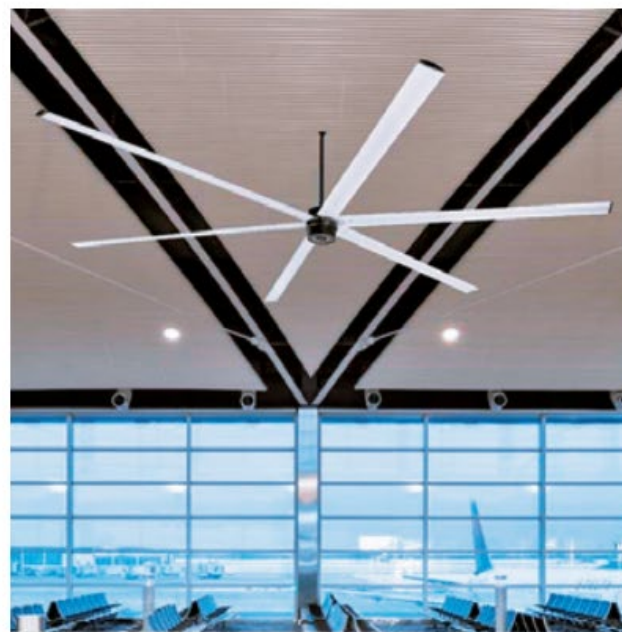


オーウイル株式会社 会社説明会



2025年9月17日

東証スタンダード市場（証券コード：3143）

説明内容

- 1 .会社概要
- 2 .成長戦略
- 3 .サステナビリティと株主還元

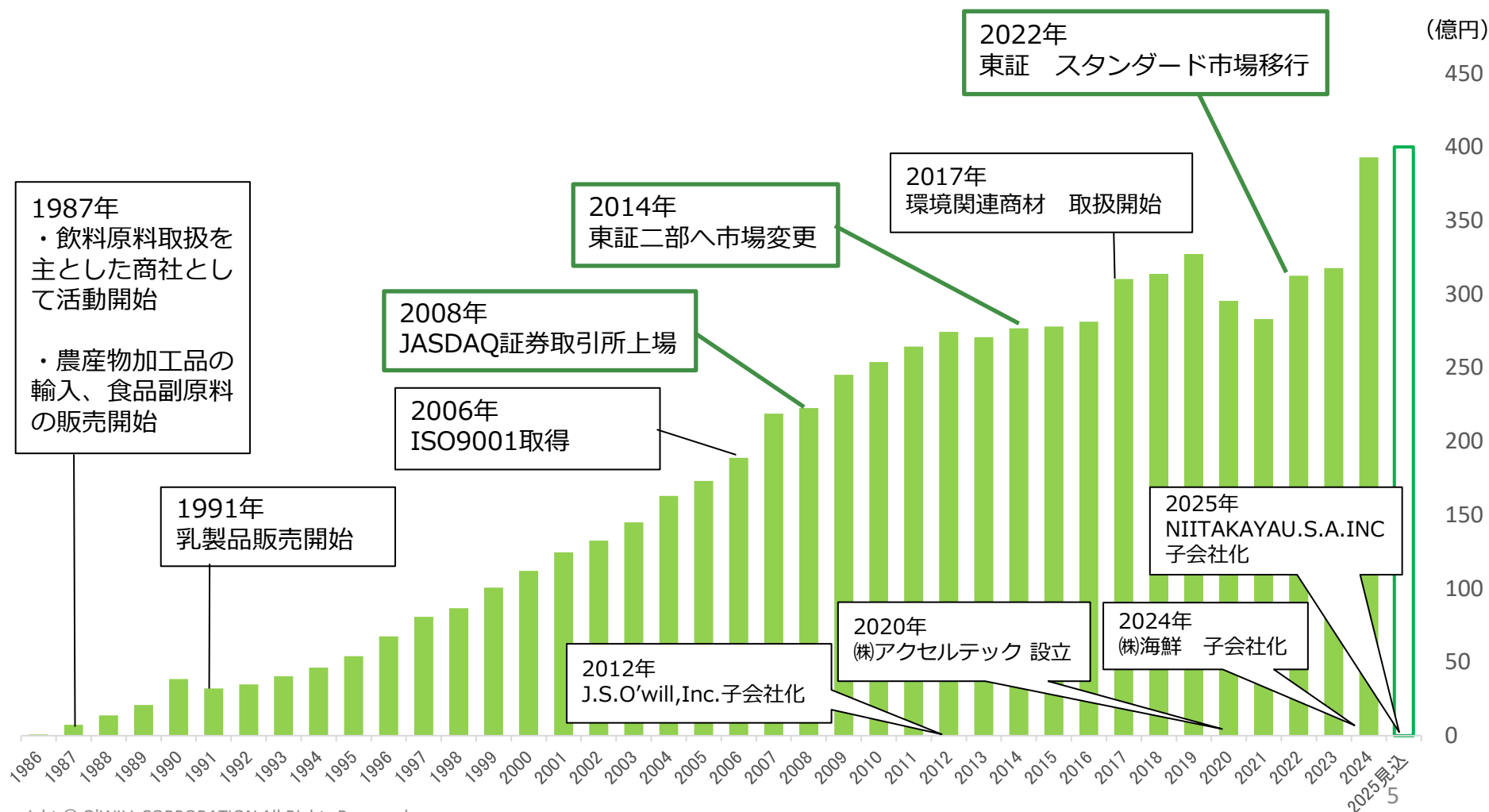
会社概要

会社概要

商号	オーウイル株式会社 (O'will Corporation)
設立	1986年7月
代表者	代表取締役社長 伊達 一紀
主力事業	食品・飲料原料等の輸出入及び国内販売
資本金	3億6,300万円
所在地	東京都港区北青山1-2-3青山ビル12階
年商	391億円（2025年3月期連結）
従業員数	85名（2025年3月期連結）
関係会社	国内2社、海外（北米）2社

沿革 1986年の設立から着実に成長

食品飲料向け原材料卸売をメインに事業を展開しながら、現在までに4つの会社をM&Aによりグループ化
(2025年3月期は連結売上高**390億円**越えを達成)



グループ概要 食と環境を中心に事業展開

[KAISENSF]

水産加工販売事業

- ・魚卵輸入及び加工販売
- ・鮮凍魚介類の輸入販売及び国内買付販売

NIITAKAYA
U.S.A. INC

生姜ガリ・漬物類の
米国内製造及び製品卸売

2025年4月グループ加入



食品飲料原料及び環境関連製品卸売

- ・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



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



業務用ヒーター卸売

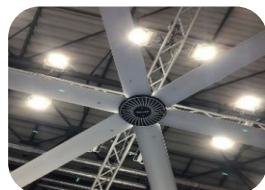
- ・業務用ヒーターの輸入販売
- ・飲料事業の北米展開拠点

事業セグメント概要

卸売事業



売上構成比 **88.2%**



- ・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
- ・業務用ヒーターの輸入販売

製造販売



売上構成比 **11.8%**



- ・魚卵輸入及び加工販売
- ・鮮凍魚介類の輸入販売及び国内買付販売
- ・生姜ガリ・漬物類の米国内製造及び製品卸売

※2026年3月期より

※売上構成比は2025年3月期時点

卸売セグメントカテゴリ別売上高内訳



環境事業・他

環境関連商品・資材設備機器
医薬部外品他

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



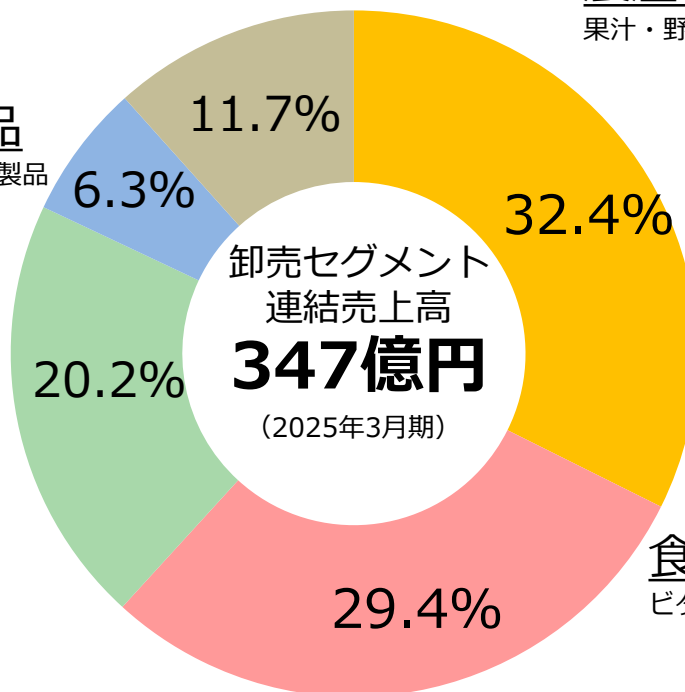
乳及び乳製品

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



※売上高比率はセグメント間内部売上高調整前

卸売セグメント【食品】

食品飲料向け原材料

【食品副原料】



ビタミンC、クエン酸、
食品添加物、香料等

飲料・食品



【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

卸売セグメント【環境】

大型シーリングファン

【業務用大型シーリングファン（MacroAir）】

- ・ 当社は2017年に米国MacroAir社と日本国内総代理店契約を締結
- ・ MacroAir1台で扇風機50台分以上の風量を発生
- ・ 物流倉庫・工場・スポーツ施設・商業施設等からの受注拡大により当社の成長の柱と位置付け
- ・ 空調機との併用により**冷暖房効率向上による省エネ効果を実現**
- ・ 近年では**熱中症対策としての需要が高まり、更に業容を拡大中**



【複合商業施設設置内、設置事例】
（モリパーク アウトドアヴィレッジ 東京都）

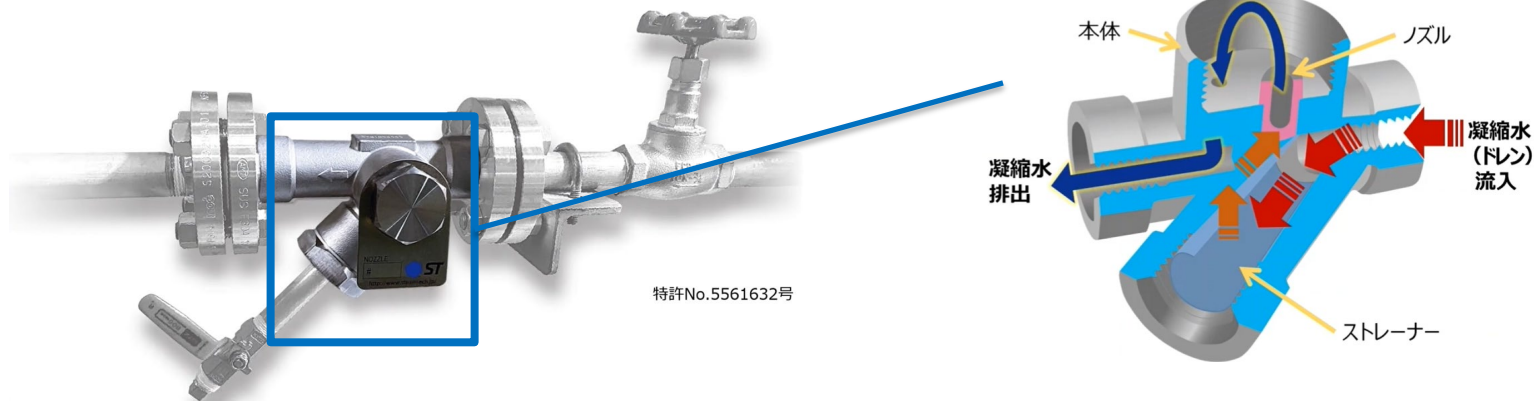
大型シーリングファンの導入事例

卸売セグメント【環境】 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
- ・ 当社は弁などの可動部がなく耐久性の高いノズル式スチームトラップを取扱い
- ・ 導入によって蒸気漏れの削減効果、ボイラー稼働率低減と燃料費の削減を実現
- ・ **CO2排出量の削減効果により、環境及び社会課題の解決に寄与**

【ノズル式スチームトラップの構造】



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

卸売セグメント特徴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



卸売セグメント特徴② シェアNo.1戦略

【具体的戦略】

- ・ **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、次なるシェアNo.1商品の開発および育成に注力

シェアNo.1商品の例

ビタミンC

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

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

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



大型シーリングファン

- ・ **国内シェア：10.2%**
- ・ 25/3期販売台数：300台
- ・ 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



※国内シェア当社調べによる

卸売セグメント特徴③ 品質管理体制の構築

- ・ **品質マネジメント課による当社独自の品質管理体制を構築**
→営業担当者と連携し、顧客の細かな品質要求に応えた商品を提供
- ・ **生産工程のプロセス全体にわたり品質確認を実施**
→生産現場（※現地）に赴くことで、潜在リスクの洗い出し及び予防策を講じることが可能
- ・ **品質管理委員会開催（年12回）**
→食品衛生法などの関連法規アップデートを社内展開
→最新の法的要件の適合が確認できた安心・安全な商品を顧客に提供
- ・ **食品関連学会及び研究会参加**
→業界動向を注視し、最新情報の取得及び社内提供を担う

【品質確認業務（例）】



茶園訪問



インド産マンゴーの選別立ち会い



ブラジル産アサイーの品質調査

製造販売セグメント主力事業① 魚卵の加工販売

【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】



(いくら)



(とびこ)

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

製造販売セグメント主力事業② 寿司ネタの卸売



【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月グループ加入)

会社概要	
社名	NIITAKAYA U.S.A INC
事業内容	生姜ガリ・漬物類の米国内製造及び製品卸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、サンディエゴ
	 (本社・工場外観)
設立	1983年5月
資本金	85万1,000米ドル
売上高	1,376万1,000米ドル (2024年12月期)

NIITAKAYA U.S.A の強み・特性

・北米における圧倒的なブランド力

- ・ガリ生姜をはじめ日本式漬物では、米国内寿司外食チェーン業界で**7割程度のシェア**を誇る。
- ・米国内で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商品も受託する他、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40年の長年の実績による信頼関係が強み。

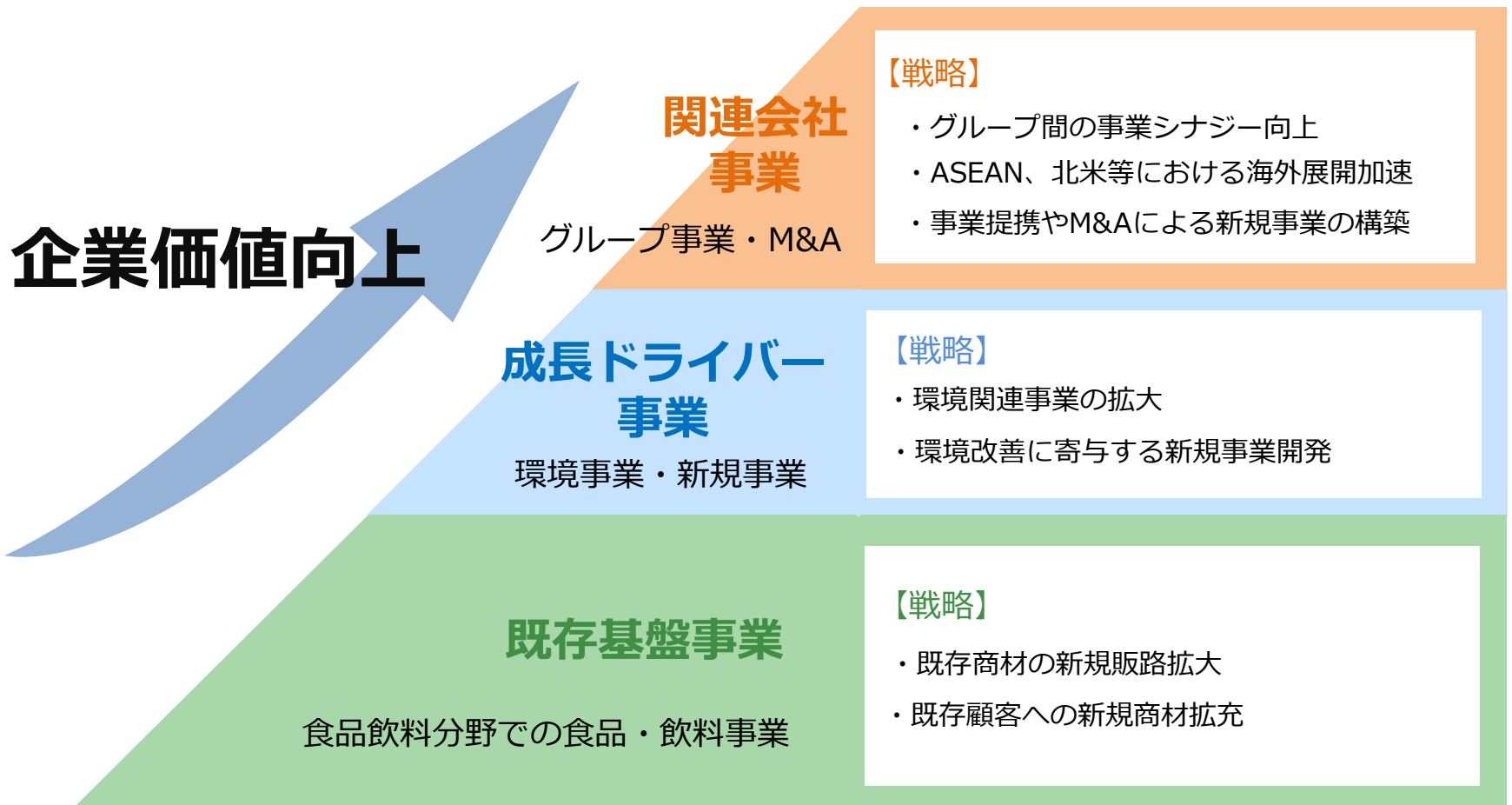
【商品例】



成長戦略

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し**企業価値向上**を図る

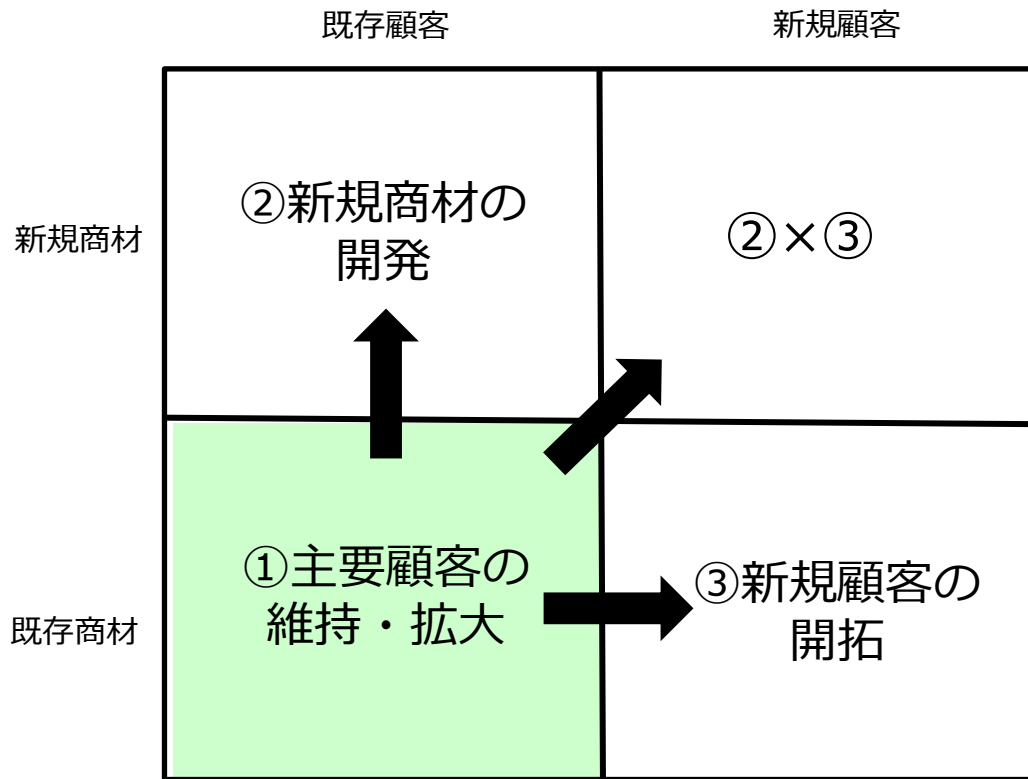


成長戦略

既存基盤事業

(食品飲料原料の卸売)

【具体的戦略】 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



①主要顧客の維持・拡大

- ・顧客ニーズの深堀り=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

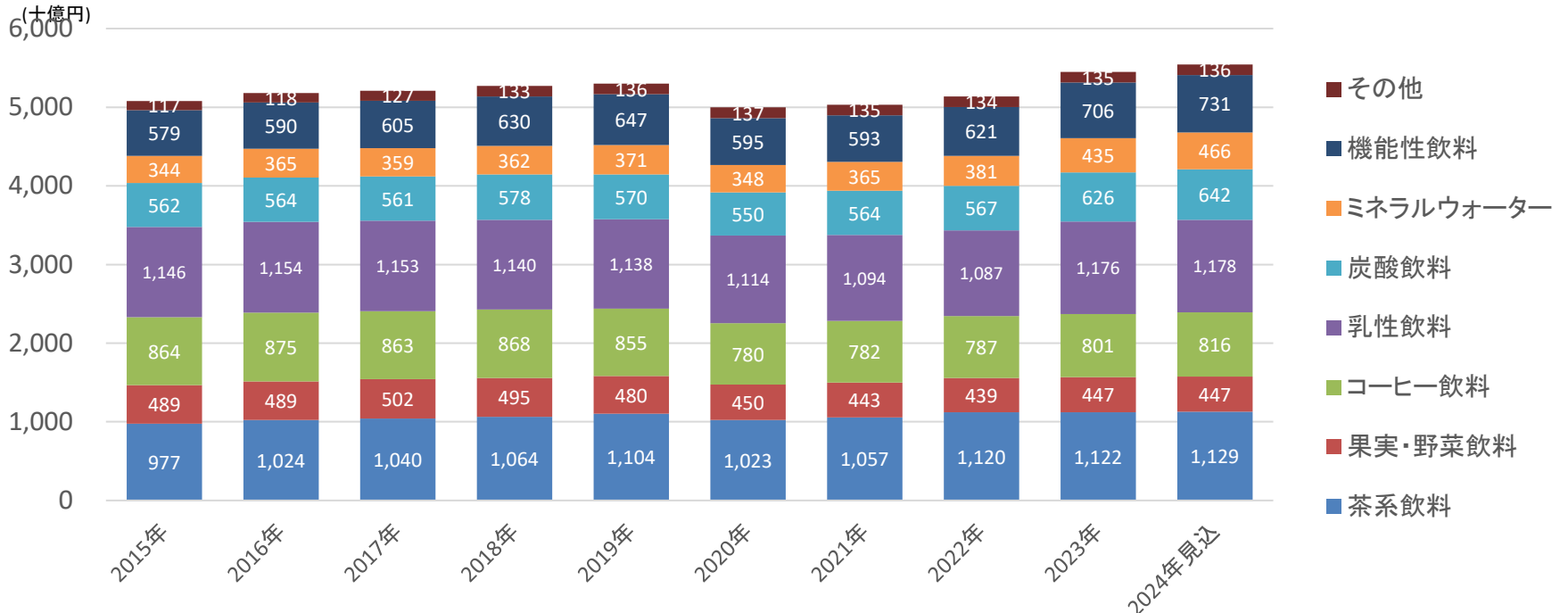
- ・ポテンシャルのある大口顧客の開拓～ワンストップサービスの実現
- ・海外ネットワークを活用した食品輸出等の海外展開の強化

成長戦略

既存基盤事業

(食品飲料原料の卸売)

【国内 清涼飲料市場規模の推移】



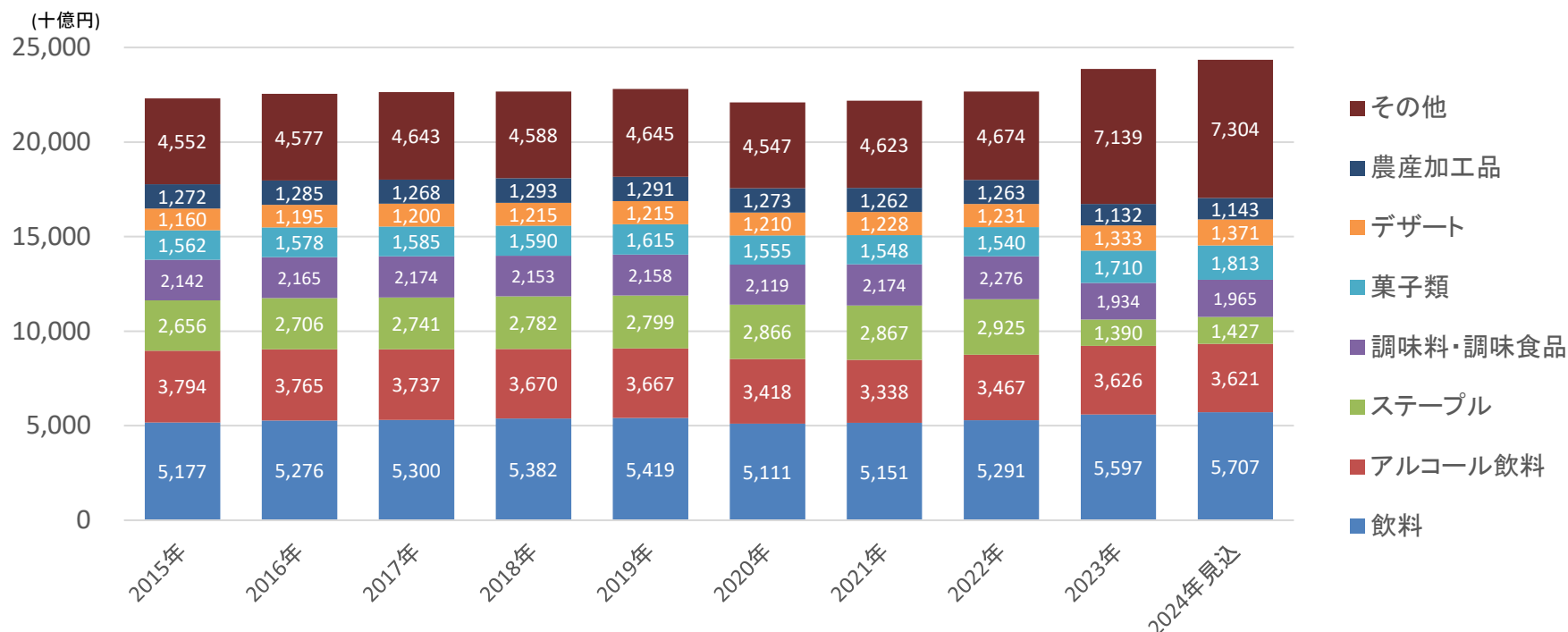
【市場環境】

- ・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

既存基盤事業（食品飲料原料の卸売）

【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)

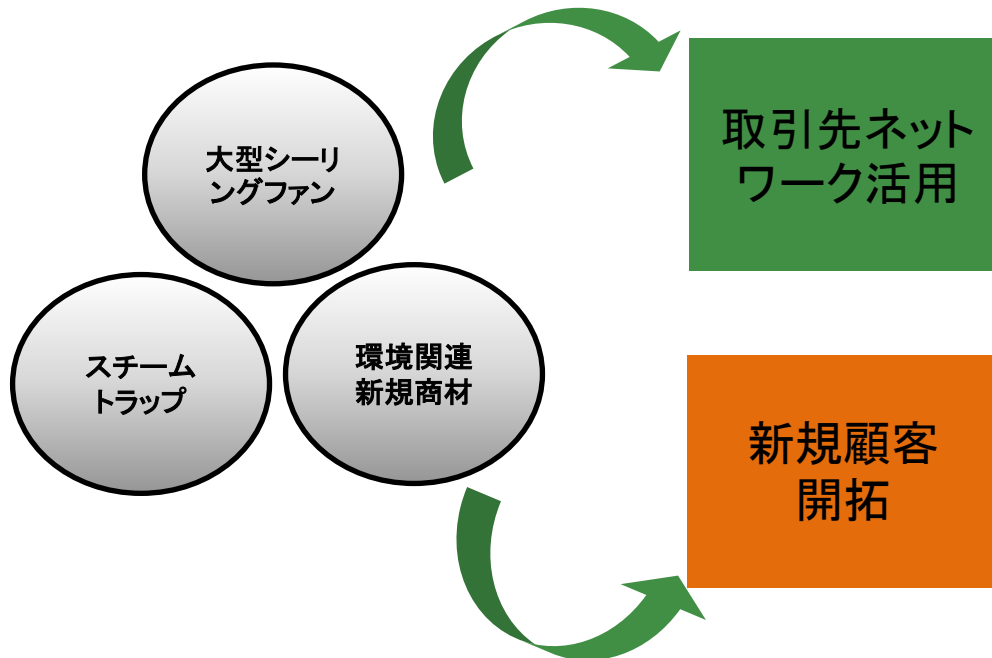
【市場環境】

- ・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、更に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

成長ドライバー事業（環境関連商材）

【具体的戦略】 食品飲料原料業界に長年に渡り築いた販売ネットワークを活用し環境関連商材を販売



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

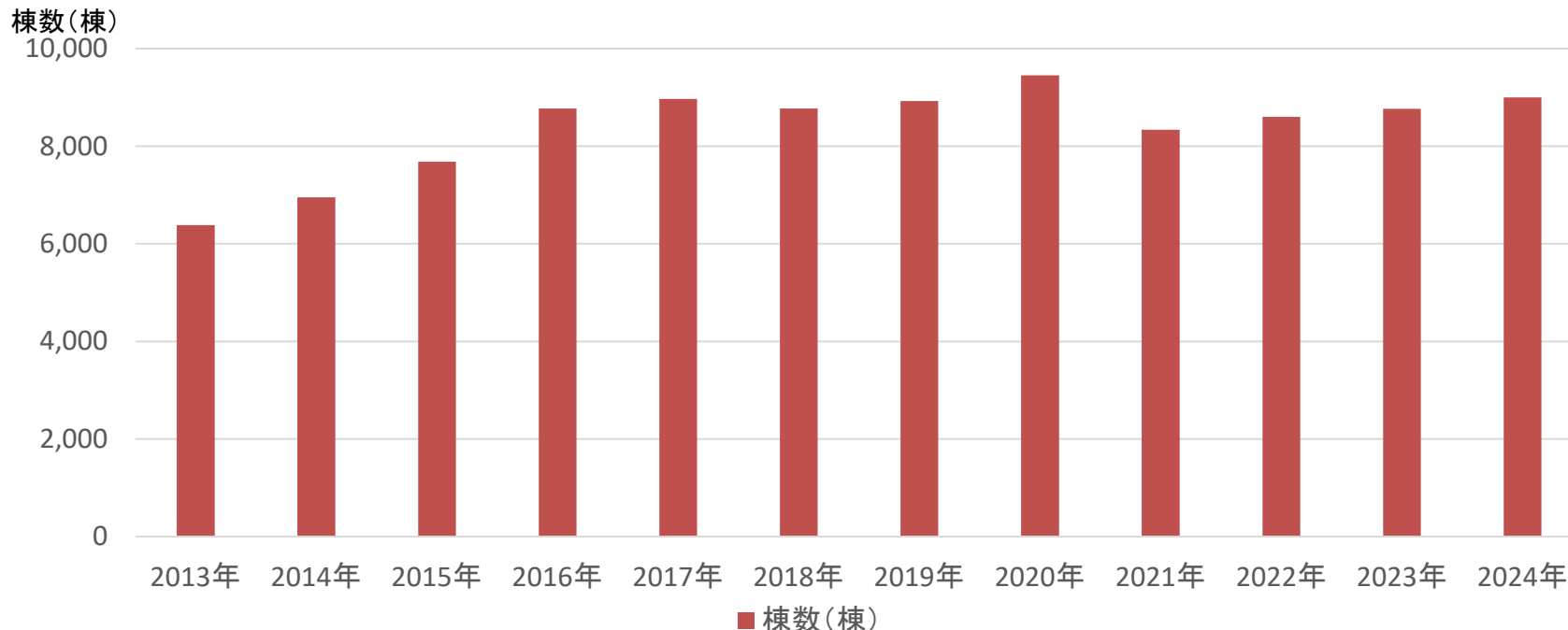


α-HT®





【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】

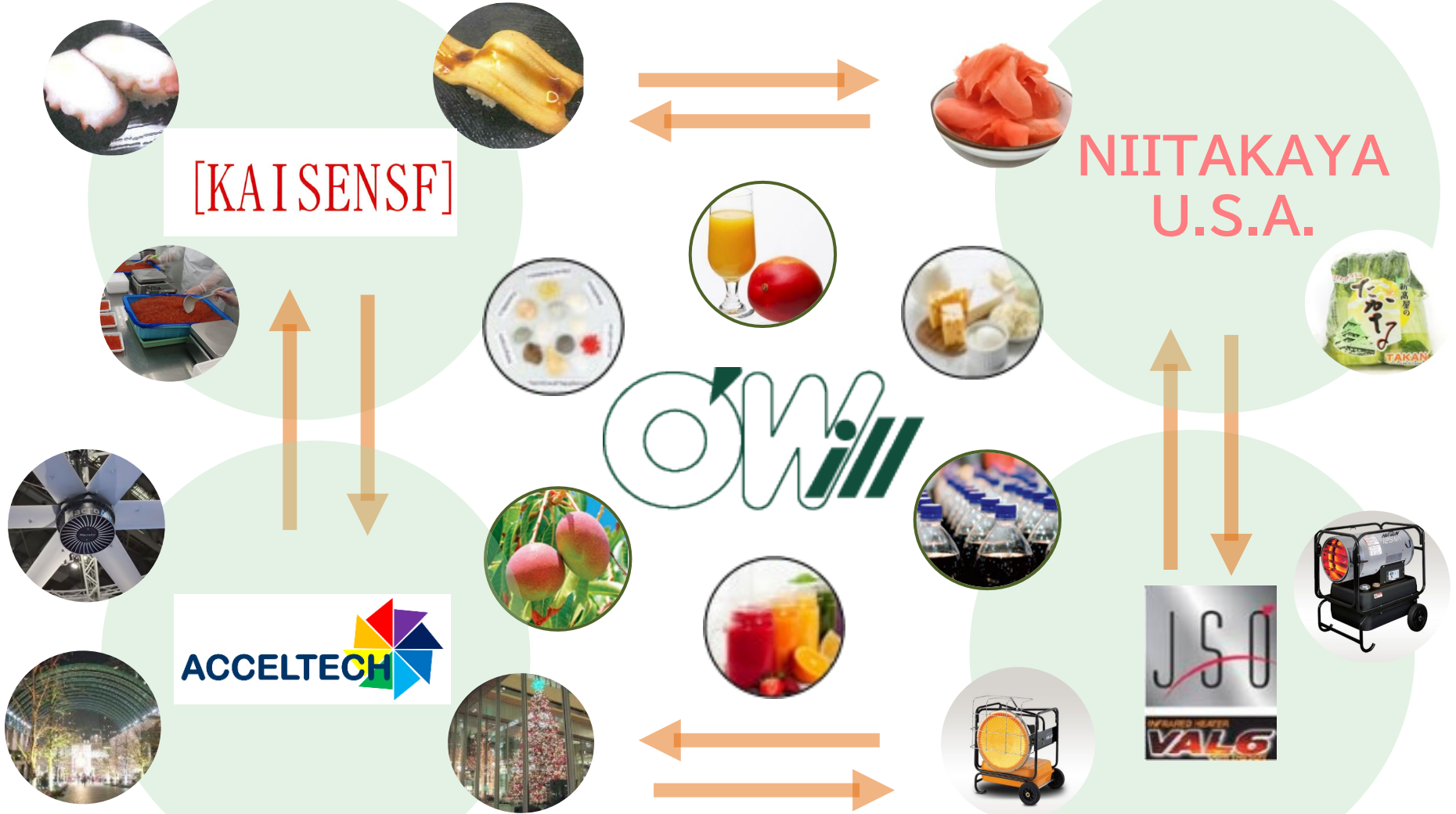
2024年は約9,000棟の倉庫が新設された。前年に対して微増。

→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

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



サステナビリティと株主還元

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 基本方針と配当政策

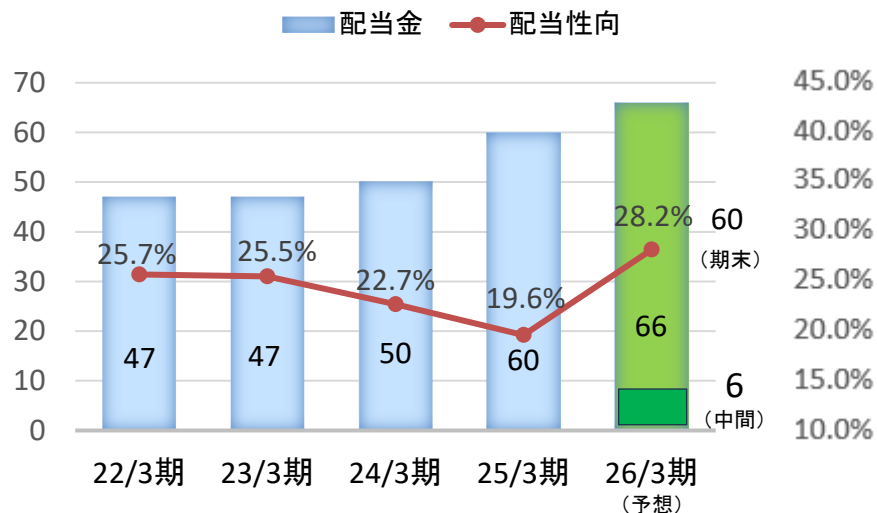
- 【基本方針】
- 企業価値向上に向けた成長投資を第一優先。
 - 連結業績を勘案し、安定的且つ継続的に還元。

2026年3月期は**中間配当を実施し**年間配当**66円**を予想

※年間配当金額は株式分割前換算

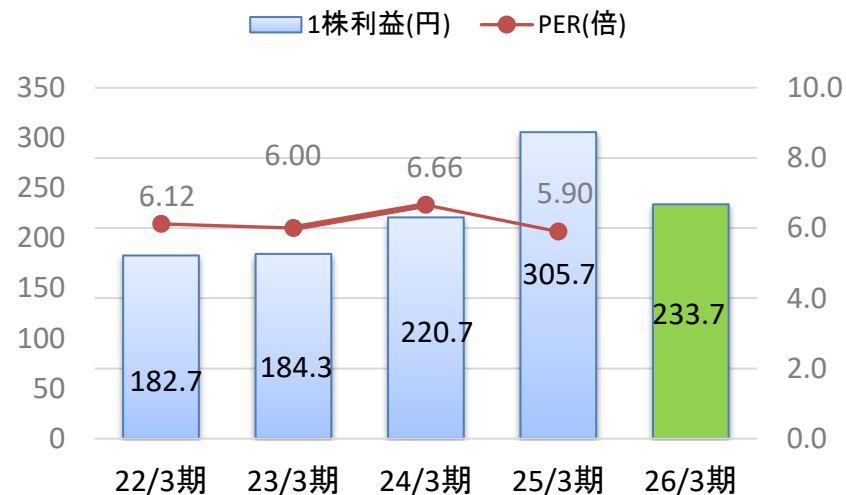
1株当たり配当金と配当性向

(単位：円 / 配当性向：%)



1株当たり利益とPER

(単位：円 / PER：%)



株式分割

当社株式の流動性の向上及び投資家層の更なる拡大を図るため株式分割を実施

分割比率 **1 対 3**

分割基準日：2025年09月30日（火） / 効力発生日：2025年10月1日（水）

例）株価2,100円の場合の1単元購入資金

分割前

21万円／100株



分割後

7万円／100株



本資料で記述されている業績予想並びに将来予想は、発生時点で入手可能な情報に基づき当社が判断した予想であり、潜在的なリスクや不確実性が含まれています。従って、様々な要因の変化により、実際の業績は記述されている将来見通しとは大きくことなる結果となる可能性があることをご承知おきください。