

2025年 2 月期決算説明及び中期経営計画

2025年 4 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	当社について
	2	2025年2月期 決算ハイライト
	3	2025年2月期 決算詳細
	4	2025年2月期 トピックス
	5	2026年2月期 業績見通し
	6	中期経営計画
	7	株主還元
	8	Appendix

(注) 2025年2月期第1四半期連結会計期間及び第3四半期連結会計期間において、企業結合に係る暫定的な会計処理の確定を行っており、2024年2月期及び2025年2月期に係る各数値については、暫定的な会計処理の確定の内容を反映させております。

当社について



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

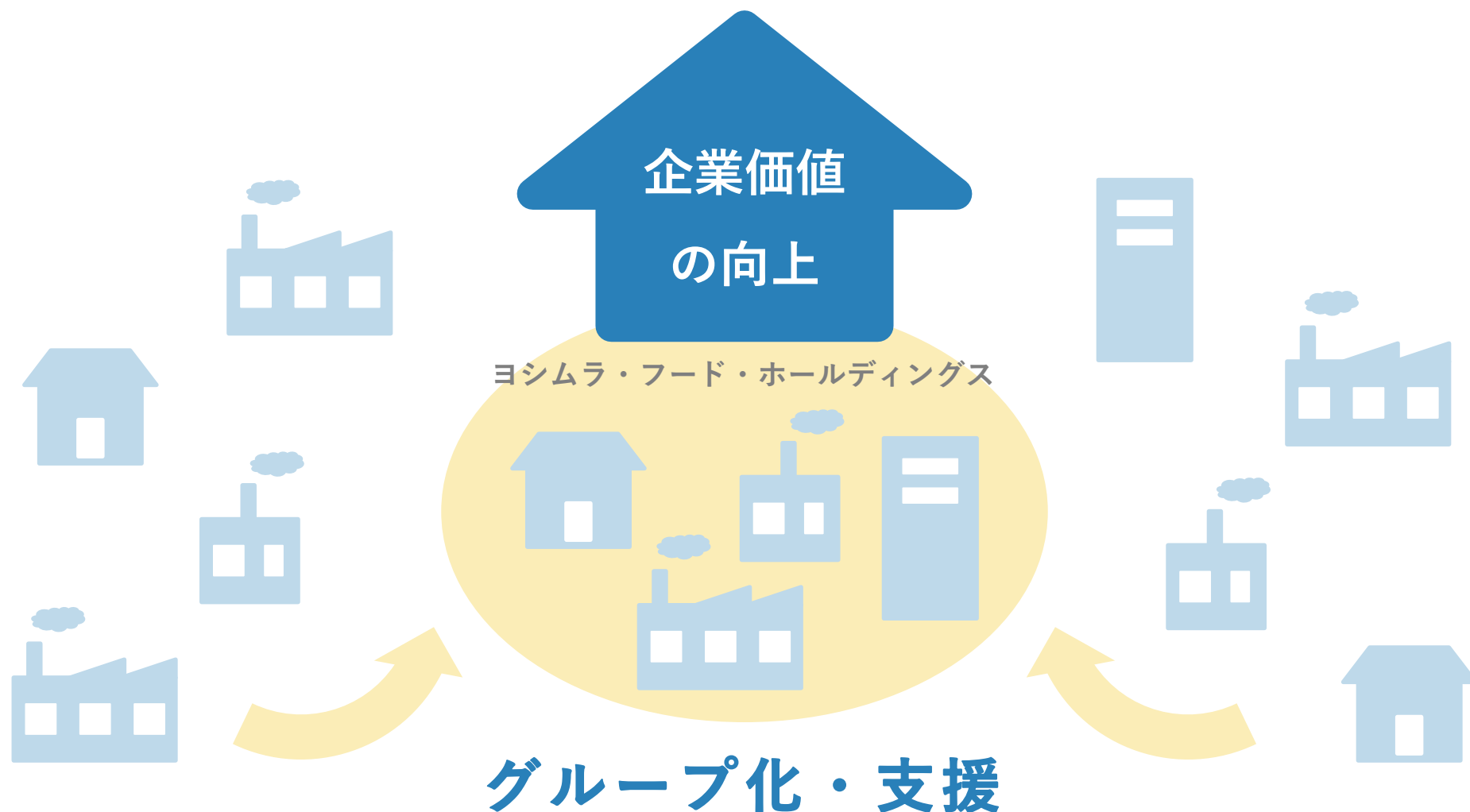
当
社
の
役
割

日本の食と地域を支える、社会価値創出企業

中小食品企業のM&Aを通じて、
地域社会の活性化と雇用創出に貢献し、
多様な食文化を維持・発展させる



国内外の中小食品企業のM&Aを通じたグループ化・支援を行い、企業価値を向上



連結子会社

36社



チルドシウマイ
生産量
国内No.1

業務用
春巻きの皮
シェアNo.1



鮎の陸上養殖
シェアNo.1

高級和菓子店で
使用される
こだわり抜いた
栗製品

輸出向け
北海道産ホタテ
シェアNo.1

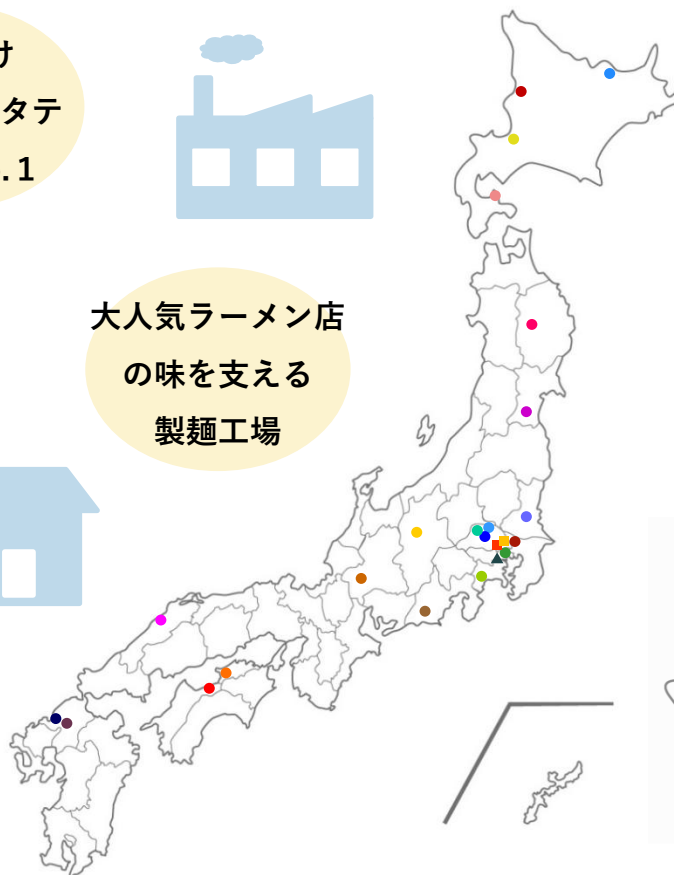


大人気ラーメン店
の味を支える
製麺工場



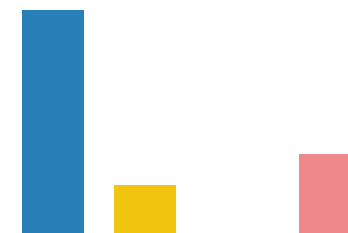
従業員

国内 1,583名
海外 351名



売上高

585億円



- 国内製造 23社
- 国内販売 3社
- 国内その他 1社
- 海外 9社



当社の役割と目的

役割

当社は、中小食品企業のM&Aを通じて
社会課題に対する解決策を提供

目的

日本の中小食品企業の存続を図り、
日本の食を、未来と世界へつなげる

解決すべき社会課題

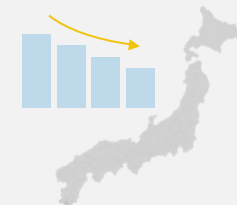
少子高齢化
人口減少



事業承継問題
企業数減少



国内市場縮小



中小企業を取り巻く構造的課題の深刻化

▶ 当社の事業拡大の追い風に

当社の優位性

実績

ノウハウ

信用力

海外販路

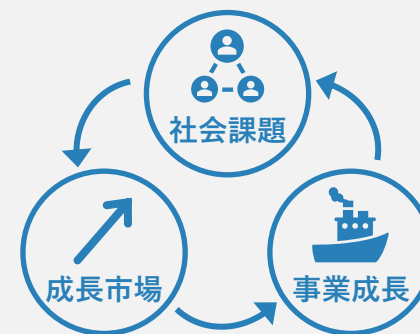
M & A / PMI
チーム

業界内での
独自のポジション

強固な
経営基盤

買い手となれる企業が限られている中、
当社は希少な受け皿として
売り手企業から「選ばれる存在」へ

増加する需要に対する当社の戦略

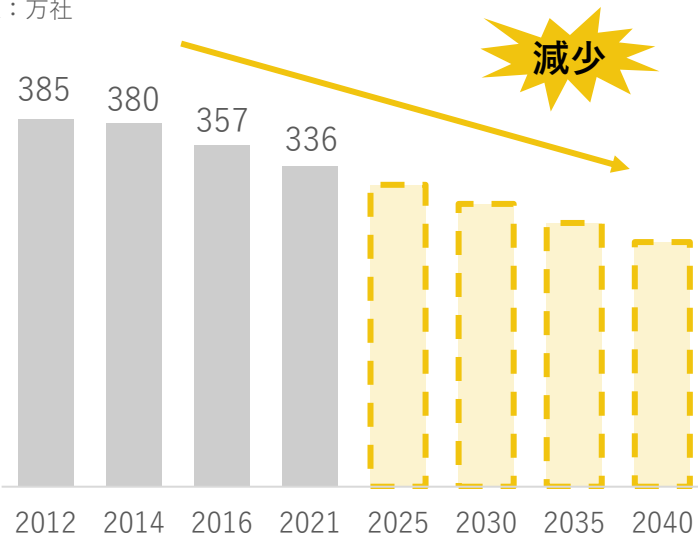


追い風の中、M&Aと経営支援により成長を加速
「中小食品企業のグローバルプロデューサー」を目指す

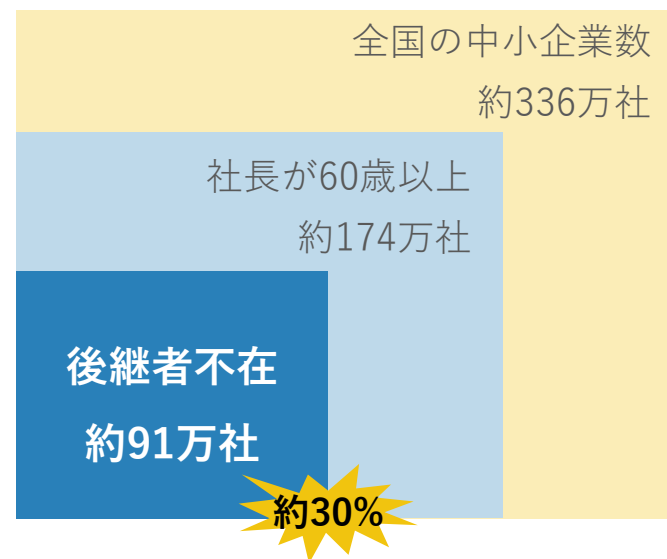
人口減少により内需が縮小する中、多くの中小食品企業が事業継続の危機に直面
日本の製造業のうち、食品製造業は最大規模であり、**企業の存続を守る担い手が不可欠**

中小企業の企業数 ※1

単位：万社



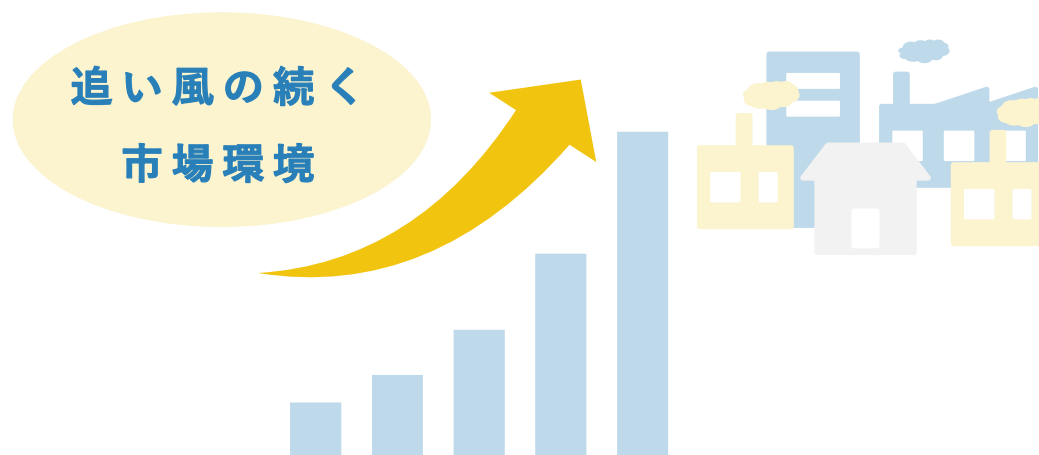
後継者不在の企業数 ※2



優良な中小企業が後継者不在を
理由に廃業するケースが増加

当社はM&Aにより
中小企業の存続と成長を図ることで
持続的な解決策を提供

団塊の世代の引退に伴い、事業承継問題は今後さらに深刻化
M&Aに対する意識変化も追い風となり、**売却ニーズはより一層拡大する見込み**



団塊の世代の経営者が引退フェーズへ

- 社長の平均年齢は、60.7歳
- 社長の平均年齢は1990年以降一貫して上昇傾向
- 団塊の世代は、現在75～77歳
- 社長の平均引退年齢は、68.6歳
- **今後10年間で事業承継のピークを迎える可能性**

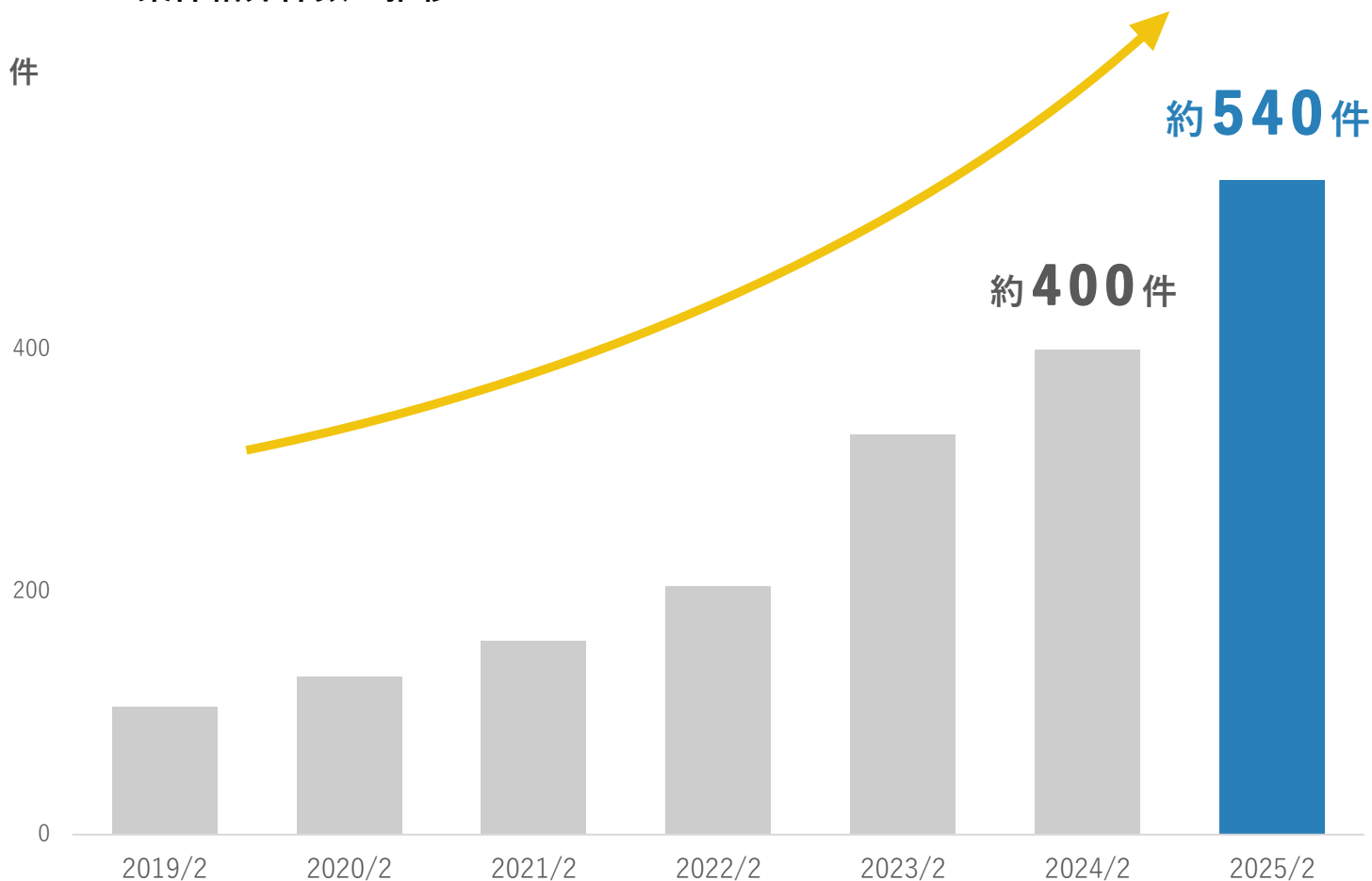
M&Aに対する理解浸透により売却ニーズが増加

- M&Aに対する認知と理解が進み、「企業を売る」ことへの抵抗感が低下
- M&Aが「企業成長」だけでなく、「事業承継」の手段として定着
- 引退を見据えた戦略的なM&A案件が増加し、**売却ニーズが質・量ともに拡大**

拡大するM&Aニーズを背景に、当社に対するM&A案件紹介件数は引き続き増加傾向
長年にわたり培った目利き力により、**中長期的な成長が期待できる企業を見極め**

当社へのM&A案件紹介件数の推移

単位：件



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

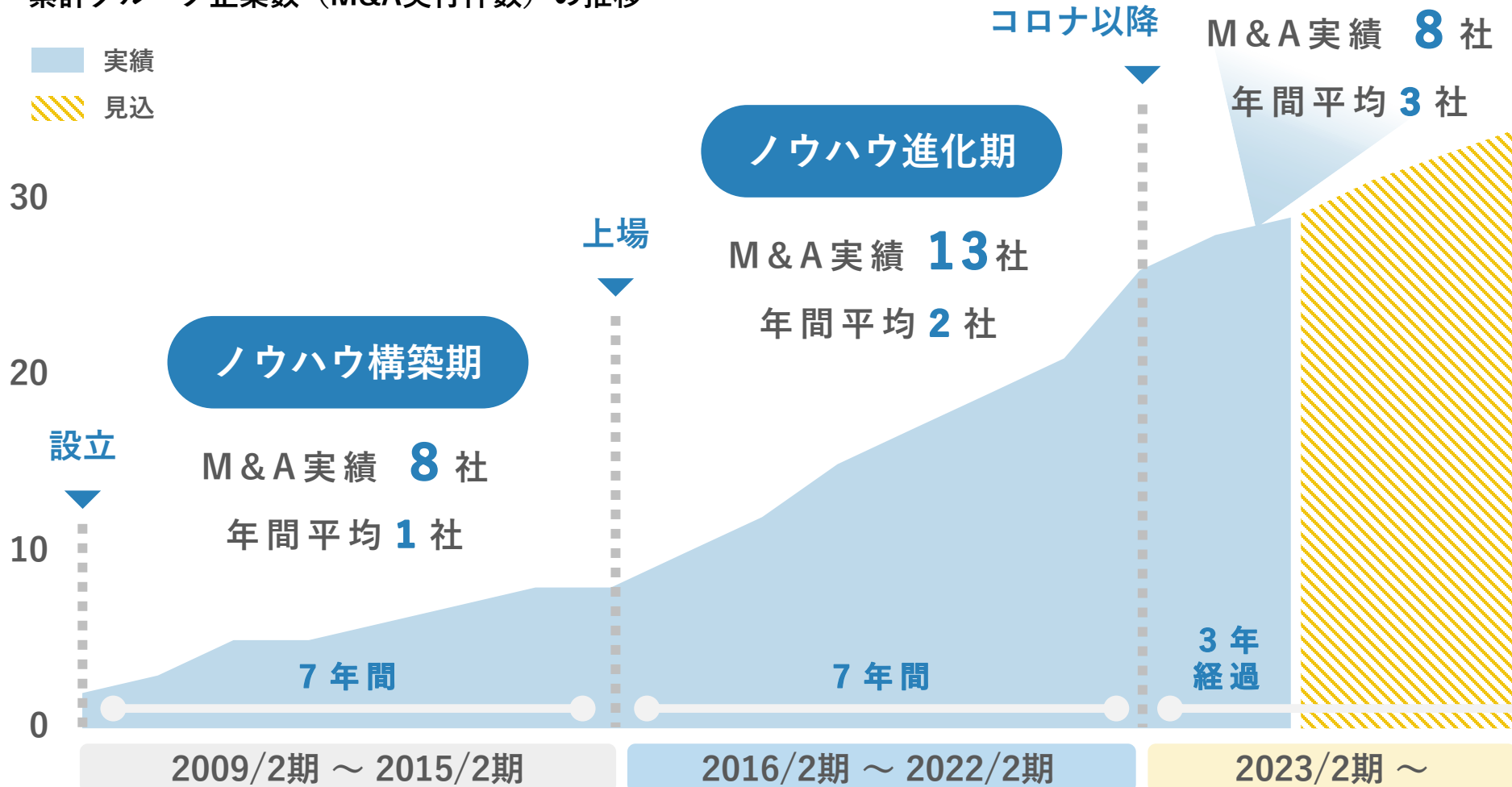
これまでのM&A実績

設立以来蓄積された中小食品企業の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

2025/2期時点

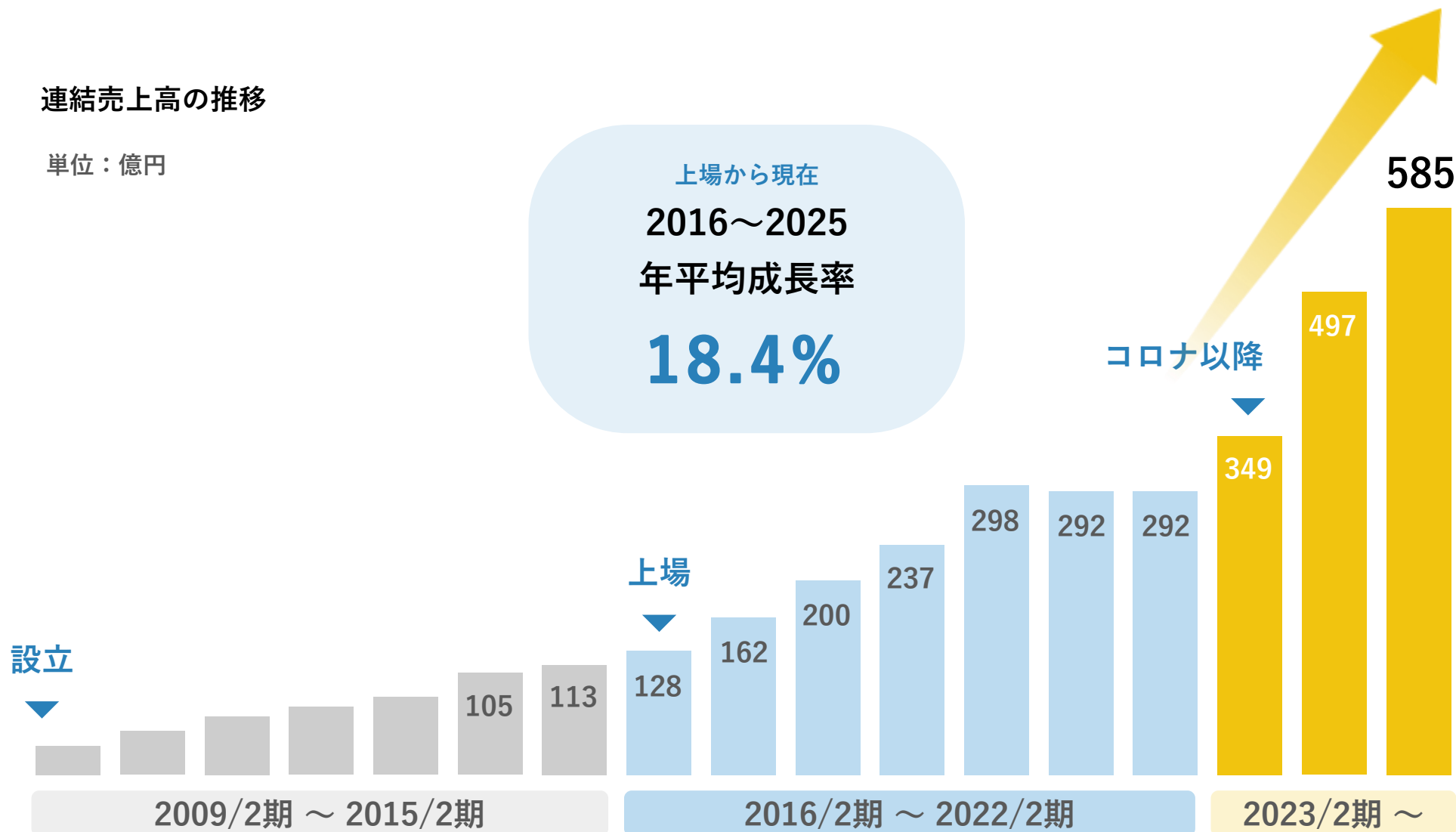
累計グループ企業数（M&A実行件数）の推移



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

連結売上高の推移

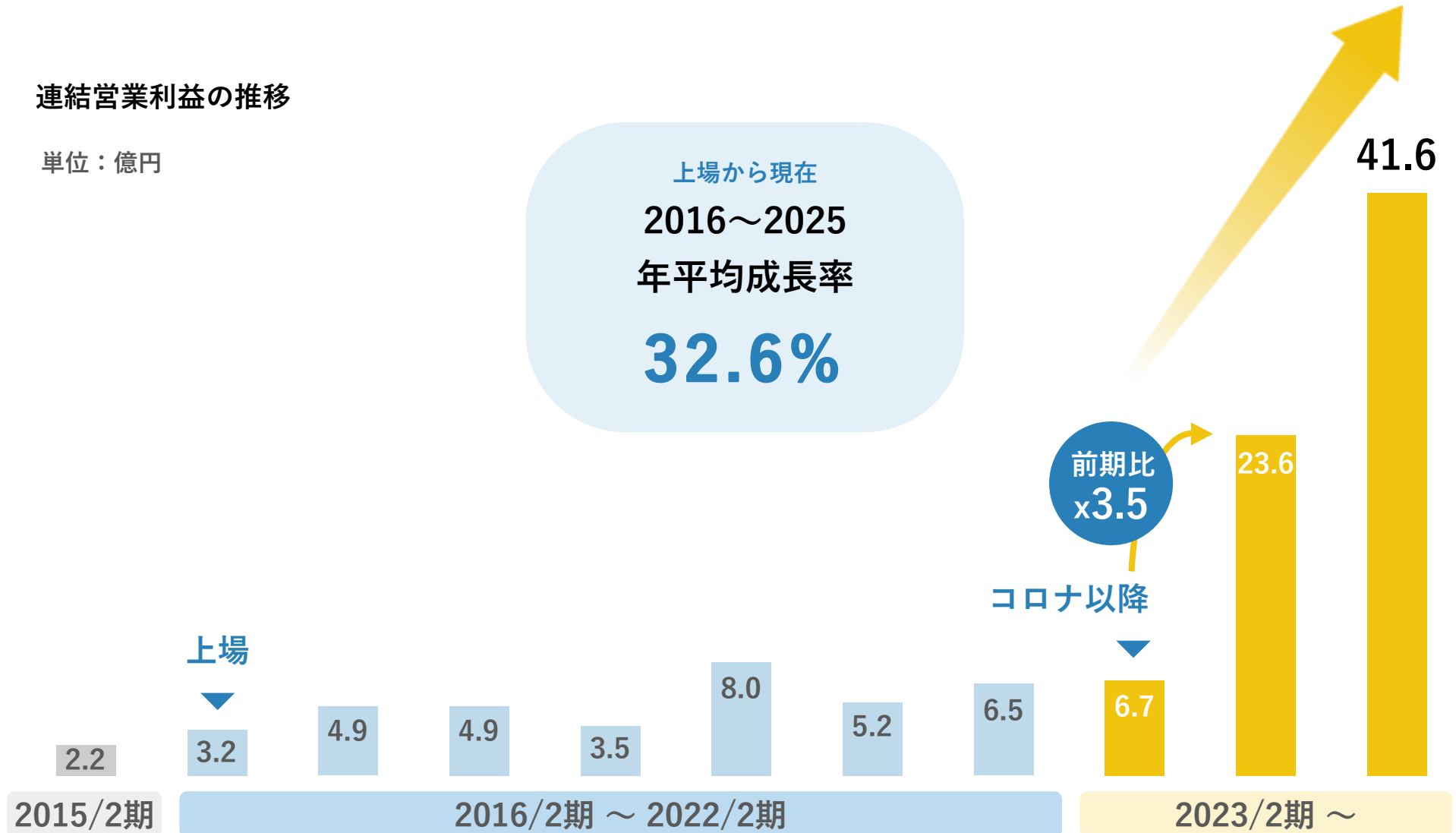
単位：億円



2023年2月期以降、戦略的M&Aの実施により大幅な増益を達成

連結営業利益の推移

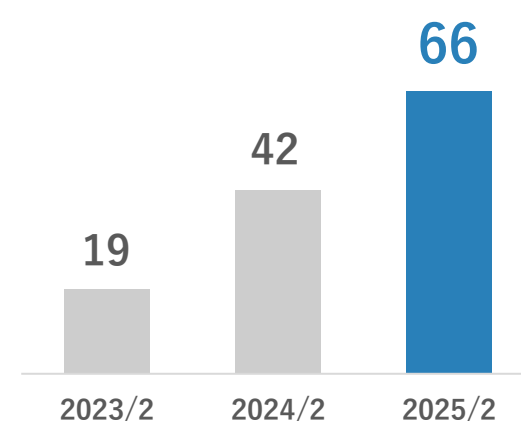
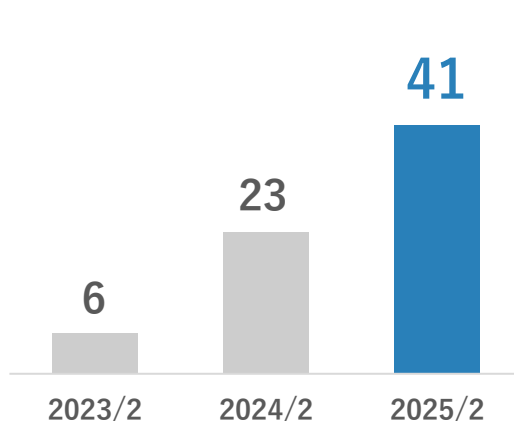
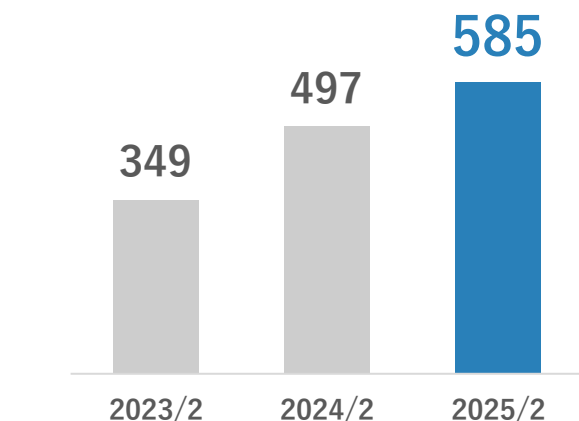
単位：億円



2025年 2 月期 決算ハイライト



売上高・営業利益・EBITDAともに 2 期連続して過去最高を大幅に更新



(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 - 国庫補助金収入 + M&A取得関連費用

売上高は前期比17.6%増、営業利益は75.8%増と大幅な増収増益を達成

	2024年2月期		2025年2月期		前期比
(単位：百万円)					
		構成比		構成比	
売上高	49,781	100.0%	58,542	100.0%	+ 17.6%
営業利益	2,366	4.8%	4,161	7.1%	+ 75.8%
経常利益	2,989	6.0%	4,251	7.3%	+ 42.2%
親会社株主に帰属 する当期純利益	1,036	2.1%	1,861	3.2%	+ 79.5%
EBITDA	4,291	8.6%	6,626	11.3%	+ 54.4%

- 売上高が増加した最大の要因は、ワイエスフーズグループ（ワイエスフーズ、マタツ水産、清藤水産、ワイエス海商）を連結に取り込んだこと。国内、海外の既存企業のオーガニックな成長も貢献。
- 営業利益はワイエスフーズグループの連結取り込みに加え、ホタテの市況回復によりマルキチが大幅に増益。
- 東京電力からの賠償金（8.4億円、特別利益）、その他ホタテ関連補助金（3.8億円、特別利益）を計上。
- 子会社取得により発生したのれん（JSTT Singapore及び他）に係る減損（7.6億円、特別損失）を計上。

（注1） 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 - 国庫補助金収入 + M&A取得関連費用

（注2） 2025年1月10日付で公表いたしました「営業外収益（補助金収入）の計上に関するお知らせ」における株式会社マルキチの補助金収入は、営業外収益ではなく、特別利益として計上することに変更いたしました。

ワイエスフーズグループを通期で連結に取り込んだこと、
既存企業の販売を強化したことにより大幅な増収を達成

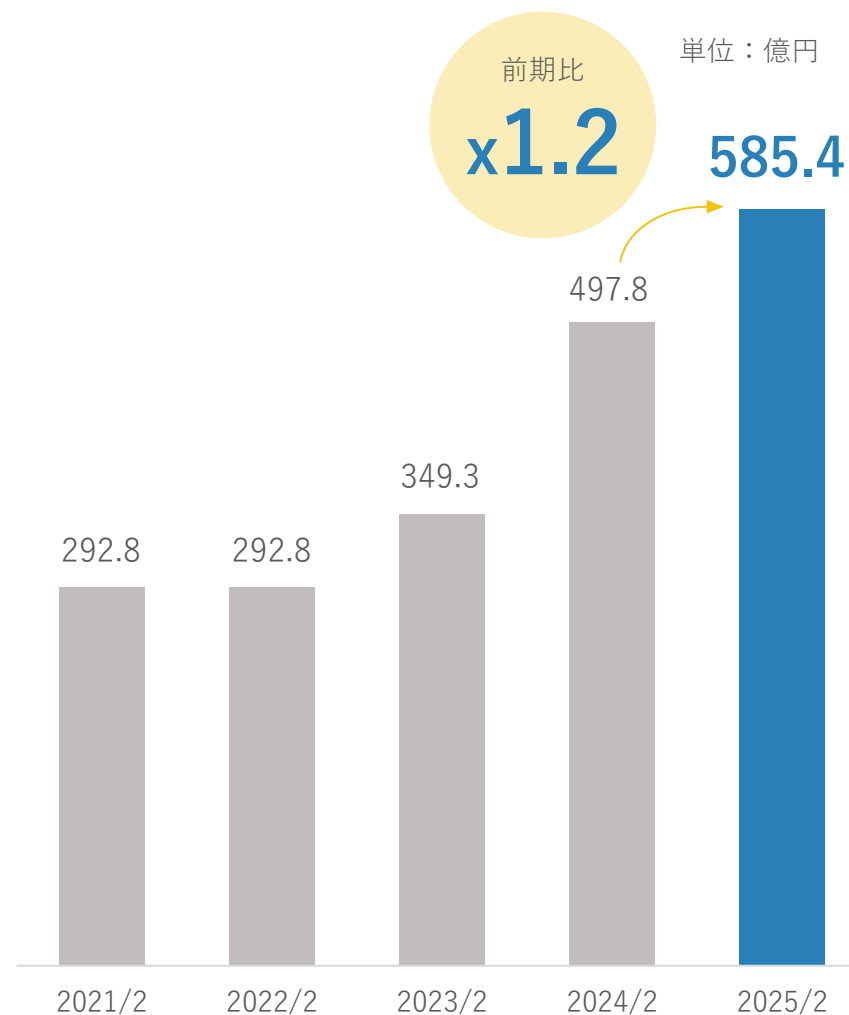
売上高

前期比

585.4 億円

+17.6 %

- 2024年2月期にM&Aによりグループ化したワイエスフーズグループ（ワイエスフーズ、マタツ水産、清藤水産、ワイエス海商）が通期で寄与し増収となった。
- 国内事業
販売事業は引き続き好調に推移。製造事業はインフレの進行により低単価商品の販売が好調に推移したことに加え、ホタテの販売単価が上昇したことが増収に寄与した。
- 海外事業
販売事業は、シンガポールにおいてホタテの販売強化を行ったことに加え、取扱商品を増加したことにより増収。製造事業は、販売強化の結果、ホテル等向けの売上が増加し増収となった。



2期連続大幅増益。ワイエスフーズグループの連結取り込みに加え、ホタテ販売価格の回復によりマルキチの大幅な増益も貢献。

営業利益

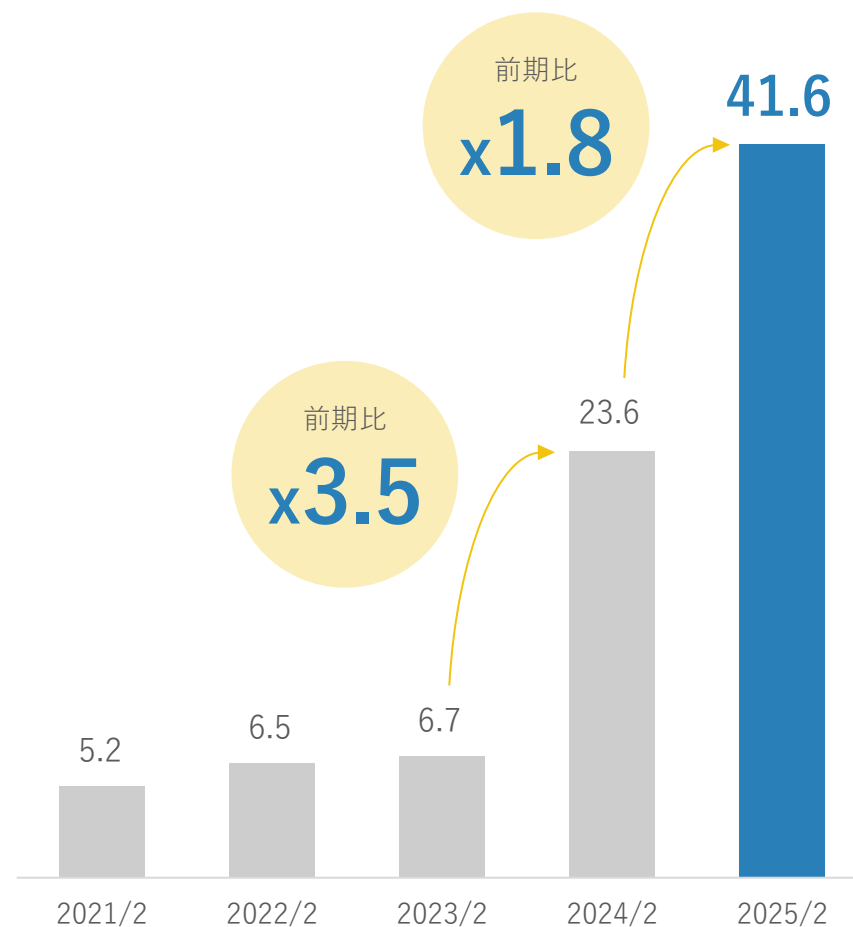
前期比

41.6 億円

+75.8 %

- ワイエスフーズグループをグループ化したことに加え、ホタテの販売価格が上昇したことで、ワイエスフーズグループ、マルキチが大幅に増益となった。
- 国内事業
上記増益はあったものの、ホタテ以外の企業はさらなる原材料価格高騰や競争環境悪化に伴い減益となった。
- 海外事業
シンガポールの景気後退の影響により消費者の低価格志向が強まり、販売単価が下落し減益となった。
- 一時費用であるM&A取得関連費用12百万円を計上。
(前期比▲89百万円)

単位：億円



経常利益及びEBITDAの推移

経常利益及びEBITDAは、営業利益の増加に伴い増加
為替差損33百万円を計上（前年同期は為替差益379百万円）

経常利益

前期比

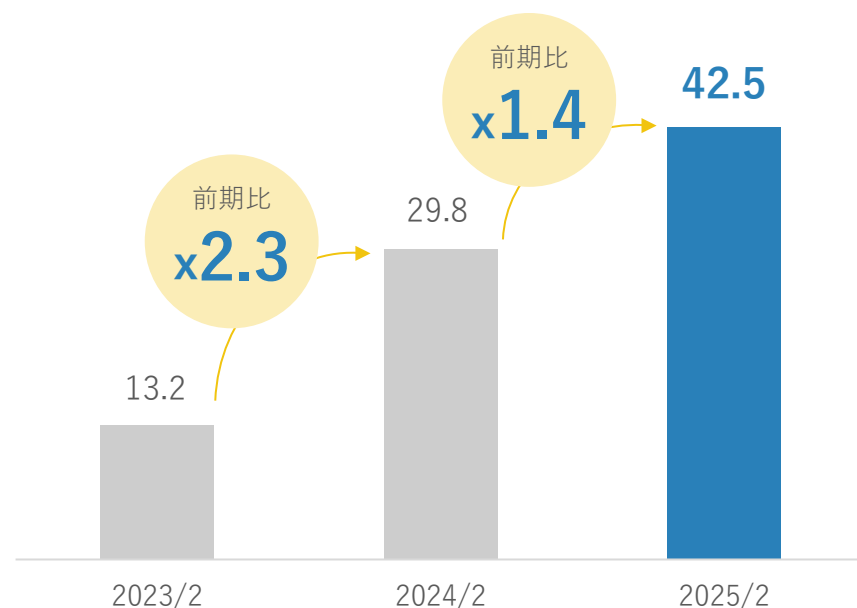
42.5 億円 +42.2 %

EBITDA

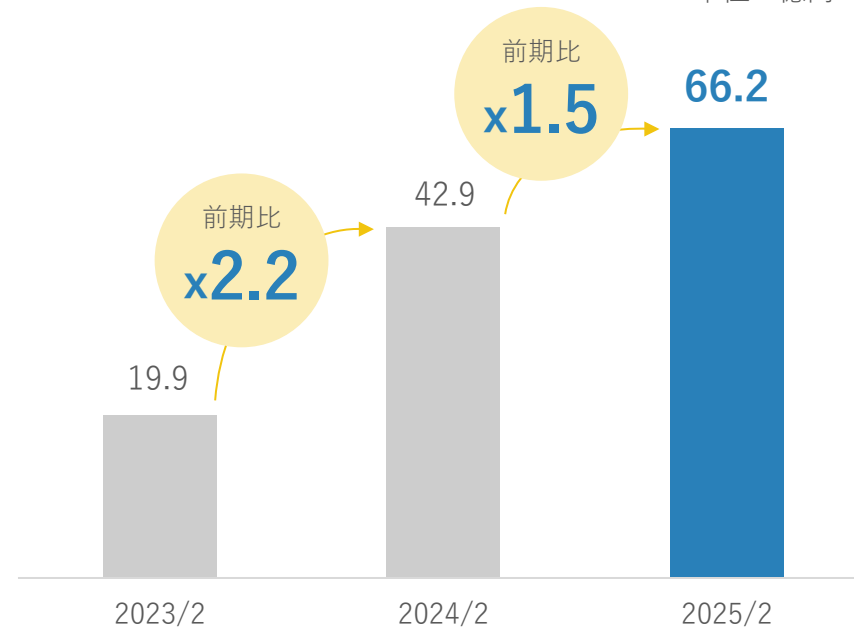
前期比

66.2 億円 +54.4 %

単位：億円



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 - 国庫補助金収入 + M&A取得関連費用

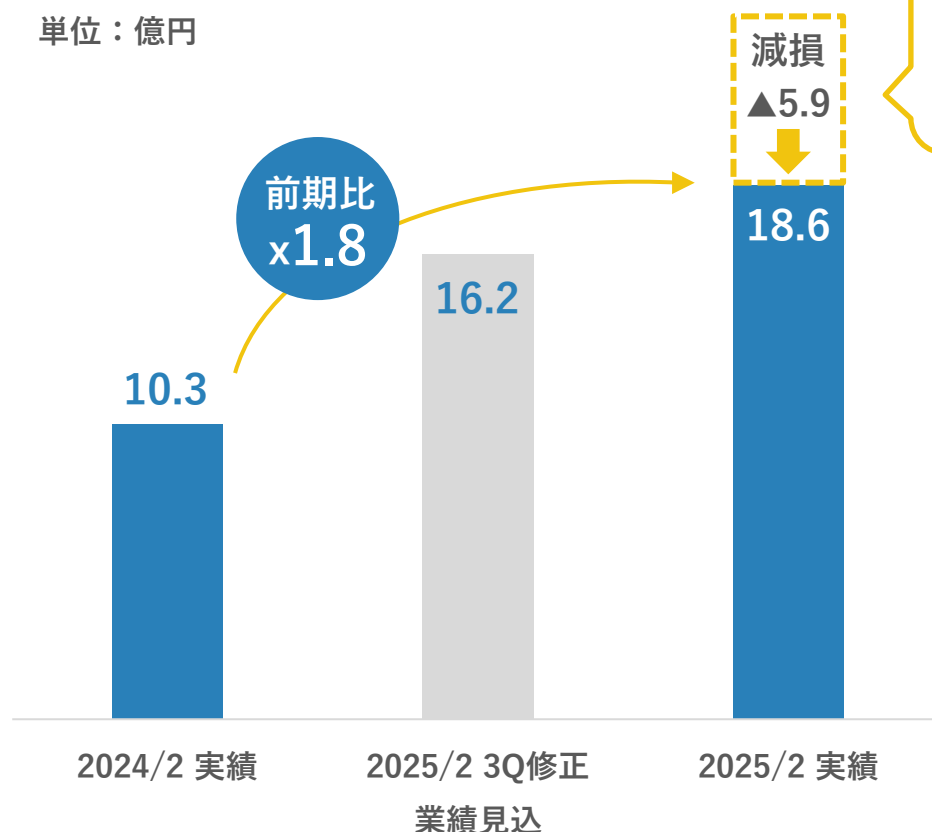
のれんの減損により特別損失7.6億円を計上。

これは主にJSTT Singapore Pte. Ltd.の株式を取得した際に発生したもので、コロナ後の競争環境の変化に加え、原材料価格高騰によりキャッシュフローが悪化したため。

親会社株主に帰属する当期純利益

単位：億円

単位：百万円



7.6億円の減損のうち、
非支配株主持分を考慮した
当期純利益への影響額は
5.9億円

特別損失	766
非支配株主持分	-173
当期純利益	▲592

JSTT Singapore Pte. Ltd.



- シンガポールで寿司等の製造販売を行う
- 現地にセントラルキッチンを保有しており、工場や各店舗で製造した寿司を、現地の大手スーパー等で販売している

2025年2月期 業績見込修正（上方修正）

3Qで行った業績修正（上方修正）に対し、再度の上方修正
ホタテの販売単価が想定以上に上昇し、大幅な利益増となったことが要因

(単位：百万円)	3Q修正 業績見込	2025年2月期 実績	差額	差異率	備考
売上高	58,215	58,542	+ 326	+ 0.6%	
営業利益	3,100	4,161	+ 1,061	+ 34.2%	ホタテの販売単価が想定以上に上昇したことで大幅に利益が増加
経常利益	3,543	4,251	+ 708	+ 20.0%	
親会社株主に 帰属する 当期純利益	1,620	1,861	+ 241	+ 14.9%	のれんの減損損失を計上したにもかかわらず、業績見込を超過
EBITDA	5,245	6,626	+ 1,381	+ 26.3%	

(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 - 国庫補助金収入 + M&A取得関連費用

2025年 2 月期 決算詳細



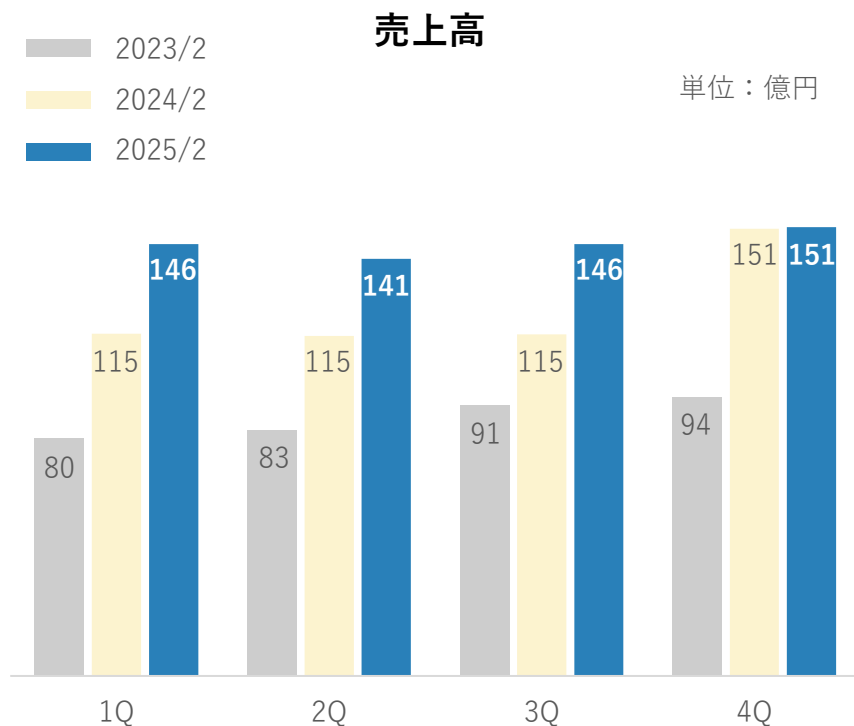
2025年 2 月期 4 Q単体は、ホタテの販売単価が上昇したこと等により
前年同期と同水準以上となった

単位：百万円	2025年2月期 4Q単	2024年2月期 4Q単		2025年2月期 累計	2024年2月期 累計	
		実績	増減率		実績	増減率
売上高	15,190	15,136	+ 0.4%	58,542	49,781	+ 17.6%
売上総利益	3,508	3,292	+ 6.6%	13,299	10,288	+ 29.3%
販管費	2,346	2,285	+ 2.7%	9,138	7,921	+ 15.4%
営業利益	1,162	1,007	+ 15.4%	4,161	2,366	+ 75.8%
営業利益率	7.7%	6.7%	-	7.1%	4.7%	-
経常利益	1,190	1,085	+ 9.7%	4,251	2,989	+ 42.2%
親会社株主に帰属 する当期純利益	615	446	+ 37.8%	1,861	1,036	+ 79.5%
EBITDA	1,763	1,621	+ 8.8%	6,626	4,291	+ 54.4%

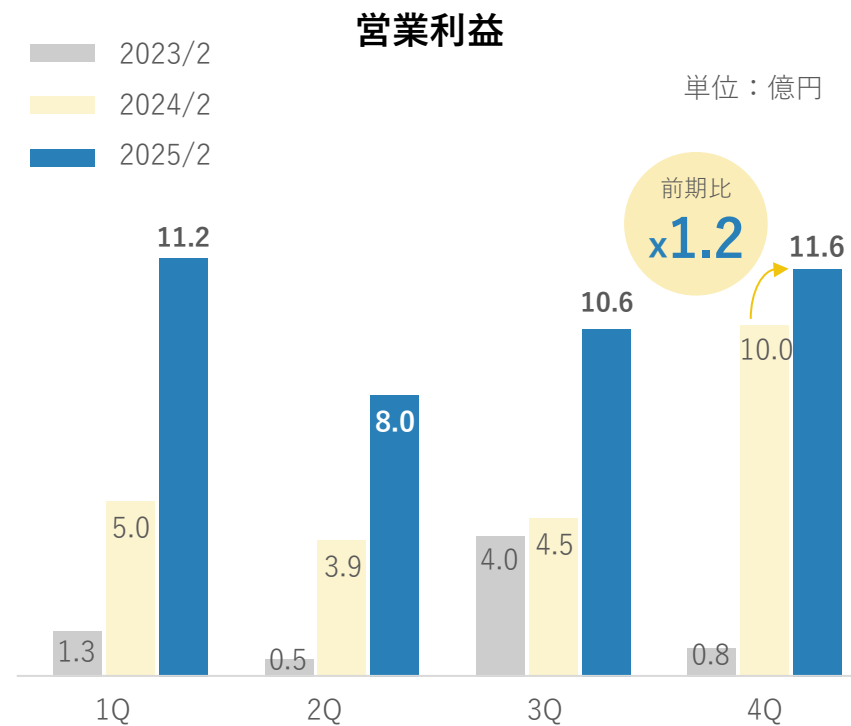
(注 1) EBITDA = 営業利益 + 償却費（減価償却、のれん）+ コロナ関連補助金収入 - 国庫補助金収入 + M&A取得関連費用
(注 2) 2025年 1 月10日付で公表いたしました「営業外収益（補助金収入）の計上に関するお知らせ」における株式会社マルキチの補助金収入は、
営業外収益ではなく、特別利益として計上することに変更いたしました。

© Yoshimura Food Holdings K.K. All Rights Reserved | 証券コード：2884 | 24

2025年2月期は、各四半期すべてにおいて営業利益が前年同期を上回る



■ 当第4四半期の売上高は、前年同期と同水準となる



- 当第4四半期の営業利益は、前期比115.4%増
- ワイエスフーズをグループ化した2024年2月期4Qから利益が大幅に増加

当期純利益が増加したことで自己資本比率は19.7%（前期末比+3.4%）へ増加

(単位：百万円)	2024年2月期末 時点	2025年2月期末 時点	前期末比	備考
流動資産	28,337	32,448	+ 4,111	
現金及び預金	10,225	13,170	+2,945	■ 現預金 利益の積み上げ、賠償金の受領等により増加
受取手形及び売掛金	7,131	8,186	+1,054	■ 受取手形及び売掛金 売上の増加に伴い売掛金が増加
棚卸資産	10,193	10,177	▲15	
固定資産	25,167	23,620	▲ 1,547	
有形固定資産	10,842	11,217	+374	
のれん	8,015	6,580	▲1,435	■ のれん JSTTに係るのれんを減損したことで減少
顧客関連資産	3,912	3,544	▲368	
総資産	53,505	56,069	+ 2,563	
流動負債	25,026	20,479	▲ 4,547	
借入金及び社債	18,486	12,434	▲6,052	■ 借入金の減少 借入金の返済が進んだことで減少
固定負債	15,307	19,055	+ 3,748	
長期借入金及び社債	13,126	16,476	+3,349	
純資産	13,171	16,534	+ 3,363	
自己資本	8,709	11,042	+2,332	■ 自己資本の増加 利益計上により自己資本が増加し、自己資本比率は19.7%（前期末比+3.4%）

売上高の状況（セグメント別）

製造事業セグメント、販売事業セグメント共に増収

（単位：百万円）

	2024年2月期	2025年2月期	前期比	備考
製造事業セグメント	39,923	48,081	+ 20.4%	■ ワイエスフーズは2024年2月期4 Qから連結開始
ワイエスフーズ ※マタツ水産、清藤水産を含む	3,042	10,952	+260.0%	
マルキチ	6,122	6,118	▲0.1%	■ マルキチは販売価格上昇に伴い堅調に推移
楽陽食品	4,777	5,212	+9.1%	
Pacific Sorby	3,982	4,031	+1.2%	
NKR	3,694	3,989	+8.0%	■ 楽陽食品は消費者の低価格志向、新商品販売により増収
オープン	2,846	2,805	▲1.4%	
その他（17社）	15,456	14,971	▲3.1%	■ Pacific Sorbyは観光需要の回復により増収
販売事業セグメント	9,259	9,991	+ 7.9%	
ヨシムラ・フード	5,834	5,748	▲1.5%	■ NKRはシンガポール及びマレーシアにおいて大型プロジェクトを受注し増収
Sin Hin	1,926	2,352	+22.1%	
その他（2社）	1,498	1,890	+26.1%	
その他事業セグメント	598	468	▲ 21.7%	■ Sin Hinはホタテの販売が好調に推移し増収
合計	49,781	58,542	+ 17.6%	

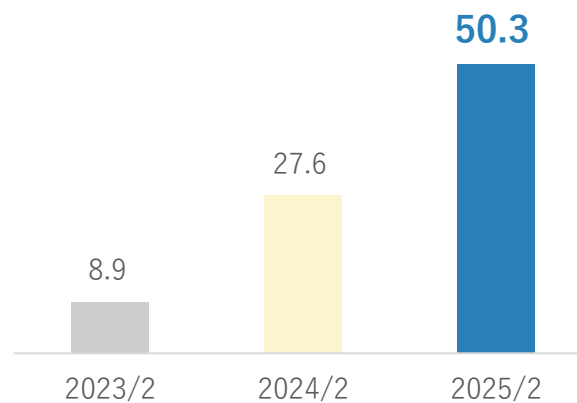
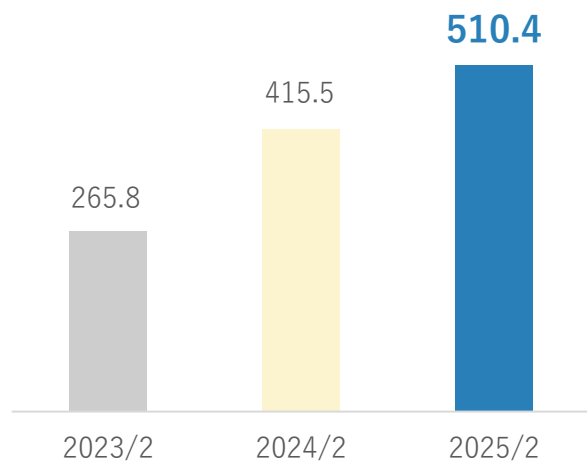
（注）2024年2月期までの決算説明資料では、個社別の売上高には、セグメント間の取引及び内部取引を含めておりましたが、2025年2月期第1四半期の説明資料から内部取引調整後の売上高を記載しております。

単位：億円

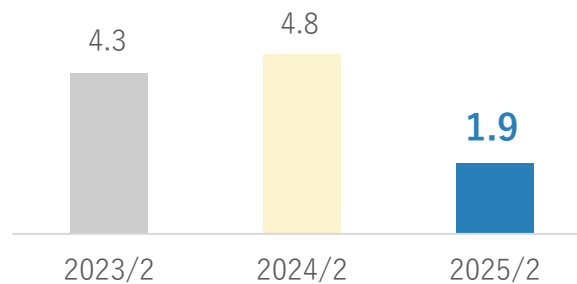
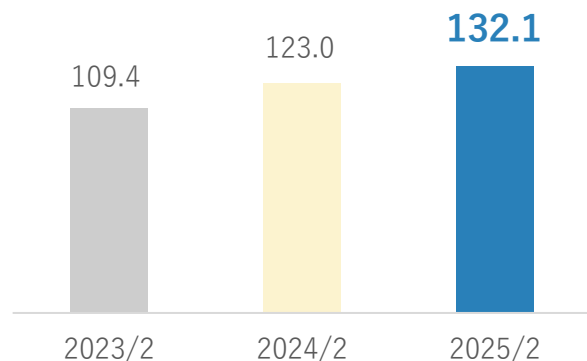
売上高

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います。

(注) 営業利益は、のれん償却額等を含めていません。

2025年 2 月期 トピックス



ワイエスフーズ及びマタツ水産において賠償金の一部を受領

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**

2024年12月9日 ワイエスフーズは **約8.5億円** を受領

(1) 賠償対象期間	自 2023年8月1日 至 2023年10月31日
(2) 賠償金額	848百万円
(3) 賠償金入金日	2024年12月9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 &
マルキチ及び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

2025年3月24日 マタツ水産は **約1.3億円** を受領

今後の対応

ワイエスフーズ及びマタツ水産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

規程の改訂、教育・情報管理・監査体制の一層の強化を通じて、 インサイダー取引の再発を防ぐ厳格な管理体制を構築

内部者取引防止規程の改訂

- 違反行為の明確化及び違反時の処分内容の詳細化を実施
- 株式売買時の事前申請制度の適用範囲を全社員へ拡大
- 内部者取引防止規程の再周知とルール徹底
- 定期監査による規程の運用状況の確認

教育・啓発活動の再整備

- 経営トップからの定期的なメッセージ発信
- 役員・管理職を対象とした研修の定期的な実施
- 外部専門家との連携による研修内容の定期的な見直し
- 役員就任・社員雇用時にインサイダー取引禁止に関する誓約書提出を義務化

情報管理体制の強化

- 重要情報に対するアクセス権限管理の徹底
- 機密情報の取扱ルールの再整備と情報漏洩防止措置の強化
- 情報管理体制の定期的な監査

モニタリング・ガバナンスの強化

- 株式取引監視体制の強化
- 異常取引の早期発見と調査体制の構築
- M&A交渉時に誓約取得及びグループ入りした企業へ研修を実施

株式会社オーブンと株式会社細川食品の合併について

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

2026年 2 月期 業績見通し



2026年2月期業績見通し

2026年2月期の業績見通しは、アメリカの関税政策の不透明さに加え、ホタテの仕入価格及び販売価格の変動が予測しづらいことから、幅を持たせて設定

単位：百万円	2024年 2月期	2025年 2月期	2026年2月期		備考
	実績	実績	業績見込	前期比	
売上高	49,781	58,542	60,700 ~ 63,700	+3.7% ~ +8.8%	既存企業のオーガニックな成長等により増収を見込
営業利益	2,366	4,161	3,000 ~ 4,000	▲27.9% ~ ▲3.9%	足元のホタテの仕入価格、販売価格を前提に見込
経常利益	2,989	4,251	2,900 ~ 3,900	▲31.8% ~ ▲8.3%	
親会社株主に 帰属する 当期純利益	1,036	1,861	1,120 ~ 1,580	▲39.8% ~ ▲15.1%	東京電力からの賠償金は 見込に含めていない
EBITDA	4,291	6,626	5,570 ~ 6,570	▲15.9% ~ ▲0.9%	

(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 - 国庫補助金収入 + M&A取得関連費用

中期経営計画



2030年2月期に向けて

目指す姿

“中小食品企業のグローバルプロデューサー”

日本の“おいしい”を支える中小企業を支援し、
地域の持続的な発展と世界の食文化の豊かさに貢献
さらに、日本食の海外人気を追い風に、世界へと広がる成長を目指していく

定量目標

営業利益

80 億円

EBITDA

120 億円

財務
健全性

ROE

20 %以上

株主還元

M&A及びオーガニックな成長により利益を増加し、
株価を上げることで株主の皆様へ還元

オーガニック成長と新規M&Aにより成長を加速

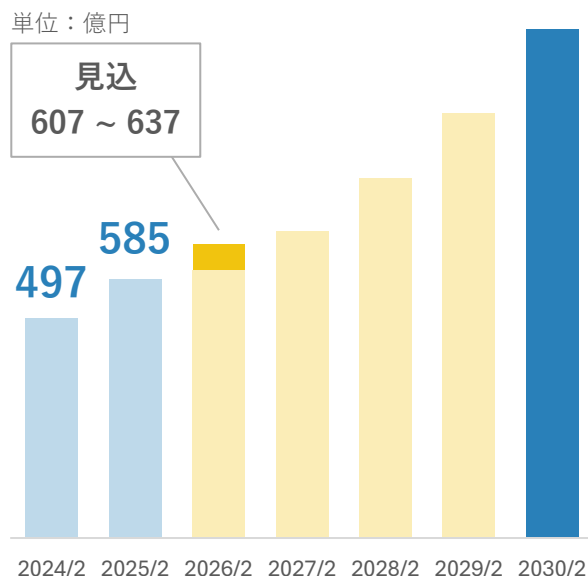
2030年2月期には、売上高1150億円、営業利益80億円、EBITDA120億円を目指す

中期経営計画定量目標には、過去の実績をもとに新規M&Aを含めている

売上高

2025～2030
年平均成長率
14.5%

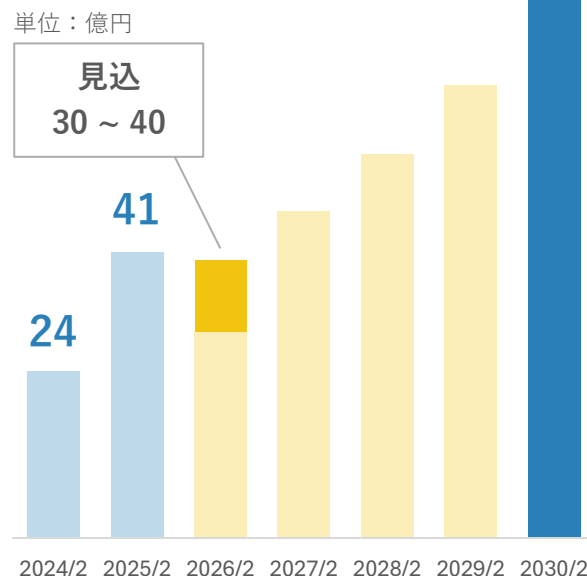
2030年
1,150億円



営業利益

2025～2030
年平均成長率
14.0%

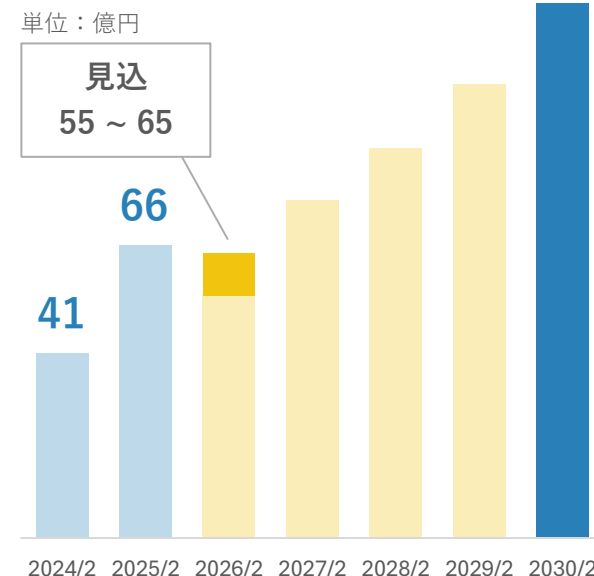
2030年
80億円



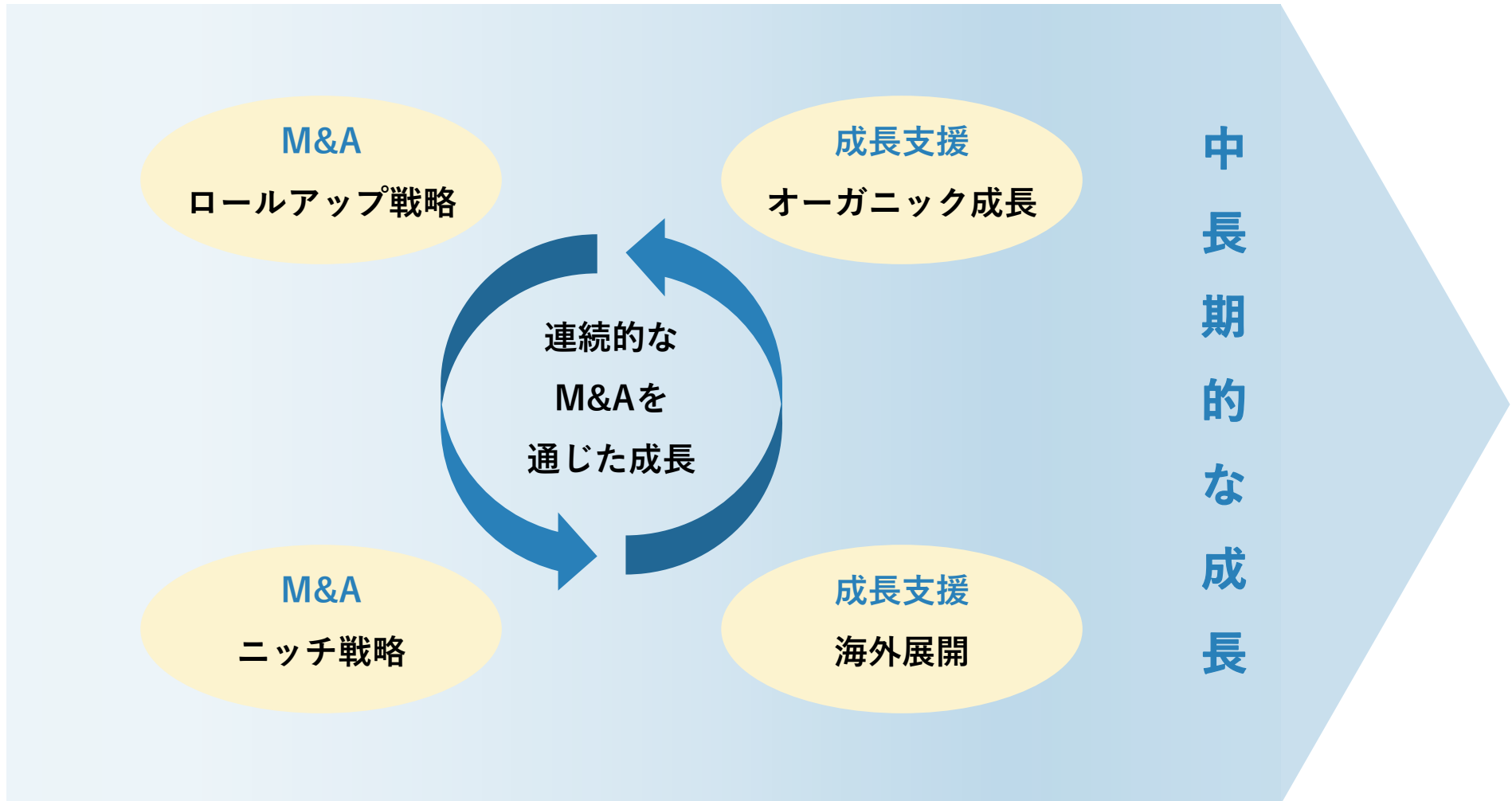
EBITDA

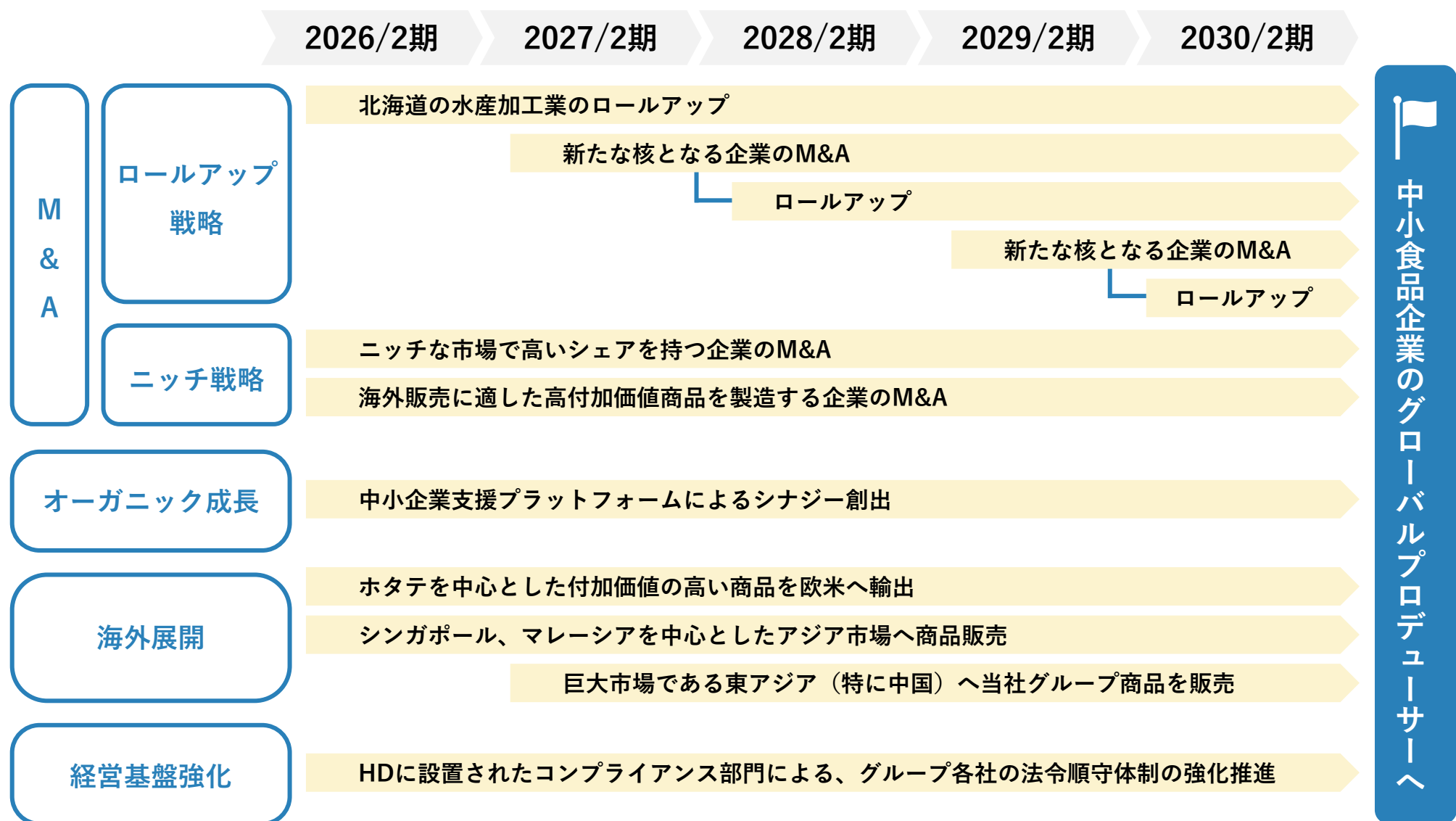
2025～2030
年平均成長率
12.6%

2030年
120億円



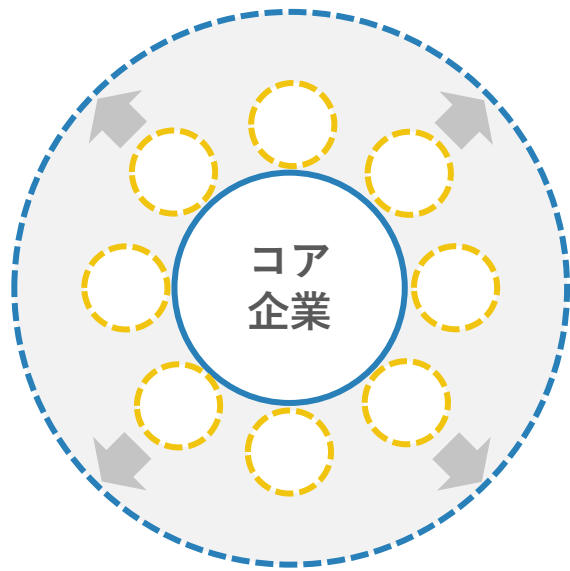
2つのM&A戦略と2つの成長支援を柱に、中長期的な成長を目指す





ROLL UP STRATEGY

核となる企業を中心に同業他社を巻き込むことで、シェアを拡大し、シナジー効果を創出



核となる企業を新規M&A



同業他社のロールアップにより
ユニットを形成

マーケットシェアの拡大

- 収益力の拡大

ユニット内でのシナジー創出

- 業績安定化
- コストダウン
- 生産効率化

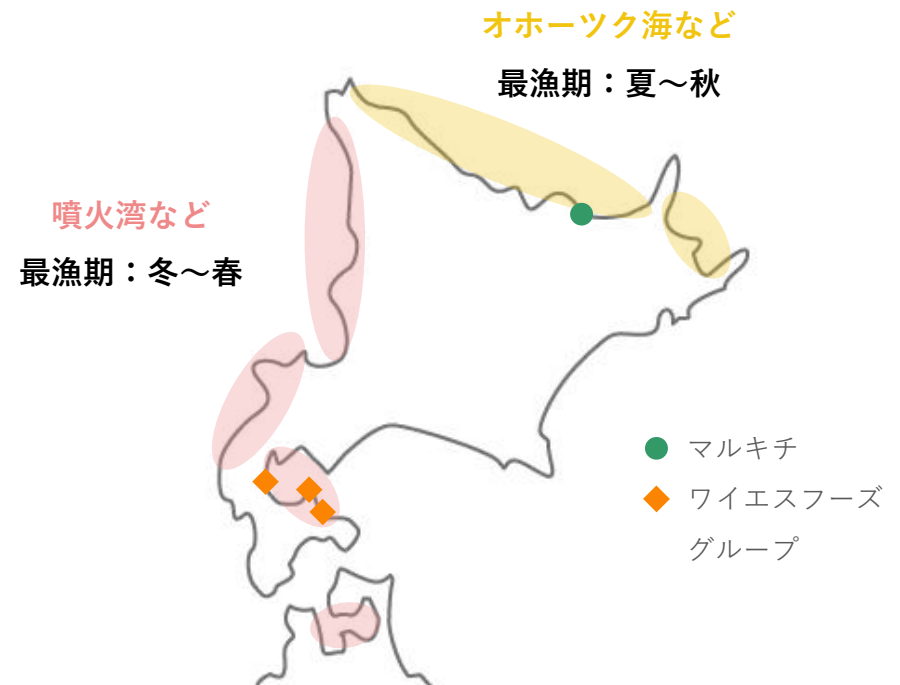
ROLL UP STRATEGY

核となる企業を中心に同業他社を巻き込むことで、シェアを拡大し、シナジー効果を創出

【具体例】北海道の水産加工業のロールアップ

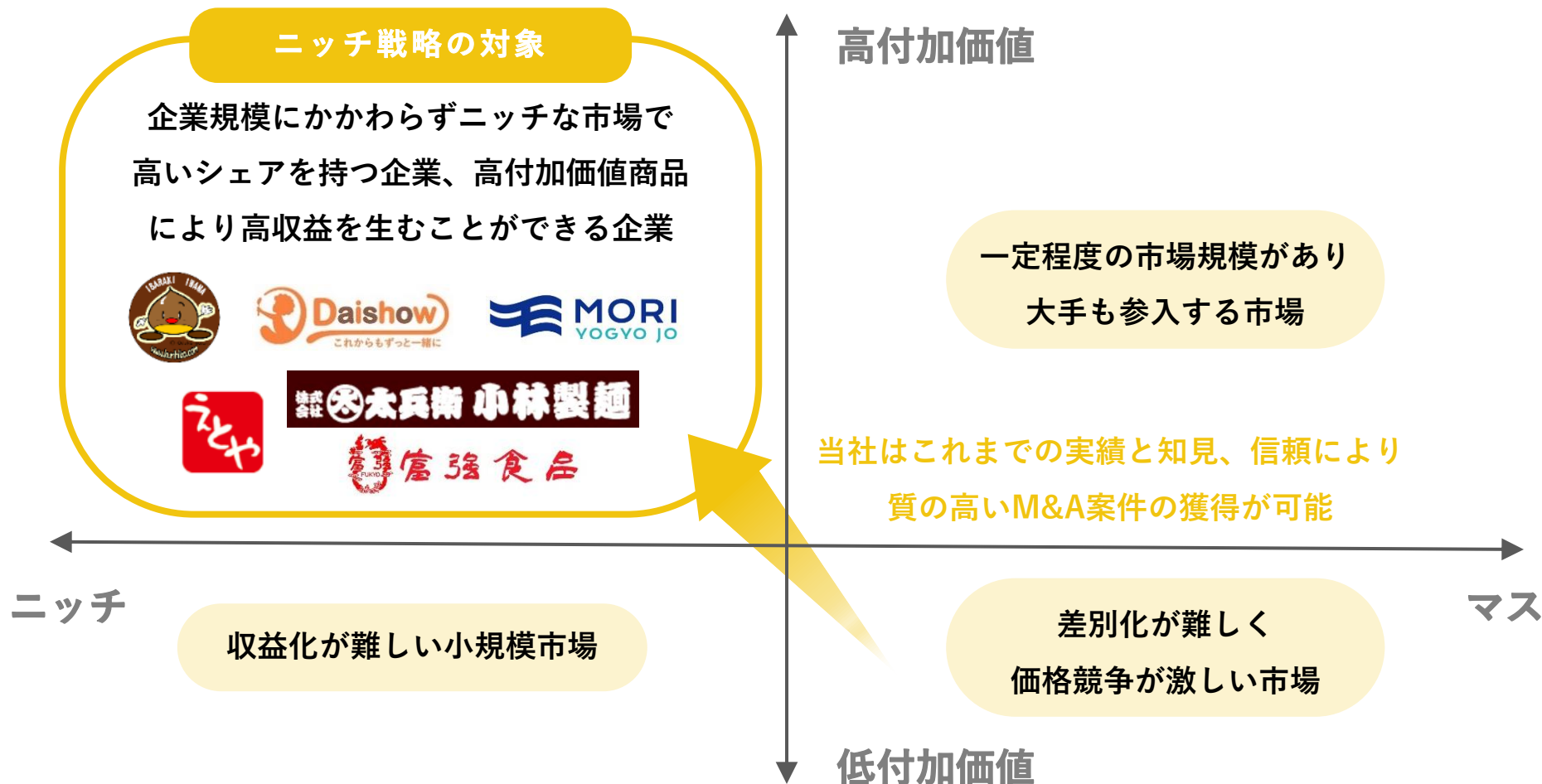
多数の中小企業が競合するホタテ加工業界において、マルキチ及びワイエスフーズを核としたロールアップを推進し、ホタテ加工分野で高いシェアを獲得。シナジーの創出により、さらなる収益拡大を図る。

- グループ間の連携により生産量を平準化し、生産効率を改善
- 原材料・設備・人材の横断的な活用
- スケールメリットによる収益力の向上
- 仕入と販路の統合により成長機会を共有



NICHE MARKET STRATEGY

ニッチ市場で高いシェアを持つ企業、もしくは高付加価値商品により競争優位性を確立している企業をグループ化し、グループ間シナジーで成長

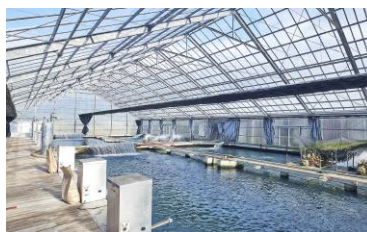


NICHE MARKET STRATEGY

ニッチ市場で高いシェアを持つ企業、もしくは高付加価値商品により競争優位性を確立している企業をグループ化し、グループ間シナジーで成長

【具体例】

森養魚場は、稚魚の孵化から出荷までを自社で手掛ける鮎の陸上養殖のパイオニア企業
ニッチ市場で高いシェアを獲得することで競争優位性を確立し、高い利益率を誇る
グループ入り後、約6年間で売上高が約1.6倍、営業利益が約1.8倍に成長



鮎の養殖量
全国 1 位

令和5年
鮎の全国養殖量
3,385トン

森養魚場
750トン

富強食品は、業務用春巻きの皮というニッチな市場で長年トップシェアを維持
創業以来受け継がれてきた独自のレシピと製法により、他社には再現できない高品質を実現し、
多くの高級中華料理店で採用されている



戦略別に以下のターゲットを定めてM&Aを推進

	ロールアップ戦略	ニッチ戦略	その他
戦 略	1. 特定の分野で独自の地位を確立している企業を核としてM&A 2. その周辺企業をロールアップ	1. ニッチな市場で高いシェアを持つ企業 2. 高付加価値商品を製造する高利益率企業	1. 当社グループ企業とシナジー効果を発揮できる企業 2. 独自の商品、技術等を持つ企業
業 種	食品製造業・食品卸売業・食品通信販売業・食品機械製造販売業	食品製造業・食品機械製造販売業	食品製造業・食品卸売業・食品通信販売業・食品機械製造販売業
地 域	日本全国	日本全国	日本全国 東南アジア (主にシンガポール、マレーシア)
売 上 高 (目 安)	核となる企業：20億円以上 ロールアップ：3億円以上	3億円以上	3億円以上
収 益 性	核となる企業：営業利益5億円以上 ロールアップ：シナジー重視	高い収益性 (売上高/EBITDA10%以上)	実質的な黒字
形 態	株式の過半数以上の譲渡（事業譲渡を含む） マイノリティ出資は行わない		

中小企業支援プラットフォームを活用し、
グループ企業に対して経営支援及びシナジー創出支援を行うことで業績向上を実現

【事例】

小林製麺（2022年12月にM&A実行）

グループ入り後、約2年間で売上高が約1.3倍、営業利益が約1.6倍に成長

- 資本提携先の国分グループと連携し、共同で商品開発。小林製麺初の市販用商品発売。
（小林製麺で製造した麺を楽陽食品で包装し、国分北海道の専売品としてスーパー量販店へ発売）

十二堂（2022年1月にM&A実行）

グループ入り後、約3年間で売上高が約1.5倍、営業利益が約2.0倍に成長

- 生産設備への投資により生産効率を向上
- ブランドの浸透が進み、高級スーパーでの取り扱いが拡大



小田喜商店（2022年6月にM&A実行）

本社から人材を派遣し、中長期的な事業拡大に向けた支援を実施

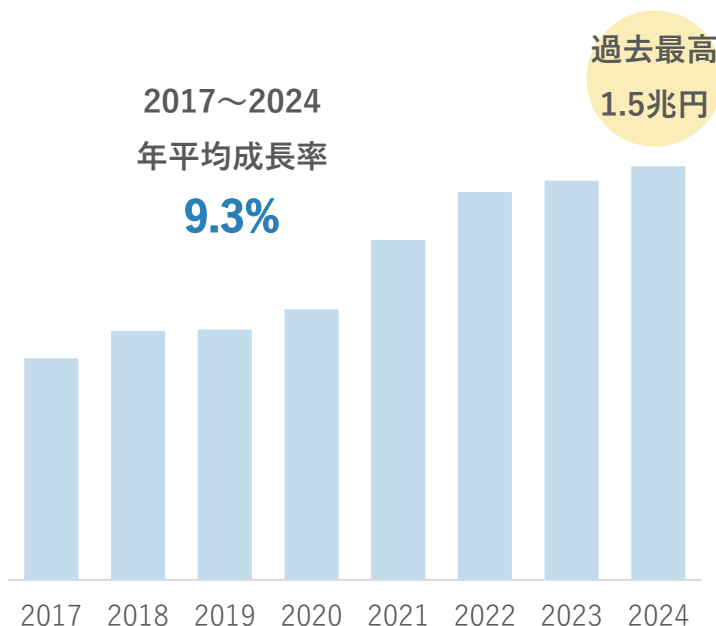
- 取引先と提携して栗の自社栽培を開始
- 栗農家の後継者不足により休耕地が増え、栗の調達が難しくなる中、
自社管理圃場の拡大を通じて安定的な生産体制を構築



（注）上記グループ入り後の成長は、M&A前の業績と2025年2月期の業績を比較

近年、特にアジアにおいて日本食レストラン数が増加
日本食が世界中に浸透する中、食品の輸出額も年々増加傾向

日本の農林水産物・食品の輸出額 ※1



日本政府は
日本の農林水産物・食品の輸出額を
2030年に5兆円とする目標

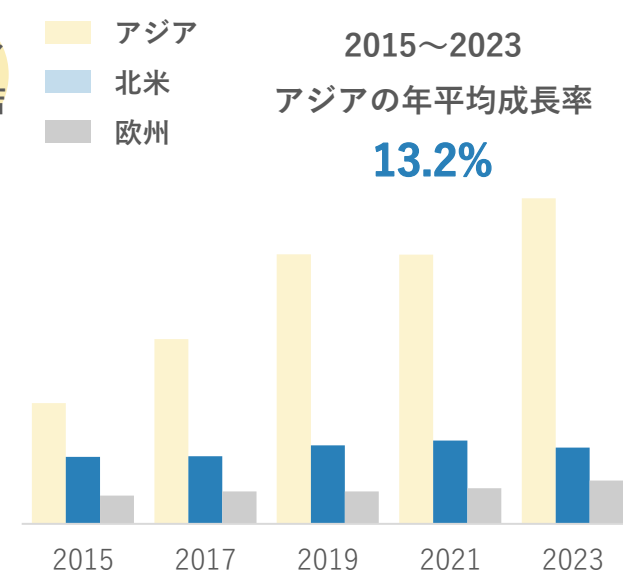
日本食レストラン数の推移 ※2



日本文化の影響や
健康志向の高まりにより
日本食への需要増加

海外地域別

日本食レストラン数の推移 ※2



経済成長と中間層の拡大を背景に
アジアにおいて
日本食の普及が加速

ヨシムラ・フード・ホールディングス

中小食品企業のグローバルプロデューサー

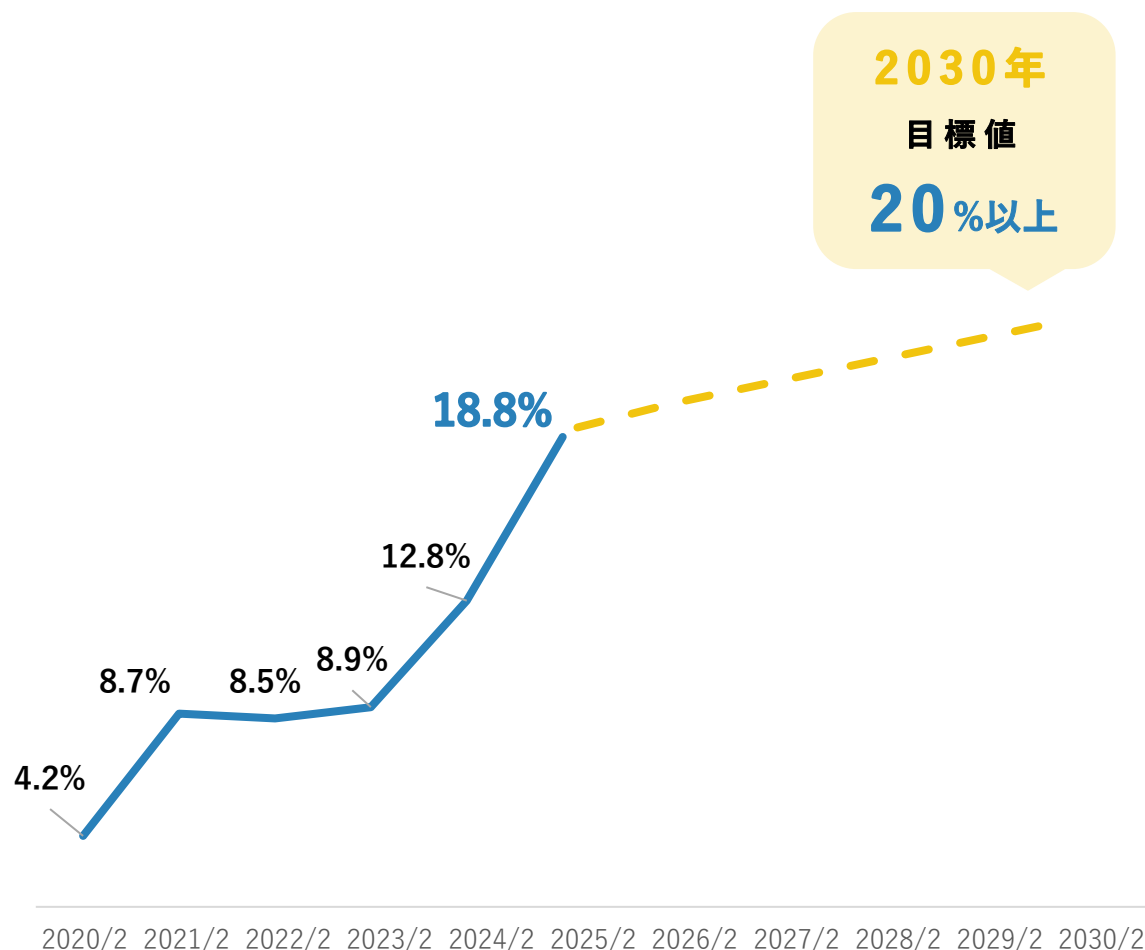
日本の“おいしい”を支える中小企業を支援し、

地域の持続的な発展と世界の食文化の豊かさに貢献

さらに、日本食の海外人気を追い風に、世界へと広がる成長を目指していく



ROEを20%以上に維持することを目指す 財務健全性を保ちながら、財務レバレッジを活用したM&Aを推進



現状

- ✓ 利益率の高い企業のM&Aにより、ROEは増加傾向



中計における施策

- ✓ 良好な調達環境を活かし、借入金を中心としたM&Aを継続
- ✓ 経営効率化、グループ間シナジー効果を発揮することで更なる利益の向上
- ✓ 必要に応じて不採算事業からの撤退、事業ポートフォリオの見直しを実施

株主還元



2026年2月期～2030年2月期 基本方針

M&A及びオーガニックな成長により利益を増加し、
株価を上げることで株主の皆様へ還元する

- ◆ 事業から生み出されるキャッシュフローは
引き続きM&Aをはじめとした成長投資へ配分
- ◆ 株主優待を活用したファン株主の創出
- ◆ 成長のステージに応じて自社株買いや配当を検討

中長期的に当社株式を保有してくださる株主の皆様へ感謝の意を込めて、
今期より継続保有要件を設けるとともに優待利回りを引き上げ、株主優待制度を拡充

300株以上の当社株式を1年以上継続保有されている株主様へ、
日頃の感謝の気持ちを込めて株主優待品をお届けいたします。

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

プレミアム

北海道セット

50,000株以上

年4回

40,000円相当

プレミアム

北海道セット



市場には出回らない希少な製品を含む



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 C E O 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) 5.0% 他
■ 連 結 業 績	売 上 高：58,542百万円 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。
■ グ ル ー プ	連結子会社：36社（主要連結子会社：29社）
■ 市 場	東証プライム（2884）

代表取締役 C E O

吉村 元久 Motohisa Yoshimura

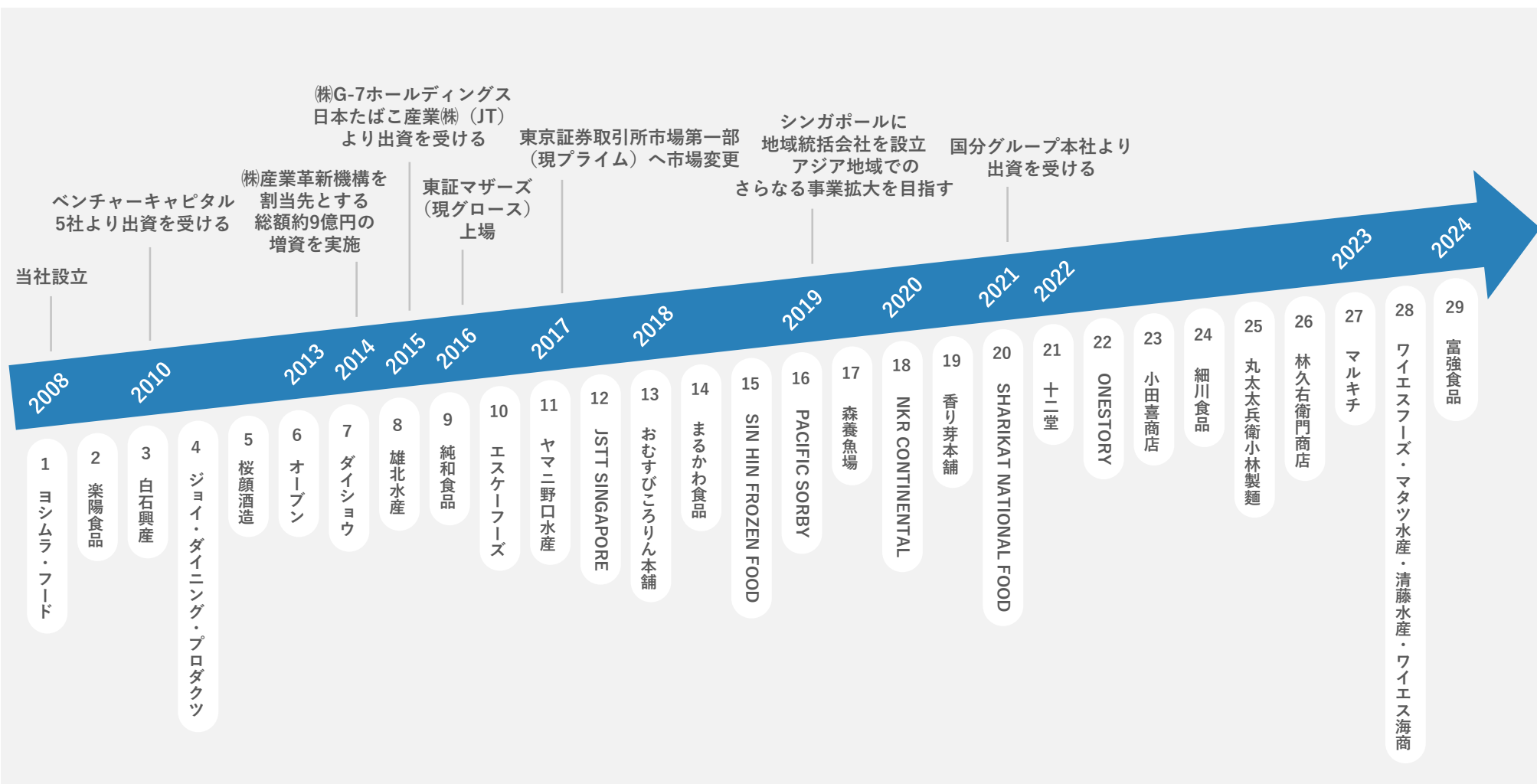


出 身 地 北 海 道 函 館 市

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）

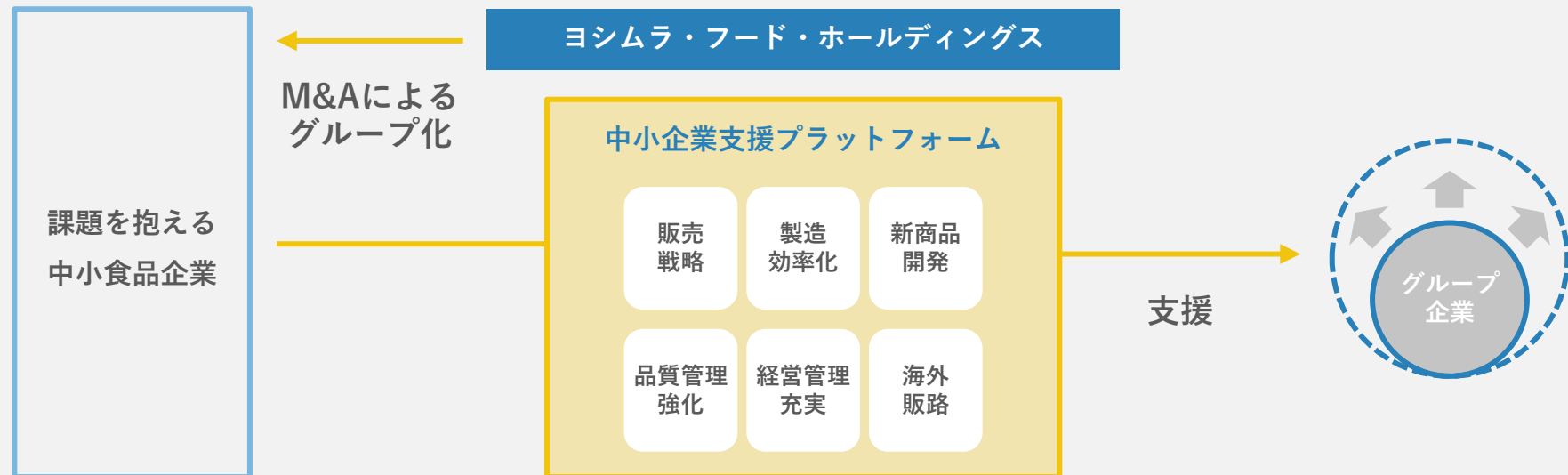
中小食品企業のM&Aと 当社ビジネスモデルへの共感企業からの出資の歴史



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. グループ企業の拡大による成長

2. 既存事業の業容拡大による成長



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

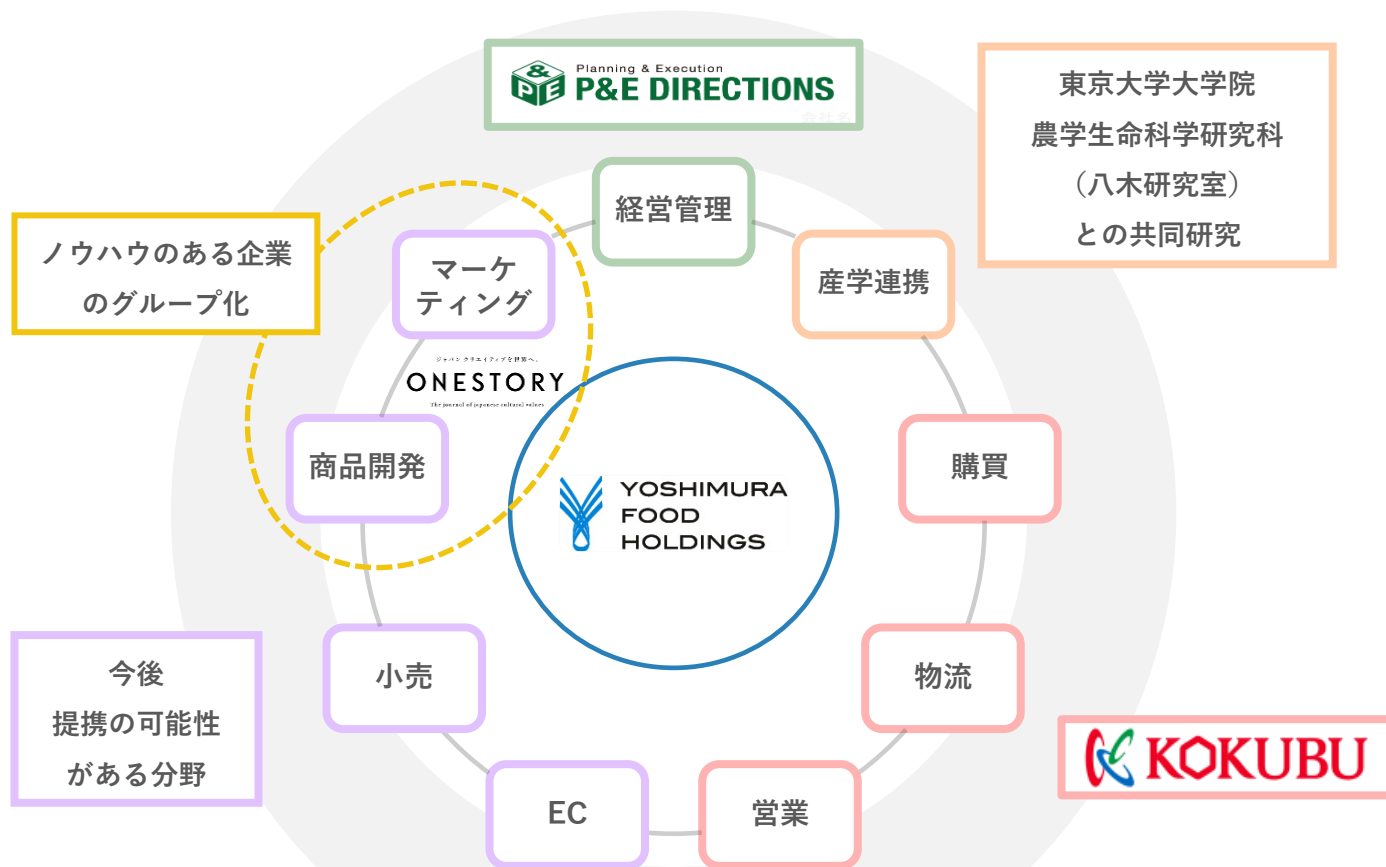
販路拡大・売上増加

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

国分グループとの協業として、当社が持つ中小企業支援プラットフォームと、国分グループが持つリソース・ノウハウを活用して、グループ各社の企業価値向上を図る

商品開発・販売

- **小田喜商店**の栗ペーストや甘露煮を使用し、スーパー専売品「和栗もんぶらんぷりん」、「渋皮栗大福」、「和栗生どら焼き」を開発
- **小林製麺**で製造した麺を使用し、一部商品は**楽陽食品**にて包装、国分北海道の留型商品を3品発売
- **ヤマニ野口水産**と共同で、国分北海道留型品「北海道産鮭皮チップス」を発売
- **純和食品**との共同開発により、国産果実を使用したフルーツゼリー4品を、スーパーマーケットのプライベートブランドとして発売



等

購買・物流

- 全社にて国分集中購買システム「e-ぶんた君」を活用し、コスト改善
- 原材料・資材調達の一部切替によるコスト改善
- 国分引取物流活用による物流費改善



情報共有

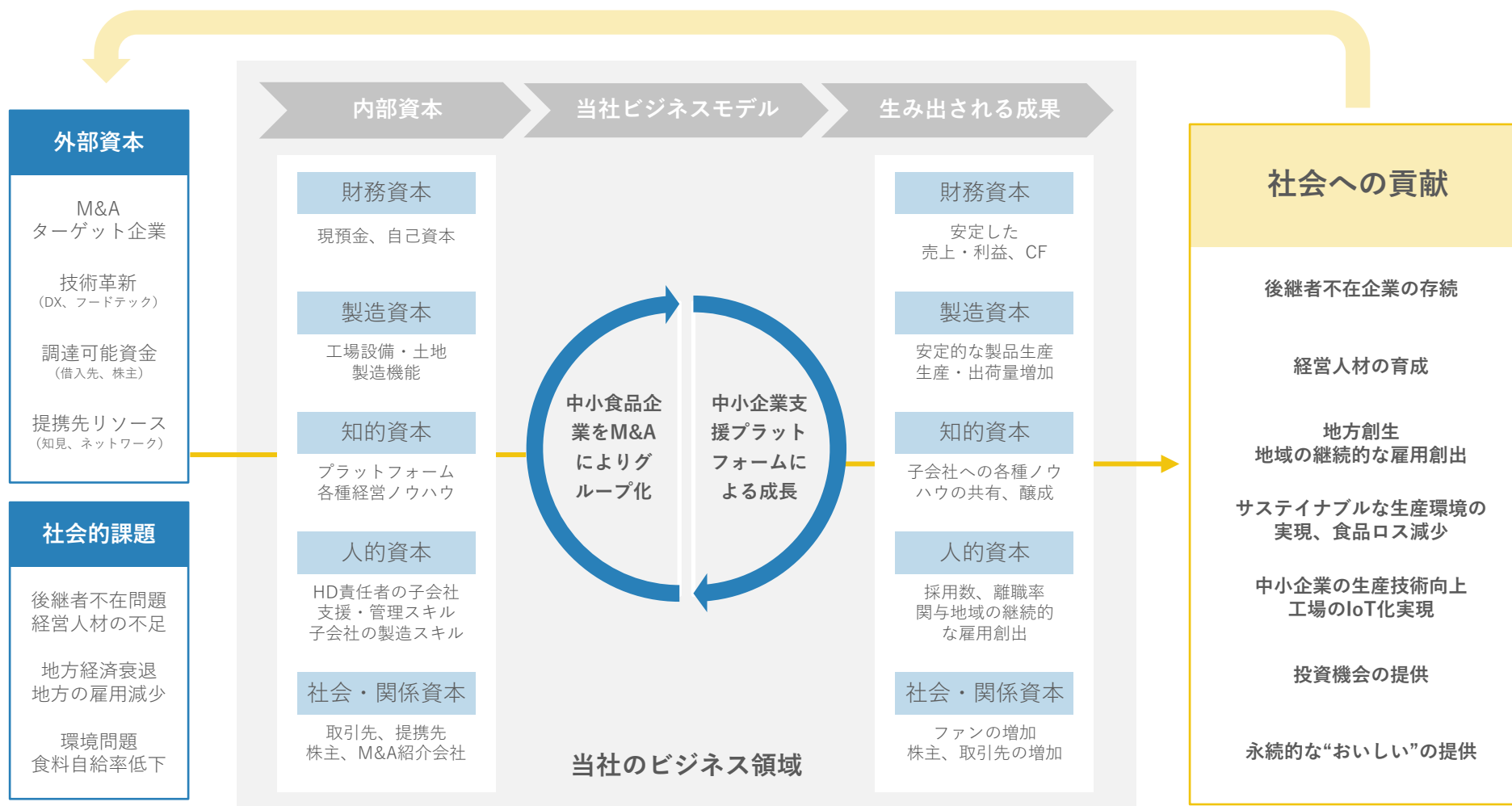
- 国分グループ展示会出展による得意先接点増加
- 国分グループの海外事業部との協業を推進
- 常駐出向者受入れによる連携深化



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**



社会資本を活用してビジネスモデルを回すことで、企業価値を創造し
ステークホルダーから当社グループへの共感を高めると同時に
社会に対しても地域社会への貢献など価値の還元を継続することで、**持続可能なESG経営を推進**



当社のESGに対する取り組み状況

ENVIRONMENT

環境

環境に配慮した持続可能な製品製造

- 環境変化に依存しない、もしくは環境に負荷をかけない持続可能な製品製造技術・ノウハウを保有
- 限られた食料資源の有効活用や効率的な生産を実施
 - ・ 森養魚場：気候変動、河川の水質汚染等の影響により天然鮎が減少する中、独自技術にて養殖鮎を安定供給
 - ・ ヤマニ野口水産：端材やサイズ不揃い品を用いた製品開発により食品ロス削減へ貢献
 - ・ おむすびころりん本舗：廃棄予定原材料をフリーズドライ加工し再度製品化することで食品ロス削減へ貢献 ほか

製造工程にて発生した産業廃棄物の再利用

- ・ グループ各社：製造工程にて発生した廃棄物を地域の畜産業者などに提供することによる食品廃棄物の有効活用

消費電力削減

- ・ グループ各社：工場の使用電力削減を目的とした、LED化、高効率ボイラーの採用などを順次実施

SOCIAL

社会

地域社会における「食」分野での貢献

- 地域の消費者に高いニーズがあり、こだわりの原材料・レシピによる製品開発を実施
 - ・ ダイショウ：保存料、着色料不使用。なめらかな食感と飽きのこない味
 - ・ オープン：広島の新潟海産物、条件付新潟海産物に限定したカキの仕入れ
 - ・ 香り芽本舗：地元中国地方のふりかけ市場にてトップクラスのシェア
- 地域に根差した社会貢献活動の推進
 - ・ おむすびころりん本舗：学生らの支援として昼食の無償支援プロジェクトに参画、地域の特産品を使った製品を提供
 - ・ 森養魚場・純和食品：地元小学生の社会見学の場として養殖場を開放、プレゼントとしてゼリーを提供

地域に強力なファンを抱える企業を引き受けることにより事業の存続に貢献

- ・ まるかわ食品：継承者不在、地元ファンからの強い要望による事業承継

従業員の多様性

- ・ グループ各社：女性の活躍の場を整備、障害者、外国人の登用など各種取り組みを実施

GOVERNANCE

ガバナンス

経営リソースのサポート

- グループ会社の資金調達や次世代経営者の育成により、グループ会社経営を支援
 - ・ グループ各社：資金調達の支援
 - ・ グループ各社：人材による支援

中小企業支援プラットフォームによる支援

- グループ会社の自律性を担保しつつ状況に合わせた事業計画立案や進捗管理への関与
- 機能別の統括部署を設置し、グループとして事業支援や各種進捗管理などを実施
 - ・ 香り芽本舗：100周年を機としたリブランディングおよび新商品開発支援
 - ・ グループ各社：ホールディングスサイトリニューアルおよび各社情報発信の積極化



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

オーブン



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

- 船凍品のまぐろのみを使用した、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

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

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

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

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

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

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

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見通し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。

