

翻訳リリース (2010年5月10日)

DKSHグループ、2009年の困難な経済状況の中でも成長維持

DKSHは、世界経済の低迷にもかかわらずアジアビジネスの継続的成長に支えられ、2009年に好業績を挙げました。更に2010年も企業買収、2桁の増益とダイナミックなスタートを切っています。

マーケットエクспанションサービスを提供するDKSHグループ（本社：スイス、チューリッヒ、株式非公開）は、2009年にも優れた業績を達成し、そのビジネスモデルが経済危機に対して強い耐性があることを実証しました。困難な経済状況にもかかわらず、グループは、総取扱高を4.8%増の86億スイスフランまで伸ばしました。現地通貨換算では純売上上の成長率は10.9%にも及びます。自社勘定による純売上は、1.6%増の65億スイスフランとなりました。全事業部門が好業績に貢献し、営業利益（EBIT）は1億2,800万スイスフランとなりました。ただし純利益は、初めて3.4%減の8,500万スイスフランとなりました。2009年以来、純債務はありません。こうした健全な財務構造を背景に、困難な環境の中でも内部成長および買収による事業拡大を進めてきました。2009年は北欧の特殊薬品販売会社のDasico社、およびインドの全主要産業拠点に子会社を展開するTataグループの特殊薬品販売部門であるVoltas社など5社を買収しました。また、DKSHは2010年も前年に引続きダイナミックで勢いの良いスタートを切りました。第1四半期末にすでに25%のEBIT成長を達成し、前年同期の業績を大幅に上回りました。買収のペースも落ちていません。2010年3月以降に、スイスの商社Hagemeyer-Cosa Lieberman（ヘグマイヤー コサリーベルマン）を含め、3社が新たにDKSHグループに加わり、これら3社から700人のスペシャリストをグループに迎えました。また子会社が80社増えたことで、流通網や営業市場も拡大しました。

2010年5月4日 チューリッヒ発 - DKSHは2009年に、12%減という第二次大戦後最大のマイナス成長率を記録した世界経済の動向に逆らって、好成績を収めました。スイスのマーケットエクспанションサービスのプロバイダーである当社は、全アジア市場で成長を続けています。アジア事業単体で、2009年は収益面で再び記録達成の年になりました。

二大事業部門である消費財事業部門とヘルスケア事業部門は優れた業績を残し、シェアを拡大し続けています。しかし自動車、化学、医薬品産業に専門性の高い原料を供給する生産資材事業部門は、欧州での純売上、利益ともに減少しました。テクノロジー事業部門は、景気後退に伴う設備投資財の需要減少の影響を受けました。

DKSH ブランドの魅力向上

DKSH のヨルグ・ヴォレ社長兼 CEO は次のように述べています。「経済危機の中でも堅実な財務基盤と明確に定義された成長戦略を基礎として、グループ内部で、また数社の企業買収などによって、あらゆる好機を逃すことなく成長を遂げました。DKSH の重要な成功要因のひとつに、地理的に最高の位置づけを確立していることが挙げられます。すなわち、経済危機で最大の打撃を受けたアングロサクソン圏での活動が極めて小さいということです。アジア特化が依然として DKSH の最大の成長拡大要因になっています。アジアは、一時的に需要の低迷が見られる製品の調達市場としてではなく販売市場として、より安定していることを示しました。特にアジア地域内貿易、すなわち、アジア製品のアジアでのマーケティングや流通が DKSH にとってより重要になりつつあります。」

昨年の厳しい市況の中で、DKSH のビジネスモデルは優れた安定性と危機に対する強い耐性を示しました。DKSH の事業は高度に専門化されていますが、その一方で産業、地域、商品の流れ、バリューチェーンの面では幅広く多様化されています。企業インフラを拡大、強化するために高額の投資を行ったことで、DKSH は市場リーダーとしての地位をさらに高めることができました。2009 年には、ミャンマー、タイ、オーストラリアに新たな流通センターを開設し、今後の成長のための可能性を強化しました。ヴォレ社長兼 CEO はさらに次のように述べています。「マーケティングや販売、流通などの従来のコアサービスの延長として DKSH が提供している、市場参入コンサルティング、市場分析、製品登録、修理、アプリケーショントレーニング等の補完的サービスも大きな可能性を秘めています。」

これに関連して、DKSH は 2009 年に世界有数のフィールドマーケティング企業である南アフリカの Smollan Group と合併企業を設立しました。またシンガポールには社内役員養成開発センターであるファントウリー・アカデミー (Fantree Academy) を開校しました。

新コーポレートデザインの展開は昨年中に無事完了し、旧社名で営業を行っていた地域でも社名をすべて DKSH に変更しました。現在では世界中で DKSH ブランド名で事業展開をしており、世界的な相乗効果が引き出されています。これによりブランド価値拡大のためのグローバル基盤が整ったこととなります。

株主基盤の拡大と更なる透明性

DKSH は、従来型の商社からマーケットエクспанションサービスの大手プロバイダーへと進化しました。また同族企業から優れた株主に恵まれた株式非公開企業へと発展を遂げました。2010 年初めにスイス銀行協会の前会長ピエール・ミラボー氏が新たに株主に加わり、株主基盤がさらに強化されました。また 2010 年に DKSH は初めて純利益および株主資本に関するデータを公表しました。

ダイナミックなスタートを切った 2010 年

DKSH は、2010 年にダイナミックなスタートを切りました。第 1 四半期業績は、前年を大幅に上回りました。前年同期比で、純売上は 8%、EBIT は 25% も増大しました。また、既に 3 社の買収を完了しています。まず 2010 年 3 月にはスイスの商社 Hagemeyer-Cosa Lieberman (ヘグマイヤー コサ リーベルマン) がグループに加わりました。同社の高級品およびライフスタイルビジネスは、DKSH のアジアにおける高級品マーケティング、販売、流通サービスの独立系最大手プロバイダーとしての地位をさらに高めてくれるでしょう。次に台湾の大手消費財物流会社 Chiao Tai Logistics (チャオタイ ロジスティックス) を買収し、台湾での事業を拡大しました。これによって香港、華南、台湾の三角地帯でも、地域市場を対象とするエクспанションソリューションを顧客に提供できるようになりました。最後にマレーシアの大手ビタミン・サプリメント・メーカーである Biolife (バイオライフ) を買収し、ヘルスケア事業部門の自社ブランド活動を強化しました。これら 3 社の買収によって DKSH の社員が約 700 人増大するとともに、80 を超える子会社によって流通ネットワークおよび営業市場が拡大されました。

DKSH グループの目標についてヴォレ社長兼 CEO はこう述べています。「『非景気循環的投資アプローチ』と明確に定義された成長戦略を基盤に DKSH は、アジアにおけるマーケットエクспанションサービスの大手プロバイダーとしてのポジションを継続的に拡大しています。今年度も更に力強く成長し続けていくでしょう。DKSH の既存の市場および事業部門にはまだ大きな成長の可能性が残されています。モットーの『本分を守る』(Cobbler stick to your last) を忠実に守って、DKSH は、最も得意なこと、最も良く知っていることに注力します。すなわちそれは、アジアおよびヨーロッパという既存市場であり、また消費財、ヘルスケア、テクノロジー、生産資材という 4 つの既存事業部門です。内部成長を中心に据え、戦略成長分野における選択的な企業買収を加えて、DKSH はこれらの分野で成長し続けます。また同時に効率改善とプロセスのパフォーマンス改善を継続的に行っていきます。」

DKSH グループのプロフィール

DKSH は、アジアに焦点をあてた大手マーケットエクспанションサービスプロバイダーです。DKSH が提供する「マーケットエクспанションサービス」は他の企業やブランドの新市場あるいは既存市場におけるビジネス拡大を支援します。

ヨーロッパやアメリカ大陸の 20 か国を含め、35 か国にある 560 の拠点で事業を展開し、2 万 2,000 人の専門スタッフを擁する DKSH は、売上および従業員数でスイスの上位企業 20 社のひとつに含まれ、2009 年には 86 億スイスフランの総売上を達成しました。

DKSH は、調達、マーケティング、販売、流通、アフターサービスなどを多様に組み合わせた包括的なサービスを提供します。またパートナー企業に対して、専門知識だけでなく、独自の規模と深さを持つ総合的な現地物流ネットワークを提供します。DKSH の業務は、消費財、ヘルスケア、生産資材、テクノロジーという 4 つの専門分野をベースとする事業部門から構成されています。

本社はスイスのチューリッヒにありますが、DKSH は全アジア太平洋地域の各地に起源を有し、現地に深く根ざしています。それは、DKSH が140 年も前からアジアと取引をし、この地域で事業を展開してきたからです。