



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

株式会社Cominix

2019年3月期 第2四半期 決算説明資料

<https://www.cominix.jp>

AGENDA

1. 会社概要と業界について
2. 特長と強み
3. 成長戦略
4. 2019年3月期第2四半期決算概要
5. 中期経営計画(2019年3月期～2021年3月期)

1. 会社概要と業界について

Cominix



グローバルスタンダード商品をご提案

Cominix



商号変更 ～ 株式会社Cominix ～

- 2018年4月1日付で商号を「株式会社Cominix」へ変更
- 当社グループの一体感を醸成し、より一層のグローバル展開を図ることを目的に、社名とブランド名を統一



会社概要

会社名	株式会社Cominix
英訳名	Cominix Co.,Ltd.
代表者	柳川 重昌
創業	1945年11月1日（中央機械工具商会を創業）
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	3億5,019万8千円（2018年3月期末現在）
連結売上高	235億円（2018年3月期）
決算期	3月
従業員数	連結:340名、単体:183名（2018年3月期末現在）

当社の属する業界について

- 当社の主たる取扱い商品は切削工具(世界市場は約2兆円 うち日本は15%~20%)
- 工作機械受注額は約1兆8,500億円、切削工具販売額は約4,840億円と推定される

卸売業

総合商社

専門商社

一般機械器具卸売業

工作機械

受注額
約1兆6,500億円



機械工具

切削工具

販売額
約4,840億円



測定工具

- ・ノギス
- ・マイクロメーター
- ・三次元測定機



伝導工具

- ・ベアリング
- ・ベルト
- ・プーリー



作業工具

- ・スパナ
- ・ドライバー



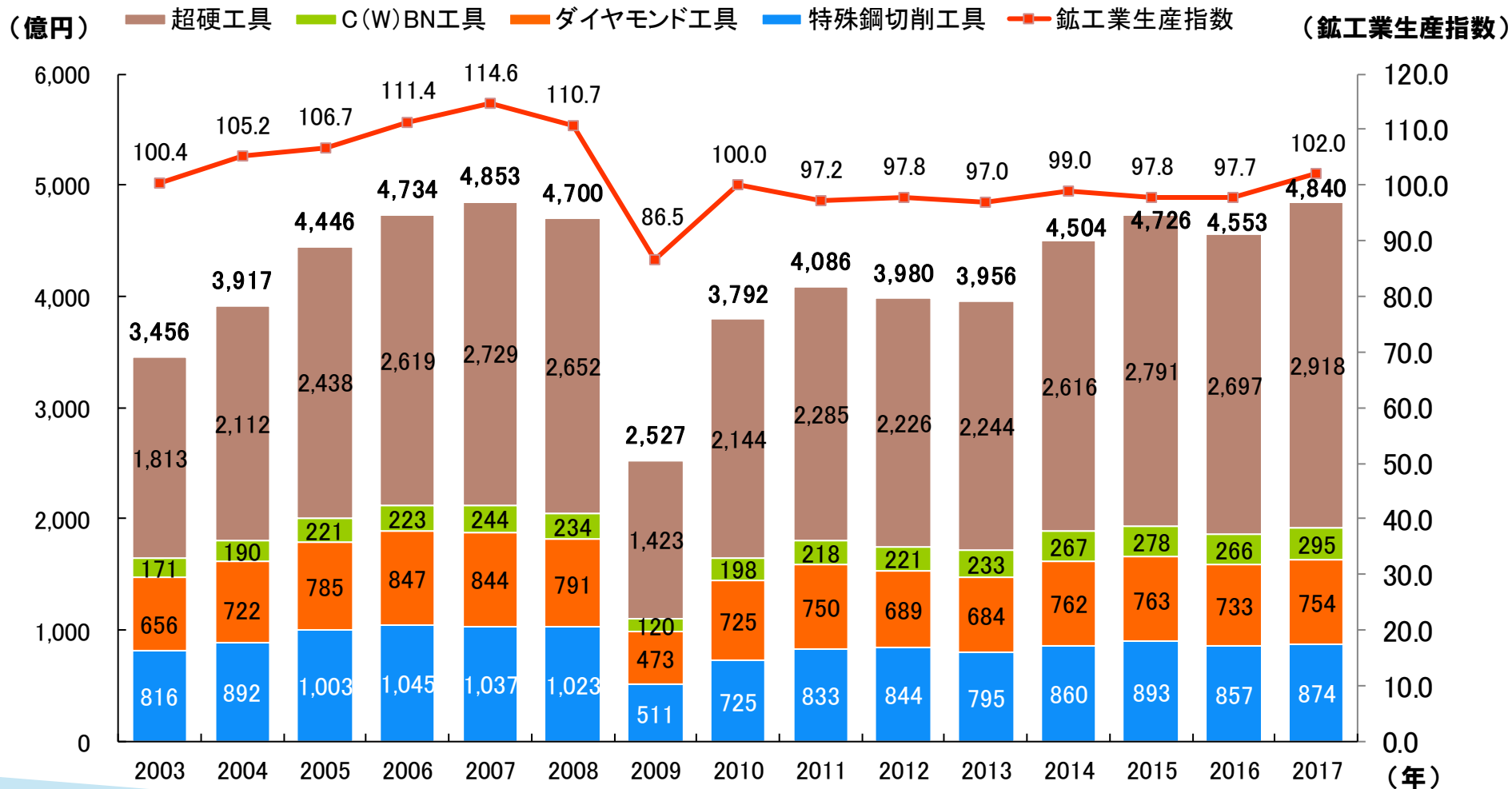
工作用機器

- ・チェーンブロック
- ・コンプレッサー
- ・グラインダ



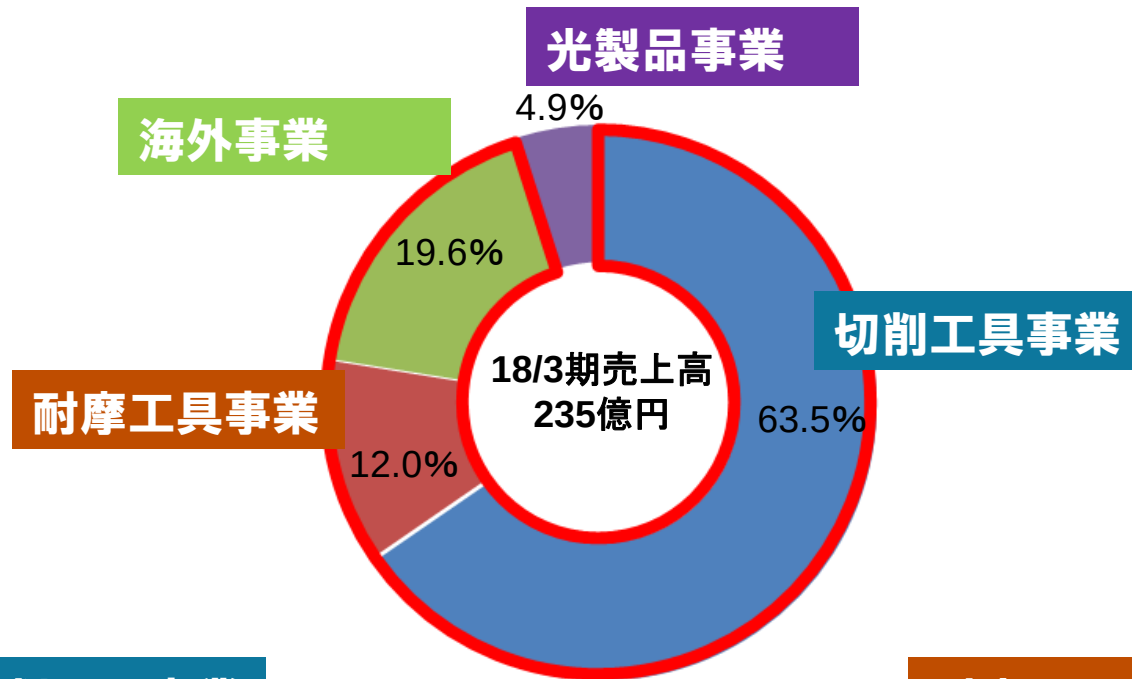
工具生産額の推移

- 100年以上前からの業界で、自動車・電気製品・建機・航空機業界などとともに発展
- 鉋工業生産指数との連動性が高い



事業内容

- 超硬工具に特化した高度専門商社



切削工具事業

- 金属加工として切削工具を中心に、放電加工用工具、ホルダー類、精密測定機器等を販売



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

- アジア、北中米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、光学部品等を販売

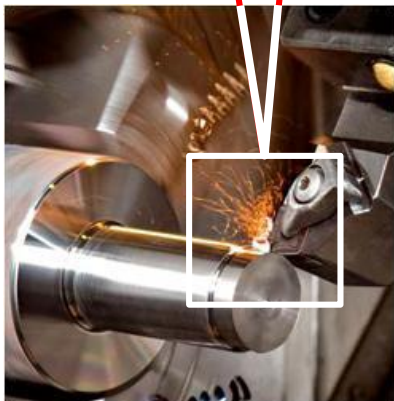
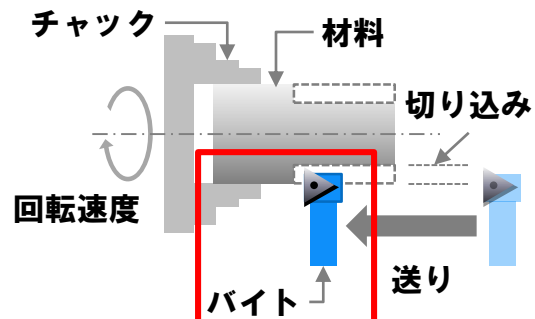


切削工具とは

- 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工具
- 最適な工具選びが、加工速度、精度に大きく影響

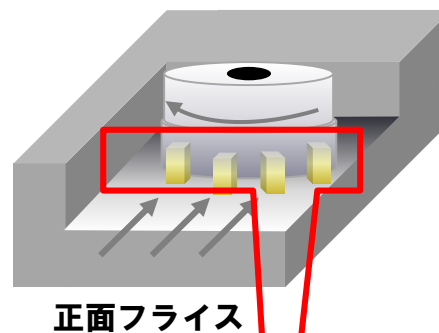
旋削

旋盤、NC旋盤で表面加工



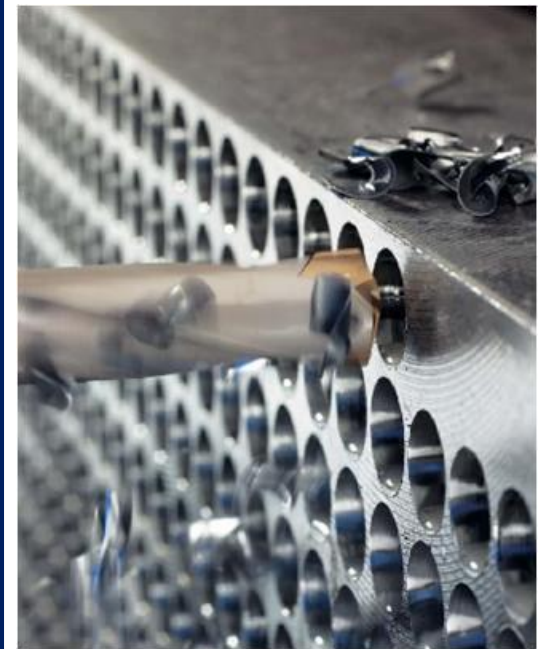
転削

フライス盤、MCで表面加工



穿孔

ボール盤、MCで穿孔

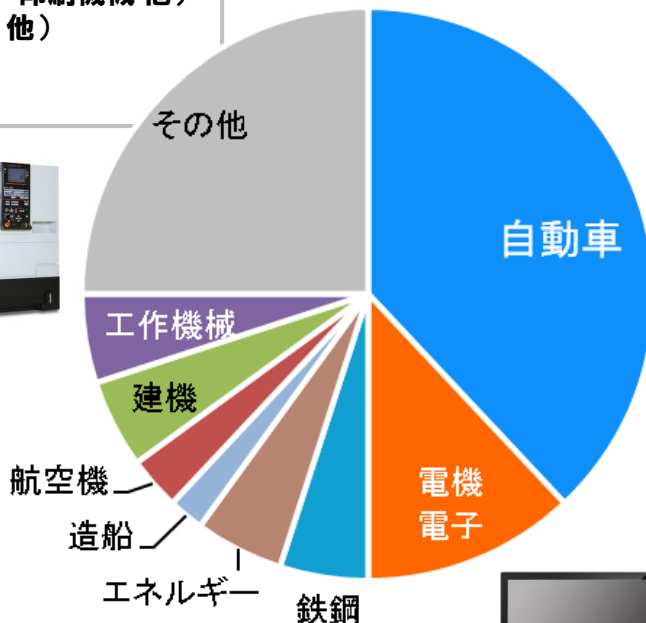


切削工具とものづくり産業との関係

- 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
- 自動車製造におけるエンジン内主要部品や駆動系などの基幹部分をはじめ、あらゆる加工に使われる

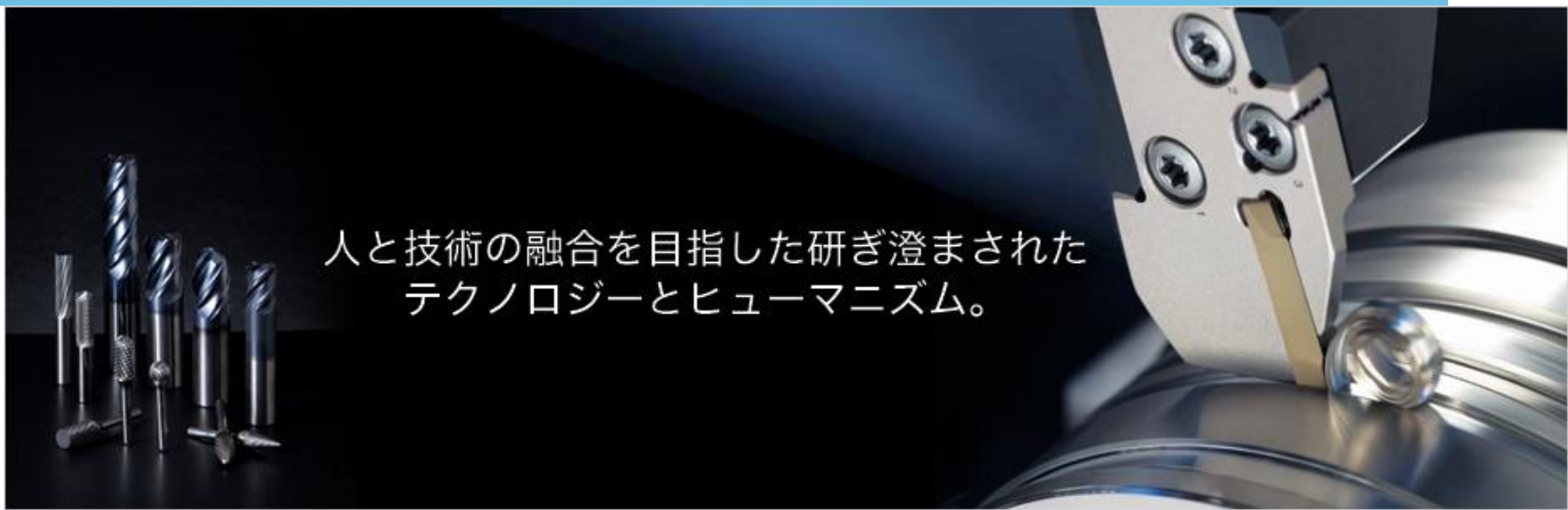
顧客業種ごとの売上高構成と用途

一般機械（農機、繊維機械、印刷機械 他）
医療（インプラント、人工骨 他）
機械部品、一般部品
他



2. 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

強み1. 商品力

専門商社としての圧倒的な品揃え

強み2. 提案力

生産性向上に寄与する提案営業

強み3. 2つの販売形態

直販部門と卸部門の2部門体制によるシナジー

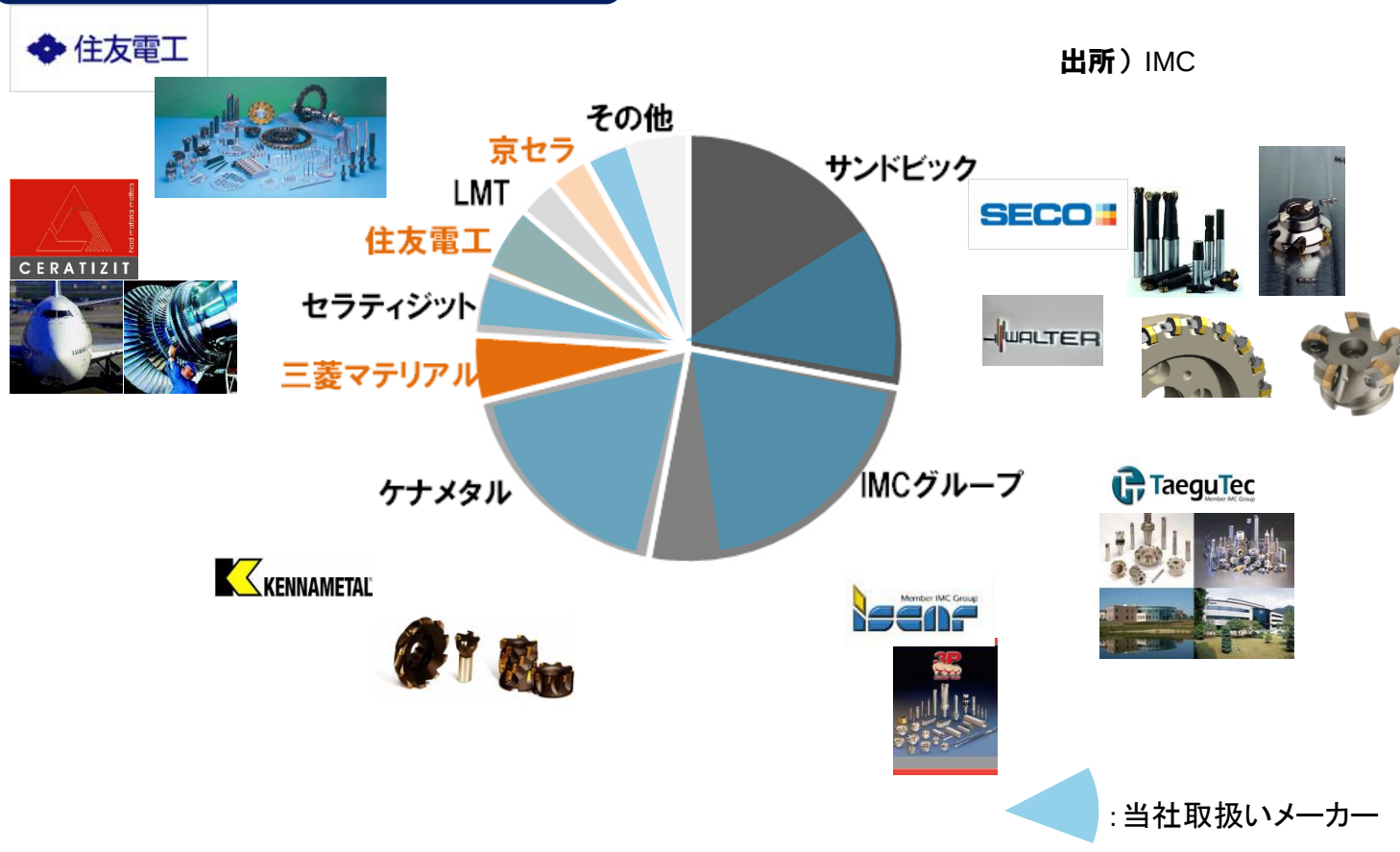
強み4. 国内外ネットワーク

急拡大する日系企業の海外移転をフォロー

特長と強み ～商品力～

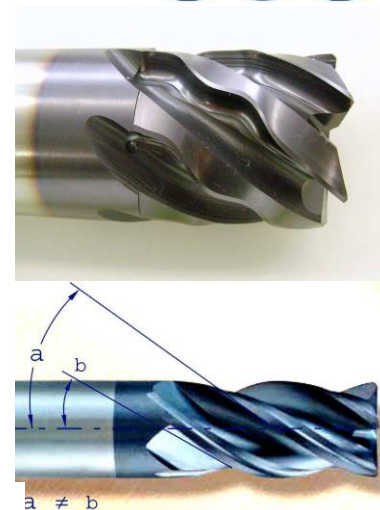
- 切削工具市場の世界シェア約60%をカバーする、主要かつ多彩なメーカーと取引
- 国内外の商材を厳選し、ユーザーニーズに応える商材を豊富に取り揃える

超硬切削工具メーカー世界シェア



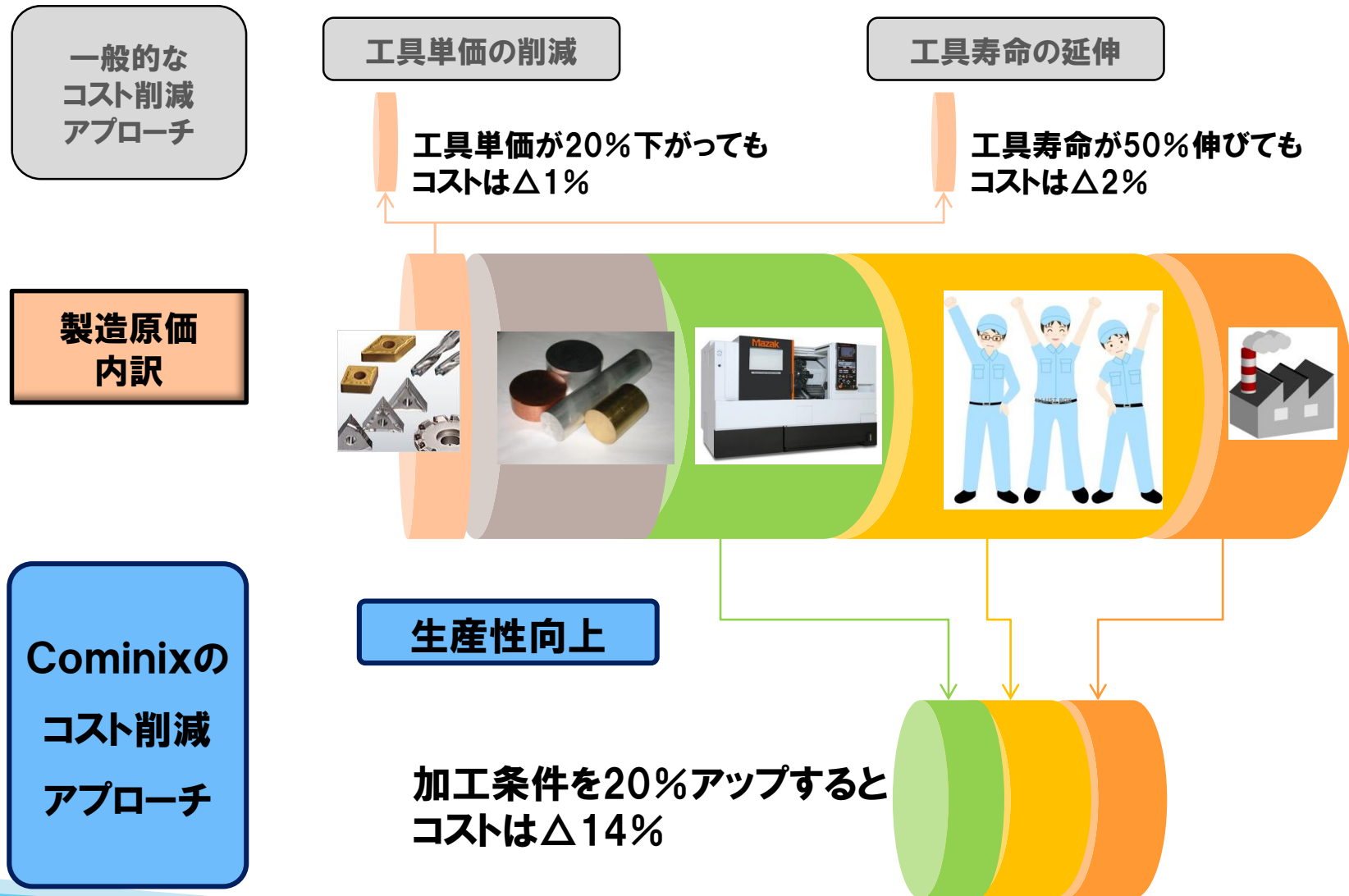
特長と強み ～商品力(Cominix商品)～

- 海外の優秀なメーカーを掘り起こし、「Cominix商品」として紹介
- 当社は10数社の専門メーカーの総代理店となっている



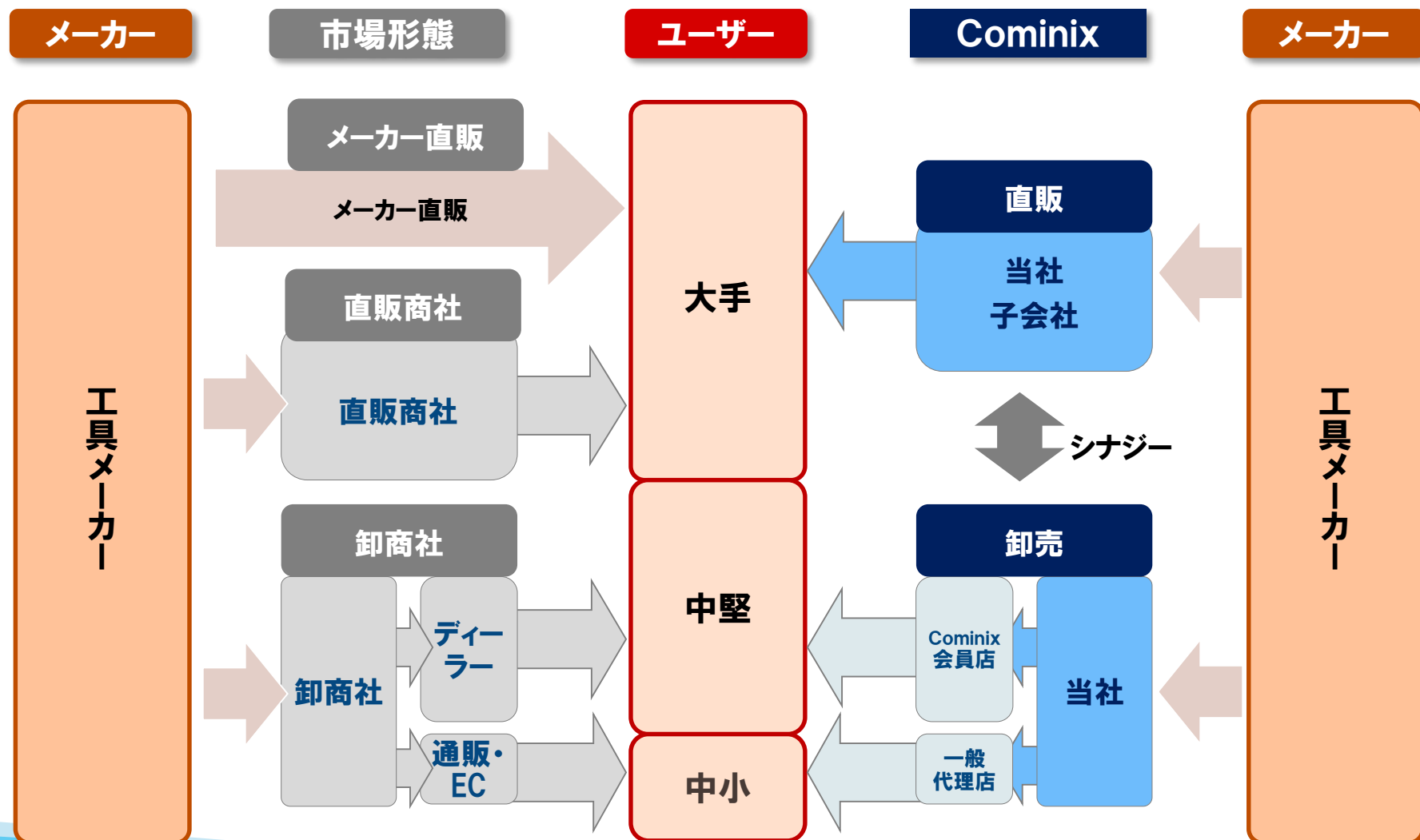
特長と強み ～提案力～

- ユーザーの工具費削減ではなく、製造原価全体の削減をターゲットとする提案



特長と強み ～2つの販売形態 国内～

- 商品力と提案力を最大限に活かした販売形態で大手から中小ユーザーを網羅
- 直販部門で「新商材の発掘」、卸部門で拡販「規模の利益」を得るシナジー効果

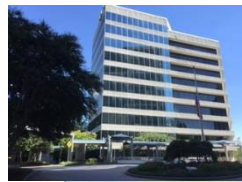


特長と強み ～ネットワーク(グローバル化)～

- 新興国を中心にアジアと中米に8カ国、27拠点を開設
- 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海外拠点を開拓

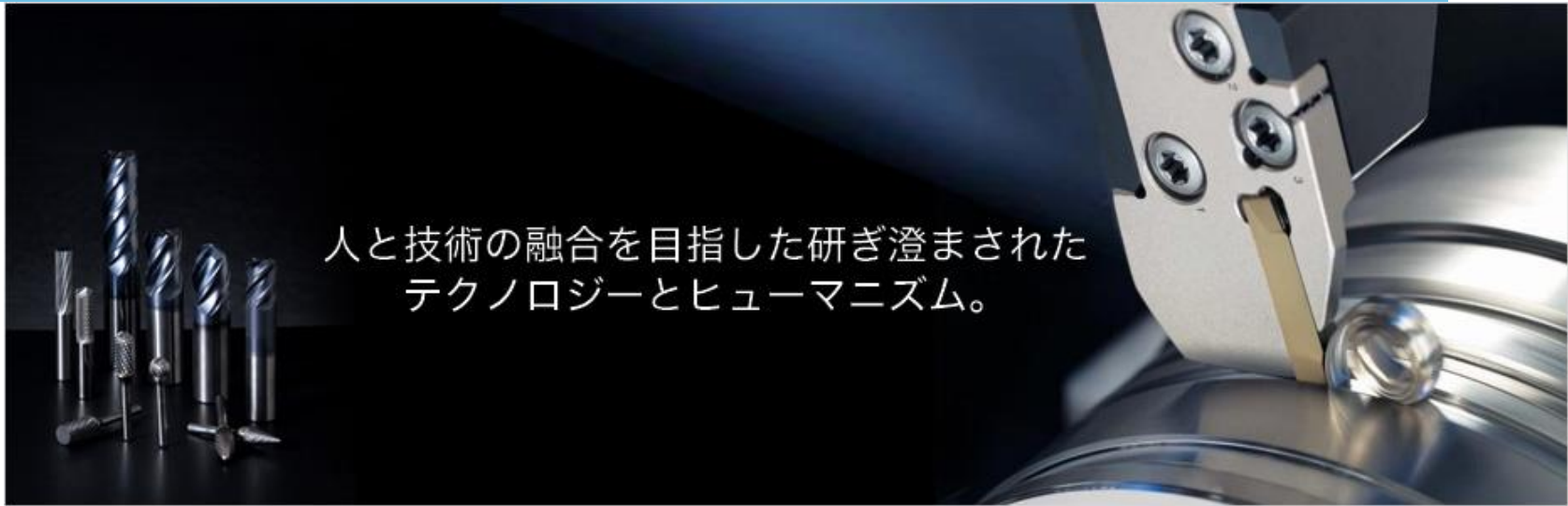
海外ネットワーク

- 現地法人
- 駐在員事務所・支店



3. 成長戦略

Cominix



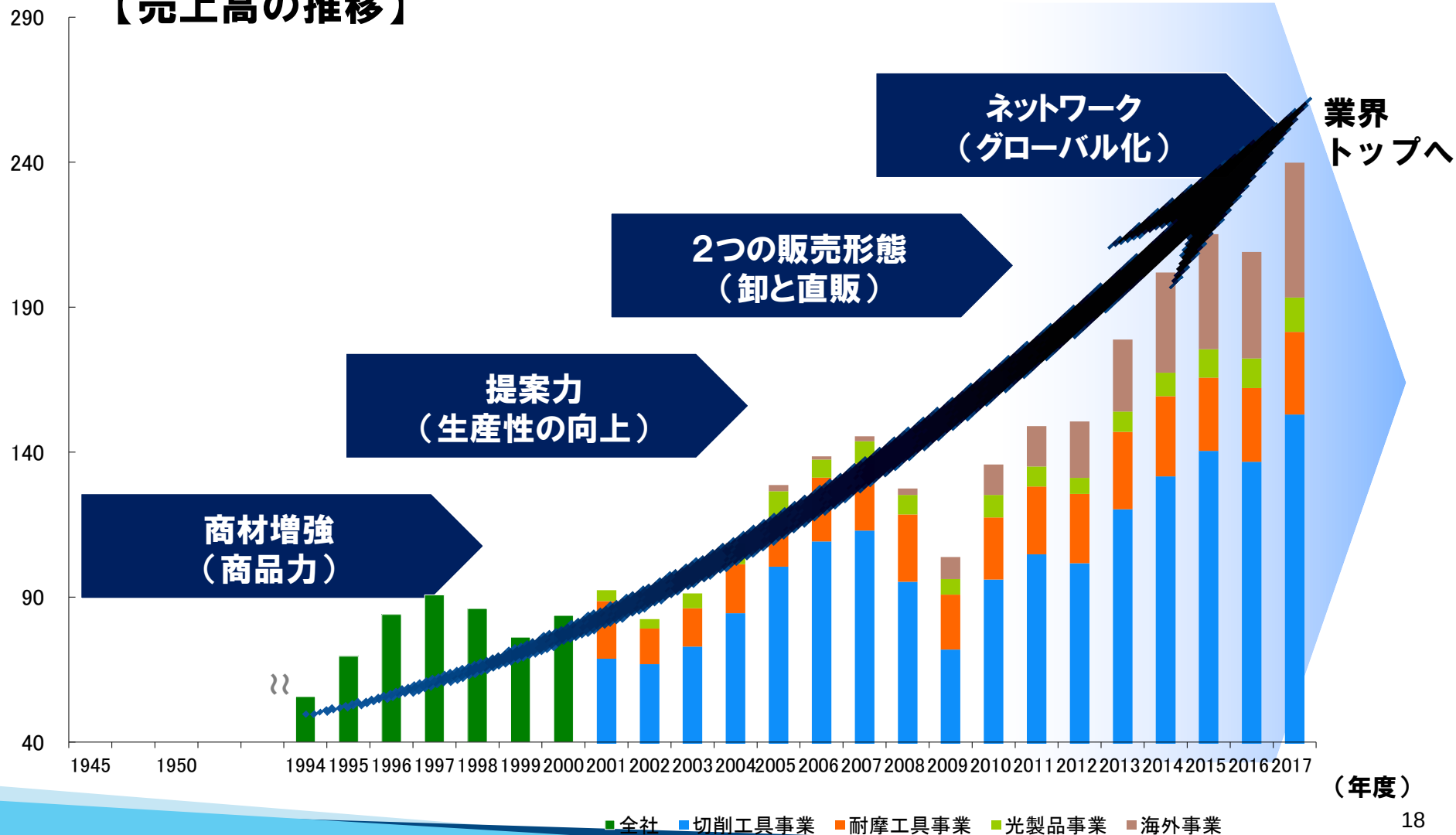
人と技術の融合を目指した研ぎ澄まされた
テクノロジーとヒューマニズム。

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
- オンリーワンのビジネスモデルを作り、競争力を高める

(億円)

【売上高の推移】



業界NO.1に向けた成長戦略

戦略1. 独自の販売方法

テクニカルセンターの設立、在庫センターの整備
ルート替えによるシェア向上、積極的な拠点展開

戦略2. M&Aの活用

大手ユーザーに強い販社の囲い込み
大手ユーザーとの商流を確保し国内売上増

戦略3. 積極的な海外展開

成長著しい海外市場で売上増
国内市場へのシナジー効果

戦略4. 新しい取扱商品展開

耐摩工具・光製品の新商材、鋳物・鋳産物の取扱い
生産ラインで使用する生産性向上に寄与する商材

成長戦略 ～販売方法(テクニカルセンター)～

- 2016年10月、東大阪市にテクニカルセンターを設立
- 顧客のテスト加工、商品の加工データ収集、社員教育等に活用し、技術営業体制を拡充

テクニカルセンター



テクニカルセンター
外観



1階 複合加工機・
マシニングセンタ・NC旋盤を設置



1階 検査室を配置



2階 約50人収容可能な
セミナールーム

成長戦略 ～販売方法(ロジスティクスセンター)～

- 本社、1支社、4支店、全国26ヶ所の営業拠点網で国内ユーザーをカバー
- 大阪と北関東にロジスティクスセンターを開設、全国どこでも翌日午前中配送が可能
- 即納体制強化のため名古屋にロジスティクスセンターを新設し、本年7月より稼働開始

国内ネットワーク



成長戦略 ～M & Aの活用～

- 大手ユーザーを顧客に持つ有力代理店を囲い込み
- 後継者がいない、顧客の海外進出に対応できない などの企業を友好的に買収

M & A実績

時期	社名	目的等
1995年	山崎兄弟商会株式会社	中国地方における販売力強化 (主に自動車メーカー向け)
2009年	武和テック有限会社	近畿地方における販売力強化 (主に農機メーカー向け)
2010年	株式会社CST	関東地方における販売力強化 (主に自動車、電機、建機メーカー向け)
2013年	日三工業株式会社(※1)	関東地方における販売力強化 (主に自動車、建機メーカー向け)
2013年	共栄機工株式会社	関東地方における販売力強化 (主に自動車、建機、農機メーカー向け)

(※1) 日三工業株式会社は、当社グループの経営資源の集約・効率的な組織運営を図ることを目的として、2019年1月1日付で吸収合併(予定)

成長戦略 ～積極的な海外展開(シナジー効果)～

- 海外進出可能な直販体制と商品力・提案力を武器にユーザーの海外進出をサポート
- 海外で獲得したユーザーの国内拠点を開拓

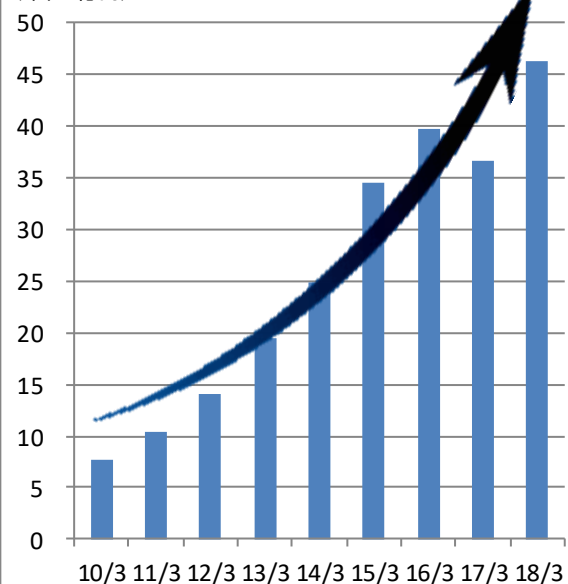
ユーザーの海外進出は絶好の好機

ユーザーの
海外移転加速

海外実績を国内新規取引へ

海外事業売上高の推移

(単位:億円)



4. 2019年3月期第2四半期決算概要

Cominix

お客様の満足と喜びを常に提供する

Cominix 製品

重点施策

- 営業戦略としては、取扱製品の拡充、営業拠点の新設物流拠点の新設など営業活動の基盤を新たに構築するための施策を実施

1. 取扱製品の拡充

・レアメタル(希少金属)販売事業への参入
超硬工具に不可欠なタングステンやモリブデンなどの希少金属の取扱を開始。



・YG-1製品の取り扱いを開始
エンドミル及びドリル等の切削工具メーカーであるYG-1製品の取り扱いを開始



・切削液の取り扱いを開始
アメリカの油材メーカーMFS社の切削液TRIMの取り扱いを開始



2. 営業拠点の新設

・海外事業 メキシコにケレタロ営業所を新設
本年10月に成長著しいメキシコ現地法人の新営業拠点としてケレタロ営業所を新設(メキシコでは4ヶ所目の拠点となる)



・切削工具事業 三重営業所を新設
本年10月に三重エリアの新規開拓及び需要の見込めるメインユーザー深耕開拓の営業拠点として三重営業所を新設



3. 物流拠点の新設

・名古屋ロジスティクスセンターを新設
本年7月に名古屋ロジスティクスセンターを新設
中部圏の即納体制を強化するとともに、
深耕開拓及び新規開拓の基盤を新たに構築



重点施策

- その他戦略としては、社名変更、新基幹システムの稼働、管理体制の強化など
当社グループのグローバル展開の基盤となる各種体制を整備

1. 社名の変更

・社名（株式会社Cominix）の変更

本年4月に社名とブランド名を統一し、より一層のグローバル展開、グループの一体感の醸成を図るべく、社名変更

Cominix

・企業認知向上施策としてラジオCMの開始

本年10月より新社名の企業認知度を向上させるための施策としてラジオCMを開始(MBS/ABC/FM802)

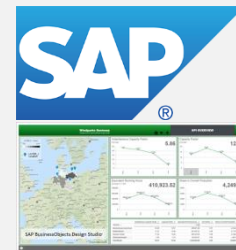


2. 新基幹システム稼働

・新基幹システムの稼働

本年7月より業務の標準化・効率化、内部統制の強化を推進すべく新基幹システムが稼働

将来的には、さらなる情報の高度化を実現し、経営戦略立案や経営の意思決定の迅速化に貢献予定



3. 管理体制強化

・人材の育成/コンプライアンス体制の強化

課長職以上営業対象の会議や職級に応じたコンプラ研修を新たに開始するなど人材育成やコンプライアンス体制を強化



・社内インフラの再構築

新基幹システム稼働にあわせてネットワーク環境などの社内インフラを再構築



19年3月期 2Q決算概要 ～損益計算書～

- 主力の切削工具、海外が堅調に推移し、売上高は12,442百万円(前年比+9.9%)
- 営業利益512百万円(同+32.0%)、経常利益508百万円(同+27.1%)

【単位:百万円】

	18/3 2Q		19/3 2Q		
●損益計算書【連結】		(売上比)		(売上比)	(前年比)
売上高	11,320	100.0%	12,442	100.0%	109.9%
売上原価	9,030	80.1%	9,815	79.7%	108.7%
売上総利益	2,290	19.9%	2,627	20.3%	114.7%
販売費及び一般管理費	1,901	17.4%	2,114	16.7%	111.2%
営業利益	388	2.6%	512	3.6%	132.0%
営業外収益	49	0.3%	61	0.4%	125.1%
営業外費用	37	0.4%	65	0.4%	175.0%
経常利益	400	2.5%	508	3.5%	127.1%
法人税等合計	187	1.2%	212	1.6%	113.7%
親会社株主に帰属する当期純利益	209	1.7%	288	2.0%	137.8%

19年3月期 2Q決算概要 ～セグメント別～

【単位：百万円】

		18/3 2Q		19/3 2Q		
■セグメント別			(売上比)		(売上比)	(前年比)
切削工具						
	外部売上高	7,226	100.0%	7,832	100.0%	108.4%
	売上総利益	1,409	19.5%	1,626	19.7%	115.4%
	セグメント利益	184	2.6%	268	3.0%	145.5%
耐摩工具						
	外部売上高	1,361	100.0%	1,463	100.0%	107.5%
	売上総利益	268	19.7%	291	19.3%	108.7%
	セグメント利益	139	10.3%	151	10.4%	108.6%
海外						
	外部売上高	2,248	100.0%	2,527	100.0%	112.4%
	売上総利益	507	22.6%	580	22.8%	114.2%
	セグメント利益	48	2.2%	63	1.4%	130.7%
光製品						
	外部売上高	484	100.0%	619	100.0%	127.7%
	売上総利益	105	21.9%	128	20.8%	120.8%
	セグメント利益	17	3.6%	27	3.5%	159.5%

切削工具

- 卸部門では主要取扱メーカーとのキャンペーン施策や新商材の拡販が好調、直販部門においても技術営業体制の強化を推進したことなどから卸・直販両部門ともに売上高及びセグメント利益は堅調に推移

耐摩工具

- 製罐メーカー向けの販売が前年同期と比較して増加したことなどから売上高及びセグメント利益は堅調に推移

海外

- 貿易摩擦の動向に注視を要するものの世界経済は堅調に推移し、中国・メキシコ・タイなどにおいて自動車業界向けの販売が前年同期と比較して増加したことなどから売上高及びセグメント利益は堅調に推移

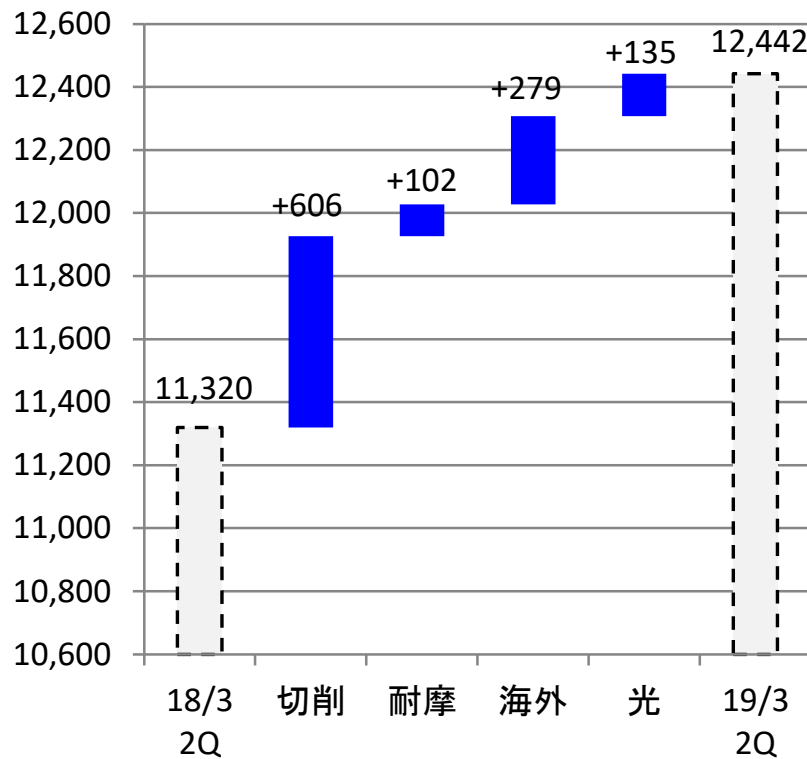
光製品

- 中国でのFPD関連投資が堅調に推移したことを背景に外観検査装置業界への光学機器等の販売が好調で売上高及びセグメント利益は堅調に推移

19年3月期 2Q決算概要 ～セグメント別前年比較～

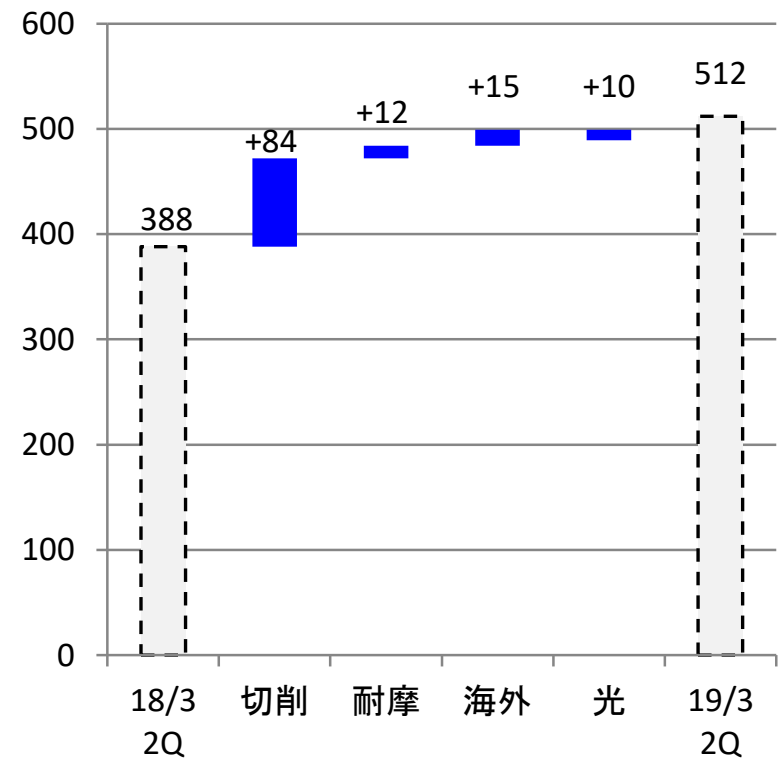
●売上高の増減

【単位:百万円】



●営業利益の増減

【単位:百万円】



5.中期経営計画(19年3月期～21年3月期)

Cominix



2019年3月期 連結業績予想

- 上半期業績は、主力の切削工具事業、海外事業が堅調に推移したことから、売上・営業利益・経常利益・四半期純利益が計画比で増収・増益
- 通期は、5月8日付で公表した業績予想から修正なし

【単位：百万円】

		18/3		19/3 計画*		
● 損益計算書【連結】		(売上比)		(売上比)	(前年比)	
売上高		23,595	100.0%	25,500	100.0%	108.1%
売上原価		18,804	79.7%	20,300	79.6%	108.0%
売上総利益		4,791	20.3%	5,180	20.3%	108.1%
販売費及び一般管理費		3,950	16.7%	4,120	16.2%	104.3%
営業利益		841	3.6%	1,050	4.1%	124.8%
経常利益		837	3.5%	1,040	4.1%	124.3%
親会社株主に帰属する当期純利益		463	2.0%	557	2.2%	120.3%

* 19/3 計画は、有効数字3ケタまで表示

中期経営計画 ～数値計画～

- 経済情勢の変化や業界の動向など当社を取り巻く経営環境を考慮し、ローリング方式により毎年度中期経営計画を見直す
- 2020年3月期売上高280億円、営業利益13億円、2021年3月期売上高308億円、営業利益15.4億円を目指す

● 中期経営計画 *

【単位:百万円】

	2019年3月期		2020年3月期		2021年3月期	
売上高/前年比	25,500	108.1%	28,000	109.8%	30,800	110.0%
営業利益/前年比	1,050	124.8%	1,300	123.8%	1,540	118.5%

* 中期経営計画は、有効数字3ケタまで表示

6.配当・株主優待

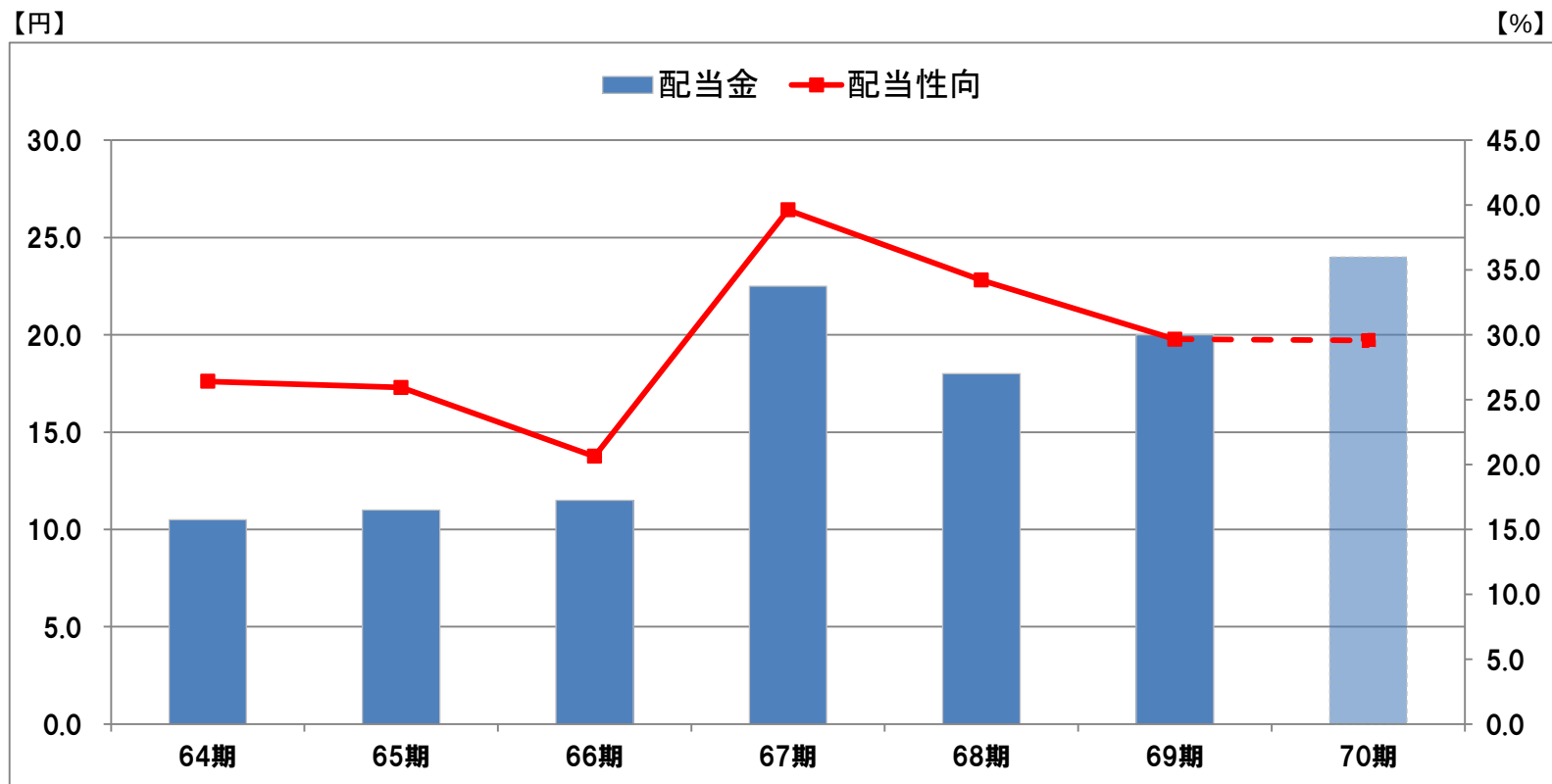
Cominix



配当

- 連結配当性向 30%を目処として、将来の持続的成長に必要な内部留保の充実を図りながら、継続的かつ業績に応じた利益還元を行っていく方針としております。
- 70期は24.0円の年間配当を予定(中間配当11.0円、期末配当13.0円(予定))

●配当金と配当性向の推移



※平成27年12月31日を効力発生日として、普通株式1株を2株に分割する株式分割を行っております。
64期～67期は株式分割後の数値で算定しております。

株主優待制度

- 株主の皆様の日頃のご支援に感謝するとともに、当社株式への投資の魅力を高め、中長期的に当社株式を保有していただける株主様の増加を目的として実施。
- 当該制度開始から本年度で4年目の実施となる。

●株主優待制度の内容

株主様の「保有株式数」に応じて、「世界各国の特産品カタログギフト」を贈呈

※今年度のカatalogギフトは、当社が進出しているアジア、北中米8か国に日本を加えた9か国の特産品に加え、新規ビジネスを開始しているモンゴルの特産品を加えた10か国の特産品を掲載

対象株主様

毎年3月末現在
200株以上ご所有

保有株式数

200株以上

2,000円相当

2,000株以上

4,000円相当



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】

株式会社 **Cominix** 経営企画課

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

〒542-0061
大阪市中央区安堂寺町1-6-7