COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

企業調査レポート

エレマテック

2715 東証１部

企業情報はこちら >>>

2020 年 12 月 23 日（水）

執筆：客員アナリスト
寺島 昇
FISCO Ltd. Analyst **Noboru Terashima**

FISCO
FISCO Ltd.
http://www.fisco.co.jp

目次

■要約 01

1. 2021 年 3 月期第 2 四半期は新型コロナウイルス感染症の影響による、自動車市場における生産活動停滞の影響を受け前年同期比 3.3% 減収、同 7.5% 営業減益 01
2. 2021 年 3 月期は 7.7% の営業減益を予想、配当は年間 32 円の予定 01
3. 中期経営計画「エレマテック NEXT」を発表、3 つの戦略を強化 01

■会社概要 02

1. 沿革と事業内容 02
2. 特長と強み 04
3. 5 つのサービス・機能 05
4. 長期業績推移 07

■業績の動向 08

1. 2021 年 3 月期第 2 四半期決算の概要 08
2. マーケット別売上高の動向 11

■今後の見通し 12

● 2021 年 3 月期の業績見通し 12

■中長期の成長戦略 13

1. 前中期経営計画「エレマテック・クロス」の総括 13
2. 新中期経営計画「エレマテック NEXT」の概要と重点領域 14
3. 高付加価値型ビジネスの強化 14
4. 国内外有力顧客の開拓 15
5. 自動車領域への注力 15

■株主還元 16

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

要約

成長市場の追求に、高付加価値型ビジネスという軸を追加し、2 つの軸による中長期的な収益拡大を目指す

エレマテック <2715> は電子材料を得意とするエレクトロニクス商社。2009 年に高千穂電気株式会社と大西電気株式会社が合併して誕生した。その後 2012 年に豊田通商 <8015> グループ入りした。

1. 2021 年 3 月期第 2 四半期は新型コロナウイルス感染症の影響による、自動車市場における生産活動停滞の影響を受け前年同期比 3.3% 減収、同 7.5% 営業減益

2021 年 3 月期第 2 四半期の業績は、売上高 85,164 百万円（前年同期比 3.3% 減）、営業利益 2,152 百万円（同 7.5% 減）、経常利益 2,033 百万円（同 10.1% 減）、親会社株主に帰属する四半期純利益 1,409 百万円（同 15.7% 減）となった。アフターマーケットでのドライブレコーダーなど順調に拡大した分野・商材もあったが、新型コロナウイルス感染症（以下、コロナ）の影響で自動車向けが減少し黒物家電向けも低調に推移したことから全体では減収となった。商品構成の変化で粗利率が若干低下。コロナの影響による旅費交通費等の減少によって販管費は前年同期比で減少したが減収による売上総利益額の減少を補えず営業利益は減益となった。但し四半期別の傾向では、第 1 四半期（会計期間）の業績はコロナの影響で大きく落ち込んだが、第 2 四半期（同）にはほぼ前年同期並みに回復した。

2. 2021 年 3 月期は 7.7% の営業減益を予想、配当は年間 32 円の予定

2021 年 3 月期通期については、第 2 四半期の結果を踏まえて現時点では売上高 174,000 百万円（前期比 0.9% 減）、営業利益 4,400 百万円（同 7.7% 減）、経常利益 4,200 百万円（同 6.7% 減）、親会社株主に帰属する当期純利益 2,900 百万円（同 11.1% 減）と予想されている。マーケット別では、Broad Market はドライブレコーダーやモーター等が牽引し増収が見込まれるが、Digital Electronics（液晶、タッチパネル、モバイル端末等）や Automotive は減収予想。販管費は引き続き減少する見込みだが、第 1 四半期の落ち込みが響いて通年でも営業減益が予想されている。年間配当は 32 円（上半期 13 円実績、期末 19 円予定）と前期並みを予定している。

3. 中期経営計画「エレマテック NEXT」を発表、3 つの戦略を強化

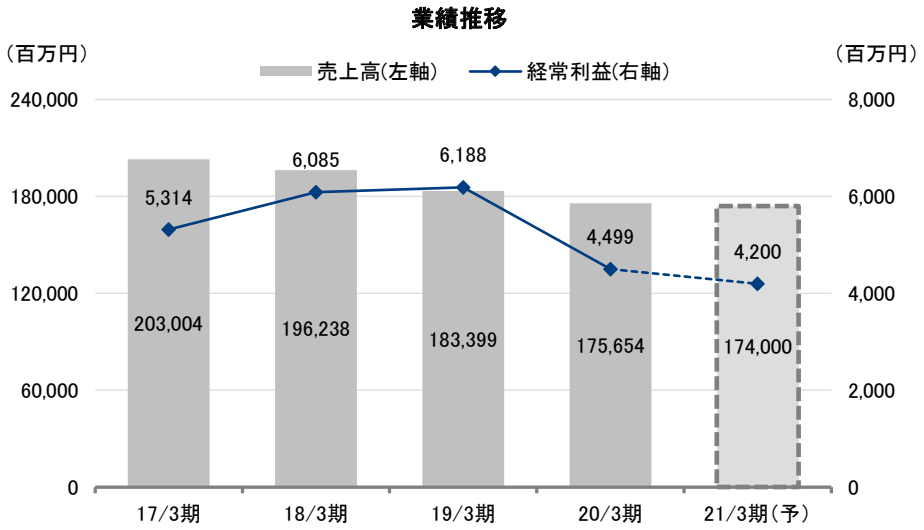
前回の中期経営計画「エレマテック・クロス」は 2020 年 3 月期で終了したが、その結果及び課題を踏まえて、2023 年 3 月期を最終年度とする新たな中期経営計画「エレマテック NEXT」を発表した。主要戦略として「高付加価値型ビジネスの拡大」、「国内外有力顧客の開拓」、「自動車領域への注力」を掲げている。定量的な目標値は発表されていないが、この計画を推進・実行していくことで、単なる量的拡大だけでなく、質的な改善を目指していく方針だ。特に高付加価値型ビジネスでは、ゲーム機関連商材や衛生関連製品等の新規商材の拡充が順調に進んでいる。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

要約

Key Points

- 成長市場の追求と、高付加価値型ビジネスの 2 つの軸で収益成長を目指す
- 2021 年 3 月期第 2 四半期はコロナの影響により 7.5% 営業減益、通期では 7.7% 営業減益を予想
- 新中期経営計画「エレマテック NEXT」を発表、主に 3 分野に注力し、量的拡大＋質的改善を目指す



出所：決算短信よりフィスコ作成

会社概要

電子材料を得意とする 2 社が 2009 年に合併して誕生。国内外に 61 拠点を擁し、Digital Electronics、Automotive、Broad Market の 3 つのマーケットで事業を展開

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。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

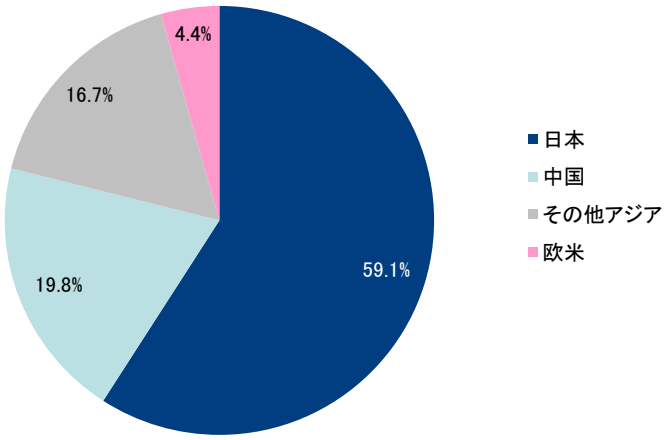
両社は 2009 年に合併（存続会社は高千穂電気）し、社名をエレマテック株式会社へと改めた。事業領域はともに電子材料主体でありながら、東京と京都で地理的補完関係を生かして成長を続けてきた。2012 年に TOB によって豊田通商の子会社となり、現在に至っている。

（2）事業内容

沿革を反映し、同社は現在、エレクトロニクス製品向けの電子材料を始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、連結ベースで従業員 1,174 名（2020 年 9 月末）を抱え、国内外に 61 拠点（2020 年 9 月末）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、中国 2 の合計 3 ヶ所が含まれている。

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。2021 年 3 月期第 2 四半期の売上構成比は国内が 59.1%、中国（香港含む）19.8%、その他アジア 16.7%、欧米 4.4% という構成だった。ここ数年は主要顧客の中国における生産低下を反映し、同社でも中国の売上構成比が低下基調にある。

地域別売上高（2021年3月期第2四半期）

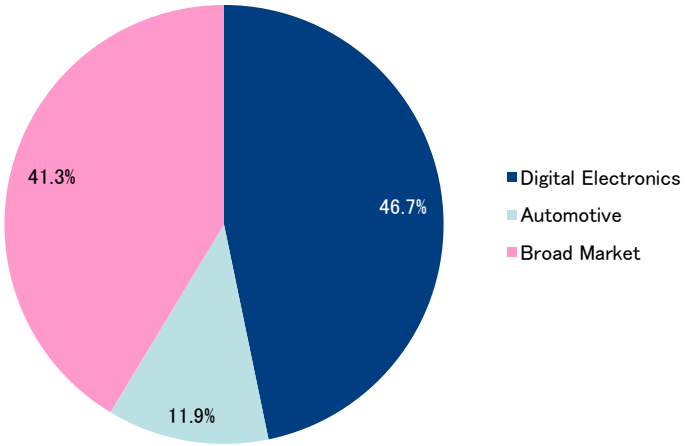


出所：決算短信よりフィスコ作成

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）は不可欠だ。従来は取扱商材に基づき管理（仕入先基準）していたが、2015 年 3 月期から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に分類する方式に切り替えた。その結果現在では、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。それぞれの売上高比率それぞれの売上高比率（2021 年 3 月期第 2 四半期）は、Digital Electronics 46.7%、Automotive 11.9%、Broad Market41.3% であった。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

マーケット別売上高（2021年3月期第2四半期）



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

多数の商材・取引先を生かして業績の安定成長を実現、今後は“高付加価値型ビジネス”に力点

2. 特長と強み

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 6,800 社（メーカー）にのぼり、一方で約 6,600 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広範囲で多様な商材の取引を行っている。個別の仕入先および販売先は開示されていないが、主な販売先上位 10 社で売上高の約 44.5%（2021 年 3 月期第 2 四半期）を占める。このように仕入先や販売先、取扱い商品が分散されているため、業績は特定の顧客や製品の動向に大きく左右されることが少なく安定した成長の持続が可能となっている。

また多数の商材、顧客を抱えていることから機敏に新しい成長分野への展開を行えるのも同社の強みだろう。同社は現在、スマートフォンから自動車やロボット等へ事業の軸足を移す過渡期にある。言うまでもなく、それぞれの市場の成長性の変化に対応したものだ。足元は米中貿易摩擦やコロナの影響で理想的な事業環境とは言えないが、事業環境と成長市場という 2 つの変動要因を巧みにコントロールして業績面で大きな谷間を作ることなく、変化の波を乗り切ろうとしていることに同社の本領が発揮されていると言えるだろう。

同社が提供しているのは、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・機能だけではない。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。同社は 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、業績に落とし込むことができているということだ。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

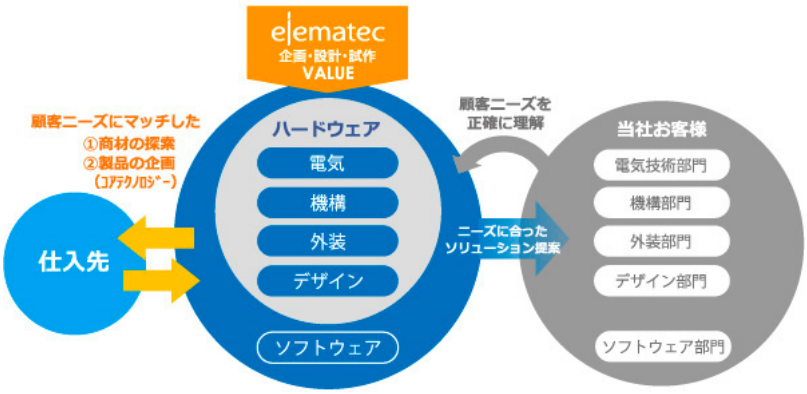
同社は今後、自社の有する特長・強みと、独立系技術商社としての機能・知見とを組み合わせ、「高付加価値型ビジネス」の取り組みを強化する方針だ。これまでは、成長市場への機敏な対応という「横展開」が収益成長のけん引力であったが、今後は、高付加価値型ビジネスという「縦展開」（深堀り）でさらなる成長を目指す方針だ。その証として、足元ではゲーム機向け商材や衛生関連製品等の新規商材の拡充が順調に進んでいる。（詳細は後述）。

3. 5 つのサービス・機能

（1）企画開発・設計：真のニーズにマッチした製品の企画開発・設計

顧客の購買部門だけでなく、設計・開発部門などとも深い関わりを持ち、真のニーズを掘り起こしている。ちょっとしたヒントからでもニーズを汲み取り、営業部門・開発部・技術部が一体となって検討を重ね、新しいパーツやユニットなどを企画開発・設計する。技術部では、機構及び電気回路設計などの専門家と、3D CAD・3D プリンター・NC 工作機械などの試作設備も保有している。これらリソースの活用に加え、長年培ってきたノウハウや最先端の専門知識をもとに、膨大な営業基盤を生かして、顧客のニーズにマッチした製品を提供する。

企画開発・設計のイメージ図



出所：同社ホームページより掲載

（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代行

多数の調達先管理、頻雑な発注・納期管理など、顧客の業務効率化とコスト低減を実現するため、同社が調達業務を代行する。長年培ってきたノウハウ・専門知識を駆使して、国内外問わず部材を調達し、品質管理や納期管理を徹底し、また、指定された部材の取り扱いだけでなく、世界中の多くの仕入先のそれぞれが持つ得意分野をしっかり把握した上で、より適した調達先を選定し提案する。万一の品質問題等の発生時にもワールドワイドで拠点を生かして迅速に対応する。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

調達代行サービスのイメージ図

出所：同社ホームページより掲載

（3）製造サービス：高品質な製造サービスを提供し、個別のカスタマイズにも対応

世界中の拠点ネットワークを通じて集められる、顧客の製品開発情報や最新技術情報をもとにして、顧客ごとに個別に企画開発・設計されたカスタマイズ品やモジュール品を製造するために、同社では国内 1 ヶ所（横浜）、海外 2 ヶ所（大連、無錫）に加工工場を設けている。また、自社工場ばかりでなく、優良な技術やコスト競争力を持った国内外の外部製造委託先とタッグを組んで、カスタマイズ品・モジュール品に加え、完成品（ODM）も提供することができる。「情報」「技術」「モノの作り方」を理解し、グローバルなサプライチェーンを構築している。

（4）品質・環境マネジメント：高品質な製品の提供と高度な品質管理体制の確立

顧客からの高度な品質要求に応えるため、様々なサービスを提供している。顧客の監査要望書に基づき、成分分析などの環境対策や製品が基準を満たしているかを検査するのはもちろん、試作から量産に移行する際に、安定した量産が行えるかも確認している。また、万一不良品が発生した場合には、顧客と共に不良品の識別、解析を迅速に行い、改善計画を立案して実施し、再発防止に取り組むなど、環境・品質保証部を中心にあらゆる面からサポートしている。

（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する

グローバル化が進んだ今、日本を経由しない、いわゆる三国間ビジネスが拡大している一方で、世界的なビジネスの潮流も、「世界の工場」と呼ばれてきた中国から、ASEAN を中心に生産移管が進むといった変化が起こっている。同社のワールドワイド・ネットワークはこうした流れにも対応できる。日本国内の拠点と海外現地法人ばかりでなく、海外現地法人同士が密な連携を図ることに加え、国内外を問わずいつも顧客の身近にいることで、時差も、言葉の壁も超えて、より迅速でスムーズなコミュニケーションや物流を実現している。

以上のように、同社は単なる部品商社ではなく様々なサービスや機能を有している。言い換えれば、上記の「5 つのサービスや機能」を提供することで単純な商社機能に付加価値をオンしており、その結果として相対的に高い粗利率を維持している。今後も「5 つのサービスや機能」をより活用していくことで、同社の粗利率はさらに向上していくはずだ。

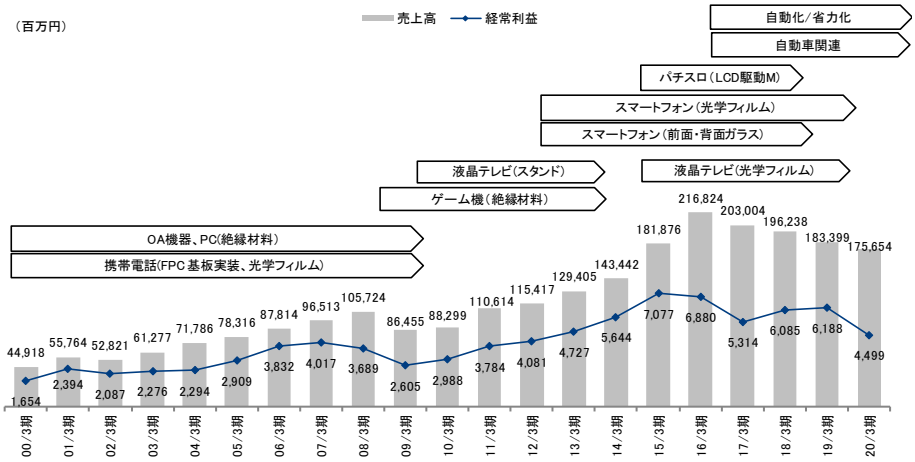
本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

商社に求められる機能をしっかりと発揮し、収益成長へとつなげてきた

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だろう。2000 年代初めは携帯電話関連で伸びたがその中身は FPC（プリント配線版）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。2010 年前後は地デジ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商品として台頭し、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最高益の更新を達成した。ここ数年はスマートフォン市場が成熟化したことで業績の踊り場を迎えた形となっているが、ここにきて同社にとって次の成長市場は自動車関連と海外メーカー向けに移しつつある。さらにその先には 5G と呼ばれる次世代（第 5 世代）の移動通信システムがある。5G に移行すると基地局から端末まですべてが一新され、また、“ 通信 ” の守備範囲が格段に広がり、あらゆるものがネットワーク化されることになる。仕入・販売両側で多数の取引先と多様な商材を有する同社にとっては一段と商機が拡大すると期待される。

長期業績推移



出所：決算短信、取材等よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

業績の動向

減収減益での着地、主要因は自動車市場における生産活動停滞の影響による Automotive の減収

1. 2021 年 3 月期第 2 四半期決算の概要

（1）損益状況

2021 年 3 月期第 2 四半期の業績は、売上高 85,164 百万円（前年同期比 3.3% 減）、営業利益 2,152 百万円（同 7.5% 減）、経常利益 2,033 百万円（同 10.1% 減）、親会社株主に帰属する四半期純利益 1,409 百万円（同 15.7% 減）となった。アフターマーケット向けのドライブレコーダーなど順調に拡大した分野・商材もあったが、コロナの影響で特に自動車向けが減少し黒物家電向けも低調に推移したことから全体では減収となった。但し四半期毎の傾向では、第 1 四半期（会計期間）の売上高がコロナの影響で前年同期比 6.8% 減と大きく落ち込んだが、第 2 四半期（同）の売上高はほぼ前年同期並みに回復した。

利益面では、売上総利益率は前年同期の 9.7% から 9.4% に低下したがこれは商品構成の変化による。販管費は前年同期比 6.0% 減の 5,861 百万円となったが、売上高が減少したことから販管費率は前年同期の 7.1% から 6.9% へ低下した。販管費の減少（371 百万円）の内訳では、人件費が 40 百万円減となったが、主に中国での社会保険料減免等の法定福利費の減少による。荷造運賃はコロナの影響で数量は減少したが、物流の逼迫による運賃高騰により前年同期比では 76 百万円の増加となった。その他費用は 407 百万円減少したが、コロナの影響で出張を一時的に自粛したことなどから旅費交通費が減少したことが主な要因。この結果、営業利益は同 7.5% 減の 2,152 百万円となった。

コロナの影響については、第 1 四半期には自動車向けを中心に大きく影響を受けたが、第 2 四半期には回復し、現在ではほぼ以前と同様のレベルに戻りつつあると言える。

2021 年 3 月期第 2 四半期決算の概要

（単位：百万円、%）

	20/3 期 2Q		21/3 期 2Q			
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率
売上高	88,057	100.0	85,164	100.0	-2,893	-3.3
売上総利益	8,559	9.7	8,013	9.4	-546	-6.4
販管費	6,232	7.1	5,861	6.9	-371	-6.0
営業利益	2,326	2.6	2,152	2.5	-174	-7.5
経常利益	2,262	2.6	2,033	2.4	-229	-10.1
親会社株主に帰属する四半期純利益	1,671	1.9	1,409	1.7	-262	-15.7

出所：決算短信よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

（2）地域別状況

地域別売上高は、国内が 50,374 百万円（前年同期比 9.5% 増）、中国が 16,884 百万円（同 6.1% 減）、その他アジアが 14,195 百万円（同 17.0% 減）、その他地域（主に欧米）が 3,710 百万円（同 46.6% 減）となった。国内が増収となったのは主にアフターマーケット向けのドライブレコーダーが好調だったことによる。中国はコロナの影響が比較的早く収まったことに加え電気・電子部品関連が比較的好調であったことから僅かだが増収となった。その他アジアは顧客事情により黒物家電向け（主に TV 向け）が不振だったことに加え、コロナの影響を大きく受けて減収となった。

セグメント利益は、国内が 816 百万円（同 8.1% 減）、中国が 647 百万円（同 14.1% 増）、その他アジアが 372 百万円（同 35.3% 減）、その他地域が 119 百万円（同 35.3% 減）となった。国内が増収にもかかわらず減益となったのは、比較的利益率が高い自動車向けの売上高が低下したことによる。一方で、中国の増益幅が大きいのは、社会保険料減免による経費減が主要因。その他アジアは減収に伴い減益となった。その他は減益率が大きいが金額は少ない。

地域別状況

（単位：百万円、%）

	20/3 期 2Q		21/3 期 2Q			
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率
売上高	88,057	100.0	85,164	100.0	-2,893	-3.3
日本	46,026	52.3	50,374	59.1	4,348	9.5
中国	17,986	20.4	16,884	19.8	-1,102	-6.1
その他アジア	17,097	19.4	14,195	16.7	-2,902	-17.0
欧米	6,947	7.9	3,710	4.4	-3,237	-46.6
営業利益	2,326	-	2,152	-	-174	-7.5
日本	888	-	816	-	-72	-8.1
中国	567	-	647	-	80	14.1
その他アジア	575	-	372	-	-203	-35.3
欧米	184	-	119	-	-65	-35.3
（調整額）	111	-	196	-	-	-

出所：決算短信よりフィスコ作成

（3）財務状況

流動資産は 87,948 百万円（前期末比 1,671 百万円増）となったが、主に現金及び預金の増加 3,411 百万円、受取手形及び売掛金の減少 1,774 百万円、たな卸資産の増加 159 百万円などによる。固定資産は 5,626 百万円（同 122 百万円増）となったが、主に投資その他の資産の増加 156 百万円（投資有価証券の増加 88 百万円等）による。この結果、2021 年 3 月期第 2 四半期末の資産合計は 93,575 百万円（同 1,794 百万円増）となった。

一方で、負債合計は 41,868 百万円（同 983 百万円増）となったが、主に流動負債のうち、短期借入金等の増加 842 百万円などによる。中国子会社が増配したことなどから資金繰りがやや窮屈になり借入金が増加したことによる。純資産合計は親会社株主に帰属する四半期純利益の計上による利益剰余金の増加 795 百万円などを受けて 51,706 百万円（同 810 百万円増）となった。この結果、2021 年 3 月期第 2 四半期末の自己資本比率は 55.3%（前期末 55.5%）となった。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

連結貸借対照表

（単位：百万円）

	20/3 期末	21/3 期 2Q 末	増減額
現金及び預金	23,387	26,799	3,411
受取手形及び売掛金	50,298	48,523	-1,774
たな卸資産	11,441	11,600	159
流動資産合計	86,276	87,948	1,671
有形固定資産	3,185	3,213	27
無形固定資産	472	410	-61
投資その他の資産	1,846	2,002	156
固定資産計	5,504	5,626	122
資産合計	91,781	93,575	1,793
支払手形及び買掛金	36,809	36,899	90
短期借入金	-	842	842
流動負債合計	39,748	40,727	979
固定負債合計	1,136	1,140	4
負債合計	40,885	41,868	983
純資産合計	50,896	51,706	810

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

(4) キャッシュ・フローの状況

営業活動によるキャッシュ・フローは 3,918 百万円の収入となった。主な収入は、税金等調整前四半期純利益の計上 2,033 百万円、減価償却費 298 百万円、売上債権の減少 1,716 百万円、仕入債務の増加 167 百万円など。主な支出は、たな卸資産の増加 217 百万円などとなっている。なお営業活動によるキャッシュ・フローが前年同期に比較して大幅に増加しているように見えるが、これは 2019 年 3 月期末が銀行休業日であったことから、前年同期のキャッシュ・フローが一時的に減少したことによるもので、今回の水準が通常レベルに戻ったと言える。

投資活動によるキャッシュ・フローは 576 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 518 百万円など。財務活動によるキャッシュ・フローは 111 百万円の収入だったが、主な収入は短期借入金の純増 851 百万円、支出は配当金の支払額 613 百万円による。この結果、現金及び現金同等物は 3,411 百万円の増加となり、2021 年 3 月期第 2 四半期末残高は 26,799 百万円となった。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

キャッシュ・フロー計算書

（単位：百万円）

	20/3 期 2Q	21/3 期 2Q
営業活動によるキャッシュ・フロー	678	3,918
税金等調整前四半期純利益	2,268	2,033
減価償却費	234	298
売上債権の増減額（- は増加）	1,852	1,716
たな卸資産の増減額（- は増加）	-437	-217
仕入債務の増減額（- は減少）	-2,516	167
投資活動によるキャッシュ・フロー	-96	-576
有形固定資産の取得による支出	-123	-518
無形固定資産の取得による支出	-48	-77
財務活動によるキャッシュ・フロー	-817	111
短期借入金の純増減額（- は減少）	22	851
配当金の支払額	-736	-613
現金及び現金同等物の増減額（- は減少）	-893	3,411
現金及び現金同等物の四半期末残高	24,821	26,799

出所：決算短信よりフィスコ作成

コロナの影響で Automotive、黒物家電が低調だったが、液晶やドライブレコーダー向けは好調を維持、全体は小幅減収に止まる

2. マーケット別売上高の動向

マーケット別売上高の詳細

（単位：百万円）

	20/3 期 2Q		21/3 期 2Q				
	実績	構成比	実績	構成比	伸び率	主な対象市場	増減額
Digital Electronics	40,655	46.2%	39,812	46.7%	-2.1%	黒物家電	-2,833
						カメラ・カメラモジュール	-984
						電気・電子部品	1,761
						液晶、TP、BL	1,589
Automotive	13,609	15.5%	10,174	11.9%	-25.2%	Automotive 全体	-3,435
Broad Market	33,792	38.4%	35,178	41.3%	4.1%	アフターマーケット	3,309
						OA 機器	-1,687
合計	88,057	100.0%	85,164	100.0%	-3.3%		-2,893

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

2021 年 3 月期第 2 四半期の Digital Electronics の売上高は 39,812 百万円（同 2.1% 減）となった。製品・市場別内容を見ると、最も変動が大きかったのは黒物家電で、前年同期比 2,833 百万円の減収となったが、これは取引先の製品事情（主に TV）によるものだ。次に影響が大きかったのはカメラ・カメラモジュールで 984 百万円の減収となったが、顧客のデジカメ生産の影響を受けた。その一方で、電気・電子部品は 1,761 百万円の増収となったが、主に新規顧客を開拓したことによる。また液晶、TP、BL は 1,589 百万円の増収となったが、前下半期に受注した車載用液晶の量産が今期に入り立ち上がったことによる。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

その一方で Automotive は同 25.2% 減の 10,174 百万円となった。特に第 1 四半期（4 月～ 6 月）にコロナの影響で自動車市場全体が停滞したことの影響を大きく受けた。第 2 四半期に入ってほぼ前年同期並みにまで回復したが、第 1 四半期の落ち込みをカバーするには至らず、累計期間では大幅減収となった。

Broad Market の売上高は、同 4.1% 増の 35,178 百万円となった。このセグメントは Digital Electronics と Automotive 以外のすべてを含んでいるが、その中でアフターマーケット向けが同 3,309 百万円増と大きく伸長したが、中身としてはドライブレコーダー関連製品が中心となっている。一方、OA 機器は複合機向けが不振で同 1,687 百万円の減収となった。

今後の見通し

2021 年 3 月期は下半期回復するも通期では 7.7% 減益予想

● 2021 年 3 月期の業績見通し

（1）損益状況

2021 年 3 月期通期業績については、第 2 四半期の結果を踏まえて現時点では売上高 174,000 百万円（前期比 0.9% 減）、営業利益 4,400 百万円（同 7.7% 減）、経常利益 4,200 百万円（同 6.7% 減）、親会社株主に帰属する当期純利益 2,900 百万円（同 11.1% 減）と予想されている。

安全対策需要の高まりを受けてドライブレコーダーやコロナの影響による巣ごもり需要を受けたゲーム機器関連部材などの需要増が見込まれるが、自動車向けは下半期に入り需要は持ち直す見込みだが、第 1 四半期の落ち込みをカバーするには至らず通期では減収を予想している。

販管費は前期比で減少する見込み。

2021 年 3 月期通期予想の概要

（単位：百万円、%）

	20/3 期		21/3 期（予）			
	金額	構成比	金額	構成比	増減額	増減率
売上高	175,654	100.0	174,000	100.0	-1,654	-0.9
営業利益	4,765	2.7	4,400	2.5	-365	-7.7
経常利益	4,499	2.6	4,200	2.4	-299	-6.7
親会社株主に帰属する当期純利益	3,263	1.9	2,900	1.7	-363	-11.1

出所：決算短信よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

（2）マーケット別売上高予想

2021 年 3 月期の Digital Electronics の売上高は 75,372 百万円（前期比 5.4% 減）と予想されている。製品・市場別では、液晶、TP、BL は 5,353 百万円減の見込みだが、これは顧客の製品シフト（液晶から有機 EL へ）の影響による。モバイル端末向けも国内での売上高が 2,043 百万円減の予想。TOY・ホビーは某大手顧客の新製品（ゲーム機）が立ち上がることから 3,439 百万円増を見込んでいる。

その一方で Automotive は、下半期だけでは前年同期を若干上回る予想だが上半期（特に第 1 四半期）の落ち込みをカバーするには至らず通期では同 15.3% 減の 23,030 百万円が予想されている。Broad Market の売上高は、同 9.9% 増の 75,597 百万円の見込み。製品別では、ドライブレコーダーを中心にアフターマーケット向けが同 6,044 百万円増、主に中国での需要が堅調であることからモーター関連も 1,012 百万円増の見込み。一方、OA 機器は複合機向けが不振で 2,426 百万円減が予想されている。

マーケット別売上高の詳細

（単位：百万円）

	20/3 期 2Q		21/3 期 2Q				
	実績	構成比	実績	構成比	伸び率	主な対象市場	増減額
Digital Electronics	79,688	45.4%	75,372	43.3%	-5.4%	液晶、TP、BL	-5,353
						モバイル媒体	-2,043
						TOY・ホビー	3,439
Automotive	27,187	15.5%	23,030	13.2%	-15.3%	Automotive 全体	-4,157
Broad Market	68,778	39.2%	75,597	43.4%	9.9%	アフターマーケット	6,044
						モーター	1,012
						OA 機器	-2,426
合計	175,654	100.0%	174,000	100.0%	-0.9%		-1,654

出所：決算説明資料よりフィスコ作成

中長期の成長戦略

新中期経営計画「エレマテック NEXT」を発表、3 分野に注力し量的拡大と質的改善を目指す

1. 前中期経営計画「エレマテック・クロス」の総括

前回の中期経営計画である「エレマテック・クロス」は 2020 年 3 月期で終了したが、以下はその成果と課題である。

成果については、EV・HV 関連商材の販売等による自動車領域の伸長に加えて、ドライブレコーダーや医療機器関連ビジネス等のモジュール・ODM ビジネスの強化が挙げられる。また、機構、筐体設計の強度・流動解析やソフトウェア担当の人材獲得等、人員・設備の拡充に伴う技術部の機能強化についても実現した。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

一方で、課題も残った。伸長する海外顧客（米系、中国系）の開拓や、顧客のニーズに合わせた新規商材の発掘や、モジュール化などの付加価値創造、新しい技術を取り入れた商品企画・提案などである。

2. 新中期経営計画「エレマテック NEXT」の概要と重点領域

前回の中期計画が 2020 年 3 月期に終了したことに続いて、2021 年 3 月期を初年度、2023 年 3 月期を最終年度とする新しい中期経営計画「エレマテック NEXT」を発表している。その中期戦略の柱として、「高付加価値型ビジネスの拡大」、「国内外有力顧客の開拓」、「自動車領域への注力」の 3 つを掲げている。

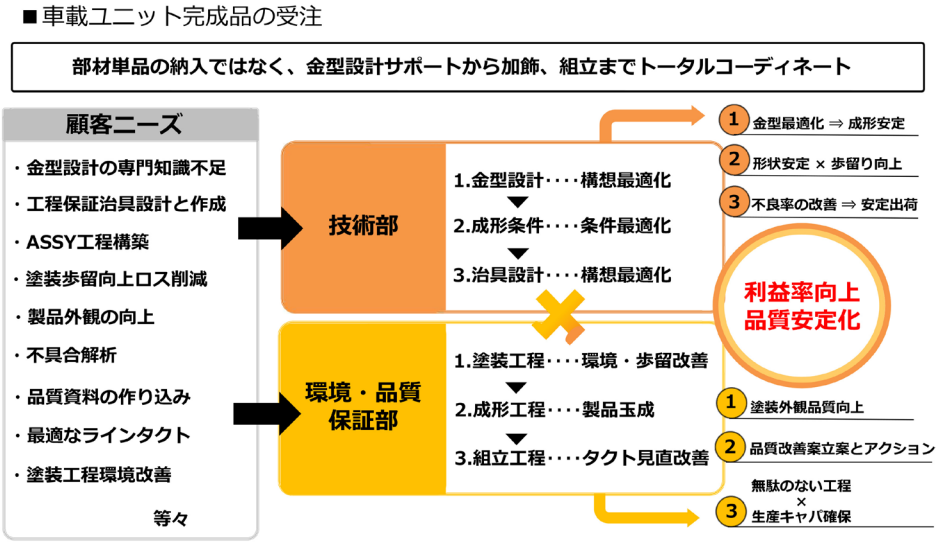
3. 高付加価値型ビジネスの強化

（1）社内連携強化による顧客への提案力の向上

ビジネスの前線である営業部門と後方支援とも言える開発部、技術部、環境品質支援部との連携を強化し、顧客への提案力を一段と向上させる。独自の企画開発や設計機能の向上を図り、モジュール品や完成品（ODM）を拡販する。

具体例として「車載ユニット完成品」の受注が挙げられる。これは今までの部材単品の納入ではなく、金型設計サポートから加飾、組立までをトータルコーディネートし、より付加価値の高いユニットとして納入するもの。この受注の流れを要約すると、まず営業部門が顧客からの様々な要求･ニーズを汲み取り、それを技術部、環境・品質保証部などの関連部署へフィードバックすることで、各部署が連携して最適な解や条件等を導き出し、最終的には利益率の向上と品質の安定化につなげるということになる。

高付加価値型ビジネスの強化



出所：決算説明資料より掲載

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

（2）商材の使い分けによる最適な解決策の提案

高機能な日本製商材と価格競争力に優れた新興国製商材を使い分けることで、顧客にとって最適な解決策を提案する。一例として、汎用品には新興国製商材、専門品には日本製商材などを充当することが挙げられる。以下のような具体例が進捗している。

a）商材の拡充 -1

コロナの世界的な拡大により衛生関連製品への需要が急増しているが、同社が持つ各種素材や生産能力を活かしてコロナ関連の商材を拡充している。具体的には、使い捨てマスク等の PPE 製品の販売、中国の自社工場のでのフェイスシールドや眼鏡シールドの生産、抗ウィルス効果のある銅配合素材製品（抗菌マスク、抗菌手すりカバー等）の販売開始。

b）商材の拡充 -2

同社は海外ネットワークを活かして、競争力のある新規仕入先の開拓を行っている。コロナの影響による巣ごもり需要によってゲーム機の売上高が急増しているが、ゲーム機用の高性能放熱部材や環境対応型梱包材の提供によって同社の売上高も今期は大幅増となる見込みだ。

4. 国内外有力顧客の開拓

（1）海外有力顧客の開拓

海外顧客をターゲットとした専属チーム新設に加え、海外有力顧客の開発拠点近くへ同社自身が出店している。その結果、同社が持つ技術力、品質管理能力等を活用し、競争力のある商材や付加価値のあるサービスを提供する計画だ。具体的には、サンノゼにショールームを設置し、日系商材を中心にデモの実演まで行うことで米系有力顧客へ PR する。また中国においては、深圳現地法人へ開発部員を駐在させることで日系商材のタイムリーかつ適切な展開を可能にして中国系有力顧客を開拓する。

（2）国内有力顧客の開拓

国内有力顧客開拓の施策としては、第一に組織横断型の専属チームを新設し、情報・人脈の共有、意思決定のスピード向上、組織的な対応力アップなどを図る。これにより、開発案件獲得数の増加を目指す。さらに第二として、営業力向上のためのリソースを投入し、顧客キーパーソンへのアプローチ強化、顧客ニーズの深堀りを進める。自社工場（メーカー機能）をアピールすることで試作案件の受注を目指す。

5. 自動車領域への注力

自動車業界は 100 年に一度の大変革期にあると言われており、同社でも、今後ますます電装化比率が上昇すると予想される自動車領域に注力する。この自動車領域の拡大のためにリソースを重点的に配分する計画だ。特に以下の分野に注力する。

（1）海外 Tier-1 の攻略

日本の Tier-1 だけでなく、海外（特に欧州・中国）の Tier-1 メーカー等を攻略するためにリソースを投入。国内顧客だけにとらわれないビジネスを展開する。施策としては、国内実績の横展開（コックピットモジュール、IR センサー等）、有力商材の PR（温調カップユニットのデモ実施等）などを進める。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

（2）EV/HV の強化

豊田通商グループとの連携を強化する。具体的には、国内自動車メーカー向け電動化チームを組織し、情報の共有、新規ビジネスの取り込みを進める。

株主還元

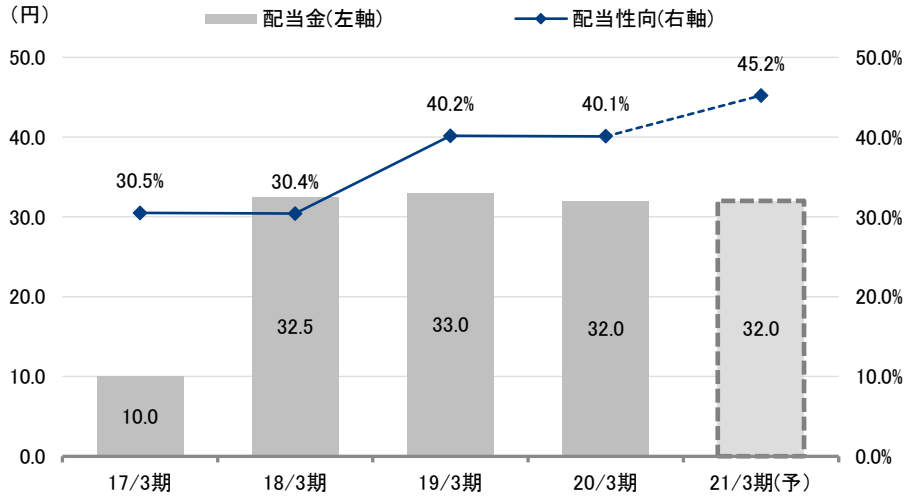
2021 年 3 月期は年間 32 円配当を予定
長期的には ROE10% が目標

同社は、基本的に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いる。事実、年間配当として 2019 年 3 月期は 33 円、2020 年 3 月期 32 円を実施、配当性向は 40.2%、40.1% であった。

進行中の 2021 年 3 月期については、既に中間期で 13 円の配当を実施しているが、期末には 19 円の配当を行うことを発表しており年間配当は前期と同様の 32 円が予定されている。基本的目標である「配当性向 40%」を維持するためには、年間 30 円以下の配当で十分であるが、会社は「コロナと言う特殊な環境ではあるが、少しでも株主に報いるために配当性向が高くなっても前期並みの配当を行う」と述べている。

また長期的な目標として「ROE10%」を掲げている。この目標を達成するためには、自己資本の過度の増加を抑えながら利益成長を達成することが必要であり、決して容易な目標ではないが、今後の経営陣の奮起に期待したい。

配当金及び配当性向の推移



注：2019 年 6 月 1 日付で 1：2 の株式分割を実施
出所：決算短信よりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

重要事項（ディスクレーマー）

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・表示したものですが、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 5-11-9
株式会社フィスコ
電話：03-5774-2443（情報配信部）
メールアドレス：support@fisco.co.jp