



2025年10月期

決算補足資料

正栄食品工業株式会社
(証券コード 8079 東証プライム市場)

I. 2025年10月期 業績報告

II. 2026年10月期 業績予想

III. 中期経営計画

業績ハイライト

ShoEi

- ◆ 売上につきましては、日本、米国、中国すべてのセグメントで売上増となり、当連結会計年度の連結売上高は、前年同期比8.4%増となりました。
- ◆ 利益につきましては、DXに向けた費用や人件費の増加などから販売費及び一般管理費が増加となりましたが、原料価格の上昇を反映した価格適正化により、予想を大きく上回る増益となりました。

単位：百万円

	2024年10月期		2025年10月期			前年同期比	期初予想比	修正予想比
	実績	期初予想	修正予想	実績	実績			
売上高	115,208	115,000	120,000	124,897		+8.4%	+8.6%	+4.0%
売上総利益	18,617	—	—	19,649		—	—	—
営業利益	4,844	4,400	4,550	4,942		+2.0%	+12.3%	+8.6%
経常利益	4,950	4,500	4,600	4,992		+0.8%	+10.9%	+8.5%
親会社株主に帰属する当期純利益	3,170	3,000	2,750	3,035		▲4.2%	+1.1%	+10.3%
売上高営業利益率	4.2%	3.8%	3.7%	3.9%		—	達成	達成

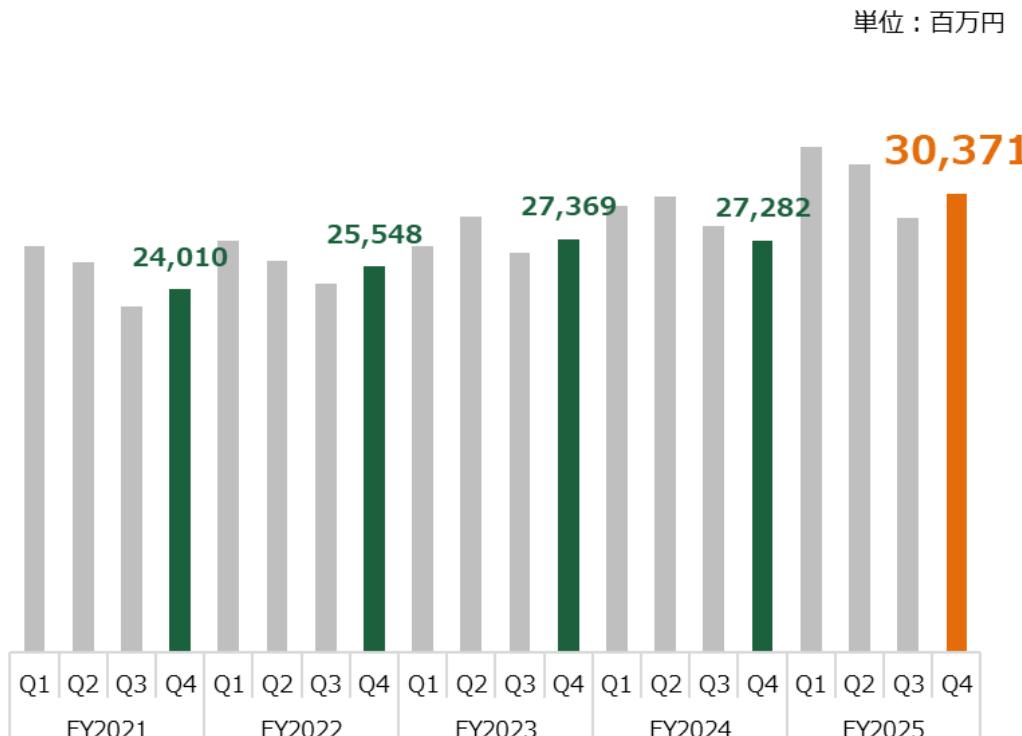
為替レート：米ドル
：中国元
：香港ドル

142.73円
20.46円
18.37円

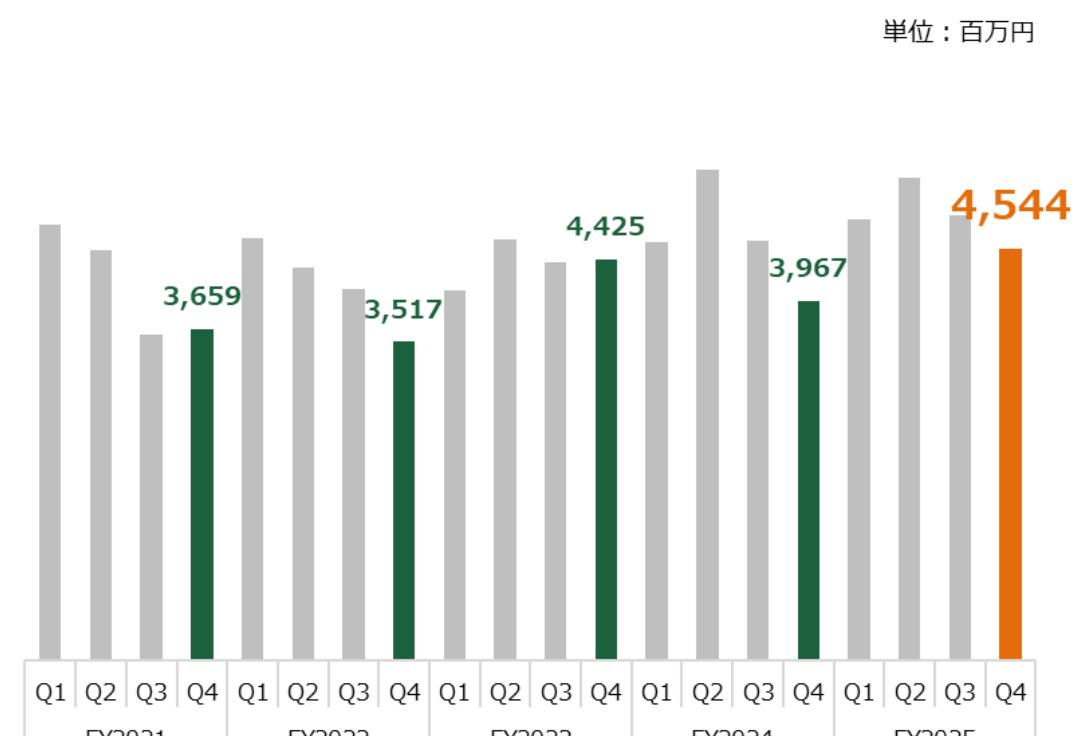
148.88円
20.88円
19.13円

- ◆ 売上高（8-10月）は順調に増加し、同四半期比過去最高を更新しました。
- ◆ 売上総利益（8-10月）も同様に同四半期比過去最高を更新しました。

売上高推移(四半期別)



売上総利益推移(四半期別)

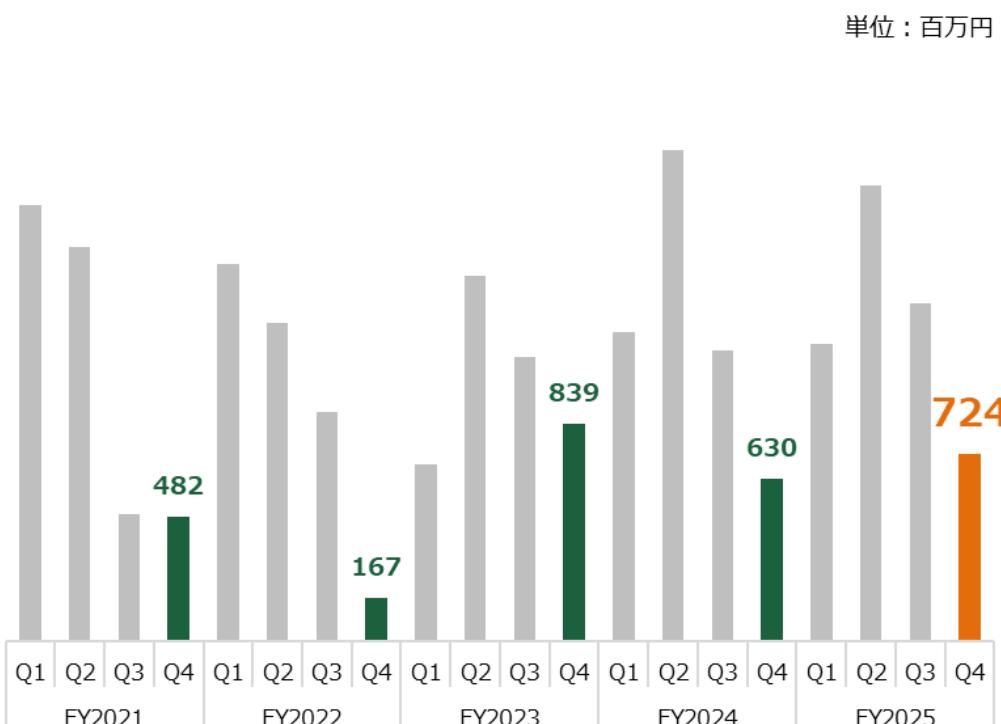


業績推移 営業利益

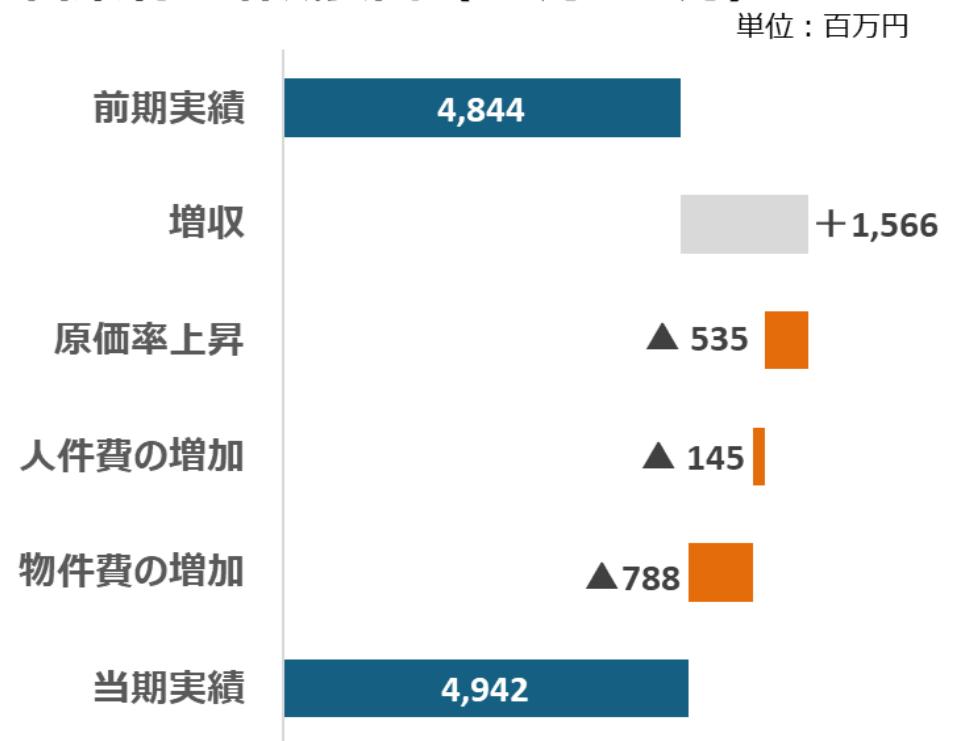
ShoEi

- ◆ 営業利益（8-10月）は、前年同四半期比で14.9%増益となりました。
- ◆ 累計でも人件費や物件費の上昇を価格適正化によりカバーし、98百万円の増益を達成しました。

営業利益推移(四半期別)



営業利益増減要因 (11月-10月)



セグメント別事業内容

ShoEi

日本

製菓・製パン業界を中心とした食品業界向けの食品原材料（乳製品、油脂、製菓材料、乾果実、缶詰、外食用食材等）の仕入れ、加工・製造、販売を主要業務としているほか、菓子類や乾果実類（ナツ、ドライフルーツ）のリテール商品を製造して販売。国内に7工場を所有。

米国

ShoEi Foods (U.S.A.), Inc.

- ① クルミを農家から仕入れ、殻付きまたは剥き身に加工して主に輸出
- ② ブルーンの仕入と販売
- ③ 乾果実類を米国内で仕入れ、日本（当社）へ輸出
- ④ ブルーン・クルミ・アーモンド農園経営
- ⑤ 乾果実類を輸入し米国内で販売



中国

青島秀愛食品有限公司

延吉秀愛食品有限公司

- ① 製菓原材料類、乾果実類の加工・製造
- ② 加工品、製造品の日本や欧州等への輸出
- ③ 上海秀愛国際貿易有限公司や香港正栄国際貿易有限公司経由で中国・香港内で販売

上海秀愛国際貿易有限公司

香港正栄国際貿易有限公司

- ① 主に乾果実類を輸入し、中国・香港で販売
- ② 青島秀愛食品有限公司、延吉秀愛食品有限公司で加工・製造した製品を中国・香港内で販売



セグメント別業績

ShoEi

単位：百万円

	売上高				セグメント利益			
	2024年10月期	2025年10月期	増減額	増減率	2024年10月期	2025年10月期	増減額	増減率
日本	102,699	109,128	+6,429	+6.2%	4,441	4,602	+160	+3.6%
米国	8,940	9,984	+1,043	+11.6%	379	470	+90	+23.8%
中国	10,527	11,681	+1,154	+10.9%	448	321	▲126	▲28.3%
調整額	▲ 6,957	▲ 5,896	+1,061	—	▲ 424	▲ 450	▲26	—
合計	115,208	124,897	+9,688	+8.4%	4,844	4,942	+98	+2.0%

日本

- ◆ 売上高は、原料価格上昇に対応した販売価格の引上げが進み、輸入乳製品、ナッツ類、ドライフルーツ、菓子・リテール商品等の主要商品の売上が増加したことから、前年同期比6.2%増の1,091億28百万円となりました。
- ◆ セグメント利益は、基幹システム刷新のための顧問料を中心DXに関わる費用の増加で販管費が増加しましたが、値上げの進展や工場の稼働率上昇により売上総利益が増加したことから前年同期比3.6%増の46億2百万円となりました。

米国

- ◆ 売上高は主力のクルミ・ブルーンとともに作柄の影響から受入量・販売量が減少となりましたが、市場価格の上昇を反映した値上げにより、前年同期比11.6%増の99億84百万円となりました。
- ◆ セグメント利益は、クルミについては剥き身での販売は利益率が改善しましたが、販売量減少のため減益になりました。一方、ブルーンについては日本での販売量の増加や価格上昇により増益となったため、全体では前年同期比23.8%増の4億70百万円となりました。

中国

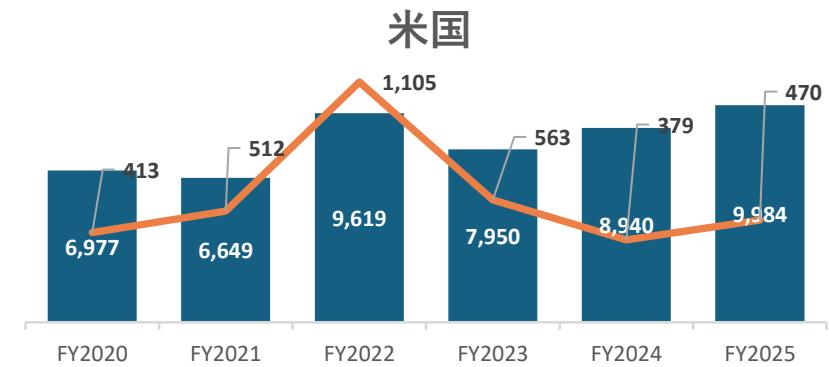
- ◆ 売上高は、中国産シード類やドライフルーツの輸出が減少しましたが、アーモンドを中心にナッツ類の中国国内での売上が増加したことから、前年同期比10.9%増の116億81百万円となりました。
- ◆ セグメント利益は、中国国内での販売増により売上総利益は増加しましたが、ロジスティクスや拠点間の役割分担の見直しなど採算改善に向けた取り組みのための一時的な費用負担もあり、前年同期比28.3%減の3億21百万円となりました。

事業ポートフォリオに関する基本方針

- 当社事業は食品事業のみですが、対外的には事業セグメントとして、日本、米国、中国の地域別事業として3分割して事業の内訳を説明しております。
- これ以外に、当社事業の理解を深めていただく目的で、4品目別（乳製品・油脂類、製菓原材料類、乾果実・缶詰類、菓子・リテール商品類）での売上の状況についてご説明しておりますが、これらは事業として密接に関連していることから、事業ポートフォリオとしては管理しておりません。
- 事業セグメントの状況については、決算短信、決算補足資料などの開示資料にて説明しております。
- 社内では、四半期決算時に業績進捗を確認することに加え、月次で業績動向に関する報告会を実施しており、見直しを実施しております。

事業ポートフォリオ見直しの状況

- 日本セグメントは当社の基幹ビジネスであり、右上図のセグメント別の業績にある通り、売上と利益共に順調に推移しております。
- 米国セグメントについては、作柄の影響でクルミ販売量が減少しましたが価格が上昇し、ブルーンについても価格が上昇したことなどから、增收増益となりました。
- 中国セグメントについては、香港子会社の業績が引き続き堅調に推移しており、中国国内販売も回復しており、增收が続いており、利益も黒字が定着しております。商品ラインアップの拡充や自社工場製品の拡販を図る製販一体化推進などの効果が業績改善に繋がりました。



品目別の主要商品

ShoEi

大分類	中分類	主な商品
乳製品・油脂類	乳製品	バター、粉乳、練乳、液状乳製品、チーズ、乳糖、ホエイ
	油脂類	製菓・冷菓・製パン用油脂（マーガリン類、ショートニング等）
製菓原材料類	製菓材料	チョコレート加工品、製菓用焼き菓子、フルーツ洋酒漬（ラムレーズン他）、ピール加工品、フルーツフリーリング
	栗製品	マロンペースト、栗甘露煮、マロングラッセ
	和菓子材料	さつまいも、杏仁霜、柏葉、桜漬葉
	製パン材料	上新粉、餅粉
	仕入商品	膨張剤・ゼリー、チョコ・ココア、蜂蜜・糖類、洋酒（リキュール類他）、抹茶、胡麻
乾果実・缶詰類	ナッツ&シード類	アーモンド、クルミ、マカデミアナッツ、ココナッツ、ピスタチオ、カシューナッツ、ヘーゼルナッツ、松の実、パンプキンシード
	ドライフルーツ	レーズン、プルーン、クランベリー、ブルーベリー、パイン
	フルーツ加工品	リンゴ加工品、マンゴー加工品、黄桃缶詰、パイン缶詰
	業務用食材	パスタ、スイートコーン、トマト加工品、オリーブオイル、デザート食材、冷凍フルーツピューレ
菓子・リテール商品類	菓子	チョコレート菓子、ビスケット
	リテール商品	ナッツ小袋、プルーン小袋、その他ドライフルーツ小袋、野菜加工品

品目別売上構成

ShoEi

	2024年10月期		2025年10月期		前年同期比	
	売上高	構成比	売上高	構成比	増減額	増減率
乳製品・油脂類	35,937	31.2%	38,595	30.9%	+2,658	+7.3%
製菓原材料類	19,339	16.8%	20,648	16.5%	+1,308	+6.7%
乾果実・缶詰類	40,174	34.9%	44,763	35.9%	+4,588	+11.4%
菓子・リテール商品類	19,524	16.9%	20,878	16.7%	+1,353	+6.9%
その他	232	0.2%	12	0.0%	▲219	▲94.5%
合計	115,208	100.0%	124,897	100.0%	+9,688	+8.4%

乳製品・油脂類

価格上昇もあり、粉乳やバターなどの輸入乳製品売上が増加し、国内仕入品の売上も増加しました。また、国内生産子会社の乳製品売上も値上げ効果などで増加となったことから、乳製品・油脂類の売上高は前年同期比7.3%増となりました。

製菓原材料類

マロンペーストなどの栗製品の売上は減少となりましたが、チョコレート加工品、製菓用焼き菓子、フルーツ洋酒漬など自社加工製品やチョコレート類などの国内仕入品の売上が増加となりました。その結果、製菓原材料類売上高は前年同期比6.7%増となりました。

乾果実・缶詰類

単価の上昇を反映し、アーモンド、クルミ、ココナッツ、レーズンなどの日本での売上が増加し、中国でも国内販売が増加しました。また、米国でもクルミやブルーンの売上が増加になったことから、乾果実・缶詰類の売上高は前年同期比11.4%増となりました。

菓子・リテール商品類

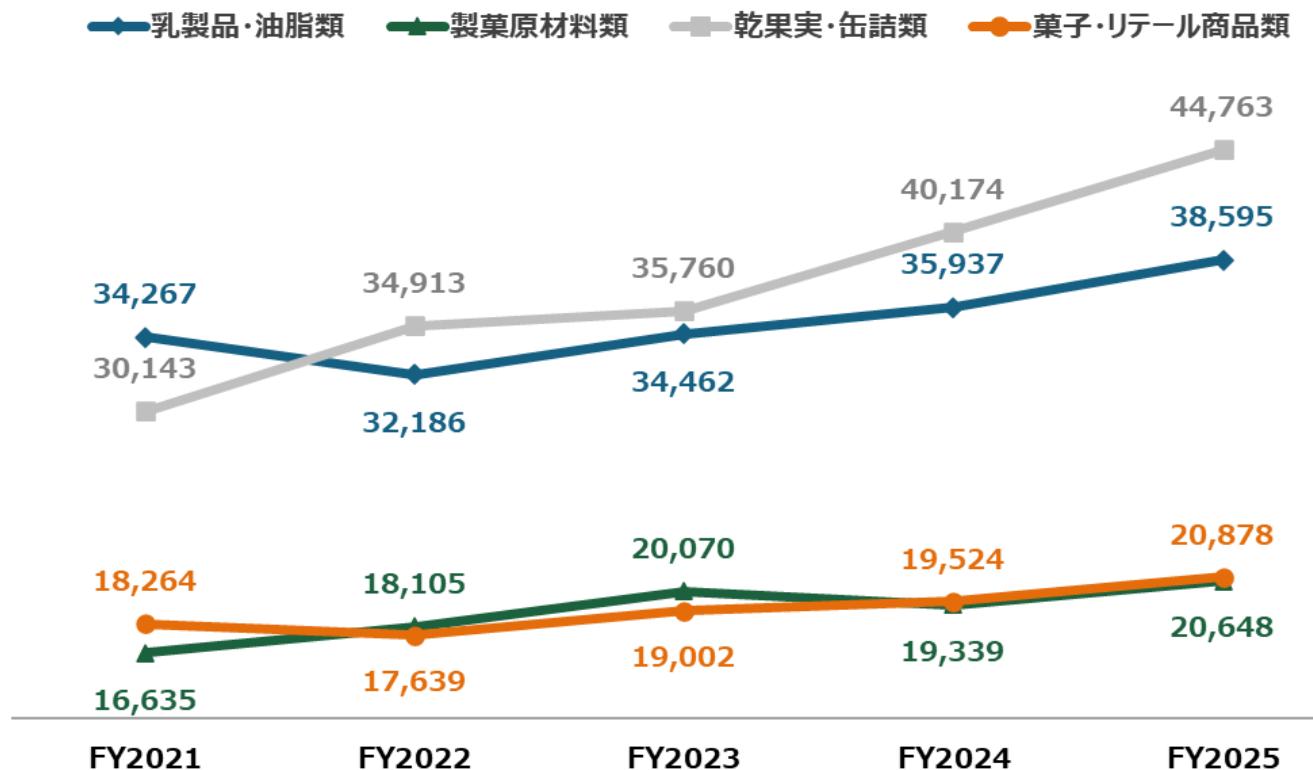
カカオ原料の価格高騰を反映した販売価格の上昇もあり、NBやPBのチョコレート菓子が増収となり、ブルーン小袋などリテール商品も売上が増加したことから、菓子・リテール商品類の売上高は前年同期比6.9%増となりました。

品目別売上構成

ShoEi

販売価格の引上げもあり、すべての品目で増収基調となっております。

単位：百万円



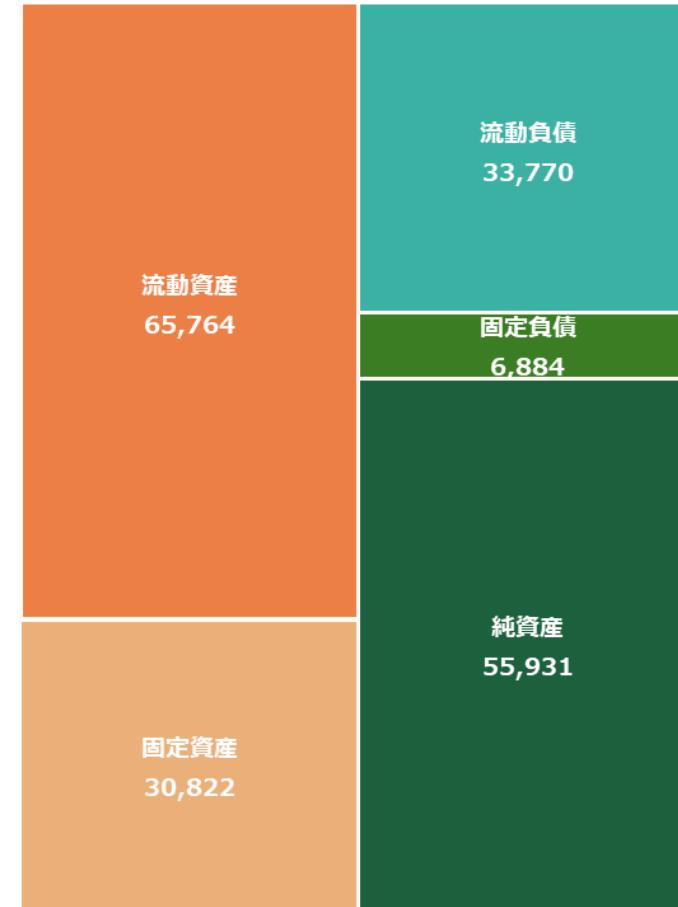
連結財政状況

ShoEi

- ◆ 受取手形及び売掛金、棚卸資産が増加となり流動資産が増加し、資産合計は増加となりました。
- ◆ 固定負債は減少しましたが、流動負債が増加し、負債合計は増加しました。
- ◆ 利益の内部留保により純資産は増加しました。

単位：百万円

		2024年10月期	2025年10月期	増減額
資産	流動資産	現金及び預金	11,194	11,505
		受取手形及び売掛金	21,823	23,753
		棚卸資産	23,775	28,652
		その他流動資産	2,354	1,852
		小計	59,147	65,764
	固定資産	有形固定資産	23,438	22,792
		無形固定資産	631	491
		投資その他の資産	6,688	7,538
		小計	30,758	30,822
	資産合計		89,905	96,586
負債	流動負債		25,789	33,770
	固定負債		9,946	6,884
	負債合計		35,736	40,655
純資産	株主資本		47,259	48,268
	その他の包括利益累計額		5,910	6,559
	非支配持分		999	1,103
	純資産合計		54,169	55,931
負債・純資産合計		89,905	96,586	+6,680
有利子負債		17,486	22,319	+4,832

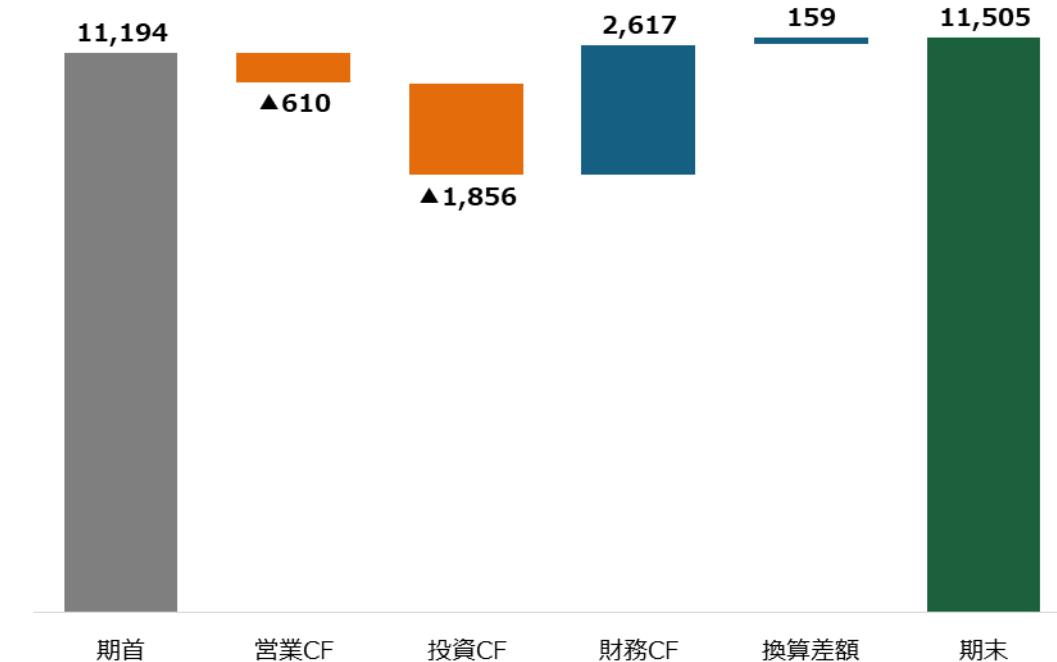


キャッシュ・フローの状況

ShoEi

- ◆ 営業キャッシュフローは、売上債権および棚卸資産が増加する一方、仕入債務が減少となりマイナスになりました。
- ◆ 投資キャッシュフローは、設備投資の実施によりマイナスになりました。
- ◆ 財務キャッシュフローは、営業キャッシュフローのマイナス分を主に短期借入金で調達したことからプラスになりました。
- ◆ 現金及び現金同等物は増加となりました。

	2024年10月期	2025年10月期	増減額
営業活動によるキャッシュ・フロー	3,085	▲610	▲3,696
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲2,626	▲1,856	+769
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲2,081	2,617	+4,699
現金及び現金同等物に係る換算差額	▲132	159	+291
現金及び現金同等物の増減額	▲1,754	310	+2,064
現金及び現金同等物の期首残高	12,948	11,194	▲1,754
現金及び現金同等物の期末残高	11,194	11,505	+310



I. 2025年10月期 業績報告

II. 2026年10月期 業績予想

III. 中期経営計画

2026/10期業績予想と経営目標

ShoEi

- ◆ 2026/10期の連結業績につきましては、増収・増益を見込んでおります。
- ◆ 当社の事業特性から、原料価格や為替相場の変動により輸入食材の仕入単価が変動し、販売価格も変動するなど、これら外部要因により売上高が増減いたします。従って、経営指標としては、売上高よりも、売上総利益や営業利益での増益を主要な経営目標としております。
- ◆ 当面は設備やDX、人材への投資を積極的に行う方針ですが、企業価値の持続的な向上を目指し、資本コストを十分に上回るROE（株主資本利益率）を確保する方針とし、中長期的に8%の達成を目指します。

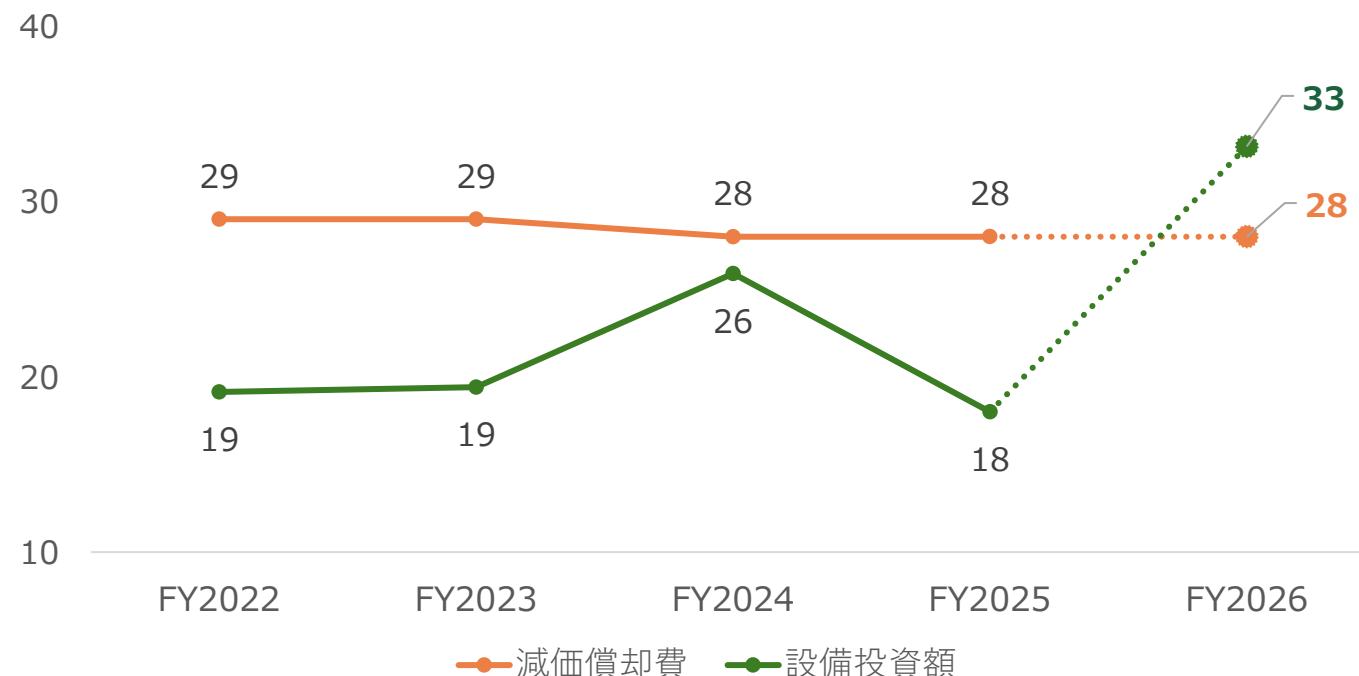
	第2四半期			通期		
	当期実績	来期業績予想	増減率	当期実績	来期業績予想	増減率
売上高	65,764	68,000	+3.3%	124,897	130,000	+4.0%
営業利益	2,913	3,000	+2.9%	4,942	5,100	+3.1%
経常利益	2,941	3,030	+2.9%	4,992	5,150	+3.1%
親会社株主に帰属する当期純利益	1,731	1,900	+9.7%	3,035	3,400	+11.9%
1株当たり当期純利益	102円79銭	113円47銭		181円31銭	203円06銭	

投資計画

ShoEi

- ◆ 2025/10期における設備投資実績は約18億円。
- ◆ 2026/10期における設備投資額は約33億円を計画しております。内訳は、有形固定資産が約27億円、無形固定資産が約6億円。
- ◆ 有形固定資産への投資は、国内や海外生産子会社での生産効率向上などを目的とした設備の更新や新規導入を予定しております。
- ◆ 無形固定資産としては、主にDX推進のためのIT投資を予定しております。

単位：億円



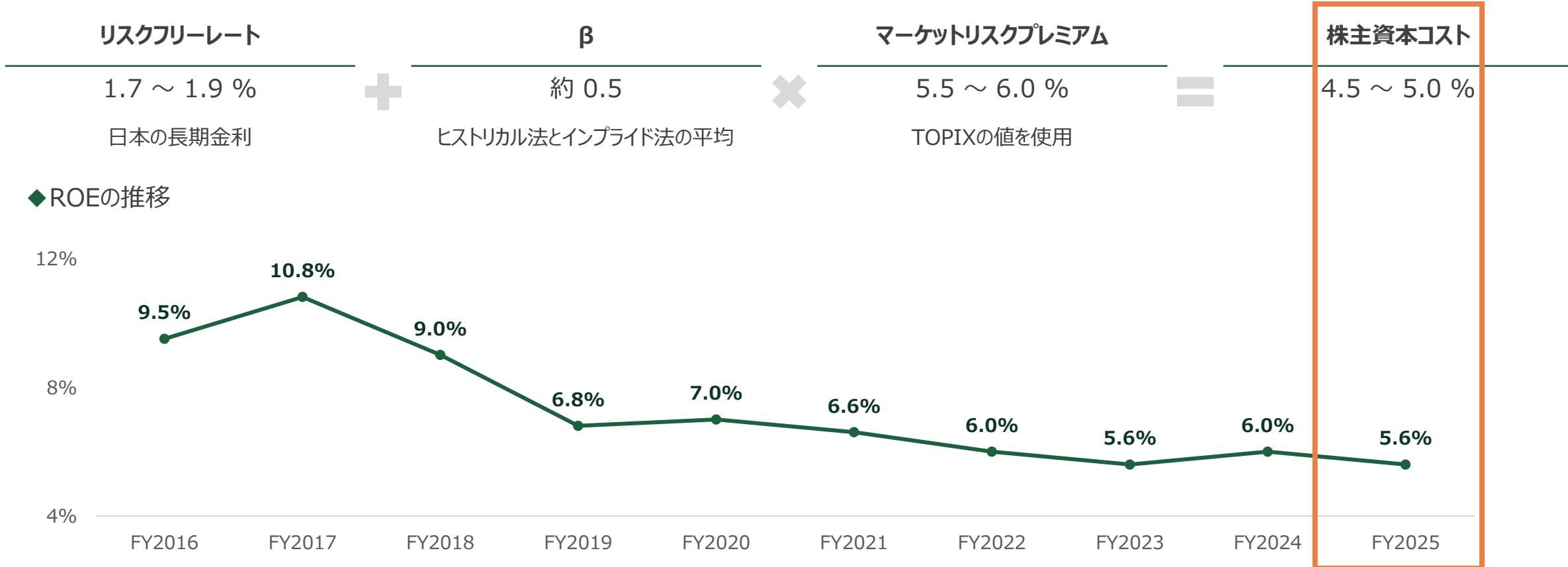
〈設備投資内訳〉

有形固定資産	27億円
無形固定資産	6億円
合計	33億円

株主資本コスト

ShoEi

- ◆ CAPMモデルで算出した当社の株主資本コストは4.5～5.0%と認識しております。
- ◆ エクイティスプレッド（ROE-株主資本コスト）は一層の改善が必要と認識しており、ROEの向上や株主資本コストの低減に努めてまいります。

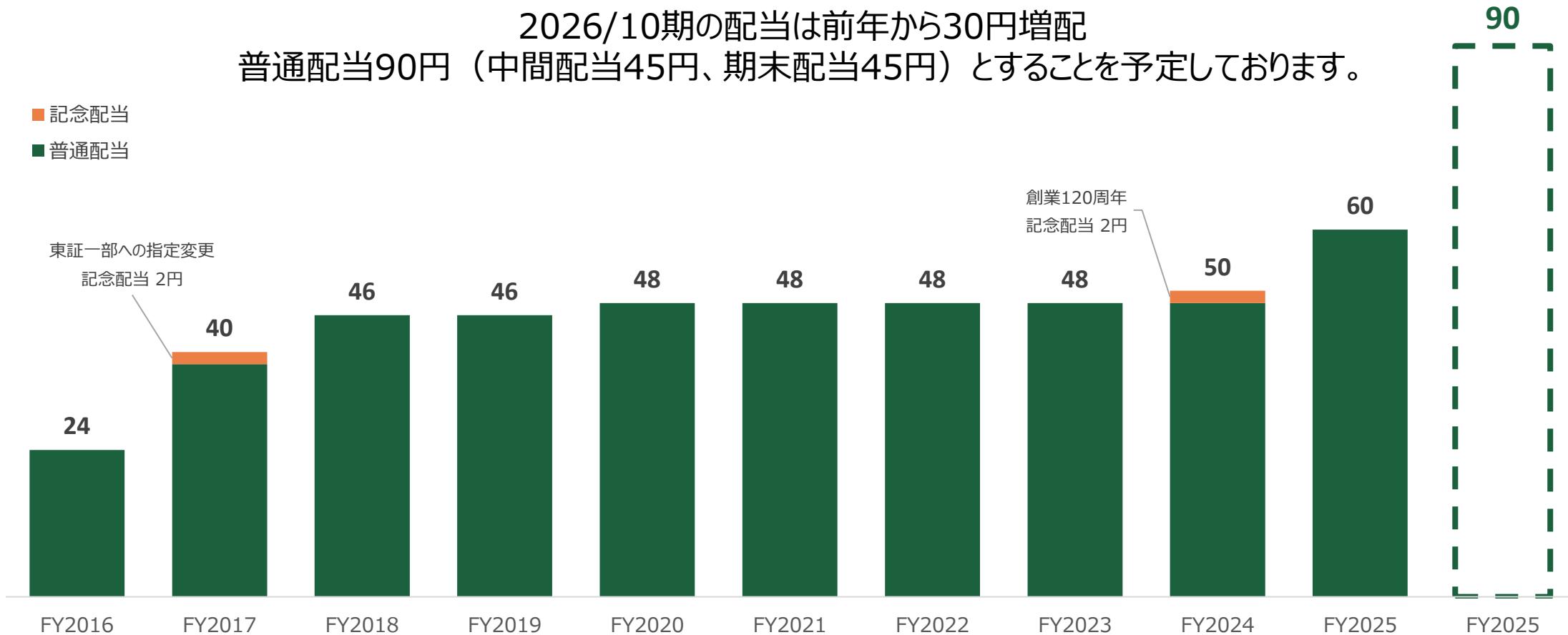


株主還元方針

ShoEi

- ◆ 利益配分につきましては、株主の皆様への利益還元を経営の重要課題と位置付け、安定的な配当を維持することを基本方針とし、また、中長期的な成長を実現するための事業投資と、内部留保の水準などを考慮した総合判断のうえ、中間配当と期末配当の年2回の剩余金の配当を行うこととしております。

2026/10期の配当は前年から30円増配
普通配当90円（中間配当45円、期末配当45円）とすることを予定しております。



I. 2025年10月期 業績報告

II. 2026年10月期 業績予想

III. 中期経営計画

経営理念

私たちは、お客様に常に国内及び海外から厳選された安全・安心な食品を提供することで、新たな食文化を創造し、社会に貢献することを目指します。

新ビジョン

素材を超え、新しい価値を！

食への熱意と絶えない挑戦により素材の可能性を追求することで
人々の健康と幸せな未来を切り拓く



食文化の創造に熱意を持ち、未来の正栄を支える誠実でチャレンジ精神旺盛な人材



独自の購買機能

- 商品別での専属担当者を配置。多様な海外产地をカバーする幅広い購買網
- 農産物の現地作柄を経常的にモニタリングし、価格変動リスクや欠品リスクにタイムリーに対応可能な体制
- 輸入調達、在庫管理、生産管理、販売まで一貫した物量及び価格のトータルマネジメントが可能な仕組み
- 強固な信頼・協力関係に基づく国内外サプライチェーンによる幅広い仕入網

グループ工場の製造加工機能

- 二次加工による付加価値商品の製造で差別化
- 得意先要望に柔軟に対応可能な体制
- 共同開発体制（得意先が開発段階から参加して提案活動実施）
- 厳しい品質管理基準による安心・安全な素材を提供する自社品質保証体制

強い顧客基盤に基づく販売機能

- 食品専門商社として幅広い原料を取り扱っており、その取扱い品目は1,000種類以上
- 創業120周年を迎えた長い歴史の中で構築した強い顧客基盤
- 在庫リスクを持った安定供給・相場変動に強い販売体制

当社を取り巻く事業環境 ー外部環境の認識

ShoEi

気候変動等による食品原料
安定供給の難易度の上昇

- ・気候変動等の影響から、農産物収穫量の減少等供給に懸念。また、輸入原料・資源の価格の変動が拡大。
- ・国際情勢や地政学リスクの高まりにより、エネルギーコストや物流費が高騰。
- ・世界的なインフレや金融市場・為替相場変動の拡大。

市場環境の変化と
消費者ニーズの多様化

- ・物価高により個人消費が低迷。節約志向により、単価の安い商品へシフト。
- ・環境への配慮や意識が高まり、フードロス削減への関心が高まっている。

人的資本経営の必要性

- ・少子高齢化により、労働力が不足し人材採用の難易度が上昇。
- ・人権・女性活躍・人材多様化等人的資本経営が一層重視され、多様な働き方への環境整備が問われる。
- ・高齢者雇用延長やリスクリギングへの対応など人的資本投資の必要性上昇。

IR強化の必要性上昇

- ・政策保有株式の削減、東証改革等により情報開示強化が必要。IR活動への注力により資本コスト引下げや適正株価の維持がこれまで以上に重要に。有価証券報告書の株主総会前開示、英文開示の義務化、IR体制強化の要請など。株主還元への意識が向上。

情報システムの重要性

- ・ランサムウェア等サイバー攻撃の高度化・頻繁化。システムトラブルにより業務に支障が生じる事例も多数。
- ・SaaSや生成AI利用による業務改善の可能性が拡大。

DXプロジェクト推進

- ・基幹システム刷新
- ・データ利活用
- ・情報セキュリティ体制の強化

利益改善への取組み強化

- ・為替変動への対応
- ・価格転嫁の継続実施
- ・株主還元方針の明確化

関連課題増加への対応

- ・人材採用/人材育成
- ・人事制度の改革
- ・従業員エンゲージメント向上

グループ全体のガバナンス強化

- ・情報開示の透明性向上
- ・内部統制/内部監査の高度化

内部環境の変化

DX推進



利益、ROE
の伸び悩み



人的資本
経営



ガバナンス
強化



食品専門商社 としての 成長戦略

- ・ 商圏維持と拡大
- ・ 新分野への挑戦
- ・ 成長領域の深堀
- ・ 産地リスクの分散

食品メーカー としての 成長戦略

- ・ 成長事業の拡大
- ・ 生産機能の強化
- ・ 合理化推進
- ・ 安心安全への取組み

経営基盤 の拡充

- ・ DX推進
- ・ 人的資本経営の強化
- ・ 物流の見直し
- ・ コーポレートガバナンス強化
- ・ IR/広報機能の拡充
- ・ サステナビリティ推進

食品専門商社 としての 成長戦略

維持と 拡大

- 既存得意先との取組み強化
- 主要商品のシェア維持・拡大
- 優位性商品の強化・販売拡大

新分野へ の挑戦

- 新商品開発・新アイテム導入
- 新規市場・新領域の開拓
- 新規軸、新業態との取引の模索

成長分野 の深堀

- 成長業界・業態との取引拡大
- 成長業界向けの商品品揃え拡充
- 東南アジアなど海外市場の開拓

産地リスク 分散

- 輸入原料の多産地購買体制の構築
- サプライヤー多様化推進

食品メーカー としての 成長戦略

成長事業 拡大

- 優位性商品の強化・販売拡大
- 成長市場向け自社加工品の育成

生産機能 強化

- ライン増設や設備導入などによる生産能力の増強
- 開発機能の強化による付加価値商品群の拡充

合理化 推進

- 機械化・省人化等による製造工程の合理化
- 生産管理・原価管理の見直し

安心・ 安全

- アレルゲン・添加剤等規制対応
- 規格書作成システム導入

経営戦略と施策③

ShoEi

経営基盤の強化

DX推進	<ul style="list-style-type: none">・ 基幹システム刷新プロジェクトの推進・ データ利活用の推進による経営の可視化・ 情報セキュリティ強化及びインフラ環境の整備	
人的資本経営の強化	<ul style="list-style-type: none">・ 新人事制度の定着と人材採用・育成への取組み強化・ 人的資本開示データの正確性確保	
物流の見直し	<ul style="list-style-type: none">・ 改正物流二法への対応及び効率化・ BCP対策の推進	
コーポレート・ガバナンス強化	<ul style="list-style-type: none">・ 法務・コンプライアンス組織の構築・ 役員報酬制度の改訂	
IR/広報機能の拡充	<ul style="list-style-type: none">・ コーポレートホームページの改訂・ 決算説明会の開催	
サステナビリティ推進	<ul style="list-style-type: none">・ ESG外部評価スコアの改善	

トピックス - 食品専門商社としての成長戦略の取組み

ShoEi



オーストラリア産 ナツツ・ドライフルーツセミナー開催 大阪・関西万博オーストラリアパビリオン

2025年6月12日、大阪・関西万博オーストラリアパビリオンにおいてオーストラリア大使館商務部主催のオーストラリア産ナツツ・ドライフルーツセミナーが開催されました。また、当イベントではオーストラリア産のナツツとドライフルーツの魅力をお伝えするため、オーストラリアのアーモンド・マカダミアナツツ・ドライフルーツの生産者の方々と、日本乾果物輸入協会、日本ナツツ協会によるパネルディスカッションが行われました。



現地生産者から産地状況、収穫量の推移、出荷状況などについて説明後、日本乾果物輸入協会の会長である弊社代表取締役社長本多秀光より、弊社の事業内容、ビジネスモデルを紹介。更に日本のナツツ・ドライフルーツの輸入推移や販売トレンドの動向について情報提供いたしました。

パネルディスカッションでは「オーストラリア産ナツツ・ドライフルーツを日本で広く普及させる為には何が必要か?」、「日本市場ではなぜアメリカ産が主流か?」等について活発な意見が交わされ、オーストラリア産のナツツやドライフルーツをご使用或いはご関心をお持ちの企業の方々、オーストラリア大使館関係者など約55名が参加され、大変有意義なセミナーとなりました。



当日
展示
サンプル

取扱い商品の ラインアップ拡充



NEW

インド産トマトペースト発売開始による商品ラインアップの拡充



- トマト生産量世界2位であるインドのトマトを使用した「トマトペースト」を新発売いたしました。収穫期間が長く、他の主要トマト生産国（中国、トルコ、米国、欧州、その他）とは異なる地理に位置するため、気候変動などのリスク分散にもつながります。

- 弊社では、インド産トマトペーストに加え、イタリア、トルコ、オーストラリアなど、世界各地のトマト製品を取り揃え、得意先ニーズに合わせた用途提案に繋げております。

イタリア産 トマト缶詰



オルガトマト缶
ホール



オルガトマト缶
チョップ



アセプティック
チョップドトマト



トルコ産 セミドライトマト



セミドライチェリートマト
プレーン



セミドライチェリートマト
プレーンダイス

オーストラリア産 セミドライトマト



セミドライトマト 1/6カット セミドライトマト ダイスカット
(オイル漬け)



セミドライトマト ダイスカット
(オイル漬け)





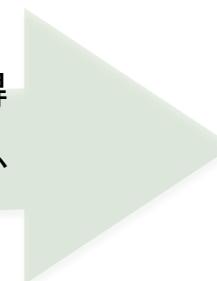
グローバル展開の強化

2025年1月に弊社中国グループ会社である上海秀愛国際貿易有限公司の組織構造改革を実施。物流・倉庫網の見直しと、管理機能の本社集約を実施しました。

また、製販一体化の取組みを推進、生産と営業相互の情報共有と工場の営業同行を通じ、コストダウンと提案力の強化を図っております。



その他、顧客ロイヤリティ獲得に向け、従来の展示会出展、顧客との技術交流会実施に加え、2025年5月よりWebでのオンライン販売を開始し、小規模顧客との kontakt強化と小口購入ニーズへの対応を実現しました。





顧客ニーズに合わせた商品設計



「ピーブロ」はカリッと香ばしい深煎りのピーナツをくちどけの良いココア生地と合わせた食べ応えのあるお菓子です。

カカオ高騰の影響からチョコレート商品の価格改定が余儀なくされるなか、ピーナツチョコと遜色ない満足度を得られる商品として、カカオの使用量は抑えつつも味わい、くちどけなどにこだわった「ピーブロ」を商品化しました。

カカオ使用量を控えたことからチョコレート規格ではありませんが、消費者アンケートにおいてもチョコレート商品と同等の満足度を得られると回答いただいております。

米国にグループ会社の農場を所有しているメリットを生かして、自社グループ農場で収穫された原料を中心に使用した自社ブランドでのプルーン小袋の売上を強化しました。



トピックス - 食品メーカーとしての成長戦略の取組み

ShoEi



顧客ニーズに合わせた商品設計



得意先人手不足のニーズへ対応した
時短商品の**果肉入りフルーツソース**！

✿ かき氷やアイスクリーム、デザートソースとして
顧客ニーズに合わせた様々な用途提案に積極的
に取り組んでおります！

若年層市場ニーズに対応した
新型フレーバーモンブランペースト！

✿ 従来のマロンペーストから四季に合わせた様々
なフレーバー企画でバリエーション豊富な商品ライン
アップを拡充してまいります！



マロンペースト

トピックス - 食品メーカーとしての成長戦略の取組み

ShoEi



顧客ニーズに合わせた商品設計
及びそれに伴う設備投資



グループ会社株式会社正栄デリシィでは基幹工場である筑西工場で新たな設備投資を行い、これまで展開していなかった半生菓子スコーンの生産・販売を開始しました。売り場もこれまでの菓子売り場ではなく、パン売り場横での販売を行うことで、新規顧客の開拓を目指しています。

「専門店のような本格的なスコーンを自宅でも気軽に楽しめる」をコンセプトに、おいしさはもちろん、食べやすさにこだわりました。

特徴は3つあります。

- ①口の中の水分がとられるようなパサつき感をなくし、しっとり食感にしました。
- ②チョコチップや3種のドライフルーツを入れ、各々の素材の味わいを楽しめます。
- ③形状をスティック状にし、大きく口を開けなくても女性やお子様が食べやすいサイズにしています。



DX推進

基幹システム刷新 プロジェクトの推進

自社開発のシステムからクラウドERPパッケージに切り替える基幹システム刷新プロジェクトを立ち上げ、Fit to standard（極力追加開発を行わず業務の標準化を推進する）の基本方針に沿って、企画、要件定義フェーズまで完了いたしました。

業務改善への取組み

社内申請書類の電子化・ペーパーレス化、会議資料のペーパーレス化に続き、在庫管理の高度化、マスター構成の見直し、商品規格書や勤怠管理の電子化、経費精算システムの入替などを実施しており、業務効率の改善を推進しております。



ステークホルダーとの協働

人事制度の改革

今後更なる発展と成長を続ける企業を目指し、当社の経営理念・ビジョンから求める人材像の定義を見直し、人事制度の骨格となる「等級」、「評価」、「報酬」について見直しを図ってまいりました。

新しい制度では、組織横断での協力を通じ価値に繋げて行くことが可能な等級・評価に加え、等級や評価の大きさに応じ適切に報いることが可能な報酬とすることを指針としております。



環境対応・人材多様性推進

CO₂排出量の算定

CO₂排出量の算定において正確且つ継続性のあるデータ構築のため、算定ツールの更新を実施いたしました。海外グループ会社を含めグループ全体の正確・迅速なデータ集計に注力しております。

人材多様性の推進

当社独自の人材多様性を図るポイント制度に基づき、目標を設定の上、達成に向けて取り組んでおります。今期の目標達成に伴い3年後の新たな目標を設定し、継続して推進してまいります。



持続可能な物流網の維持

物流拠点の集約と分散

物流拠点の現状把握を進め、商品在庫の一部集約を進めることで効率化を図りました。同時にBCPの観点から海岸地域・内陸での倉庫配置の見直しを検討中です。

産業廃棄物の排出削減

産業廃棄物排出量のモニタリングにより廃棄物削減を目指しています。この結果、排出量は前年より減少となりました。更なる削減に向けて廃棄物の仕分けを行い、バイオガス化（メタンガス）、豚飼料としての再利用など積極的に対策を検討しております。



コーポレートガバナンス体制強化

情報開示の強化による
経営の透明性と
説明責任の実現

決算補足資料の内容を充実させるとともに、四半期毎の開示を開始しました。また、日英同時開示の徹底、情報開示の強化を図り、経営の透明性向上に努めております。

リスク管理・コンプライアンスの
徹底

従来まで実施していたコンプライアンス集合研修に加え、研修資料を整備することで各部署が業務特性に合わせて部門別研修を実施する体制を構築しました。研修計画の策定や実施状況をモニタリングするシステムも導入し、効率的且つ有効的に全社のコンプライアンス、リスク管理体制の充実を図っております。

情報セキュリティの強化

海外グループ会社を対象にセキュリティ専門ベンダーによるセキュリティ対策状況の調査を実施いたしました。チェック結果に基づき、対策の検討を進め情報セキュリティのさらなる強化を図ってまいります。

※将来見通し等に関する注意事項

ShoEi

本資料につきましては、投資家の皆様への情報提供のみを目的としたものであり、売買の勧誘を目的としたものではありません。

本資料における将来予想に関する記述につきましては、目標や予測に基づいており、確約や保証を与えるものではありません。

また、将来における当社の業績が、現在の将来予想と異なる結果になることがある点をご認識された上で、ご利用ください。

また、業界等に関する記述につきましても、信頼できるといわれる各種データに基づいて作成されておりますが、その正確性、完全性を当社が保証するものではありません。

本資料は、投資家の皆様がいかなる目的にご利用される場合においても、お客様ご自身のご判断と責任においてご利用されることを前提にご提示させていただくものであり、当社はいかなる場合においてもその責任は負いません。