

日本精密株式会社

CODE : 7771

2019年3月期決算・中期経営計画

ASEAN Project ~Value Generation~

2019年5月31日



ASEAN Project
~Value Generation~

目次

1. 2019年3月期 決算説明
 1. 会社概要
 2. 2019年3月期 決算概要
 3. 2019年3月期 通期業績予想

2. 中期経営計画
 1. ASEAN Project ~Value Generation~ 価値向上
 2. ASEAN Project ~Maximizing Value~ 価値最大化

3. 参考資料

肌に優しい金属加工技術

2019年3月期決算説明

1. 会社概要

会社概要 (2019年3月末)



社名	日本精密株式会社 (NihonSeimitsuCo.,Ltd.)
住所	埼玉県川口市本町4-1-8川口センタービル8階
設立	1978年8月
上場	東京証券取引所JASDAQ市場 (1997年9月25日)
代表取締役	井藤 秀雄
事業内容	時計バンドの製造、販売、メガネフレームの製造、販売、イオンプレーティング (表面処理加工)、釣具用部品、静電気除去器、その他製品の製造、販売
連結子会社	5社、関係会社2社
従業員	3,017名 (連結)
決算	3月
資本金	1,918百万円
発行株式数	19,712,999株
株主数	2,783名

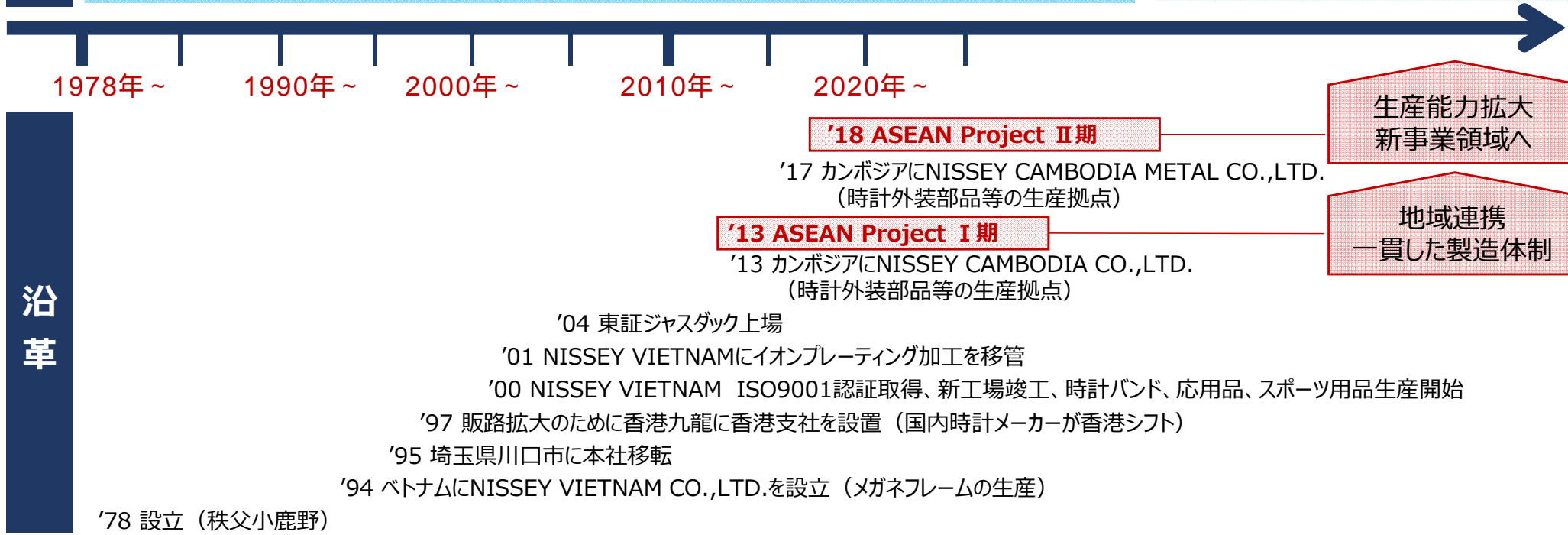
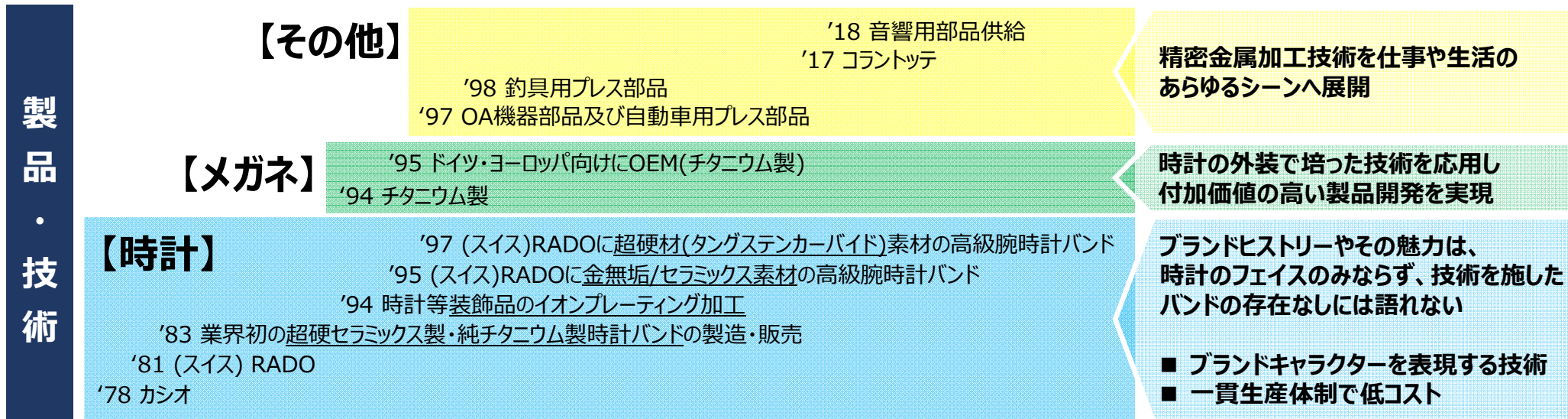


代表取締役社長 井藤 秀雄

2001年8月 当社 入社
2007年7月 当社 上席執行役員
2008年12月 当社 常務執行役員
2009年6月 当社 取締役常務執行役員
2018年6月 当社 代表取締役社長 (現任)
(株) 村井 代表取締役 (現任)

1. 会社概要

沿革



生産・開発拠点



ASEAN地域を一体と考えた
戦略的生産体制を構築



本社（埼玉県川口市）

経営の根幹である経験豊富な人間力で、企画開発・販売計画など
全てを一元管理。また、一貫した経営管理によりコスト削減。

㈱村井：連結子会社

エヌエスジー㈱：連結子会社

香港支店

ベトナム、カンボジアで製造未対応の部品を低コストで中国より調達。
営業・販売の基点として重要な役割を今後も担う。

NISSEY VIETNAM CO.,LTD.

- ◎時計外装部品等の製造
- ◎メガネフレームの製造
- ◎釣り具部品等の製造 他

高級品向け製品を製造
同時に、今後も当社グループの技術開発の中心としてさらに強化

NISSEY CAMBODIA CO.,LTD.

- ◎時計外装部品等の製造

普及品～中級品向け製品を製造
将来的には、隣接地に協力工場等を誘致し、
一大サプライチェーンを構築

NISSEY CAMBODIA METAL CO.,LTD.

- ◎腕時計バンド（ステンレス無垢バンド）の製造

2017年11月より稼働
工場がフル稼働となる2022年3月期には、最大で月産5万本の
生産を計画

第2期ASEAN Projectスタートの期

業績

- 時計部門は、カンボジアメタル工場立ち上がりのスピード不足と海外取引先の在庫調整による遅れはあったものの売上高はほぼ計画通りの着地。
- メガネフレーム部門は、webによる直販（BtoC）の開始など新しい取り組みはあったが苦戦。
- メガネフレーム部門の遅れをカバーしきれず、売上高、利益ともに計画未達。
- その他部門は、釣具用部品、健康・医療関連が好調。
- 特別損失3.9億円計上（個別）。

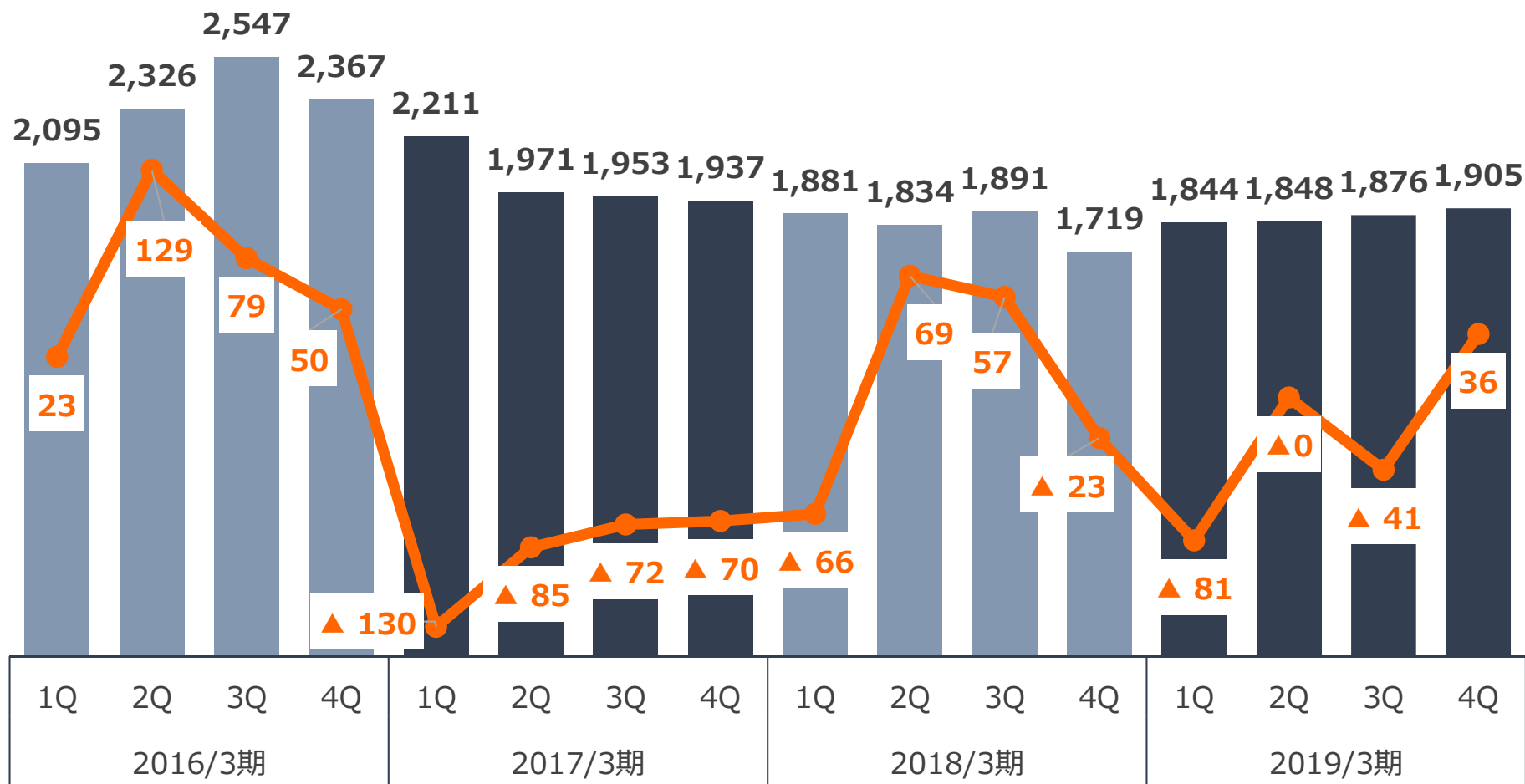
Topic

- 新体制に移行。
- Webによるリーディンググラスの直販（BtoC）を開始。
- 音響機器部品の納品を開始。
- 新規に医療関連機器を受注。

四半期毎業績推移



その他部門の伸びにより第4四半期は営業利益黒字を確保



■売上高

—●—営業利益

単位：百万円

2018年3月期 連結業績（前年同期比較）

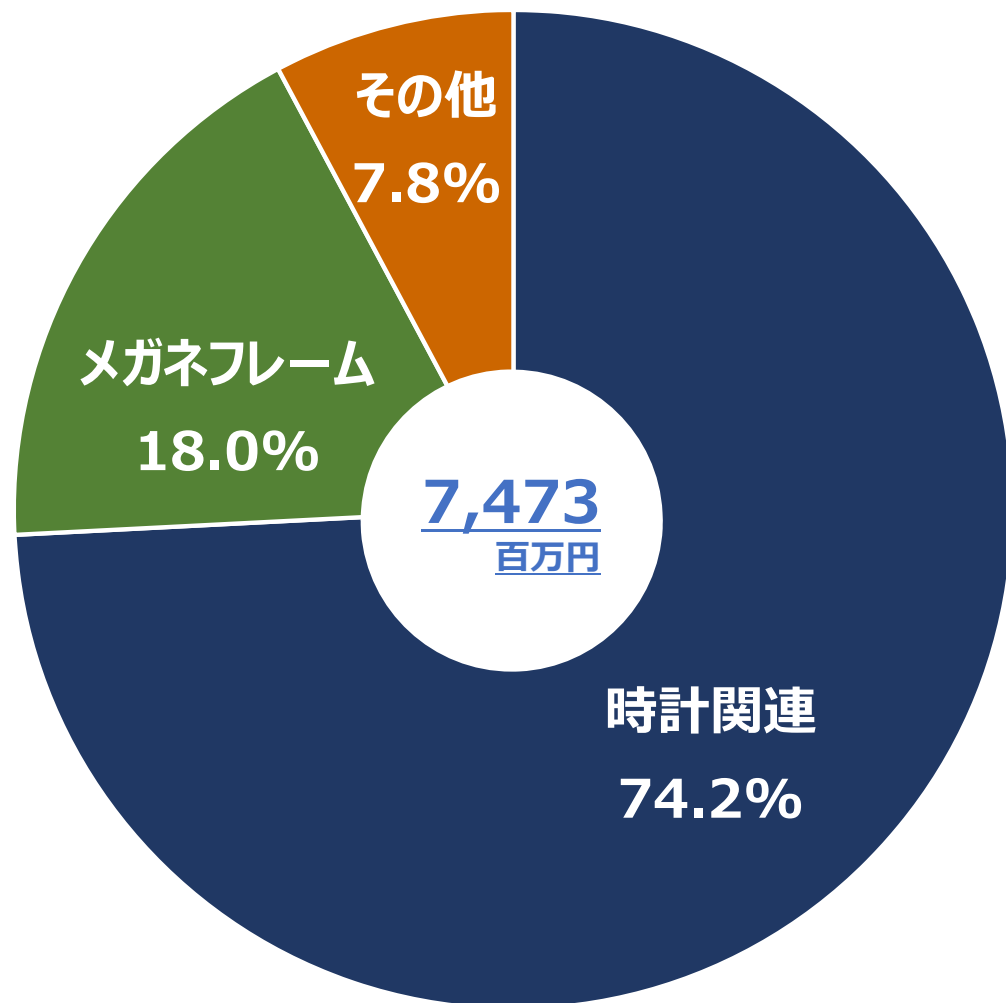
単位：百万円

	2019年3月期 実績	2018年3月期 実績	前年同期比較	
			増減額	増減率
売上高	7,473	7,325	+147	+2.0%
売上総利益	1,480	1,628	△148	△9.1%
販管費	1,568	1,591	△22	△1.4%
営業利益	△87	37	△125	-
経常利益	△121	△126	+4	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	△173	227	△400	-

報告セグメントの状況

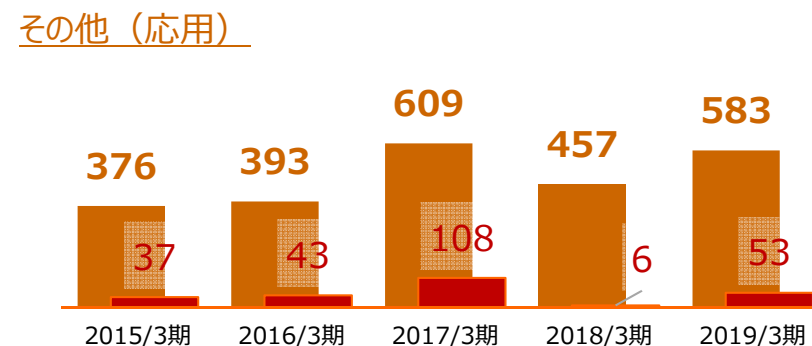
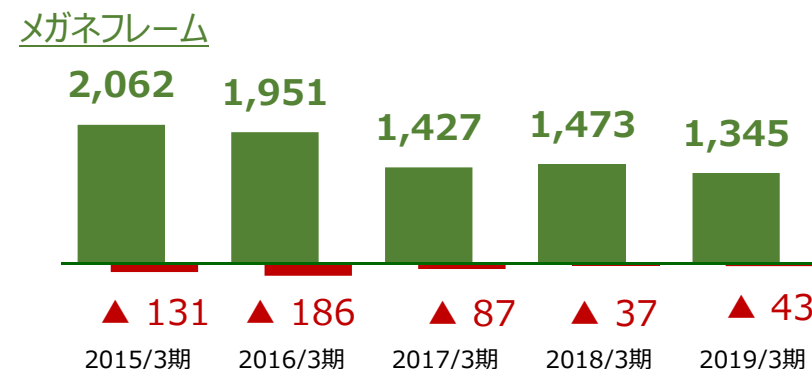
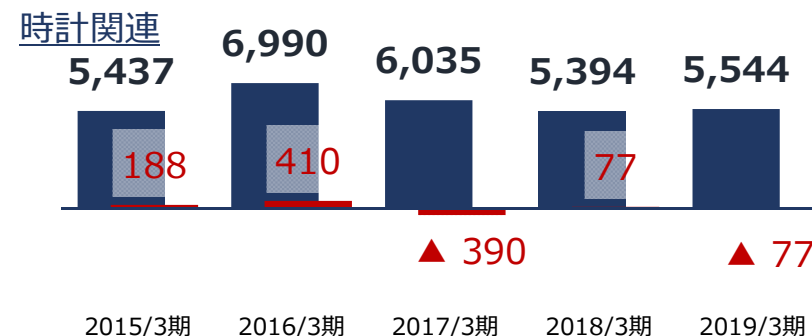


2019年3月期
売上高構成

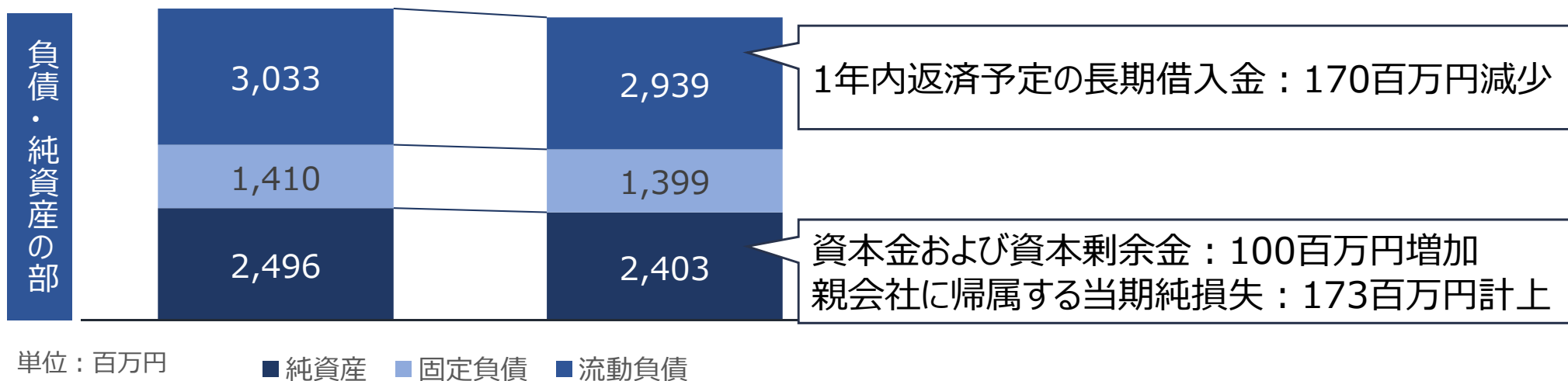
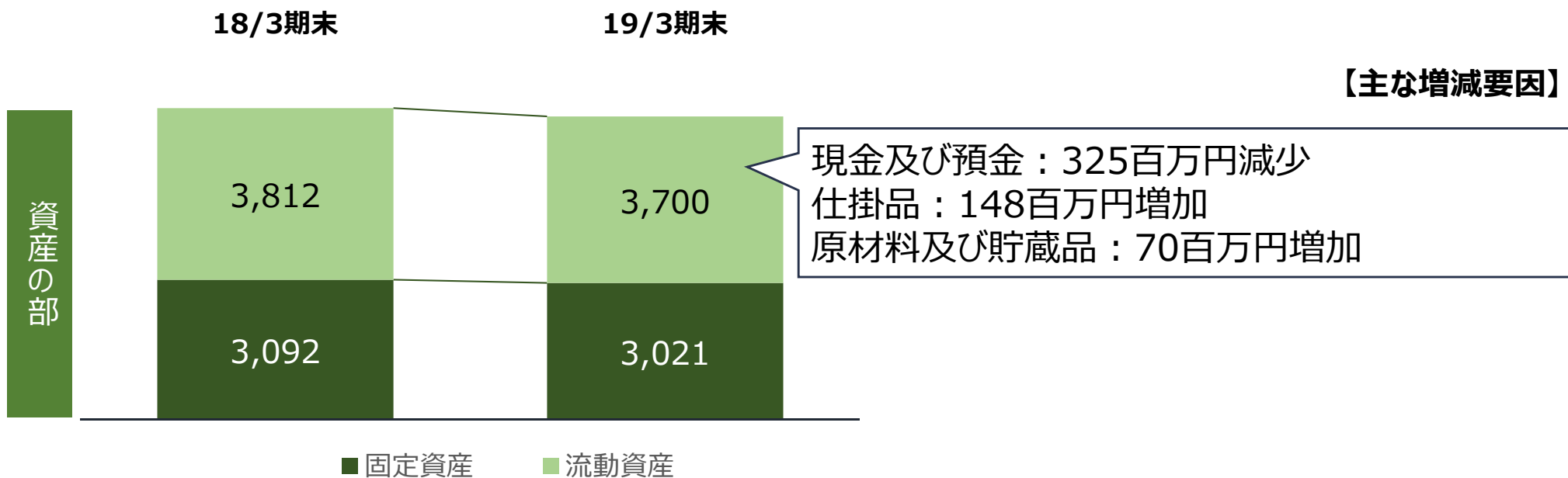


売上高・セグメント損益の推移

単位：百万円



B/Sの状況 (連結)

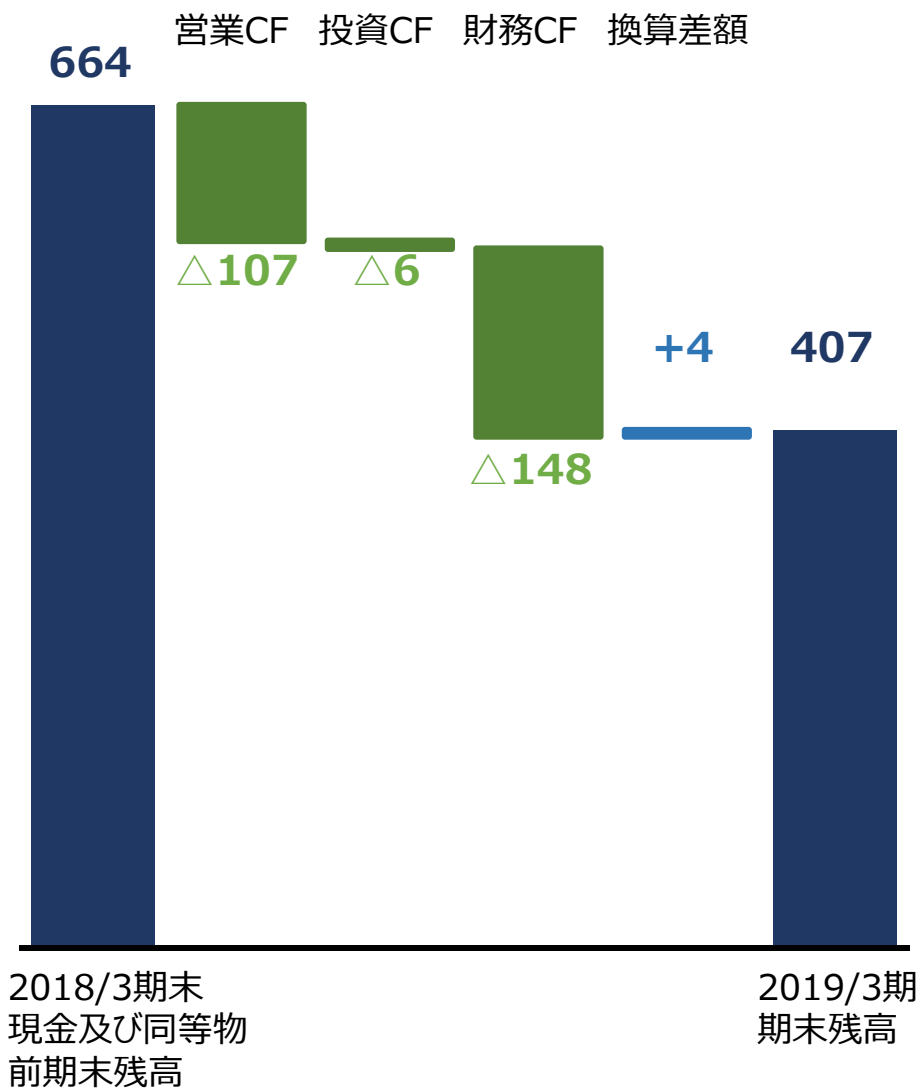


CFの状況（連結）



【2018年3月期末比較】

単位：百万円



【2018年3月期 比較】

単位：百万円

単位：百万円	2019/3期	2018/3期
営業キャッシュ・フロー	△107	382
税前純損益	△121	273
減価償却費	265	260
売上債権の増減額	8	39
たな卸資産の増減額	△270	△175
仕入債務の増減額	22	17
その他	60	107
小計	△34	523
利息及び配当金の受取・支払額	△60	△62
法人税等の支払額	△12	△78
投資キャッシュ・フロー	△6	△423
フリー・キャッシュ・フロー	△113	△40
財務キャッシュ・フロー	△148	△47
現金及び現金同等物期末残高	407	664

時計

カンボジアメタル工場量産体制早期確立

メガネ

高価格帯をターゲットに積極的なブランド展開を図る

応用

釣具用部品、音響機器部品での成功例を軸に外装部品の金属化提案強化

3. 2020年3月期通期業績予想

通期業績計画



単位：百万円

	2020年3月期 計画	2019年3月期 実績	前年同期比較	
			増減額	増減率
売上高	8,202	7,473	+729	+9.8%
営業利益	139	△87	+226	-
経常利益	78	△121	+199	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	53	△173	+226	-

ASEAN Project ~ Value Generation ~

中期経営計画 – 2019年3期～2023年3期 –



ASEANで世界を刻む手

1. ASEAN Project ~Value Generation~ 価値向上

対象期間：'18/4~'23/3

2. ASEAN Project ~Maximizing Value~ 価値最大化

対象期間：'23/4~'28/3

肌に優しい金属加工技術

肌に優しい金属加工技術

ASEAN Project ～Value Generation～

価値向上の期 2018/4～2023/3

ASEAN Project

2028年3月期

連結売上高**300億**円



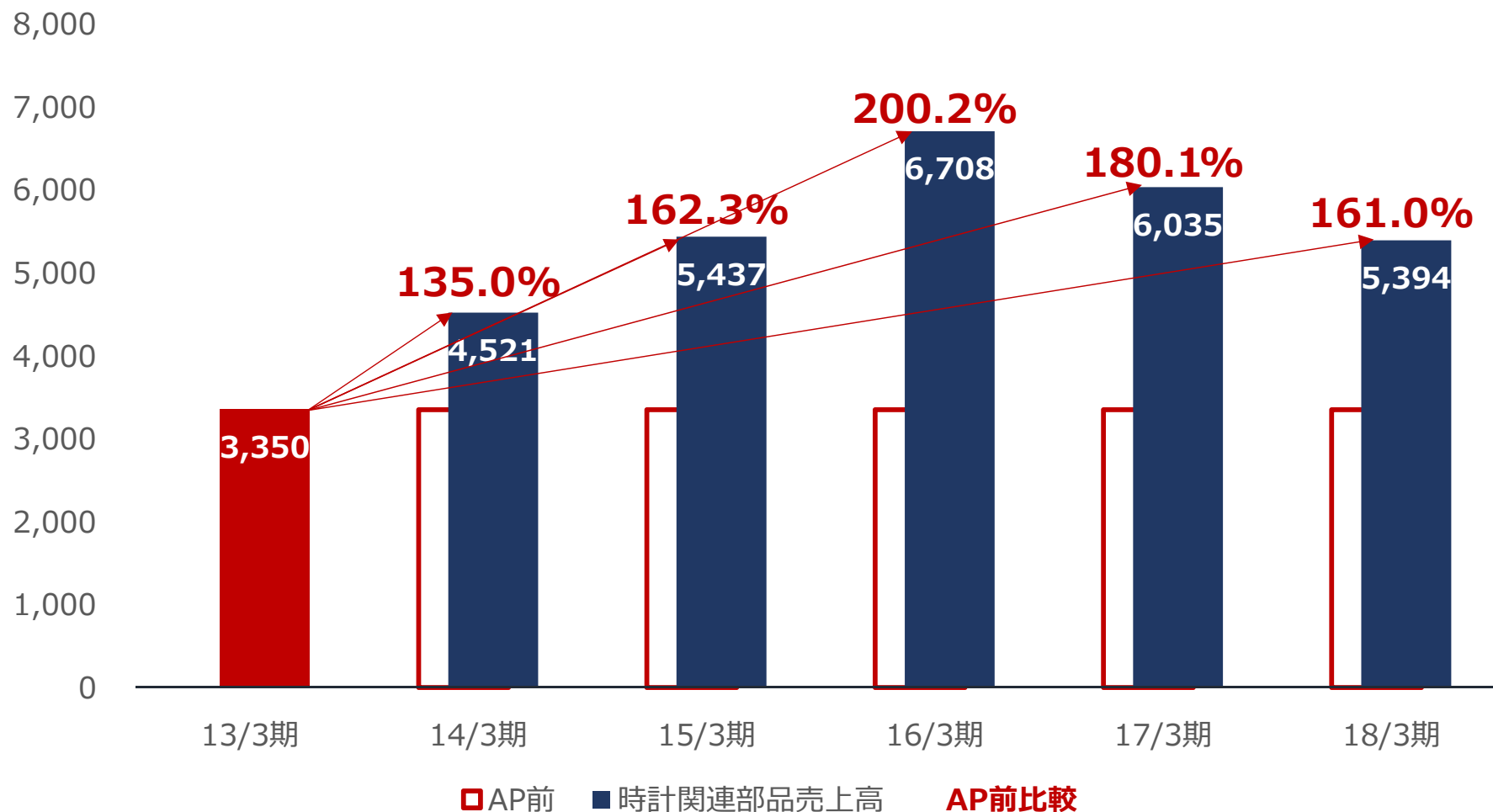
1. ASEAN Project ~Value Generation~

ASEAN Project ~ Value Creation~ 振り返り



ASEAN Project 発足時比較：売上高 平均67.7%UP！

単位：百万円



□ AP前 ■ 時計関連部品売上高 ▲ AP前比較

金属外装技術の追求 = 高品質 + 持続可能な社会

いいモノをより長く



持続可能な社会への意識

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS
17 GOALS TO TRANSFORM OUR WORLD



ニッケルレス

脱樹脂

人・環境に優しくいつまでも金属の美しさで
魅せる外装部品を提案

NISSEY CAMBODIA 敷地内 サプライチェーン構築

完成品メーカーとの協力によりASEANを世界の工場へ

一貫生産により高品質・短納期・低コストを実現



タイプラスワンとしての重要性が増すカンボジア

タイ⇔カンボジア間 45年振りに鉄道開通

国内腕時計大手メーカー
タイ拠点

連携強化

当社カンボジア工場

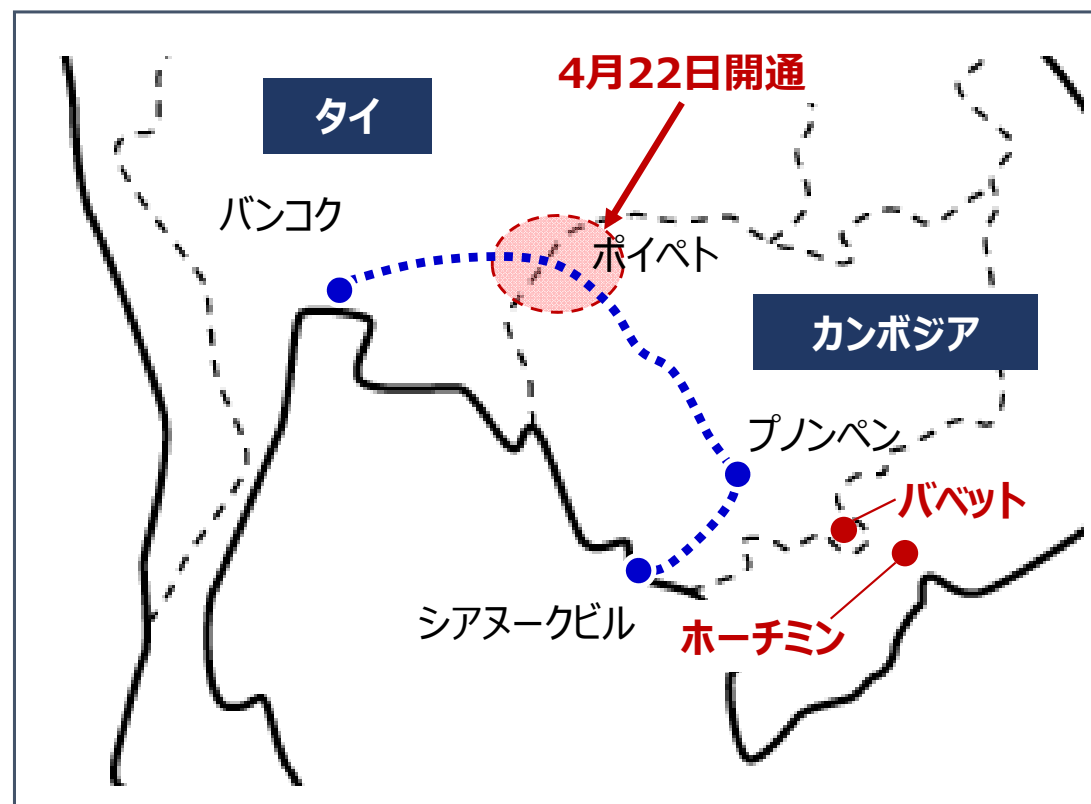
《タイ・プラスワン》
周辺国との分業メリットを追求

鉄道開通のメリット

- 物流コストの低下
- 輸送時間の短縮

ASEANを世界の工場へ

《チャイナ・プラスワン》
中国への一極集中リスクを回避



ターゲットは最先端・世界最高級品

ベトナム基幹工場に無垢バンド駒切削設備追加導入

超高級志向

シャープ感・ミラー感を追求

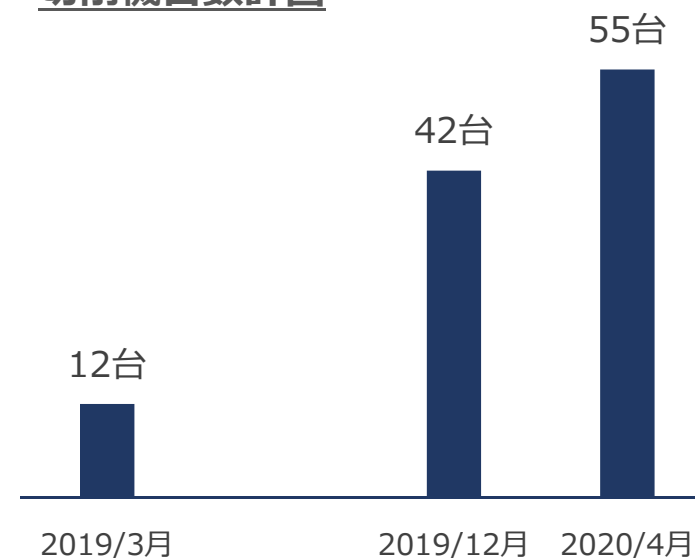
今までの
売れ筋

鍛造

これからの
売れ筋

切削

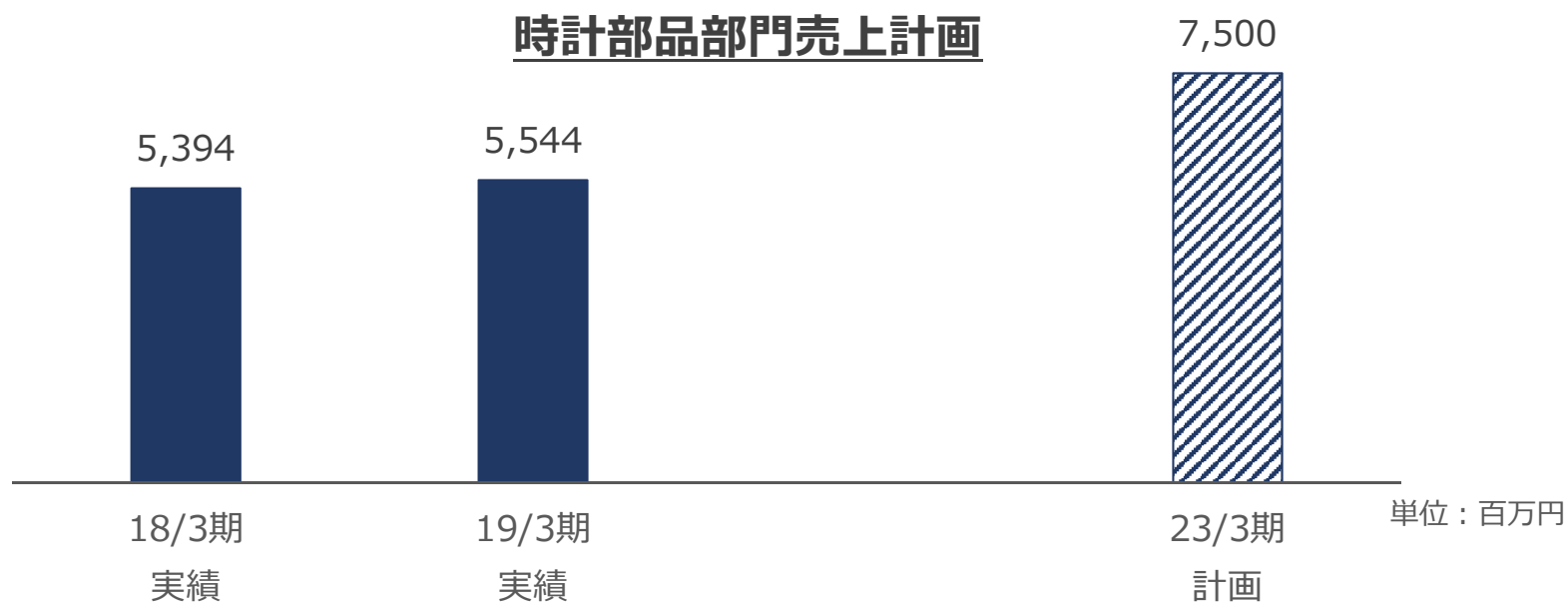
切削機台数計画



2023年3月期 セグメント売上高：75億円

ボリュームゾーンが樹脂から金属外装へ

- 高まる工場の廃業・倒産による“生産体制崩れ”リスク
- 生活水準向上による(ラグジュアリーラインニーズ)の顕在化
 - ➡ 旗艦工場であるベトナム工場の技術と能力をフルに活用



高級品に加えスマートカジュアルな中価格帯ニーズが顕在化 樹脂を金属に置き換えることにより新たな市場が生まれている

時計事業

事業のミッションと取り巻く環境
堅牢性をベースにG-SHOCK市場を利用し
スマート化、Gメタル拡大、同時にエリアへの拡大を加速し、持続的成長を図る

【3つのKPIを設定】
① G年間販売数: 1,200万個 ② Gメタル: 360億円 ③ G-smart: 100億円

世界的健康意識の高まりを背景に市場成長
スマートウォッチ市場 (Fitness/Running) ('18)約1兆円 ⇒ ('21)約2兆円

2021年度: 全体売上 2,000億円
G売上構成比: 60% (BABY-G含む)

特に\$500以下のアナログクォーツ市場が縮小
従来腕時計市場 (メタルアナログ中心) ('18)約3~5兆円

CASIO

時計事業

ジャンル別計画 (億円)

Year	G-smart	G-SHOCK, BABY-G (Metal)	G-SHOCK, BABY-G (Resin)	G (Grey)
18年度	180	715	523	820
19年度	244	716	520	820
21年度	100	360	720	820

強いビジネスモデル(G-SHOCK)による継続的事業拡大

- ① スマートウォッチ市場でポジション確立
タフネス、アウトドア領域における強みを活かしたジャンル展開
G-SHOCKのスマートウォッチ開発(2021年発売予定)
Gスマート比率: 2021年度10%目標
- ② G-SHOCKのメタル拡大
ラインアップの強化・拡充により事業規模を劇的に伸ばす
メタル比率: 2018年度20% ⇒ 2021年度30%

Gメタルの革新 (B5000)
2017年度→2018年度 +70億

- ③ G-SHOCK以外の売上規模維持
差別化商品をメタルアナログ市場のボリュームゾーンへ展開
(戦略商品例) 超薄型EDIFICE

CASIO

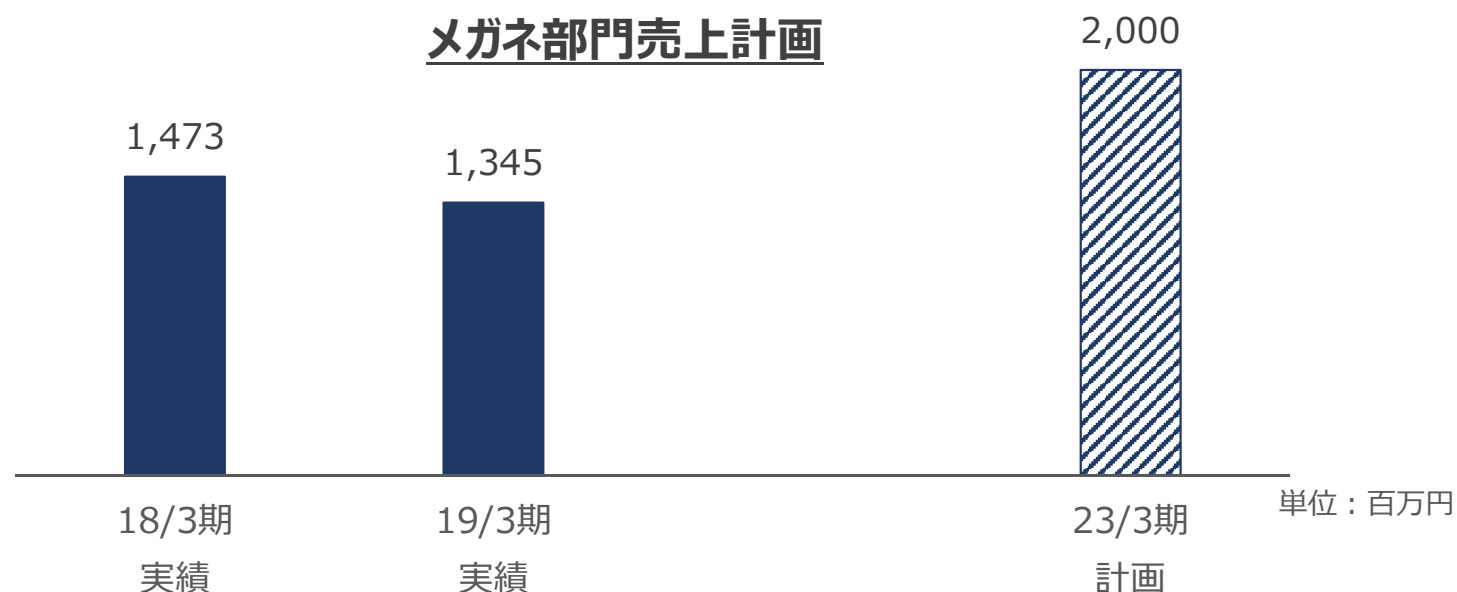
※カシオ計算機株式会社 2019年3月期決算説明会 中期経営計画説明資料より



2023年3月期 セグメント売上高：20億円

金属フレームにより高級感を演出

- メガネフレームには金属アレルギーを抑制する**素肌に優しいチタニウム**を採用
- 仕上げはイオンプレーティング



成長戦略 メガネ

金属フレームを使った高価格帯モデルに注力

- デザイン性、機能性を重視
- 長く使っても飽きないデザイン
- T P Oに合わせて使い分けられるラインナップ

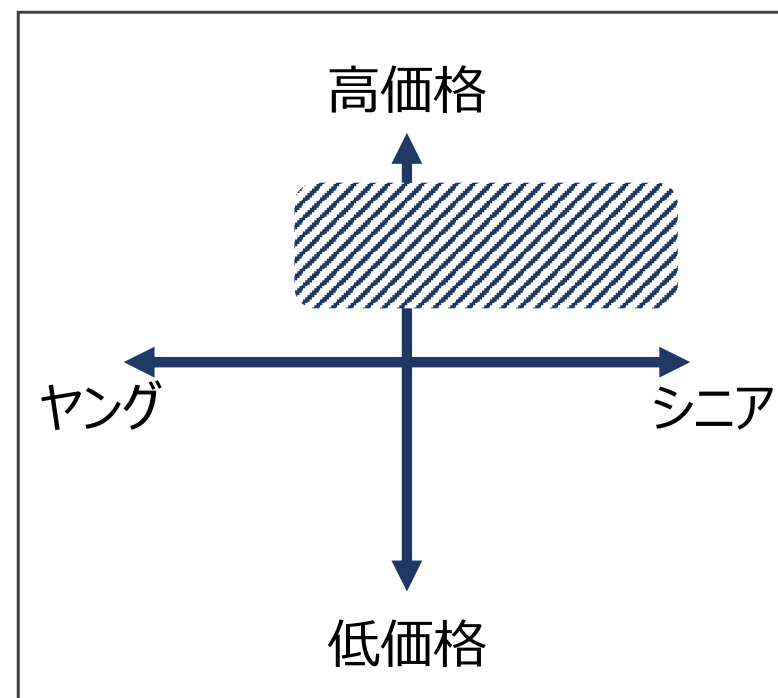
ライセンスブランド



ハウスブランド



【ターゲット】



第三種医療機器製造販売業認可取得

リーディンググラスのインターネットによる販売開始

度付レンズを入れた状態での販売



ネット通販による直販（高利益率）



TUMIアイウェアとしての認知拡大

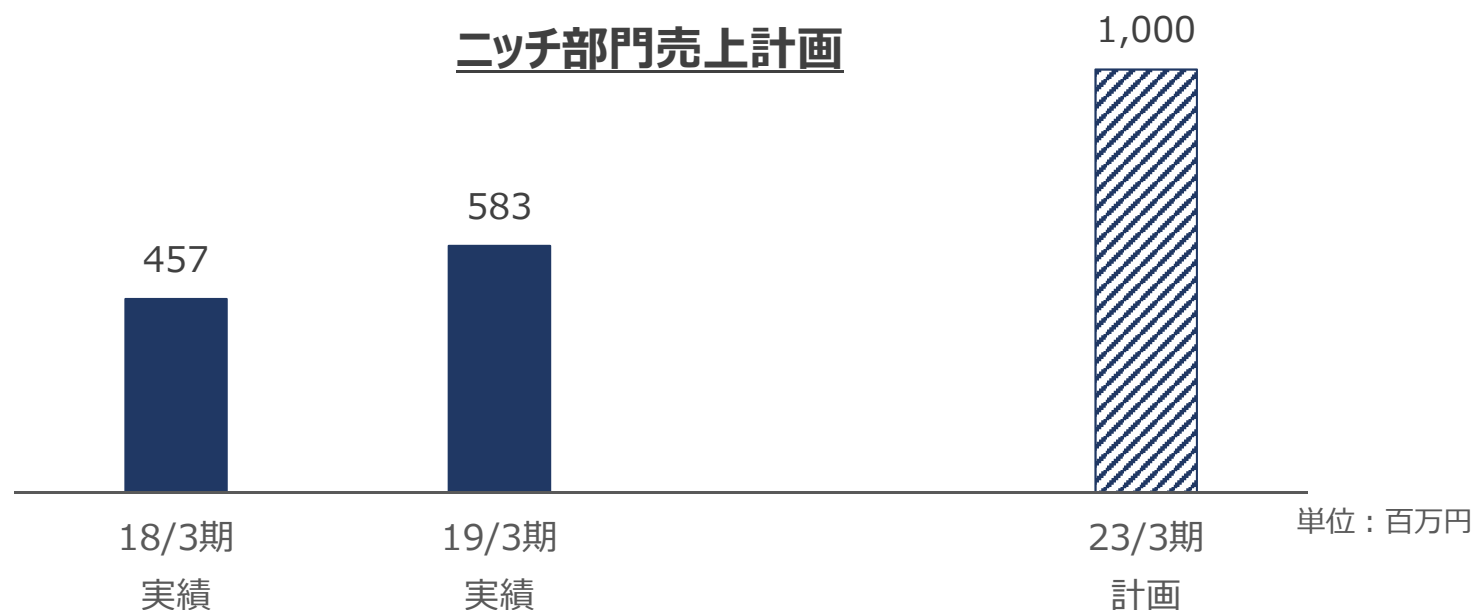
通常のOF（オプティカルフレーム）への波及も期待



2023年3月期 セグメント売上高：10億円

高機能と高級・高品質への需要増

- 新規分野：業界最先端**金属加工技術**で**ニッチトップ**を開拓



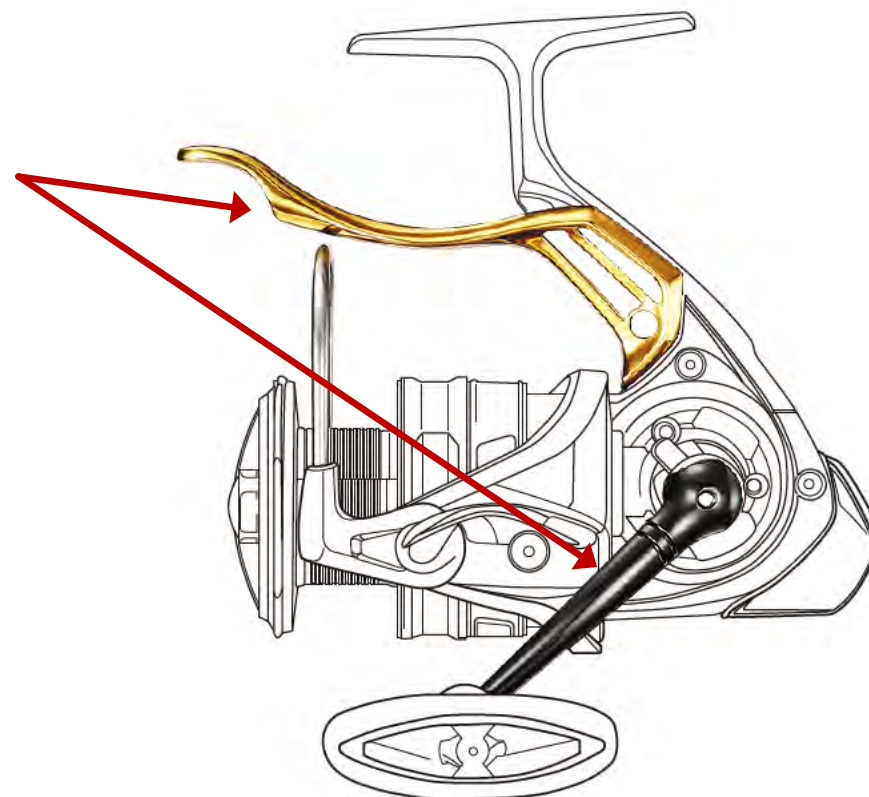
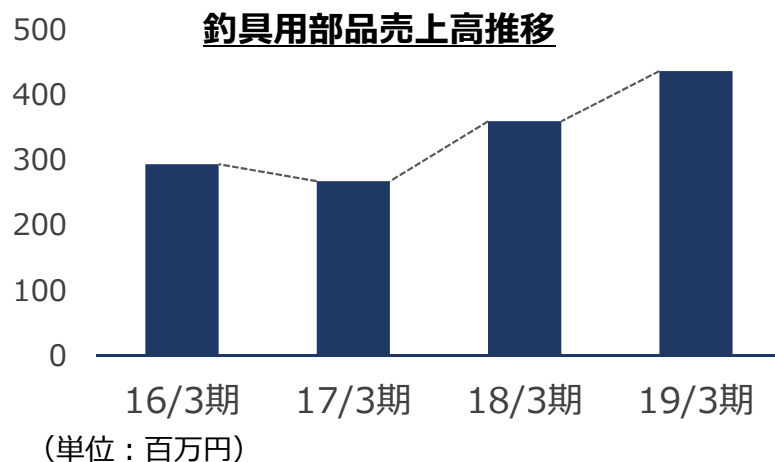
■釣具：ハイエンドモデル拡充

- 海水でも錆びないチタニウム材+イオンプレーティング⇒耐久性と品質向上
- アルミニウム+アルマイト⇒耐食性、耐摩耗性UP
- 部品の劣化を防ぐ+環境を守る

樹脂製だったパーツを金属に変更



高級感、耐久性UP



■健康・医療関連製品：

腕時計で培ったノウハウを生かす企画力

- 健康関連市場を10年先行する腕時計に使われる金属技術
- デザインから製造まで一貫通貫で取り組み **高級感**と**高品質**を実現



■音響：金属装飾部品がゲームチェンジャー

- ハイレゾ製品への参入
- 当社考案、金属部品を採用することで
高級感、高音質を実現

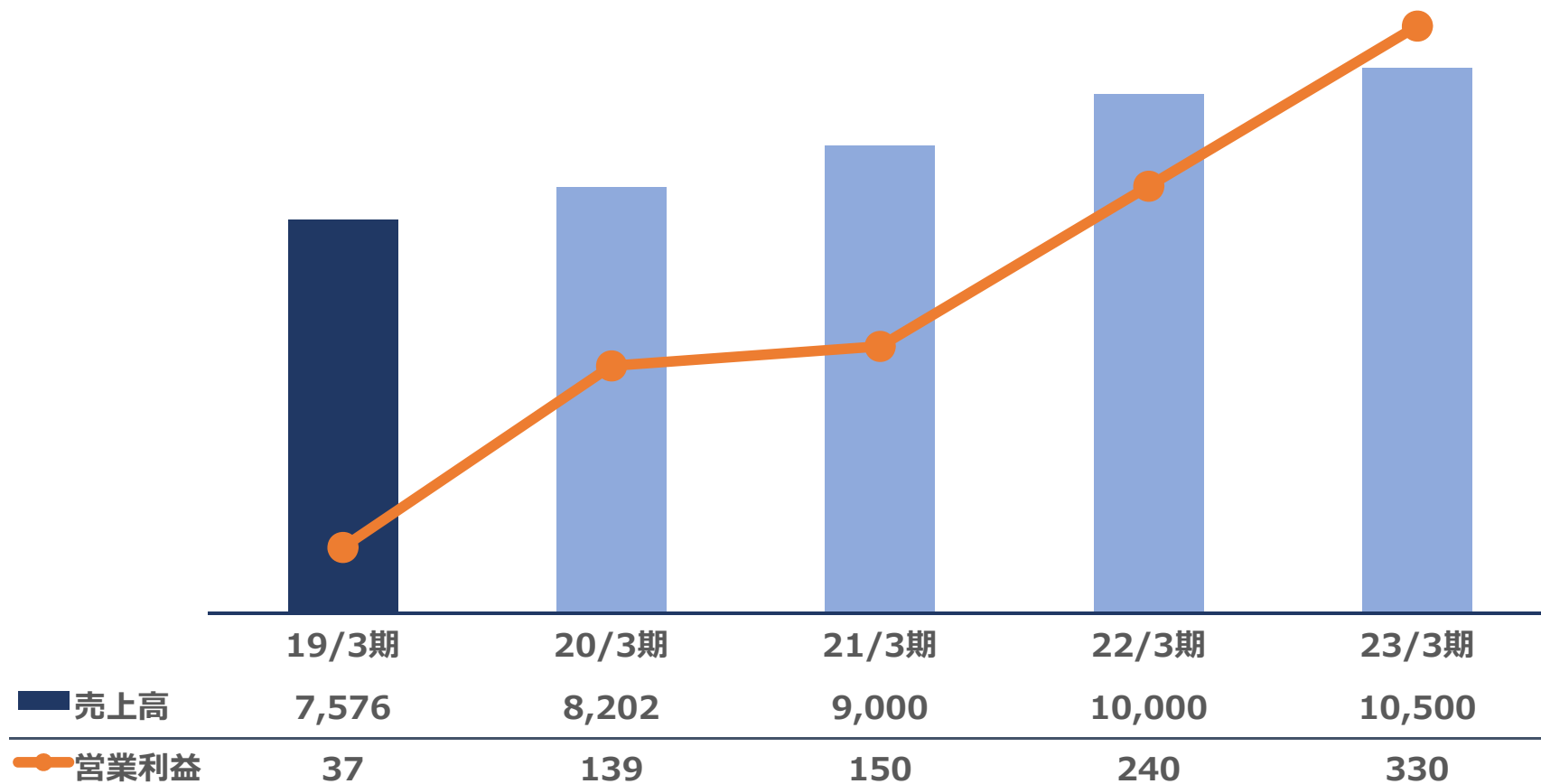


1. ASEAN Project ~Value Generation~

業績目標



2023年3月期 売上高：105億円 営業利益3.3億円



単位：百万円

1. ASEAN Project ~Value Generation~

2020年3月期 通期業績計画（再掲）



単位：百万円

	2020年3月期 計画	2019年3月期 実績	前年同期比較	
			増減額	増減率
売上高	8,202	7,473	+729	+9.8%
営業利益	139	△87	+226	—
経常利益	78	△121	+199	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	53	△173	+226	—

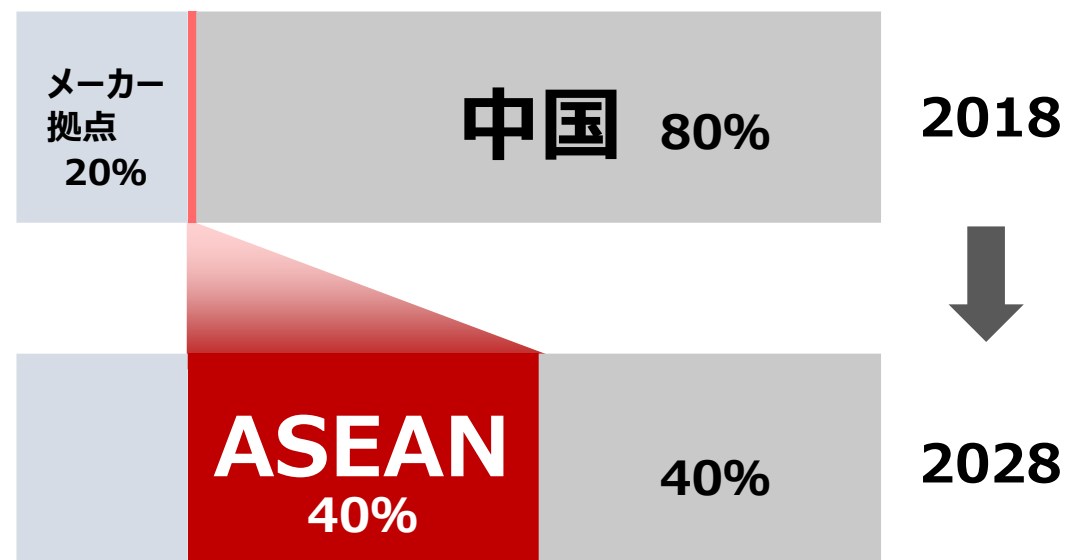
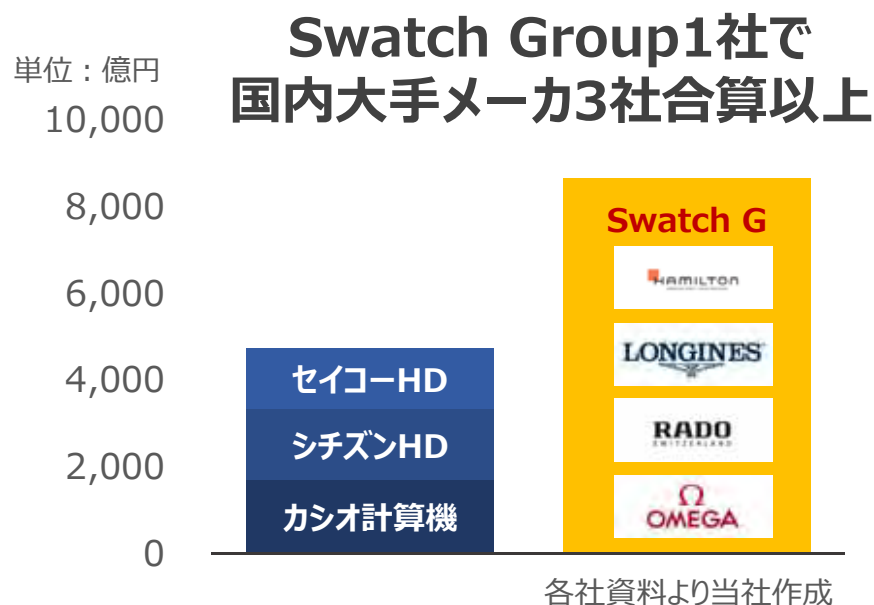
肌に優しい金属加工技術

ASEAN Project ~Maximizing Value~

ASEAN Project ~Maximizing Value~

世界大手各社の中国生産をASEANで取り込み 日本精密の部品納入を世界規模で伸ばす！

【ご参考】2017年度時計売上高比較



時計、メガネ外装部品中国製造80%⇒ 半分を奪取 ASEAN製造へ



ASEAN Project ~Maximizing Value~

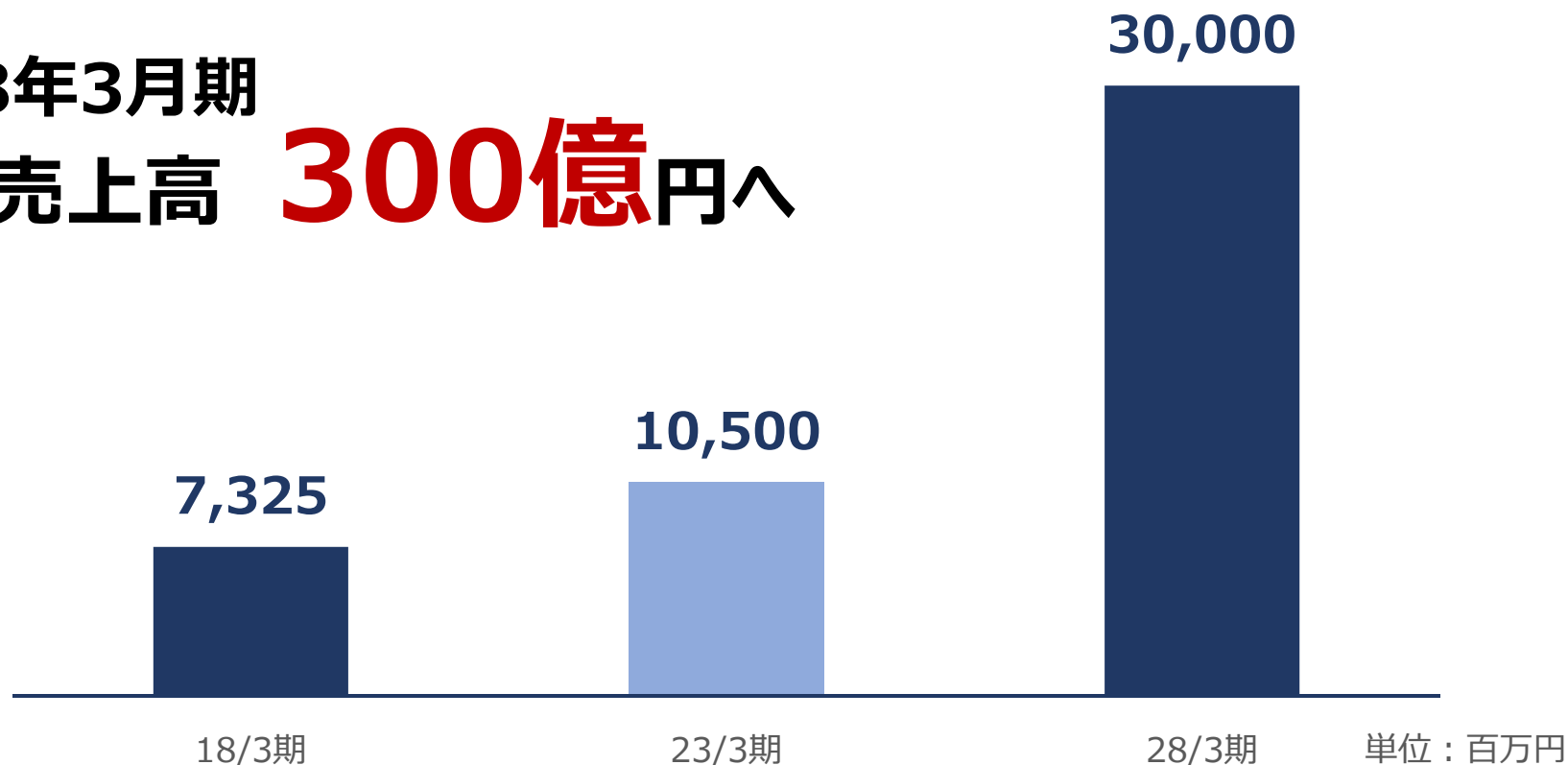
完成品工場を設立、伝統ある肌**に優しい金属加工技術**で揺るぎない**オンリーワンストップソリューション**へ

技術人財のエコシステム構築
一貫生産・工場間連携の基盤強化

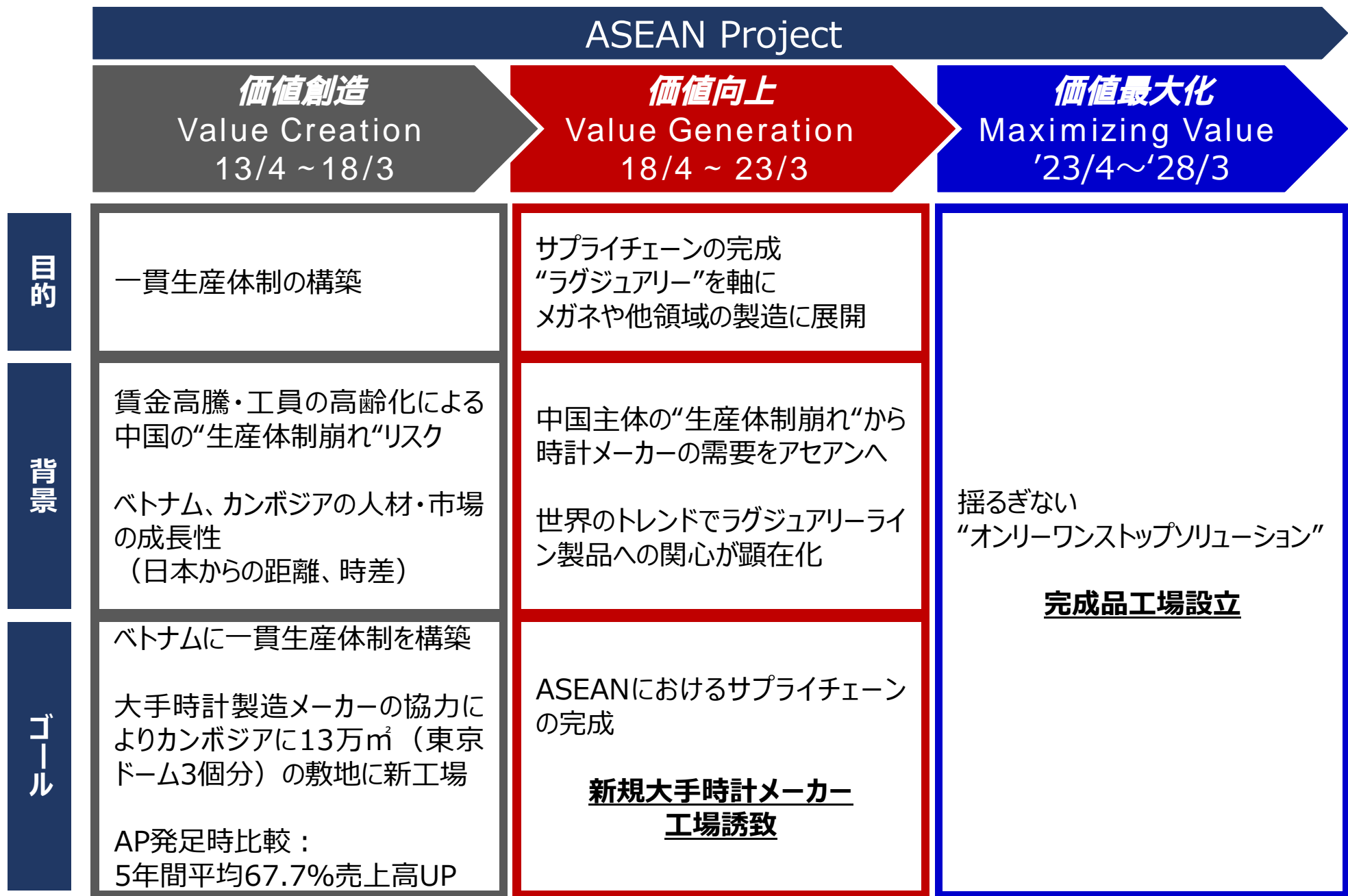
⇒ 生産能力倍増

2028年3月期

連結売上高 **300億**円へ



ASEAN Project for Maximizing Value



中国依存度の高い金属外装部品製造を取り込み

日本精密の部品納入を世界規模で伸ばす！

肌に優しい金属加工技術

ニッチ

メガネ

時計

価値創造

APVC

13/4 ~ 18/3

価値向上

APVG

18/4 ~ 23/3

価値最大化

APMV

'23/4 ~ '28/3

コーポレートスローガン

『手のひらロマンで世界を刻む』



手のひらロマンで世界を刻む

キャッチフレーズ

『肌に優しい金属加工技術』



肌に優しい金属加工技術



日本精密株式会社

手のひらロマンで世界を刻む

本資料は、今後の経営ビジョンに関する情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的としたものではありません。本資料は注記のない限り2019年3月31日現在の決算データ及び直近の事業データに基づいて作成されております。本資料に記載された意見や予測などは、資料作成時点の当社の判断であり、その情報の正確性、完全性を保証し又は約束するものではなく、また今後、予告なしに変更されることがあります。なお、本資料を無断で複写複製、または転送等を行わないようお願いいたします。

肌に優しい金属加工技術

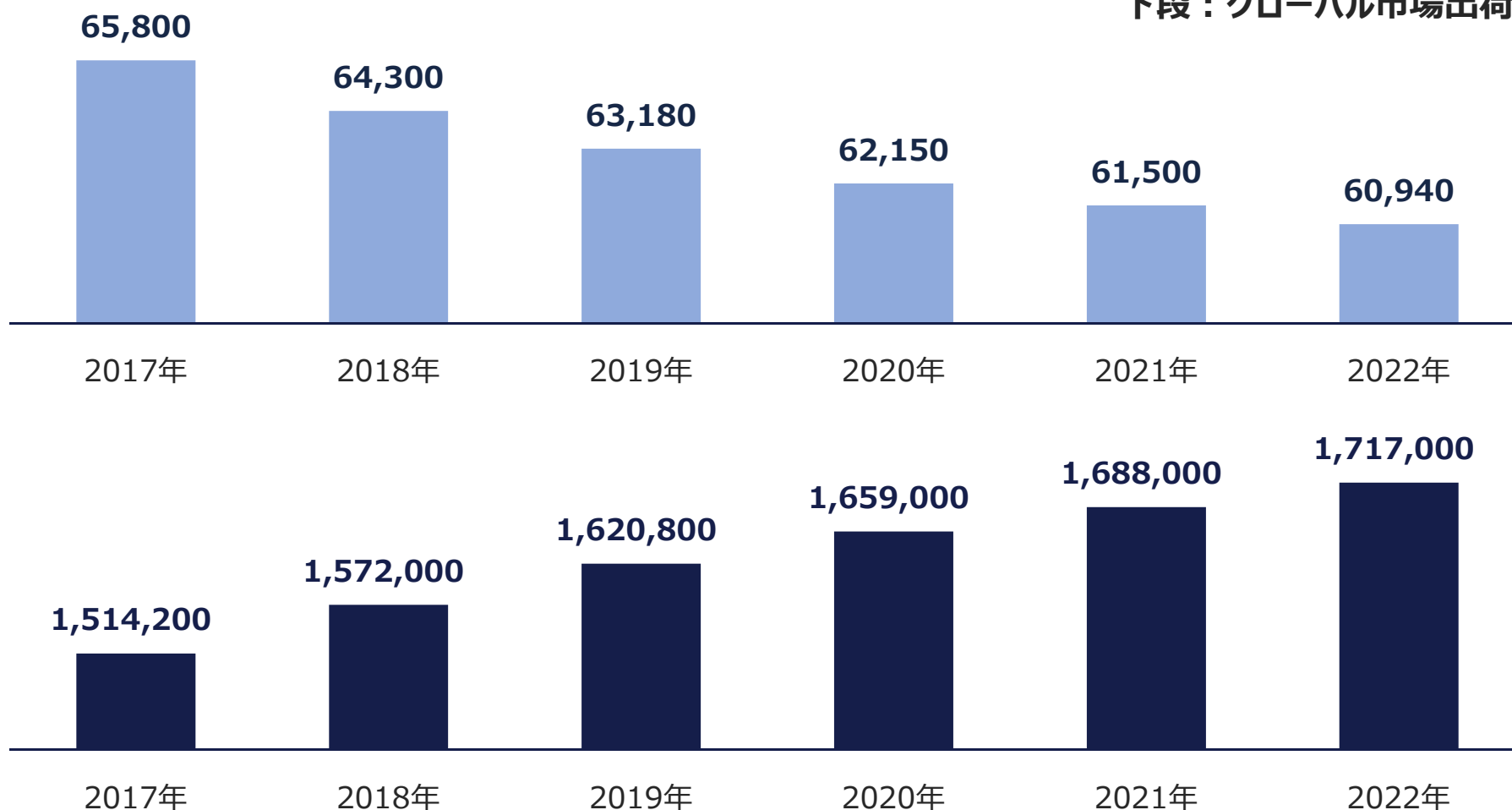
参考資料

市場環境：ウォッチ出荷台数予測

国内出荷台数は減少傾向。グローバルでは緩やかな右肩上がり。

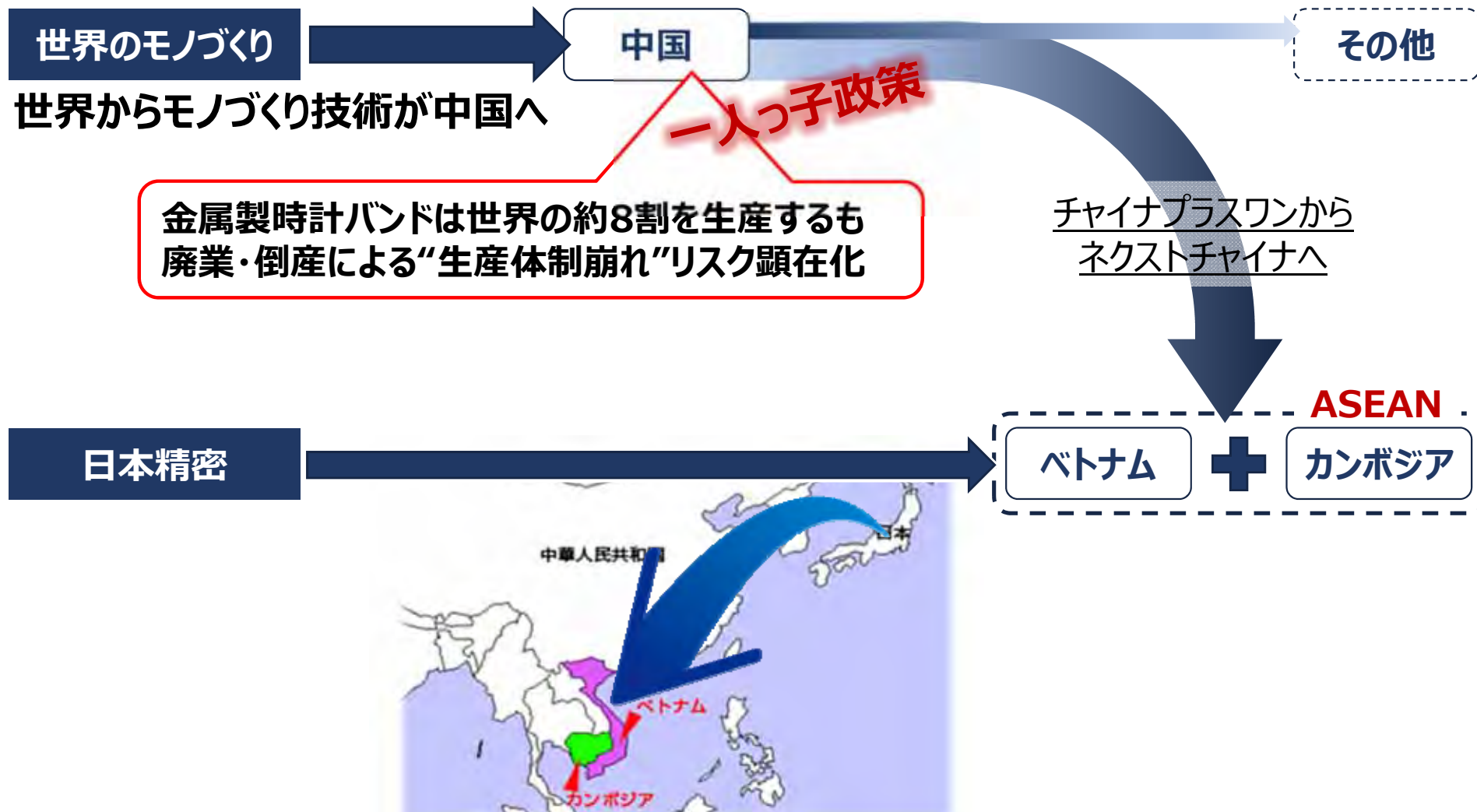
単位：千個

上段：国内市場出荷台数
下段：グローバル市場出荷台数



矢野経済研究所「2018-2019スマートフォン連携サービス・機器・NFC市場展望」より当社作成

世界は中国へ、日本精密は秩父からASEANへ（1）



世界のモノづくりを中国から受け入れる体制を整備

世界は中国へ、日本精密は秩父からASEANへ（2）

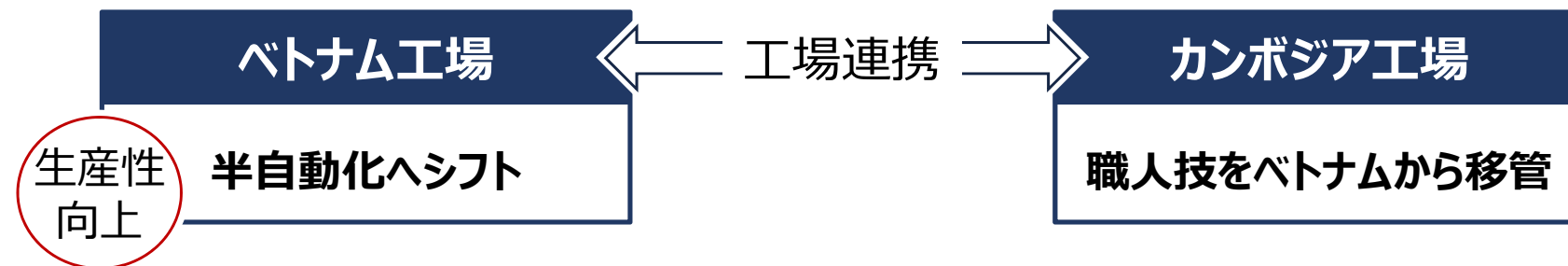
■ 秩父からベトナムへ



■ ベトナムで一貫生産体制確立 ⇒ 「高付加価値製品」への展開



■ ベトナムとカンボジアの工場連携、中国生産を引受



ASEAN Project ～ Value Creation～

秩父からベトナムに生産拠点を移管、ロスを産まない生産体制構築

ベトナム工場

金型・設計・プレス・研磨・表面処理まで
全工程の**一貫生産体制構築**

- 工程管理を簡素化・効率化
- 一元管理・統制により中間ロスを大幅減

半自動化により安定した技術力

- ベトナムの賃金高騰も半自動化でセーブ
- 自動化により技術と品質を維持

新分野

ゴルファーに人気の「**コラントツテ**」（健康関連グッズ製造販売メーカー）
2016年の取引開始から約2年で**カタログの1/4が当社生産モデル**に

カンボジア工場

カンボジア新設工場に技術移管を開始、
生産能力拡大

- 大手時計製造メーカー（カシオ計算機）の協力によりカンボジアに13万㎡（東京ドーム3個分）の敷地を確保（5億円の融資）
- 新規国内メーカーから生産準備金6億円の提供により新工場設立

