

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

STI フードホールディングス

2932 東証スタンダード市場

企業情報はこちら >>>

2022 年 10 月 13 日 (木)

執筆：客員アナリスト

宮田仁光

FISCO Ltd. Analyst **Kimiteru Miyata**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. セブン - イレブン向けをメインに、水産系のチルド惣菜やおにぎり具材を販売	01
2. 強みは技術力、一貫生産体制、フードロス削減、そしてセブン - イレブンの力	01
3. 北米進出など重点施策を打つ	01
4. 新商品と価格改定により 2022 年 12 月期下期は業績が回復する見込み	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	03
3. 中食市場の動向	05
■ 事業概要	05
1. 事業内容	05
2. 調達体制と生産体制	07
3. 同社の強み	08
4. SDGs への取り組み	11
■ 重点施策	12
1. 「創る力」の最大化	12
2. 生産能力の拡大	12
3. セブン - イレブンとの取引拡大	14
4. 新たな販売拡大	15
■ 業績動向	16
1. 2022 年 12 月期第 2 四半期の業績動向	16
2. 円安・原価高対策と直近業況の推移	17
3. 2022 年 12 月期の業績見通し	18
4. 成長イメージ	19
■ 株主還元策	20
1. 株主配当	20
2. 株主優待	21
■ 情報セキュリティ	21

■ 要約

新商品と価格改定で業績復調、北米進出などで中期成長回帰へ

1. セブン・イレブン向けをメインに、水産系のチルド惣菜やおにぎり具材を販売

STI フードホールディングス <2932> は、魚など水産資源を原材料に、食品や食材の生産・販売を行う食品メーカーである。主として大手コンビニエンスストアチェーンであるセブン・イレブン向けに、焼魚などチルド惣菜やサーモンフレークなどおにぎり具材を販売している。販売先別では、セブン・イレブングループ向けの売上高が 85% を占め（2021 年 12 月期）、内訳はチルド惣菜やおにぎり具材、冷凍食品、常温食品、缶詰などとなっている。セブン・イレブン以外は、自社 EC サイトなどで食品、外食向けの食材、食品スーパーには缶詰などを販売している。製品別では、水産原材料を使ったチルド惣菜や缶詰、レトルト製品など食品が 83%、おにぎりや弁当、パスタ、サラダ向け水産具材など食材が 17% となっている（2021 年 12 月期）。

2. 強みは技術力、一貫生産体制、フードロス削減、そしてセブン・イレブンの力

同社の強みは、量産やおいしさ、品質を追求した独自の技術力、高効率な一貫生産体制、フードロスの削減。なかでも技術力については、常にいくつもの新しい技術・製法を開発しており、その結果 3 年に 1 回程度、ガス置換パック技術など大きな技術革新を起こし、高い参入障壁を築いてきた。一貫生産体制では、一貫生産と徹底した温度管理によって冷凍・解凍の回数を究極の 1 回にまで削減、分業のため冷凍・解凍の回数が増える同業他社に大きな差をつけている。また、一貫生産によって素材を使い切ることで、徹底したフードロス対策ができるというメリットもある。ほかに、小売最大手であるセブン・イレブンの力を利用できる点も強みといえる。

3. 北米進出など重点施策を打つ

同社は「持続可能な原材料・製造への取り組み」などを基本方針に掲げ、中長期的な企業価値向上と持続的な成長の実現に取り組んでおり、そのためにいくつかの重点施策を講じている。そのうちの 1 つ「創る力」の最大化では、製法・技術へのチャレンジを加速して、圧倒的に差別化されたポジションの獲得を目指す。生産能力の拡大では、居抜き工場を積極的に M&A してきたが、時代のニーズに合わせ滋賀の新工場からは自社工場を建設することとした。セブン・イレブンとの取引拡大では、海外事業も増やす方針で、特に成長を続ける北米のセブン・イレブンへの供給を目指し、M&A 可能な工場をリサーチしているところである。新たな販売拡大では、セブン・イレブン以外の販路拡大や、自社やアマゾンなどの EC サイトで自社ブランド商品の販売を強化している。

STI フードホールディングス
2932 東証スタンダード市場

2022 年 10 月 13 日 (木)
<https://www.shintokyo.co.jp/ir/index.html>

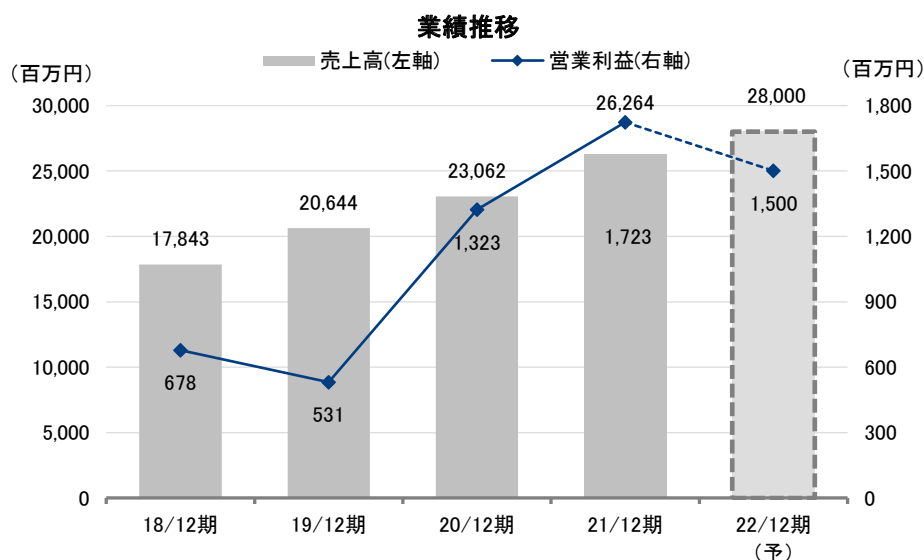
要約

4. 新商品と価格改定により 2022 年 12 月期下期は業績が回復する見込み

2022 年 12 月期第 2 四半期の業績は、売上高 12,866 百万円（前年同期比 3.7% 増）、営業利益 676 百万円（同 28.1% 減）となった。船橋工場の火災に加え円安・原価高に対応した定番商品のリニューアルに注力したため、新商品の投入が遅れ営業減益となった。同社は 2022 年 12 月期の業績を、売上高 28,000 百万円（前期比 6.6% 増）、営業利益 1,500 百万円（同 14.0% 減）と見込んでいる。2022 年 12 月期下期は、新商品 10 品目程度を順次投入する計画で、価格改定効果もフルにきくと考えられる。なお、下期になって投入した新商品は好スタートを切った模様で、上期の価格改定で動きの鈍かった定番商品も前年同期の売上水準を上回る勢いとなっている。このため下期には業績が回復することが予想され、2023 年 12 月期以降の 2 ケタ成長回帰に向けて弾みとなろう。

Key Points

- ・水産資源を原材料に食品や食材を生産するメーカーで、技術力や一貫生産に強み
- ・成長を続ける北米セブン - イレブンへの供給を目指し、M&A 可能な工場をリサーチ
- ・2022 年 12 月期下期は複数の新商品投入により業績回復見込み、来期以降の 2 ケタ成長回帰に弾み



出所：決算短信、有価証券届出書等よりフィスコ作成

STI フードホールディングス
2932 東証スタンダード市場

2022 年 10 月 13 日 (木)
<https://www.shintokyo.co.jp/ir/index.html>

■ 会社概要

セブン - イレブンを主力顧客に水産系食品・食材を生産

1. 会社概要

同社は、魚など水産素材を原材料に、食品や食材の生産・販売を行う食品メーカーである。主として大手コンビニエンスストアチェーンであるセブン - イレブン向けに、焼魚などチルド惣菜やサーモンフレークなどおにぎり具材を販売している。同社の特徴は、国内外で確立した検品体制をベースに商社や水産会社から調達した水産原材料を、おいしさ・品質を追求した独自の技術で量産する生産能力、及び徹底した温度管理（冷凍、冷蔵、常温の3温度帯）と極限までフードロスを削減した一貫生産によって商品化し、消費者やベンダーに提供しているところにあり、他社にまねできない差別化されたポジションを構築している。同社は「持続可能な原材料・製造への取り組み」「フードロスの削減への取り組み」「環境への配慮」「原料調達から製造・販売まで一貫した垂直統合型の展開」「健康志向と魚文化を重視した中食への取り組み」を基本方針に掲げ、家庭での魚調理離れや健康志向を背景に世界的に広がる魚食ニーズという事業環境のなか、中長期的な企業価値向上と持続的な成長の実現に取り組んでいる。

極洋とセブン - イレブンが同社技術力を高く評価

2. 沿革

同社は、創業者である十見裕氏（現代表取締役社長）によって、1988 年 12 月に水産原材料及び水産食材の輸出入販売を目的に設立された新東京インターナショナル（株）を起源とする。生鮮品の商事業務（輸出入）でスタートして徐々に業容を拡大、大手コンビニエンスストアチェーン向けにおにぎり具材のイクラやサーモンなどの販売を開始することになる。さらに、差別化を求めて生産に進出、事業譲受により取得した工場設備を活用して惣菜の生産も開始した。業績は順調に拡大し成長を続けていたが、工場の設備投資などに伴う資金需要が増えるなか、リーマンショックに端を発する円高により為替予約で多額の損失が発生して資金繰りが悪化、2010 年 4 月に民事再生法の適用を申請することとなった。

しかし、2010 年 9 月、新東京インターナショナルの販路や生産技術に注目していた極洋 <1301> がスポンサーとなり、極洋の連結子会社エス・ティー・アイ（株）に対し、民事再生手続きに基づいて新東京インターナショナルが生産部門の事業譲渡を行うこととなった。一方で、当時すでに主販路となっていたセブン - イレブンも同社の技術力を高く評価していたため、同社は取引を継続することができ、その回転差資金などもあって業績は順調に回復～拡大していった。2013 年 4 月にエス・ティー・アイは、もともと新東京インターナショナルの完全子会社であった（株）新東京フードに吸収合併され、2017 年 11 月には食品生産販売事業を統括する持株会社として同社が設立された。2018 年 1 月に新東京フードを分割して一部事業部門と管理部門を同社に移管、この間も業績は順調に拡大し、2020 年 9 月には東京証券取引所市場第 2 部に上場することとなった。現在、極洋及びセブン - イレブンの運営会社である（株）セブン - イレブン・ジャパン（セブン & アイ・ホールディングス <3382> の子会社）がそれぞれ、発行済株式総数の 8.69%（2021 年 12 月現在）を継続保有している。

STI フードホールディングス

2932 東証スタンダード市場

2022 年 10 月 13 日 (木)

<https://www.shintokyo.co.jp/ir/index.html>

会社概要

沿革

年月	内容
以下主として新東京インターナショナル（株）	
1988年12月	水産原材料及び水産食材の輸出入販売を目的として、東京都港区に新東京インターナショナルを設立
1989年 1月	北米アラスカよりマダラの白子の輸入開始
1989年 4月	国産ホタテ貝柱 IQF（個別急速凍結）の北米向け及びヨーロッパ向け輸出開始
1989年 5月	国産カニ風味かまぼこの北米向け輸出開始
1991年 7月	ロシア産サーモン及びアラスカ産サーモンの輸入開始
1997年 4月	国産ホタテ貝柱などの輸出窓口及び水産原材料の検品・集荷を目的として、米国ワシントン州シアトルに STI AMERICA Inc. を設立
1997年 8月	生鮮イクラの静菌管理技術（特許取得）を開発し、コンビニエンスストア向けおにぎり用の味付イクラの製造販売を開始
1998年 1月	南米産サーモンの輸入及び（株）セブン・イレブン・ジャパン向け販売を開始
2000年 3月	南米産養殖サーモンの各工程の検査・検品を目的として、チリのロス・ラゴス州プエルトモンに STI CHILE S.A. を設立
2003年12月	水産系食材の製造を目的として、東京都港区に（株）新東京エナックを設立
2004年 6月	食材製造工場（福岡県糸島市）の土地・建物・設備一式を買収し、新東京エナックに貸与
2006年 1月	セブン・イレブン・ジャパン向け惣菜の製造・販売を目的として、東京都港区に（株）新東京フードを設立
2006年 2月	新東京フードが惣菜の製造及び販売に係る事業・設備を譲り受け、消費者向け最終食品メーカーとしての事業を開始
2006年 8月	セブン・イレブン・ジャパンに新東京フードの株式 10.0% を譲渡
2010年 4月	新東京インターナショナルが民事再生を申請
以下主としてエス・ティー・アイ（株）	
2010年 9月	（株）極洋が設立したエス・ティー・アイに、新東京インターナショナルが事業譲渡
2012年 8月	新東京エナックが、高品質な惣菜を製造するため過熱水蒸気焼成機を導入
2013年 3月	新東京インターナショナルの清算が完了
以下主として（株）新東京フード	
2013年 4月	新東京フードがエス・ティー・アイを吸収合併
2014年 5月	フードロス削減のため配合ガス置換包装機を導入、消費期限が 3 日間→10 日間に延長
2015年10月	東京都港区に三洋食品（株）を設立、常温保管できる缶詰等の製造・販売事業に進出
2015年12月	三洋食品が缶詰・ペットフードの製造・販売を目的に、2 工場（静岡県焼津市及び宮城県石巻市）を事業譲受する
2017年11月	持株会社化のため、新東京フードが同社を東京都港区に設立
以下主として同社	
2018年 1月	同社が事業持株会社となる
2018年 1月	おにぎり用サーモンフレーク（特許取得）の製造販売を開始する
2018年10月	子会社の（株）新東京デリカがワタミ（株）のワタミ手づくり厨房白岡センターの食品製造販売事業を事業譲受
2019年 2月	新東京デリカが新ジャンルとしてサラダフィッシュ（サーモン、サバ、マグロ）を開発、製造販売を開始
2019年 6月	国際認証された資源を使用する一方、同社垂直統合型バリューチェーンが国際認証を取得、持続可能な水産資源への取り組みを開始
2019年 7月	表面は焼成、内側は生感・粒感を残した焼きタラコ（特許出願）の製造販売を開始
2020年 4月	民事再生計画が確定した（株）ヤマトミを子会社化
2020年 6月	同社のグループガバナンス体制の強化を目的として、ヤマトミの全株式を取得（議決権比率 100%）
2020年 6月	同社のグループガバナンス体制の強化を目的として、STI AMERICA Inc. の株式を取得し、完全子会社化（議決権比率 100%）
2020年 9月	東京証券取引所第 2 部に株式を上場
2021年 4月	（株）STI サンヨーを新設、三洋食品（株）に（株）ヤマトミを吸収合併し（株）STI ミヤギに商号変更
2022年 4月	スタンダード市場に移行

出所：有価証券報告書、会社リリースよりフィスコ作成

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレマー）をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

厳しい環境のなかでも同社の水産系チルド惣菜は成長を継続

3. 中食市場の動向

同社が属する中食市場は、かつて惣菜屋さんという業種店が中心だったが、現在ではコンビニエンスストアや食品スーパー、外食のテイクアウトが主販路となっている。中でもセブン・イレブンなどコンビニエンスストアのおにぎりや弁当など米飯類が、利便性や商品開発力を背景に長らく市場拡大をけん引してきた。しかし近年、少子高齢化や人口減少による日本人の食料消費量の減少、新型コロナウイルス感染症下における「オフィス需要」や「行楽需要」の縮小などにより頭打ちになっている。一方、おかずをパックしたチルド惣菜は、日持ちのよさ（チルド惣菜は殺菌・静菌技術が進んでロングライフ化している）から、単身者や小家族の簡便化ニーズを背景に「巣ごもり需要」のなかで好調に推移することとなった。しかしチルド惣菜も、行動規制の緩和により外出機会が増えるにつれ、「巣ごもり需要」とともに縮小に転じているようだ。しかし、チルド惣菜のなかでも同社の生産している水産系チルド惣菜は、家庭における魚の調理離れや健康志向を背景とする根強い魚食ニーズに支えられ、成長を続けている。

■ 事業概要

セブン・イレブン向けが売上高の 85% を占める

1. 事業内容

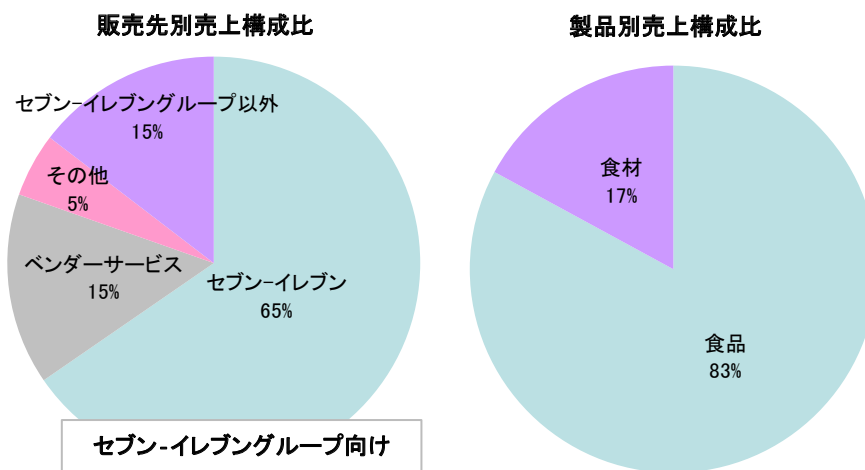
同社は食品生産販売事業を単一セグメントとしているが、販売先別及び製品別の分類を行っている。販売先別では、セブン・イレブングループ向けの売上高が 85% を占め（2021 年 12 月期、以下同）、セブン・イレブン以外は 15% である。セブン・イレブン向けの内訳は、チルド惣菜やおにぎり具材のほか、冷凍食品、常温食品、缶詰などである。セブン・イレブン以外は、自社 EC サイトなどで扱う食品や、外食チェーン向けイクラや白子、食品スーパー向け缶詰や珍味などで、キャットフードの生産や OEM の受託も行っている。製品別では、水産原材料を使ったチルド惣菜や缶詰、レトルト製品など食品が 83%、おにぎり・弁当・パスタ・サラダ向けに生産・販売される水産具材など食材が 17% となっている。なお、セブン・イレブングループ向けの商流は、食品についてはセブン・イレブン各店への販売（物流は各地デポへの配送）、食材については食材商社への卸売となっており、食材はその後、おにぎりなどを生産するデ일리惣菜メーカー（コンビニエンスストア）へと運ばれる。

STI フードホールディングス
2932 東証スタンダード市場

2022 年 10 月 13 日 (木)
<https://www.shintokyo.co.jp/ir/index.html>

事業概要

売上高構成比(2021年12月期)



※セブン-イレブングループ：セブン-イレブン、ベンダーサービス、その他
出所：有価証券報告書よりフィスコ作成

(1) 食品

素材となるサーモン、サバ、イワシ、イカ、タコ、赤魚、ムール貝などは、旬の時期に国内外で水揚げされた原材料を、自社による徹底した検品体制のもとに調達し、徹底した温度管理のもとで下処理から骨取り、加熱調理、冷却、包装など一貫生産を行うことで、おいしさを逃がさないようにしている。また、チルド惣菜は一般に消費期限が短いため、販売機会ロスやフードロス（廃棄）につながりやすいという課題を抱えていたが、同社は商品包装に特殊なプロセスを入れることで、消費期限の大幅な延長を実現した。チルド惣菜以外では、サバ、イワシ、サンマ、牛筋煮込み、チキンのトマトソース煮など水産原材料などを使った缶詰・レトルト製品を、保存するばかりでなく毎日の食卓におかず（惣菜）として食されることを前提に生産している。特にサバやイワシはDHAやEPAといった不飽和脂肪酸を多く含むことから、ヘルシー食品として需要が伸びている。同様に健康志向から、オリーブオイルを豊富に使用した商品やカルシウム豊富な骨をそのまま食べられる缶詰なども注目されている。

食品商材例（水産惣菜、缶詰）



出所：決算説明会資料より掲載

STI フードホールディングス

2932 東証スタンダード市場

2022 年 10 月 13 日 (木)

<https://www.shintokyo.co.jp/ir/index.html>

事業概要

(2) 食材

コンビニエンスストアのおにぎりの素材となるサーモンやイクラ、辛子明太子などに関しても、食品と同様、旬の時期に国内外で水揚げされ、徹底した検品と温度管理を経て調達した原材料を使用している。売れ筋のサーモンフレークは、特許取得済みの特殊な製法により家庭での焼き立ての味や食感を再現することができ、日本人のみならず外国人からも好評である。イクラに関しては、菌管理の問題からおにぎりの具材として使用が難しいと考えられてきたが、これも特許取得済みの同社独自の静菌管理技術（細菌の発育・増殖を抑制する技術）によって使用が可能となり、着色料等を使用しない、熟成したサーモン卵本来のおいしさを引き出すことを実現した。辛子明太子についても、熟成による自然なおいしさに加え、着色料・添加物を使用しない安全・安心な食材として消費者に好評である。

食材と食材を使ったおにぎりの例



出所：決算説明会資料より掲載

美味しさと安全性にこだわった調達と生産体制

2. 調達体制と生産体制

同社は、水産原材料をその時々相場価格で複数の商社・問屋から広く調達することにより、必要なサイズ、必要な数量を安定して確保する仕組みを構築している。さらに同社の現地社員は、原則自ら素材の検品や加工状況などに立ち会って現物を確認している。例えばチリでの養殖素材の調達では、同社子会社の STI CHILE S.A. の担当者が、養殖水域の水質や養殖状況から、投与された抗生物質が残留していないことの分析証明まで、トレーサビリティ（製品・調達原材料の生産・流通過程を追跡可能にするための管理体制）の確認を徹底して行っている。

同社は、東北及び関東、東海、九州に生産拠点を有している。工場ごとに異なる得意分野や商品群を組み合わせることで、コンビニエンスストアが必要とする 3 温度帯（冷凍・チルド・常温）の食品や食材の生産を行っている。これら工場は子会社が運営しており、主にコンビニエンスストア向けに水産惣菜（焼魚、煮魚、カップサラダ等）を手掛けているのが（株）STI フード、（株）STI デリカ、（株）STI エナック、（株）STI ミヤギで、素材のおいしさを最大限に引き出すためチルド（冷蔵）温度帯で生産から出荷、販売までを一貫して行っている（一部工場では冷凍惣菜の生産・販売も行っている）。また、STI エナック、STI ミヤギでは、おにぎりや弁当、パスタ、サラダなどに使用されるサーモンフレーク、イクラ、辛子明太子といった水産食材を、食材商社などを通じてデイリー惣菜メーカー（コンビニベンダー）に生産・販売しており、（株）STI ミヤギ、（株）STI サンヨーでは缶詰を生産している。なお、（株）STI サンヨーではペットフードの生産・販売も行っている。同社は、北海道を除く全国のセブン・イレブンやベンダーに向けて、こうした子会社工場から商品を提供しているが、現在、同社生産能力を上回る勢いでチルド惣菜が伸びていること、関西エリアに工場がないため生産拠点網が最適化されていないことが課題となっている。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレマー）をお読みください。

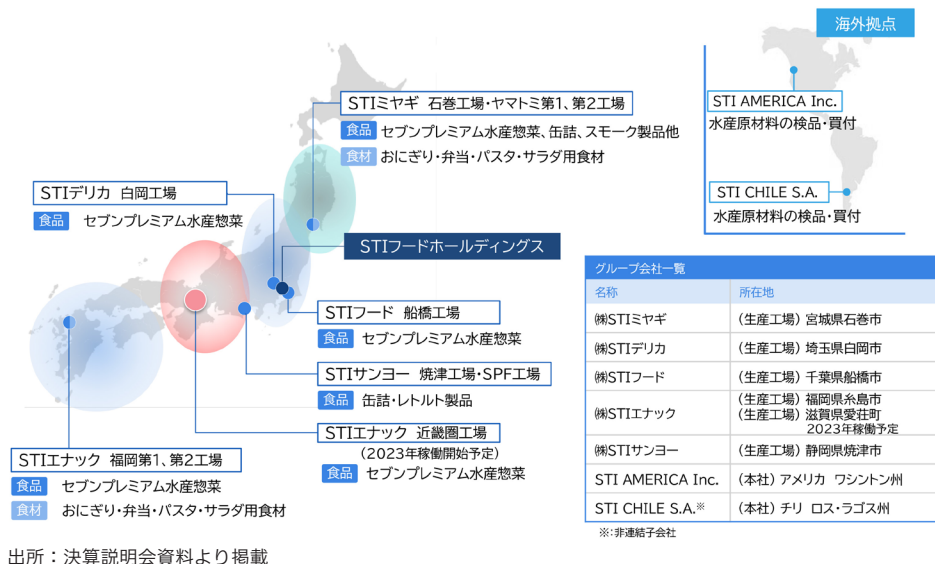
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

STI フードホールディングス
2932 東証スタンダード市場

2022 年 10 月 13 日 (木)
<https://www.shintokyo.co.jp/ir/index.html>

事業概要

生産・調達拠点



技術力、一貫生産体制、フードロス削減に、セブン・イレブンの力も強み

3. 同社の強み

同社の本質的な強みは、(1) 技術力、(2) 一貫生産体制、(3) フードロスの削減にある。足もとの円安・原価高においても、技術力による新商品開発や高効率な一貫生産、魚丸ごとロスのない端材利用などが強みとなっているが、ほかに、小売最大手であるセブン・イレブンとの間で構築してきた関係も強みといえる。水産食材・食品は、行楽需要やイベント需要、世界の漁獲高などにより、需要供給ともに大きく変動する。こうした需給変動があっても全国の店舗で欠品しないよう、同社は日々需給をチェックし適正在庫の確保に努めているが、小売最大手のセブン・イレブンが収集するデータや知見も同社は利用することができる。また、マーケティングに強いセブン・イレブンの協力を得て、市場の変化に合わせた商品開発も行うことができる。一方セブン・イレブンにとっても、健康志向や少子高齢化に向けた品ぞろえ強化の面から、同社との取引がコンビニエンスストア他社との差別化要因になっている。というのも、本格的な水産系食品・食材を生産できる水産系ベンダーが同社以外にないからである。同社はセブン・イレブンにとって非常に重要な存在であり、こうしたポジショニングの強みを新商品の開発などに生かし、メニューを広げていく方針である。結果として、同社の業容拡大とセブン・イレブンの品ぞろえ強化というウィンウィンの関係が、今後も一層強まっていくと思われる。

STI フードホールディングス

2932 東証スタンダード市場

2022 年 10 月 13 日 (木)

https://www.shintokyo.co.jp/ir/index.html

事業概要

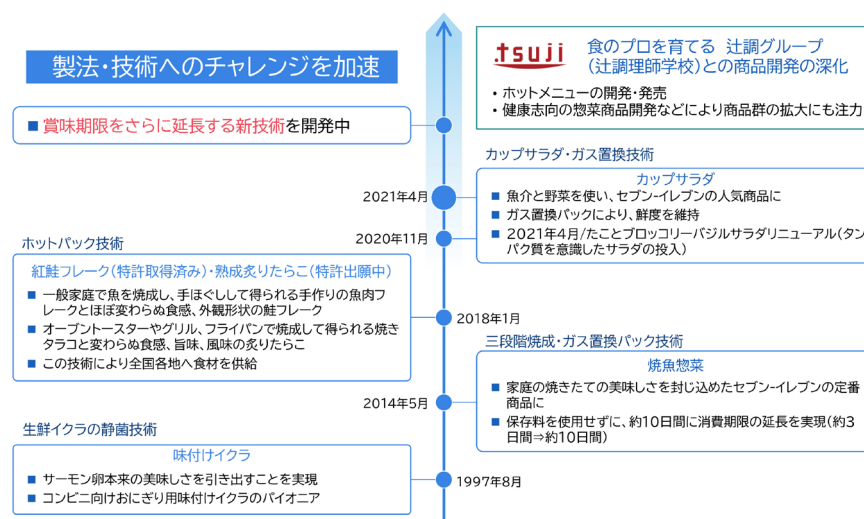
(1) 技術力

水産資源は鮮度が命といわれる。また、塩や砂糖、味噌、醤油、酒といった基礎調味料だけで、素材のおいしさを十分に引き出すことができるともいわれている。それが近年の工業化の中で、鮮度やうま味の維持のため殺菌剤や鮮度保持剤など基礎調味料以外の補助材料を使うようになっていった。しかし、同社には機械より精密に鮮度の微差さえ見逃さない鼻と目を持ったプロがいるため、こうした方法を安易に採用することなく、新しい技術・製法を開発することで、結果として高い参入障壁を築いてきた。現在でも、常時 20 ～ 30 の新技術をテストしたりマーケティングを行っている。その結果、3 年に 1 回程度、次に示すような大きな技術革新が起きている。

1997 年 8 月に生鮮イクラの静菌技術を開発した。これにより本物のサーモン卵のおいしさを引き出すことに成功し、同社はコンビニエンスストア向けおにぎり用味付けイクラのパイオニアとなった。静菌技術は現在の成長につながる技術基盤といえる。2014 年 5 月には三段階焼成・ガス置換パック技術を開発した。ガス置換パック技術は密封した包装から 99.7% 空気を除去して窒素を充填する方法によって、家庭の焼きたてのおいしさをパックに封じ込める技術で、保存料を使わずに消費期限を従来の約 3 日間から約 10 日間へと延長することが可能となった。

2018 年 1 月にホットパック技術を開発した。紅鮭フレーク（特許取得済み）は一般家庭で焼いて手でほぐしたフレークとほぼ変わらない食感と形状で、炙りたらこ（特許出願中）はオーブントースターやグリルなど焼成した焼きタラコと変わらない食感、うま味、風味をもっており、同社食材の全国展開に弾みがつく商品となった。2021 年 4 月にはカップサラダ・ガス置換技術を開発した。商品のパッキングにガス置換の技術を利用することで、薬品を使わず鮮度を保持することができるようになり、塩や酒の浸透力だけで素材の「うま味」を活かす「パウチ惣菜」の開発につながった。「たことブロッコリーバジルサラダ（リニューアル）」は、セブン-イレブンの人気商品となっている。

製造技術・特許



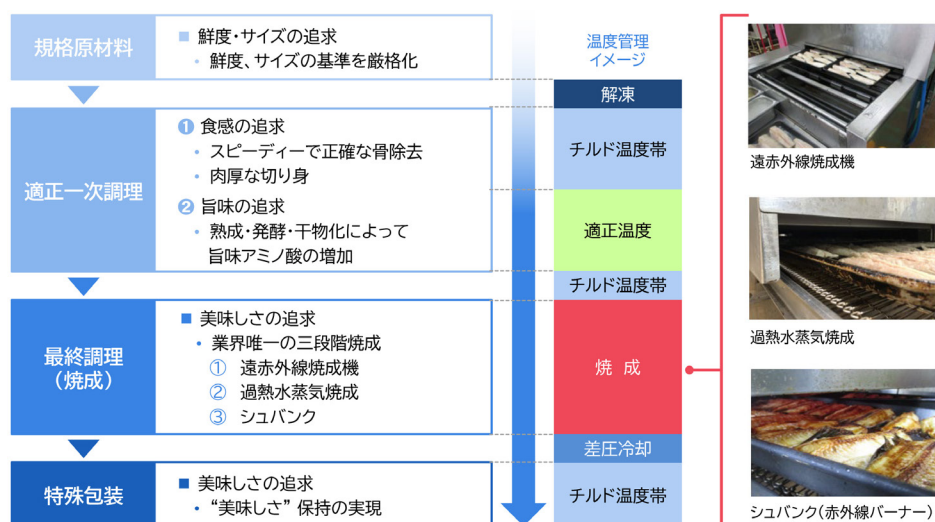
出所：決算説明会資料より掲載

事業概要

(2) 一貫生産体制

こうした技術力を効果的に生かすことができるのは、同社に一貫生産体制があるからである。同社は、一貫生産と徹底した温度管理により冷凍・解凍の回数を究極の1回にまで削減する（産地で冷凍、工場で解凍、一気に製品化）ことで、おいしさの品質向上を図っている。分業を前提とする大メーカーの生産体制では、分業に比例して冷凍・解凍の回数が増えてしまい、うま味成分の漏出などおいしさに重大な影響を与えることになる。一貫生産と分業生産という考え方の違いが根本にあるため、差別化以前の参入障壁ということもできる。また、素材の鮮度、素材の大きさ、肉つきなど基準を明瞭化し、鮮魚の裁断や切り身づくりの工程を工業部品のように標準化することで、旬や漁場、船、流通、調理によって異なる自然の水産素材を、品質の安定性や量産化、効率性を図りながら一貫生産することができる。さらに、15年以上にわたるプロの鼻と目による分析の蓄積により、おいしさの根拠となるアミノ酸や脂肪分、水分、油分、塩分、Brix、pH、色味、硬さ、粘度、歯ごたえなど、舌や歯で感じる「味」をすべて数値化している。

焼魚惣菜の製造工程



出所：決算説明会資料より掲載

STI フードホールディングス

2932 東証スタンダード市場

2022 年 10 月 13 日 (木)

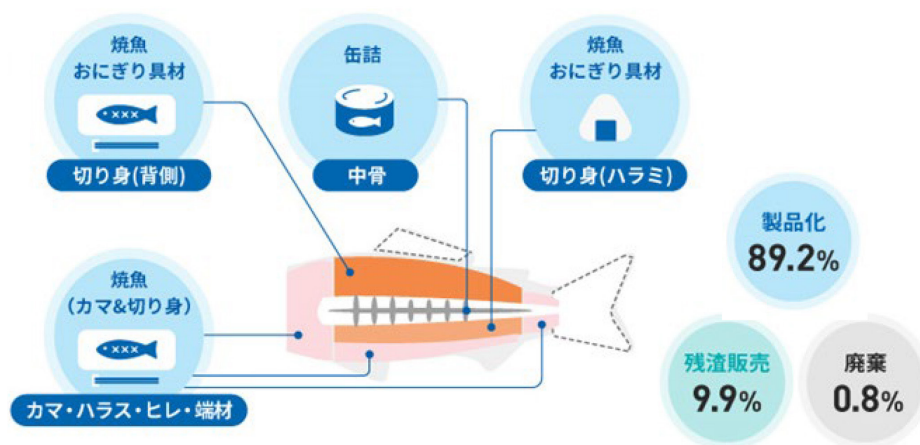
<https://www.shintokyo.co.jp/ir/index.html>

事業概要

(3) フードロス対策

一貫生産は、素材を使い切ることで徹底したフードロス対策になるというメリットがある。チリで大型サイズに限定して集荷し頭部をカットした後に冷凍し日本に運ばれてきた素材は、同社工場搬入後、唯一の解凍工程を経たのち徹底した温度管理の下で調理されるため、全身を使うことができる。現在では、切り身（背側・ハラミ）を焼魚やおにぎり具材に、中骨を缶詰に、カマ・ハラス・ヒレ・端材も焼魚（カマ・切り身）に商品化されている。廃棄は 1% に満たず、ほぼ全身を商品化しているため、フードロスを低減すると同時に原材料コストの削減にもなっている。

フードロス低減を実現する製品ポートフォリオ



出所：決算説明会資料より掲載

水産系ベンダーとしての使命を果たす

4. SDGs への取り組み

魚食の世界的拡大により調達リスクが増しているが、同社の調達に関しては、販売力から商社や水産会社の協力が十分得られているようだ。しかしリスクはそれにとどまらず、地球温暖化による海水温の上昇によって漁場が変わるなど、漁業自体の持続可能性が危機にさらされている。同社の原材料が魚であることを考えると、それだけ同社の SDGs への取り組みは切実ということができる。このため同社は、持続可能性を考慮した原材料調達を実践しているのである。海の恵みを届ける責任から持続可能な原材料の調達を目指しており、現状、同社の鮭の認証原材料使用率は 50% となっている。また、食品メーカーの使命としてフードロス・食品廃棄物の削減を目指しており、同社の銀鮭ドレスの原材料使用率は 99.2% となっている。さらに、地球に優しい事業活動の観点から温室効果ガスの排出削減を目指しており、2023 年までに電気式フリーザーから窒素凍結機に入れ替えることで、CO₂ の排出量を 60% 削減する方針である。同社はこのように、調達・加工・流通・消費・廃棄までのすべてのバリューチェーンにおいて、環境や社会への負荷を軽減し、事業を通じて社会課題の解決に取り組んでいる。

重点施策

同社は「持続可能な原材料・製造への取り組み」「フードロスの削減への取り組み」「環境への配慮」「原料調達から製造・販売まで一貫した垂直統合型の展開」「健康志向と魚文化を重視した中食への取り組み」を基本方針に掲げ、中長期的な企業価値向上と持続的な成長の実現に取り組んでいる。そのため、「創る力」の最大化、生産能力の拡大、セブン・イレブンの取引拡大、新たな販売拡大の 4 つを重点施策として講じている。

「創る力」の最大化で圧倒的に差別化されたポジションを獲る

1. 「創る力」の最大化

「創る力」の最大化では、製法・技術へのチャレンジ加速による開発強化、一貫生産の徹底による効率化と端材の極少化、辻調グループ（辻調理師学校）との連携など商品開発の深化により、同社の強みをさらに強化し、圧倒的に差別化されたポジションの獲得を目指す。今や同社は最大顧客のセブン・イレブンにとって代替メーカーがないに等しい状況である。複数購買などセブン・イレブンの原則を背景に、他社が僅か水産系商品を手掛けているが、圧倒的に差別化されているため同社と同等の製品を生産することは至難のようである。

滋賀工場はモデルプラントとして新設へ

2. 生産能力の拡大

生産能力を拡大する際、同社は従来、積極的に居抜きで工場を買収し、同社の技術や管理を注入することで再生してきた。こういうやり方をとっていたのは、投資額が少なく、すでに人材が確保できているというメリットがあること、つまり投資効率がよかったからである。関西で生産能力を拡大する計画を立てた際も、居抜きによる買収を検討していた。しかし、居抜き工場だと安上がりだが古い仕組みや旧来の人海戦術となるため、排水処理設備など基本機能に加え、フードロスや菌管理、ノウハウの蓄積（標準化）、合理化など、上場企業としてセブン・イレブンのベンダーとして年々高度化するニーズに適した条件が整わない。そこで同社は熟慮の末、方針を変更、将来のニーズも考慮して自社工場を建設することにした。

STI フードホールディングス
2932 東証スタンダード市場

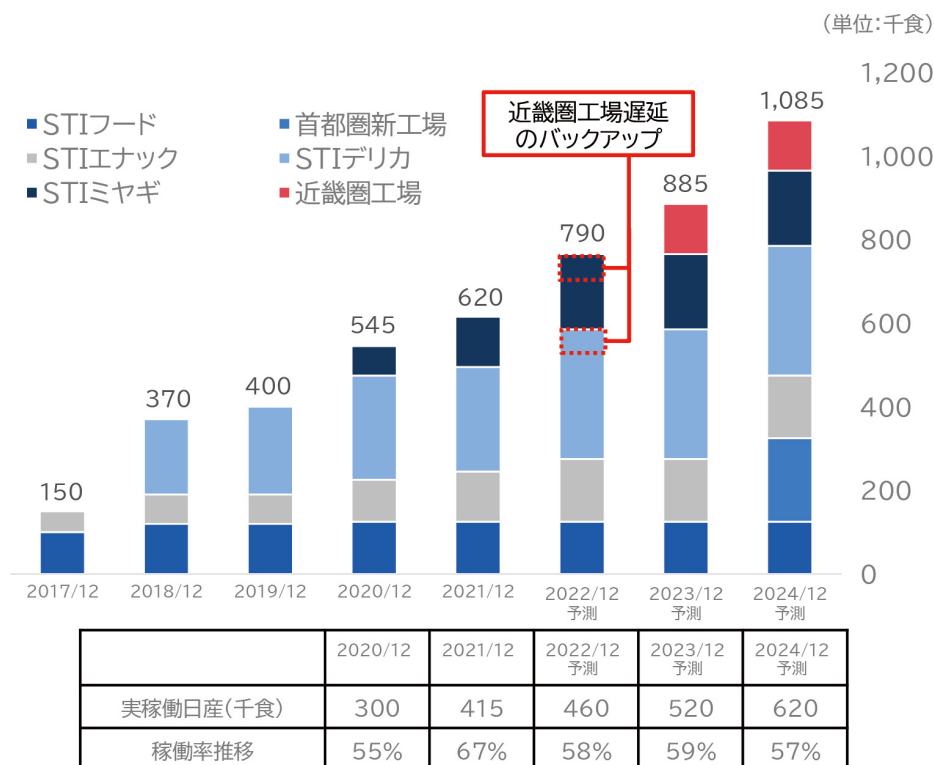
2022 年 10 月 13 日 (木)
<https://www.shintokyo.co.jp/ir/index.html>

重点施策

こうした方針変更に加え、今後計画される北米や首都圏の新工場を見据えたモデルプラントとして建設するため計画は遅れたが、2023 年 12 月期第 3 四半期に稼働予定で滋賀工場を新設することとなった（用地は取得済み）。滋賀工場はコンパクトな工場で、AI 化や自動化、海外展開や海外人材を考慮した多言語化を進める計画である。24 時間操業をロボットが担ったり、人の目でやっていた焼き目の判断を自動化したりすることで、25% ～ 30% の省人化になる見込みである。ほかにも関西の店舗への物流効率の改善や、一時的な需要の急増にも対応可能なキャパシティの向上が見込まれるため、中期的な投資効率は非常に高いものになる見込みである。

既存工場では、STI ミヤギでデイリーラインの増強投資を進めており、2022 年 12 月期第 4 四半期の出荷開始を目指している。STI ミヤギの生産能力を強化することで、滋賀工場新設の遅れをカバーするとともに、STI ミヤギ石巻工場で東北 3,000 店弱のセブン - イレブン向けのローカルメニューを 10 月初頭から生産開始する計画である。これで同社の生産体制は青森から沖縄までのデリバリーが可能となり、2 ケタ成長に耐えられる生産体制となった。この結果、新東京工場への投資を先延ばし可能になり、後述するように、セブン - イレブンから進出要請の強い北米への投資を先行することとなった。

生産キャパシティの推移（日産数）



※生産キャパシティについては期末日の数値

出所：決算説明会資料より掲載

STI フードホールディングス

2932 東証スタンダード市場

2022 年 10 月 13 日 (木)

<https://www.shintokyo.co.jp/ir/index.html>

重点施策

内外セブン - イレブンの成長に乗る

3. セブン - イレブンとの取引拡大

セブン - イレブンは取引先に、供給力や品質、コンプライアンスなどに関する厳しい条件だけでなく、常に新商品や付加価値を高めたリニューアル商品を投入することを求めている。できなければ、(セブン - イレブンの想定だと売れなくなるため) 取引先の商品は棚から外されてしまうことになる。その代わり、そうした条件をクリアできれば、2.5 万店のネットワークで販売できるスケールメリットを享受できる。同社に対してもセブン - イレブンの目は厳しいが、同社は高い技術を持った唯一の水産系ベンダーとして、新商品やリニューアル商品を継続的に投入することで、取引を拡大し売上高を増やしてきた。2022 年 12 月期も 2 月にたことブロックリーバジルサラダを始め、4 月に焼き魚 3 品 (鯖、銀鮭、ほっけ) などリニューアル商品を投入した。しかし、これは例年に比べて非常に少ない投入商品数といえる。というのも 2022 年 12 月期上期は、円安・原価高に加え、船橋工場の加熱調理室の一部火災による一時的な供給中止があり、商品企画にこうした新たな条件を織り込む必要が生じ、また、そのため売上を確保しやすい定番商品のリニューアルに注力したため、新商品投入のスケジュールが遅れることとなったからである。火災は短期的な影響にとどまっているので、課題は円安・原価高の吸収にある。今般の円安・原価高はインパクトが大きく、同社は原価低減にとどまらず価格改定もすることになった。影響はすでに 2021 年 12 月期下期から生じており、今のところ、付加価値を高めた価格改定は受け入れられている模様である。新商品のラインアップも 2022 年 12 月期第 3 四半期には出揃いつつあり、国内では再び取引を拡大し、売上を増やしていくタイミングに入ってきたといえよう。

セブン - イレブンとの取引拡大では、国内だけでなく、為替リスクなどをヘッジする意味合いもあって海外での販売比率を増加させる意向で、同社は海外事業の優先順位を上げて本格展開を開始した。アジアに関しては、2021 年 12 月期に福岡工場において台湾向け出荷を開始、好評につき台湾全域 6,000 店に向けて焼魚の販売を本格化した。このほかアジアでは、フィリピンや上海への進出も視野に入れている。また、海外といえば、米国のセブン - イレブン (以下セブンインク) が急成長している。セブン & アイ・ホールディングスの子会社で、日本のセブン - イレブンの兄弟会社にあたるが、M&A により積極拡大を続けており、2021 年 12 月期も Speedway の買収によって売上高が年間ベースで 2 兆円～3 兆円上乘せとなっている。成長力も非常に強く、すでに日本のセブン - イレブンを上回る利益をあげている。こうした成長に乗れることは大きな魅力だが、さらに、米国では魚食が定着しつつある割に商品化がほとんどなされていないようだ。このためセブン & アイ・ホールディングスからも、米国への早期進出を促されている模様である。米国事業のスタートにあたって、取引先を持った工場を買収する計画で、すでにリサーチを開始しており、2023 年 12 月期にセブンインク向けに食材の供給を開始、2024 年 12 月期にはチルド食品や缶詰など食品を供給していくと見られる。また、既存取引先との商売を継続しつつ、滋賀工場での知見やセブンインク向け取引をアドオンすることで、早期に収益化する考えである。

STI フードホールディングス
2932 東証スタンダード市場

2022 年 10 月 13 日 (木)
<https://www.shintokyo.co.jp/ir/index.html>

重点施策

「STONEROLLS」など自社ブランドも展開

4. 新たな販売拡大

同社の販売先はセブン - イレブン向けが 85% と大半を締め、しかも年々構成比が上昇している。一方、店舗販売でリーチできない消費者にアプローチするという考え方から、セブン - イレブン以外の企業に対しても商品を販売している。特に大手通販、大手宅配など特徴のある小売パートナーと取引があり、水産系の惣菜や食材を健康食品通販や大手ミールキット宅配サービス、法人向け社食サービスといった企業へ販売している。また、自社サイトやアマゾンなど他社サイトで、石巻工場で生産した自社ブランド「STONEROLLS (ストンロールズ)」のさば缶シリーズや、これも自社ブランドの魚のおかずシリーズなどの「ichibi」を販売、今後、焼津からは「FIRE PORTS (ファイヤポーツ)」のブランドで商品を提供する予定である。ほかに、総合スーパー向けに缶詰を販売するなど販路の拡大を指向しており、今後も取引先を増やしていく方針である。

「STONEROLLS」金華さば水煮



出所：同社ホームページより掲載

「ichibi」さけの塩焼きセット



業績動向

強まる円安・原価高に対応する一方、成長へ向けた投資も

1. 2022 年 12 月期第 2 四半期の業績動向

2022 年 12 月期第 2 四半期の業績は、売上高 12,866 百万円（前年同期比 3.7% 増）、営業利益 676 百万円（同 28.1% 減）、経常利益 704 百万円（同 27.2% 減）、親会社株主に帰属する四半期純利益 469 百万円（同 25.6% 減）と増収減益となった。円安・原価高など外部環境が当初想定以上に厳しくなったうえ、下期偏重型の収益構造のため通期計画に対する進捗率が 50% に達していないが、期初の会社計画が保守的な前提になっているため、概ね計画線で推移している模様である。なお、2022 年 12 月期の期首より収益認識に関する会計基準等を適用したことによって、売上高は 172 百万円減少したが、営業利益、経常利益および税金等調整前四半期純利益への影響はなかった。

2022 年 12 月期第 2 四半期業績

（単位：百万円、%）

	21/12 期 2Q		22/12 期 2Q			
	実績	売上比	実績	売上比	増減率	進捗率
売上高	12,408	100.0	12,866	100.0	3.7	46.0
売上総利益	3,639	29.3	3,480	27.1	-4.4	-
販管費	2,698	21.7	2,804	21.8	3.9	-
営業利益	940	7.5	676	5.3	-28.1	45.1
経常利益	967	7.7	704	5.5	-27.2	47.0
親会社株主に帰属する四半期純利益	630	5.0	469	3.6	-25.6	49.4

出所：決算短信等よりフィスコ作成

日本経済は、新型コロナウイルス感染症対策の行動規制が緩和され、経済活動が正常化に向かう一方、ウクライナ情勢などに起因する世界的な資源価格の上昇や金融資本市場の変動による急激な円安が進行しており、依然景気の先行き不透明感は強い状況である。このため、物価上昇圧力が強まって消費者の生活防衛意識が高まるなど、消費動向にも影響が及んできた。食品業界は、世界的な需要増加や円安進行などにより原材料価格の高騰が続いているうえ、行動制限の緩和に伴う外食需要の復調により内食・中食需要の一部に反動減が見られるなど、厳しい環境が続いている。

このような環境のなか、同社は基本方針の実現に向けて重点施策の実行に注力した。この結果セブン・イレブン向けを中心に、食品は焼き魚やカップサラダなどの定番商品の販売が安定して伸長、食材も引き続き堅調に推移した。また、台湾セブン・イレブンへの出荷が順調に拡大する一方、より多くの顧客に同社商品を味わってもらうことを目的に、これまで取り扱いのなかった大手 EC サイトのアマゾンや量販店への販売を開始した。しかし、一部設備かつ短期的とはいえ第 1 四半期に発生した船橋工場の火災の影響に加え、定番商品の価格改定はできたものの、急速な円安・原価高に対応した新商品の投入が遅れたことで、売上の伸びが 1 ケタ台にとどまることとなった。利益面では、定番商品の価格改定による売上総利益率上昇への寄与はあったものの、原材料価格高止まりの影響のほうが大きかったため売上総利益が減少、また、人材投資といった成長へ向けた先行費用などにより販管費が増加、営業利益は減益となった。なお、工場火災に関連して保険給付金 77 百万円を特別利益に計上した。

STI フードホールディングス
2932 東証スタンダード市場

2022 年 10 月 13 日 (木)
<https://www.shintokyo.co.jp/ir/index.html>

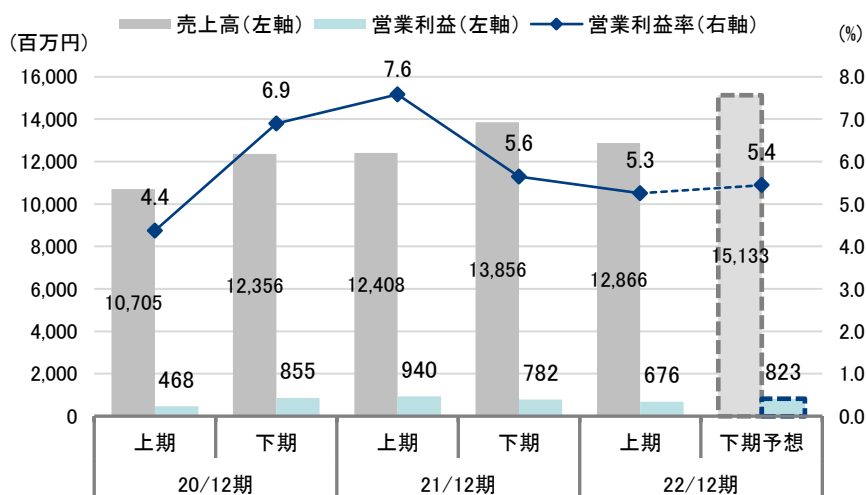
業績動向

円安・原価高の対策は講じているが、効果にやや時間

2. 円安・原価高対策と直近業績の推移

2022 年 12 月期第 2 四半期の業績は、前年同期と比較すると低迷ということになる。しかし、2021 年 12 月期上期までは順調に成長しており、その後の低迷の理由もはっきりしているため、成長性が失われたわけではないと考える。当然のことながら、同社も対策を講じている。具体的な業績の流れと対策としては、2021 年 12 月期第 2 四半期までは、魚惣菜に続いてカップサラダが定番化するなど、食品、食材ともにセブン・イレブン内でシェアを拡大、一方で年々練度が上がることで生産効率が上昇し採算も向上、高い利益成長を続けてきた。2021 年 12 月期下期に入ると、世界の魚食の広がりを背景にタコを中心に水産原材料の価格が高騰、さらに円安傾向となったこともあり、売上は大きく伸びたものの採算が低下した。2022 年 12 月期上期は、円安・原価高に対応した新商品の開発に迫られたが、円安・原価高を吸収するため定番商品のリニューアルを優先したことで新商品の開発が遅れたこと、リニューアル商品は価格改定を伴っているため従前の売上水準に戻すのに時間がかかったこと、円安も原価高も想定を超えるインパクトとなったことなどにより、コスト抑制も進めたものの収益回復が遅れてしまった。特に重要な対策は、新商品もリニューアル商品も、円安・原価高を吸収できる価格設定と、それに見合った価値のある商品設計ということになるが、商品開発や価格改定の浸透にはタイムラグがあるため、効果は 2022 年 12 月期上期の段階で一部顕在化したのみであった。

半期別業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

STI フードホールディングス
2932 東証スタンダード市場

2022 年 10 月 13 日 (木)
<https://www.shintokyo.co.jp/ir/index.html>

業績動向

新商品投入と価格改定の定着によって下期は業績回復へ

3. 2022 年 12 月期の業績見通し

同社は 2022 年 12 月期の業績を、売上高 28,000 百万円(前期比 6.6% 増)、営業利益 1,500 百万円(同 13.0% 減)、経常利益 1,500 百万円(同 14.0% 減)、親会社株主に帰属する当期純利益 950 百万円(同 14.5% 減)と見込んでいる。外出増加による中食への負のインパクトや円安・原価高の継続などを一定程度考慮しているため、前述したように保守的な前提となっているといえよう。なお、2022 年 12 月期の期首より収益認識に関する会計基準等を適用しているため、前期比増減は参考数値として記載している。

2022 年 12 月期業績見通し

(単位：百万円、%)

	21/12 期		22/12 期		
	実績	売上比	予想	売上比	増減率
売上高	26,264	100.0	28,000	100.0	6.6
売上総利益	7,257	27.6	-	-	-
販管費	5,534	21.1	-	-	-
営業利益	1,723	6.6	1,500	5.4	-13.0
経常利益	1,745	6.6	1,500	5.4	-14.0
親会社株主に帰属する当期純利益	1,110	4.2	950	3.4	-14.5

出所：決算短信よりフィスコ作成

保守的とはいえ、下期へ向けて、新型コロナウイルス感染症の収束時期を依然見通せないこと、原材料価格の高騰が続いていること、円安修正への道筋が見えないことなど、日本経済は引き続き不透明な状況が続くと予測されている。同社にとっても、中食を押し上げる行楽需要に不透明感が残るうえ、円安・原価高への対策や海外研修生の確保といった課題の解消が不可欠となっている。しかし 2022 年 12 月期下期には、チルド惣菜に対する引き合いが引き続き強いこと、行動規制の緩和やワクチン接種の広がりにより外出需要の拡大が期待できること、生産体制の整備が進んでいること、新商品の投入と円安・原価高対策の価格改定が本格化することから、業績の回復を見込んでいる。そのなかで、本格化する新商品の投入と価格改定の浸透が大きなポイントとなりそうだ。

2022 年 12 月期下期業績見通し

(単位：百万円、%)

	21/12 期下期		22/12 期下期		
	実績	売上比	予想	売上比	増減率
売上高	13,856	100.0	15,133	100.0	9.2
売上総利益	3,618	26.1	-	-	-
販管費	2,836	20.5	-	-	-
営業利益	782	5.6	823	5.4	5.3
経常利益	777	5.6	795	5.3	2.3
親会社株主に帰属する当期純利益	480	3.5	480	3.2	0.1

出所：決算短信よりフィスコ作成

STI フードホールディングス

2932 東証スタンダード市場

2022 年 10 月 13 日 (木)

<https://www.shintokyo.co.jp/ir/index.html>

業績動向

上期に、定番商品の価格改定はできたものの、円安・原価高に対応した新商品の投入が遅れた理由は、新商品の開発には相当の時間がかかるうえ、円安や原材料費高騰を織り込んで原価設定しても、それ以上の動きになると原価設定が間に合わなくなるからである。このため、たことブロッコリーバジルサラダや焼魚 3 品(鯖、銀鮭、ほっけ)など、一定の売上が期待できる定番商品のリニューアルを優先した。しかし定番商品も 3% ~ 11% の価格引き上げになっており、そうした価格改定を消費者に受け入れてもらうためには、価格改定に見合った品質の向上が必要であり、定番商品のリニューアルでも一定の時間が必要となる。しかも消費者に受け入れてもらうまでにタイムラグが生じる。

しかしながら下期は、上期から開発してきた新商品 10 品目程度を順次投入する計画である。定番商品と違って原価設定さえできれば値上げ効果もフルに働く。問題は売れるかどうかだが、7 月に投入した「いかときゅうりの葱塩サラダ」は好スタートを切った模様である。また、「さばの塩焼」や「たことブロッコリーバジルサラダ」など定番商品も、8 月の TVCM や番組内紹介をきっかけに数量を伸ばしているようだ。なかでも「さばの塩焼」は、セブン・イレブンが例年秋シーズンに向けて投入する TVCM のメイン商材として露出を高めており、下期は水産系惣菜の販売に弾みがつきそうだ。当初の想定より事業環境は厳しいが、上期の業績が保守的な計画に救われたのに対し、下期は新商品の市場投入や価格改定の効果など諸施策によって復調が見込まれる。特に価格改定の受け入れ次第では、業績が上振れる可能性もあると思われる。

2023 年 12 月期以降は 2 ケタ成長回帰を目指す

4. 成長イメージ

2022 年 12 月期は収益力を取り戻す期となる予定で、円安・原価高への対応も進展し、再成長へ向けた体制作りも整いつつある。2022 年 12 月期を乗り越え、新製品の投入を継続しつつ、技術力や一貫生産といった強みを深掘りし進化させることで、2023 年 12 月期以降、10% 以上の成長に回帰することも可能になると弊社は考えている。その根拠として、魚の調理離れや健康志向などを背景に世界的にも魚食ニーズが拡大していることに対し、足もとで新工場投資や能力増強投資が進んでおり、中期的に国内の生産能力を 2021 年 12 月期の 1.5 倍 60 万食以上に引き上げる計画がある。また、北米への進出は前倒しの予定で、アジアでは台湾セブン・イレブンに出荷するなど、海外進出も加速し始めた。さらに、カルディなど良品を理解するセブン・イレブン以外の小売との連携を強める方針である。また、自社やアマゾンなど EC サイトでは、調理に手間の掛かる魚料理を、電子レンジや湯せんで簡単に食べられる商品を、魚好きな人に向けて販売することも始めている。国内セブン・イレブンとの取引拡大に加えて、海外セブン・イレブンの成長を取り込み、新規販売チャネルを開拓することで、同社は 2 ケタ成長トレンドに回帰するだけでなく、中長期的にさらに成長力を高めていくことも想定される。

STI フードホールディングス
2932 東証スタンダード市場

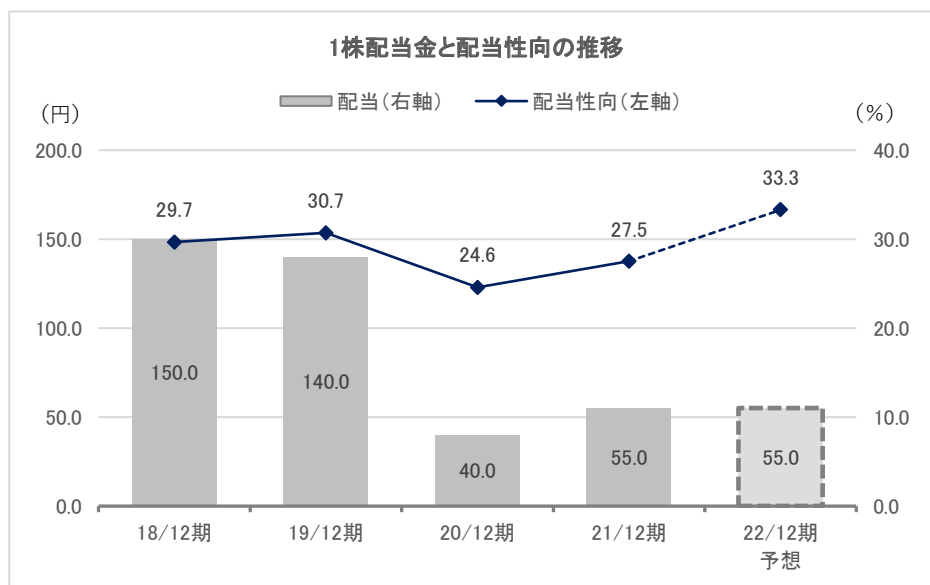
2022 年 10 月 13 日 (木)
<https://www.shintokyo.co.jp/ir/index.html>

株主還元策

連結配当性向 30% を目途に利益還元を行う方針

1. 株主配当

同社は、利益配分について、株主への利益還元を経営の重要課題の 1 つと認識し、将来の企業価値向上と競争力の極大化及び企業体質強化のための内部留保を勘案しつつ、業績に見合った利益還元を行うことを基本方針としている。剰余金の配当は年 1 回を基本的な方針としており、原則として株主総会の決議によらず取締役会の決議によって定める旨を定款で定めている。なお、期末配当の基準日は毎年 12 月 31 日、中間配当の基準日は毎年 6 月 30 日とし、このほか、基準日を定めて剰余金の配当をすることができる旨を定款に定めている。内部留保資金については、今後予想される経営環境の変化に対応すべく、今まで以上に競争力を高め、市場ニーズに応える技術・生産開発体制を強化するために有効投資していく考えである。以上を踏まえ、同社は連結配当性向 30% を目途として業績に見合った利益還元を行う方針である。このため、2022 年 12 月期の 1 株当たり配当金は 55.0 円を予定している。



※ 2020 年 6 月 30 日付で普通株式 1 株につき 5 株の割合で株式分割を実施。

出所：決算短信等よりフィスコ作成

株主優待として同社商品（3,000 円相当）を贈呈

2. 株主優待

株主に対し、同社商品及び同社事業への理解を深め、中長期的に同社株式を所有してもらうことを目的に、2021 年 3 月から株主優待制度を導入している。対象となる株主は、12 月末日現在、6 月末日現在の株主名簿に記載または記録された同社株式 1 単位（100 株）以上を保有している株主で、株主優待の内容としては、対象株主に対して年 2 回、一律に株主限定の同社商品（3,000 円相当）を贈呈している。贈呈の時期は、12 月末日を基準日とする株主優待は 3 月下旬、6 月末日を基準日とする株主優待は 8 月中旬に発送予定となっている。なお、2022 年 6 月 30 日を基準日とする株主優待品は、同社ブランド「STONE ROLLS（ストンロールズ）」の缶詰 10 缶を詰め合わせた株主優待限定パッケージだった。

■ 情報セキュリティ

情報セキュリティ対策の強化、バックアップ体制の構築を進める

同社は、事業全般においてコンピューターシステムを活用し情報資産の管理を行うとともに、業務の効率化を図っている。このため、情報システム管理基本規程及び情報セキュリティポリシー等を定め、情報セキュリティ対策の強化、バックアップ体制の構築等の危機管理を講じている。

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