



Cominix製品は、
様々な製造産業や生活の中で活躍しています。



Cominix

証券コード 3173

大阪工機株式会社
2012年3月期
決算説明会用資料

http://www.osk-k.co.jp/index_j.html

AGENDA

1. 会社概要
2. 2012年3月期決算の概要
3. 特長と強み
4. 事業環境と成長戦略
5. 2013年3月期事業計画
6. 業績ハイライト

1. 会社概要

Cominix



グローバルスタンダード商品をご提案

Cominix



会社概要

会社名	大阪工機株式会社
英訳名	OSAKA KOHKI CO.,LTD.
代表者	柳川 重昌
創業	1945年11月1日（中央機械工具商會を創業）
設立	1950年5月16日（大阪工具株式会社を設立）
本社所在地	大阪府中央区安堂寺町1-6-7
資本金	3億5,019万円（2012年3月期末現在）
連結売上高	149億円（2012年3月期）
決算期	3月
連結従業員数	226名（2012年3月期末現在）

事業内容

切削工具に特化したリーディングカンパニー

切削工具事業

- 生産性に直結する切削工具、研削工具、保持工具、精密測定機器、工作機械等を販売
- 国内外の有力な切削工具メーカーの商材を取り扱う



耐摩工具事業

- 製罐工具（パンチ、ダイス）、破碎工具等を販売

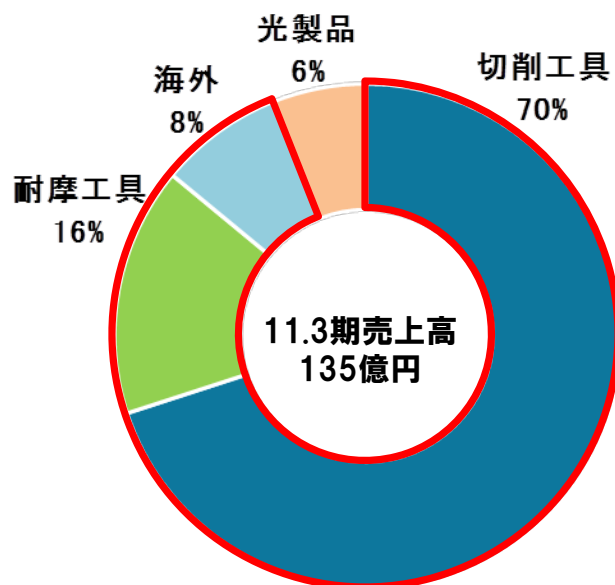


海外事業

- 中国、タイ、フィリピン、インドネシア、ベトナムなどの海外拠点から、切削工具、耐摩工具等を販売

光製品事業

- 光ファイバー、光源装置、光学部品を販売

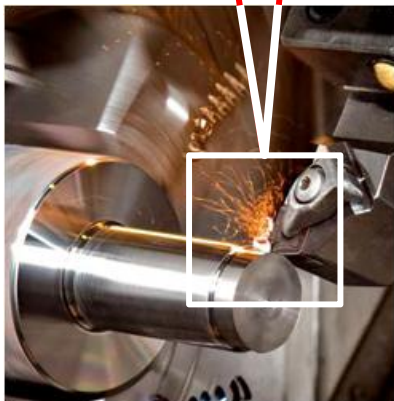
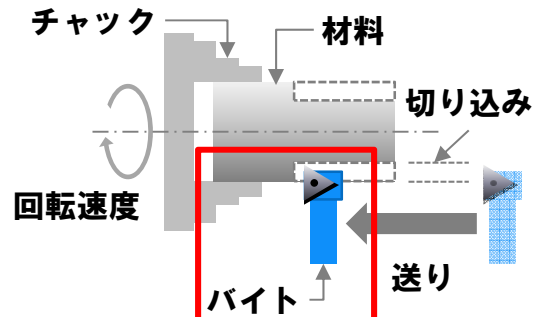


切削工具とは

- 生産ラインの工作機械に装着され、超高精度の金属加工を実現する超硬工具
- モノ作りのコアな工程における、生産性に直結する重要な部材
- 最適な工具選びが、加工速度、精度に大きく影響

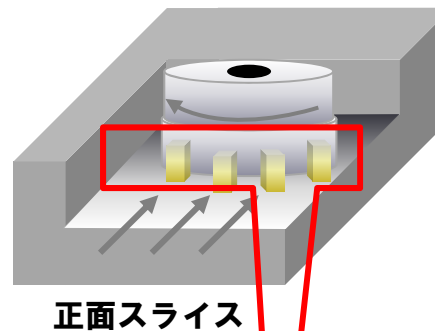
旋削

旋盤、NC旋盤で表面加工



転削

フライス盤、MCで表面加工



穿孔

ボール盤、MCで穿孔



主要仕入先

- 切削工具市場の世界シェア60%をカバーする、主要かつ多彩なメーカーと取引
- 国内外の商材を厳選し、ユーザーニーズに応える商材を豊富に取り揃える

国内主要仕入先(代理店)

住友電気工業
不二越
日本特殊陶業
アライドマテリアル
田野井製作所
アサヒ工具製作所
聖和グループ（他計十数社）

オーダーメイド品
協力工場
（6社）



海外主要仕入先(代理店)

イスカルジャパン（イスラエル）
セコ・ツールズ・ジャパン（スウェーデン）
ケナメタルジャパン（米）
ゲーリングジャパン（独）
マパール（独）
インガソル・テグテックジャパン（韓国）
セラティジットジャパン（オーストリア）
ワルター・ツーリング・ジャパン（独）



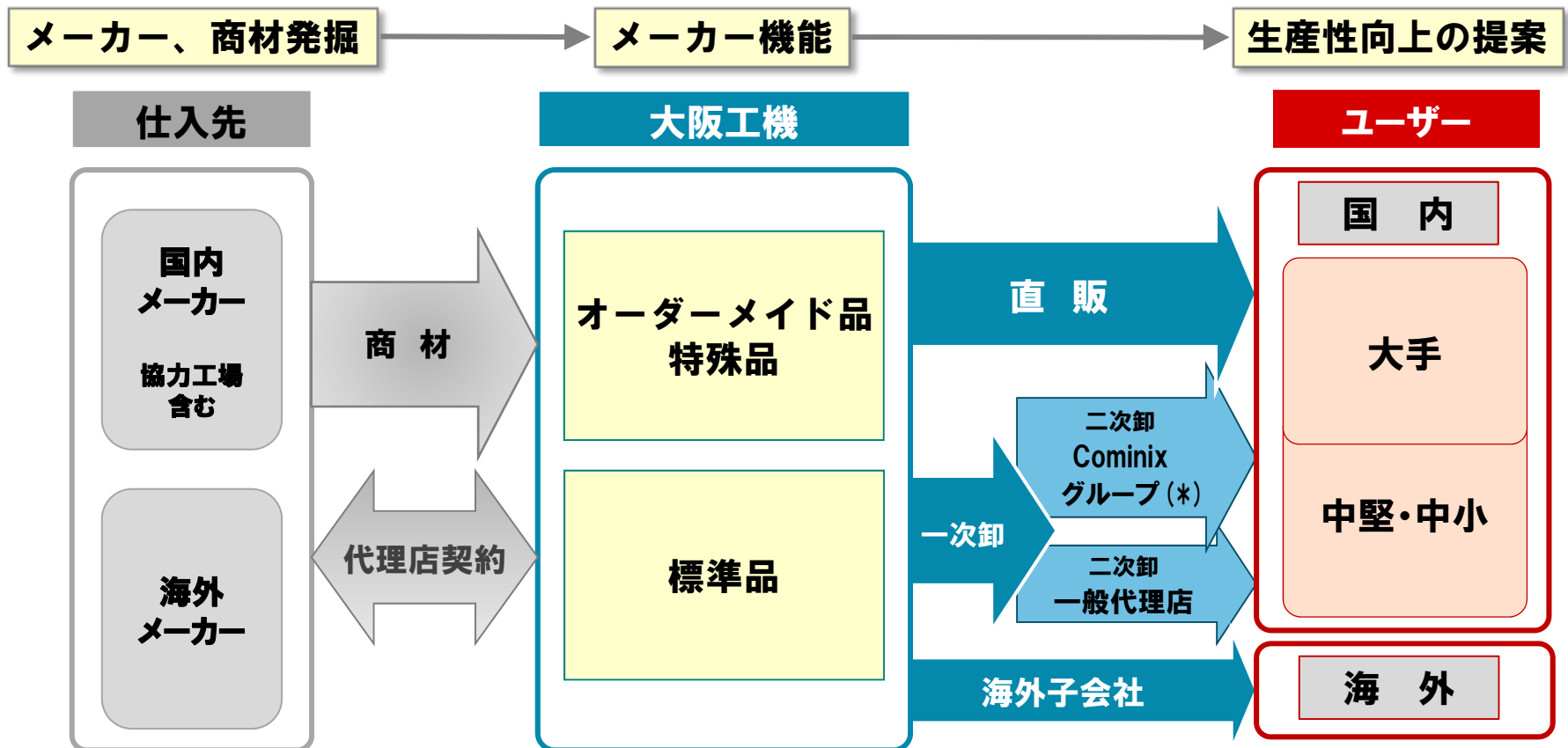
Cominixブランド(代理店)

SGS TOOL COMPANY（米）
WIDIA-Hanita（イスラエル）
MAGAFOR（仏）
MILLSTAR（米）
WHIZ CUT（スウェーデン）
REGO-FIX（スイス）
VARGUS（イスラエル）
UTILIS（スイス）
alfa-sys（スイス）



事業フロー

- 先端技術を目利きする第一人者として、海外優良仕入先を発掘し、商材を厳選
- オーダーメイド品から標準品まで、幅広いニーズに応える豊富な品揃え
- 生産性向上のための提案により、モノ作りそのものに携わる



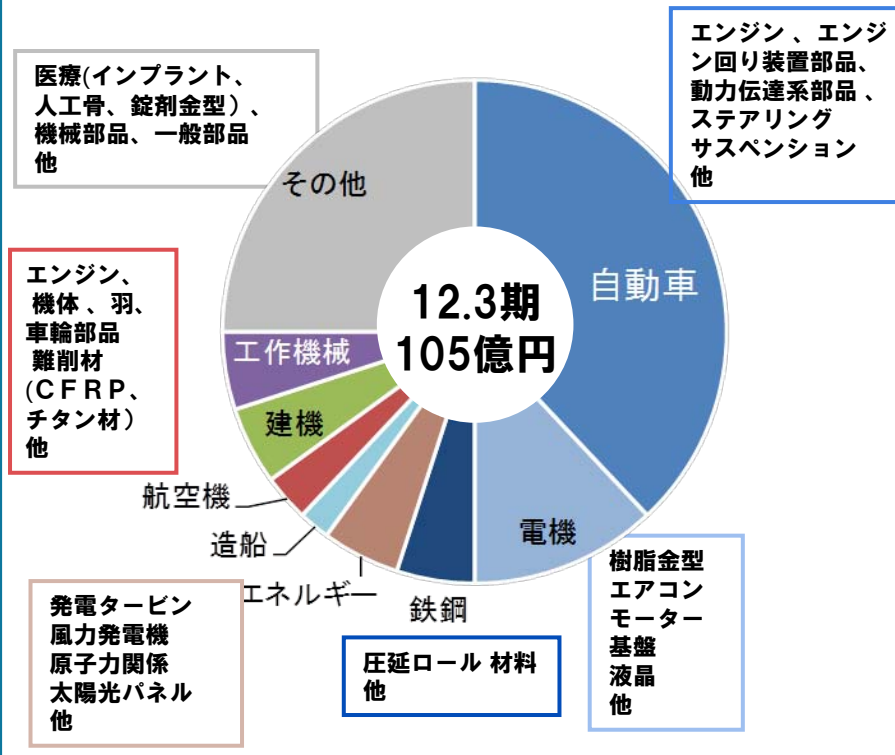
*Cominixグループとは、有力な販売店会を組織するCominix会員店 117社

顧客業種ごとの売上高構成(連結ベース、2012年3月期実績)

- あらゆる業種におけるコアな製造工程に不可欠な切削工具
- 様々な製造現場におけるニーズとソリューションをデータベース化して蓄積

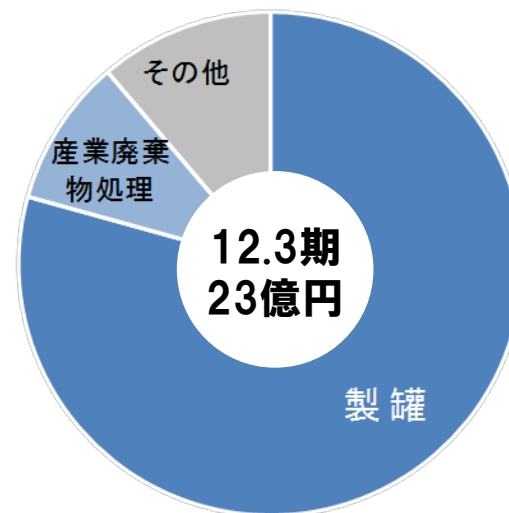
切削工具事業

- エンジン内主要部品や駆動系など基幹部分をはじめ、あらゆる加工に使われる



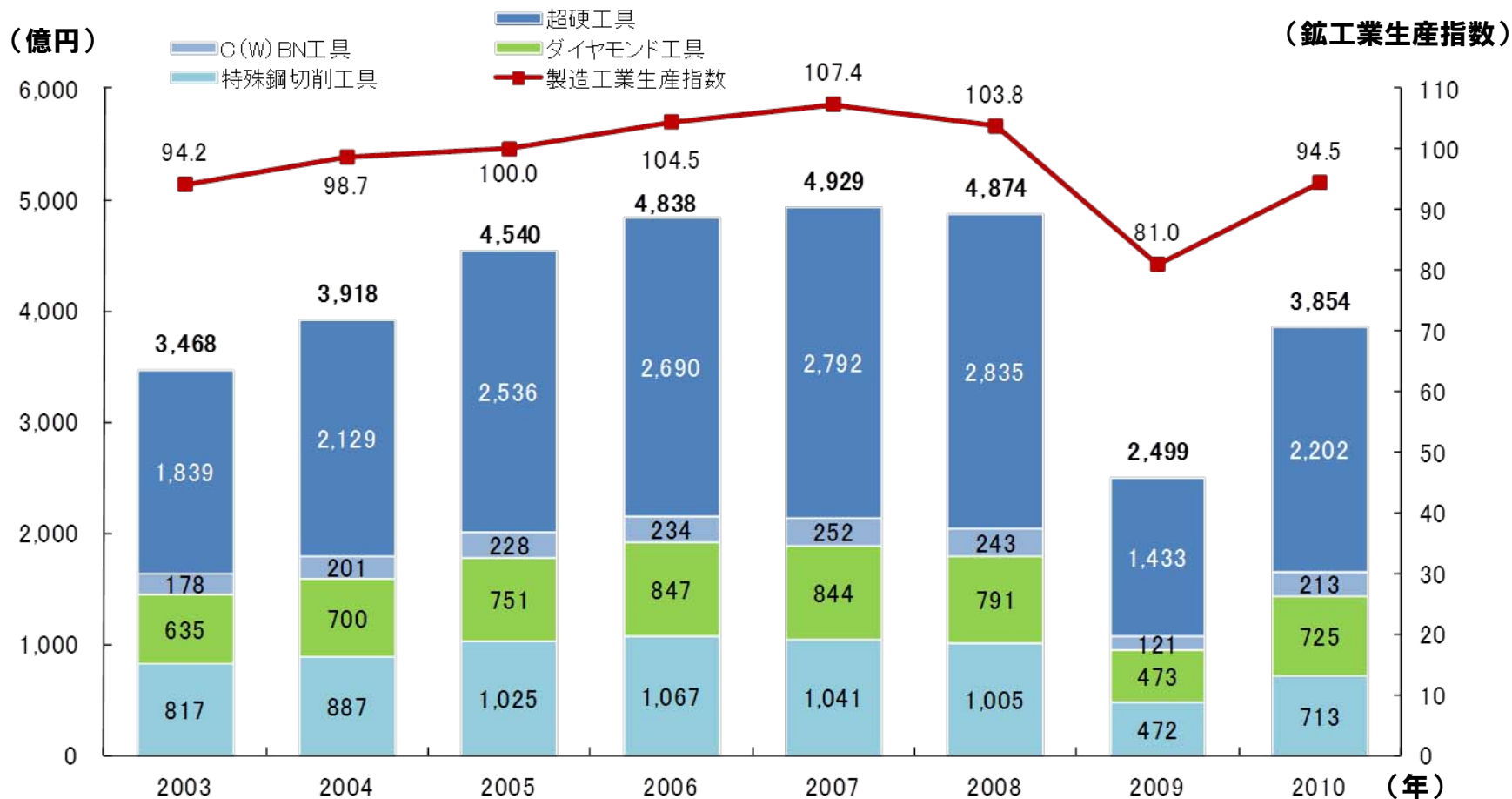
耐摩工具事業

- 切削工具で培ったオーダーメイド品により、国内製罐大手に圧倒的シェア



工具生産額の推移

- 国内メーカー生産額は約4,000億円
- 鉋工業生産指数との連動性が高い



出所)機械統計 経済産業省、鉋工業生産指数(2005年を100とする)

2. 2012年3月期決算の概要

Cominix

お客様の満足と喜びを常に提供する

Cominix 製品

12/3月期 決算の概要

	2011年3月期		2012年3月期		
●損益計算書	(百万円)	(売上比)	(百万円)	(売上比)	(前年比)
売上高	13,573	100.0%	14,900	100.0%	109.8%
売上原価	11,061	81.5%	12,005	80.6%	108.5%
売上総利益	2,511	18.5%	2,895	19.4%	115.3%
販売費及び一般管理費	2,151	15.8%	2,384	16.0%	110.9%
営業利益	360	2.7%	510	3.4%	141.7%
営業外収益	45	0.3%	63	0.4%	141.8%
営業外費用	64	0.5%	100	0.7%	154.0%
経常利益	340	2.5%	474	3.2%	139.4%
特別利益	0	0.0%	0	0.0%	—
特別損失	39	0.3%	9	0.1%	24.9%
税引前当期純利益	301	2.2%	464	3.1%	154.3%
法人税等合計	148	1.1%	240	1.6%	162.0%
当期純利益	153	1.1%	224	1.5%	147.0%

- ◆ 売上高は、国内市場の回復と海外子会社（特に中国）の成長により、14,900百万円と前年比9.8%の増収。
- ◆ 営業利益は、利益率の高い商品の売上増加に注力した結果利益率が向上し、510百万円と前年比41.7%の増益。
- ◆ 税引前当期純利益は464百万円で54.3%増益、当期純利益は224百万円で47.0%増益。

セグメント別業績

		2011年3月期		2012年3月期		
■セグメント別		(百万円)	(構成比)	(百万円)	(構成比)	(前年比)
切削工具事業						
	外部売上高	9,605	70.8%	10,480	70.3%	109.1%
	セグメント損益	193	53.5%	343	67.2%	177.8%
耐摩工具事業						
	外部売上高	2,142	15.8%	2,338	15.7%	109.1%
	セグメント損益	165	45.7%	219	42.8%	132.7%
海外事業						
	外部売上高	1,045	7.7%	1,398	9.4%	133.8%
	セグメント損益	-65	—	-19	—	—
光製品事業						
	外部売上高	779	5.7%	683	4.6%	87.6%
	セグメント損益	68	18.9%	-31	—	—

切削工具

- 自動車業界を中心とした震災復興需要により、10,480百万円と前年比9.1%増収。

耐摩工具

- 東日本大震災により被災した主要顧客の東北工場の復興需要もあり、2,338百万円と前年比9.1%増収。

海外

- 成長性の高いアジア地域への出店を進めており、特に中国子会社の成長により、1,398百万円と前年比33.8%増収。

光製品

- 太陽光パネル製造メーカー向けソーラーシミュレーターの受注が停滞したことにより、683百万円と前年比12.4%の減収。

販管費の内訳

		2011年3月期		2012年3月期		
■ 販売費及び一般管理費		(百万円)	(売上比)	(百万円)	(売上比)	(前年比)
	人件費	1,315	9.7%	1,470	9.9%	111.8%
	荷造運賃	122	0.9%	121	0.8%	99.5%
	地代家賃	113	0.8%	133	0.9%	117.7%
	その他	601	4.4%	661	4.4%	109.9%
販売費及び一般管理費		2,151	15.8%	2,385	16.0%	110.9%

- ◆ 人件費については、海外現地法人の設立や国内営業所開設等に伴う人員増加(2011年3月末: 205名⇒2012年3月末: 226名)の影響等で、1,470百万円と前年比11.8%の増加。
- ◆ 荷造運賃については、北関東ロジスティクスセンターの開設に伴い、売上比率が0.1%改善(0.9%→0.8%)
- ◆ 地代家賃については、海外営業拠点の開設(中国の重慶市・瀋陽市、タイのチョンブリ市)や北関東ロジスティクスセンターの開設等に伴い、133百万円と前年差+20百万円の増加。

貸借対照表の主な増減要因

	2011年3月期		2012年3月期		
●貸借対照表	(百万円)	(構成比)	(百万円)	(構成比)	(前年比)
資産の部					
流動資産	6,740	78.9%	7,338	80.3%	108.9%
固定資産	1,797	21.0%	1,793	19.6%	99.8%
繰延資産	3	0.0%	2	0.0%	64.7%
資産の部合計	8,541	100.0%	9,135	100.0%	106.9%
負債の部					
流動負債	5,485	64.2%	5,300	58.0%	96.6%
固定負債	563	6.6%	518	5.7%	92.0%
負債の部合計	6,048	70.8%	5,819	63.7%	96.2%
純資産の部					
株主資本	2,507	29.4%	3,328	36.4%	132.8%
その他の包括利益累計額	-26	-0.3%	-23	-0.3%	90.2%
少数株主持分	12	0.1%	11	0.1%	90.7%
純資産の部合計	2,492	29.2%	3,315	36.3%	133.0%
負債純資産合計	8,541	100.0%	9,135	100.0%	106.9%

- ◆ 新規上場に伴う新株発行により自己資本比率が＋7.2%向上(29.0%→36.2%)
- ◆ 手元資金の増加と商品在庫の拡充等により流動資産が＋598百万円増加(6,740→7,338)
- ◆ 新株発行に伴う調達資金による借入金の返済等により負債が▲229百万円減少(6,048→5,819)

キャッシュフロー サマリー

●キャッシュフロー計算書	2011年3月期	2012年3月期	
	(百万円)	(百万円)	(前年差)
営業活動によるキャッシュ・フロー	164	-65	-229
投資活動によるキャッシュ・フロー	-67	-61	6
財務活動によるキャッシュ・フロー	-294	346	640
現金及び現金同等物に係る換算差額	-7	-1	6
現金及び現金同等物の増減額	-204	217	421
現金及び現金同等物の期首残高	730	525	-205
現金及び現金同等物の期末残高	525	743	218

営業活動

- 税金等調整前当期純利益 464百万円
- 北関東ロジスティクスセンター開設に伴う商品在庫の増加等 ▲226百万円
- 仕入債務の減少 ▲173百万円、売上債権の増加 ▲104百万円 など

投資活動

- 保険積立金の積立による支出 ▲31百万円
- 有形固定資産の取得による支出 ▲19百万円
- ソフトウェアの取得による支出 ▲14百万円 など

財務活動

- 株式の発行による収入 +618百万円
- 借入金・社債の返済による支出 ▲448百万円 など

12/3月期 決算の総括

東日本大震災からの復興需要と、
アジア地域へ展開している現地法人の成長等により、2期連続増収増益 を達成。

■ 売上高は14,900百万円と前年比9.8%増収。営業利益は510百万円と前年比41.7%増益。

■ セグメント別売上高は、切削工具事業及び耐摩工具事業が震災からの復興需要等により、ともに前期比9.1%増収。成長著しい海外事業は前期比33.8%増収。

■ 利益率の高い商品の売上増加に注力した結果、粗利率が0.9%向上(18.5%→19.4%)。

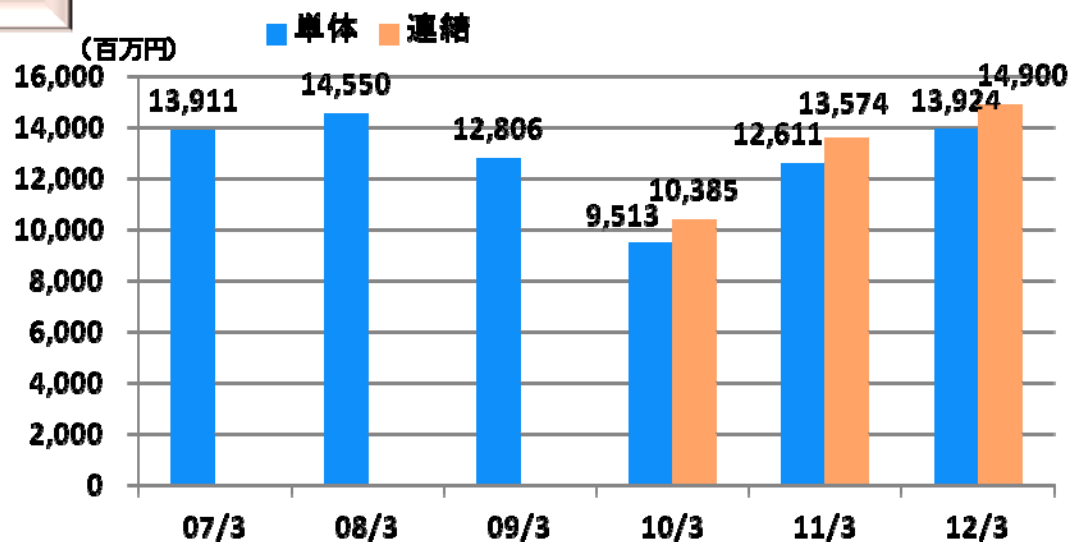
■ 成長著しいアジア地域に連結子会社の現地法人を設立(インドネシアにPT.COMINIX INDONESIA、ベトナムにCOMINIX VIETNAM CO.,LTD.)。

また、連結子会社が営業所を開設(中国の中阪貿易(上海)有限公司が重慶市と瀋陽市、タイのDAIKOH(THAILAND).,LTDがチョンブリ市)。

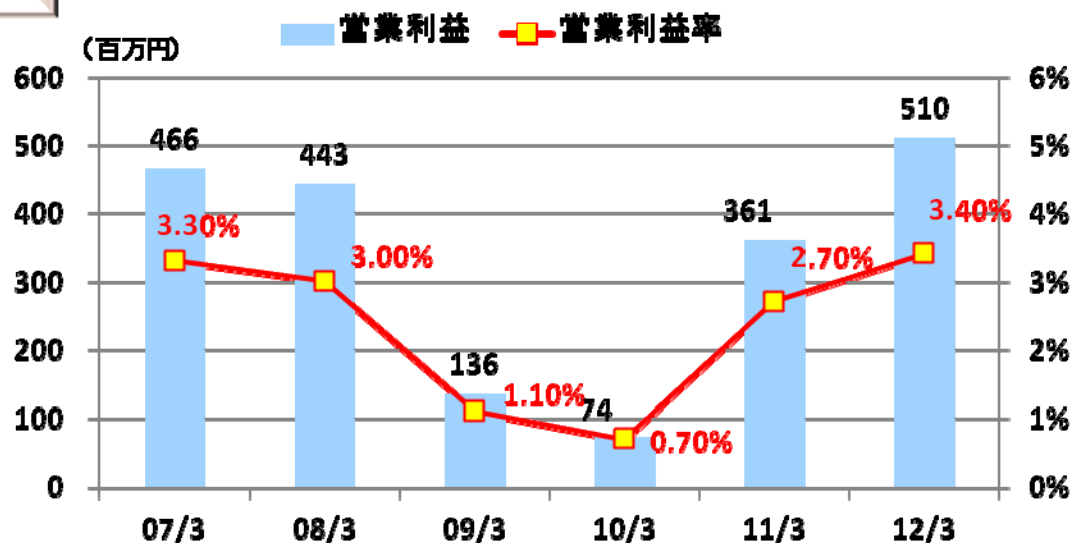
売上高、営業利益、営業利益率の推移

売上高の推移

(10年3月期以降連結)

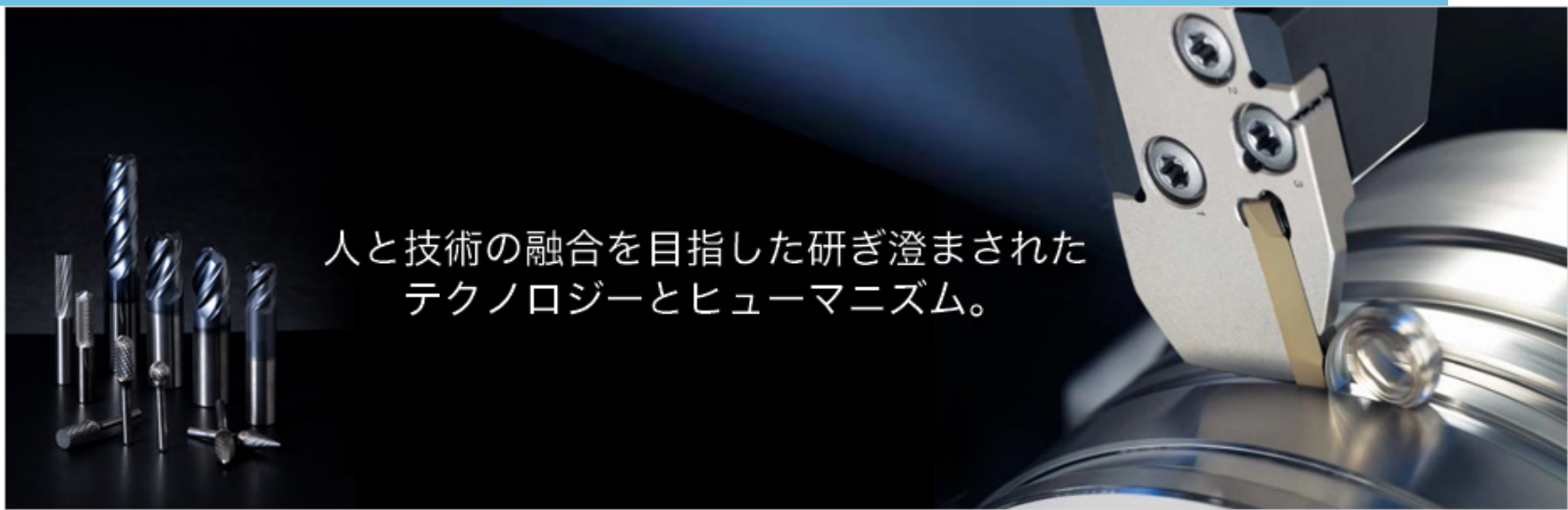


営業利益と営業利益率の推移



3. 特長と強み

Cominix



人と技術の融合を目指した研ぎ澄まされた
テクノロジーとヒューマニズム。

特長と強み

1. 商品力 専門商社としての圧倒的な品揃え

有力海外メーカー、国内メーカー(特殊品、標準品)、オーダーメイド対応

2. 提案力 最適な加工手法の提供

ユーザーの膨大な加工情報をナレッジとして蓄積
部材費ではなく、製造原価全体を削減する提案力

3. 2つの販売形態 直販部門と卸部門

大手ユーザーへの総合的対応力

(商品調達力、ソリューション提供力、メーカー機能など)

中堅、中小ユーザーの生産性向上に応えるネットワーク体制

4. 積極的な海外展開 海外も積極的にフォローする体制構築

独立系専門商社として、きめ細かいサポート体制が高評価

国内における既存販売ルート重視の壁が海外では低くなる

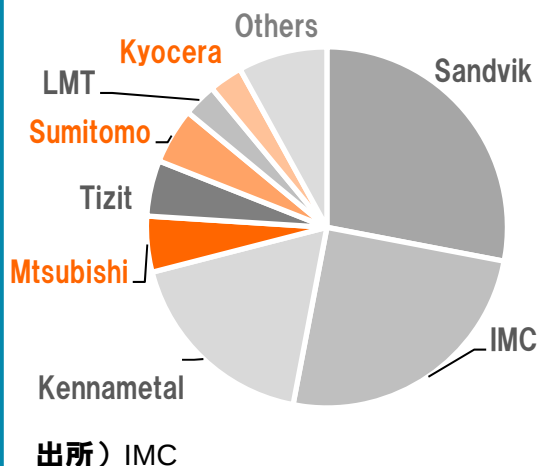
強み1. 商品力 専門商社としての圧倒的な品揃え

- 大阪工機のみが取り扱う多数の商材で、高い参入障壁を築く

調達力

- グローバルスタンダードである海外メーカー品で圧倒的な実績
- 国内メーカーの不得手分野をカバー

切削工具メーカー世界シェア



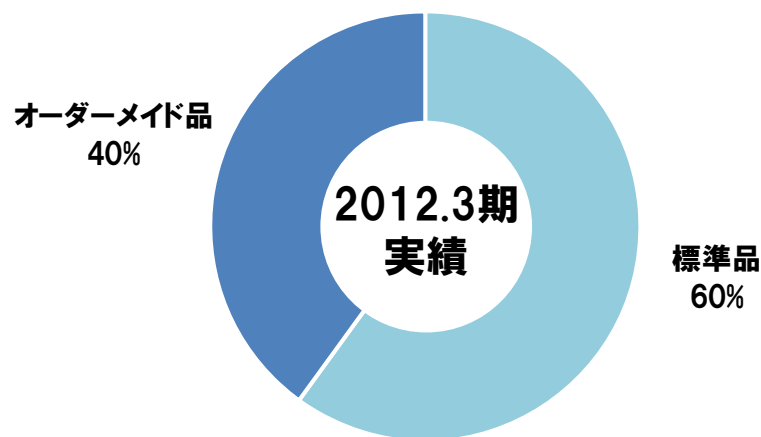
メーカー機能

- 設計段階に食い込み、切削ラインへの納入を独占
- オーダーメイド品、特殊品による差別化

在庫力

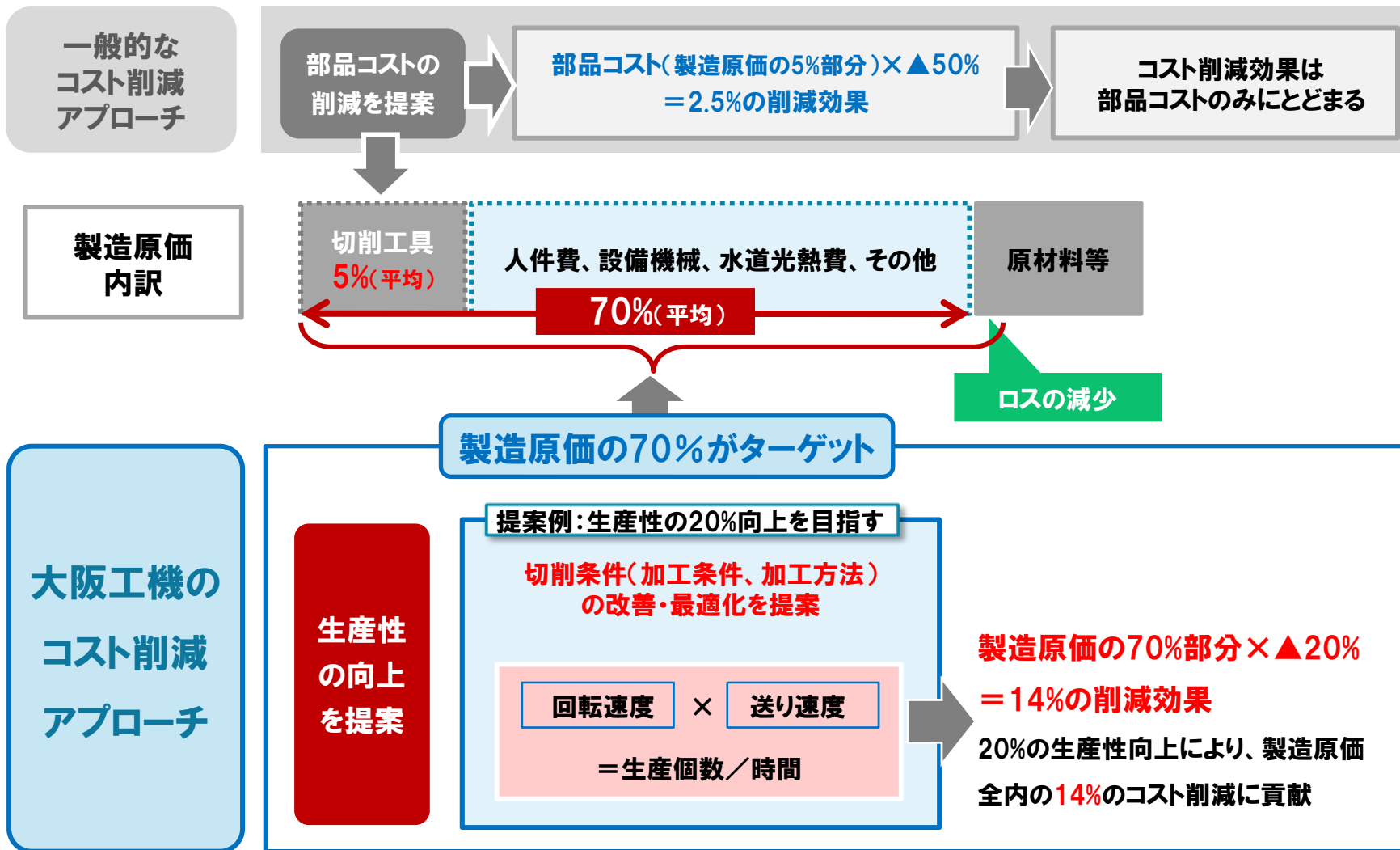
- 高い専門性により選りすぐった標準品の在庫
- ユーザーニーズに合致した常時7万点の品揃え
- 全国翌日午前中配送の即納体制

仕様別売上高構成比



強み2. 提案力 最適な加工手法の提供

- ユーザーの部材費削減ではなく、製造原価全体の削減をターゲットとする提案



強み2. 提案力 人材力を高める徹底した研修体制

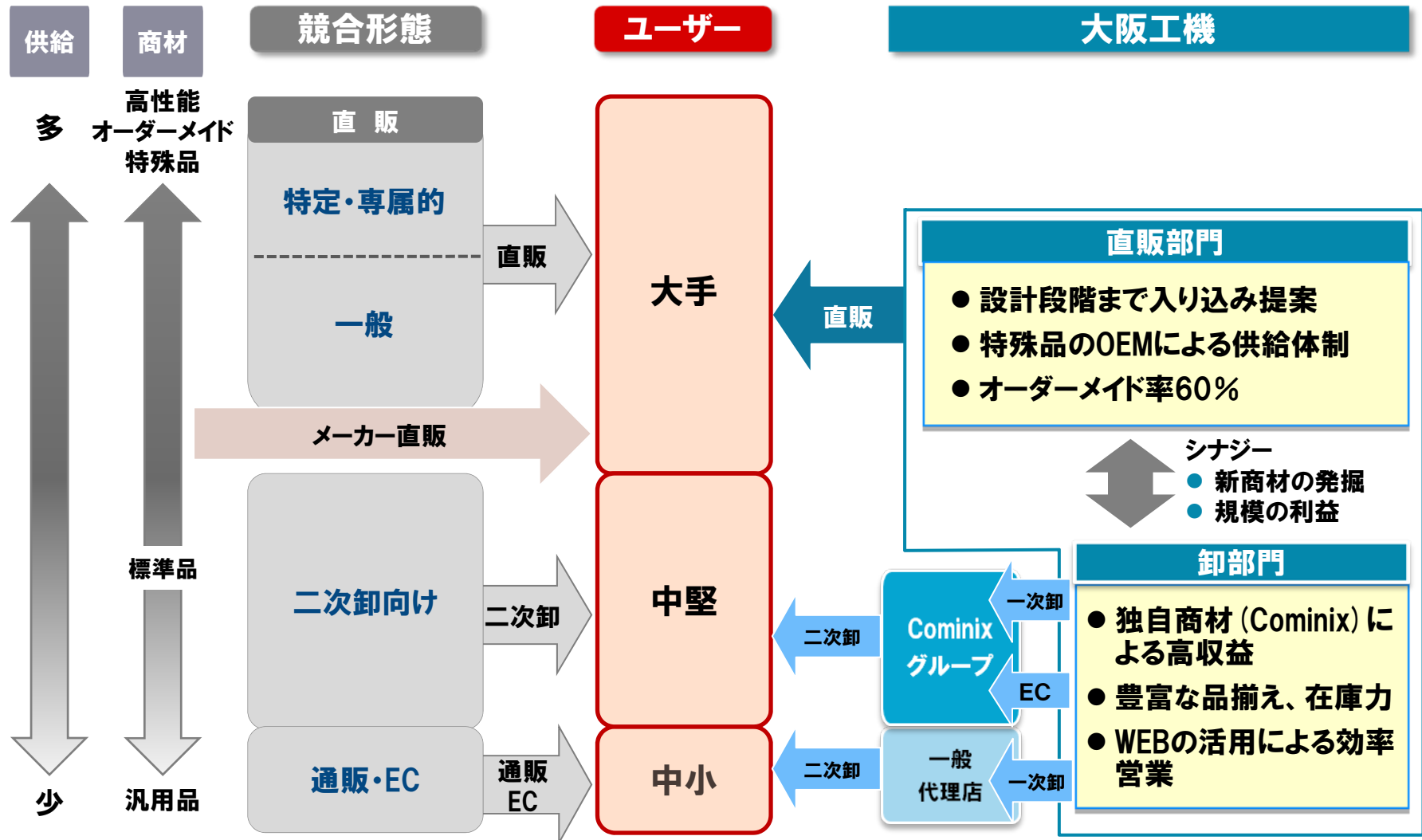
- 先端工具のコンサル集団を形成する、入社配属後の研修体制
個々の専門性を高め、**切削工具の超専門家**を育成

大 阪 工 機 の 研 修 体 制

- **研修①:メーカーの最新技術の習得を徹底**
海外・国内仕入先メーカー担当者による、定期的な勉強会・情報交換会
- **研修②:グローバルスタンダードを吸収する武者修行の徹底**
海外メーカー、Cominix商品のメーカーへ出向き、新商品発掘を兼ねた研修
- **研修③:インストラクター制によるナレッジの共有の徹底**
ベテラン社員を育成担当に配置し、育成・指導
他社ベテラン社員を育成担当者として採用
- **研修④:目利き養成の徹底**
新商材の発掘を目的に、海外切削工具メーカーの展示会に出向き調査

強み3. 2つの販売形態 直販部門と卸部門

● 商品力と提案力を最大限に活かした販売形態



強み4. 積極的な海外展開 ～ネットワーク～

- 全国の支社、支店、営業所、物流拠点網で国内ユーザーをカバー
- 競合他社にはない海外展開により、急拡大する日系メーカーのアジア拠点を開拓

国内ネットワーク



海外ネットワーク



4. 事業環境と成長戦略

Cominix

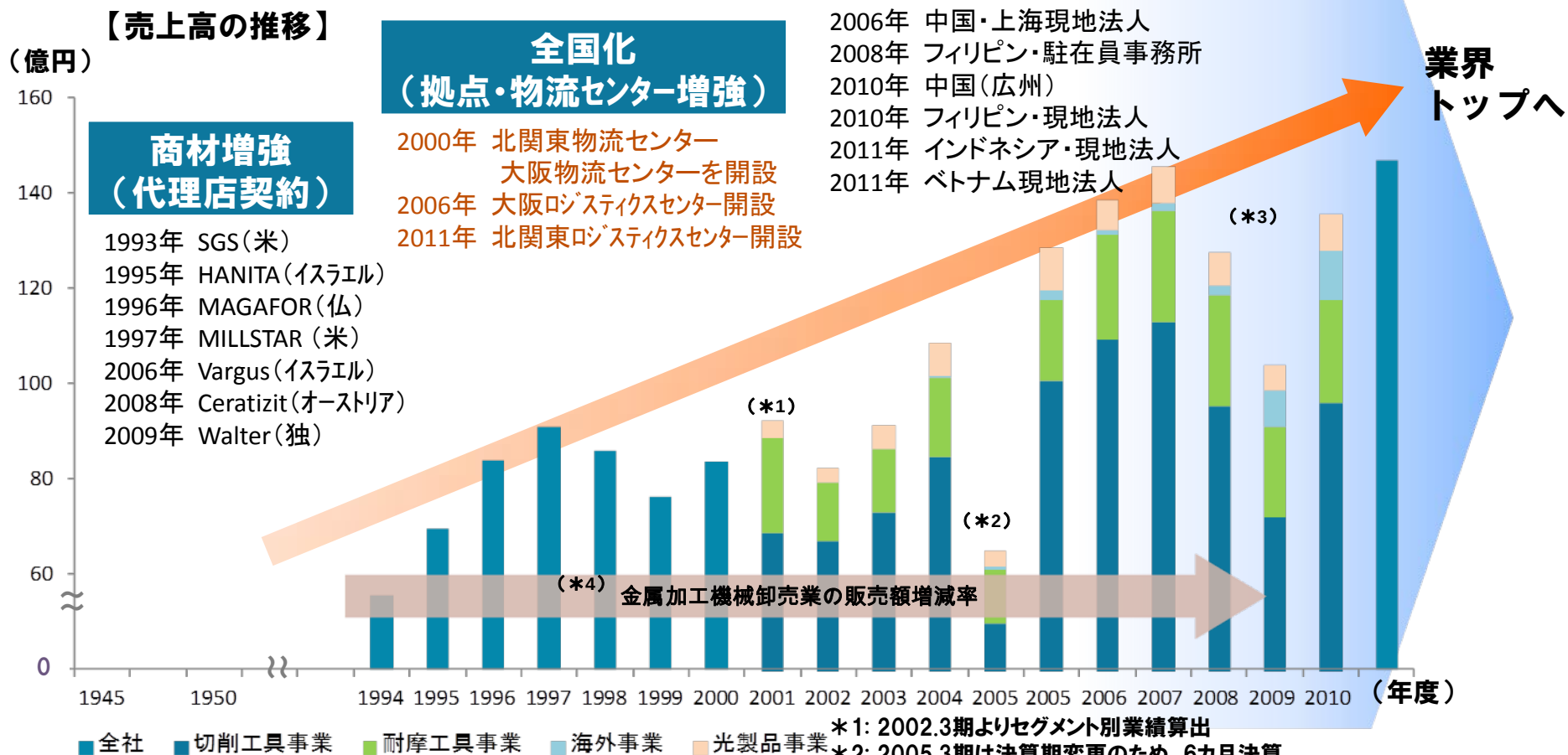
Cominix
大阪工機株式会社

お客様の生産性向上に貢献する高度専門商社



成長の軌跡

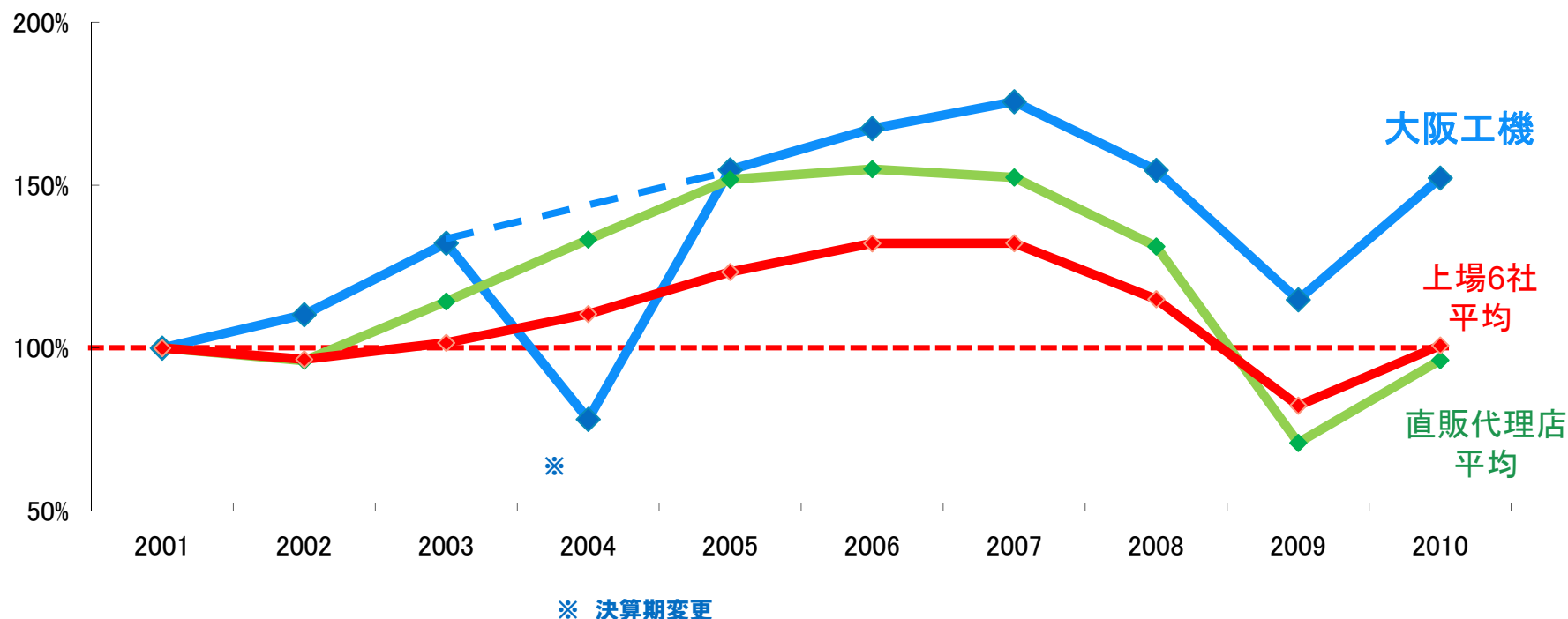
- 日本経済が長期に低迷する中、着実に業績を拡大
- 「失われた20年」に商材強化・グローバル化を推進し、競争力を高める



成長の軌跡 ～同業他社比較～

● 厳しい環境下の10年間、着実に売上を伸ばしてきた

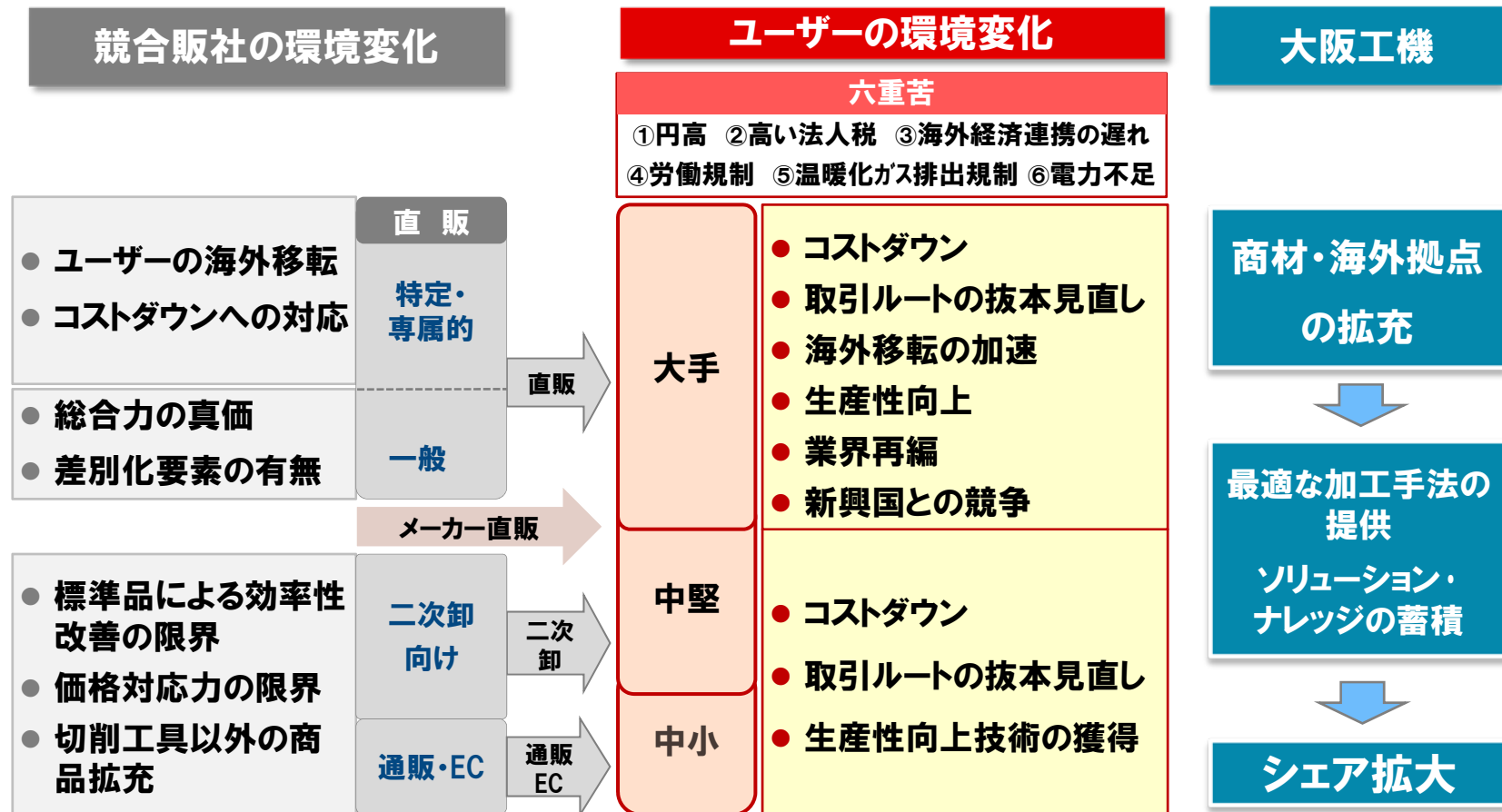
【2001年度を基準とした売上高増減率】



出所)「設備資材」、決算書など

事業環境認識

● ユーザーニーズに応えられる販社が選別される時代へ



業界NO.1に向けた成長戦略

モノづくりを主戦場に、切削工具事業を更に強化

- 戦略1. 直販** ①大手ユーザーを最適な加工手法提供により開拓
 ②大手ユーザーに強い販社の囲い込み(M&A)
 特定業種の囲い込み・開拓、 耐摩事業の拡大
- 戦略2. 一次卸** 中堅中小ユーザー・地域販社の取り込み
 (地域拡大、Cominixグループの売上拡大)
- 戦略3. 海外** アジア拠点網の拡大

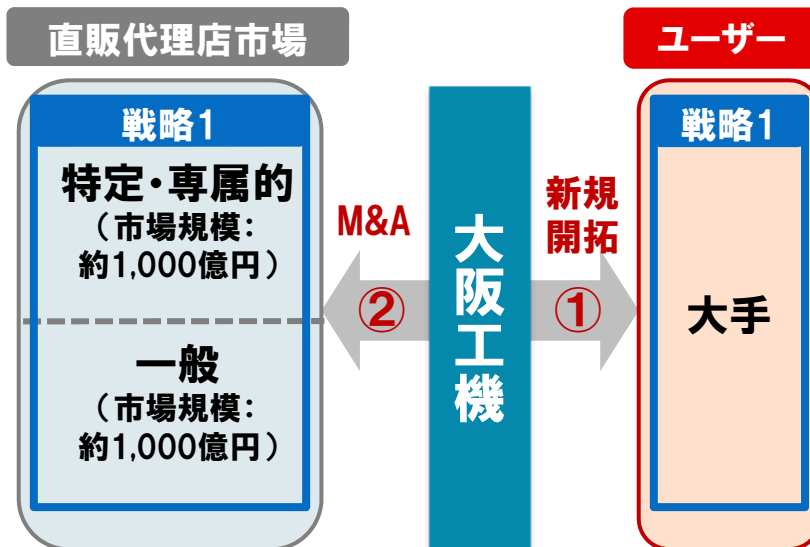
戦略1.直販 大手ユーザーを開拓・国内再編を主導

- 特定・専属的代理店

- 納入を一手に請負うため、ユーザー動向に影響を受け経営が不安定

- ① 商品力・提案力を駆使し、大手ユーザーを直接開拓
- ② 大手ユーザーに強い有力代理店の囲い込みへ、M&Aの活用
 - M&A後は切削工具に特化し、経営の安定と収益率を向上

大手ユーザーの開拓・再編



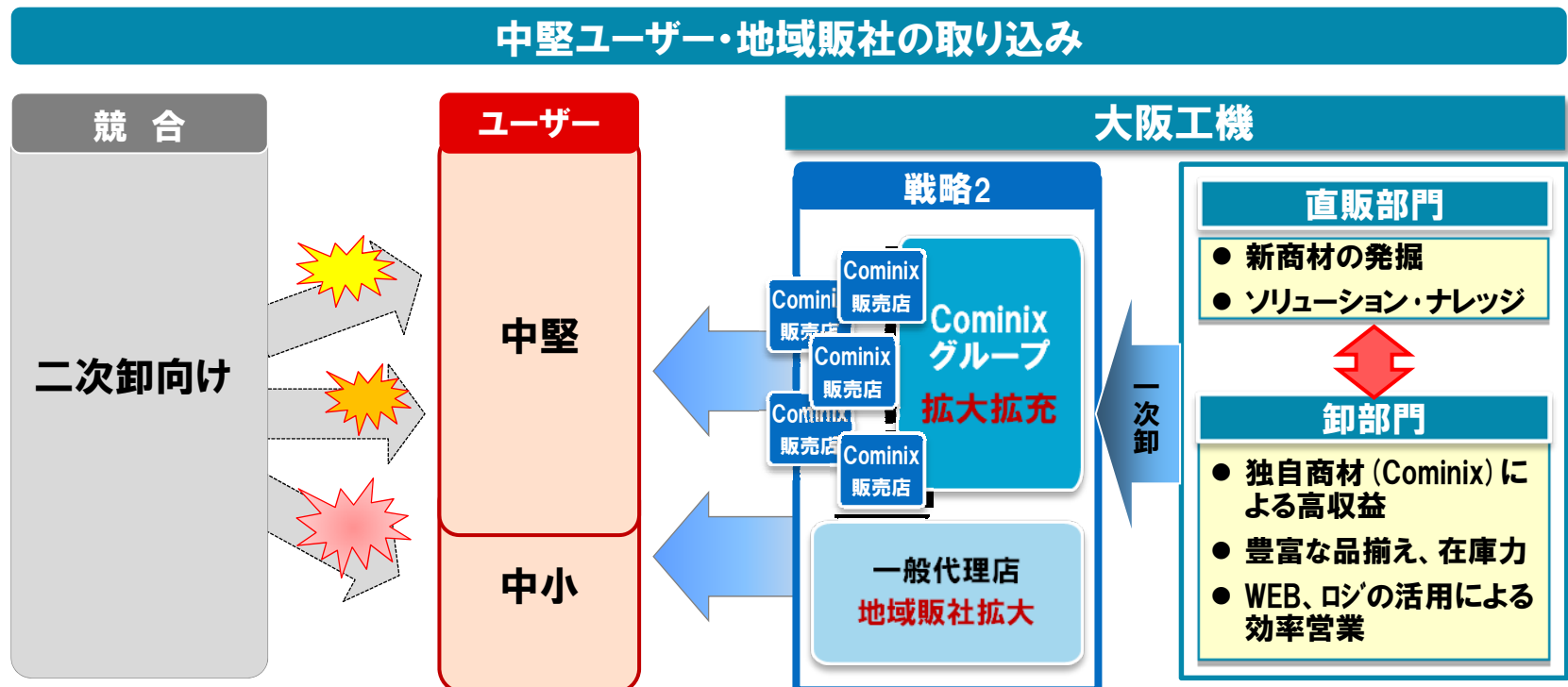
*市場規模は推定

大阪工機のM&A実績

時期	社名
2003年	山崎兄弟会社を統合
2009年	武和テックを買収
2010年	CSTを吸収合併

戦略2.一次卸 中堅・中小ユーザー・地域販社の取り込み

- 規模の利益の最大化と、効率化の追求
 - 直販で培った、最適な加工手法のソリューション・ナレッジの提供によるCominixグループの拡充・売上拡大
 - 効率営業の推進(Cominix Online、ロジスティックセンター)
 - 地域販社の拡大



戦略3.海外 アジア拠点網の拡大

ユーザーの海外進出は絶好の好機

圧倒的な商品力
生産性向上に向けた提案力

海外進出に移行可能な
直販体制

コストダウン、生産性向上、品質維持、
安定調達サービス提供へ

海外事業の拡大

新規ユーザーの開拓
既存ユーザーの深耕
現地ユーザーの開拓

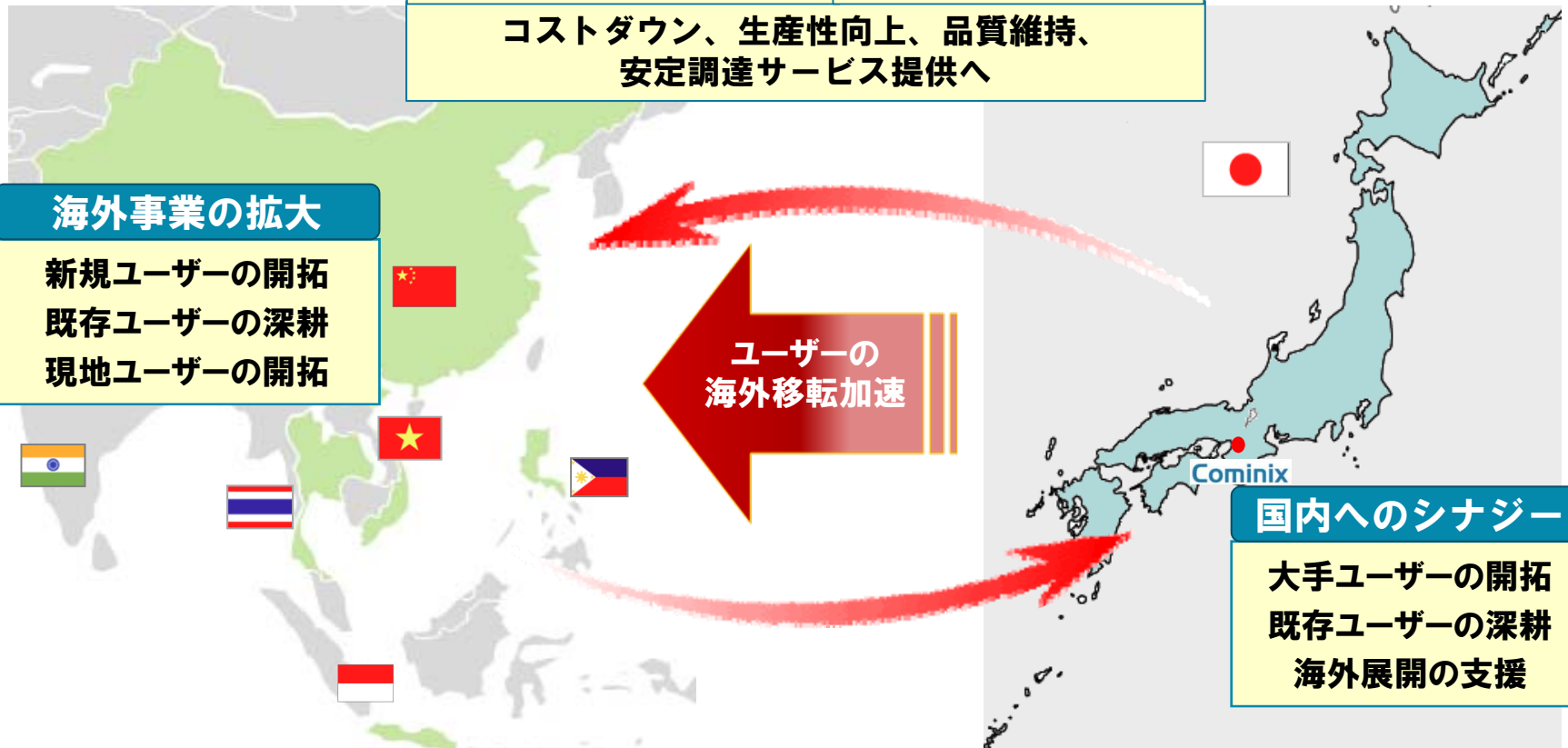
ユーザーの
海外移転加速

国内へのシナジー

大手ユーザーの開拓
既存ユーザーの深耕
海外展開の支援

海外実績を国内新規取引へ

海外で獲得したユーザーの国内拠点を開拓



5. 2013年3月期事業計画

Cominix



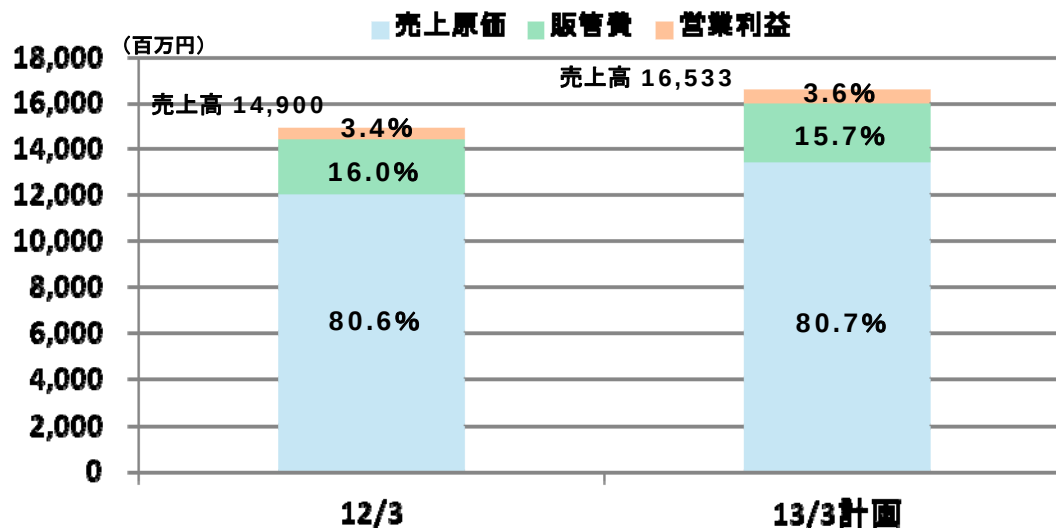
Cominix

for your ideal productivity & efficiency

2013年3月期 事業計画

	2012年3月期		2013年3月期(計画)		
●損益計算書	(百万円)	(売上比)	(百万円)	(売上比)	(前年比)
売上高	14,900	100.0%	16,553	100.0%	111.1%
売上原価	12,005	80.6%	13,362	80.7%	111.3%
売上総利益	2,895	19.4%	3,190	19.3%	110.2%
販売費及び一般管理費	2,384	16.0%	2,594	15.7%	108.8%
営業利益	510	3.4%	596	3.6%	116.7%
経常利益	474	3.2%	587	3.5%	123.6%
当期純利益	224	1.5%	360	2.2%	160.4%

売上高に占める売上原価・販管費・営業利益の比率



計画の前提条件 セグメント別計画

		2012年3月期		2013年3月期(計画)		
■セグメント別		(百万円)	(構成比)	(百万円)	(構成比)	(前年比)
切削工具事業						
	外部売上高	10,480	70.3%	11,801	71.3%	112.6%
	セグメント損益	343	67.2%	456	76.6%	132.9%
耐摩工具事業						
	外部売上高	2,338	15.7%	2,410	14.6%	103.0%
	セグメント損益	219	42.8%	211	35.5%	96.5%
海外事業						
	外部売上高	1,398	9.4%	1,837	11.1%	131.4%
	セグメント損益	-19	—	-50	—	—
光製品事業						
	外部売上高	683	4.6%	504	3.0%	73.8%
	セグメント損益	-31	—	-22	—	—

切削工具

- 手薄な戦略地域(中部・関東・東北地方)への営業所展開や豊富な品揃えと提案力によるシェア向上を見込み、11,801百万円と前年比12.6%増収。

耐摩工具

- 絶対的な強みがある製罐業界においては、国内市場では微増の見込みであるが、顧客の海外展開に対応することで2,410百万円と前年比3.0%増収。

海外

- 海外事業は、成長著しいアジア地域へ進出している現地法人の成長を見込み、1,837百万円と前年比31.4%増収。

光製品

- 液晶パネルの需要減少に伴い外観検査装置向け商品の売上減少を見込み、504百万円と前年比26.2%の減収。

6. 業績ハイライト

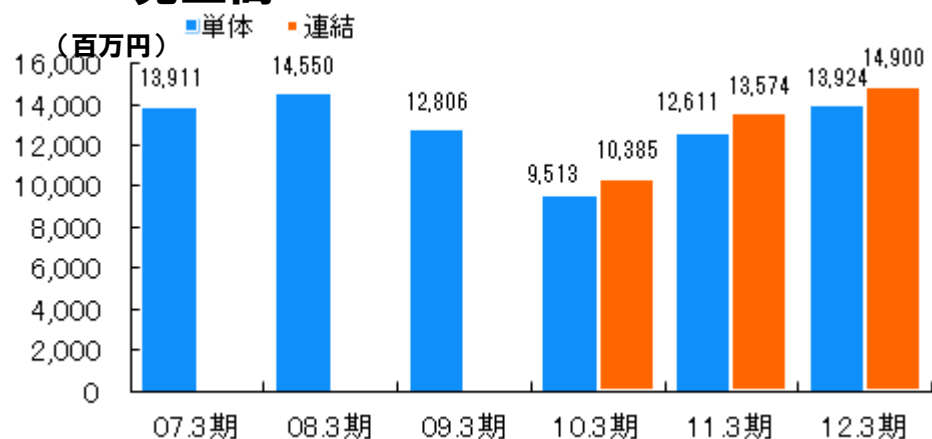
Cominix



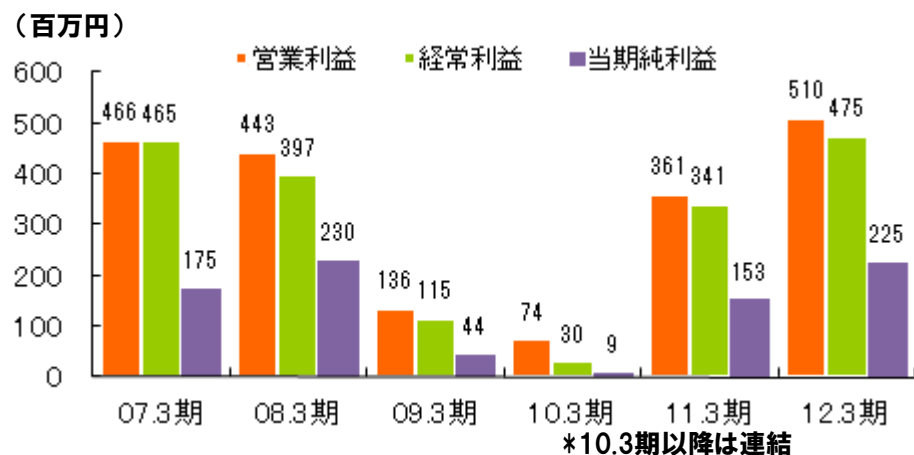
大阪工機株式会社は、
自然とエネルギーの環境保全に努めています。

業績ハイライト

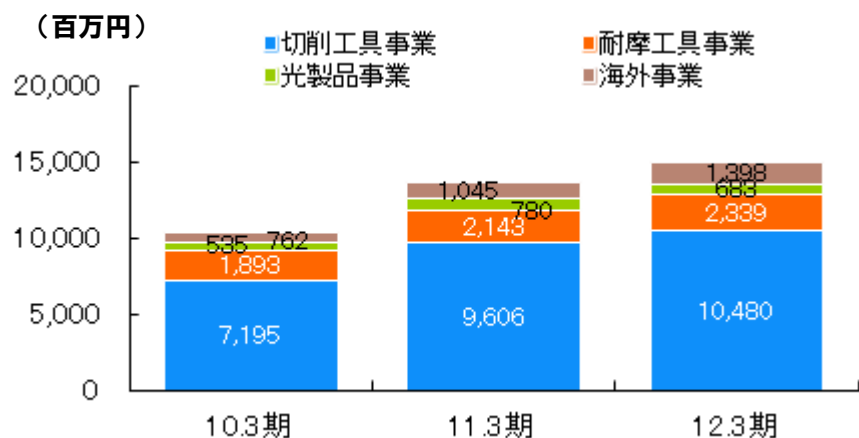
売上高



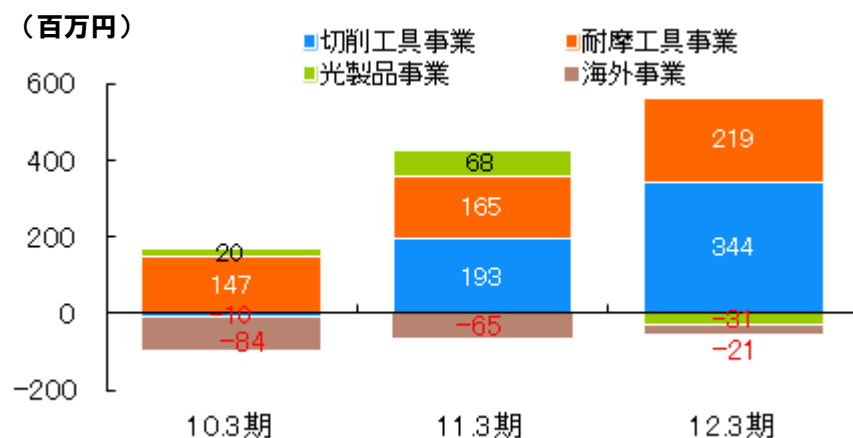
利益



セグメント別売上高

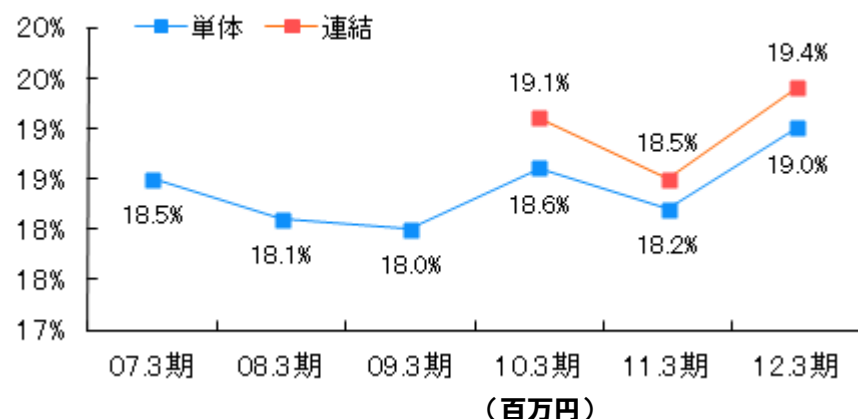


セグメント別営業利益

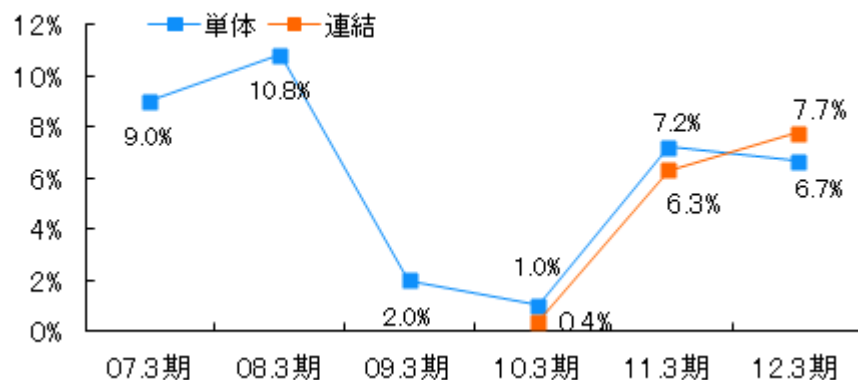


業績ハイライト

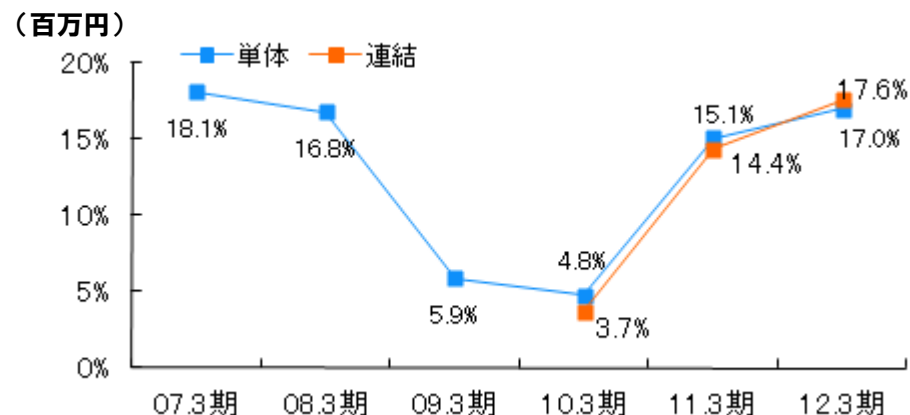
● 売上総利益率



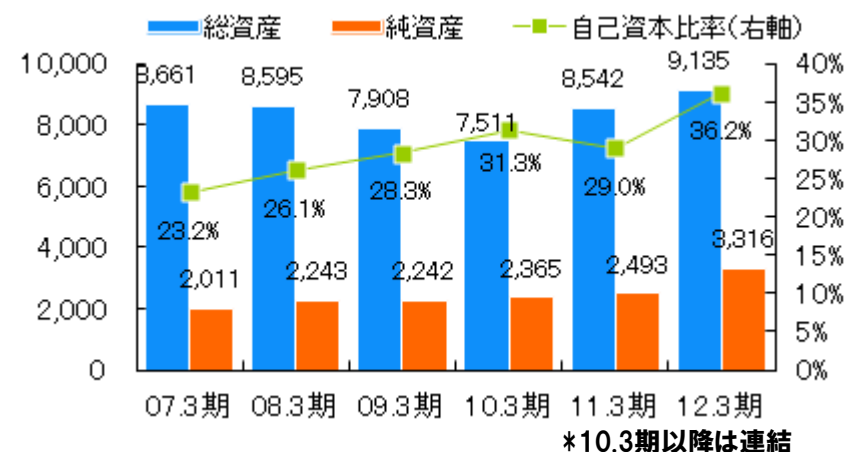
● ROE



● OPマージン率 (営業利益/粗利益)



● 純資産、総資産の推移



本資料には、将来の業績に関する記述が含まれています。こうした記述は、将来の業績を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。将来の業績は、経営環境の変化などにより、計画数値と異なる可能性があることにご留意ください。又、本資料は情報の提供のみを目的としており、取引の勧誘を目的としておりません。

【お問合せ先】

大阪工機株式会社 経営企画室

TEL:06-7711-7100 / FAX:06-7711-7060

〒542-0061
大阪市中央区安堂寺町1-6-7