

## 7438 コンドーテック

近藤 勝彦 (コンドウ カツヒコ)

コンドーテック株式会社 社長

### 経常利益は5期連続で過去最高を更新

#### ◆2016年3月期の連結業績

当期の建設業界は、住宅建設は持ち直しの動きがみられたものの、公共工事は減少が続き、地域経済の景況感を悪化させる要因となり、停滞感を強めながら厳しい状況で推移した。そのような状況の中で、売上高は502億11百万円(前期比2.1%増)で増収となった。利益については、売上総利益率は前期21.1%から0.1ポイント上昇し、その結果、売上高構成比は14.4%で横ばいとなり、営業利益は34億41百万円(同4.2%増)、経常利益は35億44百万円(同4%増)、当期純利益は22億39百万円(同6.7%増)で増益となった。経常利益は、5期連続で最高記録を更新している。

営業利益の増減については、前期の営業利益33億3百万円に対して、売上高の増加で2億20百万円増、売上総利益率0.1ポイント上昇による64百万円増、販管費の増加による1億46百万円減があり、その結果、営業利益は34億41百万円となった。

計画比については、売上高が計画比2.5%減で計画を下回ったが、営業利益、経常利益は微増ながら計画を上回る着地となった。

#### ◆セグメント別業績

産業資材は、土木関連の工事が減少した外部環境により、公共工事の依存度の高い地方では入札不調の影響が出ており、加えて中小物件の低迷が予想以上に続くなど停滞感が強まる状況で推移した。売上高は301億38百万円(前期比0.5%増)、セグメント利益は21億28百万円(同3.3%減)となった。

鉄構資材は、物流倉庫や商業施設などの大型低層物件、耐震改修工事などは全国的な展開をみせ、鉄骨建築の堅調な伸びに伴い、鉄骨加工業者の工場稼働率も高水準を維持した。その結果、鉄骨部材やアンカーボルトなどの売上が伸展し、売上高は118億66百万円(前期比4.6%増)、セグメント利益は10億18百万円(同5.1%増)となった。

電設資材は、民間の建築、設備投資の持ち直しの動きがみられ、太陽光発電設備や工場、商業設備向けにLED照明、空調設備等省エネ関連商材が好調に推移した結果、売上高は82億6百万円(前期比4.6%増)、セグメント利益は2億94百万円(同35.2%増)となった。

2017年3月期の連結計画は、売上高516億50百万円(前期比2.9%増)、営業利益34億53百万円(同0.3%増)、経常利益35億51百万円(同0.2%増)、当期純利益23億17百万円(同3.5%増)を計画している。また、主な経営指標にROEを採用し、ROE10%以上を目標としている。

#### ◆今後の成長戦略

従前より進んでいる国土強靱化計画や東京オリンピック等は、当社にとって追い風となっている。そのような中で、4つの成長戦略、震災復旧・復興需要、異常気象への対応、新商材の開発、拠点展開、三和電材の新体制、

海外での取り組み、M&A 戦略の 8 つを軸に売上目標達成を目指し、成長戦略を推進していく。

4 つの成長戦略は、新規販売先の開拓、首都圏営業、アンカー施工、鉄道事業である。新規販売先の開拓は継続的な重点戦略と考えている。当社では営業担当者 1 人につき月平均 1 社を目標とし、年平均で 1,500 社の新規販売先を開拓している。この新規販売先の開拓が販売取引社数 2 万社の源泉となっている。

首都圏営業では、東京支店の中に首都圏営業の専任部隊を設け、大手商社、ゼネコンの一括集中購買、一括購入に対応した営業を行っている。

また、アンカー施工については、単にアンカーボルトの販売だけでなく、施工まで請け負い、建設現場の初期工程から入ることで、その後の工程で必要となる建設資材の情報などをつかむことができ、営業に活かすことが可能となっている。

鉄道事業については、角フックボルトの販売を核にして、さらなる用途先の開拓を目指していく。

東日本大震災の復興需要についての取り組みは、復興需要へ迅速に対応できるように、2013 年 7 月に販売部隊を中心に東京本社を設置した。また、仙台地区を中心とした人員、設備投資を行っている。震災関連資材の単体での売上高は、前期が 11 億 32 百万円、当期が 12 億 88 百万円であった。

東京電力福島第一原子力発電所の事故による除染土壌等の中間貯蔵施設の様子は、現在、除染作業により発生した土壌や廃棄物は仮置き場に保管されているが、それらを集中的に管理する中間貯蔵施設への本格輸送が開始されている。輸送の際には大型土嚢袋や防水性のシートなどが必要とされ、需要の拡大が予想される。

4 月に熊本地震が発生したが、当社は 4 月に熊本営業所を出店し、約 2 週間での被災となったものの、早期に営業を再開できた。一日も早い復興を願って、当社としてもグループを挙げて熊本の復興支援に取り組んでいく。

異常気象への対応としては、全国的な洪水、土砂災害対策の見直しは急務だが、当社は災害現場で使用される資材を販売している。これら災害関連商品を含む売上高は復興需要と相まって、直近 6 年間で 24 億円増加している。今後も需要の拡大が予想されるため、災害復旧資材にも注力していく。

## ◆M&A で事業領域の拡大を目指す

新商材の開発としては、製造部門を持つメーカーとしての視点、顧客の意見を吸い上げられる商社としてのメリットを活かし、新商材委員会を開催し、新商材開発に注力している。その中で生まれた商材の一つに「排水名人」がある。これは線路の下に埋めるホース状のもので、従来は列車の振動により液状化した泥が軌道の枕木の下からあふれ出す状況があった。そこで、排水名人をレールの下に埋めることにより、軌道内の排水を行い、泥の発生を防ぐことができる。もう一つは、台湾の吊り具メーカー YOKE 社製の「自在アイボルト」である。既に欧米で高い評価を得ている商品で、当社は YOKE 社と販売契約を締結し、日本やアセアン地域での販売を目指している。

さらに、2014 年 8 月に設計製造メーカーの中央技研(株)の M&A を行った。それにより製造過程でのコストダウンの追求や、さらなる新製品の開発力の向上を目指す。

拠点展開については、当期は盛岡、長野に、また本年 4 月には熊本に営業所を開設したが、今後も顧客のニーズに迅速に対応すべく、地域密着の販売体制を整え、クイックデリバリーで顧客重視の経営を実現していく。なお、今期は BCP 対策として静岡営業所、東海営業所の移転を計画している。

三和電材の新体制については、2020 年以降も確実に成長することを目的に経営基盤の強化をはかるため、今後 5 年間の中期経営計画を策定し、今年度より新体制にてスタートした。その体制の 1 つ目が工事機能の組織化、直需事業の強化である。新たな電設営業所を開設し、サブコン受注の前提となる工事店の確保により、工事部隊の強化を進めていく。2 つ目が取扱商品の拡充である。既存商品分野の品揃えの充実と共に、住宅関連設備など新規商材の拡大をはかっている。3 つ目が販売エリアの拡大である。既存店でエリアの深耕をはかると共に営業展開が手薄の愛知県北部、岐阜県東濃地方への拠点展開を計画している。これら 3 つの実行によって、2020 年には売上高 100 億円企業を目指す。

海外での取り組みとしては、2012年11月にタイに現地法人を設立、2014年8月に子会社化することで財務基盤を強化し、タイを起点としたインフラ整備が進むASEAN諸国での事業展開を本格化させている。当期の海外売上高は、中国などの新興国経済減速を受け、前期比で減少した。また、今後のグローバル化に対応するためには、外国人社員は必要な戦力であり、留学生も採用している。

M&A戦略については、当社では4つの視点から検討していく。1つ目は隣接する業界へのアプローチである。建設業界以外の業界に携わる企業のM&Aを行い、事業分野を広げていく。2つ目は既存事業の深掘りである。当社で取り扱う仕入商材メーカーの買収により、既存事業の充実をはかっていく。3つ目は事業エリアの拡大である。2020年以降の国内事業の縮小を踏まえ、特にアセアン、中国等で自社製品を販売する日系企業のM&Aを行い、販売フィールドの拡大を目指す。4つ目は販売形態の拡充だ。ネット販売など販売形態が異なる企業のM&Aを行い、販売経路の拡大をはかる。これらの成長戦略により、売上高1,000億円を目指す。

株主還元については、連結業績、連結配当性向に十分留意しながら、連結純資産配当率(DOE)2.5%以上を目標に、継続的、安定的に配当を行うことを基本方針としている。当期は、ROE10.9%、DOE2.9%、配当性向27.2%、総還元性向44.2%となっている。2017年3月期は1円の増配を決定し、総額23円を予定しており、6期連続の増配となる。

## ◆ 質 疑 応 答 ◆

**ネット販売、海外展開に関して、自社独自ではなくM&Aで行っていく理由を伺いたい。**

ネット販売は能率性が高く、市場規模も大きいいため、自社独自でも参入を考えている。ただ、独自のシステムを開発するには時間もかかるため、M&Aも検討している。海外進出に関しては、当社では受注生産が得意という点から、自社工場の建設はリスクが高いと判断している。ただし、販売会社の海外の拠点展開は今後もあるかもしれない。

**御社製品の市場における占有率が高いものは、利益も上がっているのか。**

一般的にはそうだが、当社の商品特性として汎用品が多いため、価格を上げることもできず、そう高い利益が取れるわけではない。

**最も利益を取れる商材は何か。**

アンカーボルトである。アンカーボルト単体だけではなく、施工も行うことで、そのあとに続く資材の受注が見込まれ、合わせると比較的利益につながる商材となっている。

**顧客の課題を解決することで売上を伸ばした事例を教えてください。**

当社で開発した特許製品に角フックボルトがある。これは鉄道のレールの枕木を固定するために用いられる。従来の丸型ボルトは列車の振動で緩んでしまうため、頻繁に点検作業を行う必要があった。点検作業は終電後に行われ、特に夜間の鉄橋の点検作業は非常に危険が伴う。この角フックボルトは、枕木に角穴を明け、ボルト本体も角型となっているため、緩みにくく、点検作業を大幅に減らすことができた。角フックボルトは多くの鉄道会社で採用されている。

**M&Aにおいて買収企業を選ぶ基準を教えてください。**

第一に、確実に利益を出している会社であることだ。経営者が高齢で後継者がいないという会社が最も望ましい。

### 三和電材とのシナジー効果は何か。

三和電材で太陽光パネルを販売しているが、産業用の架台は当社が販売している。また、蛍光灯から LED 照明への切り替えにおいては、当社顧客 2 万社に対して、三和電材と共に営業活動を行っている。

(平成 28 年 5 月 30 日・東京)

\* 当日の説明会資料は以下の HP アドレスから見るすることができます。

<http://www.kondotec.co.jp/ir/library/briefings.html>