

# GMB株式会社

## 2019年3月期決算説明資料



(電動ウォーターポンプ)

証券コード 7214

<https://www.gmb.jp>

注) 本資料中、当社の業績等に関わる数値は、表示桁数未満切捨て記載しております。



## I. 2019年3月期実績

## II. 2020年3月期計画

## III. 今後の対応

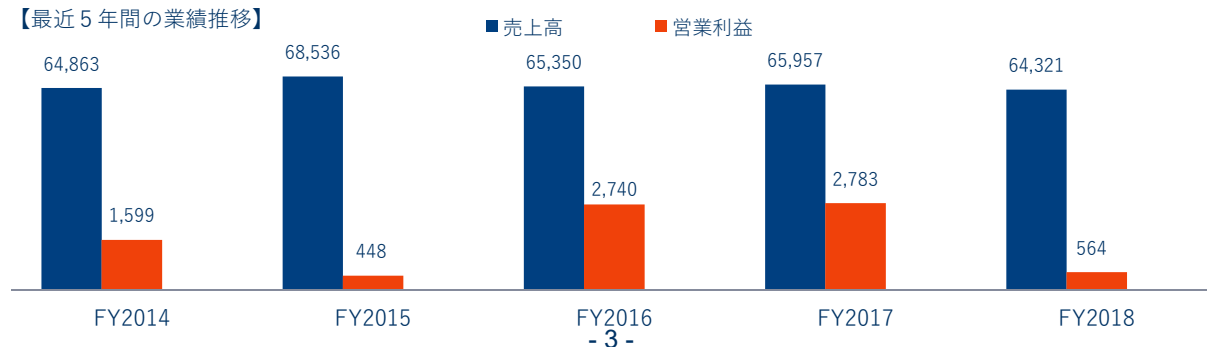
# 2019年3月期 損益実績



(単位：百万円・%)

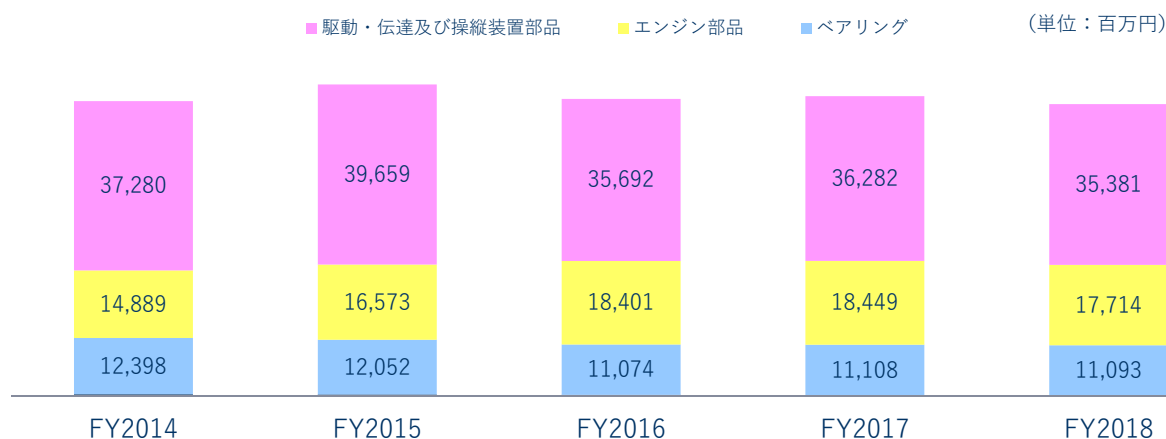
	前期		当期		前期比	
	金額	(構成比)	金額	(構成比)	増減額	増減率(%)
売上高	65,957	(100.0%)	64,321	(100.0%)	▲1,635	(▲2.5%)
売上総利益	11,681	(17.7%)	10,115	(15.7%)	▲1,565	(▲13.4%)
営業利益	2,783	(4.2%)	564	(0.9%)	▲2,219	(▲79.7%)
経常利益	2,853	(4.3%)	426	(0.7%)	▲2,426	(▲85.0%)
純利益	1,742	(2.6%)	226	(0.4%)	▲1,516	(▲87.0%)
EPS(円)	334.42		43.37			

【最近5年間の業績推移】



- 3 -

## 売上高の品目分類別実績推移



駆動系は、欧州向けの新車用部品市場におけるユニバーサルジョイントの販売が増加した一方、韓国や中国における新車用向けバルブスプールの販売が減少した。エンジン部品は、韓国の新車用電動ウォーターポンプの販売が増加した一方で、米国や東南アジアでの補修用ウォーターポンプの販売が減少した。

# セグメント実績推移①

# 日本・米国

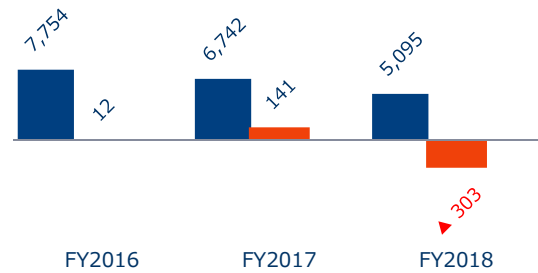
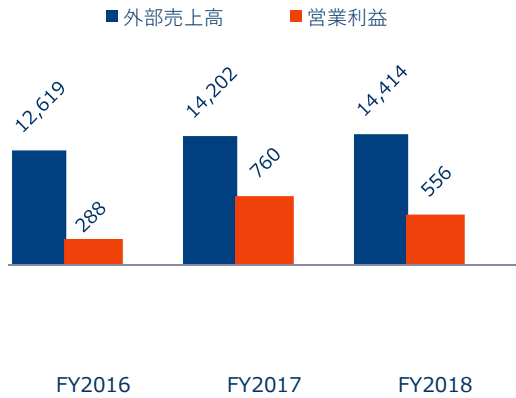


※セグメントはグループ各社の所在地による

(単位：百万円)

日 本

米 国



欧州向け新車用部品の輸出が増加した一方で、東南アジア向けなどの補修用ウォーターポンプが減少するなどし、微増となった。鋼材価格上昇による調達コストの増加などの影響により、減益となった。

大手小売業者を中心に補修用ウォーターポンプなどの販売が減少した結果、減収。また、大手小売業者向けの大口取引の採算が悪化した結果、減益となった。

# セグメント実績推移②

# 韓国・中国

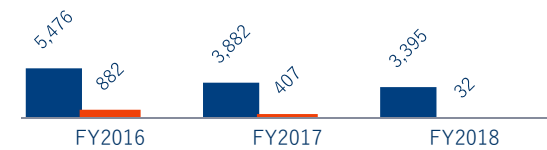
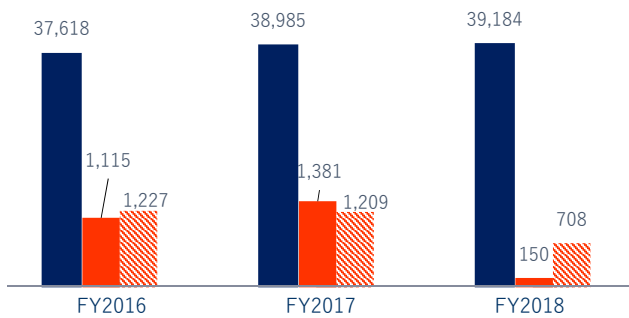


(単位：百万円)

韓 国

中 国

■ 外部売上高 ■ 営業利益 ▨ 営業利益(※)



※退職給付債務の数理計算上の差異を除いた参考値

バルブスプールなど駆動系部品の販売は減少した一方で、電動ウォーターポンプなどの販売が増加した結果、売上は横ばい。販売価格の変動や人件費増加をコスト削減努力で補いきれず、さらに退職給付債務の数理計算上の影響も加わり、減益。

中国新車用部品市場向けのバルブスプールやウォーターポンプ等の販売が減少し、さらに鋼材価格や人件費の増加によって利益が圧迫された結果、減収減益。

# セグメント実績推移③ タイ・欧州

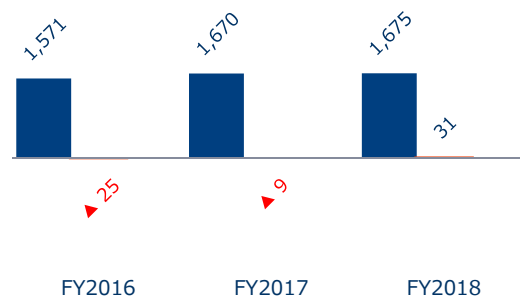
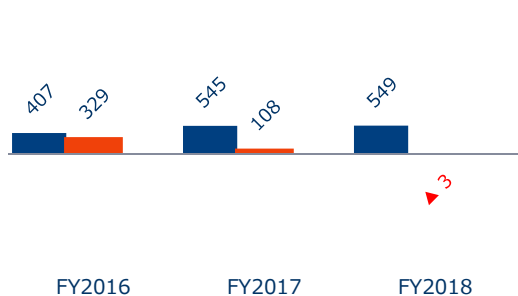


(単位：百万円)

タイ

欧州

■ 外部売上高 ■ 営業利益



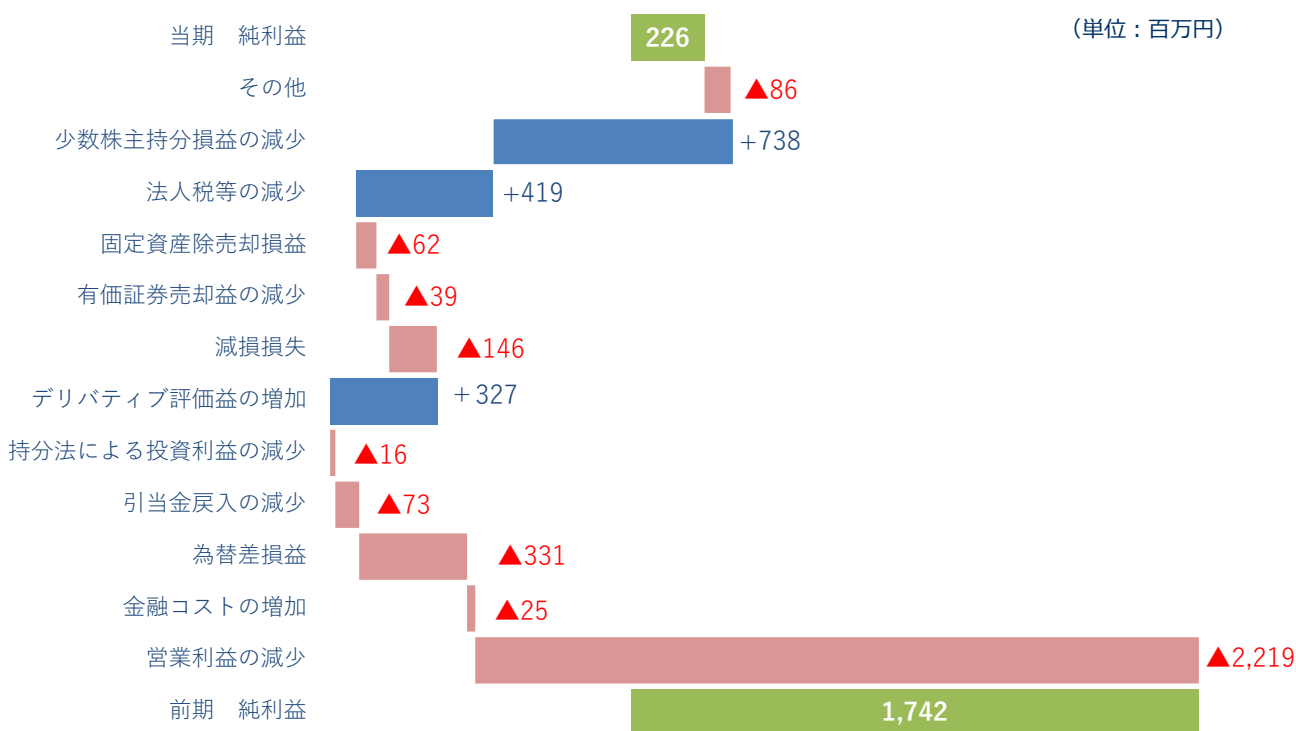
新車用部品の受注は順調の一方で、タイ国内向け販売減速により、売上は横ばい。メインの補修用ウォーターポンプのグループ会社向け生産販売が減少し、さらに円安パーツ高による円建て輸出取引の採算が悪化した結果、減益。

ルーマニア工場では欧州の新車用部品市場向けが順調に推移し、加えて調達コストも削減したことにより、増益。ロシア工場は国内向けが好調で営業黒字化。

# 営業利益以下の増減要因（通期）



(単位：百万円)

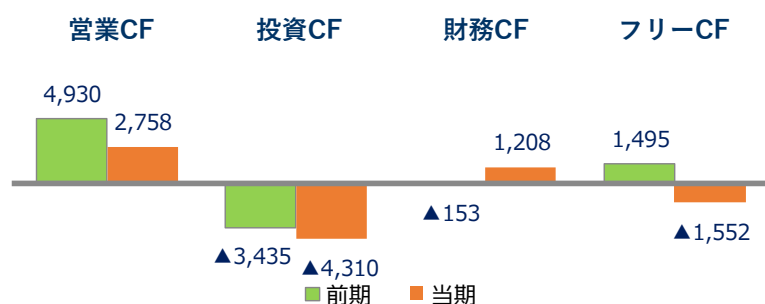


# キャッシュフローの実績



(単位：百万円)

	前期	当期	増減額
営業活動によるキャッシュフロー	4,930	2,758	▲ 2,172
投資活動によるキャッシュフロー	▲ 3,435	▲ 4,310	▲ 875
財務活動によるキャッシュフロー	▲ 153	1,208	+ 1,361
フリーキャッシュフロー	1,495	▲ 1,552	▲ 3,047



## 【 当期の主な内訳 】

- 営業CF
 

税金等調整前利益	206 百万円
減価償却費	3,565
売上債権の増加	▲ 620
たな卸資産の増加	▲ 1,334
仕入債務の増加	388
法人税の支払額	▲ 350
- 投資CF
 

設備投資	▲ 4,360
固定資産売却	86
- 財務CF
 

借入金の減少	1,564
配当金の支払額	▲ 208



I. 2019年3月期実績

II. 2020年3月期計画

III. 今後の対応

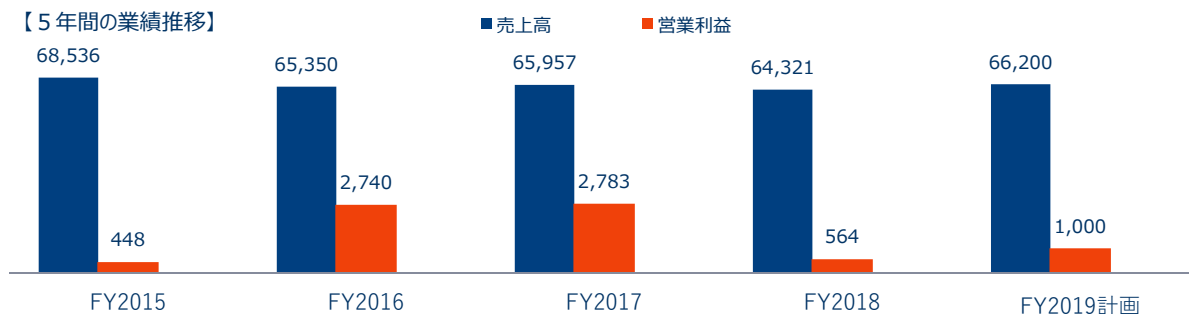
# 2020年3月期 損益計画



(単位：百万円・%)

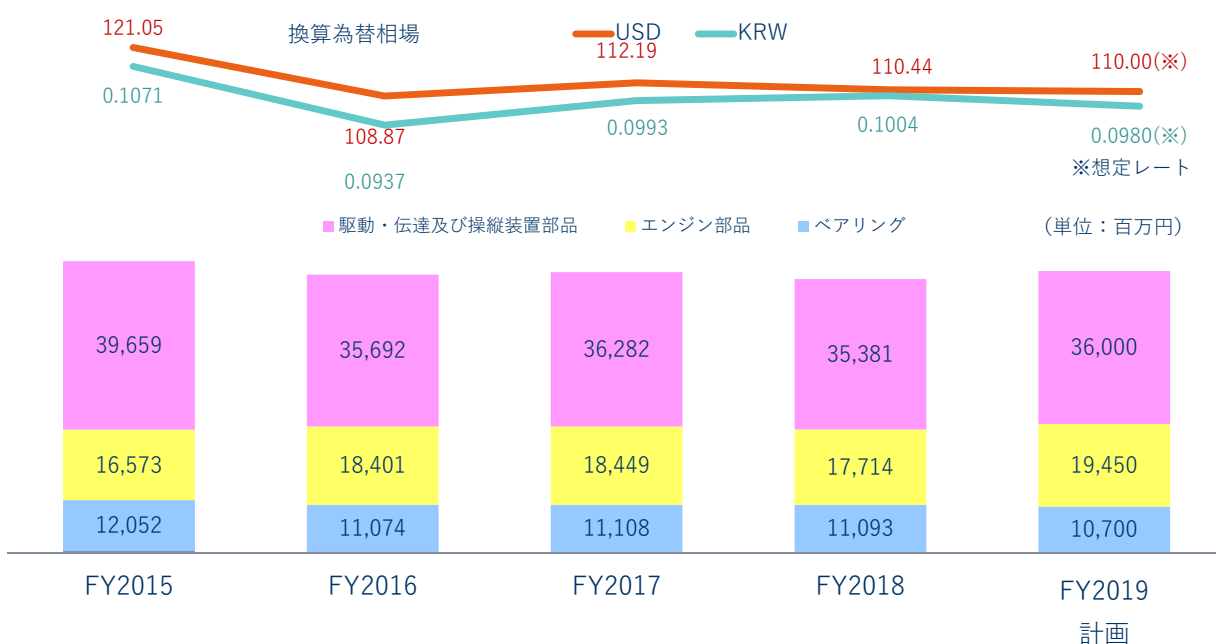
	当期実績		来期計画		前期比	
	金額	(構成比)	金額	(構成比)	増減額	増減率
売上高	64,321	(100.0%)	66,200	(100.0%)	+1,878	(+2.9%)
営業利益	564	(0.8%)	1,000	(1.5%)	+435	(+77.1%)
経常利益	426	(0.6%)	650	(1.0%)	+223	(+52.3%)
純利益	226	(0.3%)	400	(0.6%)	+173	(+77.0%)
EPS(円)	43.37		76.76			

【5年間の業績推移】



- 11 -

# 売上高の品目分類別計画



駆動系は、韓国での新車用等速ジョイント、中国での新車用バルブスプールや、国内外の補修用サスペンションの増加を計画。エンジン部品は、韓国での新車用電動ウォーターポンプや欧州での新車用ウォーターポンプの増加を計画。

- 12 -

# セグメント計画① 日本・米国

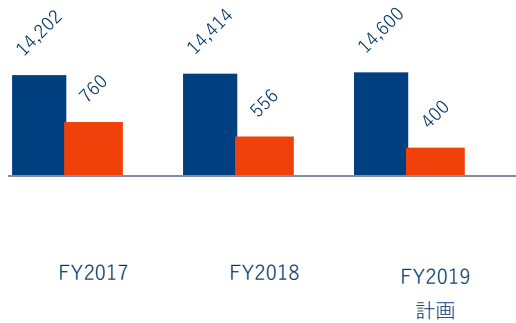


※セグメントはグループ各社の所在地による

(単位：百万円)

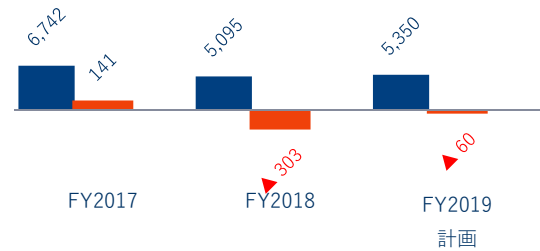
## 日本

■ 外部売上高 ■ 営業利益



売上は、東南アジア向けなどの補修用部品の回復を見込み、微増を計画。本社工場の固定費削減などの収益対策も継続するが、人件費や調達コストの上昇が上回り、減益を見込む。

## 米国



新規顧客開拓や既存取引先への拡販に加えて、不採算取引の見直しと、コスト削減努力により、赤字縮小を見込む。

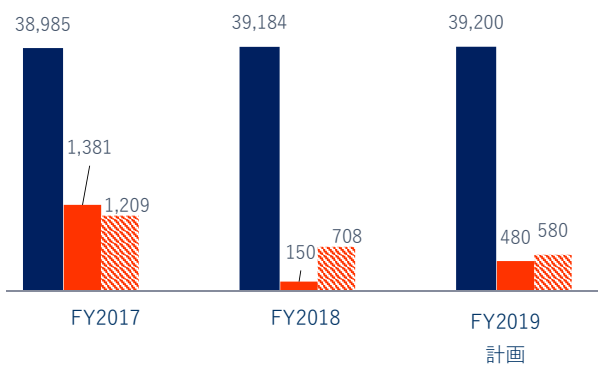
# セグメント計画② 韓国・中国



(単位：百万円)

## 韓国

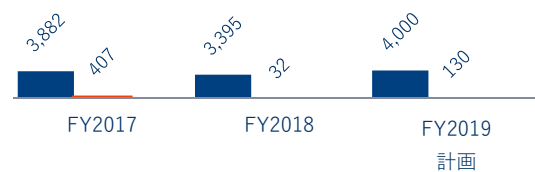
■ 外部売上高 ■ 営業利益 ■ 営業利益(※)



※退職給付債務の数理計算上の差異を除いた参考値

電動ウォーターポンプや等速ジョイントなどの販売が増加する計画だが、円ベースではウォン安による影響で売上高は横ばい。販売単価変動や人件費などの固定費増加に対して、コストダウン努力などによって増益を見込む。

## 中国



中国国内向けの新車用電動ウォーターポンプの販売開始や、バルブスプール販売の拡大などにより、増収を計画。販売増加とコストダウン努力によって人件費などの固定費増加を吸収し、増益を計画。

# セグメント計画③ タイ・欧州

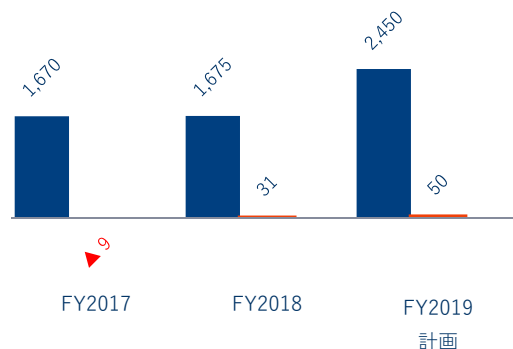
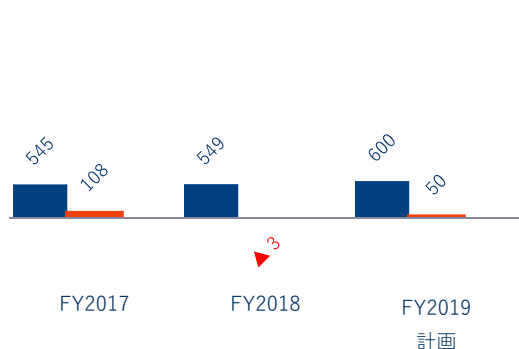


(単位：百万円)

## タイ

## 欧州

■ 外部売上高 ■ 営業利益



タイ国内向けの補修用部品の販売増加を計画。販売増加とコストダウンで人件費の増加を吸収し、増収増益の計画。

ルーマニアは欧州向けの新車用W/Pが引き続き好調で、増収を計画。新工場の立ち上げ費用も同時に発生するため、利益は横ばいの計画。ロシア工場は納入拡大があるものの、引き続き生産活動を限定し、黒字確保に努める。

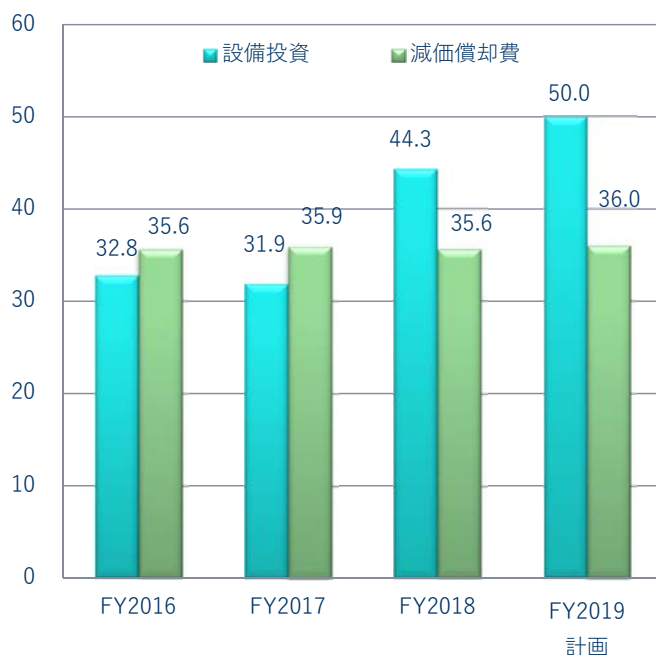
# 設備投資・減価償却費



## 設備投資・減価償却費の推移

## FY2019 設備投資計画の内訳

(単位：億円)



	投資額	主な内容
日本	7.0	維持・合理化
韓国	20.0	新規開発・増産・更新等
中国	8.5	増産・合理化
タイ	3.0	合理化
欧州	11.5	新工場建設
計	50.0	

I. 2019年3月期実績

II. 2020年3月期計画

III. 今後の対応

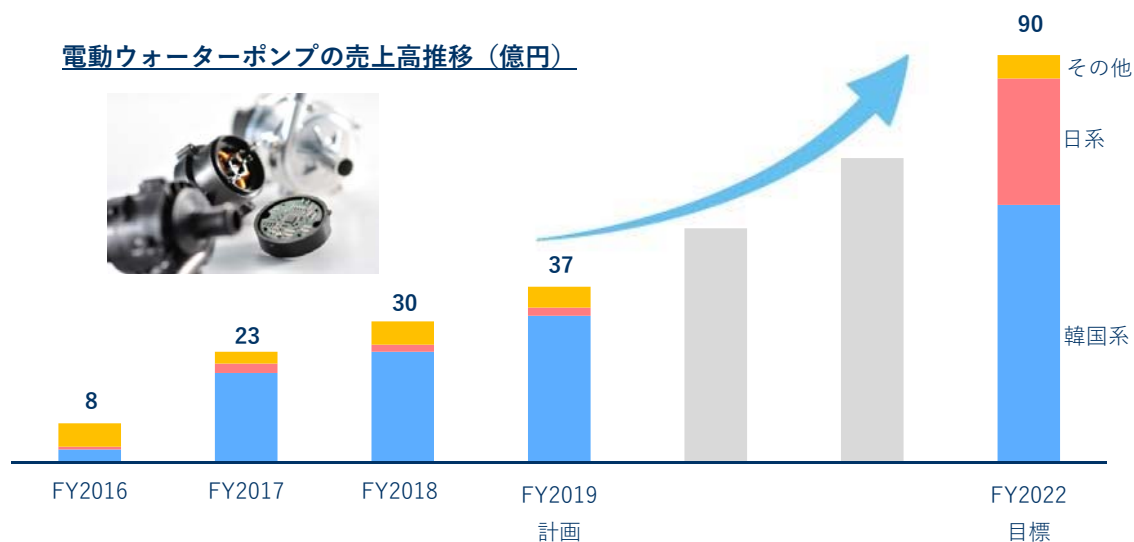
- 17 -

## 電動化対応

### 電動ウォーターポンプの拡販&新規開発

- 販売計画は計画通り進行中
- 2019年からは中国でも生産を開始
- 制御装置の内製化投資は順調に進捗

電動ウォーターポンプの売上高推移（億円）



# 中期経営計画に向けて



FY2020~2022 3ヶ年中期経営計画策定中

**駆動系部品**

✓ ユニバーサルジョイント・等速ジョイントの生産能力拡充

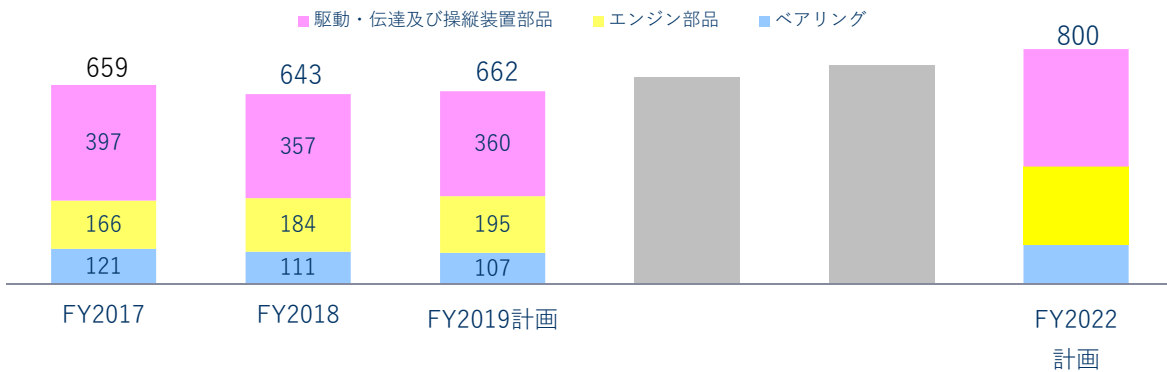
**エンジン部品**

✓ 電動ウォーターポンプの拡販&開発強化・欧州向け販売強化

**ベアリング**

✓ 既存製品の競争力強化・物流改善・取扱品目の拡大

製品別の売上高推移（億円）



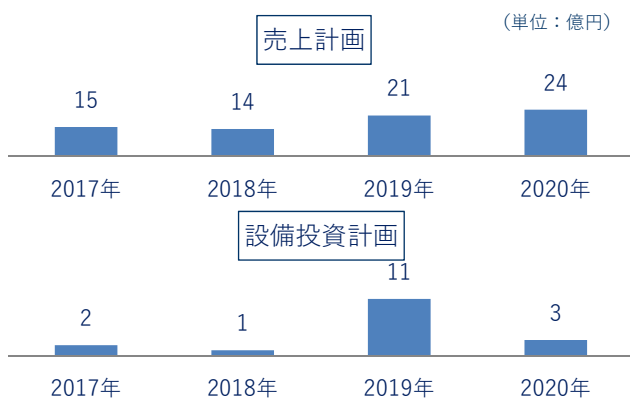
# ルーマニア新工場について



- ✓ 法人設立は2014年
- ✓ 欧州向け新車用のウォーターポンプの組立工場



- ✓ 増産・部品内製化のために工場を移転し、新工場を建設
- ✓ 工場床面積は、5,600㎡→9,619㎡(計画)へ拡張
- ✓ 本格稼働は2019年後半の計画



- 将来予想に関連する記述については、目標や予測に基づいており、確約や保証を与えるものではありません。
- 予想と異なる結果になることがある点を認識された上で、ご利用ください。
- 本資料および当社IRに関連するお問い合わせは、下記にお願いいたします。

＜お問い合わせ先＞  
G M B 株式会社 経営管理室  
電話 : 0745-44-1912  
Email : [ir@gmb.jp](mailto:ir@gmb.jp)

# GMB株式会社

## 事業内容説明資料 (2019年3月期)

( 証券コード : 7214 )

<https://www.gmb.jp/>

注) 本資料中、当社の業績等に関わる数値は、表示桁数未満で切捨して記載しております。



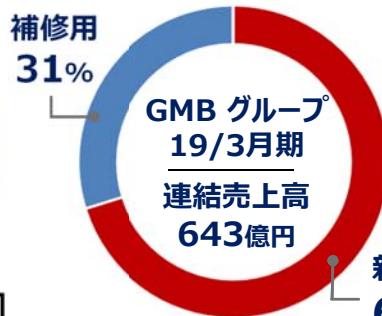
### GMBグループの概要①

商号	: GMB株式会社	売上高	: 64,321百万円 (単体 15,913百万円)
創業	: 1943年 (昭和18年)	営業利益	: 564百万円 (単体 32百万円)
代表取締役会長	: 松岡 信夫	総資産	: 65,773百万円 (単体 21,011百万円)
代表取締役社長	: 松波 誠	純資産	: 30,012百万円 (単体 12,838百万円)
所在地	: 奈良県磯城郡川西町大字吐田150番地3		
事業内容	: ユニバーサルジョイント、ウォーターポンプなどの自動車部品製造・販売		
グループ会社	: 12社 / 韓国③ (6工場・研究所)、米国① (2拠点)、中国④ (3工場・2拠点)、タイ② (2工場)、ロシア①、ルーマニア①		
従業員	: 2,671名 (単体 336名)		

日韓GMBを主体に補修用部品と新車用部品に取組む独立系自動車部品メーカー



補修用部品主体



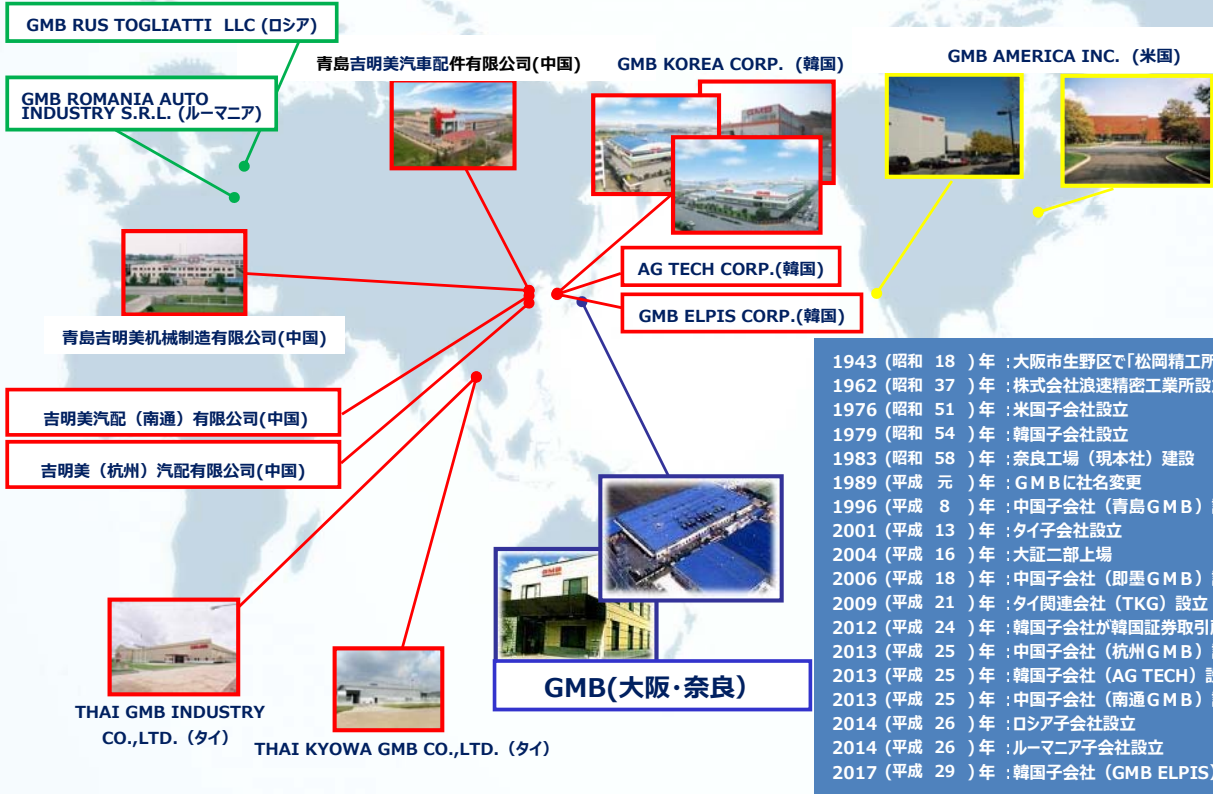
新車用  
69%



新車用部品主体



# GMBグループの概要②



- 1943 (昭和 18) 年 : 大阪市生野区で「松岡精工所」創業
- 1962 (昭和 37) 年 : 株式会社浪速精密工業所設立
- 1976 (昭和 51) 年 : 米国子会社設立
- 1979 (昭和 54) 年 : 韓国子会社設立
- 1983 (昭和 58) 年 : 奈良工場 (現本社) 建設
- 1989 (平成 元) 年 : GMBに社名変更
- 1996 (平成 8) 年 : 中国子会社 (青島GMB) 設立
- 2001 (平成 13) 年 : タイ子会社設立
- 2004 (平成 16) 年 : 大証二部上場
- 2006 (平成 18) 年 : 中国子会社 (即墨GMB) 設立
- 2009 (平成 21) 年 : タイ関連会社 (TKG) 設立
- 2012 (平成 24) 年 : 韓国子会社が韓国証券取引所上場
- 2013 (平成 25) 年 : 中国子会社 (杭州GMB) 設立
- 2013 (平成 25) 年 : 韓国子会社 (AG TECH) 設立
- 2013 (平成 25) 年 : 中国子会社 (南通GMB) 設立
- 2014 (平成 26) 年 : ロシア子会社設立
- 2014 (平成 26) 年 : ルーマニア子会社設立
- 2017 (平成 29) 年 : 韓国子会社 (GMB ELPIS) 設立



# GMBの主要取扱製品

**17%**

ベアリング他  
テンショナー&アイドラー・産業用



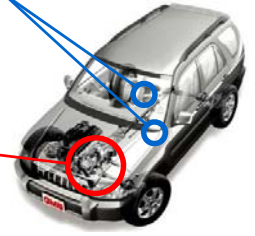
**55%**

駆動・伝達・操縦装置用部品



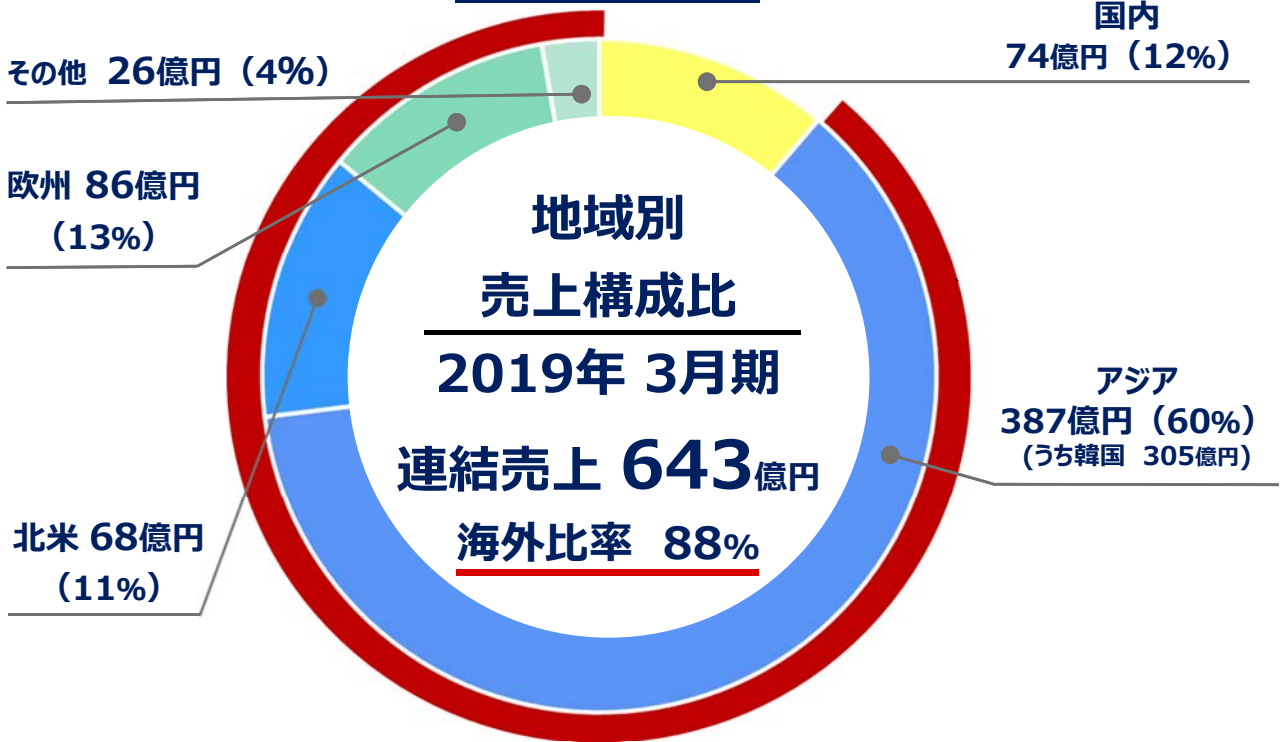
**28%**

エンジン部品



## 生産・販売ともにグローバルに展開 ①

### 販売は海外中心



## 生産・販売ともにグローバルに展開 ②

### 新車用は現代グループがメイン

(単位：億円)



# 生産・販売ともにグローバルに展開 ③

