

株式会社 山善 会社説明会

2006年6月20日

目 次

1. 事業概要
2. 企業特徴 (山善の強み)
3. 今後の方向性 (成長性)





1. 事業概要

2. 企業特徴 (山善の強み)

3. 今後の方向性 (成長性)



会社概要

設 立 1947年(昭和22年) 5月30日

事業概要 工作機械、産業機器、機械工具等の生産財と
住宅設備機器、家庭機器等の消費財の販売

資本金 7,909百万円

従業員数 1,676名

売上高 341,785百万円

※データ:2006年3月現在



大阪本社(大阪市)



東京本社(川崎市)

経営理念

■■ 3つの理念 ■■

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

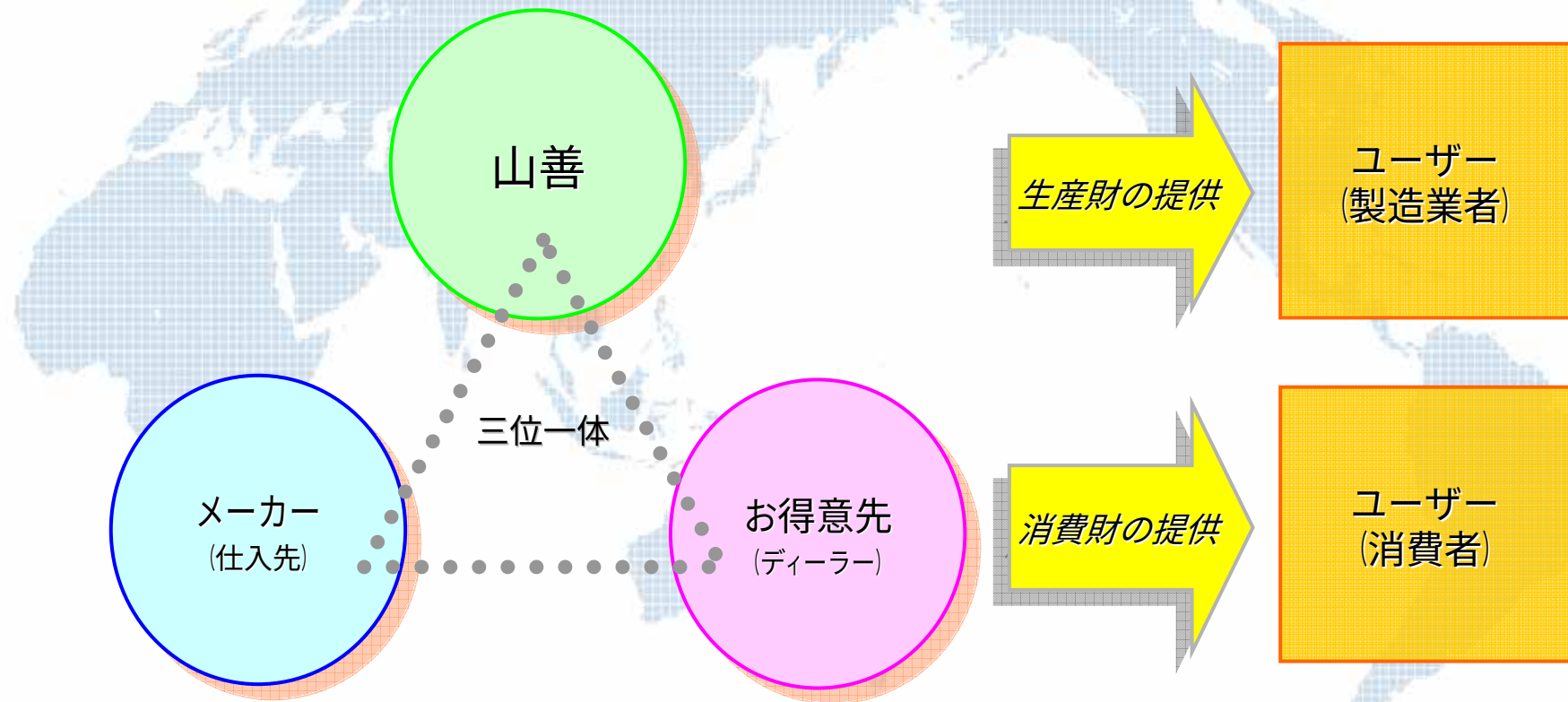
信頼の経営

期待に応え 社会に貢献する



事業概要

生産財と消費財の専門商社として
モノづくりを支え、人々の快適生活空間を創造する。



国内の事業ネットワーク

地域密着の営業・サービス体制

●: 国内営業拠点

- 東日本営業本部 (東京本社) 13支店、12営業所
- 大阪営業本部 (大阪本社) 6支店、9営業所
- 名古屋営業本部 4支店、2営業所
- 広島支社 2支店、1営業所
- 九州支社 2支店、4営業所

●: 国内物流拠点

- ロジス北海道 (苫小牧)
- ロジス東北 (岩手県北上市)
- ロジス関東 (群馬県伊勢崎市)
- ロジス東京 (埼玉県さいたま市)
- ロジス名古屋 (愛知県小牧市)
- ロジス中部 (三重県四日市市)
- ロジス西日本 (三重県上野市)
- ロジス大阪 (大阪府大東市)
- ロジス関西 (神戸市)
- ロジス広島 (広島市中区)
- ロジス福岡 (福岡市東区)
- ロジス九州 (福岡市東区)



ロジス西日本 (三重県上野市)

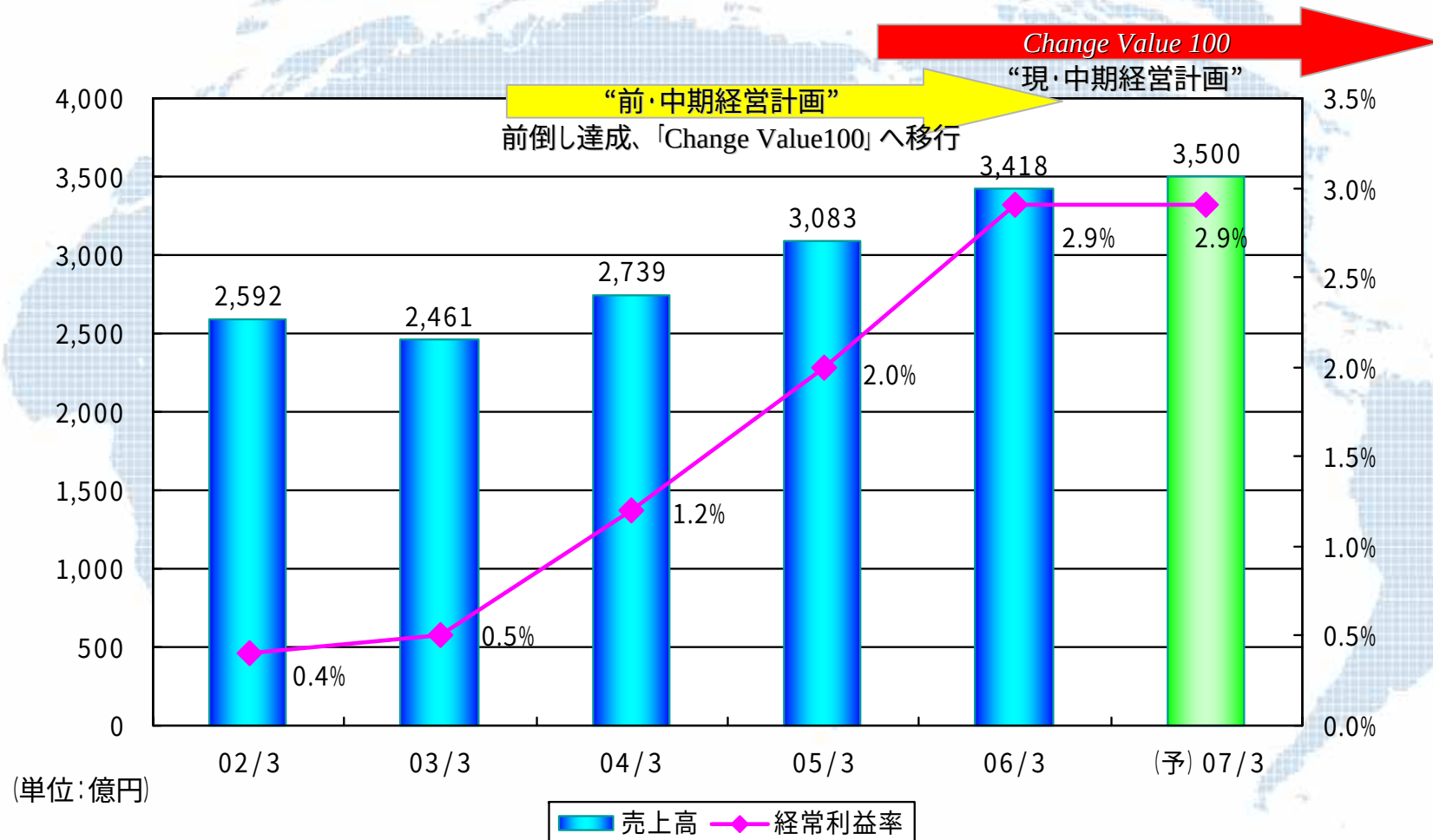
海外の営業ネットワーク

経済のグローバル化に対応



業績の推移 (連結)

国内設備投資の回復にともない、業績は上昇基調



事業構成

① 生産財事業

- ・製造業者 (自動車、弱電、一般産業機器、半導体・液晶) への生産財関連商品の販売
- ・機械部、産業システム部、工具部、SE部の4部門で構成

② 住設建材事業

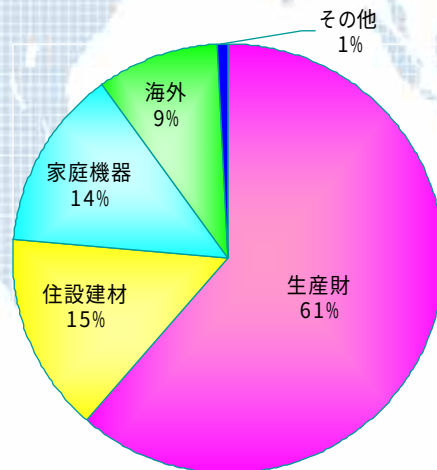
住宅関連業者 (住設機器販売店、ビルダー、工務店等) への住設機器の販売

③ 家庭機器事業

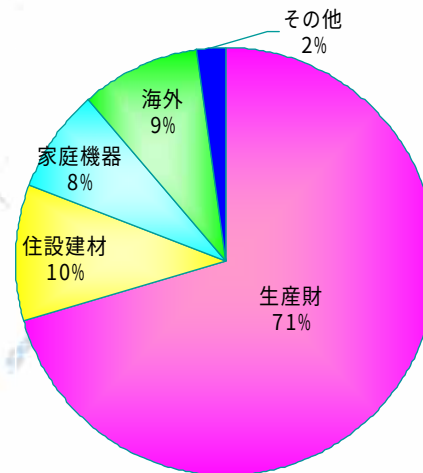
ホームセンター、家電量販店、GMS、通販への一般消費財の販売

④ 海外事業

アジア、米国、欧州で、生産財関連商品を販売



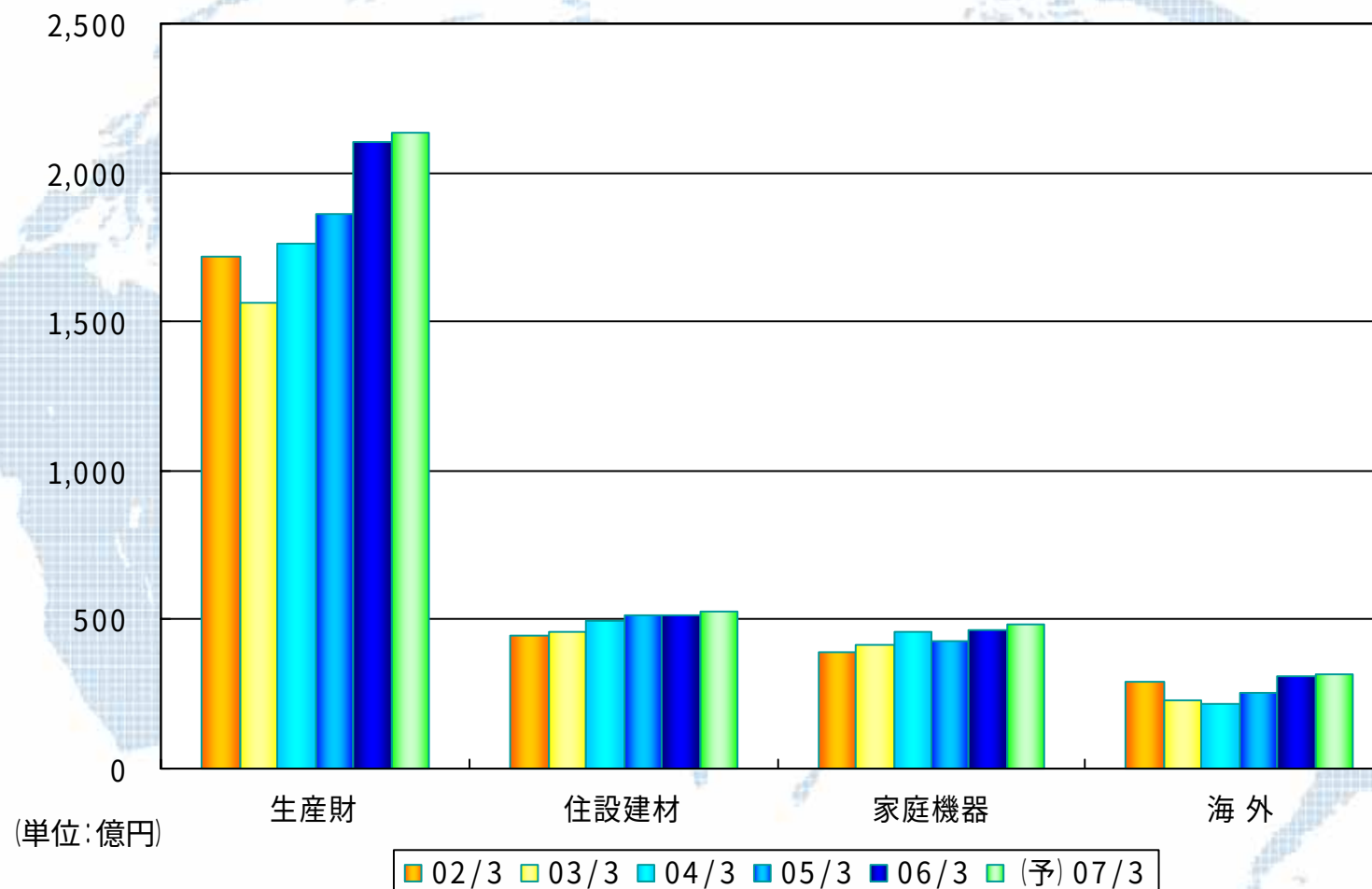
部門別売上高 (構成比)



部門別営業利益 (構成比)

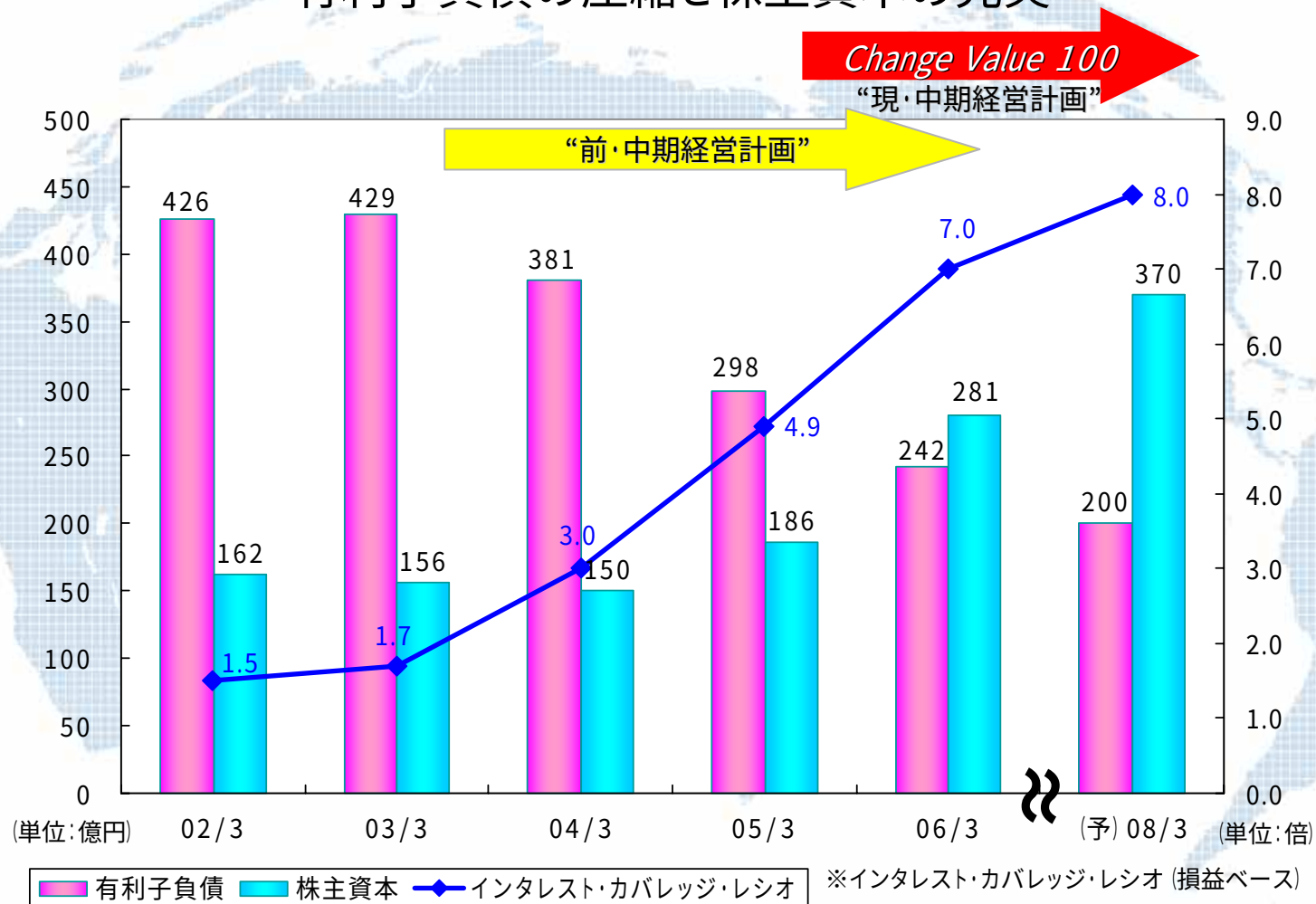
※データ: 2006年3月期
(社内管理会計データより)

セグメント別の売上高推移 (連結)



財務の状況

有利子負債の圧縮と株主資本の充実

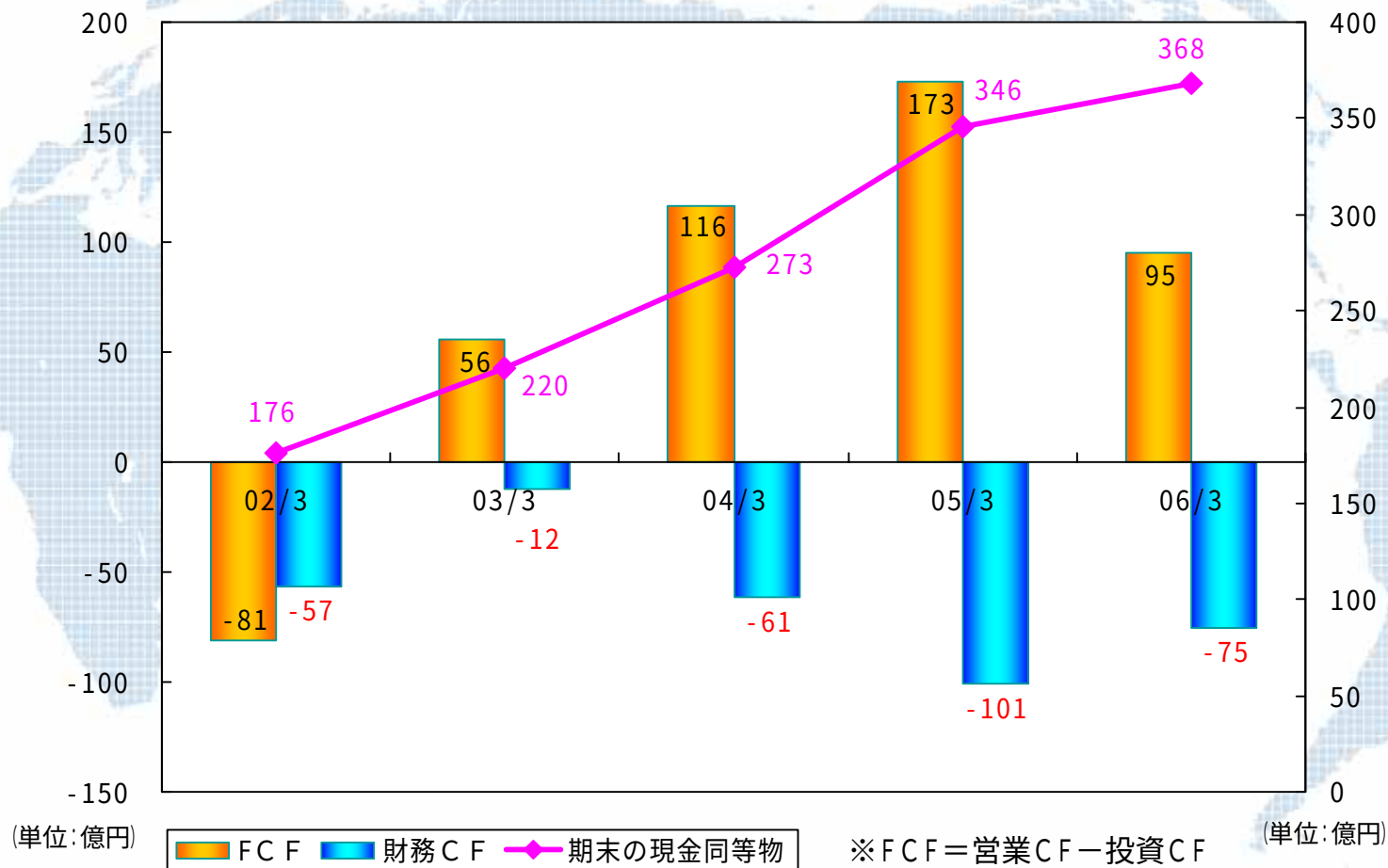


※インタレスト・カバレッジ・レシオ (損益ベース)

= (営業利益+受取利息及び配当金) ÷ (支払利息及び割引料)

キャッシュフローの状況

フリー・キャッシュフロー 年平均で128億円 (直近3年間)





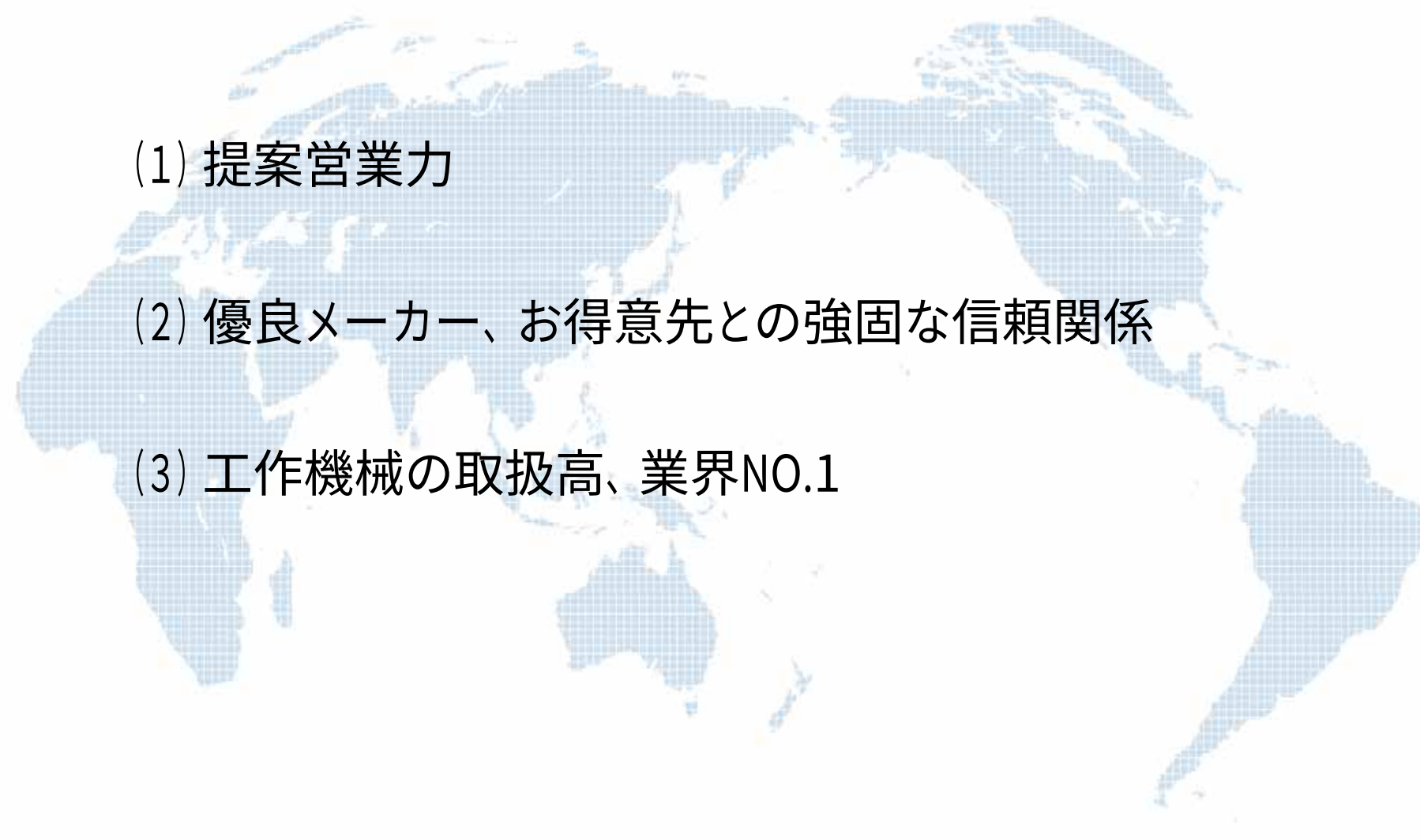
1. 事業概要

2. 企業特徴 (山善の強み)

3. 今後の方向性 (成長性)



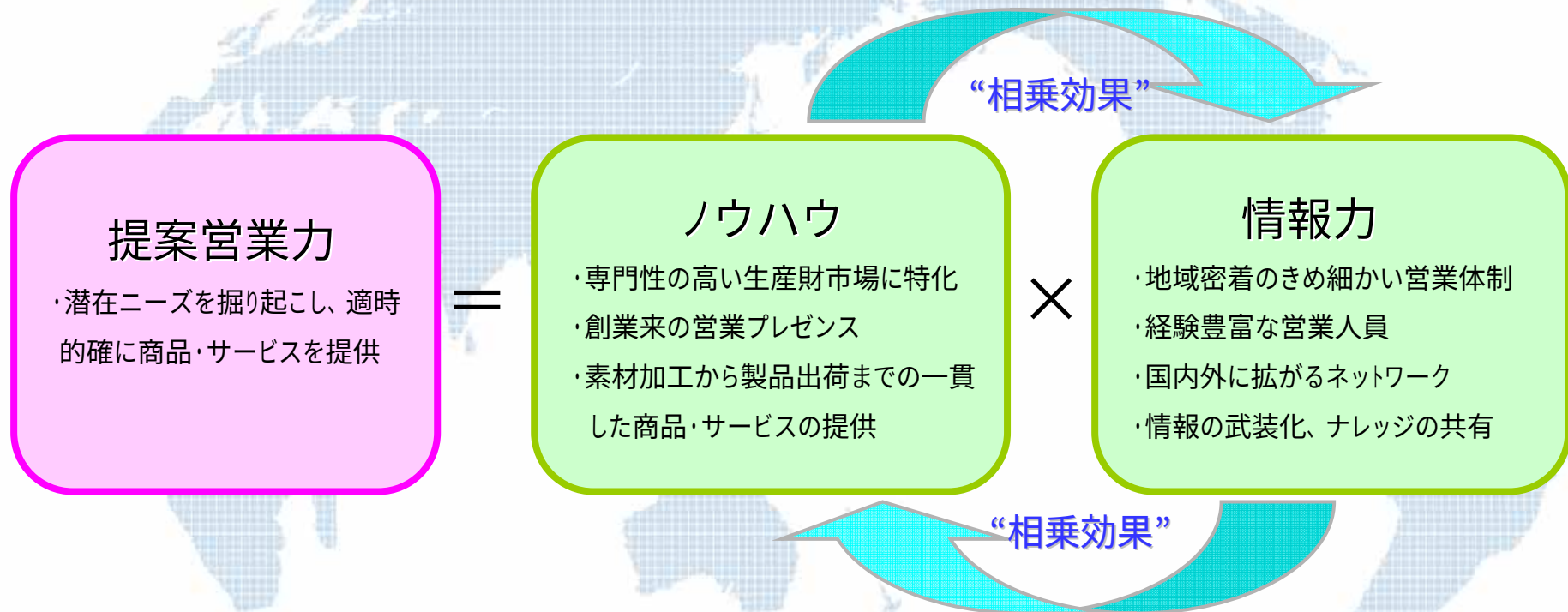
企業特徴 (山善の強み)

- 
- (1) 提案営業力
 - (2) 優良メーカー、お得意先との強固な信頼関係
 - (3) 工作機械の取扱高、業界NO.1



(1) 提案営業力①

コアコンピタンス (競争力の源泉) は、「提案営業力」



(1) 提案営業力-②

事例紹介 どてらい市

“30年の歴史”を持つ展示会

■全国各地30カ所で開催(各会場2～3日間)

■総来場者数 : 157,531人

■総受注金額 : 641億円

※2006年3月期(実績)

《どてらい市の一例》

2005大阪どてらい市

7月2日(土)、3日(日)、4日(月)

■来場者数 : 31,421人

■受注金額 : 153億円

■主催店 : 78社

■出品メーカー : 350社



2005大阪どてらい市(インテックス大阪)

(2) 優良メーカー、お得意先との強固な信頼関係

製販一体の連携強化

《2006年3月期 仕入実績》

順位	取引先名	代表品目
1	森精機製作所	NC, MC 旋盤
2	ダイキン工業	空調機器
3	オーエスジー	切削工具
4	T H K	直動システム
5	オークマ	NC, MC 旋盤
6	クリナップ	厨房機器
7	松下電器産業	調理家電
8	ミットヨ	測定機器
9	コロナ	暖房・給湯
10	ファナック	CNC装置
10社合計		718億円

注) 海外分を除く



親交会 (メーカー)

会員: 350社

開催: 年1回 (大阪)

エース会 (販売店)

会員: 1,500社

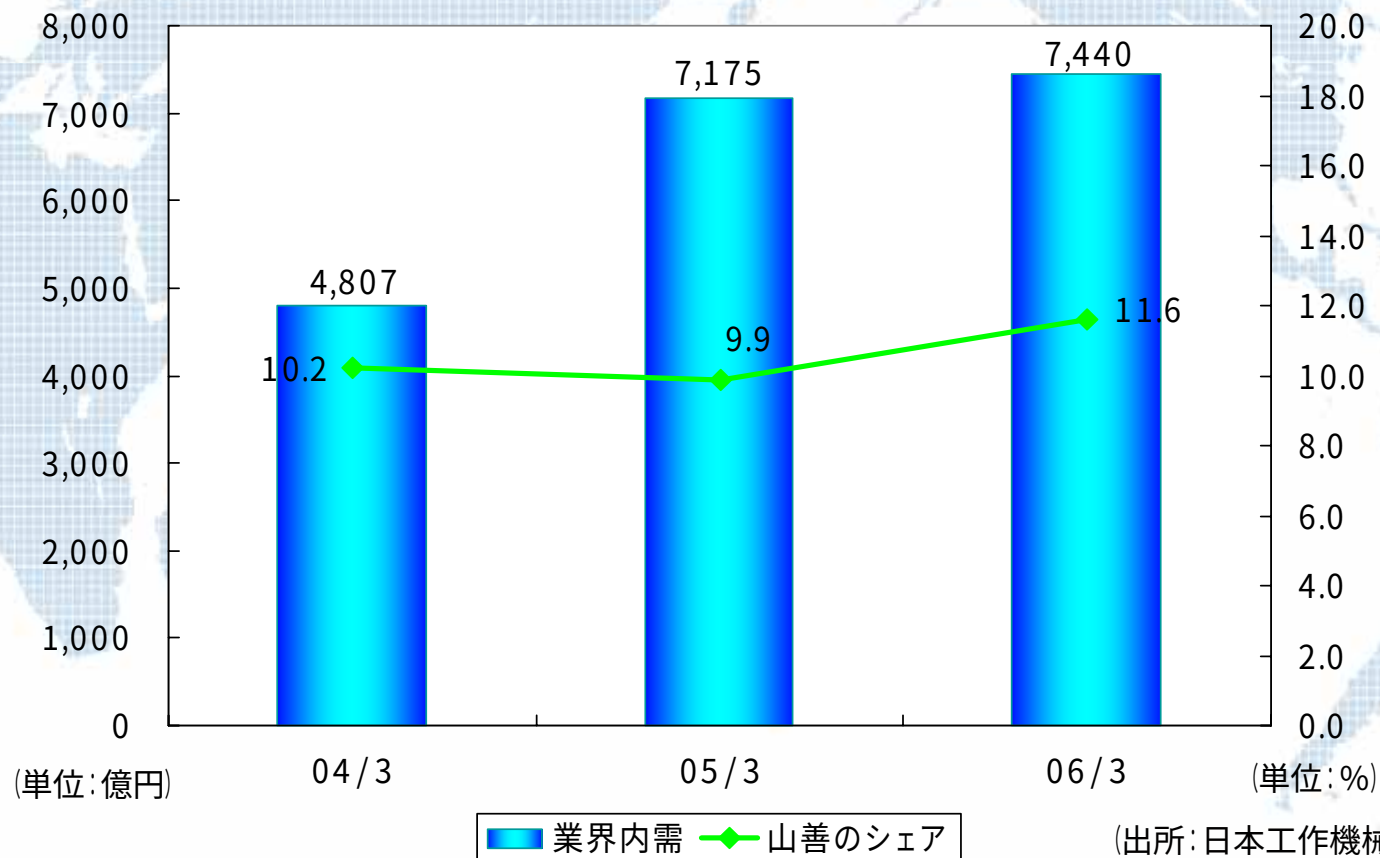
開催: 年1回

(大阪、東日本、名古屋、九州、広島)

(3) 工作機械の取扱高、業界NO.1

国内受注シェア11.6%を確保('06/3期)

《工作機械の受注高(国内)シェアの推移》





1. 事業概要

2. 企業特徴 (山善の強み)

3. 今後の方向性 (成長性)



経営基本方針

持続的に利益成長し、
ステーク・ホルダーの期待に応え、支持される企業へ

①収益力の向上

CRMの推進（顧客満足度の向上）、提案営業力の強化、ローコスト・オペレーションの推進

②経営システムの革新

CSR経営の推進、内部統制システムの構築

③財務体質の強化

キャッシュフロー重視、自己資本の充実、ROAの向上



中期3ヵ年経営計画

中期3ヵ年経営計画 “*Change Value 100*” (2006年3月期～2008年3月期)

《2008年3月期目標》

経常利益100億円、純資産100億円の積み増し

《3ヵ年計画の経営指標》

売上高経常利益率

3.0%

自己資本比率

17.0%

ROA

5.5%

《各部門重点テーマ》

生産財事業

顧客重点主義 (CRM)

住設建材事業

市場シェアの拡大

家庭機器事業

PB商品の拡大

海外事業

アジア市場の拡大

生産財事業の戦略 “顧客重点主義 (CRM)”

製造業の調達・生産に関するあらゆるニーズに対応し、
競争力向上に寄与する。

①各業界トップレベルの実力を持つ製造業をターゲット

エース会メンバーとの関係強化
多店舗展開店のインシェア向上

②調達・生産に関するソリューション (問題解決) の提案

製造業の生産性向上、コストパフォーマンス、新技術・新製品情報

③フルラインの最適商品・システムの提供

生産設備のコーディネート、素材加工から製品出荷までの一貫した商品・サービス
専門展示会による提案

④大手ユーザーの電子調達への対応

Web ZENET.Comが更に進化
(株)プロキュバイネットを設立



PROCUREBYNET



住設建材事業の戦略 “市場シェアの拡大”

次代を見据え、新たな付加価値を創出

①「川中分野」中心から「川下分野」へ販路を拡大

「SU (サブユーザー) 戦略」の推進

ハウスメーカーやホームビルダーの開拓

②Eco—BRANDキャンペーン

「削減CO2買取」を武器にエコ住設販売で地位 (ブランド) を確立
削減CO2買取キャンペーンを全国で展開

・削減目標: 12, 000t-CO2 (H18. 4. 1~H19.3.31)

③オリジナル商品の開発

「ENOGU」(イエノグ) ブランドの立上げとシリーズ商品の市場投入
ホームビルダー向けにオリジナル商品を提案 (共同開発)

例: スチール製オープンリビング階段、デザイン洗面化粧台



iENOGU

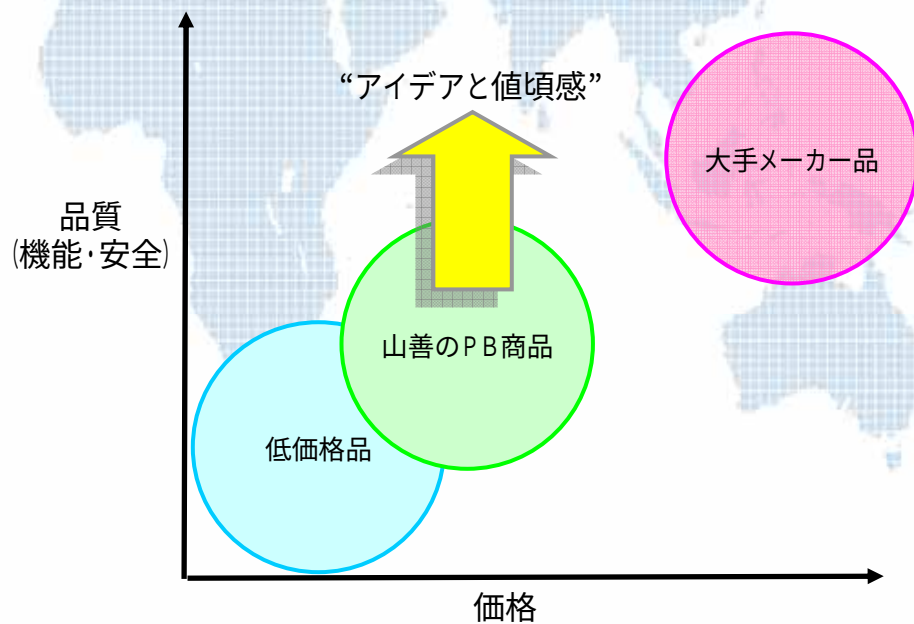
家庭機器事業の戦略 “PB商品の拡大”

①オリジナル商品の拡大

オリジナル商品の品質向上を図り、大手メーカー品、低価格品との差別化

②関東地区の再編

関東営業部の開設、スタート



《オリジナル商品の売上実績》

(単位:億円)

	05年3月期	06年3月期	07年3月期 計画
家電	114	128	133
インテリア	85	102	103
レジャー	30	33	34
工具・園芸	1	6	7
PB商品合計	231	271	278
構成比	54%	58%	57%

《販路別売上の推移》

(単位:億円)

	05年3月期	06年3月期	07年3月期 計画
ホームセンター	245	265	280
通 販	70	70	75
NEBA	46	53	60
ディスカウントS	25	29	30
G. M. S	23	25	27
その他	18	20	15

海外事業の戦略 “アジア市場の拡大”

海外事業の強化

アジア市場では先行地位を築き、優位性を確保

海外へ492名の人員（うち、123名がエンジニア）を投入し、

納入からアフター・メンテナンスまで一貫したサービス体制を構築

《海外事業の地域別連結売上推移》

	05年3月期	06年3月期	前年比	07年3月期 計画
アジア	200	247	123%	255
米国	41	53	129%	55
欧州	12	9	▲75%	5
合計	253	309	122%	315
構成比	8.2%	9.0%	***	9.0%

(単位: 億円)



環境関連事業の推進

全社的な取り組み

2008年3月期 売上高600億円を目指す。

- ・公の展示会 全4回
- ・山善環境展 全6回
- ・プライベートショー 全18回

※2006年3月期 (実績)

《環境優良商品の実績》



	05年3月期	構成比	06年3月期	構成比	前年比	07年3月期 (計画)
生産財	308	16.5%	414	19.7%	134.4%	437
消費財	110	11.6%	121	12.4%	110.0%	127
合計	419	13.6%	536	15.7%	127.9%	564

(単位:億円)



株主還元の考え方

①基本的な考え方

収益基盤並びに財務基盤の一層の強化のために内部留保を確保し、企業価値の最大化を図る。

また、株主に対する利益還元を経営の重要課題に位置づけている。

②配当政策について

配当金は、安定的に配当を行うことを念頭に置きつつ、業績動向と財務状況を勘案した上で、配当性向は20%を目処とする。



お問合せ先

**弊社IRに関するご質問につきましては、
弊社ホームページ (www.yamazen.co.jp) の「お問い合わせフォーム (IR)」を
ご利用ください。**

この資料には、当社の計画及び業績見通し等が含まれております。将来の計画や予想数値などは、現状の入手可能な情報により、計画・予測したものであります。実際の業績等は、今後の様々な条件・要素によりこの計画等とは異なる場合があります、この資料はその実現を確約したり、保証するものではありません。

