

GMB 株式会社

2016年3月期決算説明会資料

2016年6月2日（大阪）・3日（東京）



（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。



. 2016年3月期実績

. 2017年3月期計画

. 今後の対応

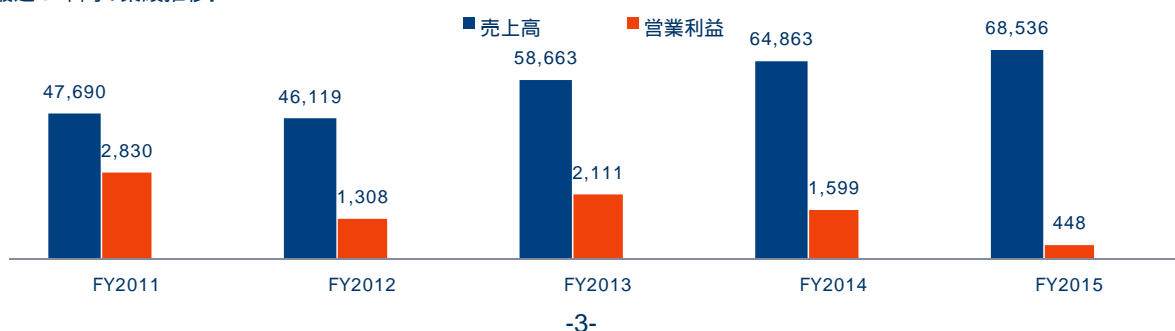
2016年3月期 損益実績



(単位：百万円・%)

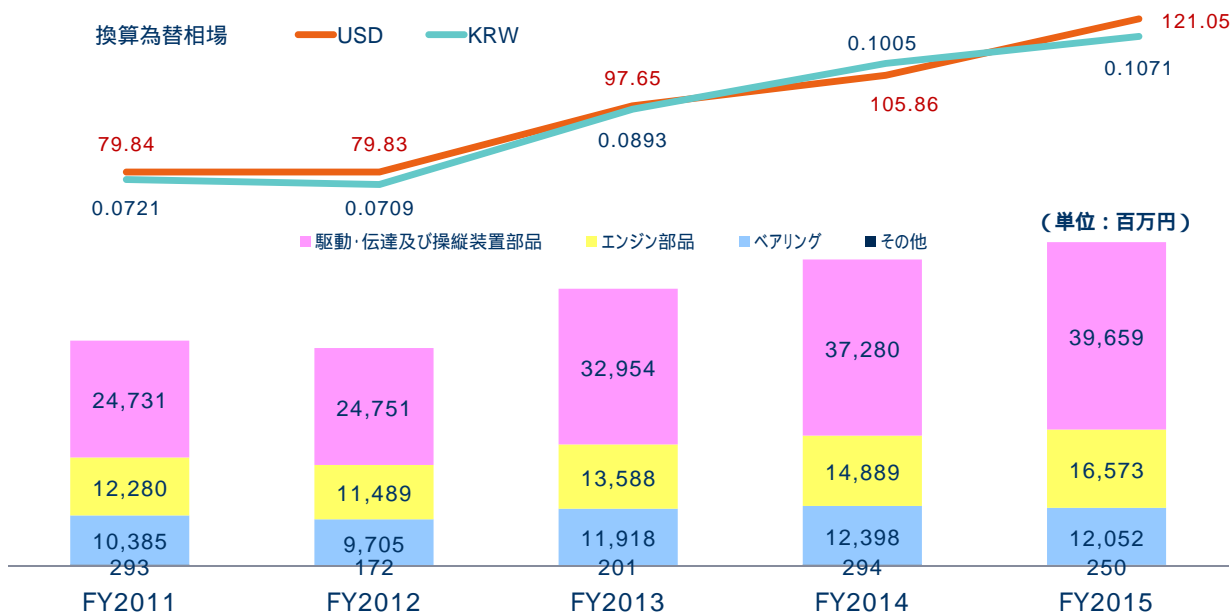
	FY2014		FY2015		前期比	
	金額(百万円)	(構成比)	金額(百万円)	(構成比)	差額	増減率(%)
売上高	64,863	(100.0%)	68,536	(100.0%)	+3,672	+5.7
売上総利益	10,446	(16.1%)	10,290	(15.0%)	155	1.5
営業利益	1,599	(2.5%)	448	(0.7%)	1,150	71.9
経常利益	1,518	(2.3%)	17	(0.0%)	1,536	-
純利益	364	(0.6%)	1,697	(2.5%)	2,062	-
EPS(円)	70.02	-	325.72	-	-	-

【最近5年間の業績推移】



-3-

売上高の品目分類別実績推移



駆動系は韓国・中国でのバルブプールや等速ジョイントなどの新車用部品が増加するも、3Qで一時的に落ち込む。エンジン部品は、北米など海外補修用の増加に加え、ルーマニア新工場の量産が本格化。ベアリングでは、海外補修用市場で主力のテンショナー・アイドル・ベアリングの販売回復が遅れる。

-4-

セグメント実績推移

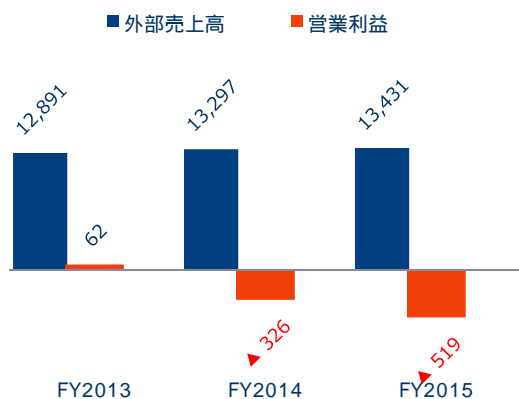
日本・米国



セグメントはグループ各社の所在地による

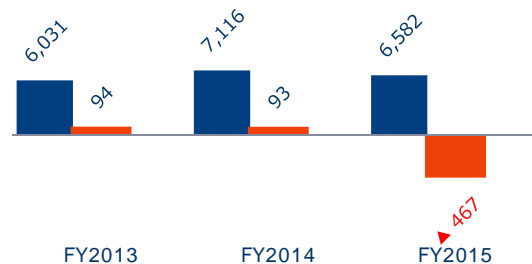
(単位：百万円)

日本



前半順調に推移した売上が後半失速し、通期でほぼ横ばいとなる中、固定費の高止まりや円安による輸入コストの上昇に対して、不採算取引の改善や様々なコスト削減策を進めるも、対策効果が一部に留まり、赤字幅拡大。

米国



補修用テンショナー・アイドラ・ベアリングの販売が減少したが、ウォーターポンプは大口案件の納入開始で後半回復。売上減少に加え、業務システム構築に係る費用や貸倒引当処理などの一時的な経費増加もあり、大幅な赤字に。

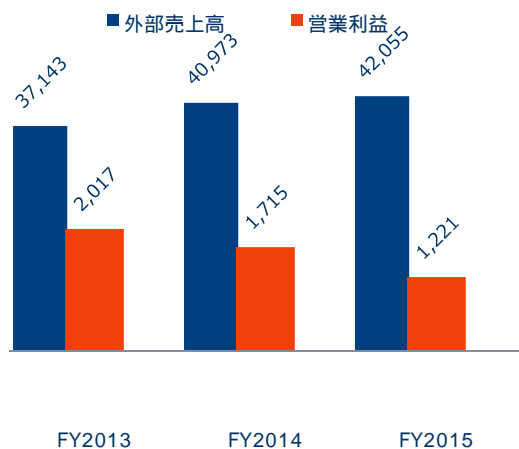
セグメント実績推移

韓国・中国



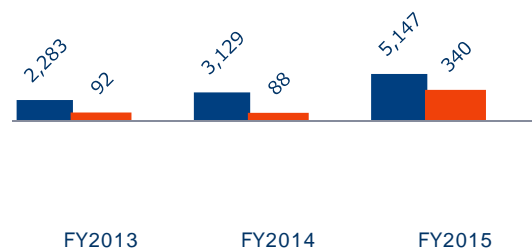
(単位：百万円)

韓国



新車用部品が増加するも3Qの落ち込みや、海外補修用の輸出は苦戦が続き、ウォンベースで横ばいの売上となる中、想定以上の退職給付債務の増加を含む人件費や減価償却費の増加など固定費増加を、コスト削減努力で吸収できず、減益に。

中国



増産対応したバルブスプールを中心に売上は増加したが、同様に3Qの落ち込みの影響も受ける。現地生産切替による収益改善がようやく期末に向けて利益貢献し、既存工場も材料価格の値下がりなど生産コストの減少により収益改善。

セグメント実績推移

タイ・欧州

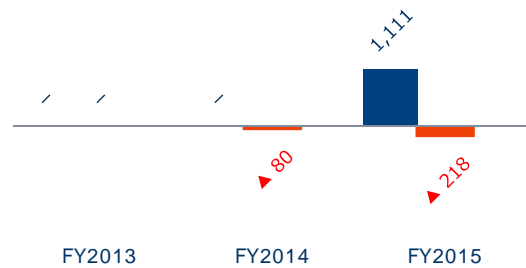
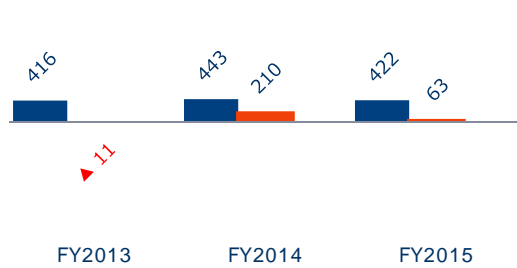


(単位：百万円)

タイ

欧州

■ 外部売上高 ■ 営業利益



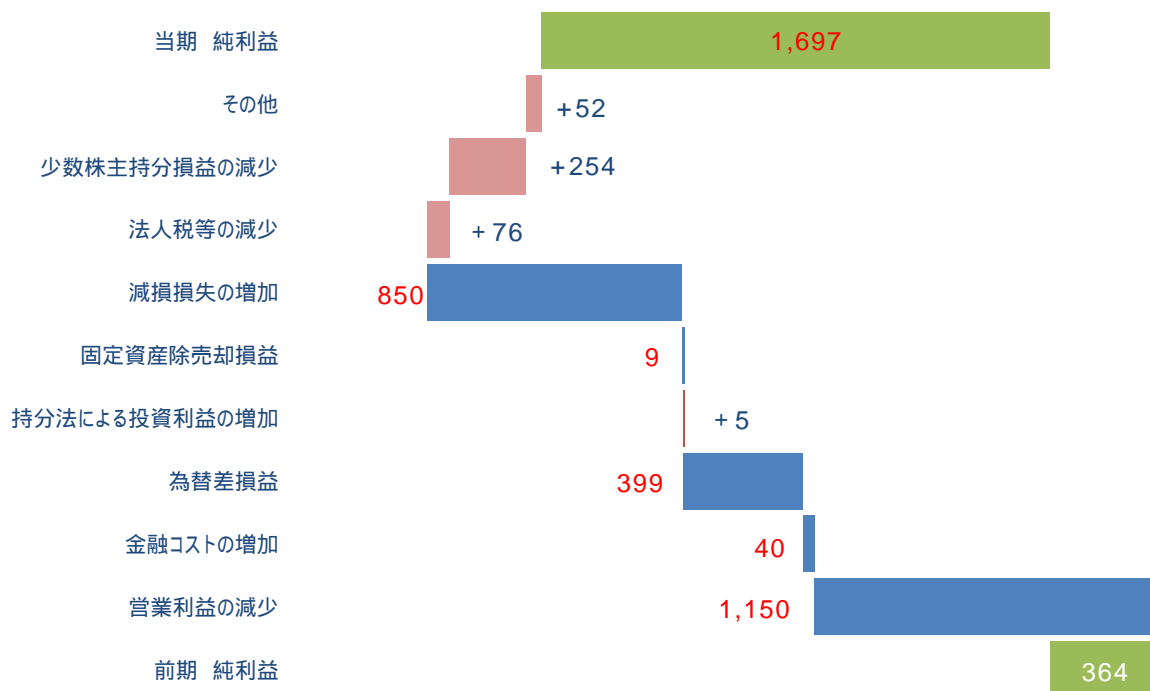
メインの補修用ウォーターポンプの生産が安定的に推移したが、前半は日本本社向け円建輸出取引において円安パーツ高による輸出採算の悪化、後半になり改善するも減益。

ロシア新工場は生産活動を限定し、景気と為替の悪影響を最小限に留める。ルーマニア新工場もウォーターポンプの量産開始。採算ラインに至らないものの、部品の現地調達を進めるなどして、想定以下の赤字幅に抑える。

営業利益以下の増減要因（通期）



(単位：百万円)



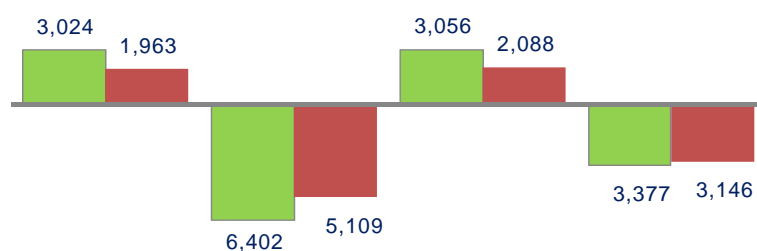
キャッシュ・フローの実績



(単位：百万円)

	前期	当期	増減額
営業活動によるキャッシュフロー	3,024	1,963	1,061
投資活動によるキャッシュフロー	6,402	5,109	+ 1,292
財務活動によるキャッシュフロー	3,056	2,088	967
フリーキャッシュフロー	3,377	3,146	+ 231

営業CF 投資CF 財務CF フリーCF



【 当期の主な内訳 】

営業CF	
税金等調整前利益	940 百万円
減価償却費	4,072
減損損失	900
売上債権の増加	737
たな卸資産の増加	918
仕入債務の増加	249
投資CF	
設備投資	4,599
財務CF	
借入金の増加	1,565
社債の増加	1,025
配当金の支払額	208

- 9 -



. 2016年3月期実績

. 2017年3月期計画

. 今後の対応

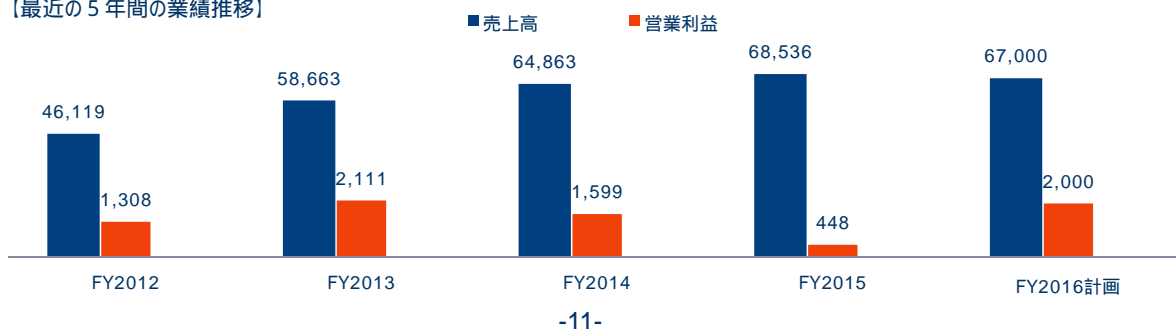
2017年3月期 損益計画



(単位:百万円・%)

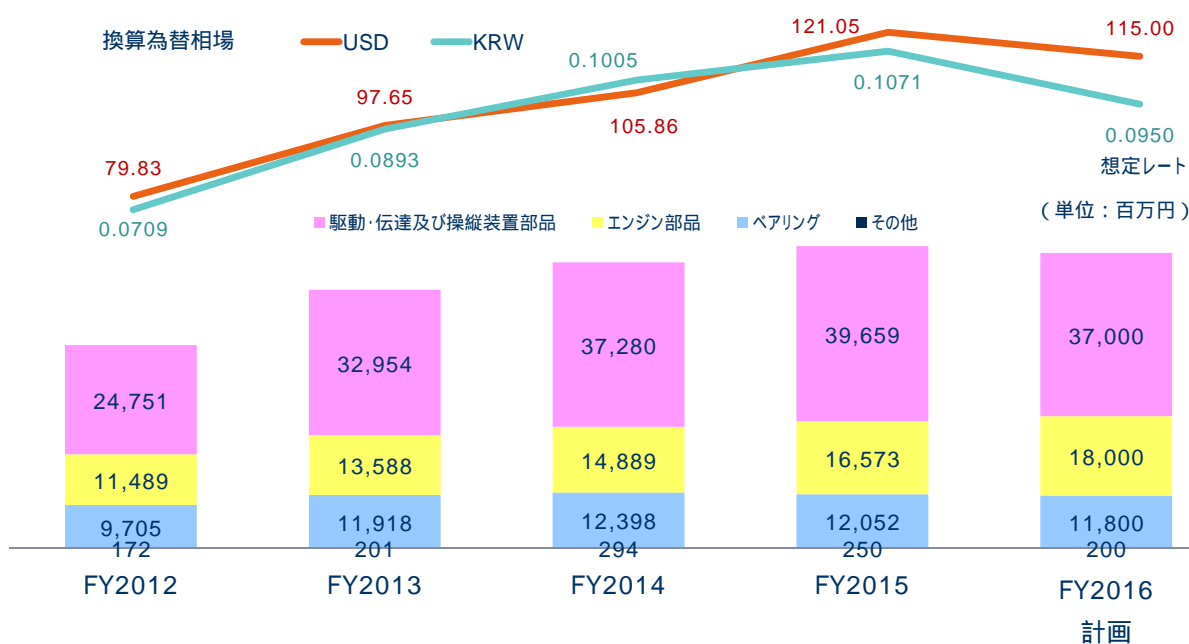
	FY2015 (通期実績)	FY2016			前期比
		(1Q-2Q計画)	(3Q-4Q計画)	(通期計画)	
売上高	68,536 (100.0%)	33,500 (100.0%)	33,500 (100.0%)	67,000 (100.0%)	1,536
営業利益	448 (0.7%)	1,200 (3.6%)	800 (2.4%)	2,000 (3.0%)	+ 1,552
経常利益	17 (0.0%)	1,000 (3.0%)	500 (1.5%)	1,500 (2.2%)	+ 1,517
当期純利益	1,697 (2.5%)	400 (1.2%)	300 (0.9%)	700 (1.0%)	+ 2,397
EPS (円)	325.72	76.75	-	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



駆動系は韓国での新車用バルブスプール等 A T 部品の減少を見込む。エンジン部品は、欧州の新車用や米国などの海外補修用のウォーターポンプ、韓国での新車用の電動ウォーターポンプの増加を計画。ベアリングでは、海外補修用市場でのテンショナー・アイドラー・ベアリングの販売苦戦が続く見通し。

-12-

セグメント計画 日本・米国

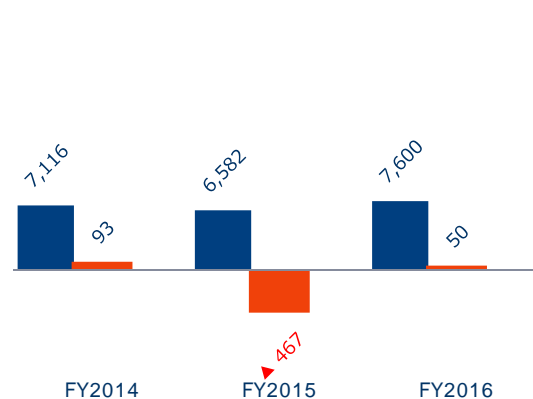
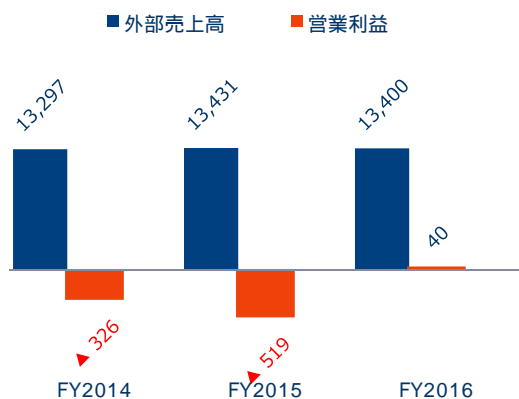


セグメントはグループ各社の所在地による

(単位：百万円)

日本

米国



売上高は横這いながら、前期から取り組んでいる不採算取引の見直し、調達コスト削減、本社工場の固定費削減などの対策効果に加え、円安修正による輸入コスト減少や減損処理による償却費減少などを見込み、黒字化を計画。

前期末から納品開始した大手量販店との取引シェア拡大など販路拡大と品揃えの強化により売上増加を見込む。さらに、前期一時的に発生したか販売経費や管理費用の減少を見込んでおり、黒字化を計画。

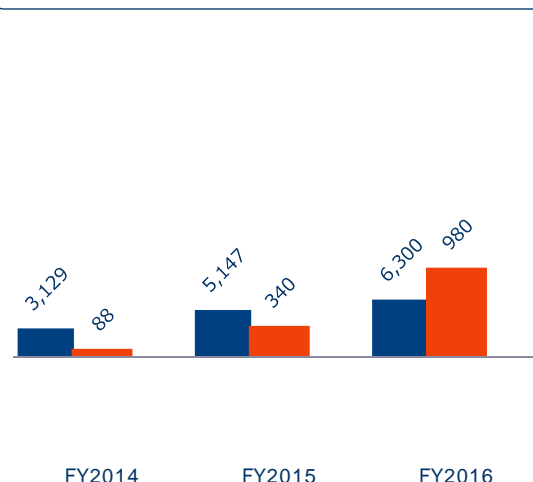
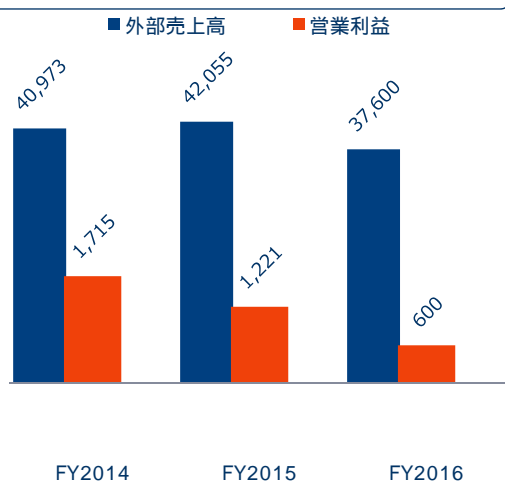
セグメント計画 韓国・中国



(単位：百万円)

韓国

中国



韓国や中国の新車需要動向と換算為替相場により主要製品において売上高を保守的に計画。加えて、人件費・償却費など一定の固定費増加は続く見込みであり、コストダウン努力で一部吸収しつつも、減益を見込む。

中国4拠点いずれも増益計画。まず、A T 部品の現地生産・現地納入および新工場稼働が本格化することにより売上・利益とも増加を計画。他の既存生産工場でも輸出採算の改善効果により利益貢献し、全体として大幅に利益増加を見込む。

セグメント計画 タイ・欧州

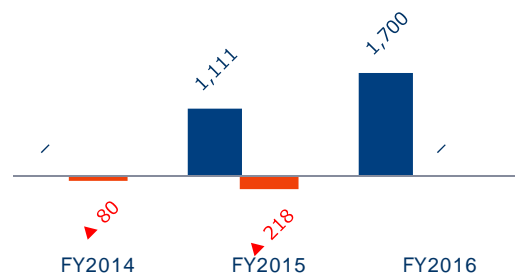
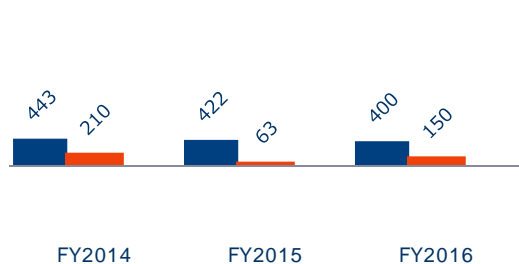


(単位：百万円)

タイ

欧州

■ 外部売上高 ■ 営業利益



タイ国内販売は現地の需要動向もあり横這いで推移。メインの日本本社との取引が円高パーツ安により輸出採算が改善。

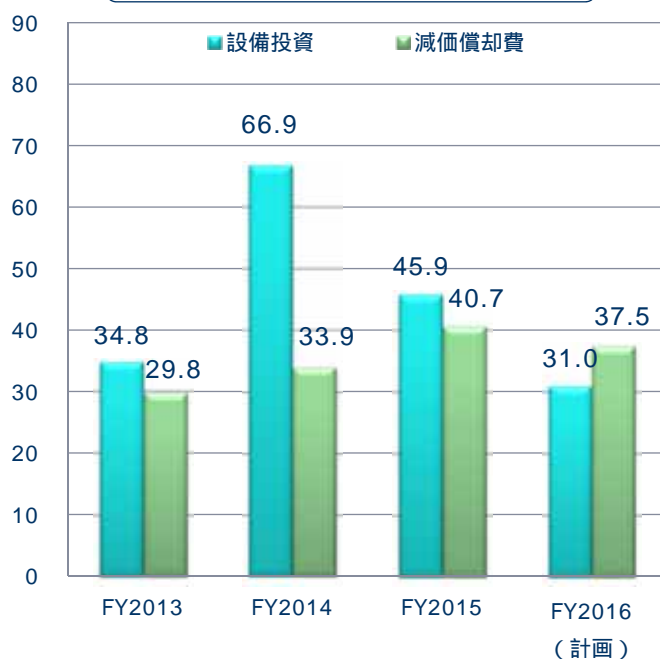
ロシア新工場は最小限の生産活動は継続し、最小限の赤字に留める。
ルーマニア新工場ではウォーターポンプの量産化に加え、部品の現地調達化で採算も改善し、黒字化を計画。

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



FY2016 設備投資計画の内訳

	投資額	主な内容
日本	4.5	維持・合理化
韓国	17.0	新規開発・更新 等
中国	5.5	増産・合理化
タイ	2.0	合理化
欧州	2.0	増産
計	31.0	

. 2016年3月期実績

. 2017年3月期計画

. 今後の対応

-17-

今後の対応

環境認識

- 市場拡大スピードの鈍化
- 環境対応ニーズの高まり
- 後発メーカーとの競争激化

当面の対応方針

- 安定した収益力の確保
- 次の成長の柱を育成
- グローバル営業強化

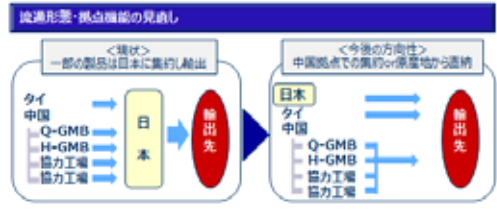
今後の対応



安定した収益力の確保

補修用部品事業

- 不採算取引の見直し
- コスト競争力強化
- 物流改善



新設拠点の黒字化

- 新工場の量産が本格化
- 現地調達比率拡大
- 新たな現地納入案件



(南通GMB)



(ルーマニアGMB)

今後の対応



次の成長の柱を育成

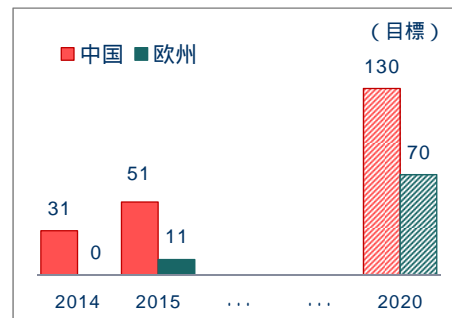


新製品
開発領域

グローバル営業強化

中国・欧州の新拠点を活用
日韓 G M B 共同で日本市場を開拓

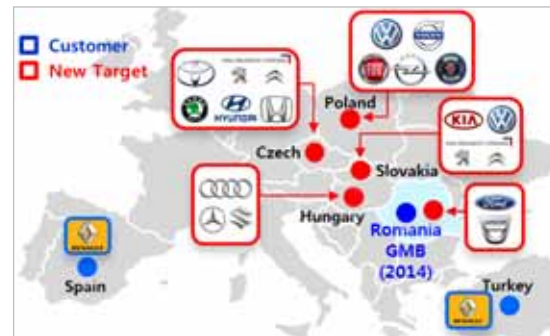
中国・欧州セグメントの売上高目標（億円）



中国拠点および現地顧客の状況



ルーマニア工場および現地顧客・ターゲット先の状況



- 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 >
G M B 株式会社 経営管理室
電話 : 0745-44-1912
Email : ir@gmb.jp

GMB 株式会社

事業内容説明資料 (2016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

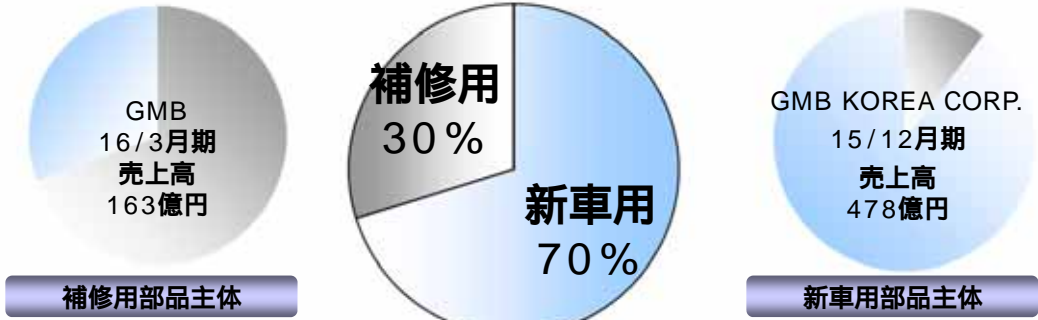
	ページ
GMBの概要	2
GMBの主要取扱製品	4
生産・販売ともにグローバルに展開	5
GMBの特徴	8



GMBグループの概要

商号	: GMB株式会社	売上高	: 68,536 百万円 (単体 16,374 百万円)
創業	: 1943年(昭和18年)	営業利益	: 448 百万円 (単体 673 百万円)
代表取締役会長	: 松岡 信夫	総資産	: 65,327 百万円 (単体 21,568 百万円)
代表取締役社長	: 阪口 有一	純資産	: 27,599 百万円 (単体 12,146 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	: 11社 / 韓国 (4工場)、米国 (2拠点)、中国 (3工場・1拠点)、タイ (2工場)、ロシア、ルーマニア		
従業員	: 2,787名 (単体 360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

GMB RUS TOGLIATTI LLC (ロシア)

GMB ROMANIA AUTO INDUSTRY S.R.L. (ルーマニア)

青島吉明美機械制造有限公司(中国)

青島吉明美汽车配件有限公司(中国)

GMB KOREA CORP. (韓国)

AG TECH CORP. (韓国)

GMB NORTH AMERICA INC. (米国)

吉明美汽配(南通)有限公司(中国)

吉明美(杭州)汽配有限公司(中国)

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
2014 (平成 26) 年	: 中国子会社 (南通 GMB) 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 58%

- ⊕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
2016/3月期

エンジン部品：売上構成比 24%

- ⊕ファンクラッチ
- ⊕ウォーターポンプ



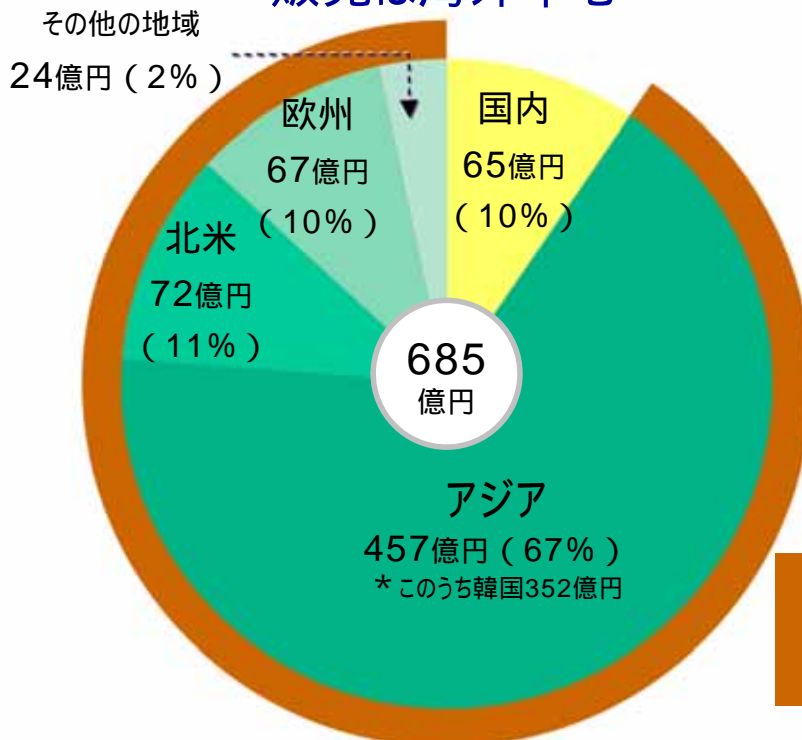
ベアリング他：売上構成比 18%

- ⊕テンショナー&アイドラー・産業用



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
90%

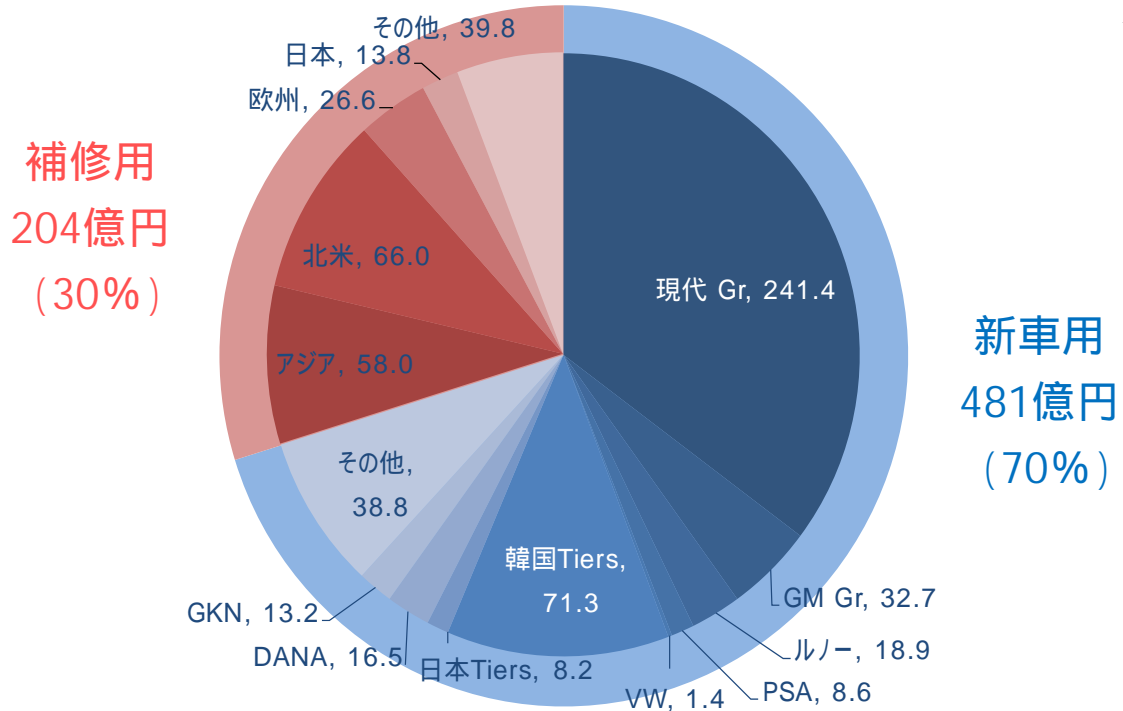
(注) 2016/3期連結ベース、括弧内は構成比



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

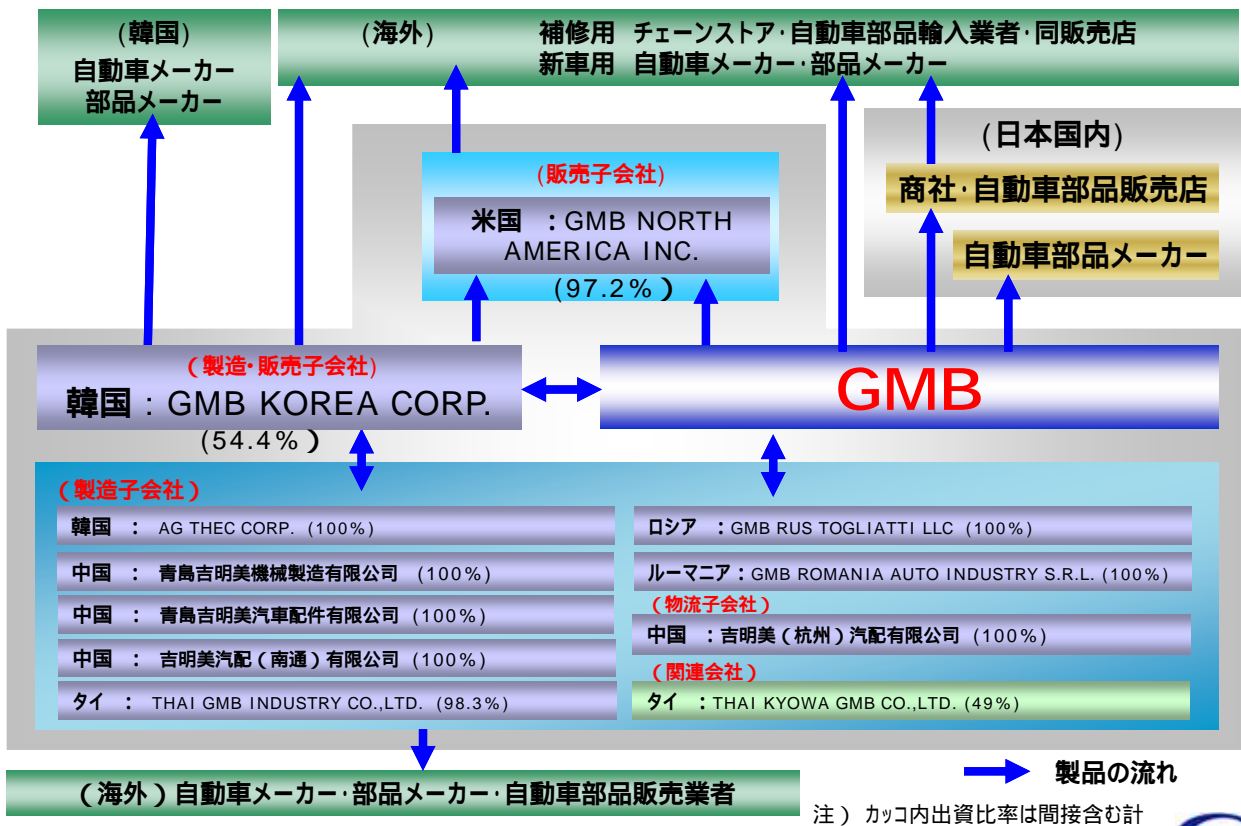
(単位：億円)



(注) 2016/3期連結ベース



生産・販売ともにグローバルに展開



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



海外顧客向け弊社"News Letter"

【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

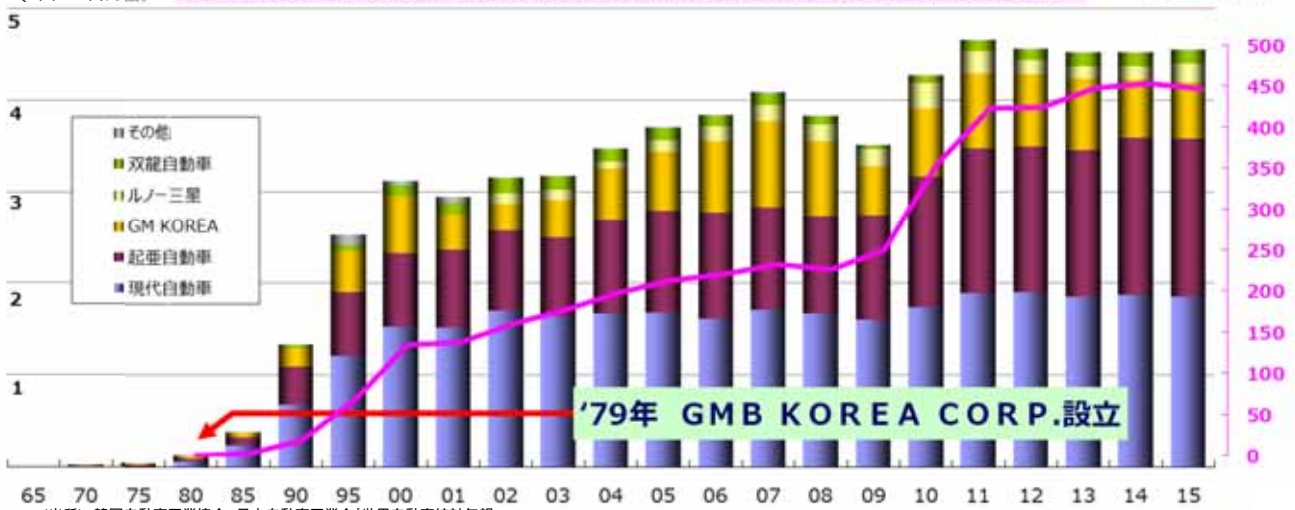
2002年3月JETRO「対日アクセス東郷調査報告書（補修用自動車部品）」より



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37%（16年3月期）
- 韓国車は米国・新興国を中心に海外市場で販売拡大

(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」

