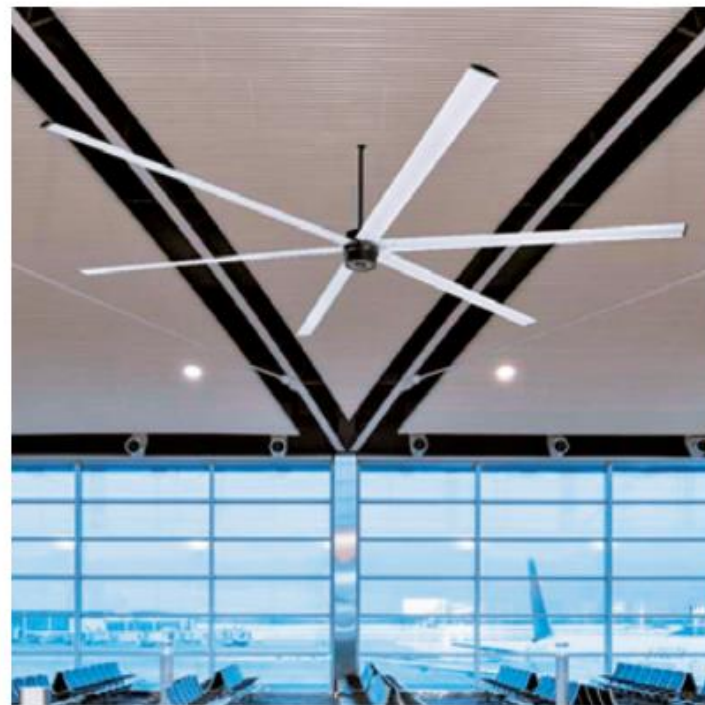


# 2024年3月期 第2四半期決算説明会

東証スタンダード市場  
証券コード：3143



 オーウイル株式会社

2023年12月5日

# 説明内容

---

- 2024年3月期 第2四半期決算概要
- 2024年3月期 業績予想
- 事業の概況
- 成長戦略・今後の事業展開
- サステナビリティについて
- 株主還元

# 2024年3月期 第2四半期決算概要

# 2024年3月期第2四半期 連結損益計算書

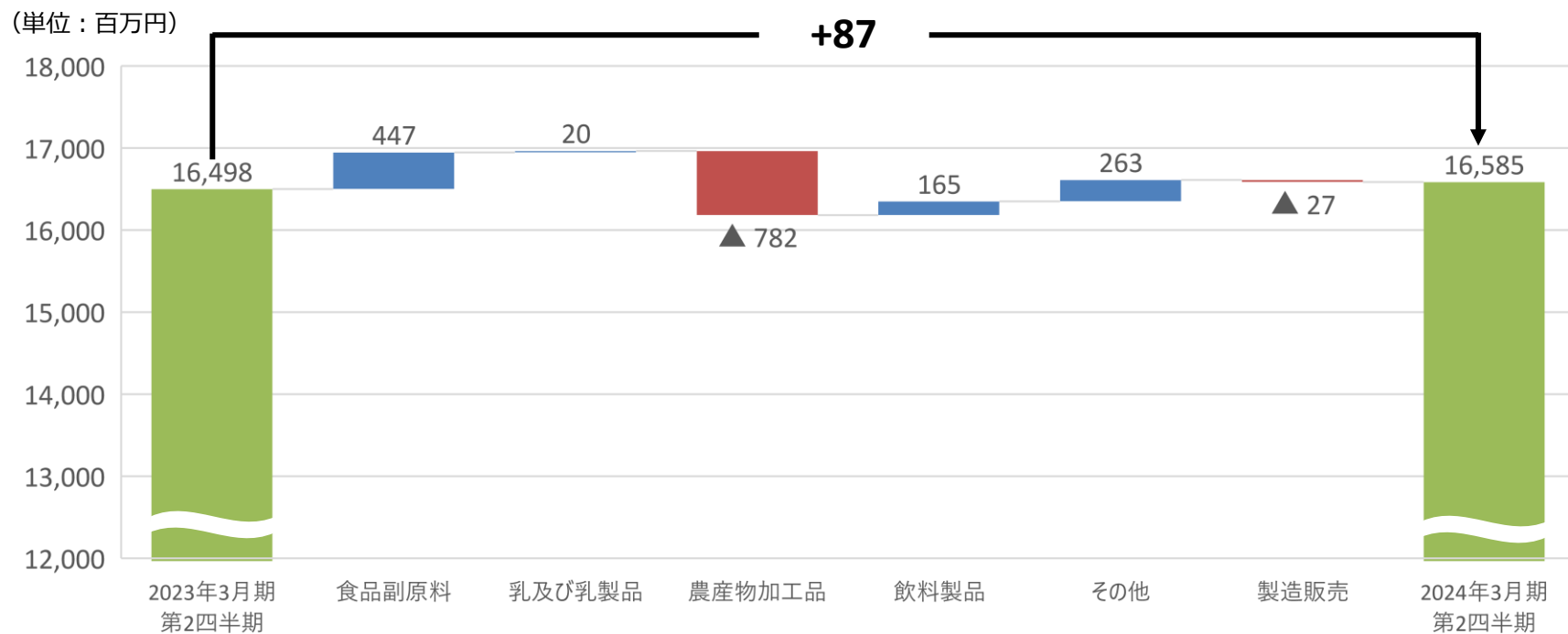
- ・売上高 : 食品飲料向け主要カテゴリー(食品副原料、乳製品)の販売が堅調に推移して増収
- ・売上総利益 : 売上総利益率が0.3%改善したことに加え、売上高の増加に伴い売上総利益は増益
- ・当期純利益 : 販管費(人件費、営業経費等)が増加したため、営業利益以下の各段階利益は僅かに減益

(単位:百万円)

	2023年3月期 第2四半期(実績)	2024年3月期 第2四半期(実績)	前期比	2024年3月期 (計画)	進捗率
売上高	16,498	<b>16,585</b>	+0.5%	32,000	51.8%
売上総利益 (利益率)	1,733 10.5%	<b>1,792</b> 10.8%	+3.4%	3,491	51.3%
販売費及び一般管理費	1,119	<b>1,193</b>	+6.6%	2,491	47.9%
営業利益 (利益率)	614 3.7%	<b>598</b> 3.6%	△2.5%	1,000	59.8%
経常利益 (利益率)	571 3.5%	<b>555</b> 3.4%	△2.8%	1,000	55.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益 (利益率)	381 2.3%	<b>378</b> 2.3%	△1.0%	670	56.4%

# 連結 カテゴリー別売上高増加要因

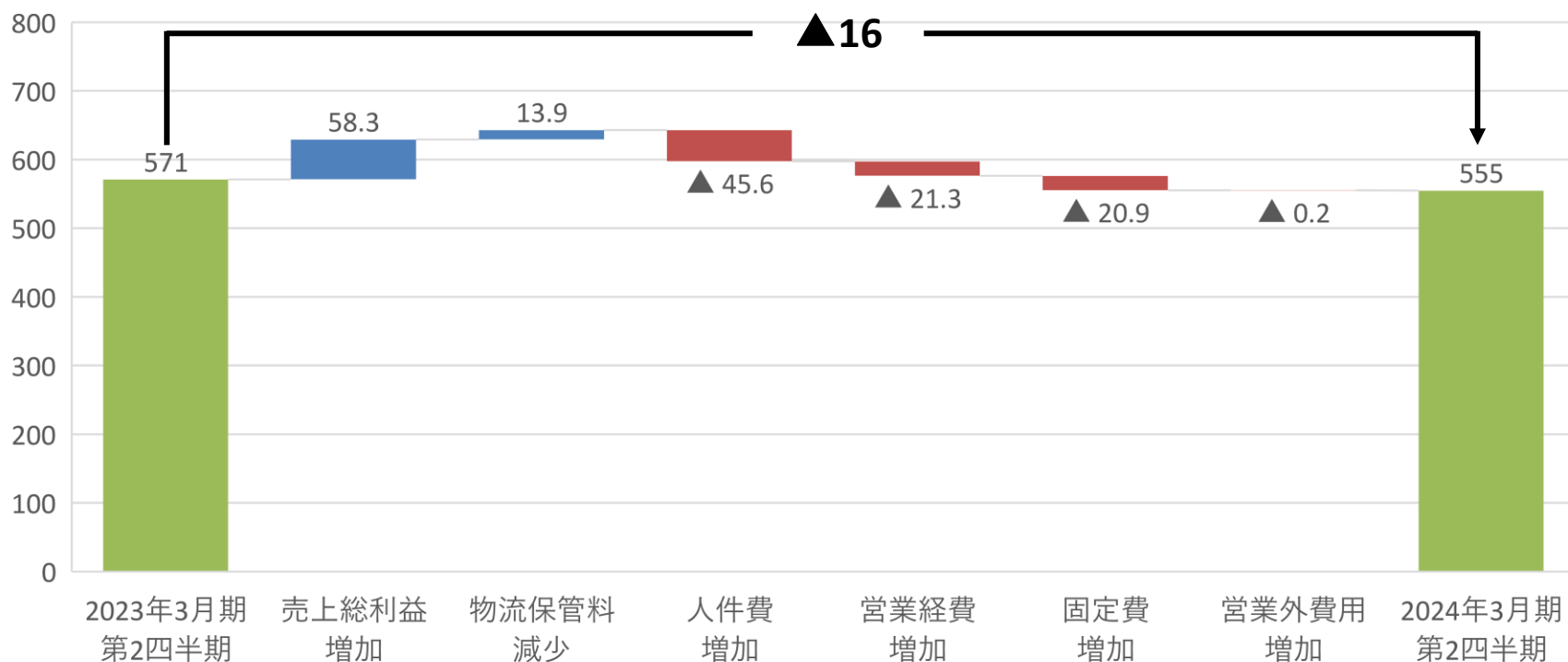
- ・食品副原料 : 飲料原料の糖類、香料、クエン酸の販売が**前期比で増加**
- ・乳及び乳製品 : 生クリーム、バター等の乳製品の販売数量が**前期比で増加**
- ・農産物加工品 : 野菜汁、果汁の販売数量が**前期比で減少**
- ・その他 : 環境関連商材（大型シーリングファン、スチームトラップ）の販売台数が**前期比で増加**



(※セグメント間の内部売上高調整後の売上高)

# 連結 経常利益減少要因

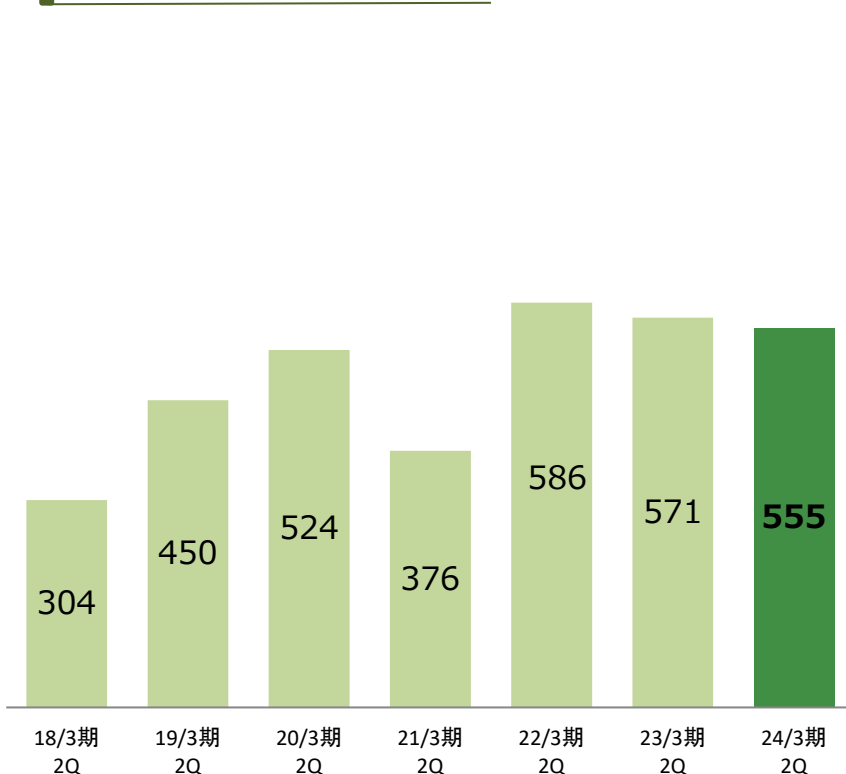
- ・売上総利益の増加：卸売事業においては糖類、香料、乳製品、環境関連商材などが前期比で増加し増益
- ・販管費の増加：人件費、営業経費、賃借料、支払手数料等が前期比で増加
- ・営業外費用の増加：円安に伴う為替差損はほぼ前期と同水準で推移し、前期比でわずかに増加



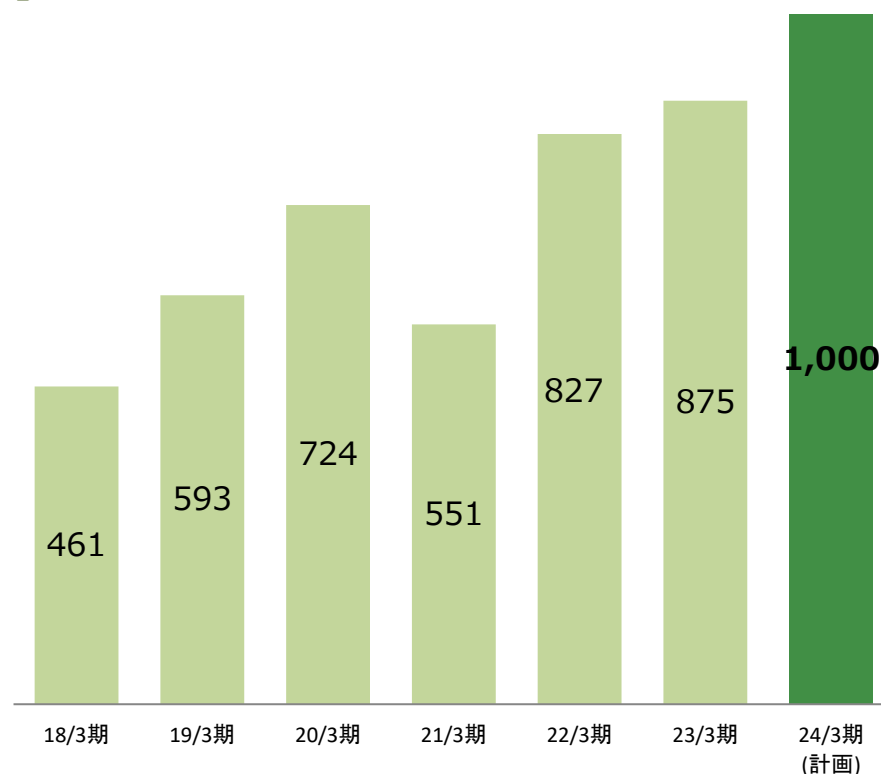
# 連結経常利益推移（第2四半期 / 通期）

- ・ 事業基盤である食品分野の売上拡大に伴い、着実に利益が伸長。
- ・ 近年は環境分野の新規事業が軌道に乗って利益の積上げに貢献。 → **通期で最高益の更新を目指す。**

2Q 経常利益（単位：百万円）



通期 経常利益（単位：百万円）



# 連結貸借対照表

- ・ 資産 : 現預金、売掛金、商品及び製品等の流動資産の増加により資産は増加
- ・ 負債 : 買掛金の増加により負債は増加 (資産・負債ともに2023年9月末日が休日の影響)
- ・ 純資産 : 利益剰余金の増加により純資産は増加

	2023年3月期	2024年3月期 第2四半期	前期末との比較	
	実績	実績	増減金額	増減率
流動資産	9,979	<b>13,071</b>	+3,092	+31.0%
固定資産	1,466	<b>1,658</b>	+192	+13.1%
総資産	11,445	<b>14,730</b>	+3,285	+28.7%
負債	7,280	<b>10,171</b>	+2,891	+39.7%
純資産	4,164	<b>4,558</b>	+394	+9.5%
自己資本比率 (%)	35.4	<b>30.0</b>	-	-



# 連結キャッシュ・フロー

- ・ 営業CF：売上債権、棚卸資産等が増加したものの、税引前当期純利益と仕入債務の増加により営業CFは増加（債権・債務は2023年9月末日が休日の影響）
- ・ 投資CF：有形固定資産の取得（製造販売事業における設備投資）による支出により、投資CFは減少
- ・ 財務CF：長期借入金の返済および配当金の支払いによる支出により財務CFは減少

	2023年3月期 第2四半期	2024年3月期 第2四半期	前期末との比較
	実績	実績	増減金額
営業活動によるキャッシュ・フロー	99	<b>735</b>	+636
投資活動によるキャッシュ・フロー	△13	△ <b>82</b>	△69
財務活動によるキャッシュ・フロー	△165	△ <b>188</b>	△23
現金及び現金同等物の増減額	22	<b>521</b>	+499

# 2024年3月期 業績予想

# 2024年3月期 業績予想

- ・食品飲料向け主要アイテム（食品副原料、農産物加工品、乳及び乳製品）の拡販を図るとともに、環境関連商材の販路開拓を推進する。また、製造販売事業においては業務用バルクアイス、PBカップ商品の新規受注ならびに製造原価の上昇を価格転嫁することで利益を着実に確保し、連結ベースで増収増益（過去最高益の更新）を目指す。

	2021年3月期実績	2022年3月期実績	2023年3月期実績	2024年3月期予想	前期比
売上高	29,527	28,312	31,255	<b>32,000</b>	+2.4%
営業利益 (利益率)	537 1.8%	826 2.9%	942 3.0%	<b>1,000</b> 3.1%	+6.1%
経常利益 (利益率)	551 1.9%	827 2.9%	875 2.8%	<b>1,000</b> 3.1%	+14.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益 (利益率)	347 1.2%	575 2.0%	580 1.9%	<b>670</b> 2.1%	+15.4%
ROE	11.2%	16.6%	15.0%	—	
ROA	5.6%	8.0%	8.0%	—	

# 事業の概況

# 事業セグメント概要 | 食と環境を中心に事業展開

## 卸売セグメント



**オーウイル株式会社**

本社：東京都港区

- ・ 飲料食品の製造用原料、製品等の国内販売及び輸出入取引
- ・ 環境関連製品の国内販売



J.S.O'will, Inc.

所在地:米国/シアトル



- ・ 業務用ヒーターの輸入販売

23/3期  
売上構成比率

▶ 97.9%

製造販売  
セグメント

**sun honest**

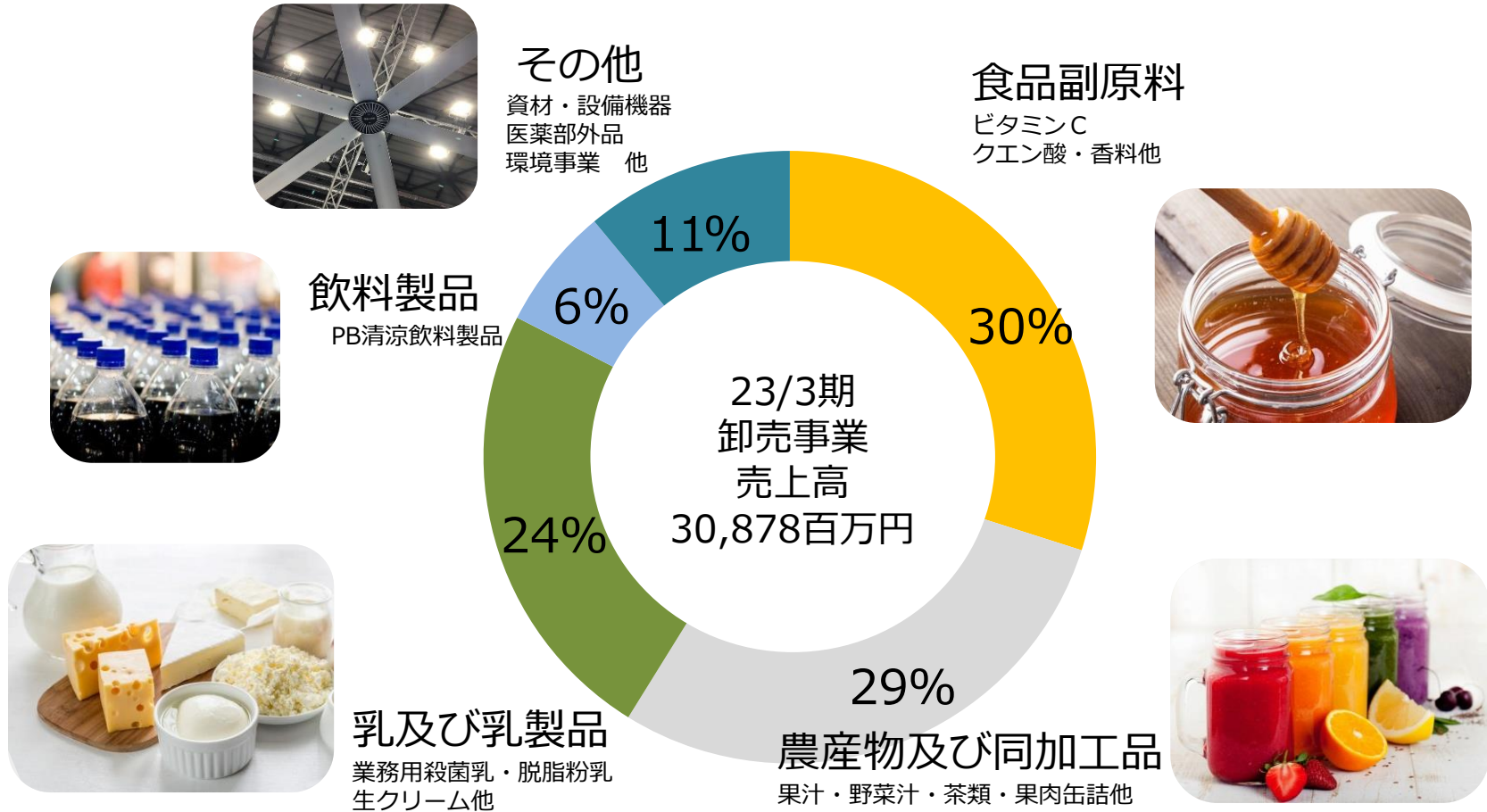
**株式会社サンオーネスト** ・アイスクリームの製造販売

所在地：静岡県沼津市

23/3期 売上構成比率： 2.1%

# 卸売セグメント事業構成

## 卸売事業／カテゴリー別売上高内訳



# 卸売セグメント主力事業① | 食品飲料向け原材料

## オーウイルの取り扱い商材イメージ

### 【食品副原料】



ビタミンC、クエン酸、  
食品添加物、香料等



### 【乳及び乳製品】



業務用殺菌乳、脱脂粉乳、  
生クリーム、バター等

### 【農産物及び同加工品】



果汁、野菜汁、茶類、  
冷凍果実、果肉缶詰  
ピューレ類等

# 当社の特徴（強み） | ①ワンストップサービス

食品・飲料メーカーにとって必要不可欠な卸機能を網羅し、飲料製造に必要な原料・資材のみならず工場設備なども取り扱う



当社が仕入れ窓口となることで食品・飲料メーカーに対してワンストップサービスを提供



## 清涼飲料の製造工程例

原料調達



充填



殺菌



ラベリング



包装



出荷





# 当社の特徴（強み） | ②シェアNo.1戦略

- 特定分野・ニッチ分野でシェアNo.1を維持、これらを軸に商品及び顧客の横展開を図る
- 上記戦略と並行して、次なる柱（シェアNo.1商品）の開発および育成に注力し、業容の拡大を図る

## シェアNo.1商品の例

(※国内シェアは当社調べ)

### ビタミンC

- 23/3期取扱量：1,900 t
- 国内シェア：15%
- 中国仕入先との関係強固
- 医薬/健康食品市場参入への足掛かり



### 業務用殺菌乳

- 23/3期取扱量：15,500 t
- 国内シェア：5%
- 国内シェア民間企業トップ
- 仕入先は北海道から九州まで全国各地の優良乳業メーカー約20社
- ソフトコンテナ輸送で遠方へ配送可能



### トロピカルピューレ

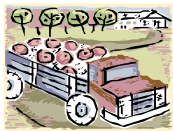
- 23/3期取扱量：600 t
- 国内シェア：15%
- 飲料、デザート用途にマンゴーやバナナピューレ等を幅広く販売
- 調達先はインド、フィリピン、タイ、メキシコ等多岐に亘り、安定的に買付



# 当社の特徴（強み） | ③安心・安全への取組み

## 品質管理体制の構築

- 品質マネジメント課を設置し、当社独自の品質管理体制を構築
  - 営業担当者と連携し、細かな品質要求をクリアして商品に「高品質」を付加
- 生産地から納入までの各要所で品質チェックを実施
  - 複数回の品質確認を行い、お客様に安心安全を提供



生産地



加工



入庫管理



配送



納入



(例) 烏龍茶園での品質確認



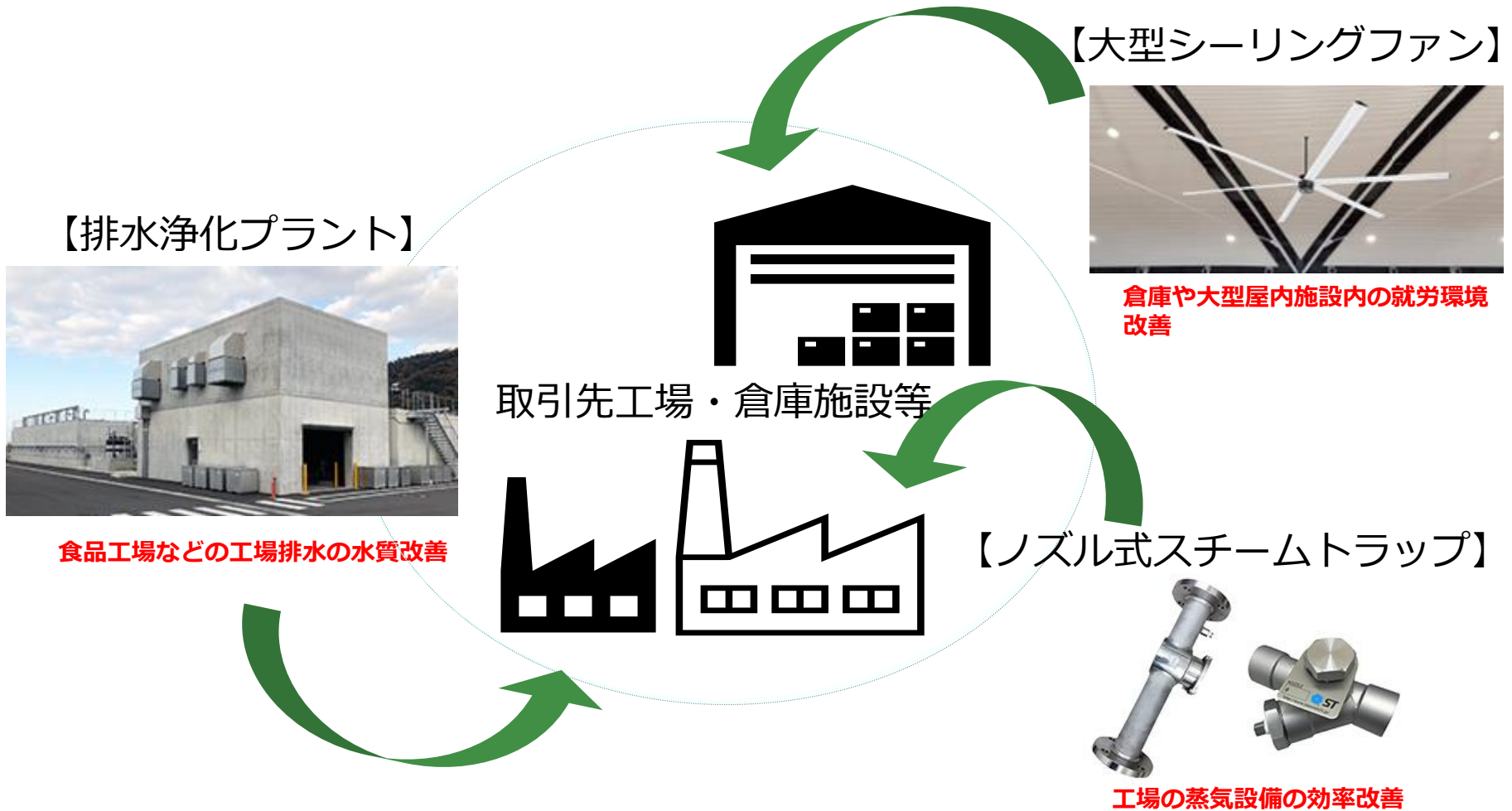
(例) 発酵乳の品質検査



(例) アイスクリームの品質検査

# 卸売セグメント主力事業② | 環境関連機械設備

オーウイルの取り扱い商材イメージ

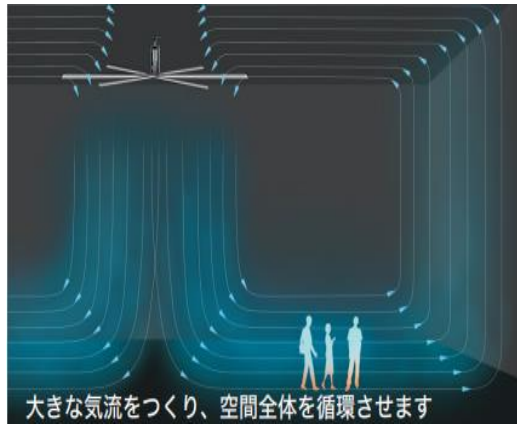


# 環境関連機械設備 | ①大型シーリングファン

## 【倉庫等の屋内施設向けシーリングファン】

2017年に米国メーカーと日本国内の総代理店契約締結。

軽量化と耐久性の高さを兼ね備えた業務用シーリングファンが室内の快適な作業環境を実現。エアコンとの併用で空調コストの削減に寄与。大手物流会社や商業施設等からの受注拡大により、当社の収益の柱と位置付けて業容を拡大中。引き続き人員増強を図り、戦略的な営業活動を行う。



環境・社会課題の解決：労働環境の改善

# 環境関連機械設備 | ①大型シーリングファン

## 大型シーリングファンの導入事例

# 環境関連機械設備 | ②排水浄化プラント

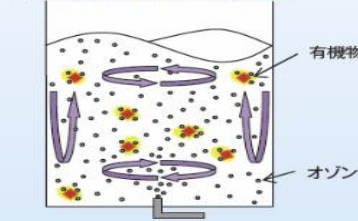
## 【飲料・食品工場向け排水浄化プラント】

特許技術「旋回噴流式オゾン酸化法」により、食品工場の製造過程で発生する排水を効率的に浄化する設備。処理費用のランニングコスト削減や悪臭問題の解決など導入メリットが多く、導入後の評価も高い。毎年、数基の設置実績を重ねており、継続提案を行う。



### <技術の比較>

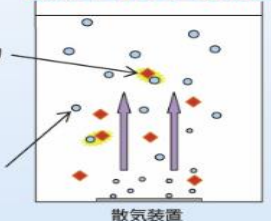
#### 旋回噴流式オゾン酸化法



- 😊 旋回噴流による効率攪拌
- 😊 微細気泡となりオゾン反応の効率が良い
- 😊 反応槽がコンパクト

必要オゾン量と反応槽 小  
ランニングコスト 小

#### 従来のオゾン酸化法



- 😞 攪拌が不十分である
- 😞 オゾン反応の効率が悪い (有機物が未反応となる)
- 😞 反応槽の深さが必要になる

必要オゾン量と反応槽 大  
ランニングコスト 大

環境・社会課題の解決：工場排水の水質改善

# 環境関連機械設備 | ③ ノズル式スチームトラップ

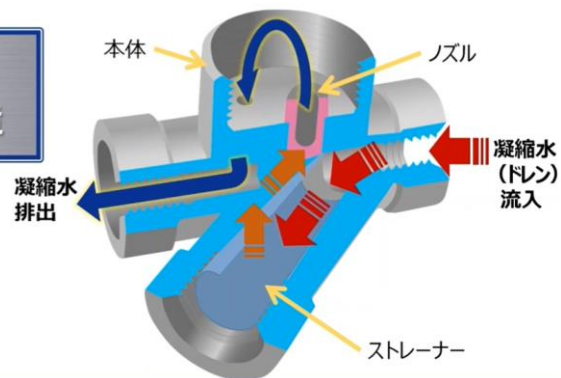
【工場向け蒸気配管のドレン（凝縮水） 排出装置】

スチームトラップは蒸気配管に溜まった水を自動的に排出する装置。当社は蒸気漏れの削減効果ならびに耐久性の高いノズル式スチームトラップを取扱う。装置導入によってボイラー稼働率低減と燃料費の削減を実現する。



## STノズル式 スチームトラップの構造

- ・弁などの可動部がない
- ・堅牢な構造で耐久性が高い



可動部がないため蒸気漏れが極めて少なく  
燃料を有効に利用できる

環境・社会課題の解決：CO<sub>2</sub>排出量の削減

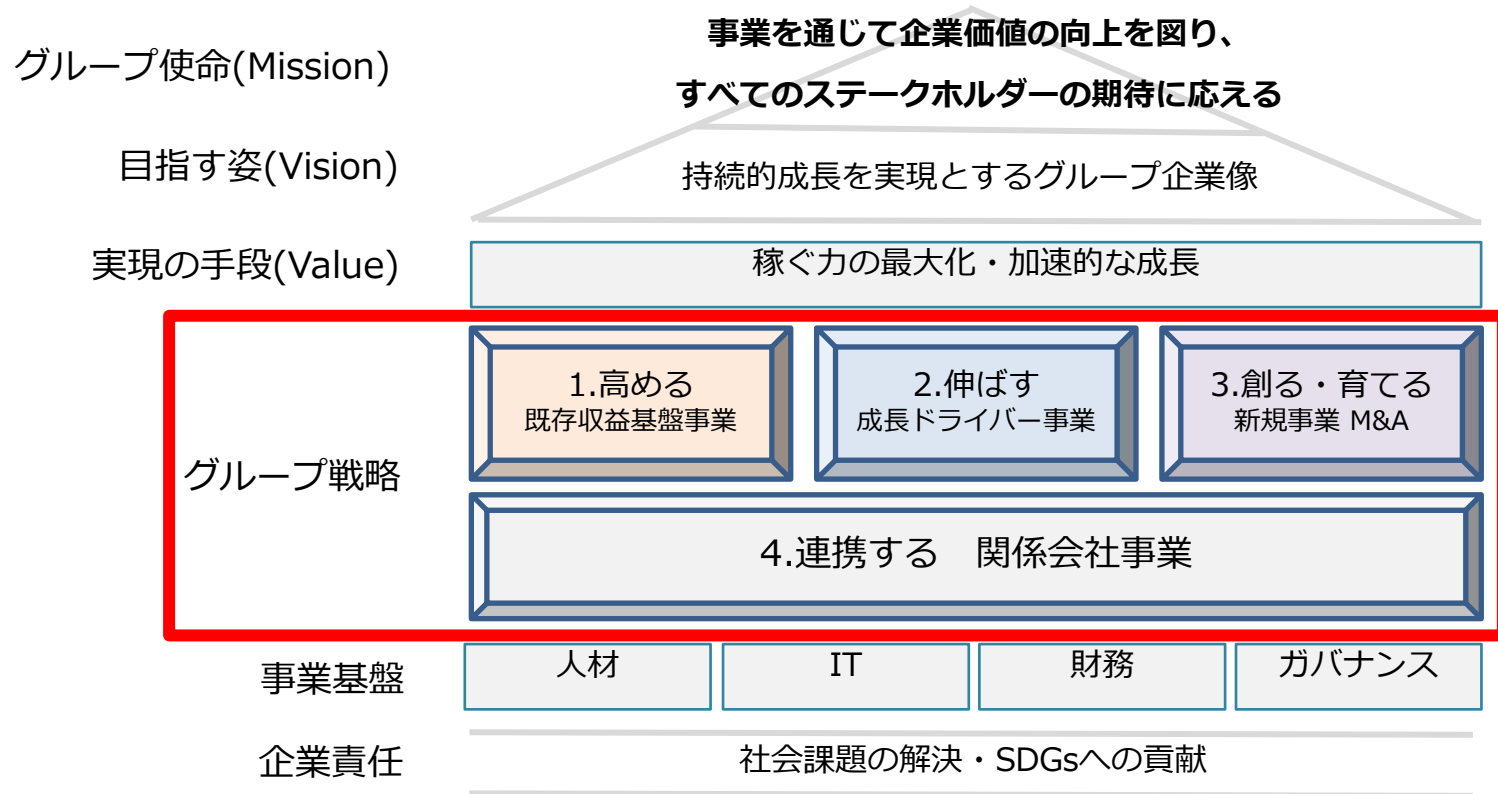
# 成長戦略・今後の事業展開



# 成長戦略 | 企業価値向上の施策

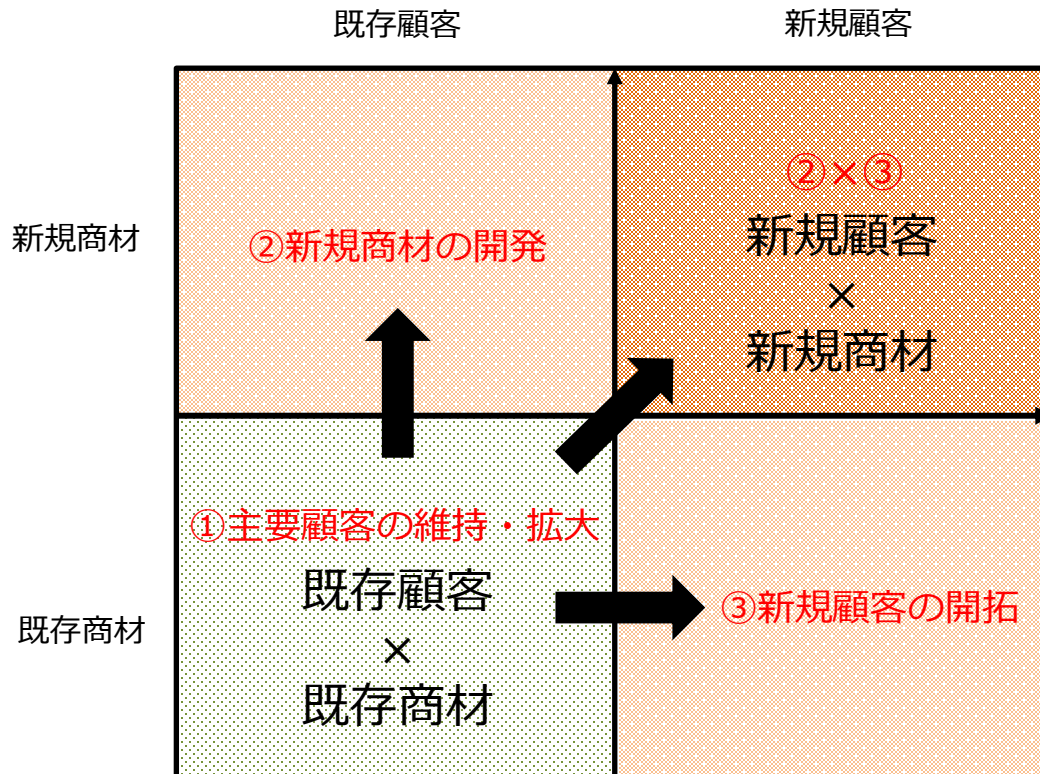
・2023年3月期を初年度とする中期経営計画(3カ年)を策定。以下を骨子として企業価値向上を図る。

基本方針：食と環境を中心にグローバルに展開する商社として、新たな価値を創出する企業に進化するために、事業別戦略の実行と社内基盤の強化を加速させる



# 成長戦略 | 既存収益基盤事業

【既存収益基盤事業 = 主力食品飲料原料の卸売】



【具体的な戦略】

収益基盤を維持拡大すべく、既存を伸ばしつつ新規顧客/商材の開拓を推進する

①主要顧客の維持・拡大

- ・顧客ニーズの深掘り=サービスの質の向上
- ・商品開発に係る情報提供
- ・組織横断でワンストップサービスを強化

②新規商材の開発

- ・食品副原料、乳製品、農産加工品などの新規輸入商材の開発
- ・機能性素材や特定の強みを持つ商材の発掘

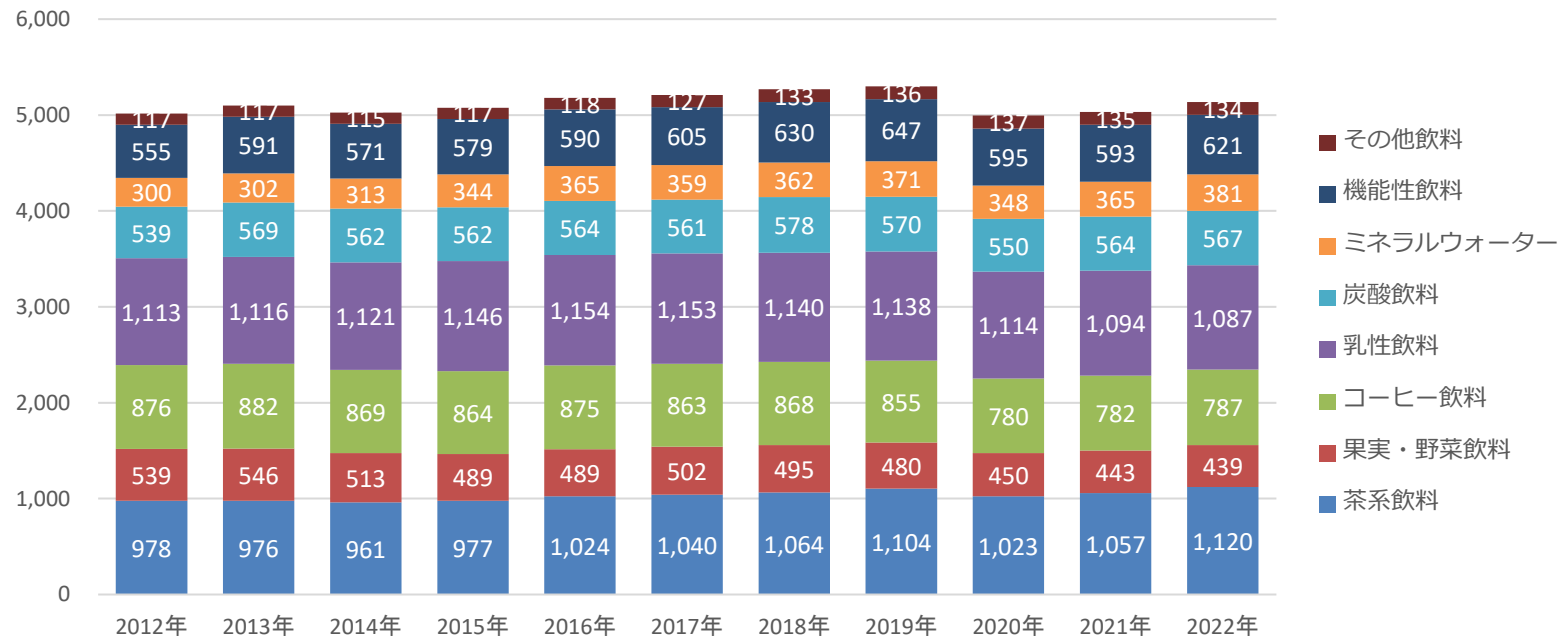
③新規顧客の開拓

- ・ポテンシャルのある大口顧客の開拓～ワンストップサービスの実現
- ・海外ネットワークを活用した食品輸出等の海外展開の強化

# 成長戦略 | 既存収益基盤事業

## 【国内 清涼飲料市場規模の推移】

(十億円)



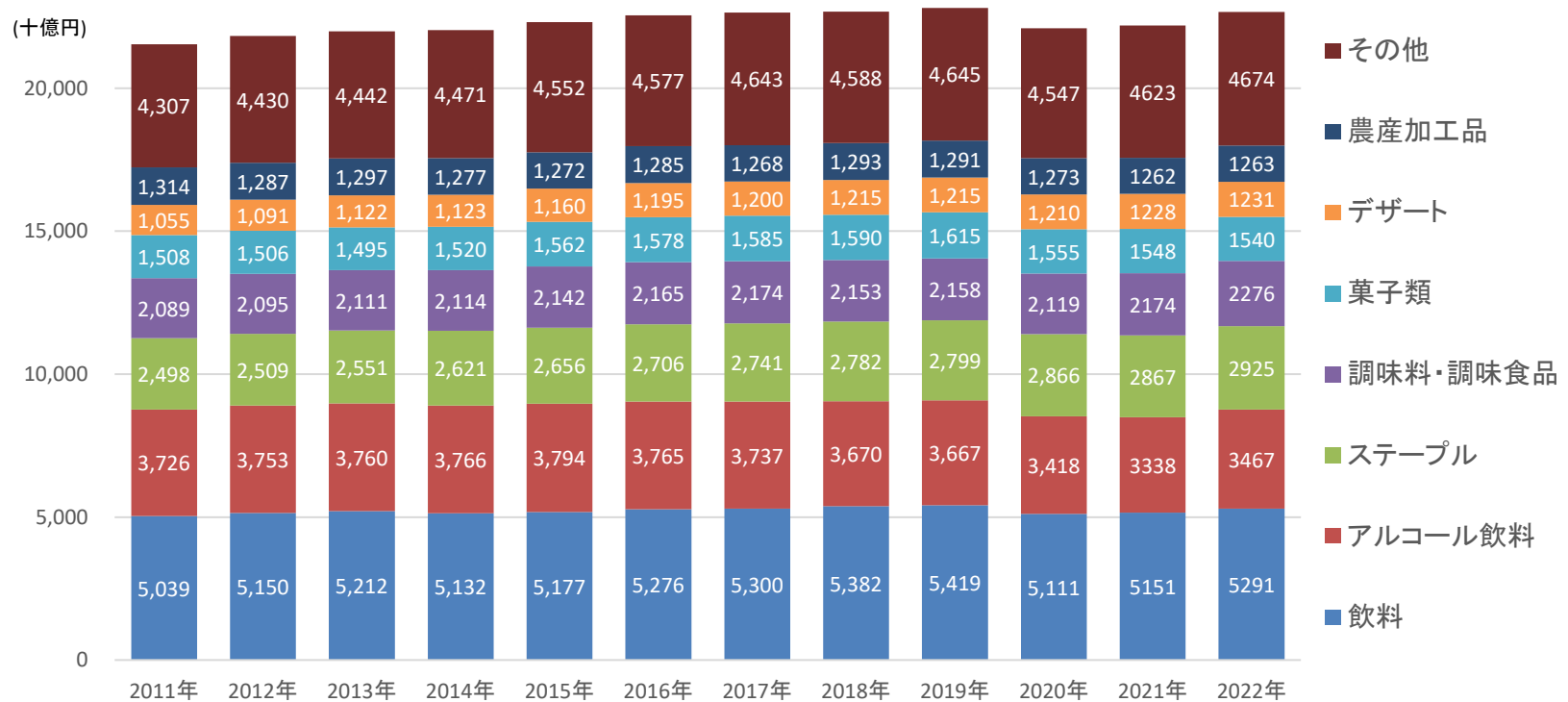
(出所：富士経済データを当社で加工)

### 【市場環境】

- ・ 清涼飲料の市場規模は約5兆円。2022年は新型コロナウイルスの感染症対策により人流が回復し、出荷数量、出荷金額ともに2021年から増加
- ・ 一方で、2022年10月以降の製品値上げによる消費者の買い控えの影響もあり先行き不透明な状況

# 成長戦略 | 既存収益基盤事業

## 【国内 加工食品市場規模の推移】



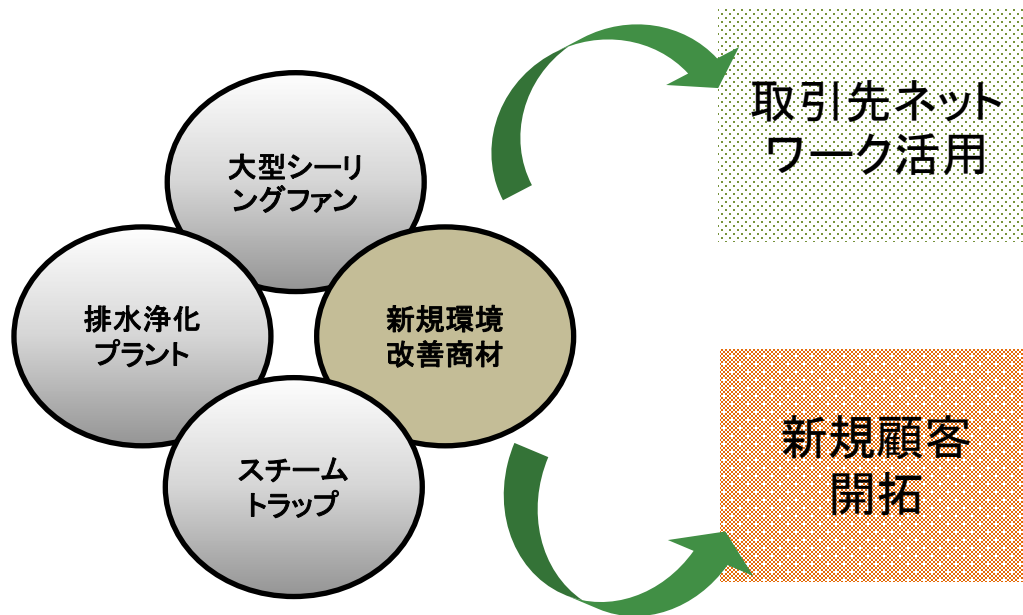
(出所：富士経済データを当社で加工)

### 【市場環境】

- ・国内加工食品の市場規模は約22兆円。飲料、アルコール飲料、ステープル（冷凍米飯、パックご飯、焼成冷凍パン等）、調味料・調味食品の構成比が大きく、全体の約6割を占める
- ・2022年は前年比で増加したもののコロナ前の2019年の水準までには回復せず

# 成長戦略 | 成長ドライバー事業

【成長ドライバー事業 = 環境関連商材の卸売】



【具体的な戦略】

今後成長性が見込まれる環境関連市場において各商材の取扱いシェア拡大を図り収益柱を創る

①大型シーリングファン

- ・顧客開拓による市場シェアNo.1の確立
- ・顧客ニーズに応じたラインナップの拡充
- ・東南アジア向け輸出先の開拓

②排水浄化プラント、スチームトラップ

- ・食品工場を中心に、新規顧客の開拓を強化

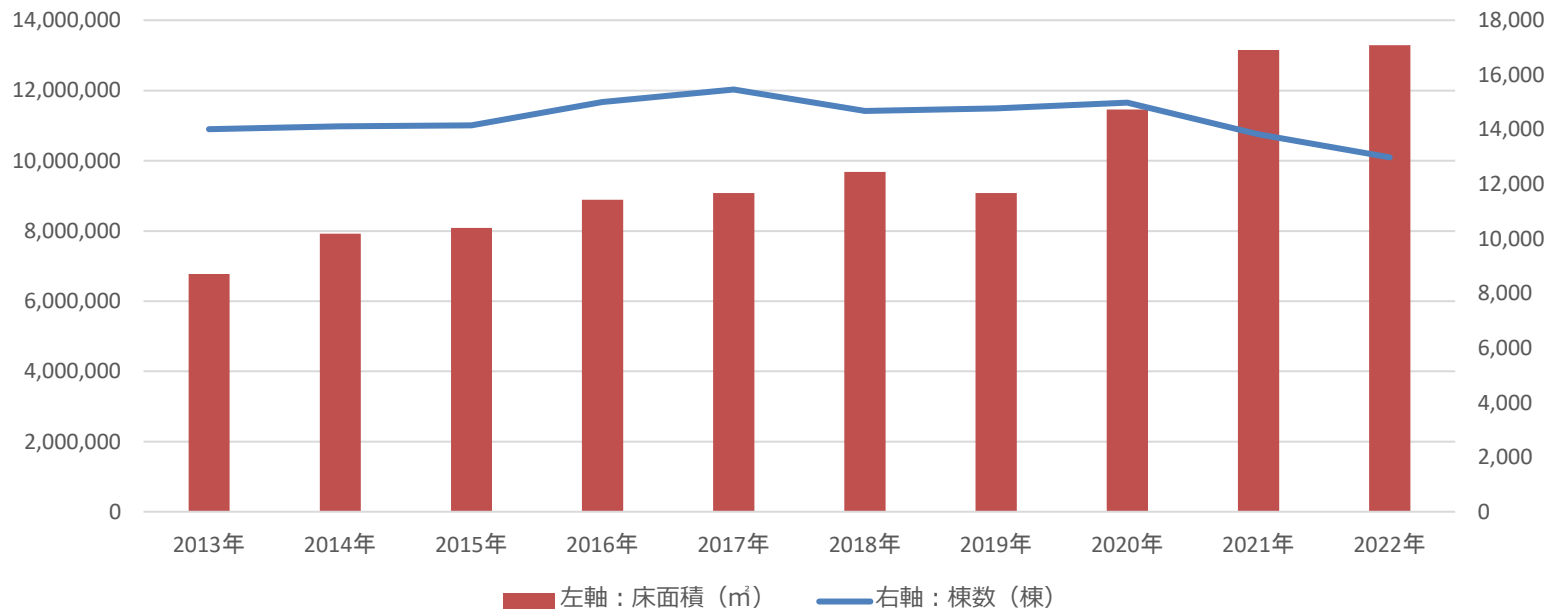
③新規環境関連商材の発掘

- ・サステナブルかつ環境改善に寄与する新規商材の発掘を強化
- ・当社の既存事業および取引先ネットワークを活用したシナジーの創出

# 成長戦略 | 成長ドライバー事業

## 【大型シーリングファンの市場動向：新設倉庫の着工床面積の推移】

倉庫着工床面積 推移



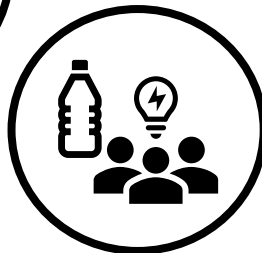
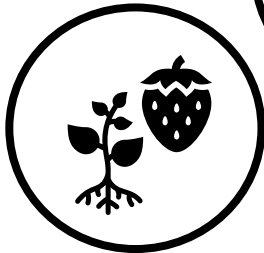
### 【市場環境】

(出所：国土交通省統計データを当社で加工)

- 2022年は約13,000棟の倉庫が新築され、延べ床面積も僅かであるが増加基調 (約1,300万m<sup>2</sup>)
- 新築倉庫の大型化が進む  
→シーリングファンの台数に換算すると8,000~9,000台/年の市場ポテンシャルがある

# 成長戦略 | 新規事業

【新規事業 = 周辺事業への新規参入・M&A】



【具体的な戦略】

食品原料ビジネスで培った当社の強みを活かし  
周辺事業への参入ならびにM&Aを実行

## ①海外展開

- ・ 本社から米国子会社に駐在員を派遣して米国食品飲料市場への進出を本格的に開始  
⇒ 販路開拓による国産食料品の輸出  
⇒ 在米日本企業への食品原材料販売
- ・ ASEAN地域での食品原材料卸事業の開発

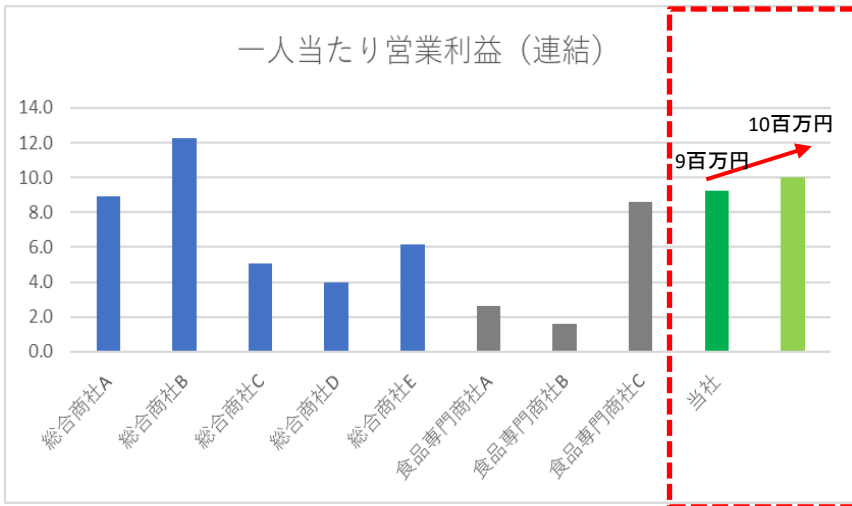
## ②周辺事業への参入

- ・ 当社の取引先ネットワークやノウハウを活用して事業の横展開を図り、周辺事業に参入

# 成長戦略 | 人的資源への投資

## 【営業人員の増加 × 一人当たり営業利益の向上】

・ 当社は生産性の指標として一人当たり営業利益の向上に注力しており、同業他社比で高水準を維持



### 【具体的な戦略】

成長戦略の実践のためには人員の強化が最重要課題。営業人材を中心に積極的な人的資源への投資を行う。

前期実績： 102人 × 9.24百万円 = 942百万円  
(連結従業員数) (一人当たり営業利益) (前期 営業利益)

### ① 営業人員の増加

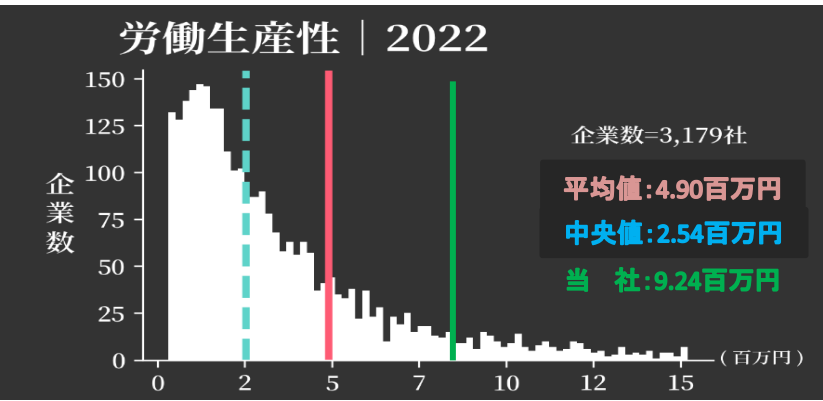
- ・ 数年内に20名増員を計画

### ② 一人当たり営業利益の向上

- ・ 営業機能を高めて付加価値の高い事業を創出



生産性を更に追及して一人当たり  
営業利益10百万円を目指す



出所：ザイマニ ( <https://zaimani.com/> )



# サステナビリティについて

# SDGsについて | 当社の取り組み



## 【当社における活動内容】

重点活動の内訳	SDGs ターゲット	取り組み事項	具体的アプローチ
食の安心・安全の確保	 	<ul style="list-style-type: none"> <li>品質面の指導及びサプライヤーとの協働</li> <li>農作物の生産性向上</li> </ul>	圃場や工場のチェック 原料の安全性確保（残留農薬等）
フードロスの削減	  	<ul style="list-style-type: none"> <li>余剰在庫の削減</li> <li>在庫品廃棄率の低下</li> </ul>	適正な販売予測に基づく仕入管理
持続的な原料調達	 	<ul style="list-style-type: none"> <li>原料生産の持続可能性強化</li> <li>発展途上国からの輸入拡大</li> <li>仕入先との長期パートナーシップの構築</li> </ul>	製造ノウハウ等のサポート 安定的で継続的な仕入
環境事業の拡大	   	<ul style="list-style-type: none"> <li>省エネルギー商材の拡販</li> <li>CO2排出量の削減</li> <li>海洋汚染の防止</li> </ul>	大型シーリングファンの拡販 排水浄化システムの拡販

2023年4月にサステナビリティ推進委員会を設立



- ・サステナビリティ経営の強化
- ・持続的な企業価値の向上

# 株主還元

# 株主還元 | 基本方針と配当政策

## 【基本方針】

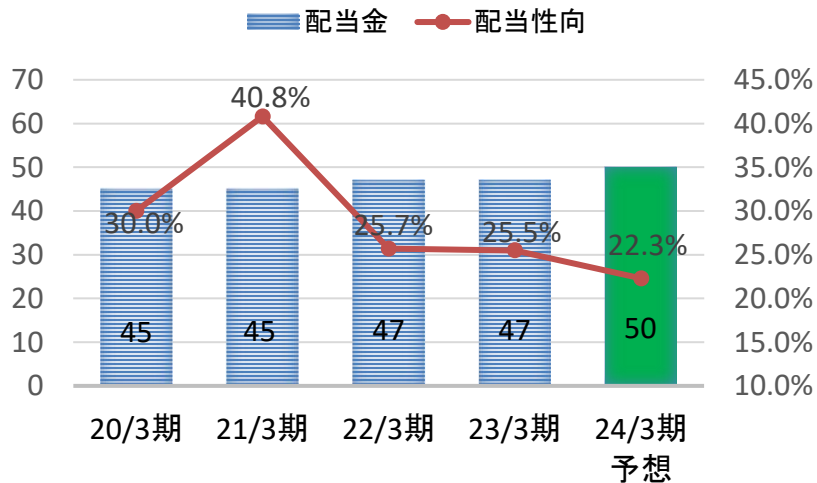
- 企業価値向上に向けた成長投資を第一優先。
- 連結業績を勘案し、安定的且つ継続的に還元。



**上記方針に基づき、2024年3月期の期末配当は3円増配の50円を予定。**

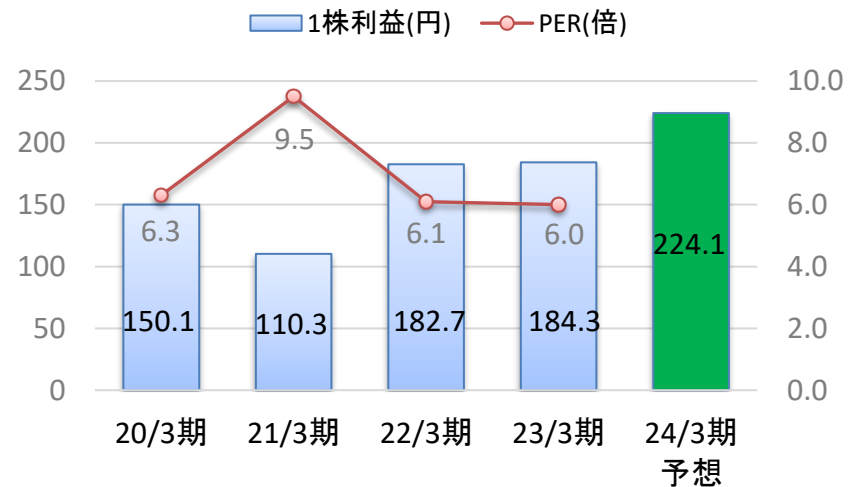
### 1株当たり配当金と配当性向

(単位：円 / 配当性向：%)



### 1株当たり利益とPER

(単位：円 / PER：%)



ありがとうございました

