



株式会社Cominix
2021年3月期
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 (2021年3月末現在)
連結売上高	209億円 (2021年3月期)
決算期	3月
従業員数	連結 : 484名、単体 : 220名 (2021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

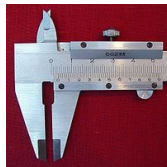
切削工具

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

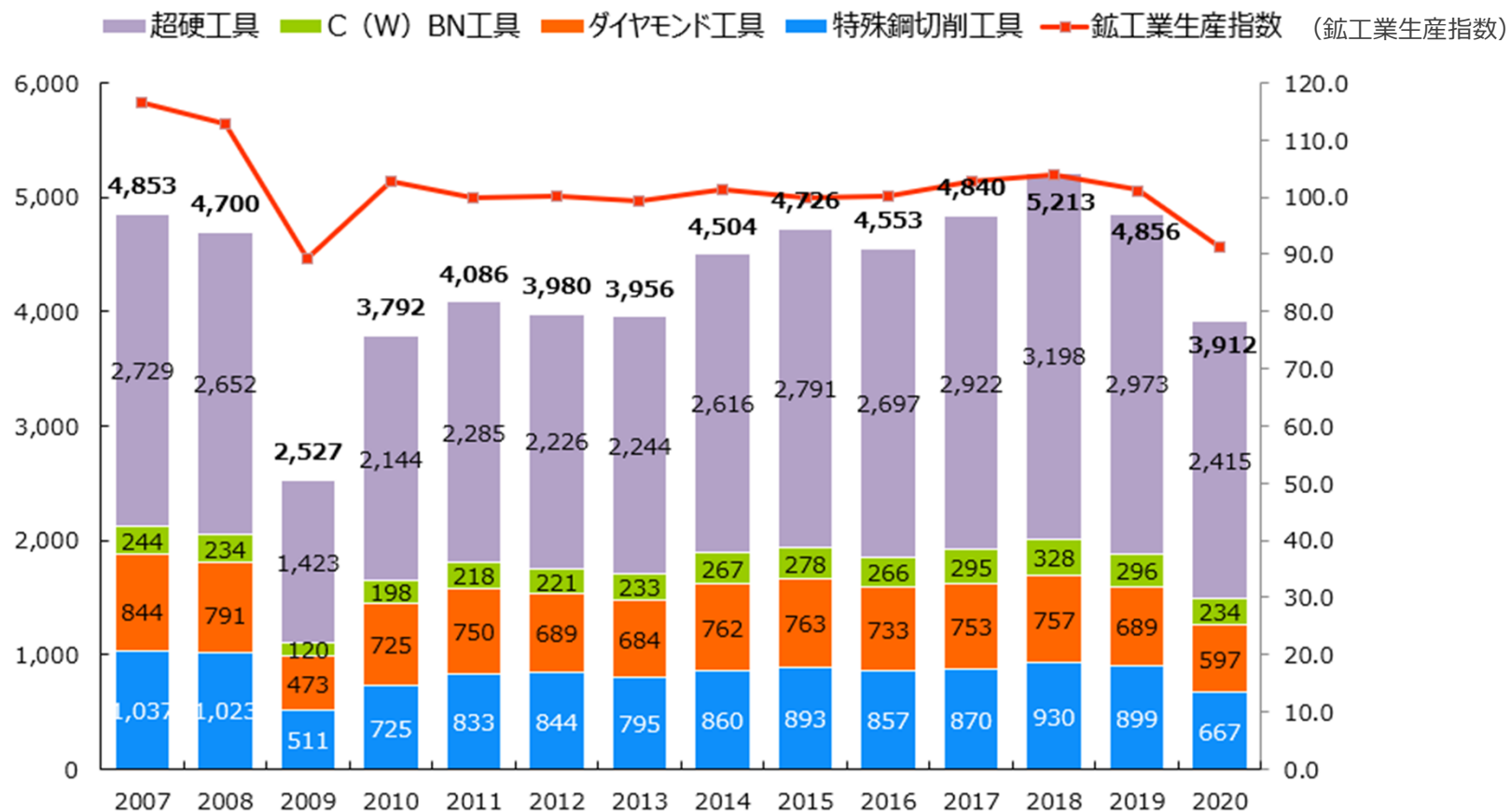


工具販売額の推移

- ✓ 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
- ✓ 2020年はコロナ禍の影響で切削工具販売高は約20%減少

工具販売額の推移

(億円)

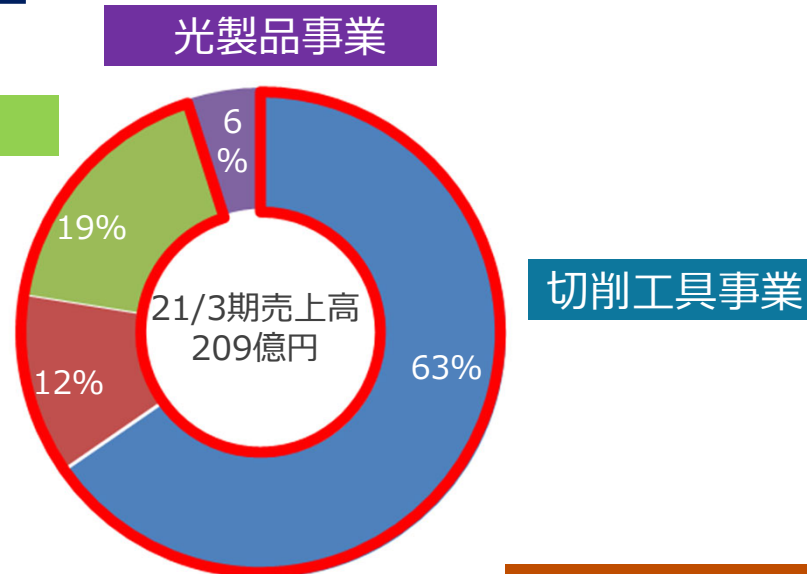


出所) 経済産業省 統計調査、鋳工業生産指数 (年)

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



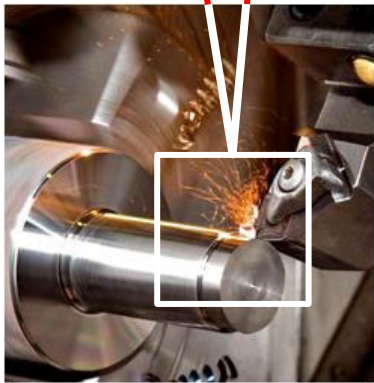
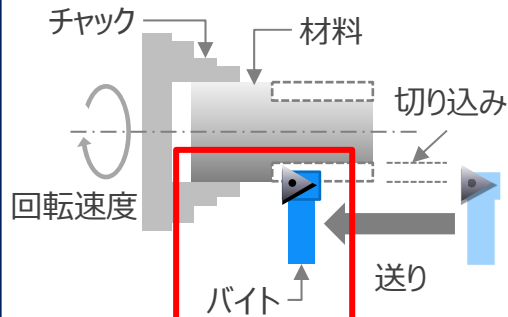
切削工具とは

- ✓ 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

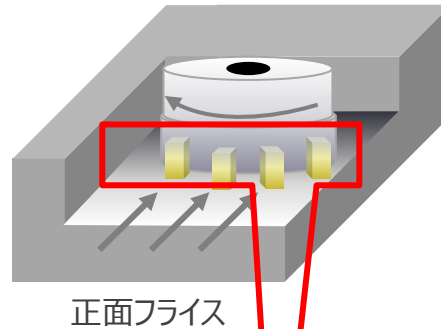
旋削

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

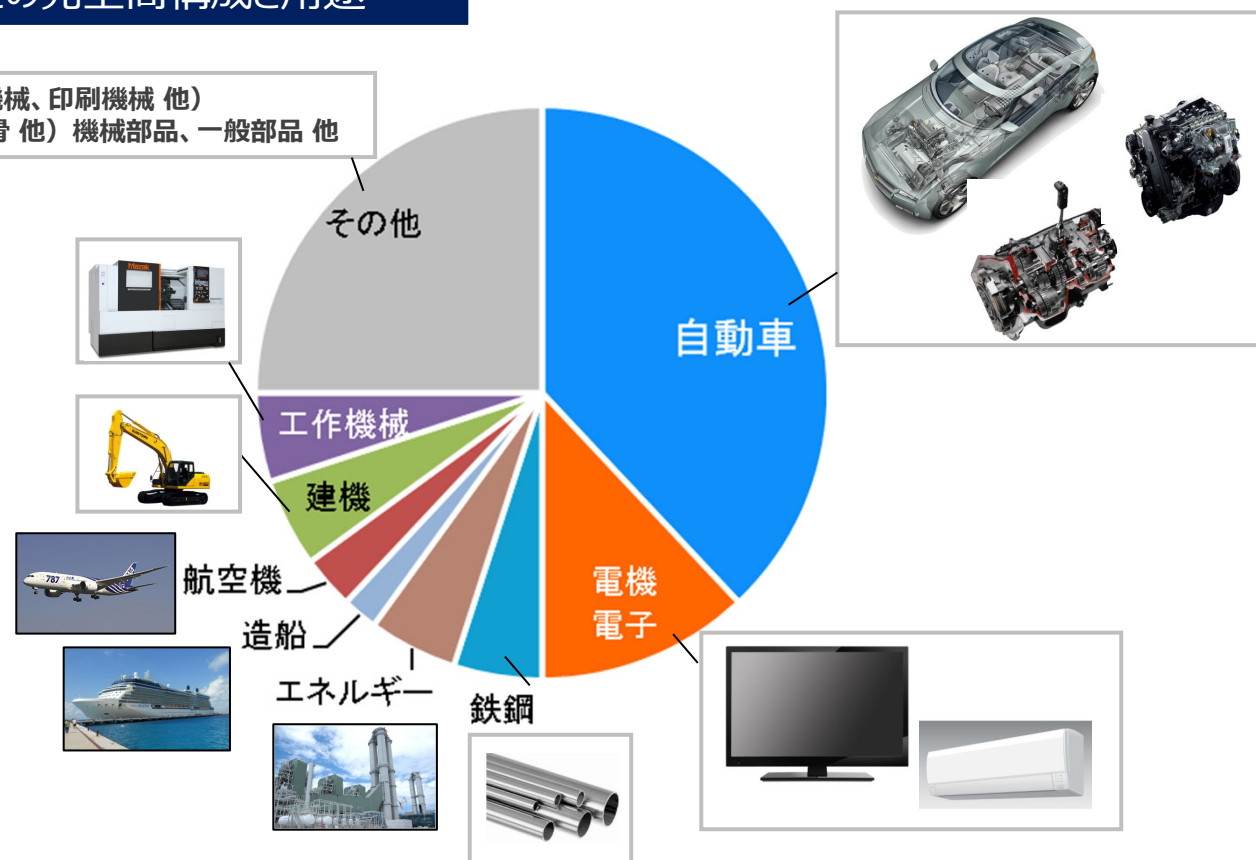


切削工具とものづくり産業との関係

- ✓ 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月期決算概要

5 業績の見通し

6 配当政策・株主優待

特徴と強み

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

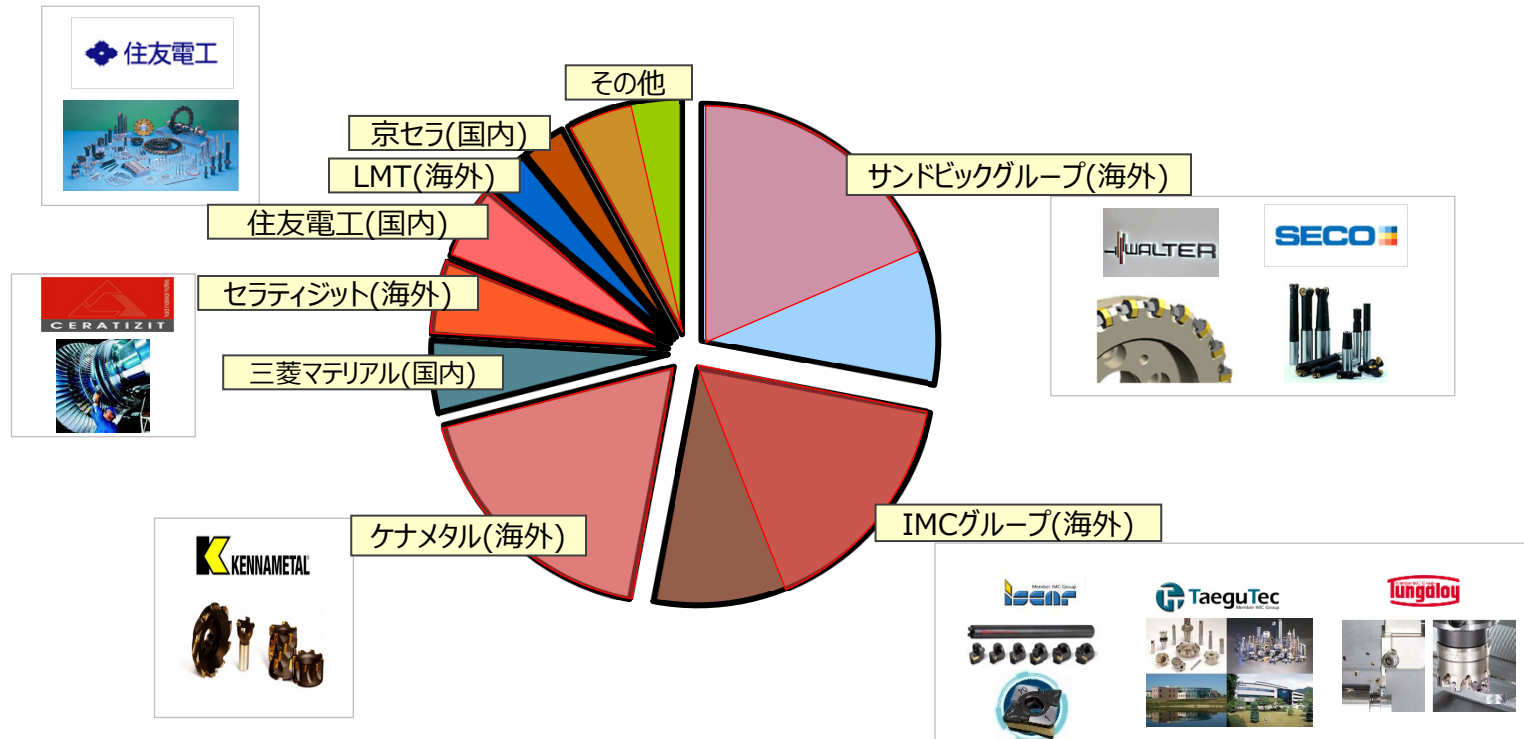
国内外ネットワーク

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%

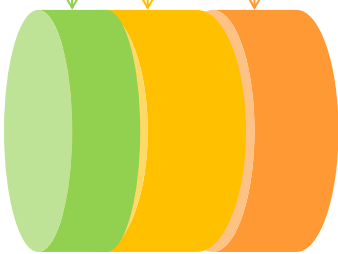
製造原価
内訳



Cominixの
コスト削減
アプローチ

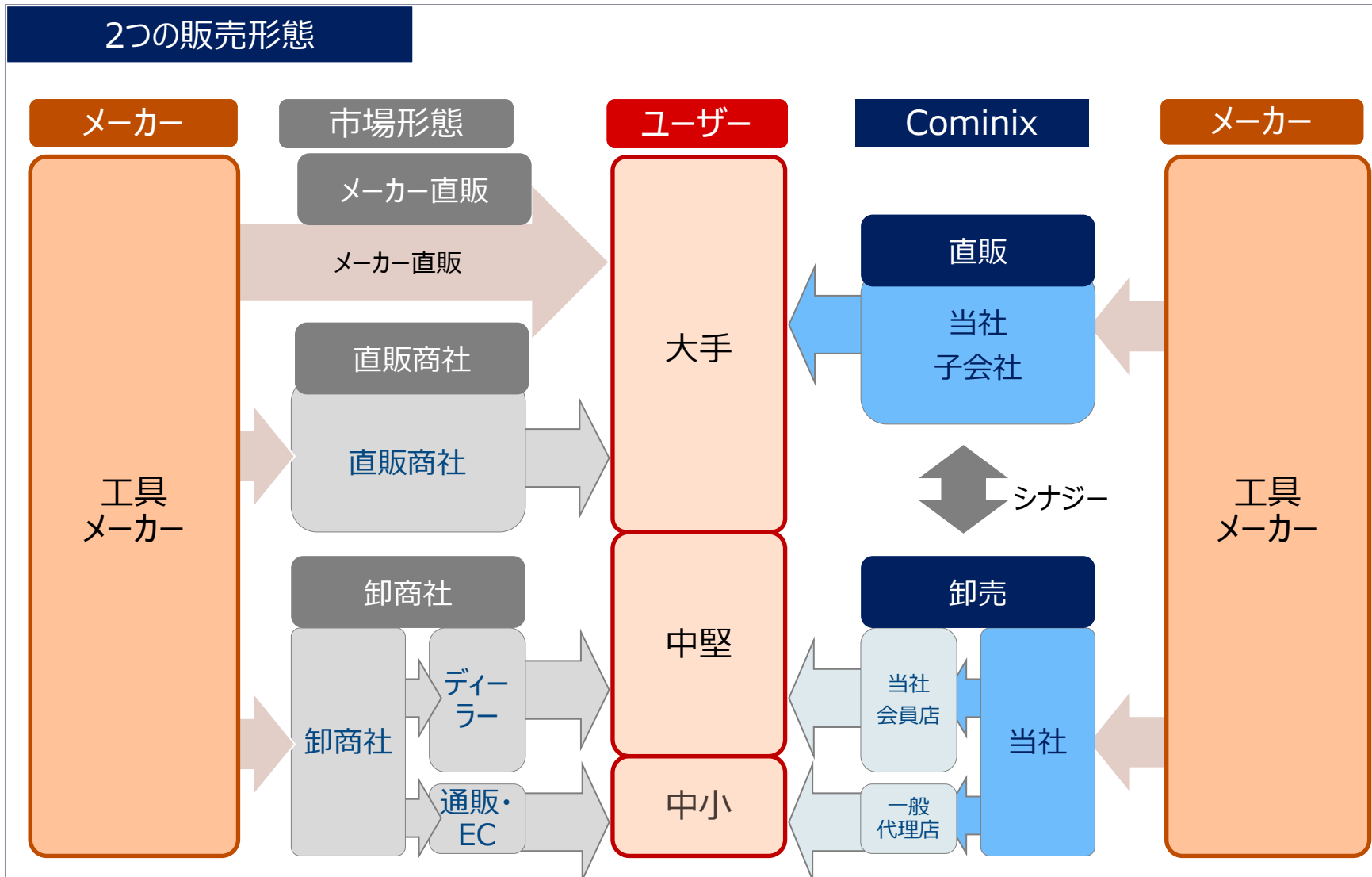
生産性向上

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)

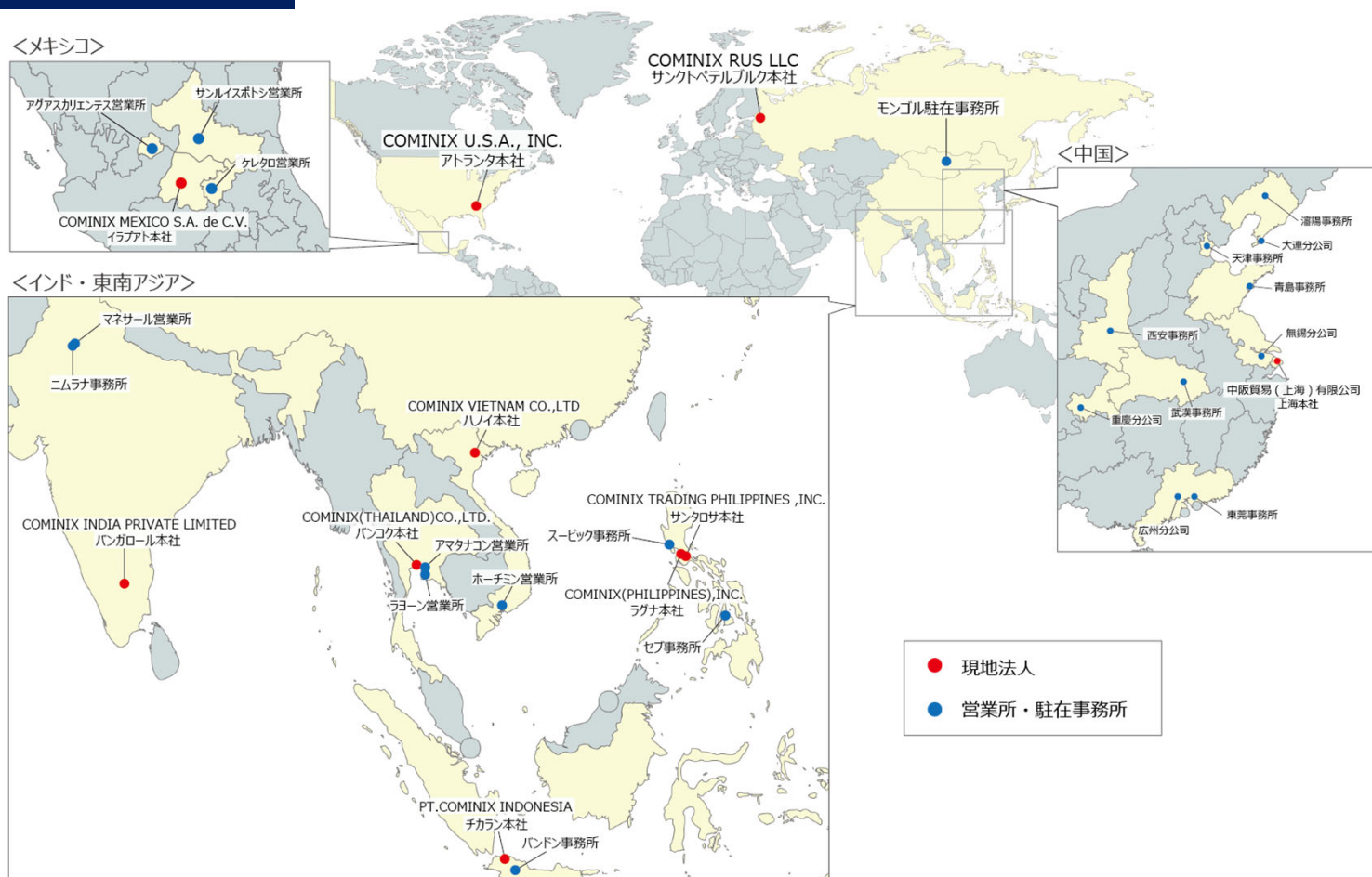
- ✓ 商品力と提案力を最大限に活かした販売形態で大手から中小ユーザーを網羅
- ✓ 直販部門で「新商材の発掘」、卸部門で拡販「規模の利益」を得るシナジー効果



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
- ✓ 2021年3月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)

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

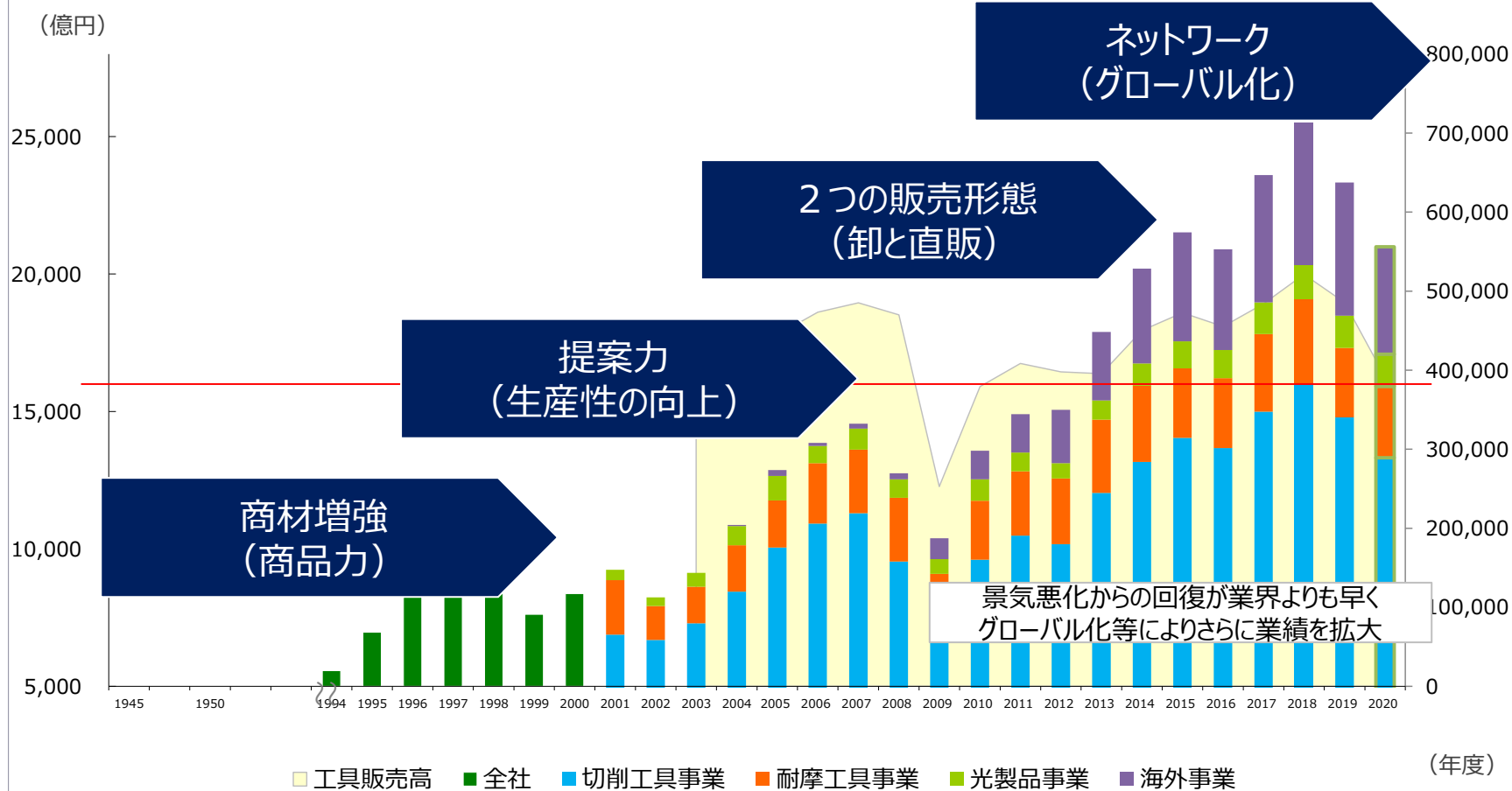
5 業績の見通し

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

成長の軌跡



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
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5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
- ✓ 2021年3月期の拠点の新設・撤退は無

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
- ✓ 2021年3月期は3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

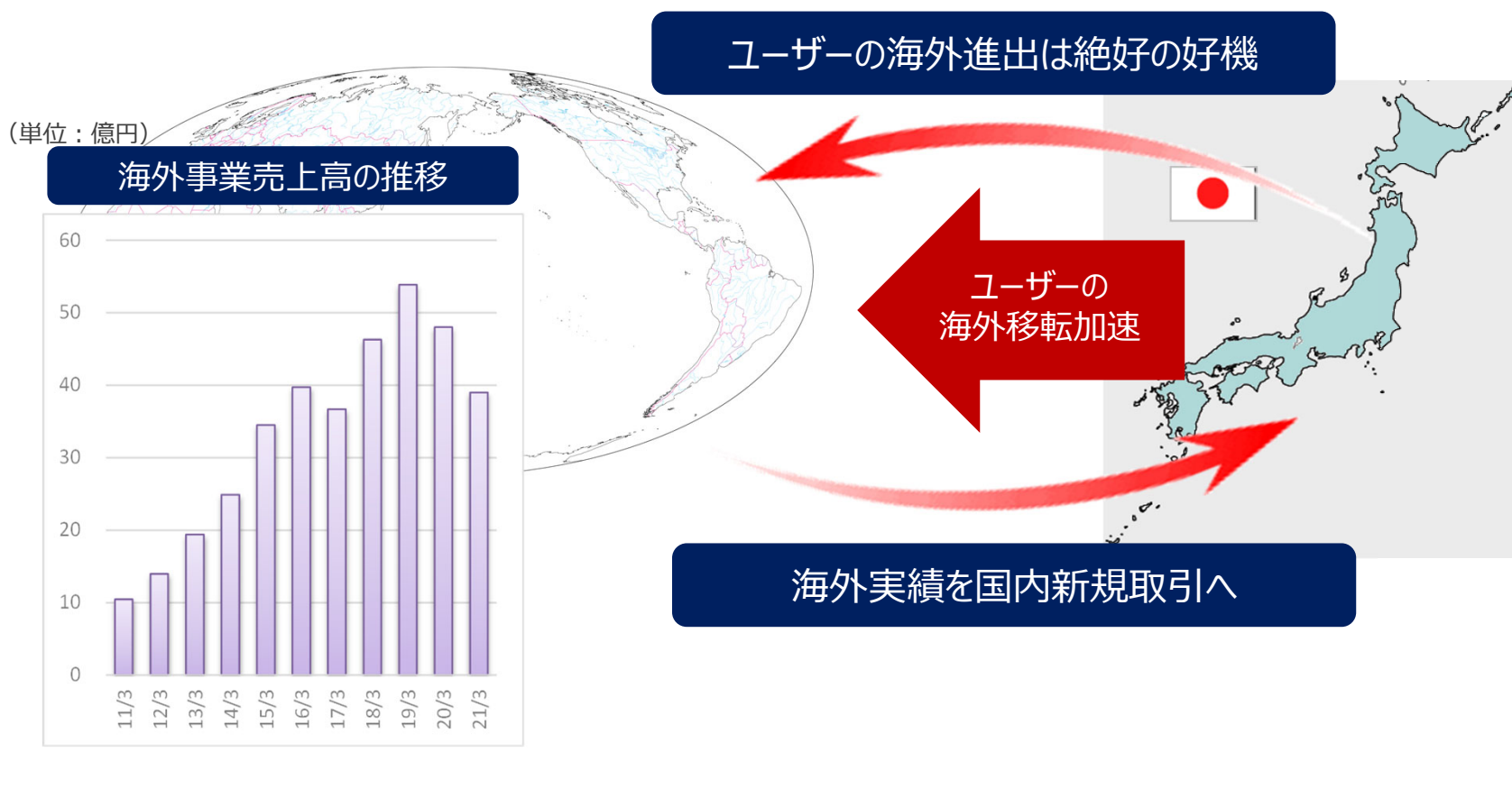
M & A 実績

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)
2020年12月	株式会社川野辺製作所	切削工具事業の製造分野における 事業領域拡大・拡充

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

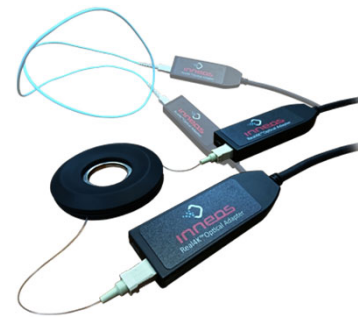


超硬工具に不可欠なタングステン等の希少金属やものづくり現場を支える産業用ロボット

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 1-1. 新型コロナウイルス感染症拡大の影響

業績への影響

全体	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 上半期は、自動車業界を中心として事業環境の悪化により業績は大きく低迷 ✓ 下半期は、海外事業を中心として一部持ち直しを見せるが、上半期の低迷を挽回するには至らず
切削工具事業	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 外部環境(2020年) 切削工具販売高は前年比で約2割減少。鋳工業生産指数は約10pt低下。自動車・航空機業界などで工場が一時操業停止 ✓ 当事業では、コロナ禍の事業環境に対応すべくWEB受注率アップを目的とした「Cominix Online」キャンペーンを実施や、M&Aを推進
耐摩工具事業	<ul style="list-style-type: none"> ✓ コロナ禍で外出自粛やテレワークなど、人々のライフスタイルが様変わりする中、当事業のターゲットとなるアルコール飲料用の缶製品の生産需要が堅調に推移
海外事業	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 上半期は、海外諸国でのロックダウン（都市封鎖）や移動禁止措置等の発令により当事業の進出国においても営業活動が大きく制限される ✓ 下半期は、当社の主要進出国である中国における需要回復とアメリカでの取引拡大等に伴い業績が回復傾向となるが、上半期の大きなマイナスは補完できず
光製品事業	<ul style="list-style-type: none"> ✓ イベント関連をはじめとした一部案件の進捗・納品の遅延等が発生したものの、光源関連の大口受注が増加

トピックス 1-2. 新型コロナウイルス感染症拡大の影響

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

- ✓ **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WEB会議で実施

- ✓ **ウィズコロナのニューノーマルへ対応した営業スタイルの構築**
 - ・いち早く顧客に応じたWEBミーティング体制を構築
 - ・WEB展示会等への積極参加

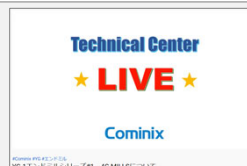


※コロナ対策推進中



(参考) 2020年11月 日本国際工作機械見本市(JIMTOF2020online)出展

- ・SNSを活用した営業活動の積極展開



(参考) Technical CenterによるYouTube Live配信を実施

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4件のM&Aを実施(うち2021年3月期は3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

- ✓ 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【71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【72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【72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)

2020年12月 株式会社川野辺製作所を子会社化【72期実施】

目的 : 製造機能の強化
主要顧客 : 大手自動車メーカー
主要拠点 : 東京本社・茨城工場・アメリカ子会社



茨城工場(茨城県・常陸大宮市) アメリカ子会社(オハイオ州)

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

切削工具専門通販サイト「さくさくEC」を10月1日にオープン

- ✓ 切削工具に特化した通販サイト「さくさくEC」(<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



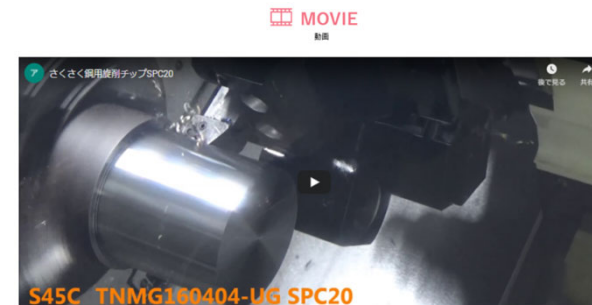
ECサイト トップページ



オープン広告



製品ごとに工具の扱い方を動画公開



損益計算書

売上高 20,994百万円(前期比 10.0%減)→主力の切削工具事業・海外事業で売上が低迷
 営業利益 72百万円(前期比 89.3%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
 当期利益 295百万円(前期比 17.1%減)→特別利益に子会社株式取得時の負ののれん発生益
 217百万円等を計上したが当期利益が低迷

損益計算書

	20/3期 実績	21/3期 実績	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) 20,994	百万円 ▲ 2,324	▲ 10.0%
売上原価	18,401 78.9%	16,709 79.6%	▲ 1,691	▲ 9.2%
売上総利益	4,917 21.1%	4,285 20.4%	▲ 632	▲ 12.9%
販管費	4,235 18.2%	4,212 20.1%	▲ 23	▲ 0.5%
営業利益	682 2.9%	72 0.7%	▲ 609	▲ 89.3%
営業外収益	67	155	87	131.1%
営業外費用	115	106	▲ 8	▲ 7.5%
経常利益	634 2.7%	121 0.6%	▲ 512	▲ 80.9%
税引前四半期純利益	594 2.6%	426 2.0%	▲ 168	▲ 28.3%
当社株主に帰属する 四半期純利益	356 1.5%	295 1.4%	▲ 61	▲ 17.1%

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 キャンペーンの実施やWEB展示会への参加等に取り組んだが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	新型コロナウイルス感染症の影響により、イベント関連をはじめとした一部案件の進捗・納品の遅延等が発生したが、光源関連の受注等がセグメント利益に寄与した結果、売上高及びセグメント利益は堅調に推移

セグメント別業績

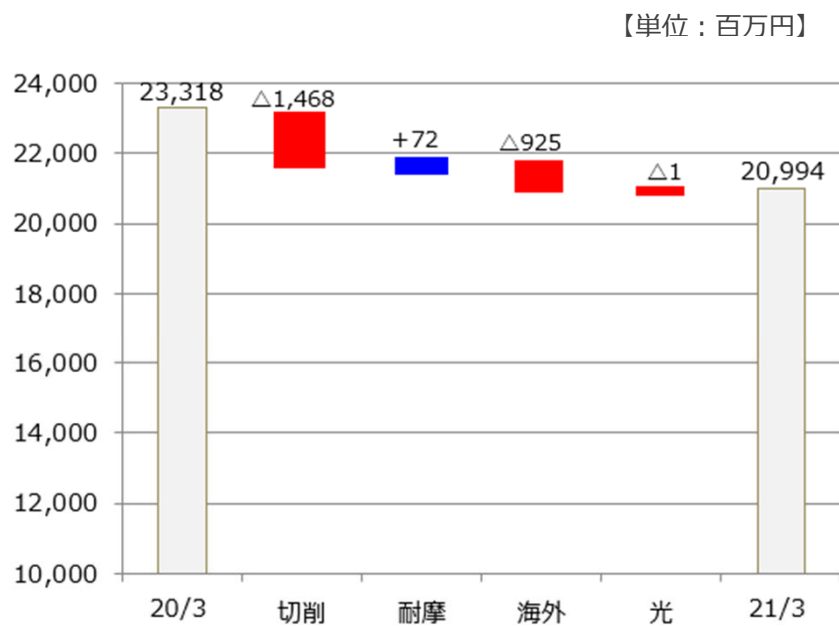
		20/3期 実績	構成比	21/3期 実績	構成比	前期比	
						増減額	増減率
連結売上高		百万円 23,318	100%	百万円 20,994	100%	百万円 ▲ 2,324	▲10.0%
	切削工具事業	14,785	63.4%	13,316	63.4%	▲ 1,468	▲9.9%
	耐摩工具事業	2,525	10.8%	2,598	12.4%	72	2.9%
	海外事業	4,833	20.7%	3,907	18.6%	▲ 925	▲19.2%
	光製品事業	1,173	5.0%	1,171	5.6%	▲ 1	▲0.2%
セグメント利益		682	100%	72	100%	▲ 609	-
	切削工具事業	347	50.9%	-154	-	▲ 501	-
	耐摩工具事業	230	33.8%	259	-	28	12.3%
	海外事業	28	4.2%	-107	-	▲ 136	-
	光製品事業	76	11.2%	77	-	1	1.5%
	調整額	0	0.0%	△ 1	-	-	-

増減グラフ

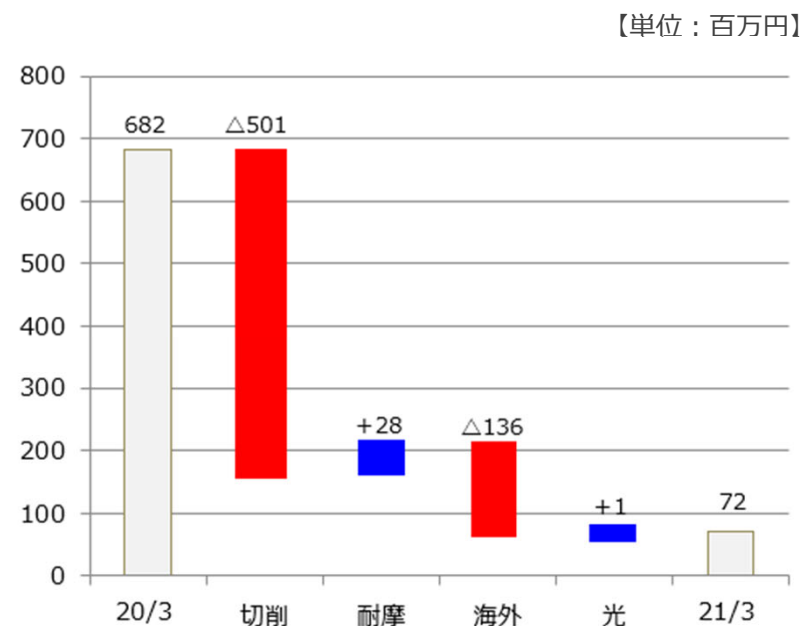
✓ 主力の切削工具事業、海外事業において売上・営業利益が低調に推移

増減グラフ セグメント別

● 売上高の増減



● 営業利益の増減

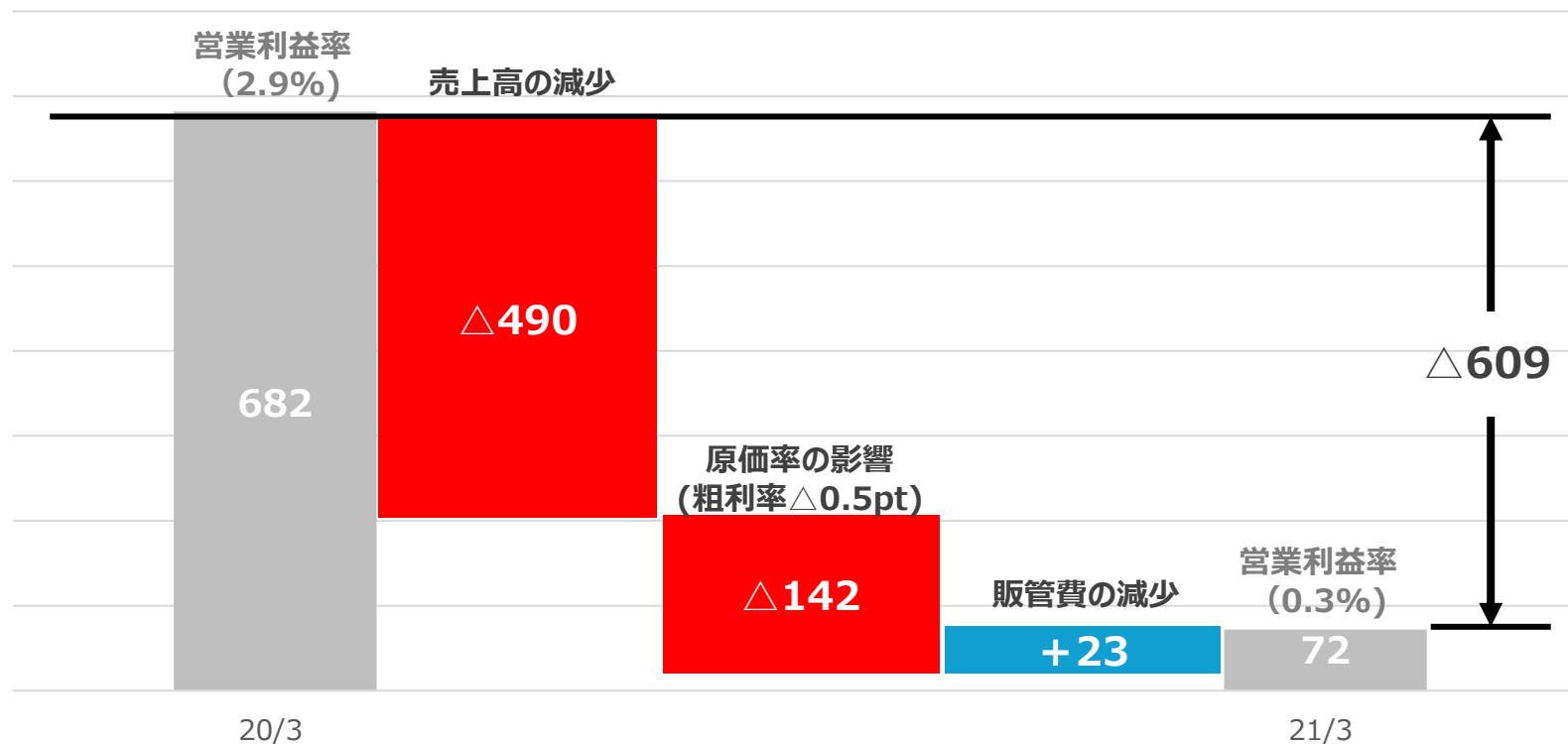


増減グラフ

✓ 売上高減少等により減益となる

増減グラフ 区分別

● 営業利益の増減要因



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月期概要

5 業績の見通し

6 配当政策・株主優待

2022年3月期 連結業績予想

- ✓ 通期業績は、売上25,400百万円（+21.0%）、営業利益610百万円（+738.1%）、当社株主に帰属する当期純利益347百万円（+17.6%）と予想
- 切削工具事業 取扱いメーカー・取扱い製品のさらなる拡充等により業績回復を見込む
- 耐摩工具事業 新材料・加工メーカーとの開発・販売等によりさらなる業績拡大を見込む
- 光製品事業 新商材の開発・販売等によりさらなる業績拡大を見込む
- 海外事業 ローカルユーザーへの営業活動深耕等により業績回復を見込む
- M & A 戦略 成長戦略の基軸と位置づけシナジーのある先との資本提携を継続検討

連結業績予想

	21/3期 実績	22/3期 計画	前期比	
			増減額	増減率
	百万円 (構成比)	百万円 (構成比)	百万円	
連結売上高	20,994	25,400	4,405	21.0%
営業利益	72 0.3%	610 2.4%	537	738.1%
経常利益	121 0.6%	573 2.3%	451	372.1%
当社株主に帰属する 当期純利益	295 1.4%	347 1.4%	51	17.6%

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

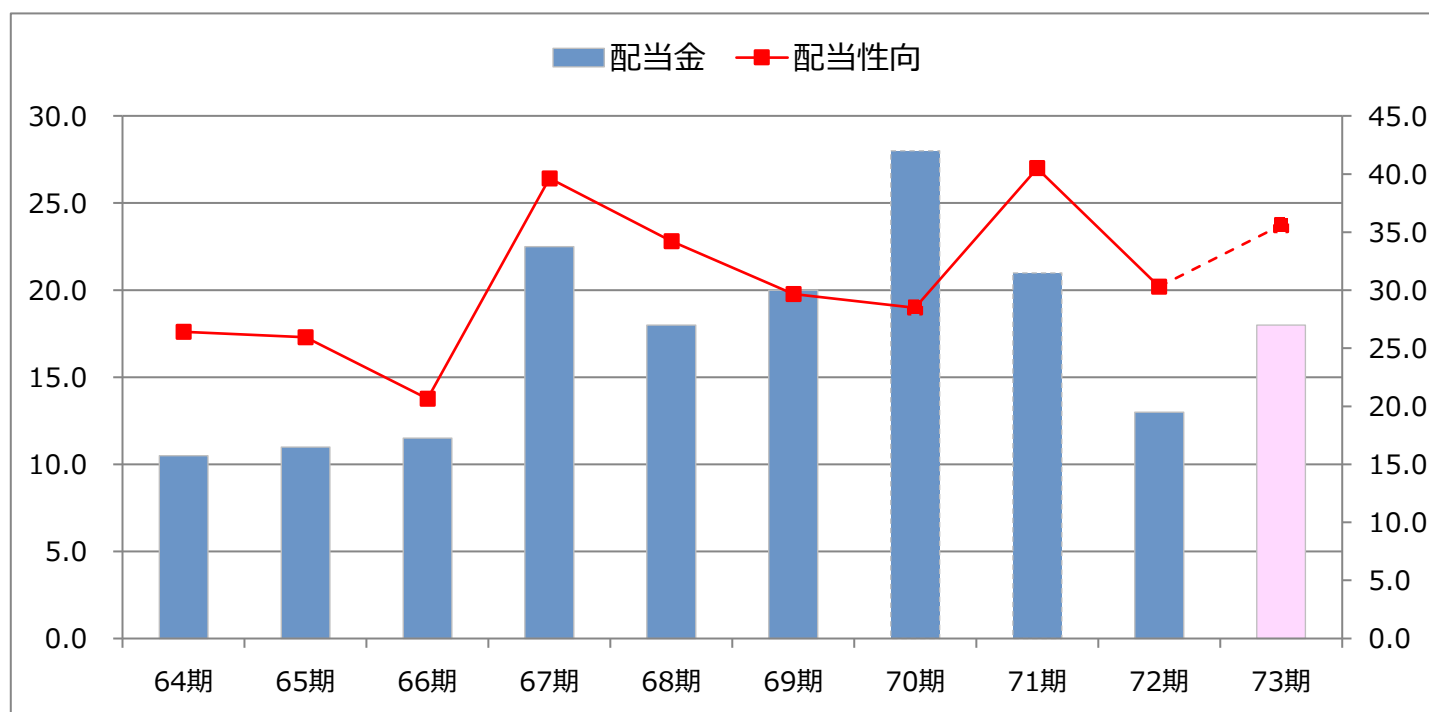
5 業績の見通し

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
- ✓ 2022年3月期は18.0円の年間配当と予想（中間配当9.0円、期末配当9.0円）

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7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

昨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

(掲載例)

The image displays the 'Gift Catalog 2021' cover and three sample pages of the catalog. The cover features a blue gift box with a ribbon and the text 'Gift Catalog 2021' and '株主様へ贈るカタログ'. The three catalog pages are organized into columns based on the number of shares held:

- 2,000円相当 保有株式数：200株～1999株まで**: This page shows products like 'フランス産 フォンデュールチーズ' (22001), '中国産 (江蘇産) 中華鍋焼豆腐' (22002), 'トルコ産 トライイナプル' (22003), 'フランス産 フルーツ' (22004), '韓国産 韓式冷麺' (22005), and '韓国産 韓国産冷麺' (22006).
- お申込み期限 2021年7月31日(土) 必着**: This page shows products like 'シンガポール産 シンガポールジュース' (22007), 'パキスタン産 パキスタン産米' (22008), 'フランス産 パンケーキ' (22009), 'フランス産 パンケーキ' (22010), 'フランス産 パンケーキ' (22011), 'フランス産 パンケーキ' (22012), and '韓国産 韓国産冷麺' (22013).
- 4,000円相当：2000株以上 保有株式数**: This page shows products like '韓国産 韓国産冷麺' (42014), '韓国産 韓国産冷麺' (42015), '韓国産 韓国産冷麺' (42016), '韓国産 韓国産冷麺' (42017), '韓国産 韓国産冷麺' (42018), and '韓国産 韓国産冷麺' (42019).



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