

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 >>>

2025 年 7 月 4 日 (金)

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. 2025 年 3 月期の業績	01
2. 2026 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
■ 事業概要	05
1. 食品事業	05
2. 飼料事業	05
3. その他	06
■ 業績動向	07
1. 2025 年 3 月期の業績	07
2. セグメント別業績	09
3. 財務状況とキャッシュ・フロー	11
■ 今後の見通し	12
1. 2026 年 3 月期の業績予想	12
2. セグメント別重点施策	14
■ 中期経営計画 23-25	15
1. 「中期経営計画 23-25」の概要	15
2. 進捗状況	18
3. 新領域への挑戦：オープンイノベーションと海外展開	19
■ 株主還元策	20

■ 要約

2025 年 3 月期はマーケットイン営業体制で販売数増加の一方、販売価格適正化に苦戦し減収減益

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. 2025 年 3 月期の業績

2025 年 3 月期の連結業績は、売上高 334,425 百万円（前期比 3.4% 減）、営業利益 11,126 百万円（同 15.4% 減）、経常利益 13,591 百万円（同 17.9% 減）、親会社株主に帰属する当期純利益 11,599 百万円（同 6.1% 減）と減収減益となった。業績予想に対する達成率は、売上高 96.7%、営業利益 92.7%、経常利益 104.5%、親会社株主に帰属する当期純利益 105.4% と、固定資産売却により最終利益を確保した。経営環境として、エネルギーや為替の変動は激しく、原料穀物相場も気候変動の影響もあり落ち着いた状況にある。2025 年 3 月期は油脂原料のポラティリティから適正価格の維持に難航し、収益に影響した。一方製粉カテゴリと糖質カテゴリは、原価に対し適正価格で対応し収益を支えた。製油カテゴリでは機能的に価値のある商品の提案等に取り組み、業務用油脂と家庭用こめ油等の販売が前期を上回った。糖質カテゴリでは、独自性の高いぶどう糖やビール用途のコーンスターチが増加し、前期を上回った。販売数量は好調に推移したが、販売価格低下の影響を受け売上高は前期比減少し、計画値に対してもネガティブな状況となった。飼料事業では顧客サポートに注力したことで配合飼料や鶏卵販売数量は前期を上回ったが、鶏卵相場が軟調に推移したことから売上高は前期を下回った。利益面については、グループ一体での原価低減策が奏功し、売上総利益額は同 0.4% 増と同水準を維持したものの、コスト増を抑えきれず営業利益以下は前期比減少となった。

2. 2026 年 3 月期の業績予想

2026 年 3 月期は、売上高 340,000 百万円（前期比 1.7% 増）、営業利益 11,000 百万円（同 1.1% 減）、経常利益 13,000 百万円（同 4.4% 減）、親会社株主に帰属する当期純利益 9,500 百万円（同 18.1% 減）を計画している。引き続き製造コスト等に見合った適正価格での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。セグメント別に見ると、売上高、営業利益ともに各事業で 2025 年 3 月期並みを見込んでいる。食品事業の製粉カテゴリではパスタ需要からの値上げを反映した収益拡大のほかプレミックスのプロモーション効果に期待がかかる。製油カテゴリは半流動性油脂の拡販とコーン油及びこめ油の機能拡大による新商品開発に注視したい。糖質カテゴリでは独自性のある機能性商品の販売拡大に注力する。飼料事業のレイヤー事業（採卵鶏）では産学連携でのプロモーションにより付加価値を訴求する等で収益規模の拡大を進める。

昭和産業
2004 東証プライム市場

2025 年 7 月 4 日 (金)
<https://www.showa-sangyo.co.jp/ir/>

要約

3. 「中期経営計画 23-25」の進捗状況

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)の 3rd Stage「中期経営計画 23-25」最終年度の 2026 年 3 月期に、経常利益 130 億円、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、ROIC※¹ 4.0% 以上、CCC※² 75 日を達成する計画である。掲げる 5 つの基本戦略について、2025 年 3 月期は 2023 年 3 月期比で「基盤事業の強化」「事業環境の回復・環境変化への対応」で付加価値商品の拡販や販売数量の回復により目標値を上回ったものの、適正な価格改定を実現できず前期比で大幅に縮小し、課題が残る。「事業領域の拡大」では海外事業の好調が後押ししたものの、冷凍食品事業が低迷し、2023 年 3 月期比の目標値を下回っており次期中期経営計画での議論が必要だ。グループ連携、ユーザーイン営業、顧客接点の確保、パートナー連携、適性価格への対応等、2025 年 3 月期の結果を踏まえ現時点で見える課題に随時取り組み、目標達成を目指す。

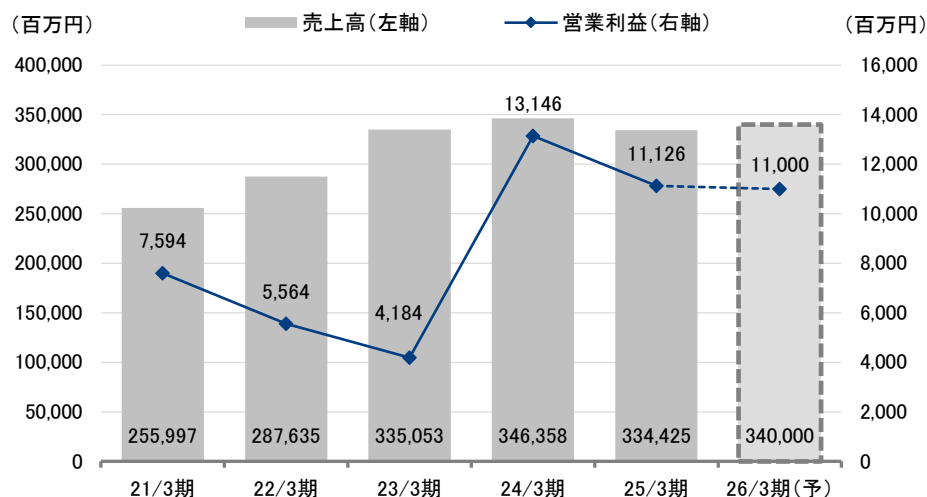
※¹ ROIC = 税引後営業利益 (法人税等を営業利益の 30% として計算) ÷ 投下資本 (有利子負債 (NET) + 自己資本)

※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

Key Points

- ・ 2025 年 3 月期は価格改定に苦戦し減収減益
- ・ 2026 年 3 月期は付加価値商品の拡大に注力し、売上高、営業利益ともに前期並みまで回復を見込む
- ・ ベトナム工場稼働でアセアン市場に進出
- ・ オープンイノベーションからファインケミカルとオレオケミカルへ事業領域を拡大

業績推移



出所: 決算短信よりフィスコ作成

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に「穀物ソリューション・カンパニー」を掲げる

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（小麦粉にでん粉や糖類、油脂などを配合したもの）、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、付加価値商品及び栄養機能食品等の研究・開発、東南アジアなどへの海外進出も推進している。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（棧橋）も完備しており、取り扱う穀物量は食品メーカーのなかで日本一（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 99.9%（同社単体）となる。

※ ふすま、大豆ミール、グルテンフィードなどを指す。

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に上場
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

昭和産業
2004 東証プライム市場

2025 年 7 月 4 日 (金)
<https://www.showa-sangyo.co.jp/ir/>

会社概要

年	主な項目
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
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	中国に合弁会社「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ペーカー」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	「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
2015年	「グランソールペーカー株式会社」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 ガーデンペーカ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	アグリビジネスを開始 「ボ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
2024年	ベトナムに「Showa Sangyo International Vietnam Co., Ltd.」設立
2025年	昭産商事が西日本地域で飼料・肥料を販売する「兵庫飼料株式会社」を子会社化

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

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、パスタを製造・販売している。焼成パンビジネスでは、小麦粉やプレミックス等の原料供給から、冷凍パン生地及び菓子類の製造とその冷凍パン生地の焼成までの一貫体制を有している。また、多岐にわたる食材事業で培ったノウハウを活かし、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。

製油カテゴリでは、大豆、菜種、トウモロコシ、米ぬかなどを原料に、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植物油、また、飼料原料などになる大豆ミール・菜種ミール、食肉加工・水産加工食品に使用される大豆蛋白を製造・販売している。さらに、自社の小麦粉・植物油を使用したたこ焼きなど冷凍食品の製造・販売も行っている。業務用植物油では、環境に配慮したバググインボックスやピロータイプの製品など、ユーザ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、こめ油などのほか、栄養機能食品である健康ひまわり油「オレインリッチ」等を販売している。

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）と連携し、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ており、異性化糖は甘味が強く、冷えると甘味が増すため、主に清涼飲料・乳性飲料などに使用されている。独自性のある製品としては、低分解水あめや粉末水あめ、結晶ブドウ糖などの販売に注力している。また、サンエイ糖化は医療用途の厳しい品質基準をクリアする等、高い技術力を保有しており、当社グループの競争力強化に繋がっている。

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、消化吸收の改善や感染抵抗力を強化する作用がある。

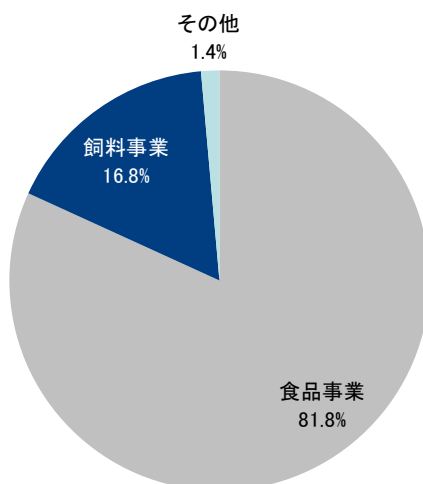
昭和産業 | 2025 年 7 月 4 日 (金)
2004 東証プライム市場 | <https://www.showa-sangyo.co.jp/ir/>

事業概要

3. その他

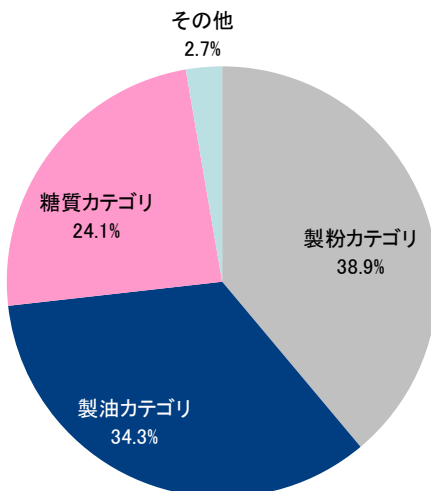
倉庫業では、鹿島・神戸・船橋の3工場で合計36.5万トンを収容できる大型穀物サイロを備えており、鹿島・神戸の両工場にはパナマックス級大型穀物船が接岸できるバースを完備している。いずれも優れた立地条件にあり、各工場で効率の良い輸入穀物の保管・荷役を行う。現在建設中の神戸工場内の製粉立体自動倉庫は2026年2月に完成・稼働を予定しており、省人化による物流及び荷役のさらなる効率化を実現する。不動産業では、同社グループが保有する不動産を有効活用し、商業施設の開発や事務所用・商業用ビル、物流用建物、事業用土地の賃貸などを行っている。また、保険代理業、自動車等リース業、運輸業等も行っている。

セグメント別売上構成比(2025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(2025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

2025 年 3 月期は原料相場や輸送コストの影響で価格改定が難航

1. 2025 年 3 月期の業績

2025 年 3 月期の連結業績は、売上高 334,425 百万円（前期比 3.4% 減）、営業利益 11,126 百万円（同 15.4% 減）、経常利益 13,591 百万円（同 17.9% 減）、親会社株主に帰属する当期純利益 11,599 百万円（同 6.1% 減）と減収減益となった。業績予想に対する達成率は、売上高 96.7%、営業利益 92.7%、経常利益 104.5%、親会社株主に帰属する当期純利益 105.4% となった。営業利益は厳しい状況だが、「中期経営計画 23-25」の資金配分計画に基づいて不動産売却益を計上し、最終利益を計画どおり確保した。経営環境は、インフレによる物価高から国内の消費意欲は停滞する一方、人気の高い日本の食と文化を背景にインバウンド需要が拡大している。コストに関しては、地政学リスクからエネルギーや為替の変動は激しく、原料穀物相場については気候変動の影響もあり落ち着かない状況にある。同社は、穀物の需給状況のほか政府売渡価格や先物相場等を反映し、運賃や人件費等のコストも加味して適正価格を設定するが、2025 年 3 月期は油脂製品の主原料となる菜種や大豆相場のボラティリティに左右され、適正価格の維持に難航し、収益に影響した。2025 年 4 月から油脂製品の 20% 以上の価格引き上げを実施しており、2026 年 3 月期にリカバリーを図る。一方、製粉カテゴリと糖質カテゴリについては、原価に対し適正価格で対応し、収益を支えた。同社は臨機応変な価格改定はもちろん、収益率の高い付加価値商品の販売比率を高める計画で、実際、製油カテゴリでは半流動性油脂の販売が足元で伸びている。

販売数量については、食品事業でマーケットイン志向のワンストップ型営業に注力した。このうち、製粉カテゴリでは小麦の政府売渡価格の 2 度の引き下げに伴い価格改定を行ったほか、海外向け小麦粉が伸長し、さらに米の代替需要等から外食向けと家庭用パスタが前期を上回った。製油カテゴリでは、機能的に価値のある商品の提案や課題解決型営業に取り組み、2024 年 3 月から 3 度値上げしたものの、需要回復傾向にある業務用油脂と家庭用こめ油等の販売が前期を上回った。糖質カテゴリでは、独自性の高い低分解水あめや粉あめ等のほか、飲料用途に加え医薬用等にも利用されるぶどう糖、ビール用途等の需要増に対応するコーンスターチが増加し、前期を上回った。いずれのカテゴリも販売数量はおおむね好調に推移したが、主原料価下落に伴う販売価格低下の影響を受け、売上高は前期比減少し、計画値に対してもややネガティブな状況となった。飼料事業では、需要に即した高付加価値商材の提案や畜産物販売支援等、営業活動での顧客サポートに注力した。この結果、配合飼料や鶏卵販売数量は、2024 年 10 月からの鳥インフルエンザ感染拡大の影響を受けたものの前期を上回った。ただ、鶏卵相場が軟調に推移したことから売上高は前期を下回った。その他については、主要事業の倉庫業で商社や主要顧客との取り組みを強化し、貨物取扱量が前期を上回った結果、売上高は前期比増加した。

昭和産業 | 2025 年 7 月 4 日 (金)
2004 東証プライム市場 | https://www.showa-sangyo.co.jp/ir/

業績動向

利益面については、食品事業では、製粉カテゴリで生産拠点の一体運用を図り物流コスト低減や生産効率向上に注力し、製油カテゴリではグループで連携して生産拠点の効率的運用や原材料調達の効率化に取り組んだ。糖質カテゴリでもグループで連携し、課題解決や生産効率化等を進めた。グループ一体での原価低減策が奏功し、売上総利益額は前期比 0.4% 増と同水準を維持したものの、物流費や人件費等の増加を抑えきらず販管費は同 5.1% 増となった結果、営業利益以下は前期比減少となった。なお、販管費の多くを占める物流コストに関し、2023 年 2 月より (株) 明治と、鉄道コンテナを共同利用する物流のモーダルシフト※を開始している。最近では自社単独で鹿島工場から福岡向けの社内転送でもモーダルシフトを採用した。ほかにも神戸工場では製粉立体自動倉庫が 2026 年 2 月に完成予定で、構内作業の自動化により人件費の削減が見込まれる。これらの販管費等コスト縮小は利益率向上につながるだろう。

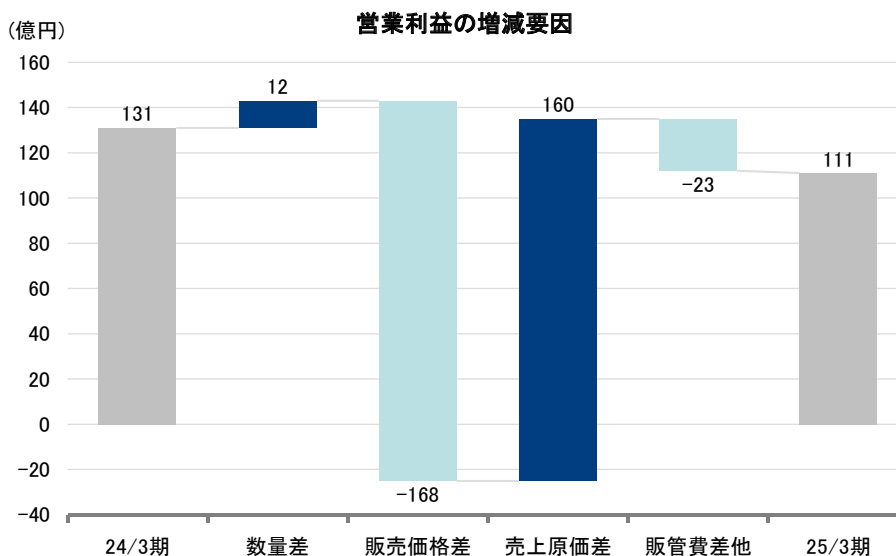
※トラック等自動車による貨物輸送を、主に鉄道や船舶等の環境負荷が低い輸送手段に切り替えること。

2025 年 3 月期業績 (連結)

(単位: 百万円)

	24/3 期 実績	25/3 期		前期比		予想比
		予想	実績	増減額	増減率	
売上高	346,358	346,000	334,425	-11,933	-3.4%	-3.3%
食品事業	282,328	-	273,533	-8,795	-3.1%	
飼料事業	59,462	-	56,162	-3,299	-5.5%	
その他	4,567	-	4,729	161	3.5%	
営業利益	13,146	12,000	11,126	-2,020	-15.4%	-7.3%
経常利益	16,558	13,000	13,591	-2,967	-17.9%	4.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	12,358	11,000	11,599	-758	-6.1%	5.4%

出所: 決算短信よりフィスコ作成



出所: 決算説明会資料よりフィスコ作成

2. セグメント別業績

(1) 食品事業

売上高は 273,533 百万円（前期比 3.1% 減）、営業利益は 10,975 百万円（同 14.6% 減）となった。インフレによる国内消費低迷の一方、インバウンドによる外食産業の拡大や海外での日本人食人が需要を支えている。2024 年 3 月期からのマーケットイン営業体制を推進しており、顧客への事業横断でクロスセルを推進し販売数量の拡大を実現した。併せて海外向け販売の強化や付加価値商品拡充に向けた開発等、各種施策に取り組み、成果が現れつつある。

製粉カテゴリの売上高は 106,367 百万円（前期比 2.9% 減）で、売上総利益は同 1 億円増加した。海外向け小麦粉と外食市場向けパスタの販売が好調であった。海外向け小麦粉については、インバウンド消費から継続する需要への対応である。訪日時に体験した日本式ベーカリーを帰国後も楽しみたいニーズがあり、日本式パンの人気の高まっている。そもそも日本人は異文化と日本文化と融合させ独自の新しいものを作り出すことが得意で、ジャパナイゼーションされたパンの人気のうなずける。日本製の小麦粉で作れば再現性が高いため、品質が安定している同社の海外向け小麦粉販売が増えたと言える。高需要に的確にリーチすることで販売量に加え利益面での寄与も大きい。2025 年 6 月にはパン職人の祭典「ベーカリー・エキスポ・ジャパン」にオフィシャルパートナーとして参加した。メインコンテンツである世界最高レベルの国際ブーランジェコンクールでは、独自の配合と粉碎方法で風味や旨味を引き出した同社の「blé du A（ブレド A）」が使用された。パンの本場フランスからも参戦しており、同社商品の高評価が世界に広がる絶好のチャンスである。外食市場向けパスタについては、人手不足等社会情勢の影響もあり、コストバリューの高さだけでなく、オペレーション等の課題にも対応できる課題解決型商品が顧客に受け入れられ、販売実績が増えてきた。2024 年 3 月期に外食向けに展開したパスタソリューションでは、顧客ニーズに即して原料と工程を深掘りし、短時間の調理で本物の「美味しさ」を再現する商品を開発した。顧客に寄り沿うソリューションが結実し、2025 年 3 月期に業績寄与が加速したと考えられる。一方、プレミックスの販売量が足元 6 期で減少している。要因の 1 つが小売りの総菜売り場向けに推進していたプレミックス天ぷら粉販売の落ち込みで、背景にはコロナ禍を境とした売り場構成の変化がある。対策として、同社中国のグループ会社で冷凍フライ品向け天ぷら粉やミックス粉を製造し、海外で国内向け冷凍総菜を手掛ける企業へ供給している。なお、調理冷凍食品輸入量のうち、2024 年の家庭用フライ類については前年比 20% 以上増加しており、輸入国はタイ、中国、ベトナムが上位を占めることから収益拡大の機会は大い。

業績動向

製油カテゴリーの売上高は 93,876 百万円（前期比 4.1% 減）で、売上総利益は同 10 億円減少した。適正価格の設定に難航する製油販売では、原料価格に左右されない価格設定で利益率の高い高機能で高付加価値な商品開発を推進している。大豆たん白を活用した付加価値商品に力を入れており、50 年以上の商品開発で得た技術力で大豆の可能性を最大限に引き出し、「代替」ではない多様な用途で利用できる植物性食材として 2024 年秋に「SOIA SOIYA（ソイアソイヤ）」を販売開始した。様々な調理方法で活用でき、現時点でヴィーガン専門店や日本料理店等で活用されている。第 2 弾として 2025 年 2 月には「SOIA SOIYA HMSP チャーシュー風 醤油味」をリリースした。初の加工食品で見た目も食感も遜色なく楽しめることから、インバウンドで人気の高いラーメンに活用することで日本の文化を楽しんでもらえるだろう。グローバルで見れば健康志向や食文化の背景から市場拡大予想も聞かれるが、元来菜食習慣があり大豆製品を好む日本では、味だけでなく用途をカテゴライズしてターゲティングする等工夫が必要とも捉えられる。販売促進さらには市場創造に向けて同年 5 月には、産学連携により東京家政大学 東京家政大学短期大学部の【食べて考える！未来の食プロジェクト】に、食の様々な課題を解決する可能性のある食材使用を特徴とした学食メニューとして、同社の「SOIA SOIYA」を提供する。第 1 弾として前述のプラントベースチャーシューの提供が決まっている。食の安全や健康に敏感な若い世代の需要をつかむことで次世代につながり、将来のプラントベース食品の拡がりに期待したい。同社はプラントベース市場の再燃を見据え、味や食感等技術のブラッシュアップを継続し、競合に備えている。なお、2020 年 10 月に販売開始した大豆ミート「まめたん」を 2024 年 11 月に機能性表示食品としてリニューアルした。植物性という付加価値に健康効果が追加されたことで、今後の需要拡大が期待される。

糖質カテゴリーの売上高は 65,811 百万円（前期比 4.0% 減）で、売上総利益は同 8 億円の増加となった。グループ連携を図り、低分解水あめや粉あめなど独自性のある商品群の拡販、医薬用など幅広く取り扱うぶどう糖商品群の強みを生かした商品提案に取り組んだ。また、サンエイ糖化では、はちみつに含まれる希少なオリゴ糖成分である「マルトビオン酸」を主成分とした「サワーオリゴ / サワーオリゴC」を上市しており、骨密度の維持、骨成分の維持、カルシウムの吸収促進、整腸作用という 4 つの機能を有する点などを差別化要因として顧客に訴求することで販売を拡大する考えで、販促活動に力を入れている。

(2) 飼料事業

売上高は 56,162 百万円（前期比 5.5% 減）、営業利益は 485 百万円（同 32.0% 減）となった。マーケットインの提案型営業のほか、畜産物の販売支援や付加価値向上へのサポート等、生産者との連携により拡販を推進した。この結果、2024 年 10 月からの鳥インフルエンザ感染拡大の影響等を受けたものの、配合飼料及び鶏卵の販売数量は、前期を上回った。しかし、原料価格下落に伴い平均販売価格が前期比低下したため売上高は伸び悩んだ。なお、2025 年 4 月、連結子会社の昭産商事が、西日本地域販売網確保のため兵庫飼料（株）を子会社化し、国内全域を網羅したことで、副産物収益化の拡大が見込まれる。さらに、現在取り組む副産物のアップサイクル等への知見獲得等、派生する収穫も期待できそうだ。

(3) その他

その他の売上高は 4,729 百万円（前期比 3.5% 増）、営業利益は 1,428 百万円（同 8.1% 増）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ことで、貨物取扱量が前期を上回り、増収増益を果たした。

業績動向

3. 財務状況とキャッシュ・フロー

2025 年 3 月期末の資産合計は前期末比 6,734 百万円減の 255,504 百万円となった。主な要因は、売上債権の減少 8,736 百万円、棚卸資産の減少 1,952 百万円、投資有価証券の増加 3,179 百万円である。負債合計は同 12,101 百万円減の 116,884 百万円となった。主な要因は、仕入債務の減少 4,153 百万円、有利子負債の減少 3,412 百万円である。純資産合計は同 5,366 百万円増の 138,619 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 11,599 百万円、配当金の支払による減少 2,973 百万円、自己株式消却に伴う資本剰余金の減少 2,619 百万円である。この結果、自己資本比率は 52.8% と同 3.4 ポイント上昇した。

簡易貸借対照表（連結）

（単位：百万円）

	24/3 期末	25/3 期末	増減額
流動資産	122,760	112,749	-10,011
現金及び預金	8,140	8,106	-34
売上債権	61,497	52,761	-8,736
商品及び製品	16,155	15,511	-644
固定資産	139,477	142,754	3,277
有形固定資産	86,481	87,096	615
無形固定資産	4,106	3,763	-343
投資その他の資産	48,889	51,894	3,005
資産合計	262,238	255,504	-6,734
流動負債	83,299	78,362	-4,937
支払手形及び買掛金	26,330	22,177	-4,153
短期借入金	13,051	13,516	465
コマーシャル・ペーパー	14,000	10,500	-3,500
固定負債	45,685	38,521	-7,164
社債・長期借入金	26,300	18,966	-7,334
負債合計	128,985	116,884	-12,101
純資産合計	133,253	138,619	5,366
負債純資産合計	262,238	255,504	-6,734

出所：決算短信よりフィスコ作成

2025 年 3 月期末の現金及び現金同等物の残高は 6,868 百万円となり、前期末比 1,268 百万円減少した。営業活動によるキャッシュ・フローは 20,274 百万円の収入（前期は 23,751 百万円の収入）となった。主な要因は、税金等調整前当期純利益 16,464 百万円のほか、減価償却費の計上 10,417 百万円、売上債権の減少 8,736 百万円、法人税等の支払 5,226 百万円である。投資活動によるキャッシュ・フローは 11,385 百万円の支出（同 12,401 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 11,528 百万円、関係会社株式の取得による支出 1,345 百万円、有形固定資産の売却による収入 3,466 百万円である。財務活動によるキャッシュ・フローは 10,057 百万円の支出（同 9,435 百万円の支出）となった。主な要因は、コマーシャル・ペーパーの減少 3,500 百万円、自己株式取得による支出 3,406 百万円、配当金の支払 2,973 百万円である。

業績動向

2025 年 3 月期は売上高減少に伴い売上債権及び棚卸資産が縮小したことで確保した営業活動によるキャッシュ・フローを Showa Sangyo International Vietnam Co., Ltd. 設立等の成長投資に振り向けたほか、コマーシャルペーパー等有利子負債返済に充てるとともに、自己株式消却等により株主還元を充実させた。「中期経営計画 23-25」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 110 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、株主還元に 110 億円を振り向ける。なお、2024 年 3 月期決算発表時に当初の総額 690 億円の資金配分計画を、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ており、維持・更新投資に 60 億円、株主還元に 50 億円を上乗せし、総額 800 億円に修正した。

簡易キャッシュ・フロー計算書（連結）

（単位：百万円）

	24/3 期	25/3 期	前期比
営業活動によるキャッシュ・フロー (a)	23,751	20,274	-3,477
投資活動によるキャッシュ・フロー (b)	-12,401	-11,385	1,015
財務活動によるキャッシュ・フロー	-9,435	-10,057	-621
フリー・キャッシュ・フロー (a) + (b)	11,350	8,888	-2,462
現金及び現金同等物の期末残高	8,136	6,868	-1,268

出所：決算短信よりフィスコ作成

今後の見通し

マーケットインで顧客ニーズをつかみ、提案型営業を深耕

1. 2026 年 3 月期の業績予想

2026 年 3 月期は、売上高 340,000 百万円（前期比 1.7% 増）、営業利益 11,000 百万円（同 1.1% 減）、経常利益 13,000 百万円（同 4.4% 減）、親会社株主に帰属する当期純利益 9,500 百万円（同 18.1% 減）を計画している。2025 年 3 月期に引き続きインバウンド需要の回復等が期待される一方で、不安定な国内経済や緊迫した世界情勢など、先行き不透明な状況にある。原料穀物相場や為替動向から引き続き目が離せない状況なうえ、インフレや人口縮小に伴う物流や人件費、資材等のコストの上昇が予想される。同社は、継続して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、営業利益ともに各事業で 2025 年 3 月期並みを見込んでいる。

昭和産業 | 2025 年 7 月 4 日 (金)
2004 東証プライム市場 | <https://www.showa-sangyo.co.jp/ir/>

今後の見通し

2026 年 3 月期業績予想 (連結)

(単位：億円)

	25/3 期 実績	26/3 期 予想	前期比	
			増減額	増減率
売上高	3,344	3,400	55	1.7%
食品事業	2,735	2,764	29	
飼料事業	561	586	24	
その他	47	49	1	
営業利益	111	110	-1	-1.1%
食品事業	109	107	-2	
飼料事業	4	7	3	
その他	14	13	-1	
全社費用他	-17	-17	0	
経常利益	135	130	-5	-4.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	115	95	-20	-18.1%

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

2026 年 3 月期業績予想の前提

	25/3 期				26/3 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	68,240	67,810	67,810	66,610	63,451
大豆 (¢/Bu) ※ 2	1,171	1,168	1,000	1,002	1,039
菜種 (C\$/MT) ※ 3	609	632	598	619	628
トウモロコシ (¢/Bu) ※ 4	429	430	398	446	460
海上運賃 (us\$/t) ※ 5	62.3	62.3	57.2	45.4	55.0
為替 (円 / 米ドル) ※ 6	150.96	157.44	144.65	154.67	148.00
LNG (円 /kg) ※ 7	94.8	93.8	92.1	97.0	94.5

※ 1 該当期間の 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

2026 年 3 月期は、マーケットイン、提案型営業をさらに深化させ、売上増加につなげる。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、高付加価値製品の開発と拡販を推進し、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 2,764 億円（前期比 29 億円増）、営業利益は 107 億円（同 2 億円減）を見込む。

a) 製粉カテゴリ

小麦粉については、年に 2 度改定される輸入小麦の政府売渡価格に運賃や人件費等コストを反映して適正価格の維持に注力する。政府売渡価格引き下げに伴い、2025 年 7 月には汎用品となる業務用小麦粉を、8 月には家庭用小麦粉を値下げすることで販売数量を確保する。一方家庭用パスタについては市場需要とサプライチェーンコストを加味して値上げに踏み切っており、売上高と利益への貢献に期待する。伸び悩むプレミックスについては、「食品ヒット大賞」を受賞し売上が伸びている「もう揚げない」シリーズのプロモーションにより、新たな販路を拡大する。また、同様の付加価値商品等の商品開発を進めラインナップを拡充し収益の回復を目指す。CVS 向け焼成パンについては、連結子会社の 4 ベーカーリーが製造・販売しており、定番商品のブラッシュアップを継続することで、トレンドを踏まえた新商品を定期的に投入する。品質維持や在庫管理に最新の注意を払い、食品ロスを削減することでコスト管理を徹底し、収益性を向上させる。

b) 製油カテゴリ

油脂原料のボラティリティを吸収するため、半流動性油脂、こめ油、コーン油の領域で付加価値商品の開発に注力する。（一社）日本カレーパン協会に認定された半流動性油脂「S ベーカーリーオイル」は、特にテイクアウト時の食感や品質維持に効果を発揮する顧客課題解決型商品である。引き続き他の領域でも、顧客ニーズを捉えてアイデアを相乗した新たな商品開発を目指す。こめ油については、ビタミン E が豊富な栄養機能食品の「健康こめ油」を展開している。今後も子会社のポーソー油脂（株）を起点に米の特性を活かした技術開発でこめ油の機能や付加価値を追求し、プレミアムオイルの開発を進める。コーン油については、2023 年 5 月に実施した業界リーディングカンパニー辻製油（株）との資本業務提携により参入した新領域で、機能性を追求した新商品開発のほか、構築したコーンサプライチェーンにより原料調達の連携や生産設備物流ネットワークの共同活用で市場競争力を高めるほか、収益性の向上が期待できる。なお、「中期経営計画 23-25」では、最終年度のこめ油やコーン油を含む機能性油脂の比率を 2020 年 3 月期の 25% から 35% に引き上げる計画である。

c) 糖質カテゴリ

子会社のサンエイ糖化、敷島スターチと協業し、差別化カテゴリの販売強化、独自性のある機能性商品の販売拡大に注力する。特に、サンエイ糖化が取り扱う国内有数の規模である乳酸菌培養事業や、前述したオリゴ糖としては初の「骨密度維持」機能を謳った機能性表示製品である「マルトピオン酸」など、少子高齢化、健康志向のニーズに応えた新事業、新製品開発を更に推し進め、当社グループの強みである多様な販売チャネルを活かし、事業拡大を図っていく。また、高操業、安定操業による工場稼働率向上によりコスト削減にも取り組む。加えて、サンエイ糖化の実績に裏付けられた研究開発力を活かし、市場需要を精査して医薬品原料や食品素材等の新たな領域へ進出する計画である。

(2) 飼料事業

売上高は 586 億円（前期比 24 億円増）、営業利益は 7 億円（同 3 億円増）を見込む。レイヤー事業では規模拡大を進める。付加価値や機能強化で差別化した商品開発に加え、東京家政大学との産学連携「たまごのある暮らしレシピ開発教育プログラム」で考案したレシピをパッケージに定期的に掲載する等、プロモーションも推進する。このほかにも、これまで有償廃棄していた同社の利用不可能な廃棄物を、独自技術で農業資材へアップサイクルすることに成功した。廃棄コストの減少により業績を押し上げ、廃棄物の圧縮で SDGs に寄与する。安定収益の目途が立てば、同社が目指す CSV（経済的価値と社会的価値の両立）への大きな一歩となり、さらなる技術革新と販路拡大で社会的プレゼンスの高い経営が目指せる。なお、同社技術のみならず、オープンイノベーションを積極的に展開する計画である。

■ 中期経営計画 23-25

グループ連携と海外事業の強化で高収益体質を目指す

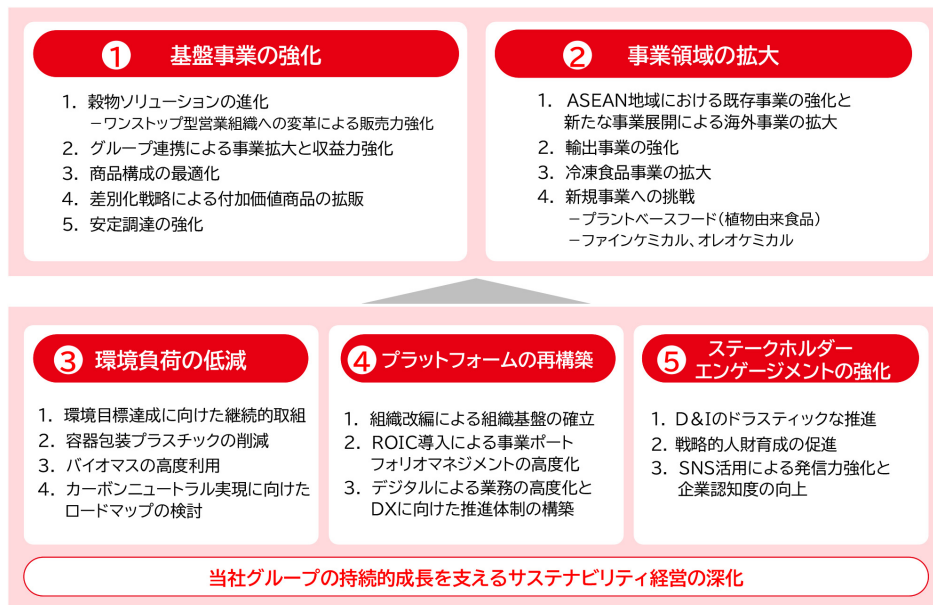
1. 「中期経営計画 23-25」の概要

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、コロナ禍等の事業環境悪化を受けて未達となったため、2026 年 3 月期に再設定した。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、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。

定量目標では、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。他の指標として ROE7.0% 以上、NET D/E レシオ 0.6 倍以下、ROIC4.0% 以上、CCC75 日を掲げている。非財務 KPI では、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等の RD&E 戦略で目標値を設定している。

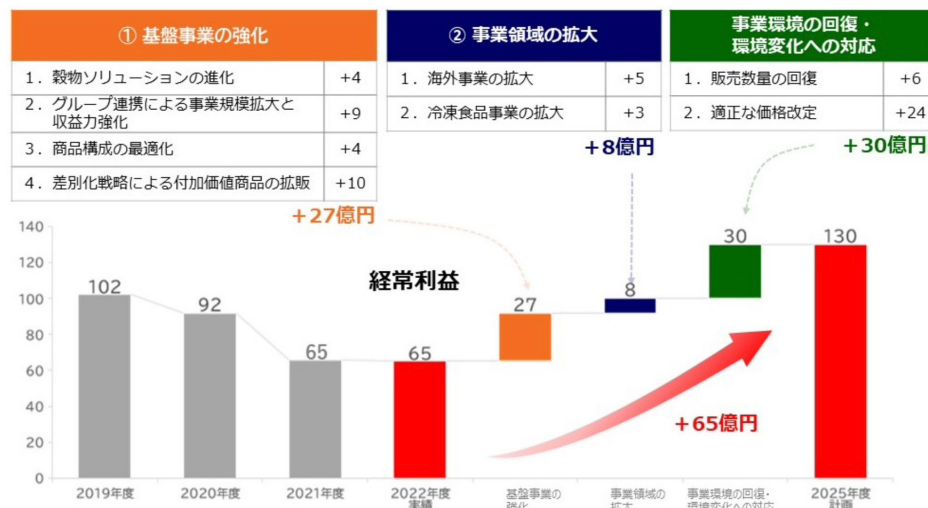
中期経営計画 23-25

5つの基本戦略



出所：「中期経営計画 23-25」資料より掲載

重点施策による定量効果



出所：同社ホームページより掲載

中期経営計画 23-25

財務 KPI

	23/3 期実績	24/3 期実績	25/3 期実績	26/3 期中計目標	差異 (23/3 期比)
経常利益 (億円)	65	165	135	130	200%
ROE (%)	7.1 ※ 1	10.2	8.8 ※ 2	7.0% 以上	-
ROIC (%)	1.8	5.3	4.4	4.0% 以上	2.2 ポイント増加
CCC (日)	91	87.3	85.5	75	16 日短縮
NET D/E レシオ (倍)	0.48	0.35	0.31	0.6 倍以下	

※ 1 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。

※ 2 25/3 期は、本八幡ビルの売却により約 26 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

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 ドラステックな推進	・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)	▲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推進人材育成	・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：「中期経営計画 23-25」資料より掲載

2. 進捗状況

(1) 基盤事業の強化

2025 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 29 億円を創出した。内訳は、穀物ソリューションの進化で 4 億円増、グループ連携による事業規模拡大と収益力強化で 9 億円増、商品構成の最適化で 3 億円増、差別化戦略による付加価値商品の拡販で 12 億円増となっている。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。製粉カテゴリでの需要を捉えた海外向け小麦粉の伸長や、製油カテゴリでの高付加価値ソリューションの収益化、糖質カテゴリでの機能性表示食品の新領域への参入による効果が寄与したと考えられる。なお、グループ連携による事業規模拡大と収益力強化について、前期の成果と比較し約半減しているが、2025 年 3 月期売上高減少の影響を受け数値が縮小したことが要因で、取り組み内容及び進捗ペースに大きな違いはない。2026 年 3 月期もマーケットインの営業体制で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とともに、新たな潜在需要を発掘する。また、穀物ソリューションのさらなる進化を目指して差別化を図るべく、引き続き RD&E センターを含めグループ丸となって事業改革を進める。

(2) 事業領域の拡大

2025 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 4 億円を創出した。アジアを中心に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 2024 年 4 月に子会社（Showa Sangyo International Vietnam）を設立し、新工場を建設している。2026 年 3 月期も海外事業の拡大を目指し海外顧客との接点を創出・確保するとともに、M&A や海外企業との資本提携も視野に入れている。なお、冷凍食品市場では強力な競合先が多く、輸入冷凍食品の隆盛もあり、この 2 年間冷凍食品事業の進捗は芳しくない。この部分については課題と捉え、次期中期経営計画で施策を検討するようだ。

(3) 事業環境の回復・環境変化への対応

2025 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 34 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 29 億円増である。引き続き原価に見合う適正価格での販売や販管費削減のほか、フォローやリカバリー施策として付加価値や機能性を追求した新商品開発で差別化を図る等、グループ連携を活かし、全体最適で対応する。

3. 新領域への挑戦：オープンイノベーションと海外展開

(1) ファインケミカルとオレオケミカル

2024 年 9 月に資本業務提携したスタートアップ企業のファイトケミカルプロダクツ（株）と協業し、オレオケミカルとファインケミカル領域へ参入する。ファイトケミカルプロダクツが開発した反応分離技術では、イオン交換樹脂を用いて高純度の有効成分を高効率かつ複数同時に生成することができ、同社グループから発生する副産物を掛け合わせることで、穀物ソリューションを進化させる。ファインケミカルに関しては、まずはファイトケミカルプロダクツが建設中の新プラントで量産化技術を確認し、その後に量産化工場を別途立ち上げる計画である。現在量産化技術の確認に向けた工場を建設中で 2026 年 3 月期中の稼働を目指している。ファイトケミカルプロダクツは 2020 年からこめ油の製造過程で発生する副産物からスーパービタミン E 等の機能性素材を製造する工場を稼働させており、既に製造・販売している。また、反応分離技術のライセンス・エンジニアリング事業ではバイオ燃料や化粧品原料等への応用拡大を進めており、オープンイノベーションによる同社事業の拡大が予想される。オレオケミカルについては、子会社のポーソー油脂がファイトケミカルプロダクツと連携し、千葉県匝瑳市の脱炭素化推進プロジェクトに参画しており、同社のこめ油製造工程から発生する脂肪酸から、バイオ燃料や植物性の潤滑油の開発を検討している。ほかにも洗剤や化粧品等様々な用途への展開を研究しており、技術による新市場創造に注目したい。

(2) アセアン市場

2024 年 4 月に設立した Showa Sangyo International Vietnam を起点に、2026 年 3 月期に新たな工場を稼働する計画である。新工場は、天ぷら粉やホットケーキミックスをはじめとした小麦粉の付加価値商品となるプレミックス等を製造する工場である。ターゲットはベトナムの有力地場産業の水産や畜産の加工工場で、業務用プレミックスを中心に販売する。アセアン全体の市場規模は莫大なこともあり、ベトナム以外も対象マーケットとして捉え、輸出を念頭に製造する商品構成を計画する考えである。社会主義国家のベトナムへの進出はこれまでも許認可等困難な状況が多く、それでも工場建設に至った経緯から、同社はベトナムひいてはアセアン諸国での需要を確実に見出しているようだ。緻密な現地調査で正確に最大需要にリーチし、競合他社に先駆けて収益獲得が期待される。

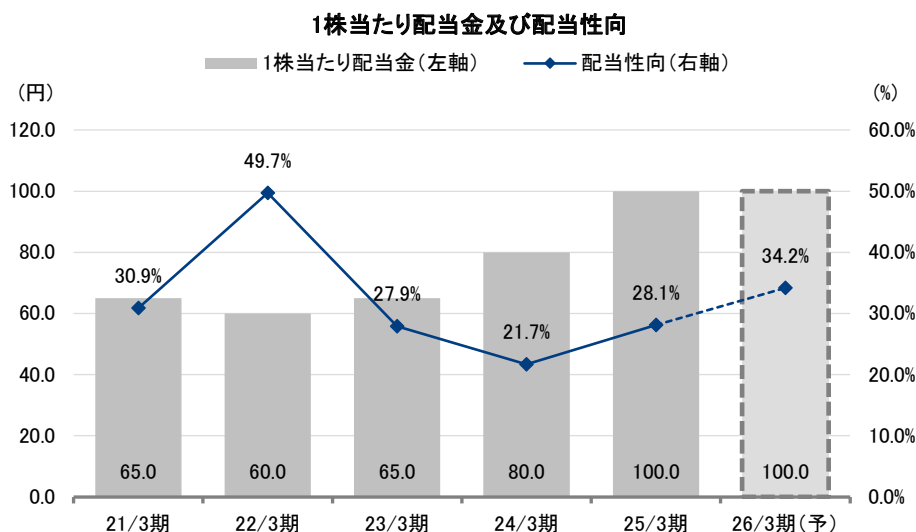
昭和産業
2004 東証プライム市場

2025 年 7 月 4 日 (金)
<https://www.showa-sangyo.co.jp/ir/>

株主還元策

配当性向 30% 程度を目安に、安定的な配当の継続を図る

経営基盤の充実と財務体質の強化を通じて成長投資を継続することで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。配当性向 30% を基準に、2025 年 3 月期は、期初計画では 1 株当たり年 80.0 円（中間 40.0 円 / 期末 40.0 円）、配当性向 24.3% を予定していたが、元来厚い利益剰余金に加え、第 1 四半期に実施した資金効率改善としての固定資産売却を背景に、第 3 四半期決算発表時に期末配当を 20.0 円増額し年間 100.0 円に引き上げ、配当性向は 28.1% となった。2026 年 3 月期は、1 株当たり年 100.0 円、配当性向 34.2% を計画しており、目安とする 30.0% 超で株主還元に応える。また、2024 年 5 月には自己株式 990,000 株の取得（取得価額総額 3,400 百万円）並びに消却により、さらなる株主還元を実現した。



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、企業から報酬を受け取って作成されています。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