



*Beyond
Expectation*



株式会社 **山善**

**2009年3月期
決算説明会**

2009年5月28日

AGENDA

- I. 2009年3月期決算の概要
- II. 2010年3月期の業績予想
- III. 中期経営計画「GVP_(re)15」の進捗
- IV. 2009年度の取り組み
- V. コーポレートガバナンス、株主還元

I. 2009年3月期決算の概要

1. 2009年3月期(第63期)業績ハイライト
2. 四半期業績推移(売上高・経常利益)
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. 2009年3月期(第63期)連結業績ハイライト

- 国内設備投資の減速により、国内の生産財事業の業績が苦戦。海外も新興国向け需要が急速に減少。

(単位:百万円)	2008年3月期 (第62期)	2009年3月期 (第63期)	増減率	公表計画 (修正分)	計画 対比%
売上高	376,852	325,947	△13.5	327,000	△0.3
売上総利益	43,078	38,034	△11.7	—	—
販売管理費	31,559	31,226	△1.1	—	—
営業利益	11,518	6,807	△40.9	6,400	6.4
経常利益	11,405	7,152	△37.3	6,100	17.2
特別利益	175	1	△99.4	—	—
特別損失	2,571	337	△86.9	—	—
当期純利益	5,496	3,791	△31.0	3,100	22.3

2. 四半期業績推移(売上高・経常利益)

単位：百万円 ()内累計値	FY	1Q	2Q	3Q	4Q
売上高	'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)
	'09/3	91,528	95,215 (186,743)	80,007 (266,751)	59,196 (325,947)
経常利益	'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)
	'09/3	2,548	2,544 (5,134)	894 (6,098)	1,054 (7,152)

3. 経常利益の増減要因

(単位:百万円)



4. 部門別売上高実績(連結)

(単位:百万円、%)

部 門	2008年3月期 (第62期)	2009年3月期 (第63期)	前期比 増減率	公表計画 (修正分)	計画 対比
工 作 機 械 部 門	89,491	68,340	△ 23.6	68,000	0.5
産業システム部門	64,547	55,455	△ 14.1	56,000	△ 1.0
機 械 工 具 部 門	65,757	54,833	△ 16.6	56,000	△ 2.1
S E 部 門	10,500	8,505	△ 19.0	8,500	0.1
(生産財部門合計)	230,297	187,135	△ 18.7	188,500	△ 0.7
住 設 建 材 部 門	50,160	47,494	△ 5.3	48,000	△ 1.1
家 庭 機 器 部 門	47,278	52,128	10.3	52,200	△ 0.1
(消費財部門合計)	97,438	99,622	2.2	100,200	△ 0.6
国 際 営 業 部 門	44,701	35,337	△ 20.9	34,500	2.4
そ の 他 部 門	4,414	3,851	△ 12.8	3,800	1.3
合 計	376,852	325,947	△ 13.5	327,000	△ 0.3

5. 部門別概況①:生産財事業(機械・産業システム・工具・SE)

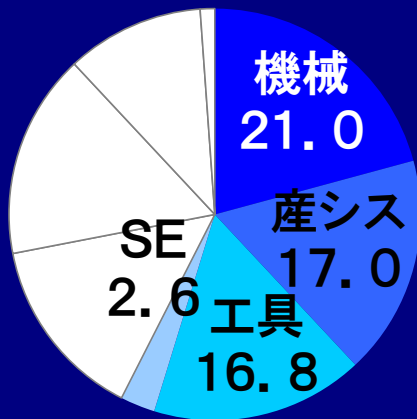
生産財事業



Production
Equipments
and materials

売上高

187,135百万円
(前期比18.7%減)



➤ 国内生産財各部門は、3Q以降の急速な設備投資減退・減産による需要減で減収減益。

- 主要マーケットである自動車関連の生産調整・設備凍結で、工作機械をはじめ、周辺機器や消耗工具類の販売が大きく減少。



＜2009年度どてらい市実績＞

開催数	30ヶ所
受注額	67,379百万円
動員数	167,933名

(単位:百万円)	売上高	営業利益	(率)
‘09/3期	187,135	5,609	3.0%
‘08/3期	230,297	9,375	4.1%

※注記:営業利益(率)はあくまで当社内管理会計規則に基づいて算出した数値です。将来、制度開示する場合には計算方式が変わる可能性がありますので、予めご了承ください。

5. 部門別概況②：消費財事業（住設建材・家庭機器）

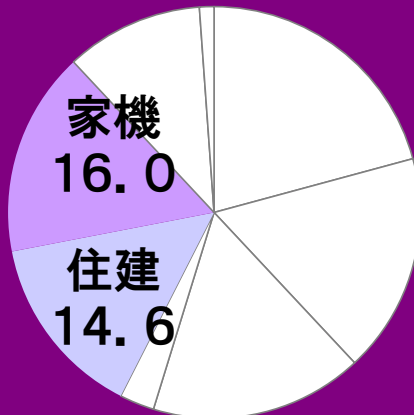
消費財事業



Housing equipments & Home Products

売上高

99,622百万円
(前期比2.2%増)



- 住宅需要の低迷で住設建材部門は減収も、家庭機器部門は、市場の低価格志向に即したオリジナル商品群の充実で増収増益。
 - 「グリーンボール・プロジェクト」「イエノグ・ワランティ」等の施策効果で、空調機器(前期比104%)や、建材(同108%)などのジャンルが伸展。
 - 昨シーズンの扇風機販売台数178万台。調理家電などを中心に家電量販向けが大きく伸展。



「くらしのeショップ」が楽天市場のショップ・オブ・ザ・イヤー「ジャンル大賞」を受賞

(単位:百万円)	売上高	営業利益	(率)
‘09／3期	99,622	3,146	3.2%
‘08／3期	97,438	2,213	2.3%

5. 部門別概況③：国際事業(生産財)

国際事業(生産財)

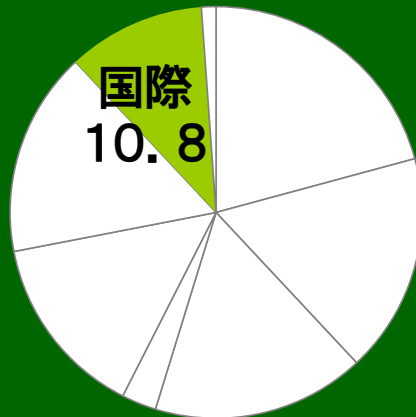


International
Operations

売上高

35,337百万円

(前期比20.9%減)



➤ 海外生産財(国際営業部門)は、新興国の設備投資需要が減退し、減収減益。

□ 各地の需要対応、サービス拡充に向けて、拠点(組織)・支援体制を拡充。

→ フィリピン、ポーランドに新たな拠点、中国・東莞にショールームを設置。ドイツを現法化。

□ シカゴショー出展をはじめ、各地展示会出展・オープンハウス開催で、新規顧客開拓は順調。

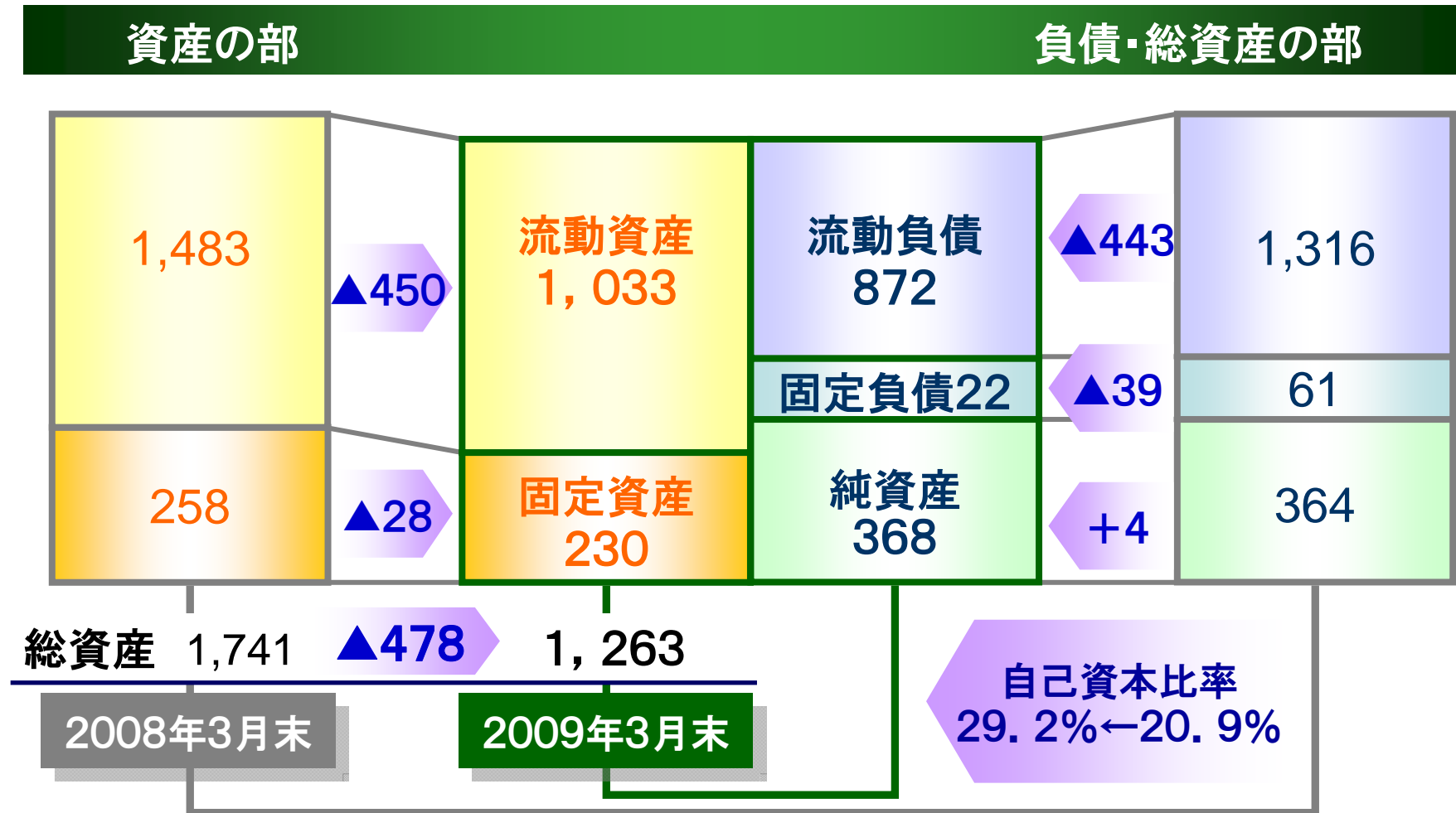


(単位:百万円)	売上高	営業利益	(率)
'09/3期	35,337	456	1.3%
'08/3期	44,701	1,833	4.1%

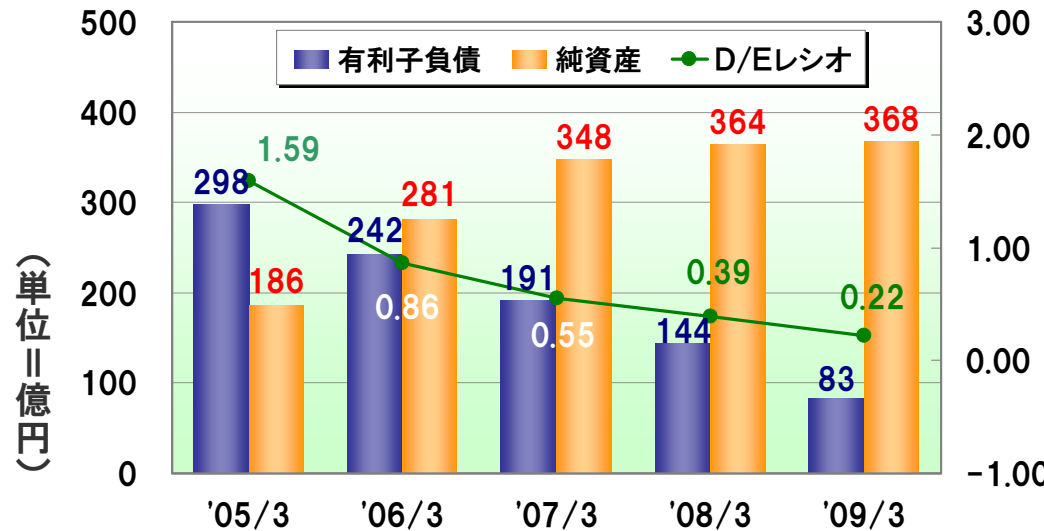
6. 貸借対照表(連結)

- 総資産圧縮で、資産効率・自己資本比率は大幅に向上。

(単位:億円)



7. 財務の状況、キャッシュフロー



➤ 財務体質強化が進む。

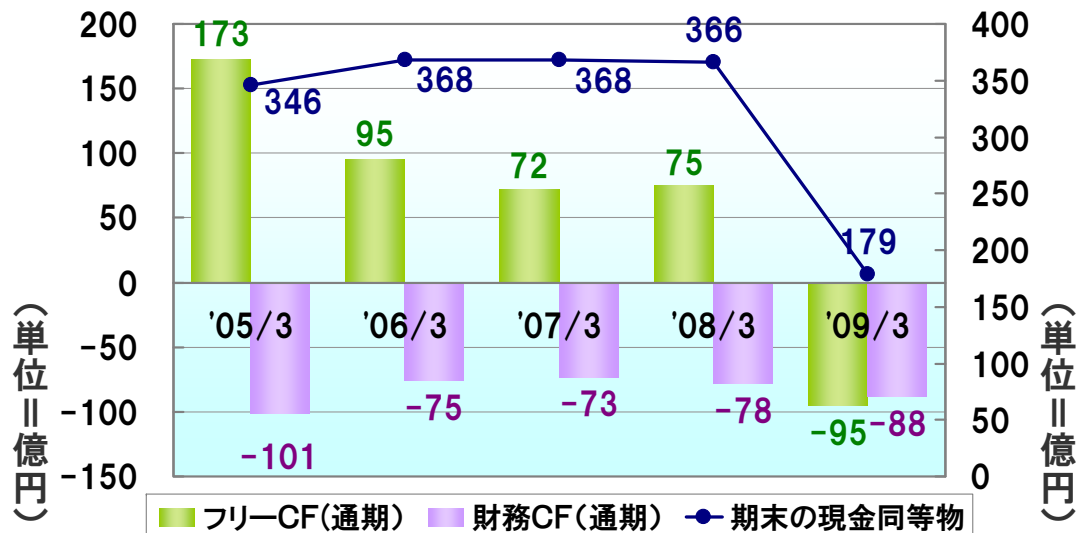
- 2005年3月期比で有利子負債は3割弱、純資産は約2倍に
- D/Eレシオは0.22倍 (現預金加味したネットでは△0.26倍)に

※D/Eレシオ=有利子負債÷純資産

➤ 支払回転率の向上により、フリーCFは一過性のマイナスに。

- 財務CFは5年平均で△83億円～一貫して借入金返済を実施

※フリーCF=営業CF+投資CF



Ⅱ. 2010年3月期の業績予想





1. 本年度の事業環境の見通し
2. 2010年3月期(第64期)定量計画
3. 部門別売上高計画(連結)



広島支社新社屋が竣工(2009年9月予定)

1. 本年度の事業環境の見通し

- 国内外、全業種ともに急速な回復・持ち直しは期待薄。

	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	輸出の減少が国内需要の減少に波及。設備稼働率の低下で、自動車・電子デバイスなどの輸出企業を中心に、設備投資が大幅に減少。在庫調整も成長率を押し下げ。	
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	価格や金利といったプラス要因はあるものの、将来への不安要素が強く、住宅需要増は期待薄。過去最大規模の住宅ローン減税や環境投資を注視。	
3	消費財事業 — 家庭機器	消費性向 日本DIY協会統計	給与所得の減少、雇用環境の先行き不安、株価下落による逆資産効果などを背景に、名目消費は大幅に減少。	
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 etc.	欧米向け、または欧米景気の悪化に連動して、アジアも減少傾向が続く。円高のマイナス影響も顕在化。機械輸出の低迷は長期化の公算。	

※ 当社判断に基づく

2. 2010年3月期(第64期)定量計画

- 次年度につなげる足固めとして最低限の業績の確保を図る。

(単位:百万円、%)

科目	2009年3月期 (第63期)	2009年9月 (第2四半期)	2010年3月期 (第64期)	前期比 増減率
売上高	325,947	138,000	290,000	△11.0
< 単体 >	313,112	131,000	277,000	△11.5
営業利益	6,807	1,150	3,700	△45.6
< 単体 >	6,289	1,050	3,100	△50.7
経常利益	7,152	1,300	4,000	△44.1
< 単体 >	6,626	1,200	3,400	△48.7
当期純利益	3,791	750	2,300	△39.3
< 単体 >	3,545	650	1,850	△47.8

3. 部門別売上高計画(連結)

(単位:百万円、%)

部 門	2009年3月期 (第63期)	構成比	2010年3月期 (第64期)	構成比	前期比 増減率
工 作 機 械 部 門	68,340	21.0	41,500	14.3	△ 39.3
産業システム部門	55,455	17.0	52,000	17.9	△ 6.2
機 械 工 具 部 門	54,833	16.8	52,000	17.9	△ 5.2
システムエンジニアリング部門	8,505	2.6	6,300	2.2	△ 25.9
(生産財部門合計)	187,135	57.4	151,800	52.3	△ 18.9
住 設 建 材 部 門	47,494	14.6	50,000	17.2	5.3
家 庭 機 器 部 門	52,128	16.0	55,000	19.0	5.5
(消費財部門合計)	99,622	30.6	105,000	36.2	5.4
国 際 営 業 部 門	35,337	10.8	29,200	10.1	△ 17.4
そ の 他 部 門	3,851	1.2	4,000	1.4	3.9
合 計	325,947	100.0	290,000	100.0	△ 11.0

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. 事業戦略(2007/4～2010/3)
4. 「GVP_(re)15」主要トピックス
5. 「GVP_(re)15」定量計画(連結)

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



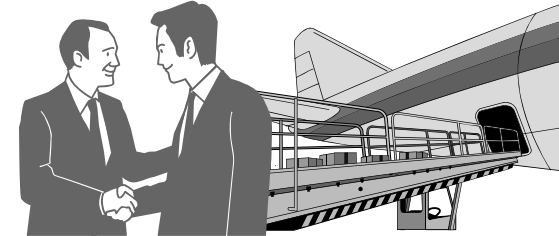
- さまざまな「15」指標への挑戦とこだわりで、徹底した問題解決(商品・サービス)提案を展開し、お客様の満足(感動)と自らの達成感(感動)を分かち合い、結果として各事業領域において優位性ある地位を築きたい。

3. 事業戦略(2007/4~2010/3)

生産財事業 — 国内

工作機械販売をはじめ、生産財各分野(ジャンル)でシェアNo1を目指す。顧客ニーズに的確に対応する体制と情報力(CRM)で、深みのある提案営業を推進する。

- ☉用途別専門展示会による潜在需要の喚起
- ☉顧客接点機会の創出と充実
- ☉電子商取引(プロキュバイネット)の拡大



消費財事業 — 住設建材

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開拓と深耕
- ☉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



消費財事業 — 家庭機器

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、営業力集中化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

生産財事業 — 海外 (国際)

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す。

- ☉サービス拠点の増設
- ☉国際展示会への出展拡大とオープンハウスの開催

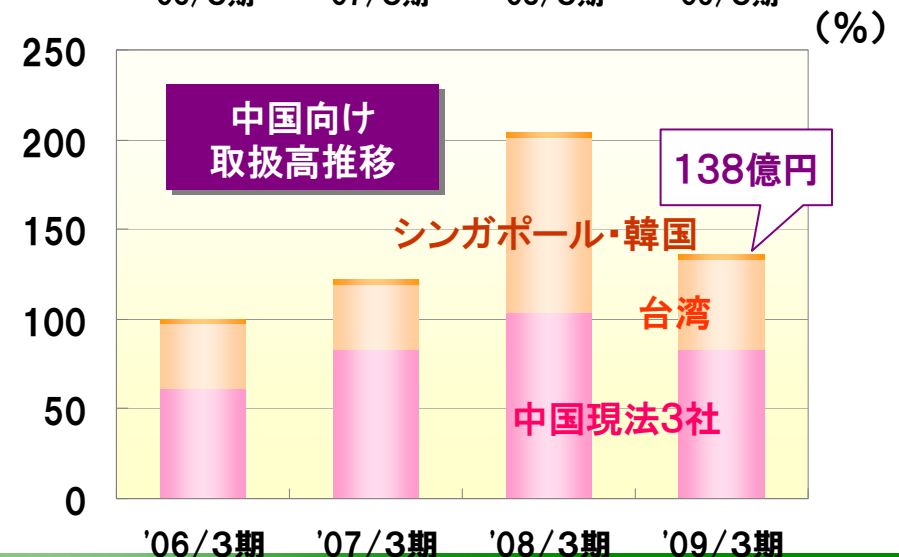
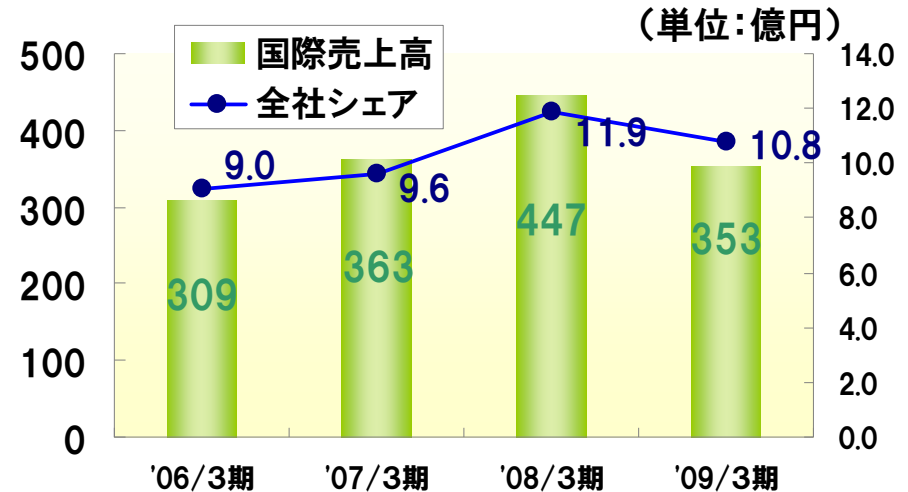


4. 主要トピックス②: 海外生産財事業の拡充

海外売上高比率を15%に

- フィリピン、ポーランドに新たに拠点を設置。ドイツを現法化。
 - ➡ 各地の需要対応、サービス拡充に向けて、拠点(組織)・人員配置(交流)を拡充。
- 海外新規顧客開拓数は前期(累計)約900社に。
- 中国向け販売基盤の整備進む。
 - ➡ 華南地区東莞にショールーム・オープン、3現法の連携を強化。

海外人員数	'08年3月末	'09年3月末
本部スタッフ	67名	67名
駐在員	42名	41名
現地社員	553名	548名
(内、エンジニア)	162名	161名
合計	662名	656名



5. 「GVP_(re)15」 定量計画(連結)

■ 損益計画(修正)

(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	325,947	290,000
営業利益	12,318	11,518	6,807	3,700
経常利益	12,913	11,405	7,152	4,000
当期純利益	7,506	5,496	3,791	2,300

■ 主要財務指標

(単位:%)	2007年3月期	2008年3月期	2009年3月期	2010年3月期
売上高経常利益率	3.4	3.0	2.2	1.4
自己資本比率	18.3	20.9	29.2	31.5
総資産経常利益率	6.9	6.3	4.8	3.2

IV. 2009年度の取り組み

1. 当期の経営方針

2. 当期の取り組み

3. 当期の重点テーマ：環境ビジネス



||| →

[2005年度]
参加企業：653社
削減CO2 8,015トン



||| →

[2006年度]
参加企業：645社
削減CO2 12,332トン



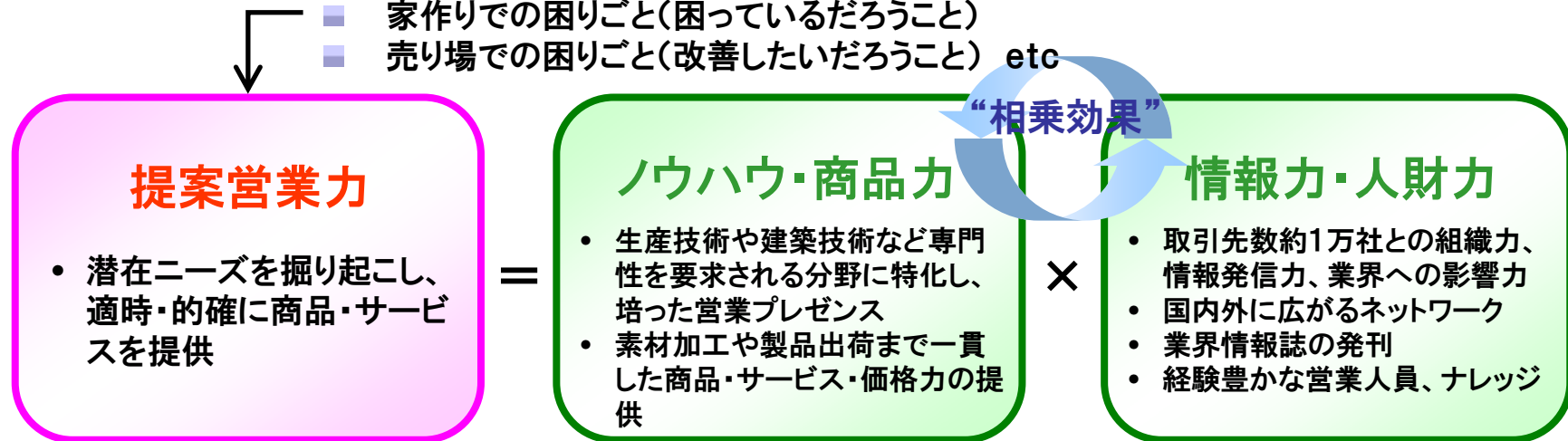
||| →

[2007年度]
参加企業：780社
削減CO2 20,159トン

1. 当期の経営方針: 変化を好機に～更なる攻めの経営を推進

➤ 「山善の強み＝提案力」を活かし、前向きにアクションを起こす。

- 生産(技術)現場での困りごと(困っているだろうこと)
- 家作りでの困りごと(困っているだろうこと)
- 売り場での困りごと(改善したいだろうこと) etc

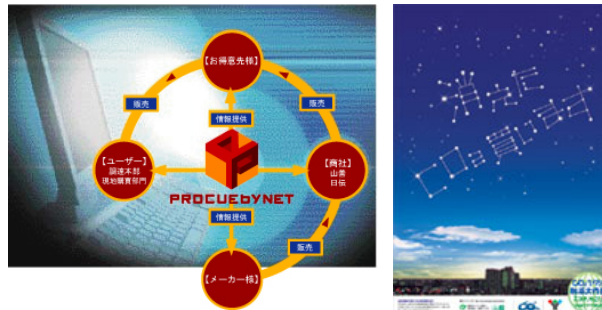


＜提案例＞

■ 情報が結合する「場」の提供による解決



■ 業務支援(機能)による解決
■ 新規性ある企画による解決



■ 多メーカー商品組合せによる解決
■ オリジナル商品開発による解決



2. 当期の取り組み①: 生産財事業

国内(4部門)／売上計画1,518億円

- 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。



- 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
- 産業システム分野での、環境機器販売を再強化

海外(国際)／売上計画292億円

- グローカル力強化に向けたインフラ／サービス網の整備を継続。



- 各国新規開拓した顧客(約900社)との取引を深耕
- 海外拠点間、国内部門との連携を強化
- 国際ルール、コンプライアンスの徹底
 - ➔ 強固な輸出管理体制(出荷・フォローアップ)を強みにした商圏・商材の拡充へ

2. 当期の取り組み②:消費財事業

住設建材／売上計画500億円

➤ 住宅需要低迷の中、成長分野／主力メーカーとの取り組みに注力。



- 太陽光発電を基点とした環境適応住宅の提案
→ +エコキュート、+エコウィル、+省エネ機器
- 邸別配送システムの活用によるデリバリー力強化、建材アイテムの拡充
- 広域担当営業の増強、技術力:有資格者の増員

家庭機器／売上計画550億円

➤ アイディア・価格で潜在需要を掘り起こし、デリバリー力で納品率向上。

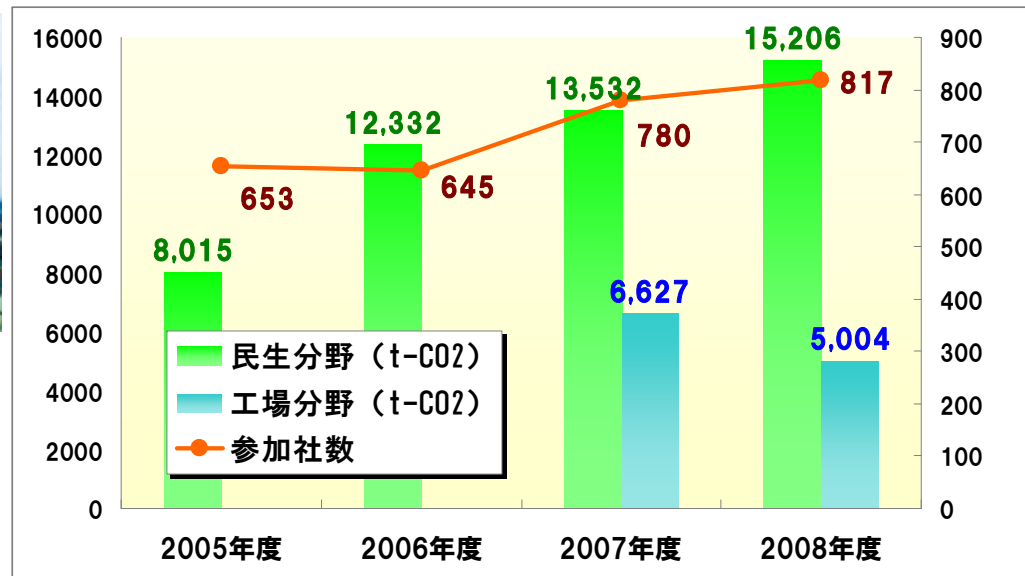


- 納品率向上による顧客満足度向上へ
- 今シーズンのPB扇風機出荷200万台(計画)へ
- 30周年企画:「清水国明ベストセレクション」+「エコ択」+「新Webサイト開設」で、プロモーション活動を強化
- 暮らしのeショップは年商20億円に挑戦

3. 当期の重点テーマ：環境ビジネス

CO₂削減：グリーンボールプロジェクト

- 製品CDMの先駆けとして2005年度より活動を展開中。前期より削減効果分をCERと交換するスキーム(国内初)に発展。
- 省エネ法改正、グリーンニューディールといった環境機器需要に対応、「商売と環境の両立」を目指します。
 - ⊙ 関連する環境商品売上は年100億規模、エコキュート取扱シェアは5%に。
 - ⊙ 産業システム(工場向け)は、対象商品を26アイテム(18メーカー)に拡大。



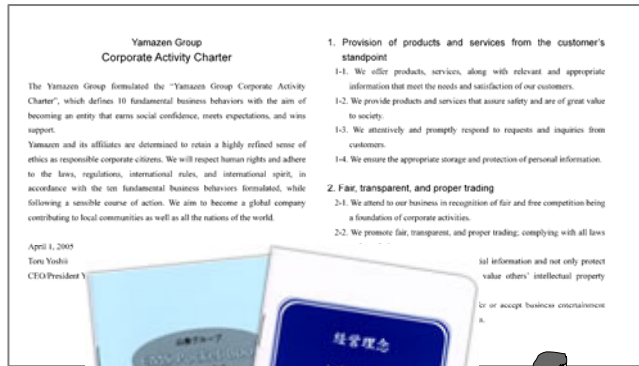
V. コーポレートガバナンス、株主還元

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

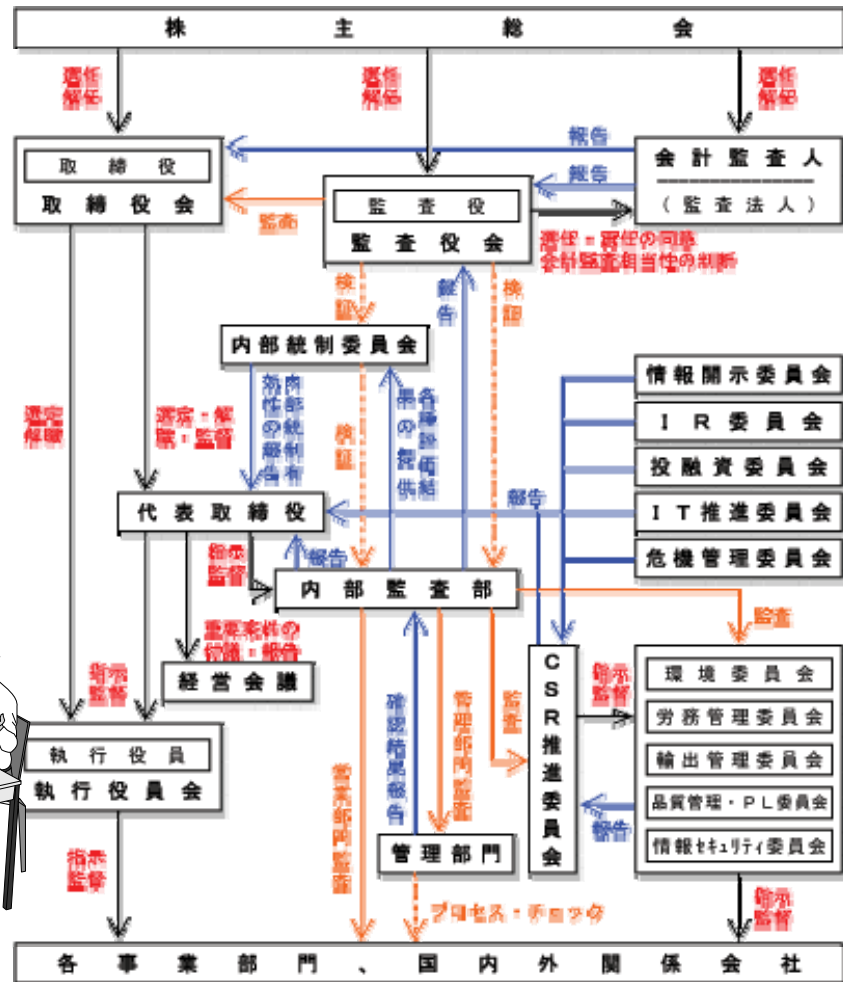
1. CSR、コーポレートガバナンスの取り組み

➤ 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。

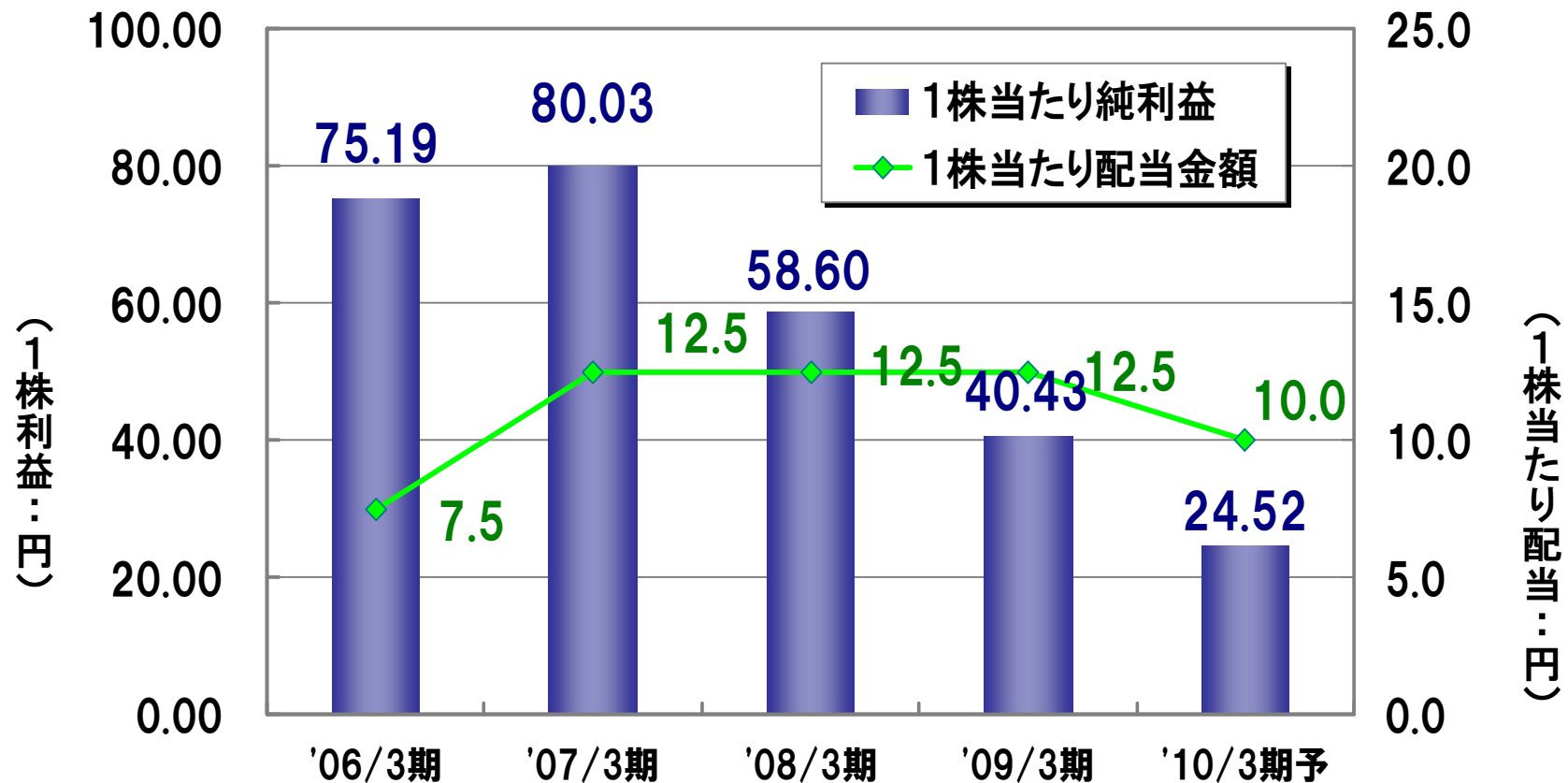
■ 配当金の推移

		'06/3期	'07/3期	'08/3期	'09/3期	'10/3予
連結配当性向		10.0%	15.6%	21.3%	30.9%	40.8%
配当金額	中間	—	—	5.0円	5.0円	5.0円
	期末	7.5円	※12.5円	7.5円	7.5円	5.0円

※期末配当金10.0円＋記念配当2.5円

3. 当期の配当

- 連結配当性向:40.8%を予定。
- 配当金額:中間5.0円+期末5.0円=年間10.0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。