トラスコ中山株式会社

2026 年 12 月期 中間期決算説明会

2026 年 8 月 19 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]	2026 年 12 月期 中間期決算説明会
[決算期]	2026 年度　第 2 四半期
[日程]	2026 年 8 月 19 日
[ページ数]	31
[時間]	16:00 – 17:02 （合計：62 分、登壇：42 分、質疑応答：20 分）
[開催場所]	インターネット配信
[会場面積]	
[出席人数]	
[登壇者]	6 名 代表取締役社長　中山　哲也　（以下、中山） 上席執行役員 経営管理本部 本部長 兼 総務部 部長 兼 プロパティ課 課長 安達　幹雄　（以下、安達） 経営企画部 部長　高田　真由美（以下、高田）

経理部 部長	下津　敦嗣　（以下、下津）
経営企画部 広報 IR 課 課長	吉見　今日子（以下、吉見）
経営企画部 広報 IR 課	忍田　ゆい　（以下、忍田）

登壇

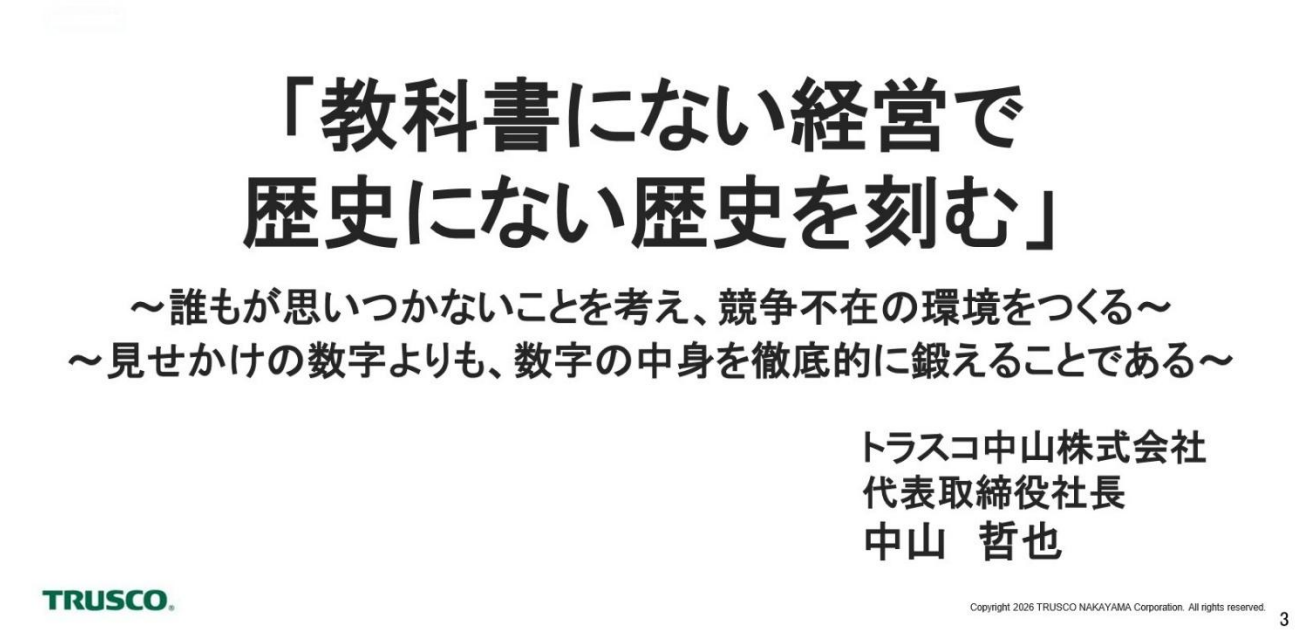
忍田：お待たせいたしました。ただいまより、トラスコ中山株式会社 2026 年 12 月期第 64 期中間期決算説明会を開始いたします。本日の進行を簡単にご案内いたします。はじめに、社長の中山より当社の取り組みについて、続きまして決算概要を忍田よりご説明します。ご説明終了後には、質疑応答のお時間を設けております。質疑応答が終了次第、決算説明会を終了とさせていただきます。

それでは、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。中山社長、お願いいたします。

中山：本日はご参加ありがとうございます。冒頭にご報告とお詫びを兼ねて、皆様方のお手元にも入れております適時開示についてです。先般取締役の数見篤が辞任となりました。この中では、トラスコ、どうなっているんだ。以前から役員の退任が多いではないか、よほど社長が厳しいのか、と思われている方が大半だろうと思います。決してそういうことではございません。

あまり褒められた話ではないものの、自浄作用が強く働く会社とご理解をいただきたいと思います。決して厳しいということではありません。なあなあで済む話もしくはもみ消される話、握りつぶされる話が世の中的には多いと思いますが、当社の場合は握りつぶし、もみ消しがなかなか許されない社風がございます。不適切な言動、行動があったので辞任に至りました。ご理解いただきたいと思います。

なお、会社の運営にはまったく影響がございませんので、どうぞご安心をいただければと思います。人に頼った経営ではなく、仕組み化された経営となっております。極端に言いますと、ある日突然、私がいなくなっても会社はまったく困らず、進み続ける組織づくりをしております。ご理解いただければと思います。



それでは「教科書にない経営」で　、お話をしていきたいと思います。

教科書どおりに経営するのが褒められ、世の中的にはいいと言われてはいるものの、教科書どおりでうまくいくなら、世の中は成功者であふれているのではないかと思っております。できるだけ教科書どおりにやらないというか、教科書どおり以外でおもしろい方法を考えるということでやっております。

誰もが思いつかないことを考え、競争不在の環境づくりをし、成長するのが一つの大事なことだと思っております。これ以後にいろいろ申し上げますが、基本的にお話する内容についてのライバル関係はどこもないということで、ご理解いただければと思います。

見せかけの数字よりも、数字の中身を徹底的に鍛えることである、これは簡単に言いますと、昨今M&A で足し算経営が非常に多いのですが、足し算をしても会社の実力は上がるわけではなく、単に足し算で売上が増えたことで成長したと勘違いされている経営者が多いです。あえて申し上げさせていただきますが、中の会社をどう筋肉質に鍛えていくかですので、少しお話をしてまいりたいと思います。

1．在庫戦略

在庫は成長を支える最大のエネルギーである

	2026年 12月期 中間期 実績	2025年 12月期 通期 実績	前期末比
(1)在庫アイテム数	627,809アイテム	623,582アイテム	＋4,227アイテム
(2)在庫金額	744億円	681億円	＋62億円
(3)在庫廃棄金額	29百万円	66百万円	－
	2025年 12月期 通期 実績	2024年 12月期 通期 実績	前年比
(4)在庫差異			
個数ベース	9,553個	8,729個	＋824個
金額ベース	△10百万円	△13百万円	＋3百万円

4

在庫は成長を支える最大のエネルギーである。

学校で在庫は少なければ少ないほうがいいと、必要最小限と間違った教育を受けてこられたと思います。あえて間違っていると、私は申し上げておきたいと思います。会社を成長させるエネルギーであるとともに、社員を幸せにする一番のエネルギーは在庫だと思っております。

一つの例が、私どもの会社は育児休業が 3 年です。一般的に見れば長いのですが、こういったことも可能にしているのは、在庫のおかげです。（1）の在庫アイテム数が現在 62 万 7,800 アイテムで、前期末比 4,227 アイテム増えています。金額は 744 億円、廃棄はこの半期でわずか 2,900 万円です。傷がついたり、へこんだりしたものが中心ですが、大した金額ではございません。こういった商品は工業高校へ寄付をしたり、いろいろなかたちで有効活用しております。

在庫差異は個数ベースで 1 万個弱、金額で約 1,000 万円です。全体から見ればわずかで、監査法人様には特に棚卸の全廃でお願いしていますが、なかなか首を縦に振っていただけないということです。

2. 即納戦略

即納こそ最大のサービス

	2026年 12月期 中間期 実績	2025年 12月期 通期 実績	前期末比
(1)即納率（在庫出荷率）	93.4%	92.8%	＋0.6pt
(2)受注から納品までの出荷インターバル	最短45分57秒 平均6時間54分19秒	最短47分00秒 平均7時間8分20秒	△1分3秒 △14分1秒
(3)商品お引き取りご来社数	21.1万件	43.4万件	－
	2026年 12月期 通期 計画	2025年 12月期 通期 実績	前年比
(4)年間出荷日数	310日	309日	＋1日

5

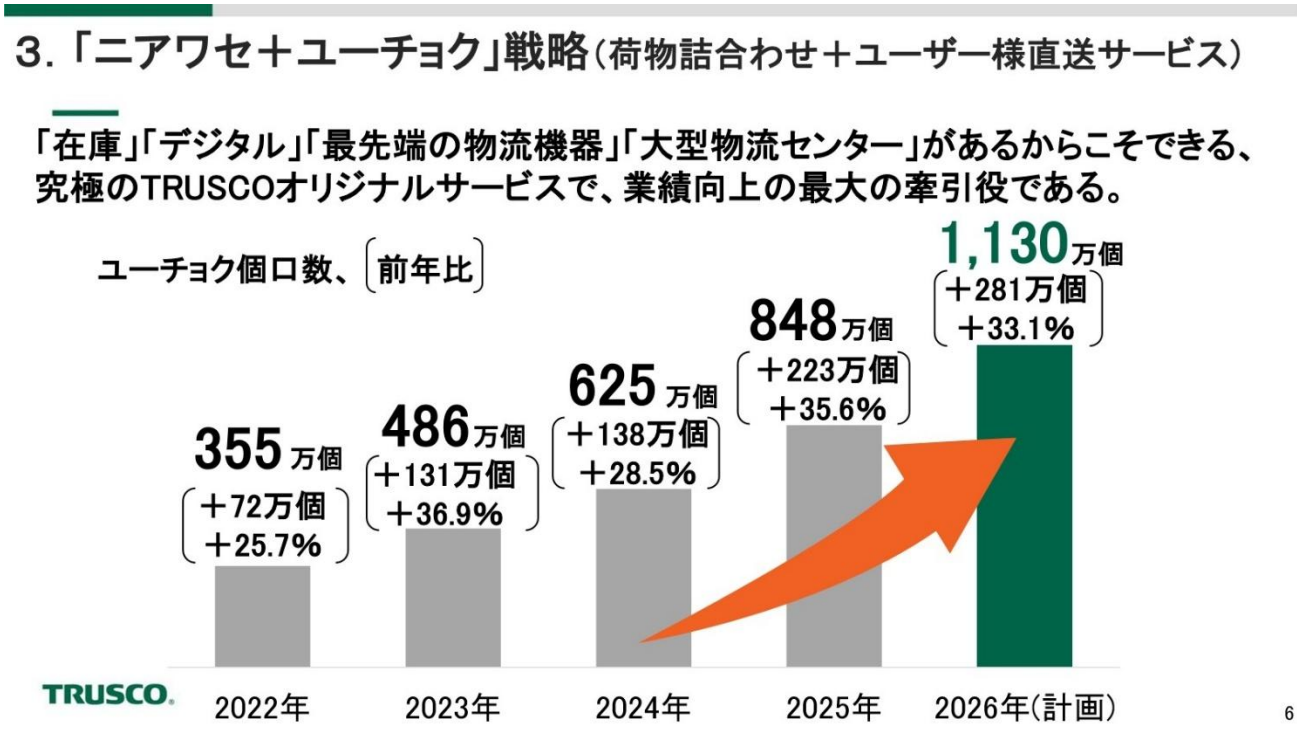
即納こそ最大のサービスです。

言われたものを、どこよりも早く持っていくのをモットーにしております。即納率が 93.4%で、ほとんどお客様はご注文をいただくと、どれもこれも在庫があって、すぐに届く印象を持っていただいている数字だと思います。

２番目、受注から納品までの出荷インターバルは、最短 45 分 57 秒でのお届けです。締め切りギリギリの時間に注文をいただき、それから出荷作業をして、トラックに積み込んで配達に行った、1 件目の配達のお客様へ届くまでに最短 45 分 57 秒です。平均は 6 時間 54 分で、基本的に 1 日 2 回、お客様に配送しています。

3 番目、商品のお引き取りご来社数です。在庫があるので、お客様もユーザー様も、物流センターをはじめ支店にも非常に多くのご来店があり、年間 40 万件を超えます。半期でも 21 万件を超えておりますが、これも非常に喜んでいただいています。

4 番目です。年間の出荷日数が今 310 日で、365 日から見ればまだまだ欠けている部分が多いのですが、いずれ 365 日は無理としても、年間の出荷日数を増やしていきたいと考えております。



続いて、「ニアワセ＋ユーチョク」戦略です。

ご存知でない方もおられると思いますが、お客様からご注文いただいた商品を、お客様ではなくユーザー様へ直接送るサービスをやっておりますが、これが大好評をいただいております。わかりやすい例では、われわれが薬の問屋さんだった場合、薬を病院や薬局に届けるのではなく、患者さんへ直接送るサービスです。非常に納期も早くなり、運賃も 1 回で済むので、社会的な環境の負荷も小さく抑えられます。

見てのとおり、本当に右肩上がりで、今期は 1,130 万個の荷物をユーザー様へ直送するところまで来ております。物は直接送りますが、（当社は卸売の立場を継続し、）伝票はすべて従来のお客様（小売業）のところへ通していきます。ネット通販のお客様のご利用も多いのですが、一般の販売店様（機械工具商など）も配送の人手がないことで、このサービスをお使いになっているところが多くございます。

ネット通販をご利用のお客様にしてみれば、例えば Amazon さんで買い物をされた、気が付けばトラスコから荷物が着いていた状況です。Amazon さんにしてみれば、ご注文データをわれわれに送るだけで、われわれが荷造りして出荷するので、まったく手がかかりません。今言われていますのは、できれば 100%ユーチョクのサービスに載せてくれというご依頼があります。なかなかこれをやるのも大変ですが、今 Amazon さんの場合で 60%ぐらいはユーザー直送させていただいていると思います。私どもの会社の成長の牽引役になっているとお考えいただければと思います。工具

の流通業界のみならず、われわれ問屋がユーザー様へ荷物を送るのを常識に変えたいという意気込みでかかっています。

4. デジタル戦略

	2026年 12月期 中間期 実績	前期末比
(1)システム受注率	88.8%	＋0.3pt
(2)見積り自動化率（即答名人）	30.5%	±0.0pt

最短5秒で見積り回答



自社保有のトラスコデータセンター「Solemare（ソルマーレ）」

TRUSCO.

Copyright 2026 TRUSCO NAKAYAMA Corporation. All rights reserved.

7

続いて、デジタル戦略です。

システム受注率が 88.8%です。お客様からのご注文は、ほぼデジタルで受けています。問屋の営業マンは、日夜お客様を駆けずり回って注文を集めているイメージが多いと思いますが、現実は 9 割がシステムで受注を受けております。営業マンは、基本的にお客さんの問題解決に力を入れています。

その下の見積り自動化率は、5 年か 6 年前から AI を使って、即答名人という仕組みを動かしています。単純に価格表の値段をお教えするのではなく、相場や前回いくらで見積りしたが注文が来なかったとか、来たとか、いろいろな情報を噛み合わせして、「いくらにしてくれるんですか」という見積りに対して即答で、最短 5 秒でお返しします。受注率も非常に上がってまいりました。このような仕組みも動かしてやっております。

5. BCP協定締結戦略

締結・合意済 自治体数	2026年 8月時点	前期末比
(1)都道府県	12	＋2
(2)市区町村	33	＋11

締結済 都道府県：北海道、青森県、栃木県、長野県、埼玉県、千葉県、神奈川県、愛知県、滋賀県、兵庫県、山口県、佐賀県

締結・合意済 市区町村：八戸市、秋田市、伊勢崎市、松戸市、幸手市、深谷市、伊勢原市、川崎市、横浜市、浜松市、袋井市、安城市、岩倉市、北名古屋市、江南市、小牧市、津島市、岐阜市、土岐市、瑞浪市、竜王町、神戸市、岡山市、山口市、観音寺市、徳島市、鳥栖市、大分市、鹿児島市、行田市、大田区、岡崎市、名古屋市

TRUSCO

Copyright 2026 TRUSCO NAKAYAMA Corporation. All rights reserved.

8

続いて、BCP 協定締結戦略です。

ここ最近、特に災害が起こりますと BCP、BCP と言われるようになりましたが、これも在庫があるから協定の締結のお話があり、在庫のない会社にはこんな締結の話はまったく無縁です。現在は都道府県で 12、市区町村で 33 か所です。ここに書かれているところから締結の依頼があり、既に締結・合意を済ませています。

まだまだ増えていきますが、これからはもう少し大手のユーザーさんと販売店さん、民間の締結も強化していきたいと思っております。いずれにしても、いざというときに頼られることはありがたいので、これからもがんばって、しっかり在庫の中身を見てやっていきたいと思っています。

6. MROストッカー戦略

	2026年 12月期 中間期 実績	前期末実績	前期末比
(1)設置件数	1,676件	1,608件	＋68件
(2)売上金額	421百万円	750百万円	－
(3)最大のご利用金額	1,152万円/年	1,828万円/年	－
(4)1件あたり 平均ご利用金額	41,947円/月	38,885円/月	＋3,061円



納期
無駄買い
管理コスト
ゼロ

TRUSCO

Copyright 2026 TRUSCO NAKAYAMA Corporation. All rights reserved.

9

続いて、MRO ストッカー戦略です。

置き薬ならぬ置き工具ということで、ユーザー様の現場に棚を置かせていただいて、そこに商品を置きます。ご指定の商品を置くことで売れないわけがないとやっておりますが、全国約 1,676 か所の設置を済ませています。売上金額はまだまだです。全体で半期で 4 億 2,100 万円、通期でも 8 億円から 9 億円です。ただ、最大のご利用金額をいただいているユーザー様は、この半年間で約 1,152 万円使っていただいています。年間に通しますと、そこそこの金額になります。平均では 4 万 1,947 円ですが、もう少しボリュームアップしていけるように、これからも工夫をしていきたいと思っています。

7. これから開始するサービス

（1）在庫予約サービス「とって置き」 2026年末開始予定

お客様がユーザー様との商談の中で、受注の可能性が高いと感じられたら、その該当商品を確保するサービス。予約なのでキャンセルも可能。お客様のビジネスチャンスを逃さないためのサービス。



（2）在庫先行手配サービス「はやガッテン」 2026年末開始予定

お客様よりお見積りをいただいた商品の中で、当社に在庫がない商品だった場合、ご注文を待たずして先行発注しておくことにより、ご注文があればすぐに納品ができるように準備しておくサービス。

TRUSCO.

Copyright 2026 TRUSCO NAKAYAMA Corporation. All rights reserved.

続いて、これから開始するサービスです。

以前にも申し上げていると思いますが、在庫予約サービス「とって置き」を、この年末からスタートする予定です。お客様がユーザー様と商談している中で、注文いただけそうだという予感がしたら、在庫予約ボタンを押してくださいと、そうすると該当の商品の数量を確保するサービスです。あくまでも予約ですので、キャンセルも OK で、とにかく販売店様とユーザー様が、注文はしたけれども欠品になってしまったということの無いように、ご迷惑をかけないようにしようというサービスを始めていきます。

（2）の在庫先行手配サービス「はやガッテン」も、年末開始を予定しております。毎日 4 万件、5 万件の見積りをいただきますが、その中で在庫のない商品の見積りが入った場合、ご注文をもらわなくても、先に先行手配して、（仕入先様に）発注して、在庫を準備しておきます。注文が来れば、すぐに納品できるように準備するサービスです。どうして「はやガッテン」かというと、せっかく用意したのに注文が来なかったという空振りがあるので、空振りの場合は、頭をかいて早合点したということで、笑ってごまかせというギャグみたいなサービスです。

8. これから開発するサービス

（1）見積り代行サービス「見積りの達人」 リリース時期未定

当社からお客様への見積りは、AI見積もり「即答名人」により最短5秒で回答していますが、お客様からユーザー様への見積り回答時間の短縮が課題と考え、TRUSCOがお客様に成り代わってユーザー様に見積り回答することを計画しています。見積り時間の短縮により、大幅なユーザビリティの改善が可能となります。また、受注は従来通りお客様経由となります。

（2）販売代行サービス「影武者」 リリース時期未定

当社からお客様への商品PRは適宜行ってはおりますが、お客様からユーザー様への商品PRにつきましては充分に行われていない場面も想定されます。そこで、TRUSCOがお客様に成り代わってユーザー様に直接商品PRを行うものであります。また、人気商品のご紹介、まとめ買い商品等に特化し、受注確率の高い商品を中心に行っていきたいと思います。また、こちらも受注は従来通りのお客様経由となります。

Copyright 2026 TRUSCO NAKAYAMA Corporation. All rights reserved.

これから開発するサービスもいろいろ考えております。

デジタルの範疇を、お客さんや仕入れ先までエリアを広げてやっていこうというのが、土台にあります。1 番目が見積り代行サービス「見積りの達人」を、少し先ですがリリースしたいと思っています。先ほど言いましたように、われわれは販売店様へ 5 秒で見積りを返していますが、肝心の販売店様が、ユーザー様へどれだけ見積りの時間がかかっているのかわからないことに気がつきました。

だったら、ユーザー様とお客様とわれわれを結ぶオンラインがありますので、そのオンラインを活用して、われわれがお客様に代わって最短 5 秒で見積りを返していこうと、とにかくユーザー様に一刻も早く見積りが届くようにやろうと。余計なことをするなというお客様がいるかもしれませんが、そういうお客様は放っておけということで、当社サイドでいくことで考えております。

それから、販売代行サービス「影武者」もつくっていきたいです。お客様にはいろいろな商品を持って、チラシを持って、いろいろな PR をしてくださいとやっていますが、本当にどこまでやってくれているかは疑問だと感じることがありました。これも先ほどのオンラインを使いまして、お客様に代わって、ユーザー様に直接 PR をしていきます。われわれ問屋が PR するので、まとめ買いといった切り口の違う PR をしていきたいと思います。こういったデジタルのサービスを進めてやっていきたいと思っています。

9. 障害物競争戦略

(1)アシックス様のセーフティシューズ

**アシックス様は半年前の在庫予約発注しか受付されません。
仕入れる側から見れば、非常に厄介なハードルではありますが、このハードルを逆手にとって「ならば大量の在庫を保有し、欠品を防止すればいいじゃないか…」の発想で取り組んだところ、eビジネス事業者様、ホームセンター様からの引き合いが増加し、2025年度は当社仕入先第3位の実績(年間仕入実績約41億円)となりました。他、各種メーカー様の取扱いがあります。**



TRUSCO

Copyright 2026 TRUSCO NAKAYAMA Corporation. All rights reserved.

続いて、障害物競走戦略です。

こんな言葉は聞いたことないと思いますが、商売をしておりますと、いろいろ障害物があります。

ここに書いてある事例は、アシックスさんです。アシックスのセーフティシューズ、いわゆる安全靴を作っておられて、われわれも販売させていただいていますが、在庫発注は半年前の予約という、厄介なルールがあります。今日、25.5 のサイズが切れたから、すぐ送ってという注文は、受けてくれないです。半年先しか受けてくれないということです。

だったら在庫を山ほど積んでおいたらいいということで、大量のアシックスの在庫が、倉庫に積み上げてあります。おかげさまで品切れがないと。ゼロではないのですが基本的にないということで、ホームセンターさんもしくはネット通販のお客様が、帳合をわれわれに回していただけます。非常に売上が増えて、現在第 3 位の仕入れ先で、まるでステルス戦闘機のごとく上がってまいりました。

営業努力はゼロです。普通はものを売るというと、営業マンに発破をかけてがんばって売ってこいとか、PR してこいと言いますが、在庫を積み上げるだけで売上が爆発的に増えます。これはアシックスさんに限らず、ミズノさんやニューバランスさん、PUMA さんとか、いろいろこれ以外にもありますが、そういった戦略でどんどん拡大していきたいと思っております。

9. 障害物競争戦略

(2)危険物倉庫拡充により危険物取扱いの拡大

危険物と申しましても、爆発を伴うようなものではなく、接着剤、潤滑スプレーなどの商品のうち、危険物扱いとなるものが存在します。
危険物の保管、流通が年々厳格化される中、危険物倉庫の重要性は高まってきております。当社も一定水準の危険物倉庫を保有しておりますが、さらに増設を行いたいと思います。
現状、危険物倉庫を保有していないにも関わらず、危険物ビジネスを行っている業者も多く、いち早く危険物倉庫を整備することにより、危険物ビジネスのシェアを拡大していきます。



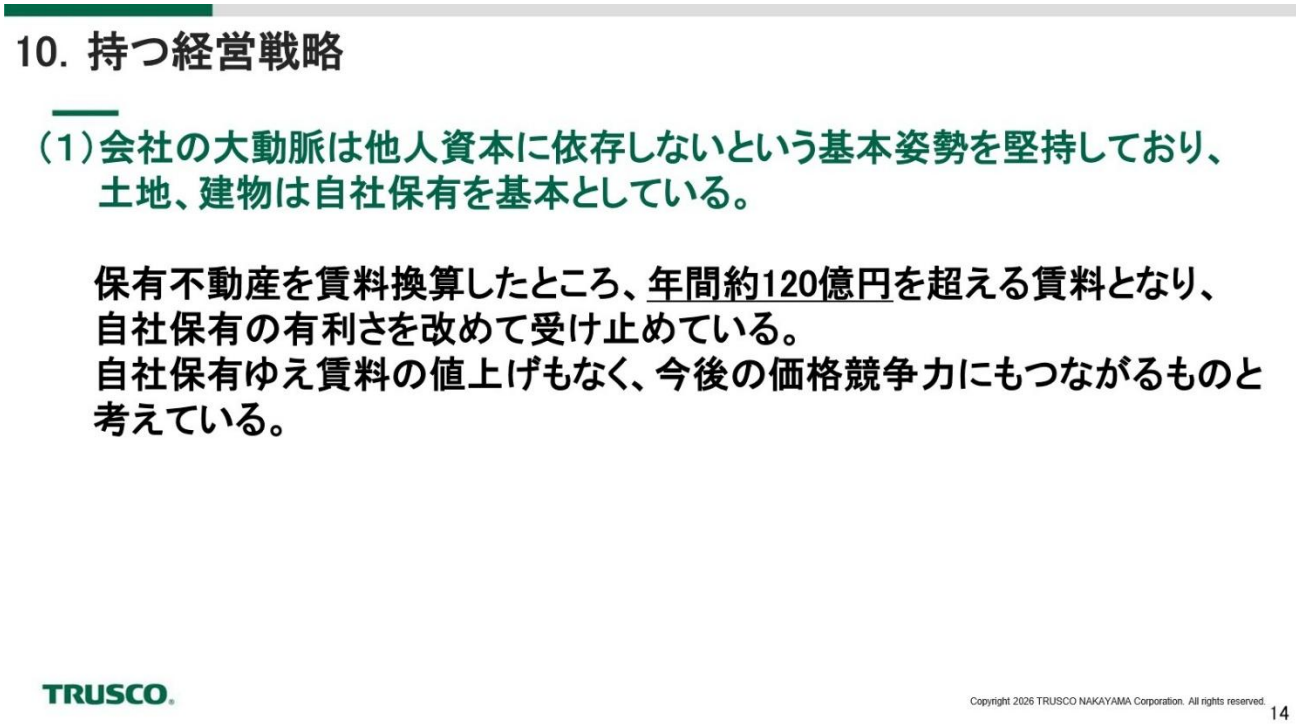
HC東日本物流センターの危険物倉庫

TRUSCO.

Copyright 2026 TRUSCO NAKAYAMA Corporation. All rights reserved.

続いて、障害物競争戦略の 2 番、危険物倉庫拡充により危険物取扱いの拡大です。

危険物というと、皆さんカセットコンロのボンベは危険物だと思いがちです。カセットボンベは、危険物ではありません。それより接着剤もしくは潤滑スプレーが、実は危険物の分類になっております。われわれも危険物倉庫は装備しているものの、危険物の規制が厳しくなるという障害物があれば、それを逆手に取ってやろうということで、物流センターの近隣地に用地を確保し、危険物の倉庫をどんどんと建てる予定です。日本中の危険物倉庫の需要といったビジネス、できるだけシェアを拡大していこうと、障害物競争戦略も熱心に取り組んでいきたいと思います。



続いて、持つ経営戦略です。

持たざる経営が流行っていた時代もありますが、過去からずっと持つ経営をやっております。損か得か、バランスシートかという問題ではないです。会社の大動脈は他人資本に依存しないという基本姿勢をずっと続けて経営しており、土地、建物は自社保有が基本です。

昨今、土地の含み益があるだろうとささやく声も聞こえるので、先般、今使っている保有不動産を全部賃料で換算しました。もし自社ではなく借りていたら、家賃が 120 億円を超える数字が出てまいりました。本当に買って持っていて、良かったと思っています。これから先、賃料がどんどん値上げしてこられますと、非常にビジネスにも影響してまいりますが、そういったものもありません。

ちなみに東京本社ビルですが、家賃換算しますと年間 8 億 5,200 万円、近隣の相場で全部計算をしましたら、そういった数字です。それから、先般オープンしたプラネット愛知の年間賃料は、換算しますと 15 億 2,600 万円です。どれも少ない金額ではないので、やはり持っていて良かったと思っております。

11. 日本海ルートの積極活用

中国、韓国からの輸入品は新潟港、直江津港で陸揚げを行い、輸入コストの削減と納期の短縮をはかる



HC東日本物流センター　延床面積14,622坪（48,338㎡）
2026年8月24日稼働



プラネット長野　延床面積6,156坪（20,350㎡）
2029年6月末建屋竣工予定

TRUSCO.

Copyright 2026 TRUSCO NAKAYAMA Corporation. All rights reserved.
15

続いて 11 番、日本海ルートの積極活用です。

中国と韓国で、中国のほうが圧倒的に多いのですが、やはり輸入品が多いです。今、横浜や豊橋の港で揚げておりますが、新しい物流センターができましたので、これから新潟や長野で、陸揚げをしていこうと考えております。日本海を渡ればすぐに荷揚げができ、時間、運送のコストも節約できることで、価格競争力に使いたいです。

新潟にある HC 東日本物流センターは、今月 8 月 24 日オープンの予定です。長野はもう少し先になりますが、こちらも着工して完成したら、そういった用途で使っていきたいと思っております。



最後ですが、大ヒット発売中の「ど冷えもん BOX」です。

今日は、プレゼンに「ど冷えもんガール」2 名が出てまいりまして、2 人が説明をしてくれます。ぜひ、よく聞いていただきたいと思います。ちなみに私のアイデアで出来た商品ですので、あちらこちらで PR していただいて、ご注文よろしくお願いいたします。それでは、「ど冷えもんガール」のトウフクとオガワが説明させていただきます。

トウフク：本日、説明を担当いたします東京 NB 商品課のトウフクです。

オガワ：広報 IR 課のオガワです。よろしくお願いいたします。

トウフク：今年 4 月より、販売を開始した「ど冷えもん BOX」についてご説明いたします。

オガワ：キャッチフレーズは、扉を開ければ、そこは北極、こちらが人間冷蔵庫「ど冷えもん BOX」です。

トウフク：開発のきっかけは、中山社長の「人が短時間でクールダウンできるボックス型の商品をつくれないか」というアイデアからでした。その後、約半年ほどで冷凍自販機「ど冷えもん」を販売している SDRS 株式会社様のご協力の下、商品化を実現しました。

オガワ：暑さ対策としては、私の隣にありますスポットエアコンなどがよく使われるのですが、こうした商品は、基本的に体の一部分を冷やす役割が中心となっています。一方で、「ど冷えもん

BOX」は作業空間の一部を冷やすのではなく、人がボックスの中に入ることで、人そのものを冷やす特徴があります。

トウフク：それでは、まず外観をご覧ください。足元にキャスターが四つ付いております。女性でも、二人いれば簡単に動かせるようになっております。では、使い方です。まず扉を開けていただき、電源を入れます。そして、中に入るだけになります。

オガワ：私の頭上と首元から冷風が出ていまして、一気に体を冷やすことができます。約 5℃の冷風が出ており、ボックス内は約 15℃に保たれています。また、温度と風量は私の頭上にございますボタンで、3 段階で調整が可能です。

トウフク：冷風を体の一部分に当てるのではなく、体ごとボックスの中に入っていただくことで、効率よくクールダウンできる空間を簡単に設置できる、これこそが「ど冷えもん BOX」の最大の特徴です。また、安全面に関しても配慮した設計になっております。電源を入れてから、20 分経ちますと、自動で停止するタイマー機能が付いているほか、こちらの扉はマグネット式になっておりますので、内側からも簡単に開閉できる仕様になっております。さらに、防水仕様になっておりますので、屋外でも設置することが可能です。

オガワ：また、電源は家庭用と同じ単相 100 ボルトで使用することができますので、大がかりな電気工事などは不要です。また、一般的なスポットエアコンと比較しましても、消費電力は約半分、1 時間当たり約 15.8 円と省エネ設計になっています。

トウフク：現在の販売台数は 313 台です。先日は鹿島建設様にもご購入いただいたほか、工場や野球場、ゴルフ場など、暑さ対策を必要とされる多くの場所へ導入が進んでおります。

オガワ：国内外問わず使用できる商品になっておりますので、今後さらなる多種多様な熱中症対策用品として使っていただけるよう、販売に注力してまいります。現在、在庫は 264 台ございます。即納となっておりますので、ぜひお引き合いのほどよろしくお願いいたします。以上「ど冷えもん BOX」のご説明でした。

忍田：続きまして、私から決算概要についてご説明いたします。

【連結】経営成績

※1 2026年2月13日発表の期初予算比です。

2025年 12月期 通期実績				2026年 12月期 中間期実績			
実績	前年比	構成比		実績	前期比	構成比	期初予算比※1
3,200億43百万円	+8.5%	–	①売上高	1,782億4百万円	+12.6%	–	+5.1%
667億31百万円	+8.2%	20.9%	②売上総利益	369億7百万円	+10.7%	20.7%	+3.0%
439億14百万円	+5.3%	13.7%	③販売費及び一般管理費	244億24百万円	+13.6%	13.7%	+1.0%
55億52百万円	△8.1%	1.7%	④(うち減価償却費)	34億6百万円	+24.0%	1.9%	△0.2%
283億69百万円	+8.9%	8.9%	⑤EBITDA ※2	158億89百万円	+9.0%	8.9%	+5.5%
228億16百万円	+14.2%	7.1%	⑥営業利益	124億83百万円	+5.6%	7.0%	+7.2%
225億41百万円	+12.4%	7.0%	⑦経常利益	122億17百万円	+4.3%	6.9%	+7.1%
158億81百万円	※3 △1.3%	5.0%	⑧親会社株主に帰属する当期(中間)純利益	84億44百万円	+5.8%	4.7%	+8.2%
240円84銭	△3円25銭	–	⑨1株当たり当期(中間)純利益	128円07銭	+6円99銭	–	+9円71銭
60円00銭	+6円00銭	–	⑩1株当たり配当金	32円50銭	+2円00銭	–	+2円50銭
519億45百万円	+2.9%	16.3%	⑪PB売上高	283億10百万円	+7.7%	15.9%	–
200億27百万円	△23.5%	–	⑫設備投資額	53億40百万円	–	–	–

TRUSCO

※2 EBITDAは営業利益＋減価償却費としています。
※3 2024年に旧大阪本社売却に伴う特別利益26億67百万円を計上した影響により減少しています。

Copyright 2026 TRUSCO NAKAYAMA Corporation. All rights reserved.

まず、経営成績についてご説明いたします。お手元の資料の 19 ページ目をご覧ください。

中間期決算の実績はご覧のとおりです。今回より、EBITDA の項目を追加いたしました。当社は物流センターなどへの設備投資が大きく、減価償却費が利益に与える影響も大きいことから、事業の実質的な収益力をよりわかりやすく示すため、今期より営業利益に減価償却費を足した EBITDA の開示を開始いたしました。

決算ダイジェスト

( )内 前期比

	2026年 12月期 中間期 実績	構成比	
①売上高	1,782億4百万円(+12.6%)	–	・約63万アイテムの豊富な在庫や、最先端の物流機器とデジタルを組み合わせることによって実現する「ニアワセ＋ユーチョク」(荷物詰合わせ＋ユーザー様直送)など、利便性の高いサービスの提供により売上拡大 ・中東情勢の影響により一部商品の調達が不安定となる中、当社在庫への需要が増加し、売上高が増加
②売上総利益	369億7百万円(+10.7%)	20.7%	・売上増加により増加、また価格改定による在庫商品の評価益は約7.4億円を計上(△3.5億円)
③販売費及び一般管理費	244億24百万円(+13.6%)	13.7%	・昨年7月に行ったベースアップ等により給料及び賞与が増加(+11億91百万円) ・出荷量の増加等に伴い、運賃及び荷造費が増加(+8億84百万円) ・5月にP愛知が稼働したこと等により減価償却費が増加(+6億58百万円)
④EBITDA	158億89百万円(+9.0%)	8.9%	・営業利益＋減価償却費、前期比+9.0%
⑤経常利益	122億17百万円(+4.3%)	6.9%	・売上が増加した一方で、第2四半期からの新物流センター稼働に伴う減価償却費の増加等(+6億58百万円)により前期比+4.3%
⑥親会社株主に帰属する当期(中間)純利益	84億44百万円(+5.8%)	4.7%	・同上の理由により、前期比+5.8%
⑦1株当たり配当金	32円50銭(+2円00銭)	–	・1株当たり配当金は前期比+2円00銭

	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	計
1日当たり売上高(百万円)	1,360	1,513	1,613	1,564	1,525	1,405	1,478						–
前年同月比(%)	+ 8.2	+ 7.2	+ 8.0	+ 25.4	+ 21.4	+ 6.4	+ 9.4						–
営業日数(前年同月比)	19(±0)	18(±0)	21(+1)	21(±0)	18(△2)	22(+1)	22(±0)	20(±0)	19(△1)	21(△1)	19(+1)	22(±0)	242(△1)

TRUSCO

Copyright 2026 TRUSCO NAKAYAMA Corporation. All rights reserved.

SCRIPTS Asia's Meetings, Globally

決算のダイジェストをご説明いたします。20 ページ目をご覧ください。

連結売上高 1,782 億 400 万円、前期比プラス 12.6%となりました。約 63 万アイテムの豊富な在庫や、最先端の物流機器とデジタルを組み合わせることによって実現する「ニアワセ＋ユーチョク」など、利便性の高いサービスの提供により売上が増加しました。また、中東情勢の影響により一部商品の調達が不安定となる中、当社在庫への需要が高まり、売上高の増加につながりました。

売上総利益は 369 億 700 万円、前期比プラス 10.7%、売上総利益率は 20.7%となりました。売上増加による利益拡大のほか、価格改定による在庫商品の評価益を約 7.4 億円計上しております。販売費および一般管理費は 244 億 2,400 万円、前期比プラス 13.6%となりました。昨年 7 月に実施したベースアップ、住宅補助手当の増額、また従業員の増加などにより、給料および賞与が 11 億 9100 万円増加したほか、出荷量の増加などに伴い、運賃および荷造費が 8 億 8,400 万円増加しました。また、今年 5 月に新しい物流センター、プラネット愛知が稼働したことなどにより、減価償却費が 6 億 5,800 万円増加しました。

EBITDA は、営業利益に減価償却費を加算して算出しており 158 億 8,900 万円、前期比プラス 9%となりました。売上高が増加した一方で、第 2 四半期からの新物流センター稼働に伴う減価償却費の増加などにより、経常利益は 122 億 1,700 万円、前期比プラス 4.3%となり、結果、親会社株主に帰属する中間純利益は 84 億 4,400 万円、前期比プラス 5.8%、1 株当たり配当金は 32 円 50 銭、前期比プラス 2 円となりました。

【連結】セグメント別実績

2025年 12月期 通期実績				販売ルート	2026年 12月期 中間期実績				
売上高			売上総利益率		売上高			売上総利益率	
実績	前年比	構成比	実績		実績	前期比	構成比	実績	前期末比
2,112億23百万円	+7.2%	66.0%	20.6%	ファクトリールート	1,162億11百万円	+10.2%	65.2%	20.5%	△0.1pt
769億60百万円	+12.9%	24.0%	22.5%	eビジネスルート	448億42百万円	+19.4%	25.2%	22.4%	△0.1pt
283億96百万円	+5.9%	8.9%	16.8%	ホームセンタールート	153億17百万円	+11.7%	8.6%	16.2%	△0.6pt
34億63百万円	+12.0%	1.1%	35.2%	海外ルート	18億33百万円	+18.3%	1.0%	32.4%	△2.8pt
3,200億43百万円	+8.5%	100.0%	20.9%	全社合計	1,782億4百万円	+12.6%	100.0%	20.7%	△0.2pt

ファクトリールート……全国29か所の物流センター及び30か所ある在庫保有支店において、在庫・物流機能を強化することで、得意先様の利便性が向上し、商流の集約が進みました。
eビジネスルート……「ニアワセ＋ユーチョク」（荷物詰合わせ＋ユーザー様直送）を中心に、得意先様ごとに合わせたサービスを提供し、他社との差別化を図ることで売上増加につながりました。
ホームセンタールート…在庫と物流設備を活用し、店舗向けとEC事業向け、プロショップ向けに積極的な提案活動を行いました。
海外ルート……現地のニーズに即した新規在庫の投入、新規得意先様の開拓や既存得意先様との協業強化を行いました。
売上総利益率……在庫評価益が昨年より減少した影響等により低下しました。

21

21 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、売上高は 1,162 億 1,100 万円、前期比プラス 10.2%、全国 29 カ所の物流センターおよび 30 カ所ある在庫保有支店において、在庫・物流機能などを強化することで、得意先様の利便性が向上し、商流の集約が進み、売上が増加しました。

e ビジネスルート、売上高は 448 億 4,200 万円、前期比プラス 19.4%、「ニアワセ＋ユーチョク」などを中心に、得意先様ごとに合わせたサービスを提供し、他社との差別化を図ることで売上が増加しました。

ホームセンタールート、売上高は 153 億 1,700 万円、前期比プラス 11.7%、在庫と物流設備を活用し、店舗向けと EC 事業向け、プロショップ向けに積極的な提案活動を行うことで、商流を集約し、売上が増加しました。

海外ルート、売上高は 18 億 3,300 万円、前期比プラス 18.3%、現地のニーズに即した新規在庫の投入、新規得意先様の開拓や既存得意先様との協業により、売上が増加しました。

【連結】販売費及び一般管理費

実績：244億24百万円 （前期比+13.6%、+29億15百万円）

2025年 12月期 通期実績		勘定科目	2026年 12月期 中間期実績		
実績			実績	前期比	前期増減額
154億50百万円	①	給料及び賞与	83億81百万円	+16.6%	+11億91百万円
99億10百万円	②	運賃及び荷造費	56億85百万円	+18.4%	+8億84百万円
55億52百万円	③	減価償却費	34億6百万円	+24.0%	+6億58百万円
17億7百万円	④	租税公課	8億31百万円	△13.7%	△1億32百万円
107億16百万円	⑤	その他	58億2百万円	+9.5%	+5億1百万円
439億14百万円	⑥	合計	244億24百万円	+13.6%	+29億15百万円

・増加要因 ①給料及び賞与 +11億91百万円 従業員178名増加、昨年7月実施の基本給の改定・住宅補助手当増額等による影響
②運賃及び荷造費 +8億84百万円 出荷量の増加による影響（+5億79百万円）
内、ユーザー様直送増加による影響（+2億42百万円）
※ユーザー様直送に係る運賃は、お客様にご負担いただいております
③減価償却費 +6億58百万円 プラネット愛知稼働に伴うマテハン設備・建物（+3億20百万円）
基幹システム再構築による影響（+2億20百万円）
・減少要因 ④租税公課 △1億32百万円 前年にプラネット愛知建物 見積不動産取得税を計上している影響

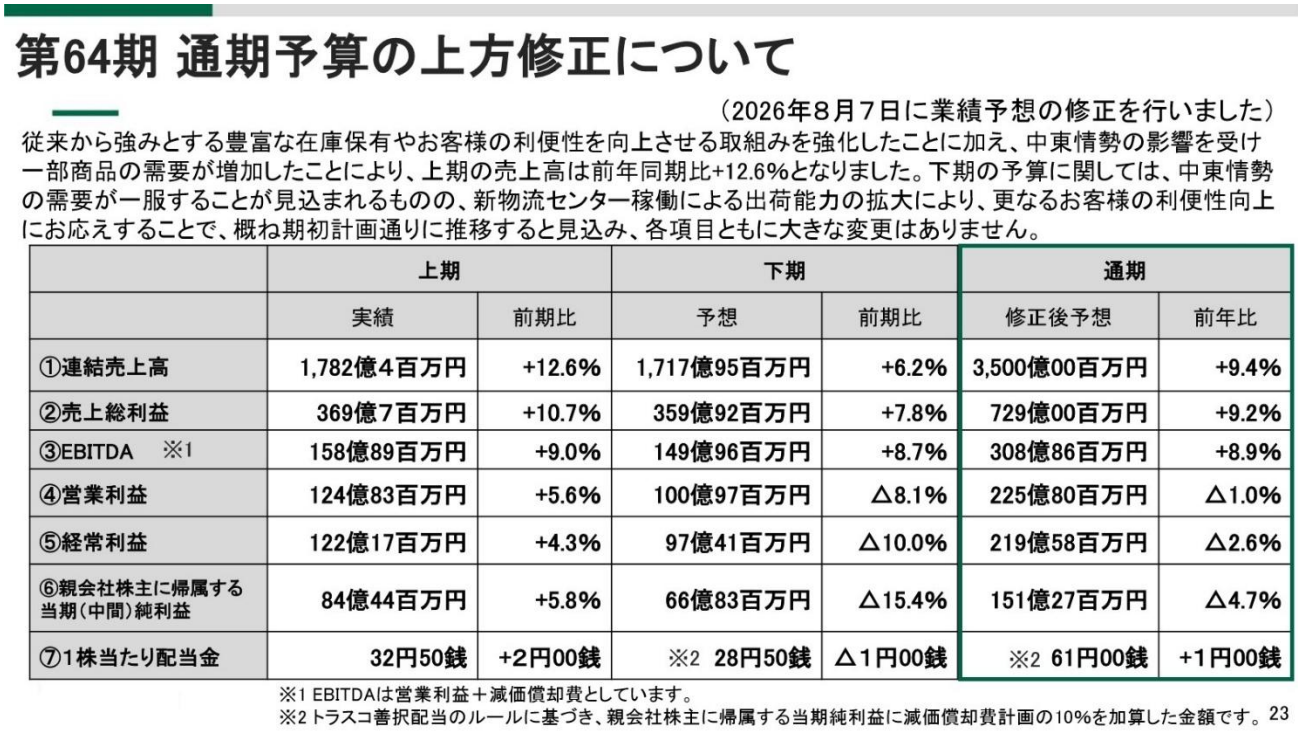
22

22 ページ、販売費および一般管理費についてです。

244 億 2,400 万円、前期比プラス 13.6%となりました。主な増加要因は 3 点です。給料および賞与は、従業員が 178 名増加したことや、昨年 7 月実施の基本給の改定・住宅補助手当増額などにより、前期比より約 12 億円増加し、前期比プラス 16.6%です。運賃および荷造費は、出荷量の増加により約 9 億円増加し、前期比プラス 18.4%です。減価償却費は、5 月のプラネット愛知稼働に伴

う建物や物流機器、また 1 月稼働の基幹システムの再構築の影響により約 6.6 億円増加し、前期比プラス 24%となりました。

減少要因としては、前年にプラネット愛知建物見積不動産取得税を計上している影響により、租税公課が約 1 億円減少し、前期比マイナス 13.7%となりました。



	上期		下期		通期	
	実績	前期比	予想	前期比	修正後予想	前年比
①連結売上高	1,782億4百万円	+12.6%	1,717億95百万円	+6.2%	3,500億00百万円	+9.4%
②売上総利益	369億7百万円	+10.7%	359億92百万円	+7.8%	729億00百万円	+9.2%
③EBITDA ※1	158億89百万円	+9.0%	149億96百万円	+8.7%	308億86百万円	+8.9%
④営業利益	124億83百万円	+5.6%	100億97百万円	△8.1%	225億80百万円	△1.0%
⑤経常利益	122億17百万円	+4.3%	97億41百万円	△10.0%	219億58百万円	△2.6%
⑥親会社株主に帰属する当期(中間)純利益	84億44百万円	+5.8%	66億83百万円	△15.4%	151億27百万円	△4.7%
⑦1株当たり配当金	32円50銭	+2円00銭	※2 28円50銭	△1円00銭	※2 61円00銭	+1円00銭

23 ページ、第 64 期通期予算の上方修正についてご説明いたします。

8 月 7 日に通期業績の修正を発表しております。連結売上高 3,500 億円、前年比プラス 9.4%、売上総利益 729 億円、前年比プラス 9.2%、EBITDA308 億 8,600 万円、前年比プラス 8.9%、営業利益 225 億 8,000 万円、前年比マイナス 1%、経常利益 219 億 5,800 万円、前年比マイナス 2.6%、親会社株主に帰属する当期純利益 151 億 2,700 万円、前年比マイナス 4.7%、1 株当たり配当金 61 円、前年比プラス 1 円の計画でございます。

1 株当たり配当金に関しては、トラスコ善択配当のルールに基づき、親会社株主に帰属する当期純利益に減価償却費計画の 10%を加算した金額となります。

なお、下期の予算につきましては、中東情勢の需要が一服することが見込まれるものの、新物流センターの稼働による出荷能力の拡大により、さらなるお客様の利便性向上にお応えすることで、おおむね期初計画どおりに推移すると見込み、各項目ともに大きな変更はございません。上方修正につきましては、以上となります。



24 ページ、プラネット愛知の稼働状況に関してです。

今年 5 月 18 日に当社最大規模の物流センターとなる「プラネット愛知」が稼働を開始しました。当社が強みとする「ニアワセ＋ユーチョク」サービスを強化する、高速自動梱包機 I-Pack®を当社最大である 4 ライン導入しています。また、現在月間 18 億円を出荷しており、今年の年末には既存のプラネット埼玉と同程度の月間 30 億円の出荷を見込んでおります。在庫アイテム数は現在約 63 万アイテムですが、今後 100 万アイテム以上の在庫保有を目指してまいります。

私からのご説明は、以上となります。

質疑応答

忍田 [M]：それでは、質疑応答に移ります。会場参加の皆様の中で、ご質問がございます方は挙手していただき、企業様名、お名前、ご質問内容をお話しください。それでは、ご質問のある方は挙手をお願いいたします。

ヤマナカ [Q]：大変ご丁寧な説明をありがとうございました。日刊工業新聞のヤマナカと申します。

デジタル戦略が、広い意味での同業他社と比べても、かなり先行して進めておられると存じます。今日言われているサイバーテロなどのセキュリティ対策にはどの程度投資をし、日頃どういった対応をとっていらっしゃるのでしょうか。それから、システムがダウンすることも今日では珍しくなくなっていますが、そういったときにどういう人的な対応をとられるのでしょうか。

中山 [A]：細かいお話については、この場で全部説明しきれないと思いますし、私も詳しくは説明できないと思います。また後日、配信でお答えしたいと思います。（**※本スクリプト最終ページにセキュリティ対策に関しての補足を追記しております。**）

今年はいろいろなサイバーテロで、アスクルさんをはじめ、いろいろなところがお困りになっておられました。われわれがそういった被害に遭うと、MRO 商材の細かな出荷をする会社は代替がございませんので、日本の製造業に大変なご迷惑かけるということで、細心の注意を払ってやっていることは、まず申し上げておきます。

24 時間システム要員が駐在しており、変化がないか逐次点検をしている状況です。費用的にも、年間でデジタルに 30 億円から 40 億円ぐらいの投資はしています。かからないに越したことがないので、かからないことを願うしかないところはあります。実際、物流センターが全部止まってしまいますので、その中から出荷することは不可能だと思います。最新鋭のシステムを使いながら、気をつけていきたいと思います。

ヤマナカ [Q]：そういう予想は立てづらいと思いますが、最悪の場合は、人海戦術で紙の伝票なり、人的な配達なり、それぐらい気持ちはお持ちになっていますか。

中山 [A]：前日の在庫がどこにあるかは全部データをとっていますので、まったくわからないというより、出すのが大変なことはあります。人海戦術でも、出せるようにしなくてはいけないと思っています。

幸いなことに、物流センターは物流機器ですが、それ以外の支店レベルの在庫は、基本的にはアナログの管理なので、出そうと思えば手で出せます。今、全国約 30 カ所の支店が在庫を保有しておりますので、そういったこともフルに活用しながら、需要にお応えしていきたいと思っています。

ヤマナカ [M]：ありがとうございました。

中山 [M]：ど冷えもんですが、先般からイギリスの BBC、アメリカやフランス、あちらこちらから取材が来ています。世界的にも珍しいみたいで、つくっておられるメーカーさんは、かつてのサンデン・リテールさんという SDRS 株式会社（以下 SDRS）さんです。そこにも頼んで輸出できるように準備をしようと、そういったことも準備を始めたいと思っています。

SDRS さんとの出会いが、実は（当社 1 社提供番組の）「知られざるガリバー」です。ある会で森社長とお会いしたのですが、トラスコさんってガリバーしてはる会社ですよねと言われて、そうですと言ったら、出してよと言われまして。わかりましたということで、即答で出ていただくことを決めました。そういう関係から、ふと思いついて森社長に投げたところ、つくってあげるよということでつくってもらいました。

定価で 150 万円ですが、高いと思われる方がおられると思いますが、ゼロからつくると数百万円すると思います。安くできるきっかけは、コンビニエンスストアの冷蔵装置の冷却機を使っております。簡単に早くできたと、かつ消費電力も少ないということで、先ほど言いましたが 1 時間 15 円 80 銭です。何よりも、つけっぱなしにしておかなくて大丈夫です。普通は冷やしておいて、万が一の場合はそこへ入れとなりますが、気分が悪いと入って、スイッチを入れていただいたら、すぐに冷風が吹き出すような仕組みになっています。ランニングコストが安いことも、評判だと思います。ぜひ、あちらこちらで言いふらしていただいて、注文が舞い込むようによろしくお願いいたします。

忍田 [M]：会場参加の皆様、ご質問よろしかったでしょうか。よろしければ、オンライン参加の皆様の質疑応答に移らせていただきます。それでは、ホシコ様、お願いいたします。

ホシコ [Q]：アモーヴァ・アセットのホシコです。質問 1 点だけです。御社はいろいろおもしろいユニークな取り組みをやられていらっしゃる一方で、株価という意味では、競合他社さんと比べても、例えば PBR0.8 倍ぐらいで、若干バリュエーションではディスカウントを受けていると思います。一方で、自己資本比率は結構高い状況です。株価に対して、どのような思いが社長自身にあるのでしょうか。あとは資本抑制みたいな話になるのか、株主還元の取り組みについても教えていた

だければと思います。以上です。

（参考）上場同業他社の業績比較

【同業他社決算状況】

単位：百万円、（）内pt

	2026年 8月14日時点		2026年 1月～6月売上高		2026年 1月～6月経常利益		通期業績予想		コロナ前後における業績変動指数（2019年を100とした場合）	
社名	時価総額	PER	実績	前期比	実績	前期比	売上高	前期比	2020年	2025年
トラスコ中山（株）	158,091	10.4倍	178,204	+12.6%	12,217	+4.3%	350,000	+9.4%	97（△3）	145（＋45）
A社	133,484	11.1倍	284,252	+9.5%	9,474	+20.1%	546,000	+0.2%	88（△12）	107（＋7）
B社	187,275	17.0倍	289,292	+11.4%	6,962	+30.3%	585,000	+8.0%	83（△17）	98（△2）
C社	70,465	33.0倍	82,509	+3.4%	1,729	△6.9%	165,000	+3.7%	※1 -	-
D社	92,252	14.7倍	78,054	+14.7%	4,607	+33.0%	160,000	+13.4%	82（△18）	108（＋8）
E社	24,562	13.4倍	24,566	+4.5%	1,213	+37.5%	51,100	+5.1%	89（△11）	109（＋9）
F社	7,944	29.4倍	24,084	+10.3%	557	+62.4%	45,000	+3.4%	78（△22）	87（△13）
G社	9,829	8.9倍	23,688	+29.7%	1,231	+406.6%	45,000	+9.5%	82（△18）	118（＋18）
H社	8,560	10.6倍	13,550	+26.5%	479	+49.2%	24,600	+7.3%	67（△33）	84（△16）

※1 2021年に経営統合しているため、コロナ前後における業績変動指数を「-」としています。

当社にて作成

TRUSCO

Copyright 2026 TRUSCO NAKAYAMA Corporation. All rights reserved.

17

中山 [A]：ありがとうございます。株価につきましては、私も同様の悩みを抱えております。この 10 年間で業績は倍近くいっていますが、株価はずっと水平飛行で非常に困ったことだと思っています。17 ページに同業他社の比較が出ておりますが、われわれが PER10.4 倍で、この業界の中でも低いほうです。

一つ考えられるのは、当社は M&A はしないとか、自社株買いはしないとか、株主様から見れば受けの悪いことばかり言っている、やっています。おまけに教科書にない経営ということで、そういう勉強をされてきたから方から見ると、在庫が多いのは負担だろうと、公認会計士の担当が代わりますと、必ず当社へ来て、バランスシートを見て、こんな在庫で大丈夫かという、そういう不信感から始まり、それを払拭することをやっております。結果的に払拭が終わった頃には、担当がまた代わられるということで、この繰り返しで困っています。

株価については、これが原因だということは特定しにくいのですが、ささやかながらいろいろなスモールミーティングや個別訪問も通して、そういった PR はしております。地道な方法かもわかりませんが、奇をてらったようなことするのではなく、業績で認めていただけるような歩みをこれからもしていきたいと思っております。

株主還元のお話も出ましたが、本筋は会社が成長するための投資をして、その投資によって成長を実現していくのが、本来あるべき姿だと思っております。自社株買いをする云々については、まったく考えておりません。とにかく業績を上げて、利益を上げていくと、そちらのほうでやっていきたいと思っております。

ホシコ [M]：ありがとうございます。

中山 [M]：どうもありがとうございました。

忍田 [M]：ほかに、オンラインでご質問のある方はいらっしゃいますでしょうか。サカエ様、お願いいたします。

サカエ [Q]：野村證券、サカエです。ありがとうございます。上期の粗利率ですが、前年の上期に対して改善はしていない数字になっていると思います。中長期的に粗利率を改善していく施策は、今後期待していいのか。上期は何か特殊要因があったのか、これから具体的にどういうことに取り組んでいかれるのか教えていただけないでしょうか。

中山 [A]：粗利の改善は、当社にとっても本当に解決すべき課題だと思っております。それを解決する方法は、仕入れ原価、価格の引き下げだろうと思っています。この業界の中では、いろいろな物流投資も含めて、いろいろな新しい施策も含めてやってはいるものの、業界的に古いしきたりの会社さんが多いです。いわゆる代理店は平等だという発想の中で、物流に投資しているから、その分安くしてあげようという発想はまったくありません。これから１件ずつそういうメーカーさんに対してお願いもしながら、原価の引き下げをやっていくしかないと思っております。

なかなか時間がかかると思いながらやりますが、例えばいろいろなサービスをやっています。先ほどから申し上げたような「とって置き」というサービスもそうです。ユーザー様直送というサービスもそうですが、原価を一つも変えてくれない、経費率を下回っているようなところでも同じようなサービスをしております。経費率がこういう状況であれば、ユーチョクサービスは御社には適用しませんとか、サービスの中身で少し格差をつけていき、それで交渉していくしかないと思っております。時間のかかる問題なので、当面は今の水準から、うなぎ上りということはないと思いますが、努力していきたいレベルでご理解いただければと思います。

サカエ [M]：挑戦だと思うので時間はかかると思いますが、安心しました。ありがとうございました。

忍田 [M]：ほかに、オンラインでご質問のある方はいらっしゃいますでしょうか。ワタナベ様、お願いいたします。

ワタナベ [Q]：水戸証券、ワタナベです。1 点だけですが、今まで日本はデフレ下の時代で、今後インフレになってくると、設備投資や人件費がどうしてもかかると思います。インフレ下で、トラスコ中山はどのような経営になっていくのでしょうか。あまり影響がないのか、先ほど粗利を上げていく努力をするとあったので、中長期的に見れば十分克服できるので、デフレだろうがインフレだろうが、トラスコ中山にとってはあまり関係ないのか、そこを聞きたいです。

中山 [A]：振り返って見ますと、インフレ、デフレ、まったく関係なく設備投資も行い、淡々と事業を積み上げてきたのが実態です。その結果、先ほど自社物件の話をしましたが、振り返ってみたら景気の悪いときのほうが多かったものですから、過去につくった物流センターは、今では考えられないような値段ですべて建っております。逆に今の段階で新しいセンターは、世の中の相場があります。インフレですので、決して安くはないのですが、以前の安い物件と高い物件と足して 2 で割って考える方法も必要かなということで、躊躇したところで安くなる確率はないですし、ここ数年見たところで、躊躇されたところは結果的に建たないか、もっと高いものを建てておられるのが実態です。早く決めて、さっさと決断して、さっさと建てたところが良かったみたいなところがございます。

在庫も大量に持っておりますので、値上げが逆にわれわれの収益を押し上げるようなことにもなってまいります。これからもデフレかインフレか、そういったことも気にもせず、やるべきことをやりながら成長につなげていきたい発想でやっていきたいと思います。

ただ、設備投資については、今長野で計画しているのが、今のところそれが最後になっております。物流を全体的に見ていきますと、やはり関西圏、特に岡山あたりに一つ大きなセンターを設置しないと回らなくなってきているのも実態です。岡山にありますと、山陽道はもとより四国、山陰といったところへの物流強化にもつながります。探してはいますが、今のところ決定のものは何もないです。必要な設備投資はこれからも続けながら、成長を続けていきたいと考えております。

ワタナベ [M]：どうもありがとうございます。

中山 [M]：どうもありがとうございました。

忍田 [M]：特にご質問がございませんので、質疑応答の時間は以上とさせていただきます。その他ご質問のある方がいらっしゃいましたら、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。

以上をもちまして、トラスコ中山株式会社 2026 年 12 月期第 64 期中間期決算説明会を終了いたします。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。

中山 [M]：どうもありがとうございました。

補足

※ご質問の当社のセキュリティ対策に関して

当社はデジタル化を経営戦略の重要な柱と位置づけており、同時にサイバーセキュリティと事業継続対策も重視しています。セキュリティ対策については、「防御・検知・復旧」の 3 つの観点で下記の内容を実施しています。

1．24 時間 365 日の監視体制

2．不正アクセスを検知するセキュリティツールの導入

3．多要素認証の導入

4．ネットワークの防御強化

5．定期的な脆弱性診断や第三者監査

24 時間 365 日の監視体制を整えておりますが、万が一システム障害が発生した場合は、システム・運用パートナーと共に迅速な復旧対応を行う仕組みを整備しています。また、事業継続の観点では、重要システムのバックアップや復旧手順を整備し、システム停止時の対応訓練も進めています。

昨今のサイバー攻撃のリスク高まりに対し、物流におきましては、万が一、ネットワーク侵害等によりシステムが停止した場合でも、お客様への供給体制を維持するという観点から、以下の運用対策を講じております。

1. オフラインサブシステムの運用

ネットワークが遮断された緊急事態下においても、出荷オペレーションを停止させない専用の独立サブシステムを構築・運用しております。正常時に最新の在庫データをローカル環境へ定期保存し、ネットワーク非接続でも最新データで運用を開始できる体制を構築しています。これにより、ネットワークを介さない手動運用による倉庫業務、出荷対応を可能としています。

2. マテハン停止を想定した物理ロケーション設計

サイバー攻撃等により自動化設備（マテハン機器）が制御不能・停止となる事態に備え、供給継続性の高い在庫配置を行っております。優先供給品目（災害に優先出荷が求められる当社が選定した124SKU）については、マテハン設備を介さない棚で管理をしています。

3. 実効性を担保する「有事訓練」の定例化

システムを所有するだけでなく、有事の際に現場が即座に動ける実効性を重視しております。年 1 回の全拠点実地訓練を行っています。全国の物流センターおよび在庫支店において、年に 1 度、サブシステム起動・出荷訓練を実施し、緊急時のオペレーション手順と対応能力を維持・改善しています。

今後もデジタル化を推進すると同時に、「事業を止めないこと」を最重要視しながら、セキュリティ対策と事業継続対策の両面を強化してまいります。

［了］

脚注

1.　音声が不明瞭な箇所に付いては[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

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、株式会社 JPX 総研（以下、「当社」という）は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。

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をしてはなりません。

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、すべて利用者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利用者が被った損害、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。