



JV33 Series



JF-1631



Textile Jet
Tx3-1600

2009年3月期第2四半期 決算説明会

2008年11月19日（水）



証券コード:6638



目次

当第2四半期累計期間決算概要……	P.2
今期の予想……	P.11
当社の経営戦略……	P.17

当第2四半期累計期間決算概要

1. 損益の状況

(単位:百万円、%)

	2007/9 (前年同期)		2008/9		増減率
	金額	百分比	金額	百分比	
売上高	13,960	100.0	13,242	100.0	△5.1
売上総利益	6,260	44.8	5,957	45.0	△4.8
販管費	5,359	38.3	5,405	40.8	0.9
営業利益	901	6.5	551	4.2	△38.8
営業外収益	188	1.3	123	0.9	△34.7
営業外費用	75	0.5	75	0.6	0.1
経常利益	1,014	7.3	599	4.5	△40.9
四半期純利益	669	4.8	314	2.4	△53.1
為替 レート	米ドル	119.33円	106.11円		
	ユーロ	162.30円	162.68円		

2. 経常利益の主な増減要因

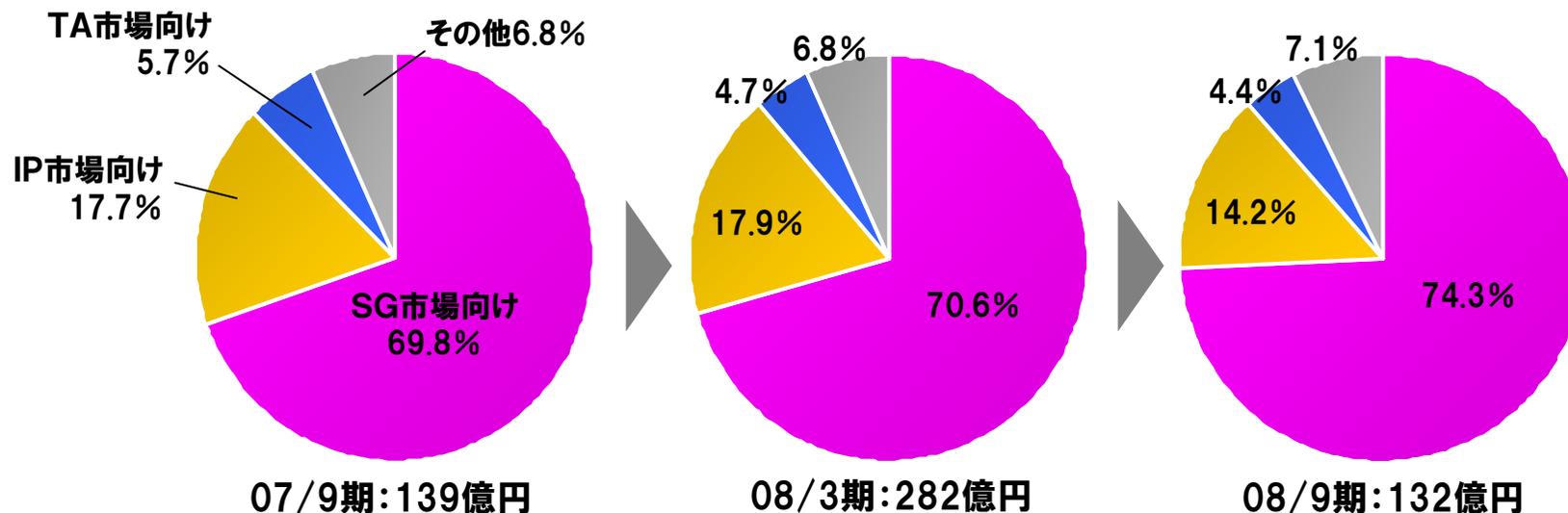
主な増減要因	増減額 (百万円)	コメント
売上減少による 売上総利益減少	△321	製品本体△851M、インク+227M(為替による売上押下げ作用を含む) (期中平均レート: \$ 13.22円高、€0.38円安)
原価率改善による 売上総利益増加	18 ※(240)	原価率約0.2ポイント改善 ※(有償製品補修費用の原価算入分222Mを除いた場合、原価率は約1.8ポイント改善。)
販管費増加	△45 ※(△268)	人員増に伴う給料手当及び研究開発費の増加等が主因 ※(有償製品補修費用の原価算入分222Mを含めた場合)
為替差益減少	△83	前年同期137M⇒当上半期54M
営業外収益増加	17	雑収入の増加等
経常利益	△414	

※当期より、有償製品補修費用を販管費から売上原価へ計上する方法に変更したため、()内には従来方法での比較を記載しております。

3. 機種群別売上高

(単位:百万円、%)

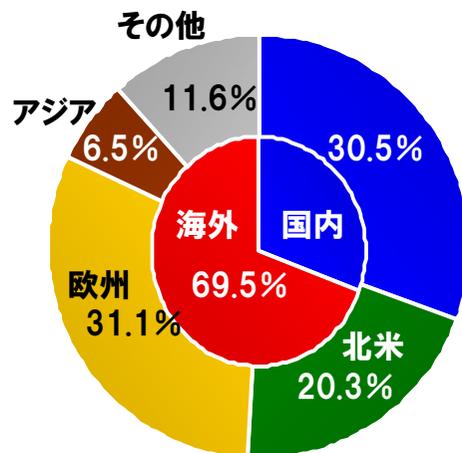
	2007/9(前年同期)		2008/9		
	売上高	構成比	売上高	構成比	増減率
SG市場向け	9,737	69.8	9,844	74.3	1.1
IP市場向け	2,474	17.7	1,880	14.2	△24.0
TA市場向け	802	5.7	575	4.4	△28.3
その他	945	6.8	941	7.1	△0.4
合計	13,960	100.0	13,242	100.0	△5.1



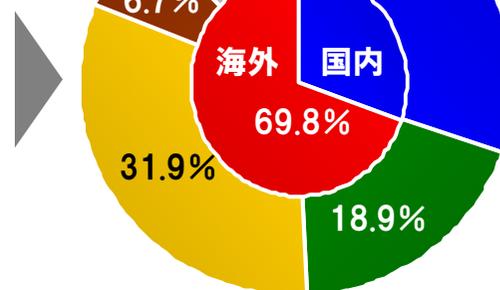
4. エリア別売上高

(単位:百万円、%)

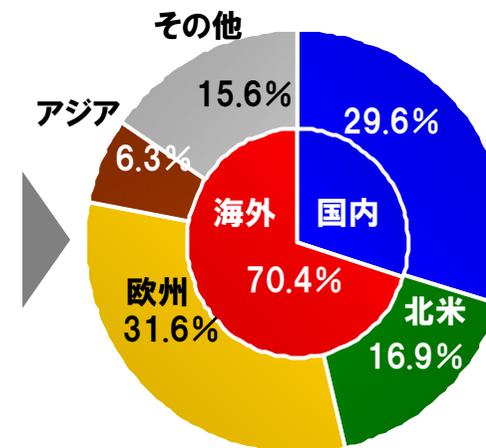
		2007/9(前年同期)		2008/9		
		売上高	構成比	売上高	構成比	増減率
■	国内	4,251	30.5	3,922	29.6	△7.7
■	北米	2,831	20.3	2,230	16.9	△21.2
■	欧州	4,351	31.1	4,181	31.6	△3.9
■	アジア	906	6.5	837	6.3	△7.6
■	その他	1,619	11.6	2,071	15.6	27.9
合計		13,960	100.0	13,242	100.0	△5.1



07/9期:139億円



08/3期:282億円

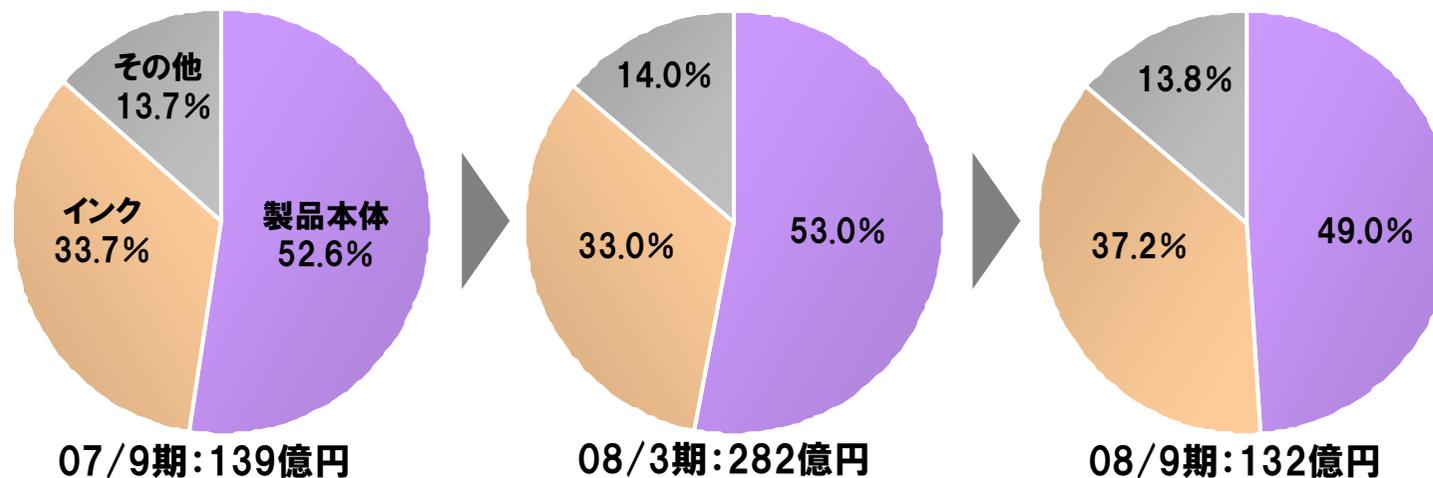


08/9期:132億円

5. 製品別売上高

(単位:百万円、%)

	2007/9(前年同期)		2008/9		
	売上高	構成比	売上高	構成比	増減率
製品本体	7,337	52.6	6,486	49.0	△11.6
インク	4,704	33.7	4,932	37.2	4.8
その他	1,918	13.7	1,824	13.8	△4.9
合計	13,960	100.0	13,242	100.0	△5.1



6-1. 要約貸借対照表

〔資産の部〕

(単位:百万円)

	2008/3	2008/9	増減額
現金及び預金	3,432	2,823	△609
受取手形・売掛金	4,368	3,907	△461
たな卸資産	7,647	8,538	891
その他	1,463	1,389	△74
流動資産合計	16,912	16,659	△253
有形固定資産	5,744	6,565	820
無形固定資産	331	768	437
投資その他の資産	862	896	33
固定資産合計	6,939	8,230	1,291
資産合計	23,851	24,890	1,038

• 設備投資等に伴う
キャッシュ・アウト

• 売上伸び悩みに伴う
減少

• 新製品発売開始による
政策的な在庫積増し

• 加沢工場増築、中国
工場新築による建物
等の増加

• のれん、特許権の増
加

6-2. 要約貸借対照表

〔負債・純資産の部〕

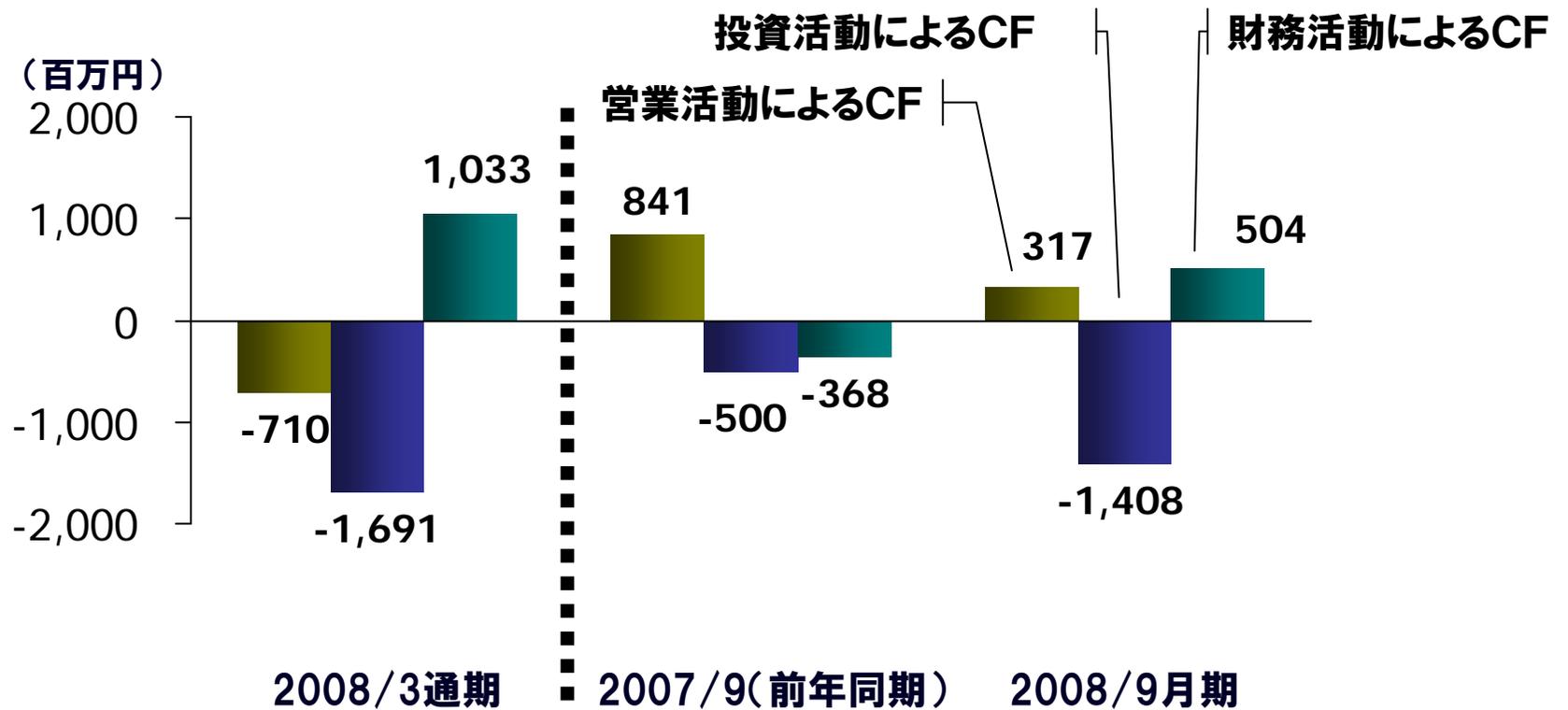
(単位:百万円)

	2008/3	2008/9	増減額
支払手形・買掛金	6,191	5,533	△658
短期借入金・ 1年内予定長期借入金	5,585	6,422	836
その他の	2,797	3,264	467
流動負債合計	14,574	15,220	645
長期借入金	575	347	△228
その他の	398	763	364
固定負債合計	973	1,110	136
負債合計	15,548	16,330	782
純資産合計	8,303	8,559	256
負債、純資産合計	23,851	24,890	1,038

・売上伸び悩みによる
減少

・短期借入金の増加

7. キャッシュフローと設備投資額



設備投資額	1,765百万円	514百万円	1,307百万円
減価償却費	987百万円	451百万円	585百万円
研究開発費	1,192百万円	579百万円	731百万円

今期の予想

8-1. 今期の予想

(単位:百万円、%)

	2008/3		2009/3予想		増減率
	金額	百分比	金額	百分比	
売上高	28,235	100.0	28,187	100.0	△0.2
売上総利益	13,048	46.2	12,234	43.4	△6.2
営業利益	1,959	6.9	740	2.6	△62.2
経常利益	1,710	6.1	895	3.2	△47.7
当期純利益	984	3.5	486	1.7	△50.6
設備投資額	1,765	6.3	1,599	5.7	△9.4
研究開発費	1,192	4.2	1,339	4.8	12.3
為替 レート	米ドル	114.28円	105.00円		
	ユーロ	161.52円	152.00円		

8-2. 経常利益の主な増減要因(33期実績vs修正計画)

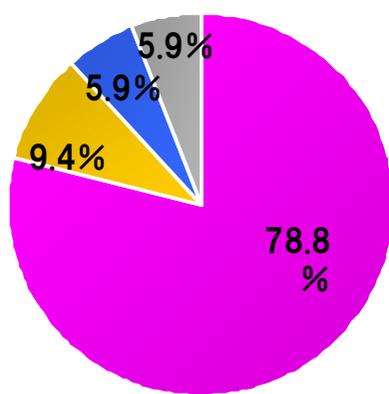
主な増減要因	増減額 (百万円)	コメント
売上減少による 売上総利益減少	△22	IP市場向け:約6億円の減少(為替による売上押下げ作用(約6.6億円)を含む) (期中平均レート: \$ 8.72円高、€4.18円高)
原価率悪化による 売上総利益減少	△791 ※(△358)	原価率約2.8ポイント悪化(為替の影響も含む) ※(有償製品補修費用の原価算入分433Mを除くと、原価率は約1.8ポイントの悪化)
販管費増加	△405 ※(△836)	人件費が約5億円、支払手数料・減価償却費が約2億円、研究開発費が約1.5億円増加 ※(有償製品補修費用の原価算入分433Mを含めた場合)
営業外収益増加	225	主に為替予約による為替差益の増加
営業外費用減少	179	主に前期実績で為替差損計上したことによる
経常利益	△814	

※当期より、有償製品補修費用を販管費から売上原価へ計上する方法に変更したため、()内には従来方法での比較を記載しております。

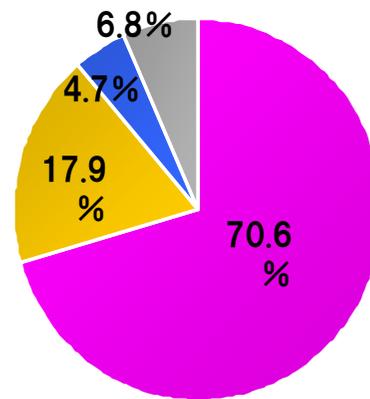
9. 機種群別売上高

(単位:百万円、%)

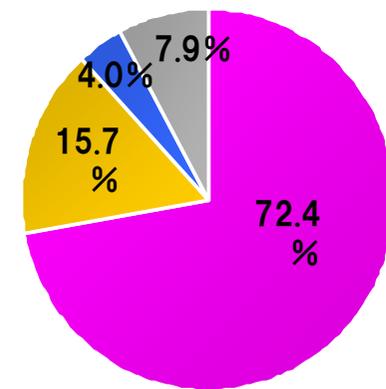
	2007/3 売上	2008/3 売上	2009/3 予想 売上	増減率
SG 市場向け	18,387	19,950	20,405	2.3
IP 市場向け	2,180	5,041	4,414	△12.5
TA 市場向け	1,385	1,327	1,138	△14.3
その他	1,384	1,915	2,230	16.4
合計	23,337	28,235	28,187	△0.2



2007/3:233 億円

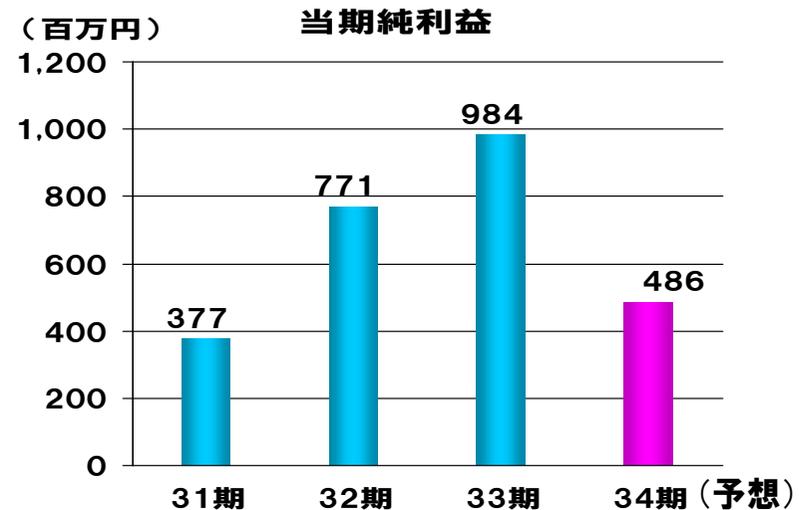
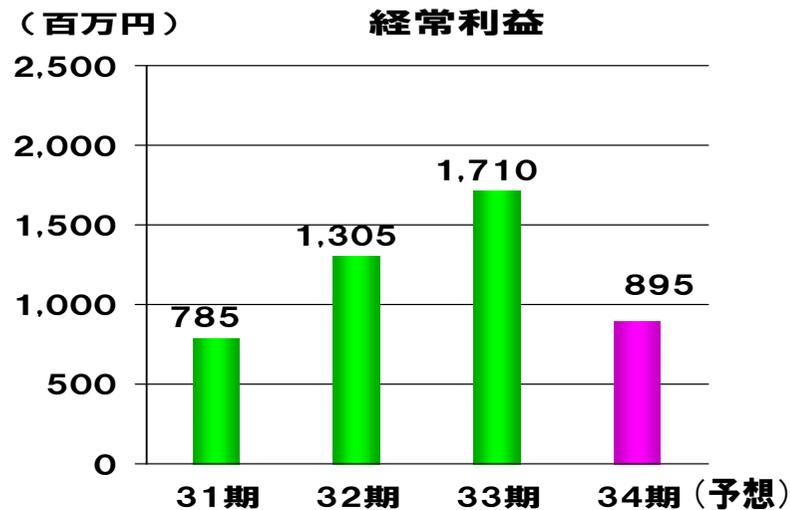
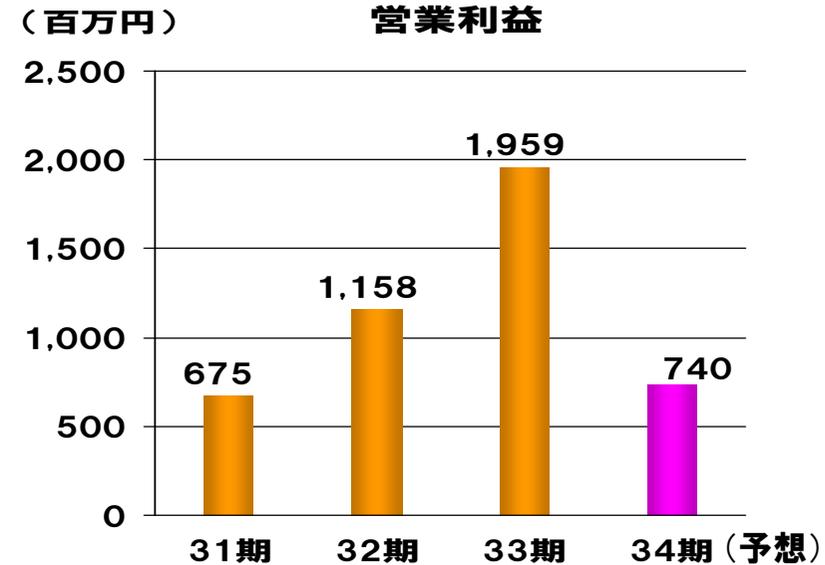
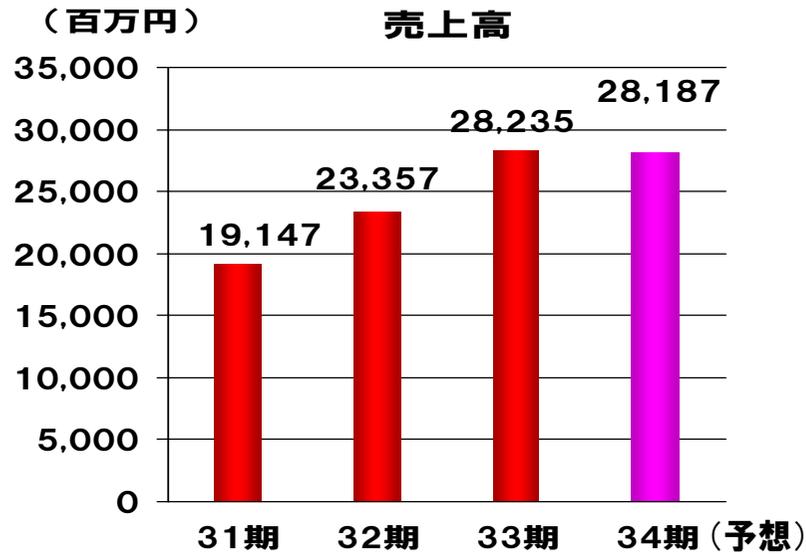


2008/3:283 億円



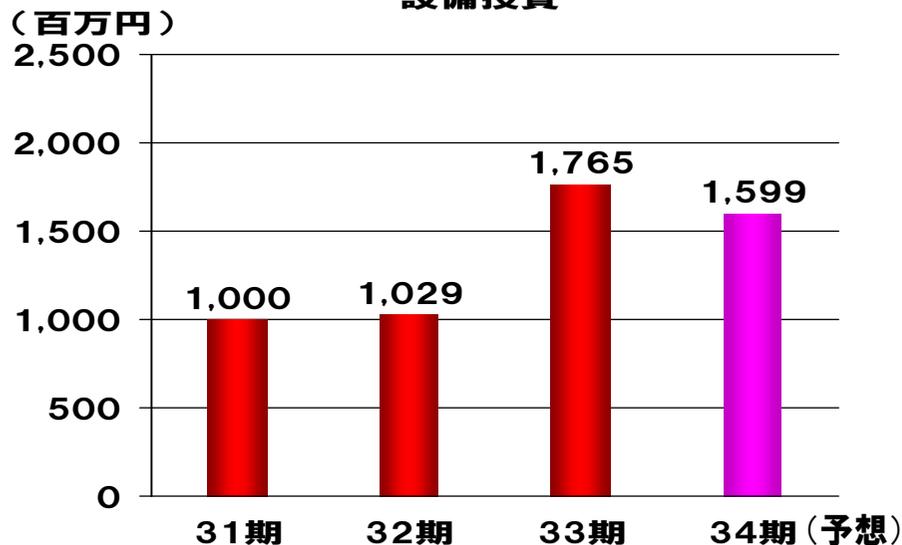
2009/3(予):281 億円

10. 売上高、営業利益、経常利益、当期純利益

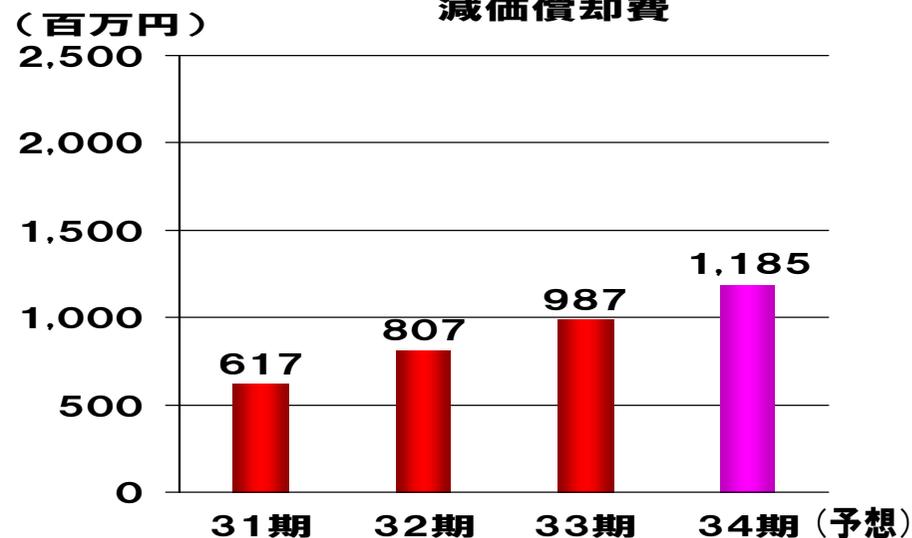


11. 設備投資、減価償却費、研究開発費

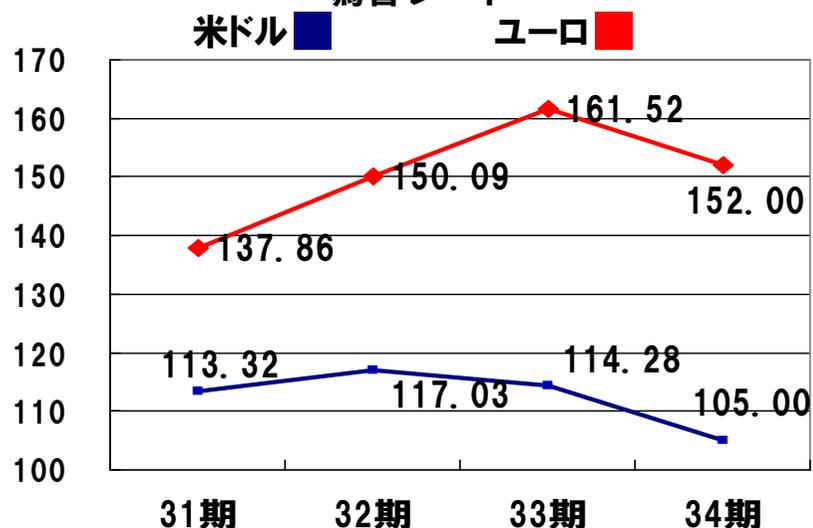
設備投資



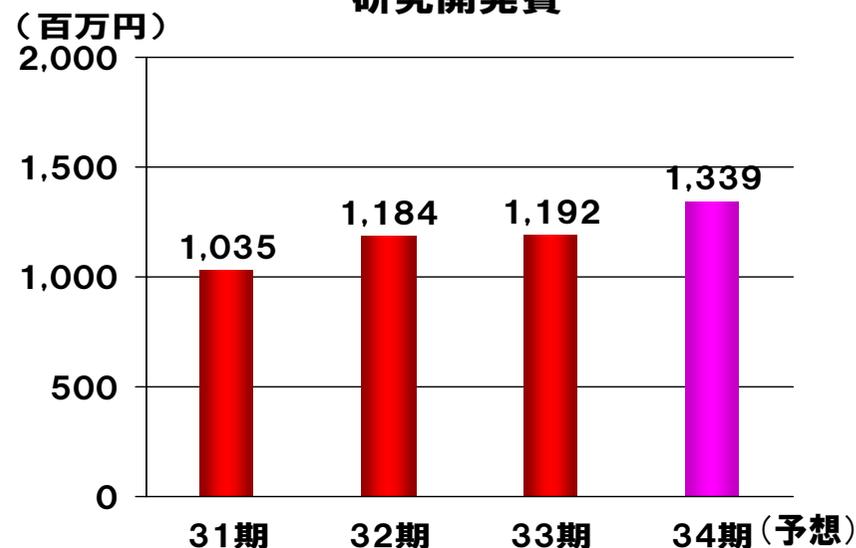
減価償却費



為替レート



研究開発費



当社の経営戦略

12-1. 3Q以降の施策(経営戦略)

全社戦略

全社一丸となり、急激な環境変化にスピーディーに対応しV字回復を目指す。

販売戦略

- ✓ 市場環境を再チェックし、エンドユーザーの声が聞こえる体制整備
- ✓ エリア別販売戦略の見直し
- ✓ AP(アジア・パシフィック)エリアへの積極的な拡販
- ✓ IP市場向けの販売チャンネル構築のための具体的施策実施

生産戦略

- ✓ 原材料価格の上昇を吸収し、トータル製造原価の低減
- ✓ 需要変動のスピーディーに対応するための体制

開発戦略

- ✓ 新製品初期流動管理期間の短縮とスピーディーな対応
- ✓ 既存製品のMTBF向上。
- ✓ V字回復に貢献する新製品開発

管理戦略

- ✓ 従業員満足度(ES)向上
- ✓ 管理情報のより木目細やかな分析及びタイムリーなフィードバック

12-2. 3Q以降の施策

ワールドワイドな展開強化

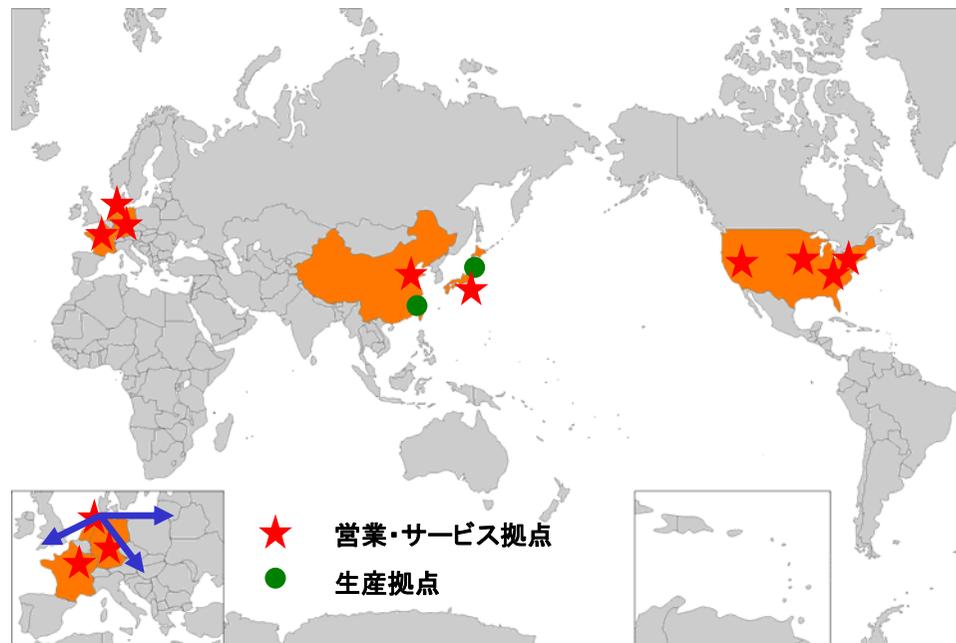
中国での生産体制の構築と
ワールドワイドな営業拠点の充実

- 2008年10月御牧噴墨打印科技(浙江)有限公司でのインク生産開始
- 日米欧に次ぐ中国の販売拠点の設置

アジア地域

中国でのIP市場向け本格参入

- 2009年春を目処に上海市周辺に販売子会社を設立
- 現状、同国ではSG市場向けが中心であったが、今後IP及びTA市場向けのマーケット開拓を進める。



12-3. 3Q以降の施策

ワールドワイドな展開強化

欧米地域

欧州地域での販売会社の子会社化

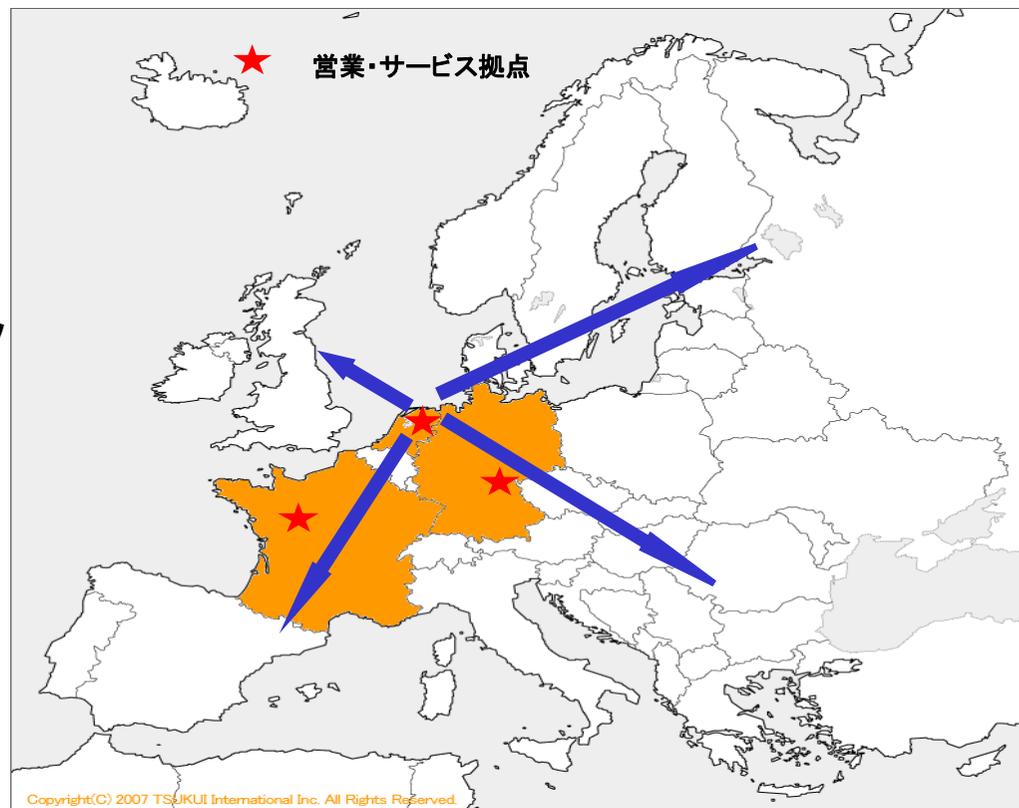
- 2008年7月、ドイツの販売会社を子会社化(Mimaki-nbn GmbH)により、ドイツ市場での販売力強化を図る

MIMAKI USA, INC.の増資

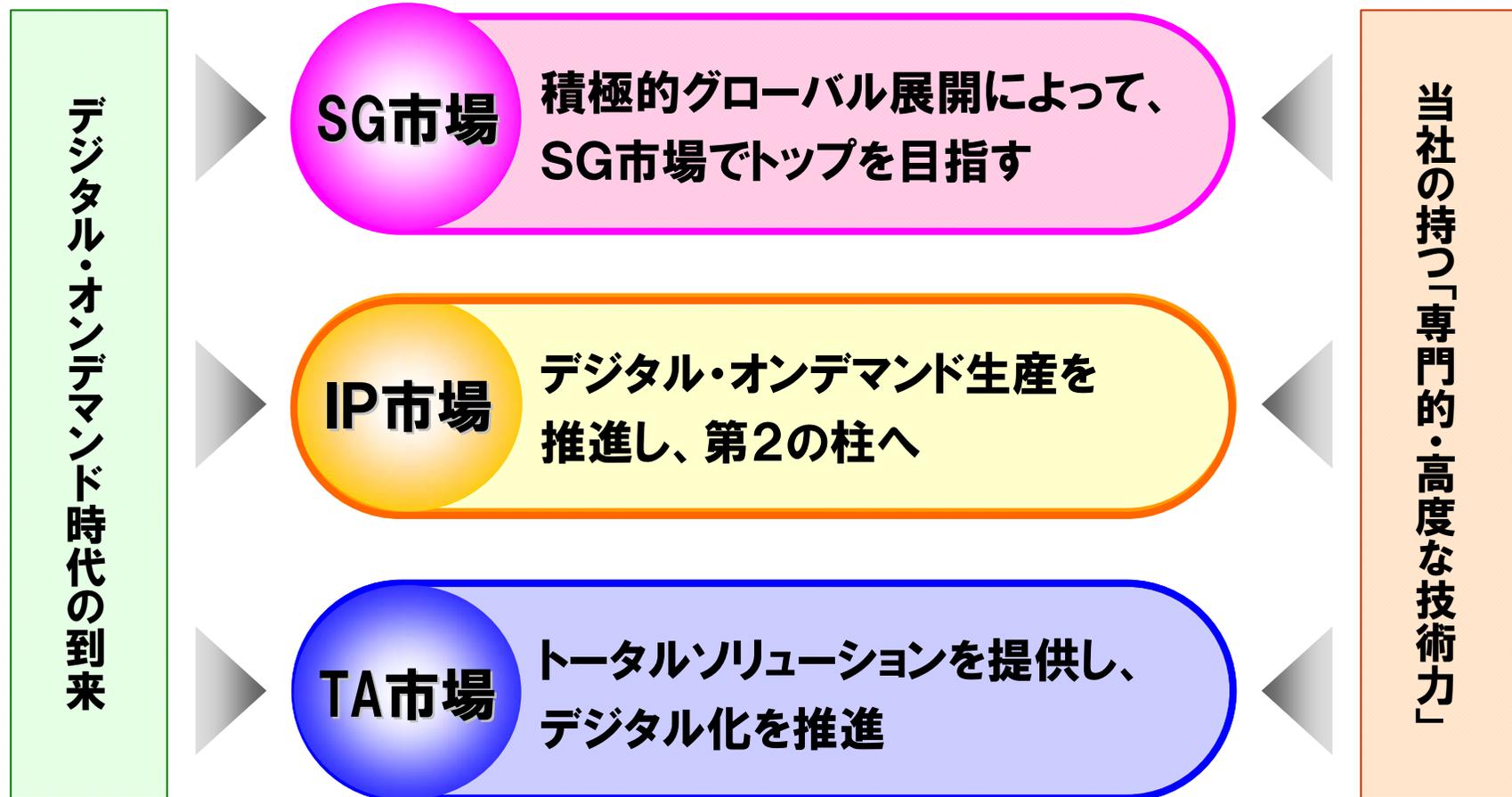
- 2008年12月、自己資本の充実により財務基盤を固め、営業・サービス体制を強化する

欧州地域でのサービス体制強化

- 2009年1月、MIMAKI EUROPE B.V.のフランス支店を開設し、テクニカルサポート体制の強化を図る



13. 機種群別経営戦略



14-1. 事業戦略－SG市場向け

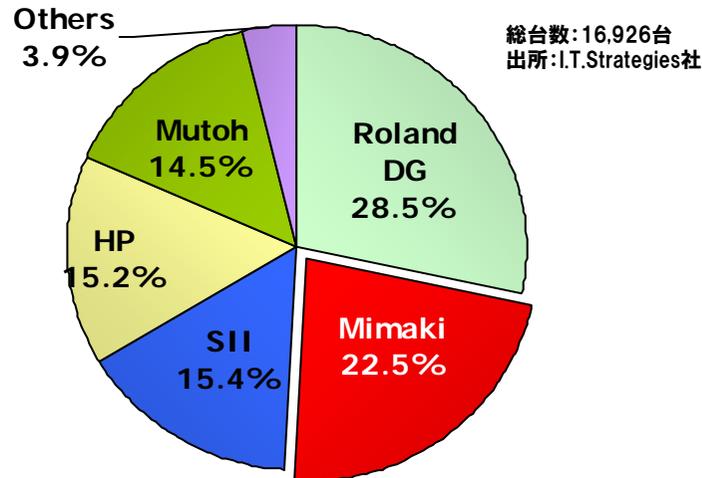
商品戦略

- ✓ 環境にやさしいUVインク採用のロールプリンタ商品化
- ✓ 省エネLED UVランプ採用のプリンタ商品化
- ✓ 新興国市場向け商品の対応
- ✓ エントリーモデルシリーズのラインナップ

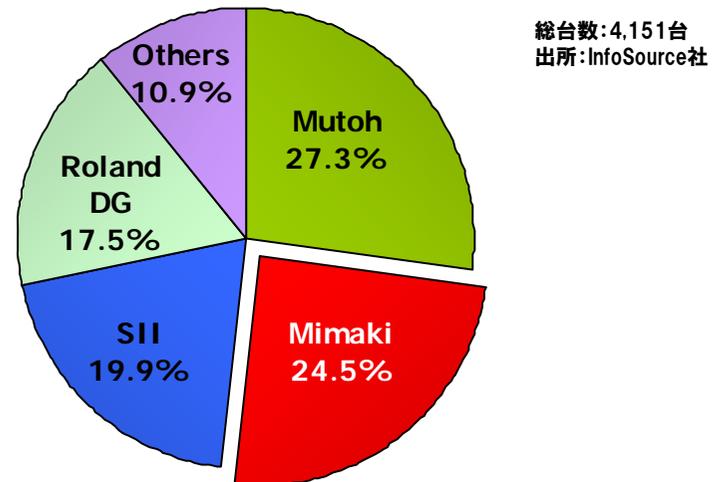
販売戦略

- ✓ フレキシブルUVインク採用プリンタによるサイン市場での用途開発を推進
- ✓ エントリーモデルシステムの提案と新興国市場開拓

米国ソルベントインクジェットプリンタ
2006年設置台数シェア



EU市場ソルベントインクジェットプリンタ
2007年販売台数シェア(60インチ以上)

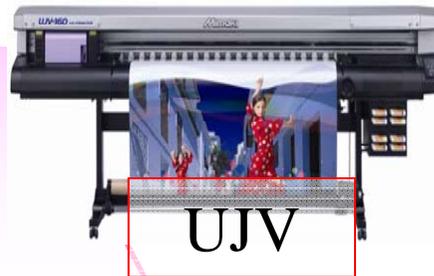


14-2. 事業戦略－SG市場向け

ヘビーユーザー向けモデル



UVインクモデル



エントリーモデル



プリント&カット

- ✓ UJV-160の3M社とのコラボレーション推進(柔軟UVインクと一部の3M製フィルムの組み合わせにより推奨の方法で施工された場合、MCS(Matched Component System)を提供予定。)
- ✓ エントリーモデルインクジェットプリンタのBRICs・VISTA等新興国への拡販拡充
- ✓ 中国での新興国向け廉価機生産立ち上げに向けての取組み

プリント&カットで新しい
マーケット(ラベル印刷)
へも参入

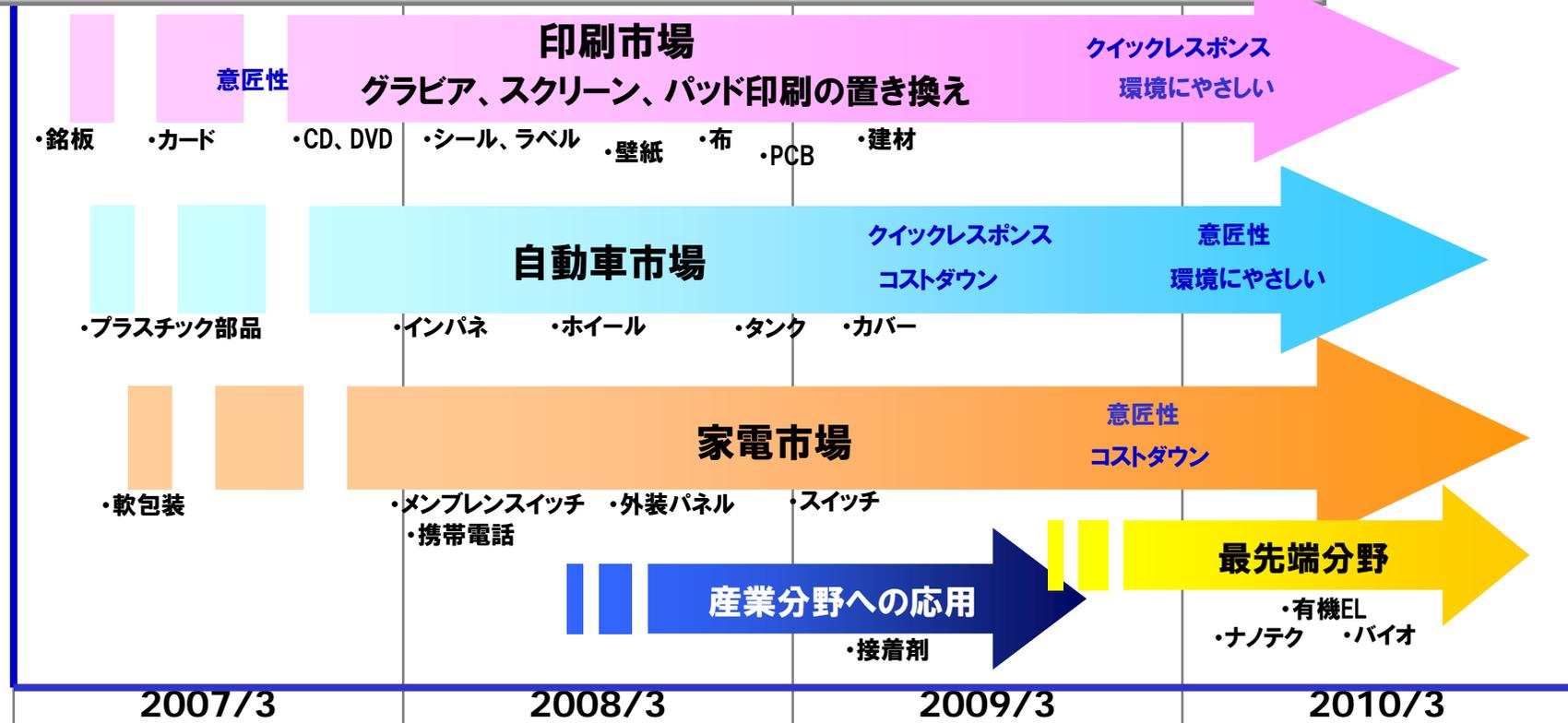
15-1. 事業戦略－IP市場向け

商品戦略

- ✓ 大型フラットベッドプリンタ, UVシールプリンタ, 3次元ソリッドプリンタ等IP市場ニーズに応えるプリンタの開発
- ✓ エコ・グリーンを広めるUVインク商品の拡充

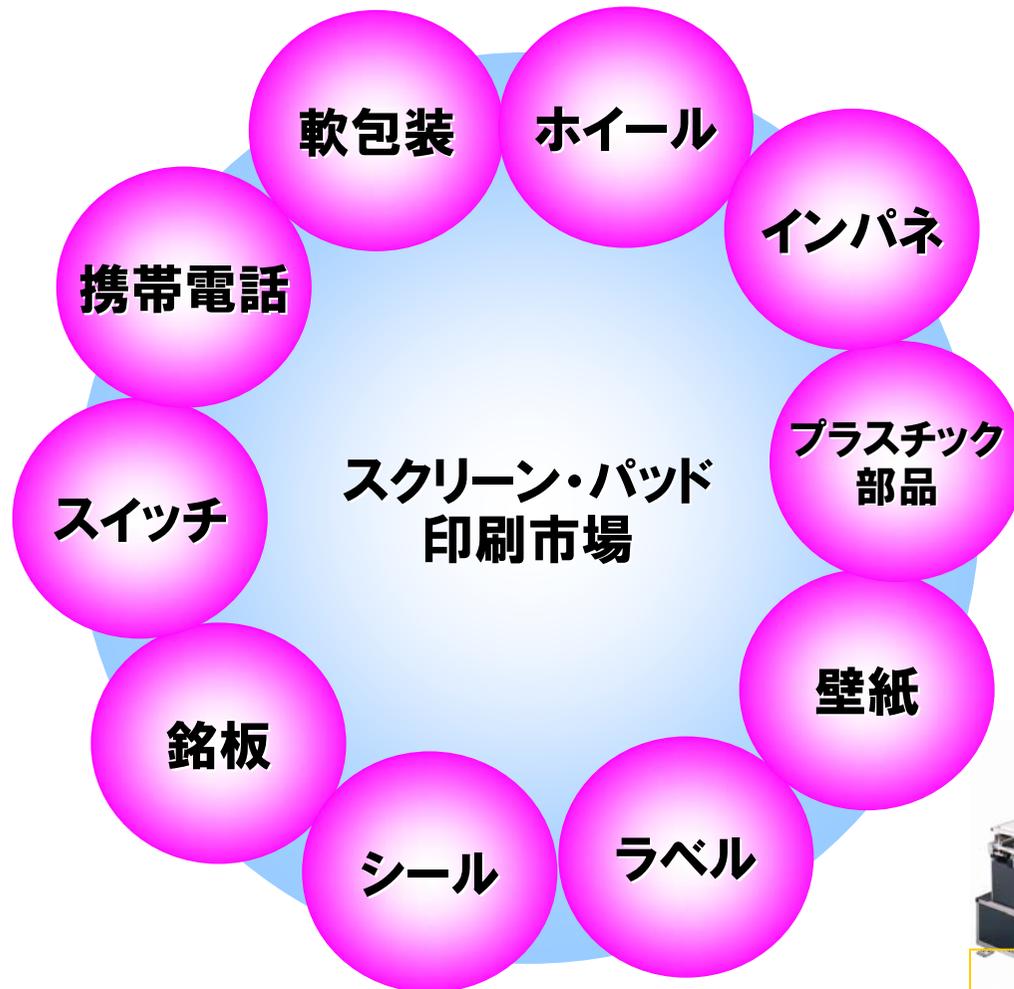
販売戦略

- ✓ 認定デモサイトの設置と**使ってみる化**の継続推進
- ✓ スクリーン/パッド印刷市場へのデジタル化推進



15-2. 事業戦略－IP市場向け

スクリーン・パッド印刷市場へのデジタル化推進



- ✓ スクリーン印刷市場開拓強化
- ✓ UJF-605C IIの“使ってみる化”推進



UJF-605C II

- ✓ 主に国内で得た製品販売ノウハウを欧州地域へ伝承
- ✓ APエリアの販売チャンネル開拓支援



IPF-1610



JF-1631

16-1. 事業戦略－TA市場向け

商品戦略

- ✓ 既存生産地への高速プリンタの開発
- ✓ 低価格捺染インク・高発色昇華インク等の開発
- ✓ Tシャツカウンタービジネスにマッチしたプリンタの開発

販売戦略

- ✓ スポーツアパレル市場へのデジタル化推進
- ✓ プリントサービスパートナーの新規開拓
- ✓ 高速プリンタによる既存生産地への販売強化
- ✓ デジタル捺染のランニングコスト低減訴求

16-2. 事業戦略—TA市場向け



Tx3-1600

デジタル捺染

昇華転写 ダイレクトプリント

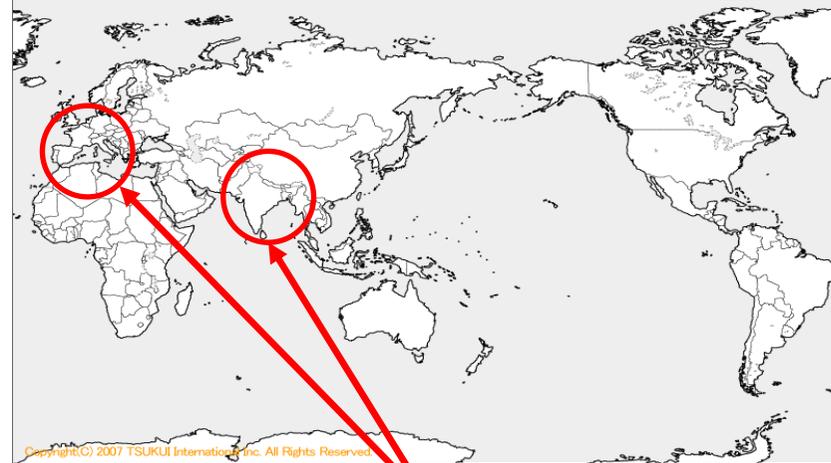


布地へのダイレクト
プリント:DS



縫製品へのダイレク
トプリント:GP

TA市場の二極化



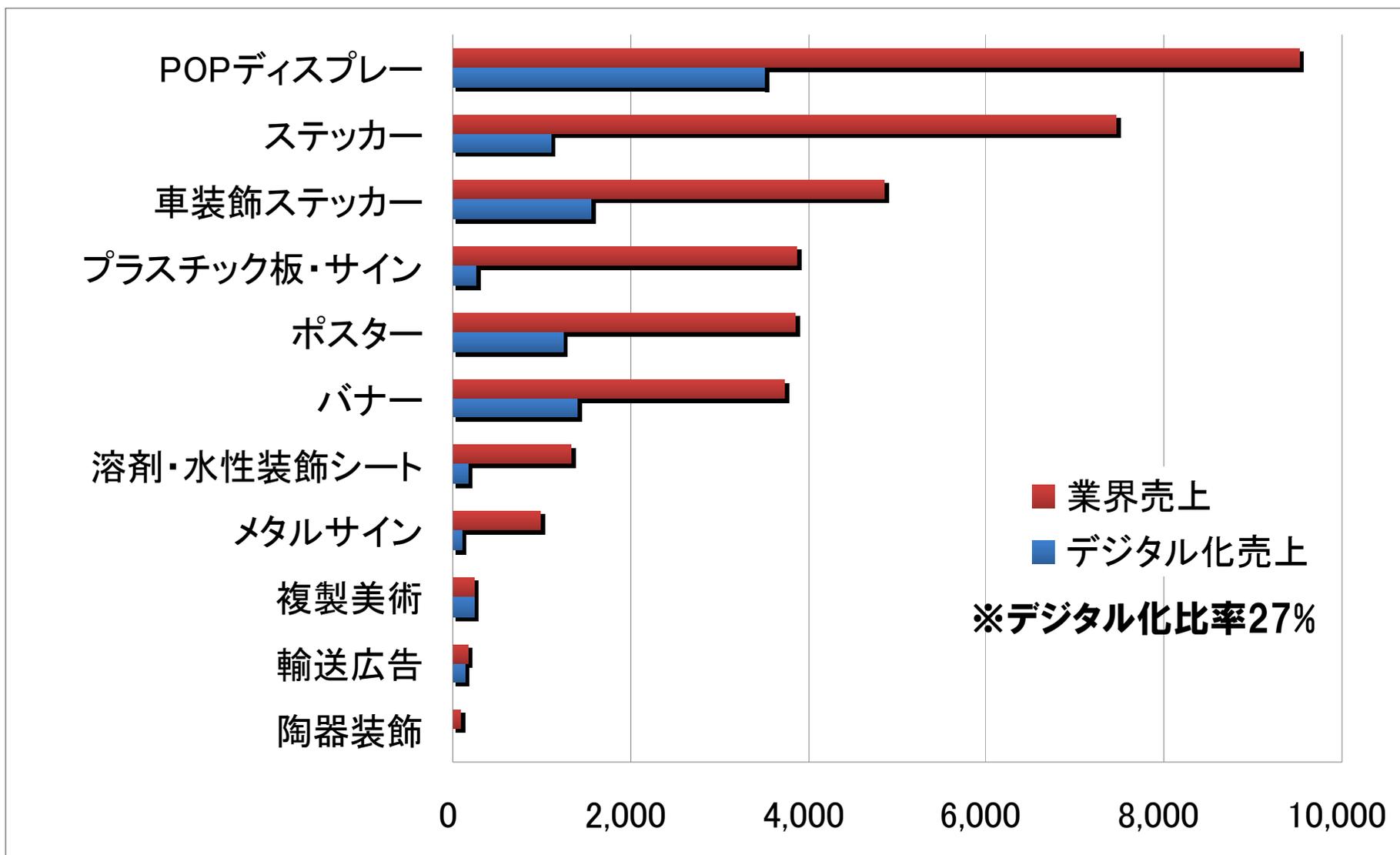
【既存生産地】

- ✓ 前処理後処理のノウハウあり。
- ✓ 高速プリンターのニーズ

【その他の地域】

- ✓ 前処理後処理のノウハウなし。
- ✓ 前処理後処理を含めた捺染システムの提供

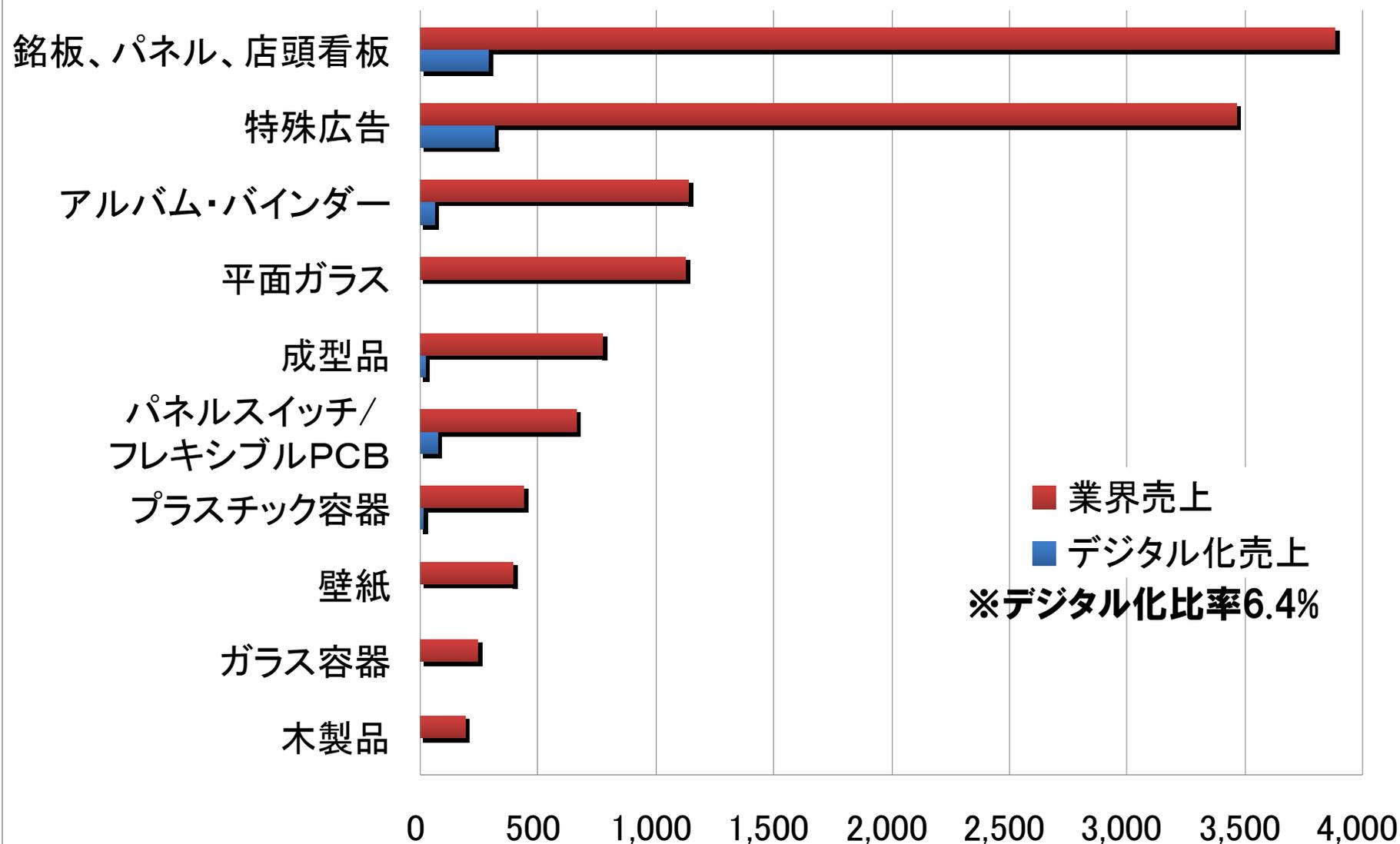
17-1. USA SGデジタル進行度



I.T.Strategies社2007年10月調査データによる

単位: M\$

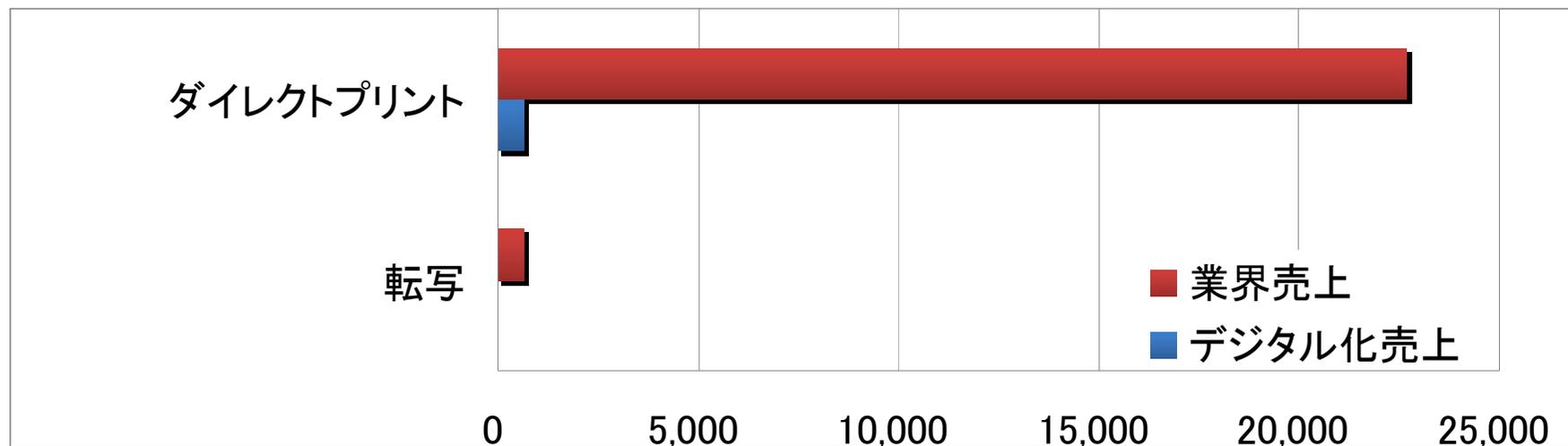
17-2. USA IPデジタル進行度



I.T.Strategies社2007年10月調査データによる

単位: M\$

17-3. USA TAデジタル進行度



単位: M\$

※デジタル化比率2.8%

I.T.Strategies社2007年10月調査データによる

本資料に関するお問合せ先

株式会社 **ミマキエンジニアリング**

IR・広報部

TEL 0268 (64) 2281

E-mail mimaki-ir@mimaki.jp

〔本資料お取扱い上のご注意〕

本資料は、株式会社ミマキエンジニアリング(以下、当社)を理解いただくため、当社が作成したもので、当社への投資勧誘を目的としておりません。

本資料を作成するに当たっては正確性を期すために慎重に行っておりますが、完全性を保証するものではありません。本資料中の情報によって生じた障害や損害については、当社は一切責任を負いません。

本資料中の業績予想ならびに将来予測は、本資料作成時点で入手可能な情報に基づき当社が判断したものであり、潜在的なリスクや不確実性が含まれています。そのため、事業環境の変化等の様々な要因により、実際の業績は言及または記述されている将来見通しとは大きく異なる結果となることをご承知おきください。