

# 2024年2月期 決算説明資料

2024年4月15日

株式会社ヨシムラ・フード・ホールディングス（証券コード：2884）

- | 1 事業内容
- | 2 2024年2月期 決算ハイライト
- | 3 2024年2月期 決算詳細
- | 4 2024年2月期 トピックス
- | 5 2025年2月期 業績見通し
- | 6 成長戦略
- | 7 Appendix

# 事業内容



後継者不在等の課題を抱える中小食品企業を引き受け、維持・拡大することにより  
世界の食文化と多様化、地域社会の活性化を推進するグローバルプロデューサーを目指す

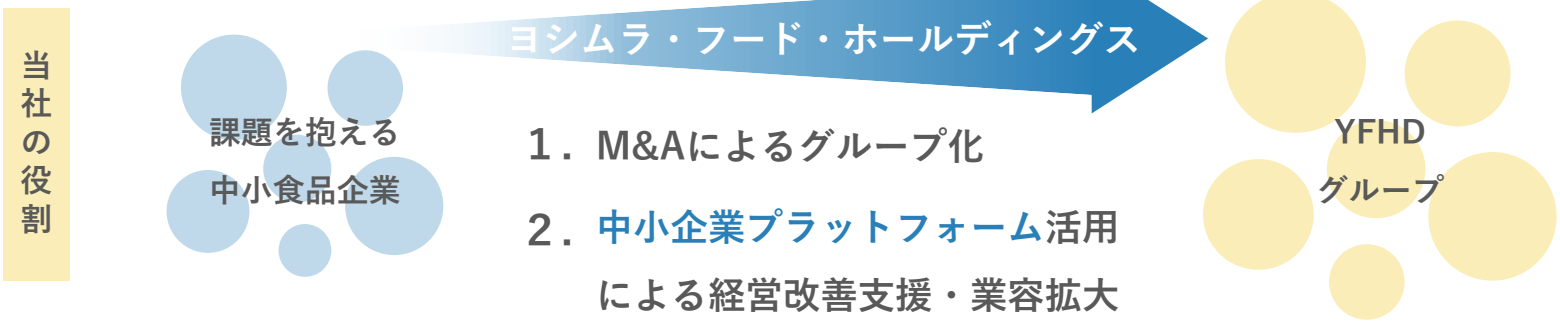
## MISSION 私たちの目指す社会像

いつまでも、この“おいしい”を楽しめる社会へ  
～消費者が多様な食文化を享受できる豊かさの実現～



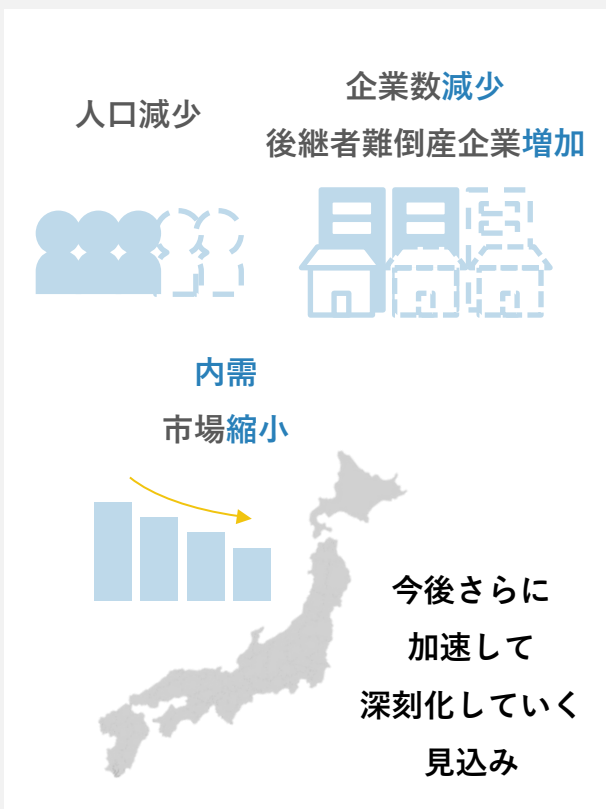
## VISION 私たちが果たす役割

地域の“おいしい”を守り、育て、世界へ

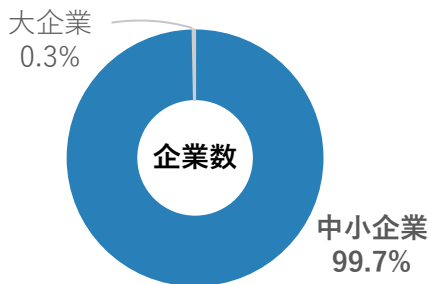


日本の企業数のうち、中小企業は99.7%と圧倒的な割合を占める中、少子高齢化により**食品の国内需要は年々縮小し、後継者不在を理由に廃業する企業が増加**近年はM&Aに対する負のイメージも払拭され、**株式売却ニーズが増加している状況**

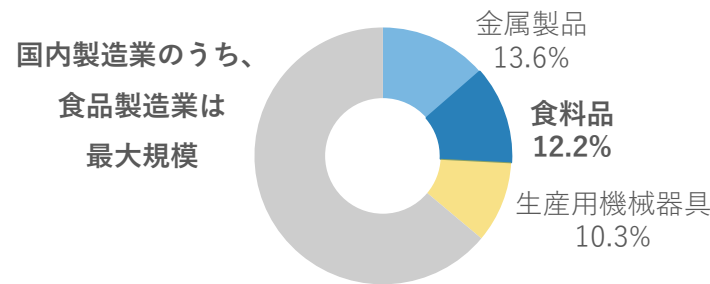
## 国内の食品業界が抱える課題



## 日本の企業数の内訳 ※1

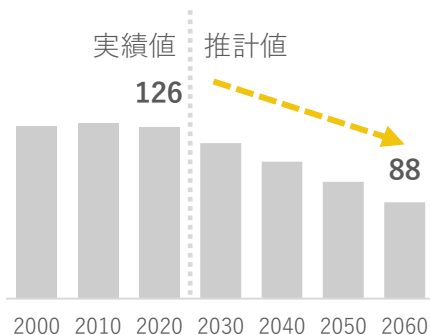


## 国内製造業 産業別の事業所数 ※2



## 日本の人口の推移 ※3

2023年時点：13年連続減少



## 後継者不在の企業数 ※4



## ベビーブーム世代



先行き不透明な状況に不安を感じている中小企業オーナーが多く、売却案件数が増加

出典 ※1 2023年版「小規模企業白書」 ※2 経済産業省「令和3年経済センサス活動調査」 ※3 総務省「人口推計」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」

※4 中小企業庁「中小企業の企業数・事業所数」、帝国データバンク全国「社長年齢」分析調査、「後継者難倒産」動向調査より当社推計

# 中小食品企業の買い手としての当社の強み

当社は**売却を前提としない**ため、  
 規模や業種を問わず、優れた商品・技術・ブランドなどの強みを持ち、  
 中長期で安定的な収益を生み出す中小企業の受け皿となれる**唯一無二の存在**

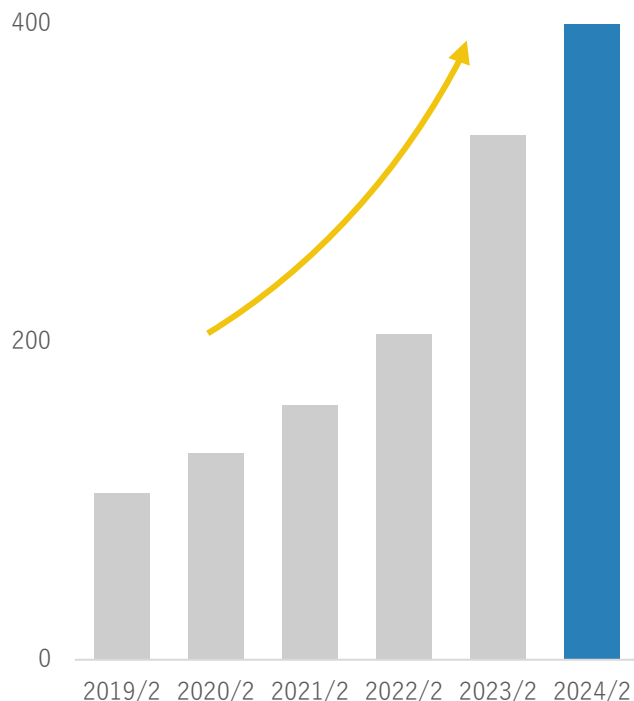


深刻化する社会問題と比例して年々、中小食品企業の売却ニーズが高まる中、当社はそれら企業を引き受け、**中長期での成長を実現できる唯一のプレーヤー**創業以来のM&A実績、ノウハウの蓄積により、売り手企業から選ばれる存在に

### 当社へのM&A案件紹介件数の推移

単位：件

2024年2月期は  
**約400件**  
の紹介を受ける



### 連結売上高の推移

単位：億円

飛躍的成長に向けた  
新たなフェーズ

**拡大期**

600

400

200

設立

M&A  
平均 **1** 件/年

ノウハウ構築期

上場

M&A  
平均 **2** 件/年

ノウハウ進化期

コロナ以降

2008/2期～2015/2期

2016/2期～2022/2期

2023/2期～

# 2024年2月期 決算ハイライト





売上高・営業利益・EBITDAともに  
過去最高を大幅に更新  
一段上のステージへ

売上高

497 億円

前期比

x1.4

営業利益

24 億円

前期比

x3.6

EBITDA

42 億円

前期比

x2.2

## 新規M&A企業の貢献、国内企業の販売強化、海外企業の売上回復により大幅増収

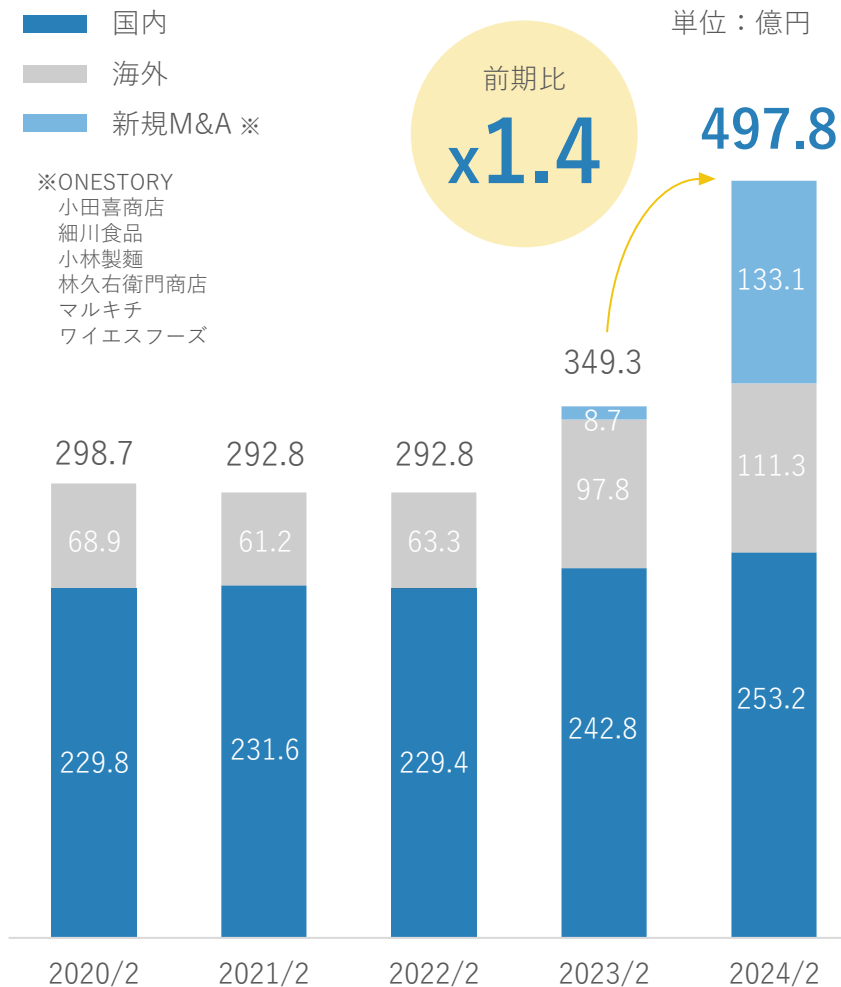
売上高

前期比

497.8 億円

+42.5 %

- マルキチ（通期）、ワイエスフーズ（4Q～）をグループ化したことで大幅に増収。
- 2023/2期にM&Aによりグループ化した3社（細川食品、小林製麺、林久右衛門商店）が通期で寄与したことで増収。
- 国内事業は、販売事業において、既存販売先へ営業を強化したことで増収となり、製造事業においては、価格改定による増収効果等により増収となった。
- 海外事業は、新型コロナウイルスの影響が減少したことで、引き続き販売事業、製造事業共に増収。特に、シンガポールにおいて観光客数が回復し、ホテルや飲食店の需要増加に伴いPacific Sorbyの売上が大幅に増収となる。



## 営業利益は24.2億円（前期比3.6倍）となり、大幅増益

### 営業利益

前期比

24.2 億円

+257.9 %

単位：億円

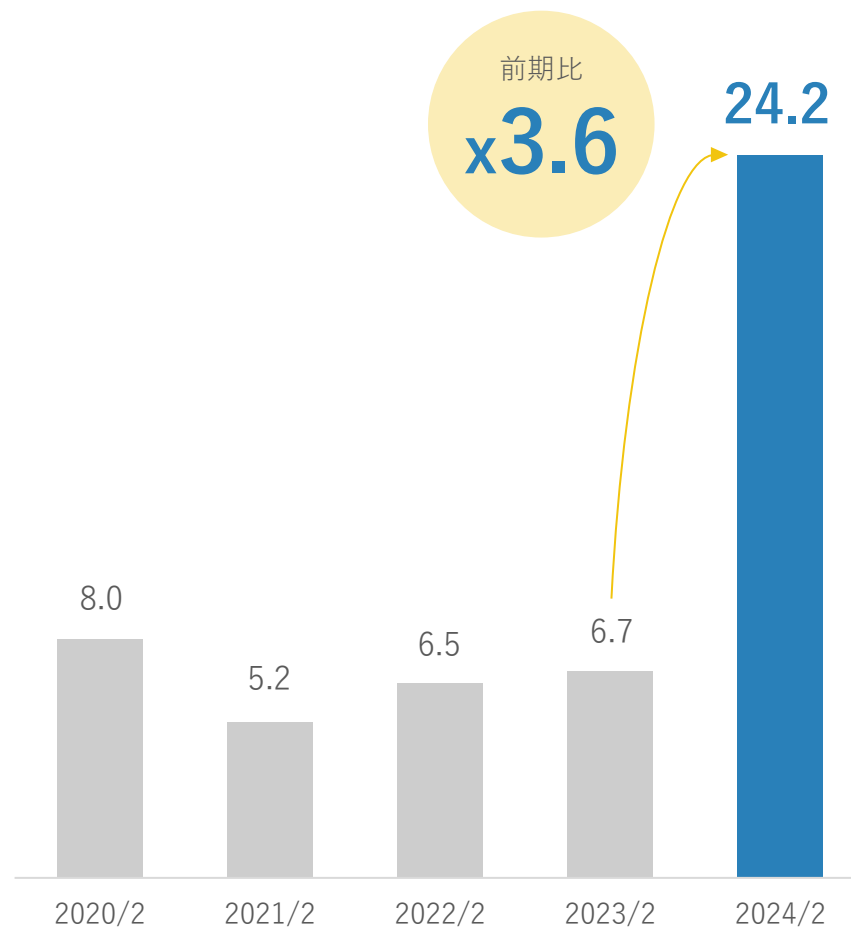
- マルキチ（通期）、ワイエスフーズ（4Q～）をグループ化したことで大幅に増益。
- 国内事業は、原材料価格高騰に伴い価格改定を行った効果や、利益重視の戦略により不採算取引の停止、生産品目の削減を図ったことに加え、一部企業における競争環境の変化により増益となった。
- 海外事業は、コロナからの回復により売上が増加したことで増益となった。
- 一時費用であるM&A取得関連費用101百万円を計上（前期比▲137百万円）。

### 調整後営業利益

前期比

25.3 億円

+175.9 %



(注) 調整後営業利益 = 営業利益 + M&A取得関連費用

経常利益及びEBITDAは営業利益の増加に伴い、増加

経常利益

前期比

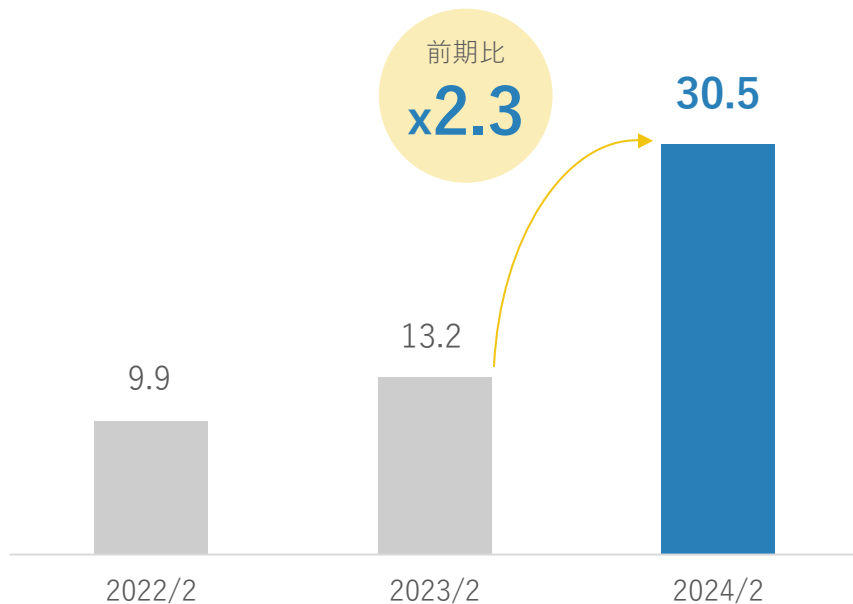
30.5 億円 +130.7 %

EBITDA

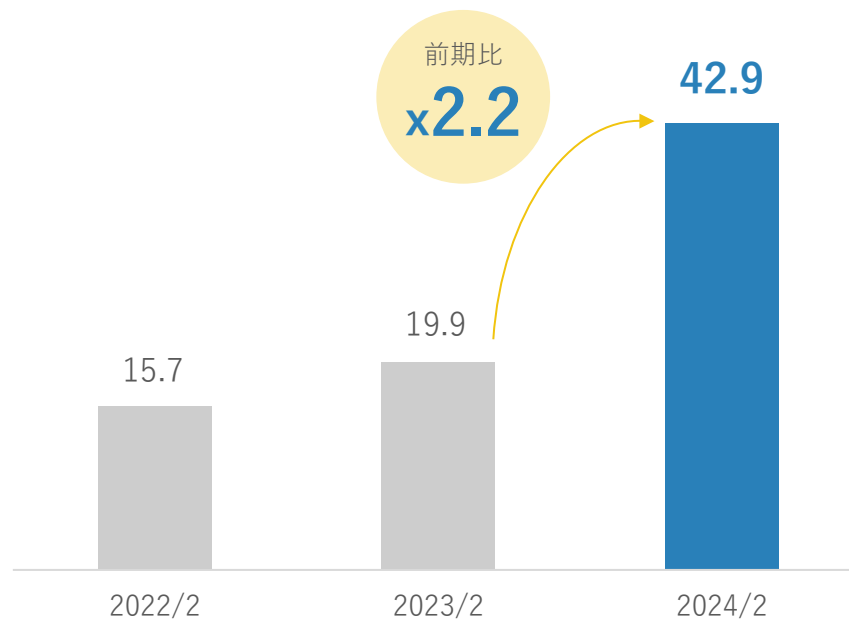
前期比

42.9 億円 +115.2 %

単位：億円



単位：億円



## マルキチにおいて棚卸資産評価損を計上したことで税引前当期純利益に影響

税引前当期純利益

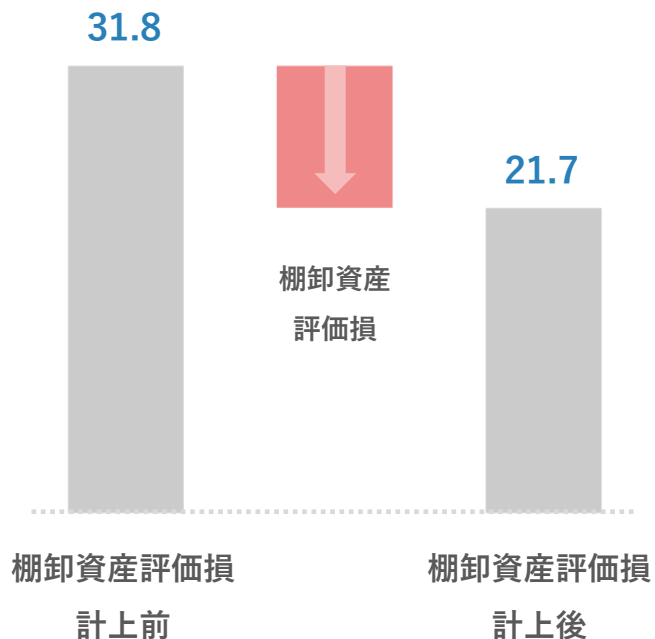
前期比

21.7 億円

+68.6 %

- 2024年2月期3Qに、マルキチにおいて棚卸資産評価損（1,012百万円）を計上

単位：億円



1. 処理水放出によりホタテの市場価格が下落したため、マルキチの棚卸資産の価値を保守的に時価にまで評価替えを実施（評価損1,012百万円計上）
2. 東京電力からの賠償金により損失を補填する予定
3. 2024年2月期4Q以降、市場価格の回復により営業利益、税引前利益も回復傾向にあり、2025年2月期もその傾向は継続する見込み

# 2024年2月期 決算詳細



既存企業のオーガニックな成長に加え、新規M&Aによりグループ化した企業の損益  
取り込みにより大幅に増収増益。営業利益率も大幅に増加。

単位：百万円

	2024年2月期	2023年2月期4Q		2024年2月期	2023年2月期累計	
	4Q	実績	増減率	累計	実績	増減率
売上高	15,136	9,411	+ 60.8 %	49,781	34,937	+ 42.5 %
売上総利益	3,292	1,767	+ 86.3 %	10,288	6,964	+ 47.7 %
販管費	2,252	1,682	+ 33.9 %	7,858	6,285	+ 25.0 %
営業利益	1,040	85	+ 1120.5 %	2,429	678	+ 257.9 %
%	6.9 %	0.9 %	-	 4.9 %	1.9 %	-
経常利益	1,118	69	+ 1509.0 %	3,052	1,323	+ 130.7 %
親会社株主に帰属 する当期純利益	439	▲ 24	-	1,028	613	+ 67.7 %
EBITDA	1,621	487	+ 232.9 %	4,291	1,994	+ 115.2 %

(注) EBITDA = 営業利益 + 償却費 (減価償却、のれん) + コロナ関連補助金収入 + M&A取得関連費用

## 自己資本比率は、M&Aにより借入金が増加したこと等により前期末比▲6.7%

(カッコ内は前期末比)

- 現金及び預金 (+52億円)
- 受取手形及び売掛金 (+16億円)  
マルキチ及びワイエスフーズをグループ化したことによる増加
- 棚卸資産 (+28億円)  
マルキチ及びワイエスフーズをグループ化したことによる増加
- 有形固定資産 (+39億円)  
マルキチ及びワイエスフーズをグループ化したことによる増加
- のれん (+49億円)  
マルキチ及びワイエスフーズをグループ化したことによる増加



- 借入金及び社債 (+135億円)  
マルキチ及びワイエスフーズをグループ化したことによる増加

- 長期借入金及び社債 (+32億円)  
M&Aによる借入金の増加

**自己資本比率**

**16.7%**  
(▲6.7%)

(注) 億円未満は切り捨てて表記しているため、貸借の合計額は一致いたしません。



# 売上高の状況（セグメント別）

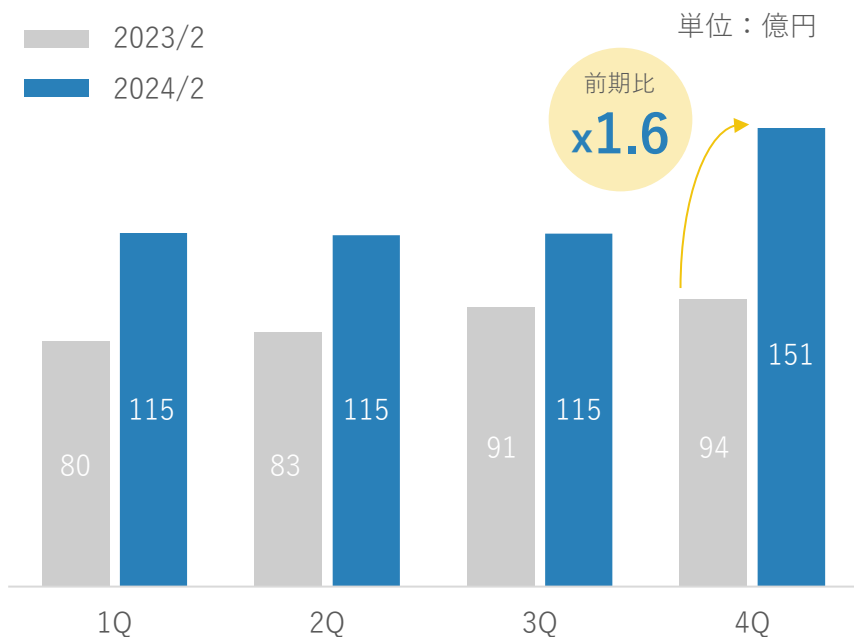
## 新規M&A企業、海外におけるコロナからの回復、国内における価格改定等により増収

	2023年2月期	2024年2月期	前期比	単位：百万円
<b>製造事業セグメント</b>	<b>26,243</b>	<b>39,923</b>	<b>+ 52.1%</b>	
マルキチ	-	6,280	-	■ マルキチは当期1Q、ワイエスフーズは4Qより連結開始
ワイエスフーズ ※マタツ水産、清藤水産を含む	-	4,148	-	■ 楽陽食品は価格改定効果および販促強化により増収
楽陽食品	4,274	4,806	+12.4%	
Pacific Sorby	3,058	3,989	+30.4%	■ Pacific Sorbyはコロナからの回復により大幅に増収
NKR	3,727	3,888	+4.3%	
オーブン	2,778	3,104	+11.7%	
その他（18社）	13,401	16,025	+19.6%	
<b>販売事業セグメント</b>	<b>8,370</b>	<b>9,259</b>	<b>+ 10.6%</b>	■ ヨシムラ・フードは営業強化により増収
ヨシムラ・フード	5,245	5,929	+13.0%	
Sin Hin	2,372	2,645	+11.5%	■ Sin Hinはコロナからの回復により増収
その他（2社）	1,465	1,542	+5.2%	
<b>その他事業セグメント</b>	<b>323</b>	<b>598</b>	<b>+ 84.9%</b>	
<b>合計</b>	<b>34,937</b>	<b>49,781</b>	<b>+ 42.5%</b>	

(注) 個別の業績につきましては、セグメント間の取引が含まれているため、各個別業績の合計とセグメント別の数値は一致いたしません。

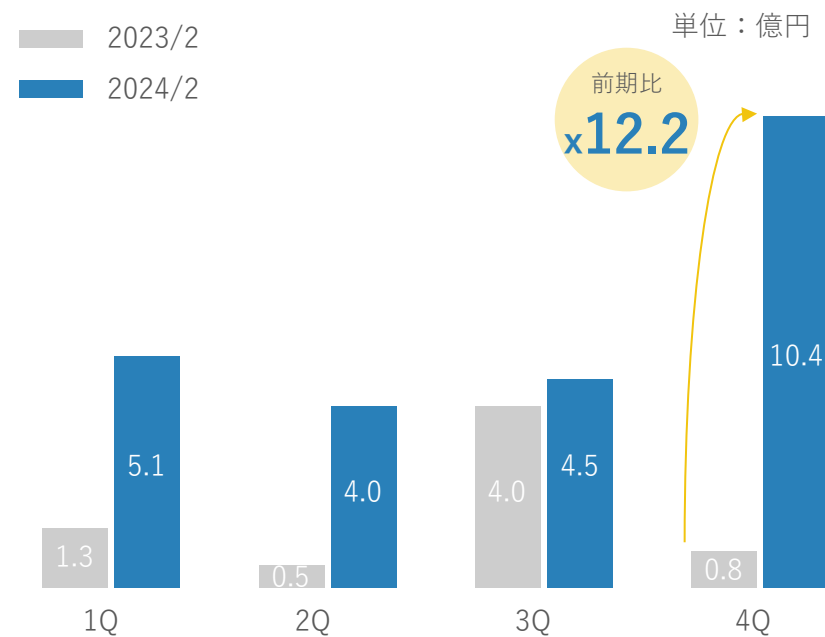
2024年2月期4Qは、既存企業のオーガニックな成長に加え、ワイエスフーズの損益取り込み開始により、売上高及び営業利益共に大幅上昇

## 売上高



- 当第4四半期の売上高は、新規M&A企業の貢献と海外事業の回復等により前期比60.8%増

## 営業利益



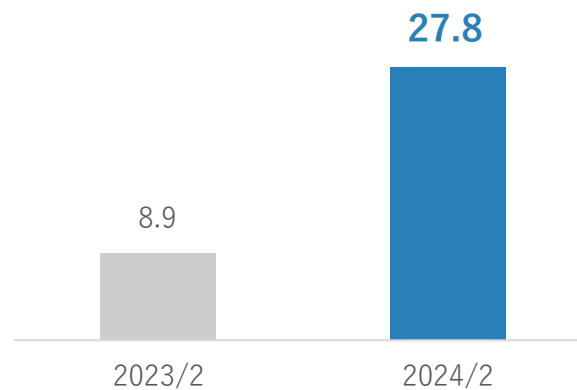
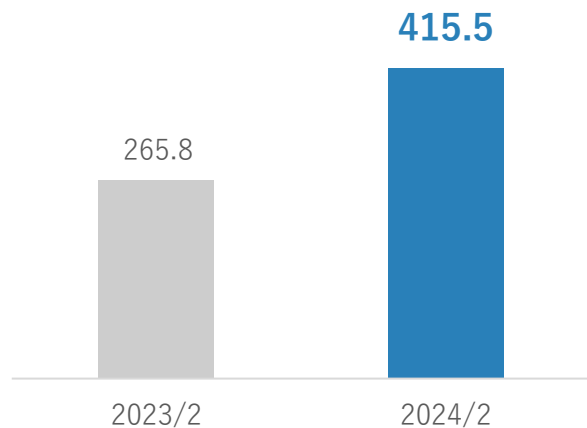
- 当第4四半期の営業利益は、前期比120.5%増

単位：億円

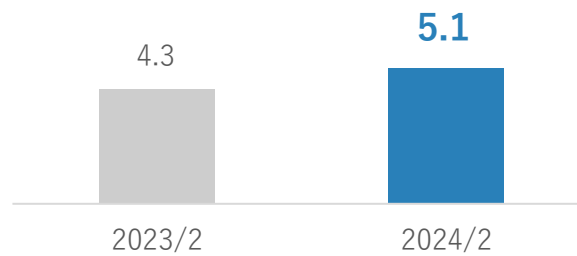
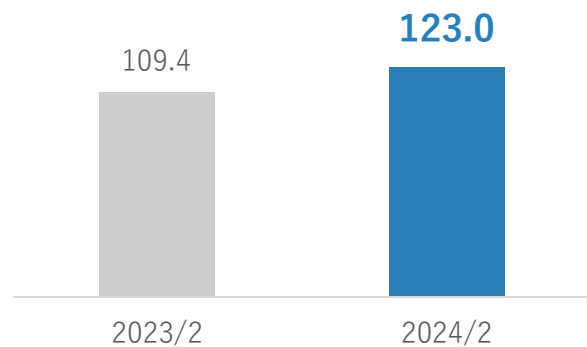
## 売上高

## 営業利益

国内



海外



(注) 売上高は、セグメント間の取引が含まれています。

(注) 営業利益は、のれん償却額等を含めていません。

# 2024年2月期 トピックス



## 中国が日本産水産物の輸入禁止措置を継続する中、 冷凍両貝（殻付きホタテ）をベトナム、タイ等のパートナー企業へ出荷を開始

### 对中国輸出に対する当社の対応



## 東京電力は、処理水放出により被害が発生している企業に対して以下の概要により賠償金を支払うと発表

### 1. 輸出関連事業者（輸出に伴う損害を被った事業者）向け

#### 対象となる損害

- 処理水放出に伴う輸出先国の輸入拒否等によって、現実に廃棄・転売等または生産・製造の断念等を余儀なくされたことによる減収が生じた場合

#### 賠償金の計算方法

- 逸失利益 + 検査費用 + 追加的費用 - 補助金・損害保険金等

### 2. 水産加工業・水産卸売業向け

#### 対象となる損害

- 処理水放出による風評被害によって生じた逸失利益及び追加的費用

#### 賠償金の計算方法

- 逸失利益 + 追加的費用

#### 逸失利益

処理水放出がなければ得られたであろう収益と実際に得られた収益との差額から、処理水放出がなければ負担していたであろう費用と実際に負担した費用との差額（処理水放出により負担を免れた費用）を控除した額

マルキチ、ワイエスフーズは賠償金の受給対象となる見込み

東電への賠償金申請書類に記載された逸失利益の説明から、処理水放出により発生した損害は、賠償金により補償されると考えられる

# 2025年2月期 業績見通し



既存企業のオーガニックな成長に加え、ワイエスフーズの損益取り込みが通期で開始されるため、増収増益を見込む

単位：百万円

	2023年2月期	2024年2月期	2025年2月期		備考	
	実績	実績	業績見込	前期比		
売上高	34,937	49,781	58,215	+ 16.9 %	2024年2月期に計上した 為替差益（379百万円）、 補助金収入（116百万円）、 投資有価証券売却益 （113百万円）等の一過性の 利益は計上していない	
営業利益	678	2,429	2,744	+ 12.9 %		
経常利益	1,323	3,052	2,671	▲ 12.5%		
親会社株主に 帰属する 当期純利益	613	1,028	1,113	+ 8.3 %		中国の禁輸にかかる 賠償金は計上していない
EBITDA	1,994	4,291	4,889	+ 14.0 %		

(注) EBITDA = 営業利益 + 償却費（減価償却、のれん） + コロナ関連補助金収入 + M&A取得関連費用

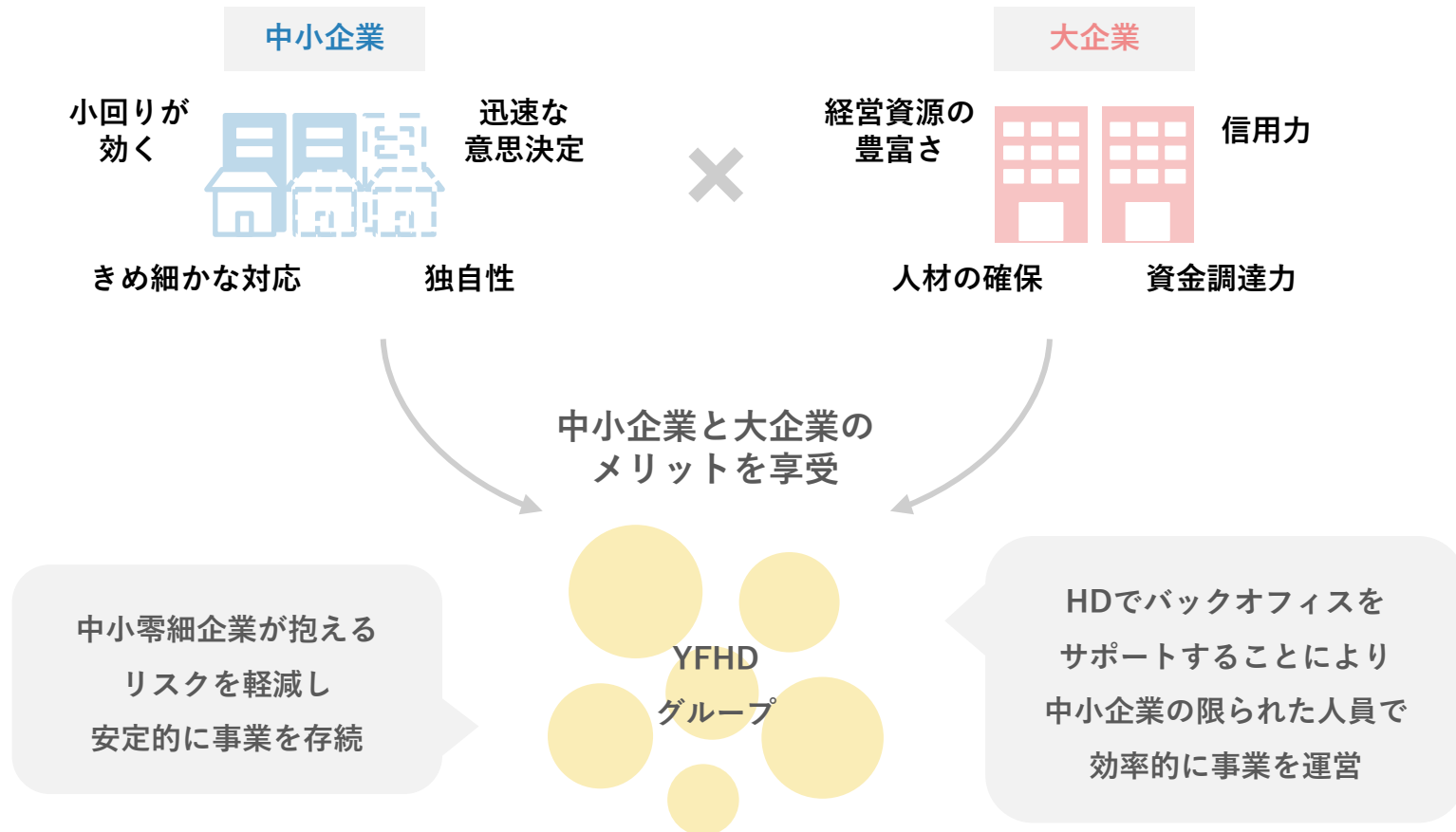


# 成長戦略

## - オーガニック成長に向けた取り組み



M&Aによるグループ化により、大企業のような強固な事業基盤を確立し、経営資源の充実を図ると同時に、スピード感を持った意思決定が可能な中小企業のメリットを最大限に活用することで、優れた中小食品企業の存続を図る



M&A後は、HDによる経営支援を実施することにより、各社の事業基盤を強化  
各社が安心して事業へ注力できる組織体制を整え、企業価値を更に向上させていく

## 管理面での経営支援

### 総務

グループ各社が共通して使用する備品や資材等を共同購入することでコストを削減

### 経理・財務

HDで経理・財務業務を集約し効率化

### 人事

HDで人材募集を行い、優秀な人材の採用と派遣

### 資金繰り

CMS（キャッシュマネジメントシステム）を導入。HDがグループ会社の余剰資金を集約し活用することで資金の効率化と支払利息削減。

### ITシステム

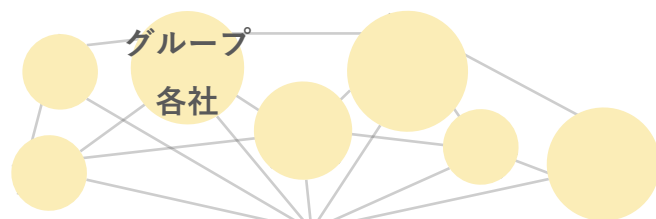
グループ会社が共通システムを導入することで、経営の見える化と意思決定を迅速化



## HDを主体とした機能別支援の実施により、グループ内でのシナジーを創出 個々の力だけでなく、グループとして支え合うことで加速度的な成長を促進する

### 事業面での機能別支援

### 取り組み例



ヨシムラ・フード・ホールディングス

#### 中小企業支援プラットフォーム

販売戦略

製造効率化

新商品開発

品質管理強化

経営管理充実

海外販路

#### 販路開拓



- 白石興産、オーブンの販路へ導入
- YFHD、エスケーフーズの顧客紹介により新規取引先へ導入
- Sin Hin、JSTTの販路に乗せて海外にて販売



#### 生産性改善

- 設備投資を支援することで製造効率化
- 正確な原価計算に基づき、不採算商品や取引の削減による利益向上

#### 商品開発

- 香り芽本舗の既存商品リニューアル、ブランディング支援



- エスケーフーズ、ジョイダイニングの販路へ導入
- YFHDの顧客紹介により新規取引先へ導入
- Sin Hin、JSTTの販路に乗せて海外にて販売



#### 品質管理・法令順守

- ISO等品質認証取得支援
- 食品表示法に基づいた食品表示作成及び確認
- 法改正における情報提供及び勉強会実施

## 国分グループとの協業として、当社が持つ中小企業支援プラットフォームと、国分グループが持つリソース・ノウハウを活用して、グループ各社の企業価値向上を図る

### 商品開発・販売

- 新幹線輸送を活用して、都内スーパーで**桜顔酒造**の朝搾りたて清酒の販売を実施
- **森養魚場**の鮎を原料にした「缶つま小鮎」を発売
- **桜顔酒造**と共同でオリジナルラベルの日本酒を開発
- **小田喜商店**「衣栗ペースト」を使用し、首都圏のスーパー専売品「和栗もんぶらんぷりん」を開発
- **小林製麺**で製造した麺を**楽陽食品**において包装、国分北海道の留型商品「らーめん信玄監修 コク味味噌」を発売

等



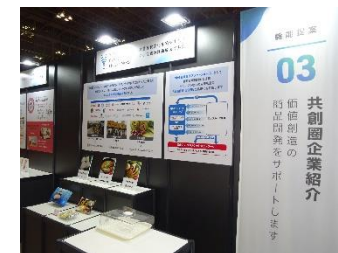
### 購買・物流

- 全社にて国分集中購買システム「e-ぶんた君」を活用し、コスト改善
- 原材料調達の一部切替によるコスト改善
- 国分引取物流活用による物流費改善



### 情報共有

- 国分グループ展示会出展による得意先接点増加
- 常駐出向者受入れによる連携深化



# 成長戦略

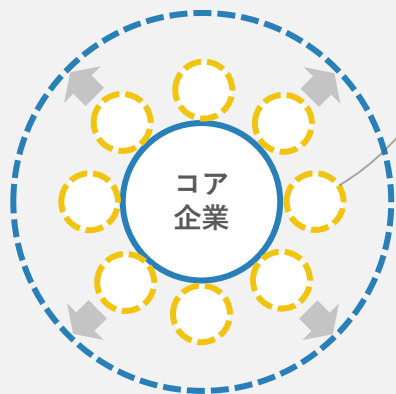
## - 更なる飛躍に向けた重点戦略



新たなフェーズである拡大期において飛躍的な成長を遂げるため、  
グループ化により大幅なメリットが見込める業界においてロールアップを推進し、  
戦略的なM&Aを実行していく

## ロールアップ戦略図

後継者不在や施設の老朽化等により  
事業継続の課題を抱える中小食品企業



特定の業界において核となる企業を新規M&A  
+  
核となる企業の同業他社をロールアップ

## 対象

- 設備投資により競争優位性を確立できる業界
- 工場の集約により生産性を改善し効率化を図れる業界 等

## メリット

### 1. マーケットシェアの拡大

価格支配権の獲得

収益力の拡大

### 2. ユニット内でのシナジー創出

業績安定化

海外販路拡大

コストダウン

生産効率化

### 3. 競争優位性の確立

設備投資による生産力増強

生産分業による効率化

## 中小規模の企業が多いホタテ業界において、 事業規模、利益率ともに優良なマルキチとワイエスフーズを核とするロールアップを推進 シナジー創出による更なる収益拡大を目指す

グループ化から現時点までの  
マルキチとワイエスフーズ間の取り組み例

### 仕入

両社の仕入ネットワークを活用し、オホーツク海と噴火湾の

**日本最大産地から**

**安定的な仕入れを実施**

**ボリュームメリットの獲得**

### 販路

両社の海外へ広がる販路を共有し、**販売力の更なる強化**を図り、**収益性を向上**

オホーツク海など

最漁期：夏～秋

噴火湾など

最漁期：冬～春



- マルキチ
- ◆ ワイエスフーズグループ

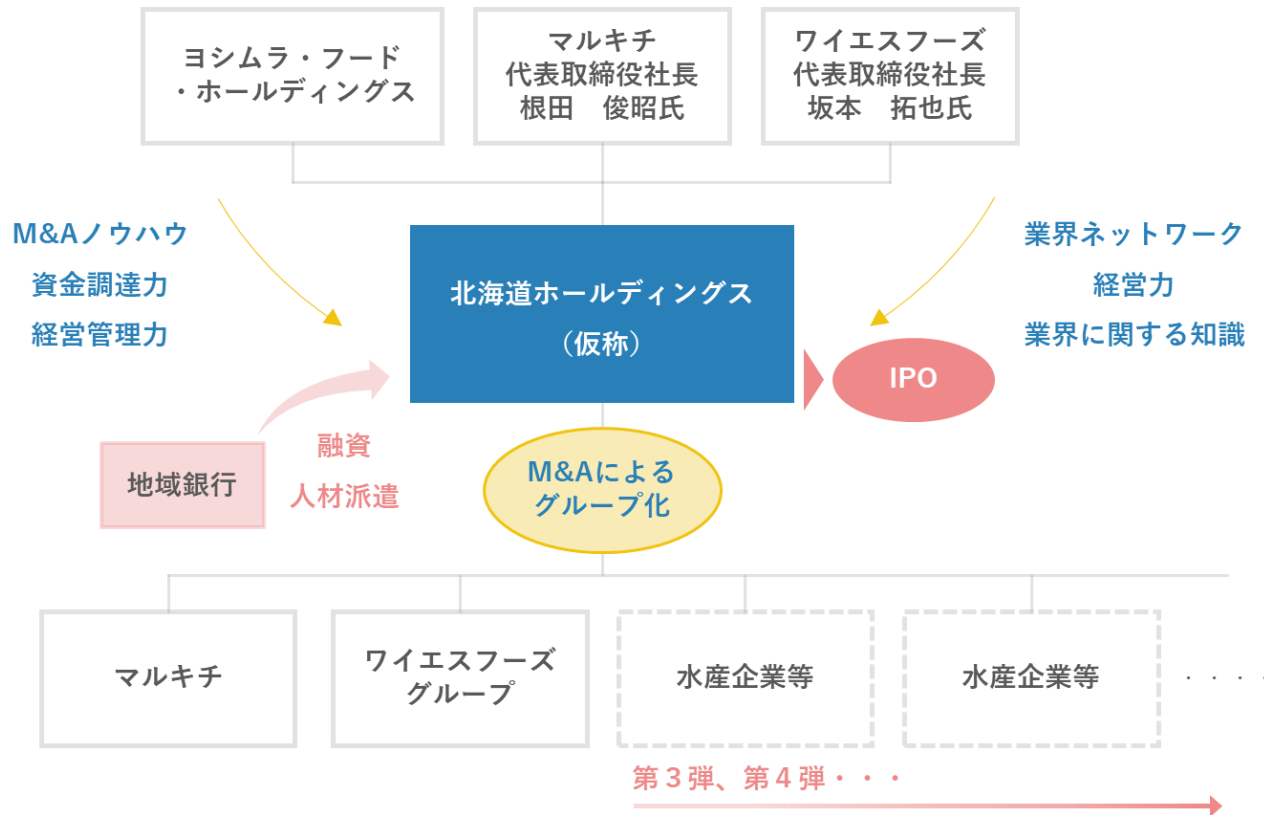
### 生産

噴火湾の繁忙期である冬～春に、**ワイエスフーズで仕入れたホタテをマルキチにて加工、選別を行う**ことで、**機械設備や人的リソースの有効活用を推進し生産性を向上**



ホタテを始めとした北海道の優れた原材料を取り扱う企業のM&Aを実行し、グループ化によるメリットとシナジー効果を最大限に生かすため、北海道ホールディングスを設立し、北海道におけるロールアップを推進、IPOを目指す

## 北海道の水産企業グループ化の構想図



### Win-Winの仕組み

- 旧オーナーが30%株式を保有し、共に経営していく仕組み
- ロールアップにより規模・業績を拡大し、IPOを目指す
- オーナーと当社はWin-Winの関係となる仕組みで、今後も展開していく

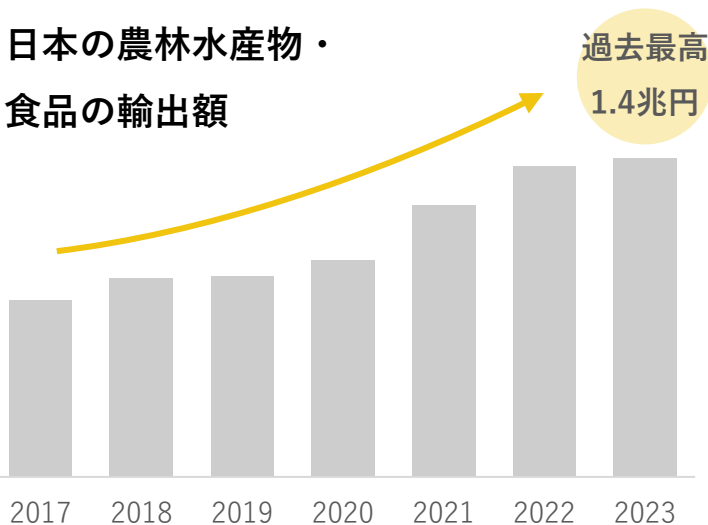
# 後継者不在等の課題を抱える中小食品企業を引き受け、維持・拡大することにより 世界の食文化と多様化、地域社会の活性化を推進するグローバルプロデューサーを目指す

## 売却希望企業 > 受け皿となれる企業

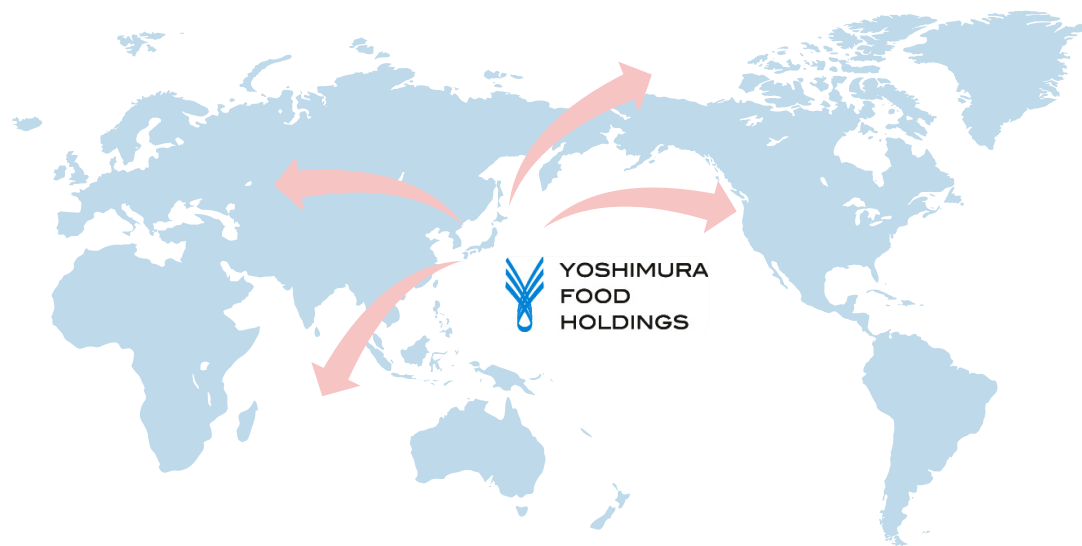
日本全体の人口減少や食品内需という特殊な環境下において、中長期的な経済合理性を追求し、優良な中小食品企業の受け皿となれる企業は当社のみ。

内需をベースとしたバリュエーションで企業をグループ化し、和食の需要が伸びている海外へ拡大を図ることにより、各社の企業価値を上げ、日本の中小食品企業のグローバルプロデューサーとなる。

### 日本の農林水産物・ 食品の輸出額



出典：農林水産省 農林水産物輸出入情報・概況



# Appendix



## MISSION

いつまでも、この“おいしい”を楽しめる社会へ

～消費者が多様な食文化を享受できる豊かさの実現～

- 私たちは、人々が、多種多様な選択肢から自分の嗜好に合わせて自由に選択でき、それが尊重される社会こそ、豊かで幸せであると考えます。
- 私たちは、世界中の消費者が、多種多様で高品質な“おいしい”を自由に選択し、それを楽しめる豊かな社会を目指してまいります。

## VISION

地域の“おいしい”を守り、育て、世界へ

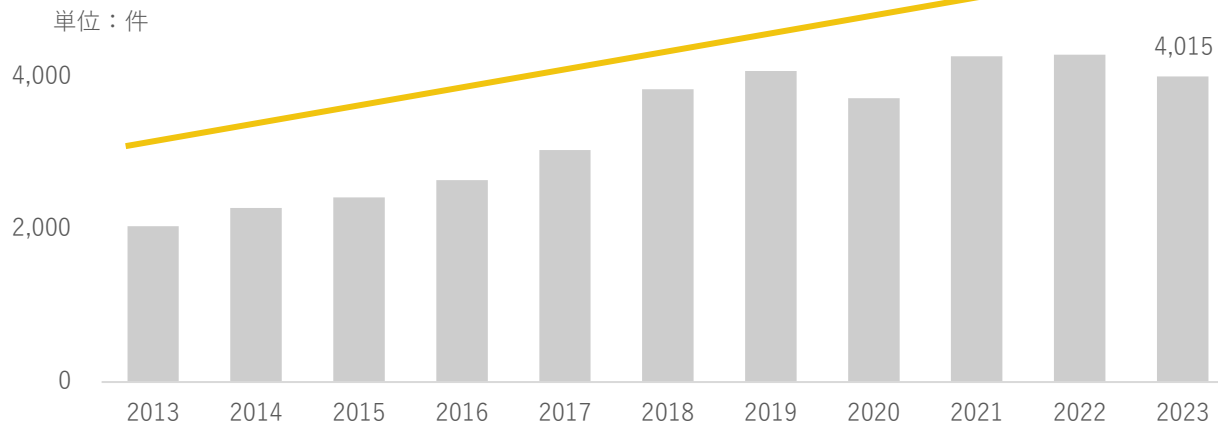
- 私たちは、「いつまでもこの“おいしい”を楽しめる社会」を実現するため、日本および世界で大切にされてきた“おいしい”を見つけ、守り、育て、世界へと届けてまいります。
- そのために、私たち独自の“おいしい”を見つける目利き力、“おいしい”を守る事業基盤、“おいしい”を育てる支援機能、“おいしい”を世界へと届ける販売網を構築してまいります。
- その結果として、世界の食文化と多様化、地域社会の活性化を推進するグローバルプロデューサーとなります。

## VALUES

「あなた“らしさ”を大切にします」

- 私たちは、私たちに関わる全ての方のあなた“らしさ”を大切にします。
- 私たちは、私たちのグループで働く社員の“個性”、“新しい発想”、“チャレンジ精神”を大切にします。
- 私たちは、私たちのグループ企業が持つ“歴史”、“文化”、“社員”、“取引先”、“地域社会”を大切にします。
- 私たちは、私たちのグループ企業が持つ“強み”を伸ばし、“弱み”を補い合い、共に成長してまいります。
- 私たちは、私たちに関わる全ての人の“らしさ”を大切にした結果、多様な選択肢のある豊かな社会づくりに貢献します。

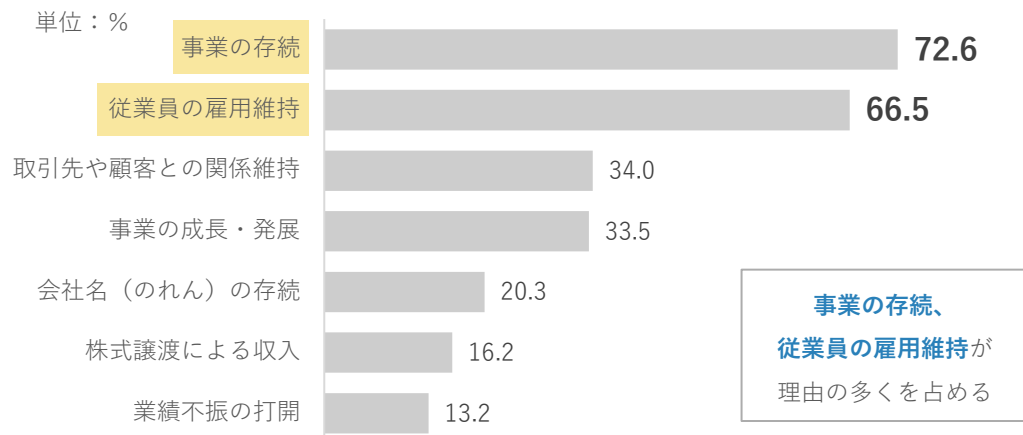
## M&A件数の推移



コロナで一時減少はしたものの、  
2013年と比べると  
2023年は**約2倍に増加**している

出典：(株)レコフデータ調べ

## 譲渡理由

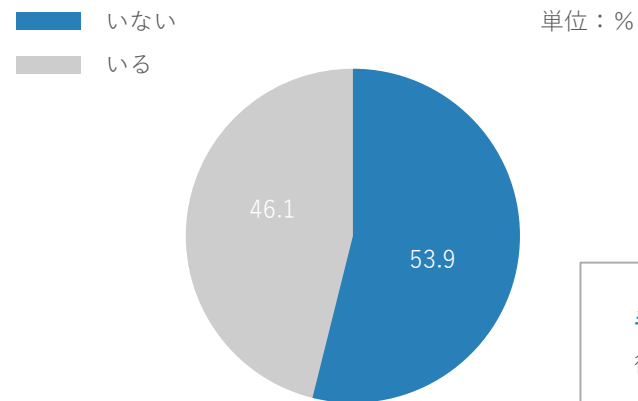


**事業の存続、  
従業員の雇用維持が  
理由の多くを占める**

出典：「事業承継に関するアンケート」(2023年度)東京商工会議所

(注)複数回答のため、合計は必ずしも100%にならない

## 後継者不在率

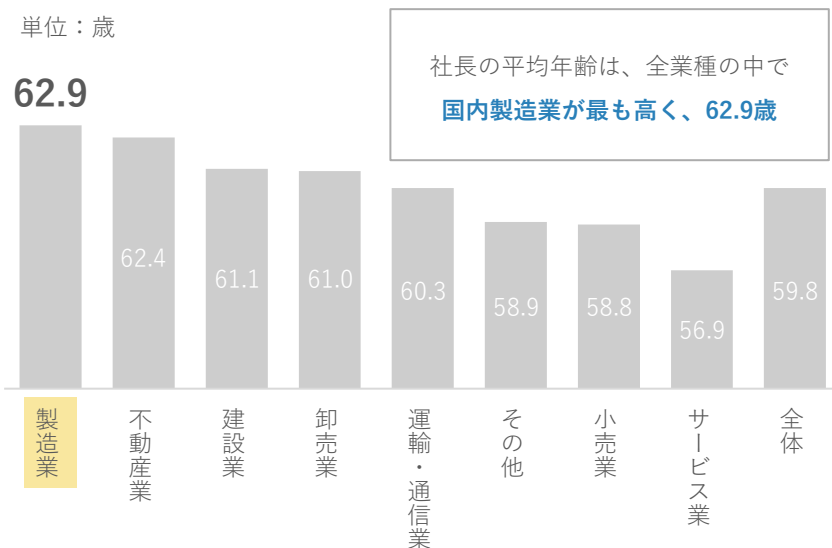


**半数以上が  
後継者不在**

出典：全国企業「後継者不在率」動向調査(2023年)帝国データバンク

## 社長の平均年齢（業種別）

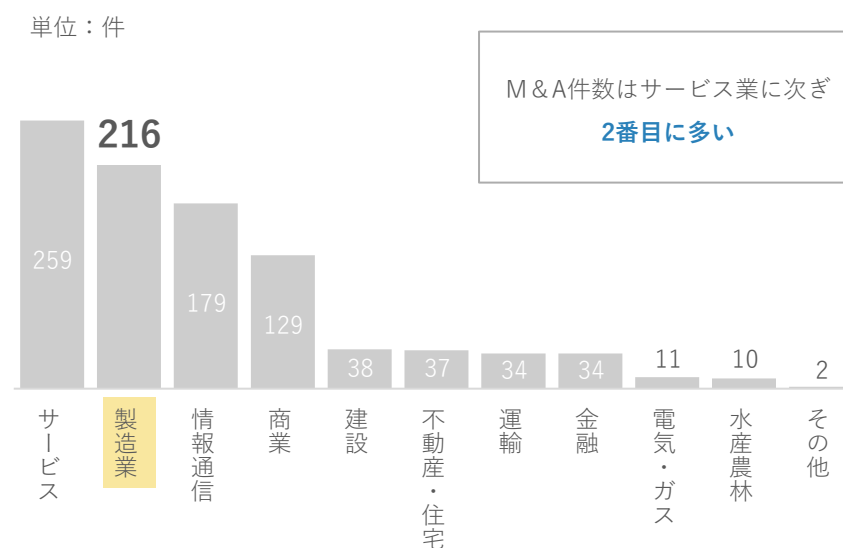
単位：歳



出典：東京都「社長年齢」分析調査（2022年）帝国データバンク

## 業種別M&A件数（2022年）

単位：件

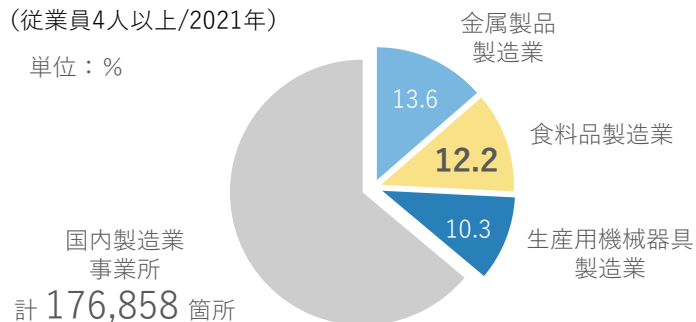


出典：M&A Online（ストライク）

## 国内製造業 事業所数

（従業員4人以上/2021年）

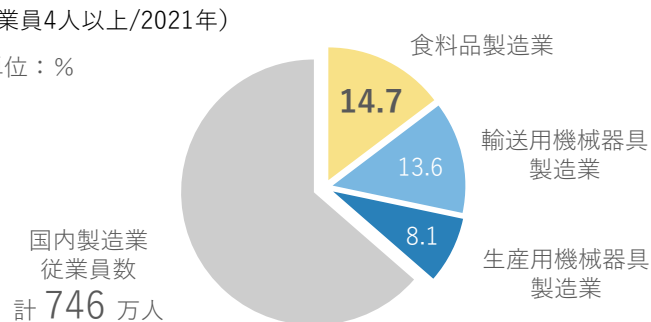
単位：%



## 国内製造業 従業者数

（従業員4人以上/2021年）

単位：%



国内製造業のうち、  
食品製造業の  
事業所数・従業者数は  
最大規模である

出典：両グラフとも経済産業省「令和3年経済センサス活動調査」

# 会社概要

- 社 名 株式会社ヨシムラ・フード・ホールディングス
- 設 立 2008年3月18日
- 代 表 者 代表取締役CEO 吉村 元久
- 本 社 東京都千代田区内幸町2-2-2  
富国生命ビル18階
- 資 本 金 1,125百万円（2024年2月末現在）
- 主 要 株 主 吉村元久 37%（株式会社MY保有分含む）  
国分グループ本社(株) 5.0% 他
- 連 結 業 績 売上高：49,781百万円  
経常利益：3,052百万円（ともに、2024年2月期）
- 従 業 員 数 連結：1,792人  
単 体： 27人（ともに、2024年2月末現在）
- 事 業 内 容 食品関連会社の株式を保有する持ち株会社。  
子会社において各種食品の製造・販売。
- グ ル ー プ 主要連結子会社：28社
- 市 場 東証プライム（2884）

## 代表取締役CEO

吉村 元久 Motohisa Yoshimura

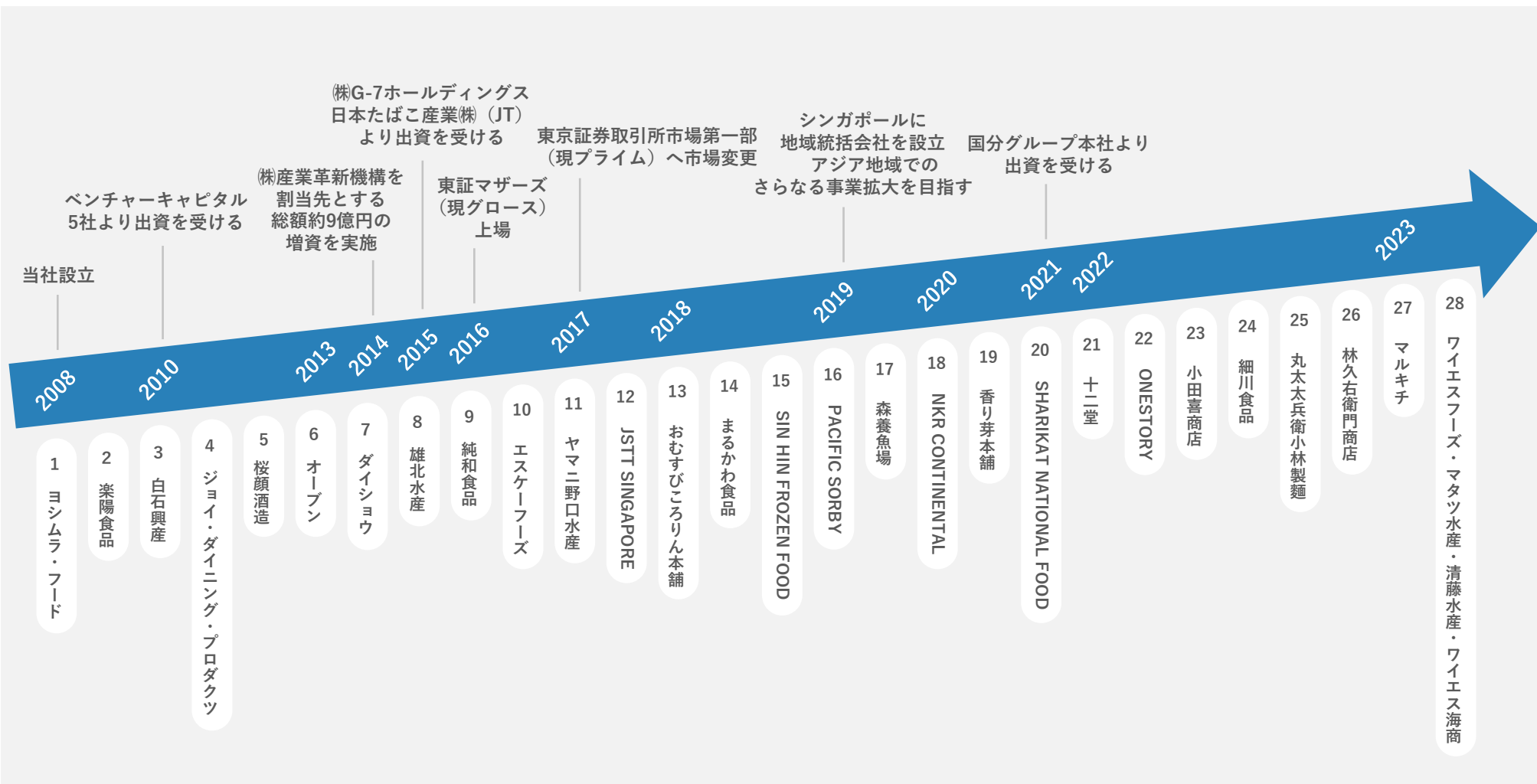


出身地 北海道函館市

最終学歴 1988年3月 一橋大学商学部卒業  
1994年6月 ペンシルバニア大学大学院  
ウォートン校卒業（MBA）

職 歴 1988年4月 大和証券株式会社入社  
事業法人部 上場企業の資金調達業務  
1996年7月 同社 資産証券部 課長代理  
資産の証券化業務  
1997年10月 モルガン・スタンレー証券株式会社入社  
事業法人部 エグゼクティブディレクター  
コーポレートファイナンス業務  
2008年3月 当社 代表取締役（現任）

## 中小食品企業のM&Aと 当社ビジネスモデルへの共感企業からの出資の歴史

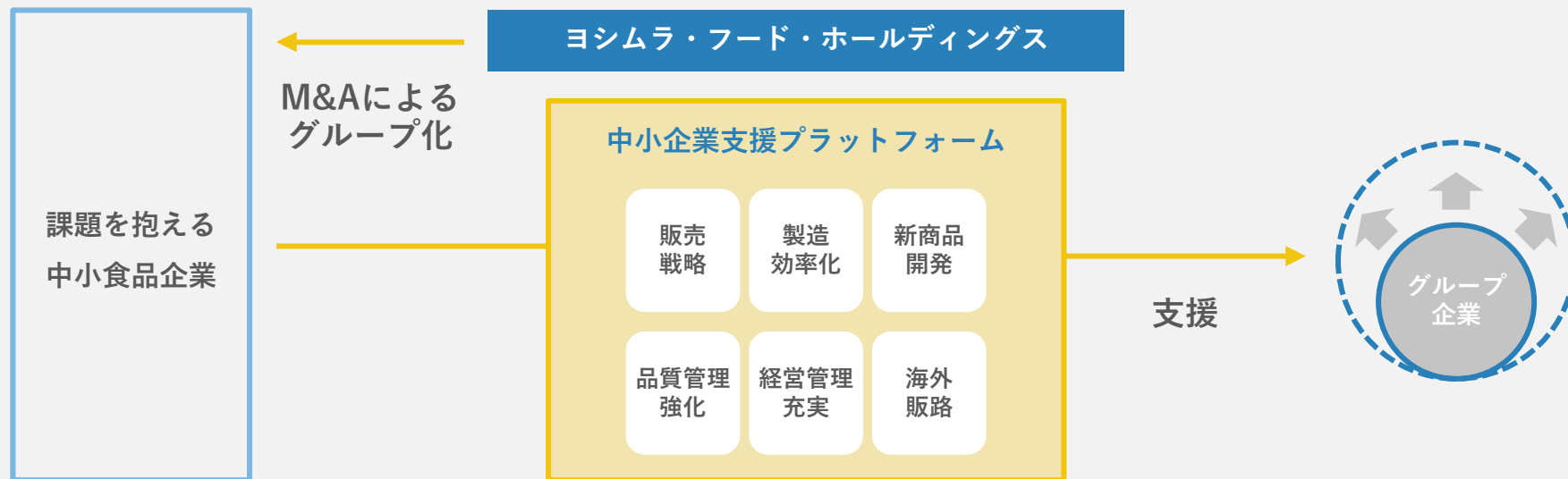




食品業界におけるユニークなビジネスモデルにより、  
当社は**2つの成長エンジン**を有する

## 1. グループ企業の拡大による成長

## 2. 既存事業の業容拡大による成長



## グループ会社を機能別に統括することで、相互補完・相互成長を図る仕組み

ヨシムラ・フード・ホールディングス

HD統括

【中小企業支援プラットフォーム】

セールス・マーケティング

商品開発

生産管理

購買・物流

品質管理

経営管理

海外販路

販売戦略

商品戦略・新商品

効率化

コストダウン

安心安全

経営効率化

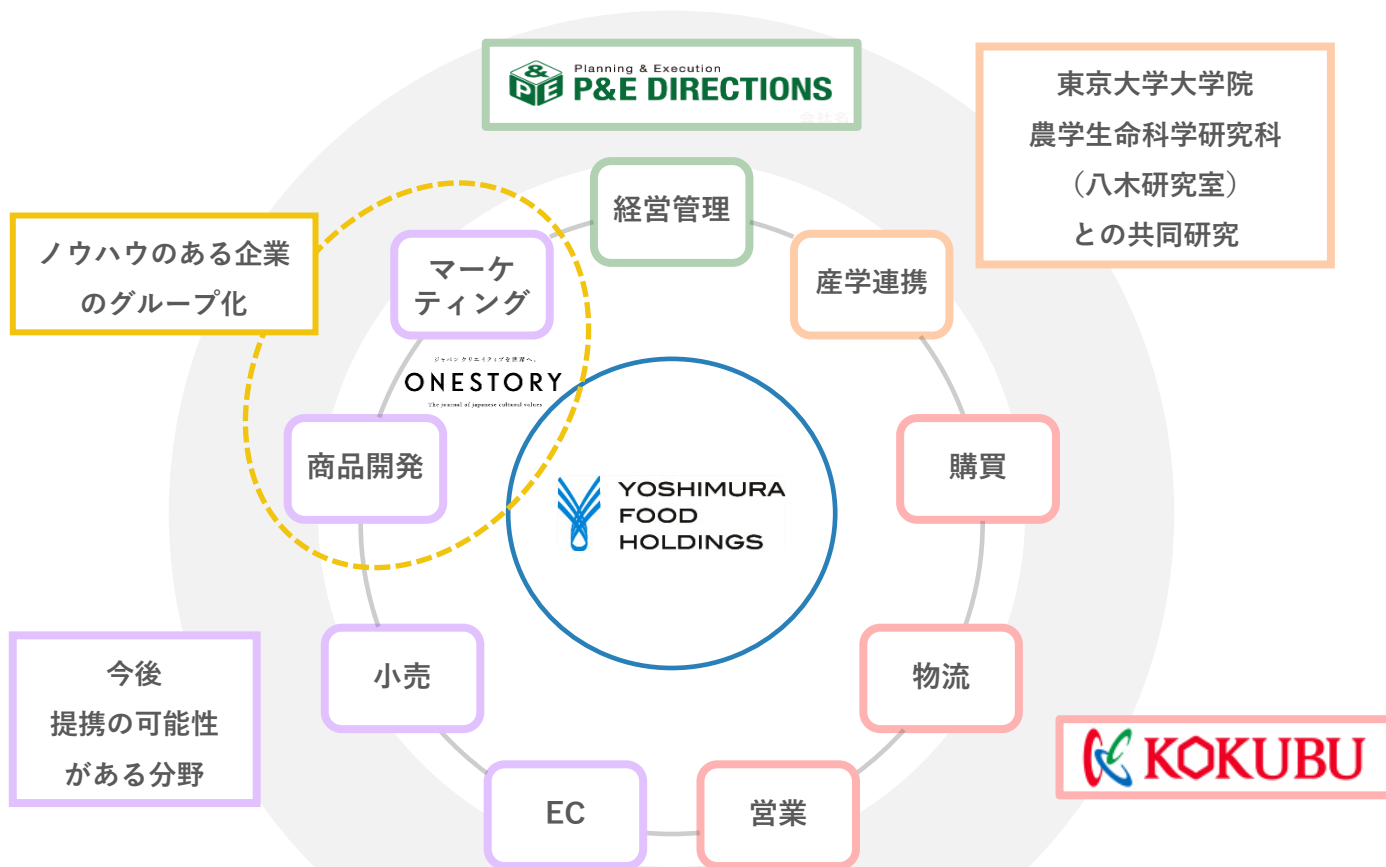
販路拡大・売上増加

傘下のグループ企業

### グループ会社の 有機的な相互補完関係

- 会社の壁を越えて  
機能ごとに横断的組織を構築
- 各機能別の統括責任者が  
グループを横断的に統括
- 各社の持つ強みを  
グループ全体で共有し  
弱みを補い合う

バリューチェーンごとに最適なパートナーとの提携やM&Aを行うことで、より一層の成長を目指す

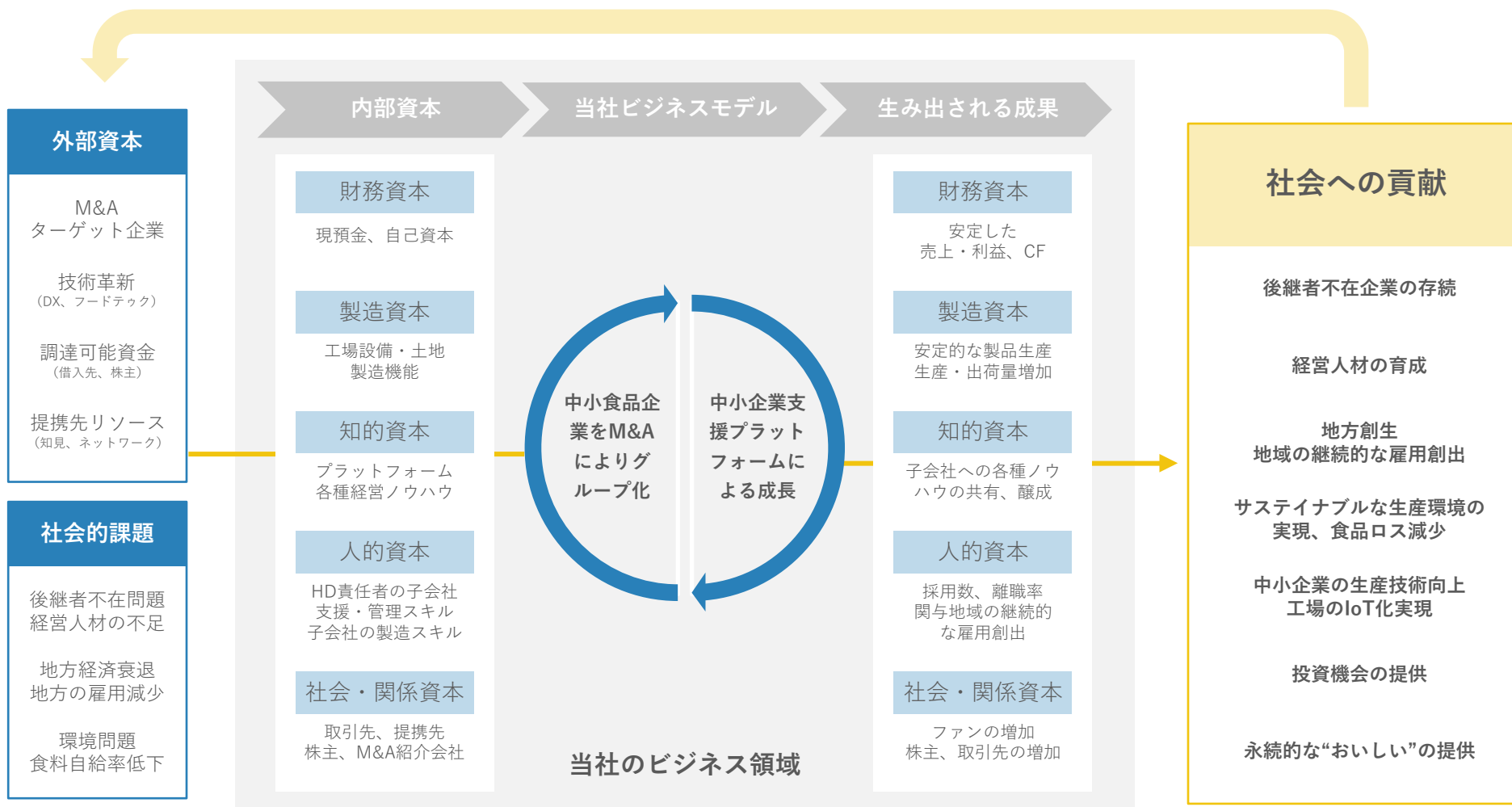


提携先と一体となり中長期的な成長を実現

後継者不在企業を譲り受け、グループ化して活性化する当社の事業は  
正に**ESG経営そのもの**であり、**ESG経営をより強化することで持続的な成長を実現**



社会資本を活用してビジネスモデルを回すことで、企業価値を創造し  
 ステークホルダーから当社グループへの共感を高めると同時に  
 社会に対しても地域社会への貢献など価値の還元を継続することで、**持続可能なESG経営を推進**



# 当社のESGに対する取り組み状況

## ENVIRONMENT

環境

### 環境に配慮した持続可能な製品製造

- 環境変化に依存しない、もしくは環境に負荷をかけない持続可能な製品製造技術・ノウハウを保有
- 限られた食料資源の有効活用や効率的な生産を実施
  - ・ 森養魚場：気候変動、河川の水質汚染等の影響により天然鮎が減少する中、独自技術にて養殖鮎を安定供給
  - ・ ヤマニ野口水産：端材やサイズ不揃い品を用いた製品開発により食品ロス削減へ貢献
  - ・ おむすびころりん本舗：廃棄予定原材料をフリーズドライ加工し再度製品化することで食品ロス削減へ貢献 ほか

### 製造工程にて発生した産業廃棄物の再利用

- ・ グループ各社：製造工程にて発生した廃棄物を地域の畜産業者などに提供することによる食品廃棄物の有効活用

### 消費電力削減

- ・ グループ各社：工場の使用電力削減を目的とした、LED化、高効率ボイラーの採用などを順次実施

## SOCIAL

社会

### 地域社会における「食」分野での貢献

- 地域の消費者に高いニーズがあり、こだわりの原材料・レシピによる製品開発を実施
  - ・ ダイショウ：保存料、着色料不使用。なめらかな食感と飽きのこない味
  - ・ オープン：広島の清浄海域、条件付清浄海域に限定したカキの仕入れ
  - ・ 香り芽本舗：地元中国地方のふりかけ市場にてトップクラスのシェア
- 地域に根差した社会貢献活動の推進
  - ・ おむすびころりん本舗：学生らの支援として昼食の無償支援プロジェクトに参画、地域の特産品を使った製品を提供
  - ・ 森養魚場・純和食品：地元小学生の社会見学の場として養殖場を開放、プレゼントとしてゼリーを提供

### 地域に強力なファンを抱える企業を引き受けることにより事業の存続に貢献

- ・ まるかわ食品：継承者不在、地元ファンからの強い要望による事業承継

### 従業員の多様性

- ・ グループ各社：女性の活躍の場を整備、障害者、外国人の登用など各種取り組みを実施

## GOVERNANCE

ガバナンス

### 経営リソースのサポート

- グループ会社の資金調達や次世代経営者の育成により、グループ会社経営を支援
  - ・ グループ各社：資金調達の支援
  - ・ グループ各社：人材による支援

### 中小企業支援プラットフォームによる支援

- グループ会社の自律性を担保しつつ状況に合わせた事業計画立案や進捗管理への関与
- 機能別の統括部署を設置し、グループとして事業支援や各種進捗管理などを実施
  - ・ 香り芽本舗：100周年を機としたリブランディングおよび新商品開発支援
  - ・ グループ各社：ホールディングスサイトリニューアルおよび各社情報発信の積極化



# グループ会社の概要

## 楽陽食品



### シウマイ・餃子

- 国内5か所に工場
- チルドシウマイの生産量は国内トップシェア

## 白石興産



### 乾 麺

- 創業130年
- 宮城県白石市特産の白石温麺が主力商品

## 桜顔酒造



### 日本酒

- 昭和48年岩手県の地場の酒蔵10社で設立
- 県内出荷量2位

## オープン



### 冷凍かきフライ

- 広島産カキを調達する独自ルートを保有
- 鶏なんこつ唐揚等も製造

## ダイショウ



### ピーナッツバター

- ピーナッツバターのパイオニアで、主力商品は30年以上続くロングセラー

## 雄北水産



### まぐろ加工品

- 船凍品のまぐろのみを使用した、ねぎとろ、まぐろ切り落としを製造販売

## 純和食品



### ゼリー

- 高い技術力と彩の国HACCPに認定された高い品質管理能力

## エスケーフーズ



### とんかつ

- 「彩の国優良ブランド品」に認証された「むさし野とんかつ」が主力商品

## ヤマニ野口水産



### 水産加工品

- 鮭とばやいくら醤油漬け等北海道の新鮮な原料を使用した水産品を製造

## JSTT SINGAPORE



### 寿司

- シンガポールの工場にて寿司等を製造し、シンガポールの大手スーパーへ販売

## おむすびころりん本舗



### フリーズドライ

- フリーズドライ加工、フリーズドライ製品の製造、非常食の販売

## NKR CONTINENTAL



### 業務用厨房機器販売

- 主にシンガポール及びマレーシアの高級ホテル等へ、業務用厨房機器を設計・製造・施工・販売

## 香り芽本舗



### ふりかけ・スープ

- ソフトタイプのわかめふりかけ、わかめスープ等の自社商品からOEMまで、高品質かつ多様な商品を製造

## 森養魚場



### 鮎 (アユ)

- 岐阜県内3ヵ所において、高品質な鮎を養殖、販売
- 高度な養殖技術を有し、子持ち鮎の安定生産が可能

## まるかわ食品



### ぎょうざ

- 静岡において、秘伝のレシビよるぎょうざを製造
- 自社店舗には行列が絶えない人気店

# グループ会社の概要

製造事業セグメント

販売事業セグメント

その他

## PACIFIC SORBY



### 水産加工品

- シンガポールの主要なホテルに対し、自社加工した冷凍ロブスター、カニなどを販売

## 細川食品



### かき揚げ

- かき揚げ、チヂミ、赤飯等の冷凍食品製造
- 野菜加工、野菜原体の販売

## マルキチ



### ホタテ

- オホーツク海で獲れた、大粒で肉厚なホタテの加工販売（主に輸出向け）
- サケやカニ等も取り扱う

## ヨシムラ・フード



### 業務用惣菜

- 業務用食材の企画・販売が主、自社で物流を持たず、販売先へ直送するビジネスモデルを構築

## ONESTORY



### マーケティング ・コンテンツ開発等

- 地域に眠る「食」や「文化」等を再発掘・再編集し、プレミアムなコンテンツとしてプロデュース

## 十二堂



### ふりかけ

- ソフトふりかけ「梅の実ひじき」等を製造、販売
- 全国に多くのファンを持ち根強い人気を誇る

## 丸太太兵衛小林製麺



### 生麺（ラーメン）

- 生麺、餃子の皮、たれ等調味料の製造・販売
- 得意先は北海道内外のラーメン店

## ワイエスフーズ



### ホタテ

- 噴火湾沿岸で漁獲されたホタテの加工販売
- サケ・いくらやイカ等も取り扱う

## ジョイ・ダイニング・プロダクツ



### 宅配等

- 冷凍食品の企画・販売
- 全国の生活協同組合と直接窓口を保有

## SHARIKAT NATIONAL FOOD



### 不動産賃貸・管理

- シンガポールにおいて食品工場兼食品用低温倉庫を所有し不動産賃貸業を行う

## 小田喜商店



### 栗加工品

- 厳選した良質な地元産の「いわまの栗」を使用した高品質な栗製品を製造・販売

## 林久右衛門商店



### だし

- 明治18年創業経節専門店
- 上質な厳選素材にこだわった削り節、だしの製造加工・販売

## SIN HIN FROZEN FOOD



### 水産品卸

- シンガポールの水産品卸
- 主力商品は、エビ、ホタテ、カニ等



## 本資料の取り扱いについて

- 本資料に記載されている市場環境等の情報に関する記述は、当社が独自で調査を行ったものであり、必ずしもその内容の正確性及び完全性を保証するものではありません。
- 本資料に記載されている業績見通し等の将来情報に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束するものではなく不確実性を含んでおります。また、実際の業績等は、様々な要因により大きく異なる可能性があります。
- 本資料には、監査法人による監査を受けていない管理資料が含まれております。

