



AHJIKAN REPORT  
第62期 報告書  
2025年4月1日 ▶ 2026年3月31日

 **アジカ**  
証券コード: 2907



# 「RESET SOUP」のある ヘルシーな暮らしをぜひ!

お客さまの潜在ニーズを見出し、新たな市場開拓を行うマーケティング部。一般消費者向けの商品第一弾として発売した「あじかんごぼう RESET SOUP」に対するさまざまな評価をもとに、商品改良や販売展開を進めていきます。

## 01 マーケティング部に ついてご紹介ください

2025年4月に新設された部署です。これまで当社は、お客さまの声を直接聞き製品に活かす開発が中心でした。しかし、多様な商品・サービスが存在し、差別化が難しい現代において、お客さま自身も気付いていない潜在ニーズを見出し、当社から新たな市場を発信していく部署としてマーケティング部が設立されました。

マーケティング部  
新事業企画課  
なかしま あみ  
中島 亜美さん



## 02 ごぼうスープの 魅力を教えてください

「あじかんごぼう RESET SOUP」は、当社が20年以上研究してきたごぼうの知見と技術を活かして開発した、手軽でおいしくかつ栄養もしっかり取れる冷凍スープです。主役のごぼうは国内契約農家の原料を皮付きのまま使用し、低温熟成により甘みと栄養を引き出しています。1袋で1日に必要とされる食物繊維量の約1/2を摂取できるうえ、ポリフェノールも豊富に含まれています。また、当社独自の食感維持加工製法により、冷凍でもシャキシャキとした食感と深い味わいを実現しています。健康志向の高まりを背景に、日常の食事の中で無理なく栄養を補える商品として提案しています。



## 03 発売後の反応はいかがですか？

発売前の試食では、健康意識の高い層を中心にさまざまな評価が寄せられました。特に、「1食あたりの食物繊維量が明確で、日々の食事に取り入れやすい」といった声や、カロリー帯が適度に抑えられている点に安心感を持つ意見が多く見られました。味わいについては、和風ベースの商品が親しみやすいとの評価が高く、なかでも味噌仕立てのスープは幅広い世代から支持を得ています。また、5種類のラインナップにより選択の幅が広がる点や、製品ごとに異なるごぼうのカット方法による食感の違い

も、継続的な利用に繋がると評価されています。今後は、こうしたお客さまの声を踏まえながら商品改良や販売展開を進めることで、新たな需要の創出と事業の成長に繋げてまいります。



近年“腸活”という言葉とともに、食物繊維は、その重要性が広く認識されるようになっていきます。「あじかんごぼう RESET SOUP」のある生活で、日々の食事の中で無理なく食物繊維を取っていただき、からだを内面からキレイに整えていただきたいと思います。



ごぼっち

商品名: あじかんごぼう  
RESET SOUP(全5種類)  
内容量: 220g/袋  
保存方法: 冷凍保存(-18℃以下)  
賞味期限: 冷凍で1年間



● 濃厚クリーミー  
チャウダー



● ごろっと野菜の  
ミネストローネ



● もち麦豆乳生姜



● ごぼうまるごと  
旨辛みそ



● ごぼうまるごと  
しょうゆ

新商品の  
詳しい情報は  
こちらから！



# 急成長するアジア市場の さらなる拡大を目指して！

経済成長を続けるアジア圏を海外展開の重要拠点として定め、  
健康意識が高まる市場特性に合った  
あじかの製品を世界へ届けています。



## 01 アジアの市場について 教えてください

アジアでは品質志向の高まりを背景に、安心・安全でおいしい日本食品への底堅い需要があります。当社にとってアジアは、今後の海外事業の成長ドライバーとなる重要な市場の一つであると考えており、現在は主にシンガポールや香港への販売促進活動を強化しています。また、台湾・韓国・マレーシア・タイ・ベトナムなどの市場開拓にも取り組んでいます。

シンガポールでは、多民族国家という地域特性から、ハラル対応食品への需要が高く、こうした市場ニーズへの対応も重要になっています。

今後も、各国・地域の食文化やニーズに合わせた提案を行いながら、当社製品の品質を認めていただくことで、海外における「AHJIKAN」ブランドの価値向上につなげていきたいと考えています。

## Q2 アジアではどんな製品が使用されているのですか？ 好まれている日本食は何でしょうか？

シンガポールや香港では、寿司やラーメンといった定番の日本食に加え、比較的安くておいしい日本の商品に対する関心が高まっています。

特にシンガポールでは、多民族国家であることからハラル対応食品へのニーズも高く、対応の有無が販路拡大に大きく影響します。当社においても、こうした市場特性を踏まえた商品提案や対応を進めることで、より幅広い顧客層への展開を図っています。

当社の玉子焼は冷凍品にもかかわらず、味や食感が冷蔵品に近い品質を実現できているとして、現地の大手回転寿司チェーンを中心に使用していただいています。また、にぎり寿司としてだけでなく、玉子焼にソースやチーズをかけて食べるスタイルも現地では人気です。



1か月のうち、半月は海外へ出張しています！

今後も、アジア市場での販売拡大とともに、当社ブランドの認知向上に取り組み、海外事業のさらなる成長に貢献していきたいと考えています。

## Q3 仕事のやりがいを教えてください

海外事業では、文化や価値観の異なる市場に対して、自ら考えた提案や工夫が売上として直接結果に表れる点に大きなやりがいを感じています。現地の取引先やお客さまの声をもとに商品や販売方法を改善し、それが評価に繋がったときには、大きな達成感があります。また、日本で培われた当社の技術や商品が海外で受け入れられることに、仕事の意義を実感しています。

海外営業部  
ちえん ちゆんぎ びーたー  
張 俊傑 (Peter)



# 株主のみなさまへ 増収減益の決算を ご報告申しあげます

平素は格別のご高配を賜り、厚くお礼申し上げます。当社グループの第62期（2025年4月1日から2026年3月31日まで）の連結会計年度が終了いたしましたので、営業の状況および決算などについてご報告申し上げます。

当連結会計年度は、雇用や所得環境が改善する中、個人消費や設備投資に持ち直しの動きが見られ、景気は緩やかな回復基調で推移いたしました。一方で、物価上昇の継続や海外経済の不確実性、金融資本市場の変動に加え、中東情勢の緊迫化や国際情勢の不安定化などもあり、先行きは依然として不透明な状況で推移いたしました。食品業界におきましては、原材料価格やエネルギーコストの高止まりに加え、人手不足を背景とした

人件費の上昇が続くなど、引き続き厳しい経営環境で推移いたしました。

そのような状況の中、当社グループは「“おやくだち”の精神」でお客さまや取引先、株主、社会へ貢献し、社員がいいきぎと働く風土づくりと安定した収益構造および価値創造ビジネスの推進により“選ばれる企業”として持続的に成長していくことを基本方針とした第13次中期経営計画の2年目を開始し、第一に「収益構造改革の完遂」、第二に「業務用事業の質的成長と拡大」、第三に「ヘルスフード事業、海外事業の成長拡大」、第四に「ごぼう事業、市販事業の新たな価値の創造」、第五に「経営品質の向上」を重点施策とした取り組みを展開してまいりました。

この結果、当連結会計年度の売上高は、業務用食品等においてはほぼ前連結会計年度並みとなりましたが、ヘルスフードが伸張したことで、51,430百万円（前連結会計年度比0.8%増加）となりました。

利益面につきましては、売価改定を実施したものの、当社の主要原材料である鶏卵価格が過去に類を見ない高値で推移し

## あじかんV30 ver.2.0とは あじかんの2030年3月期を着地点とした長期ビジョン

### 基本方針

「需要創造」「収益構造改革」「経営品質向上」により『選ばれる企業』になる  
「地球環境」「ステークホルダー」「人的資本」を重視した『サステナビリティ経営』を推進する  
※『選ばれる企業』とは・・・お客さま、取引先・株主・従業員・地域社会と強固な共存共栄の関係を築き、その責任を果たし続ける企業をいう

### 基本戦略

#### 1. 需要創造型食品メーカーへの挑戦

- (1) 業務用食品事業における創造的かつ効率的な需要対応の推進
- (2) 需要創造によるヘルスフード・海外事業の成長
- (3) 新規事業開発の推進とブランド価値の創出

#### 2. 収益構造改革と経営品質の向上

- (1) 業務用事業の収益構造の改革
- (2) ライン部門とスタッフ部門の生産性向上
- (3) 改革を推進する組織と人材の開発

たことに加え、人件費や物流コストの上昇などもあり、営業利益は1,279百万円(前連結会計年度比34.9%減少)となりました。経常利益は、為替差益や持分法による投資利益、長期為替予約評価益などを計上し、1,642百万円(同26.1%減少)となりました。親会社株主に帰属する当期純利益は、固定資産除却損の計上などにより1,111百万円(同28.3%減少)となり、増収減益の決算をご報告させていただきます。具体的な事業の取り組み内容につきましては、本誌をご拝読いただきますようお願い申し上げます。

当社は、引続き、食品メーカーとしての社会的責任を全うし、目標の確実な実現に向けて全社をあげて取り組む所存であります。そのような中でも「共に咲く喜びを実現する」という創業の精神を忘れず、これからも、お客さま、株主さま、そして従業員、皆が喜んでいける企業となれるよう努めてまいります。株主のみなさまにおかれましては、今後とも一層のご支援、ご鞭撻を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

2026年6月

代表取締役 社長執行役員

あし かが なお ずみ

足利 直純

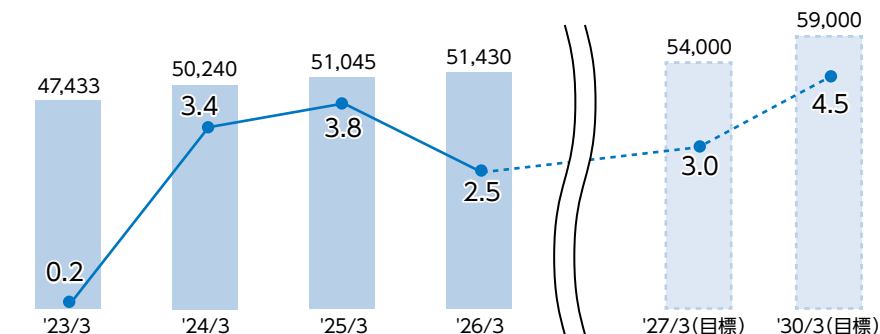
プロフィール

1998年 当社入社  
2010年 当社商品企画部長  
2012年 当社執行役員  
西日本営業部長  
2014年 当社取締役  
2017年 当社営業本部副本部長  
2018年 当社ヘルスフード事業部長  
2019年 当社常務取締役  
2021年 当社代表取締役  
社長執行役員就任



長期ビジョンの定量目標の推移

■ 売上高 ▲ 営業利益率



※長期ビジョンの具体的な内容は次ページをご覧ください。

長期ビジョン(2030年3月期)  
定量目標

売上高

**59,000**百万円

営業利益率

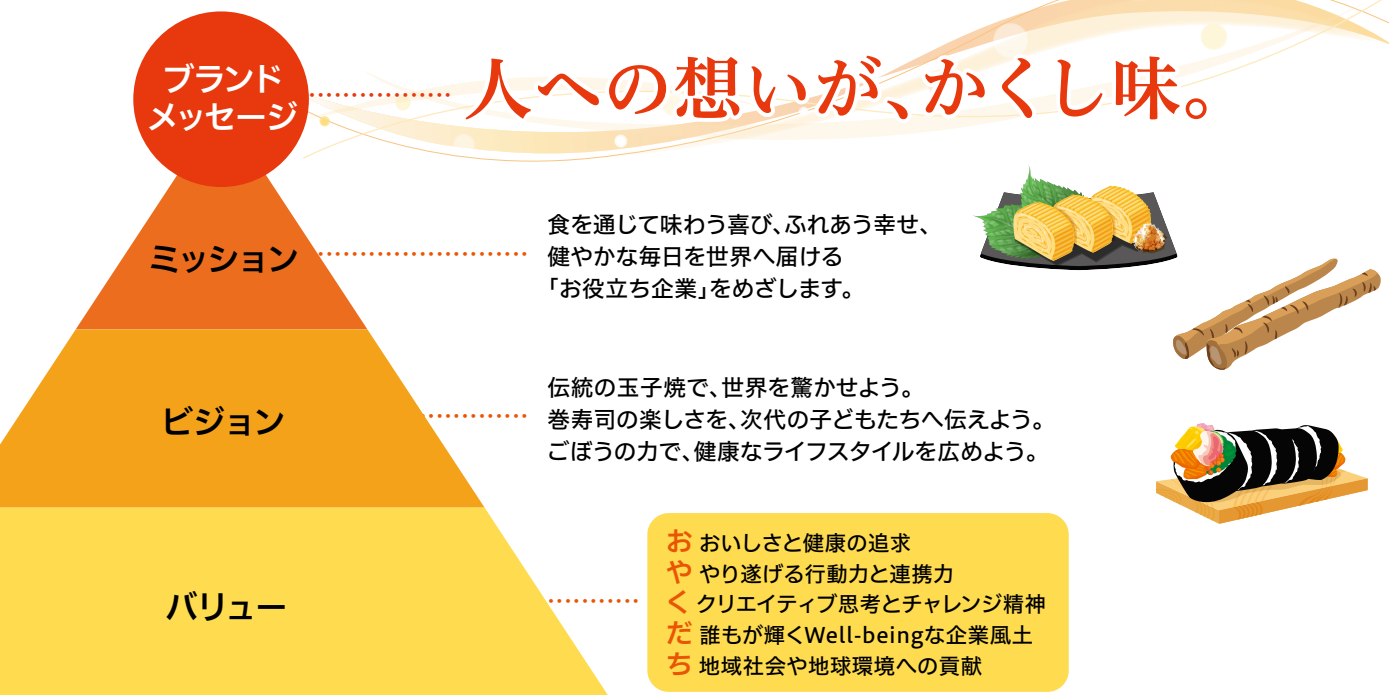
**4.5%**以上

## 長期ビジョン

当社は2019年に長期ビジョン「あじかんV30」を掲げ、その達成に向けた取り組みを進めてまいりましたが、新型コロナウイルス感染症を契機に外部環境が大きく変容するとともに、原料高、物価高、円安の進行など、当社の収益性の低下に繋がる要因が顕在化してまいりました。

このような中でも、成長投資を行うのに必要な利益を安定的に創出し、さらなる事業拡大を図っていくためには、収益構造改革の完遂が不可欠であり、それも踏まえた今後の成長戦略を「あじかんV30 ver.2.0」として取り組んでいます。「あじかんV30 ver.2.0」の中では、新たに「ミッション」「ビジョン」「バリュー」で構成される「ステートメント」を作成し、その想いをまとめたブランドメッセージ「人への想いが、かくし味。」を掲げております。

### ■あじかんの「ステートメント」



### ■基本理念

『いきいき、わくわく』する  
仕事づくりと人づくり

### ■基本方針

- 「需要創造」「収益構造改革」「経営品質向上」により「選ばれる企業」になる
- 「地球環境」「ステークホルダー」「人的資本」を重視した  
「サステナビリティ経営」を推進する

## ■主要政策

### 需要創造

業務用食品事業では、組織営業力の強化を図り、主要チェーンへの販売促進体制強化と品揃えの強化を図ってまいります。特に、「鶏卵加工品」「巻寿司」「ごぼう」について製品力を強化し、当社の基軸事業として、さらに成長させてまいります。

2025年4月からマーケティング部を立ちあげることで、消費者の潜在ニーズを見出し、新たな市場を創造してまいります。近年では、チョコレート風菓子「GOVOICE」や冷凍スープ「あじかんごぼう RESET SOUP」など新製品を中心に市販市場での本格的な販売拡大を目指してまいります。

### 収益構造改革

営業所の機能集約を進め、支店を中核としたエリア経営を推進してまいります。また、営業所で課題となっている人手不足へ対応するためのシステム化を進めるとともに、グループ統合型のロジスティクス戦略を確立することで、物流の効率化を図ってまいります。

生産効率を向上させるために、製品の配合統合や労働生産性を効率化させるためのAIを活用した生産工程の省人化にも取り組んでまいります。

### 経営品質向上

人的資本経営とサステナビリティ経営を推進するための投資を強化してまいります。人的資本経営では、人材開発の強化を図るために、研修体系の刷新やe-ラーニングを導入し、学習環境を整備いたしました。

サステナビリティ経営では、当社が排出している温室効果ガスの測定を行っており、今後はその削減と企業価値向上の両立を目指す取り組みを推進してまいります。

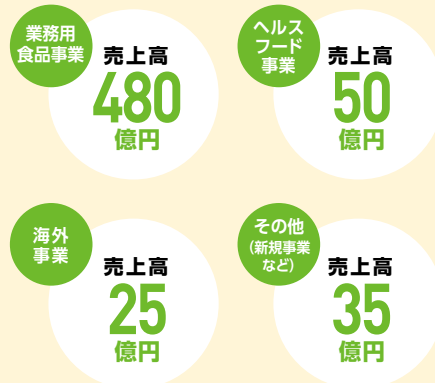


## V30 ver.2.0の 数値目標

売上高 **590** 億円

### ■事業別数値目標

(2030年3月期 売上高) (注1)



(注1)については、事業別ごとの営業利益率は非開示とする。

営業利益率 **4.5%以上**

### 目標指標

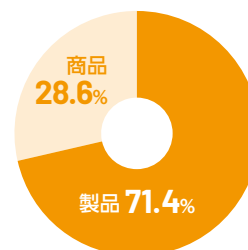
- EBITDA(営業CFの源泉) **30億円以上**
- ROA(総資産利益率) **4.0%以上**
- ROIC(投下資本利益率) **6.0%以上**
- ROE(自己資本利益率) **8.0%以上**
- DOE(株主資本配当率) **3.0%以上**



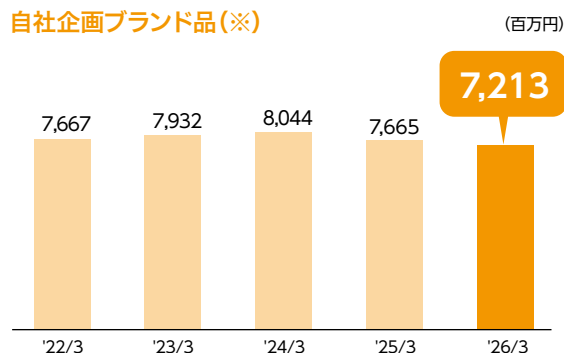
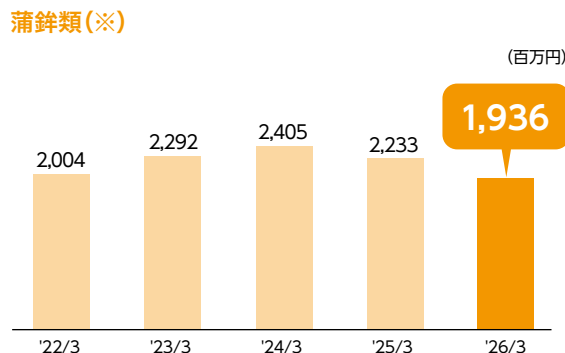
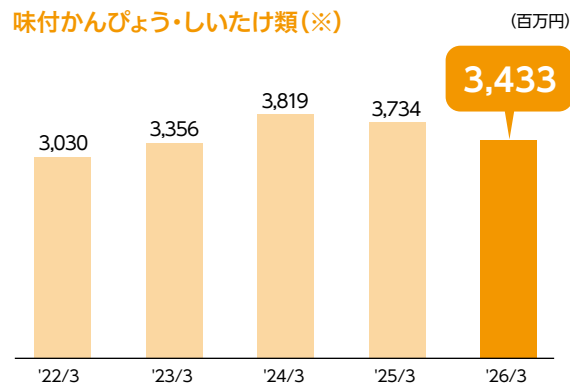
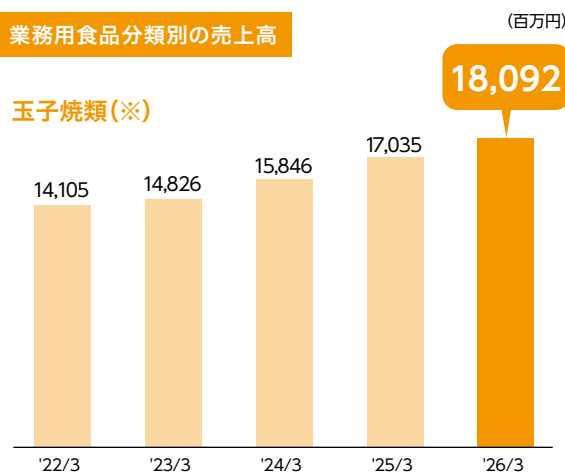
## 業務用食品事業

米や海苔などの価格高騰を背景に巻寿司需要が減少し、当社の主力製品である味付かんぴょうなどの野菜加工品やカニ風味かまぼこなどのすり身製品の販売が低調に推移いたしました。また、食品価格上昇に伴う消費行動の変化やインバウンド需要の影響などにより市場環境が変化し、当社の主要取引先であるスーパーマーケットやコンビニエンスストアを中心とした米飯市場の需要は減少しました。このような需要動向の中、価格改定を実施したことに加え、ビジネスホテルなどの新たな業態への販売促進活動を強化するなど販路拡大に努めてまいりました。

売上高構成比



業務用食品分類別の売上高



(※) 海外へ販売した実績も含んでおります。

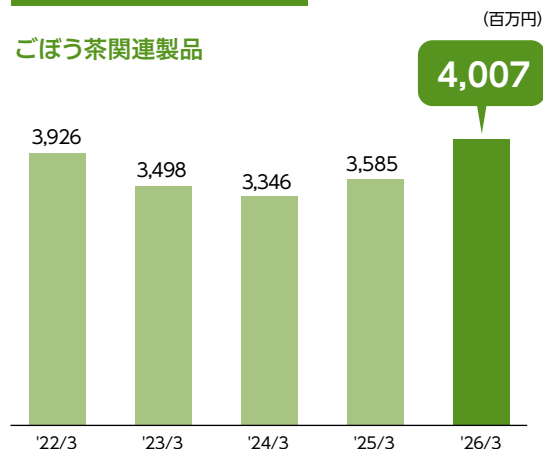
テレビCMを中心に積極的な広告宣伝を実施したことなどにより、「国産焙煎ごぼう茶 ごぼうのおかげW」をはじめとした機能性表示食品の売上が好調に推移しました。

また、ドラッグストアやスーパーマーケットへの店舗販売につきましては、新規開拓やインスタプロモーションを強化したことに加え、ペットボトルタイプの「おいしい!ごぼう茶」やごぼうを原料としたチョコレート風菓子「GOVOCE」「GOVOCE ミルク」の発売効果もあり、前連結会計年度を大幅に上回る売上高となりました。



### ヘルスフード事業の売上高

#### ごぼう茶関連製品

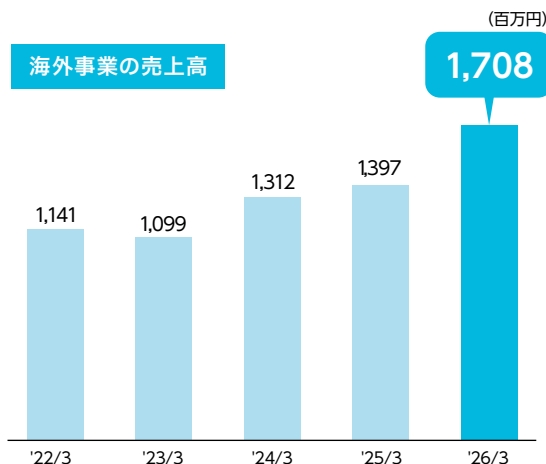


### 海外事業

アメリカではカリフォルニア州における動物福祉法(Prop.12)の発令で、玉子製品の流通に一定の制約があったものの、規制対象外の州への拡販によって、売上の下支えとなりました。

加えて、オセアニアやシンガポール、香港などを中心に玉子製品の需要が拡大し、海外売上高は前連結会計年度を大幅に上回る結果となりました。

#### 海外事業の売上高



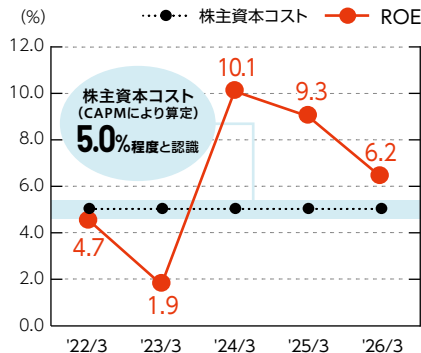
※2024年3月期より、海外事業の売上高の算出方法を見直しており、過去のデータも当該算出方法の結果に修正しました。

資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応

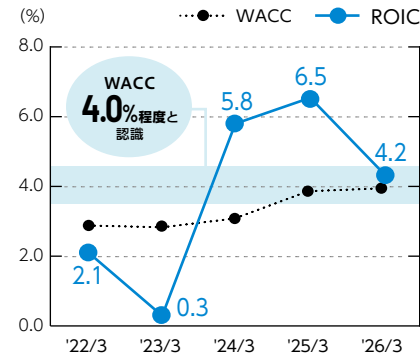
資本コストや株価を意識した経営の実現に向け、現状分析・評価を行うとともに、改善に向けた方針、取り組みについて取締役会で議論を行い決定しています。

現状分析：資本コスト・収益性

■ ROE：自己資本利益率 (%)

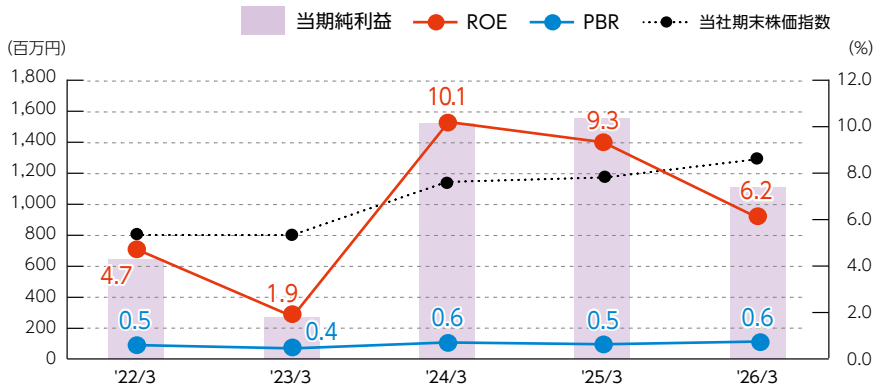


■ ROIC：投下資本利益率 (%)



2023年3月期に収益性が悪化したことでROEやROICが低下し、期待される収益性を上回ることができていなかったが、2024年3月期から収益性が改善しプラスに転じた。  
2026年3月期は主要原材料の高騰、高止まりにより収益性が悪化し、ROE・ROICともに低下したが、以前と比較して、収益性を改善・維持できているため、株主資本コスト・WACCともに当社の想定値を上回ることができている。

現状分析：ROE・PBRの推移



総資産回転率は安定している一方、収益性と財務レバレッジは低下している。収益性の悪化がROE低下の主因であり、財務レバレッジもROEを抑制する方向に作用している。

世界的なインフレによる日経平均株価の高まりとともに当社株価も上昇したことに加え、利益減少によりEPSが低下したことで、PERは上昇。

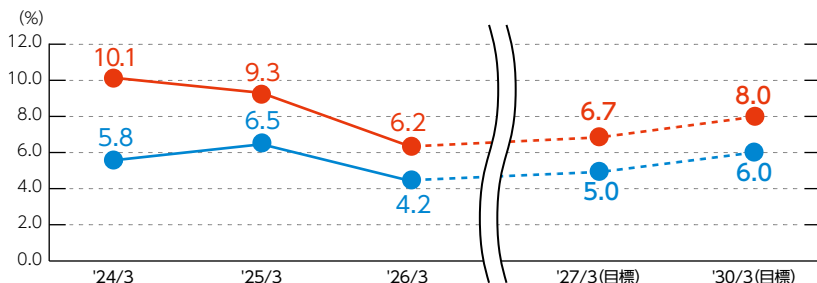
PERは依然として割安感がある。投資家への当社の事業戦略や成長性についての説明が不足しており、理解や評価が得られていないことが、PBRが上昇しない要因であると認識している。

**PBR (株価純資産倍率)** = **ROE (自己資本利益率)** × **PER (株価収益率)**

9.6倍 (前期比+3.6倍)

**売上高純利益率** 2.2% (前期比▲0.8%) × **総資産回転率** 1.90回 (前期比+0.03回) × **財務レバレッジ** 1.51倍 (前期比▲0.13倍)

## ROE・ROICの推移および目標値



● ROE ● ROIC

2027年3月期  
第13次中計

ROE  
6.0%以上

ROIC  
5.0%以上

2030年3月期  
長期ビジョンV30

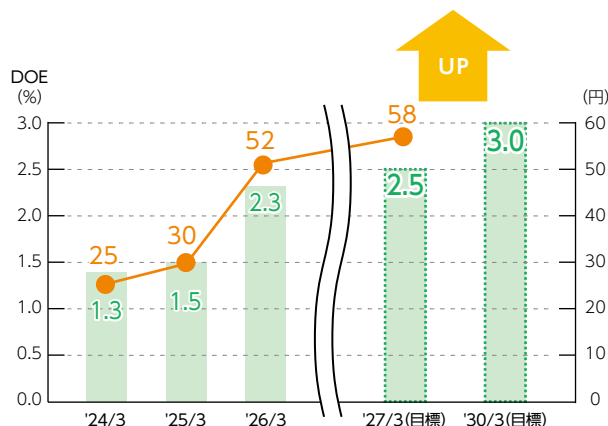
ROE  
8.0%以上

ROIC  
6.0%以上

## 株主還元に対する考え方

利益還元については、長期的かつ安定的に行うこととし、持続的な成長拡大に向けた戦略投資や企業価値向上のための諸施策の展開に必要な内部留保を確保するとともに、配当については、DOE（株主資本配当率）などを指標として、経営成績を勘案した成果配分とすることを基本とする。

今後、収益構造の良化に連動して配当水準を段階的に引き上げ、DOEを2027年3月期には2.5%以上、2030年3月期には3.0%以上を指向する。また、第13次中計期間中は、DOE2.5%を目標とし、段階的に引き上げていく。



■ DOE ● 配当金

DOEとは、株主資本に対して、どの程度、利益配分を行っているかを示す指標

2027年3月期  
第13次中計

DOE  
2.5%以上

2030年3月期  
長期ビジョンV30

DOE  
3.0%以上

## 対応方針

収益性の改善(販売価格の適正化、生産性向上への取り組み強化)

業務用食品事業の質的成長と拡大(拠点整備とお客さまへの価値あるサービスの提供)

ヘルスフード・海外事業の成長拡大(新製品の投入と次期基軸品の育成)

ごぼう事業、市販事業の新たな価値の創造(未来を切り拓く研究開発とマーケティング力の強化)

投資家との  
コミュニケーション

- 投資家、アナリストとの個別面談や説明会の開催など、対話の拡充
- 情報開示の質的向上(リスクやガバナンス、サステナビリティなど、非財務情報を含む)
- 投資家の意見を踏まえた目標・対応方針の見直し

企業価値の向上

- 経済的価値、社会的価値の向上(コーポレートブランディングの強化など)

適正な株主還元

- 収益構造の良化に連動した段階的な配当水準の引き上げ

## 株主メモ

|                        |                                                     |
|------------------------|-----------------------------------------------------|
| 事業年度                   | 毎年4月1日から翌年3月31日まで                                   |
| 定時株主総会                 | 毎年6月                                                |
| 基準日                    | 定時株主総会 3月31日<br>期末配当 3月31日<br>中間配当 9月30日(当中間配当は未実施) |
| 株主名簿管理人<br>特別口座の口座管理機関 | 三菱UFJ信託銀行株式会社                                       |

|                                               |                                                                               |
|-----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| 同連絡先                                          | 三菱UFJ信託銀行株式会社 大阪証券代行部<br>〒541-8502 大阪市中央区伏見町三丁目6番3号<br>電話 0120-094-777(通話料無料) |
| 上場証券取引所                                       | 東証スタンダード                                                                      |
| 公告の方法<br>(公告掲載URL)                            | 電子公告<br><a href="https://www.ahjikan.co.jp/">https://www.ahjikan.co.jp/</a>   |
| ※やむを得ない事由により、電子公告ができない場合は、日本経済新聞に掲載する方法で行います。 |                                                                               |

### 【ご注意】

- 株主さまの住所変更など各種お手続きにつきましては、口座を開設されている証券会社にお問い合わせください。
- 特別口座に記録された株式に関する各種お手続きにつきましては、三菱UFJ信託銀行にお問い合わせください。  
なお、三菱UFJ信託銀行全国本支店でも、お取扱いいたします。
- 未受領の配当金につきましては、三菱UFJ信託銀行本支店で、お支払いいたします。

詳細なIR情報につきましては、  
当社のホームページで  
ご紹介しておりますので、  
是非、ご覧ください。  
<https://www.ahjikan.co.jp/ir/>



## あじかんグループ企業の紹介

「あじかんグループ」は、鶏卵加工製品・野菜加工製品・水産練製品・その他食品の製造、販売、および卸売、農産物の生産、販売、ならびに運輸業を主な事業としています。

### 国内

#### ■ 株式会社あじかんアグリファーム(子会社)

所在地：広島市西区商工センター七丁目3番9号  
資本金：30,000千円(当社100%出資)

主な事業内容 農産物の生産、販売および加工業務など

#### ■ 株式会社井口産交(子会社)

所在地：広島市佐伯区石内南一丁目14番1号  
資本金：10,000千円(当社100%出資)

主な事業内容 冷凍・冷蔵食品の幹線輸送便など

### 海外

#### ■ 山東安吉丸食品有限公司(子会社)

所在地：中華人民共和国山東省青州市玲珑山北路2700号  
資本金：5,354千米ドル(当社100%出資)

主な事業内容 食品の製造、販売

#### ■ AHJIKAN FOODS, INC.(子会社)

所在地：アメリカ合衆国カリフォルニア州トーランス  
資本金：100万米ドル(当社100%出資)

主な事業内容 食品の販売、卸売および輸入、輸出

#### ■ 愛康食品(青島)有限公司(持分法適用関連会社)

所在地：中華人民共和国山東省青島市萊西市深圳北路225号  
資本金：3,436千米ドル(当社50%出資)

主な事業内容 寿司用食材や惣菜類などの製造、販売



見やすいユニバーサルフォントを  
採用しています。