



苦戦の京二、 巻き返しに向けて

代表取締役社長
井口宗久



苦戦の上期業績について

当社では3月をもって2015年9月期の上期を終えて、4月から下期に入ります。まず上期の業績をご報告いたします。

(上期業績)

売上：24億2千万円

(前年同期比9.8%減)

売上総利益：2億86百万円

(前年同期比4.7%減)

今期は通期で売上高約53億円を計画しておりますが、折り返し時点では前期を下回る業績となり苦戦をしております。

私どもの業績は間接的に中国、インドネシアの景気に大きく影響されますが、それらの地域の落ち込みと、大型設備関係の上期中での納入が少なかつ

たことが要因となっております。

世間一般、あるいは製造業全般は決して悪くない環境なのだと思いますが、そういった中で当社の数字が落ちてしまったことは、当社の今の実力が反映されており、非常に危機感を募らせております。

巻き返しに向けて

このような状況下ではありますが、9月までの下期、そして中期的な取り組みとして下記のポイントに特に力を入れて活動をしてまいります。

・新規開拓の促進(本気で顧客ポートフォリオを変えていきたい!)

これは当社の中期的な取り組みでも最も重点の一つとしていますが、数十年続いた固定された顧客ポートフォリオを本気で変えていきたい、本気で新規開拓をしていきたいと考えております。

その開拓の手段の一つが中国工具などのオンリーワン製品になるのですが、昨年11月に開催されたJIMTOFでの弊社ブースへの新規ご来場者に対して採用への営業活動を必死で行っております。既にこれまでの数か月間で4社ほどのお客様との取引が新たにはじまりましたが、まだ本取引には至っていないテスト中のお客様がまだまだありますので、フォローを行い口座獲得、本取引開始にこぎつけてまいります。

そして、以前から繰り返し表明しておりますが、あくまでも中国工具は一つの商材であり、新規開拓をしたお客様には当社が従来から得意とする国内メーカーの商材などを提案して太く開拓をしていくことを狙っております。

・システム化、オーバーホール案件の受注強化

そして、ロボットや搬送装置をもちいたシステム化や工作機械のオーバーホールについてはこれまでも取り組んでいたものの、部門や個人によって大きく差がありました。今期からもっと全社で取り組んで行きたいと考え、新しい会社案内に載せ、また、メーカーの資料を基にPRを強化しておりますが、お客様の反応が非常によく、ニーズにマッチしていると手応えを感じております。

ロボットで言えば、以前は限られたお客様で採用していただくことが多かったのですが、昨今では様々な分野、規模のお客様から「やはり自動化の促進、ロボットを使っていきたい」との意向をいただき、採用が増えてきております。これは国内の景気は回復し、為替も良い状況であるものの、国内での製造の将来持続性のために自動化を進めていきたいというお客様のニーズと、ロボットメーカーで進めている様々な分野に向けての各種ロボットの開発、価格の低減がマッチしてきたからだと考えております。

当社でもロボットメーカーやシステムメーカーに協力をお願いして、事例集の作成など、お客様

がロボット導入を検討し易くするための準備を進めていきたいと考えております。

インドネシアを訪問して

最後になりますが、3月に5日間ほど初めてインドネシア訪問してまいりました。(訪問の詳細は同行した佐藤のレポートを別項に記載いたしました)

当社の主力のお客様は商用車関連、建機関連が比較的多いのですが、最終的な需要地としてインドネシア向けが非常に多く、そのインドネシアの市場が現在どうなっているのか、今後どのようになっていくかを視察するのが目的でした。

商用車メーカーと現地企業の合弁会社(加工、最終組立)、物流とサブアッシをやられている会社、プレス加工関係の日系企業、日系の自動車、商用車の販売を取り仕切っている総合商社の現地法人、そして実際に販売をしているディーラーまでと、幅広くを拝見し、非常に充実した視察となりました。今回のインドネシア訪問に際してコーディネートしていただいた方々、見学させていただいた各社の方々には改めて深く御礼を申し上げます。

現地での商用車、自動車の販売は昨年から一時的に落ち込んでいるものの、長期的には伸びていく市場かと思えますし、今後はノックダウンから現地での加工が増えていく見通しですので、京二にも何かビジネスチャンスがないかと思っておりますが、現状で言えば工作機械や工具については「入手に特に困っていない」とのことでした。

残念ながら、インドネシアでのビジネスの糸口をすぐに掴むことはできておりませんが、これから確実にインドネシア市場が成長するなかで、何かしら食い込んでいければと思っております。これまで海外という仕入の面でも販売の面でも中国一辺倒でしたが、やはりまだまだ世界にお客様はあり、そしてチャンスもあるかと考えておりますので、視野と行動範囲を広げて活動してまいります。