The Specialist in Filtration
YAMASHIN

東証プライム市場

6240

中期経営計画

Fly to the next stage!

説明資料

ヤマシンフィルタ株式会社
2024年11月14日

2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

ヤマシンフィルタの強みと振り返り

2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

建機用フィルタ事業にみるヤマシンフィルタの特徴①

Tier1メーカーとして、建機業界や顧客ビジネスに対するナレッジ・1次情報を豊富に保有、それらをもとに製品開発・最適供給することで顧客価値を最大化、トップシェアを誇る

POINT.1

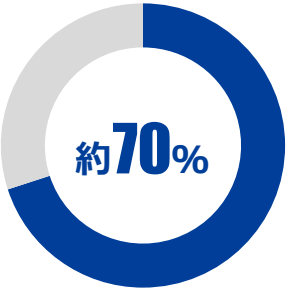
建設機械分野でフィルタ製品を供給する

Tier1メーカー

POINT.2

建設機械用油圧フィルタ

世界シェアNo.1



国内における主要建機向け油圧フィルタ売上シェア（2012年度）出典：矢野経済研究所

顧客（建機メーカー）

全部門で業界・顧客の課題やニーズを把握することで、新たな顧客価値を最大化

The Specialist in Filtration YAMASHIN

- 顧客窓口
- 営業
- 研究開発
- 生産

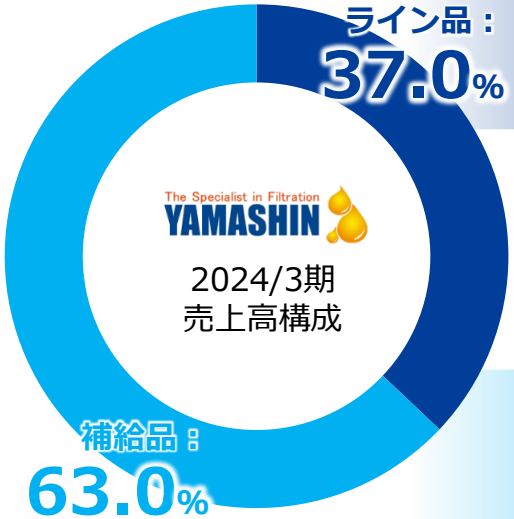
顧客ニーズを満たす3つの強み

- 高度な提案力
- キーパーツを独自開発
- 優れたサプライチェーン

2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

建機用フィルタ事業にみるヤマシンフィルタの特徴②

新車ライン品と交換用のアフターマーケット品を組み合わせることで、安定した収益構造を実現
加えて市場の情報やニーズを把握し、新たな開発につなげるサイクルを確立



サポート活動を通じて得た情報やニーズを活かし
新たなライン品を開発

フィルタの交換サイクルにあわせ
補給品を提供

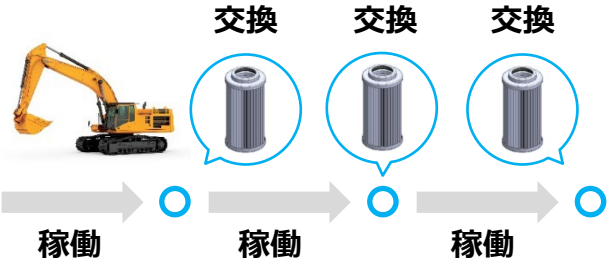
市場情報・現場のニーズ

新車市場（ライン品）

市場の特徴

- 新規顧客の獲得が可能
- 新車生産台数と連動
- 景気変動に左右されやすい

アフターマーケット（補給品）



市場の特徴

- 利益率が高い
- 安定的なストック市場
- 景気変動に左右されにくい

建機メーカー＆代理店と共同で純正部品を使ってもらうための
サポート活動を実施

2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

2024年3月期までの振り返りと課題

経営の付加価値を示すMAVY's※1は過去５年間マイナスで推移

外的要因

- COVID19の影響による物価、原材料・輸送コスト高騰などの影響
- 世界情勢の不安（紛争など）による中国事業の見直し
- 地政学リスクの顕在化による需要環境の大幅な変動

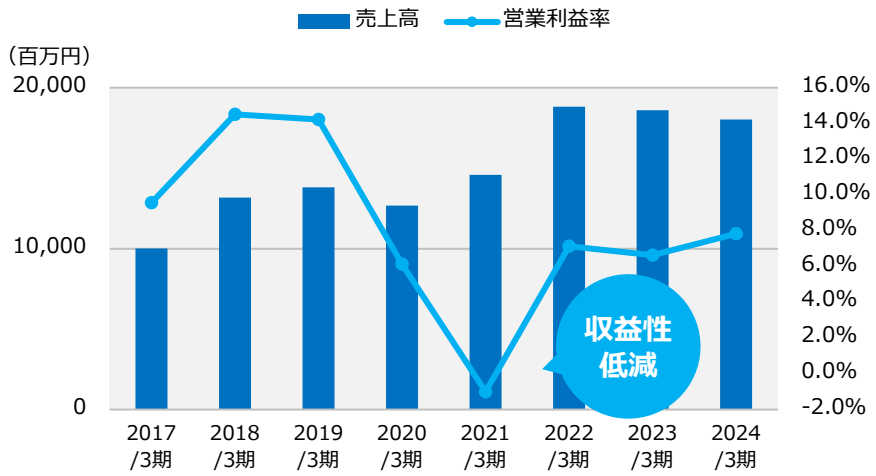
内的要因

- 原材料価格の上昇に対し、価格転嫁への遅れ
- 新規事業ポートフォリオ確立の遅れ
- グループガバナンス課題

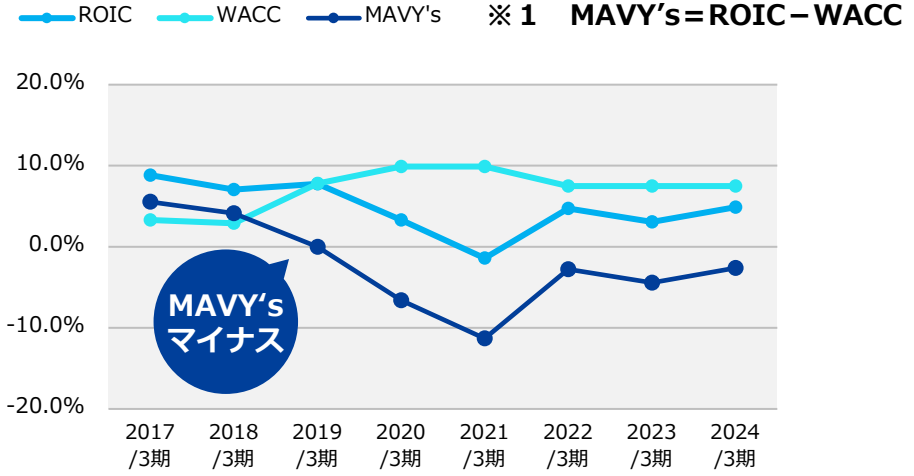
事業面の変化

- M&Aによる連結子会社の取得
- マスク事業の減損等により収益性が悪化
- 人財面のリソースの増加
- ESG関連、人的資本コスト増

売上高・営業利益率の推移



主要経営指標の推移



2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

中期経営計画2027
Fly to the next stage!の全体像

2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

中期経営計画の位置づけ

過去 2018-2024	中期経営計画2027 Fly to the next stage! 2025年３月期-2028年３月期	ありたい姿 2029年３月期以降
グローバルニッチトップで高い収益率を保持していたが2020年以降COVID19の影響により原料高・輸送コストが業績に影響	グローバルトップ企業として飛躍的成長を目指す	次のグローバルスタンダードを作る唯一無二の総合フィルタメーカーへ
実施した施策 ■ 収益基盤の改善に注力 ■ ガバナンスの再構築を実施 ■ 新規領域進出の見直し	新たな価値創造の取り組み 資本コストを意識した経営の強化 ESG経営の推進	**目指す方向性と戦略** ■ フィルタ経済圏の拡充 ■ 環境課題や社会要請に応える製品開発 ■ フィルタの事業領域を再定義・拡大する挑戦

2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

新中期経営計画の概要

「仕濾過事」を具現化し、新たなステージへ

建機用フィルタ

- 多様なアプローチによるシェア拡大
- 高付加価値製品の導入
- アフターマーケット活動の進化

エアフィルタ

- 既存商流の強化
- 直販体制の強化
- ろ材の拡販

企業価値を向上させるMAVY's経営の実践

財務情報 KPI（2028/3期）

- MAVY's（独自指標）2%以上
- ROIC 10%以上
- WACC 7.3%

株主還元 KPI（2028/3期）

- DOE 10%
- 配当性向80%

サステナブルな社会の実現を目指したESG経営

非財務情報 KPI（2028/3期）

ESG 投資指数

- FTSEスコア4.0以上
- CDP気候変動 スコアA取得

2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

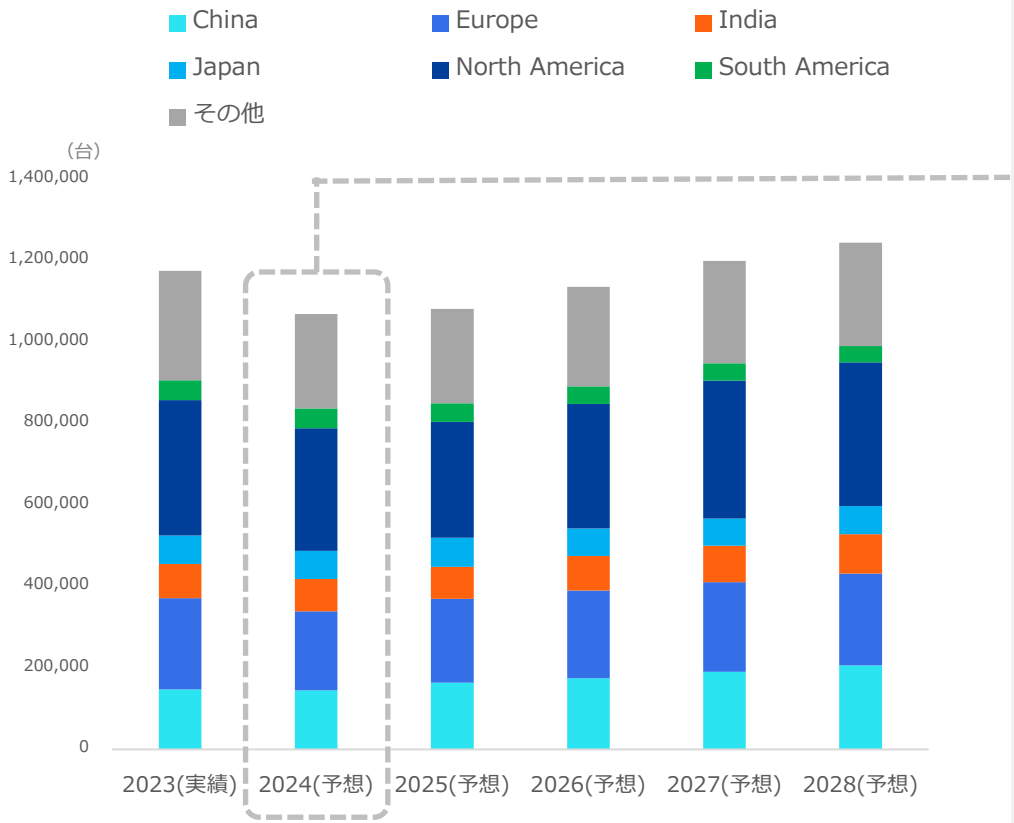
新たな価値創造の取り組み

2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

建機フィルタ業界を取り巻く外部環境

需要反動の影響で足元は調整局面であるが、将来的には上昇傾向にある

建機需要　今後の予想



出典：Off-Highway社レポートより当社にて作成

2024年度の見通し

北米市場

非常に強い北米市場も調整局面にあるが、来年以降はさらなる景気刺激策とインフレ抑制法のようなインフラ支出が期待されており、今後の需要を牽引する見通し

アジア市場

非常に強い人口増加による労働力確保が今後も成長を牽引する。総選挙の影響も限定的であり、資源価格が高い水準にあることから今後も期待できる市場

欧州市場

高金利は建設機械市場にも直接的な打撃を与えており、多くの購入者は、資金調達コストの高さと、今後18か月以内に金利が引き下げられるとの見通し

中国市場

不動産セクターの回復はまだ時間がかかる見通し。伝統的な景気刺激策は地方政府にも余力がないことから、当分の間は低調に推移すると予想する

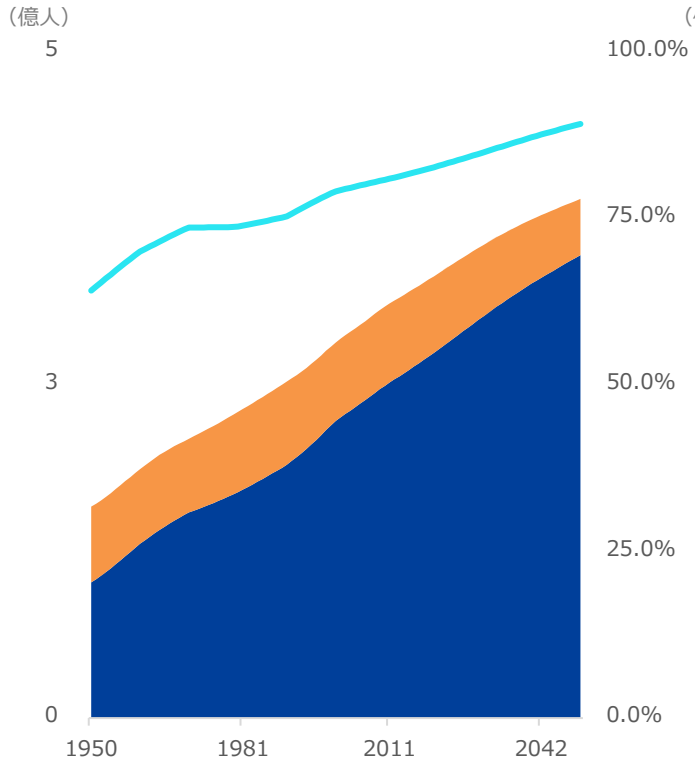
2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

建機フィルタ業界を取り巻く外部環境

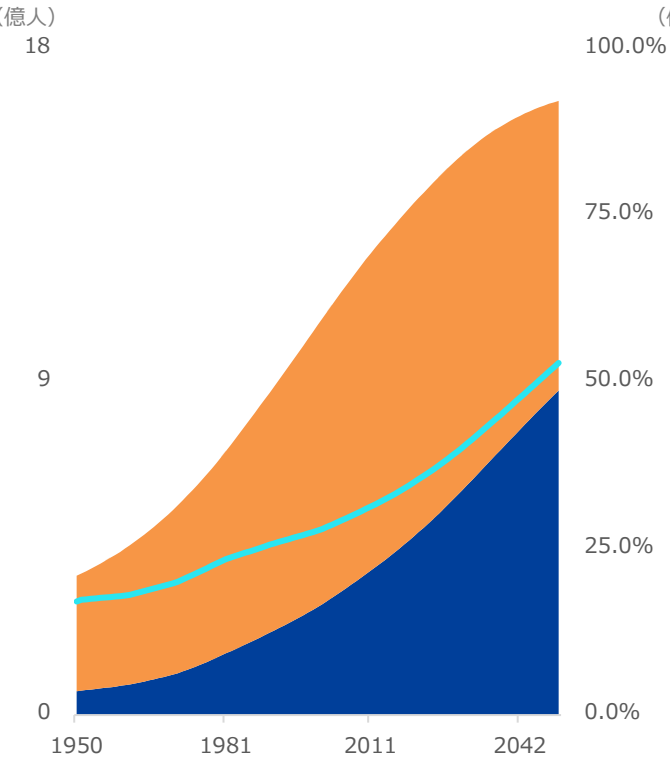
建機需要との連動性が高い都市人口比率は、長期的に上昇が続き成長余地は大きい

都市部vs農村部人口の推移

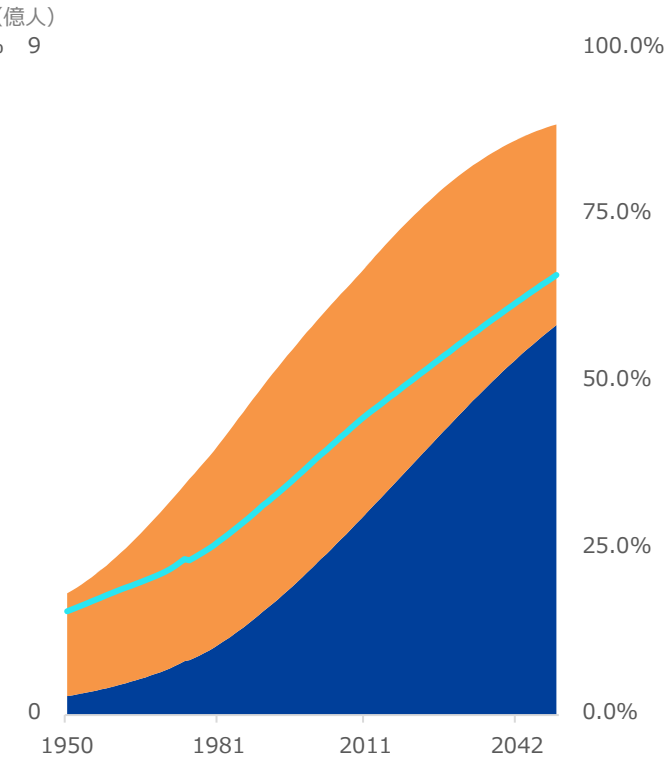
アメリカ



インド



東南アジア



出典：WUP各種レポートより当社にて加工 https://population.un.org/wup/

都市部　農村部　都市人口比率（右軸）

2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

建機用フィルタ事業

売上高	● 大型案件の受注によるシェア獲得 ● YAMASHIN Nano Filter ™の供給拡大による増収効果 ● アフターマーケット市場の更なる収益機会の確保
営業利益	● 売上高成長と並行した原価低減活動 ● 従来素材から新素材への切り替えによるコスト低減効果 ● 高利益製品の販売機会増加
MAVY's	● 収益性の大幅向上 ● ターゲットを定めた投資による資本効率の最大化

重点戦略と取り組み

1 多様なアプローチによるシェア拡大

顧客と技術の2軸で、多様で重層的な提案・営業活動がシェア拡大のカギ

2 高付加価値製品の導入

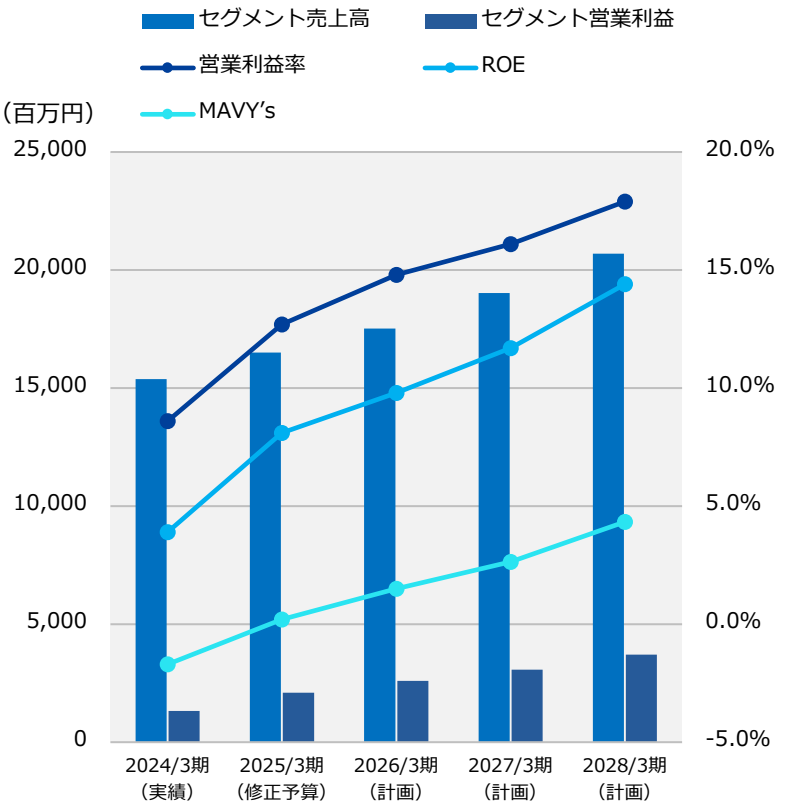
ロングライフ、小型化、ナノファイバー製フィルタへの置換え

3 アフターマーケット活動の進化

フィルタ純正率に留まらない、保証加入に介入する活動の企画・実践

4カ年CAGR

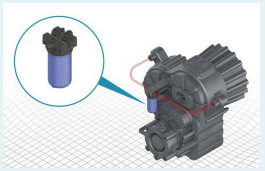
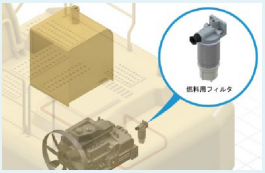
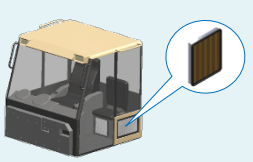
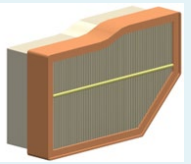
売上高 +7.7%　営業利益 +29.5%



2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

重点戦略①：多様なアプローチによるシェア拡大

建設機械には多種多様なフィルタが介在しており、採用状況は顧客ごとに濃淡がある
未採用の顧客・機種が当社にとっての成長余地になる

製品 / 顧客	※油圧用フィルタ	トランスミッション用フィルタ	燃料用フィルタ	キャビン用フィルタ	エンジンオイル用フィルタ	エンジン用エアフィルタ
						
A社	◎	△	◎	◎	△	△
B社	△	◎	△	△	△	△
C社	○	△	△	△	△	△
D社	◎	-	△	△	△	△
E社	◎	△	△	△	△	△

◎：シェア80.0%以上、○：シェア50.0%以上80%未満、△：シェア50%未満
※油圧用フィルタは、油圧ショベル、ホイールローダー、ブルドーザー、ダンプトラック、モーターグレーダー、クローラクレーン等の機種に搭載

2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

重点戦略①：多様なアプローチによるシェア拡大

多様な顧客接点を活かした「顧客視点」によるアプローチと、自社開発だからできる「技術視点」の2つの軸で重層的な営業活動を展開することで、さらなるシェア拡大を図る

技術視点（縦軸）

特定の商品カテゴリーにおける技術要件や規制動向、当社固有の技術シーズに適応した提案活動を実施

技術施策例

業界の共通ニーズや当社の固有の技術シーズに対して、ノウハウを活かし効率的な開発を実施

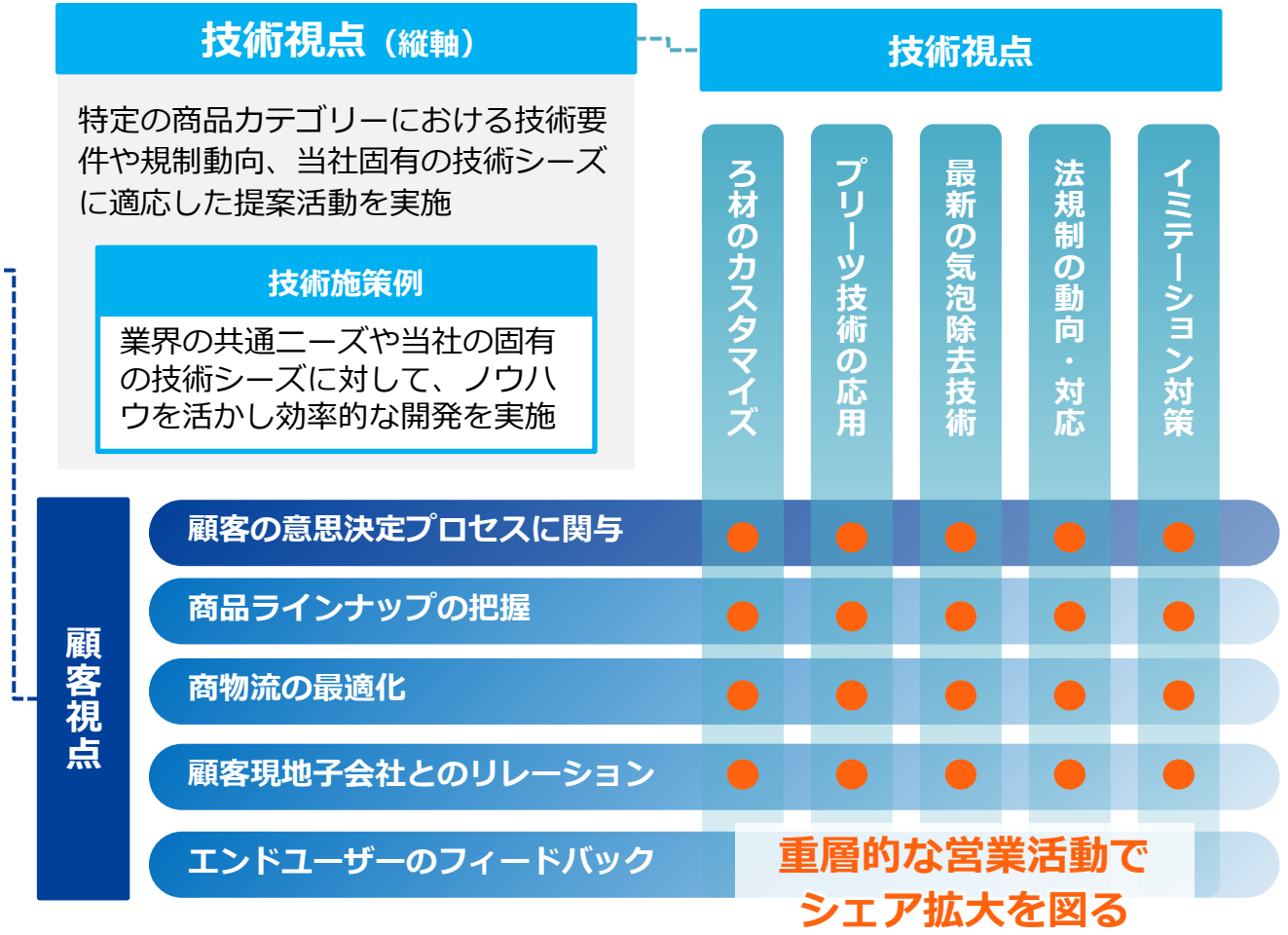
顧客視点（横軸）

建機メーカーごとに設計思想・意思決定プロセスなど特性が異なるため、**製品採用のための情報とノウハウを社内で共有、採用率の増加を図る**

顧客施策例

製品規格の共通化

顧客ごとに規格統一を行うことで両社ともに効率化

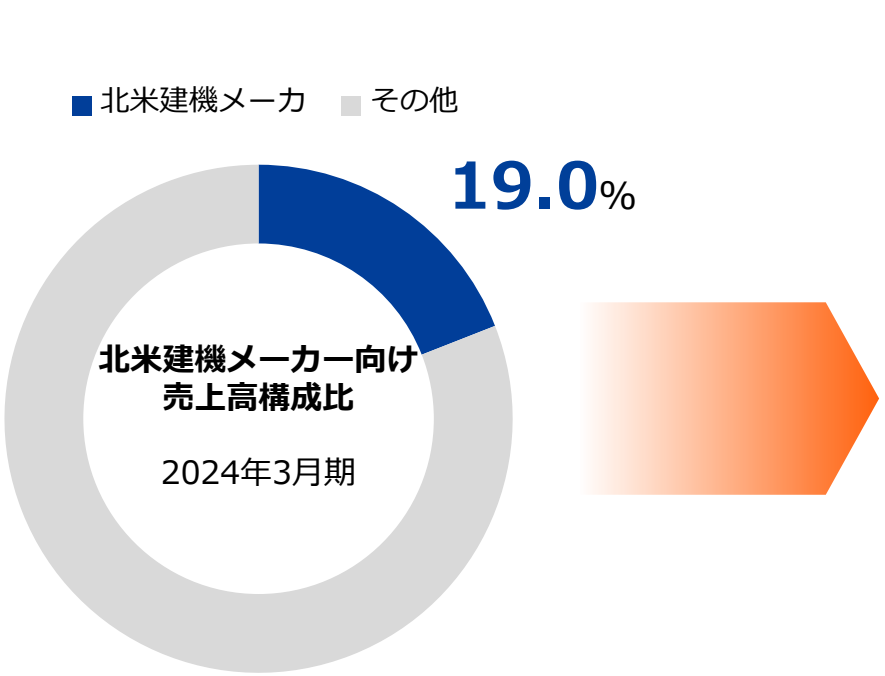


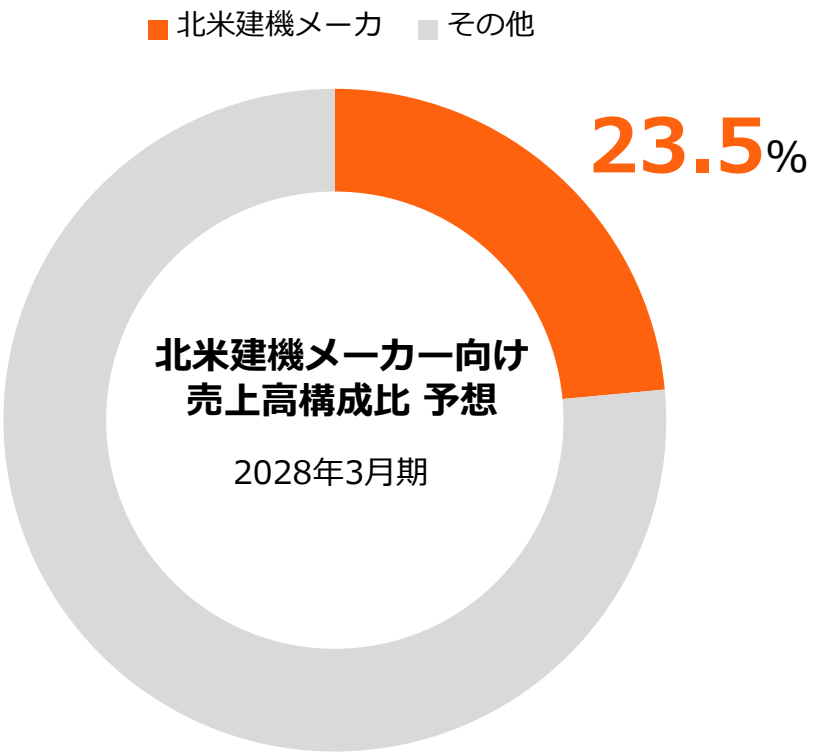
2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

重点戦略①：多様なアプローチによるシェア拡大

北米建機メーカー向け売上高構成比は、大幅な拡大を見込む

実施施策	多様な顧客接点×技術シーズによる高付加価値製品の提案	→	新規製品の採用獲得





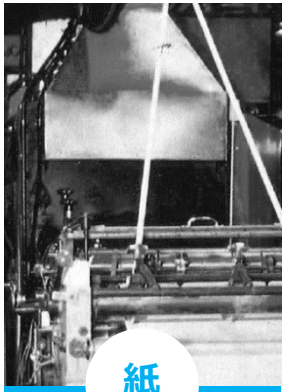
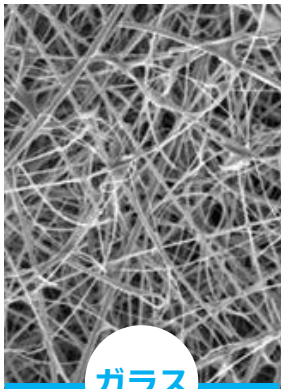
2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

重点戦略②：高付加価値製品の導入

これまでも当社は先んじて建機業界のデファクトを牽引してきた実績がある
ガラス繊維に置き換わる次世代のろ材として、ナノファイバーを競合他社に先んじて導入を進める

これまで

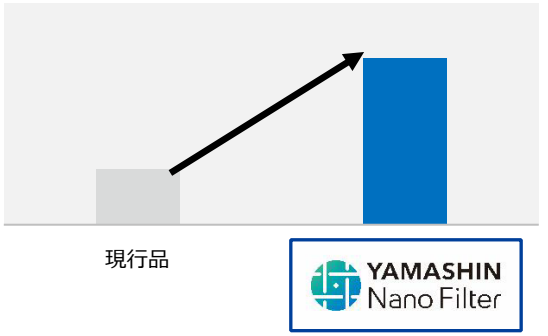
社会の要請に合わせてフィルタのろ材にこだわり、自社で独自の素材を開発し業界をリード

創業期	黎明期	発展期
		
布	紙	ガラス
帆布製品の縫製加工	フィルタメーカーとして自社でろ紙を開発	ガラス繊維を用い市場を席巻し高いシェアを獲得

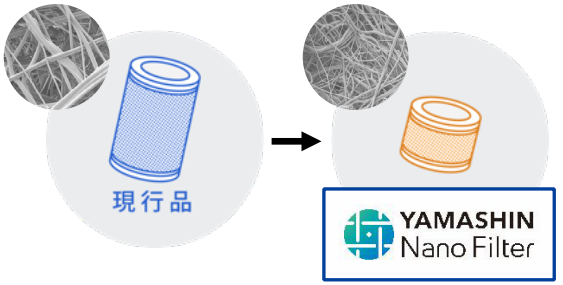
新製品

YAMASHIN　Nano Filter ™から生成されるナノファイバ素材は、立体的な構造と加工の自由度の高さが特徴

素材性能を活かし
現行品に比べ
約３倍の
ダスト捕獲量



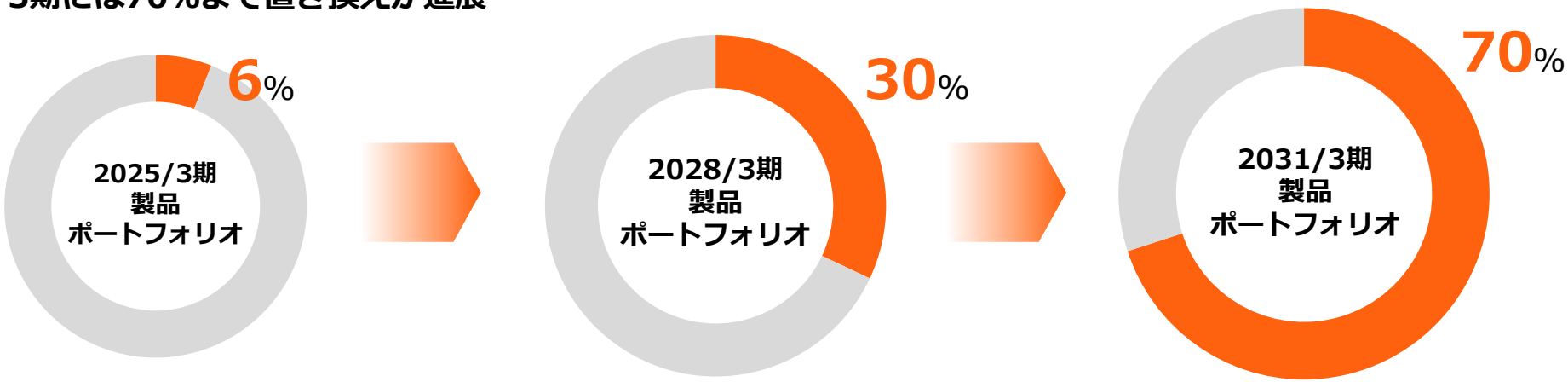
従来のガラス繊維の
製品と比較して
約2倍の精度を
実現

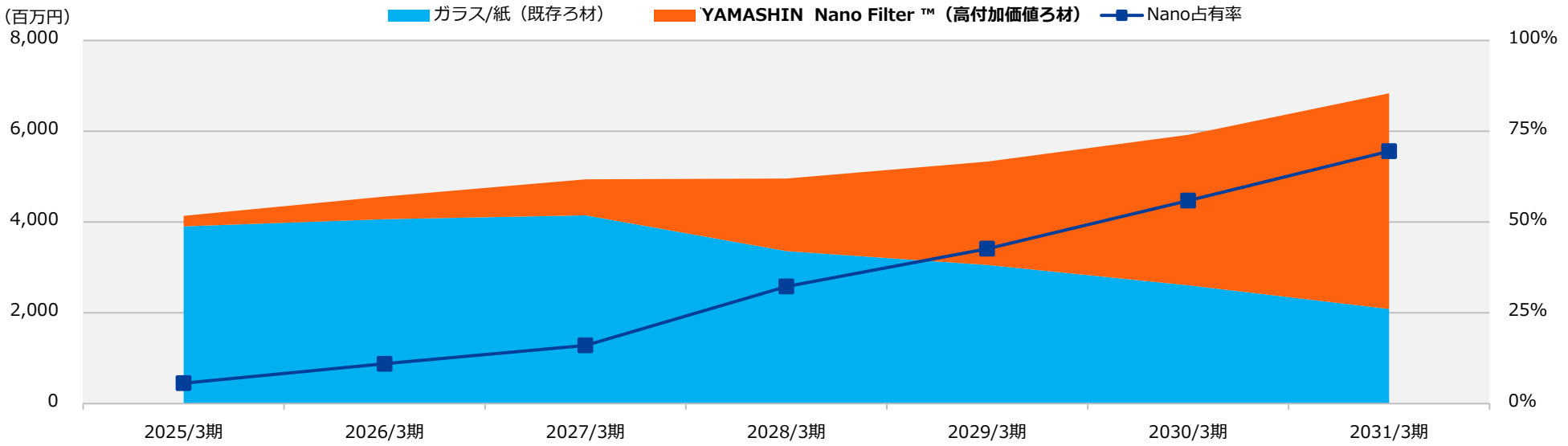


2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

重点戦略②：高付加価値製品の導入

高付加価値製品（ YAMASHIN　Nano Filter ™）への置換えが進展、中計期間最終年度には約30%、2031/3期には70%まで置き換えが進展



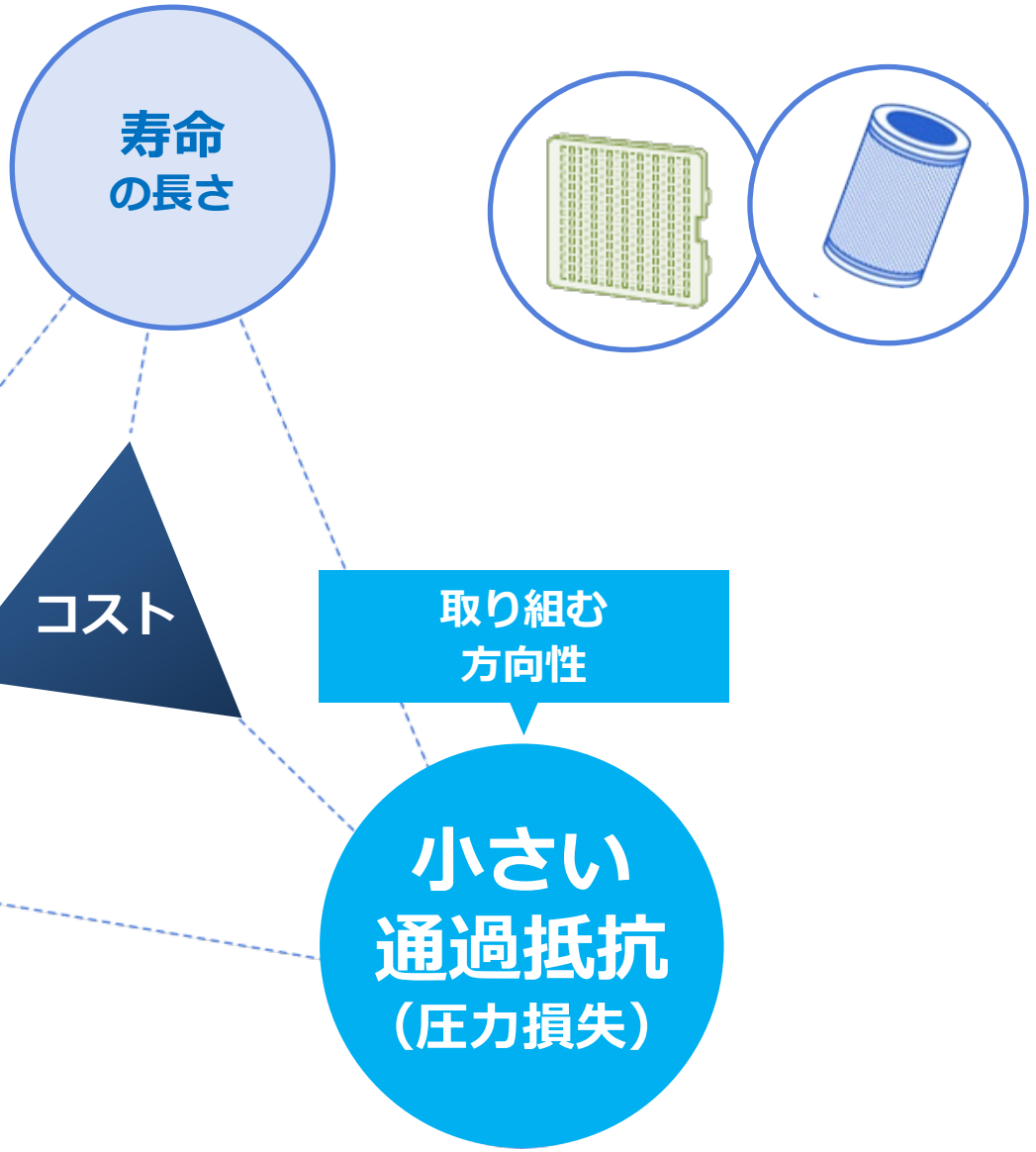


2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

ご参考：優れたフィルタの条件

良いフィルタの条件である

3つの要素



すでに達成している事項

2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

重点戦略②：高付加価値製品の導入

圧力損失とは、フィルタを通過する際に生じる抵抗値で、これを下げると様々なベネフィットが創出できる
ナノファイバーを更に導入推進するために、プロジェクト・ファントムを立上げて、多様なアプローチで挑む

ロングライフ化

ライフサイクルコスト(LCC)が改善することで

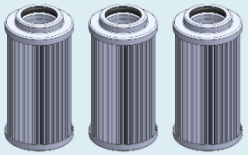
環境負荷軽減＆マシンダウン時間軽減

現在

フィルタ交換回数

11回

ロングライフ



フィルタ交換回数

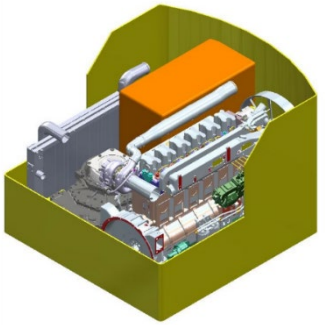
3回

スペースの創出（小型化）

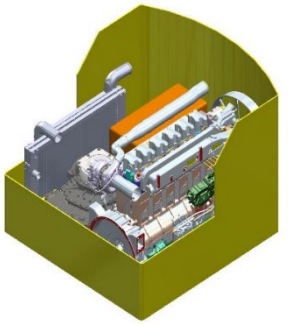
フィルタ抵抗を落としつつ

最適なサイズまで圧縮

現在



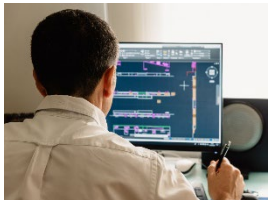
小型化



スマート・デザイン

圧力損失を下げるために

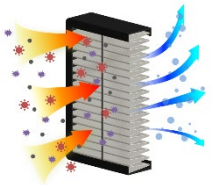
既存構造・デザインの見直しに着手



エネルギー効率の改善

通過抵抗によるロスを改善

顧客の燃費の向上を目指す



2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

重点戦略③：アフターマーケット活動の進化

当社はまだ一部分しかリーチ出来ていないが、アフターマーケット市場には大きな開拓余地があり

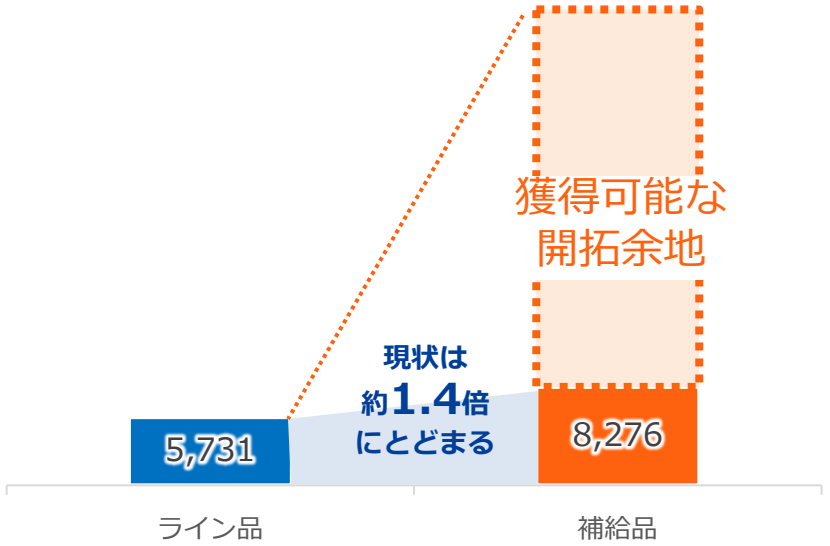
市場データ
単年度、5年間販売台数

補給品はライン品の
約10倍の市場規模

≠

当社のライン品・補給品売上高
24/3期

当社の補給売上はラインの
約1.4倍程度

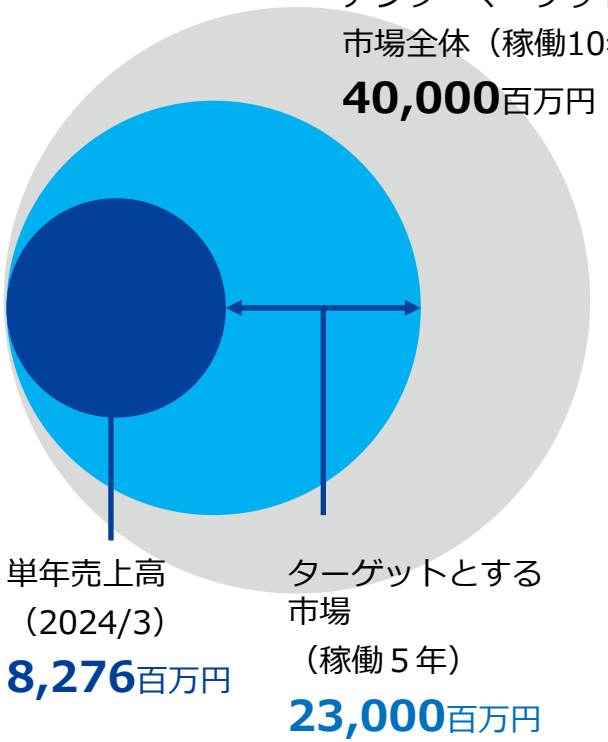


2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

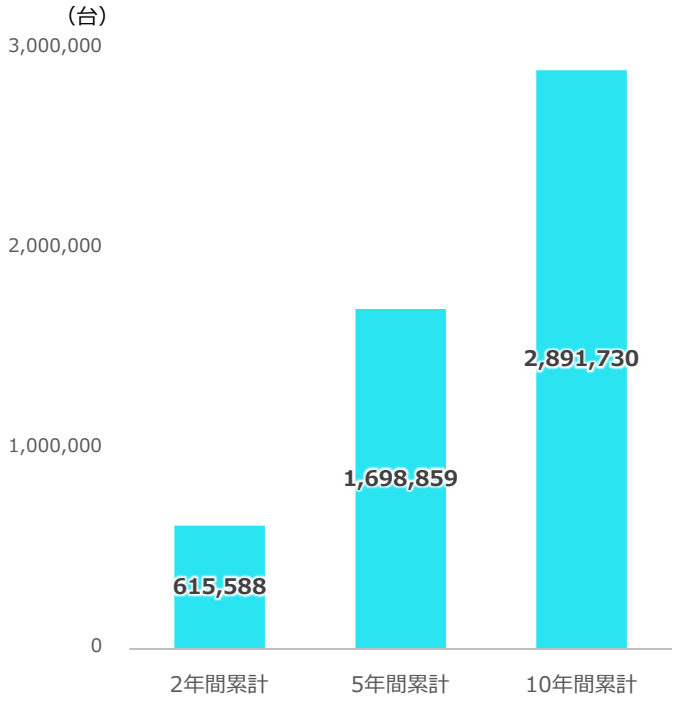
重点戦略③：アフターマーケット活動の進化

アフターマーケット市場にある台数を広く取り込むことが出来れば、大きなポテンシャルにリーチ可能

交換用フィルタの需要 = **建機販売台数** × **稼働時間**



建機市場台数



稼働時間

1台あたり年間

1,000時間

稼働を想定

2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

重点戦略③：アフターマーケット活動の進化

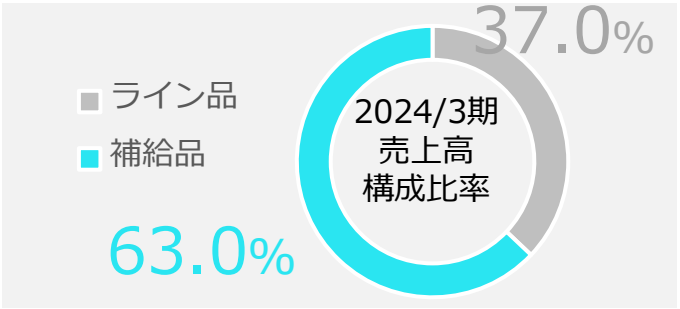
広く汎用的に開催してきた啓蒙活動をアップデートして、対象の解像度を上げて保証に直接・間接的に関与する安定的な需要が期待できる長期リピート顧客の確保につなげる

アフターマーケットにおける これまでの役割

フィルタ売上に繋がる、純正フィルタを使用いただくためのセミナー活動を建機メーカー代理店ともに実施

セミナー活動

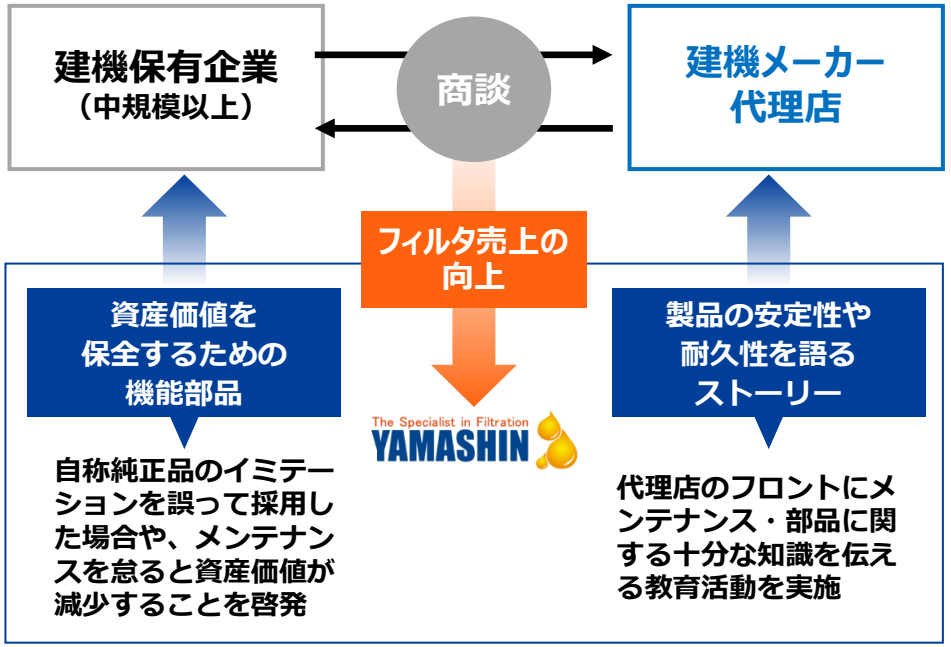
フィルタ売上



今後目指す役割

オーナー数が増えている東南アジア市場中心に注力

保証の成約 ＝ **長期リピート顧客の確保**



2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

重点戦略③：アフターマーケット活動の進化

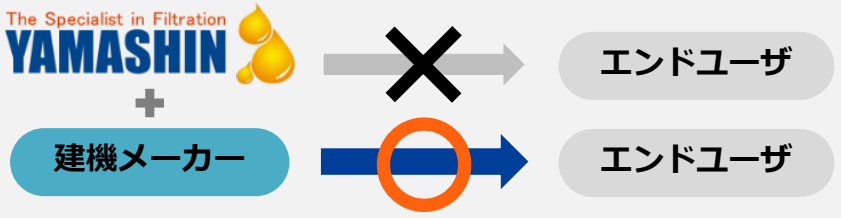
競合他社は、独自でアフターマーケット市場に介入するため、建機メーカーとは競合関係にある
当社は直販しないため、他社よりも深く顧客と協働して取り組みを実施してきた実績あり

POINT.1 商流の違い

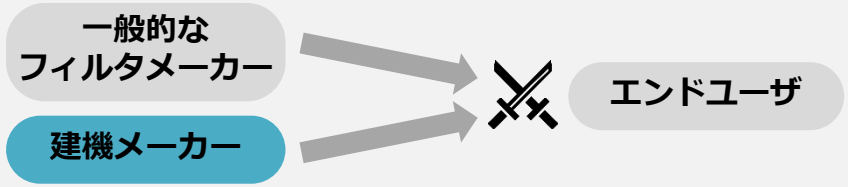
アフター市場において直接エンドユーザへの販売を行っていないため、

建機メーカーと利益相反が発生しない

直接販売を行わず建機メーカーを通じて販売



フィルタメーカーが直接販売を実施するため
建機メーカーと利益相反が発生



POINT.2 現地法人との強い関係性

顧客である各建機メーカー現地法人と

長年にわたる強い関係を構築

コベルコ社（インドネシア）	コマツ社（タイ）	日立建機社（インドネシア）
Best Performance for Delivery Control 賞	Best Collaborative Partner 賞	Appreciation Award 賞

2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

エアフィルタ事業

売上高	● 製品ラインナップ拡充による既存商流の活性化 ● 直販体制・OEM製品の強化による新規売上の確保 ● **YAMASHIN Nano Filter ™**の濾材販売スタート
営業利益	● 直接販売体制による収益力向上 ● 高付加価値製品の販売による利益改善 ● 継続的な原価低減（PAC）による原価改善効果
MAVY's	● ターゲットを絞った投資により資本効率最大化を目指す

重点戦略と取り組み

1 既存商流の強化

顧客層を広くカバーするための商品ラインナップを拡充

2 直販体制の強化

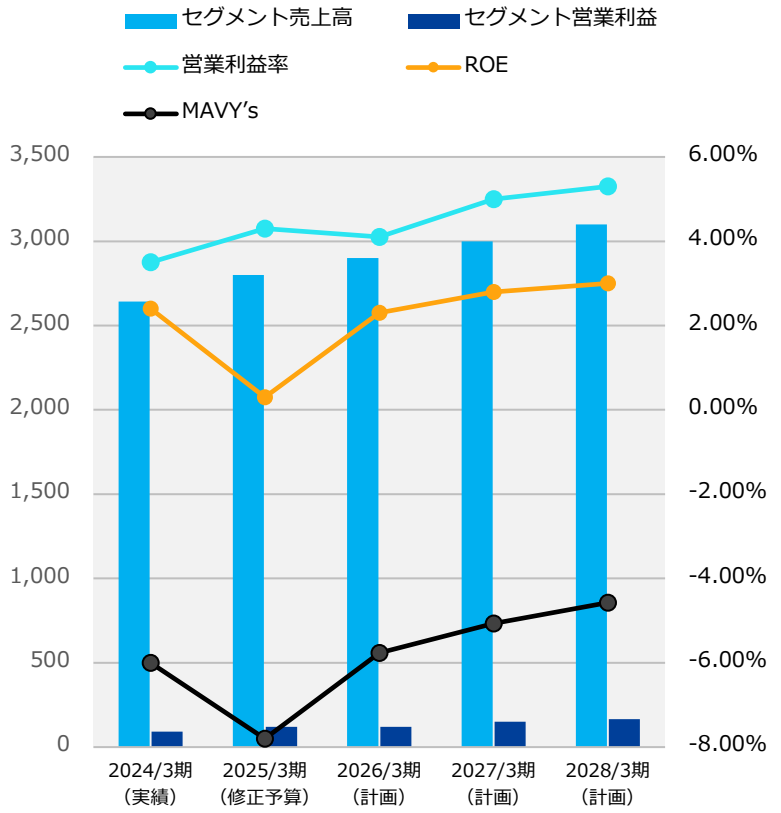
リピート需要が見込めるメーカー搭載品のOEM製品提案

3 ろ材の拡販

規制対応の厳しい市場に向けたろ材（素材）の販売開始

4カ年CAGR

売上高 +4.1%　営業利益 +16.0%



2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

重点戦略①：既存商流の強化

多種多様な業種のニーズを広くカバーするためには、カスタマイズ対応に加えてラインナップ拡充が必須
これまで培った代理店ネットワークを駆使して、高品質な製品供給を推進する

既存商流（代理店向け）

28/3期

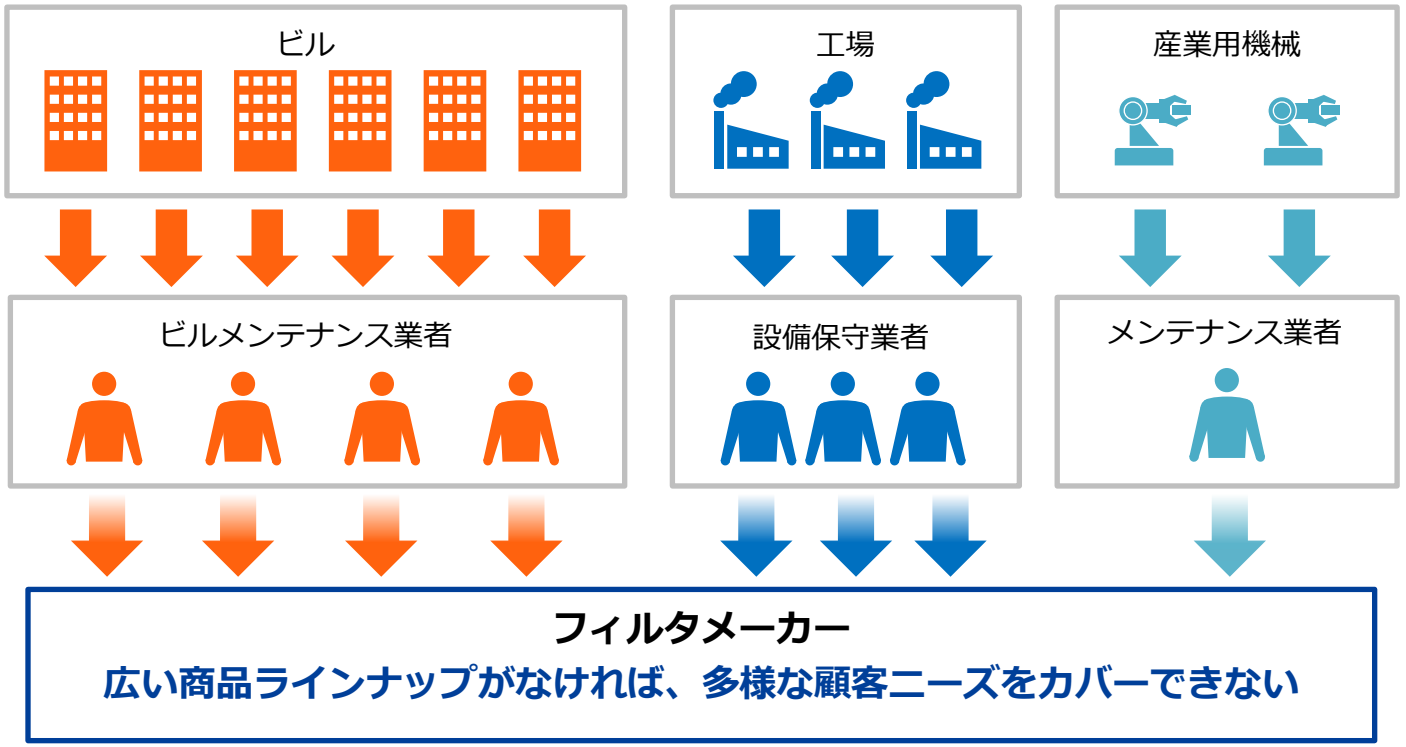
売上高目標

2,680
百万円

営業利益率

5.0%
以上目安

基本的な代理店商流のプロセス



2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

重点戦略①：既存商流の強化

独自開発のナノファイバーろ材を用いたNanoWHELPのラインナップが存在
特徴であるロングライフ化と低い空気抵抗による省エネ・CO2低排出を活かす

集塵対象：ウイルス ／ 細菌 ／ 塵・ほこり

HEPA/ULPA

粗塵

中・高性能

独自開発素材である
YAMASHIN Nano Filter ™
を起点に各製品群に展開

YAMASHIN Nano Filter™

既存代理店向け主力製品

Merv 16 (※3)

Semi HEPA

特徴

高い清浄度が求められる製品郡

市場：工作機械約1兆7千億円（※2）のうち、パーツ
施設（製品）：工作機械向け

NanoWHELP 65

特徴

中高性能市場における当社のベース製品
市場：国内約80億円（※1）
施設：大規模施設向け
当社販売量：プレフィルタと並び主力

Merv 17 (※3)

HEPA

特徴

特に高い清浄度が求められる
市場：約100億円（※1）
施設：製薬・半導体製造のクリーンルームなど
中計期間当社新製品

Merv 14-15 (※3)

NanoWHELP 95・98・99

特徴

中高性能市場に新たな価値を提供する、高清浄度向けの製品群

市場：中性能国内約80億円（※1）のうち高効率品は一部
施設：データセンター・病院・公的施設・塩害対策が求められる施設など

※1　富士経済「高機能分離膜／フィルター関連技術・市場の全貌と将来予測2022」参照
※2　日経COMPAS参照
※3　米国のエアフィルタの規格（ASHRAE52.2)で、数字が大きいほど粒子の捕集率が高い

2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

重点戦略②：直販体制の強化

顧客ごとのニーズにあわせカスタマイズを行える強みを活かし
売上規模拡大・高利益率が期待できるお客様への特注品直接販売の開拓に注力

新商流（直販）

28/3期

売上高目標

320百万円

営業利益率

5.0%以上目安

特注品直売により10%
以上目指す（29/3期以降）

顧客のニーズにあわせ カスタマイズできる強み

小ロット・オーダーメイド体制

- 営業部隊 顧客ニーズ対応力
- 柔軟な生産ライン

特定顧客向けOEM製品の開発・提案

素材の優位性
YAMASHIN Nano Filter ™

- 高フィルタ性能
- 加工自由度の高さ

素材レシピから作ることができる
カスタマイズ製品

事例

機械メーカーへの直販強化

製品用途	■ 産業機械向けミストフィルタ
ターゲット	■ 性能の要求水準が高く、リピート需要が見込まれる製品に搭載

大手メンテナンス業者への直販

製品用途	■ 抗菌プレフィルタ ■ グリスフィルタ等
ターゲット	■ 調理場など最終顧客の業種に合わせた付加価値が求められる現場

2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

重点戦略③：ろ材の拡販

規制動向や環境ニーズの高い欧州をはじめとする海外市場では、機能性ろ材の需要は強い
地産地消が基本となるエアフィルタにおいて、スピード対応するためにろ材販売が最適と判断

フィルタ素材に求める機能性の高まり

環境規制のトレンド

半導体製造の技術トレンド

エアフィルタ市場

HVAC※4用フィルタ全世界
67.2億米ドル（2024年）
年平均成長率**6.9%** ※5

NanoWHELPシリーズのろ材販売

ガラス繊維ろ材にかわる不織布ろ材

製品用途	製品特徴
中高性能エアフィルタ用	省エネ性能 低CO2排出 **PFAS・PFOSフリー**※1

Nano Air（HEPA）シリーズのろ材販売

ガラス繊維ろ材にかわる不織布ろ材

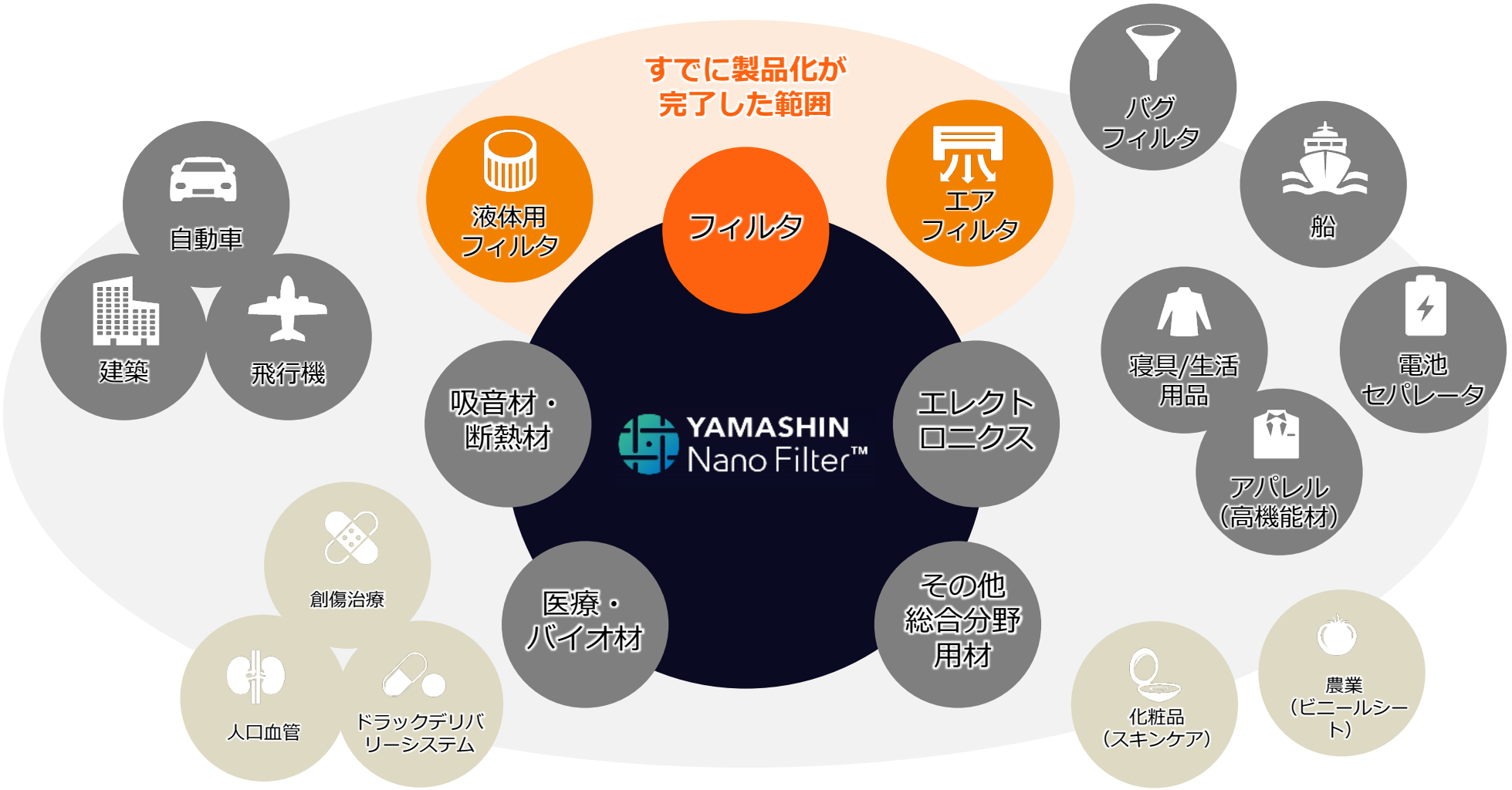
製品用途	製品特徴
特に高い清浄度が求められる環境向け 製薬・半導体製造のクリーンルームなど	**PFAS・PFOSフリー**※1 **ボロンフリー**※3の 不織布型

※1　有機フッ素化合物のうち、ペルフルオロアルキル化合物及びポリフルオロアルキル化合物を総称して「PFAS」と呼び、代表例として、PFOS（ペルフルオロオクタンスルホン酸）がある。難分解性、高蓄積性、長距離移動性という性質がある
※2　Net Zero Energy Buildingの略称。建物で消費する年間の一次エネルギーの収支をゼロとすることを目指した建物
※3　ホウ素のこと。半導体特性に影響を与えてしまうため、半導体工場では避けられる。
※4　冷暖房等の空調システム。
※5　出典：Research and Markets

2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

新たな領域への展開： YAMASHIN Nano Filter ™の可能性

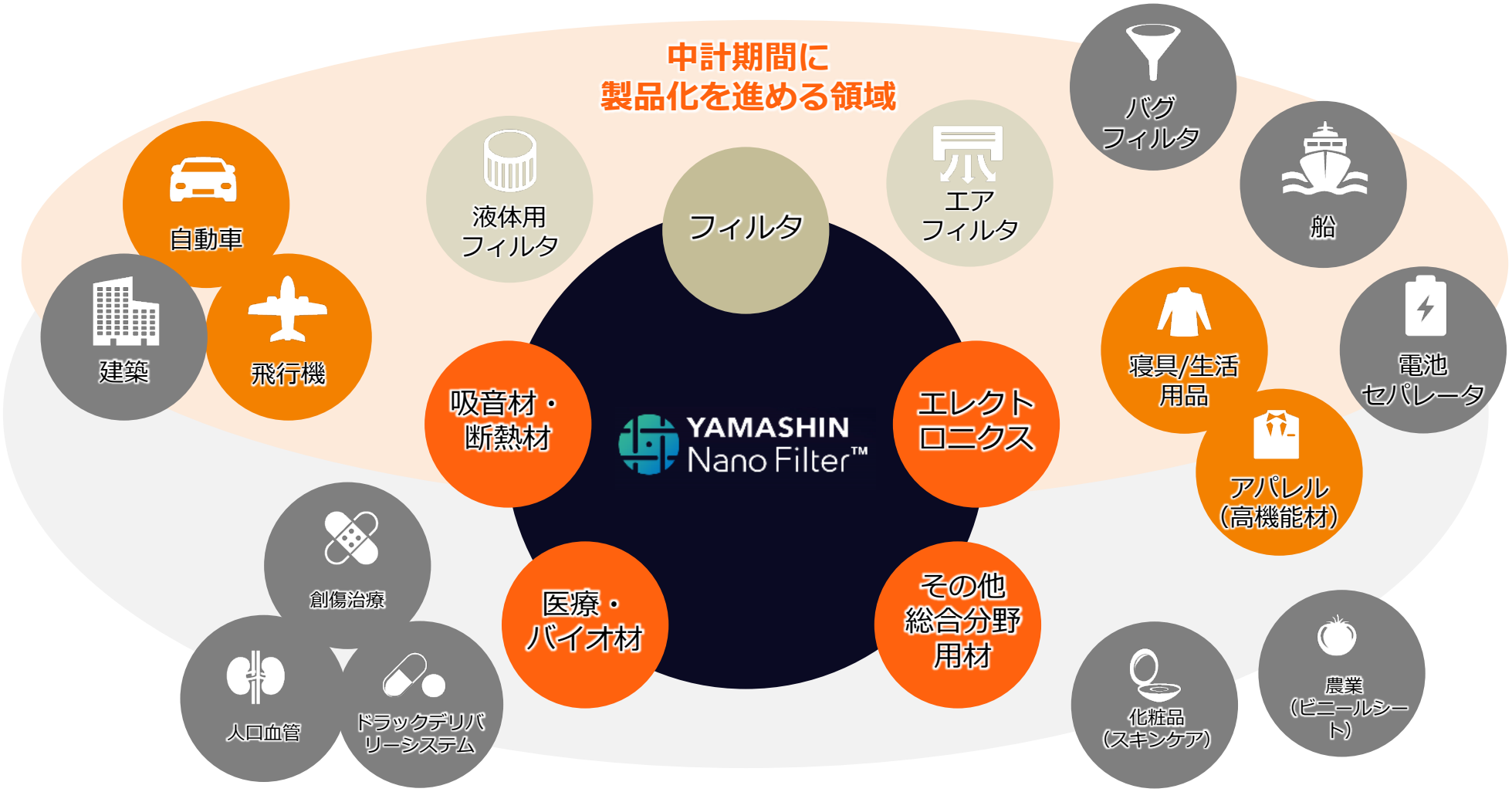
YAMASHIN Nano Filter ™は素材として様々な可能性をもっており、
開発以来フィルタ領域におけるろ材としてはすでに新製品開発に成功し実用化



2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

新たな領域への展開： 中計期間における開発想定範囲

すでに製品化しているフィルタ領域に加えて「断熱・吸音」「エレクトロニクス」分野を軸に
自動車・飛行機、アパレル分野への進出を目指す研究開発を進める



2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

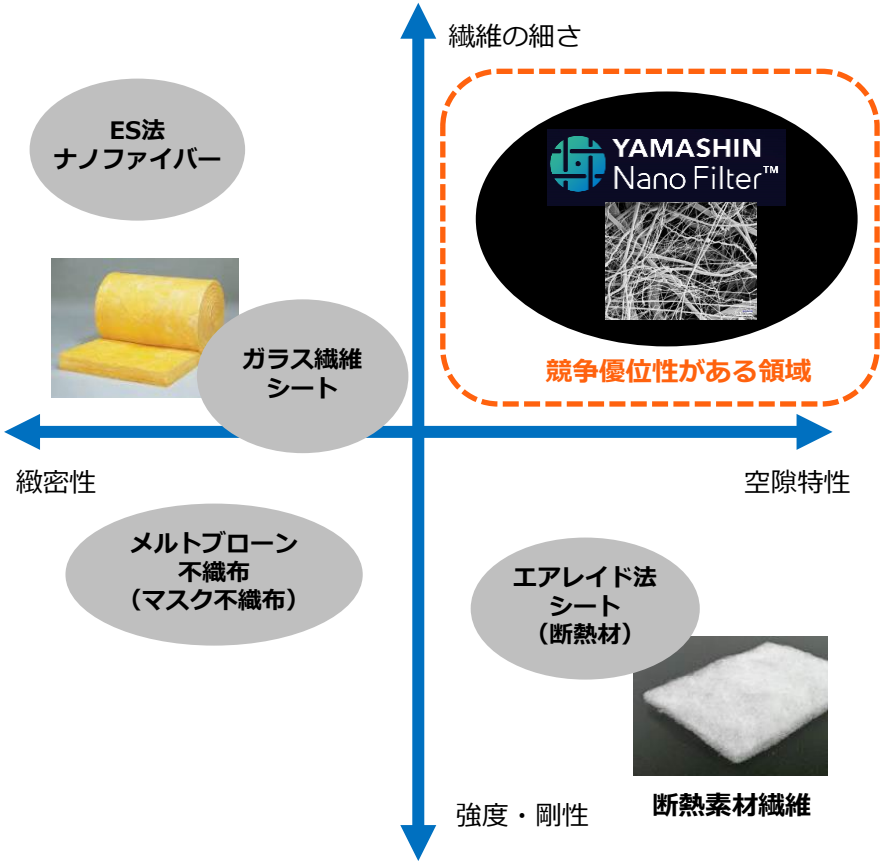
YAMASHIN Nano Filter ™の独自性

一般的なナノファイバーの特性を持つだけでなく、
当社独自の製法により優れた高空隙特性と極細繊維径を有することが、他の繊維系素材との差別化のポイント
さらに、原材料素材の選択自由度が高いため様々な価値や機能を付加することが可能

当社ナノファイバーの特性

- 高空隙特性
- 極細繊維径
- 原材料素材の選択自由度が高い

他の繊維系素材と異なる特性を保持



2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

新たな領域への展開：耐熱テーマ

YAMASHIN　Nano Filter ™の特性に加えて＋アルファの機能を組み合わせた新素材を開発ターゲットとする

既存特性に付加する機能

既存特性

YAMASHIN Nano Filter™

高空隙性
軽量性
透湿性

＋

付加する価値

耐熱
吸湿発熱
超軽量

想定される市場規模※

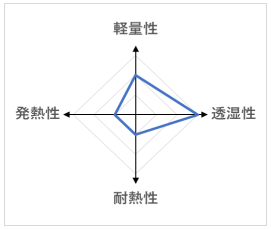
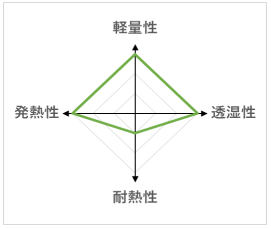
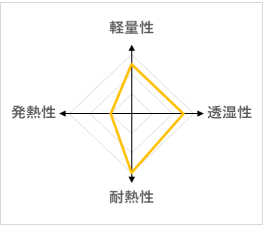
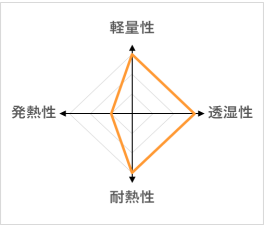
全世界・断熱材市場

10兆円
2023年

→

14.6兆円
2028年

※出典：Markets and Markets

	開発STEP1		開発STEP2	
ターゲットとなる製品・市場				
求められる機能				
カギとなる要素	コスト低減	吸湿発熱・超軽量	高耐熱性能	高耐熱性能

2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

新たな領域への展開：導電テーマ

YAMASHIN　Nano Filter ™の特性に加えて＋アルファの機能を組み合わせた新素材を開発ターゲットとする

既存特性に付加する機能

既存特性

YAMASHIN Nano Filter™

高空隙特性
軽量性
透湿性（通気性）

＋

付加する価値

導電性

想定される市場規模※

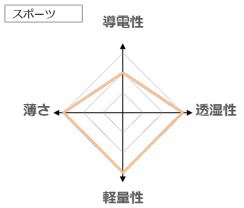
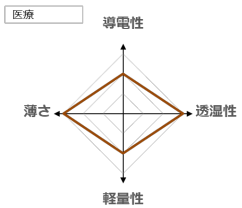
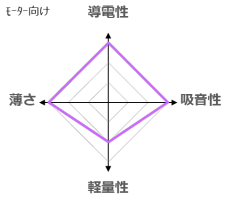
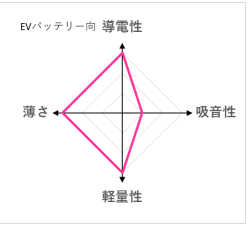
全世界・スマートテキスタイル

0.88兆円
2024年

→

2.4兆円
2028年

※出典：Markets and Markets

	開発STEP1		開発STEP2	
ターゲットとなる製品・市場				
求められる機能				
カギとなる要素	センサー感度 （繊維の細さ）	センサー感度 （導電性・繊維の細さ）	高い導電性と吸音性	高い導電性

2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

資本コストを意識した経営の強化

2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

重要経営指標であるMAVYとMAVY's

MAVY | 企業価値向上に向けた定量目標として財務情報、非財務情報、株主還元情報区分しKPIとして設定

財務 | 非財務 | 株主還元情報

投下した資本に対する
収益率

ROICが高いほど
効率的に資本を活用し収益を生み出している

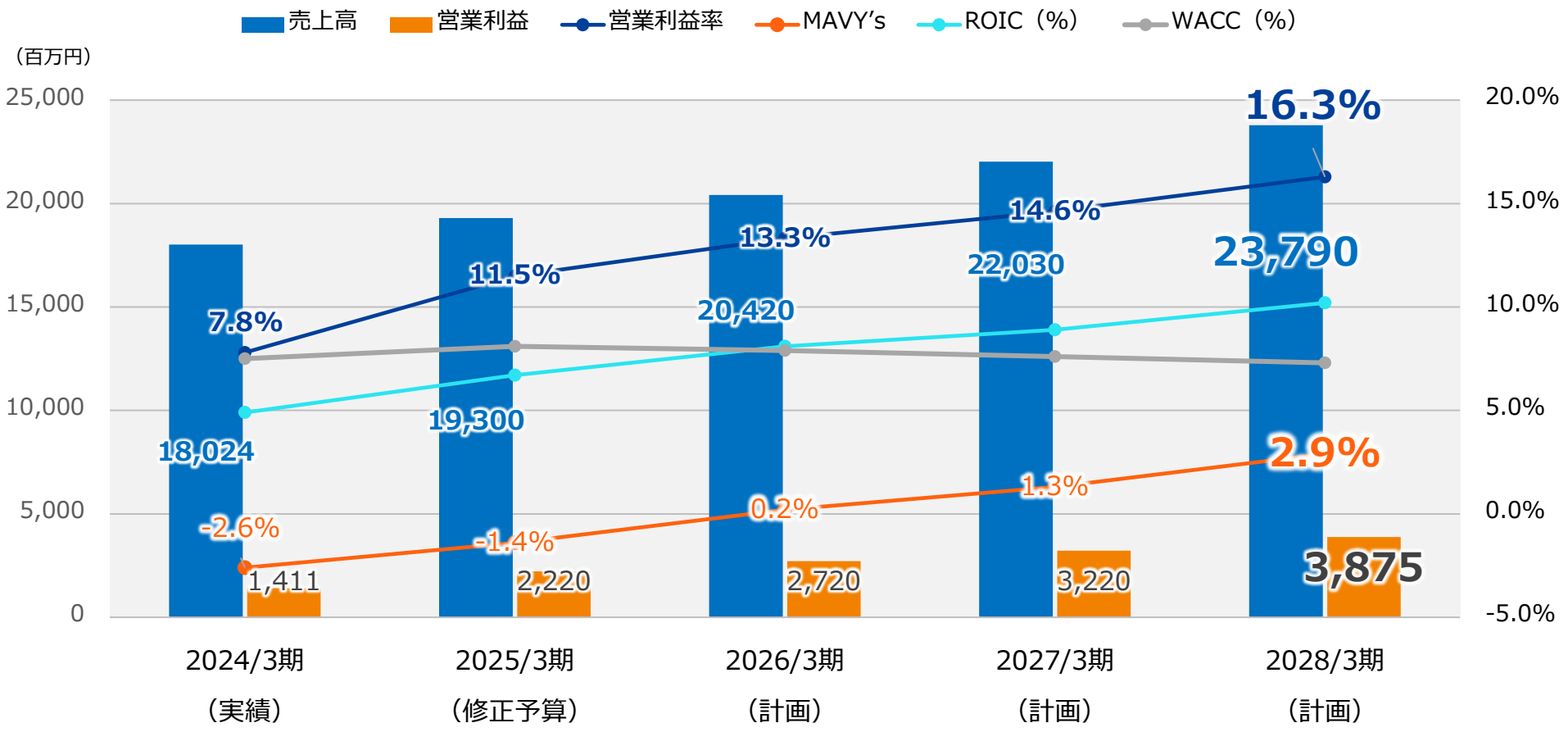
コストを上回る価値
を生み出しているか

＋の値であれば、
資本調達コストを上回る価値を生み出している

2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

新中期経営計画の定量目標（連結）

2025年3月期までに収益改善、経営基盤の強化を完了、
2028年3月期にはMAVY's 2%以上時価総額1千億円を目指す



2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

新中期経営計画の定量目標（連結）

2025年3月期までに収益改善、経営基盤の強化を完了、
2028年3月期にはMAVY's 2%以上、時価総額1千億円を目指す

（百万円）	24年3月期 実績	25年3月期 修正予算	26年3月期 計画	27年3月期 計画	28年3月期 計画
売上高	18,024	19,300	20,420	22,030	**23,790**
営業利益	1,411	2,220	2,720	3,220	**3,875**
営業利益率（%）	7.8	11.5	13.3	14.6	**16.3**
MAVY's (%)	**△2.6**	**△1.4**	**0.2**	**1.3**	**2.9**
ROIC（%）	4.9	6.7	8.1	8.9	**10.2**
WACC（%）	7.5	8.1	7.9	7.6	**7.3**
EPS（円）	11	21.0	27.5	33.2	**41.0**

2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

新中期経営計画の定量目標（セグメント別）

建機用フィルタビジネスの収益性は大幅に改善、エアフィルタ事業のROIC改善が取り組むべき課題

建機用フィルタ事業

（百万円）	24年３月期 実績	25年3月期 修正予算	26年3月期 計画	27年3月期 計画	28年3月期 計画
売上高	15,382	16,500	17,520	19,030	**20,690**
営業利益	1,320	2,100	2,600	3,070	**3,710**
営業利益率（%）	8.6	12.7	14.8	16.1	**17.9**
ROE（%）	3.9	8.1	9.8	11.7	**14.4**
MAVY's（%）	**△1.7**	**0.2**	**1.5**	**2.6**	**4.3**
ROIC（%）	5.8	8.3	9.4	10.2	**11.6**
WACC（%）	7.5	8.1	7.9	7.6	**7.3**

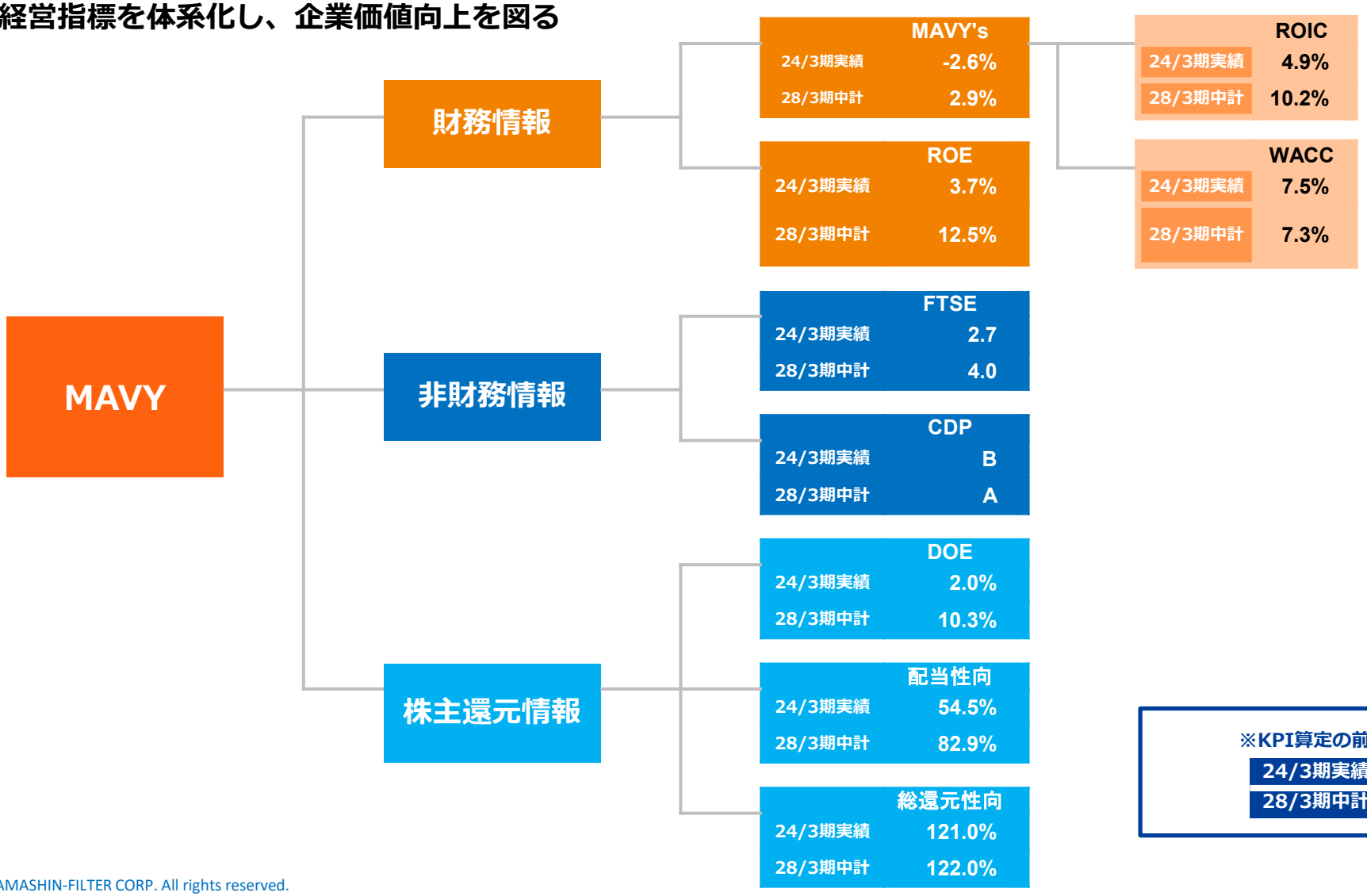
エアフィルタ事業

（百万円）	24年３月期 実績	25年3月期 修正予算	26年3月期 計画	27年3月期 計画	28年3月期 計画
売上高	2,642	2,800	2,900	3,000	**3,100**
営業利益	91	120	120	150	**165**
営業利益率（%）	3.5	4.3	4.1	5.0	**5.3**
ROE（%）	2.4	0.3	2.3	2.8	**3.0**
MAVY's（%）	**△6.0**	**△7.8**	**△5.8**	**△5.1**	**△4.6**
ROIC（%）	1.5	0.4	2.1	2.5	**2.7**
WACC（%）	7.5	8.1	7.9	7.6	**7.3**

2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

目指すべき定量目標（連結）

ビジネスの更なる進化、資本コストを意識した経営の強化、ESG経営の実践の
KPI経営指標を体系化し、企業価値向上を図る

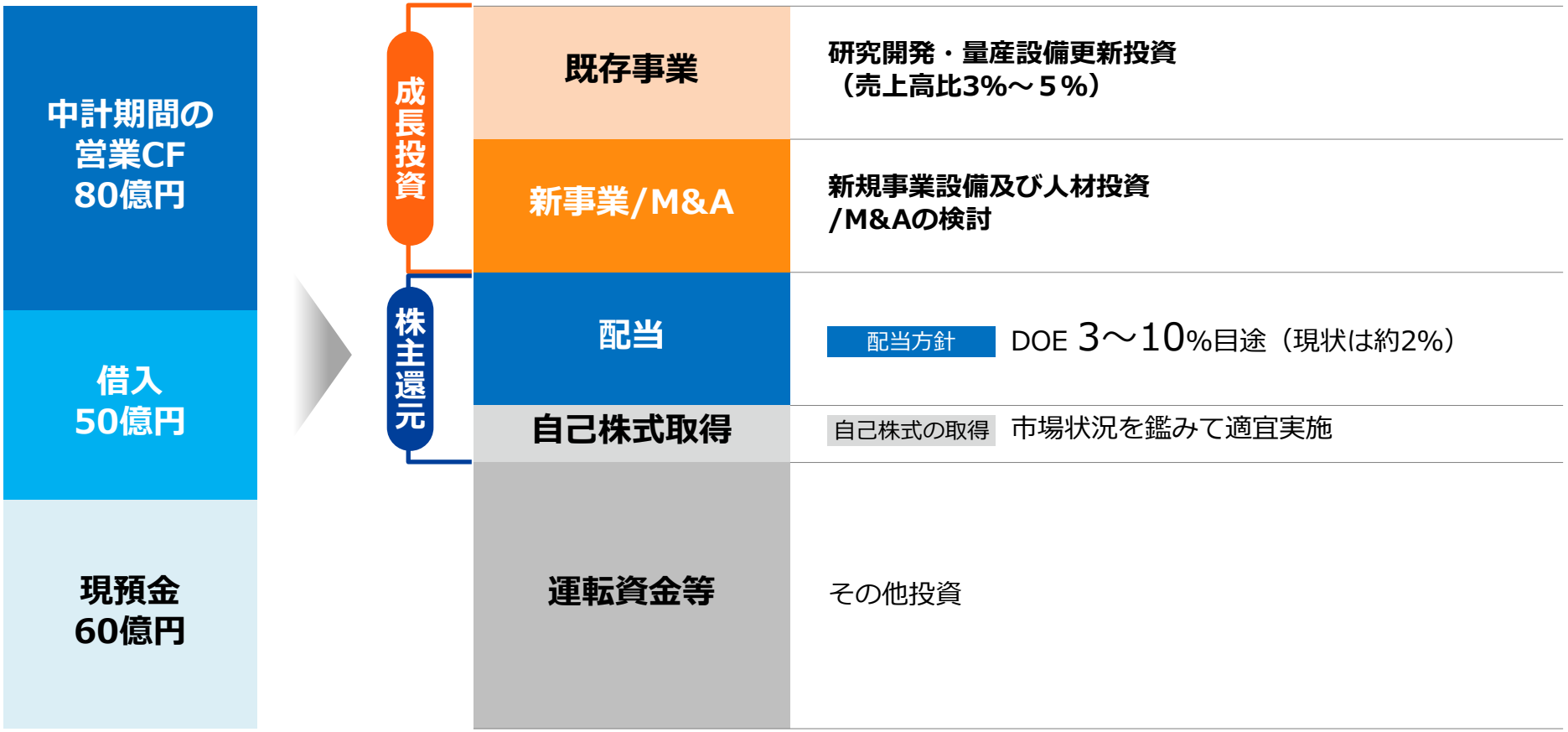


※KPI算定の前提
24/3期実績
28/3期中計

2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

キャッシュアロケーション

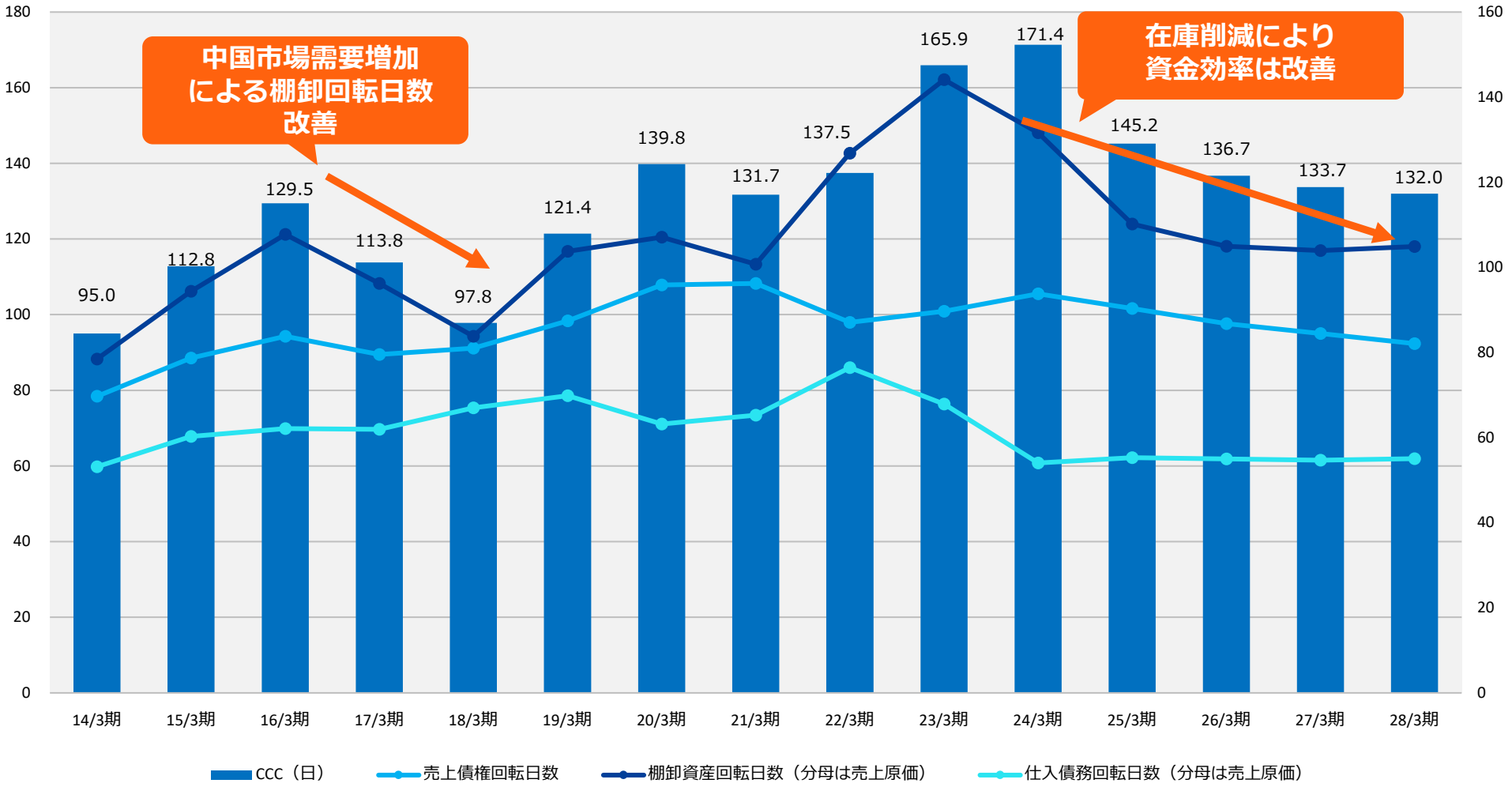
既存事業で得たCFを成長投資・株主還元に振向け、企業価値向上、持続的成長を図る



2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

キャッシュコンバージョンサイクルの改善

コロナ禍による物流混乱への対応策として、サプライチェーンの最適化、在庫水準の低減により資金効率は改善



CCC:原材料や商品仕入などへ資金を投入してから最終的に資金化されるまでの日数
CCC＝売上債権回転日数＋棚卸資産回転日数－仕入債務回転日数

2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

資本戦略

資本政策を抜本的に見直し資本収益性の改善を目指す
財務レバレッジ効果によりWACCを低減

（百万円）	24年3月期 実績	25年3月期 修正予算	26年3月期 計画	27年3月期 計画	28年3月期 計画
BS					
総資産	25,943	26,041	28,000	30,000	32,000
自己資本比率（%）	82.1	85.1	79.2	73.2	67.7
財務レバレッジ（倍）	1.22	1.18	1.26	1.37	1.48
WACC（%）	7.5	8.1	7.9	7.6	7.3

2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

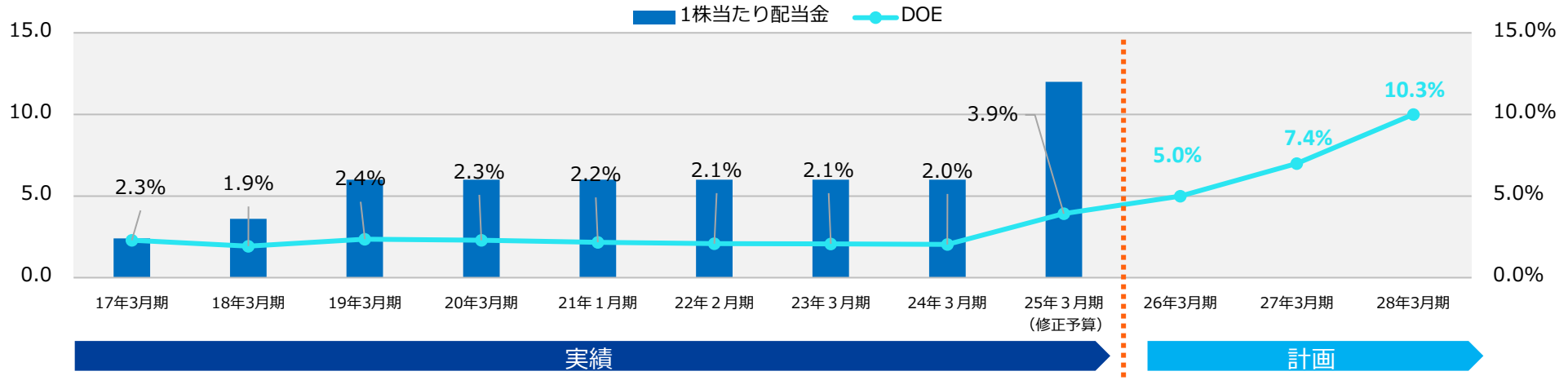
株主還元

資本政策を抜本的に見直し高い株主還元を目指す
配当方針として2028年3月期DOE10%

※成長投資の必要性を踏まえ実施

（百万円）	24年3月期 実績	25年3月期 修正予算	26年3月期 計画	27年3月期 計画	28年3月期 計画
1株当たり配当金	6円	12円	–	–	–
DOE（%）	2.0	3.9	5.0	7.4	10.3
配当性向（%）	54.5	57.2	58.1	72.2	82.9
総還元性向（%）	121.0	61.2	113.5	119.3	122.0

1株当たり配当金推移



2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

ESG経営のさらなる推進

2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

ヤマシンフィルタの使命

目指すべきこと

サステナブルな社会の実現

取り組むべきテーマ

事業を通じた強みの発揮

The Specialist in Filtration YAMASHIN

建 機

エアー

ESG経営の実践

モノづくりを極める技術マイスター
イノベーション創出力

仕濾過事

ろかじにつかふる

2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

非財務情報 KPI

非財務KPIを設定することで、サステナビリティの取り組みをさらに促進させ、開示文書やCDPを通じたサステナビリティ情報の透明性を向上

2023/3期 実績

ESG投資指数

- FTSE スコア1.5
- CDP気候変動 スコアD

2024/3期 実績

ESG投資指数

- FTSEスコア2.7

FTSE Blossom Japan Sector Relative Index初組み入れ

- CDP気候変動スコアB

2028/3期 目標

ESG投資指数

- FTSEスコア4.0以上
- CDP気候変動 スコアA取得

目標達成に向けた取り組み

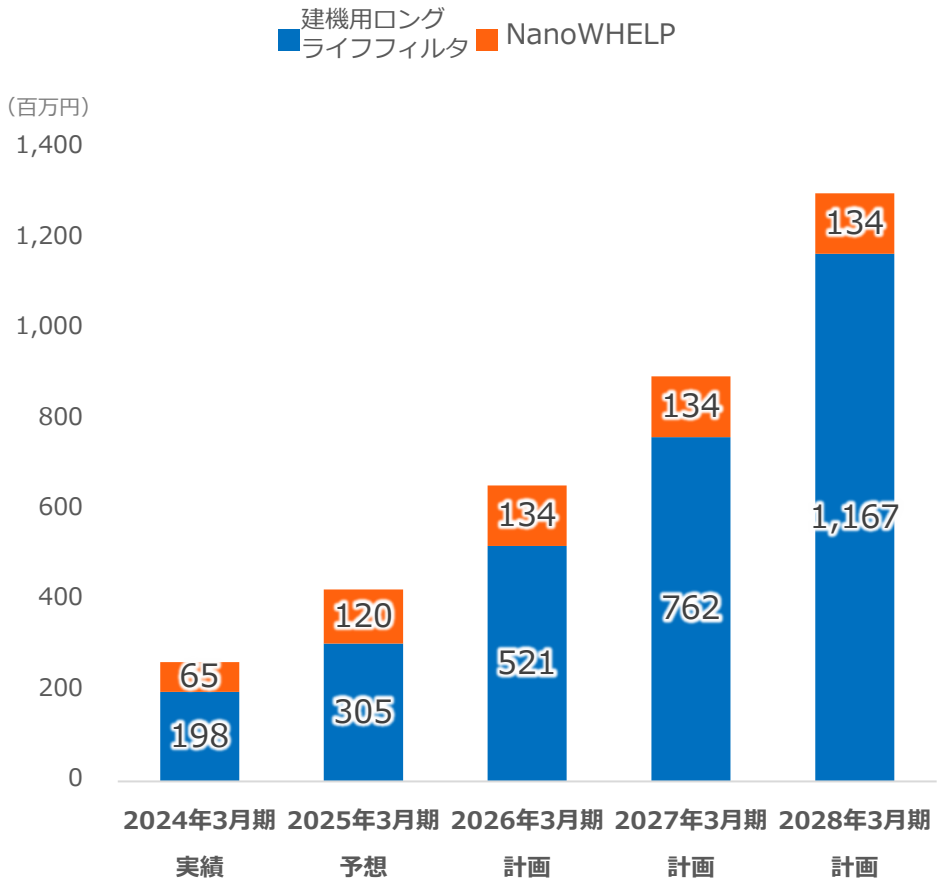
1. 各種方針の策定
2. CO_2削減活動推進
3. 高付加価値製品（ロングライフ、小型化製品等）の拡販

CDPへの取り組み強化や、**ESGデータ**（サステナビリティレポートなど）の開示情報の拡充

2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

高付加価値製品の拡大

建機用ロングライフフィルタやNanoWHELPといった
高付加価値製品の販売拡大により、環境負荷への低減を目指す



製品等	概要
大型建設機械向けリターンフィルタ およびラインフィルタ	大幅なロングライフ化の実現により、廃棄物削減を通じたCO_2排出抑制に貢献
エアフィルタ製品 NanoWHELP	当社比で従来製品よりもCO_2排出量を年間23%削減が可能となり、高評価を得ている
マスク製品	繰り返し使用可能な製品の開発により、省資源・廃棄物量低減に貢献
トランスミッション用フィルタ	部品の素材変更により軽量化を実現し、原材料や製品輸送中のCO_2排出量削減に貢献
フィルタろ材	バイオマス素材をフィルタろ材に活用を通じて、ライフサイクル全体における 廃棄物排出量削減の実現に向けた研究を推進

2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

人材に関する考え方

従業員の幸福感・心身の健康（ウェルビーイング）を重視した経営を通じ、
多様な価値観を持つ人的資本への投資を促し、企業価値の向上を目指す

多様な価値観を持つ人的資本への投資

Well-being経営の強化

- 従業員エンゲージメントの向上
- 従業員の健康促進
- ワークライフバランスの実現
- 職場環境の改善

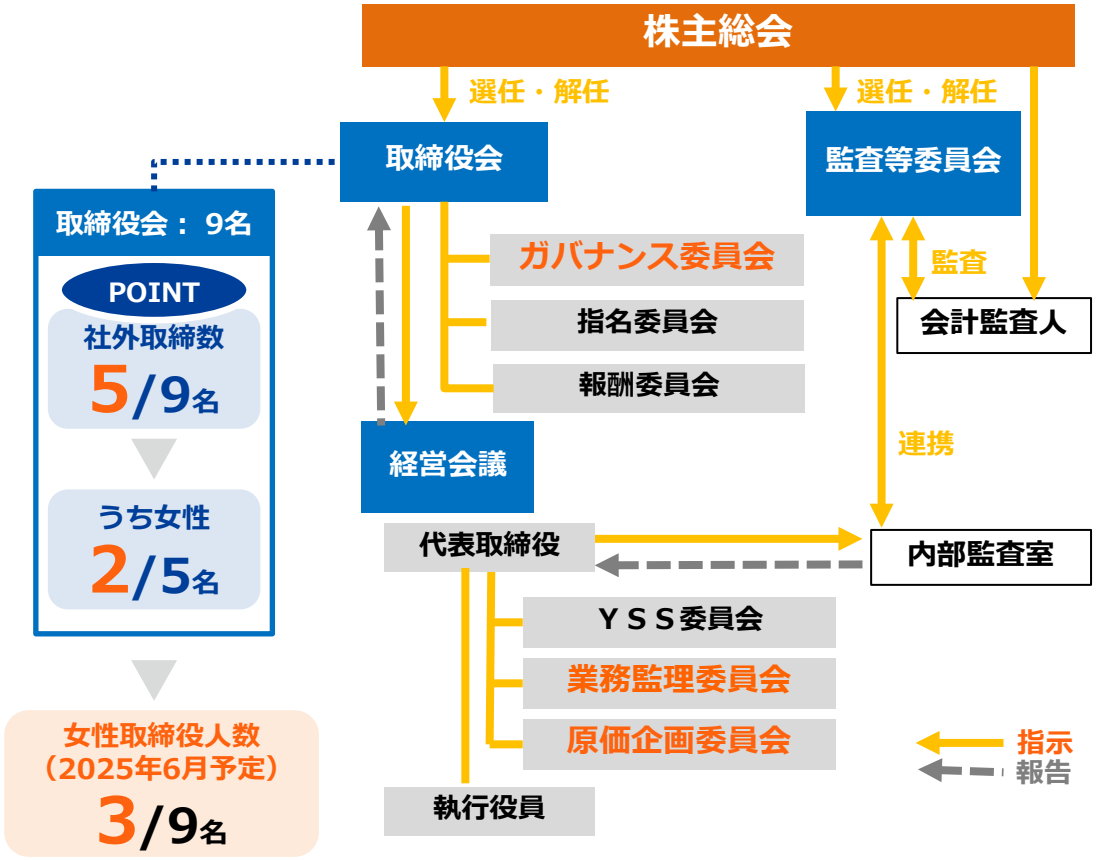
離職率の低下 ▶ ノウハウと経験を持った人材の長期雇用

2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

コーポレート・ガバナンス

取締役会メンバーのスキルや多様性を確保しつつ、各種委員会によるグループガバナンスの向上により、経営を支える体制を強化

コーポレート・ガバナンス体制



ガバナンス委員会
独立社外取締役で構成
コーポレートガバナンスや取締役会の実効性評価について議論し、取締役会へ助言

業務監理委員会
グループ会社の業務執行に関するリスクの管理・モニタリングを実施し、グループ全体の経営効率化・統制強化

原価企画委員会
新製品開発段階から、顧客が求める品質や機能を最小限のコストで実現する原価企画を推進

YSS委員会
Yamashin Sustainable Solutionsの略である当社のサステナビリティに関する取り組みを推進する委員会

2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

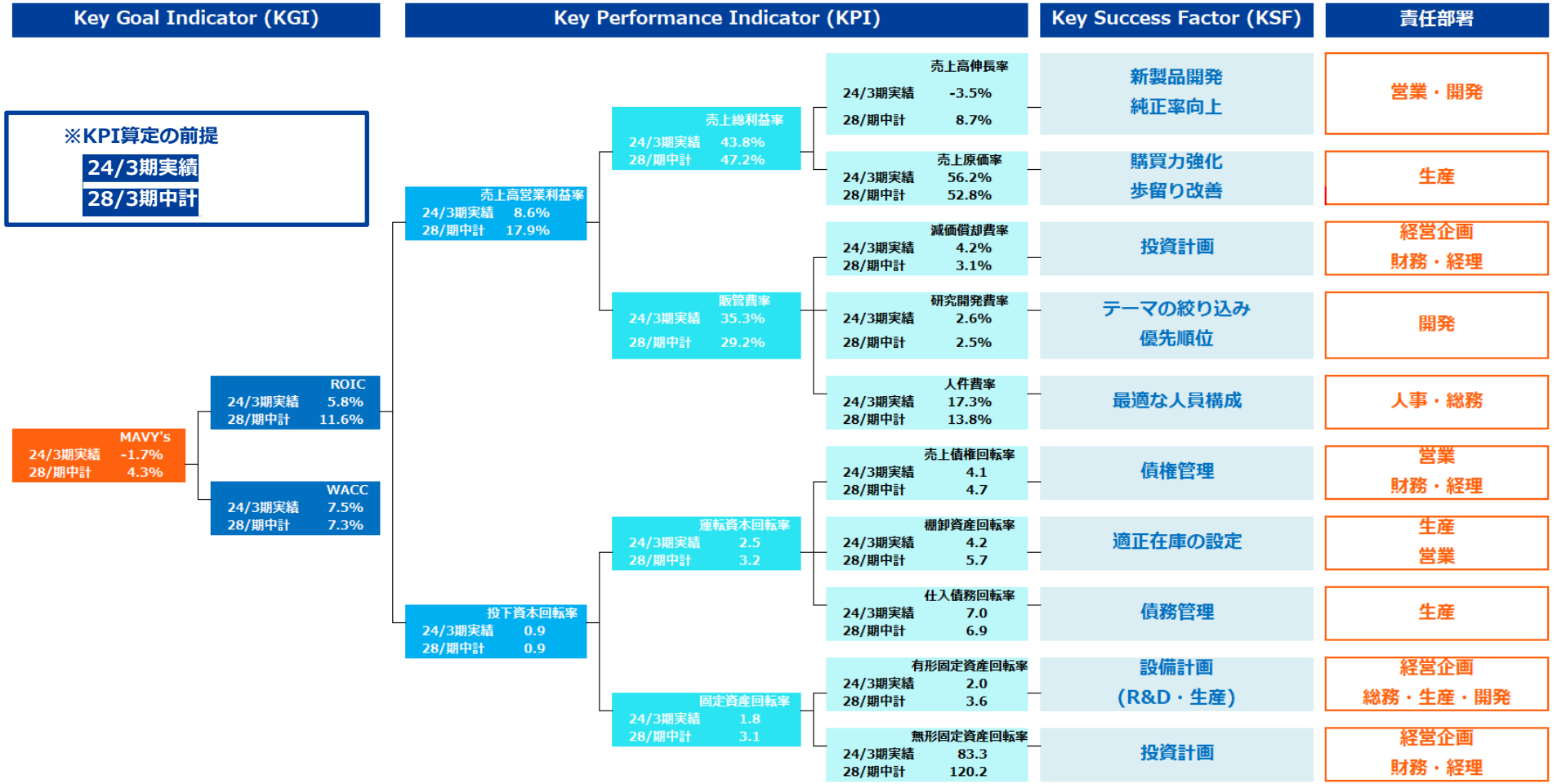
参考資料

2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

目指すべき定量目標（建機用フィルタ）

以下の施策によりMAVY's向上を図る

1 多様なアプローチによるシェア拡大　2 高付加価値製品の導入　3 アフターマーケット活動の進化

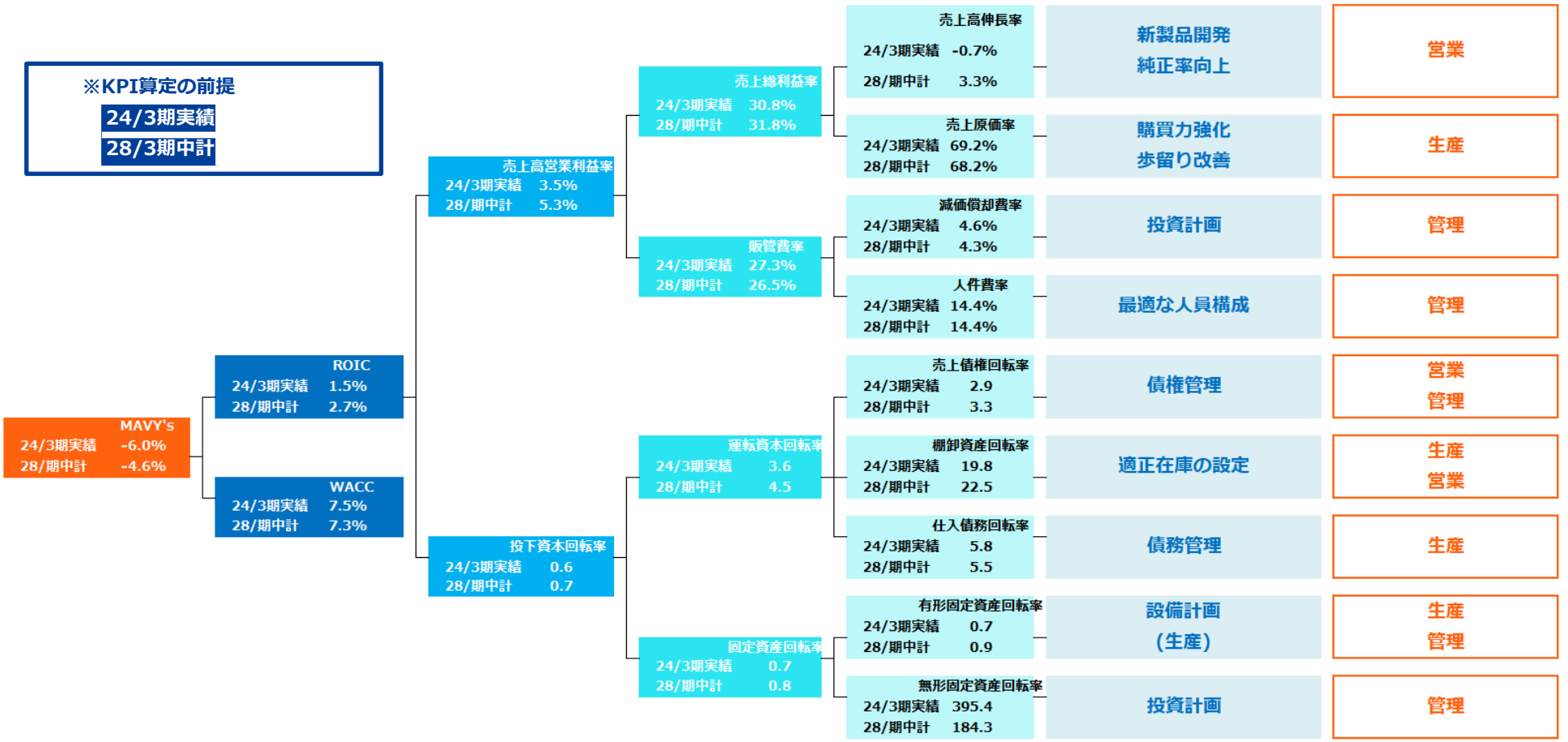


2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

目指すべき定量目標（エアフィルタ）

以下の施策によりMAVY's向上を図る

1 既存商流の強化　**2 直販体制の強化**　**3 ろ材の拡販**



2024 ©YAMASHIN-FILTER CORP. All rights reserved.

The Specialist in Filtration
YAMASHIN

この資料に記載されている業績の見通し等将来に関する情報は、現在入手可能な情報に基づいて作成しております
実際の業績は市場動向や業績情勢等の様々な要因等によって異なる可能性があります

この資料に関するお問い合わせは ヤマシンフィルタ株式会社 広報・IR担当まで
TEL 045-680-1680 E-mail ir@yamashin-filter.co.jp