



株式会社Cominix
2020年3月期 第2四半期
決算説明資料

証券コード3173

<https://www.cominix.jp>

Cominix

AGENDA

1 会社概要と業界の状況

2 特徴と強み

3 成長戦略

4 2020年3月期第2四半期決算概要

5 中期経営計画(2020年3月期~2022年3月期)

6 配当政策・株主優待

会社概要

会社名	株式会社Cominix
英訳名	Cominix Co., Ltd.
代表者	柳川 重昌
創業	1945年11月1日（中央機械工具商会を創業）
設立	1950年5月16日（大阪工具株式会社を設立）
本社所在地	大阪府中央区安堂寺町1-6-7
資本金	3億5,019万円（2019年3月末現在）
連結売上高	255億円（2019年3月期）
決算期	3月
従業員数	連結：377名、単体：207名（2019年3月末現在）

当社の属する業界について

- ✓ 当社の主たる取扱商品は切削工具(超硬工具の世界市場は約2兆円 うち日本は15%~20%)
- ✓ 工作機械受注額は約1兆6,500億円、切削工具販売額は約5,000億円と推定

工作機械・機械工具業界の状況

卸売業

総合商社

専門商社

出所) 一般社団法人 日本工作機械工業会 工作機械統計、経済産業省 統計調査

一般機械器具卸売業

工作機械

受注額
約1兆6,500億
円



機械工具

切削工具

販売額
約5,000億円



測定工具

- ・ノギス
- ・マイクロメーター
- ・三次元測定機



伝導工具

- ・ベアリング
- ・ベルト
- ・プーリー



作業工具

- ・スパナ
- ・ドライバー



工作用機器

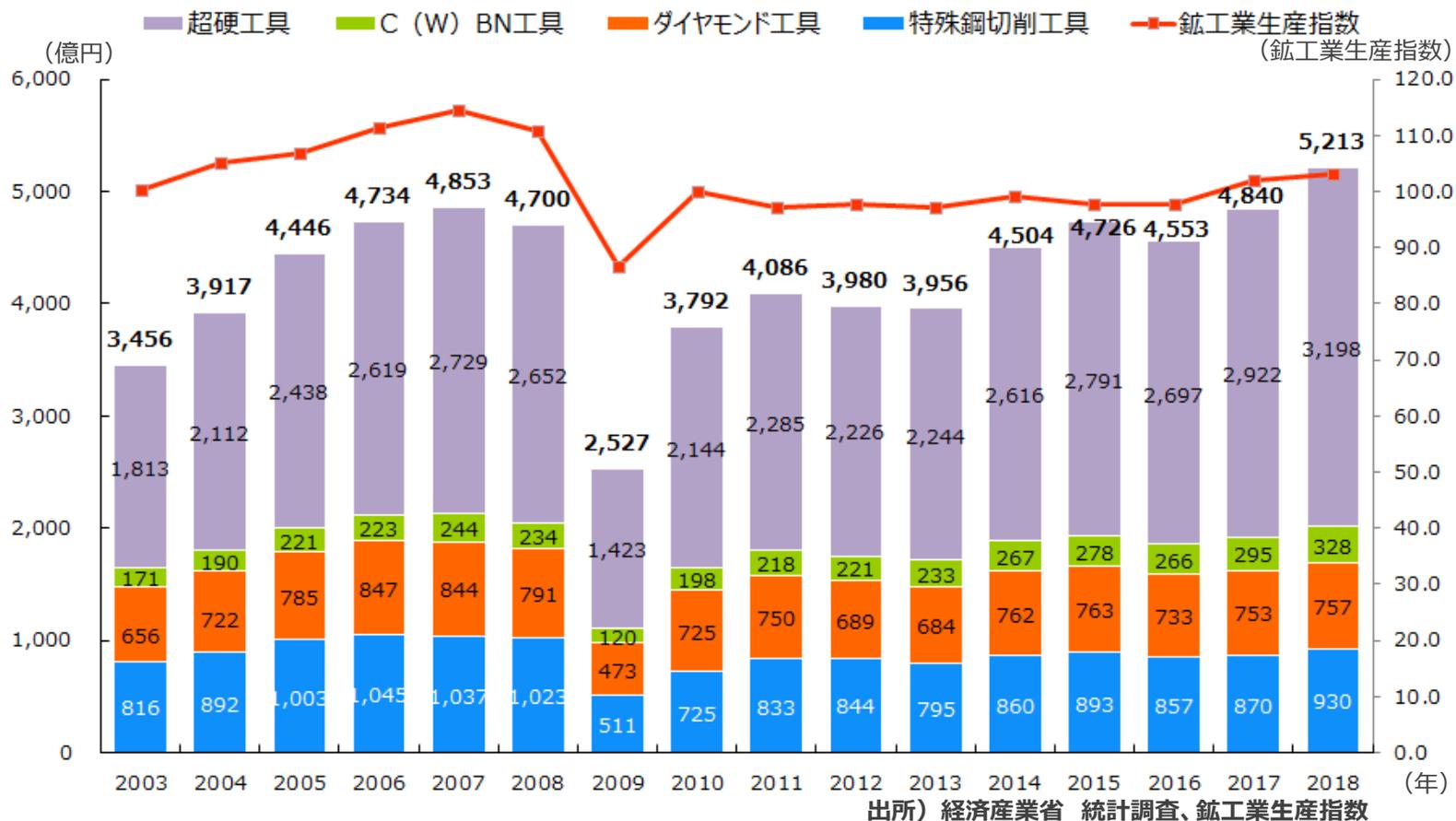
- ・チェーンブロック
- ・コンプレッサー
- ・グラインダ



工具販売額の推移

- ✓ 100年以上前からの業界で、自動車・電気製品・建機・航空機業界などと共に発展
- ✓ 鉱工業生産指数との連動性が高い

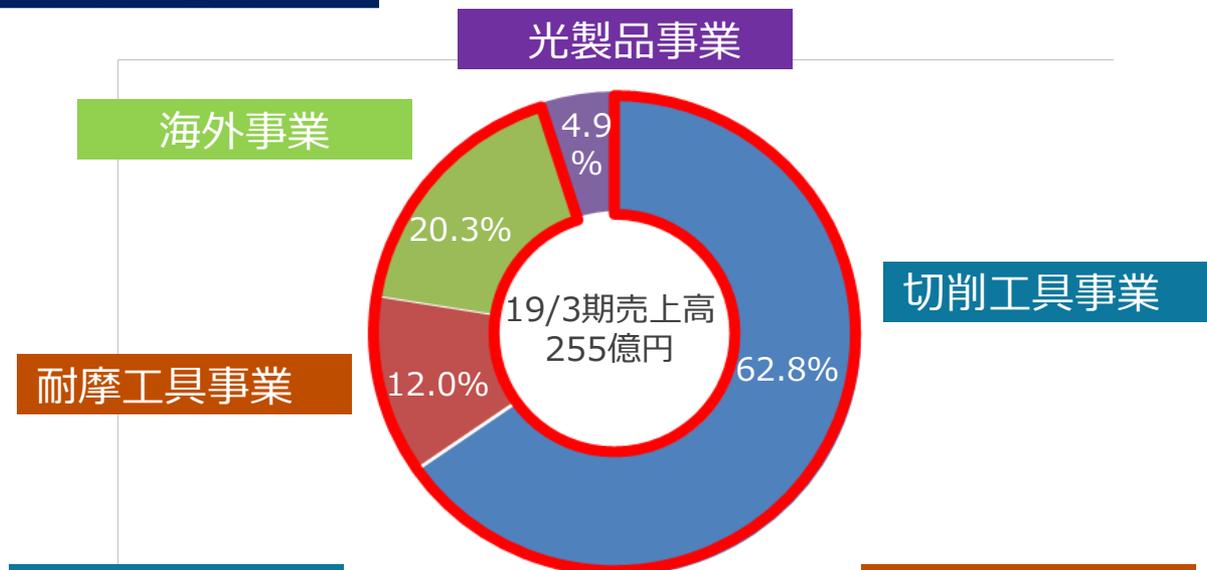
工具販売額の推移



事業内容

- ✓ 超硬工具に特化した高度専門商社として4つのセグメントを構成
- ✓ 超硬工具以外にも、耐摩工具や光製品の取扱いも行う

セグメント別の売上構成



切削工具事業

- 金属加工として切削工具を中心に放電加工用工具、ホルダー類、精密測定機器等を販売



耐摩工具事業

- 製罐工具(パンチ、ダイス)、破碎工具等を販売



海外事業

- アジア、北中米などの海外拠点から、切削工具、耐摩工具等を販売

光製品事業

- 光ファイバー、光源装置、光学部品等を販売



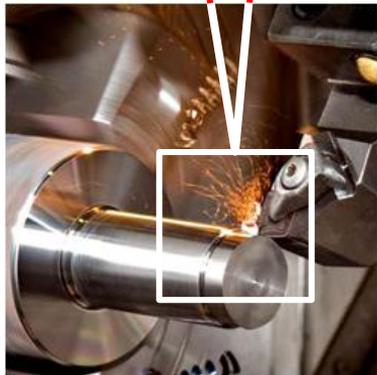
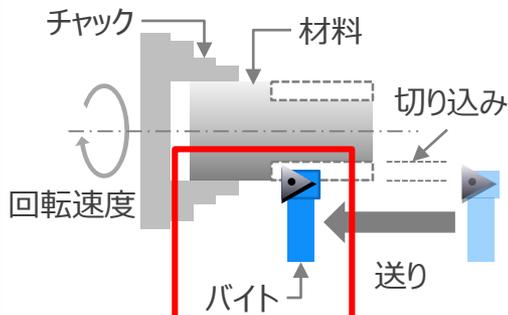
切削工具とは

- ✓ 生産ラインの工作機械に装着され、超高精度の金属加工を実現する超硬工具
- ✓ モノ作りのコアな工程における、生産性に直結する重要な工具
- ✓ 最適な工具選びが、加工速度、精度に大きく影響

切削加工の分類

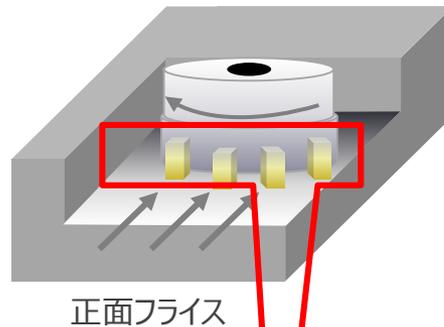
旋削

旋盤、NC旋盤で表面加工



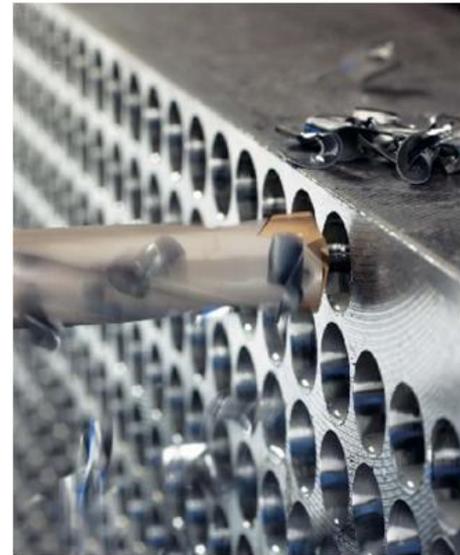
転削

フライス盤、MCで表面加工



穿孔

ボール盤、MCで穿孔

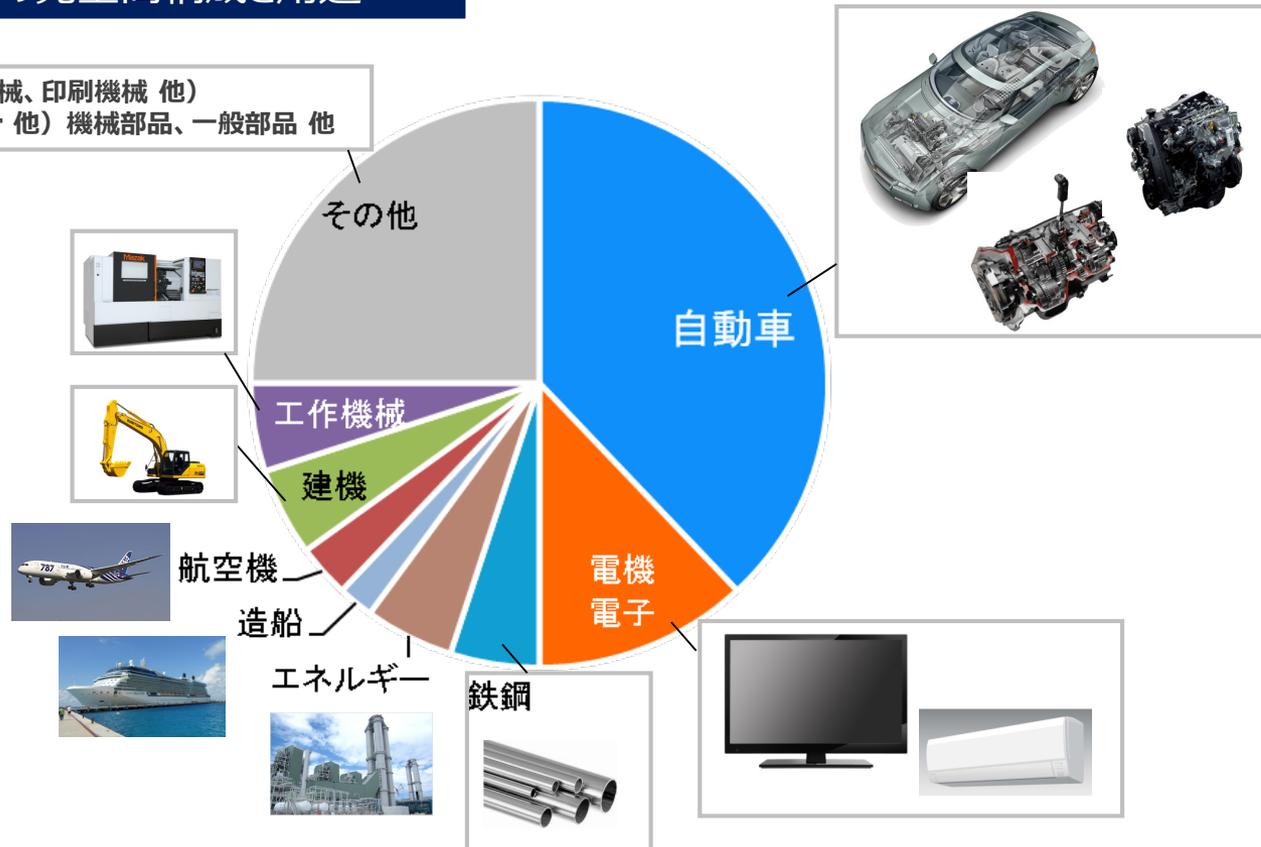


切削工具とものづくり産業との関係

- ✓ あらゆる業種におけるコアな製造工程に不可欠な切削工具
- ✓ 自動車製造におけるエンジン内主要部品や駆動系などの基幹部分をはじめ、あらゆる加工に使われる

顧客業種ごとの売上高構成と用途

一般機械（農機、繊維機械、印刷機械 他）
医療（インプラント、人工骨 他） 機械部品、一般部品 他



AGENDA

1 会社概要と業界の状況

2 特徴と強み

3 成長戦略

4 2020年3月期第2四半期決算概要

5 中期経営計画(2020年3月期~2022年3月期)

6 配当政策・株主優待

特長と強み

Cominixグループ° 4つの強み

強み
01

商品力

専門商社としての
圧倒的な品揃え

強み
02

提案力

生産性向上に寄与
する提案営業

強み
03

2つの販売形態

直販部門 卸部門の
2部門制によるシナジー

強み
04

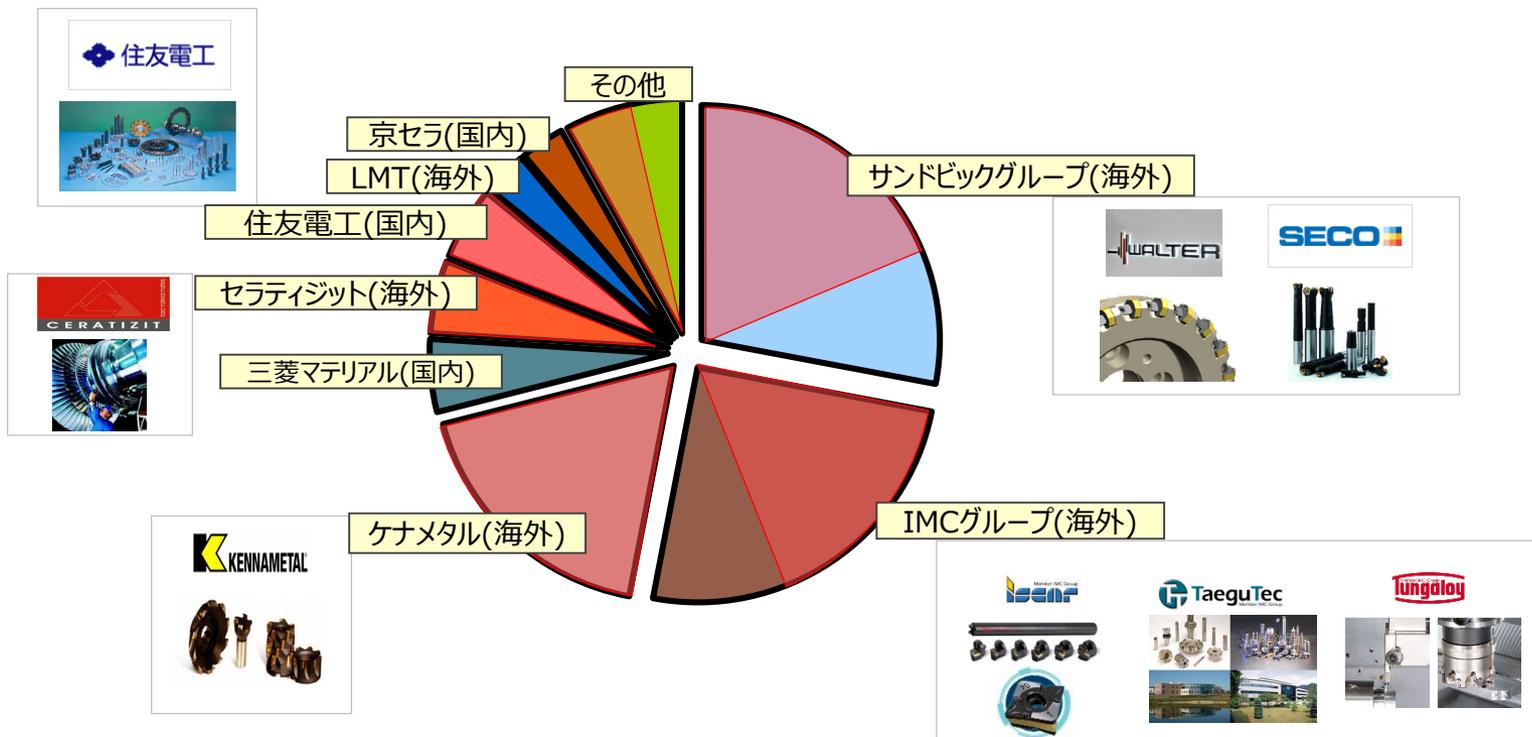
国内外ネットワーク

急拡大する日系企業
の海外移転をフォロー

商品力

- ✓ 切削工具市場の世界シェア約60%をカバーする、主要かつ多彩なメーカーと取引
- ✓ 国内外の商材を厳選し、ユーザーニーズに応える商材を豊富に取り揃える

切削工具メーカー世界シェア



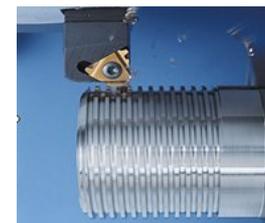
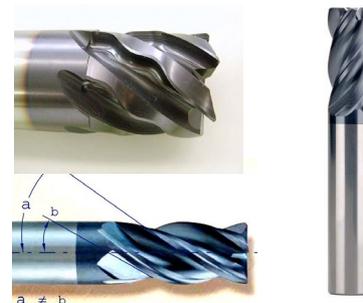
△ : 当社取扱いメーカー

出所) IMC

商品力（Cominix商品）

- ✓ 海外の優秀なメーカーを掘り起こし、「Cominix商品」として紹介
- ✓ 当社は10数社の専門メーカーの総代理店となっている

Cominix商品の紹介



提案力

✓ ユーザーの工具費削減ではなく、製造原価全体の削減をターゲットとする提案

Cominixのコスト削減アプローチ

一般的な
コスト削減
アプローチ

工具単価の削減

↑
工具単価が20%下がっても
コストは△1%

工具寿命の延伸

↑
工具寿命が50%伸びても
コストは△2%

製造原価
内訳



Cominixの
コスト削減
アプローチ

生産性向上

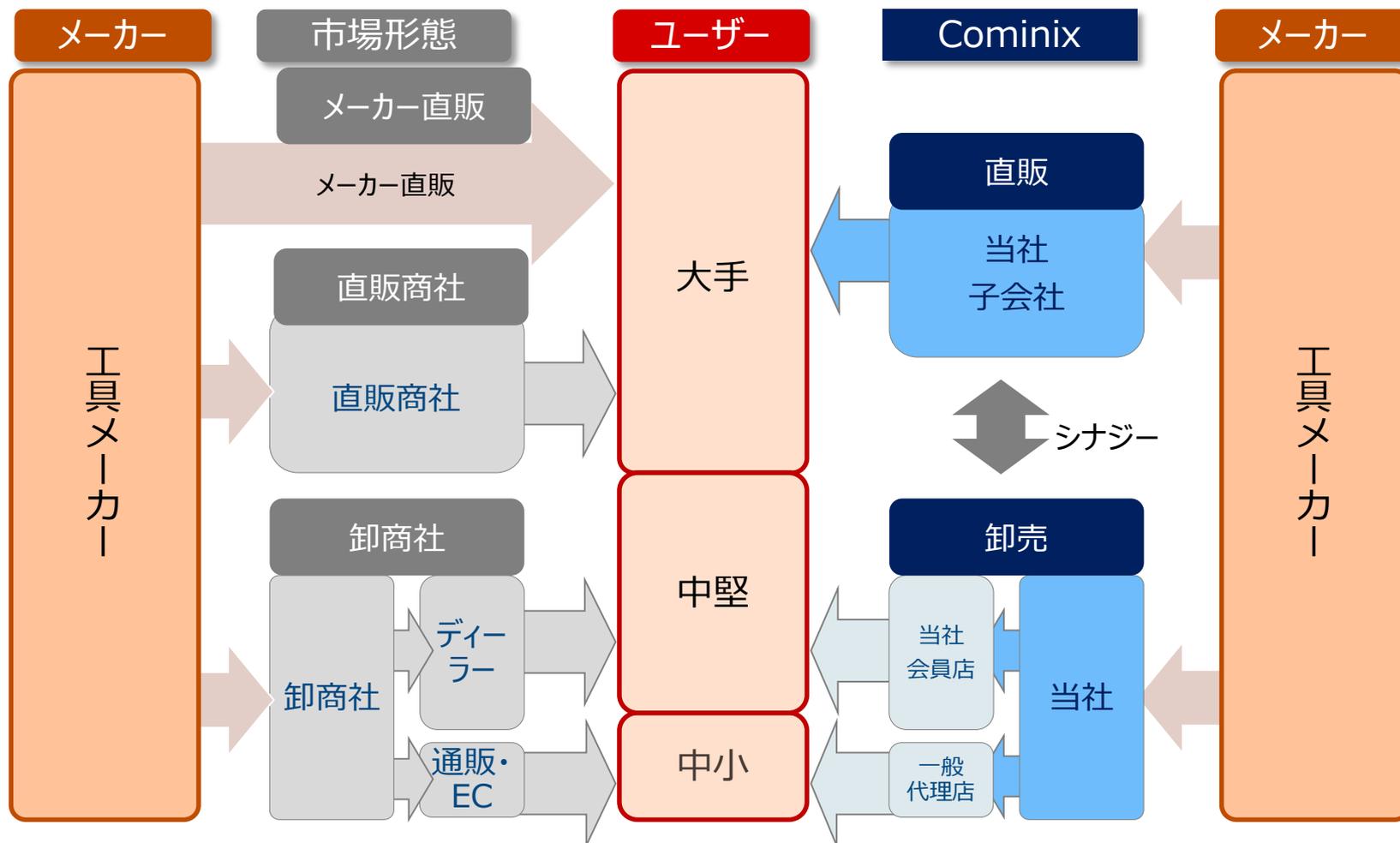
加工条件を20%アップすると
コストは△14%



2つの販売形態(国内)

- ✓ 商品力と提案力を最大限に活かした販売形態で大手から中小ユーザーを網羅
- ✓ 直販部門で「新商材の発掘」、卸部門で拡販「規模の利益」を得るシナジー効果

2つの販売形態



ネットワーク(グローバル化)

- ✓ 新興国を中心にアジアと中米に9カ国、30拠点を開設
- ✓ 競合他社にはない海外展開により、急拡大する日系メーカーの海外拠点を開拓
- ✓ 今期はフィリピンに保税区分子会社を設立
営業拠点は、中国 西安、インド ニムラナ、インドネシア バンドンを新設

海外ネットワーク



AGENDA

1 会社概要と業界の状況

2 特徴と強み

3 成長戦略

4 2020年3月期第2四半期決算概要

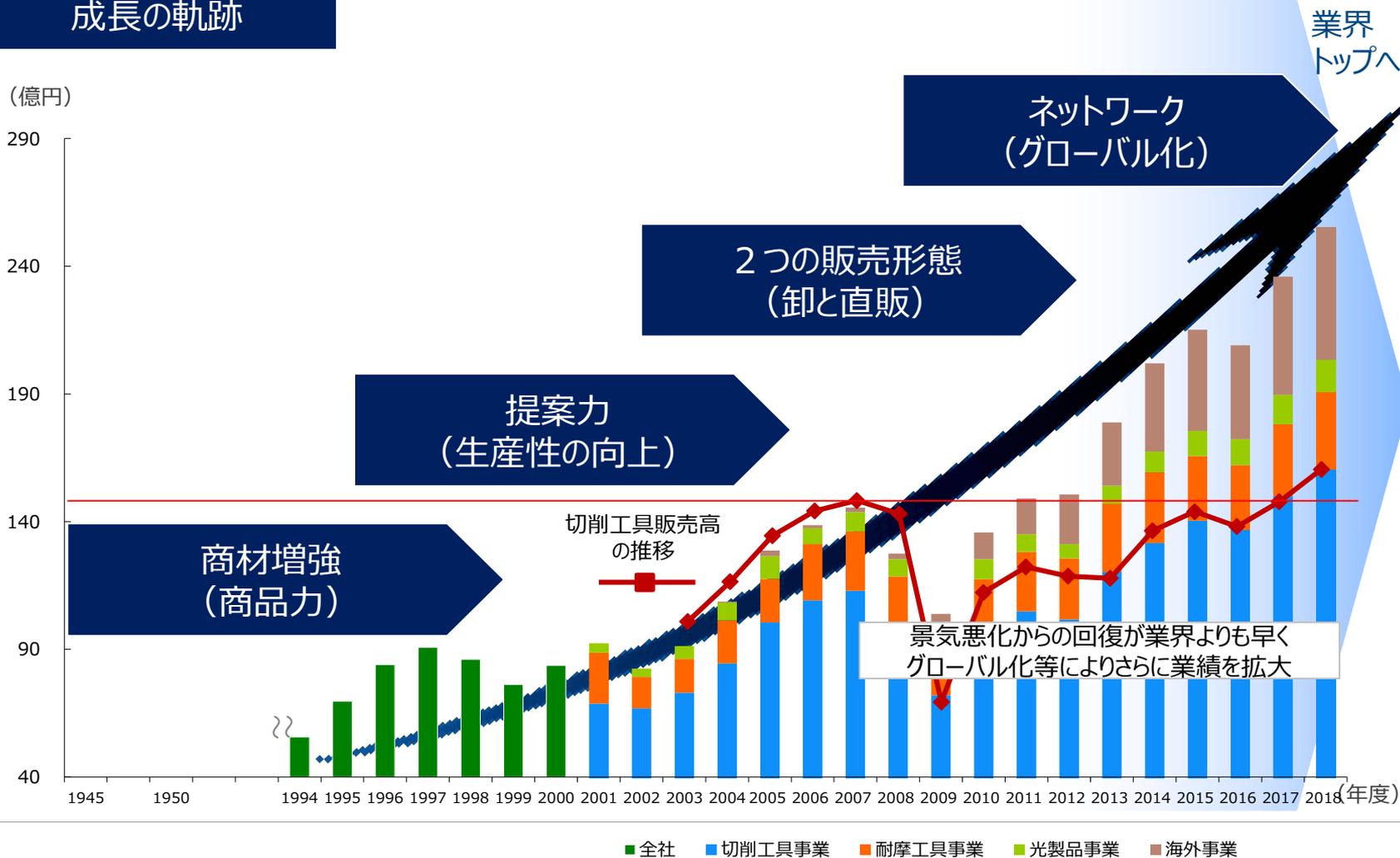
5 中期経営計画(2020年3月期~2022年3月期)

6 配当政策・株主優待

成長の軌跡

- ✓ 日本経済が長期に低迷する中、着実に業績を拡大
- ✓ オンリーワンのビジネスモデルを作り、競争力を高める

成長の軌跡



業界NO.1に向けた成長戦略

成長 戦略 01

独自の販売方法 独自商材の販売

- ・テクニカルセンターの設立
- ・在庫センターの整備
- ・ルート替えによるシェア向上
- ・積極的な拠点展開
- ・Cominix商品の拡充

成長 戦略 02

M&Aの活用

- ・大手ユーザーに強い販社の
の囲い込み
- ・大手ユーザーとの商流を
確保し国内売上増

成長 戦略 03

積極的な海外展開

- ・成長著しい海外市場で
売上増
- ・国内市場へのシナジー効果

成長 戦略 04

新規取扱商品の展開

- ・耐摩工具・光製品新商材
- ・鋳物・鋳産物の取扱い
- ・生産ラインで使用する
生産性向上に寄与する
商材の取扱い

販売方法（テクニカルセンター）

- ✓ 顧客のテスト加工、商品加工データ収集、社員教育等に活用。技術営業体制拡充
- ✓ CAD/CAMソフト、ツールスコープ導入によりユーザーとの密着度を上げる取組みを実施

テクニカルセンターの概要

Cominixが提案するちょっと先の未来



設立3年目をむかえ

『近未来工場』のモデルを体現しユーザーとの密着度を上げていく各種取組みを実施。

- ・CAD/CAMシミュレーション
- ・ツールマネジメントシステム
- ・ツールスコープ
- ・マシニングセンタ 等

いつでもどこでも新情報

最新テクノロジーや製品情報を、必要十分な情報量にピックアップしてお届けいたします。

ツールマネジメントシステム

テクニカルセンターでは次世代型の工具管理システムを導入しています。このシステムでは、工具の適切な取り出し・入庫・発注のサポートを行います。

CAD/CAM シミュレーション

テクニカルセンターではCAD/CAMソフトを用いた工程改善・立ち上げ作業の効率化をご提案しています。

KOMET® ツールスコープ

テクニカルセンターではKOMET社製 ツールスコープを使い、加工状況を常に監視・管理しています。

販売方法（ロジスティクスセンター）

- ✓ 本社、1支社、4支店、その他23ヶ所の営業拠点網で国内ユーザーをカバー
- ✓ 大阪・北関東・名古屋にロジスティクスセンターを配置。全国どこでも翌日午前中配送可
- ✓ 今期は静岡出張所、甲府営業所を新設

国内ネットワーク



M&Aの活用

- ✓ 大手ユーザーを顧客に持つ有力代理店を囲い込み
- ✓ 後継者がいない、顧客の海外進出に対応できない 等の企業を友好的に買収

M & A 実績

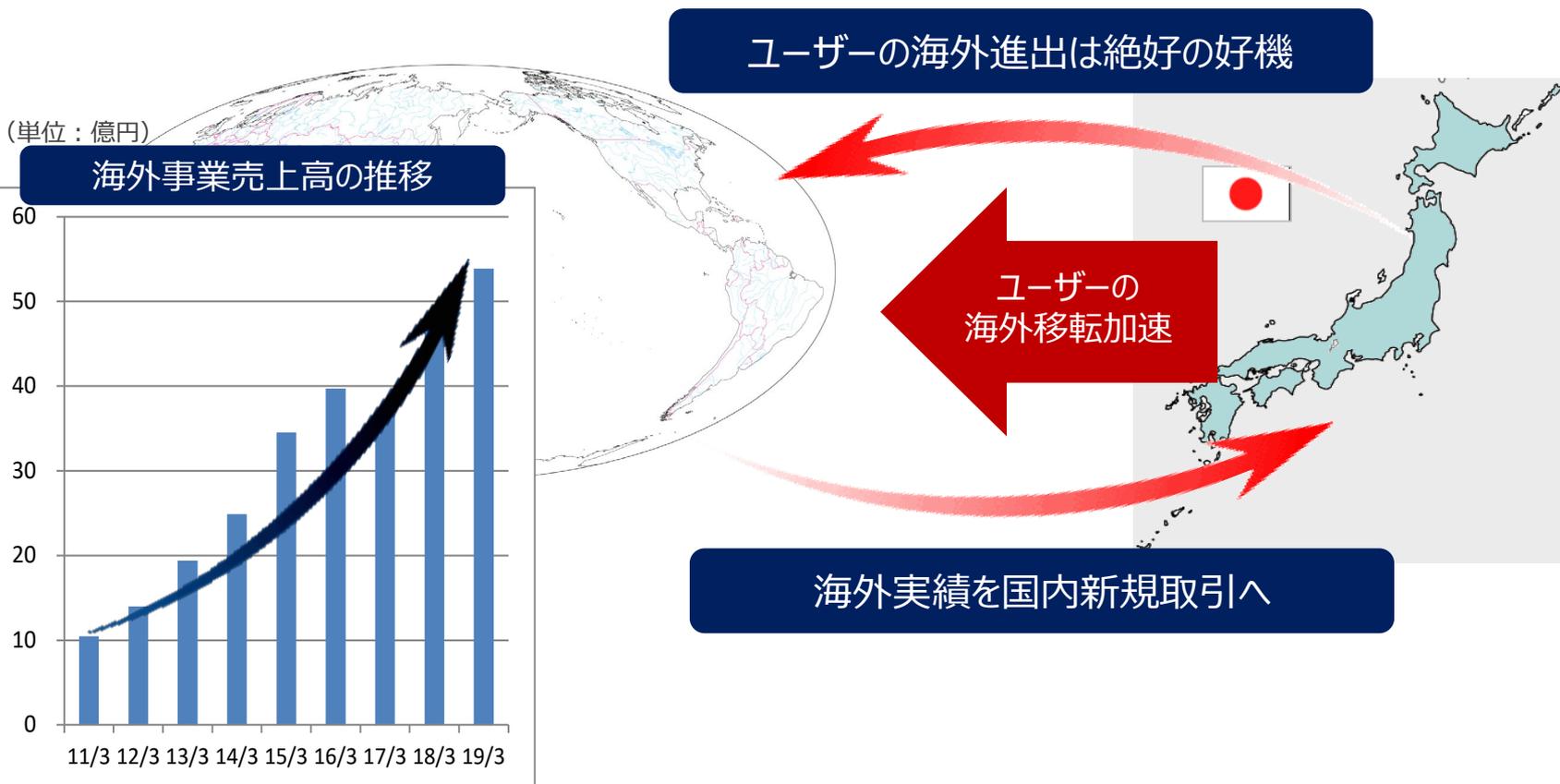
時期	社名	目的等
1995年	山崎兄弟商会株式会社	中国地方における販売力強化 (主に自動車メーカー向け)
2009年	武和テック有限会社	近畿地方における販売力強化 (主に農機メーカー向け)
2010年	株式会社CST	関東地方における販売力強化 (主に自動車、電機、建機メーカー向け)
2013年	日三工業株式会社 (※1)	関東地方における販売力強化 (主に自動車、建機メーカー向け)
2013年	共栄機工株式会社	関東地方における販売力強化 (主に自動車、建機、農機メーカー向け)

(※1)日三工業株式会社は、当社グループの経営資源の集約・効率的な組織運営を図ることを目的として、2019年1月1日付で吸収合併済

積極的な海外展開（シナジー効果）

- ✓ 海外進出可能な直販体制と商品力・提案力を武器にユーザーの海外進出をサポート
- ✓ 海外で獲得したユーザーの国内拠点を開拓

海外展開によるシナジー効果



新規取扱商材の展開

- ✓ 各事業部において、新規の取扱商材を拡充することで企業成長を加速化
- ✓ 新商材拡充により、あらゆる顧客のニーズに対応し、企業価値を高めている

新規取扱商材 事例_切削工具・海外事業

切削工具に関連した新カテゴリ商材の拡充

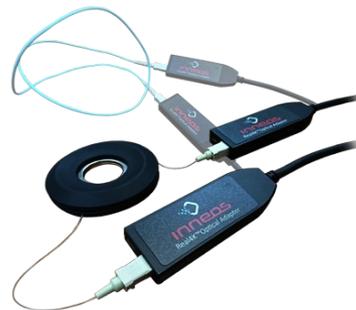


超硬工具に不可欠なタングステン等の希少金属
やものづくり現場を支える産業用ロボット

当社の技術力の根幹である切削工具に関連
する新商材を随時拡充。直近では、鉱物資源
や産業用ロボット等を新商材として拡充

新規取扱商材 事例_光製品事業

次世代技術に対応した商材の拡充



INNEOS社

次世代の8K映像伝送技術を有する
INNEOS社のオプティカルアダプター

光製品事業では、25年の経験と実績を基にし
た光のプロフェッショナルとして今後も8K対応商
品の取扱いをはじめとした次世代技術に対応

AGENDA

1 会社概要と業界の状況

2 特徴と強み

3 成長戦略

4 **2020年3月期第2四半期決算概要**

5 中期経営計画(2020年3月期~2022年3月期)

6 配当政策・株主優待

上半期の重点施策(営業戦略)

- ✓ 上半期の営業戦略は、新製品の販売拡充、営業拠点の新設など営業活動の基盤を新たに構築するための施策を実施

営業戦略

新商材の 販売拡充

- ・新規(YG-1製品)の販売拡充
昨年に取り扱いを開始した切削工具商材 (YG-1製品) を社内キャンペーン等により販売を拡充
- ・新規商材(切削液)の販売拡充
昨年に取り扱いを開始した切削液TRIMの販売拡充
- ・新規商材(鉱物資源)の販売拡充
昨年に取り扱いを開始した鉱物資源の販売拡充



拠点の 新設

- ・切削工具事業 静岡出張所・甲府営業所を新設
中部エリアの新規開拓の営業拠点として2019年7月に静岡出張所、2019年9月に甲府営業所を新設
- ・海外事業 フィリピン保税區外に新会社を設立
フィリピンの保税區外エリアの新規開拓の為、2019年5月に現地法人(COMINIX TRADING PHILIPPINES INC)を設立
- ・海外事業 インド ニムラナに営業拠点を新設
インドにおける事業規模拡大を目指し、2019年7月にインドのニムラナに営業拠点を新設



上半期の重点施策(その他戦略)

- ✓ 上半期のその他戦略は、テクニカルセンター進化にむけての取組み、BIツール活用など当社グループのグローバル展開の基盤となる各種体制を整備

その他戦略

テクニカルセンター 進化にむけての 取組み

・テクニカルセンター進化にむけての取組み

テクニカルセンターの開設3年目に入り、『近未来の工場のモデル』に進化させる取組みを実施。職人レスへの対応、ツールスコープによる切削加工自動化等によりユーザーとの密着度をさらに上げていく。

「職人レス」→CAD/CAMソフトによるデータベース活用
「ツールスコープ」→加工状態の可視化・切削条件の自動化

Cominixが提案するちょっと先の未来



ビッグデータ分析 BIツールの活用 等

・ビッグデータ分析等によるBIツール活用

昨年7月より業務の標準化・効率化、内部統制強化を推進すべく新基幹システムが稼働。それに伴い各種BIツールを導入し、情報の高度化を推進。ビッグデータ分析により、戦略立案や経営の意思決定迅速化に貢献。



2Q 損益計算書

売上高 11,891百万円(前年比 4.4%減)→切削工具・耐摩工具・海外事業の低迷
 売上総利益 9,359百万円(前年比 3.6%減)→Cominix商材比率増により粗利率はアップするが
 売上減少分をカバーできず売上総利益が低迷
 営業利益 354百万円(前年比 4.4%減)→人員増に伴う販管費増による営業利益の低迷

2Q損益計算書

	19/3期 2Q実績	20/3期 2Q実績	前期比	
			増減額	増減率
連結売上高	百万円 (構成比) 12,442	百万円 (構成比) 11,891	百万円 ▲ 551	▲ 4.4%
売上原価	9,815 78.9%	9,359 78.7%	▲ 456	▲ 4.6%
売上総利益	2,627 21.1%	2,532 21.3%	▲ 95	▲ 3.6%
販管費	2,114 17.0%	2,177 18.3%	62	3.0%
営業利益	512 4.1%	354 3.0%	▲ 158	▲ 30.8%
営業外収益	61	40	▲ 20	▲ 33.6%
営業外費用	65	56	▲ 8	▲ 13.6%
経常利益	508 4.1%	338 2.8%	▲ 169	▲ 33.4%
税引前四半期純利益	508 4.1%	338 2.8%	▲ 169	▲ 33.4%
当社株主に帰属する 四半期純利益	288 2.3%	207 1.7%	▲ 81	▲ 28.1%

2Q セグメント別業績

切削工具	新規営業拠点の設立、主カメーカとのキャンペーン等、市場シェア拡大に向けての各種施策を実施したが、市場環境の低迷に伴う販売減を補完するに至らず売上高及びセグメント利益は低調に推移
耐摩工具	製袋・電池・破碎刃等の業界へも積極展開したが、前年度と比較して大口設備投資案件が減少したことを主因として売上高及びセグメント利益は低調に推移
海外	フィリピンの保税区外に新会社、インドに拠点を新設するなど営業基盤を拡大に向けての取組みを実施したが、アジア・北米において自動車関連の需要が減退したことを主因として売上高及びセグメント利益は低調に推移
光製品	中国のフラットパネルディスプレイ関連の投資や半導体市場が低調となる中、展示会出展による新規顧客の獲得や新規商材の拡販等により売上高及びセグメント利益は堅調に推移

2Q セグメント別業績

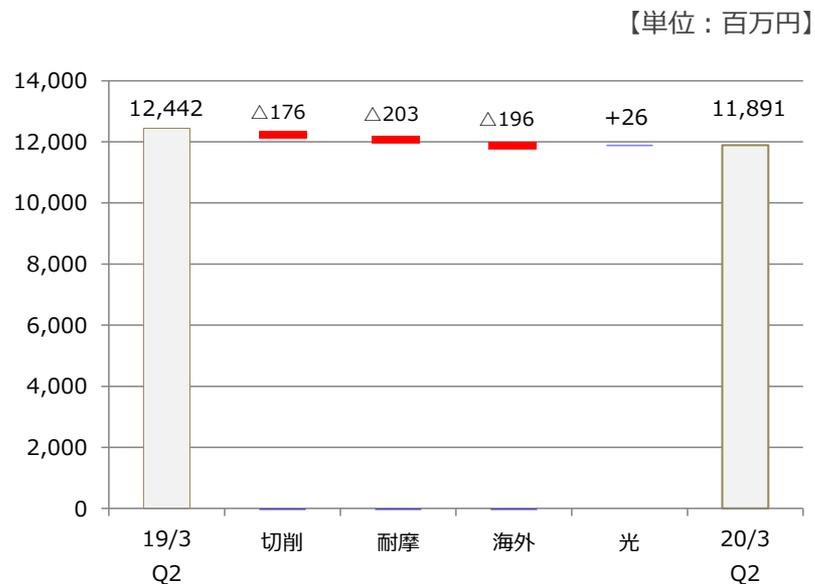
		19/3期 2Q実績	構成比	20/3期 2Q実績	構成比	前期比	
						増減額	増減率
連結売上高		百万円 12,442	100%	百万円 11,891	100%	百万円 ▲ 551	▲ 4.4%
	切削工具事業	7,832	62.9%	7,655	64.4%	▲ 176	▲ 2.3%
	耐摩工具事業	1,463	11.8%	1,259	10.6%	▲ 203	▲ 13.9%
	海外事業	2,527	20.3%	2,331	19.6%	▲ 196	▲ 7.8%
	光製品事業	619	5.0%	645	5.4%	26	4.2%
セグメント利益		512	100%	354	100%	▲ 158	▲ 30.8%
	切削工具事業	268	52.4%	202	57.1%	▲ 66	▲ 24.6%
	耐摩工具事業	151	29.6%	103	29.1%	▲ 48	▲ 32.0%
	海外事業	63	12.4%	7	2.2%	▲ 55	▲ 87.6%
	光製品事業	27	5.4%	46	13.1%	19	69.2%
	調整額	1	0.2%	△ 5	△ 1.5%	-	-

2Q 増減グラフ

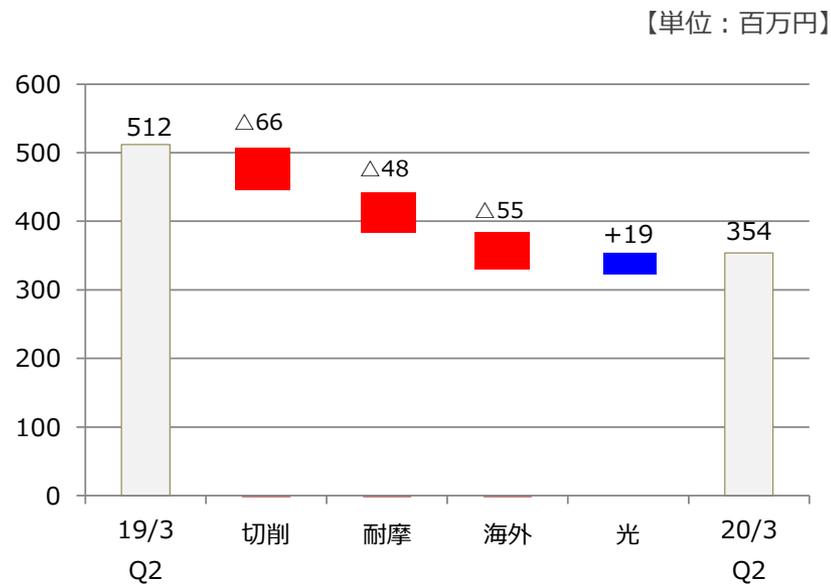
- ✓ 売上・営業利益ともに、主力の切削工具事業、耐摩工具事業、海外事業において前年実績を下回る

2Q 増減グラフ

● 売上高の増減



● 営業利益の増減



AGENDA

1 会社概要と業界の状況

2 特徴と強み

3 成長戦略

4 2020年3月期第2四半期決算概要

5 中期経営計画(2020年3月期~2022年3月期)

6 配当政策・株主優待

2020年3月期 連結業績予想

- ✓ 上半期業績は、米中貿易摩擦等の影響により、海外事業をはじめとして主力の切削工具事業、耐摩工具事業が低調に推移
- ✓ これにより、2019年11月1日に2020年3月期の連結業績予想（第2四半期累計・通期）及び配当予想を修正

連結業績予想

	19/3期 実績	20/3期 修正計画	前期比	
			増減額	増減率
	百万円 (構成比)	百万円 (構成比)	百万円	
連結売上高	25,511	25,300	▲ 211	▲0.8%
営業利益	1,131 4.4%	973 3.8%	▲ 158	▲14.0%
経常利益	1,104 4.3%	929 3.7%	▲ 175	▲15.9%
当社株主に帰属する 当期純利益	674 2.6%	596 2.4%	▲ 78	▲11.7%

* 20/3 修正計画は、有効数字3ケタまで表示

中期経営計画の概要

- ✓ 経済情勢変化や業界動向など当社を取り巻く経営環境を考慮し、ローリング方式により計画を見直し、今年度を初年度とした中期経営計画を新たに策定
- ✓ 数値計画は、2021年度 売上高306億円、営業利益15億円、2022年度売上高345億円、営業利益17億円を目指す

中期経営計画

重点施策	1. 国内外の販売ネットワークの拡充 (最終年度終了時) →国内拠点 10拠点増/海外拠点 10拠点増	今 期 進 捗 状 況	・海外拠点 4拠点増	・国内拠点 2拠点増
	2. Cominix商品・鉱物資源の拡販 (最終年度終了時) →Cominix商品 売上30億円/鉱物資源 売上20億円		・Cominix商品 前年同期比増で推移	・鉱物資源 新規調達先調査を継続
	3. グループ経営基盤の強化 →事業拡大に伴い人材・商材・物流・IT等のさらなる強化		・人材 来期も20名前後の新卒採用予定	・IT テクニカルセンター・管理業務のIT化推進

		2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期
数値計画	売上高	25,300百万円 (前年比99.2%)	30,600百万円 (前年比120.9%)	34,500百万円 (前年比112.7%)
	営業利益	973百万円 (前年比86.0%)	1,500百万円 (前年比154.2%)	1,700百万円 (前年比113.3%)

AGENDA

1 会社概要と業界の状況

2 特徴と強み

3 成長戦略

4 2020年3月期第2四半期決算概要

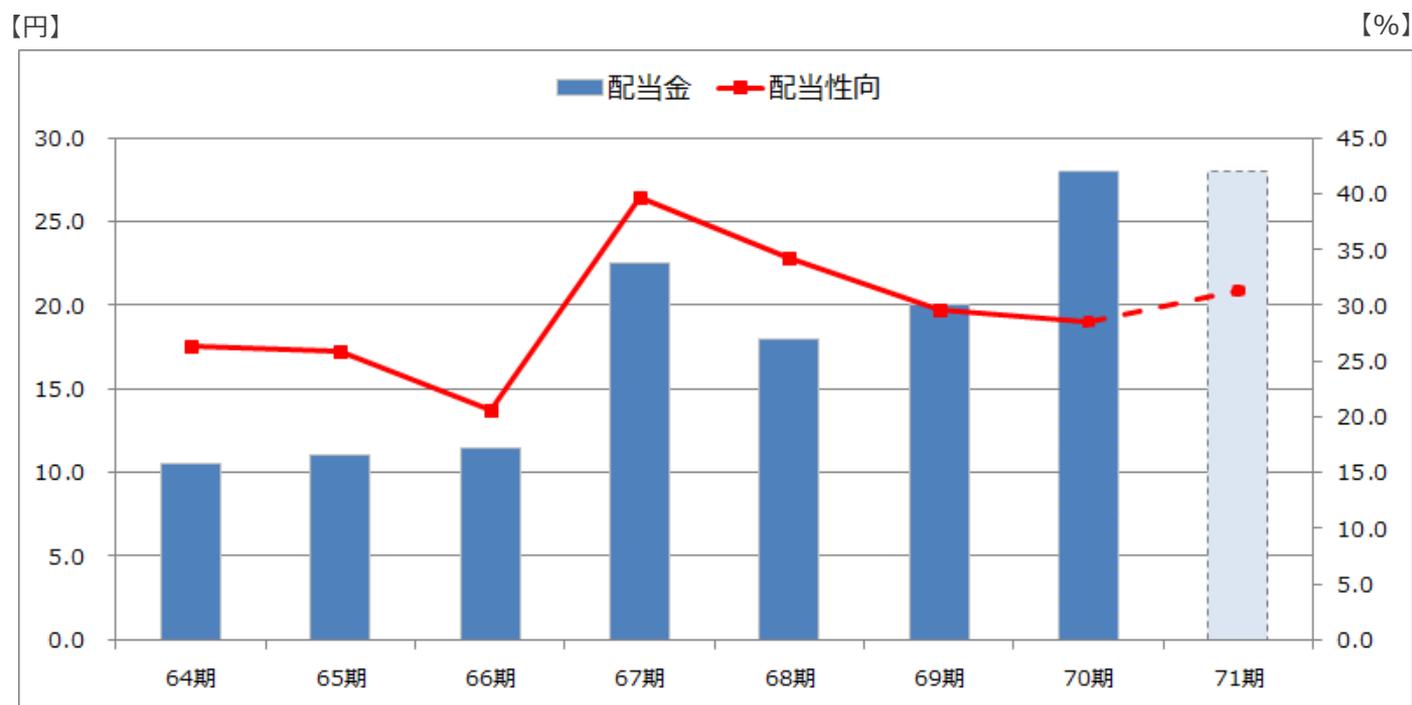
5 中期経営計画(2020年3月期~2022年3月期)

6 配当政策と株主優待

配当政策

- ✓ 連結配当性向 30%を目処として、将来の持続的成長に必要な内部留保の充実を図りながら、継続的かつ業績に応じた利益還元を行っていく方針
- ✓ 2020年3月期は28.0円の年間配当を予定（中間配当11.0円、期末配当17.0円）

配当金と配当性向の推移



※2016年1月1日付で、普通株式1株を2株に分割する株式分割を行っております。

64期～67期は株式分割後の数値で算定しております。

※71期の配当金は、2019年11月1日「業績予想及び配当予想の修正に関するお知らせ」にて公表された修正後の配当予想数値となっております。

株主優待制度

- ✓ 株主の皆様の日頃のご支援に感謝するとともに、当社株式への投資の魅力を高め
中長期的に当社株式を保有していただける株主様の増加を目的として実施
- ✓ 本制度開始から本年度で5年目の実施

株主優待制度の内容

株主様の「保有株式数」に応じて、「世界各国の特産品カタログギフト」を贈呈

※前期は、当社が進出しているアジア、北中米9か国に日本を加えた10か国の特産品を掲載

対象株主様

毎年3月末現在
200株以上ご所有

保有株式数

200株以上

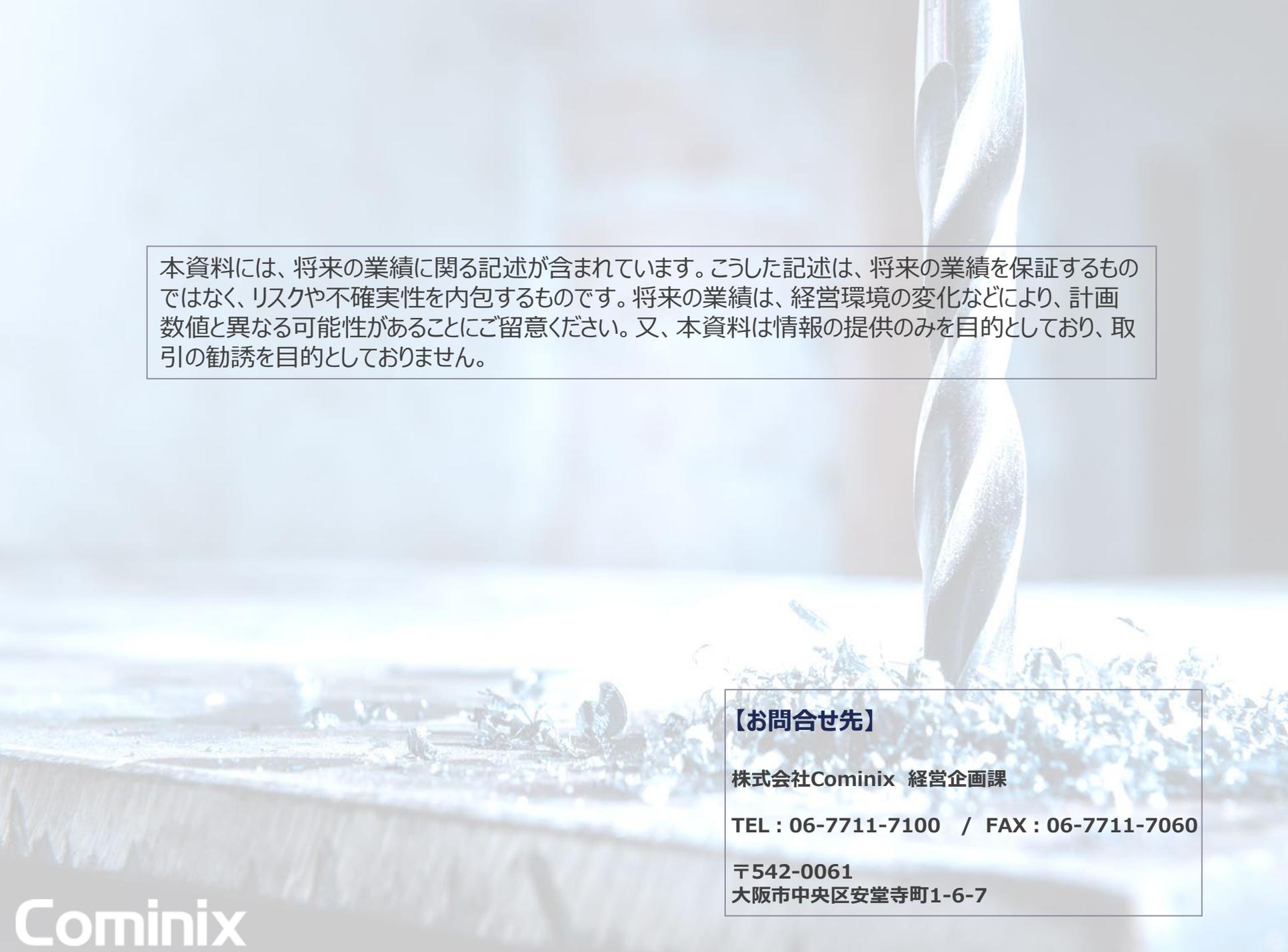
2,000円相当

2,000株以上

4,000円相当

来期カタログギフトはリニューアルし、商品点数増、冷蔵冷凍商品も対応予定





本資料には、将来の業績に関する記述が含まれています。こうした記述は、将来の業績を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。将来の業績は、経営環境の変化などにより、計画数値と異なる可能性があることにご留意ください。又、本資料は情報の提供のみを目的としており、取引の勧誘を目的としておりません。

【お問合せ先】

株式会社Cominix 経営企画課

TEL : 06-7711-7100 / FAX : 06-7711-7060

〒542-0061
大阪市中央区安堂寺町1-6-7