

日東工業株式会社

2022年3月期 第2四半期決算説明会（質疑応答）

【概要】

日 時：2021年12月1日（水）15：00～16：00

場 所：東京都中央区日本橋 1-17-10 新光ビルディング日本橋 1号館 9階

登壇者：日東工業株式会社 取締役社長 COO 黒野 透
取締役 営業本部長 里 康一郎
取締役 経営管理本部長 手嶋 晶隆
経営企画統括部 財務企画室長 加藤 伸樹

※一部回答を補足、要点をまとめて記載しております。

質疑応答

Q： 価格改定についてです。原材料の価格高騰等で 17 億円の減益要因と示されていますが、来年 7 月からの価格改定によって、その 17 億円を取り戻せるのかどうか。また、当然、競合の動向がありますので、価格改定がきちっと通るかどうか。逆にシェアを奪われるリスクはないのか、その辺りの関係を 2018 年に行った価格改定の実績も踏まえて教えてください。

黒野： 今期は材料価格高騰等で 17 億円利益が減少します。ただし、上期はあまり材料価格高騰の影響を受けていませんでした。下期から、この影響を受けており、2022 年 3 月期は 17 億円のマイナス影響があるということです。そして来期になりますと、材料価格高騰の影響が通期になって効きますので、約 30 億円のマイナス影響を見込んでいます。来期の価格改定によって 30 億円をカバーできるかという点については、価格改定の時期が 7 月からであり、通期にわたってはその影響を得ることができないことから、戻ってくるのは材料価格高騰影響の 6～7 割と考えています。2018 年の価格改定では、当社製品の魅力や良い点を評価していただき、必要とされる方に引き続きご購入いただくことができ、売上にマイナスの影響はありませんでした。競合に関して言いますと、当社は標準キャビネットで高いシェアを持っていることから、競合メーカーも追従してくるものと想定しています。

Q： 海外の戦略についてお伺いしたいと思います。この中計では、海外売上高が中計最終年度に 150 億円と 1.5 倍以上伸ばす計画かと思えます。ただ、これまで Gathergates 社であるとか、タイの事業であるとか、利益の貢献度は低いとのことですが、売上高を伸ばすことによって、利益もついてくるのでしょうか。御社は、国内で非常にいいビジネス、比較的安定した高収益を上げているわけですが、海外はかなり課題だったと思えます。この 3 年間で、国内に近づけるようなことは可能なのかどうか。もちろん、国内と海外とでは、だいぶビジネス環境が違うことは承知していますが、その辺りも踏まえてお考えを教えてください。

黒野： シンガポールにある子会社、Gathergates 社は 1 月から 6 月まで非常に好調でした。その結果、この上期の売上に与える影響として約 8 億円プラスに寄与しており、前期比でいうと 2 倍ほどの売上になっています。7 月以降はシンガポール市場がコロナ影響を受けたほか、マレーシアにある工場ではロックダウンの影響を少し受けました。シンガポールでは約 3 万人の労働者が不足していると言われており、その関係で、建築案件等が遅延をしている状況であるほか、部品や材料、半導体の不足などによっても若干の遅延はあるかもしれませんが、受注としては非常に好調であり、明るい兆しを見せています。また、日本の指導のもとコスト低減活動をしており、利益にも影響があります。この中計の目標である 50 億円プラスについては、色々あるものの、大きくは Gathergates 社による成長を見込んでいます。

Q： 売上が増えることによって、利益も国内に近づけることができるのかについては、可能であるという理解で良いでしょうか？

黒野： 可能と考えています。

Q：資料の 35 ページ、流通事業における新規事業で、環境商材、LED 照明、自家消費型太陽光発電などをご紹介いただきましたが、この辺りを御社が手掛けるに当たって、特色、いわゆる売りとする部分を挙げるとすれば何でしょうか。事業環境自体は悪くないとは思いますが、御社が手掛けるようになって何が売りになり、事業規模とか、競合と比べて何を差別化するポイントにしていくのか、その辺りの考え方について教えてください。

手嶋：流通事業はサンテレホンを中心とした商社の事業として展開をしています。この事業では非常に広いお取引先様、仕入れ先様がいます。この新規事業は、自家消費の太陽光や風力発電など、既に設備があるところに対して、お困りごとを解決していく事業であります。例えば、落雷により風車が壊れてしまうという実際に起こっていることに対してソリューション提案を行っています。大変多くのお取引先、仕入れ先と繋がっていますので、そういったお困りごとに対して柔軟な対応ができる点が特色と考えています。加えて、フットワークの軽さというのも強みです。風力発電の落雷対応を手掛けている会社は少なく、実際に成果が出ているところも少ない中で、いち早く手掛けたことで、お引き合いを含めて問い合わせをいただいているところであります。正直、このようなビジネスはフットワークの軽さ、早さが一番の勝負だと思っています。商社ですので、自社の製品があるわけではなく、お客様が困っていることをいち早く捉えて、ソリューションができるところが一番の強みであり重要な点かと考えています。創業者利益ではないですけど、最初に手掛けた会社がある程度利益を取り、価格競争になる前にビジネスを確立するところが、一番重要であると思っています。

Q：落雷対策というのは具体的にどういふことをするのでしょうか？

手嶋：避雷針は昔からあるかと思いますが、今では実際に雷を避けるような商材を作っているメーカーさんがいらっしゃいます。そういった商材を、お客様に提案をして、実際に設置をしていただく。当社としては、ソリューション提案をして、その商材を販売することで利益を上げるということです。

Q：分かりました。そうしますと、今ある設備に対して、安定稼働ができるソリューションを提供していく格好ですね。

手嶋：そうですね。やはりこういうものが一度壊れてしまうと、かなりコストがかかって修繕をすることになります。そして、風力発電ですので、何かあると発電事業を止めてしまうことになるので、それをできるだけ避けるためのソリューションです。

Q：分かりました。この切り口で言うと、ストック型の伸びになるアイテムとか、アイデアはございますでしょうか。

手嶋：そうですね、落雷対応、風力発電自体は、われわれのグループでは手掛けていません。従来のお客様が持っているらっしゃる設備に他社の技術を販売しています。我々も自家消費型の太陽光設備などを販売していますが、全てストック型の伸びになるかと言われると、違うと思っています。

Q：電子部品事業の北川工業についてです。グループ入りしてから、少し年月がたちまして、いろんな環境が変わっていく中で、シナジーは具体的に出てきているのでしょうか。今期計画数値レベルですと、従来とあまり変わりません。身の丈が小さい中で、EVチャンバーとかの投資をしていって、実際に活用のアクティビティであるとか、お客さんとのグリップであるとか、そういったことは変わってきているのか。それから、課題として残っているのは何なのか。もう少し、ビフォーアフターというイメージをする上で、何かご示唆いただけるものがありましたら、お願いいたします。

黒野：北川工業のビフォーアフターについてお話しします。今期、日東工業から発売をした、エネルギーマネジメントができるEV充電器、この中には多くの北川工業のEMC対策製品が使われています。よって、技術的なシナジーに関しては、大いにあると思っています。また、質問とは違いかもかもしれませんが、いろんな意味でのシナジーが生まれています。例えば、最近では材料の入手難、こういったものに対しては、それぞれの購買機能を相互活用して、その材料や部品の入手に尽力しています。また、品質活動に関しても、各社ごとに体制は構築できていましたが、日東工業グループとしてさらなる高みを目指し共同で品質活動を展開しています。ビフォーアフターからいくと、北川工業だけでなくグループ全体でパワーアップをしていると感じています。

手嶋：今、社長が申し上げたように、北川工業についてはそのように感じています。北川工業を取り巻く事業環境としては自動車やエアコンの関係、これらは世界的に大変需要が高まっています。そういったところで、北川工業製品はかなり使われています。北川工業の中身を見ていくと、従来われわれのグループに入る前とは、少し変わってきているところもあります。規模的に大きくなっているかという点に関しては、ご覧のとおり、そんなに変わっていないのでは、ということではありますが。置かれている環境からすると、電気自動車を含めて、グループの中では大変期待しているところでもあります。これからますます自動車市場、エアコンなどのアプライアンス市場、それ以外のところもこの電化が進み、EMCや熱関連は大きく伸ばせていけるのではないかと考えて事業をしているところでもあります。

Q：伸ばすところで言うと、顧客層の広がりであるとか、どういったケースになるのでしょうか。実際にターゲットとなる市場のサイズ感や広がりを考えると、例えば今回、2024年3月期で示された売上130億円とかではなくて、次元の違うところも、本当に目指す気になれば出来るのではないかと。旧北川単体だったら、このぐらいで十分だとは思いますが、せっかく日東工業グループに入って、資本力とか、信用力は全然変わったわけなので、もう一皮、二皮むけるようなストーリーは描けないものなのでしょうか。

手嶋：ご指摘、ごもっともだと思います。ただ、われわれも北川工業をグループにして、少しずつ分かってきたところがあります。このEMC対策は、例えば、ある新車が出るタイミングで対策部品が必要となりますが、モデルチェンジするこの対策製品が不要になるケースがあります。新車が出るたびに、あるいは新しい搭載品が出るたびに、対策部品が必要となりますが、新機種が出るたびに不要になるというのを、繰り返しながら展開しているということも少し見えてきました。国内主要自動車メーカー各社、それから海外事業も展開している中で、ヨーロッパの自動車メーカーにも、これからノックを始めていきます。そういった意味では、広がりはできるのかなとも思っていますが、一方で今申し上げたように、対策部品が不要になってしまうこともあり、単純に拡大のみしていくということが、非常に難しいということではあります。日東工業グループになって、まだなかなか通信キャリア関連へはEMC対策部品等々に関して入り込めていない部分もあります。そういったところも、グループ全体の商流を活用し、北川工業製品の展開を模索しているところであり、ご期待に添えるように頑張っていきたいと思っております。

黒野： 補足させていただきますと、新規事業、新規市場としては、相変わらず電気自動車関係かもしれませんが、自動運転の関係では、ノイズによる暴走が起こることは許されませんので、そういったところで EMC の対策ができるのではないかと考えています。あとは、エネルギーマネジメントの関係です。こちらも蓄電池を含めた太陽光や風力、そういったエネルギーマネジメントでもこの EMC の技術が活用できると思います。あとは、通信ですね。やはり 5G の関係、こういうところも新しい市場としてターゲットとしていきたいと思っています。

Q： 中期的なビジネス機会や狙いが明快でない中で、瀬戸工場の建設が進んでいる印象を受けたのですが、これは正しいでしょうか？

黒野： 本社にある名古屋工場が昭和 42 年に建てられた工場であり、老朽化が進んでいます。稼働しながら老朽化対策をするかを検討してきましたが、非常に困難という結論に至りました。その結果、新しいところへの工場進出を目指していきたいと、今回の瀬戸工場設立を決めました。しかし、ただ単に老朽化対策のための工場というわけではなく、成長へ向けた工場にしていきます。われわれは工場も古ければ、その他設備、システム等も古いことがあり、瀬戸工場では DX 等を駆使した、新たな工場を目指していくことを考えています。当社は標準品のキャビネットが一番得意な会社であり、そのキャビネットが大きく利益に貢献をしています。しかし、お客様が標準品だけで全て満足するかというとそうではありません。時と場合によっては、少しサイズが違うものが欲しいとか、色が違うものが欲しいとか、そういうお客様のオーダーに合わせたものが必要になってきます。現時点では、そういったものについては手づくりに近い形で行っています。瀬戸工場では、そういった特注品も、標準品のように作れるような生産体制を構築し、安定した品質・早い納期を目指しています。それによって、名古屋工場移転だけにとどまらず、新たな需要を創出して市場をさらなる大きいものにしていきたいと考えての決断であります。

Q： Apple が、2030 年までにサプライチェーンライフサイクルの全てで、気候への影響をネットゼロにするとの報道が出ておりますが、御社への影響はいかがでしょうか。また、それに伴う投資の計画はありますでしょうか。

手嶋： 大変大きな課題のお話をいただきました。具体的にという話ですと、そこまでの大きなところはまだ見えていません。ただ、瀬戸工場も、カーボンニュートラルに向けて、自家消費型の太陽光の設備を導入する等々、自社の投資についての話は進めています。あと、新製品を出すに当たって、エネルギーマネジメントも打ち出しています。ご回答になっているかどうかは分かりませんが、当社の製品を使っただくことで、お客様が CO2 削減に貢献できる、ピークの電力をカットすることができる等々、当社の製品群でもそういった貢献は考えています。当社は製造業を中心としていますので、我々が排出する CO2 等も当然考えつつ、太陽光等や蓄電池を含めて、これからお客様にもソリューション提案をしていかねばならないと考えています。新しい工場や既存の工場等で実証実験も行いながら、お客様へのソリューションを考えていきたいということでもあります。当社も、少なからず影響はあると認識しており、ビジネスにもなるし、当社も排出量を削減していかなければならない、両方追っていく必要があると考えています。

以上