

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

中西製作所

5941 東証スタンダード市場

[企業情報はこちら >>>](#)

2026年6月15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. 業績動向	01
2. 中長期の成長戦略	01
■ 会社概要	02
1. 会社概要	02
2. 事業体制	03
■ 事業概要	04
1. 事業概要	04
2. 自社製品	04
3. 対象マーケット	05
4. 市場と強み	05
■ 業績動向	07
1. 2026年3月期の業績動向	07
2. セグメント別の業績動向	08
3. 2027年3月期の業績見通し	09
■ 中期経営計画	10
1. 長期ビジョン	10
2. 中期経営計画	12
3. 投資計画	14
■ 株主還元策	15
1. 配当政策	15
2. 株主優待制度	16

中西製作所

2026年6月15日(月)

5941 東証スタンダード市場

<https://www.nakanishi.co.jp/ir/>

要約

2026年3月期は大幅増益。 2027年3月期は減益予想も上振れ余地を残す

中西製作所<5941>は、業務用厨房機器製造販売事業及び不動産賃貸事業を展開している。中核をなす厨房機器事業では、学校給食や外食産業、病院・福祉などをターゲットに、洗浄機や調理機といった自社製大型機器を全国の営業・物流・生産ネットワークを通じて供給している。同社は、提案から設計、施工、開設支援、アフターサービスまでを一貫提供できる体制を強みとしており、全国をカバーする営業力と蓄積してきた技術力がその背景にある。また、大規模施設における大量調理機器を得意とし、給食センターの主要4エリアを自社製品で構成できる点や、配送ルートのプランニング力、工場稼働の平準化によるコストコントロールが差別化要因となっている。少子化に伴い学校給食の集約・大型化が進むと見られるなか、同社の厨房機器に対する需要は引き続き強い傾向にあると言える。

1. 業績動向

2026年3月期の業績は、売上高が41,008百万円(前期比2.7%増)、営業利益が3,049百万円(同15.9%増)と好決算となった。学校関連及び外食関連の受注が好調となったことから、売上高は過去最高を更新した。また、価格改定や生産効率の改善により売上総利益率が向上し、先行投資で増加した販管費をカバーしたことで、営業利益は大幅増益となった。なお、期初予想と比べて業績が超過達成となった背景には、生産効率の改善が想定以上に進んで売上総利益率が高水準になったことなどが挙げられる。2027年3月期業績について、同社は売上高41,200百万円(前期比0.5%増)、営業利益2,400百万円(同21.3%減)を見込んでいる。前期の売上総利益率が高水準であったことなどが減益予想の理由だが、同社の例年の予想傾向から、やや保守的な想定を置いているものと見られる。

2. 中長期の成長戦略

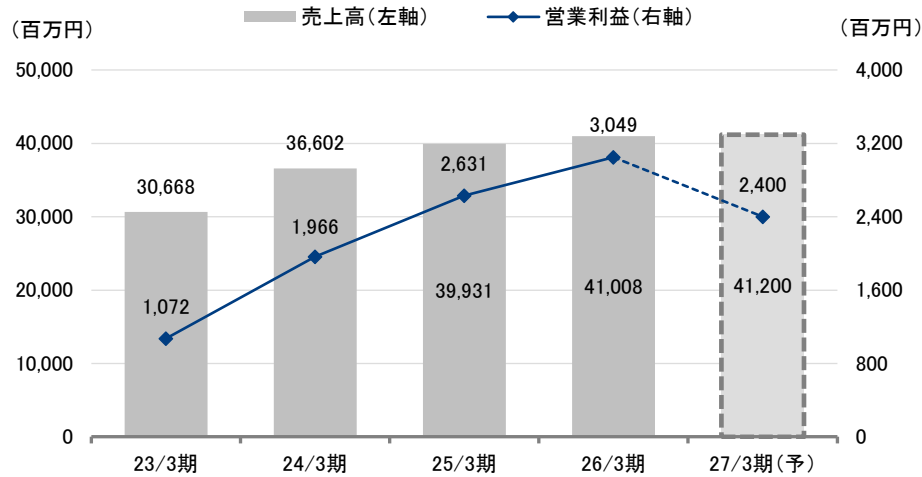
同社は「厨房エンジニアリングのリーディングカンパニー」として、チャレンジ精神と高い技術力で食の未来を創造し、関わる人すべてに笑顔と健康を届けるという長期ビジョンを設定し、2036年3月期売上高500億円を目指している。また、長期ビジョンに基づいた中期経営計画(2025~2027年度)を策定し、学校や病院などトップシェア領域と中食・食品加工や海外などチャレンジ領域をターゲットに、2028年3月期に売上高420億円、経常利益28億円の達成を目指している。そのため、新たな挑戦に向け人材と組織の力を高め、さらなる飛躍に向けた基盤づくりを進める基本方針を制定した。初年度の2026年3月期に経常利益が目標を上回ったものの、同社は高水準となった売上総利益率が落ち着く2027年3月期を起点に、改めて目標達成を目指す。

Key Points

- ・ 2026年3月期は過去最高の売上高を更新。生産効率化などにより大幅増益を達成
- ・ 2027年3月期は保守的に減益を見込むも、業績上振れの余地を残す
- ・ 給食や中食・外食を強化し、2036年3月期に売上高500億円を目指す
- ・ 2028年3月期に経常利益28億円を目指す。設備投資は50億円へ大幅に増額

要約

業績推移



出所：決算短信よりフィスコ作成

会社概要

大型給食施設向け等で厨房業界をけん引。全国の営業網と業務提携により成長を推進

1. 会社概要

同社は業務用厨房機器の総合メーカーである。厨房エンジニアリングのリーディングカンパニーとして、大型給食施設向け大量調理機器を主力領域としている。学校給食と外食産業を最重要ターゲットに据え、病院・福祉給食、事業所給食、食品加工など多岐にわたる市場に向けて、食器洗浄機や食器消毒保管機、加熱調理機、炊飯システムなどの自社製品を提供することで、厨房周辺を総合的にサポートする体制を構築している。同社は、戦後の厳しい食糧事情のなか、創業者の中西延吉(なかにしのぶよし)氏・甚吉(じんきち)氏の兄弟が「将来の担い手である子どもたちに栄養価の高い給食を提供したい」との目的から立ち上げた中西商會を前身としている。この創業時の精神は、「いただきますの未来をつくる」という現在のコーポレートスローガンの礎となっており、同社の持続的な成長を支える原動力となっている。現在は、食の外部位化が進むなか、「栄養」から「おいしい」「安全」「衛生」「健康」などへと変化するニーズを取り込むことで製品開発力の強化と新市場の開拓を進め、人々の社会生活の多様化に対応できる「食文化のコーディネーター」として、食生活における新たな価値の創造に取り組んでいる。

中西製作所

2026年6月15日(月)

5941 東証スタンダード市場

<https://www.nakanishi.co.jp/ir/>

会社概要

主な会社沿革

年	概要
1946年	中西延吉・基吉兄弟で「中西商会」を創業 給食用アルミ食器販売を始める(後に衛生食器として特許取得)
1958年	株式会社中西製作所を設立(大阪市)
1971年	日本マクドナルド(株)と取引開始
1986年	奈良工場完成
1994年	三重物流センター完成
1996年	大阪証券取引所市場第2部上場
2013年	東京証券取引所と大阪証券取引所の統合に伴い、東京証券取引所市場第2部に株式を上場
2015年	東京本社、大阪本社の2本社制へ移行
2018年	群馬県伊勢崎市に群馬工場を新築
2019年	東海地方中心に製菓・製パン機器などを販売する(株)アイチ製菓機械をグループ化
2022年	厨房向けシンクなどの板金製品の製造に長けている(有)三協機設をグループ化 東京証券取引所の市場区分の見直しにより、東京証券取引所市場第2部からスタンダード市場へ移行

出所：有価証券報告書、同社ホームページよりフィスコ作成

2. 事業体制

同社は、東京と大阪に2つの本社を構え、全国9支店、43営業所、そして各地の代理店・販売店からなる営業体制で全国を網羅している。この広範なネットワークを基盤に、時代の流れや市場ニーズを捉えた製品・システムの開発を進め、「食文化のコーディネーター」として顧客の多様な要望に応えながら、食生活における新たな価値創造に取り組んでいる。生産拠点としては、奈良県と群馬県の2つの自社工場がある。1986年に開設した奈良工場では食器洗浄機器や炊飯機器、調理機器などを生産し、2018年に開設した群馬工場では食器消毒保管機器、加熱機器などを生産している。三重県には物流センターを設置している。なお、自社工場と物流センターについては、再編を検討している。

同社は事業体制を強化するため、新製品開発や販路開拓などを目的にM&Aやアライアンスを積極的に進めている。2018年に製菓・製パン向けの事業を展開する(株)アイチ製菓機械を、2022年に厨房向けシンクなどの板金製品の製造に強みを持つ(有)三協機設をそれぞれグループ化した。2024年には、キッチンレス社食に強みを持つ(株)ノンピ(現 ボンディッシュ(株))と、介護施設や病院での配膳、食品工場での点検などを行うロボットの開発に向けてロボットスタートアップのugo(ユーゴー)(株)に資本参加した。2025年には、飲食店の仕込み作業やレシピ開発を代行する(株)シコムールフードテックと、消費者向け日用品メーカーのレック<7874>と資本業務提携を実施した。特にレックとの資本業務提携では、業務用の同社と家庭用のレックが補完関係にあるため大きなシナジーが期待される。顧客の利便性が高まるほか、同社にとっては家庭用市場、レックにとっては業務用市場への進出に向けた足がかりとなる見込みである。

■ 事業概要

学校給食でトップクラスのシェア。 大規模施設向け大量調理機器と一貫体制が強み

1. 事業概要

同社は、業務用厨房機器製造販売事業と不動産賃貸事業の2つを展開している。2026年3月期において、業務用厨房機器製造販売事業は売上構成比99.8%、営業利益構成比98.4%と業績の大半を占める。このうち自社製品の売上構成比は84.5%で主力製品は食器洗浄機、食器消毒保管機、加熱調理機、炊飯システムなど、商品は15.2%で什器備品調理機器やステンレス機器などとなっている。売上総利益率は商品に比べて製品のほうが7~8ポイント高くなっている。主力部門の学校給食の納期が夏季と年度末に集中するため、売上高は第1四半期と第3四半期に比べて第2四半期と第4四半期、特に8月と3月に多くなる傾向がある。このため、コストコントロールの難易度が高い事業と言える。なお、不動産賃貸事業では、東京都中央区に所有するオフィスビルの一部フロアを賃貸している。

2. 自社製品

同社の製品は、学校給食センターや病院・福祉施設、事業所、外食、食品工場など、大量調理をする厨房向けが中心である。大量調理に対応できる厨房全体のシステム構成に強みがあり、衛生管理や省人化、省力化、省エネ、省資源のノウハウを蓄積している。

食器洗浄機では、学校給食センター向け大型洗浄機「NAWシリーズ」や、単独校や病院向け「EO型洗浄機」、外食産業向け「SMARTwasherシリーズ」、容器洗浄機など多様な製品を展開している。なかでも「NAW-PATA」は、食器をカゴに入れたまま強力な洗浄ノズルで食器間に隙間をつくりながら連続洗浄する機能を備えている。食器をカゴから出し入れする手間を省き、必要な人数と洗浄スペースを最小限に抑えるシステムであり、人手不足を背景に需要が高まり、採用が進んでいる。また、水の再利用による節水や断熱による熱効率の向上など省エネも実現している。食器・容器の衛生を保つ食器消毒保管機器は、標準式、カートイン式、コンテナ式など用途に合わせたラインナップがある。

加熱調理機では、業界に先駆けて連続式過熱水蒸気オープンを開発・発売し、コンビニエンスストア向けをはじめとする食品の品質向上や食感の維持に寄与している。近年では殺菌効果も確認され、産学連携で野菜調理などへの応用研究を進めている。小型化も進め、卓上型過熱水蒸気オープン「DEECO」も開発した。炊飯システムは、炊飯の前工程、本工程、後工程を自動制御し、食数や設置条件に合わせてカスタマイズが可能である。白飯や炊き込みご飯、混ぜご飯、寿司飯にも対応できるため、学校給食センターのほか、コンビニエンスストアからの引き合いも堅調に推移している。加えて、おにぎりや寿司などの米飯が普及している諸外国への輸出も見込んでいる。

中西製作所

2026年6月15日(月)

5941 東証スタンダード市場

<https://www.nakanishi.co.jp/ir/>

事業概要

主要製品例

カゴごと洗淨機「NAW-PATA」



卓上型過熱水蒸気オーブン「DEECO」



出所：同社ホームページより掲載

3. 対象マーケット

同社が対象としているマーケットは、学校給食、病院・福祉給食、事業所給食、外食産業、食品加工など多岐にわたる。売上構成比は学校給食が50%程度、外食が30%程度、病院・福祉給食が10%程度となっている。

このうち祖業である学校給食は、食器洗淨機や食器消毒保管機など自社開発製品が多く、顧客の多様なニーズに対してカスタマイズが可能で収益性が高い。また、ノウハウを生かした調理場作業の効率化などの提案に加え、安全でおいしい食事の提供に向けた衛生管理などソフト面での提案も行っている。こうした実績や提案力を背景に、同社は全国の学校給食センターにおいてトップクラスのシェアを獲得している。病院や福祉施設では、合理化を背景に給食委託会社がセントラルキッチンでの調理を増やしているため、同社は給食委託会社への営業を強化している。学校や公立病院は一般的に納品の数年前に入札が行われるため、売上高の予測精度が比較的高い傾向にある。

大手外食産業では、日本マクドナルドホールディングス<2702>などの全国チェーンの店内厨房設計やセントラルキッチンに強みがある。特にセントラルキッチンは、同社が強みを持つ大量調理機器のノウハウを適用できるため、積極的に営業を展開している。大手外食チェーンは明確な出店計画を策定しているため、1年先の売上高に関する予測精度は比較的高いと見られる。社食など事業所給食については、労働環境改善に伴う改修がビジネスチャンスとなる一方、自社製品比率の低いカフェテリア方式の増加や、コンビニエンスストアや弁当店でのランチ需要の拡大などを背景に市場環境は厳しさを増している。このため同社は、コンビニエンスストアのベンダー工場への営業攻勢を強めるとともに、ボンディッシュのキッチンレス社食と連携してカバーする方針である。

4. 市場と強み

厨房機器の市場には、同社と同規模クラスの企業が6社ほどある。しかし、各社ともホテル、レジャー産業、外食産業の小型店など特定の分野に注力しているため、市場における一定の棲み分けが進んでいると見られる。

中西製作所

2026年6月15日(月)

5941 東証スタンダード市場

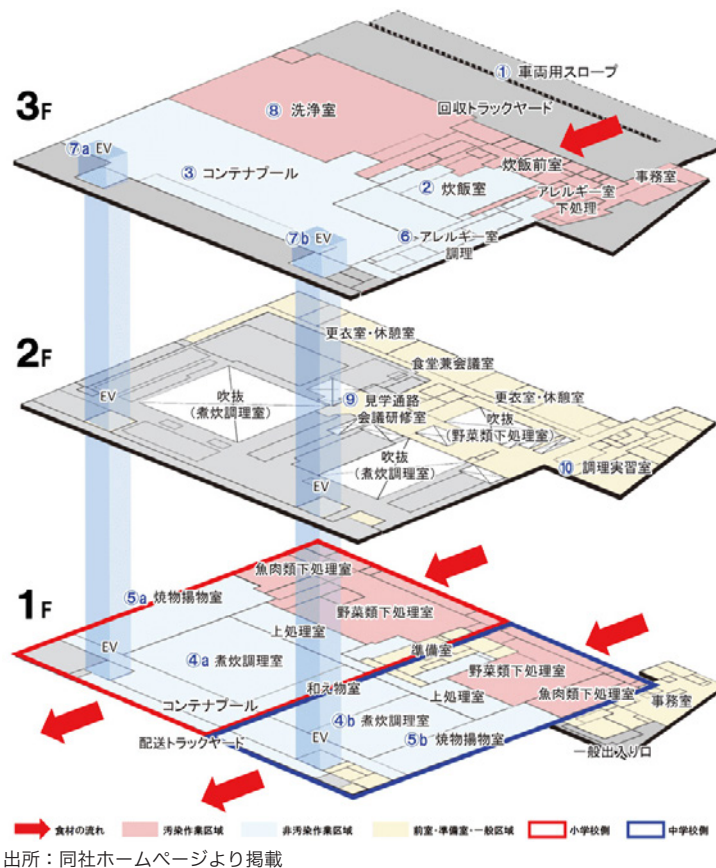
<https://www.nakanishi.co.jp/ir/>

事業概要

同社は、学校給食センターなどの大規模施設における大量調理機器を得意とし、製造や販売にとどまらず、提案から設計、施工、開設支援、アフターサービスまでを一貫して提供できる体制に強みがある。特に大規模な給食センターにおいては、設計段階から関与している。また、同社には、センター全体の面積の4割程度を占める食器洗浄・食器保管、連続自動炊飯、連続加熱調理という主要4エリアを自社製品で構成できる優位性がある。給食センターには調理後2時間以内に喫食するなどの時間的制約があり、同社が有するトラックの配送ルートを含めたプランニング能力も差別化要因になっている。児童数の減少という懸念はあるものの、今後は給食室の統廃合に伴う大規模センターへの集約が見込まれており、大量調理向けの厨房機器に強みを持つ同社にとって事業環境の追い風となる可能性がある。

こうした強みの背景にあるのが、全国をカバーする営業力と、パイオニアとして自社で企画～開発～製造～販売～改善・品質管理という製品開発サイクルを持続することで蓄積してきた技術力である。技術的な強みの一例として、産学連携で開発した「ファインバブル」や「二流体ノズル」といった新技術があり、学校給食センター向け大型洗浄機に取り入れたことで、洗浄力の向上とランニングコストの削減を同時に実現した。このほか、連続式過熱水蒸気オープンや卓上型過熱水蒸気オープン「DEECO」、炊飯システムなどでも技術力を発揮している。加えて、様々な調理現場に合わせる必要があるため機器には特注品が多く、また納品が8月と3月に偏ることから、製造計画や収益管理の難易度は高いものの、工場の稼働率を平準化するノウハウなどのコストコントロール力が同社の競争優位性を支えている。

学校給食センター例(府中市、多層階)



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.

中西製作所

5941 東証スタンダード市場

2026年6月15日(月)

<https://www.nakanishi.co.jp/ir/>

業績動向

2026年3月期は過去最高の売上高を更新、 生産効率化を主因に大幅増益を達成

1. 2026年3月期の業績動向

2026年3月期の業績は、売上高が41,008百万円(前期比2.7%増)、営業利益が3,049百万円(同15.9%増)、経常利益が3,169百万円(同13.6%増)、当期純利益が2,210百万円(同22.3%増)と好決算となった。特に売上高は過去最高を更新、期初予想に対しても売上高で1,008百万円、営業利益で1,049百万円の超過達成となった。

2026年3月期の業績

(単位：百万円)

	25/3期		26/3期		前期比
	実績	売上比	実績	売上比	
売上高	39,931	100.0%	41,008	100.0%	2.7%
売上総利益	9,878	24.7%	10,787	26.3%	9.2%
販管費	7,246	18.1%	7,738	18.9%	6.8%
営業利益	2,631	6.6%	3,049	7.4%	15.9%
経常利益	2,789	7.0%	3,169	7.7%	13.6%
当期純利益	1,807	4.5%	2,210	5.4%	22.3%

出所：決算短信よりフィスコ作成

日本経済は、雇用・所得環境の改善やインバウンド需要の増加が内需を押し上げた一方で、ウクライナ情勢の長期化や中東地域をはじめとする地政学リスクの高まりに加え、物価上昇の継続による景気減速懸念もあり、先行きは不透明なまま推移した。このような環境下、同社は総合厨房機器メーカーとして、食中毒や異物混入問題といった「食の安全・安心」という基本的課題に真摯に向き合い、労働人口減少社会にも対応できる自動化・省力化を突き詰めた製品の開発に努め、また様々な顧客ニーズに対応した厨房機器・厨房システムの提案を進めることで、業績の向上に取り組んだ。この結果、売上面では、学校関連及び外食関連の受注が好調となったことから増収となった。自社製品の動向としては、販売を開始した食品殺菌装置「SVP-1」や、受注を開始した「連続式過熱水蒸気調理機SVロースターワイド」、ラインナップに追加した容器洗浄機などの導入が進んだ。また、カゴごと洗浄機「NAW-PATA」が人手不足を背景にシェアを拡大したほか、今後の成長が期待されるコードスキャン式計量記録装置「ハカレコ」への問い合わせも大幅に増加した。

利益面では、価格改定や生産効率の改善が奏功し、売上総利益率が向上した。特に8月と3月に納品が集中することに対して、年間を通じて稼働を平準化するノウハウをうまく発揮したことで、学校給食分野において入札時と比較して高騰しているコストを吸収した。なお、価格改定については他社も同様に実施していることから、同社の市場競争力への影響は限定的と見られる。一方、販管費は持続的な成長基盤の構築に向けた先行投資を戦略的に強化した結果、売上高の成長率を上回る増加率となったが、売上総利益率の向上で吸収したことで、営業利益は大幅な増加となった。なお、期初予想に対して売上高と各利益が超過達成となった要因は、外食産業向けをはじめ一般的に売上高が上振れたことに加え、生産効率の改善が想定以上に進展したためである。

中西製作所

2026年6月15日(月)

5941 東証スタンダード市場

<https://www.nakanishi.co.jp/ir/>

業績動向

同社が実施した先行投資の主な内訳は、新卒採用・研修及び試験研究費の増加が挙げられる。2026年3月期の新卒採用については、前期比3倍増となる48名を獲得した。さらに研修期間を従来の1ヶ月から15ヶ月へ延長し、全国規模の事業展開に対応できる人材を育成する目的から、営業所や工場など2ヶ所の転勤を伴う研修を実施することで、将来の戦力として段階的に育成する体制を敷いている。2027年3月期の採用へ向けには、学校給食シミュレーションゲーム「給食マスター！」を使用した体験型ゲーム採用や大学学食のトレイ広告を用いた採用活動を展開している。試験研究費については、完了したプロジェクトが少ない一方で、継続・新規の稼働プロジェクトの増加が負担増の要因となっている。また、長期ビジョンに基づく「未来の厨房・セントラルキッチン」に向けた機器の開発なども進めつつ、人材採用は2年～3年先、試験研究はさらに先の効果を期待した投資を進めている。一方で、物流増や運賃上昇に伴って送料が高騰しているものの、DXを活用した効率化により、固定費の肥大化を抑制する筋肉質な事業体質の構築が進んでいる。

2. セグメント別の業績動向

セグメント別では、業績の大半を占める業務用厨房機器製造販売事業が売上高40,907百万円(前期比2.7%増)、セグメント利益3,001百万円(同16.4%増)、不動産賃貸事業が売上高101百万円(同0.1%増)、セグメント利益47百万円(同8.7%減)となった。業務用厨房機器製造販売事業のなかでも分野別では、学校及び外食関連の受注が好調に推移した。

セグメント別業績

(単位：百万円)

<売上高>	25/3期		26/3期		前期比
	実績	売上比	実績	売上比	
業務用厨房機器製造販売事業	39,830	99.7%	40,907	99.8%	2.7%
製品売上高	33,955	85.0%	34,654	84.5%	2.1%
商品売上高	5,874	14.7%	6,252	15.2%	6.4%
不動産賃貸事業	101	0.3%	101	0.2%	0.1%
(参考) マクドナルド向け	5,236	13.1%	4,829	11.8%	-7.8%

<セグメント利益>	25/3期		26/3期		前期比
	実績	利益率	実績	利益率	
業務用厨房機器製造販売事業	2,579	6.5%	3,001	7.3%	16.4%
不動産賃貸事業	51	51.2%	47	46.7%	-8.7%

出所：決算短信よりフィスコ作成

中西製作所 | 2026年6月15日 (月)

 5941 東証スタンダード市場 | <https://www.nakanishi.co.jp/ir/>

業績動向

分野別業況の詳細は、学校については、大型案件中心に予定どおり売上高は微増となり、コストダウンや稼働率の平準化によって物価上昇を抑えたため大幅増益を確保した。大型案件に強みを持つうえ、全体をパッケージ化した提案によってコンペにおける成約率が高まっていると見られ、受注も好調に推移した。病院・福祉向けは、2年前に需要のピークがあった反動から微減収となったものの、専門部隊の増員により受注は堅調に推移しており、今後は売上高の拡大へとつながることが期待される。事業所向けは、福利厚生の実施を背景に社員食堂の需要が回復するなか、キッチンレス社食に対するニーズが増加している。これに伴い、ボンディッシュと提携したセントラルキッチン方式が伸長し、売上高は好調に推移したほか、受注も順調に推移していると見られる。外食向けは売上高が横ばいとなったが、マクドナルド事業部の業績が減収となった分を、ほかのチェーンの伸びでカバーした。受注については、チェーン店の出店計画から順調に進んでいる。なお、マクドナルド向けの減収については、顧客側の投資判断の時期が後ズレしたためと見られ、2027年3月期は復調に向かうとの見方である。中食・食品加工向けは、ベンダー（製造工場）の建設は活発であるものの、病院福祉施設の建設計画が不透明で売上高は微減となり、受注も想定しにくい状況である。海外市場は、売上高は横ばいだがまだシェアが小さく、今後注力していく。

2027年3月期は保守的に減益を見込むも、業績上振れの余地を残す

3. 2027年3月期の業績見通し

2027年3月期業績について、同社は売上高41,200百万円（前期比0.5%増）、営業利益2,400百万円（同21.3%減）、経常利益2,500百万円（同21.1%減）、当期純利益2,000百万円（同9.5%減）と見込んでいる。前期の売上総利益率の高水準を一時的と見ており、先行投資が継続することから減益予想となった。しかしながら、同社の期初予想は例年どおり保守的な前提に基づいていると見られる。

2027年3月期の業績見通し

（単位：百万円）

	26/3期 実績	27/3期		増減率 前期比
		売上比	予想 売上比	
売上高	41,008	100.0%	41,200 100.0%	0.5%
営業利益	3,049	7.4%	2,400 5.8%	-21.3%
経常利益	3,169	7.7%	2,500 6.1%	-21.1%
当期純利益	2,210	5.4%	2,000 4.9%	-9.5%

出所：決算短信よりフィスコ作成

国内外の経済環境は、ウクライナ情勢の長期化や中東地域の不安定化など地政学リスクが継続するなか、世界的なインフレ動向や金融政策の影響などにより、引き続き不透明な状況で推移するものと見込まれている。このような環境下、同社は、近年の技術革新とともに注目が集まっているフードテック※への意識の高まりを捉え、従来から推進している省人化や業務効率化に向けた研究開発を一段と強化し、衛生面に配慮した自動化厨房システムの提案を積極的に展開する。また、中期経営計画に従って、群馬工場の増築や老朽化した大阪本社と奈良工場の移転なども検討している。さらに、国連で採択されたサステナブル（持続可能）な社会を目指したSDGsの課題目標の達成に寄与するため、環境にも配慮した省エネタイプの製品開発にも注力する考えである。

※ AIなど最先端テクノロジーによって食の問題を解決し、食の可能性を広げる技術。

中西製作所

5941 東証スタンダード市場

2026年6月15日(月)

<https://www.nakanishi.co.jp/ir/>

業績動向

売上面では、このような取り組みに加え学校などの大型案件や外食の受注状況から、同社は微増収を予想している。主要販売先への深耕を図り、主力取引先である日本マクドナルドホールディングス向けの復調が見込まれるほか、短期受注の獲得も期待されるため、売上高予想について上振れの余地を残していると見られる。利益面では、納品時期に偏りのある工場稼働率を平準化することは難易度が高いため、大きく改善した前期の売上総利益率から低下する想定になっている。前期に先行投資で増加した販管費も、固定費はDXによる圧縮を見込むものの、先行投資の継続により売上高の成長率を上回る増加が続く見通しである。しかし、稼働率平準化へ向けたコストコントロールが同社の強みであること、前期も営業利益が期初の2ケタ減益予想から一転して2ケタ増益で着地した実績などを勘案すると、利益面についても会社予想は例年同様、慎重な策定であると見られる。

■ 中期経営計画

給食や中食・外食を強化し、2036年3月期に売上高500億円を目指す

1. 長期ビジョン

同社は、厨房機器の国内市場が人口減少に伴い横ばいから緩やかな縮小傾向にあると認識している。一方で、食品製造業や飲食業では人手不足の深刻化から自動化・省人化へのニーズが増大すると見ている。このため同社は、学校や病院といった主力市場でのシェア拡大に加え、人員と製品力の増強を通じて高まる自動化・省人化ニーズへの迅速な対応を進めている。こうした環境認識に対して同社は、「厨房エンジニアリングのリーディングカンパニー」として、チャレンジ精神と高い技術力で食の未来を創造し、関わる人すべてに笑顔と健康を届けるという長期ビジョンを設定した。

具体的には、主力である給食市場への厨房機器に加え、中食・食品加工などの食品エンジニアリング、海外やその他新規領域へ積極的に進出することで、厨房機器・食品加工業界をけん引する存在を目指す。その過程で、多様な顧客の要望に対応してきたチャレンジ精神と蓄積した技術力に磨きをかけ、新たな価値の創出を通じて食の未来を創造する考えである。また、顧客が満足する製品・サービスの提供に加えて、従業員が安心感と誇りを持って働ける環境づくりにも注力するなど、社内外すべてのステークホルダーに愛され信頼される企業像を確立する。こうした長期ビジョンの実行により、2036年3月期に売上高500億円の達成を目標として掲げている。

中西製作所

2026年6月15日(月)

5941 東証スタンダード市場

<https://www.nakanishi.co.jp/ir/>

中期経営計画

(1) 給食

売上構成比で6割を超える給食(学校、病院・福祉、事業所)について、主力の学校向けは、少子化に伴い7歳～18歳人口が2030年までの10年間で15%減少するとの見通しから市場縮小が懸念されている。しかし、自動化・省人化ニーズを背景に給食センターの着工は安定しており、今後も給食調理のセンター化と大規模化が進展する見込みである。特に、長期的な関係維持が可能となるPPP・PFI※方式による案件の増加が見込まれることから、同社は自動化・省人化ニーズへの対応強化とPPP・PFI案件を含む受注率向上を通じて、市場シェアの拡大を図る。

※ PPP(官民連携)は、公共事業を国や地方自治体と民間企業が連携して行う手法。PFIは、PPPの一種であり、民間の資金や経営能力、技術を活用して公共施設等の設計・建設・運営を行う手法。

病院については、再編統合による病床削減や介護施設への転換政策で病院数は横ばい、もしくは減少が見込まれるものの、大手給食事業者によるセントラルキッチン化や、中規模病院での人手不足を背景とする調理・洗浄の自動化・省人化・集約化ニーズの高まりに対応することで、売上高の拡大を図る。一方、福祉施設については、老人福祉施設の増加が見込まれるものの、100人以下の小規模施設が中心であり、同社が得意とする大型機器との親和性は限定的と見られる。事業所向けについては、テレワークの浸透や就業人口の減少により将来的な減少が予測され、コンビニエンスストアなどとの競合もあることから、大幅な需要拡大は見込みづらい状況にある。こうした各分野の市場環境を踏まえ、同社は学校と病院市場の開拓を優先する方針である。

(2) 中食・食品加工

中食・食品加工の売上構成比は5%程度だが、生産性の向上や食の簡便化志向を背景に多様なニーズが浮上している。食品工場の件数は近年減少傾向にあるものの、コンビニエンスストア向け食品工場では機器の高スペック化が進んでおり、中食需要の拡大に伴い冷凍食品工場や惣菜工場、セントラルキッチンなどの市場も拡大基調にあると見られる。このため同社は、大手コンビニエンスストア向けのベンダーやエンジニアリング会社、食品メーカーへの営業を強化するとともに、中小・中堅規模の食品工場向けには製品ラインナップを拡充し、地域密着営業を展開することで、売上の底上げを図る。

スーパーやコンビニエンスストアでは、店舗数は横ばいだが大手による寡占化が進む一方、惣菜類の生産効率向上のニーズが高まっている。このため、プロセスセンターやセントラルキッチンでの加工・調理の集約化が進んでおり、同社製品に対する需要は堅調に拡大すると見込まれる。一方、6次産業※はコロナ禍以降に事業体が減少傾向にあるものの売上高は漸増しており、商品の高付加価値化が進展している。しかし、農業経営の法人化のペースは緩やかであり、全体に占める割合は限定的となっている。このため同社は、既存技術の用途転用を模索しつつも、市場規模の観点から食品工場やセントラルキッチンの開拓を優先する方針である。

※ 農業や水産業などの1次産業が食品加工や流通販売まで行う経営形態。

中西製作所

2026年6月15日(月)

5941 東証スタンダード市場

<https://www.nakanishi.co.jp/ir/>

中期経営計画

(3) 外食

売上構成比で約3割を占める外食では、大手チェーン店の堅調な出店計画に加え、生産性向上を目的に機器の入れ替え需要が一定数見込まれる。しかし、コロナ禍からの回復やインバウンド消費拡大の恩恵がある一方で、中食(惣菜・弁当など)への需要シフトも見られ、市場全体は横ばい圏での推移にとどまる見通しである。同社は売上構成比の高い主力取引先である日本マクドナルドホールディングスに対して安定的に機器を納入しているほか、人手不足を背景とした省人化ニーズも強いいため、厨房レイアウト設計を含めたノウハウを発揮しやすい状況にある。一方、景気による需要変動や、機器設置やメンテナンスに必要な人員確保が課題となるため、他部門と協力体制を構築して人員体制を増強・整備し、売上拡大への足場固めを進める。

ホテルについては、インバウンド消費の拡大を背景に、都市部でのホテル建設、地方部での宿泊施設の高付加価値化が進んでいる。しかし、同社はホテル市場におけるシェアが低く、ホテル向けの施工ノウハウ蓄積やコスト競争力の面で課題を残している。このため、飲食店分野のノウハウを活用しつつ、ホテル分野の開拓を徐々に進める方針である。

(4) 海外

売上構成比が1%に満たない海外は、コロナ禍が明けても市場の動きが鈍く、日本製機器の需要拡大は想定を下回る推移となった。しかし、難易度が高いとされていた代理店・販売店を7ヶ国10社開拓したほか、重点製品についてはEU(欧州連合)加盟国の基準を満たすCEマークを取得した。また、卓上型過熱水蒸気オープン「DEECO」の展示会出展を通じて、特に欧州で「過熱水蒸気による調理」への関心を喚起した。足元の市場環境は厳しいものの、将来的な需要獲得を見据えて現地法人の設立など海外体制のさらなる充実を図り、各製品の海外市場対応を進める。

2028年3月期に経常利益28億円を目指す。 設備投資は50億円へ大幅に増額

2. 中期経営計画

(1) 中期経営計画の概要

こうした長期ビジョンの実現に向け、同社は人と組織の力を高め、新たな挑戦を通じてさらなる飛躍に向けた基盤づくりを進め、学校・病院などのトップシェア領域および中食・食品加工分野、海外といったチャレンジ領域を拡大する方針を掲げた。これに伴い策定した中期経営計画(2025~2027年度)では、最終年度となる2028年3月期に売上高420億円、経常利益28億円を達成する目標を据えている。なお、中期経営計画初年度の2026年3月期に経常利益が31億円と目標を上回ったが、同社はコントロールの難しい稼働率の平準化が想定以上に進展したことで売上総利益率が一時的に改善したものと分析しており、それを反映する形で2027年3月期の経常利益を25億円と慎重に予想している。このため、中期経営計画の目標を変えずに、2027年3月期を起点に改めて達成を目指す考えである。

中西製作所

2026年6月15日(月)

5941 東証スタンダード市場

<https://www.nakanishi.co.jp/ir/>

中期経営計画

中期経営計画の基本方針は、トップシェアを維持する学校給食市場に加え、病院市場でも長期的にトップシェアを獲得することで、両領域におけるリーダーポジションの確立を図るというものである。さらに中食・食品加工分野で国内を攻略すると同時に、海外市場への本格展開や周辺領域・新領域の模索・進出のための準備を行う。M&Aやアライアンスも検討し、次期中期経営計画(2028~2030年度)での新たな収益柱の確立に向けて積極的に取り組む方針である。また、給食分野と中食・食品加工分野の成長基盤として、人材確保や育成を中核に据えた組織力の向上を図る。こうした基本方針の実現へ向け、重点戦略として、1) 営業体制強化とスキル向上による主要分野(学校、病院、中食・食品加工、外食)でのシェア拡大、2) 次期中期経営計画以降も見据えた製品競争力の強化、3) メンテナンス事業の拡充・売上拡大、4) 生産能力及び生産性の向上、5) 周辺分野の探索・進出準備、6) 長期ビジョン実現に向けた人材への積極投資、7) 海外市場への本格展開準備、8) 売上高500億を見据えた広報・マーケティング施策の拡充を展開する考えである。各種重点戦略の進捗状況は、現状においておおむね順調に推移していると見られる。

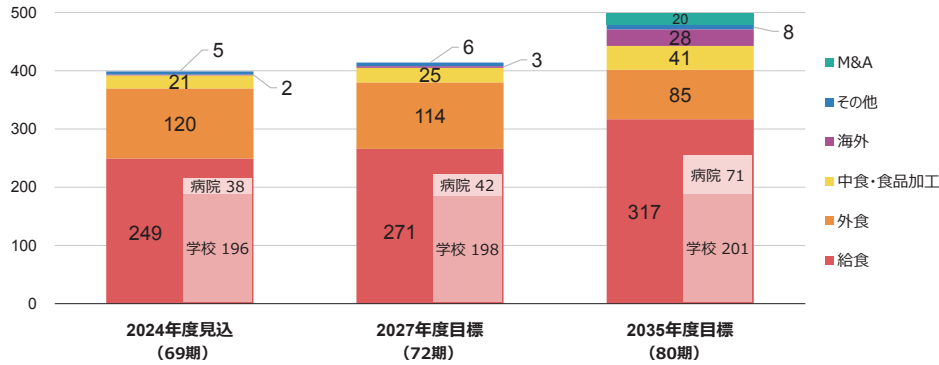
(2) 分野別シナリオ

分野別シナリオとして、給食分野では外部連携などを積極的に推進する。外食分野は人員体制を強化するとともに、景気変動に伴う収益への影響は給食や中食分野の収益でカバーする方針である。また、仕込みやレシピ開発の代行といった差別化された事業を通じて、新たな顧客層を開拓する。中食・食品加工では、製品ラインナップを拡充し、スーパーやコンビニエンスストアに加え、食品工場やコンビニエンスストアのベンダーへの営業を強化する。6次産業の小規模食品工場に対しても、過熱水蒸気調理器や野菜殺菌装置などを提案していく。海外は、現地代理店・販売店の獲得に加え、現地での大型機械のメンテナンス体制構築に向けて、現地法人の設立など地域に密着した展開を長期的な視点で検討を進める。分野全般で、必要であればM&Aやアライアンスによって仕入やノウハウも強化するとしている。

この結果、2028年3月期分野別売上高は、給食分野271億円(2025年3月期比8.8%増)、外食分野114億円(同5.0%減)、中食・食品加工分野25億円(同19.0%増)を見込む。海外分野は事業規模こそまだ小さいものの、同50.0%増の3億円を計画している。分野別目標設定に加え、目標達成に向けてKPIを設定した。営業面では、営業体制を強化して店所売上高300億円、顧客が重要視するメンテナンスの品質をさらに向上することでメンテナンス売上高47億円の達成を見込む。生産面では労働生産性10%改善、製品納期遵守率100%を掲げるほか、開発面では製品開発着手数8件、企業・大学・研究機関との提携数15件を目指す。管理面では採用計画人数の9割を確保し、エンゲージメントスコア55.0以上の実現へとつなげる。新卒採用については、例年の15~20人から2028年3月期には40名の獲得を掲げているが、初年度に当たる2026年3月期において既に48名を採用した実績を持つ。

中期経営計画

中長期売上高目標



出所：中長期経営計画 (2025～2027年度) より掲載

3. 投資計画

中期経営計画の達成と長期ビジョンの実現に向けて、設備投資を前中期経営計画の10億円から、現中期経営計画50億円、次期中期経営計画50億円へと強化する方針である。現中期経営計画では、群馬工場の増築(総投資額35～36億円、増築完了は2026年11月を予定)と同工場内の東日本物流倉庫新設のほか、生産管理システムの全面更改(5年周期で数億円規模の投資を行い、生産・販売システムを交互に刷新する定期計画の一環)、大阪本社及び倉庫の移転、海外向けショールームの開設なども計画している。次期中期経営計画では、奈良工場の移転と三重物流センターの統合(物流の全国2拠点体制化)、テストキッチンを備えた研究開発棟の新設、海外拠点の拡充、基幹システム再構築などを予定している。IT化やDX推進といったデジタル戦略や事業体制を強化するM&Aやアライアンスも、中期経営計画に組み込まれているが、デジタル戦略は重点戦略を推進する上での前提となるほか、M&Aやアライアンスの実行は適宜(随時)判断するため、現時点で詳細の公表は見送っている。

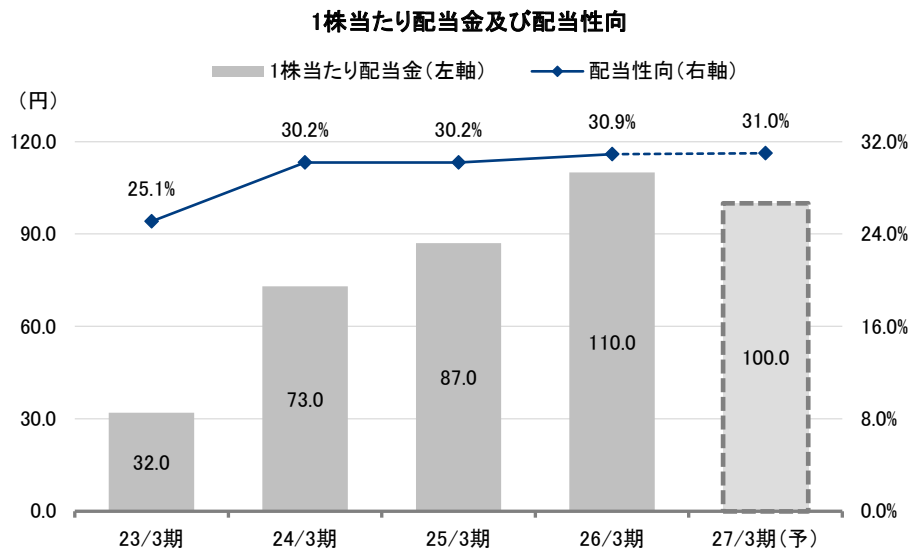
投資の成果として収益が拡大すれば、株主をはじめ、すべてのステークホルダーを対象として、社会への還元を厚くする方針である。同社は前中期経営計画において、企業版ふるさと納税の積極活用や従業員の処遇を平均10%アップという形で還元した。現中期経営計画では、資本業務提携の見直しや政策保有株式の有効活用もを行い、顧客満足度や従業員エンゲージメントの向上、中小企業との共存共栄のためのパートナーシップ推進に活用していく。次期中期経営計画では、地域コミュニティへの還元やDXによる業務効率の改善など、CSR(企業の社会的責任)を実現しつつ時代に合わせた各種還元策を実施する考えである。こうした事業活動や社会還元を通じてサステナビリティ経営に取り組み、企業価値の向上につなげていく。

株主還元策

2026年3月期は23.0円増配の110.0円を実施

1. 配当政策

同社は、株主への利益還元を重要な経営課題の1つと位置付ける一方、長期的に継続して業容を拡大し、企業体質の強化によって、安定的な経営基盤をつくりあげることも重視している。このため、財務状況、期間業績及び将来の事業展開などを加味しながら、配当性向30%をめどとした持続的な配当の継続に加え、そのほかの株主還元策の導入も検討している。内部留保金については、経営環境の変化へ機動的に対応するための資金として確保するほか、経営体質の一層の充実や今後の新技術開発、設備投資などに活用する方針である。2026年3月期の1株当たり配当金は前期比23.0円増配して110.0円とした。2027年3月期については、引き続き配当性向を重視して1株当たり配当金100.0円を予定している。なお、今後の業績動向が会社予想を上振れて推移した場合には、過去の実績と同様、期中に配当予想の上方修正が実施される可能性も考えられる。



出所：決算短信よりフィスコ作成

中西製作所 | 2026年6月15日 (月)

 5941 東証スタンダード市場 | <https://www.nakanishi.co.jp/ir/>

株主還元策

2. 株主優待制度

同社は株主優待制度を採用している。毎年3月31日を「基準日」として、「基準日」現在の同社株主名簿に同一株主番号で記載のある株主を対象に、保有株式数と保有期間に基づく優待クラスに応じて、全国のマクドナルド店舗で利用可能な同社オリジナルデザインの「マックカード」を贈呈している。優待クラスは、ブロンズ1,000円分(500円券×2枚)、シルバー2,000円分(500円券×4枚)、ゴールド3,000円分(500円券×6枚)、プラチナ5,000円分(500円券×10枚)に分けられ、贈呈時期は、毎年1回、同社定時株主総会終了後の6月下旬に発送している。

優待クラスの基準

	100株以上300株未満	300株以上
保有期間が1年未満の株主	ブロンズ	シルバー
保有期間が1年以上2年未満の株主	シルバー	ゴールド
保有期間が2年以上の株主	ゴールド	プラチナ

出所：同社ホームページよりフィスコ作成

重要事項 (ディスクレマー)

株式会社フィスコ(以下「フィスコ」という)は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行為および行動を勧誘するものではありません。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。フィスコは本レポートの内容および当該情報の正確性、完全性、的確性、信頼性等について、いかなる保証をするものではありません。

本レポートは、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、理由のいかなを問わず、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