

Bridge Report ホシザキ電機(6465)

 坂本精志会長兼社長	会社名	ホシザキ電機株式会社	 ホシザキ電機
	証券コード	6465	
	市場	東証1部・名証1部	
	業種	機械(製造業)	
	会長兼社長	坂本 精志	
	所在地	愛知県豊明市栄町南館3-16	
	決算期	12月	
	HP	http://www.hoshizaki.co.jp/	

— 株式情報 —

株価	発行済株式数(自己株式を控除)	時価総額	ROE(実)	売買単位	
10,170円	72,414,451株	736,454百万円	10.1%	100株	
DPS(予)	配当利回り(予)	EPS(予)	PER(予)	BPS(実)	PBR(実)
60.00円	0.6%	302.43円	33.6倍	2,364.93円	4.3倍

*株価 6/14 終値。発行済株式数は直近四半期末の発行済株式数から自己株式を控除。ROE、BPSは前期末実績。

— 連結業績推移 —

(単位:百万円、円)

決算期	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	EPS	配当
2009年12月(実)	160,291	8,738	9,455	4,896	67.96	20.00
2010年12月(実)	169,379	13,842	13,058	8,884	123.31	30.00
2011年12月(実)	169,297	13,808	13,750	7,220	100.18	30.00
2012年12月(実)	178,863	16,483	19,768	11,276	156.33	30.00
2013年12月(実)	205,513	20,052	26,349	15,769	218.37	40.00
2014年12月(実)	233,252	26,984	31,235	15,011	207.65	50.00
2015年12月(実)	260,174	31,719	30,864	16,971	234.47	60.00
2016年12月(予)	271,500	34,200	34,800	21,900	302.43	60.00

*予想は会社予想。2016年12月期の当期純利益は親会社株主に帰属する当期純利益。以下同様。

ホシザキ電機の2016年12月期第1四半期決算概要等についてご報告致します。

— 目次 —

1. 会社概要
2. 2016年12月期第1四半期決算概要
3. 2016年12月期通期業績見通し
4. 今後の注目点

今回のポイント

・2016年12月期第1四半期の売上高は前年同期比7.4%増の672億円。国内売上高は、同8.2%増の460億円。引き続きフードサービス産業を中心とした既存顧客への一層の販売促進と新規顧客への積極的な販路拡大に取り組んだ。海外売上高は、同5.7%増の212億円。米国を中心に主力製品である製氷機、業務用冷蔵庫、食器洗浄機等の拡販に努めた。営業利益は同16.6%増の97億円。国内の増収効果に加え、販管費の厳格な管理に努めた。粗利率は0.2ポイント低下したが、コストコントロールが奏功し、営業利益率は前年同期に比べ1.2ポイント上昇した。外貨預金等による為替差損の発生により経常利益は同3.3%減少の76億円となった。

・通期業績予想に変更はない。売上高は前期比4.4%増の2,715億円の予想。国内売上は同3.9%増の1,766億円。フードサービス産業の設備投資意欲は依然旺盛だが、景気変動による息切れ、大型物件の減少、インバウンド需要の頭打ち等の不確定要因を見込んでいる。海外は同5.3%増の949億円の予想。主要市場の景気減速リスクと新興国の景気停滞を見込んでいる。海外売上高比率は前期より0.3ポイント上昇し35.0%へ。

・第1四半期売上高の通期実績に対する構成比を過去5年間さかのぼってみると、2013年12月期の22.5%を除くと24.0~25.1%となっている。今期の対通期予想進捗率は24.8%であり、第1四半期増収率が通期予想を上回る7.4%であったことも加え、順調な滑り出しであったと言えるだろう。

特に、国内売上は通期予想3.9%増収に対し、第1四半期はそれを大きく上回る8.2%であったことが注目される。もちろん今期はまだ始まったばかりであるが第2四半期以降、国内売上上のモメンタムを注視したい。

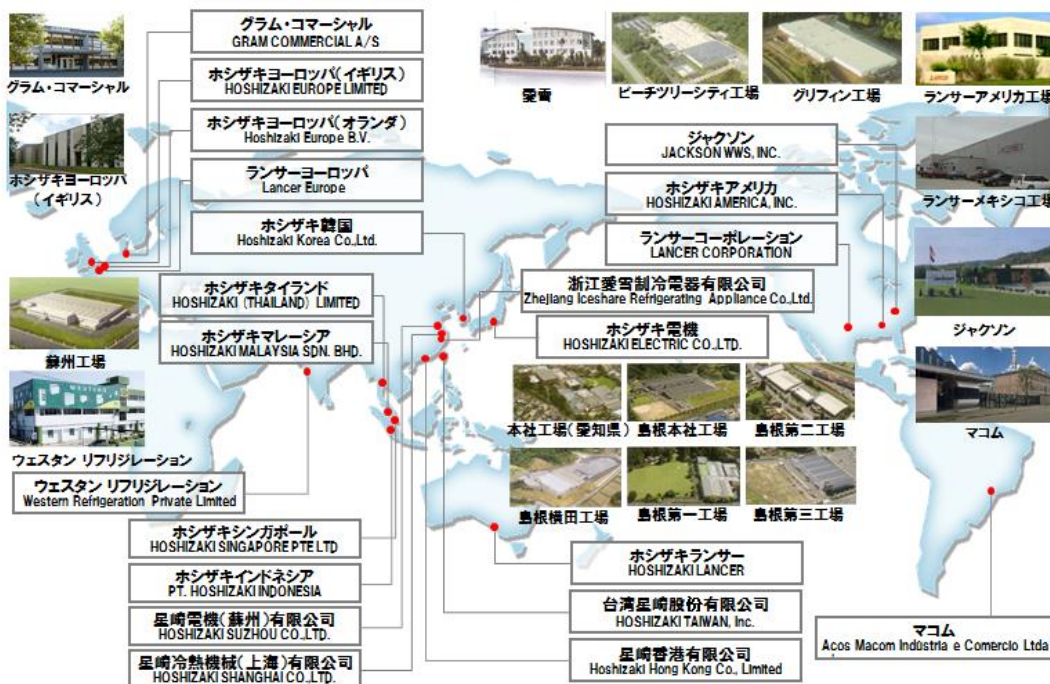
1. 会社概要

飲食店、病院・介護老人保健施設、学校・保育園、スーパー、コンビニエンスストア(以下、コンビニ)、オフィスなどを顧客とし、製氷機、業務用冷蔵庫を始めとしたフードサービス機器の研究開発・製造・販売及び保守サービスを行っている。

製氷機、業務用冷蔵庫、食器洗浄機、生ビールディスペンサ等の主力製品では国内トップシェア。製氷機、業務用冷蔵庫に関してはグローバル市場でもトップシェアである。独自の製品開発力、高品質、強力な営業力、迅速できめ細かなサービス&サポート体制等が強みであり、同業他社に対する大きな優位性となっている。

海外売上高比率は34.7%(2015年12月期)。ホシザキ電機を含む連結グループ会社は、2015年12月末時点で、国内18社、米州15社、欧州・アジア等24社の合計57社。工場は国内5、米州7、欧州・アジア6とグローバルでの生産体制を構築している。国内営業体制は、北海道から沖縄までの15販売会社及びその438営業所(2015年12月末時点)によって日本全国をカバーしている。また海外では米州、ヨーロッパ、アジア・オセアニアに、販売会社を配置し、全世界を幅広くカバーできる体制を整備している。

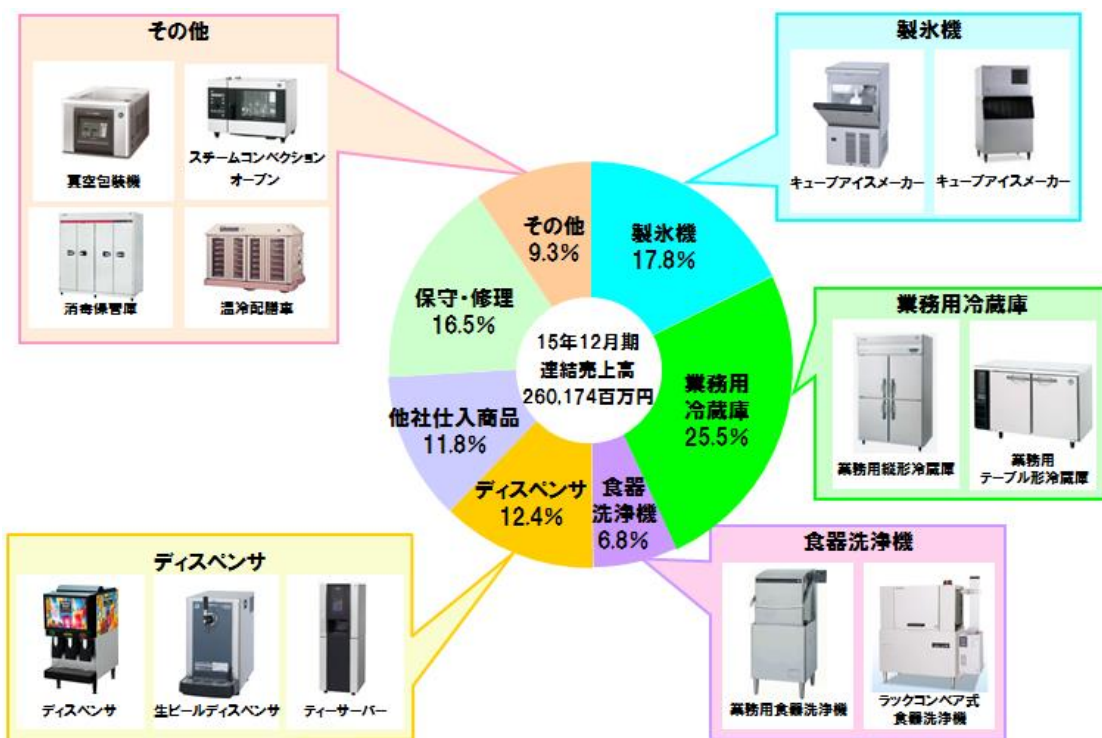
グローバルネットワーク(生産・販売拠点)



(同社資料より)

【事業内容】

製品別売上は、製氷機 17.8%、業務用冷蔵庫 25.5%、食器洗浄機 6.8%、ディスペンサ 12.4%、他社仕入商品 11.8%、保守・修理 16.5%、その他 9.3%となっている。(2015年12月期)



(同社資料より)

【特徴・強み】

1. 独自の技術に基づく製品開発&高い品質基準

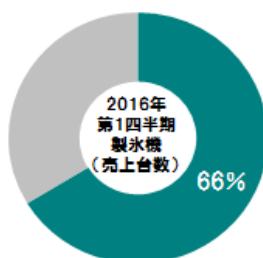
独自技術に基づいた製品企画から製品化までの一貫した研究体制を持つことにより、最終顧客の多様なニーズへ迅速に対応している。また、新製品開発、既存製品の改良や改善、シリーズ展開及び原価低減活動に加え、販売及び保守サービス活動から得られる情報や市場品質情報を製品開発に活用する体制を確立している。また、独自の品質基準を設定し、業務用という厳しい使用環境に耐えられる構造設計を行っており、過酷な条件で繰り返し行われるテストに合格した部品や技術のみが採用されている。

2. 主要製品でトップシェア

高品質、サービス&サポート体制、省エネ・低環境負荷、耐久性、使いやすさ、デザイン性等といった様々なポイントが顧客に評価され、製氷機、業務用冷蔵庫、食器洗浄機、生ビールディスペンサ等の主力製品では国内トップシェアとなっている。また、製氷機に関しては、グローバル市場においても、ブランド別でトップシェアである。また、業務用冷蔵庫においても、2015年12月末時点で、グローバル市場でトップシェアとなった(同社推計)。

主力製品で国内トップシェア

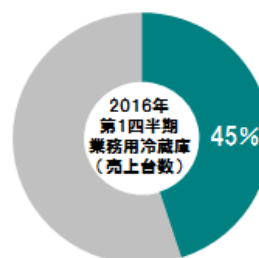
製氷機



出所:社団法人日本冷凍空調工業会



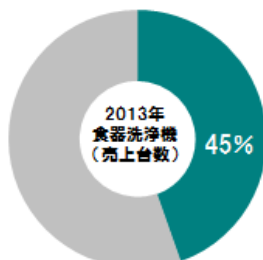
業務用冷蔵庫



出所:社団法人日本冷凍空調工業会



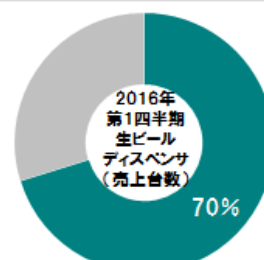
食器洗浄機



自社推計



生ビールディスペンサ



国内販売会社における各ビールメーカーのウインドシェアにより算出



(同社資料より)

3. きめ細かいサービス&サポート体制

同社では国内を15販売会社及びその438営業所でカバーし、約2,500名のサービススタッフによる地域密着型のきめ細かいサービス&サポート体制をとっており、ユーザーから故障やトラブルの問い合わせがあった際は、短時間で駆けつける「即日対応」を掲げて、スピーディーな対応を行っている(いずれも2016年3月末現在)。

4. 営業力の強さと強固な顧客基盤

約3,000名の営業スタッフが日本全国をカバーする直販体制による営業力の強さも同社の大きな特徴である。高い直販比率のため顧客との密着度は高く、現在の強固な顧客基盤の構築に繋がっている。また、サービススタッフとの緊密な連携により、顧客の状況に即応した提案を行う事が出来る機動性の高さも顧客から高く評価されている。

2. 2016年12月期第1四半期決算概要

(1) 連結業績

(単位: 百万円)

	15/12期 1Q	構成比	16/12期 1Q	構成比	前年同期比
売上高	62,605	100.0%	67,264	100.0%	+7.4%
売上総利益	24,682	39.4%	26,369	39.2%	+6.8%
販管費	16,333	26.1%	16,638	24.7%	+1.9%
営業利益	8,349	13.3%	9,731	14.5%	+16.6%
経常利益	7,942	12.7%	7,679	11.4%	-3.3%
四半期純利益	4,416	7.1%	4,656	6.9%	+5.4%

*四半期純利益は親会社株主に帰属する四半期純利益。

国内市場が順調で増収・増益

売上高は前年同期比7.4%増の672億円。国内売上高は、同8.2%増の460億円。引き続きフードサービス産業を中心とした既存顧客への一層の販売促進と新規顧客への積極的な販路拡大に取り組んだ。

海外売上高は、同5.7%増の212億円。米国を中心に主力製品である製氷機、業務用冷蔵庫、食器洗浄機等の拡販に努めた。

営業利益は同16.6%増の97億円。国内の増収効果に加え、販管費の厳格な管理に努めた。粗利率は0.2ポイント低下したが、コストコントロールが奏功し、営業利益率は前年同期に比べ1.2ポイント上昇した。

外貨建て資産における為替差損の発生により経常利益は同3.3%減少の76億円となった。

(2) セグメント別動向

(単位: 百万円)

	15/12期 1Q	16/12期 1Q	前年同期比
売上高			
日本	42,533	46,041	+8.2%
米州	14,707	15,111	+2.7%
欧州・アジア	5,364	6,111	+13.9%
合計	62,605	67,264	+7.4%
営業利益			
日本	6,091	7,315	+20.1%
米州	2,441	2,281	-6.5%
欧州・アジア	436	372	-14.8%
調整額	-620	-238	-
合計	8,349	9,731	+16.6%

※売上高は、「外部顧客への売上高」を示す。

(国内)

売上高は前年同期比8.2%増収の460億円。営業利益は同20.1%増の73億円。

業務用冷蔵庫、製氷機、食器洗浄機などの拡販や、新規顧客への積極的な営業活動を展開した。

<海外>

(米州)

売上高は前年同期比2.7%増収の151億円。営業利益は同6.5%減の22億円。

米国市場の環境が引き続き良好で、製氷機、業務用冷蔵庫の拡販を推進した。

(欧州・アジア)

売上高は前年同期比13.9%増収の61億円。営業利益は同14.8%減の3億円。

業務用冷蔵庫、製氷機等主力製品を積極的に販売した。

(3) 貸借対照表(主要項目)

(単位:百万円)

	15年12月末	16年3月末		15年12月末	16年3月末
流動資産	211,563	210,664	流動負債	77,132	80,112
現預金	148,950	140,552	仕入債務	15,856	19,365
売上債権	27,942	34,552	賞与引当金	3,284	6,420
たな卸資産	25,281	25,335	固定負債	19,977	19,576
固定資産	62,092	62,966	負債	97,109	99,688
有形固定資産	45,126	44,703	純資産	176,545	173,943
無形固定資産	9,157	8,484	株主資本	170,822	171,132
投資その他の資産	7,807	9,777	為替換算調整勘定	2,708	-132
資産合計	273,655	273,631	負債純資産合計	273,655	273,631

前期末と比べ、売上債権は増加したが現預金が減少し、流動資産は8億円減少。有形固定資産、のれん等無形固定資産が減少したが投資その他の資産が増加し、固定資産は同8億円の増加。資産合計はほぼ変わらずの2,736億円だった。

一方、仕入債務の増加等で負債合計は同25億円増加し、996億円となった。利益剰余金の増加で株主資本は増加したが、円高により為替換算調整勘定がマイナスに転じたため純資産は同26億円減少の1,739億円となった。この結果、自己資本比率は前期末より0.9ポイント低下の62.6%となった。

(4) トピックス

◎ ホシザキアメリカ、グリフィン工場の生産能力を増強

同社グループは海外における業務用冷蔵庫を中期的な成長の柱と位置づけている。

2015年12月期には、業務用冷蔵庫の販売台数で世界シェアNo.1を達成し、2020年12月期に向けて、各国・各地域でシェアNo.1を目指している。

この目標達成に向けて、ホシザキアメリカのグリフィン工場(2001年米国・ジョージア州開設)の生産能力を、2015年12月期の生産実績約1.4万台から2020年12月期には約5万台まで引き上げるための設備投資を実施することとした。

また、今後の製氷機・業務用冷蔵庫事業の成長を見据えて、ホシザキアメリカ本社(ジョージア州ピーチツリー市)においてオフィス拡張を行い、エンジニアの増強による開発体制の強化、間接業務の効率化に取り組む。

グリフィン工場の建物延べ床面積を現在の21,050㎡から25,648㎡へ拡張する。拡張工事は2016年4月に完了し5月5日に竣工した。

今後も設備投資を継続的に行い、北米における更なる成長およびフードサービス機器業界への貢献も目指す。

投資金額(2020年までの業務用冷蔵庫にかかわる投資計画)は33百万米ドル(36.3億円、1US\$=110円換算)の予定。

3. 2016年12月期通期業績見通し

(1) 連結業績

(単位:百万円)

	15/12期実績	構成比	16/12期計画	構成比	前期比	進捗率
売上高	260,174	100.0%	271,500	100.0%	+4.4%	24.8%
売上総利益	100,854	38.8%	104,500	38.5%	+3.6%	25.2%
販管費	69,135	26.6%	70,300	25.9%	+1.7%	23.7%
営業利益	31,719	12.2%	34,200	12.6%	+7.8%	28.5%
経常利益	30,864	11.9%	34,800	12.8%	+12.8%	22.1%
当期純利益	16,971	6.5%	21,900	8.1%	+28.9%	21.3%

業績予想に変更無し。国内外とも堅調で増収増益を見込む。

業績予想に変更はない。売上高は前期比 4.4%増の 2,715 億円の予想。

国内売上は同 3.9%増の 1,766 億円。

現時点ではフードサービス産業における設備投資意欲は依然旺盛であるが、景気変動による息切れ、大型物件の減少、インバウンド需要の頭打ち等の不確定要因を見込んでいる。

海外売上は同 5.3%増の 949 億円の予想。主要市場である米国・欧州の景気減速リスクと新興国(中国、ブラジル等)の景気停滞を見込んでいる。海外売上高比率は前期より 0.3 ポイント上昇し 35.0%へ。

(主要想定為替レート: 期中平均)

	14/12 月期実績	15/12 月期実績	16/12 月期 予想
米国ドル	105.7 円	121.0 円	118 円
ユーロ	140.3 円	134.3 円	128 円

営業利益は同 7.8%増の 342 億円。

国内では材料費の上昇、価格競争の激化を予想している。また、計画人員確保を目的とした役員原価や販管費の支出増、効率化のためのIT投資などの費用も織り込んでいる。

海外では今期も、先行投資によるコスト増、価格競争による利益率低下を想定している。

経常利益は、同 12.8%増の 348 億円。同社では業績予想の際に為替差損益は見込んでいない。前期は為替差損 15.1 億円を計上した。

配当は前期同水準の 60 円/株を予想。予想配当性向は 19.8%。

(2)セグメント別売上見通し

(単位: 百万円)

	15/12 期 実績	16/12 期 予想	前期比	進捗率
日本	170,010	176,600	+3.9%	26.1%
米州	62,370	63,100	+1.2%	23.9%
欧州・アジア	27,792	31,800	+14.4%	19.2%
合計	260,174	271,500	+4.4%	24.8%

各セグメントとも増収を見込んでいる。

4. 今後の注目点

第 1 四半期売上高の通期実績に対する構成比を過去 5 年間さかのぼってみると、2013 年 12 月期の 22.5%を除くと 24.0~25.1%となっている。今期の対通期予想進捗率は 24.8%であり、第 1 四半期増収率が通期予想を上回る 7.4%であったことも加え、順調な滑り出しであったと言えるだろう。

特に、国内売上は通期予想 3.9%増収に対し、第 1 四半期はそれを大きく上回る 8.2%であったことが注目される。もちろん今期はまだ始まったばかりであるが第 2 四半期以降、国内売上のモメンタムを注視したい。

<参考:次期経営ビジョン(2016-2020)の概要>

同社は2016年から2020年までの5年間の経営ビジョンを発表した。

<2015 経営ビジョンの総括>

2015年経営ビジョン(2011-2015年)の目標及び実績は以下の通りであった。

項目	目標	実績
①連結売上高	2,200億円	2,601億円
②海外売上高比率	35%	34.7%
③連結営業利益率(のれん償却後)	9.0%	12.2%

上記の内、①と③は1年前倒しで達成。②についても、2015年12月期でほぼ達成している。

<次期経営ビジョンの位置付け>

今後の5年間について同社は、国内景気については2018年以降大きく潮目が変わるリスクがあると見ている。

一方海外についても冷蔵庫の拡大やM&Aの実施で海外売上高比率50%を目指していくが、先行投資負担増、エリア拡大によるガバナンスに関するリスク増も想定している。

こうした環境変化を想定する中、確実な成長及び収益性の改善を図りつつも環境変化に巧みに対応できる経営基盤の強化に積極的に取り組み、一段上の成長と収益改善を目指す。

<経営方針・財務目標>

(経営方針)

フードサービス機器業界 グループ売上高世界No. 1 ✓ 各国各地域でシェアNo. 1の追求/グループシェアNo. 1
グローバルな環境変化に備えた経営基盤づくり ✓ 2018年以降潮目が変わると想定される日本経済停滞/需要減少に備えた強い収益体質の構築 ✓ 海外事業、進出国拡大に備えた経営体制の構築

(財務目標)

項目	目標
連結売上高	4,000億円(内、M&A600億円)
海外売上高比率	50%
連結営業利益(新規M&Aのれん償却あり)	500億円、利益率12.5%
連結営業利益(新規M&Aのれん償却なし)	560億円、利益率14.0%

<重点テーマ>

経営方針	重点テーマ
フードサービス機器業界 グループ売上高世界No. 1	共通: ホシザキグループ各ブランドの価値向上 国内: 圧倒的な競争優位性確保と新規市場開拓 海外: 冷蔵庫事業成長加速と新規市場及び商品群の攻略
グローバルな環境変化に備えた経営基盤づくり	共通: グローバルコーポレートガバナンス体制の強化 共通: 事業環境変化に備えた収益体質の強化及び緊急時施策の準備 共通: グローバリゼーション加速に備えた経営体制の強化

BRIDGE REPORT

ブリッジレポート



▶ アラート申込み



ホシザキ電機の適時開示情報の他、レポート発行時にメールでお知らせいたします。

▶ 登録データ変更



既にご登録済みの方で、登録内容に変更がある場合や登録解除の方は、こちらよりご変更ください。



ブリッジサロン
公式 twitter アカウント

(株)インベストメントブリッジの発行するブリッジレポートや投資家向け会社説明会の映像情報をつぶやいています。

本レポートは情報提供を目的としたものであり、投資勧誘を意図するものではありません。また、本レポートに記載されている情報及び見解は当社が公表されたデータに基づいて作成したものです。本レポートに掲載された情報は、当社が信頼できると判断した情報源から入手したものです。その正確性・完全性を全面的に保証するものではありません。当該情報や見解の正確性、完全性もしくは妥当性についても保証するものではなく、また責任を負うものではありません。本レポートに関する一切の権利は(株)インベストメントブリッジにあり、本レポートの内容等につきましては今後予告無く変更される場合があります。投資にあたっての決定は、ご自身の判断でなされますようお願い申し上げます。

Copyright(C) 2014 Investment Bridge Co.Ltd. All Rights Reserved.

ブリッジレポート(ホシザキ電機:6465)の バックナンバー及びブリッジサロン(IRセミナー)の内容は、www.bridge-salon.jp/でご覧になれます。