

2010年12月期(第59期) 決算説明会

2011年2月16日
株式会社 ナカニシ

目 次

1. 2010年12月期 連結決算の概要	P 3～P10
2. 2011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	P17～
1) 環境認識	P18～P19
2) 事業の方向性	P20～P24
3) 市場戦略・製品戦略	P25～P42
4) 参考資料	P43～P44

連結決算概要(B/S)

単位：百万円

	当 期 末 '10/12	前 期 末 '09/12	増 減	増 減 内 容
総 資 産	34,951	33,032	1,918	
(受取手形・売掛金)	3,179	2,917	262	
(棚 卸 資 産)	5,560	5,368	191	原材料45増、仕掛品195増、製品49減、
負 債	3,273	4,191	△917	買掛金79減、未払法人税等319減
(有 利 子 負 債)	123	143	△20	長期借入金14減
利 益 剰 余 金	32,265	28,068	4,196	
	当 期 '10/12	前 期 '09/12	増 減	増 減 内 容
設 備 投 資 額	1,144	642	502	北米新社屋340、太陽光発電設備102
減 価 償 却 費	592	648	△56	金型減少

連結決算概要(P/L)

単位:百万円

	今期実績 '10/12	前期実績 '09/12	前期比	修正計画 '10/12	計画比
売上高	22,213 100%	19,982 100%	111%	22,332 100%	99%
売上総利益	13,420 60%	12,243 61%	110% △1pt	13,519 61%	99% △1pt
営業利益	7,600 34%	6,245 31%	122% 3pt	7,409 33%	103% 1pt
経常利益	7,304 33%	6,858 34%	107% △1pt	7,138 32%	102% 1pt
当期純利益	4,687 21%	4,338 22%	108% △1pt	4,714 21%	99% 0pt
EPS (円)	765.72	697.70		767.91	
為替レート					
米ドル	87.69円	93.51円	5.82円高	88.08円	0.39円安
ユーロ	116.39円	130.36円	13.97円高	115.55円	0.84円安

売上が目減額 △819百万円(前年レート比) 嵩上額34百万円(計画レート比)

事業の種類別連結売上高増減

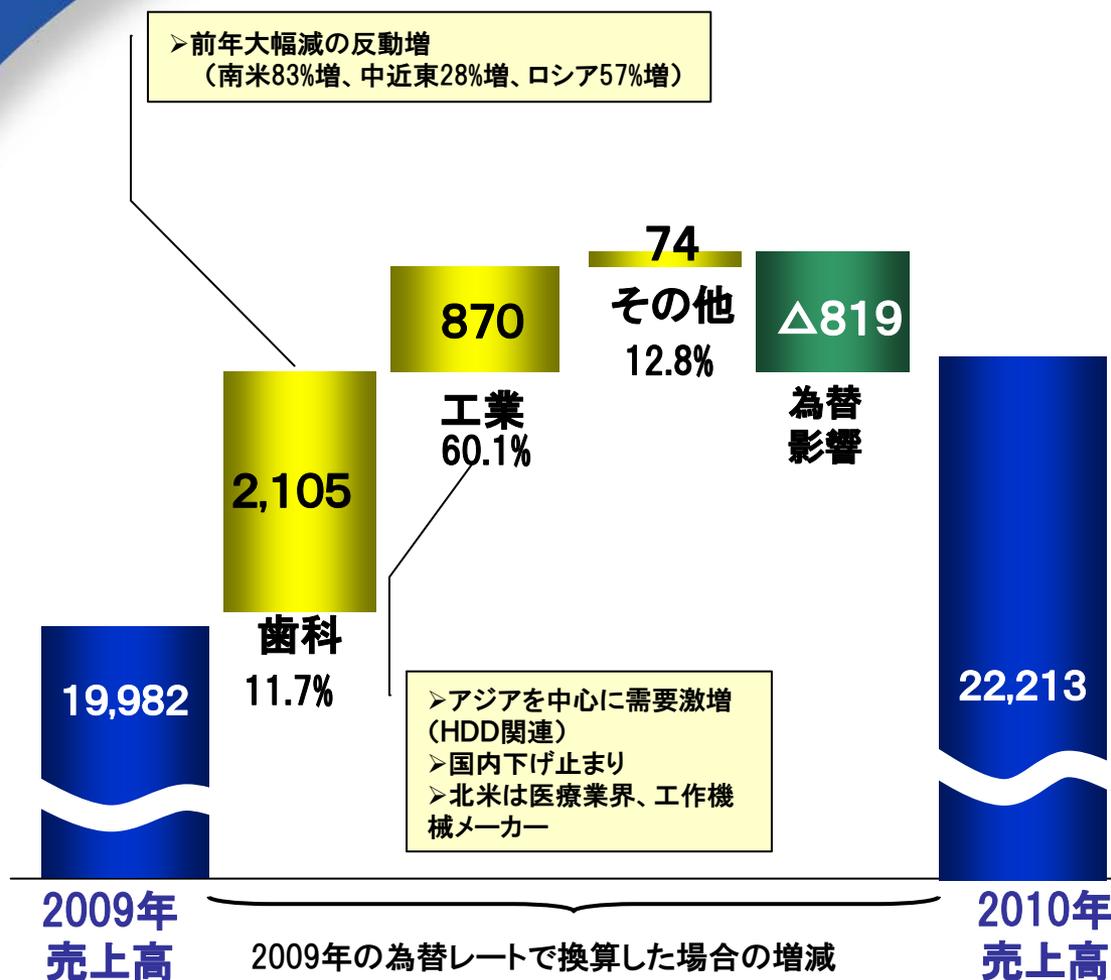
単位:百万円

売上高(為替影響)

	2009年	2010年
歯科	17,953	19,289 +1,336
機工	1,446	2,281 +834
その他	582	642 +59
計	19,982	22,213 +2,230

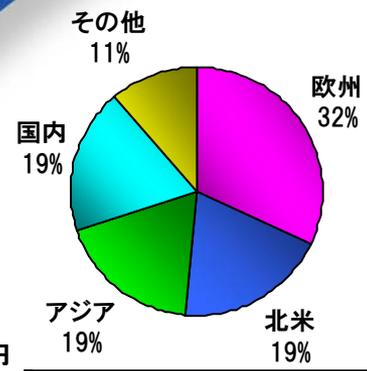
期中平均レート

米ドル	93.51	87.69 △5.82
ユーロ	130.36	116.39 △13.97

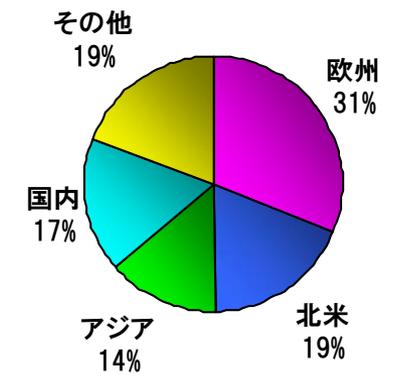


連結売上高推移(歯科用)

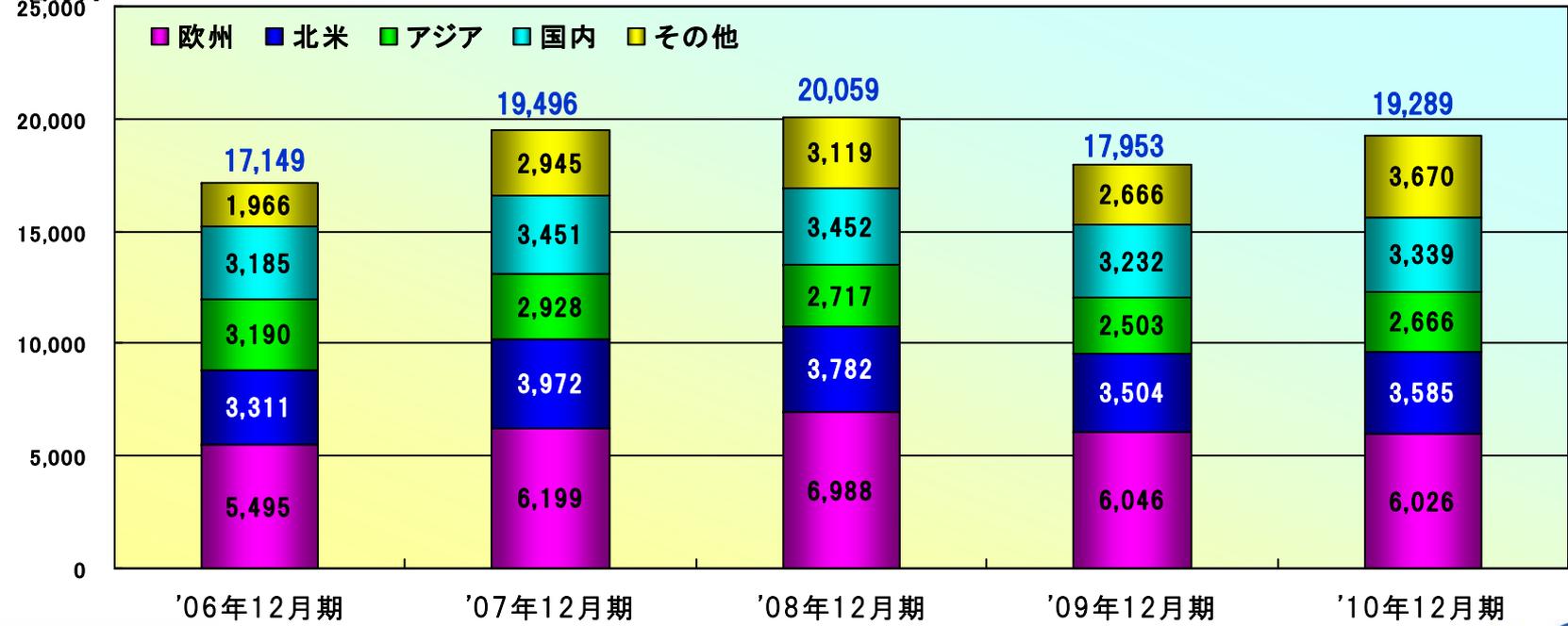
'06年12月期



'10年12月期



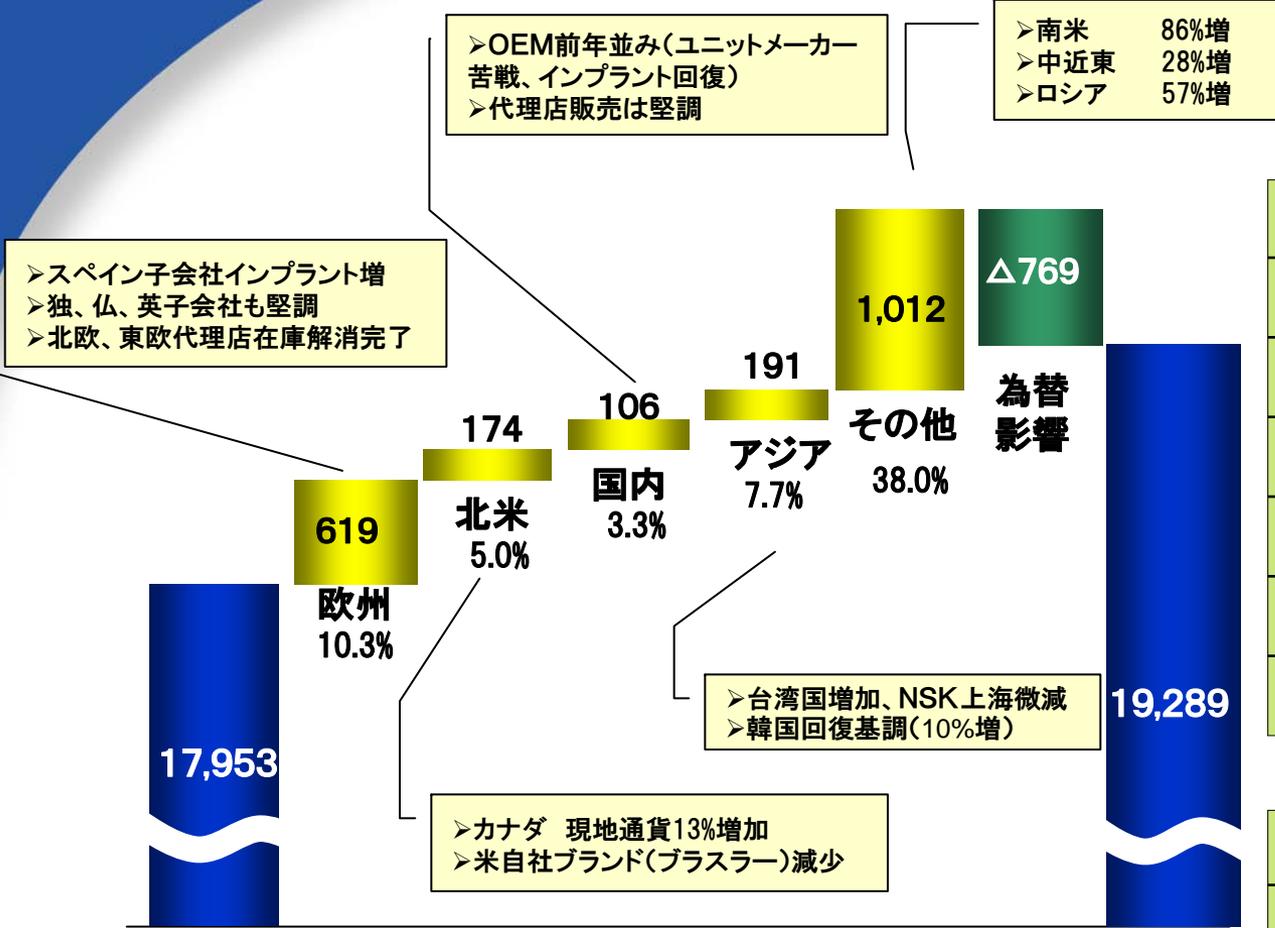
百万円



地域別連結売上高の増減(歯科用)

単位:百万円

売上高(為替影響)



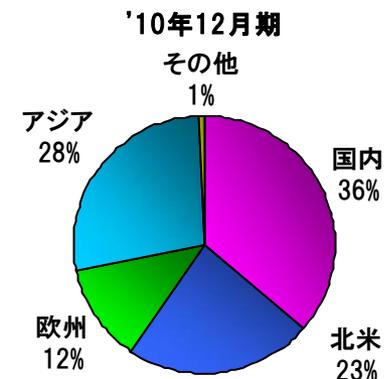
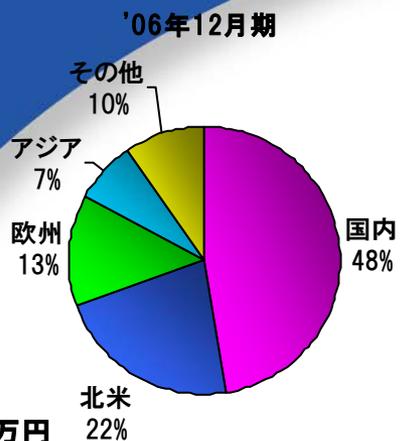
	2009年	2010年
欧州	6,046	6,026 $\Delta 20$
北米	3,504	3,585 +81
国内	3,232	3,339 +106
アジア	2,503	2,666 +163
その他	2,666	3,670 +1,004
計	17,953	19,289 +1,336

期中平均レート

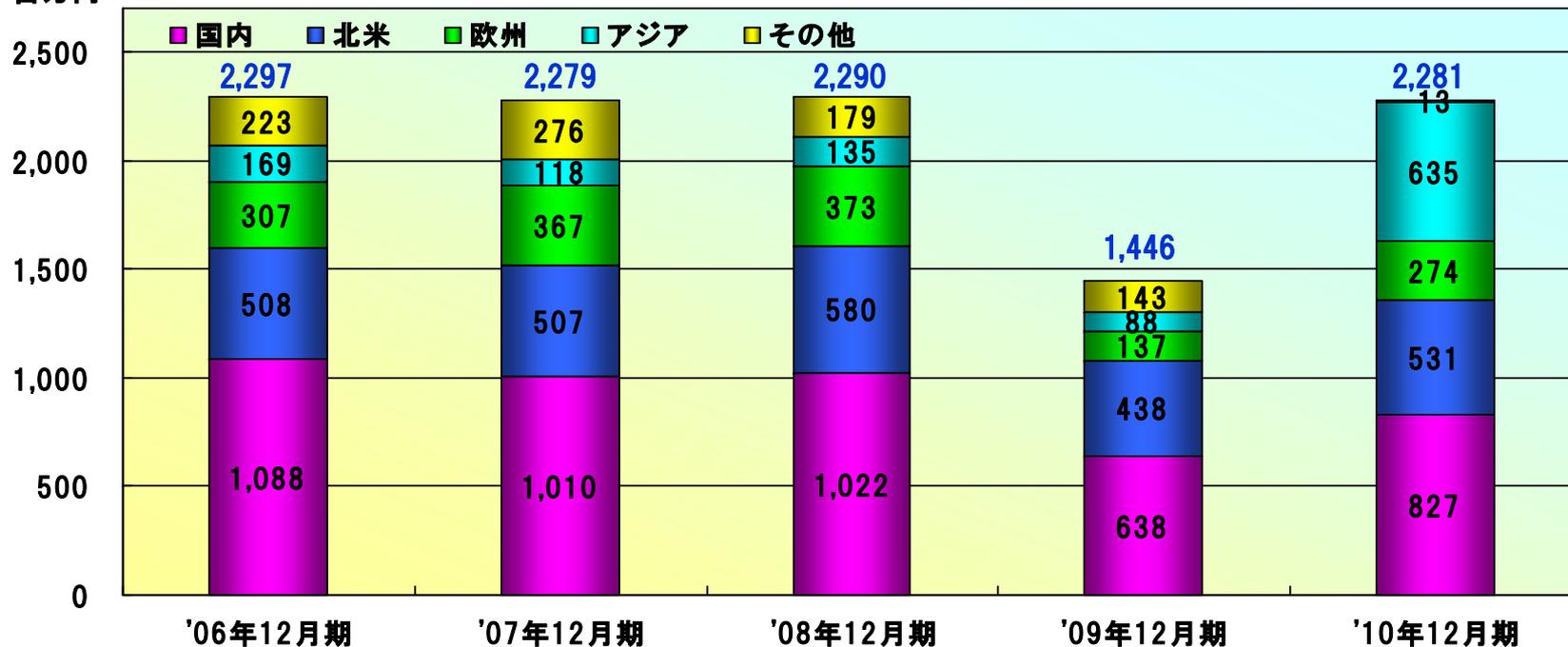
米ドル	93.51	87.69 $\Delta 5.82$
ユーロ	130.36	116.39 $\Delta 13.97$

2009年 歯科売上高 2010年 歯科売上高

連結売上高推移(工業用)



百万円



地域別連結売上高の増減(工業用)

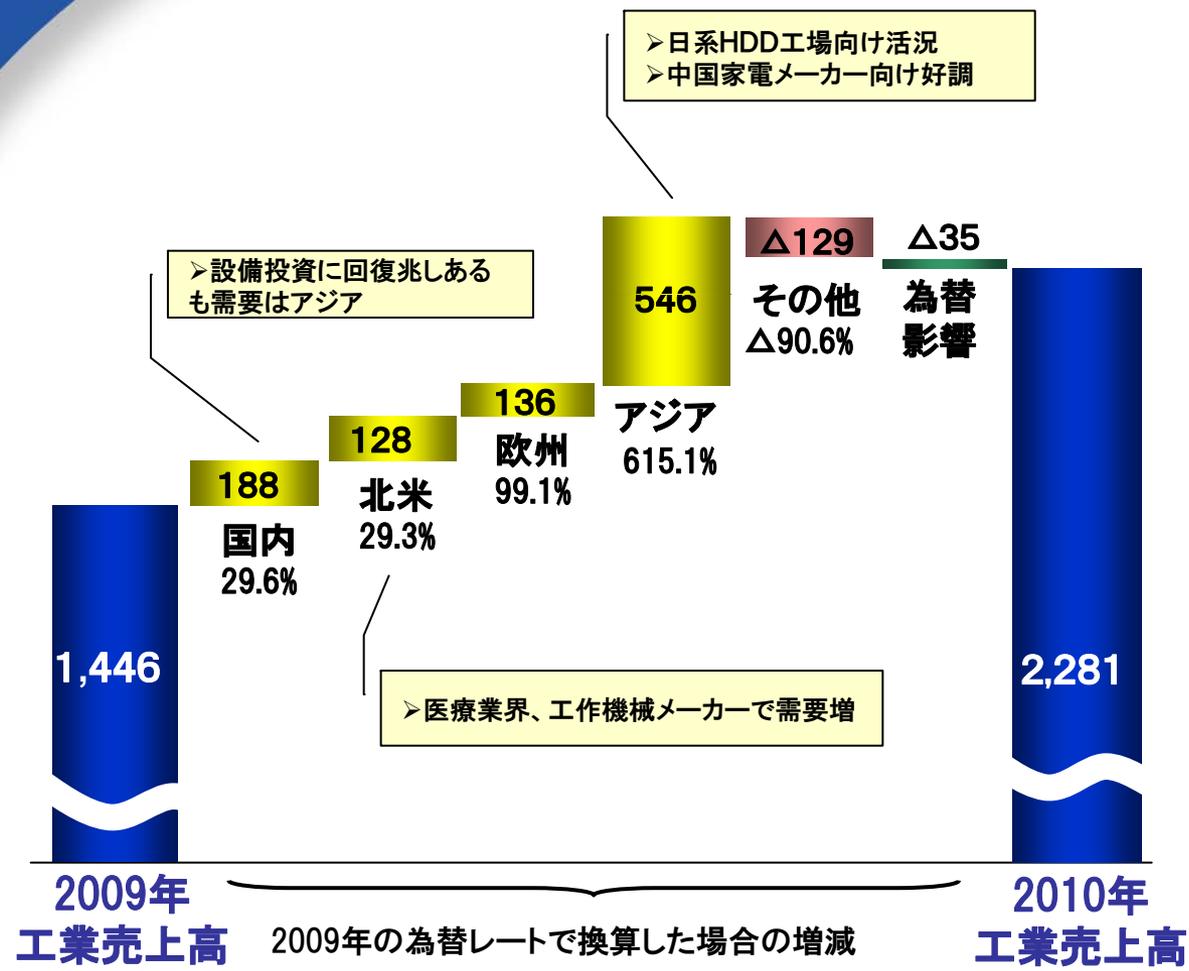
単位:百万円

売上高(為替影響)

	2009年	2010年
国内	638	827 +188
北米	438	531 +93
欧州	137	274 +136
アジア	88	635 +546
その他	143	13 △129
計	1,446	2,281 +834

期中平均レート

米ドル	93.51	87.69 △5.82
ユーロ	130.36	116.39 △13.97



営業利益の増減要因

単位：百万円

売上高
 > 歯科 2,105百万円増
 > 工業 870 〃
 > その他 74 〃

1,925
 需要増加

69
 棚卸評価損
 減少

23
 販管費減少

2
 その他

△665
 為替影響

> ナカニシ本体減少 大幅減少
 ・販売促進費減 試験研究費減
 > 子会社
 ・人件費増、広告・販促費増

\$: 93.51円 → 87.69円
 €: 130.36円 → 116.39円

6,245

7,600

2009年
 営業利益

2010年
 営業利益

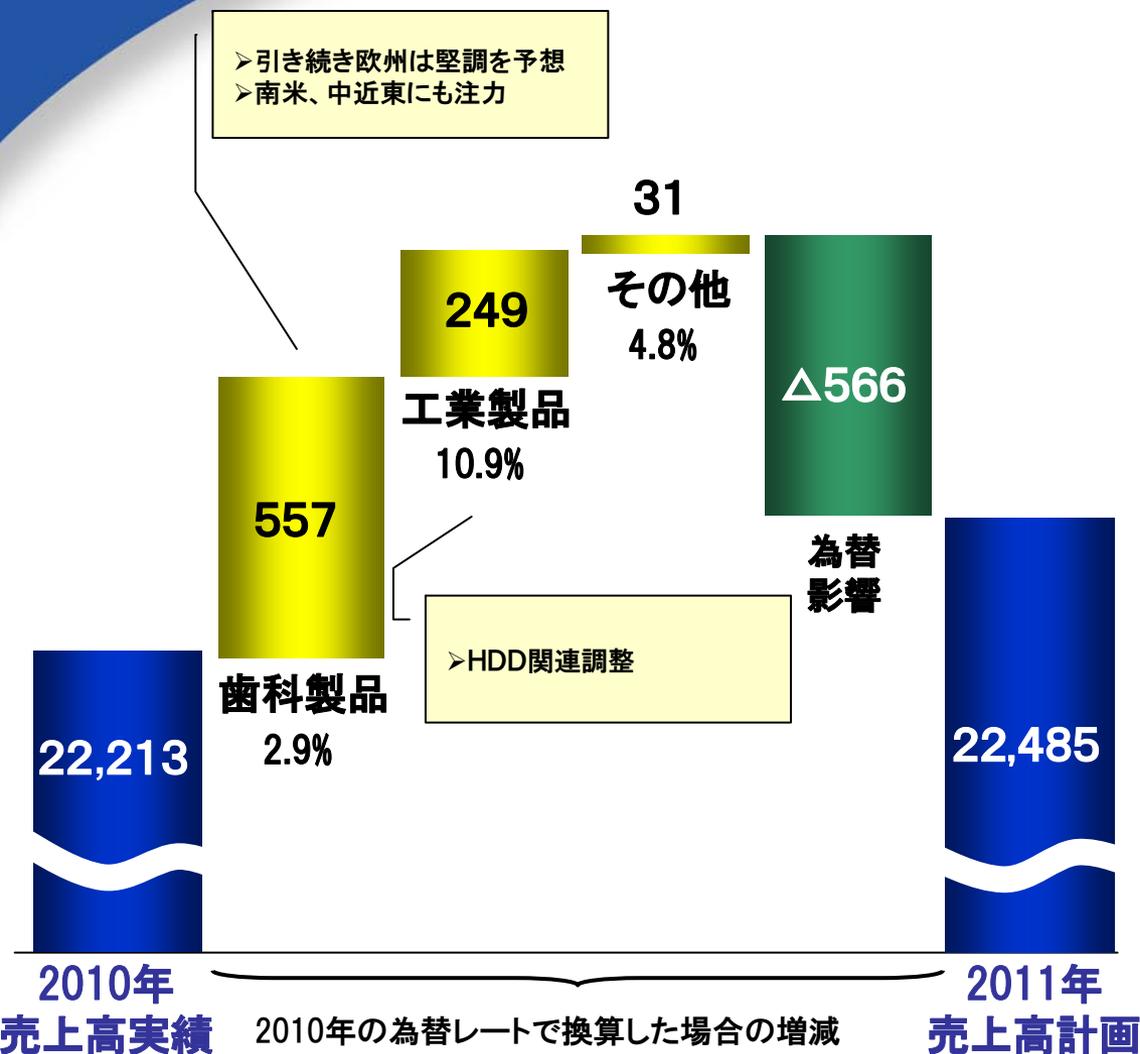
2009年の為替レートで換算した場合の増減

2011年12月期計画

次期連結決算概要(P/L)

単位:百万円

	次期予想 '11/12	今期実績 '10/12	前期比	増減要因
売上高	22,485 100%	22,213 100%	101%	歯科製品:46(0%) 工業製品:205(9%), その他:19(3%)
売上総利益	13,230 59%	13,420 60%	99% △1pt	円高の影響(売上目減り566)
営業利益	6,970 31%	7,600 34%	92% △3pt	販管費440増 - 広告費増(カタログ、展示会)、 人件費増(営業人員、開発陣容増強)
経常利益	7,107 32%	7,304 33%	97% △1pt	今期為替差損469
当期純利益	4,778 21%	4,687 21%	102% - pt	従業員養老保険満期返戻金600
EPS(円)	780.44	765.72		
想定為替レート				
米ドル	80.00円	87.69円	7.69円円高	為替感応度 USD 1円:25百万円
ユーロ	110.00円	116.39円	6.39円円高	為替感応度 EURO 1円:50百万円
設備投資	800	1,144	△344	北米社屋、新製品金型等
減価償却費	630	592	38	



単位: 百万円

売上高(為替影響)

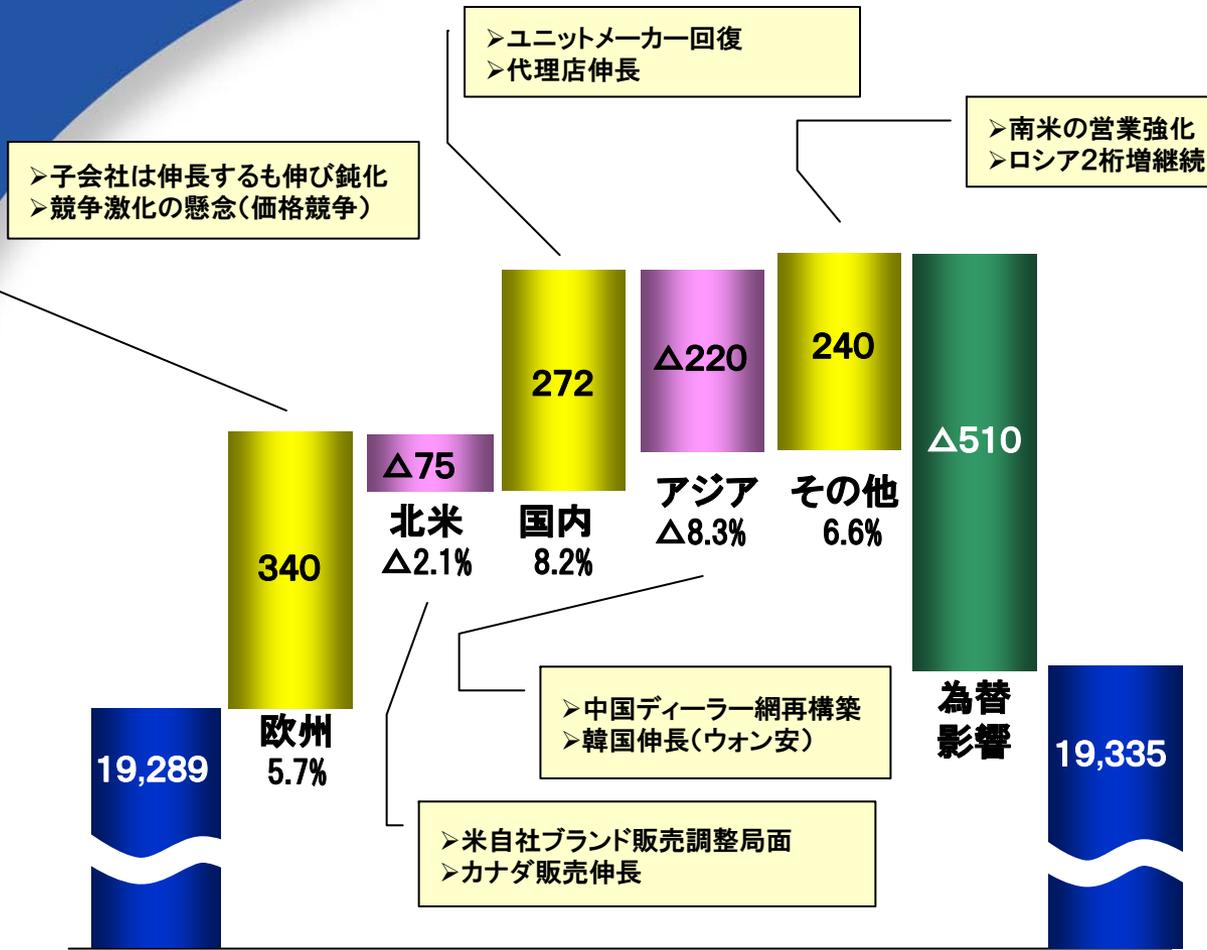
	2010年	2011年
歯科製品業 関連事業	19,289	19,335 +46
工業製品業 関連事業	2,281	2,487 +205
その他業 事	642	662 +19
計	22,213	22,485 +271

期中平均レート

米ドル	87.69	80.00 △7.69
ユーロ	116.39	110.00 △6.39

地域別連結売上高の増減(歯科用)

単位:百万円



売上高(為替影響)

	2010年	2011年
欧州	6,026	6,056 +30
北米	3,585	3,366 Δ218
国内	3,339	3,612 +272
アジア	2,666	2,447 Δ218
その他	3,670	3,852 +181
計	19,289	19,335 +46

期中平均レート

米ドル	87.69	80.00 Δ7.69
ユーロ	116.39	110.00 Δ6.39

2010年
歯科売上高

2011年
歯科売上高

地域別連結売上高の増減(工業用)

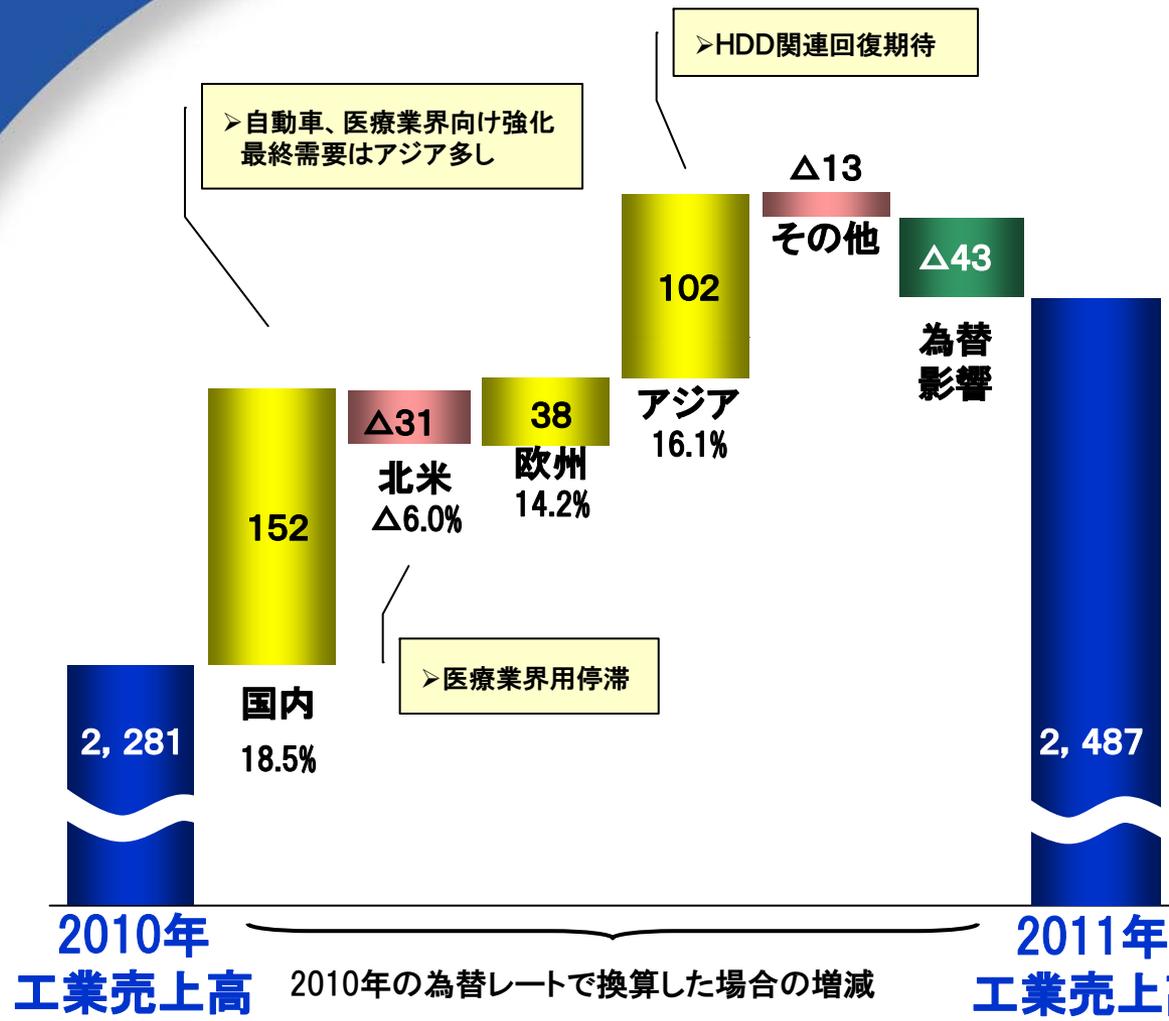
単位:百万円

売上高(為替影響)

	2010年	2011年
国内	827	980 +152
北米	531	456 △75
欧州	274	313 +30
アジア	635	738 +102
その他	13	- △13
計	2,281	2,487 +205

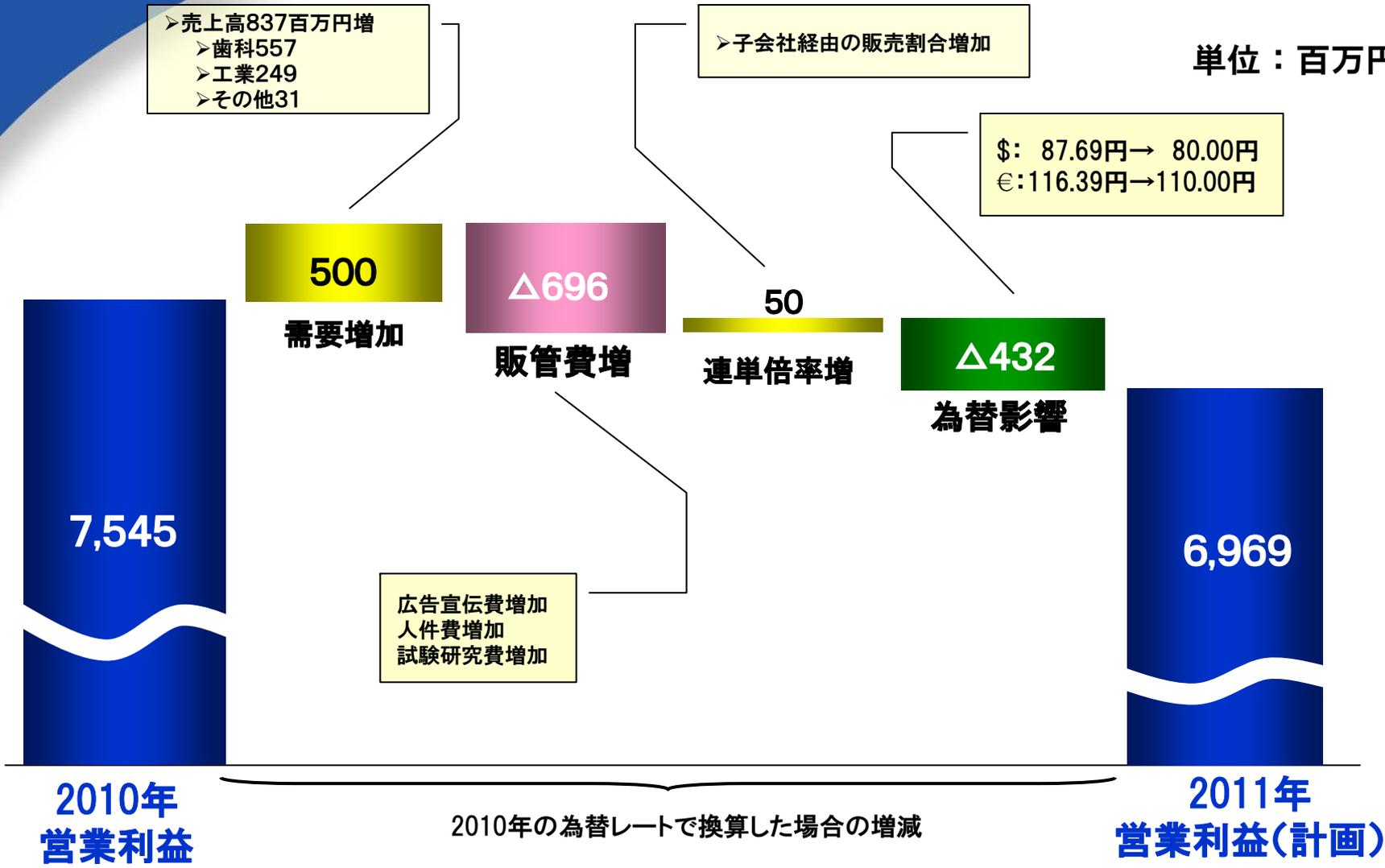
期中平均レート

米ドル	87.69	80.00 △7.69
ユーロ	116.39	110.00 △6.39



営業利益の増減要因

単位：百万円



市場の状況と今後の施策

■業界動向

1. 全世界的経済危機進行による各社値下げ相次ぐ

- (1)Kavo社の価格値下げ継続 ⇒ 普及価格帯への製品シフト開始
- (2)経済危機の影響で世界的に需要減少傾向 ⇒ 製品品質とサービスの重要度が増す

2. ブランドポジショニングの変化

- (1)KaVo社継続的な値下げによりブランド価値に変化
- (2)W&H社は価格変動に追随せず価格安定化路線
- (3)BienAir社、SIRONA社に大きな戦略の変化なし

■NSK

1. 先進国市場:「攻め」の製品訴求とブランディング活動を推進

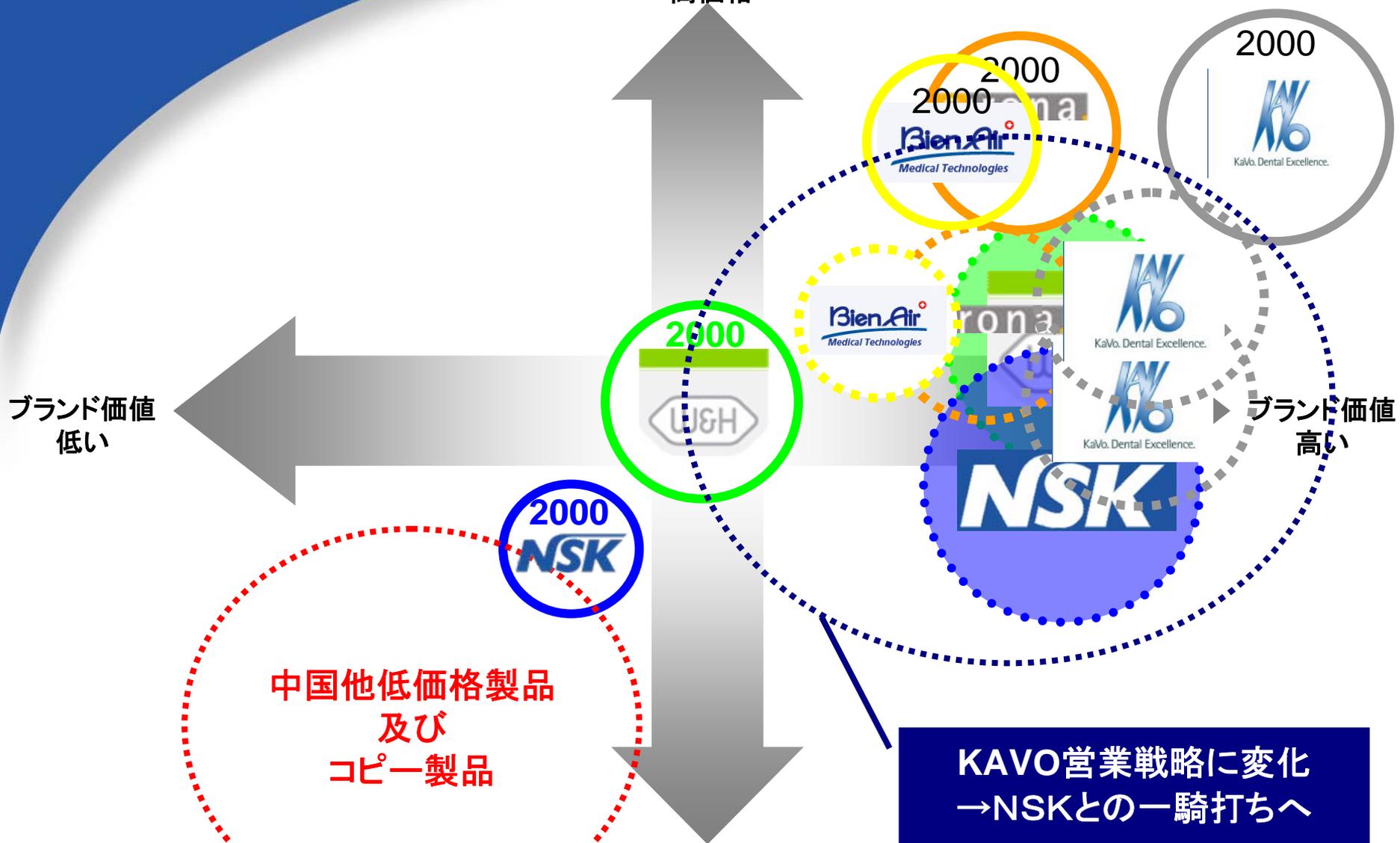
- (1)厳しい経済環境下、欧米現法計画達成、前年伸長
- (2)競合他社との比較にてダントツの新製品開発・上市、ラインナップ強化を計る
- (3)汎欧州統一販促によるブランド力の大幅な向上

2. エマージング市場:流通再構築により販売拡大

- (1)NSKアジア設立によるアジア地域販売強化継続、インド中心に拡販中
- (2)厳しい市況の中、中近東地域も過去最高を達成
- (3)NSK上海を主軸にした中国市場再構築推進中
- (4)組織改革と流通整理による中南米地域V字回復達成
- (5)ロシア地域大幅伸長、トップW&H社に迫る勢い

1)環境認識:

2010年ブランドポジショニング分析



2)事業の方向性: マーケティングミックス

デンタル部門

新たな成長へ向け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
- 市場動向フィードバック
- デリバリ体制強化
- 集中倉庫モデルの活用

工業部門

販路の拡大

- 国内代理店のナカニシファン拡大
→実質的販売員増
- タイ、韓国が重点エリア
- タイのFTAを活用したインド市場の攻略

メディカル部門

販売体制の強化

- 国内
深堀り営業継続
- 海外
欧州、中国担当設置
- メディカル事業に対応できるサービス体制拡充

販売網 & 広告 販促戦略

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の展開
(→新設『ベトナム工場』の活用)
- あらゆる顧客層に対応
- 製品ラインナップのグレードアップ

新製品開発

- メーカー向けアプリケーションの強化継続

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

製品 & 価格戦略

2)事業の方向性: 成長へのインフラ拡大

コストパフォーマンスモデル展開へ向けた取組み

ベトナム工場新設 (NSK Precision Co.,Ltd)

稼動:2011年6月予定

- ベトナム社会主義共和国ビンズオン省 ベトナム・シンガポール工業団地内
- 敷地面積:約20,000㎡、建物面積:約4,000㎡
- ローエンド製品を中心に生産を行い、コスト競争力を維持、強化、為替リスク回避を計り事業拡大と収益の増大を計る。



NSK Precision Co.,Ltd

2)事業の方向性:
営業基本戦略

2010年を勝ち抜いた総合力で2011年更なる躍進を計る



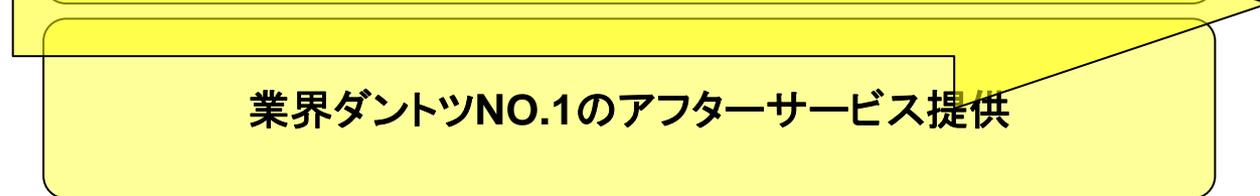
コアビジネスであるハンドピース拡販



成長カテゴリーである歯周関連機器拡販



欧米への深堀営業とエマージング諸国への販売網強化



2)事業の方向性:
基本製品販売戦略

重点拡販製品
業界No1モデルの連打による拡販

Ti-Max X
eXtreme Premium Series



S-Max M
coMfortable Performance Series



LED



Ti-Max Z
業界No1モデル
Zシリーズ上市

ハンドピース
占有率40%
を挑戦

Surgic XT Plus



新ハンドピース



Surgic Pro+
業界No1モデル
Surgic Proシリーズ上市

圧倒的な占有率
獲得に挑戦

Varios 970
iPiezo engine



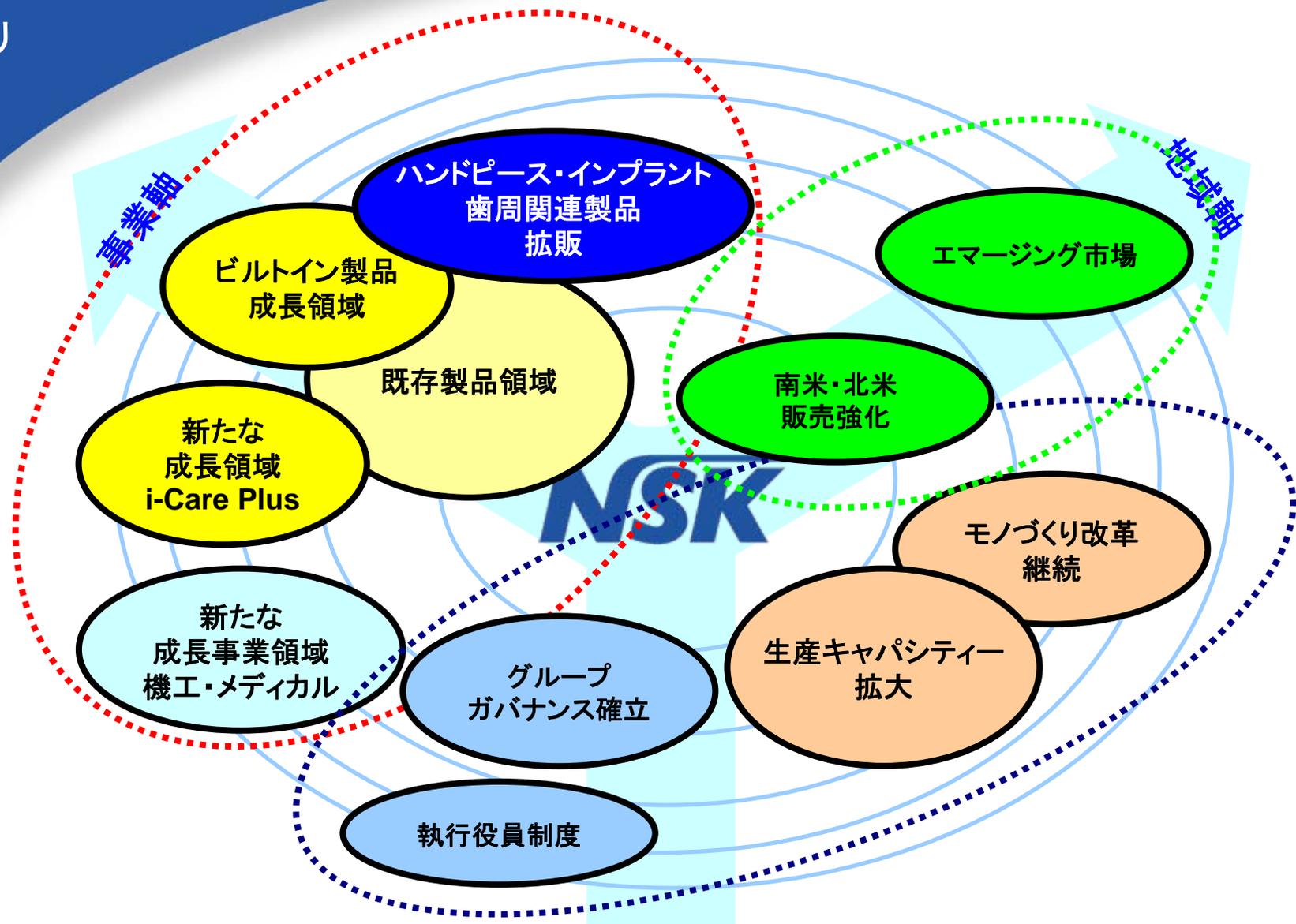
パウダー



Varios
業界No1モデル
Variosシリーズ上市

前期比150%
に挑戦

2)事業の方向性:
「グローバルNO1」に向けた
基盤づくり



3)市場戦略・製品戦略:
営業戦略

先進国市場
ディーラー深堀による伸長維持・占有率アップを計る
歯科大学・政府施設への販売強化



スペイン展示会

欧州市場
伸長維持
先進国深堀営業継続
北欧販売強化
ローカルマーケティング継続



NEU



ADF

日本国内市場
順調に伸長を続ける
衛生士向けセミナー充実
VarioSurg上市と連動したセミナー開始

オセアニア市場
伸長維持
ディーラー販売深堀推進
ローカルマーケティング継続
大学テnderフォロー



シドニー展示会



NHQ



NAM

NSK America - Canadian Branch

NSK America



ワールドデンタル



NY展示会

北米市場
カナダ2ヶタ伸長維持
BUSA販売安定維持

NSK Oceania Ltd.

NSK Oceania Pty Ltd.

3)市場戦略・製品戦略:
営業戦略

エマージング市場
各国商流に合った体制作りと製品開発の実施

ロシア市場
大幅伸長
TOPシェア獲得
ロシア地方市場拡販開始
CIS諸国拡販開始

中国市場
販売網再構築推進中

中近東市場
大幅伸長
テnderに強みを発揮

インド市場
代理店と一体となった
ローカル営業推進

東南アジア市場
*NSK Asiaを中心に拡販中

中南米市場
*販売網再構築終了
*メキシコ・ブラジル拡販開始

NSK United Kingdom Ltd.
NSK Europe GmbH
NSK France SAS
NSK Dental Spain SA
NSK Service Co., Ltd.
NSK Headquarter
NSK Middle East
NSK Shanghai
NSK ASIA
NSK Oceania Ltd.

ロシア展示会
北京展示会
ドバイ展示会
ブラジル展示会

NSK ASIA

現地販売は順調に伸長継続、

各現法とも過去最高販売達成

- 各現法とも深堀営業が浸透、大手ディーラーと中小ディーラーの共存が進む。
- ハンドピース、サージック、超音波スケーラー中心に伸長
 - NLS Nano上市によりビルトインビジネス推進
 - 著名Dr. との連携による各種コース(セミナー)開催。
 - 政府系テNDER、大学へのアプローチ進む。
- 旧代理店市場も順調に伸長継続。
- 欧州集中倉庫フル稼働-ローカルサービス充実。
- ローカルサービスに充実による顧客満足度向上



過去最高の販売達成-前期比150%達成

NO1W & Hに迫る勢い

- 業界Topディーラー攻略と旧代理店との共存
- ロシア地方都市攻略開始とCIS販売網強化
- ブランディング強化推進
宣伝強化と各地展示会でのブランド訴求
セミナー開催、製品デモによるユーザー訴求



継続伸長 過去最高販売達成

■政府系入札に強み発揮

■歯科大学との連携強化

クィーンズ大学にプラスして他大学向けにも受注好調

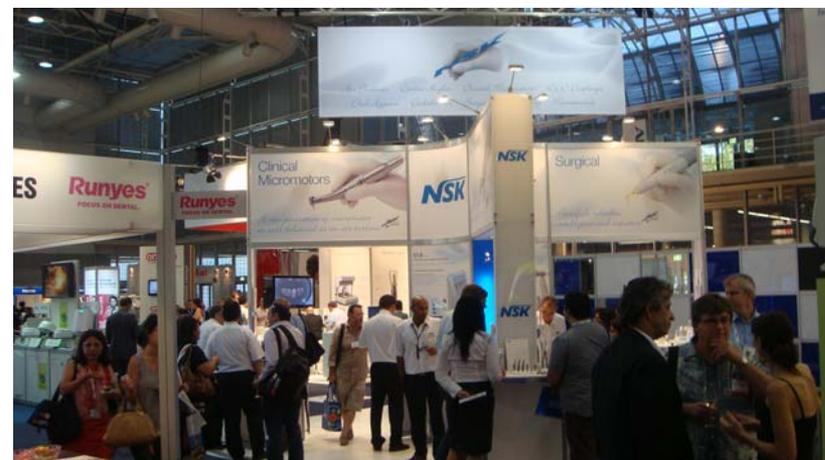
大手ディーラー商売順調に推移

■ 技工用モーター大幅伸長

大型技工テNDER受注と大型技工モーターディーラーとの取引開始



James Cook大学内デンタルチェア



シドニー展示会

■ ブラスラーUSA社(米国販売委託先)

- 前年の電気モーター拡販の反動により前期比90%へ
 - ハンドピース、技工モーター、超音波製品は順調に伸長継続
 - ブラスラー社との販売体制さらなる強化

■ カナダ市場

- 現地販売 前期比115%の伸長達成
 - 限定販売網戦略順調に推移⇒大手ディーラーとのパートナーシップ強化
 - 大手インプラントメーカーStraumannと取引開始

■ OEMビジネス

- 専任者体制も定着し、回復期から成長期へ推移
 - 細かいフォローを実施、2011年伸長への種まき実行

市場再構築成功 V字回復達成（前期比200%以上達成）

- 国別マーケティング実施、代理店見直し実行
⇒コロンビア・ブラジルにて大幅伸長
- 中南米最大インプラントメーカーNeoDent向けモーター大量供給



2011年ブラジル展示会NSKブース



インプラントメーカーNeoDent社ブース

当社の土台となる市場で今期も事業を拡大

■国内歯科 安定成長の維持

歯科医・代理店との関係を重視した継続的営業活動

タイムリーかつ顧客の要望に沿った製品上市

-世界最小超ミニヘッド“S-max Pico”は予想以上の反響

-バリオス、TC2、Xコントラを軸に拡販

認知度が高い超音波スケーラー『バリオス』ブランドのテコ入れ

■獣医の成長

ペット関連市場の拡大を捉えた安定成長

歯科治療、外科それぞれが堅調／引き続き成長路線を維持

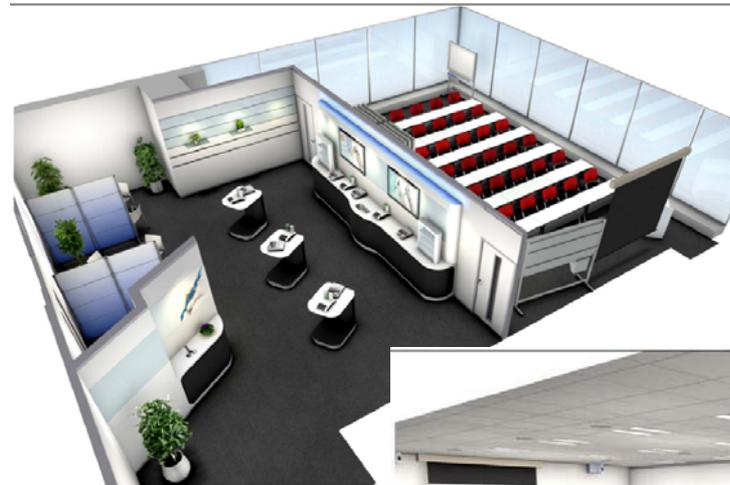
■OEMビジネスの拡大

新規OEM立ち上げ案件あり

東京事務所移転 2011年2月14日

- ワンフロアに集約で業務効率を向上
- ショールームを弊社製品説明に活用
- セミナールームで新製品や新技術の市場浸透を促進

JR上野駅 徒歩3分
TIX Tower Ueno 9F



NOMURA Building
NOMURA BUILDING MANAGEMENT CO., LTD.
NOMURA BUILDING MANAGEMENT CO., LTD.
NOMURA BUILDING MANAGEMENT CO., LTD.

ショールーム



NOMURA Building

セミナールーム

伸び悩む中国市場で前期比108%回復基調へ

■今期は減収。課題を抱えた市場

NSK上海を軸とした販路の再建を進める
既存ディーラーの再構築を推進中

■新製品の投入

S-MAX、Xコントラ、PANAMAXプラス、バリオサージなど新たに認可が下りた製品を市場へ新規投入



2010年DenTech China(上海)

前期比120%増収を達成したが今期は不透明感も

■大手ディーラー

イラン、サウジアラビア、トルコ、南アフリカ、大口ディーラーで
前期比120～160%の大幅増収を達成
引き続き今期も前期比107～115%の成長を見込む

■不安定要因

エジプト等の政情不安による影響が懸念される
イスラエル、イラン等への波及が視野に入る
1Q～2Qに表面化する恐れ



ドバイ展示会

20%の増収を達成し、今期も二桁伸張を期する

■成長するインド

国力の向上に伴い弊社販売も順調に推移

No. 1チェアメーカー、近年急伸する代理店と関係強化
二代理店合わせて前期比147%と好調

■潜在力高いタイ、インドネシア

弊社代理店はタイ、インドネシアそれぞれ

前期比131%、211%と大幅増収

■改革必要なシンガポール、マレーシア、ベトナム

前期比割れで課題あり

代理店のテコ入れを行うため改革を進める



ムンバイ展示会

『選択と集中』『顧客目線』をキーワードに

前期比150%超を達成。更なる成長を実現する

- IT業界、自動車業界、医療部品業界等、販売先マーケットを多角化
- アジアは前期と同様の方向性で増益を確保
- 海外は韓国、タイを抑えることが当面のキー
 - タイを軸とした南アジア・東南アジア戦略
 - 世界の生産工場『中国』を日本、台湾、韓国等多方面で攻略
 - インドネシアは3～5年後に大きく伸びる可能性あり。タネを仕込む
- 国内:全体の売上の40%を占める国内の底上げ
 - 代理店勉強会を全国的に推進しナカニシの認知度を向上
 - 実質的な販売人口を増やす施策

国内は足元を固め体制強化

海外は現地担当者を拡充し拡販の土台を整備

- 国内は小口分散化したディーラーを通じたビジネスを地道に拡大
全国地域別担当制により広範な地域の顧客を積極的にカバー
- 欧州は“1国1ディーラー”を基本として各エリアでKOLとの関係を強化
- 中国では脊椎外科は南部、北部をエリア分け
それぞれのエリアで複数ディーラーの活用を視野に入れて展開
口腔外科は歯科のパートナーである上海宇井を軸に販路を確立
- 北米では回転機を自社で持たないメーカーへOEM供給を軸に事業を確立

3)市場戦略・製品戦略:

製品戦略【歯科】

コントラアングルハンドピースシリーズ

業界最高機種とローエンド機種を加え
最強ラインナップを提供



エコノミカルシリーズ



S-Max **M**
スーパーリアリーズ



Ti-Max **X**
プレミアムシリーズ



Ti-Max **Z**
最高機種シリーズ

3)市場戦略・製品戦略:
製品戦略【歯科】

インプラントモーターシリーズ

需要拡大のインプラント市場向けに
先端技術を満載したライン展開

new
VarioSurg



超音波ボンサジェリー

Surgic Pro⁺



フルスペック
インプラントモーター

Surgic Pro



インプラントモーター

new

iCare+

世界初

1台で洗浄・消毒・注油機能のメンテナンスが実現

- 各国で強化される予防衛生基準に対応
- ハンドピース4本分の同時洗浄・消毒・注油が可能。
- 3つのプログラムによる簡単な操作
- LEDライトによりプロセスを色で表示
- WL-cid/clean(Alpro社)洗浄・消毒液使用

殺菌性、殺ウイルス作用: B型肝炎ウイルス

C型肝炎ウイルス

HIV, インフルエンザ



欧州開発第一弾

シリーズ展開で
すべてのニーズに対応

Varios 970
iPiezo engine



多目的診療に対応した
All-in-One製品
先進国向け

Varios 570
iPiezo engine



便利な機能のコンパクトタイプ
エージング諸国向け

Varios 370
iPiezo engine



シンプル操作の
世界最小超ミニシステム

Varios 170
iPiezo engine



ビルトイン向けシステム

Varios
iPiezo engine
超音波システムシリーズ

4)参考資料:

IDS



34. Internationale Dental-Schau
34th International Dental Show



3月IDSに向けて

- 強力な新製品上市予定
- 強力なブランディング活動推進中



4)参考資料: 成長へのインフラ整備

本社・本館 太陽光発電システム設置(2011年1月稼動) 環境保全への取組みを強化

- 太陽光パネル256枚により、年間31,000KWHの発電量
- 年間約12トンのCO2排出削減量(森林面積換算3.3ヘクタール)
- 同時に電力可視システムの導入により、電力使用量や金額の可視化実現

