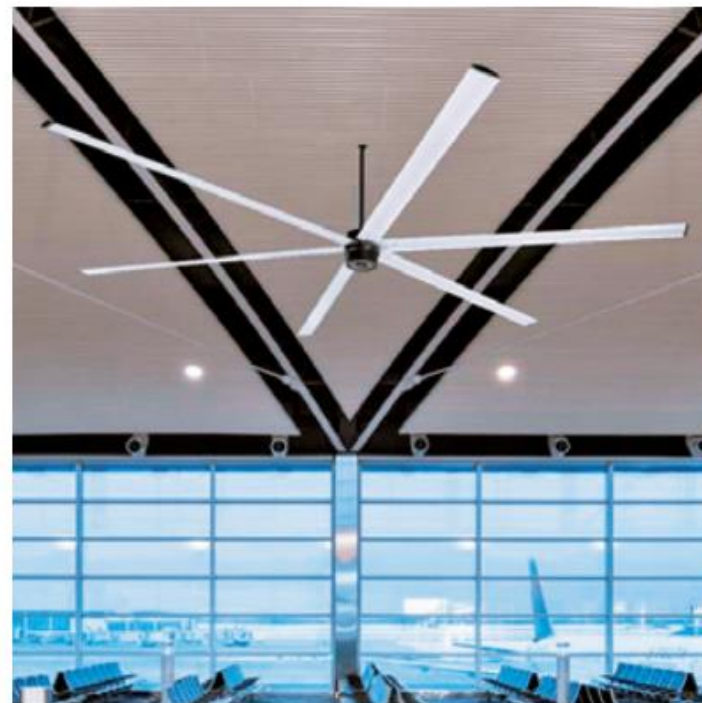


2025年3月期 上半期決算説明会

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

2024年11月28日

説明内容

- 2025年3月期 上半期決算概要
 - 2025年3月期 通期業績予想
 - 事業の概況
 - 卸売事業セグメント
 - 製造販売事業セグメント
 - 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
-

2025年3月期 上半期決算概要

2025年3月期 上半期連結損益計算書

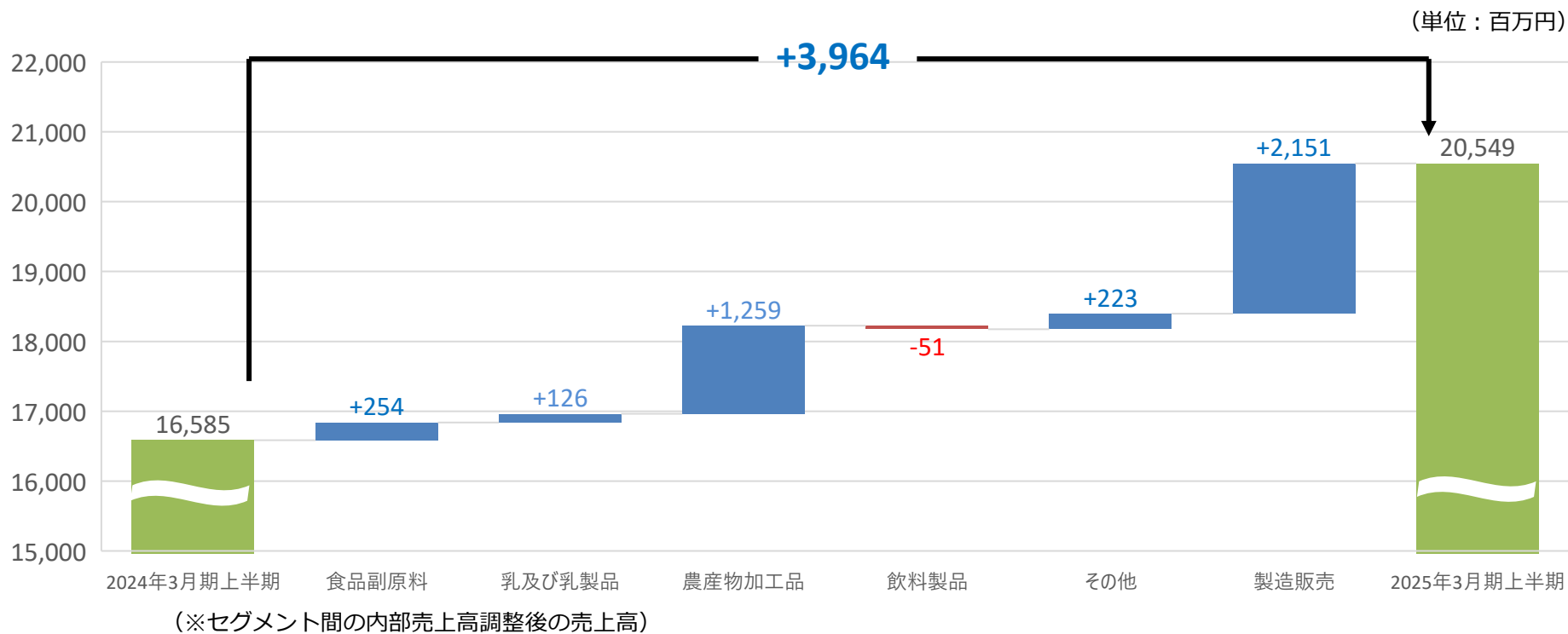
- ・卸売事業・・・飲料メーカー向けに農産物加工品、食品副原料の販売数量が増加
- ・製造販売事業・・・株式会社海鮮の連結子会社化により前期比増

(単位：百万円)

	2024年3月期 上半期(実績)	2025年3月期 上半期(実績)	前期比	2025年3月期 (計画)	進捗率
売上高	16,585	20,549	+23.9%	35,000	58.7%
売上総利益 (利益率)	1,792 10.8%	2,222 10.8%	+24.0%	4,057	54.8%
販売費及び一般管理費	1,193	1,428	+19.7%	3,027	47.2%
営業利益 (利益率)	598 3.6%	794 3.9%	+32.7%	1,030	77.2%
経常利益 (利益率)	555 3.4%	809 3.9%	+45.7%	1,030	78.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益 (利益率)	378 2.3%	550 2.7%	+45.5%	700	78.6%

連結 カテゴリー別売上高増加要因

- ・農産物加工品：果汁・野菜汁等需要増加で販売数量が**前期比で増加**
- ・製造販売：水産加工卸会社「海鮮」を2024年4月より連結子会社化し**前期比で増加**



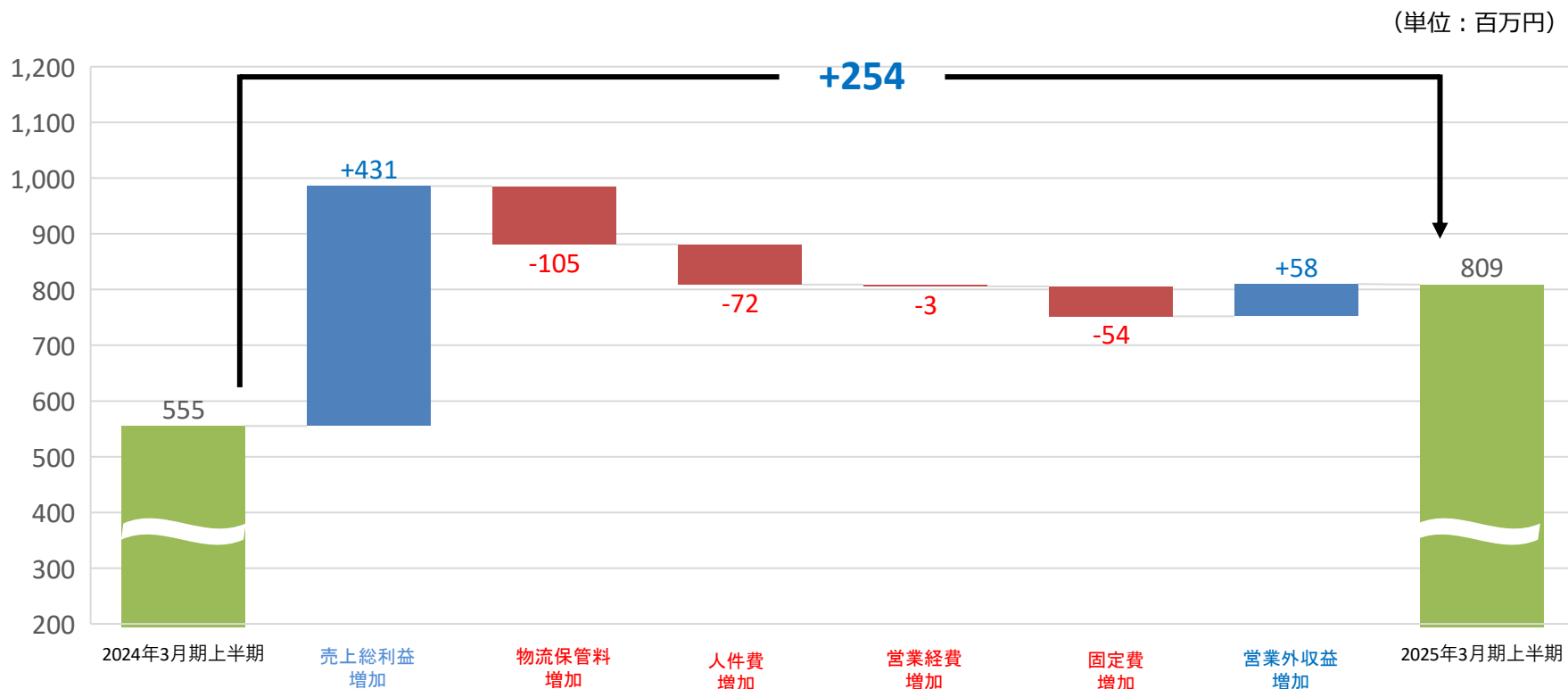
連結 経常利益増加要因

・売上総利益の増加：

【卸売事業】安定供給体制の維持ならびにサービス向上と新規商材や顧客開拓に注力し、アサイーピューレや果汁などの農産物加工品、糖類や香料などの食品副原料の販売数量が前期比で増加

【製造販売事業】海鮮の連結化により前期比で純増

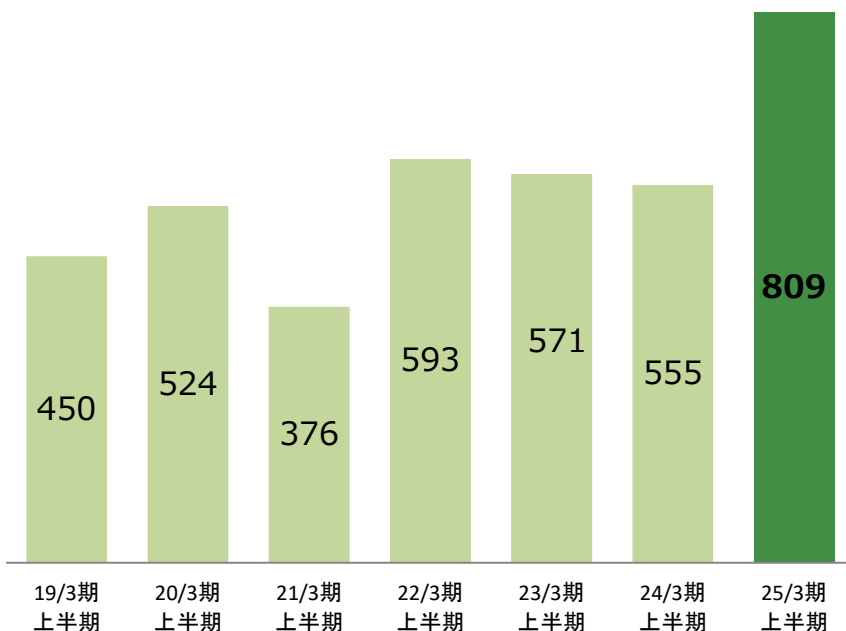
・営業外収益の増加：7月以降の円高に伴う為替差益 等



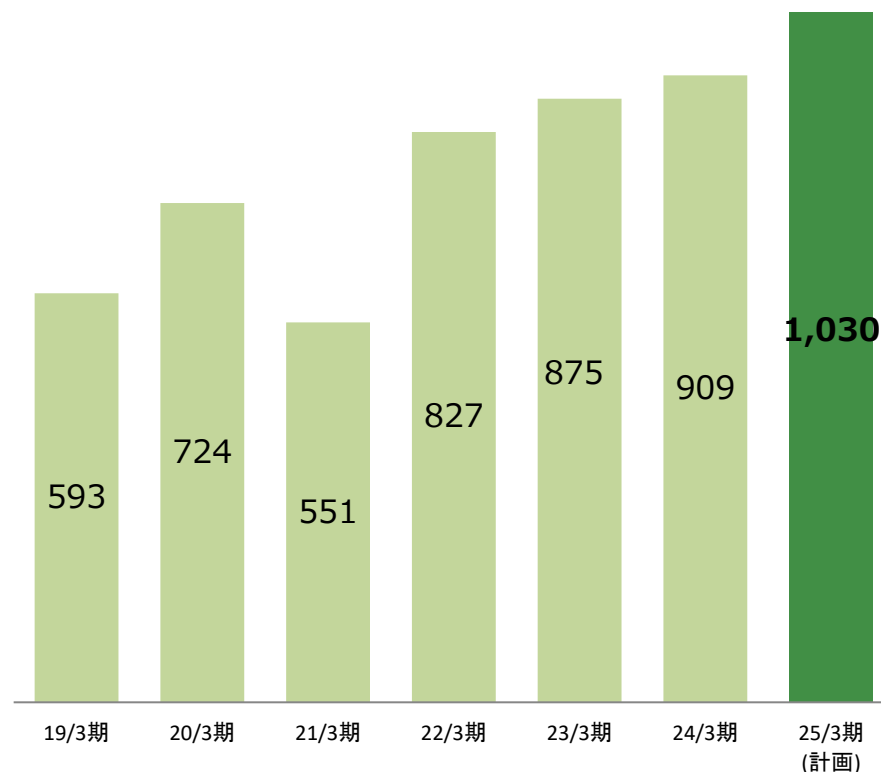
連結経常利益推移（上半期 / 通期）

・コロナ禍では外出機会の減少や在宅勤務の浸透によって需要が縮小し、21/3期は減益となったものの、22/3期以降は環境事業がSDGs等の追い風に乗って利益の積上げに貢献。また、25/3期は海鮮を連結化し、事業領域を拡大させて**通期で最高益の更新**を目指す。

上半期 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

(単位：百万円)

	2024年3月期	2025年3月期 上半期	前期末との比較	
	実績	実績	増減金額	増減率
流動資産	12,246	15,054	+2,808	+22.9%
固定資産	1,382	1,683	+300	+21.7%
総資産	13,629	16,737	+3,108	+22.8%
負債	9,084	11,899	+2,185	+31.0%
純資産	4,544	4,838	+293	+6.5%
自己資本比率	32.3%	28.1%	-	-
ROA	7.3%	-	-	-
ROE	16.1%	-	-	-

連結キャッシュ・フロー

- ・ 営業CF：売上債権の増加及び仕入債務の減少により営業CFは減少
(2024年3月末が休日であったことによる影響)
- ・ 投資CF：連結の範囲変更を伴う子会社株式の取得による収入により 投資CFは増加
- ・ 財務CF：長期借入金による収入により財務CFは増加

(単位：百万円)

	2024年3月期 上半期	2025年3月期 上半期	前期との比較
	実績	実績	増減金額
営業活動によるキャッシュ・フロー	728	▲347	▲1,075
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲75	623	+698
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲188	981	+1,169
現金及び現金同等物の増減額	521	1,238	+717

2025年3月期 業績予想

2025年3月期 通期業績予想

・上半期の営業利益は年間予算に対して進捗率77%で推移しているものの、依然として経営環境は不透明な状況が継続する見通しであるため、現時点の通期業績予想は当初計画から修正なし。

・卸売事業、製造販売事業いずれも新規商材の開発及び新規顧客の開拓を推進し、年間予算の達成、利益の更なる上乗せを図る。

(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	35,000	+10.1%
営業利益 (利益率)	826 2.9%	942 3.0%	958 3.0%	1,030 2.9%	+7.4%
経常利益 (利益率)	827 2.9%	875 2.8%	909 2.8%	1,030 2.9%	+13.2%
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%	700 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

25/3上期
売上構成比率

▶ 87.2%

製造販売 セグメント



株式会社サンオーネスト

所在地：静岡県沼津市

- ・ アイスクリームの製造販売



株式会社海鮮

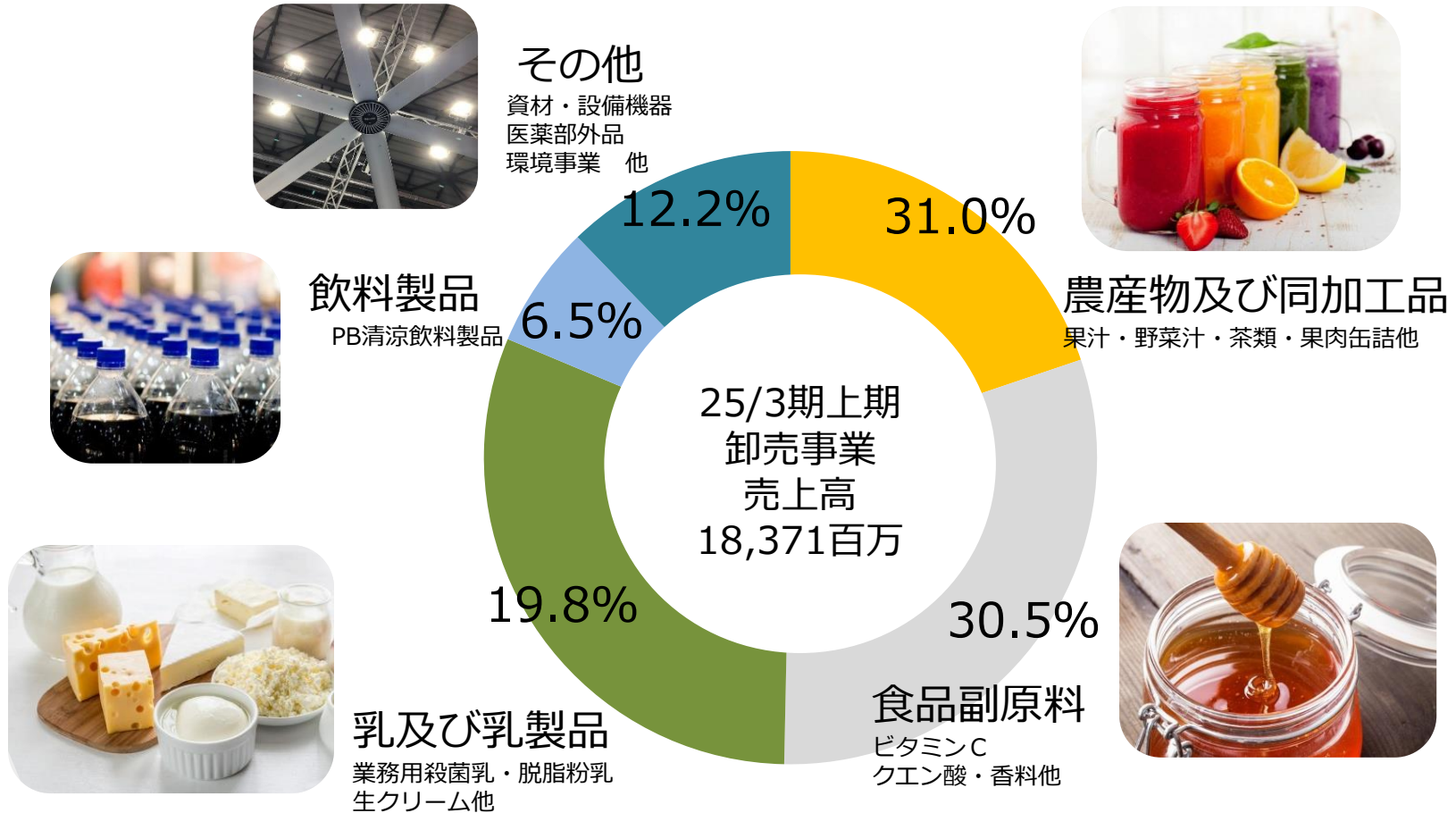
所在地：東京都中野区

- ・ イクラ等魚卵原料輸入および加工販売
- ・ 輸入冷凍魚介類販売および国内冷凍魚介類買付販売

25/3期上期売上構成比率 : 12.8%

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

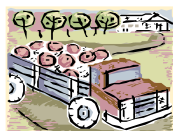
- 24/3期取扱量：500 t
- 国内シェア：14.5%
- 飲料、デザート用途にマンゴーやバナナピューレ等を幅広く販売
- 調達先はインド、フィリピン、タイ、メキシコ等多岐に亘り、安定的に買付



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



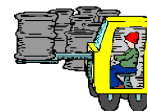
生産地



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

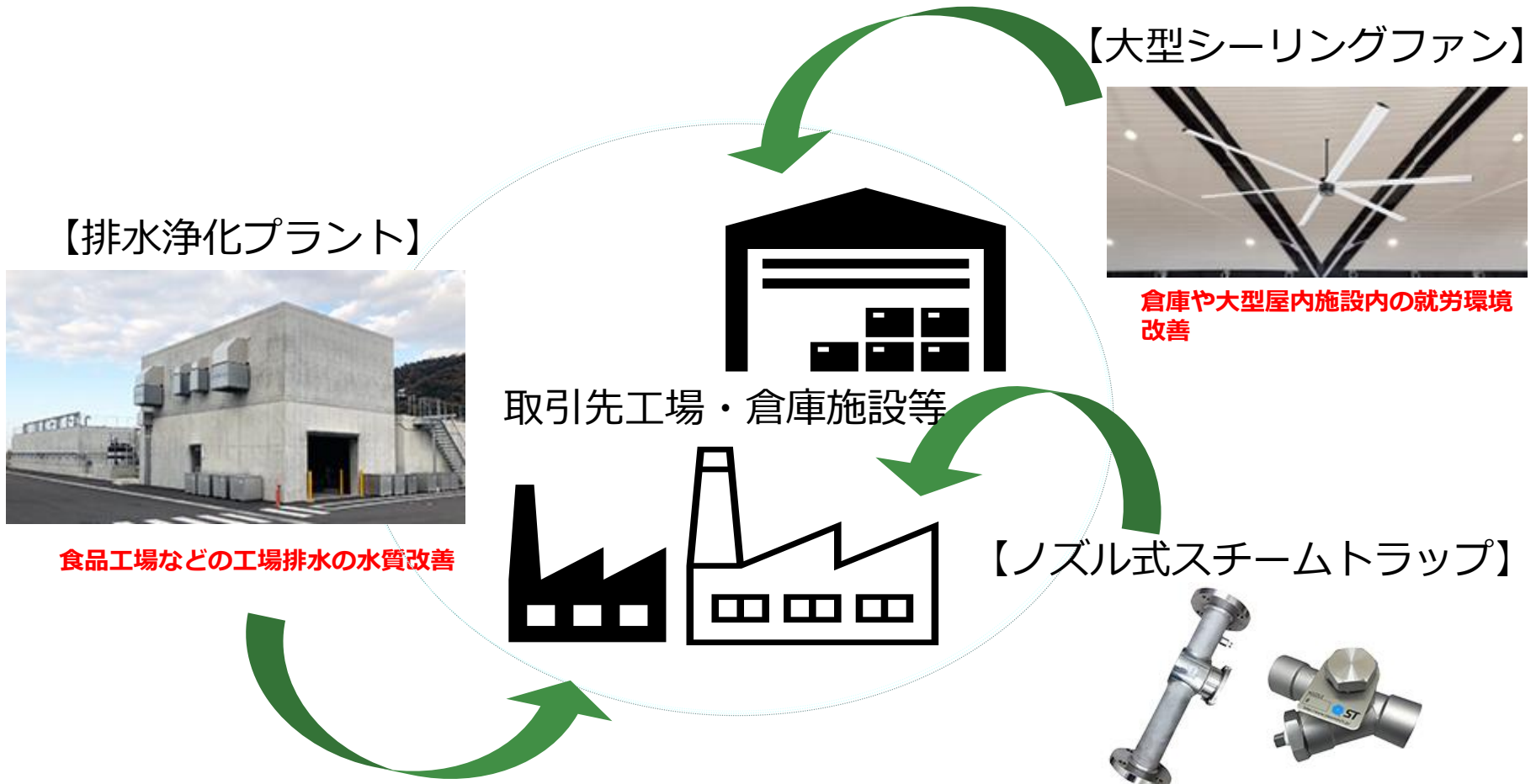


(例) アイスクリームの品質検査

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



【排水浄化プラント】



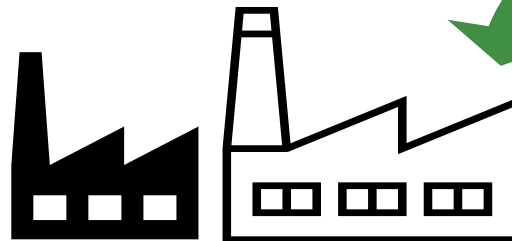
食品工場などの工場排水の水質改善

【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

取引先工場・倉庫施設等



【ノズル式スチームトラップ】



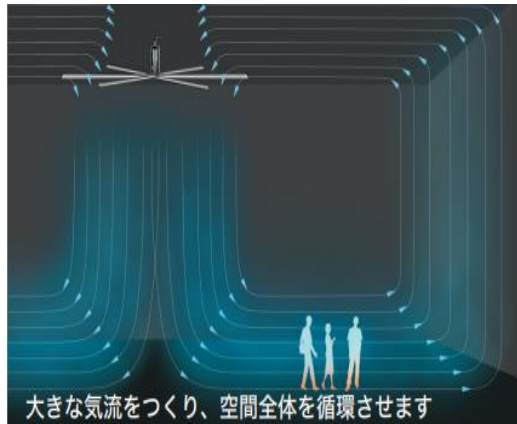
工場の蒸気設備の効率改善

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

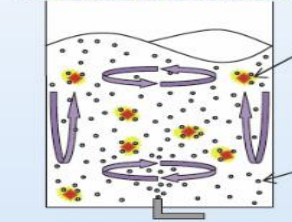
【飲料・食品工場向け排水浄化プラント】

特許技術「巡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>

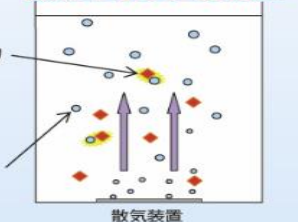
巡回噴流式オゾン酸化法



- ☺ 巡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

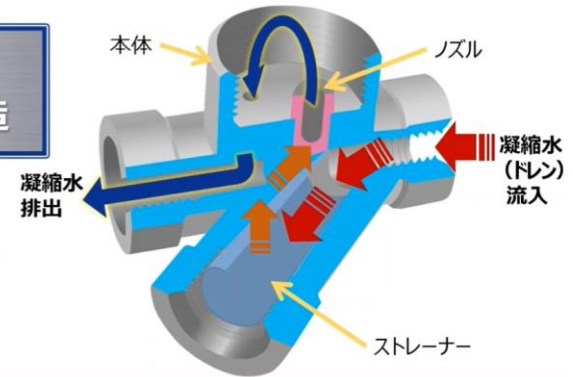
【工場向け蒸気配管のドレン（凝縮水）排出装置】
 スチームトラップは蒸気配管に溜まった水を自動的に排出する装置。当社は蒸気漏れの削減効果ならびに耐久性の高いノズル式スチームトラップを取扱う。装置導入によってボイラー稼働率低減と燃料費の削減を実現する。



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：CO₂排出量の削減

製造販売セグメント事業構成

製造販売事業／カテゴリー別売上高内訳



アイス製造販売

PB・NB・OEM製造、乳調製品卸売

20.8%



水産加工

魚卵加工販売・寿司ネタ



79.2%



25/3期上期
製造販売事業
売上高
2,697百万円

製造セグメント主力事業①【魚卵の加工販売】

製造部門（魚卵）

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】



製造セグメント主力事業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）】



製造セグメント主力事業③ アイスの製造販売



 **sun honest**
アイスクリームから、毎日の笑顔を製造する

【サンオーネスト事業内容】

- ・アイスクリームの製造・販売
- ・オリジナルアイスクリームの開発
- ・デザートメニューを中心とした食品の開発

【事業の特徴・強み】

素材へのこだわり

・創業時より、「素材本来の味や香り・色をそのまま表現できるアイスクリーム」をテーマに、原材料や製法にこだわったアイスクリームを製造し、厳選された素材の風味を最大限に活かすため、できる限り添加物を使用しない商品づくりに強みがある

安心・安全へのこだわり

・「体にやさしい・人にやさしい」のコンセプトを基軸に、徹底した品質管理・衛生管理のもと、安心して口にしていだける、体にやさしいヘルシーな商品作りを行い 2024年3月にISO22000を取得

新開発へのこだわり

・手作りの風合感を大切にし、食べて楽しい・見て楽しいデザートの開拓を追求



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

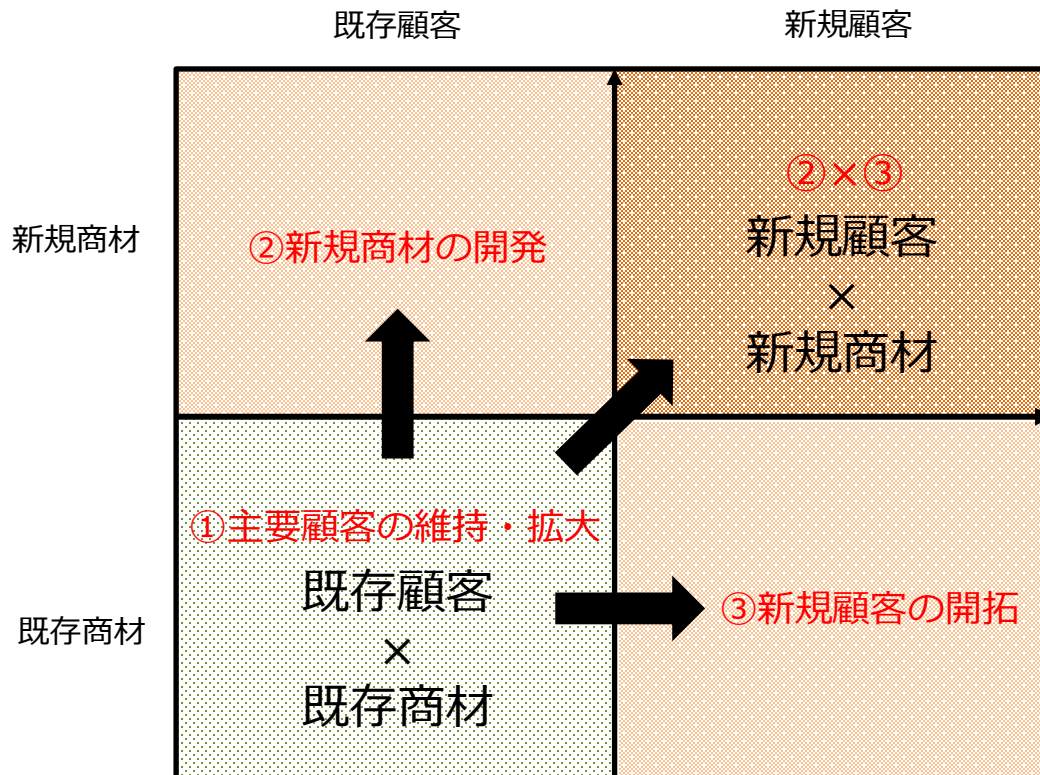
食品飲料分野での食品・飲料事業

【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

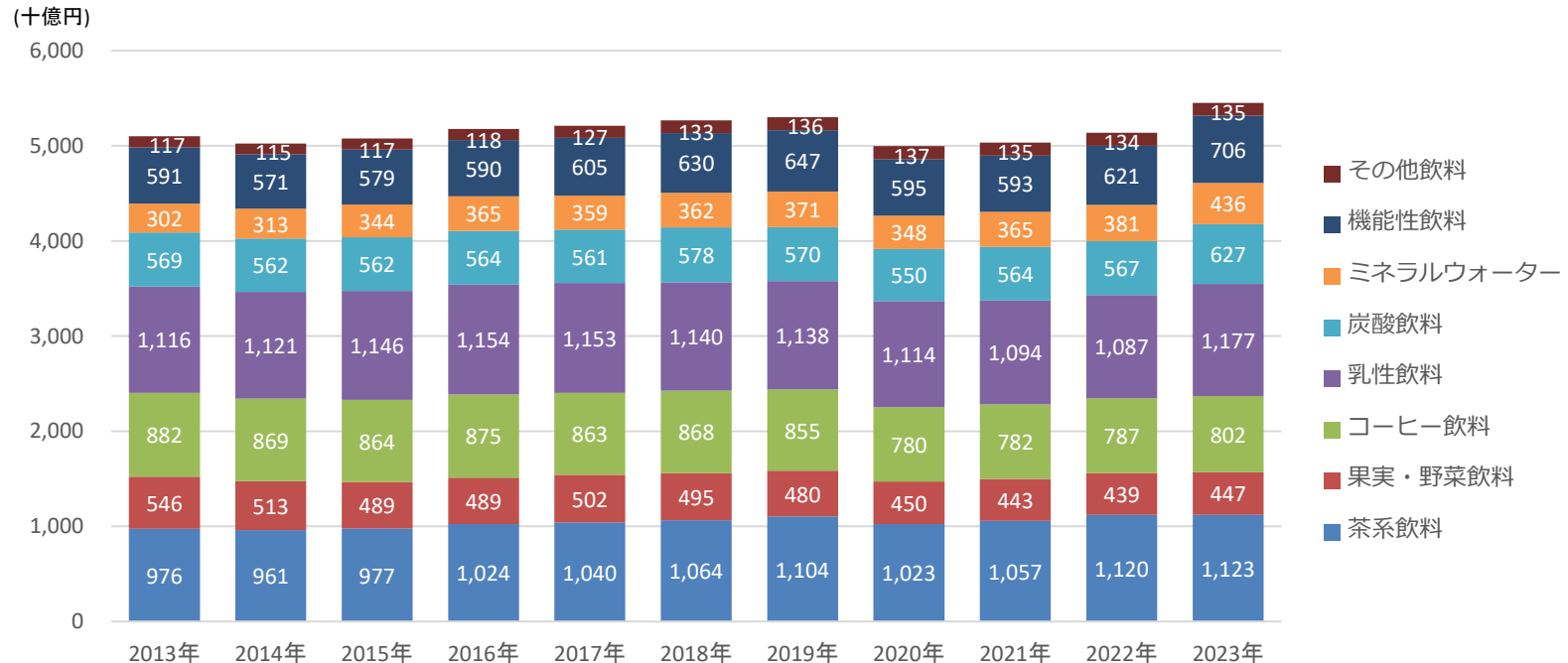
- ・食品副原料、乳製品、農産加工品などの新規輸入商材の開発
- ・機能性素材や特定の強みを持つ商材の発掘

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】



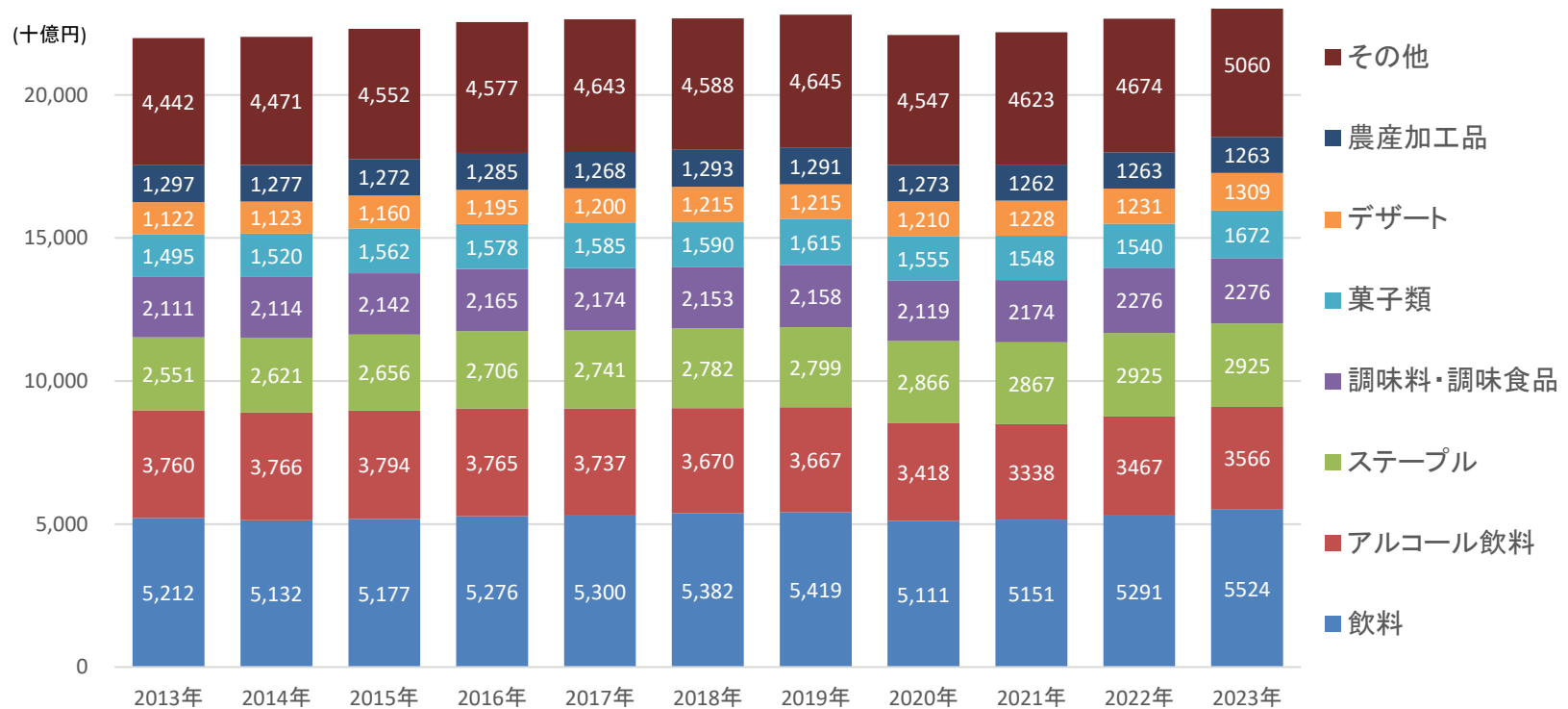
(出所：富士経済データを当社で加工)

【市場環境】

- ・清涼飲料の市場規模は約5.5兆円。コロナ禍では需要が縮小したものの、イエナカやリラックスを訴求した商品展開やプロモーションによって需要獲得が進み2021年には回復基調
- ・一方で、2023年は猛暑や残暑の長期化が追い風となったものの、コスト高によって多くの商品で価格改定が進み、より低価格な国産ミネラルウォーター類やPBへのシフトが顕著となったほか、高付加価値商品では買い控えや新商品の投入も控えめとなり、市場は数量ベースで微減

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)

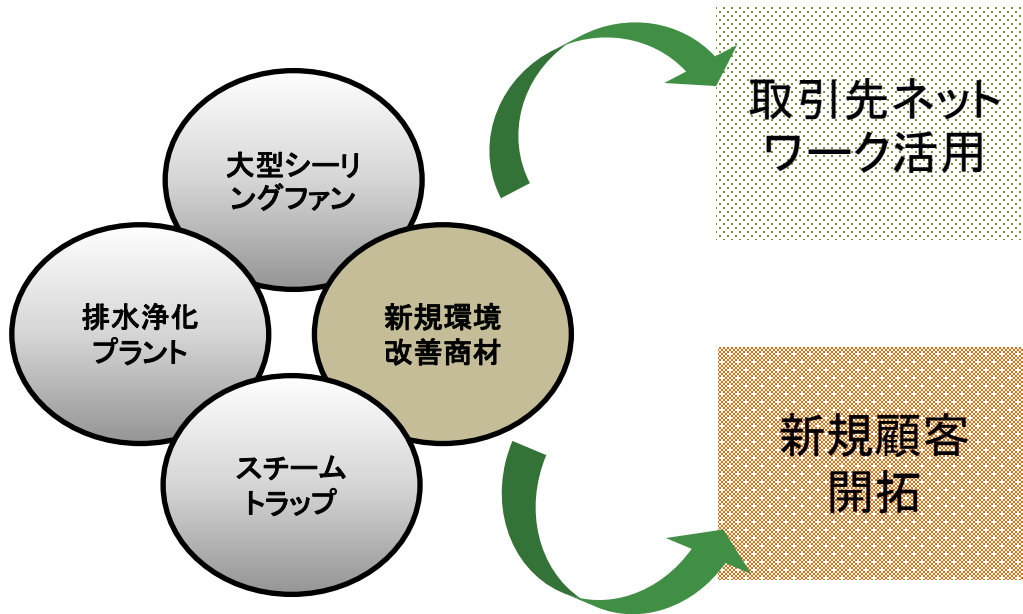
【市場環境】

- ・国内加工食品の市場規模は約23兆円。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
- ・2023年も前年比で増加し、コロナ前（2019年）の水準まで回復した

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

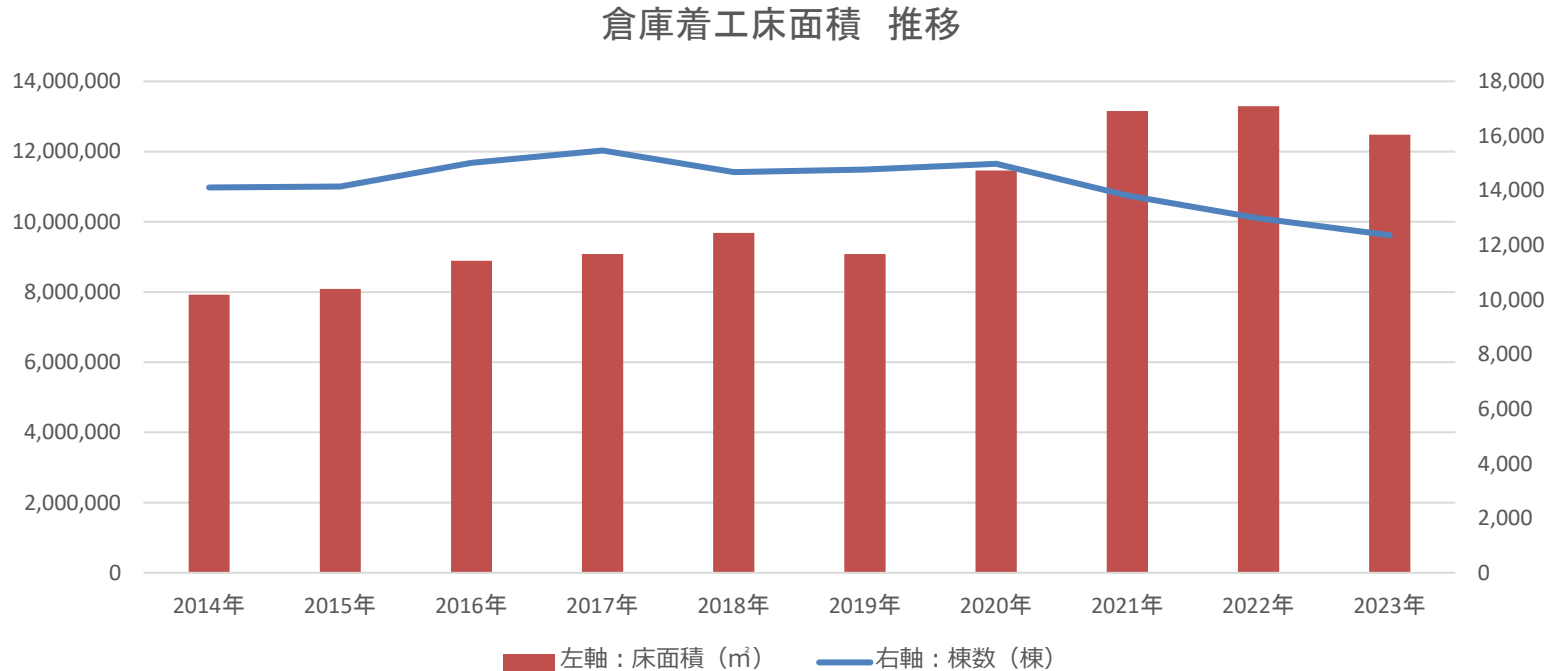
③新規環境関連商材の発掘

- ・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】



(出所：国土交通省統計データを当社で加工)

【市場環境】

- ・ 2023年の新設倉庫の棟数は13,000弱で、延べ床面積は僅かに減少 (約1,200万㎡)
- ・ 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】

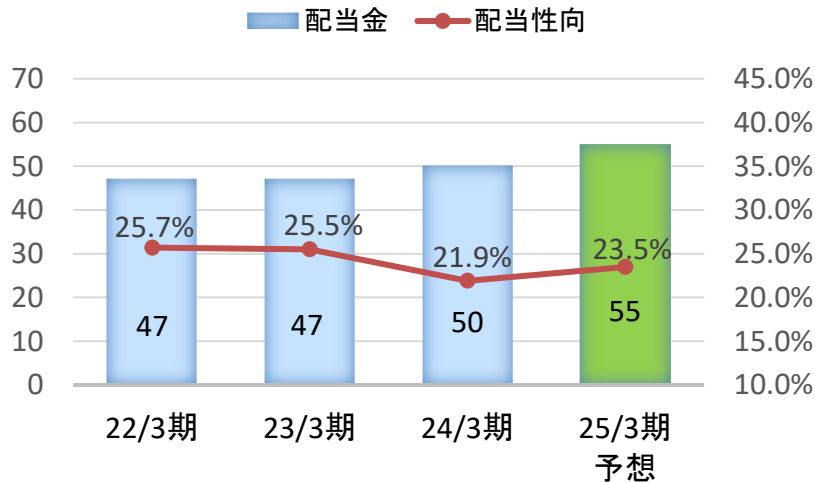
- 企業価値向上に向けた成長投資を第一優先。
- 連結業績を勘案し、安定的且つ継続的に還元。



上記方針に基づき、2025年3月期の期末配当は5円増配の55円を予定。

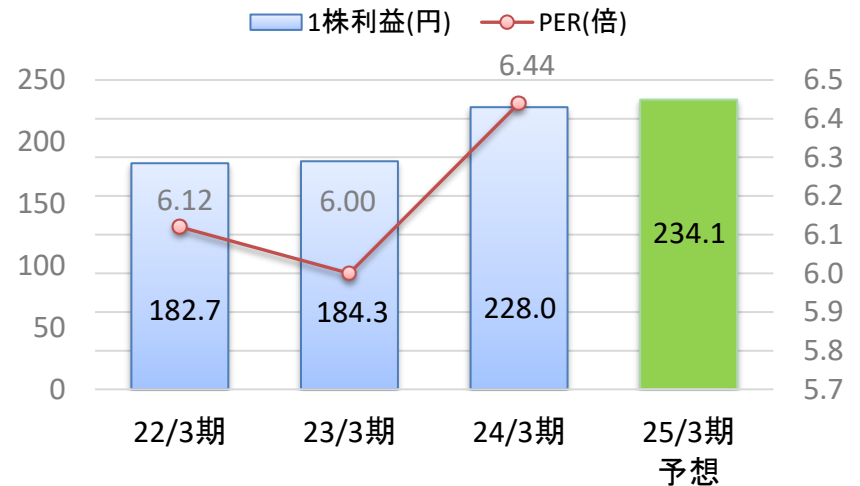
1株当たり配当金と配当性向

(単位：円 / 配当性向：%)



1株当たり利益とPER

(単位：円 / PER：%)



株価動向

・直近1年間の株価は上昇基調で推移

(年初来安値1,289円 2月16日 / 上場来高値1,971円 11月11日)

株価推移 (単位:円)

(※2024年11月26日終値)



ありがとうございました

