

個人投資家向け会社説明会 ミーティングメモ

ホーチキ株式会社 (6745)

開催日：2026年2月13日(金)

場 所：オービックホール (大阪市中央区)

説明者：代表取締役 社長執行役員 細井 元 氏

1. 基本情報・事業概要

- ・ ホーチキ株式会社は、火災報知設備を事業の軸にして、グローバルにさまざまな製品、システム、サービスを提供している会社です。日本初の火災報知機メーカーとして1918年(大正7年)に誕生し、今年で創業108年目を迎えます。従業員は単体で1,573名、連結で2,383名、現在は東京証券取引所のプライム市場に上場しています。
- ・ 設立当時は、都市の近代化が社会的な課題となっていました。首都東京に火災報知設備の設置を計画するという都の計画の下、損害保険会社13社、生命保険会社3社の共同出資によって設立されたのが、前身の東京報知機株式会社です。
- ・ 1920年に日本初の火災報知機の開発に成功し、第1号機を日本橋に設置して以降、皇居や国会議事堂など、国の主要建物に次々と当社の火災報知機が導入されていきました。そういった意味で、近代日本の黎明期に誕生した当社は、火災防災のパイオニア企業であると自負しています。
- ・ 火災防災というイメージから、国内メインの事業会社だと思われるかもしれませんが、製品の納入実績は129カ国にわたり、世界市場の広範囲で事業を展開しています。国内は42拠点、海外は19拠点あり、アメリカ、イギリス、シンガポール、オーストラリアなど、現在9社の海外子会社を有しています。海外の現地法人は販社だけでなく、R&D(開発)の拠点と、サプライチェーン・生産についてはグローバルに事業展開を図っています。
- ・ 当社は、火災報知設備・防犯設備・消火設備・保守の四つのセグメントで事業を展開しています。売上高全体の62%を占めるのが火災報知設備です。次いで保守、消火設備、防犯設備と続き、火災報知設備の3分の2が国内、3分の1が海外の売り上げとなっています。国内は工事付も入っている一方で、海外は機器売りメインの事業形態のため、センサーの数量は国内を抜いて海外での販売数量のほうが多くなっています。

【国内事業】

- ・ 国内の火災防災はニッチな分野なので、事業特性や市場動向について説明します。事業上の特性で際立っているのは、消防法という枠の中で設備の設置・点検等が厳格に義務づけられていることです。建物の用途・規模・高さによって必要な消防設備が法律の中で決められており、そこで使われる製品は検定合格品であることも定められています。加えて、建物に設置して終わりということではなく、消防用設備の年2回の点検が法令で定められており、1年に1回は点検結果を所轄の消防署に提出しなければなりません。

大和インベスター・リレーションズ(株) (以下、「当社」といいます。)はこの資料の正確性、完全性を保証するものではありません。ここに記載された意見等は当社が開催する個人投資家向け会社説明会の開催時点における当該会社側の判断を示すに過ぎず、今後予告なく変更されることがあります。当社は、ここに記載された意見等に関して、お客様の銘柄の選択・投資に対して何らの責任を負うものではありません。この資料は投資勧誘を意図するものではありません。当社の承諾なくこの資料の複製または転載を行わないようお願いいたします。

大和インベスター・リレーションズ

Daiva Investor Relations

ん。こうした厳格な法規制の中で、安全・安心に対する需要が創出されていることが一つの特性です。

- ・ 火災においては、甚大な災害が発生するたびに、行政と民間が一緒になって法改正やガイドラインの改定などに取り組んでいます。消防法についても適切に改正がされ、その需要に応じて各メーカーは製品開発を行い、システムを提供していくという流れが今日に至るまで続いています。
- ・ 国内の防火対象物件数は右肩上がりに増えています。防火対象物とは、消防設備の設置が必要な建物のことで、これが累積的に増えているということは、当社が事業として取り組んでいるメンテナンス、リニューアルの需要が増加していることを意味します。防火対象物の中でも「複合用途防火対象物」と呼ばれるものがあります。建物の用途には工場、倉庫、病院、共同住宅など、さまざまな用途に応じて法律で設置義務がありますが、複数の用途が一つの建物に合わさった複合用途防火対象物と言います。これが近年増加傾向にあり、さまざまな駅前で大規模再開発が行われ、建物の大規模化が進んでいます。
- ・ 大規模物件に使われる火災報知設備の受信機を業界では R 型・GR 型と呼びますが、それらの検定数量が右肩上がりに増えており、建物が高層化、大規模化してきています。当社は大規模のシステムを得意としているため、2030 年、もしくはその先まで、再開発を含めた大型物件のさまざまな計画、需要は一定量の創出が見込まれています。
- ・ 一方で、建設業界は構造的な人手不足という問題を抱えており、2024 年に始まった残業上限規制対応も受注を抑制する制約条件の一つになっていることも事実です。しかしながら、当面は潤沢な計画はまだ残存している状況です。
- ・ 国内事業のビジネスモデルは三つあります。一つ目は工事付です。建築の請負の中で、新築・リニューアル工事において製品の設置、システム設定、試験調整まで自社で全て行います。二つ目は、工事後に法定点検や要整備工事への対応としての保守サービス。三つ目は、機器を全国の代理店等に販売することです。国内売上高の 52%は、工事付の部門が占めています。保守は 27%、機器販売は 21%程度の割合です。メーカーでありながら、開発・生産だけでなく、保守・メンテナンス、整備工事・設置工事といったエンジニアリング部門を持っていることも特徴の一つです。
- ・ 近年は「建物ライフサイクルに合わせたトータルソリューションモデル」ということで、建物の計画に必要なシステムの設計提案を行い、新築工事が始まったときは設置工事を請け負います。竣工後は、法定点検に基づいて年 2 回の点検契約を行い、その結果、不具合等が発生すれば整備工事を行います。システムの更新時期は、大規模物件で 20 年程度と言われており 20 年間保守で設備維持を行った後は、老朽化に対応した全面リニューアルを行い、また点検につなげていくというサイクルです。
- ・ 近年は点検とリニューアル、そしてまた点検につなげるというストックビジネスのウエイトが高まっており、収益性が向上してきている一つの要因でもあります。建物の寿

命は、鉄筋コンクリートで 50 年、ないしは 70 年とされています。その間、建物のライフサイクルに沿って長期にわたり一貫したソリューションを提供し、お客さまと密接なリレーションシップを構築できることがビジネスモデルの特徴の一つであり、強みであると考えています。

- 二つ目の強みは、豊富な経験とナレッジです。日本初の火災報知機メーカーとして、これまでさまざまな施設・建物にシステムを納入してきました。三つ目の強みは、全国に自社で育成した施工・保守担当者によって、お客さまのさまざまな要望に応えられるエンジニアリング力を持っていることだと自認しています。お客さまや市場からも評価を頂き、大規模市場向けの火災報知設備では業界シェア第 1 位となっています。

【海外事業】

- 海外の事業特性も、各国・地域で定めた規格を満たす必要があるビジネスです。欧州では EN、米国では UL、豪州では AS といった主要規格がありますが、実際には、主要企画の下に各国の規則やレギュレーションが定められています。したがって、海外で事業展開するためには、各国が要求する規格・レギュレーションに沿ったシステムの開発・納入を求められることが一つの特性になっています。
- 市場成長率は平均 5%で進捗しています。安全・安心に資する事業分野ということで、建物が使われる以上は必要な設備なので、今後も平均 5%弱は伸びていくことが予想される市場です。
- 海外事業は機器販売に特化しています。国内は施工・メンテナンスといったストックまで含めたトータルソリューションとなっています。本来は海外でも日本のモデルを踏襲して進めていくべきですが、まずは各国の規格・規則に合わせた製品レンジをそろえ、機器としての設置シェアを高めていくことに傾注しています。
- 当社は従来、高品質のセンサーのメーカーとして広く認知されており、海外においてはセンサーの単品販売がメインのビジネスモデルでした。2012 年には世界的に販路を持つイギリスのパネルメーカー、ケンテック社を買収し、感知器やセンサーだけでなく、パネルや周辺デバイスも含めた建物ごとのシステムをパッケージで販売可能となりました。現在は小規模から中規模へ、これから先は中規模から大規模へ、システム販売の拡大とシステムの領域を広げるためのさまざまな取り組みをしています。従来は電材商社向けに機器を卸していただけでしたが、現在はシステム販売を加速し、建物の計画における商流の川上に位置する、施主、ビルオーナー、設計事務所などへのマーケティングや営業活動を鋭意進めています。その結果、2025 年の海外事業の売上高は、2021 年に比べて倍以上に増えています。
- 海外事業の強みも 3 点あります。一つ目は、火災のセンシング機能のスペックと品質の高さに高い評価を頂いています。1987 年にロンドン地下鉄のキングスクロス駅で大火災が起きた後、その対策として防災インフラの整備を急ぎさまざまな企業を対象にコンペが行われましたが、品質の高さで採用されたのが当社の製品です。今でもロンド

ン地下鉄には多くのセンサーが設置されています。

- ・ 二つ目は、海外でビジネスをする上で各国の規格に対応する必要があります。欧州で広く使われる EN の規格についてはイギリスに、米州で広く使われる UL 規格についてはアメリカに R&D と工場を持っています。そういった各国の規格、要求ニーズに迅速に対応できる生産体制を日本の企業ながら構築しているところが強みです。
- ・ 三つ目は、テクニカルサポートの差別化です。海外の企業は、不具合が発生したときは物を交換して終わるパターンが多いのですが、当社は日本で培っているエンジニアリング力をフルに活用し、お客さまへの技術トレーニングや設置後のアフターサポートなど、さまざまなサービスをメニューの中に組み込んで展開していることが海外競合メーカーとの差別化の一つであり、ホーチキの強みとしてお客さまから評価を頂いています。
- ・ 2025 年 3 月期は、4 期連続で過去最高の売上高・利益を更新しました。今年は 5 期連続を狙っていますが、売上高の推移とともに国内ストックと海外が大きく伸びています。これが結果として当社の連結売上高を押し上げると同時に、営業利益率（収益性）も非常に高まってきています。

2. 中長期経営ビジョン GLOBAL VISION 2030 の進捗

- ・ 当社は、2030 年までの 7 年間でターゲットにした中長期経営計画を立てています。2024 年から 2026 年までの 3 年間は Dynamic Change と銘打ち、将来の新たな価値創出、資本収益性をさらに向上させていくための準備期間として、投資も含めてさまざまな事業基盤改革に充当します。
- ・ 国内では、建設業界の人手不足、残業上限規制対応、原材料・人件費の高騰といった経営課題があります。一方、海外が好調に伸びているため、内部でも生産能力の増強投資を行い、国内外の生産拠点の最適化も進めていく予定です。さらに、DX を活用した生産性向上のための合理化・効率化も推進します。こうした経営課題に対応するために、この 3 年間は相当な投資を行いながら事業基盤改革を行っていきます。
- ・ 財務目標については、Phase1（2024 年度～2026 年度）の目標は 1 年目に全て達成しているため、現在 2026 年度の経営計画を検討中です。時期が来たらあらためて計画内容を説明させていただきます。
- ・ 2030 年に向けて、三つの基本方針を掲げています。「事業ポートフォリオの最適化による資本収益性の向上」「人的資本経営の推進」「DX によるイノベーション推進」の三つをぶれずに進めていくため、現在も取り組みを進めています。
- ・ 「事業ポートフォリオの最適化」は、現在当社が展開している四つの事業部門に対する事業評価を、市場の成長性、自社の強み・弱み、ケイパビリティを含めて客観的に評価・分析しながら、必要な経営資源を必要な事業部門に充てていくことで、事業全体の収益性、事業価値の向上に取り組んでいます。組織も事業部門制に合わせて変えており、外

部に開示しているセグメント区分も併せて変えました。従来の PL 思考（受注・売上・利益）の経営マネジメントから、BS 思考（キャッシュフロー・投下資本・ROIC による収益性向上）にマインドを変えていく取り組みも進めています。今後も事業基盤構造改革と成長のためにさまざまな投資が必要になりますが、経営として厳格にマネジメントするために、社内に事業ポートフォリオ委員会を立ち上げ、社長が委員長となって適切な投資判断をしていくことで、事業や部門の選択と集中（ポートフォリオの組み換え）を推進し、企業価値の向上を目指しています。

- ・ Phase1 の 3 年間は、成長ドライバーである海外、保守・リニューアルといった二つの国内ストック部門に経営資源を投入し、事業収益性を上げていきます。
- ・ 海外売上高は、期初に立てた 3 年目の目標をクリアしています。保守についても同様で、リニューアルも 2 年目で想定以上の進捗を示しており、ポートフォリオの最適化における資本収益性は順調に向上しています。
- ・ 基本方針の二つ目「人的資本経営の推進」では、制度改革・人材投入・教育投資の三つを掲げています。人事制度を抜本的に見直し、事業ポートフォリオに連動した必要な人材を質・量ともに充足させるため、相当な人材投資をかける計画です。最後は教育投資で、人材育成プランと教育体系の確立によって人を育てていく取り組みを推進しています。
- ・ 2021 年から 2023 年までの 3 年間の人的投資の総額は 10 億円でしたが、Phase1（2024 年～2026 年）の 3 か年では 2.6 倍となる 26.5 億円の投資をする計画です。事業計画を遂行していくためには人材が必要不可欠のため、今後も人的投資を積極的に行い、一人一人の価値創出を高めていく取り組みを進めていきたいと考えています。
- ・ 基本方針の三つ目は「DX によるイノベーション創出」です。当社のビジネスは消防法という規制の中で成り立っていますが、DX 化の流れで、従来の消防法の枠を越えてさらにソリューションの領域を広げていく取り組みを進めています。
- ・ 第 1 弾として、2025 年 4 月に防災クラウドサービス「HOCHIKI as a Service（ホーチキアース）」を立ち上げました。従来、火災情報は建物内でクローズされた情報でしたが、オープン情報としてクラウド上に上げ、セキュリティ情報や建物の管理情報などと組み合わせ、新たなソリューションをベンダー、パートナー様と一緒に開拓していく取り組みをしています。防災クラウドによって、従来は建物だけでクローズしていた火災情報が、SMS（ショートメッセージサービス）や E メール等で速やかに情報共有を図ることができます。多棟管理をしている大学や工場で各棟の火災情報を一元的に共有し、円滑な火災・防災管理や、火災が起きたときは消火活動や避難誘導などが可能で、さまざまなお客さまから注目をいただき、ご提案の機会を多く頂いています。今後はこのサービスを新たなソリューションとしてビジネスモデル化していくことが必要だと考えています。
- ・ 資本コストや株価を意識した経営の実現に向けて、東証から要請を受けているものに対

する取り組みについて説明します。

- ・ 2023年以前は、PBRは1倍を下回り、PERも10倍前後と非常に低位の中にある会社でしたが、東証の要請を受け、PBRを上げていくために、さまざまな資本を最大有効活用する経営に舵を切っています。ROE向上のために、ポートフォリオ経営を推進して収益性を改善させ、PERを向上させるために、いかに投資家の皆さんからお預かりをしている資本を有効的に使って利益を稼いでいくのかといったポイントや、株式市場の対話強化等の取り組みを進めることによって、PBRを高めていく取り組みを全社で行っています。その中で、資本効率性の改善と株式市場の対話強化の2点について説明します。
- ・ 当社もROIC経営に着手しており、2025年3月期の全社ROICは11.1%で、前期比2.9ポイントのプラスとなっています。NOPAT(税引後営業利益)を1.1ポイント向上させ、投下資本回転率を0.2ポイント改善させるなど、結果が着実に数字に表れてきています。収益性を上げていくためには、事業ポートフォリオ経営をしっかりと進め、投下資本も出来高請求の可視化ツールを導入し、在庫の適正化に対する取り組みを事業部門ごとに行っています。ROICや投下資本から生まれてくる経済的付加価値などを事業部門ごとに可視化していく中で、各事業の適正な評価を横並びで行い、必要な経営資源を必要な事業部門に積極的に投入し、全体でROICを向上させる取り組みを進めています。
- ・ 株主市場の対話強化として、2023年、2024年の4月～12月にかけて、投資家の皆さまとの対話回数を増やしています。海外もIRを進めており、個人投資家向けの説明会を定期的に行うと同時に、機関投資家との対話も積極的に行っています。

3. 2026年3月期 業績予想

- ・ 売上高は1,009億円、営業利益は100億円、当期純利益は72億円の予想で、通期予想は現時点で据え置きとしています。第3四半期の決算は、売上高は+4.9%、営業利益は+22.7%と増収増益です。
- ・ 配当は、前期同様80円の見込みです。配当性向は決して高い水準ではないことは認識していますが、現在は構造改革に向けたさまざまな成長投資を先行しているため、今後の成長に期待していただき、ご理解を頂ければと考えています。

4. 質疑応答

Q1. ホーチキ製品が競合他社と比べて優れている具体的な点はどこですか。

A1. 当社の火災を感知するセンシングの技術には一定の自負を持っております。まず、他社と比較して誤報が少ないです。湯気と煙を見極めるにはかなり高度な技術が必要ですが、湯気と煙をしっかりと見極めるセンシング能力があることも他社との差別化の一つだと考えています。

Q2. 資材・人件費の高騰が利益率に与える影響と対応策はありますか。

大和インベスター・リレーションズ(株) (以下、「当社」といいます。)はこの資料の正確性、完全性を保証するものではありません。ここに記載された意見等は当社が開催する個人投資家向け会社説明会の開催時点における当該会社側の判断を示すに過ぎず、今後予告なく変更されることがあります。当社は、ここに記載された意見等に関して、お客様の銘柄の選択・投資に対して何らの責任を負うものではありません。この資料は投資勧誘を意図するものではありません。当社の承諾なくこの資料の複製または転載を行わないようお願いいたします。

A2. メーカーとして、製品における部材と人件費の高騰は利益に影響を及ぼします。しかしながら、企業努力を行った後に、吸収し切れない部分は価格転嫁させていただくことが従来以上に国内では受け入れられているという認識を持っています。今後も価格の上昇については、価格転嫁も視野に入れながら適切に対応していくことが基本的なスタンスです。

海外については、従来から材料費や人件費が上がれば価格転嫁が改定されるビジネス実態になっているため、利益に大きな影響を与えないように取り組みを進めていきたいと考えています。

Q3. 去年から株価が2~3倍になっていますが、どのくらいの水準になったら分割をお考えでしょうか。

A3. 実は、第3四半期の決算を発表したときに、株価が堅調に推移していることや、より流動性を高めていきたいという理由から、2026年4月1日より株を3分割させていただきたいというご案内をしております。

Q4. 海外に展開する場合、それぞれ規格を満たさないといけないことは説明で理解することができましたが、海外展開は、初めはどうやって採用されていたのでしょうか。

A4. 当社の海外展開の歴史はかなり古く、1960年代から海外輸出を始めています。従来は日本で開発したセンサーを海外の規格に合わせて規格取得・認証取得し、それを海外の受信機メーカーにOEM供給をする、もしくは商社などに販売をしてきたことがスタートです。現在は自社ブランドで、システムパッケージで全て包含して事業領域を拡大させていく取り組みを進めています。

Q5. 海外事業だと為替が決算に影響してくると思いますが、例えば1ドル1円違うと、どのくらい純利益に影響があるのでしょうか。

A5. 為替感応度についてはその時々で変動があるのが実態です。当社はドルとイギリスでビジネスボリュームがあり、ポンドも大きな影響が出てきています。ドルとポンドがそれぞれ1円ぶれると、売り上げで1億円、利益で1,000万円前後は変わっていきます。その時の為替の状況によって違いますので、あくまでも参考レベルに留めておいていただければと思います。

Q6. 貴社の中国リスクに対する判断は先見の明があったように思います。日中関係が厳しさを増す中、今後、中国市場にはどう対応されていきますか。

A6. 中国市場は随分前に現法を立ち上げていましたが、7年ほど事業採算が取れなかったため事業撤退をした経緯があります。それ以降、その7年間で納めてきたシステムのアフターという形で日本からの輸出対応はしていますが、現法も畳んでおり、現在の中国事

業はいたって限定的な範囲でしかありません。中国における地政学リスクもこれからどうなるか分かりませんが、当面は、中国市場の中で中国の規格に準拠した製品でビジネスを進めていくことは考えておりません。

以上