



株式会社 **山善**

**2008年3月期
決算説明会**

2008年5月27日

AGENDA





- I. 2008年3月期決算の概要
- II. 2009年3月期の業績予想
- III. 中期経営計画「GVP_(re)15」の進捗
- IV. 2008年度の取り組み
- V. コーポレートガバナンス、株主還元

I . 2008年3月期決算の概要

1. 2008年3月期の事業環境
2. 2008年3月期業績ハイライト
3. 経常利益の増減要因
4. 部門別売上高実績
5. 部門別概況
6. 貸借対照表
7. 財務の状況、キャッシュフロー

1. 2008年3月期の事業環境

➤ 国内景気に減速感。外需の牽引力が下支え。

	事業セグメント	トレンド指標など	市場概況※	
1	生産財事業 —国内	鋳工業生産指数 日工会工作機械受注額 半導体製造装置受注額 自工会統計	上半期は前年水準並みの高原状態で継続も、サブプライムローン・原油高など企業収益の圧迫要因が増加し、下半期以降、国内設備投資が減速化。	
2	消費財 —住設建材事業	新設住宅着工戸数 キッチンバス出荷統計	建築基準法改正による住宅・建築投資が低迷。地方と都市部の需要格差が拡大。	
3	消費財 —家庭機器事業	消費性向 日本DIY協会統計	賃金回復力弱く、雇用回復などのプラス要素の影響が限定的。物価上昇・株価低迷で消費マインドが悪化。	
4	生産財事業 —海外	各国鋳工業生産 同景気動向指数 全米機械工業会販売実績統計	米国での景気減速が強まる中、アジア・東欧など新興国における景気は依然好調で、自動車関連・IT関連を中心に設備投資は堅調に推移。	

※ 当社判断に基づく

2. 2008年3月期業績ハイライト（連結）①

- 連結範囲を拡大し、当社中国向けビジネスに関する情報を拡充。
- 福岡ビル譲渡(特損約24億円)でテナント事業から完全撤退。
- デリバティブ評価損638百万円、投資有価証券評価損133百万円を計上。

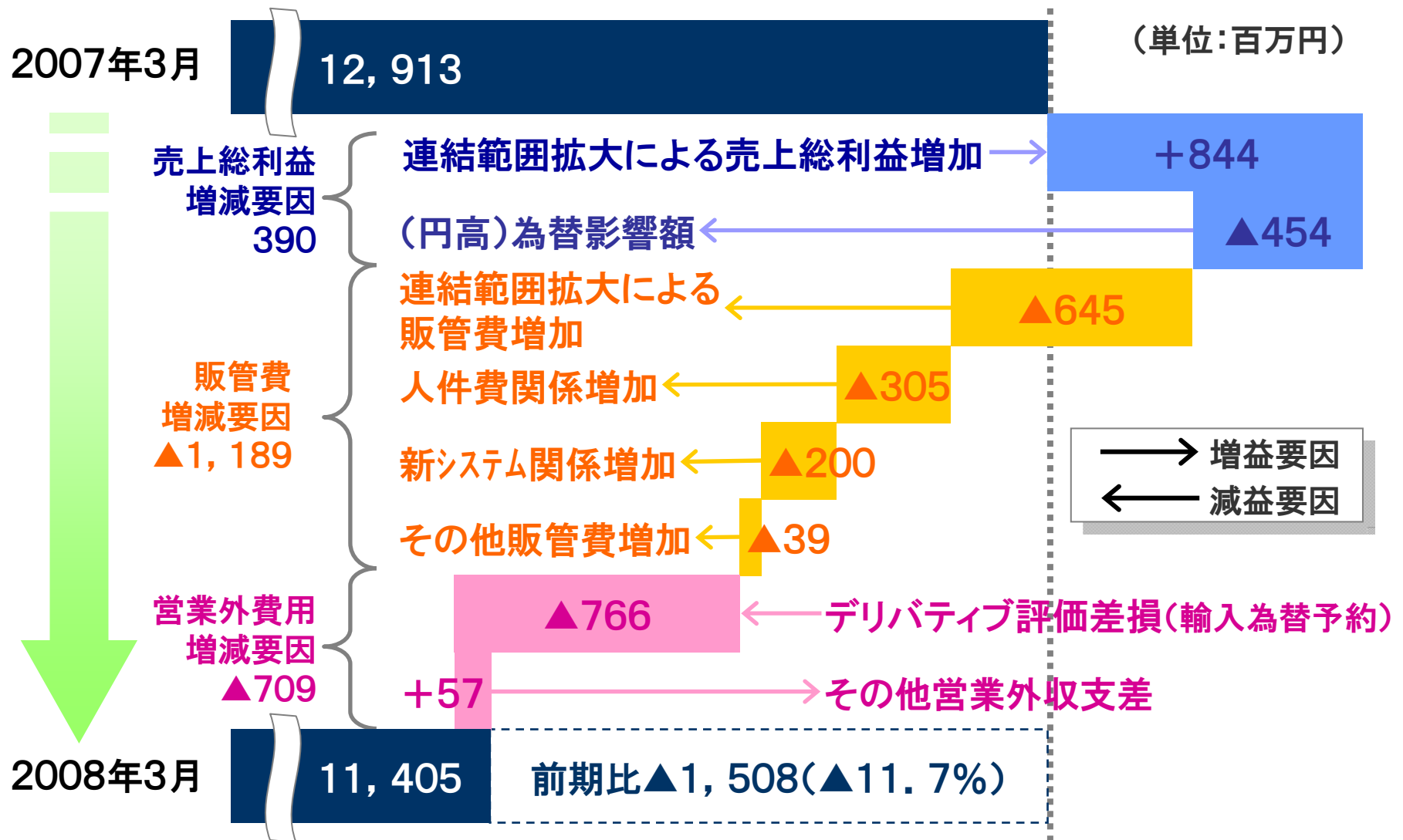
(単位:百万円、%)	2007年3月期 (第61期)	2008年3月期 (第62期)	増減率	公表計画 (修正分)	計画 対比
売上高	377,610	376,852	△ 0.2	387,000	△ 2.6
売上総利益	42,688	43,078	0.9	—	—
販売管理費	30,370	31,559	3.9	—	—
営業利益	12,317	11,518	△ 6.5	12,600	△ 8.6
経常利益	12,913	11,405	△ 11.7	13,000	△ 12.3
特別利益	32	175	—	—	—
特別損失	92	2,571	—	—	—
当期純利益	7,506	5,496	△ 26.8	6,100	△ 9.9

2. 2008年3月期業績ハイライト（連結）②：四半期推移

➤ 3Q以降減速感、4Qでは為替変動(円高)が利益に影響。

単位：百万円 ()内累計値	FY	1Q	2Q	3Q	4Q
売上高	'06/3	79,464	86,394 (165,858)	86,943 (252,801)	88,984 (341,785)
	'07/3	89,580	95,695 (185,275)	98,259 (283,534)	94,076 (377,610)
	'08/3	90,144	95,864 (186,008)	97,322 (283,330)	93,522 (376,852)
経常利益	'06/3	2,106	2,583 (4,689)	2,565 (7,254)	2,582 (9,836)
	'07/3	2,642	3,443 (6,085)	3,522 (9,607)	3,306 (12,913)
	'08/3	2,680	3,206 (5,886)	3,005 (8,891)	2,514 (11,405)

3. 経常利益の増減要因



4. 部門別売上高実績(連結)

(単位:百万円、%)

部 門	2007年3月期 (第61期)	2008年3月期 (第62期)	前期比 増減率	公表計画 (修正分)	計画 対比
工 作 機 械 部 門	95,480	89,491	△6.3	91,800	△ 2.5
産 業 シ ス テ ム 部 門	65,453	64,547	△ 1.4	67,000	△ 3.7
機 械 工 具 部 門	65,293	65,757	0.7	67,500	△ 2.6
S E 部 門	12,219	10,500	△ 14.1	11,200	△ 6.3
(生産財部門合計)	238,447	230,297	△ 3.4	237,500	△ 3.0
住 設 建 材 部 門	51,583	50,160	△ 2.8	53,500	△ 6.2
家 庭 機 器 部 門	47,049	47,278	0.5	48,400	△ 2.3
(消費財部門合計)	98,633	97,438	△ 1.2	101,900	△ 4.4
国 際 営 業 部 門	36,256	44,701	23.3	43,300	3.2
そ の 他 部 門	4,273	4,414	3.3	4,300	2.7
合 計	377,610	376,852	△ 0.2	387,000	△ 2.6

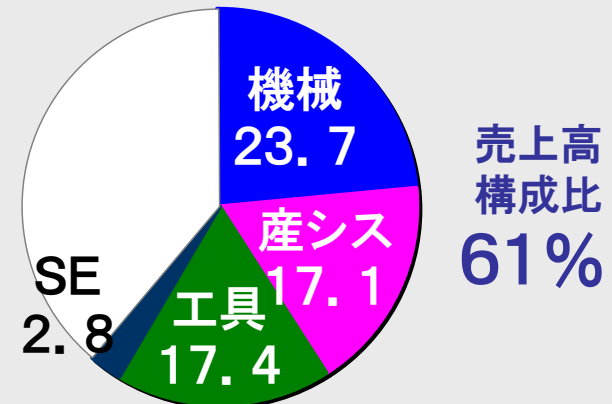
5. 部門別概況①

生産財(機械・産シス・工具・SE)事業



売上高
230,297百万円(前期比3.4%減)

営業利益(率)
9,375百万円(4.1%)



- 国内生産財部門は、上期高原状態で推移も、下期以降の設備投資減退で減収、売上シェアは61%(前年63%)に。
 - 金型関連が伸び悩み、国内工作機械受注(年度実績)は前年から若干減少。
 - 部品加工機フェア、環境展など、市場ニーズに即した専門展示会を拡充。
 - プロキュバイネット(Web受注高)は、前期比約1.5倍に伸展。



5. 部門別概況②

消費財(住設建材・家庭機器)事業

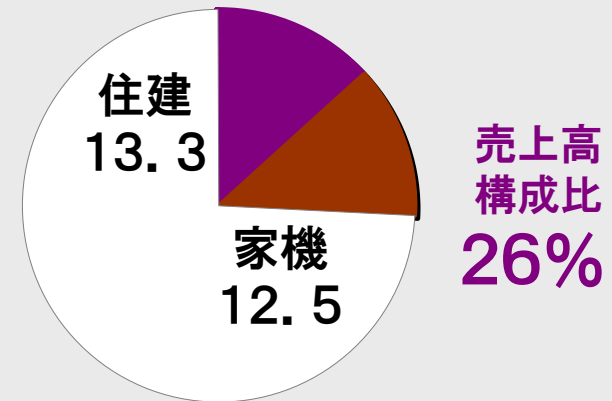


売上高

97,438百万円(前期比1.2%減)

営業利益(率)

2,213百万円(2.3%)



- 住設建材部門は予測を超える住宅市場の低迷で、年間を通じて主力の水回り関連商品が苦戦、地方の市況も厳しく減収。
 - 環境関連機器の伸展が業績を牽引・下支え。
- 家庭機器部門は非季節家電が伸展し、前年並み確保。
 - 「くらしのeショップ」が“楽天ショップ・オブ・ザ・イヤー”に輝く。



5. 部門別概況③

国際(生産財)事業

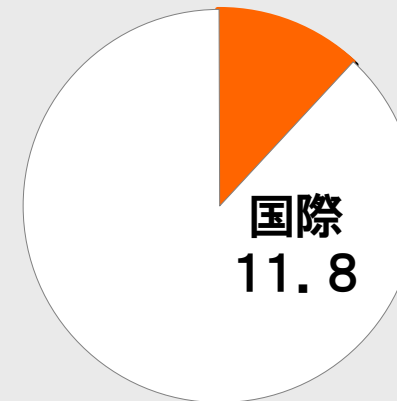


売上高

44,701百万円(前期比23.3%増)

営業利益(率)

1,833百万円(4.1%)

売上高
構成比
12%

- 海外生産財(国際営業部門)は、年間を通じて堅調に推移し、大幅増収。
 - 機械需要を中心に、中国向け、欧州が顕著に伸展。特に台湾企業の中国向け大型受注で東アジア支社が大幅増収。
 - 海外展示会出展(9ヶ国、16ヶ所)、オープンハウスの開催で提案力強化。
 - 人員増強(前期比52名増)でサービス体制を拡充。

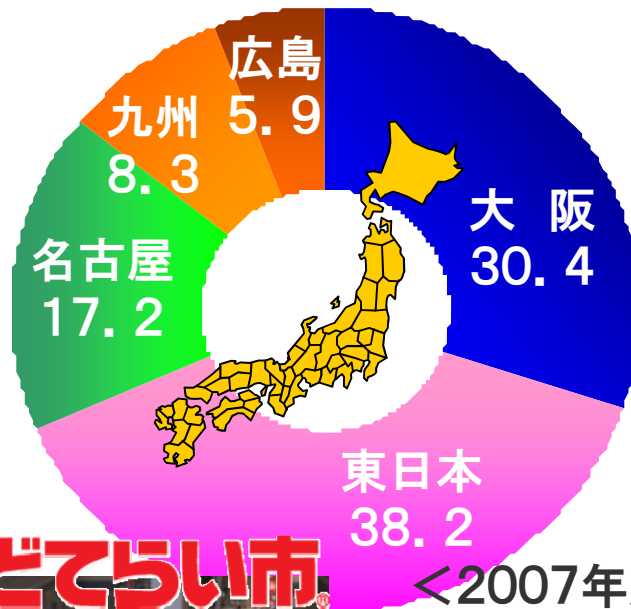


本部スタッフ	67名
駐在員	42名
現地社員	553名
(内、エンジニア)	162名
合計	662名

＜ご参考＞エリア(支社)別売上高シェア

国内母店別シェア(%)

※国内母店合計:227,629百万円

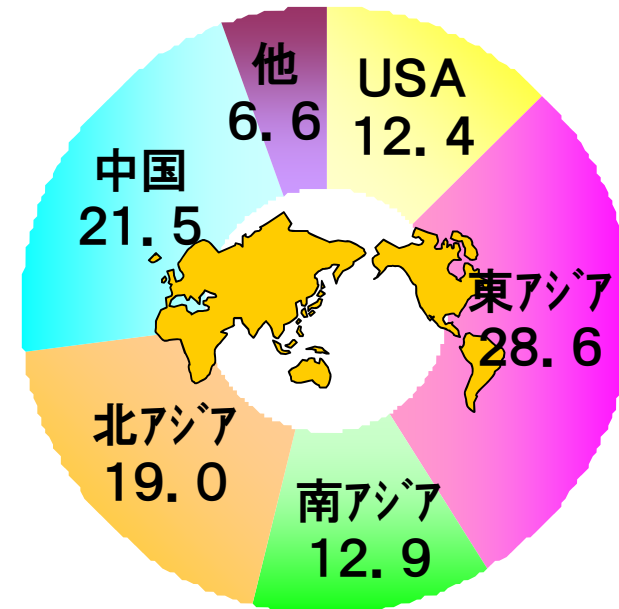


＜2007年度実績＞

開催数	31ヶ所
受注額	70,990百万円
動員数	163,256名

海外支社別シェア(%)

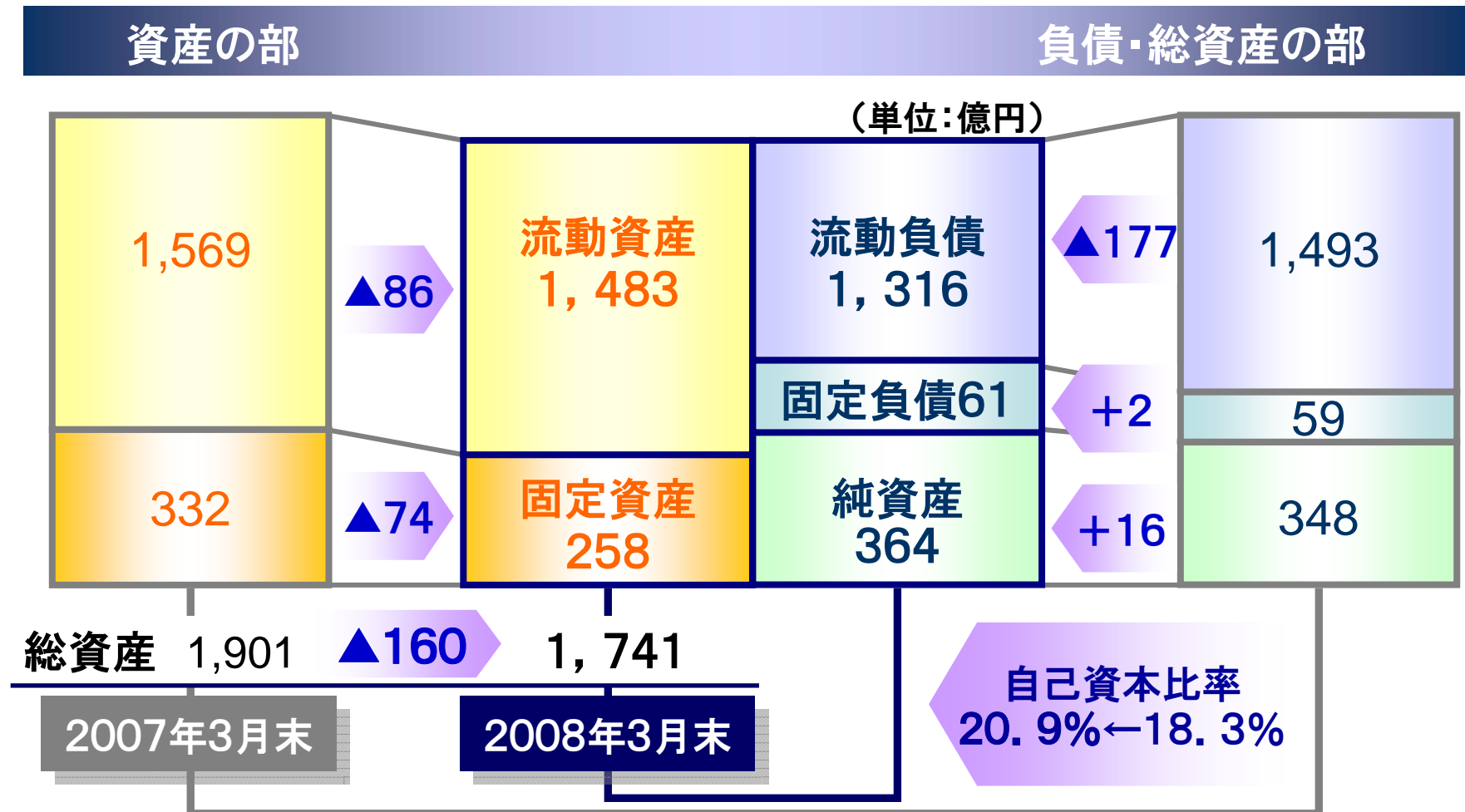
※海外支社合計:44,701百万円



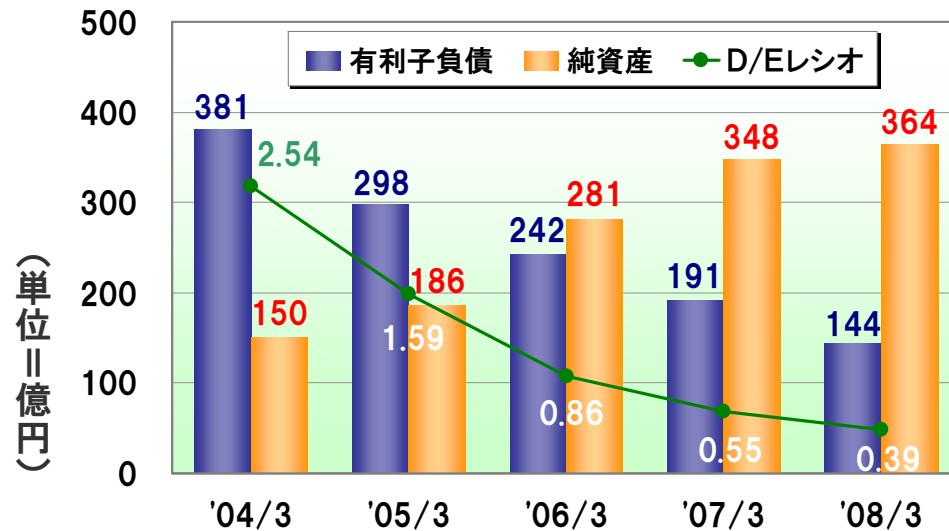
※東アジア:台湾
 ※南アジア:シンガポール、マレーシア、インドネシア
 ※北アジア:タイ、ベトナム、インド
 ※他:韓国、ヨーロッパ

6. 貸借対照表(連結ベース)

- 自己資本比率は前期末比で2.6%向上し、20.9%に。
- 総資産は前期末より160億円減少し、資産効率が高まる。



7. 財務の状況、キャッシュフロー



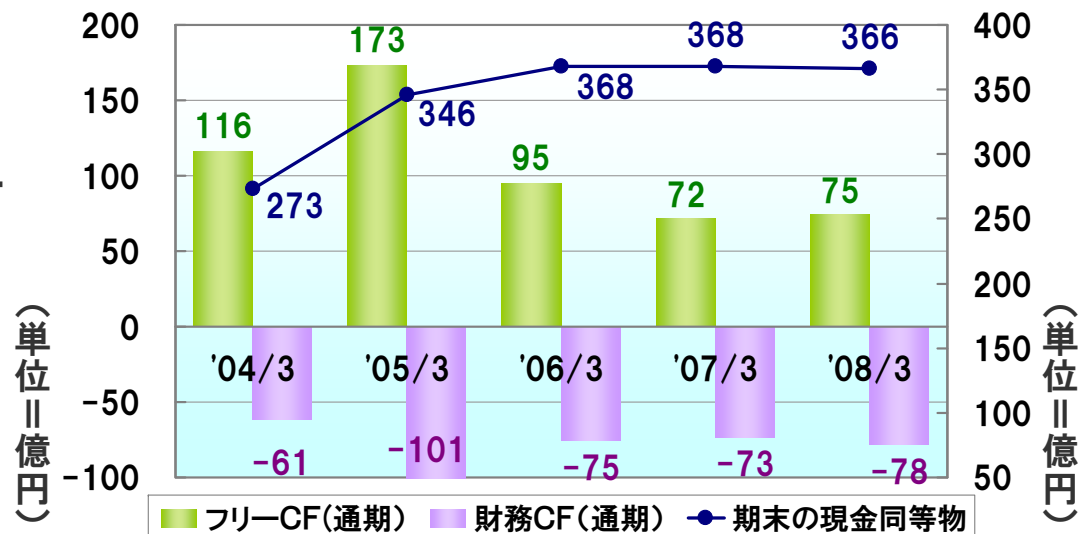
➤ 財務体質強化が進む

- ➡ 2004年3月期比で有利子負債は3分の1弱、純資産は2.4倍に
- ➡ D/Eレシオは0.39倍(現預金加味したネットでは△0.63倍)に

※D/Eレシオ=有利子負債÷純資産

➤ キャッシュフローは安定化へ

- ➡ 5年平均で、フリーCFは106億円、財務CFは△78億円に



※フリーCF=営業CF-投資CF

Ⅱ. 2009年3月期の業績予想





1. 2009年3月期の事業環境の見通し
2. 2009年3月期業績予想
3. 部門別売上高計画

2008.11
名古屋支社が
事務所開設50年



1. 2009年3月期の事業環境の見通し

➤ 国内景気は当面調整色強まるも、年半ば以降の持ち直しを期待。

	事業セグメント	注視する指標など	市場環境の見通し※	
1	生産財事業 —国内	鋳工業生産指数 日工会工作機械受注額 半導体製造装置受注額 自工会統計	自動車の国内需要予測は前年水準を下回る見通しも、航空機など新たな需要も拡大。前半は設備投資の減速公算大ながら、後半以降持ち直す見込み。	
2	消費財事業 —住設建材	新設住宅着工戸数 キッチンバス出荷統計	建築着工の遅れによる住宅・建築投資の減少は、今年度半ば頃より持ち直す見込み。	
3	消費財事業 —家庭機器	消費性向 日本DIY協会統計	物価上昇、年金・雇用などの不安要素から、当面、個人消費の急激な回復は見込めない状況。	
4	生産財事業 —海外	各国鋳工業生産 同景気動向指数 全米機械工業会販売実績統計	米国をはじめ、世界的にも前半は景気減速傾向も、新興国向けの輸出(需要)などで企業設備投資は堅調と予測。	

※ 当社判断に基づく

2. 2009年3月期業績予想(連結)

➤ GVP15の初年度計画に再チャレンジ！

(単位:百万円、%)

科目	2008年3月期 (第62期)	2008年9月 (第2四半期)	2009年3月期 (第63期)	前期比 増減率
売上高	376,852	187,000	381,000	1.1
< 単体 >	360,554	178,000	363,000	0.7
営業利益	11,518	5,700	11,600	0.7
< 単体 >	9,630	4,800	9,800	1.8
経常利益	11,405	5,900	12,000	5.2
< 単体 >	9,364	4,900	10,000	6.8
当期純利益	5,496	3,400	6,950	26.4
< 単体 >	4,013	2,700	5,550	38.3

3. 部門別売上高計画(連結)

(単位:百万円、%)

部 門	2008年3月期 (第62期)	構成比	2009年3月期 (第63期)	構成比	前期比 増減率
工 作 機 械 部 門	89,491	23.7	85,000	22.3	△5.0
産業システム部門	64,547	17.1	67,000	17.6	3.8
機 械 工 具 部 門	65,757	17.4	67,000	17.6	1.9
システムエンジニアリング部門	10,500	2.8	12,000	3.1	14.3
(生産財部門合計)	230,297	61.1	231,000	60.6	0.3
住 設 建 材 部 門	50,160	13.3	50,500	13.3	0.7
家 庭 機 器 部 門	47,278	12.5	48,500	12.7	2.6
(消費財部門合計)	97,438	25.9	99,000	26.0	1.6
国 際 営 業 部 門	44,701	11.9	46,000	12.1	2.9
そ の 他 部 門	4,414	1.2	5,000	1.3	13.3
合 計	376,852	100.0	381,000	100.0	1.1

Ⅲ. 中期経営計画「GVP_(re)15」の進捗

1. ビジョン、中期的経営方針
2. 中期経営計画「GVP_(re)15」
3. 「GVP_(re)15」主要トピックス
4. 「GVP_(re)15」定量計画



2007.5/10
山善親交会
60周年謝恩パーティ

1. ビジョン、中期的経営方針

- ものづくりに貢献し、快適な生活空間を提供する存在感ある専門商社を目指す！



2. 中期経営計画「GVP_(re)15」

2007.04-2010.03



- ◆ 工作機械のシェアを内需の15%に
- ◆ 海外売上高比率を15%に
- ◆ 有利子負債を150億円以内に圧縮
- ◆ 部門・分社・各人の15...etc.



- さまざまな「15」指標への挑戦とこだわりで、徹底した問題解決(商品・サービス)提案を展開し、お客様の満足(感動)と自らの達成感(感動)を分かち合い、結果として各事業領域において優位性ある地位を築きたい。

3. 主要トピックス①: 中国市場の拡大

➤ 重点戦略地域として人的・物的投資を拡大中。

- ⊙ 現況、工作機械需要を中心に拡大基調が継続。周辺諸国を含め、域内交流も活性化。
- ⊙ 成都、無錫、煙台の3ヶ所にサテライトオフィスを開設。



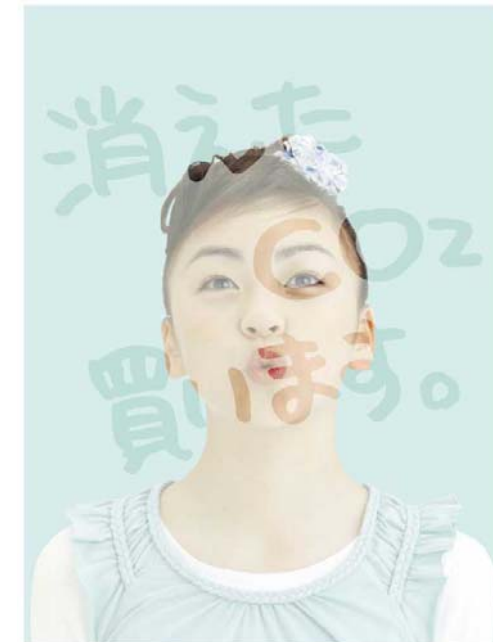
■ 中国向け取扱高の状況

(単位:百万円)	2005年3月期	2006年3月期	2007年3月期	2008年3月期
中国現地法人3社	5, 772	6, 159	8, 263	10, 329
台湾現地法人	2, 654	3, 673	3, 709	9, 796
シンガポール・韓国	214	106	287	281
合計	8, 640	9, 938	12, 259	20, 406

3. 主要トピックス②:エコブランドキャンペーン

➤ 環境ビジネス分野での競争優位性を確保する取り組みを拡充。

- 2005年度より『Eco-BRANDキャンペーン』と称し、特定の環境優良商品について、その販売に応じて得られるCO₂の削減量にインセンティブを支払う企業活動を展開中。
- 昨年10月、当社主力仕入先様を集め、最もCO₂削減効率の高い太陽光発電(特に工場向け)の提案会を実施。販売先・仕入先をあわせたサプライチェーン展開を目指す。



※本年度削減進捗状況(3月末現在/いずれも設置完了分)

区分	目標削減量	削減量累計	達成率
工場分野	15,000t _〃	6,627t _〃	44.2%
民生分野	15,000t _〃	13,532t _〃	90.2%
合計	30,000t _〃	20,159t _〃	67.2%

4. 「GVP_(re)15」 定量計画(連結／修正)

■ 損益計画

(単位:百万円)	2007年3月期	2008年3月期	2009年3月期	2010年3月期
売上高	377,610	376,852	381,000	400,000
営業利益	12,318	11,518	11,600	13,500
経常利益	12,913	11,405	12,000	14,000
当期純利益	7,506	5,496	6,950	8,000

■ 主要財務指標

(単位:%)	2007年3月期	2008年3月期	2010年3月期
売上高経常利益率	3.4	3.0	3.5
自己資本比率	18.3	20.9	25.0
総資産経常利益率	6.9	6.3	7.5

IV. 2008年度の取り組み

1. 中期的事業方針・当期の取り組み
2. 本年度の重点テーマ
3. IT投資計画



2008.2/29~3/3
技能五輪
全国大会に協賛

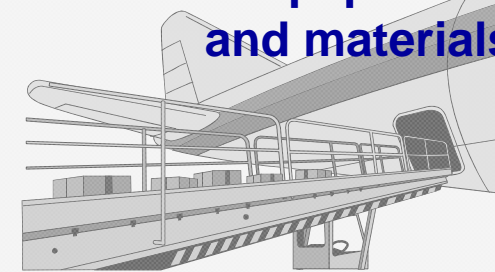
1. 中期的事業方針①

生産財(機械・産シス・工具・SE)事業



製造業の調達・生産に関するあらゆるニーズに対応した提案を行い、顧客の競争力向上に寄与する事業を目指します。

Production equipments and materials



- 工作機械販売をはじめ、生産財各分野でシェアNo. 1へ。顧客ニーズに的確に対応する体制と情報力で、深みのある提案営業を推進する。
 - エース会・親交会に営業資源を集中化、一元的で密接なサービスを展開
 - 電子商取引(プロキュバイネット)の拡大による生産性・シェア向上

本年度の取り組み



- 広域担当マネージャー、エリアリーダーを配置し、顧客・地区・市場に見合った商品・ジャンルの販売を強化
- 部品加工機フェア、鍛圧・板金加工展、工場環境展、メカトロフェアなど、用途別専門展示会を拡充
- エコブランド・産業分野は、1万トから再チャレンジ

1. 中期的事業方針②

消費財(住設建材)事業



「住まい手の満足と快適な住まい作り」に貢献する住宅アドバイザー企業として、顧客に感動を与える生活空間をトータルでサポートする事業を目指します。

Housing equipments and materials



- サブユーザ戦略の展開。得意先・仕入先より信頼を勝ち取る営業力・提案力の強化で、事業規模の拡大を目指す。
 - 全国広域&地区優良ビルダーのニーズに対応する付加価値・情報の提供
 - 邸別配送システムの有効活用による受注アイテムの拡充

本年度の取り組み



- エコブランド・民生分野は今年1.6万トに挑戦
⇒「CO₂削減量算定証書」の発行へ
- 「延長修理保証サービス制度」の開始
- 都市部の拠点見直し
- 広域担当営業の増強、有資格者の増員

1. 中期的事業方針③

消費財(家庭機器)事業



「豊かな夢ある暮らし」を応援する
マーケットリーダーとして、安全・安心で、
お客様に満足と感動を与える事業を
目指します。



- 流通業界におけるイニシアティブ確保に向けて、ワンランクアップの商品提案、営業力集中で事業規模拡大を目指す。
 - ターゲット絞込み＋商品戦略の均一化＋人材育成による営業力強化
 - 品質(安全・安心)重視、感動ある商品作りによる信頼のブランド構築

本年度の取り組み



- 清水國明氏と商品アドバイザー契約を締結し、レジャー・DIYの商品開発とプロモーション活動を強化
- ネットビジネスの人員・組織を拡充し、年商10億円へ
- 海外拠点拡充: 現地検品体制強化、既存メーカー、ローカルスタッフの育成、新規メーカー開発

1. 中期的事業方針④

国際(生産財)事業



きめ細かなユーザー管理と
エンジニアリング機能+サービス拡充で、
各国で存在感あるグローバル会社を
目指します。



- 「量と質」の両面重視も、積極的な人材投資、拠点の拡充を推し進め、売上シェア15%に挑戦する。
 - エンジニアリング(アフター、アプリケーション)、サービス増強で差別化推進
 - 主要国際展示会への出展拡大とオープンハウスの開催

本年度の取り組み



- 各国(地区)において新規顧客開拓を加速
⇒年間700社を目標
- マニラに拠点開設し、フィリピンでの商圏を拡大
- 新興国中心に、前期比約50名の人員拡充を予定
- ローカルスタッフのレベルアップへ、技術研修を強化

2. 本年度の重点テーマ①

- 当面、厳しい景況感の中、各事業戦略(単年度施策)を一体感をもって実行するほか、共通の重点施策として3つのテーマを推進します。

■ 重点テーマ<こだわり>

① 取扱高の拡大 ▶ 工作機械・周辺機器の取扱いNo.1へ

- ↳ 人員拡充・内外の交流活性化、拠点増設、エンジニアリング機能増強
⇒ エリア・部門横断的な総合提案・問題解決を目指す。

② 付加価値の拡充 ▶ 環境ビジネス、Web受注の拡充

- ↳ エコブランド・キャンペーン、太陽光発電促進、環境展開催、PbN普及
⇒ 産シス拡大の起爆剤に。

③ 経営基盤の充実 ▶ コミュニケーションの活性化

- ↳ 管理職のスキル向上、お取引先との「対話」を重視
⇒ 対外コミュニケーション能力・専門スキルを高める。



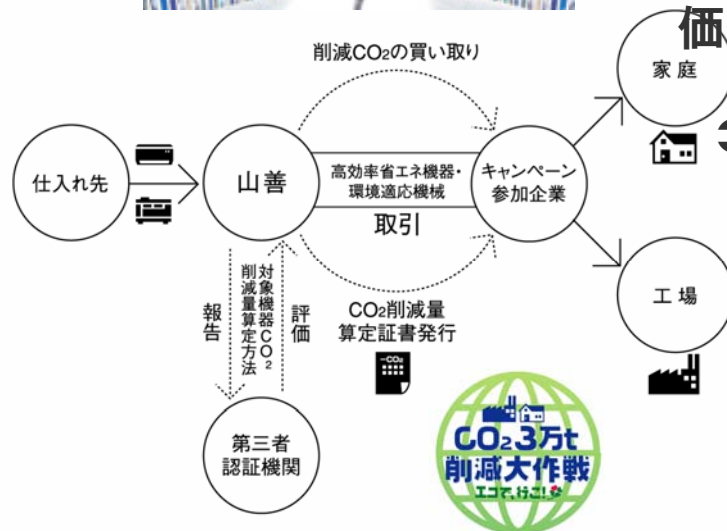
2. 本年度の重点テーマ②: 販促企画

➤ 「やってみます」を合言葉に、山善ならではのプロモーションを展開します。



⇒ 「どてらい市」は本年度30ヶ所での開催を予定するほか、「部品加工機フェア」「メカトロフェア」など、地区事情・ニーズに沿った展示商談企画を展開します。

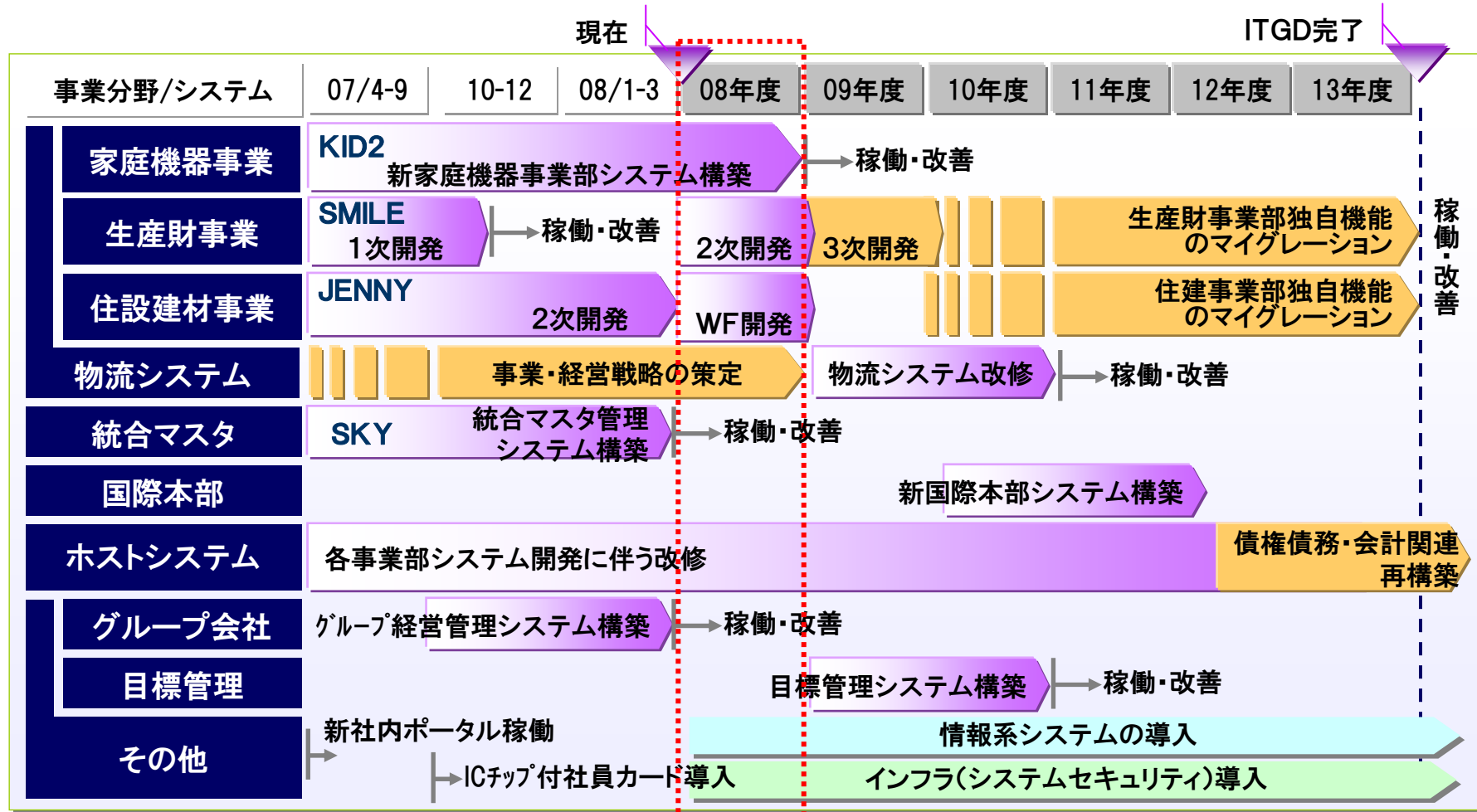
⇒ 「プロキュバイネット」は、400万アイテムの商品データをもつ日本最大級のMROサイトです。今期アイテム数を25%増、取扱高の倍増を狙います。システム利用による業務の合理化で、提案営業や技術支援など付加価値の高い営業活動を展開します。



⇒ 「CO2削減大作戦(Eco-Brandキャンペーン)」は、今後予測される環境規制(温暖化ガス排出量抑制)への対応、あるいは企業のCSRとして、環境優良機器の普及を後押しする企画です。削減効果分の買い取りや、客観性の高い「CO2削減算定証書」の発行を行っています。

3. IT投資計画～ロードマップ

- 今期より「グループ経営管理システム(連結業績管理)」がスタート。
- 「家庭機器販売管理」「請負管理」の開発に着手(2009年4月稼働予定)。



V. コーポレートガバナンス、株主還元

1. CSR、コーポレートガバナンスについて
2. 株主還元
3. 当期の配当

2007.10
女子社員の旧制服を
NPO通じ海外に寄付



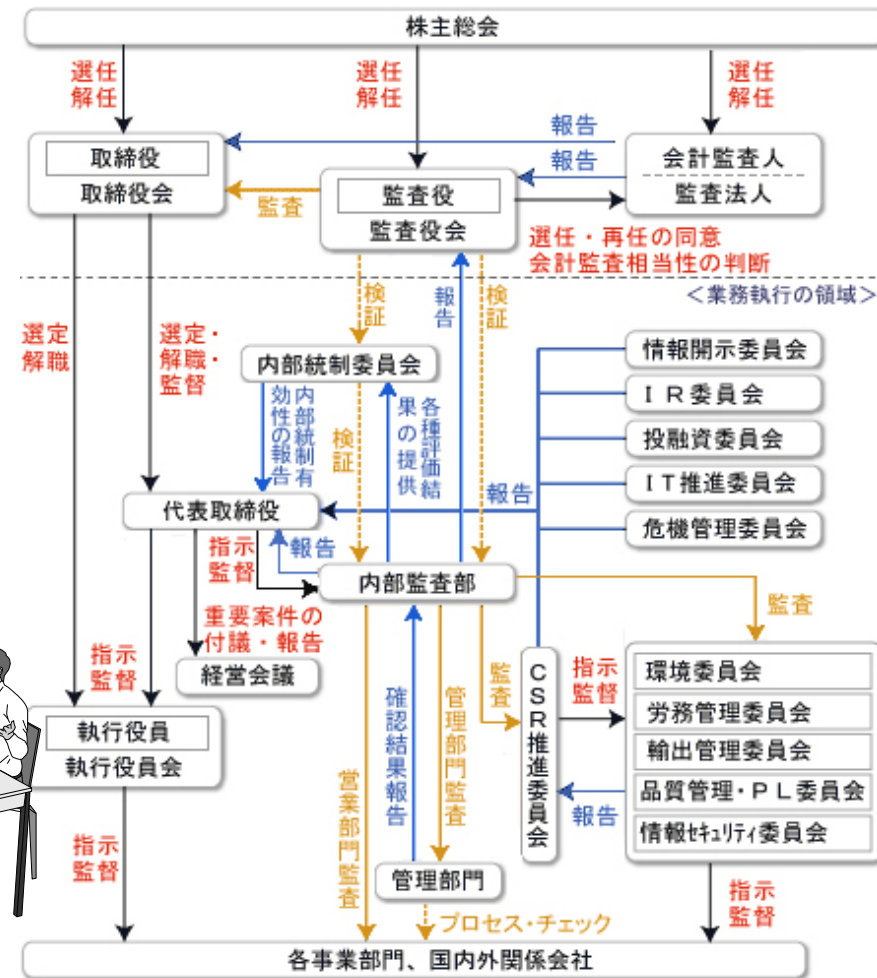
1. CSR、コーポレートガバナンスの取り組み

➤ 社会規範や倫理順守などの企業責任(CSR)を全うしていくことで、企業ブランドの向上、持続的で安定的な利益成長を目指す。

- 企業行動憲章を海外含むグループ会社社員に配布。
- リスクマネジメントとしてCSR課題への取り組みを強化中。



企業行動憲章ポケットブック



2. 株主還元

□ 基本的な考え方

△財務体質と中長期的な経営基盤の強化を図るとともに、株主の皆様へ安定的かつ業績に応じた適正な利益還元を行うこととしています。

□ 配当政策について

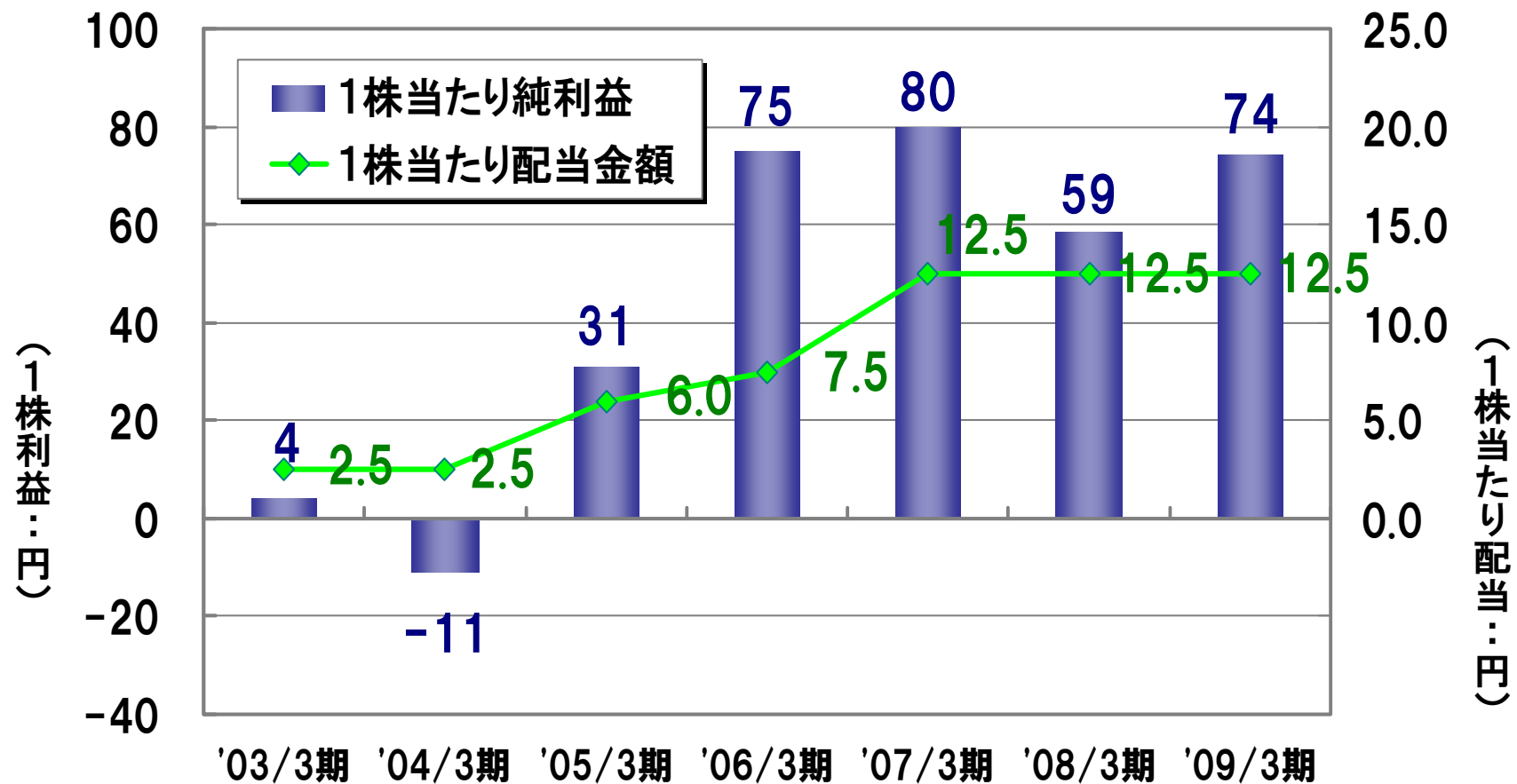
△連結配当性向は15%以上を目標とし、利益成長に応じて更なる利益還元に努めます。

※配当金の推移

	'03/3期	'04/3期	'05/3期	'06/3期	'07/3期	'08/3期
連結配当性向	54.8%	—	19.3%	10.0%	15.6%	21.3%
配当金額	2.5円	2.5円	6.0円	7.5円	12.5円	12.5円

3. 当期の配当

- 連結配当性向:16.9%を予定。
- 配当金額:中間5.0円+期末7.5円=年間12.5円を予定。



お問合せ先

その他、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(<http://www.yamazen.co.jp/>) の「お問い合わせフォーム(IR)」を
ご利用ください。

また、当社が発信するニュース・リリースなどの最新の情報をEメールにてお送りする「IRサービス(ディア・ネットサービス※)」をはじめました。ご希望の方は弊社ホームページ内の専用登録ページに必要事項を入力の上、ご登録(無料)ください。

▶ メール配信登録

当社のIRニュースをEメールにてお知らせいたします。



▶ 資料請求

当社のIR資料をお届けいたします。



※ディアネットサービスは
(株)だいこう証券ビジネスが提供しています。



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。