

BRIDGE REPORT



小林 靖浩社長

ホシザキ株式会社(6465)



ホシザキ株式会社

企業情報

市場	東証プライム市場、名証プレミア市場
業種	機械(製造業)
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	https://www.hoshizaki.co.jp/

株式情報

株価	発行済株式数(期末)		時価総額	ROE(実)	売買単位
4,290 円	144,864,000 株		621,466 百万円	8.7%	100 株
DPS(予)	配当利回り(予)	EPS(予)	PER(予)	BPS(実)	PBR(倍)
-円	-%	130.48 円	32.9 倍	2,010.07 円	2.1 倍

*株価は 8/12 終値。発行済株式数、EPS、BPS は 2022 年 12 月期第 2 四半期決算短信より。ROE は前期実績。2022 年 7 月 1 日を効力発生日として、1:2 の株式分割を実施。2022 年 12 月期の配当予想は、株式分割の実施により中間配当と期末配当の合計を単純合計出来ないため表示していない。なお、株式分割前ベースでの年間配当金は 1 株当たり 120 円 00 銭となり、実質的に 10 円 00 銭の増配となる。

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
2018 年 12 月	292,774	36,446	36,372	25,717	177.57	80.00
2019 年 12 月	290,136	32,664	34,224	24,437	168.72	110.00
2020 年 12 月	238,314	18,447	17,420	11,442	79.00	110.00
2021 年 12 月	274,419	24,931	31,165	21,679	149.67	110.00
2022 年 12 月(予)	290,000	26,500	27,200	18,900	130.48	-

*単位: 百万円、円。予想は会社側予想。当期純利益は親会社株主に帰属する当期純利益。以下同様。2022 年 7 月 1 日を効力発生日として、1:2 の株式分割を実施。EPS は株式分割を考慮。2022 年 12 月期の配当予想は、株式分割の実施により中間配当と期末配当の合計を単純合計出来ないため表示していない。なお、株式分割前ベースでの年間配当金は 1 株当たり 120 円 00 銭となり、実質的に 10 円 00 銭の増配となる。

ホシザキ株式会社の 2022 年 12 月期第 2 四半期決算概要等をお伝えします。

目次

[今回のポイント](#)

- [1. 会社概要](#)
- [2. 2022 年 12 月期第 2 四半期決算概要](#)
- [3. 2022 年 12 月期業績予想](#)
- [4. 今期の取り組み](#)
- [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

- 22 年 12 月期第 2 四半期の売上高は前年同期比 10.0%増の 1,502 億円。国内売上高は、同 1.4%減の 889 億円。但し「収益認識に関する会計基準」適用による約 14 億円の減収の影響を除けば増収であった。飲食市場は需要回復等により増収も、半導体等電子部品や断熱材の原料である発泡液の調達停滞等による一部製品の生産供給制約等により、飲食外市場は減収となった。海外売上高は、同 32.1%増の 612 億円。経済の持ち直しに伴い需要は継続して回復しており、全てのエリアで増収となった。
- 営業利益は前年同期比 6.5%減の 132 億円。世界的な材料費・物流費高騰等による収益性の悪化等により減益。国内は同 19.7%の減益、海外は同 26.6%の増益だった。国内においては「収益認識に関する会計基準」の適用による影響で約 3.3 億円の減益。売上総利益率は同 1.8pt 低下、販管費比率は同 0.3pt 低下。営業利益率は同 1.6pt 低下した。経常利益は同 32.5%増の 241 億円。営業外損益に外貨預金等による為替差益 110 億円を計上した。円安による押し上げ効果は、売上高で約 64 億円、営業利益で約 5 億円だった。
- 業績予想に変更はない。22 年 12 月期の売上高は前期比 5.7%増の 2,900 億円の予想。国内は同 2.8%増の 1,802 億円、海外は同 10.7%増の 1,098 億円を見込む。国内は、飲食市場の深掘に加え、部材調達難が段階的に解消しつつあり、飲食外市場開拓にも注力する。海外も各国での市場回復により増収を計画している。国内外の価格改定も増収に貢献すると見込んでいる。売上高には 2022 年 7 月に買収が完了したイタリア・ブレマの売上高を一部含んでいる。
- 営業利益は前期比 6.3%増の 265 億円の予想。材料費高騰が継続すると見ているが、国内外の価格改定で吸収を目指す。また、業務の効率化及び生産性の向上、徹底したコストダウンを実施し、増益を目指す。経常利益は同 12.7%減の 272 億円の予想。外貨預金等による営業外の為替差益は見込んでいない。
- 為替の前提も 1USD=110 円、1 ユーロ=130 円で変更は無い。為替の影響を考慮せずに、上記の計画達成を目指す。配当は、2022 年 7 月に実施した 1:2 の株式分割を考慮しないペースで、前期比 10 円/株増配の 120 円/株を予定している。
- 前回の第 1 四半期レポートで、「国内は、懸念材料である部材不足の解消や、価格転嫁の効果も注目していきたい」と書いたが、部材不足は段階的に解消され、価格転嫁も順調に浸透していく見込み。コロナ禍による飲食市場の落ち込みを飲食外市場でカバーするという戦略が、部材不足により一時的に滞ってしまったが、飲食市場の回復需要の取り込みと飲食外市場開拓に引き続き注力する考えで、第 3 四半期以降の売上高の動向に注目していきたい。

1. 会社概要

飲食店、病院老健、学校・保育園、スーパー、コンビニエンスストア、オフィス等を顧客とし、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 36.1%(2021 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 15 社、欧州・アジア等 18 社の合計 51 社。工場は国内 9、米州 7、欧州・アジア 10 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 437 営業所(サービスセンター含む)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、拠点数等は 2022 年 6 月末時点)

グローバルネットワーク(生産・販売拠点)

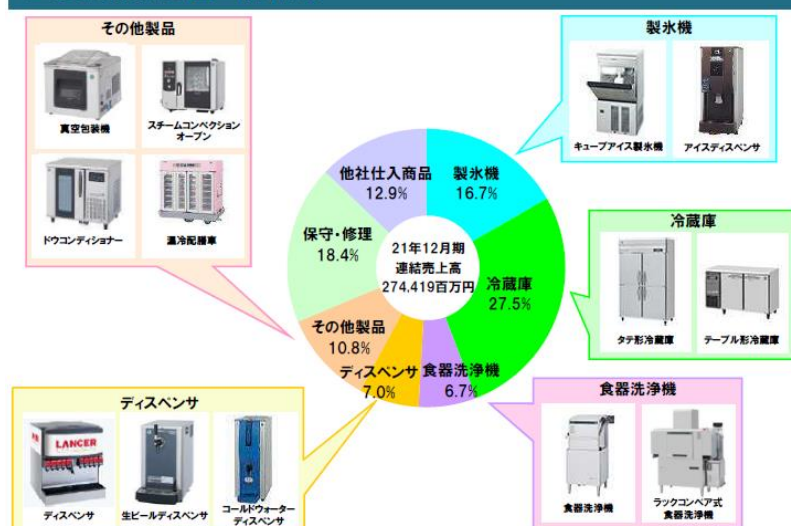


(同社資料より)

【事業内容】

製品群別売上は、製氷機 16.7%、冷蔵庫 27.5%、食器洗浄機 6.7%、ディスペンサ 7.0%、その他製品 10.8%、保守・修理 18.4%、他社仕入商品 12.9%となっている。(2021 年 12 月期)

主要製品群と売上高構成



(同社資料より)

BRIDGE REPORT



【特徴・強み】

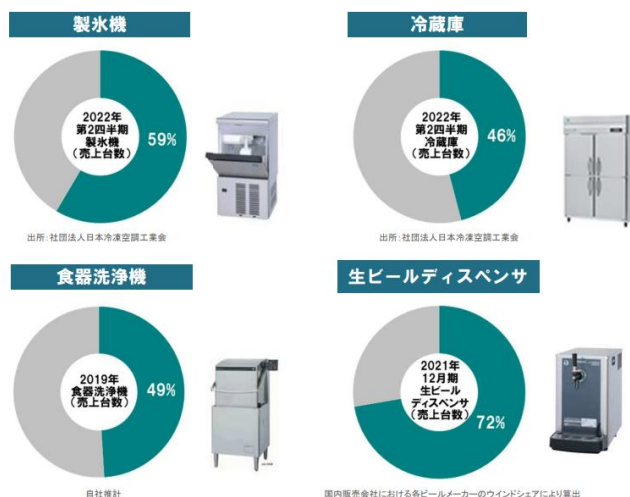
1. 独自の技術に基づく製品開発&高い品質基準

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に迅速に対応している。また、新製品開発、既存製品の改良、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といった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



(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 437 営業所(サービスセンター含む)でカバーし、2,700 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。(2022 年 6 月末現在)

4. 営業力の強さと強固な顧客基盤

日本全国を 3,200 名の営業スタッフが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評価されている。(2022 年 6 月末現在)

2. 2022 年 12 月期第 2 四半期決算概要

(1) 連結業績

	21/12 期 2Q	構成比	22/12 期 2Q	構成比	前年同期比
売上高	136,643	100.0%	150,245	100.0%	+10.0%
売上総利益	51,036	37.4%	53,449	35.6%	+4.7%
販管費	36,846	27.0%	40,186	26.7%	+9.1%
営業利益	14,189	10.4%	13,263	8.8%	-6.5%
経常利益	18,229	13.3%	24,159	16.1%	+32.5%
四半期純利益	12,683	9.3%	16,594	11.0%	+30.8%

* 単位: 百万円。四半期純利益は親会社株主に帰属する四半期純利益。以下、同様。22 年 12 月期第 1 四半期より「収益認識に関する会計基準」を適用。

増収減益

売上高は前年同期比 10.0%増の 1,502 億円。

国内売上高は、同 1.4%減の 889 億円。但し「収益認識に関する会計基準」適用による約 14 億円の減収の影響を除けば増収であった。飲食市場は需要回復等により増収も、半導体等電子部品や断熱材の原料である発泡液の調達停滞等により一部製品の生産供給制約等により、飲食外市場は減収となった。

海外売上高は、同 32.1%増の 612 億円。経済の持ち直しに伴い需要は継続して回復しており、全てのエリアで増収となった。

営業利益は同 6.5%減の 132 億円。世界的な材料費・物流費高騰等による収益性の悪化等により減益。国内は同 19.7%の減益、海外は同 26.6%の増益だった。国内においては「収益認識に関する会計基準」の適用による影響で約 3.3 億円の減益。売上総利益率は同 1.8pt 低下、販管費比率は同 0.3pt 低下。営業利益率は同 1.6pt 低下した。

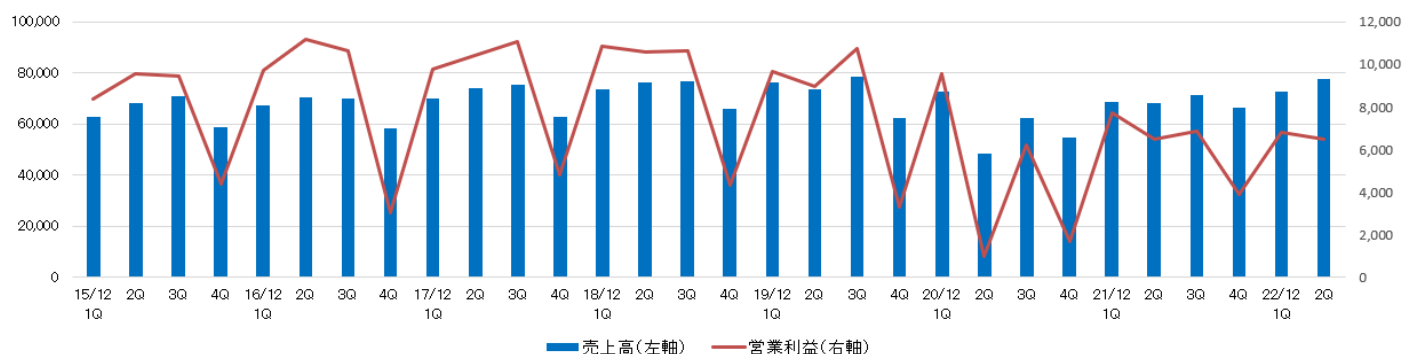
経常利益は同 32.5%増の 241 億円。営業外損益に外貨預金等による為替差益 110 億円を計上した。
円安による押し上げ効果は、売上高で約 64 億円、営業利益で約 5 億円だった。

(四半期推移)

	20/12 期				21/12 期				22/12 期			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
売上高	72,568	48,510	62,421	54,815	68,556	68,087	71,362	66,414	72,561	77,684	-	-
増収率	-4.6%	-34.1%	-20.3%	-11.9%	-5.5%	+40.4%	+14.3%	+21.2%	+5.8%	+14.1%	-	-
営業利益	9,559	984	6,223	1,681	7,722	6,467	6,862	3,880	6,802	6,461	-	-
増益率	-0.9%	-89.0%	-42.0%	-49.0%	-19.2%	+557.2%	+10.3%	+130.8%	-11.9%	-0.1%	-	-

* 単位: 百万円。増収率、増益率は対前年同期比。

四半期売上高・営業利益の推移(単位: 百万円)



四半期ベースでは 2022 年 12 月期第 2 四半期は 5 期連続の前年同期比増収で、営業利益はほぼ前年同期並み。

BRIDGE REPORT



(2)セグメント別動向

	21/12 期 2Q	構成比	22/12 期 2Q	構成比	前年同期比
売上高					
日本	90,262	66.1%	88,986	59.2%	-1.4%
米州	28,478	20.8%	36,840	24.5%	+29.4%
欧州・アジア	17,902	13.1%	24,418	16.3%	+36.4%
海外合計	46,380	33.9%	61,258	40.8%	+32.1%
合計	136,643	100.0%	150,245	100.0%	+10.0%
営業利益					
日本	9,980	11.1%	8,014	9.0%	-19.7%
米州	2,951	10.4%	3,541	9.6%	+20.0%
欧州・アジア	1,578	8.8%	2,195	9.0%	+39.1%
海外合計	4,529	9.8%	5,736	9.4%	+26.7%
調整額	-321	-	-488	-	-
合計	14,189	10.4%	13,263	8.8%	-6.5%

* 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>

売上高は前年同期比 1.4%減の 889 億円。営業利益は同 19.7%減の 80 億円。売上高では「収益認識に関する会計基準」の適用による影響での約 14 億円の減収影響を除けば増収であった。段階的に回復する飲食市場および流通販売業や加工販売業等の飲食外市場への拡販と新規顧客の開拓に注力したものの、世界的なサプライチェーンの混乱や中国のロックダウン等を起因とする部材の調達難が続き、市場の設備投資需要に対する供給に制約が生じ、納品までのリードタイムが長期化した。供給制約は段階的に解消している。収益面においても、代替部品の調達にかかる費用や材料費の高騰等が大きく影響し、減益となった。なお、「収益認識に関する会計基準」の適用による減益影響は営業利益で約 3.3 億円。

日本フードサービス協会の外食産業市場動向調査によると、大手飲食チェーンの全店店舗数は 22 年に入り減少幅は縮小しつつある。

全店売上高は、22 年 1~3 月はまん延防止等重点措置による営業時間短縮要請や酒類提供制限の影響はあったものの、4~6 月は緊急事態宣言やまん延防止等重点措置の適用がなく、大都市圏に緊急事態宣言が発令された前年 1~6 月を上回って推移している。

業態別売上高では、テイクアウトやデリバリーが定着してきたファーストフードは堅調で、コロナ禍前の 19 年の売上水準を上回って推移している。一方で、その他の業態は依然として需要の低迷傾向が続いている。パブ・居酒屋は前年同月を大きく上回っているものの、19 年比では回復が鈍い。

(出典: 日本フードサービス協会)

<海外>

(米州)

売上高は前年同期比 29.4%増の 368 億円。営業利益は同 20.0%増の 35 億円。円安による為替換算の影響もあり増収増益。経済の回復に伴い、製氷機、冷蔵庫、食器洗浄機、ディスペンサ等の拡販に努めたが、原材料費高騰や人手不足による人材確保のための費用、人件費の上昇等の影響を受けた。

(欧州・アジア)

売上高は前年同期比 36.4%増の 244 億円。営業利益は同 39.1%増の 21 億円。

欧州等一部では部材調達難の影響による供給制約が生じたが、中国を除いて昨年のロックダウン等による制約からの回復等に伴い増収増益。

(3)製品群別売上動向

製品群別では、その他製品を除き、製氷機、冷蔵庫を中心に全ての製品群が増収。

BRIDGE REPORT



(4)財政状態

◎主要 BS

	21 年 12 月末	22 年 6 月末	増加額		21 年 12 月末	22 年 6 月末	増加額
流動資産	310,645	344,001	+33,355	流動負債	94,448	103,457	+9,008
現預金	240,723	254,485	+13,761	仕入債務	26,070	29,241	+3,171
売上債権	31,120	41,094	+9,973	固定負債	24,159	25,309	+1,150
たな卸資産	35,556	44,850	+9,293	負債	118,607	128,766	+10,159
固定資産	67,823	78,488	+10,664	純資産	259,862	293,723	+33,861
有形固定資産	43,174	46,445	+3,271	利益剰余金	239,958	249,103	+9,145
無形固定資産	2,766	2,617	-149	為替換算調整勘定	-3,361	20,638	+23,999
投資その他の資産	21,883	29,425	+7,542	負債純資産合計	378,469	422,490	+44,020
資産合計	378,469	422,490	+44,020				

* 単位:百万円

現預金、売上債権、たな卸資産、投資その他の資産の増加等で資産合計は前期末比 440 億円増の 4,224 億円となった。仕入債務の増加等で負債合計は同 101 億円増加し、1,287 億円。純資産は利益剰余金の増加、為替換算調整勘定の増加等で同 338 億円増の 2,937 億円。この結果、自己資本比率は同 0.8pt 上昇し 68.9%となった。

3. 2022 年 12 月期業績予想

(1)連結業績予想

	21/12 期 実績	構成比	22/12 期 予想	構成比	前期比	進捗率
売上高	274,419	100.0%	290,000	100.0%	+5.7%	51.8%
売上総利益	99,691	36.3%	104,500	36.0%	+4.8%	51.1%
販管費	74,760	27.2%	78,000	26.9%	+4.3%	51.5%
営業利益	24,931	9.1%	26,500	9.1%	+6.3%	50.0%
経常利益	31,165	11.4%	27,200	9.4%	-12.7%	88.8%
当期純利益	21,679	7.9%	18,900	6.5%	-12.8%	87.8%

* 単位:百万円。予想は会社側予想。

業績予想に変更なし、増収増益を予想

業績予想に変更はない。売上高は前期比 5.7%増の 2,900 億円の予想。国内は同 2.8%増の 1,802 億円、海外は同 10.7%増の 1,098 億円を見込む。

国内は、飲食市場の深掘に加え、部材調達難が段階的に解消しつつあり、飲食外市場開拓にも注力する。

海外も各国での市場回復により増収を計画している。売上高には 2022 年 7 月に買収が完了したイタリア・ブレマの売上高を一部含んでいる。

営業利益は同 6.3%増の 265 億円の予想。材料費高騰が継続すると見ているが、国内外の価格改定で吸収を目指す。また、業務の効率化及び生産性の向上、徹底したコストダウンを実施し、増益を目指す。

経常利益は同 12.7%減の 272 億円の予想。外貨預金等による営業外の為替差益は見込んでいない。

為替の前提も 1USD=110 円、1 ユーロ=130 円で変更は無い。為替の影響を考慮せずに、上記の計画達成を目指す。

配当は、2022 年 7 月に実施した 1:2 の株式分割を考慮しないベースで、同 10 円/株増配の 120 円/株を予定している。

BRIDGE REPORT



(2)セグメント別動向

	21/12 期 実績	構成比	22/12 期 予想	構成比	前期比	進捗率
売上高						
日本	175,269	63.9%	180,200	62.1%	+2.8%	49.4%
米州	60,621	22.1%	66,000	22.8%	+8.9%	55.8%
欧州・アジア	38,527	14.0%	43,800	15.1%	+13.7%	55.7%
海外合計	99,148	36.1%	109,800	37.9%	+10.7%	55.8%
合計	274,419	100.0%	290,000	100.0%	+5.7%	51.8%

*単位:百万円。売上高は、「外部顧客への売上高」を示す。

全セグメント増収を見込んでいる。

4. 今期の取り組み

(1)下期以降のポイントと想定されるリスク

各地域、下期以降のポイントと想定されるリスクは以下のとおり。

	下期以降のポイント	想定されるリスク
国内	●部材調達の確実な継続による生産台数の拡大 ●価格転嫁の浸透による収益性の回復 ●自社製品拡販及び戦略的な他社協業の推進 ●販管費の徹底的なコントロールによる利益率確保	●コロナ感染拡大による活動制限・需要環境の停滞 ●調達懸念と代替品確保によるコストアップ
米州	●部材調達強化による受注残の早期出荷対応 ●価格転嫁のフレキシブルな実施と顧客への値上げの徹底的な浸透	●米国の急速な金融引き締めによる景気後退
欧州	●競争力のあるトルコ製冷蔵庫の訴求と市場浸透 ●プレマとホシザキグループ会社間とのシナジーの早期発現	●ロシア・ウクライナ情勢継続による景況感の悪化
アジア	●インド・タッドガム新工場の立ち上げによる生産能力の強化 ●中国でのM&Aによる販売能力の強化	●ロックダウンの再実施による営業・生産活動停滞

①国内

上期においては発泡液や半導体等の部材の調達難影響により多くの製品で生産供給制約があり、主として飲食外市場で機会損失が発生したが、段階的に正常化に向かっている。生産供給制約を受けていたプレハブ冷蔵庫が通常生産体制に戻っており、飲食外市場の攻略にも注力する。

6月1日受注分より実施した国内製品への価格転嫁の浸透を見込んでいる。

販管費コントロールによる収益力維持・向上にも注力する。

2022年5月より、国内向けに地球環境への負荷が小さい自然冷媒を使用した業務用冷蔵庫の受注を開始した。

自然冷媒の使用に際し、これまで懸念点であった、庫内への可燃性冷媒の漏洩に対し、同社独自の構造で防止することが可能となった。

これにより従来製品の冷媒に比べて地球温暖化係数(GWP)を大幅に削減したほか、国際規格よりも高い安全性が要求される

国内の業界規格の安全基準を、国内の業務用冷蔵庫で初めてクリアした(同社調べ)。
タテ形冷蔵庫 16 機種にて販売を開始し、8 月に 8 種類のタテ形冷凍庫をラインナップに加えた。
当面、グローバル展開する外資系企業等、環境意識が高い企業への販売を想定している。

②米州

ホシザキアメリカで第 1 四半期に実施した価格改定は順調に浸透しつつある。第 3 四半期にも再度の価格改定を予定している。

人手不足や環境問題などの社会課題解決への取り組みに注力しており、本年はホシザキアメリカ製品が全米レストラン協会主催の Kitchen Innovation® 賞を 5 年連続で受賞した。また、ホシザキアメリカにおいては米国環境保護庁(EPA)が主催する ENERGY STAR® アワードについても 11 年連続で受賞している。

Kitchen Innovation® 賞は作業効率化や環境面への取り組み等に対して大きな貢献を認められた製品に与えられるもので、本年は日系メーカーでは唯一の受賞となった。2022 年はピザ調理用テーブル形冷蔵庫が受賞し、冷蔵庫の冷気分配の効率化や温度調整の自動化により、食材を冷やしすぎることなく、鮮度を維持して保存できる点が評価された。

ENERGY STAR® アワードは環境面への取り組みに対する大きな貢献を認められた企業に与えられるもので、受賞企業の中で選出される最高位の賞である「SUSTAINED EXCELLENCE AWARD」も 8 年連続で受賞した。ホシザキアメリカの環境に配慮した製品開発に加え、地域社会への積極的な環境保護活動も評価された。

こうした受賞をブランド価値の向上に繋げていく。

③欧州

下期から競争力のあるトルコ製冷蔵庫の拡販に注力する。

2022 年 7 月 1 日付でイタリアの業務用製氷機メーカー「ブレマ」買収が完了し、ホシザキヨーロッパ(イギリス)と合わせて欧州の製氷機市場シェアでトップとなった(同社推計)。今後さらに価格帯と販売エリア双方において、ブレマとホシザキヨーロッパ(イギリス・オランダ)との補完関係を活かし、製氷機市場における更なるシナジーの創出を図る。

④アジア

中国において、厨房一式事業を展開する「北京東邦御厨科技股份有限公司」(以下、東邦御厨)を買収することとした。株式取得は 22 年 10 月下旬の予定。

(東邦御厨 概要)

1999 年 4 月設立。中国の北京市に拠点を置く厨房設計・施工会社で、高級ホテルや大手企業社員食堂内における厨房施工等を強みとし、市場から高い評価を受けている。

近年、既存顧客に加え、チェーン店レストラン、スーパーマーケットやコンビニエンスストアへの事業を拡大しており、さらなる収益力向上が期待できる。

(M&A の背景)

これまで中国事業は、業務用製氷機及び業務用冷蔵庫の販売が中心だったが、今回の M&A により、厨房設計・施工事業の強化を図る。

また、東邦御厨の既存顧客層である中国ローカル企業へのアプローチを強化し、これまで以上に中国市場に根差した事業展開を目指す考えだ。

BRIDGE REPORT

**(2)統合報告書を発行**

2022 年 7 月に同社で初めてとなる統合報告書を発行した。

存在意義(パーパス)の下に目指す長期的にありたい姿、新たに策定した 5 カ年経営ビジョンを通して実現する価値創造の全体像を、財務・非財務の両面から伝える形で掲載している。

気候変動については、2030 年度に CO2 排出量(スコープ 1 & 2※)を 2014 年度比で 50%削減するとの目標を掲げている。

※対象範囲:同社本社工場および島根工場

【統合報告書リンク先】

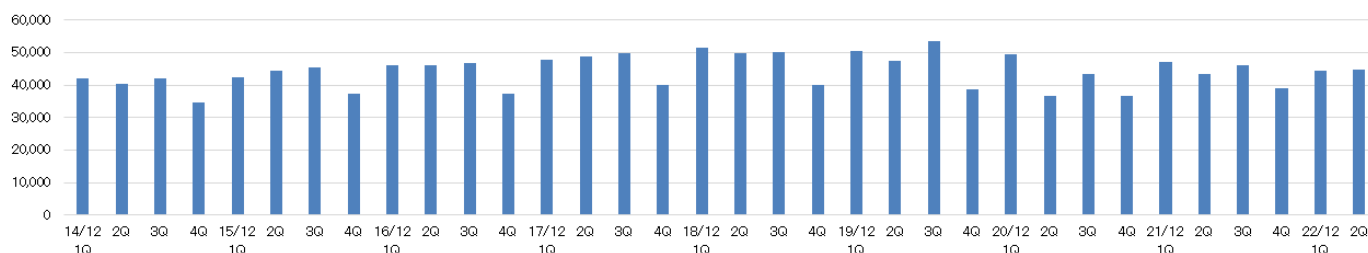
https://www.hoshizaki.co.jp/ir/library/integrated_report.html

5. 今後の注目点

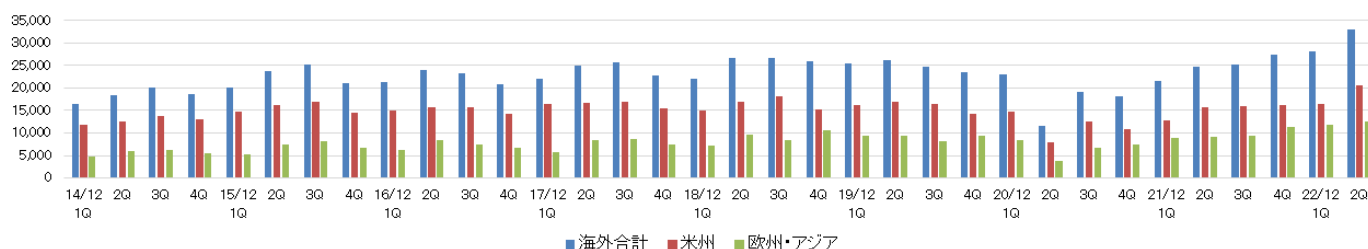
前回の第 1 四半期レポートで、「国内は、懸念材料である部材不足の解消や、価格転嫁の効果も注目していきたい」と書いたが、部材不足は段階的に解消され、価格転嫁も順調に浸透していく見込み。

コロナ禍による飲食市場の落ち込みを飲食外市場でカバーするという戦略が、部材不足により一時的に滞ってしまったが、飲食市場の回復需要の取り込みと飲食外市場開拓に引き続き注力する考えで、第 3 四半期以降の売上高の動向に注目していきたい。

国内売上高(単位:百万円)



海外売上高(単位:百万円)



<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	11 名、うち社外 4 名(独立役員 4 名)

◎コーポレート・ガバナンス報告書

最終更新日:2022 年 7 月 28 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。

<コーポレートガバナンス・コードの各原則を実施しない理由(抜粋)>

原則	実施しない理由
【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 3-1 情報開示の充実】	(1)「経営理念」は、当社ホームページ、会社が発行する案内制作物等に明示しております。(https://www.hoshizaki.co.jp/company/policy.html) 当社は、経営計画を策定しており、その計画目標の達成に向け、役職員一同、最大限努力をしております。経営計画の開示につきましては投資家・株主の皆様への適切な情報開示のあり方を踏まえて検討してまいります。 補充原則 3-1-3 当社では、企業が持続的に成長していくためには、環境、社会問題、ガバナンスの観点から長期的な事業機会、リスクを把握することを重要事項と位置づけ取り組んでおり、当該活動内容につきましては、当社ホームページ「ESG 情報」にて掲載しております。 (https://www.hoshizaki.co.jp/esg/) 今後は、人的資本や知的財産への投資を始めとする社内における経営資源を投じ、事業活動を通じて社会に与える影響を明らかにしていく事により、当社グループにおける重要な経営課題を特定してまいります。また当該活動を通じて、サステナビリティを巡る課題への対応を併せて示し、当社が価値を持続的に創造する仕組みを「見える化」してまいります。なお、気候変動への対応として、当社は 2022 年2月9日に TCFD へ賛同いたしました。今後は TCFD の枠組みに基づき、気候変動が及ぼすリスクと機会を分析し事業への影響の評価や対応策の検討・立案を進めてまいります。
【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く開示(抜粋)＞

原則	開示内容
【原則2-4 女性の活躍推進を含む社内の多様性の確保】	補充原則 2-4-1 当社では、経営管理職・専門職といった基幹人材の補完や人材の多様性確保の重要性を認識しており、積極的な採用活動を継続的に実施しています。 特に女性社員の活躍を推進するため、2010 年より「かがやきプロジェクト」を発足し、新卒採用者における女性比率 30%を目標に、社内の意識改革や職場環境整備を中心に活動を展開し、女性社員の比率向上に取り組んでまいりました。2021 年からは、女性役職者の更なる強化を目的に「かがやき委員会」を新たに発足し活動を開始しています。当該委員会においては、女性管理職層を 2025 年までに“2020 年度比の 4 倍にする”事を目標に掲げ、積極的な育成活動に取り組んでいます。 人材育成に関しては、社員一人ひとりが個々の能力を最大限発揮する事で、意欲とやりがいを持って働く事ができる環境を整備し、性別・国籍・新卒・中途に区別なく必要な人材に適切な研修プログラムを提供する事を方針としており、多様な人材に対し様々な研修機会を設けています。また近年では、次世代経営者育成やグローバル人材の育成にも注力しています。
【原則 3-1 情報開示の充実】	当社では、株主の皆様をはじめとする利害関係者等に対する主体的な情報開示は、非常に重要な事項であると捉えています。 (2)「コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方と基本方針」は、当社ホームページに明示しています。 (https://www.hoshizaki.co.jp/esg/governance/governance/) (3)当社は、2022 年1月 20 日開催の取締役会において、取締役(監査等委員である取締役を除く)報酬制度改革を決議し、2022 年度以降の取締役の報酬については、独立社外取締役が委員長を務める任意の「指名・報酬委員会」への諮問・答申を経て決定することといたしました。 なお、当社の、取締役会が経営陣幹部・取締役の報酬を決定するに当たっての方針と手続の詳細は、「第 76 期 有価証券報告書 第 4 提出会社の状況 4【コーポレート・ガバナンスの状況等】(4)【役員の報酬等】 ⑤第 77 期役員の報酬等の決定方針等」に記載しております。 (4)取締役会が経営陣幹部の選任と取締役・監査等委員候補者の指名を行うに当たっては、当社の経営陣幹部又は取締役・監査等委員として高い見識、高度な専門性を有する人物を候補者とし、社外取締役は高い見識、高度な専門性に加え、社内出身者と異なる職歴、経験を有する人物を候補者として、任意の指名・報酬委員会への諮問・答申を経て、取締役会において決定を行います。また、取締役会は、選任した経営陣幹部がその任を全うするに足る資質を適正に発揮しているか否かを常に監督し、不適任と判断した場合には、任意の指名・報酬委員会への諮問・答申を経て、適時適切に解任決議を行います。 (5)取締役候補者とした理由は、株主総会参考書類に記載しています。また、取締役の解任議案を株主総会に付議する場合には、株主総会参考書類に解任する理由を記載することといたします。
【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。

BRIDGE REPORT



- (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担当取締役は経営企画部、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)経営企画部にて、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。

本レポートは、情報提供を目的としたものであり、投資活動を勧誘又は誘引を意図するものではなく、投資等についてのいかなる助言をも提供するものではありません。また、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ものです。当社は、本レポートに掲載されている情報又は見解の正確性、完全性又は妥当性について保証するものではなく、また、本レポート及び本レポートから得た情報を利用したことにより発生するいかなる費用又は損害等の一切についても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、当社に帰属します。なお、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) Investment Bridge Co., Ltd. All Rights Reserved.

ブリッジレポート(ホシザキ:6465)のバックナンバー及びブリッジサロン(IRセミナー)の内容は、www.bridge-salon.jp/ でご覧になれます。



適時開示メール
配信サービス

同社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。

[>> ご登録はこちらから](#)



会員限定の
便利な機能

ブリッジレポートが掲載されているブリッジサロンに会員登録頂くと、株式投資に役立つ様々な便利機能をご利用いただけます。

[>> 詳細はこちらから](#)



IRセミナーで
投資先を発掘

投資家向け IR セミナー「ブリッジサロン」にお越しいただくと、様々な企業トップに出逢うことができます。

[>> 開催一覧はこちらから](#)