



**TRUSCO**<sup>®</sup>

# 第59期 決算データ分析資料

## 令和3年(2021)12月期

---

発行元: **トラスコ中山株式会社** 証券コード: 9830(「苦は去れ」と覚えてください)

経営企画部 部長 下津 敦嗣 / 広報IR課 課長 富士谷 美貴 / 広報IR課 内藤 みのり

〒105-0004

東京都港区新橋四丁目28番1号 トラスコ フィオリートビル10F

TEL: 03-3433-9840 FAX: 03-3433-9881

E-mail: [info@trusco.co.jp](mailto:info@trusco.co.jp)

# 一 資料目次 一

## ■はじめに

- P3 新市場区分における「プライム市場」への移行に関するお知らせ  
余剰金の配当に関するお知らせ
- P4 会社概要

## A■ 全社経営実績

- P5 ①【連結】令和3年(2021)12月期 経営成績
- P6 ② 令和3年(2021)12月期  
【連結】全社月次売上高／【親単体】1日当たり売上高

## B■ 販売実績

- P7 ①【連結】販売セグメント別売上高・売上総利益率・経常利益
- P8 ②【連結】販売セグメント別月次売上高推移表
- P9 ③【連結】ファクトリールート・ブロック別・業種別・販売ルート別実績
- P10 ④【連結】eビジネスルート売上高
- P11 ⑤【連結】オレンジコマース(電子購買)連携数
- P12 ⑥【連結】ホームセンタールート売上高 上位10社実績
- P13 ⑦海外子会社の経営成績
- P14 ⑧【親単体】令和3年(2021)12月期 売上分析
- P15 ⑨【親単体】令和3年(2021)12月期 商品分類別売上分析(大・中分類)
- P16 ⑩【親単体】令和3年(2021)12月期 商品分類別売上分析(小分類)
- P17 ⑪【親単体】令和3年(2021)12月期  
トラスコ オレンジブック掲載カテゴリ別売上高
- P18 ⑫【親単体】令和3年(2021)12月期  
プライベート・ブランド(PB)商品 売上高

## C■ 経営指標の取組み状況

- P19 ①仕入先数及び新規掲載商品売上高／  
在庫アイテム数及びヒット率／販売口座数及び法人数
- P20 ②【親単体】物流データ ③【親単体】システム稼働状況

## D■ 財務等実績

- P21 ①【連結】令和3年(2021)12月期 販売費・一般管理費の  
主な増減内容
- P22 ②【連結】令和3年(2021)12月期 販売費・一般管理費の詳細
- P23 ③【連結】令和3年(2021)12月期 財務諸表
- P24 ④【連結】令和3年(2021)12月期 設備投資等の状況
- P25 ⑤ 現在進行中の主な設備投資(1)
- P26 ⑥ 現在進行中の主な設備投資(2)

## E■ 今期の計画

- P27 ①第60期 経営計画
- P28 ②第60期 セグメント別経営計画
- P29 ③第60期 販売費及び一般管理費

## F■ サステナビリティ

- P30 ①トラスコのサステナビリティ(1)
- P31 ②トラスコのサステナビリティ(2)
- P32 ③トラスコ スキルマトリックス

## ■ 参考資料 ■

- P33 ①株式情報
- P34 ②業界での指数比較
- P35 ③【連結】令和3年(2021)12月期 四半期毎の実績(四半期)
- P36 ④【連結】令和3年(2021)12月期 四半期毎の実績(累計)
- P37 ⑤【連結】令和4年(2022)12月期 四半期毎の予算(四半期・累計)
- P38 ⑥会社データ
- P39 ⑦当社売上高指数・鉱工業生産指数

本資料には、将来の業績見通しおよび事業計画に関する記述が含まれています。  
こうした記述は、将来の業績を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。  
将来の業績は、経営環境の変化等により、計画数値と異なる可能性があることにご留意ください。  
また、本資料は情報の提供のみを目的としており、当社は現時点での最新情報に更新する義務を負っていません。

# 新市場区分における「プライム市場」への移行に関するお知らせ (令和4年1月11日発表)

当社は、株式会社東京証券取引所の新市場区分で「プライム市場」を選択し、申請を行っておりました。同取引所より当社が新市場区分で「プライム市場」へ移行する旨の結果が公表されました。



## 剰余金の配当に関するお知らせ (令和4年2月9日発表)

当期実績については業績予想を上回ったものの、マスクなどの粗利率の高い商品群の売上高構成比の減少により売上総利益率が予想を下回ったため、営業利益、経常利益及び親会社株主に帰属する当期純利益が予想を下回る結果となりました。

令和2年開示の基本方針に基づき、配当金については親会社株主に帰属する当期純利益を基礎として、特別損益を除外し算定します。1株当たり当期純利益は175円97銭となりますが、特別損益を除外し算定した140円02銭を1株当たり当期純利益とみなすため、上記配当金計算基準により、当連結会計年度の配当金は35円50銭となります。中間配当金20円00銭を既に実施していますので、期末配当金は15円50銭と決定し、3月3日を支払開始日としました。

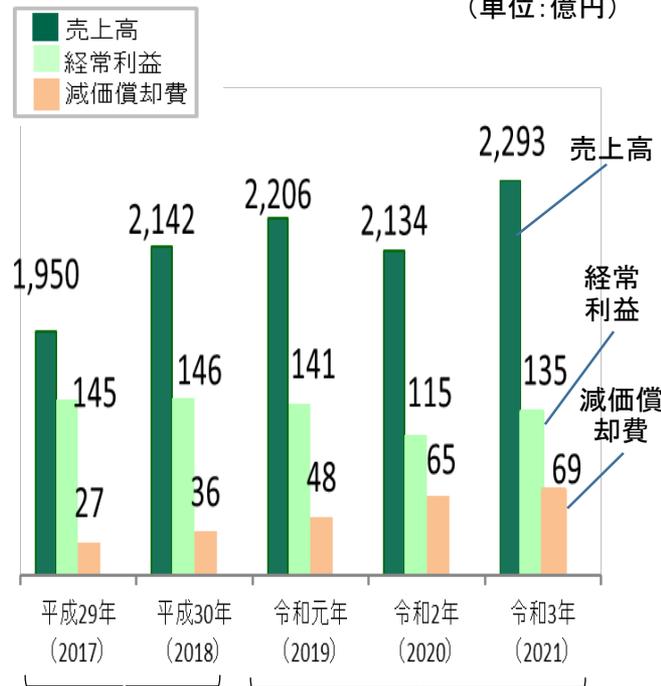
基準日	1株当たり配当金		
	第2四半期末	期末	合計
当期実績	20円00銭	15円50銭	35円50銭
前期実績	16円50銭	14円00銭	30円50銭

# 会社概要

令和3年(2021)12月末時点

## 売上高・経常利益・減価償却費の推移

(単位:億円)



【非連結】

【連結】

\* 積極的な物流・デジタル投資により、減価償却費が増加。

創業	昭和34年(1959)5月15日
代表者	代表取締役社長 中山 哲也 公益財団法人 中山視覚福祉財団 理事長 全日本機械工具商連合会 副会長 大阪機械器具卸商協同組合 理事長
本社事務所	東京本社(東京都港区・本店登記) 大阪本社(大阪市西区)
拠点数	計93か所(令和4年(2022)1月1日現在) 国内88か所:本社2か所支店59カ所物流センター27カ所 海外5か所:現地法人:タイ、インドネシア オフィス:ドイツ、台湾、タイ
資本金	50億2,237万円
証券取引所	東証一部(証券コード:9830)
従業員数	2,906名【連結】
格付状況	A(株式会社格付投資情報センター)
事業内容	機械工具、物流機器、環境安全用品をはじめとしたプロツール(工場用副資材)の卸売業及び自社ブランドTRUSCOの企画開発

## ビジネスフロー

仕入先様

当社(卸売業)

主な販売店様 5,527社

ターゲット市場(主なユーザー様)

メーカー  
2,966社  
(+314社)  
内、海外メーカー  
304社(+92社)  
( )前期末比

ファクトリールート  
eビジネスルート  
ホームセンタールート  
海外ルート

機械工具商・溶接材料商・管材商・伝導機商・電材商・梱包資材商など  
ネット通販企業など  
ホームセンター・プロショップ・家電量販店 など  
海外ディーラーなど

製造業・建設関連業  
製造業・一般消費者  
屋外作業関連・一般消費者  
海外製造業

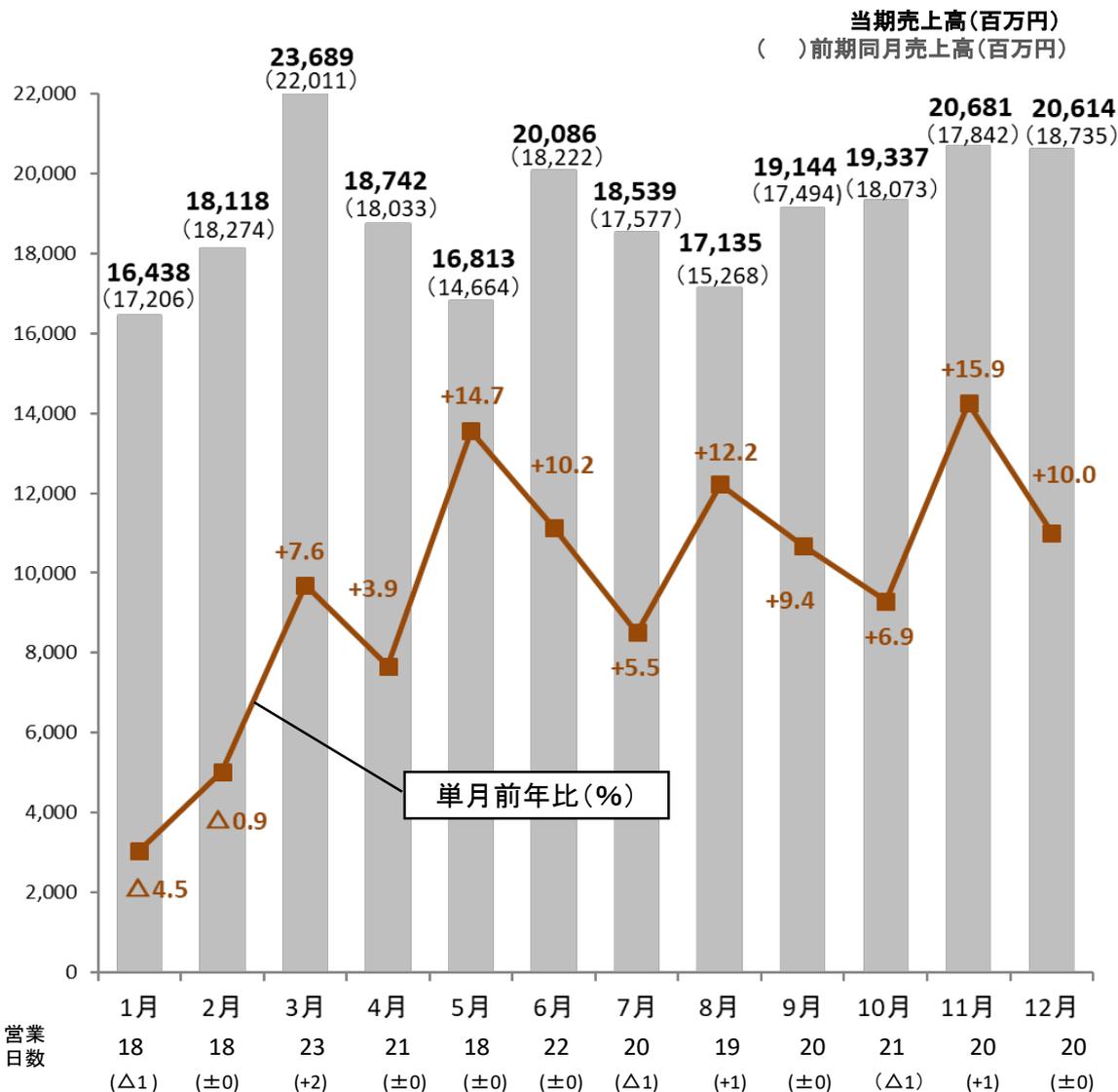
# A-① 【連結】令和3年(2021)12月期 経営成績

- ・売上高 : 前年比+7.5%、予算比+0.8%。営業日数240日(前年比+1日)。 ※営業日数は親単体の営業日数
- ・売上総利益率 : 21.0% 前年比△0.5pt  
⇒新型コロナウイルス感染症拡大防止に係る粗利の高い商品群の特需が一服したことで、売上総利益率が低下しました。
- ・販管費: 株主優待廃止による広告宣伝費の減少や外部倉庫の解約により借地借家料が減少したものの、売上高増加による運賃荷造費の増加や物流センターの建替え・増築による減価償却費の増加により、前年比+1.4%となりました。(販管費詳細はP.21~22参照)
- ・当社は、固定資産の譲渡に伴う特別利益の計上により、令和3年11月1日に親会社株主に帰属する当期純利益の上方修正を行いました。  
なお、事業活動に直接関わりのない特別利益のため、令和3年2月開示の配当方針に基づき、配当金の計算から除外しています。

	令和2年(2020)12月期		令和3年(2021)12月期						
	実績	構成比	実績	構成比	前年比(%)	予算額	予算構成比	予算差額	予算比(%)
売上高	2,134億04百万円	-	2,293億42百万円	-	+7.5	2,275億20百万円	-	+18億22百万円	+0.8
売上総利益	459億09百万円	21.5%	482億75百万円	21.0%	+5.2	483億10百万円	21.2%	△34百万円	△0.1
販売費及び一般管理費	348億91百万円	16.4%	353億83百万円	15.4%	+1.4	351億40百万円	15.4%	+2億43百万円	+0.7
(うち減価償却費)	65億65百万円	3.1%	69億29百万円	3.0%	+5.6	68億28百万円	3.0%	+1億01百万円	+1.5
営業利益	110億17百万円	5.2%	128億91百万円	5.6%	+17.0	131億70百万円	5.8%	△2億78百万円	△2.1
経常利益	115億59百万円	5.4%	135億72百万円	5.9%	+17.4	138億20百万円	6.1%	△2億47百万円	△1.8
親会社株主に帰属する当期純利益	80億07百万円	3.8%	116億03百万円	5.1%	+44.9	119億70百万円	5.3%	△3億66百万円	△3.1
1株当たり当期純利益	121円43銭	-	175円97銭	-	-	181円52銭	-	△5円55銭	-
1株当たり配当金	30円50銭	-	35円50銭	-	-	35円50銭	-	±0円	-

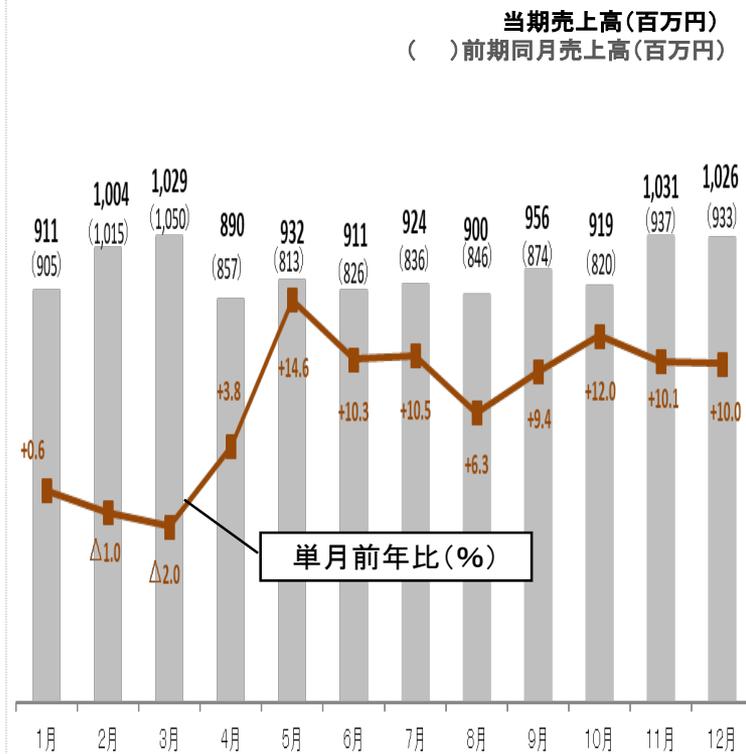
# A-②令和3年(2021)12月期 【連結】全社月次売上高/【親単体】1日当たり売上高

## 【連結】全社月次売上高



## 【親単体】全社1日当たり平均売上高推移

製造現場で使用されている消耗品は日々コンスタントに注文されるため、当社は1日当たりの売上高で前年との比較を行っております。  
また、多くの企業の決算月である3月は売上高が大きい繁忙期となっています。



# B-① 【連結】販売セグメント別売上高・売上総利益率・経常利益

## ■販売セグメント別 連結売上高

販売ルート	令和2年(2020)12月期				令和3年(2021)12月期										
	売上高		売上総利益率	経常利益	売上高						売上総利益率		経常利益		
	実績	構成比	実績	実績	実績	構成比	前年増加額	前年比	予算	予算差額	予算比	実績	前年比	実績	前年比
ファクトリールート	1,567億65百万円	73.4%	20.9%	78億63百万円	1,646億05百万円	71.8%	+78億39百万円	+5.0%	1,643億55百万円	+2億50百万円	+0.2%	20.6%	△0.3pt	92億39百万円	+17.5%
eビジネスルート	384億17百万円	18.0%	25.3%	31億37百万円	446億68百万円	19.5%	+62億51百万円	+16.3%	437億44百万円	+9億23百万円	+2.1%	23.6%	△1.7pt	34億07百万円	+8.6%
ホームセンタールート	169億92百万円	8.0%	17.6%	2億90百万円	183億73百万円	8.0%	+13億80百万円	+8.1%	177億00百万円	+6億73百万円	+3.8%	17.6%	±0.0pt	4億55百万円	+56.9%
海外ルート	12億28百万円	0.6%	32.0%	△2億10百万円	16億94百万円	0.7%	+4億65百万円	+37.9%	17億20百万円	△25百万円	△1.5%	32.8%	+0.8pt	△32百万円	-
全社合計	2,134億04百万円	100%	21.5%	115億59百万円	2,293億42百万円	100%	+159億37百万円	+7.5%	2,275億20百万円	+18億22百万円	+0.8%	21.0%	△0.5pt	135億72百万円	+17.4%

### ■ファクトリールート前年比:+5.0%

市場のニーズに即した在庫拡充、デジタルを活用した受発注業務の効率化を行いました。またMROストックの積極提案やユーザー様直送サービスの強化など、専門性の高い営業活動を実施し、お客様の利便性向上を図りました。(9ページ参照)

### ■eビジネスルート前年比:+16.3%

内訳は、通販企業様向けが前年比+17.2%、電子購買連携企業様向けが前年比+13.2%です。約276万アイテムに及ぶ商品データベースと得意先様のシステム連携を継続したほか、4か所の物流センターに6ライン導入したI-Pack®を活用した、ユーザー様直送サービスも売上高増加に寄与しました。(10,11ページ参照)

### ■ホームセンタールート前年比:+8.1%

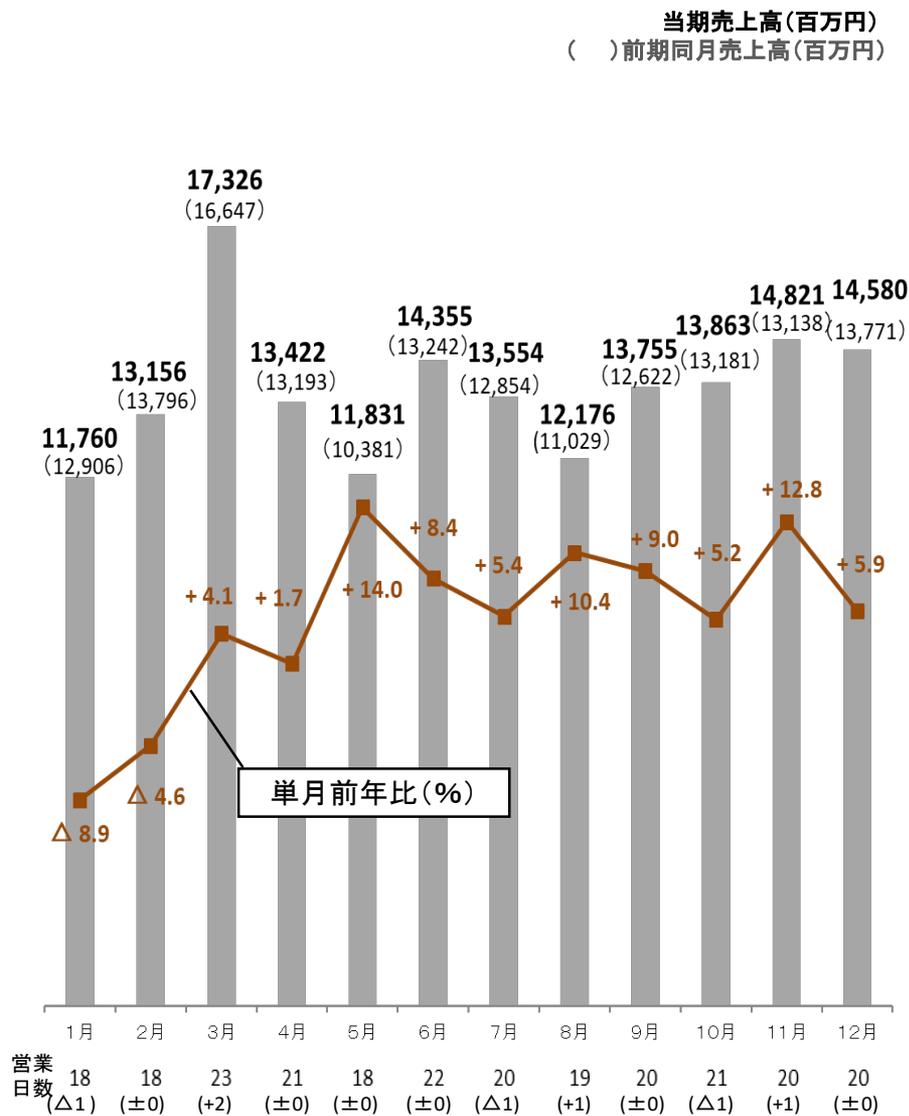
ホームセンター様、プロショップ様を中心に積極的に売場の改善提案を継続しました。当社の50万アイテムに及ぶ在庫と物流設備を活用したEC連携の強化も売上高増に寄与し、業績は堅調に推移しました。(12ページ参照)

### ■海外ルート前年比:+37.9%

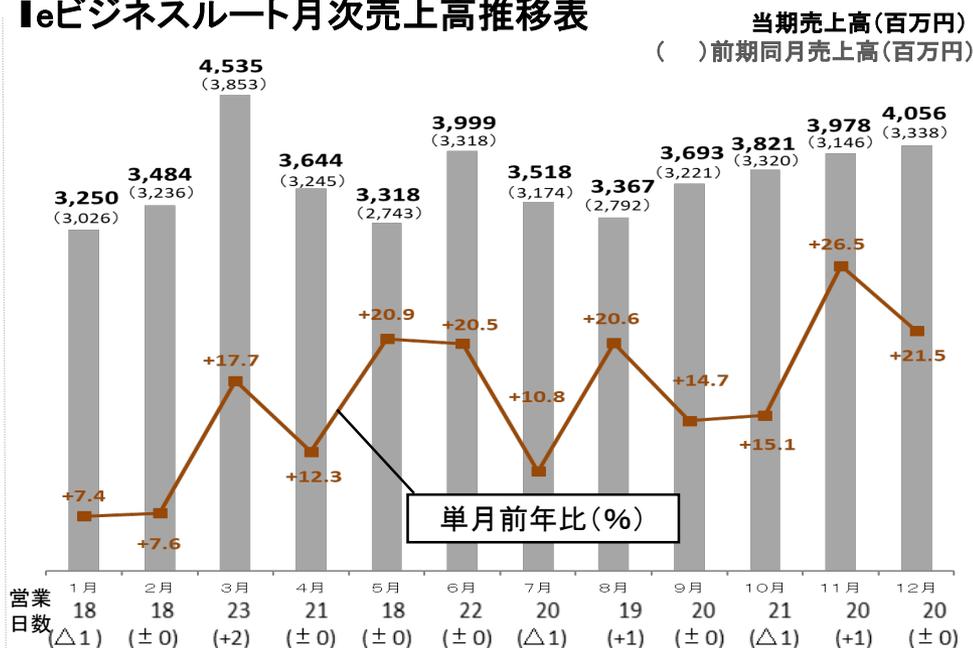
コロナ禍で社会活動が制限される中、EC企業に商品データ提供を加速化するなど、既存得意先様との取引を拡大しました。また、EC企業やホームセンター企業を含む現地の新規得意先様との取引も拡大しました。(13ページ参照)

# B-② 【連結】販売セグメント別月次売上高推移表

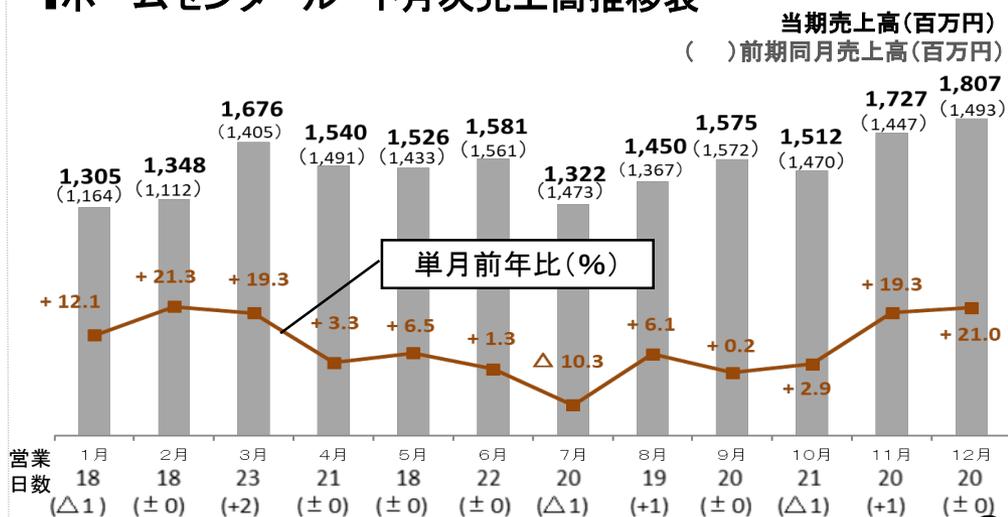
## ■ファクトリールート月次売上高推移表



## ■eビジネスルート月次売上高推移表

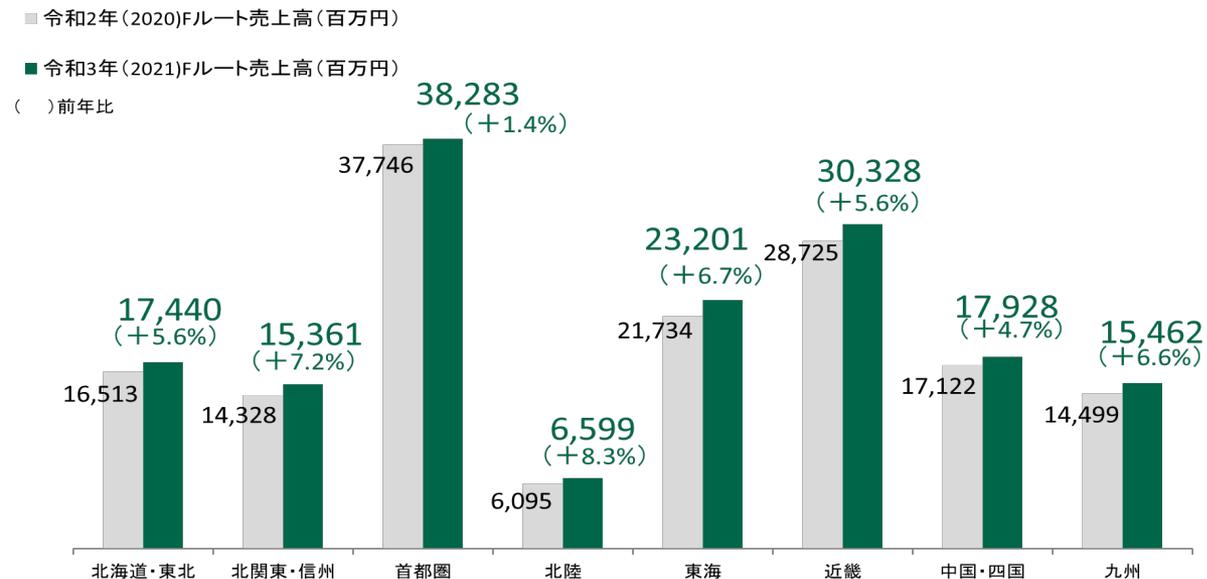


## ■ホームセンタールート月次売上高推移表

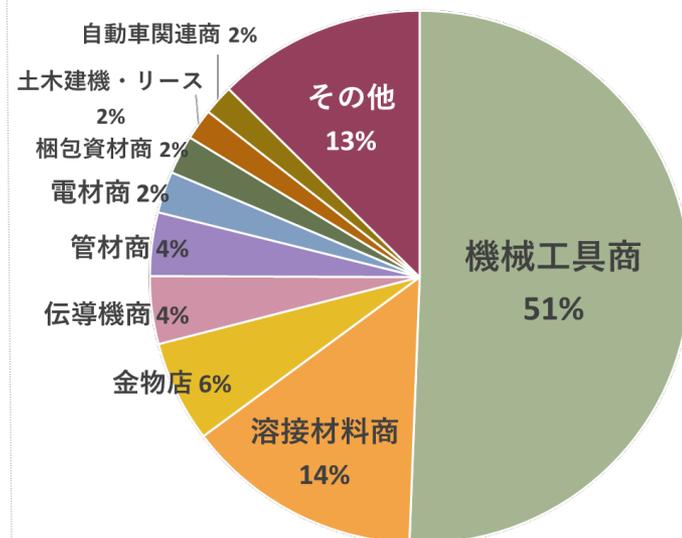


# B-③ 【連結】ファクトリールート ブロック別・業種別・販売ルート別実績

## ■ファクトリールートブロック別売上高



## ■ファクトリールート業種別売上高構成比



## ■ファクトリールート販売ルート別売上高

販売ルート	令和2年(2020)12月期			令和3年(2021)12月期							
	売上高		売上総利益率	売上高				売上総利益率		実績	前年比
	実績	構成比		実績	構成比	前年比	予算	予算比			
機械工具商	783億58百万円	50.0%	20.7%	833億78百万円	50.7%	+6.4%	818億70百万円	+1.8%	20.4%	△0.3pt	
溶接材料商	229億88百万円	14.7%	21.2%	233億84百万円	14.2%	+1.7%	240億75百万円	△2.9%	20.9%	△0.3pt	
その他製造業関連 (理化学・伝導機・梱包材商など)	257億03百万円	16.4%	20.7%	274億72百万円	16.7%	+6.9%	270億61百万円	+1.5%	20.2%	△0.5pt	
建設関連	297億16百万円	18.9%	21.5%	303億70百万円	18.4%	+2.2%	313億47百万円	△3.1%	21.4%	△0.1pt	
ファクトリールート合計	1,567億65百万円	100.0%	20.9%	1,646億05百万円	100%	+5.0%	1,643億55百万円	+0.2%	20.6%	△0.3pt	

# B-④ 【連結】eビジネスルート売上高

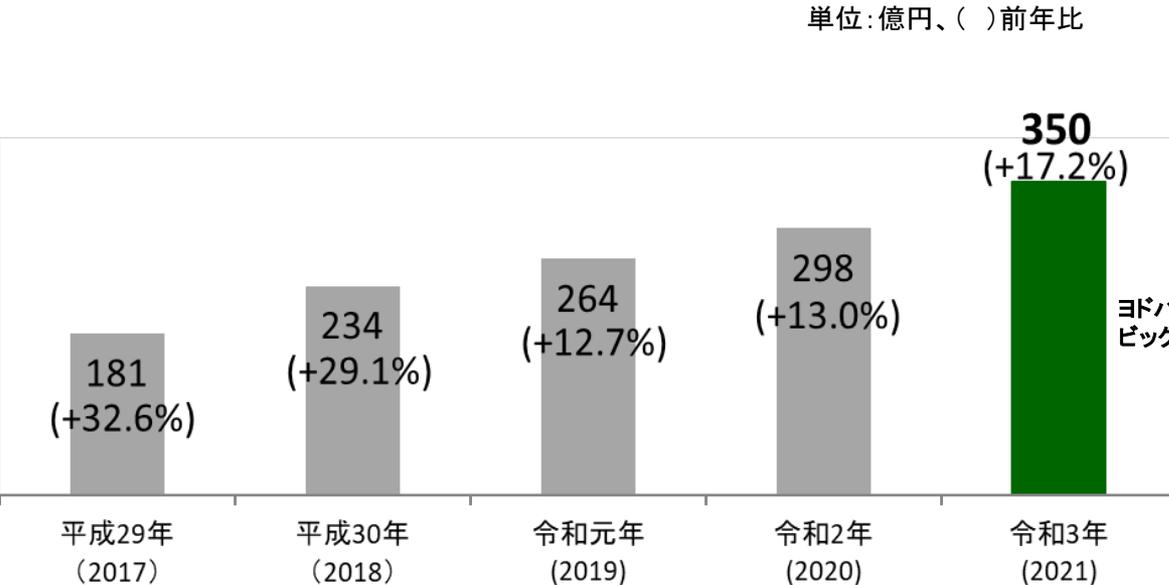
## ■eビジネスルート販売ルート別売上高

販売ルート	令和2年（2020）12月期			令和3年（2021）12月期				
	売上高		売上 総利益率	売上高			売上 総利益率	
	実績	構成比		実績	構成比	前年比	実績	前年比
通販企業向け	298億79百万円	77.8%	24.6%	350億05百万円	78.4%	+17.2%	22.6%	△2.0pt
オレンジコマース（電子購買） 連携企業向け	85億38百万円	22.2%	27.8%	96億62百万円	21.6%	+13.2%	27.3%	△0.5pt
eビジネスルート合計	384億17百万円	100.0%	25.3%	446億68百万円	100.0%	+16.3%	23.6%	△1.7pt

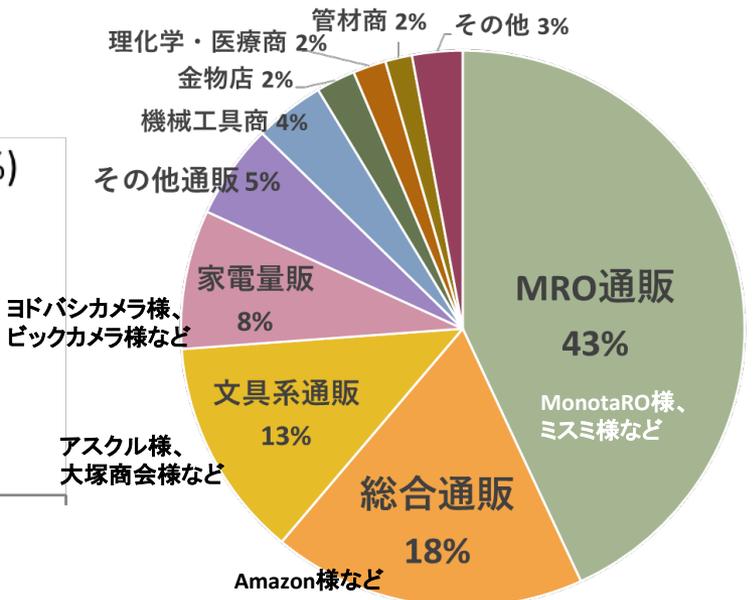
### ■プロツール限定解除について

これまで当社は、機械工具卸の本流であるプロツールに特化した商品の取扱いを強化してまいりました。近年ネット通販企業様との取組が進行している中、通販企業様のエンドユーザー様は主に一般消費者であり、調達の利便性向上のため、特定の分野ではなく幅広い商品を提供する必要があると判断し、プロツールの限定解除を行いました。  
やみくもに解除するわけではなく、既存の仕入先様の中で当社では取扱のなかった商品群から解除をスタートしました。

### ■通販企業向け売上高の推移

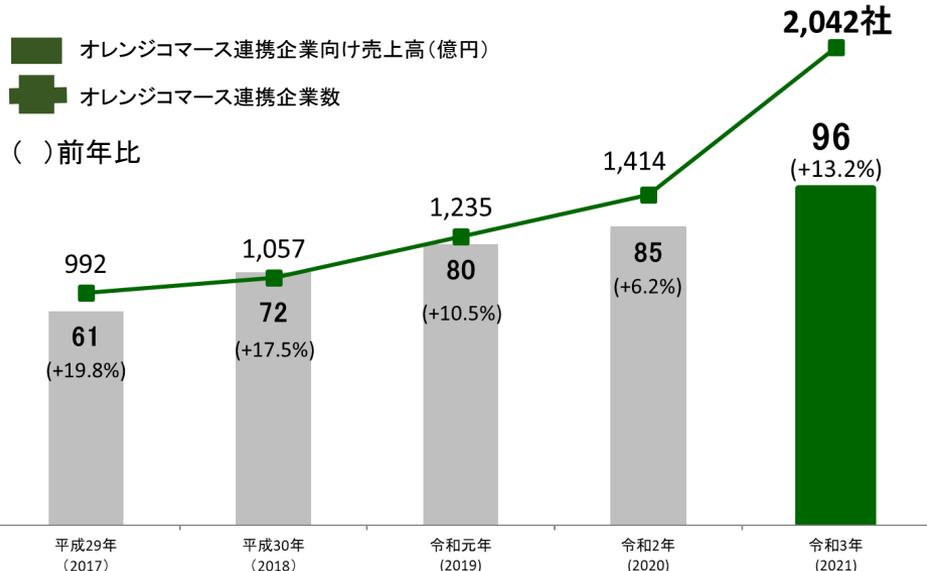


### ■ 通販企業向け売上高 業種別売上高構成比



## B-⑤ 【連結】オレンジコマース(電子購買)連携数

### ■オレンジコマース(電子購買)売上高と連携数推移



※令和3年(2021)より連携企業数の集計方法を変更しております。

### ■オレンジコマース(電子購買)とは

ユーザー様が仕入原価の低減や業務の効率化を目的として、購買の一連の流れをインターネット(システム)を利用して管理する方式。大手ユーザー様を中心に利用されています。



ユーザー様の購買システムとトラスコ中山のシステムが連携し、物流は販売店様との三社間で行っています。

### ■置き薬ならぬ置き工具「MRO Stocker」

#### ■MRO Stockerとは

製造業や建設現場では、多岐にわたるプロツール(工場用副資材)が使用されています。MRO Stockerは「置き薬」ビジネスに、最新のIT技術と高度なデータ分析を組合せたデジタルバリューにより、先回りしてユーザー様の手元に必要なプロツールをMRO Stockerに配備することで圧倒的なスピード「リードタイム0」を実現し、簡便なアプリにより、必要な時に必要な分だけ商品を利用することができる、環境にも優しいサービスです。

#### ■MRO Stockerの運用フロー



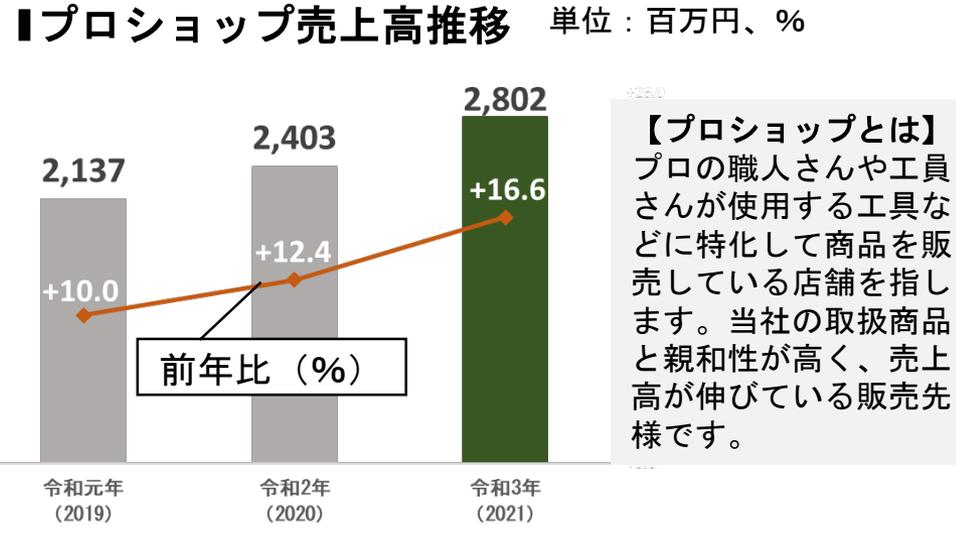
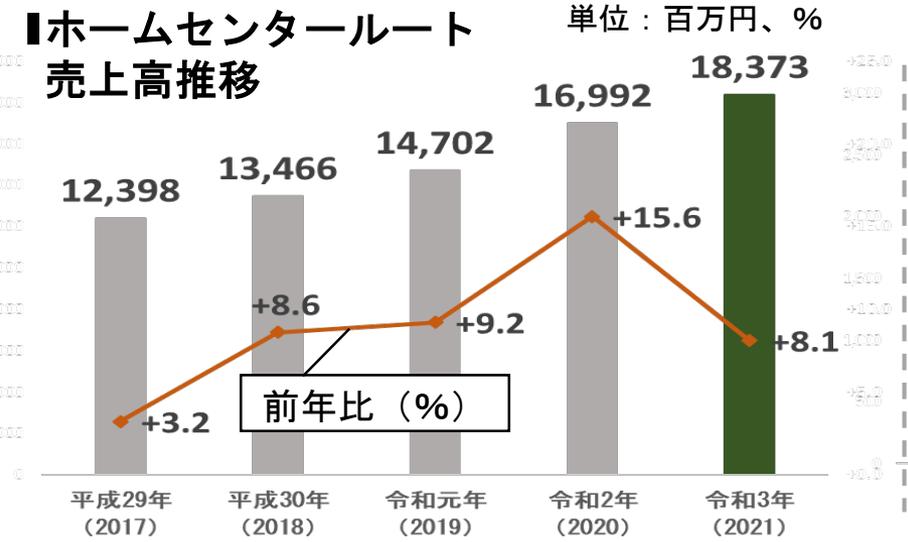
MRO Stocker導入は、得意先様を通じてユーザー様にご紹介する方法やユーザー様から当社特設WEBサイトにご依頼があるなど経緯は様々ですが、当社からユーザー様へ直接販売はしておらず、必ず得意先様を通じてMRO Stockerの導入を進めております。ご依頼から導入まで、大体1か月～3か月程度です。

### 「MRO Stocker」導入件数

2021年12月末時点... **329件**

# B-⑥ 【連結】ホームセンタールート実績

全国のホームセンター様、プロショップ様へ積極的に売場の提案を行っています。またネット通販事業を強化されるホームセンター様へは、オムニチャネルビジネスの取組も行っており、当社の総合力をもって来店されるお客様へのサービス向上につなげてまいります。



【プロショップとは】  
 プロの職人さんや工員さんが使用する工具などに特化して商品販売している店舗を指します。当社の取扱商品と親和性が高く、売上高が伸びている販売先様です。

## ■主な取り組みについて

### ■売場提案

取扱いアイテム数約276万アイテム、各ルートの膨大な販売情報などを売場分析や企画提案に生かし、得意先様の売上拡大に繋がる提案を行いました。

### ■PB商品提案

折りたたみコンテナ、保護具、運搬車などの特徴のあるプライベート・ブランド商品の提案を行い、成果に繋がりました。

### ■店舗⇄ECサイトの連携

当社の豊富な在庫と商品データを活用し、得意先様の運営するECサイトへの商品情報の提供や、店舗での商品引取り・在庫情報連携・ユーザー様直送など、オムニチャネルへの取組を強化しました。



## B-⑦ 経営成績(単体業績)

### ■単体業績

令和3年(2021)12月期

	トラスコ中山 親単体			トラスコナカヤマ タイランド			トラスコナカヤマ インドネシア		
	売上高	構成比	前年比	売上高	構成比	前年比	売上高	構成比	前年比
売上高	2,289億06百万円	—	+7.4%	7億28百万円	—	+27.0%	3億31百万円	—	+60.6%
売上総利益	480億08百万円	21.0%	+5.0%	1億65百万円	22.7%	+29.5%	84百万円	25.6%	+91.0%
販売費及び一般管理費	351億04百万円	15.3%	+1.4%	1億41百万円	19.5%	△3.7%	1億35百万円	40.9%	+15.0%
うち減価償却費	68億59百万円	3.0%	+5.6%	21百万円	3.0%	△22.5%	48百万円	14.7%	+18.7%
営業利益	129億03百万円	5.6%	+16.2%	23百万円	3.2%	—	△50百万円	—	—
経常利益	135億96百万円	5.9%	+16.9%	23百万円	3.3%	—	△47百万円	—	—
当期純利益	116億35百万円	5.1%	+43.9%	23百万円	3.3%	—	△47百万円	—	—

※1パーツ:3.43円

※1ルピア=0.0081円

### 【参考】親会社におけるその他海外地域の売上高実績

令和3年(2021)12月期

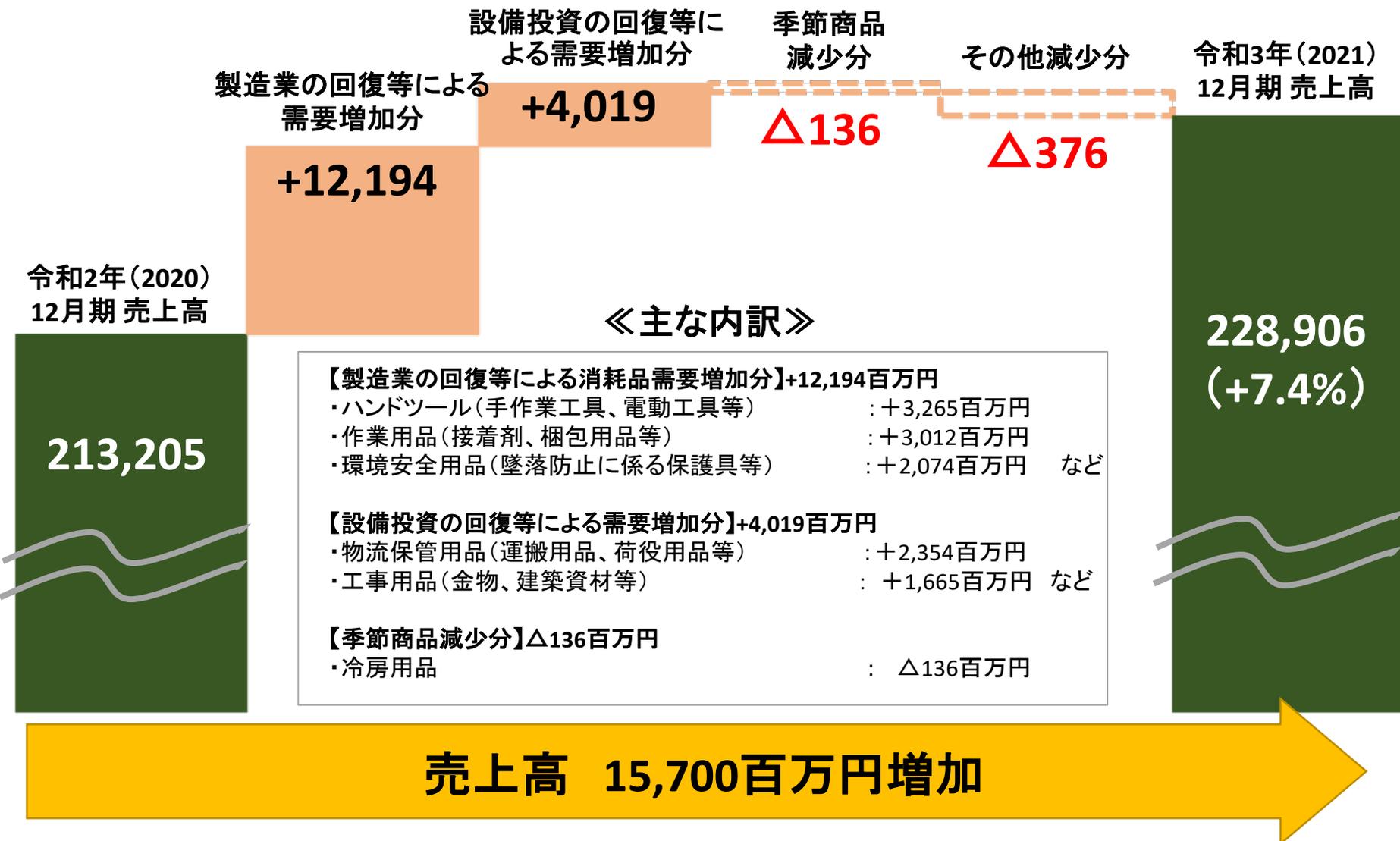
		売上高	売上総利益
その他海外地域への売上高実績 (フィリピン、中国、韓国など)	実績	6億35百万円	1億72百万円
	率	—	27.1%
	前年比	+41.3%	+54.3%

※連結仕訳(内部取引相殺など)の影響で、連結海外ルートの上総利益率は単体より高くなっています。

# B-⑧ 【親単体】令和3年(2021)12月期 売上分析

## 令和3年(2021)12月期 売上分析

(単位:百万円)



### 《主な内訳》

**【製造業の回復等による消耗品需要増加分】+12,194百万円**

- ・ハンドツール(手作業工具、電動工具等) : +3,265百万円
- ・作業用品(接着剤、梱包用品等) : +3,012百万円
- ・環境安全用品(墜落防止に係る保護具等) : +2,074百万円 など

**【設備投資の回復等による需要増加分】+4,019百万円**

- ・物流保管用品(運搬用品、荷役用品等) : +2,354百万円
- ・工事用品(金物、建築資材等) : +1,665百万円 など

**【季節商品減少分】△136百万円**

- ・冷房用品 : △136百万円

# B-⑨ 【親単体】令和3年(2021)12月期 商品分類別売上分析(大分類・中分類)

生産現場の回復により、工場の生産に係る商品群や設備投資に係る商品群が増加しました。またフルハーネスの着用が義務化される法改正により、ハーネスの需要が増加、新型コロナウイルス感染症予防に係るマスクや保護服の需要は一服しました。

## ■大分類別売上高グラフと中分類内訳

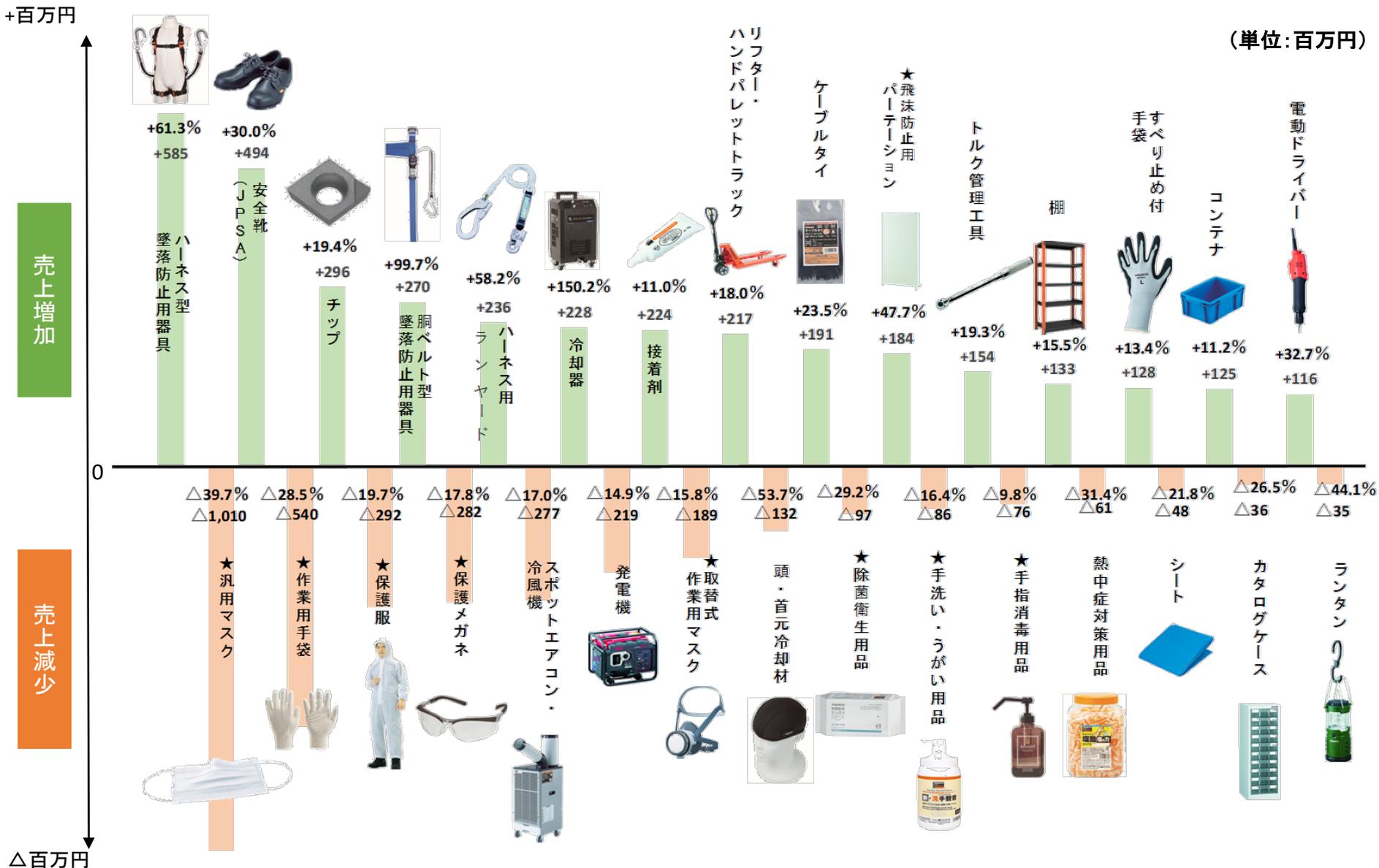
構成比(%)											
商品分類(大分類)	中分類	全社売上高	構成比	前年比	粗利率	商品分類(大分類)	中分類	全社売上高	構成比	前年比	粗利率
1.切削工具 3.1	① 切削工具	3,470	1.5	+17.3	11.3	6.環境安全用品 17.6	㉕ 保護具	21,598	9.4	+3.0	23.2
	② 穴あけ・ネジきり工具	3,751	1.6	+5.0	22.2		㉖ 安全用品	9,862	4.3	+9.4	25.6
2.生産加工用品 7.6	③ 測定計測	9,018	3.9	+7.8	15.8		㉗ 環境改善用品	2,022	0.9	+11.4	19.6
	④ メカトロンクス	3,603	1.6	+6.9	15.6		㉘ 冷暖房用品	3,846	1.7	△3.4	15.3
	⑤ 工作機工具	2,136	0.9	+6.3	23.6		㉙ 防災・防犯用品	1,153	0.5	+28.8	21.0
	⑥ 電動機械	2,604	1.1	+7.8	11.1		㉚ 物置・エクステリア用品	1,932	0.8	+7.5	19.9
3.工事用品 11.5	⑦ 油圧工具	1,861	0.8	+2.4	11.5	7.物流保管用品 11.0	㉛ 荷役用品	7,158	3.1	+6.3	17.5
	⑧ ポンプ	3,325	1.5	+5.7	16.4		㉜ コンベヤ	1,128	0.5	+2.6	15.8
	⑨ 溶接用品	2,122	0.9	+5.4	17.9		㉝ 運搬用品	9,506	4.2	+14.6	22.8
	⑩ 塗装・内装用品	2,352	1.0	+4.7	25.8		㉞ コンテナ・容器	3,747	1.6	+10.1	30.6
	⑪ 土木建築	2,467	1.1	△0.3	12.8		㉟ スチール棚	3,609	1.6	+10.8	26.9
	⑫ はしご・脚立	3,063	1.3	+6.6	22.0	8.研究管理用品 4.3	㉟ ツールワゴン	944	0.4	+5.1	28.7
	⑬ 配管・電設資材	3,876	1.7	+13.6	23.2		㊱ 保管・管理用品	1,239	0.5	+12.5	31.4
	⑭ 部品・金物・建築資材	7,222	3.2	+9.4	27.1		㊲ 作業台	1,548	0.7	+17.2	30.3
4.作業用品 18.6	⑮ 切断用品	1,447	0.6	+8.8	21.8	9.オフィス住設用品 9.1	㊳ ステンレス用品	1,893	0.8	+6.4	18.3
	⑯ 研削・研磨用品	7,125	3.1	+5.2	23.1		㊴ 研究開発関連用品	4,241	1.9	+0.3	18.7
	⑰ 化学製品	21,656	9.5	+7.6	21.7		㊵ 清掃用品	6,144	2.7	+7.7	21.8
	⑱ 工場雑貨	3,887	1.7	+4.7	16.2		㊶ 文具用品	2,297	1.0	+15.9	19.3
	⑲ 梱包結束用品	5,574	2.4	+12.4	31.3	㊷ オフィス雑貨	3,093	1.4	+2.1	27.0	
	⑳ キャスター	2,903	1.3	+8.2	18.3	㊸ 電化製品	3,282	1.4	+0.7	22.3	
5.ハンドツール 16.5	㉑ 電動工具・用品	10,014	4.4	+7.3	14.6	㊹ OA事務用機器	2,013	0.9	+21.6	25.8	
	㉒ 空圧工具用品	6,232	2.7	+8.3	18.1	㊺ 事務用家具	3,616	1.6	+2.8	24.7	
	㉓ 手作業工具	19,530	8.5	+11.1	21.3	㊻ インテリア用品	319	0.1	+20.7	17.8	
	㉔ 工具箱	1,906	0.8	+8.7	29.9	10.その他 0.7	㊼ 全体	1,552	0.7	△18.4	△28.4
合計								228,906	100.0	+7.4	21.0

(単位：百万円、%)

# B-⑩ 【親単体】令和3年(2021)12月期 商品分類別売上分析(小分類)

## ■令和3年(2021)12月期 売上増減グラフ

★:新型コロナウイルス感染症関連需要



# B-⑪ 【親単体】令和3年(2021)12月期 トラスコ オレンジブック掲載カテゴリ別売上高

分類	売上高	前年比	分類	売上高	前年比	分類	売上高	前年比
1.切削工具	77億29百万円	+10.4%	9.手作業工具	176億86百万円	+10.0%	17.搬送機器	93億50百万円	+12.7%
2.工作機工具	25億41百万円	+8.4%	10.電動・油圧・空圧工具	217億78百万円	+7.0%	18.清掃・衛生用品	125億03百万円	+3.9%
3.測定・計測用品	99億64百万円	+11.2%	11.保護具	223億84百万円	+1.6%	19.環境改善用品	95億21百万円	+7.9%
4.メカトロ部品	30億54百万円	+7.1%	12.安全用品	52億83百万円	+9.5%	20.園芸用品	17億40百万円	△11.3%
5.金物・建築資材	82億62百万円	+8.6%	13.梱包用品	157億93百万円	+7.6%	21.オフィス・住設用品	101億32百万円	+7.0%
6.空圧用品	50億66百万円	+16.2%	14.工事・照明用品	208億60百万円	+3.4%	22.研究用品	55億93百万円	+9.0%
7.電子機器	45億06百万円	+22.0%	15.荷役用品	80億34百万円	+4.5%			
8.化学製品	140億83百万円	+7.5%	16.物流・保管用品	131億27百万円	+11.4%			

## ●お客様の利便性を高めるツール



モノづくり現場で必要とされるあらゆるプロツールを掲載しているカタログ。紙カタログの見やすさとWEBの携帯性・検索性を融合した「トラスコ デジタルオレンジブック」も提供しています。

掲載商品数：約508,000アイテム(2022年版)  
 掲載メーカー数：1,948社  
 総ページ数：16,824ページ  
 年間発行部数：181,000部  
 サイズ：A4判



プロツールの商品検索や購入を目的とした総合サイト。商品見積・注文・返品が可能で、リアルタイムで在庫が確認できます。一昨年リニューアルし、検索性や利便性が更に向上しました。

公開アイテム数：約276万点  
 システム受注率：85.3%  
 商品の安全データシートや図面、含有物調査票もダウンロード可能  
 24時間対応

## コミュニケーションツール「T-Rate(トレイト)」



得意先様との新しいコミュニケーションツールとして、得意先様が気軽に商品について問い合わせができ、最新の情報を受信できるサービスです。

### ～「T-Rate(トレイト)」の機能～

- ① 当社担当者とのチャット機能
- ② 配達便の到着時刻や配達商品などがわかる 配送状況確認機能
- ③ 当社の活動やPR商品をメッセージ配信する タイムライン機能

# B-⑫ 【親単体】令和3年(2021)12月期 プライベート・ブランド(PB)商品売上高

プライベート・ブランド商品においても新型コロナウイルス感染症拡大防止に係る環境安全用品の需要が一服しました。その他の商品群に関しては製造現場の戻りから前年に比べ、増加傾向にありました。

## ■PB商品 売上高推移

単位:百万円、( )前年比

**43,445**  
(+5.2%)

## ■プライベート・ブランド(PB)商品

「プロフェッショナルな技にプロフェッショナルなクオリティで応えたい」という想いから誕生した自社ブランド「TRUSCO」。可能な限りひと工夫を加え、工場用副資材のブランドの中で最も幅広く、毎年約10,000アイテムの新規商品を開発しています。



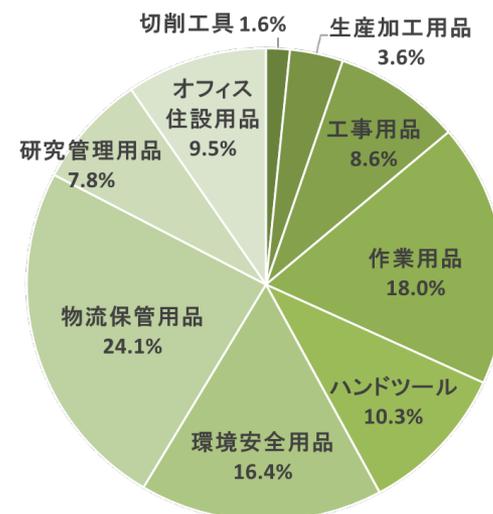
	平成29年 (2017)	平成30年 (2018)	令和元年 (2019)	令和2年 (2020)	令和3年 (2021)
占有率	20.6%	20.3%	19.9%	19.4%	19.0%
粗利率	35.9%	35.7%	35.8%	36.4%	36.2%

## ■PB商品 セグメント別・商品分類別売上高

(単位:百万円) ※海外ルートは除く

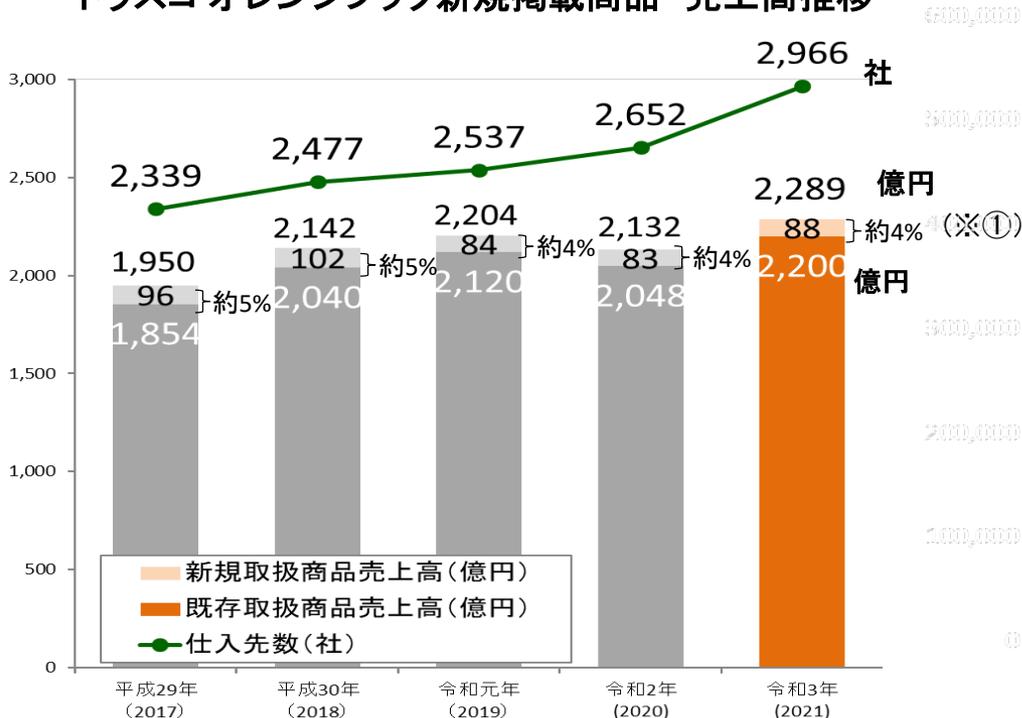
セグメント 商品分類	全体		ファクトリー		eビジネス		ホームセンター	
	構成比	粗利率	構成比	粗利率	構成比	粗利率	構成比	粗利率
	売上高	前年比	売上高	前年比	売上高	前年比	売上高	前年比
合計	43,445	+5.2%	31,753	+4.0%	10,452	+10.4%	954	Δ9.4%
切削工具	698	+3.0%	503	+3.2%	117	+1.4%	68	+1.8%
生産加工用品	1,562	+8.2%	1,134	+6.5%	383	+13.7%	18	Δ13.1%
工事用品	3,749	+8.1%	2,676	+5.5%	991	+15.9%	60	Δ0.5%
作業用品	7,816	+6.1%	6,171	+5.0%	1,508	+10.8%	79	+0.0%
ハンドツール	4,470	+5.1%	3,148	+4.2%	1,126	+8.2%	120	Δ13.5%
環境安全用品	7,142	Δ9.2%	5,408	Δ9.2%	1,595	Δ5.2%	118	Δ41.9%
物流保管用品	10,478	+12.2%	7,393	+11.7%	2,596	+16.2%	448	+0.2%
研究管理用品	3,380	+12.2%	2,508	+9.1%	850	+22.6%	2	Δ15.1%
オフィス住設用品	4,142	+7.1%	2,807	+5.1%	1,281	+11.9%	35	+29.3%
その他	3	Δ24.7%	0	+1.0%	0	+0.0%	3	Δ24.7%

## ■PB売上高商品分類別構成比

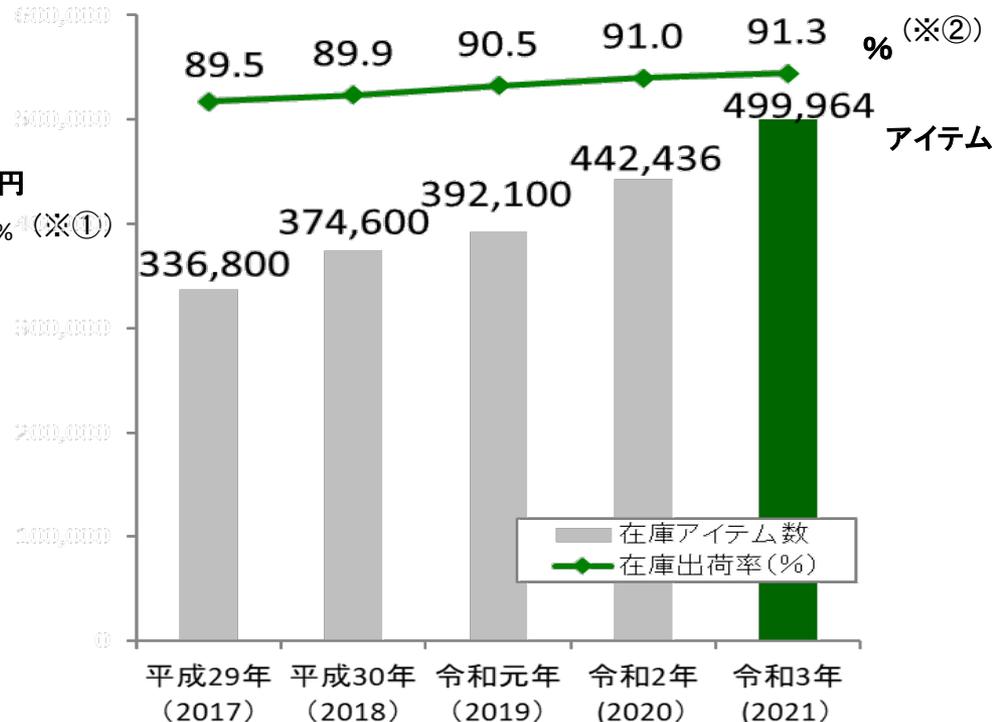


# C-① 仕入先数及び新規掲載商品売上高／在庫アイテム数及び出荷率／販売口座数及び法人数

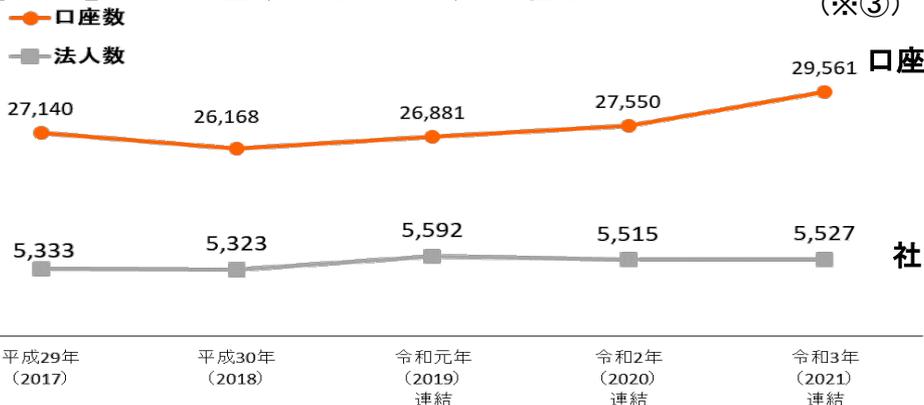
## Ⅰ【親単体】仕入先数の推移及び全社売上高における トラスコ オレンジブック新規掲載商品 売上高推移



## Ⅱ【親単体】在庫アイテム数及び在庫出荷率の推移



## Ⅲ【連結】販売口座数及び法人数の推移



※①売上高のうち4%程度は、その年に商品カタログ「トラスコ オレンジブック」へ新規掲載された商品の売上高で構成されています。

※②在庫出荷率＝在庫から出荷した商品の行数÷全注文行数

※③小規模法人の廃業等により法人数は横ばいですが、多店舗を持つ法人とのお取引が増加しているため、口座数は増加傾向にあります。

※令和元年(2019)より海外子会社を含む法人数・口座数を追加しています。

## C-② 【親単体】物流データ

### ■配達便・社内間配送便 台数

	台数	前期末比
総配達便数	278台	+8台
傭車便(契約配達便)	161台	+1台
自社配達便	117台	+7台
社内間配送便	30台	△2台
傭車便(契約便)	27台	△1台
自社便	3台	△1台
配達便・社内間輸送便 計	308台	+6台

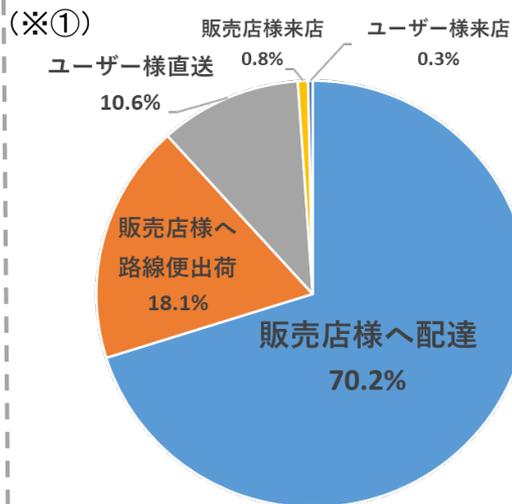
#### 配達便について

配送ルートや在庫の社内移動を効率化することで配達便・社内間配送便の見直しをすすめ、台数の適正化を図っています。

また、お客様へのサービス向上を目指し、自社配達便(当社社員による配達便)の台数を増やしています。現在の自社便率は**42.1%**です。今後は自社便率50%まで高めていく予定です。

### ■納品区分の実績

#### 【受注行数ベース】



※①ユーザー様直送については依頼された得意先様に運賃をご負担いただいております。

当社の商品データを連携させることにより、お客様への利便性向上を図ります。システム受注率は年々増加傾向です。

※②FAX-OCR DOTKUL(ドットクル)は利用率の低下により、2021年5月にサービスを終了しました。

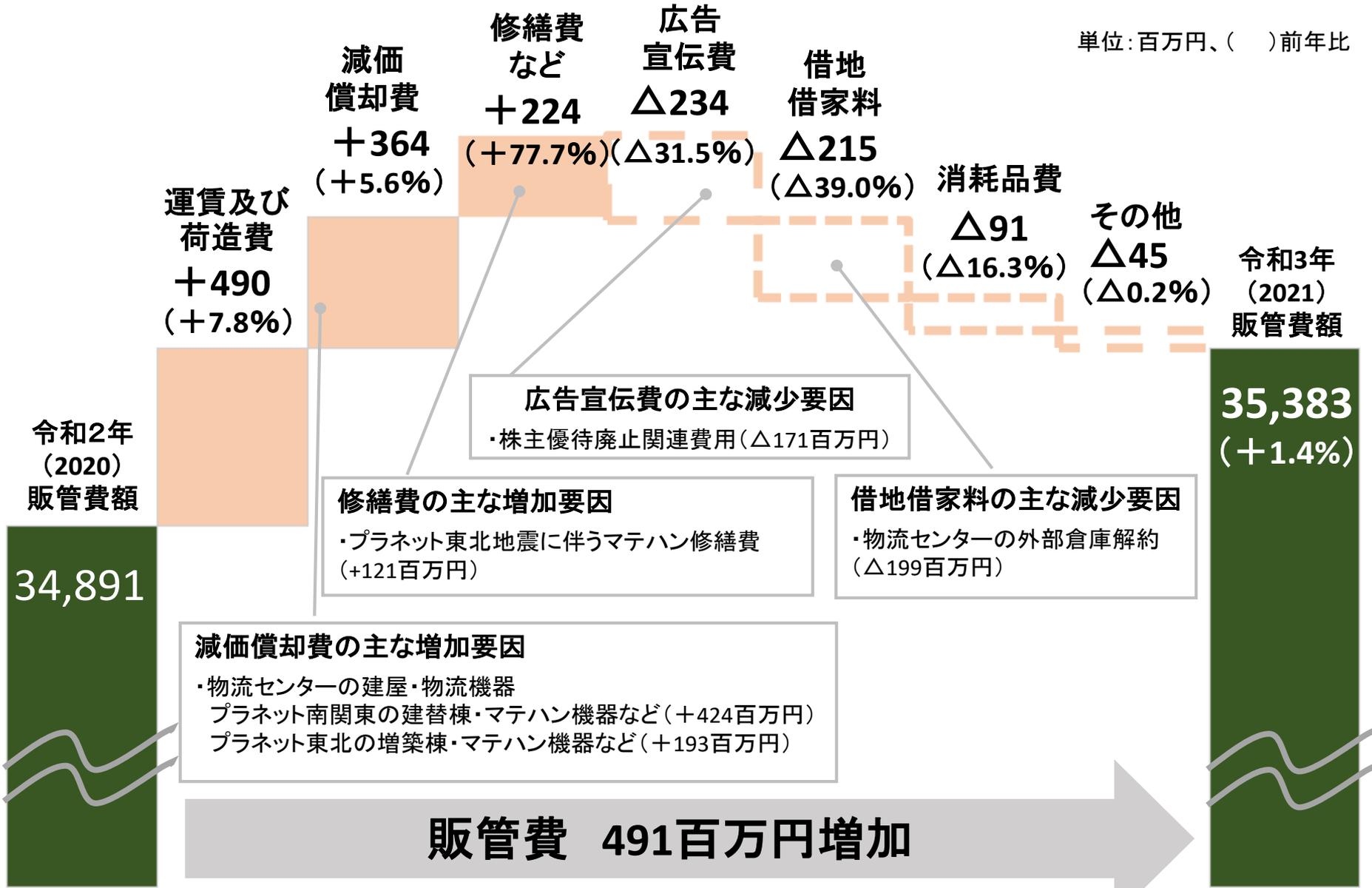
## C-③ 【親単体】システム稼働状況

### ■システム受注実績

受注実績	受注行数(行)	行数占有率	行数前期末比(%)	受注金額(百万円)	金額占有率	金額前期末比(%)
トラスコ オレンジブック.Com (販売店様、ユーザー様用)インターネット受発注	15,151,870	39.8%	+7.4	96,318	42.1%	+8.8
トラスコEDI 販売店様発注システムとのデータ連携	8,216,099	21.6%	+18.6	29,689	13.0%	+18.7
オレンジコマース ユーザー様購買システムとの連携	806,155	2.1%	+18.5	5,272	2.3%	+22.2
DOTKUL(ドットクル) (※②) FAX-OCR	67,420	0.2%	△72.1	297	0.1%	△72.7
EOS ホームセンター電子発注システム	8,223,517	21.6%	+8.1	17,212	7.5%	+9.4
計	32,465,061	85.3%	+9.8	148,790	65.0%	+10.5

# D-① 【連結】令和3年(2021)12月期 販売費及び一般管理費の主な増減内容

単位：百万円、( )前年比



**広告宣伝費の主な減少要因**  
 ・株主優待廃止関連費用(△171百万円)

**修繕費の主な増加要因**  
 ・プラネット東北地震に伴うマテハン修繕費(+121百万円)

**借地借家料の主な減少要因**  
 ・物流センターの外部倉庫解約(△199百万円)

**減価償却費の主な増加要因**  
 ・物流センターの建屋・物流機器  
 プラネット南関東の建替棟・マテハン機器など(+424百万円)  
 プラネット東北の増築棟・マテハン機器など(+193百万円)

※詳細は次頁に記載

# D-② 【連結】令和3年(2021)12月期 販売費および一般管理費の詳細

## ■販売費及び一般管理費の詳細

(単位:百万円、%)

## 【親単体】主な項目について

No.	令和2年(2020)12月期		令和3年(2021)12月期		前年 増減額	前年比 ( )前年比
	実績	売上高構成比	実績	売上高構成比		
1 給料及び賞与	12,107	5.7	<b>12,159</b>	<b>5.3</b>	+52	+0.4
2 減価償却費	6,565	3.1	<b>6,929</b>	<b>3.0</b>	+364	+5.6
3 運賃及び荷造費	6,292	2.9	<b>6,782</b>	<b>3.0</b>	+490	+7.8
4 支払手数料	2,378	1.1	<b>2,321</b>	<b>1.0</b>	△57	△2.4
5 福利厚生費	2,140	1.0	<b>2,197</b>	<b>1.0</b>	+56	+2.7
6 租税公課	1,349	0.6	<b>1,379</b>	<b>0.6</b>	+30	+2.2
7 広告宣伝費	744	0.3	<b>509</b>	<b>0.2</b>	△234	△31.5
8 消耗品費	564	0.3	<b>472</b>	<b>0.2</b>	△91	△16.3
9 旅費及び交通費	485	0.2	<b>472</b>	<b>0.2</b>	△13	△2.8
10 役員報酬	418	0.2	<b>404</b>	<b>0.2</b>	△13	△3.2
11 通信費	391	0.2	<b>400</b>	<b>0.2</b>	+9	+2.4
12 借地借家料	553	0.3	<b>337</b>	<b>0.1</b>	△215	△39.0
13 水道光熱費	347	0.2	<b>322</b>	<b>0.1</b>	△24	△7.1
14 車両費	237	0.1	<b>269</b>	<b>0.1</b>	+32	+13.8
15 交際費	20	0.0	<b>25</b>	<b>0.0</b>	+5	+25.0
16 賞与引当金繰入額	15	0.0	<b>17</b>	<b>0.0</b>	+1	+9.8
17 販売促進費	△8	△0.0	△132	△0.1	△124	—
18 その他	288	0.1	<b>513</b>	<b>0.2</b>	+224	+77.7
計	34,891	16.4	<b>35,383</b>	<b>15.4</b>	+491	+1.4

・物流センターの建屋・物流機器  
プラネット南関東の建替棟・マテハン機器など  
(+424百万円)  
プラネット東北の増築棟・マテハン機器など  
(+193百万円)

・出荷量増加等による影響(+477百万円)  
うち、ユーザー様直送の増加(+259百万円)  
注)ユーザー様直送については依頼された  
得意先様に運賃をご負担いただいております。  
⇒出荷個数 283万個(+60万個)  
【参考】  
備車台数 188台(前期末比±0台)  
自社社員配達便 117台(前期末比 +7台)

・昨年の基幹システムリニューアルに係る  
初期対応費用(△289百万円)  
・新規プロジェクトに係る費用(+201百万円)

・株主優待廃止関連費用(△171百万円)  
・60周年記念誌発刊費用(△28百万円)

・物流センターの外部倉庫解約  
(△199百万円)

・プラネット東北地震に伴うマテハン修繕費  
(+121百万円)

# D-③ 【連結】令和3年(2021)12月期 財務諸表

## ■貸借対照表

(令和3年12月31日現在)

単位:百万円

科目	金額	科目	金額
(資産の部)		(負債の部)	
流動資産	116,006	流動負債	42,430
現金及び預金	41,469	買掛金	16,526
売掛金	28,962	短期借入金	17,000
電子記録債権	2,132	未払金	3,827
商品	42,627	未払法人税等	2,898
その他	814	賞与引当金	17
貸倒引当金	△1	その他	2,160
固定資産	107,066	固定負債	37,971
有形固定資産	98,194	長期借入金	35,000
建物及び構築物	50,340	長期預り保証金	2,726
機械装置及び運搬具	7,988	役員退職慰労引当金	151
工具、器具及び備品	1,743	その他	94
土地	37,895	負債合計	80,402
建設仮勘定	226	(純資産の部)	
無形固定資産	5,403	株主資本	142,477
ソフトウェア	5,150	資本金	5,022
ソフトウェア仮勘定	244	資本剰余金	4,711
その他	8	利益剰余金	132,822
投資その他の資産	3,468	自己株式	△78
投資有価証券	2,967	その他の包括利益累計額	192
繰延税金資産	34	その他有価証券評価差額金	678
再評価に係る繰延税金資産	155	土地再評価差額金	△353
その他	321	為替換算調整勘定	△133
貸倒引当金	△10	純資産合計	142,669
資産合計	223,072	負債・純資産合計	223,072

## ■キャッシュ・フロー計算書

(単位:百万円)

	令和2年(2020)	令和3年(2021)	増減
営業活動によるキャッシュ・フロー	15,068	15,926	+858
投資活動によるキャッシュ・フロー	△8,743	△4,596	+4,146
財務活動によるキャッシュ・フロー	7,722	△2,243	△9,965
現金及び現金同等物に係る換算差額	△33	18	+52
現金及び現金同等物の増減額(△は減少)	14,014	9,105	△4,908
現金及び現金同等物の期首残高	18,330	32,344	+14,014
現金及び現金同等物の期末残高	32,344	41,449	+9,105

自己資本比率: **64.0%**

### 貸借対照表について

#### ①商品(在庫金額)

取扱商品アイテム数を拡大しつつ、1品目当たりの在庫数においては、商品の地域特性や販売頻度を考慮し、全国の物流センターにおいて適正数量への見直しを行っています。

#### ②固定資産

当社では、「持つ経営」を実践しており、事業の根幹を支える物流センター、本社ビル、支店、データセンター、自社配達便のトラック、営業車などを自社所有しています。

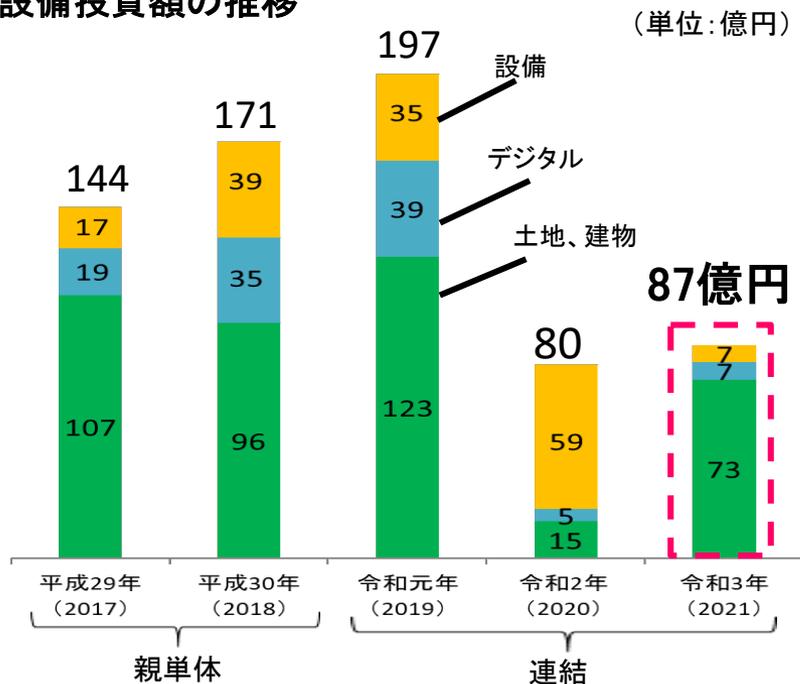
# D-④ 【連結】令和3年(2021)12月期 設備投資等の状況

## ■主な設備投資の実績と予定

令和3年(2021)12月期 設備投資実績: **87億99百万円**

主な設備投資 内訳			令和3年(2021) 投資実績額	令和4年(2022) 投資予定額
土地・建物	物流センター	プラネット愛知新築、HC東日本物流センター移転、プラネット東関東増築、プラネット大阪第2倉庫増築 等	1,584	3,630
	その他	大阪本社 購入、社員寮 購入 等	5,721	-
設備	プラネット埼玉	I-Pack®(アイパック)増設、オートストアへのピッキングロボット導入、AMR導入 等	588	333
	その他	各物流センター、ストックセンターへの各種機器導入・増設 等	148	296
システム	各種社内外サイト改修(ステラ、オレンジコマース、勤怠システムなど)、システム改修関連		758	3,950
	新ECサイト「クロス」開発、物流ネットワーク強化、需要予測などAI開発 等			
年間設備投資額			8,799	8,209

## ■設備投資額の推移



### 設備投資額に関して

- ・設備投資予定額には、計画中のものも含まれている為、投資金額は変動する場合がございます。
- ・第59期はキャッシュアウトベースの金額にて記載しております。

令和4年(2021)12月期の減価償却費は約68億円(前年比△0.7億円)を予定しております。

## D-⑤ 現在進行中の主な設備投資(1)

### Iプラネット埼玉 物流能力強化

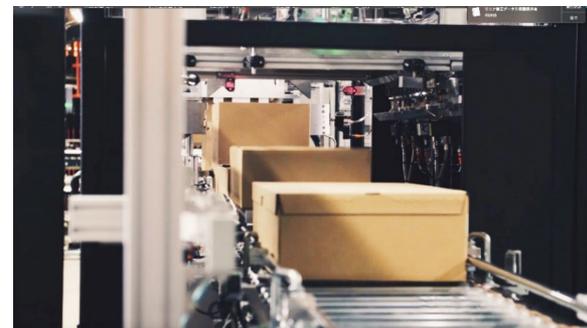
#### 1. I-Pack®(高速自動梱包出荷ライン)1ライン増設

⇒需要の多い小物商品が梱包可能なラインを増設いたしました。

出荷能力：720CS/h(1ライン)、約24人分

59期投資実績額：約2.7億円

導入センター：プラネット東北、  
埼玉(3ライン)、東海、大阪 計6ライン



#### 2. パレタイズロボット導入

⇒荷積みや荷下ろしの作業を行うロボットで、主にI-Pack®で梱包された商品の仕分けに活用し、正確性と作業品質の向上につなげます。

仕分け能力：300件/h 導入台数：1台

60期投資予定額：約1億円



#### 3. AMR(自立制御型ロボット)導入

⇒特に労力と手間のかかる大物、大量商品の入荷後などのパレット搬送時に活用し、省人化による作業工数削減に貢献しています。

直進速度：5.8km/h 導入台数：11台

60期投資予定額：約1.5億円



## D-⑥ 現在進行中の主な設備投資(2)

### ■各物流センター・社屋 新築・増築・移転計画



#### 1. プラネット愛知 新設

- 所在地 : 愛知県北名古屋市  
(北名古屋沖村西部  
土地区画整理事業地)
- 敷地面積: 12,595坪
- 60期までの投資金額: 約34.1億円
- 借地料: 月額約570万円
- 総投資額: 約200億円(計画中)

現在、土地を取得しどのような物流機器をどのような配置で配備すると効率が最大化するかをシミュレーションしており、庫内の最適化を目指しています。



#### 2. HC東日本物流センター移転

- 所在地 : 新潟県三条市福島新田
- 敷地面積: 7,958坪
- 60期までの投資金額: 約3.8億円
- 総投資額: 約50億円(計画中)

既存のHC東日本物流センターが在庫拡充により手狭となったため、近隣の土地に移転を行います。新しいHC東日本物流センターへは、ホームセンター向けの商品はもちろん、海沿いの土地を活かし、海外から納入される商品も在庫予定です。



#### 3. プラネット東関東 増設

- 所在地 : 千葉県松戸市  
(既存のプラネット東関東と同場所)
- 増築面積: 1,821坪
- 60期までの投資金額: 約13億円

現在のプラネット東関東の隣地に新たに在庫保有施設を増設します。増設部分にはバケット自動倉庫を導入し、小さいサイズで多品種の商品が在庫できるようなレイアウトを予定しています。

# E-① 第60期 経営計画

単位: 百万円、%

	令和3年 (2021) 12月期 実績	令和4年 (2022) 12月期 計画※	構成比 (%)	前年比 (%)
売上高 (収益認識基準適用前)	229,342	243,500 (246,169)	—	— (+7.3)
売上総利益	48,275	51,720	21.2	—
販売費及び一般管理費	35,383	37,470	15.4	—
(うち、減価償却費)	6,929	6,853	2.8	—
営業利益	12,891	14,250	5.9	—
経常利益	13,572	14,600	6.0	—
親株主に帰属する 当期純利益	11,603	9,960	4.1	—
1株当たり配当金	35円50銭	38円00銭	—	—

- ・令和4年12月期の期首より「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等を適用するため、上記の連結業績予想は当該会計基準等を適用した後の数値となっています。これにより、対前期及び対前年同四半期増減率は記載していません。
- ・当該会計基準等を適用しない場合の第60期 令和4年12月期(2022)売上高 計画(連結)は2,461億69百万円(前年比+7.3%)です。

この経営計画は本資料作成時点での当社の判断であり、その情報の正確性を保証するものではありません。様々な要因の変化により、実際の業績や結果とは異なる可能性があります。

## E-② 【連結】第60期 セグメント別 経営計画

### ■セグメント別 経営計画

単位:百万円、%

	令和3年 (2021) 12月期 実績	令和4年 (2022) 12月期 計画※	前年比 (%)
ファクトリールート	164,605	171,782	—
e ビジネスルート	44,668	50,097	—
ホームセンタールート	18,373	19,455	—
海外ルート	1,694	2,164	—
合計	229,342	243,500	—

令和4年12月期の期首より「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等を適用するため、上記の連結業績予想は当該会計基準等を適用した後の数値となっています。これにより、対前期及び対前年同四半期増減率は記載していません。

# E-③ 【連結】第60期 販売費及び一般管理費

第60期予想:374億70百万円※ 主な内訳は下記 ( )前年比

## 増加要因

### (1) 運賃荷造費 72億31百万円(+6.6%/+4億49百万円)

- ①売上高増加による出荷個数増加予想
- ②各セグメントでの「ユーザー様直送」取り組み強化により、出荷個数の増加を予想  
※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います。

### (2) 支払手数料 25億93百万円(+11.7%/+2億71百万円)

- ①社内イントラネット構築費用(office365の導入)
- ②基幹システムの体制強化

### (3) 従業員給与及び賞与 123億75百万円(+1.8%/+2億15百万円)

- ①2022年度新入社員入社:83名(前年比+40名)
- ②社員数は横ばい予想だが、前期のパート社員の採用で給与増加

## 減少要因

### 減価償却費 68億53百万円(△1.1%/△76百万円)

前期に大型投資が少ない影響で増減額は微減

令和4年12月期の期首より「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等を適用するため、上記の連結業績予想は当該会計基準等を適用した後の数値となっています。これにより、対前期及び対前年同四半期増減率は記載していません。

# F-① トラスコのサステナビリティ(1)

## ■基本方針

### ～TSV(TRUSCO Shared Value)～

当社は、プロツールサプライヤーとして、いつの時代も日本のモノづくりのお役に立ち続ける企業でありたいと考えています。「人や社会のお役に立ててこそ事業であり、企業である」というところざしのもと、事業を通じて社会価値と企業価値の両方を生み出すことで、社会課題の解決や持続可能な地域社会へ貢献します。

※TSV(TRUSCO Shared Value) はTRUSCO+CSV(Creating Shared Value: 共有価値の創造)から命名しています。

## ■重要課題(マテリアリティ)

基本方針(TSV)をもとにサステナビリティ上の重要課題(マテリアリティ)を特定しました。これらの重要課題に事業を通じて取り組み、持続可能な社会へつなげていきます。

### ①サプライチェーンの全体最適化

モノづくりを支えるプラットフォームとなり、サプライチェーンを最適化することで、人にも環境にも優しいサステナブルなプロツール流通を実現します。

### ④事業活動を通じた環境への取り組み

当社では事業活動、PB製品などにおいて、自社のみでなく、自社製品を使用するユーザー様まで環境負荷低減に貢献し、日本の製造業の環境活動のお役に立ちます。

### ②多様化するニーズに応える商品の企画・開発

多様化するモノづくり現場のニーズ、トレンドを捉え、当社オリジナルの価値をPB商品開発で提供することで、モノづくりの合理化や、生産性向上、競争力強化に貢献します。

### ⑤縁ある人々・地域社会への貢献

障がい者支援、協賛や広告を通じた地域・社会とのコミュニケーションを通じて、縁ある人々との関係性を大切にします。

### ③個人の能力を最大限発揮できる環境整備と人材育成

モチベーションを常に高く保ち、一人ひとりが持つ能力を十分に発揮できる環境を整えることで、企業の成長につなげます。

### ⑥取捨善択を判断基準とするガバナンス

経営の公正性及び透明性を高め、迅速かつ的確な意思決定の下、法律、社会規範に則した事業活動を行います。

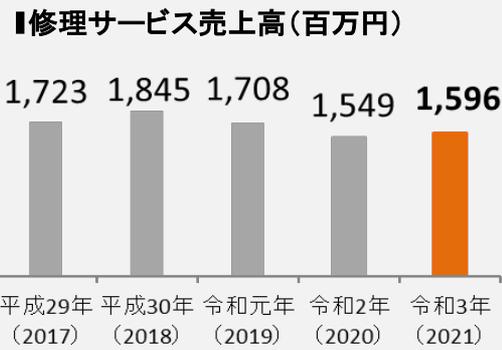
# F-② トラスコのサステナビリティ(2)

## 事業活動を通じた環境への取組み

当社では事業活動における環境負荷の低減、環境に配慮したPBの企画開発、積極的なリサイクル・リユース・リターナブルを実施しています。自社のみでなく、自社製品を使用するユーザー様までサプライチェーンの全体の環境負荷低減に取り組むことで、サステナブルな流通を目指しています。社内ではTSV(Trusco Shared Value)活動と称し、従業員一人ひとりの認識を高め、浸透を図っています。

### ■修理工房「直治郎(なおじろう)」

一般的に、修理対象商品のカテゴリごとに依頼先が異なることが多いですが、「直治郎」サービスを活用することで、当社に一括依頼することができます。また配送ドライバーや営業担当者が随時商品を回収するため、基本的に得意先様の梱包の手間や送料は不要となり、プロツールの再利用と得意先様の効率を両立した固定費型物流だからこそ実現できるサービスです。2022年1月からは直治郎課を再設し、サービスの浸透・向上に努めます。



### ■トラスコ発電所(全国19か所)

物流センターや支店、本社社屋の屋上や壁面に自社発電設備の設置を進めています。今後も社屋の新設時には太陽光パネルの設置を行い、再生可能電力の自社発電能力を2025年までに3,500kWにすることを目指しています。

- 年間発電量合計 260万4,757kWh
- 再生可能エネルギー電力自給率 16.5%

### ■ごみの出ない物流

遠方のお客様へ商品をお届けする際は、自社ブランド「TRUSCO」の「リターンクッション」という独自開発の緩衝材を使用し、折りたたみコンテナに入れて出荷しています。これらは何度も繰り返し利用でき、ごみの削減のため活用しています。



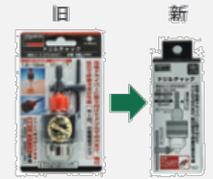
▲TRUSCO リターンクッション 20L用 イエロー(TRC-20L-Y)

### ■「TRUSCO」商品の環境対応

自社ブランド「TRUSCO」の商品企画開発において「省資源」「ゴミを減らす」「長く使える」など環境基準を定め、製品設計から商品の使用、廃棄に至るまでの各側面から環境に配慮した商品開発を進めています。既存の商品についても、容器梱包の見直しを行い、パッケージの減容化や、ダース入りをやめることによって積載効率の向上や容器梱包に使用する資源の削減を進めています。

TRUSCO キーレスドリルチャック  
品番:TDC-250など

プリスターパックを使った梱包からプラスチックを使用しない紙箱での梱包に変更しました。その結果、パッケージ製造に関わるCO<sub>2</sub>排出量を約5%、パッケージ廃棄に関わるCO<sub>2</sub>排出量を約50%削減しています。



TRUSCO商品の  
パッケージ見直し例



# 参考資料①－株式情報

## ■株主情報

(単位:名)

	令和元年 (2019) 6月末	令和元年 (2019) 12月末	令和2年 (2020) 6月末	令和2年 (2020) 12月末	令和3年 (2021) 6月末	令和3年 (2021) 12月末
株主合計	19,776	40,106	23,697	16,336	14,903	14,406
単元株主	19,054	39,494	22,887	15,514	14,030	13,528
単元未満株主	721	611	809	821	872	878
自己名義株式	1	1	1	1	1	0
金融機関・証券会社	73	61	64	65	69	61
国内法人	563	690	574	553	544	533
外国法人等	210	252	210	201	203	203
個人その他	18,929	39,102	22,848	15,516	14,086	13,608
自己名義株式	1	1	1	1	1	1

## ■株主優待制度の廃止について

【令和2年(2020)8月21日発表】

当社では、株主様への感謝と、より多くの方々に当社株式を保有いただくことを目的に株主優待制度を平成6年度に導入し、以来、株主様数は順調に増加し、第58期(2020)末には約5万名になることが予想されました。

それに伴い、株主様優待商品の費用が第57期(2019)は約1億8千万円と、年々増加傾向にありました。

当社ではモノづくり現場でのニーズにお応えするため、今後も物流設備や情報システム(デジタル)への投資が必要であることから株主優待制度を見直し、さらなる成長のための投資につなげることにいたしました。

## ■ROE推移

(単位:%)

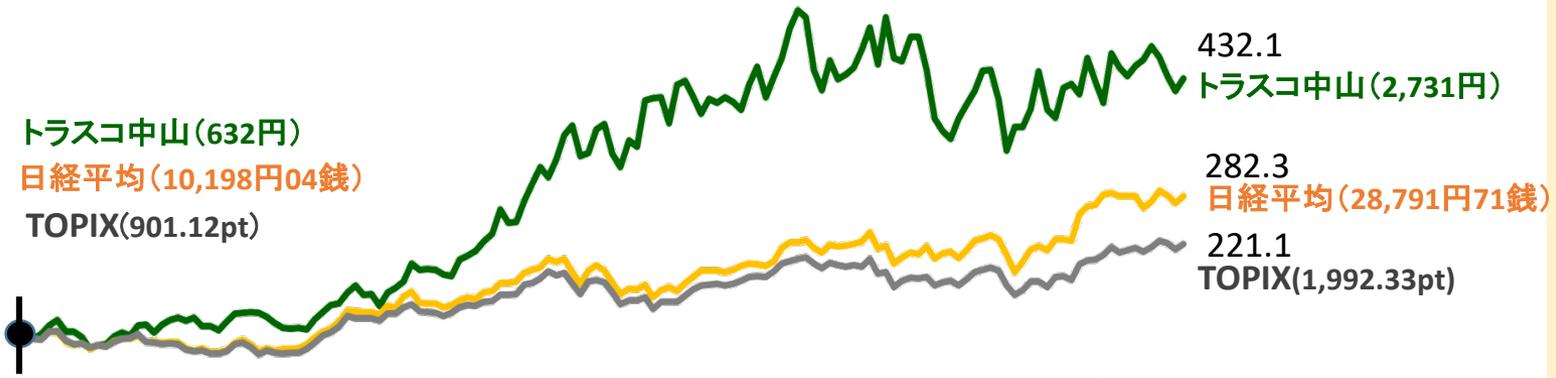
	平成29年 (2017)	平成30年 (2018)	令和元年 (2019)	令和2年 (2020)	令和3年 (2021)
ROE	9.3	8.3	7.5	6.1	8.4

### <ROEに対する考え方>

当社では、企業価値向上のための継続的な投資をすることで利益を拡大し、長期的かつ安定的に上昇させることが重要だと考えています。お客様の利便性向上を大切に、事業の結果としてROEが高まるというのが本来の姿であると考えています。

## ■株価指数の推移

平成22年(2010)1月を100とした場合の各指標の動きを数値化しています。



2022年2月3日(木)

当社株価 終値  
2,486円

日経平均株価 終値  
27,241円31銭

TOPIX  
1,919.92pt

平成22年(2010)1月

令和3年(2021)12月

## 参考資料②－業界での指数比較

### ■同業界の商社、直販企業(上場企業)の業績

機械工具業界の商社には下記のような企業がありますが、卸売業・小売業で事業展開が異なり、それぞれ取扱う主力商品も異なっています。当社は工作機械などの大型機械の取扱いは無く、消耗品の取扱いが中心ですので景況感の影響を受けにくくなっております。

#### 【卸売】

(単位:百万円、%) 敬称略

		決算月				時価総額 (億円)
				売上高	前年比	
(株)山善	2022年	3月	予算	485,000	—	897
ユアサ商事(株)	2022年	3月	予算	471,000	—	650
(株)日伝	2022年	3月	予算	110,000	—	701
フルサト工業(株)	2021年	3月	実績	89,478	△14.5	568
(株)NaITO	2022年	2月	予算	43,000	—	93
杉本商事(株)	2022年	3月	予算	43,850	—	220
トラスコ中山(株)	2021年	12月	実績	229,342	+ 7.5	1,649
7社合計		—		1,471,670.0	—	4,778

#### 【小売】

(単位:百万円、%) 敬称略

		決算月				時価総額 (億円)
				売上高	前年比	
(株)ミスミグループ	2022年	3月	予算	366,000	+ 17.8	10,180
(株)MonotaRO	2021年	12月	実績	189,731	+ 20.6	9,057
2社合計		—		555,731	+ 38.4	19,237

※連結決算を発表している会社は連結決算の数値を記載しています。  
 ※各数値は令和3年(2022)2月9日時点で公表されている実績及び予想を記載しています。  
 ※時価総額は、2022年2月4日(金)の終値にて記載しています。  
 ※フルサト工業は時価総額のみ経営統合後のフルサトマルカHDの数値にて記載しています。

# 参考資料③－【連結】令和3年(2021)12月期 四半期毎の実績(四半期)

## 【令和3年(2021) 12月期【四半期ごと】】

(単位:百万円、%)

		第1四半期 (+1日)			第2四半期 (0日)			第3四半期 (0日)			第4四半期 (0日)		
		予算/実績	構成比	前年同期比	予算/実績	構成比	前年同期比	予算/実績	構成比	前年同期比	予算/実績	構成比	前年同期比
売上高	予算	58,121	100.0	+1.1	55,949	100.0	+9.9	54,981	100.0	+9.2	58,811	100.0	+7.6
	実績	58,246	100.0	+1.3	55,642	100.0	+9.3	54,819	100.0	+8.9	60,634	100.0	+10.9
売上総利益	予算	12,516	21.5	△0.3	12,474	22.3	+10.0	11,664	21.2	+10.1	12,555	21.3	+10.0
	実績	12,543	21.5	△0.1	12,099	21.7	+6.7	11,111	20.3	+4.9	12,520	20.6	+9.7
販売費及び一般管理費	予算	8,811	15.2	△4.4	8,899	15.9	+4.5	8,790	16.0	+2.0	8,845	15.0	+3.6
	実績	8,752	15.0	△5.1	8,664	15.6	+1.8	8,877	16.2	+3.0	9,088	15.0	+6.5
営業利益	予算	3,705	6.4	+11.0	3,575	6.4	+26.6	2,874	5.2	+45.4	3,710	6.3	+28.8
	実績	3,790	6.5	+13.6	3,434	6.2	+21.6	2,234	4.1	+13.0	3,431	5.7	+19.2
経常利益	予算	3,943	6.8	+16.5	3,807	6.8	+26.3	2,958	5.4	+43.7	3,805	6.5	+22.8
	実績	3,995	6.9	+18.0	3,695	6.6	+22.6	2,322	4.2	+12.8	3,558	5.9	+14.8
親会社株主に帰属する 四半期/当期純利益	予算	2,725	4.7	+17.4	2,615	4.7	+29.9	2,034	3.7	+47.3	4,489	7.6	+95.8
	実績	2,712	4.7	+16.9	2,524	4.5	+25.4	2,242	4.1	+62.5	4,123	6.8	+79.8

※予算に関しましては第1四半期、第2四半期、は令和3年3月15日発表の修正予算、第4四半期は11月1日発表の修正予算にて記載しております。

# 参考資料④－【連結】令和3年(2021)12月期 四半期毎の実績(累計)

## ■令和3年(2021)12月期【累計】

(単位:百万円、%)

		第1四半期 (+1日)			第2四半期 (+1日)			第3四半期 (+1日)			通 期 (+1日)		
		予算/実績	構成比	前年同期比	予算/実績	構成比	前年同期比	予算/実績	構成比	前年同期比	予算/実績	構成比	前年比
売上高	予算	58,121	100.0	+1.1	114,070	100.0	+5.2	169,051	100.0	+6.5	227,520	100.0	+6.6
	実績	58,246	100.0	+1.3	113,888	100.0	+5.1	168,708	100.0	+6.3	229,342	100.0	+7.5
売上総利益	予算	12,516	21.5	△0.3	24,990	21.9	+4.6	36,654	21.7	+6.3	48,310	21.2	+5.2
	実績	12,543	21.5	△0.1	24,643	21.6	+3.1	35,754	21.2	+3.7	48,275	21.0	+5.2
販売費及び一般管理費	予算	8,811	15.2	△4.4	17,710	15.5	△0.1	26,500	15.7	+0.6	35,140	15.4	+0.7
	実績	8,752	15.0	△5.1	17,417	15.3	△1.8	26,294	15.6	△0.2	35,383	15.4	+1.4
営業利益	予算	3,705	6.4	+11.0	7,280	6.4	+18.2	10,154	6.0	+24.8	13,170	5.8	+19.5
	実績	3,790	6.5	+13.6	7,225	6.3	+17.3	9,459	5.6	+16.2	12,891	5.6	+17.0
経常利益	予算	3,943	6.8	+16.5	7,750	6.8	+21.1	10,708	6.3	+26.6	13,820	6.1	+19.6
	実績	3,995	6.9	+18.0	7,691	6.8	+20.2	10,014	5.9	+18.4	13,572	5.9	+17.4
親会社株主に帰属する 四半期/当期純利益	予算	2,725	4.7	+17.4	5,340	4.7	+23.2	7,374	4.4	+29.0	11,970	5.3	+49.5
	実績	2,712	4.7	+16.9	5,237	4.6	+20.8	7,480	4.4	+30.9	11,603	5.1	+44.9

※予算に関しましては第1四半期、第2四半期、は令和3年3月15日発表の修正予算、第4四半期は11月1日発表の修正予算にて記載しております。

# 参考資料⑤－【連結】令和4年(2022)12月期 四半期毎の予算(四半期・累計)

## ■令和4年(2022)12月期【四半期ごと】

(単位:百万円、%)

	第1四半期(△1日)			第2四半期(0日)			第3四半期(+1日)			第4四半期(△1日)		
	予算	構成比	前年同期比	予算	構成比	前年同期比	予算	構成比	前年同期比	予算	構成比	前年同期比
売上高	61,130	100.0	-	59,543	100.0	-	59,442	100.0	-	63,385	100.0	-
売上総利益	12,652	20.7	-	12,602	21.2	-	12,532	21.1	-	13,934	22.0	-
販売費及び一般管理費	9,257	15.1	-	9,281	15.6	-	9,273	15.6	-	9,659	15.2	-
営業利益	3,395	5.6	-	3,321	5.6	-	3,259	5.5	-	4,275	6.7	-
経常利益	3,429	5.6	-	3,502	5.9	-	3,287	5.5	-	4,382	6.9	-
親会社株主に帰属する 四半期/当期純利益	2,334	3.8	-	2,387	4.0	-	2,242	3.8	-	2,997	4.7	-

## ■令和4年(2022)12月期【累計】

(単位:百万円、%)

	第1四半期(△1日)			第2四半期(△1日)			第3四半期(0日)			第4四半期(△1日)		
	予算	構成比	前年同期比	予算	構成比	前年同期比	予算	構成比	前年同期比	予算	構成比	前年比
売上高	61,130	100.0	-	120,673	100.0	-	180,115	100.0	-	243,500	100.0	-
売上総利益	12,652	20.7	-	25,254	20.9	-	37,786	21.0	-	51,720	21.2	-
販売費及び一般管理費	9,257	15.1	-	18,538	15.4	-	27,811	15.4	-	37,470	15.4	-
営業利益	3,395	5.6	-	6,716	5.6	-	9,975	5.5	-	14,250	5.9	-
経常利益	3,429	5.6	-	6,931	5.7	-	10,218	5.7	-	14,600	6.0	-
親会社株主に帰属する 四半期/当期純利益	2,334	3.8	-	4,721	3.9	-	6,963	3.9	-	9,960	4.1	-

令和4年12月期の期首より「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等を適用するため、上記の連結業績予想は当該会計基準等を適用した後の数値となっています。これにより、対前期及び対前年同四半期増減率は記載していません。

# 参考資料⑥－会社データ

## ■社員数【連結】 令和3年(2021)12月末現在 (単位:名)

	女	男	合計	前年同月比
役員	1	9	10	△2
執行役員	0	2	2	±0
キャリア	152	421	573	△39
エリア	279	302	581	+8
サポート	23	2	25	△3
スペシャリスト	15	13	28	△1
ロジス	79	264	343	△4
契約社員	1	33	34	△3
現地法人	20	24	44	±0
健康保険組合出向者	2	0	2	±0
中山財団出向者	0	0	0	±0
社員計	571	1,061	1,632	△42
パート	929	335	1,264	+164
従業員計	1,501	1,405	2,906	+120

女性社員比率35.0%／女性セールス59人／女性キャリア比率26.5%  
 ※パートタイマーの人数は実際の雇用人数 [Click to add text](#)

## ■入社者数および退職者数 ※パートタイマー除く

	平成29年 (2017)【親単体】		平成30年 (2018)【親単体】		令和元年 (2019)【連結】		令和2年 (2020)【連結】		令和3年 (2021)【連結】	
	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男
社員数(名)	510	1004	557	1,051	585	1,071	589	1085	571	1061
	1,514		1,608		1,656		1,674		1,632	
入社者(名)	59	67	63	72	52	57	41	46	26	25
	126		135		109		87		51	
退職者(名)	18	18	20	26	42	44	37	33	45	45
	36		46		86		70		90	
離職率(%)	3.4	1.8	3.5	2.4	6.7	3.9	5.9	3.0	7.3	4.1
	2.3		2.8		4.9		4.0		5.2	

## ■倒産による回収不能金額

	平成29年 (2017)	平成30年 (2018)	令和元年 (2019)	令和2年 (2020)	令和3年 (2021)
回収不能金額 (万円)	0	4	0	0	275

## ■平均年齢・年収

	平均年齢(歳)			平均年収(万円)			
	女	男	全体	キャリア	エリア	ロジス	全体
令和3年 (2021)	32.8	43.2	39.6	724	596	456	615
令和2年 (2020)	32.1	41.9	38.4	721	601	461	619
令和元年 (2019)	31.3	42	38.2	758	642	492	655
平成30年 (2018)	30.9	42.1	38.2	804	680	520	701
平成29年 (2017)	30.7	42.7	38.6	805	696	541	715

※全体平均年収は執行役員を含み、退職金「ファイナンシャルボンド」を除く金額  
 ※平成26年度より業績連動型賞与を支給開始。令和元年(2019)より業績連動型賞与中止のため減額。  
 ※令和元年(2019)12月期より連結決算開始のため、令和元年(2019)12月期より平均年齢は連結、平均年収は全て単体のデータ。

## ■拠点数【連結】 令和3年(2021)12月末現在

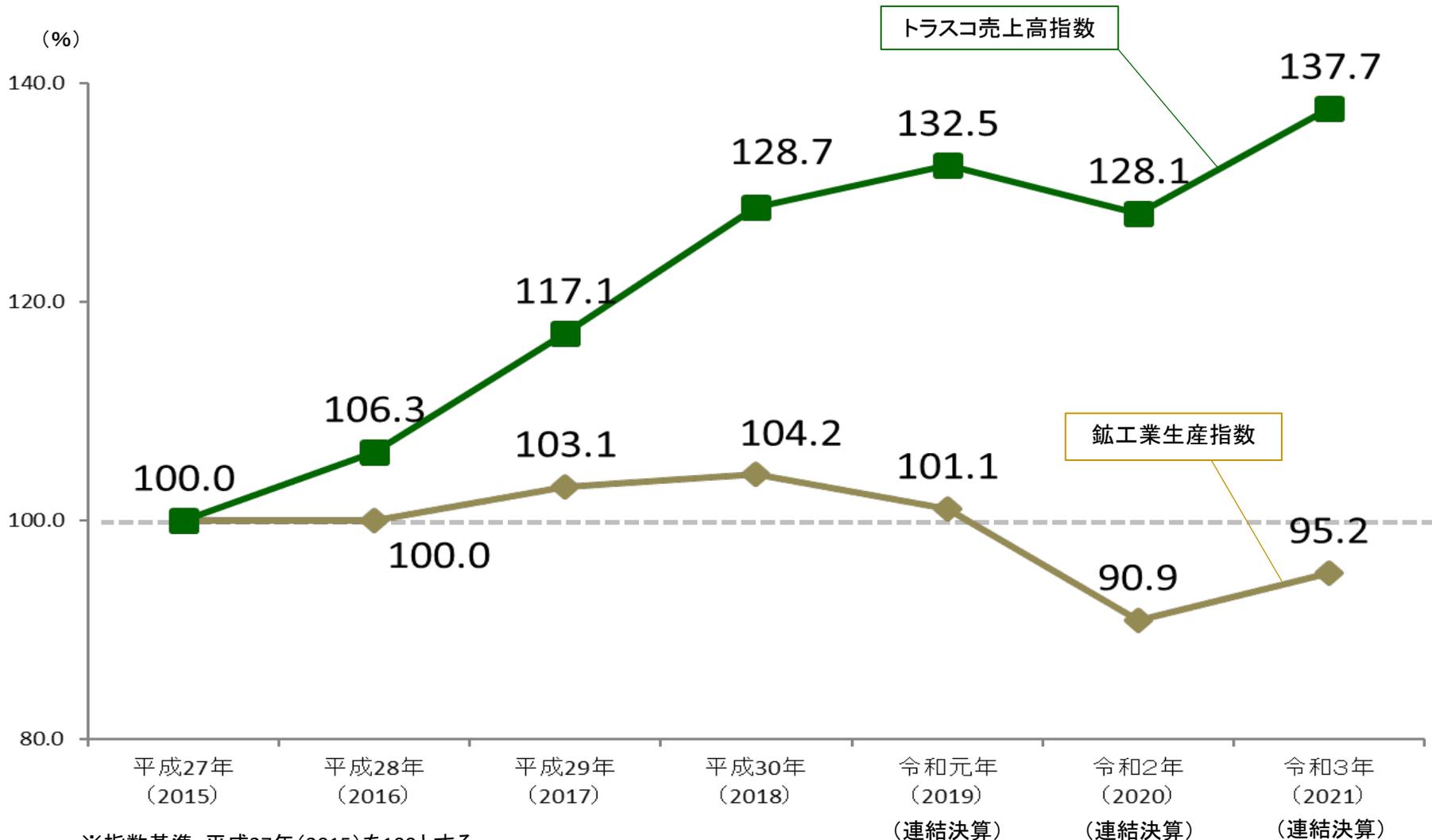
本社	2
支店	61
物流センター	17
海外拠点	3
ストックセンター	10
合計	93

## ■【親単体】在庫廃棄金額及び在庫金額の推移

	平成29年 (2017)	平成30年 (2018)	令和元年 (2019)	令和2年 (2020)	令和3年 (2021)
廃棄金額(百万円)	41	39	42	50	55
在庫金額(億円)	318	370	427	406	416
廃棄率(%)	0.13	0.11	0.10	0.12	0.13

# 参考資料⑦—当社売上高指数・鉱工業生産指数

## ■当社売上高指数及び鉱工業生産指数の推移



※指数基準:平成27年(2015)を100とする

※鉱工業生産指数は令和4年(2022)1月31日に経済産業省より公表された数値