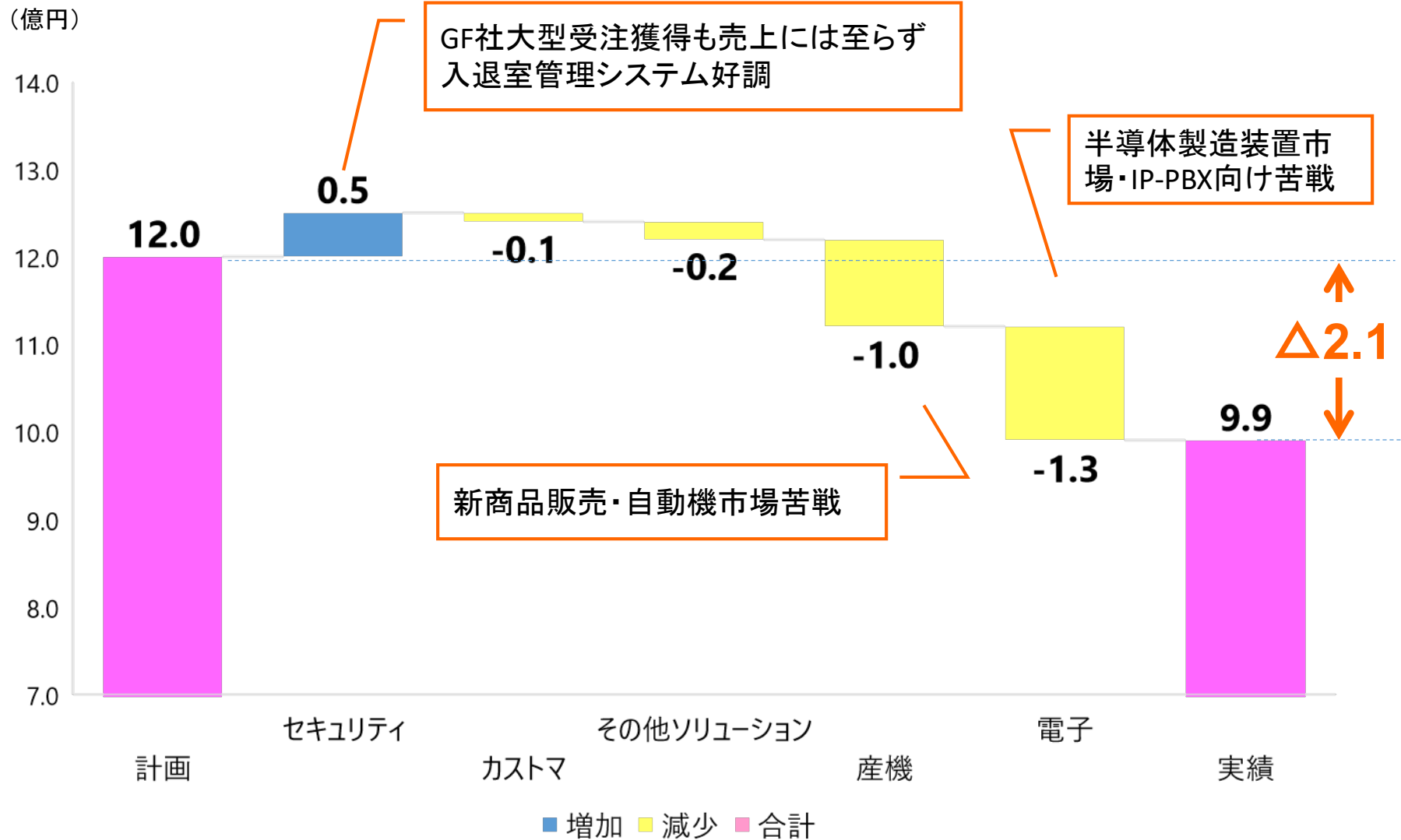
遊技

…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

…上記以外で自動車・鉄道関連、半導体製造装置、サーバーラック、等

プロダクト別実績(営業利益)



貸借対照表の状況

(単位:百万円)

のれん償却・減損により無形固定資産が減少

	18/3	19/3	構成比(%)	増減
流動資産	15,540	16,209	85.8	668
現金預金	6,169	6,303	33.4	134
受取手形及び売掛金	6,277	6,690	35.4	412
商品及び製品	2,416	2,445	13.0	28
固定資産	3,025	2,673	14.2	△351
有形固定資産	302	338	1.8	36
無形固定資産	729	455	2.4	△274
投資その他資産	1,993	1,879	10.0	△113
資産合計	18,566	18,883	100.0	316
流動負債	3,887	4,420	23.4	532
支払手形及び買掛金	2,640	2,827	15.0	186
固定負債	719	695	3.7	△24
純資産	13,958	13,766	72.9	△191
負債純資産合計	18,566	18,883	100.0	316

主要経営指標・株主還元推移

(単位:百万円)

	12/3	13/3	14/3	15/3	16/3	17/3	18/3	19/3
流動資産	15,458	15,558	16,261	15,609	14,992	15,699	15,540	16,209
（うち 現金及び預金）	6,492	7,207	7,212	5,637	5,758	6,163	6,169	6,303
固定資産	2,831	3,040	3,036	4,229	3,261	2,861	3,025	2,673
（うち のれん）	997	1,015	758	2,213	1,465	1,058	659	350
資産合計	18,290	18,599	19,297	19,839	18,253	18,561	18,566	18,883
流動負債	3,894	3,891	4,199	4,245	3,693	4,034	3,887	4,420
固定負債	894	840	754	646	716	691	719	695
純資産	13,501	13,867	14,343	14,947	13,844	13,834	13,958	13,766
負債・純資産合計	18,290	18,599	19,297	19,839	18,253	18,561	18,566	18,883
ROE	2.6%	4.1%	4.0%	4.0%	0.7%	2.0%	0.9%	3.5%
ROA	1.9%	3.0%	3.0%	3.0%	0.5%	1.5%	0.7%	2.6%
一株当り年間配当金	29円	24円	24円	24円	24円	24円	24円	24円
配当性向	84.1%	42.2%	41.5%	39.9%	222.4%	80.9%	171.2%	44.8%
DOE	2.1%	1.7%	1.7%	1.6%	1.6%	1.6%	1.6%	1.6%
営業活動によるCF	1,813	746	487	1,255	371	898	143	939
投資活動によるCF	△1,738	214	△352	△2,650	349	△122	△435	△134
財務活動によるCF	△524	△289	△205	△230	△591	△407	△218	△678

(参考) 損益推移

(単位:百万円)

	12/3	13/3	14/3	15/3	16/3	17/3	18/3	19/3
売上高	16,689	18,149	19,581	18,809	19,986	19,037	19,570	19,894
売上総利益	4,635	5,205	5,360	4,935	4,973	4,813	4,793	5,107
売上総利益率 (%)	27.8	28.7	27.4	26.2	24.9	25.3	24.5	25.7
販売費及び一般管理費	3,877	4,379	4,330	4,247	4,536	4,313	4,130	4,117
販管費率 (%)	23.2	24.1	22.1	22.6	22.7	22.7	21.1	20.7
(うちのれん償却)	36	216	254	264	434	346	192	142
営業利益	757	826	1,030	688	436	500	663	989
営業利益率 (%)	4.5	4.6	5.3	3.7	2.2	2.6	3.4	5.0
経常利益	827	1,007	1,133	865	410	700	706	1,086
経常利益率 (%)	5.0	5.6	5.8	4.6	2.1	3.7	3.6	5.5
親会社株主に帰属する当期純利益	344	557	565	589	103	279	130	491
当期純利益率 (%)	2.1	3.1	2.9	3.1	0.5	1.5	0.7	2.5
EBITDA	892	1,150	1,401	1,088	1,037	971	958	1,231

トピックス

中期経営計画2019-2021

変革へのチャレンジ
～ *Next Stage to 70th* ～

中期経営計画

変革へのチャレンジ

～ Next Stage to 70th ～

企業理念

技術商社として、『創造』を事業活動の原点に据え、

- 1.テクノロジーをとおして、お客様のご満足を高めます
- 2.技能と人間性を磨き、世界に通用する信用を築きます
- 3.力を合わせて、豊かな未来を拓き、社会に貢献します

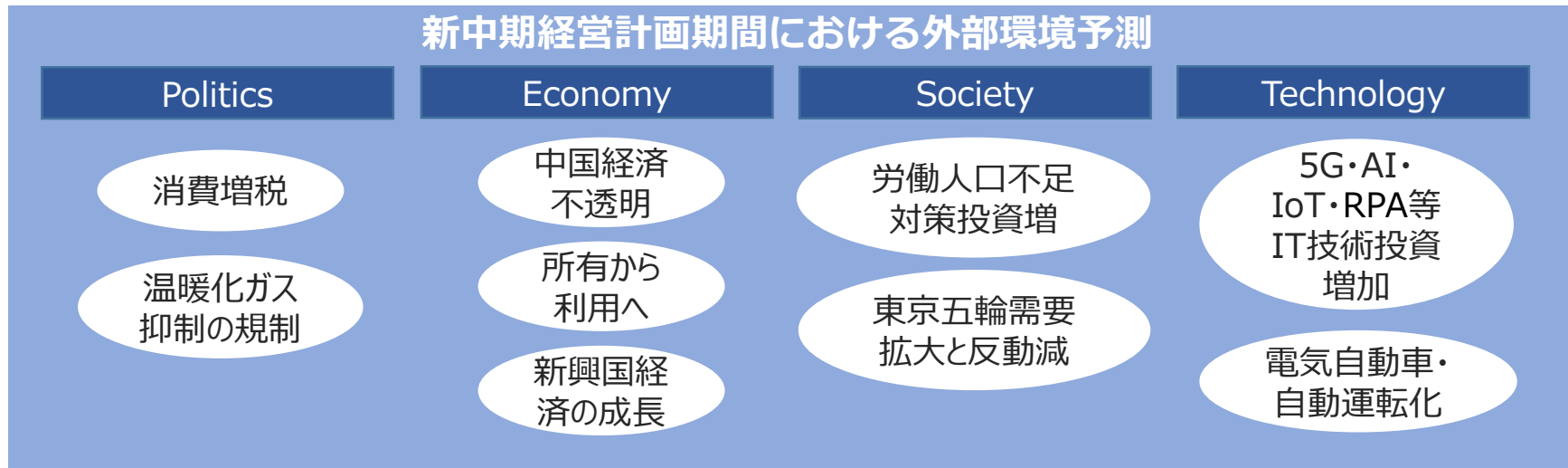
2019年5月17日(金)



新中期経営期間における事業環境の認識

変革へのチャレンジ
～ Next Stage to 70th ～

新中期経営計画期間における外部環境予測



当社事業機会

システムセグメント

- クラウドによるサービスビジネス
- ネットワークセキュリティ・認証ビジネス
- 省人化・働き方改革ソリューション
- AI・画像活用ソリューション

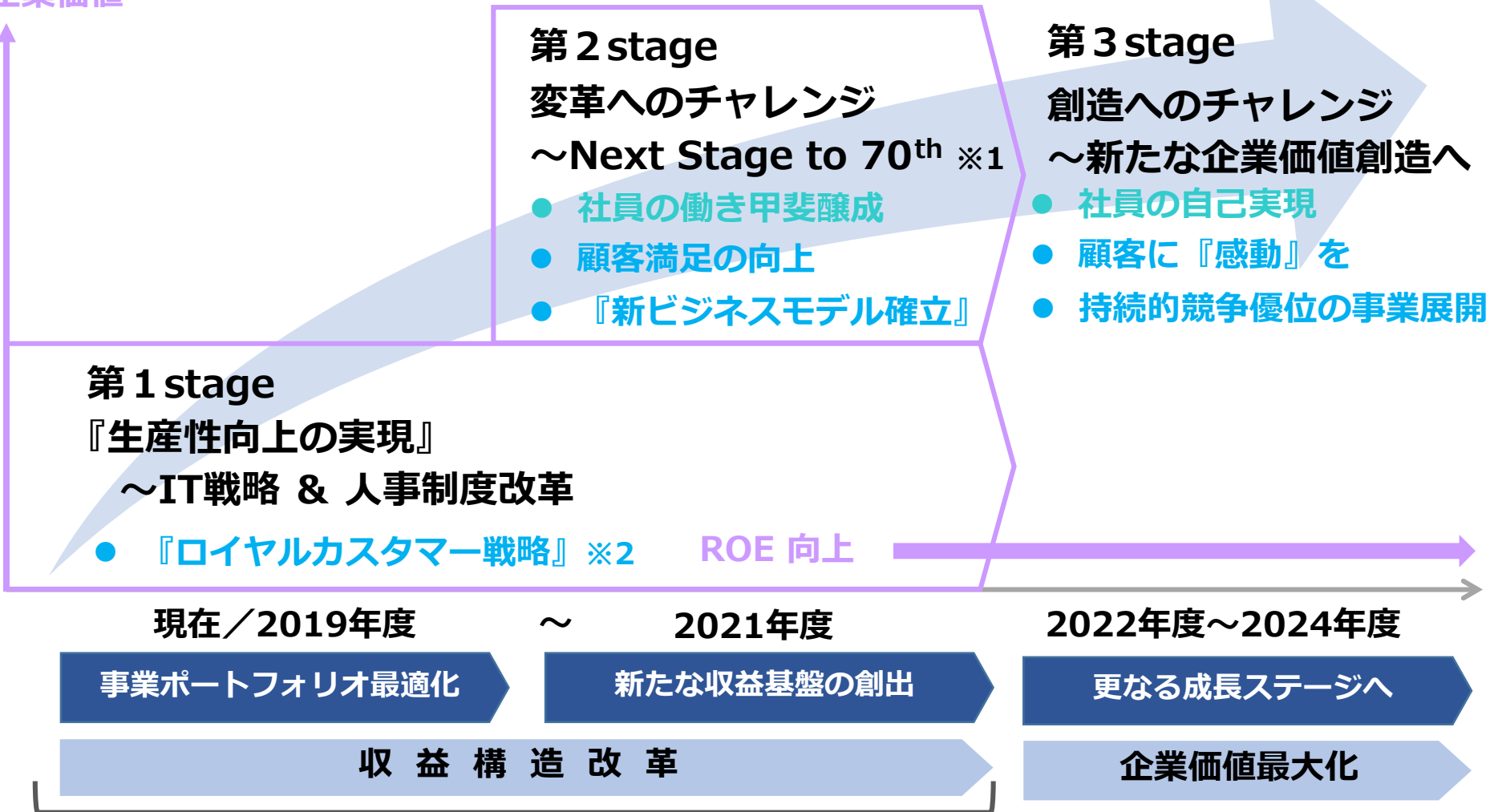
デバイスセグメント

- データセンター・オートモティブ市場の成長
- グローバル・住宅設備市場の成長
- BtoBビジネスでのEC展開
- IoTを取り入れたソリューション

新中期経営計画の位置づけ

変革へのチャレンジ
～ Next Stage to 70th ～

企業価値



新中期経営計画期間

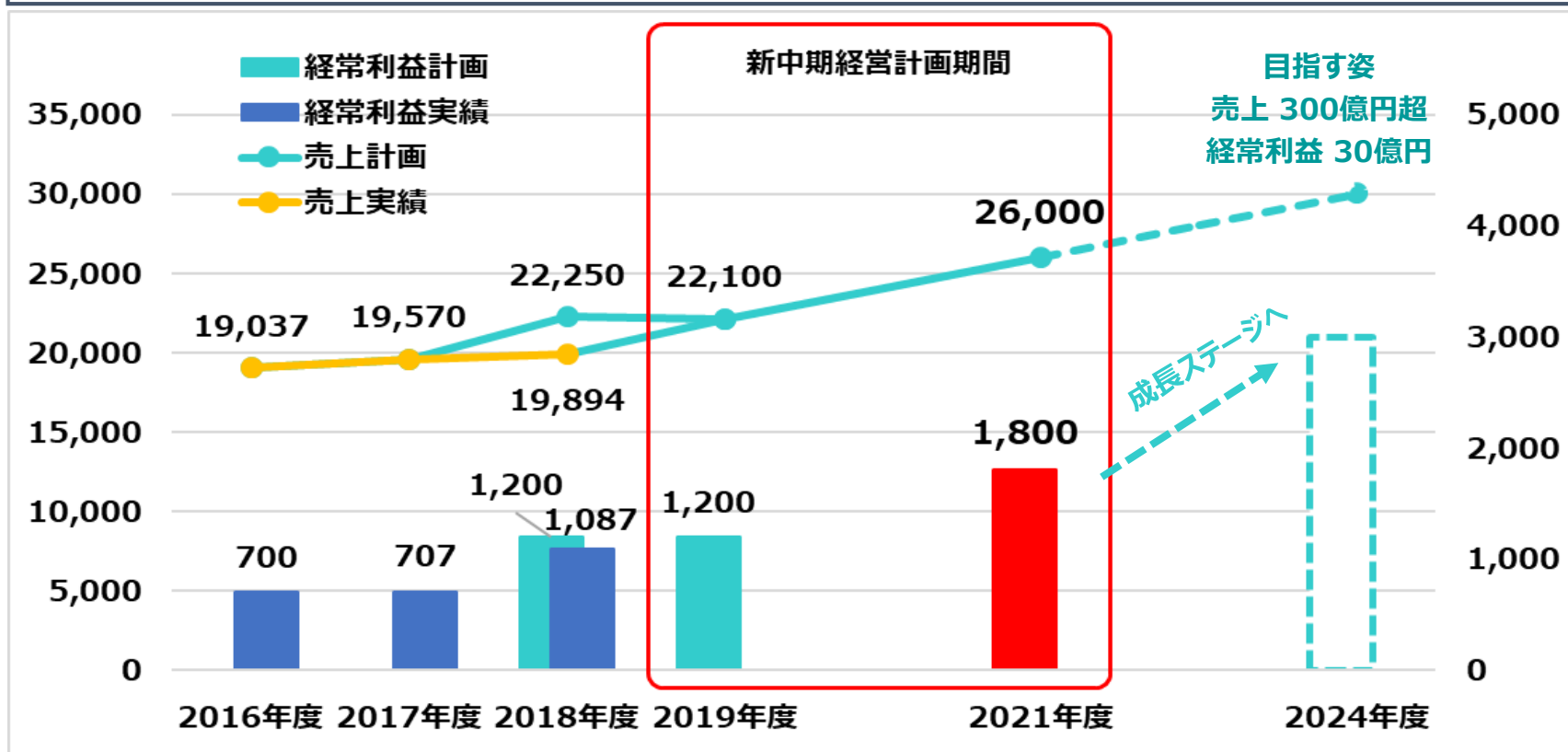
※1 当社は、2021年度に創業70周年を迎えます

※2 当社が付加価値を提供しご満足いただけるお客様を創出し関係強化を目指す戦略

『コア領域への集中と変革へ向けた新たな企業価値の創造』

- お客様とのつながり、信頼関係を深め、お客様が求める付加価値の高い商品サービスを創造する
- 生産性向上に向けたチャレンジ ～ 働き方改革につながる “ I T 戦略 ” と 人を活かす “ 人事制度改革 ” ～

目標：2021年度 売上目標 260億円、経常利益目標 18億円



(単位：百万円)

中期経営計画の基本戦略

方針

『コア領域への集中と変革へ向けた新たな企業価値の創造』

基本戦略

<基本戦略 1>

付加価値による競争力
強化と収益力向上

- ✓ ロイヤルカスタマー戦略により顧客満足を追求する付加価値の高いビジネスへ選択と集中
- ✓ 低収益事業の収益改善とスリム化による営業利益の創出
- ✓ MSP（※）・保守などストック系ビジネスの拡大による収益構造改革

<基本戦略 2>

新規ビジネスによる収
益基盤の創出

- ✓ グローバルビジネスの拡大／中国・東南アジア、米国／防火事業・産機商品強化
- ✓ M&A、事業提携も視野に入れた積極的投資による事業開発／クラウド、ソフトウェア関連ビジネス強化

<基本戦略 3>

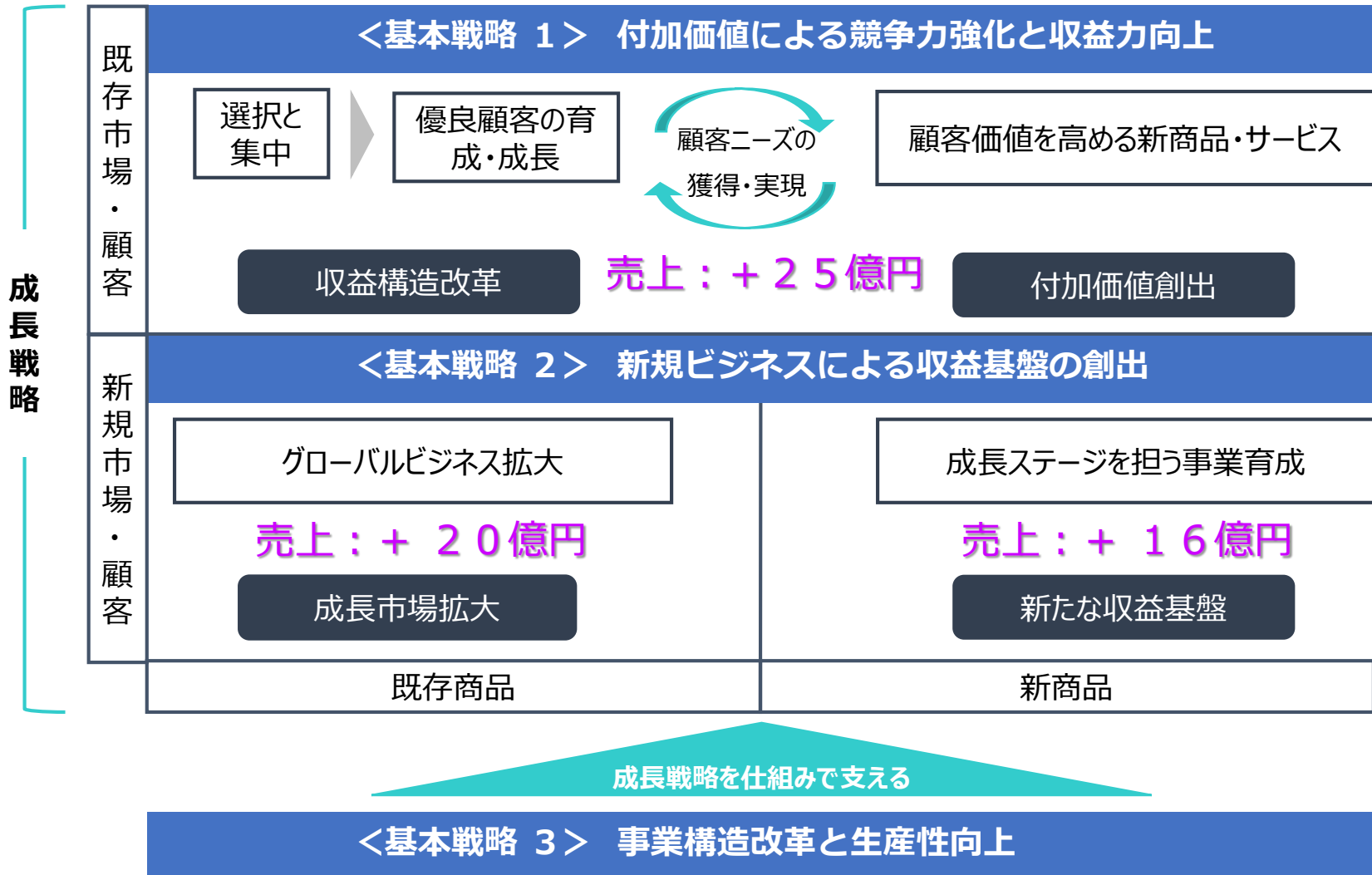
事業構造改革と生産性
向上

- ✓ 組織改革による業務効率化
- ✓ 事業に適応した組織の再設計／営業組織改革、SE・マーケティング機能の強化
- ✓ IT投資による経営情報の一元化と業務プロセス見直し

※MSP：マネージドサービスプロバイダ（Managed Service Provider）

戦略の全体像

変革へのチャレンジ
 ~ Next Stage to 70th ~

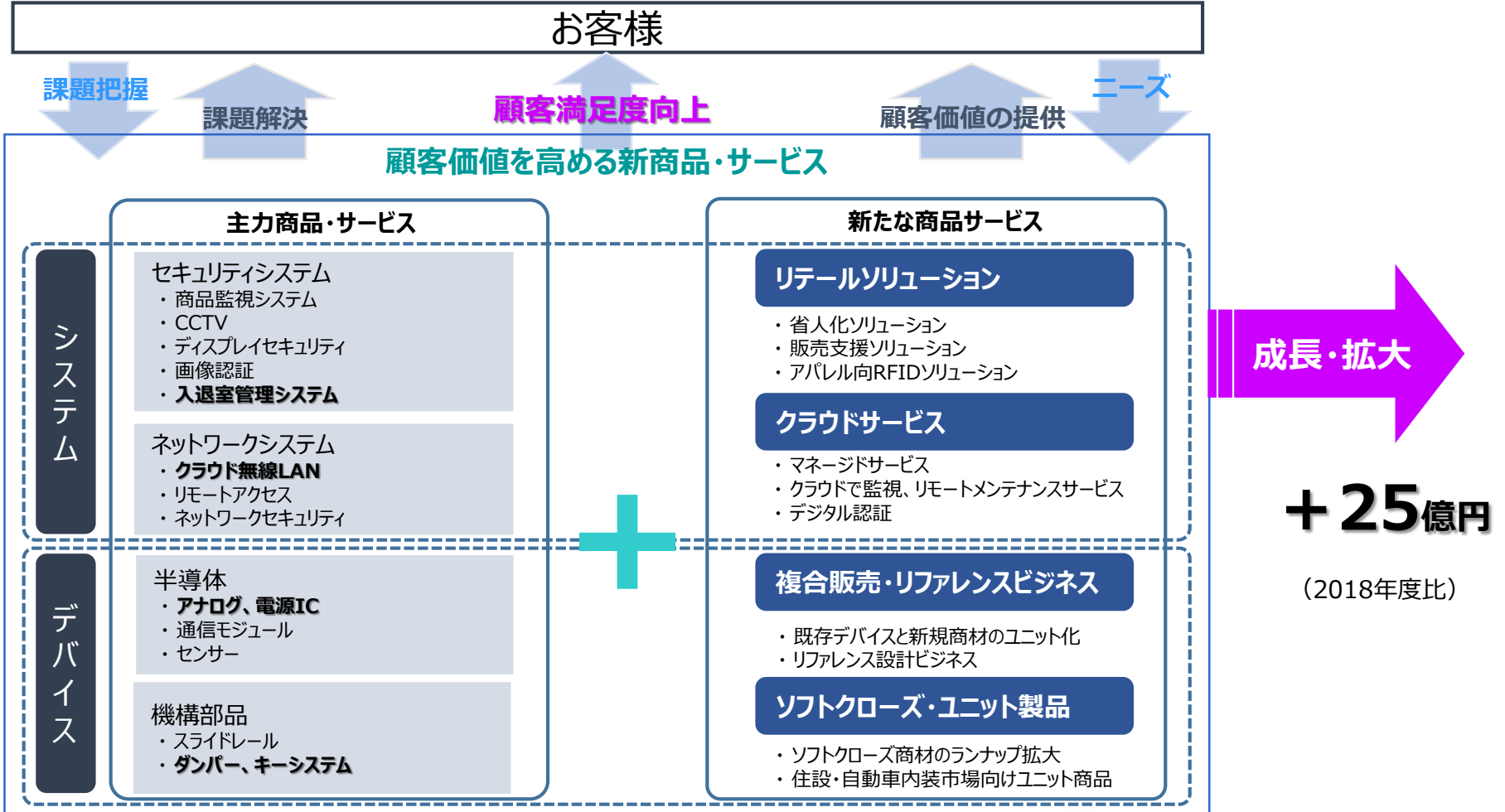


* 数字は2018年度比

基本戦略 1 付加価値による競争力強化と収益力向上

変革へのチャレンジ
~ Next Stage to 70th ~

- お客様の課題やニーズを理解し、お客様にご満足いただき「感動」していただけるような、商品やサービスを提供
- お客様との深い信頼関係を構築することで、更により深い課題・ニーズを把握し解決するという好循環を構築



注) 太字 : 拡大注力商品

基本戦略 2 新規ビジネスによる収益基盤の創出

グローバルビジネスの拡大

- 販売チャネルの獲得など、M&A、アライアンスなども視野に入れ、グローバルビジネスを加速する

中国・香港

付加価値の高いソフトモーションユニットを提供

- ・ 住宅設備
- ・ 自動車内装

タイ

発電需要が拡大する東南アジア向防火事業

- ・ 発電プロジェクト
- ・ POG建設

米国

日本発の高付加価値商品の販売拡大

- ・ 住宅設備
- ・ 工場設備

成長・拡大

+ 20億円

(2018年度比)

成長ステージを担う事業育成

- 将来の成長ステージを担う新規ビジネス、新ビジネスモデルを育成
- 成長分野に対し、M&A、アライアンスなど積極的な投資を実施

EC事業

BtoCに加え、BtoBのEC事業化を目指す

RFID事業の拡大

工場入退室・資産管理への展開

クラウドサービス

カメラ等既存プロダクトのネットワーク化によるクラウドサービスの展開

成長・拡大

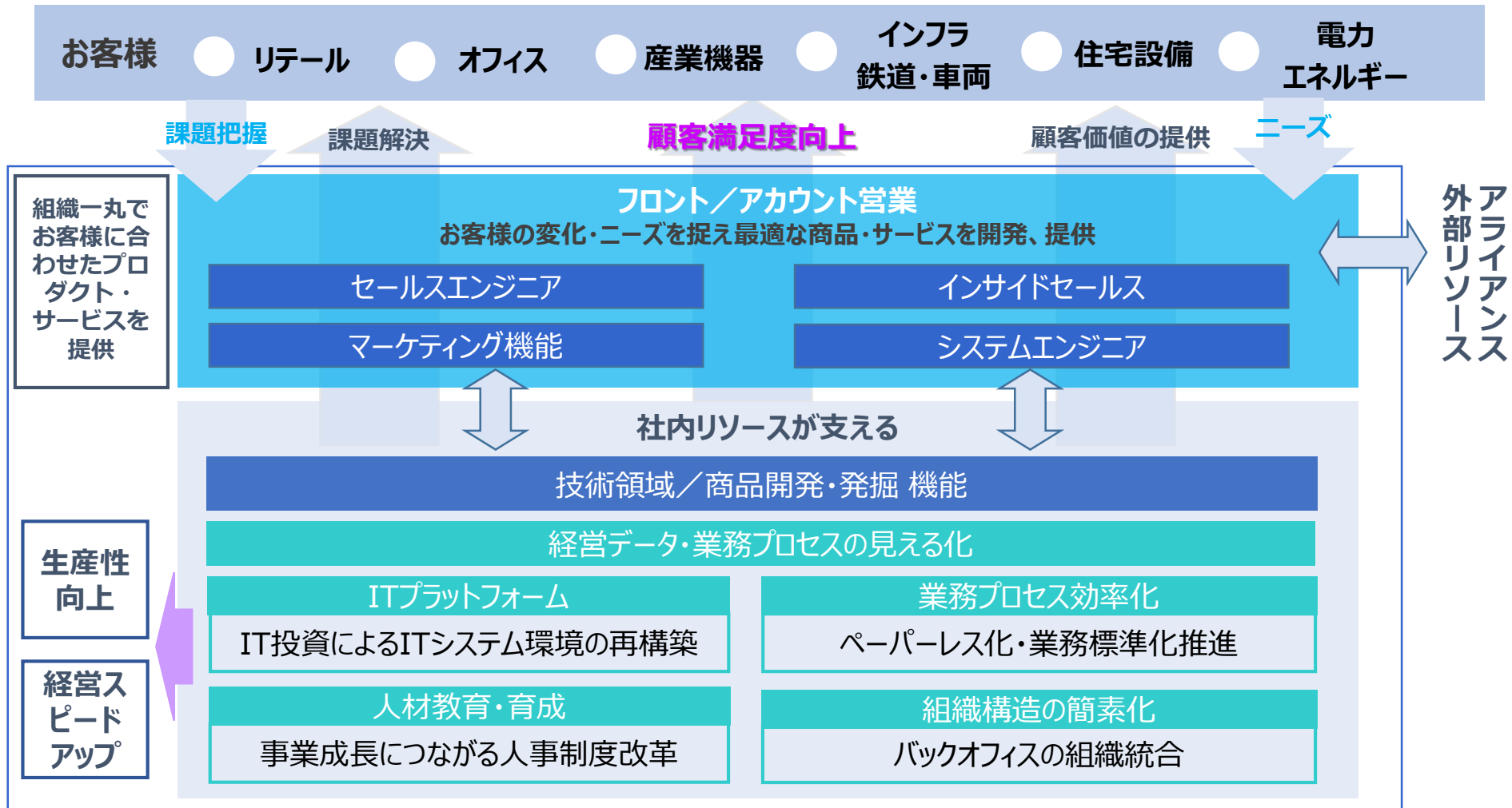
+ 16億円

(2018年度比)

基本戦略 3 事業構造改革と生産性向上

変革へのチャレンジ
~ Next Stage to 70th ~

- フロント部門であるアカウント営業は組織の境界を超え、お客様のニーズに合わせたプロダクト・サービスを提供
- 社内リソースがアカウント営業を支え、組織一丸となりお客様の満足度向上を実現



事業運営方針

1. 組織と人材の強化

- 1) 戦略を確実に実行するための組織編制と役割の明確化
- 2) 飛躍的な事業成長につながる、人を活かす人事制度改革と、人材の開発・教育の強化

2. グループ経営の強化・推進

- 1) グループ全体のガバナンス体制の継続的強化
- 2) グループの拡大に対応した財務戦略・資本政策の強化

3. 事業拡大のための成長投資

- 1) 将来の事業拡大のための、M&A、アライアンス等による積極投資
- 2) システムセグメント、デバイスセグメント、他事業への持続成長のための投資

4. 株主還元方針

- 1) 配当方針の変更 >> 次ページへ

株主還元方針

● 配当方針の変更



● 変更の趣旨

従来からの安定配当を維持し、成長分野への投資を強化するとともに、配当性向基準を設定し、今後の業績に応じた更なる利益還元を企図するもの

● 株主還元実績

	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度 予想
当期純利益 (百万円)	100	270	130	491	800
一株当たり配当	24円	24円	24円	24円	24円を下限 とした 配当性向 40%以上

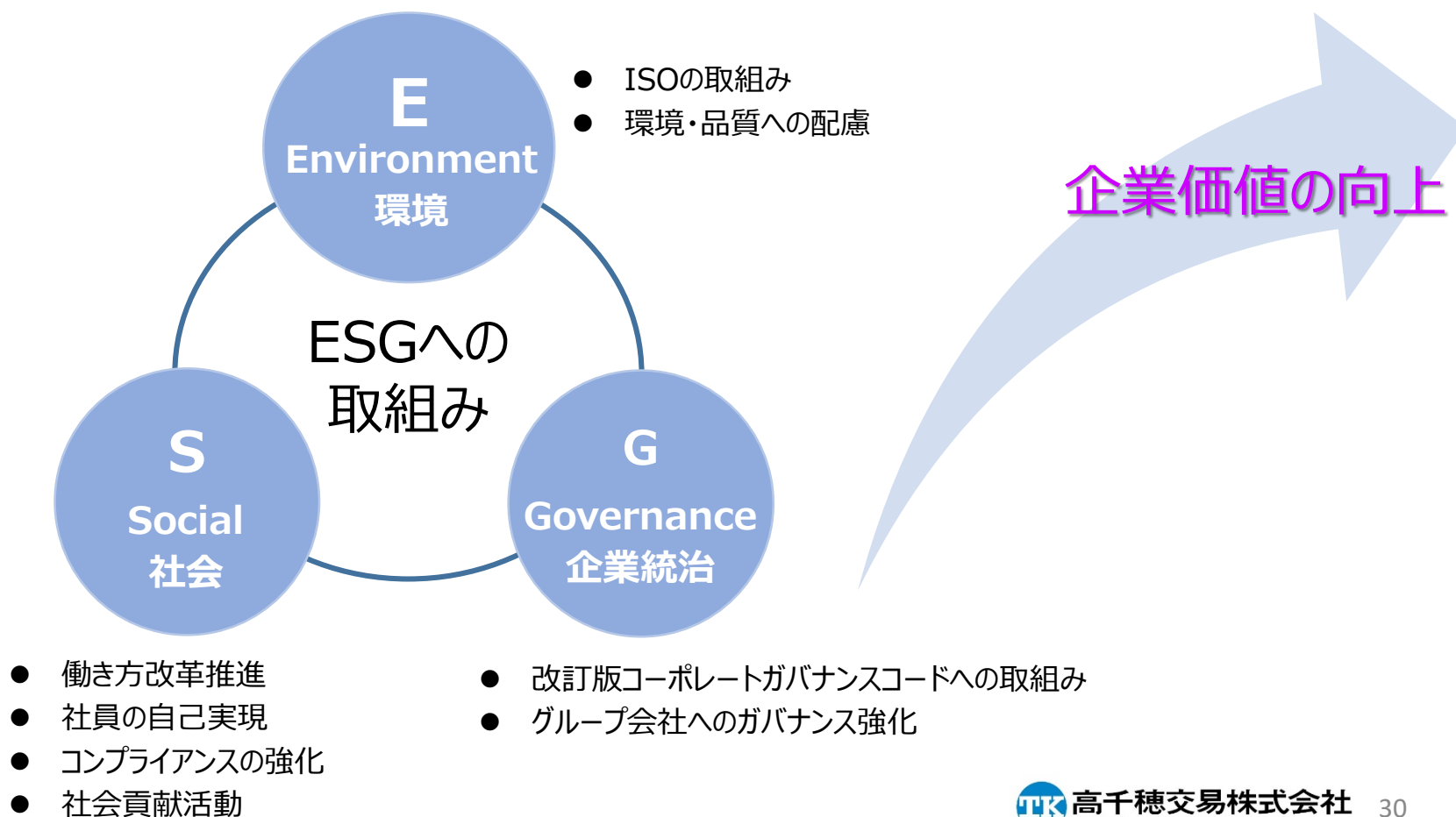
➤ ROEの見通し

中期経営計画 2021年度の目標額を達成した場合、ROE 8.0%を超える見通し

ESGへの取組み

持続可能な経営基盤の構築

高千穂交易グループは、経営の健全性・透明性と社会的信頼の向上を図るCSR（企業の社会的責任）活動に加え、環境への配慮、社会貢献、ガバナンスの強化といった、ESG（Environment・Social・Governance）に関する課題に積極的に対応し、社会の持続可能性の向上につながる取組みを推進してまいります。



2020年3月期の見通し

※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。

通期業績計画

(単位:百万円)

中期経営計画の初年度として増収増益を継続し成長を目指す

(百万円)	19/3 実績	20/3 計画	前期差	前期比(%)
売上高	19,894	22,100	2,205	11.1
粗利益	5,107	5,880	772	15.1
粗利益率(%)	25.7	26.6	0.9	—
販売費及び一般管理費	4,117	4,680	562	13.7
販管费率(%)	20.7	21.2	0.5	—
営業利益	989	1,200	210	21.3
営業利益率(%)	5.0	5.4	0.5	—
経常利益	1,086	1,200	113	10.4
経常利益率(%)	5.5	5.4	0.0	—
親会社株主に帰属する当期純利益	491	800	308	62.9
当期純利益率(%)	2.5	3.6	1.2	—

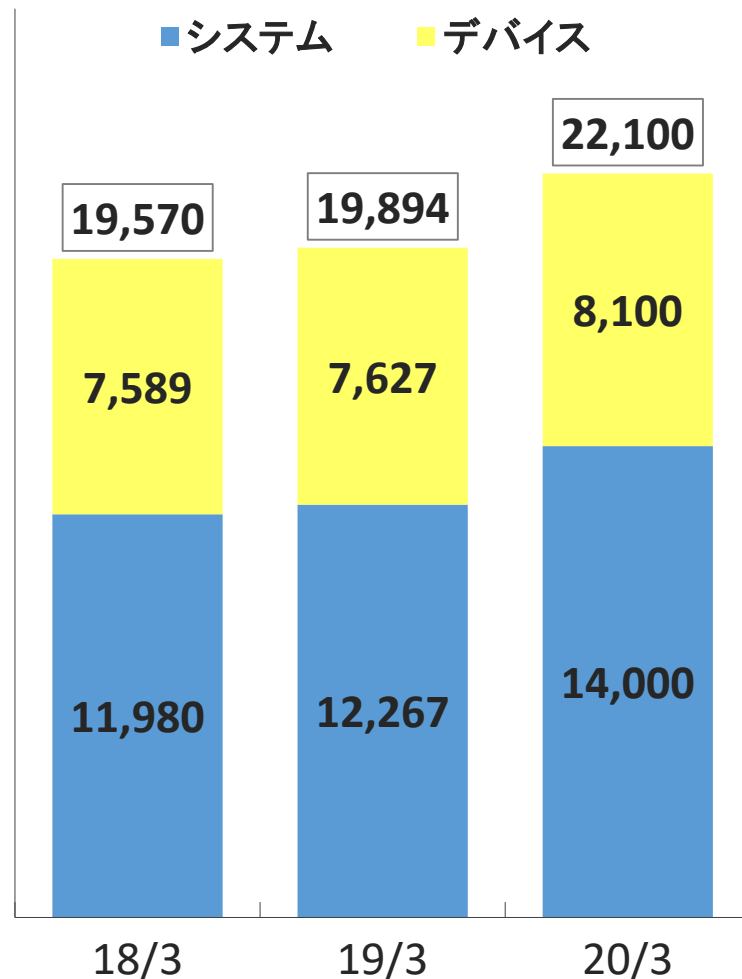
※ 20/3計画の販管費にのれん償却約93百万円計画(19/3実績は142百万円)

セグメント別販売計画

(単位:百万円)

両セグメントで増収を計画

売上



定性情報

- ◆ システム:リテール向けにセキュリティ・販売支援ソリューション、省人化対策として働き方改革支援ソリューション等の拡販に注力、前年獲得した防火システム案件の取込みを進める
- ◆ デバイス:電子はII(産業機器)分野を中心に市場開拓、産機は米中などグローバルビジネスの攻略を進める

	19/3	20/3	前期比
売上高	19,894	22,100	2,205
営業利益	989	1,200	210
経常利益	1,086	1,200	113
親会社株主に帰属する 当期純利益	491	800	308

システムセグメントプロダクト区分の変更

中期経営計画2019-2021の戦略を推進するにあたり、
従来区分しておりました「セキュリティ」「その他」「カスタマ・サービス」の3区分から
「リテール」「オフィス」「グローバル」「サービス&サポート」の4区分に変更しております。
当ページ以降の過去の業績についてもこの区分で修正し比較表記しております。

プロダクト (商品類)	商品例	プロダクト (商品類)	商品例
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 	リテール	<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 ・システム構築
その他 ソリューション	<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 	オフィス	<ul style="list-style-type: none"> ・オフィス入退室管理システム ・メーリングシステム ・RFIDシステム ・ネットワークシステム ・システム構築
カスタマ・ サービス	システムセグメント内の商品の 構築・保守・運用管理	グローバル	<ul style="list-style-type: none"> ・防火システム
		サービス& サポート	<ul style="list-style-type: none"> ・システムセグメント内の商品の 保守・運用管理 (MSPサービス含む)

※MSPサービス: Managed Service Providerの略で月額料金で利用できるサービス

セグメント別販売計画の詳細

(単位:百万円)

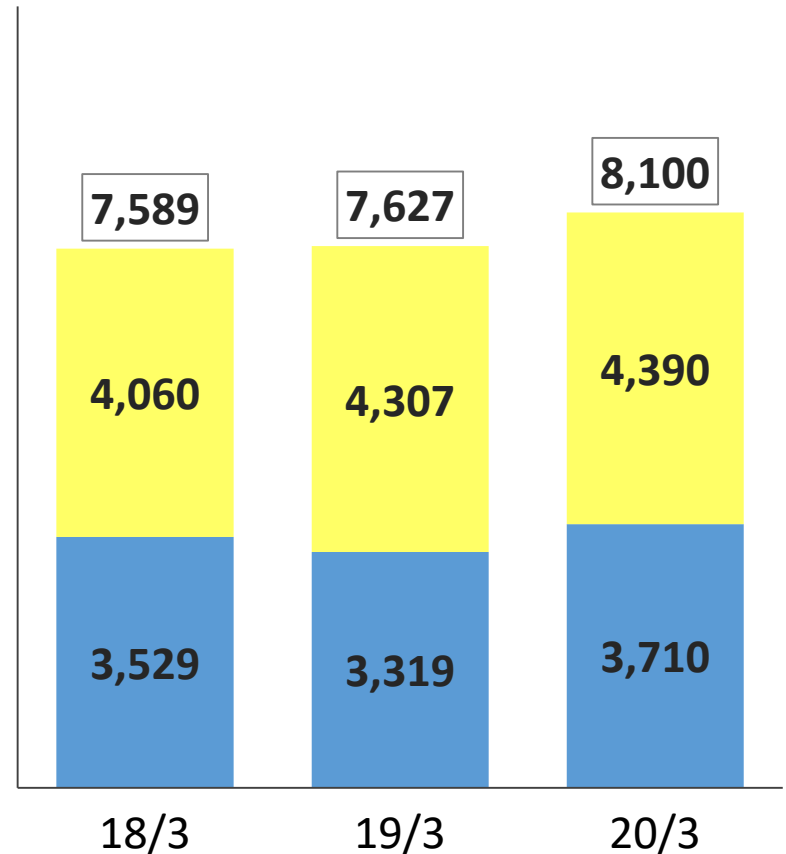
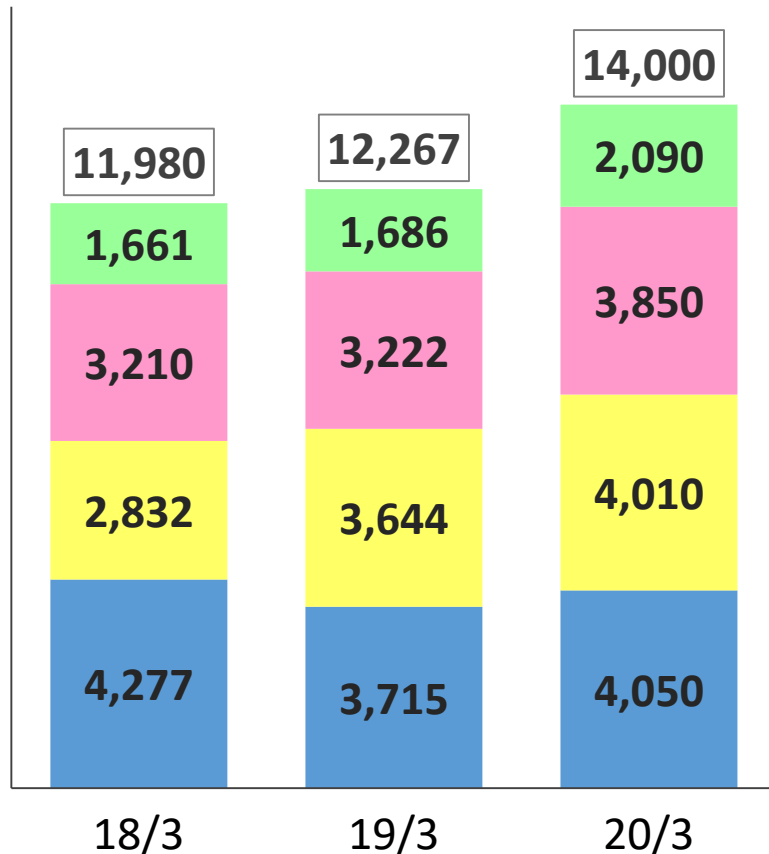
全プロダクトで増収計画

システム

- リテール
- グローバル
- オフィス
- サービス&サポート

デバイス

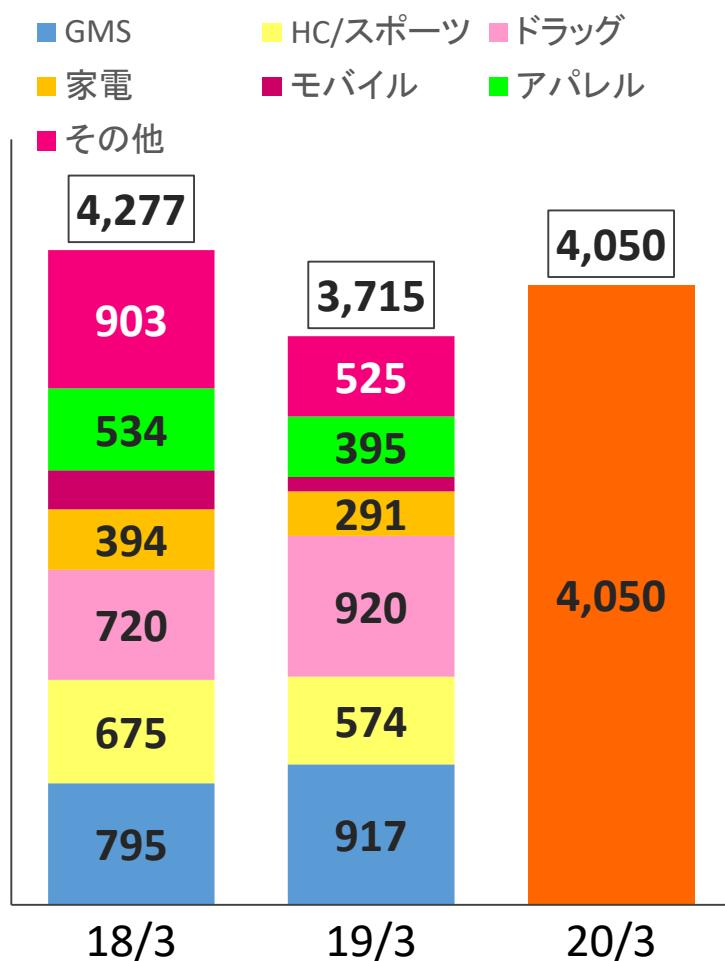
- 電子
- 産機



リテールソリューションプロダクト販売計画

小売業界の人手不足対策などのニーズに応える事業展開を推進

売上高(単位:百万円)



定性情報

- ◆ 商品監視システムや画像認識技術を採用したセキュリティソリューションの拡販
- ◆ 人手不足などの多様化するニーズに応える為に省人化対策に関連する販売支援ソリューションの開発と販売促進

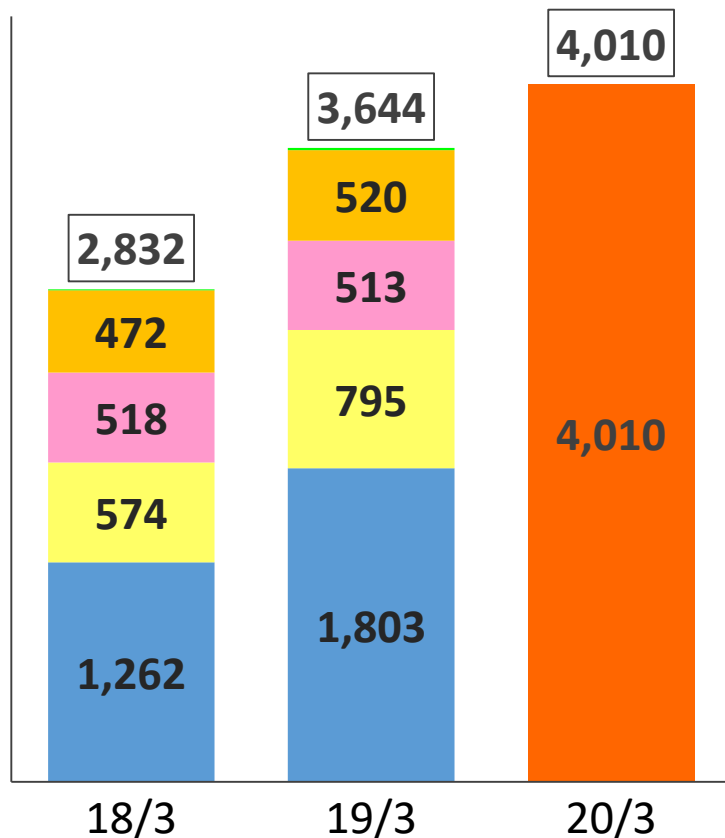
セキュリティプロダクトとして「防犯」の分野で事業展開を図ってきたが、EC 台頭による競争の激化、常態化する人手不足などの多様化する小売業界のニーズに応えるべく、リテールソリューションとして販売支援、省人化対策等、新たなビジネスの開発・販売を強化し領域の拡大を図る

オフィスソリューションプロダクト販売計画

企業向けソリューションを中心に事業拡大を推進

売上高(単位:百万円)

■ オフィスセキュリティ ■ ネットワーク
■ RFID ■ メーリング



定性情報

- ◆ オフィス向けに市場が急拡大しているクラウド型無線LANの継続拡販
- ◆ 働き方改革の支援するソリューション提案等の販売を強化
- ◆ RFIDは省人化を企図して拡大を図る
- ◆ メーリングは大型封入封緘機のリプレース販売強化に加え新市場開拓を推進

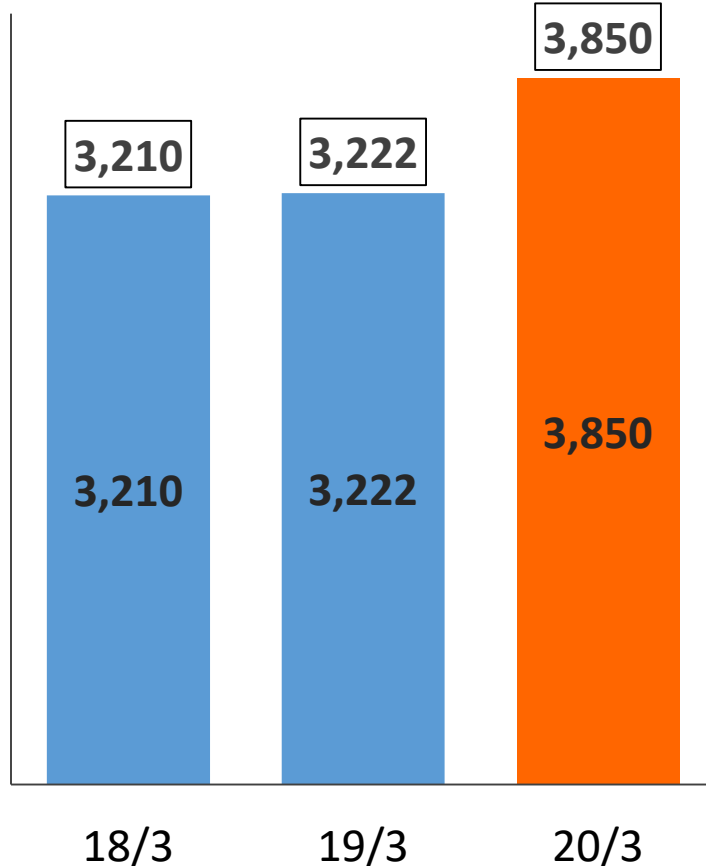


グローバルソリューションプロダクト販売計画

前年受注した高度防火システム案件の実績化

売上高(単位:百万円)

定性情報



- ◆ ASEAN地域の電力需要拡大に伴う発電プラント案件の確実な獲得
- ◆ 原油価格上昇に伴い投資が回復傾向にある石油コンビナート等の防火システム案件の取り込み

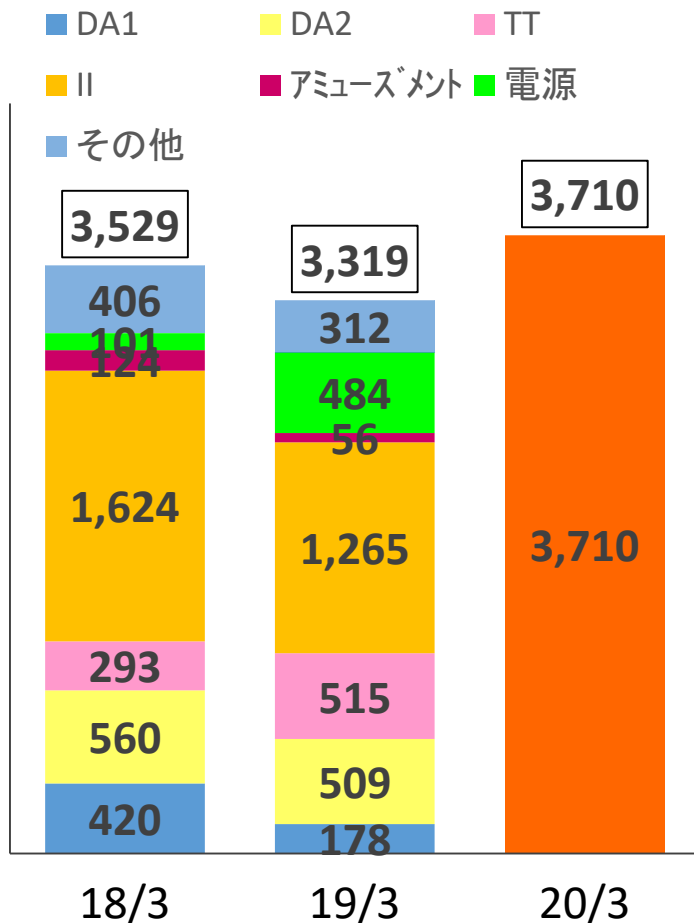


電子プロダクト販売計画

通信インフラ市場を中心としたターゲット市場への販売強化

売上高(単位:百万円)

定性情報



- ◆ 通信インフラ市場を中心としたII(産業機器)分野への拡販
- ◆ 電子化が進むオートモティブ分野、特に車載用を中心としたシリコンマイク等のセンサーなどを中心に市場開拓を推進
- ◆ 東南アジアエリアのビジネス拡大

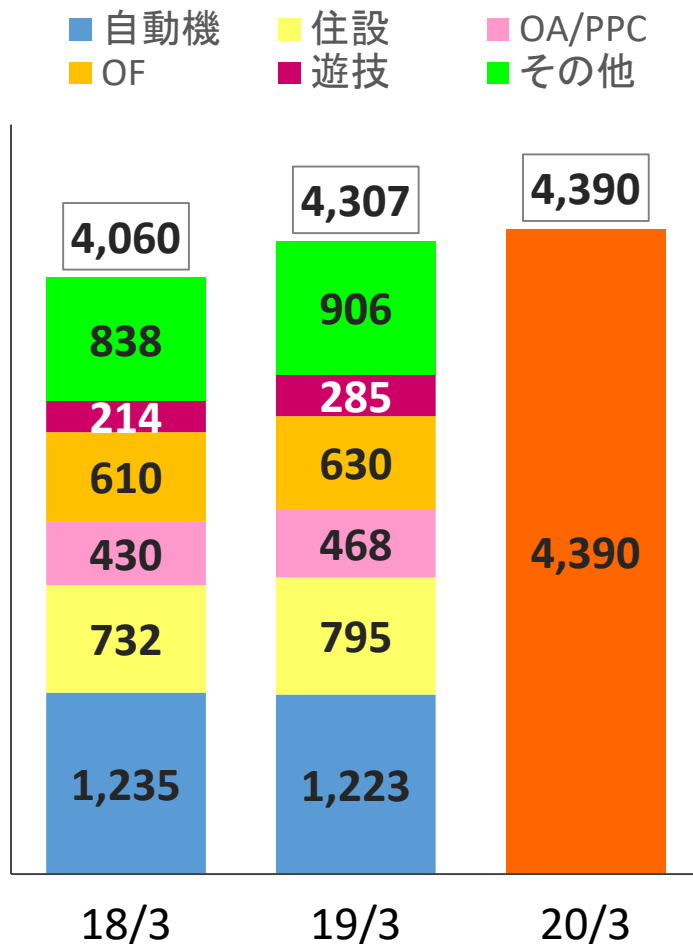


産機プロダクト販売計画

グローバルビジネスと新市場開拓強化

売上高(単位:百万円)

定性情報

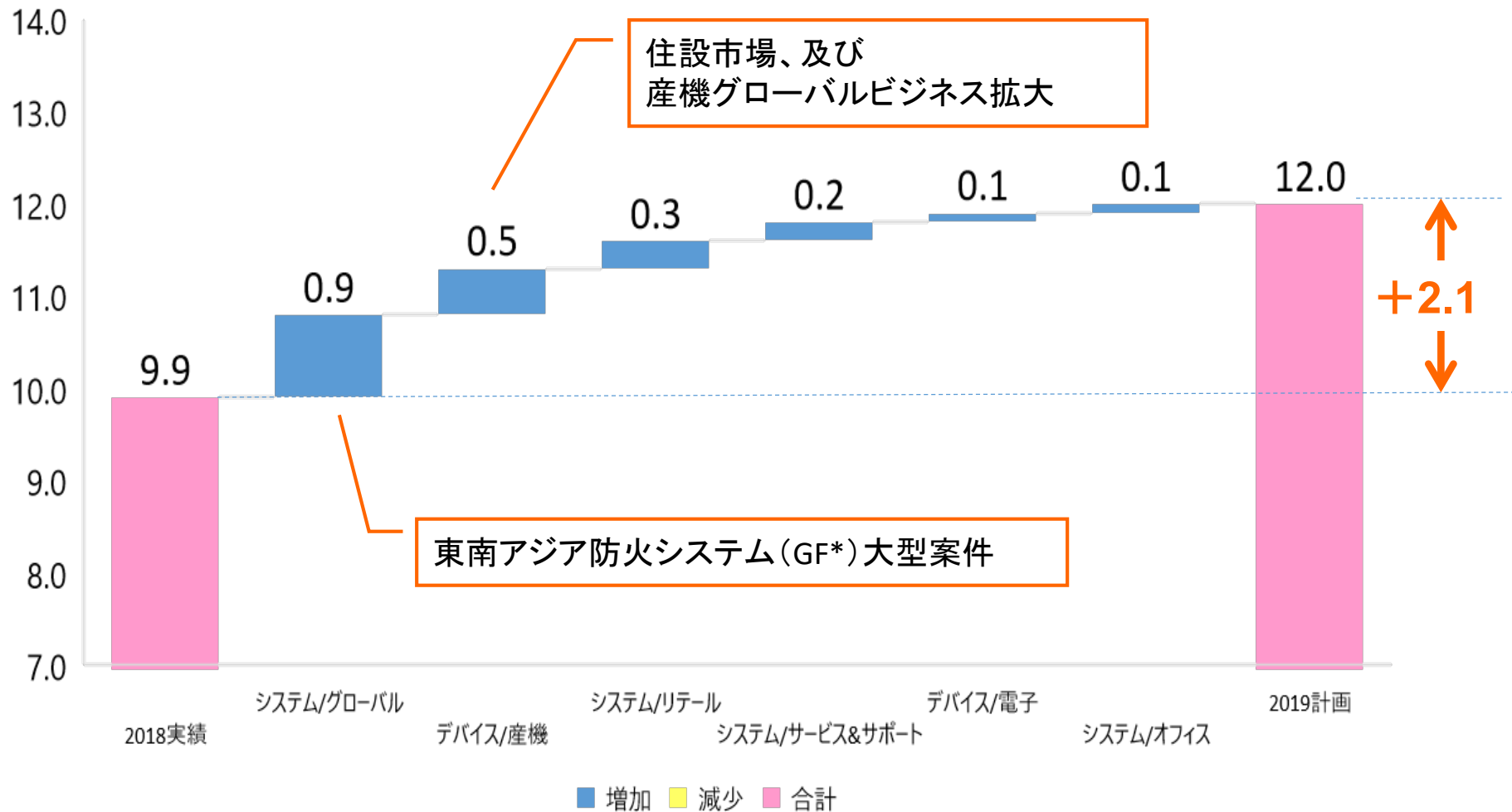


- ◆ 中国の住宅設備市場向けに付加価値の高いユニット商品の拡販
- ◆ Takachiho America, Inc.を通じ本格的な米国市場攻略
- ◆ ソフトモーションをキーワードに新商品の開発強化
- ◆ 自動車内装向けにマーケット開拓の強化



プロダクト別計画（営業利益）

（億円）



*GF: Guardfire Limited

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。