

企業動向

トリム 中間
本月中
9月

直販が好調、職域売上21%増

下期は営業職増・大手開拓強化

日本トリム(本社・大阪市北区、森澤紳勝社長)の18年9月中旬期連結は、職域販売を主力とする

おいて、営業職の増員や整水器のデモを行う大手企業の開拓強化などに力を入れる。

5200万円)が46.8%増と好調だった。職域は、一昨年より取り組む「健康経営」を切り口としたBtoBルート

の販売が貢献。整水器のセミナー(デモ)1回あたりの販売台数は4月で約3.1台を達成。整水器の単月売上で過去最高を更新した6月は約3.0台に達し、販売効率が高まった。

9月に投入した主力整水器の後継機種「トリムイオン グレイス」(税抜き標準価格24.8万円)は、従来機種に比べて約8万円高く、単価アップが寄与した。一方、前期、前々期の業績にマイナスのインパクトを及ぼした、水素水関連のネガティブ報道の影響については「まだゼロにはなっていない」「あと1~2年続く可能性もありえる」(森澤社長)としている。

2部門をもつ「業務部」は、卸・OEM部門(3億9700万円)が同2.0%増、アフター部門(1億5300万円)が同8.4%増。浄水カトリッジ(22億円)は同0.6%増。

下半期の直販部門は、10月より職域で、外部の事業者によるセミナー開拓の開始を試験的にスタート。特に大手企業の開拓を担ってもらう。従来、自社の手によらない開拓は卸・OEMの取引先からの紹介などが中心となっていた。

さらに営業社員の増員にも改めて着手。中途採用を増やす方法などを取る。現在の営業社員数は「DS」が102人、「HS」が53人。このほか10月より、読売テレビの「ウェークアップ! ぷらす」(土曜8時)でCMの放映を始めた。中間期の海外子会社の売上は、インドネシアのポトルドウォーター事業が同5.2%増の4億700万円。中国の整水器販売事業が同0.7%増の5500万円。ベトナムや他の新規国での販売は年1万台。

また、中間決算説明会では、整水器の各種エビデンス取得に向けた研究事業に関して、立命館大学スポーツ健康科学部と進めていた、電解水素水の飲用によるヒトの運動パフォーマンスへの影響の試験結果について、年内を目途に論文の投稿を予定すると報告。

発売の整水器後継機種「トリムイオン グレイス」の生産数が増え、原価率が大幅に改善した(同社)ことが理由。10月下旬時点で、直販部門で販売される整水器の「55・65%」(同)が「1・グレイス」という。修正は、売上でプラス9000万円(修正後前期比10.0%増の154億3000万円)、営業利益でプラス3億1000万円(同11.9%増の24億4000万円)、経常利益でプラス3億1500万円(同11.9%増の23億4500万円)、純利益でプラス2億5000万円(同11.9%増の23億6000万円)。なお期末配当は当初通り、1株あたり60円を予定する。

通期予想上方修正 新製品「健康原価改善」 日本トリム

9月中旬連結業績の好調を受け、日本トリムは10月25日、2019年3月期連結の通期業績予想の上方修正を行った。直販部門の売上で下半期も好調を見込むことや、同好調にともない昨年9月