

「挑戦と変革」を経営テーマに掲げ、 様々なチャレンジを進めています。

人が一人でできることは限られていますが、
全社一丸のチームで挑戦すれば、必ず成果が得られると信じています。
企業理念の実現に向け、共に力を合わせ、新しいヨドコウをつくり上げていきます。

代表取締役社長 田中栄一

社員一人ひとりが自社を誇りに思い、 幸せを実感できる会社になりたい

ヨドコウは、2025年の1月30日で創立90周年を迎え、私が11代目の社長になります。これもひとえに、お客様、お取引先様、地域社会をはじめとする全てのステークホルダーの皆様のご支援の賜物と存じ、心より感謝申し上げます。創立90周年の節目にあたり、ヨドコウグループ新企業理念「咲かせよう。ひと、まち、みらい。」を制定しました。また、これに併せ、2025年10月1日には既存領域にとらわれず新たな可能性に挑戦していく決意を示すとともに、企業ブランド価値のさらなる向上を目的として、長年愛称として親しまれてきた『ヨドコウ』に社名を変更いたしました。これまでのヨドコウは「健全な会社」、「自己資本比率が高い会社」というイメージでした。しかし、今は安定性だけでなく成長性も重視される時代になっています。当社も従来のイメージとは違った角度での挑戦と変革を起こすことによって、社員が幸せになれる会社を目指していきたいと考えています。私は、まず社員が幸せに思う会社にならなければ、全てのステークホルダーの満足度を上げることはできないと思っています。ヨドコウを社員一人ひとりが自社を誇りに思い、幸せを実感できる会社にしたと考えています。

縁(人とのつながり)を大切に、「挑戦と変革」を実現する

私は営業畑出身ですが、海外グループ会社に社長として赴任した経験があります。その際、海外に駐在しなければ出会うことのなかったお取引先様や金融機関の方々との繋がりができ、様々な縁に恵まれました。その方々が当社グループを支援してくださったからこそ今のヨドコウがあると感じています。

発想は、それぞれがそれぞれの立場で考えないといけないことではあります。ただ、やるとなったら一人では当然できません。

自分達がやるべきことをしっかり意識したうえで、協力者や支援者の方々と一緒にやっていかないと結果は出ないと考えます。

そのためにも、「こういうものを目指そうよ」を自分で口に出して、共有化することを大切にしていきたいと思っています。不言実行を是とするのではなく、目標を明確にし、それを共有しながら進んでいくことが大切だと考えています。

企業理念の

「咲かせよう。ひと、まち、みらい。」を実現していく

この企業理念は、当社のシンボルである桜から発想し、生命力にあふれる花が咲くように、人々の生活が豊かさを帯び、まち全体が活性化していくことに関わっていきたくて策定しました。

美観や強度に優れた鋼板製品を通じて暮らしや街を彩り、空港や駅などのインフラ施設、スタジアムやエンターテインメント施設の建設に携わり、快適で楽しい街づくりに貢献していく。この理念には、使いやすさや利便性だけでなく、心がときめいたり、ワクワクと楽しさを“生み出す=咲かせる”企業になるとの想いが込められています。ヨドコウの製品やサービスで街や暮らしを彩り、人々を笑顔にし、明るく希望に満ちた未来を創ることに貢献するという私たちの意志を表しています。そのためにも、これからヨドコウが皆様の暮らしとどのような関わり方をしているのかを、もっとアピールしていかなければならないと思っています。

この企業理念は、企画部が事務局となり、様々な事業所の様々な部署から集めた25名でプロジェクトを立ち上げ、我々経営層ともディスカッションを重ねながら「我々自身がワクワク感を持って取り組もう」という思いを込めて作り上げました。当社は真面目な企業で、そのことは大切で当然続けていくのですが、それに加えてこれからはもっとワクワク感が前面に出る会社にしていきたいと思っています。



咲かせよう。
ひと、まち、みらい。

強みをさらに広げる

鉄鋼業界ではいろいろな企業がありますが、当社は表面処理鋼板、めっきとカラーの分野でしっかりしたものづくりと販売力の両方を兼ね備えていると自負しています。強みの1つは、お客様の要望を商品開発に取り入れる対応力の早さです。お客様も新しいものを要望しており、我々も新しいものを出していきたい。そういっ

た中で、「こんなものできました」や「メーカーの作ったものを使ってください」ではなくて、そこにお客様の知恵を入れてつくっていく、どう応用したらお客様に喜んでもらえるのかを柔軟に発想してカタチにすることが得意です。当社は、台湾、中国、タイにも拠点がありますので、今後は、世界各地からの情報収集力を高め、それを活かしたものづくりをしていかなければならないと考えています。

それと、内需が細っていくという事業環境の中、我々が今何をすべきかをよく考え、アライアンスを組んだり、M&Aを実施するなど、当社の成長につながるような施策を展開していく必要があると思っています。

サステナブルな発展に取り組む

資源循環、サーキュラーエコノミーに注目しています。生産活動において、鉄くず、廃酸、汚泥、非鉄金属くず等の有価物や廃棄物が発生します。それら発生の抑制に努めるとともに、再資源化可能な処分業者の選定や処理委託を進めています。また、廃酸は自社で再利用できるような設備の導入も検討しているところです。

鉄くず、スクラップは、電炉材の原材料でもあります。多くの需要家はScope3削減の観点から電炉材を検討されています。当社も電炉材を利用しためっき鋼板、カラー鋼板で、そのニーズにお応えできるよう開発を進めているところです。

カーボンニュートラルへの取り組みについては、省エネ推進や再生電力の利用を進めており、太陽光発電は様々なところで実施しています。2030年度に向かって、当社も日本鉄鋼連盟の計画に沿った2013年度比30%削減の目標を立てていたのですが、46%に引き上げました。

近年、気候変動は私たちの暮らしにも大きな影響となってあらわれ、台風・突風・竜巻などの暴風による被害が多発しています。当社では各種基準に基づく実試験により安全性を確認した高強度の屋根材を取り揃えています。また猛暑対策としては、断熱性能の高いパネルを生産しており、大地震の二次災害となる火災への対策では、類焼や延焼から建物を守る耐火性能を有する金属製外壁も生産しています。「物置という防災」をキャッチコピーに、防災用品を屋外の物置に保管することや大地震発生時には自動で開錠される装置や、水不足に対応した雨水タンクなどのオプションも取り揃えています。

また、大型台風やゲリラ豪雨など、短時間で局地的に大雨が降る事例が増え、冠水が大きな問題となるなか、冠水の原因の一つとなる「越流現象」を抑制するグレーチング(溝蓋)を自治体向けなどに販売しています。

災害に強い商品を開発することを通じて、人々のいのちを守ること、安全で暮らしやすい街づくりに貢献していきたいと思えます。

ひとに寄り添う企業として未来をつくる

「社員を幸せに」と謳う以上、会社として社員を幸せにするために何をしなければならぬかを具体的に考え実行しています。

例えば育児・介護休業などの諸制度の周知のほか、男性社員にも積極的に育休を取るよう指導しています。また、長く安心して

働くことのできる職場にするために、長時間労働の是正を推進すると同時に、ハラスメントやメンタルヘルスなどの教育面にも力を入れてきました。

また、女性活躍推進のため女性の総合職を多く採用することに加えて、その方々に管理職を目指してもらうようにしていますが、正直まだ道半ばといった感じです。今のところは、外部で様々な経験をされた女性を中途採用し、これまで培われた経験を当社内で存分に発揮していただくといった取り組みを行っております。

さらに、人材育成については、新入社員研修を皮切りに、若手社員研修、中堅社員研修、管理職社員研修を通じて、コミュニケーションやリーダーシップ、マネジメントや人材育成などについて階層別に研修を行っています。これらにより常に問題意識を持ち、自ら考えて行動することのできる自律型人材の育成に注力しています。最終的には物事を俯瞰的に捉え、企業理念の実現のためにみんなを引っ張っていくような人材になってもらいたいと考えています。

今後、会社を成長戦略へ導くうえで、変革に挑戦する人材が大変重要です。現在の社員にその認識を強く持ってもらうために教育・研修を充実させていきます。加えて、リクルートの面においても変革に導いていける人間を増やしていきます。

人手不足が社会課題として深刻化する中、当社では製品を通じてお客様の生産性向上に貢献しています。例えば、自社工場塗装工程を行っているお客様が、当社のカラー鋼板をご採用いただくことで、後工程の塗装が不要となり、人材を他の重要な工程へ再配置することが可能になります。今後も、加工や施工のしやすい商品を提供し、人材や設備の有効活用にご貢献していきます。

現場の負担が減るためのDXやAI活用を進める

DXとしては、今ちょうど基幹システムの大きな改革をしているので、まずそれをしっかり仕上げなければなりません。それと並行してAI活用の検討をいろいろな部署で進めています。

当社はメーカーですから、工場に安定して人を配置していかなければなりません。そのためには、できる限り現場の負担が減るように省力化することが重要です。設備更新をする際にも、まず省力部分を考えるよう指示を与えています。省力化とは単に人員を減らすという意味ではありませんので、引き続き多角的な視点で検討してまいります。

情報開示はわかりやすさを大切にしている

創立100年とその先を目指し、社員を幸せにする会社であるには、中長期的な部分で企業価値の向上が一番大切であると思っています。

これまでは事業戦略や財務状況などを網羅したYODOKO REPORT、気候変動の対応や環境負荷物質・廃棄物低減の取り組みなどをとりまとめた環境報告書の2本立てで情報を開示してまいりました。今回、財務情報と非財務情報の関連を意識して内容を充実させ、初めて統合報告書という形式で発行することとなりましたので、まずは情報をできるだけわかりやすく示すという点を心がけていきたいと考えております。このことはリクルート面でも効果的であると考えています。

ヨドコウのことをよく知っていただいている方だけでなく、もっと広く多くの方に知っていただくようにするために、私自身も外向きの発信を頻度を高めてアピールしていきたいと思っております。

中長期の企業価値向上の考え方で 全体的なリスク管理を行う

中長期の企業価値を向上させるためには、まずは企業価値を毀損させないようなことを各事業において役員がしっかり管理していかなければなりません。また、事業ポートフォリオの見直しなど企業価値を上げるためにしなければならないこともリスク管理には必要です。当社では社長である私を委員長とするコンプライアンス・リスク管理委員会を設置しており、これら全体的なリスク管理を行っています。

「おさまるな。ヨドコウ」に込めた思い

当社は財務体質が健全で、非常に真面目な会社です。これは素晴らしいことですし、90年の歴史のなかで諸先輩方が我々に残してくれた財産です。しかし、成長戦略の面で考えると、これまで箱を大きくすることには努めてまいりましたが、そこから飛び出すという発想はありませんでした。そういった意味で、これまでは考えになかったような相手とアライアンスを組んだりM&Aを行うことも新長期ビジョンや次期中計に落とし込んで実行してまいります。こうした考えの前提として、小さな箱に収まるのではなく、挑戦と変革を軸に成長戦略へ舵を切っていく、という決意を示しました。

それと、これまでヨドコウは関西ローカルの部分がありました。今回、ブランドアンバサダーに木村拓哉さんを起用させていただいて、ヨドコウの名前を多くの人に知ってもらうことができました。テレビCMの反響は大きく、当社のホームページにも多くの人が見に来てくれました。私は、社員が自社を誇りに思い、自社のことを好きになることが企業価値の向上には欠かせないと考えております。今回のテレビCMは社員のモチベーションを上げることに加え、リクルート面においても十分な効果があったと思います。

ここからは、具体的にどのような戦略で外へ打って出るか、経営層も含めた課題になります。

引き続き「挑戦と変革」を経営テーマに掲げ、様々なチャレンジを共に力を合わせ進めていきます。



ヨドコウグループ企業理念

当社は2025年1月30日に創立90周年を迎え、
未来に向けたヨドコウグループの新しい企業理念を制定しました。

咲かせよう。 ひと、まち、みらい。

ヨドコウのシンボルである桜から発想し、花が開花することを、人々の生活が豊かさを帯び、まち全体が活性化していくことを連想させる言葉を選定。使いやすさや利便性だけではなく、心がときめいたり、その製品・サービスを使うことでのワクワクと楽しさを“生み出す=咲かせる”企業だと宣言します。

私たちは製品やサービスで、街や暮らしを彩り、人々を笑顔にし、明るく希望に満ちた未来を創りたい、という意志を表しています。

私たちは“柔らかな発想”と“確かな技術”で

人々の想いをカタチにします。

まち、くらし、そしてみらいを築いていくために、時代に合わせた“柔らかな発想”=創造力が必要となります。そして、これまで培われた信頼の技術=“確かな技術”とし、この2つの強みをヨドコウらしく、より具体的な表現にまとめました。

人々の想いとは、顧客や生活者、社員、取引先など全てのステークホルダーの想いのこと。あえて広く捉えられる「人々」という限定しない表現にしています。

ヨドコウの加工力を「カタチにする」という言葉で表現。さらに、まだ見ぬ製品やサービスの創造に挑戦していくという決意を込めています。

私たちが大切にしている価値観

- 挑戦** 社員と共に成長を続け、挑戦することを大切にします。
- 品質** お客様に満足いただける、高品質の製品・サービスを提供します。
- 誠実** 法とモラルを遵守し、信頼される組織であり続けます。
- 人** 多様性を尊重し、人々の安全と安心、そして幸せを追求します。
- 共生** 地球、社会、地域と共生します。

行動指針

- 変化を恐れず、挑戦しているか。
- ベストを尽くしているか。
- 仲間と連携し、一丸となっているか。
- 共に学び、成長しているか。
- My Action
(各自が大切にしている行動指針を設定します)

AT A GLANCE

売上高 2,084 億円 	営業利益 138 億円 	経常利益 215 億円 	親会社株主に 帰属する当期純利益 134 億円
ROE 7.0 % 	自己資本比率 73.7 % 	株価収益率(PER) 11.9 倍 	株価純資産倍率 (PBR) 0.83 倍
従業員数 2,389 人 	配当性向 75.2 % 	連結子会社数 8 社 	CO₂排出量 削減率 (2013年度対比) 33.0 %

2025年3月末 連結ベース

経営ビジョン

・長期ビジョン「桜(SAKURA)100」

目指す姿

- 様々な環境の変化に順応するたおやかな姿
- 新しい事業領域に挑戦し花を咲かせる姿
- グローバルに愛され永く花を咲かせる姿

桜100 SAKURA 2017年3月に策定しました当社グループの長期ビジョン「桜(SAKURA)100」の、グループ各社へのより深い浸透ならびにステークホルダーの皆様へのご理解を深めることを目的として、ロゴマークを作成しました。

たおやかな桜

桜は地域ごとの多様性を持つ植物として知られ、また人の手で、花の色・形、樹の形、虫害や寒暖への強さなど、様々な特徴を持った品種への改良が行われています。様々な環境の変化にたおやかに順応し、様々な個性を持つ桜のような姿を、当社グループは目指します。

花咲く桜

桜は毎年新しい花を満開に咲かせ、私たちは桜の開花を心待ちにします。毎年新しい花を咲かせる桜のように、新しい事業領域に挑戦し続ける姿を、当社グループは目指します。

SAKURA

桜は日本で最も愛される花であり、日本を代表する花「SAKURA」として海外でも愛されています。また、桜は生命力にあふれた長寿の木であり、樹齢が千年を超える木にもなります。グローバルに愛され、永く花を咲かせるSAKURAのような姿を、当社グループは目指します。

・中期経営計画2025~Li k to the Future~

基本戦略

収益構造のさらなる強靱化

- 成長のための既存ビジネスの拡大
- ものづくり力の底上げ

新しい分野への挑戦

- 既存事業を基盤とした新分野の開拓

持続可能な経営基盤の構築

- 将来を見据えた積極的投資と資本効率向上
- 次世代を担う人材の育成と組織力強化
- 全てのステークホルダーとの共生

目次

ヨドコウのこれまでと目指す姿	
トップメッセージ	1
ヨドコウグループ企業理念	4
AT A GLANCE	5
経営ビジョン	6
ヨドコウの歩み	7
ヨドコウグループ	9
事業を通じた価値創造	
価値創造プロセス	11
事業セグメントの概要	
鋼板関連事業	
・鋼板部門	13
・建材・エクステリア・工事部門	15
ロール事業	17
グレーチング事業	18
不動産事業、その他事業、TOPICS	19
暮らしの中のヨドコウ	20
当社の強み～機動力、開発力	21
財務ハイライト、事業概況	24
海外事業の概況、TOPICS	26
ESGを通じた価値創造	
ESGの主な取り組み	27
〈環境 E〉	
環境への取り組み	29
E(環境)に関するデータ	36
〈社会 S〉	
人的資本の充実 人材育成	37
グループの社会貢献活動	39
生産・サプライチェーンマネジメント	40
〈ガバナンス G〉	
コーポレート・ガバナンス	41
取締役および監査役	43
データ	
データ集	45
株式情報	46

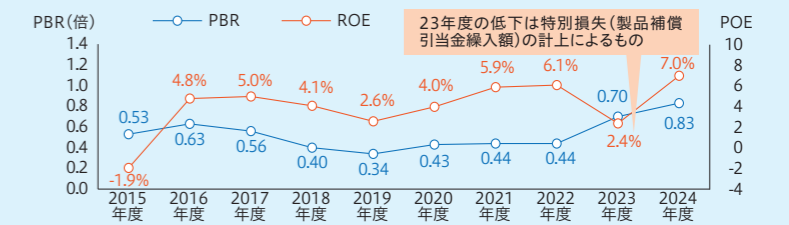
・資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応

現状分析:PBRとROEの推移

●PBR:0.83倍
→業績の伸長や株主還元強化による株価の上昇に伴い、過去10年で最も高い水準だが、1倍割れの状況が継続している

●ROE:7.0%
→24年度は前期比増収増益を達成し、25年度のROE目標である7%を前倒しで達成

資本収益性のさらなる向上へ向けた取り組みを加速していく



株式資本コストを十分に上回る資本収益性の達成が最優先課題

PBR改善に向けた基本的な考え方

●事業ポートフォリオの見直しによる利益の最大化と資本政策の見直しによる資本の最適化を同時に実現することで、株主資本コストを上回るROEを目指す

●25年度のROE目標7%は株主資本コストを十分に上回る水準ではないと認識、26年度からの次期中計期間中にROE8%以上の実現を目指す



経営目標

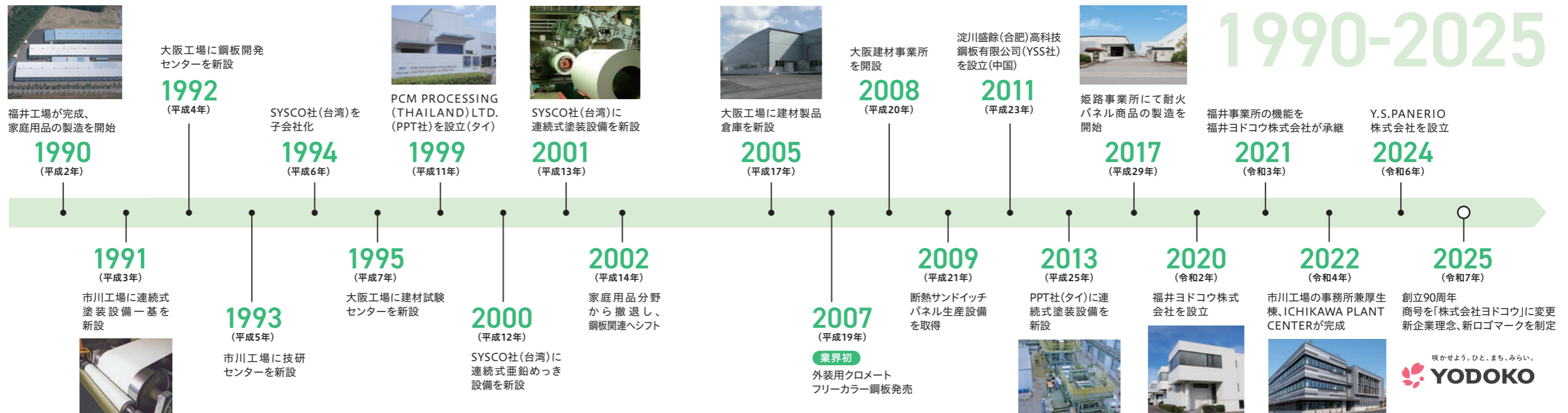
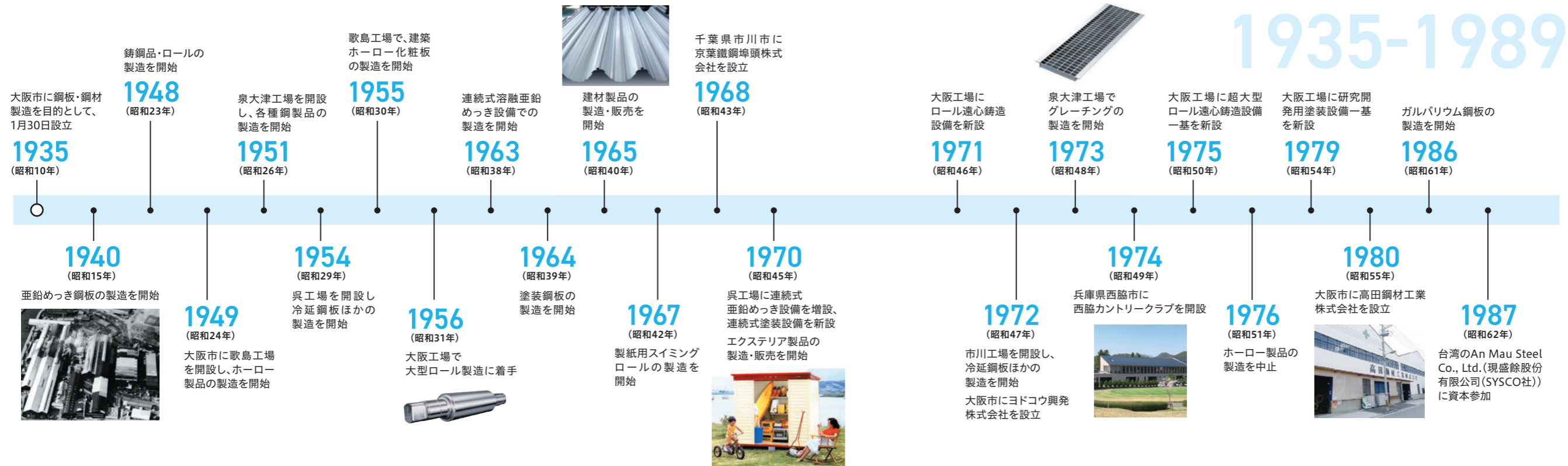
項目	期間	目標
連結営業利益	2025年度	130億円以上
ROE	2025年度	7%以上
設備投資	3カ年累計	200～250億円
株主還元	各年度	年間配当金40円以上(注) 連結配当性向75%以上
自己株式の保有基準	各年度	発行済株式総数の10%未満を目標
政策保有株式の縮減	中計期間(3年間)	縮減率:30% 縮減額:84億円程度

注)2025年7月1日を効力発生日とした株式分割(1:5)に伴う調整を行っております。

※資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応を踏まえ、2025年度に目標の一部を見直ししております。

ヨドコウの歩み

90年の歩みを礎に、一丸となって次の成長へ



ヨドコグループ

同業他社に先駆け、アジアにバランス良く展開した拠点をベースに、世界各地に高品質な表面処理鋼板を供給

[● 販売拠点 ■ 製造拠点]

国内事業所

株式会社ヨドコウ

日本国内にバランス良く配置された製造拠点と顧客・地域密着営業を実現するための14か所の営業拠点網



大阪本社



東京支社



呉工場



市川工場



大阪工場



泉大津工場



姫路事業所

海外連結子会社

盛餘股份有限公司(台湾) SYSCO社
鋼板商品の製造・販売



淀川盛餘(合肥) 高科技鋼板有限公司 YSS社
鋼板商品の製造



PCM PROCESSING (THAILAND) LTD. PPT社
鋼板商品の製造・販売



[● 株式会社ヨドコウ ● 販売拠点 ■ 製造拠点]

国内連結子会社

京葉鐵鋼埠頭株式会社
港湾運送業及び倉庫業



高田鋼材工業株式会社
鋼板の加工販売及び倉庫業



福井ヨドコウ株式会社
エクステリア商品の製造加工



ヨドコウ商事株式会社(ヨドコウビル内)
鋼板・建材商品卸業及び運送業



ヨドコウ興発株式会社
ゴルフ関連事業及び不動産賃貸業



非連結子会社

株式会社淀川芙蓉
製紙機械及び各種ロールの製造・販売

ヨドコウ興産株式会社
鋼板商品の加工及び建材商品の販売

株式会社アルダック
ソフトウェアの設計・開発

淀鋼國際股份有限公司(台湾) YIL社
建材商品の製造・販売・施工