

2007年12月期(第56期)
決算説明会



2008年2月19日
株式会社 ナカニシ

目 次

- | | |
|-----------------------|---------|
| 1. 2007年12月期 連結決算の概要 | P 3～10 |
| 2. 2008年12月期 次期連結業績予想 | P11～16 |
| 3. 市場の状況と今後の施策 | |
| 1) 中期計画Next | P18 |
| 2) マーケティング戦略 | P19 |
| 3) 歯科用製品の状況(地域別) | P20～P30 |
| 4) 工業用製品の状況 | P31 |
| 5) メディカル／獣医市場製品の状況 | P33 |

連結決算概要 (B/S)

単位:百万円

	当 期 末 ' 07/12	前 期 末 ' 06/12	増 減	増 減 内 容
総 資 産	34,990	30,669	4,320	現預金+1,950
(受取手形・売掛金)	3,025	2,637	388	売上の増加に伴う増加
(棚 卸 資 産)	5,477	4,927	549	原材料、電子部品増加
負 債	4,342	4,478	△136	未払法人税等△308
(有利子負債)	319	466	△146	ナカニシ△150
利 益 剰 余 金	27,856	23,456	4,399	

	当 期 ' 07/12	前 期 ' 06/12	増 減	内 容
設 備 投 資 額	1,223	783	440	ナカニシ668 NSKヨーロッパ509
減 価 償 却 費	524	460	63	ソフトウェア償却100

連結決算概要 (P/L)

単位:百万円

	今 期 実 績 ' 07/12	前 期 実 績 ' 06/12	前 期 比	修 正 計 画 ' 07/12	達 成 率
売 上 高	22,353 100%	19,952 100%	112%	21,920 100%	102%
売 上 総 利 益	13,868 62%	12,145 61%	114% 1pt	13,450 61%	103% 1pt
営 業 利 益	7,776 35%	7,044 35%	110% 0pt	7,660 35%	102% 0pt
経 常 利 益	8,080 36%	7,514 38%	108% △2pt	8,110 37%	100% △1pt
当 期 純 利 益	4,888 22%	4,575 23%	107% △1pt	4,970 23%	98% △1pt

➤売上高

✓前期比で北米17%増、欧州14%増、他南米、中東、ロシア大幅増、アジア9%減。ほぼ計画通り。

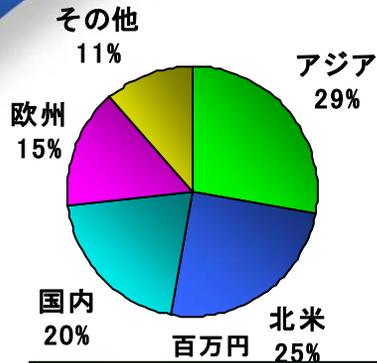
➤営業利益

✓販売管理費は前期比19%の増加(人件費、広告宣伝費等)したが、売上増で吸収し増益。

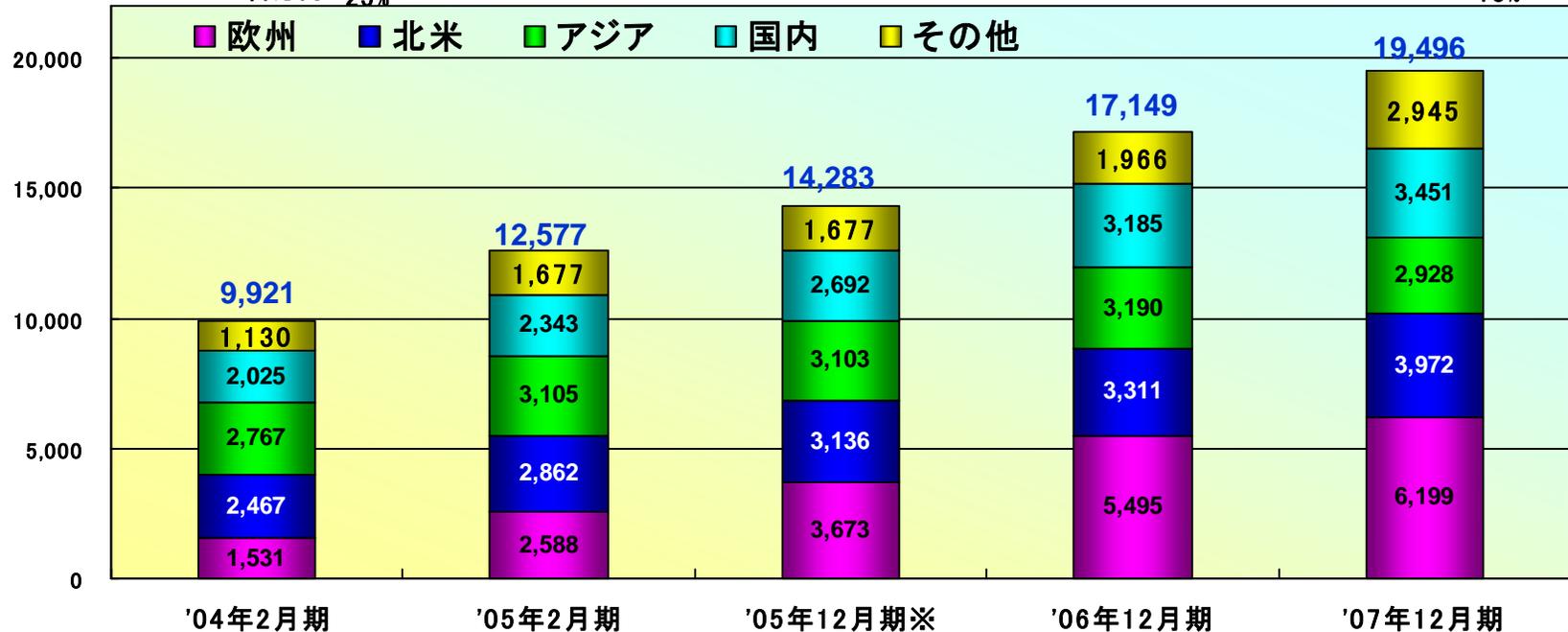
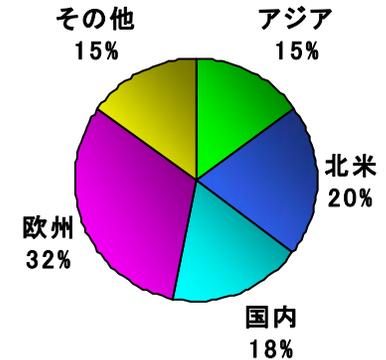
'07/12平均レート1USD=117.⁸²円、1EURO=161.⁵³円 (参考) '06/12 1USD=116.⁵²円、1EURO=146.³³円
円安による売上の嵩上げ額 392百万円(前年レート対比) 186百万円(想定レート対比)

地域別連結売上高推移（歯科用）

'04年2月期



'07年12月期



※'05年12月期は3月から12月までの10ヶ月決算でしたが、比較のため1月～12月までの12ヶ月分を参考値として集計しております。

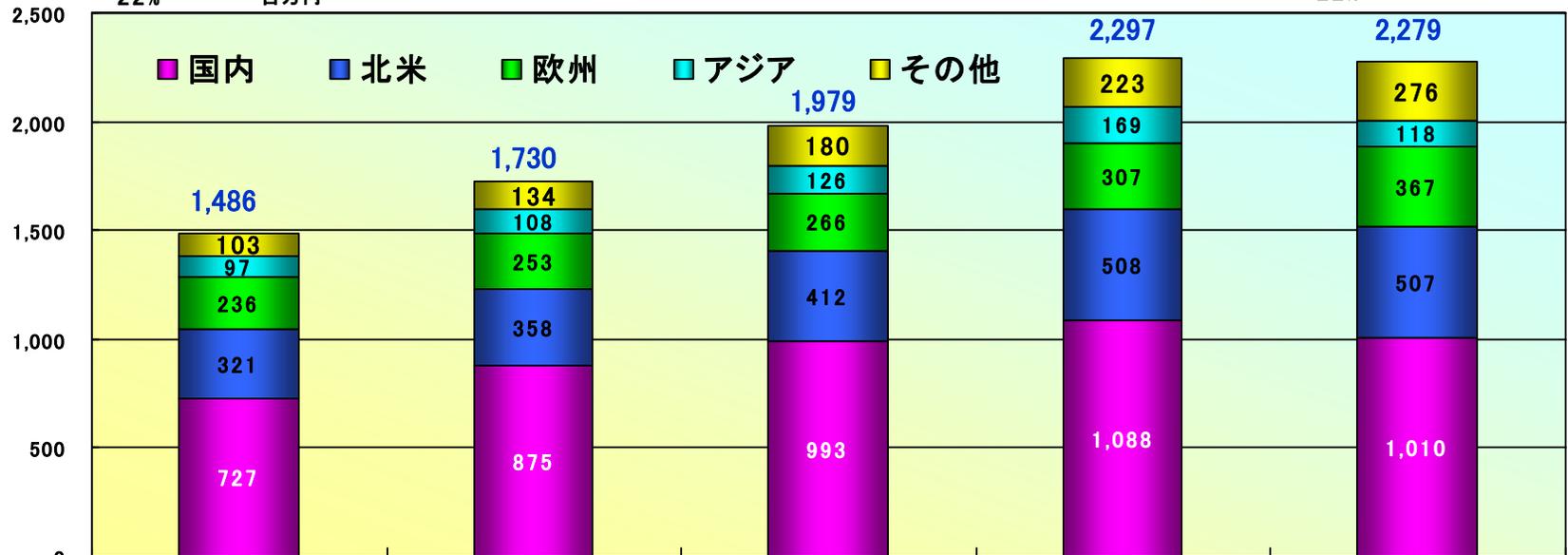
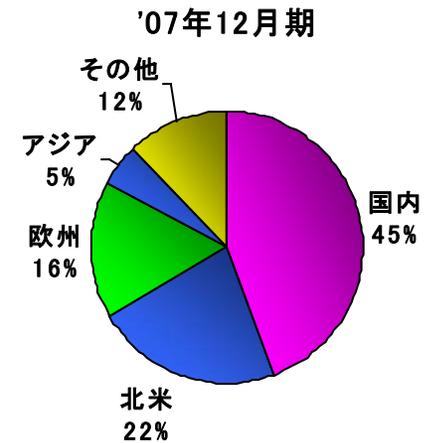
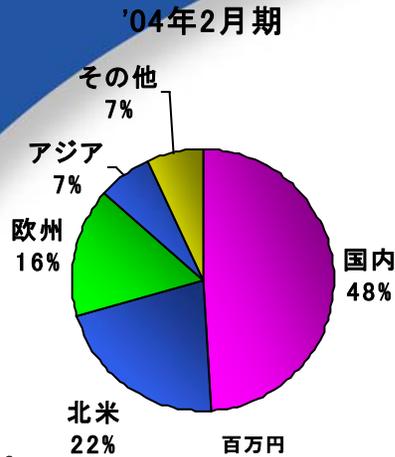
地域別連結売上高（歯科用）



☆歯科製品の売上高は、対前期比2,347百万円(14%)増の19,496百万円と増加

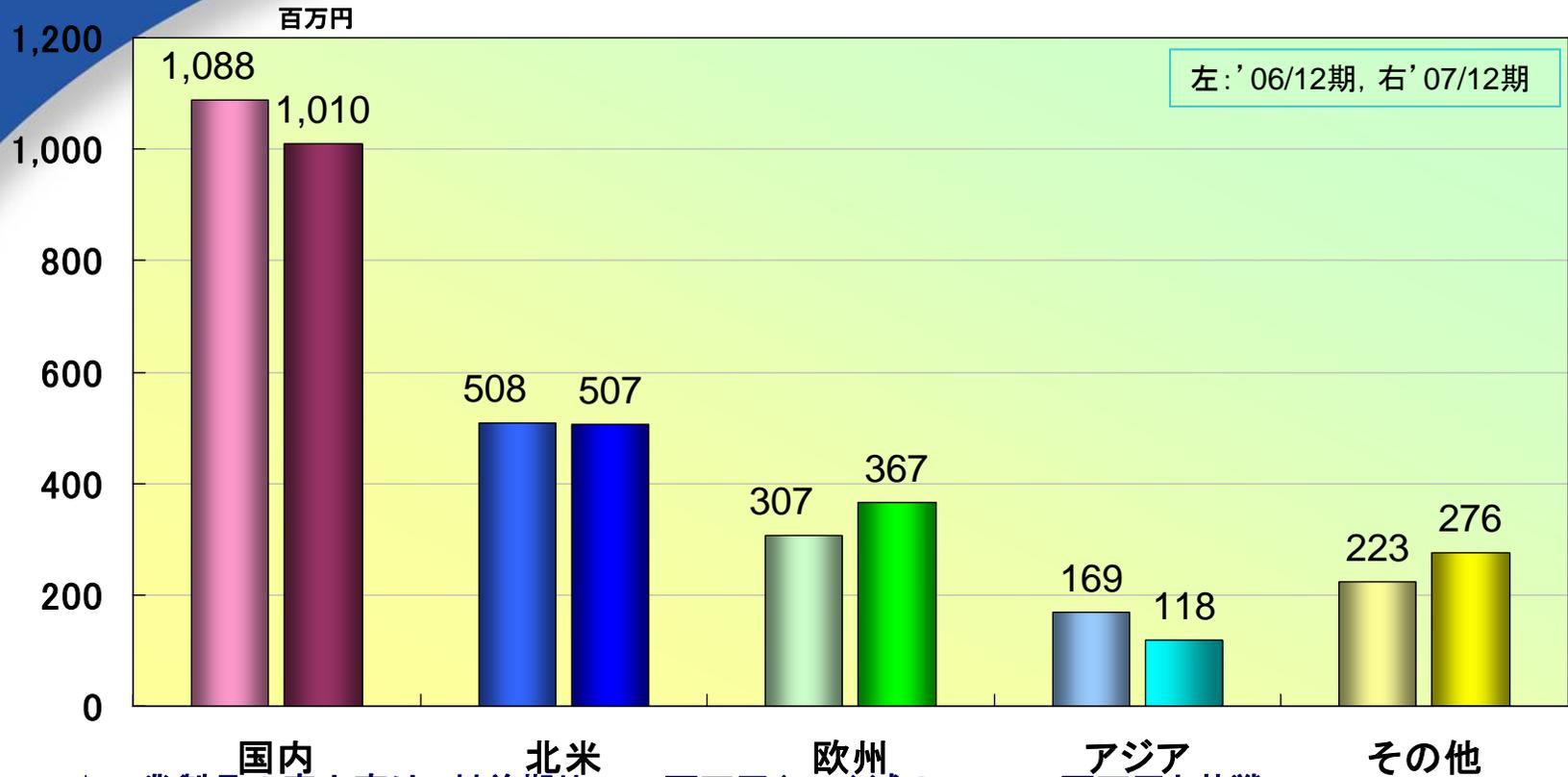
- 欧州市場(前期比13%増)－NSKUK設立効果、独特需(前期末)反動僅少、根管治療OEM減少
- 北米市場(同20%増)－自社ブランド二桁増、口腔外科OEM製品増加
- アジア市場(同8%減)－韓国エイズ特需消滅、中国市場は販売チャンネル整理で減少
- 国内市場(同8%増)－OEM増加、代理店減少
- その他の市場(同50%増)－南米66%増(政府入札案件)、中近東43%増、ロシア80%増

地域別連結売上高推移（工業用）



'04年2月期 '05年2月期 '05年12月期※ '06年12月期 '07年12月期
 ※'05年12月期は3月から12月までの10ヶ月決算でしたが、比較のため1月～12月までの12ヶ月分を参考値として集計しております。

地域別連結売上高（工業用）



☆工業製品の売上高は、対前期比 18百万円(1%)減の2, 297百万円と苦戦

- ▶国内市場(前期比7%減)－HDD関連会社からの受注減、新製品開発遅れ
- ▶北米市場(微減)－セールスREPの重点地域が成果、景気減速
- ▶欧州市場(同19%増)－手作業用グラインダー(OEM)が好調
- ▶アジア市場(同30%減)－日系企業のHDD増産特需の消滅

所在地別セグメント情報（P／L）

単位：百万円,売上高比率%,(前期売上高比率)

	ナ, 07/12	北, 07/12	欧, 07/12	消 去	連 損 益 計 算 書 結 算
売 上 高	20,024 100%	933 100%	4,038 100%	△2,643	22,353 100%
売 上 原 価	8,243 41%(42%)	528 57%(54%)	2,240 55%(56%)	△2,527	8,485 38%(39%)
販 売 管 理 費	4,793 24%(23%)	286 31%(30%)	1,021 25%(25%)	△ 9	6,091 27%(26%)
営 業 利 益	6,987 35%(35%)	119 13%(16%)	776 19%(19%)	△ 106	7,776 35%(35%)

●売上原価率（1ポイント改善）

- 連単売上倍率上昇により原価率改善、為替（円安）換算に伴う改善、製品値上による改善
- タービン、コントラ等利益率の高い製品の販売割合増

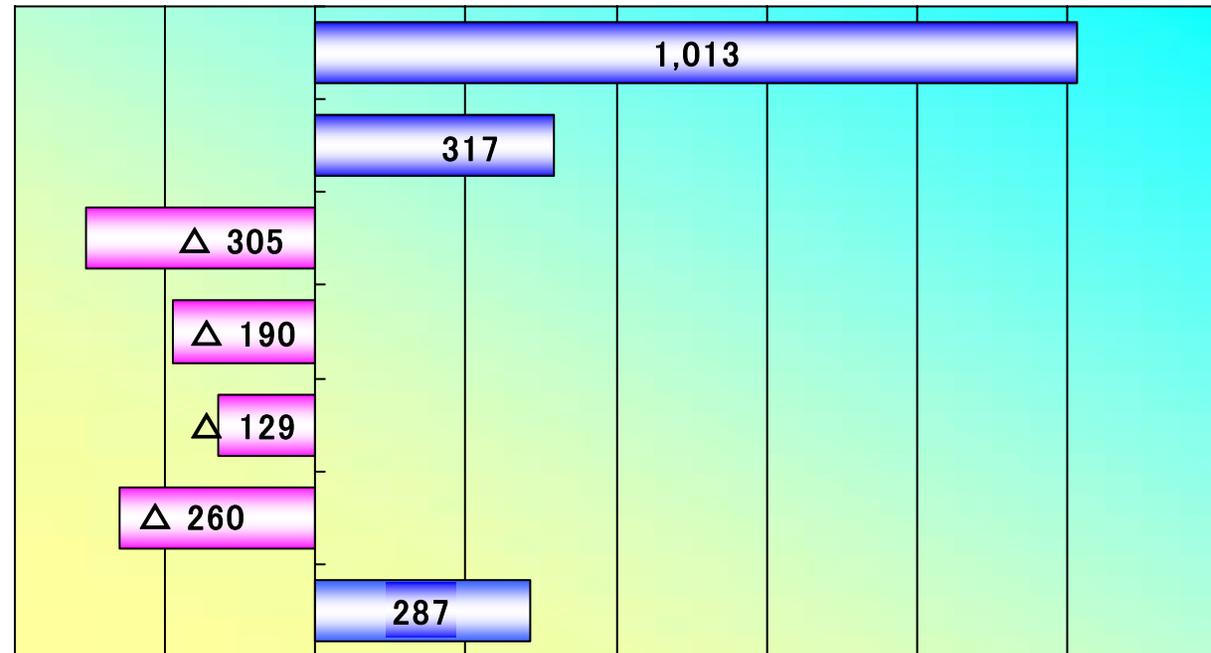
●販売管理費（前期比990百万円増）

- 人件費（236百万円増）－開発陣容拡大、子会社営業増員
- 広告宣伝費（326百万円増）－IDS（国際展示会）、
- その他経費－子会社設立費用、試験研究費

営業利益の変動要因

単位:百万円

売上高増加
原価率改善
広告・販促費増加
人件費増加
試験研究費増加
その他販管費増加
為替



営業利益の対前年増加額732百万円の増加要因

- ▶売上高増加に伴うもの利益増加額1,013百万円(為替の影響除く)
- ▶原価率改善による利益増加額317百万円
 - ▶子会社販売割合(連単倍率)増加、一部製品値上げ、コストダウン
- ▶販管費の増加による利益圧縮額(為替要因除)
 - ▶広告販促305百万円、人件費1190百万円、試験研究費129百万円、その他260百万円
- ▶子会社業績の円換算(円安)に伴う増加額287百万円

2008年12月期業績予想

次期連結決算概要 (P/L)

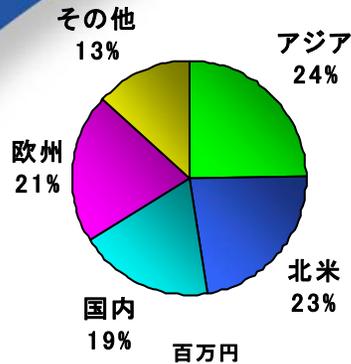
単位:百万円

	次期予想 '08/12	今期実績 '07/12	前期比	増減要因
売上高	22,660 100%	22,353 100%	101%	歯科国内+153(4%)、歯科輸出+304(2%) 工業国内 0(-%)、工業輸出△130(△10%)
売上総利益	14,000 62%	13,868 62%	101% Opt	
営業利益	7,980 35%	7,776 35%	103% Opt	販管費△71 広告費△115(展示会費用)
経常利益	8,220 36%	8,080 36%	102% Opt	為替差損益△250
当期純利益	5,070 22%	4,888 22%	104% Opt	
EPS (円)	726.08	700.08		
設備投資	600	1,223		NSKヨーロッパ中央倉庫備品100 新製品金型等、他維持更新
減価償却費	550	524		NSK中央倉庫償却開始

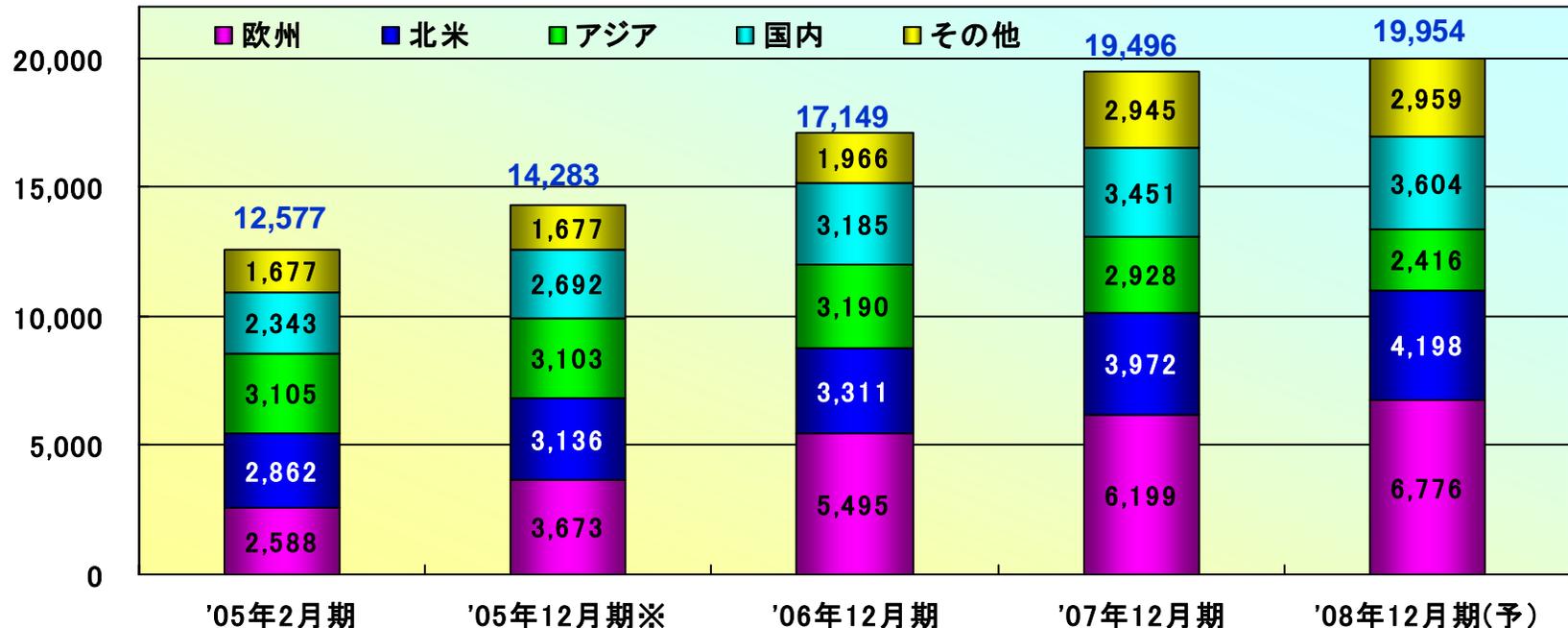
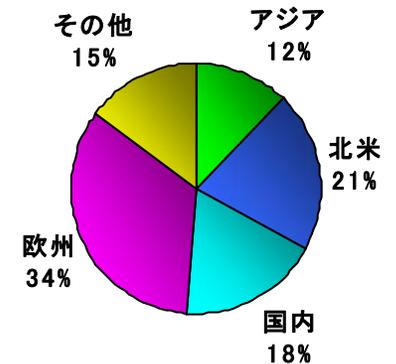
'08/12想定レート1USD=105円、1EURO=155円(参考) '07/12平均レート 1USD=117.82円、1EURO=161.53円

地域別連結売上高推移（歯科用）

'05年2月期

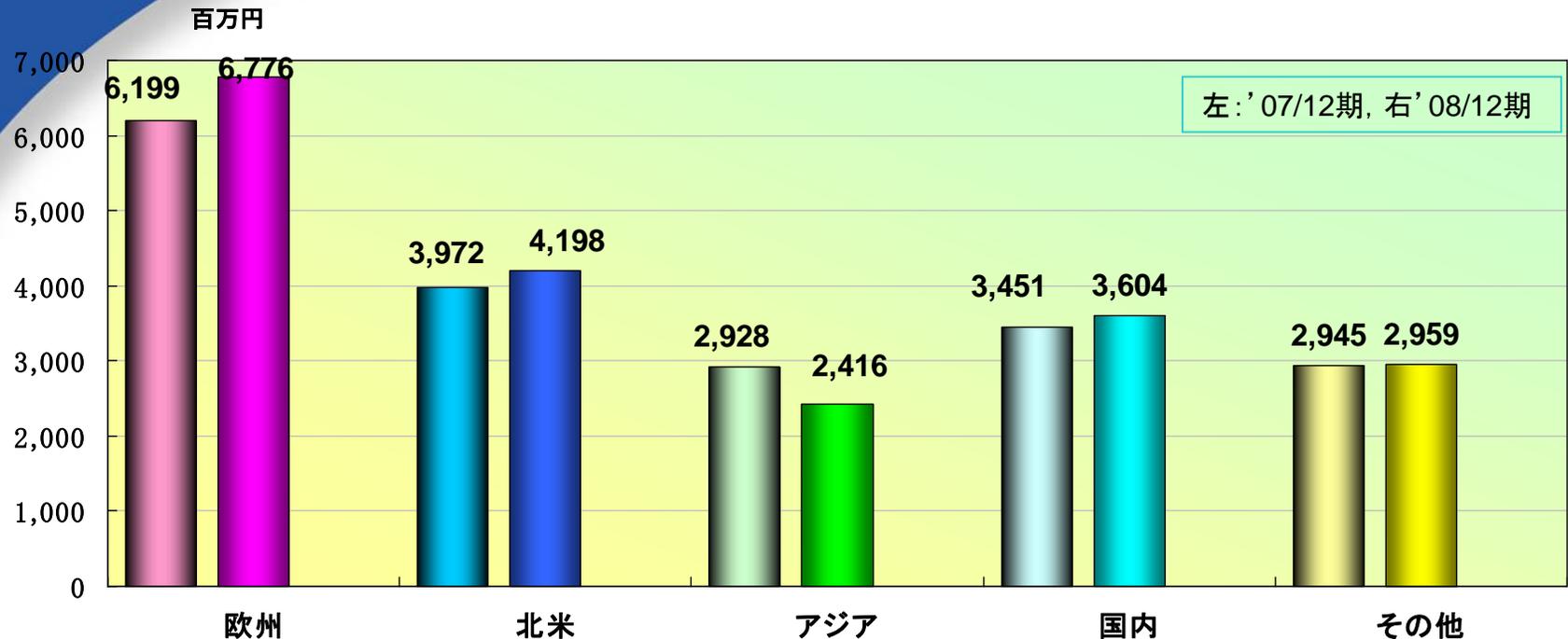


'08年12月期



※'05年12月期は3月から12月までの10ヶ月決算でしたが、比較のため1月～12月までの12ヶ月分を参考値として集計しております。

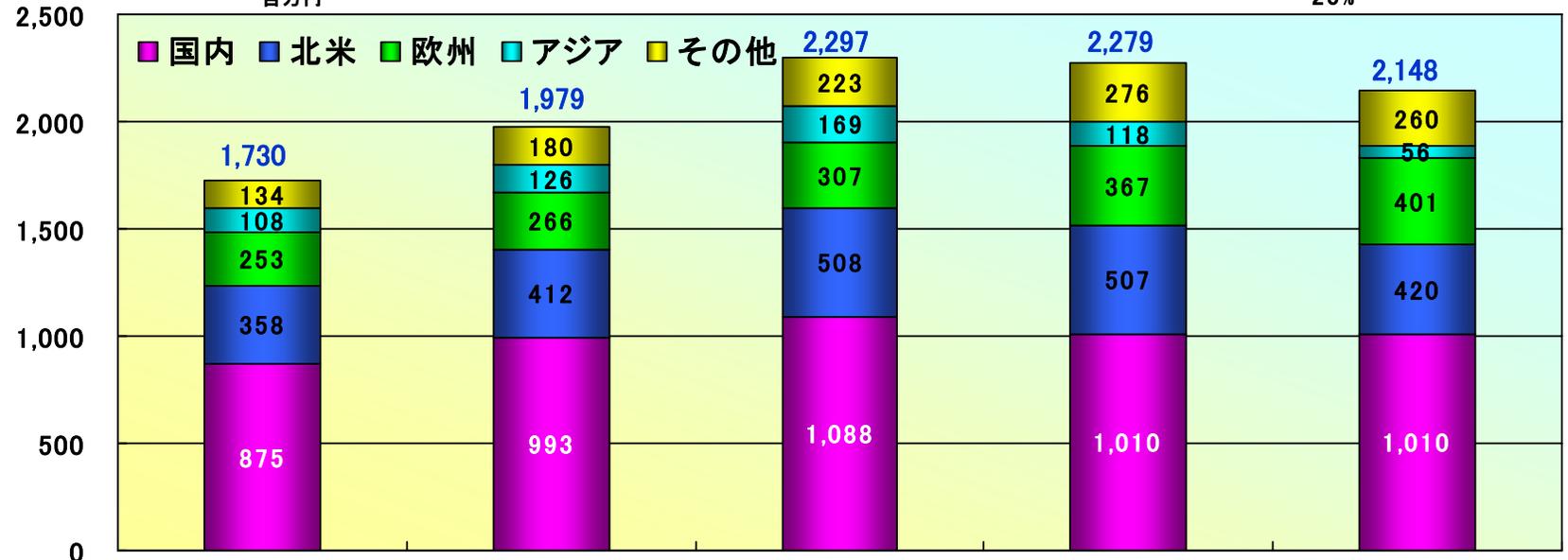
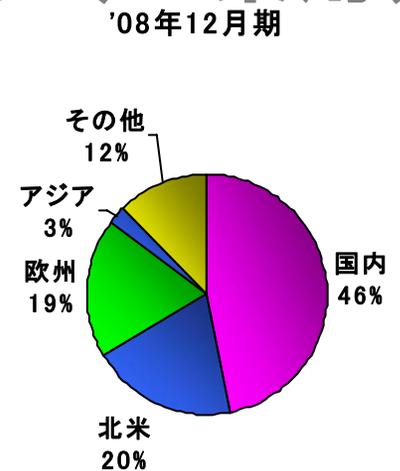
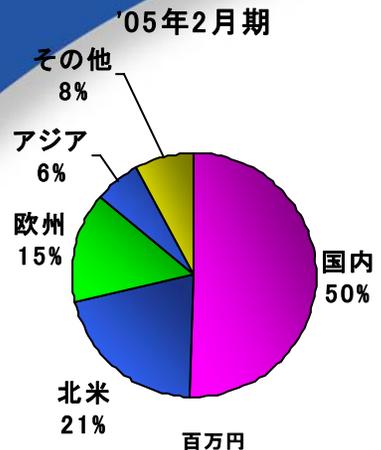
地域別連結売上高予想（歯科用）



☆歯科製品の売上高予想は、対前期比457百万円(2%)増の19,954百万円

- 欧州市場(前期比9%増)－独、仏子会社は2桁増を予想、超音波新製品上市予定
- 北米市場(同6%増)－自社ブランドは堅調、カナダ人員強化
- アジア市場(同17%減)－中国の販売整備の影響、韓国エイズ特需(前1Qまで)の反動減
- 国内市場(同4%増)－チタン製品、超音波製品の拡販に注力
- その他の市場(同1%増)－南米、中近東も堅調推移

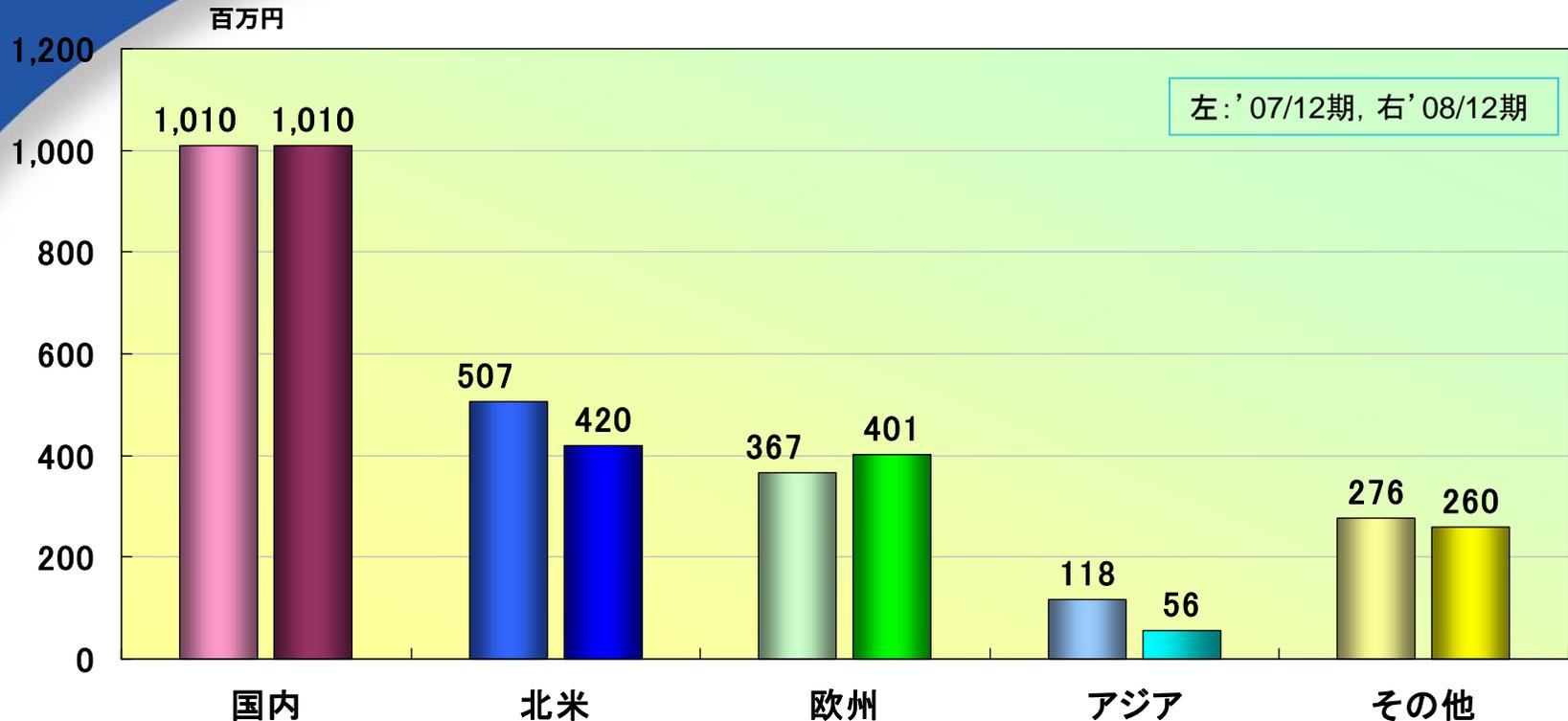
地域別連結売上高推移（工業用）



'05年2月期 '05年12月期※ '06年12月期 '07年12月期 '08年12月期(予)

※'05年12月期は3月から12月までの10ヶ月決算でしたが、比較のため1月～12月までの12ヶ月分を参考値として集計しております。

地域別連結売上高予想（工業用）



☆工業製品の売上高予想は、対前期比130百万円(6%)減の2,148百万円

- 国内市場(前期並み)－手作業用新製品上市予定
- 北米市場(前期比17%減)－セールスステップ強化するも景気後退懸念
- 欧州市場(同9%増)－機械メーカーへの営業強化を継続

市場の状況と今後の施策

代表取締役社長

中西英一

トップシェア獲得と企業価値向上を目指した中期計画

“製造業の基本：QCDの継続的改善による顧客満足度～ブランド力向上”

■ マーケティング体制と開発力の強化

→ 市場動向に敏感な新製品開発強化による差別化

:Quality

■ 製造体制の強化

→ 継続的な改善活動によるコスト競争力維持

:Cost

■ サービス・デリバリ体制の強化

→ 納期短縮によるサービス競争力向上

:Delivery

ITシステム整備(情報)による支援
強固な財務体質(カネ)・人材育成(ヒト)

マーケティング・ミックス

デンタル部門

工業部門

メディカル部門

販売網 & 広告 販促戦略

全世界の販売・サービス網の強化

- 海外11販売拠点体制でのブランド力強化
 - 市場動向フィードバック
 - サービスの強化
 - デリバリ体制の強化

販売体制の強化

- 国内
 - 顧客の囲い込み
- 海外
 - 欧州・北米・アジアの販売・サービス体制見直し

販売体制構築

- 国内
 - 営業人員増員
 - 獣医師市場の強化
- 海外
 - 欧州・北米販売体制強化

製品 & 価格戦略

新製品開発・拡販

- 開発体制の充実
 - R&D要員の増強
 - 開発管理体制の充実
- 注力分野
 - プレミアムモデル
 - コストパフォーマンスモデル
 - 口腔外科, 予防歯科

新製品開発

- CNC旋盤・専用機メーカー向けアプリケーション強化
- 機種のご統廃合
- 付加価値を追加した製品開発強化

新製品開発

- 開発
 - 開発体制の整備
- 注力分野
 - ラインナップ拡充
 - 消耗品

海外11販売拠点

NSK Global Network



国内市場の状況（歯科）

国内市場

- **戦略製品の絞り込みと拡販**
 - － 主力チタン製コントラアングルの新モデル本格投入
 - － 技工用モーターフラッグシップモデルの新製品投入
 - トップシェアをゆるぎないものとするモデル
 - － 超音波スケーラーも引き続き好調
 - 地道にセミナー開催を継続
 - － OEM案件にも注力
 - － 定期ニュースレター”**デント**”の発行
 - エンドユーザーとのコミュニケーション強化、ブランド力向上

北米市場の状況（歯科）

北米市場

- **ブラスラーUSA社(米国販売委託先)**
 - － シェア伸長
 - 電気モーター、超音波スケーラー、エンド用モーターで高いシェア
 - ハンドピースでのさらなるシェア向上へ
 - 口腔外科分野への注力
 - － 新製品投入、専任者の配置で拡販開始
- **NSK Marketing America (ロサンゼルス) 設立**
 - － 学術分野での新規トレンドキャッチ
 - － カナダ市場統括
 - 日本主体の営業・マーケティング体制から現地主体の体制に
 - － よりきめ細かい代理店・スクールビジネスのため人員・体制強化
- **OEMビジネス**
 - － 引き続き新規案件への取り組み

中南米市場の状況（歯科）

中南米市場

- **メイド・イン・ジャパンの信頼維持**
 - **中国製コピー製品流入への対抗**
 - コストパフォーマンスモデルのいち早い投入と拡販
 - アフターサービスの強化
 - **メキシコ市場の伸長**

中国市場の状況（歯科）

中国市場

- **販売網再編後のスムーズな立ち上げに注力**
 - **NSK上海でのオペレーション開始**
 - 他国からの自社製品流入ストップ、深掘り営業実践へ
 - メーカー主導でエンドユーザーとのつながりをつくる
 - アフターサービスの強化
 - 各エリアにサービス拠点設置
 - コピー品流通防止
 - **拡販体制の強化とブランド力UP**
 - 積極的なマーケティング活動実施
 - 高級機種販売へのシフト
 - 普及モデルの新製品投入

韓国市場

- **アフターサービス拠点**

NSK Service Co, Ltd の本格稼働

- **高いシェアの維持**
 - 顧客満足度向上による囲い込み、
固定客化
 - 新規顧客の開拓

中近東市場の状況（歯科）

中近東市場

- **地域でのトップブランドの地位確立**
 - **引き続き代理店の教育を通じたの販売力強化とアフターサービス充実**
 - **NSKのファンを増やすことに成功**
 - **中国製コピー製品流入への対抗**
 - **展示会での大々的な”偽物に注意”キャンペーン実施**
 - **著名教授、厚生省トップとのコネクション強化**

ロシア・オセアニア市場の状況（歯科）

ロシアおよびCIS市場

- **NSK RUS&CIS 設置後、順調な滑り出し**
 - **ロシア**
 - 高級機種販売へのマーケティング
 - 入札案件も獲得していく
 - **CIS市場**
 - 国ごとのきめ細かなマーケティング

オセアニア市場

- **NSK Oceaniaも順調な滑り出し**
 - 現地販売ルート拡大による売上伸長
 - アフターサービスの充実

欧州市場の状況（歯科）

NSK Europe

- **引き続き成長**
 - 東欧市場の拡大
 - ドイツ国内も強化
 - 経済状況は横ばい、欧州競合からの反撃が激化
 - 主力新製品投入
- **サービスの強化**
 - 欧州集中倉庫稼働開始（本年3月）
 - 即納体制とアフターサービス、情報発信・収集の拠点化
 - 本社製造との在庫管理同期化

NSK UK

- **立ち上がり順調**
 - 現地販売ルート拡大による売上伸長
 - 高級機種の販売も進みつつある

欧州市場の状況（歯科）

NSK France

- **歯科**

- 設立後、順調にシェア伸長
- 今後さらに代理店との連携強化

- **足病**

- マーケティング強化により売上伸長傾向
- 高級機種の販売を中心に取り組む

NSK Dental Spain 設立

- マドリッドに2008年2月設立
- 現地販売ルート拡大による売上伸長を目指す
- アフターサービスの強化

欧州市場の状況（歯科）

その他

- その他欧州諸国も順調に推移
- OEMビジネスも前年並に推移

工業用製品の状況

製品戦略

- **超精密加工分野向けハイエンド製品開発**
 - ナカニシの技術力のアピールと応用製品への展開
- **CNC旋盤・専用機メーカー向けアプリケーション強化**
 - メーカーとのタイアップによる製品企画・開発
- **既存スピンドルのモデルチェンジ**
 - 付加価値を追加した製品開発強化
 - 顧客ニーズを取り込んだ製品の投入

工業用製品の状況

販売/サービス網戦略

- **欧州、中国・タイ・ベトナム**
 - 主要機器メーカーの海外進出に追随してシェア向上へ
 - サービス体制の見直し
 - 納期短縮
 - 迅速な修理サービス
- **北米（NSKアメリカ）**
 - 航空、宇宙、医療機器産業への販売強化
- **国内**
 - 有力販売店との密接な関係構築による販売・マーケティング力の強化

メディカル/獣医市場製品の状況

- **メディカル製品/販売戦略**
 - 国内外の販売網の強化
 - 開発体制の整備
 - 製品のラインナップ拡充
 - Disposalであるバーの品揃えを充実
- **獣医市場製品/販売戦略**
 - 営業体制強化
 - 品揃え強化

