



Cominix製品は、
様々な製造産業や生活の中で活躍しています。



Cominix

証券コード3173

株式会社Cominix

2019年3月期

決算説明資料

<https://www.cominix.jp>

AGENDA

1. 会社概要と業界について
2. 特長と強み
3. 成長戦略
4. 2019年3月期決算概要
5. 中期経営計画（2020年3月期～2022年月3期）

1. 会社概要と業界について

Cominix



商号変更 ～ 株式会社Cominix～

- 2018年4月1日付で商号を「株式会社Cominix」へ変更
- 当社グループの一体感を醸成し、より一層のグローバル展開を図ることを目的に、社名とブランド名を統一



会社概要

会社名	株式会社Cominix
英訳名	Cominix Co., Ltd.
代表者	柳川 重昌
創業	1945年11月1日（中央機械工具商会を創業）
設立	1950年5月16日（大阪工具株式会社を設立）
本社所在地	大阪市中央区安堂寺町1-6-7
資本金	3億5,019万円（2019年3月末現在）
連結売上高	255億円（2019年3月期）
決算期	3月
従業員数	連結：377名、単体：207名（2019年3月末現在）

当社の属する業界について

- 当社の主たる取扱商品は切削工具（超硬工具の世界市場は約2兆円 うち日本は15%～20%）
- 工作機械受注額は約1兆6,500億円、切削工具販売額は約5,000億円と推定

卸売業

総合商社

専門商社

一般機械器具卸売業

工作機械

受注額
約1兆6,500億円



機械工具

切削工具

販売額
約5,000億円



測定工具

・ノギス
・マイクロメーター
・三次元測定機



伝導工具

・ベアリング
・ベルト
・プーリー



作業工具

・スパナ
・ドライバー



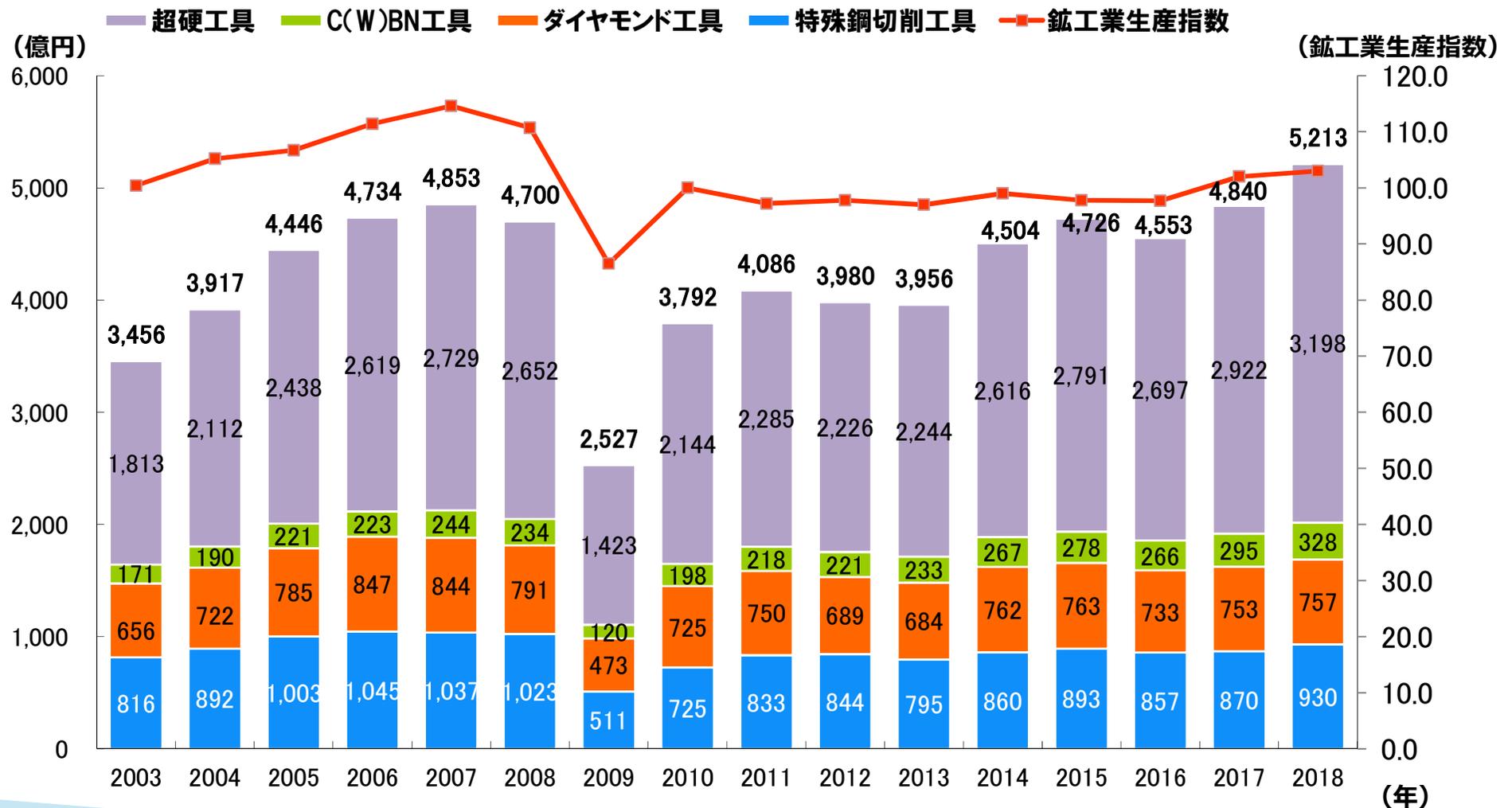
工作用機器

・チェーンブロック
・コンプレッサー
・グラインダ



工具販売額の推移

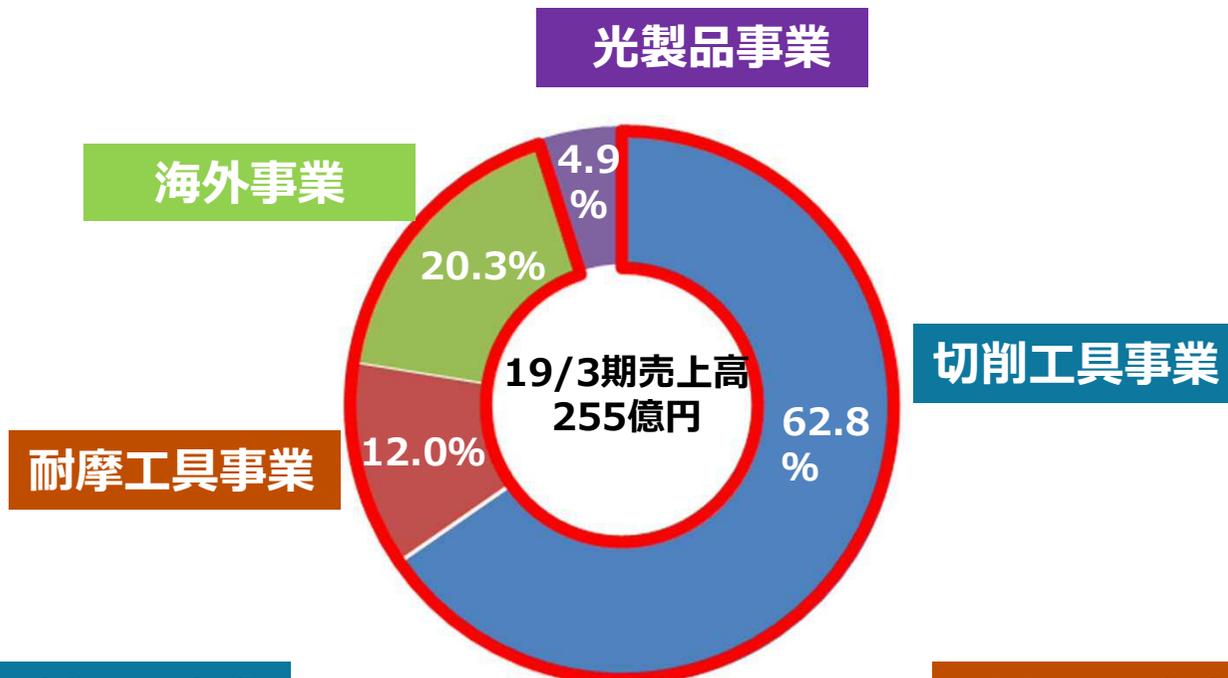
- 100年以上前からの業界で、自動車・電気製品・建機・航空機業界などと共に発展
- 鉋工業生産指数との連動性が高い



出所) 経済産業省 統計調査、鉋工業生産指数 (2010年を100とする)

事業内容

- 超硬工具に特化した高度専門商社



切削工具事業

- 金属加工として切削工具を中心に、放電加工用工具、ホルダー類、精密測定機器等を販売



耐摩工具事業

- 製罐工具(パンチ、ダイス)、破碎工具等を販売



海外事業

- アジア、北中米などの海外拠点から、切削工具、耐摩工具等を販売

光製品事業

- 光ファイバー、光源装置、光学部品等を販売

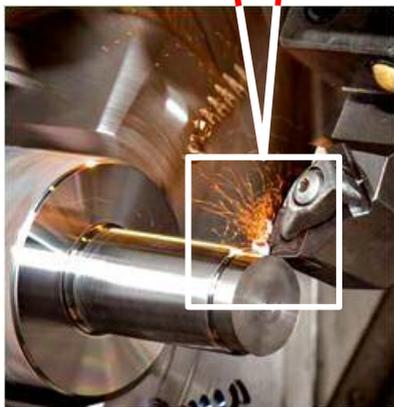
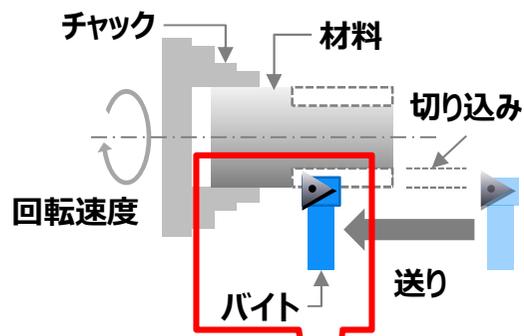


切削工具とは

- 生産ラインの工作機械に装着され、超高精度の金属加工を実現する超硬工具
- モノ作りのコアな工程における、生産性に直結する重要な工具
- 最適な工具選びが、加工速度、精度に大きく影響

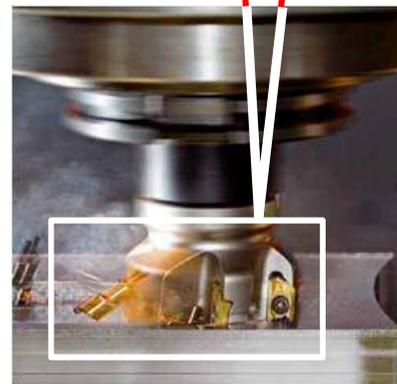
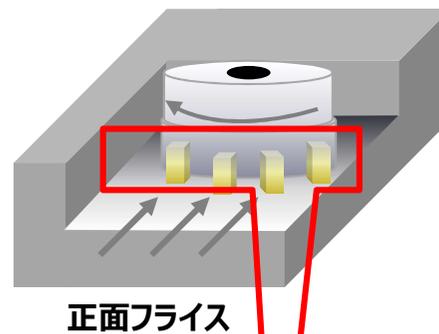
旋削

旋盤、NC旋盤で表面加工



転削

フライス盤、MCで表面加工



穿孔

ボール盤、MCで穿孔

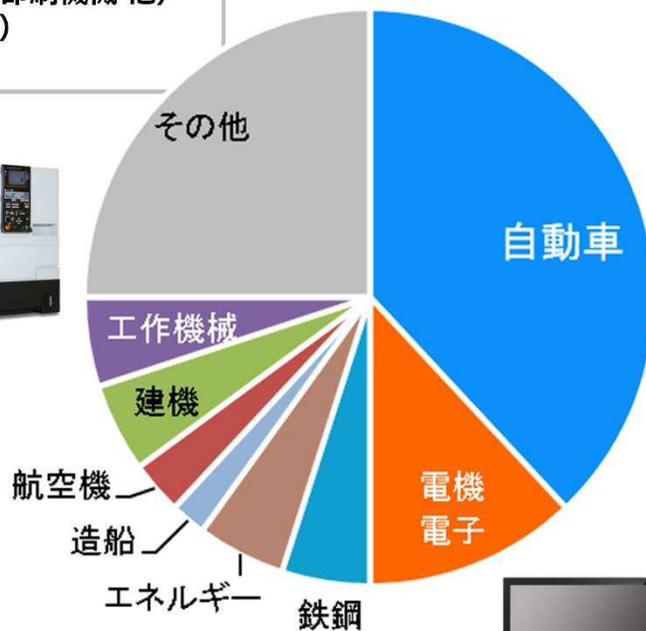


切削工具とものづくり産業との関係

- あらゆる業種におけるコアな製造工程に不可欠な切削工具
- 自動車製造におけるエンジン内主要部品や駆動系などの基幹部分をはじめ、あらゆる加工に使われる

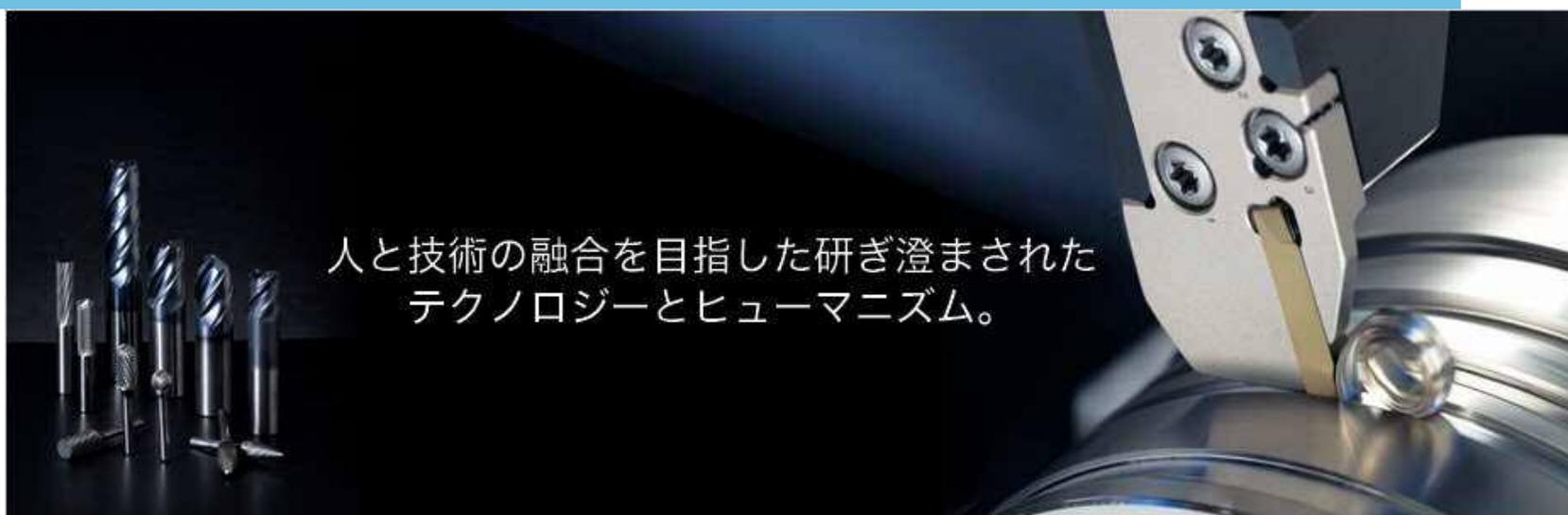
顧客業種ごとの売上高構成と用途

一般機械（農機、繊維機械、印刷機械 他）
医療（インプラント、人工骨 他）
機械部品、一般部品 他



2. 特長と強み

Cominix



人と技術の融合を目指した研ぎ澄まされた
テクノロジーとヒューマニズム。

特長と強み

強み1. 商品力

専門商社としての圧倒的な品揃え

強み2. 提案力

生産性向上に寄与する提案営業

強み3. 2つの販売形態

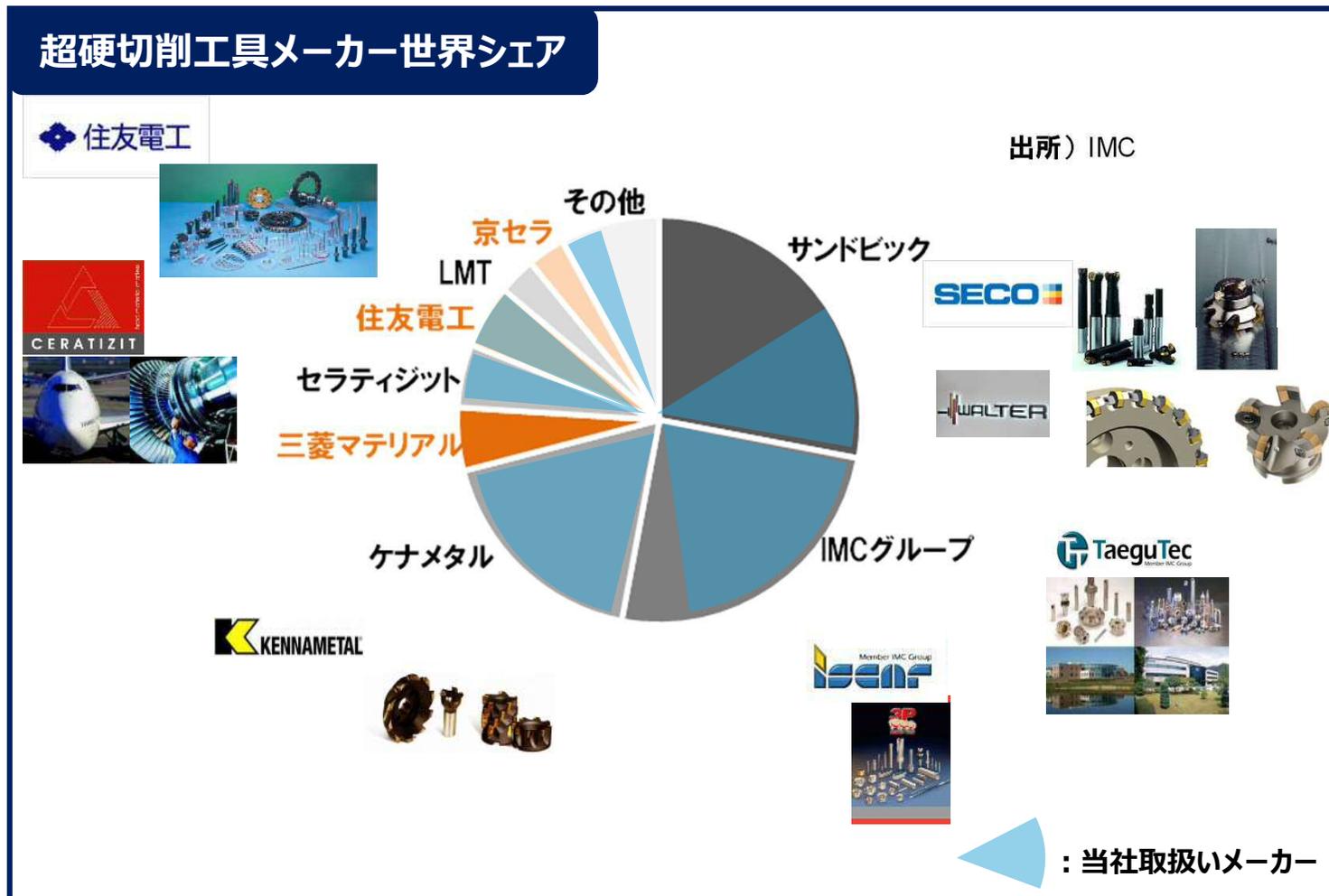
直販部門と卸部門の2部門体制によるシナジー

強み4. 国内外ネットワーク

急拡大する日系企業の海外移転をフォロー

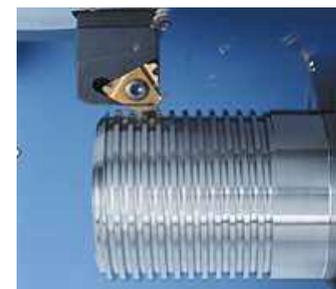
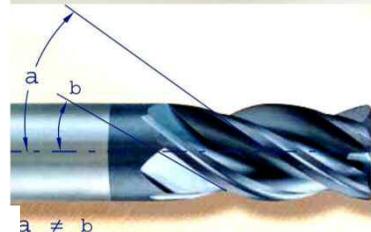
特長と強み ～商品力～

- 切削工具市場の世界シェア約60%をカバーする、主要かつ多彩なメーカーと取引
- 国内外の商材を厳選し、ユーザーニーズに応える商材を豊富に取り揃える



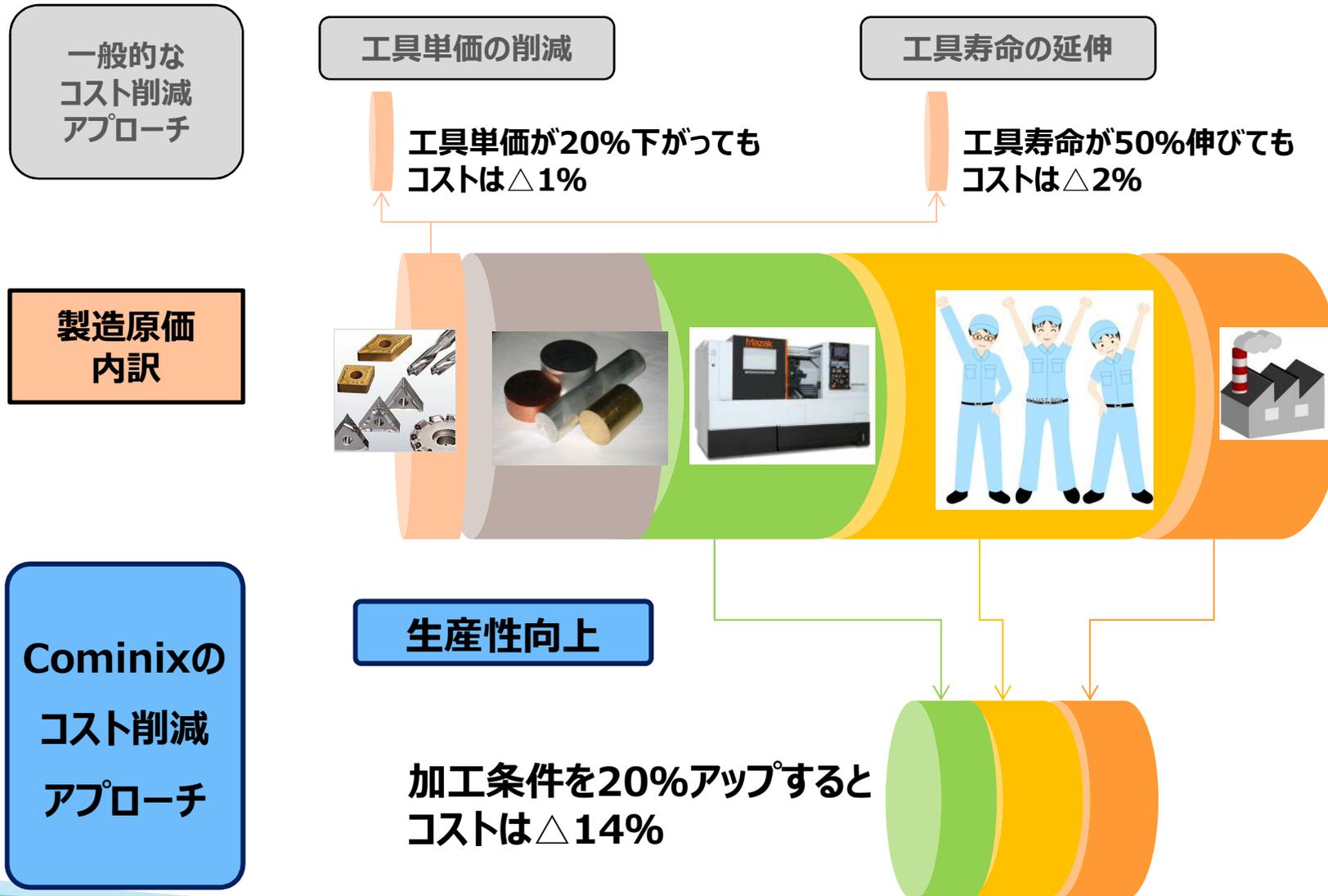
特長と強み ～商品力（Cominix商品）～

- 海外の優秀なメーカーを掘り起こし、「Cominix商品」として紹介
- 当社は10数社の専門メーカーの総代理店となっている



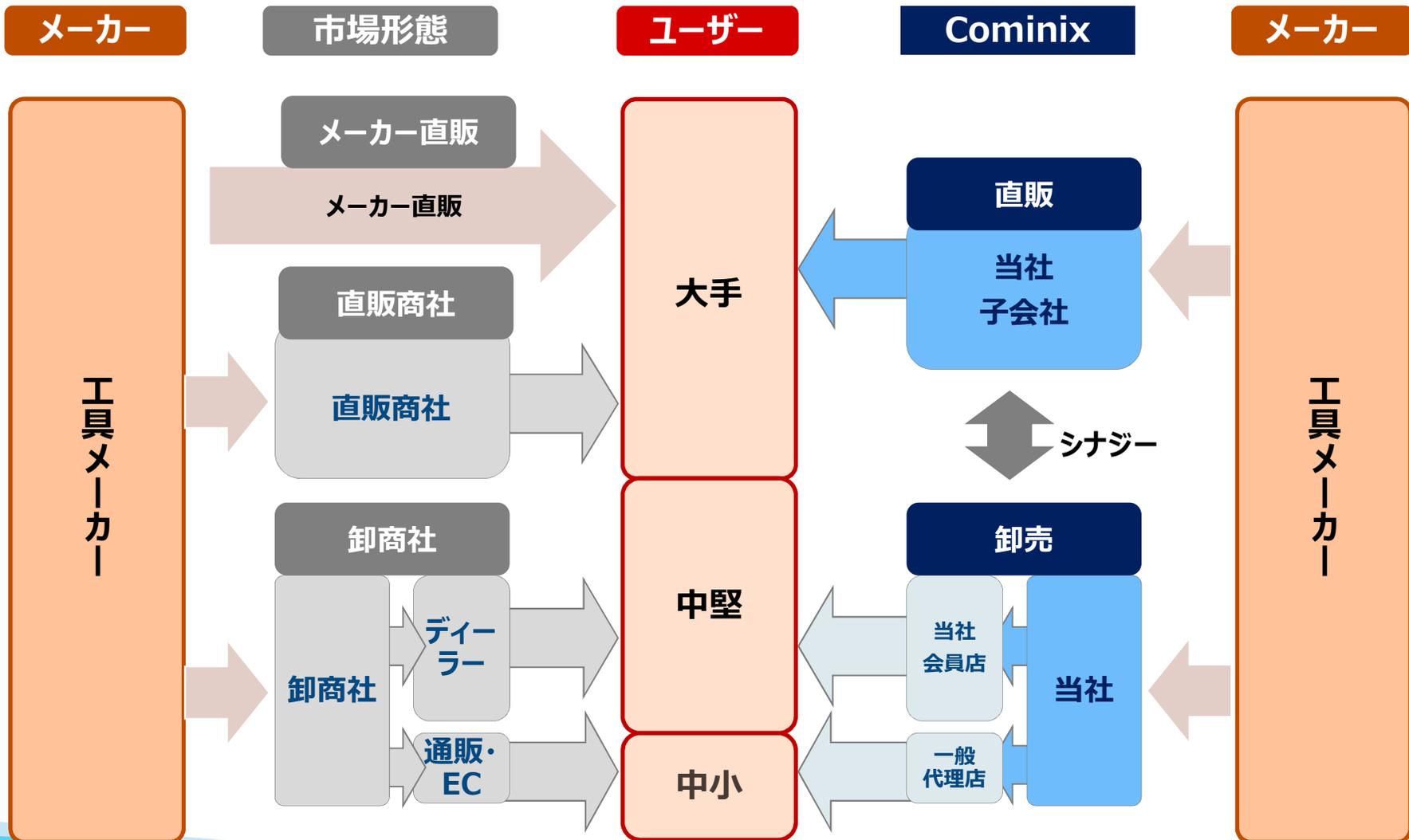
特長と強み ～提案力～

- ユーザーの工具費削減ではなく、製造原価全体の削減をターゲットとする提案



特長と強み ～2つの販売形態 国内～

- 商品力と提案力を最大限に活かした販売形態で大手から中小ユーザーを網羅
- 直販部門で「新商材の発掘」、卸部門で拡販「規模の利益」を得るシナジー効果

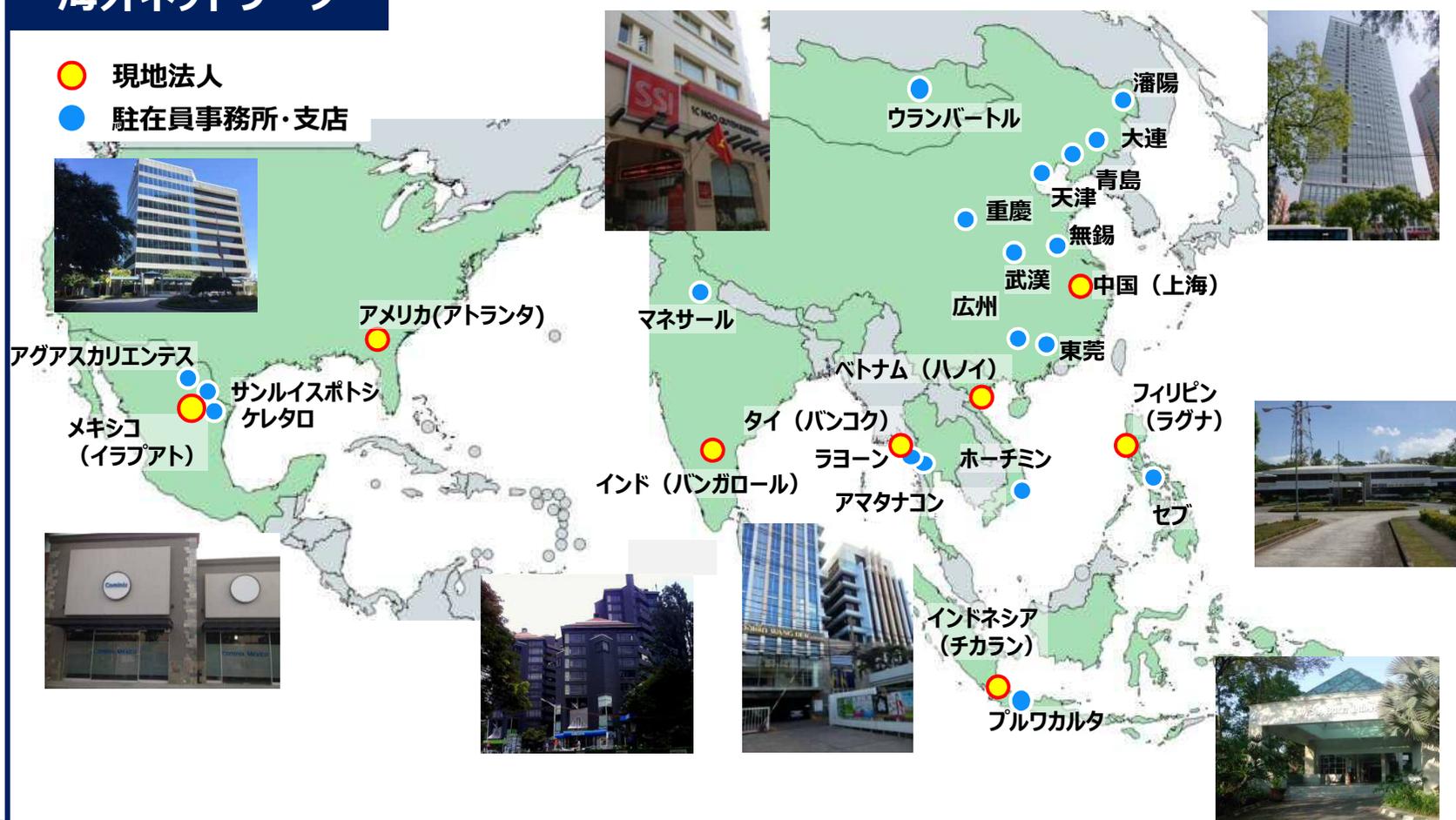


特長と強み ～ネットワーク（グローバル化）～

- 新興国を中心にアジアと中米に9カ国、27拠点を開設
- 競合他社にはない海外展開により、急拡大する日系メーカーの海外拠点を開拓
- 2019年3月期はメキシコ ケレタロに営業所、モンゴル ウランバートルに駐在所を新設

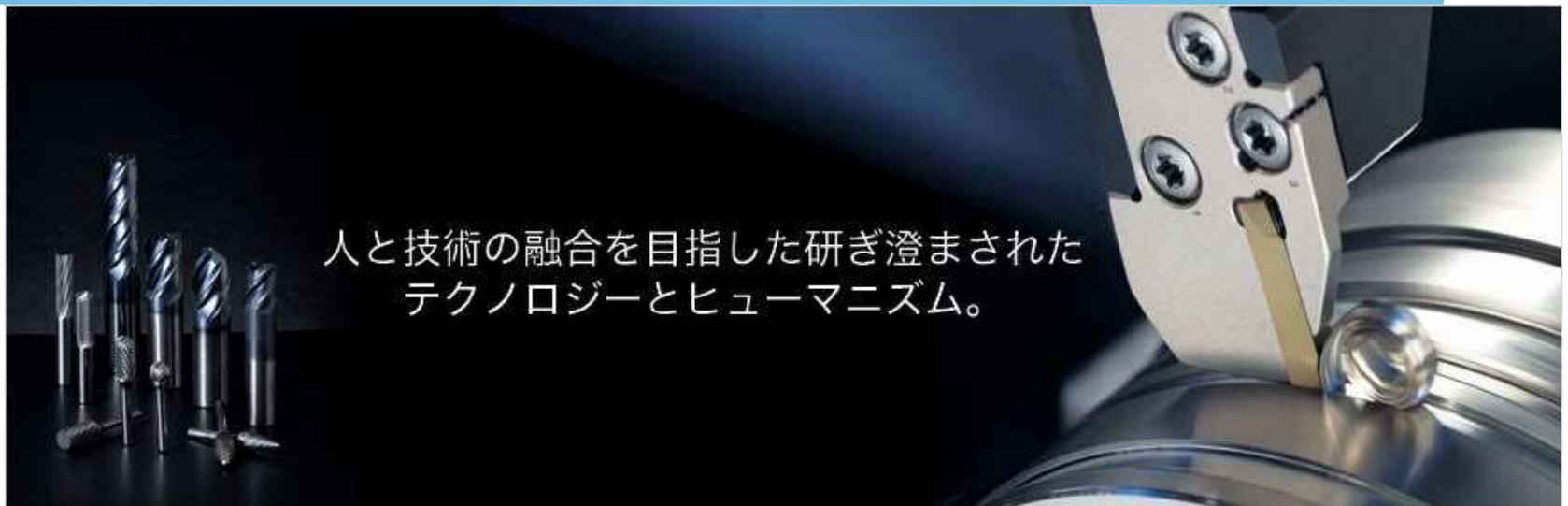
海外ネットワーク

- 現地法人
- 駐在員事務所・支店



3. 成長戦略

Cominix

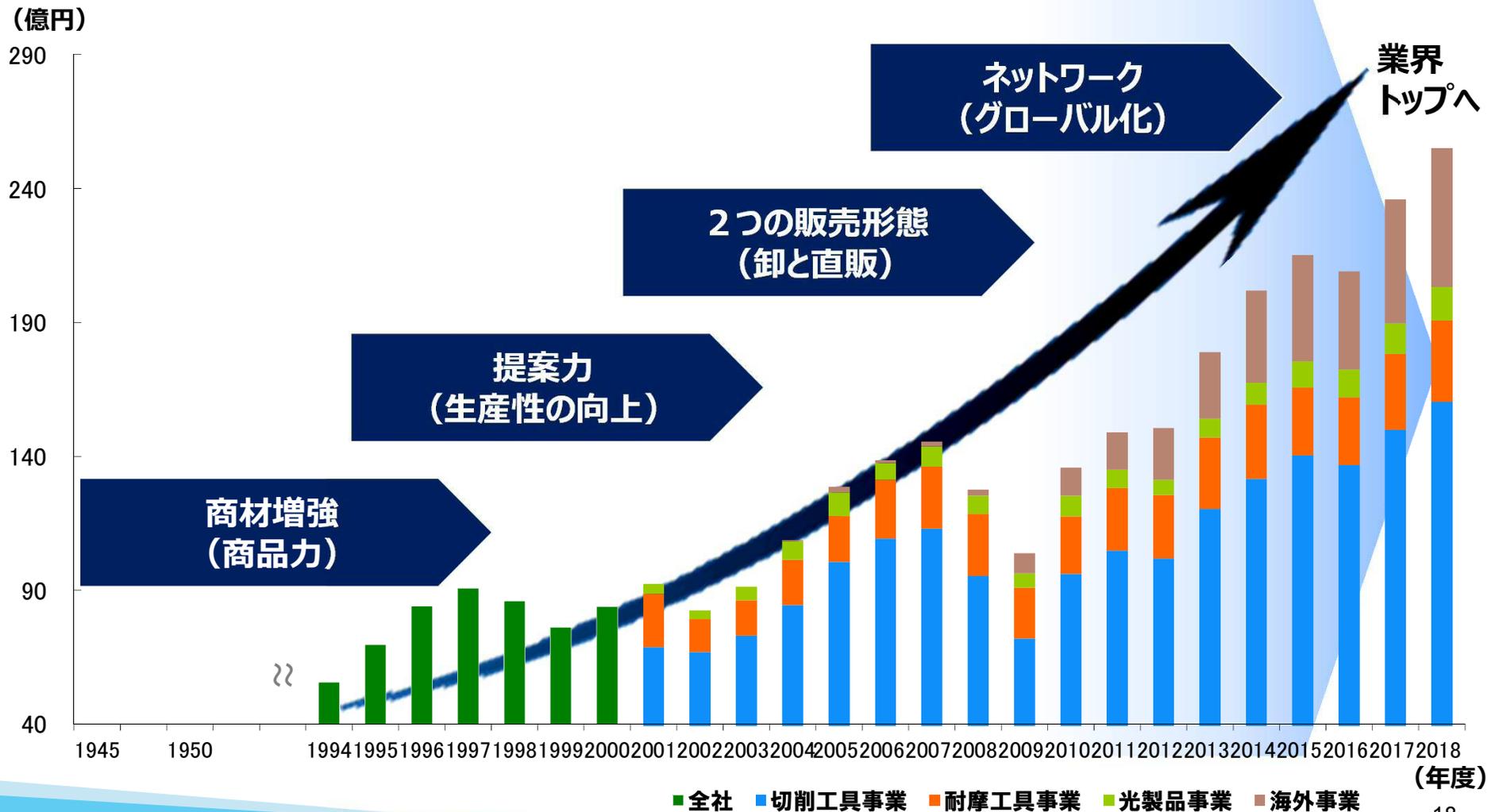


人と技術の融合を目指した研ぎ澄まされた
テクノロジーとヒューマニズム。

成長の軌跡

- 日本経済が長期に低迷する中、着実に業績を拡大
- オンリーワンのビジネスモデルを作り、競争力を高める

【売上高の推移】



業界NO.1に向けた成長戦略

戦略1. 独自の販売方法、独自商材の販売

テクニカルセンターの設立、在庫センターの整備
ルート替えによるシェア向上、積極的な拠点展開
海外の優秀なメーカーを発掘しCominix商品として販売

戦略2. M&Aの活用

大手ユーザーに強い販社の囲い込み
大手ユーザーとの商流を確保し国内売上増

戦略3. 積極的な海外展開

成長著しい海外市場で売上増
国内市場へのシナジー効果

戦略4. 新しい取扱商品展開

耐摩工具・光製品の新商材、鋳物・鋳産物の取扱い
生産ラインで使用する生産性向上に寄与する商材

成長戦略 ～販売方法（テクニカルセンター）～

- 2016年10月、東大阪市にテクニカルセンターを設立
- 顧客のテスト加工、商品加工データ収集、社員教育等に活用し、技術営業体制を拡充

テクニカルセンター



テクニカルセンター
外観



1階 複合加工機・
マシニングセンタ・NC旋盤を設置



1階 検査室を配置



2階 約50人収容可能な
セミナールーム

成長戦略 ～販売方法（ロジスティクスセンター）～

- 本社、1支社、4支店、全国28ヶ所の営業拠点網で国内ユーザーをカバー
- 大阪・北関東・名古屋にロジスティクスセンターを配置。全国どこでも翌日午前中配送可能
- 2019年3月期は三重営業所、名古屋ロジスティクスセンターを新設

国内ネットワーク



成長戦略 ～M & Aの活用～

- 大手ユーザーを顧客に持つ有力代理店を囲い込み
- 後継者がいない、顧客の海外進出に対応できない などの企業を友好的に買収

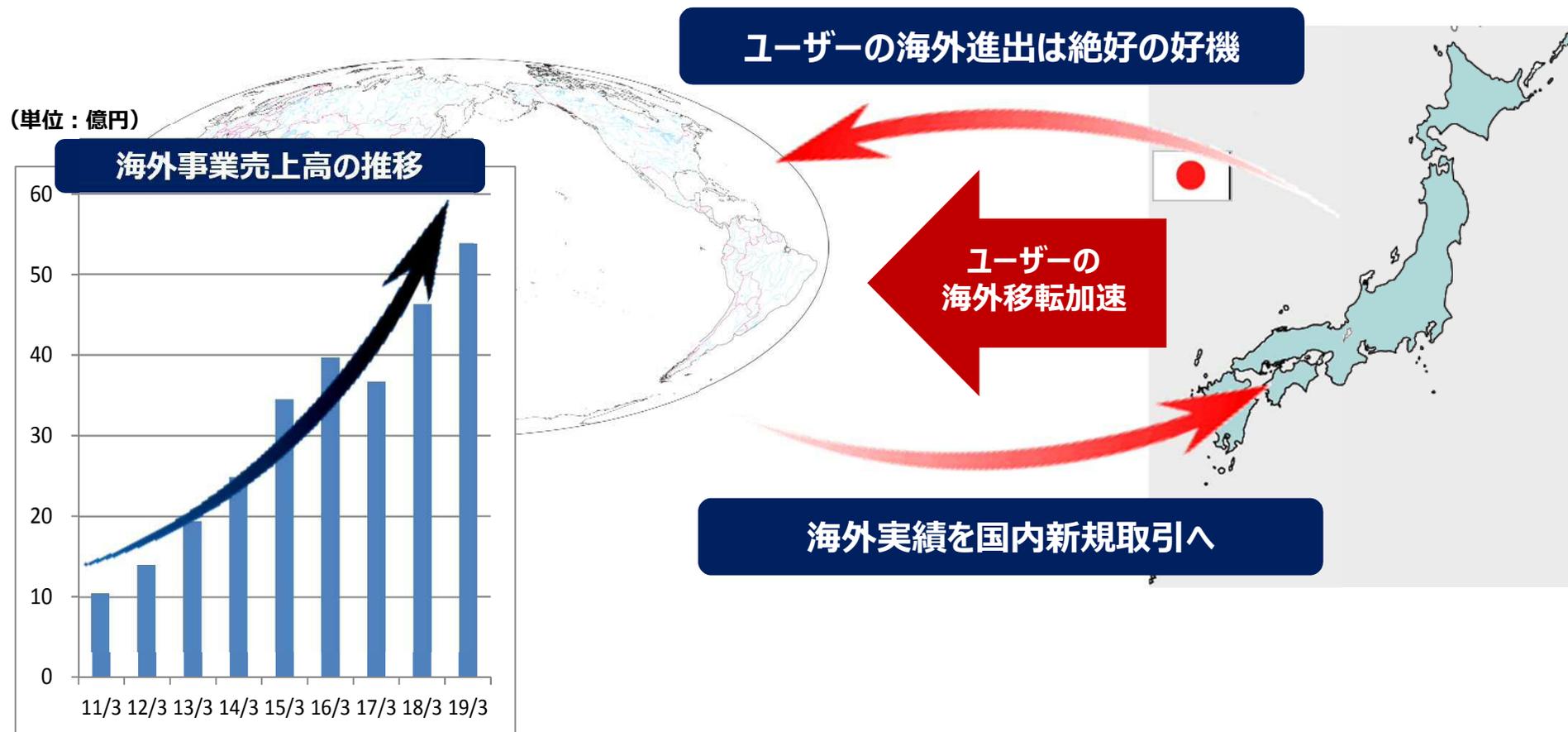
M & A実績

時期	社名	目的等
1995年	山崎兄弟商会株式会社	中国地方における販売力強化 (主に自動車メーカー向け)
2009年	武和テック有限会社	近畿地方における販売力強化 (主に農機メーカー向け)
2010年	株式会社CST	関東地方における販売力強化 (主に自動車、電機、建機メーカー向け)
2013年	日三工業株式会社 (※1)	関東地方における販売力強化 (主に自動車、建機メーカー向け)
2013年	共栄機工株式会社	関東地方における販売力強化 (主に自動車、建機、農機メーカー向け)

(※1)日三工業株式会社は、当社グループの経営資源の集約・効率的な組織運営を図ることを目的として、2019年1月1日付で吸収合併済

成長戦略 ～積極的な海外展開（シナジー効果）～

- 海外進出可能な直販体制と商品力・提案力を武器にユーザーの海外進出をサポート
- 海外で獲得したユーザーの国内拠点を開拓



4. 2019年3月期 決算概要

Cominix

お客様の満足と喜びを常に提供する

Cominix 製品

重点施策

- 営業戦略としては、取扱製品の拡充、営業拠点の新設、物流拠点の新設など営業活動の基盤を新たに構築するための施策を実施

営業戦略 ①

1. 取扱製品の拡充

・レアメタル(希少金属)販売事業への参入
超硬工具に不可欠なタングステンやモリブデンなどの希少金属の取扱を開始



・YG-1製品の取り扱いを開始
エンドミル及びドリル等の切削工具メーカーであるYG-1製品の取り扱いを開始



・切削液の取り扱いを開始
アメリカの油材メーカーMFS社の切削液TRIMの取り扱いを開始



2. 拠点の新設

・切削工具事業 三重営業所を新設
2018年10月に三重エリアの新規開拓及び需要の見込めるメインユーザー深耕開拓の営業拠点として三重営業所を新設



・海外事業 メキシコ ケレタロに営業所を新設
2018年10月に成長著しいメキシコ現地法人の新営業拠点としてケレタロ営業所を新設(メキシコでは4ヶ所目の拠点となる)



・海外事業 モンゴル ウランバートルに駐在所を新設
2018年10月にタングステンやモリブデンなどの鉱物資源の販路開拓のための拠点としてモンゴル ウランバートルにビジネス拠点を新設



重点施策

- 営業戦略としては、取扱製品の拡充、営業拠点の新設、物流拠点の新設など営業活動の基盤を新たに構築するための施策を実施

営業戦略 ②

3. 各種展示会の出展

・JIMTOF2018への出展

2018年11月1日～6日(場所:東京ビッグサイト)に開催されたJIMTOF2018に出展
新製品を含む多数の工具を展示すると共に取扱工具を用いたデモ加工の実演により、当社の技術営業力をアピールする事で新規顧客・新規商流開拓へと繋げる
また、新社名となり初の大規模展示会への出展となったことから、新社名を大々的に認知していただく機会となる



4. 物流拠点の新設

・名古屋ロジスティクスセンターを新設

2018年7月に中部エリアへのさらなる進出のための拠点として名古屋ロジスティクスセンターを新設
顧客への即納体制を強化するとともに、深耕開拓及び新規開拓の基盤を新たに構築
総敷地面積は1024㎡、建物の総使用面積は829㎡
在庫の最大収容能力は約4.2万点で、新基幹システムを活用し集荷・出荷業務の効率化を実現



重点施策

- その他戦略としては、社名変更、新基幹システムの稼働、管理体制の強化など当社グループのグローバル展開の基盤となる各種体制を整備

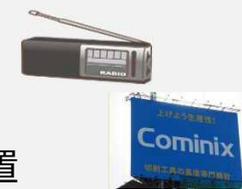
そ
の
他
戦
略

1. 社名の変更

・社名（株式会社Cominix）の変更
2018年4月に社名とブランド名を統一し、より一層のグローバル展開、グループ体感の醸成を図るべく社名変更

Cominix

・企業認知向上の為にラジオCM開始/看板設置
本年10月より新社名の企業認知度を向上させるための施策としてラジオCMを開始(MBS/ABC/FM802)
また、阪神高速池田線沿いに高速道路企業広告看板を設置



2. 新基幹システム稼働

・新基幹システムの稼働
本年7月より業務の標準化・効率化、内部統制の強化を推進すべく新基幹システムが稼働
将来的には、さらなる情報の高度化を実現し、経営戦略立案や経営の意思決定の迅速化に貢献予定



3. 管理体制強化

・人材の育成/コンプライアンス体制の強化
課長職以上営業対象の会議や職級に応じたコンプラ研修を新たに開始するなど人材育成やコンプライアンス体制を強化



・社内インフラの再構築
新基幹システム稼働にあわせてネットワーク環境などの社内インフラを再構築



19年3月期 決算概要 ～損益計算書～

- 主力の切削工具、海外が堅調に推移し、売上高25,511百万円（前年比+8.1%）
- 営業利益1,131百万円（同+34.5%）、当期純利益674百万円（同+45.7%）

【単位：百万円】

●損益計算書【連結】	18/3		19/3		
		(売上比)		(売上比)	(前年比)
売上高	23,595	100.0%	25,511	100.0%	108.1%
売上原価	18,803	79.7%	20,133	78.9%	107.1%
売上総利益	4,791	20.3%	5,377	21.1%	112.2%
販売費及び一般管理費	3,949	16.7%	4,245	16.6%	107.5%
営業利益	841	3.6%	1,131	4.4%	134.5%
営業外収益	86	0.4%	94	0.4%	109.0%
営業外費用	91	0.4%	121	0.5%	133.5%
経常利益	837	3.5%	1,104	4.3%	132.0%
法人税等合計	372	1.6%	418	1.6%	112.4%
親会社株主に帰属する当期純利益	463	2.0%	674	2.6%	145.7%

19年3月期 決算概要 ～セグメント別～

【単位：百万円】

		18/3		19/3		
■セグメント別		(売上比)		(売上比)	(前年比)	
切削工具						
	外部売上高	14,993	100.0%	16,019	100.0%	106.8%
	売上総利益	2,954	19.7%	3,311	20.7%	112.1%
	セグメント利益	446	3.0%	612	3.8%	137.3%
耐摩工具						
	外部売上高	2,823	100.0%	3,063	100.0%	108.5%
	売上総利益	544	19.3%	597	19.5%	109.8%
	セグメント利益	292	10.4%	325	10.6%	111.3%
海外						
	外部売上高	4,630	100.0%	5,173	100.0%	111.7%
	売上総利益	1,054	22.8%	1,213	23.5%	115.1%
	セグメント利益	62	1.4%	140	2.7%	224.9%
光製品						
	外部売上高	1,147	100.0%	1,255	100.0%	109.4%
	売上総利益	238	20.8%	256	20.4%	107.3%
	セグメント利益	39	3.5%	53	4.3%	135.2%

切削工具

- 卸部門では主力商材及び当社オリジナル製品の販売が好調に推移。直販部門では技術営業体制の強化を推進したことなどから卸・直販両部門ともに売上高及びセグメント利益は堅調に推移

耐摩工具

- 製袋・電池・破碎刃等の業界へも積極展開。一部製罐メーカー向けの販売が前年同期と比較して増加したことなどから売上高及びセグメント利益は堅調に推移

海外

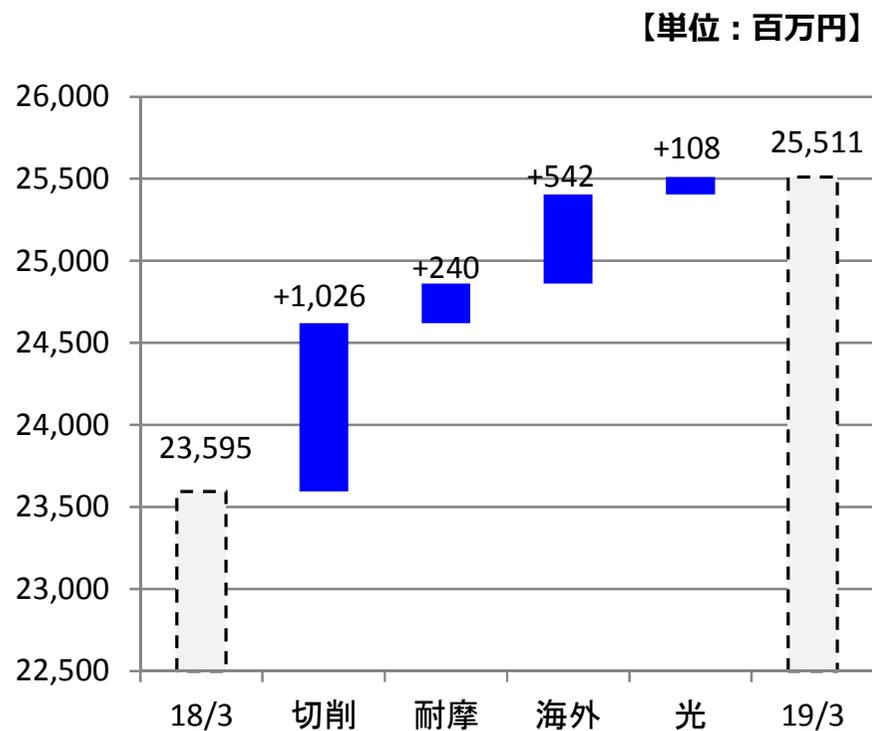
- メキシコ・モンゴルに拠点を新設するなど営業基盤を拡大。中国・メキシコ・タイにおいて自動車業界向けの販売が前年同期と比較して増加したことなどから売上高及びセグメント利益は堅調に推移

光製品

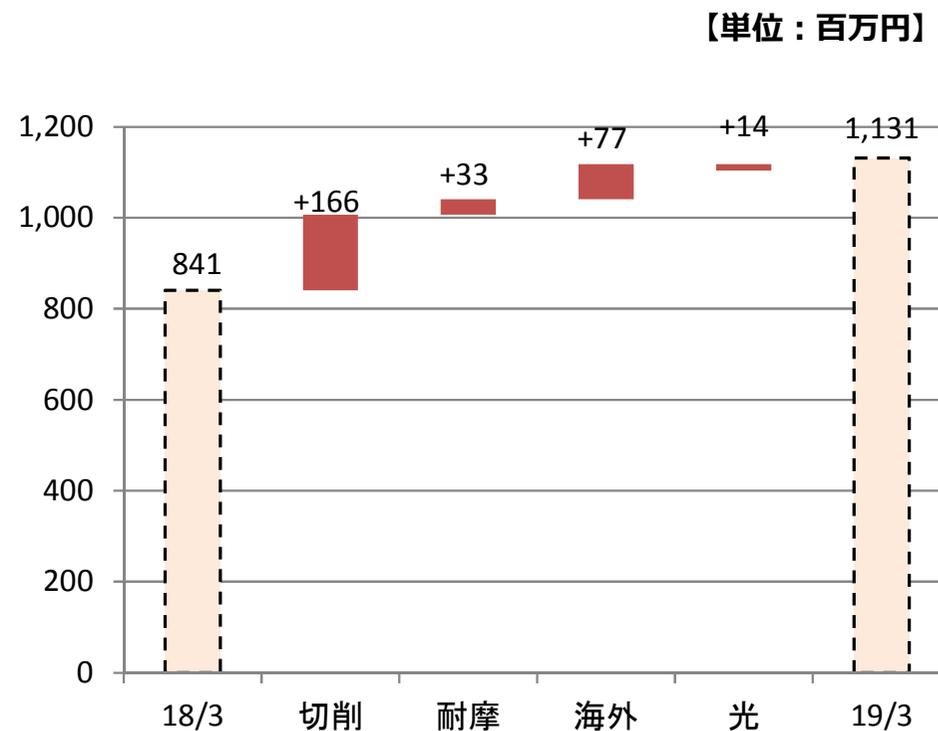
- 中国でのFPD関連投資が堅調に推移したことを背景に外観検査装置業界への光学機器等の販売が好調で売上高及びセグメント利益は堅調に推移

19年3月期 決算概要 ～セグメント別前年比較～

● 売上高の増減



● 営業利益の増減



5.中期経営計画（20年3月期～22年3月期）

Cominix



2020年3月期 連結業績予想

- 営業拠点・取扱製品の拡充を加速化、より一層のグローバル展開を図る
売上高は276億円(前年比+8.2%)、営業利益は12億円(同+6.0%)を見込む

【単位：百万円】

● 損益計算書【連結】	19/3		20/3 計画		
		(売上比)		(売上比)	(前年比)
売上高	25,511	100.0%	27,600	100.0%	108.2%
売上原価	20,134	78.9%	21,900	79.3%	108.8%
売上総利益	5,377	21.1%	5,710	20.7%	106.2%
販売費及び一般管理費	4,246	16.6%	4,500	16.3%	106.0%
営業利益	1,132	4.4%	1,200	4.3%	106.0%
経常利益	1,105	4.3%	1,180	4.3%	106.8%
親会社株主に帰属する当期純利益	675	2.6%	718	2.6%	106.4%

* 20/3 計画は、有効数字3ケタまで表示

2020年3月期 連結業績予想 ～セグメント別～

- 主力事業である切削工具の売上高は170億円(前年比+6.1%)を見込む。
- 耐摩工具31億円(+1.2%)海外60億(+17.7%)光製品13億円(+10.7%)

【単位：百万円】

■セグメント別	19/3		20/3 計画		
		(売上比)		(売上比)	(前年比)
切削工具					
外部売上高	16,019	100.0%	17,000	100.0%	106.1%
売上総利益	3,311	20.7%	3,440	20.2%	103.9%
セグメント利益	612	3.8%	714	4.2%	116.5%
耐摩工具					
外部売上高	3,063	100.0%	3,100	100.0%	101.2%
売上総利益	597	19.5%	599	19.3%	100.2%
セグメント利益	325	10.6%	294	9.5%	90.3%
海外					
外部売上高	5,173	100.0%	6,090	100.0%	117.7%
売上総利益	1,213	23.5%	1,370	22.5%	112.9%
セグメント利益	140	2.7%	130	2.1%	92.2%
光製品					
外部売上高	1,255	100.0%	1,390	100.0%	110.7%
売上総利益	256	20.4%	285	20.5%	111.3%
セグメント利益	53	4.3%	87	6.3%	161.3%

* 20/3計画は有効数字3ケタまで表示
よってセグメント別合計と連結業績予想値は差異有

中期経営計画 ～重点施策・数値計画～

- 経済情勢変化や業界動向など当社を取り巻く経営環境を考慮し、ローリング方式により計画を見直し、今年度を初年度とした中期経営計画を新たに策定。
- 数値計画は、2021年度 売上高306億円、営業利益15億円、2022年度売上高345億円、営業利益17億円を目指す。

重点施策	1. 国内外の販売ネットワークの拡充 →国内拠点 10拠点増/海外拠点 10拠点増(最終年度終了時)
	2. Cominix商品・鉱物資源の拡販 →Cominix商品 売上30億円/鉱物資源 売上20億円(最終年度終了時)
	3. グループ経営基盤の強化 →事業拡大に伴い人材・商材・物流・IT等の分野でさらなる強化を図る

		2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期
数値計画	売上高	27,600百万円 (前年比108.2%)	30,600百万円 (前年比110.9%)	34,500百万円 (前年比112.7%)
	営業利益	1,200百万円 (前年比106.0%)	1,500百万円 (前年比125.0%)	1,700百万円 (前年比113.3%)

6. 配当政策・株主優待

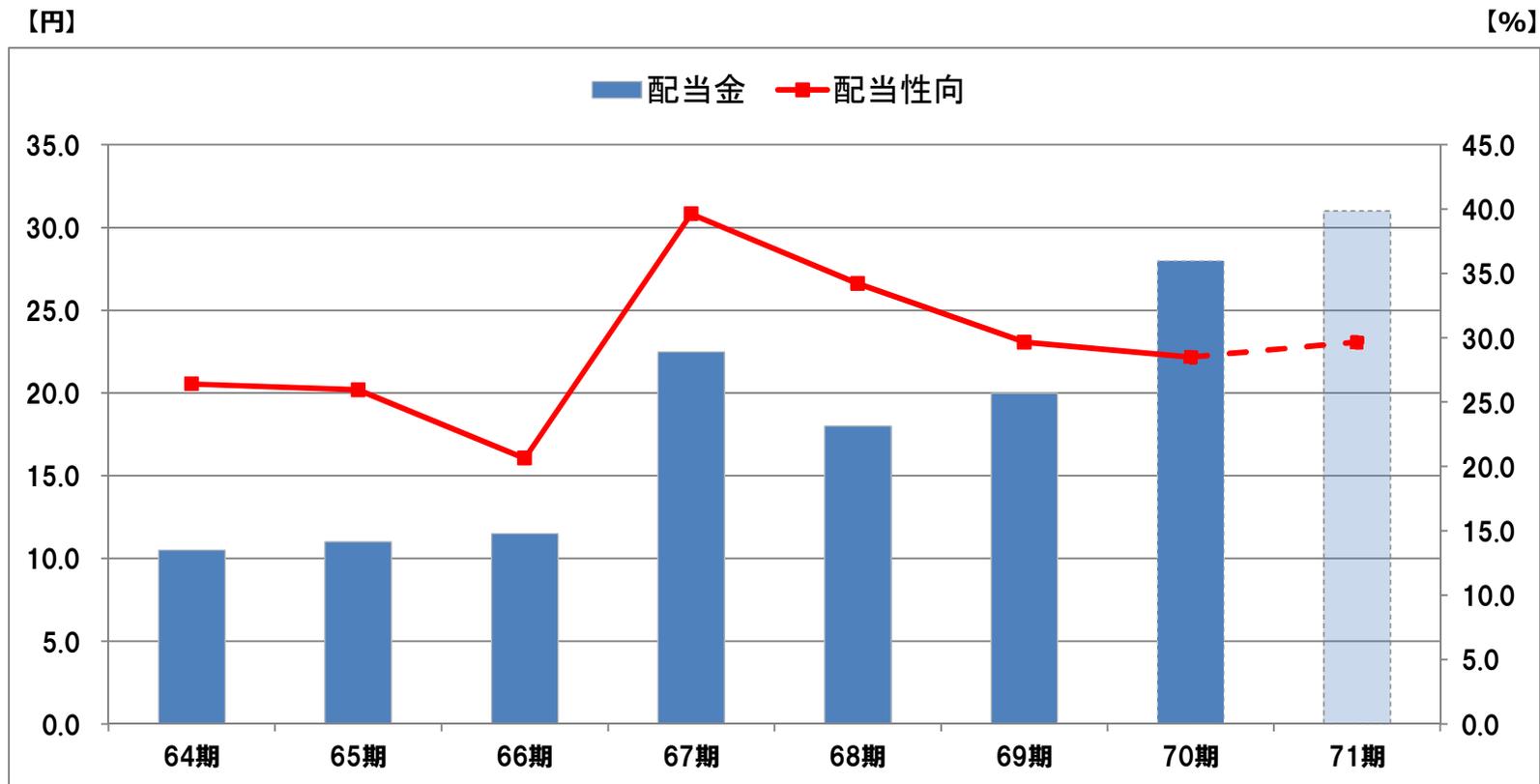
Cominix



配当政策

- 連結配当性向 30%を目処として、将来の持続的成長に必要な内部留保の充実を図りながら、継続的かつ業績に応じた利益還元を行っていく方針
- 2019年3月期は31.0円の年間配当を予定（中間配当13.0円、期末配当18.0円）

● 配当金と配当性向の推移



※平成27年12月31日を効力発生日として、普通株式1株を2株に分割する株式分割を行っております。

64期～67期は株式分割後の数値で算定しております。

※70期の期末配当金は、2019年6月24日開催予定の定時株主総会にて決議予定となっております。

株主優待制度

- 株主の皆様の日頃のご支援に感謝するとともに、当社株式への投資の魅力を高め
中長期的に当社株式を保有していただける株主様の増加を目的として実施
- 本制度開始から本年度で5年目の実施

● 株主優待制度の内容

株主様の「保有株式数」に応じて、「世界各国の特産品カタログギフト」を贈呈

※今年度のカatalogギフトは、当社が進出しているアジア、北中米9か国に日本を加えた10か国の
特産品を掲載

対象株主様

毎年3月末現在
200株以上ご所有

保有株式数

200株以上

2,000円相当

2,000株以上

4,000円相当



本資料には、将来の業績に関する記述が含まれています。こうした記述は、将来の業績を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。将来の業績は、経営環境の変化などにより、計画数値と異なる可能性があることにご留意ください。又、本資料は情報の提供のみを目的としており、取引の勧誘を目的としておりません。

【お問合せ先】

株式会社 **Cominix** 経営企画課

TEL : 06-7711-7100 / FAX : 06-7711-7060

〒542-0061
大阪府中央区安堂寺町1-6-7