



2010年3月期
第2四半期
決算説明会

2009年11月19日

AGENDA

- I. 2010年3月期第2四半期決算の概要
- II. 2010年3月期の業績予想
- III. 中期経営計画、当期の取り組み状況
- IV. コーポレートガバナンス、株主還元

I. 2010年3月期第2四半期決算の概要

1. 2010年3月期(第64期)2Q連結業績
2. 部門別売上高実績
3. 四半期業績比較
4. 部門別概況
5. 貸借対照表
6. 財務の状況、キャッシュフロー

1. 2010年3月期(第64期)第2四半期連結業績

- 国内外の設備投資・生産抑制により、想定以上に生産財事業の業績が苦戦し、中間期としては15年ぶりの四半期純損失に。

(単位:百万円)	2009年3月期 (第2四半期)	2010年3月期 (第2四半期)	比 較 増 減	
			金 額	率 (%)
売 上 高	186,743	109,500	△ 77,243	△ 41.4
売上総利益	21,394	14,008	△ 7,386	△ 34.5
販売管理費	16,692	14,616	△ 2,076	△ 12.4
営業利益・損失	4,702	△ 607	△ 5,309	—
経常利益・損失	5,134	△ 882	△ 6,016	—
特 別 利 益	0	—	—	—
特 別 損 失	61	2	△ 59	△ 96.7
四半期純利益・損失	2,892	△ 659	△ 3,551	—

2. 部門別売上高実績(連結)

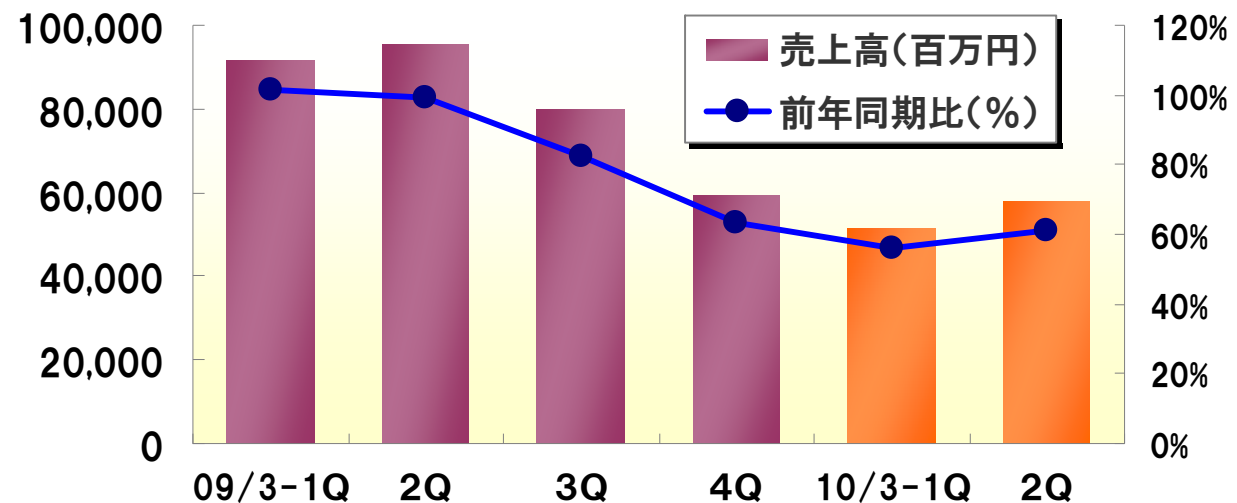
(単位:百万円)

部 門	2009年3月期 (第2四半期)	2010年3月期 (第2四半期)	比 較 増 減	
			金 額	率 (%)
工 作 機 械 部 門	41,278	11,925	△ 29,352	△ 71.1
産 業 シ ス テ ム 部 門	32,030	18,549	△ 13,481	△ 42.1
機 械 工 具 部 門	31,908	17,646	△ 14,262	△ 44.7
S E 部 門	5,403	2,129	△ 3,274	△ 60.6
(生産財部門合計)	110,620	50,250	△ 60,370	△ 54.6
住 設 建 材 部 門	24,366	22,419	△ 1,946	△ 8.0
家 庭 機 器 部 門	25,337	25,964	627	2.5
(消費財部門合計)	49,704	48,384	△ 1,319	△ 2.7
国 際 営 業 部 門	24,262	9,234	△ 15,028	△ 61.9
そ の 他 部 門	2,156	1,631	△ 525	△ 24.3
合 計	186,743	109,500	△ 77,243	△ 41.4

3. 四半期業績比較①: 売上高・利益

(単位:百万円)	1Q	2Q	四半期比較増減	
	('09/4-6)	('09/7-9)	金額	率(%)
売上高	51,506	57,993	6,487	12.6
営業利益	△1,071	463	1,535	—
経常利益	△1,123	241	1,364	—
四半期純利益	△737	78	815	—

■売上高四半期推移
(過去1年)



3. 四半期業績比較②:部門別売上高

(単位:百万円)

部 門	1Q ('09/4-6)	2Q ('09/7-9)	四 半 期 比 較 増 減	
			金 額	率 (%)
工 作 機 械 部 門	5,672	6,253	581	10.3
産 業 シ ス テ ム 部 門	8,472	10,076	1,603	18.9
機 械 工 具 部 門	8,554	9,091	537	6.3
S E 部 門	897	1,231	334	37.3
(生産財部門合計)	23,596	26,653	3,057	13.0
住 設 建 材 部 門	10,507	11,911	1,404	13.4
家 庭 機 器 部 門	12,542	13,422	880	7.0
(消費財部門合計)	23,050	25,334	2,284	9.9
国 際 営 業 部 門	4,079	5,154	1,075	26.4
そ の 他 部 門	780	850	70	9.0
合 計	51,506	57,993	6,487	12.6

4. 部門別概況①:生産財事業(機械・産業システム・工具・SE)

売上高

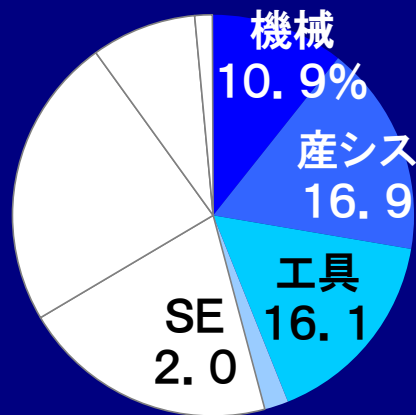
50,250百万円

(前年同期比54.6%減)

営業利益(率)

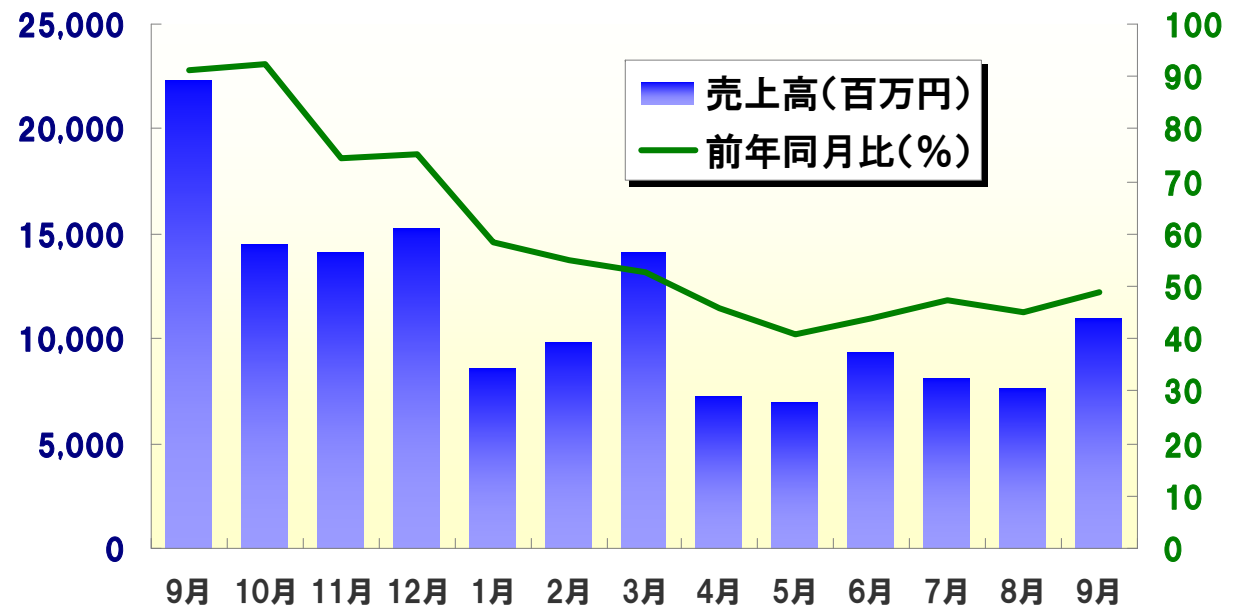
▲ 378百万円

(一%)



➤ 主要マーケットである自動車関連業種をはじめ、全業種において設備投資抑制や大幅な生産調整が続き、生産財全部門とも減収減益。

□ 工作機械受注は1-3月を底に、1Q~2Qにかけて回復傾向にあるが、先行き不透明により本格的な回復には至らず。



※ 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。

4. 部門別概況②：消費財事業（住設建材・家庭機器）

売上高

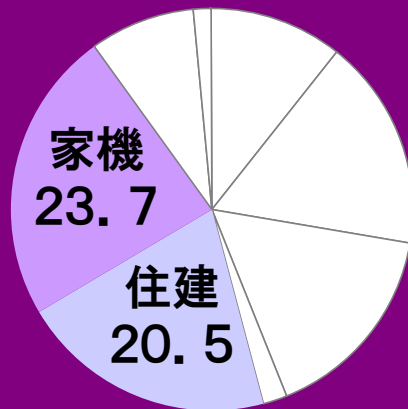
48,384百万円

（前年同期比2.7%減）

営業利益（率）

1,543百万円

（3.2%）



- 住設建材部門は、住宅関連市場（新築・リフォーム）の低迷で、厨房機器・建材等の需要が減退するなか、前年同期比8%減収にとどまる。
 - 「グリーンボールプロジェクト（環境）」や「太陽光事業化」などの提案営業が功を奏し、「太陽光発電システム」の販売が前年同期で2.2倍に拡大。
- 家庭機器部門は、市場ニーズ（品質＋低価格志向）に即したオリジナル商品群の充実で増収。
 - 天候不順の影響で、扇風機類の販売台数は想定より伸び悩んだ（186万台／前年同期比110%）が、調理家電、マッサージ器類の販売が好調。



<太陽光事業化提案会>



<2009ハードウェアショー>

4. 部門別概況③：国際事業(生産財)

売上高

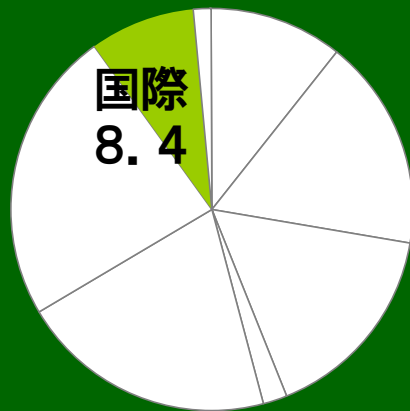
9,234百万円

(前年同期比61.9%減)

営業利益(率)

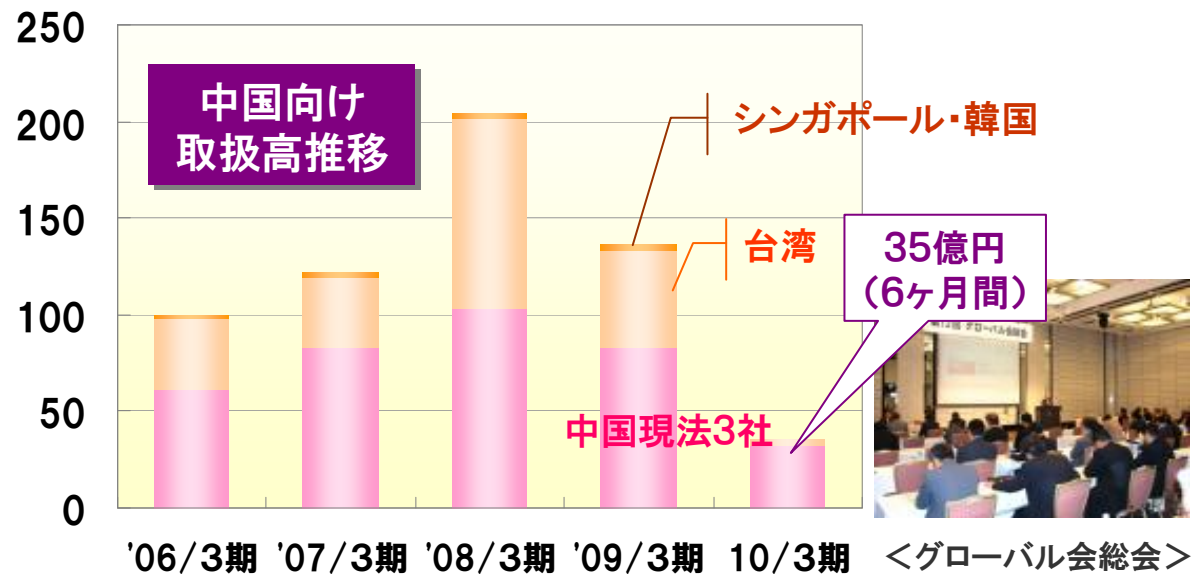
▲ 462百万円

(一%)



➤ 国際営業部門(海外生産財)は、カバーエリアすべての国や地域で工作機械を中心に設備需要の低迷が続き減収。

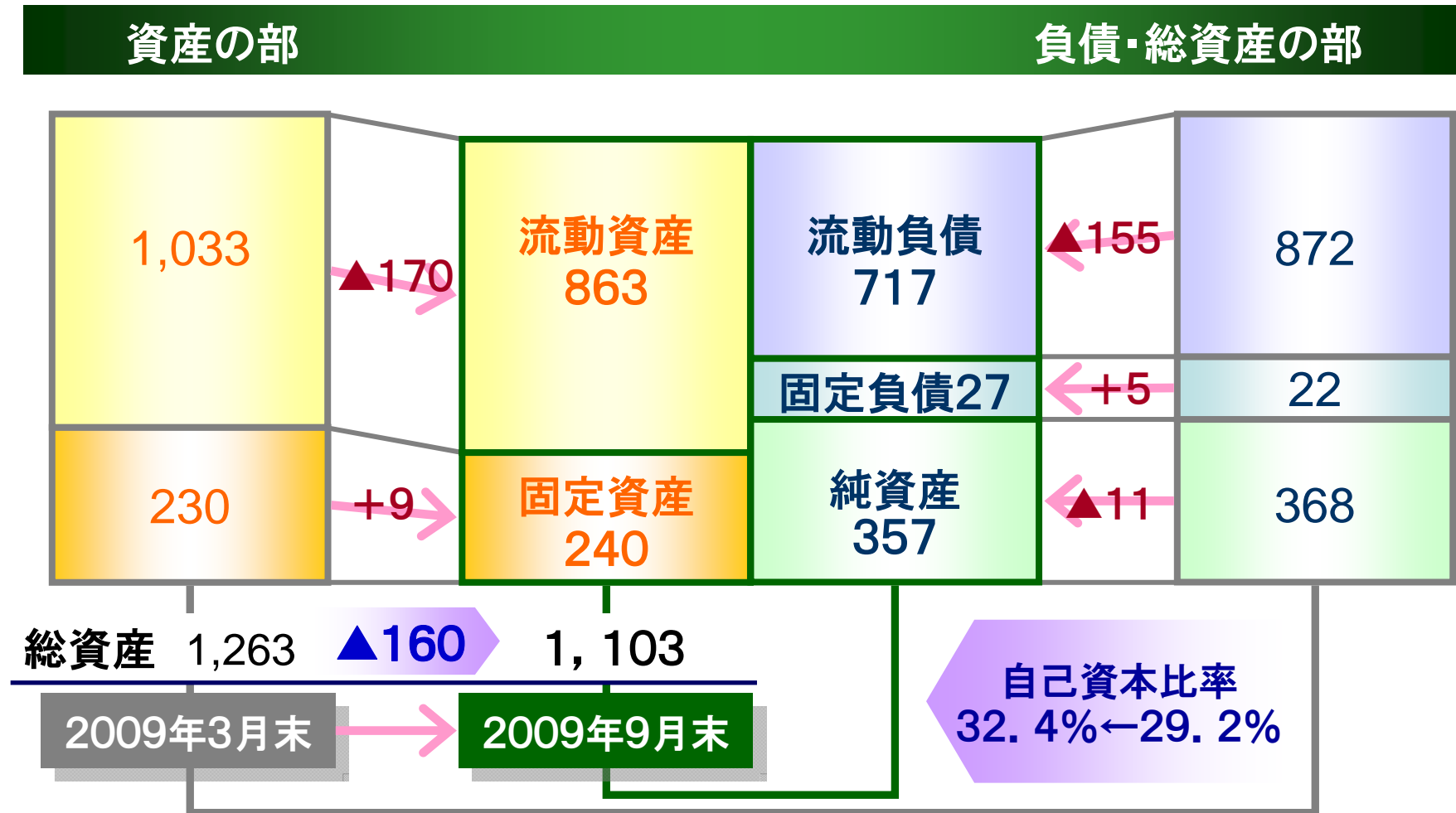
- 工作機械受注(外需)は内需同様、1~2Qで回復傾向にあるが、国によりバラツキがある状況。
- 今後の需要回復やサービス拡充に向けて、欧州・アジア地区の拠点(組織)・支援体制を拡充。



5. 貸借対照表(連結)

- 販売(仕入)債権の大幅減少で、総資産圧縮。自己資本比率は向上。

(単位:億円)

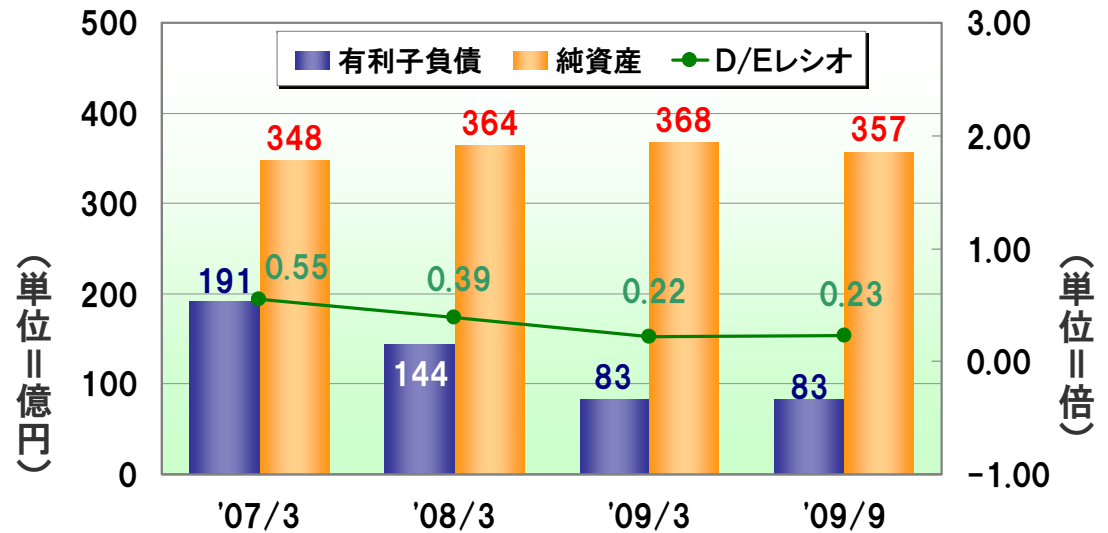


6. 財務の状況、キャッシュフロー

➤ 不況下も安定的な財務水準を維持。

⇒ 有利子負債は100億円内を堅持、D/Eレシオも0.23倍(現預金加味したネットでは△0.27倍)を維持。

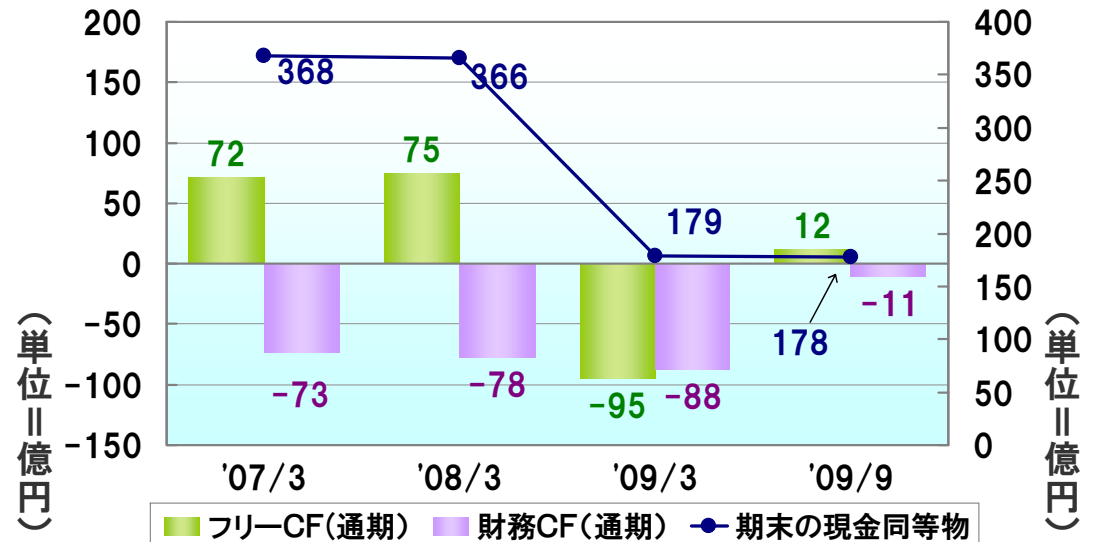
※D/Eレシオ=有利子負債÷純資産



➤ フリーCFは黒字、現金同等物残高も前期末水準を維持。

⇒ 3年半平均／
フリーCF:18億円、
財務CF:△71億円

※フリーCF=営業CF+投資CF



Ⅱ. 2010年3月期の業績予想





1. 本年度下期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10月)

1. 本年度下期の事業環境の見通し

- 国内外、全業種ともに持ち直しの動きあるものの、急速な回復は期待薄。

	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	一時期の設備過剰感は弱まっているものの、依然として企業収益の減少、外需の下振れ懸念など、先行き不透明感も高く、企業の設備投資計画も低調で、急激な回復は期待薄。	
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	住宅建設の減少続く。経済対策効果への期待感あるも、雇用・所得環境厳しく、当面弱含みの推移が続く。地域間格差も広がる見込み。	
3	消費財事業 —家庭機器	消費性向 日本DIY協会統計	内需刺激策効果で消費マインドに持ち直しの動き。但し、雇用・所得環境の先行き不安で効果はまだ限定的。	
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.	アジアを中心に景気持ち直しの動きで、輸出は増加傾向に。一方、欧米での本格的な景気回復には未だしばらく時間を要す公算。	

※ 当社判断に基づく

2. 2010年3月期業績予想(連結)

- 下期生産財事業の回復見込むも、上期不振により当期予想を修正。

(単位:百万円)	2009年 3月期	2010年3月期		前期比 増減率%
		(第2四半期)	修正(通期)	
売上高	325,947	109,500	230,000	△ 29.4
< 単体 >	313,112	103,910	218,000	△ 30.3
営業利益	6,807	△ 607	1,130	△ 83.4
< 単体 >	6,289	△ 257	1,200	△ 80.9
経常利益	7,152	△ 882	1,000	△ 86.0
< 単体 >	6,626	△ 587	1,000	△ 84.9
当期純利益	3,791	△ 659	430	△ 88.7
< 単体 >	3,545	△ 563	300	△ 91.5

3. 部門別売上高計画(連結)

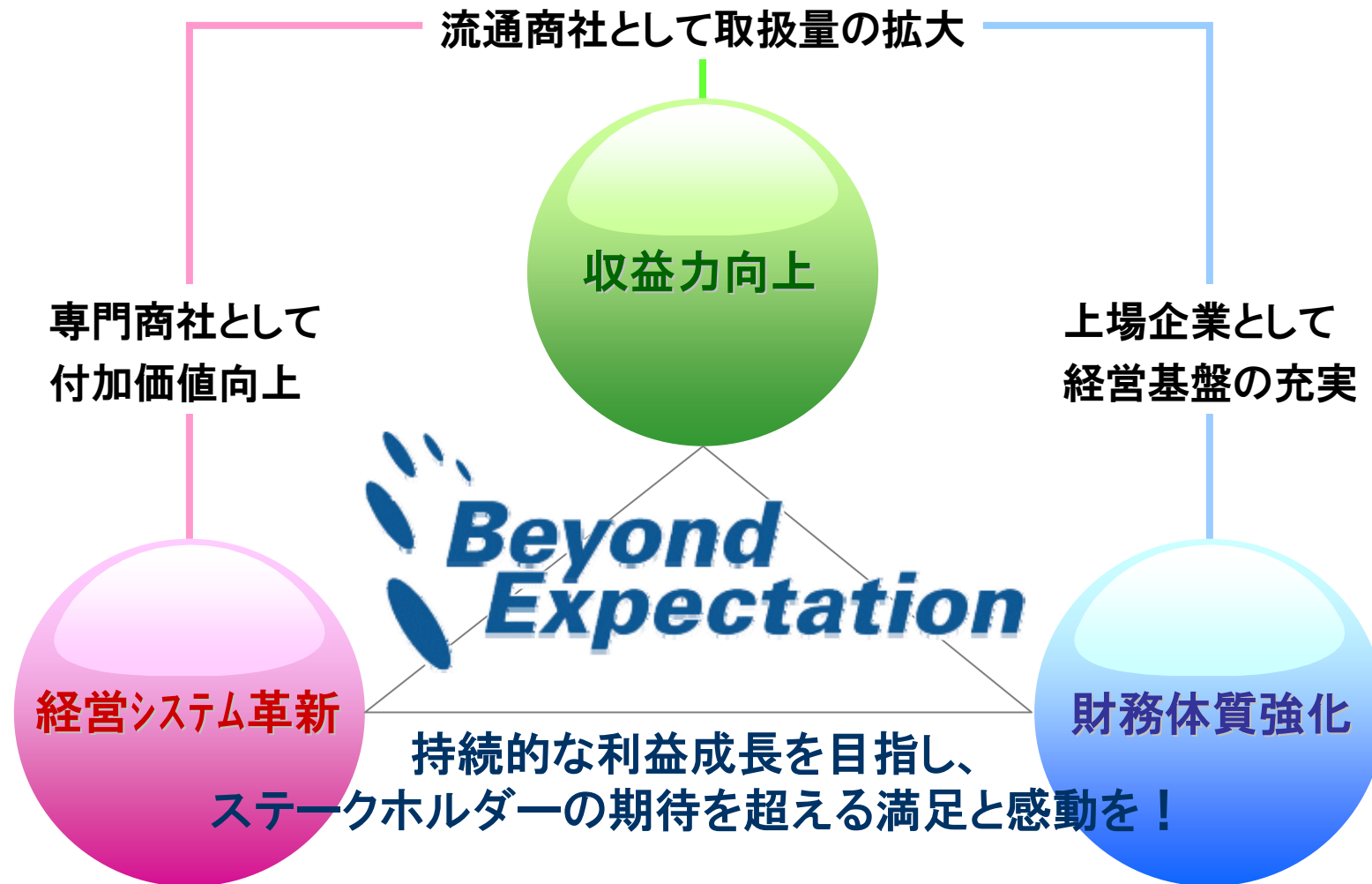
(単位:百万円)	2009年3月期 (通期)	構成比	2010年3月期 (通期)	構成比	前期比 増減率%
工作機械部門	68,340	21.0	24,000	10.4	△ 64.9
産業システム部門	55,455	17.0	39,000	17.0	△ 29.7
機械工具部門	54,833	16.8	37,000	16.1	△ 32.5
S E 部門	8,505	2.6	4,500	1.9	△ 47.1
(生産財部門合計)	187,135	57.4	104,500	45.4	△ 44.2
住設建材部門	47,494	14.6	45,500	19.8	△ 4.2
家庭機器部門	52,128	16.0	54,500	23.7	4.6
(消費財部門合計)	99,622	30.6	100,000	43.5	0.4
国際営業部門	35,337	10.8	22,500	9.8	△ 36.3
その他部門	3,851	1.2	3,000	1.3	△ 22.1
合計	325,947	100.0	230,000	100.0	△ 29.4

Ⅲ. 中期経営計画、当期の取り組み状況

1. ビジョン、中期的経営方針
2. 中期経営計画「GVP_(re)15」
3. 山善の強み
4. (当期の)主要トピックス
5. 今後の取り組み

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

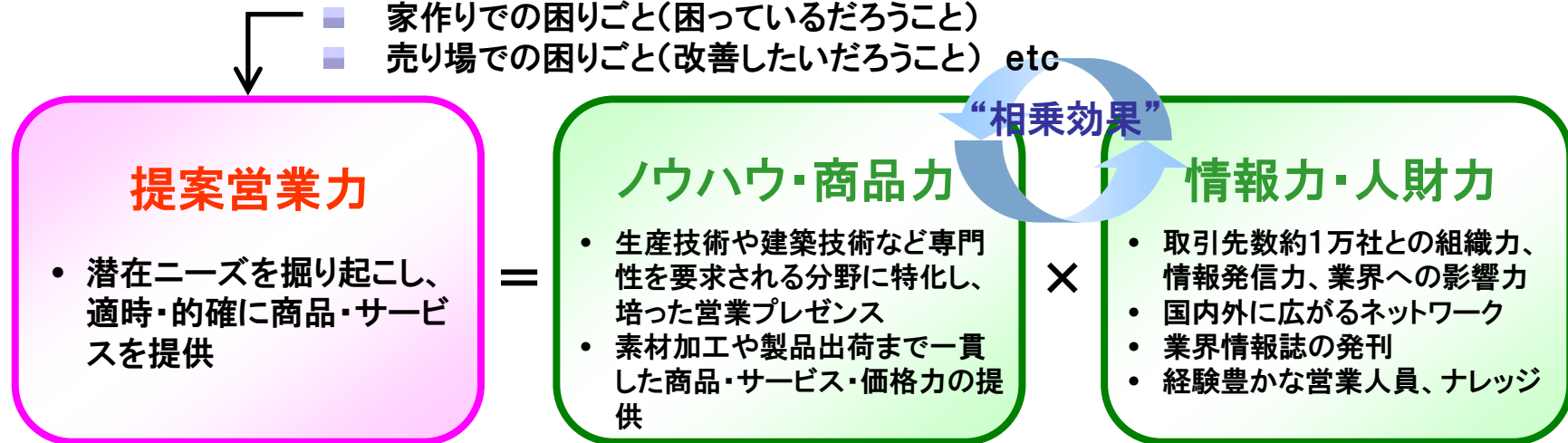


- さまざまな「15」指標への挑戦とこだわりで、徹底した問題解決(商品・サービス)提案を展開し、お客様の満足(感動)と自らの達成感(感動)を分かち合い、結果として各事業領域において優位性ある地位を築きたい。

3. 山善の強み:『提案力・ソリューション力』

➤ 変化を好機に、強みを活かした更なる攻めの経営を推進。

- 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

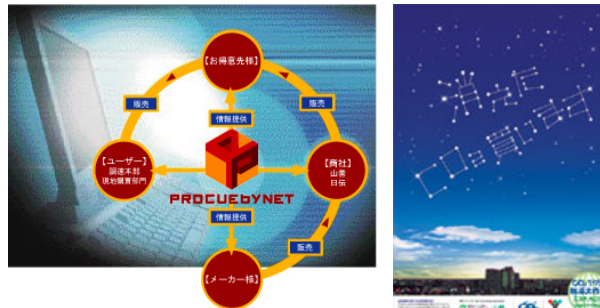


<提案例>

■ 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



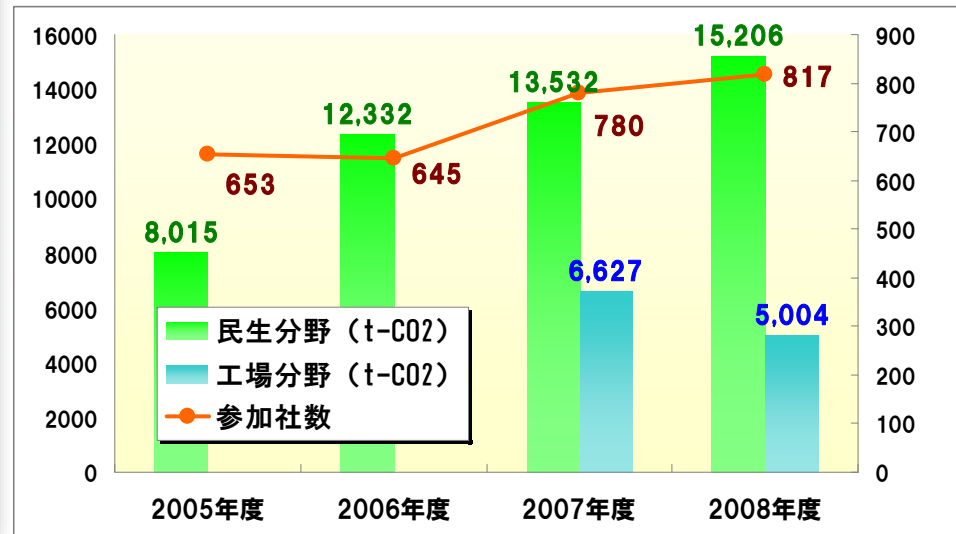
4. 主要トピックス①:環境ビジネス

CO₂削減:グリーンボールプロジェクト



➤ 環境機器販売によるCO₂削減効果実績 ≧ 8,500ト(当2Q累計)

- エコキュートなどGBP関連商品の売上は半期で100億円規模に拡大。
- 政府公約目標に呼応し、製造業(産業システム)の引き合い増、新たに工場向け対象商品を40アイテム(27社)に拡充。



4. 主要トピックス②:太陽光発電システム

3年後売上高100億円へ

➤ 2Qまでの製品取扱高は前年の約2.2倍に。

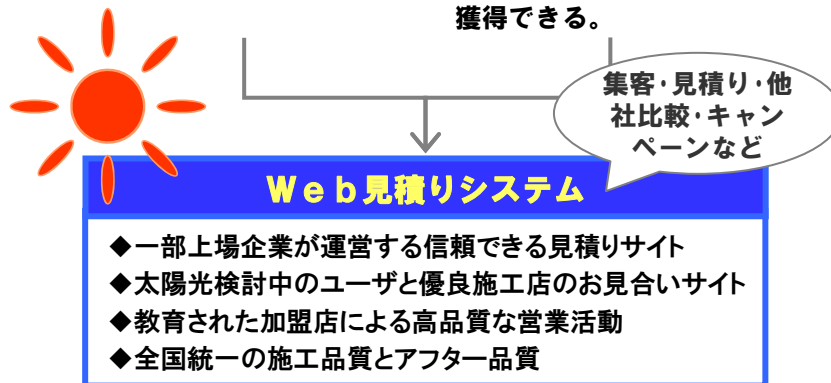
⇒ 全国各地での販売店・施工店への事業化提案会・導入研修会を通じ、需要増への事業化サポート体制を強化。



太陽光発電事業化セミナー



施主	施工店
<ul style="list-style-type: none"> ・設置したいがどこに頼めば良いか分からない。 ・信頼できる業者か不安。 ・できるだけ安く設置したい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・自社での営業の他にWebからの施主の受注が期待できる。 ・山善の認定店という信頼が獲得できる。



➤ 太陽光発電Web見積りシステム(サイト)を開設。

⇒ 拡大する製品需要に対応し、潜在顧客(施主)を集客、各地の販売店・施工店との連携を拡充。

4. 主要トピックス③: Webプロモーション

ネット上での集客・案件獲得を強化



- MROカタログサイト「IST(イスト)」を開設:

⇒ プロキュバイネット(業務合理化提案)に加え、異業種(潜在顧客)開拓による生産財副資材ルートの活性化、プロキュバイネットへの誘導に着手。

IST industrial systems & tools



- 「くらす+YAMAZEN」開設:

⇒ 店頭・ネットでの競争力向上へ、オリジナル商品のブランド力・認知度を上げる情報を拡充。

くらす + YAMAZEN

くらやま! ほどよいクラスであなたと暮らす

5. 今後の取り組み①: 生産財事業

国内(4部門)／売上計画1,045億円

➤ 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、工場環境展、メカトロフェア」など、用途別専門展示会の強化に加え、「ザ・解決展」などのソリューション色を濃くした新たな課題別展示会を拡充
- 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225億円

➤ 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。



- ベトナムを現地法人化、市場での本格営業を開始
- ドイツ法人での有力製品の欧州地区販売権を獲得
- 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・商材の拡充を継続

5. 今後の取り組み②:消費財事業

住設建材／売上計画455億円

- 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。



- 太陽光発電システム、エコキュート、延長修理保証を基
点とした環境適応、安心住宅の提案を拡充
- 首都圏で邸別配送システムの稼働開始
→ デリバリーカ、サポート力拡充で、住宅会社とのア
ライアンス強化を目指す
- 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545億円

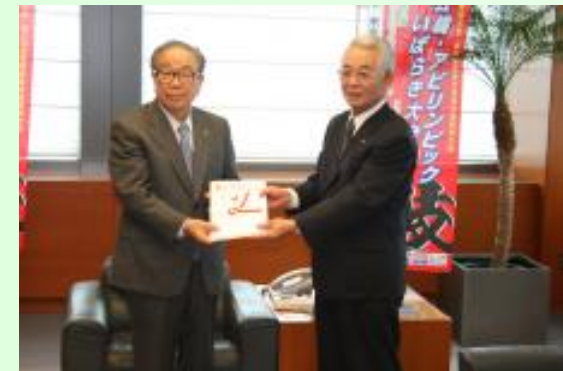
- アイディア・価格で潜在需要を掘り起こし、デリバリー力で納品率向上。



- 納品率アップによる顧客満足度向上活動を継続
- 冬物家電の今シーズン出荷290万台(計画)へ
- 新規顧客開拓へ:「どこでもシリーズ」の企画商品を新規
に立ち上げ、新分野での商品開発を推進
- 暮らしのeショップをはじめ、ネット対策を強化

IV. 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



技能五輪・アビリンピックいばらき大会に協賛
(2009年9月)

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。



事業系廃棄物減量で大阪市長から感謝状を授与(2009.10)

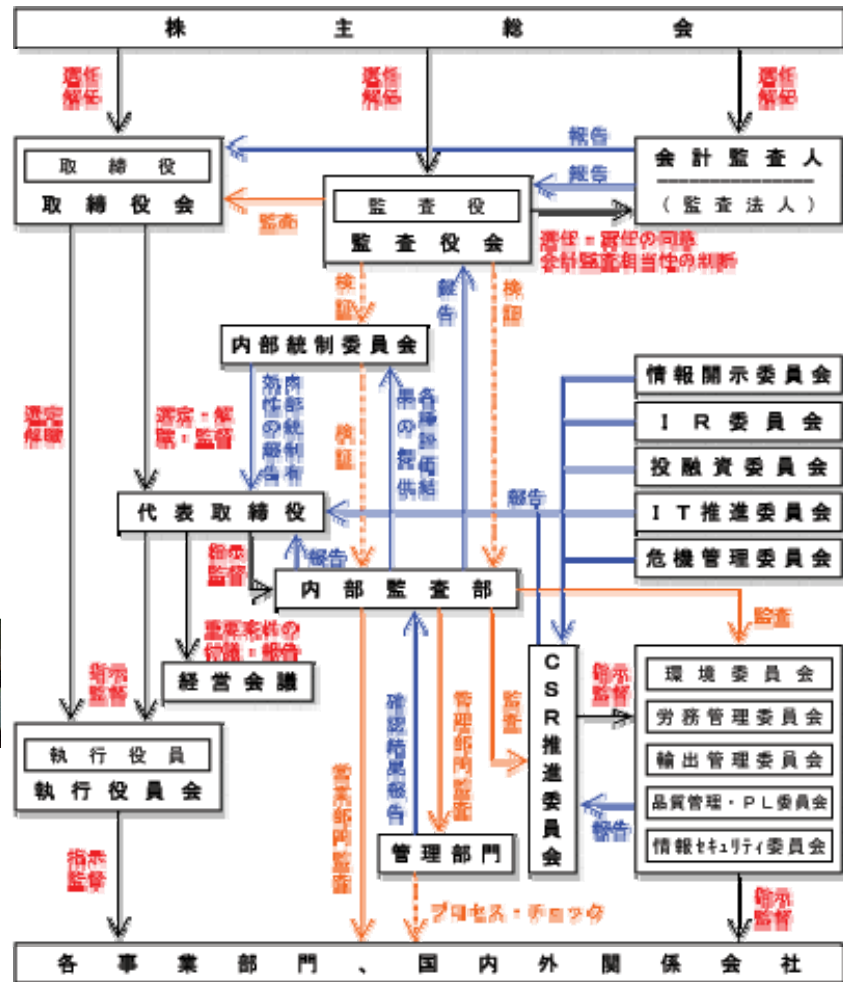


コールセンタ研修を実施(2009.08)

山善大阪本社が公園美化運動功労者として大阪市長表彰 2008.9

貴団体の多年にわたるもの
美化活動は、わが国に
誠心誠意と取り組んで
まいりました。
この功績を表彰し、
感謝を申し上げます。
平成二十年九月九日
大阪市長 平松邦夫
株式会社山善大阪支店

感謝状



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。

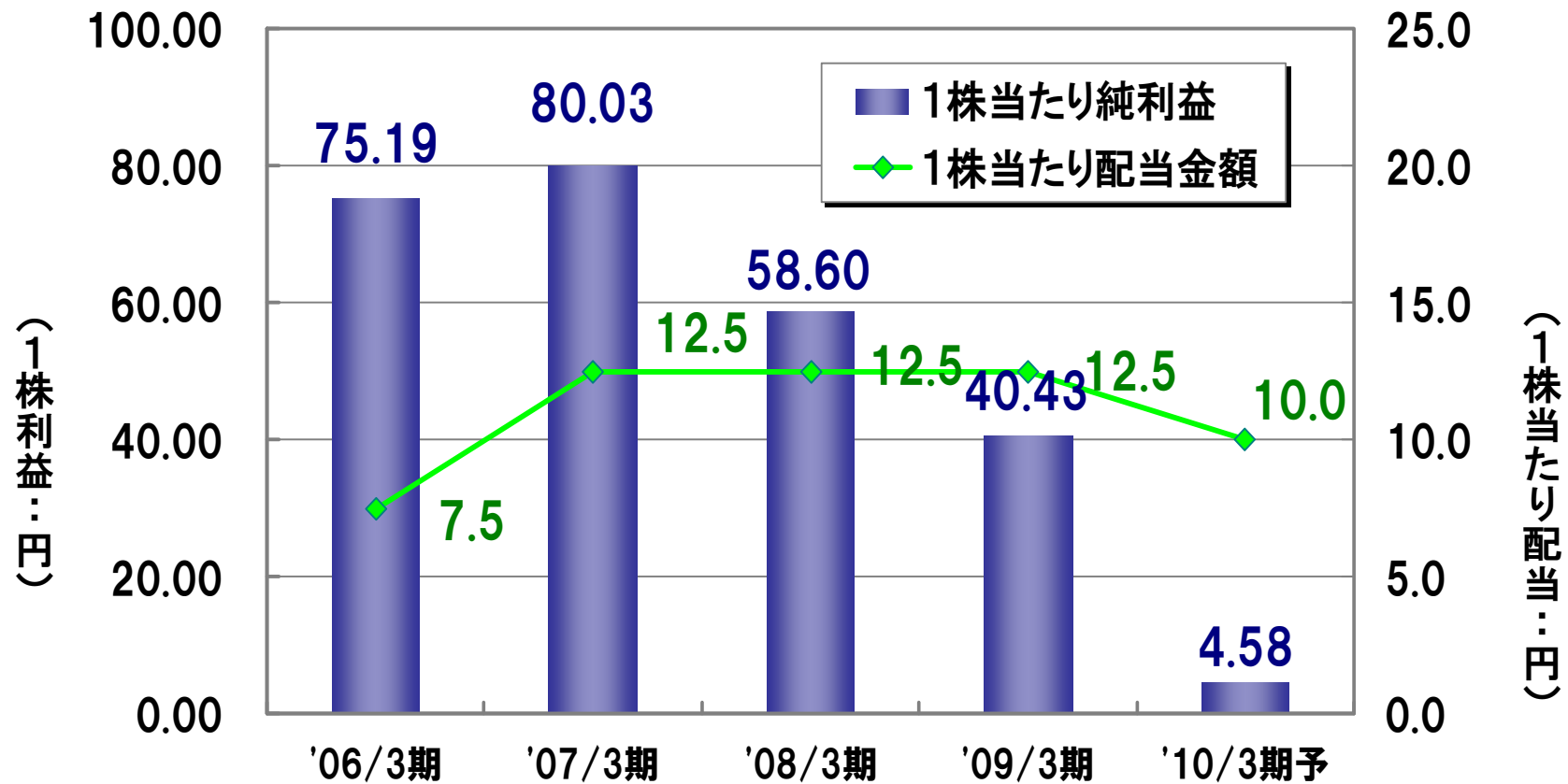
■ 配当金の推移

		'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%	218.3%
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:218.3%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(変更なし)。



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※)」を実施しております。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。