

永瀬 則 幸 (ナガセ ノリユキ)

ハイブリッド・サービス株式会社社長



平成15年中間期決算説明会

◆決算状況

2003年12月期中間決算の主な内容を説明する。上期の実績は、①ハイブリッドペーパーの商品化、②カラートナーカートリッジ販売の急拡大、③オフィス用品（アスクル代理店事業）部門の新規顧客件数の増加、④販売単価の下落を売上増によりカバー、以上により増収増益となった。こうした要因には、①顧客ニーズの高まり、②カラー化の進展、③当社営業所開設地以外の地域へのアプローチ、④海外調達の強化、が指摘できる。この結果、売上高は、当中間期は96億67百万円（前年同期比12億33百万円増）となった。これは当中間期の業績予想に対しても、57百万円の増収となっている。

商品別には、カラー化の伸展により、トナーカートリッジの売上高が76億61百万円（同6億63百万円増）と大きく伸びた。また、インクカートリッジが14億92百万円（同6億18百万円増）、インクリボン1億11百万円（同31百万円減）、オフィス用品が2億92百万円（同1億7百万円増）であった。

売上総利益は9億88百万円（同1億9百万円増）であった。また、販管費は6億11百万円（同54百万円増）であったが、主に、売上高の伸長に伴う、商品発送費等、および、地代家賃の増加によるものである。この結果、営業利益は3億77百万円（同56百万円、17.3%増）、また、経常利益は3億63百万円（同55百万円、18.1%増）となった。中間純利益は2億1百万円（22百万円、12.1%増）であった。

次に、貸借対照表の主な変動要因を説明する。まず、流動資産は61億90百万円（前年同期比9億円増）となった。売掛金は26億68百万円と前年同期より2億84百万円増加している。これは、売上高の伸長による増加である。棚卸資産20億66百万円（同7億12百万円増）は、欠品リスクを回避するために行った政策的な商品仕入れによる。現在当社の在庫高は、売上高の1カ月分を目安としている。

固定資産は12億5百万円（同7億29百万円増）となった。科目別には、投資有価証券が6億19百万円（同5億81百万円増）となった。これは、りそな銀行の優先出資証券および、みずほ銀行の優先株式の取得によるものである。その他として、5億18百万円（同1億24百万円増）となっているが、子会社ナックサービスへの出資等によるものである。

流動負債は52億2百万円（同10億84百万円増）となった。科目別に見ると、買掛金で20億57百万円（同4億65百万円増）となった。これは、政策的な商品仕入れによるものである。短期借入金は26億円（同11億39百万円増）で、仕入れ代金の決済資金によるもの等である。1年以内の返済予定借入金は30百万円（同3億16百万円減）、固定負債は2億65百万円（同6百万円減）となっている。また、資本金は5億67百万円（同2億26百万円増）となったが、これはJASDAQ市場への上場、ストックオプションの権利行使によるものである。

◆経営理念と今後の課題

(1) 経営理念

当社は、①グローバルな視点を持った経営、②合理的なスピードのある経営、③社会の繁栄に貢献できる経営、を経営理念としている。グローバルな経営とは、具体的には商品の輸出入を行うことである。輸入先については、欧州、アジア、北米で3等分であり、仕入れに占める輸入割合は18%（昨年は15.8%）である。輸出については、本年度から開始し、月間40百万円程度である。来期は本格的に輸出を展開していく。二番目の経営理念については、当社の従業員（現在38名）で、一人当たり売上高5億円以上を目標としている。販売先は大手販売店とし、その商材をALLで受注、注文はEDIで受けることを徹底している。ちなみに、現在の全受注のEDI率は50%である。これによって削減したコストを値引きの原資としているので、顧客へのメリットにもなっている。第三の経営理念は利益を出し続けることで、社会に貢献することである。なお、取り扱い商品としては、トナーカートリッジが79.9%、インクジェットカートリッジが14.0%、オフィス商品2.4%、

インクリボン1.6%、その他商品が2.1%である。トナーカートリッジが圧倒的なシェアを占めているのが特徴である。オフィス用品2.4%はアスクルの通販代理店（エージェント）として当社が開拓した登録ユーザー1万1千社に販売した金額である。販売金額はアスクルの全エージェント中40位程度である（実際に稼働しているエージェントは1,300社程度）。

(2) ビジネスモデル

当社のビジネスモデルを説明する。まず、当社が属するマーケティングサプライ品の特殊性について説明する。プリンターメーカーだけでなく、そこからOEMで供給を受けているメーカーを合わせると、プリンターのブランドの数は相当数ある。各メーカーは、さらに、何種類ものプリンターを提供している。基本的に、それぞれに消耗品が製造されている。その中で、製造元の機種とOEMした商品には互換性があり、同じ中身なのにメーカーで設定される価格が違う。種類が多いのと、メーカー独自のばらばらな販売名称のため、一般の方には非常に分かりにくい。しかも、消耗品の値段は非常に高く、プリンター本体価格の半額程度もする消耗品もある。この点で、「同じ性能で安いものがある」というような情報提供がビジネスに結び付くようになっている。

当社は独立系サプライヤーとして、ほとんどのメーカーの商品を提供できるワンストップ・ベンダーを標榜している。さらに、急成長を遂げているアスクルに代表される通販会社、富士ゼロックスオフィスサプライに代表される卸販社を中心に、量販店の拡大にも努めてきた。その結果、通販会社と卸販社との売上比率は50:50である。アスクル等通販会社のユーザー登録件数は数百万件であり、また卸販社は全国で740社となっており、当社からの販売量は相当の数である。さらに、インターネットを介したeマーケットプレイスにも注目しており、NTT関連会社の年間契約の受注にも成功している。

長期的には、現在のマーケティングサプライ用品⇒OAサプライ品のワンストップ・ベンダー⇒オフィス用品のオンリーワン企業、を目指したい。また、業界動向を見ると、数年後に4,000億~5,000億円程度の市場を見込んでいる。中でも、カラートナーの伸びは年率40%程度を見込んでいる。

(3) 当社の課題

当社の課題としては、トナーカートリッジという特定商品への依存率が高いこと、特定顧客であるアスクルへの依存度が高いことである。その対策として、昨年より3新戦略（新地域、新顧客、新商品）を強力に推進している。3新戦略とは、新しい地域の新しいユーザーへ新しい商品を販売していくという、事業領域の拡大を図る戦略である。その結果、トナーカートリッジについては、全体の売上を伸ばしながらも、全体に占めるシェアは77%（前年80%）に低下する見込みである。アスクル向けも24%（同27%）に低下するだろう。

(4) 通期予想

売上高205億円（前年比16.4%増）、経常利益7億80百万円（同34.9%増）、当期純利益4億17百万円（同27.3%増）を見込んでいる。一株当たり配当は通期で3,000円を予定している。当社のビジネス上、設備投資にあまり資金が必要ではない。したがって配当性向は固定せず、出た利益は最大限還元することで、株主に納得いただけるものと考えている。

(5) 今後の対応

当社の扱う販売商品とOA用紙とは、密接に関係している。従来から、OA用紙の販売要請があったが、日本のOA用紙は世界中でどこよりも安く、新規参入しにくい状況であった。3年ほど前から、人件費の安い中国での生産を模索し始め、従来のWOODPULPから農業廃棄物である麦わらPULPとWOODPULPの混合した用紙を開発するに至ったのである。当社としては、これを地球環境に配慮したエコロジーペーパーとしてブランドイメージを大切に育てていきたい。環境に配慮しつつ、価格面でも顧客の要望に応えることができる、当社初の自社ブランド商品として、販売戦略を強化し、月1千トンの販売を計画している。来期以降、月5千5百トンの生産能力を有している。また、本年度中に中国上海に事務所を開設する準備をしている。その目的は、輸入ビジネス（中国⇒日本）、輸出ビジネス（中国⇒欧米・アジア）、およびマーケティングサプライ品を中国市場に販売する拠点とすることである。

（平成15年8月26日・東京）