



2025年3月6日

各 位

会 社 名 株式会社 高速
代 表 者 名 代表取締役社長執行役員 赫 裕 規
(コード番号 7504 東証プライム)
問合せ先責任者 取締役常務執行役員
社長室室長 三 田 村 崇
(電話 022-259-1611)

事業内容や財務に関するよくあるご質問とご回答

機関投資家や個人投資家のみなさまからのよくあるご質問について、投資家様への情報開示強化及びフェア・ディスクロージャーを目的として、ご回答を開示いたします。詳細につきましては、添付資料をご覧ください。

当社は、投資家のみなさまへの情報開示の強化を進め、企業価値向上に向けて努めてまいります。

以 上

事業内容や財務に関する よくあるご質問とご回答

2025年3月6日

パッケージの専門商社

証券コード:7504



株式会社 **高速**

1. ご質問一覧 P. 3
2. 事業内容に関するご質問とご回答 P. 6
3. 財務に関するご質問とご回答 P. 13
4. ご参考：会社概要 P. 20
5. ご参考：企業価値向上の軌跡 P. 24

ご質問一覧

◆事業内容に関するご質問

- Q1. 馴染みのない業界のため、なぜスーパーマーケットにとって貴社のような卸が必要なのか教えてほしい。 P. 7
- Q2. 貴社の業界内での立ち位置がわからないため、教えてほしい。 P. 8
- Q3. 競合優位性について教えてほしい。 P. 10
- Q4. 参入障壁について教えてほしい。 P. 12

◆財務に関するご質問

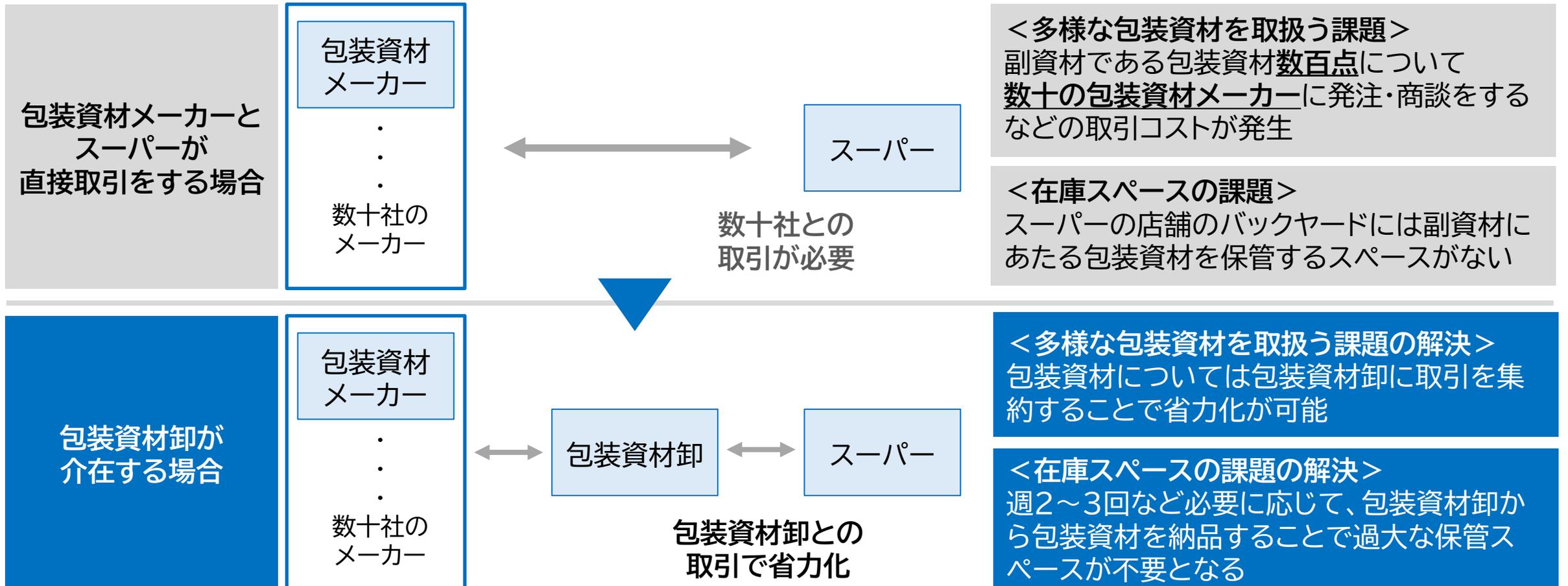
- Q1. 開示されている内容では、過去の直線的な売上高の増加、増収の背景がわからないため教えてほしい。 P. 14
- Q2. 売上高が増加しているが、販売数量及び販売単価についてはどうか教えてほしい。 P. 14
- Q3. 営業利益率は4%前後で推移しているようだが、今後上がる見込みはあるか教えてほしい。 P. 15
- Q4. 業績の季節性について教えてほしい。 P. 16
- Q5. 2025年3月期において、第3四半期までは好調のように見えるが、これは2026年3月期も継続する要因によるものなのか。 P. 17
- Q6. 販管費の主要な科目の推移と要因について教えてほしい。 P. 18
- Q7. 昨今の賃上げや物流費などのユーティリティコスト増加に伴う業績への影響を教えてほしい。 P. 19

事業内容に関するご質問とご回答

事業内容に関するご質問 Q1

Q. 馴染みのない業界のため、なぜスーパーマーケットにとって貴社のような卸が必要なのか教えてほしい。

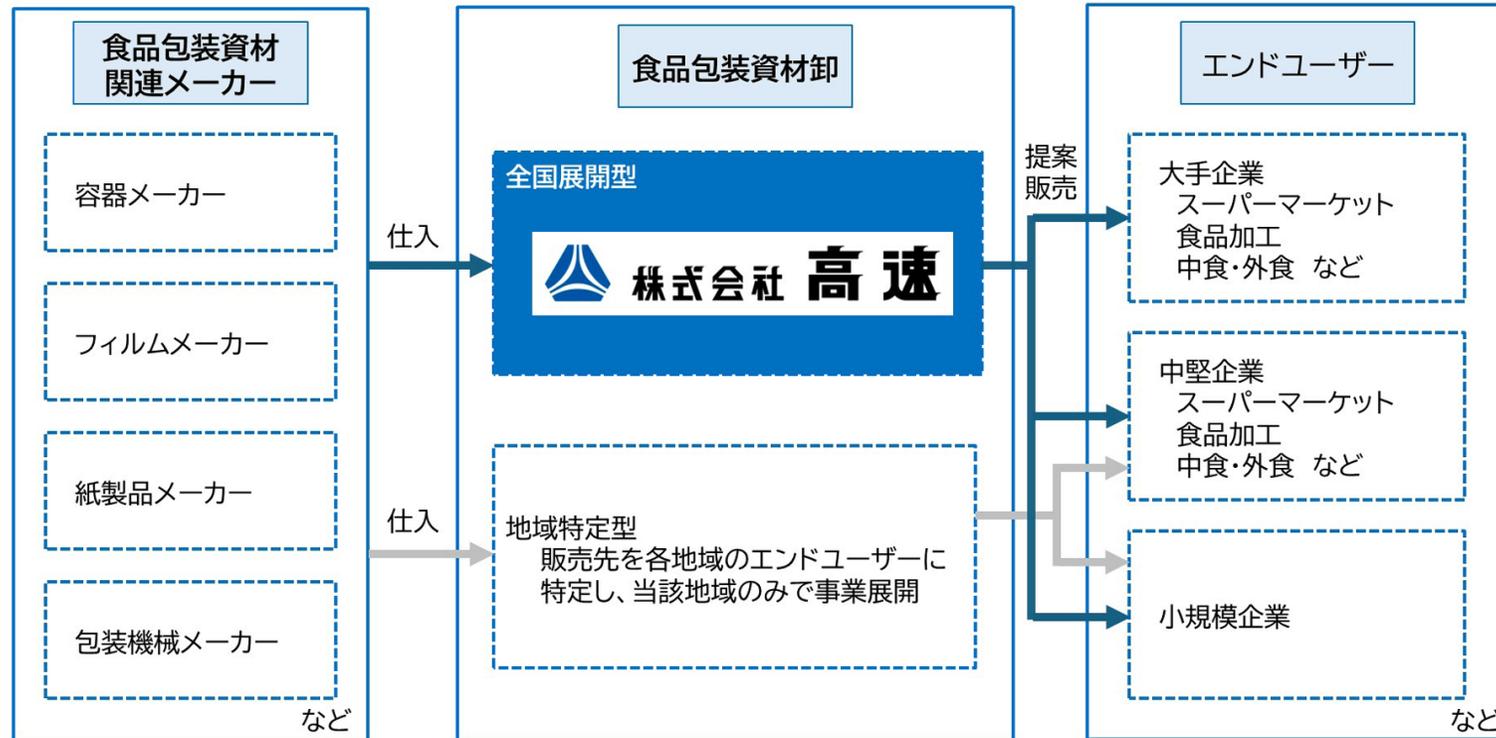
A. 包装資材メーカーとスーパーマーケット(以下、「スーパー」と表記)が直接取引をした場合、以下のとおりデメリットが多く、当社のような食品包装資材卸(以下、「包装資材卸」と表記)を介在させる必要があります。



事業内容に関するご質問 Q2

Q. 貴社の業界内での立ち位置がわからないため、教えてほしい。

A. <販売エリアに関して>当社と同業の食品包装資材の卸売を展開している企業は、各都道府県など特定の地域のみで事業展開していることが多いなか、当社は広域に展開をすることで、全国に出店されているスーパーマーケットなどの大手エンドユーザーの包装資材ニーズにも対応しています。図式化すると以下のとおりになります。
(ご回答については、次のスライドに続きます)



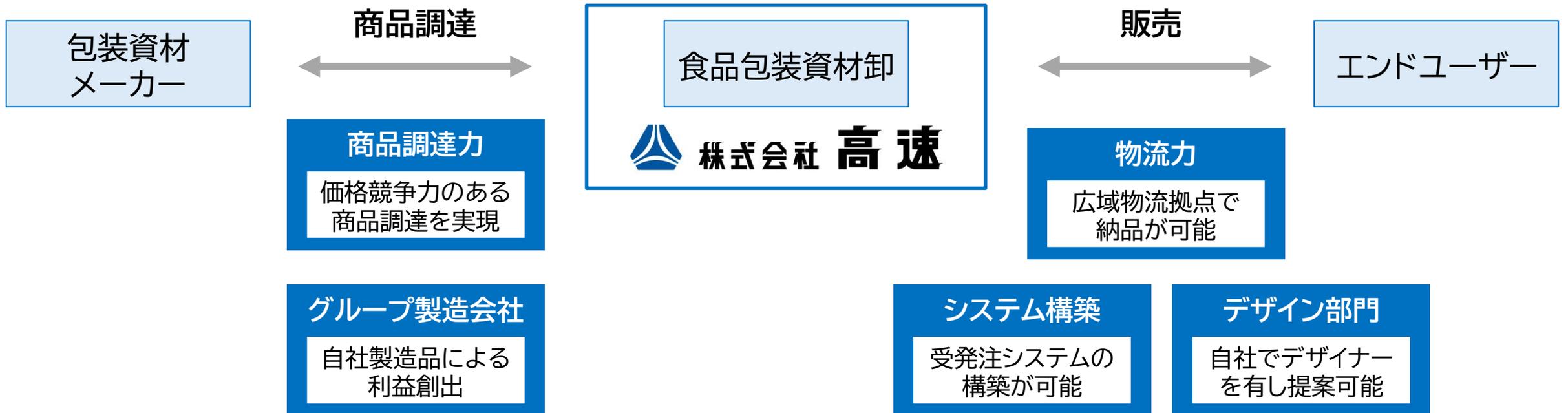
Q. 貴社の業界内での立ち位置がわからないため、教えてほしい。

A. <競合企業の売上高に関して>当社が同業と考えている、「食品包装資材の卸売事業」を展開する企業及び拠点数・展開エリアの特徴を図式化すると、以下のとおりになります。当社に関連する業界で上場されている企業は、多くが製造を主たる事業としており、当社が同業と捉えている「食品包装資材の卸売事業」を主たる事業とする同業他社は上場されていない企業のみで、採用している会計基準が基本的に当社と異なると思われるためご注意ください。
 ※売上高及び各レンジの社数については、調査会社の情報をもとに、当社にて業種に関して整理

売上高	社数	拠点数・展開エリアの特徴
売上高200億円以上	10社程度	全国展開型または複数エリアでの展開
売上高100～200億円	10社程度	
売上高10～100億円	200社程度	1拠点ないし数拠点を中心とした地域特定型
売上高10億円未満	1,000社以上	

Q. 競合優位性について教えてほしい。

A. 当社の主な競合優位性を図式化すると、以下のとおりとなり、商品調達に関し「商品調達力」、「グループ製造会社」の点、販売に関して「物流力」、「システム構築」、「デザイン部門」の点などで特に優位性があります。各項目の詳細については、次のページをご覧ください。



Q. 競合優位性について教えてほしい。

A.

<商品調達に関して>

商品調達力 : 当社は、食品包装資材卸のなかでも連結売上高1,000億円以上で、売上に応じた商品調達力を有し、メーカーの資本傘下にはない独立した卸として多様な仕入先との協業が可能

グループ製造会社 : 卸でありながらグループにメーカー子会社を有することで、グループ内製造品について競争力を働かせた調達が可能。グループ内製造品の売上高も80億円を超え、利益創出に作用

<販売に関して>

物流力 : 全国展開型の食品包装資材卸のなかでも、自社物流拠点の多さ・協力企業との連携で、全国・広域で展開している大手のスーパーマーケットなど小売店への納品が可能

システム構築 : 数十店舗、あるいは100店舗以上展開している各種小売店に対しても、各店舗からの発注を受けるなどシステム構築が可能で、エンドユーザーの利便性を向上させることが可能

デザイン部門 : 自社にデザイン部門を有し、デザイナーが10名以上在籍しているため、機動的な形でパッケージデザインに関する提案が可能

事業内容に関するご質問 Q4

Q. 参入障壁について教えてください。

A. 当社の主な販売商品である食品包装資材は、一見すると代替品が多く存在するコモディティと見られるかと思われます。しかし、当社の業態において、包装資材を販売・流通させる機能を抜本的に代替することは、後発企業には難しいと考えております。ビジネスの流れに沿ってご説明すると、具体的には、以下のとおりになります。後発企業が参入する場合には、当業界の知識を有する営業人員などの人材確保、各地の物流拠点の確保、受発注システムの構築、協力物流業者との協業など、多岐にわたる課題を解決する必要があると考えられます。

取引開始・
一貫した営業フォロー

メーカーへの
発注

自社倉庫への
商品在庫

お客様からの
受注

お客様への
納品

<人材確保>
前提として、当業界は
多数のメーカーの多品種な
包装資材の商品知識が必要
な業界

<仕入先との関係>
1,000社を超える
多数のメーカーとの
長年の取引により
強固な関係を構築

当社は営業人員を
300名以上擁し、
他企業が同様の人材を
各地に配置し営業展開する
ことは困難

<物流拠点の確保>
前提として、各地の
スーパー等への配送には
各エリアで在庫可能な
物流拠点が必要

各地に点在する
当社の物流拠点延床面積
140,000㎡以上の
代替は困難
※所有・賃借物件の倉庫延床面積合計

<受発注システム構築>
前提として、
数十以上の店舗を有する
スーパー等から
数百点の包装資材の
注文を柔軟に受けるために
受発注システムが必要

多品種の当業界向け
受発注システムの
短期間での構築・運用は困難

<物流網の構築>
各地のスーパーへの
配送網を各地の
協力物流業者と構築

同等のネットワークの
短期間での構築は困難

財務に関するご質問とご回答

Q. 開示されている内容では、過去の直線的な売上高の増加、増収の背景がわからないため教えてほしい。

A. 当社と同業の企業においては、多くの企業が各地域に限定し地域のお客様と密着する形で事業を展開する企業が多いなか、当社は設立時より、拠点数を増やし広域での展開を推進してまいりました(業界内での立ち位置については、本資料8～9ページ、競合優位性については、本資料10～11ページをご参照ください)。

広域で展開をすることでスケールメリットを出し、競合優位性を増し、さらに販売エリアを拡大してきたことが、これまでのトップラインの増加要因となっております。

※過去の売上高推移は、本資料25ページをご参照ください。

Q. 売上高が増加しているが、販売数量及び販売単価についてはどうか教えてほしい

A. 販売単価については、包装資材各メーカーによる値上げ影響などで増加しておりますが、当社の直線的な売上高増加を実現している主要因としては、販売数量の増加によるものとお考えください。具体的には、お客様の数が増加し、包装資材の販売数量も増加しております。

Q. 営業利益率は4%前後で推移しているようだが、今後上がる見込みはあるか教えてほしい。

A. 物流効率や事務の生産性向上などにより、人件費増加などをこなしながら利益を確保することで、今後も営業利益増加・営業利益率上昇に向けて努めてまいります。

当社としては、販管費においては、将来の売上高増加及び利益成長につながる人材投資や、お客様の利便性向上につながる受発注システムなどへの投資を進めており、目先の営業利益率上昇だけではなく、将来を見据えての投資を行っております。また、2018年度以降の現在の中期経営計画策定後は、生産性向上・販管費抑制の実現の結果、営業利益率が上昇し、安定している状況となります。将来を見据えた投資の結果として、現在に至る増収増益が実現しているのご理解頂ければ幸いです。

(単位:百万円)

	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
売上高	71,782	76,802	78,650	82,339	86,519	88,588	91,320	91,817	98,850	106,216
営業利益	2,638	3,055	2,785	2,920	3,116	3,137	3,340	3,696	4,008	4,227
営業利益率	3.7%	4.0%	3.5%	3.5%	3.6%	3.5%	3.7%	4.0%	4.1%	4.0%

Q. 業績の季節性について教えてください。

A. 当社のお客様の中心となるスーパーマーケットにおいては、8月のお盆前後や年末年始において、個人消費者の消費量が増え、それに伴う包装資材の需要が増加するため、当社の業績もお盆休みのある8月及び年末年始のある12月の業績が他の月と比較し増加する傾向があります。年始に利用する包装資材については年末に納品するケースが多いことに加え、12月が最繁忙期であるため、四半期ごとの業績としては、第3四半期の売上高が1Q～4Qのなかで最も多くなる傾向があります。以下、ご参考に2023年度、2024年度の売上高を掲載いたします。

(単位:百万円)

	2023年度					2024年度				
	1Q	2Q	3Q	4Q	通期	1Q	2Q	3Q	4Q	通期
売上高	25,976	26,340	29,127	24,772	106,216	26,802	28,209	33,349	—	—

財務に関するご質問 Q5

Q. 2025年3月期において、第3四半期までは好調のように見えるが、これは2026年3月期も継続する要因によるものなのか。

A. 2025年3月期第3四半期までの増収の要因として、2024年夏以降に開設した広島・姫路営業所でのお客様などとの取引拡大があります。当社のビジネスは、毎月定常的に包装資材を購入頂くことが主たるものであることから、取引を開始した2024年秋から一巡するまで2026年3月期も当該影響が継続することを見込んでおります。また、2024年度夏以降、食品容器メーカーなどの価格改定があり、当社としてもお客様にご理解を頂きながら順次価格改定をさせて頂いております。価格改定の業績への影響に関しても、一巡するまで2026年3月期も継続することを見込んでおります。利益面についても、生産性向上による販管費抑制などで増加に向け努めてまいります。

(単位:百万円)

	2025年3月期 第3四半期累計 (2024年4月～ 2024年12月)	2024年3月期 第3四半期累計 (2023年4月～ 2023年12月)	対前期比 増減率
売上高	88,361	81,444	8.5%
営業利益	3,897	3,590	8.5%
経常利益	4,140	3,827	8.2%
親会社株主に帰属 する四半期純利益	2,815	2,585	8.9%

	2024年度			
	1Q	2Q	3Q	4Q
売上高	26,802	28,209	33,349	—
営業利益	956	1,334	1,606	—
経常利益	1,039	1,405	1,695	—
親会社株主に帰属 する四半期純利益	711	962	1,140	—

財務に関するご質問 Q6

Q. 販管費の主要な科目の推移と要因について教えてください。

A. 主要な科目を分類ごとに示すと、以下のとおりになります。当社のビジネスモデルでは、人件費及び物流費が販管費の多くを占めております。近年、人材投資として政策的に人件費を増加させておりますが、1人当たり生産性向上により、販管費全体での増加は抑制しております。

(単位:百万円)	2020年度(累計)		2021年度(累計)			2022年度(累計)			2023年度(累計)		
	実績	売上 構成比	実績	売上 構成比	前期比	実績	売上 構成比	前期比	実績	売上 構成比	前期比
売上高	86,494	100.0%	91,817	100.0%	106.2%	98,850	100.0%	107.7%	106,216	100.0%	107.5%
販売費及び一般管理費	13,208	15.3%	14,435	15.7%	109.3%	15,752	15.9%	109.1%	16,660	15.7%	105.8%
人件費	6,944	8.0%	7,484	8.2%	107.8%	8,127	8.2%	108.6%	8,386	7.9%	103.2%
運賃及び荷造費	2,110	2.4%	2,292	2.5%	108.6%	2,475	2.5%	108.0%	2,676	2.5%	108.1%
不動産賃借料	511	0.6%	543	0.6%	106.3%	562	0.6%	103.3%	625	0.6%	111.3%
減価償却費	502	0.6%	515	0.6%	102.7%	606	0.6%	117.6%	668	0.6%	110.2%
その他	3,139	3.6%	3,598	3.9%	114.7%	3,981	4.0%	110.6%	4,303	4.1%	108.1%

※2020年度については、「収益認識に関する会計基準」等を遡って適用した後の数値

※人件費＝「給料及び手当」＋「賞与引当金繰入額」＋「法定福利費」＋「役員報酬」

※販管費の詳細は、各年度の有価証券報告書をご参照ください。上記の表は、有価証券報告書の数値を分類ごとに合算し整理したのになります。

Q. 昨今の賃上げや物流費などのユーティリティコスト増加に伴う業績への影響を教えてください。

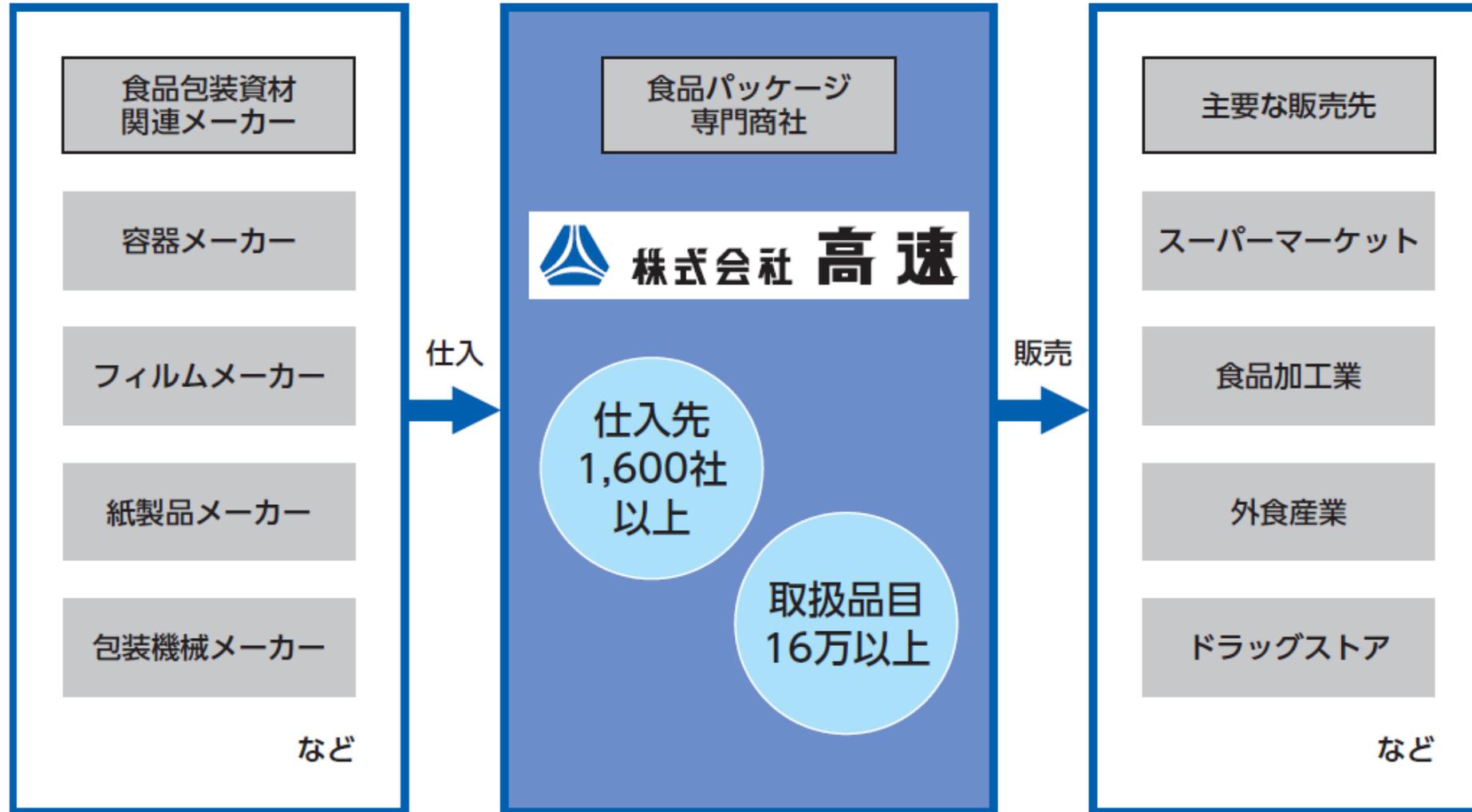
A. 当社は賃上げを含む人材投資を進める一方で、1人当たりの生産性向上に努めることで、全体としての人件費増加を抑制しております。また、物流費についても、全体として過大とならないよう、コントロールに努めております（販管費詳細は本資料18ページをご参照ください）。その結果、人件費及び物流費の増加にかかわらず、営業利益を増加させております（営業利益については本資料15ページをご参照ください）。

<ご参考>会社概要

■会社名	株式会社高速
■設立	1966年2月12日
■本社	宮城県仙台市宮城野区扇町七丁目4番20号
■証券取引所	東京証券取引所 プライム（証券コード7504）
■代表者	代表取締役 社長執行役員 赫 裕規(てらし ゆうき)
■資本金	17億24百万円(2024年12月末日現在)
■売上高(連結)	1,062億16百万円(2024年3月期連結)

ビジネスモデル

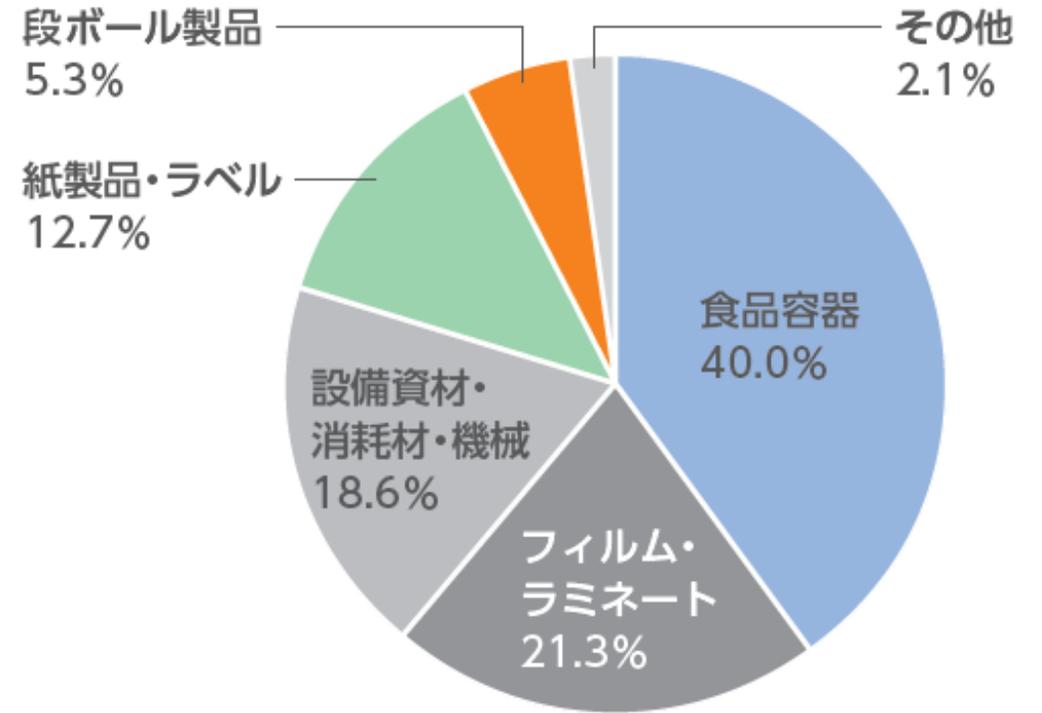
当社は、スーパーマーケット・食品工場のお客様とメーカーをつなぎ、「食の流通を支える」食品パッケージの専門商社です。



取扱商材



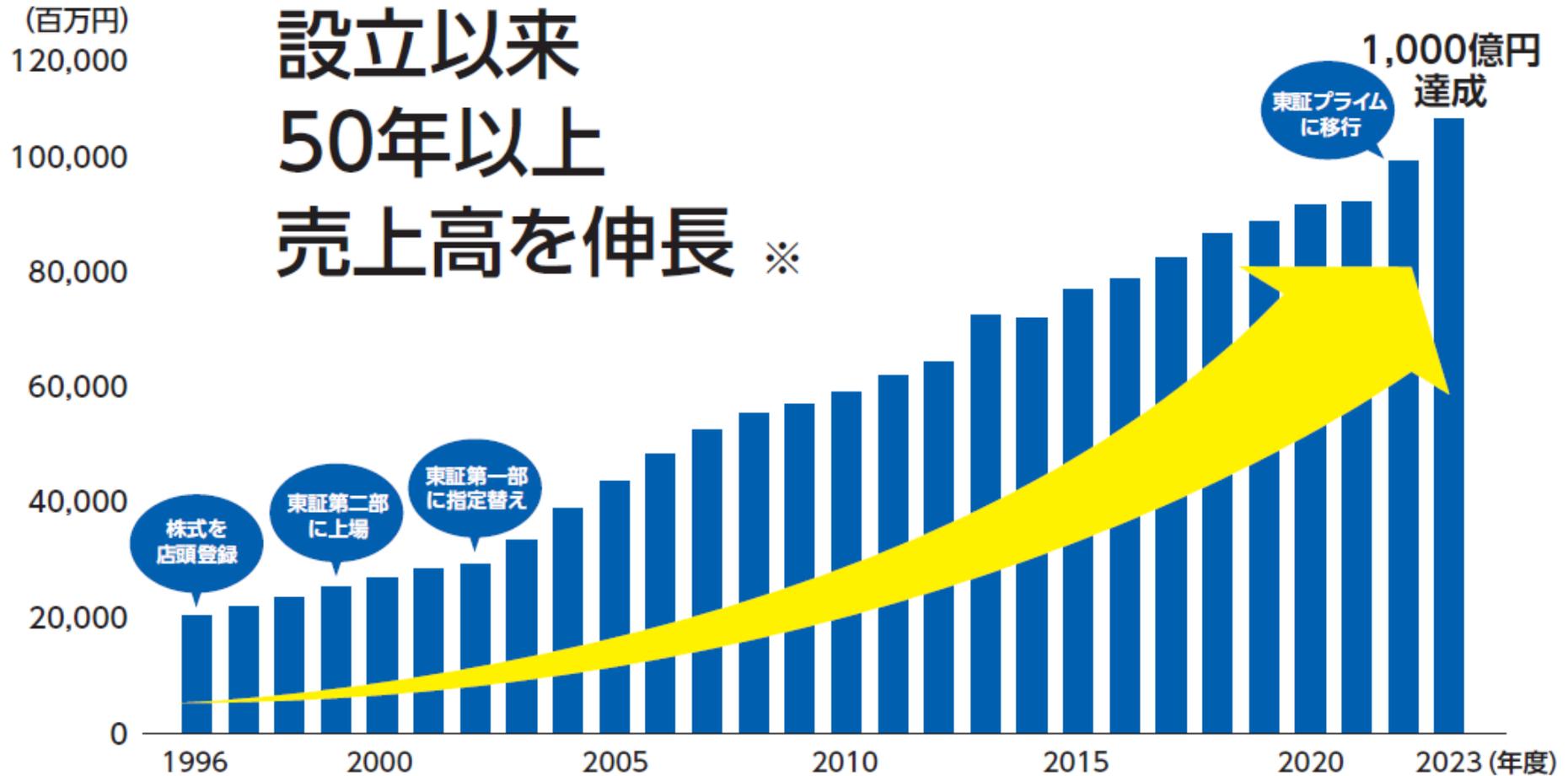
商品グループ別販売実績(2023年度)



当社は、食品トレーをはじめとした食品に関わる幅広い包装資材・消耗品を取り扱っています。食品容器を中心に幅広い食品包装資材や関連する機械を取扱い、総合的な提案が可能です。多様な商品の取扱いが業績ボラティリティ低下にも寄与しています。

<ご参考>企業価値向上の軌跡

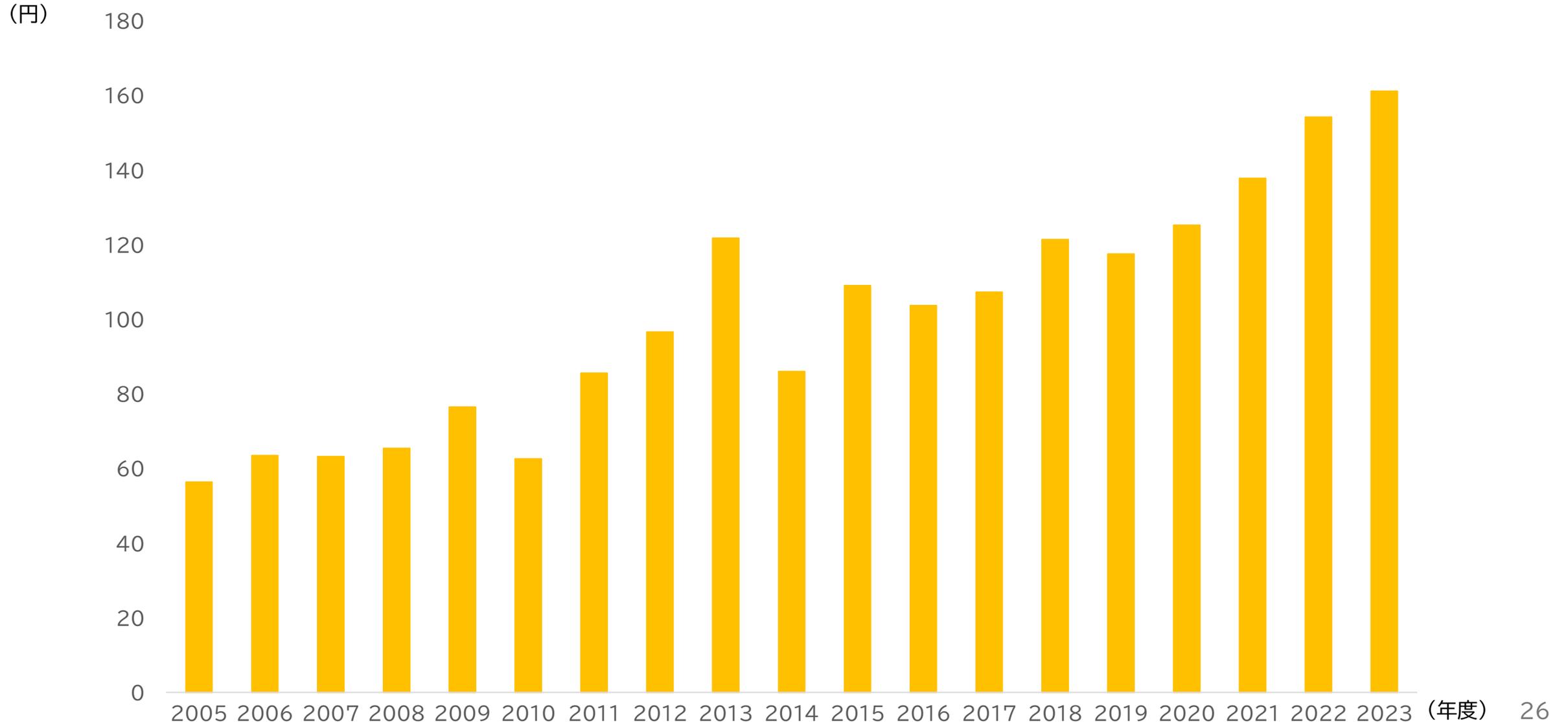
食品パッケージの継続的な需要に対し、既存のお客様との取引を継続・拡大し、さらに、新規のお客様との取引開始を積み重ね、設立以来、2014年度(※)を除き、50年以上毎年売上高を伸長しています。



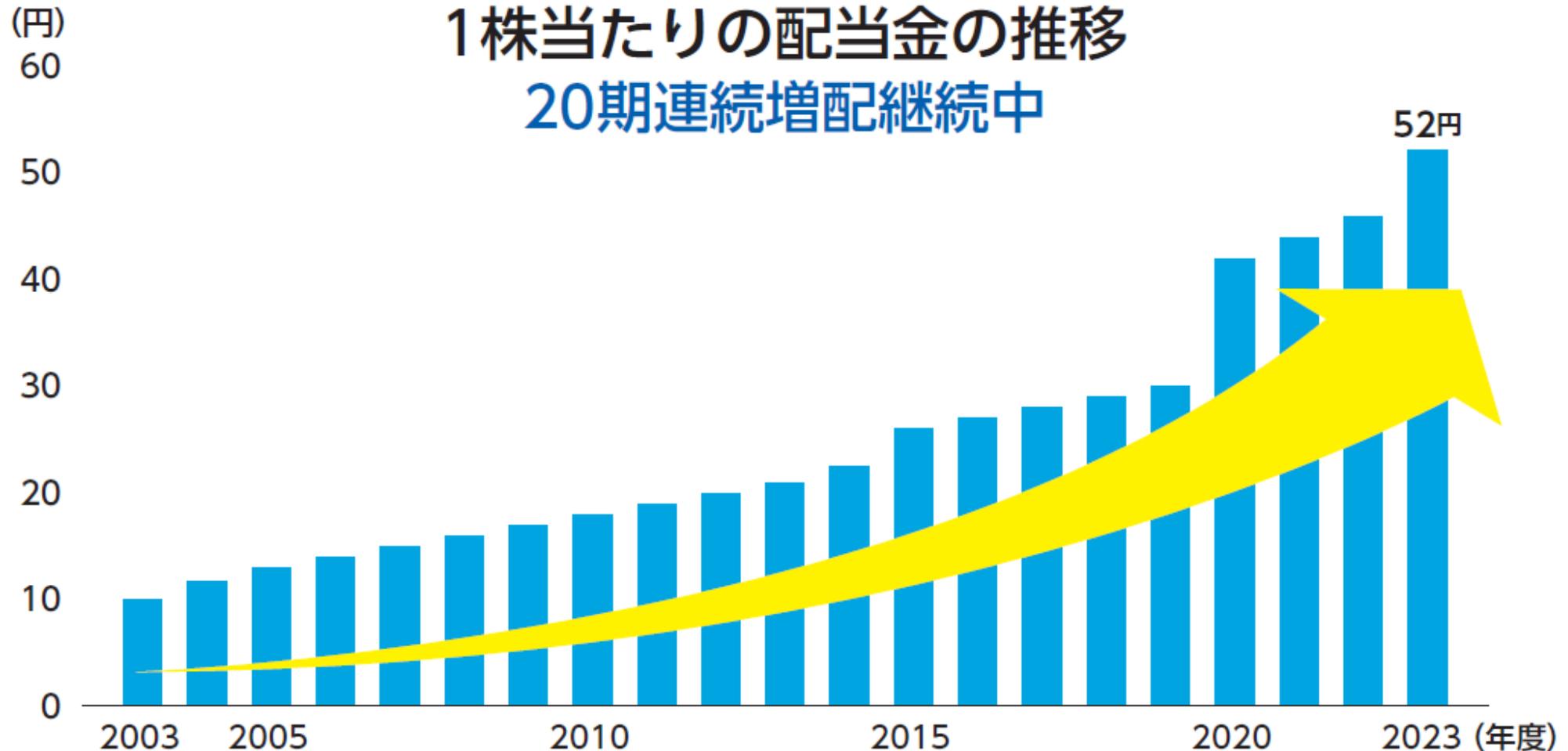
※2014年度は、同年4月の消費税増税の影響で前期2013年度に駆け込み需要が発生し、減収

EPS(1株当たり純利益)の推移

売上高伸長に伴い、着実にEPSを増加させており、成長投資と株主還元の両立に向けて努めております。



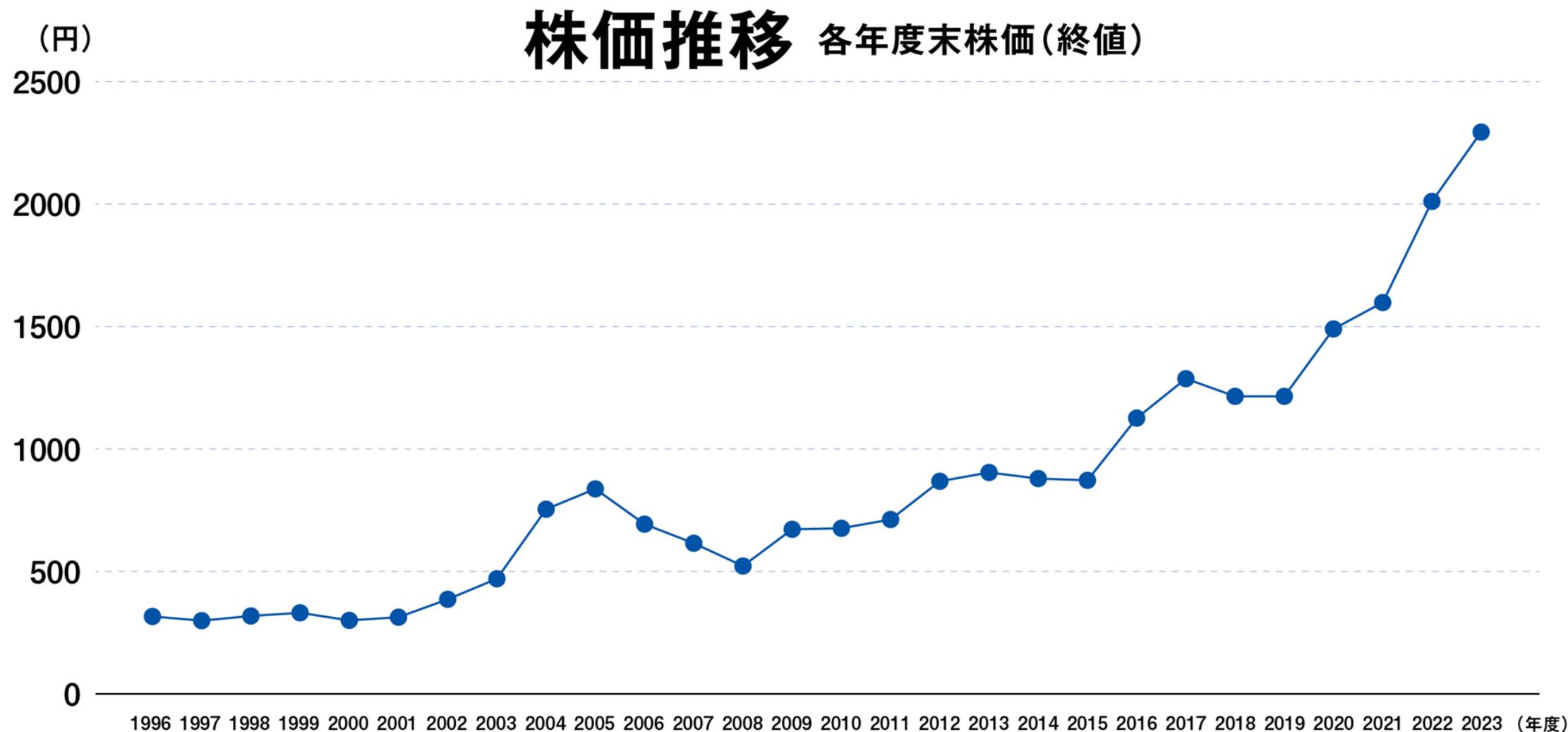
2023年度は、売上高1,000億円達成記念配当4円を加え、1株当たり年間52円の配当を実施し、2023年度で20期連続増配となっております。



※株式分割の影響を補正しています。

株価推移 (※店頭登録以降の各年度末時点の株価)

着実な業績拡大、連続増配を基軸とする着実な株主還元などを評価頂き、以下の上昇基調の株価推移となっております。



- 本資料を作成するに当たっては、正確を期するため慎重に行っておりますが、完全性を保証するものではありません。
- 本資料に含まれる将来に関する記載内容は、本資料の作成時点現在において入手可能な情報および仮定に基づいており、実際の業績は、様々な要因により計画と異なる場合があります、今後予告無く予想数字等が変更される場合があります。
- 本資料における情報の使用につきましては、各自の判断、責任においてご使用いただくことを、ご了承ください。

※本資料において、金額は表示単位未満を切り捨てて表示、%(パーセント)で表示する項目は、表示単位未満を四捨五入して表示しております。

パッケージの専門商社



株式会社 **高速**

投資家情報 ホームページ

<https://www.kohsoku.com/investment/>