



Bridge Report ホシザキ (6465)

 坂本精志会長兼社長	会社名	ホシザキ株式会社	 ホシザキ株式会社
	証券コード	6465	
	市場	東証1部・名証1部	
	業種	機械(製造業)	
	会長兼社長	坂本 精志	
	所在地	愛知県豊明市栄町南館 3-16	
	決算期	12月	
HP	http://www.hoshizaki.co.jp/		

— 株式情報 —

株価	発行済株式数(自己株式を控除)	時価総額	ROE(実)	売買単位	
9,180円	72,414,451株	664,764百万円	10.1%	100株	
DPS(予)	配当利回り(予)	EPS(予)	PER(予)	BPS(実)	PBR(実)
60.00円	0.7%	245.81円	37.3倍	2,366.29円	3.9倍

*株価 10/18 終値。発行済株式数は直近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は直近四半期末実績。

— 連結業績推移 —

(単位:百万円、円)

決算期	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	EPS	配当
2009年12月(実)	160,291	8,738	9,455	4,896	67.96	20.00
2010年12月(実)	169,379	13,842	13,058	8,884	123.31	30.00
2011年12月(実)	169,297	13,808	13,750	7,220	100.18	30.00
2012年12月(実)	178,863	16,483	19,768	11,276	156.33	30.00
2013年12月(実)	205,513	20,052	26,349	15,769	218.37	40.00
2014年12月(実)	233,252	26,984	31,235	15,011	207.65	50.00
2015年12月(実)	260,174	31,719	30,864	16,971	234.47	60.00
2016年12月(予)	265,000	34,200	28,600	17,800	245.81	60.00

*予想は会社予想。2016年12月期の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。

ホシザキの2016年12月期第2四半期(累計)決算概要等についてご報告致します。

— 目次 —

1. 会社概要
 2. 2016年12月期第2四半期(累計)決算概要
 3. 2016年12月期通期業績見通し
 4. 今期実施中の施策
 5. 今後の注目点
- <参考1:次期経営ビジョン(2016-2020)の概要>
<参考2:コーポレートガバナンスについて>

今回のポイント

・2016年12月期第2四半期の売上高は前年同期比5.0%増の1,374億円。国内売上高は、同5.9%増の921億円。主力製品、戦略商品共に堅調。保守・修理も好調だった。海外売上高は、同3.1%増の452億円。米国での主力製品である製氷機、冷凍冷蔵庫、食器洗浄機が好調だった。営業利益は同16.8%増の209億円。国内の増収効果に加え、原価・販管費の厳格な管理に努めた。営業利益率は前年同期に比べ1.5ポイント上昇した。外貨預金等による為替差損の発生により経常利益は同19.3%減少の153億円となった。

・円高の影響を見込み、7月29日に通期業績を修正している。売上高は前期比1.9%増の2,650億円の予想。国内売上は同4.5%増の1,777億円。修正前の同3.9%増1,766億円から引き上げた。海外売上は同3.1%減の873億円の予想。修正前の同5.3%増949億円から引き下げた。為替換算分のマイナスに加え、新興国における価格競争激化の継続を見込んだ。ただ、現地通貨ベースでは堅調な伸びを予想している。営業利益は同7.8%増の342億円の予想。国内外共に戦略的な費用支出は確保しつつも、不要不急のコストを最大限に抑制する。経常利益は、同7.3%減の286億円の予想。為替差損は上期実績の59.6億円のみを見込んでいる。配当は前期同水準の60円/株を予想。

・前回レポートで、「国内売上は通期予想3.9%増収に対し、第1四半期はそれを大きく上回る8.2%であったことが注目される。もちろん今期はまだ始まったばかりであるが第2四半期以降、国内売上のモメンタムを注視したい。」と述べたが、通期業績予想修正の一方で、第2四半期まで国内売上高は堅調に推移しており、同社の国内市場での圧倒的な強さが裏付けられた形だ。また海外も為替の影響を除けば堅調であり、冷蔵庫、製氷機共に拡大が続く、事業の実態に大きな変化はないようだ。高値から約3割下げた株価も戻り歩調にあるようで、業績の拡大ペースと株価の推移双方を注目したい。

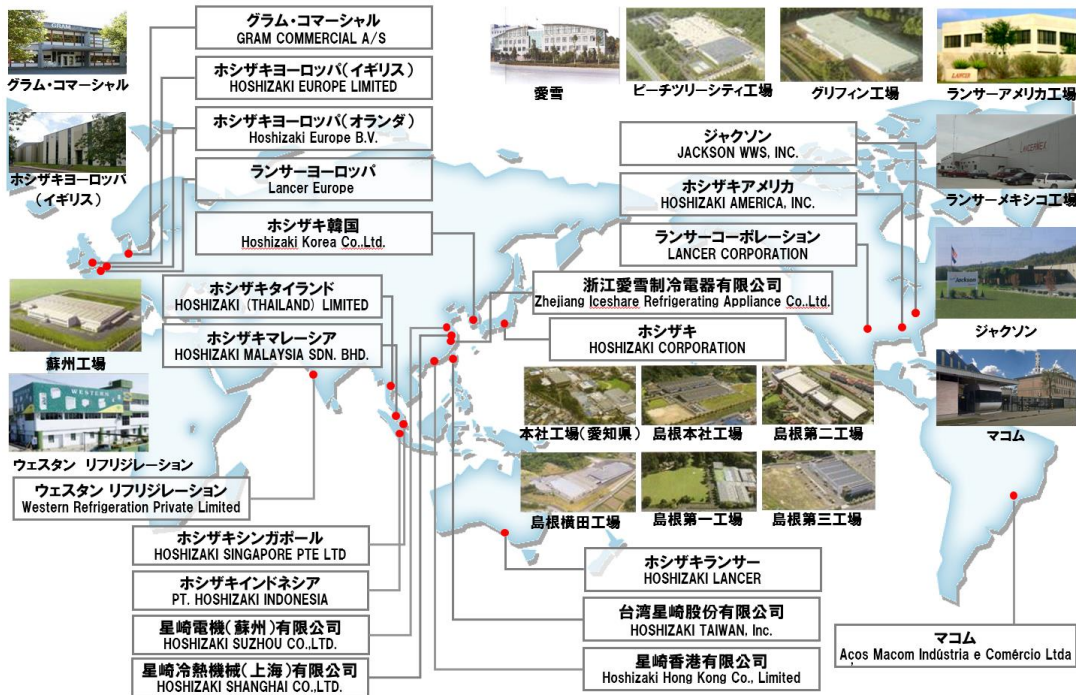
1. 会社概要

飲食店、病院・介護老人保健施設、学校・保育園、スーパー、コンビニエンスストア(以下、コンビニ)、オフィスなどを顧客とし、製氷機、冷凍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、冷凍冷蔵庫、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、冷凍冷蔵庫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%(2015年12月期)。ホシザキを含む連結グループ会社は、2016年6月末時点で、国内18社、米州14社、欧州・アジア等24社の合計56社。工場は国内5、米州7、欧州・アジア6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447営業所(2016年6月末時点)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。

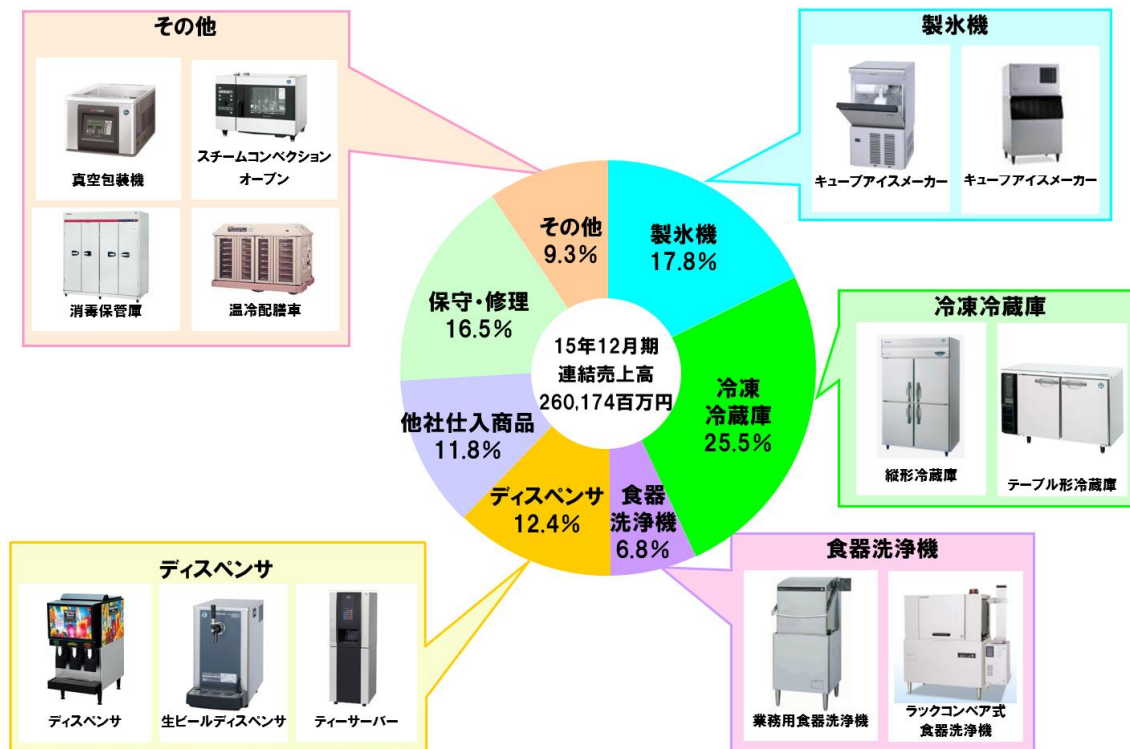
グローバルネットワーク(生産・販売拠点)



(同社資料より)

【事業内容】

製品別売上は、製氷機 17.8%、冷凍冷蔵庫 25.5%、食器洗浄機 6.8%、ディスペンサ 12.4%、他社仕入商品 11.8%、保守・修理 16.5%、その他 9.3%となっている。(2015年12月期)



(同社資料より)

【特徴・強み】

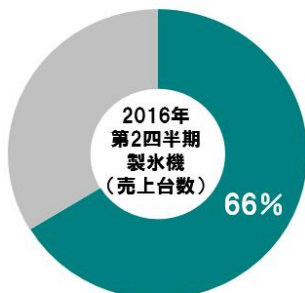
1. 独自の技術に基づく製品開発&高い品質基準

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、冷凍冷蔵庫、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、ブランド別でトップシェアである。また、冷凍冷蔵庫においても、2015年12月末時点で、グローバル市場でトップシェアとなった(同社推計)。

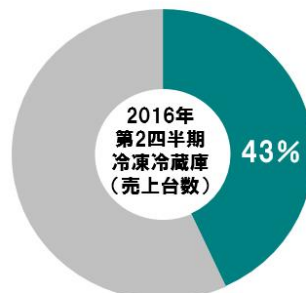
製氷機



出所:社団法人日本冷凍空調工業会



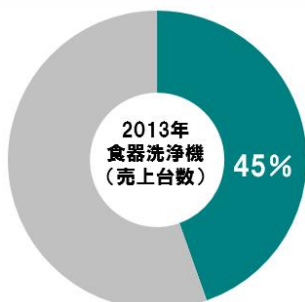
冷凍冷蔵庫



出所:社団法人日本冷凍空調工業会



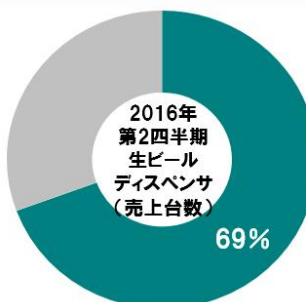
食器洗浄機



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447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2016年6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。

2. 2016年12月期第2四半期(累計)決算概要

(1) 連結業績

(単位: 百万円)

	15/12期 2Q	構成比	16/12期 2Q	構成比	前年同期比
売上高	130,962	100.0%	137,471	100.0%	+5.0%
売上総利益	51,908	39.6%	54,636	39.7%	+5.3%
販管費	34,014	26.0%	33,729	24.5%	-0.8%
営業利益	17,893	13.7%	20,907	15.2%	+16.8%
経常利益	19,072	14.6%	15,395	11.2%	-19.3%
四半期純利益	11,377	8.7%	9,523	6.9%	-16.3%

* 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。

国内外市場ともに順調で増収・営業増益

売上高は前年同期比 5.0%増の 1,374 億円。国内売上高は、同 5.9%増の 921 億円。主力製品、戦略商品共に堅調。保守・修理も好調だった。

海外売上高は、同 3.1%増の 452 億円。米国での主力製品である製氷機、冷凍冷蔵庫、食器洗浄機が好調だった。

営業利益は同 16.8%増の 209 億円。国内の増収効果に加え、原価・販管費の厳格な管理に努めた。営業利益率は前年同期に比べ 1.5 ポイント上昇した。

外貨預金等による為替差損の発生により経常利益は同 19.3%減少の 153 億円となった。

(2) セグメント別動向

(単位: 百万円)

	15/12期 2Q	16/12期 2Q	前年同期比
売上高			
日本	87,021	92,175	+5.9%
米州	31,042	30,760	-0.9%
欧州・アジア	12,898	14,535	+12.7%
合計	130,962	137,471	+5.0%
営業利益			
日本	12,382	14,101	+13.9%
米州	5,522	5,278	-4.4%
欧州・アジア	1,222	1,739	+42.3%
調整額	-1,233	-212	-
合計	17,893	20,907	16.8%

※売上高は、「外部顧客への売上高」を示す。

(国内)

売上高は前年同期比 5.9%増収の 921 億円。営業利益は同 13.9%増の 141 億円。

- 大手チェーン店の全店舗数は今年に入り前年同期比マイナスで推移している。
- 逆に全店売上高はプラスが続いているが、業態別ではパブレストランや居酒屋が低調な一方、メニューに工夫を凝らしたディナーレストランなどは好調。
- 業種別に見ると、飲食以外では農業・水産業の六次産業化の流れを受けた「加工販売等」が大きく伸びた。
- 製品別では冷凍冷蔵庫、製氷機、食器洗浄機など主力製品が順調だったことに加え、スチームコンベクションオープン(以下、スチコン)がサイズ、電気仕様、ガス仕様などラインアップ充実が奏功し好調だった。

<海外>

(米州)

売上高は前年同期比 0.9%減収の 307 億円。営業利益は同 4.4%減の 52 億円。しかしながら、現地通貨ベースでの業績は堅調に推移。

冷凍冷蔵庫、製氷機が引き続き拡大した。

(欧州・アジア)

売上高は前年同期比 12.7%増収の 145 億円。営業利益は同 42.3%増の 17 億円。

現地通貨ベースでの業績は、欧州、アジアの両市場とも好調だった。

製品別では冷凍冷蔵庫、製氷機等主力製品が伸びた。

(3) 貸借対照表(主要項目)

(単位:百万円)

	15年12月末	16年6月末		15年12月末	16年6月末
流動資産	211,563	219,611	流動負債	77,132	87,140
現預金	148,950	149,043	仕入債務	15,856	17,670
売上債権	27,942	34,784	賞与引当金	3,284	4,016
たな卸資産	25,281	23,985	固定負債	19,977	19,130
固定資産	62,092	60,621	負債	97,109	106,271
有形固定資産	45,126	43,433	純資産	176,545	173,961
無形固定資産	9,157	7,867	株主資本	170,822	175,999
投資その他の資産	7,807	9,321	為替換算調整勘定	2,708	-4,854
資産合計	273,655	280,233	負債純資産合計	273,655	280,233

前期末と比べ、現預金、売上債権が増加し流動資産は 80 億円増加。円高により海外グループ会社が保有する有形及び無形固定資産額が円ベースで減少し固定資産は同 14 億円の減少。資産合計は同 65 億円増加の 2,802 億円だった。

一方、仕入債務の増加等で負債合計は同 91 億円増加し、1,062 億円となった。利益剰余金の増加で株主資本は増加したが、円高により為替換算調整勘定がマイナスに転じたため純資産は同 25 億円減少の 1,739 億円となった。この結果、自己資本比率は前期末より 2.4 ポイント低下の 61.1%となった。

◎キャッシュ・フロー

	15/12期 2Q	16/12期 2Q	増減
営業CF	15,848	18,136	+2,288
投資CF	-7,438	-20,598	-13,160
フリーCF	8,410	-2,462	-10,872
財務CF	-3,757	-4,640	-883
現金及び現金同等物	56,182	54,544	-1,638

為替差損益の影響もあり、前年同期比で営業CFのプラス幅は拡大。定期預金の預入および投資有価証券の取得による支出拡大等で投資CFのマイナス幅は拡大し、フリーCFはマイナスに転じた。

配当金の支払額拡大で財務CFのマイナス幅は拡大。キャッシュポジションは低下した。

3. 2016年12月期通期業績見通し

(1) 連結業績

(単位: 百万円)

	15/12期実績	構成比	16/12期計画	構成比	前期比	修正率	進捗率
売上高	260,174	100.0%	265,000	100.0%	+1.9%	-2.4%	51.9%
売上総利益	100,854	38.8%	103,100	38.9%	+2.2%	-1.3%	53.0%
販管費	69,135	26.6%	68,900	26.0%	-0.3%	-2.0%	49.0%
営業利益	31,719	12.2%	34,200	12.9%	+7.8%	0.0%	61.1%
経常利益	30,864	11.9%	28,600	10.8%	-7.3%	-17.8%	53.8%
当期純利益	16,971	6.5%	17,800	6.7%	+4.9%	-18.7%	53.5%

円高の影響を見込み業績予想を修正するも増収増益を予想。

円高の影響を見込み、業績を下方修正している。売上高は前期比1.9%増の2,650億円の予想。

国内売上は同4.5%増の1,777億円。フードサービス産業における設備投資の継続性は不確実ながらも、主力・戦略商品の既存・新規顧客への拡販が継続する事を見込み、修正前の同3.9%増の1,766億円から引き上げた。

海外売上は同3.1%減の873億円の予想。修正前の同5.3%増949億円から引き下げた。為替換算分のマイナスに加え、新興国における価格競争激化の継続を見込んだ。

ただ、現地通貨ベースでは堅調な伸びを予想。

(主要想定為替レート: 期中平均)

	14/12月期実績	15/12月期実績	16/12月期 期初予想	16/12月期 修正予想
米国ドル	105.7円	121.0円	118円	108円
ユーロ	140.3円	134.3円	128円	120円

営業利益は同7.8%増の342億円。

国内外共に戦略的な費用支出は確保しつつも、不要不急のコストを最大限に抑制する。

経常利益は、同7.3%減の286億円の予想。修正前同12.8%増348億円から引き下げた。為替差損は上期実績の59.6億円のみを見込んでいる。

配当は前期同水準の60円/株を予想。

(2) セグメント別売上見通し

(単位: 百万円)

	15/12期実績	16/12期修正予想	16/12期 期初予想	前期比	修正率	進捗率
日本	170,010	177,650	176,600	+4.5%	+0.6%	51.9%
米州	62,370	59,190	63,100	-5.1%	-6.2%	52.0%
欧州・アジア	27,792	28,160	31,800	+1.3%	-11.4%	51.6%
合計	260,174	265,000	271,500	+1.9%	-2.4%	51.9%

円ベースでは海外各市場はマイナスないしは微増収予想だが現地通貨ベースでは堅調な伸びを予想している。

4. 今期実施中の施策

<国内>

2016 年度の重点施策と懸念事項として以下の様な点を認識している。

	重点施策	主な懸念事項
成長の追求	<ul style="list-style-type: none"> * 新規市場創出・既存市場深掘 ◇ 攻めきれていない市場を積極的に攻略 ◇ 全部署連携したコンサル室の活動強化 ◇ サプライ・レンタル事業拡大・強化 ◇ 設計部隊の育成・活動強化 ◇ 他社機マーケット攻略活動強化 ◇ HACCP 導入を見据えた温度管理システムの提案強化 * 販売生産性の向上 ◇ 保守契約率強化、営業・サービス連携高度化 ◇ コールセンター活用強化 ◇ 顧客情報基盤強化等、支援 IT 整備 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 経済・金融政策の息切れ ■ コンビニ、レンタル向けなど特需の一段落 ■ インバウンドの動向 ■ 適正要員確保遅れ(特にサービス) ■ 人手不足(建設、店舗運営)による飲食店等施設出店抑制 ■ 夏場の天候不順 ■ 想定外の品質トラブル発生(異物混入等)
収益率改善	<ul style="list-style-type: none"> * 原価率低減 ◇ 価格決着強化、メンテ付リース強化、適正費用徴収 ◇ 大手企業顧客向け事業の粗利率改善 ◇ 購買・VC 改革による材料費比率低減 ◇ 製造生産性(間接含む)向上 * 販管費率低減 ◇ 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 ◇ 間接部門の効率化 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 価格競争激化による粗利率低下 ■ 昇給(ベースアップ)による固定費増 ■ 為替の急激な変化による材料費価格の不安定化、中小企業経営悪化

第 3 四半期以降の業績変動要因は、プラス要因として「予想通りの猛暑」、「コンビニエンスストアの増設投資継続」、「飲食店の出店継続」、「スチコンなど戦略商品の好調」等を挙げている。

一方マイナス要因としては「高水準需要の息切れ」、「大型物件の不足」、「インバウンドの息切れ」等を挙げている。

◎主なポイント

* ソフトビジネスの強化

同社HPに「きっちんぷらす+」というサイトを開設している。

これは、スチコンなど機械の使用法、スチコンを使った料理の基本レシピおよび顧客と開発したレシピ(約 800 種類)、取材に基づいた活用事例などを順次紹介する専用サポートサイト。

テストキッチンでのセミナーも含めソフトビジネスの強化が機器販売増に確実に結びついているという。

* サービスタブレット導入による活動の効率化

同社では 2015 年に国内全サービススタッフへタブレットPCを支給した。

従来、事務作業(日報の作成など)は外出前や帰社後に偏っていたが現場の空き時間で実施する事が可能になり、事務作業時間の短縮、有効訪問件数の増大などに繋がっている。

＜海外＞

2016年度の重点施策と懸念事項として以下の様な点を認識している。

	米州	アジア	欧州
成長の追求	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 最大手顧客以外の新規顧客開拓 ◇ 新興国市場および直販・卸チャンネル開拓強化 ◇ 省エネ基準適合製品開発プロジェクトの推進 ◇ 戦略的販売チャンネルとの関係強化 ◇ 最大手顧客との信頼関係強化 ◇ 自社ブランドビジネス拡大 ◇ 新しい販売チャンネル構築 ◇ 一般飲食厨房の拡販強化 	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 販売チャンネル、自社営業力強化 ◇ チェーン店ビジネスの開拓 ◇ アジア統括機能強化 ◇ ASEAN 現地法人設立 ◇ 主要顧客向け以外での冷凍冷蔵庫拡販 ◇ 低価格品による東南アジア市場攻略 	<ul style="list-style-type: none"> ◇ グループの会社再編・販売機能統合 ◇ 高付加価値機(省エネ)の拡販 ◇ 製氷機供給能力増強、拡販 ◇ 省エネ・低環境負荷製品の開発・拡販 ◇ 低コスト冷蔵庫のOEM供給 ◇ 南欧市場攻略
	冷蔵庫の品揃え、価格競争力、生産・販売チャンネル強化		
	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		
	ターゲットとなるM&Aの推進		
懸念事項	<ul style="list-style-type: none"> ◇ ブラジル経済停滞、資源価格下落 ◇ 炭酸飲料市場の長期縮小傾向 	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 中国経済成長鈍化と儉約令の影響継続 	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 難民問題、イスラム国影響 ◇ ロシア経済停滞の長期化
	新興国における経済不安		
収益率改善	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 製品の戦略的な値上げ ◇ 製品供給能力の強化 	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 事業所の統廃合 	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 業務効率化による販管費率低減
	購買・VCIによる材料費低減、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		
懸念事項	冷凍冷蔵庫拡販初期段階における粗利率の低下		
	為替動向		

第3四半期以降の業績変動要因は、プラス要因として「米国景気の好調継続」、「販売チャンネルとSCM(サプライチェーンマネジメント)の強化」等を挙げている。

一方マイナス要因としては「円高の継続」、「低コスト冷蔵庫拡販の遅れ」、「欧州・アジア景気の失速」等を挙げている。

◎主なポイント

* 製氷機市場のシェアアップ(米州)

同社製氷機の北米におけるシェアは着実にアップしている。

* 冷凍冷蔵庫の拡大

冷凍冷蔵庫の販売台数はホシザキアメリカ、ホシザキ上海とも前年同期比で2割以上の成長となっている。

品質や省エネなど商品性能について高い評価を受けているが、今後も積極的な販促支援、販売及び生産体制の強化など基盤整備に向けた先行投資を継続する。

* インド、東南アジアでの冷凍冷蔵庫の拡販強化

ウエスタン社は 2014 年より主にインド国内向けにホシザキブランドの冷凍冷蔵庫を開発・製造・販売しているが、インド国内の大手外食チェーンへ納入するなど堅調に推移している。

今下期以降はASEAN市場へ投入し更なる拡販を目指している。

インド国内では、ホシザキブランドの品質(冷却能力など)を保ちつつ、価格を抑えた冷凍冷蔵庫を投入し、高価格の輸入品と低価格・低品質のローカル・中国製が主流の同国市場で先行者利益を享受することを目指している。

一方、ASEANでは高い冷却性能、価格競争力(インドからの輸出は中国からの輸出よりも低関税のケースもある。)で市場を開拓する。

* 事業多角化の進展(ランサー)

ランサーが業務用ブレンダー製造・販売大手の Blendtec 社(米国)と Blendtec 社製品の販売面で提携した。

ランサーはそのグローバル販売網を活用してブレンダーを販売する。脱・炭酸飲料が進む中、主力であるディスプレイの大きな成長が期待しにくい中、新たな収益の柱を確立する。

今後は製造・開発面でも提携を深めていく考えだ。

5. 今後の注目点

前回レポートで、「国内売上は通期予想 3.9%増収に対し、第 1 四半期はそれを大きく上回る 8.2%であったことが注目される。もちろん今期はまだ始まったばかりであるが第 2 四半期以降、国内売上のモメンタムを注視したい。」と述べたが、通期業績予想修正の一方で、第 2 四半期まで国内売上高は堅調に推移しており、同社の国内市場での圧倒的な強さが裏付けられた形だ。また海外も為替の影響を除けば堅調であり、冷蔵庫、製氷機共に拡大が続き、事業の実態に大きな変化はないようだ。高値から約3割下げた株価も戻り歩調にあるようで、業績の拡大ペースと株価の推移双方を注目したい。

<参考:次期経営ビジョン(2016-2020)の概要>

同社は 2016 年から 2020 年までの 5 年間の経営ビジョンを発表した。

<2015 経営ビジョンの総括>

2015 年経営ビジョン(2011-2015 年)の目標及び実績は以下の通りであった。

項目	目標	実績
①連結売上高	2,200 億円	2,601 億円
②海外売上高比率	35%	34.7%
③連結営業利益率(のれん償却後)	9.0%	12.2%

上記の内、①と③は前倒しで達成。②についても、2015 年 12 月期でほぼ達成している。

<次期経営ビジョンの位置付け>

今後の 5 年間について同社は、国内景気については 2018 年以降大きく潮目が変わるリスクがあると見ている。

一方海外についても冷蔵庫の拡大やM&Aの実施で海外売上高比率 50%を目指していくが、先行投資負担増、エリア拡大によるガバナンスに関するリスク増も想定している。

こうした環境変化を想定する中、確実な成長及び収益性の改善を図りつつも環境変化に巧みに対応できる経営基盤の強化に積極的に取り組み、一段上の成長と収益改善を目指す。

<経営方針・財務目標>

(経営方針)

フードサービス機器業界 グループ売上高世界No. 1 ✓ 各国各地域でシェアNo. 1の追求/グループシェアNo. 1
グローバルな環境変化に備えた経営基盤づくり ✓ 2018年以降潮目が変わると想定される日本経済停滞/需要減少に備えた強い収益体質の構築 ✓ 海外事業、進出国拡大に備えた経営体制の構築

(財務目標)

項目	目標
連結売上高	4,000億円(内、M&A600億円)
海外売上高比率	50%
連結営業利益(新規M&Aのれん償却あり)	500億円、利益率12.5%
連結営業利益(新規M&Aのれん償却なし)	560億円、利益率14.0%

<重点テーマ>

経営方針	重点テーマ
フードサービス機器業界 グループ売上高世界No. 1	共通: ホシザキグループ各ブランドの価値向上 国内: 圧倒的な競争優位性確保と新規市場開拓 海外: 冷蔵庫事業成長加速と新規市場及び商品群の攻略
グローバルな環境変化に備えた経営基盤づくり	共通: グローバルコーポレートガバナンス体制の強化 共通: 事業環境変化に備えた収益体質の強化及び緊急時施策の準備 共通: グローバリゼーション加速に備えた経営体制の強化

<参考2: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	14名、うち社外2名

◎コーポレートガバナンス報告書

同社は最新のコーポレートガバナンス報告書を2016年8月1日に提出している。

<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 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 4-11-3	当社は、取締役会全体としての明確な実効性分析・評価を、現在は行っていませんが、社外取締役の意見、監査等委員会及び会計監査人の監査報告により、その実効性は確保されています。今後は、取締役会全体としての分析・評価、その結果の概要の開示について検討してまいります。
【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」により行ってまいります。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1-4 いわゆる政策保有株式】	当社は、事業戦略、取引先との業務提携、取引関係の維持・強化等の観点から、当社の企業価値向上に資すると判断する場合を除き、いわゆる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、各株式について時価評価を行い、取締役会において保有のねらい、合理性を検証しています。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5-1 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。

BRIDGE REPORT

ブリッジレポート



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ものです。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) 2014 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。