

6156 エーワン精密

林 哲也 (ハヤシ テツヤ)

株式会社エーワン精密社長

多品種で手間のかかる工具に 1 本から高品質・短納期で対応

◆消耗工具に特化して事業を展開

当社は、高品質な製品をより低コスト、短納期で提供することを経営理念としている。製造業で部品を加工する際に不可欠な消耗工具に的を絞って、利益を出せる事業、業界のトップを狙える事業を展開している。具体的には、昭和 51 年からコレットチャックの製造・販売を開始した。平成 11 年からは、切削工具の再研磨および特殊切削工具の製作を開始しており、現在では売上高の約 7 割がコレットチャック、約 3 割が切削工具となっている。なお、創業事業である自動旋盤用カムの製造・販売については、年間売上高が 40 百万円程度と小さいが、顧客からのニーズに応える形で継続している。

事業領域としては、旋削加工や切削加工に使用される消耗工具に特化している。消耗工具の製作にはノウハウが必要である。また、顧客から要求される種類が多いため、多品種・小ロットに対応する必要があり、大手企業が得意な分野となる。一方で、資金力や人材力が必要となるため、中小企業も参入しにくい。

当社は、多品種で手間のかかる工具に 1 本から高品質・短納期で対応しており、全国約 1 万 3,500 社の顧客からリピートオーダーが入っている。直販でビジネスをスタートしたが、工具商社への販売も行っており、個人・企業に関わらず、要求に応じて製品を納入している。

◆コレットチャックを製造・販売

コレットチャックは、小型自動旋盤(CNC 自動旋盤)に必要な工具であり、ガイドブッシュとセットで使われる。径が変わるごとに新たなコレットチャックおよびガイドブッシュが必要となり、回転によって摩耗するため、高品質・短納期で対応することによって、リピートオーダーを獲得することができる。CNC 自動旋盤は、2012 年の生産額が約 1,200 億円と推定されており、主なメーカーとしては、シチズンマシナリー・ミヤノ、スター精密、ツガミ、高松機械などがある。以前は各メーカーがコレットチャックも製造していたが、単純な大量生産品が海外に移行し、国内の顧客からはロットの少ない複雑な形状のコレットチャックが要求されるようになってきたため、現在は完全に分業が為されている。

切削工具は、一般機械、自動車、航空機、金型など、幅広い業種で利用されている。切削工具を使用する機械としては、マシニングセンター、NC フライス・中ぐり盤があり、2012 年の生産額はマシニングセンターが約 4,600 億円、NC フライス・中ぐり盤が約 195 億円であった。主なマシニングセンターメーカーとしては、オークマ、ヤマザキマザック、森精機、牧野フライスなどがあり、コレットチャックと比較して顧客数は圧倒的に多いが、販売単価はコレットチャックが 1 万 8,000 円程度、切削工具は 1,800 円程度となっている。また、参入して 15 年と後発であり、知名度が低いこともあって、売上高に占める割合は 3 割程度にとどまっている。

自動旋盤用カムは、カム式小型自動旋盤で使用されている。機械自体は 20 年以上前にメーカーが製造を中止しているが、カム式による加工は、コンピュータ制御と比較して時間が短く、有利となるケースがあるため、現存する機械を保有している顧客からの受注に対応している。

◆大手製造業の海外シフトが影響

平成 25 年 6 月期の状況としては、大手製造業の海外シフトが進展した。平成 24 年 11 月ごろまで円高局面が続いたことに加え、販売の中心が新興国になってきたことから、コストを抑えて低価格で製品を提供できるよう、消費市場での現地生産化を進めた。コレットチャックは量産品加工に使われているため、この影響を受けており、平成 24 年 7 月をピークに売上高が減少傾向となった。ただし、12 月からは円安傾向に振れたため、国内製造業の海外での価格競争力が徐々に回復している。また、新興国の労働力コスト上昇などにより、一部で国内生産回帰の動きも出てきた。最近では、大手企業が売れ行きを見ながら短期的に発注を行う傾向があり、当社の月次売上高も波の大きい状態が続いている。

コスト面では、賞与(業績連動)の減少により、人件費が若干減少した。設備投資については、前期の 5 億 30 百万円から大幅に減少し、73 百万円となっている。減価償却費については、新工場の建設、太陽光発電設備への投資に伴い、増加傾向にあったが、前期の 2 億 90 百万円がピークとなり、当期は 2 億 78 百万円となった。平成 26 年 6 月期は 2 億 40 百万円程度まで減少すると見ており、利益率の上昇が期待できる。

売上高については、コレットチャック部門が 11 億 76 百万円(前期比 10%減)となっており、円高の影響で国内の量産部品加工が減少し、設備投資も低調であったことから、受注が減少した。切削工具部門は 5 億 14 百万円(同 0.3%増)となった。国内製造業の仕事量が減少したため、1 社当たりの受注高は減少したが、新規開拓によって顧客数が増加している。自動旋盤用カム部門は 39 百万円(同 29.7%減)となったが、償却済みの機械を使用し、人員も製造が 1 名、設計が 1 名となっているため、利益は確保できている。

以上の結果、全社の売上高は 17 億 29 百万円(前期比 7.8%減)となった。減収に伴って営業利益は 3 億 77 百万円(同 22.2%減)となり、営業利益率は前期の 25.8%から 21.8%に低下している。

財務の状況としては、設備投資の減少などにより、現金および預金が増加した。また、売上減少に伴って売掛金が減少し、特殊品への対応によって仕掛品が増加している。負債の部では、未払法人税が約 1 億円増加しているが、これは前期に太陽光発電設備で税制上の優遇措置を受けた影響であり、通常の状態に戻った。

◆コレットチャックを欧米で展開

平成 26 年 6 月期の見通しとして、コレットチャック部門では、売上高 13 億円を見込んでいる。特殊品の短納期対応によって国内での受注を増加させるとともに、海外へ販路を拡大していきたい。現在、メーカーの海外シフトが進んでいるが、当社はアジアを中心として海外にも販売しており、売上高の 10%程度が海外への直接販売となっている。ただし、大手企業が国内で調達して海外工場に持って行くケースや、国内商社が購入したものを海外の日系企業で使用するケースがあり、実際に海外で使用されている比率は 20%程度となる。

今後もアジアでの新規開拓は継続するが、製造業の国内回帰が進んでいる米国や製造単価の高い欧州を中心に展開していきたいと考えている。特にスター精密やシチズンマシナリーミヤノは欧州での販売シェアが高く、累計で 5 万台～6 万台の CNC 自動旋盤が販売されているが、コレットチャックは現地メーカーから調達しているため、これを切り崩していきたい。

切削工具部門については、単品加工や金型などで使われる市販の刃物の再研磨、特殊切削工具のニーズが増加している。特に、特殊切削工具については、ある程度の規模の企業にピンポイントで営業を行ってきたことで知名度が向上しているため、今後もこの戦略を推進していきたい。また、現在、社内に対応できない刃物は外注しているが、今後は受注量を見ながら、設備投資を実施して社内に取り込むことを検討していく。以上により、今期は売上高 5 億 50 百万円を達成したいと考えている。

自動旋盤用カム部門については、売上高 50 百万円を見込んでいる。競合もほとんどなく、ある程度の受注で利益を確保できるため、既存の設備と現状の人員で対応し、自然体で展開していきたい。

◆質 疑 応 答◆

切削工具部門の売上高の内訳を教えてください。

当期は特殊切削工具が約 60 百万円、特殊切削工具以外(再研磨など)が約 4 億 60 百万円であった。今期は特殊切削工具で 1 億円、特殊切削工具以外で 4 億 50 百万円を想定している。再研磨は単価が低く、競合が多い。現在の顧客は全国で約 5,500 社となっているが、人員や設備の面から、今後、大きく増加させることは難しいため、販売単価の高い特殊切削工具を伸ばしていきたいと考えている。

今期の売上高予想は 19 億円となっているが、四半期ごとの見通しを伺いたい。

足元では受注が増加しており、第 1 四半期は順調に推移すると見ている。また、3 月末にかけて受注が増加するため、第 3 四半期も上ブレする見込みである。なお、四半期ベースでの数値は開示していない。

コレットチャック部門は受注高が前年同期比 88.4%、受注残が前年同期比 63.5%となっているが、受注から納品までの期間を教えてください。

半分程度は注文から 1~2 日、残りの半分も 1 週間~10 日程度で納品しているため、受注高と売上高がほぼイコールとなっており、受注残の差異は、あまり参考にならない。

コレットチャックについては、今後、欧米を中心に展開するということが、特に欧州において、現地メーカーを切り崩すための具体的な戦略を教えてください。

当社が直接営業所を構えることは難しいが、スター精密やシチズンマシナリーミヤノが海外販売拠点を持っているため、そこが第一歩となる。関税などを含め、価格競争力に問題はないという調査結果が出ているため、今後も現地の状況を見ながら、具体的な戦略を練っていききたい。なお、欧州では、日本の製品づくりが評価されており、現地のメーカーでも日本の工作機械を使うケースがある。当社も、顧客の要望に応えながら優れた製品を提供することは可能だと考えている。

(平成 25 年 8 月 23 日・東京)

* 当日の説明会資料は以下の HP アドレスから見るができます。

(<http://www.a-one-seimitsu.co.jp/>)