

ホリスティック企業レポート

梅乃宿酒造

559A 東証スタンダード

新規上場会社紹介レポート

2026年4月28日発行

一般社団法人 証券リサーチセンター



証券リサーチセンター
審査委員会審査済 20260427

酒類の製造及び国内外で販売

果実を漬け込んだ日本酒リキュールを礎に国内外で事業拡大

アナリスト: 松尾 十作 +81(0)3-6812-2521
レポートについてのお問い合わせはこちら info@stock-r.org

【559A 梅乃宿酒造 業種: 食料品】

決算期	売上高 (百万円)	前期比 (%)	営業利益 (百万円)	前期比 (%)	経常利益 (百万円)	前期比 (%)	純利益 (百万円)	前期比 (%)	EPS (円)	BPS (円)	配当金 (円)
2024/6	2,698	12.0	422	-	425	61.0	317	45.0	56.6	489.8	166.0
2025/6	2,684	-0.5	317	-25.0	306	-28.0	241	-23.8	40.1	530.0	0.0
2026/6 予	3,019	12.5	482	52.2	457	49.5	315	30.7	52.4	-	21.0

- (注) 1. 単体ベース
2. 2025年4月17日付けで1:20の株式分割を実施、1株当たり指標は遡って修正
3. 2026/6期は会社予想

【株式情報】	【会社基本情報】	【その他】
株価 1,180円 (2026年4月27日)	本店所在地 奈良県葛城市	【主幹事証券会社】
発行済株式総数 6,023,920株	設立年月日 1950年5月18日	S M B C日興証券
時価総額 7,108百万円	代表者 吉田 佳代	【監査人】
上場初値 900円 (2026年4月24日)	従業員数 71人 (2026年2月)	太陽有限責任監査法人
公募・売出価格 600円	事業年度 7月1日~翌年6月30日	
1単元の株式数 100株	定時株主総会 毎事業年度終了後3カ月以内	

> 事業内容

◆ 創業 1893 年の酒類製造販売会社

梅乃宿酒造(以下、同社)は1893年創業の吉田熊太郎商店を前身としている。1950年に法人化し、現商号とした。

「新しい酒文化を創造する」ことをパーパスとして、伝統的な日本酒造りに加え、日本酒を主な材料とした果実リキュール「あらかしシリーズ」を製造・販売している(図表1)。梅酒を漬けた後の果肉成分をブレンドした「あらかし梅酒」を始め、ゆず、みかん、桃等のラインナップを拡充してきた。アルコールライトユーザーをターゲットとして展開している。あらかしシリーズが過半を占めるリキュールの売上構成は凡そ8割強である。

(注1) 酒造好適米とは、一般の食用米と異なり、日本酒造りに適した特性(大粒、タンパク質の少なさなど)を持つ酒造専用の米を指す。

(注2) 特定名称酒とは、日本の酒税法により定められた日本酒の分類の一つ。米の精米歩合、醸造方法などの品質を満たした日本酒を指す。

日本酒の製造・販売は、主に雄町米、山田錦等の酒造好適米^{注1}を用いた特定名称酒^{注2}が中心である。

【図表1】あらかしシリーズ



(出所) 届出目論見書

25/6期の販売先は、国内向けが82.0%、海外向けが18.0%を占めた(図表2)。国内向け販売はBtoBが約8割、BtoCが約2割である。BtoBは、創業来の販売ルートで、酒飯店や卸売業者へ販売しており、取引先は1,000社超に及んでいる。BtoCは02年に開始した小売り販売チャンネルで、22年に建設した製造所(酒蔵)に併設した直営店1店舗と自社ECで行っている。

【図表2】販売チャンネル別売上高構成

		24/6期		25/6期			26/6期中間期	
		売上高 (百万円)	構成比 (%)	売上高 (百万円)	構成比 (%)	前期比 (%)	売上高 (百万円)	構成比 (%)
国内	B to B	1,540	57.1	1,790	66.7	16.2	972	57.7
	B to C	448	16.6	411	15.3	-8.3	227	13.5
	計	1,988	73.7	2,201	82.0	10.7	1,200	71.3
海外	B to B	709	26.3	482	18.0	-32.0	484	28.7
合計	B to B	2,250	83.4	2,273	84.7	1.0	1,456	86.5
	B to C	448	16.6	411	15.3	-8.3	227	13.5
	計	2,698	100.0	2,684	100.0	-0.5	1,684	100.0

(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

同社が輸出を開始したのは02年である。現在では24の国または地域へ代理店を介して輸出しており、26/6期中間期の地域別内訳は、アジア37%、北米27%、欧州7%、オセアニア5%、空港免税店12%、その他12%である。

◆ 杜氏制度を廃止しチーム制によるデータに基づいた酒造りへ転換

同社は22年7月に本社及び酒蔵を奈良県葛城市に建設し、移転した。同社は17年に杜氏制度^{注3}を廃止し、チーム制を採用するとともに約10年に亘り蓄積したデータに基づいた日本酒造りに移行していたが、新設備への移転により温度や衛生管理の精度が向上するとともに、天候等の影響を受けない生産体制を構築した。

(注3) 杜氏制度とは、日本酒製造の最高責任者である杜氏と、その下で働く蔵人が日本酒製造を行う制度を指す。

設備投資を続けてきたことから、現在の製造能力はそれまでの酒蔵に比べて2倍程度に相当している。生産現場では完全週休二日制を実現させるなど、労働環境の改善にもつながっている。

◆ 新商品開発

同社の国内販売チャンネルであるBtoCは新商品開発における重要な役割を果たしている。

自社サイトやSNS等を通じて消費者の要望をくみ取りつつ、新商品を開発している。25/6期においては、60の企画に基づいて212の試作品を作り、そのなかから10商品の販売を開始した。

> 特色・強み

◆ 同業他社を大きく上回る採算性

同社の主力商品であるリキュールは、01年にリキュール製造免許を取得し、02年から梅酒の製造・販売を開始したことに始まる。アルコール度数が低く、味わいや飲み口が軽いライトリカーの市場が拡大傾向であることを背景に、果肉を漬け込んだあらごしシリーズが05年に誕生した。

香料・保存料・着色料を使用せず、多様な果実を用いた製品ラインナップを充実したことが消費者に受け入れられ、リキュールが売上上の中心となった。

同社の特徴としては採算性の高さが挙げられる(図表3)。清酒製造者平均の売上高715百万円、売上総利益率25.6%、リキュール製造者平均の売上高6,573百万円、売上総利益率39.9%に対して、同社の25/6期の売上高は2,684百万円、売上総利益率は55.7%と高い水準にある。

【図表3】採算性比較

	梅乃宿酒造	清酒製造者 平均	リキュール製造者 平均
売上高(百万円)	2,684	715	6,573
売上総利益率(%)	55.7	25.6	39.9

(注) 梅乃宿酒造の数値は25/6期

(出所) 届出目論見書、国税庁「酒類製造業及び酒類卸売業の概況(令和7年アンケート)」を基に証券リサーチセンター作成

日本酒は、製造に30日以上の日数を要し、かつ人手による部分が多い。また日本酒の需要は飲食店及び小売りにおいても秋から冬に高まり、全国に多数存在する酒造メーカーとの競争が厳しい環境にある。リキュールの需要は飲食店及び小売りでの販売に季節性がなく、一年を通して需要がある。

> 事業環境

◆ 国内酒類市場

国内酒類市場は、縮小傾向にある。同社が主力とするリキュールについても市場全体としては縮小傾向にあり、清酒についても減少傾向が続いている。クラフトビールや各地域の日本酒、低アルコールやノンアルコール飲料というように多種多様な酒が増えている。一方、少子高齢化や人口減少等の人口動態の変化、消費者の低価格志向、ライフスタイルの変化や嗜好の多様化等により、国内市場は全体として縮小傾向にある。

◆ 競合

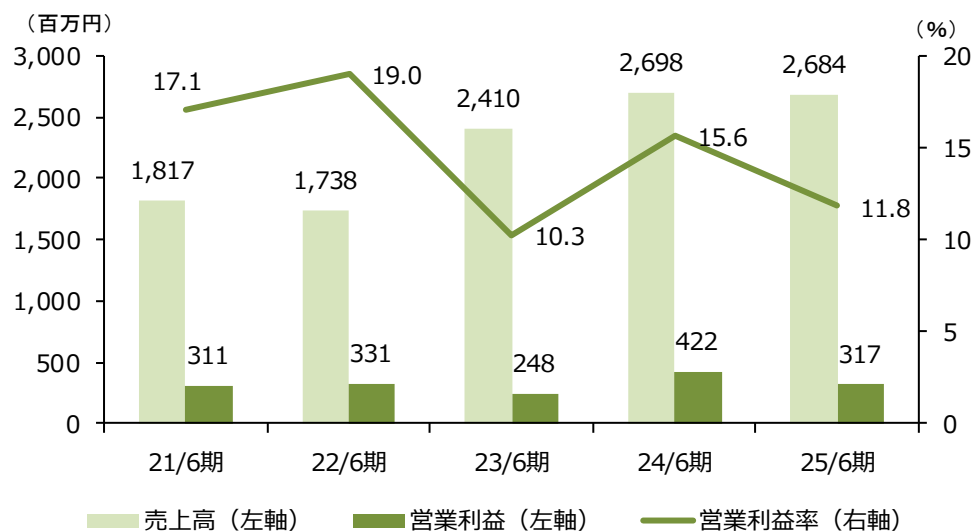
国税庁が26年3月に公表した「酒類製造業及び酒類卸売業の概況(令和7年アンケート)」によれば、全国に日本酒の製造者は1,607者、リキュールの製造者は1,772者と多数存在する。

> 業績

◆ 過去の業績推移

同社は過去5期分の業績を開示している(図表4)。営業利益率は10%以上を維持している。

【図表4】業績推移



(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

22/6期は、新型コロナウイルス禍による料飲店不振の影響を受け減収となった。23/6期は大型量販店との取引開始、新商品のヒットもあり増収となったものの、EC事業での広告宣伝費の増加と上場に備えた人員増による人件費負担増が影響し営業減益となった。

24/6期は12.0%増収、70.2%営業増益となったが、国内では新たな大型量販店との取引開始、輸出においては東南アジア圏での大型量販店との取引開始や北米市場向けの好調から大幅増収、増益となった。

◆ 25年6月期業績

25/6期業績は、売上高2,684百万円(前期比0.5%減)、営業利益317百万円(同25.0%減)、経常利益306百万円(同28.0%減)、当期純利益241百万円(同23.8%減)であった。

国内BtoBの売上高は、従来からの既存店向けの取引増、24/6期から取引を開始した大型量販店が通期寄与したこと、既存販路の拡大、市況回復により1,790百万円(前期比16.2%増)と好調であった。一方、国内BtoCは、あらごしシリーズの値上げが影響し、前期比8.3%減の411百万円となった。海外BtoBは、24/6期に北米向け売上高が大幅増となった反動から482百万円(同32.0%減)と大幅に減少した。

売上総利益率は55.7%と前期比2.0%ポイント低下、販売費及び一般管理費

(以下、販管費)の対売上比も43.9%と同1.8%ポイント悪化したことから、営業利益は同25.0%減となった。

◆ 26年6月期中間期業績

26/6 期中間期業績は、売上高 1,684 百万円、営業利益 376 百万円、経常利益 375 百万円、中間純利益 249 百万円であった。売上総利益率は前通期比 1.3%ポイント上昇の 57.0%、販管費率も同 9.2%ポイント低下したことから、営業利益率は同 10.5%ポイント改善し 22.3%となった。

◆ 26年6月期の会社計画

26/6 期の会社計画は、売上高 3,019 百万円(前期比 12.5%増)、営業利益 482 百万円(同 52.2%増)、経常利益 457 百万円(同 49.5%増)、当期純利益 315 百万円(同 30.7%増)である(図表 5)。同計画は 26 年 1 月までの実績値に 2 月以降の予想値を合算したものである。

【 図表 5 】 26 年 6 月期会社計画

	25/6期		26/6期会社計画			
	金額 (百万円)	構成比 (%)	金額 (百万円)	構成比 (%)	前期比 (%)	
売上高	2,684	100.0	3,019	100.0	12.5	
国内	B to B	1,790	66.7	1,863	61.7	4.0
	B to C	411	15.3	449	14.9	9.4
	計	2,201	82.0	2,312	76.6	5.0
海外	B to B	482	18.0	707	23.4	46.4
計	B to B	2,273	84.7	2,570	85.1	13.1
	B to C	411	15.3	449	14.9	9.4
売上原価	1,189	44.3	1,302	43.1	9.5	
売上総利益	1,495	55.7	1,716	56.8	14.8	
販売費及び一般管理費	1,178	43.9	1,234	40.9	4.7	
営業利益	317	11.8	482	16.0	52.2	
経常利益	306	11.4	457	15.1	49.5	
当期純利益	241	9.0	315	10.4	30.7	

(出所) 届出目論見書、「東京証券取引所スタンダード市場への上場に伴う当社決算情報等のお知らせ」を基に証券リサーチセンター作成

売上高については、国内 BtoB は 1,863 百万円(前期比 4.0%増)、国内 BtoC は 449 百万円(同 9.4%増)、海外 BtoB は 707 百万円(同 46.4%増)を計画している。

海外 BtoB の中で、北米向けは、プライベートブランドを新たに販売したことから 146 百万円と前期比増加を見込んでいる。台湾向けも大型店舗でのスポット催事に同社商品が採用となり 138 百万円と増加を見込んでいる。その他海外向けは、アジア太平洋地域で大型量販店との取引増やインバウンド需要の高まりを受けた空港での販売が堅調に推移すると想定している。

売上原価は 1,302 百万円(前期比 9.5%増)、売上総利益 1,716 百万円(同 14.8%増)、売上総利益率は 56.8%と前期比 1.1%ポイントの改善を計画している。価格改定及びセールスマックスによる改善効果を見込んでいる。

販管費は 1,234 百万円(前期比 4.7%増)を見込んでいる。人員の採用計画やベースアップ等での人件費増、広告宣伝費は減少、支払い運賃は増加を見込んでおり、その他の販管費は概ね前期並みを想定している。

営業外損益については、受取利息及び配当金、支払利息に加え、上場関連費用を個別に積み上げて算出している。特別損益については、補助金収入 1 百万円、固定資産の除却損 1 百万円を想定している。税引前当期純利益は 457 百万円(前期比 48.9%増)、当期純利益は 315 百万円(同 30.7%増)と計画している。

(注4) 総還元性向とは企業の株主還元度合いを表す指標の一つで、配当金と自社株買いの金額を合算した数値を当期純利益で割った数値である。

株主還元については、総還元性向^{注4}50%を目標とし、内訳は配当性向 40%、自己株式の取得により 10%としている(図表 6)。26/6 期の配当については 1 株当たり 20.95 円(配当性向 40.0%)を予定している。また、株主優待として、保有株数や保有期間に応じて EC 利用券や限定商品を提供するとしている。

【 図表 6 】 株主還元策及び株主優待

■ 株主還元策		■ 株主優待	
総還元性向		保有株数	
50%目標		200株以上	100株以上 200株未満
配当性向 40%	自己株式の 取得等	保有期間 1年以上 ・ EC利用券2,000円分 ・ 対象株主限定日本酒 (720ml) ・ 株主限定蔵見学会	・ EC利用券 2,000円分
		保有期間 1年未満 ・ EC利用券1,000円分 ・ 対象株主限定日本酒 (720ml)	・ EC利用券 1,000円分

(出所) 届出目論見書

◆ 成長戦略

同社は今後の成長戦略として、海外販売の拡大及び新規領域の開拓、新規ブランドの開発を掲げている。

海外販売の拡大については、各輸出先国の代理店との連携により大型量販店の開拓や料飲店の開拓を進めるとしている。

新規領域の開拓と新規ブランドの開発については、プレミアムラインの拡大や健康系の新規ブランドとして食品(ノンアルコール)の新商品開発に取り組むとしている。

> 経営課題/リスク**◆ 流通株式比率について**

同社の新規上場時の流通株式比率は、証券リサーチセンターでは 29.6%と試算している。東証スタンダード市場の上場維持基準を満たすには、流通株式比率が 25%以上である必要がある。事業年度末の状況に基づいて上場維持基準の審査が行われるが、何らかの理由でこれらの基準を下回った場合、既存株主への一部売出しの要請、株式報酬等を用いた流通株式の増加など、これらを組み合わせて流通株式比率の向上を図りたいとしている。

◆ 大株主について

同社の上位株主のうち、代表取締役社長の吉田佳代氏、吉田佳代氏の資産管理会社で上場時点の発行済株式数の 42.6%と議決権の 3 分の 1 以上を保有していることから、特別決議(定款変更、合併や解散などの重要な意思決定)を単独で阻止することが可能である点に留意すべきである。

【 図表 7 】 財務諸表

損益計算書	2024/6		2025/6		2026/6 中間期	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
売上高	2,698	100.0	2,684	100.0	1,684	100.0
売上原価	1,141	42.3	1,189	44.3	723	43.0
売上総利益	1,557	57.7	1,495	55.7	960	57.0
販売費及び一般管理費	1,134	42.1	1,178	43.9	584	34.7
営業利益	422	15.7	317	11.8	376	22.3
営業外収益	12	-	3	-	3	-
営業外費用	10	-	14	-	4	-
経常利益	425	15.8	306	11.4	375	22.3
税引前当期(中間)純利益	436	16.2	307	11.5	377	22.4
当期(中間)純利益	317	11.8	241	9.0	249	14.8

貸借対照表	2024/6		2025/6		2026/6 中間期	
	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)	(百万円)	(%)
流動資産	3,052	49.5	2,861	47.2	2,875	45.5
現金及び預金	1,893	30.7	1,618	26.7	1,379	21.8
売上債権	364	5.9	304	5.0	636	10.1
棚卸資産	762	12.4	910	15.0	822	13.0
固定資産	3,119	50.5	3,199	52.8	3,450	54.5
有形固定資産	2,907	47.1	2,929	48.3	3,255	51.5
無形固定資産	22	0.4	15	0.3	11	0.2
投資その他の資産	189	3.1	255	4.2	182	2.9
総資産	6,171	100.0	6,061	100.0	6,325	100.0
流動負債	678	11.0	557	9.2	681	10.8
買入債務	86	1.4	91	1.5	100	1.6
1年内返済予定の長期借入金	235	3.8	236	3.9	237	3.7
未払法人税等	84	1.4	20	0.3	96	1.5
賞与引当金	38	0.6	67	1.1	54	0.9
固定負債	2,543	41.2	2,310	38.1	2,194	34.7
長期借入金	2,472	40.1	2,235	36.9	2,118	33.5
退職給付引当金	64	1.0	71	1.2	73	1.2
純資産	2,950	47.8	3,192	52.7	3,450	54.5
自己資本	2,950	47.8	3,192	52.7	3,450	54.5

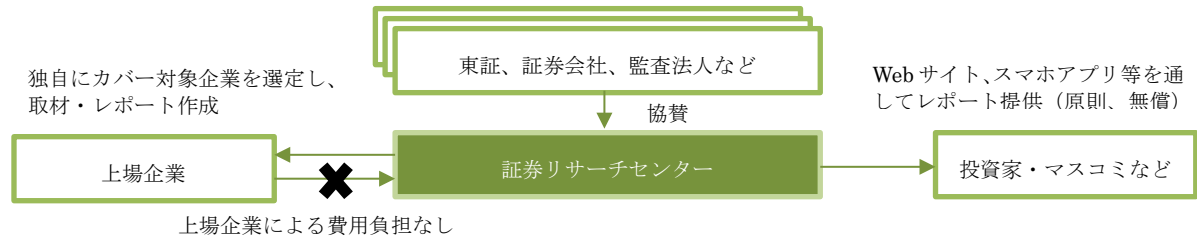
キャッシュ・フロー計算書	2024/6	2025/6
	(百万円)	(百万円)
営業キャッシュ・フロー	570	250
減価償却費	187	216
投資キャッシュ・フロー	-120	-246
財務キャッシュ・フロー	-950	-242
配当金の支払額	-999	-
現金及び現金同等物の増減額	-499	-239
現金及び現金同等物の期末残高	1,755	1,516

(出所) 届出目論見書を基に証券リサーチセンター作成

証券リサーチセンターについて

証券リサーチセンターは、株式市場の活性化に向けて、中立的な立場から、アナリスト・カバーが不十分な企業を中心にアナリスト・レポートを作成し、広く一般にレポートを公開する活動を展開しております。

※当センターのレポートは経済産業省の「価値協創のための統合的開示・対話ガイダンス」を参照しています。



■協賛会員

株式会社東京証券取引所	S M B C日興証券株式会社	大和証券株式会社	野村証券株式会社
みずほ証券株式会社	EY 新日本有限責任監査法人	有限責任あずさ監査法人	株式会社 I C M G
太陽有限責任監査法人	有限責任監査法人トーマツ	株式会社 S B I 証券	三優監査法人
PwC Japan 有限責任監査法人	いちよし証券株式会社	監査法人 A&A パートナーズ	仰星監査法人
宝印刷株式会社	株式会社プロネクサス		
日本証券業協会	公益社団法人日本証券アナリスト協会		

■後援

株式会社名古屋証券取引所	証券会員制法人札幌証券取引所	証券会員制法人福岡証券取引所
一般社団法人日本ベンチャーキャピタル協会	一般社団法人日本 IR 協議会	
一般社団法人スチュワードシップ研究会	一般社団法人機関投資家協働対話フォーラム	

アナリストによる証明

本レポートに記載されたアナリストは、本レポートに記載された内容が、ここで議論された全ての証券や発行企業に対するアナリスト個人の見解を正確に反映していることを表明します。また本レポートの執筆にあたり、アナリストの報酬が、直接的あるいは間接的にこのレポートで示した見解によって、現在、過去、未来にわたって一切の影響を受けないことを保証いたします。

免責事項

- ・本レポートは、一般社団法人 証券リサーチセンターに所属する証券アナリストが、広く投資家に株式投資の参考情報として閲覧されることを目的として作成したものであり、特定の証券又は金融商品の売買の推奨、勧誘を目的としたものではありません。
- ・本レポートの内容・記述は、一般に入手可能な公開情報に基づき、アナリストの取材により必要な補充を加え作成されたものです。本レポートの作成者は、インサイダー情報の使用はもとより、当該情報を入手することも禁じられています。本レポートに含まれる情報は、正確かつ信頼できると考えられていますが、その正確性が客観的に検証されているものではありません。また、本レポートは投資家が必要とする全ての情報を含むことを意図したものではありません。
- ・本レポートに含まれる情報は、金融市場や経済環境の変化等のために、最新のものではなくなる可能性があります。本レポート内で直接又は間接的に取り上げられている株式は、株価の変動や発行体の経営・財務状況の変化、金利・為替の変動等の要因により、投資元本を割り込むリスクがあります。過去のパフォーマンスは将来のパフォーマンスを示唆し、または保証するものではありません。
- ・本レポート内で示す見解は予告なしに変更されることがあり、一般社団法人 証券リサーチセンターは、本レポート内に含まれる情報及び見解を更新する義務を負うものではありません。
- ・一般社団法人 証券リサーチセンターは、投資家が本レポートを利用したこと又は本レポートに依拠したことによる直接・間接の損失や逸失利益及び損害を含むいかなる結果についても一切責任を負いません。最終投資判断は投資家個人においてなされなければならない。投資に対する一切の責任は閲覧した投資家にあります。
- ・本レポートの著作権は一般社団法人 証券リサーチセンターに帰属し、許可なく複製、転写、引用等を行うことを禁じます。