



“Cシリーズ”の寄与、高水準の受注状況から 07年7月期大幅増収・増益を予想

◆はじめに

当社は、1979年（昭和54年）最先端の薄膜形成装置を世界中の研究者と技術者に提供することを目的とし、京都府において「株式会社サムコインターナショナル研究所」の社名で設立した。以来、多少の起伏はあったものの逐次業容を拡大し、2001年（平成13年）JASDAQ市場に上場を果たし、2004年現社名「サムコ株式会社」に社名変更した。

年間売上高は30億円強、従業員数は120名である。売上高の内訳は、CVD（Chemical Vapor Deposition：化学的気相成長）装置（反応性の気体を基盤の上に堆積させる装置、代表機種はPD-270STLC：CVD装置全体の売上高構成比23%）、エッチング装置（反応性の気体をプラズマ分解して半導体薄膜や絶縁膜を蝕刻する装置、代表機種はRIE-200iPC：エッチング装置全体の売上高構成比51%）、洗浄装置（減圧下で反応性の気体をプラズマ放電させて洗浄する装置、代表機種はPXA-100：洗浄装置全体の売上高構成比13%）、その他（保守・メンテナンス等：売上高構成比13%）である。このうち代表機種PD-270STLC、RIE-200iPC、PXA-100はいずれも最近開発したカセット方式の装置で、「Cシリーズ」と呼んでいる。

また、売上高の用途別内訳は、オプトエレクトロニクス分野（売上高構成比36%）、電子部品分野（同35%）、実装・表面処理分野（同4%）、表示デバイス分野（同4%）、その他分野（同8%）、部品・メンテナンス（同13%）で、前工程のウエートが高い。

なお、海外売上高比率は21%である。

本日は2006年7月期決算概要、新市場（生産機）への取り組み状況について、2007年7月期重点方針、中期経営計画と2007年7月期業績予想、を中心にご説明することとしたい。あらかじめ本日の当社説明会の内容を要約すると、「お待たせしました」ということである。

◆2006年7月期決算概要

売上高は30億79百万円（前期比0.4%減とほぼ横ばい）、経常利益1億58百万円（同40.0%減）、当期純利益98百万円（同41.0%減）と微減収・減益となった。

売上高の内訳を見ると、装置別では、エッチング装置が携帯電話のSAWフィルター向け、台湾市場でのLED用途向けに増加、クリーニング装置も増加した。目的別では生産用途向けが増加した。分野別では、LED・LDを中心としたオプトエレクトロニクス分野が増加した。

地域別では国内向けが24億44百万円（前期比3.8%減）の反面、海外向けがアジア向けの好調から6億36百万円（同15.6%増）となり、海外売上高比率は20.6%と前期比2.8%上昇した。

販売先上位10社の比較で見ると、まず、総売上高に対する比率が39%と前期比3%上昇した。国内研究機関向けが減少したものの、生産用途向け装置のリピートオーダーが増加したことが主因である。

経費面では、人件費6億34百万円（前期比38百万円増）、研究開発費1億88百万円（同20百万円増）を中心に販売管理費が12億89百万円（同60百万円増）となり、減益の主因となった。

◆新市場（生産機）への取り組み状況について—サムコ第3の成長期に向けて

これまでの当社の成長の軌跡を振り返ると、第1の成長期（1979年から1995年）、第2の成長期（1996年から2001年）を経て、現在は第3の成長期の過程にある。この間第1の成長期では「創業時の壁」に、第1の成長期から第2の成長期にかけては企業戦略変更と市場の絞り込みに伴う混乱から「第二の踊り場」に遭遇した。現在の第3の成長期では、2001年のJASDAQ市場上場のあとITバブルに遭遇し、さらに2002年から2006年までの4年間にわたる長い壁にぶつかることとなった。同業他社がITバブルから比較的早く業績を回復したのに対し、当社が長く低迷から脱し得なかったのは「生産機市場の壁」にぶつかり、しかもこの生産機の開発から受注・販売までの期間を読み誤ったためである。

当社はこの間、生産機市場への本格参入を目指して、社名変更（2004年）、生産機事業部新設（2005年）、生産用途向け製品Cシリーズの開発、製品サービスセンターの新設（2006年）等に努めてきた。

これらの製品力・価格競争力の向上強化策、サービス体制強化策が最近ようやく結実している。受注および受注残の劇的变化（2006年2月から受注が急増、2006年7月の受注残は12億円台、前年同月比48%の大幅増と過去最高の水準）、さらに重要取引先への納入開始、リピートオーダーが相次ぎ始まる等、Cシリーズが受注増、売上増に本格的に寄与するようになってきている。

2007年7月期からはこの「失われた4年」からの復活が十分期待される場所である。

◆2007年7月期重点方針

生産機市場への販売拡大、海外市場の開拓、受注出荷の平準化、の3点を当期の重点方針に掲げた。

生産機市場への販売拡大については、生産用途向け装置Cシリーズ（エッチング装置、CVD装置、クリーニング装置）のラインアップが出そろい、顧客に対し幅広いソリューション提供が可能になっている。

2番目の海外市場の開拓については、海外売上高比率を2007年7月期は25%、2009年7月期には30%達成の目標を掲げ、海外サービス拠点の強化を図っていく。既にLEDや電子部品分野で中国・韓国・台湾の需要が急速に拡大しており、その中で、2004年11月開設の上海事務所は、中国市場におけるサービス・販売の拠点として本格活動を開始している。また、北米市場でも大学・ナノテク関連、光通信関連の需要が回復しているところである。

なお、やや長期的視点に立って、Cシリーズのマーケットごとの需要動向を見ても、LED・LD市場、電子部品分野、シリコン分野いずれの市場においても堅調な需要増が期待される場所である。

3番目の受注・出荷の平準化は、社内的な取り組みであるが、上期：下期の売上高比率を従来の40：60から50：50となるよう、受注から出荷に至る一連の流れを見直し、月々の出荷の平準化を目指す。

◆中期経営計画と2007年7月期業績予想

2007年7月期から2009年7月期までの3カ年を対象とする中期経営計画では、既に述べたものと重複する部分もあるが、生産機市場におけるサムコブランドの確立、海外売上高比率30%の達成、利益を確保しつつ売上規模を拡大（売上総利益率50%-2006年7月期実績は47.2%、売上高60億円ー同30億79百万円、の達成）の3本を掲げた。

この中で、2007年7月期業績予想は、売上高38億円（前期比23%増）、経常利益4億60百万円、当期純利益2億76百万円と増収・増益の計画である。現在の旺盛な引き合い・受注状況、高水準の受注残高状況から見て、この業績予想は十分達成可能と考えている。

なお、2008年7月期、2009年7月期の売上高については各48億円、60億円、経常利益は各9億14百万円、12億63百万円、当期純利益は各5億49百万円、7億56百万円と予想している。

◆ 質 疑 応 答 ◆

足元の受注状況について、伺いたい。

装置単体の月間受注は、4億円前後の高水準で推移している。

2007年7月期予想における装置別売上高はどのくらいか伺いたい。

CVD装置が上期4億37百万円、下期6億27百万円、通期10億64百万円（前期比53.6%増）、エッチング装置が上期10億45百万円、下期8億17百万円、通期18億62百万円（前期比17.7%増）である。洗浄装置が上期2億28百万円、下期2億66百万円、通期4億94百万円（前期比25.7%増）、その他は通期で3億80百万円で合計38億円を予想している。

配当方針について伺いたい。

従来1株当たり12.5円で推移してきたが、2007年7月期は業績向上に伴い1株当たり15円に増配する予定である。その後についてもできれば連続増配したいと考えている。配当性向は30%をメドにしたい。

研究開発用途向け装置の今後の見通しについて伺いたい。

市場規模の成長はそれほど大きくないと予想している。したがって、研究開発用途向け装置の売上は微増

で、生産機の売上が大きく寄与していることが予想されるため売上高構成比では減少する見通しである。

中期計画は、売上、利益共に強気の計画であるが、下方修正はないか伺いたい。

当社の収益構造は、売上高経常利益率が約50%を維持している。そのため、売上規模が拡大すればその比率以上に利益が拡大する。従来との違いは足元の受注、受注残が力強いことで、中期計画達成には自信を持っている。

(平成18年9月21日・東京)