



世界的技術で新たな事業分野へと展開する

◆平成18年9月期（第39期）決算報告

専務 田村 哲

11月16日、第39期の決算を発表した。当社は連結子会社が1社で規模が小さいため、以下連結で報告する。売上高は前年に比べマイナス8%、11億円強減少し132億89百万円となった。受注単価低下の中で、変動費や固定経費等の継続的な削減を図っているが、売上高減少により営業利益は前期比55.2%減の2億16百万円、経常利益も同38.3%減の3億56百万円となっている。当期純利益は昨年12月の役員退職金制度廃止に伴う特別損失処理などにより、前期比65.3%減の1億11百万円であった。利益減少により、自己資本当期純利益率、総資本経常利益率、売上経常利益率共に悪化している。

連結財政状態としては、総資産は前年より3億91百万円減少した141億68百万円となった。純資産はほぼ前年同の102億44百万円、純資産比率は72.3%、1株当たり純資産は1,089.81円である。

営業活動によるキャッシュフローは法人税等の支払い、あるいは売上債権等の増加が主な要因となってマイナス68百万円となった。投資活動によるキャッシュフローは流動資産からの定期預金預け入れ等によってマイナス2億70百万円、財務活動によるキャッシュフローは配当金支払いなどの要因でマイナス1億46百万円であった。結果、現金および現金同等物の期末残高は前期に比べて4億85百万円減少し、38億27百万円となっている。

◆平成19年9月期（第40期）業績予想

当期は連結中間期で、売上高60億円、経常利益1億円、中間期純利益は50百万円を予想している。通期では売上高127億円、経常利益3億50百万円、当期純利益は1億50百万円を想定している。

個別では中間期で、売上高58億円、経常利益1億50百万円、中間純利益70百万円を予想する。通期では売上高123億円、経常利益3億円、当期純利益1億20百万円という計画である。売上高は今期も前年比減を予想しているが、利益面ではがんばっていききたい。

配当は1株の期末配当を8円として、12月22日に開催予定の株主総会に諮る予定である。平成19年9月期も引き続き8円を予定している。

平成18年9月期の受注は、130億13百万円と前年に比べ約12億円減少している。受注残高は同2億76百万円減の71億75百万円という状況であるが、今期の売上高計画達成に努力していく。

◆第39期の状況と取り組み

社長 友澤武昭

公共事業が厳しい中、受注はこの1年が底と考えている。売上は時間差があるので、来年も低目にみているが、受注は上向いてくると予想している。利益および当期純利益は、今年は大型プロジェクトが切れた影響で低目とみており、来年もその延長で考えている。

受注は3分野に分けてみているが、今落ちている構造計画分野が高速道路新直轄の関係で今期は上がると予想している。しかし、このまま構造計画が伸長するとは思っておらず、社会計画分野との組み合わせから新しい市場が生まれてくると考える。もう一つの情報サービス分野については、ほぼ同じ水準とみている。

受注形態は競争入札、随意契約、プロポーザルがあるが、第39期には競争入札が減少しておりプロポーザル約30%、随意契約約30%となっている。競争入札は談合などコンプライアンスの問題があるとともに低価格競争を強いられるため、これが減るのはうれしい状況である。随意契約もこの春からあまり大きくしてはいけないということで減ってきて、その分はプロポーザルが上がってくると考えている。最終的には競争入札による受注を、3割以下程度まで抑えていきたい。

第39期は大型案件の減少により、海外の受注が減っている。顧客別に見ると39期は、国交省からの受注増

加が特徴であった。地方自治体は減少しつつあるが、下げ止まりの感覚を抱いている。

39期の取り組みとしては、まず営業面でのダブルミッションが挙げられる。最近当社の市場では地域の特徴が顕著になってきた。営業する人間が、当社が持っている優位な商品と地域の特徴を掘り起こす取り組みを併せ持つて行うのがダブルミッションである。

また経費面では、販売経費を5.8%・1億35百万円下げた。変動費も内製化によって2%・2億40百万円削減した。小さい数字ではあるが社内の文化を変えるほどの努力を行った結果で、さらに一致団結して削減を進めていく所存である。

生産面では以前から進めている業務進捗管理・納期管理強化・社内業務レビューの高度化を徹底的に行い、品質がかなり向上した。結果として現場からのクレームが減少、瑕疵責任を問われるような業務は1件もなくなった。特に社内業務レビューは品質管理の一番のポイントと考えており、今後も徹底して仕上げていく。

これらの取り組みの結果、国からの受注は11%、自治体からの受注は3%増加した。海外分の減少により売上は減ったが、利益は開示の数値を大きく狂わせないように努力して確保している。

◆第40期への施策

第40期の目標として、第1に全員営業を掲げる。昨年のダブルミッションは営業マンが取り組んだものであるが、今年は受注あるいは販売だけではなく技術サービスを含めたすべての活動が営業であるという認識の下、技術職も含めた全員で営業を行う方針である。

第2には、高品質でなおかつ低コストを実現する。競争入札による契約はどうしても低コストになり、当社も非常に苦しいのであるが、前回の業務レビューを通じて極力効率化を図っていく。

またリスク管理に加え、公共事業以外の新事業へのチャレンジも行っていこうと考えている。

これらの目的の実施に向け、以下の施策を行っていく。

(1) 受注強化施策

全員営業方針の大きな表れとして、10月に支社・事業本部制を導入した。地域に密着した支社と、技術の伝統を伝え新規開拓を行う事業本部が連携して動いていく体制である。管理部門、営業部門、技術部門の全員が営業として活動を進める。

この体制により、さらなるプロポーザル特定率の向上に努める。プロポーザルの特定率は39期で22.9%であるが、40期には26~27%にまで上昇させたいと考えている。

(2) コスト競争力の強化

高品質・低コストの実現のため、(株)長大構造技術センターを2007年1月1日に開設予定である。コンサルタントは設計以外にもさまざまな分野があり、新しいニーズはほとんどそういった分野から出てくる。当社はそこに敏感に反応していかなければならない。

独自の設計でモノづくりをしていく伝統を残すとともに、計画周辺のニーズに応える体制によって競争力を強化していく。

(3) コンプライアンス、リスク管理の強化策

現在コンプライアンスが声高に叫ばれているが、当社は談合などの状況をいかに排除していくかについて、何年も努力をしている。

この10月、内部監査室と生産管理部を合わせた内部統制機構を設置し、これまでバラバラに行っていた法令順守・品質および環境マネジメント・情報セキュリティ・個人情報保護・労務管理・事業継続などを一つの体制の下で行うこととした。

(4) 新規事業分野への対応力の強化策

新事業の開発と支援を行う、新事業推進室を設置した。コンサルタント事業から派生したさまざまな事業を狙いながら、推進していく。

さらに民間情報分野での新たな展開を目指し、2007年1月1日に順風路(株)を設立する。以前から説明していた携帯電話による道路情報の提供をはじめ、モバイル・インターネット・デジタル放送向けのコンテンツの配信、開発運営などを行っていく予定である。

◆トピックス紹介

この1年間に起こったトピックスを紹介する。

(1) 官民協働によるPFI/PPPコンサルティング

国土交通省総合政策局「リスクマネジメントや事業スキームのあり方に関する検討調査業務」と、「筑波大学付属病院再開発計画に係るコンサルタント業務」(随意契約)を受注した。新たな資金調達手法提案を含めた官民協働事業手法の活用を総合的に支援する業務は、今後もますます拡大すると期待している。

(2) 業界ナンバーワンの橋梁技術

十津川に架かる「七色高架橋」が、土木学会田中賞を受賞した。また韓国第2仁川連絡橋デザインビルドの総合設計監理業務が進行中、日本代表としてイタリアメッシーナ海峡大橋プロポーザル作成に参加するなど、当社の優れた橋梁技術を遺憾なく発揮した。

(3) 次世代案内標識「Info Quest」の実証実験

ディスプレイに携帯電話に取り込める地図を表示するとともに、広告も流せるという新事業を、千葉県柏市で実験中である。

(4) 世界初の社会実験

首都高代々木のカーブにおいて、ITS技術とカーナビを活用したリアルタイム交通安全情報を提供する世界初の実験を行っている。設置後事故が約2割に減少するなど、非常に有効と認められた。技術的に難しく、運用上の問題も大きく絡むが、これからの活用と売り込みを進めていきたいと考えている。

(平成18年12月4日・東京)