

|| 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 >>>](#)

2024年9月30日(月)

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、水産系チルド惣菜やおにぎり具材を販売	01
2. 強みは独自の技術力、高効率な一貫生産体制、徹底したフードロス対策など	01
3. 関西新工場は関西エリアの供給効率化と全国的な生産体制の最適化を通じて業績に貢献	01
4. 業績好調で 2024 年 12 月期は上方修正、 2025 年 12 月期以降も関西新工場が業績けん引へ	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	10
■ 重点方針と重点施策	11
1. 重点方針	11
2. 重点施策	11
■ 業績動向	12
1. 2024 年 12 月期第 2 四半期の業績動向	12
2. 2024 年 12 月期の業績見通し	15
3. 中期成長イメージ	16
■ 株主還元策	17
1. 株主配当	17
2. 株主優待	18

■ 要約

業績好調で 2024 年 12 月期は上方修正、 中期的には関西新工場が成長けん引へ

1. セブン - イレブン向けをメインに、水産系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。販売先別売上高は、セブン - イレブングループ向けが 87.7% と大半を占め (2023 年 12 月期)、内訳はチルド惣菜やおにぎり具材、冷凍食品、缶詰などの常温食品となっている。セブン - イレブン以外では、自社 EC サイトなどで食品、外食向けに食材、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、及びおにぎりや弁当、パスタ、サラダ向け水産具材などの食材に分けられる。

2. 強みは独自の技術力、高効率な一貫生産体制、徹底したフードロス対策など

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、フードロスの削減にある。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、例えばガス置換パック技術のような大きな技術革新に成功することで、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 1 回に削減しており、分業のため冷凍・解凍の回数が多くなる同業他社に対して、鮮度の面で大きな差をつけている。また、一貫生産だからこそ効率的に素材を使い切ることができ、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。ほかにも、祖業が商社のため海外を含めて同社自ら検品や買付をしていることや、小売最大手のセブン - イレブンの力を利用できることも強みと言える。

3. 関西新工場は関西エリアの供給効率化と全国的な生産体制の最適化を通じて業績に貢献

「原材料、開発、製造、知的財産に関する各機能が事業への貢献を追求することで、より強い企業集団を作り上げる」という重点方針の下、「原材料の品質に妥協せず、複数拠点による製造最適化を図り、グループ各社の技術をクロスオーバーしていくこと」を重点施策に掲げている。これにより、既存商品の改善・改良と新しい商品グループの創造を加速し、グローバル商品の開発につなげていく。また、関西での供給体制構築という観点からも、建設中の関西工場は重要なポジションを占める。関西新工場は 2024 年 12 月に通常稼働の予定で、2025 年 12 月期にはほかの工場並みの利益率を確保を目指す。関西エリアの供給効率化や販売期間延長に留まらず、全国的な生産体制の最適化も達成できる見通しで、全社的な売上拡大と利益率改善に貢献するものと弊社では見ている。

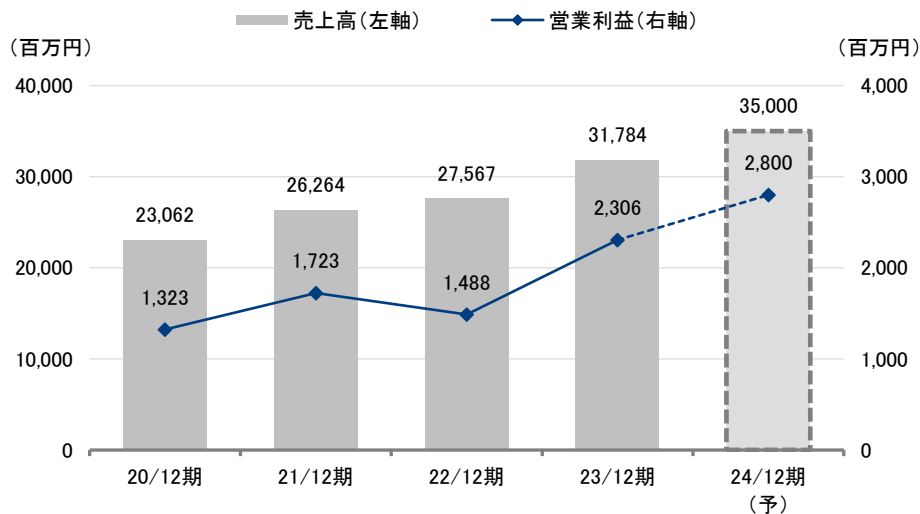
要約

4. 業績好調で 2024 年 12 月期は上方修正、2025 年 12 月期以降も関西新工場が業績けん引へ

2024 年 12 月期第 2 四半期の業績は、売上高 16,694 百万円（前年同期比 12.5% 増）、営業利益 1,491 百万円（同 44.1% 増）と好決算だった。原材料・資材価格が上昇し、人件費、水道光熱費が増加するなか、加えて、主力のセブン・イレブンの業況がやや低迷するなかで、魚惣菜を買う習慣が広がっていることを背景に同社のデイリー食品は引き続き好調に推移、生産性向上なども寄与し営業利益は想定を上回る大幅増となった。このため、2024 年 12 月期の業績予想を、売上高 35,000 百万円（前期比 10.1% 増）、営業利益 2,800 百万円（同 21.4% 増）へ上方修正した。同社は、継続的に生産能力を増強することで魚惣菜市場の成長を取り込んできたが、関西工場の建設によって中期的にも 2 ケタ成長を継続する考えである。

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。技術力や一貫生産などに強み
- ・関西エリアの効率化と全国的な製造最適化を推進するため関西工場新設へ
- ・業績好調により 2024 年 12 月期を上方修正、2025 年 12 月期以降も 2 ケタ成長見込み

業績推移


出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

セブン - イレブン向けをメインに水産素材の食品などを販売

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。大手コンビニエンスストアチェーンであるセブン - イレブン向けをメインに、焼魚などチルド惣菜やサーモンフレークなどおにぎりの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背景に商社や水産会社から調達した高品質の水産原材料、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、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体制にあり、他社にまねできない差別化されたポジションを確立している。家庭における魚調理離れの一方、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、同社は、原材料、開発、製造、知的財産に関する各機能が事業への貢献を追求することで、より強い企業集団を作り上げるという重点方針の下、中長期的な企業価値向上と持続的な成長を図っている。

セブン - イレブンに長年高く評価されている

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した。さらに差別化を求めてメーカーに進出、事業譲受により取得した工場設備を活用して惣菜の製造を開始した。業績は順調に拡大し成長を続けたが、工場の設備投資など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を発生させて資金繰りが悪化、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）が民事再生手続きに基づいて生産部門の事業譲受を行った。一方、当時既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、さらに再拡大していった。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 月には食品製造販売事業を統轄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（以下、東証）第 2 部に上場した。現在は東証スタンダード市場に移行、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 8.44%（2023 年 12 月末現在）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

2024年9月30日(月)

<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	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)(現(株)STI ミヤギ)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<7522>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、三洋食品にヤマトミを吸収合併し STI ミヤギに商号変更
2022年4月	スタンダード市場に移行
2024年2月	関西新工場(2024年11月稼働予定)設立のため OUG ホールディングス<8041>(旧大阪魚市場(株))より固定資産を取得

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.

中食のなかでも水産系チルド惣菜は強い成長を継続

3. 中食市場の動向

少子高齢化や人口減少により日本人の食料消費量が減少しているが、同社が属する中食市場は 10 兆円以上の規模に拡大したと言われている。中食市場は、かつては惣菜専門店が中心だったが、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シェアを伸ばしている。なかでもセブン - 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中食の主流となった。新型コロナウイルス感染症拡大（以下、コロナ禍）の「巣ごもり需要」において、「オフィス需要」や「行楽需要」の縮小をきっかけに中食需要が頭打ち傾向となった際、日持ちのよさ^{*}や単身者・小家族の簡便化ニーズを背景に、中食市場でもおかずをパックしたチルド惣菜が需要を拡大した。コロナ禍の行動規制が緩和されると、同社のおにぎり具材への需要が回復した一方、「巣ごもり需要」の縮小とともにチルド惣菜の需要は伸び悩むこととなった。しかし、同社の水産系チルド惣菜は、健康志向を背景に根強いニーズがあるうえ、新技術の導入によって年々付加価値を高めていることから、引き続き強い成長を続けている。

^{*} 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。

■ 事業概要

セブン - イレブン向けシェアが 87.7% を占める

1. 事業内容

同社は食品製造販売事業の単一セグメントだが、販売先別や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 87.7%（2023 年 12 月期）を占め、セブン - イレブン以外は 12.3%（同）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、缶詰など常温食品である。セブン - イレブン以外は、自社 EC サイトや amazon など扱う食品や、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、OEM の受託やキャットフードの生産も行っている。製品別では、魚惣菜やカップデリなどチルド惣菜や缶詰、レトルト製品など食品が大半を占めるほか、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を生産している。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（物流は各地共同配送センターへの配送）、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イリー惣菜メーカー（コンビニエンスストア）へと運ばれる。

事業概要

(1) 食品

チルド惣菜の素材となるサーモン、サバ、ホッケ、イカ、タコ、赤魚などは、旬の時期に国内外で水揚げされた高品質の原材料を、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るが、同社は商品包装に特殊な機械を導入し、操作方法の工夫をした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、サーモン、カツオ、マグロ等水産原材料などを使った缶詰・レトルト製品を、保存用だけ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缶詰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

(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、検品と温度管理を徹底した高品質の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たての味や食感を再現でき、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、着色料などを使用せずに、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。

水産食材を使ったおにぎりとおにぎり具材の例



出所：決算説明会資料より掲載

事業概要

生産能力・拠点の課題解消に向けて関西工場を新設

2. 調達体制と生産体制

同社は、水産原材料をその時々で複数の商社・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、素材の検品や加工状況などに自ら立ち会って現物を確認することを原則としている。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を示す分析証明まで、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。

また、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・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・冷蔵・常温）の食品や食材の生産を効率的に行っている。これらの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焼魚、煮魚、カップサラダなど水産惣菜を手掛けているのが（株）STI ミヤギ、（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向けに生産・販売しており、STI ミヤギ、（株）STI サンヨーでは缶詰・レトルト製品等を生産している。なお、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・イレブンやバンダーに向けて、こうした子会社工場から商品を供給している。しかし現在、同社の生産能力を上回る勢いでチルド惣菜が伸びていること、北海道への配送ができないことなど、生産拠点網の最適化が課題となっており、課題解消に向けて関西新工場の建設を進めているところである。

生産・調達拠点

○生産拠点

エリア	工場	会社	主な製造内容
東北	石巻工場	(株)STI ミヤギ	(食品) 水産原材料を使った缶詰・レトルト製品等の製造 (食材) おにぎり・弁当・パスタ・サラダ等に使用される水産食材の製造
	ヤマトミ 第1工場・第2工場	(株)STI ミヤギ	(食品) 主に小売チェーン向け水産惣菜の製造 (食材) おにぎり・弁当・パスタ・サラダ等に使用される水産食材の製造 (一次加工原料) (株)STI フード、 (株)STI エナックで使用する水産原料の一次加工
関東	船橋工場	(株)STI フード	(食品) 主にコンビニエンスストア向け水産惣菜の製造
	白岡工場	(株)STI デリカ	(食品) 主にコンビニエンスストア向け水産惣菜の製造
東海	焼津工場・SPF工場	(株)STI サンヨー	(食品) 水産原材料を使った缶詰・レトルト製品等の製造
関西	関西工場(予定)	(株)STI エナック	(食品) セブンプレミアム水産惣菜
九州	福岡第1工場・第2工場	(株)STI エナック	(食品) 主にコンビニエンスストア向け水産惣菜の製造 (食材) おにぎり・弁当・パスタ・サラダ等に使用される水産食材の製造

○調達拠点

エリア	会社	事業内容
北米	STI AMERICA Inc.	水産原材料の検品・買付
チリ	STI CHILE S.A.	水産原材料の検品・買付

出所：決算説明会資料等よりフィスコ作成

製造技術、一貫生産体制、フードロスとコストの削減に強み

3. 同社の強み

同社の強みは(1)製造技術、(2)一貫生産体制、(3)フードロスとコストの削減にあり、コロナ禍や原材料高を乗り越える原動力にもなった。祖業が商社のため、海外を含め自社自ら検品や買付を実施していることから調達面での強みも持っている。また、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言える。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が生じないよう、日々需給をチェックし適正在庫の確保に努めているが、同社では小売最大手のセブン-イレブンが収集するデータや知見を利用できるうえ、マーケティングに強いセブン-イレブンの協力によって市場変化に合わせた商品開発も可能となっている。一方セブン-イレブンにとっても同社との取引は、健康志向や少子高齢化に向けた品揃え強化の面からも、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面からも、ファミリーマートやローソンといった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。結果として、同社の業容拡大とセブン-イレブンの品揃え強化という Win-Win の関係が、今後も続いていくものと考えられる。

(1) 製造技術・特許の強み

水産資源は鮮度が命と言われる。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せるとも言われているが、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た。しかし、同社には鮮度の微差さえ見逃さない機械以上に精密な鼻と目を持ったプロがいるため、補助材料を安易に採用せず新しい技術・製法を開発することができ、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マーケティングを行っているため、3年に1回程度、以下のような大きな技術革新を実現、さらに特許も積極的に取得している。

1997年8月に生鮮イクラの静菌管理技術を開発したこと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イクラのパイオニアとなった。静菌管理技術は現在の成長につながる技術基盤と言える。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。なかでも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ことによって、家庭で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日間へと延長可能となった。

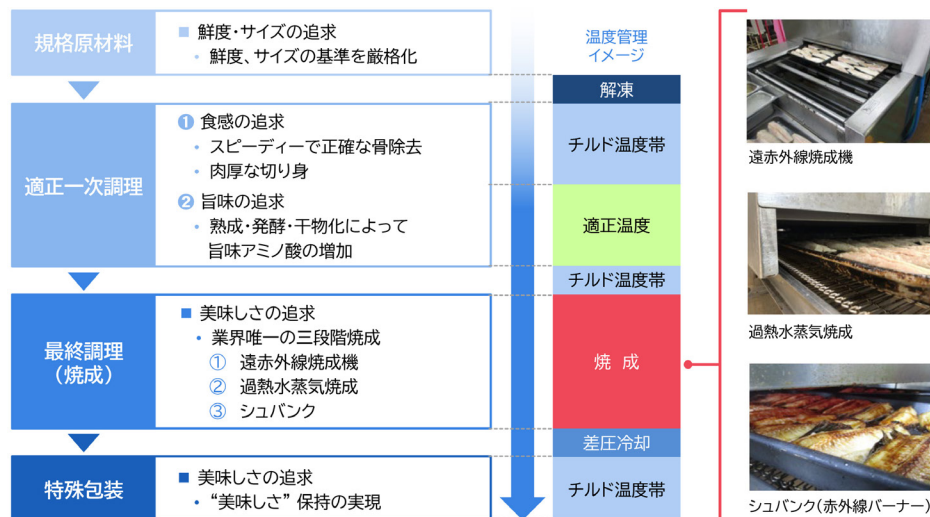
2018年1月にはホットパック技術を開発した。サーモンフレーク(特許取得済み)は一般家庭で焼いて手でほぐしたフレークとほぼ変わらない食感と形状で、焼きタラコ(特許出願中)はオーブントースターやグリルなどで焼成した焼きタラコと変わらない食感、うま味、風味をもっており、同社食材の全国展開に弾みがつく商品となった。2021年4月にはカップサラダ・ガス置換技術を開発し、商品のパッキングにガス置換の技術を利用することで、薬品を使わずに鮮度を保持できるようになり、塩や酒の浸透力だけで素材の「うま味」を生かす「パウチ惣菜」の開発につながった。こうした技術を利用した「たことブロックリーバジルサラダ」は、セブン-イレブンの人気商品となっている。現在も商品開発の深化を追求しているほか、賞味期限をさらに延長する新技術の開発に取り組んでいる。

事業概要

(2) 一貫生産体制による「味」品質の向上

同社は、一貫生産体制によって技術力を効果的に生かしている。一貫生産と徹底した温度管理により、冷凍・解凍の回数を1回に削減する(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手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も言える。また、一貫生産によって、素材の鮮度、素材の大きさ、肉づきなどの基準を明瞭化し、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1つ1つが異なる自然の水産素材を、品質の安定性や量産化、効率化を図りながら生産することができる。なお、20年近く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。一方、コンビニエンスストア向けの惣菜製造には労働集約的な側面があるが、同社では待遇や労働条件などの面で高いスキルを継承する体制を構築している。

焼魚惣菜の製造工程



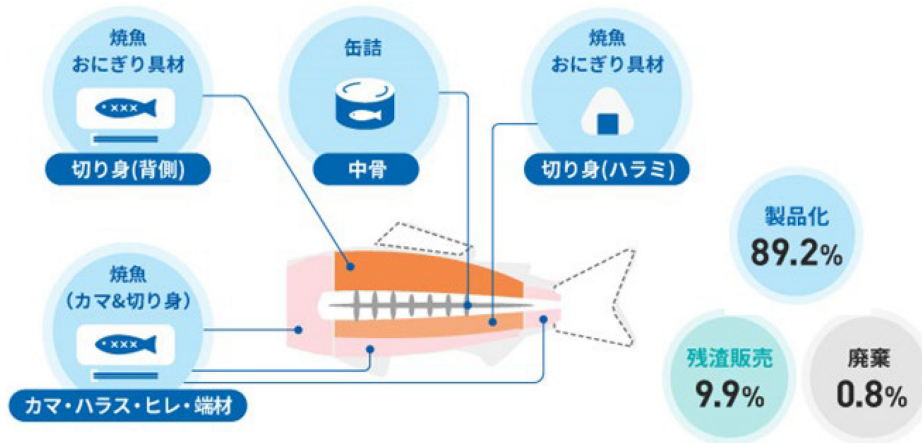
出所：決算説明会資料より掲載

(3) フードロスとコスト削減の両立

一貫生産は、素材を使い切ることによって徹底したフードロス対策になっている。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て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後、徹底した温度管理の下で調理されるため、すべて無駄なく使うことができる。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、廃棄は1%に満たず、ほぼ全身が商品化されている。このため、フードロスを削減すると同時に、原材料コストの削減にもつながっている。

事業概要

フードロスとコスト削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

事業を通じて社会課題の解決に取り組む

4. SDGs への取り組み

魚食の世界的拡大により各社とも調達リスクが増しているが、同社に関しては、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留まらず、地球温暖化による海面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。同社製品の原材料が魚であることを考えると、同社のSDGsへの取り組みは切実と言える。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おり、鮭の認証原材料の使用や陸上養殖事業への出資などを行っている。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、銀鮭ドレス（下処理）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、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の排出量を削減する方針である。このように、同社は調達・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。

また、STI ミヤギでは、後継者育成など様々なチャレンジを進めている地元の宮城県水産高等学校の高校生と協力し、東日本大震災からの復興や後継者不足など深刻な問題を持つ宮城県石巻市の水産業復興を支援している。「2022-23年プロジェクト」では、「オール宮城」をテーマに1年の準備期間を経て、原料の金華さばから水、塩、味噌といった調味料、缶まで県産品にこだわった「金華さば缶」を共同開発し、2023年2月より東北地域で販売を開始した。「2023-24年プロジェクト」では、同校の缶詰製造設備が故障して校内実習が困難になったため、STI ミヤギの本格的な工場設備の一部を高校生に貸し出し、「さんま味缶詰」の製造を支援した。

重点方針と重点施策

重点方針で圧倒的に差別化し、経常利益率 10% 以上を目指す

1. 重点方針

コロナ禍や原材料高という厳しい時期を経て、同社は、原材料、開発、製造、知的財産に関する各機能が事業への貢献を追求することで、より強い企業集団を作り上げるという重点方針を再確認した。品質や価格、海洋資源保護など持続可能性を考慮した原材料調達への徹底したこだわりによって原価率を低減し、一貫生産、良品製造の徹底、生産キャパシティの増強、原材料の使い切り、CO₂削減など製造能力を磨き上げることで生産効率を引き上げ、独自性の強い技術開発やコア技術の周辺展開、技術プラットフォームとしての地位構築など新技術の知的財産化により市場競争力を向上させる方針だ。これにより圧倒的に差別化されたポジションを獲得し、経常利益率 10% 以上を目指す。

なかでも原材料調達は、同社の祖業が商社であったことを強みに最適な産地を開発するとともに、高い品質にこだわりつつ、幅広いサイズやあらゆる部位に対応した商品開発を徹底している。一方、マーケットイン型の商品開発にも注力し、北米などをターゲットに、国内の売れ筋商品をベースにしたグローバル商品の開発も推進する。そのためにも、一貫生産や良品製造の徹底、生産キャパシティ増強、フードロス低減、CO₂削減など製造能力のレベルアップを図る。また、新技術の持続的な開発や水産特許の数などから技術面で他社を圧倒的に差別化していることが見て取れるが、さらに、知財管理委員会を設置し、新技術の知的財産化やコア技術の周辺展開、技術プラットフォーム化などを推進していく。

重点施策を遂行するうえで重要な関西新工場

2. 重点施策

重点方針の下、おいしさと経済合理性の両立を狙い、重点施策として、原材料の品質に妥協せず、複数拠点による製造最適化を図り、グループ各社の技術をクロスオーバーしていく。原材料の品質については、付加価値に自信を持っていることから原材料費が上昇しても品質を低下させず、リニューアルを伴った価格改定で対応するほか、従業員のスキルアップなどによる生産性の向上で吸収していく考えだ。一方、石巻工場の焼き魚や白岡工場の窒素凍結ラインといった各工場の特徴的な技術をより一層活用するため、生産する商品の選択と集中を進める。また、STI ミヤギのレトルト技術や石巻工場のスモーク技術など各工場の技術をクロスオーバーすることで、付加価値の高い商品を創出するとともに獲った魚の全身を収益化していく。このように複数拠点の製造の最適化を進めることで、既存商品の改善・改良、新しい商品グループの創造を加速し、グローバル商品の開発につなげていく。

STI フードホールディングス

2932 東証スタンダード市場

2024年9月30日(月)

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

重点方針と重点施策

こうした重点施策の実践の面からも、セブン-イレブンに対する関西での供給体制という面からも、建設中の関西工場は重要なポジションを占める。関西工場は2024年11月に稼働を開始し、12月には通常稼働に入る予定で、フル稼働時には約70億円の増収を計画、同社の短中期的な成長をけん引することが期待される。また、通常稼働に入れば月次のブレークイーブンをクリア、2025年12月期にはほかの工場並みの利益率確保を目指す。関西工場では、セブンプレミアムを中心に焼魚やカップデリ、冷凍惣菜などを製造する予定で、関西エリアの供給効率化や販売期間延長に留まらず、余力の生じたSTIミヤギで製造した複数のデイリー商品を北海道に配送するなど製造の最適化も促進することができる。このため、全社的な利益率の改善も進む見込みだ。

関西工場完成予想図



出所：決算説明会資料より掲載

業績動向

新商品、既存商品ともに好調で大幅増収増益を達成

1. 2024年12月期第2四半期の業績動向

2024年12月期第2四半期の業績は、売上高16,694百万円(前年同期比12.5%増)、営業利益1,491百万円(同44.1%増)、経常利益1,495百万円(同39.2%増)、親会社株主に帰属する中間純利益1,010百万円(同46.9%増)と好決算だった。期初の通期業績予想に対する進捗率も売上高で49.1%、営業利益で62.2%と、前年同期に対してそれぞれ2.4ポイント、17.3ポイント上回るなど順調で、既述のとおり通期業績予想を上方修正した。

業績動向

2024年12月期第2四半期業績

(単位：百万円)

	23/12期2Q		24/12期2Q		前年同期比
	実績	売上比	実績	売上比	
売上高	14,835	100.0%	16,694	100.0%	12.5%
売上総利益	4,152	28.0%	4,884	29.3%	17.6%
販管費	3,116	21.0%	3,392	20.3%	8.8%
営業利益	1,035	7.0%	1,491	8.9%	44.1%
経常利益	1,074	7.2%	1,495	9.0%	39.2%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	687	4.6%	1,010	6.1%	46.9%

出所：決算短信等よりフィスコ作成

日本経済は、好調なインバウンド需要や堅調な企業業績から底堅く推移する一方、幅広い分野における物価上昇の影響により実質賃金の減少が継続、生活防衛意識の高まりから個人消費の回復は停滞した状況にある。世界経済は、金融資本市場の変動リスクや中国経済の停滞、国際紛争の長期化など先行き不透明な状況が続いている。食品業界においては、円安進行による原材料・資材価格の上昇や人件費・水道光熱費の上昇により製造コストの増加が続くなかで、消費者の節約志向や多様化するニーズに対応した商品企画が求められている。

このような環境のなか、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の向上と持続的な成長の実現を目指している。さらに、食品メーカーとして消費者と従業員の安全と安心のために、安定した製造・供給を継続すべく、グループ全体で社会的にも重要な使命の遂行にも取り組んでいる。この結果、販売面では、主力のセブン-イレブン向けデイリー食品が引き続き好調で、焼き魚やカップデリなど定番商品が販売個数を伸ばしたほか、2024年1月に関東地域で発売した「さばの味噌煮」の販売エリアを順次拡大し、5月に全国約21,500店で販売を開始、また、6月にはカップデリの新商品「いかと海老ブロックリーオーリーブオイル仕立て」を全国で発売、いずれも好評を博している。

セブン-イレブンの既存店売上伸び率が、2024年2月期第4四半期が0.4%増、2025年2月期第1四半期が±0%、続く6月、7月が微減となるなど若干低迷しており、同社への影響がやや懸念される状況となっている。しかし、セブン-イレブンの足元の低迷は、小商圏化の加速と多様化にフォーカスした戦略によってコロナ禍後に好調を継続した反動に加え、ファミリーマートとローソンが値ごろ感を打ち出すなど思い切った販売戦略をとったことが要因と思われる。こうした状況に対して、セブン-イレブンはセブンプレミアムなど顧客接点の高い商品のプロモーションを強化するなどの対策を進めており、短中期的に業況を改善することは可能と考えられる。そうしたプロモーションの中心となっているのが、ファミリーマートやローソンにはなく、圧倒的に高い付加価値でセブン-イレブンのなかでも2ケタ増と特異的に伸びている同社商品である。低迷しているからこそセブン-イレブンは好調な同社商品に頼ることになるのだが、セブン-イレブンのプロモーションは同社にとっても強い追い風になっているようだ。

業績動向

具体的には、セブン-イレブンのTVCM「セブンプレミアムのお惣菜」で、同社の「さばの味噌煮」が秋需商戦を盛り上げる一押しの戦略商品になっている。既述のとおり「さばの味噌煮」は5月に全国販売を開始したばかりだが、パウチ型からトレー型にパッケージを変更したことでより利便性が増し、販売は好調にスタートしたようだ（イトーヨーカドー、ヨークベニマル、ヨークなどではパウチタイプでの販売）。特徴は、北大西洋海域を中心とした脂の乗った大型のさばを使用し、骨取り作業は一つひとつ丁寧に手作業で実施、湯ぶり工程を加えて魚の雑味を低減、3種類の味噌をブレンドすることで従来よりも深いコクとまろやかな味わいを実現、加熱後6時間鍋止めをする専門店と同じ工程により味を浸透、スライス生姜を加えてすっきりとした味わいに仕上げているところにあり、人気の秘訣になっている。

また、セブン-イレブンが同社を推す理由は、これまで多くのヒット商品を世に出し、現在も人気が続いている商品が多いことにもある。代表的なものに、自然な焼き目と抜群の香ばしさで人気の「さばの塩焼」があるが、「魚は食べたい」が臭いや洗い物の大変さから「調理はしたくない」という要望に応えるために開発した商品である。特徴は、「さばの味噌煮」と同様に北大西洋海域を中心とした脂の乗った大型のさばを使用、骨取り作業も一つひとつ丁寧に手作業で実施しているほか、さばの下処理方法を見直して塩水で手洗いすることで臭みや雑味を軽減したうえ、魚本来のうま味を醸し出すため味付け後に冷蔵庫で寝かせる工程を加え、スチームで身をふっくら仕上げた後、焼く前に遠赤外線ですばを炙ることで自然な焼き目と抜群の香ばしさを実現するなど、每期改良を加えてきたところにあり、2014年の発売以来人気を継続している。このため、2023年度に累計売上15兆円を突破したセブンプレミアムのなかで、年間売上10億円以上の300アイテムのうち第5位にランクインした。

ほかにも、脂の乗った銀鮭を直火でしっかり皮まで香ばしく焼き上げているのでレンジで温めるだけで手軽に食べられる「銀鮭の塩焼」や、ふっくらと蒸し上げたたことブロッコリーやじゃがいもを組み合わせてバジルソースをかけた「たことブロッコリーバジルサラダ」など、好調を長く続ける商品が多い。2024年6月にイカと海老にブロッコリー、じゃがいも、パプリカなどを入れ、アンチョビやんにくを程よくきかせたオリーブオイル仕立ての「いかと海老ブロッコリーオリーブオイル仕立て」を投入したが、当初は似た商品の「たことブロッコリーバジルサラダ」との自社競合が懸念されたものの、「たことブロッコリーバジルサラダ」は引き続き販売が順調に推移、「いかと海老ブロッコリーオリーブオイル仕立て」の販売が純増したようだ。もちろん、同社がこれまでに生産を中止した商品はあるが、食する機会・スタイルの変化や供給効率・採算を考慮した集中と選択の結果で、同社のほかの商品の販売を強化することが目的である。

利益面では、円安の進行により原材料・資材価格が上昇するなか、消費者に支持される最高の商品を提供するため、重点施策に基づいて高品質な原材料の使用を継続した。この結果、2023年12月期第1四半期に実施した価格改定の残余効果、採算のよい既存商品の販売個数の増加、絞り込んだアイテムを大量生産することによる生産性向上^{*}、新商品のプラスオンなど、販売増や採算・生産効率の向上で原価高を吸収したため、売上総利益率の向上につながった。販管費は運賃や人件費、水道光熱費が増加したが、増収効果により販管費率は低下した。このため営業利益は大幅に増加し、営業利益率は前年同期の7.0%から8.9%へと向上した。なお、同社は第2四半期の業績予想を公表していないが、営業利益の通期予想に対する進捗率が62.2%と高くなったのは、セブン-イレブンの業況を保守的に見ていたこと、新商品、既存商品ともに想定以上に好調だったこと、魚惣菜を買う習慣が広がっている最中のためマクロ（同社にとってはセブン-イレブンの業況）に左右されなかったことが要因と思われる。

^{*} 全国各地にあるセブン-イレブンの共同配送センター向け物流を考慮する必要があるが、石巻工場の焼き魚など一部商品については、1つの工場に寄せて大量生産することで生産性を上げることができた。

第 2 四半期の好決算から通期業績の再上方修正を期待

2. 2024 年 12 月期の業績見通し

同社は 2024 年 12 月期の業績について、売上高 35,000 百万円（前期比 10.1% 増）、営業利益 2,800 百万円（同 21.4% 増）、経常利益 2,800 百万円（同 20.2% 増）、親会社株主に帰属する当期純利益 1,800 百万円（同 15.2% 増）と見込んでいる。第 2 四半期の好調を背景に期初業績予想から、売上高で 1,000 百万円、営業利益と経常利益で各 400 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で 200 百万円、それぞれ上方修正した。下期に入っても好調を継続しているようだが、上期の上振れ分のみを上方修正したようで、以下のとおり通期業績は再度上方修正される可能性が高いと弊社では考えている。

2024 年 12 月期業績見通し

(単位：百万円)

	23/12 期		予想	24/12 期	
	実績	売上比		売上比	前期比
売上高	31,784	100.0%	35,000	100.0%	10.1%
売上総利益	8,831	27.8%	-	-	-
販管費	6,525	20.5%	-	-	-
営業利益	2,306	7.3%	2,800	8.0%	21.4%
経常利益	2,330	7.3%	2,800	8.0%	20.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,562	4.9%	1,800	5.1%	15.2%

出所：決算短信よりフィスコ作成

2024 年 12 月期下期業績見通し

(単位：百万円)

	23/12 期下期		予想	24/12 期下期	
	実績	売上比		売上比	前年同期比
売上高	16,948	100.0%	18,305	100.0%	8.0%
売上総利益	4,679	27.6%	-	-	-
販管費	3,408	20.1%	-	-	-
営業利益	1,270	7.5%	1,308	7.1%	2.9%
経常利益	1,255	7.4%	1,304	7.1%	3.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	874	5.2%	789	4.3%	-9.8%

注：下期業績見通しは、通期業績見通しから第 2 四半期業績を差し引いたもの

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

2024 年 9 月 30 日 (月)

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

業績動向

同社は、焼き魚やカップサラダなどのデイリー食品に関して、セブン-イレブンの「食」の強みを軸とした事業戦略のなかでも特徴のある魚惣菜として需要が継続すると見込んでいる。さらに、需要を伸長するために良品製造の徹底、リニューアルや新商品投入のための商品開発に注力するとともに、新工場の立ち上げなどによる生産キャパシティの増強、生産性向上による利益率の改善にも取り組んでいる。この結果、第 2 四半期が好決算となり、通期業績予想を上方修正した。しかし、通期業績予想から第 2 四半期業績を差し引いた下期について見ると、売上高は 8.0% 増だが、営業利益は 2.9% 増、営業利益率は 7.1% に留まる予想となっている。価格改定効果の消滅やセブン-イレブンの低迷継続、関西新工場立ち上げ時の効率低下などを想定したとしても、7~8 月も第 2 四半期の勢いを継続しているうえ、秋需に向けたキャンペーンで同社の「さばの味噌煮」がセブン-イレブンの一押し商品になっていることなどを考慮すると、下期の営業利益率が 7% 台に下がることは想定しづらい。これが、通期業績が再度上方修正される可能性が高いと考える理由である。

既存商品の拡大と増強投資により中期で 2 ケタ成長を目指す

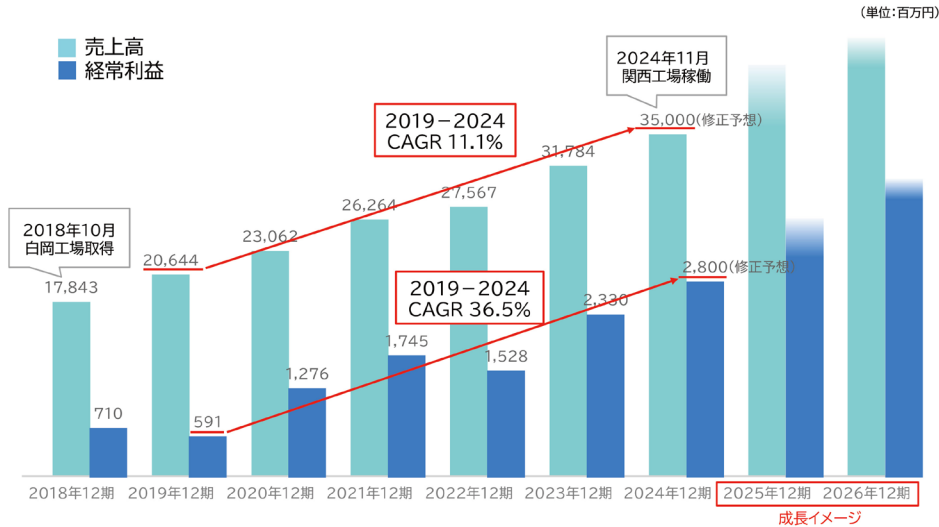
3. 中期成長イメージ

コロナ禍と原材料高を乗り越え、2023 年 12 月期、2024 年 12 月期第 2 四半期と 2 ケタを超える成長を続けている。中食市場において利便性や健康志向などから魚惣菜へのニーズが拡大していることがベースにあるが、既存商品の改良や新商品の開発、新工場や既存工場での継続的な生産能力の増強によって、中期的な市場の成長を取り込んでいることが大きな要因である。このため、今後も国内セブン-イレブン向けに注力することで 2 ケタ成長を継続できそうだが、さらに、北米への進出、良品を理解するセブン-イレブン以外の小売との連携、自社や amazon など EC サイトの強化も進めていく考えだ。特に北米セブン-イレブンは、台湾セブン-イレブンと同様、当面は輸出で対応していく。

2025 年 12 月期については、関西工場の本格稼働により約 70 億円の増収を見込んでいるが、実質立ち上げ初年度のため 40 億円程度がオンされると予想する。周辺工場から一部商品の生産が関西工場にシフトするだろうが、既存商品の成長や供給効率などを理由に休止していた商品の再投入などが考えられるため、2 ケタの売上成長は想定できる。2026 年 12 月期は、関西工場で 30 億円の売上増、既存商品の成長、新商品のオンに加え、北米セブン-イレブンへの輸出拡大も期待できるため、売上高は引き続き 2 ケタ成長が予想される。このように 2 ケタの売上成長を順調に続けていければ、生産効率の改善などにより利益率も向上し、利益も中期的に 2 ケタを超える成長が期待できる。さらに、長期的な成長には新たな生産拠点が必要となるが、国内セブン-イレブンの成長性や物流の効率性から、関西工場の完成で一定の生産体制の構築は完了と言える。しかし、北米への輸出やセブン-イレブン以外の小売との連携を考えると、状況に合わせて生産能力を強化していくことが必要なため、もちろん国内で新工場建設の可能性もあるが、既存工場の増強投資も打ち手の 1 つとなるだろう。また、北米セブン-イレブンの成長次第では、北米への進出も検討する必要があるかもしれない。

業績動向

成長イメージ



株主還元策

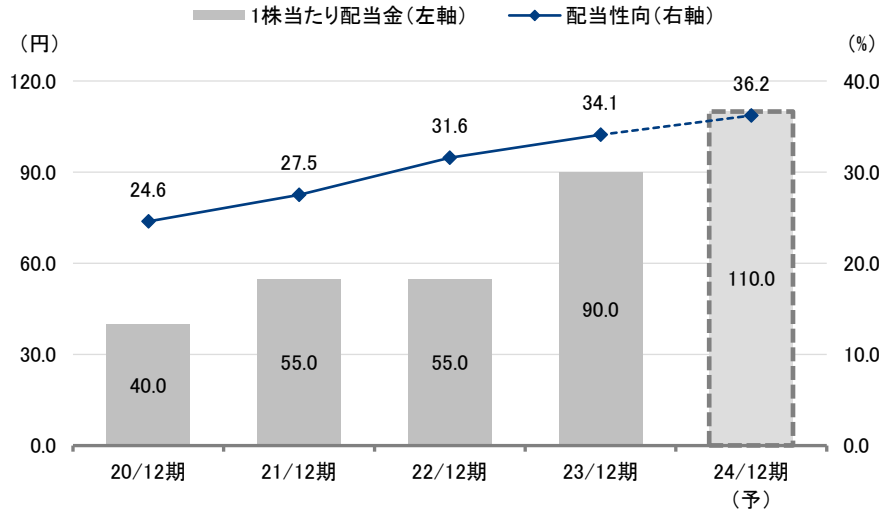
2024年12月期は業績好調につき増配の110.0円、配当性向は36.2%を予定

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%を目標として業績に見合った利益還元を行うこととしている。これにより2024年12月期は、株主還元強化の一環で中間配当を開始するとともに、1株当たり年間配当金を前期比20.0円増配して110.0円(中間40.0円、期末70.0円)の予定とした。

株主還元策

1株当たり配当金と配当性向の推移



出所：決算短信等よりフィスコ作成

株主優待として同社ブランド商品を贈呈

2. 株主優待

同社は、株主の日頃の支援と愛顧に感謝するとともに、同社の商品及び事業への理解を深め、より多くの株主に中長期的に同社株式を所有してもらうことを目的に、株主優待制度^{※1}を導入している。対象となる株主は、12月末現在の同社株主名簿に記載された100株以上保有の株主のうち、継続して1年以上保有する株主^{※2}で、株主優待として、対象株主に対して年1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（3月下旬に発送の予定）。

^{※1} 中間配当の開始に伴い、株主優待は期末のみの年1回に変更。

^{※2} 継続して1年以上保有する株主とは、6月末及び12月末の同社株主名簿に、同一株主番号で3回連続して100株以上の保有が記載または記録されている株主のこと。ただし、2024年12月期については、2024年6月末及び2024年12月末の同社株主名簿に、同一株主番号で2回連続して100株以上の保有が記載または記録されている株主とする。

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・表示したのですが、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、配布等することは堅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