

4641 アルプス技研

今村 篤 (イマムラ アツシ)

株式会社アルプス技研社長

「チームアルプス」の取り組みにより、大幅な増収増益を達成

◆2016年12月期第2四半期決算の概要

上期、当社の主要顧客である製造業界の輸出動向はおおむね横ばいで推移した。自動車業界は、国内生産が若干落ち込んだものの海外生産が牽引し、好調であった。技術者派遣業界は堅調な派遣要請のもと高稼働率を維持したが、大手派遣会社の参入により人材獲得競争が激化している。

このような環境のもと、連結業績は、売上高 123 億 26 百万円(前年同期比 12.5%増)、営業利益 12 億 55 百万円(同 35.5%増)、経常利益 13 億 4 百万円(同 36.9%増)、四半期純利益 8 億 18 百万円(同 37.3%増)となった。個別業績も、売上高 109 億 61 百万円(同 13.7%増)、営業利益 11 億 71 百万円(同 38.6%増)、経常利益 12 億 81 百万円(同 42.1%増)、四半期純利益 8 億 16 百万円(同 43.3%増)となり、連結・個別ともに大幅な増収増益を果たした。また、連結売上高営業利益率は、目標の 10%を超えて 10.2%(前年同期比 1.7 ポイント増)となった。

主要指標については、6 月末現在の技術社員数は 2,880 名(前年同期比 288 人増)、稼働人数は 2,736 人(同 272 人増)、平均稼働工数は 175.2 時間(同 0.1 時間減)、契約単価は 3,848 円(同 91 円増)となっている。社員数の増加は、採用目標の達成と退職者の削減によるものであり、高い稼働率を保ったことが稼働人数増につながった。稼働工数は、大手製造メーカーのワーク・ライフ・バランスの取り組みが進む中で若干のマイナスとなった。契約単価の上昇には、ベテラン社員の増加も影響した。

新卒稼働の早期化が年々進んでいる。新卒者については入社後に研修・教育を行うため、稼働率は第 2 四半期に一旦下がるが、ここ数年はそこから回復が早い。試行錯誤をしながら、さまざまな営業活動を行っている成果である。

業種別売上高の割合は、自動車関連 40.6%、電機関連 7.3%、精密機器関連 14.5%、半導体関連 15.6%、工作機械 2.2%、ソフト開発 2.6%、再生可能エネルギー 1.5%、医療系 5.8%、航空宇宙防衛 2.9%となっている。自動車関連は引き続き好調、半導体関連は個社で差があるものの、全体としては増加傾向にある。引き続き医療・環境分野(環境規制に対応した自動車の開発等)を成長分野と位置づけ、積極的に開拓していく。

売上上位 10 社では、前期 2 位の東芝が 1 位となり、前期トップのデンソーテクノが 4 位となった。自動車関連では矢崎部品が、精密機器では理想科学が、新たにトップ 10 入りした。特定顧客への依存を避けるという意味で、上位 10 社の売上高比率は 25%を目途としている。年々顧客構成の裾野は拡大しており、当四半期の上位 10 社比率は 23.2%となった。

◆チームアルプスの取り組み

当社は、「チームアルプス」を全社ビジョンに掲げている。「攻めの採用」、「攻めの教育」、「攻めの営業」により、3,000 名の技術者、営業、教育、採用、グループ各社が一体となって強固な収益基盤をつくり上げ、アルプスブランドを確立していく。

まず、採用については、全社協力による採用体制を定着させ、多様なチャネルの活用により、新卒 250 名、キャ

リア 120 名の目標達成を目指す。日本と海外のブリッジ的役割を果たす技術者へのニーズが高まっていることから、グローバルエンジニアについても積極的に採用していく。

教育では、段階的かつ体系的な研修により、技術トレンドに即したキャリアを形成する。そして、資格取得を推進し、全国の管理職を集めたセミナー開催等により、チームリーダーを育成していく。技術トレンドに即したキャリア形成にも注力しており、技術者の志向に即した職場を提供している。

営業のチーム力を結集した結果、7 月末に新卒全員の稼働決定が実現した。技術者のキャリアを重視したローテーションの促進、チーム化による顧客の選択と集中により、実単価の引き上げをはかる。

当四半期は、グループの再編にも着手した。(株)アルプスビジネスサービスが(株)アルプスカリアデザインングを吸収合併し、新たに、(株)パナ R&D の全株式を取得、9 月 1 日付で完全子会社化する。(株)アルプスカリアデザインングの事業は(株)アルプスビジネスサービスの紹介部門として位置づけ、(株)パナ R&D と連携することで、製造メーカーの全工程の技術サービスをワンストップで提供できる体制が整った。台湾、上海においても、国内営業との連携強化によって受注案件の増加をはかる。

◆通期連結業績の予想

当四半期は好調であったが、通期については、顧客である製造業各社の業績に先行き不透明感があることから、当初予想を据え置くこととした。

連結では、売上高 249 億円(前年同期比 9.6%増)、営業利益 23 億 50 百万円(同 8.5%増)、経常利益 24 億円(同 8.0%増)、当期純利益 15 億 60 百万円(同 7.9%増)の計画である。個別では、売上高 217 億 50 百万円(同 8.3%増)、営業利益 21 億 50 百万円(同 7.9%増)、経常利益 22 億円(同 5.4%増)、当期純利益 14 億 30 百万円(同 5.5%増)となっている。

配当については、連結ベースでの配当性向 50%を基本とし、中間配当金は年間配当金の 50%を目途としている。また、安定配当の見地から、業績にかかわらず年間配当 20 円を維持していく方針である。これにより、中間配当 38 円を確定、通期末には 76 円を予定している。

個別の目標では、2017 年度に売上高営業利益率 10.0%以上、平均実単価(残業を含む実際の単価)4,000 円以上を掲げている。上期個別の売上高営業利益率は既に 10.7%となった。売上高原価率は 2015 年通期実績が 73.7%であったが、技術者の処遇向上を目的とした原価率上昇に伴い、75.0%を目安に引き上げたい。当社の場合、原価のほとんどは技術者の給与である。処遇向上により定着率と採用力を向上させ、収益拡大につなげていく。売上高販管費率については、15.0%(前期は 16.4%)程度に抑えたい。

◆中期経営計画

当社は 2018 年 7 月に創業 50 周年を迎える。定性目標である第 10 次 5 カ年計画のテーマは、「イノベーションによる企業規模の拡大～創業 50 周年に向けた成長の加速～」である。その中で 3 カ年ごとのローリングプランを策定しており、2018 年度には売上高 293 億円、営業利益 28 億円、経常利益 28 億 50 百万円、当期純利益 18 億 50 百万円、ROE15%以上の達成を目指している。

施策の第 1 の柱は、技術、産業の変化を先取りし、高度で多様な技術サービスを提供することである。営業・採用・教育の仕組みを変革し、チーム化、請負化を推進することで、顧客満足度を上げ、高度技術者集団としてのブランドを確立する。

第 2 に、関係会社の自立、成長により、当社グループの規模拡大を加速させる。関係会社の独自性と収益性を発揮し、事業規模拡大を達成していく。

第 3 に、アジアに展開するグローバル企業グループへの躍進を目指す。既存の事業基盤と事業分野を拡大し、東南アジアにおけるネットワークを活用していく。昨年、ヤンゴン支店を開設した。当社とミャンマーとの繋がりは古

く、2003年に創業者が私財を投じて現地にITや介護関連スクールを設立して以後、IT人材、介護人材の教育を続け、ようやく昨年ヤンゴン支店を開設し、形になったものである。

◆質疑応答◆

通期予想を据え置いた理由について、もう少し具体的に教えてほしい。

製造業では上場企業の約6割が減益となった。その中でも当社は昨年より早期に新卒の稼働決定を実現できたが、個々のケースでは、顧客の側で人材の選択に慎重な姿勢が見られ、決定まで時間がかかるようになっている。これは人手不足が顕著であったころには見られなかった現象で、特に4月以降は顕著である。このため、営業現場での肌感覚をもとに、総合的に通期予想の据置を判断した。

自動車開発の変化と御社への影響について教えてほしい。

最近の技術トレンドとしては、まず、環境車への対応がある。燃料電池車またはEV、PHVの開発が強化されており、当社にも要請を多く頂く。技術者の対応分野のシフト変更も起きており、電池専用メーカーの業務経験を活かし、自動車関連へ移るケースもある。二つ目はAIである。ITを含めた技術者の要請は徐々にではあるが増えてきている。当社の強みである組込系のソフトエンジニアへのニーズは高い。そして、三つ目が自動車の材料である。鉄からアルミ、炭素繊維と素材が軽量化しているが、材料メーカーに関しては、当社はまだ弱い。今後はニーズの掘り起こし、教育投資に取り組んでいきたい。

ワーク・ライフ・バランスの推進について、どのように対応していくのか。

ワーク・ライフ・バランスへの取り組みが進むことは、歓迎している。当社としても、コンプライアンス遵守を徹底し、工数が多くなり過ぎたときには顧客に申し入れをしている。また、1人当たりの工数が減少しても多くの要請を頂いており、顧客が必要とする工数はそう大きく減っているとは思わない。残業が多い顧客には増員の提案をするなど、工数増よりは、要請の増加を図っていく。

登録型の業者が技術派遣に参入してきたという。営業活動に影響はあるか。

一部顧客の若手社員が受け持つ分野において、多少バッティングはあるという程度だと捉えている。むしろ、人材獲得のところで影響が出ている。

新卒採用の状況を聞きたい。

アルプス技研のブランド確保のためにも、採用には厳しい目で当たっている。他社もかなり注力していることから、常に危機感を持ち、目標数採用のため努力をしている。

新卒採用280名を掲げていた時期があった。目標人数がトーンダウンした背景を教えてください。

採用競争が激化している中で、質を落としてまで人数を確保するのは適切でないと考えた。中期経営計画を達成するためにも、人材の質を担保せず数だけを確保しブランド力を下げては逆効果である。

新卒採用では 250 名ペースが続くということか。

現状ではその程度を目途としている。ただし、採用が売り手市場から買い手市場になったときには、良い人材を確保したい。

(平成 28 年 8 月 9 日・東京)

* 当日の説明会資料は以下の HP アドレスから見るができます。

http://www.alpsgiken.co.jp/ir/library/pdf/results/ir20160809_02.pdf