

BRIDGE REPORT



		ホシザキ株式会社(6465)	
坂本 精志会長	小林 靖浩社長		ホシザキ株式会社

企業情報

市場	東証 1 部、名証 1 部
業種	機械(製造業)
代表取締役会長	坂本 精志
代表取締役社長	小林 靖浩
所在地	愛知県豊明市栄町南館 3-16
決算月	12 月末日
HP	http://www.hoshizaki.co.jp/

株式情報

株価	発行済株式数		時価総額	ROE(実)	売買単位
7,930 円	72,417,269 株		574,268 百万円	12.0%	100 株
DPS(予)	配当利回り(予)	EPS(予)	PER(予)	BPS(実)	PBR(倍)
80.00 円	1.0%	342.46 円	23.2 倍	3,090.16 円	2.6 倍

*株価 5/17 終値。発行済株式数は 19 年 12 月期第 1 四半期末の発行済株式数から自己株式を控除。ROE は前期末実績。

BPS は 19 年 12 月期第 1 四半期決算短信より。

業績推移

決算期	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	EPS	DPS
2011 年 12 月	169,297	13,808	13,750	7,220	100.18	30.00
2012 年 12 月	178,863	16,483	19,768	11,276	156.33	30.00
2013 年 12 月	205,513	20,052	26,349	15,769	218.37	40.00
2014 年 12 月	233,252	26,984	31,235	15,011	207.65	50.00
2015 年 12 月	260,174	31,719	30,864	16,971	234.47	60.00
2016 年 12 月	265,548	34,575	34,140	21,430	295.95	70.00
2017 年 12 月	282,215	36,065	37,086	23,144	319.62	70.00
2018 年 12 月	292,774	36,446	36,372	25,717	355.14	80.00
2019 年 12 月(予)	296,600	34,500	36,400	24,800	342.46	80.00

*単位:百万円、円

*予想は会社側予想。

ホシザキ株式会社の 2018 年 12 月期決算概要などをお伝えします。

BRIDGE REPORT



目次

今回のポイント1. 会社概要2. 2018 年 12 月期決算概要3. 2019 年 12 月期業績見通し4. 今後の取り組み5. 今後の注目点<参考:コーポレートガバナンスについて>

今回のポイント

- 18 年 12 月期の売上高は前期比 3.7%増の 2,927 億円。国内売上高は、同 2.5%増の 1,912 億円。前期の食器洗浄機特需が剥落したが、主に物件の受注増加が増収に貢献した。海外売上高は、同 6.2%増の 1,015 億円。米国では冷蔵庫・食器洗浄機の販売が好調。欧州やインドも前期の一過性要因の収束により好調に推移。また、インドのウエスタン社において決算同期化に伴い、18 年 12 月期のみ 15 ヶ月決算となったことにより増収幅が拡大。営業利益は同 1.1%増の 364 億円。国内はプロダクトミックスによる粗利率低下などで減益。海外は前期にあった一過性費用の発生が無く増益。7 期連続の増収・営業増益で過去最高を更新した。
- 19 年 12 月期の売上高は前期比 1.3%増の 2,966 億円の予想。国内売上高は同 2.2%増の 1,954 億円、海外売上高は同 0.3%減の 1,012 億円の予想。営業利益は同 5.3%減の 345 億円の予想。配当は前期と同じく 80 円/株の予定。
- 18 年 12 月期は前期に対し経常利益を除いて増収増益で着地した。
19 年 12 月期については増収を見込むものの、営業減益予想となっている。国内では不適切取引の調査対応に伴う費用、高輪ビル移転関連費用、IT 費用など経常的ではない費用が見込まれていることに加え、海外においても原材料価格高騰に加え、米中貿易摩擦や Brexit に起因した需要停滞によるコスト増を想定している。
売上高に関しては、国内は堅調であった前期に続き今期も引き続き確実に需要を取り込んでいくようだ。
今後も四半期ごとの進捗を引き続きウォッチしていきたい。

1. 会社概要

飲食店、病院・介護老人保健施設(以下、病院老健)、学校・保育園、スーパー、コンビニエンスストア、オフィスなどを顧客とし、製氷機、冷蔵庫を始めとしたフードサービス機器の研究開発・製造・販売及び保守サービスを行っている。

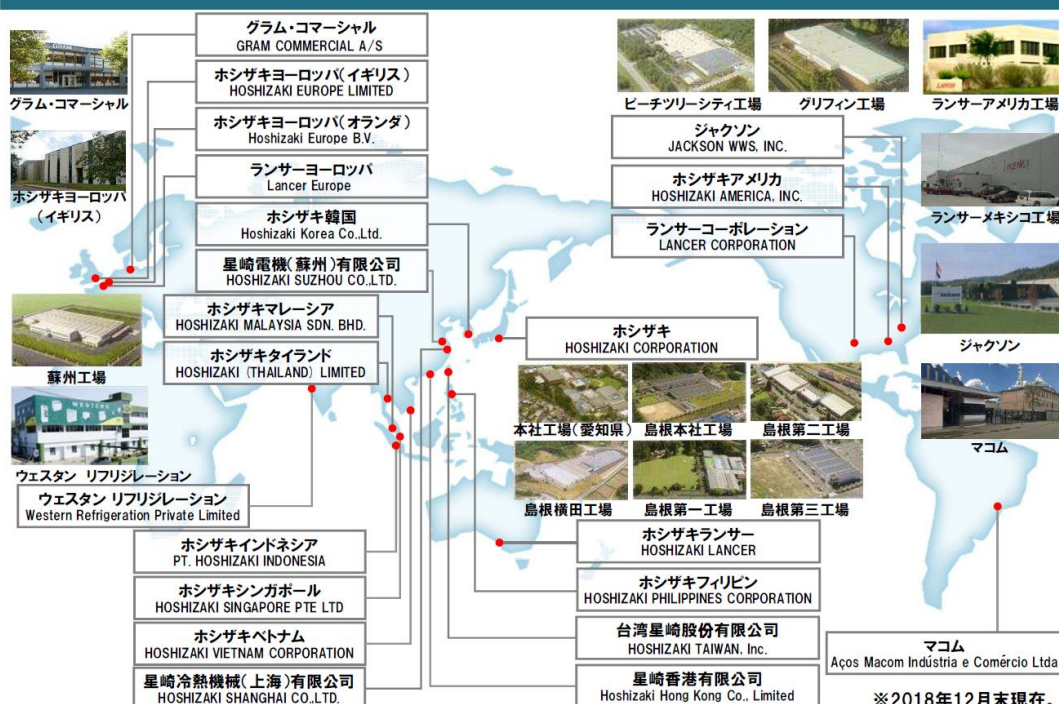
製氷機、冷蔵庫、食器洗浄機、生ビールディスペンサ等の主力製品では国内トップシェア。製氷機に関してはグローバル市場でもトップシェアである。独自の製品開発力、高品質、強力な営業力、迅速できめ細かなサービス&サポート体制等が強みであり、同業他社に対する大きな優位性となっている。

海外売上高比率は 34.7%(2018 年 12 月期)。ホシザキを含む連結グループ会社は、国内 18 社、米州 13 社、欧州・アジア等 21 社の合計 52 社。工場は国内 8、米州 5、欧州・アジア 7 とグローバルでの生産体制を構築している。国内営業体制は、北海道から沖縄までの 15 販売会社及びその 443 営業所によって日本全国をカバーしている。また海外では米州、ヨーロッパ、アジア・オセアニアに販売会社を配置し、全世界を幅広くカバーできる体制を整備している。(グループ会社数、拠点数などは 2018 年 12 月末現在)

BRIDGE REPORT



グローバルネットワーク(生産・販売拠点)

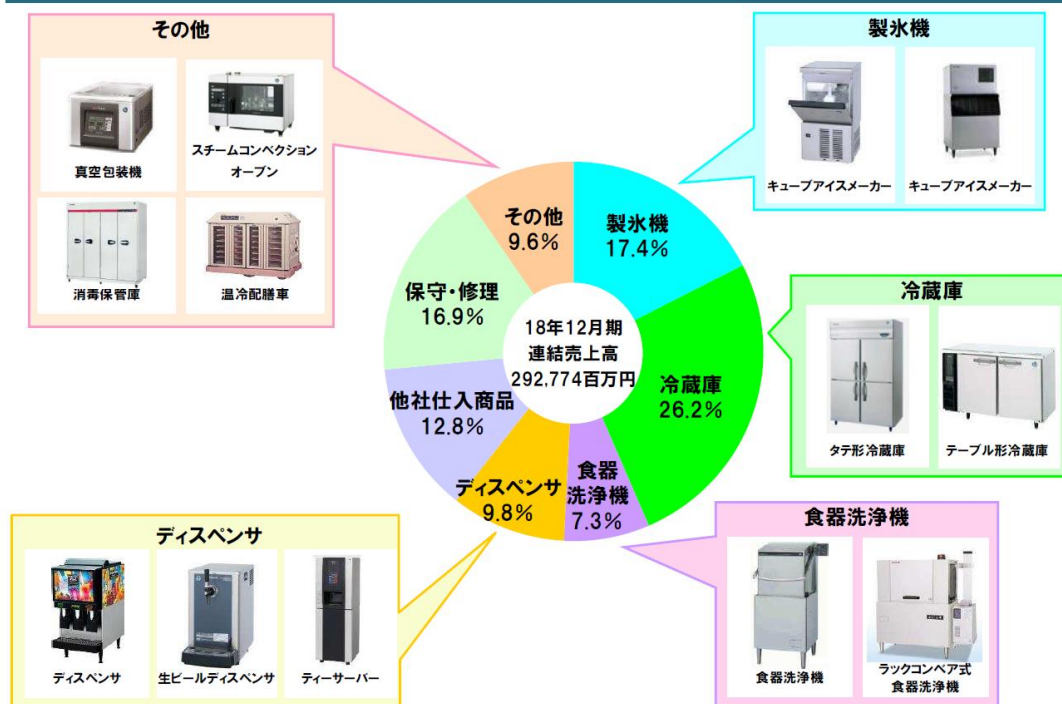


(同社資料より)

【事業内容】

製品別売上は、製氷機 17.4%、冷蔵庫 26.2%、食器洗浄機 7.3%、ディスペンサ 9.8%、他社仕入商品 12.8%、保守・修理 16.9%、その他 9.6%となっている(2018 年 12 月期)。

主要製品群と売上高構成



(同社資料より)

【特徴・強み】

1. 独自の技術に基づく製品開発&高い品質基準

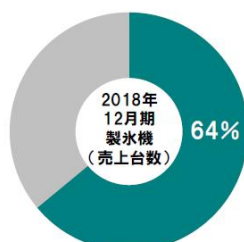
独自技術に基づいた製品企画から製品化までの一貫した研究体制を持つことにより、最終顧客の多様なニーズへ迅速に対応している。また、新製品開発、既存製品の改良や改善、シリーズ展開及び原価低減活動に加え、販売及び保守サービス活動から得られる情報や市場品質情報を製品開発に活用する体制を確立している。また、独自の品質基準を設定し、業務用という厳しい使用環境に耐えられる構造設計を行っており、過酷な条件で繰り返し行われるテストに合格した部品や技術のみが採用されている。

2. 主要製品でトップシェア

高品質、サービス&サポート体制、省エネ・低環境負荷、耐久性、使いやすさ、デザイン性等といった様々なポイントが顧客に評価され、製氷機、冷蔵庫、食器洗浄機、生ビールディスペンサ等の主力製品では国内トップシェアとなっている。また、製氷機に関しては、グローバル市場においても、トップシェアである(同社推計)。

主力製品で国内トップシェア

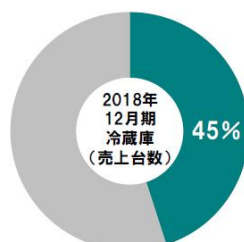
製氷機



出所: 社団法人日本冷凍空調工業会



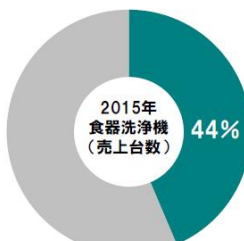
冷蔵庫



出所: 社団法人日本冷凍空調工業会



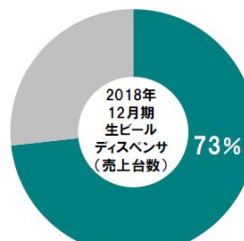
食器洗浄機



自社推計



生ビールディスペンサ



国内販売会社における各ビールメーカーのウインドシェアにより算出



(同社資料より)

3. きめ細かいサービス&サポート体制

同社では国内を 15 販売会社及びその 443 営業所でカバーし、約 2,550 名のサービススタッフによる地域密着型のきめ細かいサービス&サポート体制をとっており、ユーザーから故障やトラブルの問い合わせがあった際は、短時間で駆けつける「即日対応」を掲げて、スピーディーな対応を行っている。(いずれも 2018 年 12 月末現在)

4. 営業力の強さと強固な顧客基盤

約 3,100 名の営業スタッフが日本全国をカバーする直販体制による営業力の強さも同社の大きな特徴である。高い直販比率のため顧客との密着度は高く、現在の強固な顧客基盤の構築に繋がっている。また、サービススタッフとの緊密な連携により、顧客の状況に即応した提案を行う事が出来る機動性の高さも顧客から高く評価されている(2018 年 12 月末現在)。

BRIDGE REPORT



2. 2018 年 12 月期決算概要

(1) 連結業績

	17/12 期	構成比	18/12 期	構成比	前期比
売上高	282,215	100.0%	292,774	100.0%	+3.7%
売上総利益	108,365	38.4%	110,549	37.8%	+2.0%
販管費	72,299	25.6%	74,103	25.3%	+2.5%
営業利益	36,065	12.8%	36,446	12.4%	+1.1%
経常利益	37,086	13.1%	36,372	12.4%	-1.9%
当期純利益	23,144	8.2%	25,717	8.8%	+11.1%

* 単位: 百万円。当期純利益は親会社株主に帰属する当純利益。以下、同様。

7 期連続の増収・営業増益で過去最高を更新。

売上高は前期比 3.7%増の 2,927 億円。国内売上高は、同 2.5%増の 1,912 億円。前期の食器洗浄機特需が剥落したが、主に物件の受注増加が増収に貢献した。

海外売上高は、同 6.2%増の 1,015 億円。米国では冷蔵庫・食器洗浄機の販売が好調。欧州やインドも前期の一過性要因の収束により好調に推移。

営業利益は同 1.1%増の 364 億円。国内はプロダクトミックスによる粗利率低下などで減益。海外は前期にあった一過性費用の発生が無く増益。

(四半期推移)

	16/12 期				17/12 期				18/12 期			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
売上高	67,264	70,207	69,873	58,204	69,896	73,835	75,540	62,944	73,519	76,466	76,778	66,011
増収率	+7.4%	+2.7%	-1.2%	-0.5%	+3.9%	+5.2%	+8.1%	+8.1%	+5.2%	+3.6%	+1.6%	+4.9%
営業利益	9,731	11,176	10,649	3,019	9,763	10,434	11,037	4,831	10,860	10,587	10,645	4,354
増益率	+16.6%	+17.1%	+12.7%	-31.0%	+0.3%	-6.6%	+3.6%	+60.0%	+11.2%	+1.5%	-3.6%	-9.9%

* 単位: 百万円。増収率、増益率は対前年同期比。

(2) セグメント別動向

	17/12 期	構成比	18/12 期	構成比	前期比
売上高					
日本	186,621	66.1%	191,239	65.3%	+2.5%
米州	65,415	23.2%	65,564	22.4%	+0.2%
欧州・アジア	30,179	10.7%	35,970	12.3%	+19.2%
海外合計	95,594	33.9%	101,534	34.7%	+6.2%
合計	282,215	100.0%	292,774	100.0%	+3.7%
営業利益					
日本	24,977	13.4%	24,828	13.0%	-0.6%
米州	9,205	14.1%	9,310	14.2%	+1.1%
欧州・アジア	2,350	7.8%	3,198	8.9%	+36.1%
海外合計	11,555	12.1%	12,508	12.3%	+8.3%
調整額	-466	-	-892	-	-
合計	36,065	12.8%	36,446	12.4%	+1.1%

※単位: 百万円。売上高は、「外部顧客への売上高」を示す。営業利益の構成比は売上高営業利益率。

(国内)

売上高は前期比 2.5%増の 1,912 億円。営業利益は同 0.6%減の 248 億円。

前期の食器洗浄機特需が剥落したが、物件の受注が増加したことに加え、学校保育園、オフィス工場、宿泊施設等の飲食

BRIDGE REPORT



店以外の顧客への販売が好調に推移した。
プロダクトミックスの変化等による粗利率の低下等により、減益。

<海外>

(米州)

売上高は前期比 0.2%増の 655 億円。営業利益は同 1.1%増の 93 億円。
炭酸飲料市場における大口顧客向けの需要停滞があったが、冷蔵庫および食器洗浄機の販売が好調だった。

(欧州・アジア)

売上高は前期比 19.2%増の 359 億円。営業利益は同 36.1%増の 31 億円。
欧州では、前期に発生したホシザキヨーロッパ社(オランダ)とグラム社(デンマーク)の販売機能統合における一部業務混乱が収束。アジアでは、前期に生じたインドの高額紙幣廃止等による一時的な需要停滞から回復し、販売が好調に推移し増収となった。また、インドのウエスタン社において決算同期化に伴い、18 年 12 月期のみ 15 ヶ月決算となったことにより増収幅が拡大。

(3)財政状態

◎主要 BS

(単位:百万円)

	17 年 12 月末	18 年 12 月末		17 年 12 月末	18 年 12 月末
流動資産	254,531	274,585	流動負債	86,720	88,288
現預金	187,224	204,263	仕入債務	16,893	17,664
売上債権	30,261	31,183	前受金	24,982	26,699
たな卸資産	28,550	31,910	固定負債	23,016	23,149
固定資産	62,106	60,363	負債	109,737	111,438
有形固定資産	45,775	43,962	純資産	206,900	223,510
無形固定資産	6,835	5,489	株主資本	205,981	226,659
投資その他の資産	9,495	10,911	為替換算調整勘定	463	-2,052
資産合計	316,637	334,948	負債純資産合計	316,637	334,948

現預金、売上債権の増加等で流動資産は前期末に比べ 200 億円増加。固定資産は同 17 億円の減少。資産合計は同 183 億円増の 3,349 億円となった。一方、仕入債務の増加等で負債合計は同 17 億円増加し、1,114 億円となった。純資産は利益剰余金の増加等で同 166 億円増の 2,235 億円。この結果、自己資本比率は前期末より 1.6 ポイント上昇し 66.3%となった。

3. 2019 年 12 月期通期業績見通し

(1)連結業績予想

	18/12 期 実績	構成比	19/12 期 計画	構成比	前期比
売上高	292,774	100.0%	296,600	100.0%	+1.3%
売上総利益	110,549	37.8%	112,200	37.8%	+1.5%
販管費	74,103	25.3%	77,700	26.2%	+4.9%
営業利益	36,446	12.4%	34,500	11.6%	-5.3%
経常利益	36,372	12.4%	36,400	12.3%	+0.1%
当期純利益	25,717	8.8%	24,800	8.4%	-3.6%

* 単位:百万円

増収減益を予想。売上高は 8 期連続増収で過去最高を更新へ。

売上高は前期比 1.3%増の 2,966 億円の予想。
国内売上高は同 2.2%増の 1,954 億円。人手不足による飲食店等出店延期の継続などや、10 月の消費税率引き上げ前後の需要変動も見込まれるが、同社の得意とする営業・サービス連携によるエリア営業の強化、採算性に留意した物件需要の獲得を進める。

BRIDGE REPORT



海外売上高は同 0.3%減の 1,012 億円の予想。北米マーケットの回復がプラス貢献するものの、米ドル等主要通貨の為替を前期に対し円高方向に見込んだことによる、円換算後のマイナス影響に加えて、前期のインド・ウエスタン社の決算同期化及び中国・愛雪社の持分譲渡に伴う減収を見込んでいる。

(主要想定為替レート: 期中平均)

	17/12 月期実績	18/12 月期実績	19/12 期予想
米国ドル	112.1 円	110.4 円	106.0 円
ユーロ	126.7 円	130.3 円	125.0 円

営業利益は同 5.3%減の 345 億円。

国内では第三者委員会をはじめとする不適切取引の調査対応費用の計上の他、産業廃棄物処理費用の増加、新たに稼働する IT 費用の増加、東京の高輪にある子会社であるホシザキ東京の自社ビルの移転関連費用、戦略的投資等によるコストの増加を見込んでいる。

海外では、原材料価格の値上がり継続に加え、米中貿易摩擦の激化、Brexit 等、海外発のリスクに起因する需要停滞などによるコスト増を想定している。配当は前期と同じく 80 円/株を予想。

(2)セグメント別売上見通し

	17/12 期 実績	18/12 期 計画	前期比
日本	190,500	195,400	+2.2%
米州	64,200	66,600	+1.6%
欧州・アジア	33,200	34,600	-3.8%
海外合計	97,400	101,200	-0.3%
合計	287,900	296,600	+1.3%

* 単位: 百万円

4. 今後の取り組み

(1)国内

国内:2019年度の重点施策と懸念事項

	重点施策	懸念事項
成長の追求	● 新規市場創出・既存市場深掘 ➢ 当社が攻めきれない市場の徹底的攻略 ➢ HACCP導入を見据えた衛生管理機器の提案強化 ➢ 研修センターの徹底活用(サービス人員の充実・強化) ● 販売生産性の向上 ➢ 保守継続率強化、営サ連携の再強化 ➢ サービス活動の効率化継続(早帰り、タブレット活用等) ➢ 営業活動の効率化推進(タブレットの段階的導入等) ➢ 顧客情報基盤強化等、支援IT整備	● 人手不足による飲食店等施設出店取止め、延期の継続 ● 消費増税後の需要反動減 ● 政府による経済・金融政策の息切れ(成長戦略の停滞) ● 適正要員(主にサービスマン)の確保遅れ ● 想定外の品質トラブル発生(異物混入等) ● 夏場の天候不順
収益率改善	● 原価率低減 ➢ 価格決裁強化、メンテ付リース強化、適正費用徴収 ➢ 損益分岐売上高比率の段階的引き下げ ➢ 原価企画・原価管理機能強化による材料費比率低減 ● 販管費比率低減 ➢ 売上見合い人件費の厳格な管理 ➢ 全社的経費削減活動継続 ➢ 間接業務の合理化	● 大手顧客向け価格競争激化継続による粗利率低下 ● 働き方改革・早帰り等、政治的要求の強まりによる人件費増 ● 中国の引き取り縮小に伴う産業廃棄物処理費用の急増 ● 新稼働IT、高輪ビル移転等によるメーカーの費用増加
経営基盤強化	● ガバナンス強化 ➢ 親会社主導での国内販売会社の管理機能強化	

(同社資料より)

BRIDGE REPORT



<主な重点項目>

◎売上成長

人材育成や営業サポートに関する仕組みの強化による営業スタッフとサービススタッフの連携強化、食品領域の開拓や重要性の増している HACCP 対応の支援強化などを通じた新規市場の開拓を進める。

また、製販連携やコンサル室との連携強化による戦略製品の拡販強化、自治体営業や設計力強化による物件開拓の更なる強化にも取り組む。

◎収益性改善

販売会社間、443 ヶ所の営業所間、個人間の格差を解消し、地域密着販売の採算強化を図ることで販売会社の損益分岐点比率を中期的に引き下げていくことを目指す。

このほか、サービス・営業ともにシステム導入による徹底的な生産性改善を図るほか、物件についても原設計受注や他社仕入品の原価低減などによる採算性改善に取り組む。

◎製造事業

戦略製品の新規開発を強化するほか、新製品やモデルチェンジの際には更なる原価低減を図る。2018年に立ち上げた原価企画部が商品構想の初期段階から様々なアイデアを収集し、試作図出図前段階での原価低減を実現する。

また、設備の自動化推進、小集団活動の積極的な活用による製造生産性の改善にも取り組むほか、経営人材の育成強化のため、マネジメント研修を開始している。

(2)海外

海外:2019年度の重点施策と懸念事項

赤字: 懸念事項	米州	アジア	欧州
成長の 追求	●最大手顧客・炭酸飲料以外の新規製品開拓(L) ●新興国市場、直販・卸チャネル強化(L) ●戦略的販売チャネル以外の拡販強化(HA) ●環境配慮型冷蔵庫シリーズ拡販強化(HA) ●最大手顧客との信頼関係強化(J) ●自社ブランドビジネス拡大(J) ●新しい販売チャネル構築(M) ●一般飲食厨房/単品の拡販強化(M)	●ホリウムゾーンにおける製氷機拡散強化(HSH) ●中国における冷蔵庫、食洗の拡販強化(HSH) ●アジア統括機能強化(HS) ●主要顧客以外の新規顧客開拓(W) ●低コスト品による東南アジア市場攻略(W)	●低コスト冷蔵庫のOEM供給・拡販強化(G&BV) ●省エネ・低環境負荷製品(HC)の開発・拡販(G&BV) ●医療向け機器の開発・拡販(G) ●南欧市場攻略(BV)
	冷蔵庫の品揃え、価格競争力、生産・販売チャネル強化(HA、HSH、W)		
	現地ニーズに即した製品開発体制整備、低コスト製品のタイムリーな導入、生産・販売拠点の拡大		
	当社のターゲットとなるM&Aの推進		
	●米国の貿易等政策変更(HA、L) ●ブラジル経済停滞の継続(M) ●炭酸飲料市場の長期縮小傾向(L)	●日系チェーン出店支援、代理店開拓、サービス事業強化	●英国のEU離脱に伴う同国市場の景気後退継続
	米中貿易摩擦の激化による海外経済の減速		
収益率 改善	●製品の戦略的な値上げ(HA)		
	生産地最適化・グローバル品質管理強化		
	購買・VEによる原価(材料費)低減、現地購買・共同購買推進、原価情報の共有		
	売上高見合い人件費の厳格な管理、全社的経費削減活動、IT共通基盤構築		
経営基盤 強化	冷蔵庫拡販初期段階における利益率の低下		
	為替動向		
	グローバルガバナンス強化(ガバナンス最適体制の構築及び体系化)		

HA:ホシザキアメリカ、L:ランサー、J:ジャクソン、M:マコム、G:グラム、BV:ホシザキヨーロッパ(販売)、HSH:ホシザキ上海、HS:ホシザキシンガポール、W:ウエスタン

(同社資料より)

<主な重点項目>

◎米州

製品開発フローの改善等による品質改善を米州の全製造会社で進めるほか、個社ごとには、冷蔵庫の拡販及び採算性改善(ホシザキアメリカ)、北米の深掘と海外市場開拓(ランサー)、生産能力増強と効率化(マコム)、自社ブランド製品の拡販強化(ジャクソン)に取り組む。

ホシザキアメリカでは環境配慮型冷蔵庫「STEELHEART」をリリースした。

BRIDGE REPORT



◎欧州

OEM を活用した低コスト冷蔵庫の拡販、製販の機能最適配置のほか、ノンフロン製氷機などの低環境負荷製品を武器に南欧・中東といった新規市場の開拓にも注力する。

◎中華圏

成長市場に対し、営業スタッフを増員し営業・サービス体制を強化するとともに、日系チェーンの積極開拓を図る。低コスト製氷機の開発・拡販を進め、2019－2020 年には中・高価格帯で市場シェア No.1 になることを目標としている。2019 年 5 月には海外初となる食器洗浄機の自社製品を投入し、製品ラインナップ拡充により更なる市場開拓を進める。

◎東南アジア

サービス体制を一段と強化する。
地方への展開などによる新規チャネル開拓と直販を強化するほか、食器洗浄機や低コスト製氷機を投入し、ラインアップを強化する。
また、内部統制の強化についても図っていく。

◎インド

インドのウエスタン社から開拓余地の大きいインド国内向けに加え、海外への製品輸出による市場開拓を図る。ステンレス冷蔵庫の更なる拡販のほか、低コスト冷蔵庫や製氷機自社生産の準備などをホシザキと協業し、強化する。

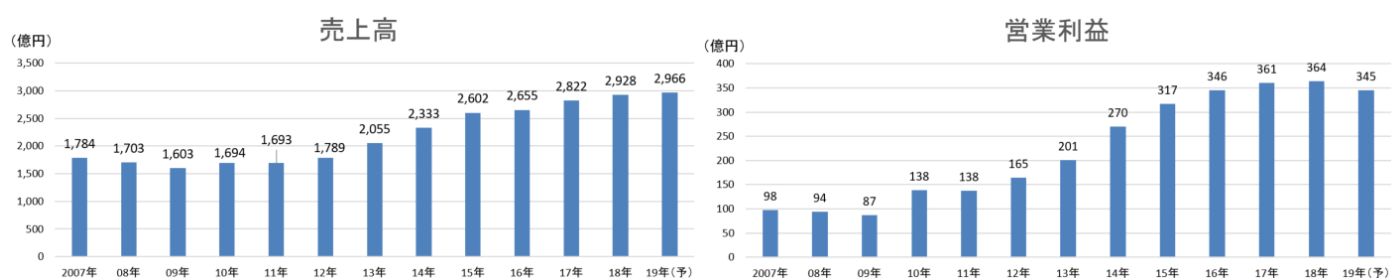
5. 今後の注目点

18 年 12 月期は前期に対し経常利益を除いて増収増益で着地した。

19 年 12 月期については増収を見込むものの、営業減益予想となっている。しかし、国内では不適切取引の調査対応に伴う費用、高輪ビル移転関連費用、IT 費用など経常的ではない費用が見込まれていることに加え、海外においても原材料価格高騰に加え、米中貿易摩擦や Brexit に起因した需要停滞によるコスト増を想定している。

売上高に関しては、国内は堅調であった前期に続き今期も引き続き確実に需要を取り込んでいくようだ。

今後も四半期ごとの進捗を引き続きウォッチしていきたい。



<参考:コーポレートガバナンスについて>

◎組織形態及び取締役、監査役の構成>

組織形態	監査等委員会設置会社
取締役	15 名、うち社外 2 名

◎コーポレートガバナンス報告書

最終更新日: 2019 年 4 月 3 日

<基本的な考え方>

当社は、経営の透明性、効率性の向上を図るため、株主をはじめとするステークホルダーの立場にたって企業収益、価値の最大化を図ることをコーポレート・ガバナンスの基本的な方針及びその目的としております。

BRIDGE REPORT



<実施しない主な原則とその理由>

原則	実施しない理由
【原則 1-2 株主総会における権利行使】 補充原則 1-2-4	当社は、総議決権に対する議決権行使比率が 70%以上であることから、議決権行使の電子化、招集通知の英訳については実施しておりませんが、今後、株主構成等を踏まえて検討を継続いたします。
【原則 1-4 政策保有株式】	当社は、政策保有株式を原則として保有いたしません。 保有する場合は、事業戦略、業務提携、取引関係の維持・強化等を保有目的とし、毎年、取締役会において、個別の株式について保有の適否を検証します。また、同株式に係る議決権行使は、当該議案が、当該企業の企業価値の向上、また、株主価値の向上につながるか否かを検討して議決権を行使いたします。
【原則 5-2 経営戦略や経営計画の策定・公表】	現状では、法定書類等の他に、半期に一度、株主に対する事業内容の説明を、任意に「グループ報告書」により行っております。また経営戦略、経営計画、及び収益力・資本効率等に関する目標の具体的な提示、説明等に関しては、今後の課題と捉え、適時適切な開示を検討してまいります。

<コーポレートガバナンス・コードの各原則に基づいて開示している主な原則>

原則	開示内容
【原則 4-11 取締役会・監査役会の実効性確保のための前提条件】 補充原則 4-11-1	当社取締役会は、当社の業務に精通した社内出身の取締役と、法務、財務、会計その他の高度の専門性を有する社外取締役で構成とすることとしており、取締役会全体としての知識・経験・能力のバランス、多様性が確保されるよう努めています。この方針に基づき、現在、取締役会は、監査等委員でない取締役 12 名、監査等委員である取締役 3 名で構成されています。このうち、独立社外取締役 2 名の経歴は、公認会計士及び弁護士であります。また、事業規模や業容等と照らし、適正な規模での取締役会構成に努めており、定款において、監査等委員でない取締役の人数については 15 名以内、監査等委員である取締役の人数 5 名以内と定めています。
補充原則 4-11-3	当社は、取締役会における「議論・検討の実効性」、「監督機能の実効性」、「リーダーシップの実効性」、「環境整備状況の実効性」、「株主・ステークホルダーへの対応の実効性」、「取締役会の構成等に関する実効性」の 6 項目について、全取締役（監査等委員である取締役を含む）13 名に対し 27 問のアンケートを実施し、その結果等を踏まえて、取締役会において審議した結果、2018 年度に開催した取締役会は、前記 6 項目すべてにおいて良好な水準で機能していたと判断いたしました。
【原則 5-1 株主との建設的な対話に関する方針】	当社は、持続的な成長と長期的な企業価値向上のためには、株主・投資家と積極的な対話を行い、その意見や要望を経営に反映させ、当社を成長させることが重要と認識しています。中長期的な企業価値向上の投資方針を有する主要な株主・投資家の皆様との対話については、以下の基本方針を定めています。 (1) 株主・投資家との対話全般について、IR 担当取締役が統括しています。 (2) IR 担当取締役は経理部、人事部、総務部等の IR 活動に関連する部署を統括し、日常的な部署間の連携を図っています。 (3) 経理部にて、投資家からの電話取材やスモールミーティング等の IR 取材を積極的に受け付けるとともに、決算説明会を半期に 1 回開催し、社長、IR 担当取締役が説明を行っています。 (4) 投資家からの電話取材やスモールミーティング等の IR 取材等の結果は、IR 担当取締役が必要に応じ、取締役会へフィードバックしています。 (5) 投資家との対話の際は、決算説明会やスモールミーティングを問わず、当社の持続的成長、中長期における企業価値向上に関わるテーマを対話の軸とすることにより、インサイダー情報管理に留意しています。

▶ アラート申込み



ホシザキの適時開示情報の他、レポート発行時にメールでお知らせいたします。

▶ 登録データ変更



既にご登録済みの方で、登録内容に変更がある場合や登録解除の方は、こちらよりご変更ください。



ブリッジサロン
公式 twitter アカウント

(株) インベストメントブリッジの発行するブリッジレポートや投資家向け会社説明会の映像情報をつぶやいています。

本レポートは情報提供を目的としたものであり、投資勧誘を意図するものではありません。また、本レポートに記載されている情報及び見解は当社が公表されたデータに基づいて作成したものです。本レポートに掲載された情報は、当社が信頼できると判断した情報源から入手したのですが、その正確性・完全性を全面的に保証するものではありません。当該情報や見解の正確性、完全性もしくは妥当性についても保証するものではなく、また責任を負うものではありません。本レポートに関する一切の権利は(株) インベストメントブリッジにあり、本レポートの内容等につきましては今後予告無く変更される場合があります。投資にあたっての決定は、ご自身の判断でなされますようお願い申し上げます。

Copyright(C) 2019 Investment Bridge Co.Ltd. All Rights Reserved.