



株式会社 山善
2007年3月期 決算説明会

2007年 5月25日



株式会社 **山善**

- 
1. 2007年3月期決算の概要
 2. 2008年3月期の業績予想
 3. 3ヵ年計画「Change Value 100」の総括
 4. 新3ヵ年計画「Growth Value Plan re15」



1. 2007年3月期決算の概要

2. 2008年3月期の業績予想

3. 3ヵ年計画「Change Value 100」の総括

4. 新3ヵ年計画「Growth Value Plan re15」

当期の事業環境

- 民間設備投資が拡大
- 個人消費の緩やかな増加
- 住宅投資が微増
- 米国は底堅く、アジアが拡大

事業環境は良好

生産財・海外事業は拡大

消費財事業は微増

2007年3月期決算の概要(連結)

単位:百万円、%

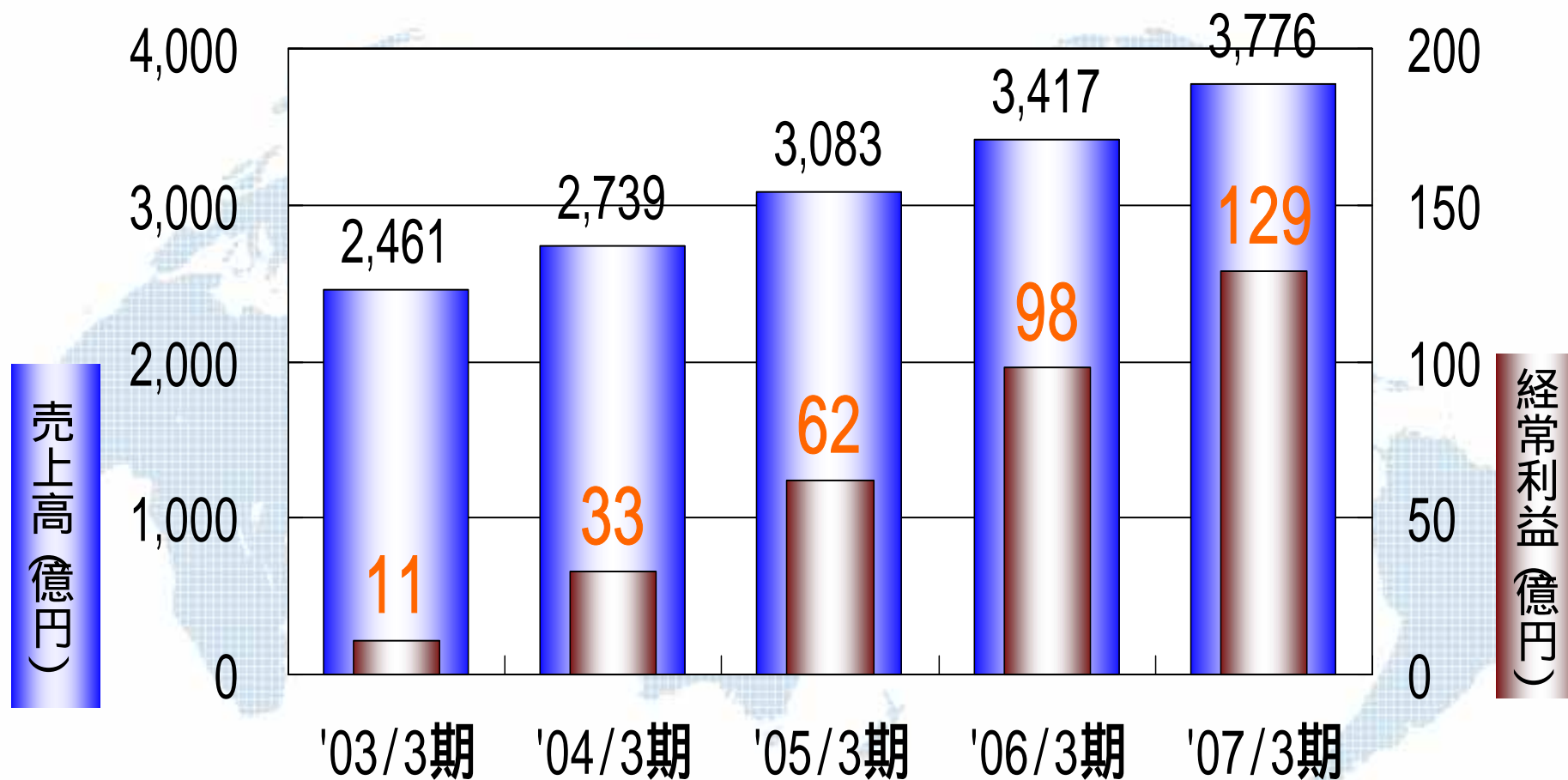
(単位:百万円)	06/3月期	07/3月期	前期比 (%)	公表計画	
				期初	修正
売上高	341,785	377,610	10.5	350,000	375,000
売上総利益	38,280	42,688	11.5		
販売管理費	29,060	30,370	4.5		
営業利益	9,219	12,317	33.6	10,100	11,200
経常利益	9,836	12,913	31.3	10,000	11,500
特別利益	3,048	32	99.0		
特別損失	1,054	92	91.3		
当期利益	7,053	7,506	6.4	5,600	6,750

利益の増減要因

売上増による売上総利益(粗利益)の増加

- ▶ 売上総利益(粗利益)が、前期比11.5%増(金額で44.08億円増加)
 - ▶ 粗利益率が、0.1ポイント改善の11.30%(前期は11.20%)
 - ▶ 有利子負債の削減による金融収支の好転
-
- ▶ 販管費は4.5%増(金額で13.1億円増加)

売上高と経常利益の推移 (連結)



事業セグメント

■ 生産財事業

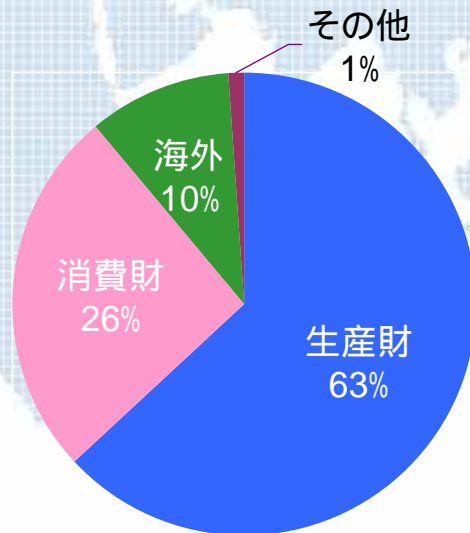
- ・製造業(自動車、電機、一般産業機器、半導体・液晶)への生産財関連商品の販売
- ・機械部、産業システム部、工具部、SE部の4部門で構成

■ 消費財事業

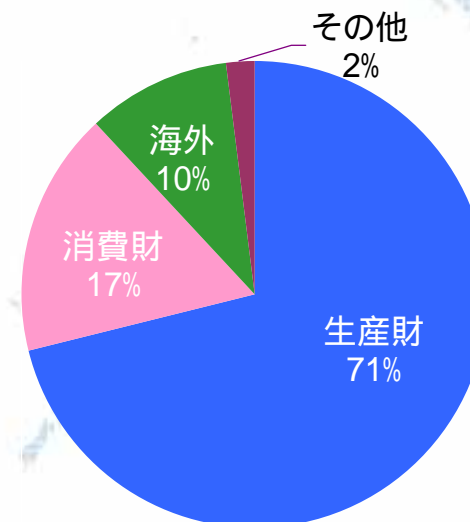
- ・住設建材部・・・住設機器販売店、ビルダー、工務店等への住設機器の販売
- ・家庭機器営業本部・・・ホームセンター、家電量販店、GMS、通販への一般消費財の販売

■ 海外事業

- ・国際本部・・・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:2007年3月期
(社内管理会計データより)

部門別売上高(連結)

8

(単位:百万円)

部 門	06/3月期		07/3月期		前期比 増減%
	売上高	構成%	売上高	構成%	
工 作 機 械 部 門	77,605	22.7	95,480	25.3	23.0
産 業 シ ス テ ム 部 門	61,044	17.9	65,453	17.3	7.2
機 械 工 具 部 門	61,800	18.1	65,293	17.3	5.7
シ ス テ ム エ ン ジ ン ア リ ン ク 部 門	9,570	2.8	12,219	3.2	27.7
生 産 財 部 門 合 計	210,020	61.5	238,447	63.2	13.5
住 設 建 材 部 門	51,350	15.0	51,583	13.7	0.5
家 庭 機 器 部 門	46,241	13.5	47,049	12.4	1.7
消 費 財 部 門 合 計	97,592	28.5	98,633	26.1	1.1
国 際 営 業 部 門	30,912	9.0	36,256	9.6	17.3
そ の 他	3,259	1.0	4,273	1.1	31.1
合 計	341,785	100.0	377,610	100.0	10.5

上位主力メーカーの仕入高

2007年3月期

	取引先名	代表品目
1	森精機製作所	M C , N C 旋 盤
2	オ ー ク マ	M C , N C 旋 盤
3	ブラザー工業	タッピングセンター
4	ダイキン工業	空 調 機 器
5	松下電器産業	産業機器・家電
6	オーエスジー	切 削 工 具
7	T H K	直 動 装 置
8	ファナック	C N C ドリル
9	ミ ツ ト ヨ	測 定 機 器
10	クリナップ	厨 房 機 器
10社合計		926億円

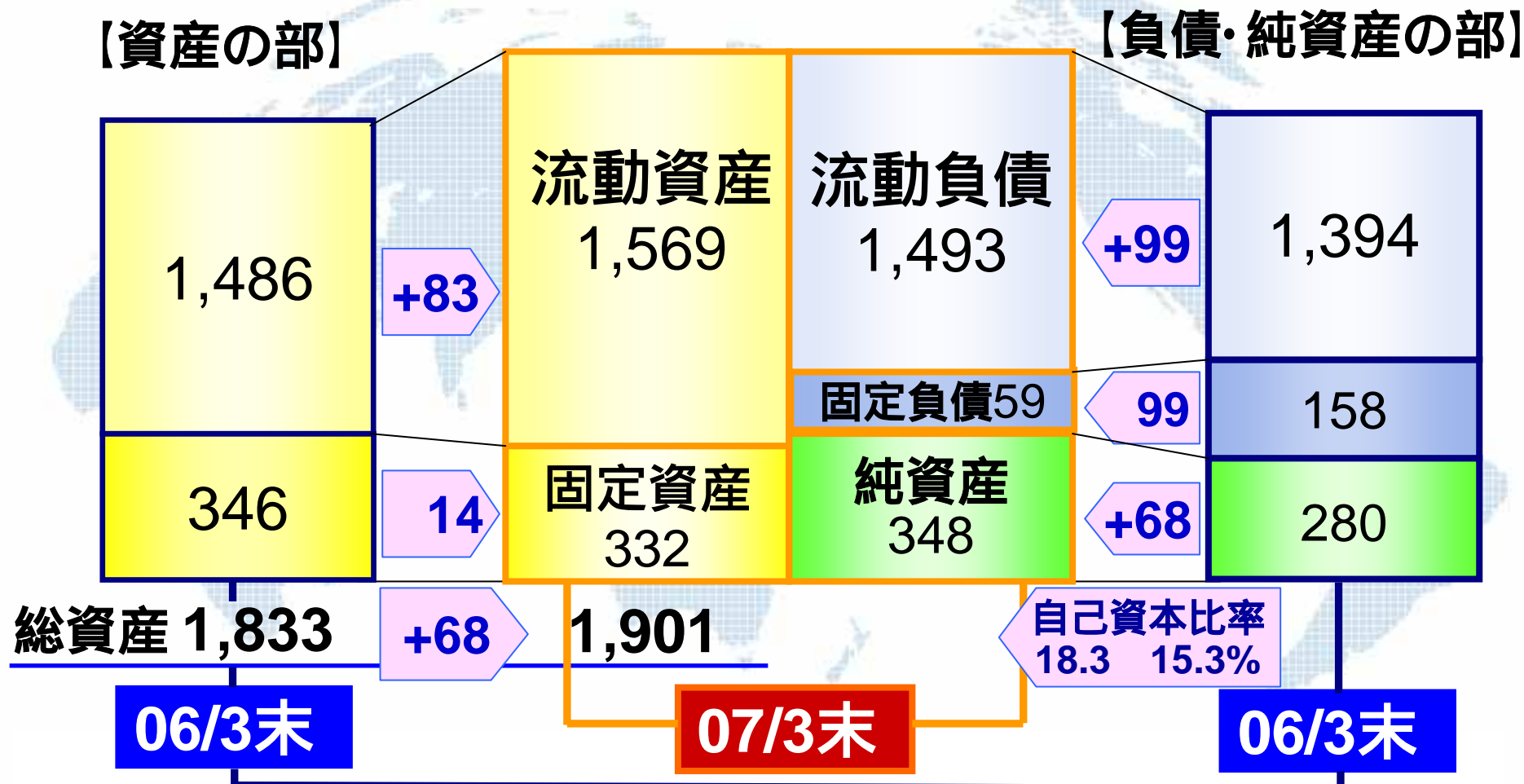


貸借対照表(連結)

純資産の充実

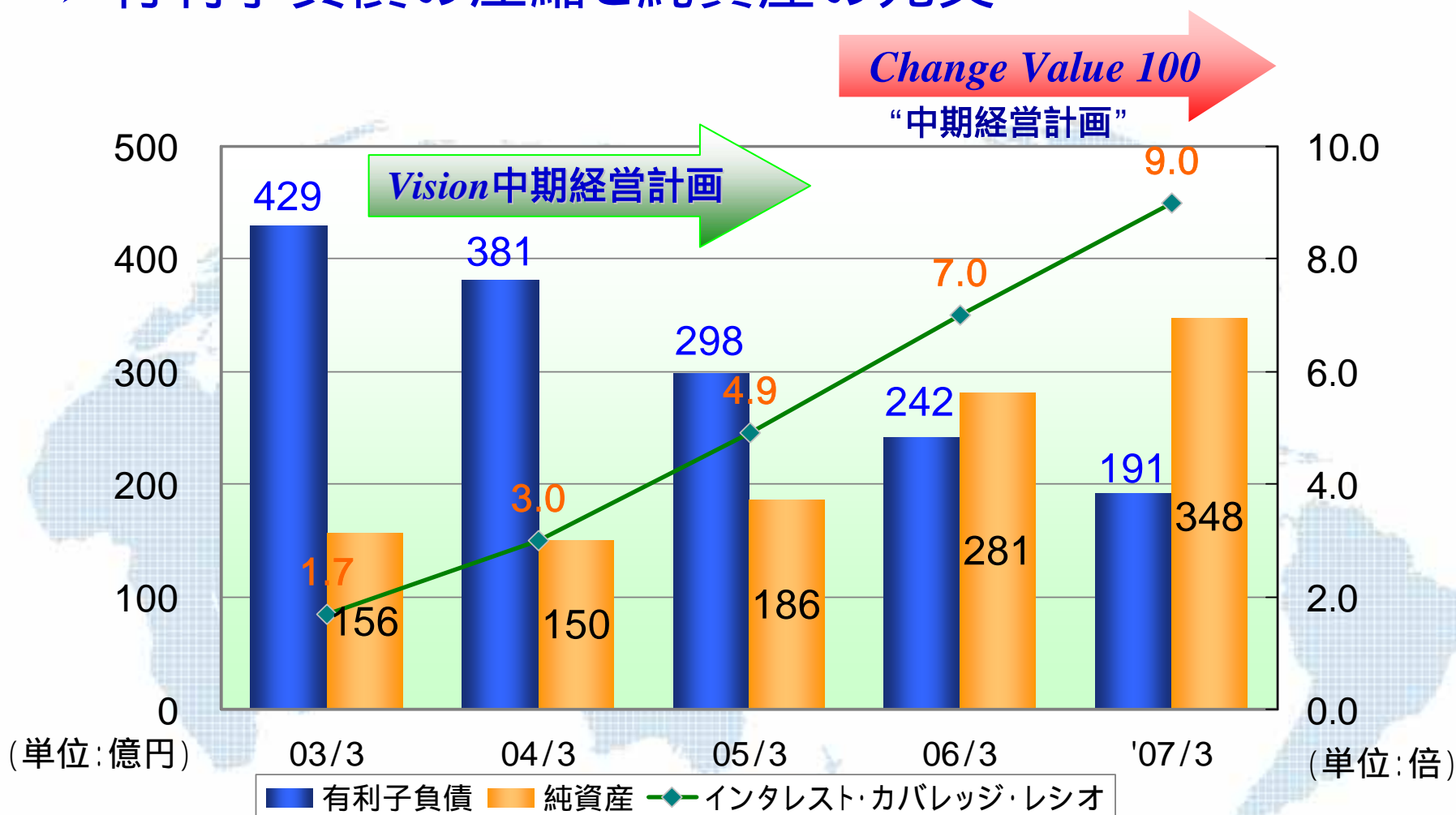
07/3月期の純資産は68億円増加し348億円に！

単位:億円



財務の状況

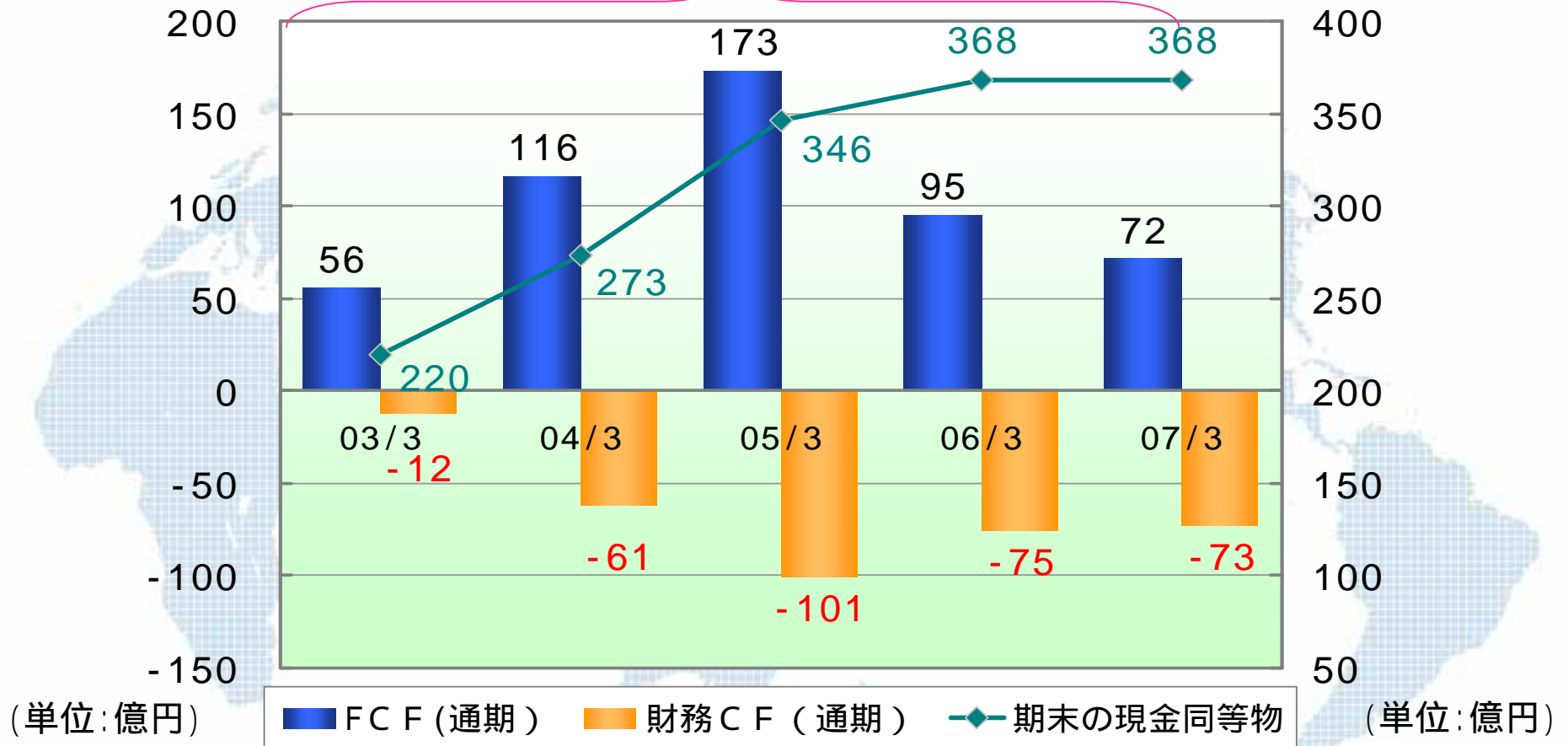
▶有利子負債の圧縮と純資産の充実



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 過去5期平均で102億円



1. 2007年3月期決算の概要

2. 2008年3月期の業績予想

3. 3ヵ年計画「Change Value 100」の総括

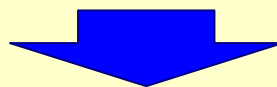
4. 新3ヵ年計画「Growth Value Plan re15」

事業環境(今期)の見通し

14

- ▶ 民間設備投資は引き続き堅調に推移
- ▶ 新設住宅着工戸数は横ばいから微増
- ▶ 雇用環境の改善、個人消費は底堅い動き
- ▶ アジアは拡大を持続、米国は減速懸念も

- ▶ 原材料の高騰、金利上昇懸念



堅調な事業環境を持続

2008年3月期業績予想(連結)

売上高、営業利益、経常利益とも過去最高を見込む

(単位:百万円、%)

科目	07年3月期	08年3月期	前期比%
売上高	377,610	387,000	2.5
営業利益	12,318	12,600	2.3
経常利益	12,913	13,000	0.7
当期純利益	7,506	7,550	0.6

部門別売上高計画(連結)

16

(単位:百万円)

部 門	07/3月期		08/3月期		前期比 増減%
	売上高	構成%	売上高	構成%	
工 作 機 械 部 門	95,480	25.3	96,000	24.8	0.5
産 業 シ ス テ ム 部 門	65,453	17.3	68,000	17.6	3.9
機 械 工 具 部 門	65,293	17.3	67,000	17.3	2.6
シ ス テ ム エ ン ジ ン ア リ ン グ 部 門	12,219	3.2	11,000	2.8	10.0
生 産 財 部 門 合 計	238,447	63.2	242,000	62.5	1.5
住 設 建 材 部 門	51,583	13.7	53,000	13.7	2.7
家 庭 機 器 部 門	47,049	12.4	50,000	12.9	6.3
消 費 財 部 門 合 計	98,633	26.1	103,000	26.6	4.4
国 際 営 業 部 門	36,256	9.6	38,000	9.8	4.8
そ の 他	4,273	1.1	4,000	1.0	6.4
合 計	377,610	100.0	387,000	100.0	2.5

1. 2007年3月期決算の概要

2. 2008年3月期の業績予想

3. 3ヵ年計画「Change Value 100」の総括

4. 新3ヵ年計画「Growth Value Plan re15」

Change Value 100 の目的

18



Value Change 【意識の改革】

Value Create 【付加価値の創造】

Value Up 【企業価値の向上】

- ◆ 事業リスクに対応しうる体力
- ◆ 株主にとって魅力ある企業
- ◆ 働き甲斐のある企業

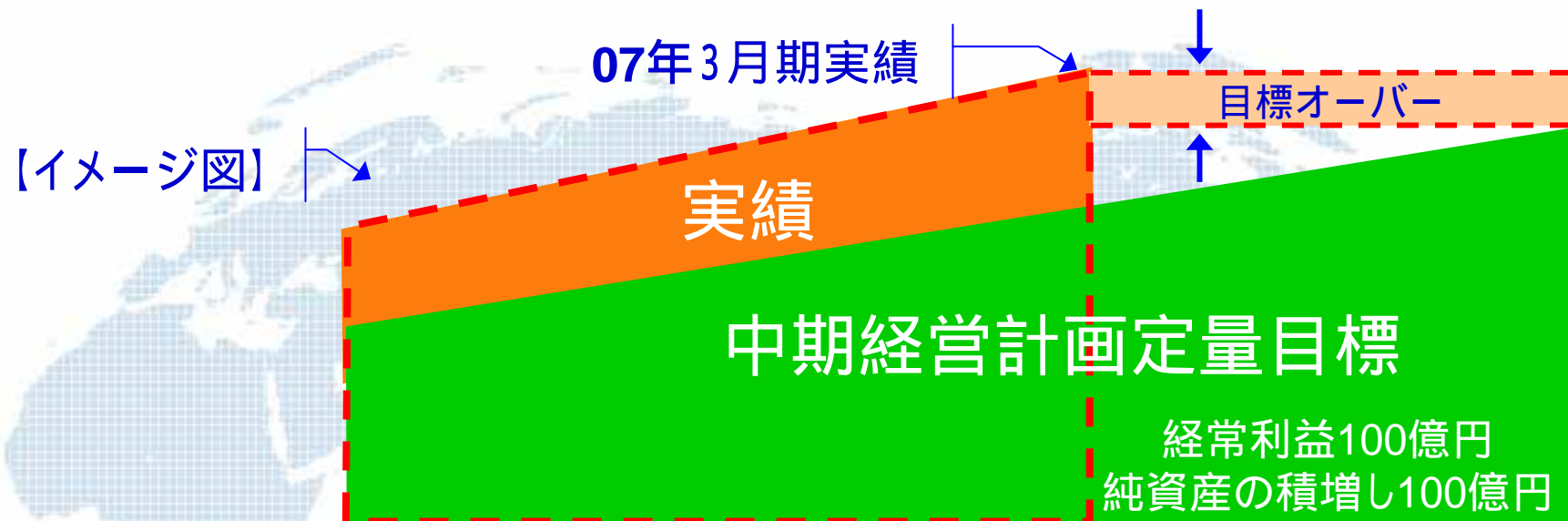
持続的**利益成長**

2008年
3月期
までに

経常利益100億円を達成する
純資産100億円の積み増し

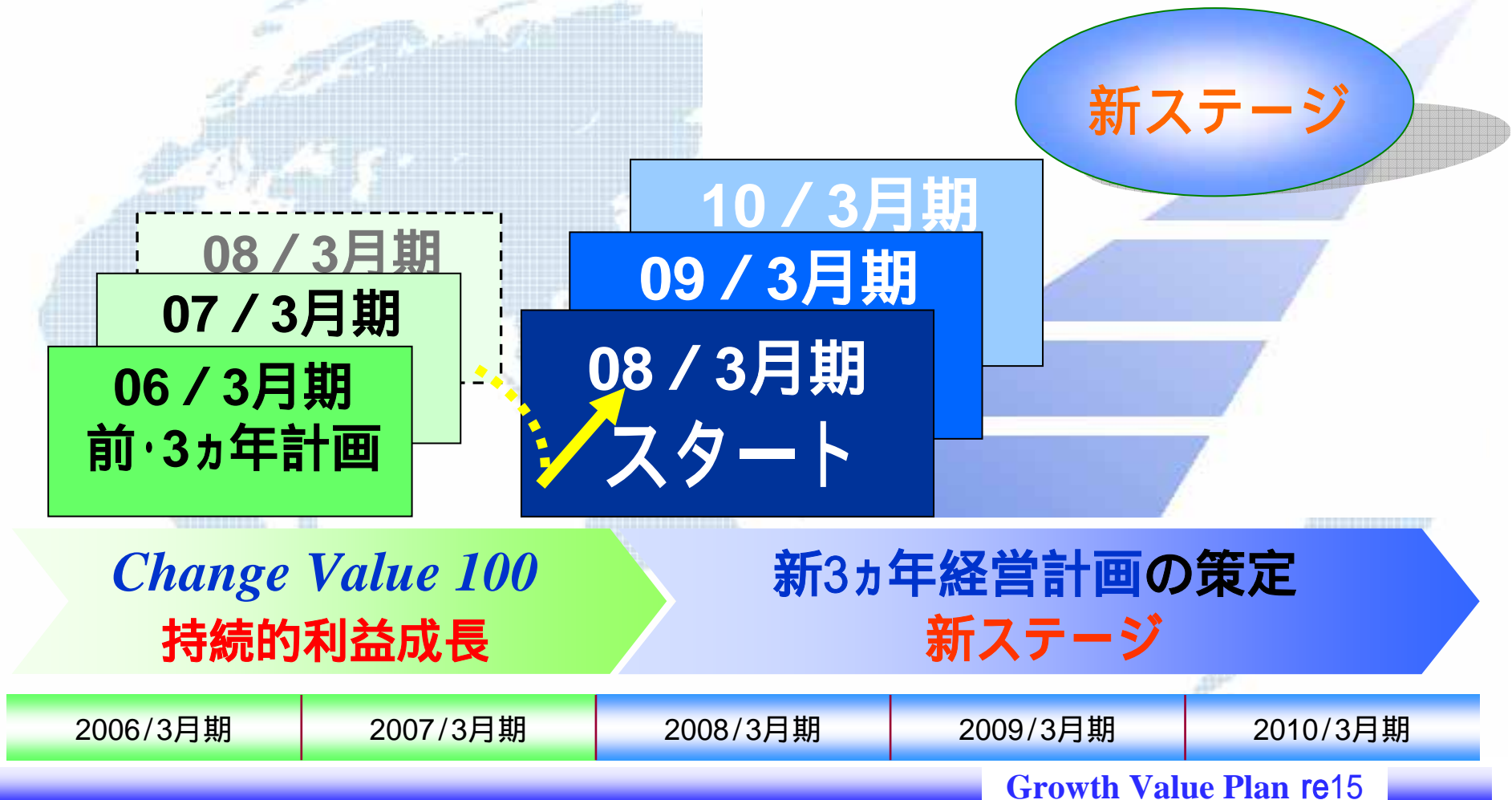
中期3ヵ年経営計画の進捗状況

➤ 計画を1年前倒して達成！



	06/3実績	07/3実績	08/3計画
経常利益率	2.9%	3.4%	3.0%
自己資本比率	15.3%	18.3%	17.0%
ROA	5.6%	6.9%	5.5%

「Change Value 100」を1年前倒しで達成！！
変革から新ステージへ・・・



1. 2007年3月期決算の概要

2. 2008年3月期の業績予想

3. 3ヵ年計画「Change Value 100」の総括

4. 新3ヵ年計画「Growth Value Plan re15」

これからの山善が目指すもの

22

**Beyond
Expectation**

ステークホルダーの期待を超える満足と感動を！

企業ブランド力の向上

流通商社として
取扱量の拡大
(売上高)

専門商社としての
付加価値向上
(提案営業)

上場企業として
経営基盤の充実
(CSR・各種財務指標)

■ 経営方針(継続)

1.収益力の向上

- CRM(顧客満足度向上)の推進
- ソリューション営業の強化
- ローコストオペレーション

2.経営システムの革新

- CSR経営の推進
- 顧客の支持を得るための活動をサポート
- 有言実行(マネジメント)をサポート

3.財務体質の強化

- キャッシュフロー重視
- 純資産の充実
- 総資本効率の向上

持続的な利益成長を目指して

「変革」から「成長」へ、新たな挑戦と創造のはじまり

Growth Value Plan ~ road to establish 15

「発展」する事業

「伸びゆく」社員

GVP 15

「増加」する市場価値

「拡大」する企業価値

期待を超える満足・感動・感謝へ

2010年
3月期
までに

経常利益150億円を達成する
純資産150億円の積み増し

(変革) *Change Value* から (成長) *Growth Value*へ

変革から成長へ

Growth Value Plan ~ road to establish 15
新たな挑戦と創造のはじまり

略称: GVP15

<注釈>

Road to・・・「何々の道へ」

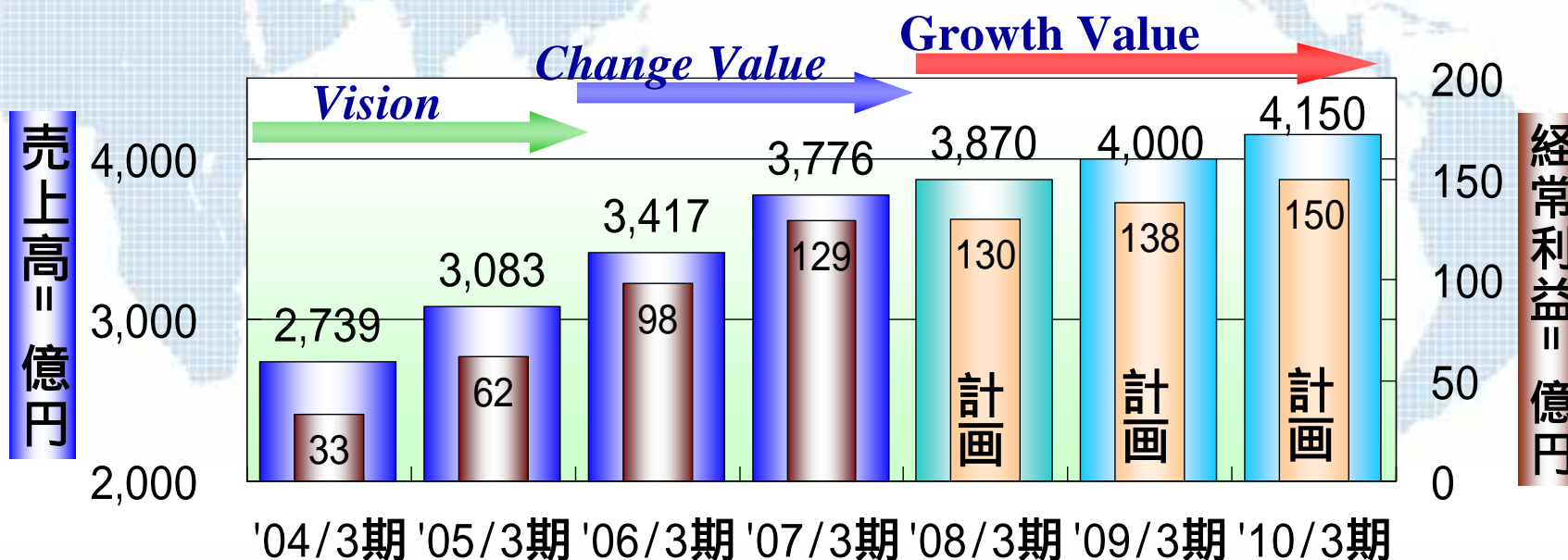
Establish・・・「創立」する。「確立」する。

いろいろな15の達成を通じて、企業として成長発展してゆく姿をイメージ。
この3年間は、特に15(イチ・ゴー)にこだわって行く。

3ヵ年経営計画(連結)

単位:百万円

科目	07/3月期	08/3月期	09/3月期	10/3月期
売上高	377,610	387,000	400,000	415,000
営業利益	12,318	12,600	13,400	14,600
経常利益	12,913	13,000	13,800	15,000
当期純利益	7,506	7,550	7,900	8,550



更なる“財務体質の強化”

- 攻守に対応できる財務力の確保
- 総資産効率を追求する(ROAの重視)

企業価値の向上

主要財務指標

最終年度2010年3月期

◆ 経常利益率	3.5%
◆ 自己資本比率	25.0%
◆ 総資産経常利益率	7.5%



GVP15

事業戦略

全社戦略

CRMの継続と強化

経営資源の効率的配分

生産財事業の安定成長

消費財・国際事業の拡大

事業戦略（生産財）

28

機械部 産業システム部 工具部 SE部

◆親交会・エース会メンバー様との関係発展

◆多店舗展開店のインスタシェア向上

◆エコビジネスの拡大(CO₂削減の新ビジネスモデル構築)

◆電子商取引の拡大(プロキュバイネット本格稼動)

◆どてらい市・テーマ別展示会の拡充



提案営業力のさらなる強化

住設建材部

◆主力メーカー・住建エース会との関係発展

◆「SU戦略」(サブユーザー)の深耕
邸別配送システムの拡充

◆Eco-BRANDキャンペーン 第3弾 実施
CO₂削減の第三者評価の制度化



コンサルティング提案力と営業力の強化

家庭機器営業本部

◆「安全」「安心」「信頼」でワンランクアップの商品づくり

◆得意先・仕入先の絞込みによる営業力の集中化

◆人財育成による提案力と商談力の強化

◆ネット通販の拡大(楽天に加え、ヤフー、ビッターズへ新規出店)



“選択と集中”により営業力・商品力を強化

事業戦略〔海外営業〕

国際営業本部

◆東アジア・東南アジア市場の拡大

◆東欧市場の開拓(プラハ支店設立)

◆国際展示会への出展拡大とオープンハウスの開催

◆人員の増強(セールス・エンジニア)

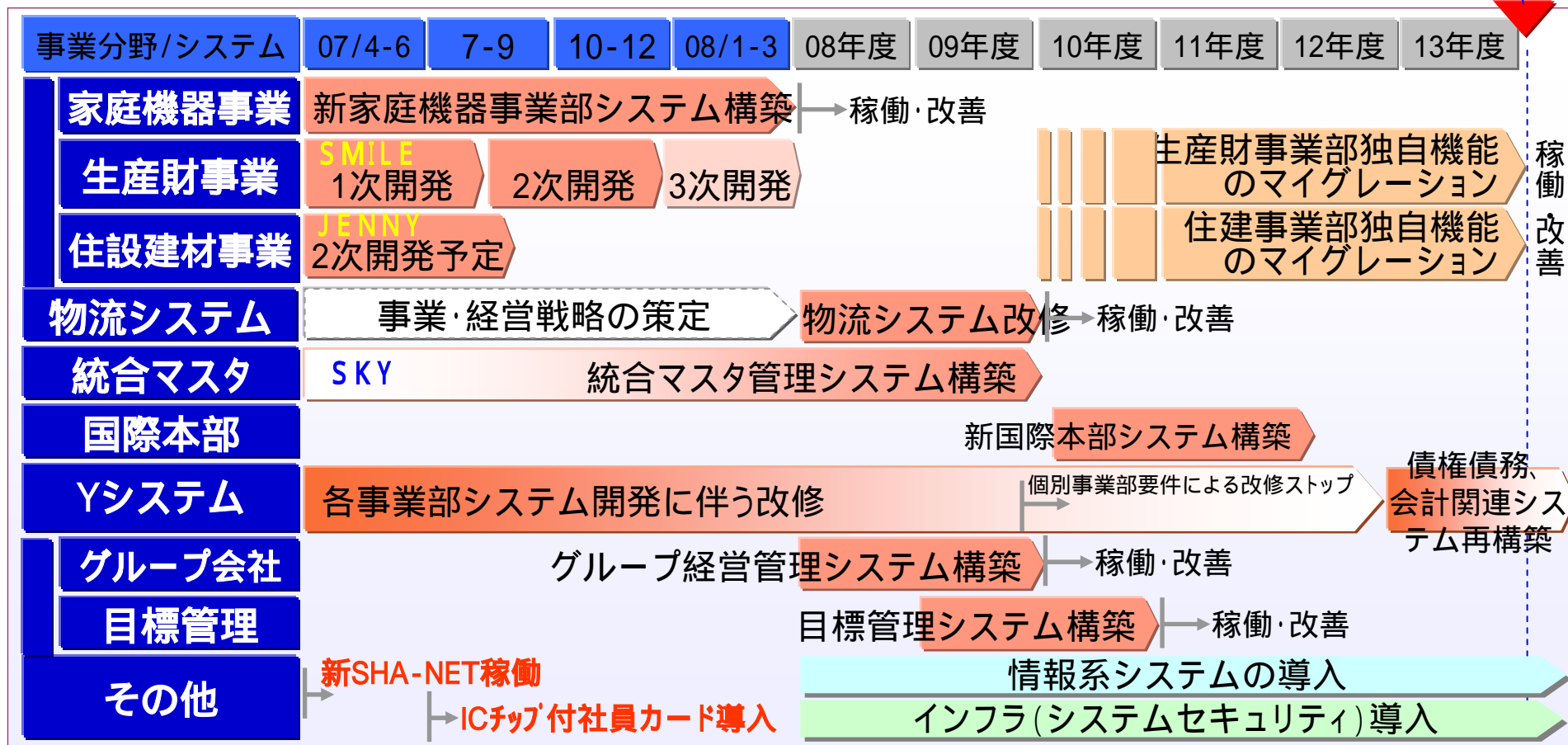


技術力、サービス力のYAMAZENを武器に

IT投資計画

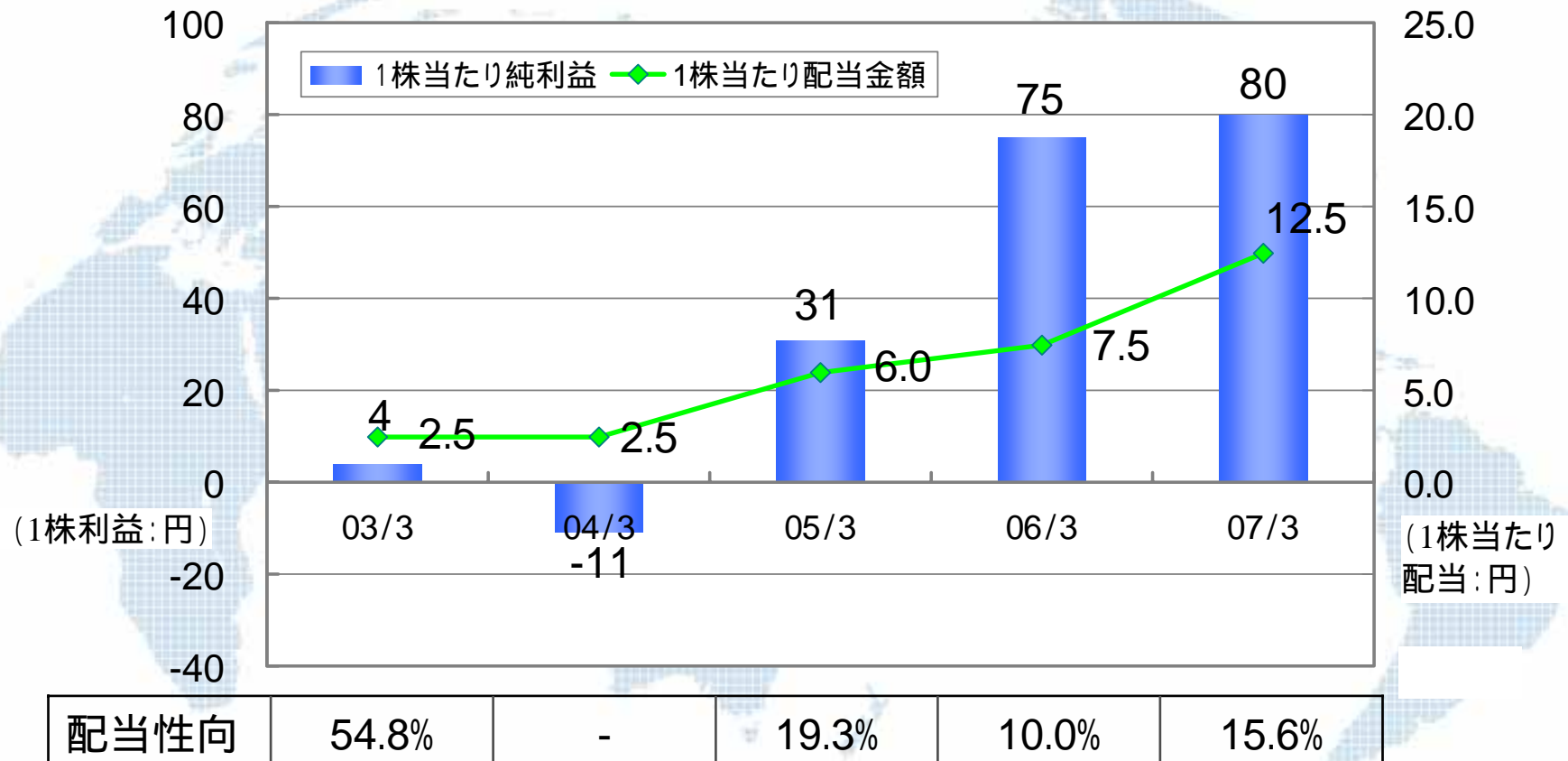
ITグランドデザイン～ロードマップ

ITGD完了



株主還元

【配当金額】 2005年度: 7.5 円、2006年度: 12.5 円



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。