

COMPANY RESEARCH AND ANALYSIS REPORT

|| 企業調査レポート ||

恵和

4251 東証プライム市場

企業情報はこちら >>>

2025年10月28日 (火)

執筆：フィスコアナリスト

村瀬智一

FISCO Ltd. Analyst **Tomokazu Murase**



FISCO Ltd.

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

目次

■ 要約	01
1. 2025年12月期中間期の業績概要	01
2. 2025年12月期の業績見通し	01
3. 中期経営計画	02
■ 会社概要	03
1. 会社概要	03
2. 沿革	03
■ 事業概要	05
1. 光学製品事業	05
2. 機能製品事業	05
3. 地球の絆創膏事業	06
■ 強み	06
■ 業績動向	07
1. 2025年12月期中間期の業績概要	07
2. セグメント別の業績	09
■ 今後の見通し	10
1. 2025年12月期の業績見通し	10
2. セグメント別の業績見通し	11
■ 中期経営計画	13
1. 前・中期経営計画“DARWIN”(FY2023-FY2026)の振り返り	13
2. 新・中期経営計画(FY2025-FY2028)の概要	13
3. 事業別戦略	13
■ 市場環境	15
1. 光学製品事業	15
2. 機能製品事業	17
■ キャッシュアロケーション	18
1. 設備投資	18
2. 株主還元と財務体質強化戦略投資	19

要約

2025年12月期中間期は売上高・営業利益とも前年同期比増

恵和<4251>は、液晶ディスプレイに使われる光学シートを主力とし、ニッチ市場にターゲットを絞り高付加価値製品を提供している。画面を明るく均一にし、美しく見やすくする技術力が高く、主力製品である光拡散フィルム「オパルス®」(以下、「オパルス」)はLEDから出る光を均一に拡散し、光のムラのない画面を実現している。

1. 2025年12月期中間期の業績概要

2025年12月期中間期の連結業績は、売上高9,913百万円(前年同期比2.8%増)、営業利益2,247百万円(同8.9%増)、経常利益1,960百万円(同23.6%減)、親会社株主に帰属する中間純利益693百万円(同50.6%減)となった。連結業績予想の進捗率は売上高47.3%、営業利益は64.1%、経常利益は55.9%とおおむね順調に推移し、親会社株主に帰属する当期純利益は地球の絆創膏事業撤退に係る特別損失計上の影響もあり26.3%と落ち込んだ。売上高については、光学製品事業の「オパルス」が、既存取引先のシェアアップや2024年12月期下期に量産出荷した案件が貢献した。機能製品事業ではクリーンエネルギー関連で受注が減少した一方、医療用工程フィルムでは顧客のブランドスイッチを促し躍進した。地球の絆創膏事業については、2025年8月に開発中の建築・土木建造物向け保護シートも含め、同事業からの撤退と開発拠点の淡路ベースの廃止を決定している。なお、2025年12月期中間期に832百万円(売上高の8.4%)の事業撤退損失を計上した。2025年10月下旬には監査等委員会設置会社への移行に伴う定款の一部変更議案等を付議し、コーポレート・ガバナンスの強化と経営効率の改善を進める。利益面は、利益率の高い光学製品事業の売上増加や自動化等による生産性効率向上により営業利益率は前年同期比1.3ポイント増の22.7%となったが、円高影響による為替差損及び事業撤退に伴う特別損失の計上により、経常利益・中間純利益ともに前年同期比で減少した。

2. 2025年12月期の業績見通し

期初業績予想を据え置き、売上高20,967百万円(前期比0.8%減)、営業利益3,508百万円(同26.0%減)、経常利益3,506百万円(同32.7%減)、親会社株主に帰属する当期純利益2,642百万円(同5.3%減)を計画する。売上高について、光学製品事業ではノートパソコン・タブレットと車載向けの複合拡散板「オパスキ®」(以下、「オパスキ」と「オパルス」)のシェアアップに注力する。機能製品事業については、成長期待の大きいウレタンフォーム用工程紙や医療用工程紙に最優先して注力するほか、クリーンエネルギー車※向け電池用フィルムでも新規受注に向け提案活動を実践する。営業利益率は前期比5.7ポイント低下するが、中間期時点の営業利益の計画進捗率は64.1%と進んでおり、利益率の高い光学製品事業で注力する車載向けの受注動向による上振れの可能性に期待したい。

※ BEV(バッテリー電気自動車)、FCEV(燃料電池車)、HEV(ハイブリッド車)、PHEV(プラグインハイブリッド車)の総称。

3. 中期経営計画

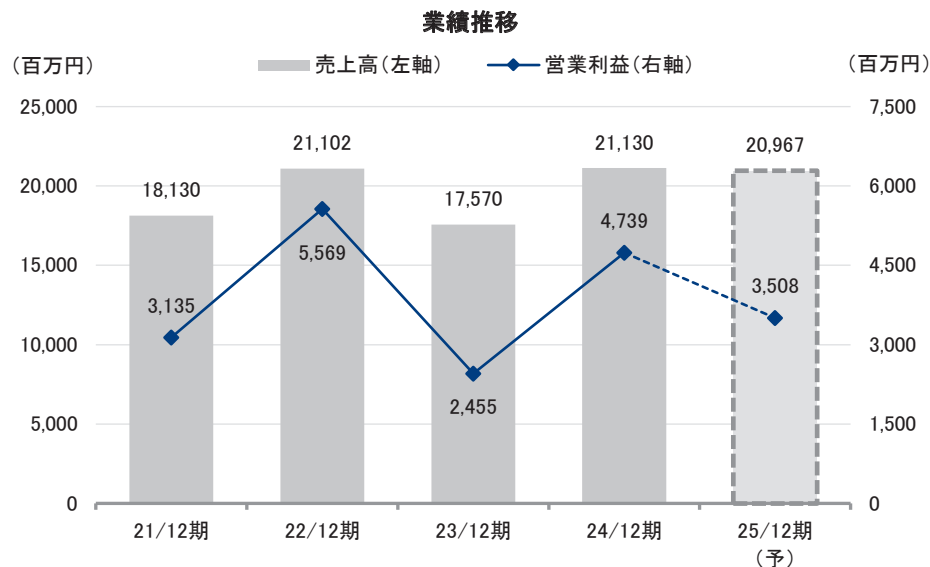
2023年8月に策定した中期経営計画“DARWIN”(FY2023-FY2026)を刷新し、新・中期経営計画(FY2025-FY2028)を策定した。「高品質の提供」によるCSV※1の実現に向け新たなスタートを切る。目標指標として2028年12月期に売上高270億円、営業利益59億円、ROIC※213.5%、ROE12.9%を掲げた。各セグメントのCAGR比較では、売上高は光学製品事業が9.4%、機能製品事業が6.9%と光学製品事業の成長を大きく見通し、共通費用差引前の営業利益については、営業利益率の高い光学製品事業が11.9%、機能製品事業では41.3%と利益率の大幅な向上を目指す。光学製品事業では、現時点で同社独自の積層技術で開発の進む新製品群「オプラム」に注力する。機能製品事業では、同社優位性となるクリーン環境が要求されるクリーンエネルギー車搭載の電池用フィルムや、医療用工程フィルムの顧客層を広げ、安定した収益の足掛かりをつかむほか、日本国内市場で長期実績を持つウレタンフォーム用工程紙のグローバル展開を進める。

※1 Creating Shared Valueの略で、経済的価値と社会的価値の両立を意味する。

※2 企業が事業活動のために投じた資本を使って、どれだけ効率的に利益を生み出したかを示す指標。税引後営業利益 ÷ 投下資本(有利子負債 + 株主資本)

Key Points

- ・ 2025年8月に地球の絆創膏事業から撤退
- ・ ニッチ市場にターゲットを絞り高付加価値製品を提供
- ・ 2025年12月期中間期は車載向けディスプレイ市場拡大を受け「オパルス」が好調



出所：決算短信よりフィスコ作成

■ 会社概要

光拡散フィルム「オパルス」は世界で高いシェアを占める

1. 会社概要

同社は、液晶画面に使われる光学シートを手掛けており、ニッチ市場にターゲットを絞り高付加価値製品を提供する。画面を明るく均一にし、美しく見やすくする技術力が高く、主力製品である光拡散フィルム「オパルス」はバックライト(LED)から出る光を均一に拡散し、光のムラのない画面を実現している。透明度を高くするほど異物や傷などが目立ちやすくなるが、高度な設計・生産技術で課題を解決しており、導光板の上に重ねることによって、高精細ディスプレイの明るさを強め、画面をよりきれいに見せる効果がある。高画質が求められる小型のスマートフォンや中型のタブレット、ノートパソコンなどを中心に採用されているほか、車載モニターでの需要が高まっており、同製品は世界で高いシェアを誇る。

2. 沿革

同社は1948年に設立され、創業時は日本の戦後復興を支えた繊維業界等に防水紙を供給し、西日本のトップ加工紙メーカーへと成長した。高度成長期には、化学業界・鉄鋼業界の国際的な成長により生じた防湿包装材、防錆包装材、工程材料などの機能製品の供給によって、大きな飛躍を遂げた。この時点で、同社の中核技術である「SLC：Sheeting（製膜）・Laminating（積層）・Coating（塗布）」という3つの特徴ある技術体系を保有する世界で数少ない機能製品のメーカーとなり、その地盤を固めた。転機となったのが1992年である。インターネットの普及と情報化社会が進展するなかにおいて、様々なデジタル機器に用いられる「ディスプレイ」の分野に注力した。光学領域のニーズに対し、イノベティブなソリューションである拡散フィルム「オパルス」を発明、これによって、産業用包装資材を中心とする加工紙の会社から、先端機能を有する光学フィルムのメーカーへと飛躍した。さらに、中核技術であるSLCにUltra Precision（高精度）を付加することで、より高い付加価値を持つ製品の提供を可能にしている。

会社概要

沿革

1948年	長村秀太郎氏が神戸市に恵和商工株式会社設立
1966年	東京営業所開設 (現 東京本社)
1967年	滋賀工場建設 (現 滋賀ATセンター (SATC))
1968年	小倉工場建設
1970年	千葉工場建設
1973年	大阪市東淀川区に本社ビル建設
1990年	長村秀太郎氏が会長に、長村恵弼氏が社長に就任
1993年	アタックテクノセンターⅠ (現 和歌山テクノセンターⅠ) 建設
1999年	社名を恵和株式会社に変更
2001年	台湾に現地法人「台湾恵和股份有限公司」設立
2003年	中国に蘇州駐在事務所を開設
2004年	アタックテクノセンターⅡ (現 和歌山テクノセンターⅡ) 建設
2006年	中国に深圳事務所開設 中国に現地法人「恵和光電材料 (南京) 有限公司」設立
2007年	韓国に現地法人「ソウル恵和光電株式会社」設立
2009年	アタックテクノセンターⅢ (現 和歌山テクノセンターⅢ) 建設
2010年	中国に寧波事務所を開設
2013年	米国に現地法人「KEIWA Incorporated USA」設立
2014年	中国現地法人深圳事務所を東莞事務所に移転
2015年	中国に北京事務所を開設
2016年	東京本社を移転 (東京都中央区日本橋茅場町) 大阪本社を移転 (大阪府大阪市中央区瓦町)
2019年	東京証券取引所 市場第二部へ上場
2020年	Value Creation Center (VCC) 設立 東京証券取引所 市場第一部へ上場
2021年	中国に成都事務所を開設
2022年	東京証券取引所 プライム市場へ上場 地球の絆創膏本部 淡路ベース建設
2023年	長村恵弼氏が会長に、足利正夫氏が社長に就任
2024年	中国現地法人成都事務所を重慶市に移転し、名称を「重慶事務所」に変更 和歌山テクノセンターに新建屋及び新規設備を導入
2025年	地球の絆創膏本部 淡路ベース廃止

出所：同社ホームページよりフィスコ作成

恵和

4251 東証プライム市場

2025年10月28日(火)

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

事業概要

ニッチ市場にターゲットを絞り高付加価値製品を提供

同社は大企業が参入しにくいニッチ市場をターゲットに、顧客ニーズに適合した高付加価値製品（先端機能フィルムとソリューション）を提供する。また、3つのコア技術「SLC」に高精度な先端技術及び高精度な顧客対応「UP：Ultra-Precision」を加えた「SLC×UP」によって、顧客ニーズを具現化した高付加価値製品の提供を可能にしている。なお、2024年12月期第4四半期に、光学シート事業を光学製品事業に、生活・環境イノベーション事業を機能製品事業に事業部名を変更した。

1. 光学製品事業

ノートパソコン、タブレット、車載ディスプレイ、スマートフォン等の液晶ディスプレイに利用される光拡散フィルム、複合拡散板、偏光制御フィルム等の光学シート部材の開発・製造・販売を行っている。主要製品である光拡散フィルム「オパルス」は、液晶ディスプレイの光源であるバックライトユニット構成部材の1つであり、光のムラをなくし、光を均一に拡散させる機能を有するプラスチックフィルムである。1990年の販売開始以来、液晶ディスプレイ産業の発展に伴って業績が拡大し、中型・小型の液晶ディスプレイの分野では推定50%以上の世界市場シェアを有する。同製品は少ない光源で全体を明るくするため、省電力の役割も担っている。「オパスキ」は、近年高性能ディスプレイとしてハイエンド帯のノートパソコンやタブレット、モニターなどに採用され始めた最新式の直下型ミニLED液晶ディスプレイに特化した光学シートである。複数の技術を組み合わせる高い拡散性能と薄さを両立しており、市場において圧倒的に高いシェアを有している。また、シーティング技術を活用して、様々な特性を有する樹脂を複合的に組み合わせた高機能光学フィルムを製造している。顧客ニーズに応じた機能（高硬度・耐擦傷性・光学性能・耐熱性・防汚性・反射防止等）を付加できるため、光拡散フィルムと比べて、より高精度化・高機能化が要求される各種センサー用途、次世代自動車の車載ディスプレイ、VRデバイス等の分野での活用が期待されている。

2. 機能製品事業

同社の創業時より長年培ってきた事業である。紙やフィルム等にコーティングやラミネーティング加工をするほか、自社でシート成形したフィルムを貼り合わせるなどにより、特定の機能（防湿性・耐熱性・耐久性・耐候性・剥離性等）を付加した包装資材及び産業資材の製造・販売を行っている。金属製品を湿気から保護し錆を防ぐ防錆紙などの包装資材を中心に、ウレタンフォームやウレタンフィルムを製造する過程で使用する工程紙、ビニールハウスなどで使用される各種農業資材等、多岐にわたる産業資材の製造・販売を行ってきた。近年では、クリーンエネルギー車の電池に使われる特殊な機能フィルムや医療・介護用途のフィルムなど、市場の伸びが見込まれる領域での事業拡大に注力しており、ポートフォリオの改善による収益性向上に努めている。

3. 地球の絆創膏事業

2018年に開発した無機・有機ハイブリッドシートを基に、2023年より建物の屋根や各種構造物の保護・延命シート「KYÔZIN」を開発し、屋根用保護シート「KYÔZINRe-Roof®」を販売・施行していたが、想定耐用年数を担保できないとの判断により、2025年8月に建築・土木構造物向け保護シート「KYÔZIN®」ともに撤退を決定し、同事業の開発拠点である淡路ベースを2025年9月に廃止した。

■ 強み

ニッチ分野で高付加価値製品を生み出す仕組み

同社の強みは、主要製品となる光拡散フィルム「オパルス」はもとより、ニッチ分野で高付加価値製品を生み出す仕組み「SLC×UP」に裏付けられた、創業当初から培われてきた技術力である。顧客から直接ニーズや課題を収集し、様々な光学技術を使って製品化を実現する技術力により、差別化が図られている。

S：シーティング (Sheeting) 技術

樹脂からプラスチックシートを作るシート成形技術

これは原料の合成樹脂をエクストルーダー（押出機）で加熱溶融しながら押し出し、薄いシートに成形する技術であり、様々な特性の樹脂を複合的に組み合わせ、多機能シートを成形できる。ラミネーティング技術やコーティング技術を組み合わせることで、さらなる高精度・多機能化が可能となる。

L：ラミネーティング (Laminating) 技術

プラスチックフィルム、紙、合成樹脂等を積層する技術

基材に加熱溶融させた合成樹脂を直接塗布・接着する押出ラミネートと複数の基材を接着剤で貼るドライラミネートがある。異種の材料の積層により、各々の材料の長所を生かし、短所を補うことで、防湿性・はく離性・耐久性等の様々な機能の付与が可能となる。

C：コーティング (Coating) 技術

紙やフィルム等の基材にコート剤を塗布する技術

紙やフィルム等シート状の基材の表面に特殊なコート剤を塗布して乾燥させ、層を創ることで機能を付与する技術である。コート剤の性状等により最適な方式を選択（グラビア方式、ダイメタリング方式など）することで、高硬度・耐擦傷性に加え、光学性能・耐紫外線性・防汚性・印刷適性等の様々な機能の付与が可能となる。

UP：ウルトラプレジジョン (Ultra-precision：高精細対応) 技術

紙やフィルム等の基材を極めて精細に加工する技術

繊細な高機能フィルムなどに極めて高精細な印刷等の加工を施すことで、ディスプレイの表示領域拡大や均一性の向上を可能にする技術であり、紙やフィルム等の基材を、高精度な抜き加工により品質の安定化を実現する。

ウルトラプレジジョンマーケティング

ニッチ市場をターゲットに、顧客ニーズを精緻に捉え高付加価値製品を提供する

User Orientedな高付加価値製品の設計・開発・生産であり、特許やノウハウを活用し協力会社とのアライアンスを構築することで供給体制を維持している。海外を含むマーケターやエンジニアがブランドメーカーから部材メーカーに至るまで直接対面して精緻な情報を収集し、重要地に品質保証センターを設置し、迅速なアフターサービスを提供している。

業績動向

地球の絆創膏事業から撤退。主力の光学製品事業が収益を補う

1. 2025年12月期中間期の業績概要

2025年12月期中間期の連結業績は、売上高9,913百万円（前年同期比2.8%増）、営業利益2,247百万円（同8.9%増）、経常利益1,960百万円（同23.6%減）、親会社株主に帰属する中間純利益693百万円（同56.0%減）となった。連結業績予想は、米通商政策の影響は不透明なものの据え置き、進捗率は売上高47.3%、営業利益は64.1%、経常利益は55.9%とおおむね順調な一方、親会社株主に帰属する当期純利益は、地球の絆創膏事業撤退に係る特別損失計上の影響もあり26.3%と落ち込んだ。売上高については、米通商政策影響からの前倒し需要が一部含まれるようだが、光学製品事業の「オパルス」がノートパソコンの市場回復を受け、既存取引先のシェアアップや、2024年12月期下期に量産出荷した案件が貢献したほか、車載向けでも同2.8%増と拡大した。機能製品事業では、クリーンエネルギー車向け特殊フィルム製品と太陽電池資材が顧客理由で減産及び終了となり受注が減少した。一方、全体売上に占める割合は低いものの、医療用工程フィルムでは高品質を背景に顧客のブランドスイッチを促し躍進した。

地球の絆創膏事業については、2023年にインフラ補修工法“KYÔZIN”を開発し、屋根用保護シート「KYÔZINRe-Roof®」を販売・施行していたが、施工後の自主点検から、顧客ごとに屋根の地下素材や劣化状態・構造が異なることを原因に、開発段階では予期しえない品質の課題が抽出された。検査・再試験を進めたものの改善に至らず、2024年11月に研究開発フェーズに引き戻し製品改良を進めたが、当初想定した耐久性の担保には大幅な製品設計の見直しや生産プロセスや施工方法の改良が必要と判断し、2025年8月に開発中の建築・土木建造物向け保護シートも含め、同事業からの撤退と開発拠点の淡路ベースの廃止を決定した。なお、販売・施行済の顧客に対しては、点検結果の報告とともにメンテナンスへの適切な対応を進める方針で、関連コストに関しては、2025年12月期中間期に販売済製品に対する補償債務は製品保証引当金として、その他研究設備の減損や助成金返済も含め832百万円（売上高の8.4%）の事業撤退損失を計上した。

同社は、撤退の根本原因として、同事業を事業直轄体制としたため技術のコンプライアンスやリスクマネジメントで重視すべき外部専門家や社内品質保証室との情報共有が欠落した点を挙げている。この教訓を礎に経営理念「自然と産業の調和を創造する」に立ち返り、再発防止と品質管理の強化を徹底する。

業績動向

2025年10月下旬には臨時株主総会を開き、監査等委員会設置会社への移行に伴う定款の一部変更議案等を付議する。これによって社外取締役が取締役会にて重要案件決議に関与することが可能となり、監督機能が強化されることとなる。また監査等委員である取締役の任期は2年と社外監査役の4年より短くなることから、経営課題に応じた適任者をフレキシブルに選択できるようになり、コーポレート・ガバナンスの強化と経営効率の改善が望める。

加えて、技術研究開発の増加する主力の光学製品事業と市場拡大が予想される機能製品事業へリソースを集中するため、社員をそれぞれ開発部門や製造部門に配置転換しており、これにより高品質を実現して顧客の信頼を取り戻し、顧客及び社会への貢献を強化する考えである。

利益面は、利益率の高い光学製品事業の売上増加や自動化等による生産性効率向上により営業利益率は前年同期比1.3ポイント増の22.7%となったが、円高影響による為替差損及び地球の絆創膏事業撤退による特別損失を上し、経常利益・中間純利益ともに前年同期比で減少した。

2025年12月期中間期の連結業績

(単位：百万円)

	24/12月中間期		25/12月中間期		前年 同期比	通期計画 進捗率	中間期計画 進捗率
	実績	売上比	実績	売上比			
売上高	9,648	100.0%	9,913	100.0%	2.8%	47.3%	103.7%
光学製品事業	7,597	78.7%	8,074	81.4%	6.3%	47.6%	-
機能製品事業	1,920	19.9%	1,839	18.6%	-4.2%	46.0%	-
地球の絆創膏事業	130	1.4%	-	-	-	-	-
売上総利益	4,395	45.6%	4,373	44.1%	-0.5%	-	-
販管費	2,331	24.2%	2,126	21.4%	-8.8%	-	-
営業利益	2,063	21.4%	2,247	22.7%	8.9%	64.1%	165.8%
光学製品事業	3,648	48.0%	3,634	45.0%	-0.4%	52.2%	-
機能製品事業	143	7.5%	111	6.0%	-22.4%	50.1%	-
地球の絆創膏事業	-214	-163.6%	-	-	-	-	-
調整額	-1,513	-	-1,499	-	-	-	-
経常利益	2,567	26.6%	1,960	19.8%	-23.6%	55.9%	145.0%
親会社株主に帰属する 中間純利益	1,577	16.3%	693	7.0%	-56.0%	26.3%	70.8%

出所：決算短信よりフィスコ作成

四半期ごとの推移を見ると、2025年12月期第2四半期は、売上高について、光学製品事業は前四半期から堅調が続く、機能製品事業では医療用工程フィルムが伸び農業資材・他が前四半期比14.4%増と大幅に伸びた。セグメント利益に関しては、2025年12月期に設備投資額の前期比77.9%増計画に伴い減価償却費は同39.6%増加し、加えて同1.1%増の研究開発費を計画することもあり、利益率は低下傾向にあるものの、生産設備の自動化等により生産性は向上しており20%水準を維持している。

業績動向

2024年12月期各四半期の連結業績

(単位：百万円)

	24/12期 1Q	24/12期 2Q	24/12期 3Q	24/12期 4Q	25/12期 1Q	25/12期 2Q	前四半期比
光学製品事業	3,553	4,043	4,242	5,306	4,073	4,000	-1.8%
ノートパソコン・タブレット	2,570	3,191	3,456	4,354	3,019	3,135	3.8%
スマートフォン	70	42	37	70	62	26	-57.2%
モニター・他／高機能フィルム	912	809	748	881	991	839	-15.4%
機能製品事業	947	973	944	965	910	929	2.1%
包装資材	382	395	383	436	372	416	11.8%
工程紙・建材	346	325	336	329	296	289	-2.5%
クリーンエネルギー資材	177	192	137	134	157	127	-18.7%
農業資材・他	40	59	87	64	83	95	14.4%
地球の絆創膏事業	108	22	20	1	-	-	-
屋根補修材・他	108	22	20	1	-	-	-
全社合計	4,609	5,038	5,208	6,273	4,983	4,930	-1.1%

出所：決算短信よりフィスコ作成

2. セグメント別の業績

(1) 光学製品事業

売上高は8,074百万円（前年同期比6.3%増）、セグメント利益は3,634百万円（同0.4%減）となった。売上高については、「ノートパソコン向け」では世界PC市場の回復傾向と米通商政策の影響からの前倒し需要も見られ、従来型「オパルス」と高性能な「オパスキ」が堅調に推移した。2024年12月期下期から量産出荷開始した案件は、顧客需要に沿う形で製品のモデルチェンジを行い、量産体制に移行したことで受注が好調に推移し、業績の押し上げ要因となった。2024年12月期から好調の続く「オパルス」を提供する「タブレット向け」については、全体の市場規模は大きく変わらないが、同社品質の優位性を相対的に高めることで顧客のブランドスイッチを促し、市場シェアを拡大した。「車載向け」については、車載モニター市場の需要が拡大するなか「オパルス」が一番の伸びを見せ、視野角を制御する「特殊な機能を有する製品」も販売を拡大した。「その他のモニター関連」では、既存顧客から新機種での採用があり「オパスキ」の売上が伸長した。利益面では増収効果はあったものの円高影響を受け、セグメント利益率は前年同期比3.0ポイント低下の45.0%となった。

(2) 機能製品事業

売上高は1,839百万円（前年同期比4.2%減）、セグメント利益は111百万円（同22.4%減）と大きく減少した。売上高では、「農業資材・他」に分類される医療用工程フィルム「メディテクト」が大幅な伸びを見せた。「メディテクト」は人工透析療法に用いられるダイアライザー（人工腎臓）の製造工程で利用され、同製品の品質の高さや少ない歩留まりが評価されシェア拡大が続いている。需要増加の予測もあり、2025年12月期上期には全自動工程の製造設備が本格稼働し、生産能力を強化した。大きく減少した「クリーンエネルギー資材」では、クリーンエネルギー車向け特殊フィルム製品が、顧客での搭載車両の生産回復に遅れが見られ受注が減少した。ほかにも太陽電池資材の一部製品の取扱い終了や、「工程紙・建材」では建材向け製品を提供する顧客で生産トラブルが発生し収益減少の要因となった。利益面では、医療用工程フィルムで増収効果はあったが、人材投資として賞与が増加し、利益率は同1.5ポイント低下の6.0%となった。

業績動向

分野別売上高

(単位：百万円)

	24/12期中間期	25/12期中間期	前年同期比
光学製品事業	7,597	8,074	6.3%
ノートパソコン・タブレット	5,761	6,155	6.8%
スマートフォン	113	88	-21.6%
モニター・他／高機能フィルム	1,721	1,830	6.3%
機能製品事業	1,920	1,839	-4.2%
包装資材	777	788	1.5%
工程紙・建材	672	586	-12.8%
クリーンエネルギー資材	370	285	-23.0%
農業資材・他	100	178	78.6%
地球の絆創膏事業	130	-	-
屋根補修材・他	130	-	-
全社合計	9,648	9,913	2.8%

出所：決算短信よりフィスコ作成

今後の見通し

車載ディスプレイ市場で高利益率の「オパスキ」を中心に積極推進

1. 2025年12月期の業績見通し

事業撤退のほか米通商政策の影響など市場環境の不透明感が残るが、上期の実績や下期の受注状況を勘案し、期初業績予想を据え置いた。売上高20,967百万円（前期比0.8%減）、営業利益3,508百万円（同26.0%減）、経常利益3,506百万円（同32.7%減）、親会社株主に帰属する当期純利益2,642百万円（同5.3%減）を計画する。

売上高について、光学製品事業では、ノートパソコン・タブレットと車載向けの「オパスキ」と「オパルス」のシェア拡大に注力する。「オパスキ」の特に車載向けに関しては、中長期的な視点で、2025年12月期下期は顧客企業からの情報収集による製品仕様の改善や変更、試作品でのプレゼンテーション等の販促活動を強化し、新規契約獲得につなげる計画である。「オパルス」は下期業績向上に直結すると捉え、特に好調なタブレットで、引き続き差別化として機能する高品質を武器にブランドスイッチを促し、安定供給で顧客満足度を高めて継続的な収益源として確立する。機能製品事業については、成長期待の大きいウレタンフォーム用工程紙「A!Prog-UF」や医療用工程フィルム「メディテクト」に最優先して注力するほか、自動車向けクリーンエネルギー資材「ACE」でも新規受注に向け提案活動を実践する。営業利益率は2025年12月期比5.7ポイント減の16.7%と低下するが、中間時点の営業利益の計画進捗率は64.1%と進んでおり、利益率の高い光学製品事業で注力する車載向けの受注動向により上振れの可能性に期待したい。

2025年12月期連結業績予想

(単位：百万円)

	24/12期		25/12期		前期比		中間期 進捗率
	実績	売上比	予想	売上比	増減額	増減率	
売上高	21,130	100.0%	20,967	100.0%	-163	-0.8%	47.3%
光学製品事業	17,146	81.1%	16,971	80.9%	-175	-1.0%	47.6%
機能製品事業	3,829	18.1%	3,995	19.1%	165	4.3%	46.0%
地球の絆創膏事業	153	0.7%	-	-	-	-	-
売上総利益	9,884	46.8%	-	-	-	-	-
販管費	5,144	24.3%	-	-	-	-	-
営業利益	4,739	22.4%	3,508	16.7%	-1,231	-26.0%	64.1%
光学製品事業	8,340	48.6%	6,960	41.0%	-1,380	-16.6%	52.2%
機能製品事業	193	5.0%	222	5.6%	28	14.9%	50.1%
地球の絆創膏事業	-365	-	-	-	-	-	-
調整額	-3,428	-	-	-	-	-	-
経常利益	5,210	24.7%	3,506	16.7%	-1,704	-32.7%	55.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,790	13.2%	2,642	12.6%	-148	-5.3%	26.3%

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

2. セグメント別の業績見通し

(1) 光学製品事業

売上高は16,971百万円（前期比1.0%減）、セグメント利益は6,960百万円（同16.6%減増）を予想する。ノートパソコン・タブレット向けの売上は、それぞれ前期比6.6%減を見込む。同事業は下期偏重な傾向にある一方、2025年1月に始まった米通商政策を機に需要が増加し、第3四半期にはその反動も若干見られていることから予想は据え置いた。ノートパソコンについて、上位機種で採用が進む直下型ミニLED液晶ディスプレイ向けに「オバスキ」を順調に出荷しており、モデルチェンジを交えながら需要の掘り起こしとシェア獲得を継続する。ただ、直下型ミニLED液晶ディスプレイ採用の動向は読めないため、外部環境に左右される可能性は否定できない。現状で獲得しているノートパソコン直下型ミニLED液晶ディスプレイ市場でのシェアを維持し、市場の広がりに伴い即時に需要を捉える姿勢でいる。タブレットについては、引き続き潜在顧客とのコミュニケーションの中から顧客課題を抽出し、技術力での確に品質対応することで顧客の信頼に応え、ブランドスイッチからシェアを拡大する。なお、スマートフォンについては、同社ターゲットの上位機種セグメントでは、液晶からOLED（有機EL）への切り替えが進んでおり、同社が得意とする直下型ミニLED液晶ディスプレイへのシフトも見られないようで、同社は既存顧客のみに対応する方針である。車載向けに関しては、現状で伸長する「オパルス」と、自動車業界で普及拡大の予想される直下型ミニLED液晶ディスプレイに向け「オバスキ」に注力する。現時点で複数の引き合いが来ていることもあり、早期対応での市場シェア獲得に向け、販促活動等の体制を整えている。

今後の見通し

中期経営計画では「オパスキ」「オパルス」の車載用途拡大を計画し、売上高を2025年5月期計画の15.8億円から2028年12月期には56.8億円の目標（CAGR53.2%）を掲げており、内訳として売上の大部分を「オパスキ」が占めると予測している。なお利益率については「オパルス」より「オパスキ」の方がかなり高いようで、2025年時点では売上比率ではノートパソコン向けが金額ベースで約半々、車載向けではほとんどが「オパルス」となっていることから、伸びしろが大きい車載向け「オパスキ」の需要囲い込みによる業績貢献に期待したい。セグメント利益率についてはノートパソコン・タブレット向けの売上減速を主因に41.0%（同7.6ポイント減）を見込んでいる。

(2) 機能製品事業

売上高は3,995百万円（前期比4.3%増）、セグメント利益は222百万円（同14.9%増）を計画する。好調な医療用工程フィルム「メディテクト」では全自動工程製造設備が稼働開始しており、顧客課題の把握からブランドスイッチを促し、安定した供給を実現して早期に市場プレゼンスを高める。「クリーンエネルギー資材」では、上期にクリーンエネルギー車向け特殊フィルム製品の受注が減少した顧客での操業再開の目途が立ち、2025年12月期は当初計画どおりに進捗する見通しである。同じく上期に発生した太陽電池資材の一部製品の取扱い終了については、顧客の太陽電池事業撤退に起因しており、最近では太陽電池関連市場では中国企業のプレゼンスが高まっていることから、同社も同様に太陽電池関連向け製品製造を中止する方向へ動いている。なお、業績に与える影響は軽微とのことである。「工程紙・建材」では、国内市場に販売している建材向け製品の需要が複合的な要因から減少傾向にある一方、海外市場を中心に販売拡大余地が大きい発泡ウレタンフォーム用工程紙「A!Prog-UF」の新規顧客提案を積極化する。セグメント利益率は5.6%（同0.6ポイント増）と医療用工程フィルム「メディテクト」の増収効果や全自動工程製造設備の稼働による生産効率向上を要因に改善を見込む。

分野別売上高予想

（単位：百万円）

	24/12期 実績	25/12期 予想	前期比	中間期 進捗率
光学製品事業	17,146	16,971	-1.0%	47.6%
ノートパソコン・タブレット	13,573	12,682	-6.6%	48.5%
スマートフォン	221	156	-29.6%	57.0%
モニター・他／高機能フィルム	3,352	4,132	23.3%	44.3%
機能製品事業	3,829	3,995	4.3%	46.0%
包装資材	1,597	1,561	-2.3%	50.5%
工程紙・建材	1,338	1,349	0.8%	43.5%
クリーンエネルギー資材	642	652	1.5%	43.7%
農業資材・他	252	433	71.8%	41.3%
地球の絆創膏事業	153	-	-	-
屋根補修材・他	153	-	-	-
全社合計	21,130	20,967	-0.8%	47.3%

出所：決算短信、決算説明資料よりフィスコ作成

■ 中期経営計画

CVS実現に向けゼロからの再スタート

1. 前・中期経営計画“DARWIN” (FY2023-FY2026) の振り返り

2023年8月に中期経営計画“DARWIN” (2023年12月期～2026年12月期) を策定し、競争優位なセグメントに集中するとともに、顧客の絶対的信頼を得た事業ドメインのダイナミックな変革に挑戦した。しかし、経営戦略の1つに掲げた「地球の絆創膏事業で世界の建造物やインフラの長寿命化に貢献する」について、地球の絆創膏事業で製品に予期せぬ品質不具合が発生し、2024年11月に研究開発フェーズへの引き戻しと、2025年2月には中期経営計画の最終年度数値目標等の修正を実施した。結果的には、地球の絆創膏事業では課題克服に至らず、2025年8月に事業撤退という結末を迎えた。中期経営計画の中間地点となる2024年12月期に関しては、主力の光学製品事業では、「オパスキ」の販売増や為替差益から売上高は前期比27.6%増、セグメント利益は同49.2%増と伸長した。機能製品事業は、注力するクリーンエネルギー車と医療向けが貢献し売上高は同4.2%減とほぼ同水準となったが、顧客要因で出荷が減少しセグメント利益は同42.9%減と落ち込んだ。

2. 新・中期経営計画 (FY2025-FY2028) の概要

経営理念「自然と産業の調和を創造する」を改めて見つめ直し、「高品質の提供」によるCSVの実現に向け新たなスタートを切る。目標指標として2028年12月期に売上高270億円、営業利益59億円、ROIC13.5%、ROE12.9%を掲げた。各セグメントについて、CAGRの比較で見ると、売上高は光学製品事業が9.4%、機能製品事業が6.9%と光学製品事業の成長を大きく見通し、共通費用差引前の営業利益については、営業利益率44.0%の光学製品事業が11.9%、機能製品事業では41.3%と利益率の大幅な向上を目指す。

3. 事業別戦略

(1) 光学製品事業

a) 新製品群「オプラム」

顧客要望として「特定の性能での画期的な向上」や「複数素材を統合した製品」等があり、それらに対峙して解決策を提案し、顧客のフィードバックも含めた議論の中から実際に有益なアイデアを新製品につなげる形で複数の開発が進んでおり、全社を挙げて注力している。

「オプラム (OPLAM)」はオプティカルとラミネーションの造語で光学機能の積層を意味しており、これまでに、性能や操作性の向上、フィジカルリスク軽減に向け、シートやフィルムの積層から様々なアイデアが創出され、技術開発を多彩に進めている。たとえば、自動車のHUD (ヘッドアップディスプレイ) はボンネットに近いことから耐熱温度105℃が要求され、「オパスキ」「オパルス」は他のシートや金属製品と複合して利用されるケースが多く、他の素材と一体化した製品の開発に至った。さらに、最近のHUDはフルカラーで多様な情報を表示し大画面化しているため、さらなる明るさと同時に耐熱の課題が想定され、同社の格好の提案機会となるだろう。光拡散シートに他機能を付加したり、光拡散以外の機能に特化したり、技術を融合した研究開発を複数並行し、進路を開拓している。

2025年8月に上海で開催された「Display Innovation China FORUM 2025」では、同社エンジニアが講演し、様々な質問や要望を受けビジネスアイデアにつながっているようだ。同年9月に出展した米デトロイトでの「SID Vehicle Displays and Interfaces」でも米自動車メーカーと接触し、各社は特にディスプレイ周りが自動車業界での競争力につながると認識し重視していることから、同社技術へ多くの関心が集まり、提案に向けた進展もあったようである。ビジネスフォーラム等がモノの販売促進だけではなく、顧客との交流から技術アイデアを獲得する場として機能しており、顧客需要に即した製品開発を顧客とともに進める方向性にもつながる。

同社は元来ニッチ領域を中心に展開することから機微な需要の発掘を得意としており、市場動向に沿う形で業界全体に照準を当て、アイデアを製品化して事業基盤を広げる方向に進んでいる。なお、「オプラム」は現在20件ほどの引き合いを獲得しており、高温環境で安定性を欠くOLEDに代わる車載向けディスプレイ光学フィルムとして「オプラム」の技術が評価される等、大手企業と検討を進めている。実現化は2028年以降となる可能性が高いが、これを第2の成長の柱に育てる方針である。なお、「オプラム」は用途に合わせて様々な素材の積層化を想定することから「新製品群」と冠しており、シリーズ展開される可能性もありそうだ。

(2) 機能製品事業

a) 医療用工程フィルム「メディテクト」

医療や介護領域の拡大を見込み、ダイアライザー製造過程での異物混入や安全視認のための透明性に関する課題に辿り着き、同社のクリーン環境でのコンタミネーション※リスクを排除したフィルム生産実績が認められた形で採用につながった。ブランドスイッチから現在では受注がコンスタントに伸び、シェアは着実に拡大しており、成長を加速する。顧客側でもダイアライザーの販売数量が伸長しており、生産能力を増強したようである。現状では日本国内のみの販売となるが、実際、経済発展の進む新興国でも人工透析療法の需要は増加しており、中国を含むアジア地域への展開を検討している。ただ、現実的には、新興国では人工透析器具を再利用するケースも散見するようで、ディスポーザブル型のダイアライザーへの需要の増加はまだ先と同社は認識している。グローバルでの本格的な需要の高まりに備え、現在は「メディテクト」を国内医療業界へ紹介するとともに見込み顧客で品質テストを行う等、水平展開への準備が進んでいる。なお、アジア地域にダイアライザーを展開する欧州メーカーにアプローチを開始したので、顧客基盤の広がりに期待したい。

※ 製造業の分野では、主に異物が原材料や製品に入り込んでしまう状態を指す。

b) クリーンエネルギー車向けフィルム「ACE」

「メディテクト」同様に、クリーンな製造環境を要するクリーンエネルギー自動車向け電池用特殊フィルム「ACE」を開発し、2020年から販売開始した。燃料電池(スタック)内では薄い板用のセルが重ねられたセパレーターが内部のエネルギー循環効率を向上させる役割を担っており、その一部で「ACE」は利用されている。現在パートナー企業として顧客と連携し開発・生産を進めるなど、採用車種の拡大は続いている。2025年12月期中間期には顧客の一時的な発注減少が発生したが、今後はリスク分散の観点からも、他用途への拡大等により、「ACE」を販売促進する方針である。

c) ウレタンフォーム用工程紙「A!Prog-UF」

約50年前に参入したウレタンフォーム用工程紙は、日本国内市場ではほぼ100%のシェアとなる。需要を見込みウレタンフォーム用工程紙「A!Prog-UF」を、新興国市場を中心にグローバル展開する。ウレタンスポンジは、ウレタン原液を化学反応により膨張させ、乾燥炉で冷やし完成となり、その全過程で「A!Prog-UF」は成型型枠として利用される。「A!Prog-UF」は工程紙の表面にフィルムがラミネートされており、ウレタン原液の沁み込み防止と、完成時に容易にフィルムと工程紙がはがれることで完成品ロスを減少させ、紙のリサイクルが可能となることで産業廃棄物削減の効果をもたらす。経済成長する新興国では生産歩留まりの低減や環境配慮へ関心が高まっており、一般的な工程紙より高価格となるものの、実際に採用を検討する企業も現れているようだ。なお、ウレタンフォーム用工程紙では海外市場はほぼ未開拓に近い状態となる。現在、東南アジア市場については既に一部顧客で新規採用を獲得しており、北米市場については、顧客にサンプル品を提出した段階で、高評価獲得から受注・長期契約へと結び付けることを想定している。

市場環境

市場を予測しリソース集中で先行者となり早期確実な収益化を目指す

1. 光学製品事業

車載ディスプレイ領域にリソースを集中して研究開発と生産体制を強化し、高品質な製品を安定して提供する。同社によれば、車載用液晶ディスプレイの市場動向は、2024年の1.9億unitから2028年には2.2億unitとCAGR4.0%の成長が見込まれている。特に、ディスプレイの大型化・多様化が顕著で、たとえば中国市場では高級車から大衆車までダッシュボードにメーターパネル、ナビシステム等を設置するほか、助手席側からのナビ操作を可能とするパネル装着等、利便性向上に向けた機能の拡充が進んでいる。SDV^{※1}の進化に伴い車載インフォテインメント^{※2}の加速が予想され、安全性を担保しつつシステム操作を明瞭に視覚化するディスプレイ技術への需要は高まるだろう。大型化に関しては、市場動向予測では、8インチ以上の大型ディスプレイの全体に占める割合が2024年の58.6%から2028年には63.5%に増加すると予測している。また、同社の「オバスキ」が活躍する直下型ミニLED液晶は、近年ディスプレイに積極採用される等、戦略的資源として重要な役割を示しており、液晶ディスプレイ全体に占める割合は2024年の2.4%から2028年には5.3%に拡大する予想である。特に自動車業界では直下型ミニLED液晶の採用が顕著で、車載ディスプレイ全体のうち、2024年の約1%強の割合から2028年にはおよそ14%近くまで普及が進むと予測されている。

※1 ソフトウェアを更新し、運転支援機能や娯楽性など様々な機能を随時アップデートしてサービスを提供する自動車を指す。

※2 自動車のドライバーや同乗者が必要とする情報や娯楽を提供することで、運転をサポートし快適性を向上させる機能を指す。

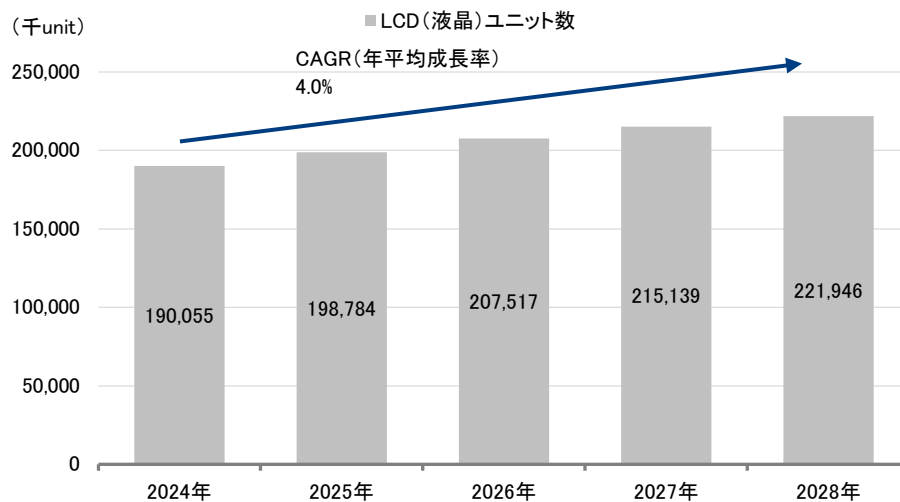
恵和 | 2025年10月28日 (火)
4251 東証プライム市場 | <https://www.keiwa.co.jp/ir/>

市場環境

マーケティング戦略として、自動車業界のSC（サプライチェーン）の下流に位置するOEM（自動車メーカー）・Tier1（1次サプライヤー）との良好な関係構築が、迅速な情報収集による技術開発や効果的な販売促進につながると考え、歴史も実力もあるOEMが多数存在する欧州地域でのマーケティング体制構築を計画している。最終的なねらいは、同社販売先のSC中間に位置するディスプレイや計器類を製造する企業へ、発言力の強いSC下流のOEM・Tier1が直接的に同社製品の採用を推奨することである。ディスプレイ関連で、OEM・Tier1の競争力を引き出す有益な製品の提案により高評価を得ることが重要と捉え、欧米地域での経験を持つ経営層を迎え体制を強化する考えである。なお、現時点での海外拠点は、中国、台湾、韓国、米サンノゼとなる。

ロジスティクスに関しては、東南アジアに物流拠点を設置する計画である。物流の観点では顧客企業のいくつかはベトナムに拠点を構えており、地政学リスクの観点では米通商政策の影響等を考え中国拠点のみの対応には不安が残るため、Tier1のCHINA+1として、ベトナムが候補地として挙がっているようだ。

車載用液晶ディスプレイの市場動向

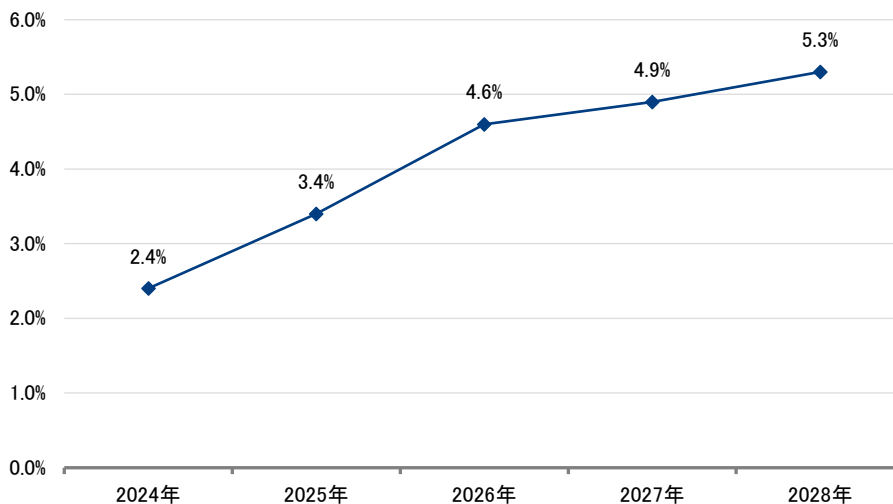


出所：中期経営計画説明資料よりフィスコ作成

恵和 | 2025年10月28日 (火)
4251 東証プライム市場 | <https://www.keiwa.co.jp/ir/>

市場環境

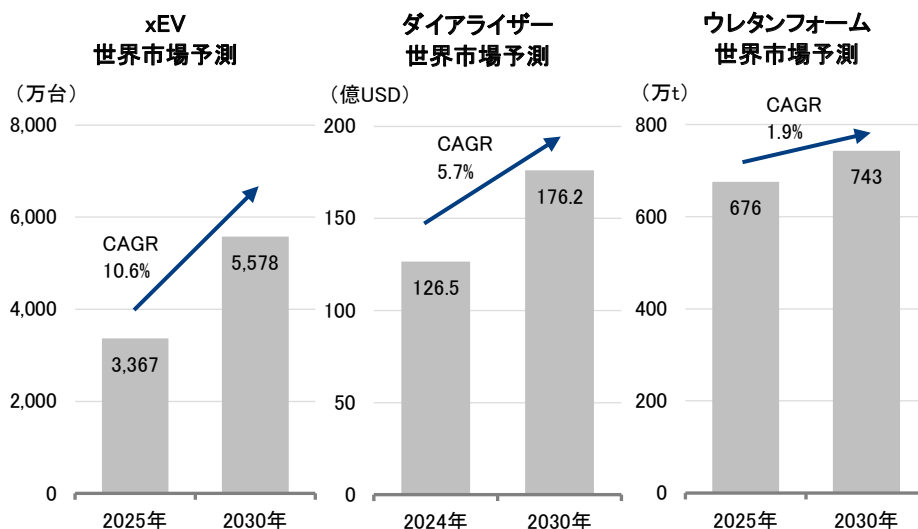
液晶ディスプレイにおけるハイパー液晶(直下型ミニLED液晶)の割合



出所：中期経営計画説明資料よりフィスコ作成

2. 機能製品事業

経営ビジョン「CSV実現」のけん引役を担う同事業では、xEV(クリーンエネルギー車)世界市場が拡大している。2025年の3,367万台から2028年には5,578万台とCAGR10.6%の伸びが予想されており、同社は車載電池用フィルム「ACE」でシェア拡大を図る。医療用工程フィルム「メディテクト」を展開するダイアライザー世界市場は、2024年の126.5億USDから2030年には176.2億USDとCAGR5.7%の伸び率となる。この2市場には同社優位性となるクリーン環境での製造を武器に販売を推進する。長年の実績を持ち国内市場では独占状態のウレタンフォーム用工程紙について、同社がほぼ未開拓のウレタンフォーム世界市場は2025年の676万tから2030年には743万tとCAGR1.9%の伸長が予測されている。



出所：中期経営計画説明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(ディスクレマー)をお読みください。

Important disclosures and disclaimers appear at the back of this document.

■ キャッシュアロケーション

ステークホルダーへの責務全うに向け資金配分を最適化

中長期的な利益成長の観点から、成長投資を最優先に株主価値の向上を図る。中期経営計画期間の2026年12月期から2028年12月期までの3年間で獲得を計画する営業キャッシュ・フローを元手に、設備（研究開発設備含む）投資のほか、利益配当等の株主還元、財務体質強化戦略投資を行う。

1. 設備投資

中期経営計画の2026年12月期から2028年12月期に140億円の投資を計画する。2025年12月期については、光学製品事業で前期比138.9%増の3,779百万円、機能製品事業で同4.85倍の194百万円、光学製品事業を中心とした研究開発用装置の導入となる調整額は同11.4%減の1,076百万円を計画する。

主力の光学製品事業では、和歌山テクノセンターⅢと中国南京市にある恵和光電材料（南京）有限公司南京本会社の工場で、日本国内市場向けにシートやコーティング製品、ラミネート製品をロール状で生産しており、顧客ニーズを正確に反映した製品の安定供給がカギとなることから、現在和歌山テクノセンターへの設備投資を進めている。具体的には、システム上で顧客からの発注をダイレクトに受け、生産、品質管理、提供を一連の流れで行う体制を構築し、これにより顧客需要を正確に反映した製品の生産と迅速な供給を実現し、高品質の提供と同時に顧客では余剰在庫の縮小が期待される。同社にとってはコスト削減とともに需要に即した高品質の提供で顧客満足度を高めてリピートやアップセルの可能性が高まるだろう。南京市工場に関しても段階を踏んで進める考えで、供給リスクの分散により安定した収益確保を目指す。

機能製品事業では、2025年12月期第1四半期に医療用工程フィルム「メディテクト」の受注増を見越した、クリーンな環境を実現した全自動工程の多品種少量生産の製造設備が完了し、第2四半期に稼働開始した。

研究開発に関しては、同1.1%増の1,834百万円を計画する。主力の光学製品事業では「オパスキ」の性能向上に加え、需要の期待される「オブラム」の技術開発を進める。機能製品事業では、事業領域拡大に向け注力するクリーンエネルギー資材の開発や医療・衛生用フィルムの高機能化を強化する。足元7期では、2025年12月期は設備投資額・研究開発費ともに過去最大となり、中期経営計画の3年間の投資総額140億円についても1年平均にすると同水準となる。なお、おおむね3年から5年の期間で投資により増加が見込まれる利益からNPV※を算出し、投資判断を行っている。

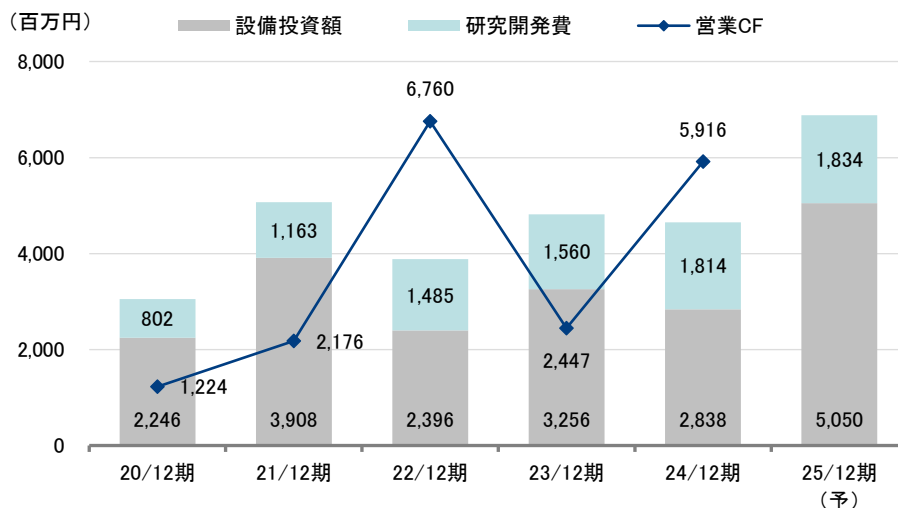
※ Net Present Valueの略で正味現在価値を意味する。投資の採算性等を事前に判断するための指標。

恵和 | 2025年10月28日 (火)
 4251 東証プライム市場 | <https://www.keiwa.co.jp/ir/>

キャッシュアロケーション

営業キャッシュ・フローについて、過去の実績では、2022年の円安効果による大幅な収益向上や2023年のPC市場の在庫調整による収益悪化、2024年のPC市場回復からの収益回復と、外部環境の影響を受けた収益の浮き沈みは否めない。対策として市場動向の悪影響を回避する事業領域の多角化や、為替リスクヘッジは重要となるだろう。多角化に関しては技術の多方面への応用を模索しており、為替に関しては、同社によれば、通常ドル建て売上の一定割合を為替予約でヘッジしており、さらに急激な変動等の特殊環境ではフレキシブルに対応している。なお、為替感応度については、2025年12月期中間期時点で対ドル1円の変動で売上高と営業利益が年間約80百万円の差が出る計算となる。また、2024年12月期のD/Eレシオは0.1倍と借入余力は大きく、インタレストカバレッジレシオは170.3倍と返済能力に余裕が見られることから、成長投資への資金繰りに懸念は少ないだろう。着実な成長投資を確実な業績成長につなげることに期待したい。

設備投資・研究開発と営業キャッシュ・フロー推移



出所：決算説明資料よりフィスコ作成

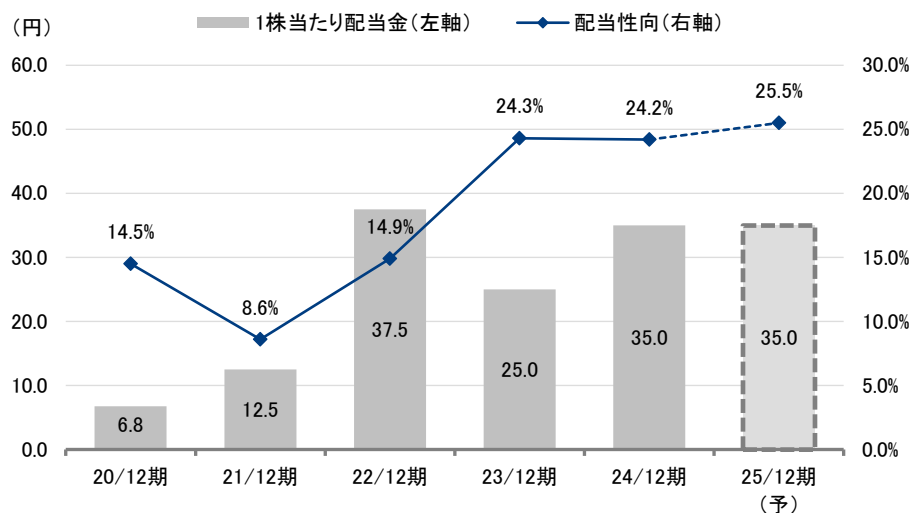
2. 株主還元と財務体質強化戦略投資

株主還元では、安定的な配当を基本に、業績及び財務状況等を総合的に勘案したうえで、中期経営計画期間では1株当たり年間配当金の下限を35.0円とし、可能な範囲内で特別配当等を実施する方針である。ほかにも安定した株価水準の維持を目的に、市場環境等を勘案して機動的な自己株取得を表明しており、2025年3月に80万株(取得価額総額957百万円)の自己株式を取得したことで、総還元性向は60%強となった。財務体質強化策としては、D/Eレシオの0.3水準の維持によりフレキシブルに資金需要に対応し、同社の強みである技術力とマネジメントの強化に向け、優秀人材の確保・育成、エンゲージメント向上のための魅力的な報酬制度等、人財投資を充実する。なお、2025年12月期は地球の絆創膏事業の撤退関連費用は増加したものの、営業利益での業績予想進捗が順調なこともあり、1株当たり35.0円の期末配当予想を据え置いた。配当性向は25.5%となる。

恵和 | 2025年10月28日 (火)
4251 東証プライム市場 | <https://www.keiwa.co.jp/ir/>

キャッシュアロケーション

1株当たり配当金と配当性向



注：2023年1月1日付で普通株式1株につき2株の割合で株式分割を行ったため、22/12期以前については分割後の配当金額を記載

出所：決算短信よりフィスコ作成

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