

# 2026年 2 月期 第 3 四半期決算説明資料

2026年 1 月14日

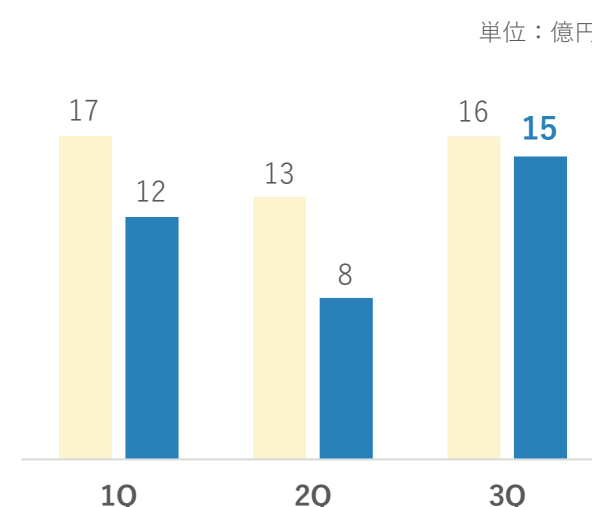
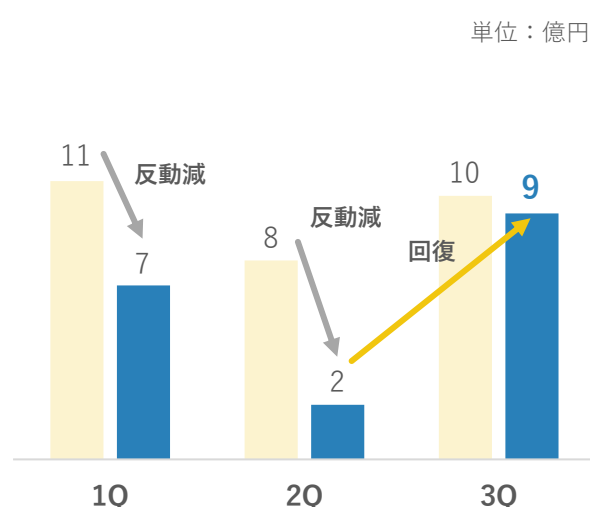
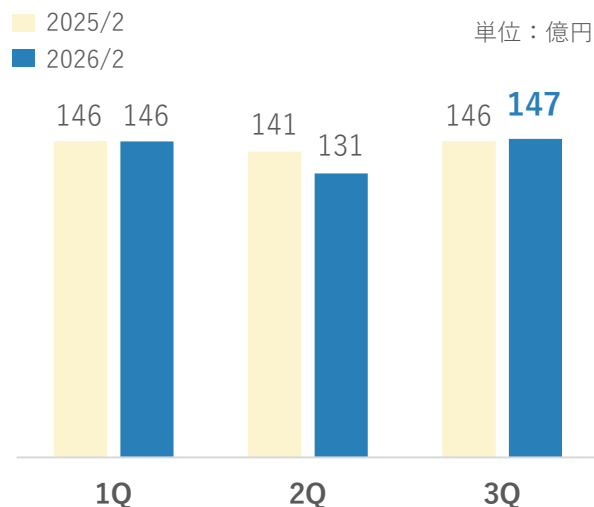
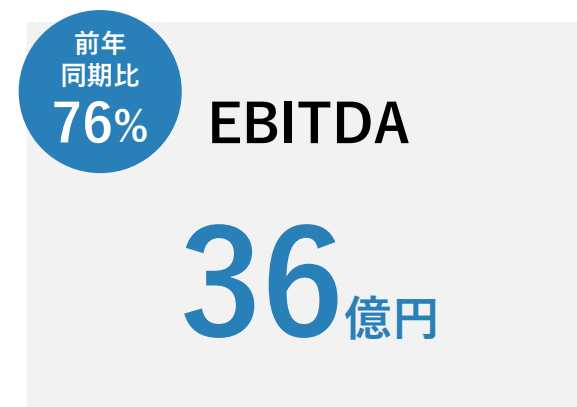
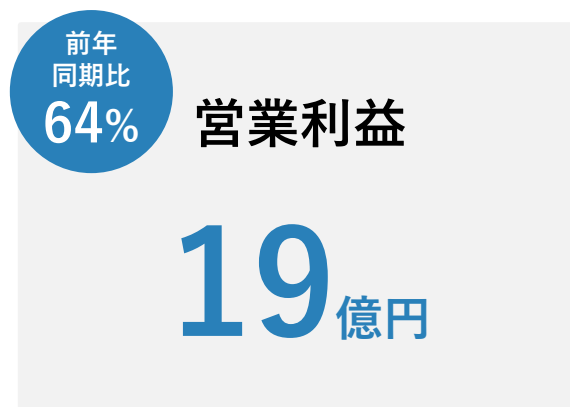
株式会社ヨシムラ・フード・ホールディングス（証券コード：2884）

- | **1**      2026年 2 月期 3 Q決算ハイライト
- | **2**      2026年 2 月期 3 Q決算詳細
- | **3**      2026年 2 月期 3 Qトピックス
- | **4**      当社について
- | **5**      Appendix

# 2026年 2 月期 3 Q決算ハイライト



上半期は前年同期の反動減により減益となったものの、3Qは回復。



(注) EBITDA = 営業利益 + 償却費（減価償却、のれん）+ M&A取得関連費用

ホタテ事業は、上半期は前年同期の反動減により減益となったものの、3Qは回復。業績回復に伴い、各段階利益の上方修正を実施。

	2025年2月期 3Q		2026年2月期 3Q		前年 同期比	2026年2月期 業績予想（修正後）	
	構成比		構成比			通 期	進捗率
売上高	43,351	100.0%	42,486	100.0%	▲ 2.0%	56,400	75.3%
営業利益	2,999	6.9%	1,918	4.5%	▲ 36.0%	2,800	68.5%
経常利益	3,060	7.1%	1,984	4.7%	▲ 35.1%	2,800	70.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,246	2.9%	1,018	2.4%	▲ 18.3%	1,600	63.6%
EBITDA	4,863	11.2%	3,696	8.7%	▲ 24.0%	5,000	73.9%

上方修正

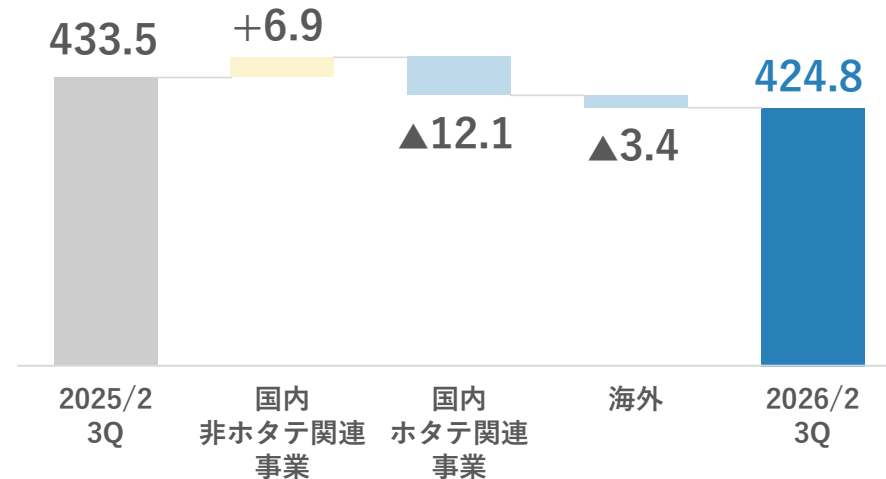
- 国内事業のうちホタテ関連事業は、上半期は、ホタテ貝柱の販売量の減少（在庫増加）に加え、前年同期に実施した中国による日本産水産物の輸入禁止措置を受けて帳簿価額を引き下げた棚卸資産の販売がなくなったことの反動減（一過性要因）により減収減益となる。3Qは、ホタテの販売価格の上昇及び販売強化により回復。
- 海外事業は、シンガポールにおける外食・ホテル向けの売上が減少したことに加え、前年同期に実施したホタテの原料販売がなくなったことにより減収減益となる。
- 3Qからの業績回復により、各段階利益を上方修正。マルキチにおける賠償金の受領及び3Q時点の為替差益を考慮。

(注) EBITDA = 営業利益 + 償却費（減価償却、のれん）+ M&A取得関連費用

ホタテを除く国内事業は増収となったものの、ホタテ事業及びシンガポールにおける売上高が減少したことにより、前年同期比でわずかに減収となる。

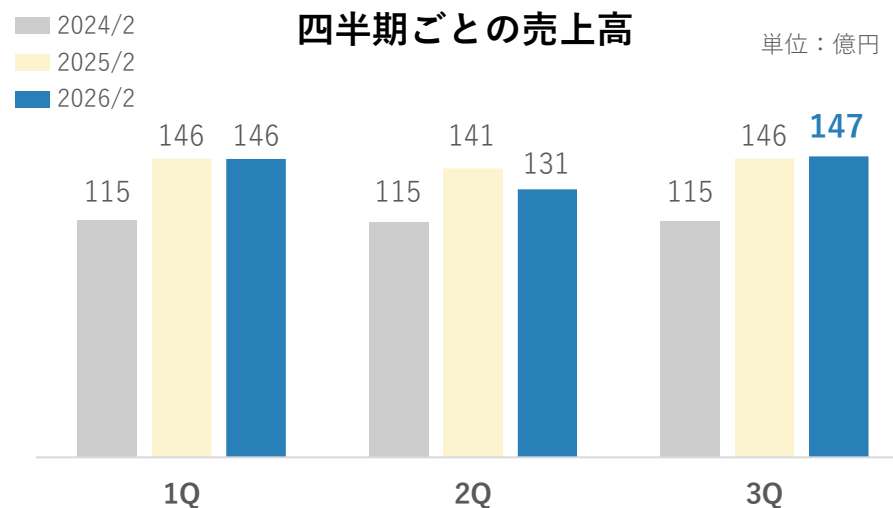
売上高の内訳

単位：億円



四半期ごとの売上高

単位：億円



## 売上高

前年同期比

424.8億円 ▲2.0%

### ■ 国内事業

非ホタテ関連事業は経営改善支援の効果等により増収となったものの、ホタテ関連事業は、相場上昇によりホタテの販売単価が上昇した一方、販売量が減少（在庫量増加）したことで減収となる。

### ■ 海外事業

Examas及びEquipmaxの連結開始による増収効果はあったものの、シンガポールにおいて、外食・ホテル及び小売店向けの販売が低迷したことにより減収となる。

帳簿価額を引き下げたホタテの販売がなくなったことによる反動減（一過性要因）に加え、シンガポールにおける売上減少の影響により減益となる。一方、3Qは回復。

## 営業利益

前年同期比

19.1億円

▲36.0%

### ■ 国内事業

非ホタテ関連事業は、経営改善支援の効果等により増益となる。

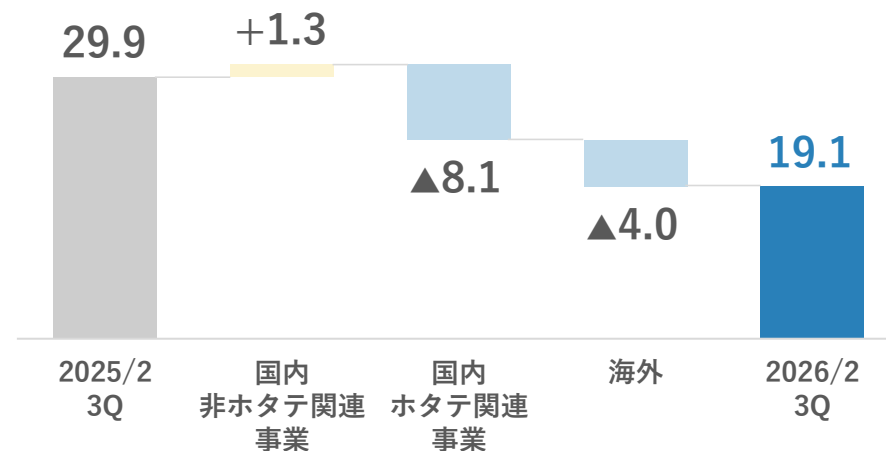
ホタテ関連事業は、上半期は、前年同期に実施した中国による日本産水産物の輸入禁止措置を受けて帳簿価額を引き下げた棚卸資産の販売がなくなった反動（一過性要因）により減益となる。一方、3Q単体では、ホタテの販売価格の上昇及び販売強化により回復。

### ■ 海外事業

シンガポールにおいて、外食・ホテル及び小売店向けの販売が低迷したこと、及び前期に行ったホタテの原料販売が当期はなくなったこと等により減益となる。

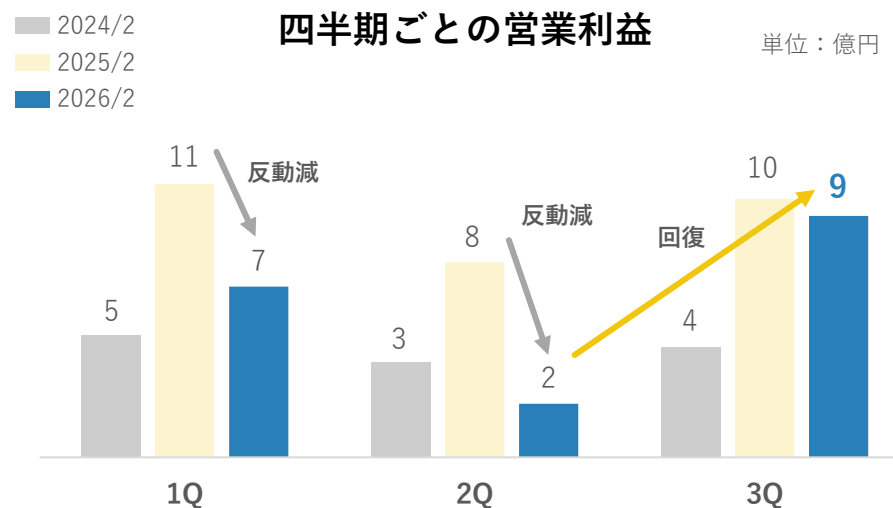
## 営業利益の内訳

単位：億円



## 四半期ごとの営業利益

単位：億円



## 経常利益及びEBITDAの推移

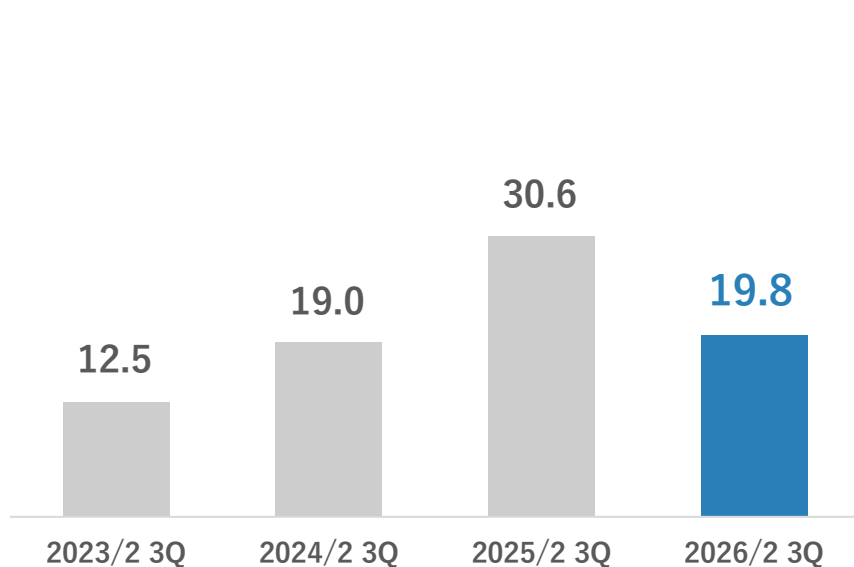
経常利益は、為替差益256百万円（前年同期は為替差損52百万円）等を計上したことで増加したものの、営業利益の減少により減少。

### 経常利益

前年同期比

**19.8**億円 **▲35.1%**

単位：億円

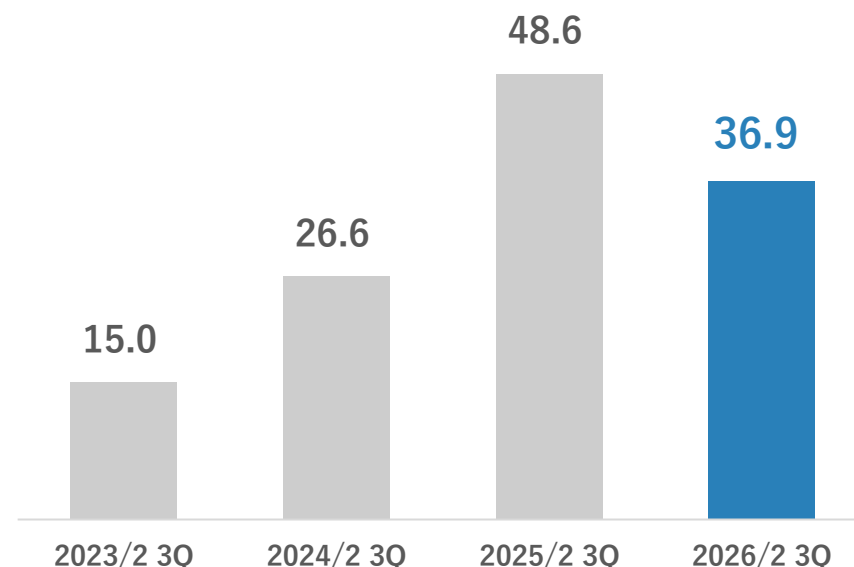


### EBITDA

前年同期比

**36.9**億円 **▲24.0%**

単位：億円



(注) EBITDA = 営業利益 + 償却費（減価償却、のれん）+ コロナ関連補助金収入 + M&A取得関連費用



# 2026年 2 月期 3 Q決算詳細



# 2026年2月期 業績予想の上方修正

3Qの業績回復により、営業利益・経常利益・EBITDAを上方修正。  
当期純利益は、マルキチにおける賠償金の受領を考慮。

(単位：百万円)	2026年2月期 業績予想				修正前比	
	修正前	3Q時点 進捗率	修正後	3Q時点 進捗率	差額	差異率
売上高	56,400	75.3%	56,400	75.3%	-	-
営業利益	2,000	95.9%	2,800	68.5%	+ 800	+ 40.0%
経常利益	1,950	101.8%	2,800	70.9%	+ 850	+ 43.6%
親会社株主に 帰属する 当期純利益	850	119.8%	1,600	63.6%	+ 750	+ 88.2%
EBITDA	4,200	88.0%	5,000	73.9%	+ 800	+ 19.0%

## 上方修正の理由

- 国内非ホタテ関連事業における経営改善支援の効果、国内ホタテ関連事業におけるホタテ製品の販売価格上昇等により回復傾向
- 4Qにおいて、マルキチが賠償金332百万円受領
- 3Qにおいて為替差益256百万円を計上し、4Qもこの水準が継続することを想定

# 連結貸借対照表

ホタテの仕入量を増加したことにより棚卸資産と借入金が増加。  
自己資本比率は、借入金が増加したこと等により減少。

(単位：百万円)	2025年2月期末 時点	2026年2月期 3Q 時点	前期末比	備考
<b>流動資産</b>	<b>32,448</b>	<b>40,374</b>	<b>+ 7,925</b>	
現金及び預金	13,170	13,413	+ 242	■ 受取手形及び売掛金 Examas及びEquipmaxの連結開始により増加
受取手形及び売掛金	8,186	8,850	+664	
棚卸資産	10,177	16,686	+6,508	■ 棚卸資産 ホタテ原料の仕入強化、及びExamas及びEquipmaxの連結開始により増加
<b>固定資産</b>	<b>23,620</b>	<b>23,405</b>	<b>▲ 215</b>	
有形固定資産	11,217	11,295	+ 77	
のれん	6,580	6,518	▲61	■ のれん及び顧客関連資産 償却が進んだことによる減少
顧客関連資産	3,544	3,268	▲276	
<b>総資産</b>	<b>56,069</b>	<b>63,779</b>	<b>+ 7,710</b>	
<b>流動負債</b>	<b>20,479</b>	<b>24,661</b>	<b>+ 4,182</b>	
借入金及び社債	12,434	16,737	+4,302	■ 借入金 棚卸資産の購入資金として短期借入金が増加
<b>固定負債</b>	<b>19,055</b>	<b>20,555</b>	<b>+ 1,500</b>	
長期借入金及び社債	16,476	18,075	+ 1,599	
<b>純資産</b>	<b>16,534</b>	<b>18,562</b>	<b>+ 2,028</b>	■ 自己資本 自己資本比率は19.1% (前期末比▲0.6%)
自己資本	11,042	12,153	+1,111	

# 売上高の状況（セグメント別）

製造事業セグメントは主にマルキチのホタテ販売量減少により減収。販売事業セグメントは、シンガポールで飲食店等向けに卸売りを行うSin Hinが苦戦したことで減収。

(単位：百万円)	2025年2月期 3Q	2026年2月期 3Q	前年同期比	備考
<b>製造事業セグメント</b>	<b>35,473</b>	<b>35,299</b>	<b>▲0.5%</b>	
ワイエスフーズ ※マタツ水産、清藤水産を含む	8,122	8,748	+7.7%	■ ワイエスフーズはホタテの販売単価上昇に伴い増収
楽陽食品	3,974	4,092	+3.0%	
Pacific Sorby	2,963	2,882	▲2.7%	■ マルキチは販売量の減少により減収
NKR ※子会社3社を含む	2,740	2,595	▲5.3%	
マルキチ	4,134	2,434	▲41.1%	
オープン	2,001	1,990	▲0.6%	■ Pacific Sorby、NKRは、シンガポールにおける販売不振により減収
その他（20社）	11,535	12,554	+8.8%	
<b>販売事業セグメント</b>	<b>7,602</b>	<b>7,046</b>	<b>▲7.3%</b>	
ヨシムラ・フード	4,426	4,418	▲0.2%	■ 製造事業セグメントは、2026年2月期1Qから富強食品、3QからExamas及びEquipmaxを連結開始
Sin Hin	1,884	1,422	▲24.5%	
その他（2社）	1,290	1,205	▲6.6%	
<b>その他事業セグメント</b>	<b>275</b>	<b>140</b>	<b>▲49.0%</b>	
<b>合計</b>	<b>43,351</b>	<b>42,486</b>	<b>▲2.0%</b>	■ Sin Hinは、外食・ホテル向けの販売低迷、ホタテ原料販売がなくなったこと等により減収

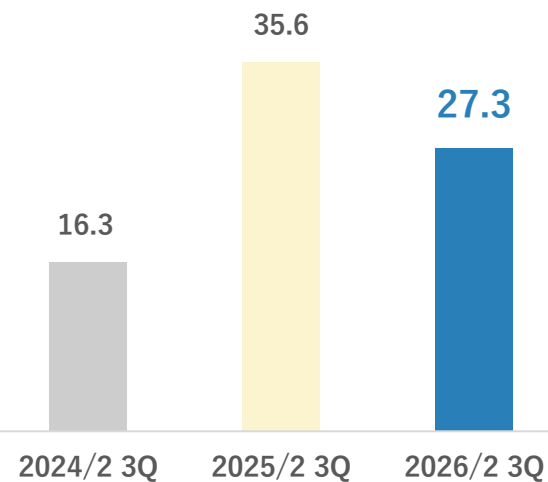
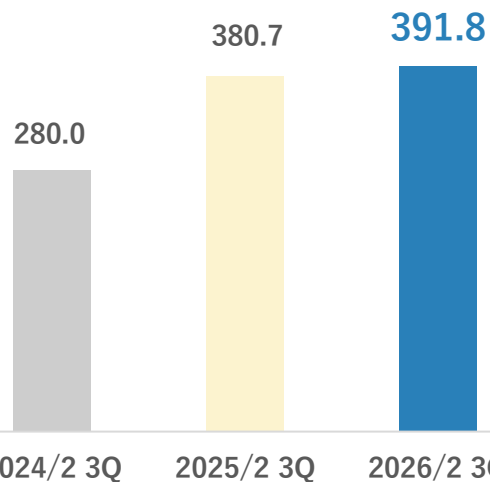
(注) 上記売上高は、内部取引調整後の金額を記載しております。

単位：億円

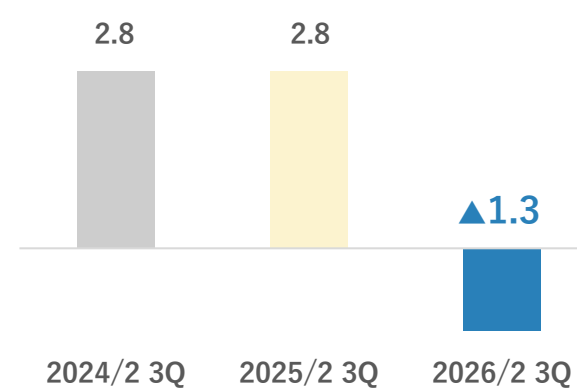
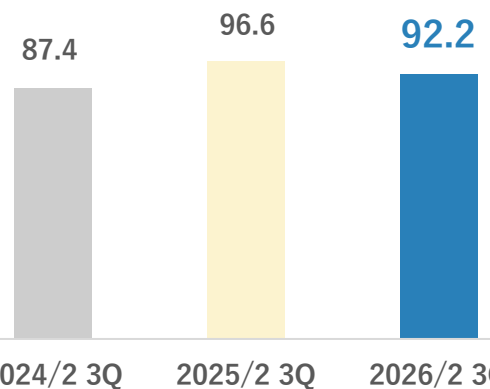
## 売上高

## 営業利益

国内



海外



(注) 売上高は、セグメント間の取引が含まれております。

(注) 営業利益は、のれん償却額等を含めておりません。

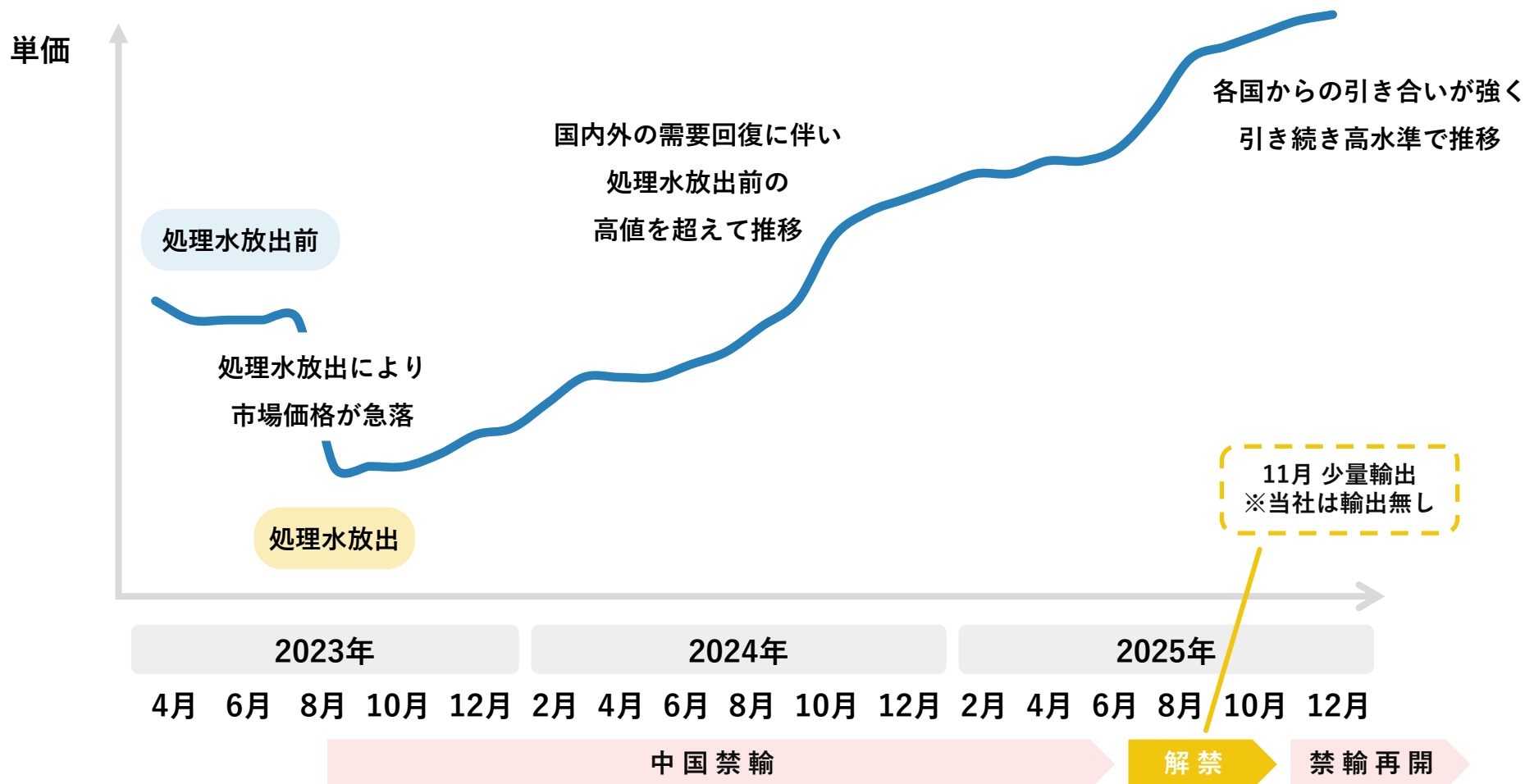
# 2026年 2 月期 3 Q トピックス



# ホタテ市場価格の推移及び中国輸入停止の影響

2025年11月、中国が日本産水産物の輸入を再び停止。2023年8月に停止して以来、解禁されたのはごく短期間であり、販売価格は継続して上昇しており、輸入停止の影響はない。

ホタテ貝柱の販売単価推移（当社販売価格を基準とした推定市場価格）



## 2025年12月9日 マルキチにおいて賠償金を受領

### 1. 輸出関連事業者（輸出に伴う損害を被った事業者）向け

#### 対象となる損害

処理水放出に伴う  
輸出先国の輸入拒否等によって、  
現実に廃棄・転売等または  
生産・製造の断念等を  
余儀なくされたことによる  
減収が生じた場合

入金日	受領企業	受領金額	賠償対象期間
2024年12月9日	ワイエスフーズ	約8.5億円	2023年8月1日～ 2023年10月31日
2025年12月9日	マルキチ	約3.3億円	2023年8月1日～ 2024年6月30日

#### 今後の対応

ワイエスフーズにおいて2023年11月1日以降の損害 &  
マタツ水産においても賠償請求を継続

### 2. 水産加工業・水産卸売業向け

#### 対象となる損害

処理水放出による  
風評被害によって生じた  
逸失利益及び追加的費用

入金日	受領企業	受領金額	賠償対象期間
2025年3月24日	マタツ水産	約1.3億円	2023年8月1日～ 2023年11月30日

#### 今後の対応

マルキチ及びワイエスフーズにおいて賠償請求を継続

（注）逸失利益：処理水放出がなければ得られたであろう収益と実際に得られた収益との差額から、処理水放出がなければ負担していたであろう費用と実際に負担した費用との差額（処理水放出により負担を免れた費用）を控除した額



中長期的に当社株式を保有してくださる株主の皆様へ、株主優待として当社グループ企業の商品をお届け。特に、10,000株以上保有する株主には北海道プレミアムセットを送付。  
少数株主向け優待（300株～）についても拡充を検討。

300～499株

年 1 回

1,500円相当

当社グループ製品

500～2,499株

年 1 回

2,500円相当

当社グループ製品

2,500～9,999株

年 2 回

10,000円相当

海鮮セット

10,000～49,999株

年 2 回

40,000円相当

北海道

プレミアムセット

50,000株以上

年 4 回

40,000円相当

北海道

プレミアムセット



## 北海道プレミアムセット例 (2025年8月分)

- 北海道産毛ガニ × 2 杯
- 北海道産いくら (500 g) × 1 箱
- 北海道産すじこ (500 g) × 1 箱
- 北海道産ホタテ (500 g) × 2 袋
- 北海道産しじみ (600 g) × 2 袋

詳細は当社ホームページ (<https://www.y-food-h.com/ir/stock/#>) をご覧ください

# 当社について



## 食品製造関連企業の連続的M&Aを行う唯一無二の企業

### MISSION

私たちの目指す社会像

いつまでも、  
この“おいしい”を楽しめる社会へ  
～消費者が多様な食文化を  
享受できる豊かさの実現～

### VISION

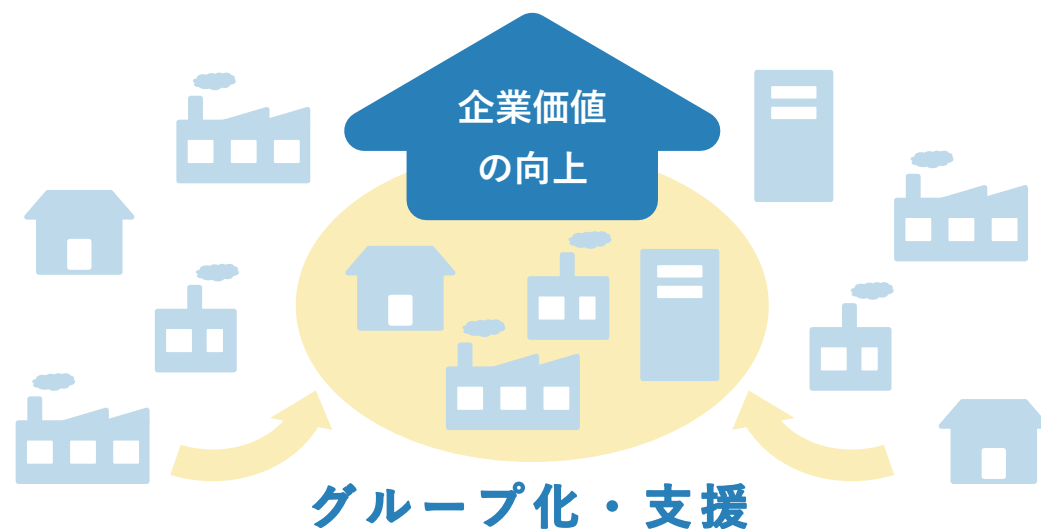
私たちが果たす役割

地域の“おいしい”を守り、  
育て、世界へ

### 当社の役割

日本の食と地域を支える  
社会価値創出企業

後継者不在などの課題を抱える  
中小食品企業をM&Aによりグループ化・支援  
地域社会の活性化と雇用創出に取り組む



# 会社概要

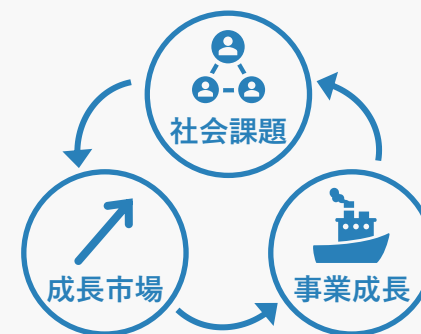
- 社 名 株式会社ヨシムラ・フード・ホールディングス
- 設 立 2008年3月18日
- 代 表 者 代表取締役CEO 吉村 元久
- 本 社 東京都千代田区内幸町2-2-2  
富国生命ビル18階
- 資 本 金 1,157百万円（2025年2月末現在）
- 主要株主 吉村元久 37%（株式会社MY保有分含む）  
国分グループ本社(株) 5% 他
- 連結業績 売上高：58,110百万円  
経常利益：4,251百万円（ともに、2025年2月期）
- 従業員数 連結：1,934人  
単 体： 29 人（ともに、2025年2月末現在）
- 連 結 子会社数 38社
- 市 場 東証プライム（2884）

中小食品企業を取り巻く

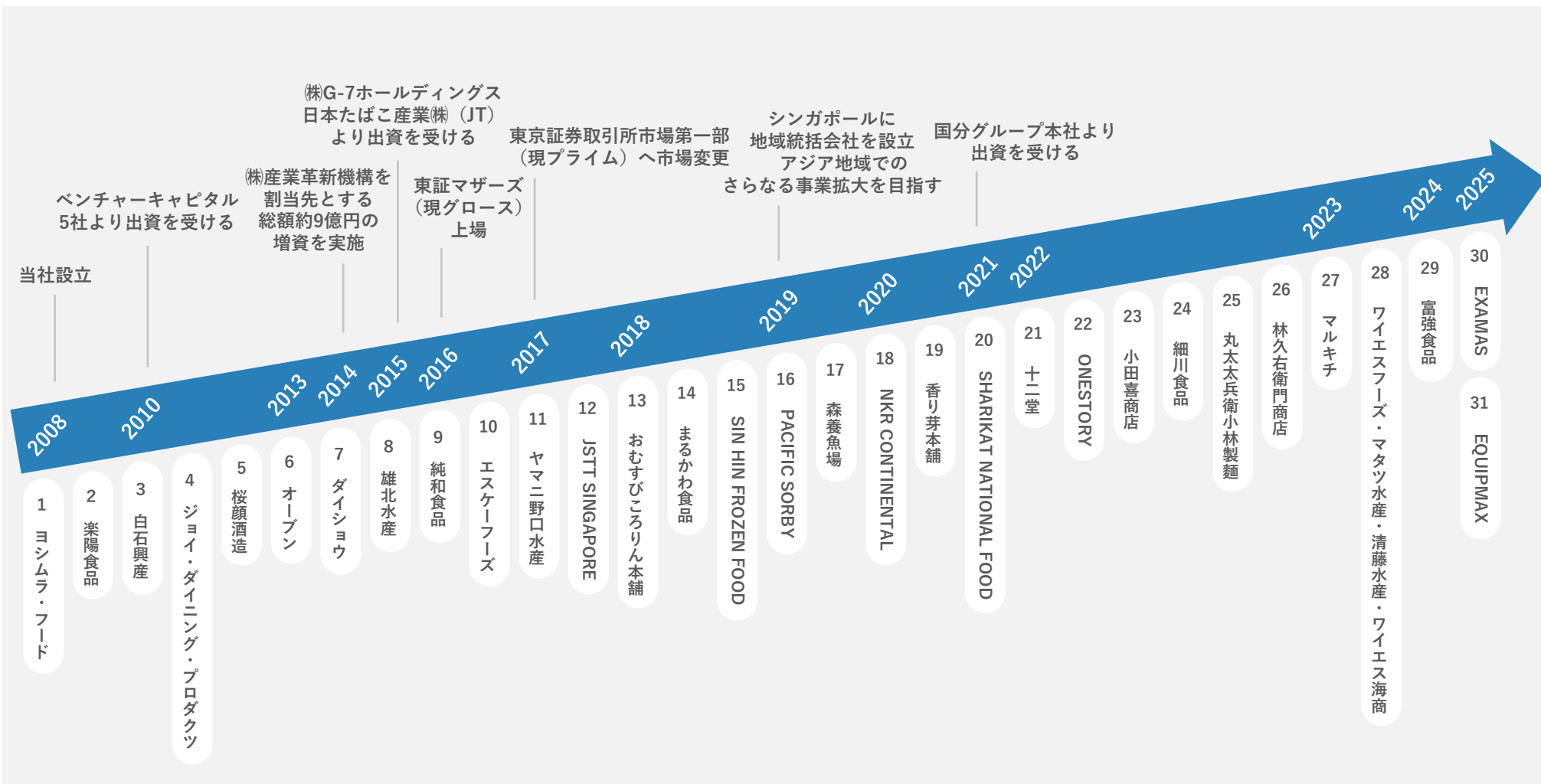
構造的課題を解決



中小食品企業の希少な受け皿として  
需要の増加を追い風に成長を継続



## 中小食品企業のM&Aと 当社ビジネスモデルへの共感企業からの出資の歴史

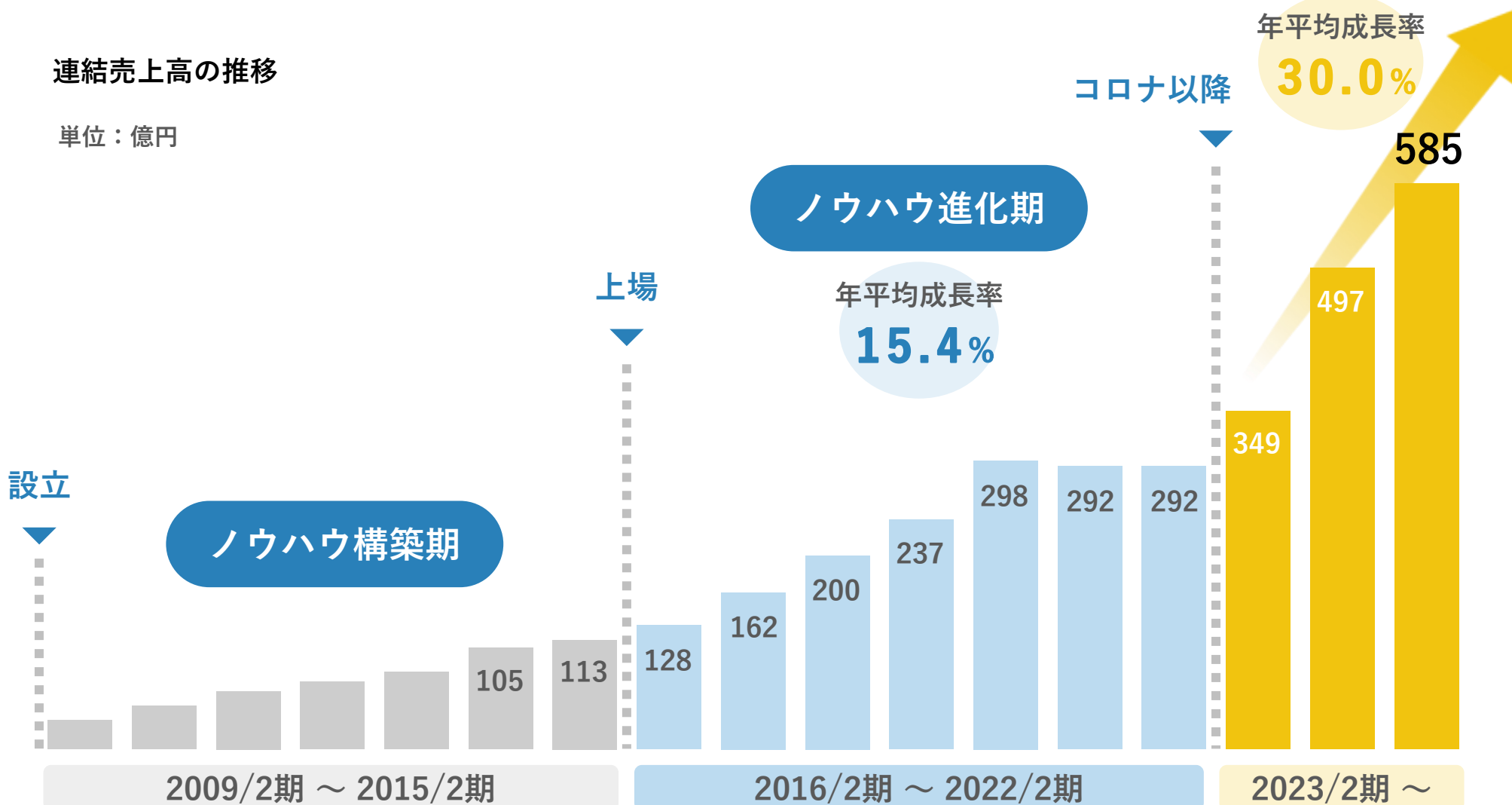


連続的なM&Aとオーガニック成長により、持続的な売上拡大を実現

拡大期

連結売上高の推移

単位：億円

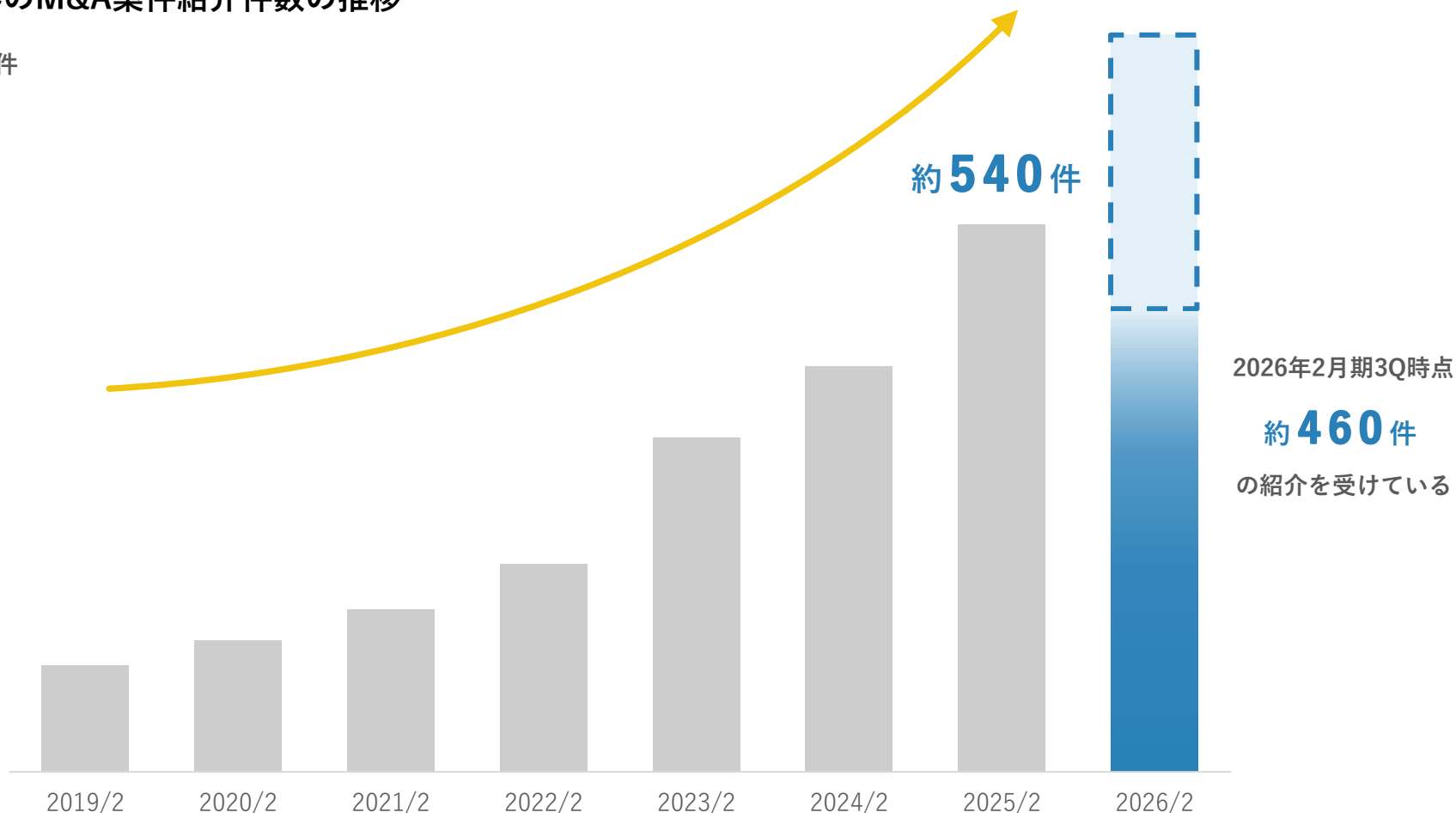


(注) 「年平均成長率」は、各年の成長率の平均（単純平均）を示しています。

事業承継ニーズの拡大を追い風に、当社に対するM&A案件紹介件数は増加。  
ロールアップ戦略・ニッチ市場戦略に合致する有望企業のM&A検討を進めている。

## 当社へのM&A案件紹介件数の推移

単位：件

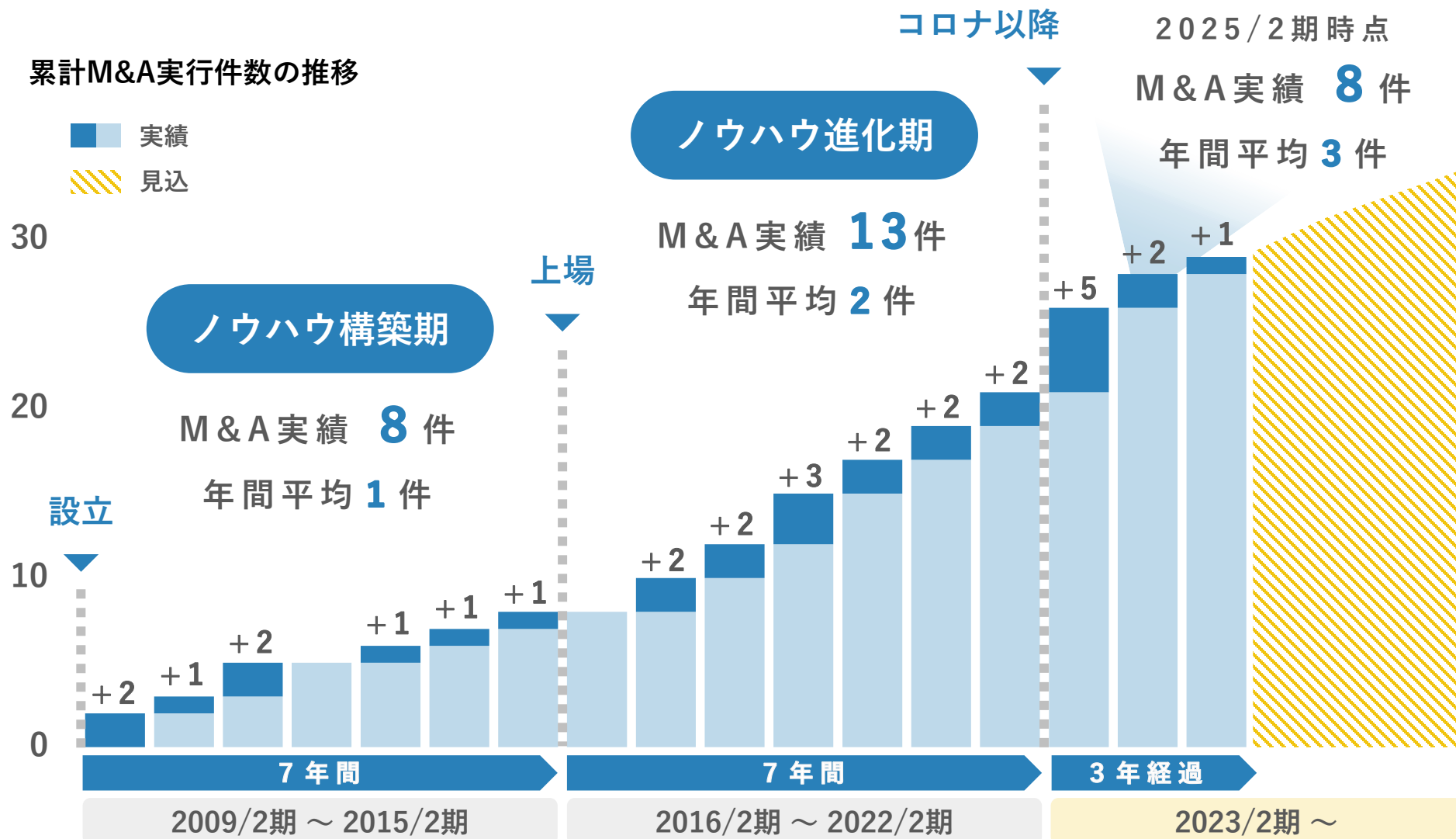


# これまでのM&A実績

設立以来蓄積された中小食品企業に対するM&Aノウハウを活用し、  
さらなる成長と事業拡大のステージへ

拡大期

累計M&A実行件数の推移





## 当社は、中小食品企業の希少な受け皿

	対象	仕組み	相乗効果 による成長	M&A ノウハウ
当社	規模 業種 エリア に制約なし	売却を 前提とせず 企業の個性 を尊重	成長支援 による グループで の相乗効果	目利き力 実行力
大手食品 企業	ある程度の 規模や グループ 関係が前提	大企業の 傘下となり 親会社主導	同一の事業 であれば 相乗効果 あり	多くの実績 を持つ企業 は稀
投資 ファンド	一定の規模 と成長性が 条件	売却前提	単独での 成長	多くの実績

## M&A対象範囲



当社は、売却を前提とせず、  
大小さまざまな規模の  
M&Aに柔軟に対応できる  
唯一無二の存在

当社独自のプラットフォームを活用し、グループ企業の経営支援とシナジー創出を推進

## 中小企業支援プラットフォーム

プラットフォーム	支援内容	プラットフォーム	支援内容
1 販売	<ul style="list-style-type: none"><li>■ グループ内の販路共有</li><li>■ 営業戦略立案</li></ul>	4 品質管理	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 定期監査による品質管理体制強化</li><li>■ 法令順守意識の向上</li></ul>
2 製造	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 設備投資による効率化</li><li>■ データ分析に基づく生産改善</li></ul>	5 経営管理	<ul style="list-style-type: none"><li>■ 客観的分析に基づく戦略立案支援</li><li>■ 強固な内部管理体制構築</li></ul>
3 商品開発	<ul style="list-style-type: none"><li>■ マーケティング</li><li>■ 新商品開発</li></ul>	6 海外販路	<ul style="list-style-type: none"><li>■ アジアを中心とした販路開拓による売上増加</li><li>■ 海外向け商品開発</li></ul>

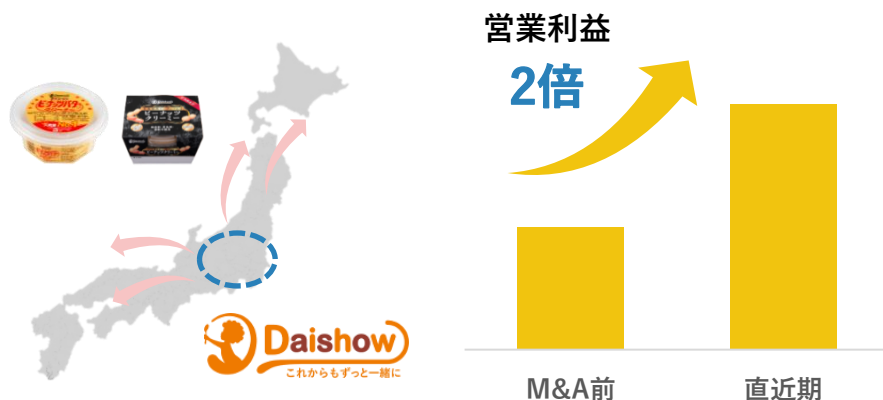
## グループ会社の販路を活かし、 商品特性や市場環境に応じた販売戦略の構築と、海外販路の開拓支援を推進

### 中小企業支援プラットフォーム

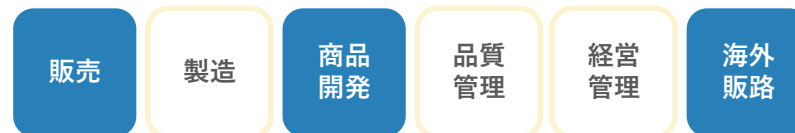


### ダイショウ

- グループ会社がこれまでに築いてきた国内販路を活用し、商品特性や市場環境に応じた販売戦略を推進
- 単なる取扱拡大にとどまらず、価格帯・販売チャネル・販売時期を最適化することで、収益性を意識した販売体制を構築
- 従来は限定的であった商圏の拡大と、安定的な販売数量の確保を実現

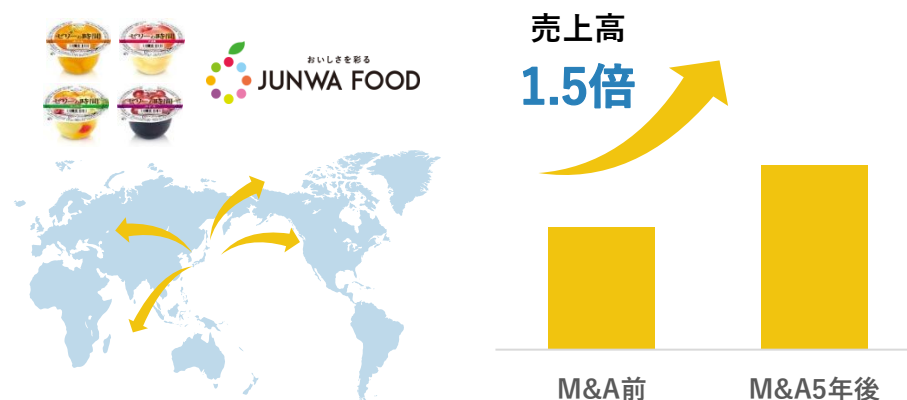


### 中小企業支援プラットフォーム



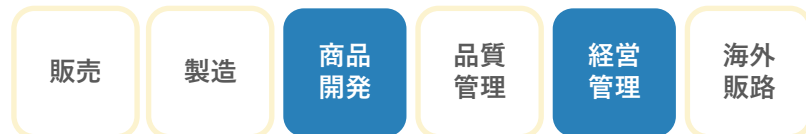
### 純和食品

- シンガポールを中心とするグループの海外販路・取引基盤を活用し、海外市場での売上創出を実現
- その実現に向け、現地ニーズや規制を踏まえた海外向け仕様の商品開発を支援し、段階的な海外展開を推進



経営管理体制を強化するとともに、  
市場ニーズを踏まえた新商品開発を進め、事業成長の基盤を整備

## 中小企業支援プラットフォーム



### 小林製麺

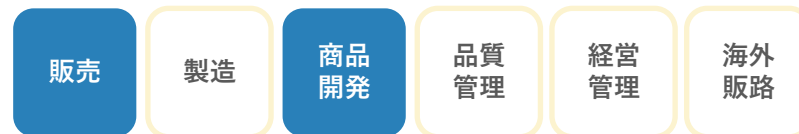
- M&A実行後、既存の従業員の中から経営人材を登用し、現場の実態を踏まえた迅速な意思決定が可能な体制を構築
- 資本提携先の国分グループと連携し、初の市販商品となる商品を共同開発
- これらの取り組みを通じて事業運営の実行力を高め、中長期的な成長に向けた基盤を整備



営業利益  
1.6倍



## 中小企業支援プラットフォーム



### 森養魚場

- 市場価格の動向や需給環境を的確に捉え、販売時期や条件を調整することで、収益性を重視した戦略的な販売を実施
- 資本提携先の国分グループと連携し、素材や製法に工夫を加えた高付加価値商品の開発に取り組む
- 販売戦略と商品開発を連動させることで、市場環境の変化に対応しながら、事業全体の収益力向上を図る

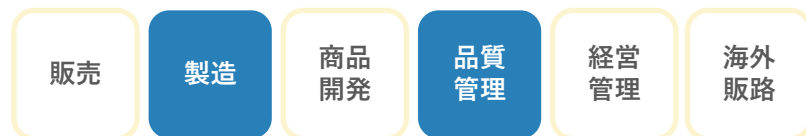


営業利益  
1.8倍

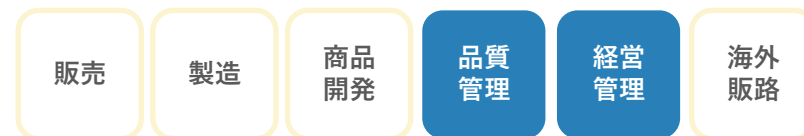


## 設備更新と工程改善による製造効率化を進めるとともに、 原料の内製化を通じた安定的な原料調達体制を構築

### 中小企業支援プラットフォーム

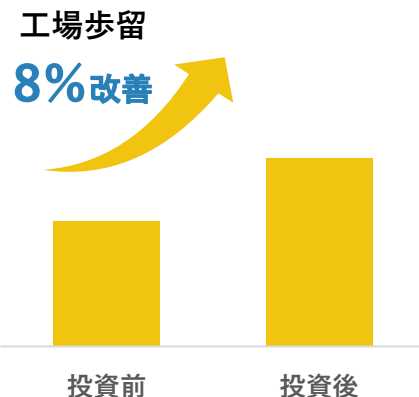


### 中小企業支援プラットフォーム



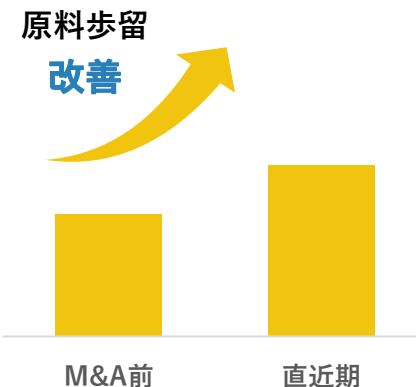
### 楽陽食品

- 商品戦略として小粒焼売を12粒規格に集約し、生産効率と収益性の向上を目的とした設備投資を実施
- 老朽化した成型機や冷却設備を更新することで、歩留改善と品質安定化を図り、生産効率と品質水準を改善
- これらの投資により、品質リスクの低減と安定供給体制を構築し、持続的な収益基盤の強化を推進



### 小田喜商店

- 当社から人材を派遣し、事業運営の高度化と中長期的な事業拡大に向けた支援を実施
- 栗農家の後継者不足により原料調達環境が厳しさを増す中、自社管理圃場の拡大を通じて安定的な生産体制を構築
- 近年の酷暑環境に対応すべく原料の温度管理に関して新たな技法を構築、原料歩留を改善し更なる生産性向上を達成



静岡において秘伝のレシピでぎょうざを製造するまるかわ食品は、新工場を新設することで生産能力を拡張し、安定供給体制の強化と事業拡大を推進



## 投資効果

- 生産キャパシティの増加 ▶ 売上・利益増加
- 生産効率化 ▶ コストダウン
- 知名度向上 ▶ ブランド構築

生産キャパシティ

125%増加



## 新工場新設の目的

- 静岡で秘伝のレシピにより製造されるまるかわ食品のぎょうざは、高い人気を集めている
- 実店舗は連日行列ができ、短時間で完売する状況が続いている
- ECサイトでも週2回の販売はいずれも販売開始直後に完売している
- 供給が需要に追いつかず、購入機会の拡大を求める声が多く寄せられている
- 安定供給の実現を目的として、新工場を新設し、生産体制を強化する
- 新工場稼働後は、生産能力を約2.3倍に拡大し、供給力の向上を図る

## 新工場の概要

- 建築予定地：静岡県磐田市
- 敷地面積：約2,400㎡
- 延床面積：約310㎡
- 投資予定額：3億円～4億円
- 稼働開始：2027年12月（予定）
- 主な施策：最新設備の導入による生産効率化



# 実施中のオーガニック成長支援（オーブンと細川食品の合併）

事業内容や立地に高い親和性を持つオーブンと細川食品の合併を決定  
持続的な成長と企業価値の最大化を見据えた戦略的判断

	存続会社	消滅会社
名 称	株式会社オーブン 2013年1月 にM&A実行	株式会社細川食品 2022年9月 にM&A実行
所 在 地	愛媛県四国中央市土居町中村620番地1	香川県三豊市豊中町本山乙712番地8
事 業 内 容	かきフライ等調理冷凍食品の製造・販売	かき揚げ、チヂミ、赤飯等の冷凍食品製造、野菜加工等

## 合併の目的

- 経営資源の統合により営業基盤・生産体制・商品力を強化
- オーブンの販路を活用し、販路が限定的だった細川食品の販売網を拡大
- 地理的に近接する製造・物流拠点の一体的な活用により、生産性と配送効率を向上
- 仕入先の共有により、原材料の安定調達とスケールメリットを実現
- 両社の技術・ノウハウを掛け合わせ、競争力のある製品開発を推進
- より高付加価値な製品・サービスの安定供給体制を構築し、持続的成長を推進

## 合併の日程

取締役会決議・合併契約締結日

2025年4月14日

合併効力発生日

2026年3月1日

# Appendix





## MISSION

いつまでも、この“おいしい”を楽しめる社会へ

～消費者が多様な食文化を享受できる豊かさの実現～

- 私たちは、人々が、多種多様な選択肢から自分の嗜好に合わせて自由に選択でき、それが尊重される社会こそ、豊かで幸せであると考えます。
- 私たちは、世界中の消費者が、多種多様で高品質な“おいしい”を自由に選択し、それを楽しめる豊かな社会を目指してまいります。

## VISION

地域の“おいしい”を守り、育て、世界へ

- 私たちは、「いつまでもこの“おいしい”を楽しめる社会」を実現するため、日本および世界で大切にされてきた“おいしい”を見つけ、守り、育て、世界へと届けてまいります。
- そのために、私たち独自の“おいしい”を見つける目利き力、“おいしい”を守る事業基盤、“おいしい”を育てる支援機能、“おいしい”を世界へと届ける販売網を構築してまいります。
- その結果として、世界の食文化と多様化、地域社会の活性化を推進するグローバルプロデューサーとなります。

## VALUES

「あなた“らしさ”を大切にします」

- 私たちは、私たちに関わる全ての方のあなた“らしさ”を大切にします。
- 私たちは、私たちのグループで働く社員の“個性”、“新しい発想”、“チャレンジ精神”を大切にします。
- 私たちは、私たちのグループ企業が持つ“歴史”、“文化”、“社員”、“取引先”、“地域社会”を大切にします。
- 私たちは、私たちのグループ企業が持つ“強み”を伸ばし、“弱み”を補い合い、共に成長してまいります。
- 私たちは、私たちに関わる全ての人の“らしさ”を大切にした結果、多様な選択肢のある豊かな社会づくりに貢献します。

# 会社概要

■ 社 名	株式会社ヨシムラ・フード・ホールディングス
■ 設 立	2008年3月18日
■ 代 表 者	代表取締役CEO 吉村 元久
■ 本 社	東京都千代田区内幸町2-2-2 富国生命ビル18階
■ 資 本 金	1,157百万円（2025年2月末現在）
■ 主 要 株 主	吉村元久 37%（株式会社MY保有分含む） 国分グループ本社(株) 5% 他
■ 連 結 業 績	売上高：58,110百万円 経常利益：4,251百万円（ともに、2025年2月期）
■ 従 業 員 数	連結：1,934人 単 体： 29 人（ともに、2025年2月末現在）
■ 事 業 内 容	食品関連会社の株式を保有する持ち株会社。 子会社において各種食品の製造・販売。
■ 連結子会社数	38社
■ 市 場	東証プライム（2884）

## 代表取締役CEO

吉村 元久 Motohisa Yoshimura

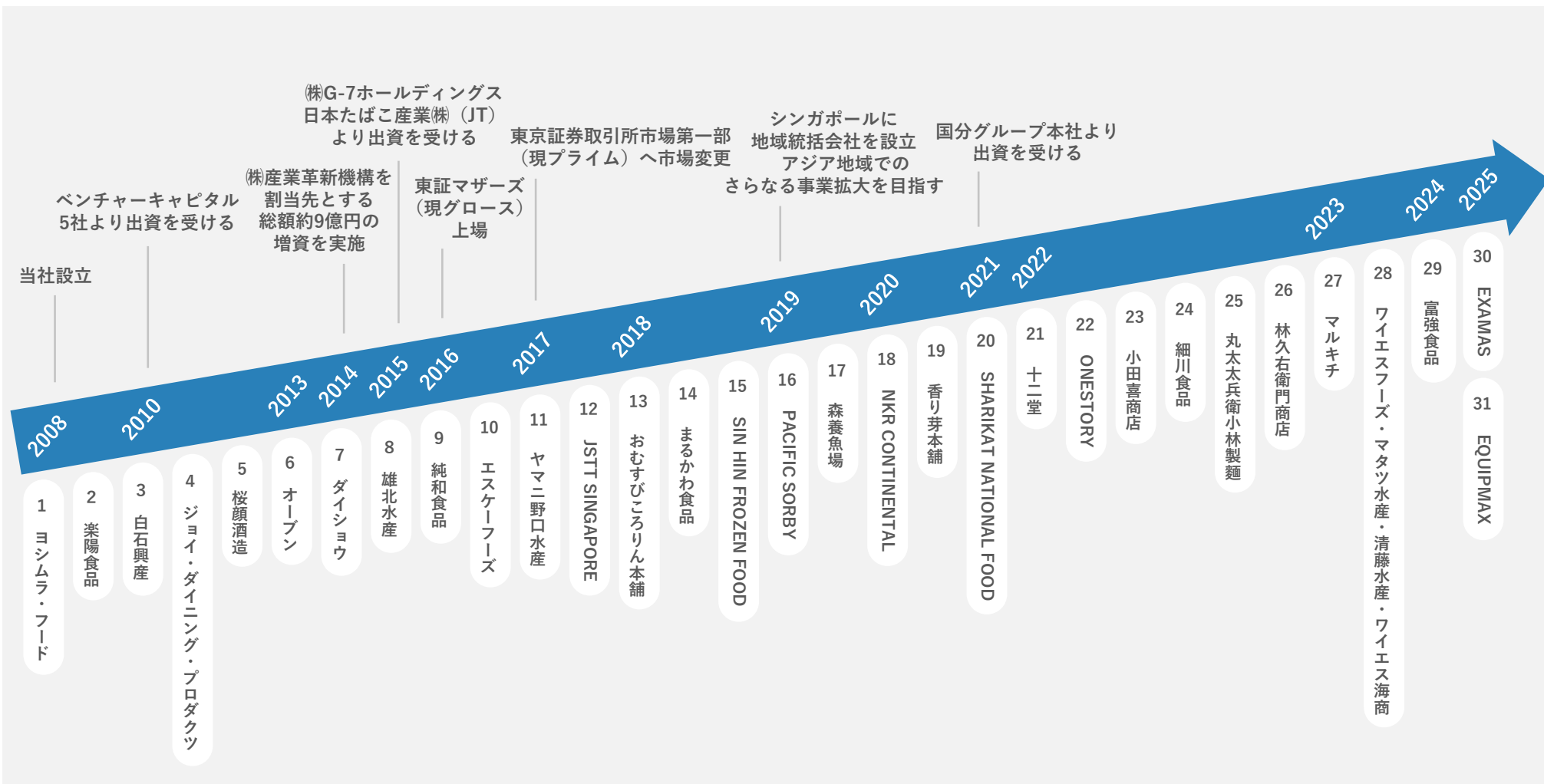


出身地 北海道函館市

最終学歴 1988年3月 一橋大学商学部卒業  
1994年6月 ペンシルバニア大学大学院  
ウォートン校卒業（MBA）

職 歴 1988年4月 大和証券株式会社入社  
事業法人部 上場企業の資金調達業務  
1996年7月 同社 資産証券部 課長代理  
資産の証券化業務  
1997年10月 モルガン・スタンレー証券株式会社入社  
事業法人部 エグゼクティブディレクター  
コーポレートファイナンス業務  
2008年3月 当社 代表取締役（現任）

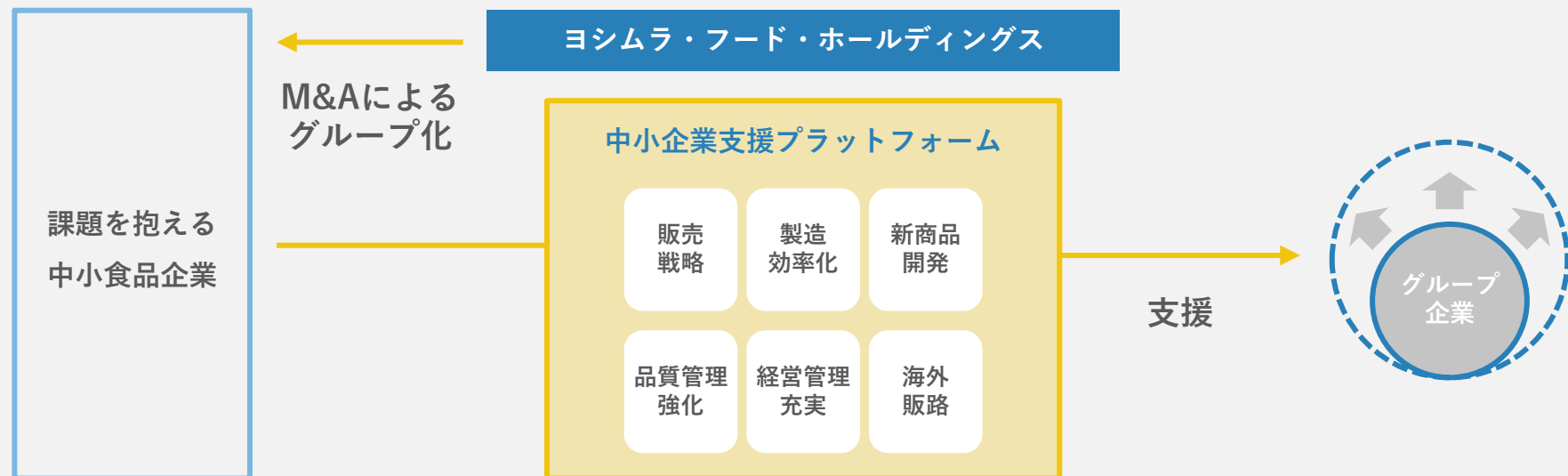
## 中小食品企業のM&Aと 当社ビジネスモデルへの共感企業からの出資の歴史



食品業界におけるユニークなビジネスモデルにより、  
当社は**2つの成長エンジン**を有する

## 1. M&Aを通じたグループ化による成長

## 2. 経営支援及びグループ企業間の シナジー効果による成長



## グループ会社を機能別に統括することで、相互補完・相互成長を図る仕組み

ヨシムラ・フード・ホールディングス

HD統括

【中小企業支援プラットフォーム】

セールス・マーケティング

商品開発

生産管理

購買・物流

品質管理

経営管理

海外販路

販売戦略

商品戦略・新商品

効率化

コストダウン

安心安全

経営効率化

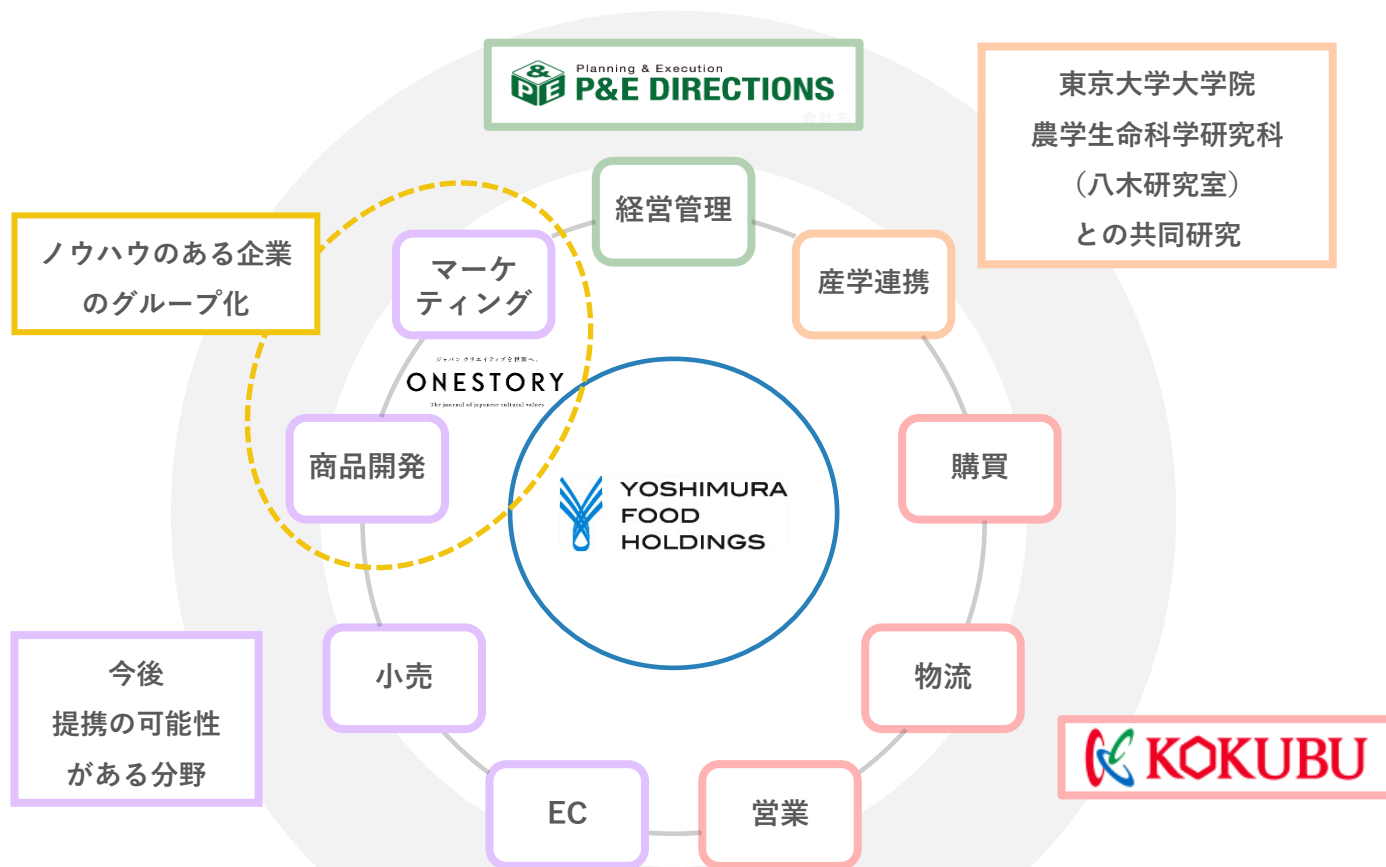
販路拡大・売上増加

傘下のグループ企業

### グループ会社の 有機的な相互補完関係

- 会社の壁を越えて  
機能ごとに横断的組織を構築
- 各機能別の統括責任者が  
グループを横断的に統括
- 各社の持つ強みを  
グループ全体で共有し  
弱みを補い合う

バリューチェーンごとに最適なパートナーとの提携やM&Aを行うことで、  
より一層の成長を目指す



提携先と一体となり中長期的な成長を実現

後継者不在企業を譲り受け、グループ化して活性化する当社の事業は  
正に**ESG経営そのもの**であり、ESG経営をより強化することで**持続的な成長を実現**





# グループ会社の概要

## 楽陽食品



### シウマイ・餃子

- 国内5か所に工場
- チルドシウマイの生産量は国内トップシェア

## 白石興産



### 乾 麺

- 明治19年創業
- 宮城県白石市特産の白石温麺が主力商品

## 桜顔酒造



### 日本酒

- 昭和48年岩手県の地場の酒蔵10社で設立
- 県内出荷量2位

## オープン



### 冷凍かきフライ

- 広島産カキを調達する独自ルートを保有
- 鶏なんこつ唐揚げ等も製造

## ダイショウ



### ピーナッツバター

- ピーナッツバターのパイオニアで、主力商品は30年以上続くロングセラー

## 雄北水産



### まぐろ加工品

- 船凍品のまぐろを使用した、ねぎとろ、まぐろ切り落としを製造販売

## 純和食品



### ゼリー

- 高い技術力と彩の国HACCPに認定された高い品質管理能力

## エスケーフーズ



### とんかつ

- 「彩の国優良ブランド品」に認証された「むさし野とんかつ」が主力商品

## ヤマニ野口水産



### 水産加工品

- 鮭とばやいくら醤油漬け等北海道の新鮮な原料を使用した水産品を製造

## JSTT SINGAPORE



### 寿司

- シンガポールの工場にて寿司等を製造し、シンガポールの大手スーパーへ販売

## おむすびころりん本舗



### フリーズドライ

- フリーズドライ加工、フリーズドライ製品の製造、非常食の販売

## NKR CONTINENTAL



### 業務用厨房機器販売

- 主にシンガポール及びマレーシアの高級ホテル等へ、業務用厨房機器を設計・製造・施工・販売

## 香り芽本舗



### ふりかけ・スープ

- ソフトタイプのわかめふりかけ、わかめスープ等の自社商品からOEMまで、高品質かつ多様な商品を製造

## 森養魚場



### 鮎 (アユ)

- 岐阜県内3ヵ所において、高品質な鮎を養殖、販売
- 高度な養殖技術を有し、子持ち鮎の安定生産が可能

## まるかわ食品



### ぎょうざ

- 静岡において、秘伝のレシピによるぎょうざを製造
- 自社店舗には行列が絶えない人気店



# グループ会社の概要

## PACIFIC SORBY



### 水産加工品

- シンガポールの主要なホテルに対し、自社加工した冷凍ロブスター、カニなどを販売

## 細川食品



### かき揚げ

- かき揚げ、チヂミ、赤飯等の冷凍食品製造
- 野菜加工及び野菜原体の販売

## マルキチ



### ホタテ

- オホーツク海で獲れた、大粒で肉厚なホタテの加工販売（主に輸出向け）
- サケやカニ等も取り扱う

## EXAMAS・EQUIPMAX



### 業務用厨房機器販売

- マレーシア及びシンガポールのファストフードチェーン等へ、厨房機器の販売・保守サービスを行う

## 十二堂



### ふりかけ

- ソフトふりかけ「梅の実ひじき」等を製造、販売
- 全国に多くのファンを持ち根強い人気を誇る

## 丸太兵衛小林製麺



### 生麺（ラーメン）

- 生麺、餃子の皮、たれ等調味料の製造・販売
- 得意先は北海道内外のラーメン店

## ワイエスフーズ



### ホタテ

- 噴火湾沿岸で漁獲されたホタテの加工販売
- サケ・いくらやイカ等も取り扱う

## 小田喜商店



### 栗加工品

- 厳選した良質な地元産の「いわまの栗」を使用した高品質な栗製品を製造・販売

## 林久右衛門商店



### だし

- 明治18年創業経節専門店
- 上質な厳選素材にこだわった削り節、だしの製造加工・販売

## 富強食品



### 中華料理材料

- 春巻きの皮を主力商品とした中華食材の製造販売
- 日本で初めて春巻きの皮を製品化した企業

## その他

## SHARIKAT NATIONAL FOOD



### 不動産賃貸・管理

- シンガポールにおいて食品工場兼食品用低温倉庫を所有し不動産賃貸業を行う

## ONESTORY



### マーケティング・コンテンツ開発等

- 地域に眠る「食」や「文化」等を再発掘・再編集し、プレミアムなコンテンツとしてプロデュース

## ヨシムラ・フード



### 業務用惣菜

- 業務用食材の企画・販売が主、自社で物流を持たず、販売先へ直送するビジネスモデルを構築

## ジョイ・ダイニング・プロダクツ



### 宅配等

- 冷凍食品の企画・販売
- 全国の生活協同組合と直接窓口を保有

## SIN HIN FROZEN FOOD



### 水産品卸

- シンガポールの水産品卸
- 主力商品は、エビ、ホタテ、カニ等

## 本資料の取り扱いについて

- 本資料に記載されている市場環境等の情報に関する記述は、当社が独自で調査を行ったものであり、必ずしもその内容の正確性及び完全性を保証するものではありません。
- 本資料に記載されている業績予想等の将来情報に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束するものではなく不確実性を含んでおります。また、実際の業績等は、様々な要因により大きく異なる可能性があります。
- 本資料には、監査法人による監査を受けていない管理資料が含まれております。

