

|| 企業調査レポート ||

エレマテック

2715 東証プライム市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2024年6月18日(火)

執筆：客員アナリスト

寺島 昇

FISCO Ltd. Analyst **Noboru Terashima**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

■ 要約	01
1. 2024年3月期は前期の反動もあり前期比30.1%の営業減益	01
2. 2025年3月期は営業活動に係る利益が前期比10.9%増と回復予想	01
3. 中期経営戦略「エレマテック・プロプラス」を推進中	02
■ 会社概要	03
1. 沿革と事業内容	03
2. 特長と強み	05
3. 主なサービス・機能	06
4. 長期業績推移	07
■ 業績の動向	08
1. 2024年3月期の業績概要	08
2. マーケット別売上高	10
3. 地域別状況	11
4. 財務状況	12
5. キャッシュ・フローの状況	12
■ 今後の見通し	14
1. 2025年3月期の業績見通し	14
2. マーケット別売上予想	14
■ 中長期の成長戦略	15
1. 中期経営戦略「エレマテック・プロプラス」の基本方針	15
2. 具体的施策	17
3. 各種計画の進捗状況	19
4. サステナビリティへの取り組み	20
■ 株主還元	22

■ 要約

「ポテンシャル分野の開拓・深耕」「経営基盤の拡大・強化」を軸に 中期経営戦略を推進中

エレマテック <2715> は、2009年に高千穂電気株式会社と大西電気株式会社とが合併して誕生した電子材料を得意とするエレクトロニクス商社だが、その後2012年に豊田通商 <8015> グループ入りした。近年は単なる部品・部材の販売だけでなく、モジュール製品や ODM (Original Design Manufacturing : 企画段階から参画し、自社ブランド製品を設計から製造まで行う) 製品の拡販に注力している。

1. 2024年3月期は前期の反動もあり前期比 30.1% の営業減益

2024年3月期の業績は、売上高 194,457 百万円 (前期比 18.9% 減)、営業利益 8,429 百万円 (同 30.1% 減)、経常利益 7,595 百万円 (同 31.8% 減)、親会社株主に帰属する当期純利益 5,367 百万円 (同 30.3% 減) となった。マーケット別では、Automotive は客先の生産増や新規商材の採用等により同 21.2% の増収となったが、Digital Electronics では主に液晶等のディスプレイ関連や電子部品・半導体等の販売が低調になり同 30.8% の減収となった。Broad Market もドライブレコーダーが低迷したアフターマーケットや白物家電、産業機器が低調であったことから同 21.4% の減収となった。地域別では、自動車関連が堅調であった欧米は増収となったが、日本を含めたそれ以外の地域は減収となった。売上総利益率は円安効果や製品構成の変化により同 1.0 ポイント改善したが、減収により売上総利益は同 12.0% 減となった。販管費が同 2.2% 増加したことから営業利益は大幅減となった。前期が好決算であったこともあり、営業利益は前期比では大幅減益となったが、過去に比べれば比較的高い水準であり、中長期のトレンドとしては依然として上向きであり、必ずしも悲観する結果ではなかったと言える。

2. 2025年3月期は営業活動に係る利益が前期比 10.9% 増と回復予想

2025年3月期の業績※は、売上収益 216,500 百万円 (前期比 11.3% 増)、営業活動に係る利益 9,350 百万円 (同 10.9% 増)、税引前利益 8,650 百万円 (同 13.9% 増)、親会社の所有者に帰属する当期利益 6,000 百万円 (同 11.8% 増) と予想されており、回復を見込んでいる。マーケット別売上は、Digital Electronics は、ディスプレイ関連は引き続き低迷が予想されるものの、電気・電子部品、半導体や TOY、ホビーは回復が見込まれることから同 1.5% 増と予想されている。Automotive は引き続き堅調に推移し同 27.0% 増が見込まれている。また Broad Market も、アフターマーケット (主にドライブレコーダー) は減収予想だが、医療機器や住宅設備で増収予想であることから、同 11.4% 増が見込まれている。対米ドル平均レートは、145.0 円 (前期実績 144.59 円) を前提としている。

※ 同社は、2024年3月期の有価証券報告書から IFRS に基づいた会計基準を採用する予定であり、上記の連結業績予想は IFRS に基づいている。ただし、対前期増減率については日本基準を適用していた 2024年3月期の業績と単純比較している。

要約

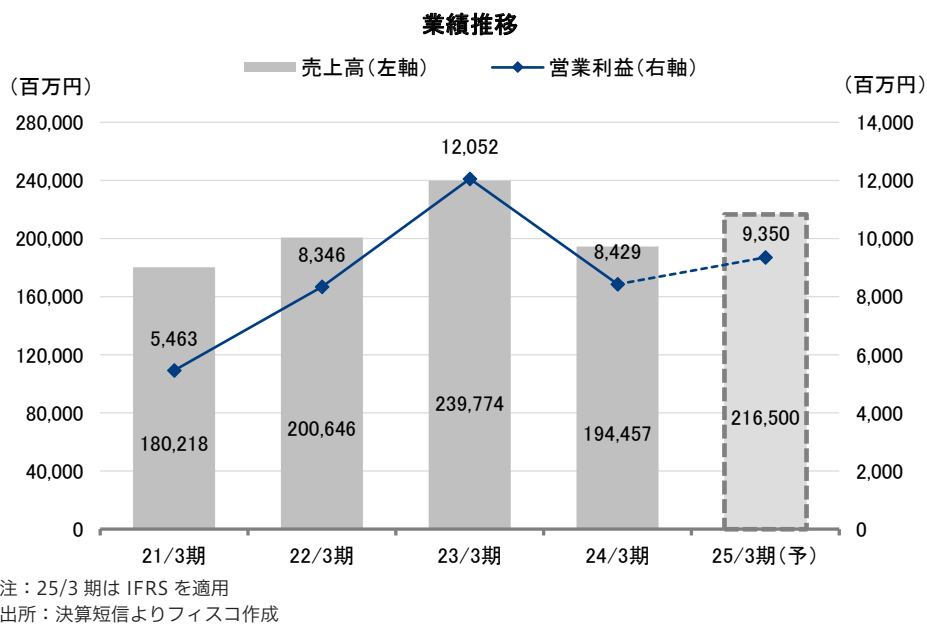
3. 中期経営戦略「エレマテック・プロプラス」を推進中

同社は、2023年4月に中期経営戦略「エレマテック・プロプラス (elematec Pro+)」を発表した。この中期経営戦略では、前中期経営戦略の主要戦略である「高付加価値型ビジネスの強化」「海外有力顧客の開拓」「自動車領域への注力」を継続しつつ、さらに進化させると同時に、これに加えて新たな重点施策として「ポテンシャルエリアの本格開拓」「開発部の機能強化」「M&A・アライアンスによる顧客基盤・事業領域の拡大」「サステナビリティと人的資本への取り組み」を掲げている。重点市場としては「オートモーティブ」「アフターマーケット」「医療機器」を挙げている。足元の業績は停滞しているが、これらの重点施策を粛々と進める方針に変わりはない。さらに今後は、「資本コストを意識した経営」を一段と進める。

また以前からの「配当性向 40% 以上」に替わり、2024年3月期から配当の基本方針を「配当性向（連結）50%もしくはDOE（純資産配当率）3%の両基準で算出した数値のいずれか高い金額を目安とする」に変更した。これは、手元資金が豊富になったこと、Automotive など安定収益源が増えてきたことに加え、大幅減益や万が一赤字決算になっても配当を行えるよう DOE 基準を設けたことによる。この基準に沿った場合、本来であれば2024年3月期の年間配当は業績が落ち込んだので減配になってしまうが、「少しでも株主に報いたい」との同社の意向により、業績の落ち込みにもかかわらず年間 85 円（前期 76 円）へ増配した。さらに進行中の2025年3月期についても、年間 90 円へ増配との配当予想を発表済みである。これは同社が先行きの業績回復に自信を持っている証左と言えるだろう。

Key Points

- ・ 電子材料、電子部品や設備など幅広い商品を扱う総合エレクトロニクス商社
- ・ 2024年3月期の営業利益は前期比 30.1% の減益だが過去 2 番目の高水準を維持
- ・ 中期経営戦略「エレマテック・プロプラス」を発表。当期利益の年平均成長率 10% 以上を目指す



会社概要

電子材料を得意とし国内外に 73 拠点を擁するエレクトロニクス商社

1. 沿革と事業内容

(1) 沿革

同社の前身の2社のうち、高千穂電気は1947年に東京で、大西電気は1958年に京都で、それぞれ設立された。両社はともに絶縁材料の取り扱いからスタートし、その後の技術開発の流れに沿ってエレクトロニクス製品向けの電子材料へと取扱品目を拡大させて、独立系技術商社として業容を拡大してきた。

両社は2009年に合併（存続会社は高千穂電気）し、社名をエレマテック株式会社へと改めた。事業領域はともに電子材料が主体でありながら、東京と京都で地理的補完関係を生かして成長を続けてきた。2012年にTOB（株式公開買付け）によって豊田通商の子会社となり、現在に至っている。

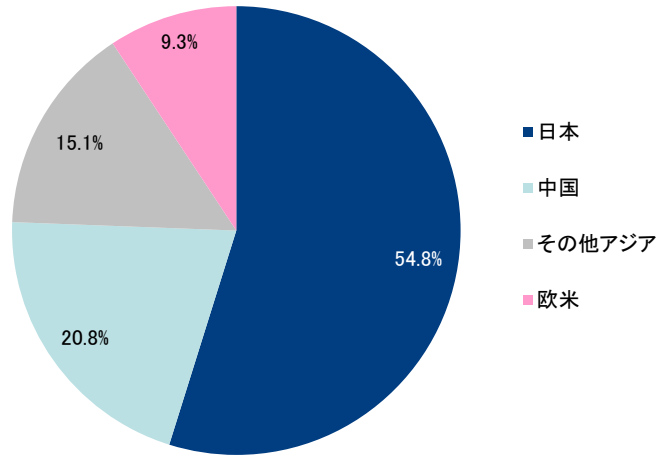
(2) 事業内容

同社は現在、エレクトロニクス製品向けの電子材料をはじめとして電子部品や設備など幅広い商材を取り扱っている。事業の基盤としては、連結ベース（2024年3月末現在）で従業員1,225名を抱え、国内25拠点、海外48拠点を擁している。事業拠点の中には加工サービスを手掛ける拠点が国内1カ所、中国2カ所の合計3カ所含まれている。

事業はグローバルで展開しているが、主要顧客は日系企業が中心であり、日本企業の海外進出状況を反映して、海外については中国及びアジア地域が主体となっている。2024年3月期の売上高構成比（決算短信ベース）は、日本54.8%、中国（香港含む）20.8%、その他アジア（韓国、インド、東南アジア等）15.1%、欧米（米国、メキシコ、チェコ）9.3%だった。

会社概要

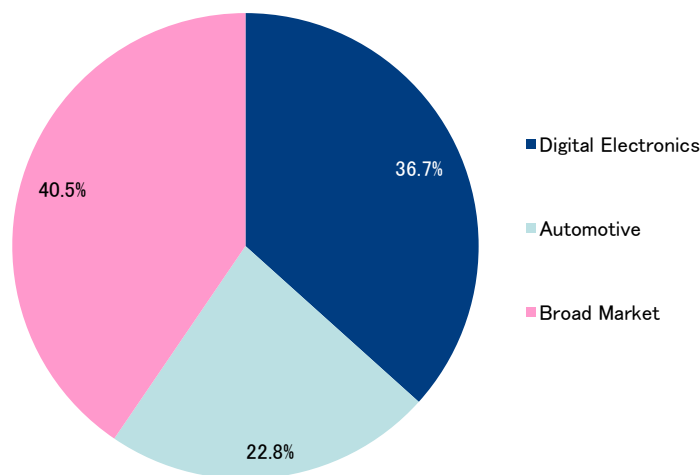
地域別売上高(2024年3月期)



出所：会社ホームページよりフィスコ作成

同社は仕入先・販売先の双方に多数の顧客を有して幅広い商材を取り扱っているため、管理するうえでグルーピング（分類）が不可欠である。現在は顧客企業の生産品目を基準（販売先基準）としたマーケット別の分類として、Digital Electronics、Automotive、Broad Market の3つに分けて内部管理及び情報開示を行っている。2024年3月期の売上高構成比は、Digital Electronics 36.7%、Automotive 22.8%、Broad Market 40.5%となっている。

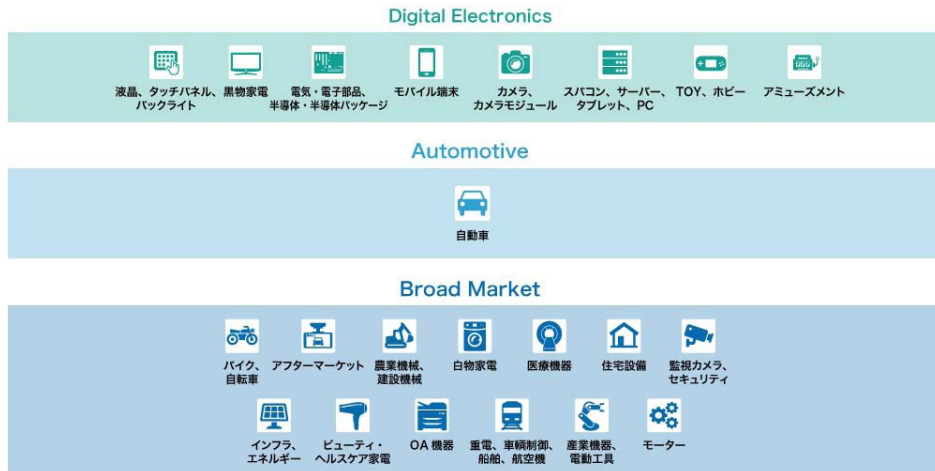
マーケット別売上高(2024年3月期)



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

会社概要

同社が注力するマーケット



出所：同社ホームページより掲載

多数の商材・取引先を生かして業績の安定成長を実現、「高付加価値型ビジネス」を推進

2. 特長と強み

(1) 豊富な商材と盤石な顧客基盤

同社の特長としてまず挙げられるのは、多数の取引先と商材を抱える点だ。仕入先は約 7,000 社（メーカー）にのぼり、一方で約 6,000 社の販売先（ユーザー）に対して、電子材料や電子部品を中心とする多様な商材の取引を行っている。個別の仕入先及び販売先は開示されていないが、主な販売先上位 10 社が売上高の約 40%（2024 年 3 月期）を占める。仕入先や販売先、取扱商品の分散によって、特定の顧客や製品の動向に大きく左右されにくい安定した成長が可能となっている。

(2) 提案力と製造能力（拠点）

多数の顧客を抱えていることから、同社は顧客から多くの要望を受ける。その一方で、長年にわたり多くの商材を取り扱ってきたことから、多数の商材の特色・特性を知り尽くしており、これらの知識と過去のノウハウを組み合わせることで、顧客の要望に応えている。顧客のニーズを先読みして、自ら提案する力を有していることが、「受け身」(Passive) の事業展開だけでなく、「能動的」(Active) な事業展開を行える同社の強みとなっている。

さらに同社の場合、製造部門（国内 1 工場、海外 2 工場、多数の製造委託先）を有しているため、単に部材を販売するだけでなく、顧客の要望に応じてモジュール品やカスタマイズ品、半製品も提供できる。ある意味で、顧客にとっては「便利で都合の良いベンダー」であり、この事実によって、多くの顧客が同社とのビジネスを長年継続しているとも言え、この点も同社の強みだろう。

会社概要

(3) 立体的な収益構造

一般的なエレクトロニクス商社の場合、収益拡大のためには顧客（X軸）と商材（Y軸）が重要な要素であり、平面的な収益構造になっている。同社の場合は、これに加えて企画（提案）・製造・品質管理などの第3軸（Z軸）の要素も持つことで、収益構造が立体的になっていると言える。

特に近年は単なる商社機能だけでなく企画力・提案力も強めており、Z軸方向が高く（厚く）なっている。一般的な建物に喩えれば、高いビルほど強く崩れにくい構造であることと同様で、同社の収益構造は強く、簡単には崩れないと言える。このように立体的な収益構造を有している点も同社の特色であり強みだろう。

3. 主なサービス・機能

同社は、最適な部材の供給、信用供与・ファイナンス、納期・在庫の管理といったエレクトロニクス商社としてのベーシックなサービス・機能だけでなく、企画開発・設計、製造サービスなど、より高度で付加価値の高いサービス・機能も提供している。同社では特色として以下のような5つのサービス・機能を掲げているが、こうした機能があるからこそ、多様な商材をビジネスにつなげ、業績に落とし込んでいると言える。

(1) 企画開発・設計

営業部門・開発部・技術部が連携し、新しいパーツやユニットを企画開発・設計する。

(2) 調達代行サービス

顧客が求める品質・コスト・納期に最適な部材の調達を代行する。

(3) 製造サービス

自社工場や国内外の優良な外部委託を活用し、カスタマイズ品・モジュール品、完成品（ODM）を提供する。

(4) 品質・環境マネジメント

高品質な商材を届けるために、高度な品質管理体制を確立している。

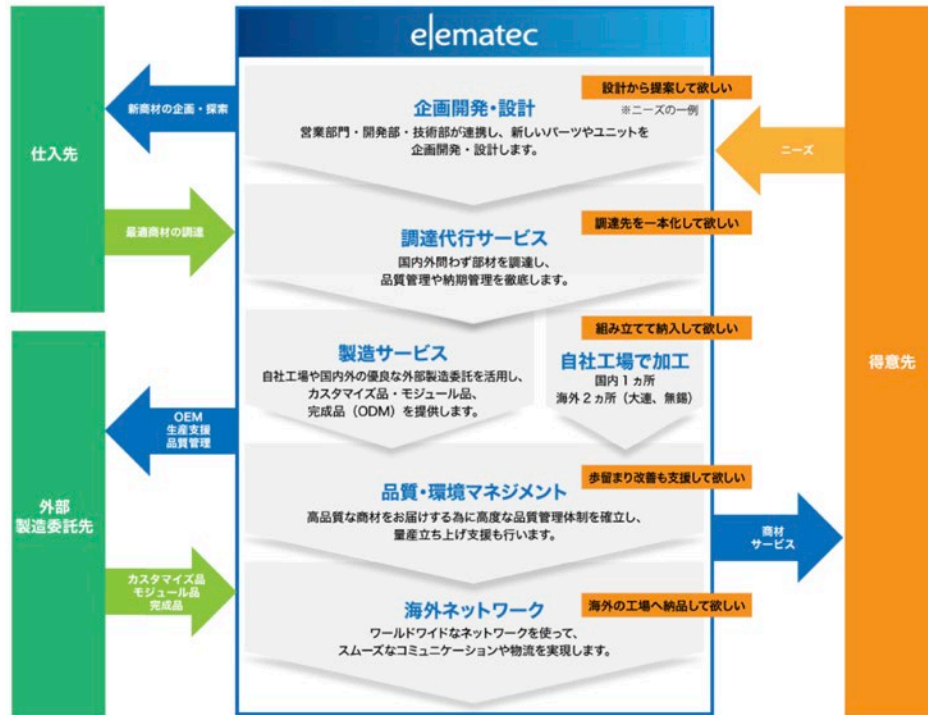
(5) 海外ネットワーク

ワールドワイドなネットワークを使って、スムーズなグローバル物流を実現している。

同社は、単純な商社機能に付加価値の高いサービス・機能を加えることで相対的に高い売上総利益率を維持している。今後も5つのサービス・機能の活用により、同社の売上総利益率はさらに向上していくはずだ。

会社概要

「5つのサービス・機能」の詳細



出所：同社ホームページより掲載

「成長分野に乗れる体質」で収益成長を維持

4. 長期業績推移

同社の長期的な業績推移を振り返ると、浮沈の激しいエレクトロニクス業界に身を置きながら、経済サイクルや製品サイクルなどの波を乗り越えて安定成長を果たしてきたと言える。2000年代初めは携帯電話関連で伸びたが、FPC（プリント配線板）の部材や基板実装、光学フィルムなどが主要な商材だった。これらの製品により、2008年3月期に売上高は初めて1,000億円を超えた。その後、テレビの地上波デジタル放送への移行などもあって液晶テレビ関連の部材が大きなビジネスとなった。また、2010年以降はスマートフォンやタブレットが急成長し、同社はそこに各種フィルム類やガラス類などを販売してリーマンショックからの迅速な回復と、連続で最高益の更新を達成し、2016年3月期には売上高は初めて2,000億円超となった。ここ数年はスマートフォン市場の成熟化により業績の踊り場を迎えた形となっているが、ODM製品としてドライブレコーダーを販売するなど企画力・提案力の強化により成長を維持しており、2023年3月期には過去最高の売上高（2,397億円）を達成している。さらに同社にとって次の成長市場は自動車関連と海外に移行しつつある。多数の取引先と多様な商材を有するだけでなく、提案力・製造能力も持っている同社の商機が一段と拡大すると期待される。

エレマテック | 2024年6月18日(火)
 2715 東証プライム市場 | <http://www.elematec.com/ir/>

業績の動向

マーケット別では、Automotive は客先の生産増や新規商材の採用等により同 21.2% の増収となったが、Digital Electronics では主に液晶等のディスプレイ関連や電子部品・半導体等の販売が低調になり同 30.8% の減収となった。Broad Market もドライブレコーダーが低迷したアフターマーケットや白物家電、産業機器が低調であったことから同 21.4% の減収となった。地域別では、自動車関連が堅調であった欧米は増収となったが、日本を含めたそれ以外の地域は減収となった。

売上総利益率は前期比 1.0 ポイント改善し 12.4% となった。在庫の評価損 130 百万円を計上したが、円安や製品構成の変化（比較的利益率の高い Automotive の比率が上昇）によって原価率は改善した。減収により売上総利益は同 12.0% 減となったが、販管費は、同 2.2% 増の 15,674 百万円となった。販管費の内訳としては、人件費は為替の影響に伴う海外給与の増加があったものの、業績連動賞与が減少したことから、ほぼ横ばいであった。荷造運賃は減収に伴い 221 百万円減少したが、貸倒損失（315 百万円）の計上、旅費交通費等の増加、本社移転に伴う費用の発生などから、その他経費が 564 百万円増加した。

為替は円安によりプラスに影響した。同社によれば、1 円の変動で売上高は約 1,300 百万円、経常利益は約 70 百万円の影響を受けるという。2024 年 3 月期の対米ドル平均レートは、144.59 円（前期は 135.50 円）となり、売上高で約 6,800 百万円、経常利益で約 400 百万円のプラス効果があった。

2024 年 3 月期決算の概要

（単位：百万円）

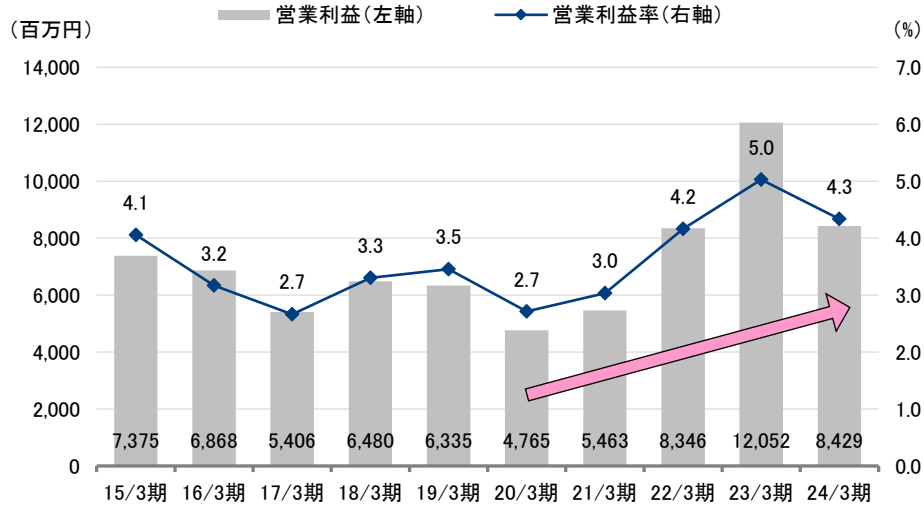
	23/3 期		24/3 期		前期比	
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率
売上高	239,774	100.0%	194,457	100.0%	-45,317	-18.9%
売上総利益	27,384	11.4%	24,103	12.4%	-3,281	-12.0%
販管費	15,331	6.4%	15,674	8.1%	343	2.2%
営業利益	12,052	5.0%	8,429	4.3%	-3,623	-30.1%
経常利益	11,130	4.6%	7,595	3.9%	-3,535	-31.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	7,696	3.2%	5,367	2.8%	-2,329	-30.3%

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

前期が好決算であったことから、営業利益は前期比で大幅減益となったが、過去 10 年間では 2 番目に高い水準であり、必ずしも悲観する結果ではなかったと言える。また為替（円安）の影響もあるが、営業利益率も過去と比較して高い水準を維持しており、中長期で見た営業利益推移は依然として上昇トレンドにあると言えるだろう。

業績の動向

過去10年間の営業利益と営業利益率の推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

Automotive は客先の生産増と新規商材の採用等で続伸だが、Digital Electronics、Broad Market は前期の反動もあり減収

2. マーケット別売上高

Digital Electronics は71,294 百万円(前期比31,720 百万円減、同30.8%減)となった。主な内訳では、液晶、タッチパネル(TP)、バックライト(BL)などのディスプレイ関連が主要顧客の生産減の影響で16,811 百万円減、電気・電子部品、半導体も主に海外顧客の生産調整により6,595 百万円減、TOY、ホビーも主要顧客の生産減で6,566 百万円減となった。

Automotive は客先での自動車生産が増加したことに加え、新規商材の採用などもあり44,431 百万円(前期比7,778 百万円増、同21.2%増)と堅調に推移した。

Broad Market は、78,730 百万円(前期比21,393 百万円減、同21.4%減)となったが、主にドライブレコーダーの普及が一巡し不調であったことからアフターマーケットが11,801 百万円減、主にエアコンを中心とした白物家電が2,851 百万円減、一部の半導体製造装置などの産業機器が1,810 百万円減となった。

エレマテック | 2024年6月18日(火)
 2715 東証プライム市場 | <http://www.elematec.com/ir/>

業績の動向

マーケット別売上の詳細

(単位：百万円)

	23/3 期		24/3 期		増減率	主な対象市場	増減額
	実績	構成比	実績	構成比			
Digital Electronics	102,996	43.0%	71,294	36.7%	-30.8%	液晶、TP、BL	-16,811
						電気・電子部品、半導体	-6,595
						TOY・ホビー	-6,566
Automotive	36,653	15.3%	44,431	22.8%	21.2%	Automotive 全体	7,778
						アフターマーケット	-11,801
Broad Market	100,124	41.8%	78,730	40.5%	-21.4%	白物家電	-2,851
						産業機器	-1,810
合計	239,774	100.0%	194,457	100.0%	-18.9%		-45,317

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

3. 地域別状況

地域別売上高（決算短信ベース）は、日本が106,628百万円（前期比20.0%減）、中国が40,379百万円（同25.3%減）、その他アジアが29,373百万円（同15.3%減）、欧米が18,075百万円（同2.2%増）となった。欧米が堅調であったのは、主に自動車関連が伸びたことによる。

セグメント利益は、日本が2,729百万円（前期比44.3%減）、中国が2,379百万円（同38.5%減）、その他アジアが1,580百万円（同3.0%減）、欧米が804百万円（同43.9%増）となった。

地域別状況

(単位：百万円)

	23/3 期		24/3 期		前期比	
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率
売上高	239,774	100.0%	194,457	100.0%	-45,317	-18.9%
日本	133,354	55.6%	106,628	54.8%	-26,726	-20.0%
中国	54,058	22.5%	40,379	20.8%	-13,679	-25.3%
その他アジア	34,672	14.5%	29,373	15.1%	-5,299	-15.3%
欧米	17,689	7.4%	18,075	9.3%	386	2.2%
営業利益	12,052	5.0%	8,429	4.3%	-3,623	-30.1%
日本	4,900	3.7%	2,729	2.6%	-2,171	-44.3%
中国	3,871	7.2%	2,379	5.9%	-1,492	-38.5%
その他アジア	1,628	4.7%	1,580	5.4%	-48	-3.0%
欧米	558	3.2%	804	4.4%	246	43.9%
(調整額)	1,092	-	935	-	-157	-14.4%

出所：決算短信よりフィスコ作成

手元資金は 421 億円、自己資本比率 60% 超と財務基盤は安定

4. 財務状況

2024年3月期末の流動資産は108,096百万円（前期末比790百万円増）となったが、主に現金及び預金の増加9,172百万円、減収に伴う受取手形及び売掛金の減少9,049百万円、棚卸資産の増加547百万円などによる。固定資産は7,630百万円（同1,024百万円増）となったが、主に有形固定資産の増加550百万円、無形固定資産の減少40百万円、投資その他の資産の増加514百万円による。この結果、2024年3月期末の資産合計は115,727百万円（同1,814百万円増）となった。

一方で、流動負債は43,884百万円（同2,646百万円減）となったが、主に支払手形及び買掛金の減少1,131百万円、短期借入金の減少797百万円などによる。純資産合計は、親会社株主に帰属する当期純利益の計上などによる利益剰余金の増加1,723百万円、為替換算調整勘定の増加1,825百万円などを受けて69,529百万円（同3,951百万円増）となった。この結果、2024年3月期末の自己資本比率は60.1%（前期末は57.6%）となった。

連結貸借対照表

（単位：百万円）

	23/3 期末	24/3 期末	増減額
現金及び預金	32,966	42,139	9,172
受取手形及び売掛金	57,906	48,856	-9,049
棚卸資産	15,354	15,901	547
流動資産計	107,306	108,096	790
有形固定資産	3,431	3,981	550
無形固定資産	287	247	-40
投資その他資産	2,887	3,401	514
固定資産計	6,606	7,630	1,024
資産合計	113,913	115,727	1,814
支払手形及び買掛金	40,311	39,180	-1,131
短期借入金	1,093	296	-797
流動負債計	46,530	43,884	-2,646
固定負債計	1,804	2,314	510
負債合計	48,335	46,198	-2,136
為替換算調整勘定	2,999	4,824	1,825
利益剰余金	57,412	59,136	1,723
純資産合計	65,577	69,529	3,951

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

5. キャッシュ・フローの状況

2024年3月期における営業活動によるキャッシュ・フローは14,250百万円の収入となった。主な収入は、税金等調整前当期純利益の計上7,515百万円、減価償却費1,193百万円、売上債権の減少11,226百万円、破産更生債権等の減少2,934百万円、棚卸資産の減少393百万円などで、主な支出は、仕入債務の減少3,228百万円、貸倒引当金の減少2,842百万円などであった。

業績の動向

投資活動によるキャッシュ・フローは1,160百万円の支出となったが、主な支出は有形固定資産の取得(主に金型)1,048百万円、無形固定資産の取得62百万円などであった。財務活動によるキャッシュ・フローは4,996百万円の支出だったが、主に短期借入金純減894百万円、リース債務の返済による支出457百万円、配当金の支払による支出3,644百万円によるものである。この結果、2024年3月期中の現金及び現金同等物は9,172百万円の増加となり、期末残高は42,139百万円となった。依然として手元資金は潤沢であり、財務基盤は安定している。

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)

	23/3期	24/3期
営業活動によるキャッシュ・フロー	4,910	14,250
税金等調整前当期純利益	11,086	7,515
減価償却費	1,133	1,193
貸倒引当金の増減額 (-は減少)	260	-2,842
売上債権の増減額 (-は増加)	4,498	11,226
破産更生債権等の増減額 (-は増加)	-276	2,934
棚卸資産の増減額 (-は増加)	1,052	393
仕入債務の増減額 (-は減少)	-9,075	-3,228
投資活動によるキャッシュ・フロー	-872	-1,160
有形固定資産の取得による支出	860	-1,048
無形固定資産の取得による支出	-58	-62
財務活動によるキャッシュ・フロー	-2,299	-4,996
短期借入金の純増減額	651	-894
リース債務の返済による支出	-371	-457
配当金の支払額	-2,580	-3,644
現金及び現金同等物の増減額 (-は減少)	2,213	9,172
現金及び現金同等物の期末残高	32,966	42,139

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2025年3月期は全セグメントで増収予想。 営業活動に係る利益は前期比10.9%増と回復を見込む

1. 2025年3月期の業績見通し

2025年3月期の業績は、売上収益216,500百万円(前期比11.3%増)、営業活動に係る利益9,350百万円(同10.9%増)、税引前利益8,650百万円(同13.9%増)、親会社の所有者に帰属する当期利益6,000百万円(同11.8%増)を見込んでいる。セグメント別では、全セグメントで増収を見込んでいる※。

※ 同社は、2024年3月期の有価証券報告書からIFRSに基づいた会計基準を採用する予定であり、上記の連結業績予想はIFRSに基づいている。ただし、対前期増減率については日本基準を適用していた2024年3月期の業績と単純比較している。

2025年3月期予想の概要

(単位：百万円)

	24/3期		25/3期(予)		前期比	
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率
売上収益	194,457	100.0%	216,500	100.0%	22,043	11.3%
営業活動に係る利益	8,429	4.3%	9,350	4.3%	921	10.9%
税引前利益	7,595	3.9%	8,650	4.0%	1,055	13.9%
親会社の所有者に帰属する 当期利益	5,367	2.8%	6,000	2.8%	633	11.8%

注：2024年3月期の有価証券報告書からIFRSに基づいた会計基準を採用する予定。前期は日本基準につき、前期比は単純比較。
出所：決算説明資料よりフィスコ作成

2. マーケット別売上予想

マーケット別では、Digital Electronicsは72,384百万円(前期比1,089百万円増、同1.5%増)が予想されている。液晶、TP、BLは引き続き在庫調整が予想され6,270百万円の減収を見込む。電気・電子部品、半導体は納入先顧客の生産が戻る見込みであることから、4,087百万円増を見込んでいる。ゲーム機を中心としたTOY、ホビーも在庫調整が完了し顧客の生産が回復する可能性が高く1,278百万円の増収が予想されている。

Automotiveは、引き続きEV(Electric Vehicle：電気自動車)関連の新規案件獲得に加えて自動車生産の堅調な推移が予想されることから56,437百万円(前期比12,005百万円増、同27.0%増)を見込んでいる。

Broad Marketは87,677百万円(前期比8,946百万円増、同11.4%増)が見込まれている。アフターマーケットは、ドライブレコーダーの普及が一段落したことから大幅減収が予想され4,324百万円減を見込んでいる。一方で、注力している医療機器は3,668百万円増、住宅設備も1,001百万円増が予想されている。

今後の見通し

マーケット別売上予想

(単位：百万円)

	24/3 期		25/3 期		増減率	主な対象市場	増減額
	実績	構成比	予想	構成比			
Digital Electronics	71,294	36.7%	72,384	33.4%	1.5%	液晶、TP、BL 電気・電子部品、半導体	-6,270 4,087
Automotive	44,431	22.8%	56,437	26.1%	27.0%	TOY・ホビー Automotive 全体	1,278 12,005
Broad Market	78,730	40.5%	87,677	40.5%	11.4%	アフターマーケット 医療機器	-4,324 3,668
合計	194,457	100.0%	216,500	100.0%	11.3%	住宅設備	1,001 22,043

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

■ 中長期の成長戦略

中期経営戦略「エレマテック・プロプラス」を展開中、 重点市場の深耕に加え、「資本コスト」を意識した経営を推進

1. 中期経営戦略「エレマテック・プロプラス」の基本方針

同社では、前期まで進めてきた「エレマテック NEXT」に引き続き、中期経営戦略「エレマテック・プロプラス」(2024年3月期～2026年3月期)を発表しており、以下がその概要である。

(1) 外部環境と挑戦課題

同社では、外部環境の動向として、「地政学的リスクと内外マーケットの変動」「顧客ニーズの高度化・多様化」「サステナビリティ課題への関心の高まり」「働き方の変化とダイバーシティの伸展」を挙げている。このような外部環境を踏まえて、以下のような挑戦課題を掲げている。

a) 成長とリスク分散の観点から日本・中国以外での事業を拡大する

- ・北米・欧州へのリソース投入
- ・ASEAN での調達代行からの脱却

b) 開発部の機能強化と各部門の連携強化、外部資源の獲得を目指す

- ・取引先軸、商品軸での取り組みの強化
- ・中長期トレンドの継続的フォローと投融資の拡大

中長期の成長戦略

c) 地球環境への配慮と社会課題解決への取り組みを強化する

- ・ 本業を通じたサステナビリティ課題解決への貢献
- ・ 顧客の環境配慮重視を踏まえた仕入先への支援

d) 個々がやりがいを持ち、自己表現できる体制を構築する

- ・ ダイバーシティ & インクルージョンの推進
- ・ 従業員エンゲージメントを高める教育・研修・配属の仕組みづくり

(2) 重点施策と定量的目標、重点市場

中期経営戦略の基本方針としては、「前施策は継続進化させ、新中期経営戦略では経営基盤の拡大・強化を進めつつ、ポテンシャル分野に挑戦する」ことを掲げている。これに基づき、以下の4つの重点施策を推進する。

a) 重点施策

(ポテンシャル分野の開拓・深耕として)

- ・ ポテンシャルエリアの本格開拓
- ・ 開発部の機能強化

(経営基盤の拡大・強化として)

- ・ M&A・アライアンスによる顧客基盤・事業領域の拡大
- ・ サステナビリティと人的資本への取り組み

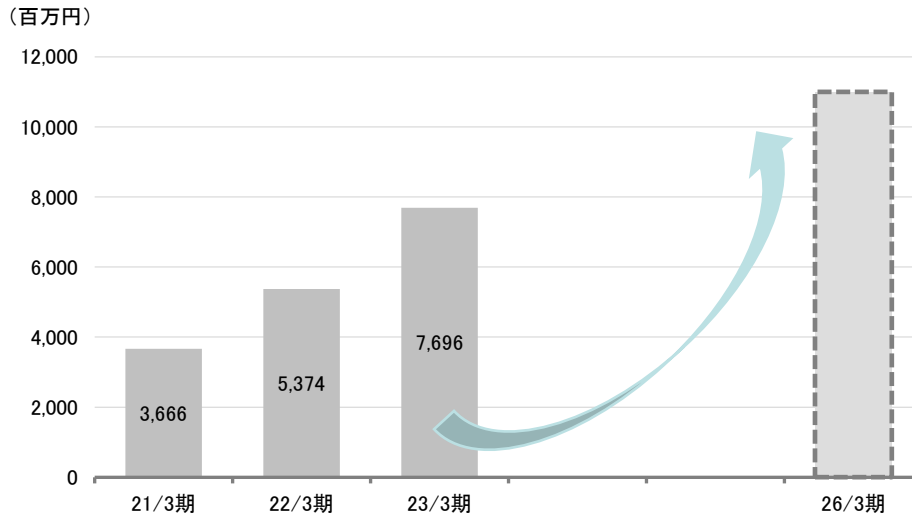
b) 定量的目標と重点市場

定量的目標としては、「2023年3月期から2026年3月期までの当期利益※年平均成長率（CAGR：Compound Average Growth Rate）を10%以上とする」としている。この目標を達成するための重点市場として、「オートモーティブ」「アフターマーケット」「医療機器」の3つを挙げている。

※ 当初は「経常利益」であったが、IFRS適用に伴い、目標を「当期利益」に変更した。

中長期の成長戦略

当期利益成長イメージ



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

2. 具体的施策

(1) ポテンシャルエリアの本格開拓

(欧米)

- ・グローバル顧客へのスペックイン活動の強化
- ・製造拠点の設置を検討

(ASEAN)

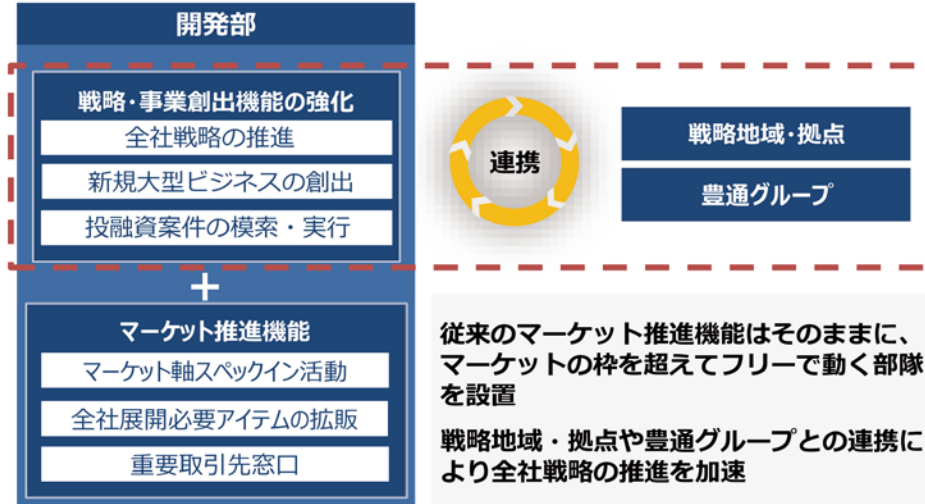
- ・中国での成功ビジネス（完成品）の横展開
- ・ASEAN 地域でのスペックイン・仕入先開拓の強化、顧客の ASEAN シフトへの対応

(2) 開発部の機能強化

事業創出の観点から、開発部の機能を見直し、戦略地域・拠点や豊田通商グループとの連携を強化する。

中長期の成長戦略

開発部の機能強化



出所：決算説明資料より掲載

(3) オートモーティブ

オートモーティブについては、成長が期待できる環境対応 / 電装化領域及び未開拓の海外 OEM（主に EV 関連部材）や Tier1 の攻略を進める。

市場環境としては、中国市場を中心に EV が急伸するほか、車載ディスプレイの大型化 + 複数化により、車は移動手段から「移動 + 情報ツール + 娯楽」へ変化すると予想している。また、CASE の推進 + 異業種からの新規参入により、Tier1 が未着手の領域（外装、電装等）にも進出し、電子基板、設計、実装の一括提案に対する需要が増加すると予想している。

具体的な施策としては、EV 関連部材（e アクスル向け部材及びセンサー・ヒーター等）の拡販を進める。また海外 Tier1 の攻略としては、HMI 向け日系高機能商材の提案強化、電気 / 機構設計が可能な技術部を活用した電子基板、設計、実装の一括提案、欧米への拠点拡充などを進める。拠点拡充については、既に 2023 年 5 月にポーランド支店を開設したが、以後も随時拡充する計画だ。

(4) アフターマーケット

アフターマーケットについては、国内市場での収益拡大及び海外市場への参入を目指す。市場環境としては、プライベートブランド（PB）市場が成長すると認識している。海外及び国内の家電量販店各社が PB 商品の開発と販売を推進し、PB 商品の売上高構成比は急拡大しており、今後もさらなる拡大が見込まれる。

これに伴い、国内大手量販店向け完成品（ODM）ビジネスを強化する。具体的な施策としては、ASEAN 地域での仕入先開拓強化（中国での成功例を横展開）、取扱製品（完成品）の品目を充実させる。一方で、国内大手量販店向けに蓄えた知見を活用し、ASEAN 現地企業 PB 向けに横展開する。ASEAN 市場を足掛かりに、今後は欧米市場の開拓も進める。

(5) 医療機器

医療機器については、医療機器コネクティビティ市場への対応を図る。市場環境としては、先進国を中心とした世界的な高齢化及び、新興国の人口増加、経済発展、国民の所得向上に伴う医療需要増加が見込まれる一方で、「医療機器のエレクトロニクス化」が進むと予想している。

このような環境下、同社では多様化する医療ニーズを捉えたビジネスの強化を進める計画で、具体的には在宅医療（血圧計、体組成計等）向けビジネスの拡充、完成品（OEM）ビジネスの強化、歯科機器領域への取り組みなどを強化する。

各種取り組みは着実に進捗中

3. 各種計画の進捗状況

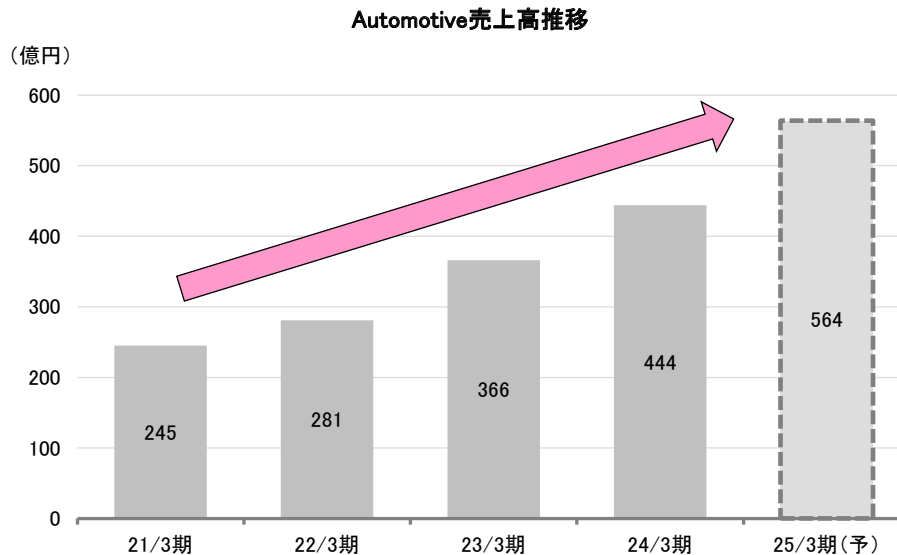
(1) M&A・アライアンスによる顧客基盤・事業領域の拡大

投融資案件の検討体制を構築し、M&A・アライアンスによって顧客基盤・事業領域を拡大する。中期経営戦略における全社戦略の具現化を推進する「開発企画グループ」が中心となって投融資を推進する一方で、執行役員、本部長が販路の拡大及び技術/人財の獲得を目的に投融資のターゲット企業をリストアップする。さらにこれらのメンバーが、四半期毎に「定期検討会」を開催し、検討状況を共有し、ターゲット企業の絞り込みを実施していく。

(2) 自動車領域への注力

技術の進歩により、今後も自動車の電装化は進展を続け、世界的な環境規制の強化が進み自動車各社のEV化シフトが加速すると予想されている。そのような環境下、同社ではEV化・電装化への注力によりさらなる成長ステージを目指す。Automotiveマーケットの売上高は、2021年3月期の245億円から、2024年3月期には444億円と過去最高を記録した。この間の年平均成長率（CAGR）は22.0%となったが、2025年3月期には564億円の売上高を計画している。

中長期の成長戦略



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

(3) 医療機器マーケットへの取り組み強化

今後の医療機器マーケットへの取り組みを強化するため、医療機器の製造・保管を行うために必要な許認可を取得する計画だ。この許認可を取得することで、完成品の取り扱いが可能になり、多様化する顧客ニーズに対応するため完成品ビジネスを強化する。

これまで複数部品を同社の協力工場を組み立てを行い、半完成品を顧客（メーカー）に納入、その後にメーカー側で最終組み立てを実施してきたが、許認可取得後は複数部品を同社の協力工場ですべて組み立てて顧客に納入、顧客側は検査のみを実施するようになる。

サステナビリティでは「気候変動への対応」に注力

4. サステナビリティへの取り組み

同社では、サステナビリティに対しても積極的に取り組んでおり、特に「気候変動への対応（TCFD）」に注力している。

(1) 気候変動に対する考え方

同社グループでは、世界のモノ作りパートナーとして、環境に配慮した部材の納入を通じ、脱炭素社会の実現に貢献することを宣言している。事業活動においては、2021年度におけるGHG排出量（Scope1+Scope2）を基準に、2030年度までに50%削減を目指し、さらに2050年度にカーボンニュートラルとすることを目標としている。

中長期の成長戦略

(2) 気候関連財務情報開示タスクフォース (TCFD) 提言に基づく開示

同社グループでは、サステナビリティ委員会直下の気候変動ワーキンググループにおいて、気候変動に伴うリスクと機会が事業活動に与える影響の評価とその対応の検討を行い、2024年4月にTCFD提言に基づき情報開示を行った。

同社の気候変動への対応 (TCFD)

区分		気候変動要因	リスク	機会	当社への影響	対応
移行 リスク	政策・ 法規制	炭素税の導入	○		炭素税負担増、原材料の価格上昇、 物流コストの増加	ワールドワイド・ネットワークを活用 した物流コストの低減
		GHG排出量等、気候変動関連の 開示義務化	○		開示義務対応に伴う事務コスト増加	DXを活用した開示情報算定等による 事務コストの低減
	市場・技術	気候変動による影響に適応する 製品・サービスの需要増加	○	○	気候変動に伴う取り扱い商材のトレ ンド変化による収益の増減	環境対応車、クリーンエネルギー(太 陽光、洋上風力など)設備関連向けの 商材および環境に配慮した商材の拡 販
物理的 リスク	急性	大雨、洪水等の自然災害や 異常気象の激甚化	○	○	工場の減産・生産停止や物流網の 寸断による販売機会の減少 ワールドワイド・ネットワークを活用 した新たなビジネス獲得の機会	国内外拠点を活用したグローバルな サプライチェーンマネジメントの強化
	慢性	平均気温の上昇	○		労働環境の悪化による事業拠点・従 業員への影響	BCP(事業継続計画)の策定・運用管 理および設備投資による労働環境の 維持

出所：決算説明会資料より掲載

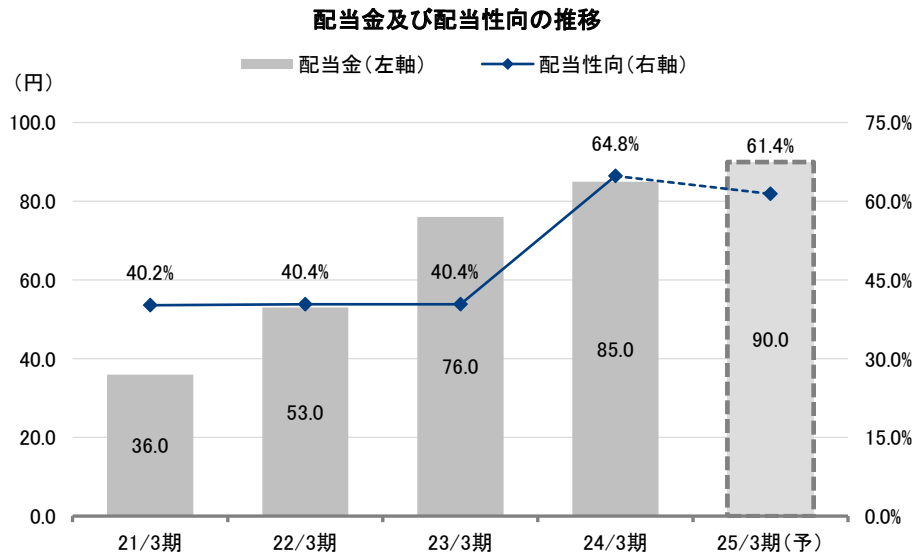
■ 株主還元

新配当方針により 2025年3月期は年間90円配当を予定。 配当性向は61.4%、DOEは5.2%を予想

同社は、株主還元については配当によることを原則としており、「配当性向40%以上」を目標として掲げてきたが、2024年3月期から配当方針を「配当性向(連結)50%もしくはDOE3%の両基準で算出した数値のいずれか高い金額を目安とする」と変更した。配当方針を変更した理由として同社は、1)業績が順調に拡大したことから手元資金が増加したこと、2)Automotiveを中心に安定した収益源が増えてきたこと、3)利益が急減した場合でも配当を行えるようにDOE基準を追加したことを挙げている。

この方針に基づけば、2024年3月期は業績の落ち込みによって減配となるところだが、「少しでも株主に報いたい」との同社の考えから、実際には年間配当85円(中間期40円、期末45円、配当性向64.8%)を実施した。また進行中の2025年3月期についても、配当方針どおりであれば減配となってしまうが、配当金額を増やして年間90円(予想配当性向61.4%、DOE5.2%)を行う予定だ。

このように、資本効率の改善を意識しつつ株主還元を積極的に行っている同社の姿勢は評価に値するだろう。



出所：決算短信よりフィスコ作成

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp