

2011年12月期(第60期) 決算説明会

2011年2月16日
株式会社 ナカニシ

目 次

1. 2011年12月期 連結決算の概要	P 3~P11
2. 2012年12月期 次期連結業績予想	P12~P17
3. 市場の状況と今後の施策	
歯科 1) 環境認識	P19~P20
2) 営業戦略	P21~P35
3) 市場戦略・製品戦略	P36~P42
工業	P43
メディカル	P44

連結決算概要 (B/S)

単位：百万円

	当 期 末 '11/12	前 期 末 '10/12	増 減	増 減 内 容
総 資 産	38,425	34,951	3,474	
(受取手形・売掛金)	3,440	3,179	261	
(棚卸資産)	5,677	5,560	117	商品・製品228増、 仕掛品233減、 原材料・貯蔵品121増
負 債	3,603	3,273	329	未払法人税等377増、 退職給付引当金74減
(有利子負債)	112	123	△10	
利益剰余金	36,475	32,265	4,210	
	当 期 '11/12	前 期 '10/12	増 減	増 減 内 容
設備投資額	1,139	1,144	△5	北米新社屋、自家発電、 新製品金型
減価償却費	723	592	131	

連結決算概要 (P/L)

単位：百万円

	今 期 実 績 '11/12	前 期 実 績 '10/12	前 期 比	計 画 '11/12	計 画 比
売 上 高	22,266 100%	22,213 100%	100%	22,485 100%	99.0%
売 総 利 上 益	13,479 61%	13,420 60%	100%	13,300 59%	102% 2pt
営 業 利 益	7,191 32%	7,600 34%	95% △2pt	6,970 31%	103% 1pt
経 常 利 益	7,135 32%	7,304 33%	98% △1pt	7,107 32%	100% -pt
当 期 純 利 益	4,694 21%	4,687 21%	100%	4,778 21%	98% -pt
EPS(円)	779.53	765.72		780.44	
為 替 レ ー ト					
米 ド ル	79.62円	87.69円	8.07円高	80.00円	0.38円高
ユ ー ロ	110.95円	116.39円	5.44円高	110.00円	0.95円安

- 売上目減額 △623百万円(前期レート比) 25百万円(計画レート比)
- 為替感応度 USD:1円円高→売上4千5百万円減、EURO:同5千万円減(営業利益85%)
- 試験研究費 1,537百万円(対前期比143百万円増)

事業の種類別連結売上高増減

単位：百万円

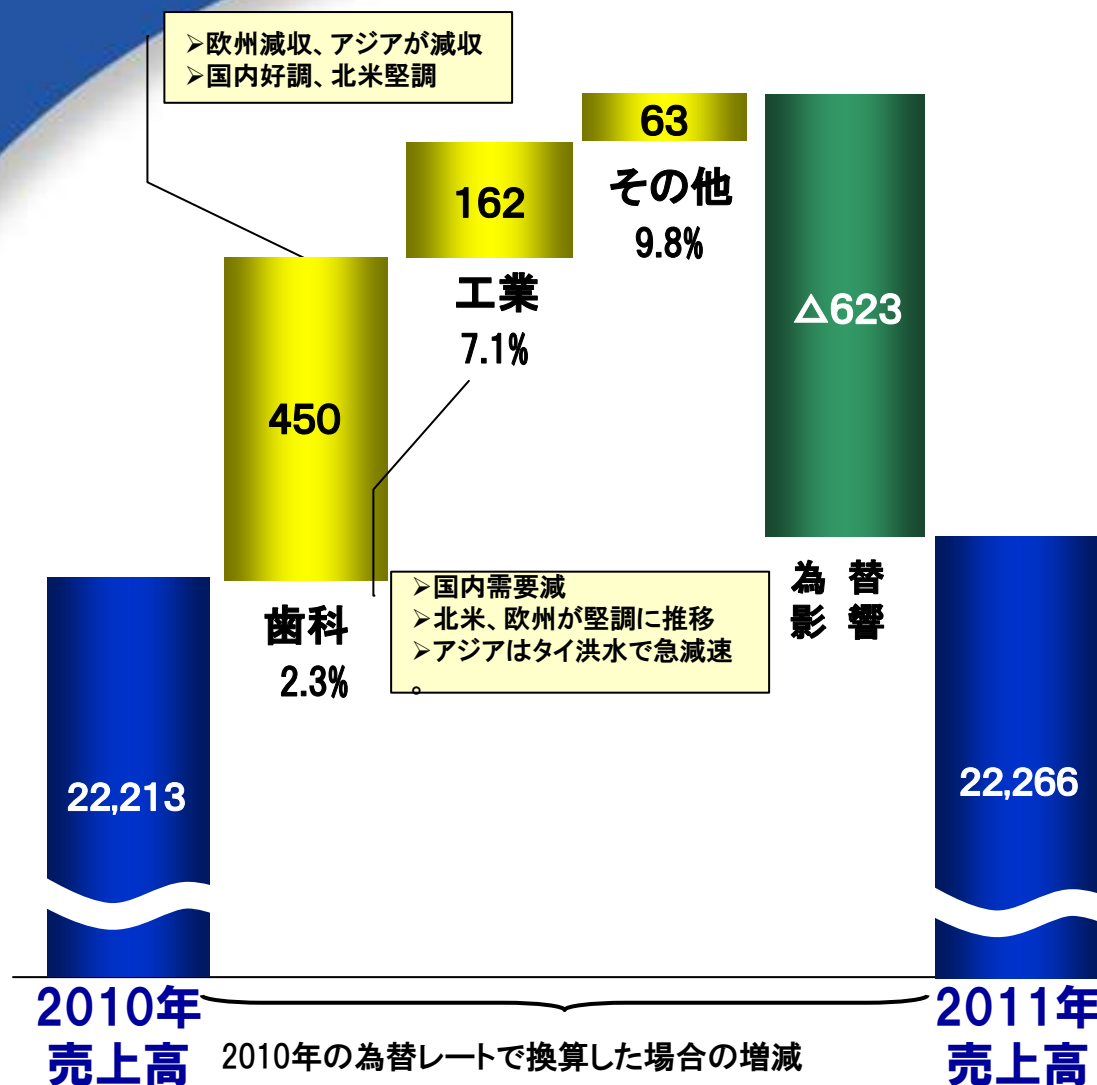
事業の種類別売上高

(為替影響分離)

	2010年	2011年
歯科製品業 関連事業	19,289	19,739 +450
工業製品業 関連事業	2,281	2,444 +162
その他業	642	705 +63
為替影響	—	△623
計	22,213	22,266 +52

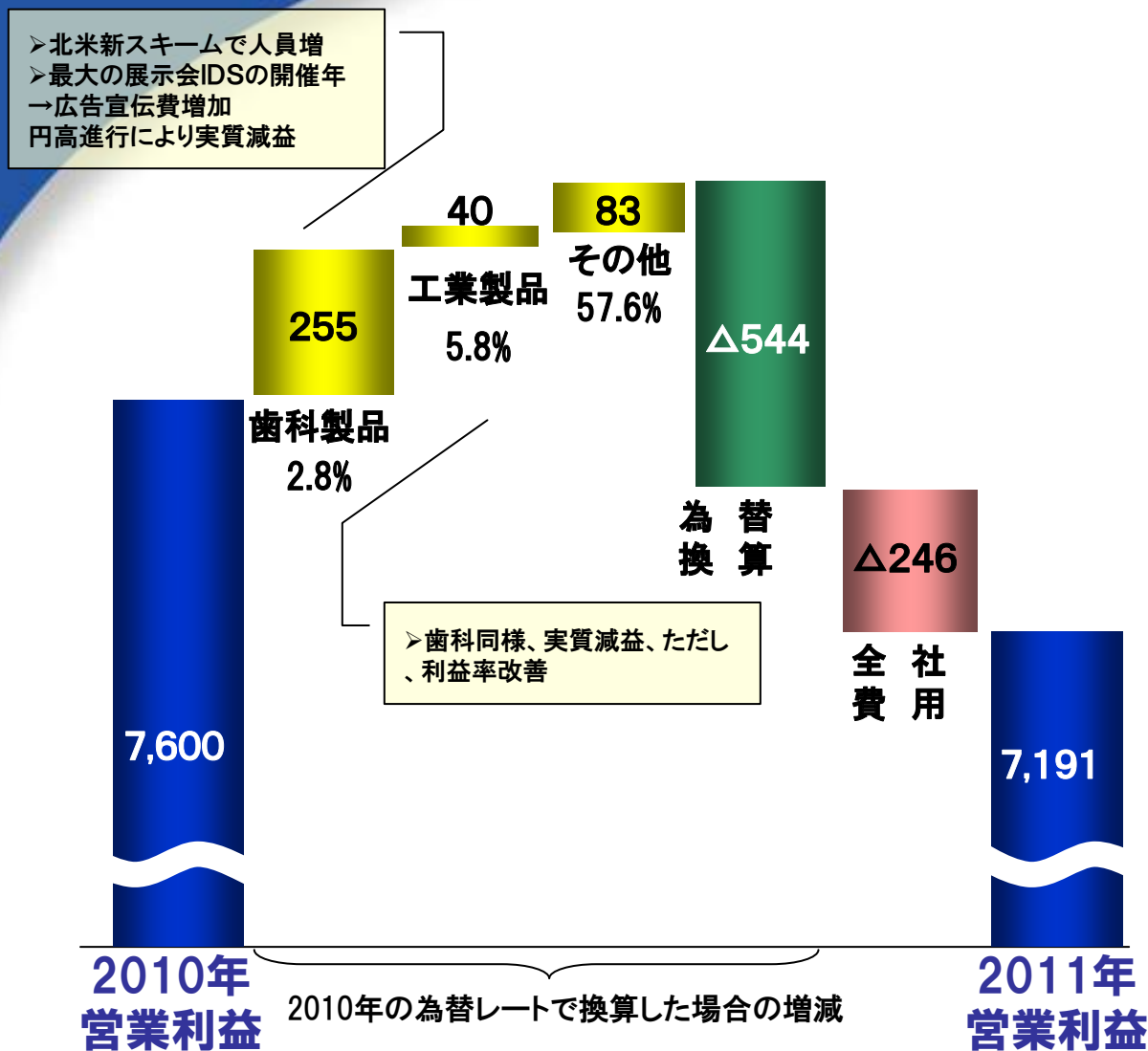
期中平均レート

米ドル	87.69	79.62 △8.07
ユーロ	116.39	110.95 △5.44



事業の種類別営業利益増減

単位：百万円



事業の種類別営業利益 (為替影響分離)

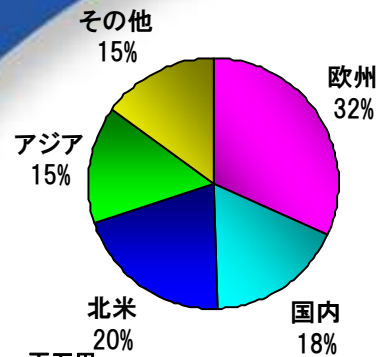
	2010年	2011年
歯科製品 関連事業	9,041	9,297 +255
機工製品 関連事業	681	721 +40
その他 事業	144	227 +83
為替影響	-	Δ544
全社費用	Δ2,266	Δ2,513 Δ246
計	7,600	7,191 Δ410

期中平均レート

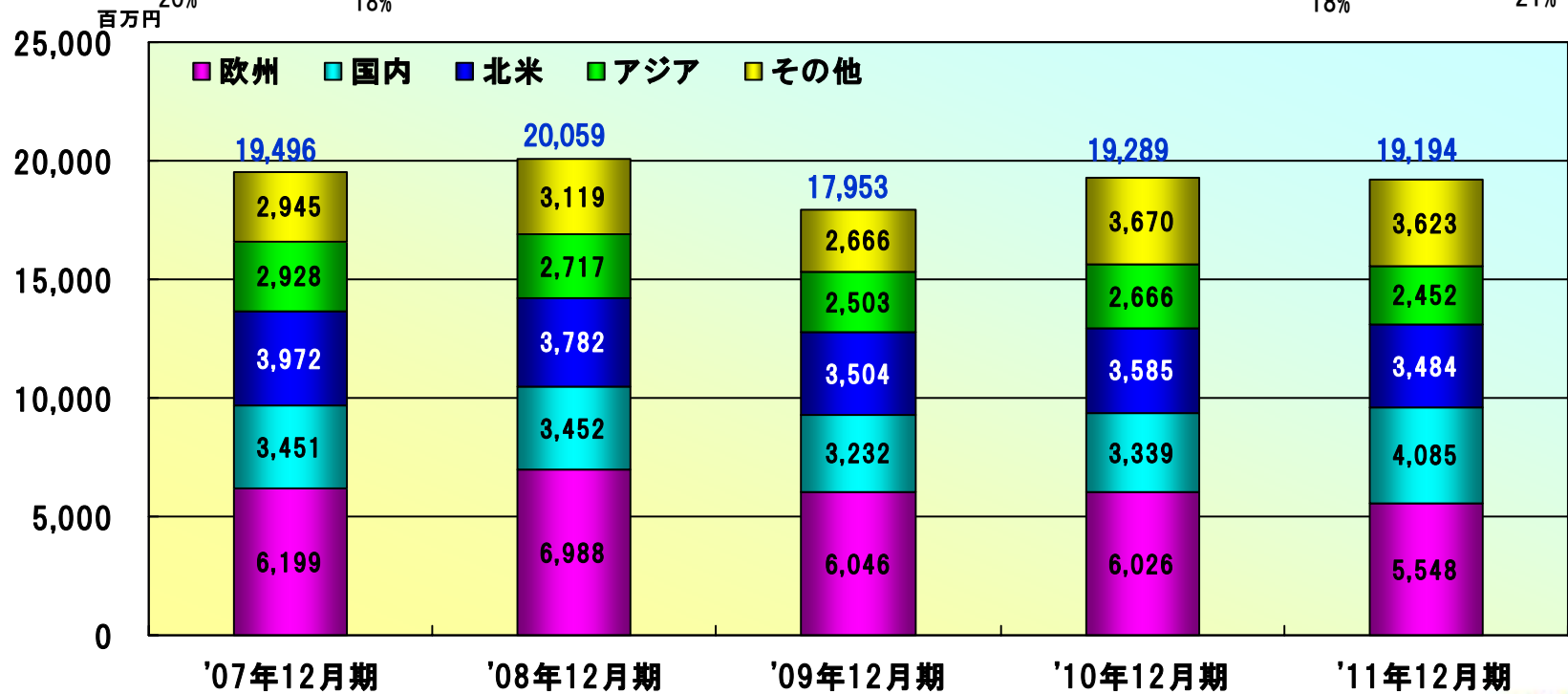
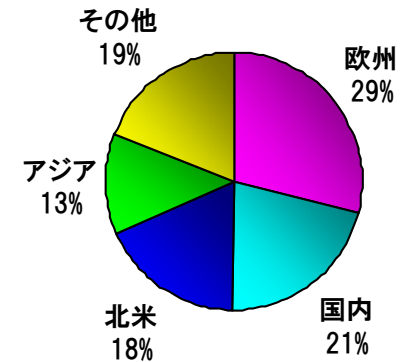
米ドル	87.69	79.62 Δ8.07
ユーロ	116.39	110.95 Δ5.44

連結売上高推移（歯科製品）

'07年12月期

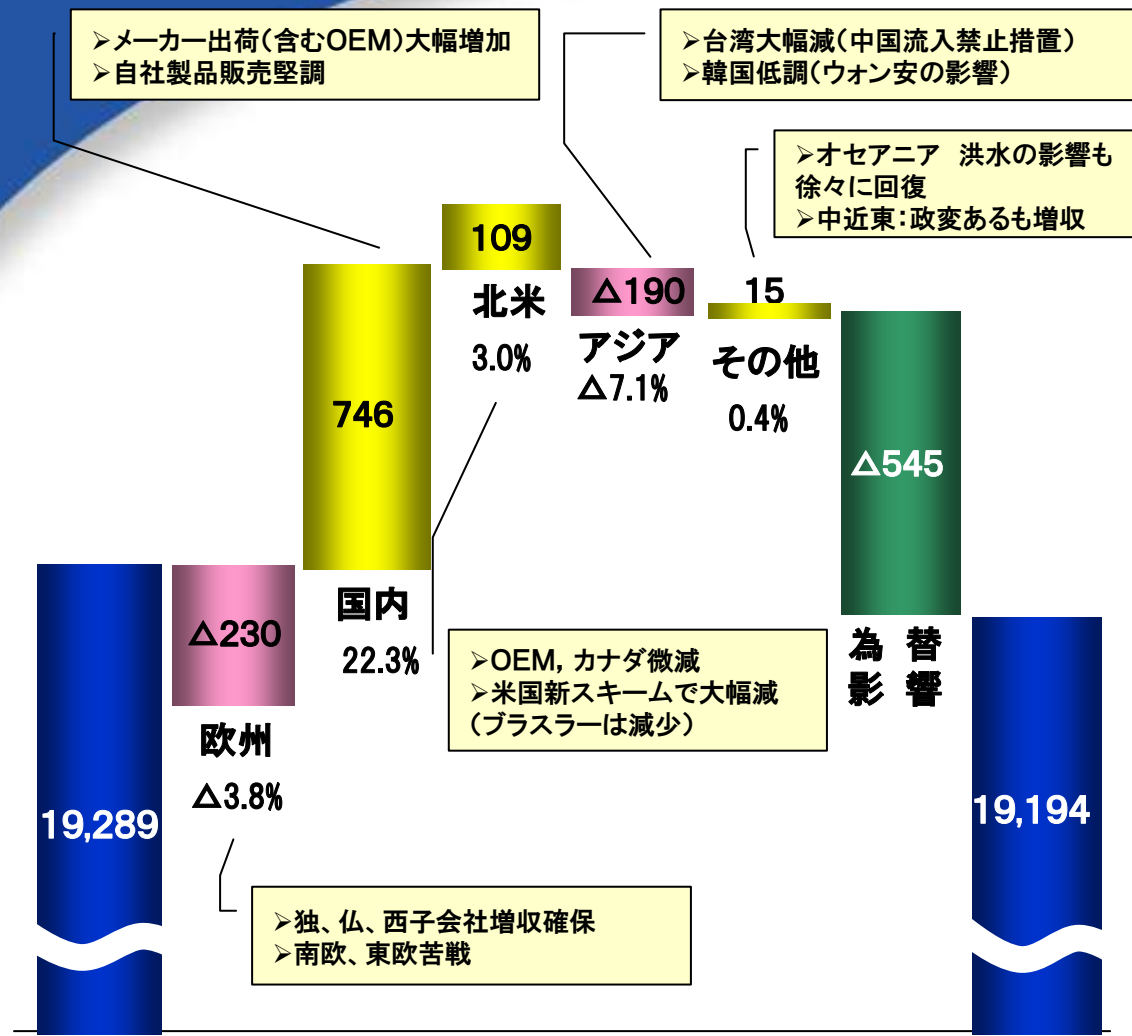


'11年12月期



地域別連結売上高の増減（歯科製品）

単位：百万円



>メーカー出荷(含むOEM)大幅増加
 >自社製品販売堅調

>台湾大幅減(中国流入禁止措置)
 >韓国低調(ウォン安の影響)

>オセアニア 洪水の影響も徐々に回復
 >中近東:政変あるも増収

>OEM, カナダ微減
 >米国新スキームで大幅減(ブラスラーは減少)

>独、仏、西子会社増収確保
 >南欧、東欧苦戦

地域別売上高(歯科製品)

(為替影響分離)

	2010年	2011年
欧州	6,026	5,796 △230
国内	3,339	4,085 +746
北米	3,585	3,694 +109
アジア	2,666	2,476 △190
その他	3,670	3,686 +15
為替影響	—	△545
計	19,289	19,194 △94

期中平均レート

米ドル	87.69	79.62 △8.07
ユーロ	116.39	110.95 △5.44

2010年売上高
(歯科製品)

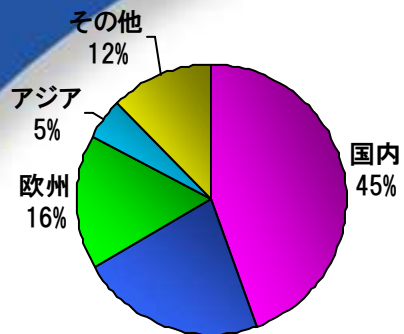
2010年の為替レートで換算した場合の増減

2011年売上高
(歯科製品)

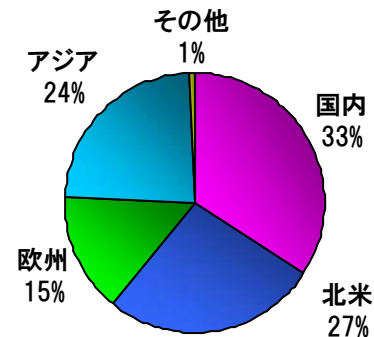


連結売上高推移（工業製品）

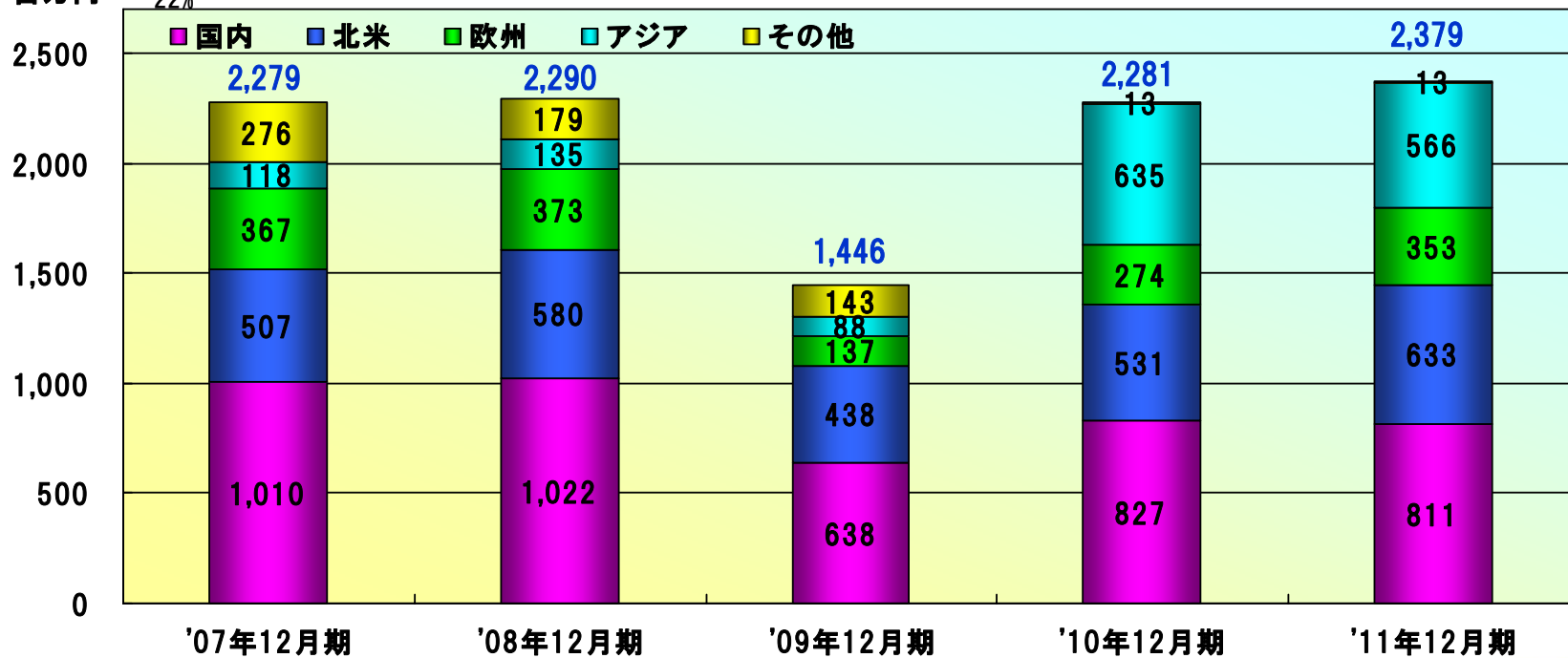
'07年12月期



'11年12月期

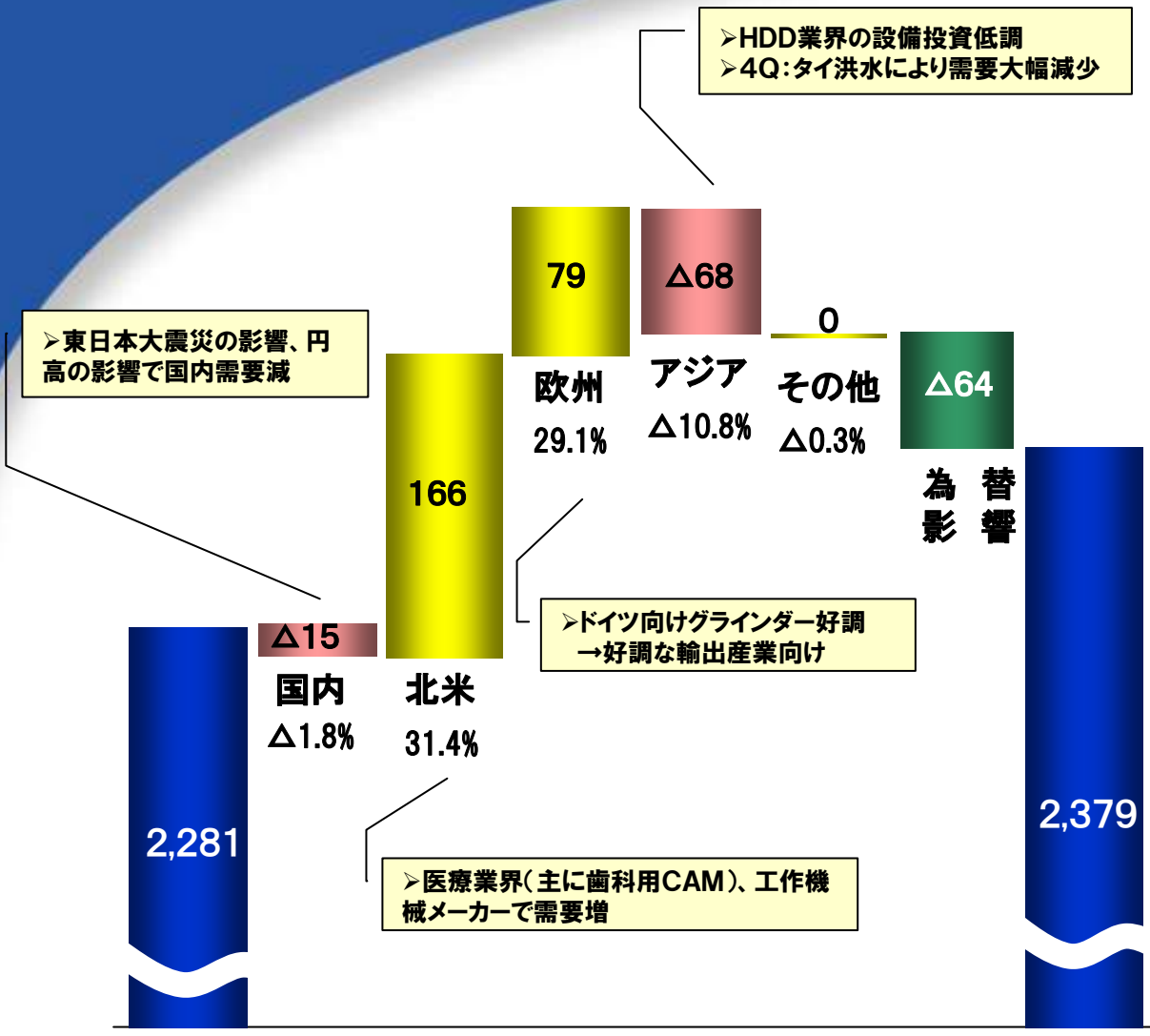


百万円



地域別連結売上高の増減（工業製品）

単位：百万円



地域別売上高(工業製品)

(為替影響分離)

	2010年	2011年
国内	827	811 △15
北米	531	698 +166
欧州	274	353 +79
アジア	635	566 △68
その他	13	13 0
為替影響	-	△64
計	2,281	2,379 +98

期中平均レート

米ドル	87.69	79.62 △8.07
ユーロ	116.39	110.95 △5.44

2010年売上高
(工業製品)

2010年の為替レートで換算した場合の増減

2011年売上高
(工業製品)

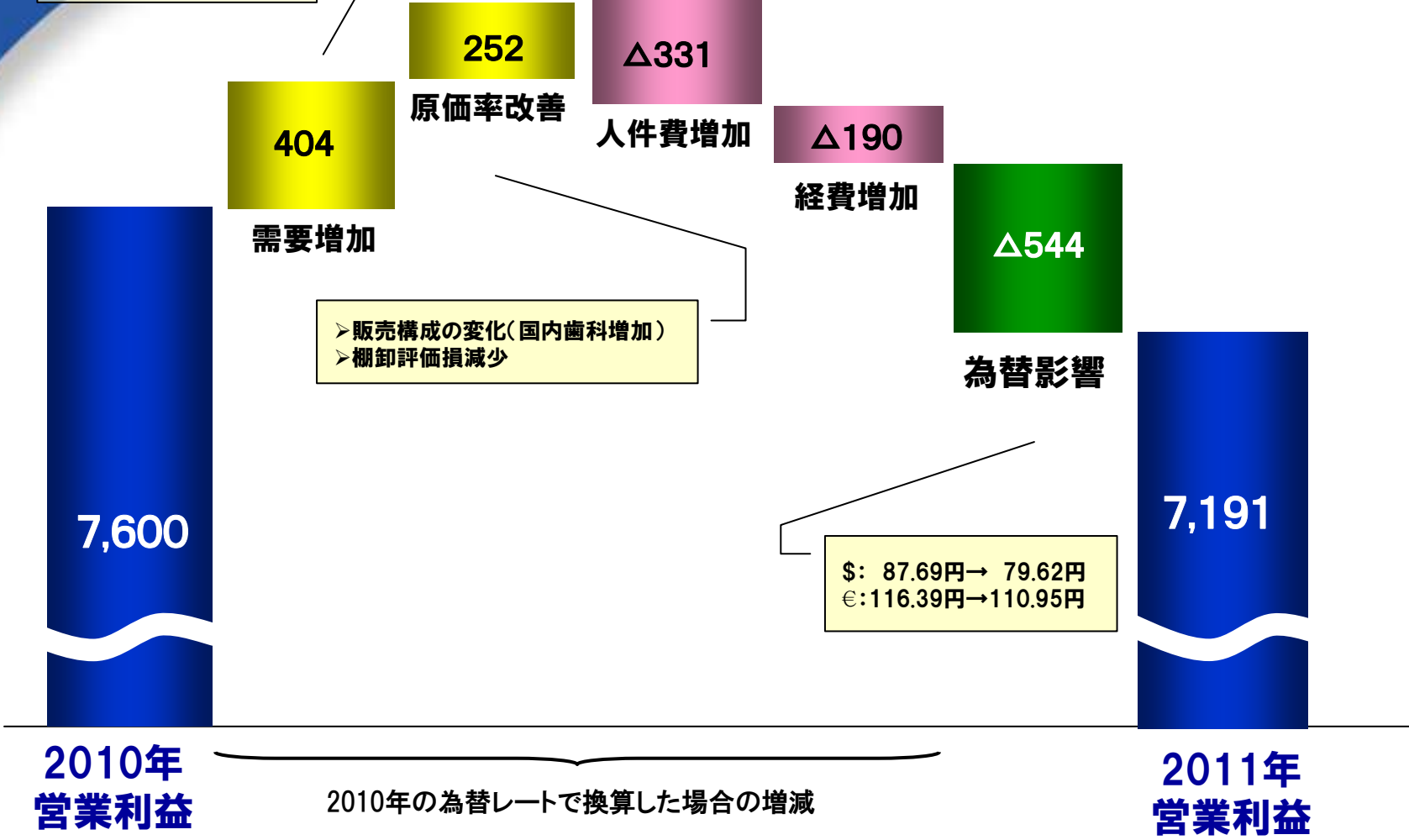


営業利益の増減要因

単位：百万円

売上高
 > 歯科 450百万円増
 > 工業 162 〃
 > その他 63 〃

大幅な人員増強
 > (株)ナカニシ(主に開発人員)
 > 米国子会社(営業人員)



2010年
営業利益

2011年
営業利益



2012年12月期計画

次期連結決算概要 (P/L)

単位：百万円

	次期予想 '12/12	今期実績 '11/12	前 期 比	増 減 要 因
売 上 高	23,402 100%	22,266 100%	105%	歯科製品:1,030(4%) 工業製品:1,007(42%), その他:21(3%)
売上総利益	13,677 59%	13,479 61%	101% 1pt	円高の影響(売上目減り923)
営業利益	7,195 31%	7,191 32%	100% Opt	販管費195増 人件費増(主に営業人員増強)
経常利益	7,221 31%	7,135 32%	101% 1pt	
当期純利益	4,560 20%	4,694 21%	97% △3pt	特別損益見込みなし
E P S (円)	757.14	779.53		
想定為替レート				
米 ド ル	75.00円	79.62円	4.62円円高	為替感応度 USD 1円:55百万円
ユ ー ロ	98.00円	110.95円	12.95円円高	為替感応度 EURO 1円:50百万円
設 備 投 資	800	1,139	△339	設備維持更新等
減価償却費	780	723	57	

連結売上高事業の種類別増減

単位：百万円

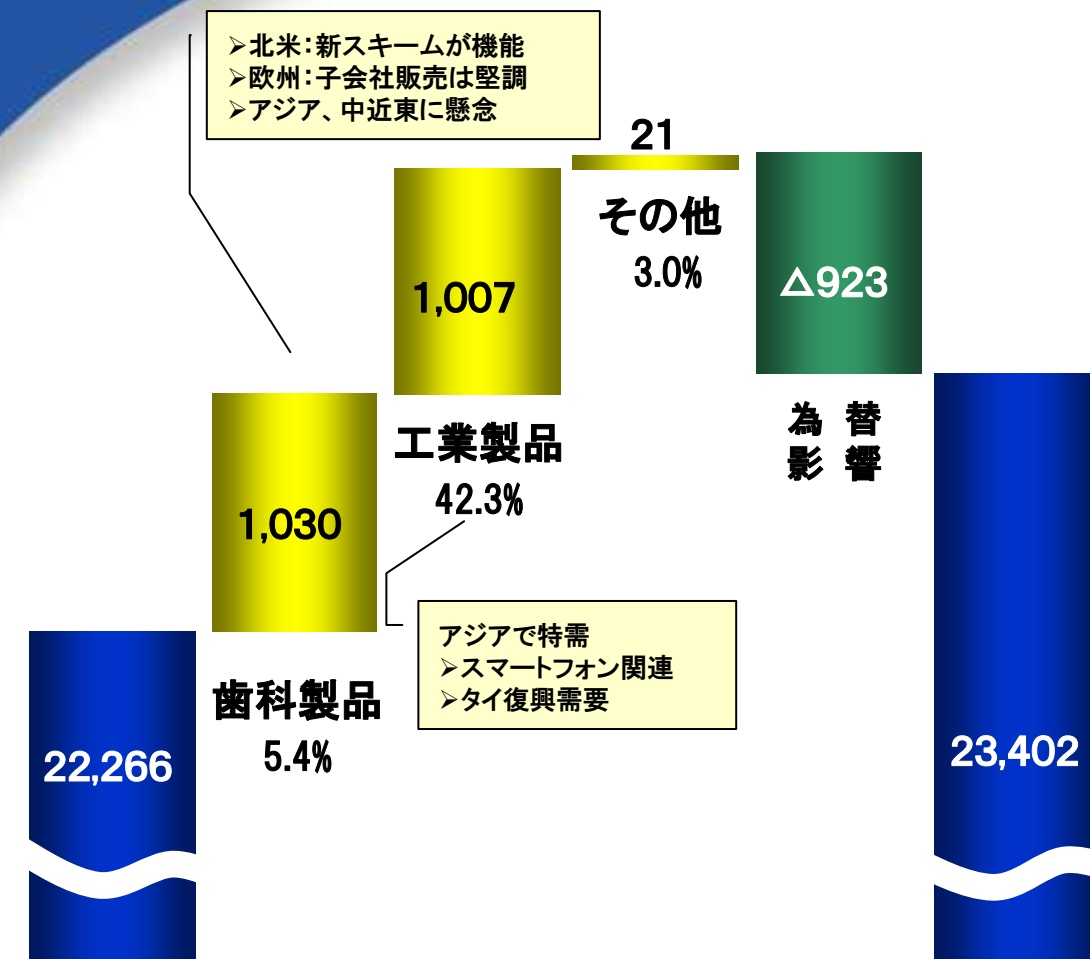
事業の種類別売上高

(為替影響分離)

	2011年	2012年
歯科製品業 関連事業	19,194	20,225 +1,030
工業製品業 関連事業	2,379	3,387 +1,007
その他業	691	712 +21
為替影響	—	△923
計	22,266	23,402 +1,135

期中平均レート

米ドル	79.62	75.00 △4.62
ユーロ	110.95	98.00 △12.95



- ▶北米:新スキームが機能
- ▶欧州:子会社販売は堅調
- ▶アジア、中近東に懸念

- アジアで特需
- ▶スマートフォン関連
- ▶タイ復興需要

2011年売上高
(実績)

2012年売上高
(予想)

地域別連結売上高の増減（歯科製品）

単位：百万円

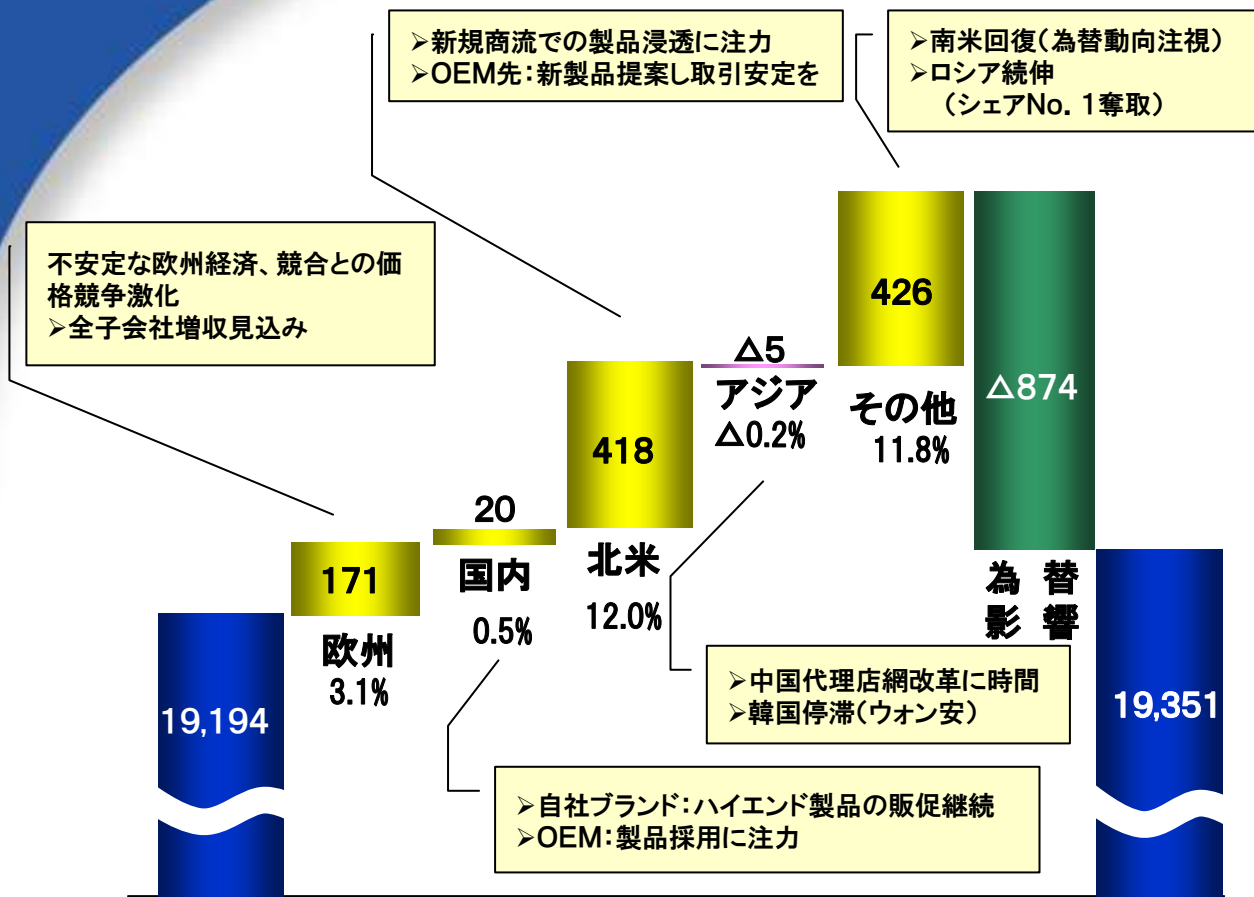
地域別売上高(歯科製品)

(為替影響分離)

	2011年	2012年
欧州	5,548	5,719 +171
国内	4,085	4,106 20
北米	3,484	3,902 +418
アジア	2,452	2,446 △5
その他	3,623	4,049 +426
為替影響	—	△874
計	19,194	19,351 +156

期中平均レート

米ドル	79.62	75.00 △4.62
ユーロ	110.95	98.00 △12.95



2011年売上高 (歯科製品) 2011年の為替レートで換算した場合の増減

2012年売上高 (歯科製品)

地域別連結売上高の増減（工業製品）

単位：百万円

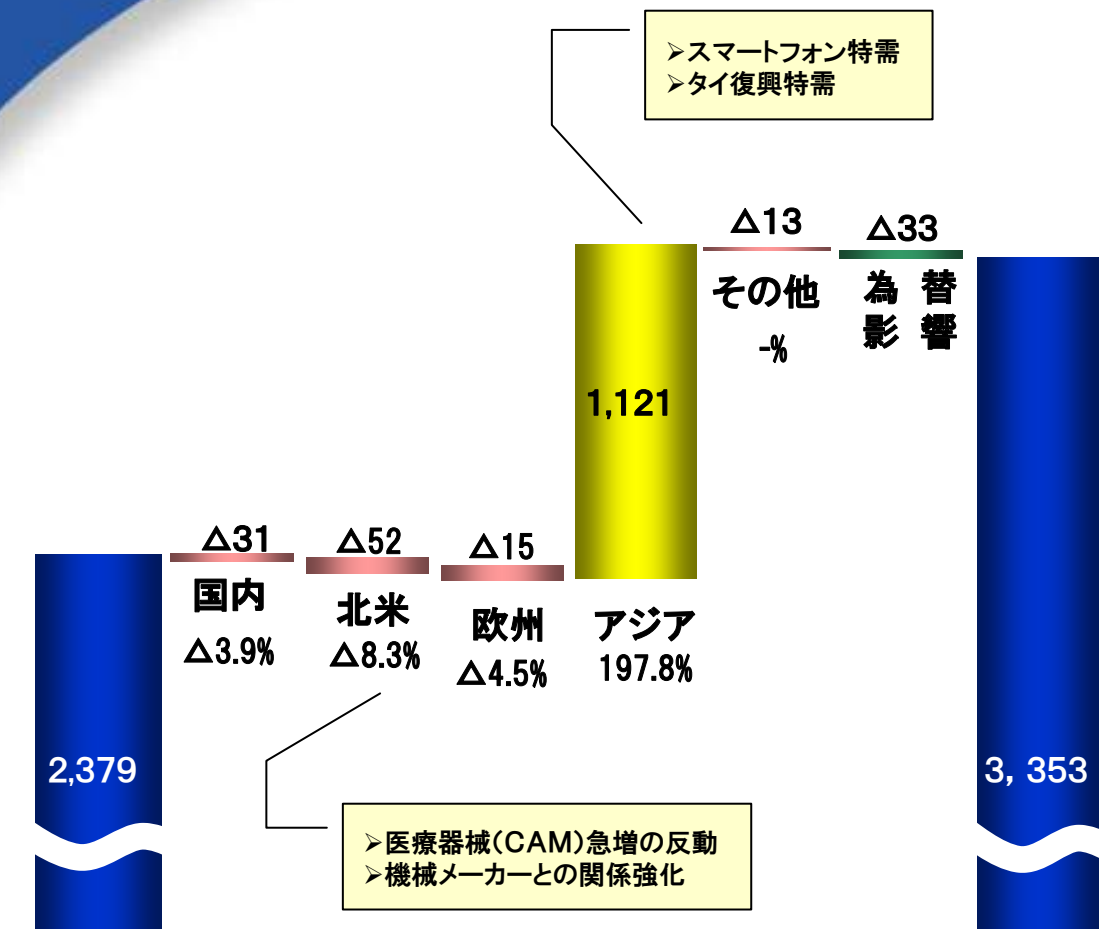
地域別売上高(工業製品)

(為替影響分離)

	2011年	2012年
国内	811	780 △31
北米	633	581 △52
欧州	353	338 △15
アジア	566	1,688 +1,121
その他	13	- △13
為替影響	-	△33
計	2,379	3,353 +973

期中平均レート

米ドル	79.62	75.00 △4.62
ユーロ	110.95	98.00 △12.95



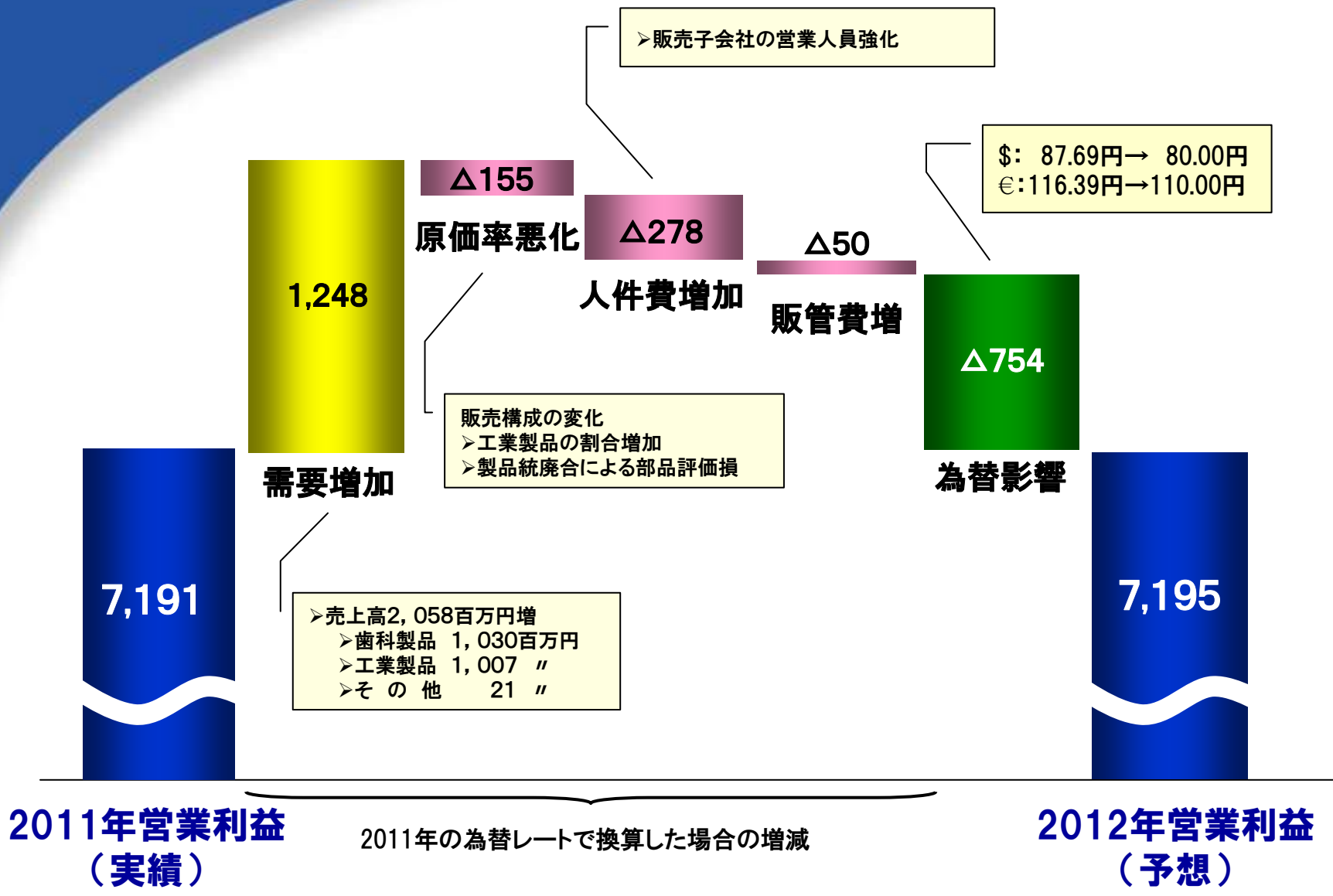
2011年売上高
(工業製品)

2011年の為替レートで換算した場合の増減

2012年売上高
(工業製品)

予想営業利益の増減要因

単位：百万円



市場の状況と今後の施策

■業界動向

1. 全世界経済危機継続による価格競争激化

- (1) 相対的な需要減少傾向継続 ⇒ 製品品質とサービスの重要度が増す。
- (2) 不況によりディーラー経営悪化(南欧) ⇒ ディーラー再編の動き活発化。

2. ブランドポジショニング変化

- (1) Kavo, BienAir, Sironaの大幅値下げ ⇒ NSK販売に影響なし。
- (2) W&H、NSKは新製品上市とサービス向上によるブランド価値向上。

■NSK戦略 — 競合他社との差別化戦略推進

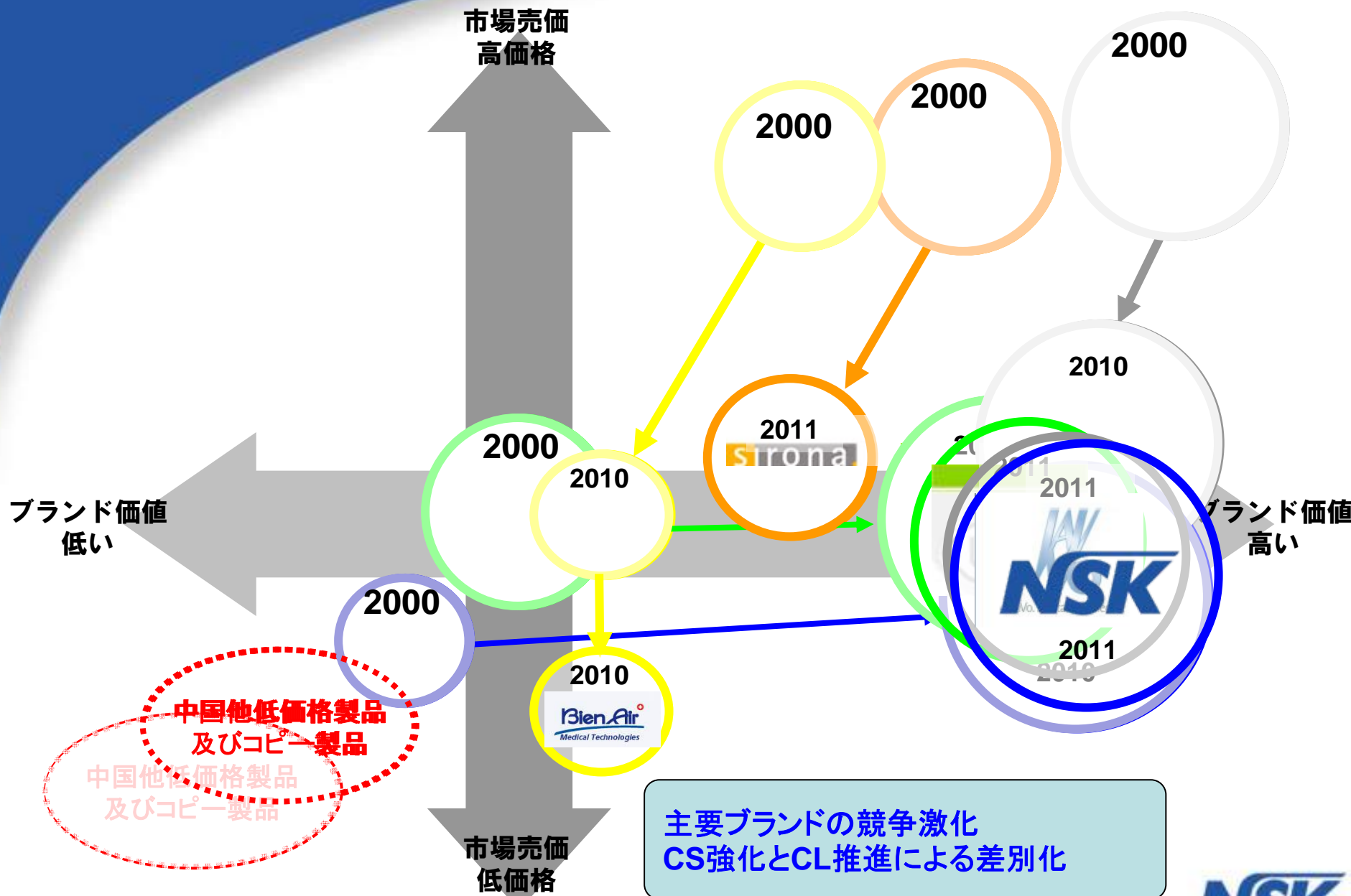
1. 先進国市場：ブランド価値向上とユーザー囲い込み戦略推進

- (1) ユーザーニーズを捉えた新製品上市 (Pico, Z, SurgicPRO他) 成功
- (2) 営業、サービス品質のさらなる向上を計る

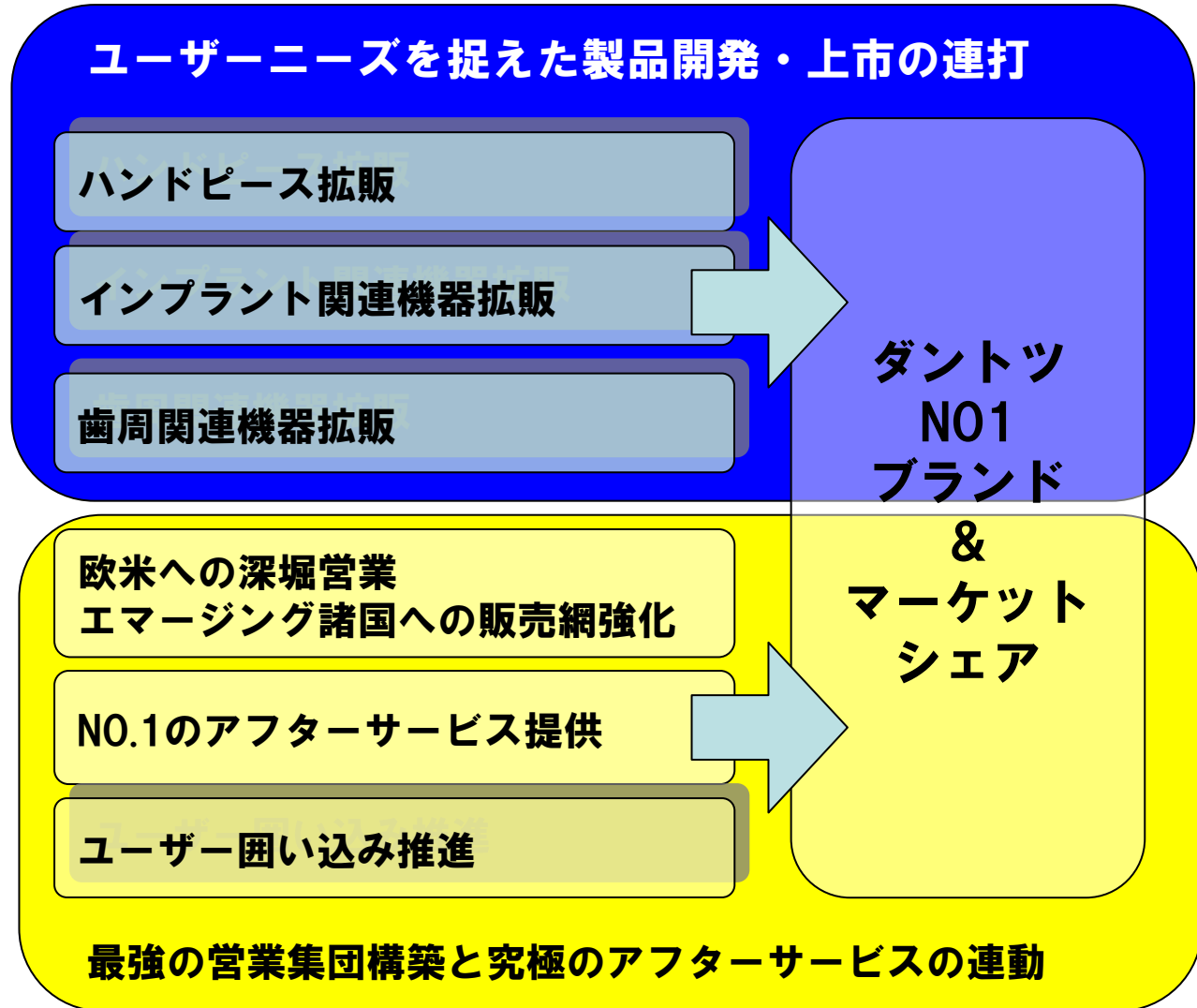
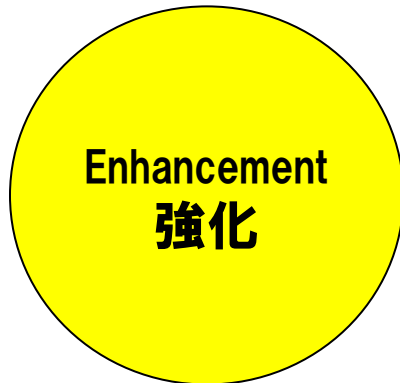
2. エマージング市場：流通再構築継続による販売体制強化

- (1) ローカルマーケティング活動強化による深掘営業推進
- (2) サービス網整備とサービス品質向上

歯科：2011年ブランドポジショニング分析



提案型営業展開による営業品質のさらなる向上
と差別化戦略推進



先進国市場

グローバル展開の「質」の向上

地域密着の
営業活動

ブランド力
向上

究極の
アフター
サービス

市場情報
フィード
バック

ネットワーク
構築

異なるローカルニーズに迅速に対応できる体制を整備

エンドユーザーへの信頼を獲得



強力な
販売網構築

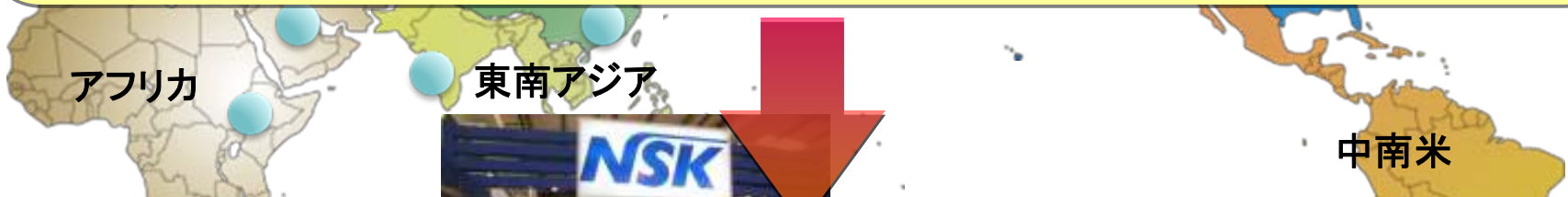
ブランド力
向上

アフター
サービス網
構築

市場ニーズ
汲み取り

ネットワーク
構築開始

ローカルニーズに対応できる最適な販売体制・サービス体制の構築



エンドユーザーを獲得



欧州経済危機進行の中、 ドイツ・フランスが牽引し、前年微増の結果

- IDS後の新製品上市は順調に推移。販売増に貢献
- 競合他社(Kavo, BeinAir他)販売価格の下落傾向止まらず
- ドイツ・フランス・スペイン現地販売は堅調に推移
- UKは市場需要の後退により前年比二桁割れと苦戦
- 東欧市場はポーランド微減、
北欧市場は横ばい傾向
- アフターサービス体制強化
⇒ ユーザー囲い込み戦略推進
- 主力製品サージックプロ、
Xコントラが売上を牽引



通期 前期比円建では微減、ドル建では10%アップ
No.1シェアのW&Hとほぼ互角の販売達成

- 業界TopディーラーDentex社と従来の代理店SELLA社との共存
- ロシア地方都市攻略開始とCIS販売網強化
- ブランディング強化推進
 - 宣伝強化と各地展示会でのブランド訴求
 - セミナー開催、製品デモによるユーザー訴求



2011年11月より新販売スキーム開始

NSKブランド+BUSA PB+OEM＝市場占有率の最大化

- NSK Dental LLC設立。ローカルSales & Marketing開始
- 大手販売流通ヘンリーシャイン・パターソンドENTAL・ベンコ他に卸営業展開
⇒ 市場構成比80%を持つディーラーとの取引開始
- 集中倉庫稼動 即納体制構築によるサービス向上。
- 全米主要都市に営業配置(初年度12名)完了。
⇒大手販売流通に対する製品トレーニング・
同行営業実施による深堀営業開始
- 修理センター機能充実・CS機能充実による
⇒ 顧客満足度向上
- ローカルマーケティング開始によるブランド力向上



アメリカ流通戦略概要

エンドユーザー

ブランディング

アフターサービス

各流通の強みを最大限に生かす流通戦略推進

直販による深堀

大手ディーラーによる占有率向上

スペシャリティー市場深堀

PB

NSK

OEM



大手メーカー

NSK Dental LLC営業活動開始（2011年11月）
展示会自社ブース設営とブランディング活動開始

Greater NY展示会にてブランド訴求開始



会場入口バナー



会場入口バナー



会場入口バナー



会場入口バナー

参加者数： 53,442
歯科医： 18,168
衛生士： 4,150
アシスタント： 5,534

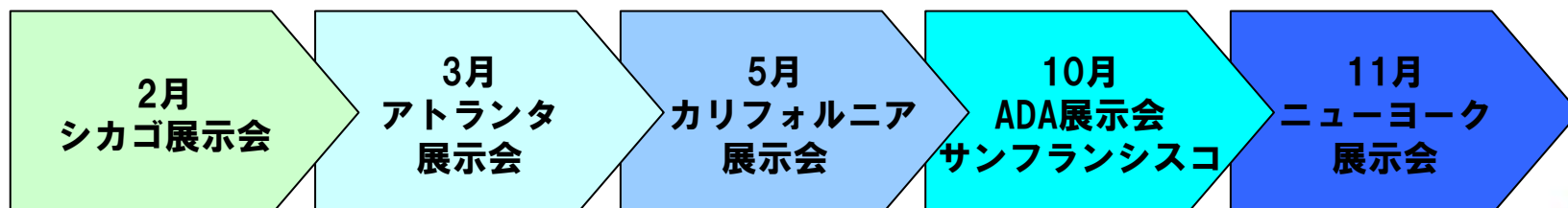
NSK Dental LLC営業活動開始（2011年11月）
展示会自社ブース設営とブランディング活動開始

11月末 NY展示会にて自社ブース設営 本格的な販売開始



- 新製品Zコントラ・Picoタービンを中心にデモ
⇒非常に高い評価を獲得
- 主要ディーラーによるプロモーション開始
- 展示会場内にてブランディング活動開始
- 有力雑誌への広告掲載開始

2012年主要展示会スケジュール



■ブラスラーUSA（米国PB販売先）

- 現地販売好調により計画以上の販売を達成。
- 年度末在庫も軽く、2012年も現地販売好調維持の見込み。

■OEMビジネス

- 既存ハンドピース関連OEMは堅調に推移
- NSKブランドの販売開始によるOEM各社との距離感は懸念材料
- 超音波スケーラー、歯周病関連製品の新規OEM交渉継続

■カナダ市場

- 限定販売網戦略定着、前期横ばい。提案営業によりさらなる奥行き拡大
- 大手インプラントメーカーを攻略中

新販売網確立により堅調な伸長継続

受注は順調であったが円高影響による出荷調整発生

- ブラジル・メキシコ 代理店販売大幅伸長
- 南米各国代理店網再構築完了 ⇒ 販促展開による深掘推進
- CIOSP・FDI展示会を中心にしたブランディング訴求
- ローカルマーケティング、サービス機能充実を計る
- 代理店会議開催成功 ⇒ 製品トレーニング・修理トレーニング定例化



下半期の回復により前期並みの実績を確保

- 上半期は洪水、政府系／民間共に経済状況の厳しさあり需要低迷
下半期は回復した需要を取り込み、通期で前期比並の実績を確保
- 2012年、需要はやや回復の見込み
政府系は旧設備の置換需要が期待される
民間も徐々に需要が戻りつつある
- 販売力強化
ディーラーの販売員に対する定期的なトレーニングコースを提供

国内OEMを中心に大幅伸長／代理店も伸びる 国内全体の伸びは124%

■国内OEMが大幅伸長

- インプラントメーカーの販路を活用し、バリオサージの垂直立上に成功
- マーケティング部と連携したハンズオンセミナーの成功が一因

■国内代理店も二桁の伸びを達成

- 歯科医・代理店との関係を重視した継続的営業活動
- タイムリーかつ顧客の要望に沿った製品上市
 - ・ミニヘッド、高耐久性製品 Zコントラを上市
 - ・一昨年上市 超ミニヘッド“S-max Pico”の需要も堅調

■獣医ビジネスも大きく伸びる

- ペット関連市場の拡大を捉えた安定成長
- 高価格製品プリマドの販売が好調



改革を進めながら前期を超える実績を確保

- 販売力の強化・代理店網改革の推進
- 代理店向けキャッシュバック制度導入
- インプラントやエンドの需要拡大
関連製品で大幅売上UP
 - Surgic XT PLUS
 - VARIOS シリーズ
 - エンドモーター
- 厳しい市場環境は変わらず
 - 模倣品氾濫が続く
 - 他社との競争も激化



政情不安の中東を抱えながらも前期比並を確保

■ 逆風の中、中東エリアは前期並みを確保

- 「アラブの春」で情勢が不安定化
リビア、エジプトなどは前期比売上が激減
- しかし、イラン、サウジアラビア、トルコの売上が大きく伸長
他地域の売上減をカバー

■ 南・東南アジアはほぼ前年並みを確保

- 巨大市場インドでは主力の二代理店が前期比を維持できず減収
- タイが前期比大幅伸長で業績を下支え
- 前期業績不振だったシンガポールも復調

■ 徐々に需要が伸びるハイエンド製品

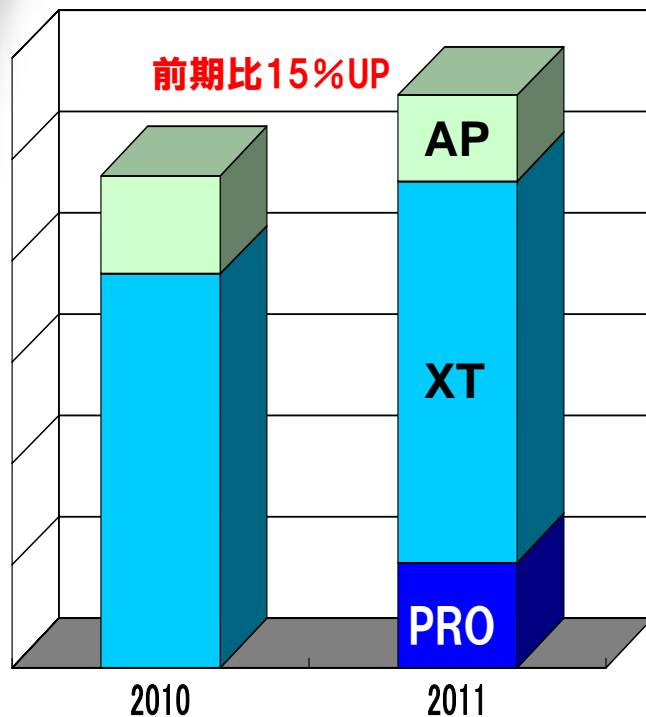
- インプラントモーターは大幅伸長
中東、南・東南アジア共にサージックXTプラスは前期比2倍レベルの増販
- 中東ではXコントラ、Mコントラが大きく伸長



Surgic Pro⁺



販売実績



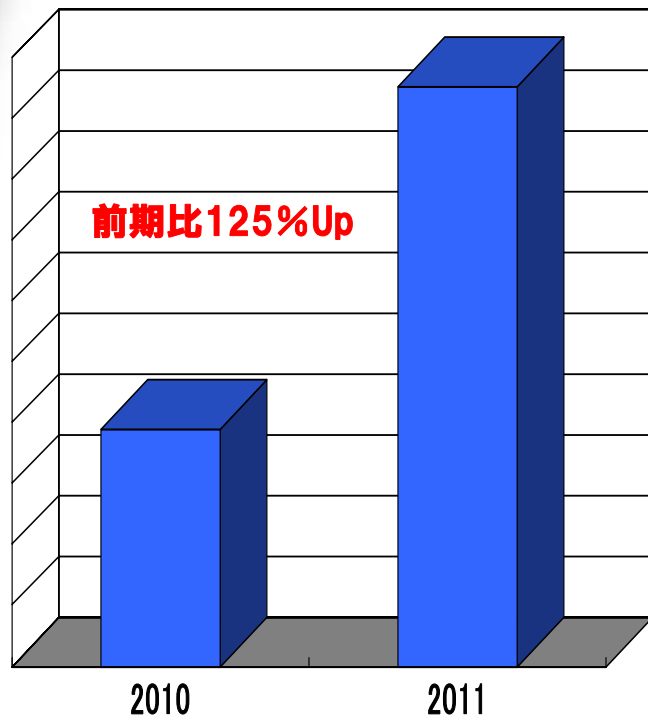
大ヒット製品Surgic XTを超えるパフォーマンス
高評価を獲得 前年比15%UP達成

- 80Ncmの高トルク
- スタイリッシュコンパクトデザイン
- ユーザビリティ向上（新GUI適用）
- 将来を見据えた機能（USBターミナル搭載）

VarioSurg



販売実績



海外で高評価のVarioSurg
国内上市成功により販売大幅伸長

- 業界をリードする機能・使いやすさ
- 複雑化する高度なインプラント手術へ対応
- 著名Dr.によるセミナー開催による製品訴求



new Variosurg

需要拡大のインプラント市場向け
先端技術を満載したワイドレンジ製品ライン展開



超音波ボーンサジェリー

Surgic Pro⁺



フルスペックインプラントモーター

Surgic Pro



主力インプラントモーター

new

Surgic AP



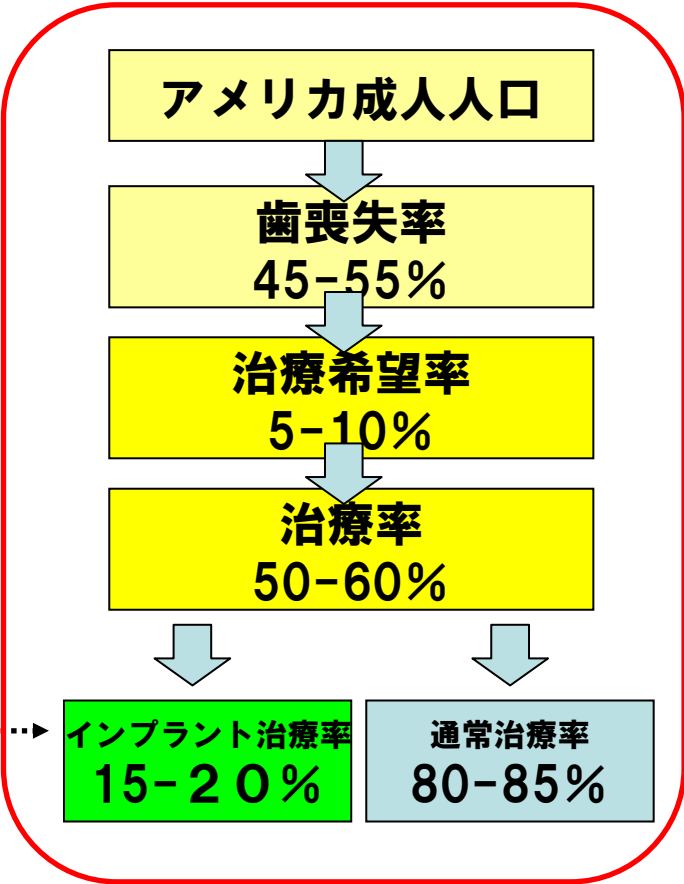
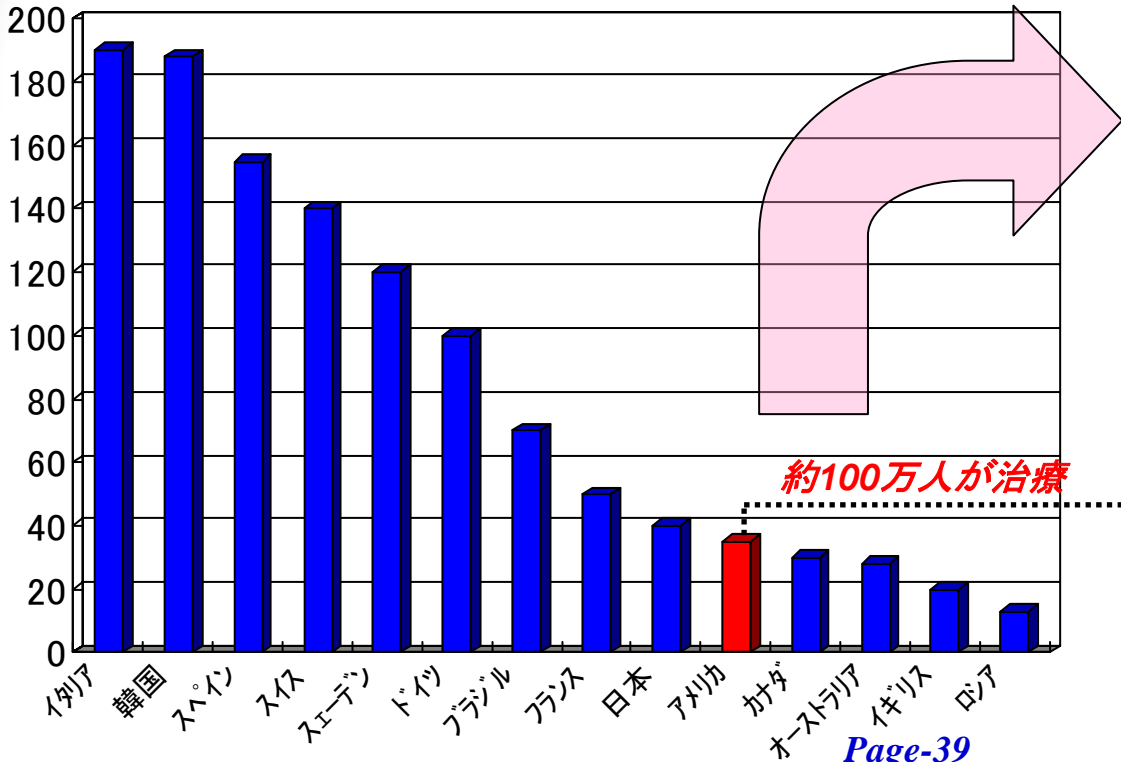
ベーシックインプラントモーター

全世界インプラント市場概況

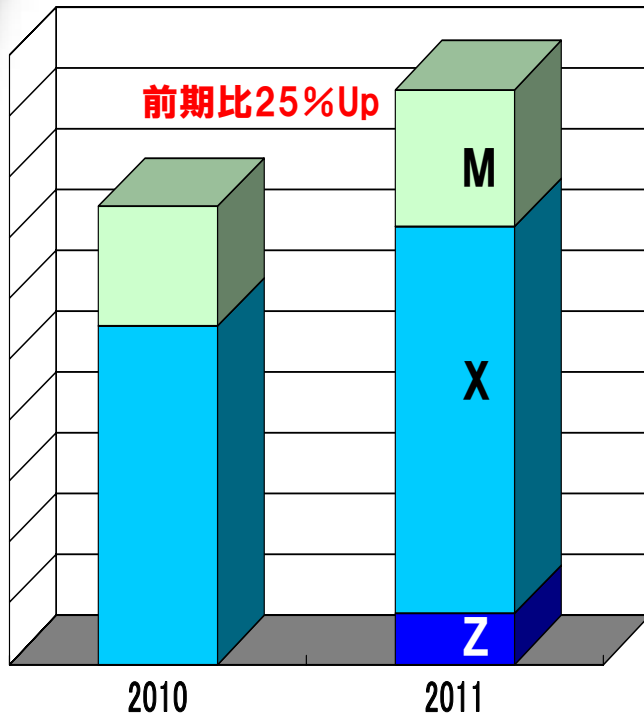


市場規模：約3,000億円
 伸長率：年10%~15%
 継続的な伸長が見込めるカテゴリー

人口10,000人に対するインプラント装着数



Ti·Max Z
業界NO1コントラアングル



市場で大きな評価を獲得し

コントラアングル販売伸長に貢献 (前年125%)

- 業界最高ランクの耐久性実現
- 業界最小のヘッドサイズと最細のネックサイズ実現
⇒ビジビリティーとアクセサビリティーの向上

コントラアングルハンドピースシリーズ

業界最高機種を加えた
最強ラインナップを軸に拡販中



S-Max **M**
スーパーリアリーズ



Ti-Max **X**
プレミアムシリーズ



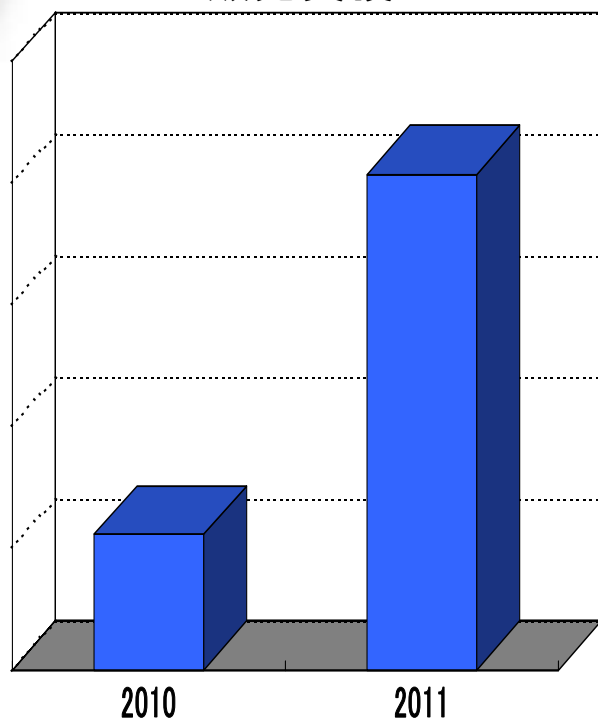
Ti-Max **Z**
最高機種シリーズ

S-Max pico



**ユーザーズを的確に捉え
全世界で大幅な販売伸長**

販売実績



- NSK オンリーワン・ニッチトップ製品
- ウルトラミニヘッドとスーパースリムボディーが高評価、新たな需要を創出
- 各営業マンが常にサンプル携帯、継続的なデモ実施
⇒ 提案型営業の深堀推進



2011年は東日本大震災やタイ洪水にも関わらず前期比確保 2012年は特需で大幅伸長の見込み

■ 2011年の実績は増減・地域差あり

- 当期は東日本大震災の影響で上期に需要が急減したが下期には急回復
- タイの洪水等によりアジアで減退した需要を欧州・北米がカバー

■ 2012年は特需を捉え大幅伸長を目指す

- スマートフォンの製造に関わる大型受注が見込まれる

■ アジアはインドネシア、マレーシアに注力

- 二輪車の製造市場もターゲットに

■ 大型展示会JIMTOFと新製品投入

iSpeed3



2011年は前期比微増 2012年、待望のプリマド2をテコに売上拡大を図る

- 2011は全体として前期比微増にとどまる
- プリマド2の上市前に旧製品が苦戦
海外・国内共に2012年は二桁伸長を計画
- 積極的な海外OEMビジネス展開を推進

Primado 2

