



株式会社Cominix
2022年3月期 第2四半期
決算説明資料

証券コード3173

Cominix

<https://www.cominix.jp>

1 会社概要と業界の状況

2 特徴と強み

3 成長戦略

4 2022年3月期 第2四半期 決算概要

5 業績の見通し

6 配当政策・株主優待

1.会社概要と業界の状況

(1) 会社概要

会社名	株式会社Cominix (Cominix Co.,Ltd.)
代表者	柳川 重昌
創業	1945年11月1日 (中央機械工具商會を創業)
設立	1950年5月16日 (大阪工具株式会社を設立)
本社所在地	大阪市中央区南本町1丁目8-14 堺筋本町ビル (※2021年11月に本社を移転いたしました)
資本金	3億5,019万円 (2021年9月末現在)
連結売上高	209億円 (2021年3月期)
決算期	3月
従業員数	連結:493名、単体:220名 (2021年9月末現在)

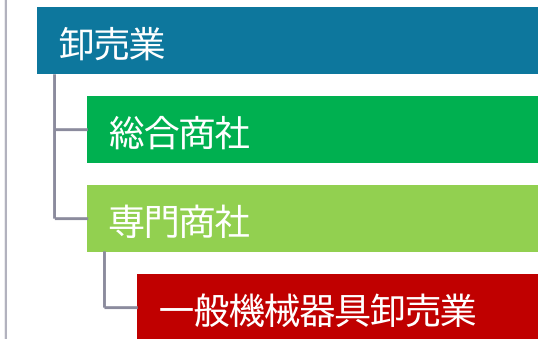


1.会社概要と業界の状況

(2) 当社の属する業界について

- 当社の主たる取扱商品は切削工具(超硬工具の世界市場は約1.2兆円 うち日本は15%~25%)
- 工作機械受注額は約1兆6,500億円、切削工具販売額は約4,000億円と推定

工作機械・機械工具業界の状況



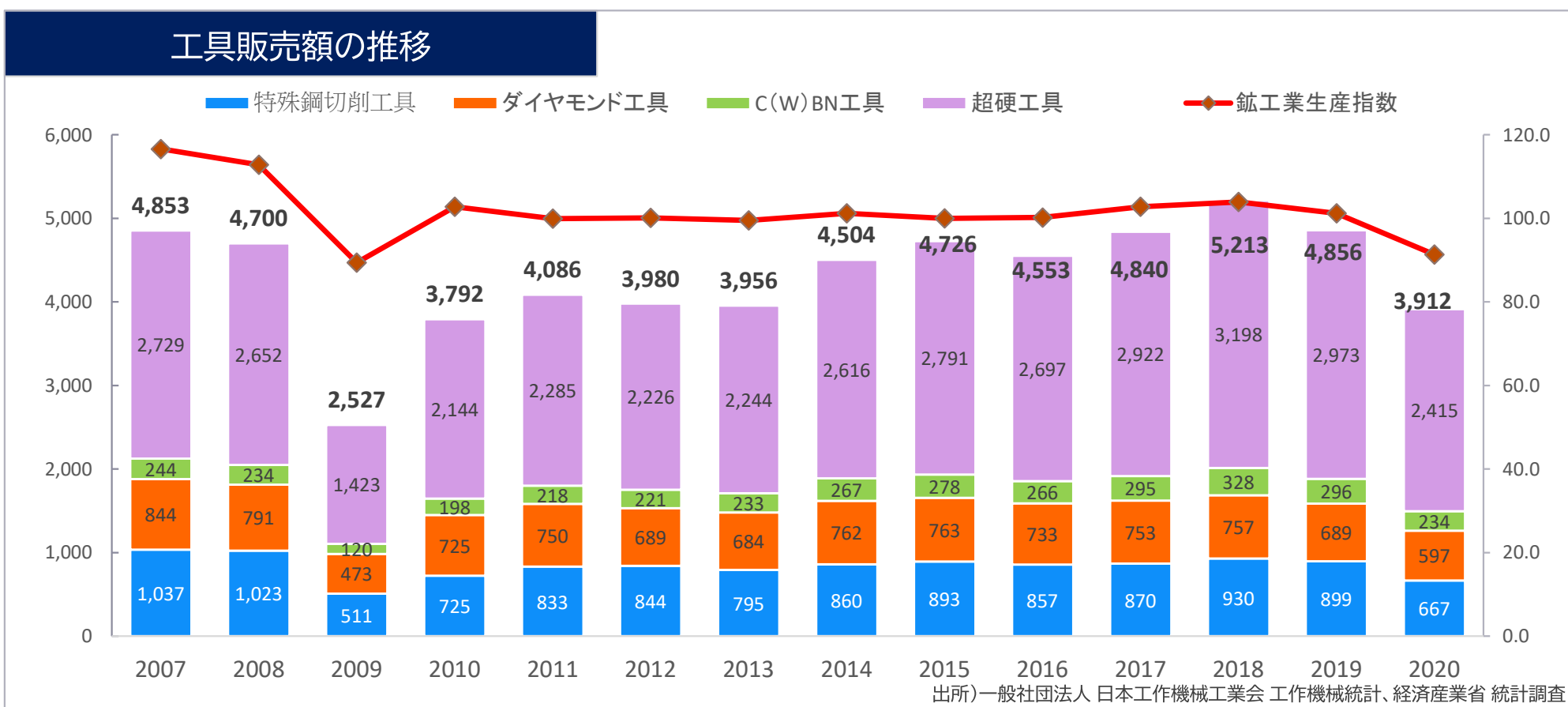
出所)一般社団法人 日本工作機械工業会 工作機械統計、経済産業省 統計調査



1.会社概要と業界の状況

(3) 工具販売額の推移

- 100年以上前からの業界で、自動車・電気製品・建機・航空機業界などと共に発展
- 2020年はコロナ禍の影響で切削工具販売高は約20%減少

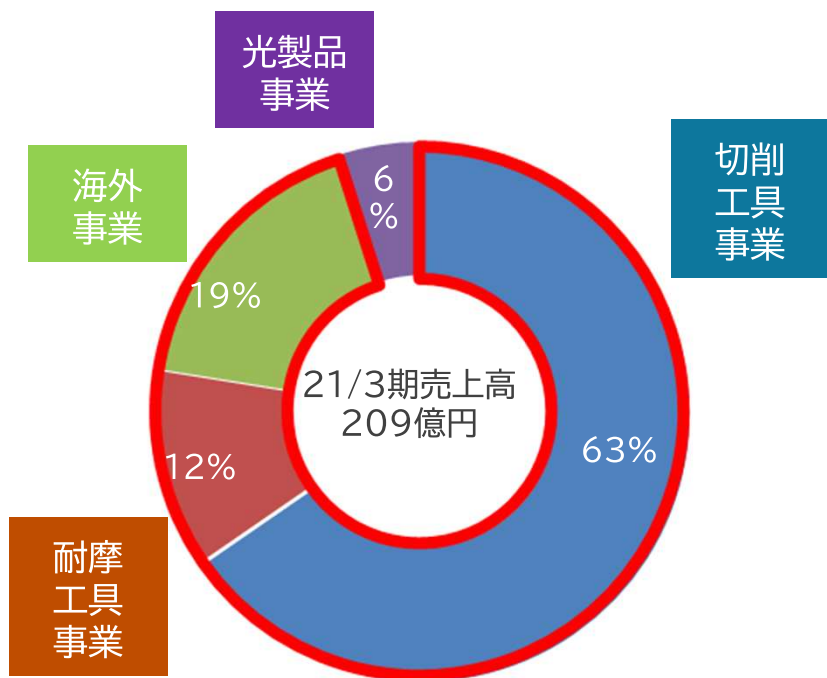


1.会社概要と業界の状況

(4) 事業内容

- 超硬工具に特化した高度専門商社として4つのセグメントを構成
- 超硬工具以外にも、耐摩工具や光製品の取扱いも行う

セグメント別の売上構成



切削工具事業

- 金属加工として切削工具を中心に放電加工用工具、ホルダー類、精密測定機器等を販売



耐摩工具事業

- 製罐工具(パンチ、ダイス)、破碎工具等を販売



海外事業

- アジア、北中米などの海外拠点から、切削工具、耐摩工具等を販売



光製品事業

- 光ファイバー、光源装置、光学部品等を販売



1.会社概要と業界の状況

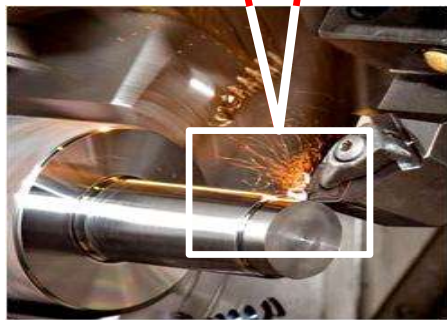
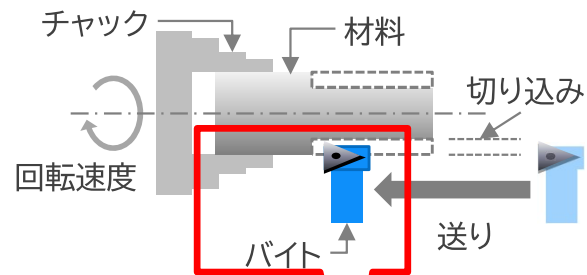
(5) 切削工具

- 生産ラインの工作機械に装着され、超高精度の金属加工を実現する超硬工具
- モノ作りのコアな工程における、生産性に直結する重要な工具
- 最適な工具選びが、加工速度、精度に大きく影響

切削加工の分類

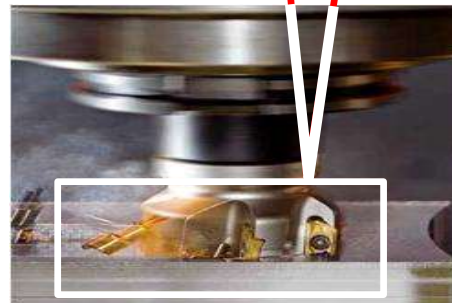
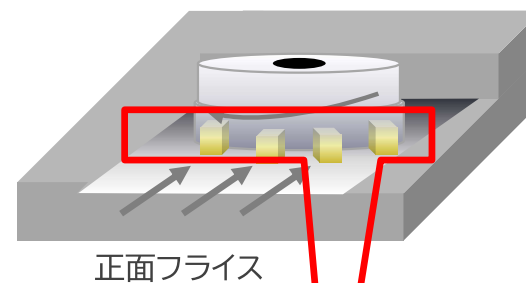
旋削

旋盤、NC旋盤で表面加工



転削

フライス盤、MCで表面加工



穿孔

ボール盤、MCで穿孔

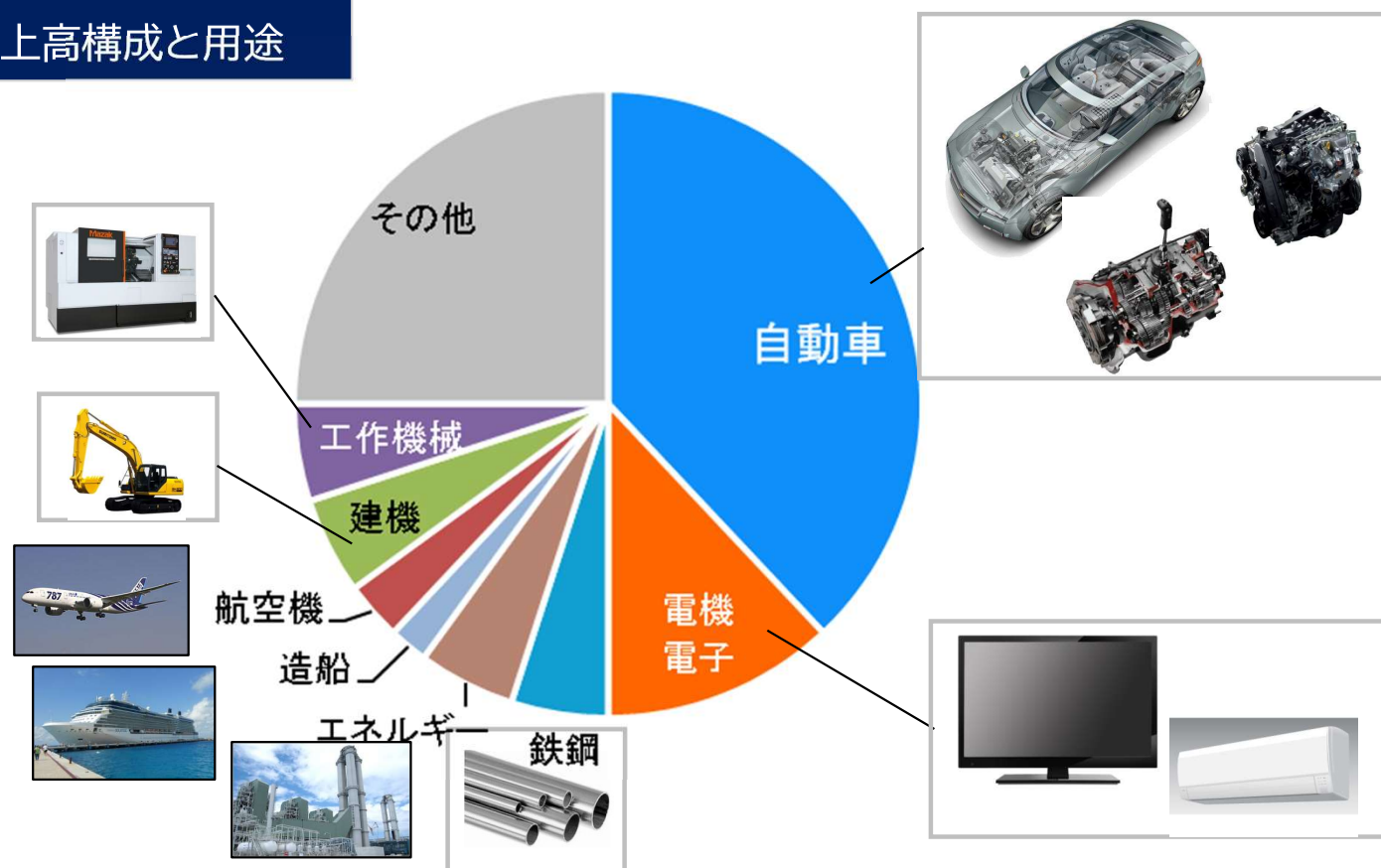


1.会社概要と業界の状況

(6) 切削工具とものづくり産業との関係

- あらゆる業種におけるコアな製造工程に不可欠な切削工具
- 自動車製造におけるエンジン内主要部品や駆動系などの基幹部分をはじめ、あらゆる加工に使われる

顧客業種ごとの売上高構成と用途



2.特徴と強み

Cominixグループ 4つの強み

強み
01

商品力

専門商社としての
圧倒的な品揃え

強み
02

提案力

生産性向上に寄与
する提案営業

強み
03

2つの販売形態

直販部門 卸部門の
2部門制によるシナジー

強み
04

国内外ネットワーク

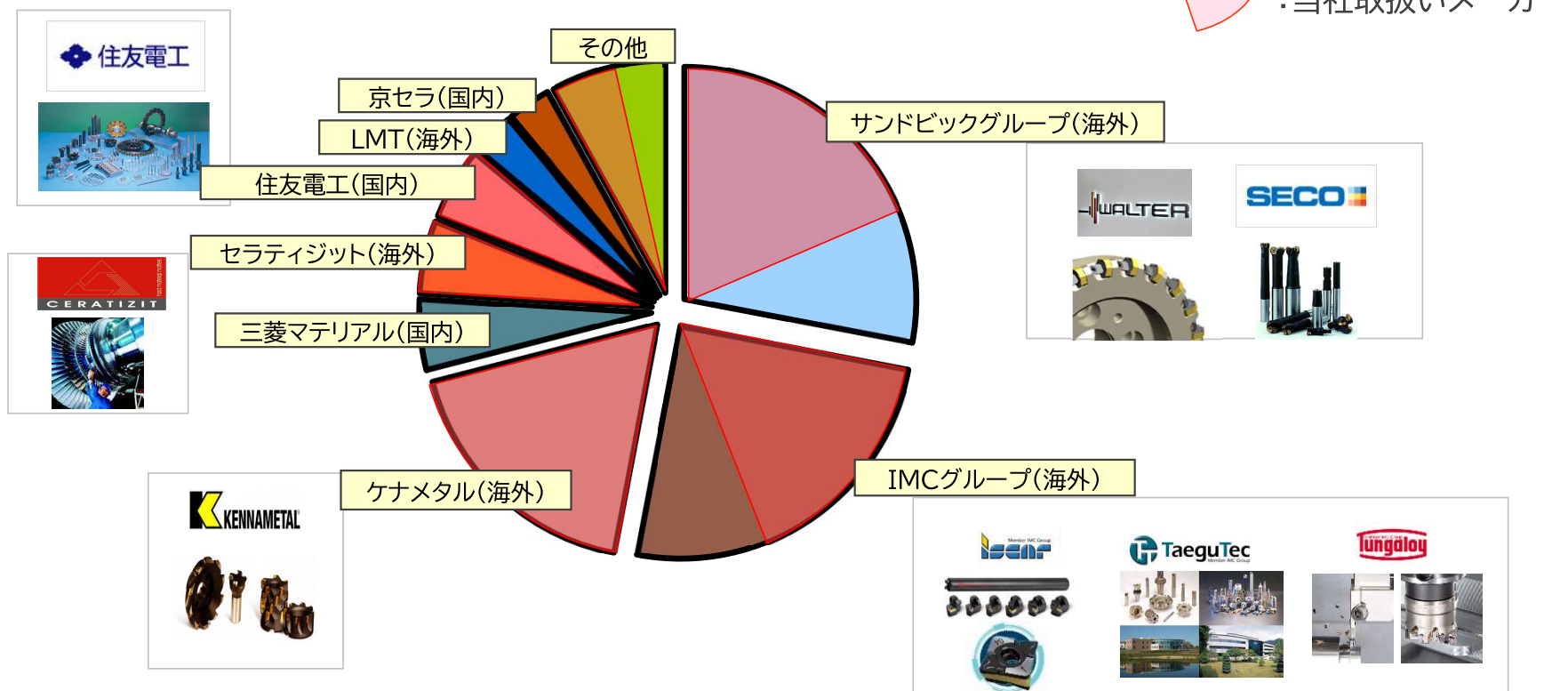
急拡大する日系企業
の海外移転をフォロー

2.特徴と強み

(1-1) 商品力

- 切削工具市場の世界シェア約60%をカバーする、主要かつ多彩なメーカーと取引
- 国内外の商材を厳選し、ユーザーニーズに応える商材を豊富に取り揃える

切削工具メーカー世界シェア



2.特徴と強み

(1-2) 商品力(Cominix商品)

- 海外の優秀なメーカーを掘り起こし、「Cominix商品」として紹介
- 当社は10数社の専門メーカーの総代理店となっている

Cominix商品の商会

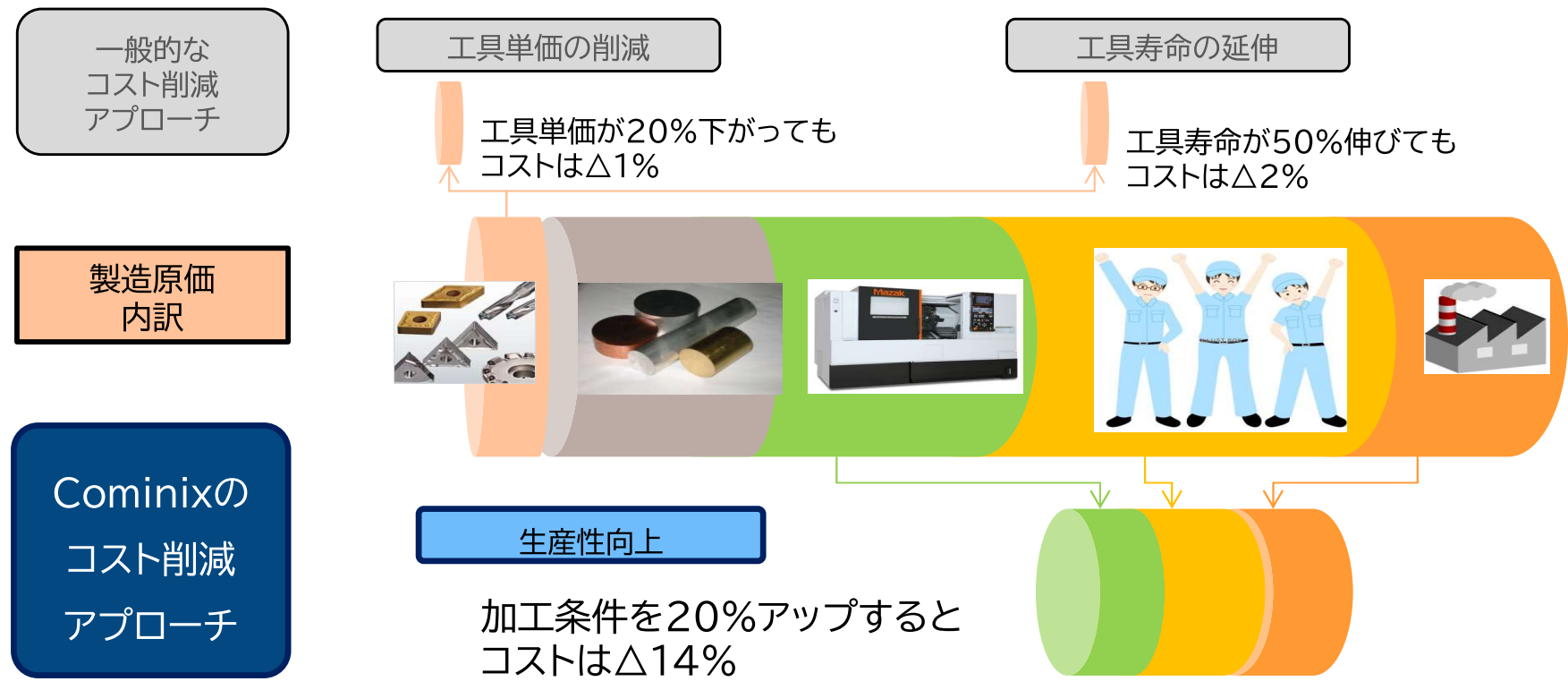
			
			
			
			

2.特徴と強み

(2) 提案力

- ユーザーの工具費削減ではなく、製造原価全体の削減をターゲットとする提案

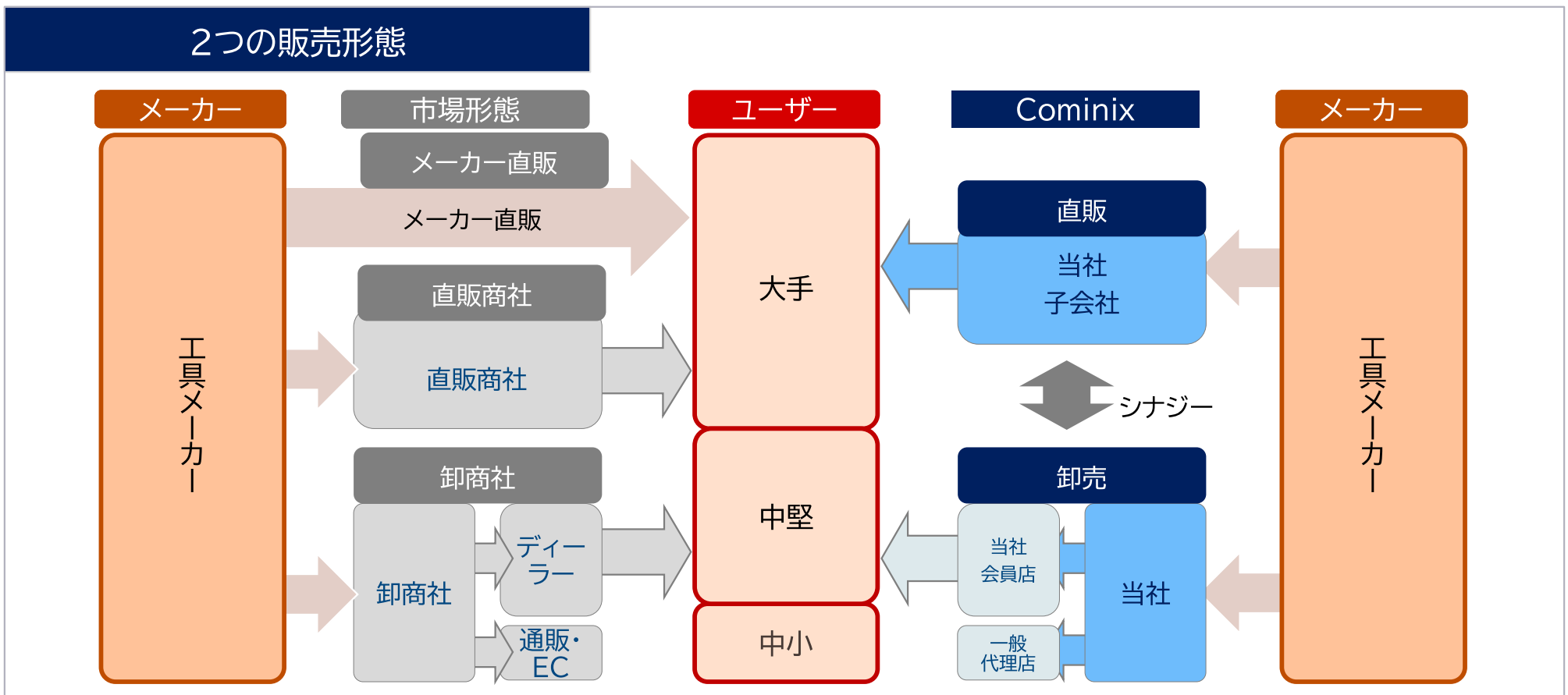
Cominixのコスト削除アプローチ



2.特徴と強み

(3) 2つの販売形態

- 商品力と提案力を最大限に活かした販売形態で大手から中小ユーザーを網羅
- 直販部門で「新商材の発掘」、卸部門で拡販「規模の利益」を得るシナジー効果



2.特徴と強み

(4) 国内外ネットワーク(グローバル化)

- 新興国を中心にアジアと中米に10カ国、32拠点を開設
- 競合他社にはない海外展開により、急拡大する日系メーカーの海外拠点を開拓
- 2022年3月期はコロナ禍の状況を考慮し一部拠点のホームオフィス化を継続(インドネシア・メキシコ・モンゴル)

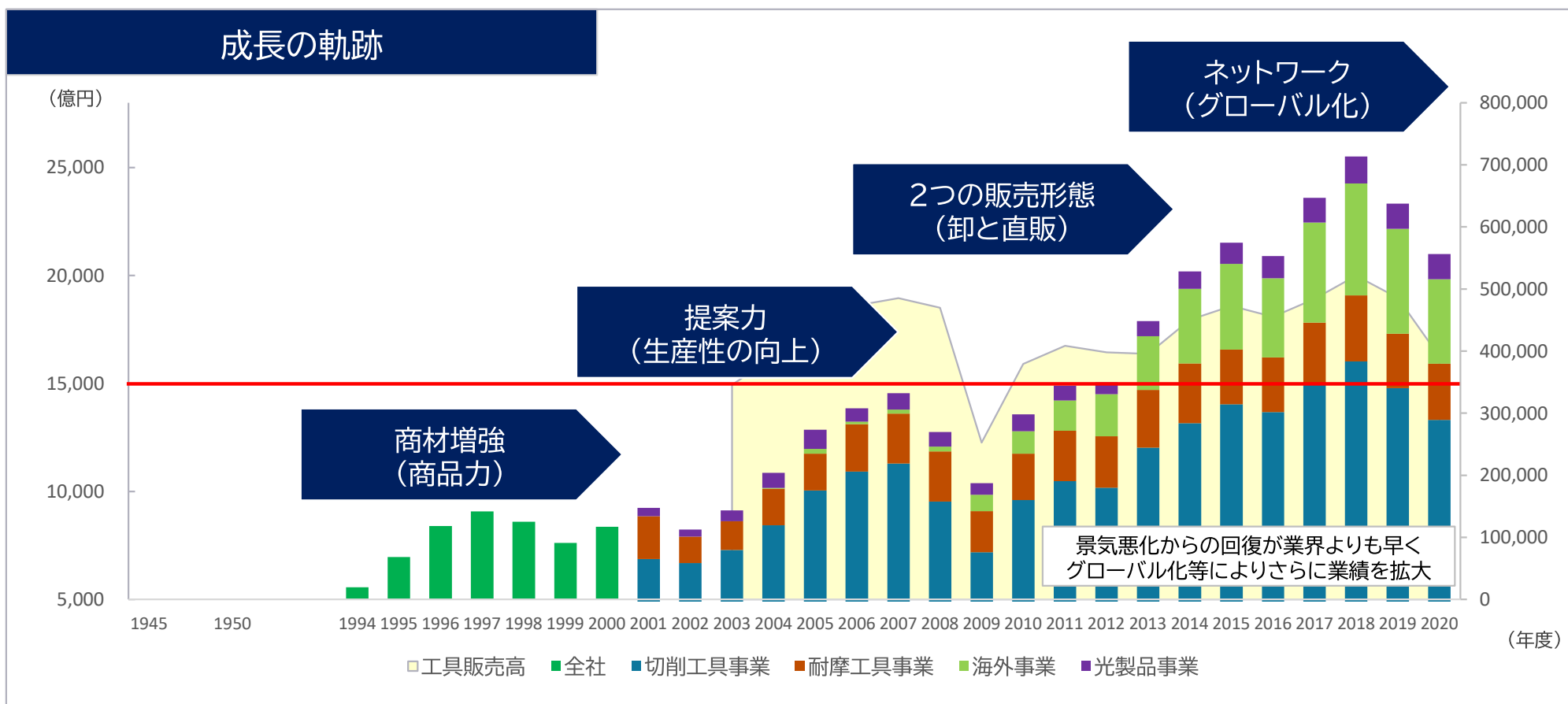
海外ネットワーク



3.成長戦略

成長の軌跡

- 日本経済が長期に低迷する中、着実に業績を拡大
- オンリーワンのビジネスモデルを作り、競争力を高める



3.成長戦略

業界No.1に向けた成長戦略

成長 戦略 01

独自の販売方法 独自商材の販売

- ・テクニカルセンターの設立
- ・在庫センターの整備
- ・ルート替えによるシェア向上
- ・積極的な拠点展開
- ・Cominix商品の拡充

成長 戦略 02

M&Aの活用

- ・大手ユーザーに強い販社の
の囲い込み
- ・大手ユーザーとの商流を
確保し国内売上増

成長 戦略 03

積極的な海外展開

- ・成長著しい海外市場で
売上増
- ・国内市場へのシナジー効果

成長 戦略 04

新規取扱商品の展開

- ・耐摩工具・光製品新商材
- ・鋳物・鋳産物の取扱い
- ・生産ラインで使用する
生産性向上に寄与する
商材の取扱い

3.成長戦略

(1-1) 販売方法(テクニカルセンター)

- 顧客のテスト加工、商品加工データ収集、社員教育等に活用。技術営業体制拡充
- CAD/CAMソフト、ツールスコープ導入によりユーザーとの密着度を上げる取組みを実施

テクニカルセンターの概要



Cominixが提案するちょっと先の未来

設立5年目をむかえ『近未来工場』のモデルを体現しユーザーとの密着度を上げていく各種取組みを実施。

- ・CAD/CAMシュミレーション
- ・ツールマネジメントシステム
- ・ツールスコープ
- ・マシニングセンタ 等

いつでもどこでも新情報
最新テクノロジーや製品情報を、必要十分な情報量にピックアップしてお届けいたします。

ツールマネジメントシステム
テクニカルセンターでは次世代型の工具管理システムを導入しています。このシステムでは、工具の適切な取り出し・入庫・発注のサポートを行います。

CAD/CAM シミュレーション
テクニカルセンターではCAD/CAMソフトを用いた工程改善・立ち上げ作業の効率化をご提案しています。

KOMET® ツールスコープ
テクニカルセンターではKOMET社製 ツールスコープを使い、加工状況を常に監視・管理しています。

3.成長戦略

(1-2) 販売方法(ロジスティクスセンター)

- 本社、1支社、4支店、その他24ヶ所の営業拠点網で国内ユーザーをカバー
- 大阪・北関東・名古屋にロジスティクスセンターを配置。全国どこでも翌日午前中配送可
- 2022年3月期は四国出張所を5月に開所。四国エリアの顧客開拓を推進

国内ネットワーク



3.成長戦略

(2) M&Aの活用

- 大手ユーザーを顧客に持つ有力代理店を囲い込み
- 後継者がいない、顧客の海外進出に対応できない等の企業を友好的に買収
- 今期は現時点で1件のM&Aを実施。引き続き成長戦略として積極的にM&Aを検討

M&A実績

時期	社名	目的等
1995年	山崎兄弟商会株式会社	中国地方における販売力強化（主に自動車メーカー向け）
2009年	武和テック有限会社	関西地方における販売力強化（主に農機メーカー向け）
2010年	株式会社CST	関東地方における販売力強化（主に自動車、電機、建機メーカー向け）
2013年	日三工業株式会社	関東地方における販売力強化（主に自動車、建機メーカー向け）
2013年	共栄機工株式会社	関東地方における販売力強化（主に自動車、建機、農機メーカー向け）
2020年2月	大西機工株式会社	関西地方における販売力強化（主に鉄道・電機メーカー向け）
2020年8月	株式会社東新商会	関東地方における販売力強化（主に切削工具卸専門商社向け）
2020年9月	株式会社澤永商店	九州地方における販売力強化（主に電機メーカー向け）
2020年12月	株式会社川野辺製作所	切削工具事業の製造分野における事業領域拡大・拡充
2021年11月	広州加茂川国際貿易有限公司	中国における販売力強化（主に自動車、総合電機メーカー向け）

3.成長戦略

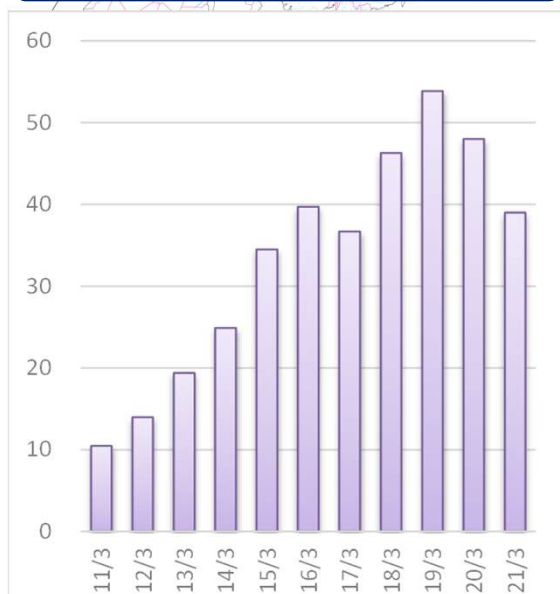
(3) 積極的な海外展開(シナジー効果)

- 海外進出可能な直販体制と商品力・提案力を武器にユーザーの海外進出をサポート
- 海外で獲得したユーザーの国内拠点を開拓

海外展開によるシナジー効果

(単位:億円)

海外事業売上高の推移



ユーザーの海外進出は絶好の好機

ユーザーの
海外移転加速

海外実績を国内新規取引へ

3.成長戦略

(4) 新規取扱商材の展開

- 各事業部において、新規の取扱商材を拡充することで企業成長を加速化
- 新商材拡充により、あらゆる顧客のニーズに対応し、企業価値を高めている

新規取扱商材 事例_切削工具・海外事業

切削工具に関連した新カテゴリ商材の拡充

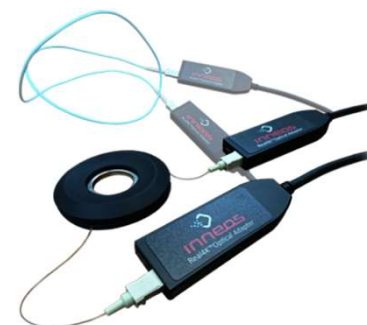


超硬工具に不可欠なタングステン等の希少金属
やものづくり現場を支える産業用ロボット

当社の技術力の根幹である切削工具に関連する
新商材を随時拡充。直近では、鉱物資源や産業用
ロボット等を新商材として拡充

新規取扱商材 事例_光製品事業

次世代技術に対応した商材の拡充



INNEOS社

次世代の8K映像伝送技術を有する
INNEOS社のオプティカルアダプター

光製品事業では、25年の経験・実績を基に、光の
プロフェッショナルとして今後も8K対応商品の
取扱いをはじめとした次世代技術に対応

4.2022年3月期 第2四半期 決算概要

(1-1) トピック1.積極的なM&Aの推進

- 成長戦略の柱の一つであるM&Aを引き続き積極的に実施
- 今後もシナジーが期待でき、グループ成長に資するM&A案件を厳選・検討

今期は現時点で1件のM&Aを実施

2020年8月 株式会社東新商会を子会社化【72期実施】

目的 : 関東地方における販売力の強化
主要顧客: 関東エリアの切削工具専門商社

主要拠点: 東京本社
(東京都
港区浜松町)



両毛支店
(群馬県
伊勢崎市)



2020年9月 株式会社澤永商店を子会社化【72期実施】

目的 : 九州地方における販売力の強化
主要顧客: 大手電機メーカー

主要拠点: 福岡本社
(福岡県
福岡市)



下松営業所
(山口県
下松市)



2020年12月 株式会社川野辺製作所を子会社化【72期実施】

目的 : 製造機能の強化
主要顧客: 大手自動車メーカー

主要拠点: 東京本社
茨城工場
(茨城県
常陸大宮市)



アメリカ子会社
(オハイオ州)



2021年11月 広州加茂川国際貿易有限公司を子会社化【73期実施】

目的 : 中国における販売力強化
主要顧客: 自動車、総合電機メーカー

主要拠点: 広州本社、平湖事務所

広州本社



4.2022年3月期 第2四半期 決算概要

(1-2) トピック2.2021年11月に本社移転を実施

- 職場環境の整備・改善による業務効率の向上と、本社機能の充実及び事業継続性の向上を図る
- あわせて、旧本社ビルの土地、建物を売却。譲渡益による特別利益を計上し、財務体質の強化を図る

新本社(堺筋本町ビル)



新本社所在地:大阪市中央区南本町1丁目8-14 堺筋本町ビル

- 新型コロナウイルス感染症拡大を受け、全グループ会社において在宅テレワークを推進。オフィススペースの減床によるコスト削除と経営の効率化を図る
- 今後の働き方への変革にあわせ、フリーアドレススペースやリフレッシュスペースを設け、よりコミュニケーションが活性化する業務効率の高い環境を整備



2階エントランス



フリーアドレススペース



リフレッシュスペース

4.2022年3月期 第2四半期 決算概要

(2) 業績サマリー

- 国内・海外とも経済活動の再開に伴い、景気の緩やかな回復傾向が見られる
- その結果、主要事業である切削工具事業、海外事業を中心に業績が堅調に推移、売上高を回復

単位:百万円	21/3期 Q2実績 (前年同期)	22/3期 Q2実績 (当四半期)	前期比 増減額	前期比 増減率
連結売上高	9,515	13,207	+3,691	+38.8%
売上原価	7,567	10,493	+2,926	+38.7%
売上総利益	1,948	2,713	+795	+39.3%
販管費	2,065	2,376	+310	+15.0%
営業利益	▲ 117	337	+454	—
営業外収益	52	112	+60	+118.0%
営業外費用	45	42	▲ 3	▲ 6.7%
経常利益	▲ 111	407	+518	—
税引前四半期純利益	▲ 111	420	+531	—
四半期純利益	▲ 139	315	+454	—

※「収益認識に関する会計基準」を第一四半期連結会計期間の期首から適用していることから、
当第2四半期連結累計期間及び当第2四半期連結会計期間は、当該会計基準を適用した後の数値となっております

4.2022年3月期 第2四半期 決算概要

(3) セグメント別業績

単位:百万円	21/3期 Q2実績 (前年同期)	22/3期 Q2実績 (当四半期)	前期比 増減額	前期比 増減率
連結売上高	9,515	13,207	+3,691	+38.8%
切削工具事業	5,953	8,231	+3,691	+38.2%
耐摩工具事業	1,306	1,288	▲ 18	▲ 1.4%
海外事業	1,745	2,670	+924	+53.0%
光製品事業	510	573	+62	+12.2%
その他	0	444	+444	—
セグメント利益	▲ 116	342	+459	—
切削工具事業	▲ 200	55	+255	—
耐摩工具事業	143	84	▲ 58	▲ 40.9%
海外事業	▲ 85	163	+248	—
光製品事業	25	31	+5	+22.9%
その他・調整額	0	8	+8	—

※「収益認識に関する会計基準」を第一四半期連結会計期間の期首から適用していることから、
当第2四半期連結累計期間及び当第2四半期連結会計期間は、当該会計基準を適用した後の数値となっております

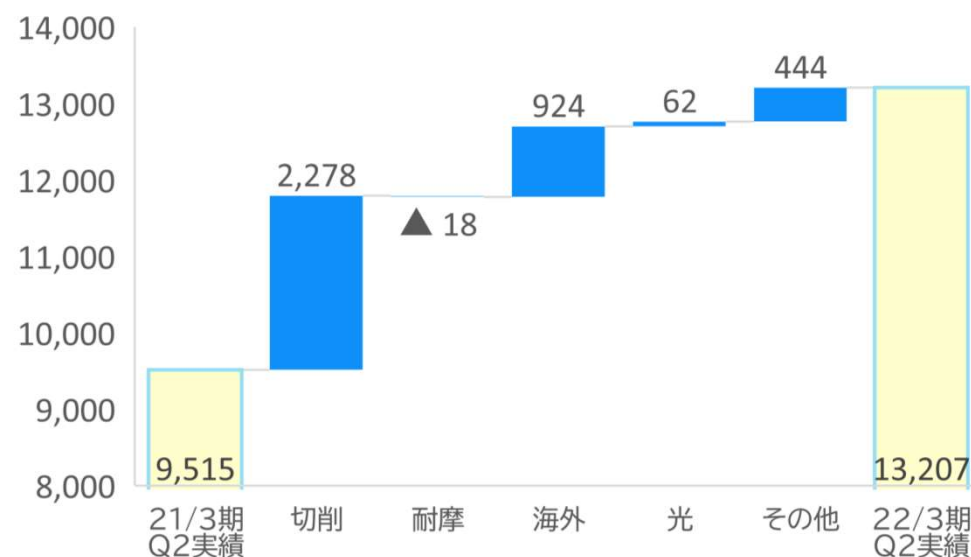
4.2022年3月期 第2四半期 決算概要

(4) セグメント別 増減グラフ

切削工具事業	一部の製造業の堅調な景況感を背景に、営業所の新設や新規顧客の開拓等の施策を積極的に推進したことにより増収増益
耐摩工具事業	アルミ缶等の生産需要は堅調に推移したものの、主力の製罐業界向けの大型設備案件が減少した結果、減収減益
海外事業	米中貿易摩擦の長期化や半導体等の部材供給不足等の懸念は介在しているものの、中国や米国をはじめとしてグローバルな景気回復は継続しており、需要が拡大したことにより増収増益
光製品事業	画像処理関連ビジネスの伸長、事業譲受したビジネスの推進等の施策を実施したことにより、増収増益

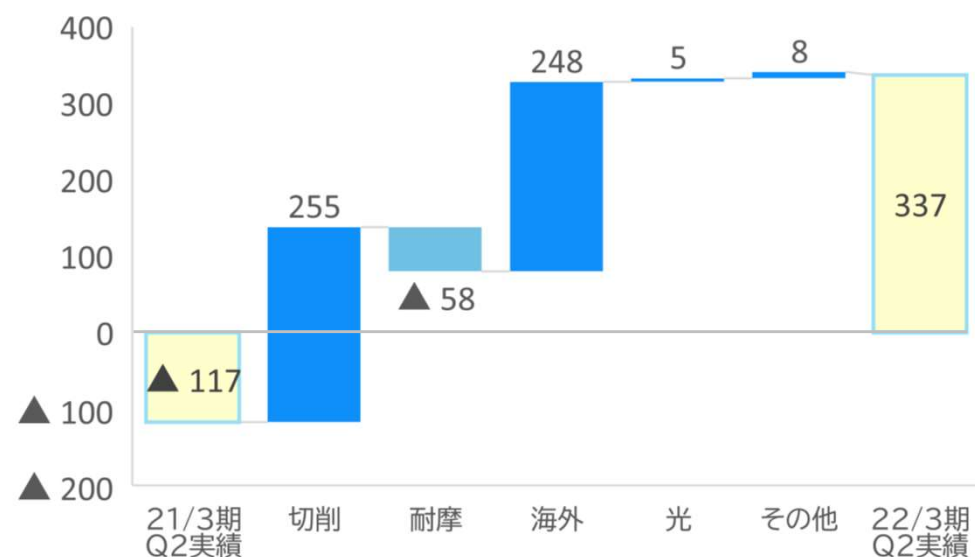
売上高の増減

【単位:百万円】



営業利益の増減

【単位:百万円】



5.業績の見通し

(1) 2022年3月期 連結業績予想

- 下半期の業績は、一部半導体不足・部品不足等の懸念はあるものの、事業環境としては引き続き回復傾向が見込まれることから、主力の切削工具事業を中心として堅調な業績推移が見込まれる
- 2021年7月26日に公表のとおり、旧本社ビルの土地・建物の売却・本社移転に伴う経費及び譲渡益等を下半期に計上予定としていることから通期の当期純利益予想値を大幅に修正

単位:百万円	21/3期 実績	22/3期 計画	前期比 増減額	前期比 増減率
連結売上高	20,994	26,000	+5,006	+23.8%
営業利益	72	590	+518	+719.4%
経常利益	121	553	+432	+357.0%
当期純利益	295	792	+497	+168.5%

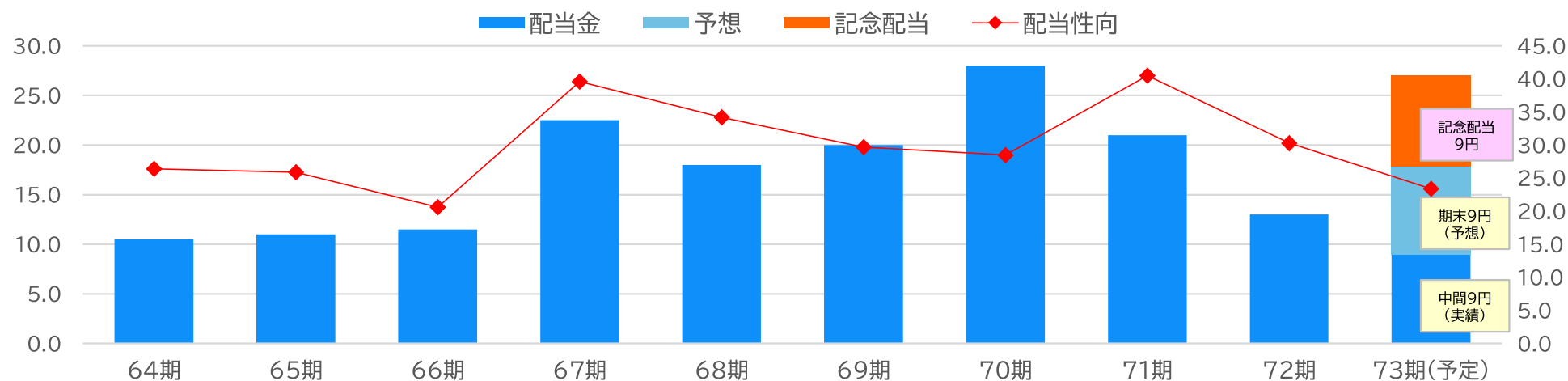
6. 配当政策・株主優待

(1) 配当政策

当社は、昨年11月に創業75周年を迎えました。つきましては、株主の皆様へ感謝の意を表すとともに、創業75周年を記念し、期末配当において**1株当たり9円の記念配当**を実施させていただくことといたしました

- 連結配当性向 30%を目処として、将来の持続的成長に必要な内部留保の充実を図りながら、継続的かつ業績に応じた利益還元を行っていく方針
- 今期の配当は、中間配当9円(実績)、期末配当18円(普通配当9円、記念配当9円)、年間配当27円の予想

配当金と配当性向の推移



6.配当政策・株主優待

(2) 株主優待制度

- 株主の皆様からの日頃のご支援に感謝するとともに、当社株式への投資の魅力を高め中長期的に当社株式を保有していただける株主様の増加を目的として実施
- 本制度開始から本年度で7年目の実施

株主優待制度の内容

株主様の「保有株式数」に応じて、「世界各国の特産品カタログギフト」を贈呈

対象株主様

毎年3月末現在
200株以上ご所有

保有株式数

200株以上	2,000円相当
2,000株以上	4,000円相当



The image shows the 'Gift Catalog 2021' cover on the left, featuring a gift box with a blue ribbon. To the right is a grid of product images with their respective codes and descriptions. The grid is organized into two main sections based on the number of shares held:

- 2,000円相当：200株～1999株まで 保有株式数** (2,000 yen equivalent: 200 shares to 1999 shares held)
- 4,000円相当：2000株以上 保有株式数** (4,000 yen equivalent: 2000 shares or more held)

Each product cell includes a small image of the gift item, a code (e.g., 22001, 22002, 22003, 22004, 22005, 22006, 22007, 22008, 22009, 22010, 22011, 22012, 22013, 22014, 22015, 22016, 22017, 22018, 22019, 22020), and a brief description of the product. The products include various food items like cakes, pastries, rice, and seafood.

本資料には、将来の業績に関する記述が含まれています。こうした記述は、将来の業績を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。将来の業績は、経営環境の変化などにより、計画数値と異なる可能性があることにご留意ください。又、本資料は情報の提供のみを目的としており、取引の勧誘を目的としておりません。

【お問合せ先】

株式会社Cominix 経営企画課

〒541-0054 大阪市中央区南本町1-8-14
堺筋本町ビル9階

TEL 06-7663-8323 / FAX 06-7663-8228