

株式会社 **山善**

**2026年3月期
第2四半期**

決算説明会



証券コード： 8051

- 事業概要・ビジネスモデル
- 2026年3月期 連結業績予想の修正／2026年3月期 第2四半期決算概要
- 中期経営計画「PROACTIVE YAMAZEN 2027」
- 海外事業の成長に向けた取り組み
- 資本政策・株主還元
- Appendix
 - 通期業績予想 補足資料
 - 2026年3月期 第2四半期 補足資料
 - ビジネスモデル等 補足資料

- 本資料内で記載する計数は百万円未満を切り捨て表示しているため、内訳と合計が合わない場合があります。なお、増減比等は、小数点第1位未満を四捨五入の上、表示しております。
- 「通期業績予想」につきましては、特段の注記がない限り、2025年10月15日に発表した数値を示しております。
- 本資料に記載されている、当社グループの計画・将来の見通し・戦略などのうち、過去または現在の実事に関するもの以外は、将来の業績に関する見通しであり、これらは当社において現時点で入手可能な情報による当社経営陣の判断および仮定に基づいています。従って、実際の業績は、不確定要素や経済情勢その他リスク要因により、大きく異なる可能性があります。また、本資料は投資勧誘を目的としたものではありません。投資に関する決定はご自身の判断でなさるようお願いいたします。

- 事業概要・ビジネスモデル
- 2026年3月期 連結業績予想の修正／2026年3月期 第2四半期決算概要
- 中期経営計画「PROACTIVE YAMAZEN 2027」
- 海外事業の成長に向けた取り組み
- 資本政策・株主還元
- Appendix



創業者 山本 猛夫

1947年5月に山善工具製販株式会社を設立。機械工具をはじめとして、工作機械、住宅設備機器、家庭機器へと事業領域を拡大。異色経営による急成長が注目され小説「どてらい男」のモデルに。平成3年没（享年70歳）。

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

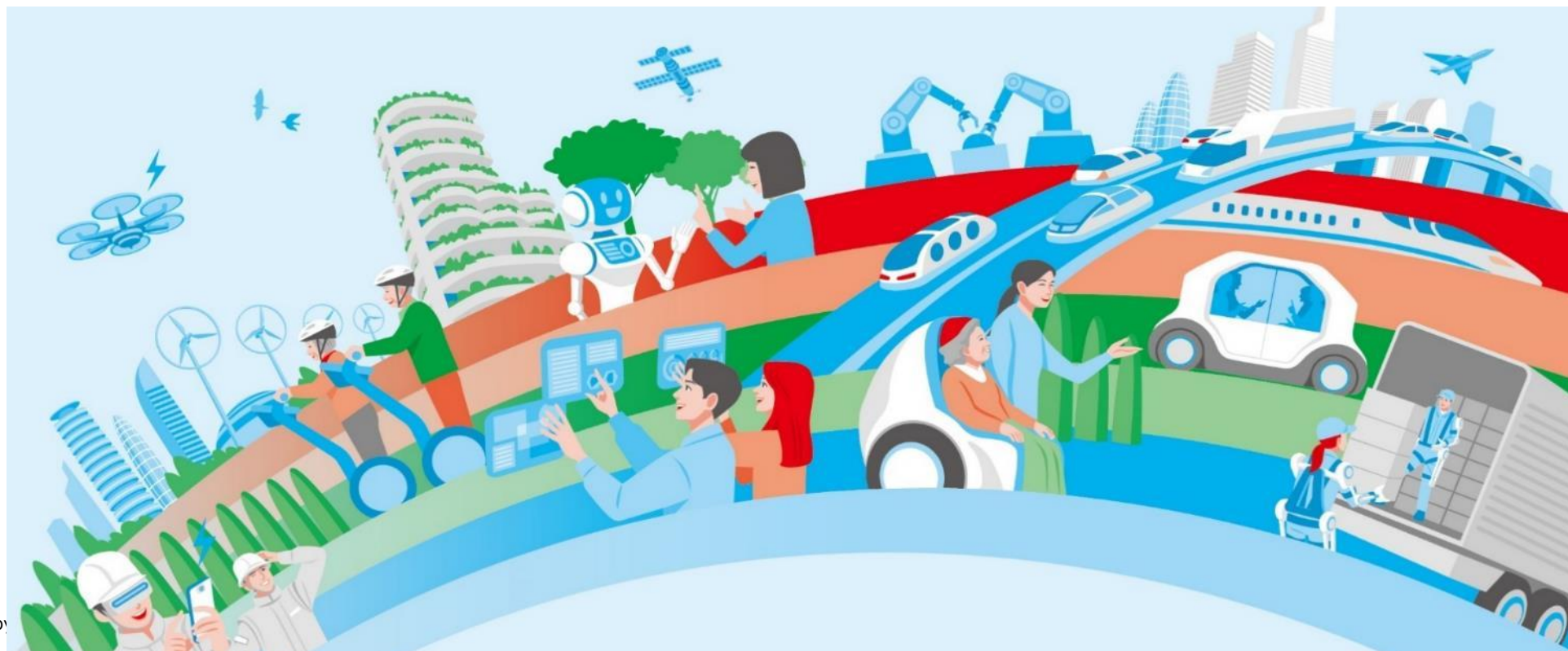
期待に応え 社会に貢献する

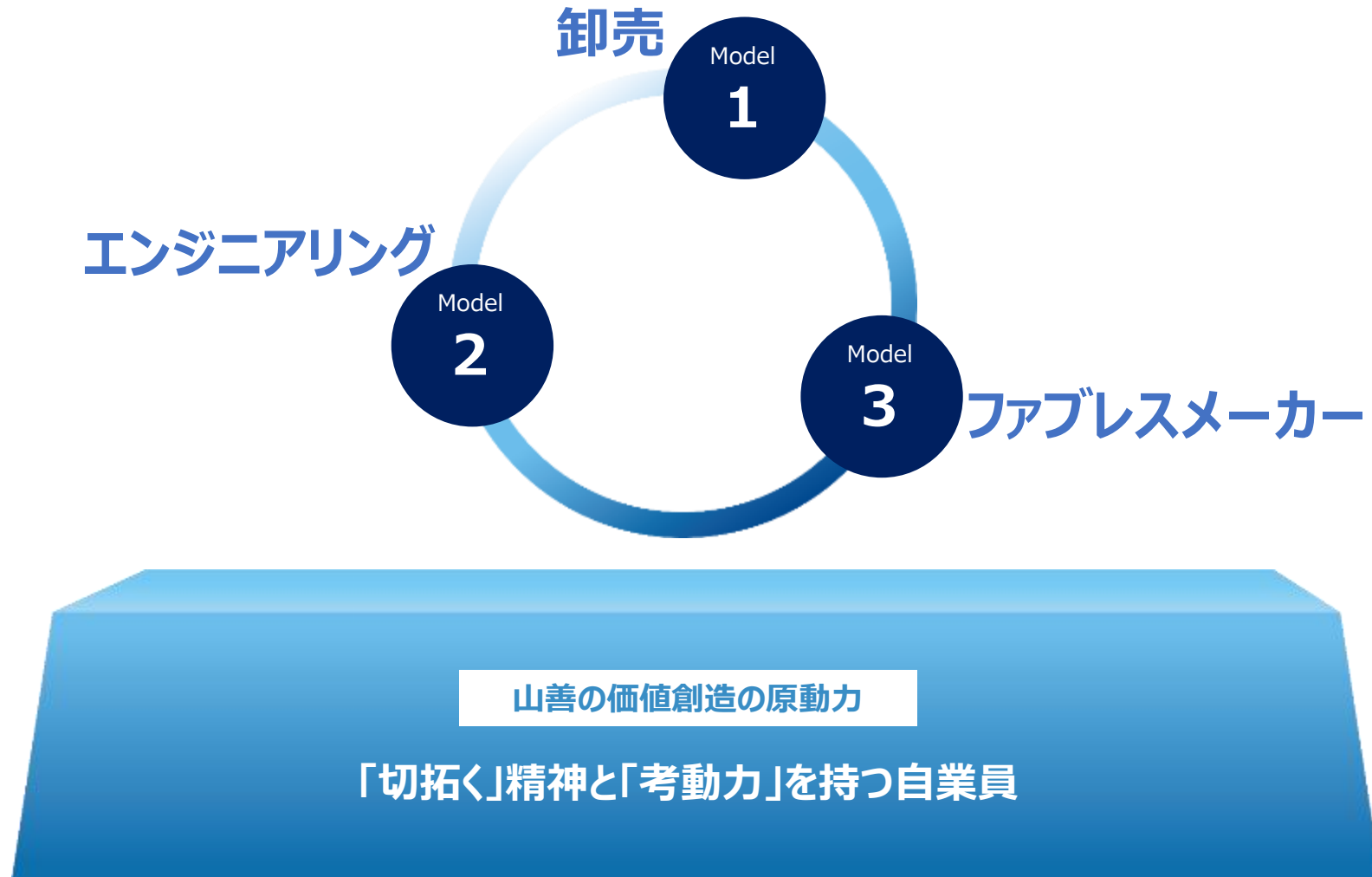
切拓く

山本 猛夫

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。



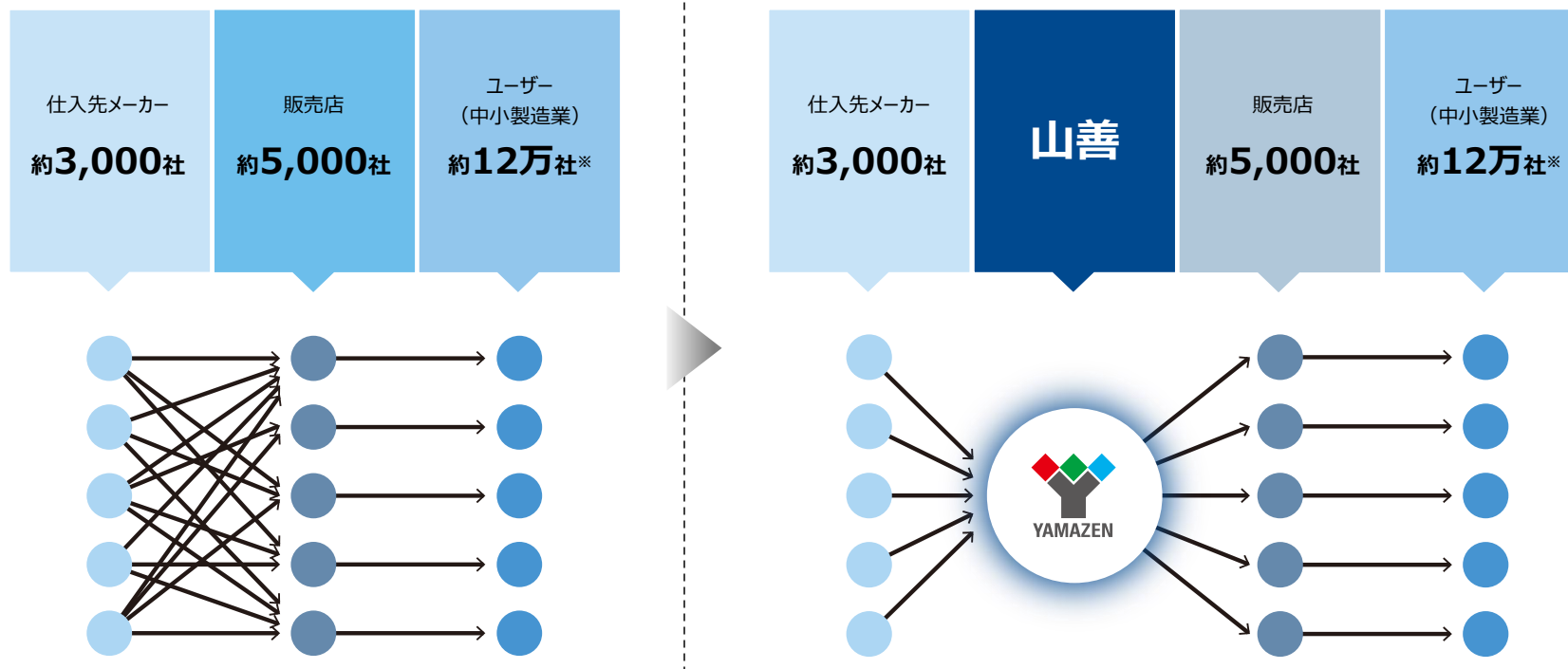


Model

1

卸売

機械工具業界では、ユーザーである中小製造業が多様なメーカーや商材から適切な設備を見つけるのは難しく、販売店もユーザーへの最適な提案を探索しています。また、メーカーも多くの販売店との取引管理は煩雑な業務となります。山善はメーカーと販売店の間に立ち、豊富な商品知識とノウハウを活用してユーザーのニーズに合った商品を提案します。これにより、販売店はユーザーに最適な商品を提供でき、メーカーは販路の集約と営業・代金回収の効率化が図れます。



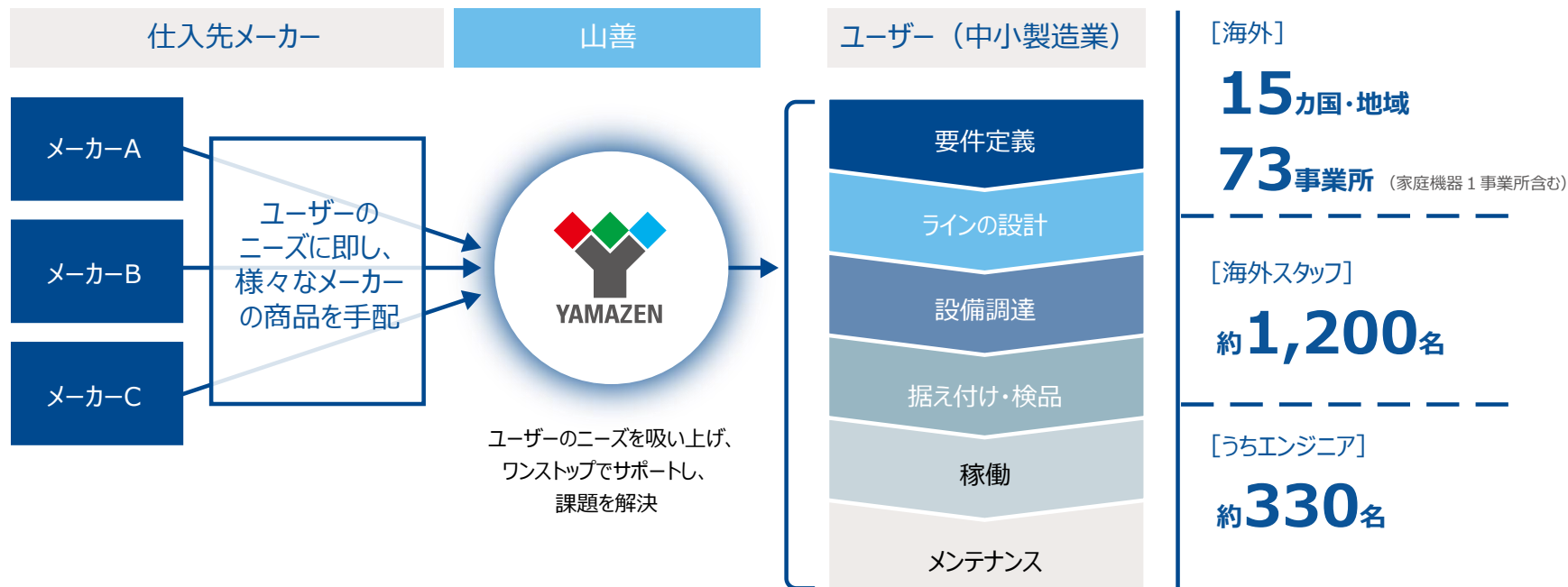
※金属加工業の例

Model

2

エンジニアリング

当社のエンジニアリングは、ユーザーのニーズを吸い上げ、要件定義から生産ラインの設計、生産設備の調達、据え付け、稼働までをワンストップでサポートする体制を敷いています。海外では、15カ国・地域 73事業所を展開する中で、およそ330名がエンジニアとして高度なサービスを提供しており、「世界のものづくり」に貢献しています。



※北米におけるエンジニアリングフローの例

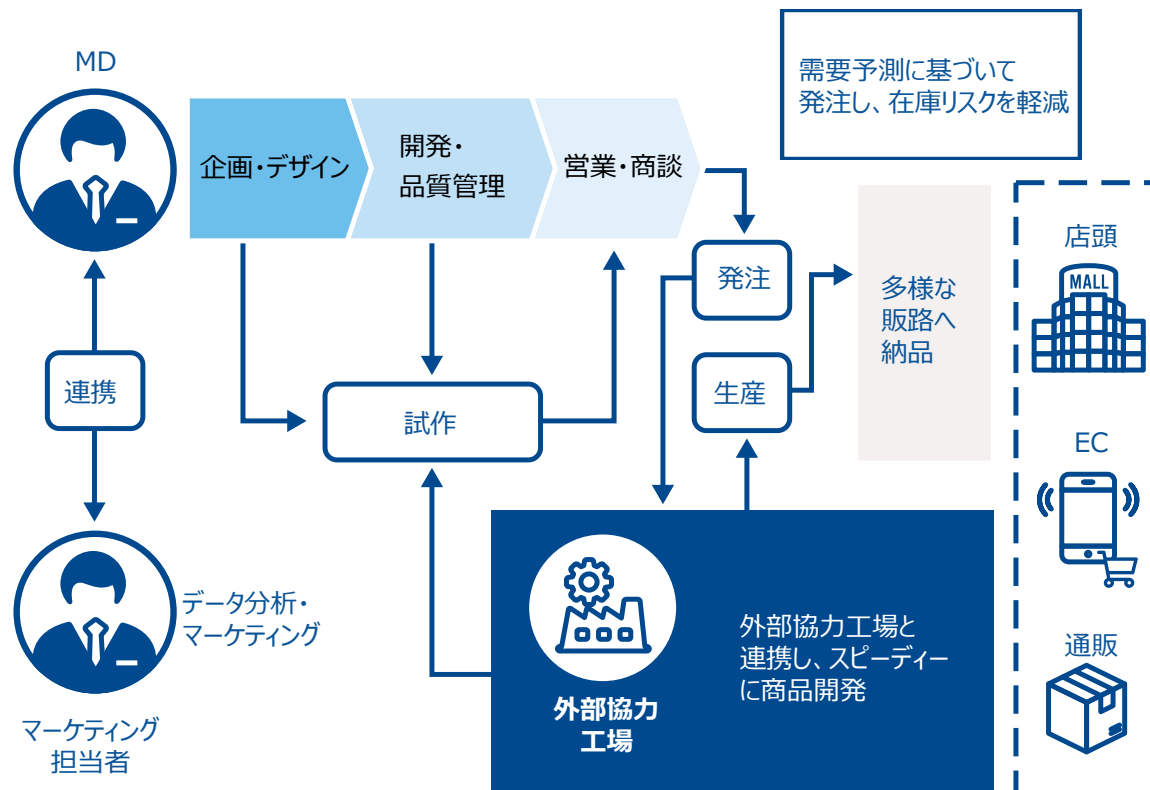
※数値は2025年7月末現在

Model

3

ファブレスメーカー

家庭機器事業の売上の約60%がプライベートブランド（PB）商品。そのPB商品は、ニーズを知り尽くした営業経験のある当社の商品開発担当者（MD）がマーケティング担当者と連携し、スピーディーに企画開発を行うことで、短時間で商品化が可能。海外の協力工場で生産した便利でリーズナブルな新商品を、ホームセンター、家電量販店、EC（自社・出店）、通販等のチャネルを通じて、生活者の皆様にお届けします。



山善の価値創造の原動力

「切拓く」精神と「考動力」を持つ自業員

「運命とは自分で切拓いていくものである」創業者 山本猛夫の人生訓は、当社の経営理念として、そして社員の心にも深く刻み込まれ、今日まで受け継がれています。
自らの責任で自ら行動する自主自律の「人財」が、革新と創造へと挑戦し、未来を切拓く。
これが当社のコア・コンピタンスです。

「切拓く」精神

常に変化に対応しながら
革新と創造に挑戦する
心構えのこと

考動力

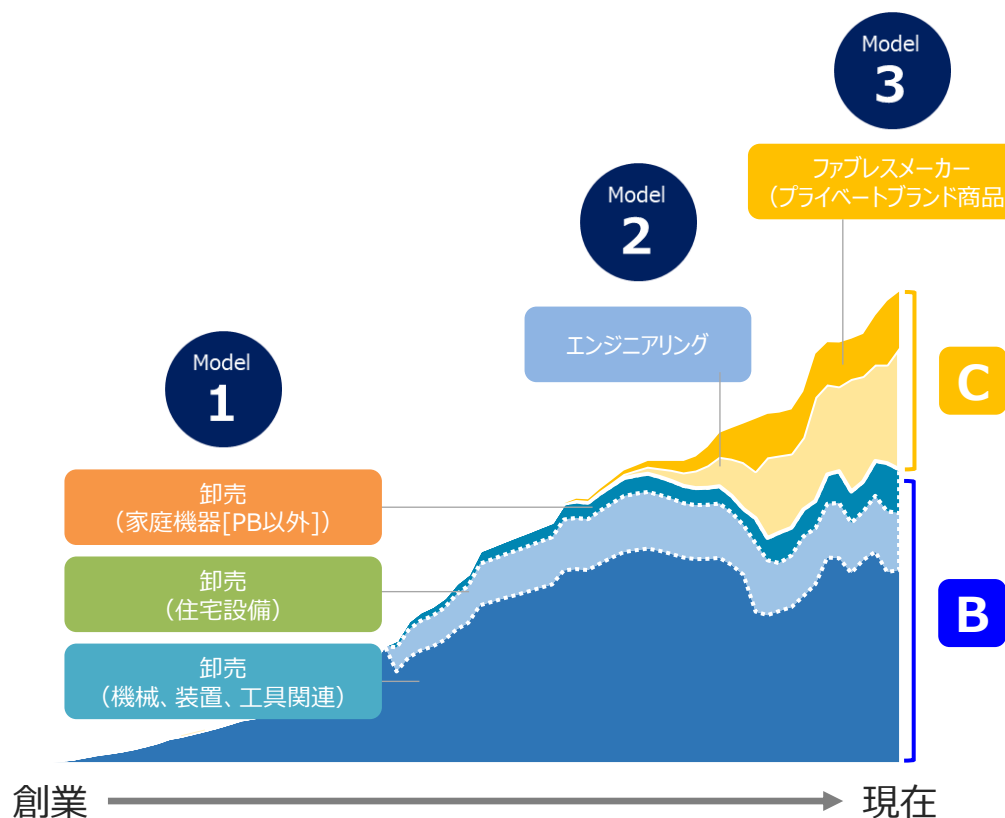
自ら考えて動く、
考えながら動く力のこと

自業員

想定外の変化が常態化する中でも
自主的に挑戦・考動を現場で実践する
ことで変化に機敏かつ柔軟に対応し、
常にお客様にお役立ちする、当社グループ
独自の哲学を持つ自力本願人財のこと

- 工具（生産財）の卸売で創業、工作機械・産業機械・住宅関連分野へ事業を拡大 **A**
- 多くの取引先（販売店）との継続取引は、ストック的なビジネスで安定した収益基盤を確立 **B**
- 各事業部の扱い品目に応じ、エンジニアリングやファブレスメーカーなどの機能をアドオンすることで事業の領域と規模を拡充
- アドオンしたビジネスを安定的かつ継続的な取引に結びつけ、事業を安定化 **C**

山善のビジネス展開（イメージ）

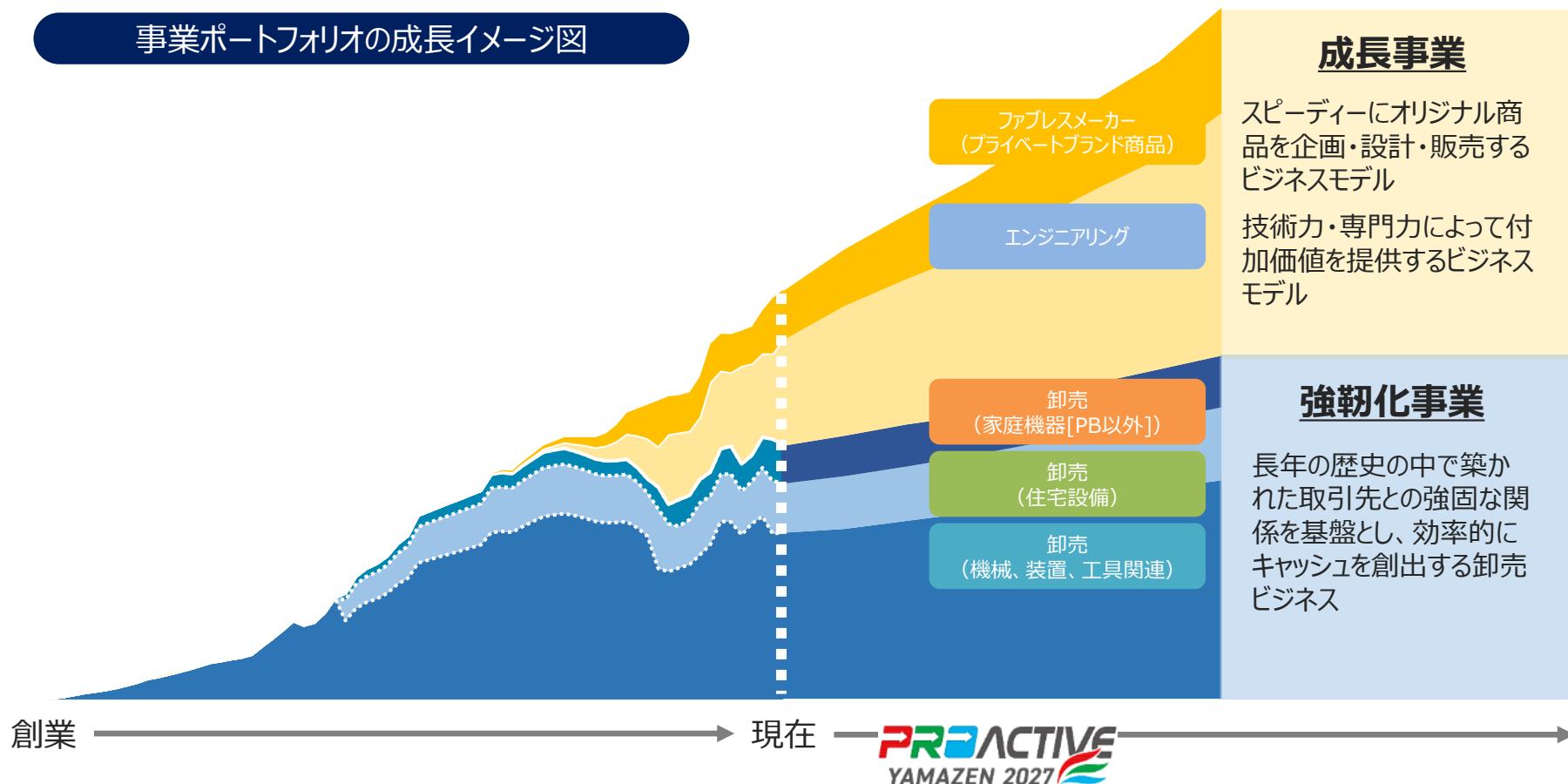


ビジネスモデルと事業（組織）の関係

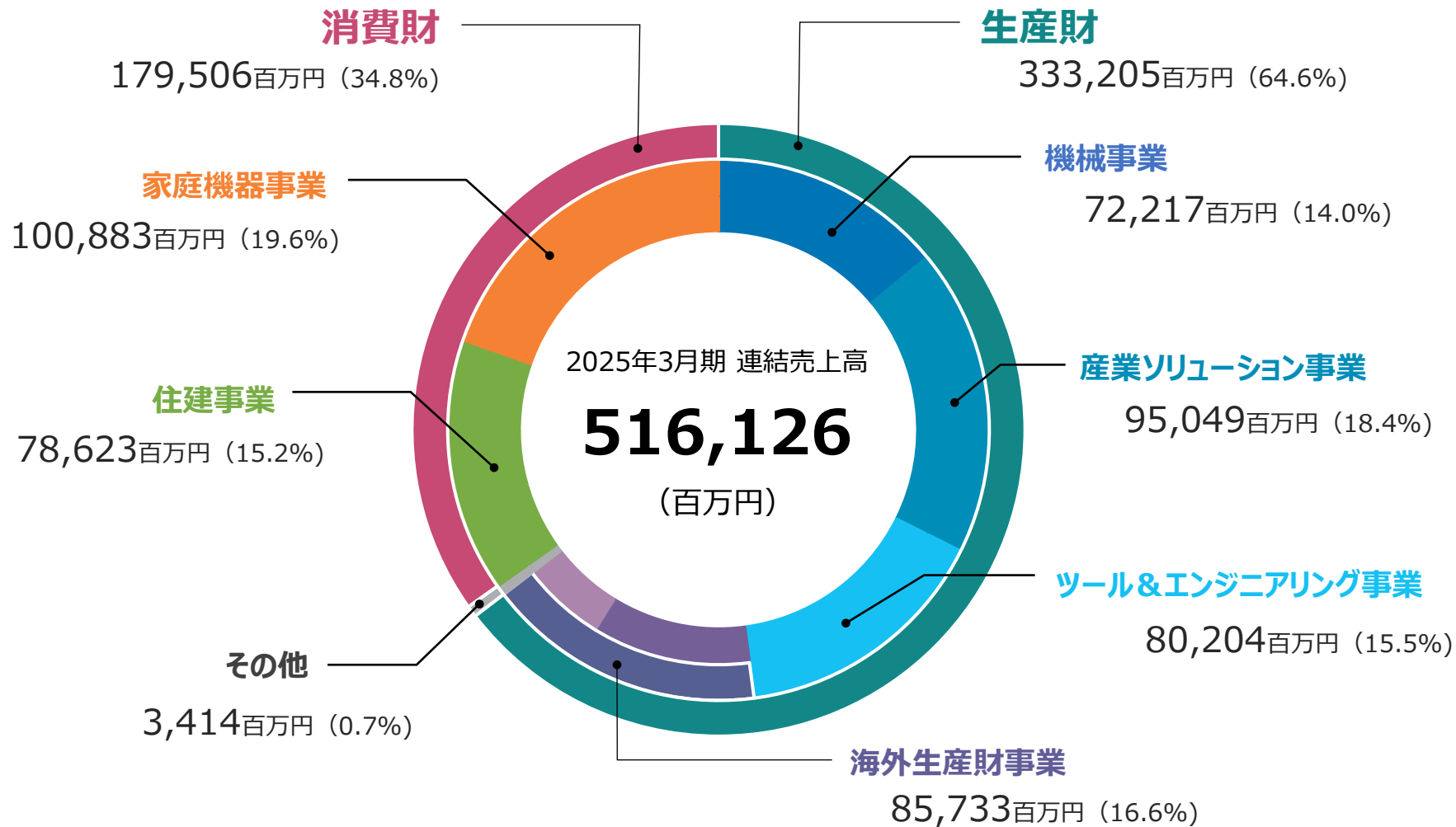


- 事業ポートフォリオの考え方
「資本収益性」「成長性」の2軸ならびに事業間シナジーを考慮し事業の方向性を決定
- 事業ポートフォリオの位置付け
卸売ビジネスで得られたあらゆる資本を価値創造の深化や成長性の高いビジネス領域に資源配分

事業ポートフォリオの成長イメージ図



事業別売上高構成比（2025年3月期実績）



- 事業概要・ビジネスモデル
- **2026年3月期 連結業績予想の修正／2026年3月期 第2四半期決算概要**
- 中期経営計画「PROACTIVE YAMAZEN 2027」
- 海外事業の成長に向けた取り組み
- 資本政策・株主還元
- Appendix

第2 四半期の決算総括

- 上期実績は、売上高2,598億円（4.4%増）、営業利益51億円（48.4%増）
 - ✓ 職場における熱中症対策の義務化、今夏の猛暑により、生産財／消費財の両セグメントにおいて暑熱対策関連商品が好調に推移
 - ✓ 好調な売上により売上総利益が増加する一方で、販管費の増加を抑制

業績予想の修正

- 好調な売上と、各種費用の見直しの徹底により、上方修正。
通期業績予想は、売上高5,300億円（2.7%増）、営業利益100億円（4.9%増）
 - ✓ 暑熱対策関連商品の好調な売上を背景に8月に上期業績予想を上方修正
 - ✓ 8月公表時に想定していた各種費用に対し、見直しの徹底により販管費を削減、あわせて法人税等の見直したことにより、10月に上期ならびに通期業績予想を上方修正

- 梅雨明け前から始まった猛暑の影響を受け、生産財関連事業及び消費財関連事業の双方において、暑熱対策関連商品の受注が好調に推移し、8月8日に第2四半期の業績予想を修正（通期は据え置き）
- 販売費及び一般管理費の削減と法人税の見積もりの見直しの結果、10月15日に、第2四半期業績予想を上方修正。通期業績予想については売上高は据え置き、第3四半期以降は想定していた特別利益の計上の延期、法人税等の見積もりの見直しにより、各利益について上方修正

■ 第2四半期連結業績予想及び実績

（単位：百万円）

	2025年3月期 第2四半期実績	2026年3月期第2四半期				
		実績	期初計画	修正計画①	修正計画②	
			5月14日公表値	8月8日公表値	10月15日公表値	vs 期初計画
売上高	248,924	259,844	250,000	255,000	255,000	-
営業利益	3,442	5,108	3,000	4,000	5,000	+2,000
経常利益	3,494	5,413	3,000	4,000	5,000	+2,000
親会社株主に帰属する 中間純利益	2,567	4,182	2,500	3,200	3,900	+1,400

■ 通期連結業績予想

（単位：百万円）

	2025年3月期 実績	2026年3月期				
		実績	期初計画	修正計画①	修正計画②	
			5月14日公表値	8月8日公表値	10月15日公表値	vs 期初計画
売上高	516,126		530,000	修正なし	530,000	-
営業利益	9,535		9,000		10,000	+1,000
経常利益	10,018		9,000		10,000	+1,000
親会社株主に帰属する 当期純利益	7,845		7,000		7,150	+150

売上高 259,844百万円 対前年同期増減率 +4.4%

猛暑の影響により暑熱対策機器や空調設備、環境改善機器の売上が好調に推移。また光熱費の高止まりにより省エネ機器の販売が堅調に推移し増収

営業利益 5,108百万円 対前年同期増減率 +48.4%

人件費や貸倒引当金繰入、減価償却費が増加したものの、その他諸経費の見直しにより販管費の増加を抑制

売上総利益 39,755百万円 対前年同期増減率 +6.4%

売上高増加により増益

親会社株主に帰属する
中間純利益 4,182百万円 対前年同期増減率 +62.9%

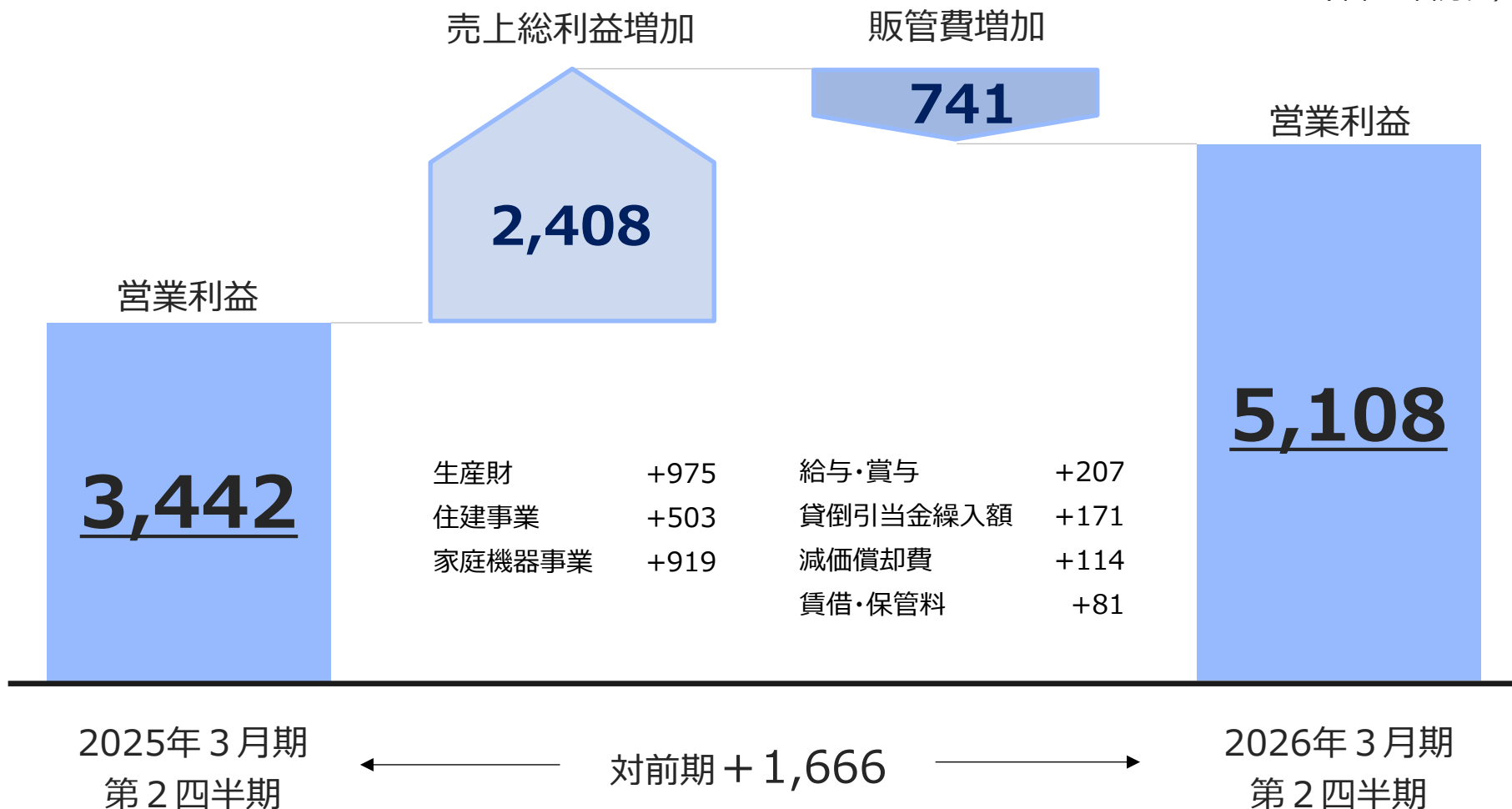
政策保有株式の売却益を計上する一方、法人税等が増加

(単位：百万円)

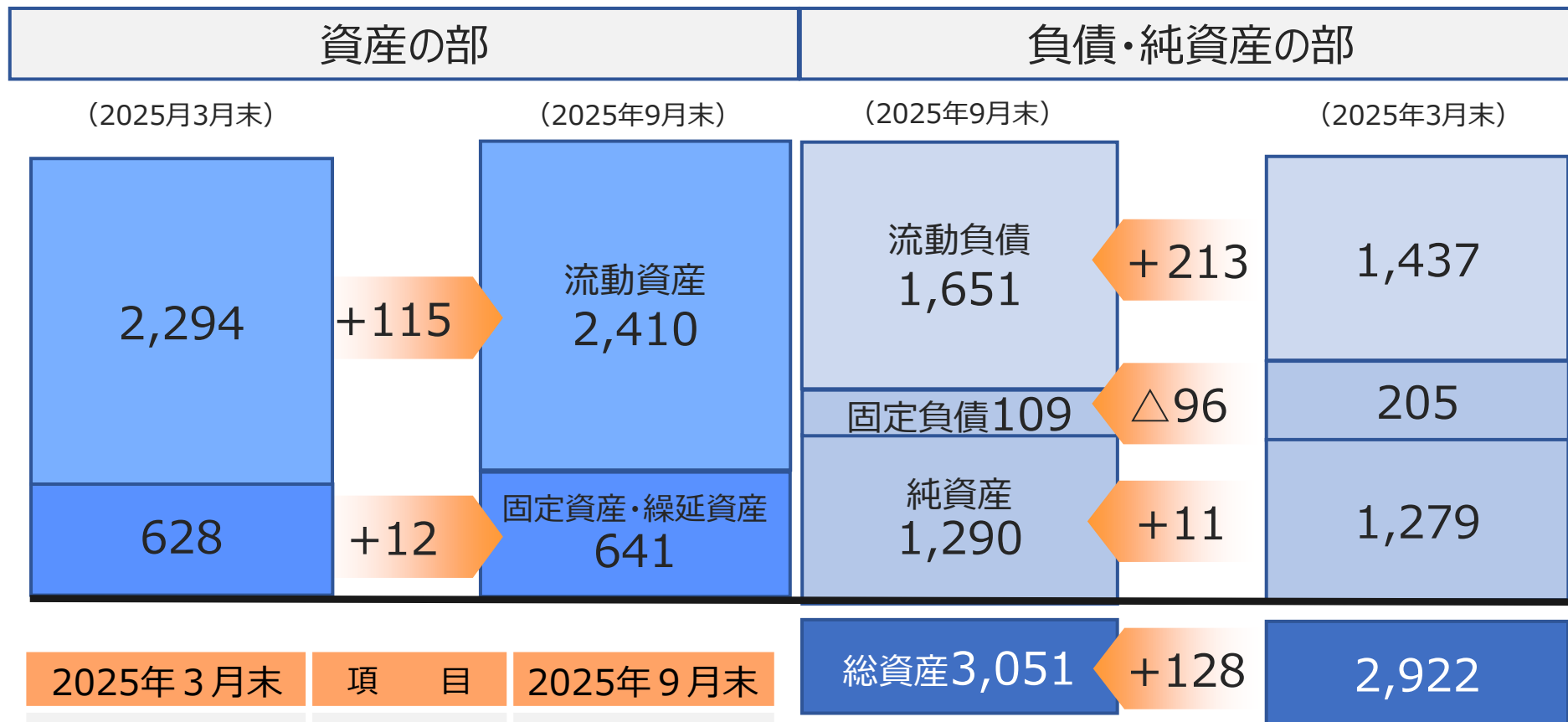
	2025年3月期 第2四半期	2026年3月期 第2四半期	対前年同期 増減率	通期 計画	進捗率
売上高	248,924	259,844	+4.4%	530,000	49.0%
売上総利益	37,347	39,755	+6.4%	-	-
(総利益率)	15.0%	15.3%	+0.3pt	-	-
販売管理費	33,905	34,647	+2.2%	-	-
営業利益	3,442	5,108	+48.4%	10,000	51.1%
(営業利益率)	1.4%	2.0%	+0.6pt	1.9%	-
営業外損益	52	304	+475.0%	-	-
経常利益	3,494	5,413	+54.9%	10,000	54.1%
特別損益	640	1,017	+58.7%	-	-
親会社株主に帰属する 中間純利益/当期純利益	2,567	4,182	+62.9%	7,150	58.5%

- 好調な売上を背景に売上総利益が増加
- 前期期中のシステムや物流設備への戦略的投資による償却費、売上増加に伴う諸経費が上がる一方で、各種経費の見直しを徹底し、営業利益は前年同期と比べ16億円（48.4%）の増益

（単位：百万円）



(単位：億円)



2025年3月末	項 目	2025年9月末
43.3%	自己資本比率	41.8%
1,481.00円	1株純資産	1,502.62円
1,125億円	時 価 総 額	1,185億円
83億円	基 礎 的 営 業 キャッシュ・フロー	52億円

※ 時価総額は、決算日の終値に同日発行済株式数（自己株式を除く）を乗じて算定

※ 基礎的営業キャッシュ・フローは、営業キャッシュ・フローから運転資本増減額を控除して算定

※ 億円未満を切り捨て

- 当社グループの業績へは、生産財事業においては「設備投資」、消費財においては主に「個人消費」の動向が影響

2026年3月期第2四半期の外部環境

外部環境			影響する主なセグメント	影響
国内	労働安全衛生規則の改正省令施行による職場での熱中症対策の義務化		産業S、T&E、 住建、家庭機器	😊
	記録的な猛暑による暑熱対策機器・商品の需要増加		産業S、T&E、 住建、家庭機器	😊
	当社のエンドユーザーである中小製造業の設備投資意欲は引き続き低調		機械、T&E	😞
	人手不足を背景に、自動化・省人化への高いニーズが継続		産業S	😊
	エネルギー価格高止まりに伴い、省エネ関連設備投資意欲が継続		産業S	😊
	新設住宅着工戸数のダウントレンドに対し、住宅設備機器の更新需要は堅調に推移		住建	😊
	物価上昇に賃上げが追い付かず、耐久消費財に対する節約志向・選別傾向が継続		家庭機器	😐
海外	北米	関税負担と高金利による設備投資の抑制	海外	😞
	台湾	部品加工ユーザーにおける設備投資が低調に推移	海外	😞
	中国	政府の各政策によるEV・半導体産業向け設備投資の後押し	海外	😊
	ASEAN	他地域からの生産移管や生産拠点移転に伴う設備投資需要の活発化	海外	😊

※産業S：産業ソリューション、T&E：ツール＆エンジニアリング

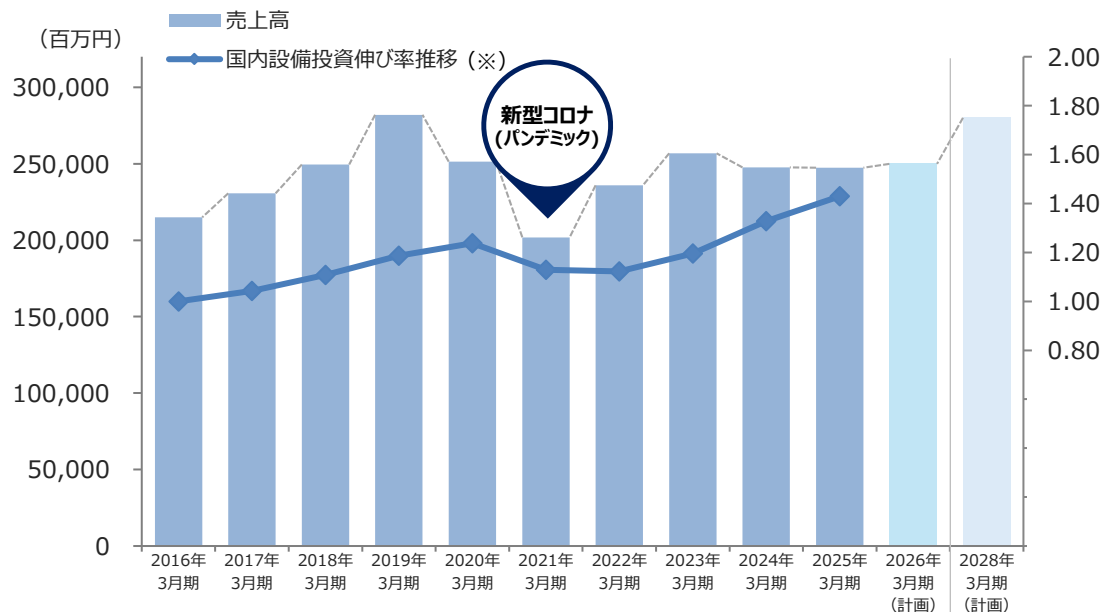
- 生産財関連は、中国・アセアンでの設備需要を取り込んだ海外事業が好調に推移
- 消費財関連では、空調設備の販売が好調に推移した住建事業、暑熱対策商品の販売や「YAMAZEN」ブランドの浸透によりプライベートブランド商品が伸長した家庭機器事業が売上を牽引

(単位：百万円)

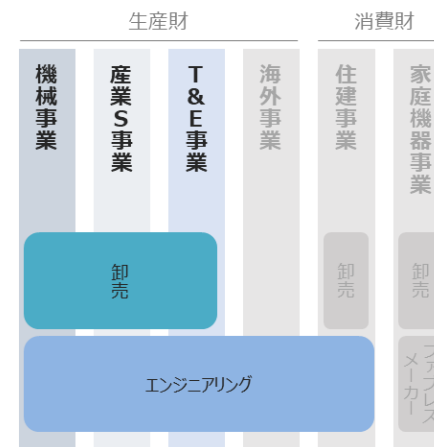
		売上高					セグメント利益（開示セグメントベース、下段は営業利益率）				
		第2四半期			通期計画		第2四半期			通期計画	
		2025年3月期	2026年3月期	増減率	2026年3月期	進捗率	2025年3月期	2026年3月期	増減率	2026年3月期	進捗率
生産財	機械	32,094	31,526	△1.8%	70,000	45.0%					
	産業S	47,322	48,702	+2.9%	99,000	49.2%					
	T&E	39,389	40,058	+1.7%	81,000	49.5%					
	国内計	118,806	120,288	+1.2%	250,000	48.1%					
	海外	40,836	43,783	+7.2%	90,000	48.6%					
計		159,642	164,071	+2.8%	340,000	48.3%	3,084	3,802	+23.2%	8,500	44.7%
							1.9%	2.3%	+0.4pt	2.5%	-
消費財	住建	37,874	42,387	+11.9%	84,000	50.5%	1,421	1,671	+17.6%	3,400	49.2%
							3.8%	3.9%	+0.2pt	4.0%	-
	家庭機器	49,553	51,387	+3.7%	102,000	50.4%	2,144	2,512	+17.1%	4,500	55.8%
							4.3%	4.9%	+0.6pt	4.4%	-
計		87,427	93,774	+7.3%	186,000	50.4%	3,566	4,184	+17.3%	7,900	53.0%
							4.1%	4.5%	+0.4pt	4.2%	-
その他		1,854	1,998	+7.8%	4,000	50.0%	△3,208	△2,877	△10.3%	△6,400	45.0%
							-	-	-	-	-
連結		248,924	259,844	+4.4%	530,000	49.0%	3,442	5,108	+48.4%	10,000	51.1%
							1.4%	2.0%	+0.6pt	1.9%	-

※産業S：産業ソリューション、T&E：ツール&エンジニアリング

国内生産財事業 売上高推移



※日本銀行「全国短観・年度計画（設備投資額）（年度）/ 設備投資額（含む土地投資額）/ 前年比・年度/大企業/製造業/実績」より2015年度を起点（1）として伸び率を算出



- ・当社の祖業でもある、工作機械、物流機器などの産業機械、各種工具類の卸売
- ・ストック型ビジネスで安定した収益基盤

主要取扱品目、商流はP.57-58

市場動向（機会）

- ✓ 国内工作機械市場は中長期的には徐々に成長
- ✓ 電動化部品の市場拡大により、従来の製造工程が変化
- ✓ 製造現場・物流現場の自動化・省人化ニーズの拡大
- ✓ AIやIoTによる製造現場のDX化
- ✓ 再エネ・省エネ市場の拡大

主な方針

- ✓ 既存ビジネスの収益力向上
- ✓ 成長産業の市場開拓による事業ポタリティの低減
- ✓ 顧客接点強化によるソリューション事業の推進
- ✓ オリジナル商品開発による収益力向上
- ✓ 物流拠点の最適配置による流通基盤の強化

- 機械事業においては、中小製造業の投資活動が伸び悩み、自動車部品加工メーカー向け工作機械の売上は前年をやや下回る
- 産業ソリューション事業では、省エネ機器の販売が堅調に推移し、さらに暑熱対策機器や労働環境改善に対応する環境改善機器等の売上も好調に推移
- ツール&エンジニアリング事業では、暑熱対策グッズを含め、生産現場で使用される様々な作業用品や測定・分析機器等の販売が好調

(単位：百万円)

	売上高	2025年3月期 第2四半期	2026年3月期 第2四半期	対前年同期 増減率	通期 計画	進捗率
国内 生産財	機械事業	32,094	31,526	△1.8%	70,000	45.0%
	産業ソリューション事業	47,322	48,702	+2.9%	99,000	49.2%
	ツール&エンジニアリング事業	39,389	40,058	+1.7%	81,000	49.5%
	合計	118,806	120,288	+1.2%	250,000	48.1%

職場の労働改善への対応

暑熱対策機器等の販売が 売上を牽引

6月1日に施行された「改正労働安全衛生規則」に基づき、職場における熱中症対策が義務化されたことにより、暑熱対策機器の売上が好調に推移

労働環境改善に対応する環境改善機器等の売上の拡大も寄与



▲暑熱対策としての
山善オリジナル
大風量スポットクーラー

技術専門集団として高度なエンジニアリング力を磨く

最大50台のヒューマノイドロボットが同時稼働する 「フィジカルデータ生成センター」構築プロジェクトに参画

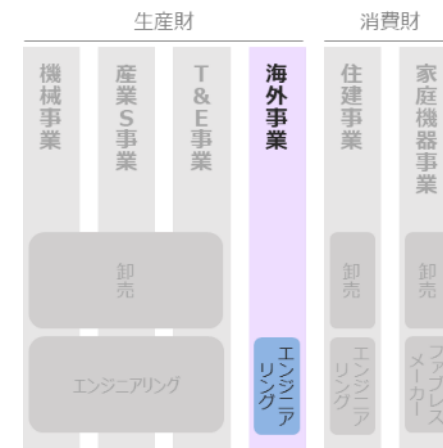
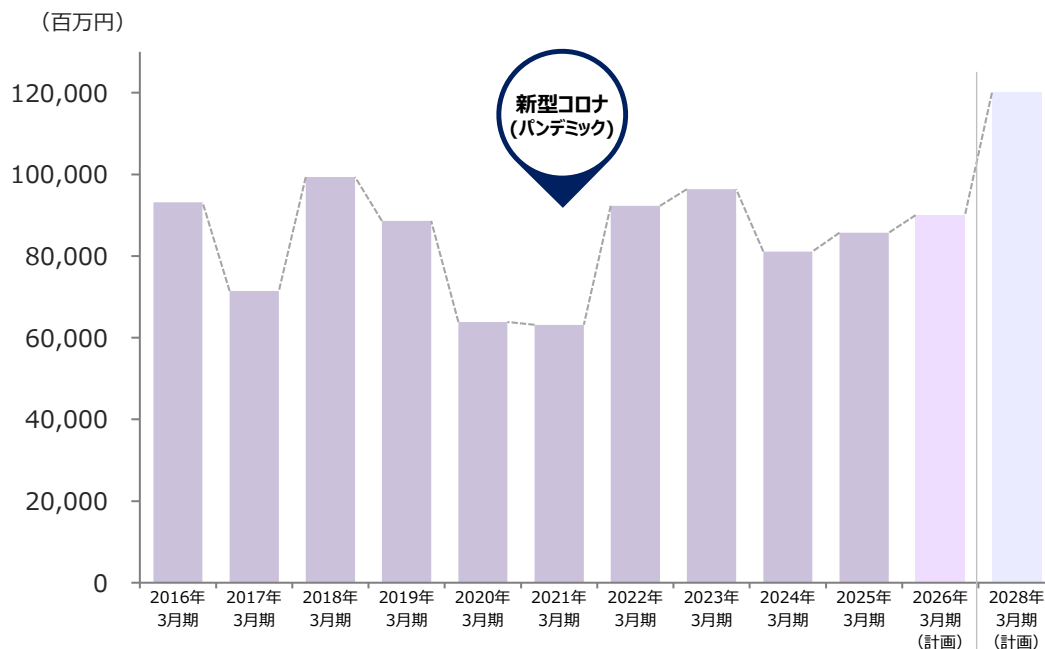
4月にヒューマノイドロボット分野に特化した産業プラットフォームを構築するINSOL-HIGH（インソルハイ）社と業務提携契約を締結

インソルハイが主催するコンソーシアム型プロジェクトに参画し、ヒューマノイドロボットの社会実装を加速させる「フィジカルデータ生成センター」の構築を推進。本施設で作業動作データを収集・整理し、学習データを蓄積。参画企業間でデータを共有し、製造・物流現場の自動化の支援を目指す



▲フィジカルデータ生成センター
(イメージ)

海外生産財事業 売上高推移



- ・機器販売のみならず、エンジニアリング、アフターサービスまで、対応
- ・今中期経営計画における一番の成長ドライバー

展開国、商流はP.59

中期経営計画はP.34-38

市場動向（機会）

- ✓ 海外工作機械市場は好不況の波を受けながらも中長期的には徐々に成長
- ✓ 関税等の貿易体制の変化や地政学的リスク等による生産拠点の分散・多極化の進行
- ✓ 効率化や慢性的な製造業の人手不足によって高まる自動化・省人化の進行

主な方針

- ✓ グローバル企業との取引を強化するため、経営の現地化と効率化を推進
- ✓ 世界のサプライチェーン再編に対応するため、地理的拡大と事業領域の最適化を図る
- ✓ マーケットトレンドと市場ニーズの変化に対応した市場開拓と商材開発

- 中国では内需型企業の設備投資を、アセアンにおいては他地域からの生産移管に伴う新たな設備投資需要を取り込み、前年を上回る
- 北米においては製造業の設備投資が全般的に振るわず、台湾では部品加工ユーザーの設備投資が低調に推移

(単位：百万円)

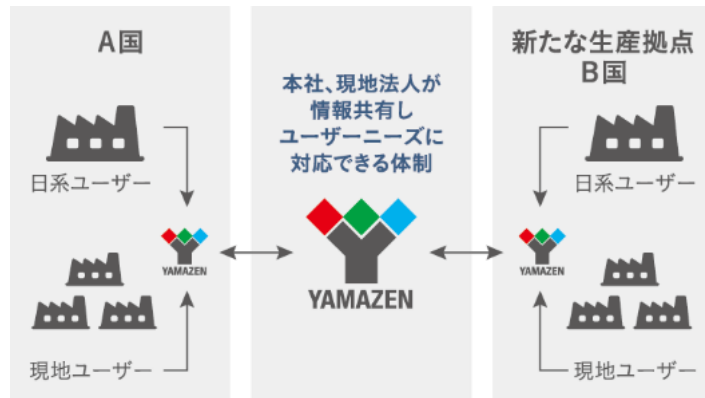
	売上高	2025年3月期 第2四半期	2026年3月期 第2四半期	対前年同期 増減率	通期 計画	進捗率
海外 生産財	海外事業	40,836	43,783	+7.2%	90,000	48.6%

ビジネス領域の地理的拡大

製造拠点の地理的変容を、ビジネス機会として取り込む

各国に展開する拠点網、メーカーの各国における代理店権により、多地域をカバーできるのが、山善の圧倒的強み

クロスボーダー案件を着実に結実させ、「ものづくり拠点」の変容に対応



エンジニアリングの高度化

拠点間でノウハウを共有し、技術品質を磨く

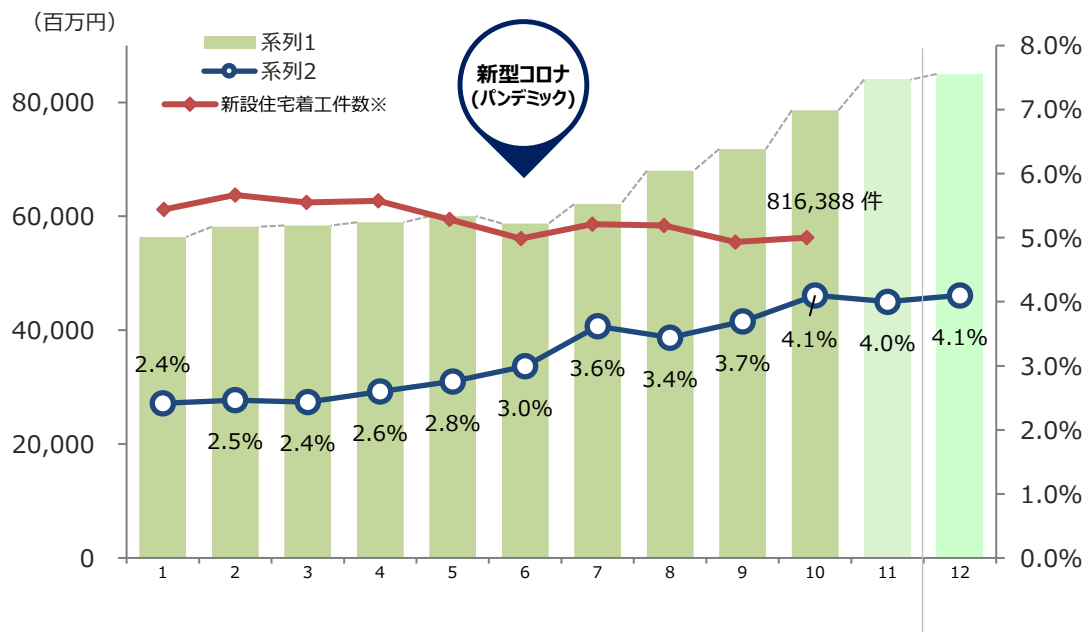
中国で確立しているメカトロ専門チームをインドでも横展開。タイのメトロロジー専門チームで測定工具に加え、三次元測定機のキャリブレーションライセンス取得に向け取組むなど、各国でエンジニアリング技術の高度化を進める。

アセアン・インドでは、エンジニア技術交流会を開催し、YAMAZENのエンジニアリングクオリティを標準化

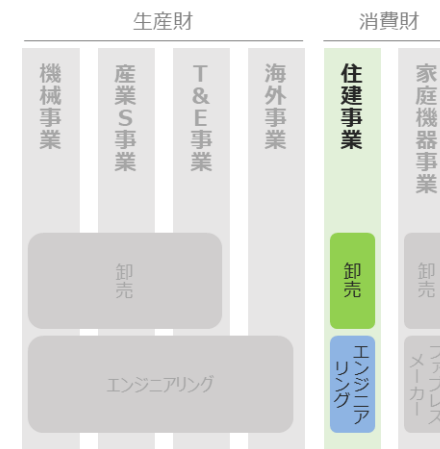


▲エンジニアリング技術交流会の様子

住建事業 売上高・セグメント利益率推移



※国土交通省「建築物着工統計調査」より



- ・一般家庭の住宅設備・空調機器は国内トップクラスの流通量を誇る
- ・近年は省エネ設備機器等を軸に非住宅（企業）向けを強化

主要取扱品目、商流はP.61-62

市場動向（機会）

- ✓ 少子高齢化や住宅ローン金利の上昇により、2025年度以降の新設住宅着工戸数は80万戸割れの予測
- ✓ カーボンニュートラルの世界的な潮流による再エネ・省エネ市場の拡大
- ✓ 2025年4月の建築基準法等の改正により、省エネ基準への適合が義務付け、住宅性能の見直しが加速

主な方針

- ✓ 住宅・非住宅（オフィス・工場・施設・店舗等）へ高い省エネ性能を備えた商材をもって、補助金提案に注力
- ✓ 住宅リフォーム分野を強化するため、ホームセンター・家電量販店のリテール分野とECリフォーム分野の拡大に注力
- ✓ 新設住宅領域でシェアを拡大するため、ビルダーへの商品の標準採用活動強化、ZePlus（ゼプラス）事業を拡大

住建事業：第2四半期実績

- 省エネ改修需要や猛暑の影響による空調設備の好調な販売、消費者の節約志向に対応した提案を強化した給湯器等の販売が堅調に推移
- オフィスビルなど非住宅分野における環境商材と施工をセットにした設備改修の提案を強化し、利益率が向上

(単位：百万円)

	2025年3月期 第2四半期	2026年3月期 第2四半期	対前年同期 増減率	通期 計画	進捗率
売上高	37,874	42,387	+11.9%	84,000	50.5%
セグメント利益	1,421	1,671	+17.6%	3,400	49.2%
セグメント利益率	3.8%	3.9%	+0.2pt	4.0%	-

住宅・非住宅ともに新築・既築すべてで売上増

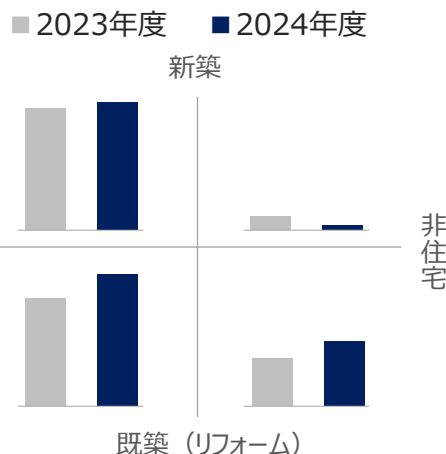
住宅/非住宅ともに、リフォーム事業へ注力
順調に売上を伸ばす

新築住宅需要は長期的にはダウントレンド

4月から新築住宅はすべてで省エネ基準のクリアが義務化。高付加価値商材の提案強化

公共施設・オフィスビル・工場・学校・病院などの施工を含む改築案件への取組みを強化

● 各象限の売上イメージ (過年度実績)



リフォーム事業の拡大

量販店リフォーム事業向けに
専門の事業推進チームを設置

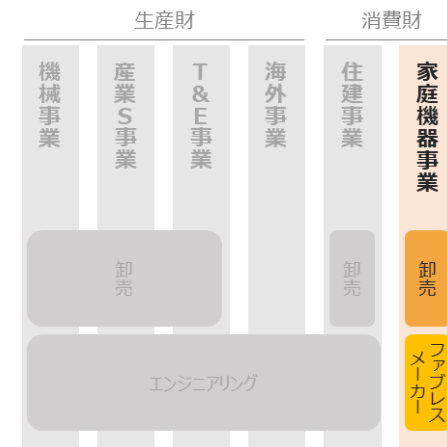
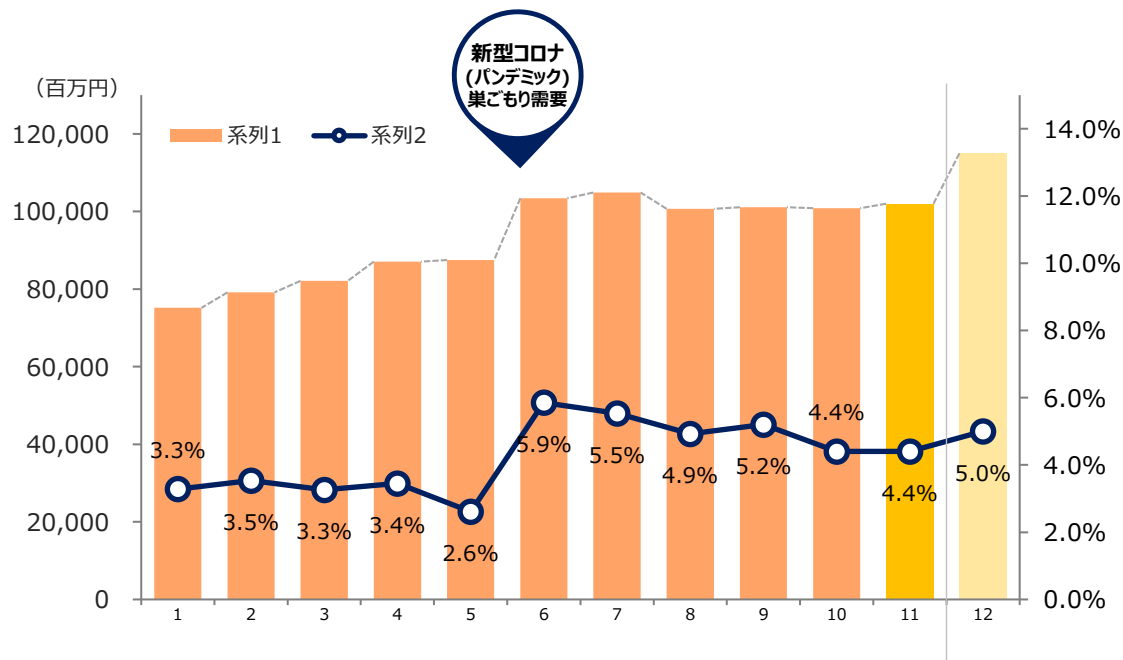
家電量販店やホームセンター等における「パックリフォーム」について、企画から販売・施工まで一気通貫でサポートできる体制を構築

研修や営業ノウハウの共有により、販売を促進



▲量販店の販売員様向けセミナー

家庭機器事業 売上高・セグメント利益率推移



・NB商品のほか、ファブレスでのPB商品を扱い、その比率は約6割
 ・「YAMAZEN」ブランドが徐々に浸透し、成長期待分野

主要取扱品目、商流はP.61,63

市場動向（機会）

- ✓ 各社がブランディングを通じた顧客のファン化を進め、それに伴いLTV（顧客生涯価値）の拡大を目指す動きが広がる
- ✓ BtoBでは、人手不足・業務効率化への対応、BtoCでは高齢者層においてEC購買需要が拡大

主な方針

- ✓ 顧客とのタッチポイントを増やし、GMV（流通取引総額）を向上させる
- ✓ 全国エリアへの即納体制やシステムを整備する
- ✓ リアル店舗／EC等全てのチャネルにおける取引をデジタル化することで、ユーザーニーズを的確に把握し、最適な商品を市場に提供し続ける

家庭機器事業：第2四半期実績

- YAMAZENブランド（PB）において、スピーディーな企画・開発とラインアップの拡充、情報発信の強化を図り、売上が伸長
- 猛暑の影響により、ファン付ウェアや移動式エアコンの販売が堅調に推移
- 法人・個人事業主向け自社ECサイト「山善ビズコム」の売上高・会員数が順調に伸長

（単位：百万円）

	2025年3月期 第2四半期	2026年3月期 第2四半期	対前年同期 増減率	通期計画	進捗率
売上高	49,553	51,387	+3.7%	102,000	50.4%
セグメント利益	2,144	2,512	+17.1%	4,500	55.8%
セグメント利益率	4.3%	4.9%	+0.6pt	4.4%	-

暑熱対策グッズの伸長

猛暑の影響を受け、移動式エアコンや、ファン付きウェア・水冷服の販売が好調

消費者ニーズを捉えたプライベートブランド商品のスピーディーな企画・開発とラインアップ強化に取り組み、SNSや各種メディアを活用した情報発信によってYAMAZENブランドを浸透

上期は、暑熱対策の法規制による法人ニーズ、猛暑による法人／個人ニーズの拡大で、ファン付きウェア・水冷服などのプライベートブランド商品の販売が売上を牽引



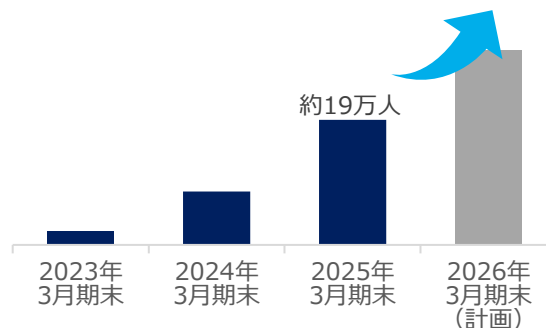
▲首元と脇の下をダイレクトに冷却する水冷服「DIRECT COOL PREMIUM」

「山善ビズコム」の会員獲得強化

法人・個人事業主向け自社ECサイト「山善ビズコム」の売上高・会員数の増加

個人事業主の取引拡大に注力、会員数は順調に増加

●山善ビズコム会員数推移



目次

- 事業概要・ビジネスモデル
- 2026年3月期 連結業績予想の修正／2026年3月期 第2四半期決算概要
- 中期経営計画「PROACTIVE YAMAZEN 2027」
- 海外事業の成長に向けた取り組み
- 資本政策・株主還元
- Appendix

- 前中期経営計画（2022～2024年度）は「機能拡充期」、この基盤をベースに「価値創造期」として、2025年度より3か年の中期経営計画「PROACTIVE YAMAZEN2027」に取り組む



2030年企業ビジョンを実現するための戦略と施策の全体像



■ 売上/利益

(単位：百万円)

	2025年3月期 実績	2026年3月期 計画 対2025年3月期 増減率		2028年3月期 計画 対2025年3月期 増減率	
売上高	516,126	530,000	+2.7%	600,000	+16.3%
営業利益	9,535	10,000	+4.9%	16,000	+67.8%
経常利益	10,018	10,000	△0.2%	16,000	+59.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	7,845	7,150	△8.9%	11,000	+40.2%

■ 経営指標

(単位：百万円)

	2025年3月期 実績	2026年3月期 計画 対2025年3月期 増減率		2028年3月期 計画 対2025年3月期 増減率	
自己資本利益率 (ROE)	6.1%	5.5%	△0.6pt	8.0%	+1.9pt
基礎的営業キャッシュ・フロー	8,341	11,000	+31.9%	14,000	+67.8%
自己資本比率	43.3%	40~45%	-	40~45%	-

※ 基礎的営業キャッシュ・フローは、営業キャッシュ・フローから運転資本増減額を控除して算定

(単位：百万円)

		売上高					セグメント利益（開示セグメントベース、下段は営業利益率）				
		2025年3月 期 実績	2026年3月期 通期計画		2028年3月期 通期計画		2025年3月 期 実績	2026年3月期 通期計画		2028年3月期 通期計画	
				対2025年 3月期 増減率		対2025年 3月期 増減率			対2025年 3月期 増減率		対2025年 3月期 増減率
生産財	機械	72,217	70,000	△3.1%	80,000	+10.8%					
	産業S	95,049	99,000	+4.2%	110,000	+15.7%					
	T&E	80,204	81,000	+1.0%	90,000	+12.2%					
	国内計	247,471	250,000	+1.0%	280,000	+13.1%					
	海外	85,733	90,000	+5.0%	120,000	+40.0%					
	計	333,205	340,000	+2.0%	400,000	+20.0%	8,291	8,500	+2.5%	13,500	+62.8%
消費財	住建	78,623	84,000	+6.8%	85,000	+8.1%	2.5%	2.5%	+0.0pt	3.4%	+0.9pt
	家庭機器	100,883	102,000	+1.1%	115,000	+14.0%	3,192	3,400	+6.5%	3,500	+9.6%
							4.1%	4.0%	△ 0.0pt	4.1%	+0.1pt
							4,449	4,500	+1.1%	5,800	+30.4%
							4.4%	4.4%	+0.0pt	5.0%	+0.6pt
	計	179,506	186,000	+3.6%	200,000	+11.4%	7,641	7,900	+3.4%	9,300	+21.7%
							4.3%	4.2%	△ 0.0pt	4.7%	+0.4pt
その他		3,414	4,000	+17.1%	0	-	△ 6,396	△ 6,400	-	△ 6,800	-
							-	-	-	-	-
連結		516,126	530,000	+2.7%	600,000	+16.3%	9,535	10,000	+4.9%	16,000	+67.8%
							1.8%	1.9%	+0.0pt	2.7%	+0.8pt

- 前中期経営計画（2022～2024年度）は「機能拡充期」、この基盤をベースに「価値創造期」として、本年度とより3か年の中期経営計画「PROACTIVE YAMAZEN2027」に取り組む

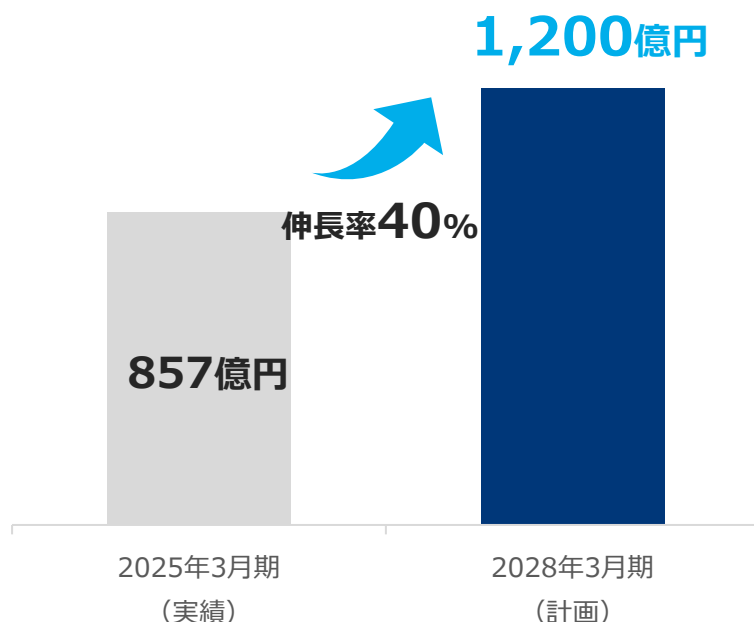
2030年企業ビジョンを実現するための戦略と施策の全体像



- 事業概要・ビジネスモデル
- 2026年3月期 連結業績予想の修正／2026年3月期 第2四半期決算概要
- 中期経営計画「PROACTIVE YAMAZEN 2027」
- 海外事業の成長に向けた取り組み
- 資本政策・株主還元
- Appendix

世界の設備投資需要を取り込み、中期経営計画期間中に40%増収を目指す

売上計画



売上が伸長する国・エリア

2025年3月期/2028年3月期 売上増額順

- 1位 ASEAN 他地域からの生産移転需要を含め、製造拠点は増加
- 2位 中国 産業構造が外需型から内需型へシフト、政府主導で成長軌道に戻ると想定
- 3位 北米 米国内産業の投資拡大により、中期的に成長は続く
- 4位 インド 政策の後押しもあり、国内外の製造業の設備投資が増加
- 5位 台湾 足元では低調に推移も、引き続き半導体産業を中心に設備投資需要は継続
- 6位 欧州・中東 欧州は足元では低調だが巨大な経済圏
中東は緩やかに経済成長

「世界のものづくりのあるところにYAMAZENあり」

01

充実したネットワークと豊富なスタッフ

1963年に進出した北米を皮切りに、ものづくり産業に属する専門商社として圧倒的なネットワークを構築

02

各国・各地域に根付く山善マインド

ナショナルスタッフと日本人駐在員が、それぞれの目的・目標を共有し、業務に取り組む

03

セールスとエンジニアリングの2つの機能を持ち合わせる

地域密着型営業スタイルで、日系に限らず現地ユーザーもカバー、各エリアの産業構造を把握し、生産需要を的確に捉える生産ラインの設計から、設備調達、生産稼働からアフターメンテナンスまで対応できる体制

04

各国の法令、制度に精通

各国各地域で異なる税制、安全保障貿易にかかる輸出管理などに精通し、確実に納期を守る体制



山善グループの海外人員 1,200名、内エンジニア 約330名

※2025年8月末現在

経営の現地化

- 経営層にナショナルスタッフを登用
- エンジニアリングの高度化
 - ✓ 中国で立ち上げたメカトロ専門チームをインド・タイでも横展開予定
 - ✓ タイのキャリブレーション・メトロロジ専門チームの立ち上げを予定
 - ✓ アセアン・インドでは、エンジニア大会を開催し、YAMAZENのエンジニアリングクオリティを標準化

ターゲット市場の地理的拡大

- グローバルカバー率の向上
- エンドユーザーの生産移転サポート
- クロームネットワークをフル活用したクロスボーダービジネス戦略の推進

マーケットとビジネス業態の多様化

- 国やエリアごとの業態多様化対応
- 国やエリアごとの商品ポートフォリオの最適化
 - ✓ 医療・航空機/宇宙、半導体、電子業界向け商品

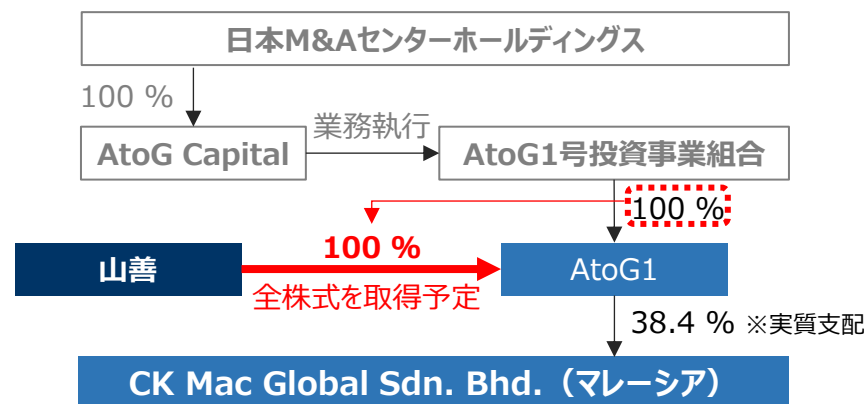
仕入先との関係強化

- 仕入先メーカーからの販売増加の期待値の向上、販売代理権の獲得
 - ✓ 2024年度新規商権獲得仕入先（実績）
エリア：インド、インドネシア、ベトナム、韓国、北米

市場と商材を開拓し、グローバル展開を加速する

マレーシアの機械商社の実質的取得（予定）

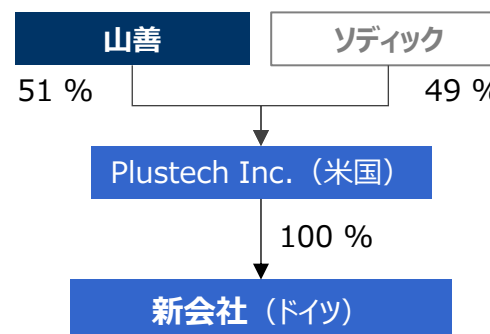
- マレーシアの機械商社を実質支配するAtoG1の株式取得について、基本合意（12月予定）
- CK Mac社は、マレーシア国内に4拠点を有し、半導体、自動車、航空関連などの国内製造業に対し、日系／海外メーカーの工作機械の販売・エンジニアリングサービスを提供



所在地	マレーシア セランゴール州
事業内容	工作機械の販売、その他関連サービス
資本金	6,000,000マレーシアリンギット
設立	2024年8月（創業 1982年）

ドイツにおいて、ソディックと新会社設立

- 2004年に当社、(株)ソディックプラステック（現：ソディック社）との合併で米国に設立したPlustech Inc.の子会社をドイツに設立（当社の連結子会社）
- 医療機器や精密電子部品産業等で使用される射出成形機の販売とサービスを展開してきたPlustech社の技術・ノウハウを活用し、欧州市場における拡販をめざす



所在地	ドイツ シュトゥットガルト市
事業内容	欧州全域における射出成形機の販売及びサービス
資本金	500,000ユーロ
設立	2026年4月予定

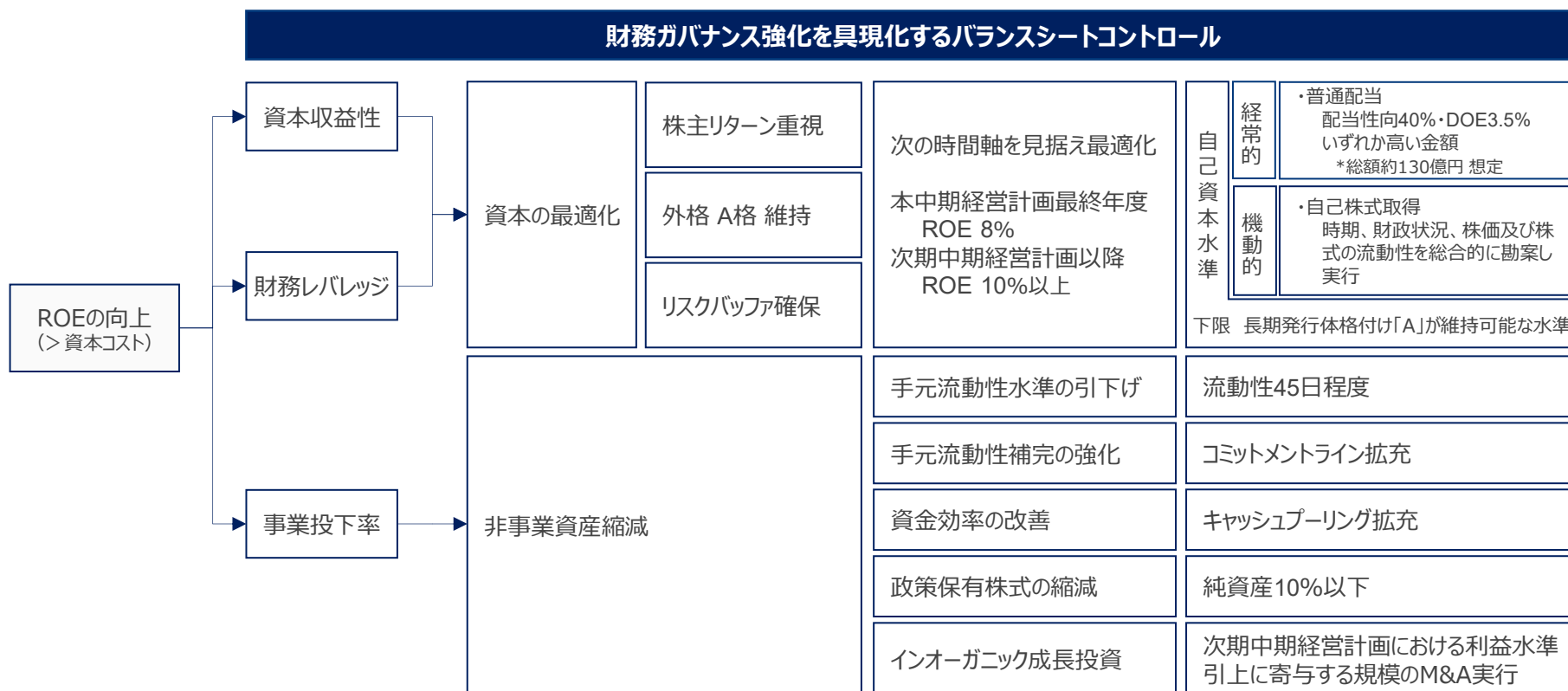
※カッコ内は所在国、記載なしは日本国内法人、国内法人の法人格は記載省略

- 事業概要・ビジネスモデル
- 2026年3月期 連結業績予想の修正／2026年3月期 第2四半期決算概要
- 中期経営計画「PROACTIVE YAMAZEN 2027」
- 海外事業の成長に向けた取り組み
- 資本政策・株主還元
- Appendix

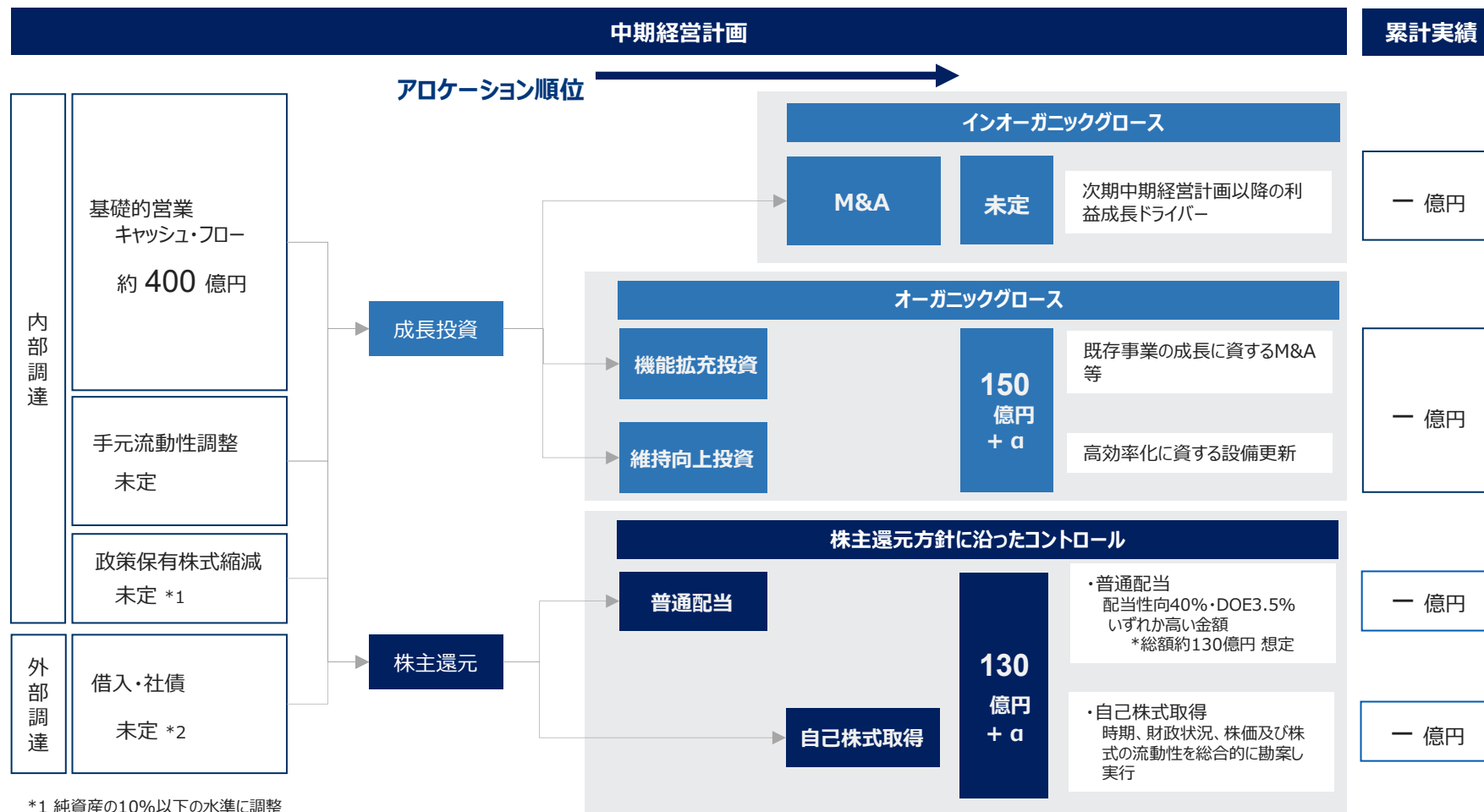
- エクイティスプレッドマイナス（ROE < 株主資本コスト）を解消し価値創造企業へ復帰する

ROE向上への取組み

財務ガバナンスを強化し、中長期ROE目標に整合するバランスシートコントロールを実施



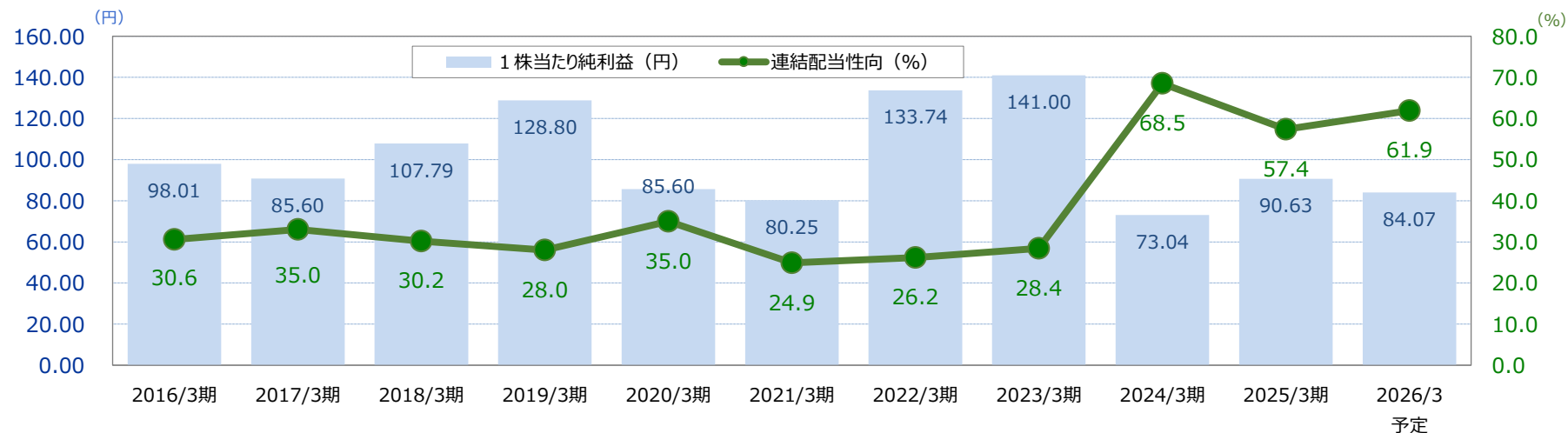
- 次期中計以降におけるROE10%以上実現を見据え、オーガニック投資と株主還元を実施しつつ、次期中期経営計画以降の成長ドライバーとなるインオーガニック投資を推進



*1 純資産の10%以下の水準に調整

*2 インオーガニック、オーガニックグロス投資の投資総額が150億円を超えることが見込まれる場合、外部格付けに留意しつつ、主に借入、社債による調達を想定

- 配当性向40%／DOE3.5%のいずれか高い金額を採用
- 2025年3月期は、期中に増配を発表し、1株当たり年間配当は52円、2026年3月期も同額を予定
- 自己株式の取得については、株価及び株式の流動性を総合的に勘案し、機動的に実施



		2019/3期	2020/3期	2021/3期	2022/3期	2023/3期	2024/3期	2025/3期	2026/3期 予定
配当金額 (円)	中 間	15.0	16.0	10.0	10.0	20.0	20.0	20.0	20.0
	期 末	*21.0	14.0	10.0	*25.0	20.0	30.0	32.0	32.0
	年 間	*36.0	30.0	20.0	35.0	40.0	50.0	52.0	52.0
配当性向 (%)		28.0	35.0	24.9	26.2	28.4	68.5	57.4	61.9
自己資本配当率 (DOE) (%)		3.8	3.0	1.9	2.9	3.0	3.5	3.5	3.5
年間配当金 (百万円)		3,405	2,837	1,891	3,115	3,560	4,451	4,453	4,453
自己株式取得金額 (百万円)		-	-	-	5,999	-	-	4,999	-
総還元性向 (%)		28.0	35.0	24.9	75.8	28.4	68.5	120.5	61.9

*は特別配当、記念配当を含む

- 株主優待制度を通じ、YAMAZENブランドの商品や事業への理解を深めていただくこと、また投資魅力を高めることで個人投資家を獲得するため、新たに制度を新設
- 2026年3月31日を基準日とする対象株主から贈呈を開始

優待内容

基準日（3月末）の株主へ山善ビズコムで利用できるクーポン券を進呈

保有株式数	クーポン券
100株以上300株未満	3,000円分
300株以上	5,000円分

山善ビズコムとは

- ✓ 2022年5月10日に開設の自社ECサイト
- ✓ 2025年9月末の会員数は25万人
- ✓ 個人ユースの家電から、事業者向けのオフィス用品まで、YAMAZENブランドを含め、2万点を取り扱い



yamazenbizcom.jp

多彩なプライベート商品



▲ 扇風機・サーキュレーターの売上はカテゴリトップクラス



▲ 冬の人気商品、どこでも電気着る毛布「くるみケット®」



▲ インテリアになじむ「ビジューいい」炊飯器

- 事業概要・ビジネスモデル
- 2026年3月期 連結業績予想の修正／2026年3月期 第2四半期決算概要
- 中期経営計画「PROACTIVE YAMAZEN 2027」
- 海外事業の成長に向けた取り組み
- 資本政策・株主還元
- **Appendix**
 - 通期業績予想 補足資料
 - 2026年3月期 第2四半期 補足資料
 - ビジネスモデル等 補足資料

通期業績予想 補足資料

売上高 対前期増減率 +2.7%

経済環境は不透明であるものの、前中期経営計画において実装、拡充してきた経営基盤を有効に活用し、営業力の強化によりシェアを拡大させる

営業利益 対前期増減率 +4.9%

基幹システム及び物流システム費の償却、人件費や物流関連費の増加等はあるものの、販売費及び一般管理費の削減等により増加

(単位：百万円)

	2025年3月期 実績	2026年3月期 通期 期初計画	2026年3月期 通期 修正計画	対前期 増減率
売上高	516,126	530,000	530,000	+2.7%
営業利益	9,535	9,000	10,000	+4.9%
営業利益率	1.8%	1.7%	1.9%	+0.0pt
経常利益	10,018	9,000	10,000	△0.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	7,845	7,000	7,150	△8.9%

2026年3月期 セグメント別 通期連結業績計画

(単位：百万円)

			売上高				セグメント利益（開示セグメントベース、下段は営業利益率）					
			2025年3月期 実績	通期 期初計画	2026年3月期 通期計画			2025年3月期 実績	通期 期初計画	2026年3月期 通期計画		
						対前回 計画差異	対 2025年3月期 実績 増減率				対前回 計画差異	対 2025年3月期 実績 増減率
生産財		機械	72,217	73,000	70,000	△3,000	△ 3.1%					
		産業S	95,049	99,000	99,000	-	+4.2%					
		T&E	80,204	82,000	81,000	△1,000	+1.0%					
		国内計	247,471	254,000	250,000	△4,000	+1.0%					
		海外	85,733	90,000	90,000	-	+5.0%					
		計	333,205	344,000	340,000	△4,000	+2.0%	8,291	8,300	8,500	+200	+2.5%
消費財		住建	78,623	80,000	84,000	+4,000	+6.8%	3,192	3,300	3,400	+100	+6.5%
		家庭機器	100,883	104,000	102,000	△2,000	+1.1%	4,449	4,600	4,500	△100	+1.1%
								4.1%	4.1%	4.0%	△ 0.1pt	△ 0.0pt
								4.4%	4.4%	4.4%	△ 0.0pt	+0.0pt
								4.3%	4.3%	4.2%	△ 0.0pt	△ 0.0pt
		計	179,506	184,000	186,000	+2,000	+3.6%	7,641	7,900	7,900	-	+3.4%
その他		3,414	2,000	4,000	+2,000	+17.1%	△ 6,396	△ 7,200	△ 6,400	+800	-	
							-	-	-	-	-	
連結		516,126	530,000	530,000	-	+2.7%	9,535	9,000	10,000	+1,000	+4.9%	
							1.8%	1.7%	1.9%	+0.2pt	+0.0pt	

2026年3月期 第2四半期 決算概要 補足資料

- 好調に推移した消費財の売上高比率が上昇

国内生産財 47.7% → 46.3% (△1.4pt)

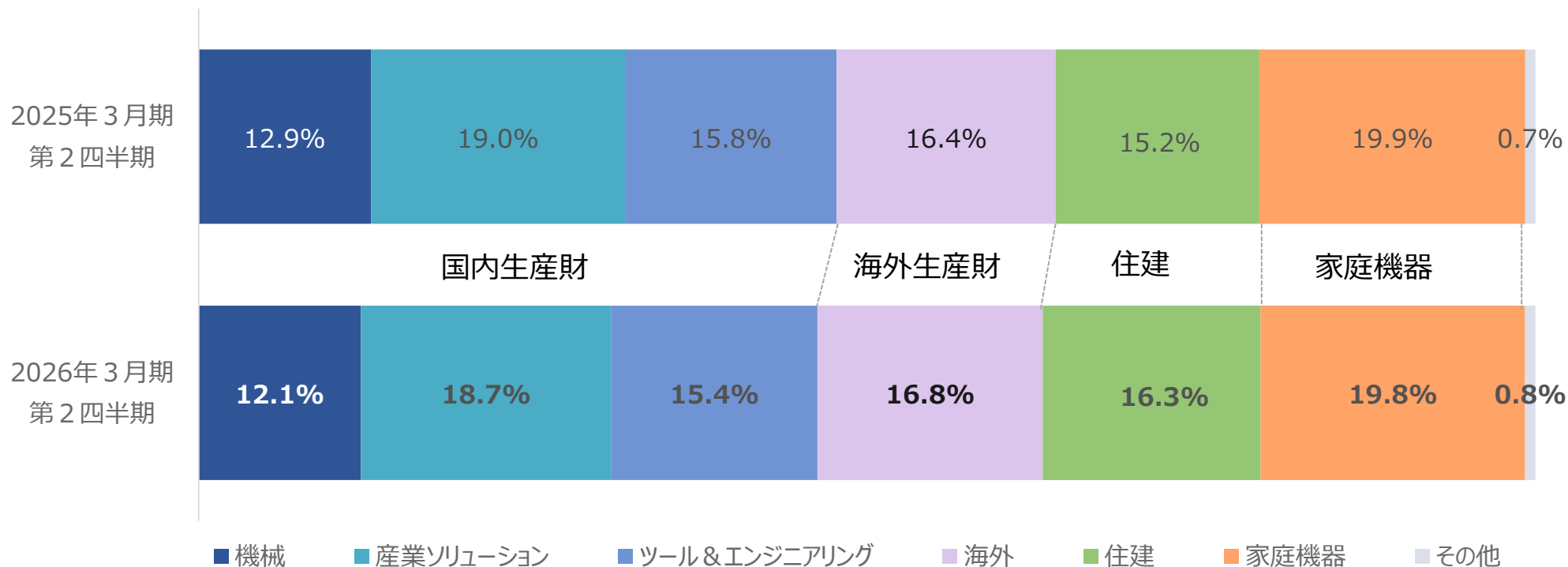
海外生産財 16.4% → 16.8% (+0.4pt)

生産財計 64.1% → 63.1% (△1.0pt)

住建事業 15.2% → 16.3% (+1.1pt)

家庭機器事業 19.9% → 19.8% (△0.1pt)

消費財計 35.1% → 36.1% (+1.0pt)

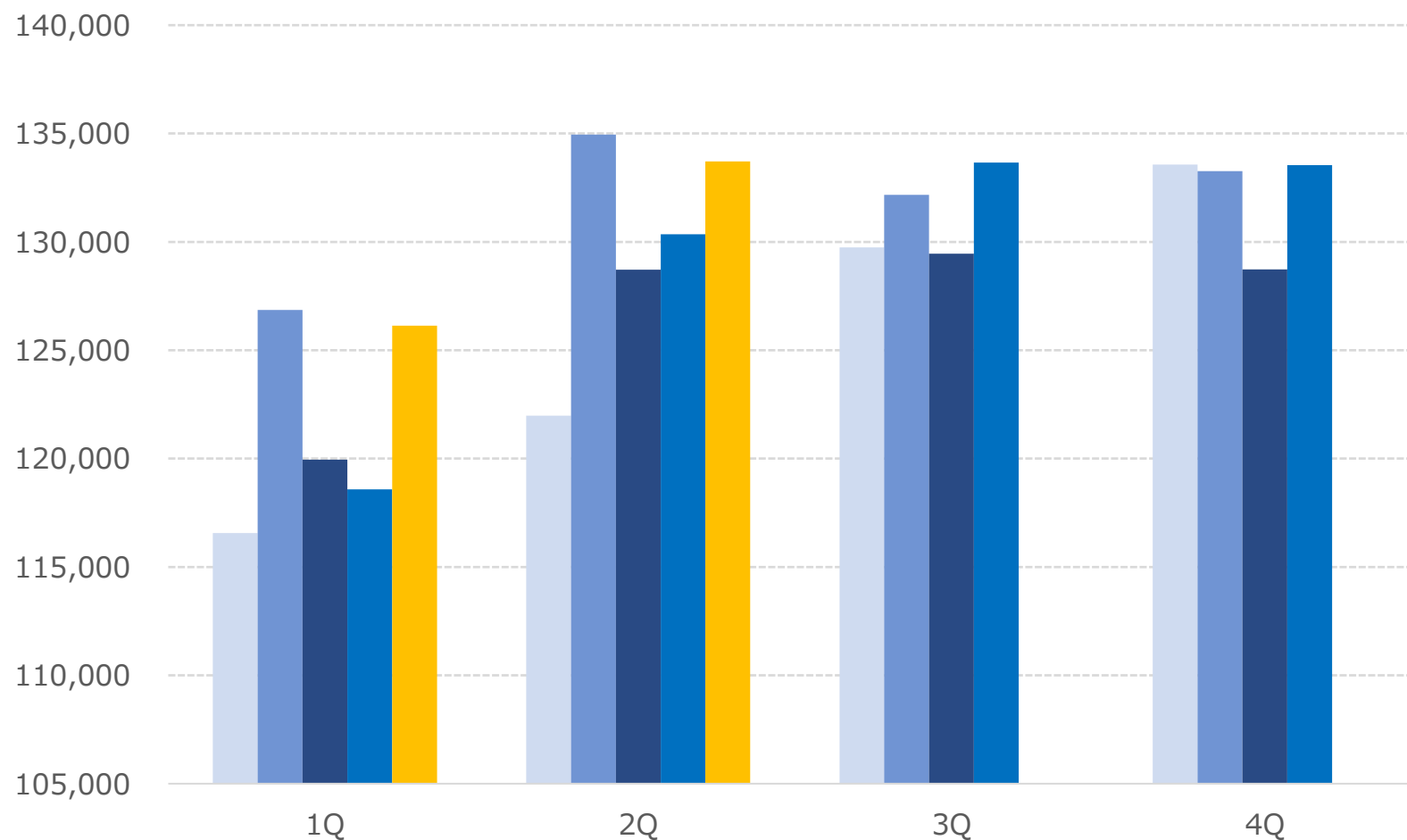


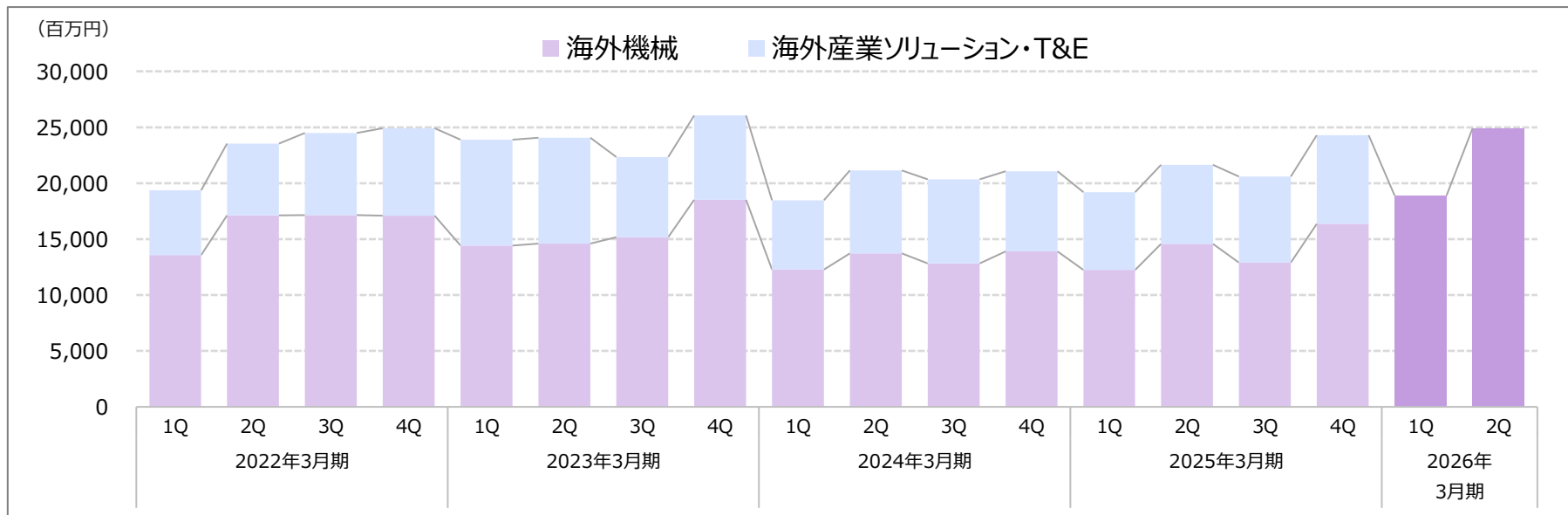
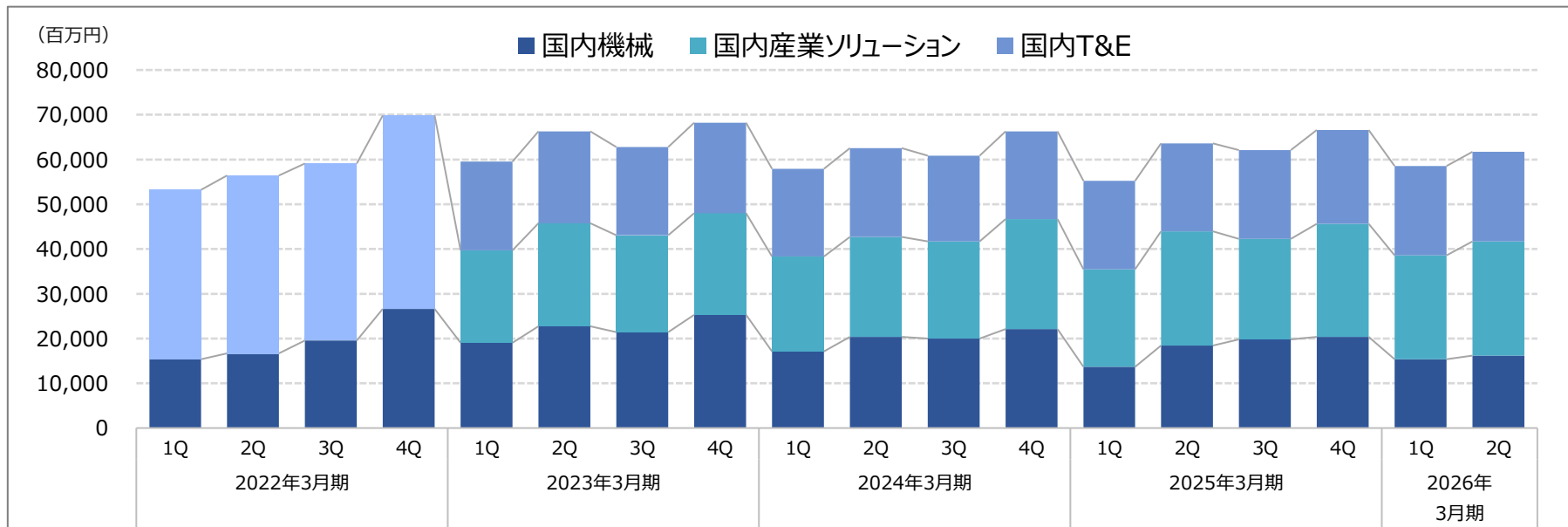
四半期（期間）売上高推移：2026年3月期 セグメント別実績

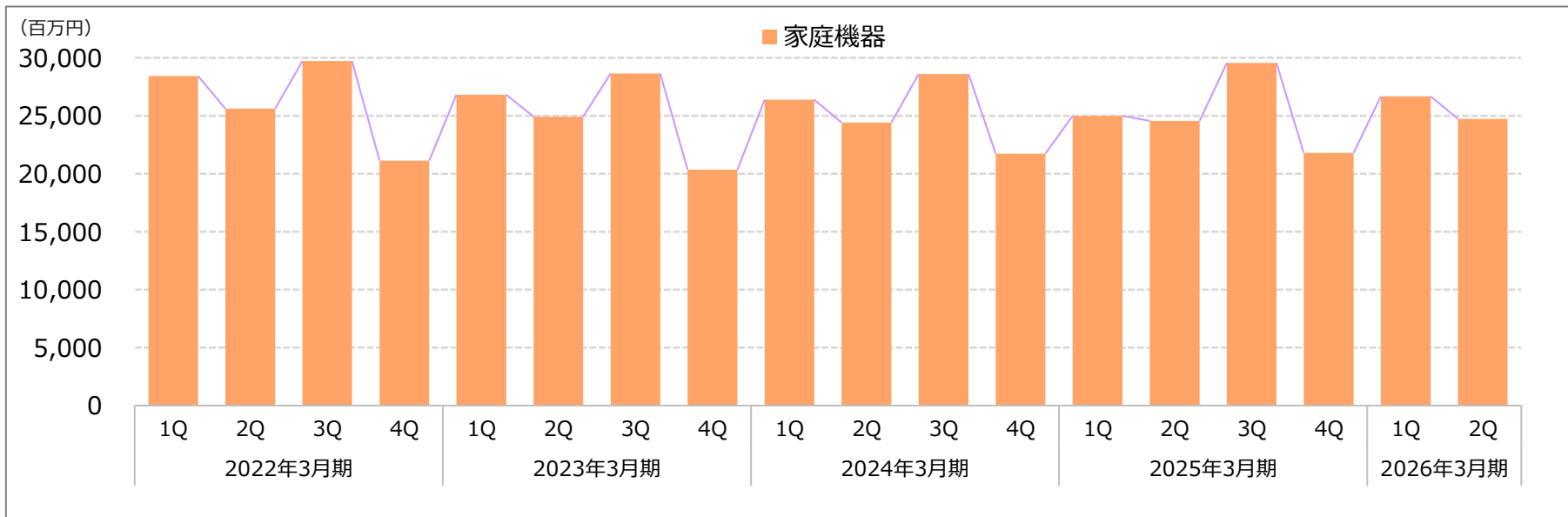
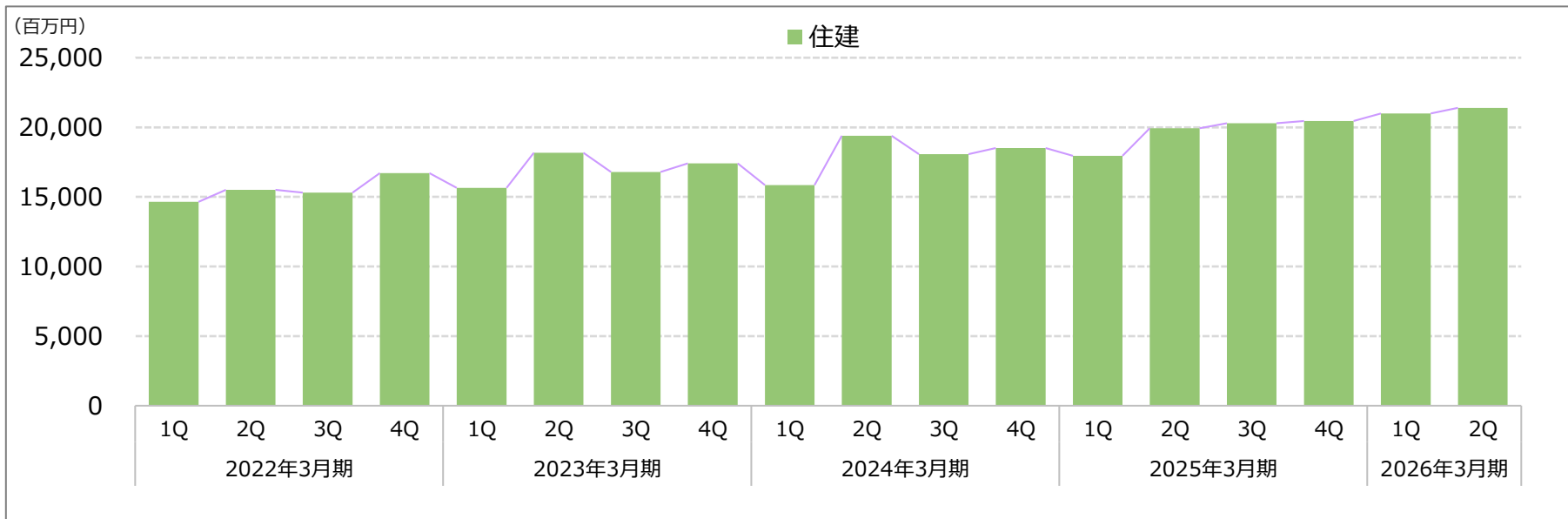
（単位：百万円）

		売上高		セグメント利益 （開示セグメントベース、下段は営業利益率）	
		2026年3月期 第1四半期	2026年3月期 第2四半期	2026年3月期 第1四半期	2026年3月期 第2四半期
生産財	機械	15,362	16,164		
	産業ソリューション	23,185	25,517		
	ツール&エンジニアリング	19,987	20,071		
	国内計	58,534	61,753		
	海外	18,887	24,896		
	計	77,421	86,649	1,201 1.6%	2,600 3.0%
消費財	住建	20,987	21,399	547 2.6%	1,123 5.3%
	家庭機器	26,664	24,723	1,397 5.2%	1,115 4.5%
	計	47,652	46,122	1,945 4.1%	2,238 4.9%
その他		1,062	935	△1,414 -	△1,463 -
連結		126,136	133,707	1,732 1.4%	3,375 2.5%

（単位：百万円） 2022年3月期 2023年3月期 2024年3月期 2025年3月期 2026年3月期



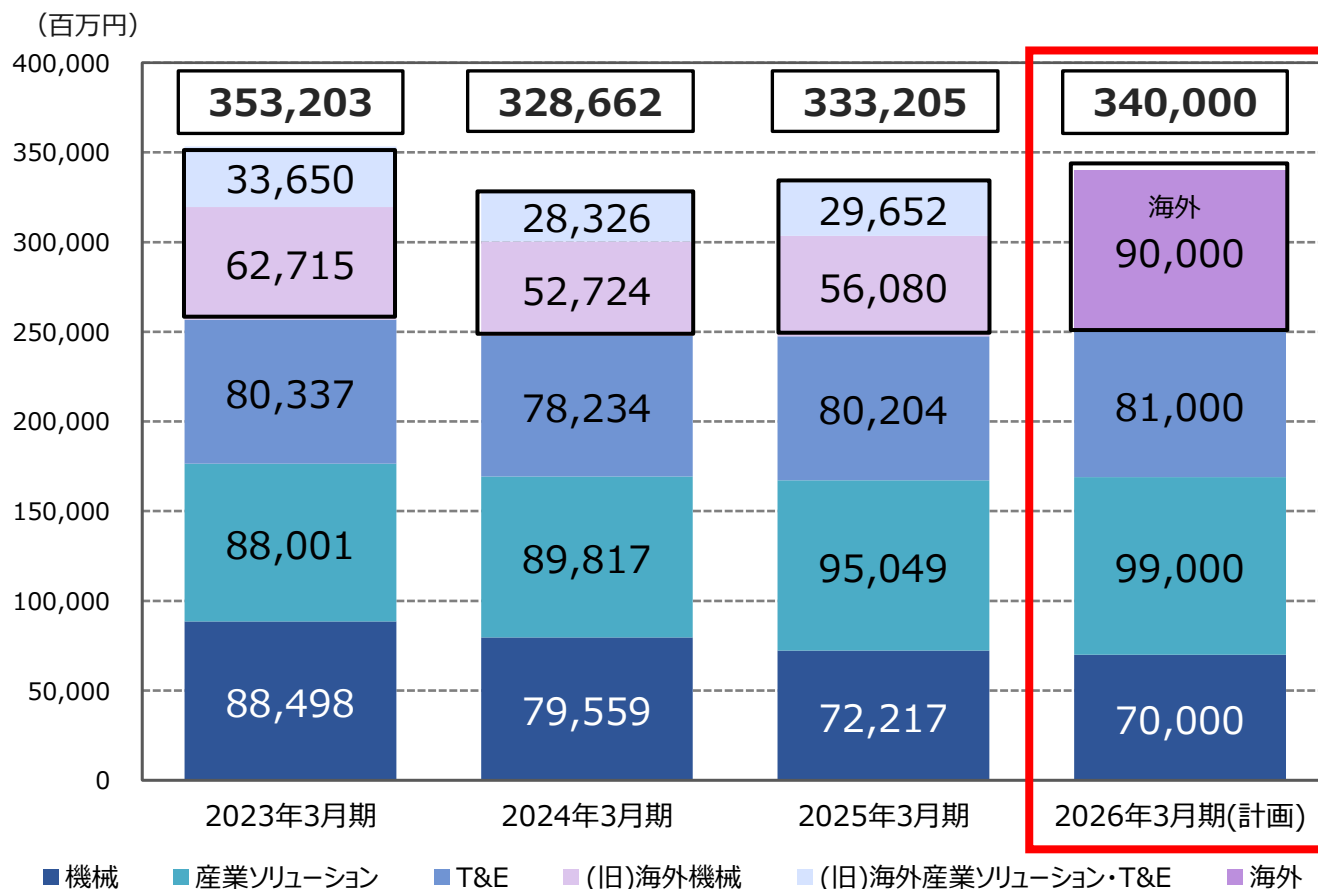




（単位：百万円）

		売上高計画	対前期 増減率	セグメント利益 計画	対前期 増減率	セグメント 利益率
生産財事業合計	通期	340,000	+2.0%	8,500	+2.5%	2.5%

生産財事業 3カ年売上推移と今期計画

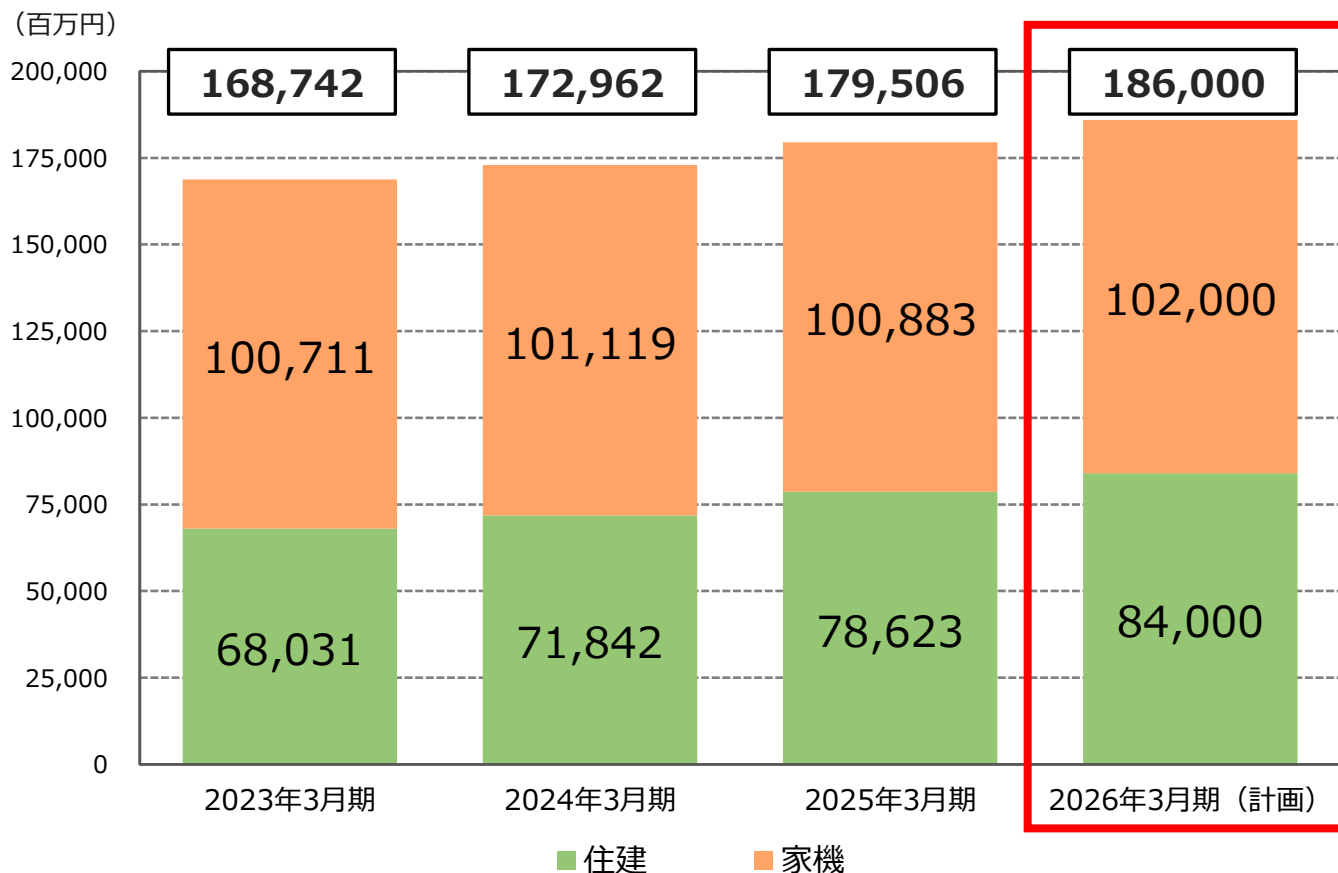


- ✓ 各事業部にてより専門性を強化し、自動化・省人化、脱炭素化等、ソリューション提案を加速
- ✓ オリジナル商品の開発強化と拡販
- ✓ 半導体・三品(食品・薬品・化粧品)・物流・建機等の新たな領域へのアプローチ
- ✓ 海外ではターゲット市場の地理的拡大・市場とビジネス業態の多様化対応・サプライヤーとの関係を強化

（単位：百万円）

		売上高計画	対前期 増減率	セグメント利益 計画	対前期 増減率	セグメント 利益率
住 建 事 業 部	通期	84,000	+6.8%	3,400	+6.5%	4.0%
家 庭 機 器 事 業 部	通期	102,000	+1.1%	4,500	+1.1%	4.4%

消費財事業 3カ年売上推移と今期計画



■ 住建事業部

- ✓ エンジニアリング力とコンサルティング力の強化
- ✓ 住宅リフォーム分野強化のためにホームセンター・家電量販店のリテール分野とECリフォーム分野へ注力
- ✓ ハウスビルダーへの営業強化とZePlus※事業の拡大
- ✓ 住宅・非住宅への省エネ提案・補助金提案に注力

■ 家庭機器事業部

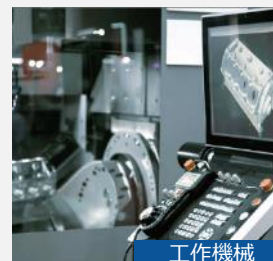
- ✓ 自社・出店それぞれのタッチポイントを増やしたGMV（流通取引総額）の向上
- ✓ 全国エリアへの即納体制とシステム完備
- ✓ 全てのチャネルにおける取引のデジタル化により、最適な商品を市場へ提供

ビジネスモデル等 補足資料

機械事業

主要取扱品目

工作機械（マシニングセンタ、CNC旋盤、CNC研削盤、CNCフライス盤、放電加工機、汎用工作機械、3Dプリンター等）、鍛圧・板金機械（プレス、シャーリング、ベンディングマシン、レーザー加工機）、射出成形機、ダイカスト成形機、CAD/CAM、工作機械周辺機器（産業用ロボット、測定機器、自動化周辺機器、工作補要機器等）等



工作機械



産業ソリューション事業

主要取扱品目

マテハン機器、梱包・包装システム、自動倉庫、ピッキング・ソーターシステム、ロボットシステム、CADシステム、油・空圧機器、各種センサー、省力・自動化システム、コンプレッサ、ポンプ、送風機、塗装機器、溶接機器、発電機、小型建設機械、プレハブハウス関連、立体駐車場、鉄骨加工機械、洗浄システム、排水処理設備、集塵機、焼却炉、オイルミスト集塵機、切削洗浄液浄化装置、脱臭装置、吸音・防音システム、環境改善機器、アルミフレーム、クリーンルーム関連、冷暖房機器、空調システム等



マテハン機器



ツール&エンジニアリング事業

主要取扱品目

切削工具、ツーリング、補要工具、工作機械周辺機器、測定・計測機器、研削・砥石・ダイヤモンド工具、作業・配管・電動工具、油・空圧工具、溶接機、切断機、板金加工機械、小型工作機械、プレス関連工具、工具研削盤、建設・荷役関連機器、化学製品、OA・事務機器、家電等



切削工具



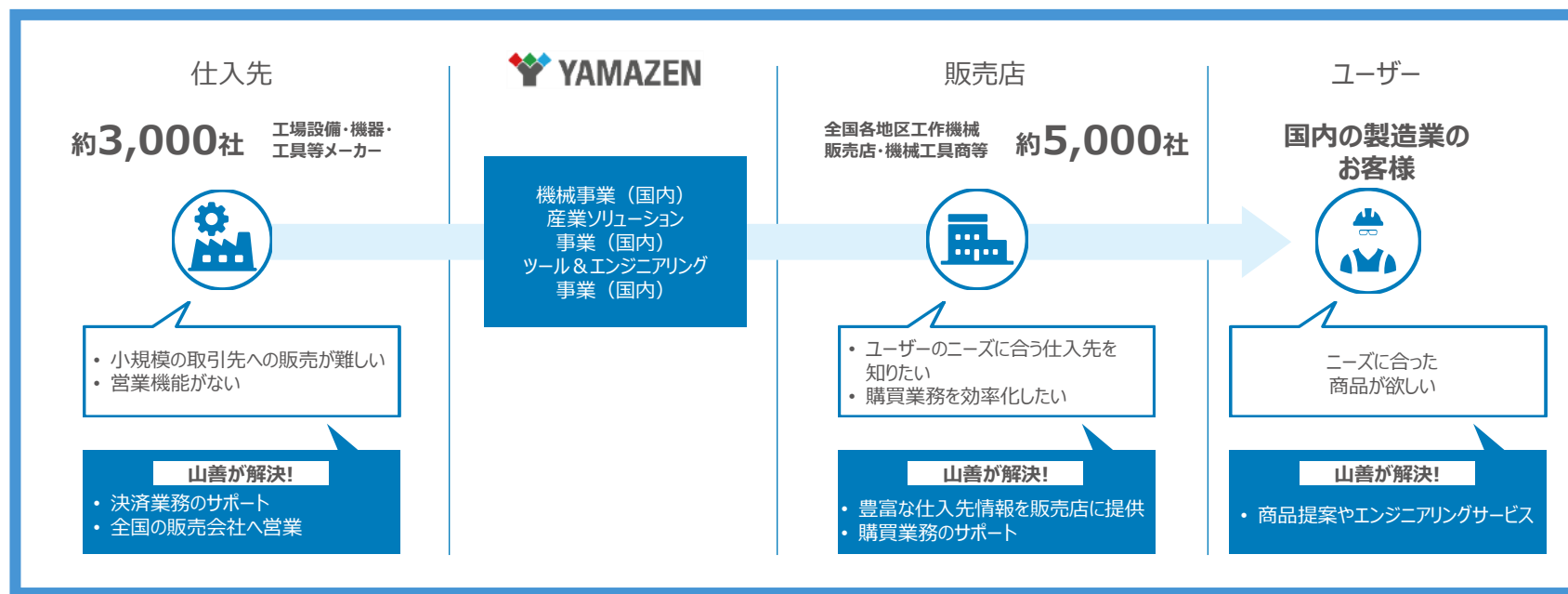
Business Model >>> 卸売・エンジニアリング

機械事業 / 産業ソリューション事業 / ツール&エンジニアリング事業

高い専門性が求められる生産現場で、時代とともに変化するお客様のニーズに対応し、高付加価値の提案営業、技術営業を推進。お客様にとってのオンリーワンを目指します。



国内生産財 卸売ビジネスの商流



Business Model >>> エンジニアリング

海外事業

高い専門性が求められる国内外の“ものづくり”の現場で、高付加価値の提案営業を推進しています。

グローバルネットワーク

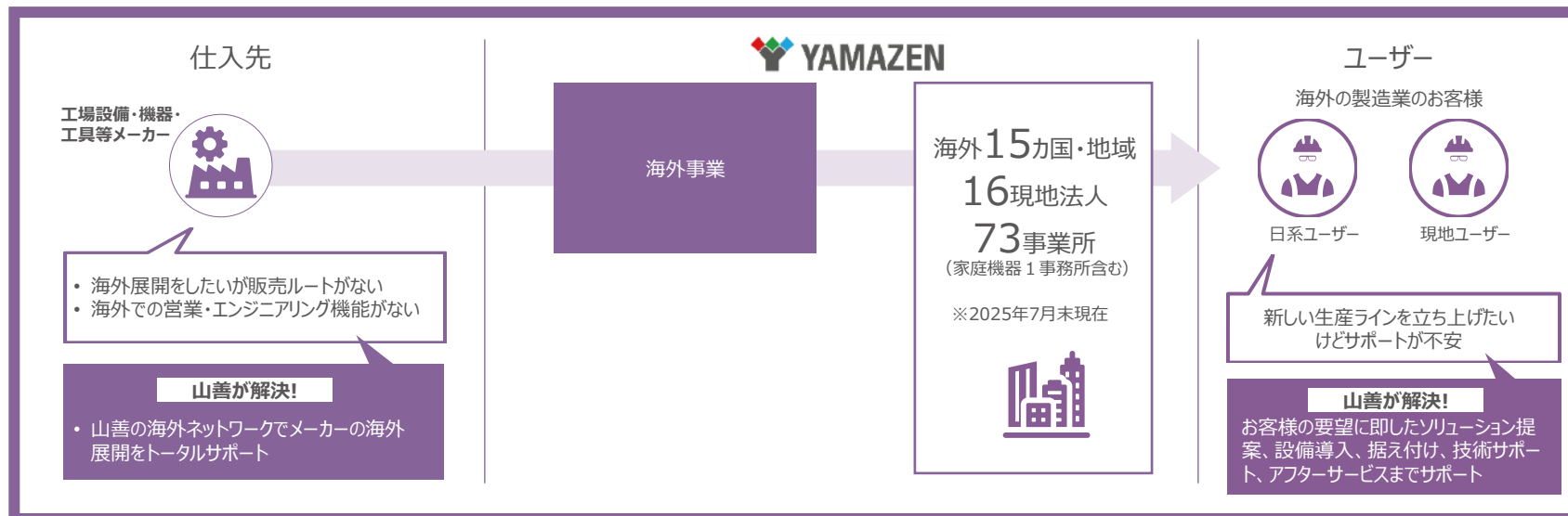


海外 15カ国・地域、海外現地法人 16、

海外事業所 73 (家庭機器 1 事務所含む)

山善グループの海外人員 1,120名、エンジニア 約330名
※2025年7月末現在

海外事業の商流



有望な国を選別、効率のよい拠点展開により、リスクを低減しながら、グローバル展開

北米の拠点展開モデルをインドで横展開

- 北米においては、狙うべきマーケットに応じ、拠点の規模や役割を明確化
- 投資コストを抑えつつ効率的にマーケットカバー率を向上
- このモデルをインドでも応用し、現在の7拠点から2030年までに11拠点へ拡大する計画

拠点展開イメージ



本社



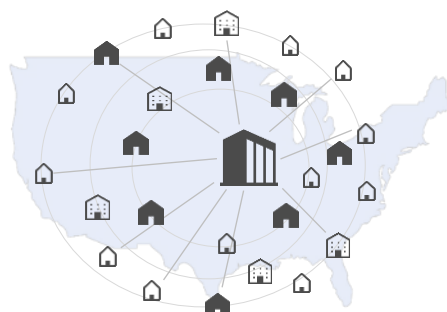
マイクロセンター（コスト中）



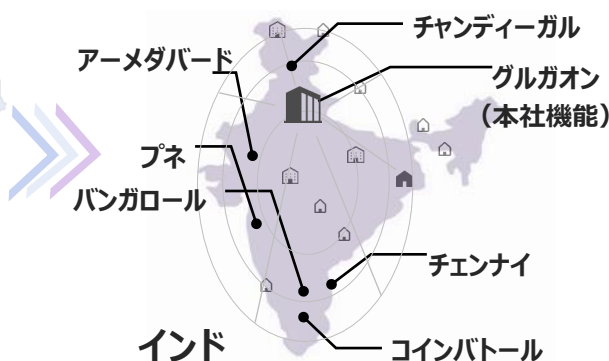
サポート&テクニカルセンター



サテライトオフィス（コスト低）



北米



インド

中国における内需型企業との取引拡大

- 日系仕入先は縮小・撤退の傾向だが、当社は現地企業との長年の取引関係により、強固な営業基盤を有している
- 各拠点の地場産業を熟知したナショナルスタッフが、ものづくりの変化を俊敏に捉えながら、内需型産業企業との取引拡大を進める

沿岸部、内陸部をカバーする
豊富な拠点網

現地法人

● 本社

● 事務所

トルコから欧州・EMEAへ

- 世界有数の工作機械需要国であるトルコに拠点を開設
- 既存の欧州拠点（ドイツ・チェコ）とも連携しながら、将来的には中東や北アフリカ市場への進出を検討

住建事業

主要取扱品目

厨房機器、調理機器、浴室機器、洗面機器、給湯機器、衛生機器、空調機器、太陽光発電、蓄電池、管工機材、内装建材、外装建材、インテリア、サッシ、エクステリア、建築副資材、建設資材、建設機材、構造躯体、BCP関連機器等



給湯機器



家庭機器事業

主要取扱品目

家電（扇風機・暖房機器・調理・AV・生活家電等）、インテリア家具、アウトドア・レジャー用品、キッチン・日用品、エクステリア、ガーデニング・農業、健康機器、衛生・ヘルスケア、工具、車用品・バイク用品、防災用品等



調理家電



インテリア家具

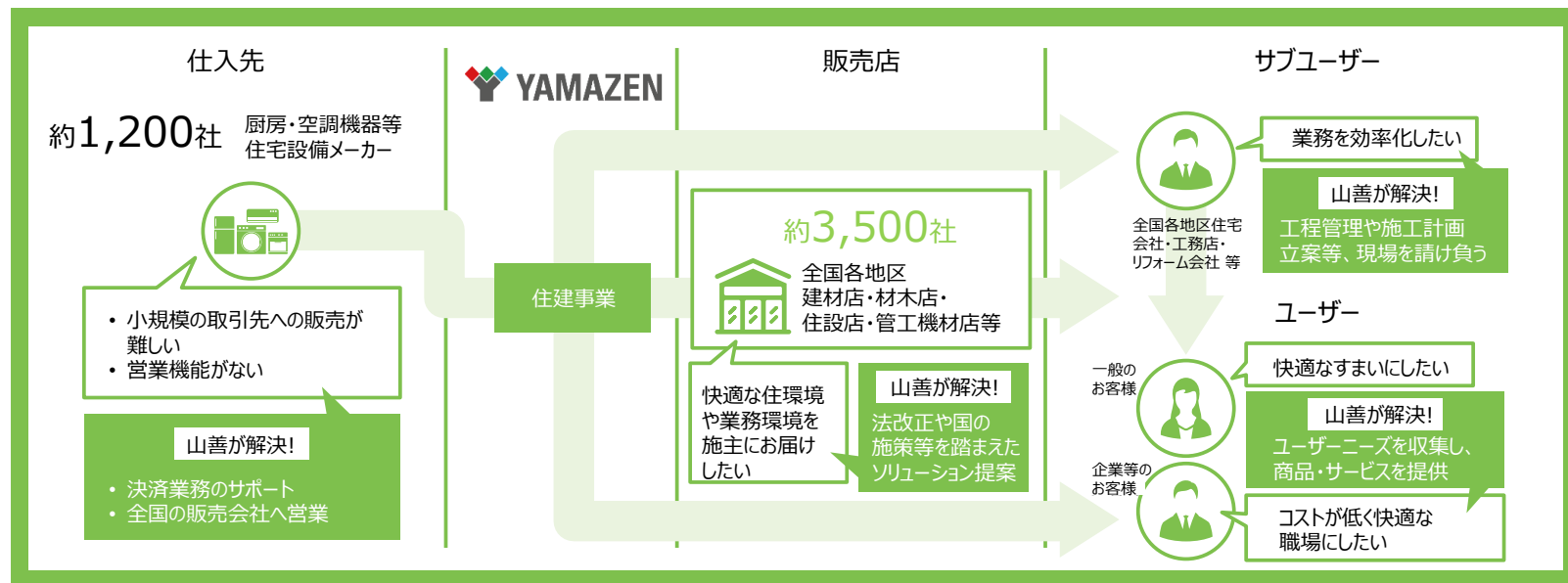
Business Model >>> 卸売・エンジニアリング

住建事業

住宅から非住宅まで快適空間をトータルサポート。変化するニーズに応える「機能商社」として、一次加工製品の調達、供給からリテール分野まで、トータルに事業を展開しています。



住建事業の商流



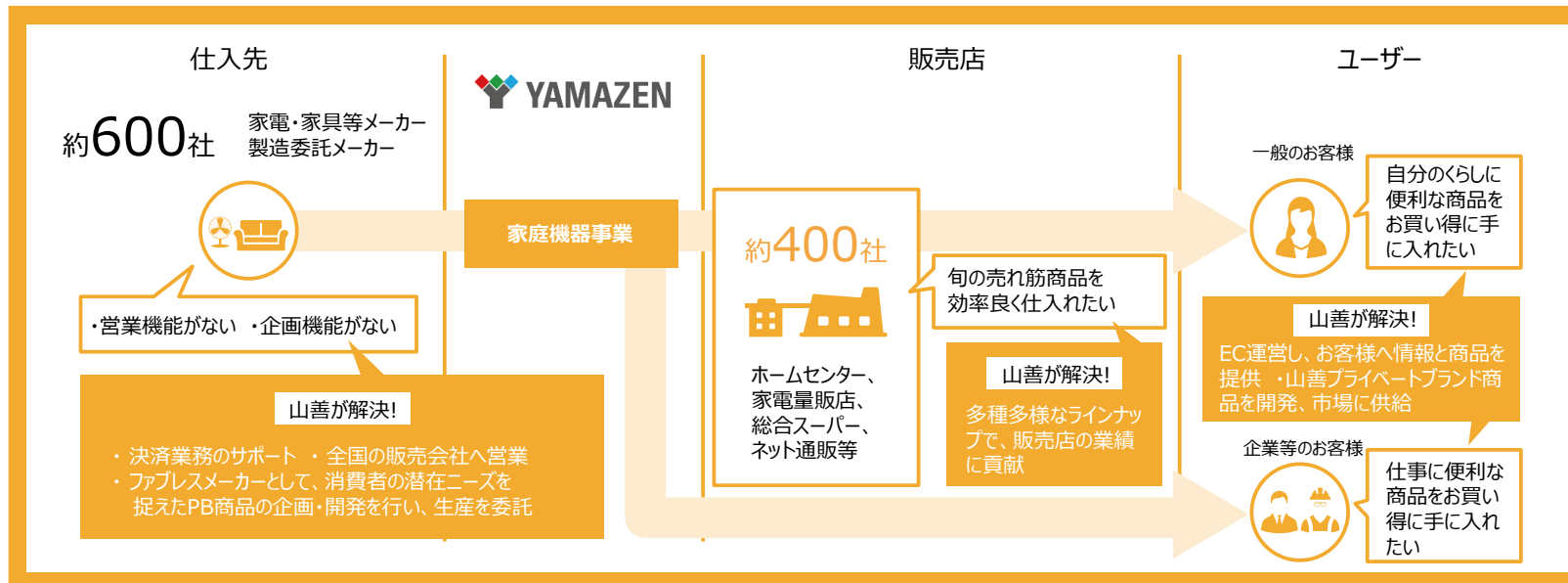
Business Model >>> ファブレスメーカー・卸売

家庭機器事業

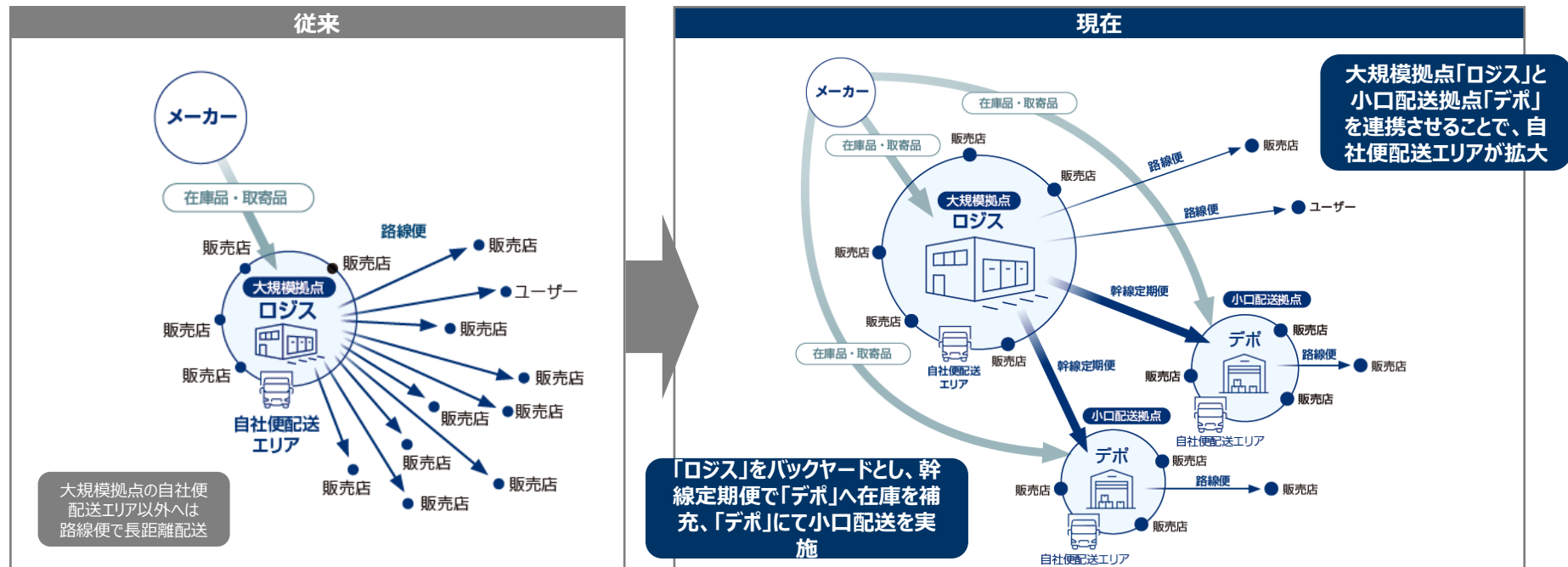
商社・ファブレスメーカーの2つの機能を活かした幅広い商品ラインナップで、生活者の豊かで多彩な暮らしを応援します。



家庭機器事業の商流



- LMS・WMSの導入により事業部横断で物流資産をシェアし、物流DXを通じ効率性を高める
- 改善に向けた複数の取組みが、「全日本物流改善事例大会2025」の優秀事例に選出



LMS・WMSの導入

LMS（統合物流管理システム）・WMS（倉庫管理システム）の活用を進め、2024年3月時点で7拠点への導入が完了。ロジス東京（北本市）では移転前と比較して、ピッキング生産性が約2.3倍になり、誤出荷は約3分の1に減少。マテハン導入効果と合わせて、倉庫内人員は約25%抑制

事業部間物流資産シェア

住建事業の物流拠点「デポ」を生産財の小規模配送拠点としても活用。岡山を皮切りに金沢、仙台、札幌へと展開。配送距離の短縮とサービスレベルの向上を実現

物流拠点の拡充と再編

西日本の最重要物流拠点として「ロジス大阪」（東大阪市）が2025年1月より本格稼働。最新の物流システムを導入することで効率化と省人化を実現。さらに業界他社の荷物と一緒に運ぶ「共同輸配送」を実施予定。

サービス名	ターゲット セグメント	内容
 https://genbato.jp/	法人／製造現場 生産財	✓ ものづくり企業に向けた複合型SaaSプラットフォーム ✓ 設備管理・図面管理・不良記録・日報管理・作業手順書など、製造現場に特化した業務効率を上げるサービスを展開
 https://monoken.yamazen.co.jp/	法人／製造現場 生産財	✓ ものづくり企業向けお役立ち情報発信サイト ✓ 最新の技術動向や効率的な生産方法などものに役立つ価値ある情報を発信
 https://www.teraido.jp/	法人／製造現場 生産財	✓ ものづくり企業の総合プラットフォームサイト ✓ 生産現場に必要なあらゆる消耗品や付帯設備を、約 700 社のメーカー/ 計 200 万点以上の商品の紹介に加え、新商品、補助金情報等を掲載 ✓ 会員登録した販売店向けには商品発注、見積依頼、履歴確認等が確認可能
 https://book.yamazen.co.jp/	消費財 法人／個人	✓ YAMAZENの扇風機や暖房機器等の商品情報・取扱説明書・お問い合わせ・カタログ等を掲載しているサポートサイト
 https://yamazenbizcom.jp/	消費財（家庭機器） 法人・個人事業主 （オフィス・店舗向けが中心）	✓ 自社ブランド商品に加え、提携メーカー商品も含め、インテリア、家電、防災・防犯用品、DIY・工具など約2万点を扱うオンラインショップ
 https://www.rakuten.ne.jp/gold/ekurashi/	消費財（家庭機器） 個人	✓ 家具・家電品・ガーデン用品・アウトドア用品等家庭品のオンラインショップ ✓ 楽天ショップ・オブ・ザ・イヤーを15年連続受賞（2021年）

ともに、未来を切拓く

