

GMBは創業70周年を
迎えました。
皆様の温かいご支援に対して
心より御礼申し上げます。

GMB

70th
Anniversary

GMB 株式会社

2013年3月期決算説明会資料

2013年5月22日・23日



(電動ウォーターポンプ)

証券コード 7214

<http://www.gmb.jp>

注) 本資料中、当社の業績等に関わる数値は、表示桁数未満切捨て記載しております。



2013年3月期実績

2014年3月期計画

今後の事業戦略

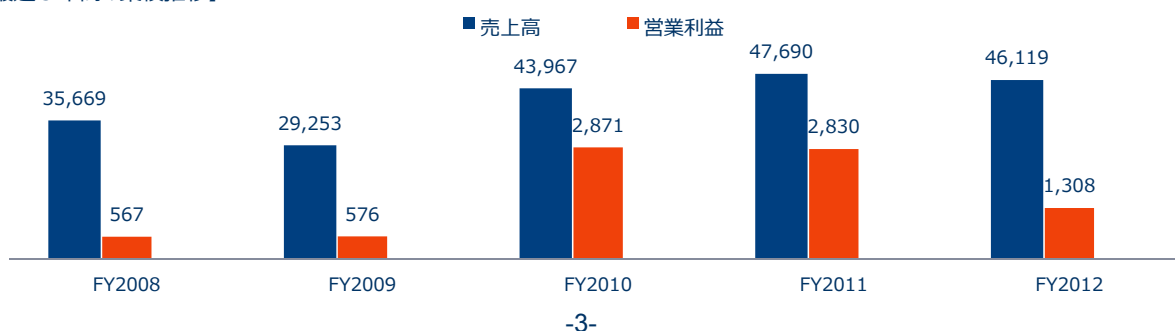
2013年3月期 損益実績



(単位: 百万円・%)

	FY2011		FY2012		前期比	
	金額 (百万円)	(構成比)	金額 (百万円)	(構成比)	差額	増減率 (%)
売上高	47,690	(100.0%)	46,119	(100.0%)	▲1,571	▲3.3
売上総利益	8,603	(18.0%)	7,195	(15.6%)	▲1,408	▲16.4
営業利益	2,830	(5.9%)	1,308	(2.8%)	▲1,522	▲53.8
経常利益	2,710	(5.7%)	1,483	(3.2%)	▲1,227	▲45.3
純利益	1,493	(3.1%)	416	(0.9%)	▲1,076	▲72.1
EPS(円)	286.55	-	79.90	-	-	-

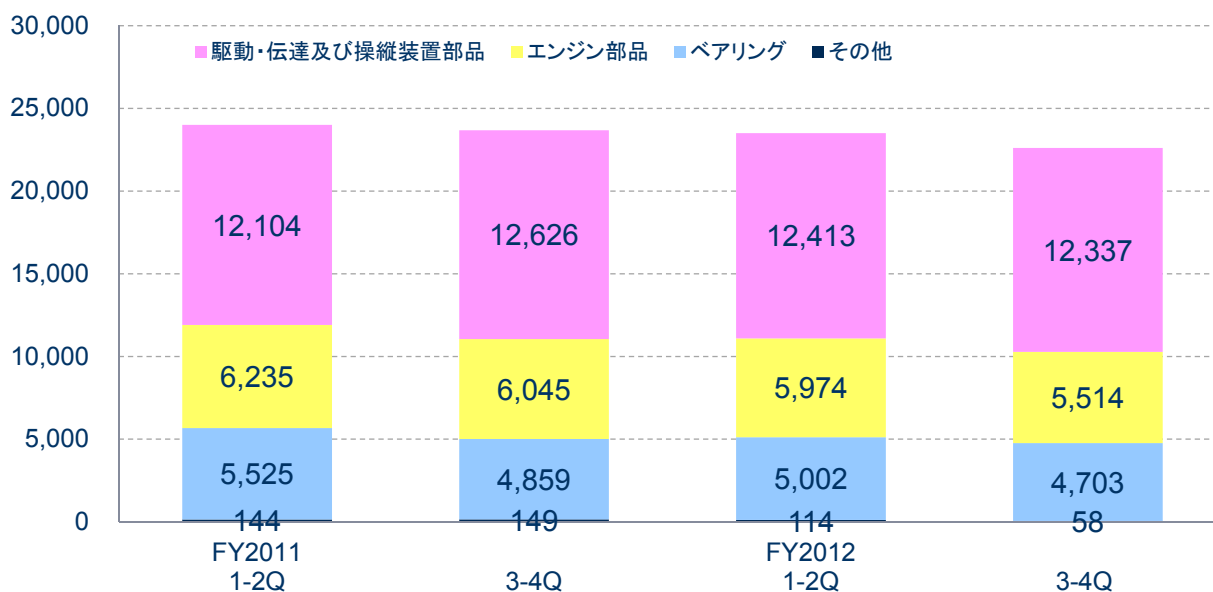
【最近5年間の業績推移】



売上高の品目分類別実績推移 (半期毎)



(単位: 百万円)

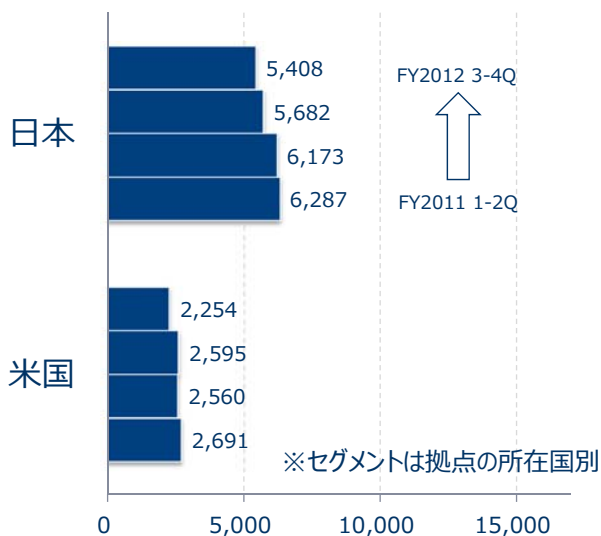


韓国新車用のバルブスプールなどAT部品を除き、ほぼすべての製品で減少。特に、補修用市場がメインのウォーターポンプやテンショナー・アイドル・ベアリング、新車用では欧州向けユニバーサルジョイントなどが苦戦。各製品とも第4四半期に入り、売上回復傾向に。

セグメント実績推移 日本・米国（半期毎）

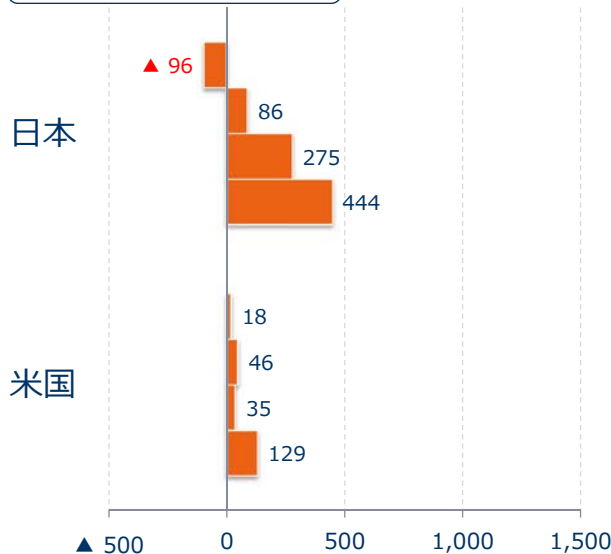


外部売上高



セグメント利益

(単位：百万円)

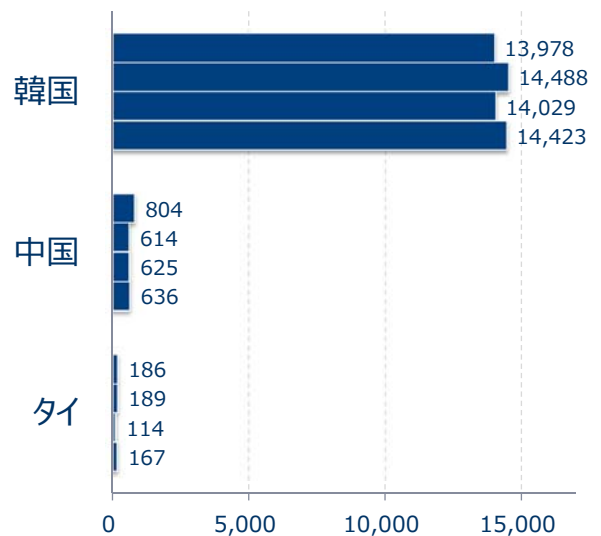


日本は、海外補修用部品の販売低迷が長引き、前期まで好調に推移した欧州向けユニバーサルジョイントも苦戦し、減収減益。期末にかけて中国での品質トラブル対応コストも発生し下期赤字へ。米国は、大手チェーンストアとの取引解消とテンショナー・アイドラー・ベアリングの販売低迷し、下期減収減益へ。

セグメント実績推移 韓国・中国・タイ（半期毎）

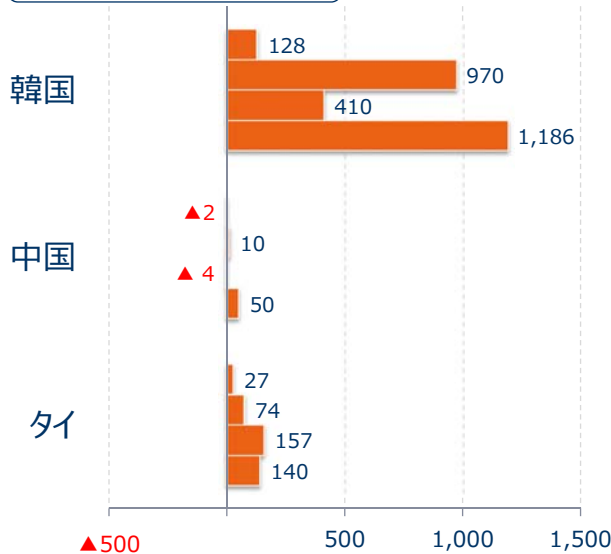


外部売上高



セグメント利益

(単位：百万円)

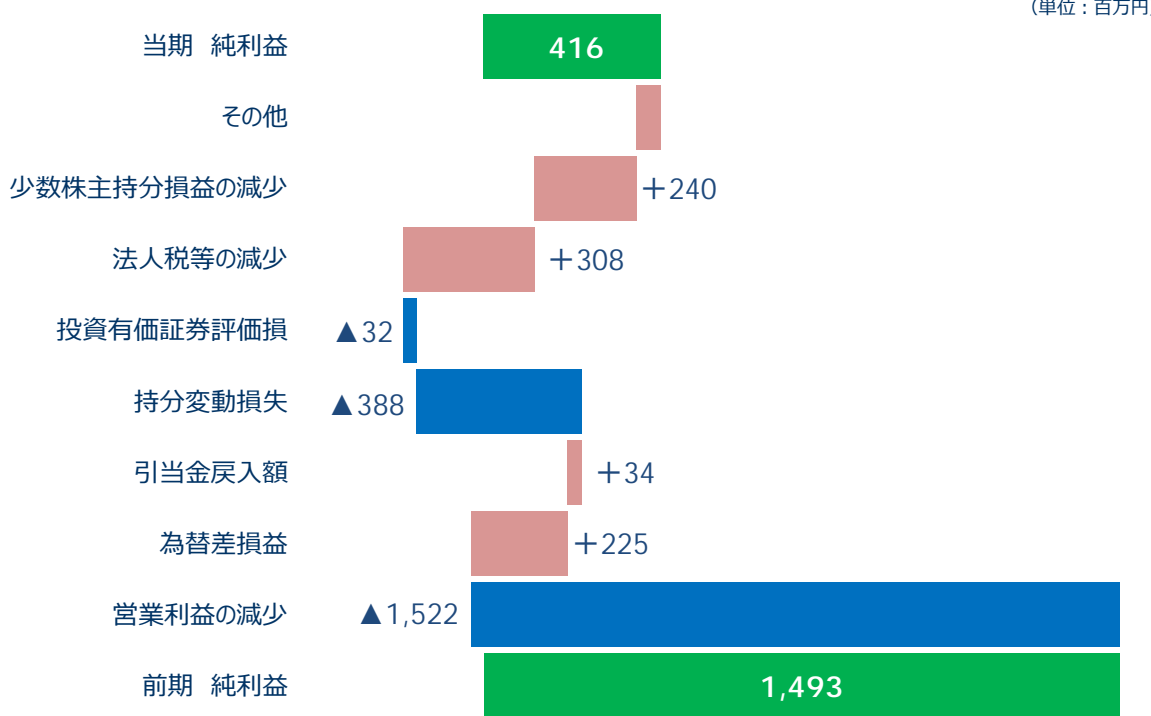


韓国は、新車用部品販売は欧州他韓国外への輸出低迷で横這いに推移する一方で、償却費や人件費、調達コストの上昇により下期収益圧迫。中国は、国内販売増加するものの、グループ内生産量の減少や人件費増加などで下期赤字へ。タイの生産拠点は、補修用ウォーターポンプの生産減少により減益。

営業利益以下の増減要因（通期）



(単位：百万円)

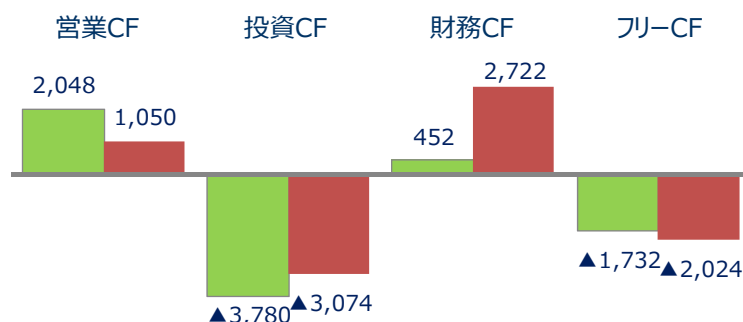


- 7 -

キャッシュ・フローの実績（通期）



	前期	当期	増減額
営業活動によるキャッシュフロー	2,048	1,050	▲ 997
投資活動によるキャッシュフロー	▲ 3,780	▲ 3,074	+ 705
財務活動によるキャッシュフロー	452	2,722	+ 2,270
フリーキャッシュフロー	▲ 1,732	▲ 2,024	▲ 291



【 当期の主な増減要因 】

1. 営業CF	
税金等調整前利益	1,044 百万円
減価償却費	2,470 百万円
売上債権の増加	▲2,370 百万円
たな卸資産の減少	900 百万円
仕入債務の減少	▲488 百万円
法人税等の支払額	▲656 百万円
為替差損益	▲308 百万円
2. 投資CF	
設備投資	2,749 百万円
3. 財務CF	
借入金の増加	1,970 百万円
公募増資	1,098 百万円

- 8 -

24 May 2013

11/20付で韓国証券取引所へ新規上場・公募増資で約11億円調達

- 目的

- ① 設備投資に備えた資金調達手段の多様化
- ② 知名度の向上による優秀な人材の確保

- 連結業績への影響

当期限定 特別損失／持分変動損失 388百万円

来期以降

公募増資に伴う議決権比率低下61.7%→53.7% (▲8%) による
少数株主持分の増加
⇒韓国子会社の当期純利益×▲8%相当の純利益影響

- 今後の方針

引き続き、連結対象としての議決権比率を維持していく

・ 2013年3月期実績

・ 2014年3月期計画

・ 今後の事業戦略

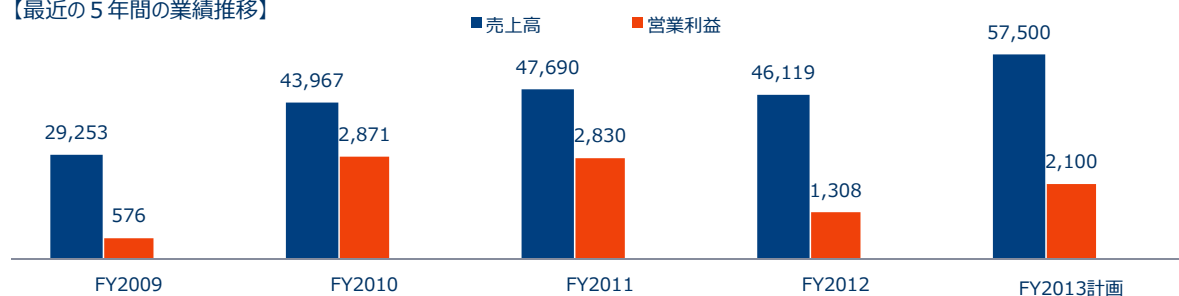
2014年3月期 損益計画



(単位:百万円・%)

	FY2012	FY2013			前期比
	(通期実績)	(1Q-2Q計画)	(3Q-4Q計画)	(通期計画)	
売上高	46,119 (100.0%)	28,000 (100.0%)	29,500 (100.0%)	57,500 (100.0%)	+24.7%
営業利益	1,308 (2.8%)	1,000 (3.6%)	1,100 (3.7%)	2,100 (3.7%)	+60.5%
経常利益	1,483 (3.2%)	730 (2.6%)	820 (2.8%)	1,550 (2.7%)	+4.5%
当期純利益	416 (0.9%)	290 (1.0%)	410 (1.4%)	700 (1.2%)	+68.1%
EPS (円)	79.90	55.65	-	134.32	

【最近の5年間の業績推移】

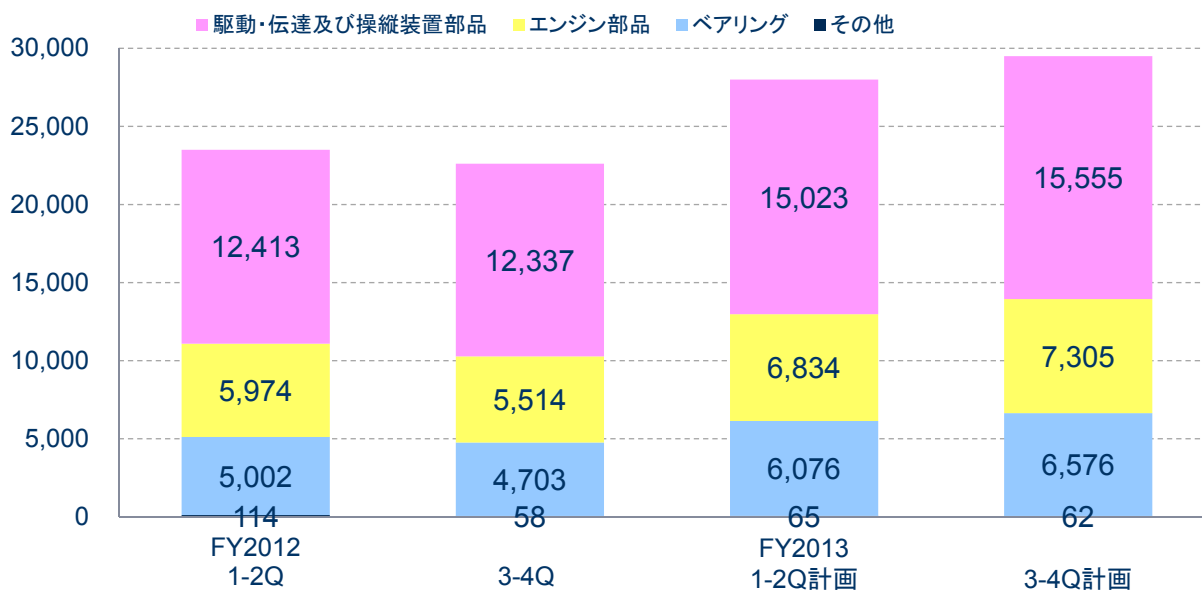


-11-

売上高の品目分類別計画 (半期毎)



(単位:百万円)



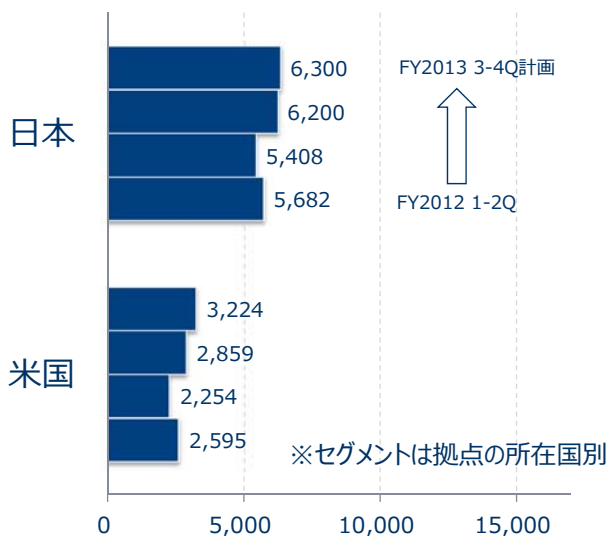
円安は輸出競争力の改善による数量回復と海外子会社売上上の円換算として増加に寄与。駆動系は新車用バルブスプールやステアリングジョイントが増加。エンジン部品は新車用・補修用でウォーターポンプの増加・回復。ベアリングは、テンショナー・アイドラー・ベアリングの補修用市場での販売回復を見込む。

-12-

セグメント計画 日本・米国（半期毎）

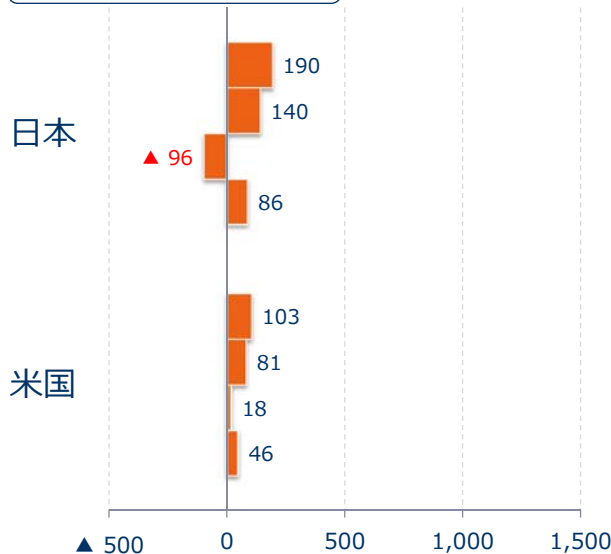


外部売上高



セグメント利益

(単位：百万円)

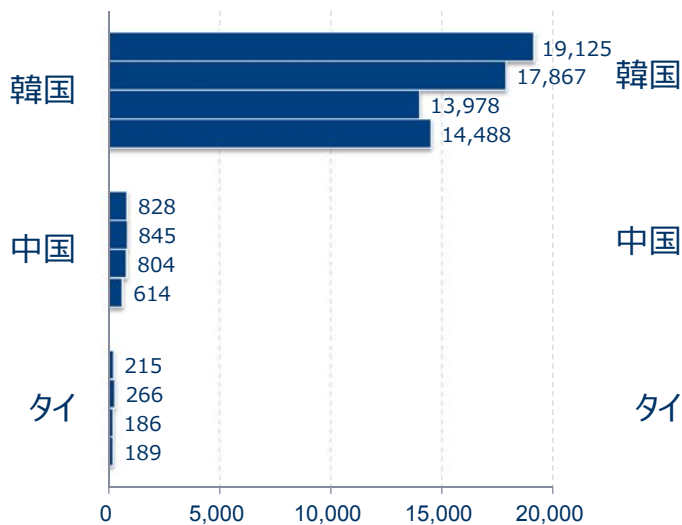


日本は、円安進行により前期まで苦戦した海外補修用部品の販売回復や欧州新車用部品の採算改善を見込む。数量回復に伴う利益改善に対して、輸入コスト増と前半には品質対応コストの経費負担もあり。米国でも、大手チェーンストア取引の拡大と景気改善により全般的な販売増加と利益拡大を見込む。

セグメント計画 韓国・中国・タイ（半期毎）

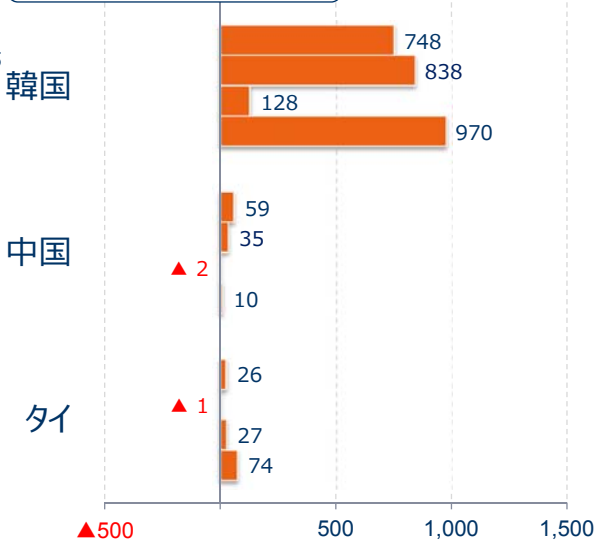


外部売上高



セグメント利益

(単位：百万円)



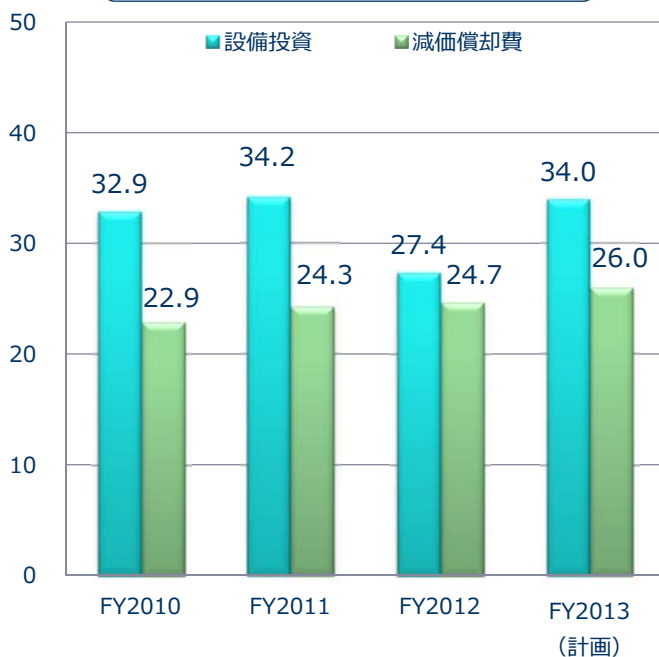
韓国は、引き続き新車用部品販売が順調に推移することに加え、円換算の影響もあり、売上大幅増。一方で、ウォン高や償却費増加の影響もあり増益幅小。中国の2拠点は増産効果に加えて生産効率化を進めコスト削減を図る。タイの生産拠点は、補修用ウォーターポンプ生産量回復を見込むも、パーツ高による輸出採算の悪化を折り込む。

設備投資・減価償却費



(単位：億円)

設備投資・減価償却費の推移



FY2013 設備投資計画の内訳

	投資額	主な内容
日本	6.5	維持・合理化
韓国	18.0	工場増築・増産対応 ・新規開発・更新 等
中国	7.0	増産対応・合理化
タイ	2.5	生産移管対応
計	34.0	

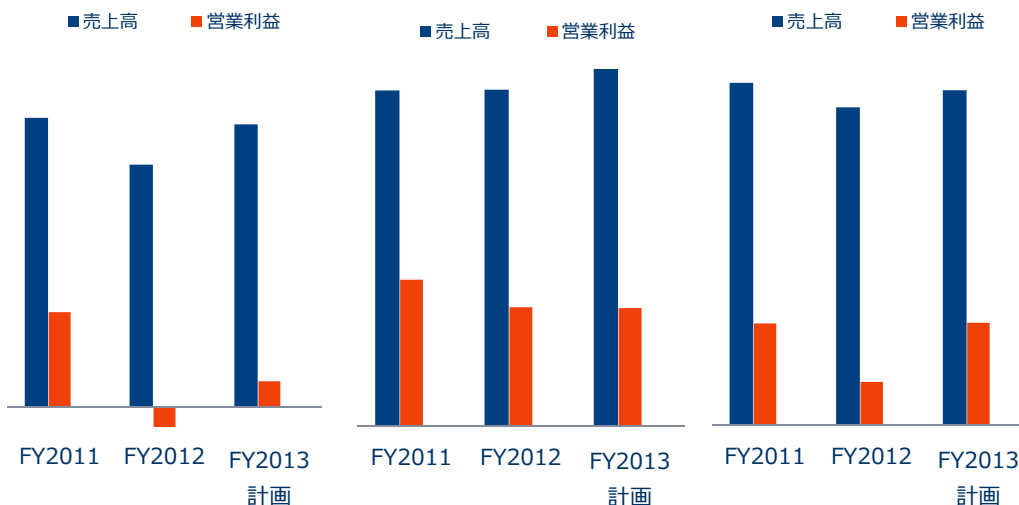
主要グループ企業の計画数値



GMB (単体)

GMB KOREA

GMB NORTH AMERICA



(単位：百万円)

(単位：百万ウォン)

(単位：百万ドル)

売上高	16,671	13,974	16,300	423,277	424,322	456,000	65,415	60,714	64,000
営業利益	548	▲168	150	20,484	16,624	16,500	1,937	819	1,950
換算レート	-	-	-	0.0721	0.0709	0.0850	79.84	79.83	95.00

・ 2013年3月期実績

・ 2014年3月期計画

・ 今後の事業戦略

-17-

環境認識

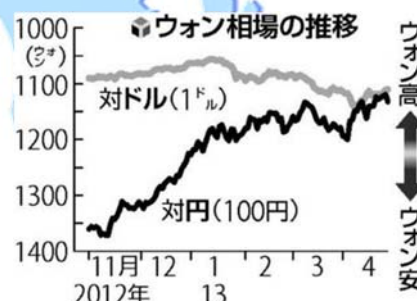
円安影響と韓国自動車業界

■ 円安進行のメリット・デメリット

- 日本からの輸出競争力改善
- 輸入コスト増加
- 韓国車の相対的な競争力低下

■ 韓国車は新興国でシェア拡大

- 韓国内景気低迷と輸出競争力低下を懸念
- 中国市場は順調に拡大中



(2013.04.30 読売新聞Webサイトより)

GMBグループの成長戦略



既存基盤（規模・量産技術）を活かした成長と収益確保

■ 既存製品の販路拡大

- 欧米完成車への納入拡大
- タイ・中国拠点を活用した新規OEMビジネス



米国メーカーへの納入が決まったバルブスプール

■ 新興国需要への拠点展開

- 新車市場が拡大する市場へは投資も積極化

■ 補修用部品は取扱製品の拡大

- コスト競争力強化のための品揃え強化
- ホイールベアリングやタイミングベルトキットなど取扱品目の拡大



4月に本格的に販売開始したタイミングベルトキット

- 19 -

投資は抑制から積極化へ



韓国新拠点設立

- 4月に AG TECH CORP. 設立
- ウォーターポンプ生産拠点、電氣化対応技術の蓄積



GMB KOREA Corp.



中国現地供給体制拡充

- A T 部品生産能力拡充
- 高まる現地納入ニーズへの対応



タイ合併事業の拡大

- 日系自動車の生産拡大に伴う能力拡大
- 本業ビジネスへの波及効果



THAI KYOWA GMB CO.,Ltd

今後の成長アイテムの開発と新たな加工技術の確立

- 電動ウォーターポンプ販路拡大と
関連技術の取り込み
- 軽量化や排ガス規制強化への対応
- 技術人材の育成・確保に注力



SIM-Drive社電気自動車「SIM-CEL」
当社製の電動ウォーターポンプ、サスペンション製
品が搭載されました。

- 21 -

- 将来予想に関連する記述については、目標や予測に基づいており、確約や保証を与えるものではありません。
- 予想と異なる結果になることがある点を認識された上で、ご利用ください。
- 本資料および当社IRに関連するお問い合わせは、下記にお願いいたします。

＜お問い合わせ先＞
GMB株式会社 経営管理室
電話 : 0745-44-1912
Email : ir@gmb.jp

- 22 -

GMB 株式会社

事業内容説明資料

(2013年3月期)

(証券コード : 7214)

<http://www.gmb.jp/>

注) 本資料中、当社の業績等に関わる数値は、表示桁数未満で切捨して記載しております。



目次

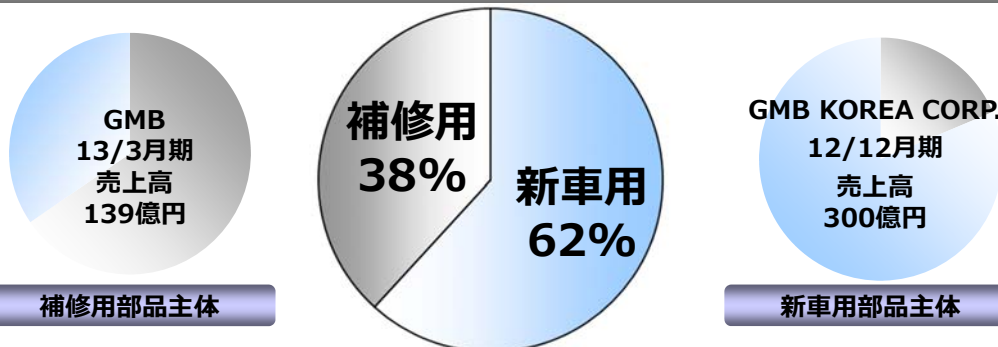
	ページ
GMBの概要	2
GMBの主要取扱製品	4
生産・販売ともにグローバルに展開	5
GMBの特徴	8



GMBグループの概要

商 号	: GMB株式会社	売 上 高	: 46,119 百万円 (単体 13,974 百万円)
創 業	: 1943年(昭和18年)	営 業 利 益	: 1,308 百万円 (単体 ▲168 百万円)
代表取締役会長	: 松岡 信夫	総 資 産	: 47,650 百万円 (単体 22,604 百万円)
代表取締役社長	: 阪口 有一	純 資 産	: 23,316 百万円 (単体 14,014 百万円)
所 在 地	: 奈良県磯城郡川西町大字吐田150番地3		
事 業 内 容	: ユニバーサルジョイント、ウォーターポンプなどの自動車部品製造・販売		
グ ル ー プ 会 社	: 8社 / 韓国2社(5工場)、米国1社(2拠点)、中国3社(2工場・1拠点)、タイ2社(2工場)		
従 業 員	: 2,622名 (単体 384名)		

日韓GMBを主体に補修用部品と新車用部品に取組む独立系自動車部品メーカー



GMBグループの概要

青島吉明美機械製造有限公司 (中国)

青島吉明美汽車配件有限公司 (中国)

GMB KOREA CORP. (韓国)

GMB NORTH AMERICA INC. (米国)

吉明美(杭州)汽配有限公司(中国)

AG TECH CORP. (韓国)

THAI GMB INDUSTRY CO.,LTD. (タイ)

THAI KYOWA GMB CO.,LTD. (タイ)

GMB (奈良・大阪)

1943(昭和 18)年	: 大阪市生野区で「松岡精工所」創業
1958(昭和 33)年	: ユニバーサルジョイントの輸出開始
1962(昭和 37)年	: 株式会社浪速精密工業所設立
1976(昭和 51)年	: 米国子会社設立
1979(昭和 54)年	: 韓国子会社設立
1983(昭和 58)年	: 奈良工場(現本社)建設
1989(平成 元)年	: GMBに社名変更
1996(平成 8)年	: 中国子会社(青島GMB)設立
2001(平成 13)年	: タイ子会社設立
2003(平成 15)年	: ISO9001認証取得
2004(平成 16)年	: 大証二部上場
2006(平成 18)年	: 中国子会社(即墨GMB)設立
2009(平成 21)年	: タイ関連会社(TKG)設立
2012(平成 24)年	: 韓国子会社が韓国証券取引所上場
2013(平成 25)年	: 中国子会社(杭州GMB)設立
2013(平成 25)年	: 韓国子会社(AG TECH)設立



GMBの主要取扱製品

駆動・伝達・操縦装置用部品：売上構成比 54%

- ⊕ユニバーサルジョイント
- ⊕ステアリングジョイント



- ⊕バルブスプール



- ⊕サスペンション部品



注) 構成比は
2013/3月期

エンジン部品：売上構成比 25%

- ⊕ファンクラッチ
- ⊕ウォーターポンプ



ベアリング他：売上構成比 21%

- ⊕テンショナー&アイドラー・産業用

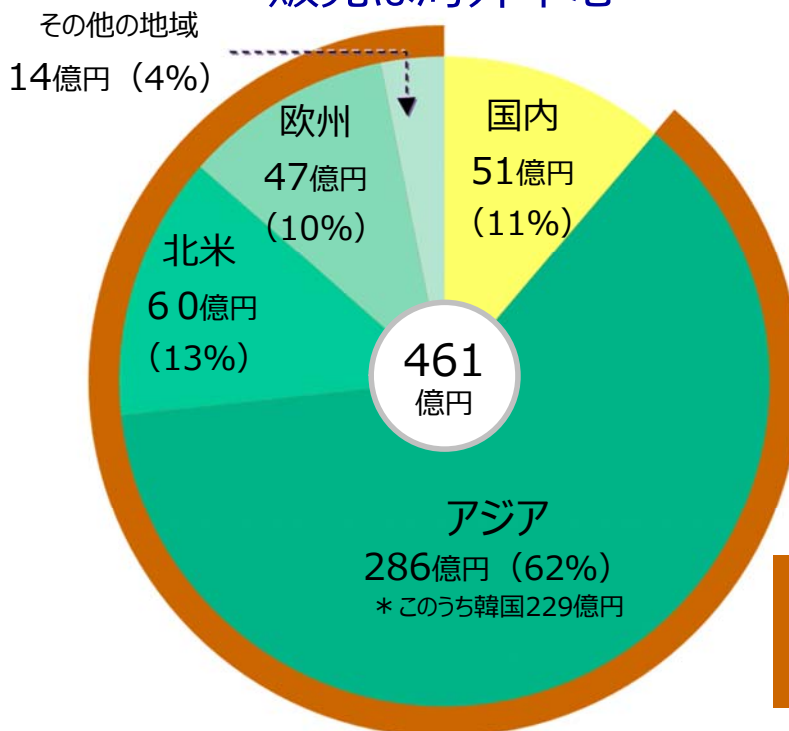


-4-



生産・販売ともにグローバルに展開

販売は海外中心



海外売上高
89%

(注) 2013/3期連結ベース、括弧内は構成比

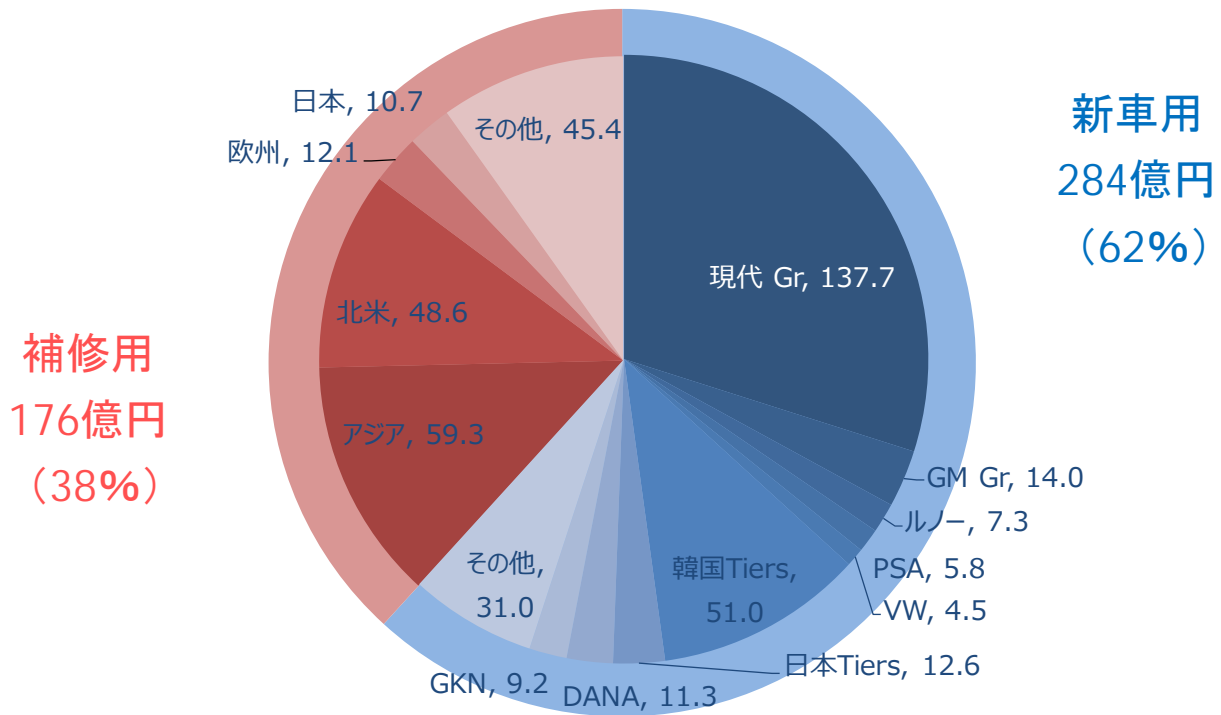
-5-



生産・販売ともにグローバルに展開

OE M相手先&補修用地域別売上構成

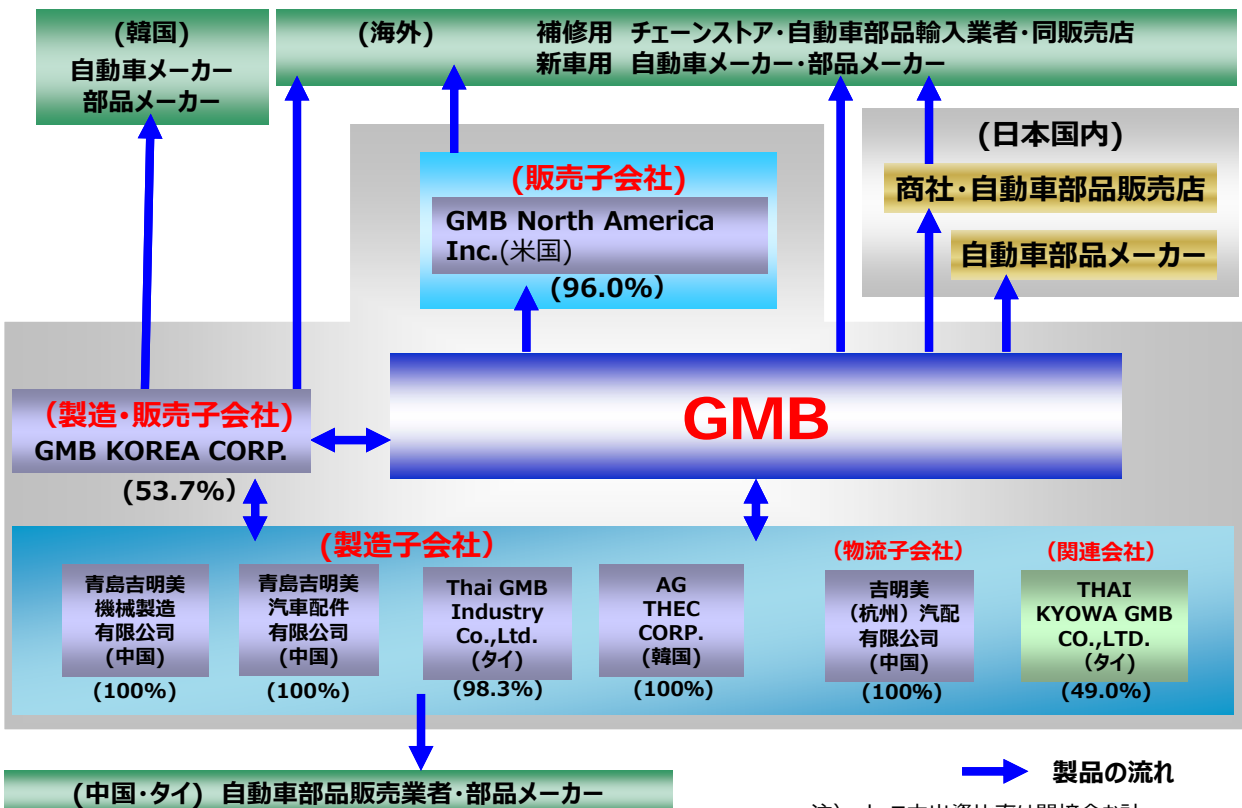
(単位：億円)



(注) 2013/3期連結ベース



生産・販売ともにグローバルに展開



注) カッコ内出資比率は間接含む計



特徴 海外補修用市場でブランド確立

海外市場

年間走行距離も長く、クルマは壊れることが当たり前
 簡単な部品交換はDIY（自分で修理する）ユーザーも少なくない
 道路や水質など使用環境の苛酷な途上国では交換需要はさらに増加
 日本車は完成車メーカーの海外展開と中古車輸出で増加



いち早く海外市場へ目を向け市場を開拓・ブランド確立



【参考】 補修用部品の交換需要関連データ

	乗用車 保有台数 (万台)	年平均 走行距離 (km)	車齢10年 を超える 保有数	平均車齢 (年)
日本	4,206	9,896	13%	5.84
米国	18,319	18,870	40%	8.30
フランス	2,748	14,100	30%	7.50

2002年3月JETRO「対日アクセス実態調査報告書（補修用自動車部品）」より

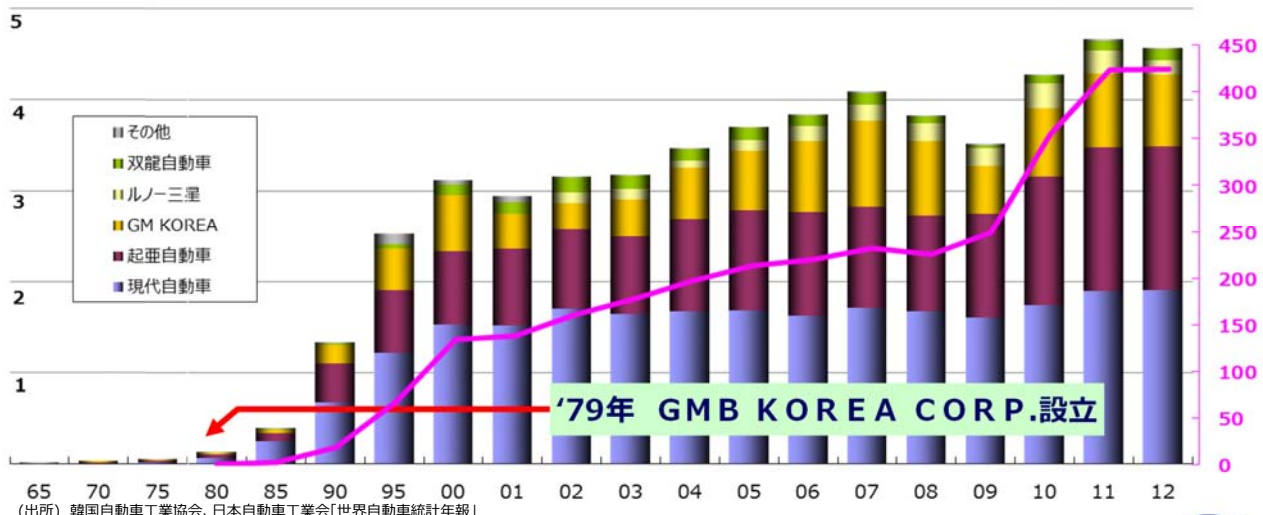
海外顧客向け弊社「News Letter」



特徴 現代・起亜自動車とのつながり

- 韓国自動車黎明期の1979年に進出し国産化に貢献
- 現代自動車グループへの売上高比率32%（13年3月期）
- 韓国車は米国・新興国を中心に海外市場で販売好調

(単位：百万台) 韓国自動車生産台数（棒グラフ）と GMB KOREA CORP. の売上高（折れ線グラフ）の推移 (単位：10億W)



(出所) 韓国自動車工業協会、日本自動車工業会「世界自動車統計年報」

