

ホリスティック企業レポート KLASS (旧 極東産機) 6233 東証スタンダード

アップデート・レポート
2024年3月22日発行

一般社団法人 証券リサーチセンター



証券リサーチセンター
審査委員会審査済 20240319

KLASS(6233 東証スタンダード)

発行日: 2024/3/22

職人の技術の自動化・省力化のノウハウを競争力の源泉とする FA 機器メーカー「2.4 次産業型企業」を目指す中期ビジョンにおける牽引セグメントの進捗に注目

> 要旨

◆ 会社概要

- KLASS(以下、同社)は、機械化が困難とされる職人技術の自動化・省力化を実現するFA機器のメーカーである。量産装置や自動壁紙糊付機が主力製品だが、これらの開発で培われたコア技術を活かし、二次電池製造装置等のハイテク機器や食品機器も展開している。
- 同社は23年10月に「2.4次産業型企業」を目指すという想いを込めて、社名を極東産機からKLASSに変更した。

◆ 23年9月期決算

- 23/9期決算は、売上高9,888百万円(前期比2.4%増)、営業利益314百万円(同52.1%増)となった。二次電池製造装置の需要増と工場増設による生産能力拡大により、売上高、利益ともインダストリーセグメントが貢献した。一方、主力のプロフェッショナルセグメントは売上高が伸びずに減益となり、コンシューマセグメントは赤字が残った。

◆ 24年9月期業績予想

- 24/9期業績について、同社は、売上高11,000百万円(前期比11.2%増)、営業利益370百万円(同17.8%増)を計画している。
- 証券リサーチセンター(以下、当センター)では、24/9期の売上高を10,753百万円(前期比8.8%増)、営業利益を388百万円(同23.6%増)と予想した。インダストリーセグメントの増収増益が全体を牽引すると予想するものの、売上高が会社計画を若干下回るのは、プロフェッショナル、コンシューマの両セグメントの業績を保守的に予想したためである。

◆ 今後の注目点

- 当センターでは、25/9期は前期比7.2%増収、26/9期は同7.0%増収となり、売上高営業利益率は26/9期には5.1%まで上昇すると予想した。
- 28/9期に向けた中期ビジョンでは、ハードだけでなくソフトやサービスも提供する「2.4次産業型企業」を目指すとしている。戦略的領域であるインダストリー、コンシューマの両セグメントの動向に注目したい。

【6233 KLASS 業種: 機械】

決算期	売上高 (百万円)	前期比 (%)	営業利益 (百万円)	前期比 (%)	経常利益 (百万円)	前期比 (%)	純利益 (百万円)	前期比 (%)	EPS (円)	BPS (円)	配当金 (円)
2022/9	9,660	5.4	206	-26.3	194	-28.8	143	-24.3	26.6	527.1	10.0
2023/9	9,888	2.4	314	52.1	283	45.7	102	-28.7	19.0	540.8	10.0
2024/9 CE	11,000	11.2	370	17.8	365	28.6	250	144.4	46.4	-	10.0
2024/9 E	10,753	8.8	388	23.6	363	28.2	249	143.5	46.2	577.0	10.0
2025/9 E	11,528	7.2	489	26.1	466	28.3	319	28.3	59.2	626.3	10.0
2026/9 E	12,340	7.0	627	28.1	605	29.9	415	29.9	77.0	693.3	10.0

(注) 1. CE: 会社予想、E: 証券リサーチセンター予想
 2. 2021/9期より連結業績の開示を開始。2021/9期の前期比は2020/9期の単体業績との比較
 3. 2022/9期より「収益認識に関する会計基準」適用。2022/9期の前期比は「収益認識に関する会計基準」適用前の2021/9期の金額との比較
 4. 2023/9期第3四半期から売上割引の取り扱い方法を変更。2022/9期の金額は変更後の方法に基づく計上額に遡及修正

アップデート・レポート

本レポートに掲載された内容は作成日における情報に基づくものであり、予告なしに変更される場合があります。本レポートに掲載された情報の正確性・信頼性・完全性・妥当性・適合性について、いかなる表明・保証をするものではなく、一切の責任又は義務を負わないものとします。一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポートの配信に関して閲覧し投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失利益及び損害を含むいかなる結果についても責任を負いません。最終投資判断は投資家個人においてなされなければならず、投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあります。また、本件に関する知的所有権は一般社団法人 証券リサーチセンターに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。

アナリスト: 藤野 敬太
 +81 (0) 3-6812-2521
 レポートについてのお問い合わせはこちら
info@stock-r.org

【主要指標】

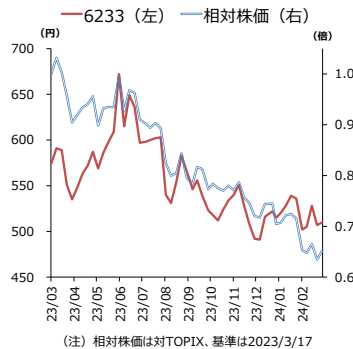
	2024/3/15
株価 (円)	510
発行済株式数 (株)	5,391,000
時価総額 (百万円)	2,749

	前期実績	今期予想	来期予想
PER (倍)	26.8	11.0	8.6
PBR (倍)	0.9	0.9	0.8
配当利回り (%)	2.0	2.0	2.0

【株価パフォーマンス】

	1カ月	3カ月	12カ月
リターン (%)	-3.4	-1.2	-13.4
対TOPIX (%)	-3.2	-12.4	-35.0

【株価チャート】



> 事業内容

◆ 職人技術の自動化・省力化を得意とする FA 機器メーカー

KLASS(以下、同社)は、機械化が困難とされる職人技術の自動化・省力化を実現する FA 機器のメーカーである。量製造装置や自動壁紙糊付機が同社の主力製品であり、これらの開発を通じて培われたコア技術を活かし、二次電池製造装置等のハイテク機器や食品機器の開発・製造に事業領域を広げている。

なお、同社は23年2月に、設立80期目となる28/9期を最終年度とする中期ビジョン「ビジョン80」を公表し、従来の「開発型機械メーカー」から機械(ハード)だけでなくソフトやサービスも提供する「2.4次産業型企业」へのシフトを明確にしている。23年10月の「極東産機」から「KLASS」への社名変更も、この「2.4次産業型企业」へのシフトを視野にいれてのことである。

◆ 4つの事業セグメントで構成

同社の事業は、プロフェッショナル、コンシューマ、インダストリー、ニュー・インダストリーの4つの報告セグメントに区分される(図表1)。

住宅分野の動向との連動性が高い量関連やインテリア関連が中心のプロフェッショナルセグメントが、売上高の7割超を占める状況が続いている。一方、住宅分野の動向の影響を受けにくいインダストリーセグメントが全体の増収を牽引しており、23/9期になって最大の利益を創出するセグメントとなった。

子会社買収により21/9期に新設されたニュー・インダストリーセグメントは、顧客業界である自動車業界での生産台数の増加を背景に、23/9期に初めて黒字となった。一方、コンシューマセグメントは、21/9期以降セグメント損失が続いている。

【 図表 1 】セグメント別売上高・利益

(単位:百万円)

	売上高(外部顧客への売上高)											
	20/9期単	21/9期連	22/9期連	23/9期連	前期比				売上構成比			
					20/9期単	21/9期連	22/9期連	23/9期連	20/9期単	21/9期連	22/9期連	23/9期連
プロフェッショナル	6,385	6,942	7,444	7,142	-5.6%	8.7%	7.2%	-4.1%	79.8%	75.7%	77.1%	72.2%
コンシューマ	930	786	741	734	-13.2%	-15.4%	-5.7%	-1.0%	11.6%	8.6%	7.7%	7.4%
インダストリー	691	923	978	1,462	-47.7%	33.6%	5.9%	49.5%	8.6%	10.1%	10.1%	14.8%
ニュー・インダストリー	—	517	495	549	—	—	-4.1%	10.8%	—	5.6%	5.1%	5.6%
合計	8,006	9,169	9,660	9,888	-12.6%	14.5%	5.4%	2.4%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

	営業利益											
	20/9期単	21/9期連	22/9期連	23/9期連	前期比				売上高営業利益率 / セグメント利益率			
					20/9期単	21/9期連	22/9期連	23/9期連	20/9期単	21/9期連	22/9期連	23/9期連
プロフェッショナル	78	259	164	132	8.6%	230.2%	-36.7%	-19.1%	1.2%	3.7%	2.2%	1.9%
コンシューマ	35	-16	-12	-12	-9.3%	—	—	—	3.8%	-2.1%	-1.7%	-1.7%
インダストリー	6	49	80	175	-95.4%	686.1%	62.4%	117.9%	0.9%	5.4%	8.2%	12.0%
ニュー・インダストリー	—	-12	-25	18	—	—	—	—	—	-2.3%	-5.2%	3.3%
合計	120	280	206	314	-51.6%	132.6%	-26.3%	52.1%	1.5%	3.1%	2.1%	3.2%

- (注) 1. 21/9 期から連結業績の開示を開始。21/9 期の前期比は 20/9 期単体の金額との比較
 2. 22/9 期から「収益認識に関する会計基準」適用。22/9 期の前期比は「収益認識に関する会計基準」適用前の 21/9 期の金額との比較
 3. 23/9 期第 3 四半期から売上割引の取り扱い方法を変更。22/9 期の金額は変更後の方法に基づく計上額に遡及修正
 (出所) KLASS 有価証券報告書より証券リサーチセンター作成

> ビジネスモデル

◆ 「1+3」の事業ポートフォリオ

同社の事業ポートフォリオは、中核となるプロフェッショナルセグメントと、残りの 3 つのセグメントに分けて考えると理解しやすい。

プロフェッショナルセグメントは、消耗品販売が多いこともあり、顧客とのつながりが長期にわたる傾向が強く、ストック型ビジネスの性格が強い。成長率は高くないが安定収益源として位置づけられ、同社の大きな特徴となるコア技術の大半を生み出す「技術の源泉」と言えるセグメントである。

対してインダストリー、ニュー・インダストリー、コンシューマのセグメントはそれぞれ成長を目指す段階にあり、フロー型ビジネスとして展開されている。

同社としては、プロフェッショナルセグメントで獲得した経営資源を、他の 3 つのセグメントに投入していくことで、事業全体の安定と成長を両立させていく方針を採っている。23 年 2 月に公表された中期ビジョンではその方針がさらに明確に示されている。

◆ 中核となるプロフェッショナルセグメント

プロフェッショナルセグメントは23/9期の売上高の72.2%を占め、職人技術の自動化・省力化に関する技術が蓄積されている主力セグメントである。インテリア事業部門と畳事業部門から構成される。

インテリア事業部門では、内装工事業者向けに、インテリア内装施工機器や施工工具、資材を販売している。主力は自動壁紙糊付機や床材剥がし機である。自動壁紙糊付機は、同社が1971年に開発・製造した日本初の製品で、当分野では同社がパイオニアである。また、内装工事に近接する建機レンタル市場やデジタルプリンティング壁紙市場の事業者への機器や工具の販売も行っている。

畳事業部門では、主に畳店向けにコンピュータ式畳製造システム等の畳製造装置を販売している。単なる製品の提供にとどまらず、「構造改革提案」と称される提案営業を大きな特徴としている。これは、畳業界全体の活性化を見据えて、畳店を家業経営から企業経営へ近代化することを提案し、生産の効率化にとどまらず、畳店に対して個人顧客の新規開拓や経営成績向上を目指した指導を実施するものである。

インテリア事業部門、畳事業部門の両部門に共通して言えることは、機器の販売だけでなく、付随する消耗品の販売も多いことである。そのため、プロフェッショナルセグメント全体として、ストックビジネスとしての性格を備えていると言えよう。

◆ 唯一のBtoC型ビジネスのコンシューマセグメント

コンシューマセグメントは23/9期の売上高の7.4%を占め、コンシューマ事業部門、ソーラー・エネルギー事業部門、売電事業で構成されている。

コンシューマ事業部門は、特殊機能畳等のインテリア商品の販売のほか、各地のJA(農業協同組合)等を窓口とした一般家庭向け畳替え・襖替え工事の仲介を行っている。23/9期のコンシューマセグメントにおける売上構成比は8割弱である。

ソーラー・エネルギー事業部門では、産業用・家庭用ソーラー発電システムや蓄電池を販売している。施工やアフターメンテナンスも行っており、23/9期のコンシューマセグメントにおける売上構成比は約13%である。

売電事業では、自社所有地に設置されたメガソーラー発電所「三日月サンシャインパーク」(出力約1メガワット)で発電された電力を販売している。23/9期のコンシューマセグメントにおける売上構成比は

約7%である。

◆ 産業機器と食品機器から構成されるインダストリーセグメント

インダストリーセグメントは23/9期の売上高の14.8%を占め、産業機器事業部門と食品機器事業部門から構成される。

産業機器事業部門では、顧客の仕様に基づくオーダーメイド産業機器の製造・販売を行っている。現在は二次電池製造ラインや液晶・半導体製造ライン向け機器が中心であり、23/9期のインダストリーセグメントにおける売上構成比は約8割である。

食品機器事業部門では、大手牛丼チェーンをはじめとする外食チェーン向けに、自社開発の厨房用食品機器を提供している。現在はみそ汁・だし・スープ等の多用途型のディスペンサー（みそ汁等の濃縮液を湯で希釈して定量抽出する機械）が中心である。23/9期のインダストリーセグメントにおける売上構成比は約2割である。

◆ 買収によって始まったニュー・インダストリーセグメント

ニュー・インダストリーセグメントは、20年10月に子会社化したROSECCが行う事業で、23/9期の売上高の5.6%を占める。

ROSECCはウォータージェット技術やロボット技術を活かした自動化システムの企画、開発、販売を行うファブレスメーカーで、自動車業界向けで実績を積んできた。

◆ 職人技術の自動化、省力化のノウハウ蓄積が最大の競争力の源泉

機械化が困難な職人技術の自動化・省力化を事業テーマとする同社は、形状が不均一なものや、破れやすくしわになりやすいものなど、機械化が困難とされるものを対象に機械化を進めてきた。その結果、主にプロフェッショナルセグメントにおける長年の開発を通じて、以下の7つの基本要素技術（コア技術）を蓄積しており、同社の競争力の源泉となっている。

- (1) 生地と生地を縫い合わせる「縫製」
- (2) 素材を切ったり削ったりする「裁断」
- (3) 繰り出されるシートを測長しながら乱れなく巻き取っていく「検尺」
- (4) 2つの素材を貼り合わせる「塗布」
- (5) 強固に接着、結合した素材を剥がしてとる「剥離」
- (6) 限られたスペースに効率よく収める「折畳」
- (7) 寸法を測ったりデータを制御、処理したりする「測定」

なお、子会社化したROSECCは7つの技術のうち、「裁断」に関する技術を持つほか、7つの技術には含まれないロボット関連の技術を有している。今後、基本要素技術の領域がさらに広がる可能性がある。

同社の主要製品と、それらに使われている基本要素技術の関係を図表2にまとめてみた。

【図表2】主要製品と基本要素技術

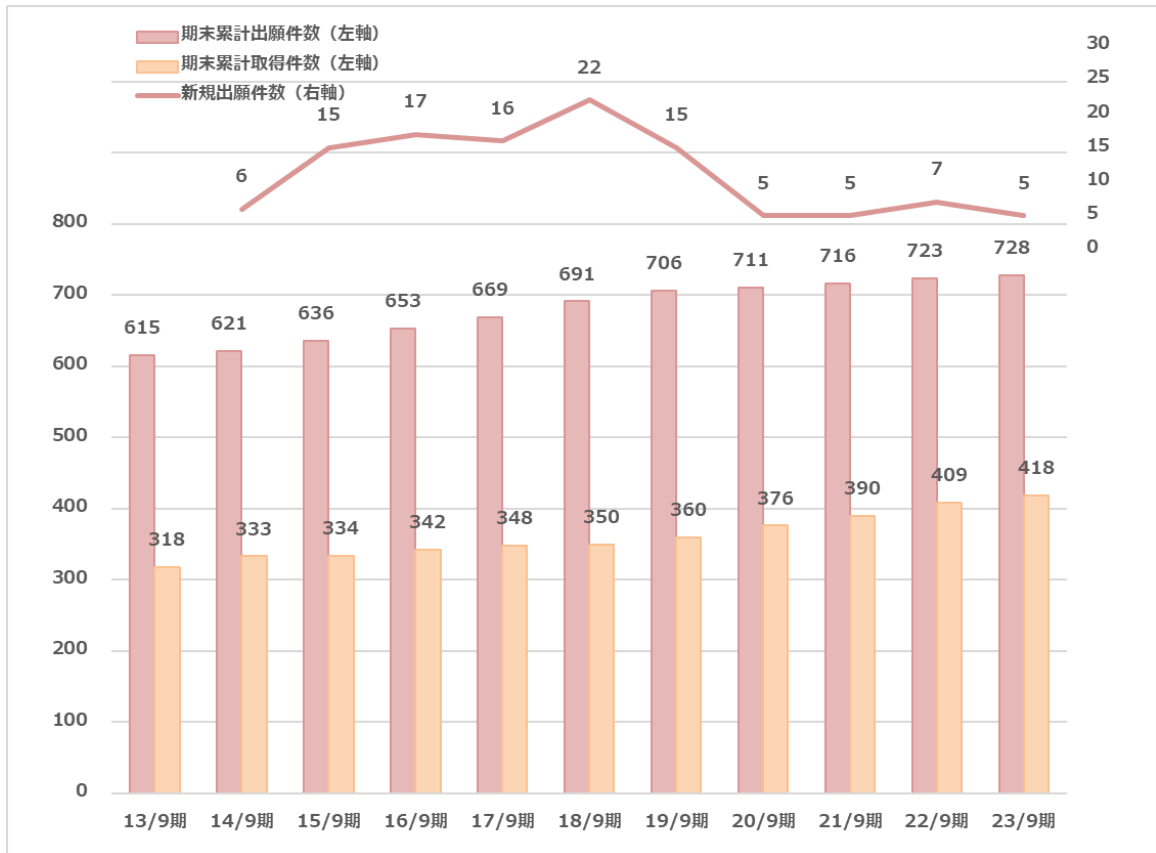
主要製品	製品の概要	使われている主なコア技術						
		縫製	裁断	検尺	塗布	剥離	折畳	測定
自動壁紙糊付機	ロール状の壁紙原反を自動で解反・搬送し、壁紙に澱粉系糊を塗布する機械		✓	✓	✓			✓
内装工事用テープ	壁紙施工で壁紙を裁断する際の下地を保護するテープ				✓			
床材剥がし機	接着剤で固着したビニル床材を、刃物の前後運動や微振動で剥がす機械					✓		
フィルムラミネート加工機	プリント出力された印刷物にラミネートフィルムを圧着する機械			✓				
コンピュータ式量製造システム	コンピュータ制御下で高精度な量をスピーディーに縫着するシステム	✓	✓					✓
マルチディスペンサー	みそ汁やだし等の濃縮液を湯で希釈し、定量抽出する機械							✓
カーテンヒダ取縫い機	カーテンのヒダ寸法を自動計算し、自動でヒダつまみしてミシンで縫製する縫製機	✓		✓			✓	

(出所) KLASS 有価証券報告書、決算説明会資料、ウェブサイト、会社ヒアリングより証券リサーチセンター作成

また、開発を通じて蓄積してきた技術については、積極的に特許取得を進めてきた(図表3)。15/9期以降19/9期までは年間15件超のペースで特許を出願していたが、20/9期以降は年間5~7件の件数で推移している。

【 図表 3 】 特許件数の推移

(単位: 件)



(出所) KLASS 有価証券報告書、決算説明会資料より証券リサーチセンター作成

◆ 研究開発

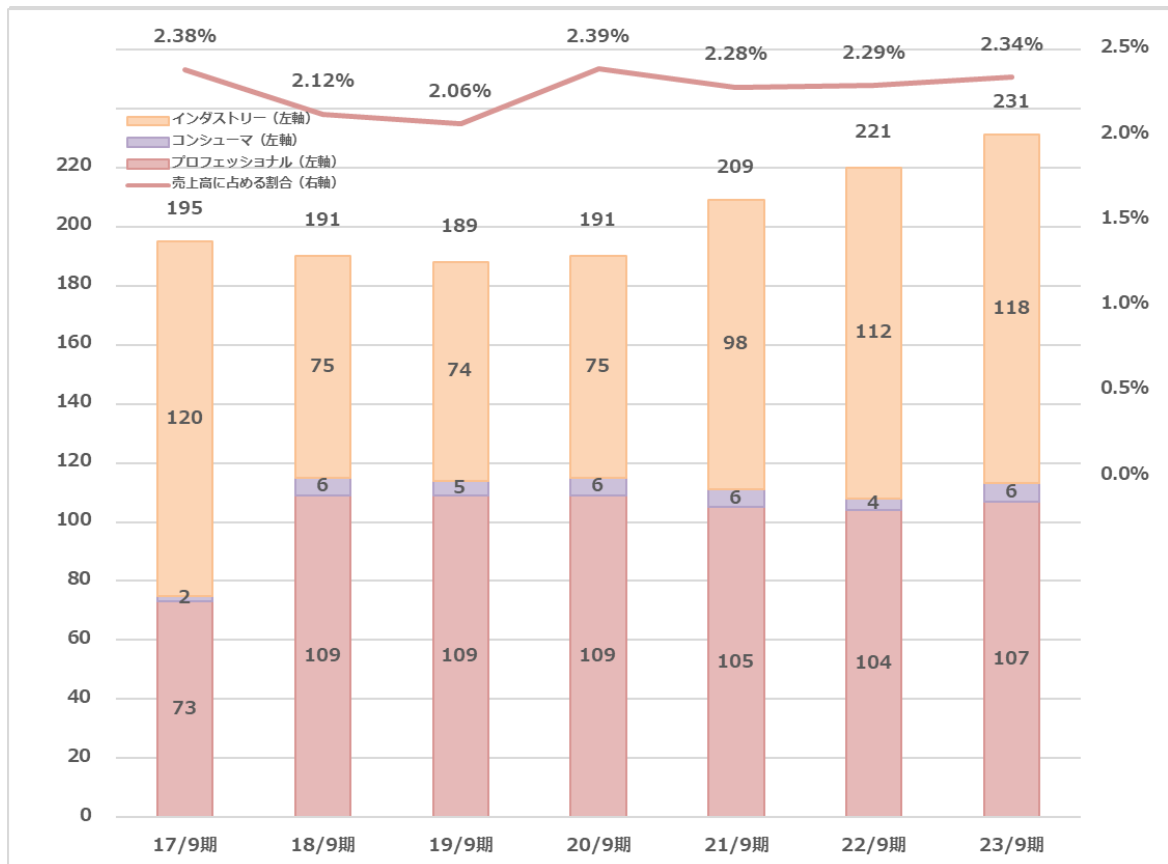
同社の研究開発は、以下の 5 部で構成される研究開発本部が主体となって行われている。

- (1) 開発 1 部。プロフェッショナルセグメントのインテリア関係の機器や副資材、コンシューマセグメントの通販関係の製品の開発を行う
- (2) 開発 2 部。インダストリーセグメントの開発のうち、量製造装置関係や食品機器関係の開発を行う
- (3) 開発 3 部。インダストリーセグメントの開発のうち、工場設備や産業機械の開発を行う
- (4) 開発 4 部。開発 1 部から開発 3 部で設計された機械の電気制御や制御プログラムの開発、プロフェッショナルセグメントが対象とするインテリア内装業界や豊業界に特化したパソコンのパッケージソフトの開発を行う
- (5) 企画部。規程の制定や改廃、知的財産権の対応等を行う

同社は全売上高の2%超を研究開発費に充ててきた。直近6年は、中核事業であるプロフェッショナルセグメントに約1億円をかけつつ、残りを主にインダストリーセグメントにかけている状況が続いているが、インダストリーセグメントにかける研究開発費は増加傾向が続いている(図表4)。

【図表4】研究開発費の推移

(単位:百万円)



(注) 23/9期第3四半期から売上割引の取り扱い方法を変更。22/9期の売上高に占める割合は変更後の方法に基づく売上高に遡及修正して算出

(出所) KLASS 有価証券報告書より証券リサーチセンター作成

◆ 生産体制

同社の生産拠点は、神岡工場、島田工場、揖西工場の3カ所でいずれも兵庫県たつの市にある(図表5)。インダストリーセグメントの生産を担う神岡工場と揖西工場にはクリーンルームがあり、特に神岡工場のクリーンルームは、半導体や二次電池関係の大型製造装置の組み立てに対応できる体制となっている。

なお、22年4月に、神岡工場の新組立棟・生産本部棟が完成した。延

床面積は 5,735 平方メートルで、神岡工場の床面積は約 60%拡張された。新工場棟での主な生産品は、リチウムイオン電池製造装置等のオーダーメイド産業機器と自動壁紙糊付機等の内装施工省力機器である。

【 図表 5 】 極東産機の生産拠点

生産拠点	所在地	セグメント			内容
		プロフェッショナル	コンシューマ	インダストリー	
神岡工場	兵庫県たつの市	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> ・クリーンルームあり ・22年4月に新組立棟・生産本部棟完成 ・新工場での主な生産品は以下の2つ <ul style="list-style-type: none"> - リチウムイオン電池製造装置等オーダーメイド産業機器 - 自動壁紙糊付機等の内装施工省力機器
島田工場	"	✓	✓		<ul style="list-style-type: none"> ・製品倉庫を併設
揖西工場	"	✓	✓	✓	<ul style="list-style-type: none"> ・クリーンルームあり ・配送センターを併設

(出所) KLASS 有価証券報告書、決算説明会資料より証券リサーチセンター作成

> 強み・弱みの評価

◆ SWOT 分析

同社の内部資源(強み、弱み)、および外部環境(機会、脅威)は、図表6のようにまとめられる。

同社は23年10月に社名を変更した。23年2月に公表された中期ビジョンにおける事業再定義を受けてのものである。そのため「機会」の項に、「社名変更をはじめとするリブランディングの効果の発現」を追加した。

また、「脅威」の項目の「新型コロナウイルス感染症の感染が再拡大する可能性」を削除した。

【図表6】SWOT分析

強み (Strengths)	<ul style="list-style-type: none"> ・職人技術の自動化・省力化の技術やノウハウの蓄積 <ul style="list-style-type: none"> - 豊富な特許数 ・蓄積されたノウハウから確立した7つのコア技術をワンストップで提供できる体制 ・全社売上高の約3分の1を新製品・新商品が占めるほどの製品・商品開発力 ・ストックビジネスとフロービジネスの二本柱の展開による安定したキャッシュ・フローの創出力 ・高いシェアを持つ製品の存在(製畳機、自動壁紙糊付機) ・創業家が主導してきた経営、及びこれまで世代交代/経営の継承がスムーズに行われてきたこと ・兵庫県たつの市の地域立脚企業として確立されたポジション及びブランド
弱み (Weaknesses)	<ul style="list-style-type: none"> ・業界平均を下回る売上高営業利益率 ・有利子負債が多い財務状況 ・代表取締役社長への依存度の高い事業運営
機会 (Opportunities)	<ul style="list-style-type: none"> ・社名変更をはじめとするリブランディングの効果の発現(新規) ・既存事業(特にプロフェッショナルセグメント)での更なるシェア拡大の可能性 ・インダストリーセグメントでの高い成長余地 <ul style="list-style-type: none"> - 特に22年4月完成の新工場棟稼働に伴う産業機器事業部門での大型案件受注 ・コンシューマセグメントでの新製品、新商品の投入と拡販 ・22年4月完成の新工場での稼働率上昇 ・ニュー・インダストリーセグメントの収益化 ・上場企業であることによる知名度、信用度、従業員のモチベーションの向上
脅威 (Threats)	<ul style="list-style-type: none"> ・国内の需要が減退する可能性 <ul style="list-style-type: none"> - 新設住宅着工戸数の短期間での大幅減少 - リフォーム需要の減退 - 和室の減少 ・顧客であるインテリア事業者や畳事業者の経営悪化 ・技術や工法の変化の可能性 <ul style="list-style-type: none"> - 特に建物内装での壁紙貼り付け工法に代替工法が出現する可能性 ・コスト上昇の可能性(原材料価格、物流コスト等)及び資材調達難となる可能性 ・競争激化の可能性 ・本社及び生産拠点が集中する兵庫県たつの市での自然災害発生の可能性 ・自社施設での事故発生の可能性 ・人材の確保が思うように進まない可能性 ・新型コロナウイルス感染症の感染が再拡大する可能性(削除)

(出所) 証券リサーチセンター

> 知的資本分析

◆ 職人技術の自動化・省力化ノウハウの蓄積が知的資本の源泉

同社の競争力を知的資本の観点で分析した結果を図表7に示した。

同社の知的資本の源泉は、組織資本の知的財産またはノウハウに属する「職人技術の自動化・省力化ノウハウの蓄積」にある。同社は早くから、職人技術の自動化に着目し、製畳機や自動壁紙糊付機を主要製品とするプロフェッショナルセグメントを通じて、自動化・省力化のノウハウを蓄積してきた。ノウハウの蓄積は世代を超えて続けているが、それを可能にしたのは、人的資本の経営陣に分類される「創業家出身の社長のリーダーシップ」にある。

蓄積されたノウハウは、製畳機や自動壁紙糊付機分野ではシェア拡大につながったが、それだけに留まらず、インダストリーセグメント等の他の分野にも応用されていった。その結果、関係資本である顧客の増加につながったほか、事業分野の拡大が新たなノウハウの蓄積につながるという好循環を描くようになっていった。

【 図表 7 】 知的資本の分析

項目	分析結果	KPI			
		項目	数値 (前回)	数値 (今回)	
関係資本	顧客	・顧客数	・顧客の数	開示なし	-----
	ブランド	・業界内でのポジション	・高いシェアの製品の存在	自動壁紙糊付機 畳製造装置	-----
		・社会的評価	・地域立脚企業としての表彰	経済産業省の表彰1件 兵庫県表彰3件	-----
	ネットワーク	・仕入先	・仕入先の数	開示なし	-----
組織資本	プロセス	・生産・物流体制	・生産拠点	3工場 (神岡工場 島田工場 揖西工場)	-----
			・物流拠点 (配送センター)	3拠点 (兵庫県たつの市 大阪府門真市 埼玉県加須市)	-----
		・営業	・営業所の数	9カ所 (本社除く)	-----
		・研究開発	・研究開発の体制	5部門 (開発1部~4部、企画部)	-----
		・研究開発費	221百万円 (売上高の2.3%)	231百万円 (売上高の2.3%)	
	知的財産 ノウハウ	職人技術の自動化、 省力化のノウハウ蓄積	・特許件数	出願723件 取得409件	出願728件 取得418件
人的資本	経営陣	・創業家のリーダーシップ	・創業以来の年数	1948年10月の会社設立より74年経過	1948年10月の会社設立より75年経過
			・現代代表取締役社長の経験	1988年11月の入社以来34年経過 1999年10月の代表取締役社長就任より23年経過 (22年9月時点)	1988年11月の入社以来35年経過 1999年10月の代表取締役社長就任より24年経過 (24年3月時点)
	従業員	・企業風土	・従業員数	連結295人 単体284人	連結298人 単体289人
			・平均年齢	43.3歳 (単体)	43.4歳 (単体)
		・平均勤続年数	18.0年 (単体)	18.3年 (単体)	
		・平均年間給与	515万円 (単体)	528万円 (単体)	

(注) 1. KPIの数値は、特に記載がない場合、前回は22/9期または22/9期末、今回は23/9期または23/9期末のもの

2. 前回と変更しないものは-----と表示

(出所) KLASS 有価証券報告書、決算説明会資料、ウェブサイト、会社ヒアリングより証券リサーチセンター作成

> 決算概要**◆ 23年9月期は期初計画未達も、売上高は過去最高を更新し、営業利益及び経常利益は大幅増益**

23/9期は、売上高9,888百万円(前期比2.4%増)、営業利益314百万円(同52.1%増)、経常利益283百万円(同45.7%増)、親会社株主に帰属する当期純利益102百万円(同28.7%減)となった。売上高は前期に続いて過去最高を更新し、営業利益及び経常利益は大幅増益となった。一方、21/9期に買収したROSECCに関するのれん及び固定資産の減損処理に伴う特別損失の計上があり、親会社株主に帰属する当期純利益は減益となった。

期初会社計画に対する達成率は、売上高は96.0%、営業利益は89.8%、経常利益は93.0%、親会社株主に帰属する当期純利益は51.2%であった。

プロフェッショナルセグメントは、売上高は前期比4.1%減、セグメント利益は同19.1%減となり、セグメント利益率は同0.3%ポイント低下の1.9%となった。売上高の内訳は、インテリア事業部門が同1.2%減収、豊事業部門が同18.8%減収であった。両事業とも販売価格引き上げのプラス要因はあったものの、インテリア事業部門は前期に起きたカタログ商品値上げ前の駆け込み需要の反動減、豊事業部門は中小企業向けの「ものづくり・商業・サービス経営力向上支援補助金」や「事業再構築補助金」を活用する案件のピークアウトというマイナス要因の影響をカバーしきれずに減収となった。一方、費用面では、前期に発生した新カタログの発刊による費用はなくなったものの、人件費等の経費や減価償却費の増加により、減益及び利益率低下となった。

コンシューマセグメントは、売上高は前期比1.0%減、セグメント損失は12百万円(前期は12百万円の損失)となり、4期連続の減収、3期連続のセグメント損失となった。コンシューマ事業部門は、スポーツジム向け床材が同5割を超える増収を記録するヒット商品となり、それ以外の伸び悩みをカバーして同1.6%増収となったものの、制度改正により案件の減少が続くソーラー・エネルギー事業部門が同13.0%減収、売電事業は同4.0%減収となった。セグメント損失は前期とほぼ同額で、一部製品の海外生産委託分が円安により損益が悪化したことが影響した。

インダストリーセグメントは、売上高は前期比49.5%増、セグメント利益は同117.9%増となり、セグメント利益率は同3.8%ポイント上昇の12.0%となった。売上高の内訳は、産業機器事業部門の売上高が同46.9%増収、食品機器事業部門は同4.0%減収であった。

産業機器事業部門は、主力の二次電池製造装置のリピート受注が大幅

に増加したほか、二次電池製造装置以外の生産設備案件の引き合いも増加した。これは、需要が好調なだけでなく、22年4月に神岡工場の新組立棟・生産本部棟の完成に伴って生産能力が大きく拡大し、従来では受けられなかった案件にも対応できるようになったことが背景にある。食品機器事業部門は、大手飲食チェーン向けのマルチディスプレイの回復ペースが遅く、売上高の回復までには至らなかった。

ニュー・インダストリーセグメントは、売上高は前期比10.8%増、セグメント利益は18百万円(前期は25百万円の損失)となった。21/9期に買収したROSECCの顧客である自動車業界において、自動車の生産回復に伴う消耗品需要の拡大により、ROSECCが買収後初の通期黒字になった。

これらの結果、23/9期の売上高営業利益率は前期比1.1%ポイント上昇の3.2%となったが、期初計画を0.2%ポイント下回った。

なお、経常利益までは増益であったのに対し、親会社株主に帰属する当期純利益が減益となっているのは、ROSECCに関するのれん及び固定資産の減損処理により108百万円の特別損失を計上したためである。

また、23/9期は営業キャッシュ・フローが162百万円のマイナスとなった(前期は263百万円のプラス)。キャッシュに与える影響は、税前利益は175百万円のプラスであったが、売上債権及び契約資産の増加で416百万円のマイナス、棚卸資産の増加で113百万円のマイナス、仕入債務の減少で311百万円のマイナスとなり、三者合計の運転資本の増加によって841百万円のキャッシュ減少となった。

> 最近の変化

◆ 中期ビジョン「ビジョン80」

同社は23年2月に、28年10月の80周年に向けた28/9期を最終年度とする中期ビジョンを公表した。同ビジョンでは、事業再定義とリブランディングの方針を明確にするとともに、28/9期の収益目標を設定した。

◆ 中期ビジョン(1): 事業再定義

プロフェッショナルセグメントの豊事業部門は業界トップの売上高となっているが、その要因として、豊製造装置の販売だけでなく、豊店に対する経営改革・改善も含めて付加価値として提供している点を同社は挙げている。このように、単なる製品の販売に留まらず、「製品+サービス」をセットで提供する方向に事業をシフトしていくことを同社は志向している。

同社では、「製品+サービス」のセット提供は、製造業を示す2次産業、サービス業を示す3次産業の中間に位置づけられるとして「2.4次産業」と表現し、「2.4次産業」化を事業再定義の根幹に置いている。ちょうど真ん中の「2.5次」でないのは、製造業に重きを置いていることを示すためである。

「ビジョン80」では、オリジナル商品を生み出し続ける「開発型機械メーカー」としての現在の姿から、機械(ハード)だけではなく多彩なソフトやサービスを提供する「2.4次産業型企業」になることを明確にした。その際、これまで築いてきた顧客のネットワークを活用して新製品、新サービスを展開していく方針である。

◆ 中期ビジョン(2)：リブランディング

事業再定義にあわせて実施するCIの再構築の一環として、同社は、23年10月に社名をKLASS(クラス)に変更した。

KLASSとは、“KYOKUTO”、“LIFE”、“ADVANCED”、“SOLUTION SERVICE”の頭文字を取ってつけられ、単なる製造業からの脱却を意味する「2.4次産業」を志向し、人々の生活や社会が抱える問題解決への貢献により更なる発展を目指したいという想いが込められている。

◆ 中期ビジョン(3)：収益目標

「中期ビジョン80」では、最終年度の28/9期の業績目標を掲げている。28/9期は売上高15,000百万円(23/9期比51.7%増)、営業利益1,000百万円(同3.2倍)とし、売上高営業利益率は23/9期比3.5%ポイント上昇の6.7%と設定している(図表9)。セグメント別にみると、増収額が最も大きいのはインダストリーセグメントであり、売上構成比は23/9期の14.8%から23.3%まで上昇するとしている。インダストリーセグメントはセグメント利益率が高く、インダストリーセグメントの増益が全体の増益を牽引するとしている。

【 図表 8 】「ビジョン 80」の収益目標

(単位:百万円)

	23/9期 連結実績	24/9期 連結会社計画	28/9期	
			連結中期計画	23/9期比
売上高	9,888	11,000	15,000	51.7%
プロフェッショナル	7,142	7,550	8,500	19.0%
売上構成比	72.2%	68.6%	56.7%	-
コンシューマ	734	1,000	2,000	172.5%
売上構成比	7.4%	9.1%	13.3%	-
インダストリー	1,462	1,800	3,500	139.4%
売上構成比	14.8%	16.4%	23.3%	-
ニュー・インダストリー	549	650	1,000	82.1%
売上構成比	5.6%	5.9%	6.7%	-
営業利益	314	370	1,000	218.3%
売上高営業利益率	3.2%	3.4%	6.7%	-
プロフェッショナル	132	135	-	-
セグメント利益率	1.9%	1.8%	-	-
コンシューマ	-12	50	-	-
セグメント利益率	-1.7%	5.0%	-	-
インダストリー	175	180	-	-
セグメント利益率	12.0%	10.0%	-	-
ニュー・インダストリー	18	5	-	-
セグメント利益率	3.3%	0.8%	-	-

(出所) KLASS 決算説明会資料より証券リサーチセンター作成

> 今後の業績見通し

◆ 24年9月期会社計画

24/9期の会社計画は、売上高 11,000 百万円（前期比 11.2%増）、営業利益 370 百万円（同 17.8%増）、経常利益 365 百万円（同 28.6%増）、親会社株主に帰属する当期純利益 250 百万円（同 144.4%増）である（図表 9）。

プロフェッショナルセグメントは、売上高は前期比 5.7%増、セグメント利益は同 1.5%増、セグメント利益率は同 0.1%ポイント低下の 1.8%を計画している。インテリア事業部門で前期に見られたカタログ商品値上げ前の駆け込み需要の反動減が一巡することと、同社としては有力な販路となる展示会開催が回復してくることを想定している。また、畳事業部門も、補助金活用案件が落ち着き、従来から同社が強みとしている畳事業者向けの提案型営業によって案件を積み上げていく展開に戻っていくと同社は想定している。

コンシューマセグメントは、売上高は前期比 36.2%増となり、セグメント利益は 50 百万円（前期は 12 百万円の損失）と 4 期ぶりの黒字化を計画している。コンシューマ事業部門では、前期に続きスポーツジム向けの床材の好調が継続するとともに、防災関連商材の販売増を見込んでいる。ソーラー・エネルギー事業部門は中規模以上の工事案件の獲得を想定している。

インダストリーセグメントは、売上高は前期比 23.1%増、セグメント利益は同 2.6%増、セグメント利益率は同 2.0%ポイント低下の 10.0%を計画している。産業機器事業部門では、主力の二次電池製造装置のリピート受注が継続しており、二次電池製造装置以外でも引き合いが増加していることから、高い増収率が続くものとしている。一方で、同セグメントに配賦される減価償却費が増加することから、セグメント利益率は低下する想定となっている。

ニュー・インダストリーセグメントは、売上高は前期比 18.3%増、セグメント利益は同 72.3%減、セグメント利益率は同 2.5%ポイント低下の 0.8%を計画している。前期は顧客である自動車業界における生産回復によって増収となったが、利益率の高いロボットシステムの消耗品の拡販が中心であった。今期はロボットシステムの本体の売上の増加が見込まれるものの、本体は利益率が低く、セグメント全体としては減益となり、セグメント利益率も低下する計画となっている。

これらの結果、24/9 期の売上高営業利益率は前期比 0.2%ポイント上昇の 3.4%となる見込みである。

なお、前期は特別損失が計上されたが、24/9 期は特別損失の計上を見込んでいないため、親会社株主に帰属する当期純利益の増益率は、営業利益や経常利益に比べて高くなっている。

24/9 期の 1 株当たり配当金は、23/9 期と同額の 10.0 円を計画している。配当性向は 23/9 期の 52.7%に対し、24/9 期は 21.6%を予定している。

【 図表 9 】 KLASS の連結業績計画

(単位:百万円)

	「収益認識に関する会計基準」適用前			「収益認識に関する会計基準」適用後			
	19/9期 単体実績	20/9期 単体実績	21/9期 連結実績	22/9期 連結実績	23/9期 連結実績	24/9期	
						連結会社計画	前期比
売上高	9,159	8,006	9,169	9,660	9,888	11,000	11.2%
プロフェッショナル	6,766	6,385	6,942	7,444	7,142	7,550	5.7%
売上構成比	73.9%	79.8%	75.7%	77.1%	72.2%	68.6%	-
コンシューマ	1,071	930	786	741	734	1,000	36.2%
売上構成比	11.7%	11.6%	8.6%	7.7%	7.4%	9.1%	-
インダストリー	1,321	691	923	978	1,462	1,800	23.1%
売上構成比	14.4%	8.6%	10.1%	10.1%	14.8%	16.4%	-
ニュー・インダストリー	-	-	517	495	549	650	18.3%
売上構成比	-	-	5.6%	5.1%	5.6%	5.9%	-
差引売上総利益	2,751	2,473	2,833	2,905	3,084	-	-
売上総利益率	30.0%	30.9%	30.9%	30.1%	31.2%	-	-
販売費及び一般管理費	2,502	2,352	2,553	2,699	2,770	-	-
売上高販管費率	27.3%	29.4%	27.8%	27.9%	28.0%	-	-
営業利益	248	120	280	206	314	370	17.8%
売上高営業利益率	2.7%	1.5%	3.1%	2.1%	3.2%	3.4%	-
プロフェッショナル	72	78	259	164	132	135	1.5%
セグメント利益率	1.1%	1.2%	3.7%	2.2%	1.9%	1.8%	-
コンシューマ	39	35	-16	-12	-12	50	-
セグメント利益率	3.7%	3.8%	-2.1%	-1.7%	-1.7%	5.0%	-
インダストリー	137	6	49	80	175	180	2.6%
セグメント利益率	10.4%	0.9%	5.4%	8.2%	12.0%	10.0%	-
ニュー・インダストリー	-	-	-12	-25	18	5	-72.3%
セグメント利益率	-	-	-2.3%	-5.2%	3.3%	0.8%	-
経常利益	212	81	273	194	283	365	28.6%
売上高経常利益率	2.3%	1.0%	3.0%	2.0%	2.9%	3.3%	-
親会社株主に帰属する当期純利益	144	67	189	143	102	250	144.4%
売上高当期純利益率	1.6%	0.8%	2.1%	1.5%	1.0%	2.3%	-

(注) 1. 22/9 期より「収益認識に関する会計基準」適用

2. 23/9 期第 3 四半期から売上割引の取り扱い方法を変更。22/9 期の金額は変更後の方法に基づく計上額に遡及修正

(出所) KLASS 有価証券報告書、決算説明会資料より証券リサーチセンター作成

◆ 24 年 9 月期第 1 四半期決算

24/9 期第 1 四半期は、売上高 2,201 百万円 (前年同期比 1.7%増)、営業損失 33 百万円 (前年同期は 25 百万円の利益)、経常損失 37 百万円 (同 20 百万円の利益)、親会社株主に帰属する四半期純損失 35 百万円 (同 1 百万円の利益) であった。売上高の通期計画に対する進捗率は 20.0%である。

プロフェッショナルセグメントは、売上高が前年同期比 0.9%減、セグメント損失 68 百万円 (前年同期は 24 百万円の利益) となった。インテリア事業部門は堅調に推移したものの、豊事業部門は補助金を活用する案件の低調が続いている。費用面では、商号変更費用や減価償

却費のインテリア事業部門への配賦が負担となっているほか、原材料や商品仕入価格の上昇も見られ、セグメント損失となった。

コンシューマセグメントは、売上高が前年同期比 1.1%減となり、セグメント損失 1 百万円（前年同期は 2 百万円の損失）となった。コンシューマ事業部門は、フィットネスクラブ向け防音・防振床材の販売は好調だったが、棺用畳販売や畳替仲介はまだ回復していない。また、ソーラー・エネルギー事業部門は中規模以上の案件開拓については低調な状態が続いている。

インダストリーセグメントは、売上高が前年同期比 3.4%増、セグメント利益が同 14.4%増となった。産業機器事業部門は二次電池製造装置のリピート受注が増加し、二次電池製造装置以外の生産設備案件の引き合いも増えてきている。食品機器事業部門は、大手飲食チェーンからのマルチディスペンサーの引き合いに回復傾向が見られ始めている。

ニュー・インダストリーセグメントは、売上高が前年同期比 57.0%増となり、セグメント利益 5 百万円（前年同期は 23 百万円の損失）となった。23/9 期の黒字化に貢献した自動車関連業界向けの消耗品販売の好調が継続している。

◆ 証券リサーチセンターの業績予想：24年9月期

証券リサーチセンター（以下、当センター）では、23/9 期及び 24/9 期第 1 四半期の業績を踏まえ、24/9 期以降の業績予想を見直すとともに、26/9 期の業績予想を新たに策定した。

同社の 24/9 期業績について、売上高 10,753 百万円（前期比 8.8%増）、営業利益 388 百万円（同 23.6%増）、経常利益 363 百万円（同 28.2%増）、親会社株主に帰属する当期純利益 249 百万円（同 143.5%増）とした。売上高は会社計画を若干下回るものの、利益は会社計画と同水準を予想した（図表 9）。

当センターでは、業績予想を策定する上で、以下の点に留意した。

- (1) 製品・サービス別の売上高を予想した上で、セグメント別の売上高を予想した。その結果、プロフェッショナルセグメントは前期比 3.7%増収（会社計画は前期比 5.7%増収）、コンシューマセグメントは同 16.3%増収（同 36.2%増収）、インダストリーセグメントは同 26.2%増収（同 23.1%増収）、ニュー・インダストリーセグメントは同 18.3%増収（会社計

画と同じ)と予想した。プロフェッショナルセグメントとコンシューマセグメントは会社計画を下回る一方で、インダストリーセグメントは会社計画を上回るものとした。

- (2) セグメント別利益は、プロフェッショナルセグメントは前期比 5.8%増益(会社計画は前期比 1.5%増益)、コンシューマセグメントは前期の 12 百万円の損失から、42 百万円の利益(同 50 百万円の利益)、インダストリーセグメントは同 5.1%増益(同 2.6%増益)、ニュー・インダストリーセグメントは同 12.6%増益(同 72.3%減益)と予想した。
- (3) これらの結果、24/9 期の売上高営業利益率は前期比 0.4%ポイント上昇の 3.6%(会社計画は 3.4%)と予想した。

◆ 証券リサーチセンターの業績予想：25年9月期以降

25/9 期以降について、25/9 期は前期比 7.2%、26/9 期は同 7.0%の増収を予想した。主力のプロフェッショナルセグメントは、25/9 期が同 4.1%増収、26/9 期が同 3.9%増収と安定的な拡大を見込んだ。コンシューマセグメントは大規模の工事案件を想定せずに 25/9 期が同 2.5%増収、26/9 期が同 4.1%増収とした。全体の増収を牽引するインダストリーセグメントは、25/9 期が同 20.5%増収、26/9 期が同 18.0%増収とした。またニュー・インダストリーセグメントは 25/9 期が同 11.5%増収、26/9 期が同 10.3%増収と予想した。

利益面では、22/9 期の新工場棟竣工によって増加した減価償却費負担が 25/9 期以降軽くなり、増収効果も加わって利益率が改善するものとした。この結果、売上高営業利益率は 25/9 期 4.2%、26/9 期の 5.1%まで徐々に上昇していくものと予想した。

【 図表 10 】証券リサーチセンターの業績予想

(損益計算書)

(単位:百万円)

	収益認識に関する会計基準 適用前				収益認識に関する会計基準 適用後					
	20/9期連	21/9期連	22/9期連	23/9期連	24/9期連 CE	24/9期連E (今回)	24/9期連E (前回)	25/9期連E (今回)	25/9期連E (前回)	26/9期連E
損益計算書										
売上高	8,006	9,169	9,660	9,888	11,000	10,753	10,731	11,528	11,282	12,340
前期比	-12.6%	14.5%	5.4%	2.4%	11.2%	8.8%	5.8%	7.2%	5.1%	7.0%
セグメント別										
プロフェッショナル	6,385	6,942	7,444	7,142	7,550	7,405	7,465	7,705	7,665	8,005
前期比	-5.6%	8.7%	7.2%	-4.1%	5.7%	3.7%	2.8%	4.1%	2.7%	3.9%
売上構成比	79.8%	75.7%	77.1%	72.2%	68.6%	68.9%	69.6%	66.8%	67.9%	64.9%
コンシューマ	930	786	741	734	1,000	854	897	875	928	911
前期比	-13.2%	-15.4%	-5.7%	-1.0%	36.2%	16.3%	3.5%	2.5%	3.4%	4.1%
売上構成比	11.6%	8.6%	7.7%	7.4%	9.1%	7.9%	8.4%	7.6%	8.2%	7.4%
インダストリー	691	923	978	1,462	1,800	1,844	1,729	2,223	2,029	2,624
前期比	-47.7%	33.6%	5.9%	49.5%	23.1%	26.2%	23.9%	20.5%	17.4%	18.0%
売上構成比	8.6%	10.1%	10.1%	14.8%	16.4%	17.2%	16.1%	19.3%	18.0%	21.3%
ニュー・インダストリー	-	517	495	549	650	650	640	725	660	800
前期比	-	-	-4.1%	10.8%	18.3%	18.3%	3.2%	11.5%	3.1%	10.3%
売上構成比	-	5.6%	5.1%	5.6%	5.9%	6.0%	6.0%	6.3%	5.8%	6.5%
製品・サービス別										
インテリア内装施工用機器工具等 (プロフェッショナル)	5,343	5,829	6,233	6,158	-	6,300	6,150	6,500	6,300	6,700
畳製造装置等 (プロフェッショナル)	1,002	1,101	1,206	979	-	1,100	1,300	1,200	1,350	1,300
特殊機能畳商品等 (コンシューマ)	524	574	574	583	-	625	670	645	690	675
ソーラー発電システム施工等 (コンシューマ)	351	158	111	97	-	175	170	175	180	180
売電 (ソーラー発電) (コンシューマ)	53	53	55	53	-	54	57	55	58	56
産業用製造設備等 (インダストリー)	471	1,221	1,172	1,721	-	2,194	1,969	2,633	2,264	3,094
(ニュー・インダストリー)	471	704	676	1,172	-	1,544	1,329	1,908	1,604	2,294
食品機器等 (インダストリー)	-	517	495	549	-	650	640	725	660	800
その他 (プロフェッショナル)	219	219	301	289	-	300	400	315	425	330
38	10	13	4	-	5	15	5	15	5	
差引売上総利益	2,473	2,833	2,905	3,084	-	3,355	3,326	3,614	3,531	3,899
前期比	-10.3%	14.7%	2.6%	6.1%	-	8.8%	6.8%	7.7%	6.2%	7.9%
売上総利益率	30.9%	30.9%	30.1%	31.2%	-	31.2%	31.0%	31.4%	31.3%	31.6%
販売費及び一般管理費	2,352	2,553	2,699	2,770	-	2,967	2,902	3,124	3,008	3,272
前期比	-6.0%	8.5%	5.7%	2.6%	-	7.1%	4.4%	5.3%	3.6%	4.7%
売上高販管費率	29.4%	27.8%	27.9%	28.0%	-	27.6%	27.0%	27.1%	26.7%	26.5%
営業利益	120	280	206	314	370	388	424	489	523	627
前期比	-51.6%	132.6%	-26.3%	52.1%	17.8%	23.6%	26.1%	26.1%	23.3%	28.1%
売上高営業利益率	1.5%	3.1%	2.1%	3.2%	3.4%	3.6%	4.0%	4.2%	4.6%	5.1%
セグメント別										
プロフェッショナル	78	259	164	132	135	140	171	154	191	179
前期比	8.6%	230.2%	-36.7%	-19.1%	1.5%	5.8%	24.4%	9.5%	11.6%	16.4%
セグメント利益率	1.2%	3.7%	2.2%	1.9%	1.8%	1.9%	2.3%	2.0%	2.5%	2.2%
コンシューマ	35	-16	-12	-12	50	42	24	48	27	54
前期比	-9.3%	-	-	-	-	-	3.5%	12.7%	14.9%	13.6%
セグメント利益率	3.8%	-2.1%	-1.7%	-1.7%	5.0%	5.0%	2.7%	5.5%	3.0%	6.0%
インダストリー	6	49	80	175	180	184	226	244	274	314
前期比	-95.4%	686.1%	62.4%	117.9%	2.6%	5.1%	24.8%	32.6%	21.0%	28.8%
セグメント利益率	0.9%	5.4%	8.2%	12.0%	10.0%	10.0%	13.1%	11.0%	13.5%	12.0%
ニュー・インダストリー	-	-12	-25	18	5	20	2	42	29	78
前期比	-	-	-	-	-72.3%	12.6%	-	110.6%	1346.6%	83.3%
セグメント利益率	-	-2.3%	-5.2%	3.3%	0.8%	3.1%	0.3%	5.9%	4.5%	9.8%
経常利益	81	273	194	283	365	363	365	466	463	605
前期比	-61.7%	235.3%	-28.8%	45.7%	28.6%	28.2%	26.5%	28.3%	27.0%	29.9%
売上高経常利益率	1.0%	3.0%	2.0%	2.9%	3.3%	3.4%	3.4%	4.0%	4.1%	4.9%
親会社株主に帰属する当期純利益 (20/9期までは当期純利益)										
67	189	143	102	250	249	239	319	304	415	
前期比	-53.2%	180.0%	-24.3%	-28.7%	144.4%	143.5%	26.5%	28.3%	27.0%	29.9%
売上高当期純利益率	0.8%	2.1%	1.5%	1.0%	2.3%	2.3%	2.2%	2.8%	2.7%	3.4%

(注) 1. CE: 会社予想 E: 証券リサーチセンター予想

2. 21/9期より連結業績の開示を開始。21/9期の前期比は20/9期の単体業績との比較

3. 22/9期より「収益認識に関する会計基準」適用。22/9期の前期比は「収益認識に関する会計基準」適用前の21/9期実績値との比較

4. 23/9期第3四半期から売上割引の取り扱い方法を変更。22/9期の金額は変更後の方法に基づく計上額に遡及修正

(出所) KLASS 有価証券報告書、決算説明会資料より証券リサーチセンター作成

アップデート・レポート

21/23

本レポートに掲載された内容は作成日における情報に基づくものであり、予告なしに変更される場合があります。本レポートに掲載された情報の正確性・信頼性・完全性・妥当性・適合性について、いかなる表明・保証をするものではなく、一切の責任又は義務を負わないものとします。

一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポートの配信に関して閲覧し投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失利益及び損害を含むいかなる結果についても責任を負いません。最終投資判断は投資家個人においてなされなければならず、投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあります。また、本件に関する知的所有権は一般社団法人 証券リサーチセンターに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。

【 図表 11 】証券リサーチセンターの業績予想 (貸借対照表／キャッシュ・フロー計算書) (単位：百万円)

	収益認識に関する会計基準 適用前				収益認識に関する会計基準 適用後					
	20/9期単	21/9期連	22/9期連	23/9期連	24/9期連 CE	24/9期連E (今回)	24/9期連E (前回)	25/9期連E (今回)	25/9期連E (前回)	26/9期連E
貸借対照表										
現金及び預金	1,429	1,561	1,497	1,195	-	787	1,481	666	1,598	649
受取手形及び売掛金、電子記録債権 *21/9期まで	2,627	2,553	-	-	-	-	-	-	-	-
受取手形、売掛金及び契約資産、電子記録債権 *22/9期から	-	-	2,924	3,309	-	3,602	3,241	3,862	3,407	4,134
棚卸資産	953	1,107	1,341	1,454	-	1,580	1,491	1,694	1,568	1,814
その他	37	49	180	159	-	159	180	159	180	159
流動資産	5,048	5,271	5,943	6,119	-	6,130	6,394	6,382	6,754	6,757
有形固定資産	2,210	2,660	3,785	3,831	-	3,638	3,513	3,459	3,344	3,298
無形固定資産	32	221	214	83	-	93	214	103	215	113
投資その他の資産	300	470	487	541	-	546	497	551	502	556
固定資産	2,543	3,353	4,487	4,456	-	4,278	4,225	4,115	4,061	3,968
資産合計	7,591	8,625	10,430	10,575	-	10,408	10,620	10,497	10,815	10,725
支払手形及び買掛金、電子記録債務	1,635	1,774	2,262	1,956	-	1,860	2,511	1,902	2,640	1,974
未払法人税等	-	76	24	71	-	57	62	73	79	95
短期借入金	1,638	1,700	1,700	1,900	-	1,900	1,700	1,900	1,700	1,900
1年内返済予定の長期借入金	158	137	189	244	-	239	204	230	196	230
その他	387	411	839	681	-	669	813	671	815	668
流動負債	3,820	4,100	5,016	4,854	-	4,727	5,291	4,777	5,432	4,869
長期借入金	521	1,132	1,929	2,169	-	1,929	1,512	1,699	1,315	1,468
その他	576	612	643	636	-	641	652	644	654	650
固定負債	1,097	1,744	2,572	2,806	-	2,571	2,165	2,343	1,970	2,119
純資産合計 (自己資本)	2,673	2,780	2,841	2,915	-	3,110	3,162	3,376	3,412	3,737
2,673	2,780	2,841	2,915	-	3,110	3,162	3,376	3,412	3,737	3,737
キャッシュ・フロー計算書										
税金等調整前当期純利益	107	273	193	175	-	363	365	466	463	605
減価償却費	133	127	196	241	-	301	291	287	275	270
のれん償却費	-	9	9	9	-	0	9	0	9	0
売上債権の増減額 (-は増加) *21/9期まで	406	181	-	-	-	-	-	-	-	-
売上債権及び契約資産の増減額 (-は増加) *22/9期から	-	-	-421	-416	-	-292	-176	-259	-166	-272
棚卸資産の増減額 (-は増加)	-77	-12	-233	-113	-	-126	-81	-113	-76	-119
仕入債務の増減額 (-は減少)	-369	-8	486	-311	-	-95	136	41	128	72
法人税等の支払額	-33	2	-97	-37	-	-128	-112	-130	-142	-168
その他	-43	-112	129	290	-	0	0	0	0	0
営業活動によるキャッシュ・フロー	124	460	263	-162	-	21	433	291	492	388
有形固定資産の取得による支出	-49	-539	-974	-481	-	-57	-57	-57	-57	-57
有形固定資産の売却による収入	-	-	-	-	-	0	0	0	0	0
無形固定資産の取得による支出	-11	-46	-108	-18	-	-50	-50	-50	-50	-50
投資有価証券の売却による収入	25	11	-	-	-	0	0	0	0	0
連結の範囲の変更を伴う 子会社株式の取得による支出	-	-214	-	-	-	0	0	0	0	0
その他	2	-6	-5	-12	-	-5	-5	-5	-5	-5
投資活動によるキャッシュ・フロー	-32	-794	-1,088	-512	-	-112	-112	-112	-112	-112
短期借入金の増減額 (-は減少)	195	-38	-	200	-	0	0	0	0	0
長期借入金の増減額 (-は減少)	-158	588	849	295	-	-244	-211	-239	-204	-230
株式の発行による収支	-	-	-	-	-	0	0	0	0	0
自己株式の売却・取得による収支	-	0	-	0	-	0	0	0	0	0
配当金の支払額	-53	-53	-53	-53	-	-53	-53	-53	-53	-53
リース債務の返済による支出	-24	-30	-23	-23	-	-19	-4	-7	-5	-8
その他	-28	-22	-14	-27	-	0	0	0	0	0
財務活動によるキャッシュ・フロー	-70	442	757	390	-	-317	-270	-300	-264	-293
換算差額	0	-	-	-	-	0	0	0	0	0
現金及び現金同等物の増減額 (-は減少)	20	108	-67	-284	-	-408	50	-120	116	-16
現金及び現金同等物の期首残高	1,025	1,046	1,155	1,087	-	803	1,021	394	1,072	273
現金及び現金同等物の期末残高	1,046	1,155	1,087	803	-	394	1,072	273	1,188	257

(注) 1. CE：会社予想 E：証券リサーチセンター予想
 2. 21/9期より連結業績の開示を開始。22/9期より「収益認識に関する会計基準」適用
 (出所) KLASS 有価証券報告書、決算説明会資料より証券リサーチセンター作成

> 投資に際しての留意点

◆ 生産拠点が集中していることについて

同社の工場は神岡工場を中心に、兵庫県たつの市に集中している。自然災害や事故等によって同地域に被害が生じた時、工場での生産または物流に影響が生じる可能性がある。

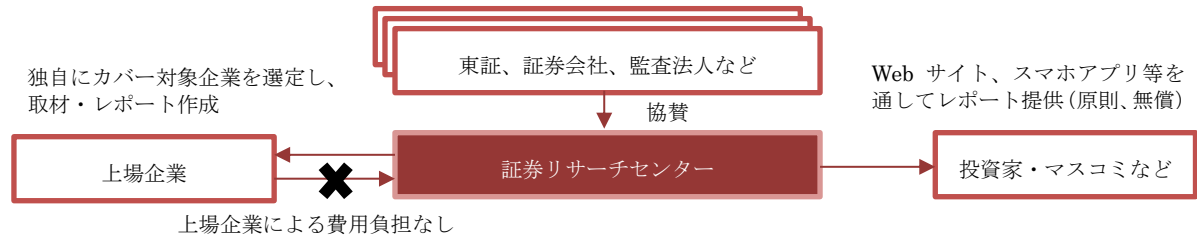
◆ 有利子負債依存度の高さについて

有利子負債依存度は22/9 期末は37.1%、23/9 期末は41.2%と高い水準にある。今後の金利の変動によっては同社の業績や財政状態に影響を与える点には留意が必要である。

証券リサーチセンターについて

証券リサーチセンターは、株式市場の活性化に向けて、中立的な立場から、アナリスト・カバーが不十分な企業を中心にアナリスト・レポートを作成し、広く一般にレポートを公開する活動を展開しております。

※当センターのレポートは経済産業省の「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス」を参照しています。



■協賛会員

株式会社東京証券取引所	S M B C 日興証券株式会社	大和証券株式会社	野村證券株式会社
みずほ証券株式会社	EY 新日本有限責任監査法人	有限責任あずさ監査法人	株式会社 I C M G
太陽有限責任監査法人	有限責任監査法人 トーマツ	株式会社 S B I 証券	三優監査法人
PwC Japan 有限責任監査法人	いちよし証券株式会社	J トラストグローバル証券株式会社	
監査法人 A&A パートナーズ	仰星監査法人	監査法人アヴァンティア	宝印刷株式会社
株式会社プロネクサス	日本証券業協会	公益社団法人日本証券アナリスト協会	

■後援

株式会社名古屋証券取引所	証券会員制法人札幌証券取引所
一般社団法人日本ベンチャーキャピタル協会	一般社団法人日本 IR 協議会

アナリストによる証明

本レポートに記載されたアナリストは、本レポートに記載された内容が、ここで議論された全ての証券や発行企業に対するアナリスト個人の見解を正確に反映していることを表明します。また本レポートの執筆にあたり、アナリストの報酬が、直接的あるいは間接的にこのレポートで示した見解によって、現在、過去、未来にわたって一切の影響を受けないことを保証いたします。

免責事項

- ・本レポートは、一般社団法人 証券リサーチセンターに所属する証券アナリストが、広く投資家に株式投資の参考情報として閲覧されることを目的として作成したものであり、特定の証券又は金融商品の売買の推奨、勧誘を目的としたものではありません。
- ・本レポートの内容・記述は、一般に入手可能な公開情報に基づき、アナリストの取材により必要な補充を加え作成されたものです。本レポートの作成者は、インサイダー情報の使用はもとより、当該情報を入手することも禁じられています。本レポートに含まれる情報は、正確かつ信頼できると考えられていますが、その正確性が客観的に検証されているものではありません。また、本レポートは投資家が必要とする全ての情報を含むことを意図したものではありません。
- ・本レポートに含まれる情報は、金融市場や経済環境の変化等のために、最新のものではなくなる可能性があります。本レポート内で直接又は間接的に取り上げられている株式は、株価の変動や発行体の経営・財務状況の変化、金利・為替の変動等の要因により、投資元本を割り込むリスクがあります。過去のパフォーマンスは将来のパフォーマンスを示唆し、または保証するものではありません。
- ・本レポート内で示す見解は予告なしに変更されることがあり、一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポート内に含まれる情報及び見解を更新する義務を負うものではありません。
- ・一般社団法人 証券リサーチセンターは、投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失利益及び損害を含むいかなる結果についても一切責任を負いません。最終投資判断は投資家個人においてなされなければならないため、投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあります。
- ・本レポートの著作権は一般社団法人 証券リサーチセンターに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。