

ライブ

SMBC日興IRフォーラム2019

レポート
REPORT

6498

キッツ

KITZ
株式会社キッツ執行役員経営企画本部長
粟原 等 氏

バルブの総合メーカーキッツの強みと成長戦略

会社概要・プロフィール

●社名の変遷

- 1951年に創業者 北澤利男が北澤製作所を設立
- 1962年に北澤バルブ、1975年に北沢バルブ、1992年にキッツ(KITZ)に社名変更
- KITZは「北沢」の英語表記が由来
製品ブランドとして世界的に浸透している

●成長の軌跡

- 1950年代に生産・販売体制を構築、1960～70年代に品種を拡大、総合バルブメーカーに成長
- 1984年に東京証券取引所一部上場、2004年に東洋バルブ買収、近年は海外M&Aを推進、世界有数の企業グループに

●キッツグループの事業展開

- 2018年度売上構成：バルブ事業80.5%、伸銅品事業17.3%、その他2.2%

特徴・強み(2/2)

●バルブ総合メーカーとして幅広い分野の製品を供給

- 上下水道・給湯・ガス・空調などのライフラインから、コンビナート、石油精製プラントや半導体などの産業分野まで、幅広い分野に向けた多彩なバルブを製造・販売

●高い市場占有率

- 国内における青黄銅製及びステンレス鋼製バルブは、特に高いシェアを確保

●最適地生産体制を構築

- グローバルコストの実現に向け、国内7カ所、海外13カ所の生産拠点強化を推進

●挑戦する企業風土を担う多彩な人材

- キッツグループにおいて日本以外で勤務する社員は全体の56.1%

特徴・強み(1/2)

●広範で強固な販売ネットワーク

- 日本全国をカバーする強力な代理店網により、お客様の声に即応できる販売体制を確立
- お客様が求める品質、価格、納期、サービスの全てにお応えするために、グローバルな販売ネットワークを構築

●海外販売体制の強化

- 3極(欧州、米州、アセアン)2拠点(中国、インド)のエリアごとに販売、マーケティング、エンジニアリング、ストック、メンテナンス、サービスの機能を持つ地域統括会社を設置、地域に密着した事業を展開

●品質に支えられたKITZブランドを確立

- 自社内に鑄造設備を保有、素材選別から鑄造、加工、組立、検査までの一貫生産体制

成長戦略・株主還元

●中長期数値目標

- 2030年度までに売上高2000億円、バルブ事業はGlobal Strong No.2のポジションへ

●第四期中期経営計画 数値目標

- 2021年度売上高1440億円、営業利益135億円、ROE10%

- 水素分野：自社工場内に水素ステーション建設

- 高温・高圧分野：韓国Cephas社を買収

- アジア地域：マレーシア大手製造・販売メーカー及び販売代理店であるUnimech社と資本業務提携

●株主還元について

- 配当性向：従来の25%から35%前後へ引き上げ
年間配当：17/3期13円⇒18/3期17円⇒

- 19/3期20円へ引き上げ、20/3期予想は20円

- 株主優待制度を拡充し、2020年3月末時点で100株以上を保有する株主も対象に