COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

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 >>>

2022年9月20日(火)

執筆:客員アナリスト **宮田仁光**

FISCO Ltd. Analyst Kimiteru Miyata







橋本総業ホールディングス 2022年9月20日(火) 7570 東証プライム市場 https://www.hat-hd.co.jp/ir/top

■目次

■要約	
1. 会社概要	
2. 事業概要	
3. 中期経営計画	
4. 業績動向	
■会社概要	
1. 会社概要	
2. 全国の拠点網	
事業概要────	
1. 取扱商品	
2. 業界環境	
3. 同社の強み	
4. 収益向上に向けた取り組み	
■中期経営計画——————	
1. 企業理念	
2. 中期経営計画「みらいプラン 2025」	
3. 「3 つのフル」	
4. 「みらい活動」	
5. 「進化活動」	
6. ESG 活動······	
7. 中長期成長イメージ	
業績動向———————	
1. 事業環境	
2. 2022 年 3 月期の業績動向	
3. 2023 年 3 月期の業績見通し	
4. 2023 年 3 月期第 1 四半期の進捗	
■株主還元策 ———————————	
1. 配当方針······	
2 # 子值注制 #	



2022 年 9 月 20 日 (火) https://www.hat-hd.co.jp/ir/top

■要約

「7 つのみらい」を中心に、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ことで増収増益を目指す

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徴で、一部エリアでは当日配送も可能となっている。なお、2022 年 3 月期のセグメント別売上高構成比は、管材類 28.6%、衛生陶器・金具類 30.7%、住宅設備機器類 17.7%、空調・ポンプ 21.9% 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・空調機器合わせて約 5 兆円と大きい。国内では新型コロナウイルス感染症拡大(以下、コロナ禍)対策や少子高齢化といった課題を抱えているものの、足元の住宅メーカー受注は堅調であるほか、コロナ禍対策商材など新分野の伸長、共働き世帯の増加に伴う保育施設や家事楽商材の増加、公共施設や高齢者施設へのコロナ禍対応設備の設置など、需要は拡大している。中長期的な市場環境は堅調で、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、土木などへと事業領域を拡大していく考えである。

※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「環境・設備商品の流通とサービスを通じて、快適な暮らしを提供する」という企業理念の下、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」という「3つのベスト」を追求することで、取引先の課題を解消し社会に役立つことをビジョンとしている。このような企業理念の下、同社は中期経営計画「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、自己資本比率 45% 以上、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、自己資本比率 60% 以上を目指している。



2022 年 9 月 20 日 (火) https://www.hat-hd.co.jp/ir/top

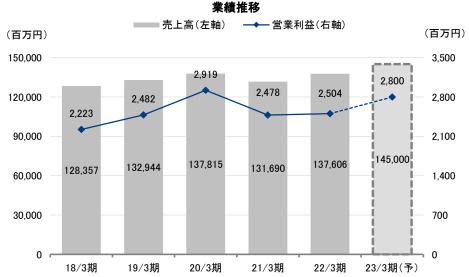
要約

4. 業績動向

2022 年 3 月期の業績は、売上高 137,606 百万円 (前期比 4.5% 増)、営業利益 2,504 百万円 (同 1.0% 増)となった。一部商品の供給遅延等に対して同社は、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、スピード感を持って情報を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。2023 年 3 月期の業績見通しについて、売上高 145,000 百万円 (前期比 5.4% 増)、営業利益 2,800 百万円 (同 11.8% 増)を見込んでいる。「7 つのみらい」を中心に、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、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し、引き続きコスト削減を図る方針だ。2023 年 3 月期第 1 四半期は、売上高 32,886 百万円 (前年同期比 5.9% 増)、営業利益 415 百万円 (同 15.5% 増)、上期予想に対する進捗率は、売上高で 49.8% (前年同期は 47.2%)、営業利益で 33.2% (同 29.2%)と順調に推移している。トピックスとしては、2023 年 3 月期に全国 7 ヶ所での開催を予定している「みらい市」がある。なかでも 2 期連続で中止となった「東京みらい市」は、ハイブリッド型の「WEB みらい市」として、過去最高の来場者数を予定している。リアル開催の「みらい市」は、仕入先や取引先同士が直接コンタクトできる非常に有効な機会であることから、売上拡大に拍車をかける計画である。

Key Points

- ・130年超の歴史を誇る、水回りに強い管工機材・住宅設備機器の1次卸
- ・「7 つのみらい」を踏まえた中期計画「みらいプラン 2025」を策定。2026 年 3 月期売上高 1,650 億円、経常利益率 3% 以上を目指す
- ・既存分野でのシェアアップと地域密着型営業に取り組むことで、2023 年 3 月期は増収・2 ケタ営業増益を見込む。第 1 四半期の進捗は順調



注:「収益認識に関する会計基準」等を 22/3 期から適用しており、21/3 期の各値は比較のため遡及修正している 出所:決算短信よりフィスコ作成



https://www.fisco.co.jp

橋本総業ホールディングス 7570 東証プライム市場

2022 年 9 月 20 日 (火) https://www.hat-hd.co.jp/ir/top

■会社概要

水回りに強い管工機材・住宅設備機器の1次卸、 県別の営業体制で全国をフルカバー

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・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、新規事業領域へも進出している。

※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、戦後の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の取引先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、ESG活動など、新たな時代に対応した施策を積極的に推進している。





2022年9月20日(火)

https://www.hat-hd.co.jp/ir/top

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	業務合理化にコンピュータ(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)空気調和・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

出所:ホームページ、会社リリースよりフィスコ作成



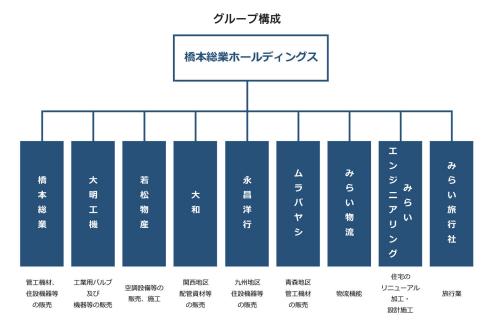
2022 年 9 月 20 日 (火) https://www.hat-hd.co.jp/ir/top

会社概要

2. 全国の拠点網

同社グループは、持株会社の同社及び子会社の橋本総業(株)など、連結子会社9社により構成されている。このうち橋本総業は、全国に46拠点(本社のほか29支店、12営業所、4特需部、1住設事業部)及び5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13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、全国を網羅している。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汲み取ってシェアを拡大している。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、関西方面など拠点の拡張余地は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・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の鋼管の販売、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。なお、隣接業界の建材商社トップである JK ホールディングス <9896> と、経営資源・ノウハウの相互活用、営業面などでの協力体制の構築を目的に業務提携をしている。また、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、HASHIMOTO SOGYO (THAILAND) の設立、大和と橋本総業関西特需部の統合、オーテック <1736> との業務提携など、グループの動きが活発化している。



出所:会社資料よりフィスコ作成



2022年9月20日(火) https://www.hat-hd.co.jp/ir/top

■事業概要

主要倉庫で売れ筋を在庫するとともに、 各拠点で地域に密着した商材を取りそろえていることが強み

1. 取扱商品

同社の取扱商品は、管類、継手類、バルブ類、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・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設備の積水化学工業 <4204> や衛生陶器の TOTO、建材・電材のパナソニックホールディングス <6752>、バルブのキッツ <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力メーカーが多い。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外すことのできない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1万点以上を在庫しているが、各拠点でも地域に密着した在庫を約1,000点取りそろえている。なお、2022年3月期のセグメント別売上高構成比は、管材類28.6%、衛生陶器・金具類30.7%、住宅設備機器類17.7%、空調・ポンプ21.9%となっている。



各セグメントの主要商品

出所:中期経営計画よりフィスコ作成



https://www.fisco.co.jp

橋本総業ホールディングス 7570 東証プライム市場 2022年9月20日(火) https://www.hat-hd.co.jp/ir/top

事業概要

管材関連約5兆円の市場を深掘りするとともに、 建材・電材も取り込む考え

2. 業界環境

FISCO

同社の取扱商材は管材類や衛生陶器・金具類、住宅設備機器類、空調・ポンプで、業界としては建築資材業界、なかでも管材業界になる。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、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。国内ではコロナ禍対策や少子高齢化といった課題を抱えているものの、足元の住宅メーカー受注は堅調であるほか、コロナ禍対策商材など新分野の伸長、共働き世帯の増加に伴う保育施設や家事楽商材の増加、公共施設や高齢者施設へのコロナ禍対応設備の設置など、需要は拡大している。中長期的な市場環境は堅調で、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、土木などへと事業領域を拡大していく考えである。



同社の関連マーケット



2022 年 9 月 20 日 (火) https://www.hat-hd.co.jp/ir/top

事業概要

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

3. 同社の強み

近年、MRO (間接資材) **の販売において、MonotaRO<3064> やアスクル <2678>、アマゾン・ドット・コム <AMZN> などインターネット通販業態の成長が目覚しい。建築資材全般を幅広く品ぞろえしていることから市場侵食が懸念されたものの、既存流通への影響は「1人親方」と呼ばれる個人経営の職人など一部にとどまっている。これは、既存流通は品ぞろえの多さ、情報力や提案力、発注から配送までの一連の作業をプロ同士が効率良く行うことによる。この結果、工事店の多くでは既存流通が支持されている。同社についても、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あるため、ほとんど影響を受けていないようだ。

** Maintenance, Repair and Operations の略。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。

同社は、取引先向けに商品情報や地域~マクロの情報、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しているほか、設計段階から見積もりに参加するなどし、業界に深く関わっている。この結果、流通を高付加価値化し、仕入先との取り組みもより深いものとなる。このようにして同社は、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ている。これを同社は、仕入先、販売店、工事店及び同社による「4位1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言える。このほかにも、主要倉庫や各拠点で在庫を取りそろえていることや、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、同社独自の強みがある。特に、IT技術については積極的に活用している。土日祝日も含め24時間365日いつでも注文や在庫検索のできる会員専用Webサイト「OPS」を運営している。またネットカタログ「e 設備 NET/PRO」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受注は既に売上の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ことを目指している。これらの強みが評価され、同社は工務店の多くから支持されていると弊社では見ている。

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が向上

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と取扱商材を拡大することで取引メーカー数を増やしていった。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、足元ではおおむね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 を積極化することでグループを拡大させていることから、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、西日本の深耕や、管材から電材や建材への領域拡大、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。ここ数年、収益性が向上しているが、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ことにより、在庫リスクを取るようになったことが背景にあると考えられる。一方、コロナ禍や原材料価格高騰のように在庫リスクが取りづらい状況になった場合には、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改善を図っている。このように、在庫の積み増しと仕入・販売価格のコントロールが、同社の収益性向上に寄与していると弊社では見ている。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項(ディスクレーマー)をお読みください。 Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.



2022 年 9 月 20 日 (火) https://www.hat-hd.co.jp/ir/top

■中期経営計画

「環境・設備商品の流通とサービスを通じて、快適な暮らしを提供する」

1. 企業理念

同社は「環境・設備商品の流通とサービスを通じて、快適な暮らしを提供する」という企業理念の下、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」という「3つのベスト」を追求することで、「企業価値を上げて、7つのステークホルダーに貢献する」ことをビジョンとしている。具体的には、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/PRO」を通じて、最適に組み合わさ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。さらに、株主に対しては 1 株当たり当期純利益を増加させることで株価や配当を充実させ、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を拡充し、社会に対しては環境課題などに取り組むことで、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。

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」

このような企業理念の下で同社は、コロナショックと大変化の時代に「7つのみらい」(「コロナ対応」「環境エネルギー」「中古住宅流通、リフォーム」「健康、快適」「安全、安心」「地域活性化」「IT 技術の活用」)を踏まえた中期計画「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、自己資本比率 45% 以上、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、自己資本比率 60% 以上を目指している。一方で、これらの中期的な取り組みに向けて、予算の達成、CS の向上、成長への取り組みなどからなる短期施策「10 の約束」も毎期策定し、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行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。



2022年9月20日(火)

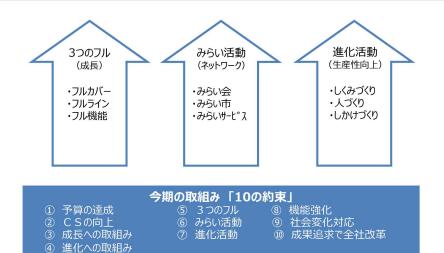
https://www.hat-hd.co.jp/ir/top

中期経営計画

みらいプラン 2025

みらいプラン2025

売上高1,650億円 経常利益60億円 自己資本比率45%以上



出所:中期経営計画より掲載

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」

中期の取り組みのうち、「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る。「3 つのフル」を追求することで成長し、ステークホルダーと共に栄えようという考えである。「フルカバー」は、既述のとおり、県別営業体制によってそれぞれの建築需要に対応することで、日本全国どこでも対応可能となることを目指している。「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ができることを指している。管材のみならず土木、建材、電材、工具など新規分野にも積極的に対応している。「フル機能」は、どんなことにでも対応するということで、「対応、価格、在庫、配送、販促、研修、情報」の基本 7 機能、「事前の見積、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。



2022 年 9 月 20 日 (火) https://www.hat-hd.co.jp/ir/top

中期経営計画

「みらい活動」は業界最大かつ最良のネットワーク

4. 「みらい活動」

同社のバリューチェーンづくりを「みらい活動」と言い、業界最大かつ最良のネットワークの構築を進めている。「みらい活動」では、販売店、仕入先、工事店の各会員と同社が「4位1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」を開催することで、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」を提供している。

(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 500 社(967 事業所)、仕入先メーカー 155 社(744 事業所)、建設みらい会 74 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、販売先からメーカーへのフィードバックも多く、仕入先にとっても非常に有益な会となっている。

(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月期及び2022年3月期は、最大規模となる「東京みらい市」及び「みらい会」総会がコロナ禍により中止となったが、2020年3月期に開催された「東京みらい市」は、メーカー400社以上が出展、来場者数は15,000人を超える大規模なイベントであった。なお、2023年3月期の「東京みらい市」については、2020年3月期を上回る規模での開催が予定されている(詳細は後述)。このほかにも、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、ネット上で「みらい市」を体験できる「WEBみらい市」も開催している。特に、リアル開催のみらい市と並行して、コロナ禍に伴う外出自粛に対応したハイブリッド型の「WEBみらい市」を充実・強化している。リアルとオンラインのどちらからでも参加できるだけでなく、発注もリアルとオンラインで対応できる。リアルを好む参加者がいる一方で、オンラインによる利便性向上を歓迎する参加者も多く、ハイブリッド型は動員数拡大に寄与しているようだ。

過去に開催された「みらい市」





















出所:会社資料より掲載



2022 年 9 月 20 日 (火) https://www.hat-hd.co.jp/ir/top

中期経営計画

(3)「みらいサービス」

「みらいサービス」は、販促、支援、研修、ITといった商売や経営に役立つサービスとして、幅広く取引先に 浸透している。販促ツールとしては、社名入りの総合管材百科(カタログ)である「みらい百科」、市況や経済、商品の最新情報を毎月届ける「月刊みらい」などがある。研修は、毎月本社などで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、商品研修などである。IT サービスとしては、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。ほかに も重要テーマ別分科会や製販懇談会、工場研修などのサービスがあるが、サービス別に別会社化して運営して いる点に特徴がある。

「進化活動」を通じて取引先の生産性を向上

5.「進化活動」

「進化活動」は、「しくみ作り、人作り、しかけ作り」を通じて、同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。「人作り」では、仕事の基本、商品知識、業界資格の習得などによりプロ人材の育成に取り組んでいる。「みらいアカデミー」では、対面(橋本学校)とオンラインを併用した研修や、大規模研修施設「東雲研修センター」での施工研修を開催している。これらは、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がっていると考えられる。「しかけ作り」では、基本(5S:整理・整頓・清掃・清潔・しつけ)の徹底、情報・行動・成果の見える化、チーム活動、「みらいクラウド」などのITを活用した業務効率化を支援している。

「7 つのみらい」を見据えて ESG 活動を強化

6. ESG 活動

同社は、従来より ESG(Environment, Social, Governance:環境・社会・企業統治)や SDGs(Sustainable Development Goals:持続可能な開発目標)への対応を重視していたが、「7 つのみらい」を見据えて ESG 活動をさらに強化している。なかでも、独自の取り組みとして「H-SDG」と称し、Health、Society、Digital、Green の分野に注力しており、それぞれ 10 程度のプロジェクトを実行することで環境と社会に貢献していく考えである。「Health」では健康企業を目指し、健康(「金の認定」(健康企業宣言東京推進協議会)の取得)、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)をテーマに取り組んでいる。「Society」ではプライム市場上場維持のほか、産学連携、社会貢献、タイを中心とする海外連携に取り組んでいる。「Digital」では DX(デジタルトランスフォーメーション)への取り組みとして、社内 DX(生産性向上、効率化推進)、システム連携(自社開発システムを通じた取引先との連携強化)、「みらいクラウド」の業界プラットホーム化に取り組んでいる。「Green」では 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のほか、水フォーラムや給排水設備研究会への参画などに取り組んでいる。



2022年9月20日(火)

https://www.hat-hd.co.jp/ir/top

中期経営計画

サステナビリティ活動 (SDGs 活動)



出所:中期経営計画より掲載

流通の効率化と事業領域の拡大によって 「みらいプラン 2025」の達成を目指す

7. 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」という取り組みを継続的に進める方針である。そのうえで、卸機能の強化とともに事業領域の拡大など積極経営を推進し、成長と進化を図っていく。少子高齢化を背景に新築住宅市場は中長期的に厳しいと予想されるものの、「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、長期的には都心再開発や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、管材を深掘りし、周辺商材へと事業領域を拡大する余地は依然大きいと思われる。これまで営業拠点の新設・強化、物流面や企画提案面での新たな仕組みの構築、タイ現地法人設立、業務提携、組織改編と事業領域の強化・拡大などを進めてきたが、今後も流通の効率化と事業領域の拡大を進めることで「みらいプラン 2025」の達成を目指す。



2022 年 9 月 20 日 (火) https://www.hat-hd.co.jp/ir/top

■業績動向

「7 つのみらい」を中心に、既存分野でのシェアアップと地域密着型営業に取り組むことで、 2023 年 3 月期は増収・2 ケタ営業増益を見込む。 第 1 四半期の進捗は順調

1. 事業環境

2022 年 3 月期から 2023 年 3 月期にかけて、日本経済はコロナ禍の影響による停滞感は残るものの、製造業を中心とした設備投資の再開などにより、回復の兆しを見せはじめている。同社が属する建設業界においても、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が増加しているほか、公共投資やリフォーム投資もプラスで推移している模様である。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が好調で、中長期的にも拡大が期待されている。一方、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ている。同社で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たほか、仕入先との連携を強化して代替品提案や納期管理などを行っている。

2022 年 3 月期業績は増収増益、全セグメントで増収

2. 2022 年 3 月期の業績動向

2022年3月期の業績は、売上高137,606百万円(前期比4.5%増)、営業利益2,504百万円(同1.0%増)、経常利益3,424百万円(同3.9%増)、親会社株主に帰属する当期純利益2,407百万円(同7.8%増)となった。2022年3月期から「収益認識に関する会計基準」等を適用しており、旧基準と比較し売上高で2,999百万円、営業利益で505百万円それぞれ減少した。しかしながら、営業利益の減少は営業外費用から仕入原価に振替したものであり、経常利益及び親会社株主に帰属する当期純利益については当該基準等適用の影響はない。また、当該基準等の適用により、売上高については、手数料(口銭)商売にもかかわらず仕入と売上が立っていた取引が口銭だけの計上に、売上割引については、金利収入扱いから売上値引きと同様の扱いとなる。





2022 年 9 月 20 日 (火) https://www.hat-hd.co.jp/ir/top

業績動向

2022 年 3 月期連結業績

(単位:百万円)

	21/3 期				
	実績	売上比	実績	売上比	増減率
	131,690	100.0%	137,606	100.0%	4.5%
売上総利益	13,825	10.5%	14,531	10.6%	5.1%
販管費	11,346	8.6%	12,027	8.7%	6.0%
営業利益	2,478	1.9%	2,504	1.8%	1.0%
経常利益	3,294	2.5%	3,424	2.5%	3.9%
親会社株主に帰属する当期純利益	2,233	1.7%	2,407	1.7%	7.8%

注:「収益認識に関する会計基準」等を 22/3 期から適用しており、21/3 期の各値は比較のため遡及修正している 出所:決算短信よりフィスコ作成

一部商品の供給遅延等に対して同社は、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した。また、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、情報を的確にスピード感を持って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。各セグメントや各営業拠点では、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。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。

トピックスとしては、営業ネットワークの強化が挙げられる。事業環境が堅調であることから、2020 年 4 月に 滋賀営業所を移転し 1.3 倍に増床、仕入先の拡販策実行のためのフリースペースを設置したほか、南関東ブロック (神奈川・相模原・川崎) での売上拡大を目指し、相模原支店の事務所及び倉庫の移転、川崎支店の新設、神奈川支店の移転を実施した。

2022 年 3 月期セグメント別売上高

(単位:百万円)

	21/3	3 期	22/3 期			
	実績	売上比	実績	売上比	増減率	
管材類	37,231	28.3%	39,408	28.6%	5.8%	
衛生陶器・金具類	40,572	30.8%	42,226	30.7%	4.1%	
住宅設備機器類	22,923	17.4%	24,317	17.7%	6.1%	
空調機器・ポンプ	29,692	22.5%	30,110	21.9%	1.4%	
その他	1,270	1.0%	1,543	1.1%	21.5%	

注:「収益認識に関する会計基準」等を 22/3 期から適用しており、21/3 期の各値は比較のため遡及修正している 出所:四半期報告書よりフィスコ作成





橋本総業ホールディングス

2022年9月20日(火) 7570 東証プライム市場 https://www.hat-hd.co.jp/ir/top

業績動向

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 39,408 百万円(前期比 5.8% 増)となった。住宅分野では、コロナ禍により延期となってい た新築住宅の着工が進んだほか、生活様式の変化に伴いリフォーム需要が増加した。非住宅分野でも設備投資需 要が回復し、大型案件の着工が進展した。第3四半期以降は、素材価格高騰による商品価格改定が続き、価格 転嫁が進んだ結果、管材類の売上が伸長した。このようななかで同社は、在庫商材の拡充、物流機能の活用、商 材の拡大に注力し、商品の安定供給に努めた。

衛生陶器・金具類の売上高は 42,226 百万円(前期比 4.1% 増)となった。新設着工戸数におけるコロナ禍の影 響は未だ収束が見られないものの、職場環境の変化に伴う移住需要の高まりに伴い増加した。リフォーム需要に ついても、生活様式の変化による設備の交換需要が増加した。非住宅分野は非接触商品需要の高まりに伴い、ト イレの自動洗浄や水栓の交換需要が好調に推移した。一方、第3四半期以降は、商品供給の減少により温水暖 房便座や一体型便器の売上が減少した。

住宅設備機器類の売上高は 24,317 百万円(前期比 6.1% 増)となった。給湯機器分野では、コロナ禍の影響に 伴う半導体不足により、部材調達が困難な状況となり生産が減少した。このため、故障による取替需要について は修理等で対応した。エコキュートはメーカーにより供給量が異なるものの、需要は増加した。キッチン設備は ショールーム展示会やイベントなどの自粛により営業活動に制限があったものの、オンラインでの商談やショー ルームを予約制にするなどの対応により好調に推移した。

空調・ポンプの売上高は 30,110 百万円(前期比 1.4% 増)となった。空調機器類の需要は、補助金等の影響に より上期は好調に推移した一方、下期は減少したため、通期では前期並みとなった。住宅用空調機器については、 高機能タイプのルームエアコンが増加したほか、寒冷地域では暖房用としての需要が増加した。業務用空調機、 汎用ポンプ、家庭用ポンプは堅調に推移した。換気扇の需要は住宅竣工件数と連動する形で推移した。また、汎 用ポンプはモーターなどの部材調達が困難な状況となった。

2023 年 3 月期業績は仕入・販売価格の管理強化により 増収増益を見込む。「東京みらい市」では過去最高の来場者を計画

3. 2023 年 3 月期の業績見通し

2023 年 3 月期の業績見通しについて同社は、売上高 145,000 百万円(前期比 5.4% 増)、営業利益 2,800 百万円 円(同11.8%増)、経常利益3,700百万円(同8.1%増)、親会社株主に帰属する当期純利益2,500百万円(同 3.8% 増)を見込んでいる。「7 つのみらい」を中心に、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 に取り組む方針だ。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。なお、現時点ではコロナ禍の影響を正確に予測することは困難であるた め、上期については前年同期並み、商品供給の回復により通期では前期を上回る予想としている。



2022年9月20日(火) https://www.hat-hd.co.jp/ir/top

業績動向

2023年3月期連結業績見通し

(単位:百万円)

	22/3 期		23/3 期		
	実績	売上比	予想	売上比	増減率
売上高	137,606	100.0%	145,000	100.0%	5.4%
営業利益	2,504	1.8%	2,800	1.9%	11.8%
経常利益	3,424	2.5%	3,700	2.6%	8.1%
親会社株主に帰属する当期純利益	2,407	1.7%	2,500	1.7%	3.8%

出所:決算短信よりフィスコ作成

トピックスとしては、「みらい市」の開催が挙げられる。2023 年 3 月期は全国 7 ヶ所での開催を予定しているが、なかでも 2 期連続で中止となった「東京みらい市」の開催は注目に値する。ハイブリッド型の「WEB みらい市」として 2022 年 10 月 14・15 日に開催し、来場者数は過去最高(2019 年の 15,000 人超)を超える 20,000 人(リアル 12,000 人、Web8,000 人)を予定している。「7 つのみらい」に沿ったテーマで構成され、新 OPS やライブコマース、IT タウン、新カテゴリー(白物家電)など、進化した提案を行うようだ。リアル開催の「みらい市」は、仕入先や取引先同士が直接コンタクトできる非常に有効な機会であることから、売上拡大に拍車をかける計画である。

2023年3月期第1四半期も順調な進捗

4. 2023 年 3 月期第 1 四半期の進捗

2023 年 3 月期第 1 四半期の業績は、売上高 32,886 百万円(前年同期比 5.9% 増)、営業利益 415 百万円(同 15.5% 増)、経常利益 700 百万円(同 7.1% 増)、親会社株主に帰属する四半期純利益 491 百万円(同 39.8% 減)となった。また、上期予想に対する進捗率は、売上高で 49.8%(前年同期は 47.2%)、営業利益で 33.2%(同 29.2%)であった。温水暖房便座(部材)やユニットバス設置用の浴室乾燥暖房機などが年内に回復見込みであること、2023 年 3 月期はコロナ禍からの回復途上にあることなどから、例年以上に第 2 四半期以降に偏重した予想となっていることを考慮すれば、順調であると弊社では見ている。なお、親会社株主に帰属する四半期純利益については、前年同期の固定資産売却益の剥落により、減益となった。

2023年3月期第1四半期連結業績

(単位:百万円)

	22/3 期 1Q			23/3 期 1Q			
	実績	売上比	進捗率	実績	売上比	前年同期比	進捗率
売上高	31,063	100.0%	47.2%	32,886	100.0%	5.9%	49.8%
売上総利益	3,346	10.8%	46.8%	3,556	10.8%	6.3%	-
販管費	2,987	9.6%	50.5%	3,141	9.6%	5.2%	-
営業利益	359	1.2%	29.2%	415	1.3%	15.5%	33.2%
経常利益	653	2.1%	37.8%	700	2.1%	7.1%	40.0%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	815	2.6%	55.9%	491	1.5%	-39.8%	42.7%

注: 22/3 期 1Q 進捗率は 22/3 期上期実績に対する進捗率、23/3 期 1Q 進捗率は 23/3 期上期計画に対する進捗率

出所:決算短信よりフィスコ作成





2022年9月20日(火) https://www.hat-hd.co.jp/ir/top

業績動向

セグメント別では全セグメントで増収となった。詳細は以下のとおりである。

管材類の売上高は9,510百万円(前年同期比3.8%増)となった。金属管材類を中心とした建築設備商品の需要は減少したものの、原料価格高騰などの影響から商品価格の値段が相次いだことに伴い価格改定を実施したこと、新築住宅及びリフォーム需要の回復により、樹脂管材類の需要が増加した。

衛生陶器・金具類の売上高は9,541百万円(前年同期比2.4%増)となった。コロナ禍による海外サプライチェーンの影響に伴い、温水暖房便座や一体型便器などの供給量に制限を受け販売台数が低迷したものの、新築住宅及びリフォーム需要の増加が寄与した。

住宅設備機器類の売上高は 6,292 百万円(前年同期比 18.2% 増)となった。前年同期はコロナ禍の影響で商品の供給量に制限があったが、当四半期は給湯器類を中心に商品の供給量が大幅に増加し、好調に推移した。

空調・ポンプの売上高は7,111百万円(前年同期比3.2%増)となった。前年同期はコロナ禍の影響で空調機器類の供給量に制限があったが、当四半期は供給量が増加したこと、また例年よりも早い梅雨明けにより換気・空調機器類の需要が大幅に伸長したことが寄与した。



2022年9月20日(火) https://www.hat-hd.co.jp/ir/top

■株主還元策

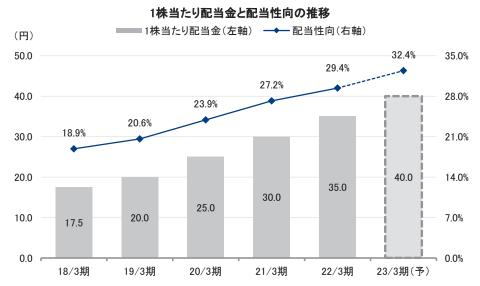
株式分割及び増配を発表

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。

2022 年 3 月期の配当**については、中間配当金 17.5 円(普通配当 16.0 円、創業 130 周年記念配当 1.5 円)、 期末配当金 17.5 円(普通配当 16.5 円、創業 130 周年記念配当 1.0 円)、年間配当金 35.0 円を実施した。2023 年 3 月期については、流動性向上などを目的に 2022 年 10 月 1 日付で 1:2 の株式分割を実施予定であること に伴い、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)を引き上げ、中間配当金 20.0 円、期末配当金 20.0 円、年間配当金 40.0 円を予定している。この場合、2017 年 3 月期以降 7 期連続の 増配となり、評価に値する。

※ 2022 年 10 月 1 日付で実施予定の株式分割に伴い、過去遡及した値。以下、同様。



注:2022年10月1日付で1:2の株式分割を実施予定につき、過去遡及修正済み

出所:決算短信よりフィスコ作成





2022 年 9 月 20 日 (火) https://www.hat-hd.co.jp/ir/top

株主還元策

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。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)を贈呈しているが、今後はさらなる株主還元も検討していく考えだ。



重要事項 (ディスクレーマー)

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・表示したものですが、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

メールアドレス: support@fisco.co.jp

電話:03-5774-2443(IR コンサルティング事業本部)