

2008年12月期(第57期) 決算説明会



2009年2月17日
株式会社 ナカニシ

目 次

- | | |
|-----------------------|---------|
| 1. 2008年12月期 連結決算の概要 | P 3～P10 |
| 2. 2009年12月期 次期連結業績予想 | P11～P16 |
| 3. 市場の状況と今後の施策 | |
| 1) 2009年方針 | P18 |
| 2) マーケティング・ミックス | P19～P21 |
| 3) 歯科用製品の状況(地域別) | P22～P27 |
| 4) 工業用製品の状況 | P28 |
| 5) メディカル／獣医市場製品の状況 | P29 |

連結決算概要 (B/S)

単位:百万円

	当 期 末 ' 08/12	前 期 末 ' 07/12	増 減	増 減 内 容
総 資 産	30, 110	34, 990	△4, 880	
(受取手形・売掛金)	3, 140	3, 025	114	
(棚 卸 資 産)	5, 538	5, 477	61	原材料212、製品16増 仕掛品225 減
負 債	4, 765	4, 342	423	買掛金167減、未払法人税 等1, 007減
(有 利 子 負 債)	2, 216	319	1, 897	TOB資金 2, 000増
利 益 剰 余 金	31, 105	27, 856	3, 248	

	当 期 '08/12	前 期 '07/12	増 減	増 減 内 容
設 備 投 資 額	835	1, 223	△388	独事務所&倉庫230
減 価 償 却 費	644	524	119	

連結決算概要 (P/L)

単位:百万円

	今期実績 '08/12	前期実績 '07/12	前年比	修正計画 '08/12	計画比
売上高	23,020 100%	22,353 100%	103%	23,203 100%	99%
売上総利益	14,336 62%	13,868 62%	103% 0pt	14,498 62%	98% 0pt
営業利益	7,821 34%	7,776 35%	101% △1pt	8,077 35%	96% △1pt
経常利益	6,497 28%	8,080 36%	80% △8pt	7,252 31%	90% △3pt
当期純利益	3,885 17%	4,888 22%	79% △5pt	4,246 18%	92% △1pt
EPS (円)	576.89	700.08		615.33	

➤売上高

- ✓新規連結 2社:257百万円の増収要因
- ✓欧州、中近東増収、北米、特にアジアが大きく減収

➤営業利益

- ✓販売管理費の増加(423百万円)を売上高の伸長が吸収し増益確保
- ✓新規連結 2社:22百万円増収要因

'08/12平均レート1USD=103.68円、1EURO=153.19円

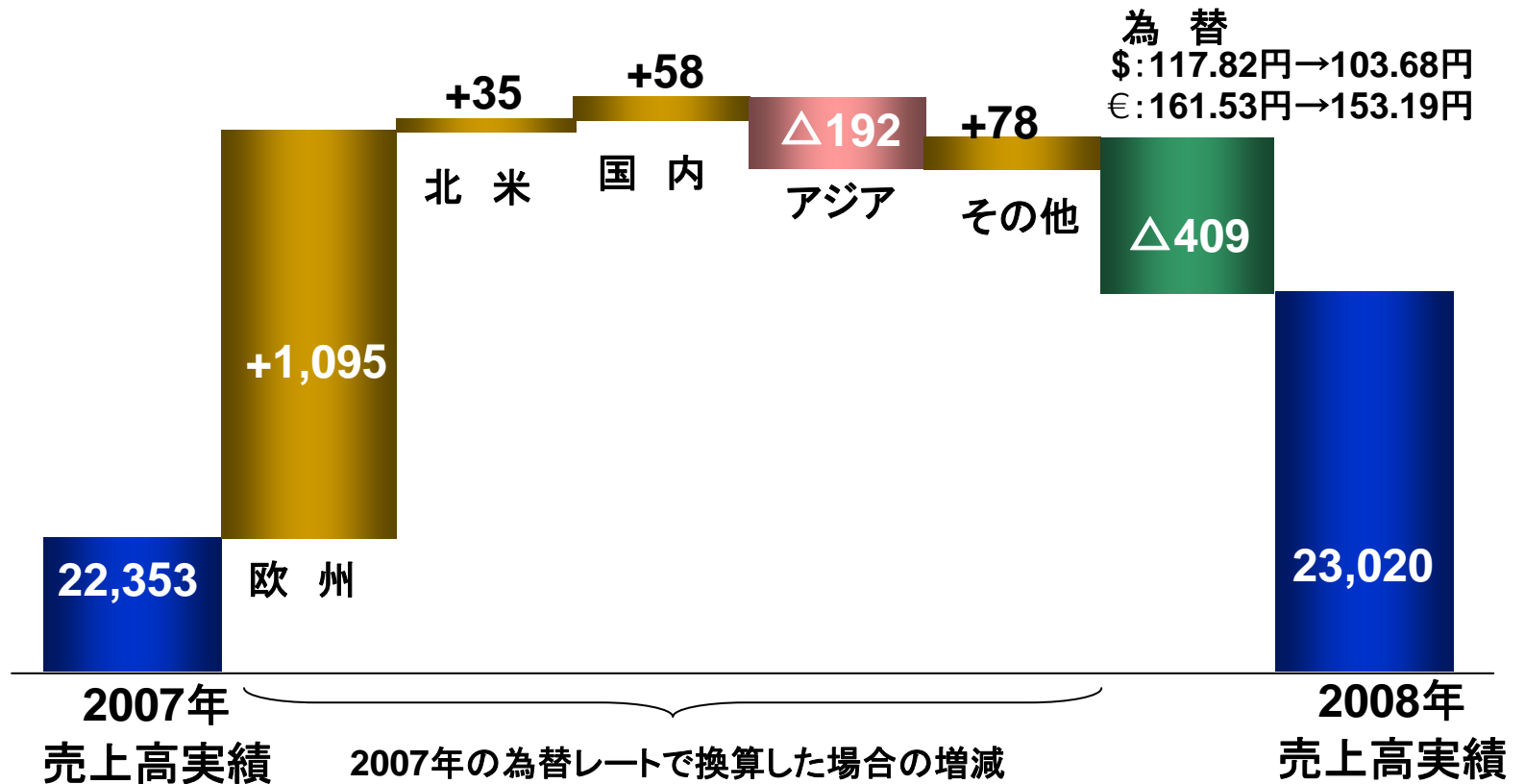
(比較参考) '07/12実績1USD=117.82円、1EURO=161.53円

売上の嵩上げ額 △408百万円(前年レート比) △68百万円(計画レート比)

'08/12計画1USD=105.00円、1EURO=155.00円

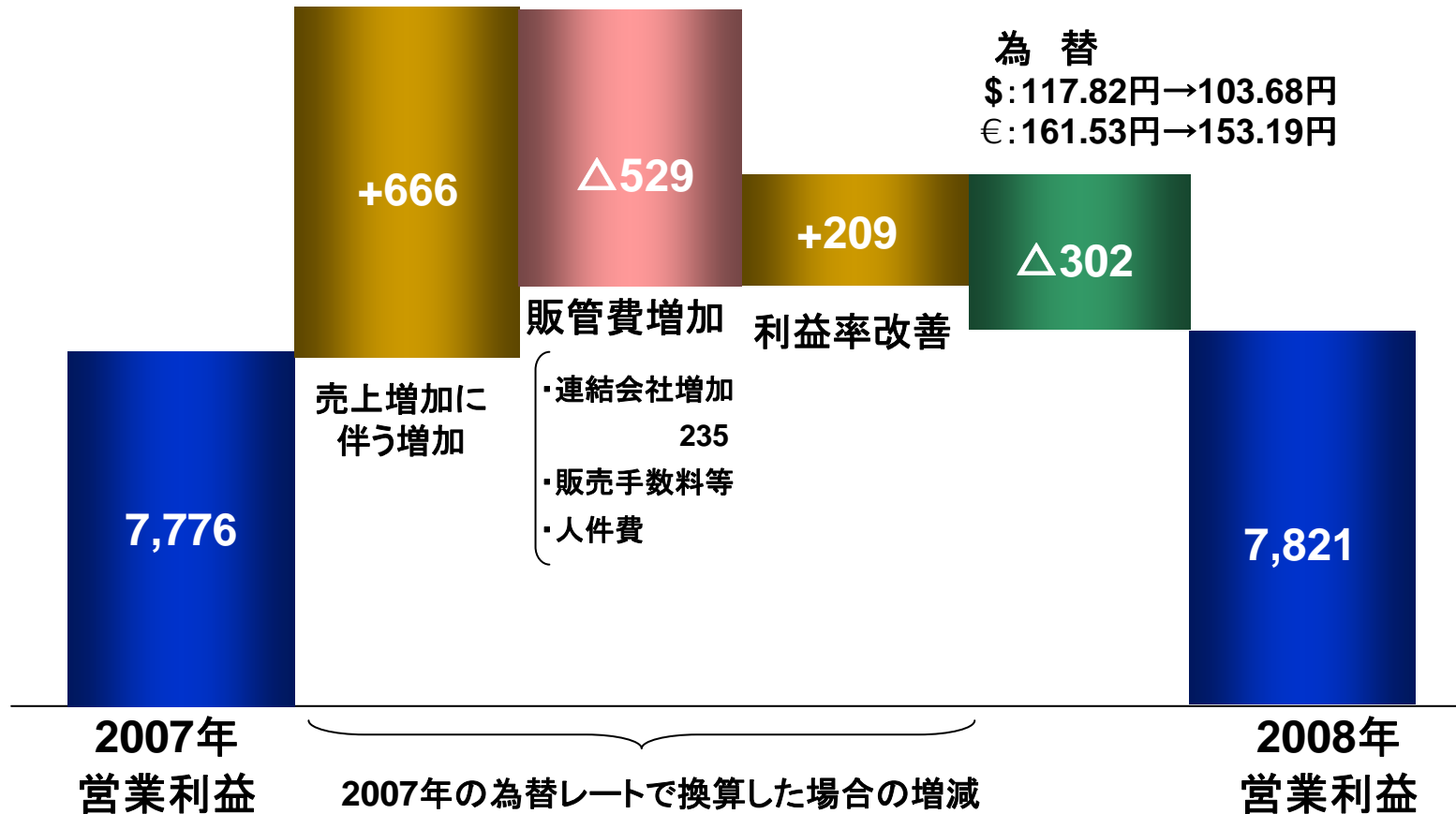
地域別連結売上高の増減要因

単位:百万円



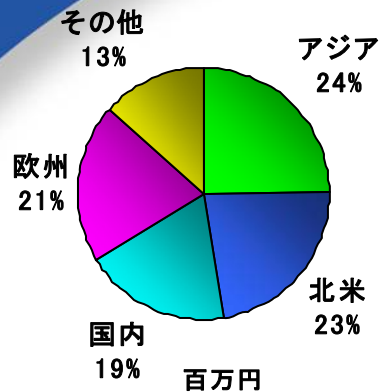
営業利益の増減要因

単位:百万円

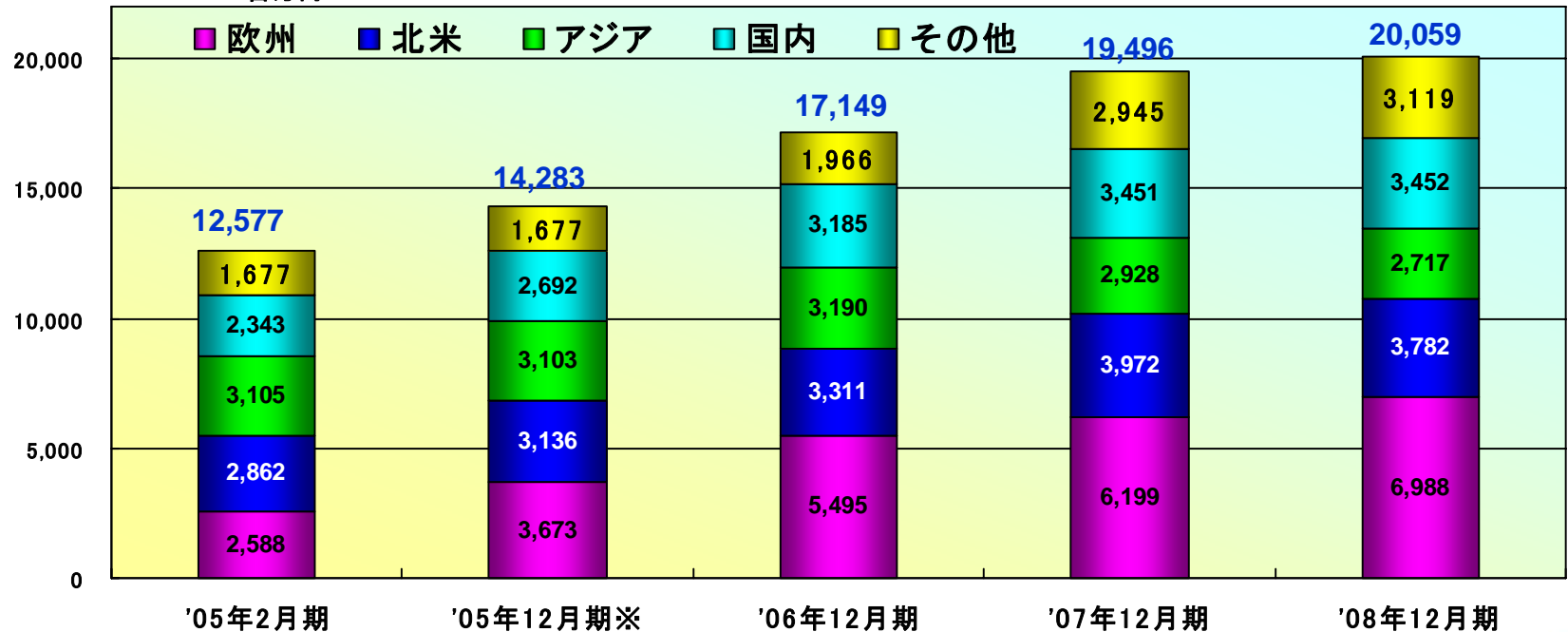
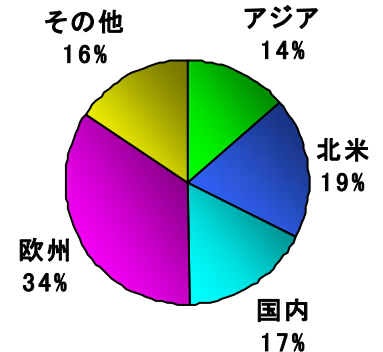


地域別連結売上高推移（歯科用）

'05年2月期

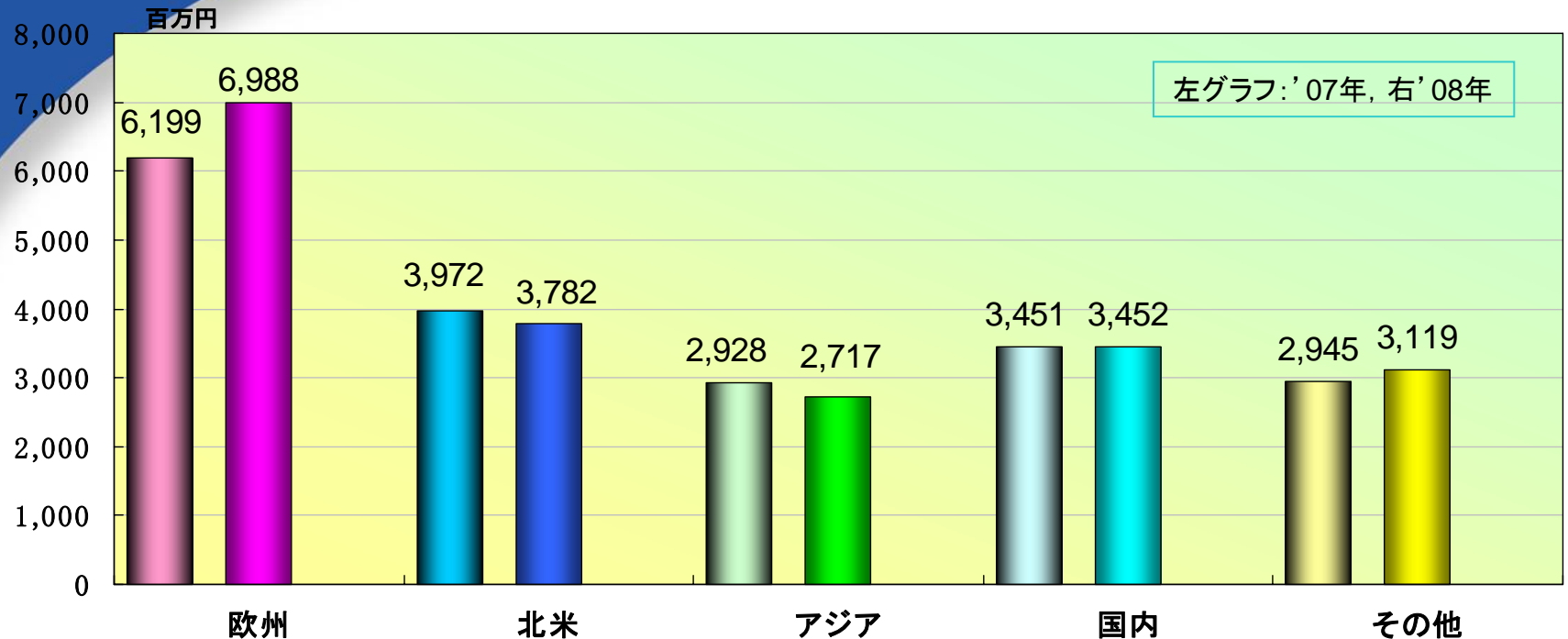


'08年12月期



※'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。

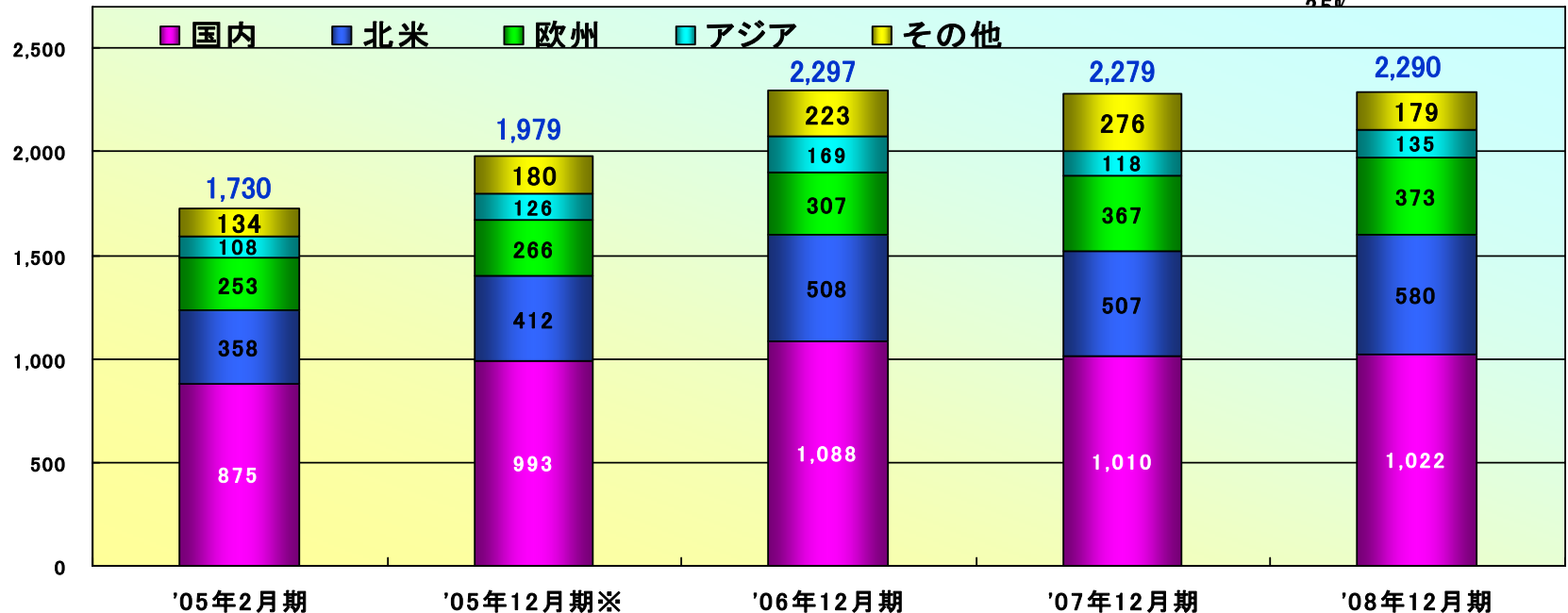
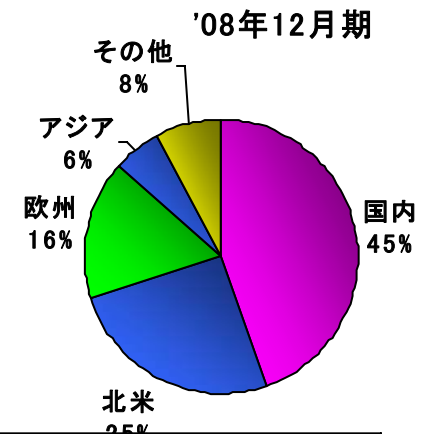
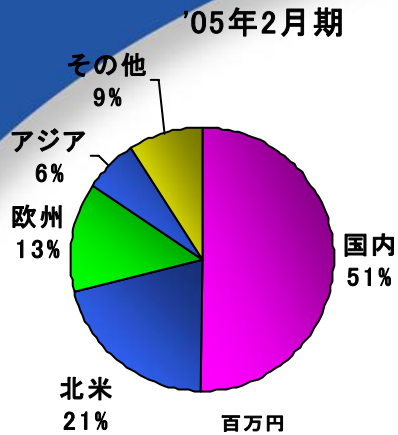
地域別連結売上高(歯科用)



☆歯科製品の売上高は、対前年同期比562百万円(3%)増の20,059百万円

- ▶ **欧州市場**(前年同期比13%増)－イギリス、スペイン現法が増収に寄与。チタン製品、根管治療製品(OEM)好調。
- ▶ **北米市場**(同5%減)－自社ブランド大幅減、OEMは新製品投入があり小幅減、カナダ堅調
- ▶ **アジア市場**(同7%減)－中国商流変更の影響減、韓国はウォン安進行で需要減
- ▶ **国内市場**(前年並み)－代理店販売回復(チタンコントラ)、OEM、口腔外科製品減少
- ▶ **その他の市場**(同6%増)－南米前年並み、中近東・ロシア二桁増加

地域別連結売上高推移（工業用）



※'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、対前年同期 11百万円(1%)増の2,290百万円と増加

- ▶国内市場(前年同期比1%増)－設備投資抑制により後半失速
- ▶北米市場(同14%増)－子会社・ドル建30%増(セールスREPが機能)、医療機器メーカー向増加
- ▶欧州市場(同2%増)－グラインダー、スピンドルとも微増
- ▶アジア市場(同15%増)－台湾向け増加

2009年12月期業績予想

次期連結決算概要 (P/L)

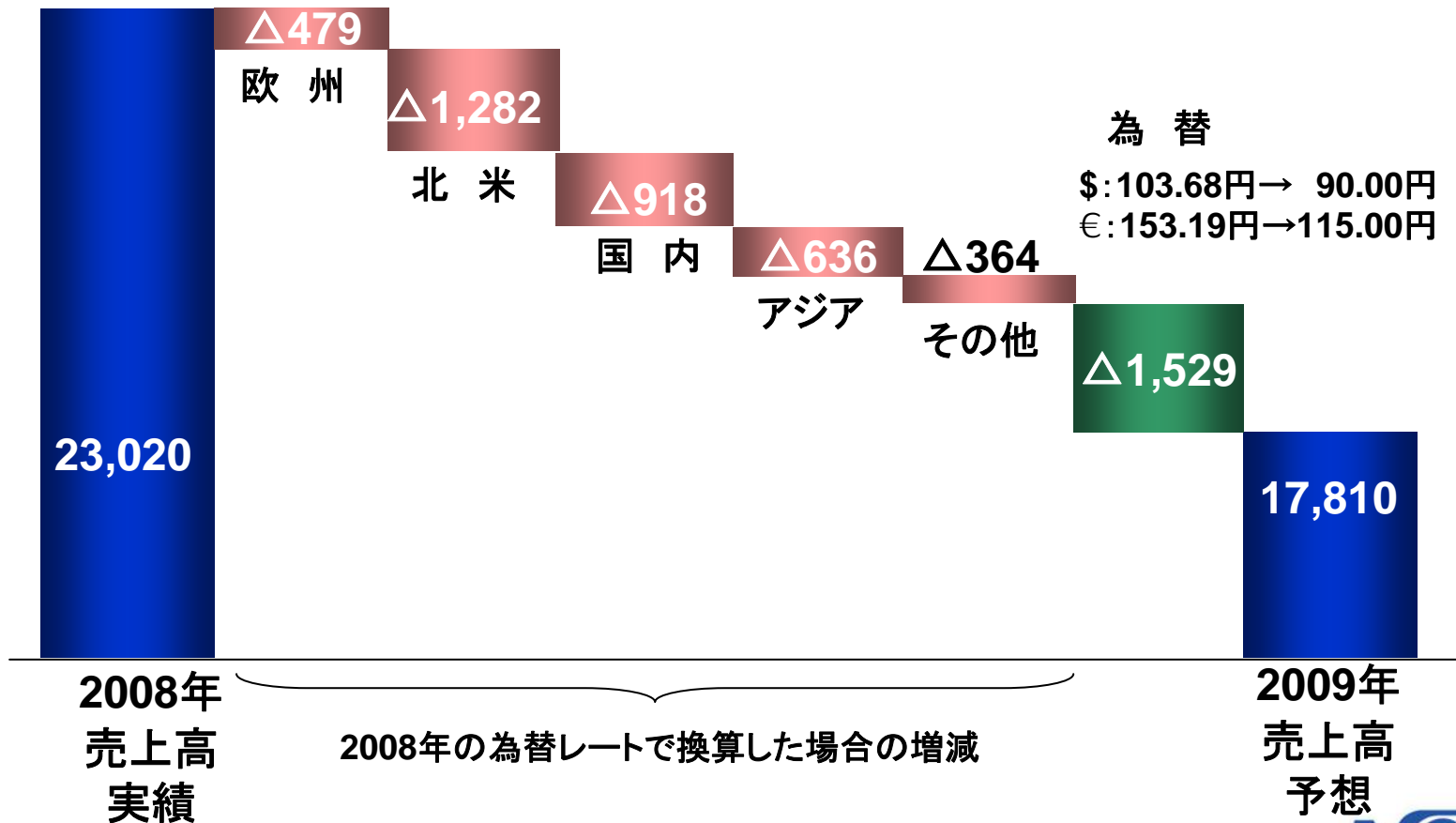
単位:百万円

	次期予想 '09/12	今期実績 '08/12	前期比	増減要因
売上高	17,810 100%	23,020 100%	△23%	歯科:△4,087(△20%) ※連結会社増加269 工業:△1,071(△47%), その他:△51(△8%)
売上総利益	10,610 60%	14,336 62%	△26% Opt	原価率上昇:為替の影響(値引、換算で売上目減り)
営業利益	4,020 23%	7,821 34%	△49% Opt	販管費+75 連結範囲増加(2社:210) 広告費△115(展示会費用)
経常利益	4,120 23%	6,497 28%	△37% Opt	連結対象増加:41
当期純利益	2,740 15%	3,885 17%	△30% Opt	養老保険満期返戻金280, 固定資産除却損30
EPS (円)	439.19	576.89		
設備投資	800	835		NSKヨーロッパ中央倉庫隣接地200 新製品金型等、他維持更新
減価償却費	660	644		

'09/12想定レート1USD=90円、1EURO=115円 (参考)'08/12平均レート 1USD=103.68円、1EURO=153.19円

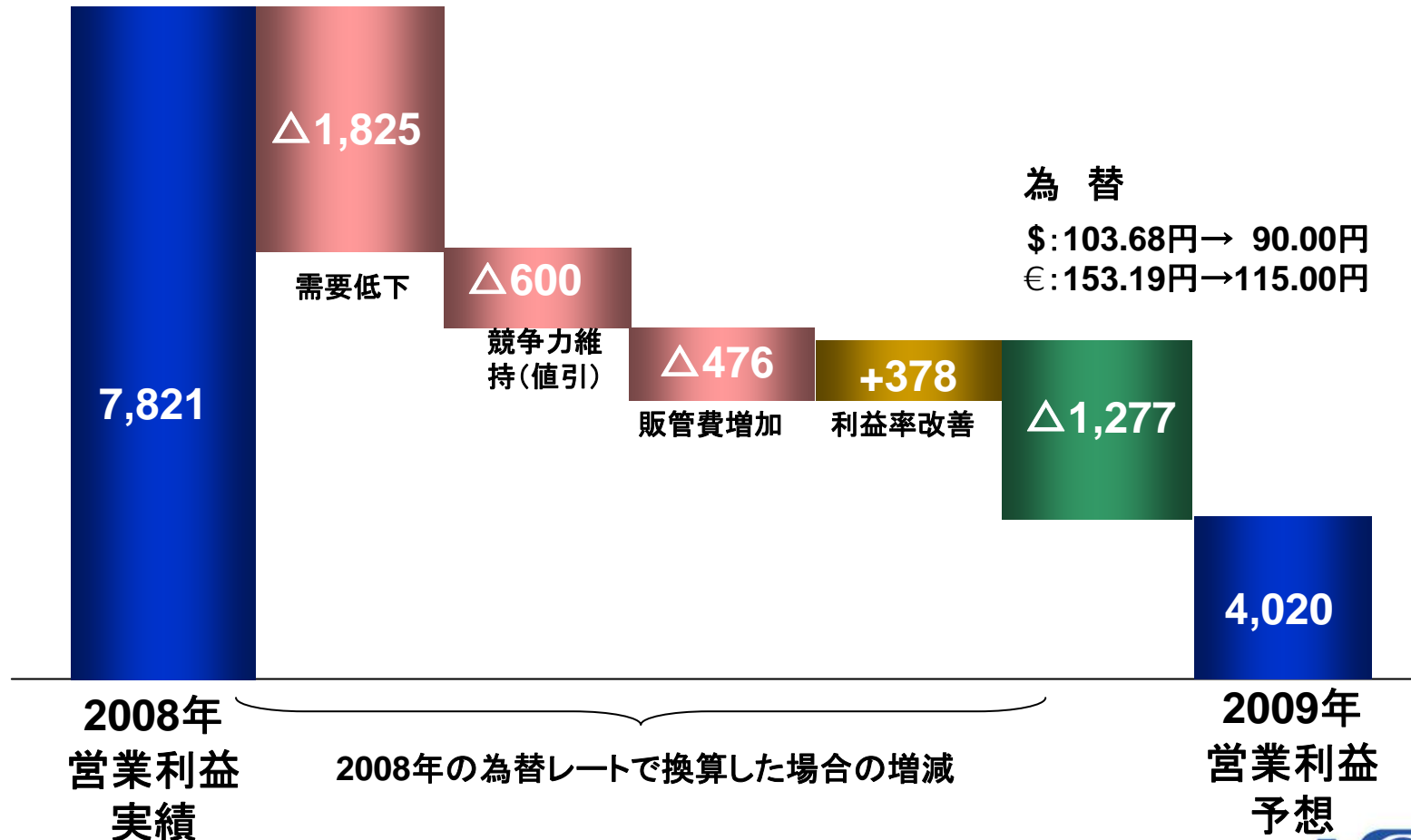
地域別連結売上高の増減要因

単位:百万円

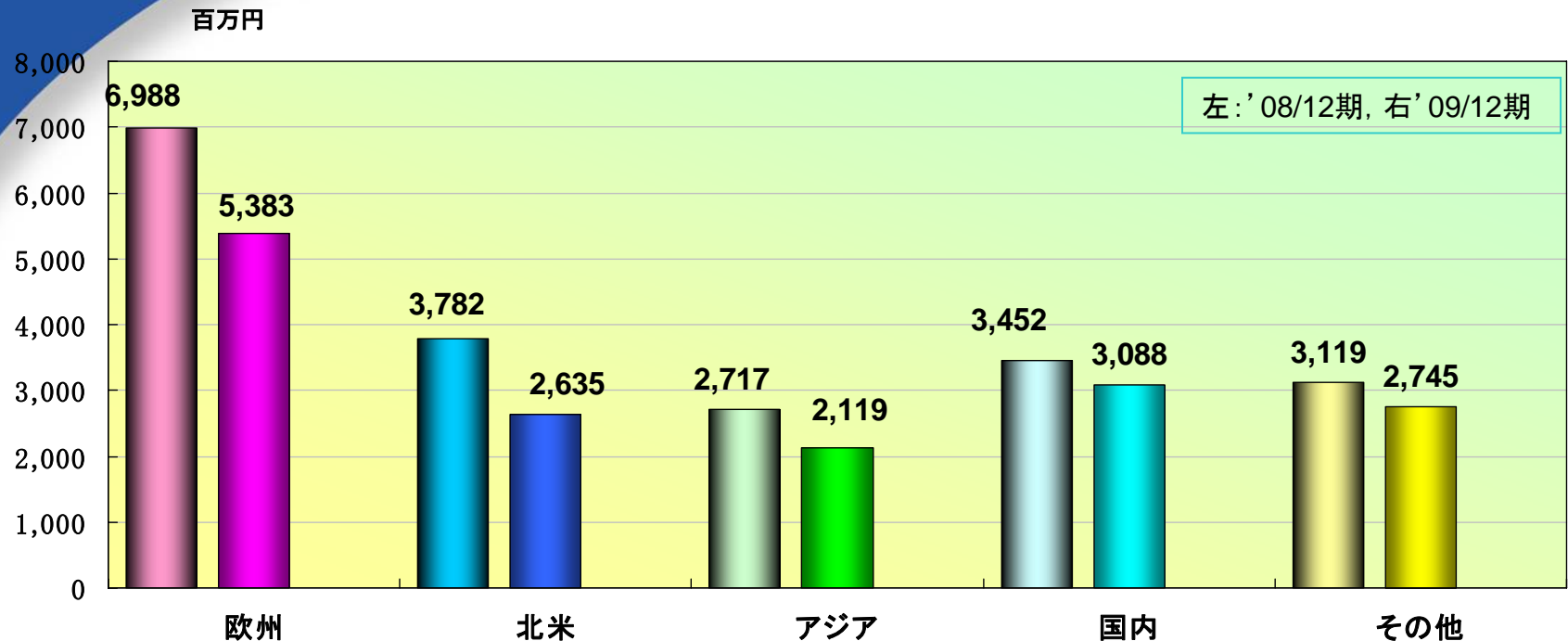


営業利益の変動要因

単位:百万円



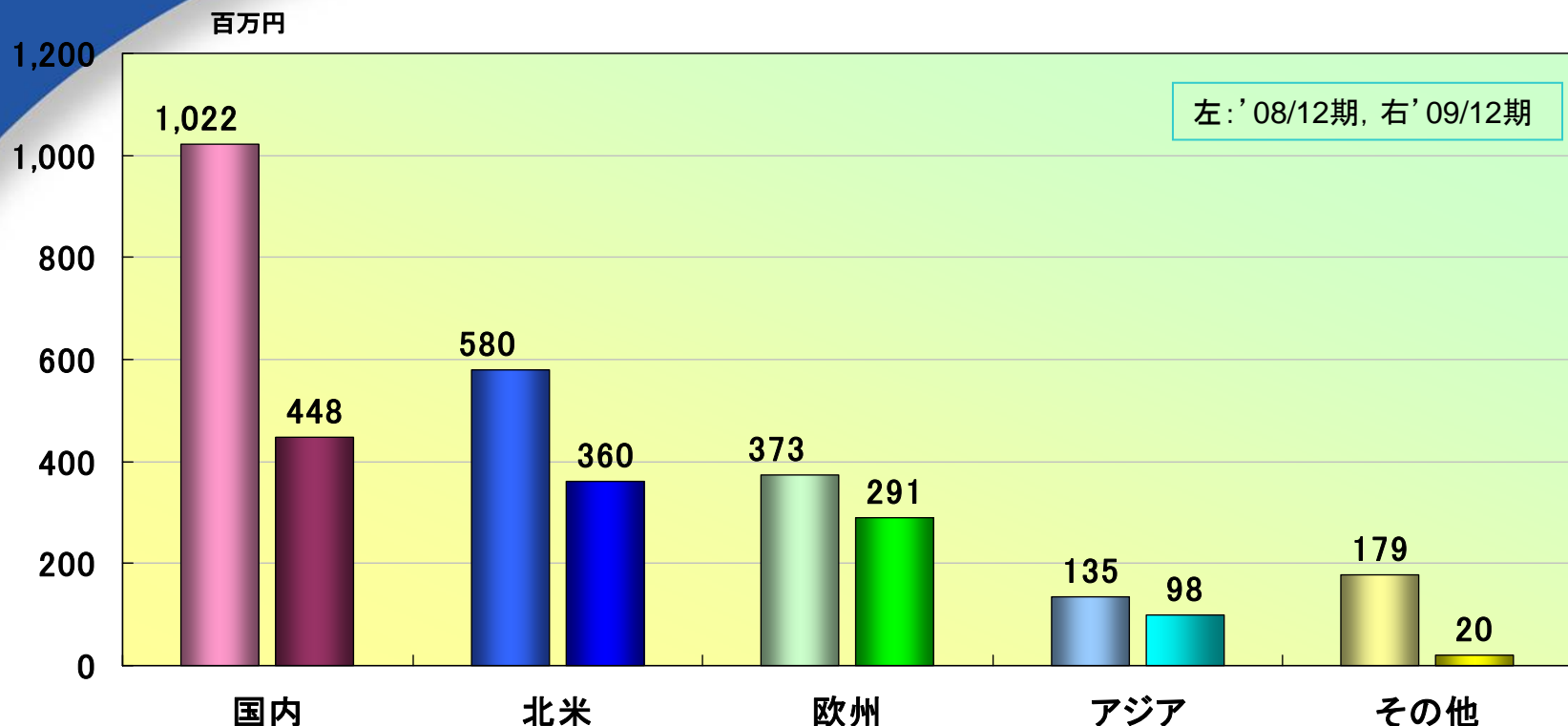
地域別連結売上高予想（歯科用）



☆歯科製品の売上高予想は、対前期比4,087百万円(20%)減の15,971百万円

- 欧州市場(前期比23%減)－新製品投入で現地売りは堅調を予想するも円高で大幅な目減り。
- 北米市場(同30%減)－自社ブランドは比較的堅調、OEM低調、円高による値下げ圧力懸念。
- アジア市場(同22%減)－韓国不況・ウォン安で大幅減。東南アジア拠点設立
- 国内市場(同10%減)－チタン製品に販売傾注、口腔外科製品は減速
- その他の市場(同12%減)－原油価格下落で中近東減少

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1,071百万円(47%)減の1,218百万円

- 国内市場(前年比大幅減)－新製品上市予定するも市況悪化
- 北米市場(")－医療業界向けスピンドルが好調。
- 欧州市場(")－拡販体制構築予定

市場の状況と今後の施策

代表取締役社長
中西英一

2009年度方針

今期は、原点「堅牢・優美にして廉価なものづくり」に回帰の年

開発力、コスト競争力強化、および販売力とアフターサービスを引き続き強化

*** 短期的な観点からは、**

■ 利益を確保する、損益分岐点を下げる

⇒ 付加価値の高いハンドピースの迅速な上市、拡販

⇒ 主力ハンドピース中心に、内製化率のさらなる向上・製造原価の削減

⇒ 販促・広告費の費用対効果向上、固定費の抑制

■ 資産効率を上げる

⇒ 棚卸資産回転率の管理強化

*** 中長期的な観点からは、**

■ 将来への投資を行う

⇒ 開発ロードマップの見直し、それに基づく中長期の開発

⇒ 社内大学の開講(山形大学工学部・宇都宮大学工学部との連携)

⇒ ナレッジマネジメント本格化、若手への技能継承期間を短縮

⇒ 欧州拠点の拡大に備えた用地取得

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

不況に対応した全世界 拠点での活動強化

- 現地に根ざした深堀り営業
- アフターサービスのさらなる強化
- 高粗利率のハンドピース拡販
- 市場動向フィードバック
- テリバリ体制強化

販売体制の強化

- 欧州・アジアの販売および
サービス体制見直し
(とくに欧州強化)

販売体制の強化

- 国内
 - 深堀り営業
- 海外
 - 欧州、中国担当設置

製品 & 価格戦略

新製品開発・拡販

- 世界NO.1製品の上市
- プレミアム、ミドルレンジ、コスト
パフォーマンスモデル、と
あらゆる顧客層に対応
可能なハンドピース製品群
の再編

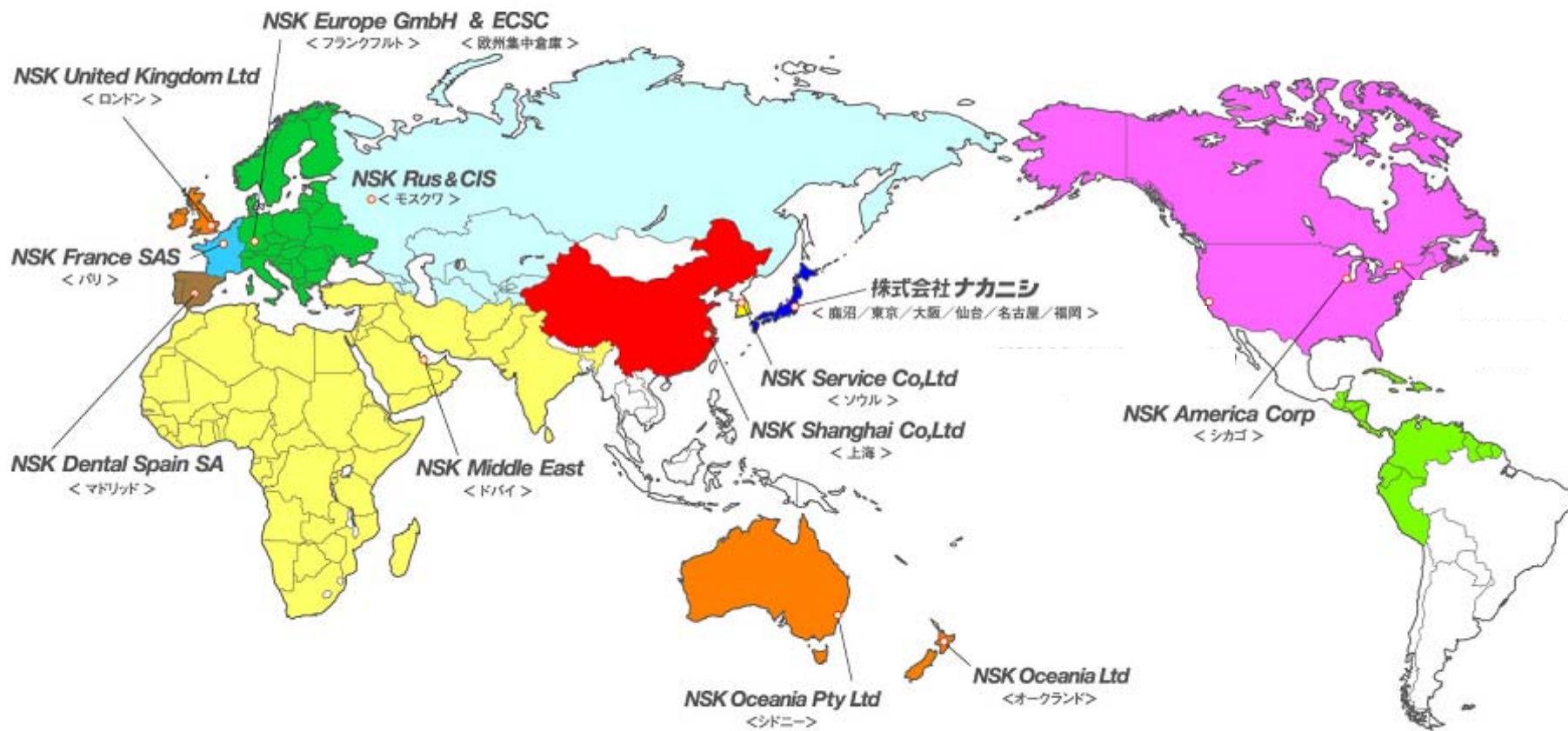
新製品開発

- メーカー向けアプリケーション
強化
 - 米国では医療業界
 - 欧州では精密機器
業界














新製品開発

- 競合他社に対抗できる
新製品開発
- 消耗品ビジネス体制確立

NSK Global Network



エリア別現地売り動向 (現時点での見通し)

歯科	欧州	 現地売りは横ばい	北米	 電気モータは好調
	ロシア/CIS	 原油高騰特需の消滅	中南米	
	中東/アフリカ	 原油高騰特需の消滅	オセアニア	
	アジア	 韓国が厳しい	国内	 主力コントラは好調
機工	国内	 激減	欧州	
	北米	 第1Qまでは横ばい		
メディカル	国内		海外	

北米

• ハンドピース拡販を狙う

– ブラズラーUSA社(米国販売委託先)

- 電気モータ&チタンコントラが好調(第三者機関でNO. 1の評価)
- 大学の大型入札案件の獲得
- 強力なインセンティブの供与で、NSK製品販売により一層注力

– OEMビジネス

- 新規案件スタート、売上増に寄与
- 既存のインプラント関連OEMの激減

– カナダ市場

- NSKアメリカからのオペレーションが軌道に乗る
- 売上は前年比維持

欧州

- **現地法人中心に深掘り営業強化で前年売上（現地売り）維持を目指す**
 - 1月度の現地売りはまずまず
- **チタンコントラ好調**
- **新製品の投入による販売増を狙う（3月のIDSで発表）**
- **NSK Euro Holdings**
 - 欧州集中倉庫が本格稼働、流通在庫を管理
 - 全欧州の統一したマーケティング実施
 - OEMビジネスの強化
- **NSKヨーロッパ/欧州集中倉庫の隣接地購入**
 - 中長期的な拡大を見込む

国内

- **ハンドピース販売に注力**
 - 主力コントラが好調
 - 国内他社仕様カップリングの新タービン発売開始
- **OEMの減速**
 - インプラント関連OEMの大幅減
 - ユニットメーカー向けOEMも減少
- **獣医関係堅調**

中国

- **販売網の強化**
 - メーカー主導でエンドユーザーとのつながりをつくる
 - 有名病院、大学、ドクターとの関係強化
 - TOP5の歯科大学への奨学金の提供
 - 関連医療機器販売とのタイアップによる高級品販売
 - 販売代理店との連携強化
 - 新規代理店の追加により市場カバレッジを広げる
- **アフターサービスの強化（ひいてはコピー品対策）**
 - 模倣品メーカーとの差別化
 - サービスレベル認定制度の導入

* 市場環境

医療関連予算は年17%増加、公立病院は景気の影響を受けにくい
中国の現地メーカーの競争力が向上、脅威になりつつある

韓国

- **ウォン安、景況悪化が直撃**
 - 売上大幅減を見込む
 - 買い控えに対応してアフターサービス強化
 - NSK Service Co. による既存顧客の囲い込み

東南アジア

- 販売網見直し、販売力強化
- シンガポールに販売拠点（NSK Asia）設立

中近東

- 原油価格下落による需要減

中南米

- 新興国向け戦略的新製品投入による販売増を狙う

オセアニア

- 現地売りは昨年並みを維持

工業市場の状況

- **国内**
 - 工作機械業界の市況悪化を受け、大幅な受注減
 - 精密部品加工（特にメディカルパーツ関連）に特化したショートタイプのスピンドルの開発・上市
 - 既存設備の効率UPにつながる当社既存スピンドルの拡販
- **北米**
 - 医療向けビジネスは好調、全般的には受注減の傾向
 - 好調な市場にフォーカスした営業の展開
- **欧州；販売網の強化**
 - スイス、ドイツ市場（精密・医療部品の有望な地域）向け製品の拡販体制の構築
 - 欧州現地法人を活用したアフターサービス体制の構築

メディカル市場の状況

- **国内**
 - 景気の影響は受けない見込み
 - 深掘り営業を推進する
 - 競合に対抗できる新製品開発に注力
 - 消耗品ビジネス販売体制確立（滅菌バー）
- **海外**
 - 販売力強化
 - 欧州担当； NSKヨーロッパに1名
 - 中東/南アジア担当； NSK Middle East に1名
 - 中国担当； 東京に1名

歯科用新製品

タービン『S-Maxシリーズ』



ミドルレンジモデル。

新興国、東欧、中近東向け。

国内では他社向けカップリング仕様をラインナップ。

『LEDカップリング』

従来のハロゲンランプから
LEDに切り替えることで
自然に近い白色光を提供。



歯科新製品

超音波スケーラー『バリオス970』



世界NO.1スペックの超音波ス
ケーラー
ハンドピースの大幅改良、
パワーUP
エルゴノミック性追求、
LED採用により使い易さ向上

工業用新製品

『電動式スピンドル E4000』



Φ40mmの高トルクタイプ

工業用新製品

『CNC自動旋盤搭載用 ショートスピンドル BMS-2260A』



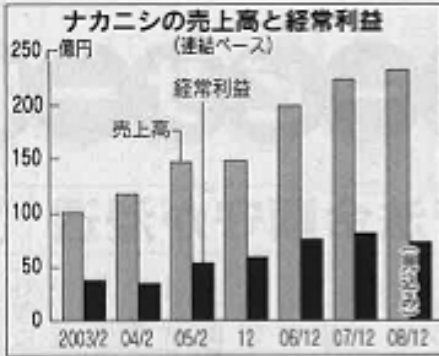
小型化のニーズに応えたショートタイプ
(全長わずか約10cm！)

社内大学

山形大学工学部監修 宇都宮大工学部の協力を得て推進 “生産ラインとグローバル市場の両方を 俯瞰できる人材の育成”

幹部候補育成へ社内大学

医療器具製造のナカニシは来年一月、将来の幹部候補の育成に向け社内大学を開校する。経営陣主導で社内人材の育成に乗り出す初の試みで、人材の充実に努めることで、中長期の成長基盤を確立する狙いがある。実際に社内ですこした失敗事例や今後の課題を教材に使い、実践形式で学ぶのが特徴だ。



ナカニシが1月発足



開発部門の社員10人を選抜し、将来の幹部候補育成を目指す(23日、ナカニシ本社内)

来月、「ナカニシ社内大学」を発足する。学長は中西英一社長が務める。全体のプログラムに関しては山形大でのづくり技術経営学を専攻する野長瀬裕二教授が監修。二十三日に事前説明

経営陣主導で実践形式

ナカニシは歯科用や外科用医療機器を得意とし、開発から製造、販売まで一貫して手がけている。世界百三十万回に製品を輸出し、二〇〇七年十二月期の連結売上高は二百二十三億円と、三年前と比べて倍増した。ただ、急成長を遂げる中で、「社内の人材不足している」(中西社長)のが実情。これまで中途採用などで補ってきた人材の育成に中長期の視点で本格的に取り組むことにした。

一期生として同社の技術開発部門に所属する三十一、四十代の社員十人を選抜。毎月一回、土曜日を丸一日使って学習する。費用についてはすべて会社側が負担。事業計画の立案や医療分野の関連法規の知識を習得する

ほか、社内で実際に起こった失敗事例を基に「どうすれば改善できるかを実践形式で学ぶ」(野長瀬教授)。期間は三年。同社では、社員の習得状況などを見ながら、対象を営業や製造部門などにも広げる考えだ。

野長瀬教授は企業の人材育成方法について「大企業では人事コンサルテ

ィング会社に外注するケースが大半。中小企業ではそもそも育成のメニューがないところが多い。ナカニシの取り組みは全国的に見ても珍しい取り組みだ」と指摘する。社内での個人の能力向上に向けた機会を提供し、社員もやる気を引き出す思惑もある。

景気の悪化が全業種に

及ぶ中で、ナカニシも今期は五期ぶりに減益に落ち込む見込み。ただ、「不況だからこそ、あえて人材育成という基盤づくりに取り組み」(中西社長)と中長期の戦略の一環であることを強調する。「生産ラインとグローバルな世界状況を俯瞰(ふかん)できる人材を育てる」(同)ことを目指す。

