

事業内容や財務に関する よくあるご質問とご回答

(2025年12月アップデート)

2025年12月24日

証券コード: 7504



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。

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。

今回の資料で追加しておりますご質問・ご回答については、ご質問一覧及び各ご質問において、**NEW**と明記しております。

| | |
|--------------------|-------|
| 1. ご質問一覧 | P. 4 |
| 2. 事業内容に関するご質問とご回答 | P. 7 |
| 3. 財務に関するご質問とご回答 | P. 16 |
| 4. ご参考:会社概要 | P. 24 |
| 5. ご参考:企業価値向上の軌跡 | P. 27 |

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. 8
- Q2. 貴社の業界内での立ち位置がわからぬいため、教えてほしい。 P. 9
- Q3. 競合優位性について教えてほしい。 P. 11
- Q4. 参入障壁について教えてほしい。 P. 13
- Q5. 競合他社が多数あるということだが、業界の中でも、どうして貴社は大きく成長してきたのか。沿革から
教えてほしい。【NEW】 P. 14
- Q6. 参入障壁が高いということだが、包装資材はコモディティで参入障壁は低いのではないか。 【NEW】 P. 14
- Q7. 包装資材の卸が販売するのではなく、大手メーカーが直接スーパーなどの顧客に商品を販売してもよい
のではないか。メーカーが販売する場合と、貴社のような卸が販売する場合の違いを教えてほしい。【NEW】 P. 15
- Q8. 拠点数の増加の予定はあるか、教えてほしい。【NEW】 P. 15

◆財務に関するご質問

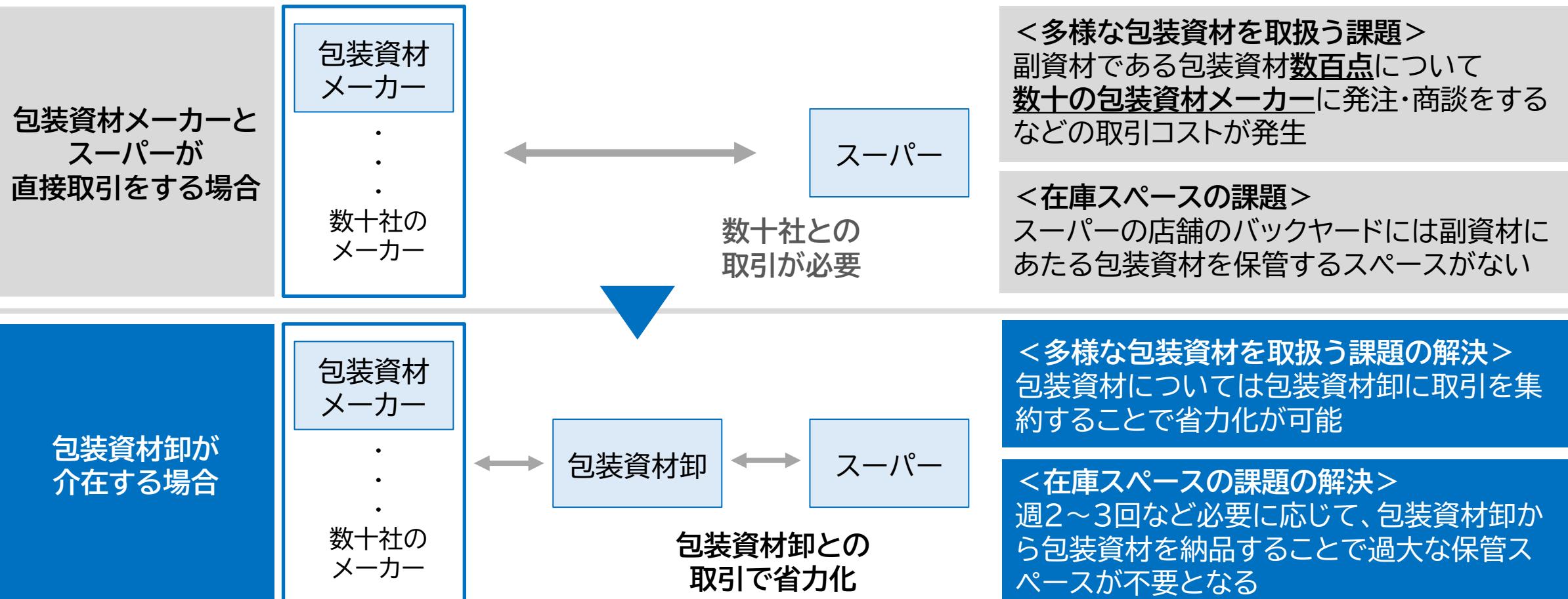
- Q1. 開示されている内容では、過去の直線的な売上高の増加、增收の背景がわからぬため教えてほしい。P. 17
- Q2. 売上高が増加しているが、販売数量及び販売単価についてはどうか教えてほしい。 P. 17
- Q3. 営業利益率は4%前後で推移しているようだが、今後上がる見込みはあるか教えてほしい。 P. 18
- Q4. 業績の季節性について教えてほしい。 P. 19
- Q5. 販管費の主要な科目の推移と要因について教えてほしい。 P. 20
- Q6. 昨今の賃上げや物流費などのユーティリティコスト増加に伴う業績への影響を教えてほしい。 P. 21
- Q7. 販管費の低減に向けて取り組まれているということだが、今後の販管費が低減する可能性がある取り組みについて、具体的に教えてほしい。【NEW】 P. 22
- Q8. 2025年度上期は、前期比で大きく売上高が伸びたようだが、2025年度下期以降もこの成長率は継続するか教えてほしい。【NEW】 P. 23

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、なぜスーパーと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。

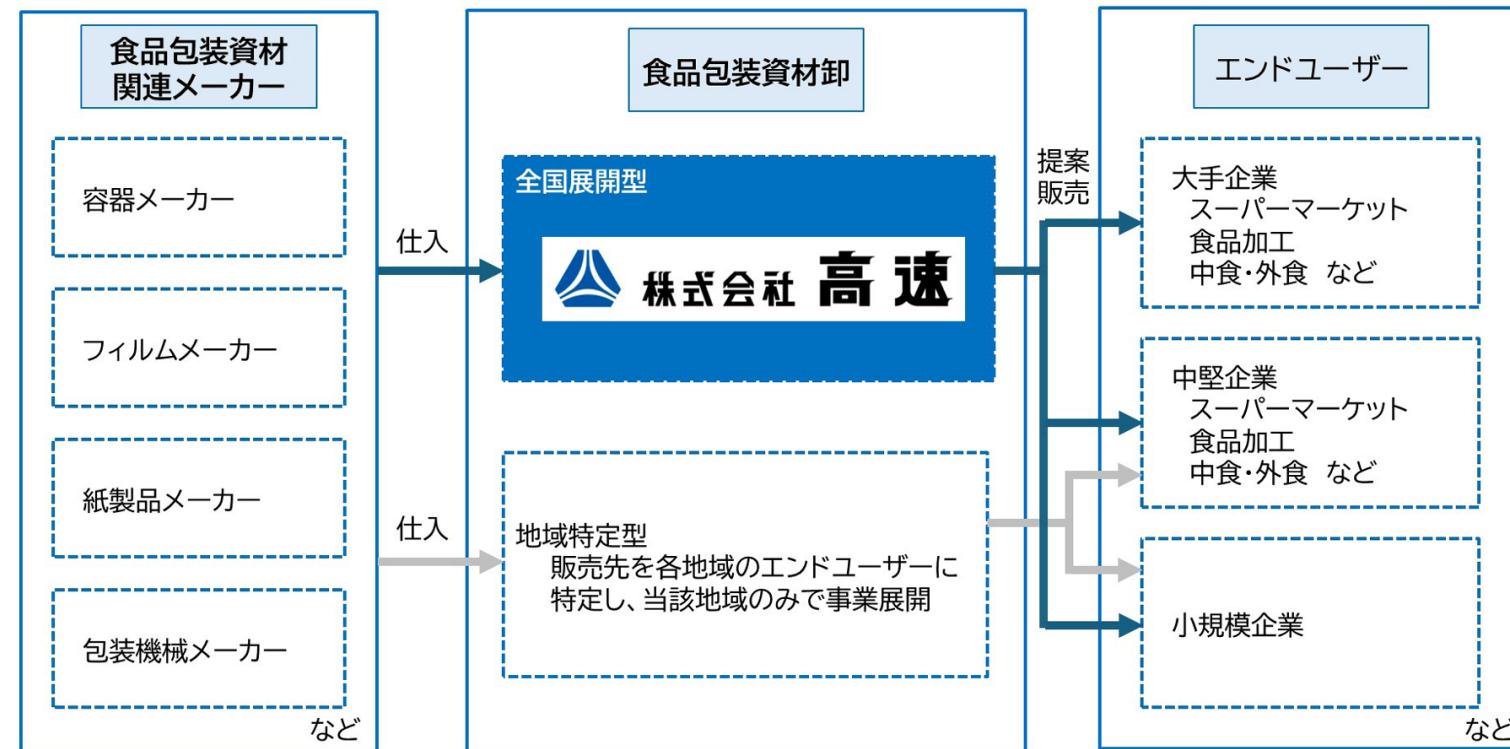
A. 包装資材メーカーとスーパー(以下、「スーパー」と表記)が直接取引をした場合、以下のとおりデメリットが多く、当社のような食品包装資材卸(以下、「包装資材卸」と表記)を介在させる必要があります。



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ぬいため、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)



事業内容に関するご質問 Q2 (ご回答の続き)



Q. 貴社の業界内での立ち位置がわからぬいため、教えてほしい。

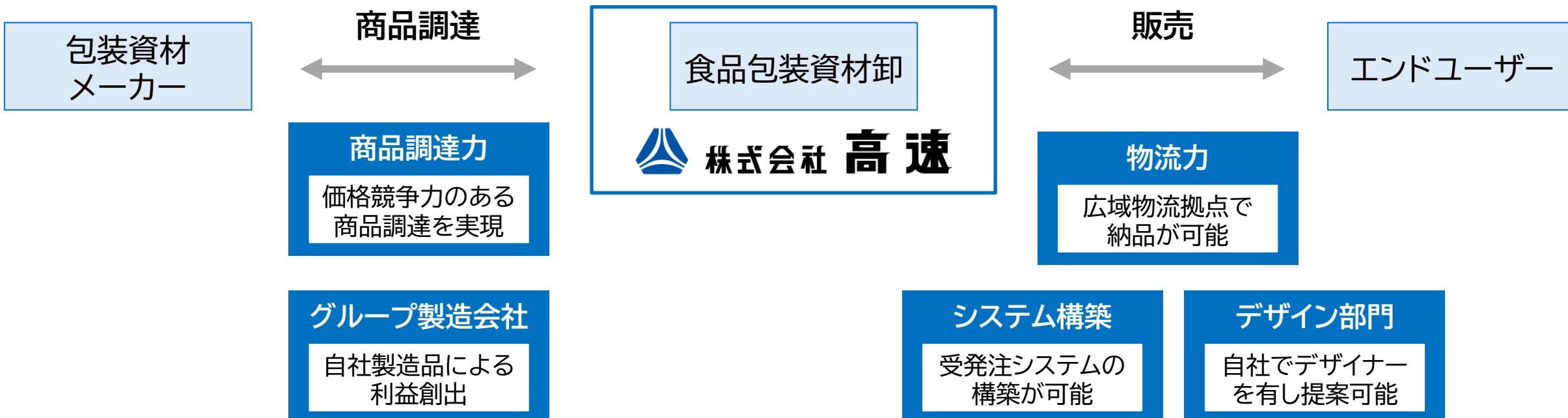
A. <競合企業の売上高に関して>当社が同業と考えている、「食品包装資材の卸売事業」を展開する企業及び拠点数・展開エリアの特徴を図式化すると、以下のとおりになります。当社に関連する業界で上場されている企業は、多くが製造を主たる事業としており、当社が同業と捉えている「食品包装資材の卸売事業」を主たる事業とする同業他社は上場されていない企業のみで、採用している会計基準が基本的に当社と異なると思われるためご留意ください。
※売上高及び各レンジの社数については、調査会社の情報をもとに、当社にて業種に関して整理

| 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 | |
| 売上高10億円未満 | 1,000社以上 | 1拠点ないし数拠点を中心とした地域特定型 |

事業内容に関するご質問 Q3

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。



事業内容に関するご質問 Q3 (ご回答の続き)



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ほしい。

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。



<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

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

<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

<物流拠点の確保>

前提として、各地の
スーパー等への配達には
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
140,000m²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
配達網を各地の
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

事業内容に関するご質問 Q5、Q6 NEW



株式会社 高速

Q. 競合他社が多数あるということだが、業界の中でも、どうして貴社は大きく成長してきたのか。沿革から教えてほしい。

A. 当社は、食品包装資材卸としては後発で、1970年代に食品包装資材の事業に進出いたしました。当時はスーパー・マーケットが店舗を拡大する時期で、食品包装資材の需要が拡大すると見込んでおりました。

既に各地で食品包装資材卸を展開していた競合他社は、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、後発ということもあり、新規拠点を設立して各地で基盤を築き、スーパー・マーケットの拡大と共に、さらに新規拠点を増やし各地で基盤を築いてまいりました。その結果としての売上高の推移は、28ページをご参照ください。

Q. 参入障壁が高いということだが、包装資材はコモディティで参入障壁は低いのではないか。

A. なんらかの包装資材を、1社のお客様に販売することから始めるという意味合いで、ご指摘のとおり参入障壁が低いと捉えることが可能ですが。一方で、数十店舗のスーパー・マーケットなどに対し、当該お客様に必要なもの、具体的には、トレー、割り箸、レジ袋、消耗品としてアルコール、ニトリル手袋、キッチンクロスなどさまざまな商品を販売するには、①当該商品を仕入れができる数十あるいは数百の仕入先の確保、②物流網、③受発注システム・仕組み、④営業人員、⑤各地における倉庫などが必要であり、そういう一定規模以上のビジネスを当業界で行う意味では、参入障壁は高いと考えております。

事業内容に関するご質問 Q7、Q8 NEW



Q. 包装資材の卸が販売するのではなく、大手メーカーが直接スーパーなどの顧客に商品を販売してもよいのではないか。メーカーが販売する場合と、貴社のような卸が販売する場合の違いを教えてほしい。

A. トレーメーカー、袋メーカーなどそれぞれで強みがあり、メーカーの場合、同種の商品については他のメーカーからの商品調達がどうしても難しくなる側面があります。そういった側面を踏まえると、メーカーからは独立した包装資材卸の方が、メーカーとは異なる独立した立ち位置で、お客様に提案・販売することが可能という強みがあります。また、包装資材・消耗品については、どうしてもアイテム数・種類が多くなるため、メーカー1社の商品ではお客様の要望を満たすことができず、不十分という側面があります。

Q. 拠点数の増加の予定はあるか、教えてほしい。

A. 直近で、拠点数増加の予定はございません。また、「拠点数×1拠点当たりの売上高」にて、当社の売上高を考えられるか、という趣旨でご質問頂くことがありますので、補足させて頂きます。当社の場合、拠点ごとに倉庫の延床面積が異なり、結果、出荷数量も異なっております。そのため、当社としては、拠点数を増やさずとも、既存営業拠点のなかで、追加で倉庫を賃借する、あるいは、より広い倉庫に移転するなどにより、倉庫の延床面積を増加させることで、出荷可能数量を増加させ、売上高増加に結び付けてきており、今後もそのような形で売上高・利益確保に努めてまいります。そのため、「拠点数×1拠点当たりの売上高」では、当社の売上高は説明しづらいためご注意ください。

財務に関するご質問とご回答

財務に関するご質問 Q1、Q2



株式会社 高速

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、增收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9～10ページ、競合優位性については、本資料11～12ページをご参照ください）。広域で展開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28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。

財務に関するご質問 Q3

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長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、現在に至る增收増益が実現していると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 | 2024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 | 115,915 |
| 営業利益 | 2,638 | 3,055 | 2,785 | 2,920 | 3,116 | 3,137 | 3,340 | 3,696 | 4,008 | 4,227 | 4,532 |
| 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% | 3.9% |

財務に関するご質問 Q4



Q. 業績の季節性について教えてほしい。

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 | 27,553 | 115,915 |

財務に関するご質問 Q5

Q. 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。

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) | 2021年度(累計) | | 2022年度(累計) | | | 2023年度(累計) | | | 2024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 | 91,817 | 100.0% | 98,850 | 100.0% | 107.7% | 106,216 | 100.0% | 107.5% | 115,915 | 100.0% | 109.1% |
| 販売費及び一般管理費 | 14,435 | 15.7% | 15,752 | 15.9% | 109.1% | 16,660 | 15.7% | 105.8% | 18,508 | 16.0% | 111.1% |
| 人件費 | 7,484 | 8.2% | 8,127 | 8.2% | 108.6% | 8,386 | 7.9% | 103.2% | 9,259 | 8.0% | 110.4% |
| 運賃及び荷造費 | 2,292 | 2.5% | 2,475 | 2.5% | 108.0% | 2,676 | 2.5% | 108.1% | 2,970 | 2.6% | 111.0% |
| 不動産賃借料 | 543 | 0.6% | 562 | 0.6% | 103.3% | 625 | 0.6% | 111.3% | 688 | 0.6% | 110.0% |
| 減価償却費 | 515 | 0.6% | 606 | 0.6% | 117.6% | 668 | 0.6% | 110.2% | 680 | 0.6% | 101.8% |
| その他 | 3,598 | 3.9% | 3,981 | 4.0% | 110.6% | 4,303 | 4.1% | 108.1% | 4,909 | 4.2% | 114.1% |

※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ものになります。

財務に関するご質問 Q6



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ほしい。

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、全体としての人工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20ページをご参照ください）。その結果、人工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18ページをご参照ください）。

Q. 販管費の低減に向けて取り組まれているということだが、今後の販管費が低減する可能性がある取り組みについて、具体的に教えてほしい。

A. 販管費に大きく影響を与える現在の取り組みとして、以下の2点をご紹介します。

◆販管費の大きな部分を占める人件費・生産性向上に関わる取り組み

まず、従来より、当社のビジネスは商品数が多いため、多数のお客様より多数の商品の注文を頂いており、当社の受注については工数を多く要しておりました。現在、その工数を削減するために、AIを活用した受注業務省力化の取り組みを進めております。これにより、営業所所属の事務職社員(当社単体の25年3月末時点の正社員約700名のうち、営業所所属の事務職社員は約180名)が行っている受注業務を大きく省力化できることを見込んでおります。省力化することで削減できた工数については、既に取り組みを進めておりますが、事務職が営業職の仕事のうち事務的な部分を中心にフォローする、「営業アシスタント」業務に従事することにより、会社全体として、既存のお客様に対するフォローアップ体制の充実、取引拡大に向けての取り組みを進めてまいります。

◆資本効率も念頭に置いた在庫最適配置の取り組み

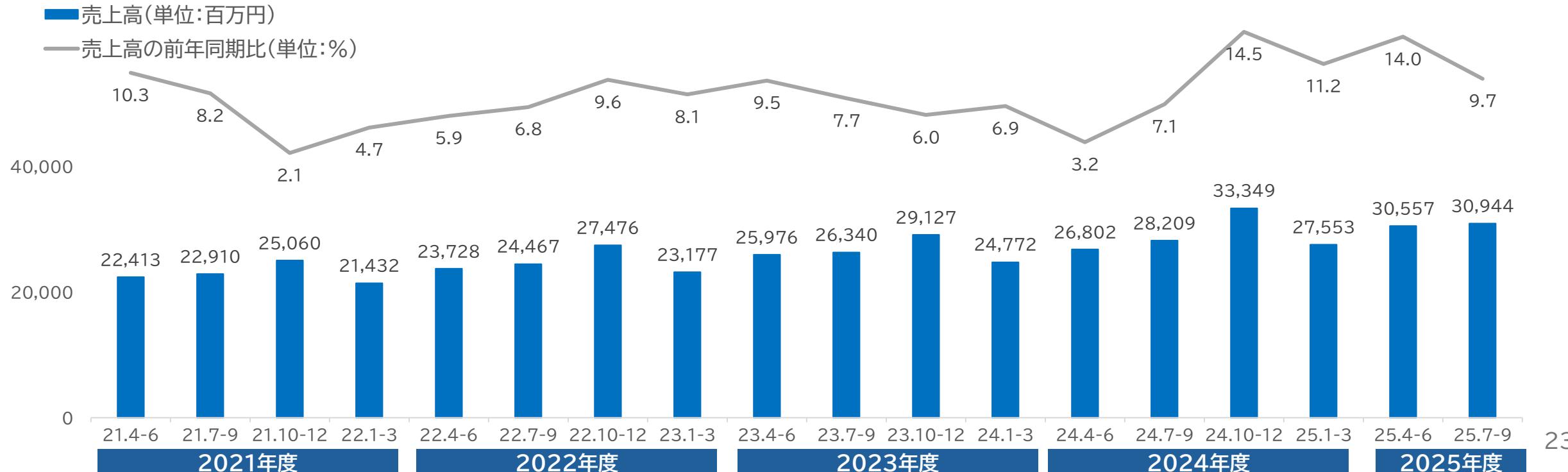
当社としては、お客様に対する包装資材の供給を切らすことがないために、一定の在庫を抱えることが重要であり、在庫を抱えることに当社の価値があります。一方で、その観点からも不必要的在庫については当然削減が必要であり、かねてより拠点ごとの月商に対する在庫率を意識した取り組みを行っております。

近年では、量子コンピュータの技術なども活用して、拠点間での在庫の最適配置を狙った取り組みを実施しており、在庫の削減と、結果として資金の有効活用を進め、さらなる資本効率の向上に努めています。

財務に関するご質問 Q8 NEW

Q. 2025年度上期は、前期比で大きく売上高が伸びたようだが、2025年度下期以降もこの成長率は継続するか教えてほしい。

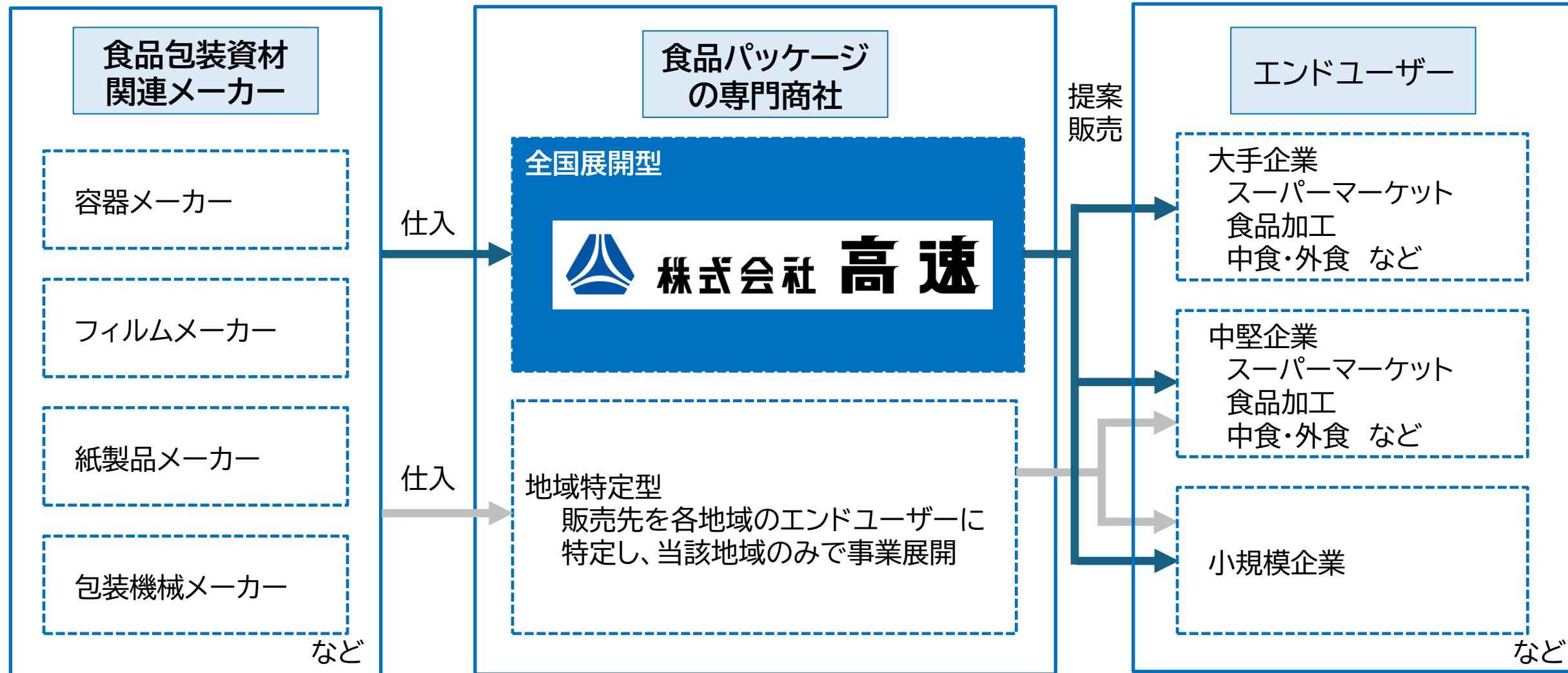
A. 2025年度上期增收の主な要因は、2024年夏以降に開設した新規拠点開設等による取引拡大及び価格改定によるもので、概ね同じ時期から業績に現れ、近年でも高い成長率となっております。これらの增收は、概ね2024年10月以降の実績に現れており、2025年10月前後で、大部分は一巡する見込みです。一方で、昨年度メーカー各社にて発表された価格改定に関わる対応に割かれていた営業工数を、当期は、既存のお客様との取引拡大並びに新規取引拡大に振り向けており、今後の売上高増加への取り組みを進めております。四半期ごとの連結売上高と、前年同期比の推移は以下のとおりです。なお、業績の季節性については、本資料19ページをご参照ください。



ご参考:会社概要

ビジネスモデル

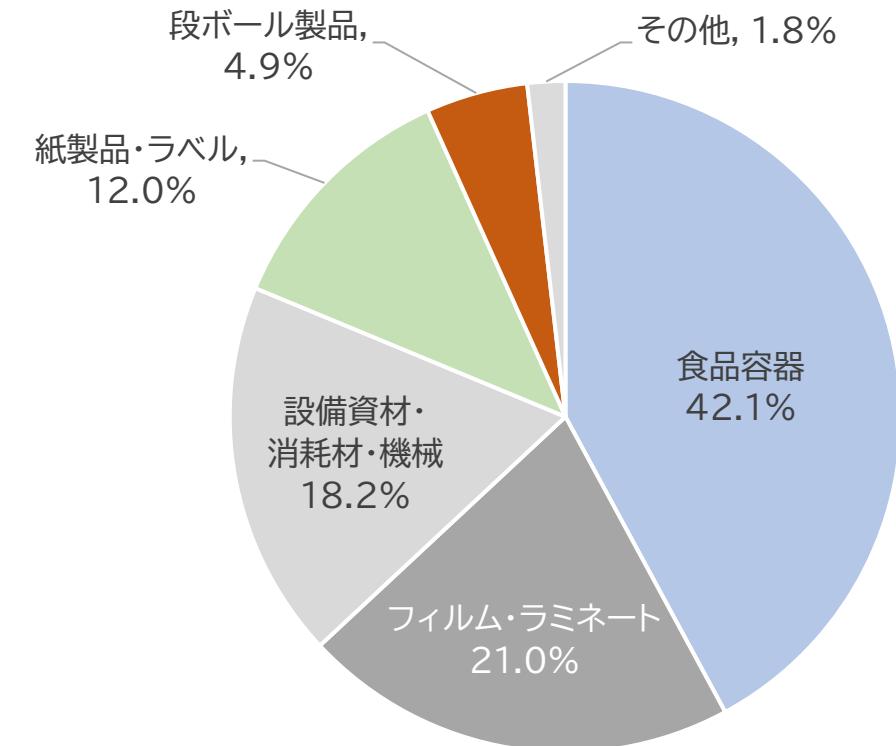
当社は、スーパー・マーケット・食品工場のお客様とメーカーをつなぎ、「食の流通を支える」食品パッケージの専門商社です。



取扱商材



商品グループ別販売実績(2024年度)



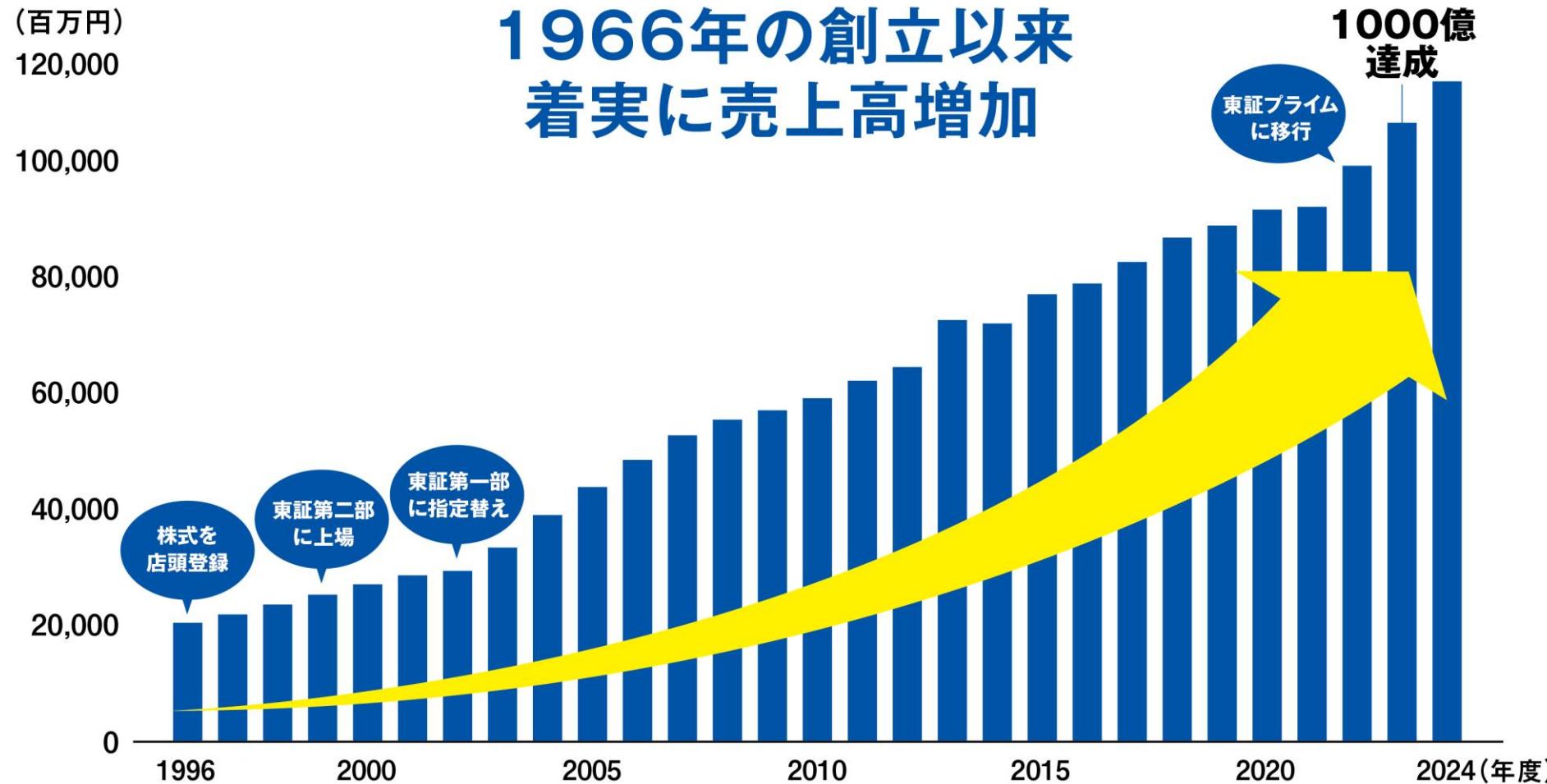
当社は、食品トレーをはじめとした食品に関する幅広い包装資材・消耗品を取り扱っています。食品容器を中心に幅広い食品包装資材や関連する機械を取り扱い、総合的な提案が可能です。多様な商品の取扱いが業績ボラティリティ低下にも寄与しています。

ご参考:企業価値向上の軌跡

業績推移 ~10期連続過去最高売上高を更新~

株式会社 高速

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。

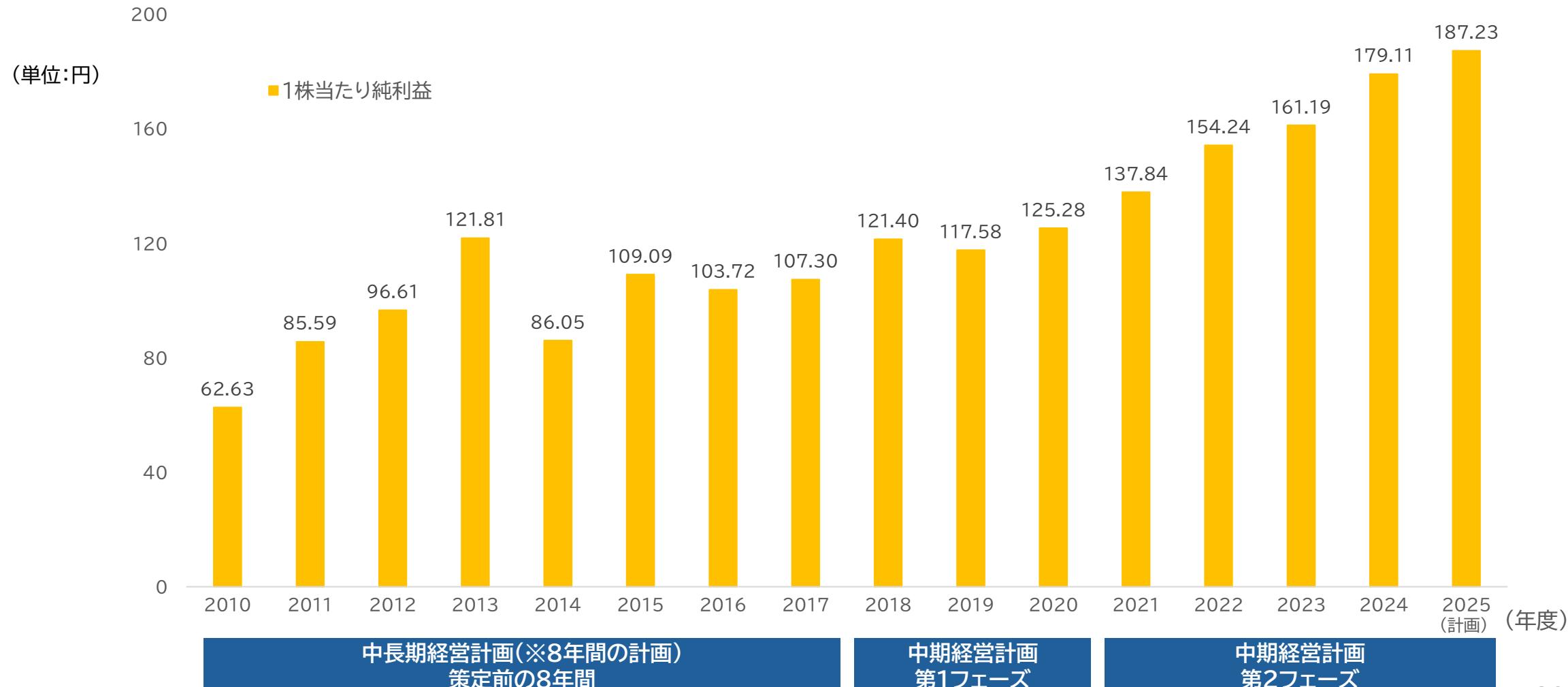


※2014年度は、同年4月の消費税増税の影響で前期2013年度に駆け込み需要が発生し、減収

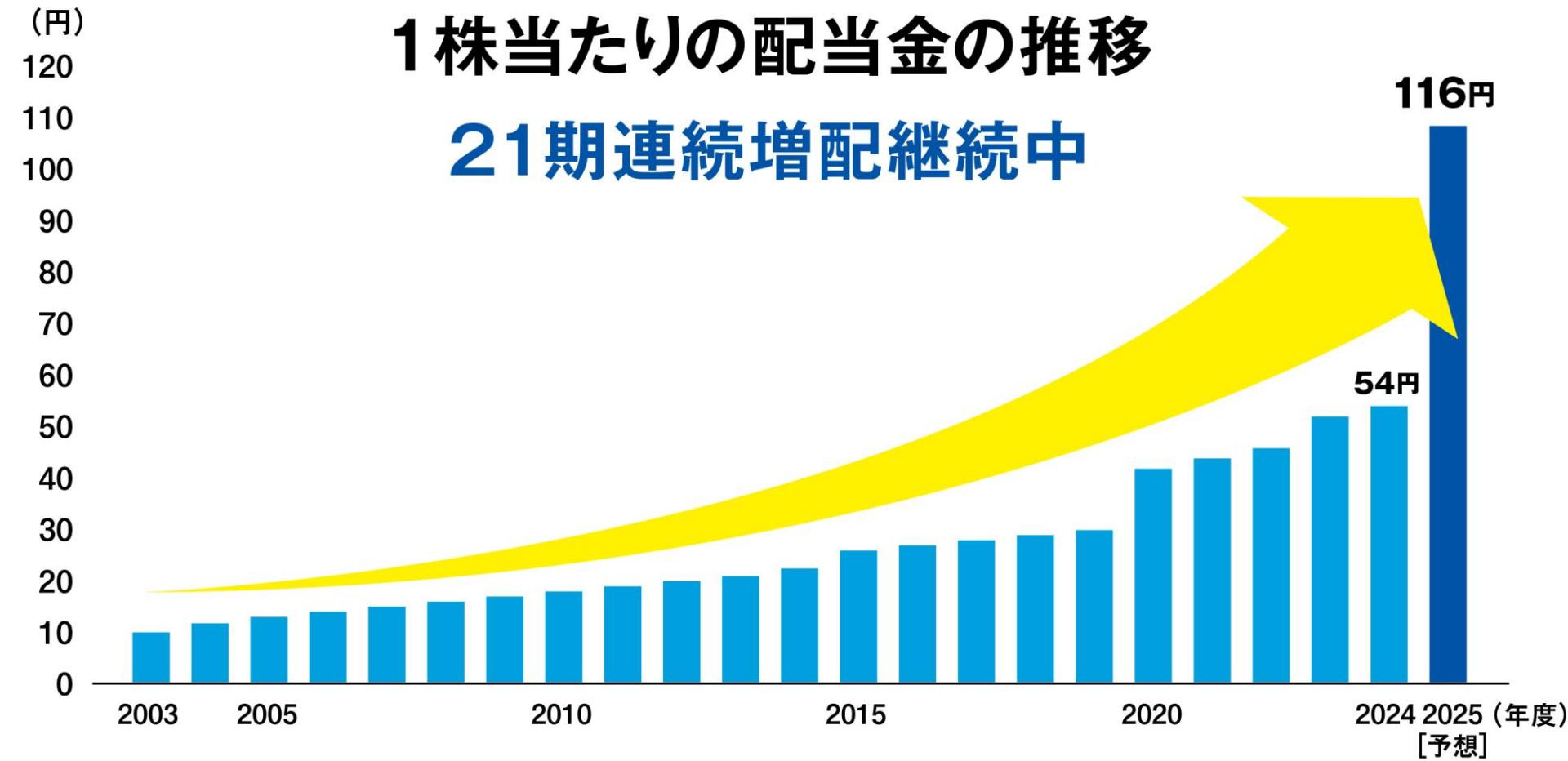
1株当たり純利益の推移

当社の1株当たり純利益の推移は、以下のとおりです。

株主様への還元の原資ともなる1株当たり純利益は、以下のとおり増加しており、今後も増加に向けて努め、成長投資と株主還元(2025/3期にて21期連続増配)の両立を継続してまいります。



2025年度については、2024年度の年間配当54円から2円を加え、普通配当として1株当たり56円を予定しており、さらに創立60周年記念配当60円を加えて年間116円の配当を予定しております。



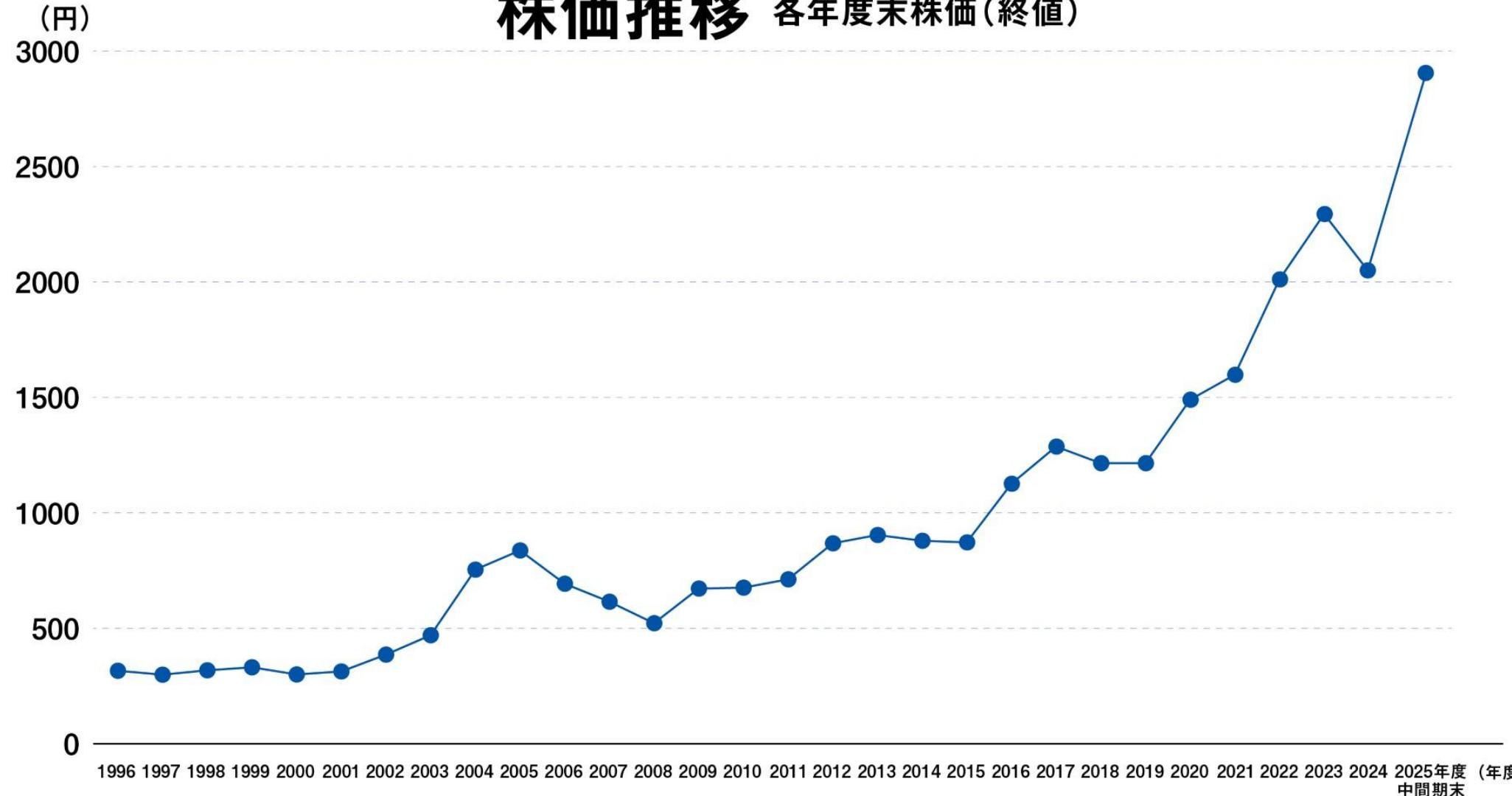
株価推移

(※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。

株価推移 各年度末株価(終値)



企業価値向上に向けた取り組み

- ・「資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応」に関する現状の取り組みの整理のほか、機関投資家などみなさまからよくあるご質問に対するご回答を整理し掲載しております。

<https://www.kohsoku.com/investment/initiatives-to-enhance-corporate-value.html>

IRメール配信サービス

- ・最新の適時開示等、当社IRに関する情報について、ご登録のメールアドレスにお知らせいたします。

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

ディスクレーマー

- ・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、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。

本資料について

- ・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/>