



ユアサ商事株式会社

2025年3月期 決算説明会

2025年5月15日

代表取締役社長 田村 博之



Since 1666

2026年、創業360周年を迎えます

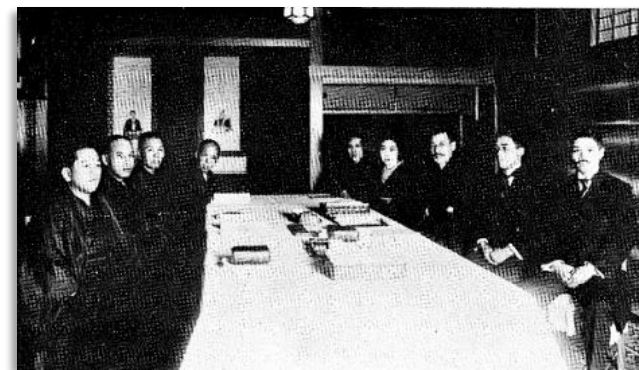
YUASA 360

沿革

西暦・年号	沿革
1666(寛文6)年	初代・湯浅庄九郎が京都にて木炭商を創業
1671(寛文11)年	木炭商から打ち刃物問屋に転業
1674(延宝2)年	江戸に店を開く
1816(文化13)年	大阪に店を開く
1909(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(大正8)年	株式会社湯浅七左衛門商店設立
1940(昭和15)年	社名を「湯浅金物株式会社」に変更
1978(昭和53)年	社名を「湯浅商事株式会社」に変更
1992(平成4)年	現社名「ユアサ商事株式会社」となる
2019(平成30)年	会社設立100周年を迎える
2026(令和8)年	創業360周年



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
DAIFUKU
ツガミ
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
AIRMAN 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(木材・消費財)



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

- 01 2025年3月期 決算概要
- 02 2026年3月期 業績計画
- 03 中期経営計画
「Growing Together 2026」の進捗
- 04 株主還元方針

O1 2025年3月期 決算概要

2025年3月期 通期実績

前年比で増収増益、3期連続で最高益を更新

単位:億円(未満切り捨て)
パーセントは表示位未満四捨五入

	実績			計画	
	前期	当期	前年比	当期	計画比
売上高	5,265	5,283	+0.3%	5,424	97.4%
売上総利益 (率)	576 (10.95%)	613 (11.60%)	+6.4% (+0.65%)		
販売費及び 一般管理費	429	455	+6.1%		
営業利益 (率)	147 (2.80%)	157 (2.98%)	+7.0% (+0.18%)	170	92.7%
経常利益 (率)	157 (2.99%)	160 (3.03%)	+1.7% (+0.04%)	180	88.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	118	102	-13.3%	120	85.4%

※当期純利益については、昨年5月に退職給付信託の解約を行い+32億の特別利益を計上しております。

セグメント別実績

工作機械の回復が遅れたものの、住環境・建設分野が伸長

単位:億円(未満切り捨て)
パーセントは表示位未満四捨五入

		売上高		営業利益	
		前期	当期	前期	当期
モノづくり	産業機器	797	777 (-2.5%)	21	25 (+18.3%)
	工業機械	1,186	1,074 (-9.5%)	54	43 (-21.0%)
すまいづくり 環境づくり	住設・管材・空調	1,973	2,096 (+6.3%)	78	98 (+26.3%)
まちづくり	建築・エクステリア	544	573 (+5.4%)	20	22 (+10.5%)
	建設機械	372	368 (-1.1%)	10	10 (+1.9%)
その他	エネルギー	191	186 (-2.9%)	2	2 (+17.7%)
	その他	199	207 (+3.6%)	3	2 (-15.6%)

連結貸借対照表

自己資本比率は37.8%(+2.8%)

単位:億円(未満切り捨て)
パーセントは表示位未満四捨五入

バランスシートの状況

流動資産 2,103	流動負債 1,701
	固定負債 80
固定資産 773	純資産 1,094

比較連結貸借対照表【主要内訳】			前期末	今期末	増減
資産の部	流動資産		2,222	2,103	▲118
	固定資産	有形固定資産	447	454	+7
		無形固定資産	43	110	+67
		投資その他の資産	197	207	+10
	固定資産合計		687	773	+85
資産合計			2,909	2,876	▲33
負債の部	流動負債		1,799	1,701	▲98
	固定負債		86	80	▲5
	負債合計		1,885	1,782	▲103
純資産の部	株主資本		972	1,040	+67
	その他の包括利益累計額		45	47	+1
	新株予約権		1	1	▲0
	非支配株主持分		4	4	+0
	純資産合計		1,024	1,094	+70
負債純資産合計			2,909	2,876	▲33
自己資本比率			35.0%	37.8%	+2.8%

連結キャッシュ・フロー計算書

単位:億円(未満切り捨て)

項目	前期末	当期末	増減	主要因
営業活動によるキャッシュ・フロー	240	159	△81	前期に退職給付信託解約・返還益を計上(+135)
投資活動によるキャッシュ・フロー	△342	△99	242	前期に固定資産(新本社建設用地)の取得を実施(△291)
財務活動によるキャッシュ・フロー	△4	△47	△43	配当金支払:△35 長期借入金:△10
現金及び現金同等物の増減額	△103	16	120	
現金及び現金同等物の期首残高	523	420	△103	
現金及び現金同等物の期末残高	420	437	16	

02 2026年3月期 業績計画

2026年3月期 業績計画

4期連続で最高益を更新する計画

単位:億円(未満切り捨て)
パーセントは表示位未満四捨五入

項目	2025年3月期実績		2026年3月期計画			
	第2四半期	通期	第2四半期	対前期比	通期	対前期比
売上高	2,482	5,283	2,590	+4.3%	5,500	+4.1%
営業利益 (率)	54	157 (2.98%)	71	+29.1%	177 (3.22%)	+12.3% (+0.24%)
経常利益 (率)	60	160 (3.03%)	72	+19.6%	180 (3.27%)	+12.4% (+0.24%)
親会社株主に帰属する 当期純利益	36	102	48	+30.1%	120	+17.2%

事業環境の認識と当社における取り組み

不確実な世界でも「社会課題」は普遍的に存在し、その解決は喫緊かつ最重要



お取引先様とともに社会課題を解決



中期経営計画「Growing Together 2026」

長期ビジョン「ユアサビジョン360」

事業環境の認識と当社における取り組み

総合力を発揮した価値創造

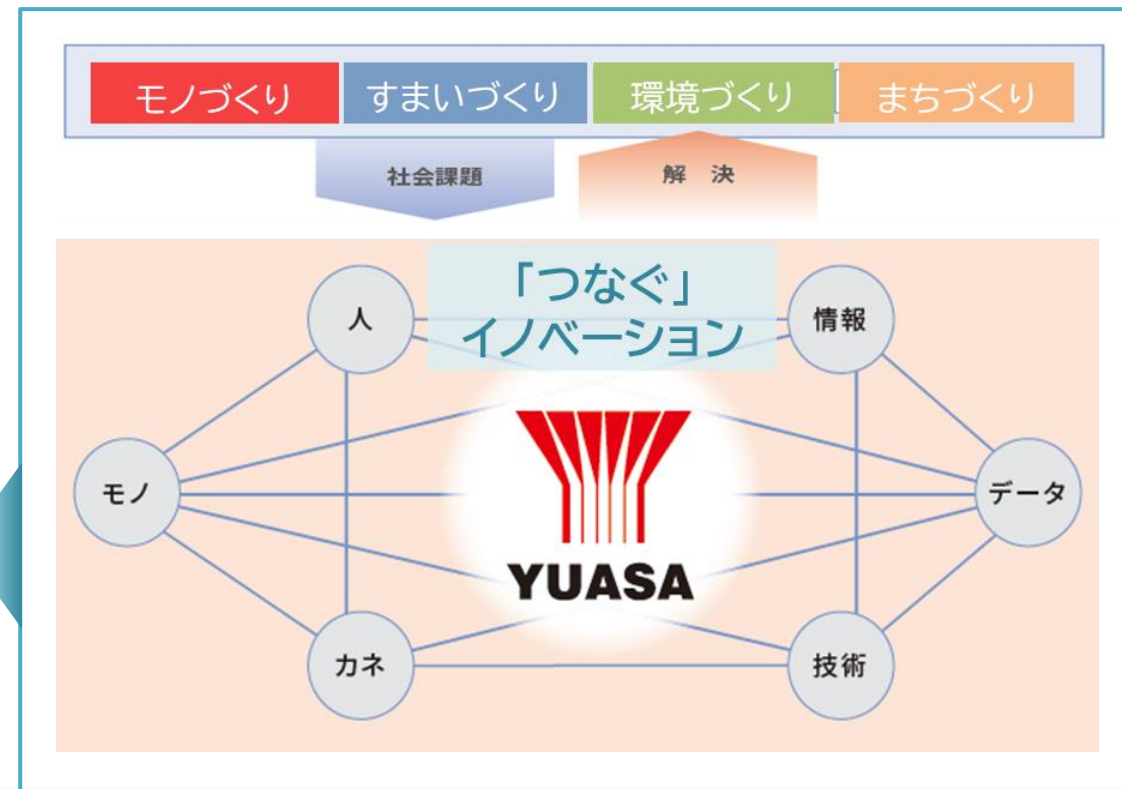
		今期想定される事業環境	セグメント別施策	成長戦略(全社横断)
モノづくり	産業機器	自動車産業におけるEVシフト および貿易政策の先行きには 不透明感が強く 企業の設備投資環境は 不確実性が高い	○ デジタル・グリーン事業強化 →計測自動化、省エネ製品など 付加価値の高い商品・サービス展開 ○ 新市場への拡販 (航空・防衛、半導体製造、脆性材等) ○ 鍛圧板金市場への展開 →「板金DX」市場の開拓および 総合力を生かした商材展開	● 南アジア地域を中心とした 海外展開 (拠点展開の強化、 海外プロモーションの確立) →P.19 ● カーボンニュートラルに 貢献する提案をはじめとした グリーン事業の推進 →P.20 ● 2024年問題等に起因する 人手不足への対応としての 省人・省力化提案推進 →P.21
	工業機械			
すまいづくり 環境づくり	住設・管材・空調	人手不足や人件費・資材・価格の 上昇傾向は継続するとみられる	○ 自社エンジニアリング機能活用し 空調更新需要の取込強化 ○ 集合住宅リフォーム需要に 向けた施工込み提案の推進	
まちづくり	建築・ エクステリア	新規住宅着工件数は低位で 推移すると見込まれる一方 リフォームや街区の再開発、 インフラ整備、また災害対策への 需要は継続して高まると予測	○ 街区の再開発、インフラ整備 (道路・水道等)をはじめとした 公共案件への取り組み強化 ○ 建設現場のDX推進	
	建設機械		○ イベント・ファニシング機能の 強化によるシェアリングビジネス推進 (ラインナップ社へのM&A)→P.22 ○ 災害支援・復興支援をはじめとした BCP対策商材の展開→P.23	

03

中期経営計画 「Growing Together 2026」の進捗

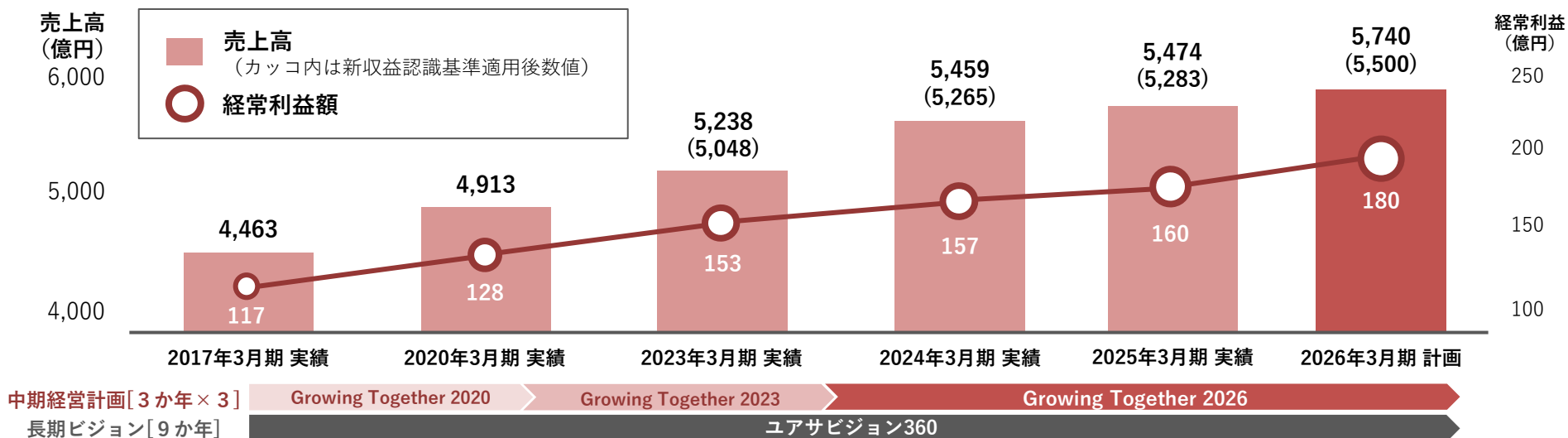
Growing Together 2026 基本方針

- 「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



ユアサビジョン360の進捗と計画

売上高・経常利益額推移



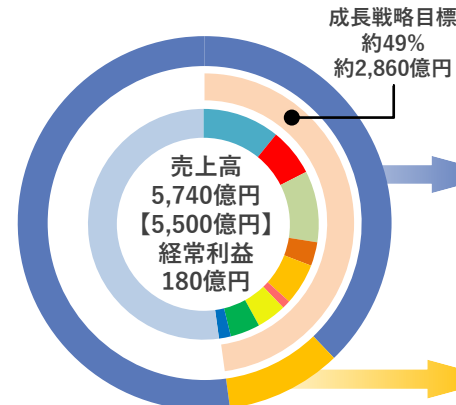
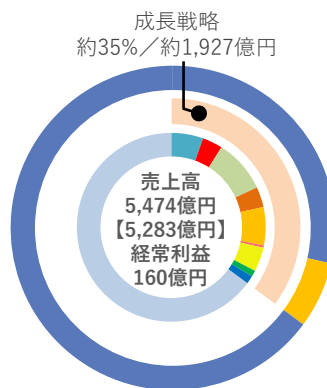
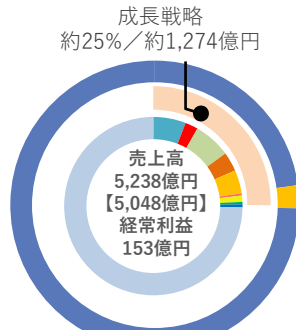
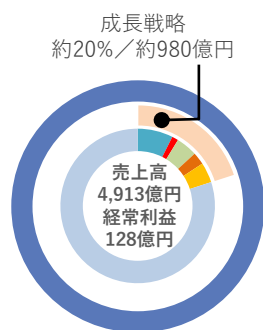
事業規模と成長戦略の推移 ※売上高のカッコ内は収益認識会計基準適用後数値

Growing Together 2020
2020年3月期実績

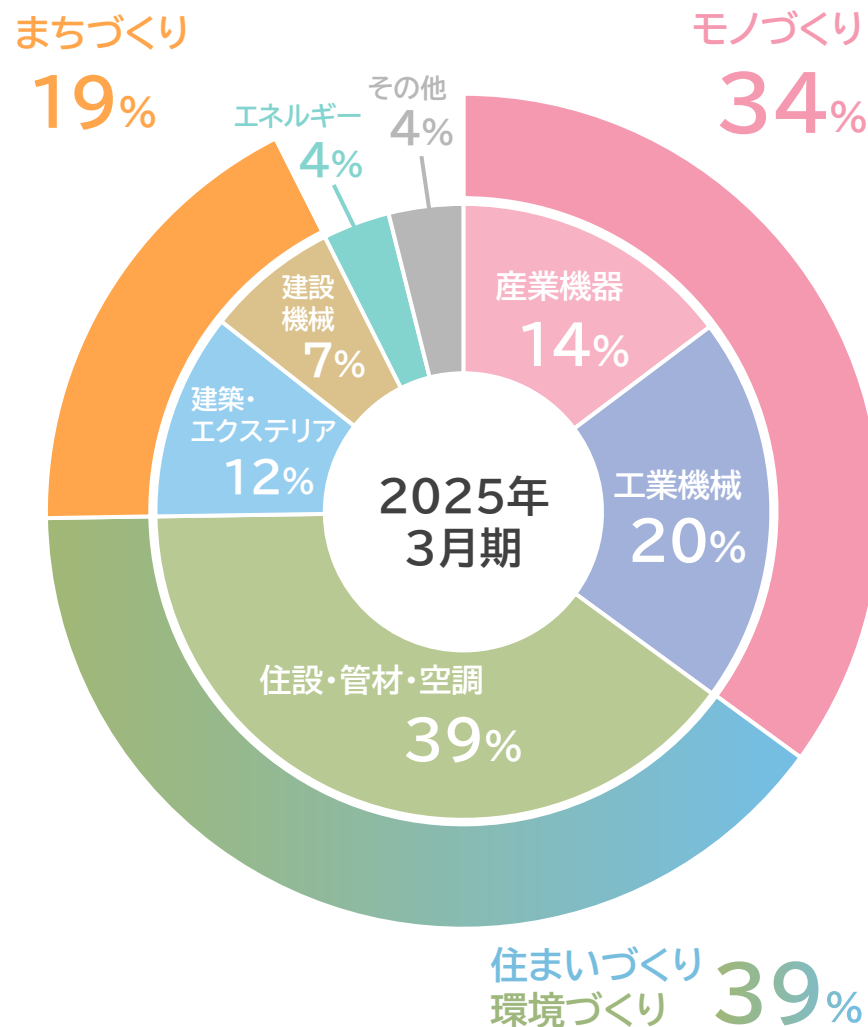
Growing Together 2023
2023年3月期実績

Growing Together 2026
2025年3月期実績 2026年3月期計画

事業拡大のための
成長戦略

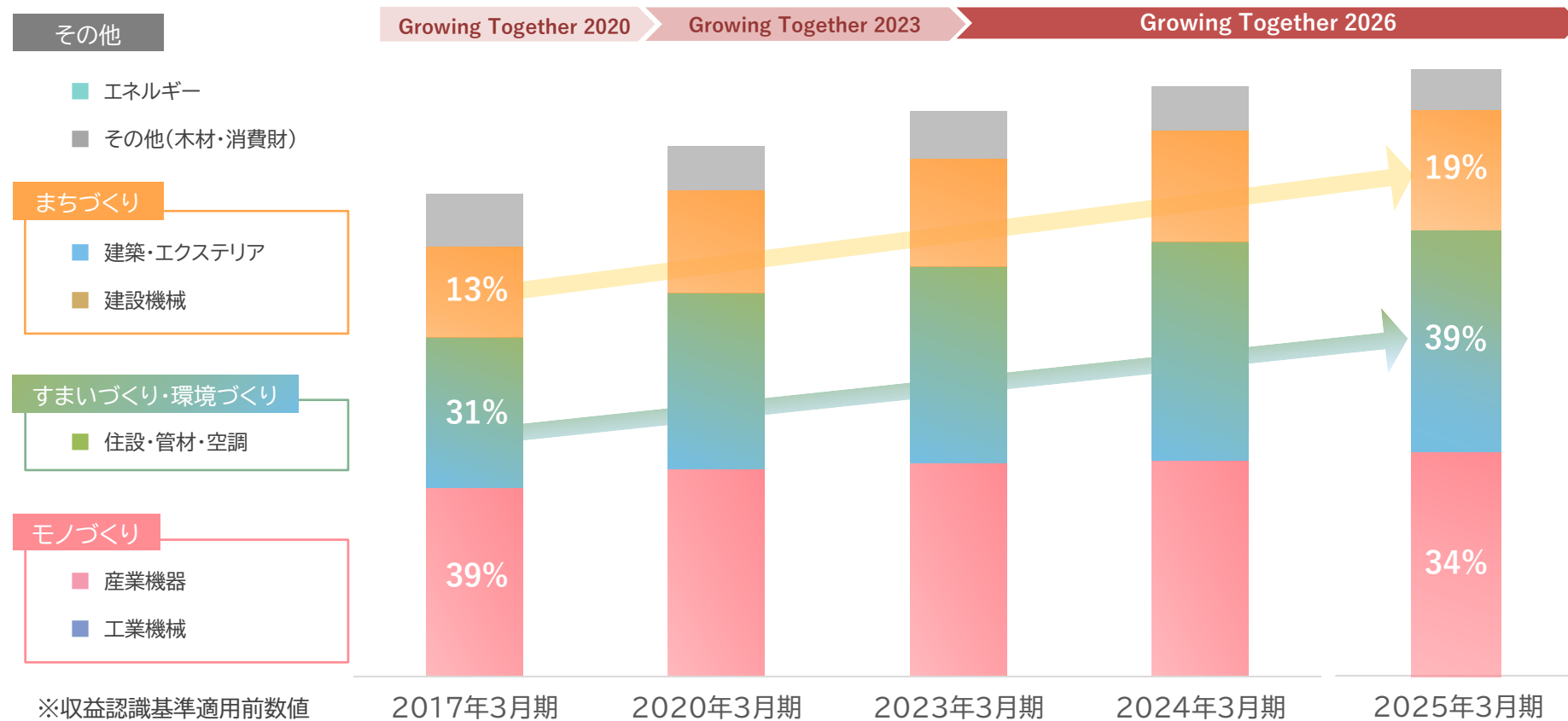


ビジネスフィールド別売上構成比



事業ポートフォリオの強化

ビジネスフィールド毎の構成比推移(2017年～2025年)



※収益認識基準適用前数値

	2017年3月期	2020年3月期	2023年3月期	2024年3月期	2025年3月期
売上高(億円)	4,463	4,913	5,238	5,459	5,474
売上総利益率	9.6%	9.6%	10.0%	10.6%	11.2%
営業利益(億円)	109	118	145	147	157

成長戦略

社会全体の課題

- ・国内労働人口の減少
- ・脱炭素、カーボンニュートラルへの意識の高まり
- ・資源・エネルギー価格の高止まり
- ・人件費および人材採用コストの上昇
- ・地震、水害をはじめとする自然災害の増加
- ・国内外の景気変動 ・地政学リスク ほか

社会課題の解決に取り組む9つの成長戦略

単位: 億円(未満切り捨て)

	全社推進事業						エリアや組織別に推進するターゲット市場・チャレンジ領域			
	コア事業のさらなる拡大を目指す						強みを新しい市場へ展開			
	海外	グリーン	デジタル	レジリエンス & セキュリティ	新流通	シェアリング	介護・医療	食品	農業	計
2024年 3月期実績	281	500	130	344	174	19	191	63	77	1,783
2025年 3月期実績	300	502	189	359	190	21	228	77	58	1,927
2026年 3月期計画	650	600	400	350	250	100	250	160	100	2,860
進捗状況	×	○	×	◎ (達成)	○	×	○	△	△	○

成長戦略:海外戦略

タイ・インドをはじめとする南アジア地域をターゲットに展開

海外プロモーションの確立

● 当社初のプライベートセール YUASA Grand Fair in THAILAND (2/5~7)

【参加メーカー】206社 【来場者数】6,111名
セールツアーには153社475名をご招待
海外経験を通じた国際感覚の醸成を目指し
日本から応援社員41名が参加



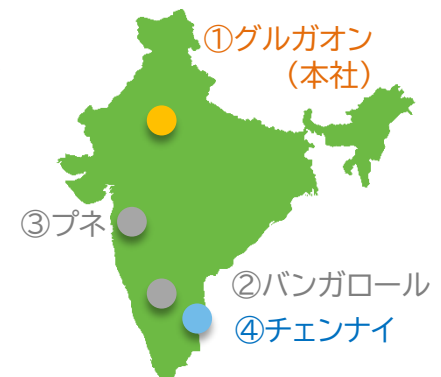
● 総合提案モデルルームをタイで展開

バンコク市内に一軒家を契約済、上期中に公開予定
当社取扱商品の総合提案を行うモデルルームを構築

拠点戦略

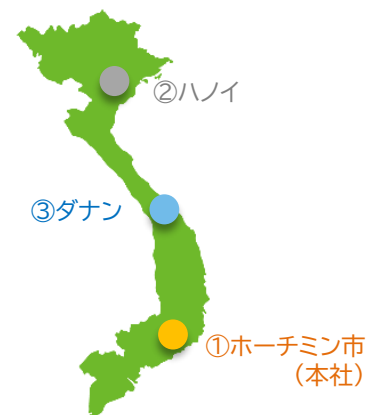
● インド4拠点目 「チェンナイ支店」開設

広いインドの南北に
営業拠点を設置
高い成長ポテンシャルの
取り込みを目指す



● ベトナム3拠点目 「ダナン支店」開設

製造業を中心に
産業の多角化が進むダナンに
ホーチミン市・ハノイに続く
営業拠点を開設



成長戦略:グリーン

省エネ・再エネ・蓄エネのワンストップソリューション



商品・サービスの主な取り組み



- 再エネソリューションメーカーと共同で
太陽光・蓄電池関連商品の販売強化
- ソーラーカーポートなど
付加価値の高い外構商品の開発・展開
- 当社グループの総合力を発揮し
モノづくり・まちづくりの現場においても
省エネ・CO₂削減対策商品の営業を推進

成長戦略: デジタル

ロボティクス・AI等を活用した省人化・省力化

企業の物流課題を解決するトータルサービス

LOGI CRAFT(ロジクラフト)



「ツインピック」をはじめとする当社の「つなぐ」ソリューション開発と
業界最大級の仕入れネットワークにより
物流現場ごとの課題に合わせた総合提案を実現

物流現場の各工程を網羅したご提案資料を

当社Webサイトにて公開しています

<https://www.yuasa.co.jp/solutions/logicraft/>

AIカメラ搭載 外観検査装置

F[ai]ND OUT EXW



人の目の代わりに外観検査を行えるソリューション

良品学習AI搭載で学習の手間を大きく節減

金属成型物の割れ・欠けや食品の色ムラなども瞬時に判別



日刊工業新聞社主催

2024年 第67回十大新商品賞 **モノづくり賞**を受賞！

(商社としては本年度で唯一の受賞)

イベント・ファニッシングを手掛ける「ラインナップ社」がグループ入り



イベント・ファニッシング事業に関する豊富な知見と実績を有し
当社グループが有するイベント設営・ハウスレンタル事業とのシナジー発揮を通じ
成長戦略の1つでもあるシェアリング事業のより一層の加速を目指します。

成長戦略:レジリエンス&セキュリティ/シェアリング

モバイル型ホテル「コンパク」

持ち運び可能なコンテナハウスで快適な居室空間を実現、平時にも有事にも活躍



【平時利用】

建設現場等での宿泊施設不足という
社会課題の解決

様々なニーズをつなぎ
アジャイルに活用

(販売・レンタル・リーシングetc.)

【有事利用】

災害・復興現場における
医療・作業従事者の宿泊施設として活躍

風土改革・DX推進・サステナビリティ推進

DX推進

生成AI活用・データ活用基盤の整備を推進



【生成AIを全社で運用開始】

業務効率と精度の向上を目的に、既に実施しているRPA活用に加え、セキュアな社内環境における生成AIの運用を開始しました。



【データ活用基盤の整備に向けた投資】

中期経営計画における「DX ITデジタル投資」として108.5億円の投資を実行済。営業情報をはじめとした統合データ基盤の整備を通じ、営業効率のさらなる向上を目指します。

風土改革

イノベーションが生まれる企業風土づくり



【タイ展示会へ応援社員が参加】

国内勤務の41名が応援でタイに渡り運営・営業に参画。参加は希望制で、2年目の若手から中堅・管理職まで幅広いメンバーがチャレンジしました。

サステナビリティ推進

自社とサプライチェーンのサステナビリティ推進



【タイ新社屋に太陽光パネルを設置】（写真）

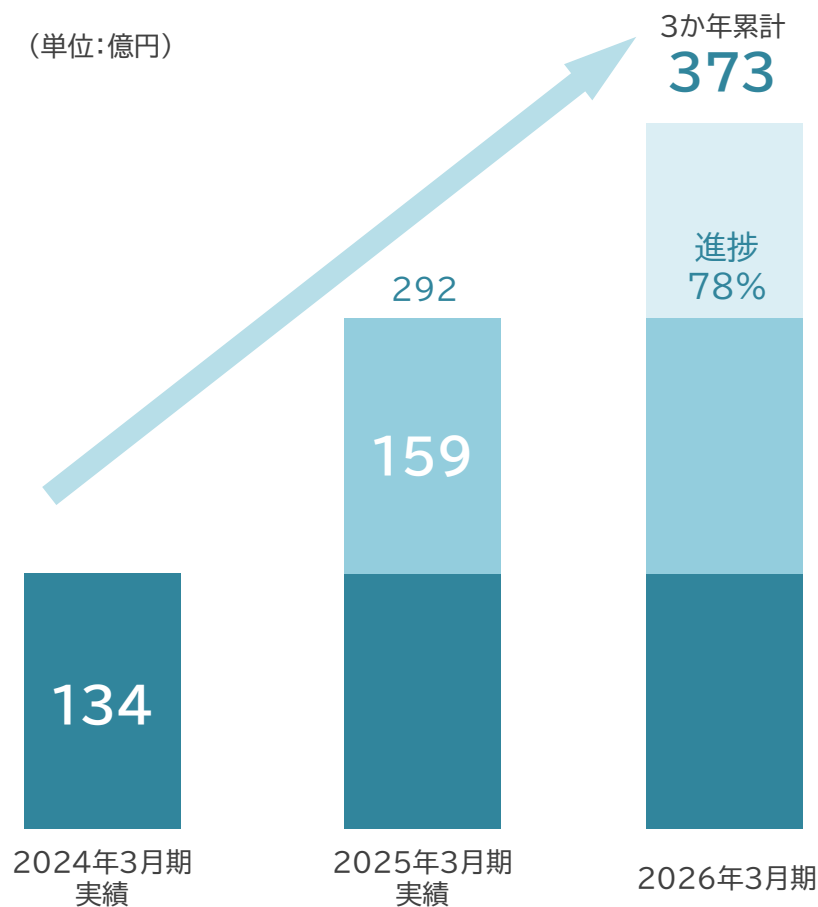
昨年竣工したタイの新社屋の屋上に太陽光パネルを設置し、再生可能エネルギーにより営業しております。年間総出力容量に換算して約50トンのCO2削減効果が期待できます。

また、当社グループの国内外における自社所有物件においても同様の取り組みを進めるとともに、賃貸物件においても、再生可能エネルギー由来の電力供給への切り替えを順次進めています。

成長投資の進捗

営業キャッシュ・フローの獲得状況

3か年累計:373億円の獲得を前提とし
右記投資計画を策定。進捗78%と順調に推移



投資計画の進捗

既に86%の投資が進捗
今後も機動的に投資を検討・実行

実績(2年間) 計画(3年間計)
181.4億円 / 212億円

成長戦略投資 **72.9** / **100億円**
(コア事業投資を含む)

- ・ 海外戦略の強化 (拠点新設等)
- ・ M&Aによるコア事業強化・成長戦略推進
- ・ 「つなぐ」ソリューション開発

他

DX **108.5** / **112億円**
ITデジタル投資

- ・ データ活用基盤の構築
- ・ セキュリティ強化
- ・ DX人材育成

他

Growing Together 2026 定量計画

財務KPI

単位:億円(未満切り捨て)
パーセントは表示位未満四捨五入

	2024年3月期実績	2025年3月期実績	2026年3月期計画
売上高(※1)	5,265	5,283	5,500
営業利益	147	157	177
経常利益	157	160	180
経常利益率	2.99%	3.03%	3.27%
当期純利益	118	102	120
自己資本利益率(ROE)	12.0%	9.7%	11.8%以上
株主還元率(※2)	34.9%	39.4%	33%以上
株主資本配当率(DOE)	4.1%	4.0%	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2024年3月期実績には自己株式の取得分が含まれております。

Growing Together 2026 定量計画

非財務KPI

パーセントは表示位未満四捨五入

	2024年3月期実績	2025年3月期実績	2026年3月期計画
CO ₂ 排出量(ト ₂ CO ₂) (※1)	6,335 t-CO ₂	算定中	2023年3月期比 30%削減
女性管理職比率	2.0%	1.7%	3.0%
女性総合職比率	4.0%	5.6%	6.0%
女性総合職採用率	6.5%	19.0%	12.0%
男性育休および 育児目的休暇取得率	72.5%	74.4%	100%
有給休暇取得率	67.8%	64.0%	70.0%
平均労働時間	1,934時間	1,923時間	1,920時間
マネジメント人材育成 ※当該年度の対象研修受講者(のべ)	280名	335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：109名 (※2)	IT人材：316名 (※2)	IT人材：600名 DX人材：40名 (※3)

(※1)CO₂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

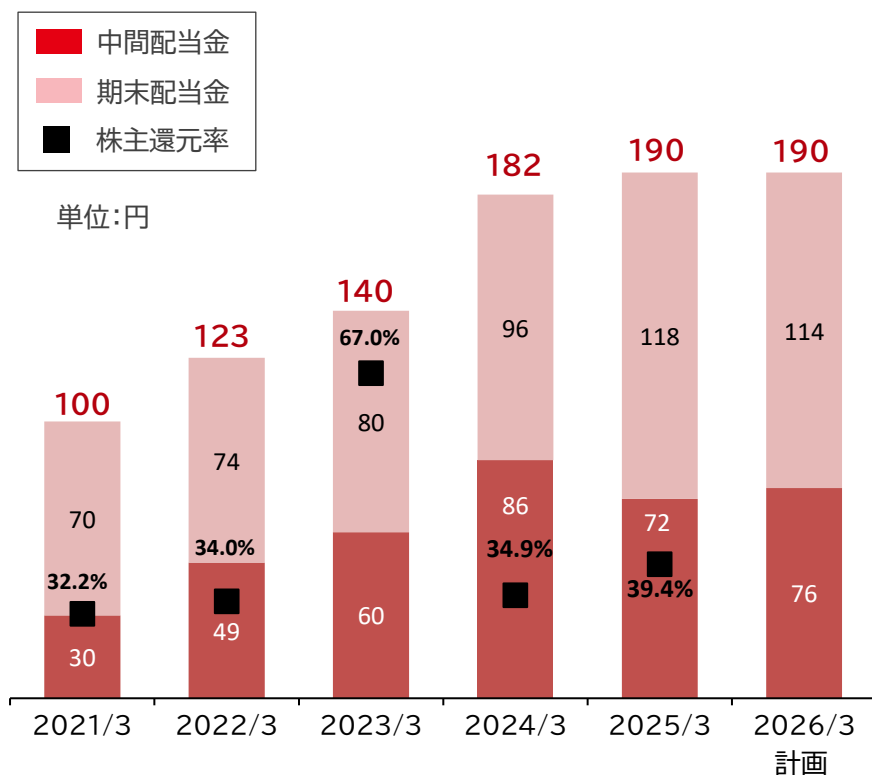
(※3)DX人材…データ分析結果を活用し、マーケティングと経営戦略に特化した知識により新たな企画立案を行い推進する人材

O4 株主還元方針

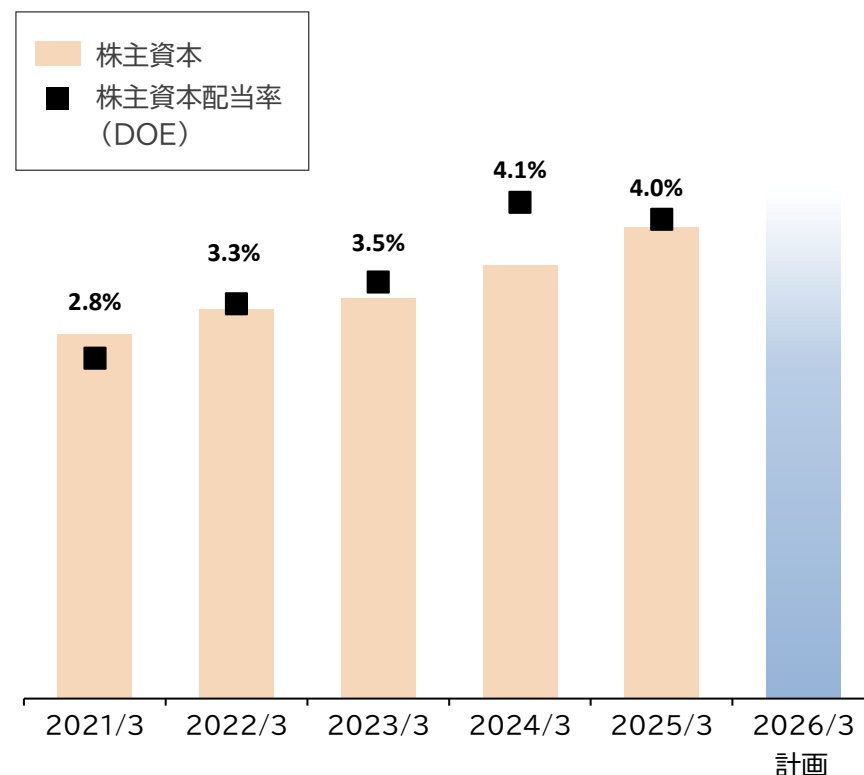
株主還元方針

株主還元率33%以上、DOE3.5%以上の還元方針に則り実施

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



※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

資本コストに対する考え方

当社では、財務部門における各種要因の分析と外部評価機関からの提供情報を勘案し、2025年3月期時点の株主資本コストを【5.64%～6.53%】と想定しております。併せて、中期経営計画「Growing Together 2026」ではこれを上回るROE(株主資本利益率)の実現を前提とした利益計画の達成に向け、取り組みを進めております。

資本コストを上回る収益の確保に向けた取り組み

計画

取り組みの進捗状況

①事業活動を通じた収益性・成長性の向上

社会課題の解決につながる商品・サービスの提供を通じ収益性を向上させるとともに成長戦略の推進により継続的な事業成長を図る

売上
総利益率

2020年3月期
9.6%

➡ 11.2%
※旧収益認識基準での比較

成長戦略
割合

2020年3月期
20%

➡ 35%

②成長投資方針

営業キャッシュ・フローを成長投資に配分するとともに
安定的かつ継続的な株主還元を実施

- **成長投資**: 3か年計画の8割超が進捗済み
今後も必要に応じ機動的に投資を検討・実施
- **株主還元**: 還元率・DOE指標に則り、4期連続で増配

③株主資本コスト低減に向けた取り組み

広報・IRの強化、ステークホルダーとの対話の推進により資本コストの低減を図る

- **対話の推進**: IR面談件数対昨年比175%
- **情報開示**: 昨年度より日英同時開示対応を開始
(決算説明資料などの任意開示媒体を含む)

商号変更予定について



2026年4月1日

ユアサ商事株式会社は「株式会社YUASA」へ。

屋号・商号の変遷	
1666(寛文6)年	初代・湯浅庄九郎により 木炭商として京都で創業
1688(貞享5)年	屋号「炭屋」を制定
1919(大正8)年	会社設立 「株式会社湯浅七左衛門商店」
1940(昭和15)年	社名変更「湯浅金物株式会社」 (1943～46年は「湯浅金属産業株式会社」)
1978(昭和53)年	社名変更 「湯浅商事株式会社」
1992(平成4)年	湯浅商事とユアサ産業が合併 新商号「ユアサ商事株式会社」
2026(令和8)年	創業360周年 新商号「株式会社YUASA」(変更予定)

社会の変化と共に進化を続ける当社は
そのグローバルなビジネスフィールドの拡大に合わせ
屋号・商号を定めてまいりました。

創業から360年の年月を経て、当社は
社会課題の解決を通じ
トレーディングに留まらない価値を創造する
複合専門商社としての決意を込め
2026年度より「株式会社YUASA」として
新たな一步を踏み出します。

※ 本内容は、2025年6月25日開催の定時株主総会において商号を変更する定款変更の議案につき、可決・承認をいただくことを前提としております。

Disclaimer

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。

<お問い合わせ先>

ユアサ商事株式会社 総務部 IR・サステナビリティ推進室

【Mail】 ir@yuasa.co.jp