

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 >>>

2026年10月13日 (火)

執筆：客員アナリスト

若杉 孝

FISCO Ltd. Analyst **Kou Wakasugi**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2026年6月期の業績概要	01
2. 2027年6月期の業績見通し	01
3. 中長期の成長戦略	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	04
3. 全国の販売・生産拠点	05
4. 経営環境	05
■ ESG経営	06
1. 食の安全・安心、新たな食の価値の提供	06
2. 資源の有効活用	07
3. ES向上、人財育成	07
4. 地球温暖化抑制対応	08
5. 社内外との協働	08
■ 業績動向	09
1. 2026年6月期の業績概要	09
2. 事業セグメント別の動向	11
3. 財務状況と経営指標	12
■ 今後の見通し	13
1. 2027年6月期の業績見通し	13
2. 事業セグメント別の見通し	15
■ 中長期の成長戦略	16
1. 「ICHIMASA30ビジョン」の概要	16
2. 第三次中期経営計画と重要戦略	16
■ 株主還元策	19

一正蒲鉾

2904 東証スタンダード市場

2026年10月13日 (火)

<https://corporate.ichimasa.co.jp/ir/>

要約

構造改革を通じて、 収益基盤と営業キャッシュ・フロー創出力の強化を図る

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、水産練製品業界で第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位である。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. 2026年6月期の業績概要

2026年6月期の連結業績は、売上高35,542百万円（前期比2.8%増）、営業利益611百万円（同31.3%減）、経常利益529百万円（同41.7%減）、親会社株主に帰属する当期純利益326百万円（同56.3%減）と、増収ながら大幅な減益となった。期初予想に対しては、売上高（36,200百万円）は1.8%下回ったほか、営業利益（1,100百万円）を44.4%、経常利益（1,150百万円）を54.0%、親会社株主に帰属する当期純利益（750百万円）を56.5%それぞれ下回った。売上高は、2025年3月1日納品分から実施した価格改定による販売単価の上昇に加え、主力商品の販売数量が増加したことで増収となった。一方、すり身をはじめとする原材料価格や人件費などの上昇が大きく、売上総利益は6,617百万円（同5.3%減）、売上総利益率は18.6%と前期の20.2%から1.6ポイント低下した。販売費及び一般管理費を抑制したものの、原価上昇を吸収するには至らず、営業利益率は前期の2.6%から1.7%へ低下した。

2. 2027年6月期の業績見通し

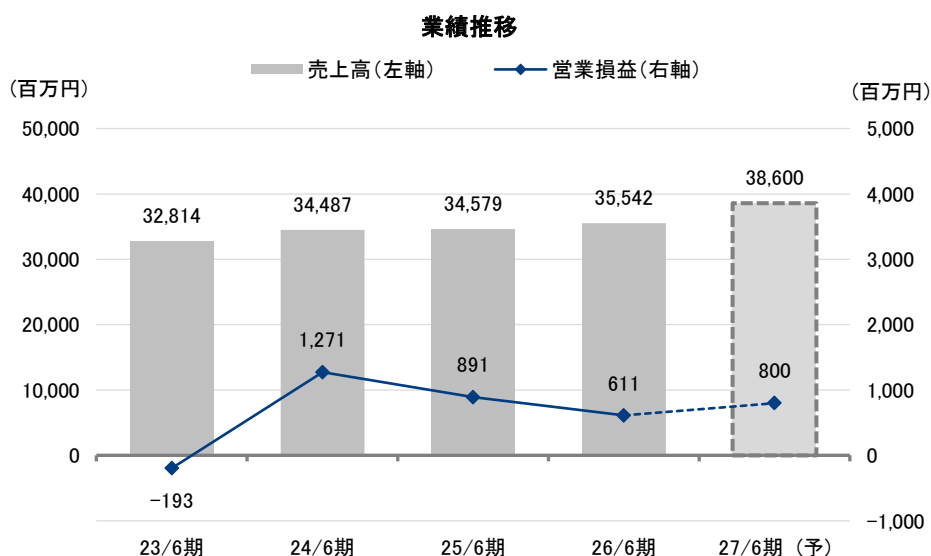
2027年6月期の連結業績は、売上高38,600百万円（前期比8.6%増）、営業利益800百万円（同30.7%増）、経常利益800百万円（同51.2%増）、親会社株主に帰属する当期純利益480百万円（同47.1%増）と、増収かつ大幅な増益を見込んでいる。営業利益率も前期の1.7%から2.1%へ0.4ポイント改善する計画だ。主力の水産練製品・惣菜事業における価格改定による販売単価の上昇と主力商品の拡販に加え、前期まで損失が続いたきのこの事業の利益転換が増益に寄与する見通しとなる。一方、主原料であるすり身価格の大幅な上昇や鶏卵価格の高止まり、中東情勢等を背景とした包装資材・エネルギー価格の上昇、物流費や人件費の増加などを織り込んでおり、利益回復は限定的なものとなる見通しだ。

3. 中長期の成長戦略

第三次中期経営計画は、2045年度（2046年6月期）のありたい姿を示す「ICHIMASA30ビジョン」の「2nd Stage 2026-2035」の前半5年間に位置付けられ、「深化の5年」をテーマとしている。2026年度（2027年6月期）から2028年度（2029年6月期）までのPhase1を「成長基盤創りの3年」、2029年度（2030年6月期）から2030年度（2031年6月期）までのPhase2を「成長軌道への2年」とし、最初の3年間で既存事業の構造改革を通じて収益基盤と営業キャッシュ・フロー創出力を強化し、生み出した原資を成長投資へ振り向けることで、その後の成長軌道への移行を目指す。2031年6月期の数値目標は、売上高450億円、営業利益20億円、営業利益率5%としており、2026年6月期実績の売上高355.4億円、営業利益6.1億円から収益力を大きく引き上げる計画である。また、2027年6月期から2031年6月期までの5期累計で152億円の営業キャッシュ・フローを創出し、ROE8.0%、ROIC6.0%を目標とする。

Key Points

- ・ 2026年6月期は主力商品が伸長するも、コスト上昇を吸収しきれず増収減益
- ・ 2027年6月期は単価上昇と主力品拡販、きのこ事業の利益転換により増益へ
- ・ 第三次中期経営計画を公表、「成長基盤創りの3年」へ突入



出所：決算短信よりフィスコ作成

一正蒲鉾
2904 東証スタンダード市場

2026年10月13日 (火)
<https://corporate.ichimasa.co.jp/ir/>

会社概要

水産練製品・惣菜事業ときのご事業を展開する食品メーカー

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・販売するきのご事業を展開する食品メーカーである。同社グループは、運送・倉庫事業を担う100%子会社の(株)イチマサ冷蔵と、インドネシアで水産練製品を製造・販売する75%子会社の合併会社PT. ICHIMASA KAIA FOODS (以下、IKF) の2社で構成されている。

2026年6月期の売上構成比は、主力の水産練製品・惣菜事業が88.1%を占める。同事業は水産練製品業界で第2位のシェアを占めている。特にカニかま商品では国内第1位のメーカーシェア※を確保しており、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を中心に製造・販売している。このほか、きのご事業(まいたけ生産量では国内第3位)は売上高の11.0%、運送・倉庫事業は0.9%を占める。

※ 日経POS情報(2025年4月～2026年3月カニ風味かまぼこカテゴリー)による。

カニかま商品群



出所：同社ホームページより掲載

会社概要

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」の心で顧客の期待や信頼に応える姿勢が取引先との信頼関係の構築につながっており、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など、従来のかまぼこ製造にとどまらない新しい技術や事業にも積極的に挑戦している。販売網は本社のある新潟県から全国へ、生産拠点も新潟県から北海道や関西へ展開し、現在は全国に販売拠点11ヶ所、生産拠点8ヶ所となっている。これらの「攻めの一正」という姿勢と、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、職人の勤による製造から、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※による生産を開始したほか、1967年には業界に先駆けて原料に冷凍すり身を採用した。これにより品質の安定化と製造工程の合理化を実現し、全国への販売網拡大の基礎を築いた。生産拠点についても、1976年の北海道小樽工場、1979年の滋賀守山工場の新設により、全国規模の配荷体制を整備した。

※ 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。

商品開発面では、1974年に初代カニかま「かに太郎」、1979年にロングセラーとなる「オホーツク」を発売し、「カニかまの一正」としての地位を確立した。1980年代には食の洋風化を捉えた魚肉ハンバーグ「バーグレディ」や、レトルト技術を活用した「調理済みおでん」を発売した。1981年に売上高が100億円、1989年には200億円を超え、日本証券業協会店頭売買銘柄として株式を店頭公開した。1996年には健康意識の高まりを背景に、現新潟県阿賀野市に栽培センターを新設してきのこ事業に参入した。2005年にはバイオ研究室を開設し、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・開発を進めた。2002年にはスナック菓子「カリッこいわし」、2008年には現在の主力商品カニかま「サラダスティック」を発売し、商品ラインナップを拡充している。

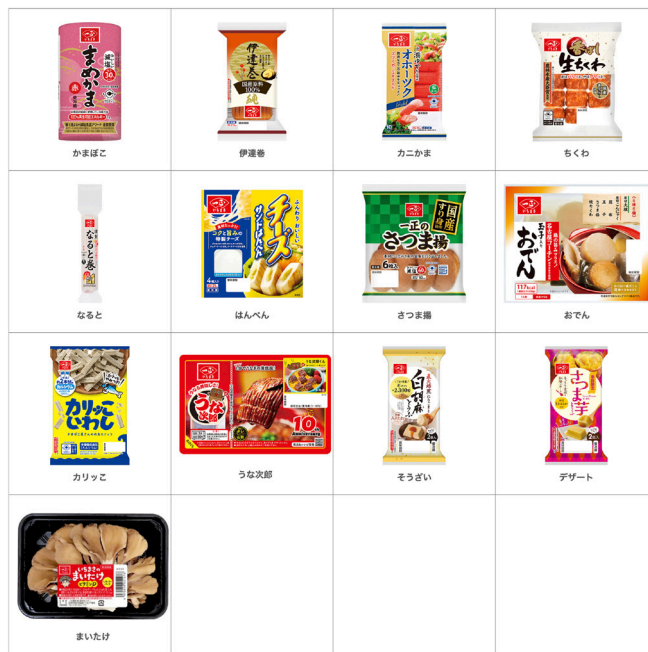
2012年に同社の売上高は300億円を超え、2014年には東京証券取引所 (以下、東証) 市場第二部への市場変更を経て、同年に同市場第一部に銘柄指定となった。2022年4月には東証の市場区分の見直しによりプライム市場へ移行したが、2023年4月の東証の規則改正に伴い2023年10月にスタンダード市場へ移行した。

2015年の創業50周年を機に、インドネシアに合弁会社PT. KML ICHIMASA FOODS (現 IKF) を設立し海外事業に本格参入した。2016年発売の「うなる美味しさ うな次郎」は、2020年に独自技術を用いて、うなぎエキスを使用せずに風味を再現する仕様へと変更した。これにより、希少資源に依存しない「うなぎフリー」の商品となった。2021年からは代替水産製品の総称として“ネクストシーフード”の展開を開始し、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」を発売した。2023年には「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した。2024年12月には、海外展開を加速するためIKFを連結子会社化した。2025年1月には創業60周年を迎えている。

一正蒲鉾 | 2026年10月13日 (火)
2904 東証スタンダード市場 | <https://corporate.ichimasa.co.jp/ir/>

会社概要

同社の主要商品



出所：同社ホームページ、同社提供画像より掲載

3. 全国の販売・生産拠点

同社は販売網として、東北・東京・中部・西日本の主要都市に支社を、そのほか地域に支店・営業所の計11拠点を設置している。各地域の市場実情に合わせ、専任営業担当が取引先とのコミュニケーションを図る体制である。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拠点体制となっている。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。市場シェア第1位の商品に対して集中投資を行い、競争優位性をさらに強固にする戦略を推進している。

4. 経営環境

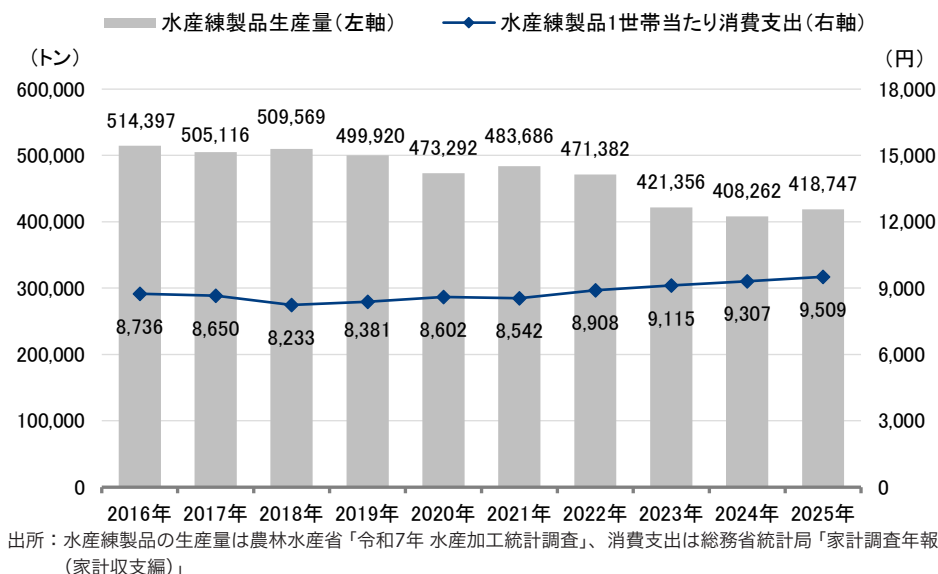
水産練製品は1975年には約100万トンを生産していたが、1977年の200海里ショック（水域制限）を契機に、以降生産量が漸減してきているのが大まかな潮流だ。2025年の生産量は418千トンと2024年比では増加となったものの、2022年の水準からは依然低迷しており、海洋環境の変化に伴う漁業生産量の低下、原料価格の上昇などによる経営規模の小さい練製品業界の経営体力の低下といった要因が複合的に影響している。1世帯当たり（2人以上の世帯）の年間消費支出金額も1992年をピークに、2002年に10,000円を割り漸減傾向にあったが、直近では2018年の8,233円を底に2025年には9,509円まで緩やかに増加してきている。この背景には、生産コスト上昇に伴う値上げ影響も当然あるだろうが、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見られ、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。

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

水産練製品の生産量・消費支出推移



ESG経営

「ICHIMASA30ビジョン」実現に向け、IWSなどの取り組み推進

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。「ES（従業員満足度）向上、人財育成」「食の安全・安心、新たな食の価値の提供」「資源の有効活用」「地球温暖化抑制対応」「社内外との協働」「透明性の高い健全経営」を重要課題として取り組んでいる。

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を管理しており、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として、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及び環境マネジメントシステムに関する国際規格ISO14001の認証は、2024年6月に全生産拠点で取得完了した。

一正蒲鉾

2904 東証スタンダード市場

2026年10月13日 (火)

<https://corporate.ichimasa.co.jp/ir/>

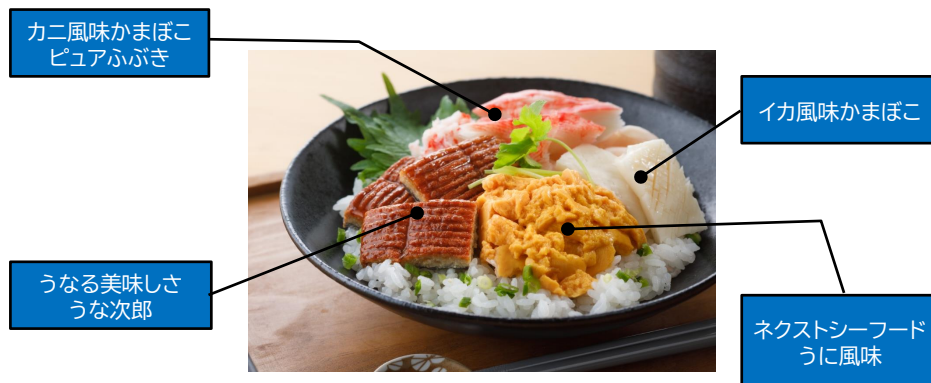
ESG経営

加えて、「モノづくり」を生かした新たな食の価値の提供にも取り組んでいる。たとえば、魚肉たんぱくを「フィッシュプロテイン」と称し、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、業界の価値向上に取り組むほか、健康志向対応で減塩商品、低脂肪・脂肪ゼロ商品のラインナップも拡充した。さらに、まいたけに多く含有するビタミンDに着目し、そ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「いちまさのまいたけ ビタミンD」に切り替えた。足元では、農薬や化学肥料などの化学物質に頼らず、自然界の力で生産された食品にのみ表示が認められる有機JAS認証(日本農林規格)を受けた「有機まいたけ」もラインナップに加えている。

2. 資源の有効活用

食品ロス削減に向けた取り組みでは、賞味期限を延長した商品の拡充を進めている。さつま揚げの徳用商品「小判てんぷら」は、冷凍保存を可能とすることで、店頭や家庭における廃棄ロスの低減に寄与している。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も注力しており、魚肉すり身などを用いた代替水産製品を“ネクストシーフード”として展開している。これまで「うなる美味しさ うな次郎」「イカ風かまぼこ」のほか、“ネクストシーフード”シリーズとして「うに風味」や「明太子風味」などを市場に投入しており、希少な水産資源に依存しない商品群の確立を図っている。そのほか、循環型のECOトレーの採用やトレーレス包装の導入により、食品リサイクル率の向上とプラスチック使用量の削減を並行して推進している。

“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の目指すべき姿を「社員が働きやすく、働きがいを持ち、人と組織が共に成長し合う企業」を実現する働き方と再定義し、同社グループ内の良好なコミュニケーションを確保するとともに、社員の協働による成長を促す。

ESG経営

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。同社は採用、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といった5つの評価項目で設定された要件をすべて満たしている。2015年には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」を取得するなど、家庭と仕事の両立支援に取り組んでいる。2023年7月からは、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と、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あり、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月には、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。CO₂排出量の削減に加え、海外輸出用商品における訴求力向上にもつながっている。

また、「カリッコ」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100%に切り替えた。一方、新潟県聖籠工場はおせちの主力工場であり、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、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。こちらも2023年7月に使用電力を再エネ電力に100%切り替えたほか、2025年4月には自家消費型太陽光発電設備を導入し、再エネ電力の約9%を自社工場へ供給可能とした。自家消費型太陽光発電の設置事業所は、2022年3月のまいたけ栽培センター（新潟県阿賀野市）、2023年4月の本社第二工場に続いて3拠点目となる。また、2026年5月よりオフサイトコーポレートPPA※を導入し、新潟県内の5工場（本社工場、本社第二工場、聖籠工場、東港工場、栽培センター）で使用する電力の一部を太陽光発電由来の再生可能エネルギー電力へ切り替えるなど、脱炭素化の動きを積極的に推進している。なお、本取り組みによるCO₂排出量削減効果は年間約1,740tになる見込みだ。

※ 電力需要施設と離れた場所に太陽光発電システムを導入し、発電した電気を送電ネットワークを経由して電力需要施設に送る電力購入契約。

5. 社内外との協働

サプライチェーン全体で法令遵守や環境保全、労働環境への配慮が求められるなか、約140社の取引先で構成される「一正やまびこ会」を通じて相互協力体制を構築している。HACCP導入などの食品安全に関する法令改正に際しては、合同勉強会を実施し、パートナーシップの強化につなげた。さらに、2023年7月には「一正蒲鉾人権方針」「一正蒲鉾サプライヤー行動規範」を制定し、サステナブルな課題に対する認識をサプライチェーン全体で共有している。

また、産官学連携による次世代技術の開発にも注力している。2022年8月からは、Umios(旧 マルハニチロ) <1333>及び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に着手した。目標としていた「生産技術の探究フェーズ」は2025年11月に完了し、2026年8月には「第2回日本培養食料学会大会」において、研究開発の成果の一例として細胞性シーフード試作品を展示している。加えて、山形大学とは3Dフードプリンターを用いた協働研究を行うなど、将来の食糧問題や多様な食ニーズに対応する新技術の探究を継続している。

業績動向

2026年6月期は主力商品が伸長するも、コスト上昇を吸収しきれず増収減益

1. 2026年6月期の業績概要

2026年6月期の連結業績は、売上高35,542百万円(前期比2.8%増)、営業利益611百万円(同31.3%減)、経常利益529百万円(同41.7%減)、親会社株主に帰属する当期純利益326百万円(同56.3%減)と、増収ながら大幅な減益となった。期初予想に対しては、売上高(36,200百万円)は1.8%下回ったほか、営業利益(1,100百万円)を44.4%、経常利益(1,150百万円)を54.0%、親会社株主に帰属する当期純利益(750百万円)を56.5%それぞれ下回った。売上高は、2025年3月1日納品分から実施した価格改定による販売単価の上昇に加え、主力商品の販売数量が増加したことで増収となった。一方、すり身をはじめとする原材料価格や人件費などの上昇が大きく、売上総利益は6,617百万円(同5.3%減)、売上総利益率は18.6%と前期の20.2%から1.6ポイント低下した。販売費及び一般管理費はEC事業の縮小などにより6,006百万円(同1.5%減)に抑制したものの、原価上昇を吸収するには至らず、営業利益率は前期の2.6%から1.7%へ低下した。

主力の水産練製品・惣菜事業は、売上高31,318百万円(前期比2.8%増)、セグメント利益751百万円(同25.4%減)となった。「サラダスティック」や「小判てんぷら」などの主力商品が好調に推移したほか、物価高や節約志向を背景に値ごろ感と汎用性の高い「はんぺん」や「ちくわ」の販売が伸長した。一方、すり身などの原材料費や包装資材・人件費・物流費の上昇が利益を圧迫し、EC事業縮小による販売費削減や効率化によるコストダウンを進めたものの減益となった。きのこ事業は、大容量パックの販売拡大や新規顧客の獲得、価格政策の強化などにより売上高3,894百万円(同3.3%増)となったが、セグメント損失は247百万円と前期の251百万円の損失から改善幅は限定的だった。販売重量・販売単価はともに上昇したものの、猛暑によるエネルギーコストの増加や包装資材・人件費・物流費などの上昇が重荷となった。さらに、親会社株主に帰属する当期純利益については、インドネシア現地法人IKFののれん減損損失約86百万円を計上したことに加え、前期に計上したIKFの連結子会社化に伴う段階取得に係る差益126百万円が剥落したことも大幅減益の要因となった。

一正蒲鉾 | 2026年10月13日 (火)
2904 東証スタンダード市場 | <https://corporate.ichimasa.co.jp/ir/>

業績動向

なお、営業利益の増減要因の詳細としては、価格改定と主力商品の販売数量増加による増収効果が9.6億円、これまで取り組んできた合理化集中投資の成果による労務費抑制に加え、「やまびこ活動」を通じた業務改善などによる効率化・コストダウン効果が3.2億円、エネルギーコストの低減効果が0.7億円、EC事業縮小などによる販売費及び一般管理費の抑制効果が0.8億円と、合計14.3億円の増益要因となった。一方、すり身をはじめとする材料費の高騰や人件費等の上昇による原価コストアップが17.2億円の減益要因となり、これらを差し引いた営業利益は前期の8.9億円から6.1億円へ減少した。合理化や経費削減による改善効果は着実に表れているものの、原材料価格を中心とする外部コストの上昇幅がこれを大きく上回った格好だ。

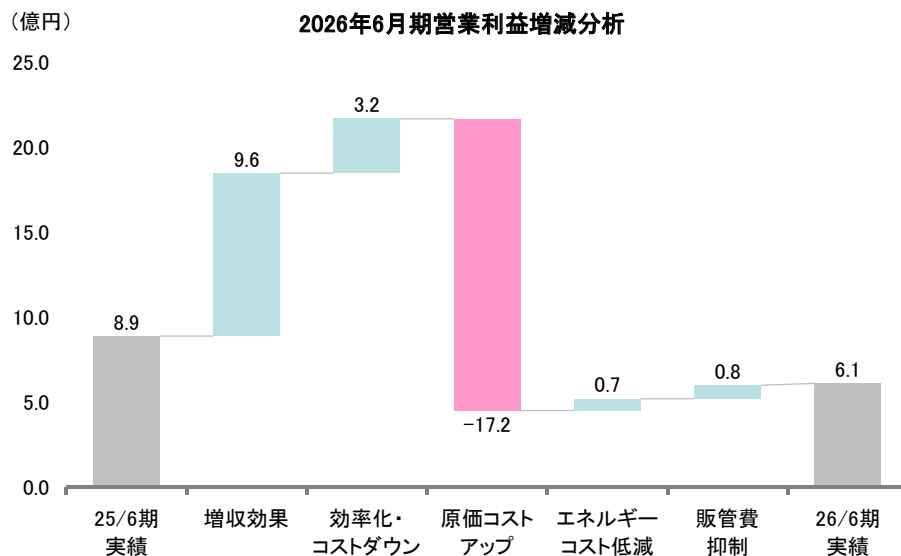
2026年6月期連結業績

(単位：百万円)

	25/6期		26/6期		前期比		期初予想	達成率
	実績	売上比・構成比	実績	売上比・構成比	増減額	増減率		
売上高	34,579	-	35,542	-	963	2.8%	36,200	98.2%
水産練製品・惣菜事業	30,469	88.1%	31,318	88.1%	848	2.8%	-	-
きのこ事業	3,769	10.9%	3,894	11.0%	125	3.3%	-	-
運送・倉庫事業	339	1.0%	329	0.9%	-10	-3.0%	-	-
売上総利益	6,988	20.2%	6,617	18.6%	-370	-5.3%	-	-
販管費	6,097	17.6%	6,006	16.9%	-91	-1.5%	-	-
営業利益	891	2.6%	611	1.7%	-279	-31.3%	1,100	55.6%
水産練製品・惣菜事業	1,007	3.3%	751	2.4%	-256	-25.4%	-	-
きのこ事業	-251	-6.7%	-247	-6.3%	4	-	-	-
運送・倉庫事業	125	37.0%	100	30.4%	-25	-20.4%	-	-
調整額	9	-	7	-	-1	-18.9%	-	-
経常利益	907	2.6%	529	1.5%	-377	-41.7%	1,150	46.0%
親会社株主に帰属する当期純利益	746	2.2%	326	0.9%	-420	-56.3%	750	43.5%

出所：決算短信よりフィスコ作成

2026年6月期営業利益増減分析



出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

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.

2. 事業セグメント別の動向

(1) 水産練製品・惣菜事業

売上高は31,318百万円（前期比2.8%増）、セグメント利益は751百万円（同25.4%減）と、増収減益となった。売上面では、2025年3月1日納品分から実施した価格改定による販売単価の上昇に加え、主力のスティックタイプのカニかまを中心に販売数量が伸長した。また、物価高に伴う節約志向や内食需要が継続するなか、値ごろ感と汎用性に優れる「はんぺん」商品群が堅調に推移したほか、おせち商品では国産原料100%の「純」シリーズが伸長し、増収に寄与した。一方、損益面では、生産性向上や継続的なコスト削減を進めたものの、主原料のすり身をはじめとする原材料費や包装資材・人件費・物流費などの上昇を吸収しきれず、セグメント利益率は前期の3.3%から2.4%へ低下した。

商品別では、価格改定後も主力商品の販売数量は堅調に推移した。「サラダスティック」は売上高が前期比107%、販売数量が同106%、「香ばし生ちくわ」はそれぞれ113%及び110%、「小判てんぷら」は140%及び134%となり、値上げ後も数量を伸ばしている。特に「小判てんぷら」は販売数量が大幅に伸長した。また、物価高を背景に手頃な価格帯で汎用性の高い「はんぺん」、節約志向による内食需要を捉えた「ちくわ」が好調だったほか、健康志向の高まりを背景に魚肉スナック「カリッコ」シリーズも伸長した。価格改定による単価上昇だけでなく、主力NB商品の数量増加が増収を支えた点はポジティブである一方、原材料を中心としたコスト上昇が収益改善を上回る状況が続いている。

(2) きのこと事業

売上高は3,894百万円（前期比3.3%増）、セグメント損失は247百万円（前期は251百万円の損失）となり、増収かつ小幅な損失幅縮小となった。販売面では、新規顧客の開拓に加え、物価高を背景とした大容量パックの販売拡大が寄与し、販売重量は前期を上回った。残暑の影響で鍋需要の立ち上がりが遅れたものの、需要期における大容量商品の拡販によって通期の販売数量は増加した。販売単価についても、価格政策の強化や在庫管理の徹底により前期を上回ったほか、付加価値商品の有機まいたけも好調に推移した。

損益面では、包装部門の合理化・省人化や生産効率向上によるコスト削減を進めたものの、猛暑によるエネルギーコストの上昇に加え、包装資材・人件費・物流費などのコスト増が重荷となり、損失幅の改善は4百万円程度にとどまった。前期に発生した猛暑による生育不調に対して栽培面の安定化を進めたことで販売機会の確保には一定の改善が見られたものの、収益構造の抜本的な改善には至っていない。今後は、販売単価の引き上げや有機まいたけなど差別化商品の拡販と併せ、省資源化・省力化、エネルギーマネジメントの強化などによるコスト構造改革が収益改善の焦点となる。

(3) 運送・倉庫事業

売上高は329百万円（前期比3.0%減）、セグメント利益は100百万円（前期は125百万円）と減収減益となった。運送部門では、営業活動の強化によって収益性の高い自社定期便の新規案件を獲得したほか、既存取引における運賃の適正化を進めたことで増収増益となった。一方、倉庫部門では、新規入庫案件の獲得に向けた営業活動を継続したものの、食品関連業界における原材料価格の高止まりを背景に、取引先の在庫圧縮傾向が継続した。この結果、平均在庫量が減少するとともに保管回転率も低下し、倉庫部門が減収減益となった。運送部門の増収増益を吸収しきれず、セグメント全体では減収減益となった。

3. 財務状況と経営指標

2026年6月期通期の営業キャッシュ・フローは、税金等調整前当期純利益505百万円を計上し、減価償却費1,882百万円、減損損失96百万円、のれん償却額25百万円などのプラス要因があった。さらに仕入債務も454百万円増加した。棚卸資産の増加453百万円や売上債権の増加208百万円など運転資本の負担があったものの、全体で2,285百万円の収入となった。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1,832百万円などにより1,765百万円の支出となった。財務活動によるキャッシュ・フローは、長期借入れによる収入2,700百万円や短期借入金の純増225百万円があったものの、長期借入金の返済による支出2,709百万円、配当金の支払額259百万円などにより330百万円の支出となった。その結果、現金及び現金同等物は前期末比195百万円増加した。

資産面では、売掛金や棚卸資産の増加などにより、流動資産は9,645百万円と前期末比693百万円増加した。一方、有形固定資産の償却進行などにより固定資産は21,239百万円と同220百万円減少した。これにより、資産合計は30,885百万円と同472百万円増加した。負債合計は15,850百万円と同345百万円増加した。これは長期借入金やリース債務が減少した一方、買掛金や短期借入金、1年内返済予定の長期借入金が増加したことが影響した。純資産合計は、配当金の支払いがあったものの、親会社株主に帰属する当期純利益326百万円を計上したことなどにより、15,035百万円と同126百万円増加した。資産合計の増加に対して自己資本の増加が小幅にとどまったため、自己資本比率は48.5%と前期末比0.3ポイント低下した。また、有利子負債は10,023百万円と前期末比81百万円増加したものの、D/Eレシオは0.67倍と前期末と同水準であり、財務レバレッジはおおむね横ばいで推移した。

業績動向

連結簡易貸借対照表及び主要な経営指標

(単位：百万円)

	25/6期末	26/6期末	増減
流動資産	8,952	9,645	693
現金及び預金	1,100	1,296	195
売掛金	3,411	3,622	210
商品及び製品・仕掛品	1,511	1,736	225
原材料及び貯蔵品	2,624	2,853	228
固定資産	21,460	21,239	-220
有形固定資産	18,805	18,643	-161
無形固定資産	409	310	-98
投資その他の資産	2,246	2,285	39
資産合計	30,413	30,885	472
流動負債	7,678	8,657	979
支払手形及び買掛金	1,998	2,505	507
短期借入金(1年内返済予定の長期借入金を含む)	2,807	3,507	699
未払金及び未払費用	1,974	1,896	-78
固定負債	7,826	7,192	-633
長期借入金	5,527	5,058	-469
リース債務	1,441	1,298	-142
負債合計	15,504	15,850	345
純資産合計	14,908	15,035	126
<収益性>			
自己資本比率	48.8%	48.5%	-0.3pp
1株当たり当期純利益(円)	40.67	17.81	-22.86
D/Eレシオ	0.67倍	0.67倍	-

注：D/Eレシオ算出にあたり、有利子負債にはリース債務を含む

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

2027年6月期は単価上昇と主力品拡販、 きのこ事業の利益転換により増益へ

1. 2027年6月期の業績見通し

2027年6月期の連結業績は、売上高38,600百万円(前期比8.6%増)、営業利益800百万円(同30.7%増)、経常利益800百万円(同51.2%増)、親会社株主に帰属する当期純利益480百万円(同47.1%増)と、増収かつ大幅な増益を見込んでいる。営業利益率も前期の1.7%から2.1%へ0.4ポイント改善する計画だ。主力の水産練製品・惣菜事業における価格改定による販売単価の上昇と主力商品の拡販に加え、前期まで損失が続いたきのこ事業の利益転換が増益に寄与する見通しとなる。一方、主原料であるすり身価格の大幅な上昇や鶏卵価格の高止まり、中東情勢等を背景とした包装資材・エネルギー価格の上昇、物流費や人件費の増加などを織り込んでおり、利益回復は限定的なものとなる見通しだ。

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.

一正蒲鉾 | 2026年10月13日 (火)
2904 東証スタンダード市場 | <https://corporate.ichimasa.co.jp/ir/>

今後の見通し

原材料面では、とりわけ北米産スケソウダラすり身の動向に注意を要する。欧米を中心とする白身魚フィレ需要の強まりを背景にフィレ向けの生産割合が上昇し、すり身の供給が逼迫していることなどから、同社は2026年Bシーズン以降のすり身価格について大幅な上昇を見込んでいる。また、鶏卵価格も高止まりを想定しているほか、ナフサ価格上昇による包装資材、LPG・重油などのエネルギー、人手不足や燃料高による物流コストも上昇を見込む。さらに、人的資本経営の強化に伴う人材育成や処遇改善についても、中長期的な成長に必要な投資として継続する方針である。これらを織り込んだ営業利益の増減要因では、2026年9月から実施する価格改定による効果を11.8億円、販促強化を通じた主力商品の販売数量増加による効果を18.7億円、生産性向上や効率化・省人化等によるコストダウン効果を2.2億円と見込んでいる。一方、すり身の購入単価上昇や使用量増加、副材料・補助材料の高騰による原価コストアップを25.1億円、人件費・物流費・販促費等の増加による販売費及び一般管理費の増加を5.6億円見込む。価格改定と数量拡大による増益効果は大きいものの、原価上昇の影響も前期の17.2億円から一段と拡大する前提となっており、引き続き原材料価格の動向が業績を左右する構図が続く。

なお、2027年6月期は第三次中期経営計画「深化の5年」の初年度にあたり、2027年6月期から2029年6月期までのPhase1「成長基盤創りの3年」がスタートすることになる。まず収益構造改革と営業キャッシュ・フロー創出を優先し、そこで得た原資を海外事業、新規事業、M&A等のインオーガニック成長へ振り向ける方針である。海外では、グローバルトレード室を軸に国内工場からの魚肉たんぱく食品の輸出を強化するとともに、インドネシアのIKFやタイのSmile Heart Foods Co., Ltd.などのネットワークを活用し、海外拠点の収益性改善と販売拡大を進める。2027年6月期は厳しいコスト環境下で既存事業の収益構造改革を着実に進めながら、中長期的な成長領域への投資余力をいかに確保できるかが焦点となるだろう。

2027年6月期連結業績見通し

(単位：百万円)

	26/6期		27/6期		前期比	
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率
売上高	35,542	-	38,600	-	3,058	8.6%
営業利益	611	1.7%	800	2.1%	189	30.7%
経常利益	529	1.5%	800	2.1%	271	51.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	326	0.9%	480	1.2%	154	47.1%

出所：決算短信よりフィスコ作成

2. 事業セグメント別の見通し

(1) 水産練製品・惣菜事業

売上高33,800百万円(前期比7.9%増)、セグメント利益620百万円(同17.5%減)を見込む。2026年9月1日納品分から価格改定(5%~15%程度)を実施し、販売単価の引き上げを図る一方、消費者の節約志向による買い控えを抑えるため販促を強化し、販売数量の維持・拡大を目指す。販売戦略では、価格訴求商品と高付加価値商品の2軸で需要を取り込む方針で、主力NB商品の拡販に加え、物価高に対応した汎用性の高い「はんぺん」類や、魚肉たんぱくを豊富に含む値ごろ感のある「ちくわ」類の新商品を投入する。また、「魚肉たんぱく+ONE」の考え方に基づく提案強化、たとえば「お椀で食べるおでん」の品ぞろえ拡充や「カリッコ」シリーズの拡販などを通じた新たな購買層の開拓も重要なポイントとなるだろう。一方、損益面では引き続き厳しい環境を想定している。北米産スケソウダラすり身で2026年Bシーズンから大幅な価格上昇を見込むことを中心に、各種コスト増などが収益を圧迫する見通しである。このため、価格改定と数量拡大によって大幅な増収を計画する一方、セグメント利益率は前期の2.4%から1.8%へ低下する見込みである。これに対し、生産性向上や効率化・省人化などのコストダウンを継続するとともに、中期的には全国の生産・物流拠点の最適化を進め、収益基盤の強靱化を図る方針だ。

海外事業は第三次中期経営計画における成長領域の1つに位置付けられており、2027年6月期以降は「グローバルパートナー戦略」の下で事業基盤の再構築と拡大を進める。特に、IKFについては2026年6月期にのれんの減損損失を計上するなど、収益性の改善が急務となっている。売上回復に向けて既存取引先への拡販、過去に取引実績のある顧客との再交渉、新規顧客開拓を進めるほか、IKFのカニかまとSmile Heart FoodsのOEM製品を組み合わせた提案によって商品ラインナップを拡充する。また、生産設備や品質管理体制の向上、市場ニーズを踏まえた商品開発にも取り組む。

(2) きのこ事業

売上高4,300百万円(前期比10.4%増)、セグメント利益70百万円を見込み、前期の247百万円のセグメント損失から利益転換を計画する。販売面では、まいたけの健康機能に関する訴求を強化するとともに、まいたけ発売30周年キャンペーンによる需要喚起、有機まいたけの拡販、業務用・加工食品分野への取り組みを強化する。また、販売単価の引き上げを進める一方、ビタミンDを強化した商品や使い勝手の良い株割パック、有機まいたけ、簡易包装商品などの差別化商品を提案し、価格競争に依存しない商品構成への転換を進める。生産面では、猛暑下でも安定した栽培を継続し、需要期における販売機会のロスを抑制するほか、省資源化・省力化によるコストダウンやエネルギー・人件費・物流費等の上昇によって損失改善は限定的であった。このため、2027年6月期は販売価格・商品ミックスの改善とコスト構造改革を同時に進めることで、収益構造そのものの転換を目指す。加えて、中期的には菌類研究や知的財産を活用した新たな収益源の創出にも取り組む方針であり、まずは第三次中期経営計画の初年度に利益化を実現できるかが重要な焦点となる。

■ 中長期の成長戦略

第三次中期経営計画を公表、「成長基盤創りの3年」へ突入

1. 「ICHIMASA30ビジョン」の概要

同社は2015年の創業50周年を機に、2046年6月期のありたい姿を描いた「ICHIMASA30ビジョン」を策定した。30年を10年ずつ3つのステージに分け、各ステージを5年ごとの“第一次・第二次中期経営計画”で構成している。中期経営計画にはバックカ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。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」は常に技術を探究し、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。

2. 第三次中期経営計画と重要戦略

第三次中期経営計画は、2046年6月期のありたい姿を示す「ICHIMASA30ビジョン」の「2nd Stage 2026-2035」の前半5年間に位置付けられ、「深化の5年」をテーマとしている。2027年6月期から2029年6月期までのPhase1を「成長基盤創りの3年」、2030年6月期から2031年6月期までのPhase2を「成長軌道への2年」とし、最初の3年間で既存事業の構造改革を通じて収益基盤と営業キャッシュ・フロー創出力を強化し、生み出した原資を成長投資へ振り向けることで、その後の成長軌道への移行を目指す。基本方針には、「既存事業と海外事業・新規事業・インオーガニック成長」を柱とする成長戦略、「収益構造改革、営業キャッシュ・フロー創出」を軸とする構造改革、ホールディングス体制への移行によるグループ経営の高度化と企業価値の最大化を目指す経営基盤強化の3つを掲げている。

「2nd Stage 2026-2035」では、「魚肉たんぱくを、くらしの“あたりまえ”に。」をテーマに掲げ、水産練製品を従来のカテゴリーにとどまらない「魚肉たんぱく食品」として再定義する。魚肉たんぱくは、良質なタンパク源であることに加え、畜肉と比べて水・土地の使用量や温室効果ガス排出量などの環境負荷が低いことから、健康性・環境性を兼ね備えた「未来の食を支えるタンパク源」と位置付ける。主菜から間食までの新しい食シーン、健康と利便性、多様なライフスタイル、教育・医療・介護などのライフステージ、環境・サステナビリティなどを重点領域とし、練製品に対する従来のイメージからの脱却を図る。事業ポートフォリオについては、水産練製品・惣菜事業とこの事業を「既存事業」、海外事業と魚肉たんぱくを中心とした総合食品事業を「成長領域」、フードテックを「新領域」とする三層構造に再構築する。既存事業ではコスト構造改革によって収益基盤を強靱化し、成長領域では海外事業や総合食品事業の展開を加速するほか、新領域では新たなタンパク源の創造・提供に向けた次世代型食料エコシステムの構築を進める。

一正蒲鉾

2904 東証スタンダード市場

2026年10月13日 (火)

<https://corporate.ichimasa.co.jp/ir/>

中長期の成長戦略

業績目標

	26/6期 実績	31/6期 計画
売上高	355.4	450 ^{※1}
水産練製品・惣菜事業	313.1	394
きのこ事業	38.9	45
その他	3.2	12
営業利益	6.1	20 ^{※2}
水産練製品・惣菜事業	7.5	14
きのこ事業	-2.4	4
その他	1.0	2
営業キャッシュ・フロー ^{※3}	99	152

^{※1} CAGR5%。

^{※2} 営業利益率5%。

^{※3} 営業キャッシュ・フローは累計額。実績は22/6期～26/6期、計画は27/6期～31/6期。

出所：決算短信、「第三次中期経営計画2026-2030」よりフィスコ作成

2031年6月期の数値目標は、売上高450億円、営業利益20億円、営業利益率5%としており、2026年6月期実績の売上高355.4億円、営業利益6.1億円から収益力を大きく引き上げる計画である。セグメント別では、水産練製品・惣菜事業の営業利益を7.5億円から14億円、きのこ事業を2.4億円の営業損失から4億円の営業利益、その他事業を1.0億円から2億円へ引き上げることを想定している。また、2027年6月期から2031年6月期までの5期累計で152億円の営業キャッシュ・フローを創出し、ROE8.0%、ROIC6.0%を目標とする。キャピタルアロケーションでは、5期で創出する営業キャッシュ・フロー152億円に対し、成長投資135億円、株主還元17億円を計画する。成長投資の内訳は、維持増強投資47億円、合理化などの効率化投資23億円、海外・新規事業・インオーガニック領域への戦略投資65億円としており、従来以上に成長分野への資本配分を強める。株主還元については安定配当を基本とし、5期平均で配当性向30%以上を維持する方針である。財務健全性では自己資本比率50%以上を目標とし、収益改善やCCC（キャッシュ回収サイクル）の改善によって安定的な営業キャッシュ・フローを創出しながら、成長投資余力を確保する方針だ。

キャピタルアロケーション（2027年6月期～2031年6月期の5期累計）



出所：「第三次中期経営計画2026-2030」より掲載

(1) 水産練製品・惣菜事業

水産練製品・惣菜事業では、コア領域の収益基盤を強靱化するとともに、魚肉たんぱくを軸とした新たな成長領域への展開を進める。カニかまなど競争力の高いコア領域に経営資源を優先投下し、魚肉たんぱくの健康性や利便性などの価値訴求を強めることでシェア拡大を目指す。また、全国の生産・物流拠点の最適化を進め、製造原価率の低減やBCPの強化につなげる。商品面では、簡便・即食商品に加え、冷凍・常温商品の拡充によって多様なライフスタイルへの対応を強化するほか、「魚肉たんぱく＋カルシウム・ビタミンD」「魚肉たんぱく＋スープ」など「魚肉たんぱく＋ONE」の考え方に基づく付加価値商品の展開や、業務用市場など新たな販売領域の開拓を進める。

(2) 海外事業

海外事業では、「グローバルパートナー戦略」を掲げ、魚肉たんぱくの健康性・環境性の訴求とブランド戦略を軸に、持続可能な海外成長基盤の構築を目指す。新たにグローバルトレード室を設置して輸出入体制を拡充し、国内工場からの魚肉たんぱく食品の輸出を強化するほか、インドネシアのIKFやタイのSmile Heart Foodsとのネットワークを活用する。現地パートナーとの連携を強化するとともに、海外拠点の収益性改善を進め、国内・海外の生産拠点や販売網を組み合わせた事業展開を加速する。なお、北米・中国・台湾を「重点エリア」に設定している。カニかまを中心とした認知の広がりに加え、市場としての成長余力があること、日本食レストランが相応の規模で既に存在しており、業務用の開拓余地が大きいことなどが選定の背景にある。

(3) きのこと事業

きのこと事業では、収益基盤の再構築を最優先課題とし、損失からの脱却と新たな成長領域への展開を目指す。まいたけの健康機能に関する価値訴求を強め、「一正ブランド」の確立を進めるとともに、希少性の高い有機まいたけなど付加価値商品の拡大を図る。生産面ではエネルギーマネジメントの強化や合理化・省力化投資を通じてコスト構造改革を進め、安定栽培と生産効率向上による収益基盤の安定化を目指す。また、菌類研究を活用した知的財産戦略や産学共同研究を進め、既存の枠にとどまらない新たな収益源の育成にも取り組む。

(4) 経営基盤強化

経営基盤強化では、2027年7月1日を目途とするホールディングス体制への移行を通じて、グループ経営の高度化と企業価値の最大化を図る。併せて、商号を「一正ホールディングス株式会社」に変更する予定だ。グループ全体の経営資源を最適配分し、成長投資への重点的な資源配分や機動的・柔軟な意思決定、リスク管理・サステナビリティ推進体制の強化を進める。また、人的資本経営では、エンゲージメント向上や人材育成・キャリア支援のほか、誰もが挑戦できる企業風土の醸成を通じて、働きがいと成長機会を両立させる自律型組織への転換を進める。DXでは、生産現場やバックオフィスの業務効率化、データ統合基盤の構築による経営状況の可視化、AI活用による定型業務から創造的業務への人的資源シフトなどを進め、データドリブン経営による意思決定スピードの向上を目指す。

(5) サステナビリティ・人的資本

第三次中期経営計画の策定に合わせてESGマテリアリティを更新し、「人的資本経営」「おいしさと新たな食の価値提供」「サステナブルな食のバリューチェーン」「経営基盤の強化」の4項目15課題に再整理した。人的資本経営では、「社員が働きやすく、働きがいを持ち、人と組織が共に成長し合う企業」を基本方針とし、IWS（いちまさワークスタイル）の実現を通じてエンゲージメント向上を図る。また、環境面では2030年までにScope1・2のCO₂排出量を2013年比50%削減する目標を掲げ、太陽光発電設備や再生可能エネルギー由来電力への切り替えを進めるほか、Scope3についても環境配慮型素材への転換、省資源・リサイクル、取引先との協働などを推進する。

株主還元策

2027年6月期は前期と同額の14.0円を予定

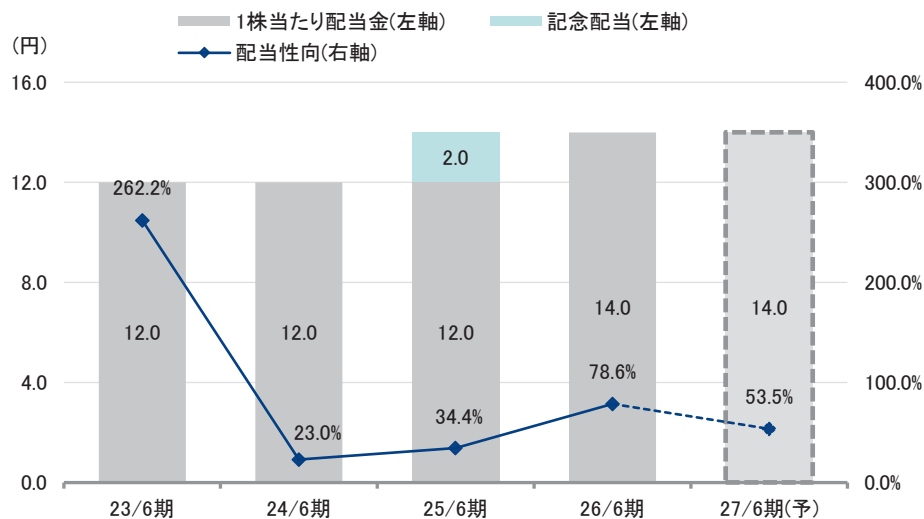
同社は株主に対する利益還元を重要経営課題と認識し、業績や将来の事業展開などを総合的に勘案しながら安定的な配当を継続することを基本方針としている。第二次中期経営計画においては、配当性向20%以上、株主資本配当率(DOE)1.5%以上を目標としていた。2026年6月期の1株当たり配当金は14.0円となり、記念配当2.0円を含む前期と同額であった。普通配当ベースでは2.0円の増配となるが、親会社株主に帰属する当期純利益が326百万円まで減少したことから、配当性向は78.6%と大きく上昇し、DOEは1.7%となった。なお、第三次中期経営計画では配当性向ベースで5期平均30%以上を維持することを目標に置いており、2027年6月期は期初段階で前期と同額の14.0円の普通配当を予定し、配当性向は53.5%を見込んでいる。

また、同社は株主優待も実施しており、毎年6月30日時点で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（常温商品・おせち商品・平時冷蔵商品・社会貢献活動団体への寄付の中から選択）を贈呈する。2025年6月末基準より、株主の要望に応え、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。なお、2025年9月には「優待申込ECサイト」を新規開設し、株主の利便性向上を図っている。

一正蒲鉾 | 2026年10月13日 (火)
2904 東証スタンダード市場 | <https://corporate.ichimasa.co.jp/ir/>

株主還元策

1株当たり配当金と配当性向



出所：決算短信よりフィスコ作成

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