

2012年12月期(第61期) 決算説明会

2013年2月13日
株式会社 ナカニシ

目 次

1. 2012年12月期 連結決算の概要	P 3～P11
2. 2013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	P18～
歯科 1) 環境認識	P20
2) 営業戦略	P21～P29
工 業	P30～32
メディカル	P33～35
新製品	P36～37
参考資料	P39

連結決算概要 (B/S)

単位：百万円

	当 期 末 '12/12	前 期 末 '11/12	増 減	増 減 内 容
総 資 産	42,869	38,425	4,443	
(受取手形・売掛金)	3,192	3,440	△248	
(棚卸資産)	6,287	5,677	610	商品・製品521増、 仕掛品95増、 原材料・貯蔵品6減
負 債	4,039	3,603	436	
(有利子負債)	104	112	△8	
利益剰余金	40,216	36,475	3,741	
	当 期 '12/12	前 期 '11/12	増 減	増 減 内 容
設備投資額	618	1,139	△521	前期：北米新社屋、自家 発電、新製品金型
減価償却費	809	723	86	

連結決算概要 (P/L)

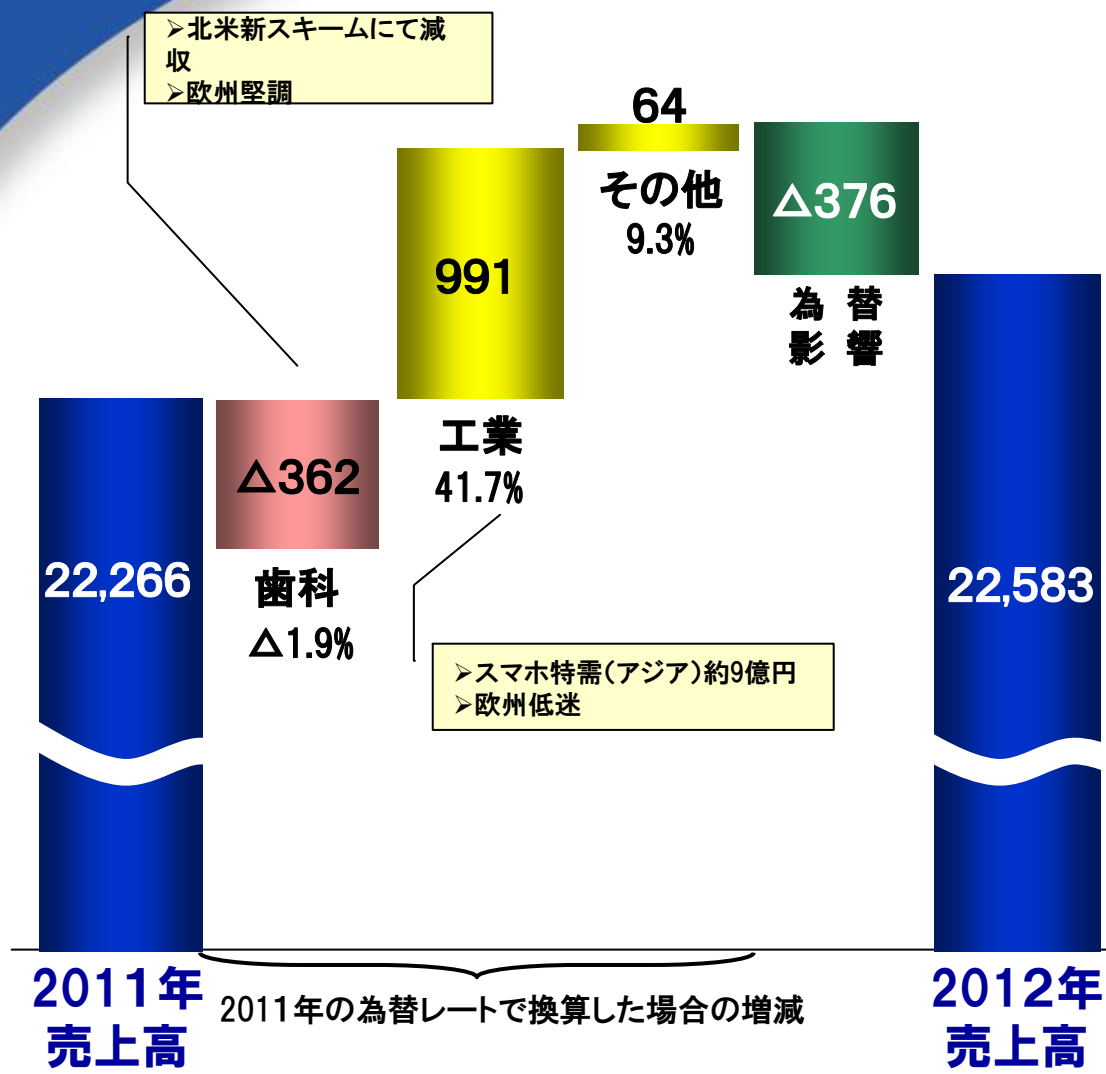
単位：百万円

	今 期 実 績 '12/12	前 期 実 績 '11/12	前 期 比	計 画 '12/12	計 画 比
売 上 高	22,583 100%	22,266 100%	101%	23,402 100%	97%
売 総 利 上 益	13,544 60%	13,479 61%	100%	13,677 58%	99% 2pt
営 業 利 益	6,661 29%	7,191 32%	93% △3pt	7,195 31%	93% △2pt
経 常 利 益	7,036 31%	7,135 32%	99% △1pt	7,221 31%	97% -pt
当 期 純 利 益	4,340 19%	4,694 21%	93%	4,560 20%	95% △1pt
EPS(円)	726.32	779.53		757.14	
為 替 レ ー ト					
米 ド ル	79.93円	79.62円	0.31円安	75.00円	4.93円安
ユ ー ロ	103.25円	110.95円	7.70円高	98.00円	5.25円安

- 売上目減額 △376百万円(前期レート比) 513百万円(計画レート比)
- 為替感応度 USD:1円円高→売上5千万円減、EURO:同5千万円減 (両通貨とも営業利益80%)
- 試験研究費 1,426百万円(対前期比100百万円減)

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)

	2011年	2012年
歯科製品業 関連事業	19,194	18,832 $\Delta 362$
工業製品業 関連事業	2,379	3,371 +991
その他業	691	755 +64
為替影響	—	$\Delta 376$
計	22,266	22,583 +312

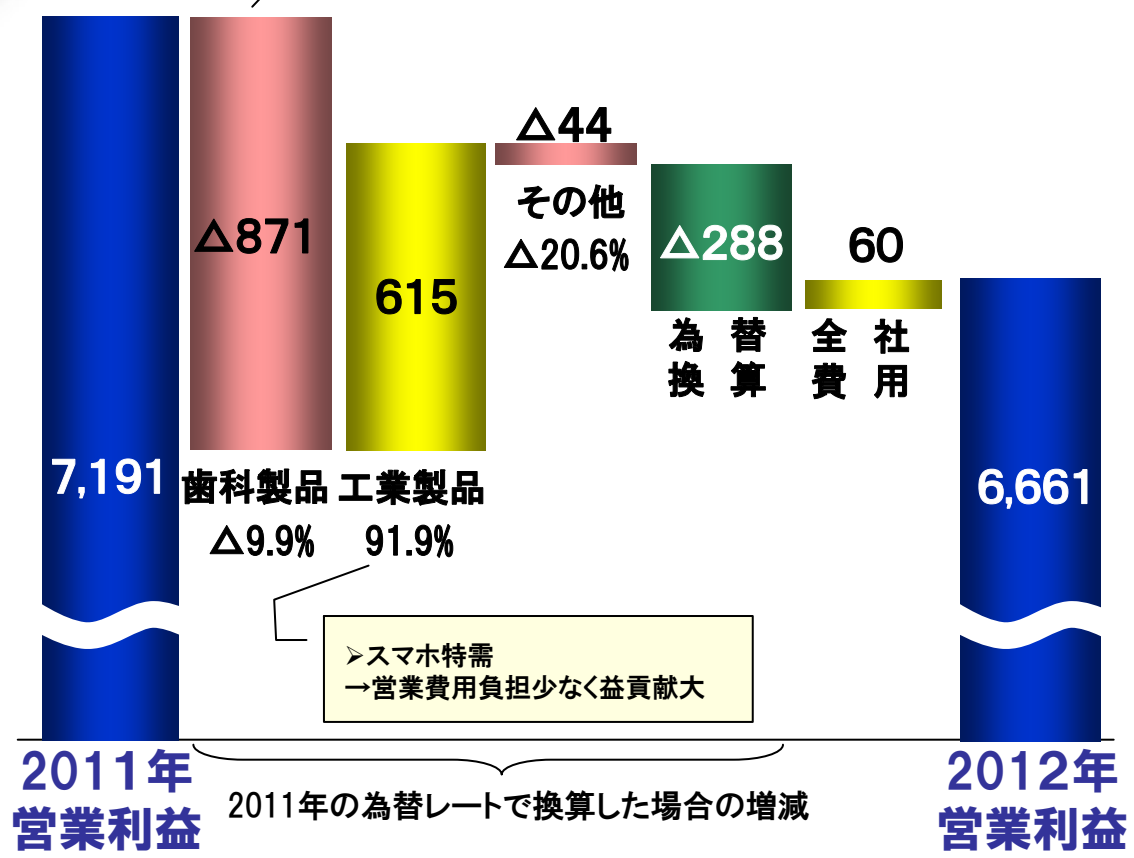
期中平均レート

米ドル	79.62	79.93 ↓ 0.31
ユーロ	110.95	103.25 ↑ 7.70

事業の種類別営業利益増減

単位：百万円

- 事業全体で減収
- 北米新スキームで人員経費増
- メディカル新製品販促費投入



- スマホ特需
- 営業費用負担少なく益貢献大

事業の種類別営業利益 (為替影響分離)

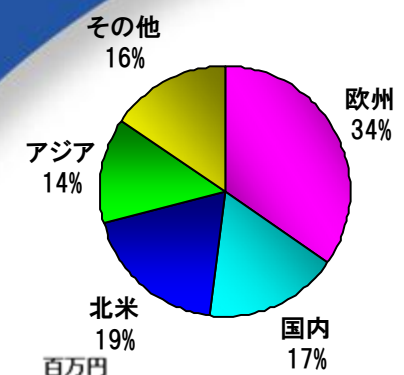
	2011年	2012年
歯科製品 関連事業	8,817	7,945 △871
機工製品 関連事業	669	1,285 +615
その他 事業	217	172 △44
為替影響	-	△288
全社費用	△2,513	△2,453 +60
計	7,191	6,661 △530

期中平均レート

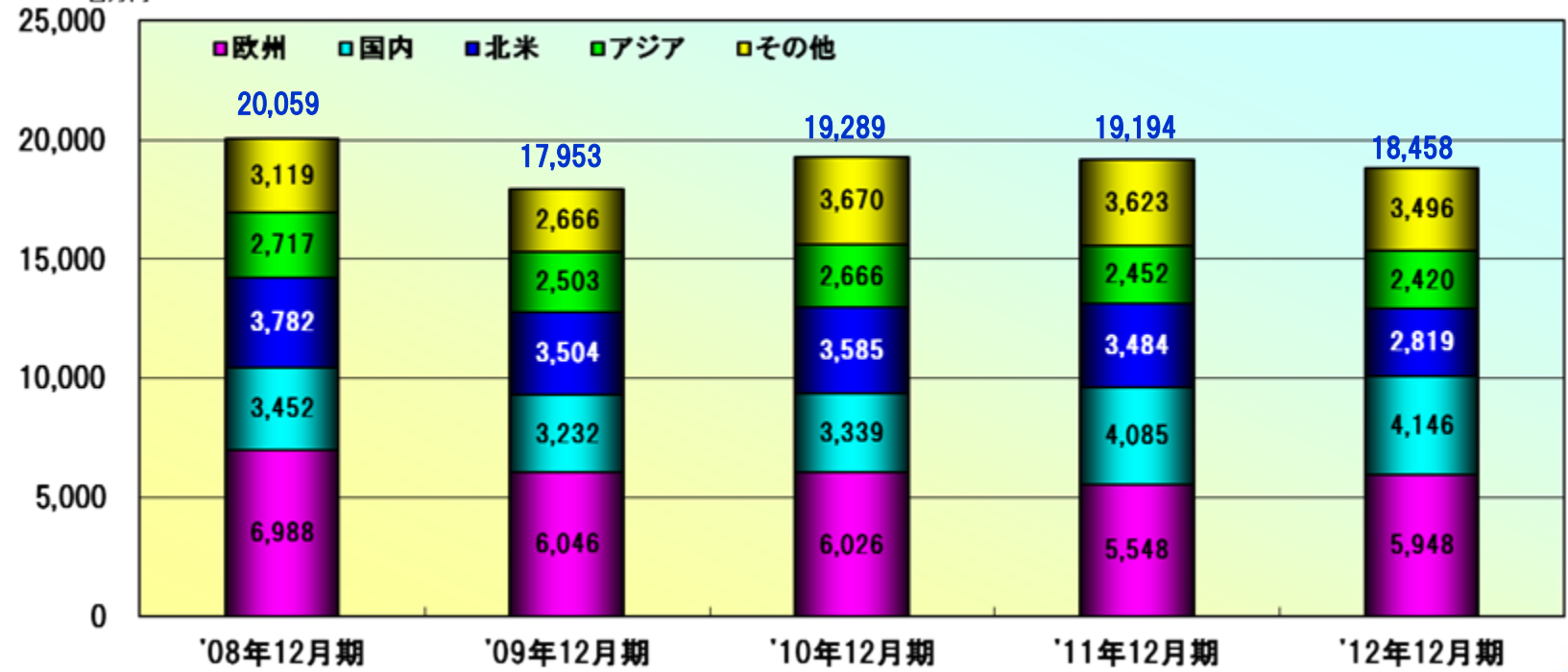
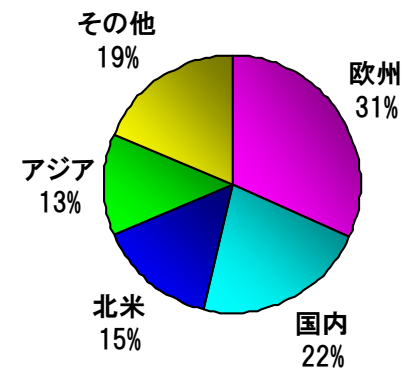
米ドル	79.62	79.93 ↓0.31
ユーロ	110.95	103.25 ↑7.70

連結売上高推移（歯科製品）

'08年12月期



'12年12月期



地域別連結売上高の増減（歯科製品）

単位：百万円

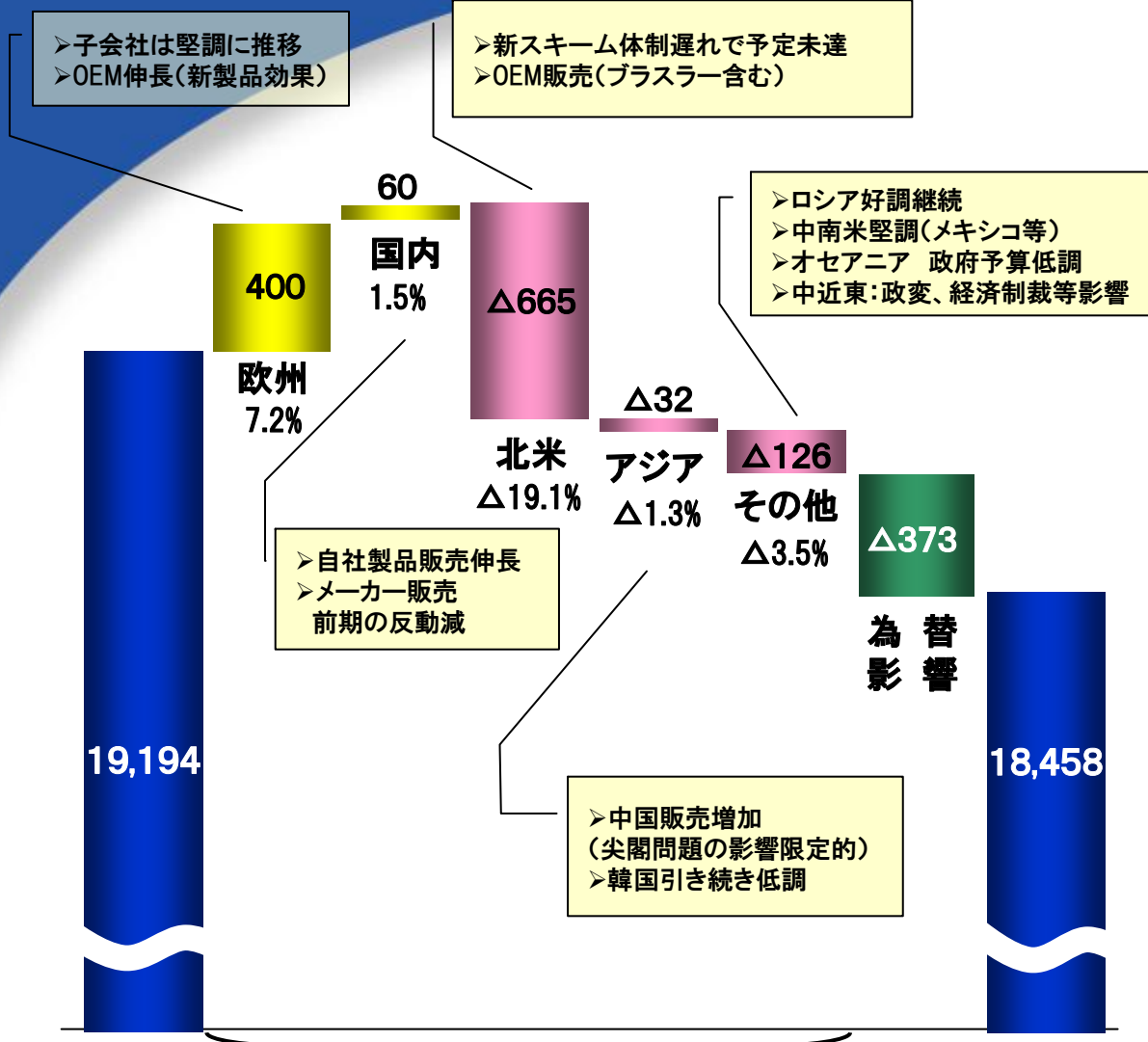
地域別売上高(歯科製品)

(為替影響分離)

	2011年	2012年
欧州	5,548	5,948 +400
国内	4,085	4,146 +60
北米	3,484	2,819 △665
アジア	2,452	2,420 △32
その他	3,623	3,496 △126
為替影響	—	△373
計	19,194	18,458 △736

期中平均レート

米ドル	79.62	79.93 ↓0.31
ユーロ	110.95	103.25 ↑7.70



子会社は堅調に推移
OEM伸長(新製品効果)

新スキーム体制遅れで予定未達
OEM販売(プラスラー含む)

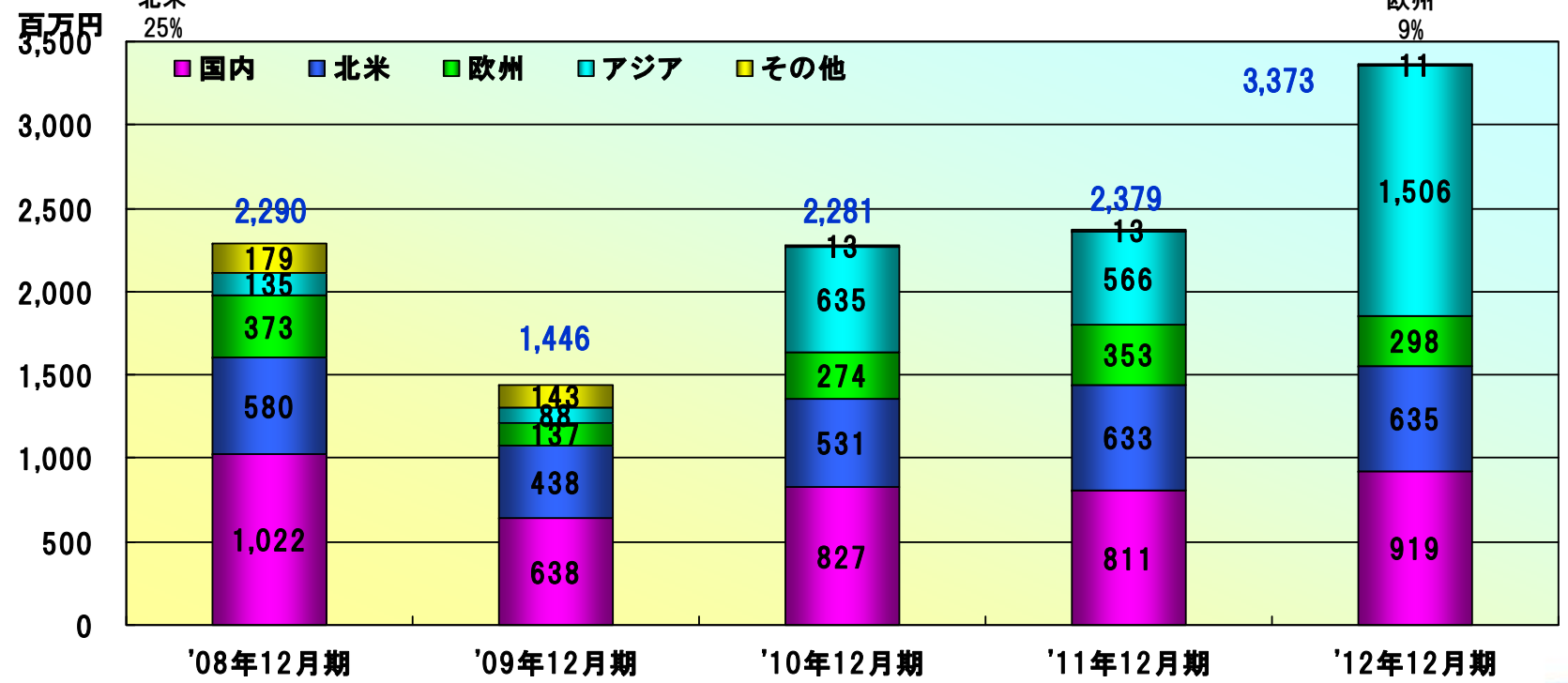
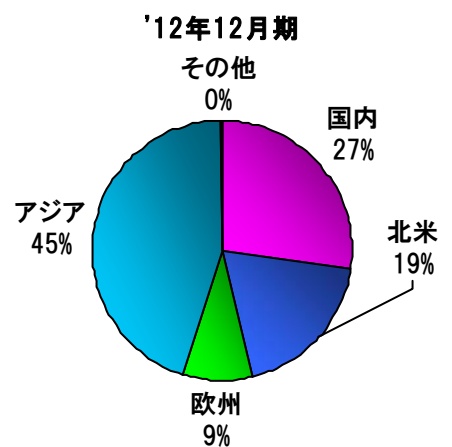
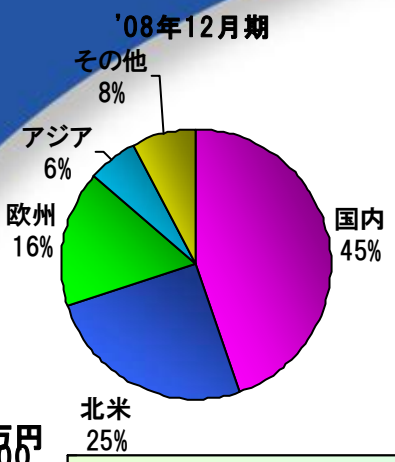
ロシア好調継続
中南米堅調(メキシコ等)
オセアニア 政府予算低調
中近東:政変、経済制裁等影響

自社製品販売伸長
メーカー販売
前期の反動減

中国販売増加
(尖閣問題の影響限定的)
韓国引き続き低調

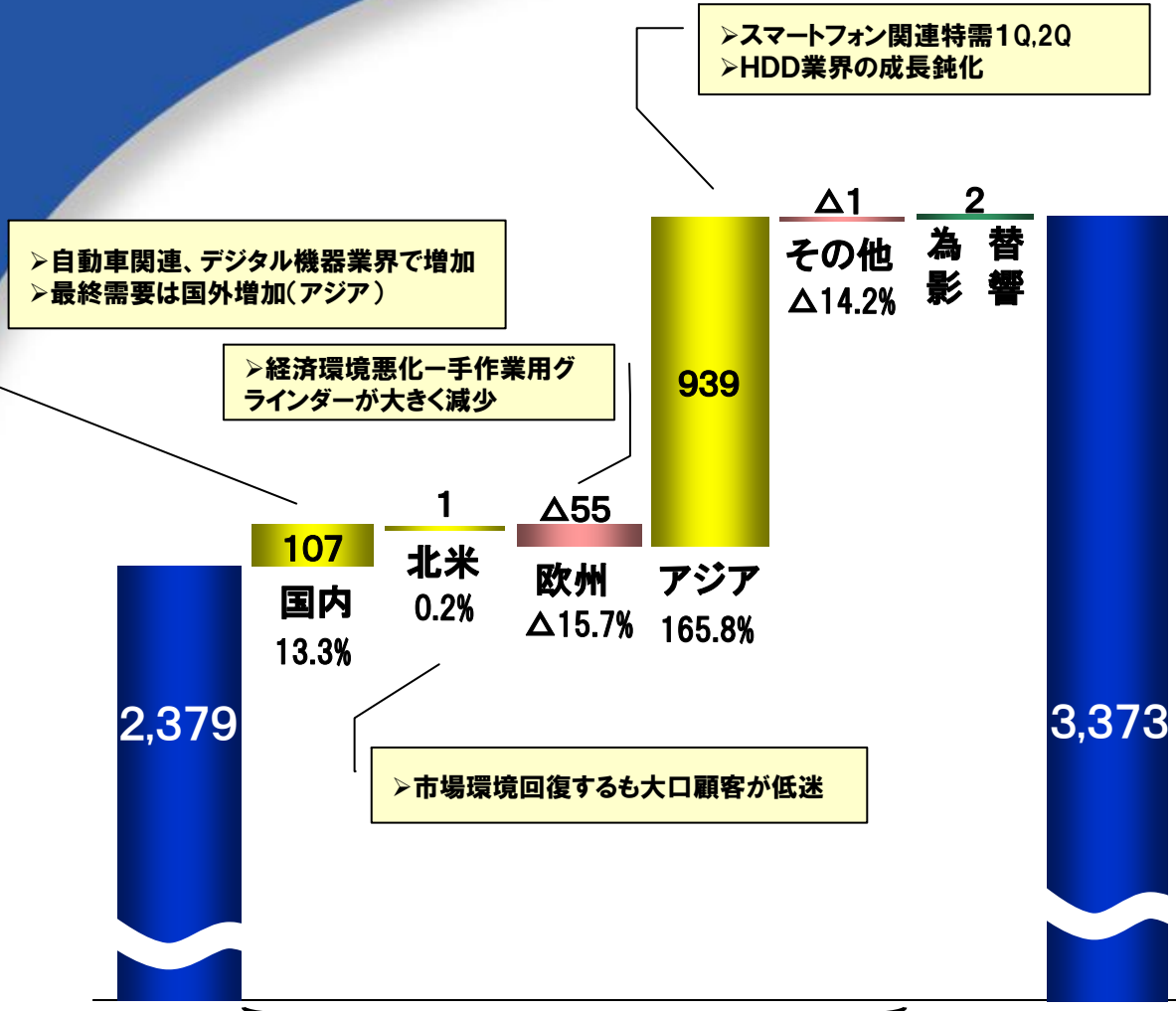
2011年売上高 2011年の為替レートで換算した場合の増減 2012年売上高

連結売上高推移（工業製品）



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	919 +107
北米	633	635 +1
欧州	353	298 Δ55
アジア	566	1,506 +939
その他	13	11 Δ1
為替影響	—	2
計	2,379	3,373 +991

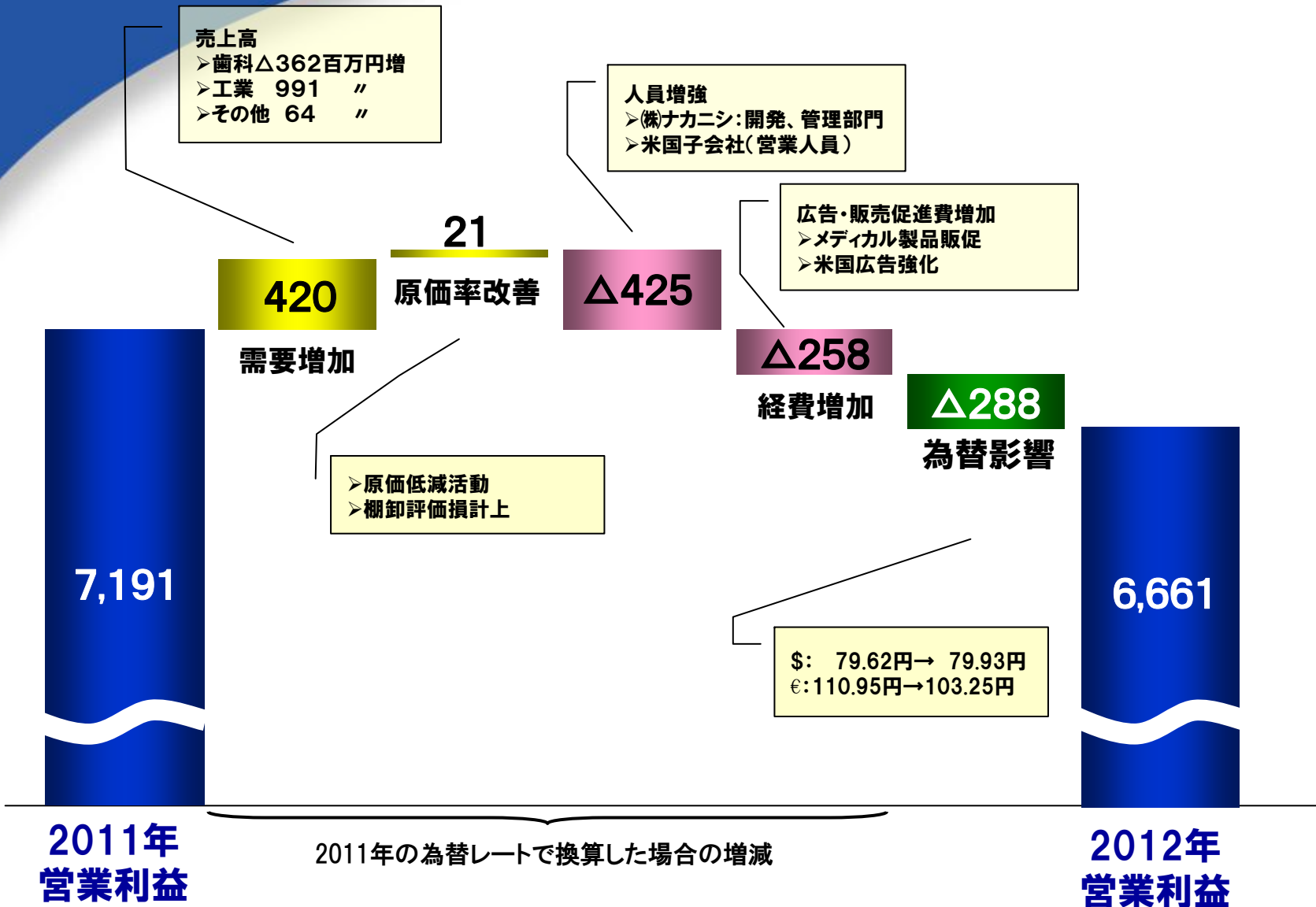
期中平均レート

米ドル	79.62	79.93 ↓0.31
ユーロ	110.95	103.25 ↑7.70

2011年売上高 2011年の為替レートで換算した場合の増減 2012年売上高

営業利益の増減要因

単位：百万円



2013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 '13/12	今期実績 '12/12	前 期 比	増 減 要 因
売 上 高	23,665 100%	22,583 100%	105%	歯科製品：1,802(前期比10%増) 工業製品：△721(同 21%減)
売上総利益	14,663 62%	13,544 60%	108% 2pt	円安の影響(売上嵩上げ975)
営業利益	7,240 31%	6,661 30%	109% 1pt	販管費540増 人員拡充、広告宣伝費(IDS等)増加
経常利益	7,357 31%	7,036 31%	105% -pt	
当期純利益	4,656 20%	4,340 19%	107% 1pt	
E P S (円)	779.10	726.32		
想定為替レート				
米 ド ル	85.00円	79.93円	5.07円円安	為替感応度 USD 1円:50百万円
ユ ー ロ	115.00円	103.25円	11.75円円安	為替感応度 EURO 1円:50百万円
設 備 投 資	1,800	618	1,182	独倉庫拡充450、本社新工場500(～2014) 他設備維持更新等
減価償却費	840	809	31	

連結売上高事業の種類別増減

単位：百万円

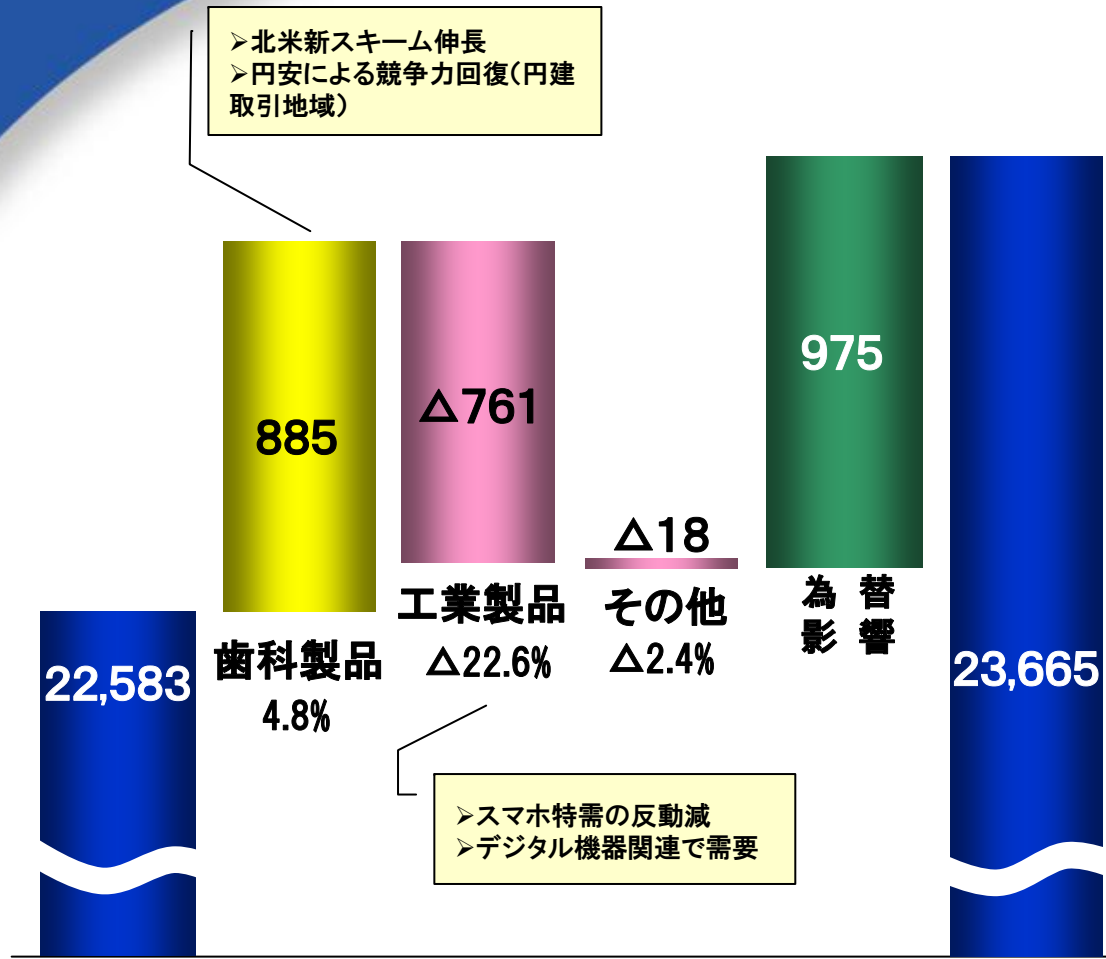
事業の種類別売上高

(為替影響分離)

	2012年	2013年
歯科製品業	18,458	19,344 +885
工業製品業	3,373	2,612 △761
その他業	750	732 △18
為替影響	—	+975
計	22,583	23,665 +1,081

期中平均レート

米ドル	79.93	85.00 ↓5.07
ユーロ	103.25	115.00 ↓11.75



>北米新スキーム伸長
 >円安による競争力回復(円建取引地域)

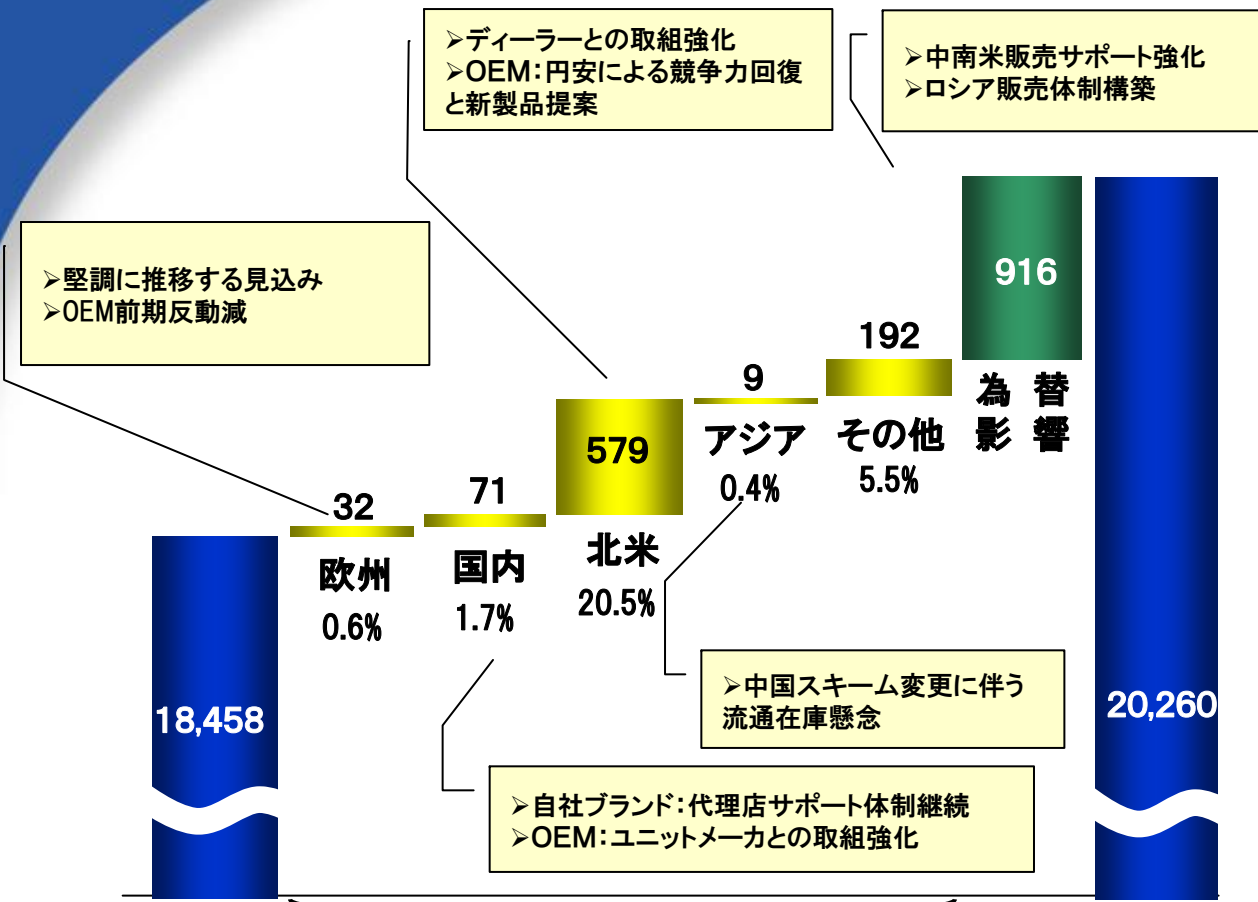
>スマホ特需の反動減
 >デジタル機器関連で需要

2012年売上高 (実績)

2013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)

	2012年	2013年
欧州	5,548	5,581 +32
国内	4,146	4,217 +71
北米	2,826	3,406 +579
アジア	2,438	2,447 +9
その他	3,498	3,691 +192
為替影響	-	+916
計	18,458	20,260 +1,802

期中平均レート

米ドル	79.93	85.00 ↓5.07
ユーロ	103.25	115.00 ↓11.75

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)

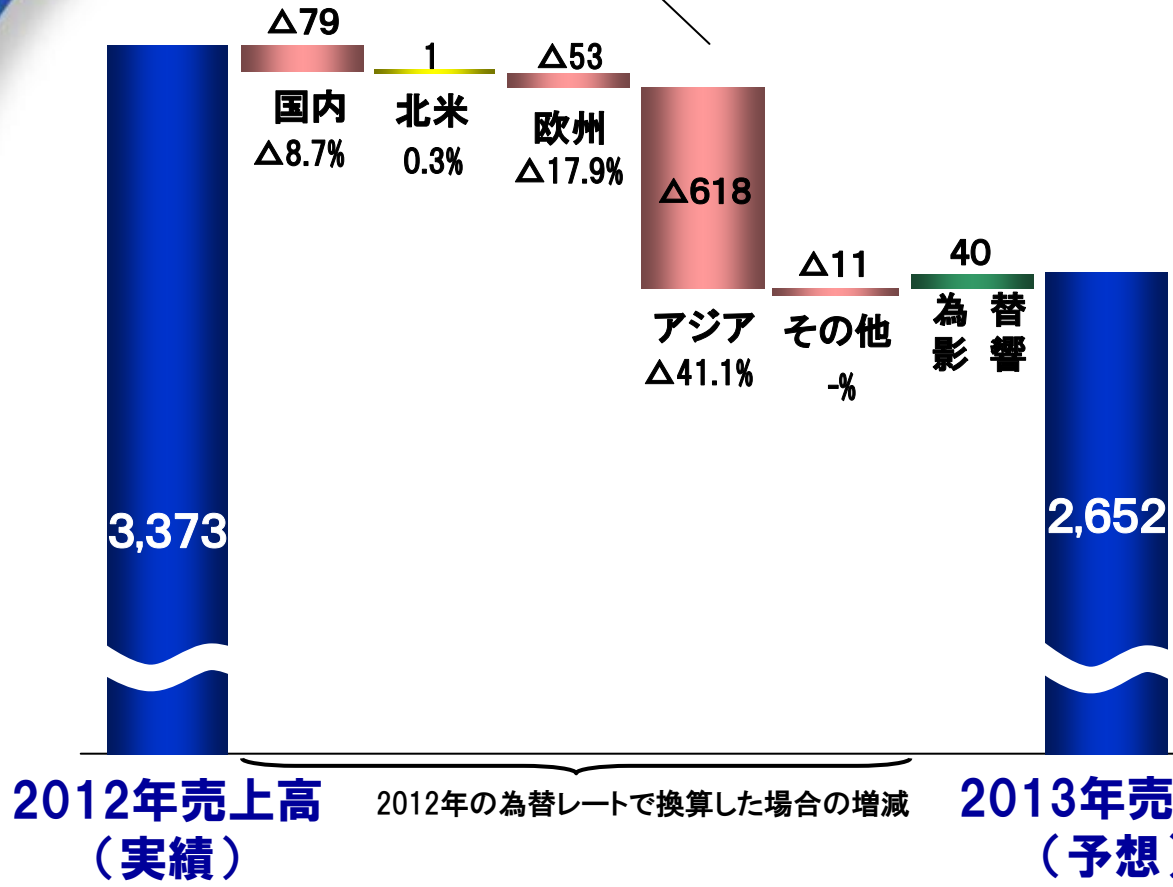
	2012年	2013年
国内	919	839 △79
北米	637	639 +1
欧州	298	244 △53
アジア	1,506	888 △618
その他	11	- △11
為替影響	-	40
計	3,373	2,652 △721

期中平均レート

米ドル	79.93	85.00 ↓5.07
ユーロ	103.25	115.00 ↓11.75

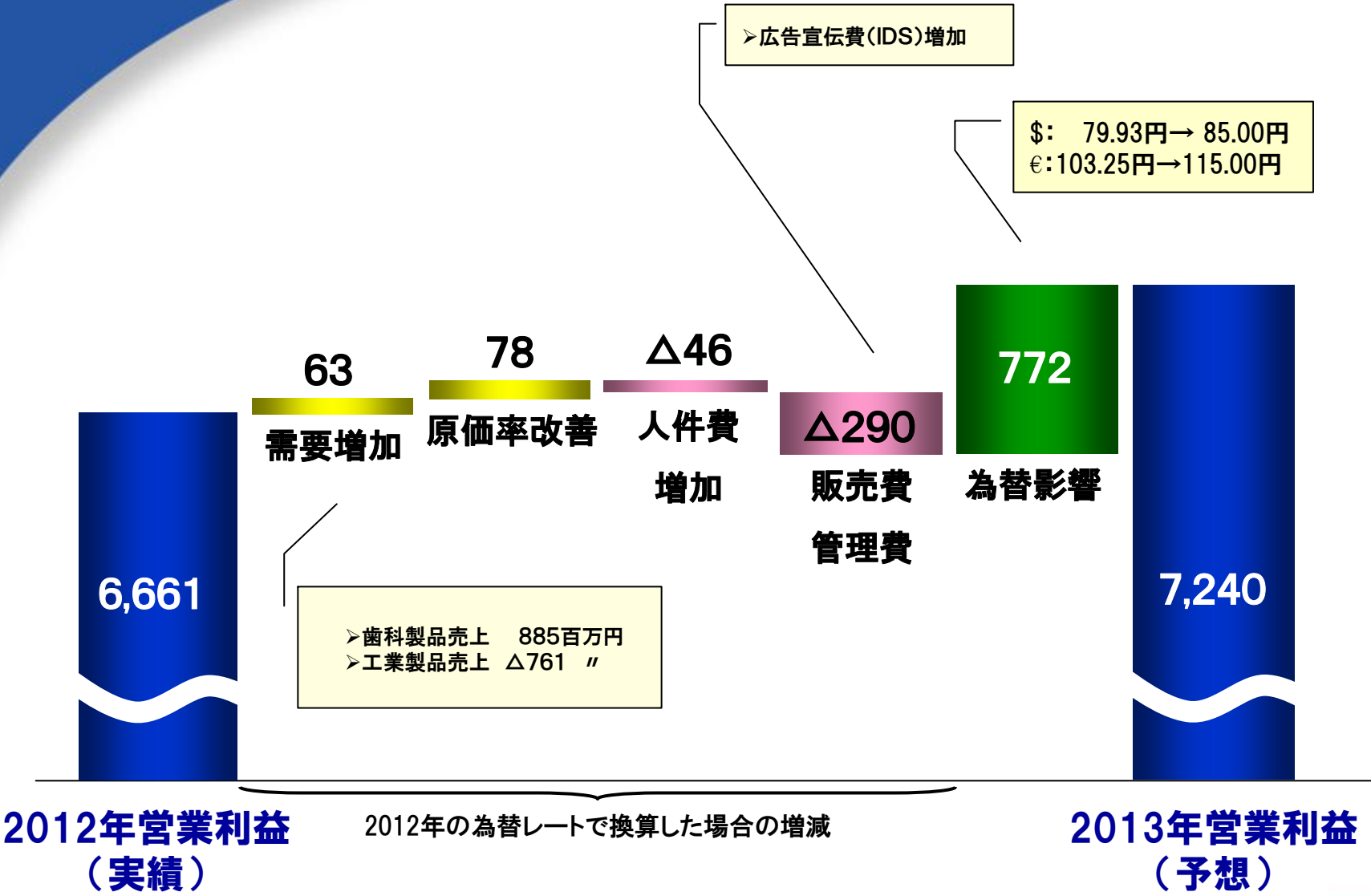
>自動車産業等需要回復
 >日系企業の海外生産基調継続

>スマートフォン特需消滅
 >新興国の需要堅調



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

1) 齒科 : DENTAL

1. ブランドポジショニング変化

- (1) Kavo, BienAir, Sirona, W&Hの大幅値下げ ⇒ NSKブランド相対的に上昇
- (2) 高品質、高いレベルのサービス ⇒ ブランド価値のさらなる向上

2. 欧州経済危機による価格競争激化

- (1) 欧州マーケットの縮小・NSKは売上維持 ⇒ 相対的にシェアUP
- (2) 円高/ユーロ安は2012末から反転 ⇒ 円安で収益性は改善
- (3) 欧州全域における更なる経済冷え込みが懸念材料

3. 北米市場は安定しているものの競争は激化

- (1) リーマンショックから一定の立ち直りを見せ経済状況は底打ち
- (2) 歯科市場の需要も安定推移
- (3) 円高/ドル安は2012末から反転 ⇒ 円安で収益性は改善

4. 不安定な政情が事業にも影響した中東・アフリカ

- (1) アラブの春以降の政情不安は継続。イランの金融規制による入金問題も持続
- (2) 入札案件減少による影響大

ダントツ製品と高い営業品質を通した
差別化戦略の推進

Focus
集中

ユーザーニーズを捉えた製品開発・上市の推進

ハンドピース拡販

インプラント関連機器拡販

予防歯科 関連機器拡販

ダントツ
NO1
ブランド

&
マーケット
シェア

Enhancement
強化

先進国における深堀営業

新興国の販売網確立・製品強化

NO.1のアフターサービス提供

最強の営業集団構築と究極のアフターサービスの連動

ヨーロッパ経済状況の悪化が継続する中、フランスを除く欧州3現法で対前年比プラスを記録し、シェアを拡大

2012年
概況

- 大不況下のスペインにおいても、対前年比プラスを維持
- 競合他社の価格引下げ攻勢が激化
- OEM製品は対前年比で大幅伸長

2013年
施策

- ハンドピースを中心とした主力製品の拡販強化
- IDSを契機とした新製品の市場投入



Dental Expo in Spain



UK BDTA2012
ブース内セミナー



ADF2012-フランス

対前年比 2桁の売上伸長。ロシア市場でのNo.1の座を奪取

2012年
概況

- TOPディーラー2社が好調
- ロシア国内市場の奥行き拡大により対前年比 大幅な売上増加

2013年
施策

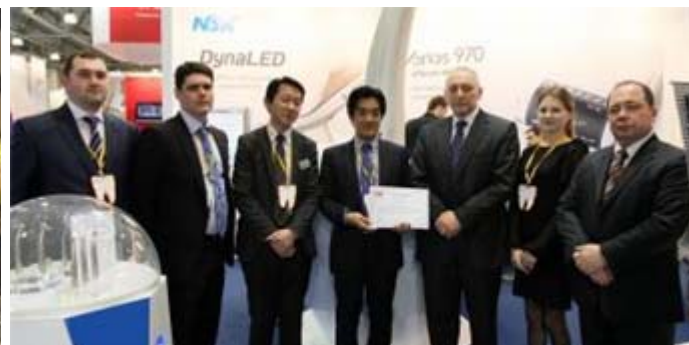
- ディーラーサポートのさらなる強化
- アフターサービス体制の拡充
- ブランディングの強化



2012 Moscow Dental Salon



Dental Salon ブース内セミナー



ロシア歯科協会会長とモスクワ医科歯科大学学部長からの業界発展への功労に対し表彰状授与

現地法人立上げ初年度の現地販売は苦戦

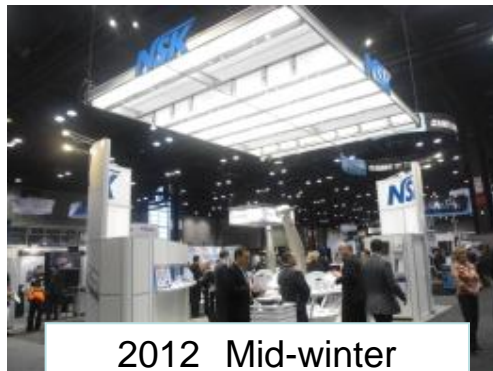
2012年
概況

NDA
(自社ブランド)

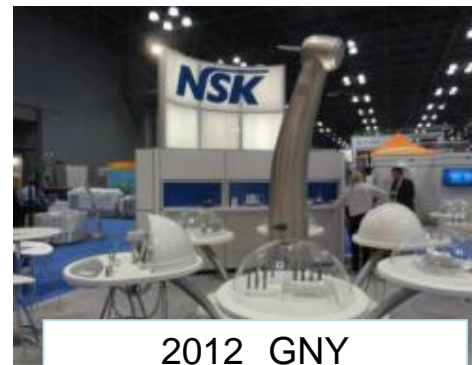
- NDAは、メインディーラー3社とも計画を下回るも、売上増加傾向
- 組織・仕組みの立上げに遅れ、販売の垂直立上げは実現できず
- ブランディング戦略の再構築では一定の成果

2013年
施策

- メインディーラーとの取り組み強化とマーケティング力強化
- 大型プロモーションの実施。自社ブランドにおける増収を実現



2012 Mid-winter



2012 GNY

OEM、BUSAは売上減少。

2012年
概況

OEM

- 米国の景気減速、円高影響から、各メーカー実売が低下。大きく対前年比割れ

BUSA

- 2011からの在庫持越しが影響し、上期から販売低迷。巻き返し図れず出荷半減

2013年
施策

- 自社ブランド投入の伴い、OEMは減少見込み
- PBを通したBUSAの直販力活用による固定客の継続的取込み
- BUSAの過剰在庫は2012に解消。今期売上は堅調な見込み

南米地域の現地サポート体制強化、また新規ディーラーによる底上げにより順調に対前年比 売上増。

2012年 概況

- メキシコ出荷は対前年比2桁増
- 新規ディーラー追加による売上増

2013年 施策

- ブラジルの販売サポート体制強化
- アフターサービス、各国トップディーラーとの取り組み継続強化



Mexico代理店工場見学



2012 CIOSP in Brazil

現地法人によるディーラーへのサポート体制を強化
対前年比2桁の売上伸長

2012年
概況

- 大手病院ルート of 確実な刈り取りにより、シェア回復
- 武漢、四川などの内陸地域で売上大幅拡大

2013年
施策

- 商流変更
市場を熟知した総代理店(S社)の販売力を活用
- 流通在庫の調整、尖閣問題等により売上大幅減の公算
- 現地法人から総代理店へのサポート体制を強化



2012 北京展示会



上海での代理店会議



2012 西安展示会

継続するシリア、エジプトの政情不安とイラン経済制裁の影響から、中東主要ディーラーの受注が落ち込み対前年比2桁減

東南アジアでは、経済活動が減速する中、地道な営業活動を継続し、対前年比 売上プラスをキープ

2012年 概況

- 主要ディーラーが低迷－イラン、トルコ、サウジ、南アフリカ等
- インドのディーラーでは、入札時期の問題、中国コピー品によるローエンド製品の台頭により、ハンドピースの受注が減少
- インドネシア、マレーシアは、地道な営業活動が実を結び、後半回復。前年2桁伸長。タイも前年クリア

2013年 施策

- ユニットメーカーとの取り組み強化
- 入札案件を確実に刈り取る。営業を2名増員し体制は強化済



南アジア代理店トレーニング



2012FDI Hong Kong



エジプト・MIU大学実習風景
実習用HPはすべてNSK製

成熟市場の中、新製品投入(Zコントラ、往診機器G5等)と、ディーラーサポートの強化より対前年比 売上増

OEMは2011の超音波骨切削機 垂直立ち上げの反動から対前年比減

2012年
概況

歯科ディーラー

- コントラアングルは順調にシェアを拡大
- オーラルケア需要の伸びを受け、超音波スケーラーの販売は順調に拡大

OEM

- 超音波骨切削が前年の特需に対する反動から半減
- 外科用モーターは自社、OEMともに高シェアをキープ

2013年
施策

- ディーラーサポート(製品説明会、プライベート展示会への参加等)の継続強化
- オーラルケア向けセミナーの強化による超音波スケーラー増販



東京デンタルショー2012



代理店会議での新製品デモ

2) 機工 : INDUSTRIAL

スマートフォン製造需要を取り込み対前年比 売上42%増の大幅伸長

2012年
概況

- スマートフォン大幅需要増の取込みに成功
 - ・同分野においては加工機メーカーとの緊密な関係を構築
- ハードディスク関連顧客との関係を維持
 - ・2012は主な新規投資なし。SSDが成長する一方、HDDの成長は鈍化～微減傾向
 - ・2年前と比較して当社売上は半分以下へ減退

2013年
施策

(次頁参照)



JIMTOF2012



機械要素展2012

強力営業チームによる提案営業力強化

組織を拡充しより大きな事業の柱へ

Focus
集中

主力製品・重点地域におけるダントツ提案営業

アジア、特に中国向け需要開拓

欧州 集中倉庫モデルの導入・展開

スマートフォン需要 継続的取込み

新規
需要創出
&

オンリーワン
スピンドル
メーカー

Enhancement
強化

主力製品iSpeedの拡販

ハードディスクの継続フォロー

NO.1のアフターサービス提供

販路の最適化と究極の顧客対応の連動

3) メディカル：MEDICAL

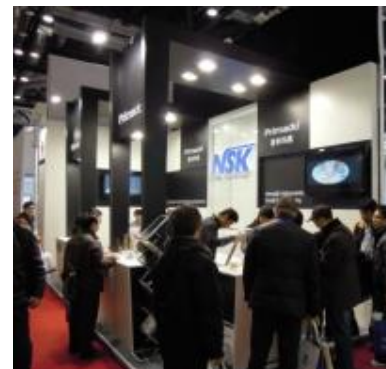
新製品プリマド2を軸に対前年比2桁の大幅伸長
自社ブランド販売網を拡張すると同時にOEM顧客も開拓

2012年
概況

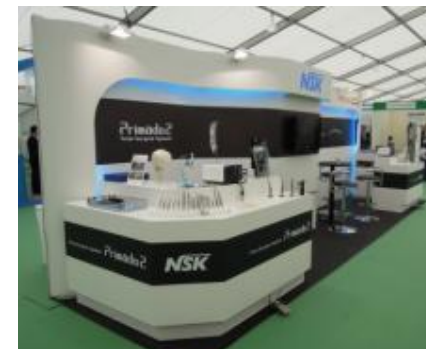
- 待望のプリマド2は期待通り伸長
- 国内: 継続的な活動が実績へ
 - ・従来からのハンズオン、KOLとの関係構築を通して販売実績向上
- 海外: 欧州販路の確立とOEMビジネスの立上げが功奏
 - ・欧州で新規ディーラー網の確立を推進
ドイツ、スペイン、イタリア、ポーランド等への販促で実績
 - ・欧州メーカーとのOEMビジネスが順調に立ち上がり収益貢献

2013年
施策

(次頁参照)



中国整形外科学会2012



日本整形外科学会2012

成長インフラを整備し骨切削機器メーカー
としてのグローバルブランド確立へ

Focus
集中

主要地域向け販路の確立と製品ラインナップの拡充

北米販路の確立

欧州ビッグ5 (独英仏伊西)の増販

プリマド2の拡販

骨切削機器
ブランド確立
&

市場認知/
信頼度向上

Enhancement
強化

コンソールの拡販

(中長期的に安定収益になるディスポへつなげる)

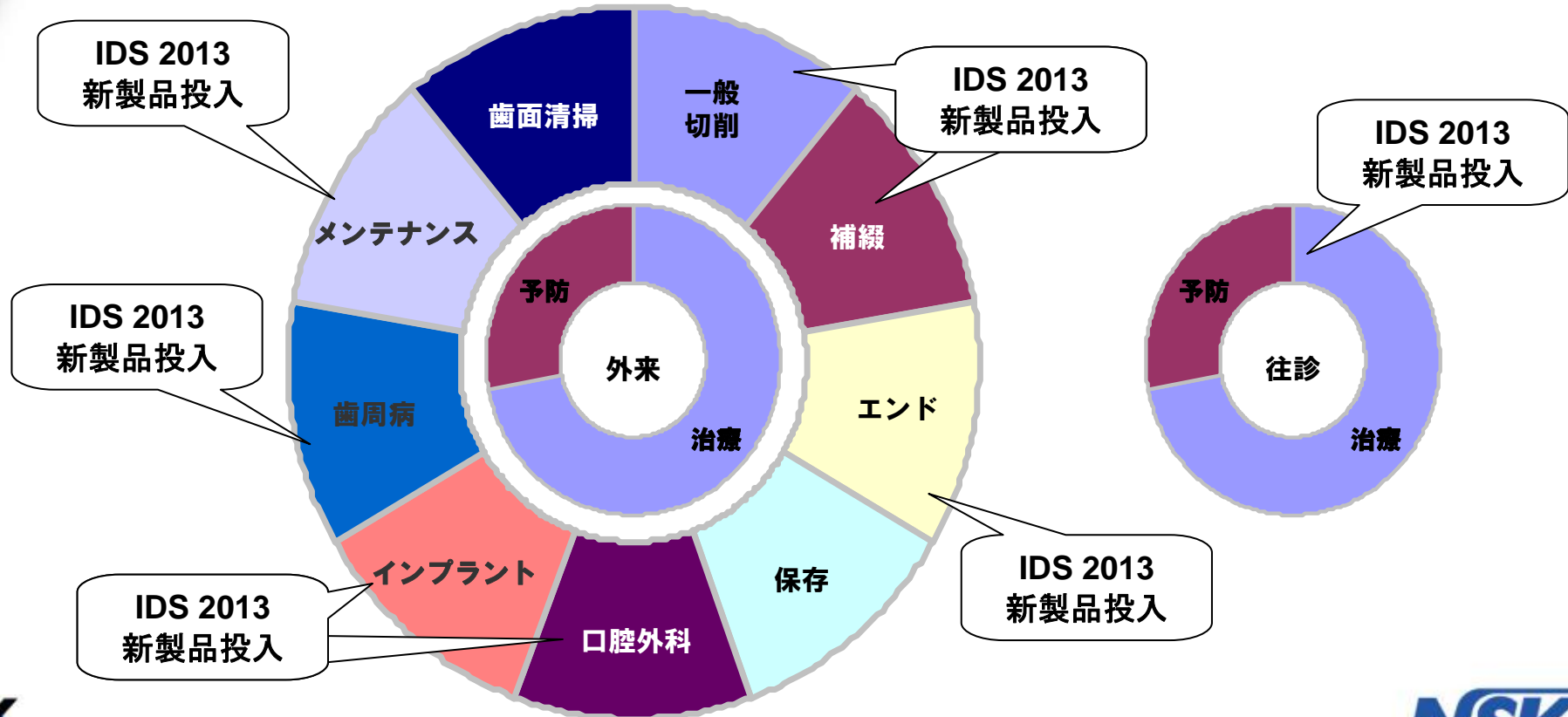
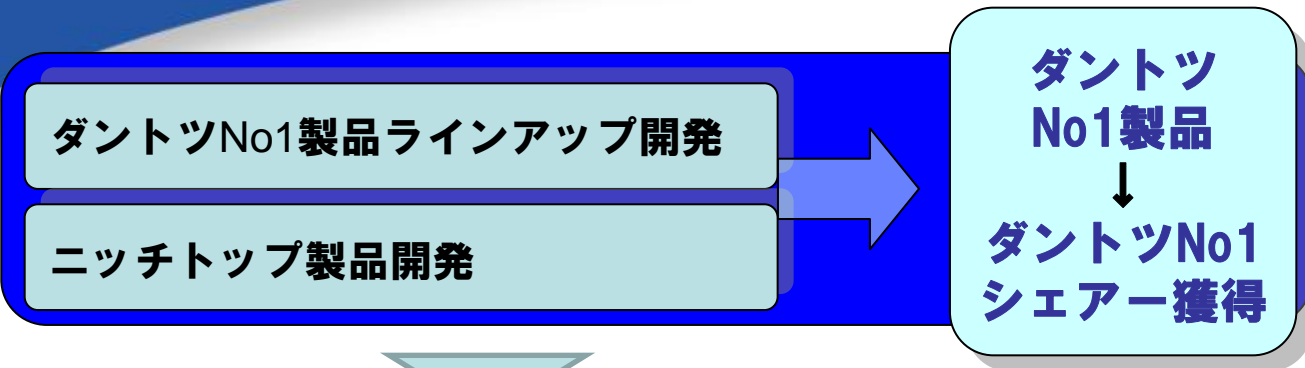
既存OEMビジネスの拡大

中国等アジア各国の販売強化

販売体制確立に連動したバックアップ体制の強化

4) 新製品 : NEW PRODUCT

**Challenge
挑戦**



**ご清聴
ありがとうございました**

(参考)2013年12月期 概略損益計算書

単位:百万円

	上期			下期			通期		
	計画	前期対比		計画	前期対比		計画	前期対比	
		前期実績	前期比		前期実績	前期比		前期実績	前期比
売上高	11,736	11,946	98.2%	11,929	10,636	112.1%	23,665	22,583	104.8%
売上原価	4,418	4,754	92.9%	4,584	4,283	107.0%	9,002	9,038	99.6%
売上原価率	37.6%	39.8%	△2.2pt	38.4%	35.9%	2.5pt	38.0%	40.0%	△2.0pt
売上総利益	7,318	7,191	101.8%	7,345	6,353	115.6%	14,663	13,544	108.3%
販売管理費※	3,688	3,341	110.4%	3,735	3,541	105.5%	7,423	6,883	107.8%
営業利益	3,630	3,850	94.3%	3,610	2,811	128.4%	7,240	6,661	108.7%
営業利益率	30.9%	32.2%	△1.3pt	30.3%	23.6%	6.7pt	30.6%	29.5%	1.1pt
営業外収益	74	183	40.4%	84	214	39.2%	158	397	39.7%
営業外費用	12	6	183.2%	29	16	180.7%	41	22	181.4%
経常利益	3,692	4,026	91.7%	3,665	3,009	121.8%	7,357	7,036	104.6%
経常利益率	31.5%	33.7%	△2.2pt	30.7%	25.2%	5.5pt	31.1%	31.2%	△0.1pt
特別利益	0	8	0.0%	0	0	0.0%	0	9	0.0%
特別損失	0	4	0.0%	0	22	0.0%	0	27	0.0%
税引前利益	3,692	4,031	91.6%	3,665	2,987	122.7%	7,357	7,019	104.8%
法人税等	1,342	1,561	85.9%	1,333	1,096	121.5%	2,675	2,658	100.6%
少数株主利益	13	19	65.3%	13	0	3094.2%	26	20	128.0%
当期純利益	2,337	2,450	95.4%	2,319	1,890	122.7%	4,656	4,340	107.3%
当期利益率	19.9%	20.5%	△0.6pt	19.4%	15.8%	3.6pt	19.7%	19.2%	0.5pt