

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

アイカ工業

4206 東証プライム市場・名証プレミアム市場

企業情報はこちら >>>

2026年1月13日 (火)

執筆：客員アナリスト

三浦健太郎

FISCO Ltd. Analyst **Kentaro Miura**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2026年3月期中間期の業績概要	01
2. 2026年3月期通期の業績見通し	01
3. 中期経営計画の進捗状況	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	03
■ 事業概要	04
1. 化成品セグメント	04
2. 建装建材セグメント	05
■ 業績動向	06
1. 2026年3月期中間期の業績概要	06
2. 財務状況と経営指標	08
■ 今後の見通し	09
● 2026年3月期通期の業績見通し	09
■ 中長期の成長戦略	10
■ 株主還元策	12

アイカ工業

4206 東証プライム市場・名証プレミア市場

2026年1月13日 (火)
<https://www.aica.co.jp/company/ir/>

要約

造作風洗面化粧台など住器建材が好調、中国市況は軟調も増収増益

アイカ工業<4206>は、東京証券取引所（以下、東証）プライム市場及び名古屋証券取引所（以下、名証）プレミア市場に上場する化学・建材メーカーである。化学とデザインの融合により新たな価値を創造し、接着剤や建設樹脂、機能材料などの化成品セグメントと、メラミン化粧板やメラミン不燃化粧板「セラルール」、住器建材などの建装建材セグメントを展開している。同社は国内トップシェアを持つメラミン化粧板や、塗り壁材「ジョリパット」など、機能性と意匠性を兼ね備えた商品開発に強みを持つ。また、海外展開にも注力しており、アジアやオセアニアを中心に拠点を拡大し、2025年3月期の海外売上高比率は48.0%に上っている。近年は、サステナビリティ経営や人的資本戦略にも注力し、持続可能な社会への貢献を目指している。

1. 2026年3月期中間期の業績概要

2026年3月期中間期の業績は、売上高で前年同期比1.0%増の121,351百万円、営業利益で同1.5%増の13,348百万円、経常利益で同3.1%増の14,671百万円、親会社株主に帰属する中間純利益で同6.4%増の9,424百万円となった。売上高、営業利益、経常利益、中間純利益は過去最高となった。中期経営計画で掲げるROE10%以上に対してもおおむね計画どおりに推移しており、収益性の向上が維持されている。化成品セグメントは小幅に減収減益となったが、堅調な建装建材セグメントで打ち返し、全社では増収増益となっている。稼ぎ頭である建装建材セグメントについては、国内の高付加価値商品が全社収益をけん引したほか、海外は商品ミックスの改善や原材料価格が想定を下回ったことにより増益を確保した。一方、化成品セグメントは、国内では価格転嫁等が奏功したが、中国市況の価格競争激化が重石となり収益性は低下した。

2. 2026年3月期通期の業績見通し

2026年3月期通期の連結業績は、売上高について前期比6.6%増の265,000百万円、営業利益は同5.8%増の29,000百万円、経常利益は同4.6%増の30,000百万円、親会社株主に帰属する当期純利益は同8.3%増の18,300百万円と、いずれも過去最高を更新する計画である。ROEは10%以上とし、経常利益は現中期経営計画の目標値を1年前倒しで達成する見通し。中間期までの進捗率はおおむね計画どおりであり、通期予想は据え置かれている。化成品セグメント、建装建材セグメントともに高付加価値化戦略を継続し、前期以上の売上高を計画している。中国市況の悪化など懸念する向きもあるが、国内では化成品・建装建材ともに価格転嫁やコストダウン効果が継続しており、海外市況におけるボラティリティに対しても十分にコントロール可能と考える。

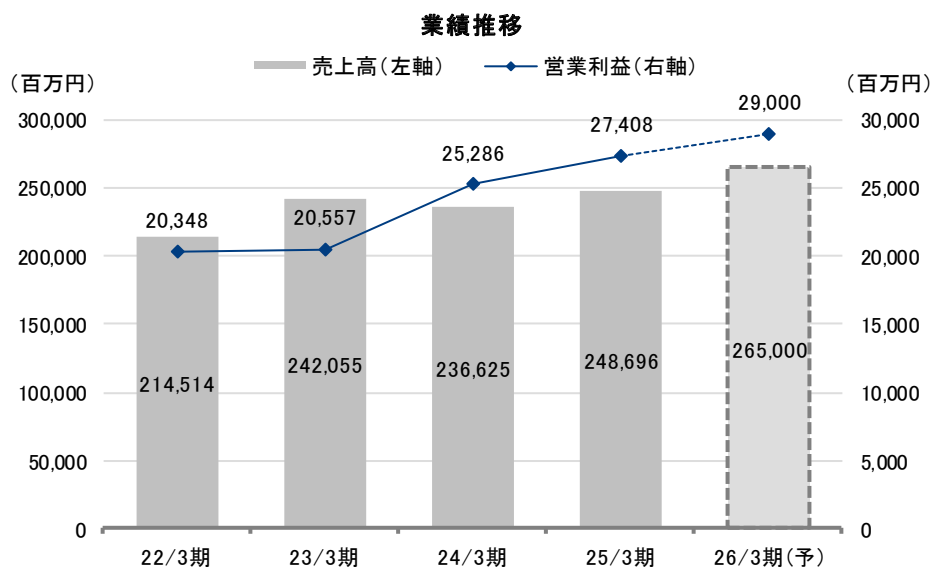
要約

3. 中期経営計画の進捗状況

現在の中期経営計画（2024年3月期～2027年3月期）においては、収益性の改善、成長事業の創出・育成、健全な経営基盤の構築を基本方針に掲げ、主な財務目標は、売上高300,000百万円、経常利益30,000百万円、海外売上高比率50%以上、ROE10%以上（2027年3月期）となっている。足元の進捗状況は非常に順調で経常利益については、目標値を1年前倒しで達成する予想である。今回、同社からはM&Aを中心に全方位で投資機会を模索しているとのコメントがあった。M&Aによるプラットフォーム構築、販路拡充を目的に、北米・インド、次いで一部東南アジアなどが候補地として考えられる。次の成長ステージに向けては、海外の収益性強化、高付加価値商品の拡充、M&Aなどによる成長投資がテーマになると考える。

Key Points

- ・ 化成品と建装建材の2本柱
- ・ 国内の建装建材が、高付加価値商品で成長を牽引
- ・ 2026年3月期中間期は順調に進捗。通期計画は据え置き
- ・ 16期連続の増配、27期連続で減配なし（増配銘柄）
- ・ 海外の収益性強化、高付加価値化の進展、M&Aなど成長投資がアップサイド要素



出典：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

化学とデザインを融合する化学・建材メーカー。 グローバル化と高付加価値化に注力

1. 会社概要

同社は、東証プライム市場及び名証プレミアム市場に上場する化学・建材メーカーである。化学とデザインの融合により新たな価値を創造し、接着剤・建設樹脂・機能材料などの化成品セグメントと、メラミン化粧板・メラミン不燃化粧板「セラル」・住器建材などの建装建材セグメントを展開している。「挑戦と創造」を社是として、経営理念は、「共生の理念のもと、たえず革新により新しい価値を創造し、社会に貢献する」としている。経営方針としては、以下の7項目を掲げている。

- 1) 化学とデザイン：化学とデザインの力で独創性のある商品をつくり、豊かな社会の実現に貢献する
- 2) グループシナジー：技術・素材連携やチャネル活用を追求し、グループシナジーを創出する
- 3) No.1：事業分野や地域におけるNo.1商品を拡充する
- 4) グローバル：海外における生産・販売拠点と人材の充実を図り、グローバル市場で持続的な成長を目指す
- 5) 人材と組織：人材を最も重要な経営資源と捉え、相互理解と成長を通じ、活力あふれる人材・組織を形成する
- 6) コンプライアンス経営：法令や社会秩序を守り、公正で透明性の高いコンプライアンス経営を実践する
- 7) 安心・安全への約束：ステークホルダーとのコミュニケーションを重視し、「信頼される品質の確保」や「環境に配慮した事業活動」を推進する

2. 沿革

同社は1936年に愛知化学工業(株)として設立し、日本初のユリア樹脂接着剤を製造するなど化学メーカーとして事業を始めている。その後、1950年代にメラミン樹脂技術を導入し、1960年にはメラミン化粧板「アイカ」を発売し、化粧板分野に進出した。1966年に現社名へ変更し、1975年には意匠性に優れた塗り壁材「ジョリパット」を発売するなど、建材分野に強みを持つ「総合建材メーカー」への転換を進めた。

1984年、業界に先駆けて単色をシステム化した化粧板「アイカカラーシステム105」を発売し、1980年代には化粧板の国内トップメーカーとしての地位を確立した。また、1989年にはメラミン不燃化粧板「セラル」を発売し、1990年代にはキッチンパネルとして広く採用され、ブランド力を高めた。

2010年代からはM&Aを活用したグローバル戦略を本格化している。具体的には、2012年にはダイネア社のアジア太平洋部門子会社を取得し、アイカ・アジア・パシフィック・ホールディング社を設立。以降、2018年にエバモア・ケミカル・インダストリー社を、2019年にはウィルソナート社のアジア太平洋地域子会社を取得し、アジアでの体制を強化してきた。また、1962年より東証へ上場を果たしているが、2022年には市場区分の再編により東証プライム市場へ移行し、上場企業としての信頼性も高めている。

会社概要

足元では、独自性の高い高付加価値商品を軸に収益性の強化を図りつつ、グローバル市場、特に成長著しいアジア地域での拡大を進めている。

事業概要

化成品と建装建材の2本柱。建装建材が営業利益の約7割を占める

同社事業は化成品セグメントと建装建材セグメントの2本柱で構成される。2025年3月期の売上高について、化成品が55.7%、建装建材44.3%となり、売上面では化成品セグメントが過半を占める。一方、営業利益においては化成品セグメント29.3%に対し、建装建材セグメントが70.7%を稼ぐ高収益構造が特徴となっている。

1. 化成品セグメント

(1) 国内

主力商品である接着剤においては、建築施工用から工業用まで豊富なラインナップの接着剤を擁し、建物・家具・自動車・電子製品など多種多様な産業用途や使用環境に対応している。また、研磨布紙(サンドペーパー)や自動車ブレーキの摩擦材、鋳物用型材、断熱材、耐火材、塗料などの原料となるフェノール樹脂などが幅広い工業製品の素材として使用されている。

次に、建設樹脂においては、塗り壁材・塗り床材・補修補強材などの製品が該当する。代表的な製品である1975年発売の塗り壁材「ジョリパット」は色柄デザインの改良や耐候性・低汚染性・防カビといった機能向上が重ねられ、職人の手仕事による豊かな表現を可能とする内外装材として、市場ニーズに応じて進化を続けている。また、塗り床材については、近年半導体・EV関連工場や物流倉庫の建設プロジェクトが各地で進むなか、需要が拡大している。

最後に、機能材料分野が非建設分野として注力領域となっている。有機微粒子においては化粧品用途の肌をきれいに見せる機能などを持つ「ガンツパール」は国内のみならず海外でも高い市場シェアを誇っており、同分野においてブランド力を保持している。UV硬化型樹脂は紫外線で硬化し、タッチパネルや携帯電話・デジタルカメラ向けのハードコーティング剤として用いられている。さらに足元では、自動車内外装向けの3次元加飾フィルムに対する期待感が大きい。自動車製造で排出されるCO₂の約25%が塗装工程に起因するとされているが、塗装の代替手段として同商品に注目が集まっている。内装向け商品では既に採用が拡大しているなか、今後は外装向け商品において、業界に先駆けて早期実用化するべく取り組みを進めている。

事業概要

近年の業況としては、低採算品の見直しなど収益性の改善を着実に進めている。具体的には、祖業である国内接着剤商品については、競合商品が多く利益率が低下していたため、採算性の低い品目の統廃合や適正な価格設定を断行している。同事業の強みとしては、長年培った接着剤開発のノウハウと信頼性の高い品質が挙げられる。国内におけるトップクラスのシェア及び実績に対する顧客の信頼の厚さに加えて、多種多様な商品群で顧客ニーズにきめ細かく対応できる柔軟性も特長と言える。また、自社で原材料から製品設計まで手掛ける総合力により、環境規制への先行対応や独創的な商品開発が可能であり、競合他社との差別化につながっている。

(2) 海外

近年のM&Aを通じた事業拡大の結果、海外が化成品セグメントの売上高において大半を占めており、2025年3月期においてはセグメント売上高の71.8%となった。また、主要子会社であるアイカ・アジア・パシフィックグループ(AAPグループ)は、海外の売上高のうち75.1%を占めており、海外ビジネスにおいて中核的存在になっている。

海外市場でのマーケティング戦略としては、経済成長が著しいアジア各国に幅広く製造・販売拠点を有し、それぞれの地域・顧客の需要に応じた商品を提供するなど改良開発に力を入れている。また、基本的には地産地消のビジネスモデルであり、消費地の近くで大規模プラントにより自動生産できる戦略も差別化につながっている。日本で培った接着剤技術や素材開発力も併せて投入することで競合他社との差別化を図り、現地顧客の信頼を獲得している。

一方で、海外事業においては中国経済の影響には留意したい。中国、特に不動産市況についてはいまだ回復の兆しが見られない状態にあり、同社事業においても下押し圧力が継続している状況にある。現段階では、同社の売上高と収益性に対する中国ビジネスの影響は限定的となっているが、さらなる景況感の悪化は経営上のダウンサイドにつながりうる。

3. 建装建材セグメント

(1) 国内

メラミン化粧板が代表的な製品であり、国内シェア1位となっている。同セグメントでは、化粧板や住器建材などの製造販売を行っている。1960年に日本で初めてメラミン化粧板を発売して以降、化成品セグメントで培った化学技術を生かし、機能性・意匠性で差別化を図った製品展開により、国内シェア首位を維持している。壁面用のメラミン不燃化粧板「セラル」も代表的な製品であり、1990年代後半に住宅キッチンパネル用途で販売を拡大した。近年の注力分野は、住器建材における造作風洗面化粧台「スマートサニタリー」が該当する。「スマートサニタリー」は、オーダーメイド(造作)のような見た目と機能性、手頃な価格帯でSNSなどでも人気が拡大している洗面台である。洗面ボウルやカウンター、収納棚などのデザインやサイズを自由に組み合わせられる点が特徴となっている。

足元の業況を見ると、国内の建装建材事業は高付加価値商品へのシフトと市場変化への適応によって順調に右肩上がりの成長を遂げている。なかでも、「スマートサニタリー」は独自の意匠性と優れた施工性で高評価を得ており、収益をけん引するヒット商品となっている。このような高付加価値路線への転換と新商品投入により、建装建材国内は同社の収益獲得をけん引する稼ぎ頭となっている。

事業概要

同事業の強みとしては、化成品セグメントの接着剤や技術・製造シナジーの活用に加えて、国内シェアトップ企業としての豊富な知見、実績、多様な商品ラインアップが挙げられる。メラミン化粧板などで培ったノウハウを活用し、需要動向に応じて、新商品を柔軟に開発・投入している。

具体的には、家具・什器用のメラミン化粧板技術を応用し、壁面用メラミン不燃化粧板「セラル」を開発している。また、「セラルONタイル工法」をはじめ工期短縮・省施工の工法・商品開発にも注力している。新築着工件数が弱含むなか、リフォーム需要の拡大という市場の変化を捉え、市場ニーズに即した商品開発を行っていると言える。

(2) 海外

2025年3月期の建築建材セグメントの海外売上高の割合は18.1%とまだ発展の途上にあるが、今後の成長が期待される領域である。主要な事業地域は、中国、インド、タイ、インドネシア、ベトナム、シンガポール、台湾、マレーシアなどであり、化成品セグメント同様に広域に事業を展開している。

アジア市場自体が未成熟であり、数十年前の日本に似ていると表現されることもあるが、経済発展に伴い高意匠化・高品質化は徐々に進展している。そのなかで、日本のメラミン不燃化粧板「セラル」・加工品などの技術を展開して加速度的に事業拡大を進めるべく、積極的な投資を行い、生産拠点を最適な形に整備し、効率的な商品生産・供給を企図している。

海外市場での強みについては、「ジャパンテクノロジー」としてのブランド力と技術力に対する高い評価が挙げられる。アジアの建材市場は未だ群雄割拠の状態ではあるが、付加価値の高い商品を投入し、市場の成熟に合わせて、シェア拡大を図る方針である。足元では、域内でのブランド構築、認知、浸透を図る段階であるが、将来的には、国内市場と同程度の利益率水準を目指すとしている。

業績動向

売上高、営業利益、経常利益、中間純利益は過去最高。

1. 2026年3月期中間期の業績概要

2026年3月期中間期の業績は、売上高で前年同期比1.0%増の121,351百万円、営業利益で同1.5%増の13,348百万円、経常利益で同3.1%増の14,671百万円、親会社株主に帰属する中間純利益で同6.4%増の9,424百万円となった。売上高、営業利益、経常利益、中間純利益は過去最高であり、営業利益、経常利益、中間純利益は5期連続の増益となった。中期経営計画で掲げるROE10%以上に対してもおおむね計画どおりに推移しており、収益性の向上が確認できる。また、化成品セグメントは小幅に減収減益となったが、堅調な建築建材セグメントで打ち返し、全社では増収増益となっている。

業績動向

化成品セグメントについては、国内では原材料等の高騰も価格転嫁・コストダウンが奏功している一方、中国市場の価格競争の激化は続いており、同セグメントの収益に対して重石となった。なお、非建設分野への取り組みとして注力している機能材料においては、脱炭素に寄与する3次元加飾フィルム「ルミアート」が、海外量産車の外装に初めての採用となる見込み。本商品においては、自動車外装用への拡大により、2032年3月期に機能材料の売上高50億円を目指すとの野心的な目標を同社は掲げているが、順調な進捗が見て取れる。

建装建材セグメントについては、メラミン化粧板(国内)、「セラルール」、住器建材などの高付加価値商品が伸長している。国内の高付加価値商品が全社収益をけん引する構図が継続している。海外については、中国市場の低迷が続くも、東南アジア市場で打ち返し、営業利益はしっかりと増益を確保した。

次に、注目されている住器建材の「スマートサニタリー」においては、2026年3月期中間期の売上高は、前年同期比46%増と成長率を維持している。本商品においては、ショールームの活用から来場者数が足元で顕著に増加しており、手頃な価格と意匠性を兼ね備えた同商品への注目が高まっているようだ。また、メラミン不燃化粧板「セラルール」では「セラルール セレント」も高い意匠性と施工性から、2026年3月期中間期の売上高は同28%増と拡大している。加えて、需要拡大に対して供給不足となっていたことから、海外拠点での生産開始など生産体制の強化を進めており、今後は需要に対応した成長が期待される。

海外売上高比率(全社ベース)については、2026年3月期中間期は46.2%となっている。建装建材セグメントの国内が堅調であったことから前年同期の48.3%から小幅低下となった。

2026年3月期中間業績

(単位：百万円)

	25/3期中間期		26/3期中間期		前年同期比	
	実績	売上比	実績	売上比	増減額	増減率
売上高	120,140	-	121,351	-	1,211	1.0%
化成品	67,571	56.2%	66,973	55.2%	-598	-0.9%
建装建材	52,569	43.8%	54,378	44.8%	1,809	3.4%
営業利益	13,147	10.9%	13,348	11.0%	201	1.5%
化成品	4,619	6.8%	4,368	6.5%	-251	-5.4%
建装建材	10,518	20.0%	11,231	20.7%	713	6.8%
調整額	-1,990	-	-2,252	-	-262	-
経常利益	14,230	11.8%	14,671	12.1%	441	3.1%
親会社株主に帰属する 中間純利益	8,855	7.4%	9,424	7.8%	569	6.4%

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

2. 財務状況と経営指標

2026年3月期中間期の財務状況を見ると、資産合計は前期末比8,107百万円減少の279,951百万円となった。主な増減要因を見ると、流動資産は現金及び預金が1,735百万円減少し、売掛金が2,179百万円減少している。固定資産については、有形固定資産が1,550百万円減少、無形固定資産が1,194百万円減少し、投資その他の資産が3,573百万円増加している。

負債合計は前期末比8,538百万円減少の89,795百万円となった。流動負債は支払手形及び売掛金が2,285百万円減少した一方、短期借入金は782百万円増加している。固定負債については長期借入金・社債が7,551百万円減少している。

近年の経営効率化、高付加価値化シフトが奏功し、収益性の向上が進むなか、バランスシートの安全性はさらに高まっている。フリーキャッシュ・フロー創出力が増すなか、ネットキャッシュ（現金及び預金－有利子負債）は、2026年3月期中間期末時点で36,399百万円まで積み上がっている。一方、有利子負債も一定の規模感に収まっており、D/Eレシオは0.12倍と従来の水準を維持、自己資本比率は62.4%と小幅に上昇している。同社はキャッシュアロケーション（2024年3月期～2027年3月期）を公表しており、キャッシュインとキャッシュアウトの均衡を図っている。今後、株主還元や成長投資を拡大していく計画であるが、豊富な手元流動性及び財務レバレッジに照らせば、十分なバッファを有していると言える。

連結貸借対照表及び主要な経営指標

（単位：百万円）

	24/3期末	25/3期末	26/3期 中間期末	増減
流動資産	172,621	179,554	170,619	-8,935
現金及び預金	62,022	59,573	57,838	-1,735
売掛金	48,824	50,741	48,562	-2,179
固定資産	102,117	108,503	109,331	828
有形固定資産	67,006	74,019	72,469	-1,550
無形固定資産	11,436	10,393	9,198	-1,194
投資その他の資産	23,675	24,090	27,663	3,573
資産合計	274,739	288,058	279,951	-8,107
流動負債	62,822	62,775	60,931	-1,843
支払手形及び買掛金	31,447	31,342	29,056	-2,285
短期借入金	6,025	6,252	7,035	782
固定負債	35,373	35,559	28,864	-6,694
長期借入金・社債	22,519	21,955	14,404	-7,551
負債合計	98,195	98,334	89,795	-8,538
有利子負債	28,544	28,207	21,439	-6,768
純資産合計	176,543	189,723	190,155	431
<安全性>				
自己資本比率	58.9%	60.2%	62.4%	2.2pp
D/Eレシオ	0.18倍	0.16倍	0.12倍	-0.04
ネットキャッシュ	33,478	31,366	36,399	5,033

出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 今後の見通し

通期計画を据え置き。 経常利益は中計目標を1年前倒しで達成する見込み

● 2026年3月期通期の業績見通し

2026年3月期通期の連結業績は、売上高について前期比6.6%増の265,000百万円、営業利益は同5.8%増の29,000百万円、経常利益は同4.6%増の30,000百万円、親会社株主に帰属する当期純利益は同8.3%増の18,300百万円と、いずれも過去最高を更新する計画である。ROEは10%以上、経常利益は現中期経営計画の目標値を1年前倒しで達成する見通しも含め、通期計画を据え置きとしている。

2026年3月期の業績予想

(単位：百万円)

	25/3期		26/3期		前期比	中間期進捗率
	実績	売上比	予想	売上比		
売上高	248,696	-	265,000	-	6.6%	45.8%
営業利益	27,408	11.0%	29,000	10.9%	5.8%	46.0%
経常利益	28,688	11.5%	30,000	11.3%	4.6%	48.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	16,896	6.8%	18,300	6.9%	8.3%	51.5%
1株当たり当期純利益 (円)	266.36		291.55			

出所：決算短信よりフィスコ作成

化成品セグメントについては、接着剤、建設樹脂、機能材料、その他いずれにおいても、前期以上の売上高を計画している。特に塗り壁材や補修・補強材などの建設樹脂が売上を牽引する見通しである。建装建材セグメントについては、好調が続く高付加価値商品（メラミン化粧板、「セラルール」、「スマートサニタリー」）に注力する。

2026年3月期中間期までの進捗状況を見ると、売上高は通期予想に対して45.8%、営業利益は46.0%、経常利益は48.9%、親会社株主に帰属する当期純利益は51.5%に達しており、おおむね計画どおりに進捗している。足元では、化成品、建装建材ともに価格転嫁やコストダウン効果も継続しており、海外市況におけるボラティリティに対しても十分にコントロール可能と考える。

なお、「スマートサニタリー」が狙う造作風カテゴリーについては、足元では競合他社が商品供給を進めている模様。各社が同カテゴリーに参入することで、洗面台市場において造作風カテゴリーが浸透、市場拡大の好循環に入っておりポジティブに捉えている。なお、同社は先行者利益・意匠性のみならず、化粧台の材料である接着剤やメラミン化粧板などを内製化している点が競合他社に対する優位性となっている。

アイカ工業

4206 東証プライム市場・名証プレミアム市場

2026年1月13日 (火)

<https://www.aica.co.jp/company/ir/>

今後の見通し

次に、海外市場については同社の取り組みや市場環境について何点が補足したい。日中関係の悪化による影響が懸念される向きはあるが、足元においては大きな影響は顕在化していない。また、同社の事業ポートフォリオは海外でも多地域に展開されており、商品も分散されていることから相応の対応力を期待できよう。

加えて、化成品海外においては収益性強化の取り組みとして、AAPグループでは、リテール市場における高付加価値商品の拡大、商品ミックス改善を進めている。具体的には、AAPグループは、BtoBが中心であったが、リテール向けに強いインドネシアにおいて、家具店などの最終ユーザー向けに販売を強化している。本件は収益性が高く、成長拡大している好事例であることから、タイでも同様の戦略を展開するべくADBシーラント社を取得し、販売・物流ネットワークを構築している。リテール向けの拡大を企図した事業変革は、2026年3月期のみならず、2027年3月期以降に向けた種まきとなる施策である。

同社は、海外事業において、2025年4月に海外事業カンパニーを設立している。海外事業の成長加速のため、海外における化成品と建装建材のシナジー最大化を企図したもの。中国市況を中心に、海外事業における市況変動は激しいが、市場の成長ポテンシャルは大きい。海外事業の収益性向上・事業シナジー創造は、企業価値向上に直結する施策であり、今後も進捗状況を注視していきたい。

■ 中長期の成長戦略

**中期経営計画達成の確度は高い。
さらなる成長に向けて海外事業の強化やM&Aを期待**

(1) アイカ10年ビジョン

同社は創立90周年となる2027年3月期を最終年に据えた長期指針「アイカ10年ビジョン」を掲げ、化学とデザインの相乗効果で新たな価値を創出するグローバル企業像を描いている。化成品セグメントでは建設分野向け樹脂でアジアトップメーカーを目指しつつ、自動車、電子材料など非建設分野への領域拡大を図る。建装建材セグメントでは、外壁を含む壁市場全体に領域を広げ、住宅・非住宅の生活空間に快適、安全を提供する「空間デザインメーカー」としての事業拡大を図る。

(2) 中期経営計画及び進捗状況

「アイカ10年ビジョン」を実現する総仕上げとして、2024年3月期からの4年間に於いて第3次中期経営計画「Value Creation 3000 & 300」として策定している。「収益性の改善」「成長事業の創出・育成」「気候変動対応や人的資本を含む健全な経営基盤の構築」の3本柱を基本方針として掲げ、ビジョン達成に向けた具体策と数値目標を設定している。主な財務目標は、売上高300,000百万円、経常利益30,000百万円、海外売上高比率50%以上、ROE10%以上である(2027年3月期)。

中長期の成長戦略

足元の進捗状況は非常に順調で経常利益、ROEについては、目標値を1年前倒しで達成する予想である。また、2025年3月期において、既に経常利益が28,668百万円となるなど、足元の高付加価値戦略が奏功しており、達成の蓋然性は高いと考えられる。ROE目標値についても、2024年3月期が9.9%、2025年3月期が10.1%と収益性は維持されており、ROE10%以上という目標値の達成は難しくはない。

一方、売上高については、2025年3月期は248,696百万円であり、目標値が300,000百万円であることを踏まえると、年率10%の成長が必要になる。近年は、不採算分野の整理などに伴う売上高成長率への下押し圧力があつたものの、今後は成長投資の着実な実行により、目標達成の確度が高まるだろう。

また、今回の決算説明会において、M&Aを中心に全方位で投資機会を模索とのコメントがあつた。具体的には、成長事業である海外事業のオーガニックな成長に加え、M&Aによるプラットフォーム構築、販路拡充を目的に、北米・インドを重視しており、一部東南アジアも候補地に含めて検討しているようだ。

同社は、オーガニック施策とM&Aの両面からアプローチし、商品ポートフォリオ及び事業地域の拡大によって右肩上がりの成長を遂げてきた。現行の中期経営計画における目標値の達成のみならず、次の成長ステージに向けては、海外の収益性強化、高付加価値商品の拡充、M&Aなどによる成長投資がテーマになると考える。

中期経営計画の進捗(財務目標)

(単位：百万円)

	23/3期 実績	24/3期 実績	25/3期 実績	26/3期 予想	27/3期 予想
売上高	242,055	236,625	248,696	265,000	300,000
経常利益	22,088	26,135	28,668	30,000	30,000
AS商品売上高 ^{※1, 2}	19,300	21,700	24,100	27,000	28,000
海外売上高比率	51.2%	47.8%	48.0%	48.0%	50%以上
ROE	6.9%	9.9%	10.1%	10%以上	
ROIC	8.1%	8.9%	9.6%	9%以上	

※1 AICA Solution商品の略。様々な社会課題を解決する商品。

※2 アイカ工業単体の売上高。

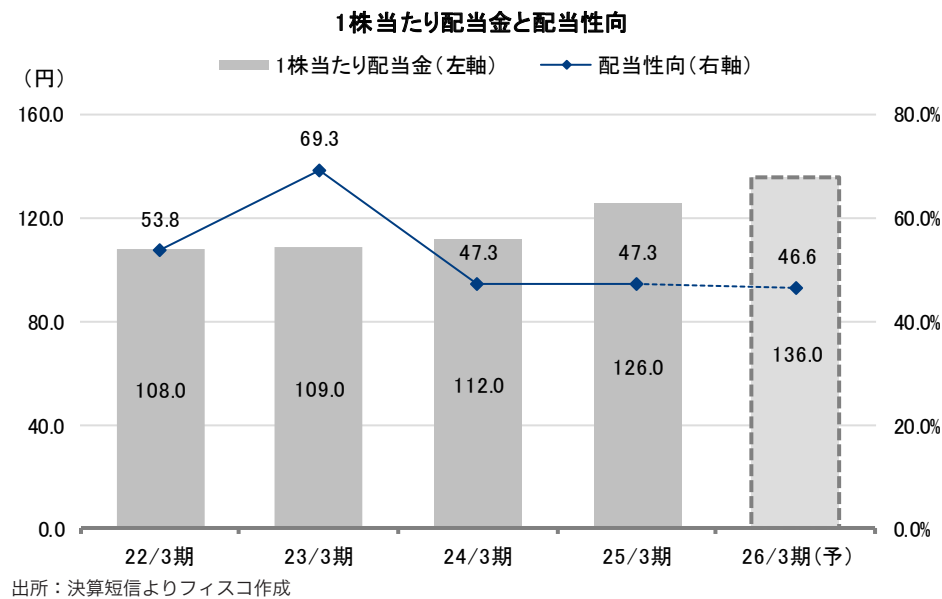
出所：決算短信、決算説明会資料よりフィスコ作成

株主還元策

2026年3月期は10円増配予定。16期連続増配、27期連続減配なし

2026年3月期は前期比10円増額の136円（配当性向46.6%）となる見込み。同社は、株主への利益還元と会社の持続的な成長を実現するため、各期の連結業績、配当性向、内部留保を総合的に考慮したうえで配当を実施する方針としている。2025年3月期に至るまで、16期連続の増配、27期連続で減配なしであり、同社は安定した事業、財務基盤を有する増配銘柄としての側面も有している。

中期経営計画においては、安定配当の継続とさらなる株主還元の充実を図るべく、新たに「減配をしない累進配当の継続」と「機動的な自己株式取得」を方針として追加している。



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