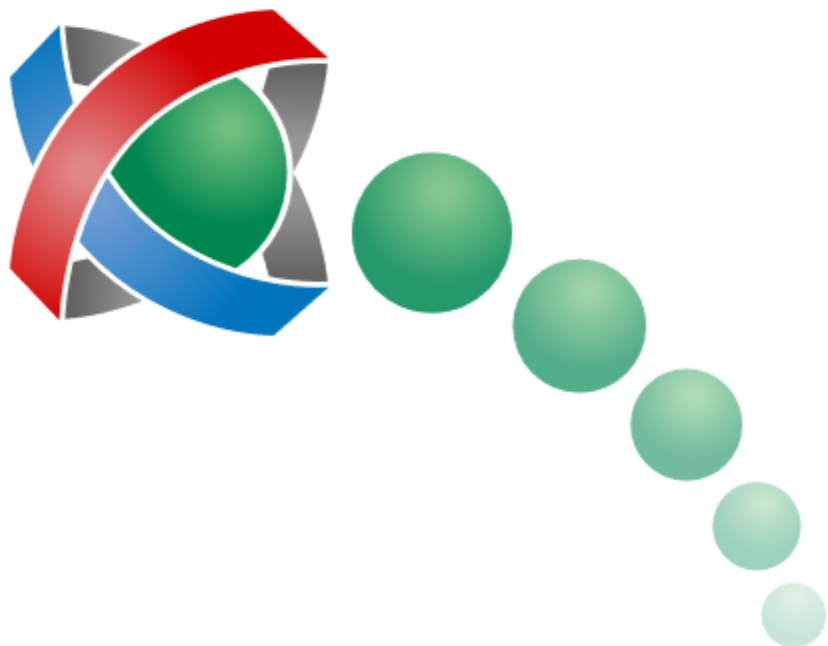


株式会社 **山善**
2022年3月期

決算説明会



2022年5月19日

代表取締役社長 長尾 雄次

証券コード: 8051

A G E N D A

- I. 2022年3月期決算概要**
- II. 前中期経営計画の振り返り**
- III. パーパス・2030年企業ビジョンの制定**
企業価値向上に向けた重要課題への取り組みについて
- IV. 新中期経営計画と2023年3月期業績予想について**
- V. ESGの取り組みについて**
- VI. 株主還元について**

A G E N D A

- I. 2022年3月期決算概要**
- II. 前中期経営計画の振り返り
- III. パーパス・2030年企業ビジョンの制定
企業価値向上に向けた重要課題への取り組みについて
- IV. 新中期経営計画と2023年3月期業績予想について
- V. ESGの取り組みについて
- VI. 株主還元について

■ 連結損益計算書

(単位：百万円)	2021年3月期 (第75期)	2022年3月期 (第76期)	前年対比 増減率	公表計画 (修正)	計画比 増減率
売上高	434,744	501,872	-	500,000	0.4%
売上総利益	62,672	72,738	-	-	-
(総利益率)	(14.4%)	(14.5%)	-	-	-
販売管理費	51,438	55,604	-	-	-
営業利益	11,234	17,133	-	16,000	7.1%
(営業利益率)	(2.6%)	(3.4%)	-	(3.2%)	-
営業外損益	△24	△ 39	-	-	-
経常利益	11,209	17,093	-	16,000	6.8%
特別損益	84	754	-	-	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	7,572	12,023	-	11,000	9.3%

※「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を当連結会計年度の期首から適用しており、2022年3月期に係る各数値については、当該会計基準等を適用した後の数値となっており、前年対比増減率は記載しておりません。

■ 事業別売上高

(単位：百万円、%)	2021年3月期 (第75期)	2022年3月期 (第76期)	前年対比 増減率
機 械 事 業 部	103,629	143,157	-
機 工 事 業 部	161,430	185,017	-
(生産財関連計)	265,059	328,174	-
住 建 事 業 部	58,741	62,169	-
家 庭 機 器 事 業 部	103,379	104,866	-
(消費財関連計)	162,121	167,036	-
そ の 他 部 門	7,563	6,661	-
合 計	434,744	501,872	-

※「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を当連結会計年度の期首から適用しており、2022年3月期に係る各数値については、当該会計基準等を適用した後の数値となっており、前年対比増減率は記載しておりません。

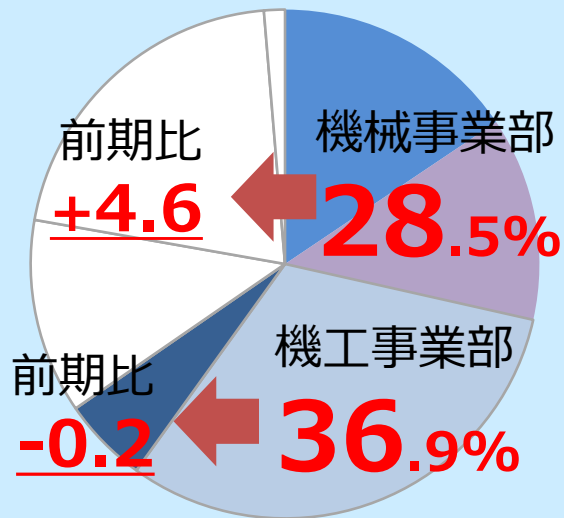
- ・国内機械事業：自動車産業で脱炭素化等に向けた設備投資が徐々に増え始め、半導体製造装置や建設機械の部品加工向け等の工作機械受注が伸長。
- ・国内機工事業：切削工具が伸長し、補要工具や測定機器等の販売も底堅く推移。生産・物流現場等の環境改善機器やマテハン機器、自動化設備等も好調に推移。
- ・海外生産財事業：北米・中国・ASEAN支社で自動車・半導体産業等を中心にした設備投資、台湾支社では半導体やIT機器産業におけるEMS企業の設備投資が活発。海外4支社ともに工作機械販売に加え、切削・補要工具やメカトロ機器等の販売も好調に推移。

(単位：百万円)			2021年3月期 (第75期)	2022年3月期 (第76期)	前 増	年 減	対 比 率
生	機 械 事 業 部	国内売上高	60,007	78,214			-
		海外売上高	43,621	64,942			-
		機 械 合 計	103,629	143,157			-
産	機 工 事 業 部	国内売上高	141,885	157,648			-
		海外売上高	19,544	27,369			-
		機 工 合 計	161,430	185,017			-
財	生産財関連合計	売上高	265,059	328,174			-
		営業利益	6,593	13,494			-
		営業利益率	2.5%	4.1%			-

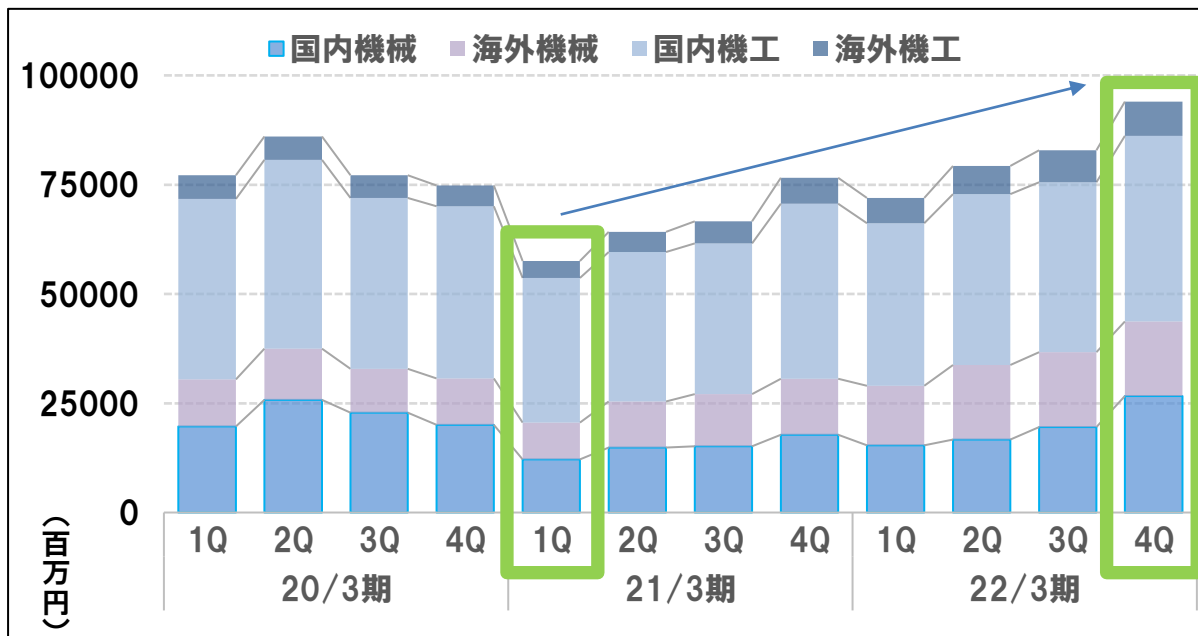
※「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を当連結会計年度の期首から適用しており、2022年3月期に係る各数値については、当該会計基準等を適用した後の数値となっており、前年対比増減率は記載しておりません。

(単位：百万円)			2021年3月期 (第75期)	2022年3月期 (第76期)	
生産財	生産財合計	売上高	265,059	328,174	前年対比増減率 -
		営業利益	6,593	13,494	利益率 4.1%

売上高構成比



四半期売上高推移 (直近3年)



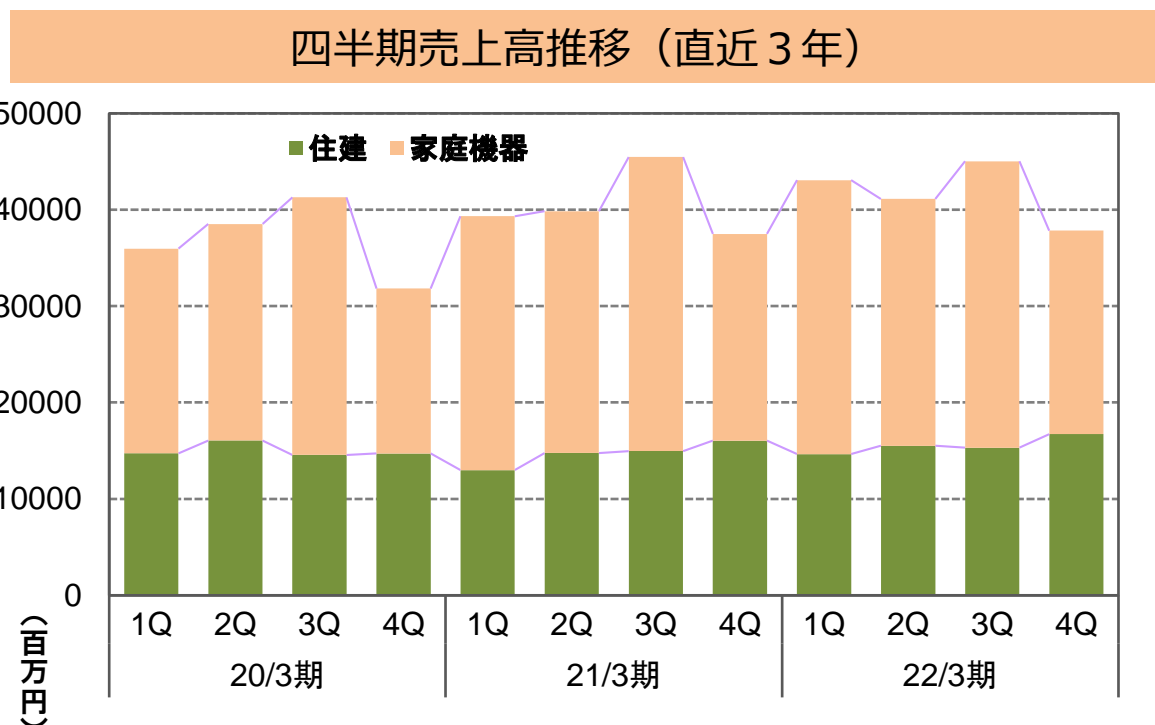
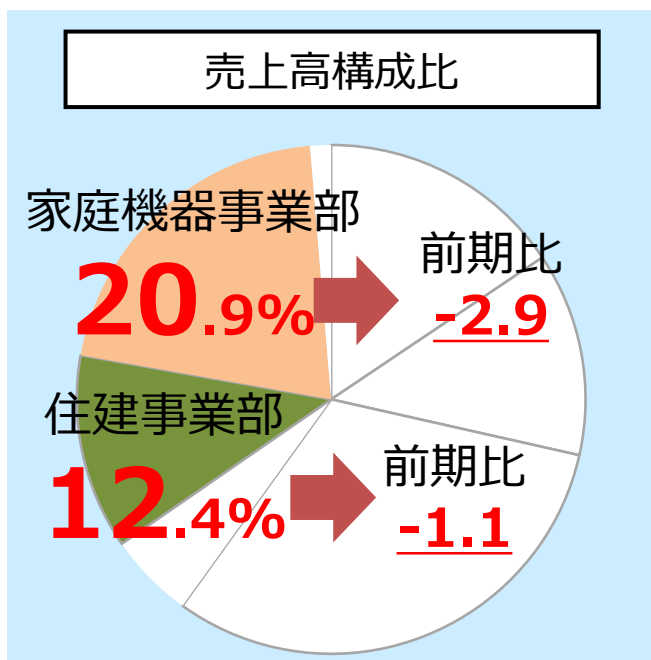
※「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を当連結会計年度の期首から適用しており、2022年3月期に係る各数値については、当該会計基準等を適用した後の数値となっており、前年対比増減率は記載していません。

- ・住建事業：空調・水廻り機器等の高付加価値商品を提案し、販売が好調。
自家消費型のエネルギー活用提案も積極的に行い、脱炭素化に合った営業活動を強化。
各種補助金を活用した設備改修提案で、業務用空調機器、新エネルギー機器の受注拡大。
- ・家庭機器事業：自宅で快適に過ごすための商品が、ECサイトやテレビ通販を中心に堅調に推移。
換気に対するニーズも継続し、扇風機やサーキュレーターの家電量販店やホームセンター向けの出荷も堅調。冬物季節商品においても、暖房器具等がネット通販を中心に好調に推移。
テレビCMなど情報発信を行い、YAMAZEN商品の認知向上と売上増に注力。

(単位：百万円)			2021年3月期 (第75期)	2022年3月期 (第76期)	前年対比率 増減率
消	住 建 事 業 部	売 上 高	58,741	62,169	-
		営 業 利 益	1,759	2,250	-
		営 業 利 益 率	3.0%	3.6%	-
費	家 庭 機 器 事 業 部	売 上 高	103,379	104,866	-
		営 業 利 益	6,052	5,801	-
		営 業 利 益 率	5.9%	5.5%	-
財	消 費 財 関 連 合 計	売 上 高	162,121	167,036	-
		営 業 利 益	7,811	8,051	-
		営 業 利 益 率	4.8%	4.8%	-

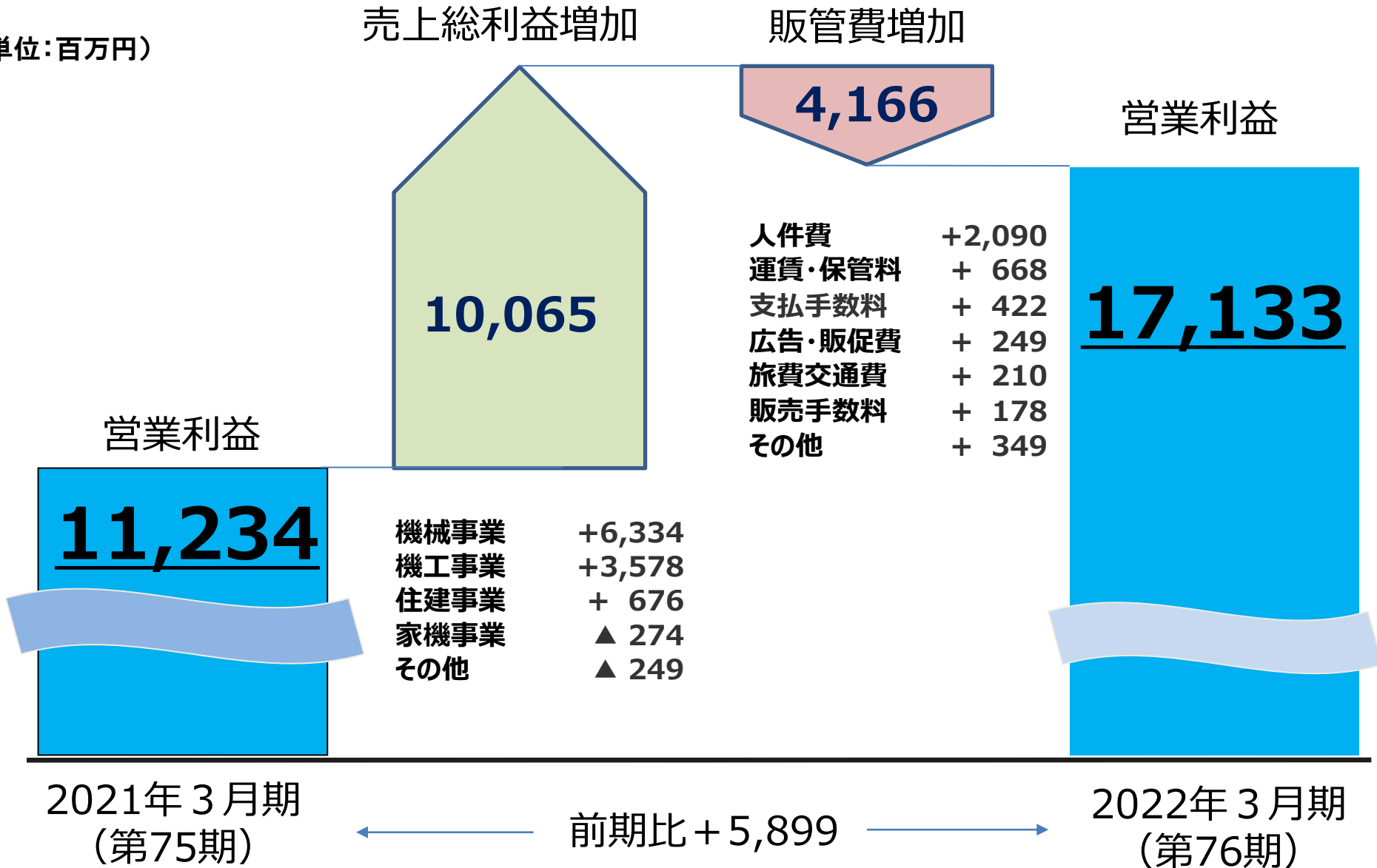
※「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を当連結会計年度の期首から適用しており、2022年3月期に係る各数値については、当該会計基準等を適用した後の数値となっており、前年対比増減率は記載していません。

(単位：百万円)		2021年3月期（第75期）		2022年3月期（第76期）		
消費財	住建事業	売上高	58,741	62,169	前年対比増減率	-
		営業利益	1,759	2,250	利益率	3.6%
	家庭機器事業	売上高	103,379	104,866	前年対比増減率	-
		営業利益	6,052	5,801	利益率	5.5%



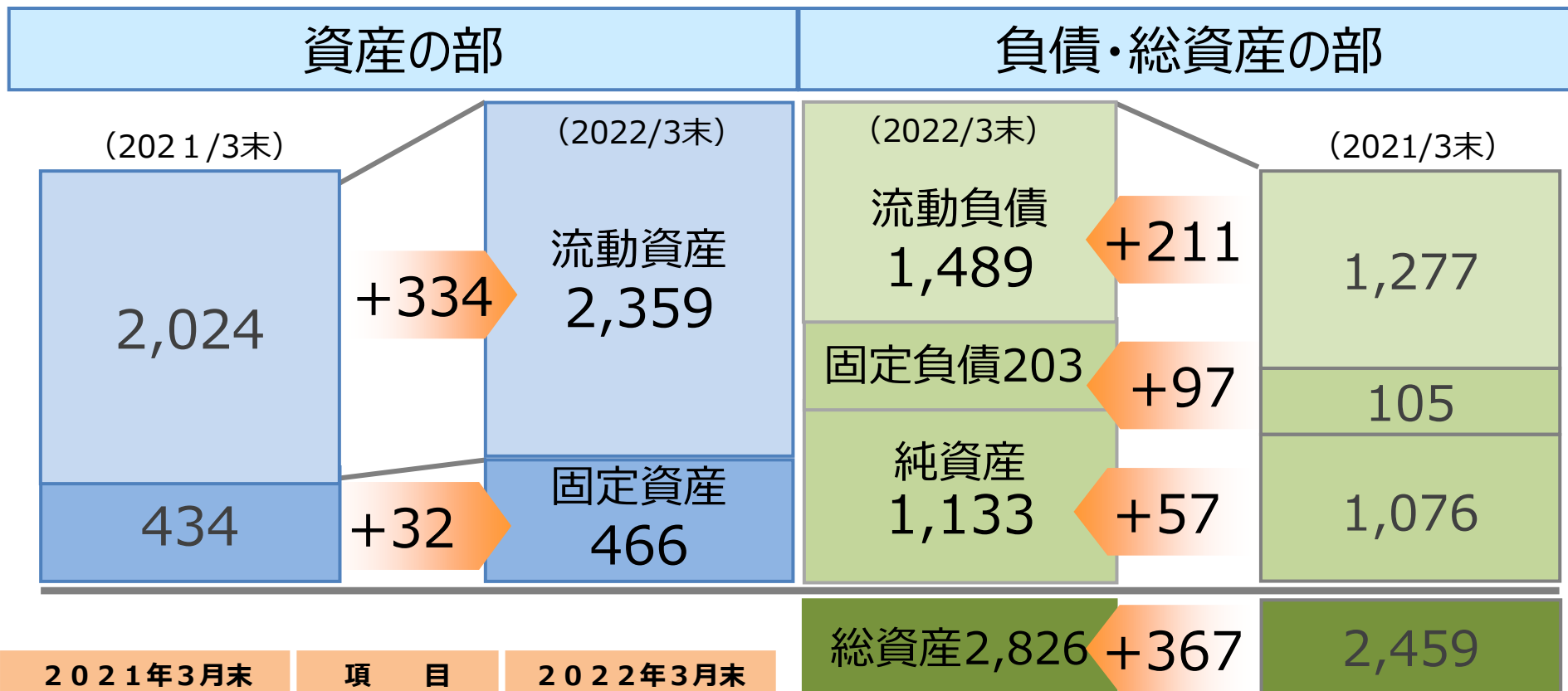
※「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を当連結会計年度の期首から適用しており、2022年3月期に係る各数値については、当該会計基準等を適用した後の数値となっており、前年対比増減率は記載しておりません。

（単位：百万円）



※「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を当連結会計年度の期首から適用しており、2022年3月期に係る各数値については、当該会計基準等を適用した後の数値となっており、前年対比増減値は、参考値となります。

➤ R O A 6.5% 総資本回転率 1.90回 キャッシュ・フロー・マージン率 2.4%



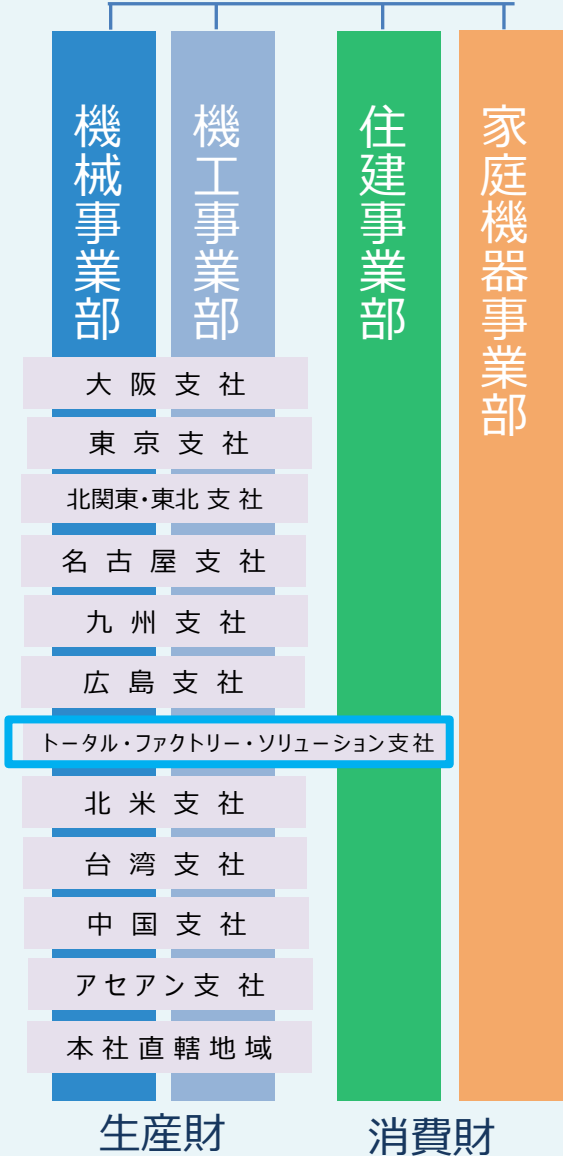
2021年3月末	項目	2022年3月末
43.6%	自己資本比率	39.9%
1,135.52円	1株純資産	1,268.98円
983億円	時価総額	839億円

※「ROA」は、総資産営業利益率を使用。
 ※キャッシュ・フロー・マージン率は、法人税等控除前の営業キャッシュフローを使用。
 ※自己資本比率は、純資産から非支配株主持分を控除して算出。
 ※時価総額は22年3月31日の終値944円で計算。

(単位：億円)

※「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号 2020年3月31日）等を当連結会計年度の期首から適用しており、2022年3月期に係る各数値については、当該会計基準等を適用した後の数値となっており、前年対比増減値は、参考値となります。

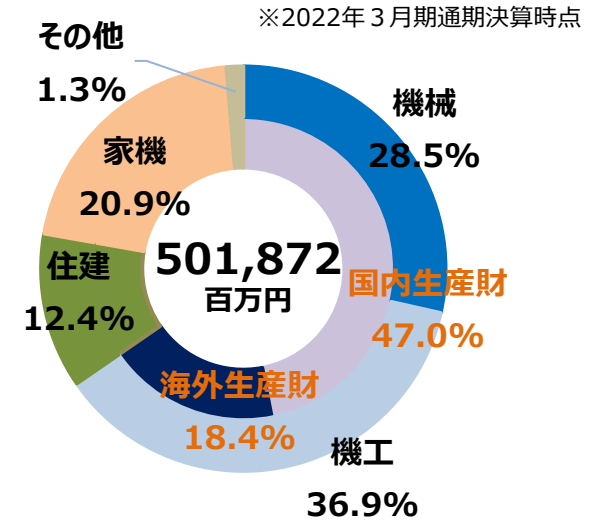
営業本部



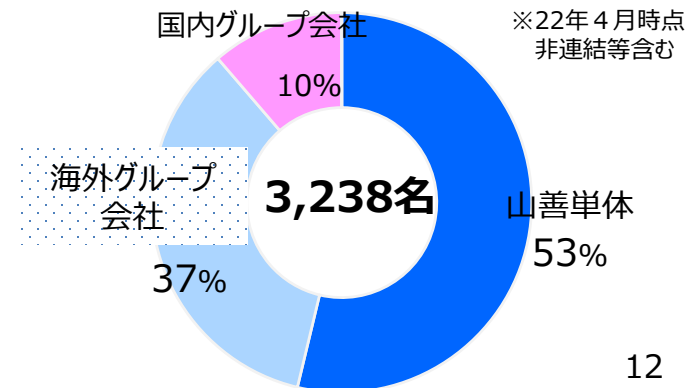
国内外のネットワーク



売上高構成比



人員構成比



A G E N D A

- I. 2022年3月期決算概要
- II. 前中期経営計画の振り返り**
- III. パーパス・2030年企業ビジョンの制定
企業価値向上に向けた重要課題への取り組みについて
- IV. 新中期経営計画と2023年3月期業績予想について
- V. ESGの取り組みについて
- VI. 株主還元について

■ 損益推移

(単位：百万円)	2020年3月期 (第74期実績)	2021年3月期 (第75期実績)	2022年3月期 (第76期実績)
売上高	472,191	434,744	501,872
営業利益	12,091	11,234	17,133
営業利益率	2.6%	2.6%	3.4%
経常利益	11,895	11,209	17,093
親会社株主に 帰属する 当期純利益	8,088	7,572	12,023

■ 主要財務指標

	2020年3月期 (第74期実績)	2021年3月期 (第75期実績)	2022年3月期 (第76期実績)
総資産営業 利益率 (ROA)	5.1%	4.7%	6.5%
総資本回転率	1.98回	1.83回	1.90回
キャッシュフローマージン率	4.0%	3.6%	2.4%

■ トピックス

- ・生産財事業（機械・機工）は、米中貿易摩擦、コロナ禍の影響で世界の設備投資が減り、売上が低迷したが、2022年3月期は回復。
- ・住建事業は、持家やリフォーム需要等を取り込み堅調。
- ・家庭機器事業は、巣ごもり需要の取り込みやPB商品強化、EC販売の好調等により躍進。
- ・**2022年3月期は、生産財の受注も回復し、売上・利益ともに、過去2番目の業績。**

(単位：百万円)	2020年3月期 (第74期実績)	2021年3月期 (第75期実績)	2022年3月期 (第76期実績)
機 械 事 業 部	131,485	103,629	143,157
機 工 事 業 部	183,724	161,430	185,017
(生 産 財 関 連 計)	315,210	265,059	328,174
住 建 事 業 部	60,054	58,741	62,169
家 庭 機 器 事 業 部	87,521	103,379	104,866
(消 費 財 関 連 計)	147,576	162,121	167,036
そ の 他	9,404	7,563	6,661
合 計	472,191	434,744	501,872

600億円の成長投資枠を確保

(第74~78期)



■ 過去3年間の投資実績

項目	投資枠 (5年)	投資実績
事業投資枠 (アライアンス含む)	200億円	9億円
DX・システム投資枠	100億円	96億円
設備投資枠	300億円	51億円
合計	600億円	156億円

■ 新中期経営計画（3年間）の投資予算枠

項目	金額	備考
事業投資枠（アライアンス含む）	200億円	M & A、新規事業等
DX・システム投資枠	100億円	システム初期構築費用
設備投資枠	100億円	物流設備等
合計	400億円	

A G E N D A

- I. 2022年3月期決算概要
- II. 前中期経営計画の振り返り
- III. パーパス・2030年企業ビジョンの制定
企業価値向上に向けた重要課題への取り組みについて**
- IV. 新中期経営計画と2023年3月期業績予想について
- V. ESGの取り組みについて
- VI. 株主還元について

PURPOSE

ともに、未来を切拓く

100年先の世界は誰にもわからない。
だからこそ山善は最適解を見つけ出す。
ビジネスの「現場」にある活きた情報を掴み、
「課題解決力」と「人間力」を一段と磨き、
あらゆる垣根を超えて挑戦を続けます。

山善に関わる人たちはもちろん、
その先でくらす全ての方々と。

今までも、そしてこれからも。

ともに、未来を切拓く。

VISION

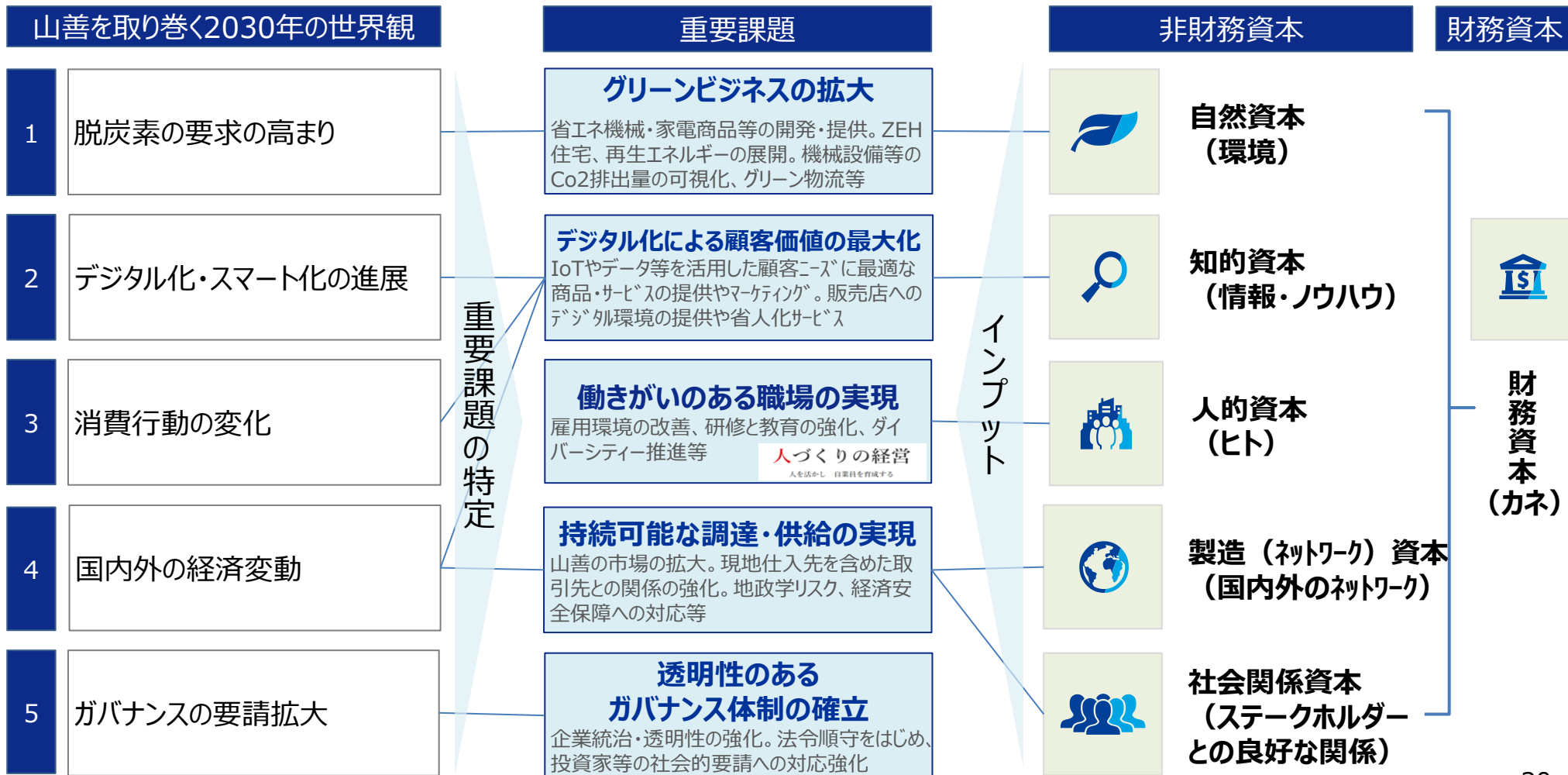
世界のものづくりと豊かなくらしをリードする

山善は

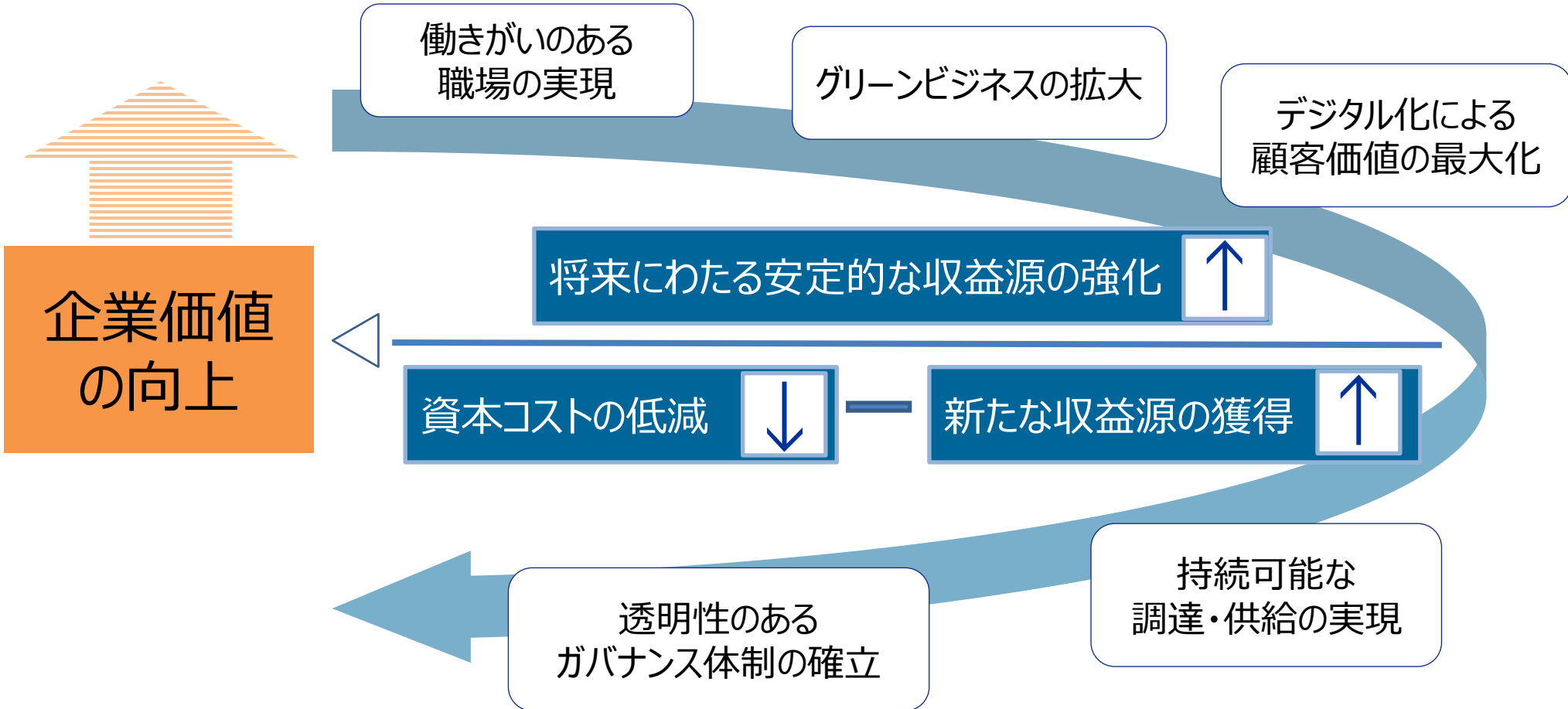
ものづくりを支える「生産財」とくらしを彩る「消費財」、
2つの領域において、たくさんの期待に応え、
社会に貢献してきました。

これからは、2つの領域の垣根を超えて、
より融合することで新たな「価値」を生み出し、
世界のものづくりと豊かなくらしをリードしていきます。

- 顧客ニーズを理解するため、顧客を取り巻く将来の世界観を想像し、取り組むべき課題を特定。
- この課題に取り組むことが、顧客に価値を提供することであり、当社の重要課題となる。
- 重要課題の取り組みに、財務資本と非財務資本を投入（インプット）し、企業価値向上を図る。



5つの重要課題への取り組みを通じて、すべての顧客に満足をお届けすることにより、中長期的な企業価値の向上を図る。



A G E N D A

- I. 2022年3月期決算概要
- II. 前中期経営計画の振り返り
- III. パーパス・2030年企業ビジョンの制定
企業価値向上に向けた重要課題への取り組みについて
- IV. 新中期経営計画と2023年3月期業績予想について**
- V. ESGの取り組みについて
- VI. 株主還元について



**価値をCROSSINGさせることによって生まれる、
新しい価値を求めて。**

PURPOSE

ともに、未来を切拓く

VISION

世界のものづくりと豊かなくらしをリードする

(企業ビジョンを実現する戦略)

STRATEGY

顧客密着戦略

トランスフォーム戦略

デジタル融合戦略

人財マネジメント戦略

(STRATEGYに基づく施策)

TACTICS

注力領域・主要施策

重要課題

グリーンビジネスの
拡大

デジタル化による
顧客価値の最大化

持続可能な調達・
供給の実現

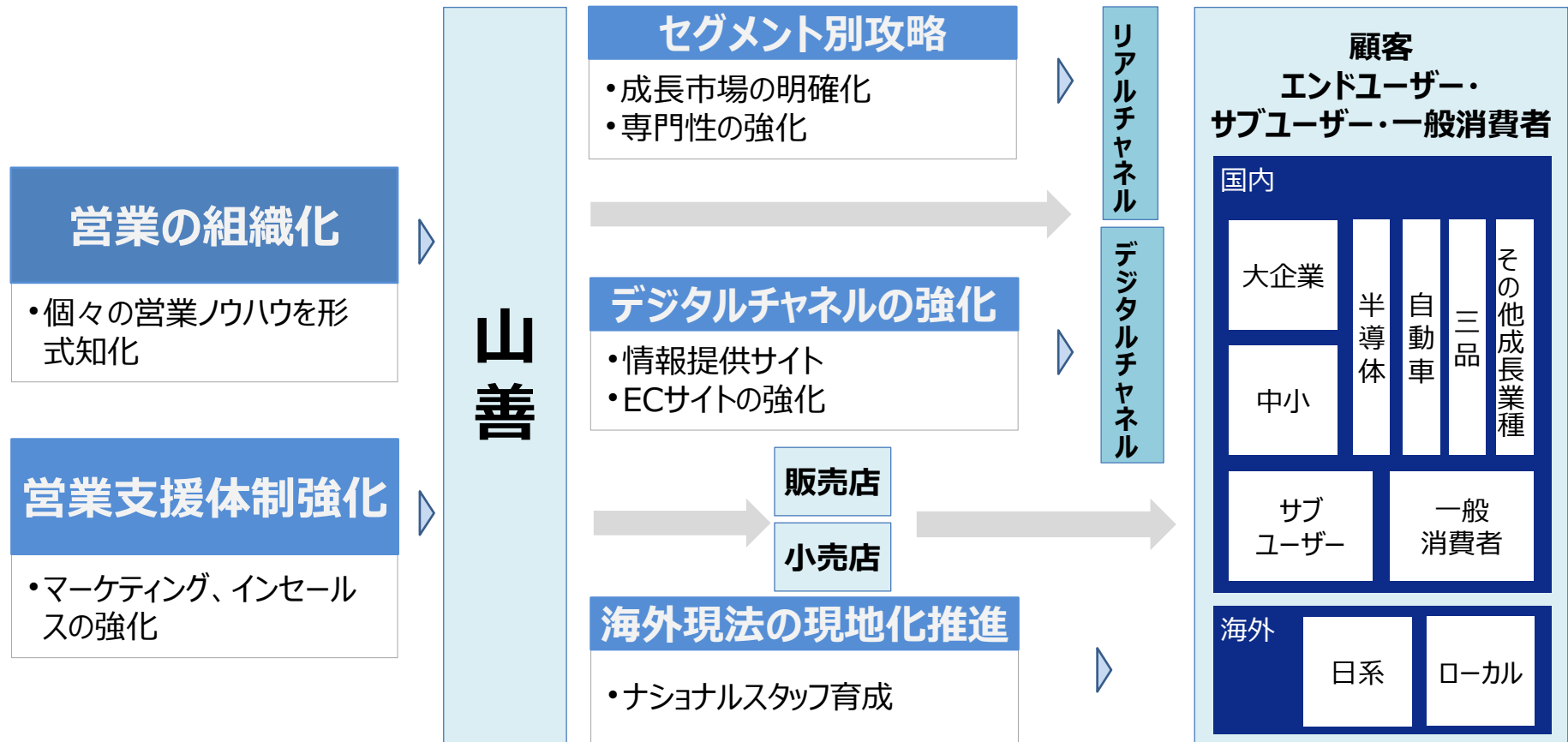
働きがいのある
職場の実現

透明性のある
ガバナンス体制の確立

- 全社としての顧客密着戦略は、顧客との直接的な接点を強化し、専門性を高めることで顧客ニーズの深耕を図り売上拡大へと繋げる。

顧客密着戦略

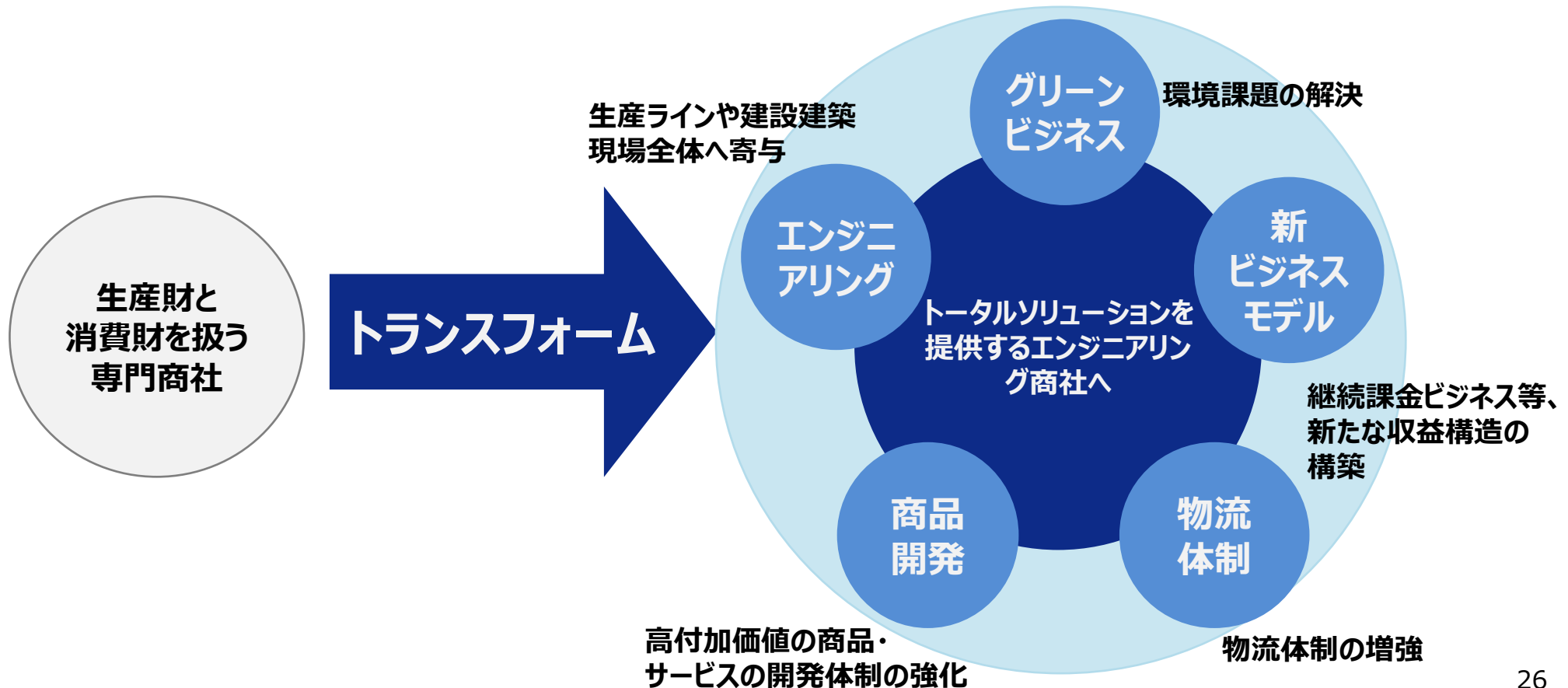
世界のお客様が直面する課題を顧客目線で理解し、解決策を提示することで、Win-Win関係を実現する。



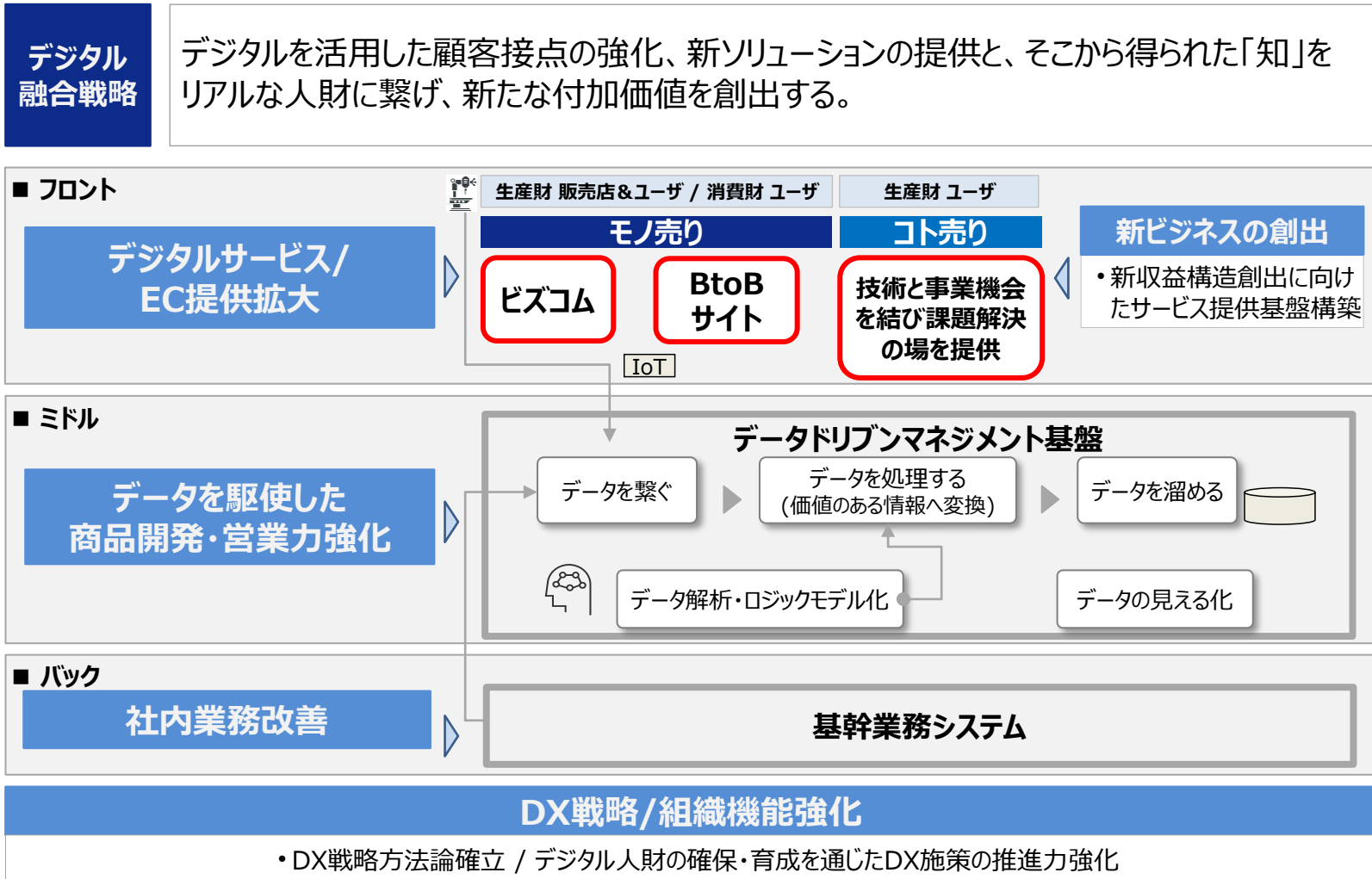
- 従来の事業構造から大きくトランスフォームすることにより、新たな収益構造のもと利益拡大を目指す。

トランス フォーム 戦略

商品を販売するモノ売りだけではなく、商品製造やエンジニアリング、グリーンビジネスなどを含めた、トータルソリューションを提供する。



- リアルな人財の強みと、デジタルを起点とした顧客との接点増加や新ソリューション提供を融合することで、新たなビジネス機会の創出を目指す。



- 経営戦略・事業戦略の実現に必要な要件に応え、企業の持続的成長（＝企業価値）の向上を実現する為の人財マネジメント戦略を立案・実行し、人的資本の強化を図る。

人財マネジメント戦略

人事理念「挑戦し、考動する人財の育成」と人財マネジメント・ポリシー「挑戦・考動主義」を基に、持続的に成長可能な会社づくりを強める「人財マネジメント」への転換を加速させる、更に拡げる。

経営・事業戦略に基づく タレントマネジメント

- 経営・事業戦略の実現に必要な多様な人財要件の整理
- 必要な人財の確保及びプール

教育訓練/能力開発/研修

人財の獲得に向けた教育・能力開発基盤の整備と推進

人的資本の強化

企業価値の向上

自業員づくり基盤の進化

必要な人財の獲得・育成・処遇に適う新人事制度の運用定着と進化

Diversity & Inclusion キャリア自律

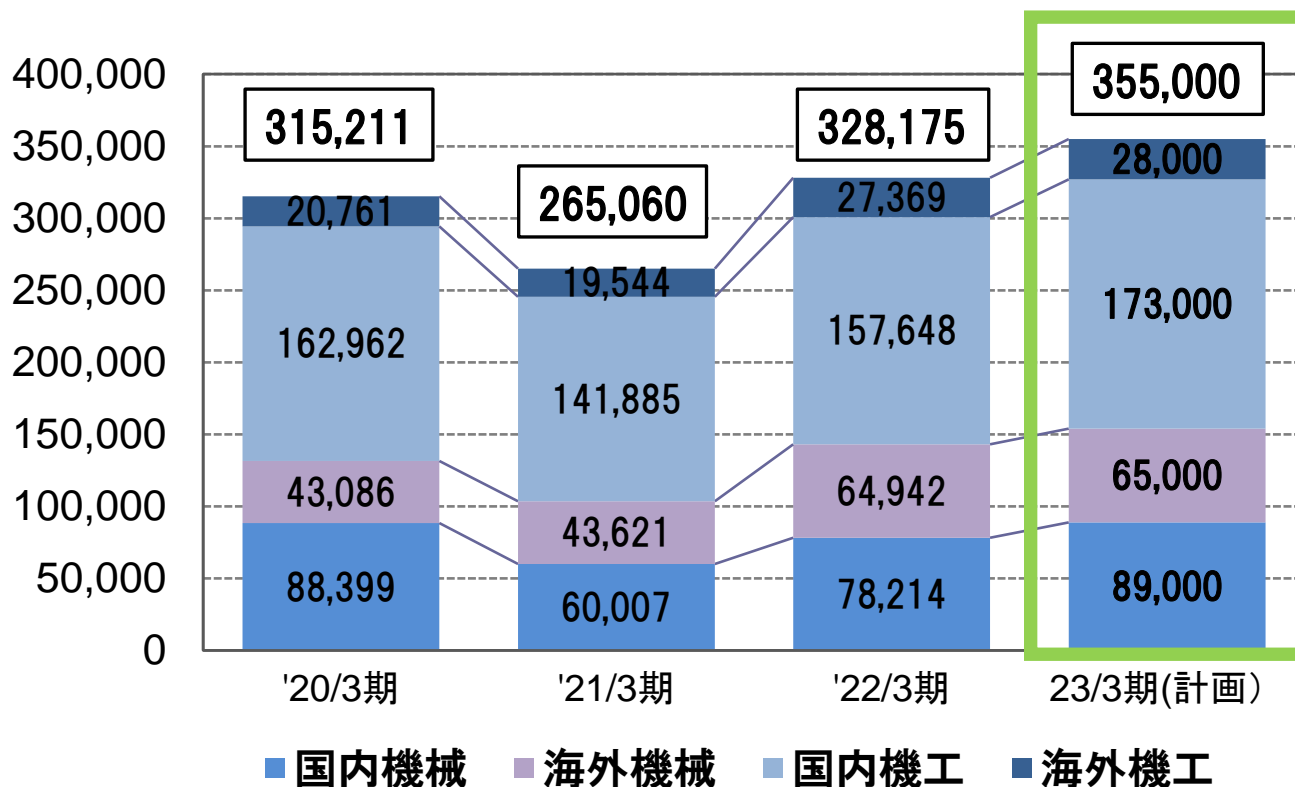
多様性との共創考動に基づき、能力を開発・発揮して価値創造できる環境の整備

山善流Well-Being

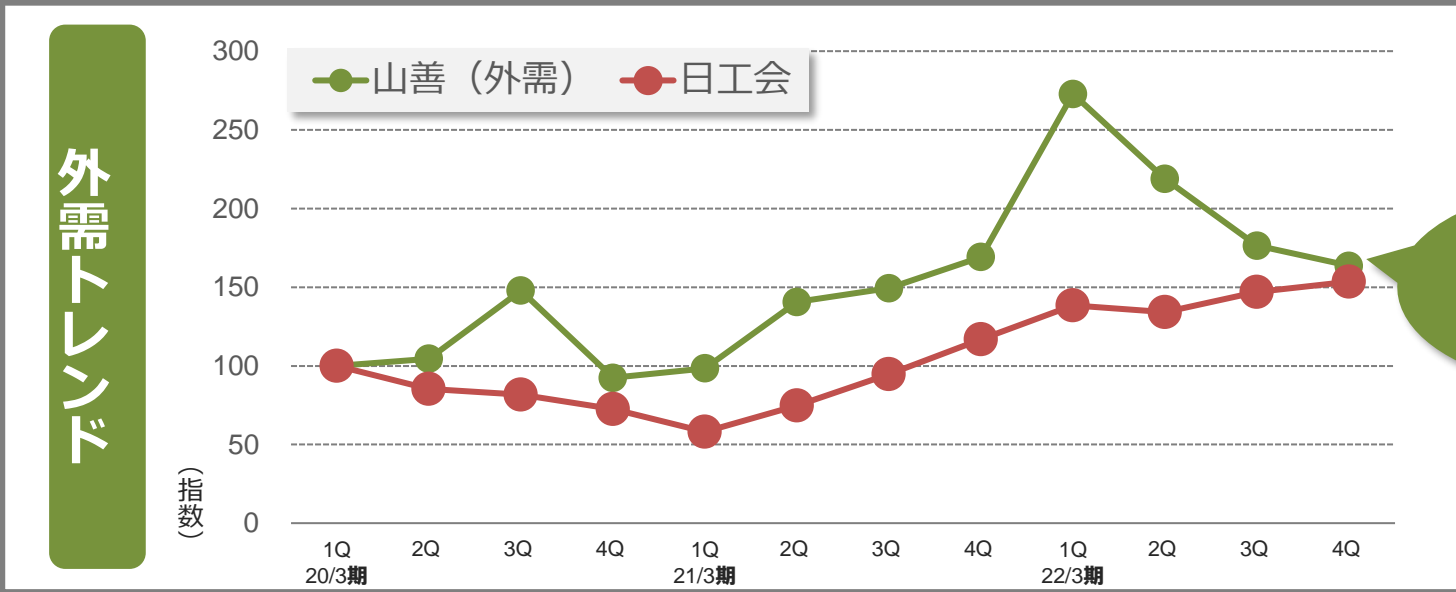
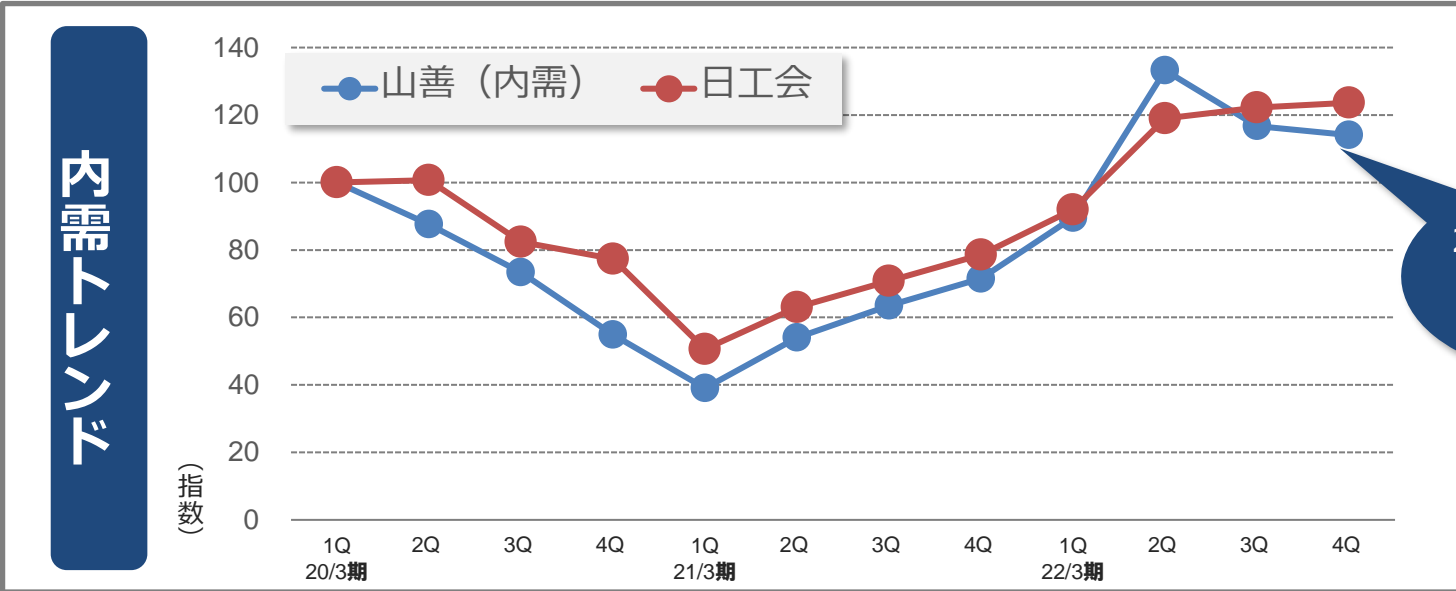
- 挑戦・考動を実践できる環境整備
- 心と体の健康経営の推進によるエンゲージメントとモチベーションの向上

(単位：百万円)		売上高計画	前年対比 増減率	営業利益計画	前年対比 増減率	利益率
生産財事業合計	通期	355,000	8.2%	14,000	3.7%	3.9%

生産財事業 3カ年売上推移と今期計画



- ✓ 「自動化・省人化」ニーズに対応したスピード感のある取り組みを加速。
- ✓ 脱炭素化に向けた、新たな技術・サービスの取り込み。
- ✓ 「事業再構築補助金」など各種補助金を活用した提案活動。



※2020年3月期第1四半期の平均受注額を基準（100）とした場合の各四半期の受注トレンド [指数]

顧客密着

デジタル融合

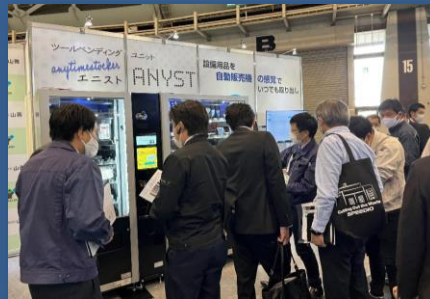
トランスフォーム

当社、工作機械のポータルサイト「zenassit+」(ゼナシスト)の拡充



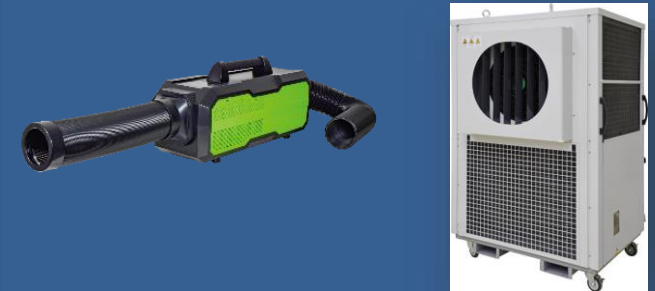
エンドユーザーが知りたい情報を発信

ツールベンディングユニット「ANYST (エニスト)」(工具等の自動販売機)



「メカトロテックジャパン2021」に出展

プライベートブランド商品の開発・販売強化



2022年3月期はスポットクーラーなどに注力

顧客密着

トランスフォーム

「中国国際医療機器展」に出展



「医療分野の市場開拓」をスタート

タイの「THAI METALEX March」に出展



工作機械や計測器など生産の自動化を訴求。現地ニーズを捉えた商品ラインアップを展開

伸長する市場を新規開拓。顧客目線の、専門性の高い自動化・省人化の提案を展開。

- 三品市場（食品・薬品・化粧品）へのアプローチ強化。
- 半導体・物流等へのアプローチ強化。

社内外のエンジニアリング・ネットワーク機能強化、海外でも提案を加速。

- 自動化ロボットとAIピッキングソフトウェアのパッケージ商品の販売。
- 切削加工機のオプションとして自動プログラミングサービスを提供。
- 海外においては、北米支社・中国支社に専門組織を設立。



- ✓ 昨年6月にFOOMA JAPAN、10月に名古屋ロボデックス、今年3月には国際ロボット展に出展。



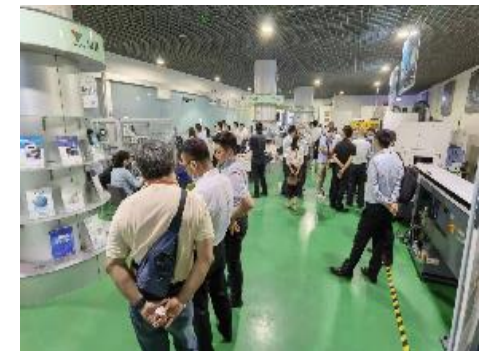
Ascent Pick

- ✓ 自動化ロボットとアセントロボティクス社のAIピッキングソフトウェアとのパッケージ商品を販売。



COMlogiQ

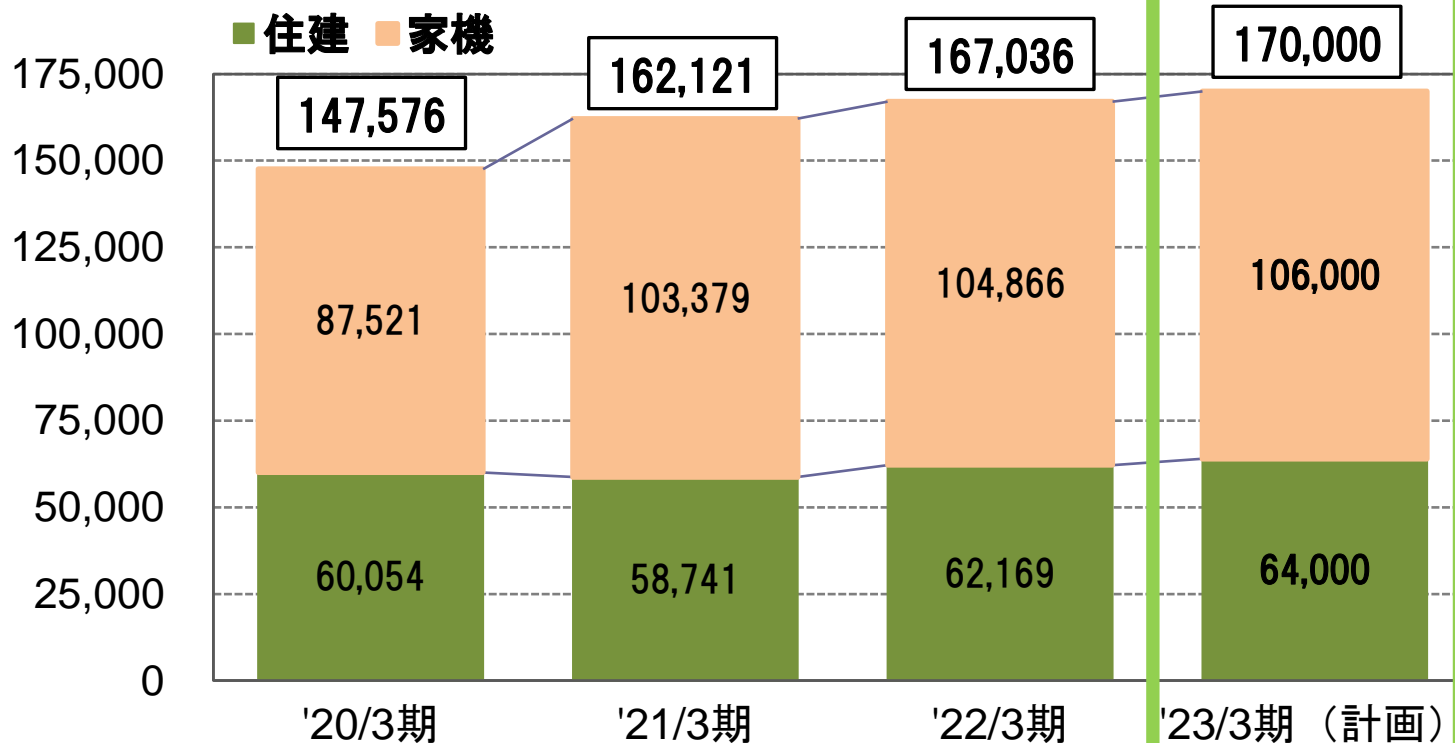
- ✓ HILLTOP社の自動プログラミングサービスを5軸切削加工機のオプションとして提供。



- ✓ 中国支社では長安のショールームで自動化をテーマとした展示会を実施。

(単位：百万円)		売上高計画	前年対比率	営業利益計画	前年対比率	利益率
住建事業部	通期	64,000	2.9%	2,300	2.2%	3.6%
家庭機器事業部	通期	106,000	1.1%	5,800	0.0%	5.5%

消費財事業 3カ年売上推移と今期計画



■ 住建事業部

- ✓ 空調や水廻り機器等の高付加価値商品の提案営業の継続。
- ✓ 脱炭素化に対応した新エネルギー機器の拡販（太陽光、蓄電池等）。
- ✓ 非住宅分野における設備改修案件の受注・施工管理体制の強化。

■ 家庭機器事業部

- ✓ 消費者ニーズを捉えた新商品開発と自社ブランドの浸透強化。
- ✓ ECサイトの拡充。

顧客密着

トランスフォーム

住建事業部

自家消費型のスマート エネルギー機器活用の 提案と拡販



太陽光発電、蓄電池、V2Hなどの
拡販に注力

オリジナルのZEH 「ZePlus」の提案推進



脱炭素の流れの中で、
Z E H の提案強化

デジタル融合

家庭機器事業部

マーケティング人財登用による 社内外のデータ分析による PB商品開発の加速



2022年3月期に引き続き、
2023年3月期もTVCMを放映。

顧客密着

家庭機器事業部

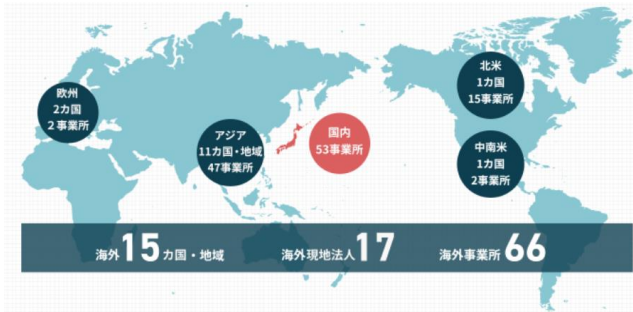
法人・個人事業主向けの ECサイト 「山善ビズコム」オープン

BtoCのEC事業のノウハウを活かし、
BtoBの売上伸長を狙う



ESG企業価値を最大化させる事業戦略

グローバル全拠点使用エネルギー
「再エネ率100%を目指す!」



S R O I (Social Return On Investment)
「ESGスコアの引き上げ!」



「自己託送」
「グリーン電力証書」
「J-クレジット」

自社電力パワープラント
省エネ改修無償提供
「自前の環境価値を創造!」

環境優良機器販売キャンペーン



オリジナル商品の物流排出オフセット

保有環境価値を顧客向け
インセンティブとして付与
「他社商品と環境差別化!」



オフセット済認証マーク

補助金活用
も視野

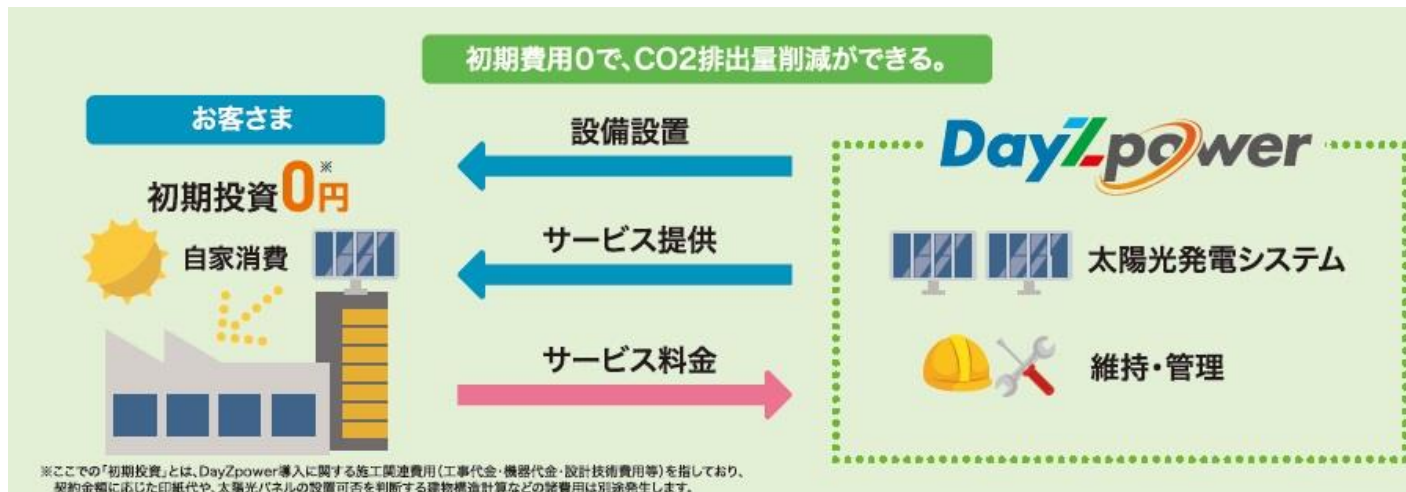
● 開発ビジネス

DayZpower
デイズパワー



昨年10月にP P Aモデル事業へ参入

- 大阪ガスの子会社「Daigasエナジー株式会社」と業務提携
電力の供給実績とノウハウがあり、再エネ電力の販売が可能
- 当社のお取引先（既存仕入先の工場・量販店等）を中心に提案
- 太陽光パネルを設置し、発電した再エネ電力を顧客に対して供給・販売
- 2024年度末までに10万kWの発電設備の保有。販売する発電量は、一般家庭約2万3,137世帯分の年間電力消費量に相当



400億円の成長投資枠を設定 (第77~79期)



設備投資
物流設備等

100億円

事業投資
(アライアンス含む)
M&A、新規事業等

200億円

DX・システム投資
システム初期構築等費用

100億円



● 物流クローッシング

LMS・WMS稼働

ロジス新東京の本格稼働

自動化設備の導入推進

ロジス新東京本格稼働



自動化設備の導入推進



Ascent Pick



昨年、ロジス関東に「t-Sort」を導入

アセントのAIピッキングソフトウェアを搭載した自動化ロボット活用の実証実験推進

2023年4月本格稼働開始。
⇒機工事業部が取り扱う商品を東日本に配送する最重要拠点。
⇒最新のマテハン設備・システムを導入し、生産性の高い庫内物流を行う。

DX戦略基本方針：デジタル技術を活用しDX戦略を推進、顧客価値最大化を目指す

<骨子①>

データに基づいて意思決定する、
データ主導型企业へ変革

情報の一元化

業務プロセスの
統合化

<骨子②>

データに基づいたマーケティングで、
新たなビジネスを創出

既存事業の深化

新規事業創出

- ✓ 「アナリストリーダー」を育成
- ✓ 「デジタル自業員文化」を醸成

デジタル人財の確保と育成



「DX認定事業者」に選定

2021年10月1日に、経済産業省が定めるDX認定制度に基づき、「DX認定事業者」として選定。経済産業省が定める「デジタルガバナンス・コード」の基本的事項に対応し、認定基準を満たしていることや、ステークホルダーへの適切な情報開示をしていること等が評価され、本認定取得。

(単位：百万円)	2022年3月期 第76期実績	2023年3月期 第77期計画	前年対比 増減率
売上高	501,872	530,000	5.6%
営業利益	17,133	16,000	-6.6%
営業利益率	3.4%	3.0%	-0.4
経常利益	17,094	16,000	-6.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	12,024	11,000	-8.5%

➤ **売上高は伸長。成長投資を加速させるため、営業利益等は微減の計画**

(単位：百万円)	2022年3月期 (第76期実績)	2023年3月期 (初年度計画)	2025年3月期 (最終年度計画)
売上高	501,872	530,000	600,000
営業利益	17,133	16,000	21,000
営業利益率	3.4%	3.0%	3.5%
経常利益	17,093	16,000	21,000
当期純利益	12,023	11,000	14,000

指標 (単位：百万円)	2022年3月期 (第76期実績)	2023年3月期 (初年度計画)	2025年3月期 (最終年度計画)
自己資本利益率 (ROE)	10.9%	9.0%	10.0%
基礎的営業 キャッシュ・フロー	12,052※	14,000	18,000
自己資本比率	39.9%	40～45%	

※ 5月19日の公表数値「13,601百万円」を、7月4日に「12,052百万円」と修正

A G E N D A

- I. 2022年3月期決算概要
- II. 前中期経営計画の振り返り
- III. パーパス・2030年企業ビジョンの制定
企業価値向上に向けた重要課題への取り組みについて
- IV. 新中期経営計画と2023年3月期業績予想について
- V. ESGの取り組みについて**
- VI. 株主還元について

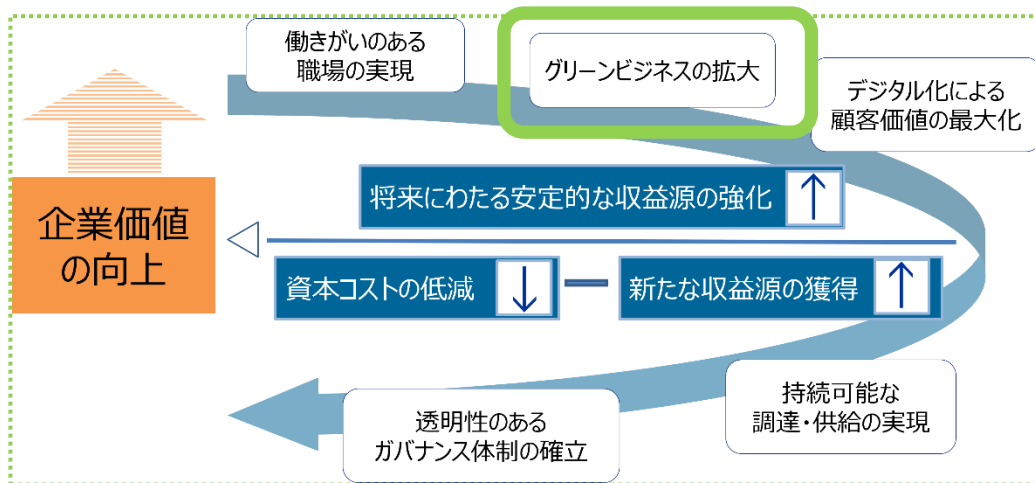


環境

Environment

【重要課題：グリーンビジネスの拡大】

✓ サプライチェーン全体での温室効果ガスの排出削減支援



●グリーンボールプロジェクト

当社が取り扱う省エネ機器や環境優良商品等が、当プロジェクトの参加企業である販売店を通じて、工場や一般家庭へ販売・設置されることで見込まれるCO2削減効果量を集計し数値化。国や企業のCO2削減に貢献。



環境優良商品



参加企業：累計10,500社
 CO2削減量：累計451,509t
 森林のCO2吸収量換算：51,308ha
 (淡路島東京ドーム1.1万個分の面積に相当)



● 山本猛夫記念奨学基金

1992年に設立。今年度は海外の留学生を含め新たに8名の学生を認定。当基金から奨学金を受けた学生は累計121名に。



● 技能五輪・アビリンピックに協賛

2006年から「技能五輪・アビリンピック」に協賛。2009年からは大会競技解説図書として「ものづくり図鑑」を発刊し、大会開催地の小学校等に寄贈。



● 社会のレジリエンス強化に寄与

「ジャパン・レジリエンス・アワード2021」、6年連続受賞



● 職域接種を実施

大阪本社で職域接種を実施。1,100名以上の方々に接種。



● 大阪コロナ大規模医療・療養センターへ寄付

関西経済連合会を通じ、大阪コロナ大規模医療・療養センターへ加湿器等を寄付。



加湿器

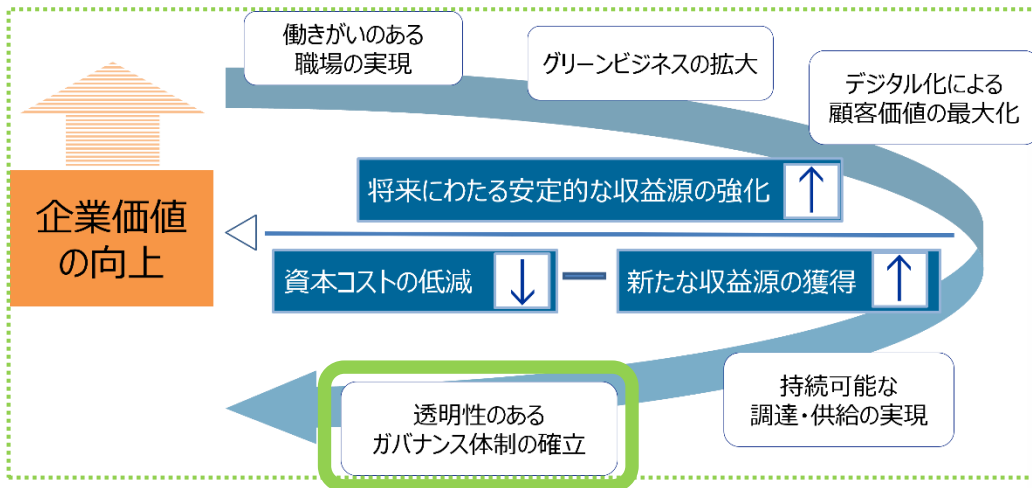


マッサージチェア



【重要課題：透明性のあるガバナンス体制の確立】

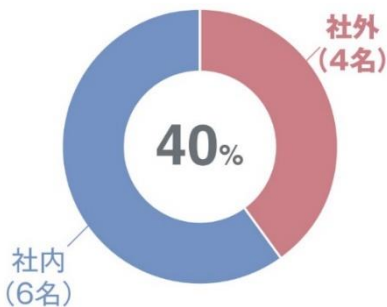
- ✓ 財務・非財務情報の開示拡充と市場との対話強化
- ✓ コーポレートガバナンス体制の強化



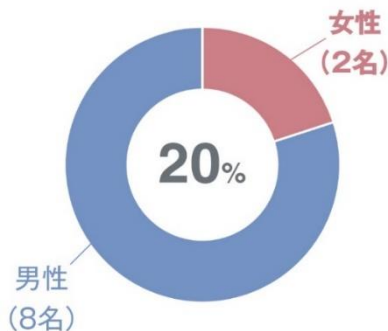
指名・報酬委員会の設置（2021年11月10日付）

- ✓ 取締役等の指名と報酬に関して、取締役会の独立性・客観性をさらに強化。説明責任を果たしコーポレートガバナンスを強化。
- ✓ 取締役等の諮問に応じ、取締役等の指名・報酬に関する事項について審議し、取締役会に答申。
- ✓ 取締役会の決議によって選任された3名以上の取締役で構成し、その過半数は独立社外取締役とする。

社外取締役比率



女性取締役比率

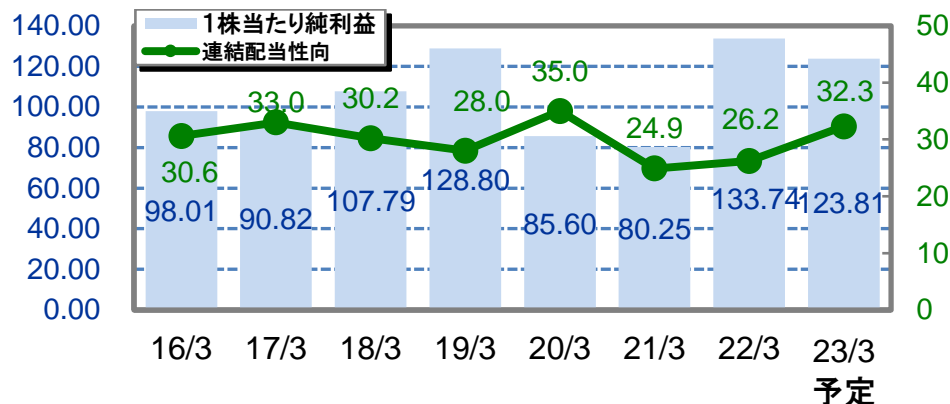


※数字は2022年4月30日時点

A G E N D A

- I. 2022年3月期決算概要
- II. 前中期経営計画の振り返り
- III. パーパス・2030年企業ビジョンの制定
企業価値向上に向けた重要課題への取り組みについて
- IV. 新中期経営計画と2023年3月期業績予想について
- V. ESGの取り組みについて
- VI. 株主還元について**

- 2022年3月期：年間配当35円/株。2023年3月期：中間20円/株、期末20円/株の年間40円の配当を予定
- 2022年3月期：自社株買いを実施、上限60億円（9/14の取得をもって上限に達したため終了）



自己株式取得状況	
株式取得価額の総額	60億円（上限）
取得期間	2021年4月15日から2022年3月31日まで
取得した株式の総数	5,523,800株 発行済株式総数に対する割合：5.80%
取得価格	4/15 1,050円 9/14 1,171円
取得総額	5,999,990,900円

		'16/3	'17/3	'18/3	'19/3	'20/3	'21/3	'22/3	直近3ヶ年合計 74期～76期実績
配当金額 (円)	中 間	12.0	*13.5	13.0	15.0	16.0	10.0	10.0	36.0
	期 末	*18.0	*16.5	*19.5	*21.0	14.0	10.0	*25.0	49.0
	年 間	*30.0	*30.0	*32.5	*36.0	30.0	20.0	35.0	85.0
配当性向 (%)		30.6	33.0	30.2	28.0	35.0	24.9	26.2	28.5
年間配当金 (百万円)		2,813	2,813	3,074	3,405	2,837	1,891	3,115	7,844
自己株式取得金額 (百万円)	-	-	-	733	-	-	-	5,999	5,999

23/3 (予定)
20.0
20.0
40.0
32.3
3,560
-

*は特別配当、記念配当を含む

変化対応業

挑戦・考動

<経営理念>

人づくりの経営

人を活かし 自業員を育成する

切拓く経営

革新と創造に挑戦する

信頼の経営

期待に応え 社会に貢献する

