

|| 企業調査レポート ||

橋本総業ホールディングス

7570 東証プライム市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2023年9月15日(金)

執筆：客員アナリスト

宮田仁光

FISCO Ltd. Analyst **Kimiteru Miyata**



FISCO Ltd.

<https://www.fisco.co.jp>

目次

要約	01
1. 会社概要	01
2. 事業概要	01
3. 中期経営計画	01
4. 業績動向	02
会社概要	03
1. 会社概要	03
2. グループ体制	05
3. 新たなグループ企業	06
事業概要	07
1. 取扱商品	07
2. 業界環境	07
3. 同社の強み	08
4. 収益向上に向けた取り組み	09
中期経営計画	10
1. 企業理念	10
2. 中期経営計画「みらいプラン 2025」	10
3. 「3つのフル」	11
4. 「みらい活動」	11
5. 「進化活動」	13
6. 「ESG活動」	13
業績動向	14
1. 事業環境	14
2. 2023年3月期の業績動向	14
3. 2024年3月期の業績見通し	16
4. 2024年3月期第1四半期業績	17
5. 中長期成長イメージ	18
株主還元策	19
1. 配当方針	19
2. 株主優待制度	19

■ 要約

2024年3月期は過去最高業績に向け順調な進捗

1. 会社概要

橋本総業ホールディングス<7570>は管工機材・住宅設備機器の1次卸で、管材や衛生陶器、空調機器など建築資材を全国の2次卸や工事店などに販売している。同社は130年超という歴史のある老舗で、四代目の現代表取締役社長橋本政昭(はしもとまさあき)氏は「ベストパートナー」をテーマに、メーカーや販売先など取引先の満足度向上や地域に密着した営業、最新システムの活用を積極的に推進している。仕入先は大手有力メーカーが多く、なかでもTOTO<5332>の仕入高構成比は約30%を占める。各拠点ほか主要倉庫に売れ筋を常時在庫していることが特長で、一部エリアでは当日配送も行っている。2023年3月期のセグメント別売上高構成比は、管材類28.9%、衛生陶器・金具類29.5%、住宅設備機器類18.2%、空調機器・ポンプ22.2%であった。

2. 事業概要

同社が属する建設業界の市場規模は、新築・リフォームを合わせ70.5兆円、GDPの約10%を占める。このうち同社の主要カテゴリーである管材業界*の市場規模は、管工機材・住設機器・空調機器を合わせて約5兆円と大きい。国内ではインフレや少子高齢化といった課題があるものの、足元の住宅メーカーの受注やマンション販売が堅調なほか、共働き世帯の増加に伴う保育施設や高齢化に伴う高齢者施設の増加、老朽化が課題となっている公共施設のリニューアルなど需要は拡大しており、中長期的に収益性、成長性ともに堅実な市場と言える。以上のような業界環境のなかで同社は、管材から環境・設備機材へ、さらには建材や電材、土木、海外、新規分野などへと事業領域を拡大する考えである。

* 管材業界：建築資材業界における主要3業態の1つで、主に水回りの資材や機器を扱っている。他の2業態は合板や構造材を扱う建材業界、配電盤やテレビ用アンテナなどを扱う電材業界である。

3. 中期経営計画

同社は「設備商品の流通とサービスを通じて、快適な暮らしを実現する」という企業理念のもと、「設備のベストコーディネーター」「流通としてベストパートナー」「会社としてベストカンパニー」という「3つのベスト」を追求している。同社は、これらを実現するため、中期経営計画「みらいプラン2025」を策定した。成長戦略としての「3つのフル」、ネットワーク戦略としての「みらい活動」、生産性向上のための「進化活動」、社会と共生するための「ESG活動」を通じて、2026年3月期に売上高1,650億円、経常利益率3%以上、純資産330億円、長期計画として2031年3月期に売上高2,000億円、経常利益100億円以上を目指している。

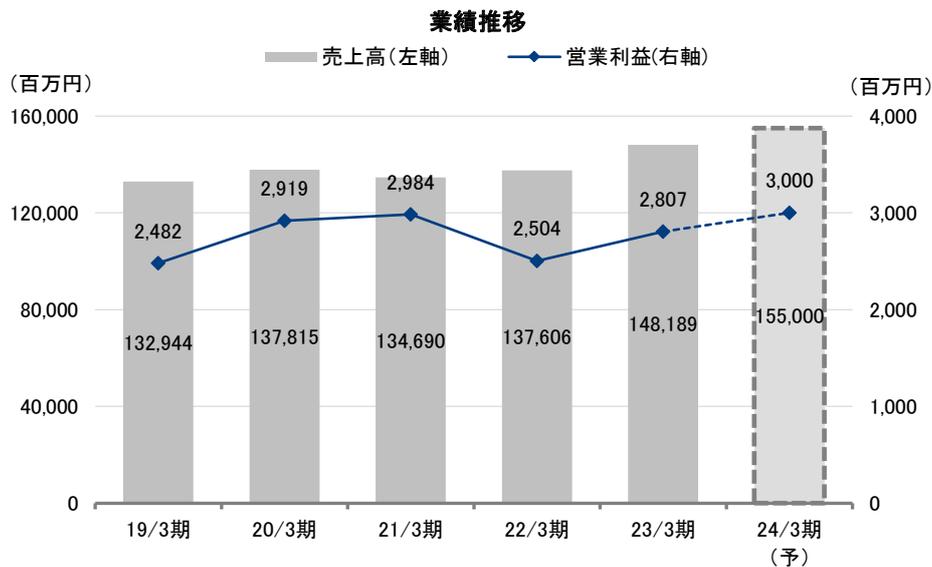
要約

4. 業績動向

2023年3月期の営業利益は2,807百万円(前期比12.1%増)と好調だった。新型コロナウイルス感染症拡大(以下、コロナ禍)で滞っていた商品供給が潤沢になるなか、価格改定や仕入・販売価格のコントロール、重点商品の販売が奏功したと思われる。2024年3月期の営業利益について、同社は3,000百万円(同6.9%増)を見込んでいる。引き続きシェアアップや地域密着型営業に取り組むとともに、仕入・販売価格の管理強化やコスト削減を進める予定である。2024年3月期第1四半期は、営業利益が370百万円(前年同期比10.9%減)と減益となった。イベントがコロナ禍前の水準に戻ったことやベースアップなど先行的に販管費が増えたことが要因だが、これは想定どおりで、第2四半期以降に取り戻す計画になっている。通期増益に向けて順調に進捗していると言える。

Key Points

- ・130年超の歴史を誇る管工機材・住宅設備機器の1次卸。事業領域の拡大を目指している
- ・中期経営計画において2026年3月期に売上高1,650億円、経常利益率3%以上を目指す
- ・2024年3月期第1四半期は減益だがコスト先行が要因、通期増益へ向けて進捗は順調



注: 「収益認識に関する会計基準」等を22/3期より適用。21/3期以前は遡及修正していない
 出所: 決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

取引先と強く結び付いたバリューチェーンを形成

1. 会社概要

同社は管工機材・住宅設備機器の1次卸である。水回りに強く、管材や衛生陶器・金具、住宅設備機器、空調機器・ポンプなどの住設・建設関連資材を大手有力メーカーなどから仕入れ、全国の2次卸や工事店、ゼネコンなどへ向けて販売している。1次卸として在庫機能や情報機能、配送機能を十分に生かすことで、メーカーや2次卸など取引先と強く結び付いたバリューチェーン※を形成していることが特長である。近年は、取引先からの要望が多い電材や建材、海外向けなど新たな領域への進出も加速している。

※ 川上から川下までが一体となった、商流・物流・情報流それぞれに高い付加価値のある流通。

同社は、1890年に橋本久次郎（はしもときゅうじろう）氏が神田岩本町にパイプや継手などを販売する個人商店を開業したことが始まりで、同氏が130年以上にわたる歴史を持つ老舗管工機材商としての基礎を創った。二代目の政次郎（まさじろう）氏は製造卸としてカタログ販売や自社製品の製造を行い、戦後に同社を引き継いだ三代目の政雄（まさお）氏はメーカーの特約店として商売を広げた。そして、現社長である四代目の政昭氏は、「ベストパートナー」としてメーカーや販売先など取引先の満足を向上させるとともに、地域密着営業やM&A、IT技術、システムの活用、海外や新分野への進出、ESG活動など、新たな時代に対応した経営を積極的に推進している。

橋本総業ホールディングス | 2023年9月15日(金)
7570 東証プライム市場 | <https://www.hat-hd.co.jp/ir>

会社概要

沿革

年	
1890	神田岩本町にて「橋本商店」を開業
1903	水道用の材料を扱う
1905	ドイツよりポンプを輸入
1908	オリジナル商品「橋本式水道自在器」開発
1913頃	いくつかの工場で、管材商品を製造
1915	日本橋小伝馬町に店舗を移転
1924	「橋本パイプ店」に商号改称
1926	「橋本の商報」を発行
1935	HAT 印製品を製造販売、電信略号を付す
1937	中国への輸出開始
1938	「株式会社橋本商店」に改組
1939	「株式会社橋本製作所」発足
1961	業務合理化のためコンピュータ（電算機）を導入
1963	深川倉庫竣工
1964	「橋本レポート」発行
1970	「橋本総業株式会社」に改称、本社屋を建設
1985	地区 HAT 会を組織
1989	「建設設備セミナー」スタート
1990	創業百周年大商談会（幕張メッセ）
1997	日本証券業協会に店頭登録
1999	東京配送センターを深川から東雲に移転
2002	大明工機（株）をグループ化
2003	（公社）空調和・衛生工学会より「篠原記念賞」を受賞
2004	HAT 会を「みらい会」に改称
2004	ジャスダック証券取引所に上場
2009	「橋本学校」を月次定例化
2012	（一社）エコステージ協会より「エコステージ3」認証取得
2013	（一財）日本科学技術連盟より「品質革新賞」を受賞
2013	若松物産（株）をグループ化
2014	東京証券取引所第2部に上場（2月）
2014	東京証券取引所第1部に上場（9月）
2016	「橋本総業ホールディングス株式会社」でグループ化
2017	（株）大和をグループ化
2018	（株）永昌洋行をグループ化
2018	（株）ムラバヤシをグループ化
2019	（株）オーテックと業務提携の検討開始
2020	みらい物流（株）、みらいエンジニアリング（株）事業開始
2020	HASHIMOTO SOGYO (THAILAND) CO., LTD. 設立
2020	オーテックと業務提携
2020	創業130周年
2021	（株）みらい旅行社をグループ化
2022	東京証券取引所市場区分再編に伴いプライム市場へ移行
2023	橋本総業ファシリティアーズ（株）を設立
2023	山陰セキスイ商事（株）をグループ化
2023	タイのチュラロンコン大学ビジネススクールと産学連携協定

出所：ホームページ、会社リリースよりフィスコ作成

会社概要

県別の営業体制で全国をフルカバー

2. グループ体制

同社グループは、持株会社の同社及び橋本総業（株）など連結子会社 11 社、関連会社 5 社により構成されている（2023 年 7 月末時点）。このうち橋本総業は、全国に 45 の営業拠点（本社のほか 31 支店、12 営業所）及び 5 つの配送センターを擁する最大の子会社である。その他子会社としては、大明工機（株）が全国に 12 拠点、若松物産（株）が愛知県に 2 拠点、（株）大和が大阪府に 1 拠点、（株）永昌洋行が福岡県に 2 拠点、（株）ムラバヤシが青森県に 2 拠点、みらい物流（株）が 1 拠点、みらいエンジニアリング（株）が 2 拠点を展開している。また、橋本総業（株）の特需部門を統合した橋本総業ファシリティーズ（株）が 4 拠点、子会社化した山陰セキスイ商事（株）が 4 拠点となっている。このように県別の営業体制で全国をフルカバーするとともに、工事現場や販売店に密着することで地域のニーズを的確に汲み取り、シェアの拡大につなげている。同社発祥の関東から東海にかけて比較的拠点が充実していることから、関西など西日本方面で拠点拡張の余地が残されていると言える。

各社とも管材類、衛生陶器・金具類、住宅設備機器類、空調機器・ポンプの販売を主たる業務としているが、それぞれに特長がある。橋本総業はオールマイティな品ぞろえと機能を持ち、グループのリーダー格であり成長のけん引役でもある。大明工機は創業 70 年以上にわたる歴史があり、各種プラント用機器・装置の専門商社としてエンジニアリング産業の一翼を担っている。自動弁の組み立てや各種メンテナンスなど独自の技術を有し、あらゆる産業プラントの環境改善・省エネに貢献することができる。若松物産は空調設備の販売及び施工、大和は関西エリアで鋼管の販売、永昌洋行とムラバヤシは強固な地盤を生かし、地域に密着した営業を展開している。同社と隣接業界の建材商社トップである J Kホールディングス株式会社<9896>は、経営資源・ノウハウの相互活用、営業面などの協力体制の構築を目的に両社の主要事業会社の橋本総業株式会社とジャパン建材株式会社において、業務提携をしている。2021 年 3 月期には子会社のみらい物流とみらいエンジニアリングの活動開始、HASHIMOTOSOGYO (THAILAND) CO.,LTD. の設立、オーテック<1736>との業務提携など、2023 年 3 月期には橋本総業ファシリティーズの設立、山陰セキスイ商事の子会社化など、グループの動きが活発化している。

グループ構成



新たなグループ企業で事業領域を拡大

3. 新たなグループ企業

同社の営業ルートは主に2次卸や工事店を販売先とするルート営業部門と、ゼネコンやサブコン、住宅メーカー向けの特需営業部門に分けられる。特需部門は売上高全体の10%ほどを占め、管材や住宅設備機器といった資材を販売するだけでなく、施工や現場管理の提案・対応、鋼管や樹脂管の切断・加工など、建築工事における幅広いニーズに対応している。こうしたニーズにはサブコン向けの配管資材や鋼管などの販売に強みを持つ大和や、橋本総業の各地特需部門がそれぞれ対応していたが、拡大の余地が大きい領域であることから、2020年9月に大和と橋本総業関西特需部を統合し、関西地区の特需部門強化を図った。また、2023年1月には特需部門の一層の事業成長と意思決定の迅速化を目的に橋本総業ファシリティーズを設立、同年4月に橋本総業(株)の特需部門を統合・承継した。橋本総業ファシリティーズは成長を加速し、2026年3月期に売上高200億円、経常利益8億円を目指す方針である。

同社は山陰セキスイ商事をM&A、2023年7月に子会社化した。積水化学工業<4204>の子会社だったが、住宅設備など化学以外の売上が約20億円あり、同社の西日本を強化するニーズと合致していたためM&Aが成立した。山陰には山陰営業所があるが、当面、協業する方針である。ほかに、2023年4月に、M&Aによりシンクタンク事業やコンサルティング事業を行う(株)日本政策総研を非連結子会社とした。新たなネットワークを形成し、情報発信や公共コンサルを通じてビジネスの多角化を図るとともに、政策・制度提案といった社会貢献等でシナジー効果を見込んでいる。

同社は2020年7月にHASHIMOTO SOGYO (THAILAND) CO.,LTD.を設立し、タイに進出した。当初は住設商品の施工販売による事業拡大を目指したが、コロナ禍によって販売先の事業が縮小しながらも、富裕層物件のリノベーション、物件引き渡し直前に行うQC(Quality Control)のサービスが好評となっている。また、同社はタイに本社がある図面製作会社SHOH PLANNING社と提携して積算・設計事業に乗り出した。もともと積算や設計は中国で行われることが多かったが、中国の人件費が高騰していることを受け、東南アジア、なかでも教育水準の高いタイに同社は白羽の矢を立てた。SHOH PLANNING社は橋本総業ファシリティーズと連携して、取引先からの受注を元にSHOH PLANNINGが作成した設計図により橋本総業ファシリティーズに加工を指示、橋本総業ファシリティーズがブレイクカットして現場に送るというバリューチェーンを構築した。卸売専業でやってきた同社にとって卸売業以外の新たなサービス領域への進出ということになり、また橋本総業ファシリティーズにとっては大きな差別化ポイントとなった。このほか、タイで最も歴史のある国立大学のチュラロンコン大学と産学連携協定締結した。卒業生を対象にインターンなどを実施して人材の獲得につなげ、HASHIMOTO SOGYO (THAILAND) CO.,LTD.がタイで手掛ける住設事業や、SHOH PLANNING社連携の積算・設計事業を強化する考えである。なお、SHOH PLANNINGはナコンシータマラートに南部支店を開設した模様である。

■ 事業概要

主要倉庫で売れ筋、各拠点で地域密着商材を在庫

1. 取扱商品

同社の取扱商品は、管類、継手類、パルプ類、化成品類、工具関連機材などの管材類をはじめ、便器・手洗器、洗面化粧台などの衛生陶器・金具類、給湯関連や厨房関連などの住宅設備機器類、各種エアコンや各種ポンプなどの空調機器・ポンプであり、水回りのパイプやガス関連の商品が多い。主要な仕入先メーカーは住宅建材の積水化学工業<4204>や衛生陶器のTOTO<5332>、建材・電材のパナソニックホールディングス<6752>、パルプのキット<6498>、エアコンのダイキン工業<6367>など、業界や日本を代表する大手有カメーカーが多い。なかでもTOTOからの仕入高は全仕入の約30%を占めており、メーカーにとっても同社は流通の要となっている。登録アイテム数は専門商材を中心に約250万点あり、主要倉庫では売れ筋を中心に常時約1万点以上の在庫を有しているが、各拠点でも地域密着商材在庫を1,000点ほど取りそろえ、一部は即日配送も行っている。なお、2023年3月期のセグメント別売上高構成比は、管材類28.9%、衛生陶器・金具類29.5%、住宅設備機器類18.2%、空調機器・ポンプ22.2%となっている。

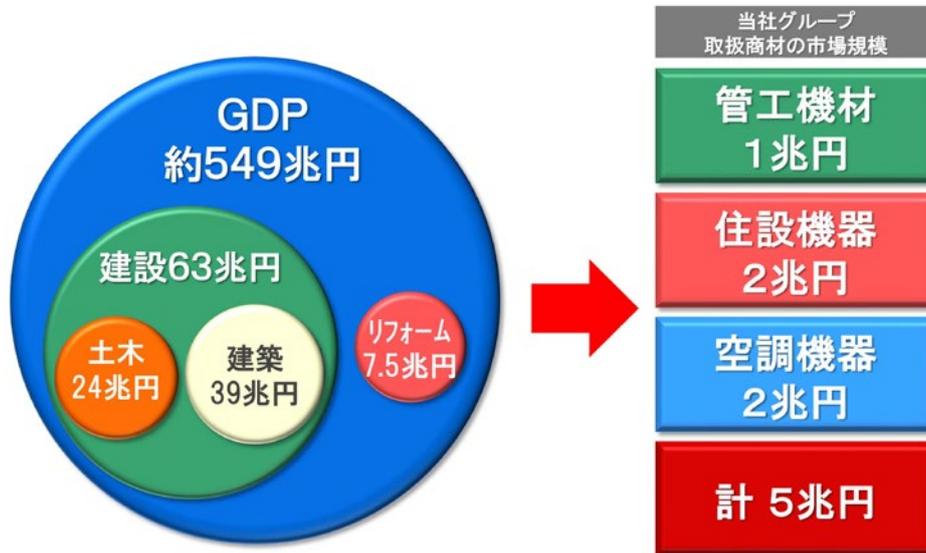
管材 5 兆円市場の深掘りに加え、建材・電材も取り込む

2. 業界環境

同社は建築資材業界、なかでも管材業界に属する。建設業界の市場規模は、新築・リフォームを合わせ70.5兆円、GDPの約10%を占めると言われ、管材業界の市場規模についても管工機材・住設機器・空調機器合わせて約5兆円と大きい。そうした管材業界のなかで、同社は1次卸として、多様なメーカーと全国の2次卸や工事店を結ぶ流通の要となっている。国内ではインフレや少子高齢化といった課題があるものの、足元の住宅メーカーの受注やマンション販売が堅調であるほか、共働き世帯の増加に伴う保育施設や高齢化に伴う高齢者施設の増加、老朽化が課題となっている公共施設のリニューアルなど需要は拡大している。このため、中長期的な市場環境は収益性においても成長性においても堅実な市場と言える。以上のような業界環境のなかで、同社は管材から環境・設備機材へ、さらには建材や電材、土木、そして海外、サービスへと事業領域を拡大する考えである。

事業概要

同社の関連マーケット



出所：中期経営計画より掲載

強固なバリューチェーンが強み

3. 同社の強み

近年、MRO※の販売で、MonotaRO<3064> やアスクル <2678>、Amazon.com<AMZN> などインターネット通販業態の成長が目覚ましい。建築資材全般を幅広く品ぞろえしていることから既存流通への侵食が懸念されたが、既存流通への影響は「一人親方」と呼ばれる個人経営の職人など一部に留まっている。これは、インターネット通販業態が専門商材というより MRO を中心に究極のセルフ販売をしているのに対し、専門商社はプロである顧客に対し、深い品ぞろえや在庫、豊富な情報と的確な提案、効率的な発注から配送を提供していることが理由である。特に同社は、専門商材を深掘りした品ぞろえや充実したサービスなどの特長が支持され、ほとんど影響を受けていないようだ。

※ MRO (Maintenance, Repair and Operations)：間接資材。生産に直結する原材料・資材・部品など専門性の高い直接材以外を指し、建築資材業界以外でも広く使用される工具や消耗品などの経費購買品のこと。

事業概要

同社は、取引先向けに商品情報や地域～マクロ情報、人材の研修・教育などのサービスを提供することで業界自体を育成するほか、設計段階から見積りに参加するなど業界に深く関わってきた。この結果、同社の流通は高付加価値化され、仕入先との取り組みもより深いものとなり、メーカー、2次卸、ゼネコン、工事店と、川上から川下までが一体となった強固なバリューチェーンを構築した。これを同社は、仕入先、販売店・工事店及び同社による「四位一体」と呼んでいるが、インターネット通販やホームセンターが持ちえない強みとなっている。このほかにも、主要倉庫や各拠点で売れ筋を在庫していること、経営相談や後継者育成などのサポート、IT技術の活用など、同社独自の強みもある。特に、IT技術については積極的に活用しており、24時間365日注文や在庫検索ができる会員専用Webサイト「OPS (Online Partner System)」を運営している。またネットカタログ「e設備NET」では、建築現場で必要となるカタログや図面などをWeb上から取り出すことができる。販売店からのWeb受注は売上の2割を超え、口座数も毎月伸びているが、販売店の効率化のため、さらに比率を引き上げる方針だ。

在庫の積み増しと仕入・販売価格のコントロールにより収益性を維持 / 改善

4. 収益向上に向けた取り組み

水道用材料からスタートした同社は、管材類全般から住宅設備機器類などへ取扱商材を拡大することで取引メーカーを増やしてきた。1980年代以降は全国展開を目指すエリア戦略を背景にシェアを拡大し、全国をカバーする管工機材・住宅設備機器卸へと成長した。近年はM&Aを積極化しており、2016年4月に持株会社体制に移行した。狙いは、共同営業・共同仕入・共同配送などによってグループ会社間のシナジーを発揮するとともに、西日本エリアでの営業の深耕や、管材から電材や建材、海外、新たなサービス領域、インターネット取引など新たな事業への取り組みを強化することにある。また、ここ数年、競争が起こりにくい低単価品やトレンド商品などの在庫を積み増すなど在庫リスクを取るようになったことで、収益性の向上が顕著になってきた。一方、原材料価格が高騰し在庫リスクが取りづらい状況になった場合でも、コロナ禍の経験から仕入価格や販売価格をコントロールすることで収益性の維持 / 改善することができる収益体質を構築している。

■ 中期経営計画

すべてのステークホルダーの期待に応え、社会に貢献する

1. 企業理念

同社は「設備商品の流通とサービスを通じて、快適な暮らしを実現する」という企業理念のもと社会に貢献することを目指している。また、「設備のベストコーディネーター」「流通としてベストパートナー」「会社としてベストカンパニー」の3つのベストの追求で、7つのステークホルダー※に貢献するというビジョンを掲げている。商品を直接手にする施主や工事店には、「設備のベストコーディネーター」として、会員専用 Web サイト「OPS」やネットカタログ「e 設備 NET」を通じて、最適に組み合わせられた商品を提案している。また、仕入先や販売先とは、「流通としてベストパートナー」として、購買代理機能や販売代理機能を発揮することで共存共栄を図っている。株主に対しては1株当たり当期純利益拡大による株価や配当の充実、社員に対しては各人の働きがいやキャリアアップなど職場環境の拡充、社会に対しては環境課題などへの取り組みにより、社会に役立つ「会社としてベストカンパニー」を目指している。

※7つのステークホルダー：施主、得意先（2次卸・工事店）、株主、工事業者、仕入先、社員、社会。

2026年3月期に売上高1,650億円、経常利益率3%以上を目指す

2. 中期経営計画「みらいプラン2025」

同社は企業理念やビジョンを実現するため、中期経営計画「みらいプラン2025」を策定した。成長戦略としての「3つのフル」、ネットワーク戦略の「みらい活動」、生産性向上に向けた「進化活動」、社会と共生するための「ESG活動」を通じて、2026年3月期に売上高1,650億円、経常利益率3%以上、純資産330億円、長期計画として2031年3月期に売上高2,000億円、経常利益100億円以上を目指している。一方で、中期的な取り組みに対し、予算の達成や成長への取り組みなどからなる短期施策を每期策定し実行している。このような中期と短期を連動させた戦略展開は、業界のなかでも同社だけが持っている独自性の強い取り組みであり、差別化の源泉にもなっている。

どこでも、何でも、どんなことでも対応する「3つのフル」

3. 「3つのフル」

成長戦略の「3つのフル」は「フルカバー」「フルライン」「フル機能」のことで、どこでも、何でも、どんなことでも対応するという同社の意思表示であり、「3つのフル」を追求することでステークホルダーとともに栄えようという考えに基づいている。「フルカバー」は、得意先や仕入先とともに地域にネットワークを作り、県別体制で全国需要に対応することを指す。「フルライン」は、設備関連資材であれば何でもワンストップで対応することを指し、管材のみならず土木、建材、電材などの新規分野にも積極的に対応しているほか、PCやタブレットでの商品閲覧も可能となっている。「フル機能」は、どんなことでも対応するという一方で、「対応、価格、在庫、配送、販促、研修、情報」の基本7機能、「事前の引合・受注・照会、当日の納入・施工・加工、事後のアフターメンテナンス・現調・取替」の工程9機能、「物流、施工、情報、システム、業務、サポート、教育、人材、金融」のソリューション9機能を継続的に強化している。

「みらい活動」は業界最大・最良のネットワーク

4. 「みらい活動」

同社はバリューチェーンづくりを「みらい活動」と呼び、業界最大かつ最良のネットワークの構築を進めている。「売り手」「買い手」の関係ではなく、人と人がつながることで互いにビジネスが向上する「ベストパートナー」の関係づくりを目指し、業界全体の発展に貢献している。「みらい活動」では販売店、仕入先、工事店の各会員と当社が「四位一体」となって県別（支店別）に「みらい会」を展開しており、「みらい会」会員相互の販促の場となるイベント「みらい市」を開催している。また「みらい会」会員に対して、いつでも、どこでも、何でも対応する「みらいサービス」の提供も行っている。こうした活動を大掛かりに行っている企業は業界にほとんどなく、同社の大きな差別化ポイントとなっている。

(1) 「みらい会」

「みらい会」は、研修やイベントを通じて会員の要望に応える会である。全国20地区それぞれにあり、販売店375社（465事業所）、仕入先メーカー137社（681事業所）、建設みらい会70社、金融会員27社、そして同社の各支店で構成されている。研修会は毎年4回以上開催され、参加者は互いに情報を持ち寄り、商材や経営などのノウハウの取得に取り組んでいる。また、メーカーから販売先への情報伝達だけでなく、会員同士の情報交換や販売先からメーカーへのフィードバックも多く、参加者にとって非常に有益な会となっている。現在、講演会や工場見学会、ショールーム商談会など各地域のみらい会活動の充実を図っており、みらい会の会員数拡大につなげていく考えである。

橋本総業ホールディングス | 2023年9月15日(金)
7570 東証プライム市場 | <https://www.hat-hd.co.jp/ir>

中期経営計画

(2) 「みらい市」

「みらい市」は業界最大級の展示会イベントで、メーカーの展示だけでなく、「みらい会」会員相互の販促の場にもなっている。2021年3月期と2022年3月期は、コロナ禍により最大規模となる「東京みらい市」及び「みらい会」総会が中止となったが、2023年3月期は全国7ヶ所で「みらい市」を開催、特に3年ぶりの開催となった「東京みらい市」は、ネット上で「みらい市」を体験できる「Webみらい市」を同時開催するハイブリッド体制とした結果、過去最高（2019年の15,000人超）を上回る18,778名（Web参加者8,259名を含む）が参加するなど活況となった。2024年3月期も第1四半期の段階で既に3ヶ所でみらい市を開催するなど、順調な出足となった。同社は、メーカーのショールームを使った「ショールームみらい市」や「Webみらい市」など「みらい市」のさらなる拡充を通じ、「毎月がみらい市」を目指している。

2022年～2023年開催（予定含む）の「みらい市」

	日程	会場	来場者数	Web参加者数
2022年				
九州	4月13日	福岡国際センター	1,170	546
北海道	5月26日	アクセス札幌	1,152	1,785
東北	6月11日	夢メッセみやぎ	1,350	1,673
中四国	7月21日	広島市中小企業会館	724	752
中部	8月19・20日	吹上ホール	1,658	1,950
東京	10月14・15日	東京ビッグサイト	10,519	8,259
関西	10月22日	グランキューブ大阪	956	1,338
2023年				
北海道	5月25日	アクセスサッポロ		
東北	6月10日	夢メッセみやぎ		
三重	6月17日	メッセウイング・みえ		
九州	(台風のため8月9日から12月14日へ延期)			
東京	10月13・14日(予定)	(東京ビッグサイト)		
その他地域も開催予定				

出所：同社ホームページよりフィスコ作成

(3) 「みらいサービス」

「みらいサービス」は、販促、健康、研修、IT、分科会、イベント、物流、メディアの8つサービスからなる。これらを、いつでも、どこでも、何でもわかり、手配できる「情報データベース（みらいクラウド）」として充実を図っている。一例を挙げると「販促」では、商売に役立つ販促ツールとして社名入りの総合管材百科（カタログ）である「みらい百科」や、市況や経済、商品の最新情報を毎月届ける「月刊みらい」などを提供している。「研修」では、業界のプロ育成に向け、本社などで毎月開催する経営幹部セミナー「橋本学校」、各地で開催するセミナーや講演会、商品研修などを展開している。「IT」では、会員専用Webサイト「OPS」の運営や会議・商談のオンライン化など、業務効率化に役立つツールを提供している。

「進化活動」によって顧客の生産性向上を目指す

5. 「進化活動」

「進化活動」は、「しくみ作り（「みらいプラン」の実現）」「人づくり（「みらいアカデミー」）」「しかけ作り（会社の質の向上）」を通じて、自社だけでなく取引先の生産性向上も推進する取り組みである。「しくみ作り」では、商流の一貫化（サプライチェーン）、物流の共同化（ワンストップ化）、情報流の共有化（ダイレクト化）に取り組んでいる。「人づくり」では、業界のプロ人材の育成に取り組み、仕事の基本、商品知識、業界資格の習得のほか、対面（橋本学校）とオンラインを併用した研修、実地研修ができる東雲研修センターでの施工研修を開催している。次世代経営者の育成を通じて、取引先各社と同社の人間関係の深化や、社会問題化しつつある後継者難の解消につなげる方針だ。「しかけ作り」では、デジタル化、ITの活用、5S（整理・整頓・清掃・清潔・しつけ）、見える化、チーム活動などを推進している。

SDGs をベースに独自の「HSDGCG」活動に取り組む

6. 「ESG 活動」

従来同社は ESG や SDGs[※]への対応を重視していたが、「7つのみらい」を見据えてさらに活動を強化している。なかでも「HSDGCG」活動は独自の取り組みで、Health、Society、Digital、Green、そして新たに加えた Comfortable、Global の分野に注力している。「Health」では、健康企業（ホワイト500）を目指し、健康（「金の認定」（健康企業宣言東京推進協議会）の取得など、健康企業を目指した各種取り組み）、医療（みらいクリニックとの連携）、スポーツ（テニス、ゴルフを中心とした CSR 活動・育成活動）に取り組んでいる。「Society」では、プライム市場上場の継続のほか、地域貢献（地方自治体との協業事業）、産学連携（教育機関との共同研究の推進）、業界貢献（関連団体との取り組み）を推進している。「Digital」では、社内（社内業務効率化、生産性向上）、取引先間（自社開発システムを通じた取引先との連携強化）、業界全体（業界プラットフォームによる業務標準化）などの DX（デジタルトランスフォーメーション）に取り組んでいる。「Green」では、環境・設備機材の販売はもとより、社内のゼロエネ化（エネルギー、水、ごみの見える化と削減）、RE100（Renewable Energy 100%：再生可能エネルギー 100%）に向けた再生可能エネルギー活用など、新しいビジネスモデルの構築を目指す。また、「Comfortable」では、新しい生活や快適生活を創造する企業として社会に貢献し、「Global」では、タイなど海外で積極的に事業を展開することを目指している。

※ SDGs (Sustainable Development Goals)：持続可能な開発目標。

業績動向

コロナ禍から回復、リフォームや省エネが拡大

1. 事業環境

2023年3月期の日本経済は、コロナ禍の影響による停滞感が残るものの、製造業を中心とした設備投資の再開などにより回復の兆しを見せた。同社が属する建設業界も、持家・貸家・分譲といった民間住宅投資、事務所・工場・倉庫などの民間非住宅投資、公共投資がともに前期比プラスで推移した模様である。また、半導体などの部材不足や一部商品の供給遅延に伴う素材価格の高騰により、多くのメーカーが価格改定を進めた。マンション価格の高騰を背景に、新築戸建て及びマンションのリフォーム需要、公共施設や事務所・工場など非住宅のリニューアル需要が伸長した。2024年3月期に入っても日本経済はコロナ禍からの回復が続いており、建設業界も民間住宅投資、民間非住宅投資、公共投資、リフォームすべてにおいて前年比プラスで推移すると見込まれている。

卸機能をフル活用し2ケタ増益を確保

2. 2023年3月期の業績動向

2023年3月期の連結業績は、売上高148,189百万円（前期比7.7%増）、営業利益2,807百万円（同12.1%増）、経常利益3,798百万円（同10.9%増）と好調に推移した。親会社株主に帰属する当期純利益は2,569百万円（同6.7%増）となったが前期に固定資産売却益465百万円を特別利益に計上しているため、営業利益、経常利益ともに実質2ケタ増益とみなすことができる。

2023年3月期連結業績

（単位：百万円）

	22/3期		23/3期		増減率
	実績	売上比	実績	売上比	
売上高	137,606	100.0%	148,189	100.0%	7.7%
管材類	39,408	28.6%	42,837	28.9%	8.7%
衛生陶器・金具類	42,226	30.7%	43,696	29.5%	3.5%
住宅設備機器類	24,317	17.7%	26,999	18.2%	11.0%
空調機器・ポンプ	30,110	21.9%	32,892	22.2%	9.2%
その他	1,543	1.1%	1,764	1.2%	14.3%
売上総利益	14,531	10.6%	15,770	10.6%	8.5%
販管費	12,027	8.7%	12,963	8.7%	7.8%
営業利益	2,504	1.8%	2,807	1.9%	12.1%
経常利益	3,424	2.5%	3,798	2.6%	10.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,407	1.7%	2,569	1.7%	6.7%

出所：決算短信よりフィスコ作成

橋本総業ホールディングス | 2023年9月15日(金)
7570 東証プライム市場 | <https://www.hat-hd.co.jp/ir>

業績動向

各セグメントや各営業拠点で、在庫・物流機能を活用した安定供給、メーカー生産状況の情報発信など、機能やサービスの充実を一段と強化した。一部商品の供給遅延に対しては、在庫、配送機能、情報力という卸機能を活用することでカバー、安定供給が困難となった商品については、代替商品や部材を調達することで機会損失を極力排除した。供給が細るときに在庫をしっかりと積み、配送を滞らせず、情報を遅滞なく的確に発信することで、取引先との関係をより緊密に築けたようだ。このほかにも、主要メーカーとの取り組み強化(重点商品の設定)や、会員専用 Web サイト「OPS」のアイテム数拡大、顧客とのシステム連携強化を推進した。

なお、供給遅延については給湯器類を中心に回復しており、代替商品からの戻りがある一方、商品価格・製品価格の改定もスムーズに進んだ(第3四半期の12月に若干ながら駆け込み需要が発生したようだ)。これらに加えて「みらい市」の開催の貢献も大きく、売上高は通期計画を上回る伸びとなった。「みらい市」は、既述のとおり2023年3月期は全国7ヶ所で開催し、33,000名超(Web参加者16,000名超を含む)が参加した。なかでも、3年ぶりの開催となった「東京みらい市」は過去最大の来場者(Web参加者を含む)となった。

この結果、売上面で、新築戸建て及びマンションのリフォーム需要や、公共施設や事務所・工場など非住宅のリニューアル需要を取り込むことができた。利益面では、商品価格・製品価格の改定に加え、仕入・販売価格のコントロール、重点商品の選定により、売上総利益率は前期比横ばいの10.6%となった。「みらい市」開催などにより販管費は同7.8%増となったものの、増収及びコスト削減効果により販管費率は同横ばいの8.7%を維持した。これらの結果、営業利益は2ヶタ増益となり、営業利益率は同0.1ポイント上昇した。

セグメント別の業績は以下のとおりである。

管材類の売上高は42,837百万円(前期比8.7%増)となった。住宅分野ではウッドショックの影響により新築着工が前倒しとなり、商品価格の改定を前にリフォーム需要も増加した。非住宅分野は半導体工場向け設備投資を中心に需要が回復したほか、大型案件の着工も進んだ。同社は商品の安定供給を図るため、在庫商材の拡充、物流機能の活用、商材の拡大に注力し、強まる需要に応えた。

衛生陶器・金具類の売上高は43,696百万円(同3.5%増)となった。新設着工戸数は持家が大幅に減少したものの貸家と分譲住宅が増加、全体としてやや増加となった。住宅のリフォームでは、生活様式の変化による設備の交換需要が増加した。前期にコロナ禍の影響で便座や水栓類の非接触商品への取替需要が進んだ非住宅分野は、その反動で減収となった。一方、温水暖房便座や一体型便器は、生産状況が下期にかけて回復してきたため増収に寄与した。

住宅設備機器類の売上高は26,999百万円で(同11.0%増)となった。給湯分野では、ガス・石油給湯器の製品供給体制が回復した。キッチン設備は、商品価格の改定を前に上期に需要が高まったが、下期は反動でショールームへの来館人数が減少、通期では増収を確保した。在庫やアイテムの拡充やショールーム商談会を実施し、即納体制を強化したことなどが奏功したようだ。

業績動向

空調機器・ポンプの売上高は 32,892 百万円（同 9.2% 増）となった。空調機器類の需要は、生産や物流の遅延が解消したことで堅調に推移した。住宅用空調機器は高機能タイプや寒冷地域向け暖房用需要が増加、業務用空調機も堅調に推移した。ポンプはモーターやインバーターなどの部材調達が困難な状況となったものの、汎用ポンプ、家庭用ポンプともに堅調に推移した。同社は販路の開拓、仕入先との連携強化、代替品の提案、納期管理、顧客ニーズにあった提案など積極的な営業を展開した。

2024年3月期は業績のピーク更新を目指す

3. 2024年3月期の業績見通し

2024年3月期の連結業績について同社は、過去最高業績となる売上高 155,000 百万円（前期比 4.6% 増）、営業利益 3,000 百万円（同 6.9% 増）、経常利益 4,000 百万円（同 5.3% 増）、親会社株主に帰属する当期純利益 2,800 百万円（同 9.0% 増）を見込んでいる。売上面では、引き続き既存分野でのシェアアップと地域密着型の営業に積極的に取り組むほか、在庫商材の拡充や物流機能の活用、商材の拡大、仕入先との連携強化を進め、新築戸建てやマンションリフォーム向け需要のほか、工場や倉庫、老健施設など非住宅のリニューアル需要に対応する計画である。そのため、空調機器やエコキュート、給湯器などを重点商品として強化するほか、ニーズが強い省エネへの対応も積極化する方針である。利益面では、仕入・販売価格の管理強化により売上総利益率の向上に注力するほか、販管費については引き続きコスト削減を図る。

2024年3月期連結業績見通し

（単位：百万円）

	23/3 期		24/3 期		
	実績	売上比	予想	売上比	増減率
売上高	148,189	100.0%	155,000	100.0%	4.6%
営業利益	2,807	1.9%	3,000	1.9%	6.9%
経常利益	3,798	2.6%	4,000	2.6%	5.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,569	1.7%	2,800	1.8%	9.0%

出所：決算短信よりフィスコ作成

2024年3月期は業績のピーク更新を目指しており、至難だが、増収及び利益率の改善を掲げているようだ。同社が属する建設業界は需要拡大が見込まれており、なかでもリフォーム・リニューアル・リノベーションといった新しい生活様式に関連する需要や、老朽化が課題となっている公共施設のリニューアル投資は、中長期的な拡大が期待されている。一方、素材価格の高止まりは続いているものの、素材や商品の供給不足は回復しつつある。このような事業環境の下、同社は大手顧客のシェア拡大に加え、取引先からの要望が多い電材や建材、EC、海外向けなど新規事業領域の拡大を進めており、増収を達成することは可能と考える。利益面では、商品価格・製品価格の改定の効果が通期で寄与することに加え、注力する大手顧客の採算が良いこともあり、利益率もまた改善可能と考えられる。

業績動向

なお、2023年7月、同社は本社移転を発表した。現在の本社ビルは老朽化が進行しており、耐震性やセキュリティ、職場環境などを総合的に勘案して移転を行うことに決定したようだ。本社移転の実施に伴う費用については精査中だが、効率化や職場環境の改善を考慮すれば得られるメリットの方が大きいと思われる。現在の本社ビルについては、経営資源の有効活用を図るため修繕もしくは建替えなどを検討している。

経済正常化によるコスト増加も、進捗は計画どおり順調

4. 2024年3月期第1四半期業績

2024年3月期第1四半期の業績は、売上高34,398百万円（前年同期比4.6%増）、営業利益370百万円（同10.9%減）、経常利益700百万円（同0.1%増）、親会社株主に帰属する四半期純利益539百万円（同9.8%増）となった。重点施策を着実に推進するとともに、積極的な営業活動を展開したことで増収を確保した。利益面では、仕入価格の上昇を販売価格の改定で対応したため売上総利益率は横ばいを確保したが、みらい市を3ヶ所で開催するなどイベントや経費がコロナ禍前の水準にもどったこと、ベースアップを行ったことなどから先行的に販管費率が上昇した。このため営業利益は減益となったが、これは想定どおりで、みらい市の予定のない第2四半期には利益水準が回復する計画になっている（最大規模の東京みらい市は前期同様10月に開催予定）。親会社株主に帰属する四半期純利益は、投資有価証券売却益を特別利益に計上したため増益率が大きくなっている。なお、西日本エリアでの営業強化の一環で、山陰セキスイ商事のグループ化に加え2023年4月に新たに神戸営業所を開設した。

2024年3月期第1四半期業績

（単位：百万円）

	23/3期1Q		24/3期1Q		増減率
	実績	売上比	実績	売上比	
売上高	32,886	100.0%	34,398	100.0%	4.6%
管材類	9,510	28.9%	10,637	30.9%	11.8%
衛生陶器・金具類	9,541	29.0%	9,614	27.9%	0.8%
住宅設備機器類	6,292	19.1%	5,856	17.0%	-6.9%
空調機器・ポンプ	7,111	21.6%	7,839	22.8%	10.2%
その他	430	1.3%	451	1.3%	4.9%
売上総利益	3,556	10.8%	3,720	10.8%	4.6%
販管費	3,141	9.6%	3,350	9.7%	6.7%
営業利益	415	1.3%	370	1.1%	-10.9%
経常利益	700	2.1%	700	2.0%	0.1%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	491	1.5%	539	1.6%	9.8%

出所：決算短信よりフィスコ作成

業績動向

各セグメントの状況は以下のとおりである。

管材類は売上高 10,637 百万円（前年同期比 11.8% 増）となった。新築住宅向けの需要は減少したが、リフォームにおける価格改定前の駆け込み需要の増加と、樹脂管材の価格改定に伴う商品価格への転嫁が 2 ケタ増収の主要因である。加えて、非住宅分野で半導体工場の設備投資意欲が強まり、バルブ類を中心とした金属管材の需要が増加した。

衛生陶器・金具類は売上高が 9,614 百万円（同 0.8% 増）となった。前年同期は、コロナ禍の影響で温水暖房便座や一体型便器などが供給不足となったが、在庫機能を生かすことで売上を伸ばすことができた。2024 年 3 月期第 1 四半期は、商品供給体制が回復し安定供給が可能となったことで売上は横ばい圏にとどまることとなった。

住宅設備機器類は売上高が 5,856 百万円（同 6.9% 減）となった。コロナ禍により発生した給湯器の供給不足が前年同期に解消した反動で、給湯機器関連商材の需要が減少した。

空調機器・ポンプは売上高が 7,839 百万円（同 10.2% 増）となった。2 ケタ増収は、業務用空調機器類の需要が大幅に増加したこと、前年同期に発生した海外ロックダウンなどの影響で供給体制が不安定化したポンプ類の出荷体制が改善されたことが主要因である。

中長期的な成長余地は大きい

5. 中長期成長イメージ

中期成長に向けて同社は、130 年以上の歴史を支えてきた「正直、親切、熱心、感謝」という変わらぬ基本精神に加え、「3 つのフル」「みらい活動」「進化活動」「ESG 活動」という取り組みを進める方針である。そのうえで、卸機能の強化や事業領域の拡大などを積極的に推進し、成長と進化の両立を図る考えだ。少子高齢化を背景に新築住宅市場は中長期的に厳しくなっていくことが予想されるものの、新しい生活様式を背景とした新商材に加え、リフォーム需要や公共施設・高齢者施設へのエアコン設置、都心再開発や頻発する自然災害による被害への対応、宿泊施設に対するインバウンドニーズの再拡大などに向けて、管材を深掘りするとともに、建材や電材ほか周辺商材へと拡大する方針だ。

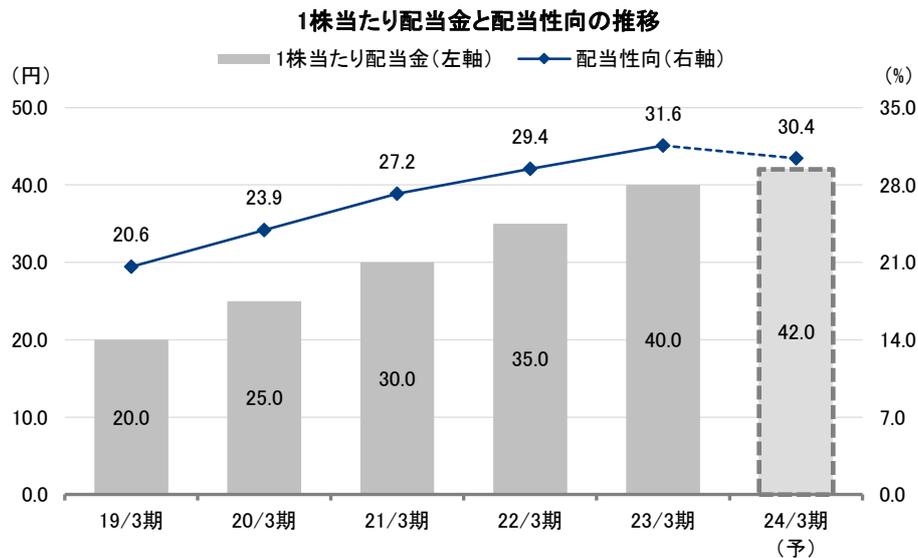
また、新規出店や M&A を通じて西日本エリアでの営業を強化、東南アジアでの展開も加速することが予想される。中長期的に成長を継続する可能性は大きいと思われるが、同社は事業領域を幅広く考えており、産官学と連携し「みらいイノベーション」を立ち上げ、AI や再生可能エネルギー、ロボット、ドローン、給排水といった新分野での共同開発やベンチャー投資を開始した。なかでも山梨県北杜市にある清里ロッジでの再生可能エネルギー及び給排水の実験は、将来的に HASHIMOTO SOGYO (THAILAND) CO.,LTD. を通じて東南アジアでの展開を目指しているようだ。こうした新分野への取り組みは、同社の成長と進化を促進していくことになると思われる。

株主還元策

8期連続の増配を予定するなど、積極的な株主還元

1. 配当方針

同社は利益配分について、収益力の向上を図ることにより株主に対し安定した配当を行うとともに、業績に応じた利益還元を行うことを基本方針としている。内部留保金については、経営環境の変化に対応できる企業体質の確立と、経営基盤の維持に使用する方針である。上記方針の下、今後も配当率3%、配当性向30%を基準に増配を続ける意向である。2023年3月期の配当については、流動性向上などを目的に2022年10月1日付けで1:2の株式分割を実施、これに伴って期初予想（中間配当金18.5円、期末配当金18.5円、年間配当金37.0円）から実質引き上げ、中間配当金20.0円、期末配当金20.0円、年間配当金40.0円とした。2024年3月期は、中間配当金21.0円、期末配当金21.0円、年間配当金42.0円を予定しており、2017年3月期以降8期連続の増配が見込まれる。



注：2022年10月1日付けで1:2の株式分割を実施、過去遡及修正済み
 出所：決算短信よりフィスコ作成

2. 株主優待制度

同社は、株主の日頃の支援に応えるとともに、同社株式への投資魅力を向上させ、より多くの株主に中長期的に保有してもらうことを目的に、株主優待制度を採用している。具体的には、毎年3月31日現在の株主名簿に記載された同社株式1単元（100株）以上を保有する株主を対象に、株主優待品QUOカード（1,000円相当）を贈呈している。なお、今後はさらなる株主還元も検討していく考えのようだ。

重要事項（ディスクレマー）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。

本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したのですが、フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートに掲載されている発行体の有価証券、通貨、商品、有価証券その他の金融商品は、企業の活動内容、経済政策や世界情勢などの影響により、その価値を増大または減少することもあり、価値を失う場合があります。本レポートは将来のいかなる結果をお約束するものでもありません。お客様が本レポートおよび本レポートに記載の情報をいかなる目的で使用する場合においても、お客様の判断と責任において使用するものであり、使用の結果として、お客様になんらかの損害が発生した場合でも、フィスコは、理由のいかんを問わず、いかなる責任も負いません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業への電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けて作成されていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、本レポート作成時点におけるものであり、予告なく変更される場合があります。フィスコは本レポートを更新する義務を負いません。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、フィスコに無断で本レポートおよびその複製物を修正・加工、複製、送信、配布等することは堅く禁じられています。

フィスコおよび関連会社ならびにそれらの取締役、役員、従業員は、本レポートに掲載されている金融商品または発行体の証券について、売買等の取引、保有を行っているまたは行う場合があります。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

■お問い合わせ■

〒107-0062 東京都港区南青山 5-13-3

株式会社フィスコ

電話：03-5774-2443（IR コンサルティング事業本部）

メールアドレス：support@fisco.co.jp