

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

昭和産業

2004 東証プライム市場

企業情報はこちら >>>

2024 年 6 月 24 日 (月)

執筆：フィスコアナリスト

村瀬智一

FISCO Ltd. Analyst **Tomokazu Murase**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2024 年 3 月期の業績	01
2. 2025 年 3 月期の業績予想	01
3. 「中期経営計画 23-25」の進捗状況	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	04
■ 事業概要	05
1. 食品事業	05
2. 飼料事業	06
3. その他	06
■ 業績動向	08
1. 2024 年 3 月期の業績	08
2. 営業組織改編	09
3. セグメント別業績	10
4. 財務状況	11
■ 今後の見通し	13
1. 2025 年 3 月期の業績予想	13
2. セグメント別重点施策	14
■ 「中期経営計画 23-25」	16
1. 「中期経営計画 23-25」の概要	16
2. 進捗状況	18
■ サステナビリティの取り組み	19
1. 環境目標	19
2. 女性活躍推進法に基づく「えるぼし」認定の取得	19
3. 食品リサイクル率 99.9% の取り組み	19
■ 株主還元策	20

要約

2024 年 3 月期は価格改定が進み増収増益、 グループシナジーの効果が現れる

昭和産業 <2004> は、1960 年に世界で初めて家庭用天ぷら粉を発売した食品中核企業である。「人々の健康で豊かな食生活に貢献する」をグループ経営理念とし、小麦・大豆・菜種・トウモロコシの 4 つを国内食品メーカーのなかで唯一取り扱う。ブランドメッセージとして「穀物ソリューション・カンパニー」を掲げている。

1. 2024 年 3 月期の業績

2024 年 3 月期の連結業績は、売上高 346,358 百万円(前期比 3.4% 増)、営業利益 13,146 百万円(同 214.2% 増)、経常利益 16,558 百万円(同 153.8% 増)、親会社株主に帰属する当期純利益 12,358 百万円(同 58.9% 増)と増収増益で着地した。経営環境は、新型コロナウイルス感染症の 5 類移行後、インバウンド需要の回復や経済活動の正常化等が進んだが、前期に続き、為替の円安傾向が輸入コストやエネルギーコストの上昇を招いた。一方、穀物相場は前期と比べ期中を通じて比較的落ち着いたトレンドで推移した。同社は経済活動等の回復を背景に、2024 年 3 月期からマーケットイン志向のワンストップ型の営業組織に改変しており、これが奏功したことに加え、適正価格での販売に注力したことにより主力の食品事業を中心に売上高を伸ばし、増収を確保した。食品事業の増収の要因としては、製粉カテゴリにおける小麦粉製品の価格改定の実施のほか、製油カテゴリにおける長寿命オイルや油染みの少ないベーカリー用オイルなど課題解決型営業提案の効果。さらに糖質カテゴリにおける子会社とのシナジー効果が大きい。販売数量では小麦粉は前期並み、プレミックスは前期比減、パスタは前期を上回ったが、価格改定により全体での増収を確保した形である。製油カテゴリも同様に、適正価格での販売と、商品提案や課題解決型営業に取り組んだが、減収となった。糖質カテゴリは適正価格での販売に努めたほか、独自性のある商品の拡大や飲料用途などの需要増加により販売数量が前期を上回り、増収となった。利益面については、各カテゴリで原価に見合った適正価格での販売の推進や、食品事業の各カテゴリでグループ全体での生産拠点の最適化による生産性向上・原価低減等により、物流コスト増加等による販管費の増加をカバーしたことで大幅増益を確保した。

2. 2025 年 3 月期の業績予想

2025 年 3 月期は、売上高 346,000 百万円(前期比 0.1% 減)、営業利益 12,000 百万円(同 8.7% 減)、経常利益 13,000 百万円(同 21.5% 減)、親会社株主に帰属する当期純利益 11,000 百万円(同 11.0% 減)を計画している。前期に引き続き経済活動や社会活動の正常化、インバウンド需要の回復等が期待される一方で、緊迫した世界情勢など、先行き不透明な状況にある。穀物相場は落ち着いた状況にあるが、為替の動向は円安基調が継続している。加えて 2025 年 3 月期はいわゆる物流の 2024 年問題で物流コストの上昇が予想されるほか、賃上げ等の人件費の増加要因もあって、厳しい事業環境が予想される。同社は、引き続き製造コスト等に見合った適正価格での製品販売に注力するとともに、事業環境に左右されにくい収益構造の確立に向けて「中期経営計画 23-25」で掲げた 5 つの基本戦略に基づく施策を推進する考えである。セグメント別に見ると、売上高は食品事業及びその他については前期並みだが、飼料事業については若干の減収を見込む。営業利益は食品事業で減益を見込んでいる。

要約

3. 「中期経営計画 23-25」の進捗状況

同社は創立 90 周年を迎える 2026 年 3 月期のありたい姿として、長期ビジョン「SHOWA Next Stage for 2025」(2018 年 3 月期～2026 年 3 月期の 9 年間)を策定しており、2023 年 2 月に 3rd Stage「中期経営計画 23-25」を公表した。基本戦略として、1) 基盤事業の強化、2) 事業領域の拡大、3) 環境負荷の低減、4) プラットフォームの再構築、5) ステークホルダーエンゲージメントの強化、の 5 つを掲げ、組織改編による販売力の強化、グループ連携による事業規模拡大と収益力強化、高付加価値商品の拡販、海外事業の拡大、適正な価格改定などにより、2026 年 3 月期に経常利益 130 億円を達成する計画だ。定量目標では、経常利益以外に、ROE (自己資本当期純利益率) 7.0% 以上、NET D/E レシオ 0.6 倍以下、新たな管理指標として ROIC※¹ 14.0% 以上、CCC※² 275 日を掲げた。

※¹ ROIC = 税引後営業利益 (法人税等を営業利益の 30% として計算) ÷ 投下資本 (有利子負債 (NET) + 自己資本)。
※² CCC (キャッシュ・コンバージョン・サイクル) : 運転資金の回転期間 = 売上債権回転日数 + 棚卸資産回転日数 - 仕入債務回転日数。

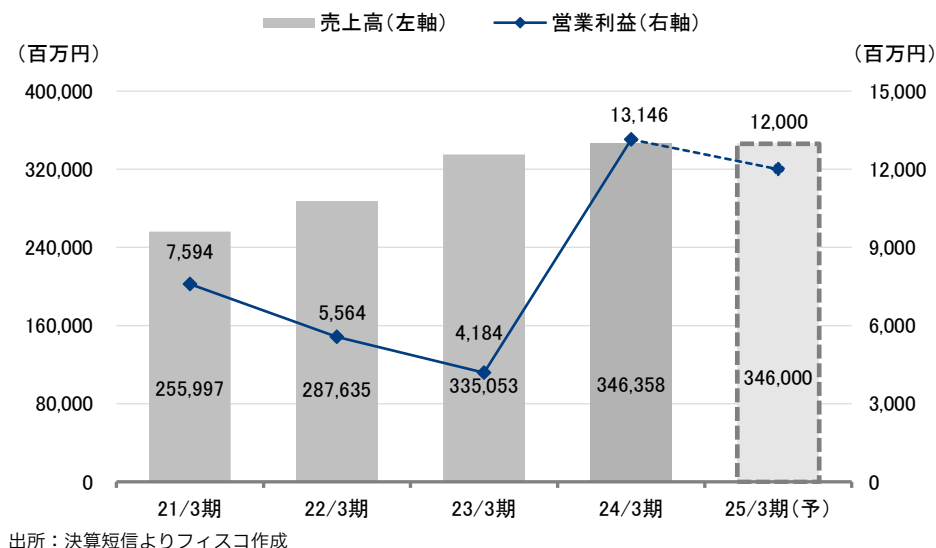
中期経営計画の初年度となる 2024 年 3 月期は、基盤事業の強化で 2023 年 3 月期比 27 億円増の目標に対し 39 億円、事業環境の回復・環境変化への対応で同 30 億円増の目標に対し 49 億円を創出し、大きな成果を挙げた。一方、事業領域の拡大では同 8 億円増の目標に対して 1 億円の創出にとどまった。同社としては中期経営計画 2 期目となる 2025 年 3 月期においても、ワンストップ型営業体制を生かした穀物ソリューションの進化やグループを挙げての事業構造改革によるコスト圧縮、ベトナム子会社の新工場建設、コロナ禍や物価高騰により売上げが減少している製品の販売数量回復等の施策を推進して計画達成を図る考えである。

Key Points

- ・ 2024 年 3 月期は価格改定が進み増収増益を達成
- ・ 2025 年 3 月期は適正価格での販売に注力する方針だが、コストアップを考慮し、売上高は前期並み、各利益は減益を見込む
- ・ 営業体制を「プロダクトアウト型」から業態別・顧客別の「ワンストップ型」に改編
- ・ 新たな財務 KPI として ROIC、CCC を導入し、経営の進捗状況を管理

要約

業績推移



会社概要

多種多量の穀物を取り扱う国内食品メーカー。
ブランドメッセージとして「穀物ソリューション・カンパニー」を掲げる

1. 会社概要

同社は、1960 年に世界で初めて家庭用天ぷら粉を発売した食品中核企業である。「人々の健康で豊かな食生活に貢献する」をグループ経営理念とし、「穀物ソリューション・カンパニー」をブランドメッセージとして掲げ、小麦・大豆・菜種・トウモロコシの 4 つの穀物を国内食品メーカーのなかで唯一取り扱う。これら穀物を小麦粉、プレミックス、植物油、糖化製品、配合飼料などに加工して販売しており、多種多量の穀物を取り扱う独自のビジネスモデルによるシナジーを生み出している。BtoB 向けが主体となっており、売上げ比率は業務用約 9 割、家庭用約 1 割となる。さらに、これらコア事業の強化のみならず、加工食品などの川下への拡大や、東南アジアなどの海外への進出も行っている。

世界各国から運ばれてくる多種多量の穀物を貯蔵する大型穀物サイロ（原料貯蔵庫）を鹿島・神戸・船橋の 3 工場で合計 36.5 万トン分備え、鹿島・神戸の両工場にはパナマックス級（パナマ運河を通航できる最大船型）大型穀物船が接岸できるバース（栈橋）も完備しており、取り扱う穀物量は食品メーカーの中で日本一（同社調べ）である。なお、穀物原料から各種製品を製造する際に発生する副産物を、主に飼料・肥料・工業用原料として活用しており、食品リサイクル率（食品廃棄物の再生利用実施率）は 2022 年実績値で 99.9% となる。

会社概要

2. 沿革

1936 年、「農産報国」を旗印に同社は設立され、1960 年に世界で初めて家庭用天ぷら粉を発売した。そのほかにも小麦粉や植物油、糖化製品などの幅広い食品素材や配合飼料を提供している。グループ経営理念である「人々の健康で豊かな食生活に貢献する」の下、「穀物ソリューション・カンパニー」として様々な事業を展開し、日本の食を支えている。

沿革

年	主な項目
1922年	創業者の伊藤英夫氏、肥料販売店「伊藤英夫商店」を設立
1923年	「日本加里工業株式会社」設立 肥料の製造・販売を開始
1931年	「日本肥料株式会社」設立
1935年	「昭和製粉株式会社」設立 小麦粉の製造・販売を開始
1936年	「昭和産業株式会社」設立 本店を宮城県宮城郡多賀城村に登記 赤塚工場竣工（後の水戸工場） 小麦粉・食用油の製造を開始 鶴見工場竣工 肥料・小麦粉・食用油の製造を開始
1937年	上尾工場竣工 飴の製造を開始
1947年	上尾工場でぶどう糖製造開始
1949年	東京証券取引所市場第 1 部に上場
1952年	「宝産業株式会社」設立（後の昭産開発株式会社）
1953年	「昭産商事株式会社」設立
1960年	ロサンゼルスで家庭用天ぷら粉『SHOWA TEMPURA BATTER MIX』発売
1961年	北日本養鶏試験場開設 日本で初めての天ぷら粉『昭和即席天ぷら粉』国内発売
1965年	船橋工場（製粉）移転により、船橋食品コンビナート完成 種鶏事業を目的として「昭産ファーム」設立 内原畜産試験場開設（後の飼料技術センター）
1966年	総合研究所開設
1967年	神戸工場（飼料・サイロ・製油）竣工
1970年	神戸工場（製粉）竣工により、神戸食品コンビナート完成
1974年	鹿島工場（製油・サイロ）竣工
1976年	鹿島工場（飼料）竣工 「敷島スターチ株式会社」に資本参加
1977年	鶴見工場（大豆たん白）竣工
1981年	鹿島工場（コーンスターチ・ぶどう糖）竣工 米国「ビルスベリー」と提携し、プレミックスの技術を導入
1985年	「九州昭和産業株式会社」設立
1986年	フランスのプレミックス大手メーカー「フランス・ファリーヌ」と提携し、業務用欧風パンプレミックスを発売
1987年	「株式会社オーバン」設立
1988年	ショッピングセンター「ショーサンブラザ」竣工
1989年	「株式会社ショウレイ」設立 米国オレゴン州に「グランバック・フーズ・インク」設立
1990年	鹿島工場（大豆たん白）竣工
1991年	食品開発センター開設 「昭和鶏卵株式会社」設立
1992年	「鹿島飼料株式会社」に資本参加 「木田製粉株式会社」に資本参加
1993年	「株式会社昭産ビジネスサービス」設立 「新潟エリート食品株式会社」設立（後の昭和冷凍食品株式会社） 鹿島工場（製粉）竣工 「株式会社内外製粉」に資本参加

会社概要

年	主な項目
1994年	鹿島工場（潮来ミックス分工場）竣工
1998年	総合研究所バイオ研究センター開設
2002年	「昭和冷凍食品株式会社」設立
2003年	中国に合併会社「大成昭和食品（天津）有限公司」設立
2005年	「株式会社スウィングベーカリー」設立
2008年	「新日本化学工業株式会社」と資本業務提携
2009年	食品安全・品質マネジメントシステム運用開始 「奥本製粉株式会社」に資本参加 鹿島・神戸・船橋の3工場などでISO22000認証を取得
2012年	ベトナムのプレミックス最大手「Intermix」に資本参加 「大成昭和食品（天津）有限公司」工場竣工
2014年	「セントラル製粉株式会社」に資本参加 「大成良友食品（上海）有限公司」に資本参加し、中国での製粉事業に進出
2015年	「グランソールベーカリー株式会社」設立
2016年	RD&E センター開設
2017年	台湾の「大成集団 DaChan Greatwall Group」と業務提携
2018年	ベトナムに「Showa Sangyo Vietnam Co.,Ltd」設立 ガーデンベーカリー株式会社に資本参加
2019年	バイオマスを使用した「ごみ袋」のフィールド実験を開始
2020年	アグリビジネスの開始 「ポーソー油脂株式会社」を子会社化 「サンエイ糖化株式会社」を子会社化
2021年	内外製粉の販売部門を同社に統合
2023年	「辻製油株式会社」と製油事業で資本業務提携

出所：ホームページよりフィスコ作成

事業概要

多種多量の穀物をプラットフォームに食品事業と飼料事業を展開

1. 食品事業

同社は組織改編による事業管理の変更に伴い、2024 年 3 月期より報告セグメント区分を変更した。前期までは製粉、油脂食品、糖質の各事業を個別セグメントとしていたが、2024 年 3 月期からこれらのセグメントを「食品事業」の単一セグメントとし、従来の各セグメントを「カテゴリ」という扱いで管理している。なお、飼料事業及びその他については従来どおり個別セグメントとしている。

食品事業のうち製粉カテゴリでは、パン、ケーキ、麺類などの用途に合わせて開発された業務用及び家庭用の各種小麦粉のほか、ユーザーのニーズに対応したプレミックス（小麦粉にでん粉や糖類、油脂などを配合したもの）、パスタを製造・販売している。また、多岐にわたる食材事業で培ったノウハウを生かし、高品質、高機能かつ信頼のおける小麦粉製品の研究開発に積極的に取り組んでいる。

事業概要

製油カテゴリでは、大豆、菜種などを原料に、天ぷらやフライ、ドーナツなどの用途に合わせて開発された各種業務用植物油を製造・販売している。また、飼料原料などになる脱脂大豆、食肉加工・水産加工食品に使用される大豆たん白も製造・販売している。原料大豆から油分を取り出した脱脂大豆は、飼料用途だけでなく食品用途にも使われており、高い評価を得ている。環境に配慮したバグインボックスやピロータイプの製品、小型貯油タンクを設置し定期的に油脂を配送するミニタンクシステムなどのメーカーの作業性向上にも力を入れている。

家庭用植物油としては、大豆、菜種を原材料とするサラダ油やキャノーラ油をはじめ、こめ油などのほか、近年の健康志向に対応し、オリーブオイル以上にオレイン酸を多く含む健康応援ひまわり油「オレインリッチ」なども販売している。

糖質カテゴリでは、子会社である敷島スターチ（株）やサンエイ糖化（株）との連携を図り、トウモロコシを原料としたコーンスターチをはじめ、コーンスターチを酵素などで分解することで得られるぶどう糖や異性化糖、水あめ、イソマルトオリゴ糖などの糖化製品及び加工でん粉製品の製造・販売を行っている。このうち、コーンスターチは汎用性が高く、ビールや練製品などの食品分野から、製紙・段ボールなどの工業品分野まで幅広く利用される。また、異性化糖は甘味が強く、冷たくなると甘味がさらに増すため、主に清涼飲料・乳性飲料などに使用されている。

2. 飼料事業

飼料事業では、最新の飼料栄養成分や原料の組み合わせに基づいて、養鶏用（採卵鶏、ブロイラー）、養豚用、乳牛・肉牛用、養魚用などの配合飼料、きのこ菌床栽培用栄養体の製造・販売を行う。機能性飼料であるイソマルトオリゴ糖混合飼料は、腸内の善玉菌であるビフィズス菌などを活性化させ、サルモネラ菌などの悪玉菌を抑制する効果を持ち、消化吸収の改善や感染抵抗力を強化する作用がある。

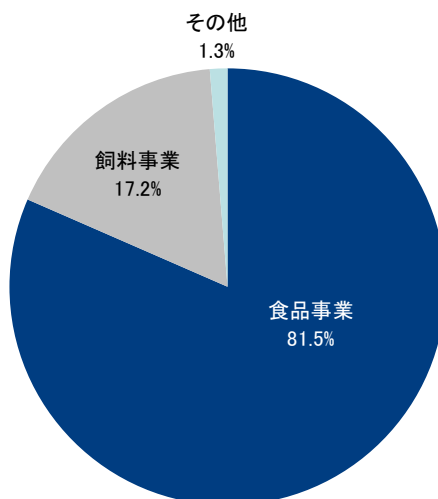
3. その他

倉庫業では、鹿島・神戸・船橋の3工場で合計36.5万トンを収容できる大型穀物サイロを備えており、鹿島・神戸の両工場にはパナマックス級大型穀物船が接岸できるバースを完備している。いずれも優れた立地条件にあり、各工場で効率の良い輸入穀物の保管・荷役を行う。不動産業では、同社グループが保有する不動産を有効活用し、商業施設の開発や事務所用・商業用ビル、物流用建物、事業用土地の賃貸などを行っている。また、保険代理業、自動車等リース業、運輸業等も行っている。このほか、新規事業としてアグリビジネスに参入し、鹿島第二工場エリアに完全人工光型の植物工場「グリーンソリューションファクトリー」を建設した。

昭和産業 | 2024 年 6 月 24 日 (月)
2004 東証プライム市場 | <https://www.showa-sangyo.co.jp/ir/>

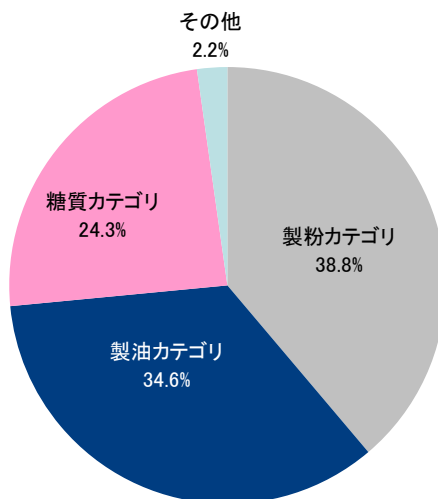
事業概要

セグメント別売上構成比(2024年3月期)



注：外部顧客への売上高より算出
出所：決算短信よりフィスコ作成

食品事業のカテゴリ別売上構成比(2024年3月期)



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

業績動向

2024 年 3 月期は価格改定が進み増収増益

1. 2024 年 3 月期の業績

2024 年 3 月期の連結業績は、売上高 346,358 百万円(前期比 3.4% 増)、営業利益 13,146 百万円(同 214.2% 増)、経常利益 16,558 百万円(同 153.8% 増)、親会社株主に帰属する当期純利益 12,358 百万円(同 58.9% 増)と増収増益で着地した。経営環境は新型コロナウイルス感染症の 5 類移行後、インバウンド需要の回復や経済活動の正常化等が進んだが、前期に続き為替の円安傾向が輸入コストやエネルギーコストの上昇を招いた。一方、穀物相場は前期と比べ期中を通じて比較的落ち着いたトレンドで推移した。同社は、輸入小麦の政府売渡価格が 2023 年 4 月に平均 5.8% 引き上げられ、同 10 月には平均 11.1% 引き下げられたことを受けて、価格改定を実施した。同社では 2024 年 3 月期からマーケットイン志向のワンストップ型の営業組織に改編しており、これが奏功したことに加え、適正価格での販売に注力したことにより主力の食品事業を中心に売上高を伸ばし、増収を確保した。食品事業の増収の要因としては、製粉カテゴリにおける小麦粉製品の価格改定の実施のほか、製油カテゴリにおける長寿命オイルや油染みの少ないベーカリー用オイルなど課題解決型営業提案の効果。さらに糖質カテゴリにおける子会社とのシナジー効果が大きい。販売数量では小麦粉は前期並み、プレミックスは前期比減、パスタは前期を上回ったが、価格改定により全体での増収を確保した形である。製油カテゴリも同様に、適正価格での販売と、商品提案や課題解決型営業に取り組んだが、減収となった。糖質カテゴリは適正価格での販売に努めたほか、独自性のある商品の拡販や飲料用途などの需要増加により販売数量が前期を上回り、増収となった。

利益面については、各カテゴリで原価に見合った適正価格での販売の推進や、食品事業の各カテゴリでグループ全体での生産拠点最適化による生産性向上・原価低減等により、物流コスト増加等による販管費の増加をカバーしたことで大幅増益を確保した。

2024 年 3 月期業績 (連結)

(単位: 百万円)

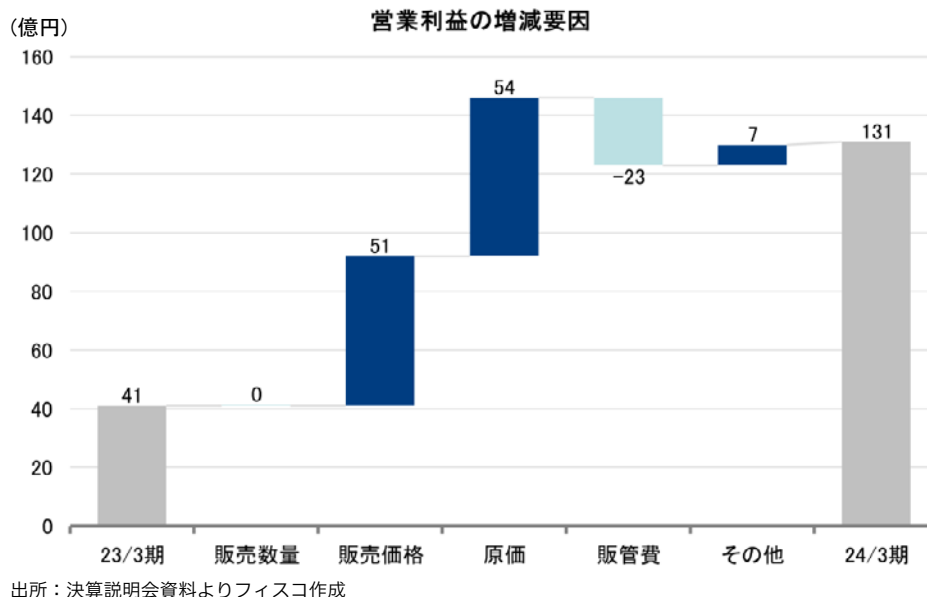
	23/3 期	24/3 期		前期比	
	実績	修正予想	実績	増減額	増減率
売上高	335,053	340,000	346,358	11,304	3.4%
食品事業	270,554	-	282,328	11,773	4.4%
飼料事業	59,426	-	59,462	35	0.1%
その他	5,072	-	4,567	-504	-10.0%
営業利益	4,184	13,000	13,146	8,962	214.2%
経常利益	6,525	16,000	16,558	10,033	153.8%
親会社株主に帰属する当期純利益	7,776	12,000	12,358	4,581	58.9%

注: 23/3 期の食品事業の売上高は、製粉事業、油脂食品事業、糖質事業の各セグメント売上高の合計

売上高は外部顧客への売上高を指す 24/3 期修正予想は 2024 年 2 月 9 日公表値

出所: 決算短信、会社リリースよりフィスコ作成

業績動向



2. 営業組織改編

同社は、2023 年 2 月に策定した「中期経営計画 23-25」の基本戦略の第一歩として、同年 4 月に営業組織を、「プロダクトアウト型」の事業管理・販売活動から、業態別・顧客別の「ワンストップ型」に抜本的に改編した。従来は、製粉部、油脂部、食品部、糖質部など各専門分野に強みを持つ営業部門のそれぞれが、重複する顧客に対して提案・製品販売を行っていたが、営業部門を販売チャネルに対応した業態別に再編し、顧客に対する営業窓口を一本化する「マーケットイン型」の組織体制・事業管理体制に移行した。これにより、同社グループの強みである多様な事業ポートフォリオを最大限に生かし、顧客の「食」に関するあらゆる課題やニーズに最適なソリューションをワンストップで提供することを目指している。足元では顧客ニーズに対応した提案などの効果が製品面や顧客開拓で表れていることから、営業組織改編による取り組みへの効果は同社の業績に寄与すると弊社では考えている。

営業組織の改編に併せて、新たに事業領域の拡大を推進する専門組織「ビジネスプランニング部」を新設した。事業を軸としたグループ会社との一体的な経営管理・事業展開を進めることで、事業ポートフォリオのマネジメントを強化し、グループシナジーを最大化することで、新商品開発や新規市場参入への注力、機能性商品の販売強化による顧客基盤の拡充・拡販を計画している。そのほか、事業戦略と連携した商品開発体制を強化するため、研究開発部門と生産・技術部門を「テクニカル部門」に統合した。管理部門は「コーポレート部門」に改編し、グループ全体のコーポレート部門として機能の専門化を推進する。

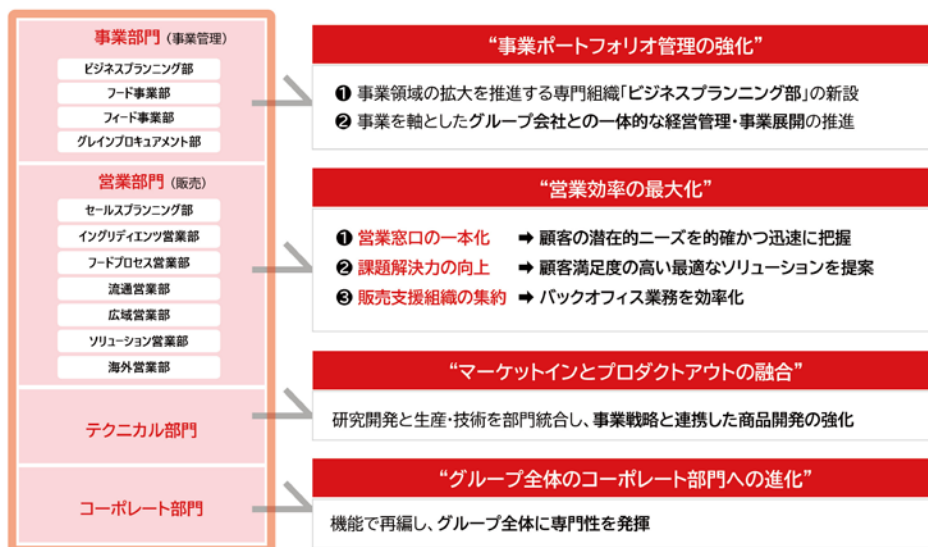
同社によれば、営業組織改編は 2024 年 3 月期から効果が出ているようだ。乾麺パスタを水に浸けて茹で時間の短縮を図っているが、味覚や食感等の品質が犠牲になっているという外食産業の顧客の課題に対し、複数の小麦粉の最適配合と製造工程で工夫を凝らすことにより弾力性のある食感と風味の向上に加え、茹で時間を短縮した生パスタを開発した。また、乾麺パスタの提供時間を短縮し、アルデンテ食感のパスタを提供したいという顧客ニーズに対し、乾麺パスタの原料と製造工程を見直し、新商品を開発した。

昭和産業 | 2024 年 6 月 24 日 (月)
2004 東証プライム市場 | <https://www.showa-sangyo.co.jp/ir/>

業績動向

営業組織の改編は営業社員にも好影響を与えている。ワンストップ型の営業体制となったことで営業社員の裁量権が広がり、仕事を進めやすい環境になっているようだ。その効果もあって、営業社員が自発的にワンストップ型営業の推進に必要な多方面の知識（各事業で取り扱う製品知識）を習得し、不足する知識はその製品に関する専門知識を有するベテラン社員に教えを乞うなどしているようで、社内に人材育成の良好な環境が醸成されている。同社としてもそのような環境を後押しすべく、営業社員に学習教材を提供するなど、営業活動をバックアップする体制整備を進めている。

営業組織と連動した体制整備



出所：「中期経営計画 23-25」資料より掲載

3. セグメント別業績

(1) 食品事業

食品事業の売上高は 282,328 百万円（前期比 4.4% 増）、営業利益は 12,849 百万円（同 223.2% 増）となった。新型コロナウイルス感染症の 5 類移行に伴い人流が回復したこと等を受け、外食や飲料用途等の需要が回復した一方、コンビニエンスストア向け需要は厳しい状況が続いたが、マーケット分析力を活用しながら顧客別営業組織によるターゲット業態ごとのワンストップ型提案営業を各カテゴリで展開し、増収増益を達成した。

製粉カテゴリの売上高は 1,095 億円で、増収増益となった。2023 年 4 月と 10 月の輸入小麦の政府売渡価格の改定を受けて小麦粉製品の価格改定を実施した。販売数量は小麦粉が前期並み、プレミックスは前期を下回ったが、パスタについては外食市場を中心に好調な売れ行きを見せて前期を上回った。家庭用の販売数量については、小麦粉は前年を下回ったが、プレミックスは前期並み、パスタは前期を上回った。利益面については、地域間の移動に伴う物流コスト削減のため、各地域の工場で製造する製品内容を見直し、グループ会社を含めた製粉 5 社 7 工場の連携を強化して販売現場に近い工場での製造を進めた。ほかにも、生産拠点の最適化の一環として船橋プレミックス第 2 工場の稼働率を向上させた結果、プレミックス製品の生産効率が高まった。グループ全体で原価低減に取り組み、増益を達成した。

業績動向

製油カテゴリの売上高は 978 億円で、減収増益となった。適正価格での販売に加えて、機能的な価値のある商品（長寿命オイルや油染みの少ないペーカリー用オイル等）の提案や課題解決型営業に取り組んだ。販売数量については業務用油脂が需要回復等を受けて前期を上回り、家庭用油脂も汎用油の販売増により前期を上回った。

糖質カテゴリの売上高は 685 億円で、増収増益となった。原価に見合った適正価格での販売を推進したほか、グループ会社を含めた生産拠点の最適化や商品カテゴリの選択と集中を含む事業構造改革に取り組んだ。販売数量については機能性商品（粉あめ・結晶ぶどう糖・オリゴ糖酸）の拡販や、飲料用途の需要増から糖化品は前期を上回り、コーンスターチもビール用途等の需要増加により前期を上回ったものの、加工でん粉については工業用途の需要減により前期を下回った。

(2) 飼料事業

飼料事業の売上高は 59,426 百万円（前期比 0.1% 増）、営業利益は 713 百万円（同 77.4% 増）となった。2022 年 10 月に感染が確認された鳥インフルエンザの感染拡大や猛暑の影響で配合飼料や鶏卵の販売数量が前期を下回ったが、顧客ニーズに対する提案型営業や畜産物の販売支援を通じた生産者との取り組み強化、高付加価値商材の拡販に努めた結果、前期並みの売上高に対し、大幅な増益となった。鶏卵については、グループ会社の昭和鶏卵（株）との取り組みによりブランド卵を開発、販売したほか、高付加価値製品である「人工乳」や「オリゴ糖配合飼料」の販売を推進し、配合飼料や鶏卵の販売数量減少による影響を打ち消した。

(3) その他

その他の売上高は 4,567 百万円（前期比 10.0% 減）、営業利益は 1,320 百万円（同 5.5% 減）となった。倉庫業は、貨物獲得競争が激化するなか、商社や主要顧客との取り組みを強化し荷役量の増加に努めたが、貨物取扱量が前期を下回った。

4. 財務状況

(1) 財政状態

2024 年 3 月期末の資産合計は前期末比 14,468 百万円増の 262,238 百万円となった。主な要因は、売上債権の増加 6,192 百万円、投資有価証券の増加 10,883 百万円である。負債合計は同 2,421 百万円減の 128,985 百万円となった。主な要因は、設備関係債務の増加 2,740 百万円、有利子負債の減少 6,980 百万円である。純資産合計は同 16,890 百万円増の 133,253 百万円となった。主な要因は、親会社株主に帰属する当期純利益の計上 12,358 百万円、その他有価証券評価差額金の増加 5,142 百万円、配当金の支払による減少 2,174 百万円である。この結果、自己資本比率は 49.4% と同 3.8 ポイント上昇した。

業績動向

簡易貸借対照表（連結）

(単位：百万円)

	23/3 期末	24/3 期末	増減額
流動資産	123,484	122,760	-724
現金及び預金	6,225	8,140	1,915
売上債権	55,304	61,497	6,192
商品及び製品	16,668	16,155	-513
固定資産	124,286	139,477	15,191
有形固定資産	83,010	86,481	3,471
無形固定資産	4,479	4,106	-373
投資その他の資産	36,795	48,889	12,094
資産合計	247,770	262,238	14,468
流動負債	94,484	83,299	-11,185
支払手形及び買掛金	32,427	26,330	-6,097
短期借入金	16,477	13,051	-3,426
コマーシャル・ペーパー	24,000	14,000	-10,000
固定負債	36,922	45,685	8,763
社債・長期借入金	19,853	26,300	6,447
負債合計	131,407	128,985	-2,421
純資産合計	116,362	133,253	16,890
負債純資産合計	247,770	262,238	14,468

出所：決算短信よりフィスコ作成

(2) キャッシュ・フローの状況

2024 年 3 月期末の現金及び現金同等物は 8,136 百万円となり、前期末比 1,915 百万円増加した。営業活動によるキャッシュ・フローは 23,751 百万円の収入（前期は 2,930 百万円の支出）となった。主な要因は、税金等調整前当期純利益 16,657 百万円のほか、減価償却費の計上 10,214 百万円、法人税等の支払 3,527 百万円である。投資活動によるキャッシュ・フローは 12,401 百万円の支出（同 6,155 百万円の支出）となった。主な要因は、有形固定資産の取得による支出 10,815 百万円、関係会社株式の取得による支出 1,711 百万円である。財務活動によるキャッシュ・フローは 9,435 百万円の支出（同 6,136 百万円の収入）となった。主な要因は、長期借入れによる収入 6,500 百万円、短期借入金及びコマーシャル・ペーパーの増減額 10,540 百万円、配当金の支払額 2,174 百万円である。

2024 年 3 月期は増収により営業活動によるキャッシュ・フローが増加し、負債の圧縮も進んだ。同社は今後も成長投資に向け、必要な借入金等の有利子負債を活用していく考えである。2026 年 3 月期までの資金配分計画では、キャッシュインとして営業キャッシュ・フロー 700 億円、資産圧縮と資金調達で最大 100 億円を調達し、その資金を成長投資に 330 億円、維持・更新投資に 290 億円、普通社債償還に 70 億円、株主還元（株主還元）に 110 億円を振り向ける。なお、当計画は 2024 年 3 月期から 2026 年 3 月期までの 3 年間の資金配分計画（690 億円）を、2024 年 3 月期の実績及び 2025 年 3 月期の見通しを踏まえて見直し、維持・更新投資に 60 億円、株主還元（株主還元）に 50 億円を上乗せした。

業績動向

簡易キャッシュ・フロー計算書（連結）

（単位：百万円）

	23/3 期	24/3 期	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー (a)	-2,930	23,751	26,681
投資活動によるキャッシュ・フロー (b)	-6,155	-12,401	-6,245
財務活動によるキャッシュ・フロー	6,136	-9,435	-15,571
フリー・キャッシュ・フロー (a) + (b)	-9,085	11,350	20,435
現金及び現金同等物の期末残高	6,221	8,136	1,915

出所：決算短信よりフィスコ作成

今後の見通し

ワンストップ型の営業体制を生かして提案型営業を深化させる

1. 2025 年 3 月期の業績予想

2025 年 3 月期は、売上高 346,000 百万円（前期比 0.1% 減）、営業利益 12,000 百万円（同 8.7% 減）、経常利益 13,000 百万円（同 21.5% 減）、親会社株主に帰属する当期純利益 11,000 百万円（同 11.0% 減）を計画している。前期に引き続き経済活動や社会活動の正常化、インバウンド需要の回復等が期待される一方で、緊迫した世界情勢など、先行き不透明な状況にある。穀物相場は落ち着いた状況にあるが、為替の動向は円安基調が継続している。加えて、2025 年 3 月期はいわゆる物流の 2024 年問題で物流コストの上昇が予想されるほか、賃上げ等の人件費の増加要因もあって、厳しい事業環境が予想される。同社は、引き続き製造コスト等に見合った適正価格での製品販売に注力するとともに、事業環境に左右されにくい収益構造の確立に向け、「中期経営計画 23-25」で掲げた 5 つの基本戦略に基づく施策を推進する考えである。

セグメント別に見ると、売上高は食品事業及びその他については前期並みを見込んでいるが、飼料事業については若干の減収を見込む。営業利益は食品事業で減益を見込んでいる。

昭和産業 | 2024 年 6 月 24 日 (月)
2004 東証プライム市場 | <https://www.showa-sangyo.co.jp/ir/>

今後の見通し

2025 年 3 月期業績予想 (連結)

(単位：億円)

	24/3 期 実績	25/3 期 予想	前期比	
			増減額	増減率
売上高	3,463	3,460	-3	-0.1%
食品事業	2,823	2,830	6	
飼料事業	594	580	-14	
その他	45	50	4	
営業利益	131	120	-11	-8.7%
食品事業	128	115	-13	
飼料事業	7	8	1	
その他	13	13	0	
全社費用他	-17	-17	-	-
経常利益	165	130	-35	-21.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	123	110	-13	-11.0%

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

2025 年 3 月期業績予想の前提

	24/3 期				25/3 期 前提
	4-6 月実績	7-9 月実績	10-12 月実績	1-3 月実績	
小麦 円 /t ※ 1	72,530	76,750	76,750	68,240	68,460
大豆 ¢/Bu ※ 2	1,501	1,440	1,333	1,295	1,235
菜種 ¢/MT ※ 3	793	745	748	657	625
トウモロコシ ¢/Bu ※ 4	653	592	479	463	490
海上運賃 us\$/t ※ 5	53.0	48.9	59.8	62.7	63.0
為替 ※ 6	133.39	140.04	147.35	146.87	146.00
LNG 円 /kg ※ 7	103.2	75.8	89.1	98.8	93.2

※ 1 該当期間 3 ヶ月前の 5 銘柄平均価格

※ 2 該当期間の 2 ヶ月前のシカゴ相場平均

※ 3 該当期間の 2 ヶ月前の ICE 相場平均

※ 4 該当期間の 2 ヶ月前のシカゴ相場平均

※ 5 米国ガルフ - ジャパンのパナマックス船 (トウモロコシベース)

※ 6 該当期間の 2 ヶ月前の TTM 平均

※ 7 該当期間の 2 ヶ月前の「財務省貿易統計」月間の実績速報値より、本国の輸入品価額・数量から平均単価を算出

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

2. セグメント別重点施策

2025 年 3 月期は、組織改編による業態別・顧客別営業体制を生かした提案型営業をさらに深化させ、売上げ増加につなげる。また、グループ全体での生産拠点最適化による生産性向上・原価低減の継続と検証を進めていく。ほかにも、高付加価値製品を拡販するとともに、製造コスト等に見合った適正価格での販売を徹底して利益を確保する方針である。

(1) 食品事業

売上高は 2,830 億円（前期比 6 億円増）、営業利益は 115 億円（同 13 億円減）を見込む。

a) 製粉カテゴリ

小麦粉については、2024 年 4 月から輸入小麦の政府売渡価格が改定されたことに伴い、業務用の強力粉・準協力を 30 円 / 袋値下げ、中力粉・薄力粉を 110 円 / 袋値上げ（2024 年 7 月納品分より）、家庭用の小麦粉、プレミックス、乾麺、パスタを 3% 前後値上げする（同年 8 月納品分より）。同社としてはグループ会社を含めた 5 社 7 工場のそれぞれの特徴と強みを生かしながら、製品開発の連携、生産拠点の最適化、物流の効率化など生産体制の最適化を図り、販売数量増加、収益性向上に取り組む計画だ。前期も同様な施策を行っているが、工場間及び工場～販売拠点間の物流コスト削減の観点から全国各地の工場で製造する製品を見直し、販売拠点までの距離を最適化する。プレミックス及びパスタについては、2022 年 6 月に稼働した船橋プレミックス第 2 工場の強みを生かして業務用の小袋化、小ロットに対応するとともに、グループ連携による効率的な生産体制を構築し、生産強化を図る。2024 年 3 月期にグループ間の取り組みによりヒットしたコンビニエンスストア向け「焼成パン」については、グループ内で原価管理を徹底して生産性向上を図るとともにフードロス削減に取り組み、さらなる拡大を目指す。

b) 製油カテゴリ

収益の基盤となる大豆・菜種油については、提案型営業により販売数量の確保を図るほか、適正価格での販売、高品質付加価値製品（機能性油脂や大豆たん白）の販売拡大を目指す。販売チャネルごとの課題を敏感にキャッチして商品開発につなげ、提案型営業によって売上げ確保につなげる考えである。また、ボーソー油脂（株）及び辻製油（株）※との連携を強化することで、コーン油・こめ油の競争力向上と販売拡大を実現し、事業環境に左右されにくい収益構造を確立することで事業基盤の底上げを図る。

※ 同社及び辻製油は 2023 年 5 月に製油事業についての資本業務提携を公表した。

c) 糖質カテゴリ

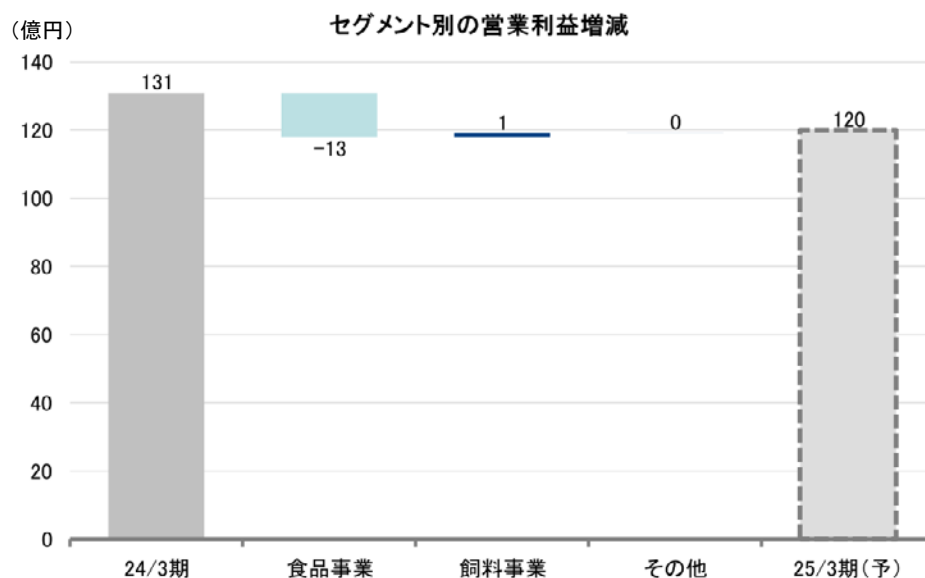
同社では糖質カテゴリにおいて、差別化戦略の推進を重点施策として掲げている。低分解水あめ、粉あめ等、特徴のある製品群の拡販を進めるほか、健康訴求のマーケティングと顧客開拓を推進する計画である。また、グループ一体となった相互供給体制や生産拠点の最適化を図る。また、同社グループの特徴ある製品群である低分解水あめや粉あめなどについては、競争優位が確保できる差別化戦略として、BtoB マーケティング機能を生かした提案型営業による拡販が見込まれると弊社では考えている。

(2) 飼料事業

売上高は 580 億円（前期比 14 億円減）、営業利益は 8 億円（同 1 億円増）を見込む。損益の安定化施策として、高付加価値製品である「人工乳」や「オリゴ糖配合飼料」の販売促進、顧客となる農場主の抱える様々な課題に対する解決策提案により拡販を目指す。鶏卵については、同社と昭和鶏卵との取り組みによる付加価値卵（ブランド卵）の開発と販売、温泉卵の拡販を図る。また、廃棄されていた冷凍パン生地やうどんの端材などをリキッドフィードや乾燥飼料として再利用するなど、未利用原料の飼料化技術を追求し、新価値を創出する。

昭和産業 | 2024 年 6 月 24 日 (月)
2004 東証プライム市場 | <https://www.showa-sangyo.co.jp/ir/>

今後の見通し



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

「中期経営計画 23-25」

組織再編によりグループシナジーの高度化・最大化を推進

1. 「中期経営計画 23-25」の概要

同社は創立 90 周年を迎える 2026 年 3 月期のありたい姿として、長期ビジョン「SHOWA Next Stage for 2025」(2018 年 3 月期～2026 年 3 月期の 9 年間)を策定しており、2023 年 2 月に 3rd Stage「中期経営計画 23-25」を公表した。「中期経営計画 20-22」において目標としていた経常利益 130 億円は、コロナ禍や原料穀物相場の高止まりなどの事業環境悪化を受けて未達となったため、3 年遅れの 2026 年 3 月期に再設定する計画である。そのため 2023 年 4 月 1 日には前述した営業組織の改編を実施した。計画では、基本戦略として、1) 基盤事業の強化、2) 事業領域の拡大、3) 環境負荷の低減、4) プラットフォームの再構築、5) ステークホルダーエンゲージメントの強化、の 5 つを掲げ、営業組織改編による販売力の強化、グループ連携による事業規模拡大と収益力強化、高付加価値商品の拡販、海外事業の拡大、適正な価格改定などにより利益を創出する計画だ。

定量的には、基盤事業の強化で 27 億円、事業領域の拡大で 8 億円、事業環境の回復・環境変化への対応で 30 億円を創出し、2026 年 3 月期に経常利益 130 億円を達成するとしている。定量目標では、経常利益以外に、ROE7.0% 以上、NET D/E レシオ 0.6 倍以下、新たな管理指標として ROIC4.0% 以上、CCC75 日を掲げた。また、非財務 KPI として、CO₂ 排出量削減や食品ロスの削減などの環境目標、デジタル化推進などのデジタル戦略、人的資本経営、事業規模の拡大や生産改善活動によるコスト削減などの RD&E 戦略でも目標値を設定している。

昭和産業
2004 東証プライム市場

2024 年 6 月 24 日 (月)
https://www.showa-sangyo.co.jp/ir/

「中期経営計画 23-25」

「中期経営計画 23-25」5 つの基本戦略

① 基盤事業の強化

- 穀物ソリューションの進化
ーワンストップ型営業組織への変革による
販売力強化
- グループ連携による事業拡大と収益力強化
- 商品構成の最適化
- 差別化戦略による付加価値商品の拡販
- 安定調達強化

② 事業領域の拡大

- ASEAN地域における既存事業の強化と
新たな事業展開による海外事業の拡大
- 輸出事業の強化
- 冷凍食品事業の拡大
- 新規事業への挑戦
ープラントベースフード(植物由来食品)
ーファインケミカル、オレオケミカル

当社グループの持続可能を支えるサステナビリティ経営の深化

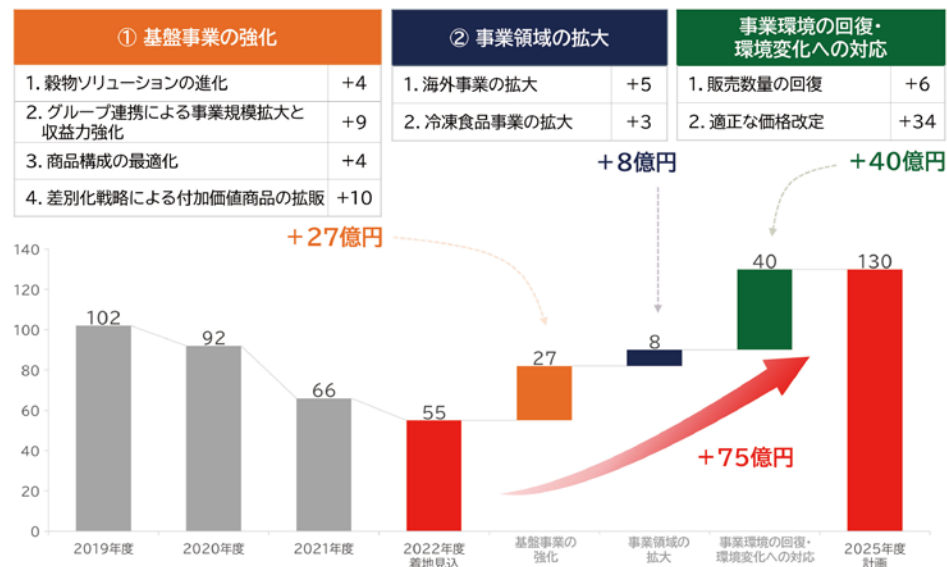
③ 環境負荷の低減

④ プラットフォームの再構築

⑤ ステークホルダー エンゲージメントの強化

出所：決算説明会資料より掲載

「中期経営計画 23-25」による定量効果



出所：「中期経営計画 23-25」資料より掲載

「中期経営計画 23-25」財務 KPI

	22/3 期実績	23/3 期実績	24/3 期実績	25/3 期計画	差異 (24/3 期比)
経常利益 (億円)	65	65	165	130	
ROE (%)	3.9	7.1 ※	10.2	7.0% 以上	
ROIC (%)	2.6	1.8	5.3	4.0% 以上	
CCC (日)	78	91	87.3	75	12.3 日短縮
NET D/E レシオ (倍)	0.4	0.5	0.35	0.6 倍以下	

※ 23/3 期は、ショーサン上尾ビルの売却により約 52 億円の固定資産売却益（特別利益）が発生

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

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.

昭和産業 | 2024 年 6 月 24 日 (月)
2004 東証プライム市場 | https://www.showa-sangyo.co.jp/ir/

「中期経営計画 23-25」

「中期経営計画 23-25」非財務 KPI

環境目標	中計目標	昭和産業グループ 環境目標	人的資本経営	中計目標
CO2排出量削減	▲30%以上 ○2013年度対比	2030年度 ▲46%以上	D&Iの推進	・女性管理職比率: 2025年度 10%以上
食品ロスの削減	▲30%以上 ○2018年度対比	2025年度 ▲30%以上	戦略的 人的資本投資の促進	・リスキル投資額: 2025年度 2倍以上(2021年度比)
水使用量削減 (原単位)	▲9%以上 ○2019年度対比	2030年度 ▲12%以上	従業員 エンゲージメントの向上	・エンゲージメントスコア: 中計23-25期間中に目標値公表
プラスチック 使用量削減(原単位)	▲7%以上 ○2013年度対比	2030年度 ▲25%以上		
デジタル戦略	中計目標		RD&E戦略	中計目標
デジタル化推進	・デジタル化推進費:3年間で45億円 (うち成長投資:12億円)		事業領域の拡大	・冷凍食品事業、新規事業分野における 研究開発の強化 ・海外生産拠点の技術力向上
【主要施策1】 多角的分析DB・ ダッシュボード導入	・顧客情報の有効活用による営業変革 (顧客分析→顧客提案の充実化) ・コスト削減:▲6千万円/年		IT・AI技術の活用	・スマートファクトリーの推進
【主要施策2】 DX推進人財育成	・将来のDX推進人材:100名育成 ・ノーコード開発ツールの展開による コスト削減:▲7千万円/年		生産改善活動 によるコスト削減	・コスト削減額: 10億円以上/3年累計

出所: 決算説明会資料より掲載

2. 進捗状況

(1) 基盤事業の強化

2024 年 3 月期実績として、2023 年 3 月期比 27 億円増の目標に対し 39 億円を創出した。内訳は、穀物ソリューションの進化で 3 億円、グループ連携による事業規模拡大と収益力強化で 17 億円、商品構成の最適化で 6 億円、差別化戦略による付加価値商品の拡販で 13 億円となっている。グループ連携による事業規模拡大と収益力強化、並びに差別化戦略による付加価値商品の拡販が大きく寄与した。前者はグループ全体での生産拠点最適化による生産性向上・原価低減が奏功したと考えられる。後者は製油カテゴリでの高付加価値製品や糖質カテゴリでの機能性商品の拡販、飼料事業での高付加価値製品の拡販による効果が寄与したと考えられる。

2025 年 3 月期は業態別・顧客別の営業体制を生かし、様々なカテゴリの商品を顧客ニーズに合わせてワンストップで提供することにより、穀物ソリューションのさらなる進化を目指すほか、引き続きグループ一体となり事業構造を改革することでコスト圧縮を進める。

(2) 事業領域の拡大

2024 年 3 月期実績として、2023 年 3 月期比 8 億円増の目標に対して 1 億円を創出した。中華圏やアセアン諸国の輸出が増加して海外事業が拡大した効果が現れた。同社は 2023 年 7 月に子会社 (Showa Sangyo International Vietnam) を設立し、新工場を建設している。2025 年 3 月期も輸出事業を拡大するとともに、海外新規事業については M&A による進出も積極的に検討する。

(3) 事業環境の回復・環境変化への対応

2024 年 3 月期実績として、2023 年 3 月期比 30 億円増の目標に対して 49 億円を創出した。内訳は販売数量の回復で 5 億円増、適正な価格改定で 44 億円増である。各事業セグメントにおいて製造コストに見合う適正価格での販売に注力した結果、大きな成果を得た。2025 年 3 月期は、コロナ禍や物価の高騰により売上げが減少している食用油やプレミックス類の販売数量を回復させ、積み上げを図る。

■ サステナビリティの取り組み

「昭和産業グループ 環境目標」を設定

同社は、「環境への配慮」「穀物ソリューションの進化」「従業員の活躍推進」の3つを重点項目とし、事業活動を通してサステナビリティ経営を推進することで、新たな価値を創出し、持続可能な社会の実現に貢献している。

1. 環境目標

「昭和産業グループ環境目標」では、「中期経営計画 20-22」で公表した環境課題に対する取り組みに関する数値目標を、政府指針に沿って改めて設定した。サステナビリティ委員会傘下の環境管理委員会に「環境 3 部会」を発足し、「CO₂ 排出量削減」「食品ロス削減」「水使用量削減」の3目標の課題検討・活動推進に取り組んでいる。

「CO₂ 排出量削減目標」については、CO₂ 排出量を 2031 年 3 月期に 46% 以上 (2014 年 3 月期比) の削減とする。「食品ロス削減目標」については、同社及び食品ロス発生量が 100 トン / 年以上のグループ会社 6 社を対象に、2026 年 3 月期に食品ロス発生量を 30% 以上 (2019 年 3 月期比) の削減とする。「水使用量削減目標」については、水質汚濁防止などの特定施設を有するグループ会社を対象に、2031 年 3 月期に水使用量原単位 (原単位分は生産量) を 12% 以上 (2020 年 3 月期比) の削減を掲げた。さらに、「中期経営計画 23-25」では環境への取り組みを加速させるために、4 つ目の環境目標として「プラスチック使用量削減」目標を設定した。2031 年 3 月期に化石燃料由来容器包装材に使用するワンウェイプラスチックの使用量原単位を 25% 以上 (2014 年 3 月期比) 削減する。

2. 女性活躍推進法に基づく「えるぼし」認定の取得

同社は、女性活躍推進に積極的に取り組む企業として、2021 年 2 月に厚生労働大臣認定「えるぼし」(2 つ星) を初めて取得した。なお、「えるぼし」認定とは女性活躍推進法に基づく行動計画の策定及び届出を行ったうえで、女性の活躍推進に関する取り組みの実施状況が優良と認められた企業が、厚生労働大臣の認定を受けることができる制度である。

3. 食品リサイクル率 99.9% の取り組み

「食」を通じて社会に貢献することを志す同社にとって、「資源循環」や「廃棄物削減対策」は取り組むべき重要課題の 1 つである。このため、同社は食品リサイクル率 99.9% 以上を維持することを目標に掲げ、持続可能な社会に向けて様々な取り組みを行っている。具体的には、食品事業から発生する副産物※を配合飼料原料として有効活用することにより環境負荷の少ないビジネスモデルを実現しているほか、従来使用されていなかった新規原料、廃棄物を飼料用途として利用する未利用原料の飼料化への取り組みも強化しており、廃棄されていた冷凍パン生地やうどんの端材などをリキッドフィードや乾燥飼料として再利用することを推進している。グループ内に留まらず、顧客企業をまたいだサステナビリティへの取り組みは、中長期的な企業価値向上につながると弊社では考えている。

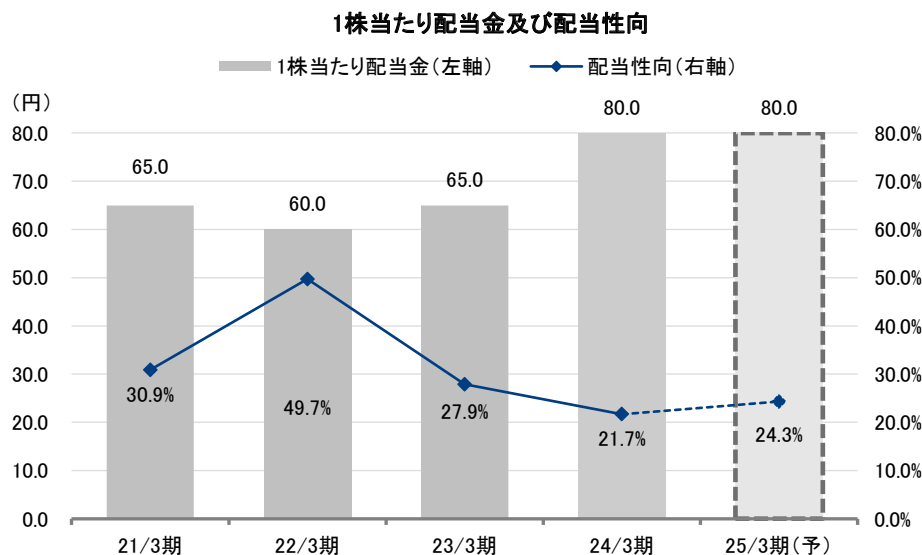
※ ふすま、大豆ミール、グルテンフィードなどを指す。

昭和産業 | 2024 年 6 月 24 日 (月)
2004 東証プライム市場 | <https://www.showa-sangyo.co.jp/ir/>

株主還元策

配当性向 30% を目安に、長期的・安定的な配当の継続を図る

同社は経営基盤の充実と財務体質の強化を通じて企業価値の向上を図るとともに、株主に対する安定的な配当を継続しながら株主への利益還元を積極的に実施している。この方針の下、2024 年 3 月期は、期初計画では 1 株当たり年 60.0 円（中間 30.0 円 / 期末 30.0 円）の配当を予定していたが、増益見込みに伴う期中 2 度の修正を経て期末配当を 20.0 円増額し年間 80.0 円とした。2025 年 3 月期は、1 株当たり年 80.0 円を予定しており、引き続き配当性向 30% を目安に長期的・安定的な配当を継続する方針だ。



注：21/3 期の配当性向は、負ののれん発生益による影響を除く
出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

優待内容

保有株式数	優待内容
100 株以上 200 株未満	1,000 円相当
200 株以上 1,000 株未満	3,000 円相当
1,000 株以上	5,000 円相当

注：株主優待は年 1 回、自社商品（家庭用商品詰め合わせ）を贈呈
出所：ホームページよりフィスコ作成

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・表示したものです。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、配布等することは強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