

# 2007年12期(第56期) 中間決算説明会



2007年8月10日  
株式会社 ナカニシ

## 目次

- |    |             |               |         |
|----|-------------|---------------|---------|
| 1. | 2007年12月期   | 中間決算の概要       | P 3～P12 |
| 2. | 2007年12月期   | 通期連結業績予想      | P13～P19 |
| 3. | 市場の状況と今後の施策 |               |         |
|    | 1)          | NRP, 販売戦略     | P22     |
|    | 2)          | 歯科用製品の状況（地域別） | P23～P29 |
|    | 3)          | 歯科用新製品        | P30     |
|    | 4)          | 工業用製品の状況      | P31～P33 |
|    | 5)          | 外科用製品の状況      | P34     |

## 中間連結決算概要(B/S)

単位:百万円

	当中間期末 '07/6	前 期 末 '06/12	増 減	増 減 内 容
総 資 産	33,355	30,669	2,685	現預金、売掛金、 たな卸資産の増加
( 棚 卸 資 産 )	5,207	4,927	279	仕掛品増加(99)、製品 (139)
負 債	4,660	4,478	182	買掛金の増加
(有利子負債)	361	466	△105	当社、NSKフランス
利益剰余金	25,697	23,456	2,241	

	当中間期 '07/6	前中間期 '06/8	増 減	増 減 内 容
設備投資額	209	246	△37	独事務所&倉庫(57)
減価償却費	247	221	26	

# 中間連結決算概要(P/L)

単位:百万円

	当中間実績 '07/6	前中間実績 '06/6	前年比	中間計画 '07/6	計画比
売上高	11,258 100%	9,858 100%	114%	10,260 100%	110%
売上総利益	6,961 62%	6,037 61%	115% 1pt	6,240 61%	112% 1pt
営業利益	4,053 36%	3,688 37%	110% △1pt	3,300 32%	123% 4pt
経常利益	4,491 40%	3,814 39%	118% 1pt	3,530 34%	127% 6pt
中間純利益	2,729 24%	2,292 23%	119% 1pt	2,160 21%	126% 3pt
E P S ( 円 )	390.94	328.29			

## ➤売上高

✓北米の自社ブランド、欧州の子会社、その他地域では南米、オセアニア、中近東、ロシアが好調

## ➤営業利益

✓販売管理費の増加を売上高の伸長が吸収し、増益確保

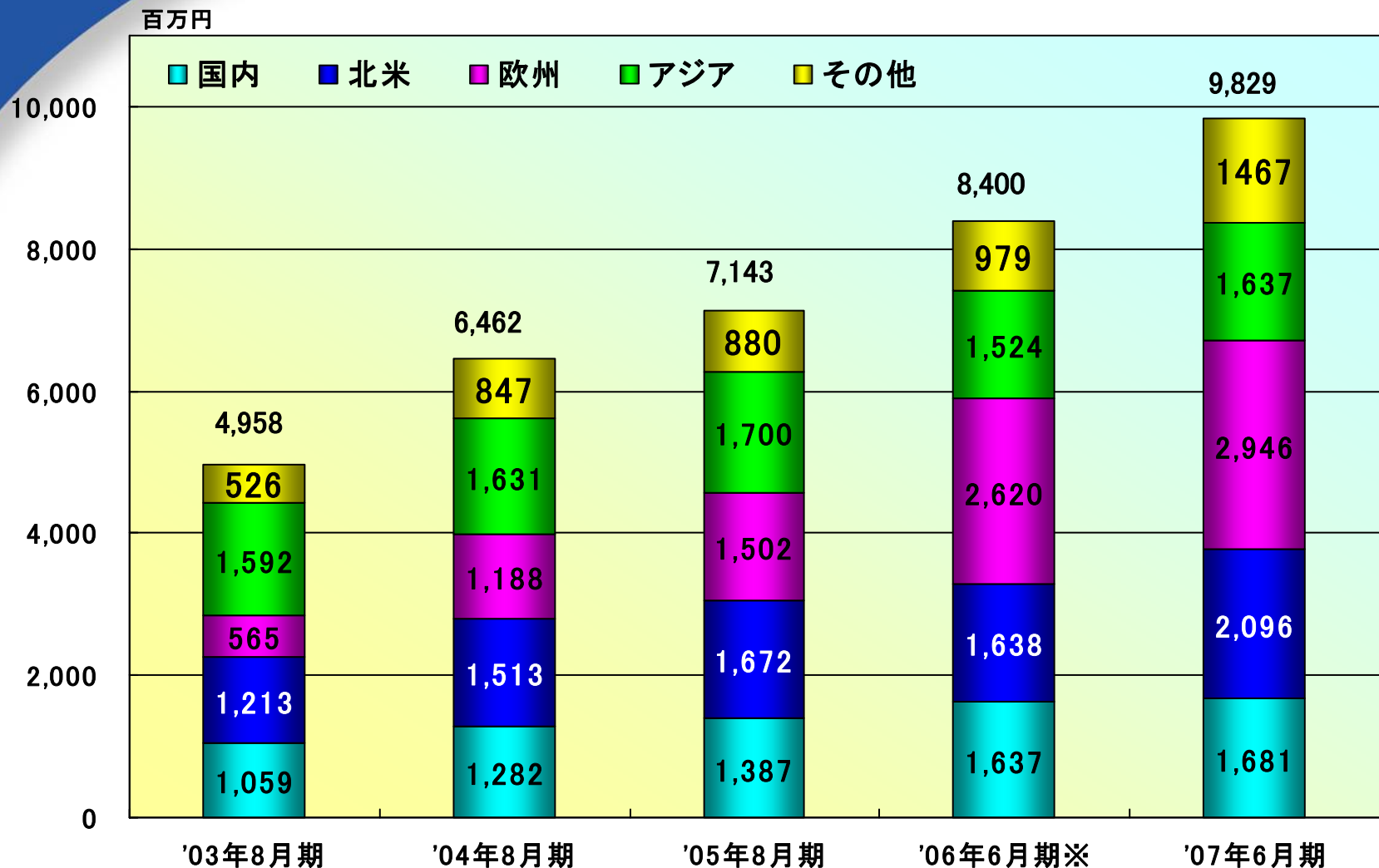
'07/6平均レート1USD=120円、1EURO=160円

(比較参考) '06/06実績1USD=116円、1EURO=142円

売上の嵩上げ額 208百万円(前年レート比) 124百万円(計画レート比)

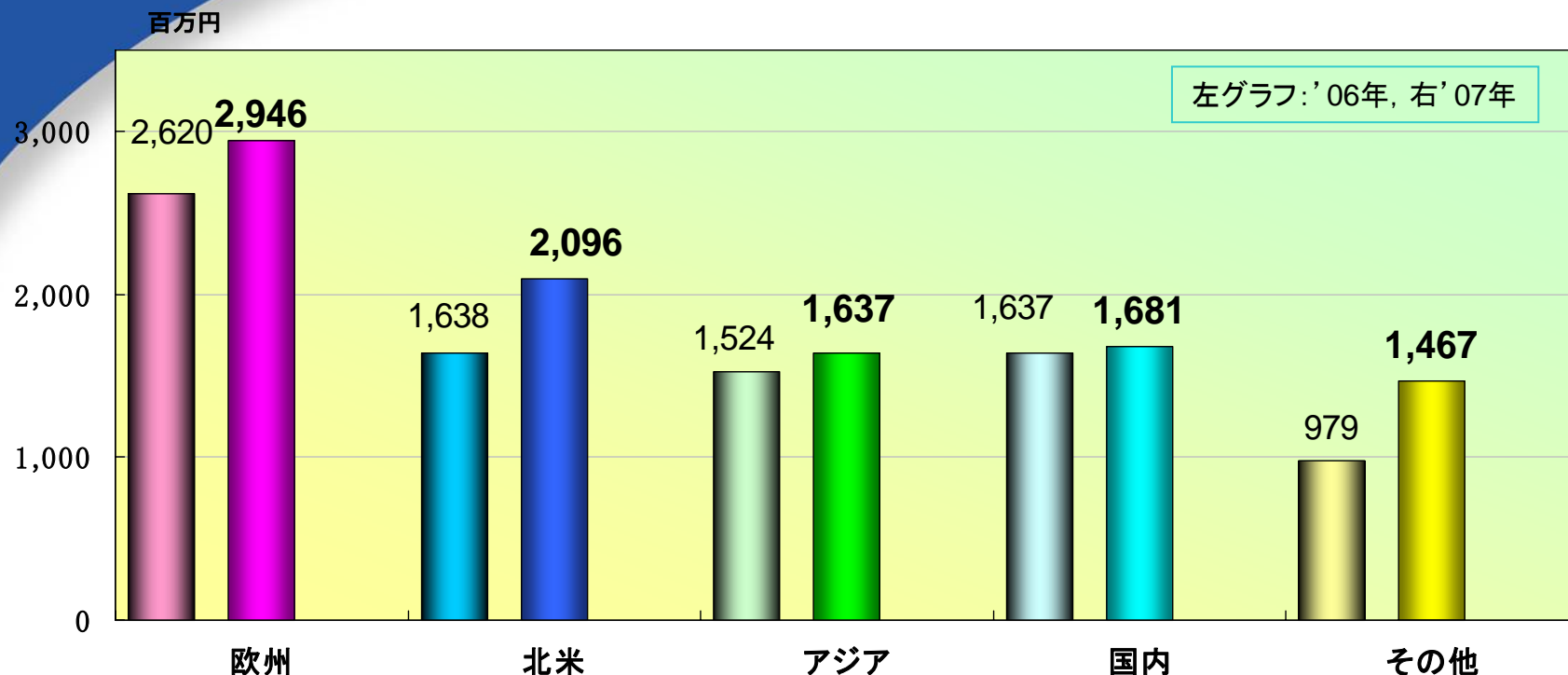
'07/06計画1USD=115円、1EURO=150円

# 中間連結売上高推移(歯科用)



※'06年6月期より、中間連結会計期間は1月1日から6月30日になっております。

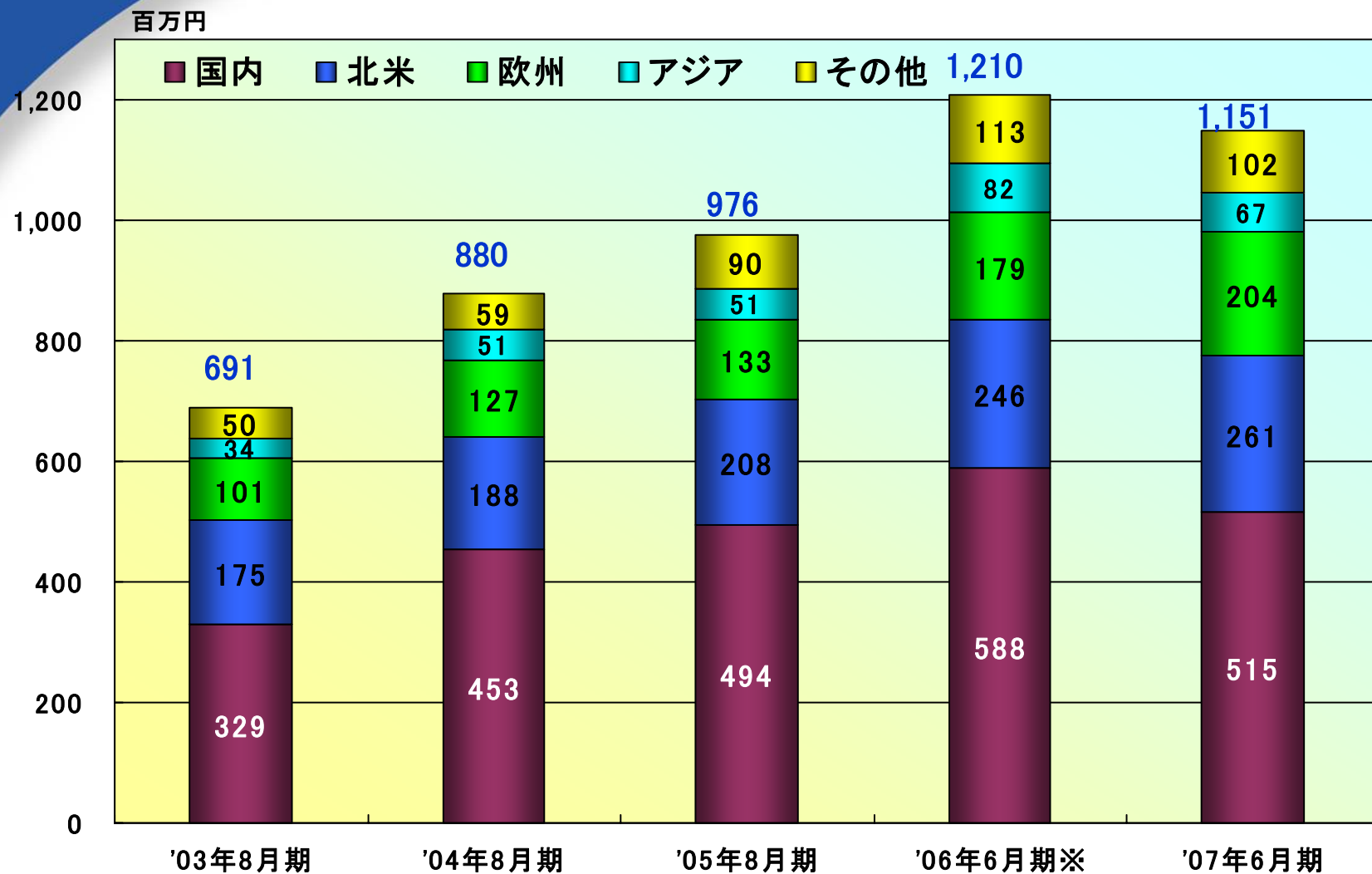
# 地域別連結売上高(歯科用)



☆歯科製品の売上高は、対前年同期比1,429百万円(17%)増の9,829百万円と大幅増

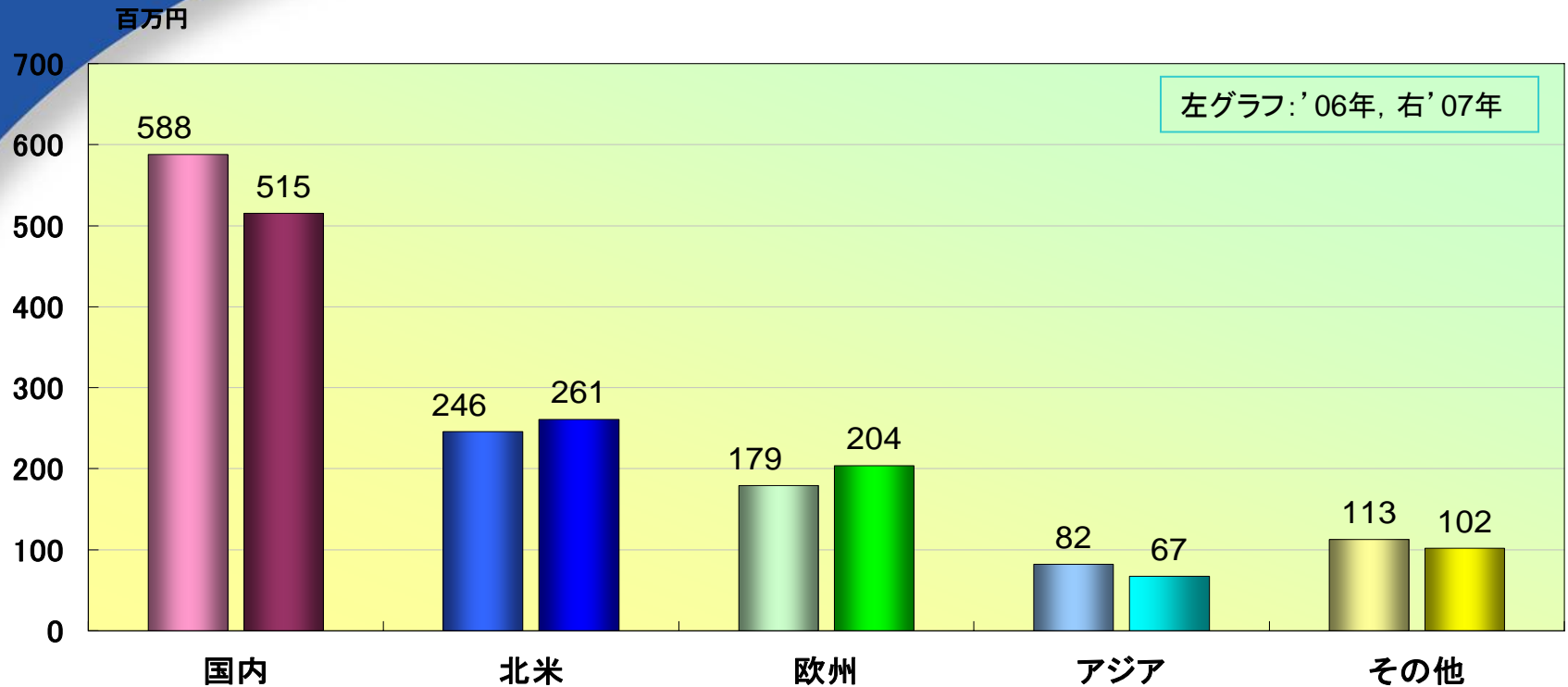
- ▶ 欧州市場(前年同期比12%増)－子会社2桁増(独VAT引き上げ影響限定的)、根管治療OEM一巡。
- ▶ 北米市場(同28%増)－自社ブランド(B社)2桁増、超音波OEM製品上市
- ▶ アジア市場(同7%増)－韓国エイズ特需継続(1Qまで)、中国チャンネル整備の影響(昨年並み)
- ▶ 国内市場(同3%増)－自社ブランド販売時期ズレ、OEM(口腔外科製品)堅調
- ▶ その他の市場(同50%増)－子会社設立の豪州、南米、中近東、ロシア大幅増加

# 中間連結売上高推移(工業用)



※'06年6月期より、中間連結会計期間は1月1日から6月30日になっております。

# 地域・品目別連結売上高(工業用)



☆工業製品の売上高は、対前年同期 59百万円(5%)減の1,151百万円と苦戦

- ▶国内市場(前年同期比12%減)－HDD関連会社からの受注減、新製品開発遅れ
- ▶北米市場(同6%増)－セールスREPの重点地域が成果
- ▶欧州市場(同14%増)－工作機械メーカーへ営業が成果
- ▶アジア市場(同18%減)－日系企業のHDD増産特需の消滅



## 所在地別セグメント情報(P/L)

	日本 '07/6	北アメリカ '07/6	ヨーロッパ '07/6	消 去	連結 損益計算書
売上高	10,261 100%	412 100%	1,744 100%	△ 1,160	11,258 100%
売上原価	4,182 41%(41%)	216 53%(54%)	942 54%(57%)	△ 1,045	4,296 38%(39%)
販売管理費	2,342 23%(21%)	137 33%(28%)	422 24%(18%)	5	2,907 26%(24%)
営業利益	3,736 36%(38%)	57 14%(17%)	379 22%(21%)	△ 119	4,053 36%(37%)

単位:百万円,売上高比率%,(前年同期比率%)

### ◎連結子会社全社が増収増益

#### ▶北アメリカ

✓NSK Marketing Americaを連結

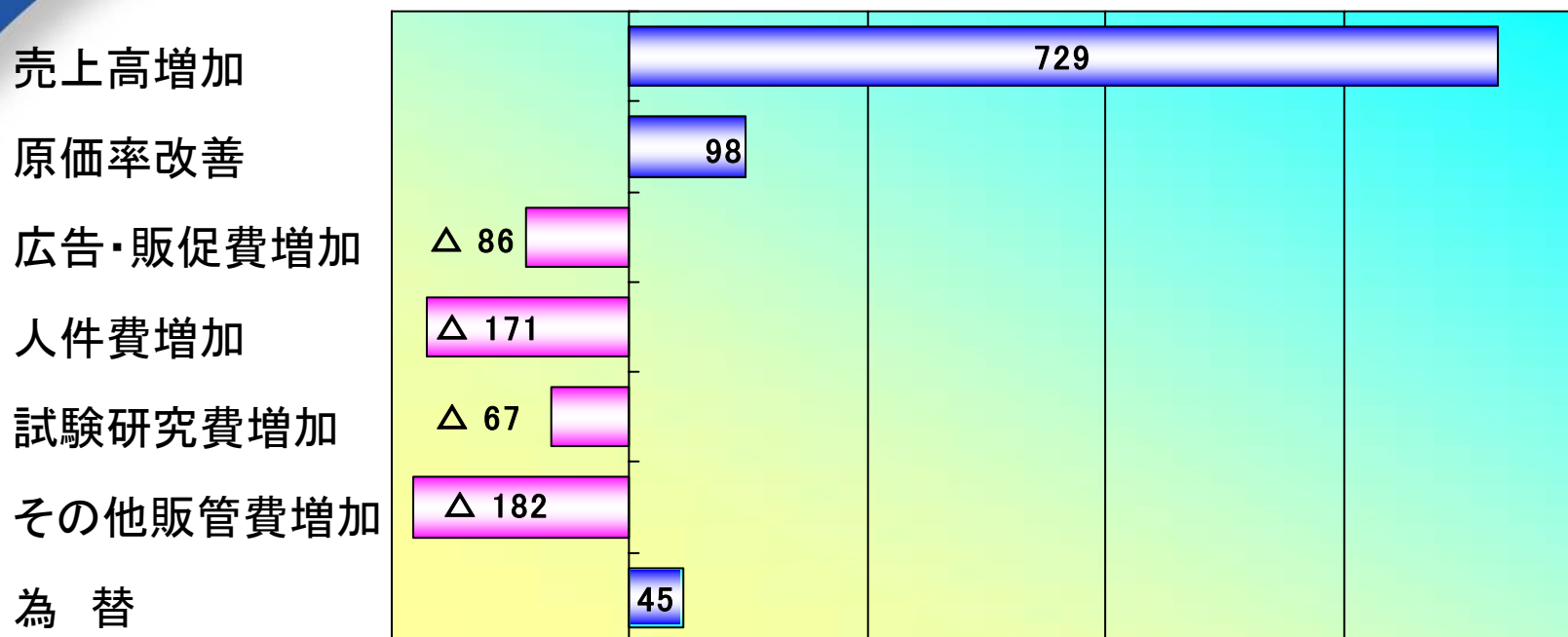
#### ▶ヨーロッパ

✓NSKヨーロッパ販売順調(NSK UKへも販売)、従業員増加(セールス&出荷担当)

✓NSKフランスーデンタル販売に経営資源集中、足病子会社設立

# 営業利益の変動要因

単位:百万円



## 営業利益の対前年増加額365百万円の増加要因

- ▶ 売上高増加に伴う営業利益の増加額－為替による影響を除き729百万円
- ▶ 原価率改善によるもの－子会社販売割合増加、一部製品値上げにより98百万円
- ▶ 販管費の増加による利益圧縮額－広告販促86百万円、人件費171百万円、試験研究費67百万円、その他182百万円
- ▶ 為替(円安)によるもの－主に欧州子会社業績円転の際の利益嵩上げ額45百万円

# 中間連結売上高・営業利益の推移



※'06年6月期より中間連結会計期間は、1月1日から6月30日になっております。

# 中間連結決算概要(P/L)

単位:百万円

	当中間実績 '07/6	前年実績 '06/6	増 減	前年比	要 因
売 上 高	11,258 100%	9,858 100%	1,399	114%	・歯科国内 +44(3%)・歯科輸出 +1,384(21%) ・工業国内 △72(△12%)・工業輸出 +13(2%)
売 上 総 利 益	6,961 62%	6,037 61%	923 1pt	115%	・子会社販売割合の増加 (連単売上倍率1.08→1.10)
営 業 利 益	4,053 36%	3,688 37%	365 △1pt	110%	・広告宣伝費+154 ・人件費+171 (全体で営業人員を中心に28名増)
経 常 利 益	4,491 40%	3,814 39%	677 △1pt	118%	・受取配当、有価証券利息+65 ・為替差益 +281
中 間 純 利 益	2,729 24%	2,292 23%	437 △1pt	119%	・貸倒引当金戻入益19 (ゴルフ会員権売却)

試験研究費:659百万円(前中間比150百万円増)

'07/6平均レート1USD=120円、1EURO=160円

(比較参考) '06/06前期実績1USD=116円、1EURO=142円

売上の嵩上げ額 208百万円(前年レート比) 124百万円(計画レート比)

# 2007年12月期業績予想

# 通期連結決算概要(P/L)

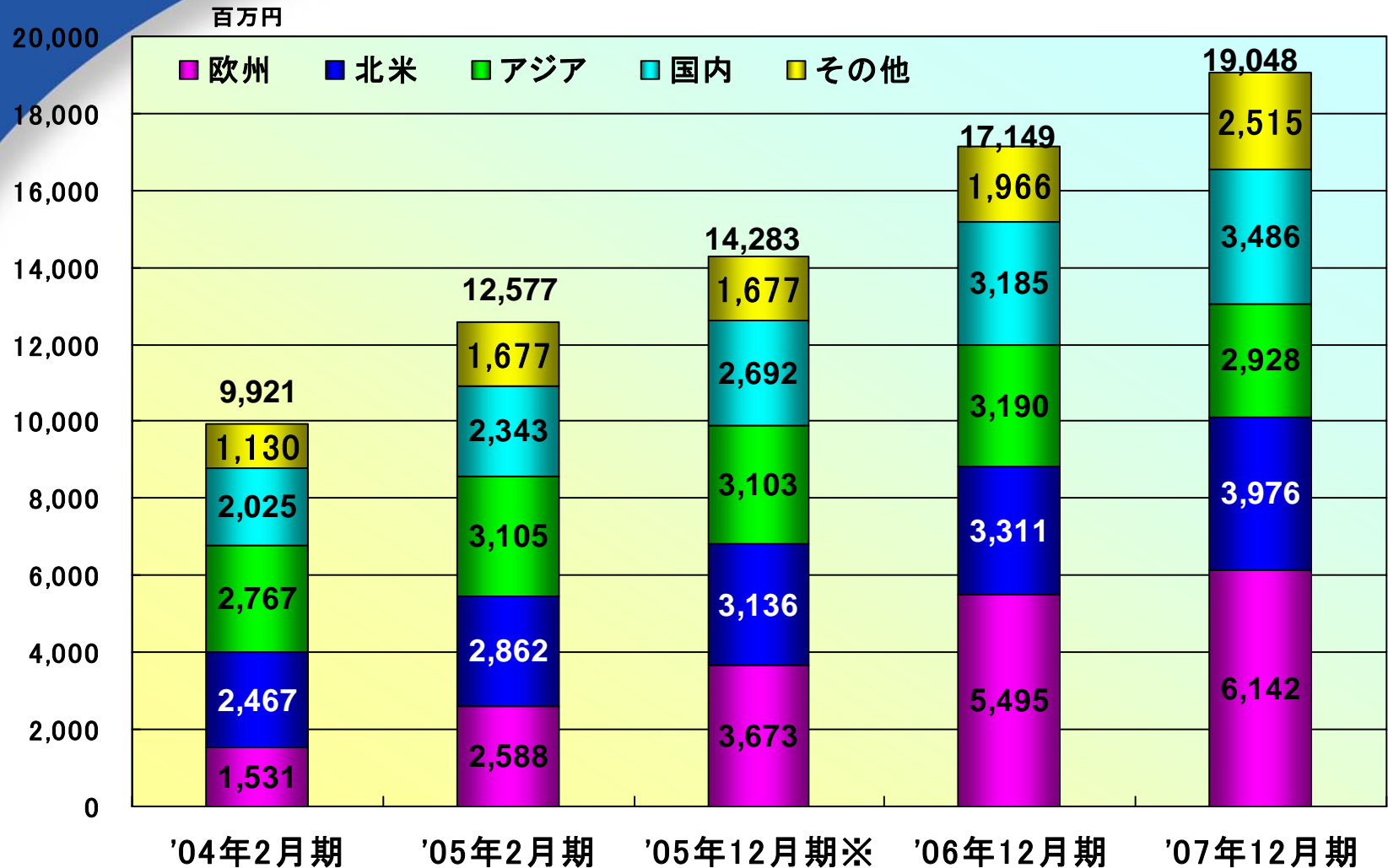
単位:百万円

	通期予想 '07/12	前期実績 '06/12	前期比	増減要因
売上高	21,920 100%	19,952 100%	110%	歯科国内+300(9%)、歯科輸出+1,598(11%) 工業国内 △9(△1%)、工業輸出+64(5%)
売上総利益	13,450 61%	12,145 61%	111% Opt	
営業利益	7,660 35%	7,044 35%	109% Opt	販管費+689 広告費+216、人件費+137
経常利益	8,110 37%	7,514 38%	108% △1pt	為替差益
当期純利益	4,970 23%	4,575 23%	109% Opt	生命保険解約返戻金110
E P S ( 円 )	711.74	655.22		
設備投資	1,000	783		NSK ヨーロッパ(土地、建物)600 新製品金型等100、他維持更新
減価償却費	480	460		

'07/12想定レート1USD=115円、1EURO=155円

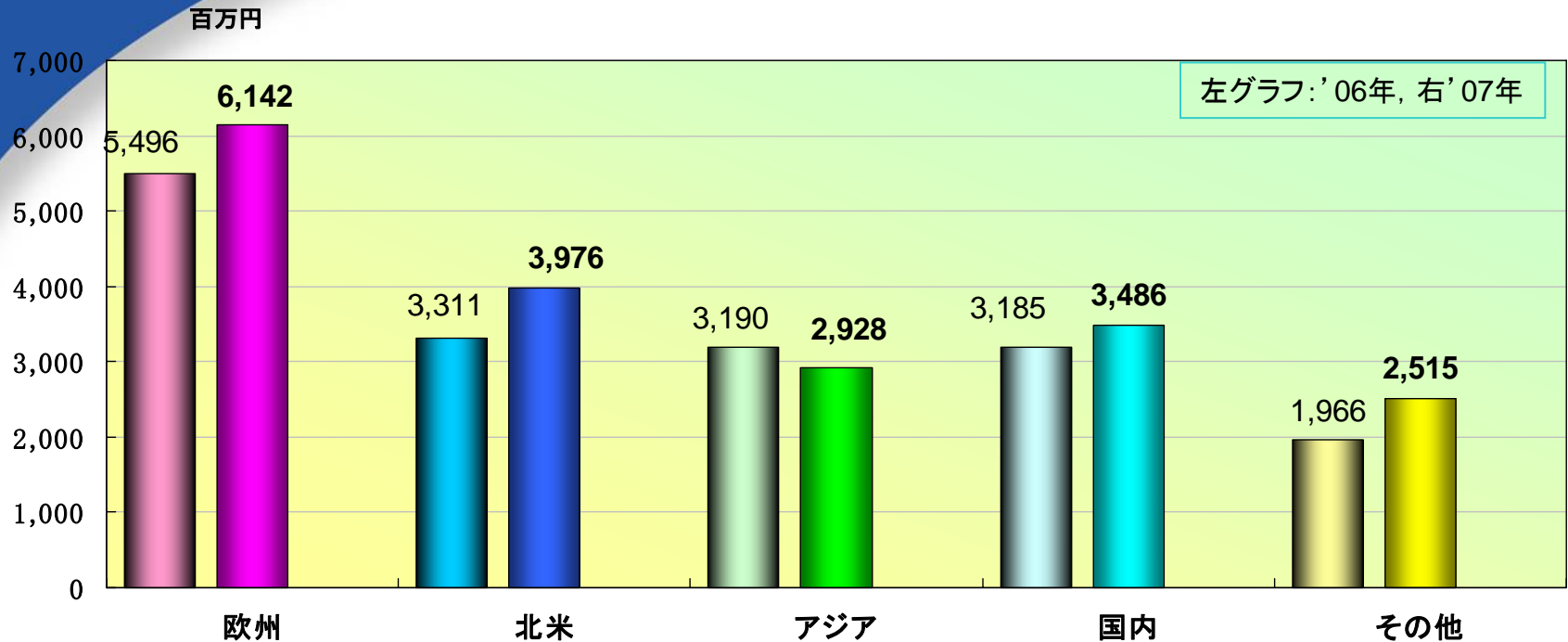
(参考) '06/12平均レート 1USD=116円、1EURO=146円

# 地域別連結売上高推移(歯科用)



※'05年12月期は3月から12月までの10ヶ月決算でしたが、比較のため1月～12月までの12ヶ月分を参考値として集計しております。

# 地域別連結売上高予想(歯科用)

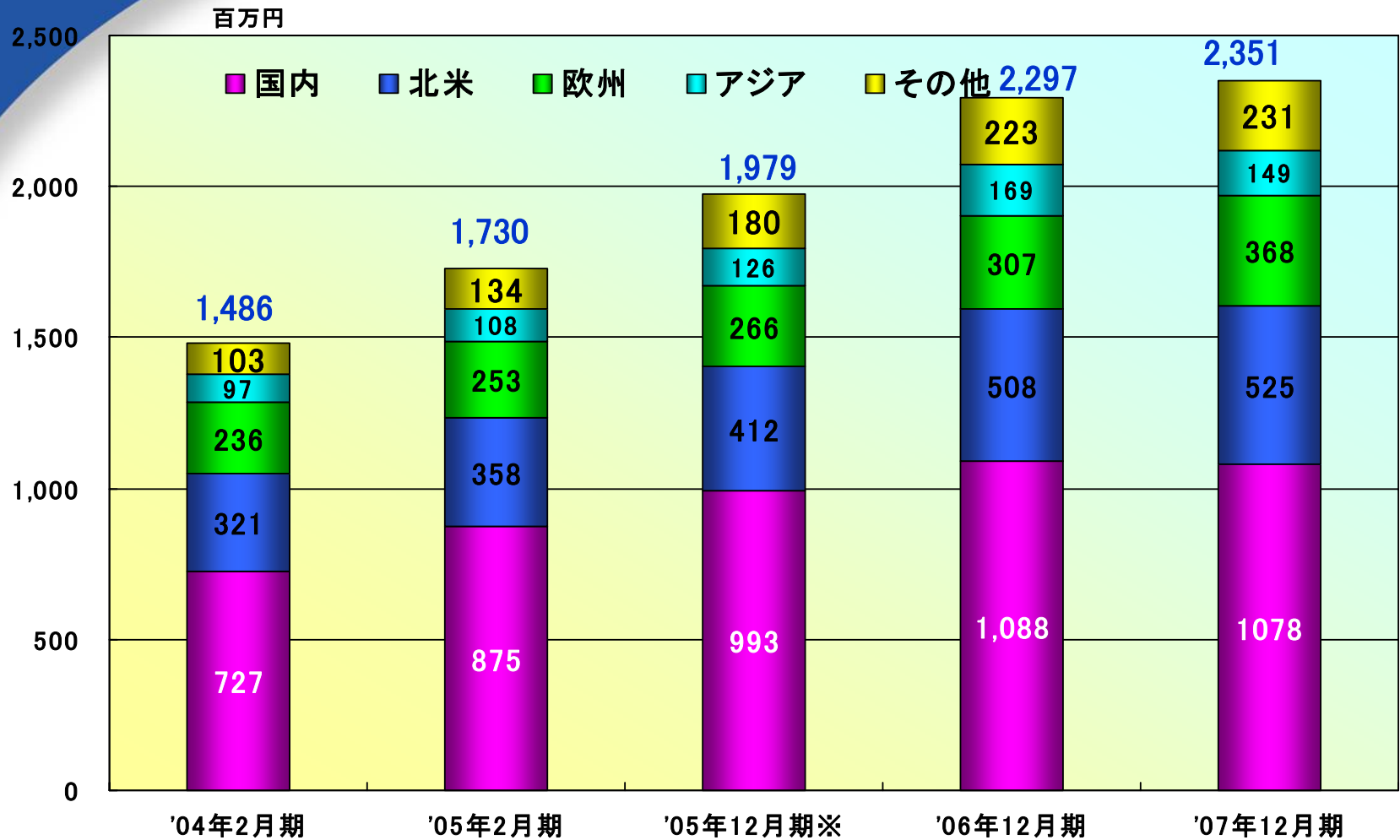


☆歯科製品の売上高予想は、対前期比1,899百万円(11%)増の19,048百万円

- 欧州市場(前期比12%増)ー独、仏子会社は二桁増を予想、根管治療OEM製品は減少。
- 北米市場(同20%増)ー自社ブランドは堅調、カナダ事務所設立による増加期待。
- アジア市場(同8%減)ー中国の販売チャンネル整備の影響(4Q)、韓国エイズ特需終了。
- 国内市場(同9%増)ー自社ブランドのチタン製品が堅調に推移。
- その他の市場(同28%増)ーロシア事務所設置の効果。南米、中近東も堅調推移予想。

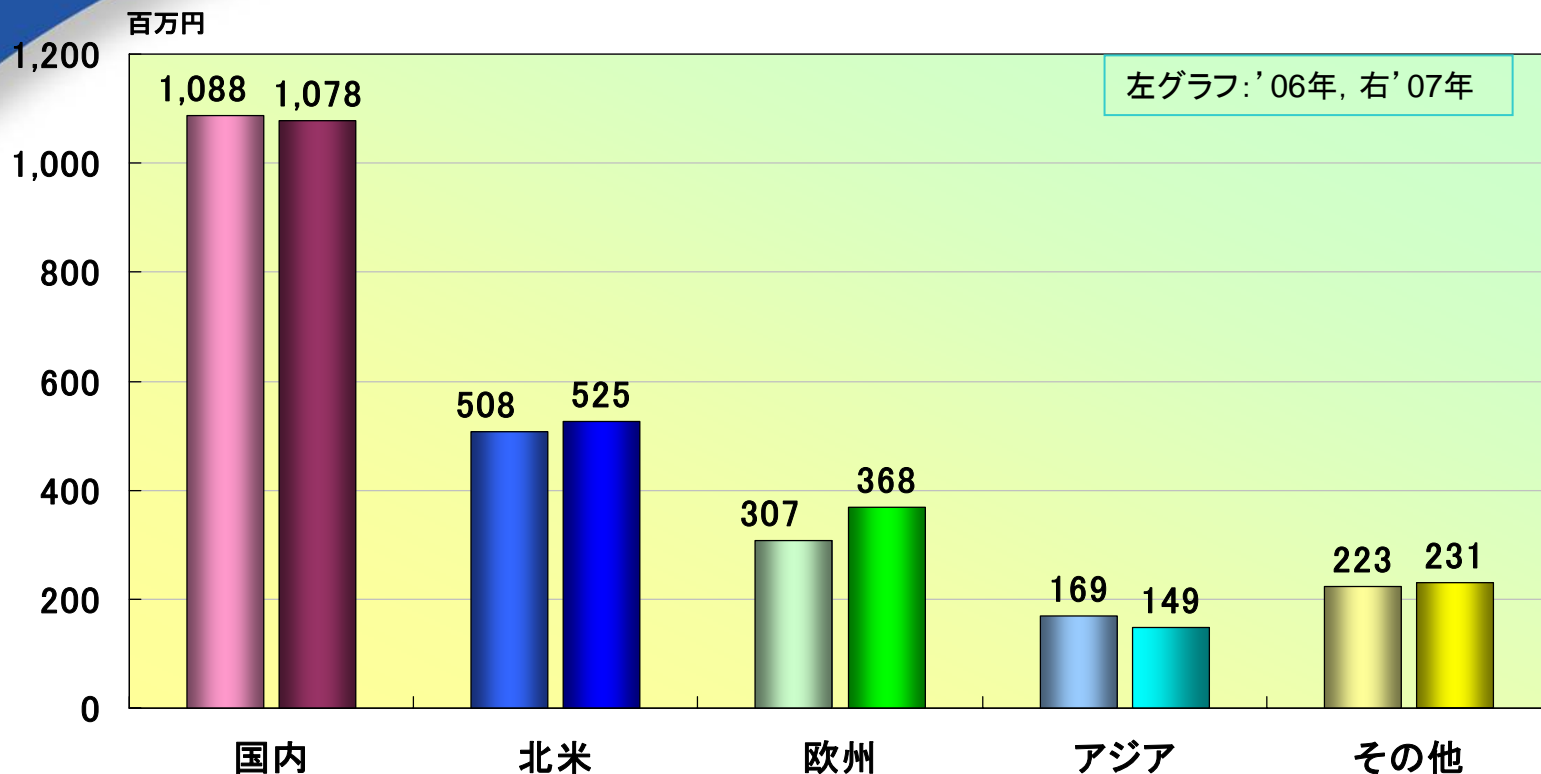


# 地域別連結売上高推移(工業用)



※'05年12月期は10ヶ月決算でしたが、比較のため1月～12月までの12ヶ月分を参考値として集計しております。

# 地域別連結売上高予想(工業用)



☆工業製品の売上高予想は、対前期比55百万円(2%)増の2,352百万円

- ▶国内市場(前期比9%減)－HDD関連の受注減、新製品開発遅れ
- ▶北米市場(同3%増)－Repの強化と代理店育成推進
- ▶欧州市場(同20%増)－機械メーカーへの営業強化を継続(伊)
- ▶アジア市場(同12%減)－特需消滅(タイ)反動減

# 連結売上高・営業利益の推移



※'05年12月期は10ヶ月決算でしたが、比較のため1月から12月までの12ヶ月を集計し表示しております。



# 市場の状況と今後の施策

代表取締役社長  
中西英一

# NRP; NSK Re-Born Plan 販売戦略

## デンタル部門

## 工業部門

## 外科部門

### 販売網 & 広告 販促戦略

#### 全世界での拡販体制・ サービスインフラ構築

- 販売体制の強化
- 営業人員の増強
- ブランド強化
- サービスインフラの強化
- 獣医師市場への参入

#### 販売網の強化

- 国内専用機メーカーとの関係緊密化

#### 新ブランドの定着

#### 販売体制の強化

- 国内  
代理店・エンドユーザーへの販売推進
- 海外  
欧州・北米での販売力強化

### 製品 & 価格戦略

#### 新製品の開発

- R&D要員の増強
- チタン製品のラインナップ増強
- 途上国向け機種開発  
(コストパフォーマンスモデル)
- 口腔外科, 予防歯科対応  
ラインナップ増強

#### 顧客ニーズに合わせた 新製品の開発

- 小型・高精度の追求
- ラインナップの増強

#### 市場ニーズの取り込み とスピーディな開発

- 競合との競争可能な  
ラインナップ整備

# 国内市場の状況(歯科関係製品)

## 【国内市場】

- 売上高微増
  - 下期の新製品投入による増加幅拡大見込み
- 高級機種 of 拡販に注力
  - 新製品のプレミアム・チタン製タービン
  - スケーラーが引き続き好調
    - ・著名臨床家・歯科衛生士を講師に招いてのセミナー開催

# 北米市場の状況(歯科関係製品)

## 【北米市場】

- NSKマーケティングアメリカ の設立
  - アメリカ、カナダ、中南米のマーケティング戦略・販売企画の策定および実行
  - 自社ブランドおよびOEM製品を統括
  - 極細かい対応で拡販を狙う
- ブラスラー社による全米での営業展開
  - 業績好調
    - ・大学への納入実績増加
  - シェアの着実な拡大
  - ブランド力UP
- NSK Canada Branch が本格始動



# 中国・韓国市場の状況（歯科関係製品）

## 【中国市場】

- 売上前年並み。依然不透明感あり
  - NSK上海を中核とした販売・サービス体制構築
    - 流通網整備が進行中（5地域による総代理店制）
    - アフターサービスの拡充で顧客の抱え込みを狙う
  - 高級機種へのシフト
  - 後継機種へのシフト

## 【韓国市場】

- 当初予測（昨年の特需の反動）に反し堅調
- NSK Service Co.Ltd.（合弁会社）が本格始動
  - サービス強化で競合との差別化
- 高級機種の拡販に注力

# 中近東・中南米市場の状況(歯科関係製品)

## 【中近東市場】

- 堅調な受注を維持
- 営業活動、サービス活動の強化
  - ドバイ事務所を拠点とした中近東および周辺地域への営業展開
  - 代理店への継続的な修理教育

## 【中南米市場】

- 堅調な受注を維持
- 拡販体制のさらなる強化
  - 自社とNSK Interamerican、2つのチャネルを活用

# ロシア・オセアニア市場の状況(歯科関係製品)

## 【ロシア市場】



- モスクワ駐在員事務所開設
- 拡販及び顧客対応体制構築
  - マーケティング力の強化
  - サービスの拡充

## 【オセアニア市場】

- NSK Oceania が順調な船出
  - 売上大幅増
- 拡販及び顧客対応体制構築
  - マーケティング力の強化
  - サービスの拡充

# 欧州市場の状況（歯科関係製品）

## 【NSK EUROPEの状況】

- 売上堅調
  - 競合他社の攻勢に対しても売上堅調
- 製品
  - 主力のチタンコントラハンドピース、チタンタービンが好調
  - インプラント用モータの拡販
- 世界最大の展示会IDSの開催 
  - ディーラー、歯科医師の支持獲得
  - ブランド定着及びイメージアップに成功
- 納期短縮と価格のコントロール
  - ECSC（ヨーロッパ・セントラルストックセンター）の建設順調   
（2008年1月稼動開始予定）

# 欧州市場の状況（歯科関係製品）

## 【NSK FRANCEの状況】

- 歯科
  - ・ 競合他社の反攻の中、売上増を維持
  - ・ 営業人員増強、ブランド力UPの施策実施
- 足病
  - ・ NSK Wellness Technology によるヨーロッパでの足病用モーターハンドピース拡販

## 【その他の欧州の状況】

- 全般的に堅調（特にイタリアにて好調）

# 歯科用新製品

## 『Ti-Max X プレミアムコントラアングルハンドピース』

ヨーロッパ、日本で最もポピュラーな製品群、  
「コントラアングル」の新機種登場。

スマートなデザイン、計算しつくされたバランスを実現。  
ノイズ・振動レベルを低減し、競合他社を凌駕する性能を提供。



# 工業用製品の状況

## 販売戦略

### ➤ 国内市場

- HDD関連の大口顧客からの注文が大幅減、下期の回復不透明
- 主要メーカー、エンドユーザーへの継続的営業
  - ・リピーター確保による底辺拡大
- 新製品の開発・投入

### ➤ 北米（NSKアメリカ）

- アプリケーションエンジニアによる提案型営業強化
- エリア割りの再編  
(好調なRepのエリアを拡大、低調なRepのエリアを縮小)

### ➤ 欧州市場

- 売上堅調

# 工業用製品の状況

## 製品戦略

- 幅広いニーズに応える製品ラインナップ
- 主要機械メーカー、専用機メーカーとの新製品共同開発
- 超精密加工分野向け製品開発

## 第4回モノづくり部品大賞※ 受賞

- 超高速エア一軸受タービンスピンドルABS-1200が  
“日本力賞”を受賞 

※日刊工業新聞社 主催



# 工業用新製品



## 超精密高速スピンドル(電動式)『HES800』

- NCフライス盤、マシニングセンタの主軸に取り付け、高速切削加工、微細加工を行える高速主軸アタッチメント
- マシニングセンタの主軸回転を使用せず、20,000～80,000回転／分を実現
- 超精密微細金型用



## 超音波研磨装置 シーナスneo

- 金型磨き用超音波研磨装置
- 微細な金型の最終修正用

# 外科用製品の状況

## 販売戦略

- 国内販売体制の強化
  - Primadoシリーズ好調
  - 代理店及びエンドユーザーへの積極的営業推進
- 海外での販売体制の構築
  - Primado、Prado、Estima シリーズの販売推進
  - 欧州、北米での販売力強化

