

2027年 2 月期 第 1 四半期決算説明資料

2026年 7 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** 2027年 2 月期 1 Q 決算ハイライト
- | **2** 2027年 2 月期 1 Q 決算詳細
- | **3** 2027年 2 月期 1 Q トピックス
- | **4** 当社について
- | **5** Appendix

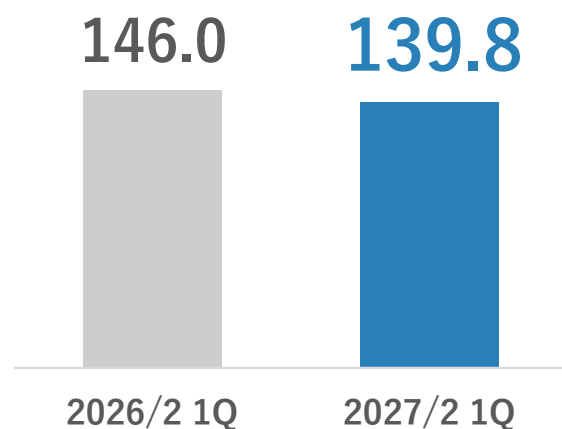
2027年 2 月期 1 Q 決算ハイライト



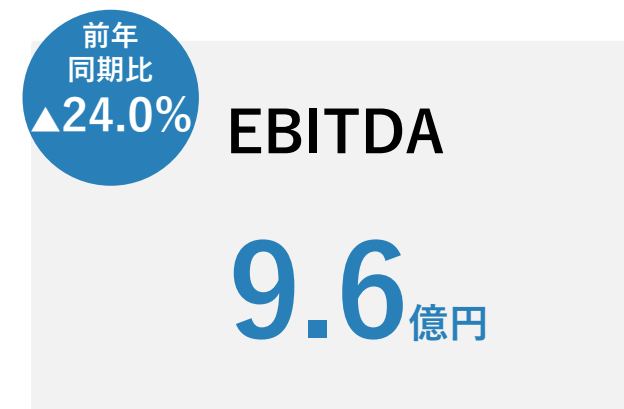
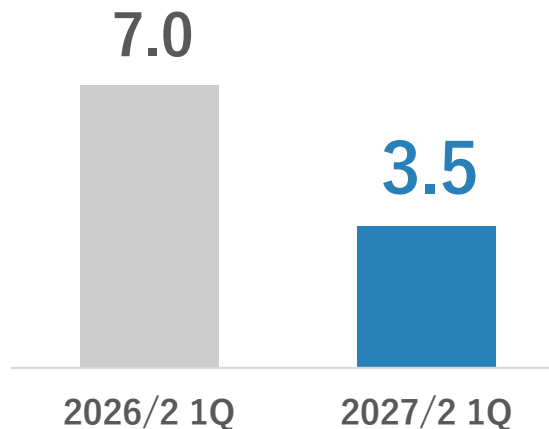
海外事業は回復基調に転じたものの、ホタテ関連事業は噴火湾におけるホタテの不漁や、販売時期のずれ込みにより、減収減益となる。



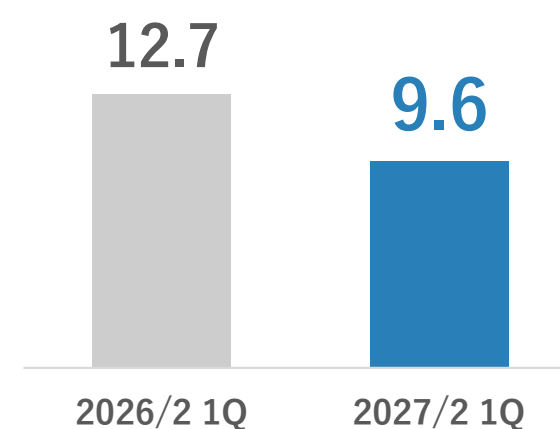
単位：億円



単位：億円



単位：億円



(注) EBITDA = 営業利益 + 償却費 (減価償却、のれん) + M&A取得関連費用

売上高の推移

海外事業は外食・ホテル向けの販売が回復し増収となったものの、国内ホタテ関連事業の販売が大幅に減少したことから、全体では減収となる。

売上高

139.8億円

前年同期比

▲4.3%

■ 国内事業

ホタテ関連事業は、ホタテ貝柱の販売価格は高値圏で推移したものの、主に噴火湾におけるホタテ漁獲量の減少に伴い原料販売が減少したことに加え、一部の取引が第2四半期にずれ込んだことなどから、大幅な減収となる。

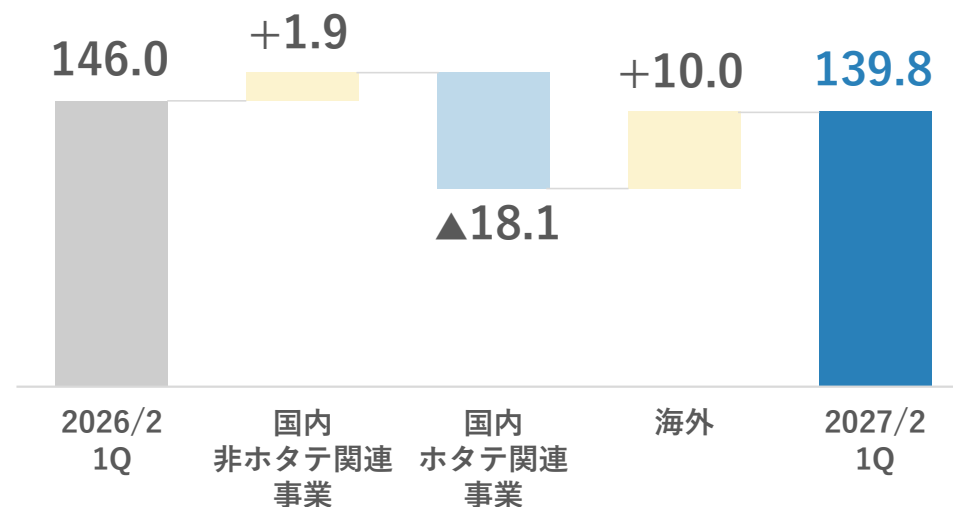
非ホタテ関連事業は、原材料価格等の上昇に伴う価格改定に努めた結果、増収となる。

■ 海外事業

Examas及びEquipmaxのグループ化による増収効果に加え、シンガポールにおいて外食・ホテル向け及び小売店向け販売が回復したことから、増収となる。

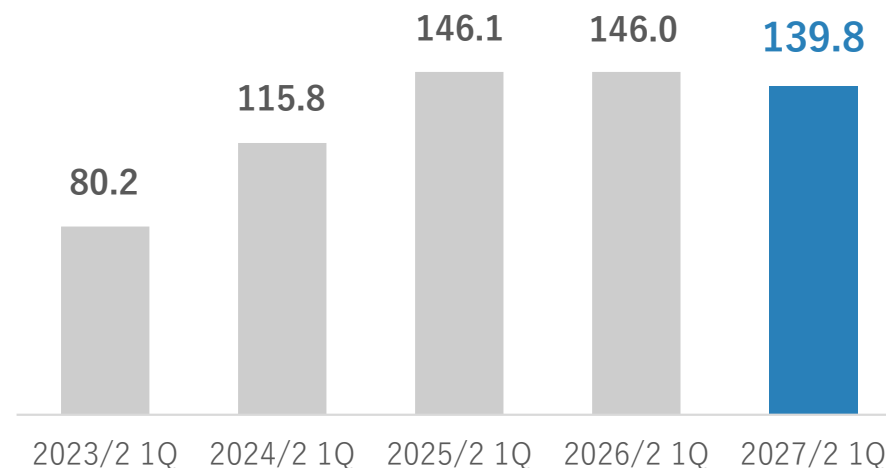
売上高の内訳

単位：億円



売上高の推移

単位：億円



営業利益の推移

海外事業は売上回復により増益となったものの、国内ホタテ関連事業が大幅な減益となったことから、全体では減益となる。

営業利益

3.5億円

前年同期比

▲50.0%

■ 国内事業

ホタテ関連事業は、売上高の減少に加え、前期に製造した原価の高い在庫の販売をおこなったことで、大幅な減益となる。

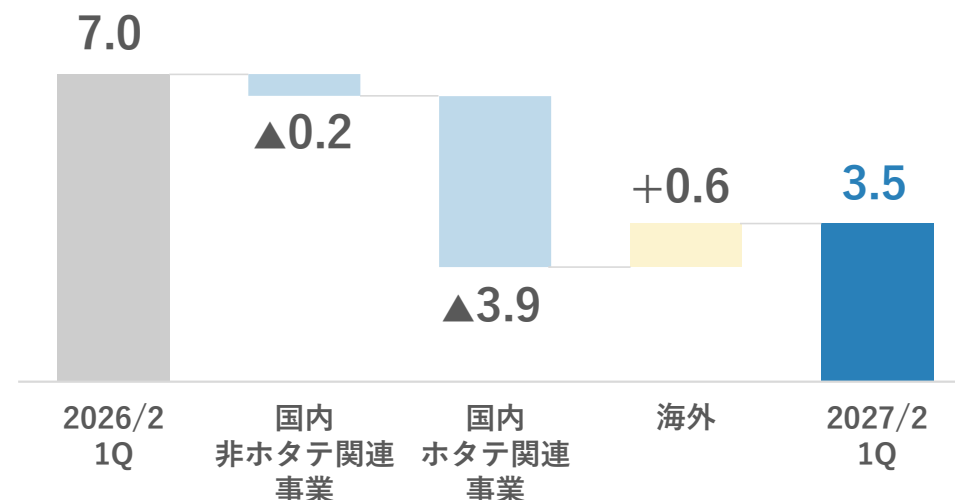
非ホタテ関連事業は、中東の紛争により急激な原材料価格等の高騰を受けて価格改定を進めたものの、コスト上昇に対する価格改定効果が表れるまでにタイムラグが生じたことから、小幅な減益となる。

■ 海外事業

Examas及びEquipmaxの連結開始による増収効果に加え、シンガポールでは、外食・ホテル及び小売店向けの販売が回復したことで増益となる。

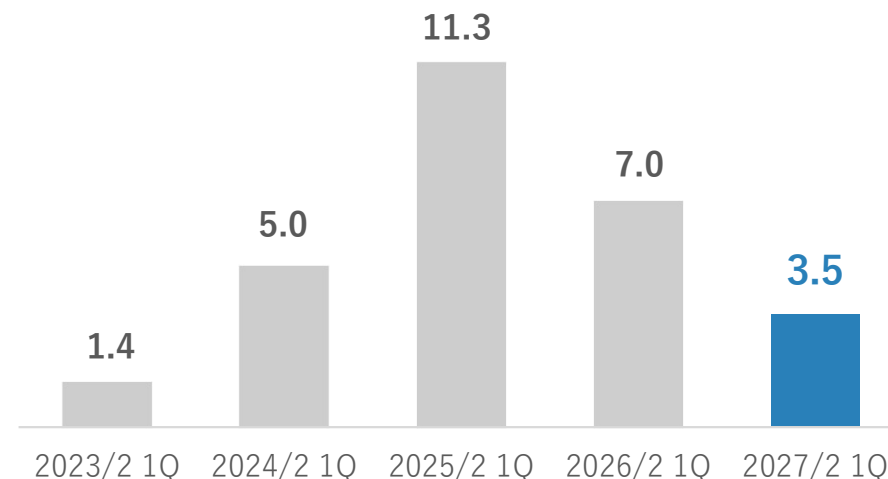
営業利益の内訳

単位：億円



営業利益の推移

単位：億円



親会社株主に帰属する四半期純利益及びEBITDAの推移

親会社株主に帰属する四半期純利益は、マルキチにおいて賠償金を受領したことから増加。
EBITDAは、営業利益の減少により減少。

親会社株主に帰属する
四半期純利益

前年同期比

5.6億円

+ 95.0%

EBITDA

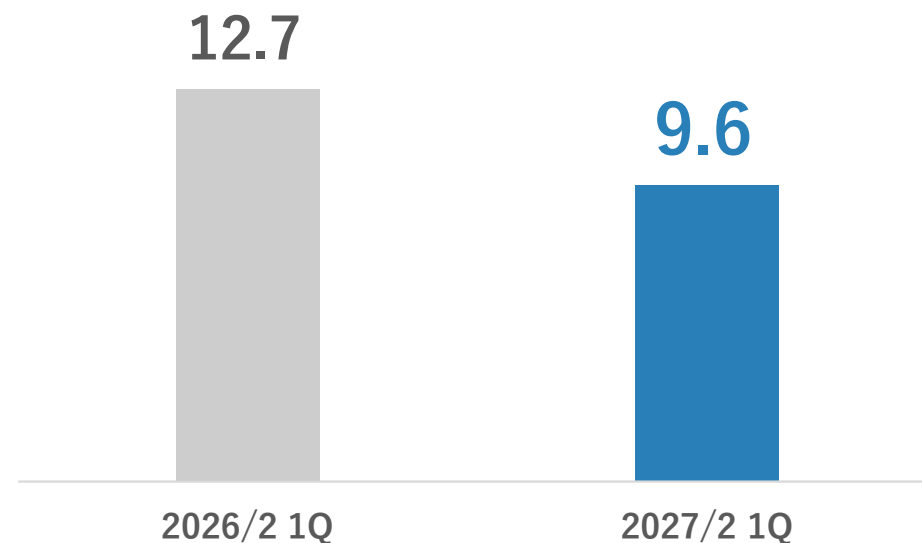
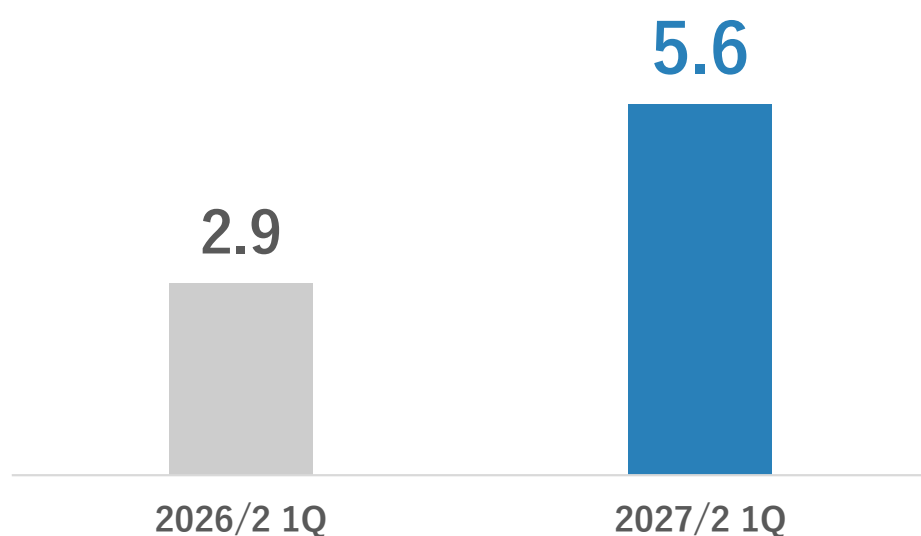
前年同期比

9.6億円

▲ 24.0%

単位：億円

単位：億円



(注) EBITDA = 営業利益 + 償却費（減価償却、のれん）+ M&A取得関連費用

2027年 2 月期 1 Q 決算詳細



連結貸借対照表

ホタテ原料の仕入シーズンが始まったことで、棚卸資産と借入金が増加。
また長期事業資金の安定的な借入により、現金及び預金が増加。

(単位：百万円)	2026年2月期 期末時点	2027年2月期 1Q 時点	前期比	備考
流動資産	36,938	42,116	+ 5,178	
現金及び預金	11,002	14,316	+3,314	■ 現金及び預金 安定的な長期事業資金の借入で増加
受取手形及び売掛金	9,757	8,842	▲914	■ 受取手形及び売掛金 売上の減少に伴い減少
棚卸資産	14,941	17,532	+2,591	■ 棚卸資産 ホタテ原料の仕入シーズンが始まったことによる増加
固定資産	24,090	23,978	▲ 111	
有形固定資産	11,397	11,750	+ 353	
のれん	6,261	6,092	▲169	
顧客関連資産	3,645	3,554	▲91	
総資産	61,028	66,094	+ 5,066	
流動負債	22,040	26,631	+ 4,590	
借入金及び社債	13,923	18,660	+4,737	■ 借入金及び社債 ホタテの仕入資金及び長期事業資金として借入増加
固定負債	19,734	19,358	▲ 375	
長期借入金及び社債	17,126	16,745	▲380	
純資産	19,253	20,105	+ 851	■ 自己資本 自己資本比率は19.7% (前期末比▲0.7%)
自己資本	12,422	13,041	+618	

売上高の状況（セグメント別）

製造事業セグメントは、ホタテ関連事業の販売量減少により減収となる。一方、販売事業セグメントは、シンガポールのSin Hinにおける飲食店向け販売の回復により増収となる。

（単位：百万円）	2026年2月期 1Q	2027年2月期 1Q	前年同期比	備考
製造事業セグメント	12,181	11,152	▲8.4%	
ワイエスフーズ ※マタツ水産、清藤水産を含む	3,497	2,467	▲29.4%	■ ワイエスフーズの子会社であるマタツ水産は、噴火湾におけるホタテ漁獲量の減少により原料販売が減少したことで減収
楽陽食品	1,392	1,389	▲0.2%	
Pacific Sorby	881	1,280	+45.2%	
オーブン ※2026.3.1に細川食品と合併 前年比較値も2社合算で記載	1,036	1,110	+7.2%	■ Pacific Sorbyは、シンガポールにおけるホテル向けの販売が回復したことで増収
NKR ※子会社3社を含む	775	726	▲6.3%	
マルキチ	1,001	216	▲78.4%	
その他（19社）	3,596	3,960	+10.1%	
販売事業セグメント	2,375	2,764	16.3%	
ヨシムラ・フード	1,415	1,541	+8.9%	■ マルキチは、海外取引の販売時期のずれ込みにより減収
Sin Hin	561	836	+49.0%	
その他（2社）	399	386	▲3.4%	■ ヨシムラ・フードは、新規開拓と既存顧客への販売拡大で増収
その他事業セグメント	42	59	+38.6%	
合計	14,600	13,976	▲4.3%	■ Sin Hinは、外食・ホテル向けの販売が回復したことで増収

（注）上記売上高は、内部取引調整後の金額を記載しております。

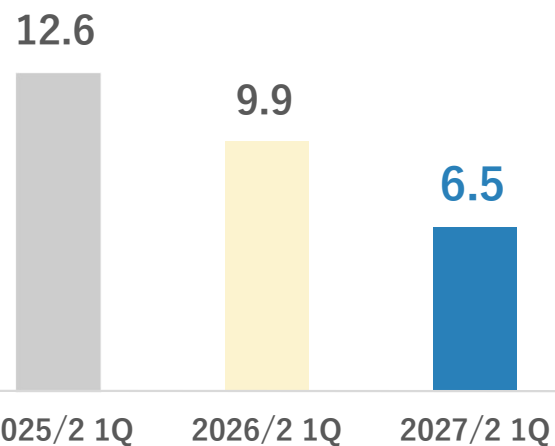
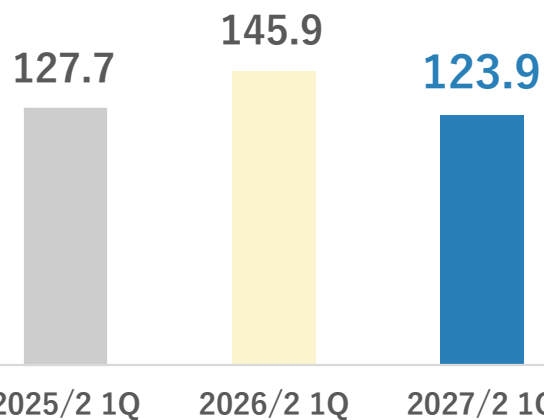
国内・海外別実績

単位：億円

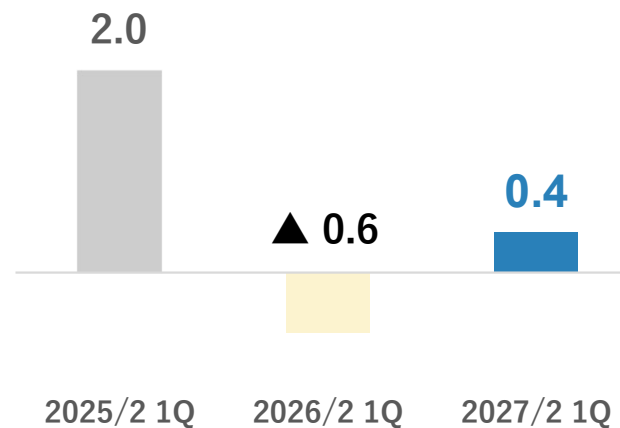
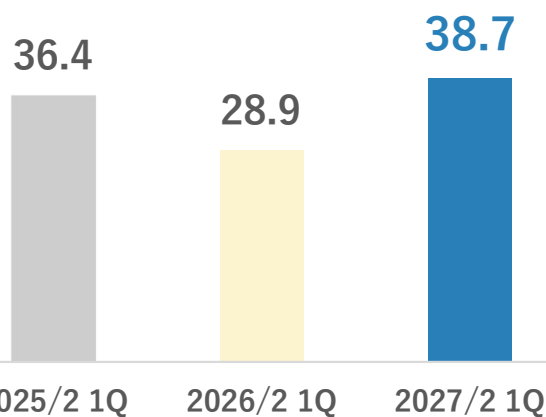
売上高

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おります。

(注) 営業利益は、のれん償却額等を含めておりません。

2027年 2 月期 1 Q トピックス



はこだてわいんの株式取得について（2026年6月30日）

1973年に設立され、北海道函館市近郊に本社・工場を構え、多くの賞を受賞する ワイン・果実酒・リキュールの製造販売を行うワイナリー

- 社 名 株式会社はこだてわいん
- 代 表 者 代表取締役 佐藤 恭介
- 所 在 地 北海道亀田郡七飯町字上藤城11番地
- 設 立 1973年4月
- 資 本 金 98百万円
- 売 上 高 514百万円
- 事 業 内 容 果実酒、リキュールの製造・販売

コンクール受賞歴多数 世界的に注目される北海道産ワイン



「Japan Wine Challenge 2024」では、「北海道100 ソーヴィニヨン・ブラン 2022」がトロフィー賞／ゴールド賞を、アジア最大級のワインコンペ「CATHY GLOBAL WINE & SPIRITS AWARDS 2025」では「七飯町産葡萄 シャルドネ スペシャルキュヴェ2024」が金賞を受賞するなど日本国内外で高い評価を得ている。

株式取得理由

■ 地域ブランドと確立した事業基盤

「はこだてわいん」ブランドは、函館・道南地域で高い認知度と信頼を築いており、北海道内のワイナリーで売上高第3位を誇るなど、地域に根差した強固なブランド力と事業基盤を有している。

■ 日本ワイン市場の成長性と今後の発展可能性

日本ワインは、品質向上を背景に世界的な評価が高まっており、今後の市場拡大が期待されている。同社は、自社圃場に加え、地域生産者との長年の信頼関係を有しており、北海道産ブドウを活用した日本ワインの生産拡大を通じて、さらなる成長が見込まれる。

はこだてわいんの株式取得について（2026年6月30日）

はこだてわいんの特徴



本社・工場隣接の直営売店
「葡萄館本店」



本社近郊（七飯町上藤城・約1.7ha）
に自社圃場を保有し、高品質な日本
ワインを製造



青函トンネル内の海面下283mに位置す
る世界最深のワイン貯蔵庫「青函トンネ
ル蔵置場」

主要商品ラインアップ



自社圃場ワイン

自社圃場で栽培したぶどうを
使用し、北海道・七飯町の風
土を活かして醸造。



フルーツワイン

北海道のみならず各地の特産
果実の特徴を最大限活かした
商品群。

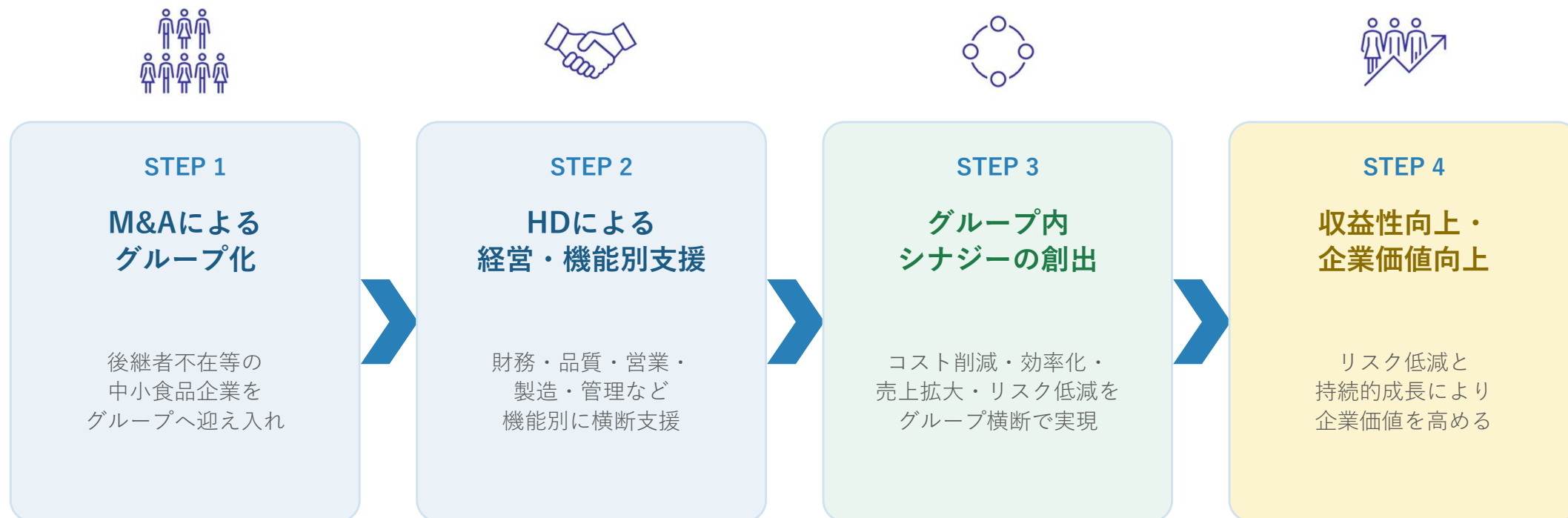


テーブルワイン

はこだてわいんを代表する
「年輪」をはじめ、幅広いシ
ーンに合うワインを展開。

シナジーを企業価値向上につなげる流れ

M&A後の一貫した支援サイクルにより、収益性向上・リスク低減・企業価値向上を目指す



後継者不在企業をグループ化し活性化する当社の事業モデルは、
グループ横断のPMI支援を通じて持続的な成長と企業価値の向上につながる

グループ各社を機能別に横断支援することで、6つの領域でシナジー創出を推進

1 コストダウン

- ・ 保険・通信・車両リース・事務用品・
原材料等の共同購買
- ・ CMS導入による資金効率化で
支払利息を圧縮

2 業務効率化・経営見える化

- ・ 会計・勤怠・人事労務システムの
統一による業務効率化
- ・ 原価計算・予算管理・経営データ
により経営状況を可視化

3 売上向上・販路拡大

- ・ グループ販路の共有・クロスセル・
共同提案
- ・ 共同商品開発や海外ネットワーク
の活用を推進

4 品質管理支援

- ・ HD品質管理部による監査、改善提案、
改善実施のPDCAサイクル
- ・ 食品関連法令などの改正に関する情報
共有、対応支援

5 ガバナンス・内部管理強化

- ・ 規程・決裁権限の整備、不正防止体制
の構築
- ・ 情報セキュリティ強化でグループ管理
体制を強化

6 設備投資、生産性改善

- ・ 設備投資による生産性改善支援
- ・ 生産技術、設備保全ノウハウを一元
管理し効率的な運用

機能別支援により創出を見込む、代表的なシナジー

総務・購買

1 保険・通信・車両リース・事務用品等の一括契約

期待効果 ▶ 間接コストの削減

財務・経理

2 CMS（資金集中管理）の導入

期待効果 ▶ 資金効率化・支払利息の圧縮

人事・管理システム

3 会計・勤怠・人事労務システムの統一

期待効果 ▶ 業務効率化・経営の見える化

法務・税務

4 税務申告・登記・契約書レビュー等のHD専門支援

期待効果 ▶ 専門コスト削減・法務リスク低減

営業・販売

5 グループ販路の共有・クロスセル・共同提案

期待効果 ▶ 売上・販路の拡大

海外展開

6 海外子会社・海外取引先を活用した販路開拓

期待効果 ▶ 海外売上の拡大

品質管理

7 HD品質管理部による監査、改善実行支援

期待効果 ▶ 品質管理・法令順守の強化

生産・技術

8 生産技術・設備保全ノウハウの横展開／共同購買

期待効果 ▶ 生産性向上・コストダウン

当社について



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

当
社
の
役
割

日本の食と地域を支える、社会価値創出企業

中小食品企業のM&Aを通じて、
地域社会の活性化と雇用創出に貢献し、
多様な食文化を維持・発展させる



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	1,176百万円（2026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：57,484百万円 経常利益：1,692百万円（ともに、2026年2月期）
■ 従業員数	連結：1,968人 単 体： 30 人（ともに、2026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	連結子会社：38社（主要連結子会社：31社）
■ 市場	東証プライム（2884）

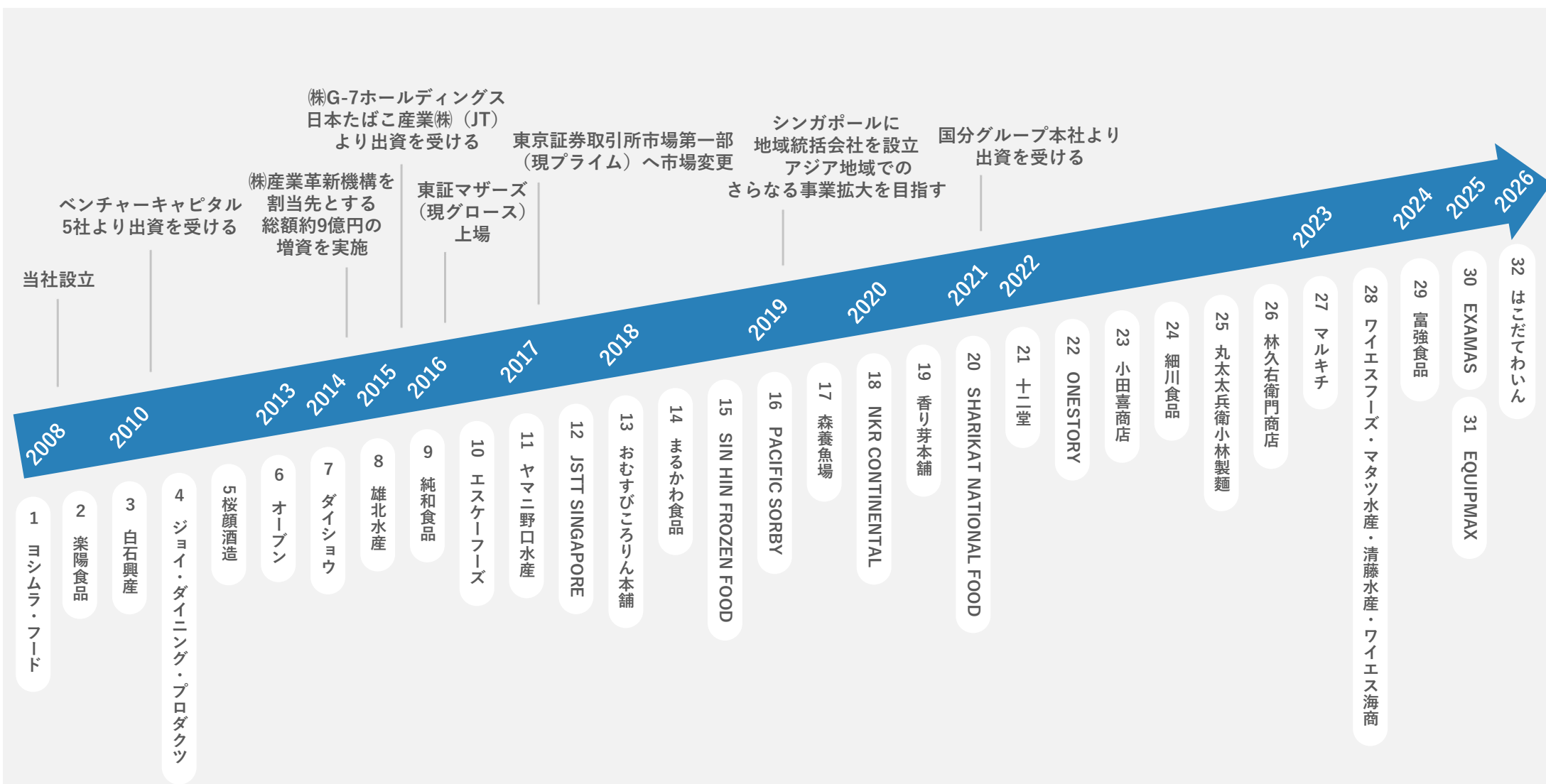
代表取締役CEO

吉村 元久 Motohisa Yoshimura

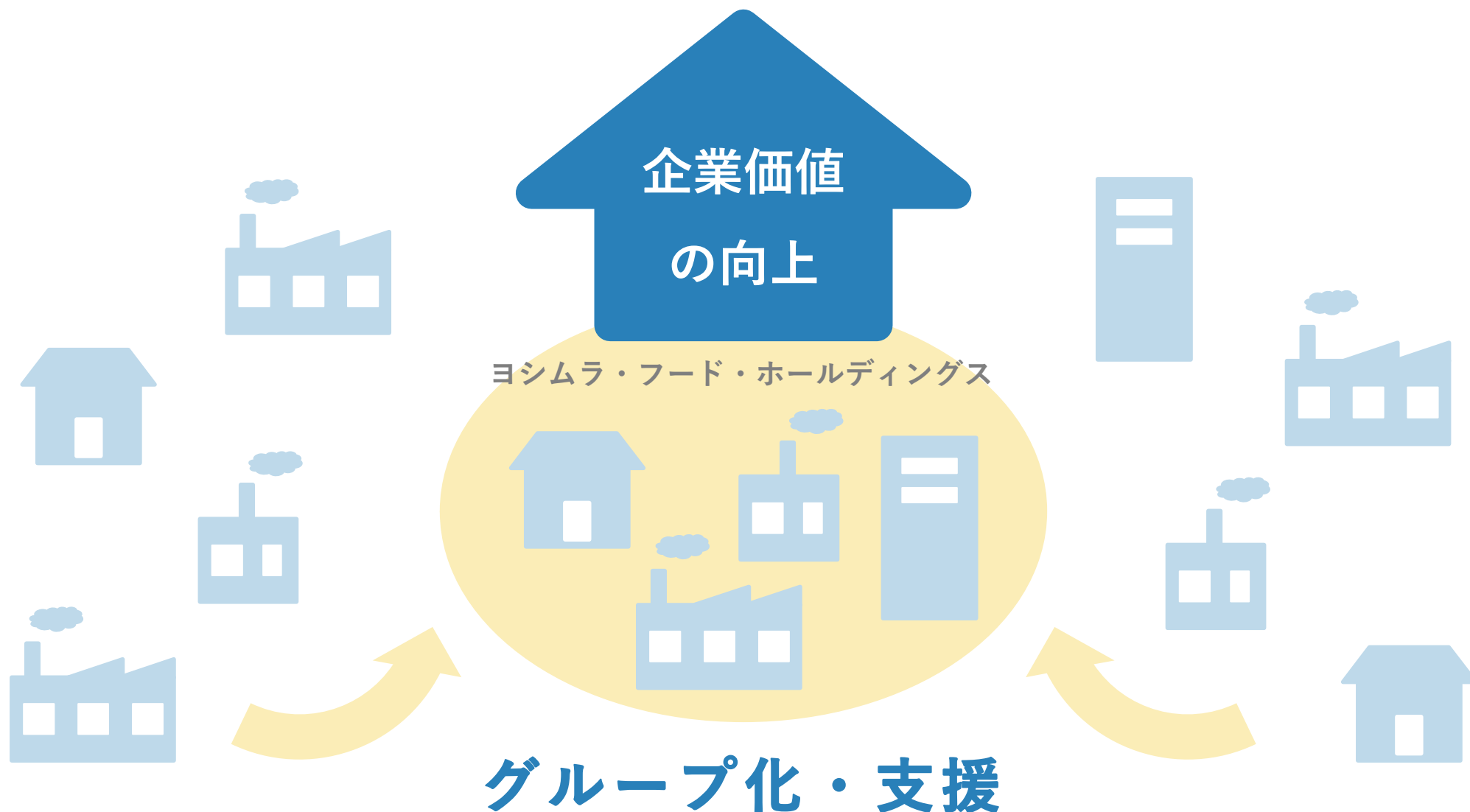


出身地	北海道函館市	
最終学歴	1988年3月	一橋大学商学部卒業
	1994年6月	ペンシルバニア大学大学院 ウォートン校卒業（MBA）
職歴	1988年4月	大和証券株式会社入社 事業法人部 上場企業の資金調達業務
	1996年7月	同社 資産証券部 課長代理 資産の証券化業務
	1997年10月	モルガン・スタンレー証券株式会社入社 事業法人部 エグゼクティブディレクター コーポレートファイナンス業務
	2008年3月	当社 代表取締役（現任）

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



国内外の中小食品企業のM&Aを通じたグループ化・支援を行い、企業価値を向上



連結子会社

38社



従業員

国内 1,543名
海外 425名

輸出向け
北海道産ホタテ
シェアNo. 1



鮎の陸上養殖
シェアNo. 1

大人気ラーメン店
の味を支える
製麺工場



チルドシウマイ
生産量
国内No. 1

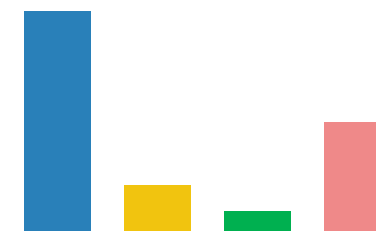
業務用
春巻きの皮
シェアNo. 1



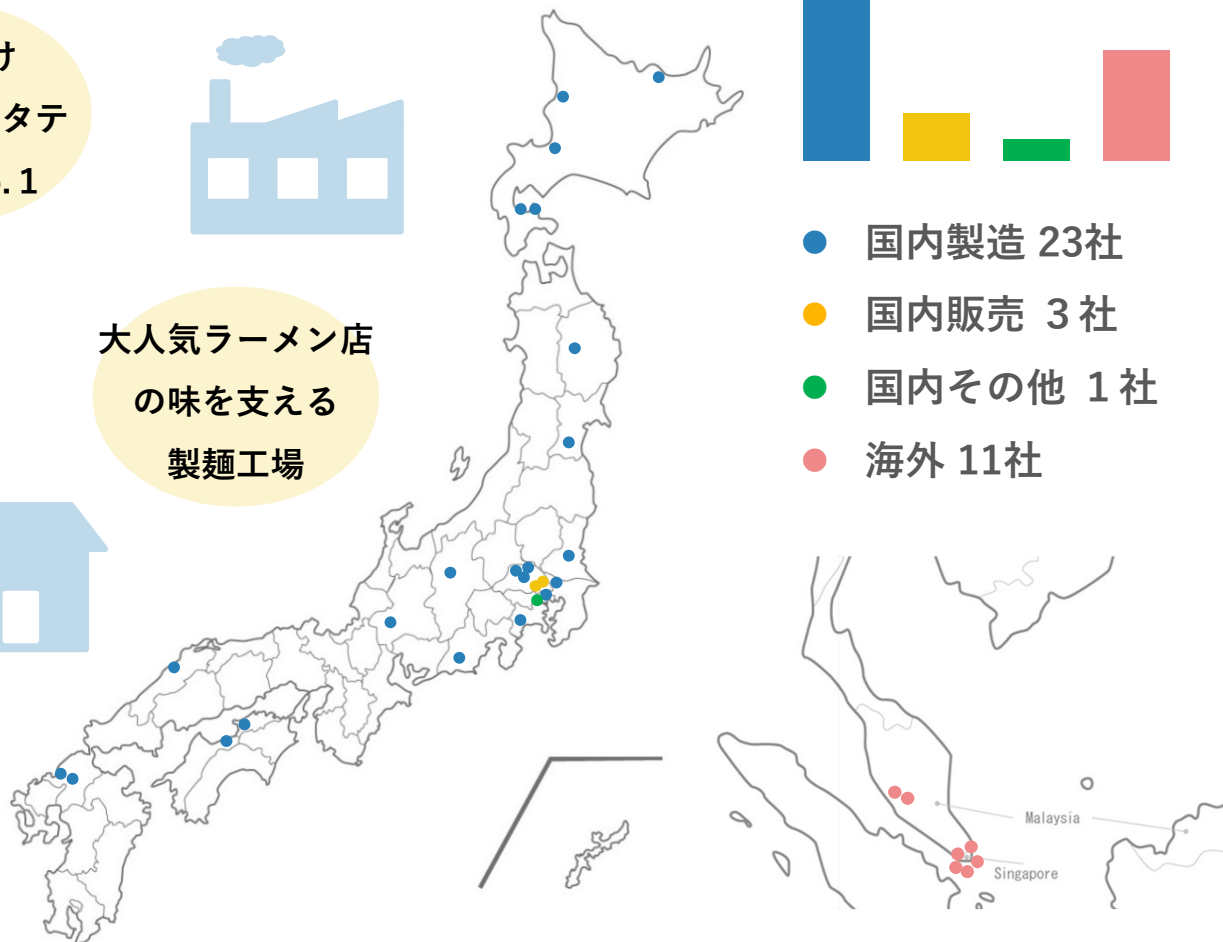
高級和菓子店で
使用される
こだわり抜いた
栗製品

売上高

574億円



- 国内製造 23社
- 国内販売 3社
- 国内その他 1社
- 海外 11社



当社の役割と目的

役割

当社は、中小食品企業のM&Aを通じて
社会課題に対する解決策を提供

目的

日本の中小食品企業の存続を図り、
日本の食を、未来と世界へつなげる

解決すべき社会課題

少子高齢化

人口減少

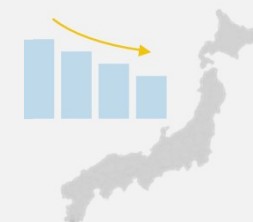


事業承継問題

企業数減少



国内市場縮小



中小企業を取り巻く構造的課題の深刻化

▶ 当社の事業拡大の追い風に

当社の優位性

実績

ノウハウ

信用力

海外販路

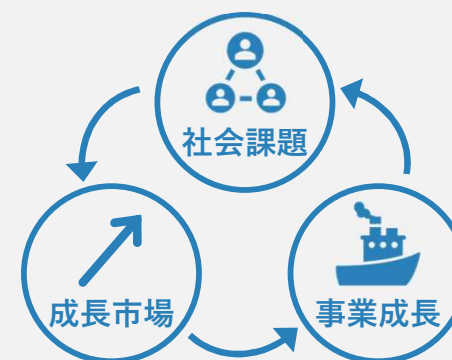
M & A / P M I
チーム

業界内での
独自のポジション

強固な
経営基盤

買い手となれる企業が限られている中、
当社は希少な受け皿として
売り手企業から「選ばれる存在」へ

増加する需要に対する当社の戦略

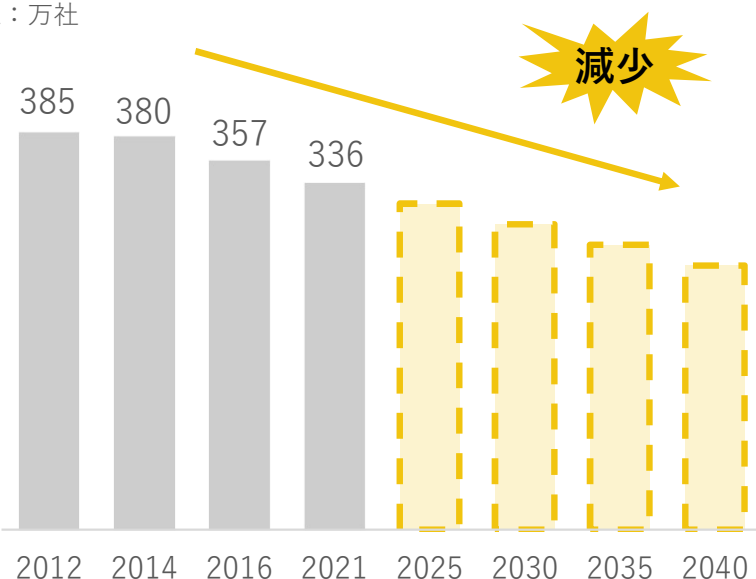


追い風の中、M&Aと経営支援により成長を加速
「中小食品企業のグローバルプロデューサー」を目指す

人口減少により内需が縮小する中、多くの中小食品企業が事業継続の危機に直面
日本の製造業のうち、食品製造業は最大規模であり、**企業の存続を守る担い手が不可欠**

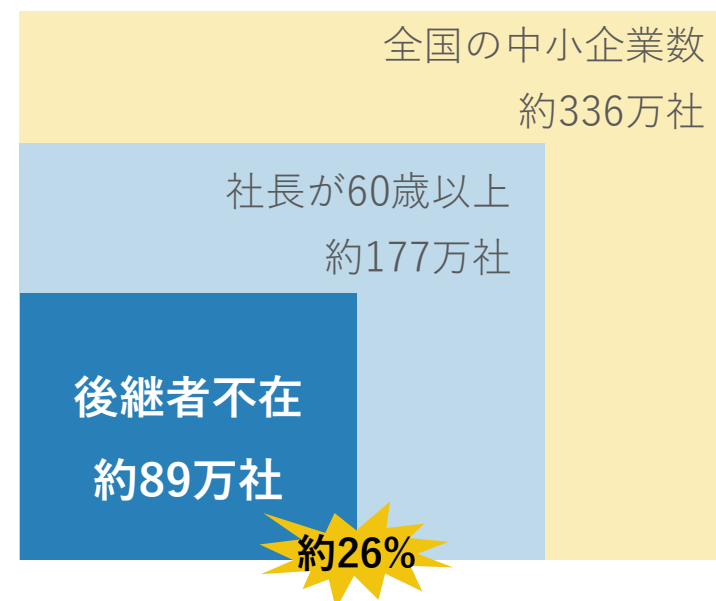
中小企業の企業数 ※1

単位：万社



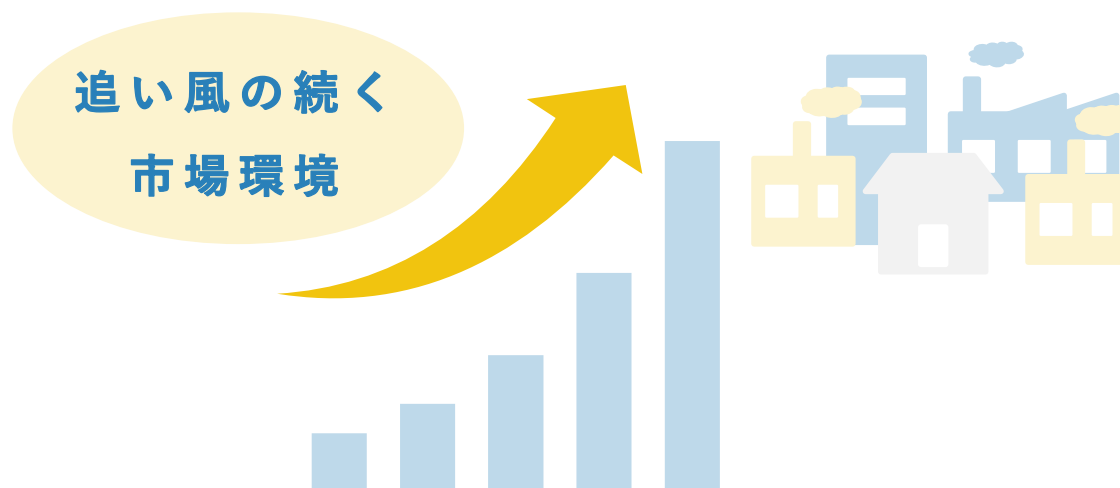
優良な中小企業が後継者不在を
理由に廃業するケースが増加

後継者不在の企業数 ※2



当社はM&Aにより
中小企業の存続と成長を図ることで
持続的な解決策を提供

団塊の世代の引退に伴い、事業承継問題は今後さらに深刻化
M&Aに対する意識変化も追い風となり、**売却を希望する企業はより一層増加する見込み**



団塊の世代の経営者が引退フェーズへ

- 社長の平均年齢は、60.8歳
- 社長の平均年齢は1990年以降一貫して上昇傾向
- 団塊の世代は、現在76～78歳
- 社長の平均引退年齢は、68.5歳
- **今後10年以内に事業承継のピークを迎える可能性**

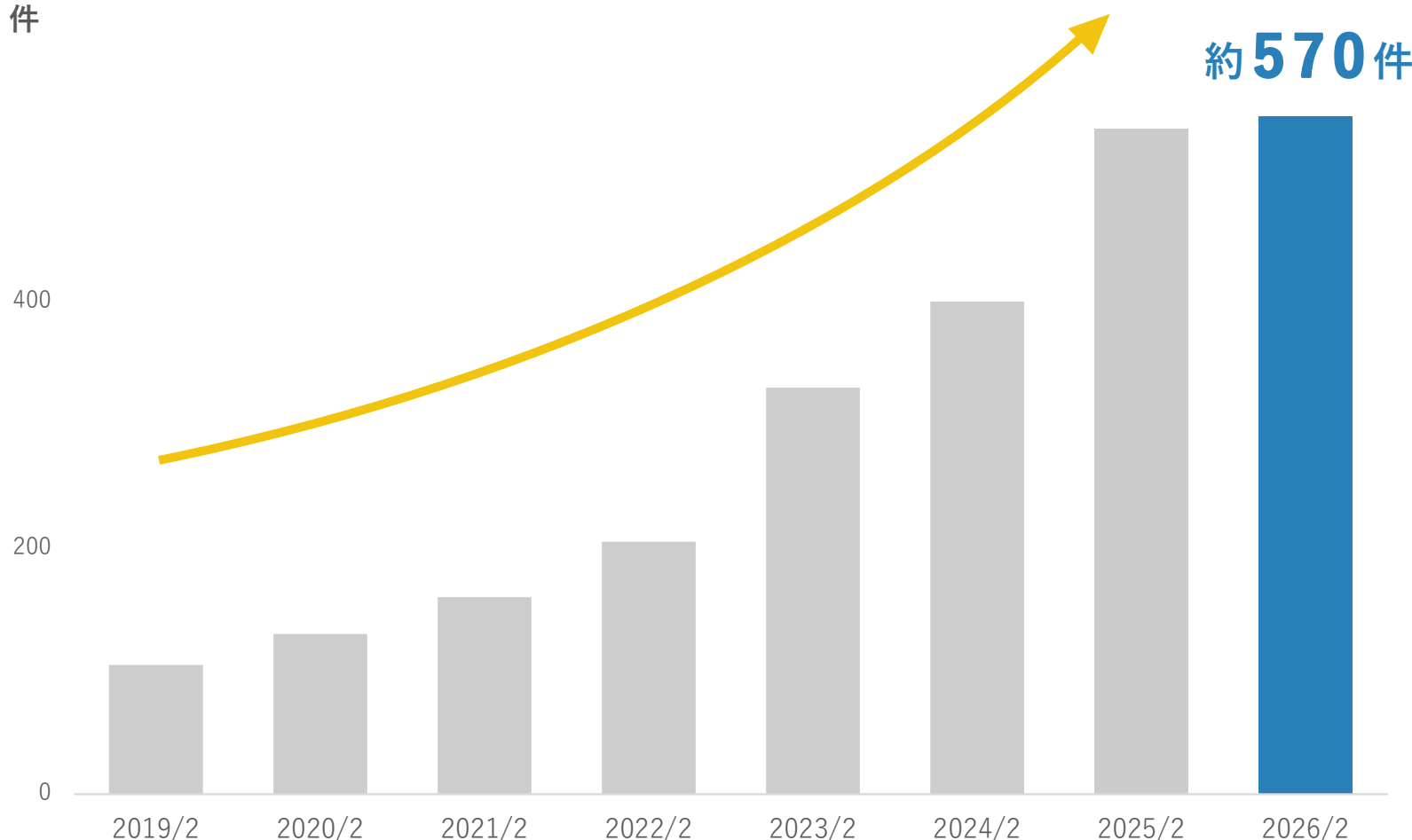
M&Aに対する理解浸透により売却ニーズが増加

- M&Aに対する認知と理解が進み、「企業を売る」ことへの抵抗感が低下
- M&Aが「企業成長」だけでなく、「事業承継」の手段として定着
- 引退を見据えた戦略的なM&A案件が増加し、**売却ニーズが質・量ともに拡大**

拡大する売却ニーズを背景に、当社に対するM&A案件紹介件数は引き続き増加傾向
長年にわたり培った目利き力により、**中長期的に成長を期待できる企業を見極め**

当社へのM&A案件紹介件数の推移

単位：件



当社は、中小食品企業の希少な受け皿

M&A対象範囲

	対象	仕組み	相乗効果 による成長	M&A ノウハウ
当社	規模 業種 エリア に制約なし	売却を 前提とせず 企業の個性 を尊重	相乗効果 あり	多くの実績 (目利き力 ・実行力)
大手食品 企業	一定規模、 親会社と同 一事業が 条件	大企業の 傘下となり 親会社主導	相乗効果 あり (同一事業の 場合のみ)	多くの実績 を持つ企業 は稀
投資 ファンド	一定規模と 成長性が 条件	売却前提	相乗効果 なし	多くの実績



当社は、売却を前提とせず、
大小さまざまな規模の
M&Aに柔軟に対応できる
唯一無二の存在

これまでのM&A実績

設立以来蓄積された中小食品企業に対するM&Aノウハウを活用し、
さらなる成長と事業拡大のステージへ

拡大期

2026/2期時点

M & A 実績 **10** 件

年間平均 **3** 件

ノウハウ進化期

M & A 実績 **13** 件

年間平均 **2** 件

ノウハウ構築期

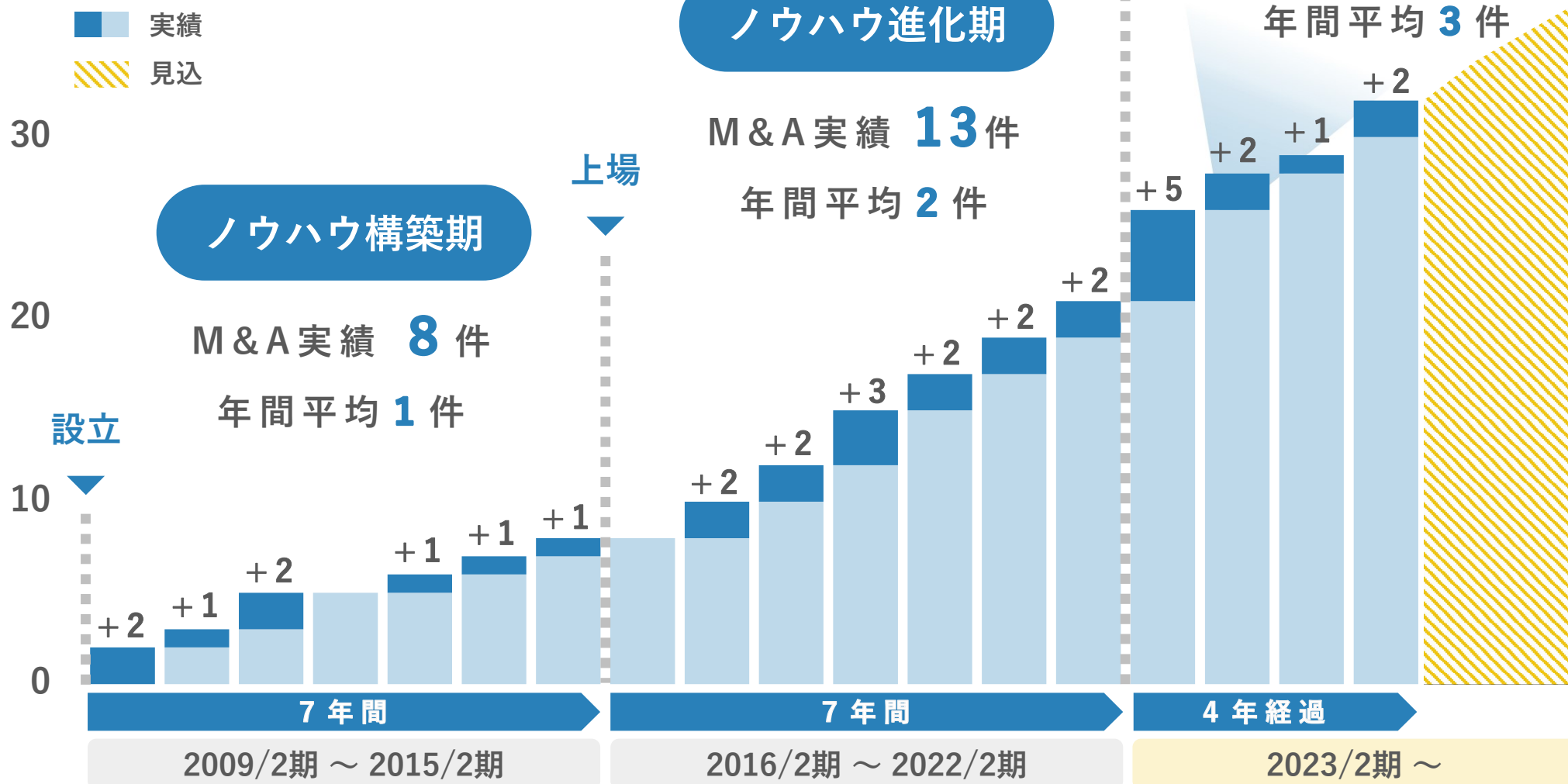
M & A 実績 **8** 件

年間平均 **1** 件

上場

コロナ以降

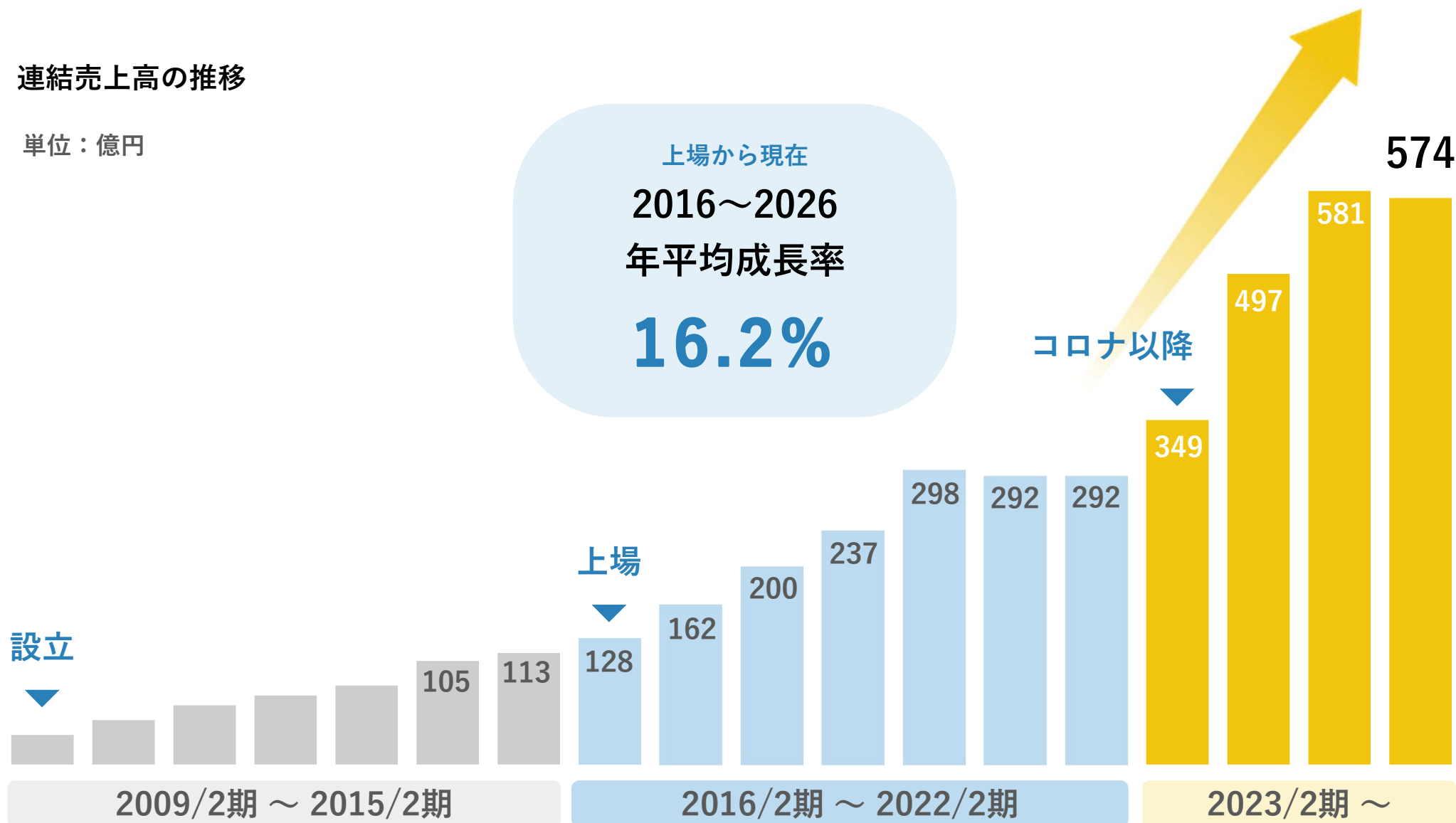
累計M&A実行件数の推移



連続的なM&Aとオーガニック成長により、持続的な売上拡大を実現

連結売上高の推移

単位：億円



当社独自のプラットフォームを活用し、グループ企業の経営支援とシナジー創出を推進

中小企業支援プラットフォーム

プラットフォーム	支援内容	プラットフォーム	支援内容
1 販売	■ グループ内の販路共有 ■ 営業戦略立案	4 品質管理	■ 定期監査による品質管理体制強化 ■ 法令順守意識の向上
2 製造	■ 設備投資による効率化 ■ データ分析に基づく生産改善	5 経営管理	■ 客観的分析に基づく戦略立案支援 ■ 強固な内部管理体制構築
3 商品開発	■ マーケティング ■ 新商品開発	6 海外販路	■ アジアを中心とした販路開拓による売上増加 ■ 海外向け商品開発

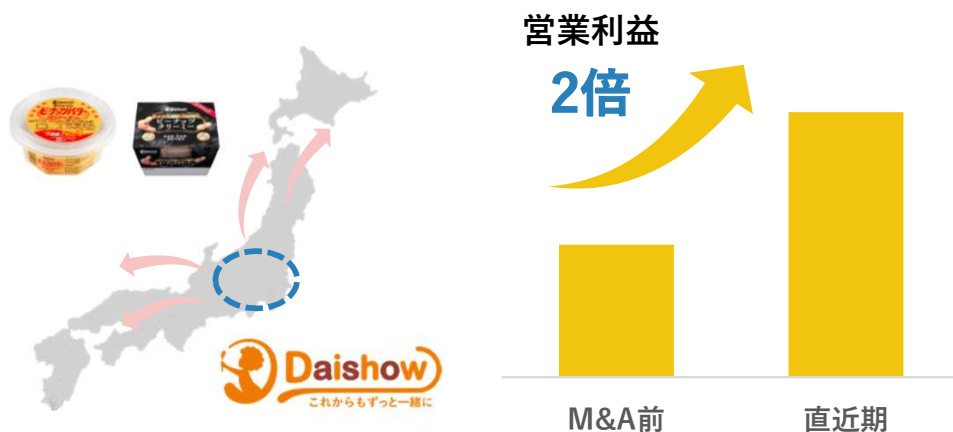
グループ企業の販路を活かし、 商品特性や市場環境に応じた販売戦略の構築と、海外販路の開拓支援を推進

中小企業支援プラットフォーム

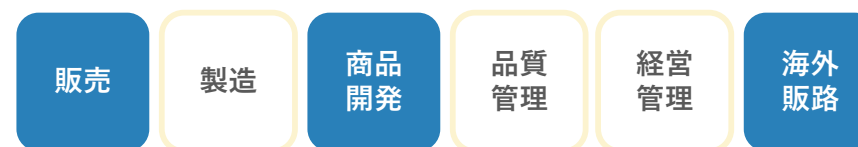


ダイショウ

- グループ企業がこれまで築いてきた国内販路を活用し、商品特性や市場環境に応じた拡販を推進
- 単なる販路拡大にとどまらず、価格帯・販売チャネル・販売時期を最適化することで、収益性を意識した販売体制を構築
- 従来は限定的であった商圏の拡大と、安定的な販売数量の確保を実現

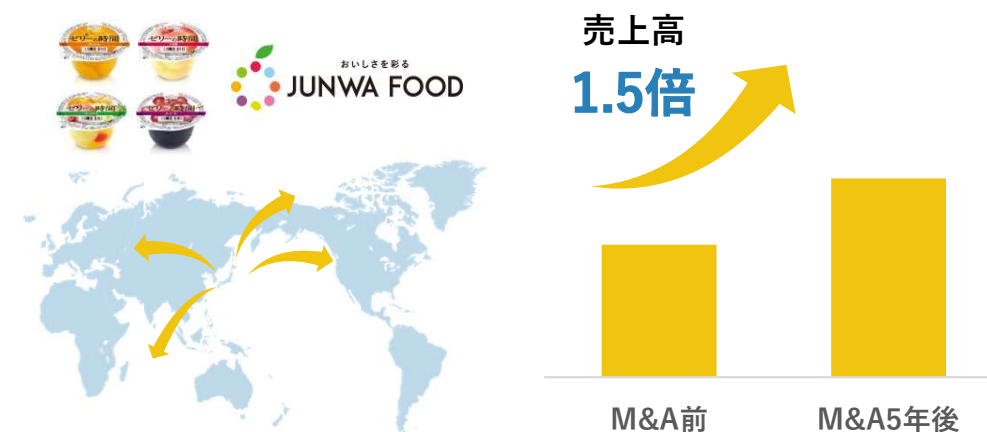


中小企業支援プラットフォーム



純和食品

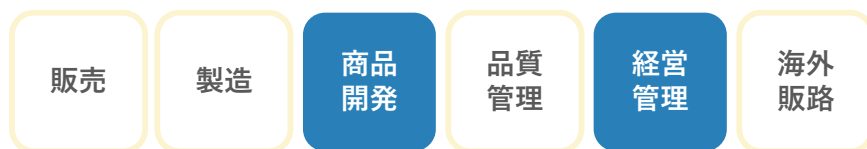
- シンガポールを中心とするグループ企業の海外販路・取引基盤を活用し、海外市場での売上創出を実現
- その実現に向け、現地ニーズや規制を踏まえた海外向け仕様の商品開発を支援し、段階的な海外展開を推進



オーガニック成長支援実績（経営管理充実・新商品開発）

経営管理体制を強化するとともに、
市場ニーズを踏まえた新商品開発を進め、事業成長の基盤を構築

中小企業支援プラットフォーム



中小企業支援プラットフォーム



小林製麺

- M&A実行後、既存の従業員の中から経営人材を登用し、現場の実態を踏まえた迅速な意思決定が可能な体制を構築
- 資本提携先の国分グループと連携し、初の市販商品となる商品を共同開発
- これらの取り組みを通じて事業運営の実行力を高め、中長期的な成長に向けた基盤を整備



営業利益
1.4倍



M&A前

直近期

森養魚場

- 市場価格の動向や需給環境を的確に捉え、販売時期や条件を調整することで、収益性を重視した戦略的な販売を実施
- 資本提携先の国分グループと連携し、素材や製法に工夫を加えた高付加価値商品の開発に取り組む
- 販売戦略と商品開発を連動させることで、市場環境の変化に対応しながら、事業全体の収益力向上を図る



営業利益
1.4倍



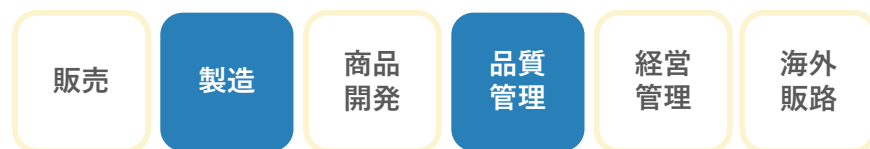
M&A前

直近期

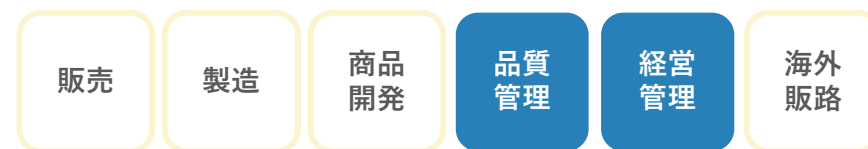
オーガニック成長支援実績（製造効率化・品質管理強化）

設備更新と工程改善による製造効率化を進めるとともに、
原料の内製化を通じた安定的な原料調達体制を構築

中小企業支援プラットフォーム

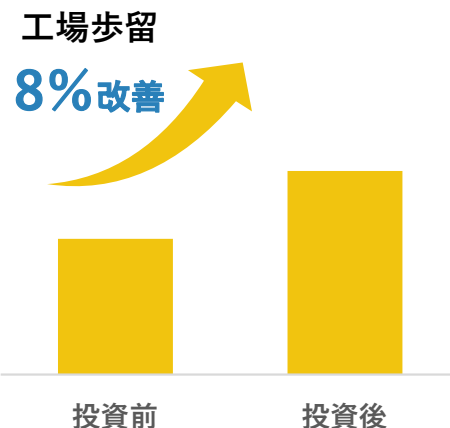


中小企業支援プラットフォーム



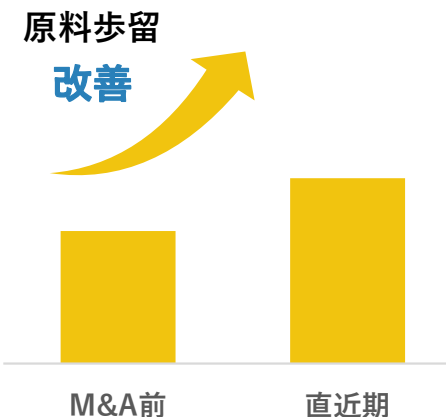
楽陽食品

- 商品戦略として小粒焼売を12粒規格に集約し、生産効率と収益性の向上を目的とした設備投資を実施
- 老朽化した成型機や冷却設備を更新することで、歩留改善と品質安定化を図り、生産効率と品質水準を改善
- これらの投資により、品質リスクの低減と安定供給体制を構築し、持続的な収益基盤の強化を推進



小田喜商店

- 当社から人材を派遣し、事業運営の高度化と中長期的な事業拡大に向けた支援を実施
- 栗農家の後継者不足により原料調達環境が厳しさを増す中、自社管理圃場の拡大を通じて安定的な生産体制を構築
- 近年の酷暑環境に対応すべく原料の温度管理に関して新たな技法を構築、原料歩留を改善し更なる生産性向上を達成

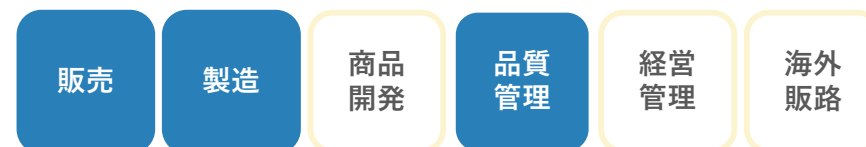


グループ間の取引先共有による販路拡大 経営統合による経営効率化、設備投資と拡販戦略を通じた事業成長を推進

中小企業支援プラットフォーム



中小企業支援プラットフォーム

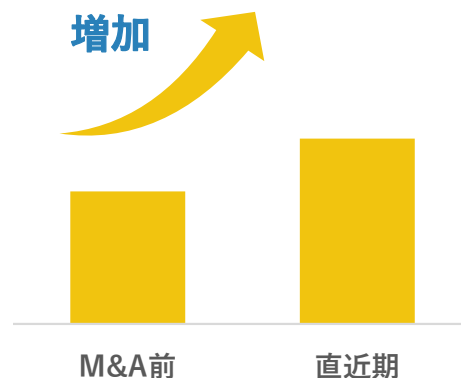


Examas, Equipmax

- 前期にM&AをおこなったExamas、Equipmaxは、NKRの競合他社であり、グループ化後は取引先の共有等により販路拡大に向けた取り組みを実施
- また、Equipmaxに対しては、Sin Hin Frozen Foodが持つ販路を活用し、顧客紹介等を実施



販売先
増加



細川食品（2026年3月1日にオープンと合併）

- 新規設備投資により生産効率の向上と品質管理体制の強化を実現
- 大手取引先との連携強化および新商品開発を通じて販売拡大
- 新規取引先の開拓により売上拡大と生産体制の安定化、利益率向上に寄与



売上高
1.2倍



静岡において秘伝のレシピでぎょうざを製造するまるかわ食品は、新工場を新設することで生産能力を拡張し、安定供給体制の強化と事業拡大を推進

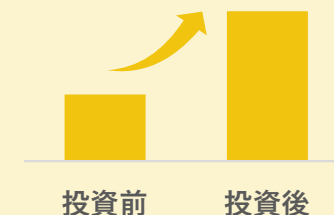


投資効果

- 生産キャパシティの増加 ▶ 売上・利益増加
- 生産効率化 ▶ コストダウン
- 知名度向上 ▶ ブランド構築

生産キャパシティ

125%増加



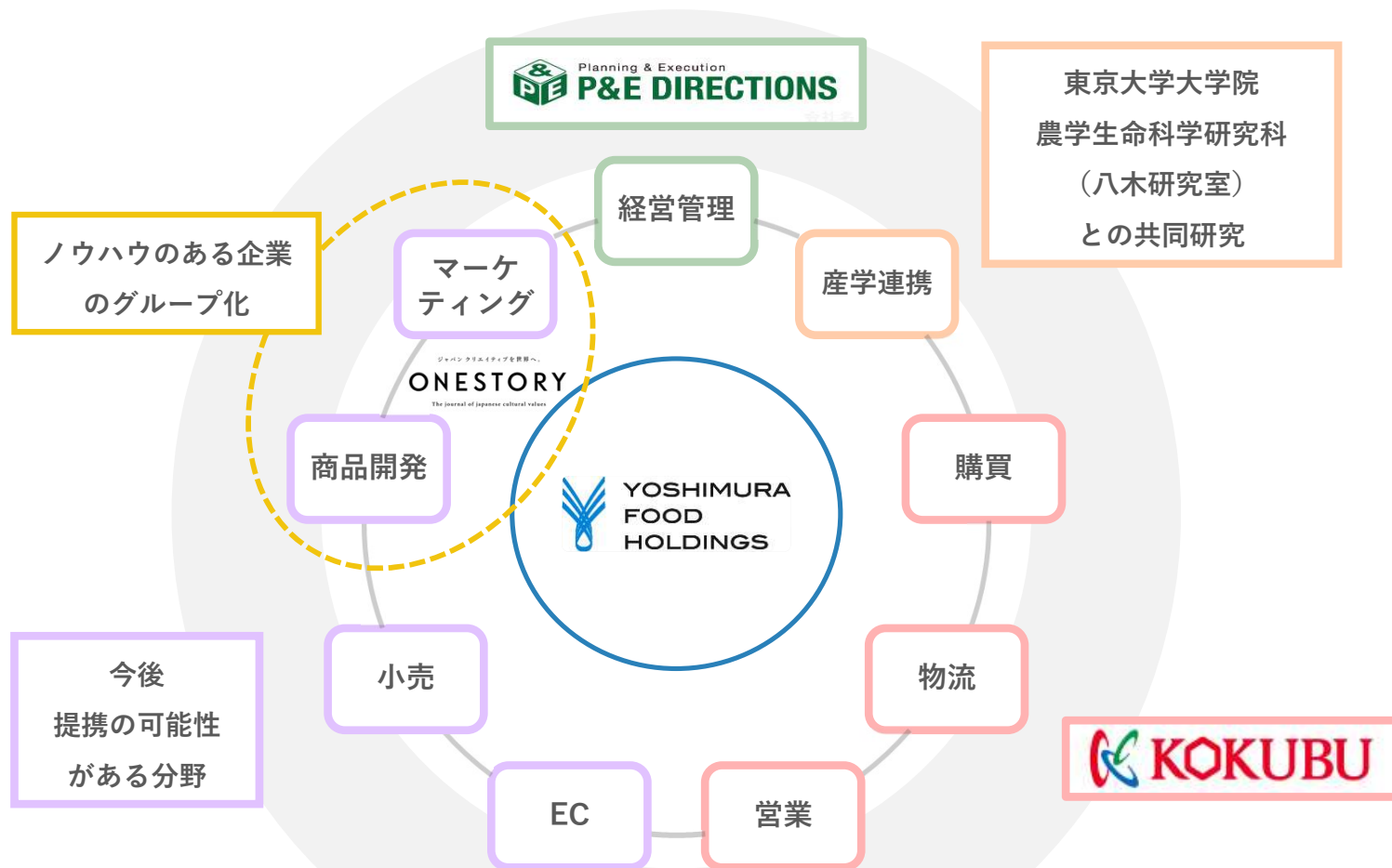
新工場新設の目的

- 静岡で秘伝のレシピにより製造されるまるかわ食品のぎょうざは、高い人気を集めている
- 実店舗は連日行列ができ、短時間で完売する状況が続いている
- ECサイトでも週2回の販売はいずれも販売開始直後に完売している
- 供給が需要に追いつかず、購入機会の拡大を求める声が多く寄せられている
- 安定供給の実現を目的として、新工場を新設し、生産体制を強化する
- 新工場稼働後は、生産能力を約2.3倍に拡大し、供給力の向上を図る

新工場の概要

- 建築予定地：静岡県磐田市
- 敷地面積：約2,400㎡
- 延床面積：約310㎡
- 投資予定額：3億円～4億円
- 稼働開始：2027年12月（予定）
- 主な施策：最新設備の導入による生産効率化

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をおこなうことで、
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

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

- 小田喜商店の「栗ペースト」や「餅草」を使用し、スイーツや和菓子を開発
- 小林製麺で製造した麺を使用し、楽陽食品にて包装、国分北海道のオリジナル商品を発売
- 森養魚場の鮎を「骨まで食べられる魚」に加工デリカ・業務用商材として販売
- 純和食品との共同開発により、国産果実を使用したフルーツゼリー4品を、スーパーマーケットPB商品として発売
- 桜顔酒造とi-Sakeプロジェクト（学生団体）との共同開発品を国分東北が販売



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・資材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

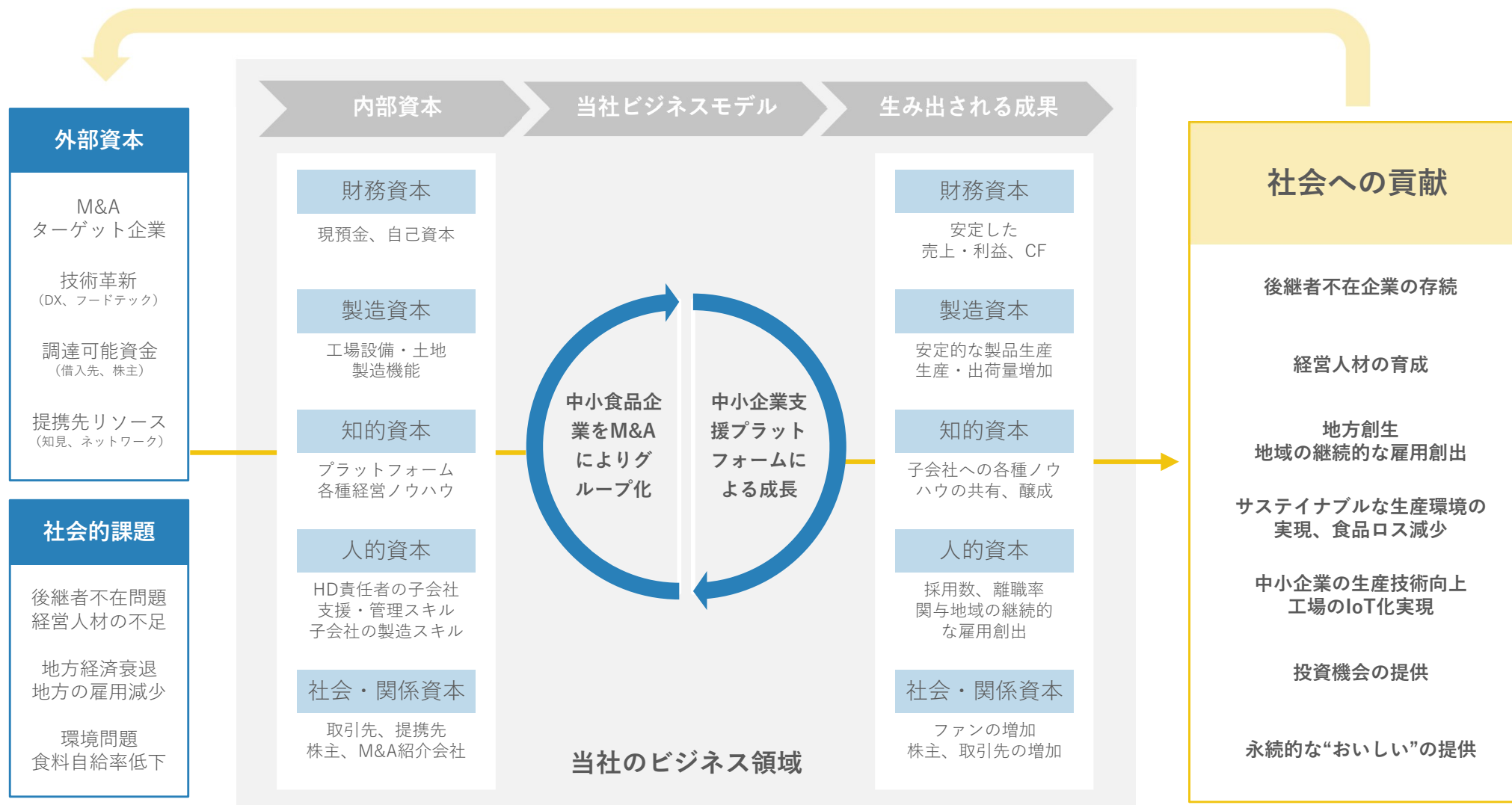
- 国分グループ展示会出展による得意先接点増加
- 国分グループの海外事業部との協業を推進
- 小田喜商店による栗拾い研修の実施
- 常駐出向者受入れによる連携深化



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：広島の新潟海域、条件付新潟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



Appendix



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

- 明治19年創業
- 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

オーブン



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
- 細川食品と合併し、かきあげ等の冷凍食品も製造

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カ所において、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、秘伝のレシピに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

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

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

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

はこだてわいん



ワイン

- 北海道函館市近郊にて、ワイン等を製造販売
- 自社園場を保有し、北海道産の日本ワインを製造

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

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

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

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

富強食品



中華料理材料

- 春巻きの皮を主力商品とした中華食材の製造販売
- 日本で初めて春巻きの皮を製品化した企業

EXAMAS・EQUIPMAX



業務用厨房機器販売

- マレーシア及びシンガポールのファストフードチェーン等へ、厨房機器の販売・保守サービスをおこなう

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

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

その他

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

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

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

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。

