

# TRUSCO®

**トラスコ中山株式会社**

第 60 期第 2 四半期 決算説明会

2022 年 8 月 9 日

## イベント概要

---

[企業名]	トラスコ中山株式会社
[企業 ID]	9830
[イベント言語]	JPN
[イベント種類]	決算説明会
[イベント名]	第 60 期第 2 四半期 決算説明会
[決算期]	2022 年度 半期
[日程]	2022 年 8 月 9 日
[ページ数]	31
[時間]	14:00 – 14:54 (合計：54 分、登壇：44 分、質疑応答：10 分)
[開催場所]	インターネット配信
[会場面積]	
[出席人数]	100 名
[登壇者]	5 名 代表取締役社長 中山 哲也 (以下、中山) 取締役 経営管理本部 本部長 兼 デジタル戦略本部 本部長 数見 篤 (以下、数見)

---

### サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



経営企画部 部長

下津 敦嗣（以下、下津）

経営企画部 広報 IR 課 課長

富士谷 美貴（以下、富士谷）

経営企画部 広報 IR 課

内藤 みのり（以下、内藤）

**[アナリスト名]\*** 三菱 UFJ モルガン・スタンレー証券株式会社

小宮 知希

\*質疑応答の中で発言をしたアナリストの中で、SCRIPTS Asia が特定出来たものに限る

---

## サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375

フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



## 登壇

---

**内藤**：ただ今より、トラスコ中山株式会社、令和4年12月期第2四半期決算説明会を開催いたします。皆様、お忙しい中ご参加いただきましてありがとうございます。

本日、司会を務めます広報 IR 課内藤と申します。本日は、会場開催とオンラインのハイブリッド開催を実施いたします。会場に足を運んでくださいました皆様へは、マスクの着用、検温の実施、アルコール消毒にご協力いただき、誠にありがとうございます。

決算書説明会ご視聴の際は、ご来場者様同士の距離を十分にとり、感染予防に努めております。また、本日決算説明会に参加しているスタッフは全員、事前に抗原検査を実施し、陰性であることを確認済みです。登壇者はマスクを外しての発言となりますが、ご来場いただいた皆様とは十分な距離を取り、演台の前には飛沫飛散防止パネルを設置しております。

それではまず初めに、出席者をご紹介します。代表取締役社長、中山哲也でございます。取締役、経営管理本部長兼デジタル戦略本部長、数見篤でございます。経営企画部部长、下津敦嗣でございます。広報 IR 課課長、富士谷美貴でございます。以上、よろしくお願いいたします。

続きまして、本日の進行を簡単にご説明いたします。初めに、決算概要を広報 IR 課富士谷よりご説明し、その後、社長中山より取り組みについてご説明いたします。ご説明終了後は、質疑応答のお時間とし、質疑応答が終了次第、説明会を終了いたします。お時間は大体1時間程度を見込んでおります。

今回の質疑応答につきましては、会場参加の皆様、オンライン参加の皆様の順にお答えさせていただきます。ご質問方法は、質疑応答の際にお伝えいたします。また、今回の説明会の様子は後日当社公式 YouTube チャンネルにて公開いたします。

それでは、広報 IR 課富士谷より決算概要についてご説明いたします。画面にも資料を投影いたしますが、資料は当社ホームページ上でもダウンロード可能ですので、ぜひご活用ください。

---

### サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



## 決算概要説明 連結経営成績

令和3年12月期の各数値については、会計方針変更の遡及適用後の数値を記載しております。  
遡及適用: 新たな会計方針を過去の財務諸表に遡って適用していたかのように会計処理すること

	令和3年(2021)12月期 通期		令和4年(2022)12月期 第2四半期			令和4年(2022)12月期 通期	
	実績	率	実績	率	前年 同期比	予想	前年比
売上高	2,268億33百万円	—	1,206億83百万円	—	+7.1%	2,435億00百万円	+7.3%
売上総利益	476億70百万円	21.0%	253億79百万円	21.0%	+4.2%	517億20百万円	+8.5%
販売費及び 一般管理費	346億73百万円	15.3%	194億45百万円	16.1%	+14.0%	374億70百万円	+8.1%
(うち減価償却費)	69億29百万円	3.1%	33億51百万円	2.8%	△1.9%	68億53百万円	△1.1%
営業利益	129億97百万円	5.7%	59億33百万円	4.9%	△18.8%	142億50百万円	+9.6%
経常利益	135億55百万円	6.0%	61億47百万円	5.1%	△20.3%	146億00百万円	+7.7%
親会社株主に 帰属する 当期純利益	※115億96百万円	5.1%	42億50百万円	3.5%	△19.1%	99億60百万円	△14.1%
1株当たり 当期純利益	175円86銭	—	64円46銭	—	—	151円04銭	—
1株当たり 配当金	35円50銭	—	16円50銭	—	—	38円00銭	—
PB売上高	434億45百万円	19.2%	228億24百万円	18.9%	+3.4%	466億26百万円	+7.3%
設備投資額	87億99百万円	—	26億56百万円	—	—	43億38百万円	—

※令和3年12月期には不動産の売却を行ったため、約34億円が特別利益として計上されています。

**富士谷**：広報 IR 課富士谷です。よろしくお願いたします。

それでは初めに、経営成績についてご説明いたします。決算説明会資料 3 ページ目をご覧ください。

第 60 期第 2 四半期連結、売上高 1,206 億 8,300 万円、前年同期比プラス 7.1%、通期予算前年比プラス 7.3%。

売上総利益 253 億 7,900 万円、前年同期比プラス 4.2%、通期予算前年比プラス 8.5%。

販売費及び一般管理費 194 億 4,500 万円、前年同期比プラス 14%、通期予算前年比プラス 8.1%。  
うち減価償却費 33 億 5,100 万円、前年同期比マイナス 1.9%、通期予算前年比マイナス 1.1%。

営業利益 59 億 3,300 万円、前年同期比マイナス 18.8%、通期予算前年比プラス 9.6%。

経常利益 61 億 4,700 万円、前年同期比マイナス 20.3%、通期予算前年比プラス 7.7%。

親会社株主に帰属する四半期純利益 42 億 5,000 万円、前年同期比マイナス 19.1%、通期予算前年比マイナス 14.1%。

一株当たり四半期純利益 64 円 46 銭、一株当たり配当金 16 円 50 銭。

プライベートブランド売上高 228 億 2,400 万円、前年同期比プラス 3.4%、通期予算前年比プラス 7.3%。設備投資額 26 億 5600 万円となりました。

### サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

## 決算概要説明 決算ダイジェスト

### ■上期実績について

- ・資源価格の上昇や商品の欠品が増す中、継続的な在庫拡充を実施することにより、機会損失を減少。
- ・ユーザー様直送サービスを強化し、注文集約が進んだ。
- ・従業員の生活支援のため、約5億円の臨時賞与支給などにより、販売費及び一般管理費が増加。

### ■下期見通しについて

- ・販売費及び一般管理費抑制のため、全社的な経費削減を実施
- ・通期予算は修正せず、予算達成を見通す

### ■同業他社 売上高対前年比比較

	令和2年(2020) 3月期	令和3年(2021) 3月期	令和4年(2022) 3月期
A社	△10.3%	△7.9%	+15.4% ※2
B社	△0.5%	△12.0%	+7.1% ※2
C社	△9.8%	△8.5%	+20.6%
	令和元年(2019) 12月期	令和2年(2020) 12月期	令和3年(2021) 12月期
トラスコ	+3.0% ※1	△3.3%	+7.5%

※1連結開始につき参考値 ※2会計方針変更につき、参考値

### ■第60期 通期経営計画

連結売上高	2,435億円
販売費及び一般管理費	374億70百万円
親会社株主に帰属する四半期純利益	99億60百万円
配当金	38円00銭

次に、決算ダイジェストについてご説明いたします。

コロナ感染者数の一時的な減少により、行動制限が緩和され、非製造業は回復しました。しかし、製造業においては、資源価格の上昇や円安の進行によるコスト高、材料の調達困難により、製造供給がストップするなどの影響で景況感は悪化しました。

当社におきましては、今期6月末までで52万アイテム拡充した在庫アイテム数を、2030年までに100万アイテムへと拡大してまいります。

幅広く在庫することで、一つのメーカーが欠品しても、代替商品を提案するなど、豊富な在庫力を生かした営業活動を実施いたしました。

商品分類別では、マスクや手袋など感染予防の商品需要が一服したものの、設備投資に関わる商品や高所作業で必要となる墜落制止用具、いわゆる安全帯の法改正が完全施行され、販売が増加いたしました。

これらの要因により、売上予算は上回りましたが、物価高騰による全従業員の生活支援臨時ボーナス約5億円の支給や、水道光熱費等の上昇により、販売費及び一般管理費が増加したため、営業利益、経常利益ともに予算を下回る結果となりました。

右上の表にありますように、同業他社との売上高対前年比比較を直近3年で見てみますと、A社C社とも、最新期では前年比2桁増となっていますが、令和2年3月期、令和3年3月期の2年間

### サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

続けて、約 10%ダウンしております。当社におきましては、令和元年 12 月期はプラスであり、コロナが流行し始めた令和 2 年 12 月期は約 3%のダウンのみに抑え、その後の前期である令和 3 年 12 月期から対前年比はプラス 7%以上を維持しております。

下期の見通しについては、販売費及び一般管理費を抑制するため、全社的に経費を削減する活動を行います。経費削減の施策については、後ほどご説明いたします。よって、通期予算は修正することなく、予算達成を目指し、引き続き在庫拡充と得意先様の利便性向上に努めてまいります。

以上のことから、一株当たり四半期純利益は、予想を下回る 64 円 46 銭となり、配当は配当性向 25%の 16 円 50 銭となりました。よって令和 3 年 12 月期決算発表時に公表した予算配当を 1 円 50 銭下回ることになりましたが、下期は 21 円 50 銭となる予想であり、年間配当金は 38 円 0 銭を予定しております。

## 決算概要説明 セグメント別 経営成績

	令和3年(2021)12月期			令和4年(2022)12月期 第2四半期						令和4年(2022)12月期 通期	
	売上高		売上総利益率	売上高			売上総利益率			売上高	
販売ルート	実績	構成比	実績	実績	構成比	前年同期比	予算比	実績	前年同期比	予想	前年比
ファクトリールート	1,623億79百万円	71.6%	20.5%	842億20百万円	69.8%	+4.3%	△1.5%	20.8%	△0.4pt	1,717億82百万円	+5.8%
eビジネスルート	443億93百万円	19.6%	23.5%	252億53百万円	20.9%	+14.3%	+2.7%	22.4%	△1.6pt	500億97百万円	+12.8%
ホームセンタールート	183億66百万円	8.1%	18.6%	102億03百万円	8.5%	+13.7%	+6.4%	17.7%	△1.2pt	194億55百万円	+5.9%
海外ルート	16億94百万円	0.7%	33.0%	10億05百万円	0.8%	+22.2%	△1.4%	36.5%	+3.6pt	21億64百万円	+27.7%
全社合計	2,268億33百万円	100%	21.0%	1,206億83百万円	100%	+7.1%	+0.0%	21.0%	△0.6pt	2,435億00百万円	+7.3%

次に 5 ページ目をご覧ください。セグメント別実績についてです。

ファクトリールート売上高 842 億 2,000 万円、前年同期比プラス 4.3%、通期予算前年比プラス 5.8%。

e ビジネス ルート売上高 252 億 5,300 万円、前年同期比プラス 14.3%、通期予算前年比プラス 12.8%。

### サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

ホームセンタールート売上高 102 億 300 万円、前年同期比プラス 13.7%、通期予算前年比プラス 5.9%。

海外ルート売上高 10 億 500 万円、前年度同期比プラス 22.2%、通期予算前年比プラス 27.7%となりました。

## 決算概要説明 第60期 設備投資について

第60期 投資計画: 43億38百万円 (上期実績: 22億75百万円)

(単位: 億円)

デジタル 13.1	土地、建物 27.9	設備 2.4
--------------	---------------	-----------

### 第60期 設備投資の詳細

(単位: 百万円)

令和4年(2022) 主な設備投資 内訳		上期投資実績額	下期投資予定額
システム	商品データベース「Sterra(ステラ)」リニューアル(総投資予定額: 13.3億円)	512	798
	仕入先様との業務連携サイト「ポラリオ」改修(総投資予定額: 1.4億円)		
	従業員人事システム導入(総投資予定額: 0.8億円) など		
建物	プラネット東関東 第2パレット自動倉庫(仮称) 増築工事(総投資予定額: 25.5億円)	1,192	1,195
	堺ストックセンター 新築工事(総投資予定額: 18.7億円) など		
土地	HC東日本物流センター 移転計画(総投資予定額: 85億円)	400	-
設備	プラネット東北I-Pack®仕様変更(総投資予定額: 0.2億円)	171	70
	プラネット埼玉パレタイズロボット導入(総投資予定額: 1億円)		
小計		2,275	2,063
年間設備投資額		4,338	

※設備投資詳細の金額についてはキャッシュアウトベースにて記載しております。

次に 6 ページ目をご覧ください。

設備投資につきましては、今期 43 億 3,800 万円を予定しており、上期は 22 億 7,500 万円となりました。

まず、デジタル関連では、1,000 万アイテム以上のデータ登録が可能となる商品データベース Sterra (ステラ) の刷新を行い、今期約 3 億円を予定しております。総投資予定額は約 13 億 3,000 万円、上期で 6,800 万円、通期では約 3 億円を予定しております。

次に仕入れ先様との業務連携サイト、ポラリオの刷新を行います。総投資予定額は約 1 億 4,000 万円、上期で 5,300 万円、通期でも約 1 億 4,000 万円を予定しております。

続いて、土地建物では、主にプラネット東関東、第 2 パレット自動倉庫増築工事で、総投資額 25 億 5,000 万円、上期では約 8 億円、通期で約 13 億円を予定しております。

## サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com



続いて、プラネット大阪の近くに新たに物流センター堺ストックセンターの建設を予定しております。総額約19億円を見込み、上期で4億600万円、通期で約8億5,000万円を予定しております。

最後に HC 東日本物流センター移転による土地購入で今期約4億円となり、総額約85億円を予定しております。

これらなどの投資で、今期デジタルで約13億円、土地建物で約28億円、設備で約2億円を予定しております。

## 決算概要説明 販売費および一般管理費

### ■販売費及び一般管理費の主な増加項目

勘定科目	令和3年(2021) 12月期	令和4年(2022)12月期 第2四半期		令和4年(2022)12月期 通期	
	実績	実績	前年 同期比	予想	前年比
給料及び賞与	121億59百万円	64億74百万円	+11.9%	123億75百万円	+1.8%
支払手数料	23億21百万円	14億50百万円	+43.5%	25億93百万円	+11.7%
運賃及び荷造費	67億82百万円	37億38百万円	+11.5%	72億31百万円	+6.6%
水道光熱費	3億22百万円	1億99百万円	+46.3%	3億20百万円	△0.8%
旅費及び交通費	4億72百万円	2億77百万円	+18.2%	4億95百万円	+5.0%
販売費及び一般管理費 合計	346億73百万円	194億45百万円	+14.0%	374億70百万円	+8.1%

### ■臨時賞与の支給状況(約5億円)

社員		
在籍年数	支給単価	対象社員人数
新入社員および入社1年未満	30,000	88人
1～15年未満	200,000	775人
15年以上	300,000	777人
パート社員		
入社1年未満	10,000	219人
1～5年未満	30,000	429人
5～10年未満	50,000	399人
10年以上	100,000	249人

※令和4年通期予算について、給与及び賞与、運賃及び荷造費以外の項目については【親単体】の数値にて記載しています。

### ■5月13日に臨時賞与を約5億円支給

近年の物価高騰が続く中で、従業員の生活支援を目的とした臨時賞与約5億円を支給いたしました。詳細は右上の図に記載しておりますが、社員だけでなくパートタイマーへの支給も行いました。

販売費及び一般管理費についてご説明いたします。

上期は予定していた金額より上乗せとなりました。主な増加要因としましては、近年の物価高騰などの社会情勢を踏まえた生活支援として、5月13日に全従業員総額約5億円の臨時賞与支給を行いました。

臨時賞与の支給詳細については右の表をご覧ください。入社1年未満の社員には3万円、15年以上の勤務で30万円の支給となり、パートタイマーにも最大で10万円支給いたしました。

## サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

## 決算概要説明 販売費及び一般管理費の増加要因と今後の施策

### 【主な増加要因】

① 従業員給料及び賞与	前年同期比+6億88百万円(+11.9%) 生活支援ボーナスの支給+5億12百万円、パート給料及び賞与+1億58百万円 在宅勤務から出社へ切り替えたことによる社員の残業代増加
② 支払手数料	前年同期比+4億39百万円(+43.5%) HACOBUne構想+1億41百万円、保守点検費+70百万円 など
③ 運賃及び荷造費	前年同期比+3億84百万円(+11.5%) 出荷個数増加+3億30百万円 うちユーザー様直送増加+1億78百万円
④ その他増加分	前年同期比+2億42百万円(+8.9%) 水道光熱費:電気代高騰+55百万円、旅費交通費:出張費+16百万円

### 【今後の施策について】

勘定科目	削減項目
給料及び賞与	定時勤務による従業員残業代削減(82百万円) パート人件費削減、下期パート採用の中止(60百万円)
支払手数料	各種保守点検費用などの見直し(1億04百万円)
水道光熱費	節電による電気料金削減
旅費交通費	オンライン活用などで出張回数削減

その他、販売促進費、修繕費、会議費などを削減し、約10億円の削減を見込む

また、在宅勤務から出社勤務への切り替えやパートタイマーの増員や時給上昇により、給料および賞与が6億8,800万円増加いたしました。

次に、支払手数料ではHAKOBUneプロジェクトで1億4,100万円。保守点検費などで7,000万円となり、計約4億円となりました。

運賃及び荷造費については、売上高増加、ユーザー様直送の需要増加に伴い、出荷個数が増加し、計3億3,000万円プラスとなりました。そのうち1億7,800万円はユーザー様直送増加分となります。ユーザー様直送の路線便費用については、売上高にも計上しており、お客様にご負担いただいております。

その他では約2億円の増加となり、そのうち電気代高騰で5,500万円の増加、出張費として旅費交通費が1,600万円増加しました。

今後の施策については、定時勤務による従業員残業代の削減。パート採用を中止し、パート人件費の削減。節電による電気料金の削減。オンライン活用などで出張回数を削減。販売促進費、修繕費、会議費などを削減することで総額約10億円の削減に取り組みます。

このように、コストの見直しを図って、利益の改善を行い、通期業績を達成することで、予想通り親会社株主に帰属する当期純利益99億6,000万円を見込んでおります。従って、期末配当金は同公表時の20円0銭を1円50銭上回る21円50銭となる予想です。以上のことから、現時点では年間配当金は38円0銭となります。

### サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

以上で決算概要についてのご説明を終了いたします。

**内藤**：続きまして、代表取締役社長の中山より、当社の取り組みについてご説明いたします。

**中山**：皆さん、こんにちは。またオンラインでご視聴の皆様も、本日はどうもありがとうございます。中山でございます。

それでは、私からいろいろとお話をさせていただきますが、本日は日経新聞さんにドカーンといい大変目立つ記事を書いていただきましたね。もう早速、株価のほうも反応しておりますね。

先ほど2時ちょうどで見たところ、1,889円と68円安、出来高も20万4,600株ですね。随分売られておるようでございますが、今からお話するもろもろのお話の中で、ぜひまた買い戻しが入るよう頑張りたいと思いますので、ぜひお聞きいただきたいと思っております。

TRUSCO

## 当社の事業に対する考え方

代表取締役社長 中山哲也

当社は、顧客に対する、マーケットに対する、利便性向上を最大の事業戦略と位置付けており、独自の利便性向上策を展開しています。

目指す企業の理想像は、  
「できればトラスコから買いたくないが、買わざるを得ない」と言われることであります。  
「お客様には愛される」では、お世辞しか生まれず、何の戦略も生まれません。  
「買わざるを得ない」と言われるには、数多くの戦略が必要で企業の機能向上が求められます。  
「お世辞vs戦略」の決戦の行方は、戦略の積み重ねに軍配が上がると信じ、これからも機能強化を続けていきます。

© 2022 TRUSCO NAKAYAMA Corporation

9

私のほうは9ページから、今日は決算の発表というよりは、どんな発想でいろいろ経営にあたっているかっていうところ、少しお知りいただければと思っております。

まず、当社は顧客それからマーケットに対する、やっぱり利便性の向上が一番提供すべき価値だと思っております。それをどう上げていくかっていうことに日夜、いろんな施策を講じておるところでございます。

### サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

 **SCRIPTS**  
Asia's Meetings, Globally

利便性という、もう一つピンと来ない方もおられるかも知れないですけど、まず 100 年経っても変わらないマーケットの要望は便利に物が買えること。これは 100 年経とうが 1000 年だろうが変わらないんじゃないかと思っております。

それと、資材調達、やはり最終のとことんの決め手は便利に物が買えるかどうか、ここだろうと思います。中にはいやいや、やっぱり昔からの付き合いでとか、face to face と言う方もおられるかも知りません。それはそれで、圧倒的大多数はそういった利便性と思っております。

目指す企業の理想像は、こう書かしていただきましたけど、お前はちょっとおかしいんじゃないかって言われるかわかんないんですけど。できればトラスコから物は買いたくないけど、買わざるを得ないと、こういう会社が私は理想だと思っております。

こんな事を言う社長っていないんですけど、大体、お客様には好かれろよ、かわいがられろよ、愛されろよと、こんなお話をされるところが多いと思うんです。

ところがよく考えていただきますと、愛される、かわいがられるっていうことを言っていると、ほとんどお客さんに対してお上手を言うか、おべんちゃらを言うか、よいしょするか、どっこいしょするか、こんなことしか出てこなくてですね。戦略なんていうのは、全く何も生まれてこないというのが、愛されろの裏側でございます。

だけど、買わざるを得ないと。こう言わそうと思うと、実はいろんな戦略を練り上げて、いろんなことをやっていないと、買わざるを得ないとはなかなか言ってもらえないと。こういうことから、われわれは買わざるを得ない施策を日々、練り上げていろいろ積み上げていってるとご理解いただきたいと思います。

その「お世辞 vs 戦略」の決戦の行方でございますが、戦略の積み重ねに軍配が上がると信じて、これからも機能の強化を図っていきたいと思っております。

---

## サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



## 現在取組中の利便性強化策とは

### 1. 荷合わせ+ユーザー様直送サービス

一般的には、卸売業者がユーザー様まで商品を直送することは有り得ませんが、この直送サービスの実施により

**納期半減**

**運賃半減**

**梱包資材半減**

**環境負荷半減**

と数多くの効果をもたらします。

医薬品業界で例えるならば、医薬品卸売業が病院や薬局に薬を届けるのではなく、直接患者に薬を送るということでありませす。

どんな機能の強化を今やっているかっていうのが、これからご説明させていただきます。

荷合わせ+ユーザー様直送サービスと。荷合わせって何だと。見ていただいた通り、荷物を合わせることを荷合わせと申しますが、それをユーザー様に直送サービスするという事です。

まず一番目に、ユーザー様の直送サービスをご説明させていただきます。

一般的に、私どものような卸売業者が、ユーザー様に対して物をお送りすることは、基本的にはありえません。自分たちの直接のお客様には商品はお送りするけど、その先のユーザー様まで送ることはないんです。

ところがそのサービスをすることによって、今までお客さんへ1日、お客さんからユーザーさんに1日、計2日間かかっていた納期が、直接送ることによって1日で済む。それから運賃も、2回掛かっていたが1回で済む。梱包資材も半減します。

例えば、ネット通販業者さんにトラスコの箱に入れてお送りする。ネット通販業者さんは、トラスコの箱から商品を取り出して、自分のところの箱に詰め替えてまた送る、という全く意味のないことに皆、汗をかいておられるわけがございます。

そんなのが1回で済む。そういうことから環境負荷も半減するという事です。私はこれから、問屋がユーザー様に物を送るのは、絶対にやるべきことで、世の中全部やれば、すごく社会的意義があ

#### サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

と思っています。できれば、われわれはこのプロツールの業界で、ユーザー様直送がいつもの光景、当たり前って言われるぐらい浸透できるように、頑張っていきたいと思っています。

ちなみに今年、推定で約 400 万個近い荷物をユーザー様にお送りするということで、400 万と言ったら相当の数ですから、毎日 1 万個以上の荷物をユーザー様へ送っていると。

それから、どこの業界の間屋さんにもユーザーへ送れるかって言いますと、大体、ああ結構ですよって、やれるように言うんです。1 日 2 個 3 個ならできますけど、1 日何万個もやれっていうのは、それ相応の装備をしてないと無理だということでございます。

ちょっとピンとくるように申し上げますと、医薬品の業界で例えます。例えばメディセオさんとかアルフレッサさん、スズケンさん、東邦薬品さん。こういった医薬品の卸会社が、病院とか薬局に薬を送るんじゃなくて、患者さんに直接送るというイメージをしていただくと、非常に分かりやすいと思います。

TRUSCO.

## 現在取組中の利便性強化策とは

### 1. 荷合わせ＋ユーザー様直送サービス

また、荷物をできるだけ詰め合わせをして(荷合わせ)ユーザー様直送をすることにより、

**荷受け手間半減** **段ボール処理手間半減** **配送手間半減**

**環境負荷半減** **梱包資材半減** **運賃半減**

と数多くの社会的問題の解決にもつながります。(別添付資料参照)

しかしながら、このサービスを実現するためにはいくつもの高いハードルがあります。

**多種多様大量の在庫** **大型物流センター** **高密度在庫収納機器**

**高速荷合わせ機器** **高速自動梱包出荷ライン** **大規模デジタル処理能力**

等々、相当の設備投資が必要となります。

© 2022 TRUSCO NAKAYAMA Corporation

11

続いて次のページをご覧ください。

それで、ただ送るだけじゃなくて何をやるかっていうと、できるだけ一つの箱にご注文の商品を全部詰め込んで、ユーザーへ送る。こういう作業を日夜やっております。

## サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

 **SCRIPTS**  
Asia's Meetings, Globally

皆さんもいろんなネット通販業者さんから物を買われると、1回発注しただけなのに、1度にまとめて発注しているのに、今日着いて、明日着いて、明後日着いて、箱が幾つにも分かれて到着するっていう経験があるかと思うんです。

それは別添資料にいろいろ書いておりますので、見ていただいたらと思います。

幾つも荷物が来るとい状況じゃなくて、われわれが荷物合わせをいたしますと、まず荷受けの手間が半減します。

ピンポンピンポンで、出るたびに通販の荷物を受け取るのから1回で済むとかね。大体ご主人方の仕事と定番で決まっておりますけど、きっと皆さんもご自宅でされているんでしょうけど、ダンボールの処理をする手間も半減する。

それから配送の手間が半減しますね。1回で発注しているのに、なんで2回も3回も宅急便が来るんだと。そんな、物流崩壊とか、ラストワンマイルって言う間があれば、ネット通販企業はもっと荷合わせをして、一発で送る。また問屋は直接送るっていう、こんな仕事を絶対するべきだと思っております。

それに伴って環境負荷も半減します。ダンボールの資材も半減します。それから、運賃も3回かかるところが1回で済む。そういうことで非常に社会的問題の解決にもつながっていると思っております。

ただ、これを口で言うのは簡単ですけど、これを実現するためには、非常に高いハードルがございます。ここに書きました通り、多種多様、大量の在庫が必要で、大して在庫の置いてない問屋はこの作業はできません。

それから、大型物流センターを保有していないと、この仕事はできません。

それから、高密度在庫収納機器。いろんな新しい機器があるんですけど、普通の棚に普通に在庫しておれば、あまり在庫の格納が多くできませんので、こういった機器も必要。

それから、この高速荷合わせ装置。倉庫の中に、いわゆる商品のマンションみたいなのがありましてね。とりあえず5品目注文いただくと、出荷をしていくと、そのマンションに5個の荷物が一旦収納されます。で、出荷段階になると、そこからコンテナが出てきて、詰め合わせて出荷できるっていう荷合わせの装置があるんです。そういったものも必要です。

それから、手でダンボール箱を広げてふたして、なんてやっていたら、もう日が暮れてしまいます。そのためにわれわれは高速の自動梱包出荷ライン、IPackと申しますけど、そういったライン

---

## サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



も今、持っております。これは、1時間に720個も梱包出荷できる機械ですんで、これを6ライン持っております。そういったラインも必要です。

それから最後に、やっぱり大規模なデジタルの処理能力が必要で。掛け声だけではできませんので。そういった受注処理、いろんな処理をやってくれるということでございます。

TRUSCO

## 現在取組中の利便性強化策とは

### 1. 荷合わせ+ユーザー様直送サービス

卸売業者によるユーザー様直送の強化という、世の中にはない物流改造で、誰もが真似できないビジネスモデルを創出し、多くの社会問題解決をしながら、業容拡大にもつなげることのできる企業でありたいと思います。

当社株価も低迷しておりますが、企業をP/Lだけで判定することに疑問を感じています。

P/Lに加えて、B/Sや、企業戦略も踏まえて、総合的に判断をしていくべきだと考えています。

© 2022 TRUSCO NAKAYAMA Corporation

12

次のページでございます。卸売業者によるユーザー様直送の強化という、世の中にはない物流改造。世の中にはないんですよ、まだね。そういった物流改造で、誰もが真似ができないビジネスモデルを創出して、多くの社会的問題を解決しながら、われわれの業容拡大にもつなげていきたいと思っております。

もう、力比べ、しのぎ合いの競争なんて、もう真っ平御免で、疲れるだけでございます。できれば知恵比べで、違う土俵で相撲を取りたいというのが、私の希望でございます。そういった新しいビジネスモデルを創出していきたくと思っています。

ちょっと嫌味ったらしく書きましたけど、当社株価も低迷しております。今日もちょっと減益が出たらババッと売り物が出ておるような状況でございます。私は申し上げておきたいのは、やっぱり企業をP/Lだけで判断するっていうのは大間違いだと思っておりますね。

ちゃんとB/Sも見なくちゃいけないし、どういった事業内容で、どういうビジネスモデルやっているのか、そこまで見ないと。単純に売上と利益だけを見て株の売り買い、投資のうんぬんという

## サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

 **SCRIPTS**  
Asia's Meetings, Globally



のは、ちょっと違うのかなと思っています。われわれの B/S もさることながら、今説明しているような事業モデルの内容についても、ぜひ見ていただきたいと思います。

## 現在取組中の利便性強化策とは

### 1. 荷合わせ＋ユーザー様直送サービス

ネット通販企業様が大型物流センターを設置されるとメーカー直取引が増加し、TRUSCOの役割が減り、売上減少につながるという世間の予測についてお答えします。

結論から申し上げますと、これは誰もが予測しえる単純で素人的発想であります。

成長を続けるネット通販企業様にも、数々の諸問題があります。

続いて次のページですが、よくある疑問にお答えします。大体機関投資家の皆さんが来られると、説明するのがこれでございます。

ネット通販企業のお客さんが大きな物流センターを作ったら、トラスコのそういう役割が減って、売上が減るんじゃないですかという見方をされる方が 100 人中 99 人ぐらいおられます。

その予測についてお答えします。結論、これは誰もが予測し得る、単純で素人的な発想だなど申し上げておきたいと思います。成長を続けるそのネット企業様にも、いろんな諸問題、課題があります。その課題について触れておきたいと思います。

#### サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

## 現在取組中の利便性強化策とは

### 1. 荷合わせ＋ユーザー様直送サービス

#### コスト削減

商品の調達コストは商品単価のみならず、物流を含めたトータル調達コストで見なければなりません。

メーカー直取引と言いましても、

- ・全商品を在庫できるわけではない
- ・メーカーはバラ出し出荷はできません
- ・ユーザー直送は対応してくれません
- ・運賃着払いのケースも多い

まず一つ目、コスト削減です。コストっていうと、大体この商品をいくらで買ってくるかっていう、その値段だけの問題がよく考えられるんですけど。その商品単価だけではなくて、物流を含めたトータルの調達コストを見ていきませんと、駄目だということです。

メーカー直取引と大型物流センターができると、メーカーさんとの直取引ができてトラストの売上が減ると。これが大体その方程式に思われているようですが、メーカー直取引になっても、メーカーさんの取扱商品、全部在庫できるわけじゃないんです。

ですから、やれる部分もあるということで、一部置いておられる。ところが、ユーザー様から注文をもらうのは置いてある商品ばかりじゃなくて、それ以外の商品もいっぱいあるわけです。それが来たときに、皆さん困っておられて、実はわれわれが注文をいただいているっていう、そんな構図があります。

それから、メーカーさんはバラ出しの出荷はいたしません。一箱 10 個入りを 3 本分けてほしいなんていうことは、基本的には受けられないっていうことです。

それから、先ほどから申し上げている、ユーザーに送って欲しい。これははっきり言って、メーカーさんは対応ができません。すいません、御社へは送りますけど、ユーザーさんへは御社から送ってくださいっていうことで受けられません。

それから、運賃の着払いっていうケースも多いということで、必ずしもメーカーさん取引が有利じゃないということをお知りいただきたいと思います。

#### サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

## 現在取組中の利便性強化策とは

### 1. 荷合わせ＋ユーザー様直送サービス

よって、メーカー直取引は安い、有利と、そんな簡単なものではありません。  
コスト削減の鉄則は、

**「できるだけ商品に触れずにビジネスを完結させること」**であります。

発注作業→入荷受付→開梱作業→検品作業→仕分作業→格納作業→  
受注作業→ピッキング作業→仕分出荷→梱包作業→出荷作業→  
請求書確認作業→支払作業

と、諸々の人海戦術作業がつきまといます。

次のページでございます。メーカーさん直取引は、安い、有利と、そんな簡単なものじゃないことを知っていただきたいと思います。

コスト削減の鉄則は、できるだけ商品に触れずにビジネスを完結させること。これが、一番重要なネット通販企業様の鉄則だと、私はそう思っております。

もし、自分たちで商品を調達するとしますと、まずメーカーさんに発注作業がある。これも大変ですよ。これ何気なくずらずらっと書いてますけどね。

入荷の受付っていうと、運送会社さんが来て、ドッとたくさんの荷物を、まず到着する。荷物を全部、紐を切って開封して、取り出してっていう、これも大変な作業。

実はわれわれも大変なんですけど、着いた商品が伝票と正しいかという、検品作業がある。それからどこへ在庫するかによって、それを仕分けをする作業が出てくる。

今度、仕分けしたら倉庫の中でどこへ直すかっていう格納作業をしていかななくちゃいけないです。それから、受注が入ってくると、今度は受注された商品が格納されてるところへ行って、商品をピッキングする。それから、出荷に合わせて仕分けをしなくちゃいけない。

それから梱包作業です。荷造りって言われたんですけど、そういうのをして、最終的に運送会社さんに出荷の作業をするっていうことで。

#### サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

それから、これで終わりませんね。請求書が来たり、支払があったりっていうことで、もう山のよ  
うに、もろもろの人海戦術作業です。

梱包、開封するなんて作業は全部人海戦術で、われわれも苦労してる中で、これから、ダンボール  
箱は物流センターの中へ持ち込まない方策を考えようということ。

一回で全部、開封作業して梱包を開く作業もしちゃおうかと考えるほどでございます。1回中へ入  
れると、また出さなくちゃいけないっていうことで、この出す作業がダンボールといえども1日何  
百キロにも多分なると思いますんで、そういう作業を止めていこうと。

すいません。ちょっとグダグダ言いましたけど、とにかく自分たちでやると非常に大変な作業がか  
かっているということです。

TRUSCO.

## 現在取組中の利便性強化策とは

### 1. 荷合わせ+ユーザー様直送サービス

そこで、TRUSCOのように、「荷合わせ」をして「ユーザー様直送」をし  
てくれるサプライヤーがいれば、ネット通販事業様は受注したら、受  
注データをTRUSCOに転送するだけでビジネス完了となります。

あるネット通販企業様の社長は、

「TRUSCOがすべて『荷合わせ+ユーザー様直送』をやってくれるなら  
ば、TRUSCOで取り扱っている商品をすべて発注する」と断言されて  
おりました。

© 2022 TRUSCO NAKAYAMA Corporation

16

次のページいきます。そこでトラスコのように、荷合わせをしてユーザー様直送するサプライヤー  
がいれば、ネット通販事業事業者様は受注したらもう、受注データをトラスコへ転送するだけなん  
です。

転送するって、それも自動ですね。だから、サイトさえ開いて注文が入れば、もうあとはトラスコ  
が勝手に荷造りして、ユーザーへ送ってくれると。こんな便利な仕事をしてくれる会社だといふこ  
とでございます。

## サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

 **SCRIPTS**  
Asia's Meetings, Globally

あるネット通販企業様の社長は、誰とは絶対に言いませんけど、先日話をしておりましたら、もしトラスコが全て荷合わせとユーザー様直送をしてくれるんだったら、トラスコで取り扱ってる商品を全て発注するとおっしゃっておられました。

新しい物流センターを作ったけど、そんなのは関係なくて、とにかく全部出すぞと。

その時おっしゃっておられたのが、今受注してるデータの中で、トラスコから買える商品はその内20%ある。だけど、今7%しか出せない。もし全部ユーザー直送してもらえらば、その20%全てトラスコに注文するよと。

こんなありがたい話も出ておりますが、思ってる以上にユーザー様への直送というのは、ネット通販業者さんにとっていいサービスであるということでございます。

TRUSCO.

## 現在取組中の利便性強化策とは

### 1. 荷合わせ+ユーザー様直送サービス

このご要望に対してのTRUSCOの対応策は、

- ・主要物流センターの在庫フルライン化を早急に進めるとともに荷合わせ装置、高速自動梱包出荷ラインの設置を行う。
- ・現在設計中のプラネット愛知物流センターの建設を急ぐ。

このようなご要望にお応えできるプロツールサプライヤーは他になく、ブルーオーシャンのビジネスモデルとして、今後の成長の柱の一つとして、「荷合わせ」+「ユーザー様直送サービス」の拡大を進めていきます。今年度からスタートした「取り扱い商品のプロツール限定解除」もご利用の後押しとなるものと考えます。

© 2022 TRUSCO NAKAYAMA Corporation

17

次のページです。そういったご要望は受けておるものの、われわれも十分にできておるわけじゃございません。これからの対応策というのは、主要な物流センターの在庫をフルライン化。

先ほど52万アイテムって言いましたけど、52万アイテムの在庫をそろえる。それから荷合わせ装置とか、高速自動梱包出荷ラインの設置をします。こういうことで、その対応をしていかなきゃなりません。これからも相当の投資が必要であるということです。

それから現在設計中のプラネット愛知物流センター、これの建設を急がなくちゃならないと。こんなことでございます。

## サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

 **SCRIPTS**  
Asia's Meetings, Globally

このようなご要望にお応えできるプロツールサプライヤーは、他にございません。

ブルーオーシャンのビジネスモデルっていうと、ちょっとオーバーかも分かりませんが、他社に同じようなサービスできるところはございませんので、あえて今の段階ではブルーオーシャンと申させてもらいます。これを今後の成長の柱の一つとして、荷合わせ、ユーザー様直送サービスの拡大を進めていきたいと思っております。

それと、今年度からスタートしております「取り扱い商品のプロツール限定解除」。これも非常に使っていただく後押しになると思います。今まで工場で使うプロツール以外は売らないと言っていたんですけど、少し幅を広げていこうということでございます。

分かりやすい例で言いますと、アイリスオーヤマさんの収納用品を取り扱いしておったんですけど、ご存知の通り、どんどん家電メーカーさんようになってきておましてね。家電は入るのか入らないのかみたいな話もあって。もう面倒臭いんで、もう全部アイリスさんやっちゃおうということで、やっておるということでございます。

TRUSCO

## 現在取組中の利便性強化策とは

### 1. 荷合わせ＋ユーザー様直送サービス

結論としましては、ネット通販企業様の成長の後押しとなりますのは、

- ・品揃えも豊富
- ・在庫も豊富
- ・ユーザー様に荷合わせして直送できる能力がある
- ・デジタル環境が整っている

このような機能を持った卸売業者とのパートナーシップだと考えます。メーカー直取引が一見有利なように思われがちですが、決してそうではないことをお知りいただければと思います。

© 2022 TRUSCO NAKAYAMA Corporation

18

それで次のページ。

ちょっと長々と説明しておりますが、結論としまして、ネット通販企業様の成長の後押しになりますのは、やはり品揃えも豊富、在庫も豊富。ユーザー様に荷合わせをして直送できる能力がある。デジタル環境が整っている。こういった機能を持った卸売業者とのパートナーシップだと考えております。

## サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

 **SCRIPTS**  
Asia's Meetings, Globally

メーカー直取引が、一見有利なように思われがちですが、決してそうでないことを、ぜひお知りいただければと思います。こういう能力を持った会社をうまくコントロールして使えば、もっとネット通販様の業容拡大につながるということでございます。

## 現在取組中の利便性強化策とは

### 2. MROストッカー(別添パンフレット参照)

ユーザー様をご指定されるMRO商材を、MROストッカーにストックし、ご使用になられた分だけ請求されるサービスです。

#### <メリット>

- 発注の手間がない
- 納期ゼロ、究極の即納
- 管理、棚卸が不要
- 配送作業が大幅に削減され、環境負荷軽減にもつながる
- 導入費用がかからない。設置場所提供のみ

次のページでございます。話は変わりますが、今度はMROストッカーっていうのをやっております。別添のパンフレット見ていただければ詳しく書いております。

富山の置き薬の工具版ということで、工場の常備品です。何かポンプが壊れたとか、ベアリングが壊れたとか、そういった場面に、応急修理できるように常備品をを置かれておるわけですが、これの代行サービスと考えていただければと思います。

ユーザー様が、指定されるMRO商材、いわゆる工場の常備品です。これはわれわれが決めるんじゃないで、ユーザー様が決められます。これをMROストッカーにストックして、ご使用になられた分だけ請求されるという仕組みでございます。メリットとしては発注の手間がございません。

納期がゼロ、もう究極の即納です。ストッカーまで取りに行けばあると。管理、棚卸しは全て、私どもの販売店さんがされますので、そういった管理も不要。

それから配送作業が大幅に削減されまして、環境負荷軽減にもつながるということで。あれが欲しい、これを持ってきてくれという度に、今まで販売店様がトラックでお届けしたが、ゼロにはなりませんけど、ずいぶん削減されるということです。

#### サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

それからこのストッカー導入費用掛かりません。設置場所を提供するだけでOKということでございます。

これも、誰にでもできるサービスに見られるかも分かりませんが、実は大量に在庫を持っていないと駄目でございます。ちゃんと物流システムを機能させなければなりません。それからデジタルっていう部分も非常に大事ということで。

置き薬の工具、非常に運用は大変ということですね。これも今後の成長の柱にしていきたいと思っております。

TRUSCO

## 現在取組中の利便性強化策とは

### 2. MROストッカー(別添パンフレット参照)

#### ■現状

2022年 6月末時点 導入件数	494件
現在商談中	258件
2022年 12月末時点 目標設置件数	1,409件
1件当たり月額売上目標	30万円
現在の1件当たり売上実績	最高170万円/月 最低10万円/月

#### ■当社のメリット

- ・卸売業者の当社が、ユーザー様と直接接点を持つことにより、ユーザー様の声を直接収集することができる。
- ・ユーザー様に直接PRしたい商品も、設置することにより可能となる。
- ・受注・配送品頻度の軽減も実現し、サプライチェーン全体のコスト軽減、環境負荷軽減にもつながる。

© 2022 TRUSCO NAKAYAMA Corporation

20

続いて、次のページでございます。

現状としては500件近い導入をいただいております。商談中も約258件やってということで、今期中には約1409件、この辺りの設置件数を目指したいと思っております。

月額大体30万ぐらいのご注文いただければ、ありがたいなということで。現在、1件当たりの売上実績としては、月額170万のところもあれば、まだまだ10万円前後と低迷してるところもあります。

これを少しずついわゆる格上げして、新しいビジネスルート、今ファクトリーとかeビジネスとかありますけど、MROストッカーというくくりでできるぐらいの数字には上げていきたいと思っております。

#### サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

 **SCRIPTS**  
Asia's Meetings, Globally



当社のメリット、最後に書かしていただきました。やはりわれわれ卸売業ということで、ユーザー様との直接の接点というのは基本にはございません。

また当社も卸売 100%の会社で、直接ユーザーさんとの取引はゼロという中で、ユーザー様の声を直送、収集できる、お聞かせいただける。そういうことがプラスになると思っております。

ユーザー様に直接 PR したい商品もストッカーに置くことによって、いろんな目で見手で触れていただけるということも可能だろうと思っております。

受注配送の頻度も軽減して、できるだけサプライチェーン全体のコスト低減だとか、環境負荷低減につながればなと思っております。

売上が上がればいいじゃないかっていうよりは、必ず社会的に環境負荷の問題とかも低減できることも大事なことかな、このように思っております。

最後、社会の問題を言いましたが、皆様方にもトラエコブックという冊子をお配りをさせていただきました。最近、うんざりする状況は SDGs ウォッシュですね。サステナブルウォッシュ。ウォッシュという言葉を引きいただくとお分かりいただけると思います。要は口ばかり言うのとるけど、実態が伴わないというのを、ウォッシュと言うようでございます。

社会のいろんな場面で寄り添う、もしくは SDGs であったり、いろんなことでいい言葉出てくるんですけど、実態がどうかということ大事かなということで。

われわれ会社でバッチをつけたり、SDGs 運動をあからさまにはやってないんですけど、やはり環境破壊の一番の原因は個人だぞと、社員一人一人がちゃんと気を使って生活するよというところで。こんなことで今やっておるということで、会社全体としてバッチはつけてはおりませんが、そういう環境問題にも取り組んでることをご存知いただければなと思います。

それではちょっと駆け足で走りましたけど、これで説明を終わりたいと思います。

どうもご清聴ありがとうございました。

---

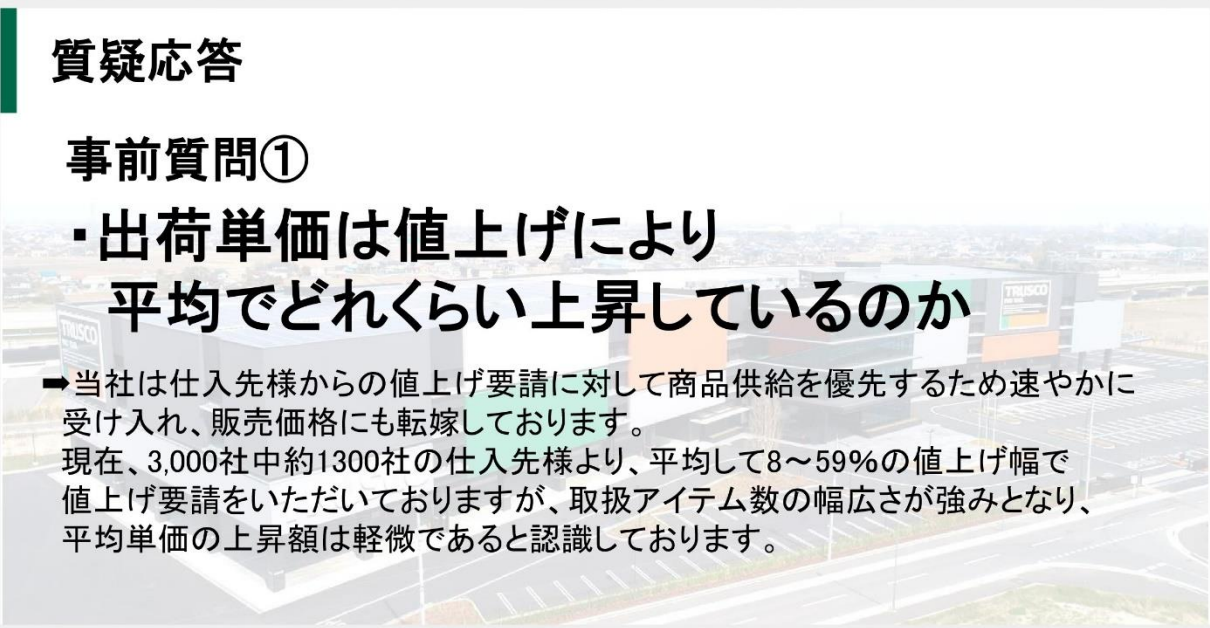
## サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



## 質疑応答

内藤 [Q]：それでは続きまして、質疑応答のお時間といたします。まずは事前にいただいておりまして質問が2問ございますので、こちらからご回答させていただきます。



TRUSCO

### 質疑応答

#### 事前質問①

- ・出荷単価は値上げにより平均でどれくらい上昇しているのか

→ 当社は仕入先様からの値上げ要請に対して商品供給を優先するため速やかに受け入れ、販売価格にも転嫁しております。現在、3,000社中約1300社の仕入先様より、平均して8~59%の値上げ幅で値上げ要請をいただいておりますが、取扱アイテム数の幅広さが強みとなり、平均単価の上昇額は軽微であると認識しております。

© 2022 TRUSCO NAKAYAMA Corporation 22

一つ目が、出荷単価は値上げにより、平均でどれくらい上昇していますかといただいております。

それでは代表取締役社長の中山からお答えさせていただきます。

中山 [A]：はい。こちらでもお答えを書かせていただきましたけど、まず当社は仕入れ先様からの、いわゆる価格値上げ要請が多いわけがございます。基本的には、速やかに受け入れろと値上げ要請があったものについては、直ちにその値上げを受け入れる。その代わりに商品の供給を優先的によりしく願いますっていうことです。

それから、販売価格についても基本的には値上げ要請があったものは、決められた期日に価格に転嫁する。来たものはそういうふう流しておるといことで、特に問題もなくやっております。

今、3,000社中約1,300社の仕入れ先様から平均して8%から59%の値上げ幅ということで。各社によって違うわけでもございますが。

### サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com

今のところ在庫アイテムとか取り扱いアイテムが広いものですから、目立って値上がりで大変だという状況ではなく、平均単価の上昇は軽微である。そういった認識であることが、まず一つ目のご質問に対する回答でございます。

TRUSCO

## 質疑応答

### 事前質問②

#### ・商品の値上げによる数量減は、 値上げ幅以下に収まっているのか

→値上げ対象商品も値上げ対象外商品も数量ベースで前年を上回っており、値上げによる買い控えはないと考えています。  
当社で扱う商品は製造現場で使用されている消耗品のため、工場が稼働すると必ず必要となる商品が多いため、値上げ＝買い控えとはなっておりません。

© 2022 TRUSCO NAKAYAMA Corporation

23

**内藤[Q]**：続きまして、二つ目の事前質問に移ります。商品の値上げによる数量減は、値上げ幅以下に収まっていますか、といただいております。

**中山 [A]**：はい。こちらも、値上げになった対象商品の数量ベースも確認をしておりますけど、それほど減になってないということです。

一般日用品と違いまして、われわれのような製造現場で使われる消耗品のために、値上げがあったから、使う量を減らすとか、買う量を減らすっていうのは、あまりございません。特に数量減というのは今のところない、買い控えというのにはなってないと認識しております。

**内藤[M]**：ありがとうございます。それでは、冒頭でもご説明の通り、今回の質疑応答につきましては、会場参加の皆様、オンライン参加の皆様の順にお受けいたします。

まず、会場参加の皆様の中で、ご質問のございます方は、挙手をしていただき、企業様名、お名前、ご質問の内容をお話ください。それではご質問のございます方は、挙手をお願いいたします。

**中山 [M]**：何でも結構ですので、もしよかったら。

**ナガイ[Q]**：はい。管機産業新聞ナガイです。

## サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

 **SCRIPTS**  
Asia's Meetings, Globally

**中山[M]**：はい。よろしくお願いします。

**ナガイ[Q]**：先ほど言われたかもしれないんですけど、売上が元気よく上がっていると。それと、利益面ですね、マイナスなっていると。その要因は一番何にあるかということをお聞かせ願えたら。

**中山[A]**：はい。先ほど説明があったように、上半期にいわゆる社員向けの臨時ボーナスを出している。それが通期の分ですけど、上半期に支給してるんで上半期に計上してるということで。予想よりその分だけ5億数千万、利益が減ったということ。あとちょっと値上げだとか、そういった問題があった。そういったところの経費上昇が少しいておるといところです。

通期の予想で見ていただくとお分かりのように、前期に偏っていたのが通期でならしになります。その辺が、減益幅が減ったりとか、逆に最終的には増益の予想ということで、進んでるといところでございます。

それと、先ほどから説明しております、荷合わせだ、ユーザー直送だとか、これ相当の投資が必要です。基本的にはその利便性を上げるために、どうするかっていう中で、あまりP/Lの損益を意識せず、基本的には必要な投資は全てかけていく、そういう主義の会社です。

あまりP/Lを意識し過ぎますと、必要な投資がどうしてもおろそかになっちゃうとか、手遅れになっちゃうとか、そういうマイナス面も大きいので。やはりガンガンと、必要なところで必要な場面をやっていくっていう方針のところがあります。

ですから、どちらかという、ちゃんと売上の伸長がその政策に伴って伸びてるかどうかということを見ておいていただいた方が、その半期半期のその収益で、えらいへっこんだとかっていうことよりも、そちらの方がやっぱり重要な項目かなと私はそう思ってます。ぜひそちらで見ていただければなと思います。よろしいですか。

**内藤[M]**：ありがとうございます。その他にご質問のございます方はいらっしゃいますでしょうか。それではご質問がございませんようですので、続いてオンライン参加の皆様からの質疑応答に移らせていただきます。

オンラインにてご質問ご希望の方は、私がお名前を示した後、質問者様のミュートを解除いたしますので、企業様名、お名前、ご質問内容をお話ください。現在、まだ手は挙がっておりませんが、ご質問のございます方はいらっしゃいますでしょうか。

**中山[M]**：オンラインのご視聴の方、ご遠慮なく、どうぞよろしければご質問お願いいたします。

**内藤[M]**：では手は挙がりましたので、しばらくお待ちください。それでは、三菱モルガンスターレー証券の小宮様ですね。ミュートを解除させていただきますので、しばらくお待ちください。

---

## サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



**小宮[M]**：すみません。三菱 UFJ モルガンスタンレーの小宮です。

**中山 [M]**：はい。よろしくお願いします。

**小宮 [Q]**：よろしくお願いします。一点だけ。今回の臨時の従業員の方々へボーナスですけれども、物価が上がってということが背景にあると思いますが、このままの物価が下がる感じもないと思うので、そうなるそれを昇給部分に来年を入れていくのか。それとも来年も同じようなボーナスを考えていらっしゃるのか。

今回は特別に払うからあとは自分たちで頑張るねなのか、ご感触的な経営の考えを聞かせてください。

**中山 [A]**：はい。今年5月にこの臨時ボーナスを支給したわけですが、それ以前から給与制度のレベルの改定の検討は、実は進めておりました。その中で来年度から給与の改定をしようかということで進んでたんですが、ここへ来まして急に物価の問題とか出てまいりましたので、5月という比較的世の中の的には早い段階で決断をして、とりあえず支給をしたというのが、今回の状況でございます。

ですから、来年は臨時ボーナスというよりは、ちゃんと給与体系の改定というところに踏み込んでいきたいと思っております。どの程度の給与ベースの増加になるかっていうのは、今検討中ということでございますので、答えは差し控えさせていただきます。来年もちょっと違った形での昇給の増加ということはあるという状況でございます。

**小宮[M]**：はい。ご丁寧にありがとうございました。以上です。

**中山 [M]**：はい。ありがとうございます。

**内藤[M]**：ありがとうございます。その他にご質問のございます方はいらっしゃいますでしょうか。それでは、これ以上ご質問がございませんようですので、質疑応答の時間は以上とさせていただきます。

その他、ご質問等がございましたら、メールまたは適宜取材依頼を承っておりますので、お問い合わせいただけますと幸いです。

それでは、以上をもちまして、令和4年12月期第2四半期決算説明会を終了いたします。ウェビナーにてご参加の皆様は、視聴終了後、今回の説明会に関する簡単なアンケート画面に移行いたします。よろしければご回答ください。

本日は最後までご清聴いただきありがとうございました。

---

## サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptasia.com



中山 [M]：どうもありがとうございました。失礼します。

[了]

---

### 脚注

1. 音声不明瞭な箇所については[音声不明瞭]と記載
2. 会話は[Q]は質問、[A]は回答、[M]はそのどちらでもない場合を示す

---

### サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com



## 免責事項

本資料で提供されるコンテンツの信憑性、正確性、完全性、最新性、網羅性、適時性等について、当社は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。さらに、利用者が当社から直接又は間接に本サービスに関する情報を得た場合であっても、当社は利用者に対し本規約において規定されている内容を超えて如何なる保証も行うものではありません。

本資料または当社及びデータソース先の商標、商号は、当社との個別の書面契約なしでは、いかなる投資商品（価格、リターン、パフォーマンスが、本サービスに基づいている、または連動している投資商品、例えば金融派生商品、仕組商品、投資信託、投資資産等）の情報配信・取引・販売促進・広告宣伝に関連して使用してはなりません。

本資料を通じて利用者に提供された情報は、投資に関するアドバイスまたは証券売買の勧誘を目的としておりません。本資料を利用した利用者による一切の行為は、すべて会員自身の責任で行っていただきます。かかる利用及び行為の結果についても、利用者自身が責任を負うものとします。

本資料に関連して利用者が被った損害、損失、費用、並びに、本資料の提供の中断、停止、利用不能、変更及び当社による本規約に基づく利用者の情報の削除、利用者の登録の取消し等に関連して会員が被った損害、損失、費用につき、当社及びデータソース先は賠償又は補償する責任を一切負わないものとします。なお、本項における「損害、損失、費用」には、直接的損害及び通常損害のみならず、逸失利益、事業機会の喪失、データの喪失、事業の中断、その他間接的、特別的、派生的若しくは付随的損害の全てを意味します。

本資料に含まれる全ての著作権等の知的財産権は、特に明示された場合を除いて、当社に帰属します。また、本資料において特に明示された場合を除いて、事前の同意なく、これら著作物等の全部又は一部について、複製、送信、表示、実施、配布（有料・無料を問いません）、ライセンスの付与、変更、事後の使用を目的としての保存、その他の使用をすることはできません。

本資料のコンテンツは、当社によって編集されている可能性があります。

---

## サポート

日本 050-5212-7790 米国 1-800-674-8375  
フリーダイヤル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasias.com

