



株式会社Cominix
2021年3月期 第2四半期
決算説明資料

Cominix

証券コード3173

<https://www.cominix.jp>

AGENDA

1 会社概要と業界の状況

2 特徴と強み

3 成長戦略

4 2021年3月期第2四半期決算概要

5 業績の見通し

6 配当政策・株主優待

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 (中央機械工具商會を創業)
設立	1950年5月16日 (大阪工具株式会社を設立)
本社所在地	大阪府中央区安堂寺町1-6-7
資本金	3億5,019万円 (2020年3月末現在)
連結売上高	233億円 (2020年3月期)
決算期	3月
従業員数	連結 : 417名、単体 : 217名 (2020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

工作機械・機械工具業界の状況

卸売業

総合商社

専門商社

出所) 一般社団法人 日本工作機械工業会 工作機械統計、経済産業省 統計調査

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

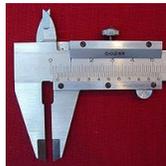
切削工具

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



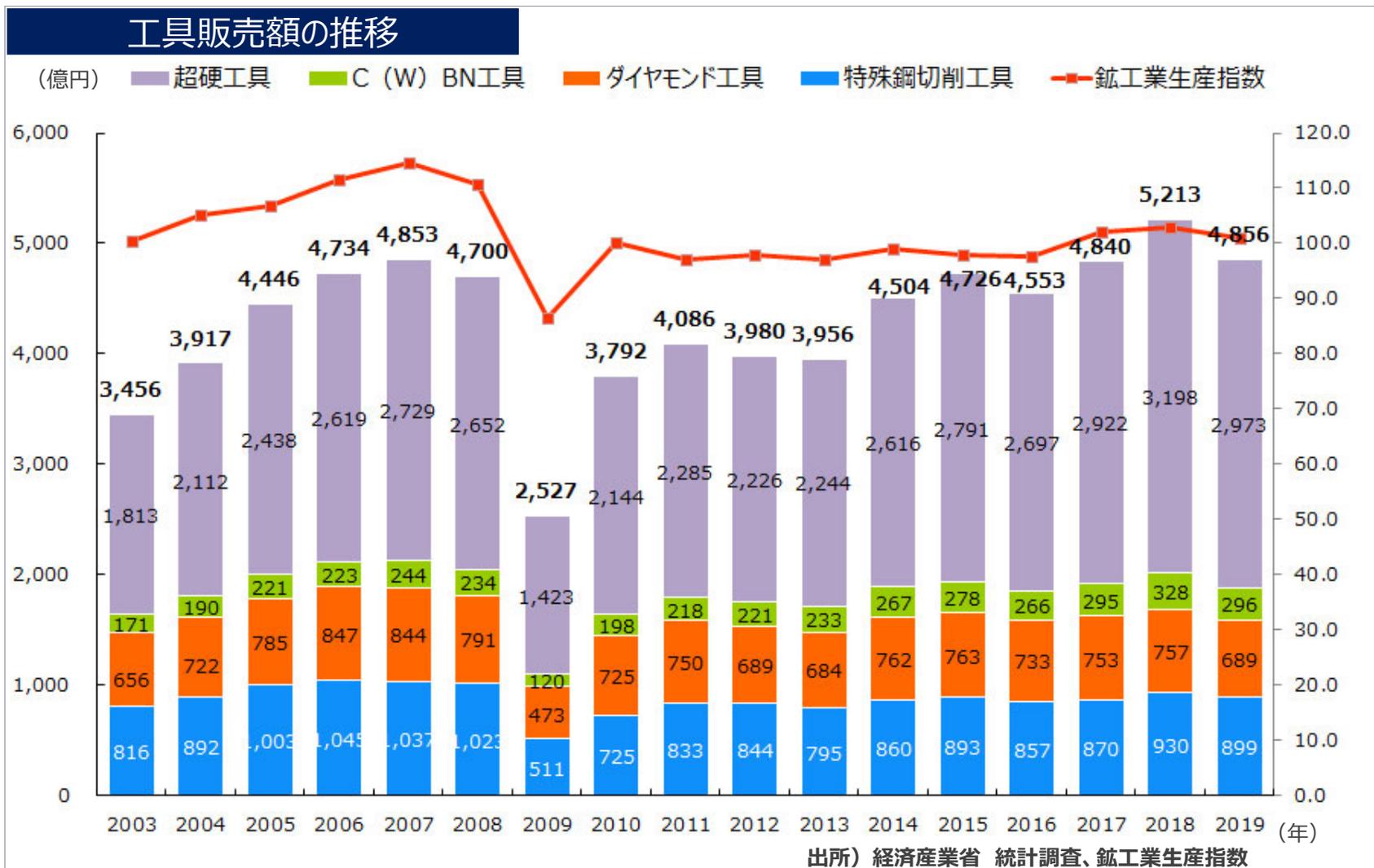
工作用機器

・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

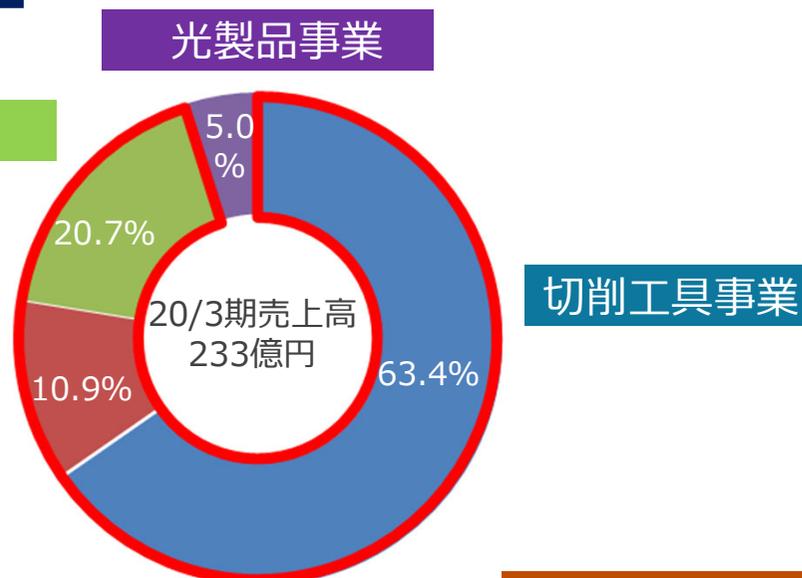
- ✓ 100年以上前からの業界で、自動車・電気製品・建機・航空機業界などと共に発展
- ✓ 鉱工業生産指数との連動性が高い



事業内容

- ✓ 超硬工具に特化した高度専門商社として4つのセグメントを構成
- ✓ 超硬工具以外にも、耐摩工具や光製品の取扱いも行う

セグメント別の売上構成



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



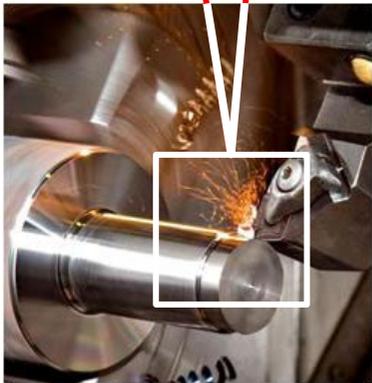
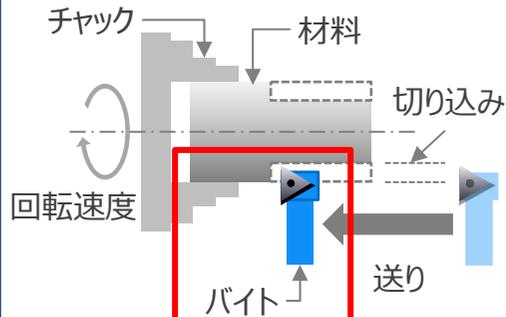
切削工具とは

- ✓ 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

切削加工の分類

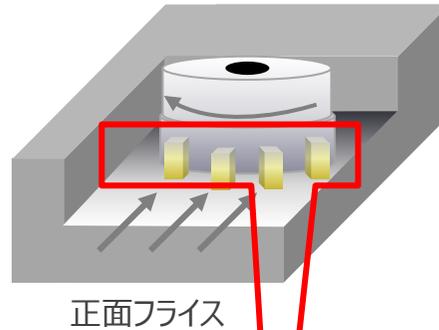
旋削

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

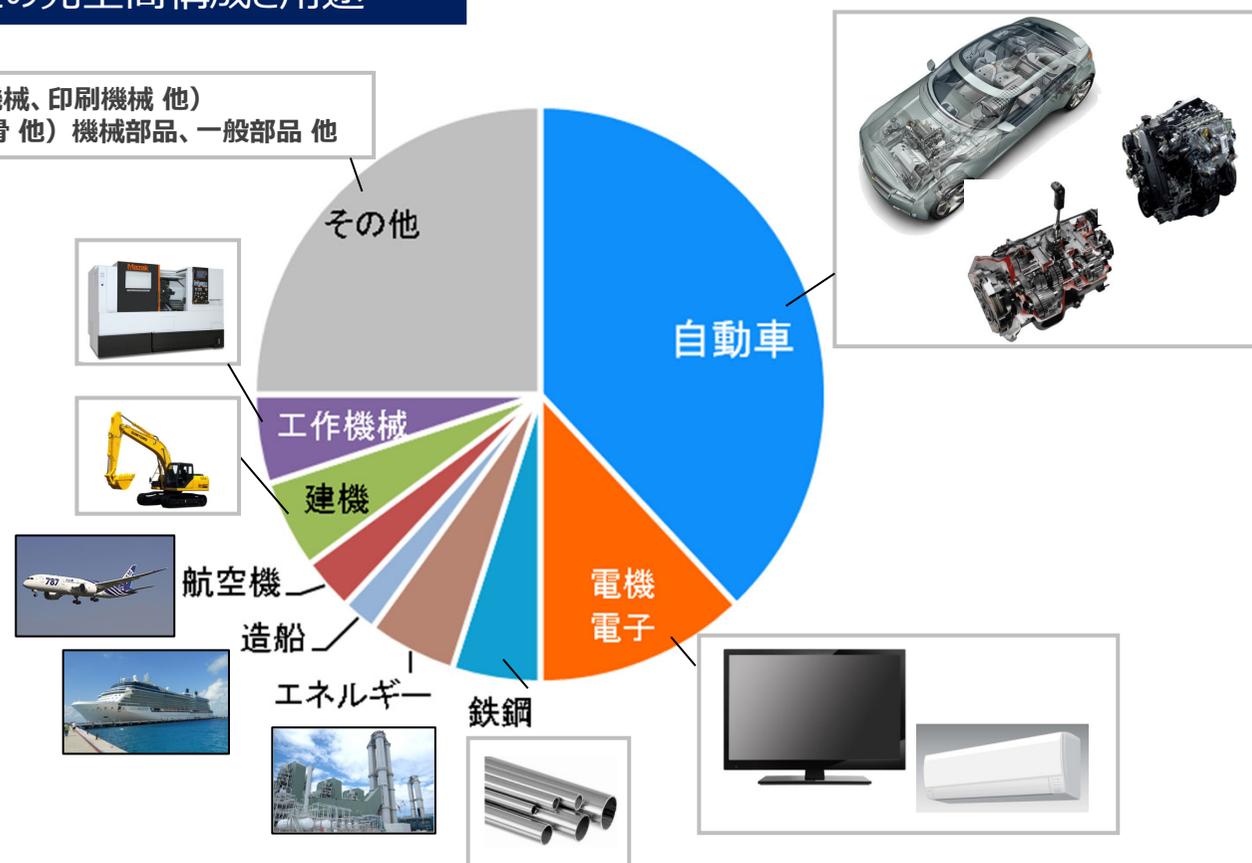


切削工具とものづくり産業との関係

- ✓ 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



AGENDA

1 会社概要と業界の状況

2 特徴と強み

3 成長戦略

4 2021年3月期第2四半期決算概要

5 業績の見通し

6 配当政策・株主優待

特長と強み

Cominixグループ° 4つの強み

強み
01

商品力

専門商社としての
圧倒的な品揃え

強み
02

提案力

生産性向上に寄与
する提案営業

強み
03

2つの販売形態

直販部門 卸部門の
2部門制によるシナジー

強み
04

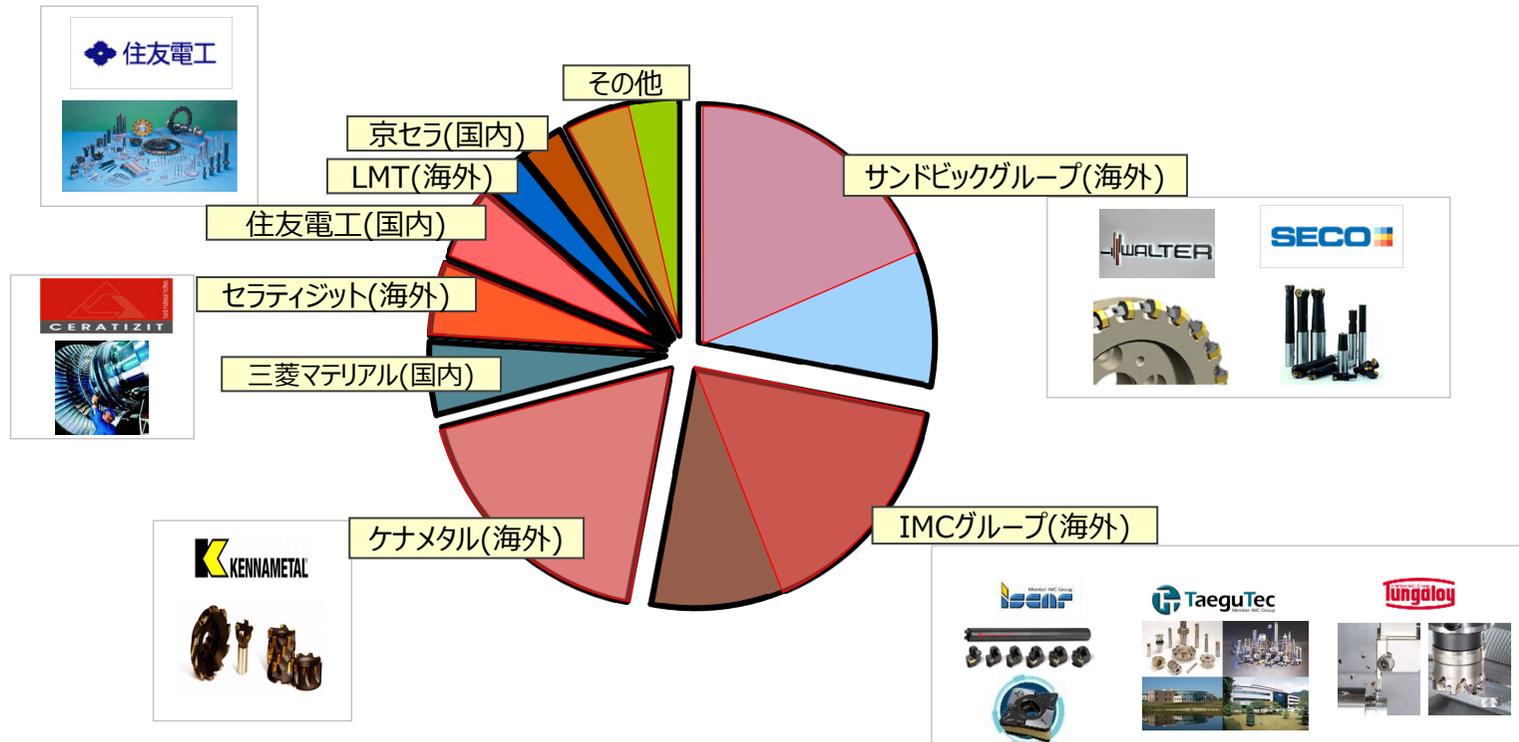
国内外ネットワーク

急拡大する日系企業
の海外移転をフォロー

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

切削工具メーカー世界シェア



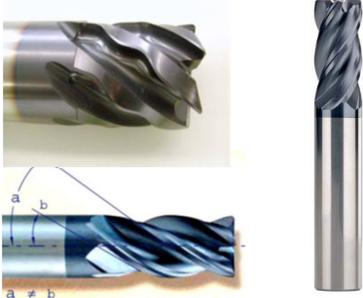
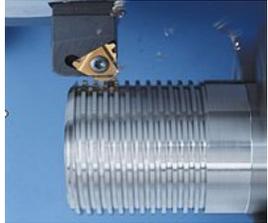
△ : 当社取扱いメーカー

出所) IMC

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

Cominix商品の紹介

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

Cominixのコスト削減アプローチ

一般的な
コスト削減
アプローチ

工具単価の削減

工具寿命の延伸

↑
工具単価が20%下がっても
コストは△1%

↑
工具寿命が50%伸びても
コストは△2%

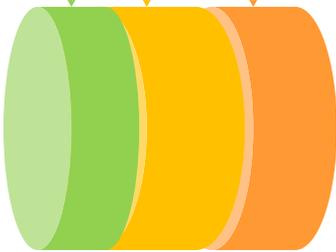
製造原価
内訳



Cominixの
コスト削減
アプローチ

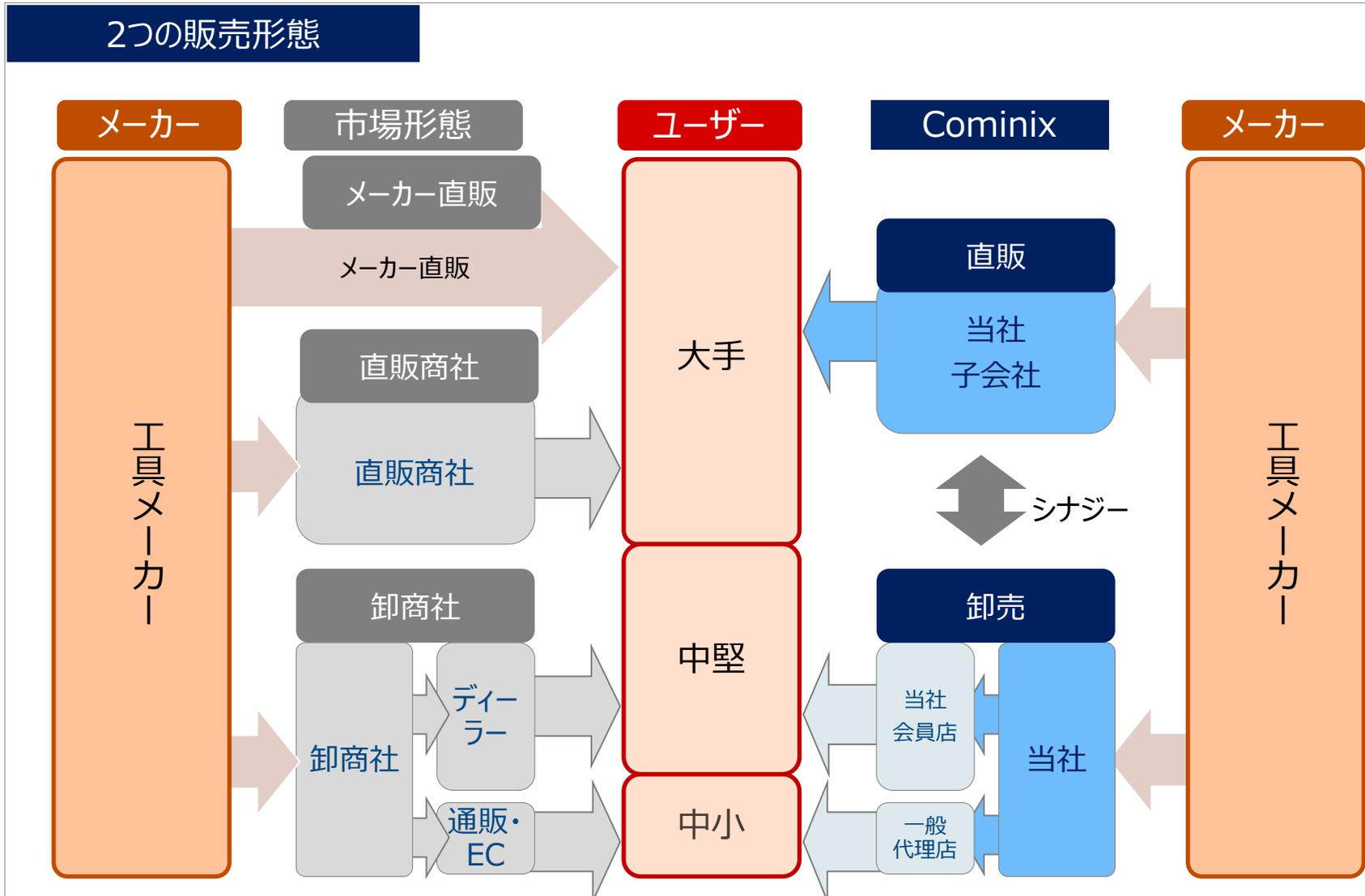
生産性向上

加工条件を20%アップすると
コストは△14%



2つの販売形態(国内)

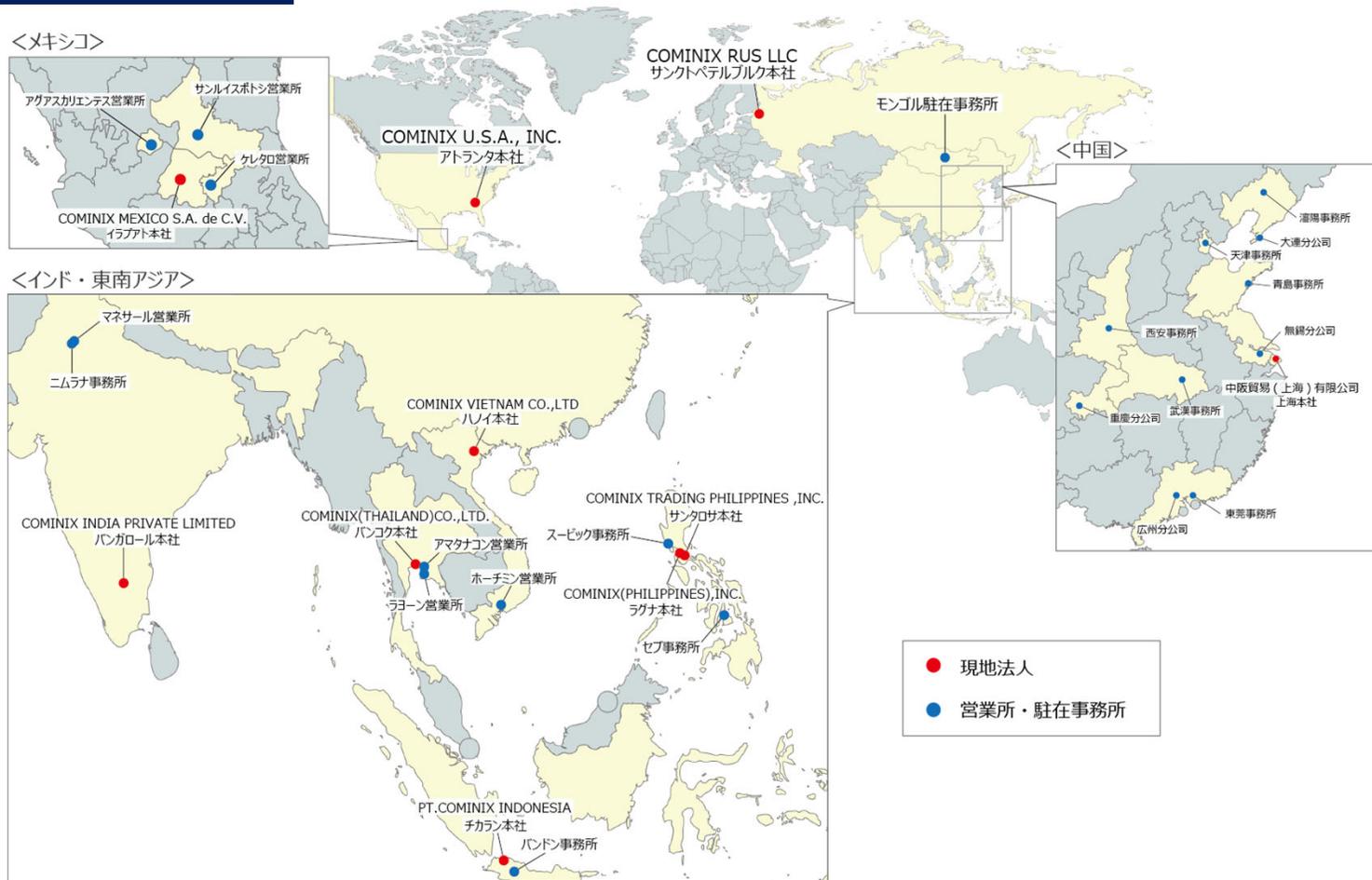
- ✓ 商品力と提案力を最大限に活かした販売形態で大手から中小ユーザーを網羅
- ✓ 直販部門で「新商材の発掘」、卸部門で拡販「規模の利益」を得るシナジー効果



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10カ国、32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
 - ✓ 今期はコロナ禍の状況を考慮し一部拠点のホームオフィス化を実施(インドネシア・メキシコ・モンゴル)
- ※今期の拠点新設・撤退の予定は無し

海外ネットワーク



AGENDA

1 会社概要と業界の状況

2 特徴と強み

3 成長戦略

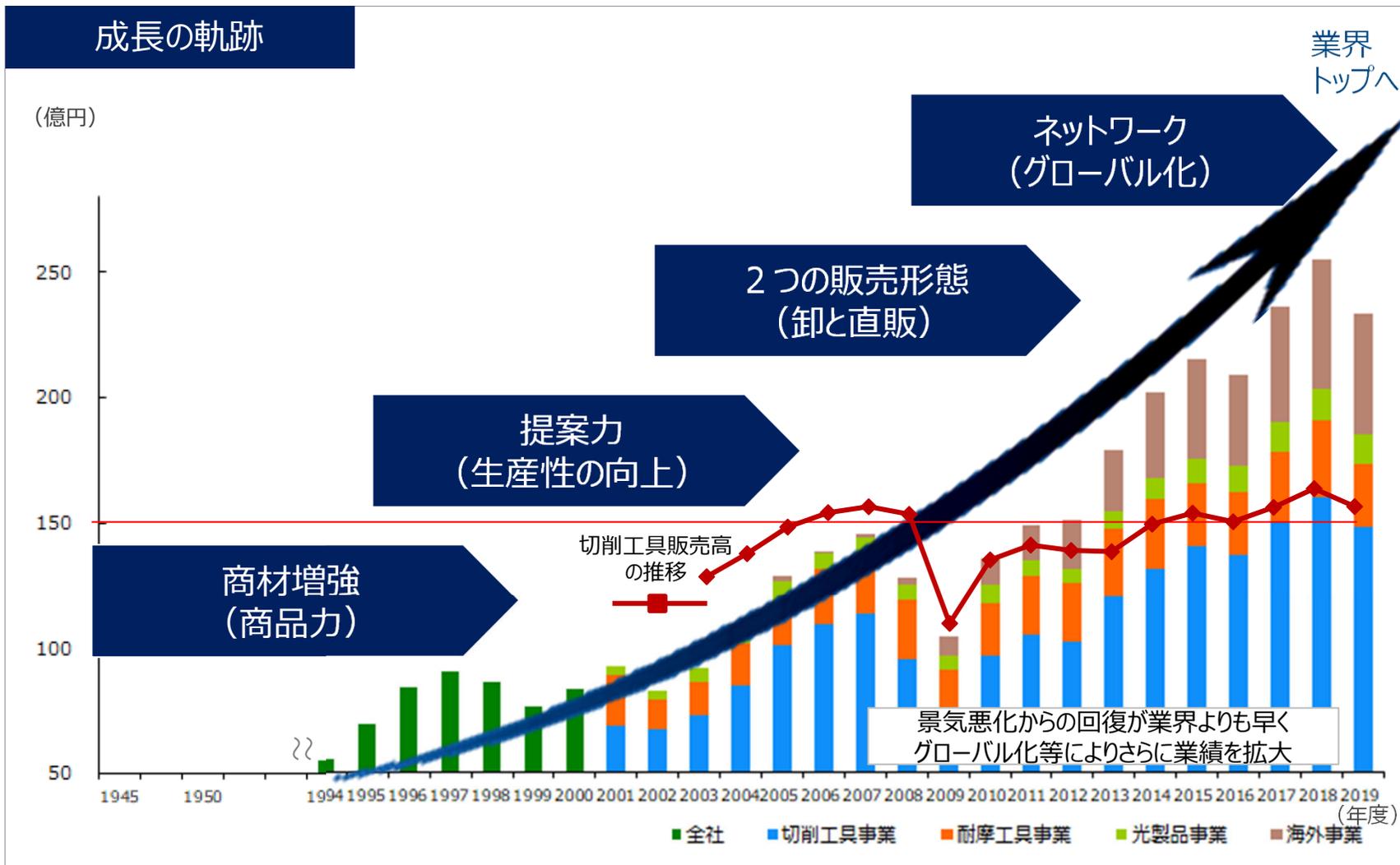
4 2021年3月期第2四半期決算概要

5 業績の見通し

6 配当政策・株主優待

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



業界NO.1に向けた成長戦略

成長 戦略 01

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
- ・Cominix商品の拡充

成長 戦略 02

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

成長 戦略 03

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

成長 戦略 04

新規取扱商品の展開

- ・耐摩工具・光製品新商材
- ・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
 商材の取扱い

販売方法（テクニカルセンター）

- ✓ 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。技術営業体制拡充
- ✓ CAD/CAMソフト、ツールスコープ導入によりユーザーとの密着度を上げる取組みを実施

テクニカルセンターの概要



設立4年目をむかえ『近未来工場』のモデルを体現しユーザーとの密着度を上げていく各種取組みを実施。

- ・CAD/CAMシミュレーション
- ・ツールマネジメントシステム
- ・ツールスコープ
- ・マシニングセンタ 等

いつでもどこでも新情報
最新テクノロジーや製品情報を、必要十分な情報量にピックアップしてお届けいたします。

ツールマネジメントシステム
テクニカルセンターでは次世代型の工具管理システムを導入しています。このシステムでは、工具の適切な取り出し・入庫・発注のサポートを行います。

CAD/CAM シミュレーション
テクニカルセンターではCAD/CAMソフトを用いた工程改善・立ち上げ作業の効率化をご提案しています。

KOMET® ツールスコープ
テクニカルセンターではKOMET社製 ツールスコープを使い、加工状況を常に監視・管理しています。

販売方法（ロジスティクスセンター）

- ✓ 本社、1支社、4支店、その他23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
- ✓ 今期の拠点新設・撤退の予定は無し

国内ネットワーク



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 等の企業を友好的に買収
- ✓ 今期は現時点で2件のM&Aを実施。引き続き成長戦略として積極的にM&Aを検討

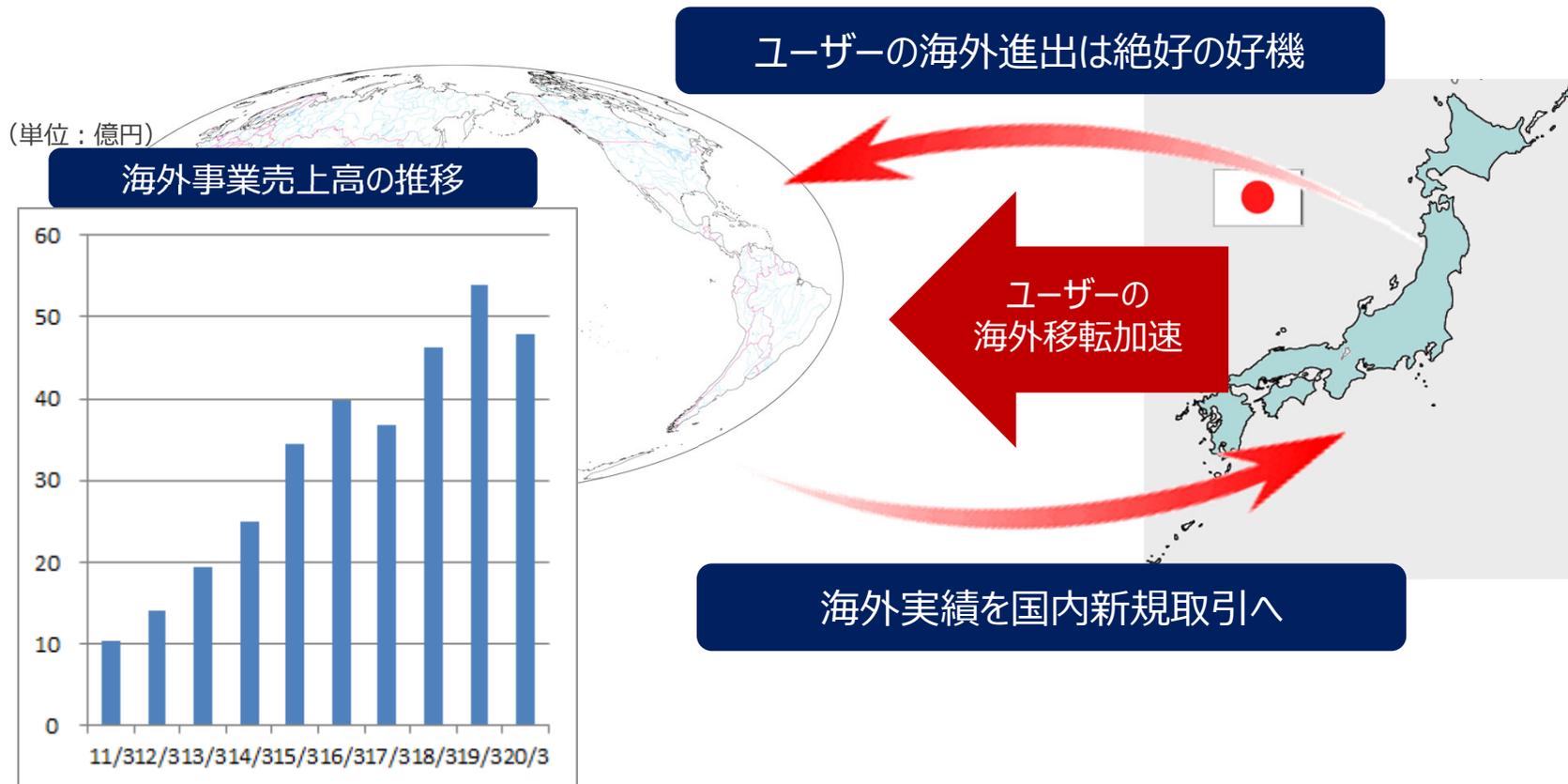
M & A 実績

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	関西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	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)
2020年2月	大西機工株式会社	関西地方における販売力強化 (主に鉄道・電機メーカー向け)
2020年8月	株式会社東新商会	関東地方における販売力強化 (主に切削工具卸専門商社向け)
2020年9月	株式会社澤永商店	九州地方における販売力強化 (主に電機メーカー向け)

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

海外展開によるシナジー効果



新規取扱商材の展開

- ✓ 各事業部において、新規の取扱商材を拡充することで企業成長を加速化
- ✓ 新商材拡充により、あらゆる顧客のニーズに対応し、企業価値を高めている

新規取扱商材 事例_切削工具・海外事業

切削工具に関連した新カテゴリ商材の拡充

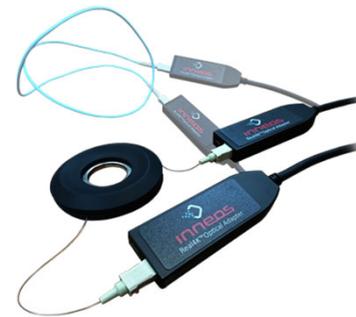


超硬工具に不可欠なタングステン等の希少金属やものづくり現場を支える産業用ロボット

当社の技術力の根幹である切削工具に関連する新商材を随時拡充。直近では、鉱物資源や産業用ロボット等を新商材として拡充

新規取扱商材 事例_光製品事業

次世代技術に対応した商材の拡充



INNEOS社

次世代の8K映像伝送技術を有する
INNEOS社のオプティカルアダプター

光製品事業では、25年の経験・実績を基に、光のプロフェッショナルとして今後も8K対応商品の取扱いをはじめとした次世代技術に対応

AGENDA

1 会社概要と業界の状況

2 特徴と強み

3 成長戦略

4 **2021年3月期第2四半期決算概要**

5 業績の見通し

6 配当政策・株主優待

トピックス 1. 新型コロナウイルス感染症拡大の影響

業績への影響

上半期は事業環境の悪化により業績は一時的に低迷

- ✓ 上半期は、自動車業界を中心としたサプライチェーン打撃により業績は一時的に低迷
下半期は、日本・海外ともに持ち直しの動きを見せており、当社業績も回復基調
- ✓ 営業活動は、顧客に応じたWEBミーティングを実施する等、ウィズコロナのニューノーマルへ対応した法人営業スタイルを構築。これにより、営業活動制限に伴う売上減少のリスクを低減

当社グループにおける感染症拡大への対応

全グループ会社において感染拡大防止のための対策を徹底

- ✓ **従業員の健康安全**
 - ・ 一部拠点のホームオフィス化・在宅テレワーク・時差通勤等の導入により感染リスクの低減
 - ・ オンライン型の研修メニューや在宅での新入社員研修を推進、採用活動もオンラインにて実施
- ✓ **お客様への対応**
 - ・ ご提案、お見積りなどは対面でなくリモートでの打合せを実施
- ✓ **経営の保全**
 - ・ 長期安定資金と手元流動性の確保
 - ・ 設備投資や経費支出の見直し
 - ・ 経営会議や取締役会をオンライン会議として実施



トピックス2. 積極的なM&Aの推進

成長戦略の柱の一つであるM&Aを積極的に実施

2020年は現時点で3件のM&Aを実施(うち今期は2件実施)
今後もシナジーが期待でき、グループ成長に資するM&A案件を厳選・検討

- ✓ 2020年は、現時点で以下3件のM&Aを実施
- ✓ コロナ禍におけるM&A市場は活性化しており、当社の属する業界においても、事業承継案件も含め案件は増加中。今後も当社グループの中長期的な成長に資するM&A案件を検討

2020年2月 大西機工株式会社を子会社化【前期実施】

目的 : 関西地方における販売力の強化
 主要顧客 : 大手電機メーカー、大手鉄道会社
 主要拠点 : 大阪本社・明石営業所



大阪本社(大阪府東大阪市) 明石営業所(兵庫県明石市)

2020年8月 株式会社東新商会を子会社化【今期実施】

目的 : 関東地方における販売力の強化
 主要顧客 : 関東エリアの切削工具専門商社
 主要拠点 : 東京本社・両毛支店



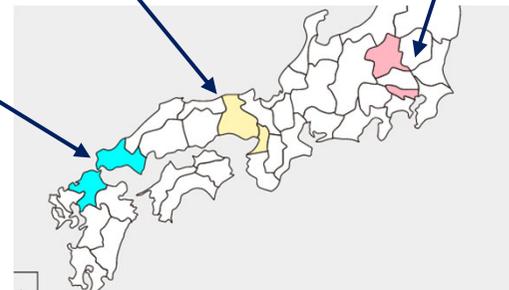
東京本社(東京都港区浜松町) 両毛支店(群馬県伊勢崎市)

2020年9月 株式会社澤永商店を子会社化【今期実施】

目的 : 九州地方における販売力の強化
 主要顧客 : 大手電機メーカー
 主要拠点 : 福岡本社・下松営業所



福岡本社(福岡県福岡市) 下松営業所(山口県下松市)



関東・関西・九州と幅広いエリアでM&Aを実施
 今後もシナジーのある提携先をグローバルに検討

トピックス3. 新規事業の立ち上げ

新たな事業領域としてECサイト事業に参入

切削工具専門ECサイト「さくさく」を10月1日にオープン

- ✓ 切削工具に特化したECサイト「さくさく」(<https://sakusakuec.com>)を10月1日にオープン
- ✓ 製品はメーカーから調達し、「さくさく」ブランドで展開。自社ブランドの工具として、低価格でネット販売し、ユーザーに利便性とコストメリットを提供
- ✓ 当初は国内向けの販売であるが、将来は米国や中国など海外顧客向けの展開も予定

取扱製品



ECサイト トップページ



オープン広告



製品ごとに工具の扱い方を動画公開



2Q 損益計算書

売上高 9,515百万円(前期比 20.0%減) →耐摩工具事業以外のセグメントで売上が低迷
 売上総利益1,948百万円(前期比 23.0%減) →売上減少分をカバーできず売上総利益が低迷
 営業利益 △117百万円(前期差472百万円減)→各種固定費の削減等による経営のスリム化を推進したが売上減少分をカバーできず営業利益が低迷

損益計算書

	20/3期 Q2実績	21/3期 Q2実績	前期比	
			増減額	増減率
連結売上高	百万円 (構成比) 11,891	百万円 (構成比) 9,515	百万円 ▲ 2,375	▲ 20.0%
売上原価	9,359 78.7%	7,567 79.5%	▲ 1,792	▲ 19.1%
売上総利益	2,532 21.3%	1,948 20.5%	▲ 583	▲ 23.0%
販管費	2,177 18.3%	2,065 21.7%	▲ 111	▲ 5.1%
営業利益	354 3.0%	-117 -	▲ 472	-
営業外収益	40	51	10	26.4%
営業外費用	56	45	▲ 11	▲ 20.1%
経常利益	338 2.8%	-111 -	▲ 449	-
税引前四半期純利益	338 2.8%	-111 -	▲ 449	-
当社株主に帰属する 四半期純利益	207 1.7%	-139 -	▲ 346	-

2Q セグメント別業績

切削工具	売上増及びWEB受注率アップを目的としたCominix Online キャンペーンを実施したが、自動車業界を中心とした市場環境の低迷に伴う販売減を補完するに至らず、売上高及びセグメント利益は低調に推移
耐摩工具	新型コロナウイルス感染拡大による外出自粛に伴うアルコール飲料用のアルミ缶等の生産需要が増加し、当社の受注も堅調に推移したことにより、売上高及びセグメント利益は堅調に推移
海外	当社が進出している世界各国で新型コロナウイルスによる多大な影響を受けたことを主因として売上高及びセグメント利益は低調に推移
光製品	新規商材の拡販等を推進しましたが、新型コロナウイルスの影響により、イベント関連をはじめとした一部案件の進捗・納品の遅延や開発案件の延期等が発生したことを主因として売上高及びセグメント利益は低調に推移

セグメント別業績

	20/3期 Q2実績	構成比	21/3期 Q2実績	構成比	前期比	
					増減額	増減率
連結売上高	百万円 11,891	100%	百万円 9,515	100%	百万円 ▲ 2,375	▲ 20.0%
切削工具事業	7,655	62.8%	5,953	63.4%	▲ 1,702	▲ 22.2%
耐摩工具事業	1,259	12.0%	1,306	10.8%	47	3.8%
海外事業	2,331	20.3%	1,745	20.7%	▲ 586	▲ 25.1%
光製品事業	645	4.9%	510	5.0%	▲ 134	▲ 20.9%
セグメント利益	354	100%	-117	100%	▲ 472	-
切削工具事業	202	54.1%	-200	50.9%	▲ 402	-
耐摩工具事業	103	28.8%	143	33.8%	40	39.3%
海外事業	7	12.5%	-85	4.2%	▲ 93	-
光製品事業	46	4.8%	25	11.2%	▲ 21	▲ 45.7%
調整額	-5	0.0%	0	0.0%	-	-

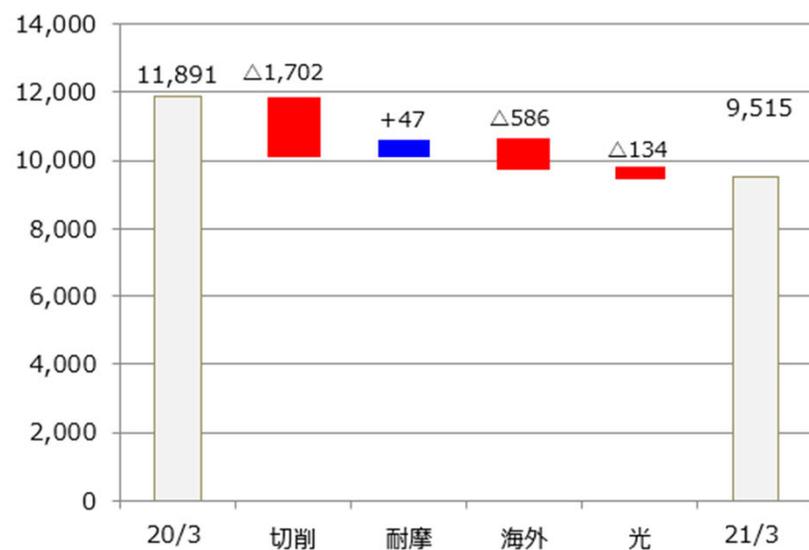
2Q 増減グラフ

✓ 売上・営業利益ともに、主力の切削工具事業、海外事業、光製品事業において前年実績を下回る。

増減グラフ

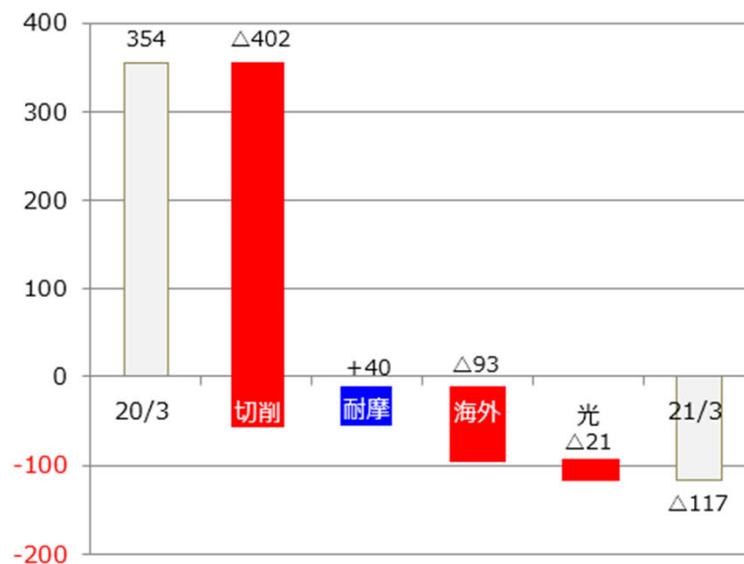
● 売上高の増減

【単位：百万円】



● 営業利益の増減

【単位：百万円】



AGENDA

1 会社概要と業界の状況

2 特徴と強み

3 成長戦略

4 2021年3月期第2四半期決算概要

5 **業績の見通し**

6 配当政策・株主優待

2021年3月期 連結業績予想

- ✓ 未公表としていた連結業績予想及び配当予想を2020年10月30日に公表
- ✓ 上半期は、コロナ禍の影響により、自動車業界を中心に厳しい事業環境となった当社業績も、主力の切削工具事業・海外事業などで業績が低調に推移
- ✓ 下半期は、日本・海外市場ともに回復基調で推移しているものの、通期業績ではコロナ禍での落ち込みを取り戻すには至らない見込
- ✓ 通期連結業績は、売上20,500百万円（△12.1%）、営業利益10百万円（△98.5%）、当期純利益34百万円（△90.5%）と予想

連結業績予想

	20/3期 実績	21/3期 計画	前期比	
			増減額	増減率
連結売上高	百万円 (構成比) 23,318	百万円 (構成比) 20,500	百万円 ▲ 2,818	▲12.1%
営業利益	682 2.9%	10 0.0%	▲ 672	▲98.5%
経常利益	634 2.7%	36 0.2%	▲ 598	▲94.3%
当社株主に帰属する 当期純利益	356 1.5%	34 0.2%	▲ 322	▲90.5%

AGENDA

1 会社概要と業界の状況

2 特徴と強み

3 成長戦略

4 2021年3月期第2四半期決算概要

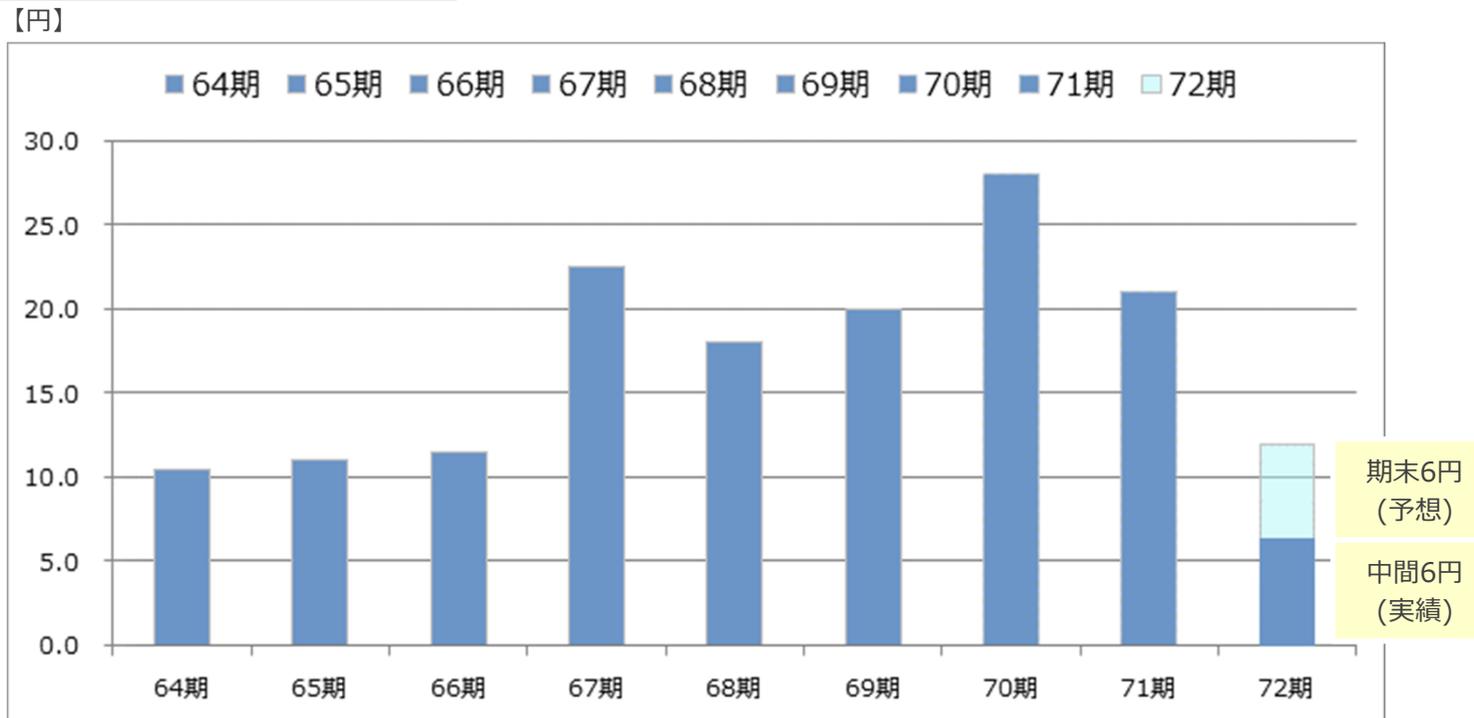
5 業績の見通し

6 配当政策と株主優待

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
- ✓ 今期の配当は、新型コロナウイルスの世界的な感染拡大等による経営環境の急速な変化や業績見通し、株主の皆さまへの利益還元の維持等を勘案し、中間配当6円（実績）、期末配当6円（予想）、年間配当12円の予想

配当金と配当性向の推移



※2016年1月1日付で、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。

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6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

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

本年度よりカタログギフトをリニューアルし、商品点数増、冷蔵冷凍商品も対応





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

Cominix