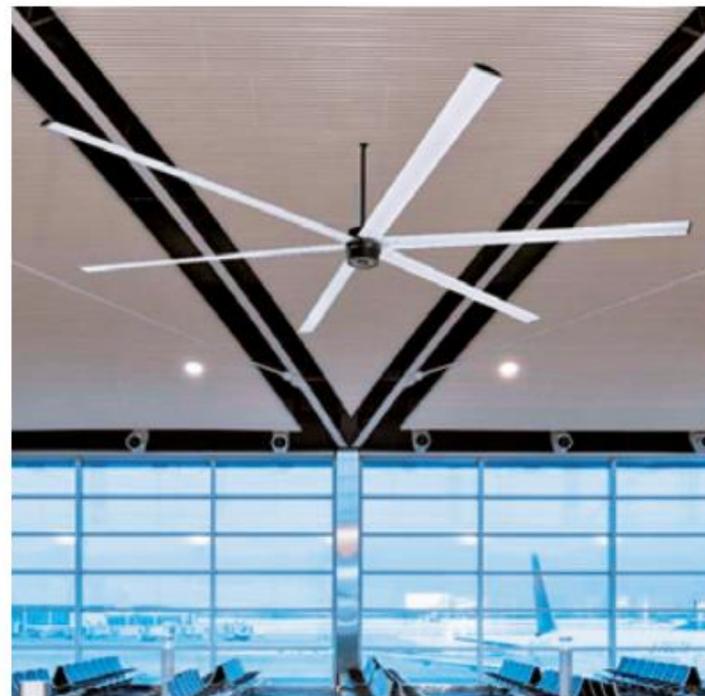


# 2025年3月期 決算説明会

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

2025年6月6日

# 説明内容

---

- 2025年3月期 決算概要
- 2026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

# 2025年3月期 決算概要

# 2025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たことに加え、  
(株)海鮮の連結子会社化により増収増益
- ・ 関係会社株式売却益を特別利益で計上し、当期純利益は計画比30%増で達成

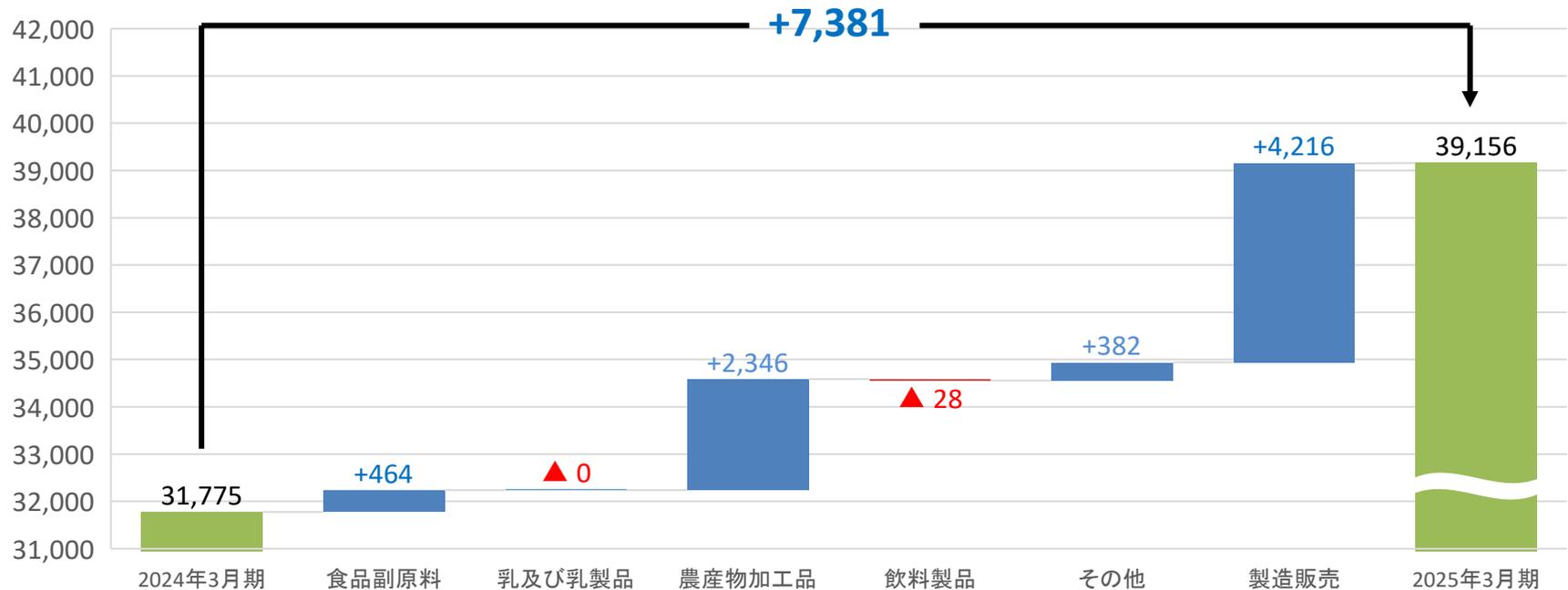
(単位：百万円 未満切り捨て)

	2024年3月期 (実績)	2025年3月期 (計画)	2025年3月期 (実績)	前期比	計画達成率
売上高	31,775	35,000	<b>39,156</b>	123.2%	111.9%
売上総利益 (利益率)	3,264 10.3%	4,057	<b>4,059</b> 10.4%	124.4%	100.1%
販売費及び一般管理費	2,305	3,027	<b>2,896</b>	125.6%	95.7%
営業利益 (利益率)	958 3.0%	1,030	<b>1,162</b> 3.0%	121.3%	112.9%
経常利益 (利益率)	909 2.9%	1,030	<b>1,151</b> 2.9%	126.6%	111.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益 (利益率)	681 2.1%	700	<b>915</b> 2.3%	134.3%	130.7%

# 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、ビタミン類の販売数量が**前期比で増加**
- ・農産物加工品：果汁類、アサイーピューレ等の販売数量が**前期比で増加**
- ・製造販売：(株)海鮮の連結子会社化に伴い**前期比で増加**

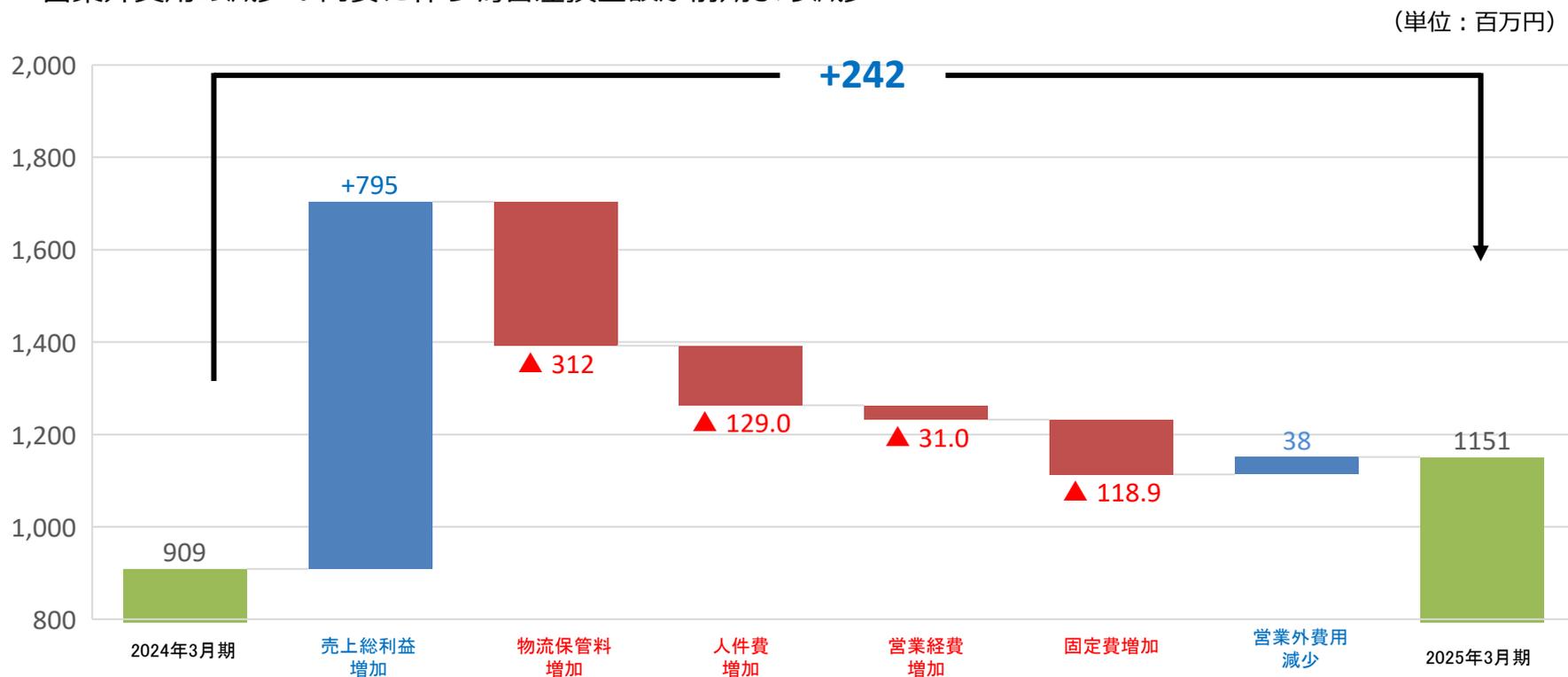
(単位：百万円)



(※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

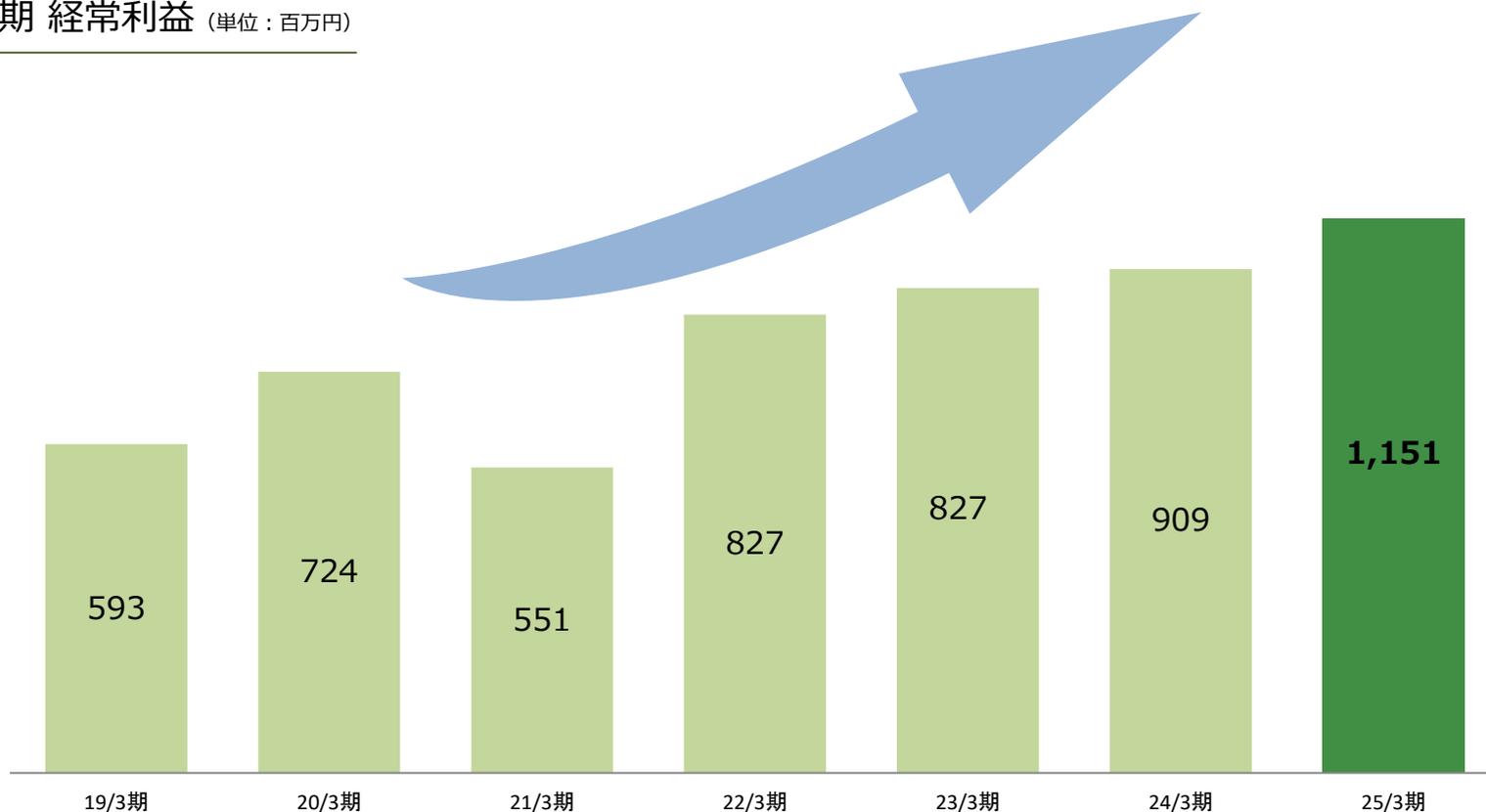
- ・ 売上総利益の増加：卸売事業においては農産物加工品、食品副原料などが前期比で増加  
(株)海鮮の連結子会社化により増益
- ・ 販管費の増加：物流保管料、人件費、固定費等がそれぞれ前期比で増加
- ・ 営業外費用の減少：円安に伴う為替差損金額が前期より減少



# 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並びに新規分野の環境事業が軌道に乗り着実に利益を積上げ、当期においては(株)海鮮の連結子会社化もあり、**通期で過去最高益を更新。**

通期 経常利益（単位：百万円）



# 連結貸借対照表

(単位：百万円)

	2024年3月期	2025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	12,246	<b>14,905</b>	+2,658	+21.7%
固定資産	1,382	<b>1,326</b>	△56	△4.1%
総資産	13,629	<b>16,231</b>	+2,602	+19.1%
負債	9,084	<b>10,965</b>	+1,880	+20.7%
純資産	4,544	<b>5,266</b>	+721	+15.9%
自己資本比率	32.3%	<b>31.6%</b>	—	—
ROA	7.3%	<b>7.7%</b>	—	—
ROE	16.1%	<b>19.2%</b>	—	—

# 連結キャッシュ・フロー

- ・ 営業CF：税金等調整前当期純利益が増加した一方、棚卸資産の増加、仕入債務の減少（前期末休日）により営業CFはマイナス
- ・ 投資CF：子会社株式の取得による収入、貸付金の返済による収入により投資CFは増加
- ・ 財務CF：短期借入金及び長期借入金の借入による収入により財務CFは増加

(単位：百万円)

	2024年3月期	2025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	280	△829	△1,109
投資活動によるキャッシュ・フロー	28	1,020	+992
財務活動によるキャッシュ・フロー	△310	825	+1,135
現金及び現金同等物の増減額	57	+1,007	+950

# 2026年3月期 業績予想

# 2026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、NIITAKAYA USAの連結子会社化に伴う売上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。
- 米国の政策方針の転換や長引く円安の影響に伴う原材料及び資源価格の高騰といった不安材料も想定され、景気の先行きは不透明感が強い。適切な価格転嫁などにより、営業面では着実な利益成長を目指すものの、将来の成長戦略に向けた人材投資やIT・DX推進等により減益を見込む。

（単位：百万円）

	2023年3月期実績	2024年3月期実績	2025年3月期実績	2026年3月期予想	前期比
売上高	31,255	31,775	39,156	40,000	+2.1%
営業利益 (利益率)	942 3.0%	958 3.0%	1,162 3.0%	1,150 2.9%	△1.0%
経常利益 (利益率)	875 2.8%	909 2.8%	1,151 2.9%	1,100 2.7%	△4.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益 (利益率)	580 1.9%	681 1.9%	915 2.3%	700 1.8%	△23.5%
ROA	8.0%	7.3%	7.7%	—	
ROE	15.0%	16.1%	19.2%	—	

# 事業の概況

# OWグループ概要 食と環境を中心に事業展開

## 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

2024年4月グループ加入

## 生姜ガリ・漬物類の米国内製造及び製品卸売

NIITAKAYA  
U.S.A. INC

2025年4月グループ加入

## 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

## 食品関連及び環境関連事業の卸売

## 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

# 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

2025年3月期  
売上構成比率  
**88.2%**

## 製造販売 セグメント

### [KAISENSF] 株式会社海鮮

- ・ 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

### NIITAKAYA U.S.A. INC (2025年4月～加入)

生姜ガリ・漬物類の米国内製造  
及び製品卸売

2025年3月期  
売上構成比率  
**11.8%**

※株式会社サンオーネストは2025年1月に連結除外

# 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

(※セグメント間の内部売上高調整前の売上高比率)



### その他

資材・設備機器  
医薬部外品  
環境事業 他

### 農産物及び同加工品

果汁・野菜汁・茶類・果肉缶詰他



### 飲料製品

PB清涼飲料製品

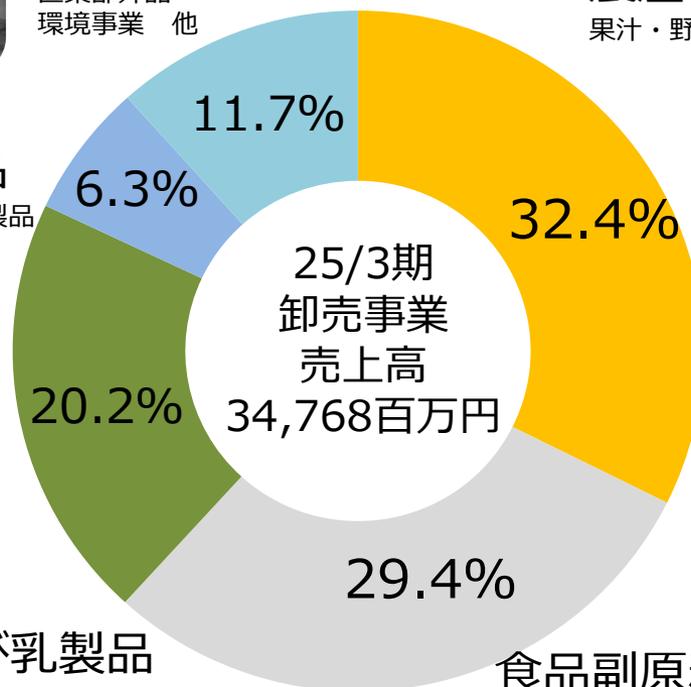


### 乳及び乳製品

業務用殺菌乳・脱脂粉乳  
生クリーム他

### 食品副原料

ビタミンC  
クエン酸・香料他



# 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

- ・ 25/3期取扱量：2,000 t
- ・ 国内シェア：14.0%
- ・ 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

- ・ 25/3期取扱量：13,000 t
- ・ 国内シェア：4.3%
- ・ 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

- ・ 25/3期取扱量：650 t
- ・ 国内シェア：10.0%
- ・ 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

### MacroAir

- ・ 25/3期販売台数：300台
- ・ 国内シェア：10.2%
- ・ 国内でMacroAir代理店契約は当社のみ（独占販売権を取得）
- ・ 大型物流倉庫を中心に、近年では商業施設や公共施設でも採用



# 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



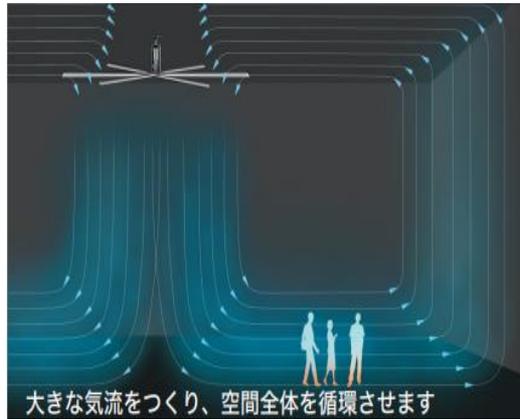
(例) アイスクリームの品質検査

# 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。

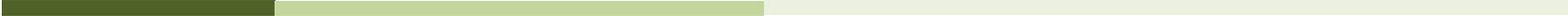
軽量化と耐久性の高さを兼ね備えた業務用シーリングファンが室内の快適な作業環境を実現。エアコンとの併用で空調コストの削減に寄与。大手物流会社や商業施設等からの受注拡大により、当社の収益の柱と位置付けて業容を拡大中。引き続き人員増強を図り、戦略的な営業活動を行う。



GOOD DESIGN AWARD  
2020年度受賞



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 ノズル式スチームトラップ

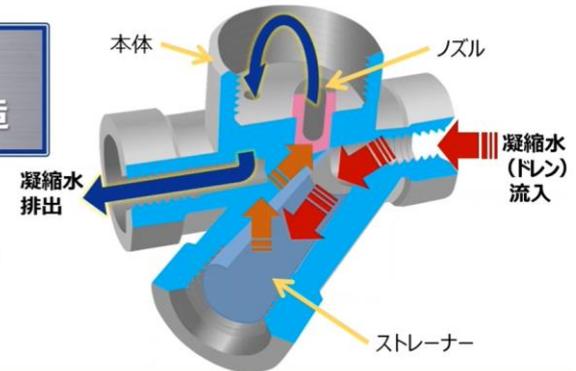
【工場向け蒸気配管のドレン（凝縮水）排出装置】  
 スチームトラップは蒸気配管に溜まった水を自動的に排出する装置。当社は蒸気漏れの削減効果ならびに耐久性の高いノズル式スチームトラップを取扱う。装置導入によってボイラー稼働率低減と燃料費の削減を実現する。



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**

# 製造販売セグメント主力事業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。
- ・例年秋頃まで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原料仕入をすることで在庫リスクを低減
- ・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、**同業他社との差別化を実現**。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。

### 【商品例】



# 製造販売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、仕入先工場から直輸入で仕入を行っている

【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）】



# 製造販売セグメント新規事業 NIITAKAYA U.S.A INC

(2025年4月参入)

## 会社概要

社名	NIITAKAYA U.S.A INC
事業内容	漬物がり生姜製造販売及びテナント販売
所在地	(本社及び工場) 1801 Aeros Way Montebello, CA 90640 (店舗) ニュージャージー、サンノゼ、トーランス
設立	1983年5月
資本金	851千米ドル
売上高	13,761千米ドル (2024年12月期)



NIITAKAYA U.S.A. Inc 本部・工場  
カリフォルニア州 モンテベロー市



# NIITAKAYA U.S.A の強み・特性

---

## ● 北米において圧倒的なブランド力

- ガリ生姜をはじめ日本式漬物では、米国内すし外食チェーン業界で **7割程度のシェア**を誇っている。
- 日本式漬物といえば“NIITAKAYA”と知れ渡っており、ブランド化している

## ● 強固な取引先ネットワーク

- 寿司マーケットの上位3割の企業と取引あり。
- **北米大手の日本食ベンダー**と強固な繋がりがあり、PB商品も受託。  
その他多くの有名レストラン、寿司チェーンのPB商品も製造。

## ● 長年の実績により築き上げた信頼関係

- 北米に進出して40年と長年の実績。

# 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

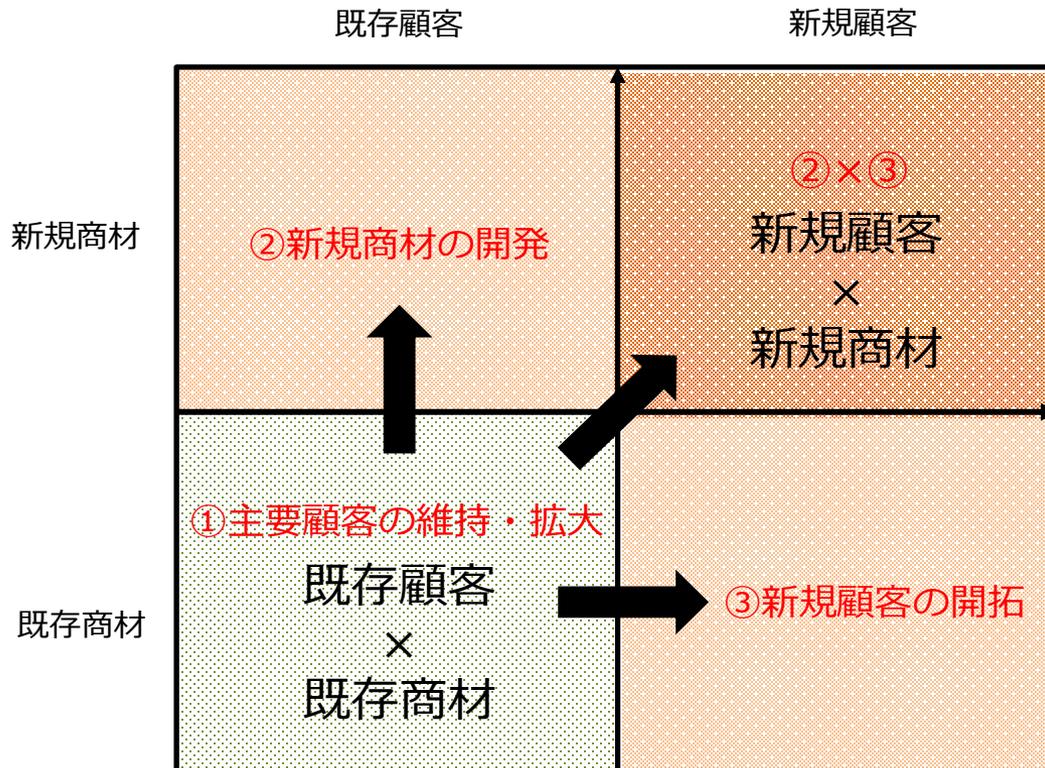
食品飲料分野での食品・飲料事業

### 【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】

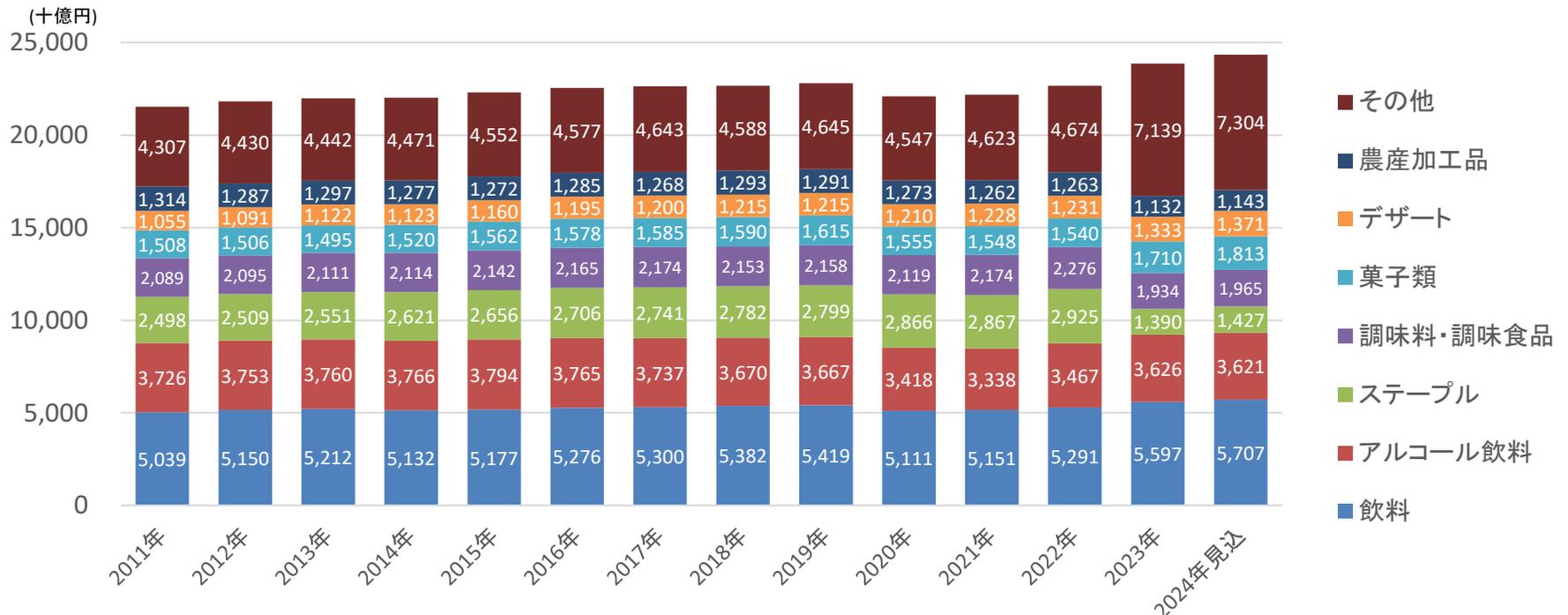


### 【市場環境】

- ・清涼飲料の市場規模は約5兆円。近年は猛暑などの天候要因に加えて、付加価値を訴求することで需要獲得し市場成長が続く。
- ・2024年は円安傾向や原料高騰などの影響でコストが高止まりするなか、消費者の節約志向が重なり、PB や国産ミネラルウォーター類への需要集中が続く

# 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)

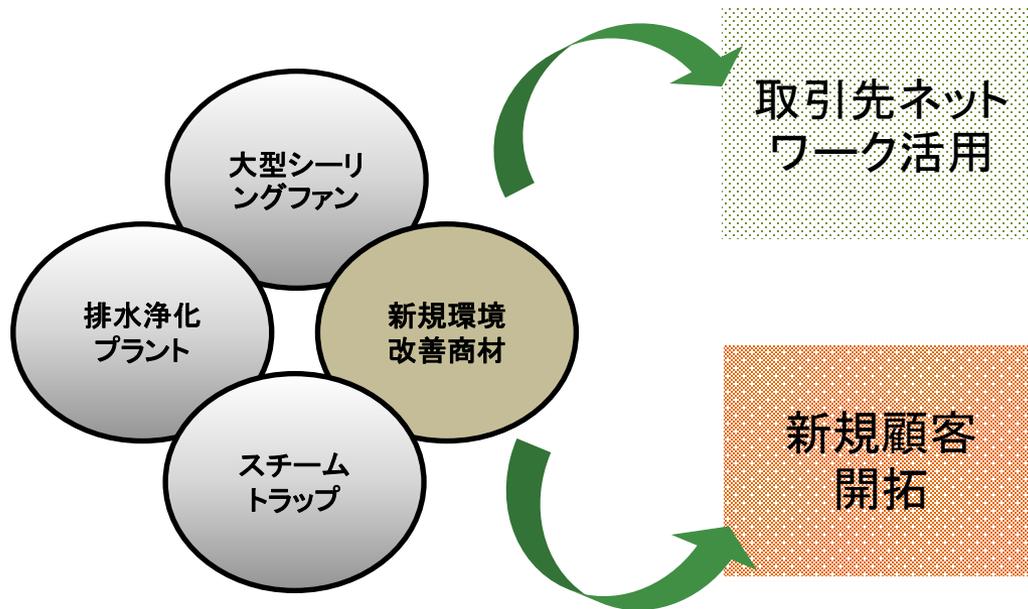
### 【市場環境】

- ・国内加工食品の市場規模は約24兆円。飲料、アルコール飲料、ステープル（冷凍米飯、パックご飯、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5割を占める
- ・2023年は猛暑による夏場需要の増加によって清涼飲料類、アルコール飲料が好調に推移し、更各カテゴリーに価格改定による単価上昇が市場の拡大に寄与、2024年も同様の傾向が続く

# 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】

食品・飲料原料業界において長年に渡り築きあげてきた販売ネットワークに環境関連商材を乗せていく

**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

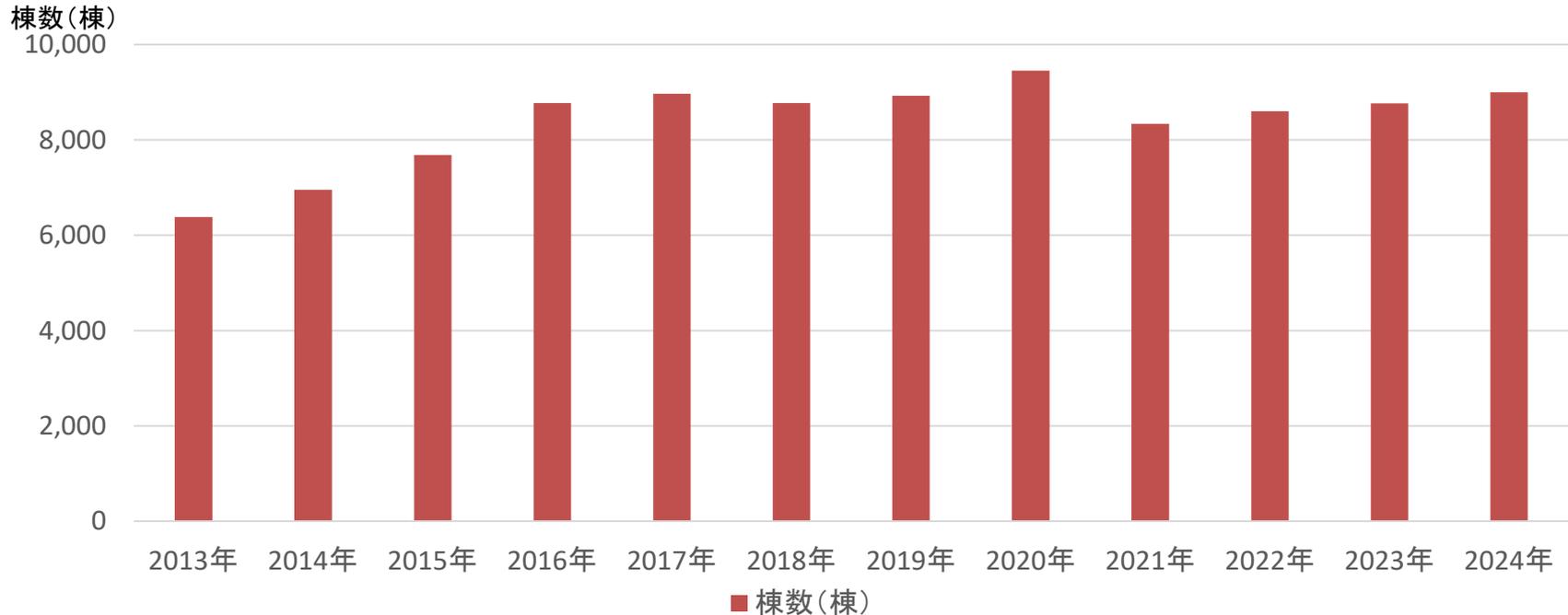
例) 空調省エネ機器α-HT




# 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：事業用新設倉庫の建築棟数の推移】



(出所：E-stat 政府統計の総合窓口、建築着工統計調査より建築主が会社を抜粋しデータを当社で加工)

#### 【市場環境】

2024年は約9,000棟の倉庫が新設された。前年に対して微増。

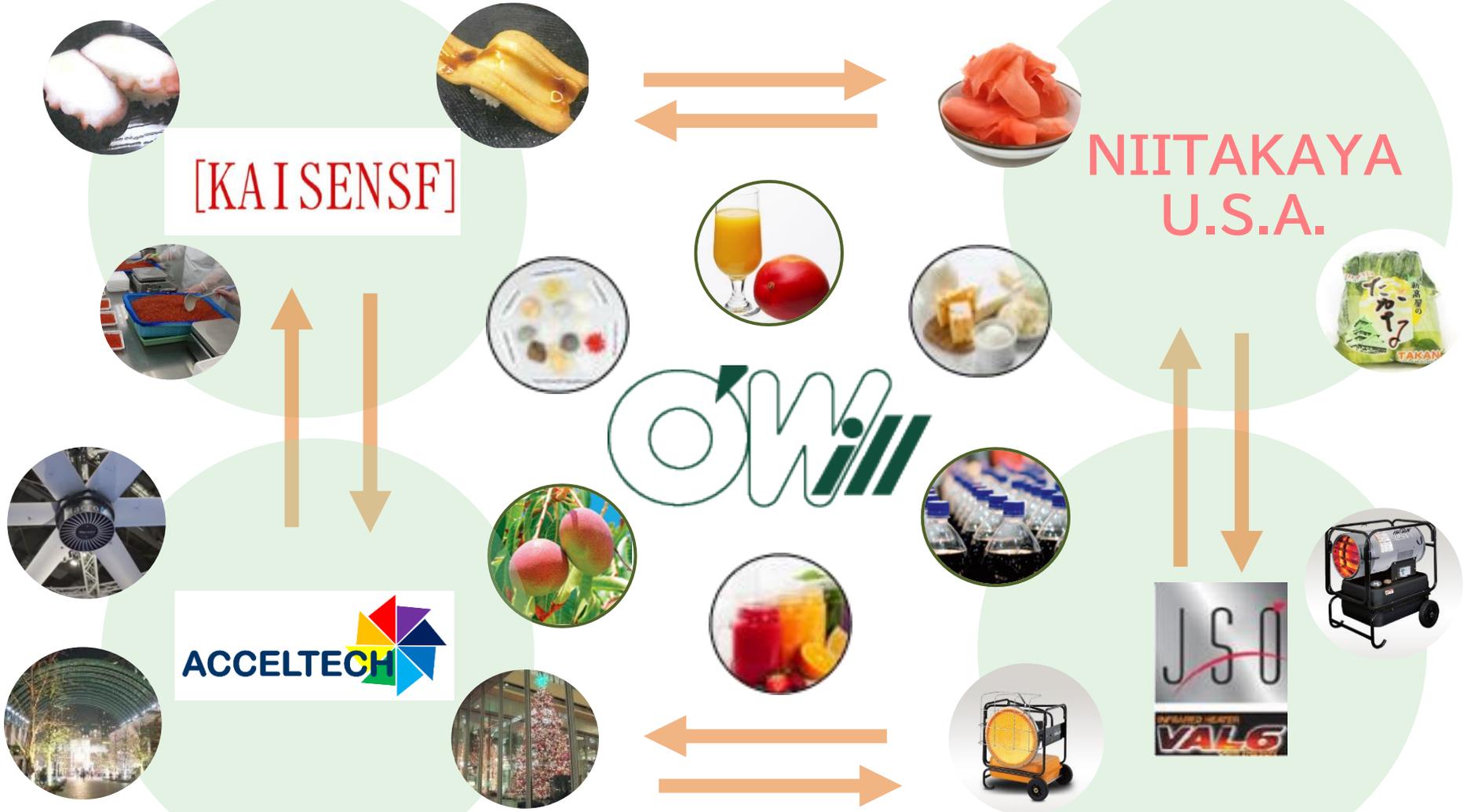
→シーリングファンの設置台数に換算すると、8,000～9,000台/年の市場ポテンシャルが見込まれる。

# 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



# 株主還元

# 株主還元 基本方針と配当政策

## 【基本方針】

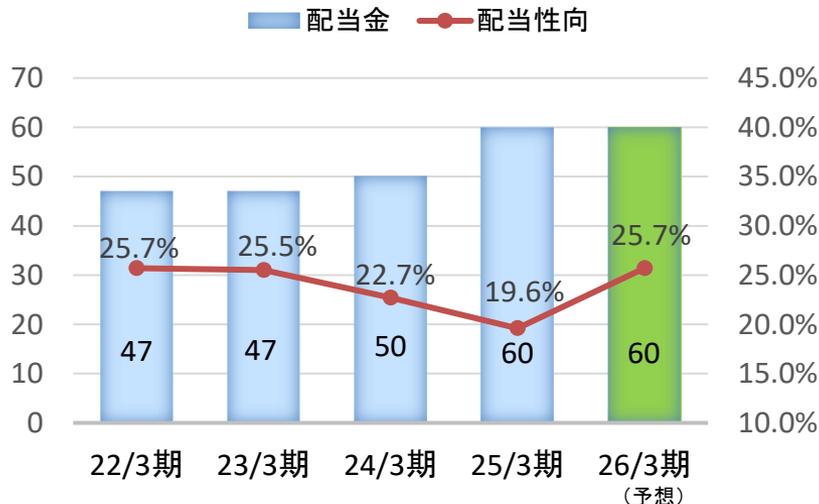
- 企業価値向上に向けた成長投資を第一優先。
- 連結業績を勘案し、安定的且つ継続的に還元。



**上記方針に基づき、2026年3月期の期末配当は60円を予想。**

### 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

