

2349 エヌアイデイ

小森 俊太郎 (コモリ シュンタロウ)

株式会社エヌアイデイ社長

中期経営計画の重点戦略として「自動車 CASE 戦略」に注力

◆ES 事業と ICT 事業が売上高に貢献

当社グループは、当社と連結子会社 3 社で構成されている。3 社はすべて 100%子会社となっており、NID・MI は、千葉県船橋市と香取市において、エンベデッドソリューション事業(ES 事業)、ICT イノベーション事業(ICT 事業)、フィナンシャルシステム事業(FS 事業)、その他事業を行っている。NID 東北は、宮城県仙台市において、ES 事業、ICT 事業を行っている。NID・IE は、東京都新宿区において、その他事業を行っている。

2018 年 3 月期第 2 四半期の連結売上高は 86 億 20 百万円(前年同期比 4.5%増)、営業利益は 7 億 72 百万円(同 2.6%増)、経常利益は 8 億 55 百万円(同 6.0%増)、親会社株主に帰属する四半期純利益は 5 億 76 百万円(同 6.9%増)となった。売上高は前年同期比 3 億 72 百万円増となっており、ネットワークソリューション事業(NS 事業)が減収となったものの、ES 事業および ICT 事業が大きく貢献した。営業利益は前年同期比 19 百万円増となっており、このうち増収による増益は 75 百万円であった。売上総利益率の改善による増益は 8 百万円となっており、原価率改善で 63 百万円増となったものの、不採算案件の発生で 55 百万円減となった。販管費の増加による減益は 64 百万円となった。

貸借対照表については、利益剰余金が前期末比で 3 億 56 百万円増加した。キャッシュフローについては、売上債権の回収が図られたことで、営業キャッシュフローが大きく改善した。投資キャッシュフロー、財務キャッシュフローに大きな動きはない。この結果、現金および現金同等物の期末残高は前期末比で 10 億 7 百万円増加し、81 億 50 百万円となった。

◆ES 事業で不採算案件が発生

ES 事業は、トヨタグループ、パナソニックグループ、キャノングループ、フクダ電子グループなどが主要顧客であり、当期の売上高は 13 億 87 百万円(前年同期比 8.4%増)、営業利益は 37 百万円(同 46.9%減)となった。売上高については、メディカルシステム分野が半減したものの、カーエレクトロニクス分野の大幅な伸びでカバーすることができた。営業利益の減少は、不採算案件の発生による。

ICT 事業は、ソニーグループ、ANA グループ、東北電力グループ、森永乳業グループなどが主要顧客であり、当期の売上高は 18 億 93 百万円(前年同期比 13.8%増)、営業利益は 1 億 61 百万円(同 15.4%増)となった。売上高については、モバイル分野は減収となったものの、社会インフラ分野、ホームエレクトロニクス分野は大きく伸びた。営業利益も増収を受けて順調に増加している。

FS 事業は、SOMPO グループ、全労災グループ、フコク生命グループ、みずほフィナンシャルグループなどが主要顧客であり、当期の売上高は 20 億 53 百万円(前年同期比 1.2%増)、営業利益は 3 億 27 百万円(同 17.9%増)となった。売上高については、生保・損保分野が増収となったものの、これ以外は減収となった。得意分野である生保・損保分野にリソースを集中したためであり、この結果、生産性が高まり、利益が大きく伸びた。

NS 事業は、ANA グループ、SOMPO グループ、NHK グループなどが主要顧客であり、当期の売上高は 25 億 5

百万円(前年同期比 1.1%減)、営業利益は 1 億 82 百万円(同 20.5%減)となった。売上高は、運輸分野が堅調に推移したことで微減にとどまったが、販管費の増加、高採算のスポット案件の終了により、営業利益は大幅な減益となった。

その他事業は、売上高が 7 億 80 百万円(前年同期比 5.3%増)、営業利益が 43 百万円(同 86.9%増)となった。売上高については、人材派遣分野が増加傾向にある。営業利益については、厳しい状況が続いていたが、生産性の向上、受注条件の改善などに取り組んだことで、黒字化が定着した。

◆環境変化に備えた投資を実施

下期の環境としては、上期同様、大企業の IT に対する投資意欲が拡大すると見ているが、企業によって重点分野に偏りがあるため、特定分野の技術者の不足感が強まると予想している。

今期からスタートした中期経営計画では、最終年度となる 2020 年 3 月期の連結売上高 200 億円、営業利益 20 億円を目標に掲げ、AI 戦略、クラウド・インテグレーション戦略、IoT & スマートファクトリー戦略、自動車 CASE 戦略、プライムアカウント戦略に注力している。

2018 年 3 月期の連結売上高は 180 億円(前期比 1.8%増)、営業利益は 16 億 20 百万円(同 11.7%減)、経常利益は 17 億 20 百万円(同 12.6%減)、親会社株主に帰属する当期純利益は 11 億 90 百万円(同 8.8%減)を予想しており、環境変化に備えた先行投資を行うことから、増収減益となる見込みである。

通期業績予想については、期初予想を変更していないが、セグメント別の数値は修正している。最も大きく修正したのは ES 事業であり、上期の結果と案件の受注状況を踏まえ、売上・利益ともに下方修正した。一方で、ICT 事業、FS 事業、NS 事業を上方修正したため、結果的に期初予想の数値となった。

下期の見通しとして、ES 事業については厳しい状況が続くと見ており、下期の業績予想を下方修正した。カーエレクトロニクス分野では、マーケットの拡大と技術革新が続いているため、当社としては、この分野に戦略的に注力していきたいと考えている。なお、上期に発生した不採算案件の影響は、既に収束している。ICT 事業については、上期に受注が伸び、下期もこの流れは変わらないと見ている。足元の受注状況を勘案し、下期の業績予想を若干下方に修正したが、注力分野と位置付けている IoT 分野で受注確保を目指す。

FS 事業についても、基本的なトレンドは変わらないが、一部の顧客で不透明な部分があるため、下期の業績予想を若干下方に修正した。NS 事業については、突発的なトラブルがない限り、上期の業績が下期も引き継がれる積み上げ型のビジネスモデルとなっているが、固めに見て、下期の業績予想を若干下方に修正した。その他事業については、引き続き業務改善の効果が期待できるが、固めに見て、下期の業績予想を若干下方に修正した。

◆カーエレクトロニクス分野に注力

取締役 石井 廣

中期経営計画の大きな柱となるのは、カーエレクトロニクス分野である。自動車に搭載される部品の数が増えていくが、これら 1 つ 1 つにソフトが載っているため、近年、カーエレクトロニクス分野では、ハードよりもソフトの重要性が高まっている。現在、自動車業界を取り巻く環境は劇的に変化しており、自動車産業は歴史的な転換期にある。その要因は、大きく 2 つに分類される。1 つは、環境問題に起因する動力の変化であり、内燃機関を使わない電気自動車などにシフトする潮流がある。もう 1 つの要因としては、IoT 化の進展により、自動運転が大きな目標となっている。

こうした背景から、当社では、自動車 CASE 戦略を進めている。CASE は、コネクティビティ(接続性)、オートノマス(自動運転)、シェアード(共有)、エレクトリック(電動化)の頭文字を取った造語であり、これらの 4 要素が自動車産業を劇的に変化させると予測されている。

CASE の中で、最も早く自動車産業に取り入れられるのはコネクティビティである。当社は、クラウド連携として、

走行ビッグデータ連携、ナビアプリ配信、テレマティクスサービス(ネット経由でのサービス提供)を手掛けてきたが、今後はクラウドの先にある IoT 化を目指す。オートノマスについては、先進運転支援系(自動ブレーキ、車線変更支援、自動操舵、駐車支援)に実績があるが、これらは自動運転においてレベル1、2に区分される。今後は、車同士の連携、ビッグデータや AI の活用などにより、レベル3、4へと進み、自動運転が実現されていく。

シェアードについては、自動車分野での開発経験はないが、最近、都内で人気を集めているサイクルシェアリングのシステムは、立ち上げから保守に至るまで当社が担当しているため、この経験を自動車分野に生かしていきたい。エレクトリックについては、パワートレイン系に実績があり、既存の EFI エンジン以外に、HV、PHV、FCV の開発も行ってきた。単純に曲がる、止まる、動くだけではなく、充電制御、燃料電池制御、故障診断など、従来の範囲よりも先に進んだ分野を経験しているため、これらをベースとして積極的に取り組んでいく。

以上の4要素は、単独ではなくそれぞれが絡み合って1つのサービスになるという特色があり、一例としては、移動する空間を有効なものにすべく、情報系が進展していく。当社は、ナビゲーション、オーディオ、ヘッドアップディスプレイなど、IVI 分野での実績があるため、積極的に挑戦していきたい。また、自動車メーカーでは、複雑なソフトの開発環境、シミュレーション環境の構築に頭を悩ませているが、当社は、制御ソフトの開発環境構築、モデルベース開発の環境構築を広くサポートしている。

◆ 質 疑 応 答 ◆

自動車 CASE 戦略において、技術者不足への対応状況を伺いたい。

自動車業界では、開発手法としてモデルベース開発がスタンダードになりつつあるため、社内に開発環境を用意し、セミナーを実施しながら技術者の育成を進めている。また、クラウド連携やインフラとの通信には通信技術、自動車を中心に新たなサービスが展開される MaaS に到達するためには Web 系の技術も必要になるが、当社は既に、これらの技術者を有している。

CASE 戦略のターゲットを教えてください。

狙っているのは、自動車 OEM(メーカー)との直接取引であり、付随する Tier1 のサプライヤーが第2のターゲットとなる。

(平成29年11月15日・東京)

* 当日の説明会資料は以下の HP アドレスから見ることができます。

http://www.nid.co.jp/Portals/0/ir_pdf/51_2Qpresen.pdf