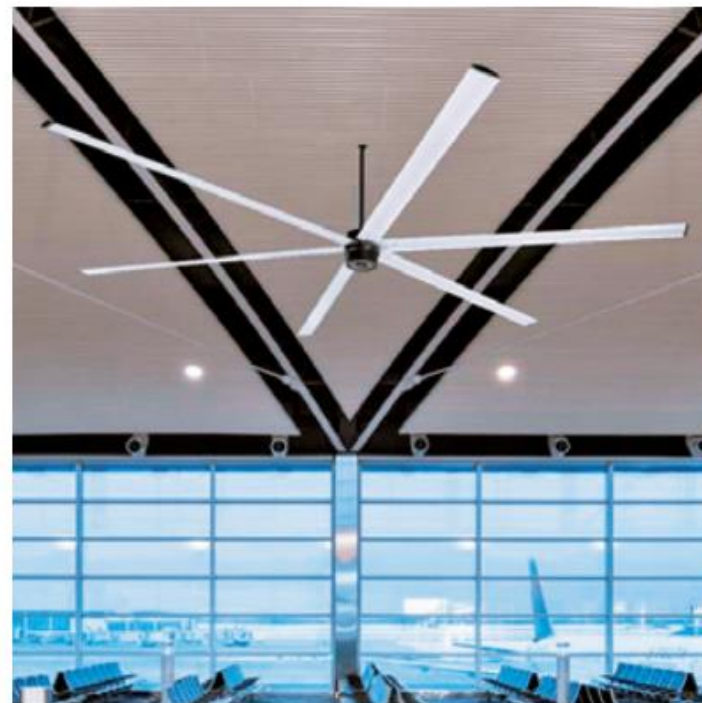


# 2024年3月期 決算説明会

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

2024年6月4日

# 説明内容

---

- 2024年3月期 決算概要
- 2025年3月期 業績予想
- 事業の概況
- 水産加工販売事業への進出
- 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 決算概要

# 2024年3月期 連結損益計算書

- ・ 食品飲料向け主要カテゴリーの販売が堅調に推移し増収増益
- ・ 販管費（人件費・営業経費等）増加の影響もあったが、当期純利益は計画達成

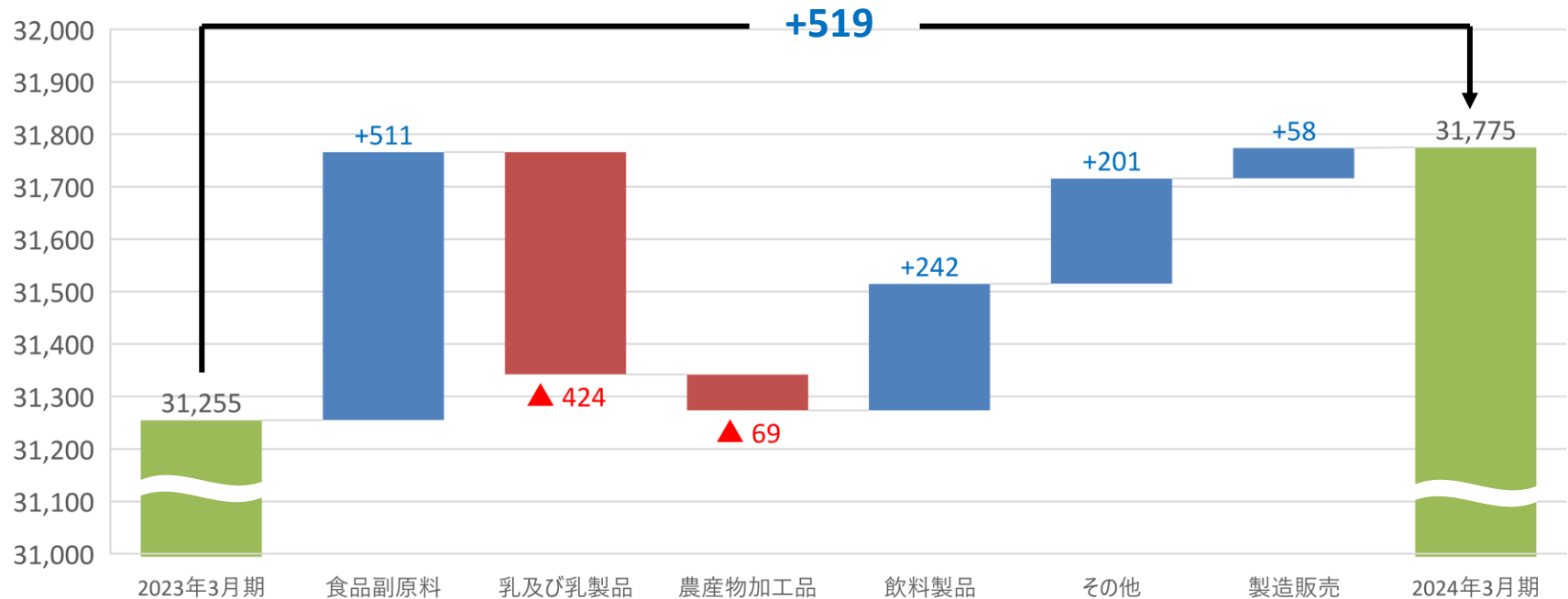
（単位：百万円）

	2023年3月期 (実績)	2024年3月期 (計画)	2024年3月期 (実績)	前期比	達成率
売上高	31,256	32,000	<b>31,775</b>	101.7%	99.3%
売上総利益 (利益率)	3,165 10.1%	3,492	<b>3,265</b> 10.3%	103.1%	93.5%
販売費及び一般管理 費	2,223	2,492	<b>2,306</b>	103.7%	92.5%
営業利益 (利益率)	942 3.0%	1,000	<b>959</b> 3.0%	101.7%	95.9%
経常利益 (利益率)	875 2.8%	1,000	<b>910</b> 2.9%	104.0%	91.0%
親会社株主に帰属す る 当期純利益 (利益率)	580 1.9%	670	<b>682</b> 2.1%	117.4%	101.7%

# 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、クエン酸の販売数量が**前期比で増加**
- ・乳及び乳製品：殺菌乳、粉乳の販売数量が**前期比で減少**
- ・農産物加工品：野菜汁、茶類の販売数量が**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**

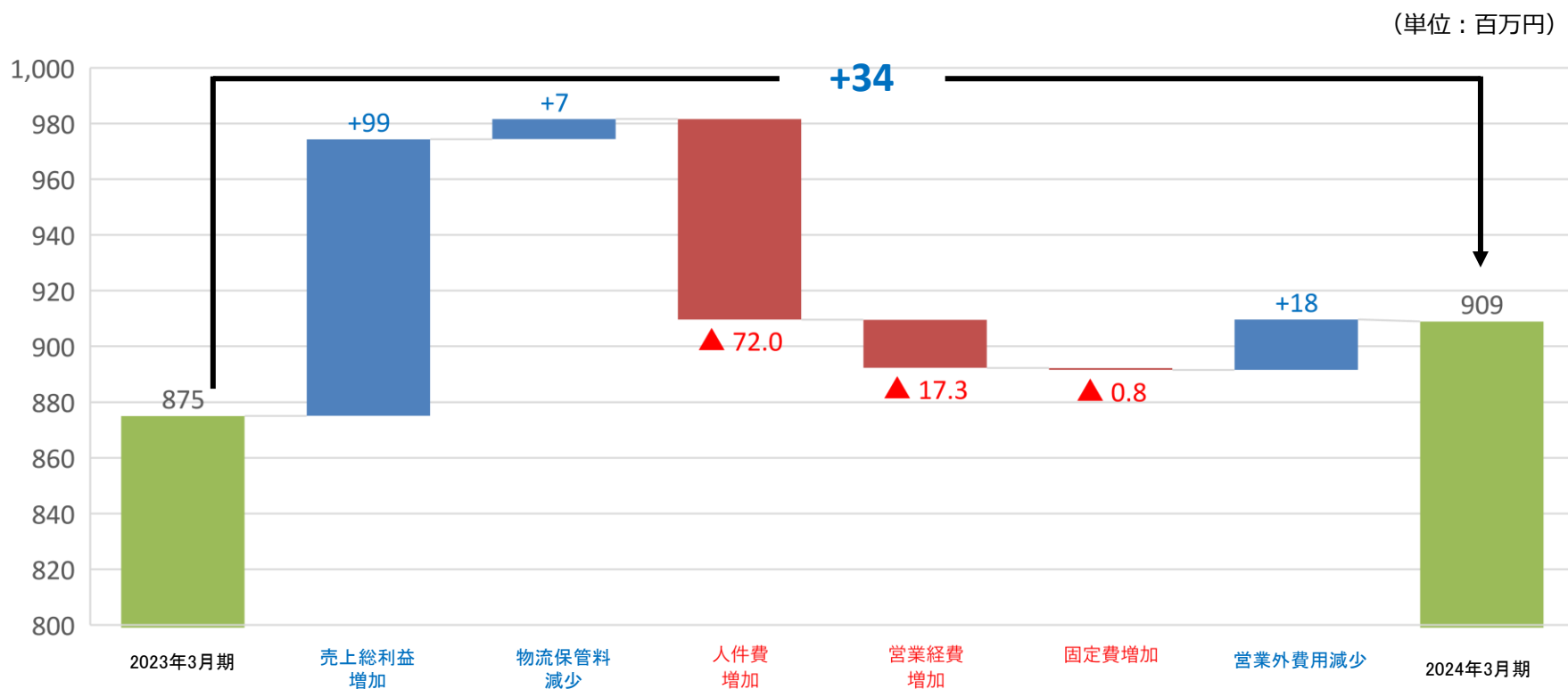
(単位：百万円)



(※セグメント間の内部売上高調整後の売上高)

# 連結 経常利益増加要因

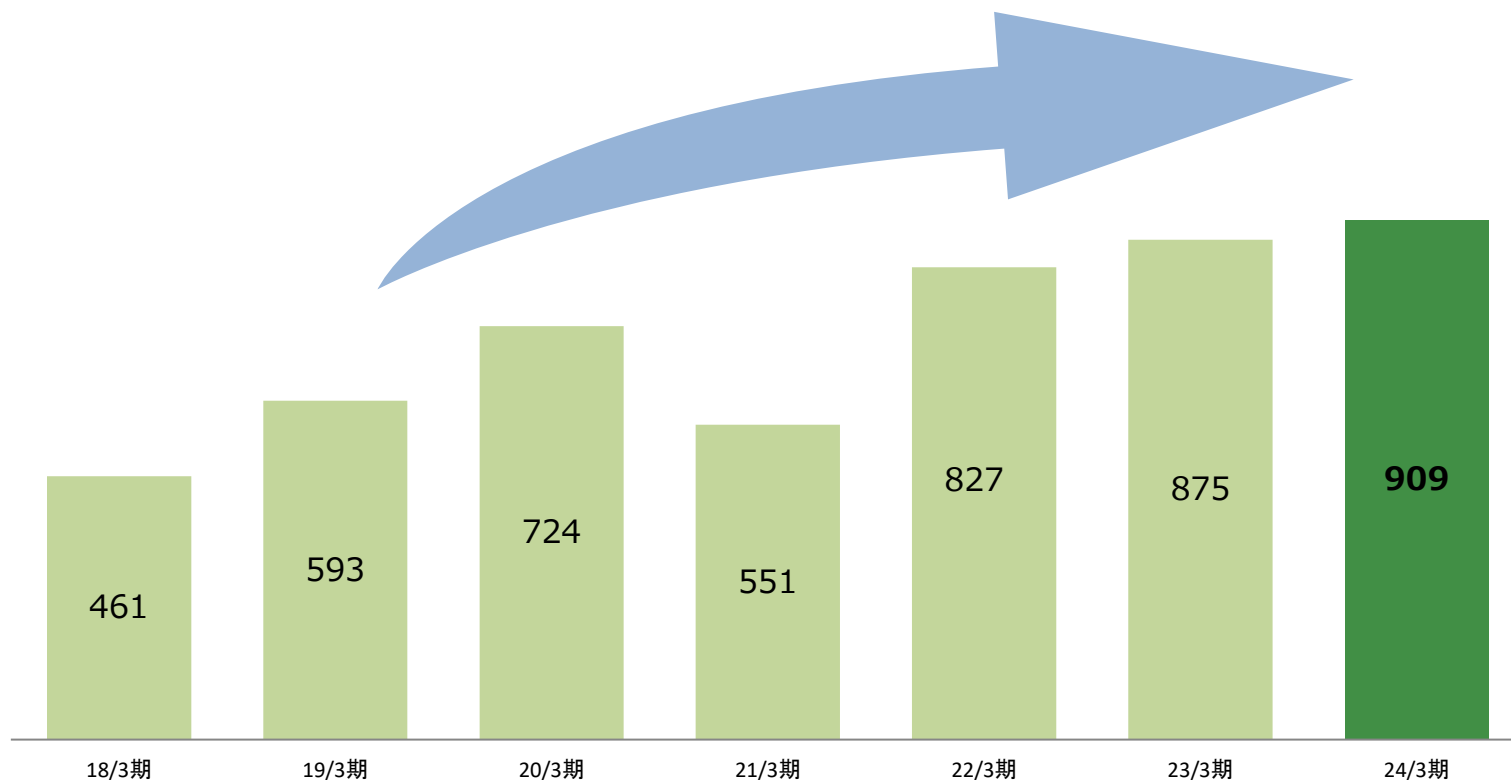
- ・売上総利益の増加：卸売事業においては糖類、香料、クエン酸、環境関連商材などが前期比で増加し増益
- ・販管費の増加：人材投資による人件費増加、営業活動の拡大により営業経費等が前期比で増加
- ・営業外費用の減少：円安に伴う為替差損金額が前期より減少



# 連結経常利益推移（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。**

通期 経常利益（単位：百万円）



# 連結貸借対照表

(単位：百万円)

	2023年3月期	2024年3月期	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>12,246</b>	+2,267	+22.7%
固定資産	1,466	<b>1,382</b>	△84	△94.2%
総資産	11,445	<b>13,629</b>	+2,184	+19.1%
負債	7,280	<b>9,084</b>	+1,804	+24.8%
純資産	4,164	<b>4,544</b>	+379	+9.1%
自己資本比率	35.4%	<b>32.3%</b>	—	—
ROA	8.0%	<b>7.3%</b>	—	—
ROE	15.0%	<b>16.1%</b>	—	—

※2024年3月末日が休日の影響の為、資産、負債ともに増加



# 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
- ・ 投資CF：投資有価証券の売却による収入、有形固定資産の取得による支出により投資CFは増加
- ・ 財務CF：長期借入金の返済及び自己株取得による支出により財務CFは減少

(単位：百万円)

	2023年3月期	2024年3月期	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	184	<b>280</b>	+96
投資活動によるキャッシュ・フロー	△31	<b>28</b>	+59
財務活動によるキャッシュ・フロー	△166	△ <b>310</b>	△144
現金及び現金同等物の増減額	17	<b>57</b>	+40

# 2025年3月期 業績予想

# 2025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、4/1海鮮の連結子会社化に伴う売上高、利益の増加を図るとともに、環境関連商材の販路開拓を推進する。
- 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。

（単位：百万円）

	2022年3月期実績	2023年3月期実績	2024年3月期実績	2025年3月期予想	前期比
売上高	28,312	31,255	31,775	<b>35,000</b>	+10.1%
営業利益 (利益率)	826 2.9%	942 3.0%	958 3.0%	<b>1,030</b> 2.9%	+7.5%
経常利益 (利益率)	827 2.9%	875 2.8%	909 2.8%	<b>1,030</b> 2.9%	+13.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益 (利益率)	575 2.0%	580 1.9%	681 1.9%	<b>700</b> 2.0%	+2.7%
ROA	8.0%	8.0%	7.3%	—	
ROE	16.6%	15.0%	16.1%	—	

# 事業の概況

# OWグループ概要 食と環境を中心に事業展開

## アイスクリームの製造販売



- ・アイスクリームの製造販売
- ・OEM商品開発
- ・デザートメニューを中心とした商品開発

## 業務用ヒーター卸売



- ・業務用ヒーターの輸入販売
- ・飲料事業の北米展開拠点



- ・食品飲料原料や製品の国内販売及び輸出入取引
- ・環境関連製品の国内販売

## 水産加工販売事業

[KAISENSF]

- ・鮮凍魚介類の輸入販売及び国内買付販売
- ・魚卵輸入及び加工販売

## 電気工事事業



- ・イルミネーション敷設工事
- ・大型シーリングファン設置工事

## 食品関連及び環境関連事業の卸売

2024年4月グループ加入

# 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

24/3期  
売上構成比率

▶ 98.6%

製造販売  
セグメント

**sun honest**

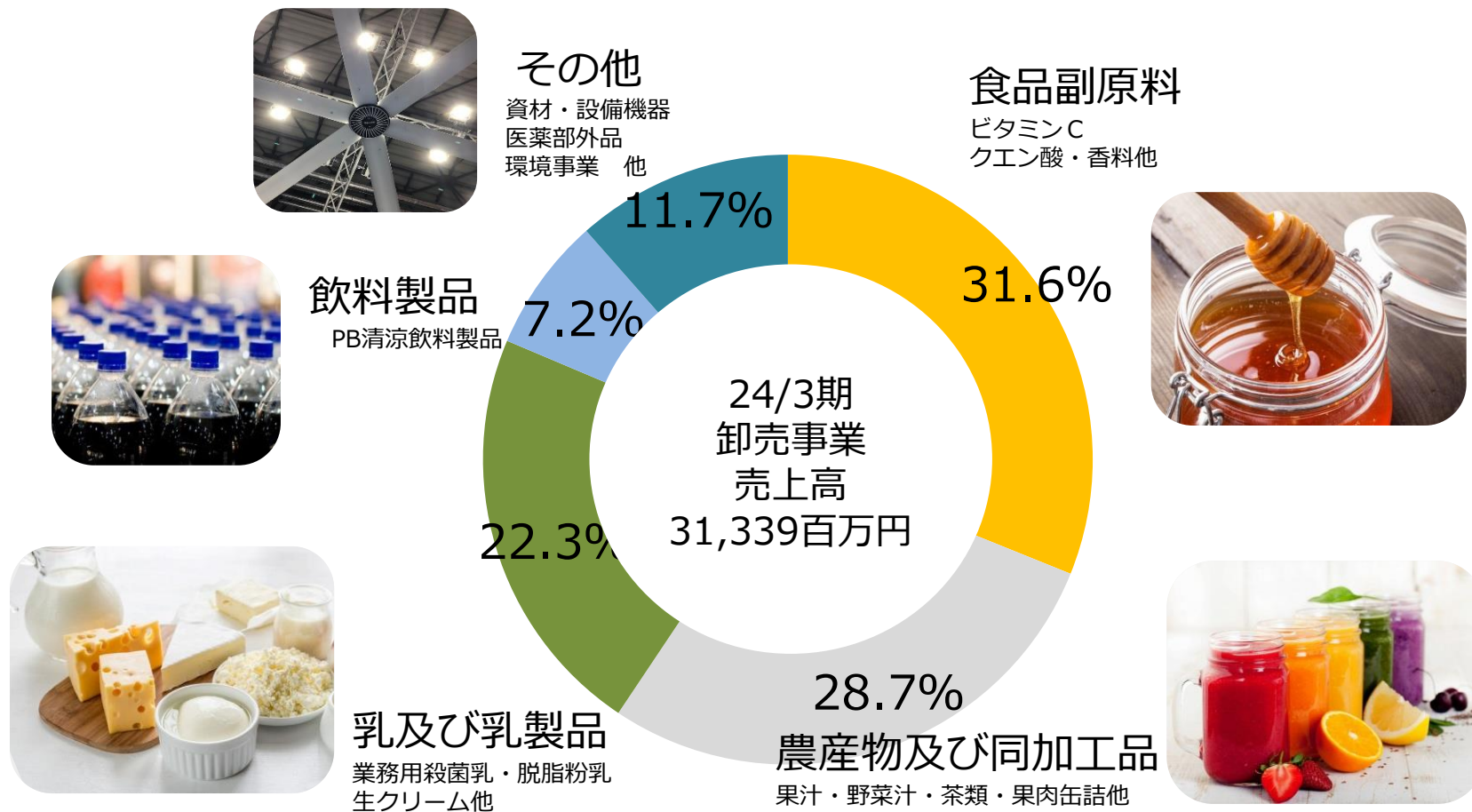
**株式会社サンオーネスト** ・ アイスクリームの製造販売

所在地：静岡県沼津市

24/3期 売上構成比率： 1.4%

# 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



# 特徴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



# 特徴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

- 24/3期取扱量：2,000 t
- 国内シェア：13%
- 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

- 24/3期取扱量：14,000 t
- 国内シェア：4.6%
- 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

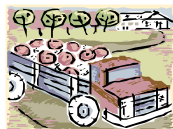
- 24/3期取扱量：500 t
- 国内シェア：14.5%
- 飲料、デザート用途にマンゴーやバナナピューレ等を幅広く販売
- 調達先はインド、フィリピン、タイ、メキシコ等多岐に亘り、安定的に買付



# 特徴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

【大型シーリングファン】



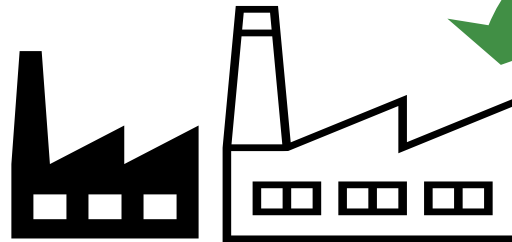
倉庫や大型屋内施設内の就労環境改善

【排水浄化プラント】



食品工場などの工場排水の水質改善

取引先工場・倉庫施設等



【ノズル式スチームトラップ】



工場の蒸気設備の効率改善

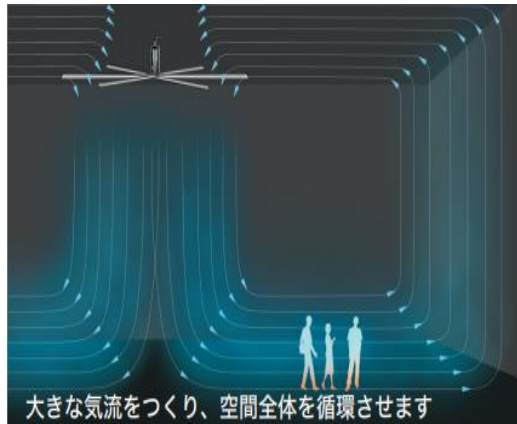


# 環境関連商品① 大型シーリングファン

## 【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

A horizontal bar with a gradient from dark green on the left to light green on the right.

# 大型シーリングファンの導入事例

# 環境関連商品② 排水浄化プラント

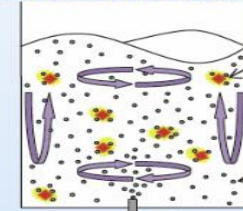
## 【飲料・食品工場向け排水浄化プラント】

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>

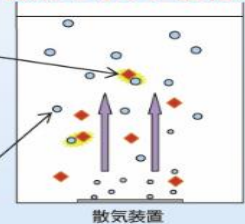
#### 旋回噴流式オゾン酸化法



- 😊 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

# 環境関連商品③ ノズル式スチームトラップ

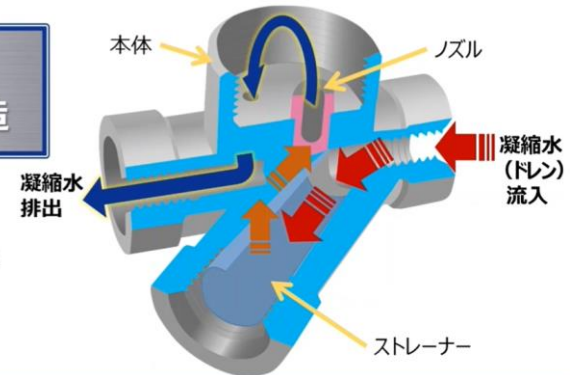
【工場向け蒸気配管のドレン（凝縮水）排出装置】  
 スチームトラップは蒸気配管に溜まった水を自動的に排出する装置。当社は蒸気漏れの削減効果ならびに耐久性の高いノズル式スチームトラップを取扱う。装置導入によってボイラー稼働率低減と燃料費の削減を実現する。



特許No.5561632号

## 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**



# 水産加工販売事業への進出

# 新会社の紹介 株式会社海鮮

## 【当社グループにおける本事業の立ち位置】

同社は一定規模の事業基盤を有しており、新たな事業の柱としてグループシナジーを活かして更なる業容の拡大を図る

会社概要	
社名	株式会社海鮮
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 輸入鮮凍魚介類輸入販売</li> <li>・ 国内鮮凍魚介類買付販売</li> <li>・ 魚卵輸入及び加工販売</li> </ul>
代表者	代表取締役社長 品川 宗信
所在地	東京都中野区新井1-11-2（本社） 埼玉県川越市並木西町17-1（川越工場）
設立	1992年1月
従業員数	11名
資本金	20百万円

# 主力事業① 魚卵の加工販売

## 加工販売

仕入先

販売

[KAISENSF]

自社工場及び協力工場で加工

販売



量販店・卸売・外食・中食

販売

消費者

### 【事業の特徴・強み】

- ・主にロシア産、アラスカ産の原料を商社経由で仕入れ、自社工場(川越工場)及び協力工場で加工した上で、国内量販店や外食・中食業者へ販売。

- ・例年11月頃には各販売先と年間販売量の取り決めを行っており、その販売量に応じて仕入をすることから、在庫リスクは些少

- ・販売先からの多様なニーズ(味付やロット等)に合わせた加工を行うことで、同業大手との差別化を実現。高粗利率の確保に至っている。加工については、パッケージの密閉以外はすべて手作業で行うことで高品質を維持。

- ・卸売部門と比較し、高利益率が確保しやすいビジネス。

### 【商品例】



# 主力事業② 寿司ネタの卸売

## 卸売部門（寿司ネタ）

仕入先  
(中国の仕入先工場)

販売

[KAISENSF]

販売

量販店・卸売・外食・中食

販売

消費者

### 【事業の特徴・強み】

- ・中国の仕入先工場との取引は10年以上継続しており、安定した供給元として信頼関係が構築されている
- ・販売先の需要を確認しつつ、必要分を都度仕入れており、不良在庫のリスクは些少であり、仕入先工場から直輸入で仕入れていることから、他社と比較して低価格で提供できている
- ・魚卵（加工販売部門）と比較し、取引数量や仕入れ値が安定して推移する傾向にあり、対象会社の事業基盤となっている

### 【商品例（アナゴ、貝類、タコなど寿司ネタに利用される商材が大半を占める）】



# 成長戦略・今後の事業展開

# 成長戦略 OWグループ戦略

人材、IT、財務、ガバナンスの社内基盤の強化と事業別戦略の実行を加速

企業価値  
向上

## ③ 関連会社 事業

グループ事業・M&A

### 【戦略】

- ・グループ間の事業シナジー向上
- ・ASEAN、北米等における海外展開加速
- ・事業提携やM&Aによる新規事業の構築

## ② 成長ドライバー事業

環境事業・新規事業

### 【戦略】

- ・環境関連事業の拡大
- ・環境改善に寄与する新規事業開発

## ① 既存基盤事業

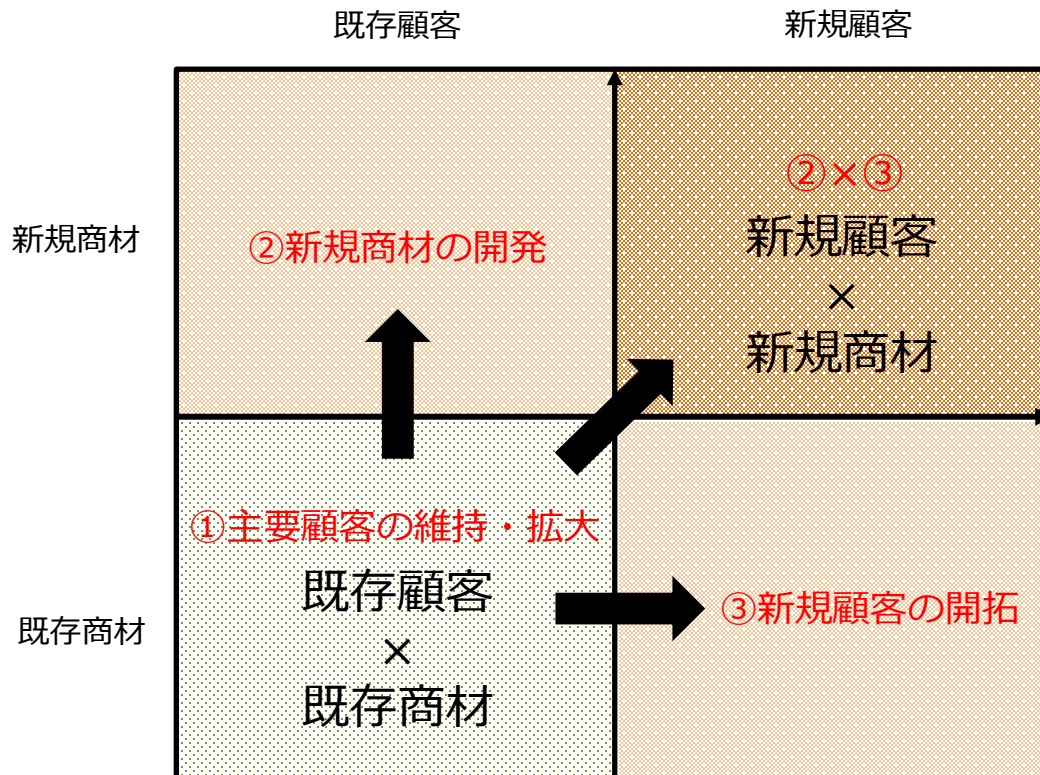
食品飲料分野での食品・飲料事業

### 【戦略】

- ・既存商材の新規販路拡大
- ・既存顧客への新規商材拡充

# 成長戦略 ①既存基盤事業

【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

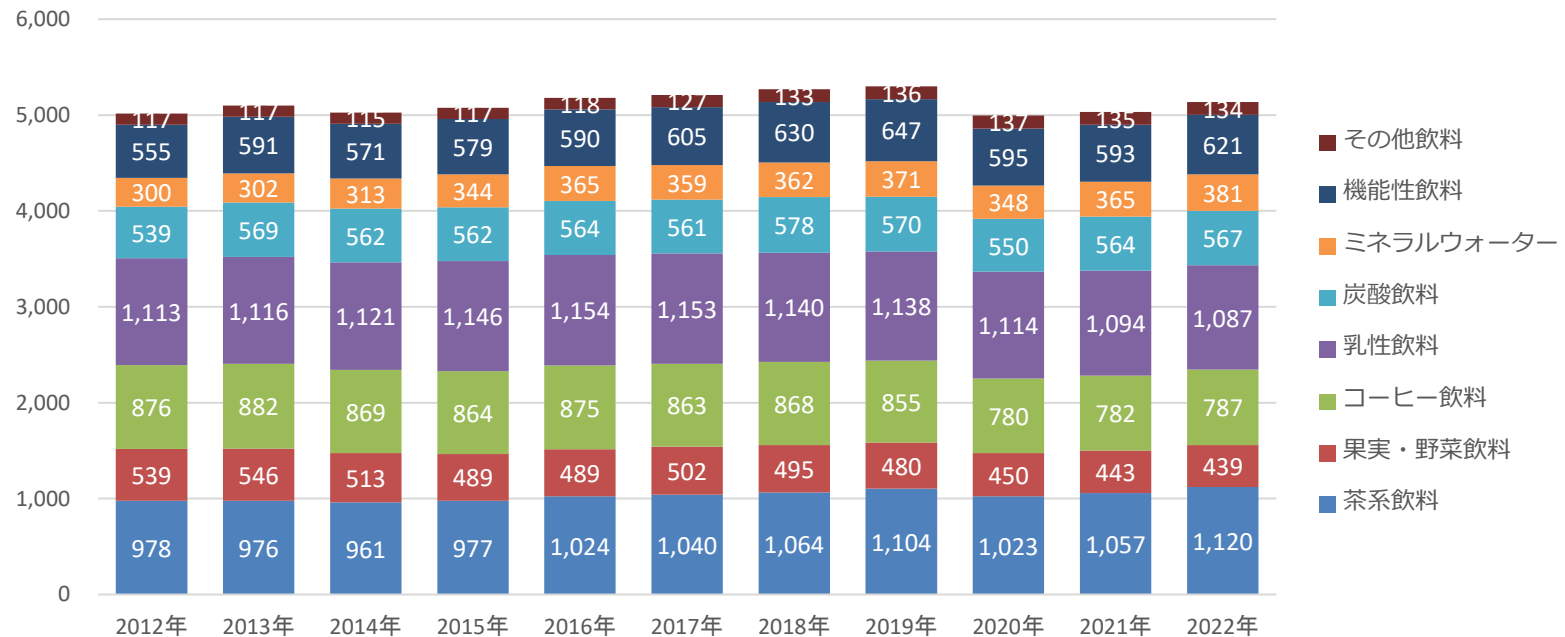
③新規顧客の開拓

- ・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 ① 既存基盤事業

## 【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)

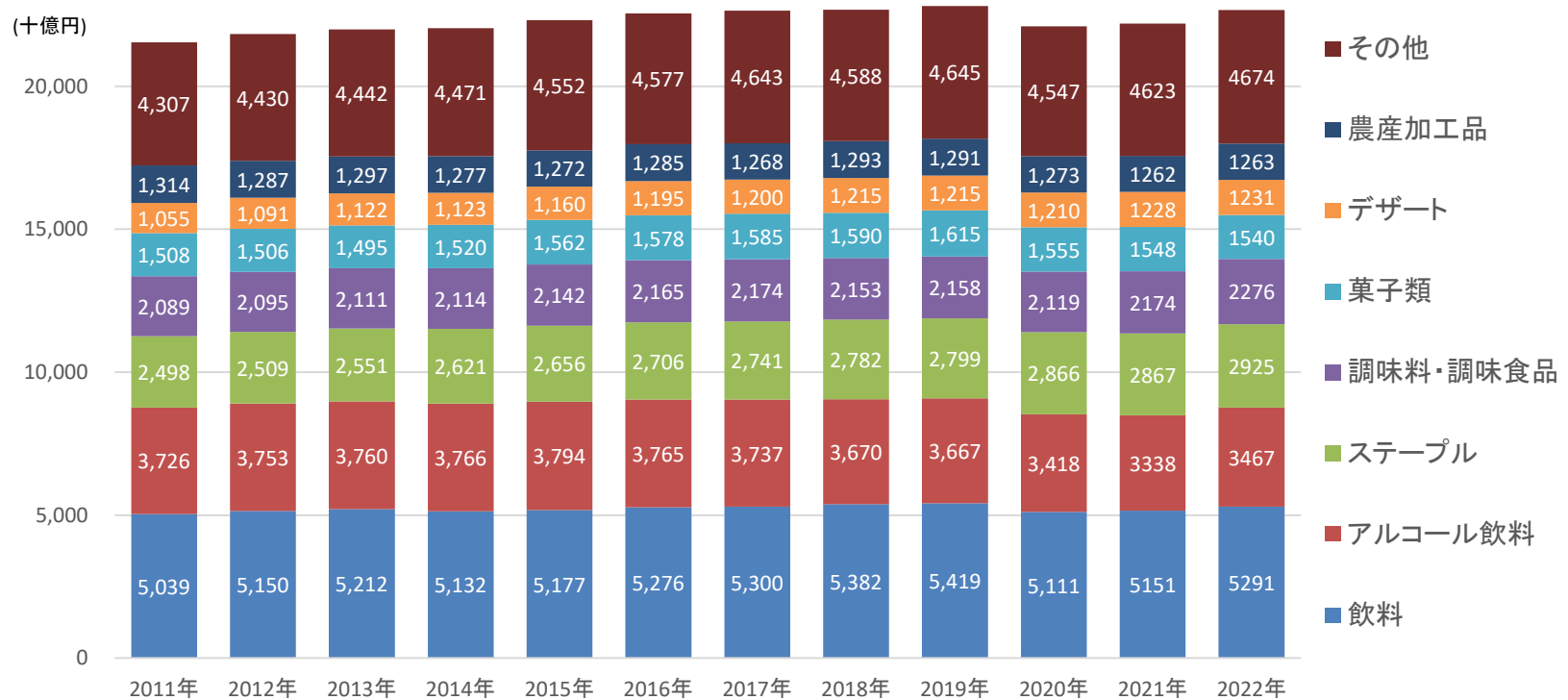
### 【市場環境】

- ・ 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 ① 既存基盤事業

## 【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)

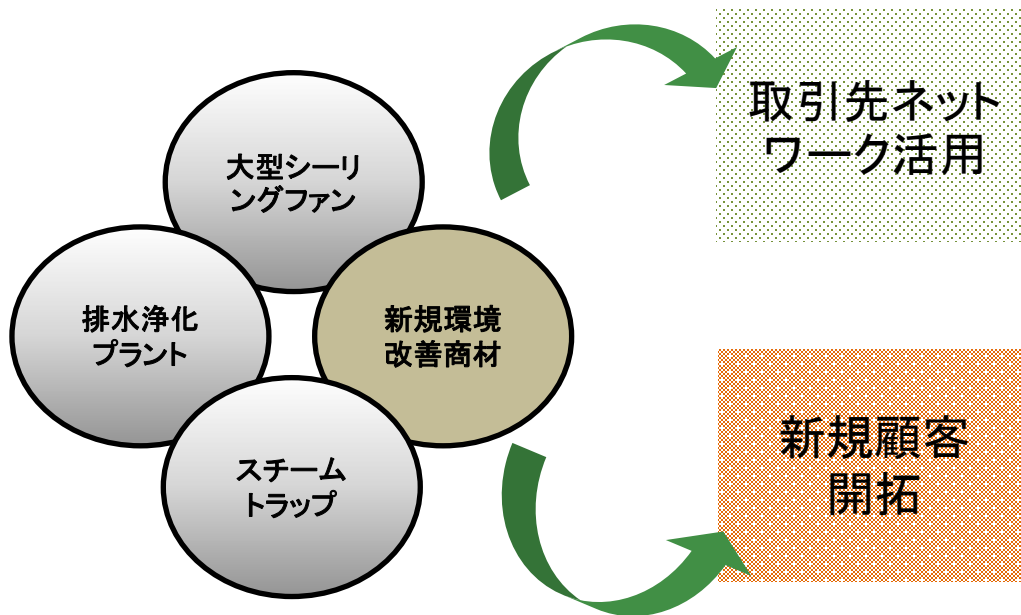
### 【市場環境】

- ・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

## ②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

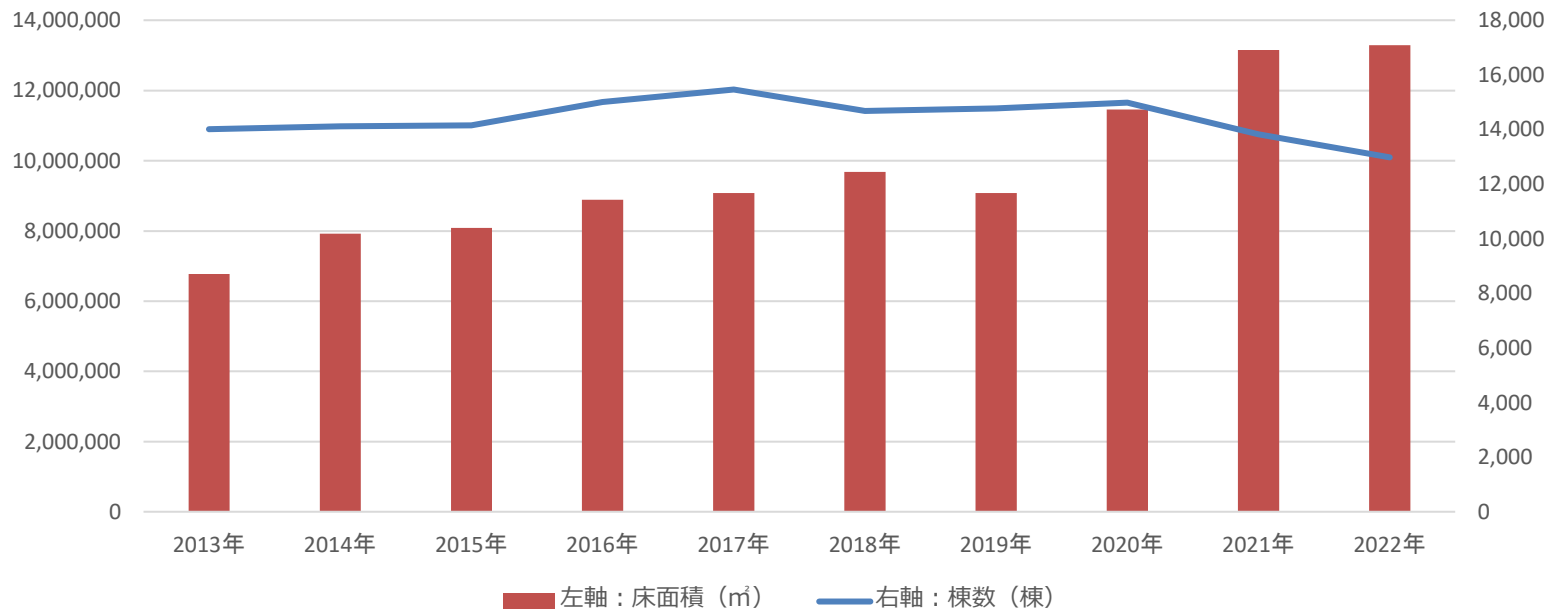
- ・サステナブルかつ環境改善に寄与する新規商材の発掘を強化
- ・当社の既存事業および取引先ネットワークを活用したシナジーの創出

# 成長戦略

## ②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㎡)
- 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

## ③ 関連会社事業

### ～ 商社機能の更なる拡大

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、グループ間の事業シナジー向上を図る



# サステナビリティについて

# サステナビリティについて

## 【当社のサステナブル活動内容】

- ・ 食品原料調達の安定供給体制整備
- ・ 環境改善に寄与する商材の取り扱い（水・空気・エネルギー）
- ・ グローバルな取引先との長期パートナーシップの構築



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】

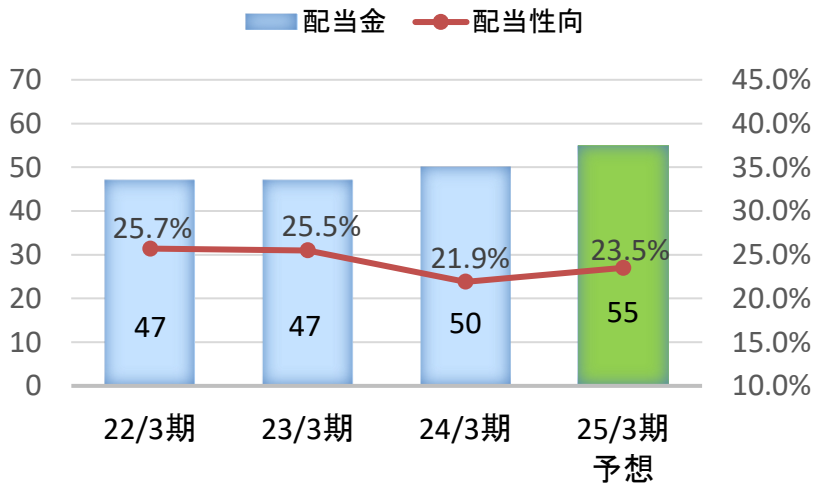
- 企業価値向上に向けた成長投資を第一優先。
- 連結業績を勘案し、安定的且つ継続的に還元。



**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。**

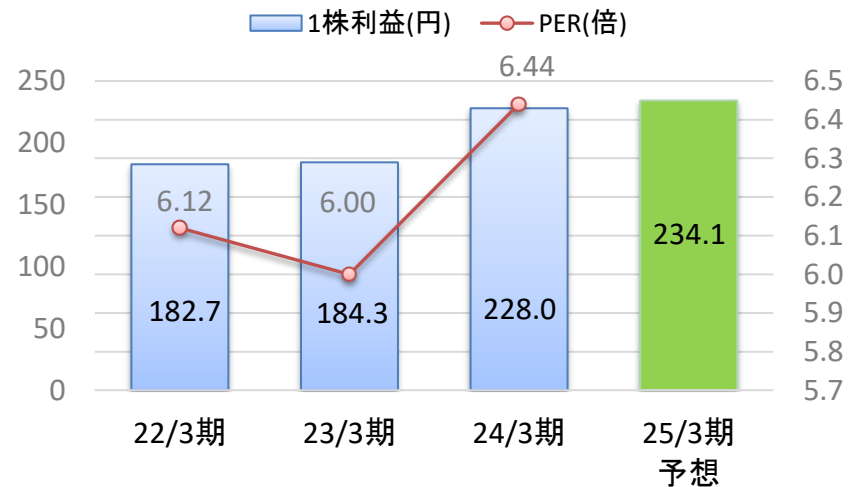
### 1株当たり配当金と配当性向

(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

