

ブランドの認知度を上げる

戦略的広報活動によるブランド力、商品情報の発信及び発信力の強化

NASCARドライバー 古賀琢麻選手のサポート

NASCARドライバーの古賀琢麻選手とスポンサー契約を結び、その活動を応援しております。
2022年もアメリカ NASCAR/ARCAシリーズ全11戦にフル参戦。



弊社スポンサーレース 現地時間2022年7月2日
Irwindale Speedwayでの様子



日本人初！
NASCARレース
100回目の参戦！

現地時間2022年10月14日
The Bullring at Las Vegas Motor Speedwayでのレースは、古賀選手が100回目にあたるレースでした。
100回レースに参戦した日本人は古賀選手が初とのことです。

SNS の活用

Instagramフォロワー数1万人突破！



SNS の中でも特にInstagramに力を入れておりましたが、2023年1月に目標としていたフォロワー1万人を達成しました。
136期(2018年度)より開始し、当初は伸び悩んでおりましたが、近年ではNASCARドライバー 古賀選手、クレイジーケンバンド 横山剣様、エア魂女子様との相互PR、カバンのCHROME様とのコラボグッズ、モニター・プレゼント企画、リアルイベントでのフォロー登録特典の実施などにより、多くの方々にフォローしていただきました。
1万人は通過点と考えており、2倍・3倍とより多くの方々にフォロー頂く事を目標にしております。

< SNSでの積極的な配信 >

Instagram



プレゼント・リポスト企画など参加型の企画を実施。フォロワー様と相互交流を図り、LOBSTERファンの増加を目指しています。



これまでの商品動画のほか、オフィシャルグッズの動画や、営業社員が登場する動画を作成。今後はさらに魅力的な動画制作を行っていきます。

Facebook

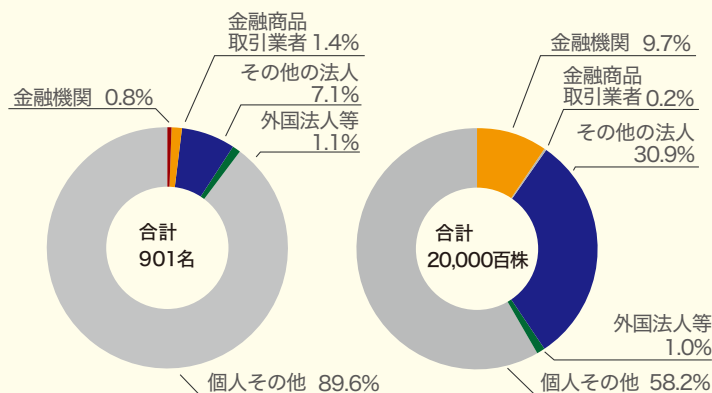


Facebookでは、シェア機能を活用したPRや、URLを提示することで、当社HPやオフィシャルグッズストアへの誘導を図っております。

株式の状況(2023年3月31日現在)

発行可能株式総数	80,000百株
発行済株式総数	20,000百株
株主総数	901名

所有者別株主構成比



株主メモ

事業年度	4月1日から翌年3月31日まで
期末配当金受領株主確定日	3月31日
中間配当金受領株主確定日	9月30日
定時株主総会	毎年6月
株主名簿管理人 特別口座の口座管理機関	三菱UFJ信託銀行株式会社
各種お問合せ先 郵便物送付先	三菱UFJ信託銀行株式会社 大阪証券代行部 〒541-8502 大阪市中央区伏見町三丁目6番3号 電話 0120-094-777 (通話料無料) (受付時間 9:00～17:00 (土、日、祝祭日、年末年始を除く)) ホームページ https://www.tr.mufj.jp/daikou/
上場証券取引所	東京証券取引所
公告の方法	電子公告により行う。 公告掲載URL https://www.lobtex.co.jp/lobtex/ir/ (ただし、電子公告によることができないやむを得ない事由が生じたときは、日本経済新聞に掲載いたします。)



株式会社 ロブテックス
〒579-8053東大阪市四条町12番8号



第140期

株主通信

2022年4月1日～2023年3月31日まで

株式会社 ロブテックス

トップメッセージ

■経営成績

当連結会計年度の我が国経済は、新型コロナウイルス感染症対策により、平常化に向けた動きが見られる一方で、原油や資材価格高騰・ウクライナ情勢等の影響もあり、まだまだ不透明な状況で推移しました。

このような状況の下、当社グループでは経営ビジョン「モノづくりのプロに応え、モノづくりの愉しさを育む」、経営スローガン「私たちは工具を通じ、あらゆるモノづくりの要求に応えるとともに、つくる愉しさを伝え広げる事で社会に貢献します」の発信と浸透を更に進め、経営課題である「業務の整流化を徹底し、利益体質の強化を図る」を追求し、経営目標達成に向け努力してまいりました。

そして、その経営ビジョンを推し進めるにあたり、経営課題の解決に向けた機能的な組織への変更を2022年4月に実施しました。

管理本部においては、ITシステム部を新設いたしました。従来の情報システム部門と営業企画のデータ管理部門並びに業務部を統合し、データ利用・活用を行い、顧客価値創造を重要テーマに、ITを駆使して対応に努めました。

モノづくり事業本部においては、購買部門を購買部として独立させ、取引先様との連携強化と新規取引先探索を行い、安定供給と適正価格及び品質を確保した調達に取り組みました。

営業部門（営業企画部・第一営業部・第二営業部）については、売上至上主義から利益確保への意識付けを進め、粗利益・売上リベート・販売費を徹底的に管理し、利益追求型の営業部隊へ移行を進めました。これまでの営業部で分類していた販売ルートをより現在の市場に合わせた組織に変更しました。中でも新設したストアセールスチームについては、ホームセンターとともにプロショップ等、店舗展開している販売先への強化を図るこ



株式会社 ロブテックスは、2023年に
創業135周年/創立100周年を迎えます。



モノづくりのプロに応え
モノづくりの愉しさを育む

代表取締役社長 地引 俊彦

とで、エンドユーザーに寄り添った活動を進めてまいりました。

また、モノづくりの合理化を図るべく、製造拠点である鳥取口ブスターツール株式会社にはモノづくり合理化推進室を新設し、合理化推進と新規事業の検討を行いました。

なお、経営課題であります“利益体質の強化”を図るべく、現状課題については各種プロジェクトを発足し部門横断的に解決策を検討、実務部門に展開を進めました。また、未来を見据えた目指すべき将来像を描くために各種会議体を開催しています。

その結果、売上高は前年同期比2.4%減の59億5千万円(前年同期60億9千9百万円)となりましたが、利益面では売上原価率の改善及び販売費の効率的な活用により、営業利益では同26.4%増の4億8千4百万円(同3億8千3百万円)、経常利益では同25.9%増の4億9千3百万円(同3億9千1百万円)、親会社株主に帰属する当期純利益では同39.9%増の3億1千4百万円(同2億2千4百万円)となりました。

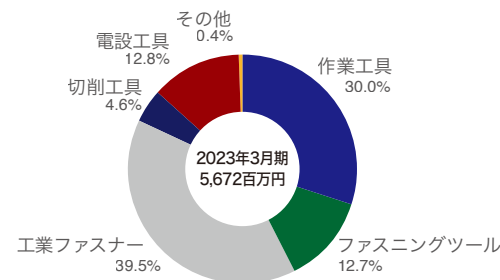
セグメント別概況

営業成績

区分	136期 (2019年3月期)	137期 (2020年3月期)	138期 (2021年3月期)	139期 (2022年3月期)	140期 (2023年3月期)
売上高 百万円	6,096 (3,018)	5,673 (2,907)	5,307 (2,419)	6,099 (3,006)	5,950 (2,914)
経常利益 百万円	397 (204)	190 (124)	300 (66)	391 (181)	493 (255)
親会社株主に 帰属する 当期純利益 百万円	245 (120)	46 (67)	186 (32)	224 (102)	314 (154)
1株当たり 当期純利益 円	131.27 (64.34)	25.15 (36.10)	99.60 (17.53)	120.38 (55.06)	168.42 (82.96)

(注1) 当社は2023年1月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行っております。
136期の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、「1株当たり当期純利益」を算定しております。
(注2) ()は第2四半期の数値です。

金属製品事業における品種別の売上高構成比



① 金属製品事業

国内売上は、ファスナー関連の商品において、前年の大型物件分をカバーするだけの販売数量に及ばず、また、販売先において、ホームセンターでは一服感があり、減少しました。

一方、海外売上では拡販努力により各国において伸張。その中でも主要販売先国である韓国向けが伸長し、増加しました。

また、原油や資材価格の高騰などによる商品原価の上昇への対応については、生産効率の向上、各種経費の節減実施に加え、価格改定を2022年1月と2023年2月に実施しました。

その結果、金属製品事業の合計売上高は前年同期比2.5%減の56億7千2百万円（前年同期58億1千7百万円）となりました。セグメント利益については売上原価率の改善及び販売費の効率的な活用により増益となり、同38.3%増の3億4千4百万円（同2億4千9百万円）となりました。

今後の見通し

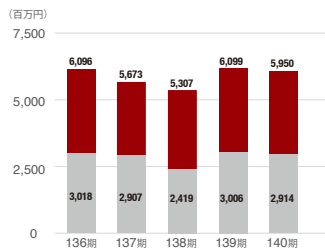
今後の経済情勢につきましては、新型コロナウイルス感染症の5類への移行に伴い、平常化に向けた動きが見られる一方で、原油や資材価格高騰・ウクライナ情勢等の影響もあり、まだまだ、その先行きは非常に不透明な状況となっております。

このような見通しの中、今年8月に創立100周年(創業135周年)を迎える当社グループでは、経営ビジョン「モノづくりのプロに伝え、モノづくりの愉しさを育む」、経営スローガン「私たちは工具を通じ、あらゆるモノづくりの要求に応えらるとともに、つくる愉しさを伝え広げる事で社会に貢献します」の浸透と発信を更に進め、経営課題である「業務の整流化を徹底し、利益体質の強化を図る」を追求し、経営目標達成に向け努力してまいり所存であります。

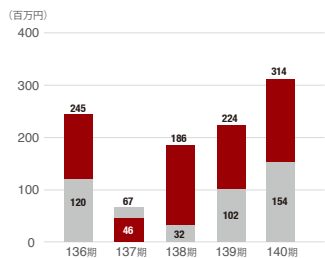
なお、経営ビジョンを推し進めるにあたり、経営課題の解決に向けた機能的な組織への変更を2023年4月に実施しました。

営業部門の更なる強化、前年苦戦した売上の増加と適正な利益確保を図るため、従来の営業企画部を「営業統括部」とし、企画・販促のみならず、多様化する販売網に柔軟に対応するため、営業部門全体の統括機能と併せ、新規販売ルート攻略の最適

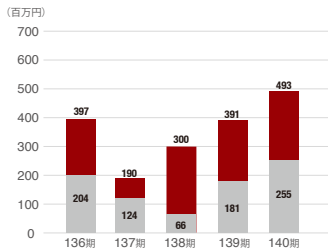
売上高



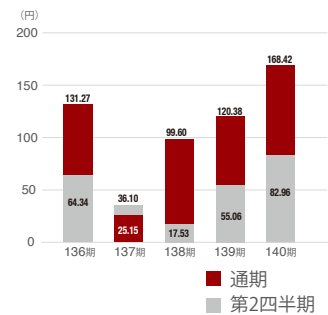
親会社株主に帰属する 当期純利益



経常利益



1株当たり当期純利益



② レジャー事業

ゴルフ練習場における売上高は、コロナ禍においても感染対策を講じた上での営業継続に加え、サービス向上や集客施策、価格改定を実施してきました。しかしながら、例年以上の今夏の暑さの影響と新型コロナウイルス感染症の落ち着きにより、特需の一服感もあり、お客様一人当たり売上高は微増となるものの入場者数が減少した結果、前年同期比1.4%減の2億7千7百万円（前年同期2億8千1百万円）となりました。セグメント利益については経費節減に努め増益、同4.4%増の1億4千万円（同1億3千4百万円）となりました。

トピックス

より良い商品をお届けしたい

● 溶接ノズルクリーナー WSC



ノズルを溶接トーチ本体から外さずに簡単にスパッタ除去が可能

● 超小型オートリベットフィーダー ARF-810E

エアレスで設置・作業の自由度が大幅アップ！
ブラインドリベットを片手で自動セット、生産性・作業性が劇的アップ！



● B型シャコ万力 スタンダードタイプ B-A / 皿セット B-AS



専用工具無しで皿部分の交換が可能に

芸文社『Nostalgic Hero』とのコラボモンキレンチ

芸文社の雑誌『NostalgicHero』Vol.213～215の3回に渡り、鳥取工場の見学、R&Dでの担当者へのインタビューなど、コラボモンキレンチが出来るまで取材。
商品は芸文社が開催するイベント「Nostalgic 2 Days」にて販売されました。



モノづくりの愉しさを育む / イベント

コロナ禍の状況が比較的落ち着いてまいりましたが、140期も対策を講じながらイベントに出展いたしました。

(8月)
JAPAN DIY
HOMECENTERSHOW 2022

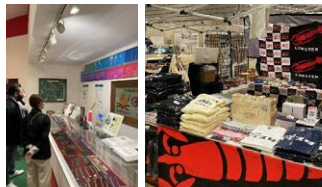
(10月)
マスターズ花園

(11月)
HANA ZONO EXPO
テクノメッセ

(1月)
東京オートサロン

(2月)
ノスタルジック2デイズ

(10月～12月)
小学校工作教室4校



オリジナルグッズ（オフィシャルグッズ）によるブランド力の強化（下期作成したグッズ）

CKBコラボグッズ



Tシャツ：新色追加

- ・上期：アオ・ブラック、ネイビー・グリーン(復刻)
- ・下期：オートミール
- また、ブラックはXXLとXXXLの大きめサイズを追加

パーカー：新色追加

- ・ブラック

ラバーシリーズ



ラバーマグネット（モンキレンチ）



ラバーストラップ（アンギラス）



ラバーストラップ （パワーベンチ / ニッパー）



ガチャ限定商品 モンキレンチラバーストラップ(上期紹介)の展示会等での好評を受け、ラバーシリーズを追加しました。