COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

企業調査レポート

一正蒲鉾

2904 東証スタンダード市場

企業情報はこちら >>>

2024 年 11 月 18 日 (月)

執筆：客員アナリスト
松本章弘
FISCO Ltd. Analyst **Akihiro Matsumoto**

FISCO
FISCO Ltd.
https://www.fisco.co.jp

一正蒲鉾
2904 東証スタンダード市場

2024 年 11 月 18 日（月）
https://corporate.ichimasa.co.jp/ir/

目次

■要約 01
1. 2024 年 6 月期の業績概要 01
2. 2025 年 6 月期業績見通し 01
3. 中長期の成長戦略 01
■会社概要 03
1. 会社概要 03
2. 沿革 04
■事業概要 07
1. 経営環境 07
2. 全国の販売・生産拠点 08
3. ESG 経営 08
■業績動向 11
1. 2024 年 6 月期の業績概要 11
2. 事業セグメント別動向 13
3. 財務状況と経営指標 14
■今後の見通し 15
1. 2025 年 6 月期業績見通し 15
2. 事業別の動向 16
■中長期の成長戦略 17
1.「ICHIMASA30 ビジョン」 17
2. 第二次中期経営計画及び重点施策 18
■株主還元策 21

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.

要約

2024 年 6 月期は増収、利益は急回復。2025 年 6 月期は増収増益を目指す

一正蒲鉾 <2904> は、主力のカニ風味かまぼこ（以下、カニかま）商品を中心に水産練製品を製造・販売する食品メーカーであり、業界第 2 位のシェアを占める。また、まいたけの生産・販売事業も展開しており、まいたけの生産量では国内第 3 位のシェアを持つ。スーパーなど量販店の全国統一チェーンオペレーションに対応できる営業･生産体制を整え､消費者や生活環境の変化に応じた消費者視点の「モノづくり」に挑戦し続けている。

1. 2024 年 6 月期の業績概要

2024 年 6 月期の連結業績は、売上高 34,487 百万円（前期比 5.1% 増）、営業利益 1,271 百万円（前期は 193 百万円の損失）、経常利益 1,247 百万円（前期は 146 百万円の損失）、親会社株主に帰属する当期純利益 957 百万円（前期は 84 百万円の利益）と、増収となり利益は急回復した。前期は原材料・エネルギーコストの上昇や消費者の買い控えなどにより営業損失となったが、2024 年 6 月期は利益転換した。水産練製品・惣菜事業において前期に実施した価格改定が消費者にも浸透し販売数量が増加したことや、スティックタイプのカニかまの拡販効果が奏功した。損益面においては、主原料のすり身価格の上昇が一服し、2023 年 4 月より新たに稼働した本社第二工場が年間で寄与したことなどにより、売上総利益率が 20.7% と同 4.3 ポイント上回った。販管費は同 4.8% 増加したが、売上総利益の増加によりこれらを吸収し、営業利益は大幅に改善した。

2. 2025 年 6 月期業績見通し

2025 年 6 月期の連結業績は、売上高 36,500 百万円（前期比 5.8% 増）、営業利益 1,300 百万円（同 2.3% 増）、経常利益 1,350 百万円（同 8.2% 増）、親会社株主に帰属する当期純利益 960 百万円（同 0.3% 増）と、増収増益を見込む。2024 年 6 月期より準備してきたカニかま発売 50 周年記念キャンペーンの開始､まいたけの業務用･加工用チャネルの開拓などにより、販売数量増を計画する。キャンペーンによる販促費増、販売数量増に伴う物流費増、昇給による人件費増などの販管費の増加も見込むが、それらを合理化投資による省人化や生産性向上により吸収する計画である。

3. 中長期の成長戦略

同社は 2015 年の創業 50 周年を機に、2017 年 6 月期の 30 年後に当たる 2046 年 6 月期のありたい姿を描いた「ICHIMASA30 ビジョン」を掲げた。「グローバル企業」「食品バイオ企業」となることに加え、あらゆるステークホルダーに“食”を中心に“幸せ”と“喜び”を届ける「あたたかい企業」をありたい姿として目指す。30 年を 10 年ずつ 3 つのステージに分け、さらに 1 つのステージを 5 年ずつの“第一次・第二次中期経営計画”に分けている。同ビジョンに基づき、バックキャスティング思考で課題を設定し、解決の戦略・戦術を中期経営計画に反映している。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

要約

1st ステージ（2017 年 6 月期～2026 年 6 月期）は、「成長基盤創りの 5 年」と位置付けた第一次中期経営計画（2017 年 6 月期～ 2021 年 6 月期）を終了し、現在は「成長軌道への 5 年」と位置付けた第二次中期経営計画（2022 年 6 月期～ 2026 年 6 月期）を推進中である。第二次中期経営計画は、「国内外のマーケットへの果敢なチャレンジを通じて、事業の成長力・収益力基盤を確立し、1st ステージで掲げた「成長軌道への 5 年」を実現する」ことを基本方針としている。「変革と創造」「選択と集中」「デジタルトランスフォーメーション（以下、DX）」「新規事業」「アライアンス」の 5 つを重要戦略とし、2026 年 6 月期の数値目標として売上高 400 億円、営業利益 26 億円、ROE10.0%、ROIC9.0% を掲げている。

Key Points

・2024 年 6 月期は増収、本社第二工場の稼働などにより売上総利益が大幅増となり利益は急回復
・2025 年 6 月期はカニかま発売 50 周年記念キャンペーンなどにより、増収増益を見込む
・第二次中期経営計画で 2026 年 6 月期の売上高 400 億円、営業利益 26 億円を目指す

出所：決算短信よりフィスコ作成

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.

会社概要

水産練製品業界で第 2 位、まいたけ生産量は国内第 3 位

1. 会社概要

同社は、主力商品のカニかまを中心とした水産練製品を製造・販売する水産練製品・惣菜事業と、まいたけを生産・販売するきのこ事業を展開する食品メーカーである。運送・倉庫業を担う（株）イチマサ冷蔵（100% 出資子会社）、インドネシアで水産練製品を製造・販売する合弁会社 PT.KML ICHIMASA FOODS（同社 40% 出資）の 2 社及び同社でグループを構成する。

売上高構成比率は、2024 年 6 月期で主力の水産練製品・惣菜事業が 87.9% を占め、水産練製品業界で第 2 位の地位を確保している。同社が第 1 位のメーカーシェア（日経 POS 情報（2023 年 4 月～ 2024 年 3 月カニ風味かまぼこカテゴリー）による）となっているカニかま商品をはじめとする、スーパーマーケットやドラッグストアなどの量販店向けの水産練製品を中心に製造・販売している。このほか、ごま豆腐やスナック菓子「カリッこいわし」なども製造・販売している。

1996 年に参入したきのこ事業は売上高の 11.0% を占め、まいたけ生産量では国内第 3 位となる。また、その栄養成分に着目したまいたけエキス含有サプリメントの販売も行っている。運送事業、倉庫事業を行っているその他事業は 1.1% を占める。

同社の主要商品

出所：ホームページより掲載

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.

出所：決算短信よりフィスコ作成

創業以来「人生はやまびこである」という創業者の言葉を社是とし、「すべてはお客さまのために」を社訓とする。「自分の周りの方々すべてを“お客さま”」として、「誠実」「謙虚」「感謝」の心で“お客さま”の期待や信頼に応えることを目指している。こうした姿勢が取引先との信頼関係の構築につながり、同社の競争力の源泉となっている。また、冷凍すり身の採用、大量生産型設備への移行に伴う新技術の導入、レトルト製法の導入、まいたけ市場への参入も積極的に挑戦し、従来のかまぼこ製造を転換してきた。こうした挑戦の姿勢も同社の強みとなっている。そして、本社のある新潟県から全国へ販売網を拡充し、生産拠点も新潟から北海道や関西へ展開し「攻めの一正」という姿勢も同社の特長となっている。現在は、全国に販売拠点 11 ヶ所、生産拠点 8 ヶ所を展開している。同社の挑戦の姿勢、取引先のスーパーなど量販店の全国統一チェーンオペレーションに対応できる営業・生産体制を整備していることが同社の大きな強みとなっている。

2. 沿革

1965 年に野崎正平（のざき しょうへい）氏が「蒲鉾業界でも近代的な経営の導入が必要である。そのためには、職人の勘による製造から、科学的な技術に基づいた蒲鉾生産を行わなければならない」と、家業であった野崎蒲鉾（株）より独立して創業した。1966 年には、リテーナ製法（すり身をフィルムで包んでから型枠（リテーナ）に入れて加熱する手法。品質・保存性に優れ、廉価で提供可能）によるかまぼこの生産を開始した。1967 年には、かまぼこの原料にいち早く冷凍すり身を使用したことで、品質の安定や生産性の向上、製造工程の合理化・効率化が進み、全国に販売活動が広がった。

創業から 6 年後の 1971 年には、東京・名古屋に営業所を開設した。その後全国各地に販売拠点を開設したが、交通網・情報技術の発達に伴い集約した。製造拠点も 1976 年には北海道小樽、1979 年には滋賀県守山に工場を新設し、水産練製品・惣菜製品を全国へ配荷できる体制を整備している。この間の 1974 年には、初代カニかま「かに太郎」を、1979 年にはロングラン商品となっているカニかま「オホーツク」をそれぞれ発売し、「カニかまの一正」としてブランドを確立した。

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.

会社概要

1980 年には洋風化による魚から肉への食生活の変化をとらえて、牛肉エキス入り魚肉ハンバーグ「バーグレディ」を発売した。1981 年に同社売上高は 100 億円を超えた。1978 年にはレトルト装置を導入し、1985 年には「調理済みおでん」を発売し、1989 年に同社売上高は 200 億円を超え、日本証券業協会店頭売買銘柄として店頭公開した。

1996 年には、きのこが健康食品として注目され市場全体が拡大傾向にあったことから、現新潟県阿賀野市にまいたけの栽培センターを新設し、きのこ事業に参入した。2005 年にはバイオ研究室を開設した。現在は、まいたけの新株・新品種の開発や、まいたけのエキスを抽出した機能性サプリメントなど新領域展開の研究・開発を行っている。

2002 年にはスナック菓子「カリッこいわし」を、2008 年には現在のメイン商品カニかま「サラダスティック」をそれぞれ発売し、現在は期間限定で「サラダスティック 瀬戸内レモン風味」「サラダスティック 枝豆風味」など姉妹品も発売している。

2012 年に同社売上高は 300 億円を超え、2014 年には東京証券取引所市場第二部に市場変更し、同年に同市場第一部に銘柄指定となった。2022 年 4 月には東京証券取引所の市場区分の見直しにより一時プライム市場に移行したが、2023 年 4 月の東京証券取引所の規則改正に伴い 2023 年 10 月にスタンダード市場へ移行した。

2015 年には創業 50 周年を迎え、インドネシアに合弁会社を設立し海外事業に進出した。2016 年には超長期ビジョンとして 2045 年度のありたい姿を描く「ICHIMASA30 ビジョン」を制定し、2016 年より 1st ステージとして 5 年ごとの中期経営計画を開始した。同年、うなぎの蒲焼風かまぼこ「うなる美味しさ うな次郎」を発売し、2020 年に従来使用していたうなぎエキスを使用せずに味の厚みやコクを維持することに成功し、“うなぎフリー”の商品となった。2021 年には、同社が提案する魚のすり身を使用した代替水産製品の総称である“ネクストシーフード”の業務用商品「ネクストシーフード うに風味」を発売したほか、2024 年には「ネクストシーフード 明太子風味」も発売している。

カニかま商品群

ガブリッチ　魅惑のカニかま

サラダスティック スモークサーモン風味

Sea Salad

オホーツク

サラダスティック

サラダファミリー

ピュアふぶき

出所：ホームページより掲載

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.

沿革

年月	概要
1965年 1月	創業者野崎正平が新潟市山木戸に「新潟蒲鉾株式会社」を設立
1966年 3月	「一正蒲鉾株式会社」に商号変更
1971年 9月	隣接地に本社並びに本社工場を新築移転
1975年 6月	一正食品（株）を設立
1976年 4月	北海道小樽市に北海道工場新設
1977年 1月	新潟市江口に江口工場新設
1979年 6月	滋賀県守山市に関西工場新設
1979年 6月	カニ風味かまぼこ「オホーツク」を発売
1983年 5月	レトルトパウチ品及び雑炊を発売
1985年 9月	本社並びに本社工場を新潟市津島屋に新築移転
1989年 2月	株式を（社）日本証券業協会に店頭売買銘柄として登録
1990年 1月	（株）イチマサ冷蔵（現 連結子会社）を設立
1993年 4月	イチマサ冷蔵の資産を買取り、東港工場として稼働
1996年 9月	新潟県北蒲原郡笹神村（現 阿賀野市）に笹神栽培センターを新設（きのこの生産）
2002年 3月	スナックタイプ「カリッこいわし」を発売
2004年12月	ジャスダック証券取引所に株式上場
2006年 2月	新潟県北蒲原郡聖籠町に（株）ノザキフーズを設立
2008年 3月	「サラダスティック」を発売
2011年 7月	ノザキフーズを吸収合併し、聖籠工場として稼働
2011年10月	江口工場の生産を終了し、本社工場を中心に統合
2012年12月	まいたけの中国国内市場での事業展開を目的として一正農業科技（常州）有限公司を設立 マルス蒲鉾工業（株）を連結子会社化
2013年 2月	一正食品を吸収合併
2014年 6月	東京証券取引所市場第二部に市場変更
2014年 7月	旧 一正食品を山木戸工場として稼働
2014年11月	東京証券取引所市場第一部に銘柄指定
2015年 8月	インドネシアに市場参入を図るため、合弁会社 PT.KML ICHIMASA FOODS を設立出資
2016年 6月	うなぎの蒲焼風かまぼこ「うなる美味しさ うな次郎」を発売
2022年 4月	東京証券取引所の市場区分の見直しにより東京証券取引所のプライム市場へ移行
2022年 8月	魚類の筋肉細胞培養技術の確立に向けた共同研究開発をマルハニチロ <1333> とインテグリカルチャー（株）の 3 社で開始
2023年 4月	主力商品「サラダスティック」の専用工場として本社第二工場を新設
2023年10月	東京証券取引所のプライム市場からスタンダード市場へ移行

出所：同社有価証券報告書、ホームページよりフィスコ作成

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.

事業概要

1 世帯当たりの年間消費支出は 2018 年を底に緩やかに上昇

1. 経営環境

水産練製品は 1975 年には約 100 万トンを生産していたが、1977 年の 200 海里ショック（水域制限）を契機に、以降生産量が漸減してきているのが大まかな潮流だ。2022 年の生産量は 471 千トンと 2013 年比では 10.8%減少しているが、直近のトレンドという観点では緩やかながら下げ止まり感がうかがえる。1 世帯当たりの年間消費支出も 1992 年をピークに、2002 年に 10 千円を割り漸減傾向にあったが、直近では 2018 年の 8,233 千円を底に 2022 年には 8,908 千円まで緩やかに増加してきている。この背景には、水産練製品の高い栄養価と手軽さの再認知も影響しているとみられ、ヘルシー食品としての位置付けから、再評価の機運が見られる。なお、風味かまぼことして登場したカニかまは、業界でもロングランを続けている。業界全体としても、料理時間の短縮、手軽さを求める消費者の行動、健康・安全・安心を求める消費者の嗜好、電化製品の進化など生活様式の変化などにマッチした新しい商品開発によるさらなる需要喚起に取り組んでいる。

水産練製品の生産量・消費支出推移

出所：水産練製品の生産量は農林水産省「令和 4 年 水産加工統計調査」、消費支出は総務省統計局「家計調査年報（家計収支編）」

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.

2. 全国の販売・生産拠点

同社の販売拠点は、新潟・札幌・仙台・東京・名古屋・大阪・広島・福岡の 8 主要都市に支店と、各地域をカバーする 11 の営業所を設置している。各地域の市場の実情に合わせた専任営業担当が取引先とのコミュニケーションの密度を高めている。生産拠点は、新潟県に 5 工場、北海道小樽市に 1 工場、滋賀県守山市に 1 工場、新潟県にまいたけ栽培センター 1 ヶ所と計 8 工場を展開する。2023 年 4 月に本格稼働した本社第二工場は、カニかまの主力商品「サラダスティック」の専用工場として複数工場での生産を集約し、「サラダスティック」の全社生産量の 20% 増強を実現した。第 1 位のシェアとなっている商品に集中投資し、優位性を確立する同社の戦略だ。

全国の販売・生産拠点

出所：ホームページより掲載

「ICHIMASA30 ビジョン」の実現に向け ESG 経営を制定

3. ESG 経営

同社は「ICHIMASA30 ビジョン」を実現するための基礎となる経営基盤として ESG 経営を標榜しており、2021 年 7 月に「ESG 経営宣言」を制定した。「食の安全･安心、新たな食の価値の提供」「資源の有効活用」「ES（従業員満足）向上、人財育成」「地球温暖化抑制対応」「社内外との協働」を重要課題として取り組んでいる。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

1）「食の安全・安心、新たな食の価値の提供」

食品の衛生管理システム HACCP に基づいて製造工程の管理を行っており、食品安全のマネジメントシステムとしての国際認証規格 ISO22000 の認証を 2013 年 1 月に全社で取得した。さらなる食品安全の取り組みを進めるべく、ISO22000 をベースにより確実な食品安全管理を実践するために作られた食品安全マネジメントシステムに関する国際規格 FSSC22000 の認証を、本社・本社工場・本社第二工場・聖籠工場・東港工場・北海道工場で取得した。また、労働安全衛生マネジメントシステムに関する国際規格 ISO45001 の認証は 2024 年 6 月に全生産拠点で取得終了し、環境マネジメントシステムに関する国際規格 ISO14001 の認証も 2024 年 6 月に全生産拠点で取得終了した。

加えて、同社がチャレンジしてきた「モノづくり」を生かしながら新たな食の価値を提供する取り組みを進めている。たとえば、プロテインブームのなかで魚肉たんぱくを「フィッシュプロテイン」に改め、業界としてプロテイン含有量の基準（8.1g/100g 以上または 4.1g/100kcal 以上）やフィッシュプロテインマークを制定し、業界の価値を上げる取り組みを推進している。同社商品も、カニかまを中心に基準に合致するものにはフィッシュプロテインマークを表記している。また、消費者の健康志向から減塩商品、低脂肪・脂肪ゼロ商品のラインナップも拡充している。さらに、まいたけに多く含有するビタミン D に着目し、同社はまいたけのビタミン D の含有量を安定的にコントロールする栽培方法を確立し、まいたけ商品の表記をすべて「ビタミン D 舞茸」に切り替えた。

フィッシュプロテインマーク

日本かまぼこ協会推薦

フィッシュ
プロテイン

出所：日本かまぼこ協会より掲載

2）「資源の有効活用」

食品ロス削減に向けて、賞味期限を延長した商品を拡充し、さつま揚げの徳用として開発した「小判てんぷら」は冷凍保存を可能にした。「小判てんぷら」は店頭での食品廃棄ロスも削減できると販売先から好評を得ていると言う。さらに、枯渇する海洋資源保全を目的とした代替食品の開発に注力している。“ うなぎフリー ” の商品化に成功した「うなる美味しさ うな次郎」を皮切りに、魚のすり身を使用した代替水産製品の総称として “ ネクストシーフード ” を提唱し、「ネクストシーフード うに風味」と「ネクストシーフード 明太子風味」を発売した。そのほか、食品リサイクル率の向上や廃プラスチック排出量削減に向けて、循環型の ECO トレーの商品ラインナップ拡充や内容量をライフスタイルに合わせたトレーレス包装の商品拡充に取り組んでいる。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

“ ネクストシーフード ” を使用した海鮮丼

出所：同社提供資料より掲載

3）「ES 向上、人財育成」

同社は、従業員に IWS（いちまさワークスタイル）を推奨している。IWS とは、働きがい向上やライフ･ワーク・バランスの実現、多様な生き方への対応に寄与することを目的とした就業時間内で能力開発や知的創造活動に取り組む働き方である。最大で就業時間の 10%（年間約 200 時間）を従業員自らが自身の能力開発・知的創造活動に充てることができ、自発的な計画・実施を推奨している。そのための自己啓発制度の拡充、研修チャネル・プログラムの充実にも取り組んでいる。

また、女性の積極的な採用をはじめ、職場環境の整備、福利厚生制度の充実を図り「働きやすい・働きがいのある」会社を目指している。2023 年 6 月には、女性の活躍推進に関する取り組みの実施状況が優良な企業を厚生労働省が認定する「えるぼし認定」の “3 つ星 ” を取得した。採用／継続就業／労働時間などの働き方／女性の管理職比率／多様なキャリアコースの評価項目について要件が設定されており、同社はこの 5 要件すべてを満たした。また、2015 年に次世代育成支援対策推進法に基づき、特に高い水準の子育て支援を実施している企業に与えられる「プラチナくるみん」を取得し､家庭と仕事の両立支援の取り組みを推進してきたが、2023 年 7 月より従来 3 歳に達する日まで利用可能であった育児短時間勤務制度を小学校 3 年生終了時まで延長し、従業員のライフステージに合わせた多様な生き方の拡充、女性の就業継続支援を進めている。

4）「地球温暖化抑制対応」

小樽市にある北海道工場は、販売シェアが首位の北海道エリアへの商品供給を行う拠点で、北海道限定商品の開発・生産や「made in 北海道」を訴求できる海外輸出用商品の生産を担っている。2024 年 4 月に使用電力を実質 100% 再生可能エネルギー由来の電力（以下、再エネ電力）に切り替えた。これは、海外輸出用商品においては訴求力にもつながるだろう。また、新潟県聖籠工場はおせちの主力工場であり、主原料から副原料まで国産原料 100% にこだわった「国産原料 100%『純』シリーズ」、第 75 回全国蒲鉾品評会にて農林水産大臣賞を受賞した「国産甘鯛入り御蒲鉾 京禄」をはじめとした「禄シリーズ」などを製造している。環境に配慮した工場として、こちらも 2023 年 7 月に使用電力を再エネ電力に 100% 切り替え、さらに太陽光発電を設置予定である。また「カリッこシリーズ」や「胡麻とうふ シリーズ」などを生産する新潟県山木戸工場においても 2023 年 7 月に再エネ電力に 100% 切り替えた。

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.

新潟県阿賀野市のまいたけ栽培センターは 7 棟の栽培施設があり、全国にまいたけを供給している。まいたけは温度、湿度管理に大きなエネルギーを消費するため、同センターでは太陽光発電設備を設置し、日中消費電力（夏季）の約 24% を発電している。太陽光発電は本社第二工場にも設置されており、本社第二工場と栽培センターに導入されている太陽光発電設備と北海道工場、聖籠工場、山木戸工場の再エネ電力とを合わせると、同社使用電力の約 26% が再生可能エネルギー由来となり、約 5,700 トン分の CO_2 排出量の削減が見込まれる。

5）「社内外との協働」

サプライチェーン全体で法令遵守、環境保全、労働環境への配慮などに責任をもって取り組むことが求められている環境下で、150 社を超えるサプライチェーン取引先との交流会「一正やまびこ会」の活動を通して取り組みを推進している。HACCP 導入をはじめとした食品安全に関する法令改正への対応については、合同勉強会などを実施してパートナーシップを強化した。サステナブルな課題についても同様に、サプライチェーン全体で認識を共有しアプローチしている。2023 年 7 月に「一正蒲鉾人権方針」を制定した際には、併せて「一正蒲鉾サプライヤー行動規範」も制定した。また、研究分野においても産官学の協働に取り組んでいる。2022 年 8 月にはマルハニチロ <1333>、インテグリカルチャー（株）と魚類の筋肉細胞培養技術の確立に向けた共同研究開発を進めることを公表した。また、山形大学と“未来の食卓”で有効利用が期待される 3D フードプリンターの研究を協働で開始した。

業績動向

2024 年 6 月期は本社第二工場の稼働などにより売上総利益が大幅増。利益は急回復

1. 2024 年 6 月期の業績概要

2024 年 6 月期の連結業績は、売上高 34,487 百万円（前期比 5.1% 増）、営業利益 1,271 百万円（前期は 193 百万円の損失）、経常利益 1,247 百万円（前期は 146 百万円の損失）、親会社株主に帰属する当期純利益 957 百万円（前期は 84 百万円の利益）と、増収となり利益は急回復した。前期は原材料・エネルギーコストの上昇や消費者の買い控えなどにより営業損失となったが利益転換した。水産練製品・惣菜事業で前期に実施した価格改定の効果が表れたこと、消費者にも価格が浸透し販売数量が増加したことや、スティックタイプのカニかまの拡販効果が奏功した。きのこ事業は減収となったが、それを水産練製品・惣菜事業がカバーし、事業全体で増収となった。ただ暖冬の影響でおでん商材やまいたけの販売数量が伸び悩み、計画の 37,800 百万円には届かなかった。損益面においては主原料のすり身価格の上昇が一服し、2023 年 4 月より稼働した「サラダスティック」の専用工場である本社第二工場が年間で寄与したことで、売上総利益率が 20.7% と同 4.3 ポイント上回った。カニかま発売 50 周年に向けた販促費の投入や販売数量増に伴う物流費増加、昇給を含めた人件費の増加などで販管費は同 4.8% 増加したが、売上総利益の増加によりこれらを吸収し、営業利益は大幅に改善した。

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.

なお、2024 年 6 月期より有形固定資産の減価償却方法を定率法から定額法に変更したため減価償却費が 412 百万円減少し、その分各段階の利益がそれぞれ増加している。本社第二工場の稼働にあたり使用方法に照らした減価償却方法を再検討した結果、設備の安定稼働が見込まれるため耐用年数期間にわたって均等に費用配分することが適切と判断したことによる。

2024 年 6 月期業績

（単位：百万円）

	23/6 期		24/6 期		前期比	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率
売上高	32,814	100.0%	34,487	100.0%	1,673	5.1%
水産練製品・惣菜事業	28,447	86.7%	30,304	87.9%	1,857	6.5%
きのこ事業	3,947	12.0%	3,790	11.0%	-156	-4.0%
その他	419	1.3%	392	1.1%	-27	-6.5%
売上総利益	5,391	16.4%	7,125	20.7%	1,734	32.2%
販管費	5,584	17.0%	5,854	17.0%	269	4.8%
営業利益	-193	–	1,271	3.7%	1,464	–
水産練製品・惣菜事業	-288	–	1,309	4.3%	1,597	–
きのこ事業	14	0.4%	-157	–	-172	–
その他	72	17.2%	110	28.2%	38	52.8%
調整額	7	–	8	–	1	15.9%
経常利益	-146	–	1,247	3.6%	1,393	–
親会社株主に帰属する当期純利益	84	0.3%	957	2.8%	873	1038.2%

出所：決算短信よりフィスコ作成

営業利益の増減分析では、カニかまの拡販による販売数量の増加で 7.7 億円、2022 年 9 月と 2023 年 3 月の価格改定効果で 9.1 億円、本社第二工場で導入したコージェネレーションシステム、太陽光発電の寄与、政府補助金によるエネルギーコスト減少で 2.6 億円、合理化投資による省人化などのコストダウンで 1.9 億円の計 21.3 億円の利益拡大となった。一方、すり身価格は上昇が一服したものの高騰時の在庫を使用しているため高止まりしており、原価コストアップとして 1.7 億円、カニかまの販促費・物流費用・人件費の増加など販管費全体の増加で 5.0 億円の計 6.7 億円の減益要因となり、営業損益は前期比 12.7 億円の大幅増益となった。

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.

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

2. 事業セグメント別動向

（1）水産練製品・惣菜事業

売上高は 30,304 百万円（前期比 6.5% 増）、セグメント利益は 1,309 百万円（前期は 288 百万円の損失）と、増収となり、セグメント利益は急回復した。2023 年秋は気温の高い日が続いたためおでん商材の動きが低調だったが、春夏商材の需要が長く続き、拡販に努めた「サラダスティック」は金額・数量とも前期の 120% 近く成長した。生産性を追求した「サラダスティック」専用工場である本社第二工場が 2023 年 4 月より稼働し、20% 増産を実現できたことも要因となった。2022 年 3 月と同年 9 月に続き 2023 年 3 月に 3 回目の価格改定を実施したが、以降は消費者の節約志向から大容量商品や徳用商品などの購入が伸びる傾向にあり、低価格商品ラインや徳用商品での売上が伸長した。「小判てんぷら」は、長い賞味期限と冷凍保存を可能とする商品設計が消費者の節約志向にマッチし、売上を大きく伸ばした。2023 年のおせち商品は、店頭展開時期の早期化及び早出しに取り組み、売上は前期と同水準ながらも過去最高となった。商品のなかでは、2023 年 12 月に販売した「国産原料 100% おせち『純』シリーズ」が金額ベースで前年同月比 106% となった。利益面では、本社第二工場のフル稼働による生産性向上、自動化・省人化のコスト削減、主原料であるすり身価格の上昇の一服のほか、エネルギーコストが想定を下回ったことにより増益となった。

（2）きのこ事業

売上高は 3,790 百万円（前期比 4.0% 減）、セグメント損失は 157 百万円（前期は 14 百万円の利益）と、減収・損失決算となった。まいたけのすべての商品の表記を「ビタミン D 舞茸」にリニューアルしたほか、大容量商品の提案による販売強化を行ったが、2023 年の酷暑・暖冬が影響し、販売数量が伸び悩んだ。競合他社の増産供給過多により崩れていた相場は各社の生産調整により回復傾向となったが、販売単価改定の交渉が販売数量の減少時期と重なり単価を上げきることができなかった。加えて原材料や労務費の増加も響いた。

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.

（3）その他

売上高は 392 百万円（前期比 6.5% 減）、セグメント利益は 110 百万円（同 52.8% 増）と、減収増益となった。運送事業は、主に輸入青果物の定期輸送便の一部終了などにより減収減益となった。倉庫事業は上期に庫腹がひっ迫した状況があったものの、期を通じて前期を上回る入庫数量を確保したほか、収益性改善に向けた倉庫の効率化やコスト上昇分に応じた料金改定を実施した結果、増収増益となった。

3. 財務状況と経営指標

2024 年 6 月期は、税金等調整前当期純利益 1,402 百万円に加えて、原材料などの在庫が 1,148 百万円減少したことにより必要運転資金が大きく減少し、営業活動によるキャッシュ･フローは 5,198 百万円の収入となった。投資活動によるキャッシュ・フローは有形固定資産の取得による支出 2,059 百万円などにより 1,743 百万円の支出となり、フリーキャッシュ・フローは 3,454 百万円の収入と、前期の 4,967 百万円の支出に比べて大きく改善した。そのため、長短借入金をネットで 1,104 百万円返済し、財務活動によるキャッシュ・フローは 1,648 百万円の支出となったが、現金及び現金同等物の期末残高は前期比 1,812 百万円増の 3,183 百万円となった。

また、親会社株主に帰属する当期純利益 957 百万円から配当支出 222 百万円を差し引いた 735 百万円が利益剰余金として増加するなど、純資産合計は前期末比 924 百万円増加した。

キャッシュ・フローの改善で借入金が減少するなど負債合計は前期末比 210 百万円減少し、その結果自己資本比率は 46.2% と前期末を 1.9 ポイント上回った。同時に D/E レシオも 0.7 倍と前期比 0.1 倍低下し、財務の安全性・健全性はさらに高まった。

連結貸借対照表及び主要な経営指標

（単位：百万円）

	23/6 期末	24/6 期末	増減
流動資産	10,521	10,851	329
現金及び預金	1,414	3,222	1,808
固定資産	20,156	20,541	384
資産合計	30,678	31,392	714
流動負債	10,970	8,425	-2,544
固定負債	6,128	8,462	2,334
負債合計	17,098	16,888	-210
純資産合計	13,579	14,504	924
＜収益性＞			
自己資本比率	44.3%	46.2%	1.9pt
1 株当たり当期純利益	4.58 円	52.10 円	47.52 円
ROE	0.6%	6.8%	6.2pt
D/E レシオ	0.8 倍	0.7 倍	－

出所：決算短信よりフィスコ作成

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.

連結キャッシュ・フロー計算書

（単位：百万円）

	23/6 期	24/6 期
営業活動によるキャッシュ・フロー	-1,017	5,198
投資活動によるキャッシュ・フロー	-3,949	-1,743
フリーキャッシュ・フロー	-4,967	3,454
財務活動によるキャッシュ・フロー	4,054	-1,648
現金及び現金同等物の増減額	-911	1,812
現金及び現金同等物の期末残高	1,371	3,183

出所：決算短信よりフィスコ作成

今後の見通し

2025 年 6 月期はカニかま発売 50 周年記念キャンペーンにより増収増益を見込む

1. 2025 年 6 月期業績見通し

2025 年 6 月期の連結業績は売上高 36,500 百万円（前期比 5.8% 増）、営業利益 1,300 百万円（同 2.3% 増）、経常利益 1,350 百万円（同 8.2% 増）、親会社株主に帰属する当期純利益 960 百万円（同 0.3% 増）と、増収増益を見込む。2024 年 6 月期より準備してきたカニかま発売 50 周年記念キャンペーンの開始、まいたけの業務用・加工用チャネルの開拓などにより、販売数量増を計画する。まいたけは販売単価の交渉を実施する予定である。値上げ圧力が強いすり身の原料価格は上昇リスクを織り込んでいる。キャンペーンによる販促費増、販売数量増に伴う物流費増、昇給による人件費増などの販管費の増加も見込むが、それらを合理化投資による省人化や生産性向上により吸収する計画である。

2025 年 6 月期連結業績見通し

（単位：百万円）

	24/6 期		25/6 期		前期比	
	実績	売上比	計画	売上比	増減額	増減率
売上高	34,487	100.0%	36,500	100.0%	2,013	5.8%
営業利益	1,271	3.7%	1,300	3.6%	29	2.3%
経常利益	1,247	3.6%	1,350	3.7%	103	8.2%
親会社株主に帰属する当期純利益	957	2.8%	960	2.6%	3	0.3%

出所：決算短信よりフィスコ作成

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.

営業利益の増減分析では、販売数量増による増収効果で 17.0 億円、生産の省人化・合理化投資や省エネ設備の導入・更新の効果で 2.4 億円の計 19.4 億円の利益拡大を見込む。一方、すり身購入量の増加や油脂・包材など副原料・補助材料価格の高止まりにより原価のコストアップ 6.6 億円、販売数量・売上高増加に比例した販売費・物流費の増加 6.7 億円、カニかま発売 50 周年記念の販促費、ベースアップなどの人件費の増加 5.8 億円の計 19.1 億円のコスト増を見込み、2024 年 6 月期をやや上回る営業利益での着地を見込む。

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

2. 事業別の動向

（1）水産練製品・惣菜事業

カニかま発売 50 周年記念キャンペーンが開始する。2024 年 6 ～ 7 月には情報誌「ダイヤモンド・チェーンストア」とタイアップした大量陳列コンテストによる売場コンテストを実施した。また、「サラダスティック」をベースにカニかま類の売場取扱いの拡大を計画している。

また、マーケット・イン型開発を強化するため、研究・開発、生産、営業を横断的に統括するマーケティング開発本部を 2024 年 7 月に新たに設置した。見えにくくなった消費者ニーズを探索し、新たな商品提案、新たな販促方法の開発などにつなげる計画だ。一方、本社第二工場の稼働によるカニかま生産量 20% 増強分の拡販はほぼ達成し、フル稼働の状況が続いている。今後の成長に向けて生産体制の再編が急務となっている。今後の一段の市場シェア拡大の重要なカギになると言えるだろう。

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.

（2）きのこ事業

まいたけ市場は業界他社の生産調整により販売価格はやや改善してきている。同社は、引き続き販売単価の値上げ交渉を進めるとともに、ビタミン D 機能の浸透に向けたタイムリーな販促提案を行うなど、チャネル別販売単価の管理を徹底する。また、まいたけの付加価値を訴求する販売促進策の提案などにより、外食など業務用・加工用チャネルへの新規開拓を進める計画だ。生産面では、包装工程の自動化・合理化による省人化を進め、生産効率の向上によるコストダウンを実施するとともに、AI・IoT を活用した温度・湿度など栽培の最適環境構築による生産の安定化、品質の向上に取り組む。

（3）その他

運送事業においては、2024 年問題により人手不足・輸送能力不足がさらに強まると予測され、傭車先との連携強化を図り、輸送体制の最適化・効率化を推進し収益の増強を図る。倉庫事業においては、WMS（新倉庫管理システム）の構築に向けた DX 基盤づくりを推進するとともに、エネルギー価格高騰によるコスト上昇を庫内管理の強化や適切な価格改定により吸収し、安定的な収益の確保を目指す。

中長期の成長戦略

2046 年 6 月期のありたい姿を描いた「ICHIMASA30 ビジョン」を策定

1.「ICHIMASA30 ビジョン」

同社は 2015 年の創業 50 周年を機に、2017 年 6 月期の 30 年後に当たる 2045 年度（2046 年 6 月期）のありたい姿を描いた「ICHIMASA30 ビジョン」を掲げた。30 年を 10 年ずつ 3 つのステージに分け、さらに 1 つのステージを 5 年ずつの“第一次・第二次中期経営計画”に分けている。中期経営計画にはバックキャスティング思考で検討した課題とその解決のための戦略・戦術を織り込んでいる。

1st ステージは（2017 年 6 月期～ 2026 年 6 月期）は、収益力・財務基盤強化、海外事業の構築を目標とする「成長基盤創りの 5 年」の第一次中期経営計画（2017 年 6 月期～ 2021 年 6 月期）を終了し、現在は「成長軌道への 5 年」と位置付けた第二次中期経営計画（2022 年 6 月期～ 2026 年 6 月期）を推進中である。2nd ステージは、水産練製品・惣菜事業の拡大、海外展開の加速、新領域への参入を目標として「成長の 10 年」と位置付けた。そして、3rd ステージは「飛躍の 10 年」とし、国内練製品市場のベストカンパニー、海外多極化展開、新領域確立を目指す。

ゴールとなるありたい姿は「グローバル企業」「食品バイオ企業」であり、あらゆるステークホルダーに“食”を中心に“幸せ”と“喜び”を届ける「あたたかい企業」としている。「グローバル企業」は“安全・安心”に“健康・環境”と“心の豊かさ”をプラスして世界中に日本の“食”で貢献する姿である。「食品バイオ企業」は常に技術を探求し、未来に向けてあらゆる“食”の情報を発信する姿を指している。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

なお、終了した第一次中期経営計画は、より強固な組織・財務基盤を作るための体質的改造を継続し、顧客・消費者目線での徹底した商品・サービスの提供を推進した。具体的には、カニかま群の重点的な販売強化、不採算アイテムの削減、サステナブルな国産原料にこだわった「国産原料 100%『純』シリーズ」の商品ラインナップ増加、インドネシア合弁会社設立など、収益力強化と競争優位性を実現し、より強固な組織や財務基盤を構築し、体質的改善を進めた。

「ICHIMASA30 ビジョン」の概要

出所：「サステナビリティレポート 2023」より掲載

第二次中期経営計画で
1st ステージ「成長軌道への 5 年」の実現を目指す

2. 第二次中期経営計画及び重点施策

第二次中期経営計画は、「国内外のマーケットへの果敢なチャレンジを通じて事業の成長力・収益力基盤を確立し、1st ステージで掲げた「成長軌道への 5 年」を実現する」を基本方針とする。国内マーケットでは、商品力・生産力・販売力を磨き、競争優位性を実現しシェア拡大を目指す。国外マーケットでは、成長マーケットを分析し拡販を推進する。そのための重要戦略の 5 つのキーワード「変革と創造」「選択と集中」「DX」「新規事業」「アライアンス」をベースにした戦術・施策を実行し、2026 年 6 月期の売上高 400 億円、営業利益 26 億円、ROE10.0%、ROIC9.0% の達成を掲げる。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

同社は、株価と資本コストを意識した経営の実現を目指し 2023 年 6 月期より ROIC を本格導入したが、2024 年 6 月期の実績は ROE6.8%、ROIC3.6% と目標数字との乖離はいまだ大きい状況にある。また、2024 年 6 月期末の株価は 766 円、PBR は 0.97 倍と 1 倍を下回る。今後、金利の引上げが実施される可能性が高いことから、従来資本コストに適用していた株式益利回りに負債コストを加算したコストの加重平均を新たな資本コストとし、2026 年 6 月期の目標株価を 900 ～ 1,100 円、PBR 目標を 1.1 ～ 1.3 倍とおいて、資本コストを意識した投資判断や事業別 ROIC の PDCA など ROIC 経営をブラッシュアップする計画だ。2024 年 6 月期から 2026 年 6 月期までの 3 期で営業キャッシュ･フロー 90 億円と政策保有株式売却で 5 億円の資金を創出し、維持更新･環境対策などの設備投資に 28 億円、合理化・省人化投資・人的資本投資・研究開発投資・DX 投資・M&A など成長投資に 58 億円、株主還元に 9 億円を配分する計画だが、資本コスト・ROIC・ROE など資本収益性を意識しながら投資を行うことが必要だろう。

重点施策については以下のとおり。

a)「変革と創造」

ライフ・ワーク・バランスを重視する IWS の運用により、就業時間の 10% を能力開発や知的創造活動に充てる新しい働き方に取り組むなどの人財投資を積極的に行い、「個」である従業員と「組織」としての企業が相互に成長し合う働きがいのある企業を目指す。自律型思考、柔軟な発想力を持った人財を創り出し、新たな価値の創造に取り組む。

b)「選択と集中」

水産練製品・惣菜事業において、商品・市場・生産などの「選択」と「集中」により事業構造改革を進める。利益視点・将来視点での事業・商品の整理を行い、生産の効率化・生産性向上と販売の強化・効率化の両立を目指す。その司令塔として 2024 年 7 月にマーケティング開発本部を新設した。また、研究・開発部門において高収益型商品・技術開発への集中投資を徹底する。「サラダスティック」専用工場の本社第二工場は、販売好調により既に生産能力が追いつかない状況になっている。各生産拠点の機能評価と再編を行い、資産効率の極大化を図る必要に迫られている。加えて、全事業・全組織にわたりコスト・経費の見直しを行い、コスト削減を進めていく。

c)「DX」

全社で DX の推進に取り組み、生産性向上と働き方改革を進めることで顧客価値を創出する。全社業務プロセスの見直しによるデータのデジタル化、業務の自動化・省人化、スマートファクトリーを目指した生産データのデジタル化とデータの有効活用による生産性向上、生産管理システムによる品質向上と効率化推進、SFA・CRM、オンライン商談などによる営業活動の効率化を進める。

d)「新規事業」

水産練製品･惣菜事業､きのこ事業に次ぐ第 3 の事業を構築するため､事業領域を拡大する。事業領域としては､既存事業から派生する隣接領域、既存事業の周辺に位置する周辺領域、M&A やオープンイノベーションによる革新領域の 3 領域に区分して検討する。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

隣接領域としては代替水産製品の商品群の開発がある。希少になりつつある魚介類の味と食感を魚肉すり身で再現することに挑戦し、既に「ネクストシーフードうに風味」やうなぎ蒲焼風かまぼこ「うな次郎」などを販売している。周辺領域としては、2022 年度よりマルハニチロ、インテグリカルチャーと魚類の筋肉細胞培養技術の確立に向けて共同研究開発を進めており、動物由来細胞から食品や原料などを作る“細胞農業”でサステナブルな商品開発を目指している。そのほか、“未来の食卓”において有効利用が期待される 3D フードプリンター研究において山形大学と研究を進めている。

革新領域として、2023 年 7 月に経営会議直轄組織として新規事業開発室を設置し、行政、専門機関、県内外のベンチャー投資企業などとのネットワークを構築しながら能動的に M&A を含めた新規事業を探索・開発中であり、具体的な案件も挙がってきているようだ。

加えて、東南アジア、北米、中東をターゲット市場として、海外事業拡大に向けた資源投入も引き続き進める。2023 年 6 月期及び 2024 年 6 月期の 2 期に、アジア、北米市場での海外展示会（シンガポールの「Food Japan2023」、ボストンの「Seafood Expo North America 2023・2024」、ラスベガスの「Bar & Restaurant Expo 2024」）や「“日本の食品”輸出 EXPO」などへの出展を通じて、海外バイヤーや輸出商社などとの商談を進めた。「ネクストシーフード うに風味」や「ネクストシーフード 明太子風味」のほか、ズワイガニの脚肉をイメージしたほぐれやすい極細の繊維と特大サイズが特長の「JUMBO Crab Sticks 大ぶりカニかま」、常温タイプのカニかま「Sea Salad」「Kanikama」、カニ風味かまぼこ「MARINE STICK Plus+（マリンスティック プラス）」、お魚のすり身で作った「FISH NUGGET」（フィッシュ ナゲット）、「うな次郎」など海外向け戦略商品を拡充しており、海外のバイヤーからも引合いを受けているようだ。2025 年 6 月期は海外への本格的な輸出伸長を目指しており、海外部門の組織・人財の整備や、ハラル対応と量産型商品の製造を担い北米、中東などに輸出しているインドネシア合弁会社と国内工場との機能分担の再定義を含めた連携など、「海外事業 2nd ステージ」となる戦略を再構築する。

海外展開用商品群

カニ風味かまぼこ群			「ネクストシーフード」
常温品		冷凍品	冷凍品（業務用）
Sea Salad	Kanikama	MARINE STICK Plus+ JUMBO Crab Sticks	「うに風味 W」

出所：個人投資家説明会資料より掲載

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.

e)「アライアンス」

取引先と強固かつ高品質なアライアンス体制を構築することを目指し、取引先との交流会である「一正やまびこ会」などを通じて食品安全衛生管理に関する研修会の実施、「一正蒲鉾人権方針」の制定と併せた「一正蒲鉾サプライヤー行動規範」の制定、情報メール「いちまさ通信」による発信など活動を強化している。また、産学官との連携、異業種・異分野の企業との協業やオープンイノベーションなど外部とのネットワーク強化・構築を進め、技術開発部門やバイオ研究部門を中心に新たな分野の商品開発、新規事業を探求している。新潟県と KDDI<9433> が創設した事業共創プログラム「Innovation Labo NIIGATA」に参画し、新潟県内での起業・創業を軸とした地域活性化、地域産業における DX 推進による地域課題の解決、地域共創の実現を目指している。実際に従業員が交代で同プログラムに参画し、異業種との交流を図ることで、アイデア創出の手法や考え方を学び、新技術やスタートアップとのマッチングや事業共創のチャンスを探求している。

株主還元策

安定的な配当の継続が基本方針。
2024 年 6 月期は 1 株当たり 12.0 円を配当

同社は株主に対する利益還元を重要経営課題と認識し、業績や将来の事業展開などを総合的に勘案しながら安定的な配当を継続的に行うことを基本方針としている。第二次中期経営計画においては、配当性向 20% 以上、株主資本配当率（DOE）1.5% 以上を目標としており、2022 年 6 月期から 2024 年 6 月期の 3 期は 1 株当たり 12.0 円、配当性向 20% 超、DOE1.6% を維持してきた。2023 年 6 月期には業績が悪化したが、親会社株主に帰属する当期純利益の約 2.6 倍の配当を実施することで安定配当を堅持した。2024 年 6 月期の 1 株当たり配当金は前期と同額の 12.0 円、配当性向 23.0% を実施した。2025 年 6 月期は前期比 2.0 円増の 14.0 円を予定している。配当性向は非公表だが弊社試算では 26.9% と推測している。

株主優待も実施している。毎年 6 月 30 日現在で 100 株以上を 6 ヶ月以上継続保有している株主に対し、保有株式数に応じて同社製品（常温品・おせち商品・冷蔵品・寄付の中から選択）を贈呈している。従来は、継続保有株式数が 100 株以上 499 株以下の株主には 1,000 円相当、500 株以上 999 株以下の株主には 3,000 円相当、1,000 株以上の株主には 5,000 円相当以上の製品としていたが、株主アンケートでの要望もあり、2025 年 6 月末基準より新たに 300 株以上 499 株以下の株主には 2,000 円相当の製品を贈呈する予定である。

本資料のご利用については、必ず巻末の重要事項（ディスクレーマー）をお読みください。
Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

出所：決算短信よりフィスコ作成

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.

重要事項（ディスクレーマー）

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