

GMB株式会社

2015年3月期決算説明会資料

2015年6月4日（東京）・8日（大阪）



（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。



・ 2015年3月期実績

・ 2016年3月期計画

・ 今後の対応

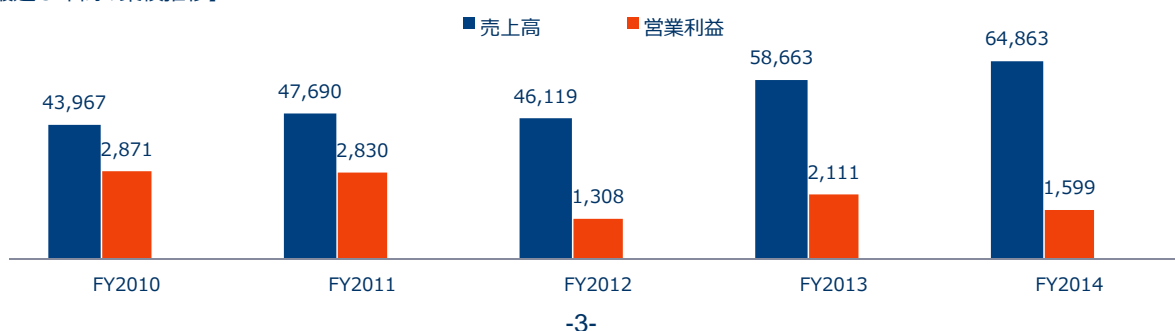
2015年3月期 損益実績



(単位：百万円・%)

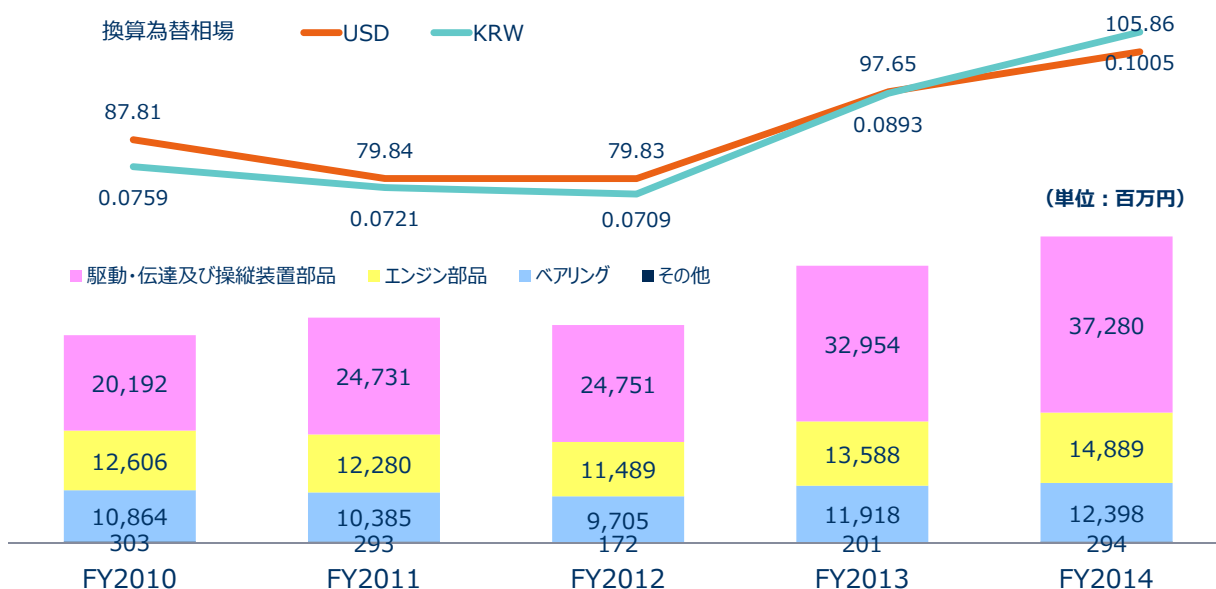
| | FY2013 | | FY2014 | | 前期比 | |
|--------|----------|----------|----------|----------|--------|---------|
| | 金額 (百万円) | (構成比) | 金額 (百万円) | (構成比) | 差額 | 増減率 (%) |
| 売上高 | 58,663 | (100.0%) | 64,863 | (100.0%) | +6,199 | +10.6 |
| 売上総利益 | 9,526 | (16.2%) | 10,446 | (16.1%) | +919 | +9.7 |
| 営業利益 | 2,111 | (3.6%) | 1,599 | (2.5%) | ▲512 | ▲24.3 |
| 経常利益 | 2,251 | (3.8%) | 1,518 | (2.3%) | ▲732 | ▲32.5 |
| 純利益 | 881 | (1.5%) | 364 | (0.6%) | ▲516 | ▲58.6 |
| EPS(円) | 169.17 | - | 70.02 | - | - | - |

【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・中国での増産を進めた新車用のバルブスプールが売上増加を牽引。エンジン部品は、北米・中東など海外補修用が増加、新車用では韓国向けや電動ウォーターポンプも微増。ベアリングでは、海外補修用市場で主力のテンショナー・アイドラー・ベアリングの販売苦戦するも、品揃えの強化でカバー。

-4-

セグメント実績推移

日本・米国

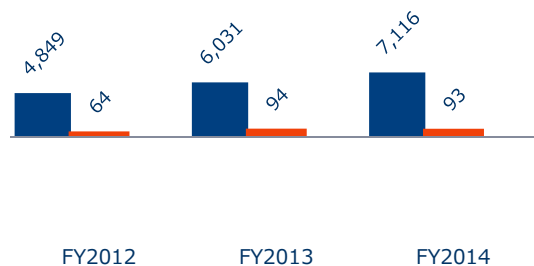
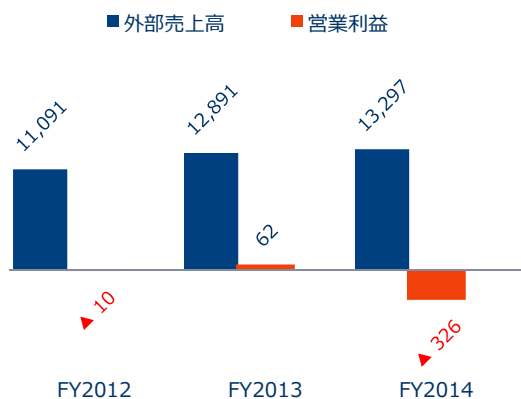


※セグメントはグループ各社の所在地による

(単位：百万円)

日本

米国



円安定着の中、補修用部品の輸出競争力改善による売上増加が一部に留まり、前期まで順調であった欧州新車用の販売が減速。コスト面では、輸入コストの上昇の影響が大きく、国内工場の固定費削減努力でもカバーできず、赤字幅拡大。

前半は補修用のウォーターポンプとテンショナー・アイドラー・ベアリングの販売が順調に推移し通期でも増収となったが、下期から一部の大手顧客向けウォーターポンプの販売減少と、人件費や販売経費の増加もあり、営業利益は横ばいに。

セグメント実績推移

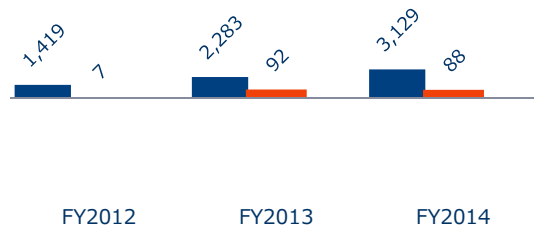
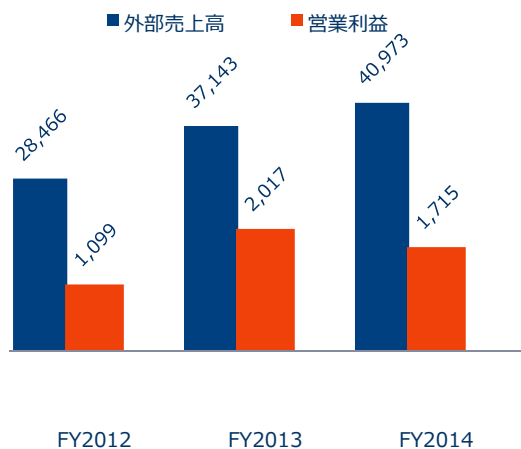
韓国・中国



(単位：百万円)

韓国

中国



A T 部品を中心に新車用部品の韓国国内販売は順調に推移したが、ベアリング製品を中心とした補修用部品と欧州新車用部品の輸出が苦戦。人件費や研究開発費などの固定費増加を、販売増加とコスト削減努力で吸収できず、減益に。

中国国内向けの新車用部品を中心に、販売は順調に拡大傾向にあるが、計画していたバルブスプールの現地生産案件の遅れや新工場の立ち上げ経費もあり、利益は横ばいに。

セグメント実績推移

タイ・欧州

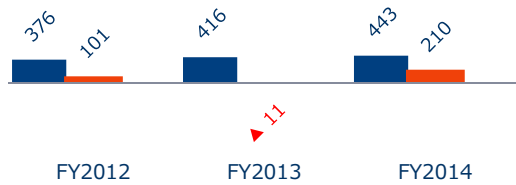


(単位：百万円)

タイ

欧州

■ 外部売上高 ■ 営業利益



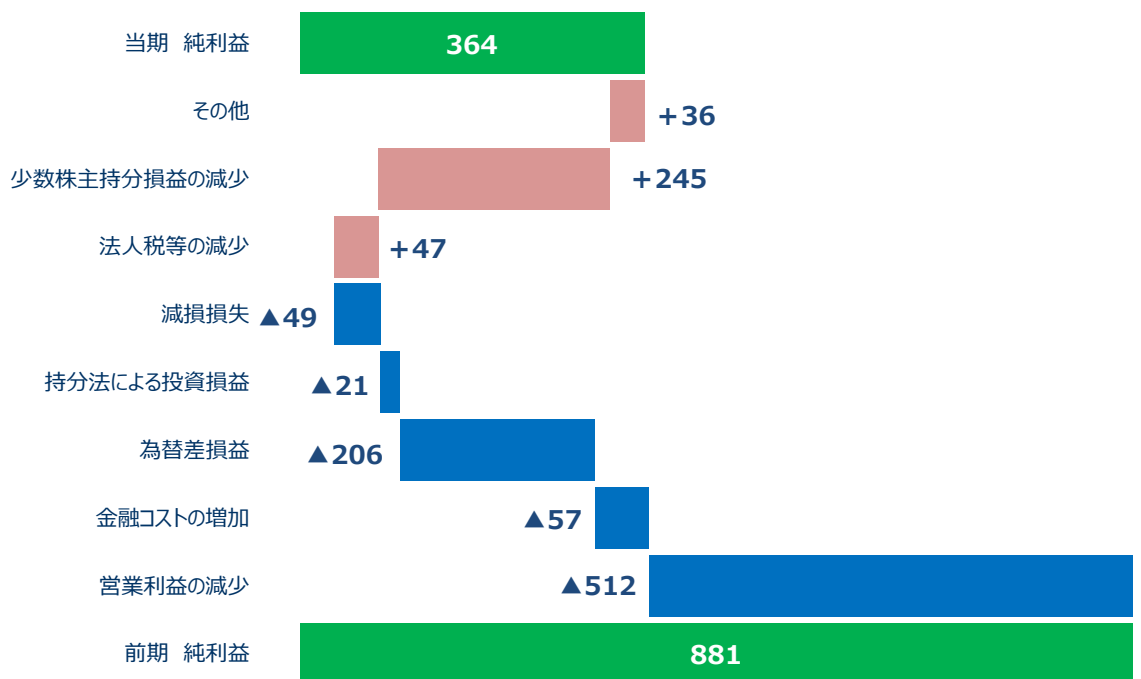
補修用ウォーターポンプの生産量増加と価格改定の影響で利益は改善したが、円安パーツ高が進んだことにより輸出採算が悪化して、後半は利益減少傾向に。

ロシアとルーマニアに新工場設立したことにより、新セグメントとして追加。新工場立ち上げに関連する経費支出が先行。

営業利益以下の増減要因（通期）



(単位：百万円)

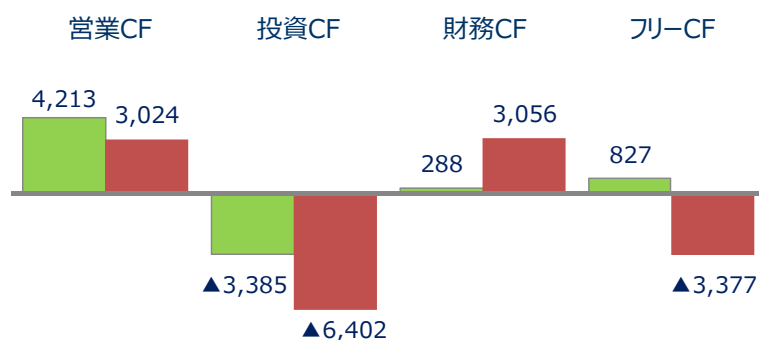


キャッシュ・フローの実績



(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 | 4,213 | 3,024 | ▲ 1,189 |
| 投資活動によるキャッシュフロー | ▲ 3,385 | ▲ 6,402 | ▲ 3,016 |
| 財務活動によるキャッシュフロー | 288 | 3,056 | + 2,767 |
| フリーキャッシュフロー | 827 | ▲ 3,377 | ▲ 4,205 |



【 当期の主な内訳 】

| | |
|-------------|-----------|
| ● 営業CF | |
| 税金等調整前利益 | 1,452 百万円 |
| 減価償却費 | 3,397 |
| 売上債権の増加 | ▲ 1,127 |
| たな卸資産の増加 | ▲ 90 |
| 仕入債務の増加 | 194 |
| 法人税の支払額 | ▲ 796 |
| ● 投資CF | |
| 設備投資 | ▲ 6,691 |
| タイ関連会社増資 | ▲ 170 |
| 韓国部品メーカーへ出資 | ▲ 113 |
| ● 財務CF | |
| 借入金の増加 | 3,858 |
| 社債の償還 | ▲ 560 |
| 配当金の支払額 | ▲ 208 |

- 9 -



・ 2015年3月期実績

・ 2016年3月期計画

・ 今後の対応

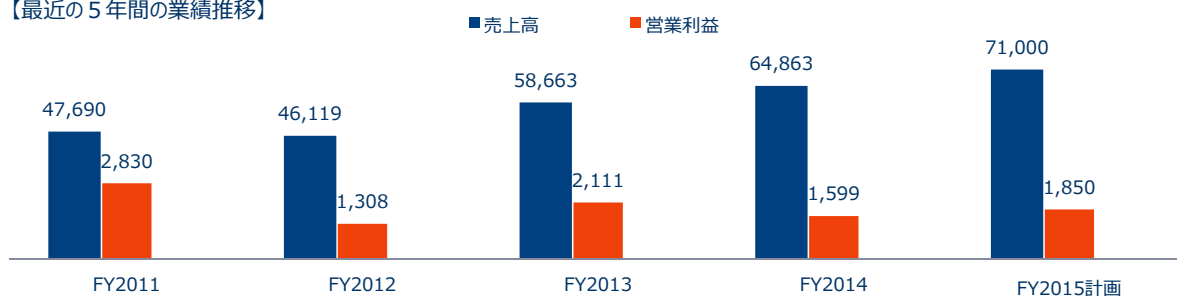
2016年3月期 損益計画



(単位:百万円・%)

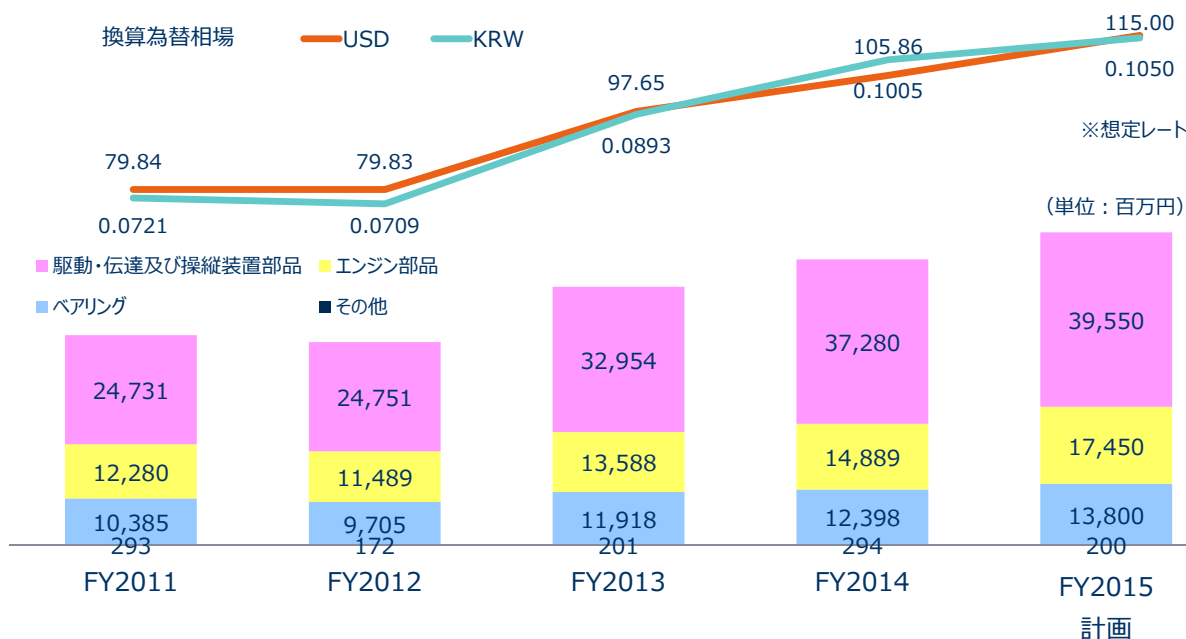
| | FY2014 (通期実績) | FY2015 | | | 前期比 |
|---------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------|
| | | (1Q-2Q計画) | (3Q-4Q計画) | (通期計画) | |
| 売上高 | 64,863 (100.0%) | 34,600 (100.0%) | 36,400 (100.0%) | 71,000 (100.0%) | +9.5% |
| 営業利益 | 1,599 (2.5%) | 800 (2.3%) | 1,050 (2.9%) | 1,850 (2.6%) | +15.7% |
| 経常利益 | 1,518 (2.3%) | 650 (1.9%) | 900 (2.5%) | 1,550 (2.2%) | +2.0% |
| 当期純利益 | 364 (0.6%) | 200 (0.6%) | 300 (0.8%) | 500 (0.7%) | +37.0% |
| EPS (円) | 70.02 | 38.38 | - | 95.94 | |

【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・中国での新車用のバルブスプールや等速ジョイントが増加。エンジン部品は、ウォーターポンプの欧州と韓国の新車用に加え、東南アジア・中東・中南米などの海外補修用の拡販を進める。ベアリングでは、海外補修用市場での市場開拓と協力工場を活用した取扱製品の強化で販売増強を図る。

-12-

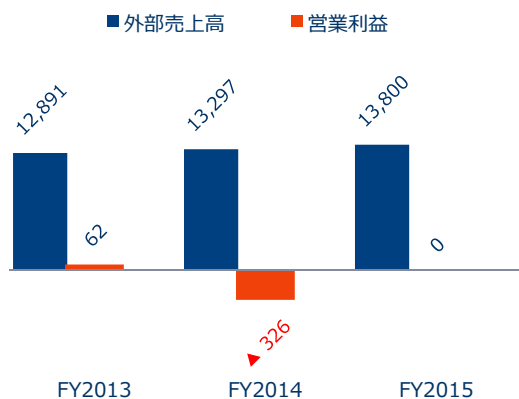
セグメント計画 日本・米国



※セグメントはグループ各社の所在地による

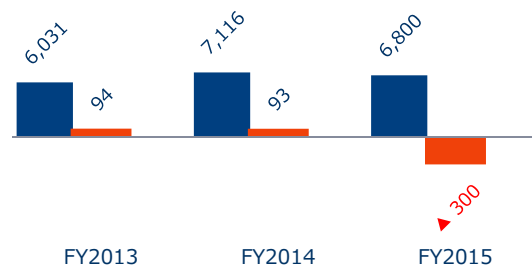
(単位：百万円)

日本



海外補修用市場で市場開拓と品揃え強化で拡販を進めつつ、輸入コストアップに対しては、不採算取引の見直し、調達コスト削減、工場の再編によるスリム化を加速するなど、コストダウンを強力に進め、通期で営業利益ゼロまで改善を計画。

米国



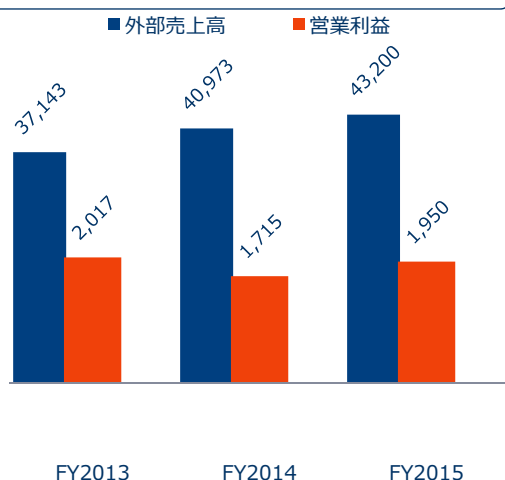
売上は大口取引の解消の影響を受ける。販路拡大と品揃えの強化でカバーする一方、価格競争は厳しく、仕入コストや販売経費の増加も見込んでおり、赤字を計画。今後は、さらに経費削減を進め、赤字縮小を目指す。

セグメント計画 韓国・中国



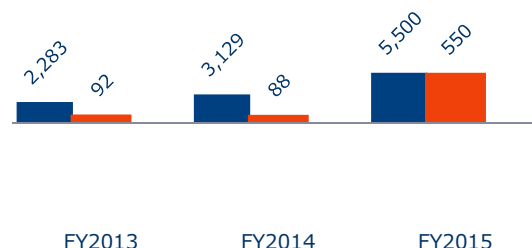
(単位：百万円)

韓国



中国拠点からの現地納入切替の影響もあり、ウォンベースの売上は微増を計画。人件費・償却費など固定費増加は続くものの、新拠点設立もひと段落し、調達コスト見直しや経費削減を進めることで利益回復を見込む。

中国



前期遅れ気味であった、A T 部品の現地生産・現地納入が本格化することで、売上・利益とも増加を計画。その他、既存工場も生産性改善に効果が見られ、利益貢献できる体制に。

セグメント計画

タイ・欧州

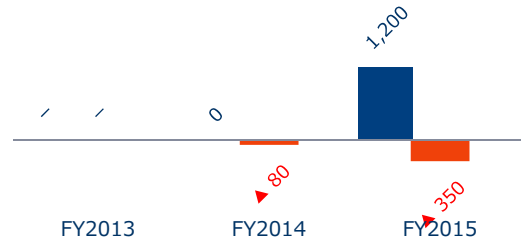
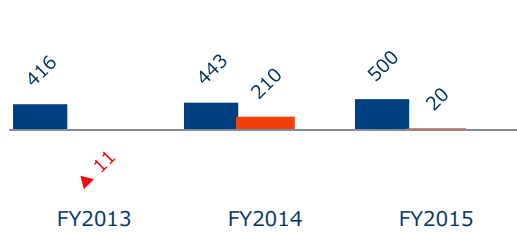


(単位：百万円)

タイ

欧州

■ 外部売上高 ■ 営業利益



タイ国内販売は販路拡大により増加を見込むが、メインの日本本社との取引は円安パーツ高により輸出採算が悪化。生産性向上を進め、利益改善を図る。

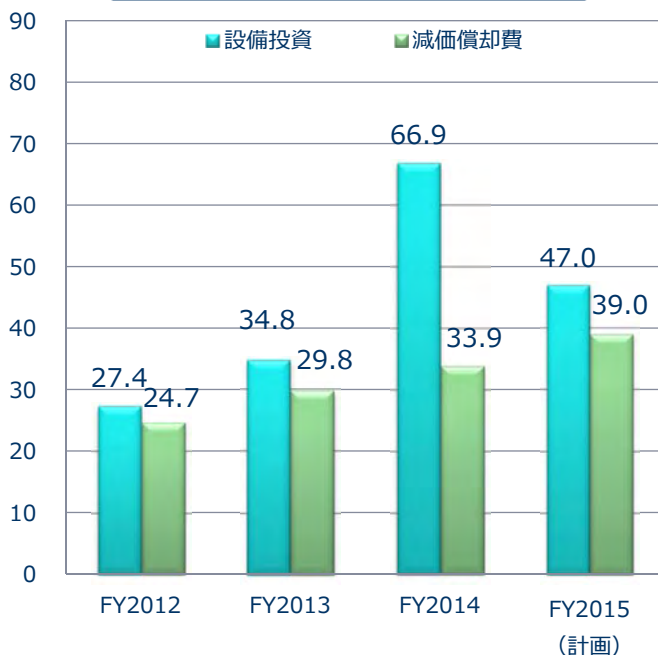
ロシア新工場は生産活動を制限し、ルーマニアの悪影響を最小限に留める。ルーマニア新工場もウォーターポンプの量産開始するも費用先行で採算ラインに至らず、2016年の黒字化を目指す。

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



FY2015 設備投資計画の内訳

| | 投資額 | 主な内容 |
|----|------|--------------------|
| 日本 | 7.0 | 維持・合理化 |
| 韓国 | 26.0 | 増産対応 ・新規開発・更新 等 |
| 中国 | 12.0 | 増産・合理化対応 |
| タイ | 2.0 | 合理化・生産移管対応 |
| 欧州 | - | ロシア、ルーマニア投資一巡 |
| 計 | 47.0 | |

・ 2015年3月期実績

・ 2016年3月期計画

・ 今後の対応

-17-

今後の対応

前提：2015年度 市場環境見通し

不安定な要素

- ①中国・米国の景気動向
- ②欧州諸国の債務問題の再燃
- ③ロシア経済制裁の動向



しかしながら

世界の自動車需要は
引き続き緩やかな拡大基調を維持

施策：2015年度「次世代」へ向けた取組

モジュール化

グローバル営業力

電動化

M&A・人材

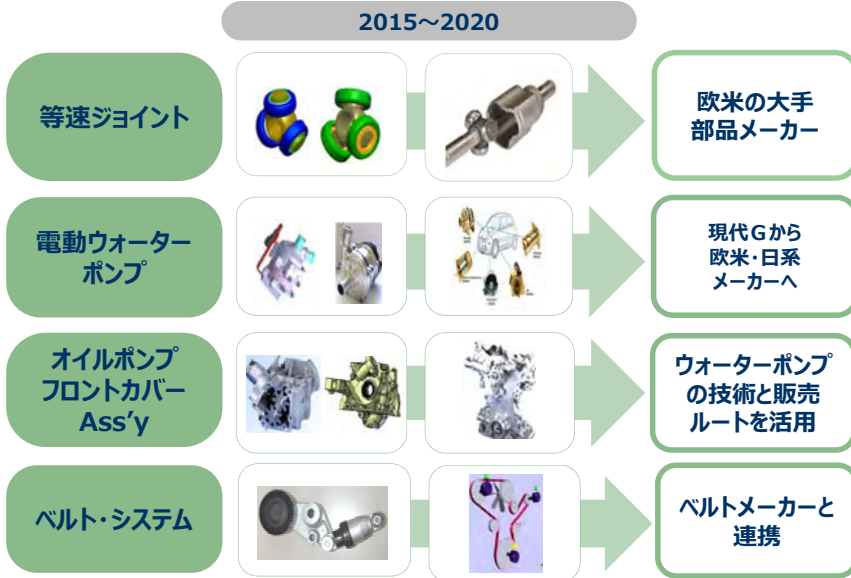
今後の対応



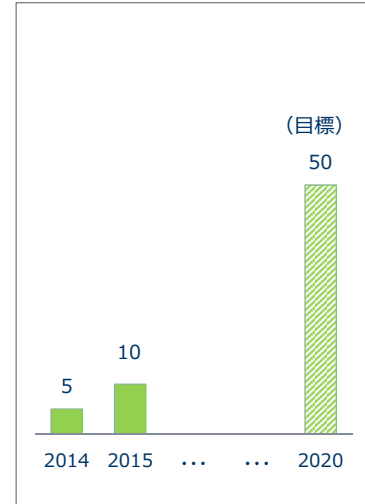
モジュール化

電動化

◆「単品・機械部品」から「モジュール・電動化」へ 製品開発力を強化



電動化関連製品の売上高目標（億円）

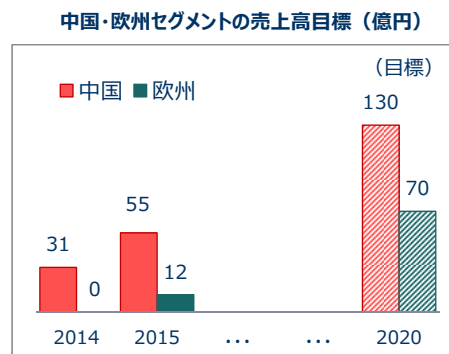


今後の対応



グローバル営業力

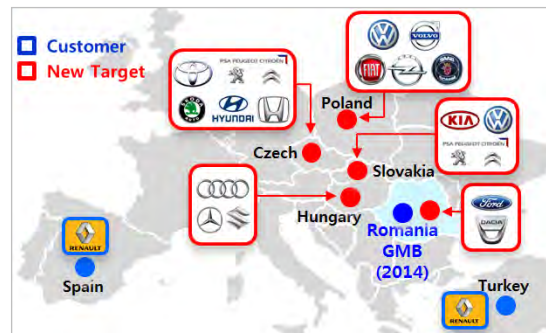
- ◆ 中国 4 拠点体制で成長市場に対応
- ◆ 生産拠点確保で欧州市場へ現地納入可能
- ◆ グローバル部品メーカー開発部門へアプローチ



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



GMB 株式会社

事業内容説明資料

(2015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

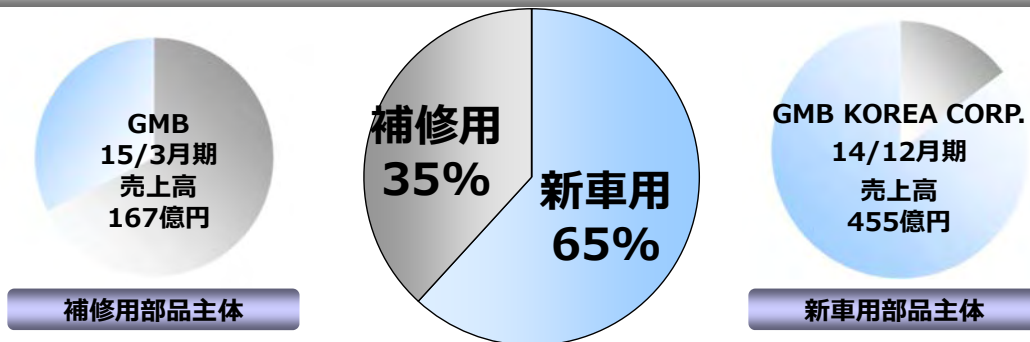
| | ページ |
|------------------|-----|
| GMBの概要 | 2 |
| GMBの主要取扱製品 | 4 |
| 生産・販売ともにグローバルに展開 | 5 |
| GMBの特徴 | 8 |



GMBグループの概要

| | | | |
|---------|---|------|------------------------------|
| 商号 | : GMB株式会社 | 売上高 | : 64,863 百万円 (単体 16,724 百万円) |
| 創業 | : 1943年(昭和18年) | 営業利益 | : 1,599 百万円 (単体 △465 百万円) |
| 代表取締役会長 | : 松岡 信夫 | 総資産 | : 68,226 百万円 (単体 23,796 百万円) |
| 代表取締役社長 | : 阪口 有一 | 純資産 | : 31,135 百万円 (単体 13,797 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②(4工場)、米国①(2拠点)、中国④(3工場・1拠点)、タイ②(2工場)、ロシア①、ルーマニア① | | |
| 従業員 | : 2,793名 (単体 375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の主要取扱製品

駆動・伝達・操縦装置用部品：売上構成比 57%

- ⊕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
2015/3月期

エンジン部品：売上構成比 23%

- ⊕ファンクラッチ
- ⊕ウォーターポンプ



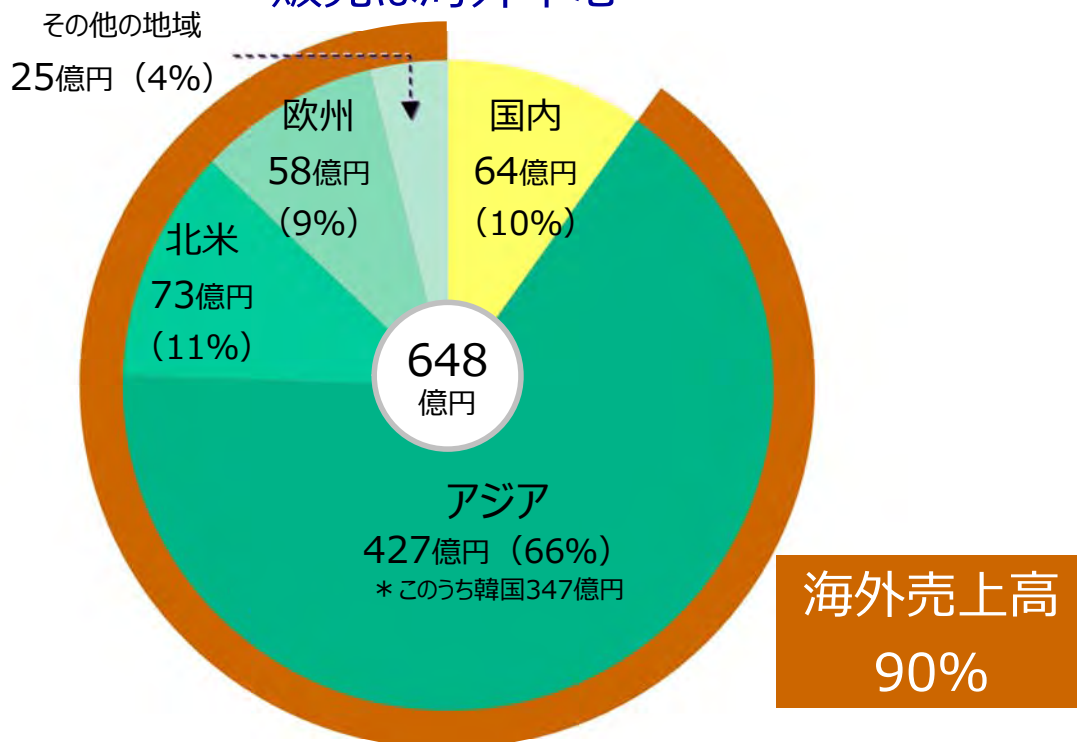
ベアリング他：売上構成比 20%

- ⊕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



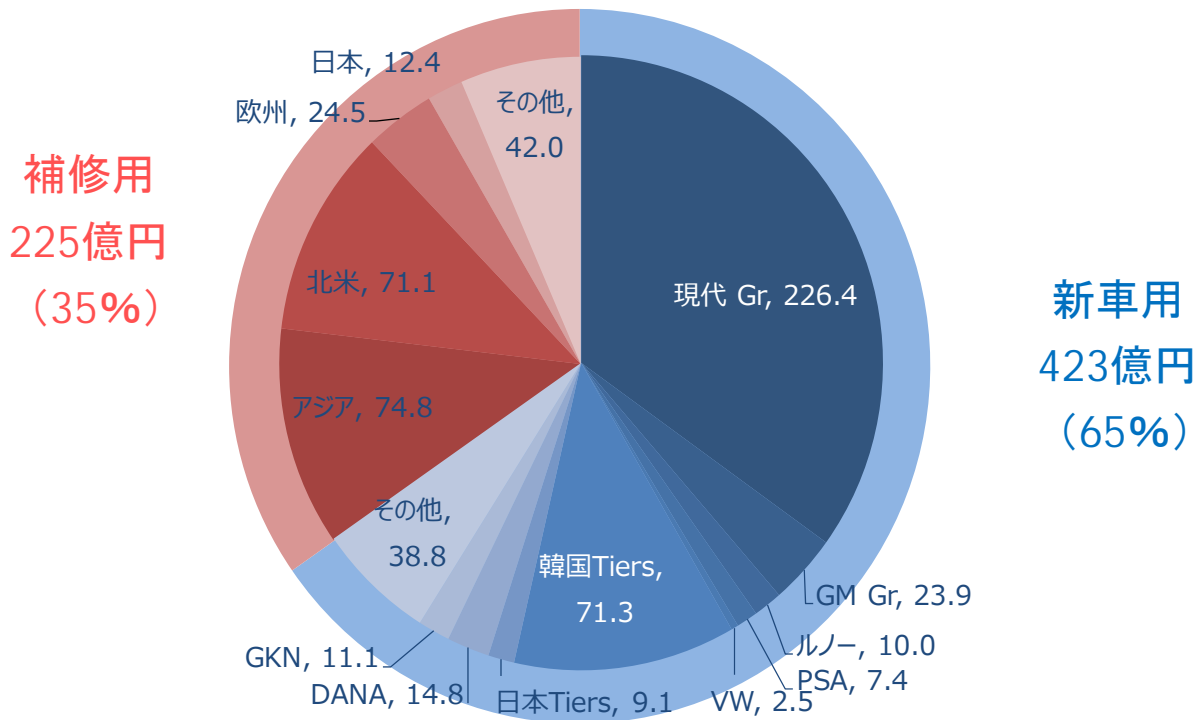
(注) 2015/3期連結ベース、括弧内は構成比



生産・販売ともにグローバルに展開

O E M相手先 & 補修用地域別売上構成

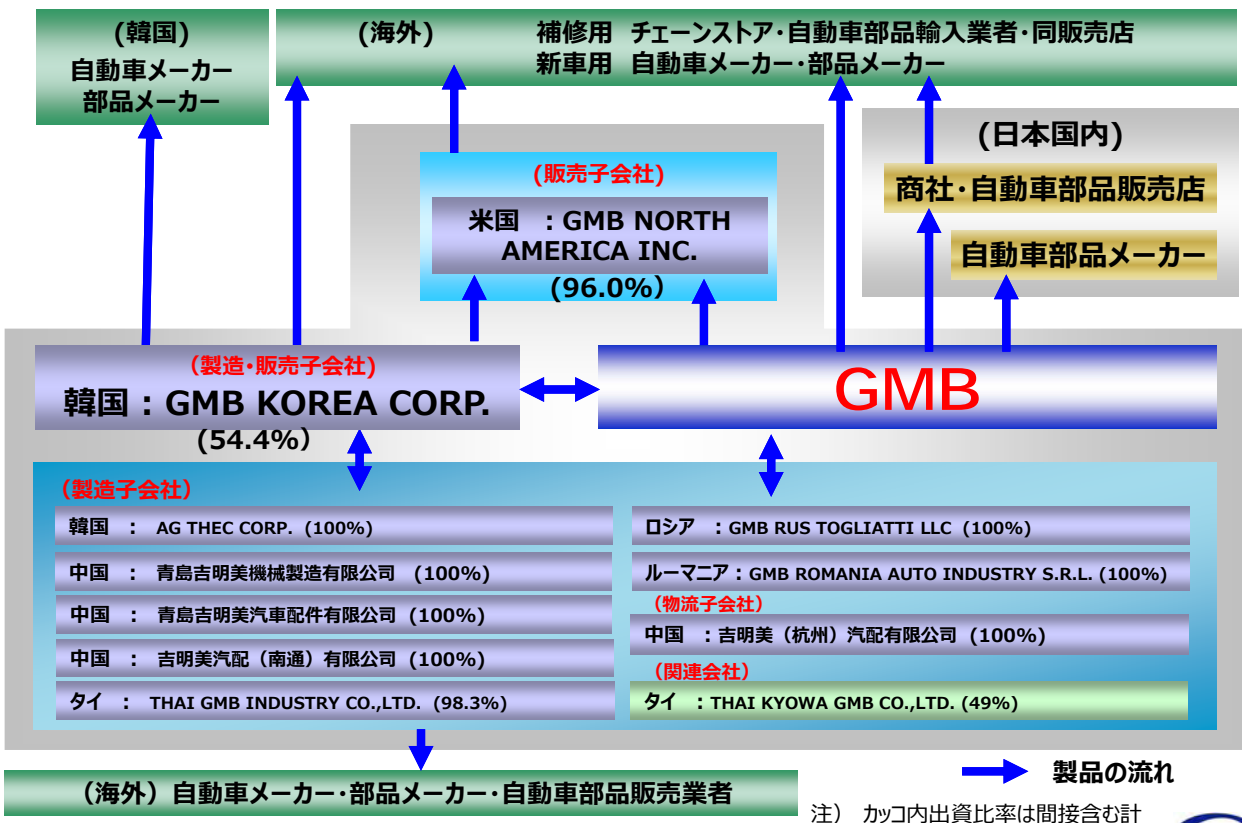
(単位：億円)



(注) 2015/3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 |

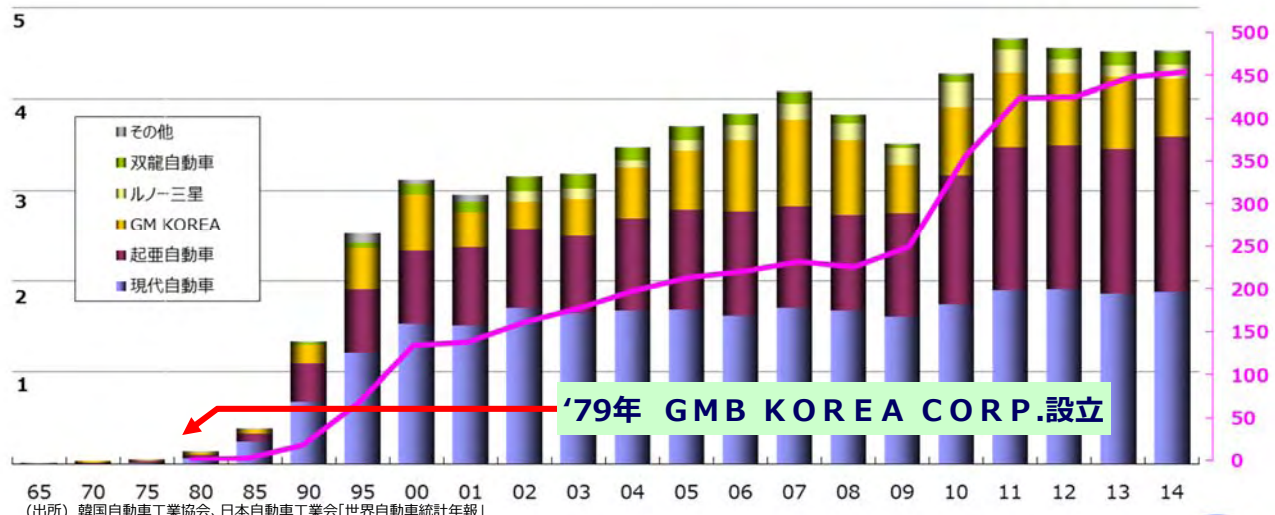
2002年3月JETRO「対日アクセス実態調査報告書（補修用自動車部品）」より



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36%（15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」



- 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