

この質疑応答録は、2021年4月28日(水)に開催したアナリスト、ファンドマネージャー向けオンライン決算説明会にて、ご参加の皆様からいただいた質問とその回答の概要です。

■インダストリアル機器部門について

質問 1

コンクリート構造物向け工具の今期第4四半期と前期第4四半期の売上実績を教えてください。

回答 1

コンクリート構造物向け工具の今期第4四半期(3ヶ月間)の売上実績は国内が10億円弱、海外が34億円弱となりました。前年同期の実績は国内が9億円強、海外が28億円でしたので、国内は約4%のプラス、海外は約20%のプラスとなりました。

数量ベースでは、国内の機械が若干の増加、消耗品は10%弱の増加となりました。海外の機械が20%強の増加、消耗品は10%強の増加となりました。

質問 2

海外の機械販売が大きく増加し、国内の機械販売もプラスに転じています。新型コロナウイルス感染症の再拡大もみられますが、状況としてはいかがですか。

回答 2

欧米は、2021年3月期の4、5月にロックダウンの影響を受けましたが、その後、影響は少なく、第4四半期も堅調に推移しました。また、足元においても感染症の影響を受けておらず、2022年3月期の4月も引き続き好調です。

一方で、国内も、欧米と同様、4、5月は感染症の影響を受け、大幅に減少しましたが、第4四半期は消耗品が10%弱伸びるなど、コンクリート構造物向け工具の販売は伸長しました。

質問 3

国内の鉄筋結束機の開拓市場である土木市場向けの進捗状況について教えてください。

回答 3

土木市場については、現在、上流活動としてゼネコンに向けて活動を行い、販売ルート開拓にも取り組んでいますが、十分に成果が出ているとは言えない状況です。そのため、通期でみるとコンクリート構造物向け工具の機械販売はマイナスとなっています。また、前期までは鉄筋結束機の従来品から「ツインタイア」への置き換え需要がありましたが、今期はある程度一巡し、伸びは鈍化しました。国内の土木市場は建築市場と違い、ルートの構築が進んでいないため、時間が掛かっていますが、需要はあると見込んでいます。

また、鉄筋結束機「ツインタイア」シリーズは、国土交通省の「NETIS」や厚生労働省の「高齢労働者安全衛生対策実証等事業」に登録、選定されましたので、これらを切り口として土木市場への導入を進めていきたいと考えます。

質問 4

ゼネコンへの営業活動を行うだけでは、土木市場の開拓は進まないのでしょうか。

回答 4

土木市場ではゼネコンがサブコン等へ仕事を発注し、そこから鉄筋工事業者へと仕事が渡る構造となっています。鉄筋結束機の導入に当たっては、現場の鉄筋工事業者が鉄筋結束機を購入し使用することもあれば、中間層の業者が購入し貸し与える場合、リース業者を利用する場合などがあります。そのため、それぞれに合った販売ルートに向けて営業活動を進めていくことが課題となっており、成果が出てくるには時間が掛かるだろうと想定しています。

質問 5

2022年3月期のインダストリアル機器部門の計画について、海外機工品事業の状況を踏まえると保守的な印象を受けますが、何かリスクなど想定していますか。

回答 5

海外機工品事業は引き続き、鉄筋結束機を中心に伸ばしていきます。一方で、国内機工品事業は主力の木造建築物向け工具の販売が新設住宅着工戸数の影響を受けることや、鉄筋結束機の置き換え需要の一巡、土木市場の開拓に時間がかかることを想定しています。

質問 6

海外機工品事業の営業人員を中期経営計画の期間で1.6倍に増員する計画ですが、今期はどの程度、増やす予定でしょうか。

回答 6

欧州に関しては、ドイツでディーラー網の開拓に向けて取り組んでおり、今期中に現地子会社の支店をドイツに新設し、営業人員も投入していきます。

質問 7

2022年3月期は海外の展示会に出展する予定はありますか。

回答 7

現在は、欧米の大規模展示会に参加することは難しいですが、新型コロナウイルス感染症が落ち着いた際には、参加していきたいと思います。

■オフィス機器部門について

質問 8

オフィス機器部門の2022年3月期の見通しについて教えていただけないでしょうか。

回答 8

新型コロナウイルス感染症の影響により、2021年3月期は国内及び海外オフィス事業ともに大幅な減収となりましたが、2022年3月期に関しては、(感染症の影響が小さかった)2020年3月期と比べて

95%以上の水準まで回復する計画です。

一方で、オートステープラ事業に関しては、他事業の回復ペースに比べると遅く、2020年3月期実績の約75%の水準にとどまると考えています。2021年3月期のオートステープラ事業については、複写機メーカーからの受注が減少したため、減収となりました。今後も国内や欧米での在宅勤務が定着することにより消耗品の販売が減少することが想定され、他事業に比べて低い水準を見込んでいます。中長期的には、オフィス事業に関してもペーパーレス化と在宅勤務の拡大により、文具関連製品が減少していくと見込まれますが、文字表示機器に注力することでカバーしていきたいと考えています。

■中期経営計画の全社計画について

質問9

ESGについて強化していくポイントはこういったところでしょうか。

回答9

これまで、ESGについて社内で本格的に議論できていませんでした。ESGとブランド力の強化については、2022年3月期から具体的に進めていきたいと考えており、その第1段階として4月28日より当社ウェブサイトで現状のESGに対する取り組みを掲載しています。

今後は、これをスタートラインとして社内で更に論議を深め、中期経営期間の3カ年の中で、ステークホルダーの皆様にもマックスのESGの姿について、お伝えしていきたいと考えています。

■スライド24 「中長期的な事業成長に向けた戦略的投資」について補足説明

インダストリアル機器部門の欧・米・豪の拠点の新設に10億円、住環境機器事業のストックビジネス向けとして、受注から工事の体制構築に4億円、合計14億円を営業インフラへの増強投資として投入していきます。

また、2021年3月期から研究開発に関する取り組みとして、新製品開発のプロジェクトに市場開拓型、ラインナップ拡充型、モデルチェンジ型の3つの区分を設けました。その中で、市場開拓型として事業化が不確実な研究開発に対しても投資を行い、(新市場開拓に寄与する)新しい製品を投入することを目的としています。

今回の開発戦略投資では毎年約30億円を投入している研究開発費に加えて、事業化が不確実な研究開発に8億円、パテント等の調査に2億円の合計10億円を投入します。

以上、中長期的な事業成長に向けた戦略的投資として、重点事業の拡大と新規事業の創出に36億円を投資していく計画です。

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する内容は、当社が2021年4月28日現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があることをご了承ください。