鈴茂器工株式会社

2025 年 3 月期決算・中期経営計画説明会

2025 年 5 月 19 日

イベント概要

[企業名]	鈴茂器工株式会社
[企業 ID]	6405
[イベント言語]	JPN
[イベント種類]	決算説明会
[イベント名]	2025 年 3 月期決算・中期経営計画説明会
[決算期]	2024 年度　通期
[日程]	2025 年 5 月 19 日
[ページ数]	50
[時間]	10:00 – 11:12 （合計：72 分、登壇：46 分、質疑応答：26 分）
[開催場所]	インターネット配信
[登壇者]	2 名 取締役 常務執行役員　越野 純子（以下、越野） コーポレート本部 経営企画部長　武田 晃佳（以下、武田）

登壇

司会：皆様、本日はご多用の中、鈴茂器工株式会社、2025 年 3 月期決算・中期経営計画説明会にご参加いただき、誠にありがとうございます。

今回の説明会は、Zoom によるライブ配信形式の Web 決算説明会として開催いたします。視聴中に配信が途切れたり、映像が固まったりした場合は、お時間をおいてから再度アクセスしていただきますようお願いいたします。映像や音声に不具合などがあり十分に視聴ができない場合は、後日、当社ホームページに掲載する動画をご覧いただくか、個別に決算説明をご希望の方は IR 担当までご連絡をお願いいたします。

本日の決算説明会の終了は 11 時 30 分ごろを予定しております。なお、本日出席を予定しておりました、代表取締役社長執行役員、谷口徹は諸般の事情により欠席とさせていただきます。

それでは、初めに会社側の出席者をご紹介いたします。取締役常務執行役員、越野純子。

越野：越野でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

司会：続きまして、コーポレート本部、経営企画部長、武田晃佳。

武田：武田でございます。よろしくお願いいたします。

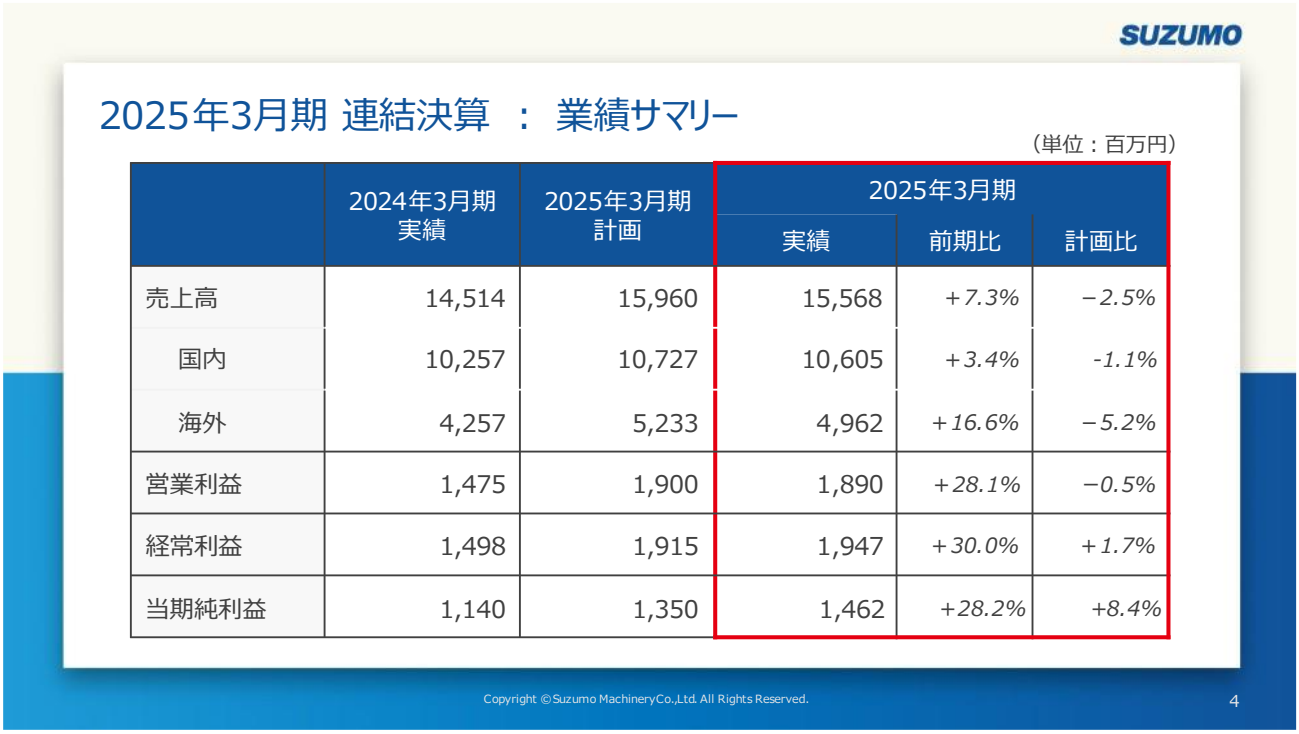
司会：以上、2 名でございます。本日は、取締役常務執行役員の越野よりごあいさつ、ならびに 2025 年 3 月期決算・中期経営計画についてご説明いたします。ご説明終了後、質疑応答の時間を設けております。

ご質問は、画面下の Q&A 機能により随時受け付けております。お送りいただく際は、会社名、氏名をご記載ください。質問内容は、他の参加者様には非公開に設定されており、運営側にて代読いたします。

それでは、取締役常務執行役員の越野よりご説明を申し上げます。お願いいたします。

越野：皆様、おはようございます。ご多忙のところご出席賜り、大変ありがとうございます。早速ではございますが、鈴茂器工株式会社、2025 年 3 月期決算および中期経営計画を説明させていただきます。

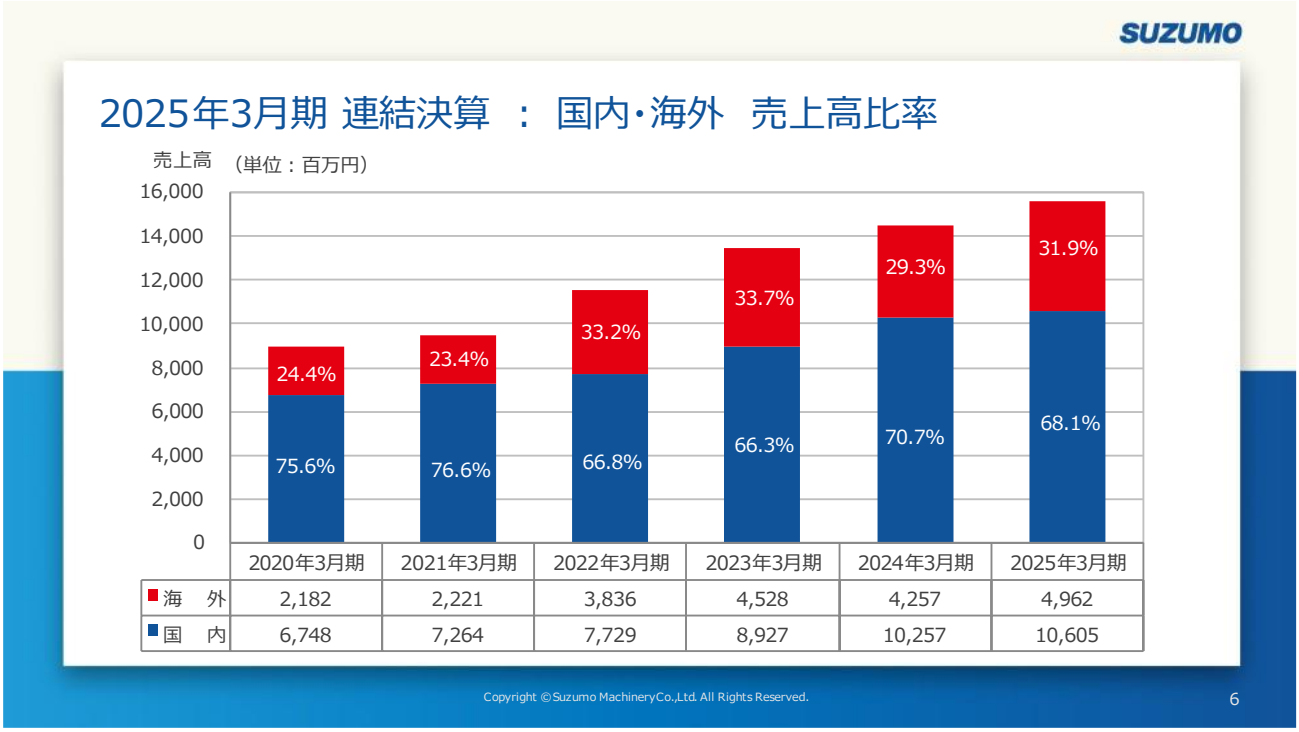
本日のアジェンダはこちらでございます。まず初めに、連結決算の概要を説明させていただきまして、その後に今期の予想、そして中期経営計画を引き続きご説明させていただきます。



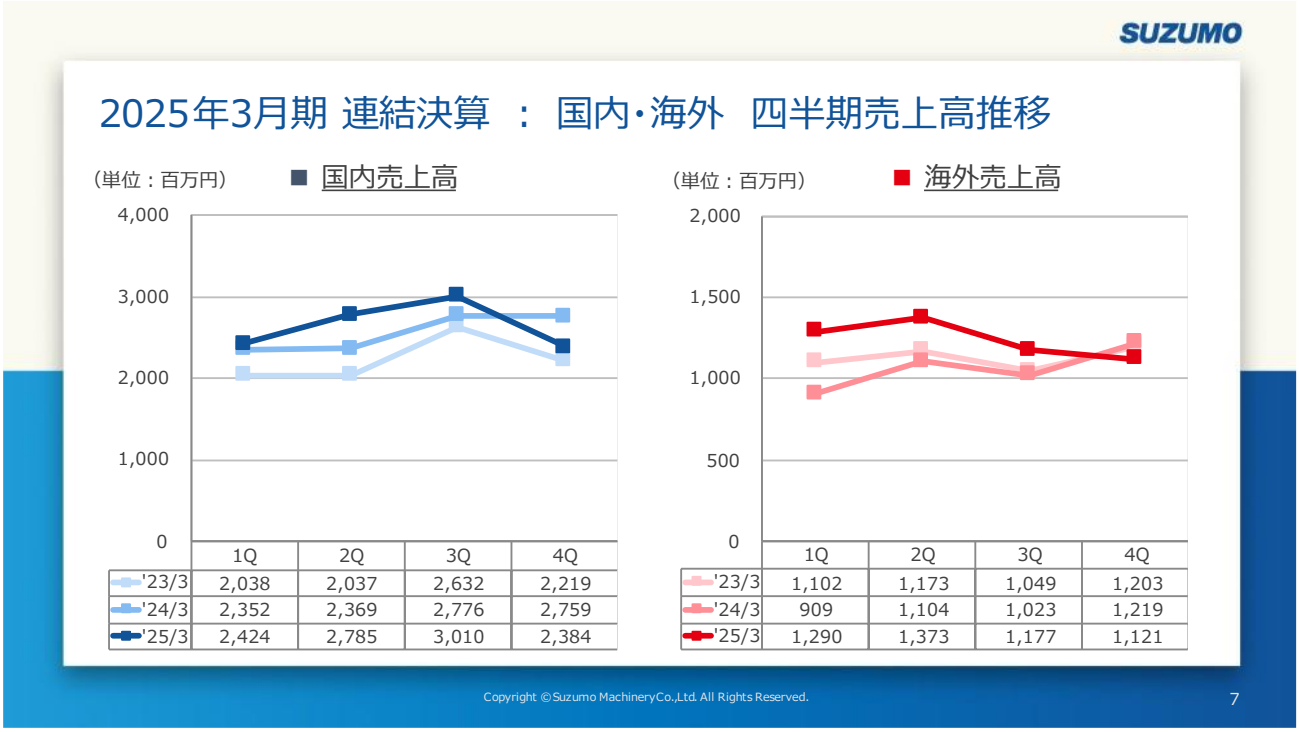
それでは、次のページをご覧ください。ページ 4 ページ目をご覧になっていただきたいと思います。こちらが 2025 年 3 月期連結決算の業績サマリーでございます。全体の売上高は 156 億円と前年対比で 7.3%伸ばすことができました。営業利益は 18 億 9,000 万円と前年対比で約 3 割増、そして純利益が 14 億 6,200 万円と前年対比で 3 割増を達成することができました。

次のページでございます。こちらが業績の細かい概要となっております。上期、下期、そして通期ということで、こちらに表してございますが、売上総利益におきましては通期で 50.5%と前年対比で 3.3%改善することができました。

一方で、販管費は後ほど説明させていただきますが、業況の拡大に伴い増加しておりますが、営業利益は 18 億 9,000 万円と前年対比で増益、さらに利益率も改善してまいりました。

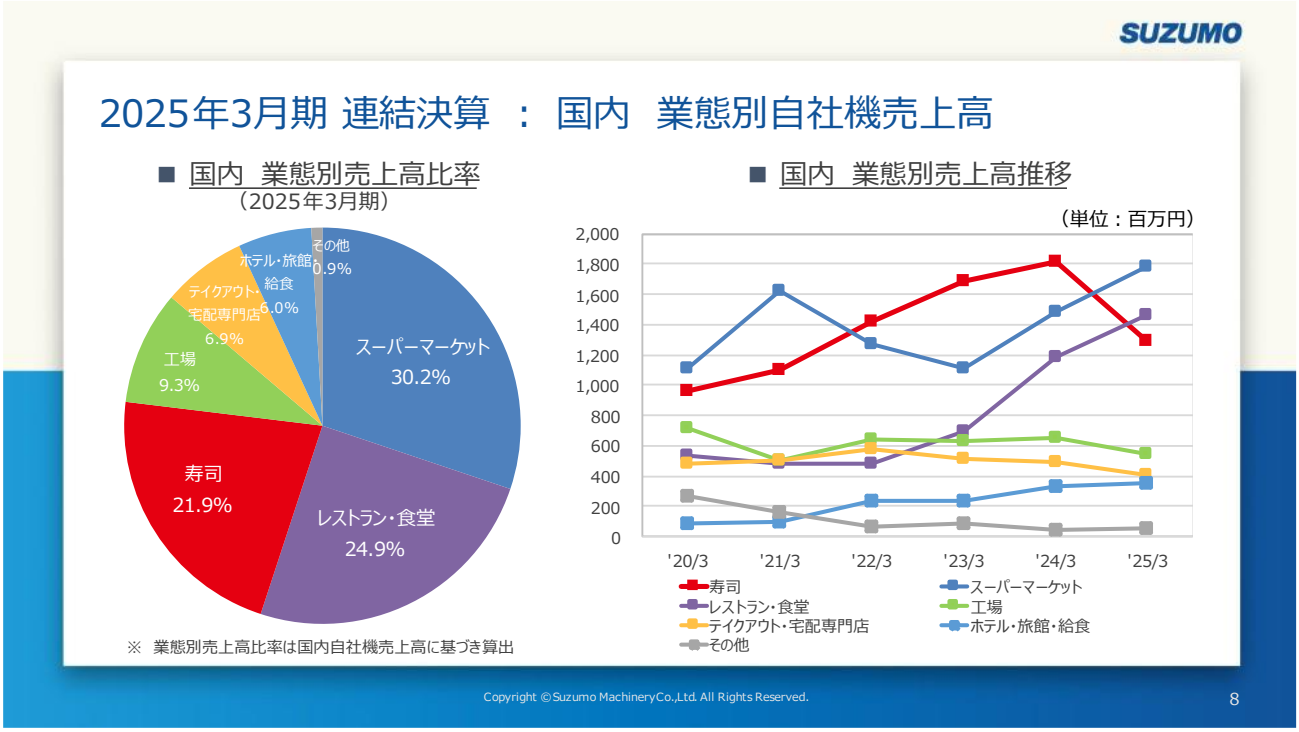


次のページをご覧になっていただきたいと思います。こちらが過去からの国内外の売上高の比率でございます。終わった期に関しましては海外の売上が 32%、そして国内が 7 割という海外の伸長を大幅に達成することができました。



次のページをご覧になっていただきたいと思います。こちらが四半期別の国内外の売上の推移を表したものでございます。国内に関しましては第 4 四半期、これは若干低下しているようには見えますけれども、これは昨年度の値上げの効果の反動、さらに大手のお客様の入れ替え需要の反動ということで、第 4 四半期は若干低下してございますけれども、これはもともと予想を立てていたとおりでございますので、この国内の売上高の全体の伸長というものは増加傾向にございました。

そして、海外の売上高でございますけれども、こちらは第 4 四半期にアメリカの在庫を積み上げたりですとか、今後の大幅な増加に基づいて、この第 4 四半期を達成してきたところでございます。

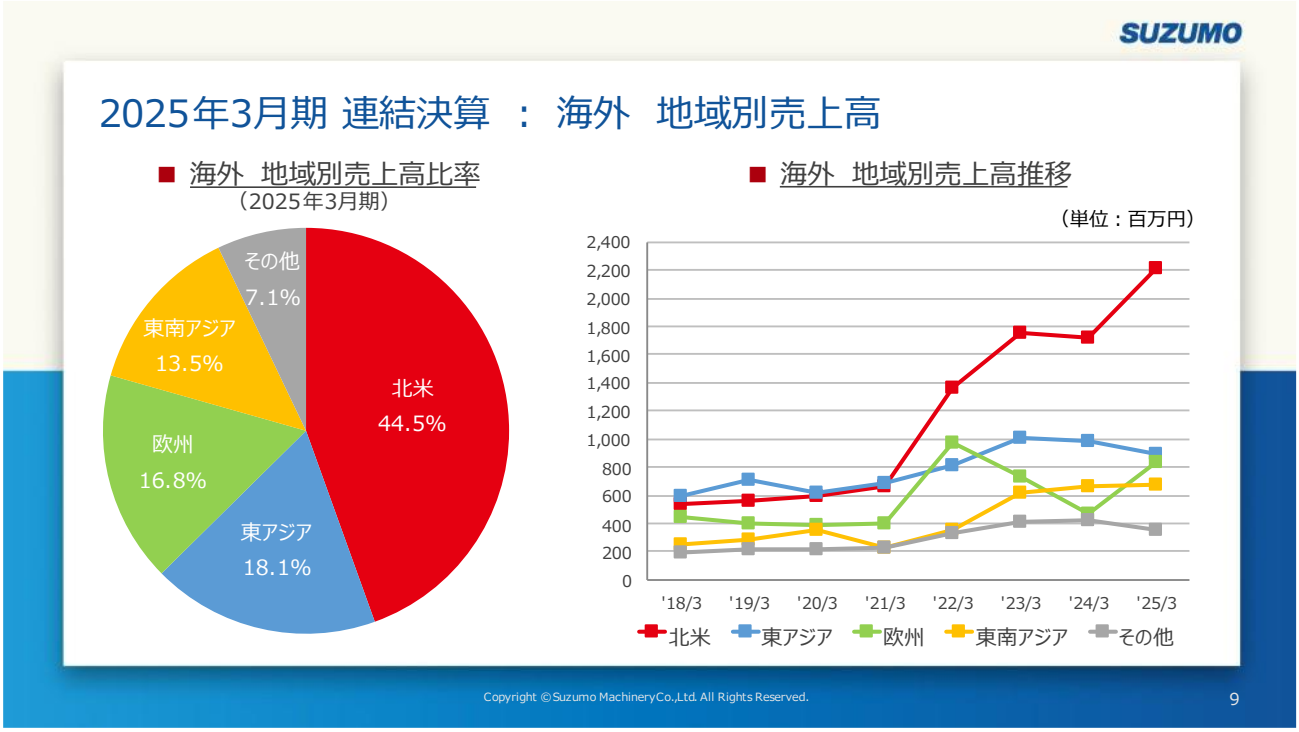


次のページをお願いいたします。こちらが国内の業態の自社機売上高を表したものでございます。こちらの業態を見ていただくとおりでございますけれども、スーパーマーケット業態で 30%、そしてレストラン業態で 24%、寿司チェーンに関しましては 2 割等々ということでこの売上高比率を表しているところでございます。

こちらでご覧になっていただくとおりでございますけれども、寿司チェーンに関しましては、先ほど申し上げたとおりでございますけれども、昨年度の一巡したお客様の入れ替え需要の反動減ということでございまして、2024 年 3 月期から 2025 年 3 月期、この赤字のところでございますけれども、反動減というところでございます。

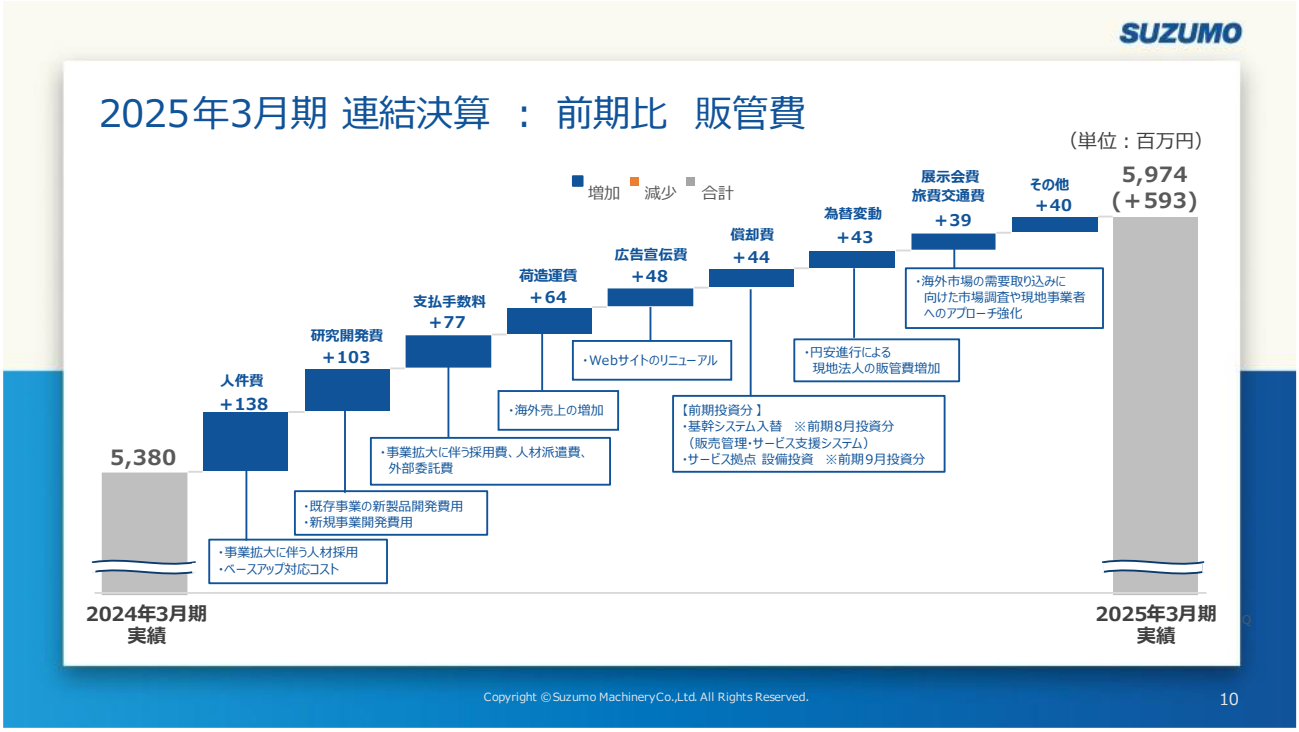
ただ、一方でスーパーマーケットや、そしてレストラン・食堂におきましては、これは健全な伸長をしているところでございまして、まだ高い伸び率を実現しているところでございます。

一方で、こちらのホテル・旅館・給食という業態であるところでございますけれども、これは水色のところであります。こちらは、量は多くはないものの、やはりお客様、われわれはやはり BtoB の企業でございますけれども、BtoC、最終消費者の方と接点となりますタッチポイントとなってまいります。特にエアライン様のラウンジにおいて弊社の商品が、飯盛機が使われたり、そこにおいてはやはり鈴茂器工という会社のブランドイメージを向上させるためにも、この売上の伸長というものは非常に価値があるものだと考えております。



次のページをご覧になっていただきたいと思います。こちらが海外の地域別の売上高であります。北米に関しましては大きく伸長いたしました。海外の売上のうちの 44.5%を北米で確保するようになってまいりました。東アジアに関しましては、若干中国景気等々の影響がありまして少し減ってはございますけれども、欧州に関しましては大型機の需要が伸長したりですとか、確実な弊社の海外の売上というものがここにおいて伸び率が顕著になってまいります。

北米の需要、そして世界において弊社の商品に関しての需要は堅調であるということが、ここにおいても見て受け取れるかと存じます。

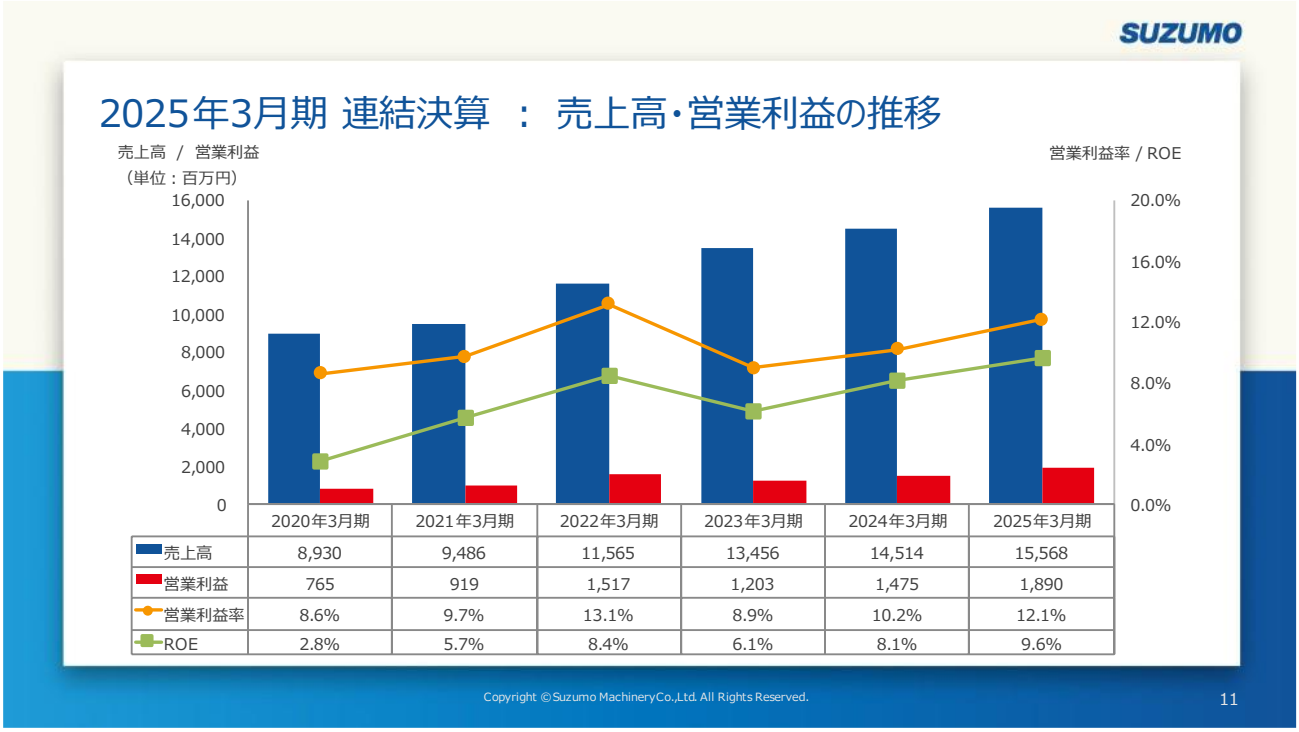


10 ページ目をお願いいたします。こちらが販売管理費の前年から、そして終わった期、2024 年 3 月期から 2025 年 3 月期までの実績を表したものでございます。先ほどの売上の大幅な伸長もございまして、大きな投資をしてまいりました。その業況の拡大に伴いまして、採用をたくさんしておりますし、そこにおいて新規の事業をするために外部にお願いしたりする費用は、ここにおいては大幅には伸びております。

また、皆様ご覧になっていただいたかと存じますが、Web サイトのリニューアルもしておりまして、ホームページも見やすくなったかと存じます。ここにおいての広告宣伝費等々の Web サイトのリニューアルというものがこちらにおいて費用としてかさんではおりますし、また、2024 年 3 月期の期中に基幹システムを大幅に入れ替え、販売管理、サービス支援システムを使いやすいにするために、このような形で費用を増加させております。

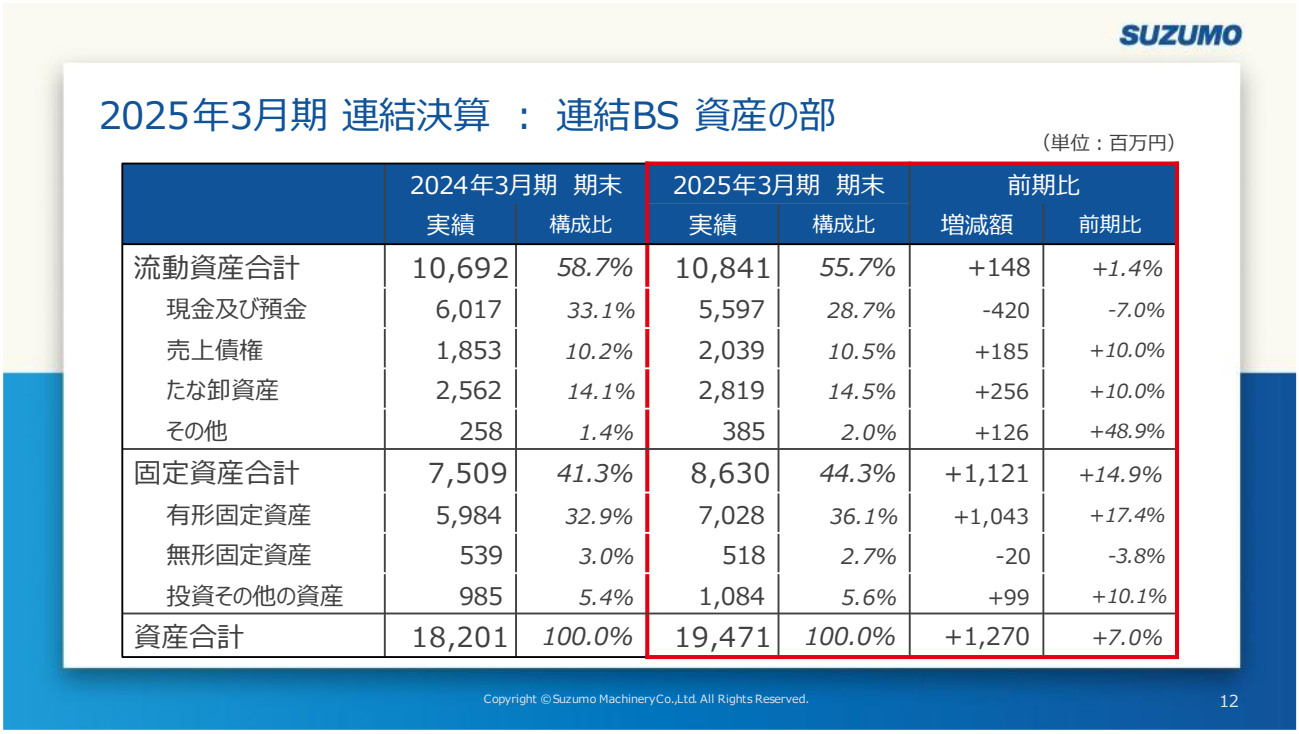
しかしながら、この売上伸長に対しては、この販管費というものは健全な伸び率を確保できたのではないかなと考えております。

サポート
日本 050-5212-7790
フリーダイアル 0120-966-744 メールアドレス support@scriptsasia.com
SCRIPTS Asia's Meetings, Globally



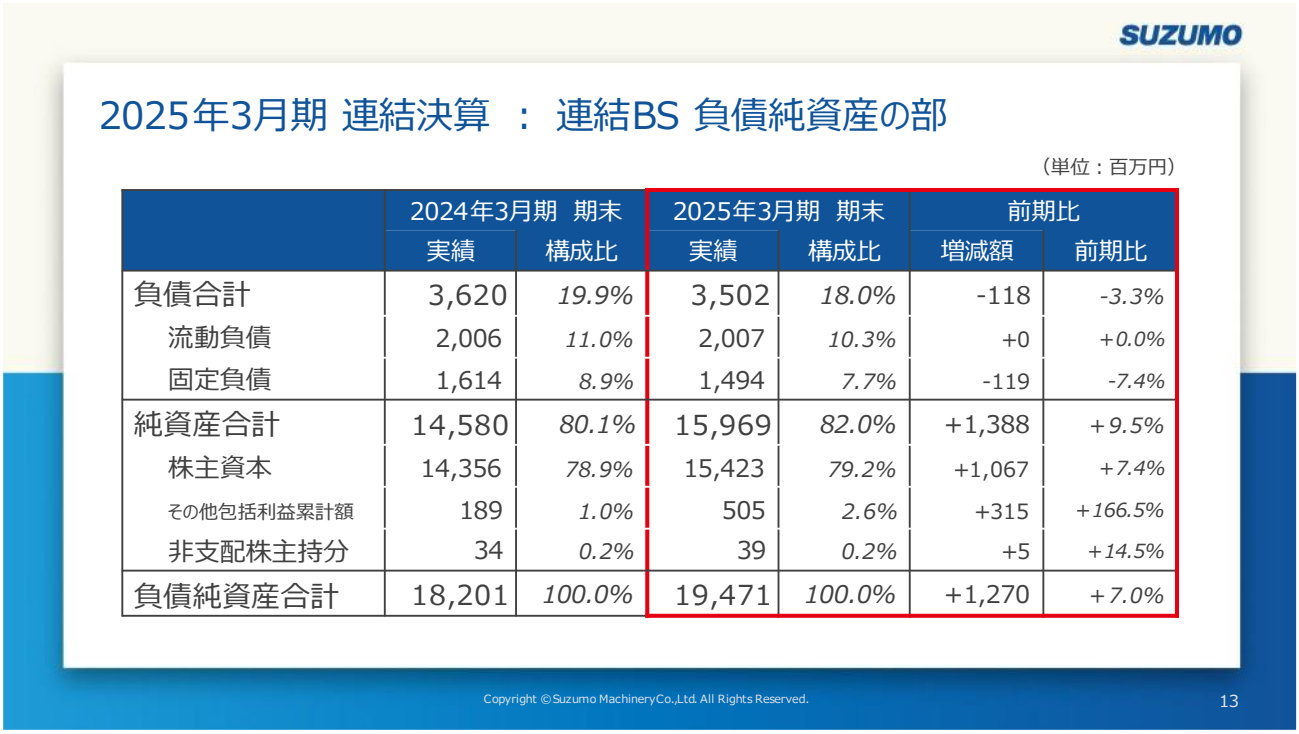
次のページをお願いいたします。こちらが連結決算の売上高、営業利益の推移でございます。ご覧になるとおりでございますけれども、2020 年 3 月期は 8.6%の営業利益率でしたけれども、この 2025 年 3 月期は営業利益率 2 桁、そして 12.1%を確保することができました。

また、ROE におきましても 9.6%、若干 10%を切るところでございますけれども、概ね 2 桁というところを達成することができました。



	2024年3月期 期末		2025年3月期 期末		前期比	
	実績	構成比	実績	構成比	増減額	前期比
流動資産合計	10,692	58.7%	10,841	55.7%	+148	+1.4%
現金及び預金	6,017	33.1%	5,597	28.7%	-420	-7.0%
売上債権	1,853	10.2%	2,039	10.5%	+185	+10.0%
たな卸資産	2,562	14.1%	2,819	14.5%	+256	+10.0%
その他	258	1.4%	385	2.0%	+126	+48.9%
固定資産合計	7,509	41.3%	8,630	44.3%	+1,121	+14.9%
有形固定資産	5,984	32.9%	7,028	36.1%	+1,043	+17.4%
無形固定資産	539	3.0%	518	2.7%	-20	-3.8%
投資その他の資産	985	5.4%	1,084	5.6%	+99	+10.1%
資産合計	18,201	100.0%	19,471	100.0%	+1,270	+7.0%

では、12 ページ目をご覧になっていただきたいと思います。こちらがバランスシート、資産の部でございまして、これは大幅な変更はございません。一方で、この固定資産のほうでございますけれども、鶴ヶ島の新工場、後ほど中期経営計画のご説明のほうでも説明させていただきたいと思いますが、建設が順調に進んでいるところでございます。

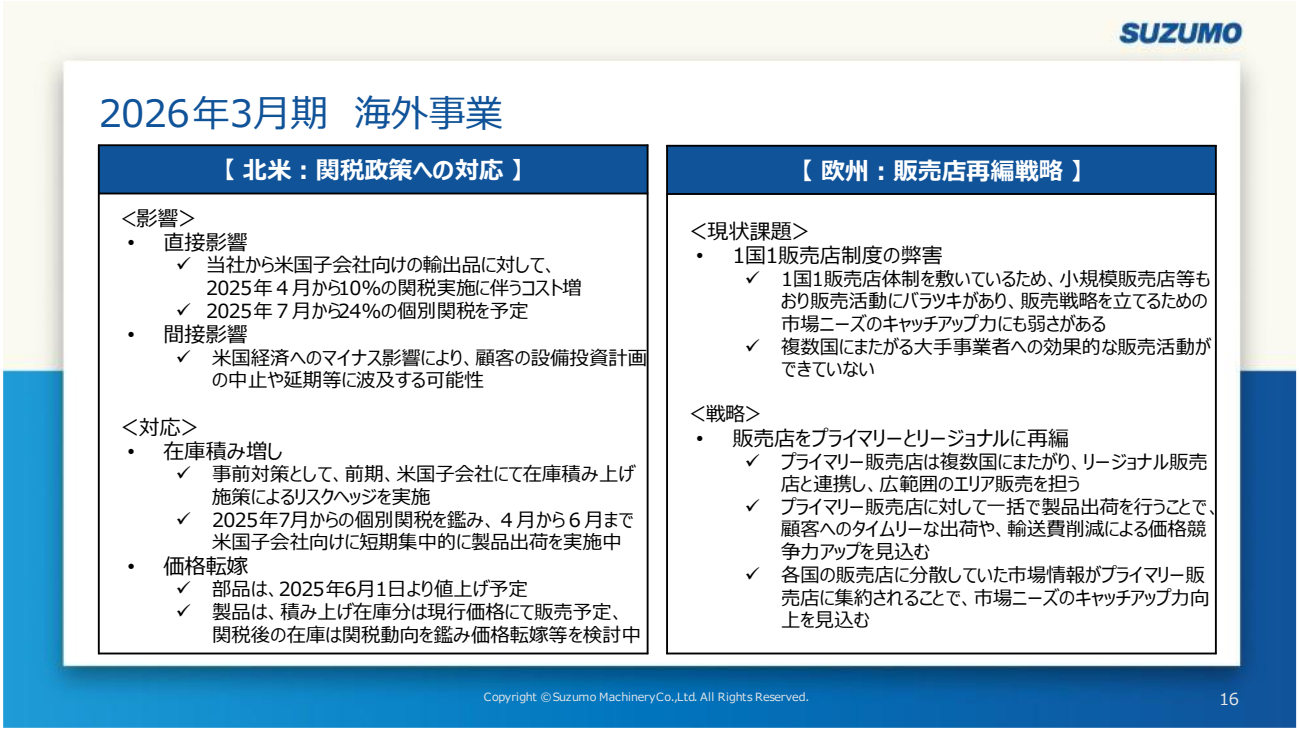


	2024年3月期 期末		2025年3月期 期末		前期比	
	実績	構成比	実績	構成比	増減額	前期比
負債合計	3,620	19.9%	3,502	18.0%	-118	-3.3%
流動負債	2,006	11.0%	2,007	10.3%	+0	+0.0%
固定負債	1,614	8.9%	1,494	7.7%	-119	-7.4%
純資産合計	14,580	80.1%	15,969	82.0%	+1,388	+9.5%
株主資本	14,356	78.9%	15,423	79.2%	+1,067	+7.4%
その他包括利益累計額	189	1.0%	505	2.6%	+315	+166.5%
非支配株主持分	34	0.2%	39	0.2%	+5	+14.5%
負債純資産合計	18,201	100.0%	19,471	100.0%	+1,270	+7.0%

では 13 ページ目をお願いいたします。こちら負債の部も大幅な変更はございません。これはご参考になっていただきたいと思います。

2026 年 3 月期本年度、進行年度の連結業績予想をご説明させていただきたいと思います。

売上高に関しましては、計画 178 億 7,000 万円、前期比で 15%の増を達成してまいりたいと存じます。営業利益に関しましては 20 億円、前年対比で 5.8%、そして純利益は 15 億円と 2.2%でございますけれども、こちらは大幅な売上を海外、そして国内においては堅調な伸び率をということを達成して、健全な利益を確保していくという業績を予測してまいります。



16 ページでございます。まず、海外事業でございます。特に北米でございますけれども、関税政策への対応というようなことで、こちらはやはり直接的な影響と間接的な影響を分けて考えればならないということで、適宜経営会議等々においても深く議論してまいっているところでございます。

やはり直接の影響といたしましては、当社から米国子会社向けの輸出入品に関しましては、2025 年 4 月から既に実施されております 10%の関税実施に伴うコスト増ということを既に見込んでございます。

現在のところ、まだいろいろ不透明な政策ではございますけれども、やはり 2025 年 7 月、再来月から 24%の個別関税が実施されるのではないかというようなことを予定しておりながら、本年度の決算予測を策定してまいってございます。

一方で、間接的な影響ということに関しましては、まだまだ不透明なところがたくさんあるかと存じますけれども、やはりお客様の設備投資の計画の中止や延期等々に波及する可能性があるのではないかというようなことを鑑みながら、海外事業の、そして特に北米の事業展開に関しましては懸案事項として考慮しているところでございます。

もっともそれに対しての対応といたしましては、既に弊社は昨年度以来、在庫の積み増しを北米に向けて行っております。事前の対策といたしましては、この北米の子会社に在庫を積み上げて、こ

の施策によってのリスクヘッジを実施しておりまして、既にアメリカにおいて、すぐにお客様にご対応できるような在庫を用意しております。

また、2025 年の 7 月からの個別関税に鑑みて、この 4 月から 6 月まで短期集中的に出荷を実施することによって、このお客様の駆け込みニーズに対応していきたいと考えております。さらに価格転嫁というようなことも同じく考えているところでございまして、6 月以降値上げを予定してまいります。これは弊社の製品の部品に関しましてはこれを行わせていただきたいと考えているところでございます。

一方で製品に関しましては、積み上げている在庫分は現行価格において販売予定で、お客様のニーズに対応してまいりたいと考えております。また、関税後の在庫は関税動向に鑑みて価格転嫁を検討しているところでございます。こちらの対応に関しましては非常にセンシティブなことでもございますし、一方で日々いろいろな政策が変更されているところでございます。この国内外の状況をよく理解し、そしてこれを経営に反映し、お客様にご都合のいいように、さらに皆様のニーズにちゃんと適応した形において弊社としては対応してまいりたいと存じます。

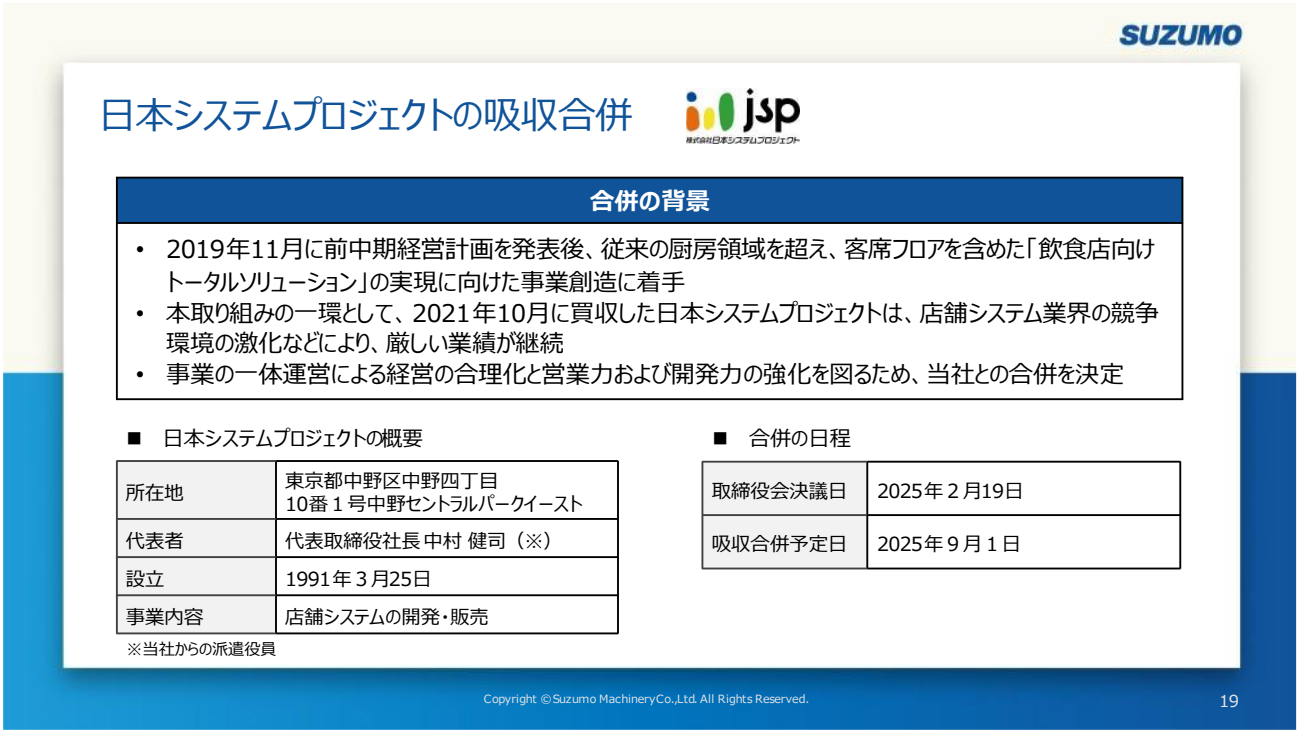
また、欧米に関しましては、販売店の再編戦略を昨年度来実施しております。現状に関しましては、欧州の 1 国 1 販売店制度を敷いていたところではございますけれども、このため小規模の販売店もおり、販売店活動にばらつきがありました。この戦略を立てるために市場ニーズをタイムリーにキャッチアップする弱さがあったところでございました。

また、複数国において大手事業者への効率的な販売活動ができていなかったというような反省点がございました。そこにおいて、昨年度来実施してきた戦略といたしましては、販売店をプライマリー、そしてリージョナルというような販売店に再編してまいりまして、プライマリー販売店は複数国にまたがってリージョナル販売店と連携して、広域のエリア販売を担うということをやってまいります。

そして、プライマリー販売店に関しましては一括で製品出荷を行うことで、顧客へのタイムリーな出荷や輸送費削減、価格競争力のアップを見込んでまいります。また、各国に販売店として分散していた市場情報や、プライマリー販売店に集約されることで市場ニーズをキャッチアップして、また売上の向上を見込んでまいります。このような取り組みを欧州においては行ってまいりたいと存じます。

では、17 ページ目でございます。こちらは 26 年 3 月期の株主還元方針と配当予想でございます。終わった期、2025 年 3 月期に関しましては、当初の予想は期末で 18 円、そして合計で 33 円の予想をしておりました。これを、期末を 19 円、1 円増配させていただきまして、合計 34 円お支払いしたいと考えております。こちらは後ほどの中期経営計画の中でもご説明させていただきたいと存じますが、株主の方々へお約束した総還元性向の 30%以上というところを実現したいという思いでございます。

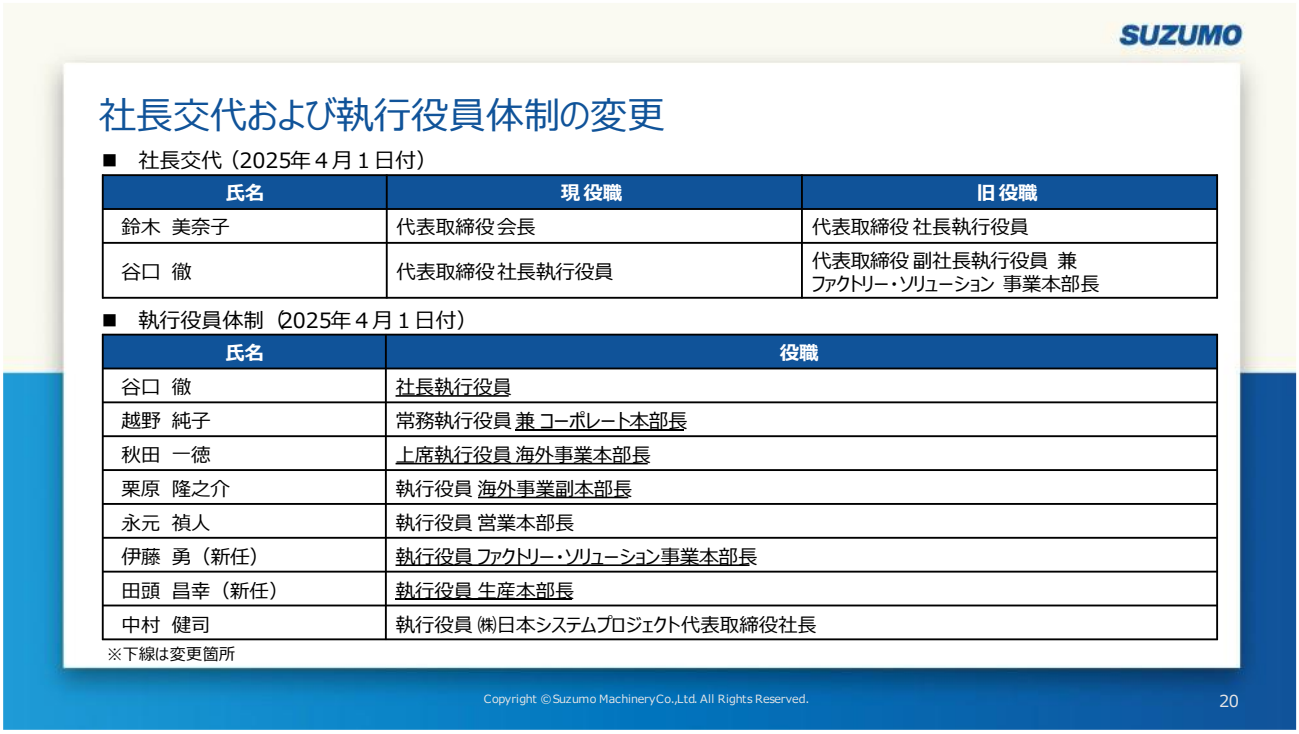
そこに基づいて、2026 年 3 月期の予想といたしましては、現状、第 2 四半期末で 15 円、そして期末で 20 円の合計 35 円の年間配当金を予想しております。



次のページをお願いいたします。それでは、昨年度来のトピックスをご説明させていただきたいと思います。まず、日本システムプロジェクトを吸収合併いたします。当社は 2019 年 11 月に前中期経営計画発表後、従来の厨房領域に加えて、客席フロアを含めた飲食店様向けのトータルソリューションの実現に向けた事業創造、事業をクリエイトしていくということに着手してまいりました。

本取り組みの一環として買収した日本システムプロジェクトは、店舗システム業界の競争等々の激化により厳しい業績が継続してまいったものではございますけれども、ただ、事業の一体化、これは当社との一体運営によって経営の合理化をすることによって、営業力および開発力の強化を図るため、当社と合併を決定いたしました。

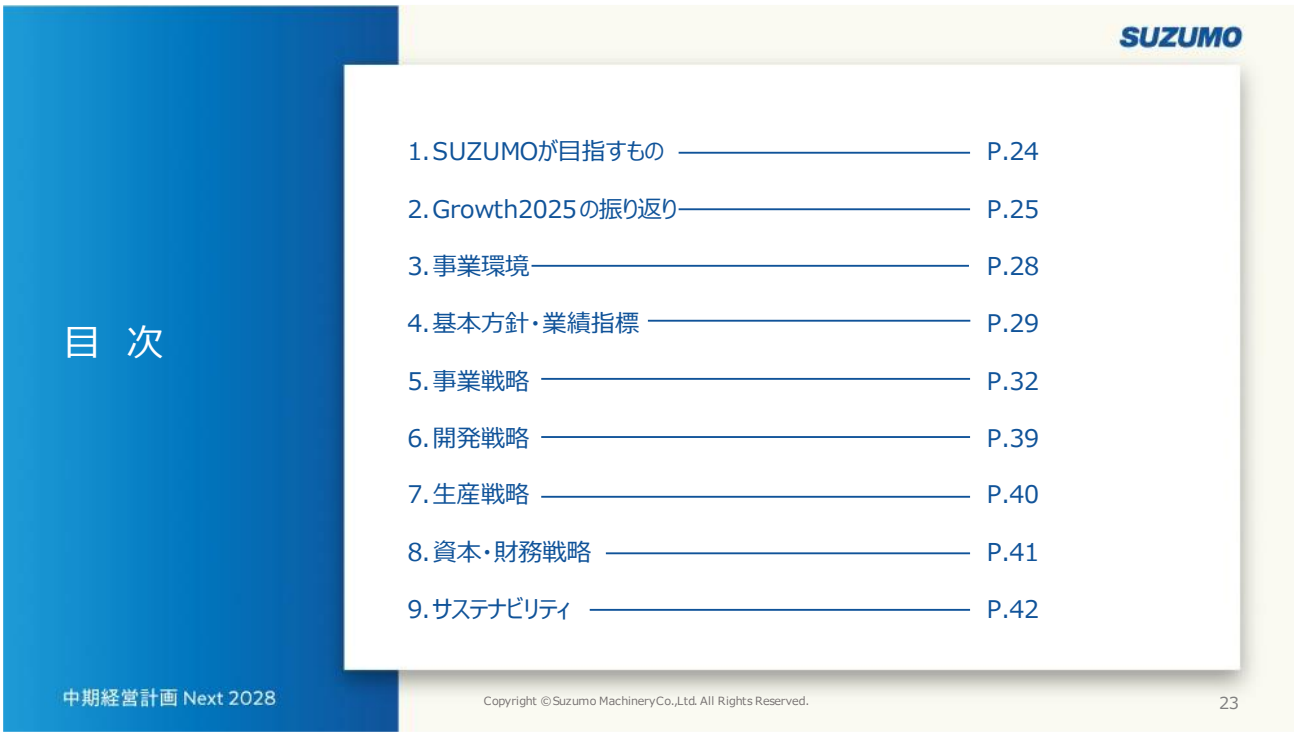
これは既にプレスリリースにおいて発表させていただいているところでございますけれども、次なる新しい新中計においては重要なファンクションとして、日本システムプロジェクトを当社に吸収することによって、また一体することによって、さらに効率よく、さらにお客様のご提案というようなことを充実させていくためには必然な合併と考えておりまして、この合併予定日は 9 月 1 日でございますけれども、これに基づいて社内においては、この経営体制において深い議論をして、次の成長に発展させていくような議論を日々しているところでございます。



次のページをお願いいたします。また、４月１日より新社長、谷口が代表取締役社長執行役員となりまして、今まで弊社の成長を牽引してきました鈴木美奈子が代表取締役会長となりました。さらに弊社が成長していくためには大きな舵取りをしていくところでございまして、このような盤石な経営陣を配したいということに基づいて、執行体制もここで一新してまいります。

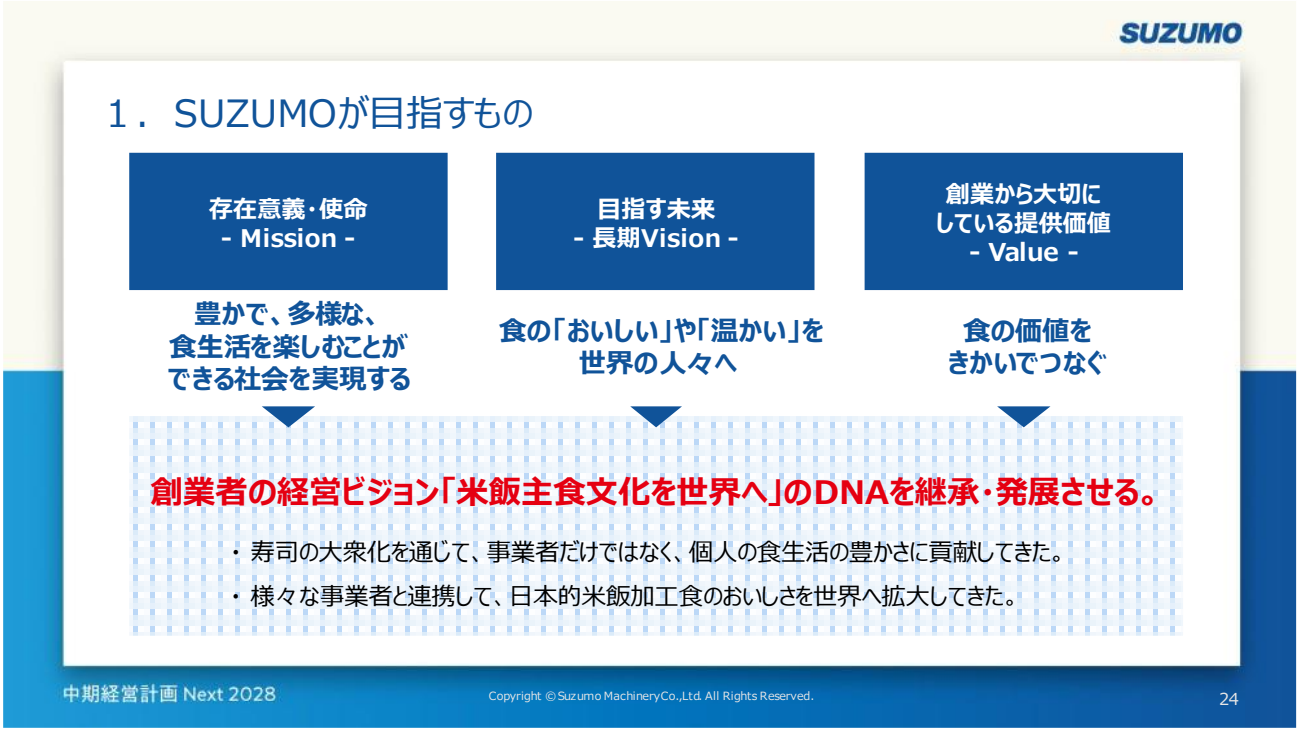
社長執行役員の谷口のもとに、さらに海外事業を変化させて成長させていくということで、海外事業本部に２人の執行役員を配することとなりました。また、ファクトリー・ソリューション事業本部、こちらは後ほど中期経営計画の説明のほうでさせていただきますけれども、こちらにも新任の執行役員、そして生産本部、新しい工場を建ててまいりますので、そこにおいても、新任の執行役員を任命したところでございます。

以上、社長交代や執行役員体制の変更に関して説明させていただきました。



では、次のページ以降、あらためまして中期経営計画 Next 2028 のご説明に移らせていただきたいと思います。

23 ページ目が、この中期経営計画の内容の詳細となってまいりますが、これに従って、次のページ以降ご説明してまいりたいと存じます。

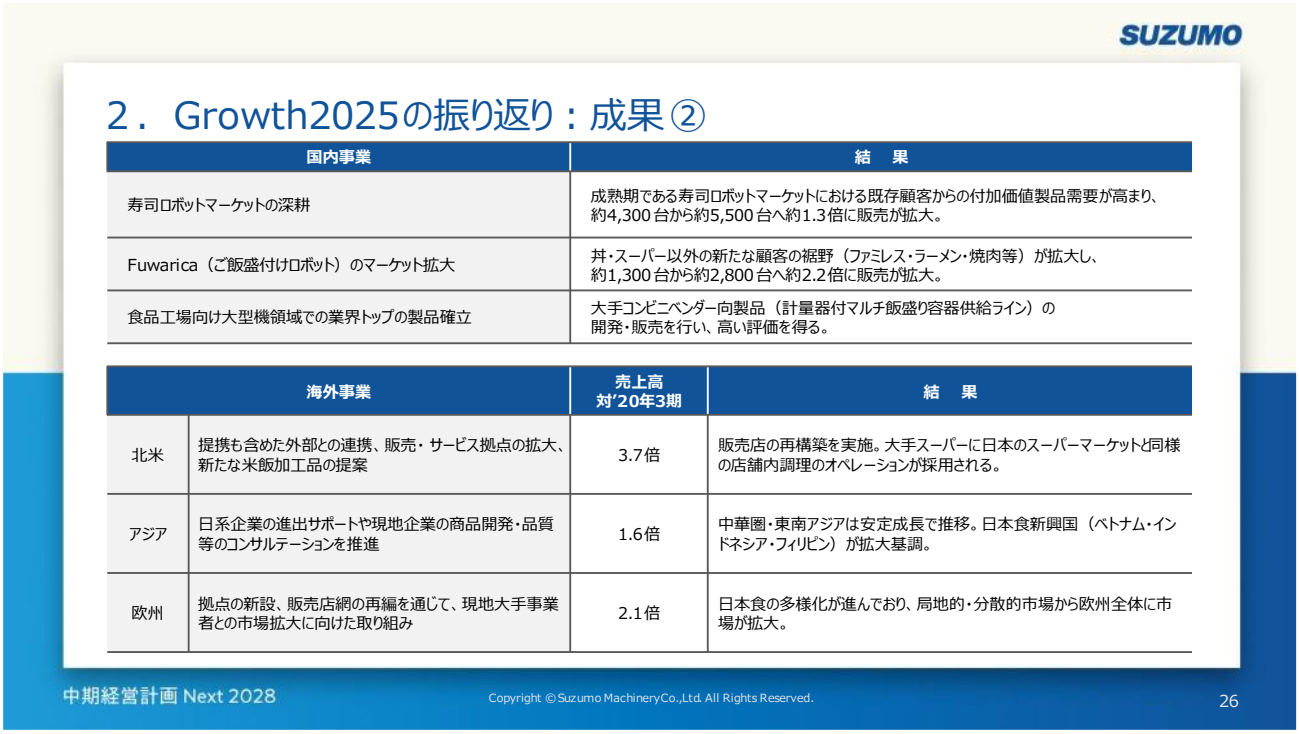


まず、弊社、SUZUMO が目指すもの。この存在意義や使命、Mission「豊かで、多様な、食生活を楽しむことができる社会を実現する」ということ。そして、目指す未来に関しまして、この長期 Vision、『食の「おいしい」や「温かい」を世界の人々へ』。そして、創業から大切にしている提供価値、こちらは Value でございますが「食の価値をきかいでつなぐ」。これら創業来の創業者の経営ビジョン「米飯主食文化を世界へ」の DNA を継承・発展させていく、これは弊社において絶対に変わらない Mission、Vision、Value でございまして、ここをもってして、新たな中期経営計画を達成するために目指していきたいと考えているものでございます。

次のページをお願いいたします。それでは、Growth 2025、今までの中期経営計画の振り返りでございます。この成果といたしましては、既存のマーケットの拡大や深掘りを推進していくこと。こちらに関しましては、米飯加工機械の販売が大きく拡大いたしました。特に海外において大きく成長することができたと考えております。

また新たな成長分野の事業を構築するということ、M&A アライアンス、先ほど申し上げました日本システムプロジェクトという企業と出会い、そして一緒にアライアンスを通じて、そして弊社の中に一緒に取り込むことによって、米飯加工機械分野以外の開発や事業を開始することができました。

また、事業の成長に資する投資を積極的に実行するということで、新工場の建設に着手することができたり、また、人員や新しいシステム、研究開発を大きく実行することができました。さらに、事業成長および社会的な価値の向上ということで、企業価値、これは時価総額におきましては 3 倍大きくすることできました。



26 ページをお願いいたします。また、成果といたしましては、国内事業、海外事業と分けて見てみますと、寿司ロボットのマーケット、先ほど申し上げたところから少し数量の定量的なこともこちらに載せておりますけれども、付加価値製品の需要が高まって寿司ロボットマーケット、確かに成熟期ではありましたけれども、まだまだ伸ばすことができまして、台数ベースでいうと約 1.3 倍の販売を拡大することができました。

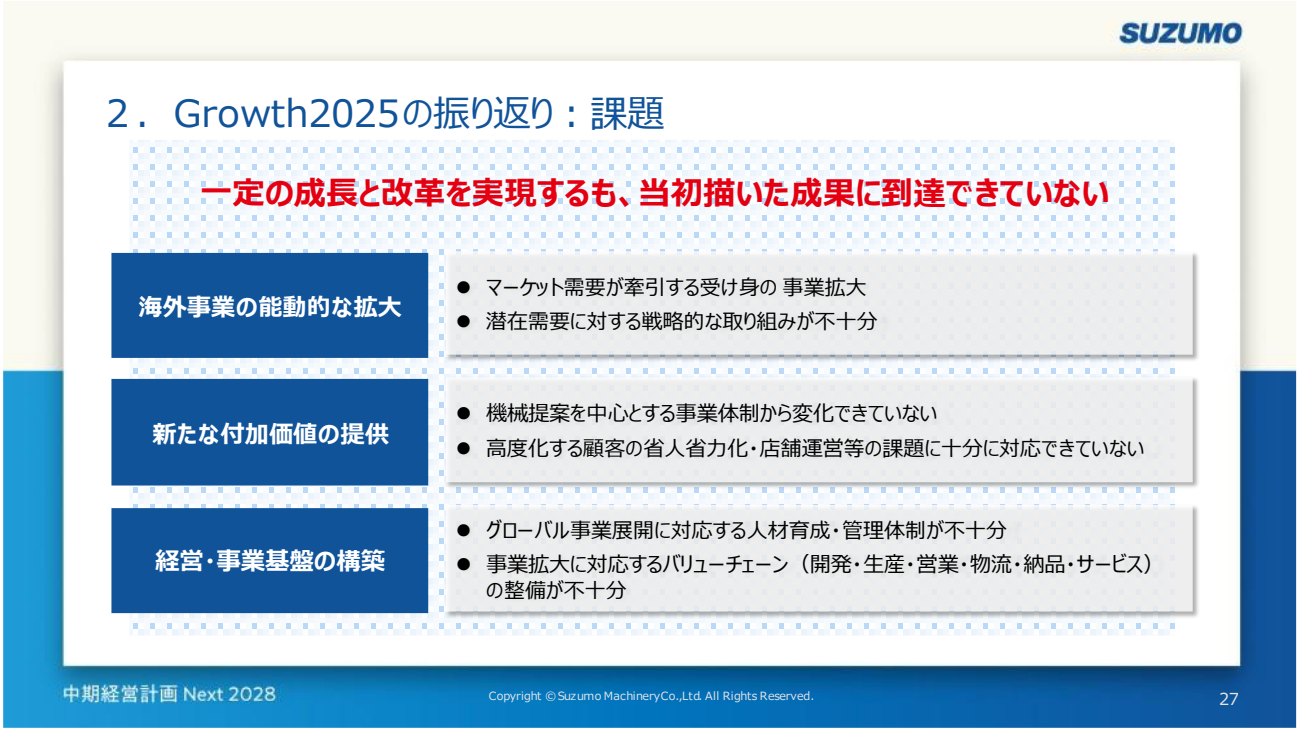
そして、Fuwarica、ご飯盛付けロボットのマーケットも大きくなりまして、丼やスーパー以外の新たな顧客、先ほども少し申し上げましたけれども、やはりファミレス、ラーメン屋、そして焼肉屋まで拡大することによって、こちらのお客様において大幅に台数を伸ばすことができました。

また、食品工場向けの大型機領域において、業界トップの製品を製造し販売することができまして、大手コンビニベンダー様向けや開発販売を行って、高い評価を得られたと考えております。

また、海外事業におきましては、北米、アジア、欧州において、こちらは北米におきましては提携も含めた外部との連携、販売サービス拠点の拡大や新たな米飯加工品を提案することができまして、2000 年 3 月期対比では 3.7 倍の売上を伸長することができました。

アジアにおきましては、日系企業様の進出サポートや現地企業様への商品、開発品質やコンサルテーションを実施することによって、2000 年 3 月期売上対比では 1.6 倍成長することができました。

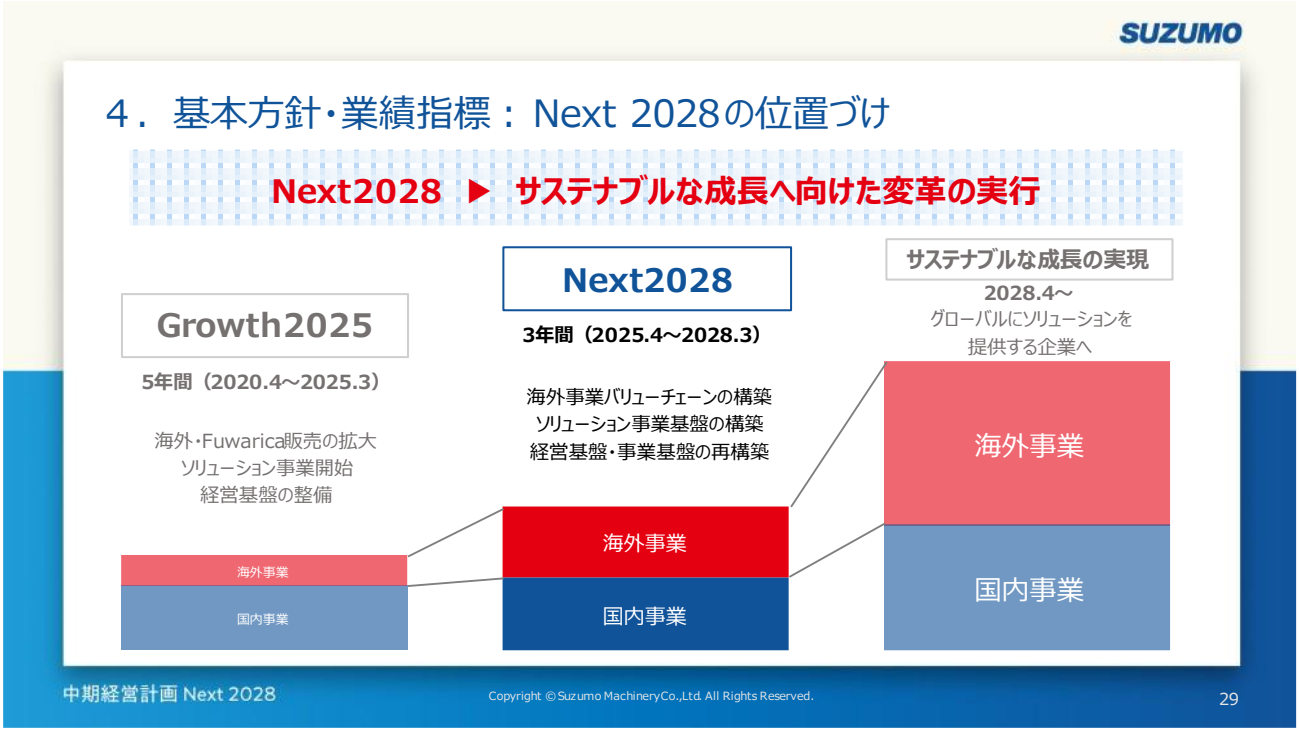
また、欧州に関しましては、先ほども少しご説明いたしました販売店の再編を通じて、現地大手の事業者様と市場拡大に向けた取り組みをすることができまして、2.1 倍の売上を達成することができました。



次のページをお願いいたします。2025 年の Growth 2025 の振り返りといたしましては、まだ課題がございます。課題が染み出してまいりました。一定の成長と改革を実現することができたものの、やはり当初描いていた成果を達成できていないと考えておりまして、そのポイントといたしましては、海外事業の能動的な拡大、もちろん海外のマーケットは大きく伸びてはございますけれども、需要が拡大するに当たって、あくまでも受身の事業拡大になっていなかったであろうかという疑問や、また反省点、そして潜在需要に対する戦略的な取り組みが不十分ではあったのではないかと考えております。

また、新たな付加価値、価値の提供ができたのであろうか。高度化するお客様の省人・省力化、店舗運営等の課題に十分対応できたのであろうか。また、機械提案を中心とする事業体制からの変化が何かきちっとできたのかどうかといったような課題や、さらに経営や事業基盤の構築、すなわちグローバル企業の変化に対応する人材育成や管理体制が不十分であったのではないかや、またそれに対応するバリューチェーンの整備が不十分であったのではないかといったような課題をわれわれはともに考えて、成果が達成できていないというような課題の染み出しを認識しております。

次のページをお願いいたします。また、われわれの事業環境ということを考えてみるところにおいては、省人化、省力化のニーズ拡大と日本食の市場が拡大しているというところを、よく理解しているところでございます。人手不足の深刻化と賃金の上昇というところは、これはユニバーサルな問題として、深刻な問題として受け止めておりまして、特に外食・小売事業者様の事業課題の高度化や、グローバルにおいては日本食の普及や拡大というもの、そして日系企業様の海外進出の加速といった大きな事業環境が変化しているととらまえております。



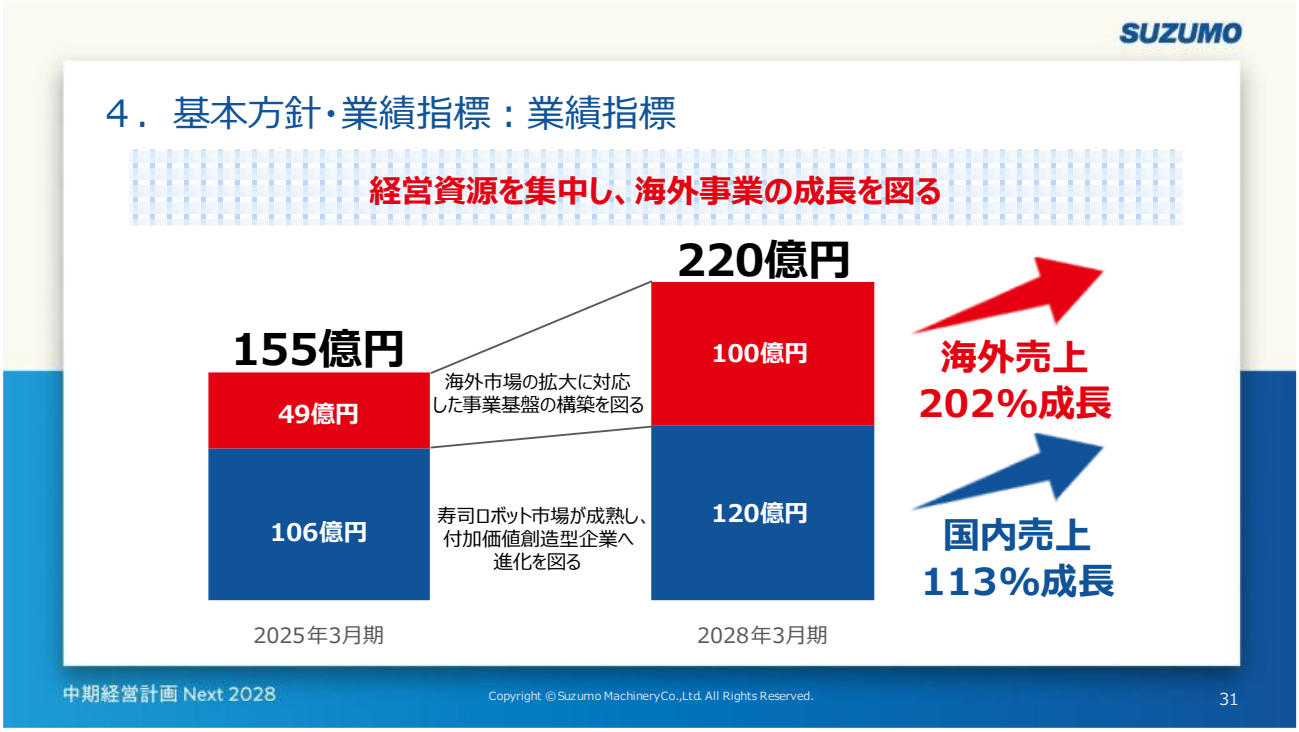
それに基づいて、弊社の新たな中期経営計画、Next 2028 このネクストという言葉に込められた思いということは、こちらにございます、サステナブルな成長、サステナブル、この言葉のとおり永続的な成長をすることを実現することができるような、この 2026 年 3 月期から 2028 年 3 月期という重要な位置と位置付けまして、その次の成長に結び付けていくという思いから、Next 2028 という中期経営計画を策定したところでございます。

この後に詳しくご説明差し上げたいと存じますが、海外事業のバリューチェーンの構築やソリューション事業、そして経営基盤の再構築というものが、この Next 2028 の骨子になってまいります。

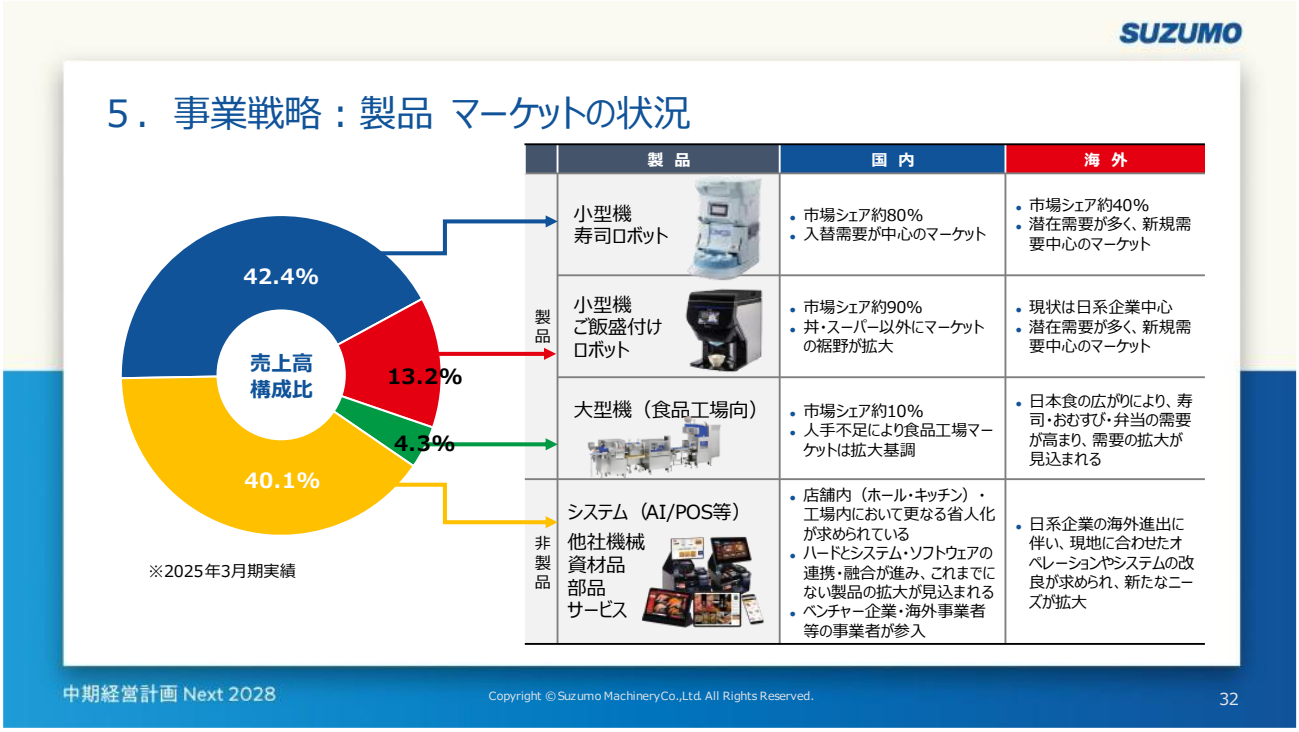
それでは、次のページをご覧になっていただきたいと思います。1 番目の真のグローバル企業の体制構築という部分に関しましては、グローバルに展開していく社内外のバリューチェーンを構築し、売上高の拡大、海外の売上高の拡大を大きく図ってまいります。

また、付加価値創造型の企業に進化してまいります。機械、マシナリーのセールスからソリューションプロバイダへ、このソリューションという言葉、非常に難しいものでございます。いろんな考え方があるのではないかという、いろいろな議論をしてまいっております。ただ、この自社機以外の売上高の拡大を図っていくというものでございまして、これをもってしてサステナブルな成長を実現していく弊社、企業の基盤の構築をしてまいるものでございます。

こちらを実現することによって、定量的な連結業績指標の目標といたしましては、売上高 220 億円、営業利益 30 億円、そして ROE12%を目指してまいります。



次のページをお願いします。そして、弊社の経営資源を集中し、海外の事業成長を図る。この内容でございますけれども、こちらは海外の拡大に対応する事業基盤の構築を図ることによって、海外売上を 100 億円、そして国内売上を 120 億円と大幅に伸長してまいる定量的な予測を国内外で表したものでございます。



次のページをお願いいたします。この事業戦略の内容といたしましては、製品マーケットの状況、こちらは国内外をご覧になっていただきたいと思います。この小型機の寿司ロボットに関しましては、国内のシェアは 80%以上を現在確保しているところでございまして、入れ替え需要が中心のマーケットとなってまいります。

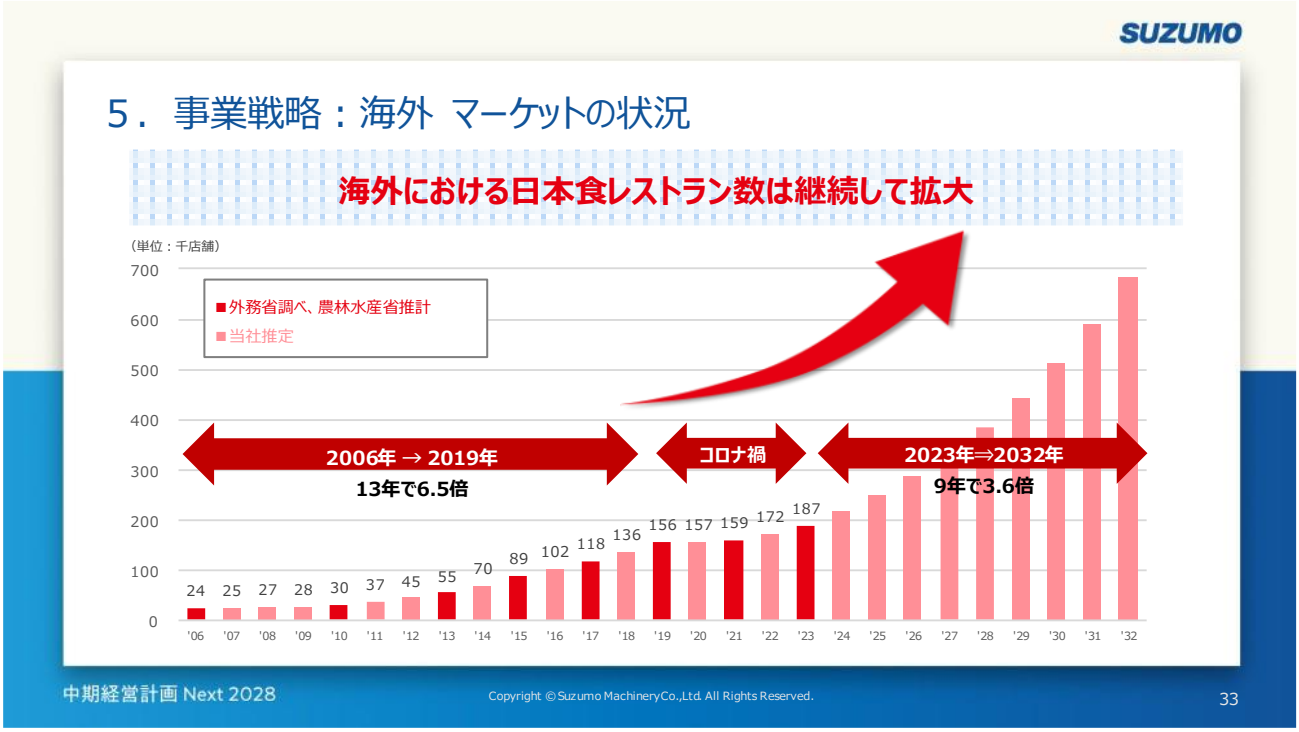
一方で海外に関しましては、市場シェア 4 割とありますけれども、まだまだマーケットが伸びているところでございまして、潜在需要が大きくございます。こちらの新規の需要を開拓してまいるものでございます。

また、小型機のご飯盛付けロボット、弊社のブランド、Fuwarica でございますけれども、こちらも国内だけではなく、海外につきましては日系企業様の潜在需要が非常に大きく、新規の需要を開拓することをこの中期経営計画でやってまいります。

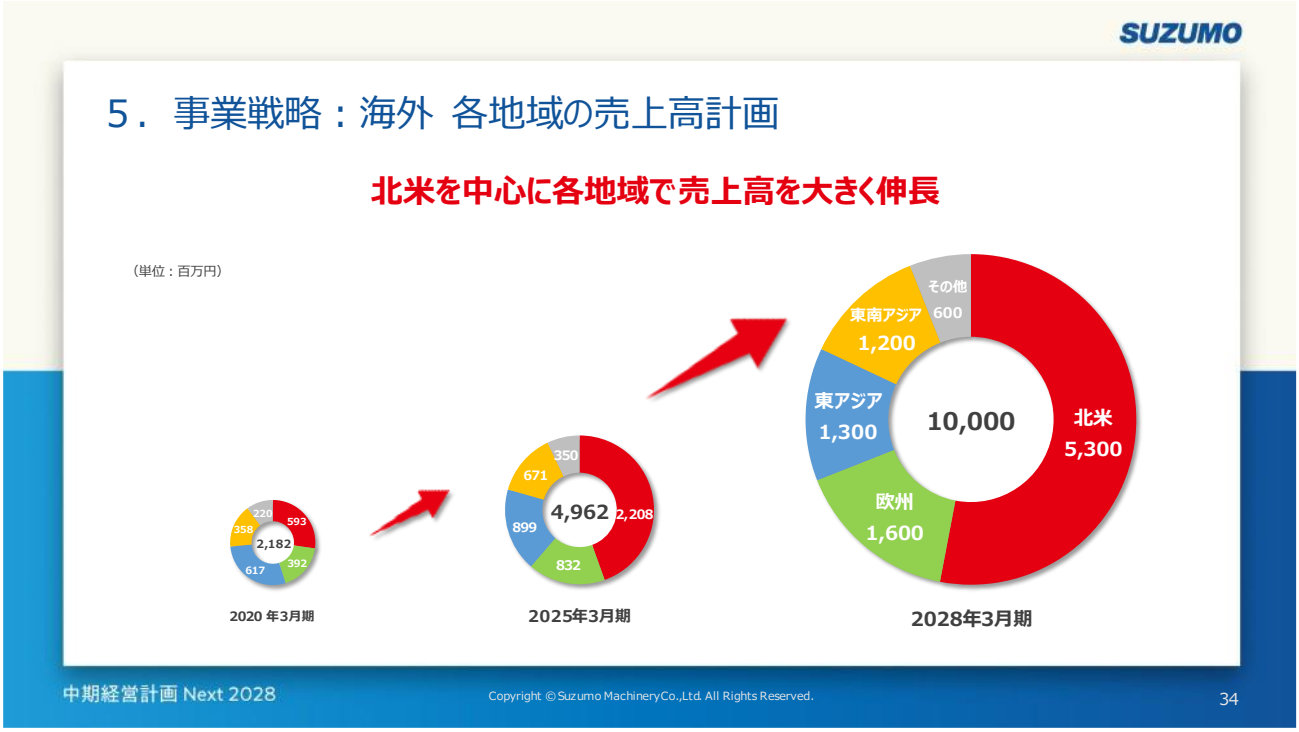
また、大型機、こちらは食品工場向けではございますけれども、こちらも海外においてはまだまだ寿司、おにぎり、弁当の需要が見込まれておりまして、需要の拡大が見込まれております。

また、本事業に関しましては、国内市場シェアにおいてもまだ 10%という大幅な拡大の余地もございまして、人手不足や食品工場様のマーケットの拡大基調は盤石でございます。

一方で、非製品というものでございますが、まだ弊社に関してはチャレンジなところではございますけれども、店舗内のホールやキッチン、ハードとシステムやソフトウェアを融合し、その製品の拡大が見込まれるところで、国内外でこの需要を取っていきたいと考えておるところでございます。

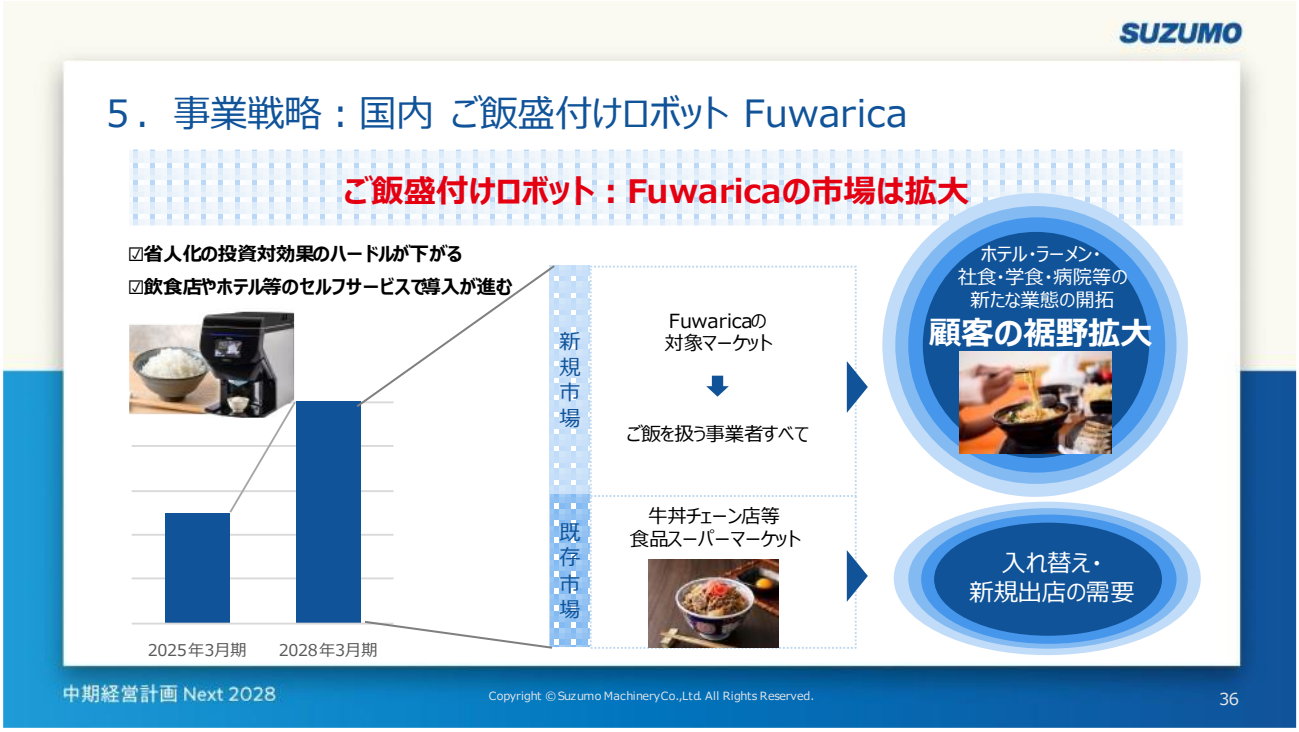


次のページをお願いいたします。こちらが海外のマーケットの状況を表したものでございまして、海外においては日本食レストランの数は継続して拡大しております。こちらは 2023 年から 32 年まで、9 年間で 3.6 倍と当社で推計しておりますけれども、まだまだこの当社推定を上回る伸長が見込まれるとも考えております。



次のページをお願いします。海外の各地域の売上高の計画をこちらに表したものでございまして、真ん中、2025 年 3 月期でございますけれども、ここから今後 3 年間において、28 年 3 月期、北米においては 53 億円、そして欧州 16 億円と、こちらも大幅な伸長を北米中心に実現してまいりたいと考えております。

次のページをお願いします。事業戦略の海外の重点取り組みでございますが、先ほどの数字を実現するために、グローバルの大手スーパーマーケットや外食への拡販を目指してまいります。さらに販売店の体制の強化の見直しや、海外の進出を志向する日系企業様のサポートの強化をし、また、弊社の SUZUMO という海外ブランディングを強化して、これらの基盤を見直して強化することによって、体制そしてノウハウ、リソースを活用して、海外のバリューチェーンを強化してまいります。



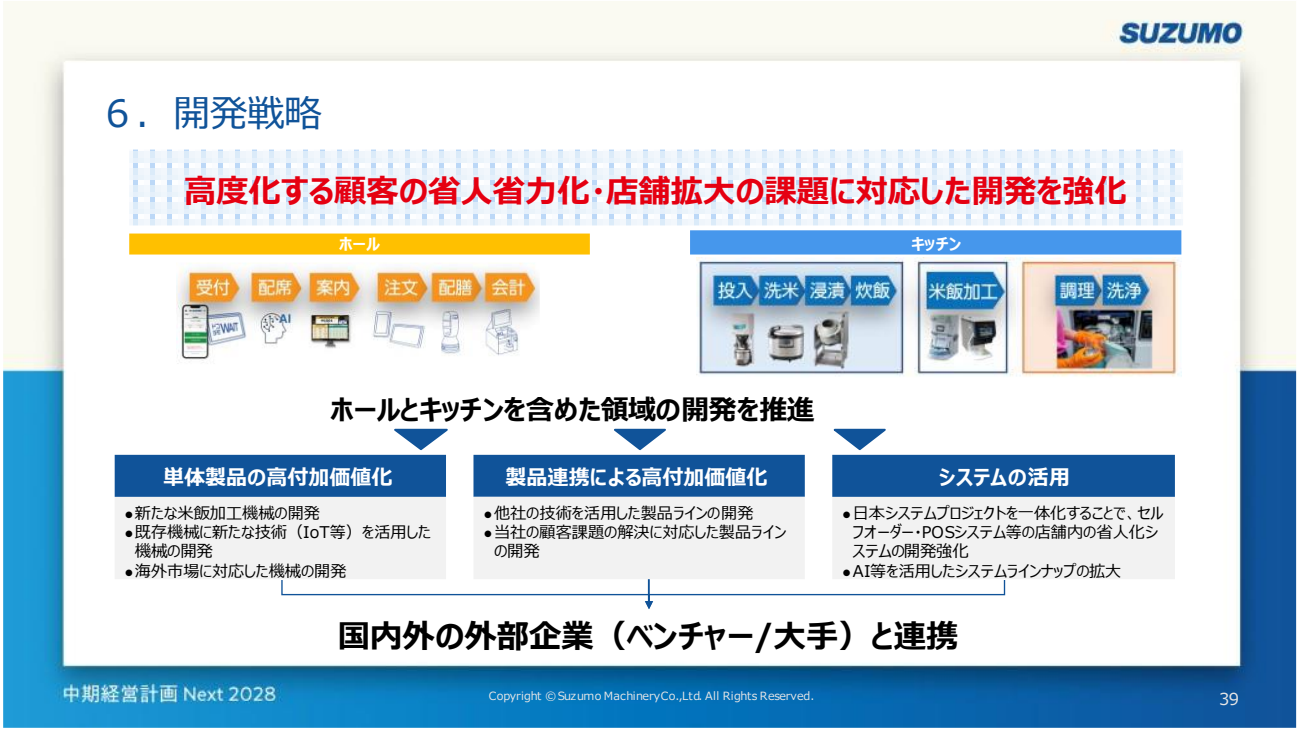
36 ページ目をお願いいたします。また、国内におきましては、ご飯盛付けロボット Fuwarica、この市場の拡大はまだまだございます。新規の市場に関しましては、ホテル、ラーメンチェーン、そして社食、学食、病院等々、新たな業態の拡大をしてまいります。お客様の裾野拡大はまだまだ大きくあるところでございまして、新たな Fuwarica のマーケットを創造してまいります。そして、最終消費者様とのタッチポイントということで、重要なブランディングであると弊社としては考えております。

既存市場におきましては、入れ替えや新規出店の需要をきちっと取り込んでいくということが重要な課題となって、こちらを取り組んでまいります。

次のページをお願いします。さらに国内のソリューション販売でございますが、顧客の事業課題の解決の推進、そしてこの米飯加工機以外の提案をして、サービスラインナップを拡大することによって、1 案件 1 お客様当たりの付加価値の提供面積を拡大してまいります。

次のページをお願いいたします。そして、大型機事業に関しましては、特に海外市場において、米飯商品やこれらを扱う日系やローカル企業様のコンビニエンスストアやスーパーマーケットが増加してまいりまして、海外の工場での米飯食品を大量生産するという現状がございます。これらの拡大を国内の市場の販売と並行して、国内市場のノウハウを活かして、海外市場においての販売を強化してまいります。

また、これらは外部企業様との協業を拡大して共同開発や自社機械にとどまらない提案活動を実施してまいりたいと存じます。



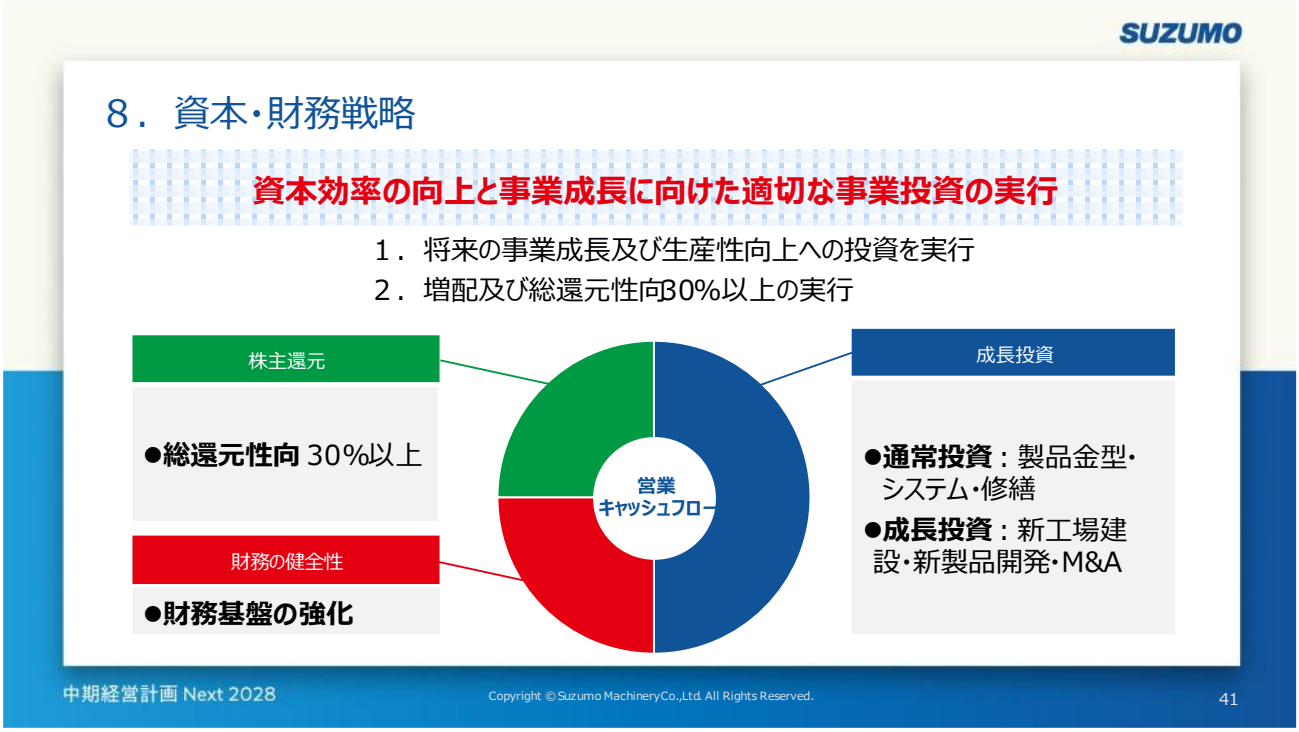
次のページをお願いします。また新たな開発戦略といたしましては、高度化するお客様の省人化、省力化、店舗拡大の課題に対応した開発を強化するために、お客様の中のホール、受付から会計までの間の一貫したこのソリューション、そしてまたはキッチン内におきましては、お米を投入するところから、そして調理して、さらにこの機械を洗うといった、このホールとキッチンを含めた領域の開発を推進してまいります。

これを行うためには、単体の製品の高付加価値化、例えば既存の機械に IoT、Internet of Things、こちらを活用した機械の開発をしたり、海外の市場に対応した機械の開発をしてまいります。

これらを独自にするだけではなく、この製品ラインを開発し、当社の顧客課題の開発に向けた製品の開発や、これらを動かすシステムや、このノウハウといったものを日本システムプロジェクトを一体化する、吸収合併することや、また国内外の外部企業様、ベンチャー企業様や大手企業様と連携することによってこれらを実現してまいりたいと考えております。

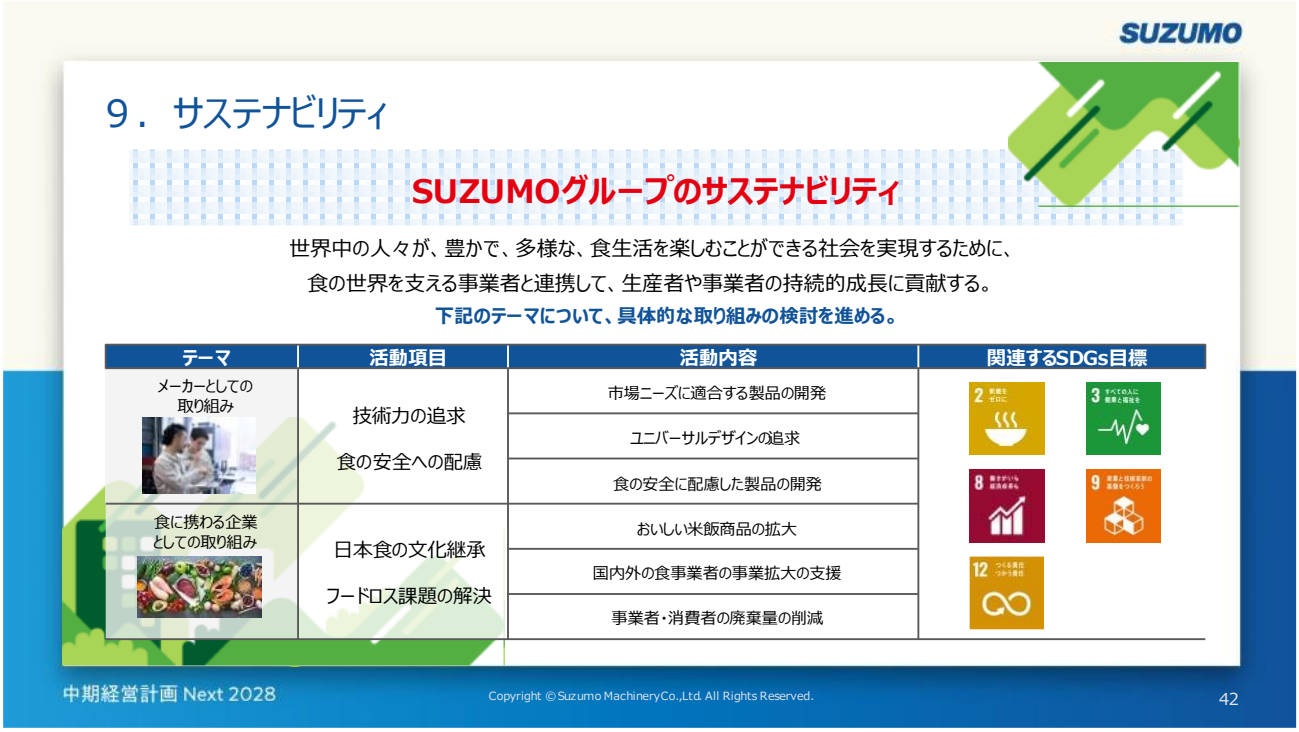
その礎を支える生産戦略でございますけれども、弊社の機械の生産に、新生産方式を導入することと、新工場建設によってさらに生産能力を向上し、生産性を改善してまいります。従来の既存の工場においては、セル生産方式や製番方式をとっております。

ここから新たに建設いたしました新工場、こちらは埼玉県の鶴ヶ島市に建設中の鶴ヶ島工場、こちらを鶴ヶ島テックプラントと命名してまいりましたが、こちらにおいて主力の小型機をメインに生産して、量産体制を構築してまいります。こちらはさらにライン生産方式や MRP 方式を導入することによって、この生産性の改善や原価低減に取り組んでまいります。



次のページをお願いいたします。そして、我々は資本、そして財務戦略として資本効率の向上や事業成長に向けた適切な事業投資を実行してまいります。こちらの真ん中の円グラフは、全体の営業キャッシュフローをご覧になっていただきたく、この半分を成長投資、すなわち通常投資や成長投資に振り向けてまいります。そして、前中期経営計画から引き継ぐ形において、株主還元ということで総還元性向 30%以上を実現してまいります。

そして、財務基盤の健全化といったものは、ここは変わりなく努力を進めてまいるところでございます。



そして最後に、弊社の目指すサステナビリティでございますけれども、SUZUMO グループのサステナビリティということ、こちらの関連する SDGs の目標というところで掲げてまいりますが、まだまだ下記のテーマにおいては具体的な取り組みや検討を進めてまいるところでございます。

ただ、弊社が絶対的に変わらないところといたしましては、世界中の人々が、豊かで、多様な、食生活を楽しむことができる社会を実現するために、食の世界を支える事業者様方と連携して、生産者様や事業者様の持続的成長に貢献していくというところでありまして、メーカーとしての取り組みや、食に関わる企業としての取り組みということを、活動内容を具体化することによって、こういった SDGs の目標を実現すること、このマテリアリティに関しましては、さらに具体化するところにおいて、この新中期経営計画の中で実現し、そして新たな課題に取り組んでまいりたいと考えているところでございます。

以上におきまして、新中期経営計画のご説明、そして冒頭の 2025 年 3 月期の決算説明をいたしました。ありがとうございます。

司会：ありがとうございました。

質疑応答

司会 ：続きまして、質疑応答に移ります。

ここで、あらためて Zoom からのご質問方法をご案内いたします。画面下の Q&A 機能よりご質問をお送りください。お送りいただく際は、会社名、氏名の記載をお願いいたします。質問内容は、他の参加者様には非公開に設定されており、運営側にて代読いたします。

それでは、ご質問をお受けいたします。

武田 ：それでは、オンラインでご参加されている方からご質問をいただいておりますので、質問内容を読み上げてまいりたいと思います。まず、1 点目の質問でございます。

質問者 ：25 年 3 月期における国内自社機の売上高を教えてください。

武田 ：こちらに関しては私から回答申し上げます。前期の業態別のグラフのところで、母数となる国内売上高の自社機の金額のことかと思いますけれども、こちらに関しては国内の連結売上高が前期 106 億円となっております。先ほど越野から説明いたしました自社機の構成比、中計の資料の中にもございました。こちらが前期 55.6%となっておりますので、金額としては約 59 億円という形になります。以上、回答申し上げます。

続きまして、2 点目の質問でございます。

質問者 ：今期計画の営業利益が微増益となっておりますが、こちらの要因を教えてください。コスト、どういったものを織り込んでおりますか。

武田 ：こちらに関しても、私から説明申し上げます。2026 年 3 月期の計画、こちらにおいては、先ほど説明いたしました中期経営計画の最終年度の目標を達成するため、また 2028 年 4 月以降、中計の次の期間のサステナブルな企業成長、持続的な企業の成長というものを行っていくための基盤構築に向けた投資を先行的に行っていくといったところを今期の計画には織り込んでおります。

具体的な内容といたしましては、まず今期、2026 年 3 月において、新工場が本稼働となります。その建物自体に関しては、今期の秋頃に竣工いたしますので、そこからトレーニング等々を行うことを鑑みて、工場関連のコスト、減価償却しかり、またインフラ等々もしかり、あと什器関連も含めてというところの原価がまず上がるところ。

また、販管費については、そこに向けてまず売上高は海外が大きく伸長しておりますので、そこに連動して荷造運送費がまず伸びるというところは、これは変動費の話になります。

加えて、投資項目といたしましては、いわゆる人件費を含めた人関連に関する投資の部分です。まず、一つは 2025 年の 4 月から新人事制度といたしまして、人事制度の改定を行っております。こちらは人的資本の観点からも、従業員に対しての待遇面のところも含めて考慮したというところで、まずそこの人件費関連が増えている部分。

また、事業成長に伴う採用も行ってまいりますので、そこに関わる採用の紹介手数料であったりとか、人件費の高まりというものがございます。

また、先日公表いたしました従業員向けの株式インセンティブ、J-ESOP を導入してまいりますので、その関連コストというものも入っております。これは当社のお客様も人手不足といったところに関しては課題を感じているところはあるんですけれども、弊社においてももちろんこういった形で業績が成長していく中で、社内における人手不足であったり生産性を向上させていかなければいけないといったところも課題としてございます。そういったところをもちろん採用で補っていくという部分もございますし、また外部に外注を行う等々で、そういったところを補っていくところも含めて、こういった人関連のコストというものが大きく今期は乗っかってきております。

また、製品の将来的な事業の成長に向けた投資というところで開発研究費、これは既存の製品もそうですし、米飯加工機器以外の製品ですね、そういったところの新しい領域に対する投資というものも継続して行ってまいります。

また、海外売上高を大きく伸ばしていくための海外渡航費用であったり、マーケティング費用であったりとか、そういったところも見込んでいるところが今期の業績におけるコストが増えている部分となります。以上、回答申し上げました。

続きまして、3 点目の質問でございます。

質問者 ：米国の関税政策の影響などで、米国国内の顧客の投資意欲は落ち込んでいませんでしょうか。需要見通しを教えてください。

武田 ：こちらに関しても私から回答申し上げます。現時点においては、この 4-6 月に 10%関税を実施するというところ、また 7 月からは 24%の個別関税をする予定という段階でございます。この予定というところがお客様、事業者様含めて、現状まだ様子を見ているというようなところが現状であると認識しております。

ですので、本質的に影響をどのように及ぼすかというところはまだ先行き不透明な部分があるとは思っております。ただ、本質的な米国における日本食の拡大であったりとか、また人手不足であったり、省人化の動きというものは加速してまいるというところに関しては、中長期的な需要面に関しては引き続き高まるものと当社としては見ております。そういった内容が中期経営計画には織り込まれているというところになります。以上、回答申し上げます。

続きまして、4 点目の質問でございます。

質問者 ：中期経営計画の海外売上高は約 2 倍に拡大させるとのことですが、その中における Fuwarica の伸長はどの程度想定されているのでしょうか。

武田 ：こちらについても、私から回答申し上げます。海外の売上高を大きく伸長させるというところが中期経営計画の中に織り込まれておりますけれども、主に柱としてこの数字を伸ばす部分を牽引していくのは北米の事業のところが中心になります。ですので、まず北米における Fuwarica の需要というところに関してまずご説明させていただければと思います。現状で言いますと、北米における Fuwarica の販売台数というのはそこまで大きなものではございません。

ただ、前期も決算説明会等でご説明させていただきましたが、大手のテイクアウトチェーン店におきまして、昨今のおにぎりブームを背景として、おにぎりもアイテムとして提供していきたいという背景のもと、手押しのおにぎり成形機等々の販売が出てきているところから考えますと、中長期的に見れば、そういったものを当社の Fuwarica、プラスおにぎりオプションを使用して、米国においても、出来立てでおいしいおにぎりを提供していくというというところに関しては需要面で可能性があると思っております。

この中期経営計画において、国内ほどの Fuwarica の需要を海外において見ているかというと、そこまでのボリュームではないんですけれども、そういったトレンドの背景に、こちらについても販売は伸ばしていきたいとは考えております。以上、回答申し上げました。

続きまして、5 点目の質問でございます。

質問者 ：北米における寿司ロボットのシェアは現在どの程度でしょうか。米国関税が増加する場合、競合、競争環境などに変化はありますでしょうか。

武田 ：こちらについても私から説明いたします。北米における当社のシェアに関しては、従来よりご説明させていただいていますとおり、およそ半分程度、50%程度というところに関しては変わらない状況でございます。この米国関税の影響につきましては、もちろん変化する可能性というものは今後含めているところではございますけれども、先ほども申し上げましたとおり、事業者様含

めて、現状動向がまだ不透明であるというところもございますので、現時点においては当社としては競合および顧客動向を鑑みて価格転嫁等々も慎重に進めてまいりますというところで回答申し上げます。

続きまして、6 点目の質問でございます。

質問者 ：25 年 3 月期におけるシステム関連の売上はどの程度で、28 年 3 月期にはどのくらいまで伸ばすことを想定されているのでしょうか。

武田 ：こちらについても私から回答申し上げます。システム関連の売上というところで、先ほど説明がありました日本システムプロジェクトを吸収合併していくということに加えて、昨年秋にリリースいたしましたような、ARESEA、自動配席 AI のような、当社が今まで取り組んでいなかったような新しい領域の売上といったものが今後は見込まれるというところではございます。

ただ、先ほど日本システムプロジェクトに関してご説明いたしましたとおり、まだこのマーケットに関しては、既存のところはレッドオーシャン化しているというところもございますし、新しい領域に関してもリリースしたものは自動配席 AI のようなものがあったりはするんですけれども、今後でいいますと、まだまださまざまなものを、検証であったりとか、外部とアライアンスをしながら検討を進めているというような段階になりますので、やはりこういった新規の事業領域は、時間もある程度かかるものとは思っております。

もちろん、一方でスピード感を持って取り組んでいくために、社内だけではなく、外部も含めてこういったところに取り組んでいくというところもございますので、ここの中期経営計画の期間において大きく売上を伸長させるというところにはまだ至らないところもあるかとは思いますけれども、継続してこの領域に関しての投資、開発、またお客様を含めたフィールドテスト等々進めていく中で、将来的な自社製品だけではなくて、そういった付加価値を高めていくための製品というものの販売を将来的には伸ばしていきたいと考えております。以上、回答申し上げました。

続きまして、7 点目の質問でございます。

質問者 ：26 年 3 月期、今期の予算ですね、こちらの業態別の見通しはいかがでしょうか。方向性を教えてください。

武田 ：こちらは国内の業態別というところで、私から回答いたします。こちらに関しては、前期は先ほど越野から説明がありましたとおり、寿司関連のところは前々期の大手の入れ替え需要の反動減というもので、今期大きく数字を落としたところはあるんですけれども、

寿司のところに関しては、引き続きお客様における新店というものの需要に関しては、ある程度継続していくものかと見込んでおります。

ただ、これは後ほど説明いたしますけれども、前期第 4 四半期において、昨今のこの米の原材料価格の高騰に伴って、お客様の設備投資の計画等々が若干遅れをきたしている部分がございます。根本的、本質的な需要の減少というところには至っていないというところはあるんですけれども、短期的にはそういった影響もあるかとは思います。

ですので、前期から大きくこの数字を落とすというところはなかなか考えにくいところはあるんですけれども、前期から、24 年 3 月期から 25 年 3 月期のような、こういった大きな減少というものは見込まれないものと見込んでおります。

また、スーパーマーケット業態ですね。こちらに関しても継続して 2 期連続で増収を続けております。この背景としましては、以前からご説明しておりますけれども、スーパーマーケットにおける統廃合であったり、新店の出店といったものは継続して増加しているというところがございます。

また、スーパーマーケット様におきまして競合差別化というところも戦略としてうたっている中で、惣菜コーナー、まさにわれわれの機械が導入されている部分に関して強化をしていくというところが背景にはございます。そういったところの動きは 24 年 3 月期もございましたし、25 年 3 月期においてもそういった惣菜コーナーを強化して他社と差別化を図っていくといったような動きというものは継続しておりますので、新しい機械の導入であったり、既に入っている機械の増設といったところに関しても需要が継続していくものと見てはおります。

レストラン・食堂です。こちらに関しては、主に Fuwarica の売上が牽引する部分にはございます。昨年、25 年 3 月期に関しては大手チェーン様の全店の入れ替えの案件が走っておりましたので、そういったところでの売上の増加というものもございました。

一方で、前々期から引き続き、新業態であったりとか、当社が今までお取引がなかったようなお客様への導入というものも継続して進んでおります。そういったところの動きはトレンドとしては継続してまいります。

この Fuwarica の領域においては、当社としてもブランディングを含めて認知度の向上に努めるとともに、消費者の認知度が非常に昨今で上がってきているところがございます。こちらは消費者だけではなくて、事業者様も含めて認知度が高まってきている、つまり機械の導入の検討に至るというケースが増えてきてはおりますので、このレストラン・食堂のところも継続してトレンドとしては増えていくものと見ております。以上、回答申し上げました。

続きまして、8 点目の質問でございます。

質問者 ：26 年 3 月期の海外売上高について質問いたします。下期は上期と比較すると減収の計画となっております。要因を教えてください。

武田 ：こちらについても私から回答申し上げます。海外の売上高のところに関しては、主に連結でいいますと、子会社は 1 月から 6 月、あとは当社から販売店に出荷している分、欧州とアジアの地域ですね、こちらに関しては 4 月から 9 月の分というところが上期の業績につながる部分でございます。

こちらについては、先ほどの欧州の販売店の再編等々を見直す動きというのを上期から実施していくというところがございますので、現状においては、プライマリー販売店に対して、上期にある程度まとまった出荷を行う予定をしており、やや上期に偏重した計画となっているというところもございます。以上、回答申し上げます。

質問は以上になるんですけれども、事前に IR のほうで質問をいただいていたところでいくつかポイントがございますので、そちらだけ最後にご説明させていただきます。

前期の業績について、第 4 四半期の会計期間といったところが大きくへこんでいる部分に関しての説明というものを一つ補足させていただきます。

こちらに関しては、大きく 3 つの要因というものがございます。1 つは、ここに表示（P7）されております売上高の減少による要因というもの、2 つ目が販管費、コスト面の影響によるもの、3 つ目としまして、会計上の未実現利益の消去に伴う影響というものがございます。

1 つ目の売上高に関しては、主に国内、この左側のグラフの部分ですね、こちらの影響は先ほど越野からも説明させていただきましたけれども、前期と比較すると、大手の回転ずしチェーン店での入れ替えの案件というものが今期はございませんでしたので、その反動であったりとか、昨年は 2025 年 4 月に価格改定をしておりますので、その前の駆け込み需要がございましたけれども、今期に関してはそういったものがありませんでした。

加えて、先ほど私からご説明いたしました米の価格高騰、こういったところによるチェーン店等々の設備投資計画の見直しというものの影響によって、国内の売上高が落ち込んだというところが影響としてございます。ただ、こちらは本質的な需要動向に影響があるというよりも、一過性の要因によるところが大きいかなとは見ております。

続きましてコストですけれども、販管費は中間の時点で業績を上方修正いたしましたときに、上期に執行しようとしていた予算が一部下期にずれ込みましたと。よって、通期の業績予想においては据え置かせていただきますという説明をいたしました。

それの影響というところで、やはりその執行のコストが第 4 四半期に集中している部分もございます。これは開発研究費であったりとか、先ほどの人の採用コストであったり、外注費といったようなものですね。こういったものがずれ込んだことにより、コストが第 4 四半期に集中したことも影響しております。

最後に 3 点目です。これは先ほどの大手のお客様の需要が北米において走っております。そういった対策のもと、米国の現地法人における在庫を増やしているというところがございます。こちらはもちろん関税の対策という面もございます。ですので、昨年の第 4 四半期末、米国の現地法人で言いますと 24 年 12 月末における現地の在庫が非常に大きくなっておりました。

一方で、為替も円安の状況がございました。当時でいうと 160 円近い円安の状況だったと認識しております。そういったところの影響で、その在庫の中に含まれる会計上の未実現利益が非常に大きくなってしまったというところで、第 4 四半期において利益を大きくマイナスする要因となってしまったというところがございます。

こういった要因のもと、第 4 四半期会計期間のところが少し、3Q までのトレンドと比較すると利益が少なくなっているというところの説明になります。以上、説明いたしました。

では、オンラインからの質問も以上のようですので、質疑応答の受け付けを終了させていただきます。

司会 ：それでは、これをもちまして、鈴茂器工株式会社、2025 年 3 月期決算、中期経営計画説明会を終了いたします。本日はご多用の中ご参加いただきまして、誠にありがとうございました。

［了］

免責事項

本資料で提供されるコンテンツの信憑性、正確性、完全性、最新性、網羅性、適時性等について、SCRIPTS Asia 株式会社（以下、「当社」という）は一切の瑕疵担保責任及び保証責任を負いません。

本資料または当社及びデータソース先の商標、商号は、当社との個別の書面契約なしでは、いかなる投資商品（価格、リターン、パフォーマンスが、本サービスに基づいている、または連動している投資商品、例えば金融派生商品、仕組商品、投資信託、投資資産等）の情報配信・取引・販売促進・広告宣伝に関連して使用をしてはなりません。

本資料を通じて利用者に提供された情報は、投資に関するアドバイスまたは証券売買の勧誘を目的としておりません。本資料を利用した利用者による一切の行為は、すべて利用者の責任で行っていただきます。かかる利用及び行為の結果についても、利用者が責任を負うものとします。

本資料に関連して利用者が被った損害、損失、費用、並びに、本資料の提供の中断、停止、利用不能、変更及び当社による利用者の情報の削除、利用者の登録の取消し等に関連して利用者が被った損害、損失、費用につき、当社及びデータソース先は賠償又は補償する責任を一切負わないものとします。なお、本項における「損害、損失、費用」には、直接的損害及び通常損害のみならず、逸失利益、事業機会の喪失、データの喪失、事業の中断、その他間接的、特別的、派生的若しくは付随的損害の全てを意味します。

本資料に含まれる全ての著作権等の知的財産権は、特に明示された場合を除いて、当社に帰属します。また、本資料において特に明示された場合を除いて、事前の同意なく、これら著作物等の全部又は一部について、複製、送信、表示、実施、配布（有料・無料を問いません）、ライセンスの付与、変更、事後の使用を目的としての保存、その他の使用をすることはできません。

本資料のコンテンツは、当社によって編集されている可能性があります。