

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

新晃工業

6458 東証プライム市場

企業情報はこちら >>>

2022 年 12 月 20 日 (火)

執筆：客員アナリスト

宮田仁光

FISCO Ltd. Analyst **Kimiteru Miyata**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

新晃工業
6458 東証プライム市場

2022 年 12 月 20 日 (火)
<https://www.sinko.co.jp/ir/>

目次

■ 要約	01
1. 強みは設計から製造、販売、工事・サービスまでの一貫体制	01
2. 中期経営計画「move.2025」で 2025 年 3 月期営業利益 75 億円を目指す	01
3. 2023 年 3 月期下期に工場稼働率の向上と価格改定の浸透が見込まれ、 通期業績見通しを維持	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要と沿革	03
2. 事業領域	05
3. セントラル空調の業界構造	06
■ 事業概要	07
1. 事業内容	07
2. 製品・サービス	07
3. 同社の強み	10
■ 中期経営計画	11
1. 中期事業環境	11
2. 中期経営計画「move.2025」	12
3. 中期経営計画「move.2025」の戦略	12
■ 業績動向	16
1. 2023 年 3 月期第 2 四半期の業績	16
2. 2023 年 3 月期の業績見通し	18
3. 中長期成長イメージ	19
■ 株主還元策	20
1. 配当方針	20
2. 株主優待制度	21
■ 情報セキュリティ	21

新晃工業
6458 東証プライム市場

2022 年 12 月 20 日 (火)
<https://www.sinko.co.jp/ir/>

要約

2023 年 3 月期は下期に向けて業況が改善

新晃工業 <6458> はセントラル空調機器のリーディングカンパニーで、大型オフィスビルなどのセントラル空調システム向けに空調機を製造販売している。主力製品は空気調和機（AHU：Air Handling Unit。以下、ヒートポンプ AHU との対比として水 AHU という）とファンコイルユニット（FCU：Fan Coil Unit）で、戦略商品としてヒートポンプ AHU の製造販売も行っている。2022 年 3 月期の製品及びサービス別の売上高構成比は、空調機器製造・販売事業（国内）53.0%、工事・サービス事業 20.0%、ビル管理事業 12.3%、空調機器製造・販売事業（海外）14.7% となった。事業環境は、新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）の継続や原材料高、円安といったリスクが発生しているが、東京オリンピック・パラリンピック特需後の踊り場から需要は拡大している状況である。

1. 強みは設計から製造、販売、工事・サービスまでの一貫体制

主力の水 AHU は、室内からの還気（室内の空気を循環使用するため、ダクトを通して空調機の吸い込み側に返ってくる空気のこと）と同時に外気を取り込み清浄化して各室に給気する機器で、セントラル空調で使用される。戦略商品のヒートポンプ AHU は、セントラル空調の空調品質と熱源の分散という利便性を兼ね備えた個別空調機で、もともとすき間商品であったが、近年になって乾燥しがちな冬季の加湿などの要請からニーズが強まってきた。ほかに、空気除菌システム「健康空調®」（以下、「健康空調」）シリーズの開発や工事・サービス事業など周辺事業も強化している。同社の強みは、設計から製造、販売、工事・サービスまでの一貫体制などにあり、こうした強みを背景に有名施設への納入実績も多い。

2. 中期経営計画「move.2025」で 2025 年 3 月期営業利益 75 億円を目指す

2021 年に同社は中期経営計画「move.2025」を策定した。なかでも SIMA（SINKO Innovative Manufacturing of AHU）プロジェクトが目玉で、デジタル化による製造面の効率化と高精度な需要予測による新たな営業スタイルの確立を進めている。この SIMA プロジェクトをテコに、水 AHU、ヒートポンプ AHU、工事・サービス事業、中国事業の強化及び技術深耕・品質向上の 5 点を重点取組項目として推進している。特に水 AHU とヒートポンプ AHU については、ターゲット市場を絞り、その市場の特徴などに合わせた市場戦略を展開している。さらに、製品を通じた環境負荷低減や空調による社会貢献など ESG 経営も進めている。足下では都市再開発やデータセンター向け需要の増加もあり、2025 年 3 月期に売上高 520 億円、営業利益 75 億円の達成を目指している。

新晃工業
6458 東証プライム市場

2022 年 12 月 20 日 (火)
<https://www.sinko.co.jp/ir/>

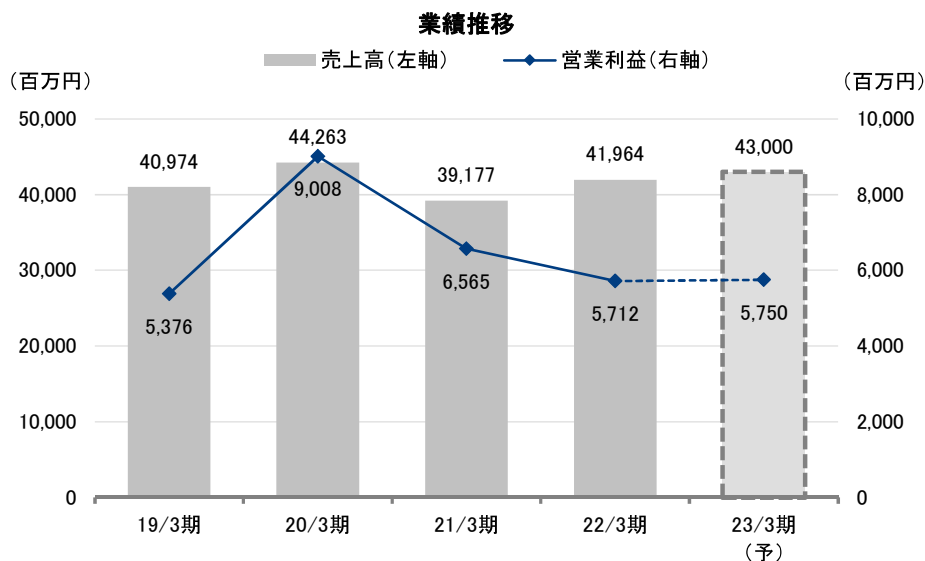
要約

3. 2023 年 3 月期下期に工場稼働率の向上と価格改定の浸透が見込まれ、通期業績見通しを維持

2023 年 3 月期第 2 四半期の業績は、売上高 17,910 百万円（前年同期比 1.9% 増）、営業利益 1,459 百万円（同 20.2% 減）と苦戦した。原材料高や部材不足などのリスクが顕在化したことが要因である。しかし、建設業界の業況は踊り場から抜け出し、空調機業界の出荷台数も前年同期比 12% 程度増加しており、同社の受注も積み上がっている。原材料高などコストプッシュに対しては価格改定を進めている。このため、2023 年 3 月期下期は工場稼働率の向上や価格改定の浸透が見込まれ、2023 年 3 月期通期は売上高 43,000 百万円（前期比 2.5% 増）、営業利益 5,750 百万円（同 0.7% 増）とする計画の達成が視野に入りつつあるようだ。なお、長期的にオフィスビル向け需要が鈍化するとの予測もあるが、データセンターや工場、更新需要の増加などが期待され、事業環境は良好と考えられる。

Key Points

- ・ セントラル空調のリーディングカンパニーで、ヒートポンプ AHU で個別空調にも参入
- ・ SIMA プロジェクトをベースに重点項目に取り組み、2025 年 3 月期営業利益 75 億円を目指す
- ・ 2023 年 3 月期下期は工場稼働率の向上や価格改定の浸透が見込まれ、期初業績見通し確保へ



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

原材料高など厳しい事業環境にあるも、需要環境は良好。 中期経営計画「move.2025」も進捗

1. 会社概要と沿革

同社は大規模建物向けセントラル空調機器メーカーであり、空調機の製造販売、空調工事の請負施工、熱媒体自然循環システムの設計・施工・保守管理などを行っている。主要製品は、送風機や熱交換器（コイル）、フィルタ、加湿器などで構成されたフロア全体を空調する大型の AHU と、送風機（ファンモータユニット）、コイル、エアフィルタで構成された各部屋を空調する小型の FCU、セントラル空調と個別空調の特徴を兼ね備えたヒートポンプ AHU である。このほか、既存建物の設備更新工事やメンテナンスなどを請け負う工事業も展開している。巨大で複雑な空間を空調するための豊富な品揃えと、顧客の要望に沿って設計・製造する完全オーダーメイドが求められることから、空調機業界は専門企業などへの集約化が進んでいる。なかでも同社は、蓄積されたノウハウと豊富な実績を背景に、設計から製造、販売、メンテナンスまでの一貫体制を強みとしており、水 AHU は国内市場において長年トップシェアを維持している。

同社は 1938 年、藤井徳義（ふじいのりよし）氏により暖房機器の輸入販売を目的に設立された。1949 年に第 2 次世界大戦で停止していた業務を再開し、1950 年に同社を創業して業務用空調機の製造販売に乗り出した。その後、1951 年に FCU、1957 年には AHU（今日の工場生産型）を日本で初めて開発し、生産拠点の拡大やメンテナンス業務の取り込み、海外進出など、日本の経済発展とともに業容を拡大していった。足下では、長引くコロナ禍や原材料高、部材不足、円安といったリスクが重なって厳しい事業環境だが、需要は、東京オリンピック・パラリンピック特需後の端境期から、東京や大阪などで進む大規模都市再開発や成長著しいデータセンター向けなど拡大期へとシフトしつつあり、良好と言える。また、中長期的には更新工事やメンテナンス需要の拡大も期待される。このため、同社は 2021 年 5 月に中長期の再成長へ向けた中期経営計画「move.2025」を策定し、5 つの重要取組事項を推進しているところである。

新晃工業
6458 東証プライム市場

2022 年 12 月 20 日 (火)
<https://www.sinko.co.jp/ir/>

会社概要

沿革

年月	内容
1938年	暖房機器の輸入販売を目的として新晃工業株式会社を設立。
1949年	冷暖房機器の販売により終戦後の業務活動を再開。
1950年 6月	業務用冷暖房機器の製造販売を目的として新晃工業株式会社を創業。
1951年 4月	わが国最初のクロスフィンコイル及びファンコイルユニットを完成し、製造販売を開始。
1957年 8月	AHU の製造販売を開始。
1965年 8月	東日本の生産拠点として神奈川県秦野市に新晃空調工業（株）（現 同社神奈川工場）を設立。
1971年 3月	大阪府寝屋川市に技術研究所を設置。
1976年 1月	新晃空調サービス（株）（現 新晃アトモス（株）（連結子会社））を設立。
1976年12月	日本ビー・エー・シー（株）（連結子会社）を設立。
1981年 3月	西日本の生産拠点として岡山県津山市に岡山新晃工業（株）（現 同社岡山工場）を設立。
1982年 4月	香港に SINKO AIR CONDITIONING (HONG KONG) LTD. を設立。
1985年 8月	大阪証券取引所市場第 2 部に上場。
1987年 5月	中国に上海新晃空調設備有限公司（現 上海新晃空調設備股份有限公司（連結子会社））を設立。
1988年 7月	VC（ペーパークリスタル）事業による工事業への進出。
1992年 1月	台湾の TAIWAN SINKO KOGYO CO.,LTD. に資本参加。
1995年11月	上海新晃制冷機械有限公司（連結子会社）に資本参加。
1998年 1月	上海新晃空調設備有限公司が、ISO9002（現 ISO9001）認証を取得。
1998年 3月	同社、新晃空調工業、岡山新晃工業が、共同で ISO9001 認証を取得。
2003年12月	タイに SINKO SALES (THAILAND) CO.,LTD.(現 SINKO AIR CONDITIONING (THAILAND) CO.,LTD.) を設立。
2005年10月	上海新晃空調設備有限公司は組織変更に伴い、上海新晃空調設備股份有限公司に商号変更。
2006年 1月	同社、新晃空調工業、岡山新晃工業が、共同で ISO14001 認証を取得（2006 年 4 月技術本部を認証範囲に拡大）。
2009年 3月	岡山新晃工業が新晃空調工業を吸収合併。
2009年 7月	研究開発及び技術情報の発信の拠点として、神奈川県秦野市に SINKO テクニカルセンターを新設。
2012年12月	大阪証券取引所市場第 1 部銘柄に指定。
2013年 4月	千代田ビル管財（株）（連結子会社）の全株式を取得し、子会社化。
2013年 7月	東京証券取引所と大阪証券取引所の現物市場統合に伴い、東京証券取引所市場第 1 部（現 プライム市場）に上場。
2015年 6月	三井鉄工（株）の全株を取得し、グループ会社化。
2017年 5月	ダイキン工業（株）と資本業務提携契約締結。
2020年 4月	寝屋川市にショールーム「SINKO AIR DESIGN STUDIO」をオープン。
2020年 4月	同社が新晃空調工業及び三井鉄工を吸収合併。
2021年 4月	新晃アトモス（株）と新晃空調サービス（株）が合併。
2021年 9月	SINKO テクニカルセンター（神奈川県秦野市）のショールームをリニューアルオープン。

出所：同社ホームページ、有価証券報告書等よりフィスコ作成

新晃工業
6458 東証プライム市場

2022 年 12 月 20 日 (火)
<https://www.sinko.co.jp/ir/>

会社概要

大型ビル向けに水 AHU、中小規模向けにヒートポンプ AHU も提供

2. 事業領域

空調機は家庭用と業務用に分けられ、建物の規模や運用によって最適な機器が選択される。家庭用はいわゆるルームエアコンであり、TVCM でよく見かける民生用電機メーカー大手の製品が多い。業務用は、さらに個別空調とセントラル空調に分けられる。個別空調は、空調を必要とする部屋・エリアごとに室外機と室内機を設置する方式で、熱媒体にフロンガスなどを使用するが、設計・施工が容易で機械室を小さくすることができる。主に延床面積 20,000 平方メートル以下の中小規模の建物で採用され、空調機のシステムはパッケージエアコン、ビル用マルチエアコンなど汎用品で構成される。

セントラル空調のシステムは、建物を一体として捉え、熱源機器を集中設置することでまとめて熱を作り（一次側空調システム）、冷温水（水）を熱媒体に各フロアへと運ばれた熱を AHU や FCU がファンで発生させた風で室内の温度・湿度を調整し（二次側空調システム）、そして空調全体の管理・コントロールを集中して行う（計装システム）仕組みになっている。延床面積 20,000 平方メートル以上の大規模な建物に利用され、建物ごとフロアごとに求められる要件が異なるため、最適なシステムを構築するには完全オーダーメイドが不可欠となる。同社はこのうち、セントラル空調の二次側空調システムを主要な事業領域としている。セントラル空調の主なメリットは、個別空調に使用されるフロンガスにはできない精密な温度・湿度制御が可能、スペースに合わせた上質な空気質の生成、設置や設計の自由度が高く優れた効率性やメンテナンス性があることなどが挙げられる。また、熱を搬送する媒体にフロンガスでなく水を使用しているため「環境にやさしい」ことも大きなメリットと言える。

なお同社は、中小規模の建物で採用される個別空調領域にも積極的に事業を拡張している。個別空調では、セントラル空調に比べて簡易なシステムや汎用品が使用されるが、外調機についてはオーダーメイド仕様を要求されることが多くなってきた。そのため、セントラル空調の分野で蓄積してきた同社のノウハウを生かす素地があると考えている。そこで、同社はダイキン工業 <6367> と業務資本提携してヒートポンプ AHU の製造販売に参入し、現在では個別空調市場を取り込むための戦略商品として積極的に展開している。熱源機器を集中しても効率化されない規模の建物では、今後も個別空調方式が採用される見通しである。また、同社は、地球環境に負荷がかかる傾向にある個別空調の領域においても、地球温暖化係数の低い熱媒体への転換やフロンガス使用量の削減につながる、地球環境にやさしいシステムの設計も進める方針である。

新晃工業
6458 東証プライム市場

2022 年 12 月 20 日 (火)
<https://www.sinko.co.jp/ir/>

会社概要

事業領域



出所：同社ホームページより掲載

二次側空調機メーカーで国内シェアトップ

3. セントラル空調の業界構造

セントラル空調という視点から見た業界のプレーヤーは、施主、設計事務所、ゼネコン（建築会社）、サブコン（設備会社）、空調機関連メーカー（一次側・二次側・計装）となる。大きな建物を建築する際に、空調機の仕様を様々な建築設計に合わせなければならず、設計の段階から参加する必要がある。このため、空調機関連メーカーはゼネコンより早く施主・設計事務所と直接的な関わりを持つことが多い。しかし、発注の流れが「施主→ゼネコン→サブコン→空調機関連メーカー」となるため、商流上の契約先はサブコンとなることが多く、設計段階で関わりがあっても機器採用に直結しないこともある。また、建設業界の需要変動の影響を受けやすく、建設業界同様に国内市場が成熟している。そのような市場のため、二次側空調機メーカーは同社のほか、クボタ空調（株）、ダイキン工業、木村工機<6231>、暖冷工業（株）などに集約されつつある。同社は、こうした二次側空調機メーカーにおいて国内市場シェアはトップとなっている。

新晃工業
6458 東証プライム市場

2022 年 12 月 20 日 (火)
<https://www.sinko.co.jp/ir/>

事業概要

セントラル空調機器製造から領域を拡大

1. 事業内容

同社の事業は、地域別（セグメント別）に日本とアジアに分けられ、2022 年 3 月期の売上高構成比は日本が 83.3%、中国 15.4%、その他 1.3% となっている。製品及びサービス別の売上高構成比は、主軸の空調機器製造・販売事業（国内）53.0%、工事・サービス事業 20.0%、ビル管理事業 12.3%、空調機器製造・販売事業（海外）14.7% となっている。空調機器製造・販売事業（国内）は、新規案件 46.4%、更新需要 53.6% であり、用途別ではオフィス 30.4%、工場 34.4%、データセンター 7.4%、医療福祉・文教・宿泊・駅・空港などその他 27.8% となっている。また、生産拠点を神奈川と岡山に 2 拠点（ほかにテクニカルセンター）有し、同社が空調機などの製造販売を行っているほか、日本ビー・イー・シー（株）が空調機関連製品などの販売、新晃アトモス（株）が設備更新工事やメンテナンス、千代田ビル管財（株）がビル管理及びメンテナンスなど、子会社が周辺事業を行っている。海外は、上海新晃空調設備股份有限公司、SINKO Air Conditioning (H.K.) Limited、Taiwan SINKO Kogyo Co.,Ltd.、SINKO Air Conditioning (Thailand) Co.,Ltd. の 4 子会社が上海、香港、台湾、タイに生産・販売拠点を有している。海外で最大の市場となる中国以外は、台湾、タイ、そのほかの国も含めて代理店中心に営業を展開している。

水 AHU を軸に様々な製品・サービスを展開

2. 製品・サービス

同社の製品やサービスは、セントラル空調で使用される AHU と個別空調で使用されるヒートポンプ AHU、「健康空調」、FCU などそのほか製品、及び更新工事やメンテナンスなどで構成されている。同社は、製品ラインナップから、施主・設計事務所の意向や施設の特性・用途、設置場所の事情などに応じ、風量や熱処理量、清浄性、静音性など求められる仕様に合わせて、様々な製品やサービスを完全オーダーメイドで提供している。さらに最先端の技術や最新のニーズを取り入れて、製品の省エネ化や省スペース化、高効率化を追求することで、個別空調など新規の事業領域や「健康空調」のような新たな切り口、更新・メンテナンス需要を開拓・開発している。

(1) 水 AHU

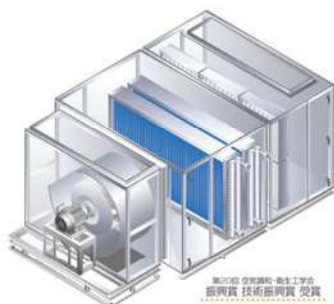
主軸の水 AHU は、室内からの還気と同時に外気を取り込み、空気中の塵埃を除去した後に熱処理を行って各室へ向けて給気する機器で、セントラル空調の二次側空調システムで使用される。一般に送風機・コイル・加湿器・エアフィルタなどをケーシングに収めたユニット構造をしており、専用の機械室などに置かれる。貸室床面積を重視するオフィスビルなどでは、高機能かつ設置面積を抑えた空調機といった高度な仕様が求められることも多い。同社は、プラグファンの大幅な高効率化を実現した標準型 AHU、空調性能をコンパクトなボディに集約したコンパクト型 AHU、機械室を必要としないターミナル型 AHU など豊富なラインナップを用意しているほか、さらなる高機能製品の開発も続けている。

新晃工業
6458 東証プライム市場

2022 年 12 月 20 日 (火)
<https://www.sinko.co.jp/ir/>

事業概要

標準型 AHU

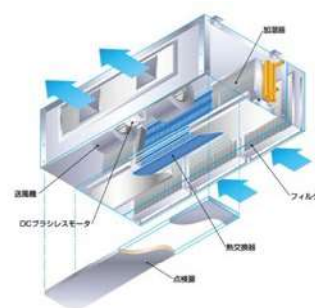


出所：同社ホームページより掲載

コンパクト型 AHU



ターミナル型 AHU



(2) ヒートポンプ AHU

ヒートポンプ AHU は、外気の取り入れや加湿・空気清浄などセントラル空調の空調品質と、熱源の分散という個別空調の利便性を兼ね備えた空調機である。もともと個別空調とセントラル空調のすき間を狙った商品であったが、近年になって乾燥しがちな冬季の加湿不足などへの対策として採用の要請が強まってきた。このため同社は、2017 年 5 月に競合企業で個別空調に強みを持つ空調業界トップ企業であるダイキン工業と、ヒートポンプ AHU の共同開発において業務資本提携をした。同社にはヒートポンプ技術をキャッチアップしたいという意向があり、ダイキン工業には水 AHU に関して同社のノウハウで補完したいという考えがあったため、Win-Win の関係性である。これにより同社は自社ブランド製品を開発した。2021 年にモデルチェンジした室外機一体型ヒートポンプ AHU「オクージオ」を戦略製品として販売を推進している。2022 年にはヒートポンプ AHU の室外機をモデルチェンジした。複数の室外機が除霜運転のタイミングをコントロールして給気温度の低下を抑制する「デフロストローテーション機能」を搭載した。

室外機一体型ヒートポンプ AHU
「オクージオ」



出所：中期経営計画資料より掲載

「デフロストローテーション」
搭載のヒートポンプ AHU



出所：リリースより掲載

事業概要

(3) 「健康空調」

同社はコロナ禍以前から「健康空調」という考え方を提唱している。細菌やウイルスは、対策を徹底していても施設内に持ち込まれてしまうものである。このため同社は、空調機に UVC（紫外線 C 波）ランプを搭載し、空気中に潜む細菌やウイルスを強力な紫外線照射で分解・除去する、空気除菌システム「健康空調」シリーズを開発した。オフィスや工場のほか、医療福祉施設や公共施設、文教施設など外部から大勢の人が集まる場所に最適な製品で、コロナ禍においては注目度がさらに増した。また、UVC ランプ搭載 AHU に加え、UVC ランプ搭載の FCU カセット形も投入した。簡単なリプレイス工事で設置可能、人体に悪影響のあるオゾンなど 2 次汚染物質の発生がほとんどないこと、紫外線漏洩対策として安全装置付きといった特長がある。

(4) FCU などそのほかの製品

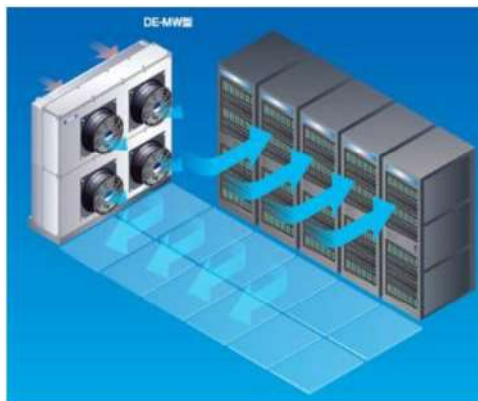
そのほかの製品のなかでも、セントラル空調で水 AHU とセットで使用される FCU は主力製品である。コイルとファンモータユニット、エアフィルタで構成され、室内還気の温度調整を行う機器である。特に個別に仕切られた会議室や外気温の影響を受けやすい窓側など、AHU だけでは難しいエリアの温度制御を行っている。FCU には 2 管式と 4 管式があり、4 管式は個々の機器で自由な温度設定ができ、セントラル空調でありながら個別空調の特徴も持った製品である。このほか、品質や温度・湿度といった室内環境をエネルギー損失なしで個別コントロールするデシカント空調機・除湿機や、蒸気や温水を熱源に暖房を行うユニットヒータなどがある。2021 年には、スーパーコンピューター施設やデータセンターで長年培った実績とノウハウを生かし、データセンターの様々な空調ニーズに多彩なラインアップでキメ細かく対応するサーバエアハンシリーズを投入した。

カセット形 FCU



出所：同社カタログより掲載

サーバエアハン



(5) 工事・サービス事業

2021 年 4 月、工事・サービス事業を展開する子会社の新晃アトモスが、メンテナンス事業を行う子会社の新晃空調サービス（株）を吸収合併した。業界トップメーカーという同社の信頼感や設備劣化診断など豊富なサービスメニューを生かすため、子会社の機能を集約化することで工事・サービス事業を強化していく考えである。これにより、人口減少などにより新設物件の減少と既存施設の増加が見込まれていることにも対応する方針である。また、オーダーメイドに対応できず退出した他社メーカー製空調機の設備更新工事の獲得も見込んでいる。このように同社が工事・サービス事業を強化することは、長期的な事業環境を考慮すると非常に合理的であると言え、将来は水 AHU の製造に次ぐ柱に育てる方針である。

新晃工業
6458 東証プライム市場

2022 年 12 月 20 日 (火)
<https://www.sinko.co.jp/ir/>

事業概要

一貫生産体制や需要精度の高さなどが強み

3. 同社の強み

同社は、ビル建築工事のなかでもニッチな二次側空調機市場を深掘りすることでリーディングカンパニーとなった。そうしたポジションを得ることができた背景には、設備工事という独特の世界で培われた、同社の製販体制と事業運営の強みがある。同社の強みは、まず、設計から製造、販売、工事・サービスまでの製販一貫体制にある。具体的には、同じ建物でも 1 台ごとに仕様・能力・サイズが異なるオーダーメイドニーズに応える製品開発力・設計力、オーダーメイドがゆえにばらつく生産を生産現場が柔軟に対応して工場をフル稼働させるノウハウ（生産量を安定できないため過去に大手メーカーが撤退し、現在では新規参入もない理由である）、長年の実績を背景とする製品や作業の品質の高さ、営業から技術、製造、サービスまで緊急時でも一体となった迅速な動きなど、各部署の強みが有機的に結合した体制である。また、事業運営面において長年の実績に基づく案件情報量や設計段階で得られる早期の情報に基づいた需要予測精度の高さが強みとなっている。さらに、必要に応じて更新案件や小口案件を取り込むことで営業面から各工程をコントロールし生産量を安定化するノウハウ、長年の経験と科学的な管理手法に基づく細やかな現場調整や生産物流計画なども大きな強みと言える。

こうした強みを背景に、同社の更新案件比率は約 50% と非常に高く、また有名施設への納入実績も多い。例えば、新国立競技場など東京オリンピック・パラリンピック関連の大型施設に幅広く空調機を設置したほか、グランフロント大阪、あべのハルカス、阪急うめだ本店（百貨店）、京セラドーム大阪（大阪ドーム）、中部国際空港セントレア、バンテリンドームナゴヤ（名古屋ドーム）、六本木ヒルズ、丸の内ビルディング、東京スカイツリー、東京駅、東京ミッドタウンなど全国の大規模ビルのほか、スーパーコンピュータ「富岳」（理化学研究所）、吹上大宮御所、正倉院東宝庫、法隆寺大蔵院などへも納入している。海外でも、上海タワー、ザ・ペニンシュラ香港、ザ・ベネチアン・マカオ、ラッフルズホテル、マリーナベイサンズ、タージマハルホテルなど、快適性が求められる国際的な有名ホテルを中心に納入している。とはいえ、人口減少やベテランの退職、需要構造の変化などにより、こうした素晴らしい実績を支えてきた同社の強みが、中長期的に希薄化していく可能性がある。そのため実行しているのが、後述する SIMA プロジェクトである。

新晃工業
6458 東証プライム市場

2022 年 12 月 20 日 (火)
<https://www.sinko.co.jp/ir/>

■ 中期経営計画

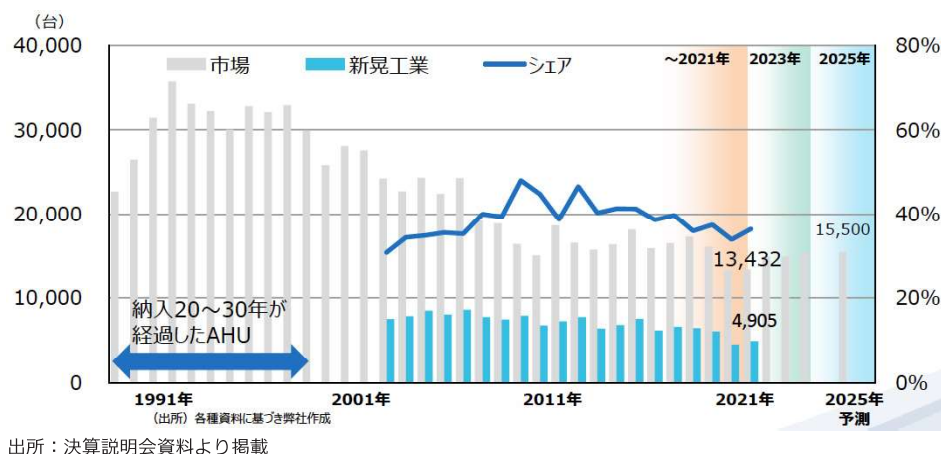
中期的に需要回復も、人手不足などリスク対応も必要

1. 中期事業環境

今後、中期的にはコロナ禍で広がったテレワークの普及などにより、長期的には人口減少などにより、新規のオフィスビル建築が減少していくと見られている。しかし、足元では東京オリンピック・パラリンピック特需後の端境期から脱し、都市再開発などを中心に産業空調への投資が回復、オフィスビルに加え工場や研究所、データセンター向けの需要も増加している。このため、2024 年頃に向け同社は需要拡大期に入ることが見込まれる。2025 年頃になると新規のオフィスビルもピークアウトする見通しだが、その頃になると新築物件に代わって市場を退出した大手メーカーの分を含めた納入後 20 ～ 30 年を経過した AHU の更新工事など、アフターサービス市場の拡大が予測されている。また、長期的に中小規模物件を中心に個別熱源の増加が続く一方、カーボンニュートラルを背景に水 AHU（脱フロン）への期待も大きくなっていくと考えられている。

一方、人手不足から案件を確保できなくなったり、人件費の上昇で採算が悪化したりといった可能性も指摘されており、現場での省力化が必須となる見込みである。海外では、アジア最大の市場で内需拡大が期待された中国で、ゼロコロナ政策などによる景気減速が懸念されている。加えて、コロナ禍やウクライナ情勢を背景に、原材料高や半導体などの部材不足、円安といったリスクが広がった。これにより建設業全般では、かつて経験したことのない価格高騰や納期・工期遅れが発生することとなった。こうした課題に対しては、中長期的に見込まれる新規案件の増加や工事・メンテナンス需要の拡大、特に原材料高や部材不足に対しては建設業界を挙げて価格改定を行い、人材不足などに対しては生産プロセスの効率化などにより対応していく考えである。

AHU 国内市場展望



新晃工業
6458 東証プライム市場

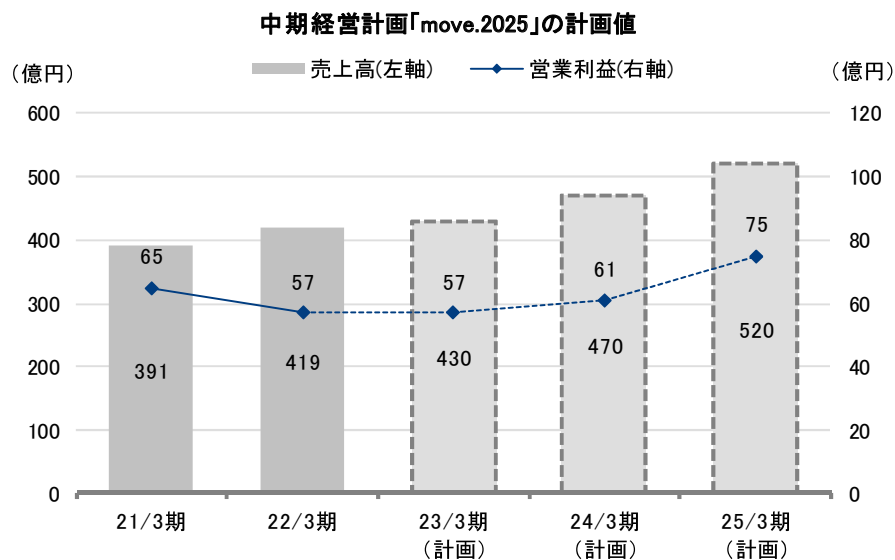
2022 年 12 月 20 日 (火)
<https://www.sinko.co.jp/ir/>

中期経営計画

リスクを解消しチャンスを確認するため中期経営計画を策定

2. 中期経営計画「move.2025」

こうした事業環境予測から、同社は、事業環境回復のトレンドに乗って既設工事につながる新築ビル向け AHU の受注などを拡大し、水 AHU シェアトップの堅持とヒートポンプ AHU におけるシェアトップの奪取を目指す。また、既設工事では、手厚いサービスを強みとする新晃アトモスをさらに強化することで、10 年～20 年後に既設の更新需要を収益の柱とする方針である。そのために、デジタル化によって労働集約的な製販体制から脱却して生産性を向上し、様々なリスクを解消していく考えである。そこで同社は、中期経営計画「move.2025」を策定した。SIMA プロジェクトによって新しい製販一体の体制を構築し、そのうえで 5 つの重点取組項目を推進して、中期的な成長を持続する計画である。その目標として、2025 年 3 月期に売上高 520 億円、営業利益 75 億円を目指すこととなった。



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

5 つの重点項目に取り組むなかで AHU の市場戦略を展開

3. 中期経営計画「move.2025」の戦略

中期経営計画「move.2025」の前提になっているのが SIMA プロジェクトで、デジタル化・自動化を推進することで、新たなデジタル工場（生産プロセス）の構築と新たな営業スタイルの確立を目指す。こうした新たな製販一体体制を背景に、水 AHU の競争優位の維持・向上、ヒートポンプ AHU の市場シェア拡大、工事・サービス事業の強化、中国事業の強化、技術深耕・品質向上という 5 つの重点項目に取り組む計画である。そのなかで水 AHU とヒートポンプ AHU の市場戦略が成長のカギを握る。また、こうした戦略と並行して、製品を通じた環境負荷低減や人材育成・働き方改革、ガバナンス強化といった ESG 経営も推進する考えである。

新晃工業
6458 東証プライム市場

2022 年 12 月 20 日 (火)
<https://www.sinko.co.jp/ir/>

中期経営計画

(1) SIMA プロジェクト

中期経営計画達成の前提になっているのが SIMA プロジェクトである。SIMA プロジェクトは、個別受注生産方式をより高度なレベルでデジタル化して原価低減につなげるというプロジェクトで、2019 年にスタートした。2023 年には増益貢献など一定以上の成果が期待されている。同社の製品は、オーダーメイドで労働集約的なセル生産方式であるため、営業も個別対応となり、生産性を引き上げづらいビジネスとなっていた。そのため、現状のままでは作業員不足や人件費効率の低下などの課題を解消することができなくなる恐れがあった。そこで、SIMA プロジェクトによって営業・設計・積算・製造を一から再定義するとともに、デジタル化・自動化を進めて事業基盤を強化、オーダーメイドでありながら高い生産性のビジネスを目指すことになった。

SIMA プロジェクトでは、製造面においては、BOM（Bill of Materials：部品表や部品構成表のこと）や 3DCAD、AI による工数予測などを導入して、AHU の設計から積算、製造までの作業・工程をデジタル化・自動化し、全作業・全工程をライン生産方式で一気通貫して製造するシステム基盤を持った、新たな工場（生産プロセス）を実現していく考えである。営業面では、高精度の需要予測や BOM を活用することで、図面・見積・納期に関する顧客の疑問に営業現場でリアルタイムに応えることができる、系統化された営業スタイルを確立する方針である。既に同社の需要予測は先行き 2 年後まで高精度に見通すことができるうえ、AI の画像認識技術を利用した社内の図面検索システムによって、部品を画面上でラフな配置にドラッグ & ドロップするだけで配置に見合った図面を検索することが可能となっている。人口減少やベテランの退職などの影響は将来確実に出ると言われていたため、SIMA プロジェクトは同社が社運を賭けたプロジェクトと言える。進捗は順調のようだ。

(2) 5 つの重点取組項目

水 AHU の強化では、マーケットリーダーとして圧倒的な競争優位を維持・向上させるとともに、成長分野で引き合いの強いデータセンターを深耕する方針である。同社のデータセンター関連売上高は 2022 年 3 月期に前期比 51% 増と高い伸びを示したが、短納期になることが多いことから、SIMA プロジェクトの強みを発揮する方針である。ヒートポンプ AHU の強化では、新規参入したチャレンジャーとして知名度の浸透と、ダイキン工業と共同開発したオクージオブランドによるシェア拡大を進めている。従来の顧客に加え地方の設計事務所を中心に新規開拓を推進しており、2022 年 3 月期には売上高が同 114% 増と大きく伸びた。

工事・サービス事業の強化については、メーカー系の強みを生かし、水 AHU 中心から空調工事全般へと業容を広げるとともに、技術領域の拡張と利益率の向上を目指している。なかでもヒートポンプ AHU 周辺技術を強化しており、2022 年 3 月期には売上高が前期比 6.2% 増と伸び、利益率の改善も進んだ。成長余地の大きい中国事業の強化は、高機能空調機にシフトするなど採算性重視に販売戦略を転換し、利益体質の構築を目指している。徹底した原価管理も進めており、2022 年 3 月期の売上高は同 17.3% 増となり黒字化も達成したが、2023 年 3 月期は同国のゼロコロナ政策によって苦戦気味となっている（足下は回復傾向のまよう）。一方、同国においてはゼロコロナ政策で PCR 検査が日常化していることから、「移動式 PCR 検査ユニット（月産最大 400 台）」を製品化した。

技術深耕・品質向上に関しては、技術開発の推進と品質大綱への落とし込みを目指している。解析や AI、IoT などデジタル技術を積極的に活用し、クレームゼロに向けた製品・サービスの品質向上にも注力している。2022 年 3 月期は、高効率ファン・コイルの適用製品の強化、デジタル解析技術・SIMA 周辺技術の拡充、エアスタ※や SINKO テクニカルセンターを活用した技術情報の発信を進めた。さらに 2024 年 3 月期には、従来の実験設備ではカバーできない高能力の試験が可能となる実験棟を神奈川工場に建設する計画である。なお、2021 年 9 月にリニューアルした神奈川県秦野市にある SINKO テクニカルセンターでは、製品開発技術や SINKO のものづくり、環境・健康に配慮した最新の製品展示、空調機の騒音や送風機の運転特性の体感など様々なコンテンツを用意している。また岡山工場においても、2022 年 7 月につやま産業支援センター主催の「つやまエリアオープンファクトリー」に参加し、小中学生とその保護者が工場の様子や製品実機を見学できるイベントを実施した。

※ エアスタ (SINKO AIR DESIGN STUDIO)：大阪府寝屋川市にある空調機のショールーム。建物全体が体験型ショールームとなっている。

(3) 水 AHU とヒートポンプ AHU の市場戦略

5 つの重点取組項目のなかでも主力製品である水 AHU と戦略商品であるヒートポンプ AHU に関しては、綿密なマーケティングによって設定した 5 つの重点ターゲットに、市場特性や技術要件に基づいた市場戦略を展開している。

同社がマーケットリーダーで、規模が 500 億円 (16,500 台) と推定される水 AHU 市場では、事務所からデータセンターまで、オーダーメイドからスタンダードまでのフルライン戦略を基本としている。このため、比較的拡張余地の大きい大型ビル向け、産業向け、データセンター向け、更新向けの 4 つの分野を重点ターゲットにシェア向上を目指している。設計事務所やゼネコン、サブコンへのアプローチが必要な大型ビル向けは、東京や大阪の大型再開発に案件が多く設計に時間がかかるものの、生産効率が良い。標準仕様や収まりの重視、現場工程に合わせた納期調整が求められるため、大型ビル仕様の水 AHU を企画・提案するほか、3DCAD による設計や混合ライン生産を活用していく。産業向けは、景気に左右されやすく短工期だが、製造業の国内回帰とともに拡大している。特殊仕様や短納期が求められるため、オーダーメイドによる設計・生産や AI 工数予測などを活用して対応していく。

データセンターは、テナントの入居に合わせた工事になるが、クラウドサービスの利用拡大やサーバーの高性能化 (発熱量増加) を背景にニーズが急増している。データセンターの建設は、従来海外勢によるものが多く、しかもモジュールが一般的となったため参入するうえで難しい面もあった。しかし近年では高速大量のデータ通信ニーズや情報漏洩など運用面のメリットから、国内勢による建設も増えている。その際に大型で短納期やシステム化が求められることが多いが、そうしたニーズに対応できる企業が同社のほかにあまりなく、同社の技術力はもとより競争優位にあると言える。現在、これを生かして国内ディベロッパーへの営業を強化しているところである。海外では、海外空調機業者と比較して製品の信頼性やメンテナンス能力に優れるため、海外勢からの受注も広がりを見せているようだ。

新晃工業
6458 東証プライム市場

2022 年 12 月 20 日 (火)
<https://www.sinko.co.jp/ir/>

中期経営計画

更新向けは、今後、納入後 20 ～ 30 年を経過した更新需要が増加する見込みである。更新は現場の制約が多く既設メーカーが優位だが、市場を退出した他社メーカーが多いため、こちらにもチャンスが広がっている。現場ごとに異なる搬入経路にあわせた設計や、バラ搬入・現地組立を求められることが多いため、新晃アトモスとの連携を強化しながら、他社メーカー製更新物件への営業を積極化していく。規模が 115 億円 (1,850 台) とされるヒートポンプ AHU 市場では、中小規模のビルの簡易な空調システムや、既設工場の環境改善、熱源追加・置き換えなどの需要が多い。同社はチャレンジャーのポジションにあるため、強みを持つ産業向けオーダーメイドを足場にほかの領域へ向けて市場浸透を図っている。同時に、モジュール製品の投入や熱源の置き換えが求められることから、新製品や既設製品のオプションとして、よりスタンダードな製品も開発する方針である。

(4) ESG 経営の推進と SDGs への貢献

ESG 経営の推進や SDGs への貢献も同社の重要な取り組み課題であり、社長を委員長、ESG 担当役員である副社長を副委員長とする ESG/CSR 委員会が中心となって、社会的責任を果たすサステナビリティの実現を目指している。そのため、中期経営計画のなかで「ESG 経営の推進 /SDGs への貢献」を掲げ、これまでの ESG 活動をマテリアリティ (重要課題) とアクションプランにまとめ、気候変動やダイバーシティなど分野ごとに PDCA サイクルを回すことで目標の達成を目指している。

気候変動への対応としては、もともと同社の水 AHU は冷媒に水を使っている (フロンを使っていない) ため、環境への貢献は大きい。加えて、脱炭素を推進するため、一部製造拠点で CO₂ フリー電力への切り替えを完了した。ダイバーシティの推進に関しては、ダイバーシティ推進委員会を設置して活動を開始した。また、ガバナンスに関しては、過半数を独立社外取締役とする指名・報酬委員会を設置した。TCFD※については、同社はシナリオ分析に基づく事業インパクト (営業利益ベース) を情報開示している。それによれば、脱炭素社会への移行を想定する 1.5℃ /2℃シナリオ、経済活動を優先する 4℃シナリオともに、同社の機会がリスクを上回ったということだ。このように、同社にとって ESG 経営を推進することが、すなわち持続可能かつ安定的な収益を長期的に確保することにつながる。

※ TCFD (Task Force on Climate-related Financial Disclosures) : 気候関連財務情報開示タスクフォースのことで、企業活動における、気候変動へ与える影響についての情報開示推進を目的として作成された提言。

業績動向

原材料費高騰や納期遅延などにより第 2 四半期は苦戦

1. 2023 年 3 月期第 2 四半期の業績

2023 年 3 月期第 2 四半期の業績は、売上高 17,910 百万円（前年同期比 1.9% 増）、営業利益 1,459 百万円（同 20.2% 減）、経常利益 1,827 百万円（同 9.1% 減）、親会社株主に帰属する四半期純利益 1,270 百万円（同 11.1% 減）となった。日本経済は、ウクライナ情勢及び急速な円安の進行により資源・エネルギー価格が高止まりとなったものの、コロナ禍の行動制限が緩和されたことにより経済活動は正常化に向けて動き出した。公共投資は底堅さが増し、民間設備投資は製造業で堅調に回復、景気は緩やかに持ち直していると言えるだろう。空調機業界では、産業空調への投資を中心に需要が回復し、空調機の全国出荷台数は前年同期に比べ約 12% 増加した。しかし、原材料価格の上昇や部材調達難を背景に、納期や工期の遅延、価格競争の発生など厳しい事業環境でもあった。こうした環境下、同社は販売価格の改定や納期管理の強化などを最重要課題として対策を強化した。

2023 年 3 月期第 2 四半期業績

（単位：百万円）

	22/3 期 2Q		23/3 期 2Q		
	実績	売上比	売上比	増減率	
売上高	17,571	100.0%	17,910	100.0%	1.9%
売上総利益	6,186	35.2%	5,690	31.8%	-8.0%
販管費	4,357	24.8%	4,230	23.6%	-2.9%
営業利益	1,829	10.4%	1,459	8.1%	-20.2%
経常利益	2,010	11.4%	1,827	10.2%	-9.1%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,429	8.1%	1,270	7.1%	-11.1%

出所：決算短信よりフィスコ作成

業界全般の価格改定ムードや空調機出荷台数の好調に後押しされたこともあり、同社は原材料高を販売価格に転嫁する方針を期初に打ち出した。多くの取引先に受け入れてもらえたが、基本的に価格改定は新規引き合いからとなるうえ、売上計上されるまで 9 ヶ月前後のリードタイムが生じるため、上期は業績にほとんど反映されなかったもようである。なお、一部で価格競争が激化したものの、業界が繁忙期に入ったため影響は小さかったようだ。納期管理に関しては、代替部品メーカーの開拓や川上川下ともに取引先との交渉を強化したほか、SIMA プロジェクトとは逆行するが、一時的に遅延品を省いてセットアップするなどの対応も行った。一方で、中期経営計画「move.2025」に基づき、5 つの重点ターゲットに対する製品販売戦略の実行、SIMA プロジェクトによる業務のデジタル化推進、需要が活発な空調工事分野における収益力向上、中国事業における利益率の改善なども着実に進めた。特に 2023 年 3 月期の注力分野としたデータセンターでは、国内勢の建設増加に対応したディベロッパーへの営業強化が奏功しているようである。

新晃工業
6458 東証プライム市場

2022 年 12 月 20 日 (火)
<https://www.sinko.co.jp/ir/>

業績動向

このように、売上面については、中国事業はゼロコロナ政策で減収となったが、国内需要が強かったため機器販売は減らず工事も伸長し、1.9%の増収を確保することができた。利益面では、原材料高や円安によって原価が圧迫されたことで売上総利益率が3.4ポイント低下、販管費の抑制に努めたもののカバーできず、営業利益は20.2%の減益となった。なお、原材料価格の高騰や価格転嫁の遅れ、部材調達難などによる納期ずれが期初想定を超えて発生する可能性が高まったため、第2四半期決算を前に保守的に第2四半期の売上高を18,000百万円から17,400百万円、営業利益を1,850百万円から1,200百万円へと引き下げた。しかし結果的に、売上高は17,910百万円となり期初予想付近で着地し、営業利益も1,459百万円へと下方修正幅を縮めて着地した。これは、原材料高や円安の進行が急となったことで取引先の工事の進捗が見えにくくなっていたことが背景にあり、後述するように、最終的に購買強化などで対応できたため、納期遅れが想定ほどに発生しなかったという特殊な事情が要因である。

2023 年 3 月期第 2 四半期セグメント別業績

(単位：百万円)

売上高	22/3 期 2Q		23/3 期 2Q		
	実績	売上比	実績	売上比	増減率
日本	15,033	85.6%	16,057	89.7%	6.8%
アジア	2,545	14.4%	1,873	10.5%	-26.4%

調整前 セグメント利益	22/3 期 2Q		23/3 期 2Q		
	実績	利益率	実績	利益率	増減率
日本	1,929	11.0%	1,490	8.3%	-22.8%
アジア	-124	-0.7%	-56	-0.3%	-54.8%

出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

セグメント業績では、日本セグメントが、部材調達難による納期延期が例年以上に見込まれるなか、購買強化と納期調整に注力したことで売上高は16,057百万円（前年同期比6.8%増）と増収を確保し、セグメント利益は原材料高の影響を受け、1,490百万円（同22.8%減）となった。アジアセグメントは、中国で不動産市場に依然リスクを抱えるものの固定資産投資の伸びが横ばい圏となって景気に持ち直しの動きが見られたが、ゼロコロナ政策によるロックダウンなどの影響により、売上高は1,873百万円（同26.4%減）となった。利益面では、減収に伴う目減りの一方、売掛金回収を進めたことで貸倒引当金の戻入益を計上したことから、セグメント損失は56百万円（前年同期はセグメント損失124百万円）と損失を縮小することができた。中国でロックダウンなどにより2ヶ月間工場が止まったことを考慮すれば、健闘した数値と言える。

新晃工業
6458 東証プライム市場

2022 年 12 月 20 日 (火)
<https://www.sinko.co.jp/ir/>

業績動向

2023 年 3 月期下期は価格改定や稼働率向上でカバーへ

2. 2023 年 3 月期の業績見通し

同社は 2023 年 3 月期の業績を、売上高 43,000 百万円（前期比 2.5% 増）、営業利益 5,750 百万円（同 0.7% 増）、経常利益 6,100 百万円（同 0.9% 増）、親会社株主に帰属する当期純利益 4,180 百万円（同 2.0% 増）と見込んでいる。日本経済は、コロナ禍の収束が見えないなか、原材料の高騰や部材不足、円安など短期的なリスクや、少子高齢化など中長期的な課題に対応する必要に迫られている。一方、空調機は工場やデータセンターなど産業向けに安定した需要が継続しており、足下では東京や大阪の再開発事業の進行、事務所や商業施設の建設回復など比較的強い動きが続いている。このような事業環境を踏まえると、同社にとって、原材料高や部材不足への対応と同様、SIMA プロジェクトによる生産性向上を軸に中期経営計画「move.2025」で掲げた 5 つの重要取組項目に注力することや ESG 経営を推進していくことも非常に重要と言える。

2023 年 3 月期業績見通し

（単位：百万円）

	22/3 期		23/3 期		
	実績	売上比	予想	売上比	増減率
売上高	41,964	100.0%	43,000	100.0%	2.5%
売上総利益	14,852	35.4%	-	-	-
販管費	9,139	21.8%	-	-	-
営業利益	5,712	13.6%	5,750	13.4%	0.7%
経常利益	6,048	14.4%	6,100	14.2%	0.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	4,097	9.8%	4,180	9.7%	2.0%

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

2023 年 3 月期第 2 四半期は納期遅延などにより売上高の進捗が弱くなったが、その分第 2 四半期末の受注残が例年より厚くなっており、下期に集中的に売上に計上される見込みとなっている。このため売上高は、計画線またはそれ以上を確保できる可能性が高いと考えられる。原材料高により低下した売上総利益率は、価格改定で対応してはいるものの、受注と完工のタイムラグから効果が表れるのが第 4 四半期以降となるため、計画より弱い状況が続くそうだ。同社は第 2 四半期の未達について、通期に向けて案件量確保による工場稼働率の向上や受注後の交渉、原価や販管費の抑制、SIMA プロジェクトの加速などでカバーする考えである。通期の営業利益を計画どおり達成するためのハードルは高いが、こうした施策によって原材料高などによる売上総利益率の低下をどこまでカバーできるかが、カギとなるだろう。

新晃工業
6458 東証プライム市場

2022 年 12 月 20 日 (火)
<https://www.sinko.co.jp/ir/>

業績動向

中長期的にリスク以上に大きくなる期待

3. 中長期成長イメージ

原材料価格の高騰や納期遅延など短期リスクを乗り越えたあと、中期成長にとって重要なポイントとなるのが、SIMA プロジェクトの完成と重要取組項目の推進である。SIMA プロジェクトは 2024 年 3 月期には一定の完成となる。国内の空調機が工場やデータセンター向けに好調で、加えて東京都心再開発や大阪万博関連、商業施設なども視野に入り、さらにバブル期納入後 20 年～30 年が経過した水 AHU の更新需要も徐々に増えてくると予想され、5 つの重要取組項目も順調に進捗しそうだ。こうしたシナリオは精度の高い同社の需要予測などに基づいているため、可能性は高い。一方、現在発生している様々なリスクがこの先さらに悪化することは考えにくい。したがって、最終年度の 2025 年 3 月期に向けて業績は勢いを増し、中期経営計画目標の売上高 520 億円、営業利益 75 億円を達成する公算が高まったと言えるだろう。

長期的には、新規のオフィスビル向け需要の鈍化や労働力不足といったリスクが予測されている。しかし、データセンターや工場向けはデジタル化や生産の国内回帰などを背景に息が長く続くという見方になってきており、さらに更新需要が加わってくることが期待される。また、気候変動への対応の点からも、同社は地球温暖化係数の低い熱媒体への転換やフロンガス使用量削減につながるシステム設計を推進する方針のため、同社空調機へのニーズは長期的にも高いと予想される。労働力不足については、SIMA プロジェクトなどにより解決に向かっていくことだろう。このため、同社の長期的な事業環境も良好と考えられる。ただし、大型案件が様々増えてくると新技術が必要になるうえ、諸々のリスクを考慮して在庫の確保も必要となるため、遠からず工場や倉庫への投資が必要になると思われる。また、業容拡大の点から、M&A などにより、空調工事分野へと領域を拡大する意向を示している。この辺りの投資と成果が、同社の長期的な成長を支えることになると思われる。

新晃工業
6458 東証プライム市場

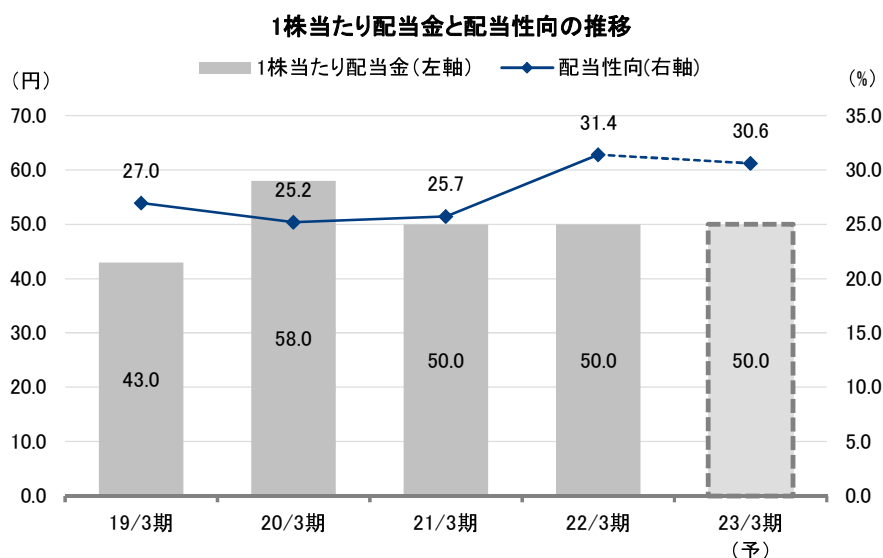
2022 年 12 月 20 日 (火)
<https://www.sinko.co.jp/ir/>

株主還元策

配当性向 24% ～ 34%、機動的な資本政策も実施

1. 配当方針

配当については、財務体質の強化及び業容拡充を図る一方、株主に対しては業績動向を勘案しつつ積極的な利益還元を行う方針である。内部留保金については、経営体質の強化並びに将来の事業展開に活用する方針である。同社の剰余金の配当は、中間配当及び期末配当の年 2 回実施している。2022 年 3 月期の 1 株当たり配当金は年間 50 円（中間配当金 20 円、期末配当金 30 円）を実施した。2023 年 3 月期の配当については少なくとも前期同額を維持、配当性向は 24% ～ 34% の間で株主還元したいという同社の意向もあり、1 株当たり配当金は年間 50 円（中間配当金 20 円、期末配当金 30 円）を予定している。また、2022 年 5 月に自己株式 25 万株を取得するなど、機動的な資本政策も実行した。



注：2020 年 3 月期の期末配当金には、創立 70 周年記念配当 10 円を含んでいる
出所：決算短信よりフィスコ作成

新晃工業
6458 東証プライム市場

2022 年 12 月 20 日 (火)
<https://www.sinko.co.jp/ir/>

株主還元策

2024 年 3 月末日以降を基準に株主優待内容を変更

2. 株主優待制度

同社は株主優待制度を設けており、毎年 3 月 31 日現在 1 単元（100 株）以上を保有する株主に対し、保有株式数と保有期間に応じた優待品を贈呈している。内容は、保有期間 1 年未満の株主に対して図書カード 1,000 円分、保有期間 1 年以上の株主に対して同社オリジナル優待カタログの中から、100 株以上 1,000 株未満を保有する株主に 3,000 円相当、1,000 株以上を保有する株主には 5,000 円相当の優待品を贈呈している。なお、2024 年 3 月末日以降を基準に株主優待内容を変更し、毎年 3 月 31 日現在に 1 単元（100 株）以上の株式を 1 年以上保有する株主を対象に、100 株以上 1,000 株未満を保有する株主には図書カード 1,000 円分、1,000 株以上を保有する株主には同社オリジナル優待カタログの中から 5,000 円相当の 1 品を贈呈する予定としている。

■ 情報セキュリティ

情報セキュリティ管理室を設置

同社は、事業活動を通して、顧客や取引先の営業上・技術上の機密情報を有することがある。このため、情報セキュリティ管理室を設置し、これら情報の取り扱いに関する規程類の整備や従業員への周知徹底を図るなど、情報セキュリティを強化している。

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp