

# 補足資料 新規事業の取組に関して

杉本商事株式会社

9932

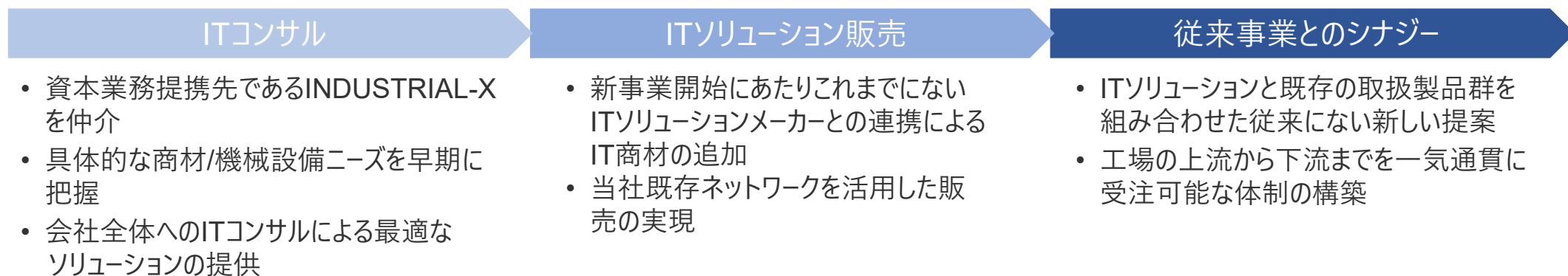
2025年10月29日

- 中期経営計画で掲げる資本政策に関連し、成長戦略の取組が進行中
- デジタル時代に対応したITコンサルに参入し、当社の売上成長の加速を図りながら、日本の製造業の競争力強化と稼ぐ力の強化に貢献

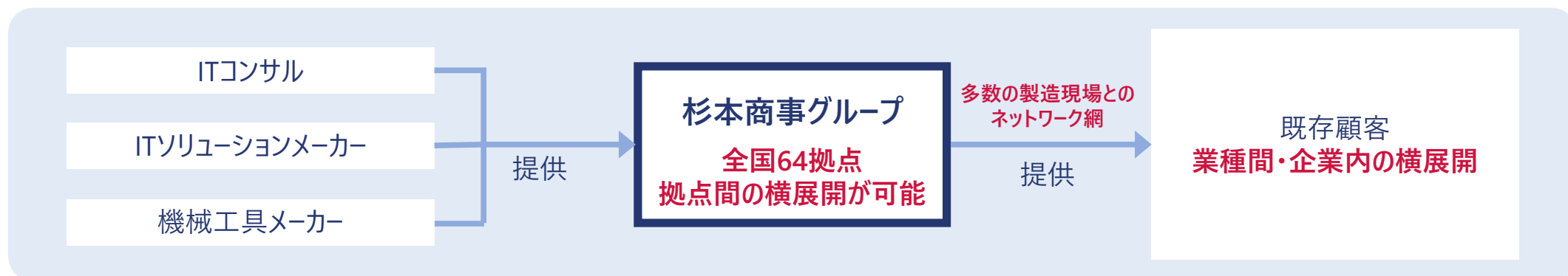


- 製造業ITコンサルを起点にITソリューションの販売から機械工具の受注まで一気通貫のビジネス展開を目指す

### 製造業へデジタル商材と工業資材の販売シナジー

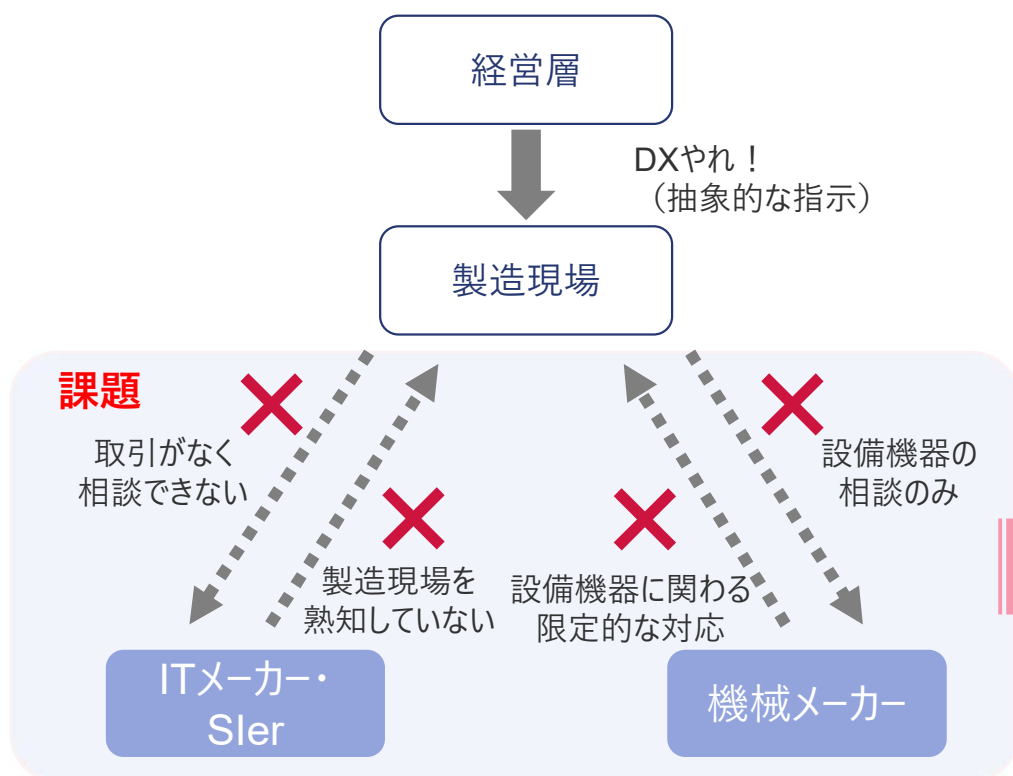


### 全ての商材は当社を通して顧客に販売

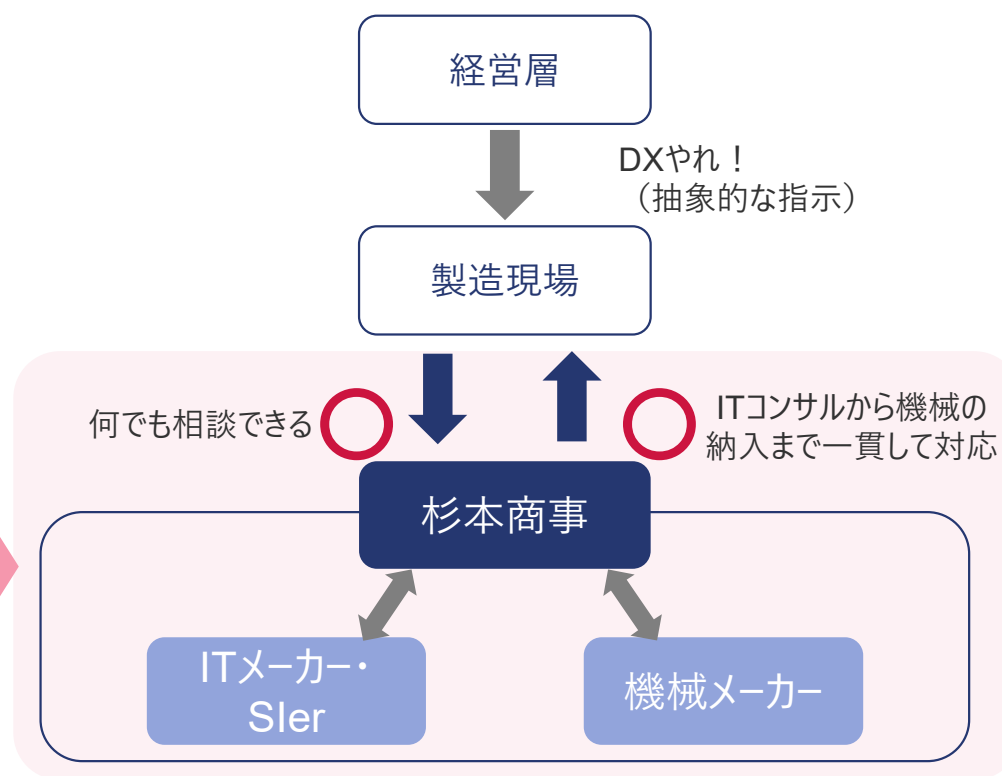


- これまでの製造業DX導入では、現場の課題を整理し本当のニーズに答えられるプレイヤーが欠如
- 当社は、長年にわたる製造業現場との取引で培った営業力と、ITコンサルやソフトウェアから自動化機械に至る幅広い仕入力で、製造現場ニーズにマッチしたITソリューションを販売

### 一般的な例



### 杉本商事の場合



## 製造業DX導入における当社の強み

**SUGIMOTO**

- 製造現場への距離が近く、製造業の立場でワンストップで商材の提案が可能

|           | 当社                                                                                                                                     | ITメーカー（ソフト/ハード）・Sler                                                                                                           | 機械メーカー・エンジニア                                                                                                      |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ネットワーク    |  <b>全国64拠点</b> の営業所を持ち<br>機械部品・機器卸業界で最多               |  大手企業は多くの拠点を抱えるが大手以外は <b>代理店を活用</b> する企業も多い |                                                                                                                   |
| 製造現場の取引先数 |  <b>製造現場の取引先数が多く、横展開も容易</b>                           |  <b>IT部門</b> との取引がメイン                       |  製造現場の取引先は多いが、 <b>取引部門が限定的</b> |
| 製造業の知見    |  <b>製造業に特化</b> して事業を展開                                |  <b>製造業以外</b> の取引先も多く抱える                    |  <b>製造業に特化</b> して事業を展開         |
| 商材のラインナップ |  製造現場向けから管理部門向けまで <b>多種多様</b>                        |  <b>自社の製品</b> しか提供できない                     |                                                                                                                   |
| 顧客への提供価値  |  商社として常に <b>マーケットイン</b> 発想                          |  どうしても <b>プロダクトアウト</b> になりがち              |                                                                                                                   |
| 価格        |  個別価格は商社として <b>競争力がある</b> 。<br>トータル価格は全体を適切な価格で提供可能 |  個別導入が積み上がると割高になる                         |                                                                                                                   |

## 当社のITソリューション販売ネットワーク

# SUGIMOTO

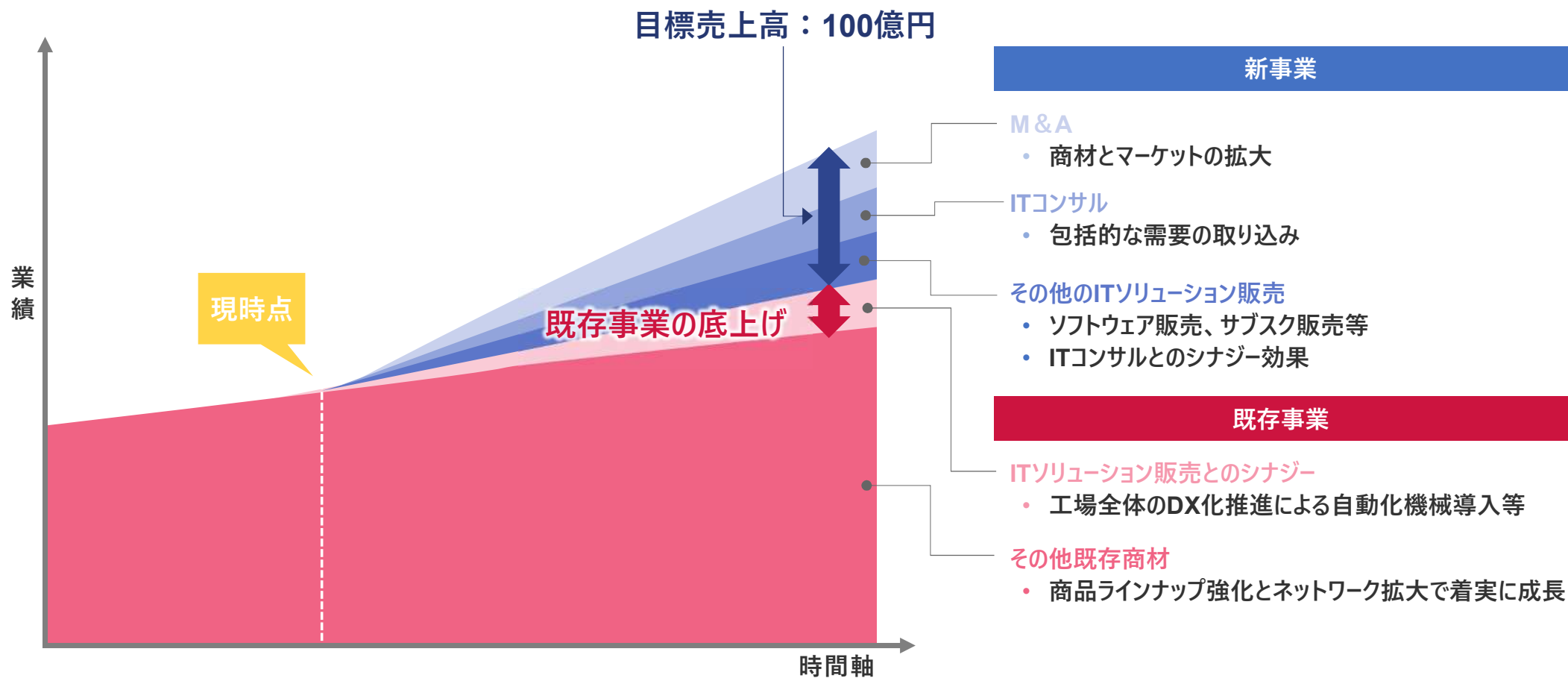
- 杉本商事の製造業ネットワークを生かし、スピード感をもって生産現場へサービスを提供



## 今後の成長イメージ

# SUGIMOTO

- 新事業売上高として100億円を目指す
- 新事業とのシナジーにより既存事業である機械設備売上高の成長を図るほか、M & Aによるネットワーク拡充を目指す



この資料には、当社の現在の計画や業績見通しなどが含まれております。それら将来の計画や予想数値などは、現在入手可能な情報をもとに、当社が計画・予測しております。

実際の業績などは、今後の様々な条件・要素によりこの計画などとは異なる場合があります、この資料はその実現を確約したり、保証するものではありません。

The logo for SUGIMOTO, featuring the word "SUGIMOTO" in a bold, dark blue, serif typeface. The text is centered within a white rectangular area that is framed by a thin blue border.