

A man with glasses and a young boy are looking at a document together. The man is pointing at something on the document. The boy is looking at the document with interest. The background is a light blue gradient.

2004年3月期 決算説明会

2004年5月31日

日本光電工業株式会社
銘柄コード：6849

当社の概要

- 1) 会社概要
- 2) 当社の業容拡大状況
- 3) グループ編成
- 4) 経営理念
- 5) 事業領域とビジネスモデル
- 6) 事業構成
- 7) 業界ポジション
- 8) 主な特徴・強み①
- 9) 主な特徴・強み②

1) 会社概要

社名	日本光電工業株式会社 (NIHON KOHDEN CORPORATION)
本社	東京都新宿区西落合1丁目31番4号
代表者	代表取締役社長 荻野 和郎
設立	1951年8月7日
資本金	75億4,400万円
事業内容	医用電子機器及び変成器の開発・製造・販売
従業員数	連結:2,658名 (グループ39社) 単体:743名
株式	東証一部上場 (コード番号:6849)

*資本金・従業員数は2004年3月末現在

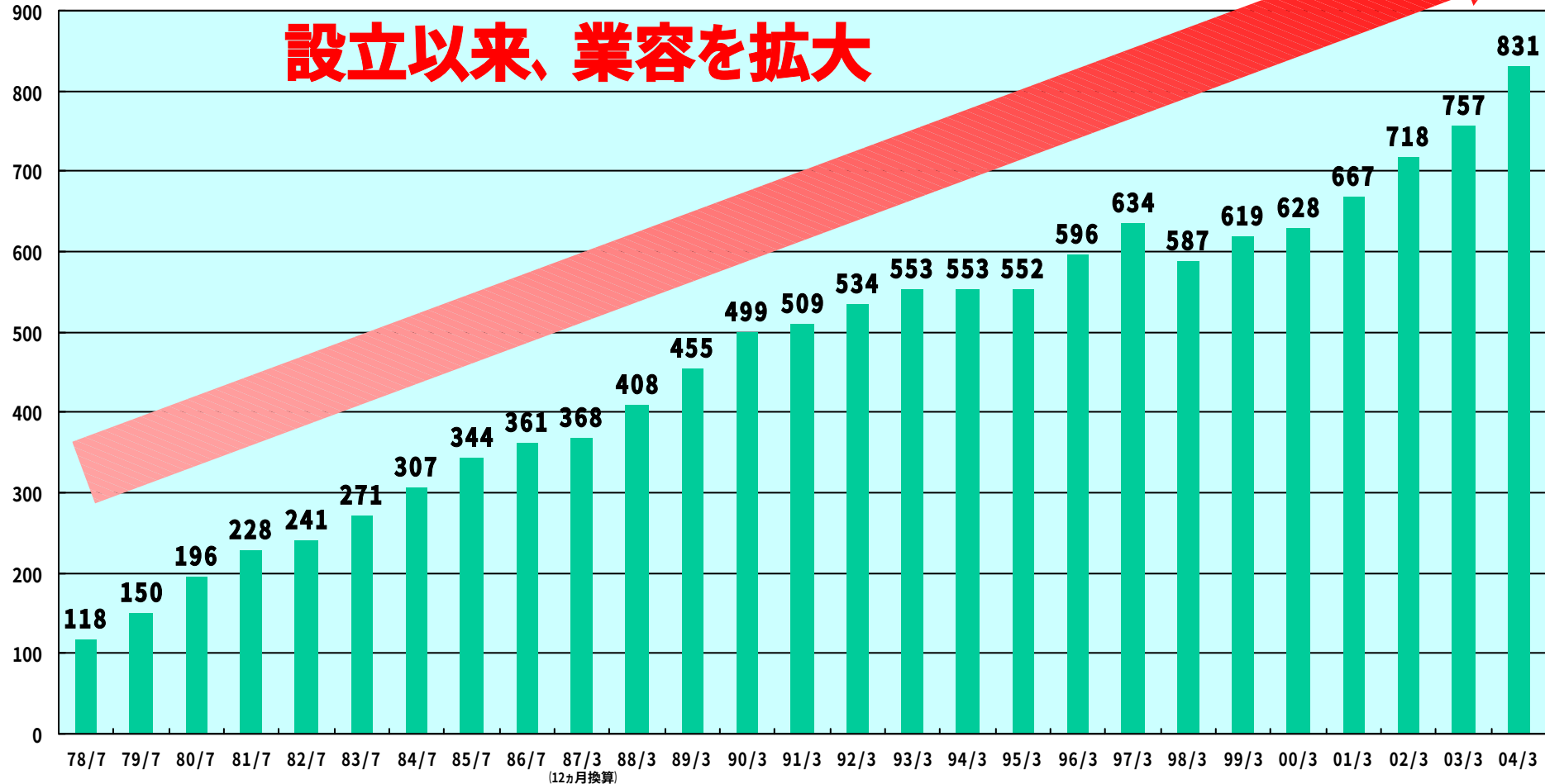
*2004年4月1日付で子会社「日本光電サービス(株)」とエリアサービス会社10社が合併し、日本光電サービス(株)が存続会社としてその業務を引き継ぐことになります。

2) 当社の業容拡大状況

■ 連結売上高の推移

(億円)

設立以来、業容を拡大

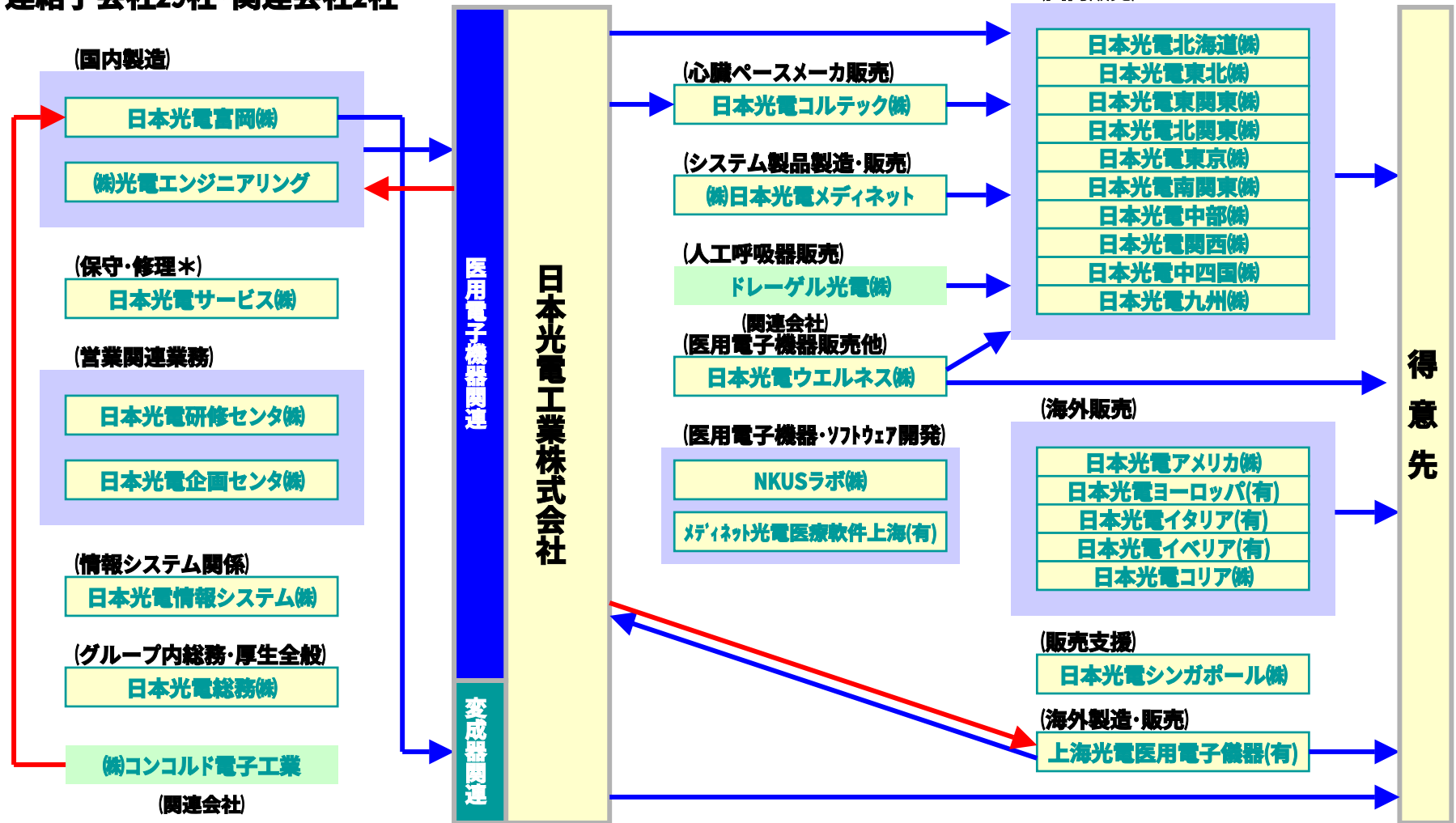


注) 86/7(第35期)まで7月決算。87/3(第36期)は8ヵ月の変則決算のため、上記グラフでは12ヵ月換算で掲載。

3) グループ編成

(2004年4月1日現在)

連結子会社29社・関連会社2社



*2004年4月1日付で子会社「日本光電サービス(株)」とエリアサービス会社10社が合併し、日本光電サービス(株)が存続会社としてその業務を引き継ぐことになります。

4) 経営理念

Fighting Disease with Electronics

**病魔の克服と健康増進に
先端技術で挑戦することにより
世界に貢献すると共に
社員の豊かな生活を創造する**

5) 事業領域とビジネスモデル

◆当社の事業領域◆

ME (Medical Electronics又はMedical Engineering)

トップメーカーとして医療現場からの発想で患者さん・医療スタッフのためのシステムを開発・提供

◆当社の基本的なビジネスモデル◆



6) 事業構成

変成器関連事業

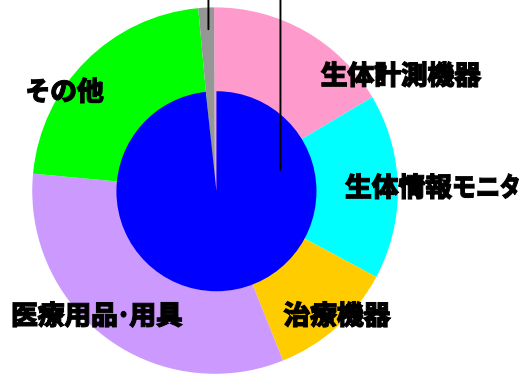
各種高性能トランスの研究
開発・製造

- 連結子会社 1社
- 関連会社 1社

医用電子機器関連事業

医用電子機器の研究開発・
製造

- 連結子会社 29社
- 関連会社 1社



生体計測機器

脳波、心電図、血圧、呼吸などの生体現象を計
測記録する機器及び診断情報システムなど

生体情報モニタ

患者さんの状態を継続的にモニタリングする装
置、臨床情報システム、看護支援システムなど

治療機器

除細動器、心臓ペースメーカ、人工呼吸器、患
者加温システムなど

医療用品・用具

記録紙・電極・試薬などの消耗品、カテーテル、
保守パーツなど

その他

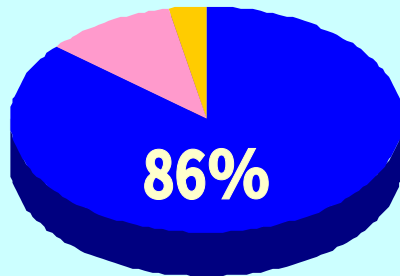
自動血球計数器、救急用伝送装置、携帯型救
急モニタ、超音波診断装置など

7) 業界ポジション

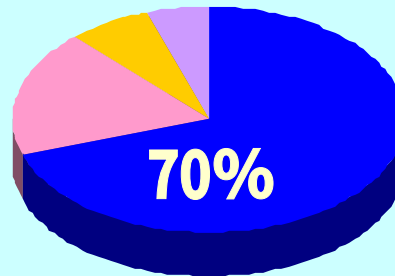
国内市場の各分野において、当社は、圧倒的なポジションを占めています。

生体計測機器

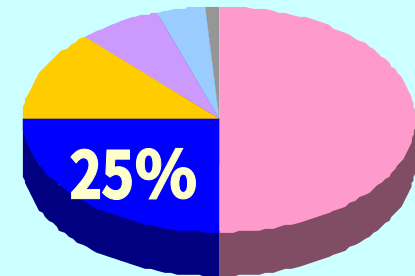
脳波計 シェア



誘発電位検査装置 シェア

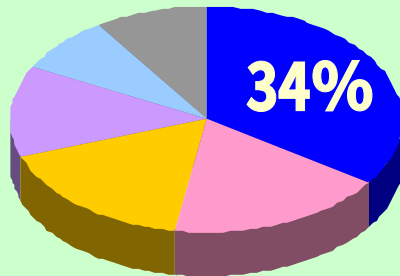


心電計 シェア



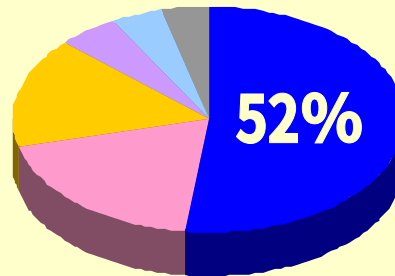
生体情報モニタ

生体情報モニタ シェア

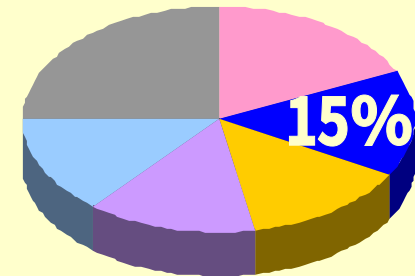


治療機器

除細動器 シェア



人工呼吸器 シェア



注) シェアは生体情報モニタのみ金額ベース。他は全て台数ベース。資料は矢野経済研究所調べ (2002年度)。

8) 主な特徴・強み①

① 世界に通じる高品質

当社の品質方針＝「日本光電の製品を買って良かったと、お客様にのちのちまで、満足していただける状態を保つこと」

② 医療現場に密着した開発力

医療現場のユーザーニーズを把握し、ユーザオリエンテッドな機器・システム開発にフィードバック。
海外向けでは各国語にきめ細かく対応。

③ 幅広い商品ラインナップ

幅広い分野をカバーしているため、医療のIT化に的確に対応し、患者さんの移動（救急→手術→集中治療室→一般病棟）に合わせて患者データをシームレスに提供可能。

④ 強力な販売力・営業力

高度な医療知識と電子機器知識とを併せ持った営業員がトータルサポート。
→国内：約120の拠点（営業所＋サービスセンタ）による地域密着の営業活動。
→海外：米国・ドイツ・シンガポール・中国の4拠点を中心とした販売ネットワーク網。

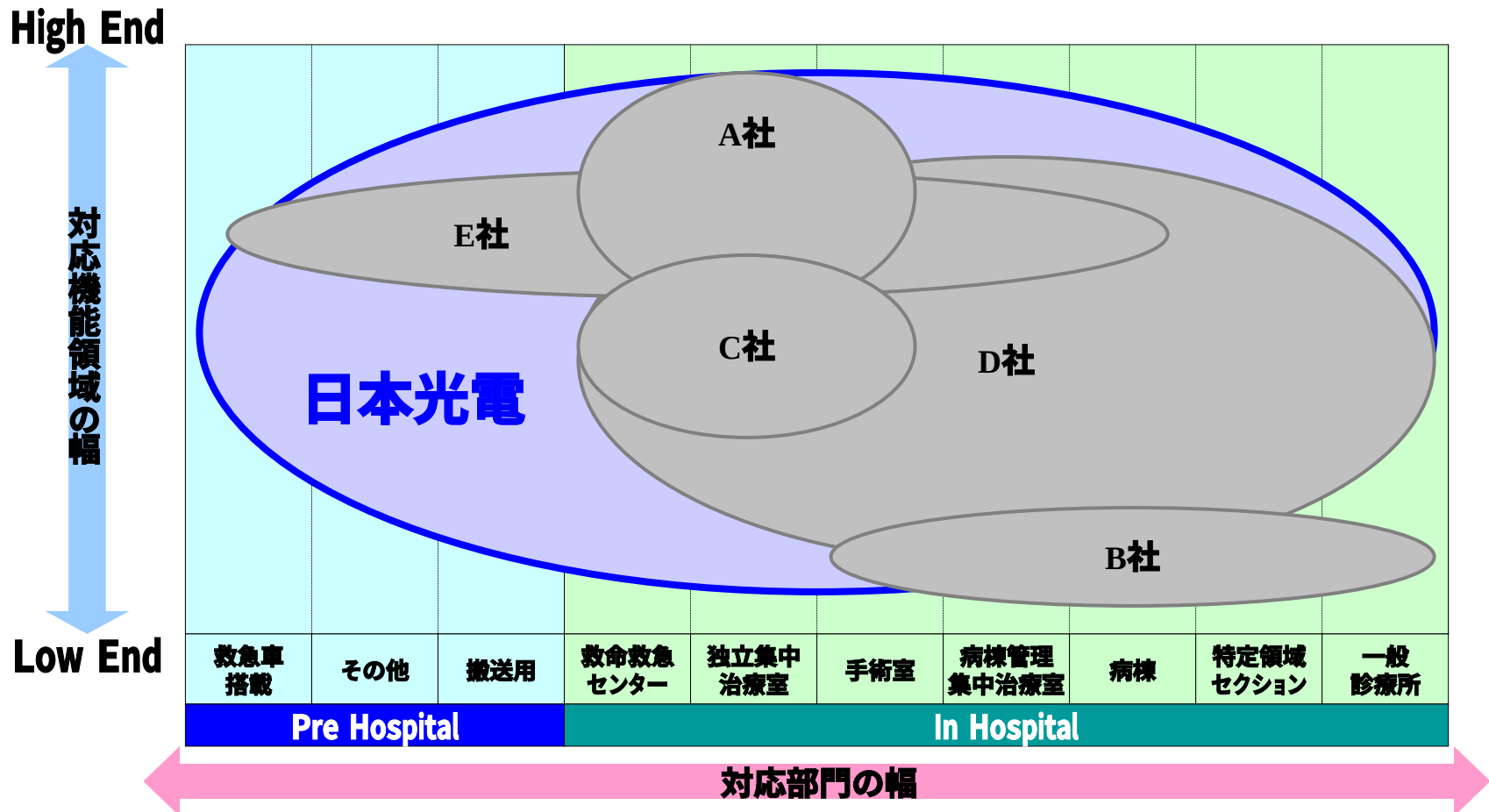
⑤ 充実したユーザーサポート力

看護師、検査技師、救急隊員など機器使用者を対象に年間300回以上の各種講習会を開催（年間受講者数は約12,000名）。

9) 主な特徴・強み②

幅広い商品ラインナップ: 「生体情報モニタ」分野における事例

各部門で、ハイエンドからローエンドまで幅広くカバー



決算の概要(連結)

- 1) 主な営業概況
- 2) 当期の決算概要
- 3) (連結)経営成績
- 4) (連結)財政状態
- 5) (連結)キャッシュ・フロー
- 6) セグメント情報①(事業の種類別)
- 7) セグメント情報②(海外売上高)
- 8) 次期見通し

1) 主な営業概況

- 当期の売上高及び利益は、過去最高の水準を達成
- 売上高は前期比9.8%増、経常利益は同88.1%増と大幅増益
- 業容拡大効果と原価及びコストの削減効果により、利益率は大幅に改善

2) 当期の決算概要

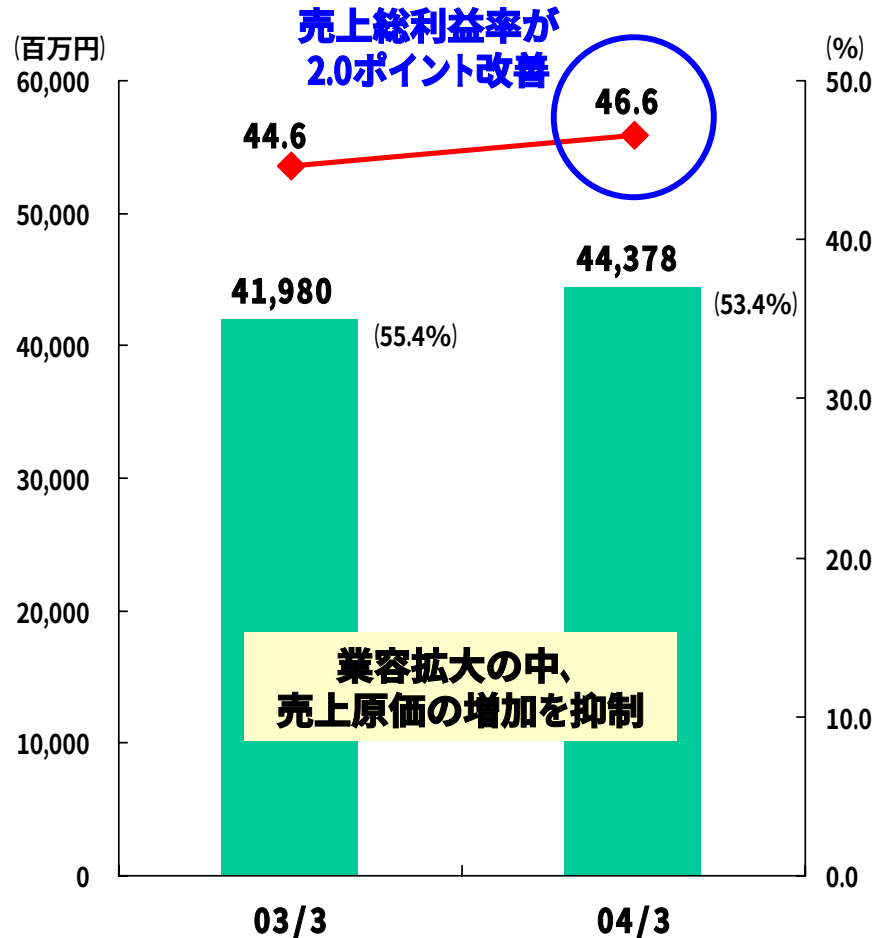
(単位: 百万円)

	前期 (2003/3)		当期 (2004/3)	
		前期比 (%)		前期比 (%)
売 上 高	75,739	5.4	83,133	9.8
営 業 利 益	3,357	32.3	5,967	77.8
経 常 利 益	3,168	10.3	5,958	88.1
当期純利益	2,082	23.0	3,678	76.6

3) 経営成績

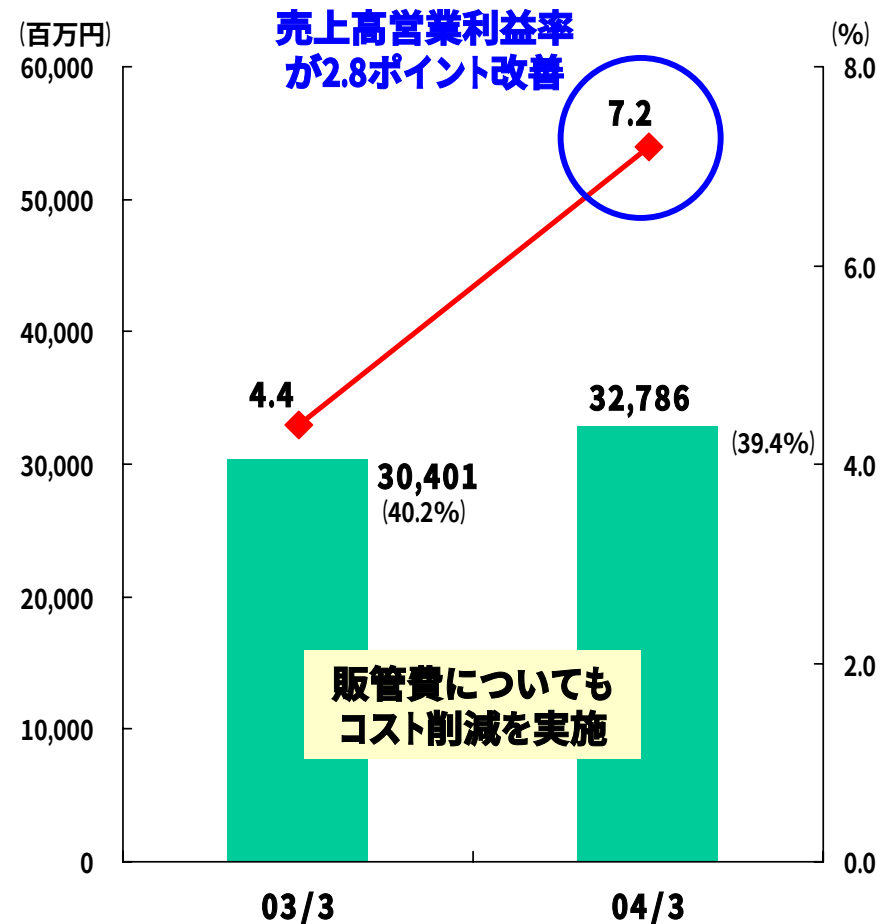
■ 売上原価

◆ 売上総利益率



■ 販管費

◆ 売上高営業利益率



4) 財政状態

(単位:百万円)

	2003/3	2004/3	増減額
流動資産	47,913	51,406	3,492
固定資産	12,407	12,871	464
資産合計	60,320	64,277	3,957

主に、業容の拡大により、現預金、受取手形、売掛金、たな卸資産が増加したため

主に、投資有価証券が増加したため

流動負債	28,010	27,535	△474
固定負債	1,240	2,026	786
負債合計	29,250	29,562	311
少数株主持分	269	255	△13
資本合計	30,801	34,459	3,658
負債・資本合計	60,320	64,277	3,957

有利子負債が12億97百万円減少
・短期借入金:△13億53百万円
・長期借入金: +56百万円

主に、利益剰余金が増加したため
株主資本比率は、2.5ポイント向上し
53.6%

5) キャッシュ・フロー

(単位:百万円)

	2003/3	2004/3	増減額
営業活動による キャッシュ・フロー	3,298	4,069	771
投資活動による キャッシュ・フロー	△1,394	△1,458	△63
財務活動による キャッシュ・フロー	△1,928	△1,625	303
現金及び現金同等物に係わる 換算差額	△293	△282	10
現金及び現金同等物の増減額	△318	702	1,020
現金及び現金同等物 の期首残高	7,922	7,604	△318
現金及び現金同等物 の期末残高	7,604	8,307	702

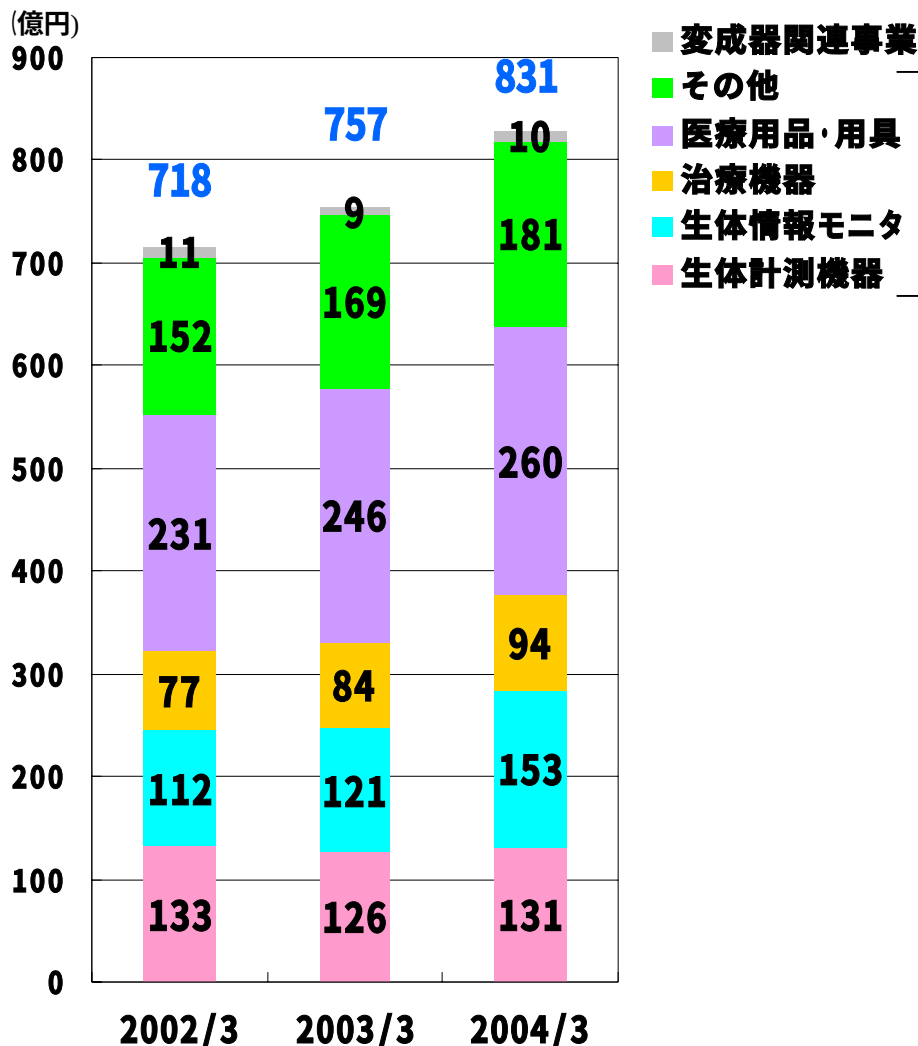
税金等調整前当期純利益の大幅増加する一方で、海外需要の急伸等により棚卸資産、売上債権等が増加

主に無形固定資産の取得による支出が増加したため

自己株式取得による支出が減少する一方で、国内連結子会社の短期借入金返済による支出が増加

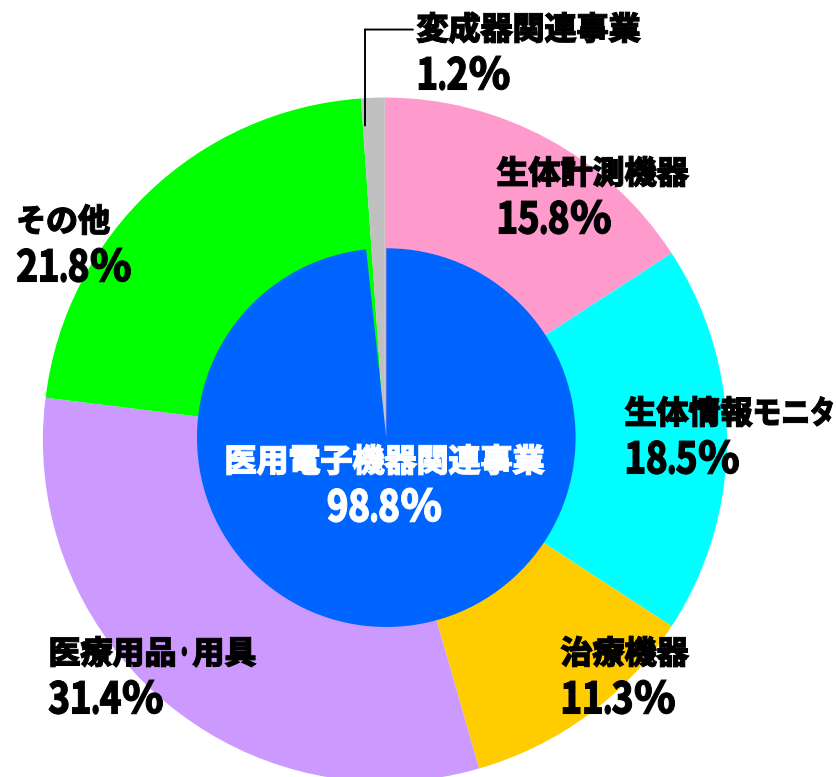
6) セグメント情報① (事業の種類別)

■製品群別売上高構成



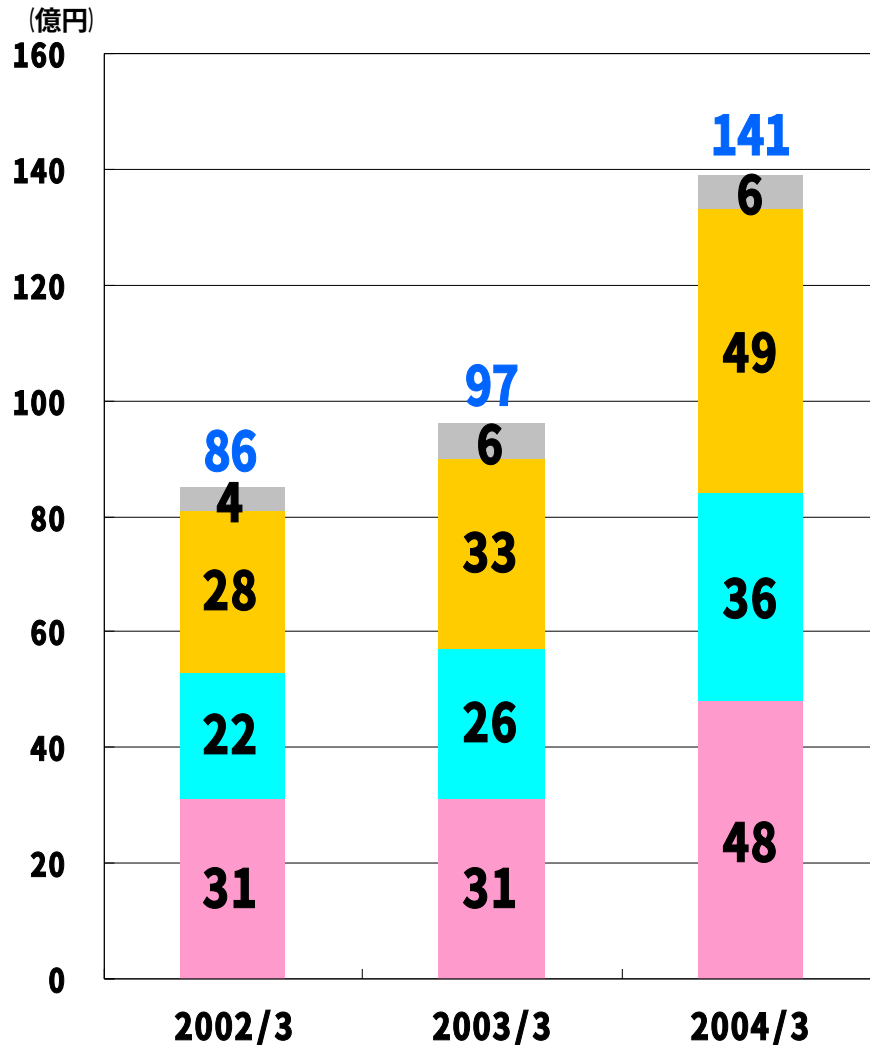
医用電子機器関連事業

製品群別売上構成比 (2004/3)

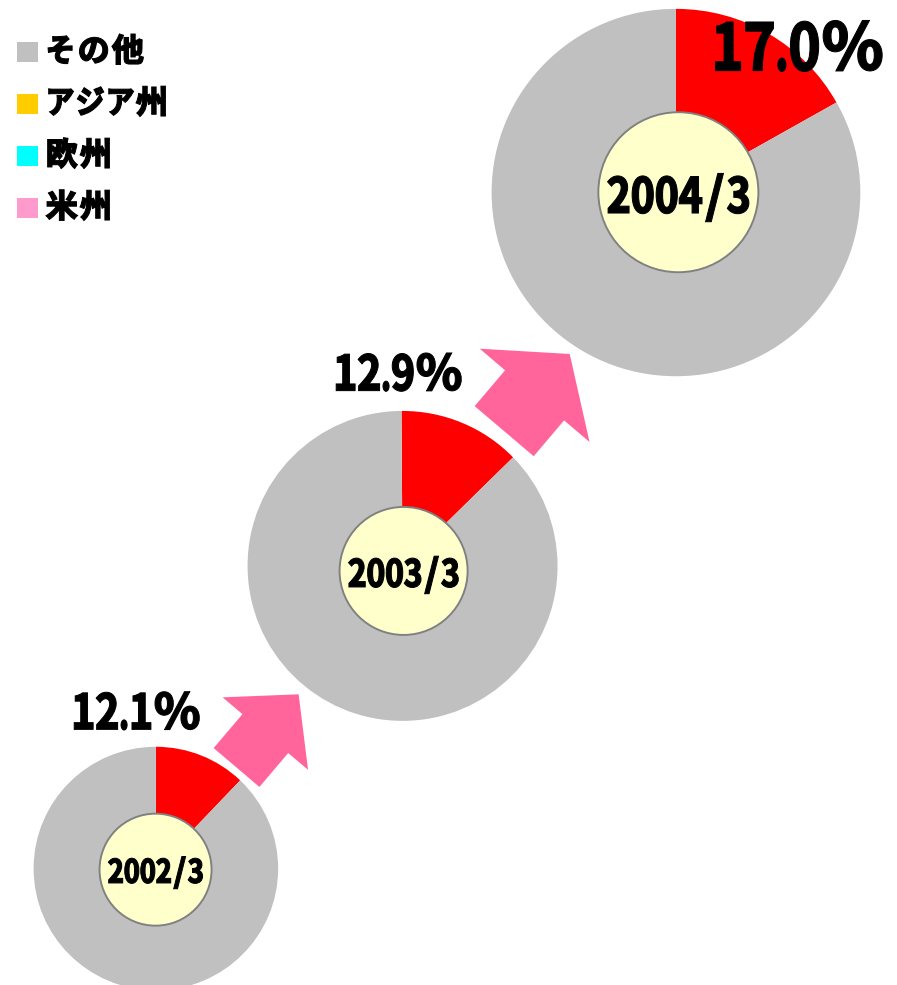


7) セグメント情報② (海外売上高)

■ 海外売上高構成



海外売上高構成比



8) 次期見通し

(単位: 百万円)

	当期 (2004/3)		次期 (2005/3)	
		前期比 (%)		前期比 (%)
売 上 高	83,133	9.8	84,700	1.9
営 業 利 益	5,967	77.8	6,600	10.6
経 常 利 益	5,958	88.1	6,500	9.1
当期純利益	3,678	76.6	4,300	16.9

今後の戦略

- 1) ビジョン
- 2) 新・中期経営計画
- 3) 経営方針
- 4) 商品戦略
- 5) 販売戦略①(国内)
- 6) 販売戦略②(海外)
- 7) サービス事業戦略

1) ビジョン

医用電子機器メーカーとしての グローバルブランドを確立する

2009年度までに

売上高 1,000億円

経常利益 100億円

海外売上高比率 25%

を目指す

2) 新・中期経営計画

(単位: 億円)

	前・中期計画 (2004/3目標)	2004/3 (実績)	新・中期計画 (2007/3目標)	3カ年 伸び率
売上高	770	831	930	12%
海外売上高比率 (%)	—	17.0	20.5	—
経常利益	40	59	80	34%
売上高経常利益率 (%)	5.2	7.2	8.6	—
ROE (%)	7.0以上	11.3	12.0	—
在庫削減額 (在庫高)	—	135	95	△ 40

3) 経営方針

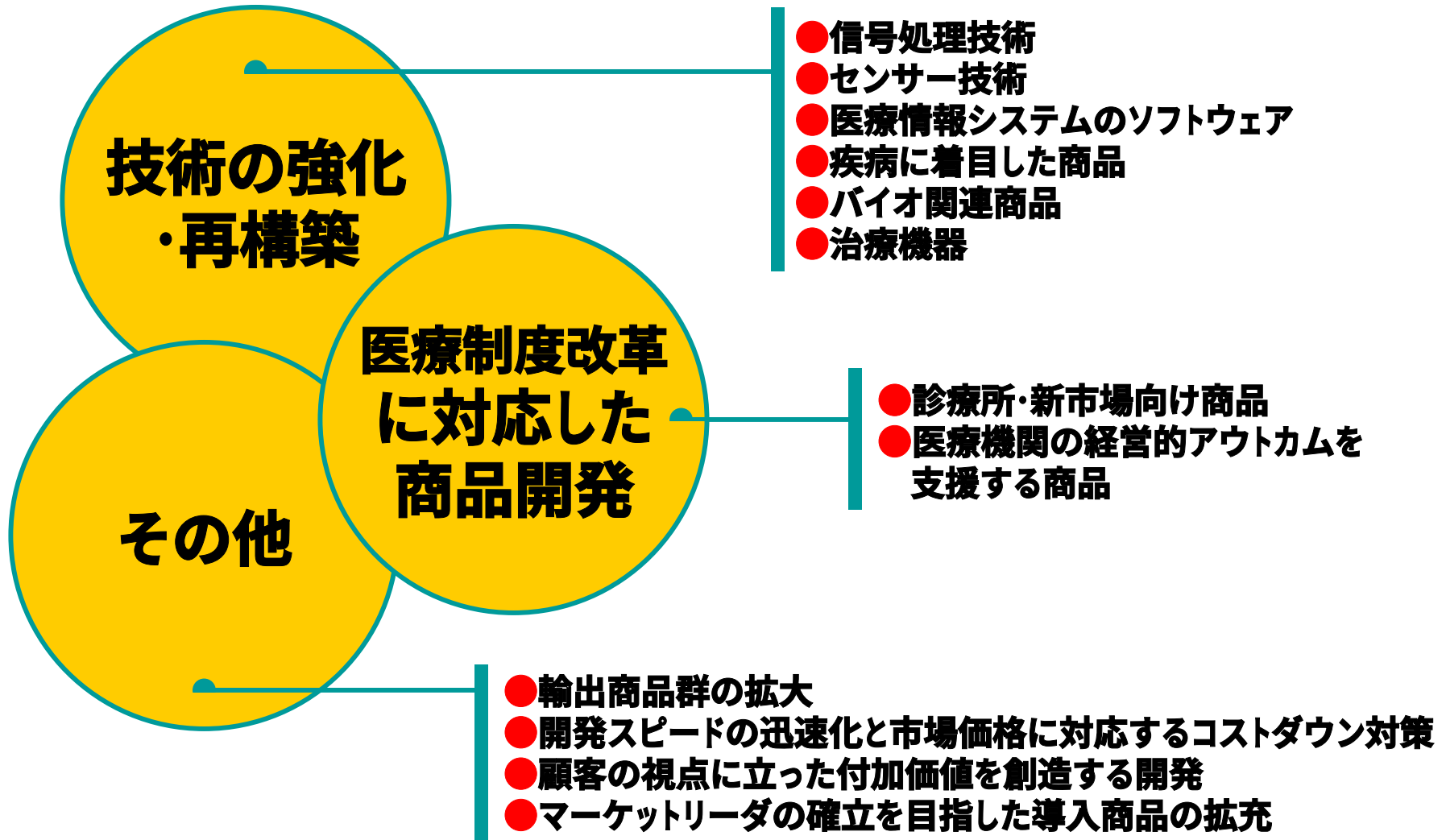
ビジョン

**医用電子機器メーカーとしての
グローバルブランドの確立**

経営方針

- ① 適正利益の確保による企業価値向上
- ② 顧客の信頼の確立
- ③ 独創的技術・商品の開発
- ④ 事業の重点展開と世界市場の攻略
- ⑤ 事業国際化の推進
- ⑥ 新事業への展開
- ⑦ 業務機構の改革
- ⑧ 全員参加による事業運営
- ⑨ コンプライアンスの推進

4) 商品戦略



5) 販売戦略① (国内)

急性期病院市場

シェア拡大

- 麻酔科の攻略
- プレホスピタル市場への展開強化
→ 救急医療体制充実に対応
- 循環器分野の継続的強化
- 検査機器市場への展開強化
→ システムソリューション・ニーズへの対応

診療所市場・新市場

事業拡大

- 急成長分野である「診療所市場」への販売強化
→ システム商品によるモダリティの拡販
- 新市場への事業拡大
→ PAD (Public Access Defibrillation / 一般市民による除細動) 市場
→ 慢性期病院市場、介護市場、生活習慣病予防・治療市場
→ 感染症対策商品 等

強み・独自性の強化

新ビジネスモデル構築

- 医療機関連携を支援するビジネスモデルの構築
→ 広範囲にカバーする強みを活かした独自展開
- 商品納入後のランニング事業の拡大
→ 修理・保守サービス事業
→ 消耗品ビジネス 等

6) 販売戦略② (海外)

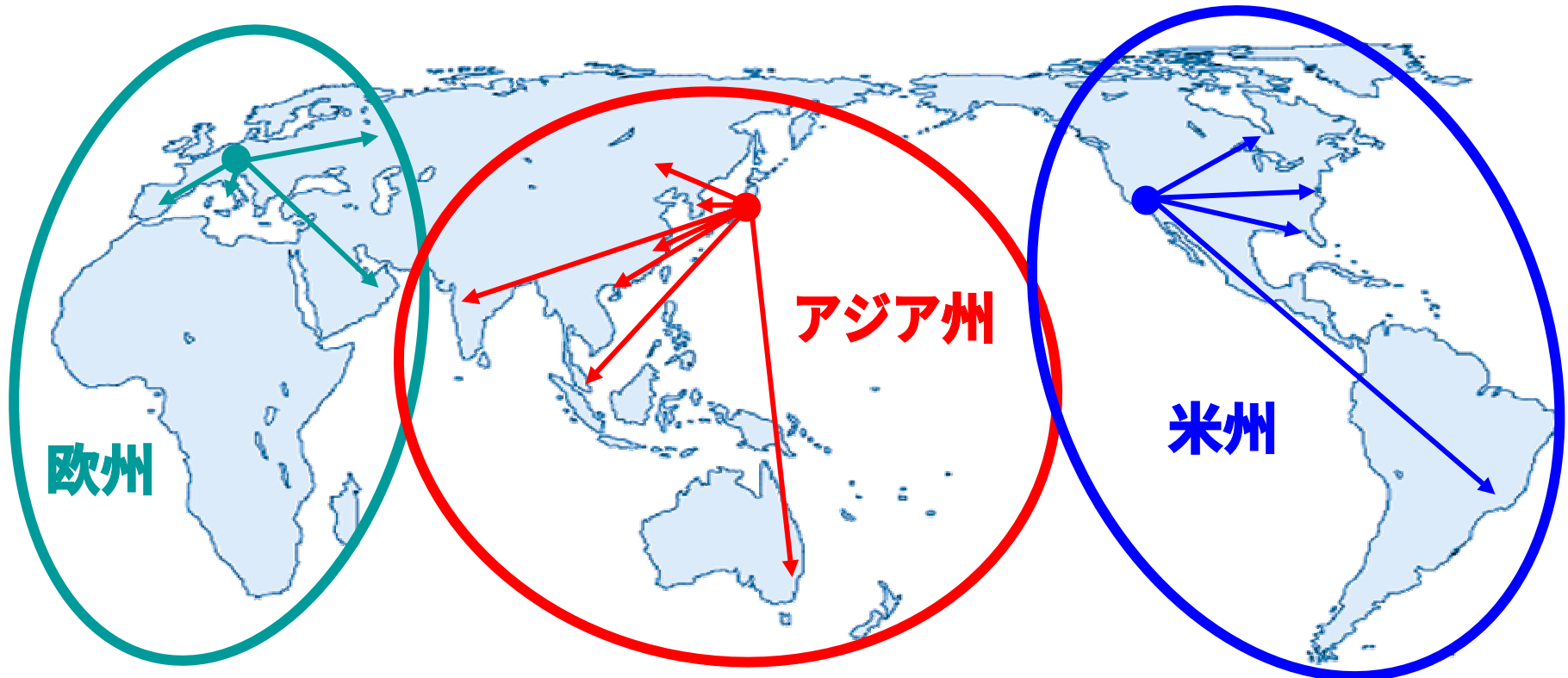
海外事業の拡大とグローバルブランドの確立を目指し
販売・サービス体制とセールスプロモーションを強化

3極体制網

直轄販売網・代理店網の整備

アフターサービス体制の強化

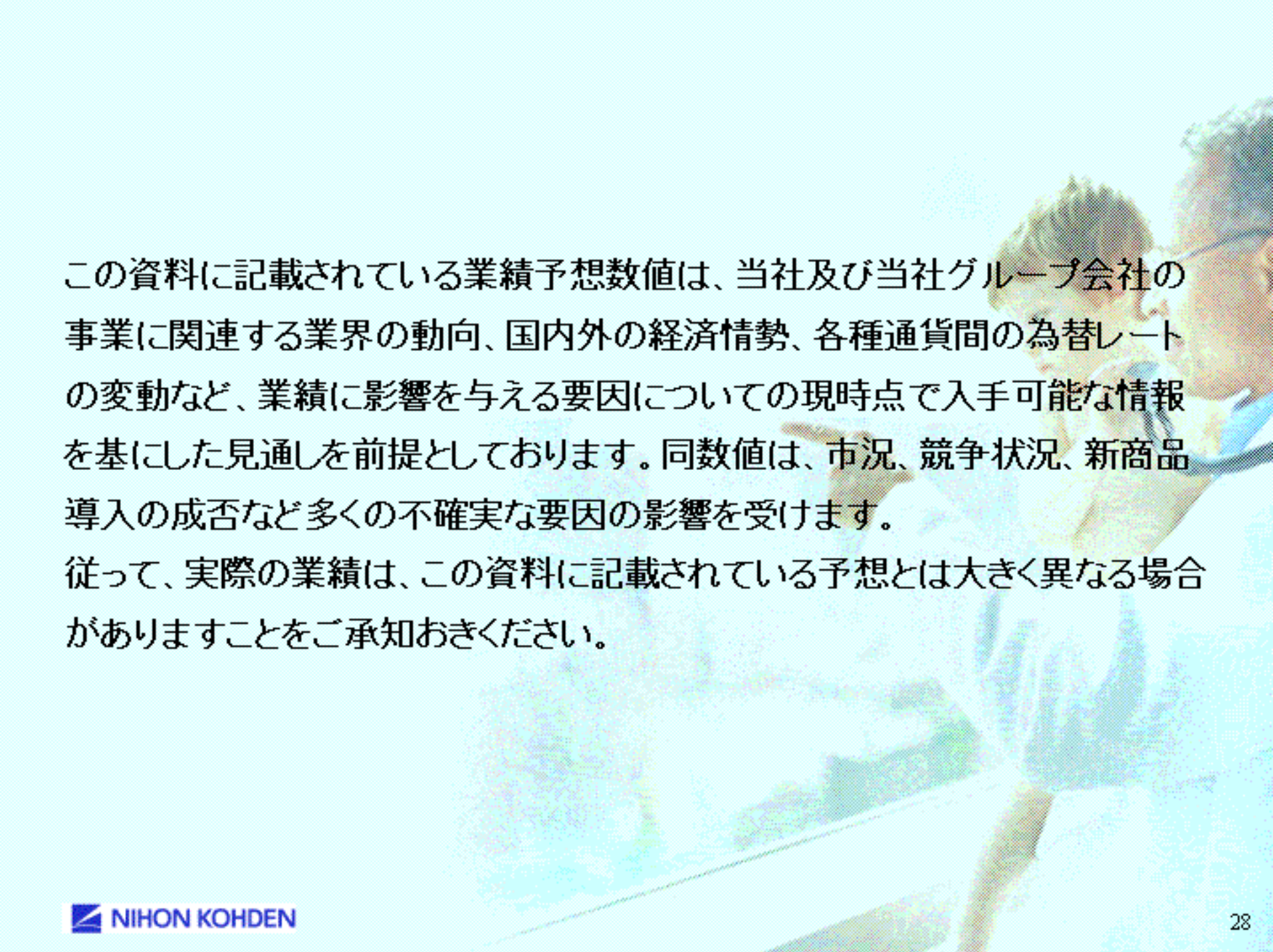
メディアミックスによる宣伝強化



7) サービス事業戦略

継続的安定収入である「サービス事業」分野の拡大強化

- 顧客満足を高める「修理・保守サービス事業」の体制強化
 - サービス統括会社への全国10社合併
 - コールセンタの機能強化
- 消耗品ビジネスの拡大とコストダウン
- 国内外アフターサービス体制・物流の整備



この資料に記載されている業績予想数値は、当社及び当社グループ会社の事業に関連する業界の動向、国内外の経済情勢、各種通貨間の為替レートの変動など、業績に影響を与える要因についての現時点で入手可能な情報を基にした見通しを前提としております。同数値は、市況、競争状況、新商品導入の成否など多くの不確実な要因の影響を受けます。

従って、実際の業績は、この資料に記載されている予想とは大きく異なる場合がありますことをご承知おきください。