



ユアサ商事株式会社

2024年3月期 第2四半期 決算説明会

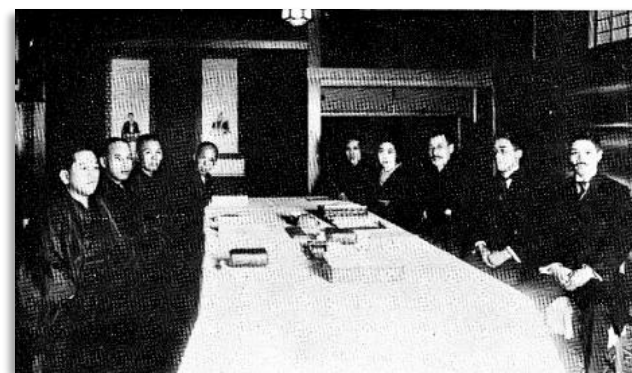
2023年11月21日
代表取締役社長 田村 博之

沿革

西暦・年号	沿革
1666年（寛文6年）	初代・湯浅庄九郎が京都にて木炭商を創業
1671年（寛文11年）	木炭商から打ち刃物問屋に転業
1674年（延宝2年）	江戸に店を開く
1816年（文化13年）	大阪に店を開く
1909年（明治42年）	洋金物の国産化を目的として 大阪府堺市に湯浅鉄工所を設置
1919年（大正8年）	株式会社湯浅七左衛門商店設立
1940年（昭和15年）	社名を「湯浅金物株式会社」に変更
1978年（昭和53年）	社名を「湯浅商事株式会社」に変更
1992年（平成4年）	現社名「ユアサ商事株式会社」となる
2016年（平成28年）	創業350周年を迎える
2019年（令和元年）	設立100周年を迎える



江戸日本橋通油町
(現在の日本橋大伝馬町・旧本社所在地)
にあった炭屋（ユアサ商事の屋号）



「株式会社湯浅七左衛門商店」
設立記念総会の様子（1919年）

当社のビジネスモデル

主要仕入先

約6,000社

オークマ
牧野フライス製作所
ファナック
DMG森精機
DAIFUKU
キトー
タンガロイ
ダイキン工業
パナソニック
TOTO
LIXIL
クリナップ
リンナイ
ノーリツ
キッツ
荏原製作所
稲葉製作所
積水樹脂
立川ブラインド工業
四国化成建材
クボタ
ヤンマー建機
北越工業 など

ビジネスフィールド

モノづくり



すまいづくり・環境づくり



まちづくり



その他



主要販売先

約20,000社

機械工具商
工作機械販売店・ディーラー

輸出

海外現地法人

住宅設備販売店
管材商
各種問屋

サブコン
ハウスメーカー
工務店
工事業者

エクステリア問屋
金物問屋
各種問屋

建設機械販売店・レンタル店
土木資材販売店

燃料販売業者・石油小売店
ホームセンター・家電量販店
木材卸商・二次加工メーカー

ユーザー



製造業



施主



ディベロッパー



建設業



消費者

目次

1. 2024年3月期第2四半期 決算概要
および2024年3月期 業績予想
2. 中期経営計画「Growing Together 2026」の進捗
3. 株主還元方針

2024年3月期第2四半期 決算概要 および2024年3月期 業績予想

当期実績及び通期計画

前年比で増収増益、当期純利益の通期予想を上方修正

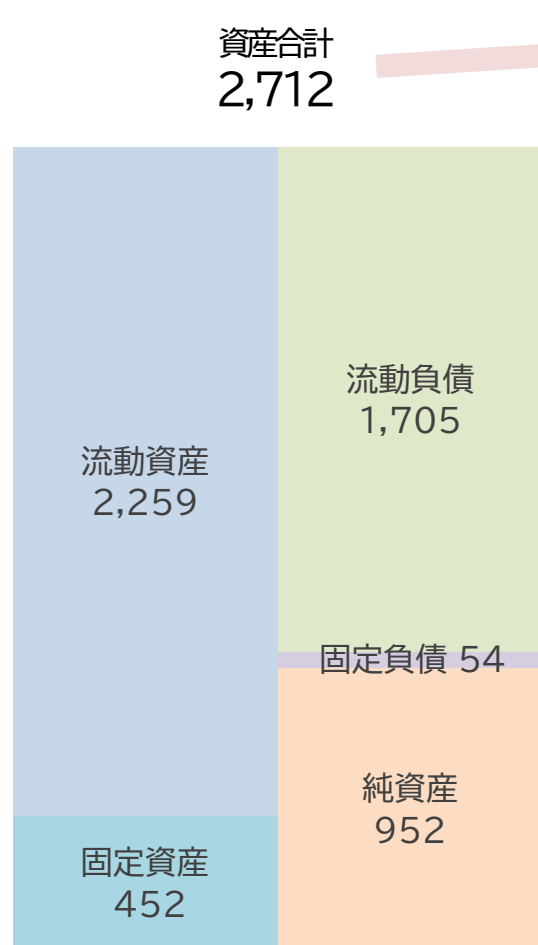
単位：億円（未満切り捨て）

	実績			計画		
	前期 2023年 3 月期 第 2 四半期	当期 2024年 3 月期 第 2 四半期	前年比	2024年 3 月期 第 2 四半期	当期実績 計画比	2024年 3 月期 通期
売上高	2,340	2,462	+5.2%	2,520	▲2.3%	5,230
売上総利益 (率)	242 (10.37%)	265 (10.78%)	+9.4% (+0.41P)			
販売費及び 一般管理費	191	206	+7.8%			
営業利益 (率)	51 (2.19%)	59 (2.40%)	+15.3% (+0.21P)	59 (2.34%)	+0 +0.3%	154
経常利益 (率)	56 (2.43%)	64 (2.60%)	+12.7% (+0.17P)	64 (2.54%)	+0 +0.1%	164
親会社株主に帰属する 当期純利益	36	64	+77.4%	63	+3.2%	<u>124</u>

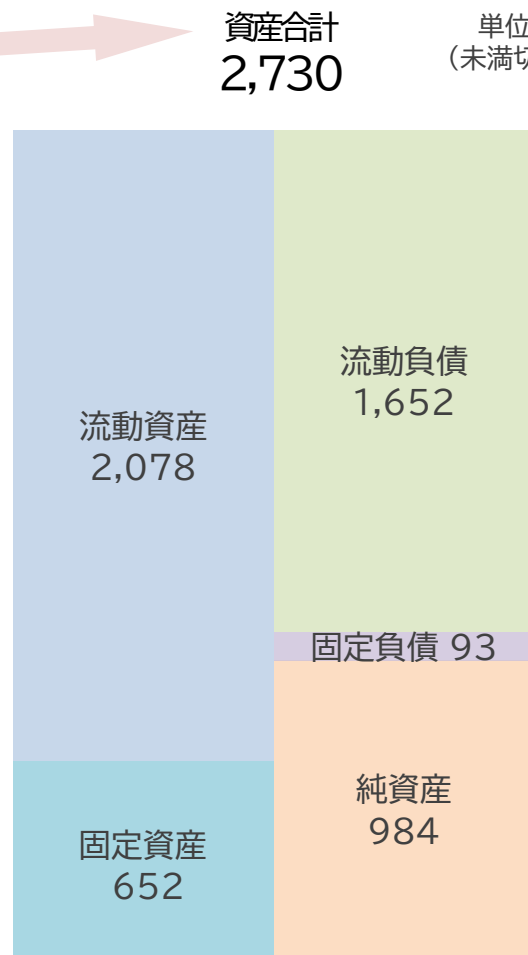
セグメント別 売上高・営業利益

		売上高		営業利益		(単位：億円)
		前期	当期	前期	当期	主な増減要因
		2023年3月期 第2四半期	2024年3月期 第2四半期	2023年3月期 第2四半期	2024年3月期 第2四半期	
モノづくり	■産業機器	370	386 (+4.4%)	9	10 (+12.2%)	省エネ関連の設備機器が堅調 半導体産業で工場稼働率が低下
	■工業機械	528	577 (+9.2%)	22	24 (+9.9%)	国内:EV等自動車産業の設備投資堅調 海外:中国市場の経済成長が鈍化
すまいづくり 環境づくり	■住設・管材・空調	815	867 (+6.3%)	23	28 (+22.3%)	リフォーム向け住宅設備機器が堅調 換気・空調関連機器の販売が堅調 再生可能エネルギー関連商材の需要増
まちづくり	■建築・エクステリア	233	251 (+7.5%)	9	8 (▲4.6%)	再開発案件向けエクステリアが堅調 公共投資は自然災害対策等底堅く推移
	■建設機械	171	181 (+5.3%)	4	4 (+0.9%)	防災・減災工事などの公共工事が堅調 資材価格高騰などによる工事遅延
その他	■エネルギー	95	95 (▲0.3%)	1	0 (▲33.7%)	原油価格の高騰が継続し、ガソリン・軽油などの石油製品価格、需要に影響
	■その他	123	103 (▲16.8%)	0	1 (+511.8%)	消費財:猛暑による季節家電販売伸長 木材:住宅向け輸入材、国産材需要低調

連結貸借対照表



2023年3月期末
自己資本比率
34.9%



2024年3月期
第2四半期末
自己資本比率
35.9%

単位:億円
(未満切り捨て)

《主な増減要因》

- 流動資産
△181 現金預金 △130
売上債権 △94
- 固定資産
+200 土地 +304
※新本社用地として
- 流動負債
△52 仕入債務 △51
- 固定負債
+38 長期借入金 +34
- 純資産
+32 利益剰余金 +21
退職給付調整 △23

連結キャッシュ・フロー

土地取得等によりキャッシュ・フロー△130億円

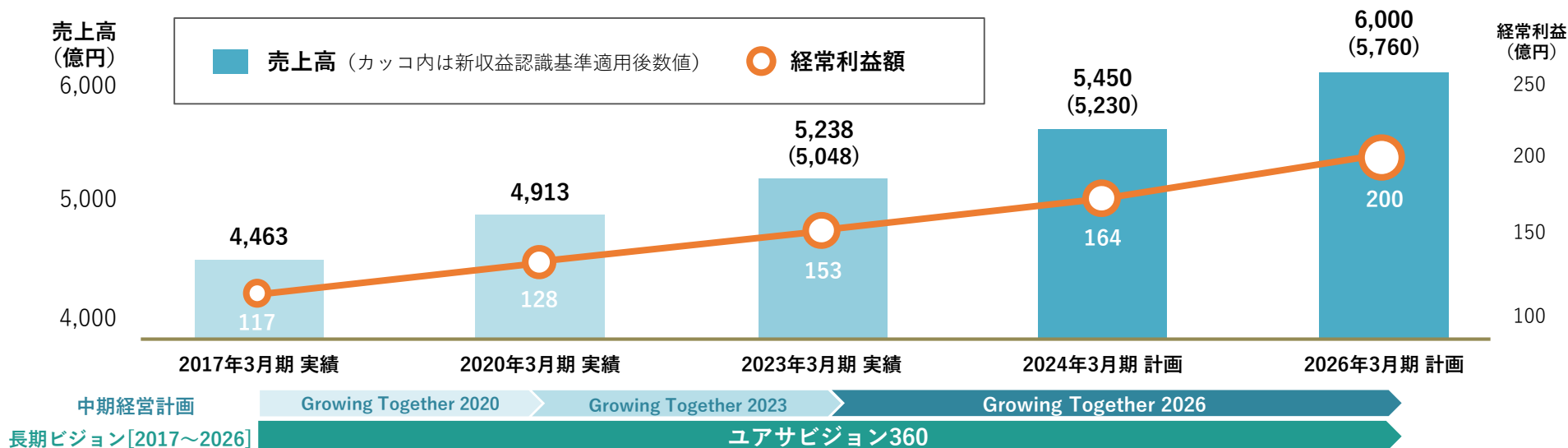
単位：億円（未満切り捨て）

項目	2023年3月期 第2四半期	2024年3月期 第2四半期	主要因
営業活動によるキャッシュ・フロー	16	157	退職給付信託解約・返還益：+74 売上債権の減少による収入：+96 税金等調整前当期純利益：+96 仕入債務の減少による支出：△53
投資活動によるキャッシュ・フロー	△3	△311	有形固定資産の取得による支出：△298
財務活動によるキャッシュ・フロー	△33	20	長期借入金：+50 配当金の支払額：△17 自己株式の取得：△5
現金及び現金同等物の増減額	△17	△130	
現金及び現金同等物の期首残高	535	523	
現金及び現金同等物の期末残高	518	393	

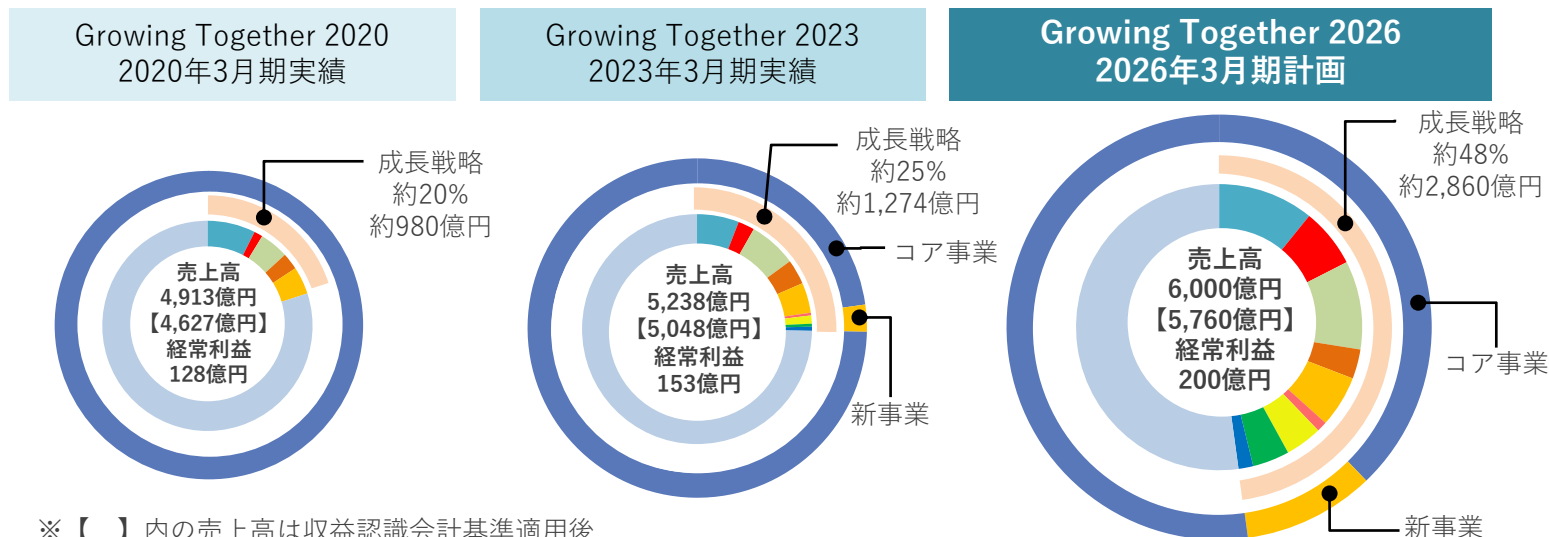
中期経営計画 「Growing Together 2026」の進捗

Growing Together 2026 定量計画

売上高・経常利益額推移



事業規模と成長戦略の推移



事業拡大のための成長戦略

コア事業

事業拡大のために
特に注力する分野

新事業

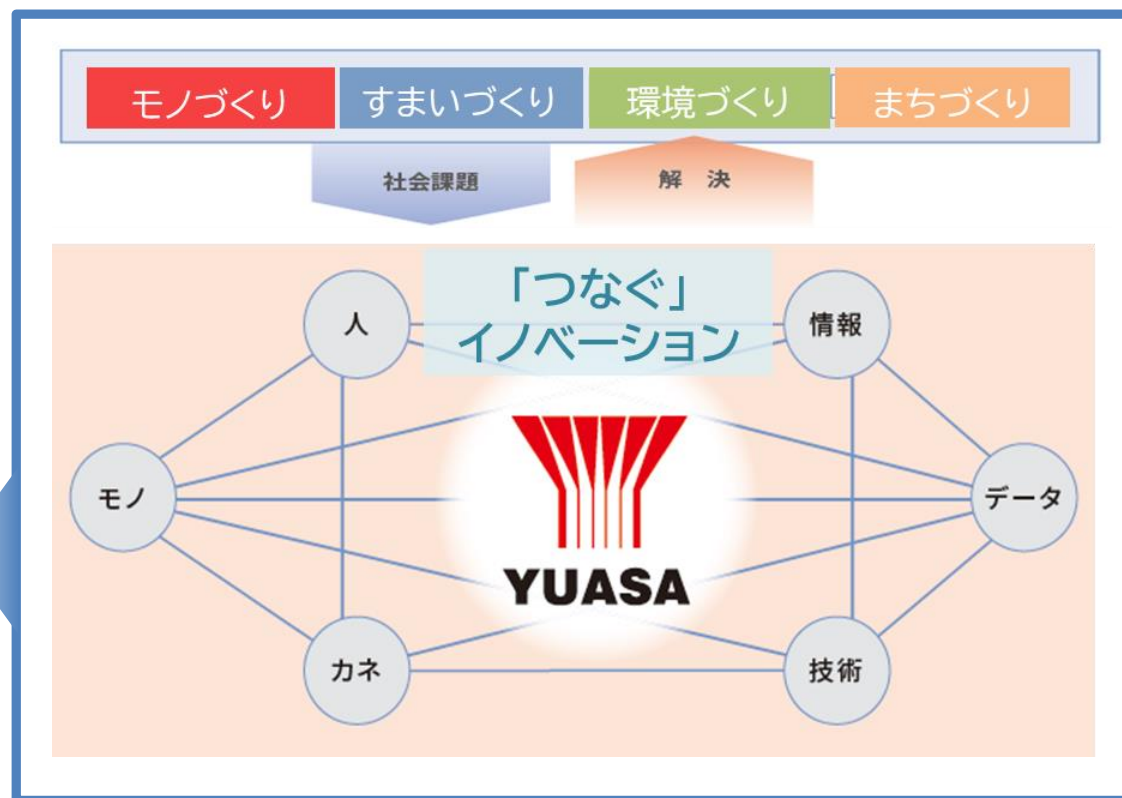
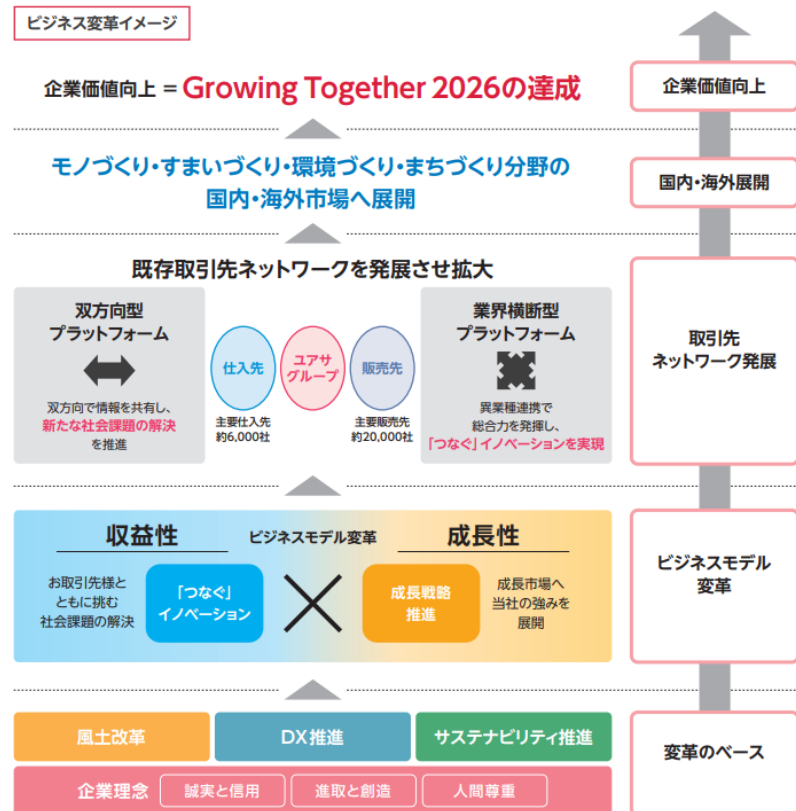
既存事業で培ってきた商品や
サービスを積極的に展開する事業

※ 【 】 内の売上高は収益認識会計基準適用後

Growing Together 2026 重点取組

- 「つなぐ」イノベーションにより様々なモノ・コトをつなぎ新たな価値を創出し収益性を向上
- 当社の強みを活かせる分野及び市場への展開による成長性の向上
- 異業種連携・DX推進による取引先ネットワークの拡大

ビジネス変革イメージ



当社ビジネスフィールドとコア事業セグメント

その他(消費財・木材など)



エネルギー



建設機械



建築・エクステリア



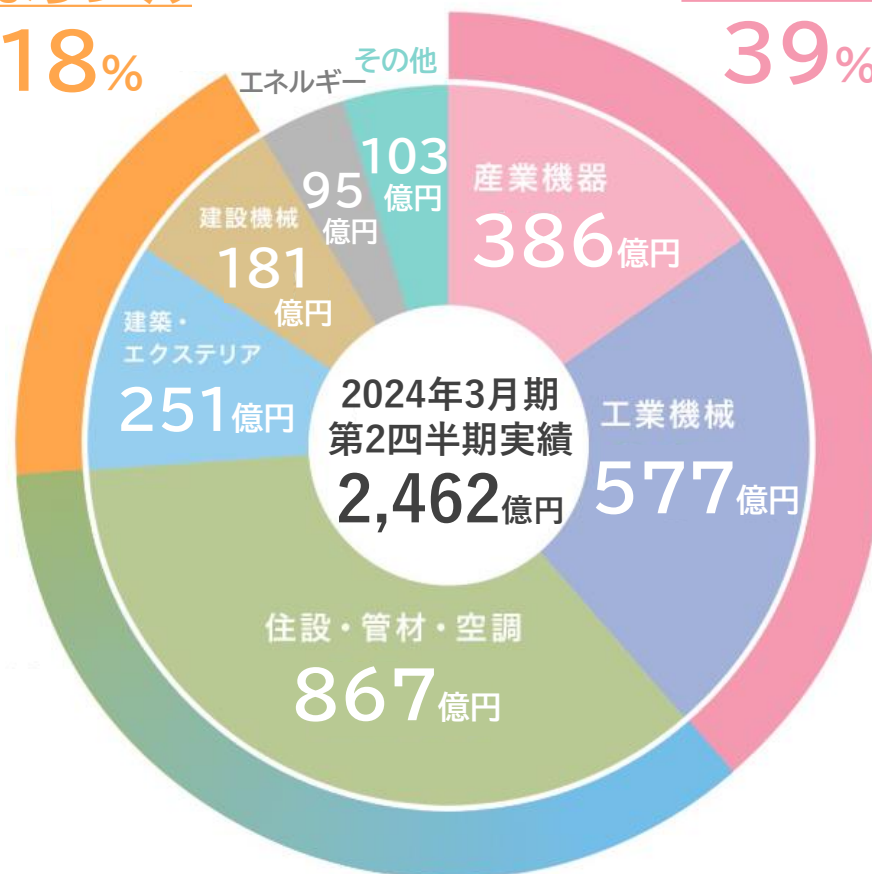
セグメント及び
ビジネスフィールド毎の構成比

まちづくり

18%

モノづくり

39%



2024年3月期
第2四半期実績
2,462億円

産業機器



工業機械



住設・管材・空調



すまいづくり
環境づくり

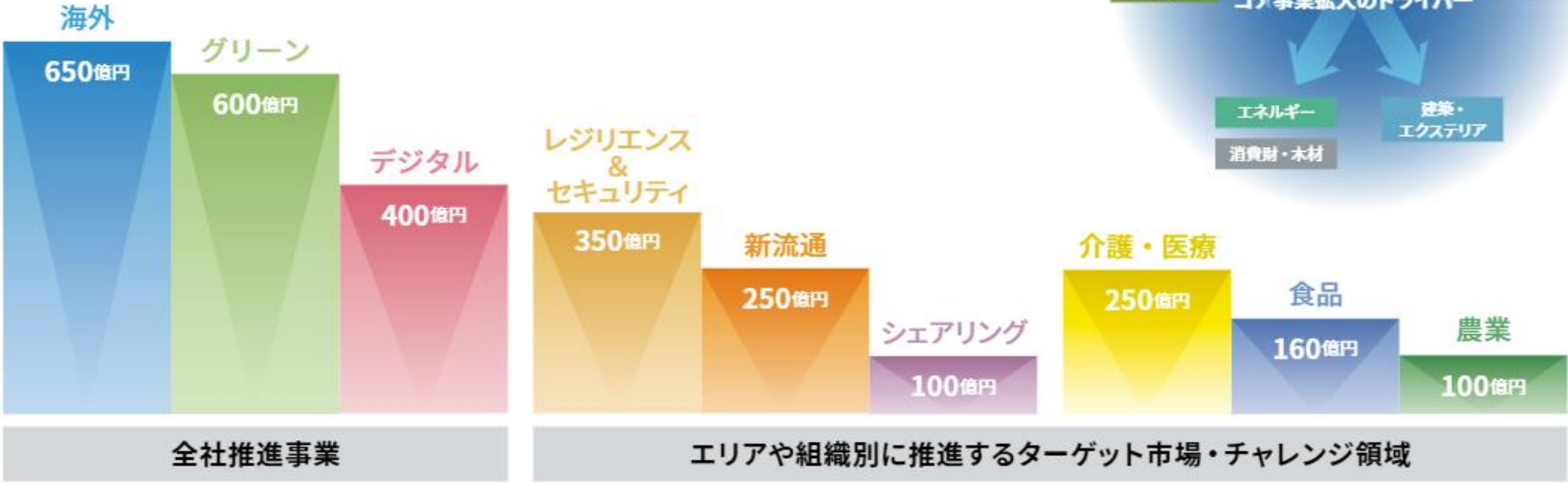
35%

成長戦略別の計画

コア事業の拡大と強みを新事業へ展開

成長戦略の各分野別目標(2026年3月期)

成長戦略とコア事業の関係性



コア事業拡大に向け推進する分野									強みを新市場へ展開	計
2023年 3月期実績	298	340	117	215	177	19	58	29	21	1,274
2026年 3月期計画	650	600	400	350	250	100	250	160	100	2,860

(単位: 億円、未満切り捨て)

成長戦略の推進によるコア事業の拡大

モノづくり

当第2四半期実績合計 963億円

産業機器



当第2四半期実績 386億円
(前年同期比 +4.4%)

工具、産業設備・機材、
制御機器、物流機器の販売

工業機械



当第2四半期実績 577億円
(前年同期比 +9.2%)

工作機械・
工場設備全般の販売

拡大のための 成長戦略

AI画像認識による外観検査システム

F[ai]ND OUT EX

ファインドアウト

良品学習のため不良品の教師データ不要

デジタル



工作機械向け省エネ制御ソフト

GCCP (Green control for coolant pump)

最大41%の消費電力削減効果(検証時)

グリーン



成長戦略の推進によるコア事業の拡大

すまいづくり・環境づくり

当第2四半期実績合計 867億円

住設・管材・空調（環境ビジネス）



当第2四半期実績 867億円

（前年同期比 +6.3%）

住宅設備機器（システムキッチン、ユニットバス、トイレ等）
空調機器（エアコン等）、管材（バルブ、ポンプ等）
再生可能エネルギー関連機器（太陽光、蓄電池等）の販売

拡大のための
成長戦略

Vehicle to Home用門柱
V2H宅配ボックス付き門柱

EV電力を家庭用として利用可能

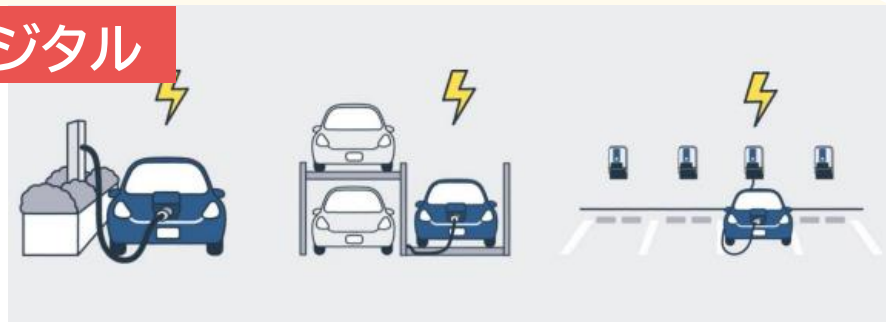
グリーン



EV充電器の予約管理をアプリで簡単に
EV充電器管理システム「ユアスタンド」

マンション等の共用EV充電器の予約・管理を一元化

デジタル



成長戦略の推進によるコア事業の拡大

まちづくり

当第2四半期実績合計 432億円

建築・エクステリア

当第2四半期実績 251億円
(前年同期比 +7.5%)

建築資材・景観・
エクステリア・
土木資材の販売等



建設機械

当第2四半期実績 181億円
(前年同期比 +5.3%)

建設機械・資材の
販売及び
リース・レンタル等



拡大のための 成長戦略

AI画像認識で現場の省人化・省力化
AI数量カウントシステム

2024年問題の解消支援

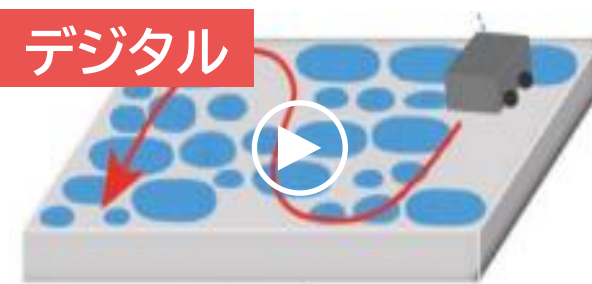
デジタル



散水時の有人監視不要
コンクリ湿潤管理システム

AIカメラ搭載自走式ロボット
1,000㎡を約30分で認識可能

デジタル



水害対策ソリューション
つなぐBCPパッケージ

検知からポンプ作動までを一元管理

レジリエンス& セキュリティ



強みを新たな市場に展開する成長戦略

介護・医療

26年3月期目標
250億円

遠隔ICU プレハブ病棟設置事業

病棟設計ならびに
ハウス・空調機器の導入支援



医療施設における省エネ化支援

補助金制度を活用した
医療施設の空調・照明等の設備更新



食品

26年3月期目標
160億円

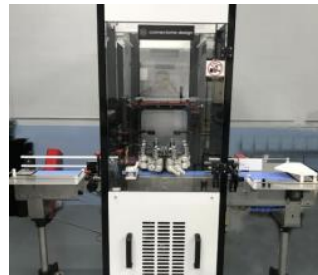
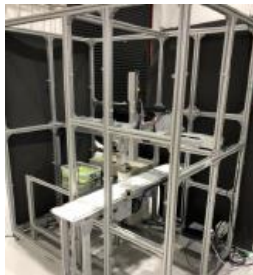
食品工場のロボティクス導入を ワンストップで支援

製麺工場におけるロボット活用を
はじめとした設計・導入機器の選定を
ワンストップで支援



製造現場の省人化・省力化

自動ピッキングシステム、異物検査など
人の手や目による作業を高精度で自動化



農業

26年3月期目標
100億円

オリジナルあっぺん機

飼料の安定調達、自給率の向上を支援



スマート農業支援ソリューション

現場の省力化・省人化に繋がる製品の
開発・取り扱いを推進

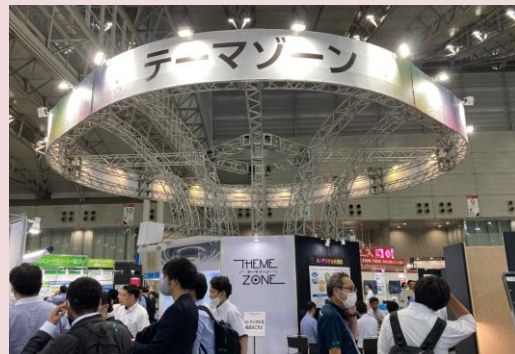


取引先ネットワークの拡大:国内

既存取引先 ネットワークの拡大



グランドフェア



三位一体のネットワーク



当社グループが有する三位一体のネットワークを活かした最大のプロモーションで、毎年全国5拠点（関東・東北・中部・関西・九州）で開催しています。

展示会のサステナビリティ推進

- プラスチックホルダー、ペットボトルを無くしCO2排出量削減
- 案内図のデジタル化で廃棄物を削減 など



受注実績 **1,802.4億円**

(対前年比 119.1%)

来場者数 **54,436名**

(対前年比 166.9%)

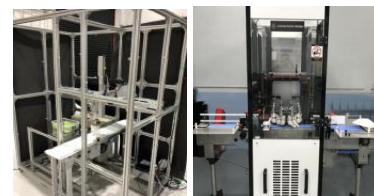
新たなネットワークの開拓

デジタル、介護・医療、農業など新たなネットワークの開拓を目的に、展示会などへの出展を通じ当社および取扱い製品・サービスの訴求を図ります。

【展示会出展実績】

FOOMA JAPAN 2023

(食品製造総合展)



**農業WEEK
スマート農業 EXPO**



【今後出展予定の展示会】



11/29~12/2
「2023国際ロボット展」
(東京ビッグサイト)



取引先ネットワークの拡大:海外

海外:タイ市場をターゲットに展開

2026年3月期目標 650億円

モノづくり

省力化
省人化
など

すまいづくり

便利で快適な
住まい
など

当社グループの
総合力を発揮

カーボン
ニュートラル
推進など

エクステリア
文化の創造
など

環境づくり

まちづくり

- 工業分野を中心とした部門別の展開から複数部門が連携した国内同様の総合力を発揮し当社の強みを活かす
- 国内同様の組織体制で意思決定を迅速化
- 営業、管理、施工担当スタッフを現地拠点に配置販売からアフターまでの機能強化

拠点機能の強化

ショールーム機能を有する
タイ新社屋の建設(24年予定)



タイグランドフェア開催

新たな海外プロモーションの
確立を図る(25年2月開催)



会場となるバンコク国際貿易展示場(BITEC)



成功事例を
タイ、インドから水平展開

企業風土改革に向けた取り組み

風土改革

「つなぐ」イノベーションが常態化する
企業風土への変革

人事改革

環境づくり

ガバナンス強化

企業理念

誠実と信用

進取と創造

人間尊重

TOPICS

社長懇談会の開催

中期経営計画の浸透と「つなぐ」イノベーションの常態化に向け社員との対話を継続しています。

社長懇談会開催回数
(2023年度)

34回



人事改革

YUASA PRIDE プロジェクトにより
働きがいと働きやすさの向上について
議論しています。



- ・ワークショップ参加人数（回数） **1,086名（43回）**
- ・マネジメント人材研修受講人数 **169名**

環境づくり

●総合力とコミュニケーションを推進する環境づくり

新本社建設に向けた「統合拠点構築プロジェクト」において
グループ横断型ディスカッションや

全社員を対象とするアンケートの実施を通じ
総合力・コミュニケーションを推進する環境整備を進めると共に
各拠点のオフィス環境にもこれを展開しています。

ガバナンス強化

●社外取締役・女性役員の増員（2023年6月～）

- ・社外取締役 3名（42%） → **4名（46%）**
- ・女性役員 1名（8%） → **2名（15%）**

DX推進・サステナビリティ推進

DX推進

総額120億円を投資し「データ装備型商社」への変革に向けた取組みを推進しています。

ユアサDXポータル「ゆあさいと」



■ステップ1(2023年10月～)
経営層の意思伝達の
徹底 & 迅速化

■ステップ2 (2024年10月～)
グループ会社情報 &
知・経験の共有

デジタル人材育成

■アナリスト人材
データ分析により経営
層へ仮説提案する人材

■IT人材
効率化やデジタル
施策を実行する
人材

目標 **600名**



■DX人材
データを活用
し、企画立案、提
案活動を提案する
人材
目標 **40名**

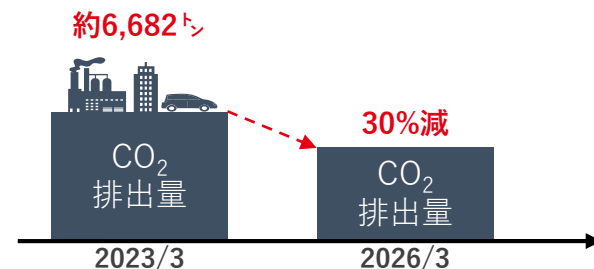
サステナビリティ推進

「自社グループ」(2030年度カーボンニュートラル)と「事業」の両面で活動を推進しています。

自社グループの取組み

■2026年3月期目標
CO2排出量 **30%減**
(2023年3月期比)

- ・YES-netによる全拠点
CO2排出量可視化
- ・設備更新 & 電力切替
- ・エコカーへの切替



事業面の取組み

■JCM(二国間クレジット)を活用した太陽光発電システム受注

【場所】メキシコ合衆国 アグアスカリエンテス州
【ユーザー】日系自動車部品工場
【発電容量】0.5MW 【CO2削減量】392t

■当社グループ社有林がJクレジット認証を取得
適切な整備により森林の成長を促し、CO2吸収効果を最大化
【場所】北海道釧路地方(ユアサ木材所有)
【CO2削減量】初年度: 100 t 2038年までの累計で2,800 t (予定)

Growing Together 2026の定量計画・KPI

財務KPI

単位：億円（未満切り捨て）

	2023年3月期実績	2024年3月期計画	2026年3月期計画
売上高（※1）	5,048	5,230	5,760
営業利益	145	154	190
経常利益	153	164	200
経常利益率	3.05%	3.1%	3.4%
当期純利益	100	<u>124</u>	132
自己資本利益率（ROE）	10.8%	11.2%	11.8%
株主還元率（※2）	67.0%	33%以上	33%以上
株主資本配当率（DOE）	3.4%	3.5%以上	3.5%以上

（※1）売上高は収益認識基準適用後の数値となります。
（※2）株主還元率の2023年3月期実績には自己株式取得額37億円が含まれております。

Growing Together 2026の定量計画・KPI

非財務KPI

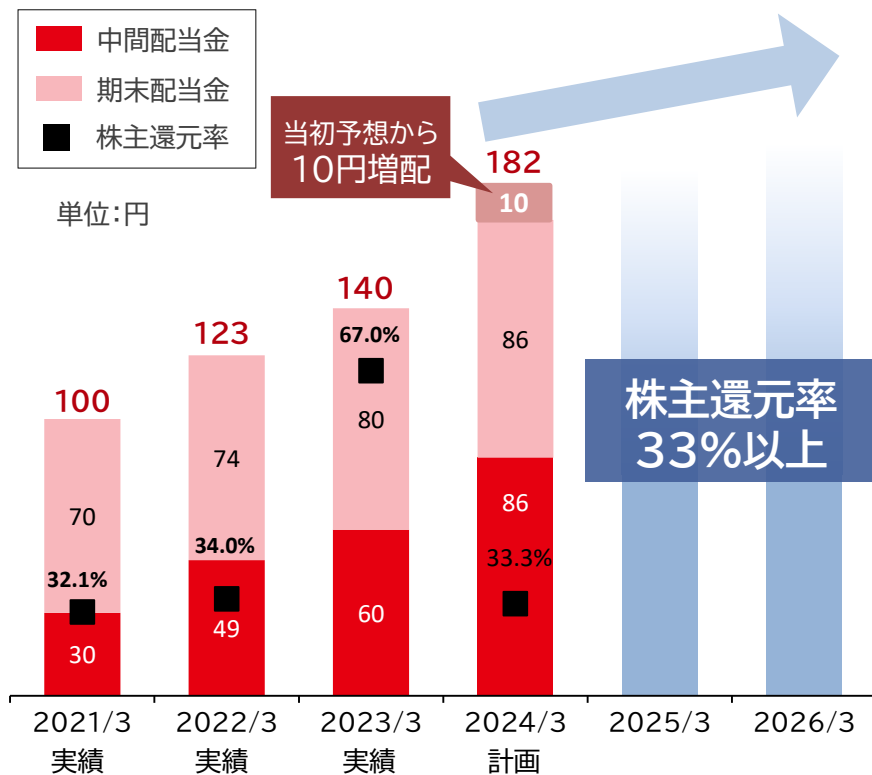
	2023年3月期実績	2024年3月期計画	2026年3月期計画
CO ₂ 排出量（トンCO ₂ ） （※1）	約6,682トン	2023年3月期比 10%削減	2023年3月期比 30%削減
女性管理職比率	1.9%	2.0%	3.0%
女性総合職比率	4.2%	4.2%	6.0%
女性総合職採用率	10.3%	6.5%	12.0%
男性育休および 育児目的休暇取得率	78.1%	80.0%	90.0%
有給休暇取得率	62.8%	65.0%	70.0%
平均労働時間	1,955時間	1,940時間	1,920時間
マネジメント人材育成 ※研修プログラム受講人数（のべ）	84名	250名	370名
デジタル人材育成 ※当社独自プログラムの合格者	—	IT人材：100名（※2）	IT人材：600名 DX人材：40名（※3）

（※1） CO₂非排出量は当社グループ全体（連結）、その他KPIは当社単体
（※2） IT人材…ITツールやデジタル技術を自らの業務に活かし、デジタル施策の実行ができる人材
（※3） DX人材…データ分析結果を活用し、マーケティングと経営戦略に特化した知識により新たな企画立案を行い推進する人材

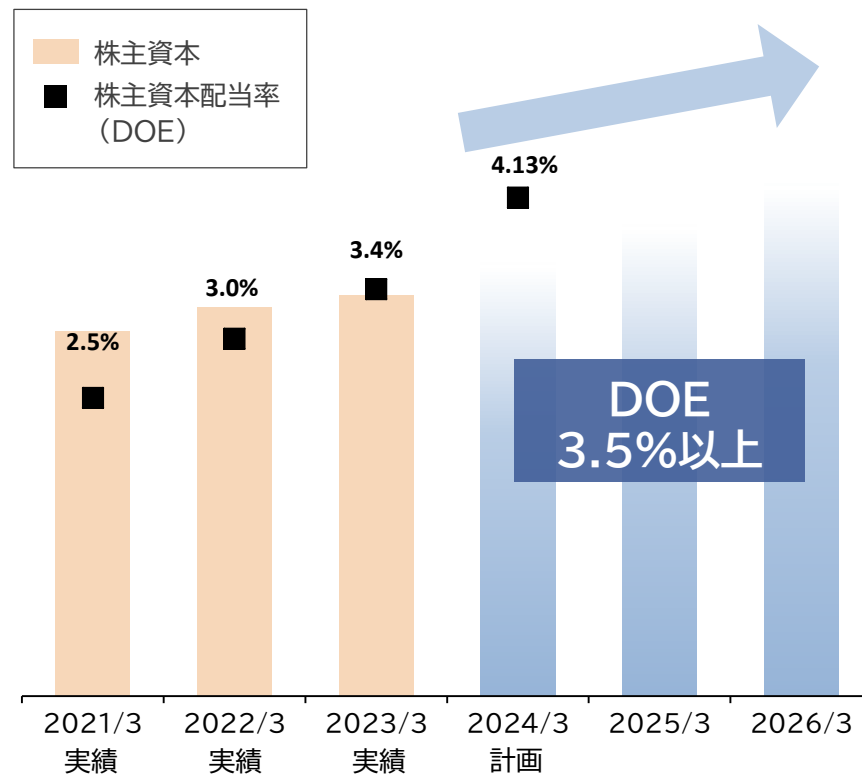
株主還元方針

還元方針

1株当たり配当金と株主還元率の推移



株主資本配当率(DOE)の推移



※2023年3月期・2024年3月期の株主還元率実績には、自己株式の購入分を含みます。

資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応

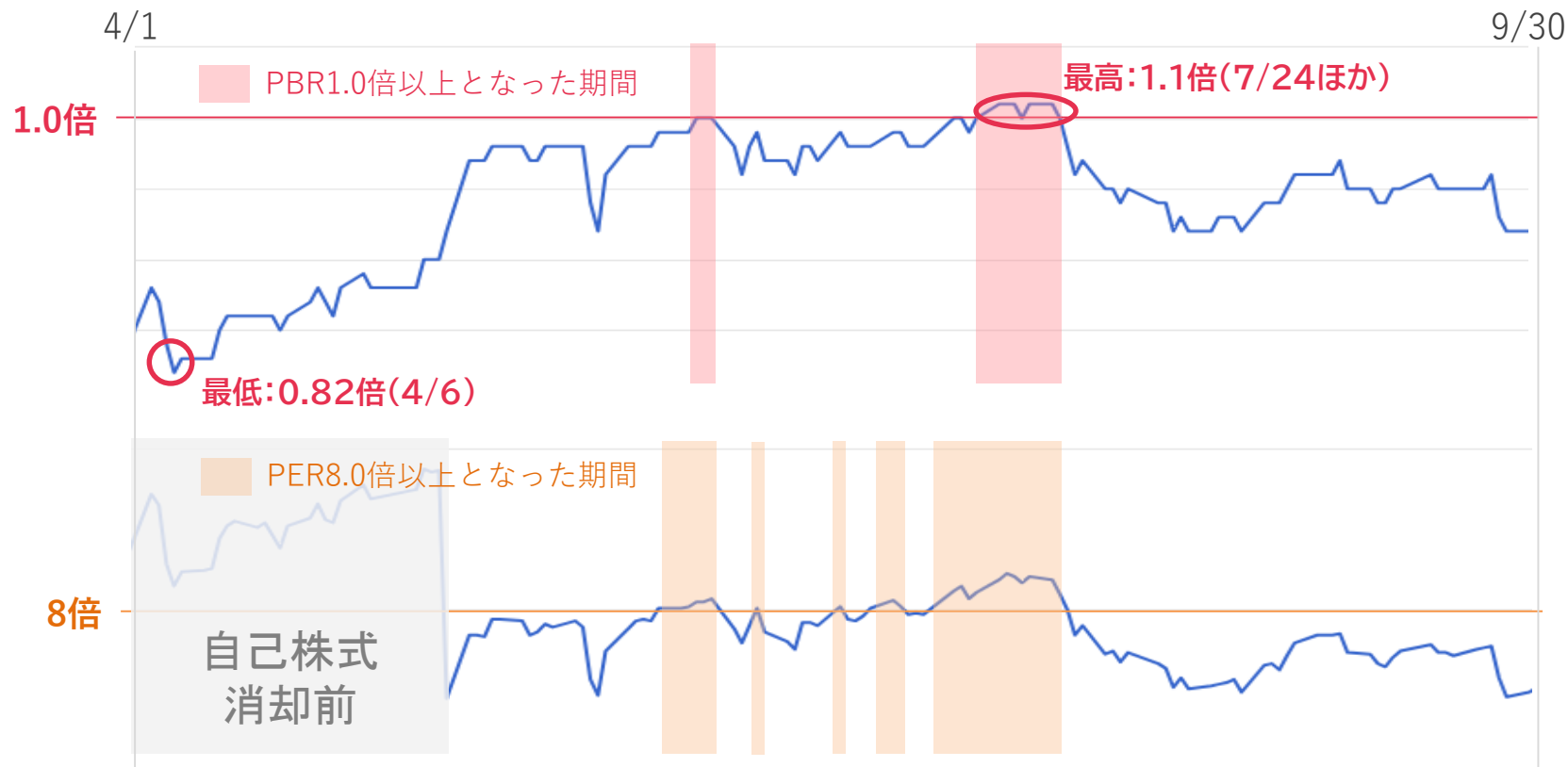
現状認識

PBR：上期は**0.82** (4/6) ～**1.1倍** (7/24) で推移

→現状の収益水準、資本構成を鑑みると

PER8倍以上の確保がPBR1.0倍以上の目安

PBR
株価
純資産倍率



資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応

ガバナンス・人的資本投資強化 P.21

サステナビリティ推進 P.22

株主還元強化 P.26

IR活動強化

成長投資強化

広報・情報発信の強化

直近の取り組み

IR活動の強化

当社事業や成長戦略などをお伝えする機会を増やしIRを強化



【メディア出演】

10/25 (水) 日経CNBC「トップに聞く」

11/01 (水) ラジオNIKKEI

「経営トップに聞く！強みと人材戦略」

成長投資の強化

26年3月期までの3か年で成長戦略・DX推進の投資を強化

【中期経営計画における投資計画（～26年3月期までの合計）】

成長投資枠

212億円

成長戦略投資

100億円

●M&A
●海外強化 他

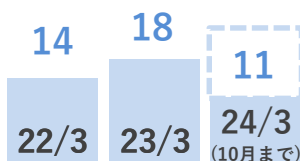
DX ITデジタル投資

112億円

●DX・IT基盤の
整備・人材育成

広報・情報発信の強化

広報体制の拡充によりプレスリリース・HP等情報発信を強化



23年度は10月までで既に
11本のニュースリリースを実施済

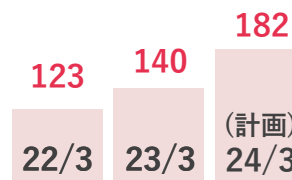


コーポレートサイト
リニューアル (10/31)

株主還元の強化

配当による還元強化を原則とし、安定配当を継続

還元方針



年間配当

株主還元率

33%以上

DOE

(株主資本利益率)

3.5%以上



ユアサ商事株式会社

本資料に掲載された予測および将来の見通しに関する記述等は、本資料の発表日現在における入手可能な情報、一定の前提や予期に基づくものです。よって、実際の業績、結果は、経済動向、市場価格の状況、諸制度の変更など様々なリスクや不確定要素により大きく異なる結果となることがありますが、当社は、本資料の情報の利用により生じたいかなる損害に関し、一切責任を負うものではありません。

また、当社は本資料に掲載された予測および将来の見通しに関する記述等について、改訂する義務を負うものではありません。