

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

J- オイルミルズ

2613 東証プライム市場

企業情報はこちら >>>

2025 年 9 月 3 日 (水)

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. 油脂メーカー大手で、「おいしさ × 健康 × 低負荷」をテーマに付加価値を提供	01
2. 三者三様の強みから、素材、技術力、顧客接点という強みに進化	01
3. 修正後の第六期中期経営計画は順調に進捗	01
4. スプレッドコントロールによる価格適正化などにより、 2025 年 3 月期は過去最高益を更新	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	03
■ 事業概要	05
1. 事業内容	05
2. 油脂事業	06
3. スペシャルティフード事業	07
4. 同社の強み	07
■ 中期経営計画	08
1. 第六期中期経営計画の見直し	08
2. 修正後の第六期中期経営計画	10
3. 中期経営計画の進捗	12
■ 業績動向	15
1. 2025 年 3 月期の業績動向	15
2. 2026 年 3 月期の業績見通し	17
3. 2026 年 3 月期第 1 四半期の業績動向	18
■ 株主還元	19
1. 配当政策	19
2. 株主優待	20

要約

2025 年 3 月期は過去最高益を達成するなど、 修正後の中期経営計画は順調に進捗

1. 油脂メーカー大手で、「おいしさ×健康×低負荷」をテーマに付加価値を提供

J-オイルミルズ<2613>は、(株)ホーネンコーポレーション、味の素製油(株)、吉原製油(株)の3社が統合して設立された油脂メーカー大手である。油脂事業では主に家庭用油脂、業務用油脂、ミールの製造・加工・販売を行い、スペシャリティフード事業において、乳系 PBF 部門では業務用マーガリン、食品素材部門ではスターチ製品や、トコフェロールなど大豆機能性素材、大豆シートなどの製造・加工・販売を行っている。あぶら、でんぷん、たんぱくなどの植物性原料に、独自の加工技術やアプリケーション技術を用いることで、従来の「おいしさ×健康」というテーマに“低負荷”を加えた付加価値を提供し、社会課題の解決への貢献を目指している。原料を輸入に依存しているため、海外の市況変動に影響されやすい収益構造だが、統合3社が培ったノウハウや技術に加え、3社が融合したからこそ発揮できる強みを基盤に、収益性と成長性の向上を図っている。

2. 三者三様の強みから、素材、技術力、顧客接点という強みに進化

同社の強みの源泉は、統合した3社がそれぞれ持っていた強みとそのシナジーにある。もともと味の素製油は油脂のおいしさ研究などに、ホーネンコーポレーションは原料を使い切る取り組みなどに、吉原製油は油種のバラエティなどに強みがあった。こうした三者三様の強みを掛け算することで、広範な商品カテゴリーの確立といった同社の特徴を醸成してきた。近年は、3社が統合から融合へとステージを引き上げたことで、スターチなどおいしさをデザインするために必要となる様々な素材、そうした素材を要素技術と組み合わせで長持ち機能など顧客の課題解決につなげる技術力、コンビニや外食など業務油脂から日本全国の一般飲食店まで幅広い顧客接点という強みを発揮している。

3. 修正後の第六期中期経営計画は順調に進捗

同社は、成長基盤の確立と成長加速によって持続的に成長するという2030年度の目指すべき姿に向け、2025年3月期を最終年度とする第六期中期経営計画を実行していた。しかしタイミング悪く、ウクライナ情勢の悪化に伴うさらなる原材料価格の急激かつ長期的な高騰や、新型コロナウイルスの影響による外食需要の低下、急速な円安など環境が大きく変化し、2022年3月期～2023年3月期の利益水準が大きく低下した。このため、第六期中期経営計画を2年延長して見直しを行い、構造改革と収益基盤の強化、積極的な投資など成長に振った戦略を推進している。目標値も一部修正し、2027年3月期に営業利益110億円などを目指している。修正後は、2025年3月期に過去最高益を達成したほか、外部環境に応じた適正価格での販売や、業務用油脂の販売重量の拡大など、順調に進捗している。

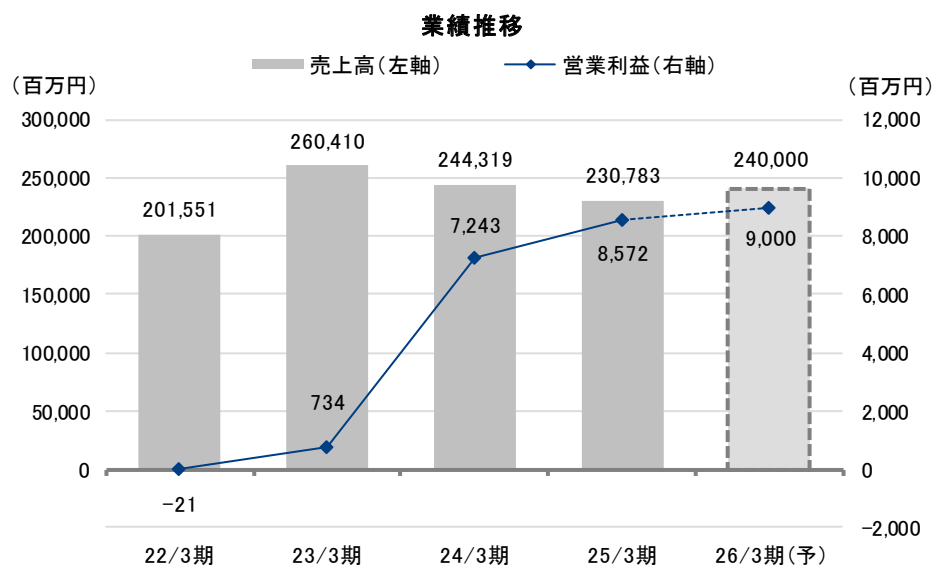
要約

4. スプレッドコントロールによる価格適正化などにより、2025 年 3 月期は過去最高益を更新

2025 年 3 月期の業績は、売上高 230,783 百万円（前期比 5.5% 減）、営業利益 8,572 百万円（同 18.3% 増）と統合後の最高益となった。収益改善の大きな要因は、スプレッドコントロールによる油脂汎用品の価格適正化、“低負荷”の長持ち油や業界別の課題を解消する「TXdeSIGN®」シリーズの堅調などにあり、在庫の抑制が進んだことで資産効率も改善した。2026 年 3 月期については、売上高 240,000 百万円（前期比 4.0% 増）、営業利益 9,000 百万円（同 5.0% 増）と最高益の更新を見込んでいる。「おいしさ×健康×低負荷」をベースに成長戦略を加速する。なお、2026 年 3 月期第 1 四半期の業績は、売上高 56,290 百万円（前年同期比 3.8% 減）、営業利益 1,003 百万円（同 56.8% 減）となっている。

Key Points

- ・「おいしさ×健康×低負荷」をテーマに付加価値を提供する油脂メーカー大手
- ・素材、技術力、顧客接点という強みを活かして第六期中期経営計画を推進中
- ・2025 年 3 月期は過去最高益を達成し、2026 年 3 月期は収益改善により過去最高益更新を見込む



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

「あぶら」のプロとして「おいしさデザイン®」を実現

1. 会社概要

同社は、ホーネンコーポレーション、味の素製油、吉原製油の３社が統合して設立された油脂メーカー大手である。油脂事業（油脂・ミール）を基盤に、マーガリンや粉末油脂など乳系 PBF（プラントベースドフード）及びスターチやファインなど食品素材を扱うスペシャリティフード事業を展開している。特に「あぶら」のプロとして「おいしさデザイン®※」の実現へ向け、安全・安心を基本に、幅広い用途に使われる汎用品から、「あぶら」ならではの調理・調味・健康の各機能を有した高付加価値品までを幅広く展開している。味の素<2802>グループの１社だが、出自の異なる３社がそれぞれに培ってきた長い歴史に裏打ちされたノウハウ・技術を強みとしている。こうした強みを背景に、同社の目指す未来（ビジョン）である「Joy for Life® - 食で未来によるこびを®-」の実現へ向けて、あらゆるステークホルダーとの対話を進めながら長期的な事業成長を果たし、おいしさだけでなく顧客やサステナブルな社会への貢献を目指している。

※ 同社が培ってきた知見やノウハウをもとに「あぶら」が持つ価値・可能性を拡張して、揚げ物料理の価値、調理価値、健康価値、調味価値など様々な付加価値機能をデザインすること。さらには、あぶら・スターチ・マーガリン、粉末油脂などの製品や素材を組み合わせ、新しいおいしさを創出すること。

食用油メーカー 3 社が融合

2. 沿革

1922 年に鈴木商店製油部をもとに豊年製油（株）が設立され、1934 年に個人商店を改組し（株）吉原定次郎商店が設立、1999 年には味の素の横浜工場を中心に味の素製油が設立された。2002 年にホーネンコーポレーションと味の素製油が経営統合して持株会社（株）豊年味の素製油が誕生、2003 年には吉原製油が合流して現在の社名となった。さらに 2004 年、ホーネンコーポレーション、味の素製油、吉原製油の３事業会社と日本大豆製油（株）が統合、形態も現在のものへと移行した。1990 年代～2000 年代は小売業や商社が大型化した時期だが、これに対応するように同業の日清オイリオグループ<2602>も、2002 年に日清製油（株）、リノール油脂（株）、ニッコー製油（株）の３社統合により設立された。両社の経営統合により油脂メーカーは、チョコレート油脂に強みを持つ不二製油<2607>を含め３強の時代となった。

統合後は、成長戦略として、2007 年にマーガリンなど製菓・製パン材料の強化を目的に豊年リーバ（株）を 100% 子会社化したほか、原料調達面などで不二製油と、2023 年には製油の合併会社設立に向けて日清オイリオグループと業務提携を果たしている。遅れていた海外展開も、2014 年に豊田通商<8015>と合併でタイに Toyota Tsusho (Thailand) Co., Ltd. 及び MHC B Consulting (Thailand) Co., Ltd. との合併会社 J-OILMILLS (THAILAND) Co., Ltd. を設立、2019 年にはマレーシア油脂加工品会社 Premium Fats Sdn Bhd を連結子会社化するなど積極化した。現在、旧３事業会社の融合が進んだことから、融合したからこそ発揮できる素材、技術力、顧客接点といった強みを背景に、第六期中期経営計画を推進している。

J-オイルミルズ

2613 東証プライム市場

2025 年 9 月 3 日 (水)
https://www.j-oil.com/ir/

会社概要

沿革

年月	沿革
1922年 4月	鈴木商店製油部の工場 4 ヶ所と営業権を継承して、豊年製油（株）設立する（（株）ホーネンコーポレーションの前身）
1934年12月	個人経営を組織変更し、油脂、肥料、飼料、化粧品品の製造加工売買を目的に（株）吉原定次郎商店を設立する（吉原製油（株）の前身）
1968年 2月	東洋製油（株）設立（（株）味の素製油の前身）
1999年 4月	味の素（株）横浜工場を統合し、社名を味の素製油（株）に変更する
2002年 3月	（株）豊年味の素製油株式を東京・大阪証券取引所市場第 1 部に上場
2002年 4月	ホーネンコーポレーションと味の素製油との共同株式移転により、（株）豊年味の素製油設立 連結子会社であるホーネンコーポレーションが、同社関連会社である豊年リーバ（株）の株式を追加取得し、議決権比率 75% の子会社とする
2003年 4月	株式交換により吉原製油を完全子会社とするとともに、社名を（株）J-オイルミルズに変更する
2004年 7月	連結子会社であるホーネンコーポレーションが、同社の化成事業を会社分割し、（株）J-ケミカルを設立 連結子会社であるホーネンコーポレーション、味の素製油、吉原製油及び日本大豆製油（株）を吸収合併
2004年12月	園芸肥料事業を、関連会社である太田油脂（株）に営業譲渡（同年 10 月、販売会社である（株）JOY アグリを設立）
2005年 9月	連結子会社である（株）J-ビジネスサービスが、同社完全子会社である楽陽食品（株）の全株式を売却
2007年 3月	連結子会社の豊年リーバの株式を追加取得し、100% 子会社とする
2007年 7月	ユニリーバ・ジャパン（株）より、家庭用マーガリン事業（「ラーマ」ブランドを含む全商品）を譲り受ける
2007年 9月	不二製油（株）と業務提携及び株式相互保有に関する基本契約を締結
2008年 3月	連結子会社である豊年リーバより、業務用加工油脂及び製菓・製パン材料の販売事業を譲り受ける
2008年 6月	連結子会社である豊年リーバが解散
2012年 2月	子会社である豊神サービス（株）が解散
2012年 3月	連結子会社である日華油脂（株）から、蛋白製品販売事業を譲り受ける
2012年 4月	連結子会社である J-ビジネスサービスを吸収合併
2014年 5月	タイに Toyota Tsusho (Thailand) Co., Ltd. 及び MHCB Consulting (Thailand) Co., Ltd. との合併会社 J-OILMILLS (THAILAND) Co., Ltd. を設立
2018年 7月	機能軸別 6 本部制から 3 事業本部制へと組織を変更し、事業セグメント制を導入
2019年 4月	横浜パック（株）、（株）J-サービス、ゴールデンサービス（株）の 3 社が、横浜パックを存続会社とする吸収合併方式にて統合し、（株）J-パックを設立
2019年12月	マレーシア油脂加工品会社 Premium Fats Sdn Bhd を連結子会社化 子会社である坂出ユタカサービス（株）の全株式を売却
2020年10月	連結子会社である（株）J-ウィズが、連結子会社の日華油脂を吸収合併し、商号を（株）J-NIKKA パートナーズに変更
2021年 4月	コミュニケーションブランド「JOYL（ジェイオイル）」を導入
2021年 5月	連結子会社である J-ケミカルの全株式を売却
2022年 4月	東京証券取引所の市場区分の見直しにより市場第 1 部からプライム市場へ移行
2023年10月	倉敷工場の搾油工程を、日清オイリオグループ<2602>と設立した合併会社の製油パートナーズジャパン（株）に承継
2024年 3月	家庭用マーガリン類事業を終了

出所：有価証券報告書等よりフィスコ作成

事業概要

「おいしさ × 健康 × 低負荷」をテーマとした価値を提供

1. 事業内容

同社は、同社及び子会社 6 社、関連会社 6 社により構成され、油脂事業を中心に国内外で複数の事業を営んでいる。油脂事業では主に家庭用油脂、業務用油脂、ミールの製造・加工・販売を行い、スペシャリティフード事業において、乳系 PBF 部門では業務用マーガリン、食品素材部門ではスターチ製品や、トコフェロールなど大豆機能性素材、大豆シートなどの製造・加工・販売を行っている。また、その他の事業では主に不動産賃貸などを行っている。油脂汎用品の需要は安定しているが大きく伸びておらず、原料を輸入に依存しているため、大豆相場や菜種相場、為替相場といった海外市況の変動に影響されやすい収益構造である。こうした事業環境・収益構造のなか、同社はこれまで培ってきたノウハウや技術などの強みを基盤に「あぶら」の持つ価値や可能性を広げることで、調理、健康、調味といった様々な機能を活用して高付加価値化を徹底的に追求し、収益性と成長性の向上を図っている。25/3 期の高付加価値品の状況について見ると、売上高は前期比 3.9% 増の 703.2 億円、粗利益は同 14.9% 増の 134.9 億円、粗利益率は同 1.8 ポイント上昇の 19.2% と好調に推移している。また全売上高に占める高付加価値品売上高比率は、25/3 期には 30.5%（前期比 2.8 ポイント上昇）となり 3 割を超えた。

高付加価値品の連結売上高と粗利益

(単位：億円)

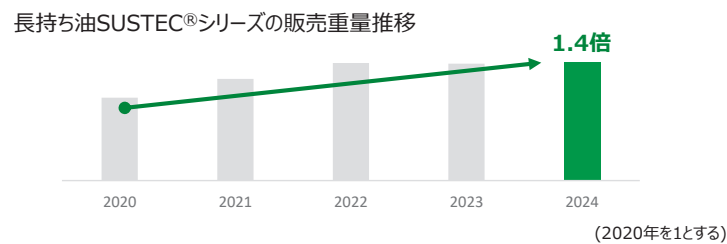
売上高	24/3 期	25/3 期	前期比
油脂事業	561.2	582.3	3.8%
（家庭用）	154.9	186.4	20.3%
（業務用）	406.2	395.9	-2.5%
スペシャリティフード事業	115.5	120.9	4.6%
合計	676.7	703.2	3.9%
粗利益	117.4	134.9	14.9%
粗利益率	17.4%	19.2%	1.8pp

出所：2025 年 3 月期通期決算概況資料よりフィスコ作成

スペシャリティフード事業の「スペシャリティ」には、「同社ならではの付加価値の高い製品を提供したい」という思いが込められている。同社は、あぶら、でんぷん、たんぱくなどの植物性原料に独自の加工技術やアプリケーション技術を用いることで、従来の「おいしさ × 健康」というテーマに“低負荷”を加えた付加価値を提供し、環境や労働などに関する社会課題の解決への貢献も目指している。なお、2025 年 3 月期のセグメント別の売上構成比は油脂事業 90.7%、スペシャリティフード事業 8.9%、その他 0.4%、利益構成比はそれぞれ 96.2%、1.6%、2.2% となっている。

Ｊ-オイルミルズ | 2025 年 9 月 3 日 (水)
 2613 東証プライム市場 | <https://www.j-oil.com/ir/>

事業概要



出所：2025 年 3 月期通期決算概況資料より掲載

家庭用も業務用も高付加価値品までラインアップ

2. 油脂事業

油脂事業では、サラダ油やキャノーラ油などのベーシックオイルから、調理や調味、健康といった様々な領域に活用できる高付加価値オイルまで幅広く品揃えしている。家庭用油脂は家庭用で定評のある「AJINOMOTO®」ブランドで展開、国内オリーブオイル市場のリーディングブランドJOYL「AJINOMOTO® オリーブオイル」やベーシックオイルのJOYL「AJINOMOTO® ささら® キャノーラ油」をはじめ、えごまの力で手軽にオメガ3（n-3系脂肪酸）を摂取できるJOYL「AJINOMOTO® えごま油」、コレステロールを下げる特定保健用食品JOYL「AJINOMOTO® 健康サララ®」、使用量と油ハネが半分になるJOYL「AJINOMOTO® ダブルハーフ」など、消費者のおいしい料理づくりと健康づくりに役立つ多様な商品を提供している。

業務用油脂では「JOYL®」ブランドで展開、生食から炒め物、フライまで幅広く使える「JOYL サラダ油」、さらっと軽い風味の「JOYL キャノーラ油」、長持ち効果からあぶらの使用量を削減し環境と労働の負荷を軽減する「JOYL 長徳®」シリーズ、プロのために味や香り、食感やできたて感などの多様な「おいしさ」をデザインする「JOYL PRO®」シリーズなど、汎用品から高付加価値品までラインナップしている。油糧では、良質なたんぱく質を多く含む大豆や菜種などの搾り粕（ミール）を、配合飼料の原料などに活用している。なお、油脂事業に占める業務用油脂の売上構成比が5割以上あることから、業務用に強いという同社の特徴がうかがえる。

食材の機能を活かしたソリューションを提案

3. スペシャルティフード事業

スペシャルティフード事業において、乳系 PBF 部門と食品素材部門では、顧客の食の課題に対するソリューションとして、食材の機能を活かした様々な製品を提供している。乳系 PBF では、グランマスター® シリーズや一般マーガリン、ショートニング、製菓・製パン材料向けの業務用油脂加工品、及び植物油を原料とした粉末油脂を扱っている。食品素材では、「TXdeSIGN® (テクスデザイン)」シリーズ、大豆機能性素材 (ファイン)、大豆シートを製造・販売している。「TXdeSIGN®」シリーズは、スターチ (でんぷん) の力で口あたりや舌ざわり、噛み応えなど新しいテクスチャー※を創出する業務用スターチの新ブランドで、レトルト・冷解凍時の粘度や食感の維持、パンの歯切れや口どけの向上、畜肉加工品の食感やジューシー感の向上など、調理シーンや食品加工の様々な場面で活用されている。また、ファインでは、吸収性が高く骨を丈夫にする納豆菌由来のビタミン K2、大豆シートでは、海外向けに大豆たんぱくをベースとしたシート状大豆食品「まめのりさん®」を扱っている。

※ 材料の表面を全体的にとらえた視覚的・触覚的な特徴。食では食感。

強みは素材、技術力、顧客接点

4. 同社の強み

同社の強みの源泉は、統合した 3 社がそれぞれに持っていた強みとそのシナジーにある。もともと味の素製油は油脂のおいしさ研究や「AJINOMOTO®」ブランドによる家庭用市場での高い認知度に強みがあり、ホーネンコーポレーションは原料を使い切る取り組みや業務用市場での強固な営業基盤、吉原製油は油種のバラエティや顧客に対する課題解決力に強みがあった。こうした三者三様の強みを掛け算することで、第五期中期経営計画では、3 社の販路を合わせた広範な範囲をカバーする商品カテゴリーを確立したほか、味の素グループの営業力、業務用商品の展開力、業務用ノウハウの家庭用への移植、必要であれば他社の素材や商品を利用するフレキシビリティなどのシナジーを生み、高付加価値品の開発や販売につながった。さらに、3 社が統合から融合へとステージを引き上げた第六期中期経営計画では、1 つの企業として、コンビニや外食から日本全国の一般飲食店まで幅広い顧客の多様な調理課題に対し、ニーズにきめ細やかに対応する人財力やソリューション力という強みを発揮し、提供価値を最大化できるようになった。具体的には、あぶらやスターチなど様々な素材を要素技術と組み合わせることで、揚げ物の食感向上やできたての風味維持・付与、長持ち機能といったアプリケーションを開発している。さらに、こうしたアプリケーションを顧客に直接提案するため、「おいしさデザイン®」を実現する活動拠点である複合型プレゼンテーション施設「おいしさデザイン工房®」のテストキッチンで、消費動向や生活様式の変化を背景とする様々なニーズに最適なソリューションを顧客とともに作り上げている。

Ｊ-オイルミルズ | 2025 年 9 月 3 日 (水)
 2613 東証プライム市場 | <https://www.j-oil.com/ir/>

事業概要

「おいしさデザイン®」企業として提供価値を最大化



出所：2025 年 3 月期第 2 四半期決算概況より掲載

中期経営計画

中期経営計画を 2 年先延ばして外部環境変化などに対応

1. 第六期中期経営計画の見直し

同社は現在、成長基盤の確立と成長加速によって持続的に成長する 2030 年度の目指すべき姿に向け、第六期中期経営計画（2022 年 3 月期～2027 年 3 月期）を実行中である。当初の計画期間は 2022 年 3 月期～2025 年 3 月期であり、老朽化設備への対応や拠点再構築の完成、新領域への成長投資拡大などを目指し、将来に向けた成長投資の強化、及び国内需要の縮小に備えるための構造改革と経営基盤の強化を進める計画であった。具体的には、ブランド価値を向上するため、高付加価値品の拡大、油脂汎用品の収益力改善、海外及びスペシャリティフード事業を強化する成長戦略に加え、パリューチェーンと業務プロセスの改革、資産効率の改善を進める構造改革、ダイバーシティ・インクルージョン・エクイティ、リスク対応力・グループガバナンスを促進する経営基盤の強化という内容であった。これにより、第六期中期経営計画発表当初は、2025 年 3 月期に売上高 2,200 億円、営業利益 110 億円、営業利益率 5.0%、ROE8.0%、2031 年 3 月期に売上高 2,500 億円、営業利益 240 億円、営業利益率 9.0%、ROE12.0% を目指していた。

J-オイルミルズ | 2025 年 9 月 3 日 (水) 2613 東証プライム市場 | <https://www.j-oil.com/ir/>

中期経営計画

しかしタイミング悪く、新型コロナウイルスの影響による外食需要の低下に続き、ウクライナ情勢が悪化したことでひまわり油の供給不足が発生。これに伴い、大豆油・菜種油への代替需要が急増し、食用油需要に構造的な変化が顕在化した。さらに、急速な円安やエネルギーコストの上昇にも見舞われ、同社の外部環境は大きく変化した。加えて、原料相場の変化を吸収するための価格改定の遅れ、マーガリン事業の収益悪化、事業ポートフォリオの偏りといった内部要因も重なり、2022 年 3 月期～2023 年 3 月期の利益水準が大きく低下した。

このような状況から、2023 年 3 月期中に第六期中期経営計画の見直しを行った。そのなかで、健康志向の高まりなど食に対するニーズの多様化、サステナビリティ意識の社会的浸透、ASEAN 地域の中流層拡大、北米などでの市場拡大、貿易自由化といった「機会」と、外部環境変化に伴う原料やエネルギーの調達不安定化と調達コスト上昇、人口減などによる国内需要の減少、人材獲得不足やイノベーションの遅れによる競争力の低下などの「リスク」をあらためて認識した。これにより、中期経営計画の期間を 2 年延長して基盤固めを継続するとともに、素材、技術力、顧客接点といった同社の強みを生かした戦略への見直しを行い、SCM 改革や生産拠点の最適化を通じた構造改革による収益基盤の強化、“低負荷”などをキーワードに成長ドライバーとなる商品の育成と販売拡大を目指す成長戦略、海外や新規事業領域への進出に向けた積極的な投資戦略を推進している。

具体的には、ウクライナ情勢の影響の長期化に加え、コロナ禍からの需要回復による人流復活に伴う外食市場の回復や海外旅行者の増加による土産菓子需要の回復と、それに伴う物価上昇など経営環境の変化に機動的に対応するため、マージンコントロールによる価値に見合った価格の形成、商品ミックスの改善による高付加価値品の売上構成比拡大、マーガリン事業など不採算事業の構造改革による収益化によって、2021 年 3 月期以前の営業利益水準への早期回復を目指す。併せて第六期中期経営計画の定量目標も一部修正し、売上高（当初目標 2,200 億円）と営業利益率（同 5.0%）の目標を取りやめ、資本効率を重視することで、2027 年 3 月期に営業利益 110 億円（同 110 億円）、ROE8.0%（同 8.0%）、ROIC5.0%（同 5.5%）、EPS260 円（同 260 円）を目標としている。

なお、資本コストや株価を意識した経営の実現に向けて、現状 0.6 ～ 0.7 倍の水準にある PBR の改善も目標としている。具体的には、株主資本コストを上回る ROE 水準の達成と成長戦略の取り組み（詳細は後述）を強化する。ROE の改善には、資産の効率化を進めていくことが必須で、不採算事業の撤退などこれまでの取り組みを通じて棚卸資産の圧縮を進めてきたが、さらに固定資産回転率の向上やキャッシュ・コンバージョン・サイクルの改善もフレキシブルに推進していく。また、売上高純利益率も向上させる必要があり、そのために様々なアプローチを検討しているが、まずは高付加価値品の拡販やソリューションの提供を進める。さらに、財務の仕組みを整備することで新規事業の成功確率を向上させる方針だ。加えて成長戦略により、同社が現状認識している株主資本コスト 6 ～ 7% を超える 8% の ROE を第六期中期経営計画の目標とした。

事業ポートフォリオを見直し、 新規事業領域への積極投資により成長戦略を推進

2. 修正後の第六期中期経営計画

修正後の第六期中期経営計画では、残り 2 年で、収益基盤を強化するための構造改革、“低負荷”をキーワードとする油脂製品を拡大するとともに、業務用でさらなるシェアアップを目指す。また、執行体制が変わったこともあり、原材料相場や為替変動に対するボラティリティリスクが高い油脂に依存してきた事業ポートフォリオを、より付加価値の高い事業ポートフォリオへの変革にも着手するなど、より成長に踏み込んだ戦略を展開する意向で、海外など新規事業領域への投資を積極化させている。

構造改革では、機動的な不採算事業の撤退や顧客別・商品別採算管理の強化を図るとともに、SCM 改革によりコスト削減と生産拠点最適化を促進することで収益基盤を強化する。SCM 改革では、「製造物流工程の効率化」「省人化・自動化投資」「SKU 数・在庫水準の最適化」を進めるとともに、生産拠点改革では、「油脂生産工程の稼働率最大化」「国内生産拠点の再構築」「海外生産拠点の活用」を展開している。

“低負荷”をキーワードとする商品開発では、従来の「おいしさ×健康」に加え、労働や環境、経済性など調理場などの“低負荷”もテーマに取り入れて商品を開発し、成長ドライバーとする。例えば、労働負荷に対してはあぶらの交換回数の減少、環境負荷に対してはプラスチック使用量や CO₂ 排出量、あぶらの使用量削減による耕作地の削減、経済的な負荷に対してはあぶらの長持ち効果による使用量の減少を目指す。これにより、業務用油脂のシェア拡大に留まらず、紙パック食用油「スマートグリーンパック®」による家庭用油脂の拡大など、低負荷を強みとする油脂製品を拡大することで、既存製品の収益性強化を進める。また、R&D 戦略面では、味・機能・工業化プロセスなどアプリケーション・評価技術、脂質・風味・食感など成分・構造制御技術、搾油・精製・充填・包装など生産・製造技術に裏打ちされた独自の付加価値である「おいしさデザイン®」を引き続き創出していく。これにより、長持ち・経時劣化抑制といった機能や、味と機能性を両立するためのソリューションを提供、顧客の持つ課題の解決を通じて人と環境にやさしい食生活に貢献する考えである。

J-オイルミルズ 2025 年 9 月 3 日 (水)

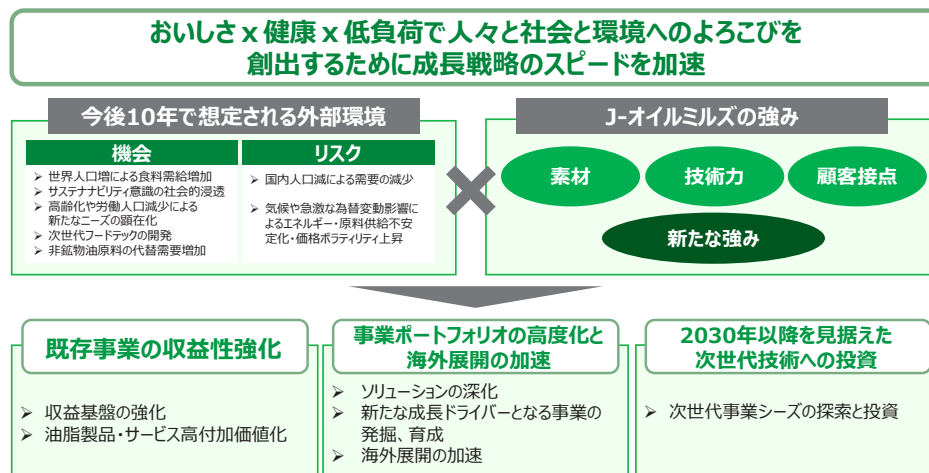
2613 東証プライム市場
<https://www.j-oil.com/ir/>

中期経営計画

新規事業領域への投資では、同業他社に比べて出遅れている海外については、海外事業の推進体制や海外人財を強化し、成長市場である北米と ASEAN に経営資源を投入する。また、独自の技術と強みを活かして事業領域を拡大する。具体的には、テクスチャーデザイン事業では国内で培ったあぶらとスターチを活用した“おいしさデザイン®”提案の海外拠点での活用を強化し、ファイン・大豆シートではビタミン K2 で健康指向に沿ったブランド展開と販路拡大を進めるとともに、大豆シートで地域や用途の拡大を図る。この結果として、国内油脂事業に依存する事業モデルから脱却するなど事業ポートフォリオの変革を進め、海外の売上構成比を 2027 年 3 月期に 7%、2031 年 3 月期に 15% 以上、スペシャリティフードの売上構成比をそれぞれ 23%、36%、高付加価値品（国内＋海外）の粗利益構成比もそれぞれ 57%、71% へと引き上げる。

なお、成長機会に対し積極的な投資を行っていくため、2023 年 3 月期～2027 年 3 月期の 5 年間のキャピタルアロケーションも計画している。資金調達面では、営業キャッシュフローで 180 億円、資産圧縮で 50 億円、外部資金調達で 240～470 億円（D/E レシオで 0.5～0.7 倍目標）、総額で 470～700 億円を計画している。一方、運用面では、スマートファクトリー・生産性向上投資、環境投資、維持・更新投資など設備投資で 220 億円、高付加価値品の継続的開発・市場投入、北米・ASEAN 成長戦略、次世代技術、新規事業開発の推進など事業投資で 140～370 億円、配当性向 40% を目安とした安定的な配当還元で 110 億円を想定している。

成長戦略の方向性



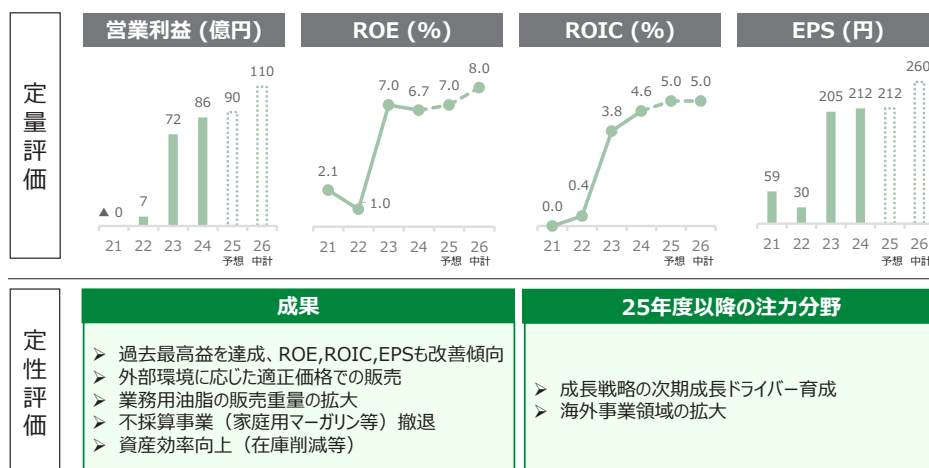
出所：2025 年 3 月期通期決算概況資料より掲載

修正後の中期経営計画は順調に進捗

3. 中期経営計画の進捗

修正後の第六期中期経営計画の進捗については、2024 年 3 月期の業績急回復に続いて 2025 年 3 月期に過去最高益を達成した。加えて、ROE、ROIC、EPS の改善や、適正価格での販売、業務用油脂の販売重量の拡大、不採算事業の撤退、在庫削減などによる資産効率の向上といった面で、成長戦略、構造改革、経営基盤の強化とともに順調に推移していると言える。特に、収益面では、外部環境変化に応じた適正価格での販売、商品ポートフォリオを拡大したことによる家庭用油脂の市場シェア拡大、財務面では、不採算事業の見直しや製品在庫の圧縮、政策保有株式の売却などによる資産の効率化による自己資本比率の上昇、収益・財務両面では、不採算事業からの撤退が効果的だったようだ。

第六期中期経営計画の進捗状況



出所：2025 年 3 月期通期決算概況資料より掲載

高付加価値化に関しては“低負荷”を強みとする油脂製品を拡大、家庭用油脂では、2021 年に投入した環境負荷の低減やお客様の使いやすさを特長とする紙パック食用油「スマートグリーンパック®」シリーズのラインアップを強化した。業務用油脂では、長持ち油「長徳®」をリニューアルし、酸価上昇抑制機能を従来の 1 割から 3 割へと向上、廃油量抑制によるコスト・環境負荷の抑制に寄与した。また、簡単にでき立ての風味を再現できる調味油や、ごはんをおいしくしコストダウンにも寄与する炊飯油など、人手不足に対応した「JOYL PRO®」シリーズを強化した。

価格コントロールに関しては、情報システムのバージョンアップを背景に、スプレッドコントロールの迅速化が奏功した。これにより、日次で顧客・製品ごとの重量・販売額の進捗を把握できるようになり、販売価格と原料価格の差であるスプレッドをより早いタイミングできめ細かく確認できるようになった。このため、例えば十分なスプレッドがとれていない商品について、月中に課題を把握して営業のアクションプランに落とし込むなど経営管理を徹底することで、適正な価格や利益水準の確保が可能になった。スプレッドコントロールはまだ進化途上のため、さらなる効果を発揮することが見込まれる。

Ｊ-オイルミルズ | 2025 年 9 月 3 日 (水)
 2613 東証プライム市場 | <https://www.j-oil.com/ir/>

中期経営計画

R&D 戦略については、あぶらとスターチによる同社独自の「おいしさデザイン®」を磨き込んで、ナレッジとして体系化するとともにおいしさの科学的解釈が進み、新たな素材の組み合わせの提案による潜在的な顧客課題の解消などサービスレベルの向上につなげた。加えて、同社の強みが発揮できる新たな市場・顧客への積極投資と人材育成も進捗している。また、「おいしさデザイン®」を ASEAN と北米市場へ拡大させていく。そのほか、非可食植物の種子による 100% バイオマス由来の SAF（持続可能な航空燃料）を用いたフライトを実証実験するなど、次世代技術を活用した脱炭素社会実現に向けた長期の取り組みも推進している。このように、同社が進めている「お客様の課題解決の深化」「新たな市場・顧客への挑戦」「海外展開の加速」という事業ポートフォリオの高度化と、次世代技術を活用した取り組みの今後の進捗に注目したい。

事業ポートフォリオの高度化



出所：2025 年 3 月期通期決算概況より掲載

次世代技術を活用した脱炭素社会実現に向けた取り組み

▶ 沖縄県で採取された非可食植物より100%バイオマス由来のSAFの生成に成功
 ▶ 本SAFを用いたフライトを実施（沖縄県内路線では初）
 ▶ 脱炭素社会実現にむけた貢献を目指す



テリハボクの種子



ボンガミアの種子



テリハボク及びボンガミアの種子から生成した二重SAF



離陸するJTA565便

* SAF: Sustainable Aviation Fuelの略で、持続可能な航空燃料を意味します。持続可能性の条件を満たした再生可能なバイオマス原料とし、化石燃料と比較してGHG排出量を低減可能なジェット燃料を指すものです。

出所：2025 年 3 月期通期決算概況より掲載

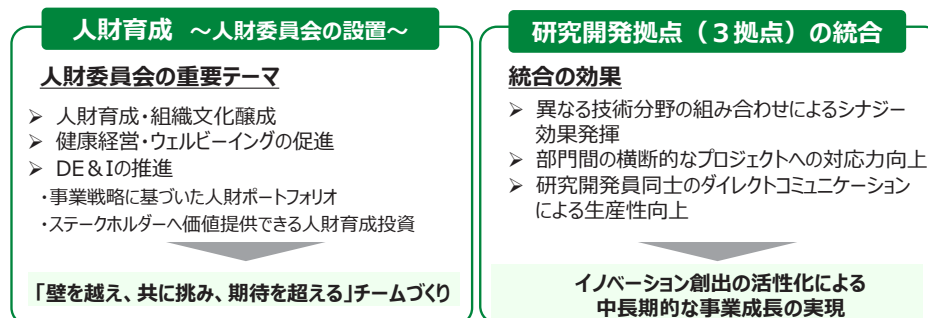
Ｊ-オイルミルズ | 2025 年 9 月 3 日 (水)
 2613 東証プライム市場 | <https://www.j-oil.com/ir/>

中期経営計画

財務面では、在庫水準の適正化が進み、状況が改善した。在庫については、原材料でのコントロールが難しいため、情報システムのバージョンアップを機に半製品と製品のコントロールを徹底した。半製品は１年で８～９回計画を見直すことで一定の枠に収め、製品は長期滞留や不良在庫になる前に検知して手を打つことで在庫管理精度を上げた。契約や搬送頻度を見直すなど、仕組みの変更も含めて引き続き在庫効率の向上を進めていく。DXについては、2025 年 3 月期に DX 推進体制を確立し、業務変革に向けて、「人財育成 / 風土改革」「業務改革」「SCM/物流改革」「営業 / マーケティング改革」の重要取り組み 4 テーマを確定した。将来的には業務変革だけでなく、社内外の連携の変革からビジネス変革・新ビジネス構築、最終的には社会変革をも目指している。

また、同社では企業価値をさらに向上させるべく、経営基盤強化のために人財育成の強化と研究開発拠点の統合を推進している。人財育成では、人財委員会を設置し、組織文化の醸成、健康経営・ウェルビーイングの促進、DE&Iの推進を重要テーマに、「壁を越え、共に挑み、期待を超える」チームづくりを進めている。また、研究開発拠点の統合では、中長期的な事業成長の実現に向けてイノベーションの創出を活性化するため、国内 3 拠点を 2027 年に川崎に統合することで、異なる技術分野の組み合わせによるシナジーの発揮、部門間横断的プロジェクトへの対応力向上、研究開発員同士のダイレクトコミュニケーションによる生産性向上などの効果が期待される。

経営基盤強化による企業価値向上への取り組み



「Joy for Life® - 食で未来によるこびを -」の実現

出所：2025 年 3 月期通期決算概況より掲載

業績動向

2025 年 3 月期はスプレッドコントロールなどが奏功し 2 ケタ営業増益

1. 2025 年 3 月期の業績動向

2025 年 3 月期の業績は、売上高 230,783 百万円（前期比 5.5% 減）、営業利益 8,572 百万円（同 18.3% 増）、経常利益 10,031 百万円（同 10.9% 増）、親会社株主に帰属する当期純利益 6,996 百万円（同 3.0% 増）と、統合後の最高益を更新した。期初計画との比較では、売上高は 14,217 百万円未達だったものの、営業利益で 1,572 百万円、経常利益で 2,531 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益で 1,996 百万円の過達となった。

2025 年 3 月期連結業績

（単位：百万円）

	24/3 期		25/3 期		
	実績	売上比	実績	売上比	前期比
売上高	244,319	100.0%	230,783	100.0%	-5.5%
売上総利益	35,318	14.5%	38,034	16.5%	7.7%
販管費	28,074	11.5%	29,462	12.8%	4.9%
営業利益	7,243	3.0%	8,572	3.7%	18.3%
経常利益	9,043	3.7%	10,031	4.3%	10.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	6,792	2.8%	6,996	3.0%	3.0%

出所：決算短信よりフィスコ作成

日本経済は、地域による温度差はあるものの、インバウンド需要の拡大や雇用・所得環境の改善による個人消費の持ち直しなどを背景に緩やかに回復した一方で、不安定な国際情勢、エネルギーコストの高止まり、円安長期化による物価上昇など不透明な状況が続いた。主原料の大豆や菜種の相場は、天候への懸念や生育状況を織り込みつつ、生産地の世界供給が緩んだため、ウクライナ情勢等による高値から中期的に戻すトレンドになった。大豆と菜種の搾油量がともに増加するなかでミールの需給は緩和したが、オリーブはスペインでの不作の影響により高値の推移となった。このような状況下、同社は第六期中期経営計画に沿って収益力の向上と高付加価値品の拡販を推進した。

この結果、売上面では、相場連動により減収となったが、インバウンドの回復を中心に業務用油脂の販売重量が増加した。利益面では、スプレッドコントロールによる油脂汎用品の価格適正化や、家庭用マーガリンなど不採算事業の整理などにより収益力が向上、在庫抑制が進んだことで資産効率も改善した。高採算の高付加価値品は、家庭用油脂が「味の素」ブランドのオリーブオイル、業務用油脂は独自技術による廃油の抑制で差別化された“低負荷”の長持ち油、これも独自技術で業界別の課題を解消する「TXdeSIGN®」シリーズなどが堅調に推移した。このため売上総利益率が大きく改善し、将来の成長に向けた研究費や投資の拡大、物流費・人件費の増加をカバーして、2 ケタ営業増益となった。なお、受取配当や持分変動利益の減少により、親会社株主に帰属する当期純利益は 1 ケタ増に留まった。また、期初計画との比較で売上高が未達になったのは相場が想定と異なったため、利益が過達になったのは販売重量を維持するなかでスプレッドコントロールが想定以上に効果的だったことによる。

Ｊ-オイルミルズ | 2025 年 9 月 3 日 (水)
 2613 東証プライム市場 | <https://www.j-oil.com/ir/>

業績動向

2025 年 3 月期セグメント別業績

(単位：百万円)

売上高	24/3 期		25/3 期		前期比
	実績	売上比	実績	売上比	
油脂事業	220,000	90.0%	209,231	90.7%	-4.9%
家庭用油脂	29,092	11.9%	30,002	13.0%	3.1%
業務用油脂	116,953	47.9%	110,670	48.0%	-5.4%
ミール類	73,954	30.3%	68,558	29.7%	-7.3%
スペシャルティフード事業	23,279	9.5%	20,566	8.9%	-11.7%
乳系 PBF	12,953	5.3%	10,965	4.8%	-15.3%
食品素材	10,326	4.2%	9,601	4.2%	-7.0%
その他	1,040	0.4%	985	0.4%	-5.3%

セグメント利益	24/3 期		25/3 期		前期比
	実績	利益率	実績	利益率	
油脂事業	6,952	3.2%	8,243	3.9%	18.6%
スペシャルティフード事業	122	0.5%	135	0.7%	10.0%
乳系 PBF	-184	-	-79	-	-
食品素材	306	3.0%	214	2.2%	-30.0%
その他	168	16.2%	192	19.5%	14.7%

出所：通期決算補足資料よりフィスコ作成

セグメント別の状況は、各セグメントでともに減収となったものの、それぞれ 2 ケタ増益を確保した。

油脂事業のうち家庭用油脂は、物価高騰による生活防衛の高まりや外食回帰の影響、不作を背景とするオリーブオイルの継続的な値上げによる需要減少などにより、販売重量が前期をやや下回った。一方、オリーブオイルの価格改定や、環境負荷低減や使いやすさが特長の「スマートグリーンパック®」など注力商品の継続的な拡販により、売上高は前期をわずかに上回った。ただし、オリーブオイルのコストアップは減益要因となったようである。業務用油脂は、実質賃金の伸び悩みにより節約志向が見られるなか、インバウンド需要の拡大や国内人流の活性化で外食市場が回復し、販売重量は堅調に推移した。一方、原材料価格の軟化を受けて販売単価が下落したため、売上高は前期を下回った。こうした状況下、物価上昇による食材コストの上昇や深刻化する人手不足といった課題に対し、品質劣化を抑えて長く使える「SUSTEC® (サステック)」シリーズや、調理にかかる時間や負荷を軽減する「調味油」「調理油」など、機能性を強化した高付加価値品の拡販を推進した。油糧部門については、大豆ミールは搾油量の増加に伴って販売重量がわずかに増えたが、円安水準とはいえ、シカゴ大豆ミール相場が下落したことで販売価格が低下した。菜種ミールは搾油量の増加につれて販売重量も拡大し、販売価格は大豆ミール価格下落との連動や国内供給増加による需給ひっ迫感の解消により大きく低下した。こうした結果、油脂事業全体で減収となったが、コストダウンやスプレッドコントロールにより大幅増益となった。

業績動向

スペシャルティフード事業のうち乳系 PBF 部門については、業務用油脂加工品は土産菓子のインバウンド需要が継続し、製パン向け需要も堅調に推移したが、家庭用マーガリン（ラーマ）の終売や原材料価格高騰による最終需要家の油脂使用量削減の影響により、販売重量、売上高ともに減少した。粉末油脂事業は、販売重量がほぼ前期並みとなるなか、原料相場と為替相場の変動により売上高は増加した。この結果、乳系 PBF 部門の売上高は減少したが、不採算だった家庭用マーガリンの終売効果により損失幅は大きく改善した。食品素材部門については、「TXdeSIGN®」シリーズが製菓製パン用途や畜肉用途への提案を強化したことで採用が進み、販売重量は堅調に推移した。一方、油脂事業と協働して「おいしさデザイン®」によるソリューション提案を推進したが、とうもろこし相場下落により段ボール用コーンスターチの販売価格が下落したため、売上高はやや減少となった。ファインは、国内市場を中心にビタミン K2 の新規採用や使用量拡大が進んだものの、売上高は前期並みに留まった。大豆たんぱくをベースとしたシート状大豆食品「まめのりさん®」は、主要販売先である北米向け出荷が伸長したこと、価格改定に取り組んだことから、販売重量、売上高ともに増加した。この結果、食品素材部門の売上高、利益ともに減少した。スペシャルティフード事業全体では減収となったが、家庭用マーガリンの終売効果により増益となった。

スペシャルティフード事業が大きく採算改善へ

2. 2026 年 3 月期の業績見通し

2026 年 3 月期については、売上高 240,000 百万円（前期比 4.0% 増）、営業利益 9,000 百万円（同 5.0% 増）、経常利益 10,000 百万円（同 0.3% 減）、親会社株主に帰属する当期純利益 7,000 百万円（同 0.1% 増）と、営業利益で最高益更新を見込んでいる。

2026 年 3 月期連結業績見通し

（単位：百万円）

	25/3 期		26/3 期		
	実績	売上比	予想	売上比	前期比
売上高	230,783	100.0%	240,000	100.0%	4.0%
営業利益	8,572	3.7%	9,000	3.8%	5.0%
経常利益	10,031	4.3%	10,000	4.2%	-0.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	6,996	3.0%	7,000	2.9%	0.1%

出所：決算短信よりフィスコ作成

日本経済は、雇用環境の改善や賃金上昇の継続、インバウンド需要の拡大などを背景に堅調な推移が見込まれるが、米国の関税政策の動向や国際情勢の不透明感による急激な為替変動や原材料価格及びエネルギー価格の高止まりなどが懸念され、先行きは依然として不確実性が残ると見られている。こうした環境下、同社は「おいしさ×健康×低負荷」で人々と社会と環境へ貢献するため、第六期中期経営計画に基づき、成長戦略と構造改革を加速するとともに、人財育成や DX をはじめとした経営基盤の強化に取り組んで、既存事業の収益性向上及び事業ポートフォリオの高度化を着実に推進する。

Ｊ-オイルミルズ | 2025 年 9 月 3 日 (水)
 2613 東証プライム市場 | <https://www.j-oil.com/ir/>

業績動向

2026 年 3 月期セグメント別業績見通し

(単位：百万円)

売上高	25/3 期		26/3 期		
	実績	売上比	予想	売上比	前期比
油脂事業	209,231	90.7%	219,500	91.5%	4.9%
スペシャルティフード事業	20,566	8.9%	19,500	8.1%	-5.2%
乳系 PBF	10,965	4.8%	11,000	4.6%	0.3%
食品素材	9,601	4.2%	8,500	3.5%	-11.5%
その他	985	0.4%	1,000	0.4%	1.5%

セグメント利益	25/3 期		26/3 期		
	実績	利益率	予想	利益率	前期比
油脂事業	8,243	3.9%	8,300	3.8%	0.7%
スペシャルティフード事業	135	0.7%	600	3.1%	343.8%
乳系 PBF	-79	-	200	1.8%	-
食品素材	214	2.2%	400	4.7%	86.3%
その他	192	19.5%	100	10.0%	-48.2%

出所：通期決算補足資料よりフィスコ作成

セグメント別では、油脂事業が増収微増益、スペシャルティフード事業が減収大幅増益、その他が増収減益を見込んでいる。油脂事業のうち家庭用油脂は、適正な販売価格の実現、オリーブオイルの拡販と収益力強化、「スマートグリーンパック®」の納品拡大とトライアル促進、こめ油のラインアップ追加などに取り組み、オリーブ原価が足元で低下していることをテコに採算改善へつなげていく。業務用油脂は、適正な販売価格の実現、「長徳®」シリーズや「JOYLPUR®」シリーズなどの高付加価値品の拡大、ソリューション提案の強化により売上高を拡大し、スプレッドコントロールで利益を確保する。スペシャルティフード事業では、乳系 PBF で「グランマスター®」シリーズのラインアップ拡充や製菓製パン分野でのソリューションの提案強化、食品素材では「TXdeSIGN®」シリーズの製菓製パン・畜肉用途への提案や日系企業を中心に海外向けの提案を強化する。なお、スペシャルティフード事業は、売上高は減少するものの、家庭用マーガリンや植物性チーズの終売、廉価スターチの販売中止など構造改革が寄与し大幅増益予想となっている。

2026 年 3 月期の立ち上がりは想定内のスタート

3. 2026 年 3 月期第 1 四半期の業績動向

2026 年 3 月期第 1 四半期の業績は、売上高 56,290 百万円（前年同期比 3.8% 減）、営業利益 1,003 百万円（同 56.8% 減）、経常利益 1,192 百万円（同 51.7% 減）、親会社株主に帰属する四半期純利益 875 百万円（同 44.8% 減）となった。

業績動向

2026 年 3 月期第 1 四半期連結業績

(単位：百万円)

	25/3 期 1Q		26/3 期 1Q		増減率
	実績	売上比	実績	売上比	
売上高	58,512	100.0%	56,290	100.0%	-3.8%
売上総利益	9,862	16.9%	8,618	15.3%	-12.6%
販管費	7,538	12.9%	7,614	13.5%	1.0%
営業利益	2,323	4.0%	1,003	1.8%	-56.8%
経常利益	2,470	4.2%	1,192	2.1%	-51.7%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,584	2.7%	875	1.6%	-44.8%

出所：決算短信よりフィスコ作成

通期業績予想に対してスロースタートとなったが、売上面では、価格改定を進めているため十分キャッチアップ可能で、ほぼ想定どおりの進捗と言えよう。利益面では、原料高と円安という 2025 年 3 月期第 4 四半期の流れが継続している状況だが、不透明感の強いトランプ関税を含めて手を打っており、ほぼ想定内の動きと言える。一方、オリーブに関しては、スペインでの生産量が急速に戻ってきており、このため下期には調達コストが下がり、採算改善が期待される。

株主還元

2026 年 3 月期の配当は 1 株当たり 70.0 円を予定。 連結配当性向 40% を目安に安定配当を目指す

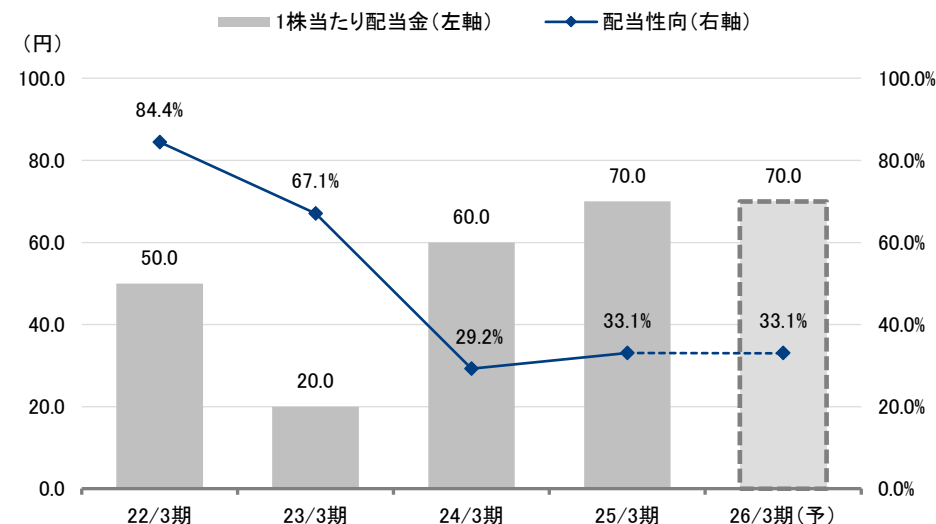
1. 配当政策

同社は、株主への安定した利益還元の維持に努めるとともに、企業体質の強化や積極的な事業展開に必要な内部留保など、長期視野に立った安定的かつ適正な利益配分を行うことを基本方針としている。第六期中期経営計画においては、収益拡大を通じて創出するキャッシュフローを成長への投資に充当するとともに、連結配当性向 40% を目安として、株主への還元を安定的・継続的に強化する。なお、内部留保資金の用途については、収益体質や経営基盤の強化を目指し、企業価値の向上に資する投資資金へと有効に活用していく。こうした方針により、2025 年 3 月期の 1 株当たり配当金については、普通配当 60.0 円（うち中間配当 30.0 円）に創立 20 周年の記念配当 10.0 円を加えた 70.0 円とした。2026 年 3 月期の 1 株当たり配当金については、普通配当 70.0 円（うち中間配当 35.0 円）を予定している。

J-オイルミルズ | 2025 年 9 月 3 日 (水)
 2613 東証プライム市場 | <https://www.j-oil.com/ir/>

株主還元

1株当たり配当金と配当性向



注：2025 年 3 月期の配当金には、創立 20 周年の記念配当 10.0 円を含む

出所：決算短信よりフィスコ作成

自社製品、オンラインショップクーポン、寄付から選択

2. 株主優待

同社は同社株式の保有をより魅力あるものにするため、株主優待制度を採用している。株主優待では、同社株式の保有数に応じて、同社製品または公式オンラインショップのクーポンの贈呈、あるいは寄付を選択できる。株主優待の内容は、毎年 3 月 31 日現在の株主名簿に記録された所有株数 200 株以上の株主を対象に、200 株以上 600 株未満の株主には「3,000 円相当の自社製品」、600 株以上 1,000 株未満の株主には「5,000 円の公式オンラインショップクーポン」または「5,000 円相当の自社製品」、1,000 株以上の株主には「8,000 円の公式オンラインショップクーポン」または「5,000 円相当の自社製品と 3,000 円の公式オンラインショップクーポン」を贈呈している。なお、600 株以上の株主については、贈呈品の代わりに寄付も選択できる。贈呈時期は 10 月上旬以降を予定している。

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