

GMB 株式会社

2016年3月期第2四半期 決算説明会資料

2015年12月2日・3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。
また、「親会社株主に帰属する(当期)純利益」を「純利益」として表示しております。



. 2016年3月期上期実績

. 2016年3月期通期見通

. 今後の対応

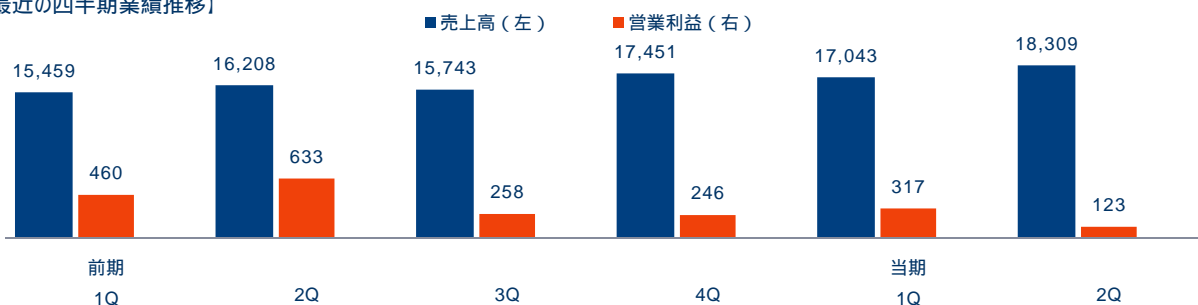
2016年3月期1-2Q 損益実績



(単位: 百万円・%)

	前期1-2Q累計		当期1-2Q累計		前期比	
	金額	(構成比)	金額	(構成比)	増減額	増減率(%)
売上高	31,668	(100.0%)	35,353	(100.0%)	3,684	+11.6
売上総利益	5,196	(16.4%)	5,344	(15.1%)	148	+2.8
営業利益	1,094	(3.5%)	440	(1.2%)	653	59.7
経常利益	914	(2.9%)	467	(1.3%)	446	48.8
純利益	340	(1.1%)	114	(0.3%)	454	-
EPS(円)	65.42		21.89			

【最近の四半期業績推移】

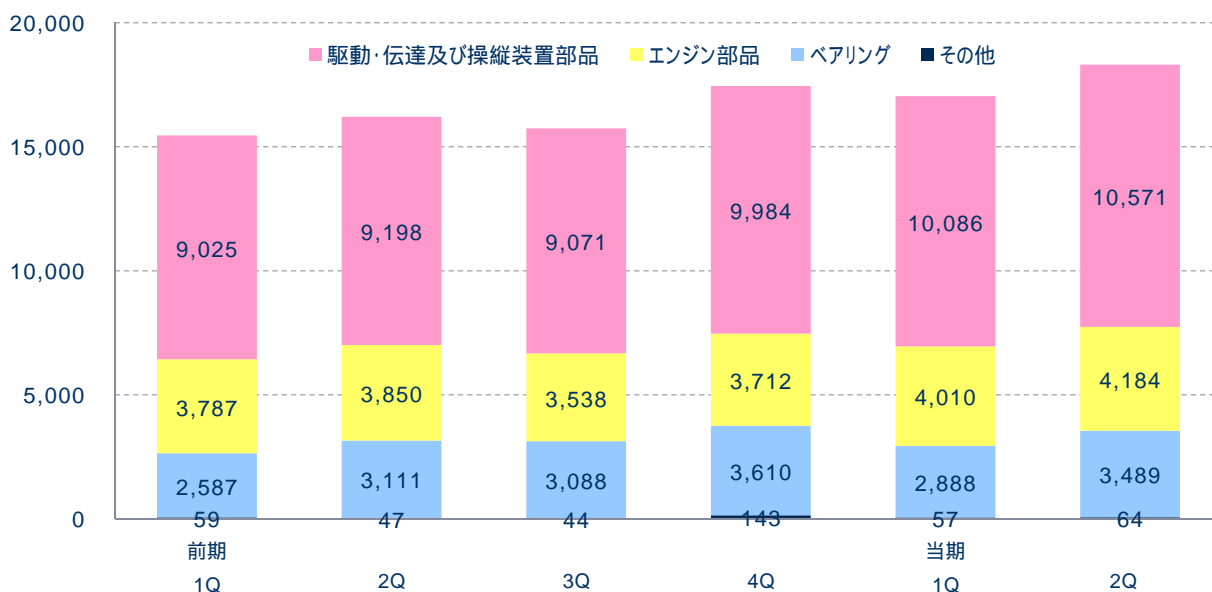


- 3 -

売上高の品目分類別推移 (四半期毎)



(単位: 百万円)



駆動系では、韓国・中国でのパルプスプールなど新車用部品が引き続き順調に推移、東南アジア・アフリカへの補修用部品の輸出も増加。エンジン部品では、同地域での補修用ウォーターポンプの増加に加え、ルーマニア工場量産開始。ベアリングは、前期末の反動減もあったが海外補修用の販売が一部回復。

- 4 -

セグメント実績推移

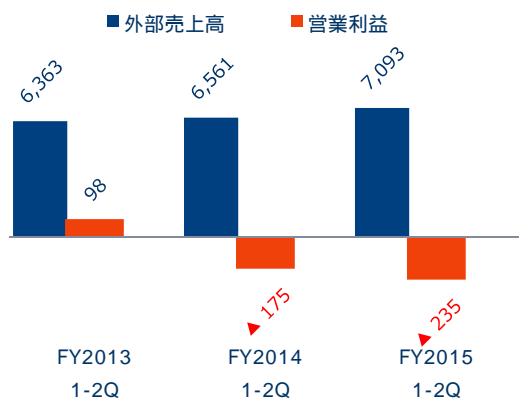
日本・米国



セグメントはグループ各社の所在地による

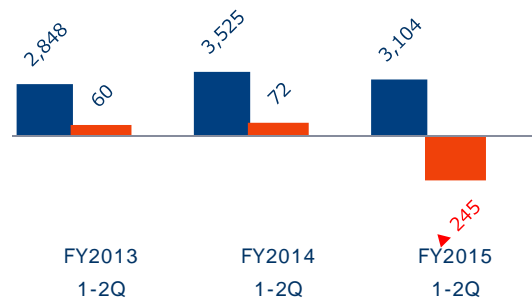
(単位：百万円)

日本



円安が進むなか、補修用部品の輸出競争力改善と市場開拓により、東南アジア・中南米・アフリカなどで販売が拡大したが、輸入コストの上昇の影響が大きく、コスト削減努力も相殺され、赤字幅拡大。

米国



補修用のウォーターポンプの大口取引解消と前期末からの反動減などにより販売が減少したことに加えて、仕入コストや販売経費・人件費の増加もあり営業利益は赤字に。

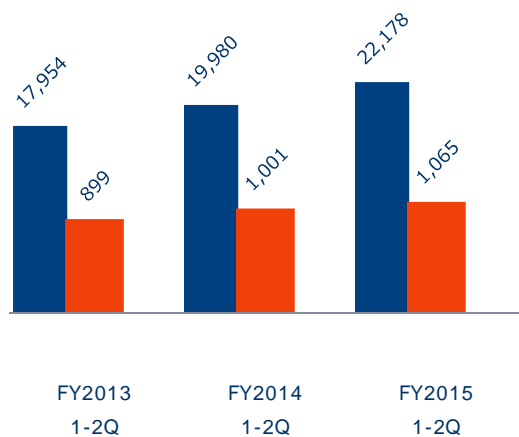
セグメント実績推移

韓国・中国



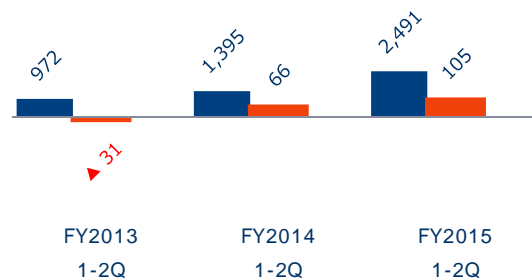
(単位：百万円)

韓国



A T 部品・ウォーターポンプなどの新車用部品の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の輸出が苦戦。人件費などの固定費増加を、コスト削減努力で吸収し若干の増益に。

中国



増産対応と工場新設もあり中国国内向けのバルブスプールなどの新車用部品の販売は順調に拡大傾向が続く。売上増加に加えて、既存工場の生産性改善もあり、営業利益も増加。

セグメント実績推移

タイ・欧州

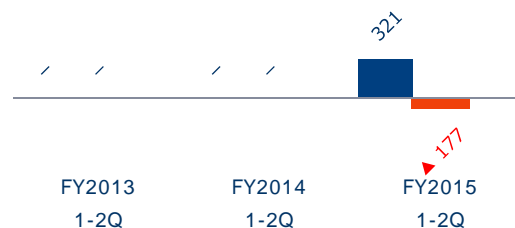
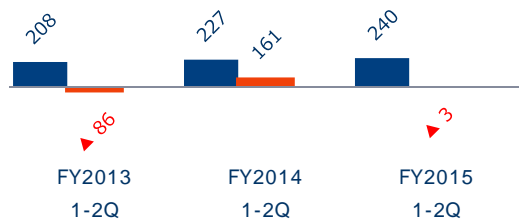


(単位：百万円)

タイ

欧州

■ 外部売上高 ■ 営業利益



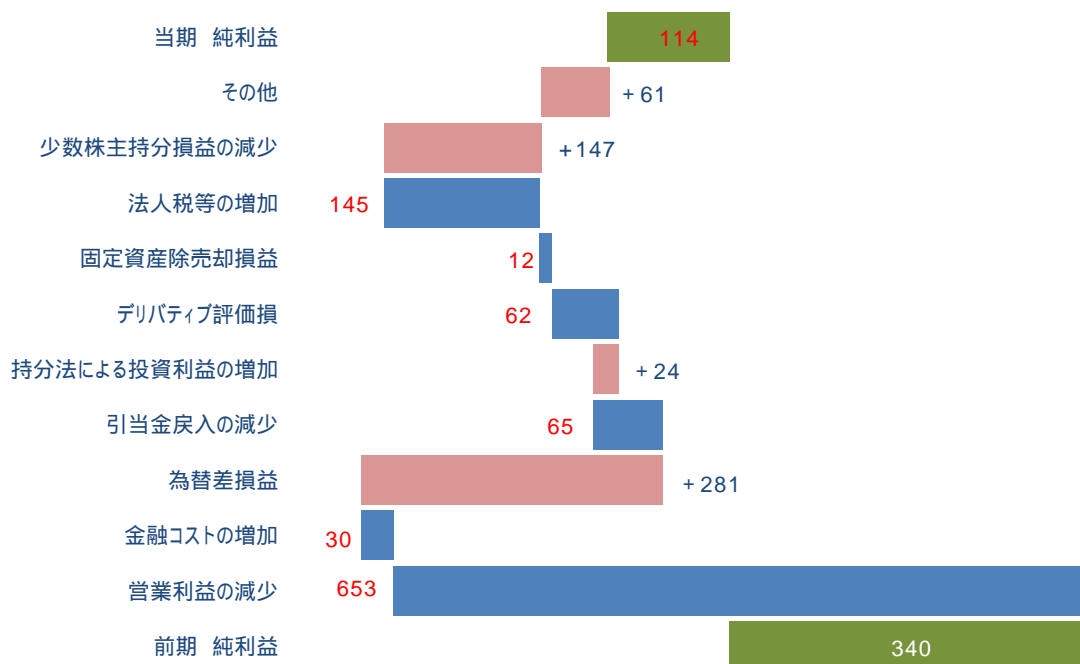
補修用ウォーターポンプの生産量増加と生産性改善により生産面では安定的に推移したものの、メインの日本向け円建輸出取引において、円安パーツ高が進んだことにより採算が悪化し、赤字に。

ロシアとルーマニアの新工場において、生産・供給がスタート。ロシアは需要減により生産活動は最小限に維持。ルーマニアも本格量産までの立ち上げコストと輸入部品コストの上昇もあって、赤字スタート。

営業利益以下の増減要因 (1-2Q)



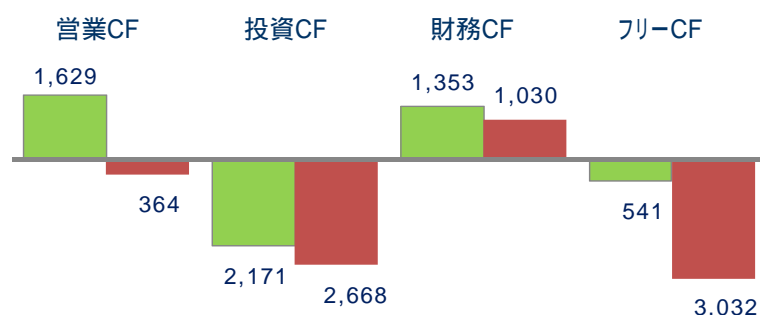
(単位：百万円)



キャッシュ・フローの実績（1-2Q）



	前期	当期	増減額
営業活動によるキャッシュフロー	1,629	364	1,994
投資活動によるキャッシュフロー	2,171	2,668	496
財務活動によるキャッシュフロー	1,353	1,030	322
フリーキャッシュフロー	541	3,032	2,491



〔 当期の主な内訳 〕

営業CF	
税金等調整前利益	443 百万円
減価償却費	1,939
売上債権の増加	1,197
たな卸資産の増加	1,549
仕入債務の増加	333
為替差益	99
法人税の支払額	139
投資CF	
設備投資	2,523
財務CF	
借入金の増加	367
社債の増減	999
配当金の支払額	293

- 9 -



. 2016年3月期上期実績

. 2016年3月期通期見通

. 今後の対応

-10-

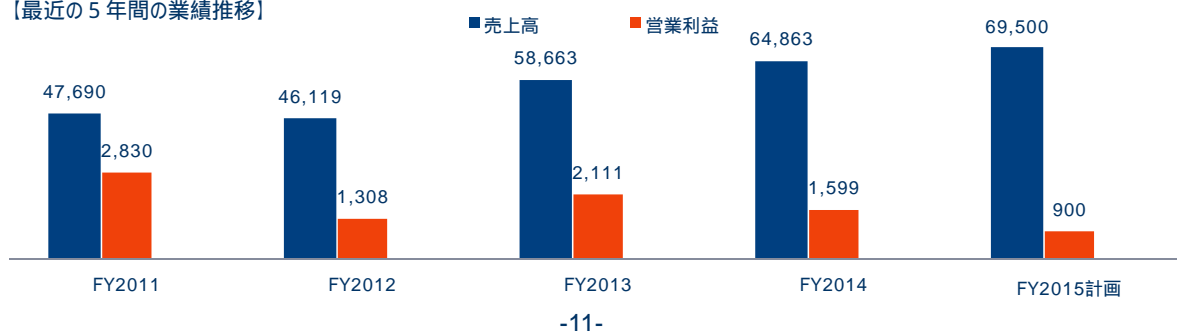
2016年3月期 損益計画



(単位:百万円・%)

	FY2014 (通期実績)	FY2015			前期比
		(1Q-2Q実績)	(3Q-4Q計画)	(通期計画)	
売上高	64,863 (100.0%)	35,353 (100.0%)	34,147 (100.0%)	69,500 (100.0%)	+7.1%
営業利益	1,599 (2.5%)	440 (1.2%)	460 (1.3%)	900 (1.3%)	43.7%
経常利益	1,518 (2.3%)	467 (1.3%)	313 (0.9%)	780 (1.1%)	48.6%
純利益	364 (0.6%)	114 (0.3%)	114 (0.3%)	0 (0.0%)	100.0%
EPS (円)	70.02	21.89	-	0.00	

[最近の5年間の業績推移]

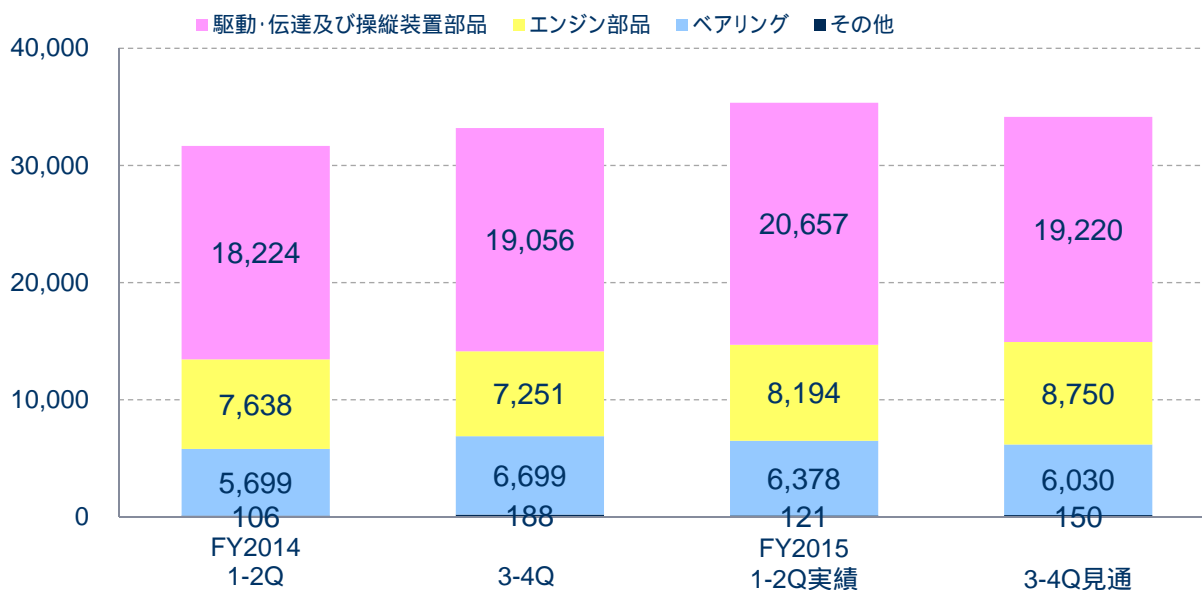


-11-

売上高の品目分類別計画 (半期毎)



(単位:百万円)



駆動系では新車向けバルブスプールを中心に韓国・中国での一時的な需要の落ち込みを見込む。エンジン部品はルーマニア工場の量産本格化で下期増加するが、当初計画比では新車・補修用ともに減少。ベアリングは、韓国から海外補修用輸出の苦戦も続き、品揃え強化による拡販計画も当初計画から縮小。

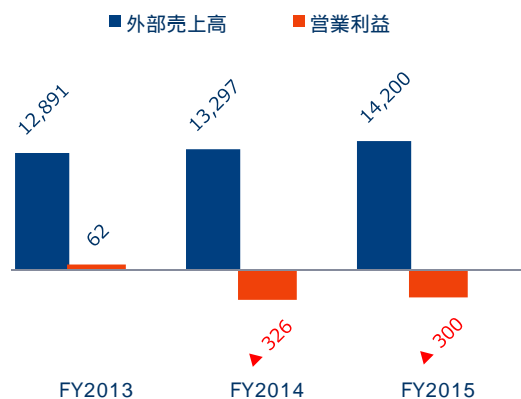
セグメント計画 日本・米国



セグメントはグループ各社の所在地による

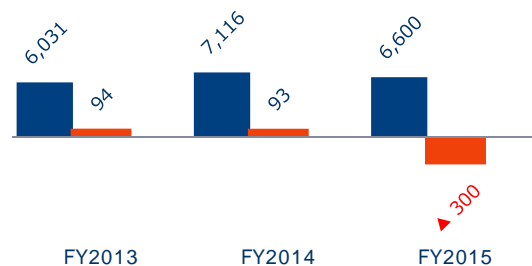
(単位：百万円)

日本



下期は上期並みの売上で推移することに加え、不採算取引の見直しの効果や、更なる調達コスト削減、国内工場の合理化加速など固定費削減を進めることで、上期対比下期では営業利益の赤字幅半減を目指す。

米国



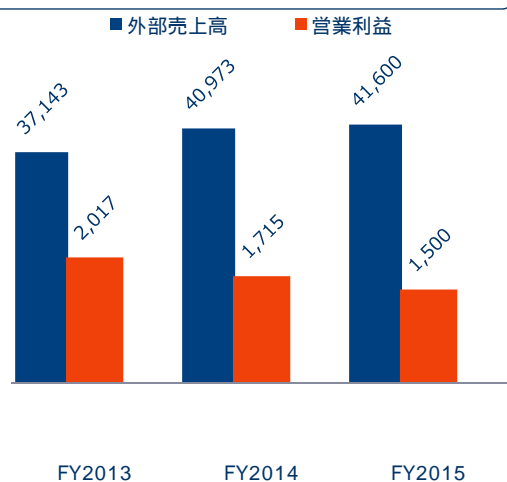
前半の急激な収益悪化に対して、販路拡大と品揃えの強化による販売強化に注力。さらに仕入コストの削減や販売管理費の削減を進め、赤字縮小を目指し、期初計画並みを目指す。

セグメント計画 韓国・中国



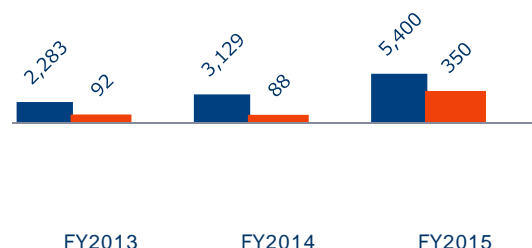
(単位：百万円)

韓国



一時的な需要減少に加え、計画していた補修用品の輸出拡大計画も縮小。想定以上の人件費増加に対して、調達コスト見直しや経費削減効果の進捗状況から、営業利益は増益を見込んだ当初計画から、減益見通しに下方修正。

中国



A T 部品の現地生産・現地納入が若干の遅れで本格化するが需要は下期減速。その他既存工場の生産性改善の効果もあり、売上・利益とも当初計画を若干下回るが、増収増益を計画。

セグメント計画 タイ・欧州

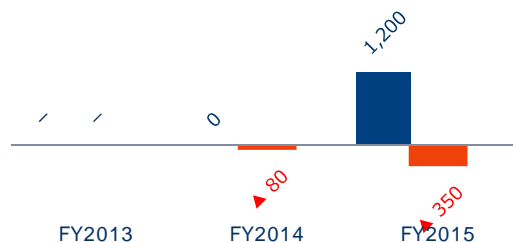
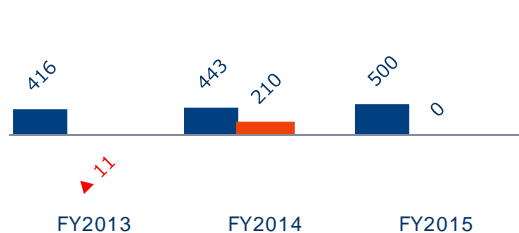


(単位：百万円)

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円建輸出入取引が一段の円安パーツ高によって採算悪化が続き、生産性向上による利益改善でカバーするも、利益は期初計画より若干下方修正。

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するも採算ラインに至らず、現地化推進で早期黒字化を目指す。どちらも期初計画並みの売上・利益見通。

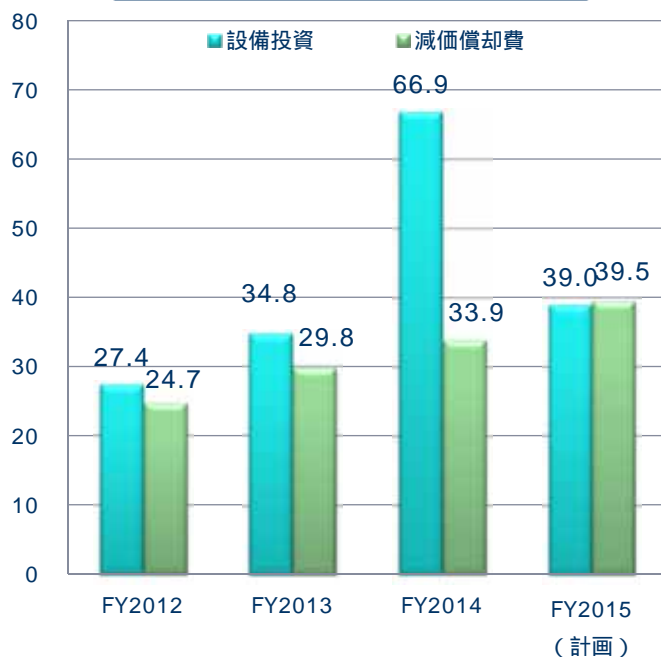
設備投資・減価償却費



(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 (期初)	主な内容
日本	5.0 (7.0)	維持・合理化
韓国	23.0 (26.0)	増産対応・新規開発・更新等
中国	9.0 (12.0)	増産・合理化対応
タイ	2.0 (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	39.0 (47.0)	

. 2016年3月期上期実績

. 2016年3月期通期見通

. 今後の対応

- 17 -

今後の対応

新設拠点の早期黒字化

	外部環境	今後の方向性
 ロシア GMB	ルーブル急落 景気後退	<ul style="list-style-type: none"> ・ 現地調達化 (納入先の生産設備の活用) ・ 納入価格再交渉 ・ 販路拡大
 ルーマニア GMB	ユーロ安 ウォン高	<ul style="list-style-type: none"> ・ 現地調達のスピードアップ ・ 採用部品の拡大
 南通 GMB	景気減速	<ul style="list-style-type: none"> ・ 量産本格化は2016年以降 ・ 取得税減税(1.6以下)効果 ・ 現代車の中国生産は中期的に 拡大継続

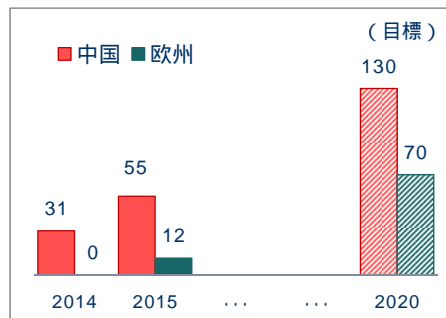
- 18 -



設備投資を抑制し、既存製品の拡販を図る

- ◆ 大口の新規投資は当面抑制
- ◆ 既存製品の拡販による収益確保を優先
- ◆ 中国・欧州を重点市場に営業強化

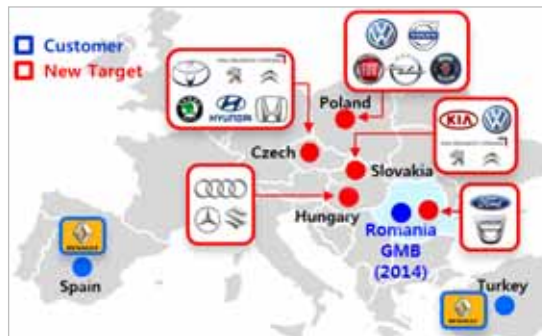
中国・欧州セグメントの売上高目標（億円）



中国拠点および現地顧客の状況



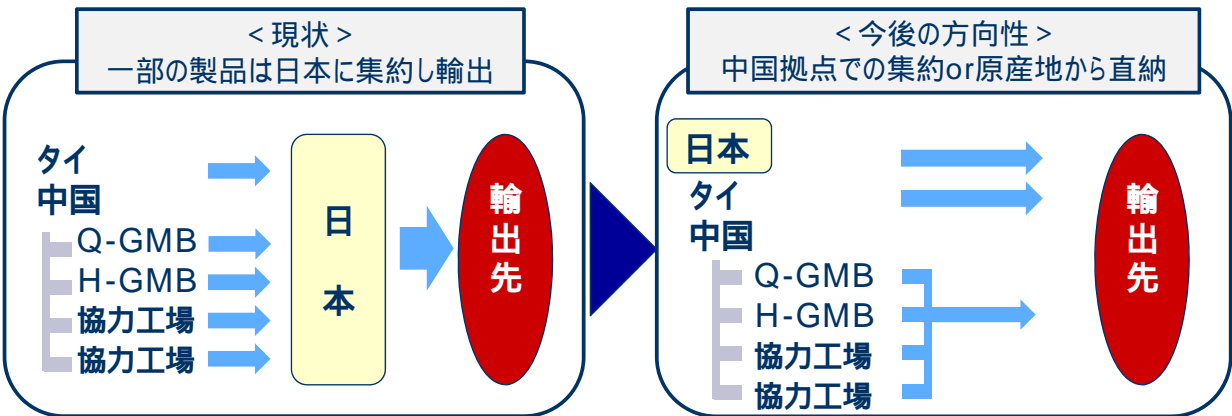
ルーマニア工場および現地顧客・ターゲット先の状況



為替変動に伴う销售价格の見直し

円高時に取り決めた销售价格を見直し
流通在庫が一巡する下半期から効果

流通形態・拠点機能の見直し



電動ウォーターポンプ・電動オイルポンプ・マルチバルブ

製品開発力・周辺技術を強化

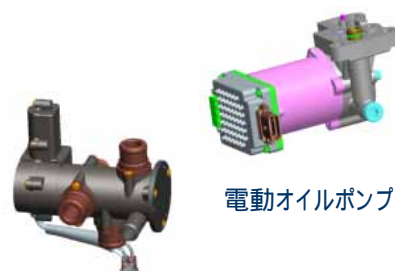
- ◆ センサー、回路設計、制御系エンジニアを養成
新規採用を含め人材補強

販路の拡大

- ◆ 韓国メーカー、米系メーカーへの納入実績を足掛かりに
日系・中国ローカル、農機メーカーへ営業強化



電動ウォーターポンプ



電動オイルポンプ

マルチバルブ

- 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 -