YOSHIMURA FOOD HOLDINGS

株式会社ヨシムラ・フード・ホールディングス

会社説明資料

Copyright (C) 2016 Yoshimura Food Holdings K.K. All Rights Reserved.

免責事項及び将来見通しに関する注意事項

- この資料は投資家の参考に資するため、株式会社ヨシムラ・フード・ホールディングス（以下、当社）の現状をご理解いただくことを目的として、当社が作成したものです。
- 当資料に記載された内容は、2016年2月1日現在において一般的に認識されている経済・社会等の情勢および当社が合理的と判断した一定の前提に基づいて作成されておりますが、経営環境の変化等の事由により、予告なしに変更される可能性があります。
- 投資をおこなう際は、必ず当社が作成する新株式発行並びに株式売出届出目論見書（及び訂正事項分）をご覧いただいた上で、投資家ご自身の判断でなさるようお願いいたします。
- 目論見書のご請求・お問合わせは、下記の取扱金融商品取引業者までお願いいたします。

  大和証券株式会社、むさし証券株式会社、 みずほ証券株式会社、 ＳＭＢＣフレンド証券株式会社、
  株式会社ＳＢＩ証券、 髙木証券株式会社、 水戸証券株式会社、 三木証券株式会社

- 本発表において提供される資料ならびに情報は、いわゆる「見通し情報」（forward-looking statements）を含みます。これらは、現在における見込み、予測およびリスクを伴う想定に基づくものであり、実質的にこれらの記述とは異なる結果を招き得る不確実性を含んでおります。
- それらリスクや不確実性には、一般的な業界ならびに市場の状況、金利、通貨為替変動といった一般的な国内および国際的な経済状況が含まれます。
- 今後、新しい情報・将来の出来事等があった場合であっても、当社は、本発表に含まれる「見通し情報」の更新・修正をおこなう義務を負うものではありません。

Copyright (C) 2016 Yoshimura Food Holdings K.K. All Rights Reserved.

目　次

Ⅰ．会社の概要

Ⅱ．当社のビジネスモデルと強み

Ⅲ．成長戦略

Ⅳ．補足資料

Copyright (C) 2016 Yoshimura Food Holdings K.K. All Rights Reserved.

Ⅰ．会社の概要

Copyright (C) 2016 Yoshimura Food Holdings K.K. All Rights Reserved.

日本の食文化を 守り、育み、拓く。

日本には、中小食品企業がたくさんある。

しかし、**少子高齢化による売上減少**、あるいは**事業承継問題**などによって本来の力を発揮できずに立ち行かなくなっている企業が増えている。

そうした企業の株式や事業を譲り受け、**ヒト・モノ・カネ**による支援をおこなうことにより、**地方の中小食品企業の再成長**と**地域経済の活性化**を図ることができる。

商品力、技術力、営業力など、何か一つ「強み」を持った中小食品企業がグループとなり、独自の**プラットフォーム**を創出することで、
中小食品企業の活性化を図り、**「日本の味」**を守り、育んでいく。

Copyright (C) 2016 Yoshimura Food Holdings K.K. All Rights Reserved.

1-2 代表者の経歴

代表取締役ＣＥＯ
吉村　元久
プロフィール

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　金融論専攻
	１９９４年６月	ペンシルバニア大学大学院ウォートン校卒業 ファイナンス専攻（ＭＢＡ）
職　　歴	1988年　4月	大和證券株式会社入社 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	株式会社ヨシムラ・フード・ホールディングス 代表取締役（現任）

Copyright (C) 2016 Yoshimura Food Holdings K.K. All Rights Reserved.

1-3 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 ●代表取締役ＣＯＯ　北堀　孝男
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	926,847千円（2015年11月末現在）
主要株主	吉村元久　44.2% ㈱産業革新機構　23.4%　　(2014年出資) 日本たばこ産業㈱　5.2%、他　(2015年出資)
連結業績 （２０１５年２月期）	●売 上 高：11,377百万円 ●経常利益：　237百万円
従業員数 （２０１５年２月期）	●連　結：489人 ●単　体：　15人
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。
グループ会社	●連結子会社：８社 ●非連結子会社：１社

Copyright (C) 2016 Yoshimura Food Holdings K.K. All Rights Reserved.

1-4　連結子会社の概要

YOSHIMURA FOOD HOLDINGS

連結子会社８社は、各社各様の商品力や販売力を保有

製造事業セグメント

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
  ＊年間 約2,683万パックを販売

白石興産

乾　麺

- 創業130年
- 宮城県白石市特産の白石温麺が主力商品
- 伝統的な製法で製造

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
- 鶏なんこつのから揚げ、ささみフライ等も製造

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
- 「ピーナッツバタークリーミー」は発売以来30年続くロングセラー

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
- 全国新酒鑑評会等で受賞歴多数。
- 県内出荷量２位（注）

雄北水産

まぐろ加工品

- 捕獲後すぐに−50～60度で瞬間冷凍される船凍品のみを使用
- ねぎとろ、まぐろ切り落としを製造販売

販売事業セグメント

ヨシムラ・フード

業務用惣菜

- 業務用食材の企画・販売が主
- 自社で物流機能を持たず、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口座を保有

（注）酒類食品統計月報2015年9月号より

Copyright (C) 2016 Yoshimura Food Holdings K.K. All Rights Reserved.

Ⅱ．当社のビジネスモデル

Copyright (C) 2016 Yoshimura Food Holdings K.K. All Rights Reserved.

YOSHIMURA FOOD HOLDINGS

１．中小企業支援プラットフォーム

⇒『既存事業の成長』と『M&Aによる拡大』の２つの成長エンジン

２．食品産業に特化

⇒支援候補は、競合(投資ファンド等)が対象にしづらい

⇒当社は事業承継の受け皿の役割も担う

３．中長期の視点で支援・再活性化

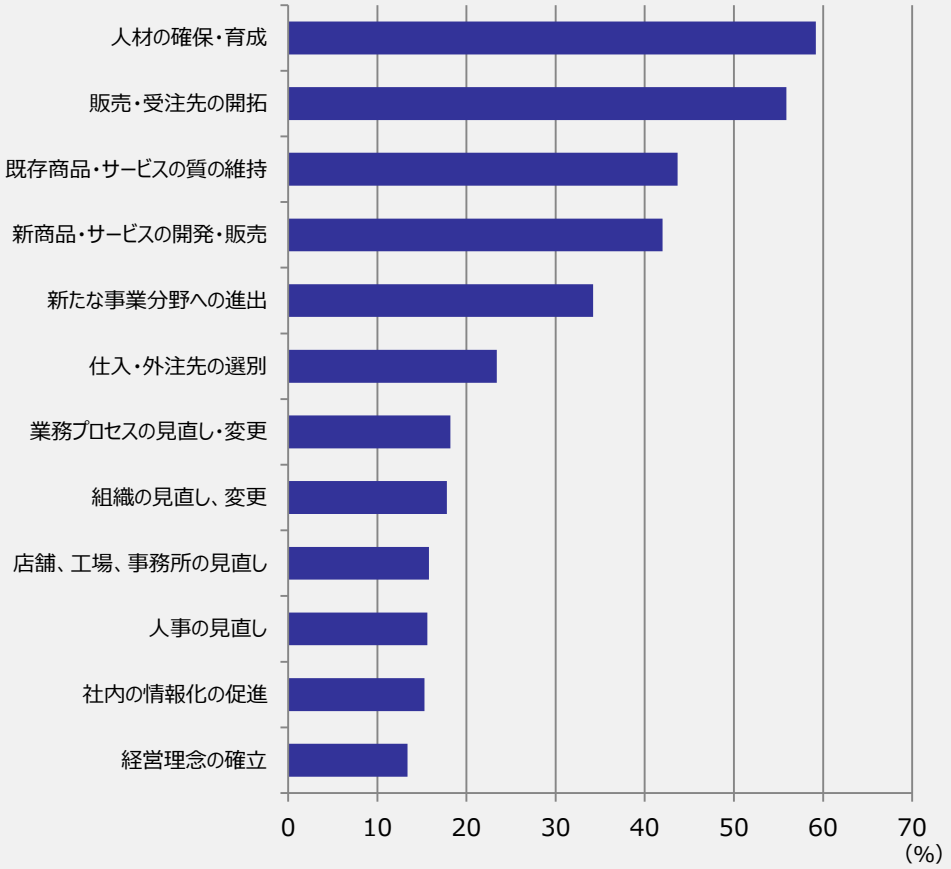
⇒傘下企業の売却を前提としない

⇒子会社の状況に応じた設備投資が可能

Copyright (C) 2016 Yoshimura Food Holdings K.K. All Rights Reserved.

2-2 中小企業が抱える課題

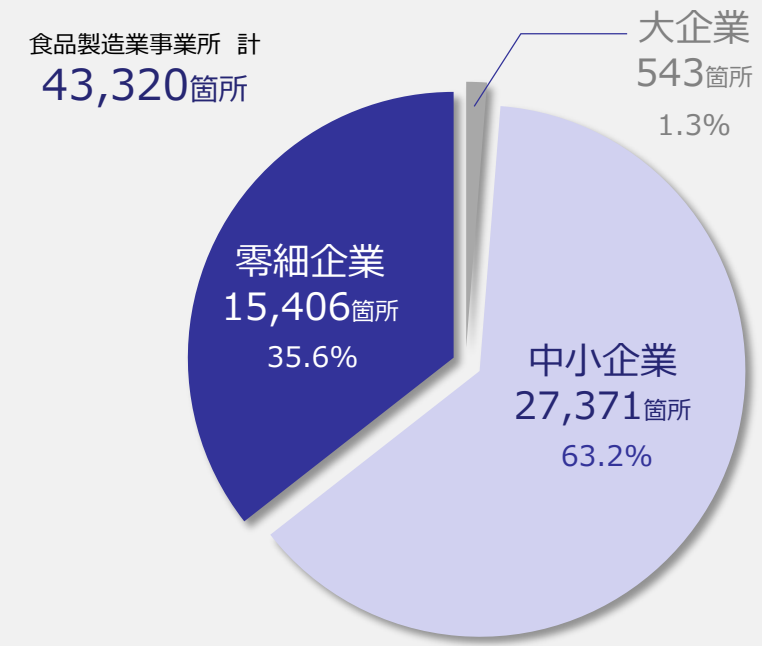
中小企業の経営課題（複数回答）



出典：日本政策金融公庫総合研究所「経営者の事業方針に関するアンケート（2015年1月）」

食品製造業の規模別事業所の割合（平成25年）

約99%が中小企業



注1) 食品製造業は、食料品製造業及び飲料・たばこ・飼料製造業(たばこ製造業、飼料・有機質肥料製造業を除く。)の合計。
2) 大企業は従業者数300人以上、中小企業は従業者数299人以下、零細企業は従業者数3人以下の事業所。

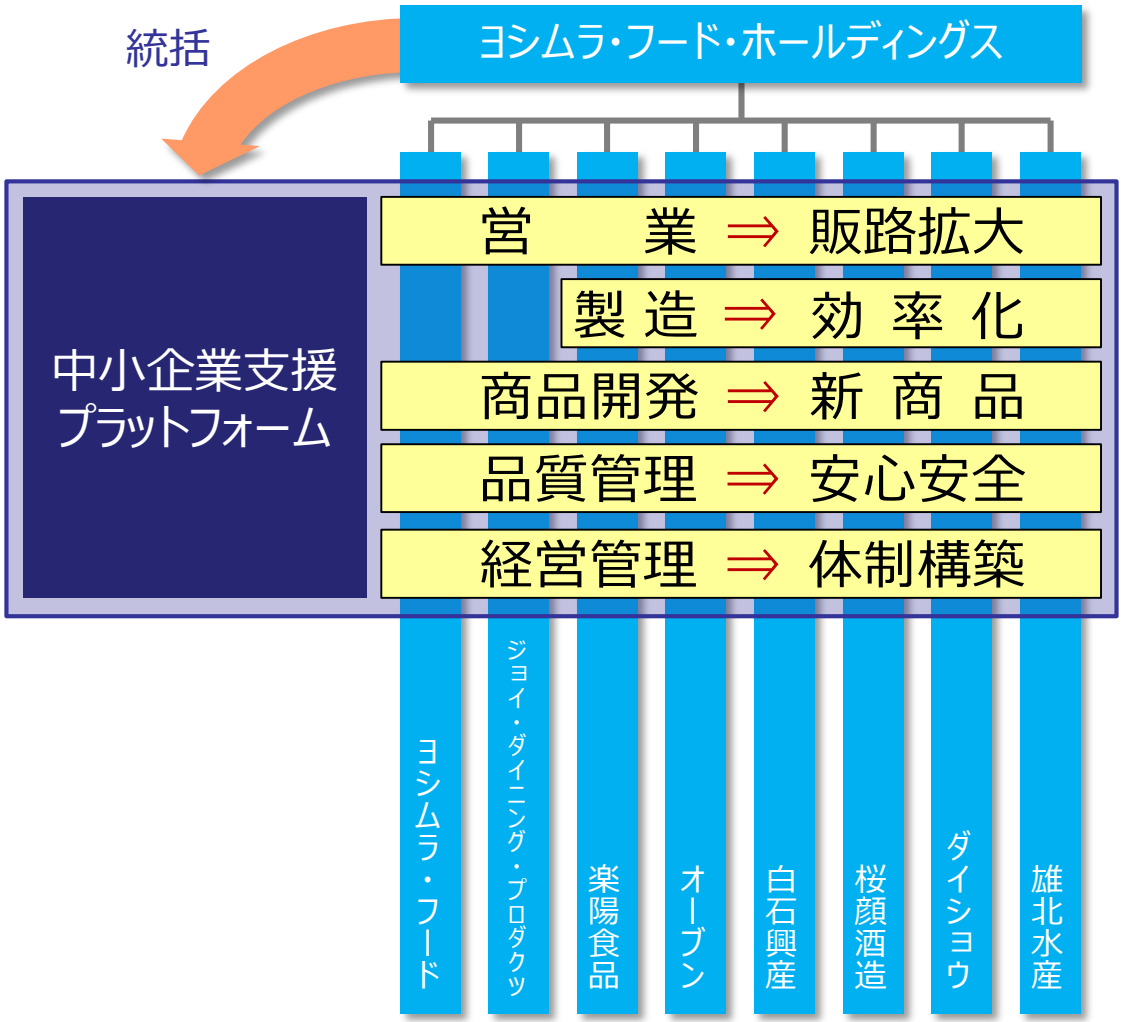
出典：経済産業省 平成25年工業統計表「産業編」データ

Copyright (C) 2016 Yoshimura Food Holdings K.K. All Rights Reserved.

2-3　中小企業支援プラットフォームとは？

YOSHIMURA FOOD HOLDINGS

当社が、子会社を“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



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

↓

各分野のスペシャリストが
各機能の統括責任者となり
グループ横断的に統括

↓

グループ全体で
各社の持つ強みを伸ばし、
弱みを補完

Copyright (C) 2016 Yoshimura Food Holdings K.K. All Rights Reserved.

2-3 中小企業支援プラットフォームの活用 ～販路～

YOSHIMURA FOOD HOLDINGS

子会社それぞれのリソースをグループ全体で共有

当社の営業統括が、子会社が持つそれぞれの販路を
グループ共通の経営資源として活用

製造事業セグメント
- 楽陽食品
- 白石興産
- オーブン
- ダイショウ
- 桜顔酒造
- 雄北水産

販売事業セグメント
- ヨシムラ・フード
- ジョイ・ダイニング・プロダクツ

グループ全体で見た販路の状況

- 大手スーパー
- 大手食品商社
- 酒類問屋
- 水産卸売市場
- スーパー量販店
- ドラッグストア
- 生活協同組合
- 外食産業
- スーパー惣菜
- 産業給食
- CVSベンダー
- 医療福祉関係
- 学校給食
- 宅配業者

など

※ 地域でみても補完性に富む

営業統括責任者が各社の販路をグループ共通の経営資源として管理

↓

各社の特色に合わせた販売戦略や販路拡大を検討

↓

各社の売上拡大を目指す

Copyright (C) 2016 Yoshimura Food Holdings K.K. All Rights Reserved.

2-3　中小企業支援プラットフォームの活用事例

YOSHIMURA FOOD HOLDINGS

「中小企業支援プラットフォーム」の具体的活用事例

新商品の開発

楽陽食品　「野菜たっぷりシウマイ」

＜商品開発＞
- ホールディングスの商品開発統括部が主体で、マーケティング実施

↓

ニーズが強い商品の適切な把握

＜販売＞
- 主力商品である「チルドシウマイ」と同じデザインを採用し色を変更

↓

売り場の統一感とインパクトを演出

拡販プロジェクト

ダイショウ拡販プロジェクト

＜グループ傘下入り後、PJ発足＞
- ホールディングスのプロジェクトマネージャーが進捗管理、及び商品知識習得の勉強会や同行訪問を実施

＜当社グループ傘下入り前＞

関東エリアを中心とした販売活動

↓

白石興産(株)、(株)オーブンを通じた販売地域の拡大
[東北、西日本]

経営管理手法の導入

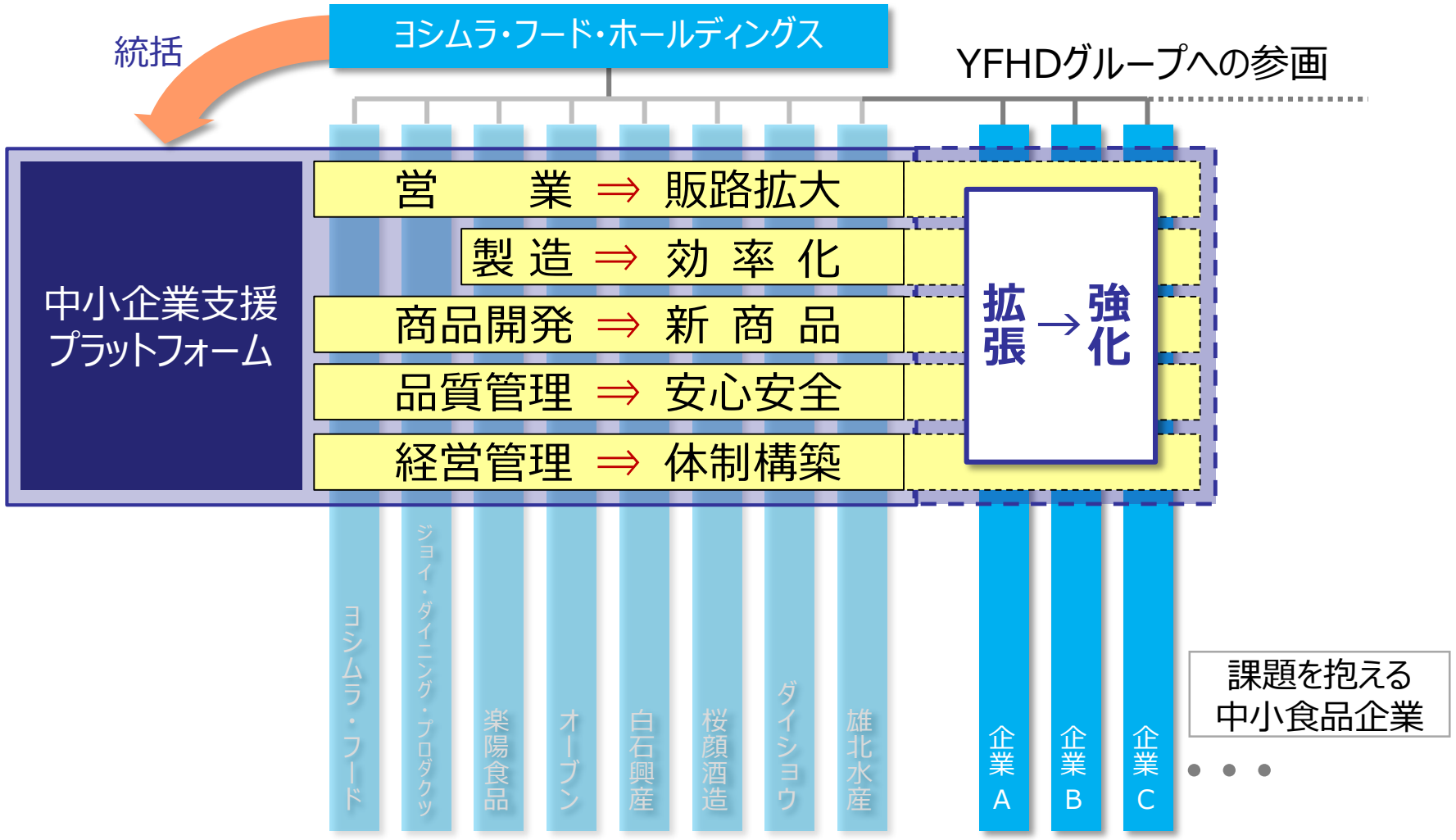
- PDCAを回す仕組みの構築
（産業革新機構からの支援、会議の行い方や進捗管理の行い方の統一、意識の変革）

- 週報による行動管理手法を導入
（ユニチャームのSAPS週報を研究し、自社独自の管理手法を構築）

Copyright (C) 2016 Yoshimura Food Holdings K.K. All Rights Reserved.

2-3　中小企業支援プラットフォームの拡張、強化

当社グループ、参画した中小企業の双方にメリット



Copyright (C) 2016 Yoshimura Food Holdings K.K. All Rights Reserved.

2-4 食品産業に特化

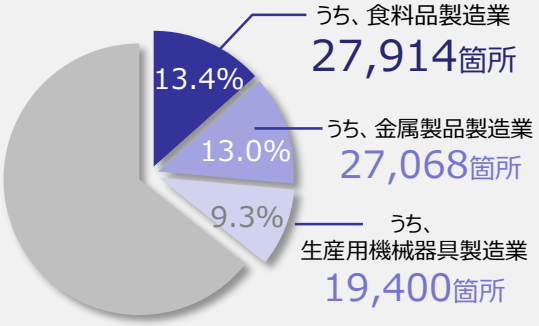
食品業界の状況

国内食品産業は、事業所数、雇用者数の面から最大の業種

食品市場は安定的に30兆円強の生産額がある大きな市場

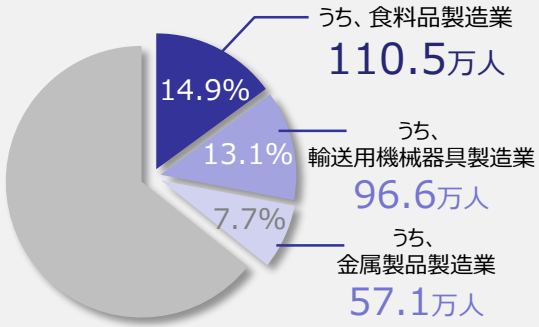
国内製造業事業所数と食料品製造業事業所数の割合
（従業員４人以上、平成25年）

国内製造業事業所　計
208,029箇所



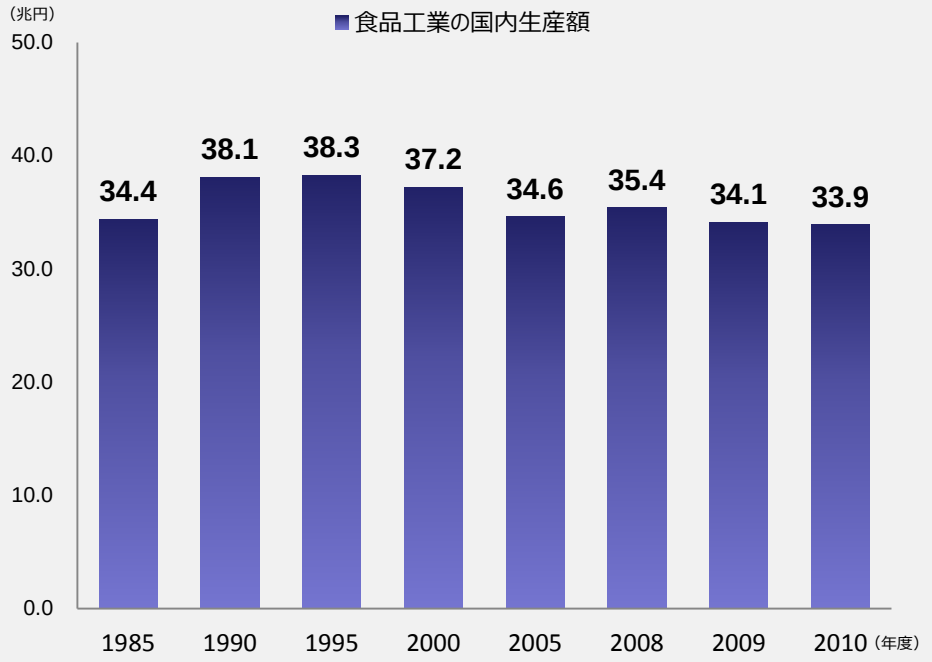
国内製造業従業者数と食料品製造業従業者数の割合
（従業員４人以上、平成25年）

国内製造業事業所　計
740.2万人



出典：両グラフとも経済産業省　平成25年工業統計表「産業編」データ

食品工業の市場規模の推移



出典：内閣府「国民経済計算」、農林水産省「農業・食料関連産業の経済計算」

Copyright (C) 2016 Yoshimura Food Holdings K.K. All Rights Reserved.

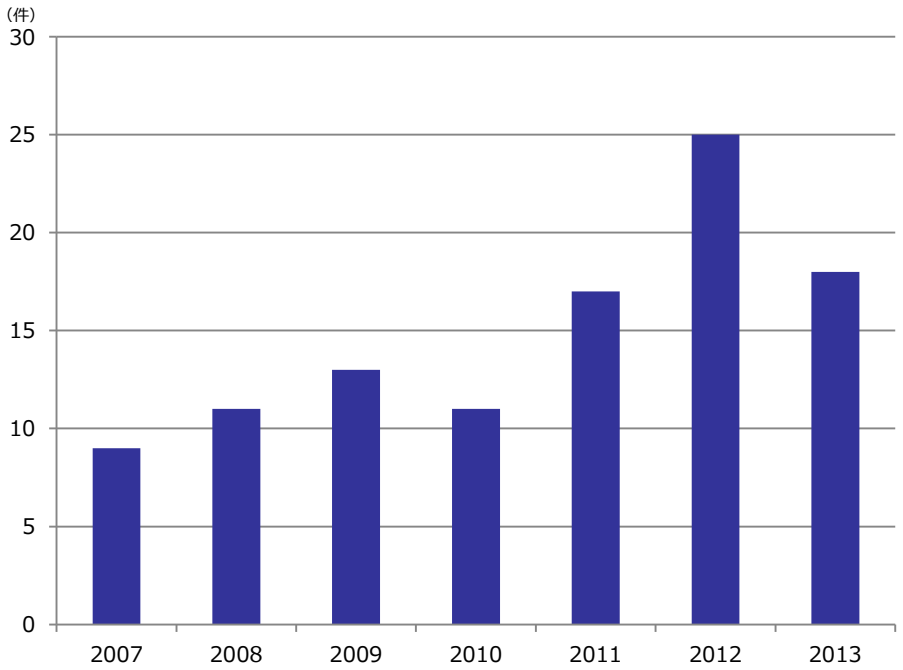
2-4 食品産業に特化

日本の中小企業の現状

食品業におけるIN-OUT型のM&Aは増加傾向
⇒ 買収側の日本企業は大手食品が中心

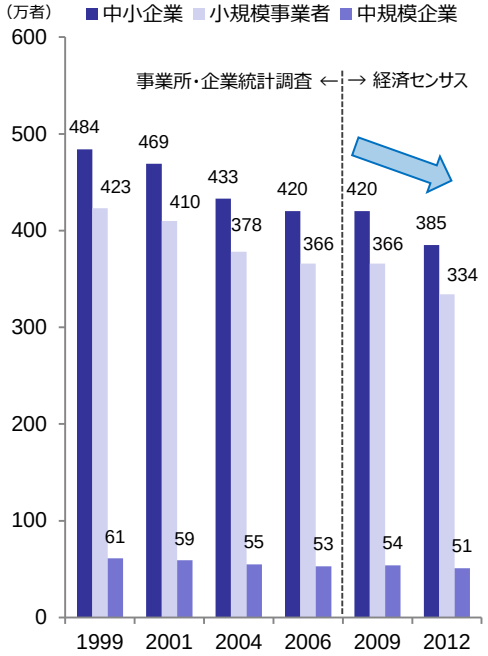
中小企業数は、休廃業・解散企業の増加により、企業数が年々減少傾向
⇒ 最大の理由は経営者の高齢化と健康問題

食品業のIN-OUT型M&A件数



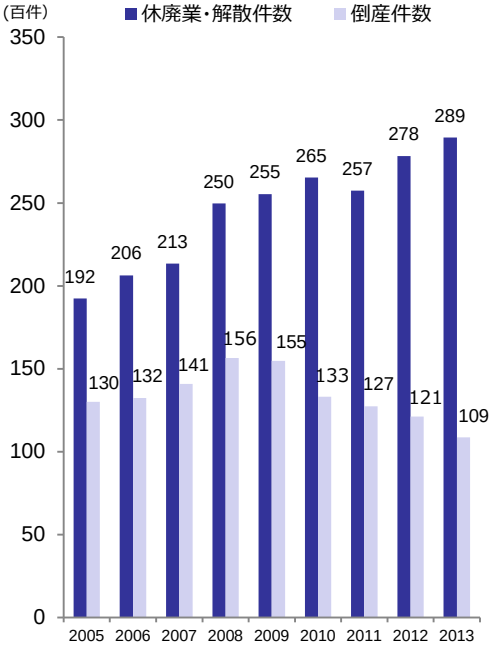
出典：株式会社日本総合研究所「我が国ものづくり産業における事業再編のあり方に関する調査」調査報告書（2014年3月31日）

中小企業の企業数推移



出典：総務省「平成24年経済センサス-活動調査」、「平成21年経済センサス-基礎調査」、「事業所・企業統計調査」

休廃業・解散、倒産件数の推移



出典：東京商工リサーチ

Copyright (C) 2016 Yoshimura Food Holdings K.K. All Rights Reserved.

2-4　食品業界のM&Aプレイヤー比較

YOSHIMURA FOOD HOLDINGS

当社は、食品のM&Aに関与するどのプレイヤーとも競合しない

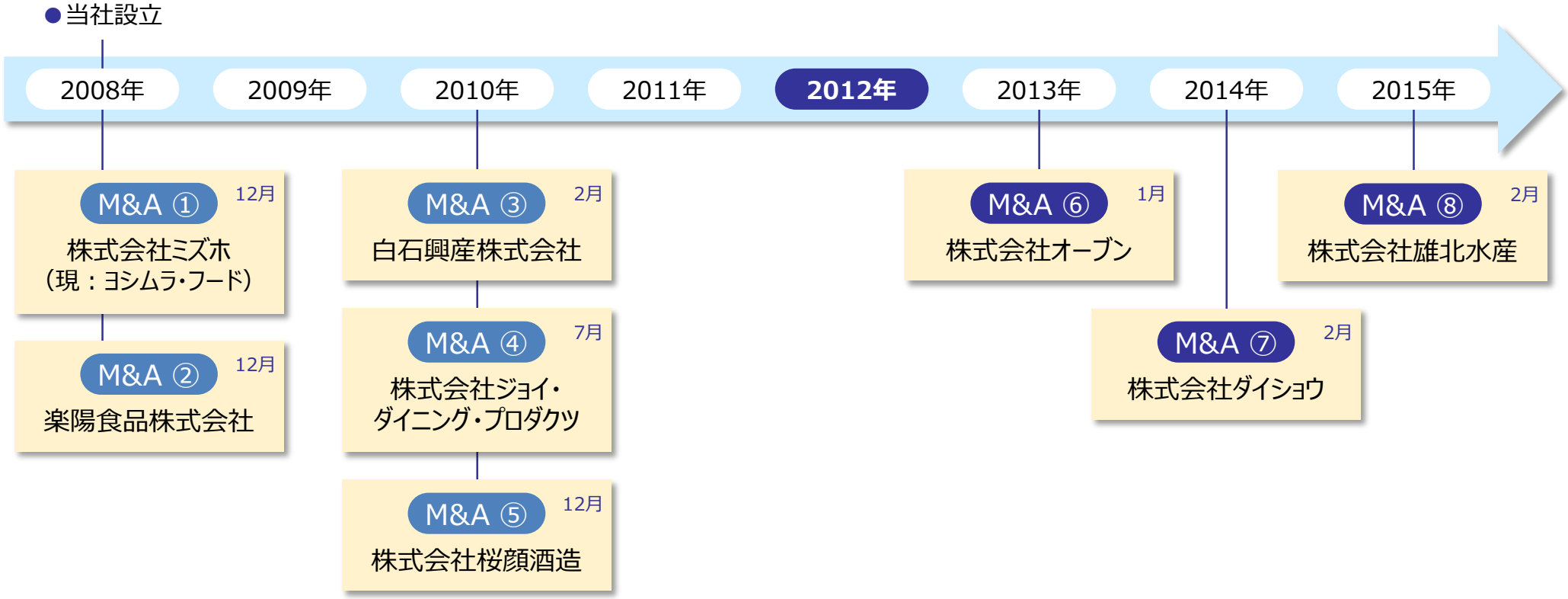
	当社	大手食品	投資ファンド
事業インフラ	**有**	有	無
食品業界に対する取り組み	○	○	案件による
対象とする企業規模	**中小企業**	一定規模以上	一定規模以上
保有方針	**長期**	長期	売却前提

→ 食品の製造・販売を行う中小企業のM&Aに特化

Copyright (C) 2016 Yoshimura Food Holdings K.K. All Rights Reserved.

2-4　当社のM&A取組実績

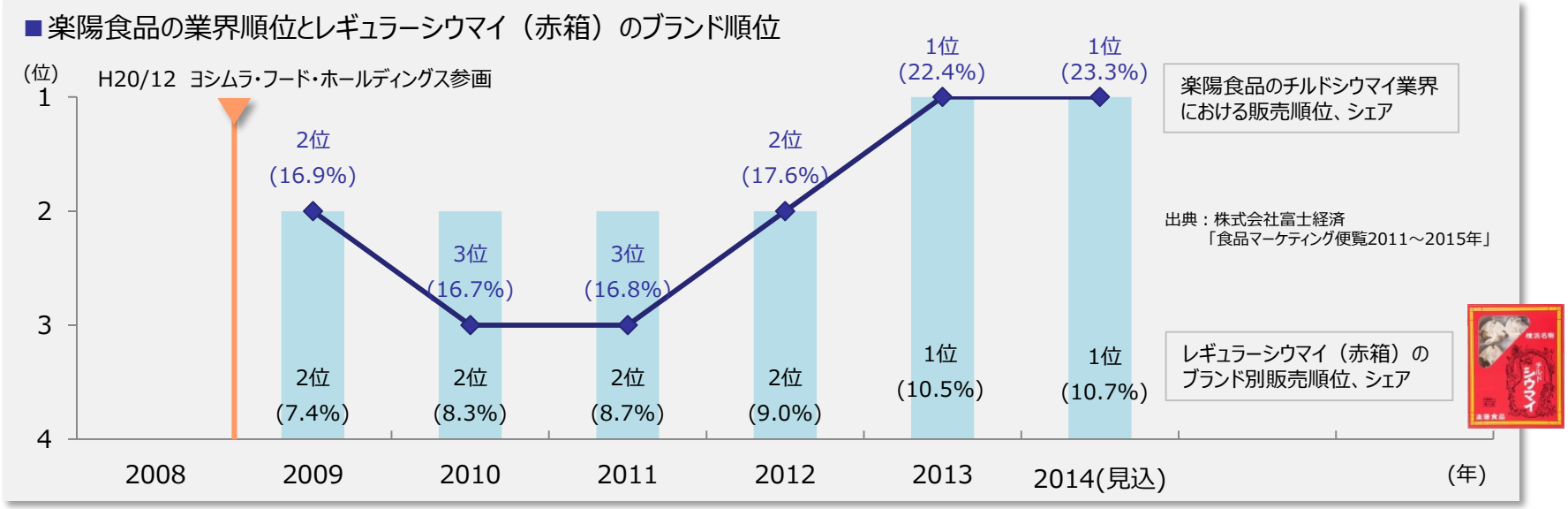
中小食品企業のM&Aの取り組み実績



Copyright (C) 2016 Yoshimura Food Holdings K.K. All Rights Reserved.

2-5 中長期の支援体制

楽陽食品における事例：参画後は順調に順位、シェアを向上



	利益率改善	売上成長	新商品展開
中小企業支援プラットフォームによる支援	製造：・工場生産性の改善 ・コストダウン	営業：・新規顧客開拓 →大型顧客獲得	商品開発：・新商品開発 ・ギョウザ市場への進出、拡大(関西につづき関東へ拠点開設)
	経営管理：・組織の構築 ・内部管理体制構築 ・不採算取引の解消	製造/品質管理：・新規設備投資(藤枝工場取得、既存工場の設備改善)	営業：・ギョウザ大口PB顧客獲得

Copyright (C) 2016 Yoshimura Food Holdings K.K. All Rights Reserved.

Ⅲ．成長戦略

Copyright (C) 2016 Yoshimura Food Holdings K.K. All Rights Reserved.

YOSHIMURA FOOD HOLDINGS

「傘下企業の拡大」と「既存事業の業容拡大」の
両輪による成長を強化

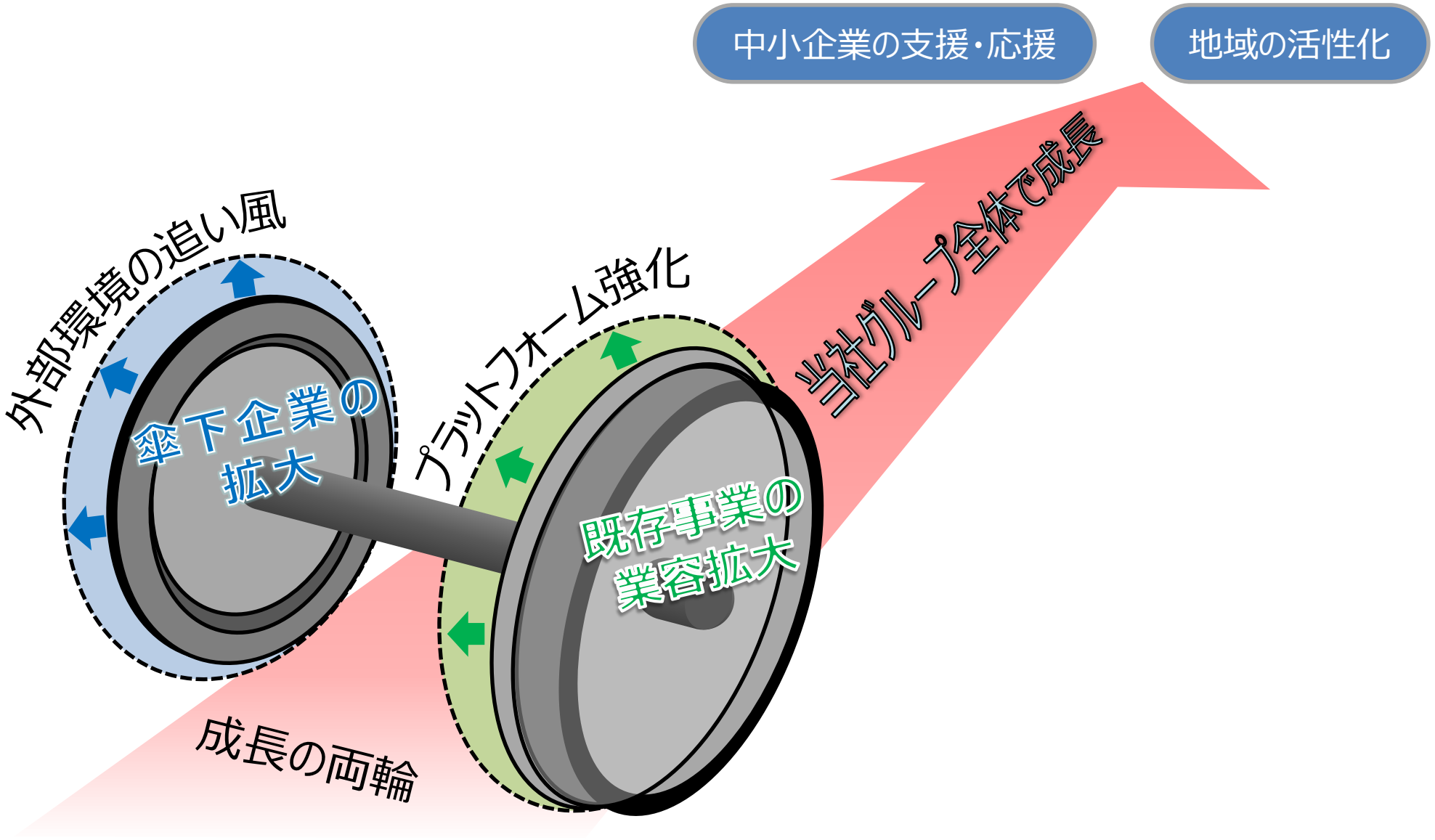
戦略 ① 傘下企業の拡大 – 中小食品企業M&Aの更なる推進

戦略 ② 既存事業の業容拡大

戦略 ③ 両輪に係わる人材の強化

Copyright (C) 2016 Yoshimura Food Holdings K.K. All Rights Reserved.

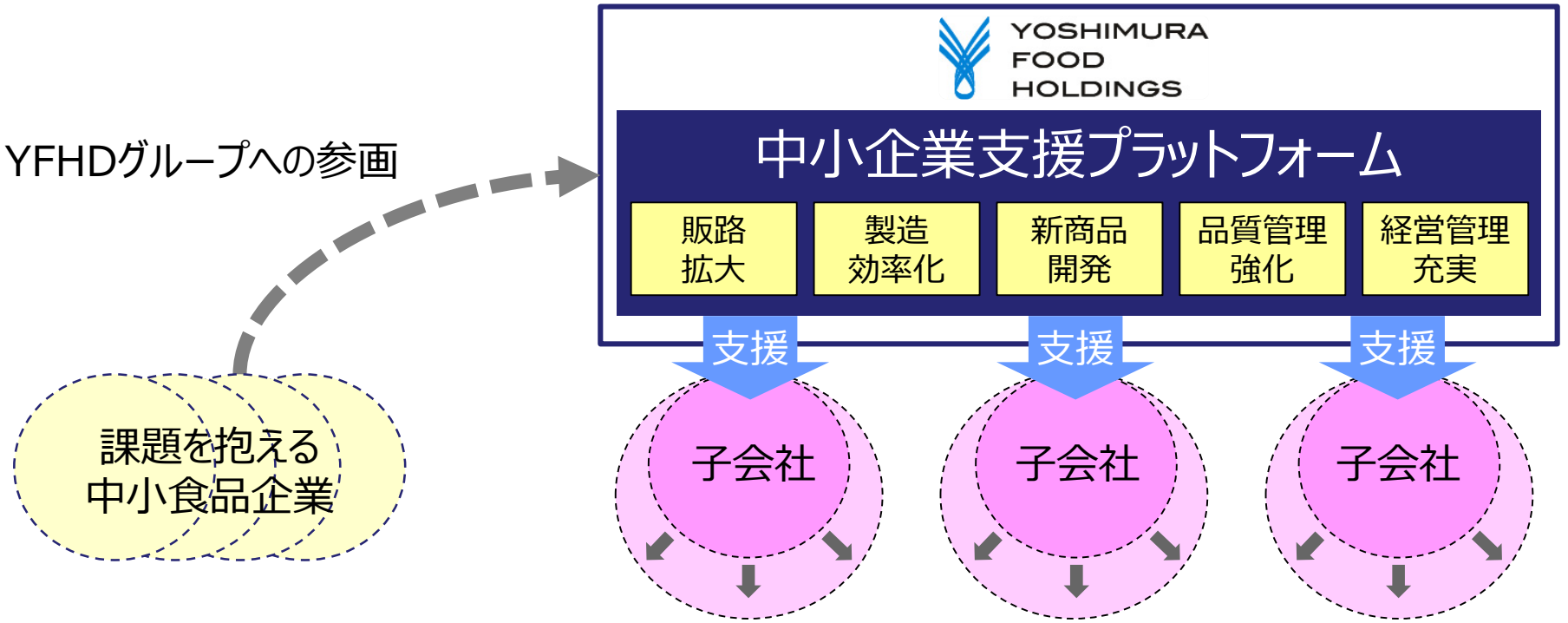
3-2 成長戦略 概念図



Copyright (C) 2016 Yoshimura Food Holdings K.K. All Rights Reserved.

3-3　両輪による成長を強化

食品業界において非常に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



傘下企業の拡大による成長

既存事業の業容拡大による成長

Copyright (C) 2016 Yoshimura Food Holdings K.K. All Rights Reserved.

3-4　傘下企業の拡大

【背景】事業承継を求める中小食品企業の数は、今後もますます増加することが予想される

中小食品企業M&Aの更なる推進を図る

【上場により当社に期待される効果】

- 信用力の向上
- 知名度の向上
- 人材の確保

- 資金調達手段の多様化

Copyright (C) 2016 Yoshimura Food Holdings K.K. All Rights Reserved.

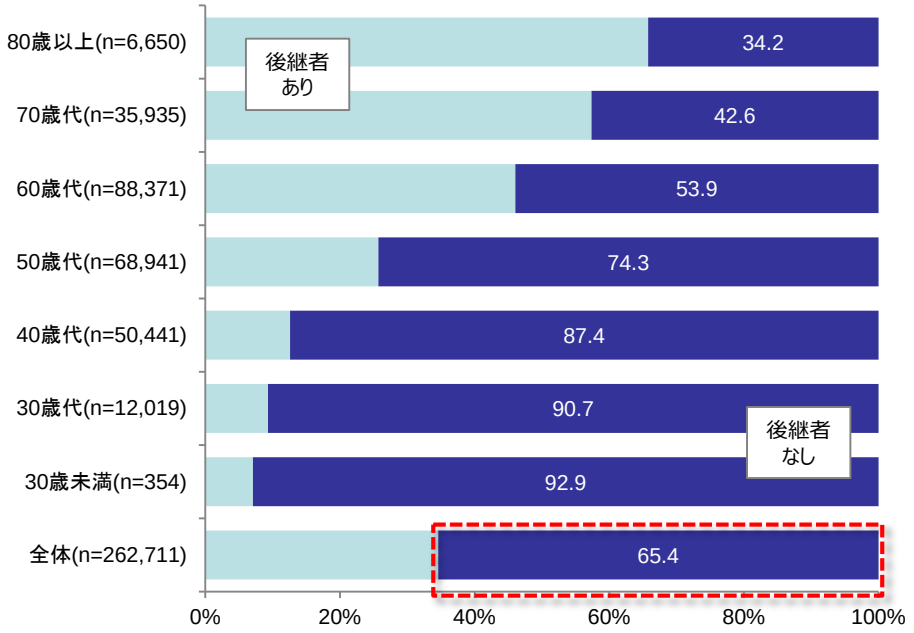
3-4 傘下企業の拡大② ～外部環境～

YOSHIMURA FOOD HOLDINGS

日本の中小企業の現状

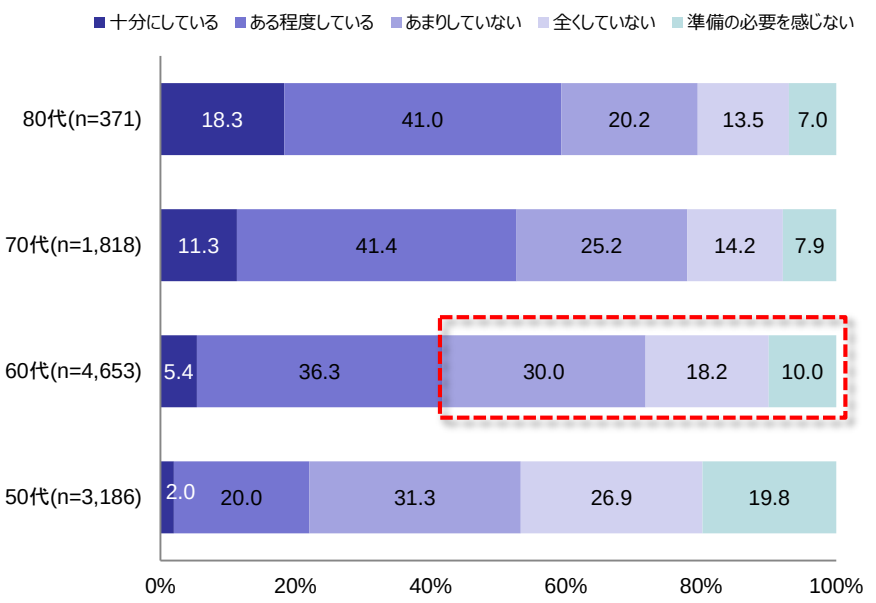
中小企業では、65.4%が後継者不在、60代社長の58.2%が事業継承の準備が進んでいない状況

中小企業における後継者の在・不在状況



出典：㈱帝国データバンク「後継者問題に関する企業の実態調査」

経営者の年齢別事業承継の準備状況



出典：中小企業庁「中小企業白書」（2014年版）

Copyright (C) 2016 Yoshimura Food Holdings K.K. All Rights Reserved.

3-4　傘下企業の拡大③　当社のM&Aノウハウと実績

YOSHIMURA FOOD HOLDINGS

多くの傘下企業の拡大が可能

社会環境要因

事業承継問題など、社会ニーズ拡大の中での受け皿不足

- 大企業が受け皿となるには、承継事業の規模が小さいことが多い
- 投資ファンドは、売却を主な目的としている
- 当社は、事業規模が小さく成長に時間がかかる企業や、成長のための経営資源が不足しているような企業なども含め、幅広い中小企業の受け皿となっている

当社の強み

中小食品企業に特化することで蓄積してきた独自の強み

- 豊かなM&A経験
- 強みを持つ企業を選ぶ目利き力
- 中小企業支援プラットフォームを活用した相乗効果
- 金融機関等の豊富な情報リソース

M&A対象企業の安心感

子会社化した会社の売却を目的としていないことへの共感

- 当社は、投資ファンドとは異なり、子会社化した会社の売却を目的としていない

↓

- 中期的な視点から持続的成長をめざすグループ一丸の経営

↓

- 事業の継続を望む中小企業の経営者や株主が安心して任せられ、従業員も安心して働くことができる環境を構築

Copyright (C) 2016 Yoshimura Food Holdings K.K. All Rights Reserved.

3-5　既存事業の業容拡大

YOSHIMURA FOOD HOLDINGS

【背景】グループシナジーの拡大を図るためには、プラットフォームの更なる強化が不可欠

「中小企業支援プラットフォーム」の強化

【グループ企業が増加することによるメリット】

売上拡大

- 販路の共有化、クロスセルの推進
  ⇒販売会社化による効果的・効率的な営業体制構築
- 営業管理・支援
  ⇒新規チャネル、新規顧客の開拓
- 新たな販売チャネルの開拓（通販、BtoC等）
- ＰＢ商品

コスト削減

- 規模拡大による仕入コストのボリュームディスカウント
- 製造拠点の集約によるコストダウン
- 管理業務の集約による効率化

事業活動領域の拡大

- 高付加価値商品、日本食を製造する企業の買収による海外展開

Copyright (C) 2016 Yoshimura Food Holdings K.K. All Rights Reserved.

3-6　両輪に係わる人材の強化

【背景】今後、M&Aによる規模の拡大をスムーズに行い、確実な売上増大と利益成長につなげていくためには、M&A関連業務とプラットフォーム関連業務の双方で人材強化を同時に進めていく必要がある

M&A関連業務の人材強化

- 出資企業との連携強化

プラットフォーム関連業務の人材強化

- マーケティング分野
- 商品開発分野
- 品質管理分野

など

Copyright (C) 2016 Yoshimura Food Holdings K.K. All Rights Reserved.

Ⅳ．補足資料 ①当社グループの概要

Copyright (C) 2016 Yoshimura Food Holdings K.K. All Rights Reserved.

4-1-2　子会社紹介　①楽陽食品㈱

- 社　　名　楽陽食品株式会社
- 代　表　者　代表取締役　北堀孝男
- 所　在　地　東京都足立区千住1-3-6　TOCビル5階
- T　E　L　03-6893-2211
- F　A　X　03-6893-2212
- 設　　立　1963年10月
- 資　本　金　98,000千円
- 売　上　高　3,459,181千円
- 事 業 内 容　チルド・冷凍調理食品（焼売・餃子等）の製造及び販売

年間約2,683 万パックを生産する日本一の「チルドシウマイ」会社

【北海道工場】	北海道小樽市桂岡町3-5 TEL：0134-62-6111　FAX：0134-62-6112
【新潟工場】	新潟県新潟市北区木崎1235-1 TEL：025-386-9251　FAX：025-386-0484　受注TEL：025-386-1401
【秩父工場】	埼玉県秩父市吉田久長206 TEL：0494-77-1121　FAX：0494-77-1240　受注TEL：0494-77-2311
【姫路工場】	兵庫県姫路市実法寺298-3 TEL：079-266-0811　FAX：079-266-5635
【藤枝工場】	静岡県藤枝市築地645－1 TEL：054-641-7301　FAX：054-641-7302

楽陽食品

主な商品

チルドシウマイ

野菜たっぷりシウマイ

黒豚入り焼売

黒豚餃子

えび入り焼売

肉ぎょうざ

昭和38年、横浜の国道1号線沿いのドライブインでお土産用焼売を製造・販売する店舗として創業。創業当初から製造・販売している「チルドシウマイ」は、年間約2,683万パックを売上げる人気商品となっております。2013年、創業50年を迎え、楽陽食品は伝統の味を大切にしながら、これからも安心安全な商品の提供に努めてまいります。

Copyright (C) 2016 Yoshimura Food Holdings K.K. All Rights Reserved.

4-1-2　子会社紹介　②白石興産㈱

YOSHIMURA FOOD HOLDINGS

- 社　　名　白石興産株式会社
- 代　表　者　代表取締役　北堀孝男
- 所　在　地　宮城県白石市字大畑一番1-2
- T　E　L　0224-25-3101
- F　A　X　0224-24-5099
- 設　　立　2002年12月／創業：明治19年
- 資　本　金　80,000千円
- 売　上　高　904,623千円
- 事 業 内 容　乾麺・そば粉の製造・販売、小麦粉・加工食品の販売

創業130年。白石温麺をはじめ伝統の製法で作られる乾麺

白石温麺は、宮城県白石市のご当地麺。油を一切使わず、9 cmという長さが特徴の乾麺です。
いまから400 年前、胃腸の弱い父親のため、青年がお坊さんから油を一切使用しないで作る麺を教わり誕生しました。
時の藩主片倉小十郎のもとにも届けられ、味もさることながら人を思う温かい心に感激し、「人を思いやる優しく温かい心を持つ麺」と言う意味を込めて「温麺」と名付けたのです。

白石興産

主な商品

金だるま　白石温麺

マル白　白石温麺

吟熟めんシリーズ
そうめん　本挽そば

更級五割
そば

吟熟麺
丸うどん

冷し中華
（タレ付）

カンタン！ハーフそうめん

Copyright (C) 2016 Yoshimura Food Holdings K.K. All Rights Reserved.

4-1-2　子会社紹介　③㈱桜顔酒造

- 社　　名　株式会社桜顔酒造
- 代　表　者　代表取締役　工藤明
- 所　在　地　岩手県盛岡市川目町23-18
- T　E　L　019-622-6800
- F　A　X　019-622-6825
- 設　　立　1952年10月
- 資　本　金　90,000千円
- 売　上　高　369,106千円
- 事 業 内 容　日本酒の製造・販売

全国新酒鑑評会金賞受賞歴多数、盛岡を代表する蔵元

岩手県卓越技能者として岩手県知事より表彰された杜氏の猪川栄四郎の手で醸された日本酒は、おだやかな香りとまろやかなコク、旨味のあるお酒です。
「純米大吟醸　飛天抄（ひてんしょう）」は、全国新酒鑑評会で金賞受賞歴を持ち、東北清酒鑑評会やほかの鑑評会でも数々の賞を受賞しています。
また、アムステルダムホテルオークラのミシュラン１つ星レストラン、中国・大連のラグジュアリーホテルなどにも採用いただいています。

株式会社桜顔酒造

主な商品

純米大吟醸
飛天抄（ひてんしょう）

南部の雫
純米大吟醸

南部の雫
大吟醸

純米吟醸
銀河鉄道の夜

大地の一献
特別純米酒

もりかおSAKE
すぱぁくりんぐ

桜顔のお酒は、岩手県オリジナル酒造好適米「吟ぎんが」「吟おとめ」「結の香」、岩手県オリジナル酵母「ジョバンニの調べ」「ゆうこの想い」などを使った岩手の地酒です。
また、『荒ばしり駿』は、奥州市で農薬を使用せず合鴨農法で栽培された米で醸造。土作りには前沢競馬場の馬ふんを使用するなど、地元産にこだわった酒造りを行っています。

Copyright (C) 2016 Yoshimura Food Holdings K.K. All Rights Reserved.

4-1-2　子会社紹介　④㈱ダイショウ

- 社　　名　株式会社ダイショウ
- 代　表　者　代表取締役　北堀孝男
- 所　在　地　埼玉県比企郡ときがわ町玉川51
- T　E　L　0493-65-3551
- F　A　X　0493-65-3495
- 設　　立　2013年12月
- 資　本　金　9,000千円
- 売　上　高　520,791千円
- 事 業 内 容　ピーナッツ加工品の製造・販売

自然の風味を生かしたやわらかな食感「ピーナッツバタークリーミー」

ダイショウの「ピーナッツバタークリーミー」は、誕生から30年続くロングセラー商品。
ピーナッツ本来のコクと香りが味わえる無香料、無着色、酸化防止剤不使用のスプレッドです。
国内で焙煎されたピーナッツを使用し、柔らかいパンにそのまま塗れ、なめらかでフワフワの食感と、
余分なものを入れない昔ながらの素朴な味わいが人気商品です。

主な商品

ピーナッツバタークリーミー
（270ｇ、225g、135g、75g）

ピーナッツバタークリーミーつぶ入り
（270g、225g）

チョコレートクリーミー
（270g、225g、135g、75g）

きな粉クリーミー
（135g、75g）

業務用
ピーナッツペースト100%

業務用
ローストピーナッツ8割

Copyright (C) 2016 Yoshimura Food Holdings K.K. All Rights Reserved.

4-1-2　子会社紹介　⑤㈱オーブン

YOSHIMURA FOOD HOLDINGS

- 社　　名　株式会社オーブン
- 代　表　者　代表取締役　畦地康之
- 所　在　地　愛媛県四国中央市土居町中村620-1
- T　E　L　0896-74-3543
- F　A　X　0896-74-3241
- 設　　立　2013年2月／創業：明治20年
- 資　本　金　9,000千円
- 売　上　高　2,378,655千円
- 事 業 内 容　業務用冷凍食品及び練り製品の製造・販売

業務用冷凍かきフライ、ささみカツ、鳥なんこつ揚げなどの製造・販売

名称	住所
北海道営業所	北海道小樽市桂岡町3-5
東北営業所	宮城県白石市字大畑一番1-2
関東営業所	埼玉県越谷市南越谷5-2-4
中部営業所	愛知県名古屋市中村区太閤1-11-16 ノーサレンダー1F
関西営業所	大阪府吹田市高浜町6-8 サンラウンドハイツ103号
四国営業所	愛媛県四国中央市土居町中村620-1
九州営業所	福岡県春日市宝町3丁目5番7号スプリングヒルズ宝1F

オーブン

主な商品

広島産かきフライ／韓国産かきフライ

ダブルチーズささみカツ

ささみカツ

鳥なんこつ揚げ

かに爪フライ

ミニえびかき揚げ

こだわり野菜かき揚げ

供給量が限られた広島県産カキを調達する独自のルートをもち、かきフライを主力商品として、鶏なんこつのから揚げやささみフライ等を製造販売しております。

Copyright (C) 2016 Yoshimura Food Holdings K.K. All Rights Reserved.

4-1-2 子会社紹介 ⑥㈱雄北水産

- 社　　名 株式会社雄北水産
- 代 表 者 代表取締役 北堀孝男
- 所 在 地 神奈川県足柄上郡大井町金子16-1
- T E L 0465-82-3308
- F A X 0465-82-3580
- 設　　立 2015年1月/ 創業：1993年2月
- 資 本 金 10,000千円
- 事 業 内 容 マグロのねぎとろ、切り落としなどの水産加工

船凍品にこだわった鮮度の高いマグロを使った水産加工品

雄北水産では、船凍品のマグロのみを使用した鮮度の高い商品を製造・販売しています。船凍品のマグロは、捕獲されるとすぐに船上で－50 ～－60 度で瞬間冷凍されるため、鮮度を保つことができます。
マグロには、クロマグロ、ミナミマグロ、メバチ、キハダ、ビンチョウなどの種類があり、栄養も豊富な食材です。
特に赤身に多く含まれる不飽和脂肪酸が、コレステロールや生活習慣病に効果的と言われています。

株式会社雄北水産

主な商品

まぐろ切り落とし
（メバチ、キハダ）
100g、130g、150g、500g等

ねぎとろ
（メバチ、キハダ）
100g、130g、150g、500g等

ねぎとろ冷凍
（メバチ、キハダ）
100g、150g、300g、500g等

冷凍と生と聞くと生の方が新鮮のように感じますが、保存状態によっては生が新鮮であるとは一概に言えません。 近海で捕れたマグロは新鮮で美味しいのですが、そうしたマグロは高級品となり、とても高値で取引されます。 近海以外の生マグロは、何日もかけて入荷されるため、飲食店や食卓に並ぶまでに鮮度は落ちてしまいます。
船凍品（冷凍）マグロは、捕獲されるとすぐ船上で－50～60度で瞬間冷凍されるため、漁獲した鮮度をほとんど保った状態になります。
このため船凍品（冷凍）マグロは鮮度がよく美味しいのです。
マグロの赤身はヘモグロビンという成分が多く、時間が経つと色が悪くなります。これをメト化と言います。
また、酸化も進むため見た目も味も悪くなります。
－50度以下で冷凍しメト化を防ぐことにより、美味しいマグロが食べられるのです。

Copyright (C) 2016 Yoshimura Food Holdings K.K. All Rights Reserved.

4-1-2　子会社紹介　⑦㈱ヨシムラ・フード

- 社　　名　株式会社ヨシムラ・フード
- 代　表　者　代表取締役　和田一衛
- 所　在　地　埼玉県越谷市南越谷5-2-4
- T　E　L　048-986-4147
- F　A　X　048-989-0622
- 設　　立　2004年12月
- 資　本　金　50,000千円
- 売　上　高　4,045,937千円
- 事 業 内 容　業務用食材の企画、開発、販売

安心・安全・健康な食材を提供する食品の総合商社

国内外の協力工場で独自開発した自社商品をはじめ、お客様のご要望に沿ったオリジナル商品づくりをしています。
外食産業、スーパー惣菜、産業給食、CVSベンダー、医療福祉関係、学校給食など、取引は多様な業種業態に渡り、お客様のご意見を直接商品開発に活かし、冷凍食品・チルド品・常温品などを展開しています。

主な商品

チキンのトマト煮込み

秋刀魚の煮付け

Copyright (C) 2016 Yoshimura Food Holdings K.K. All Rights Reserved.

4-1-2　子会社紹介　⑧㈱ジョイ・ダイニング・プロダクツ

YOSHIMURA FOOD HOLDINGS

- 社　　名　株式会社ジョイ・ダイニング・プロダクツ
- 代　表　者　代表取締役　北堀孝男
- 所　在　地　埼玉県越谷市南越谷5-2-4
- 営　業　所　東京営業所　名古屋営業所
- T　E　L　048-990-4884
- F　A　X　048-985-4440
- 設　　立　1996年12月
- 資　本　金　10,000千円
- 売　上　高　785,581千円
- 事 業 内 容　食肉・加工食品の企画・販売

多様なニーズに応える商品企画・開発のプロフェッショナル

鍋セットを主力商品に、全国の生活協同組合様を中心に冷凍食品の企画・販売をおこなっております。日本全国の生活協同組合と直接口座を有しており、それを活用してグループ商品の販売もおこなっております。

事業内容と主な商品

宅配事業

全国の生協を中心に、ご家庭でも手軽に調理可能な冷凍商品を開発。

【主な商品】
・長崎風ちゃんぽん鍋セット、名古屋コーチン鍋セット、お肉たっぷりロールキャベツ、切れてる！豚テキ焼き、国産若鶏の和風生つくねなど

人気メニューの商品化／監修商品の開発

『炎麻堂』（赤坂・神田・三軒茶屋）シリーズ

服部幸應先生監修シリーズ

ギフト商品

炭や牛塩もつ鍋のギフトセット

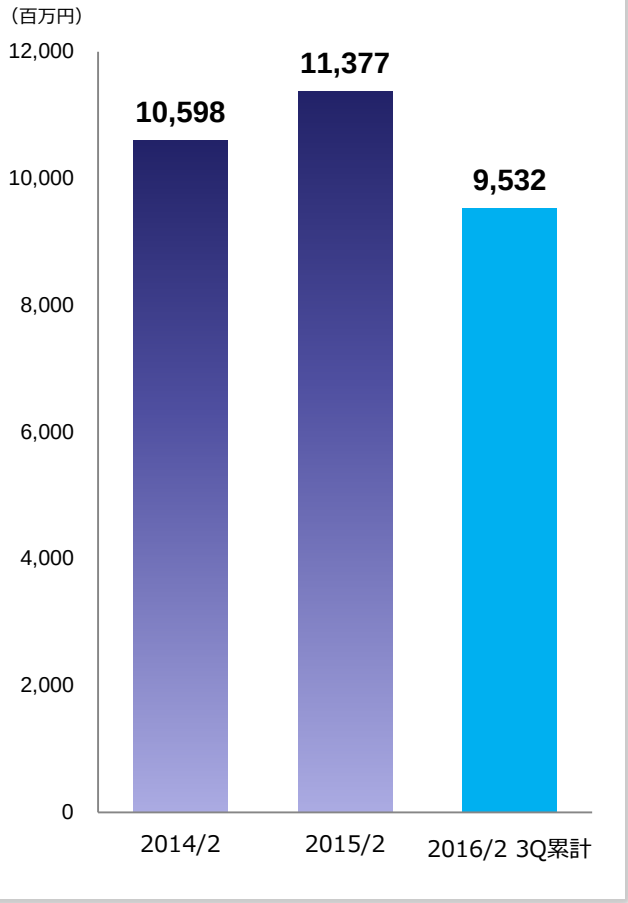
Copyright (C) 2016 Yoshimura Food Holdings K.K. All Rights Reserved.

Ⅳ. 補足資料 ②業績・財務の状況

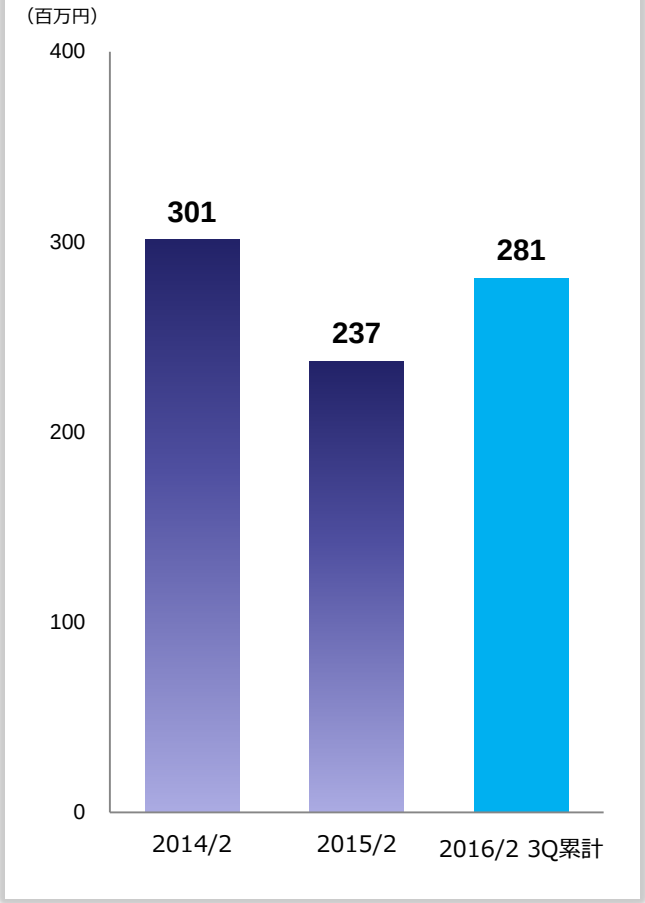
Copyright (C) 2016 Yoshimura Food Holdings K.K. All Rights Reserved.

4-2-1 連結P/L

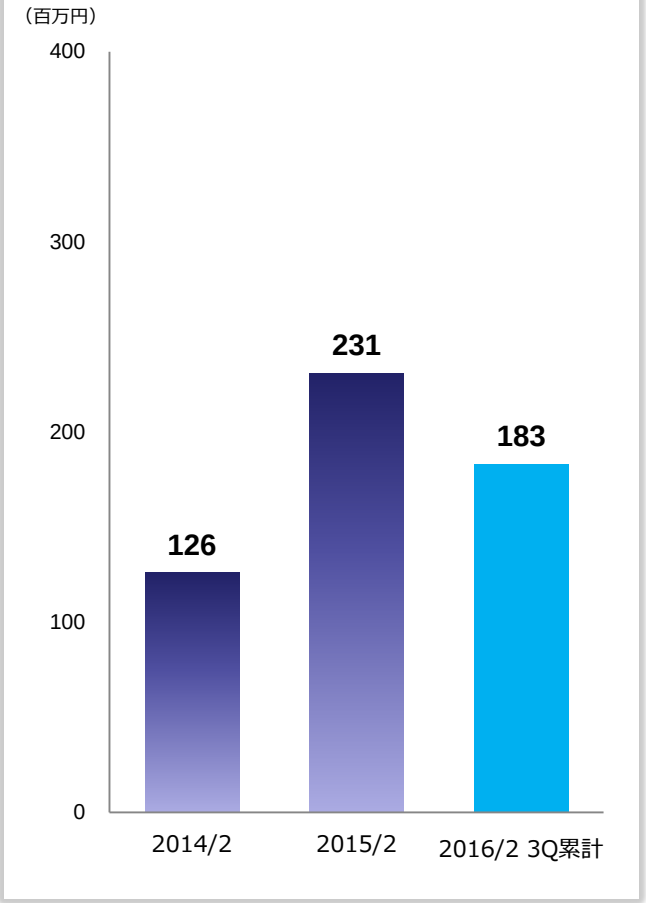
売上高



経常利益



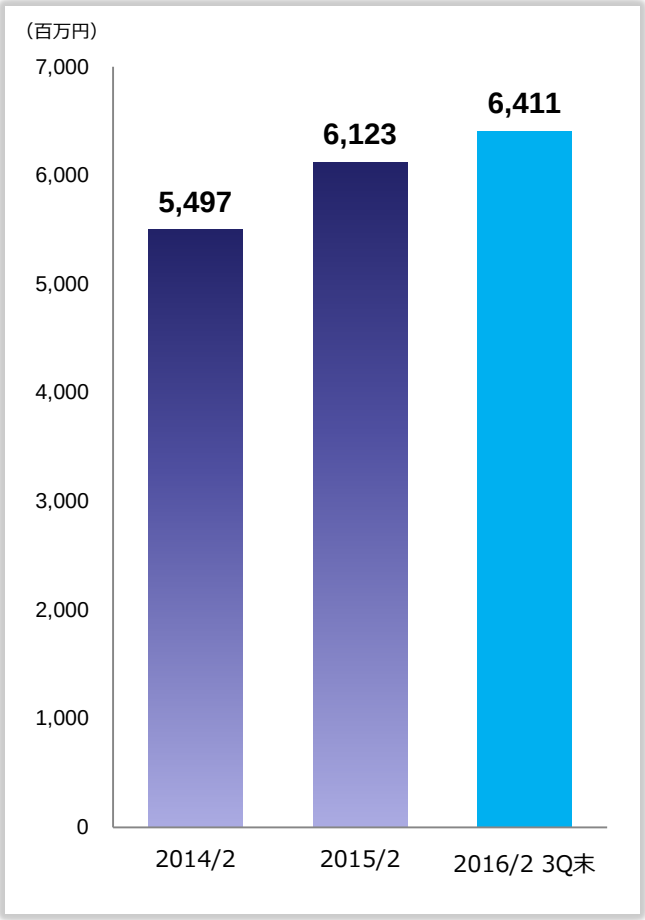
当期純利益



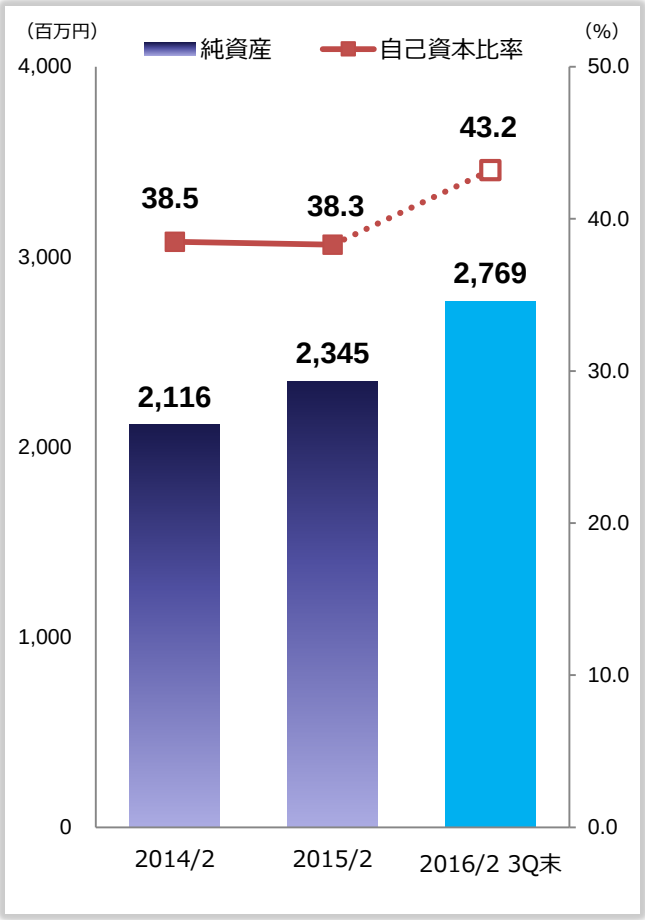
Copyright (C) 2016 Yoshimura Food Holdings K.K. All Rights Reserved.

4-2-2 連結B/S

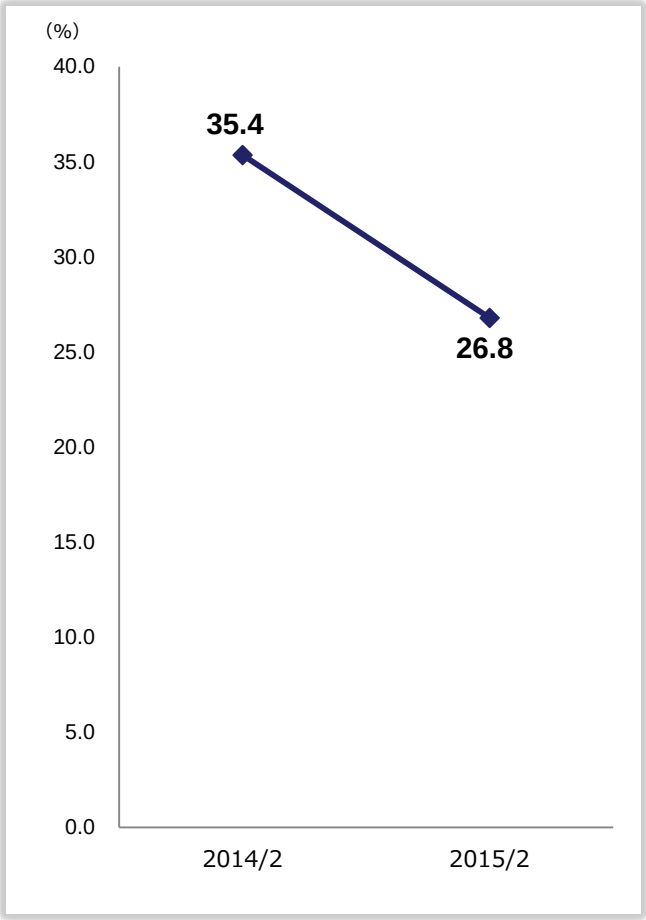
総資産



純資産・自己資本比率



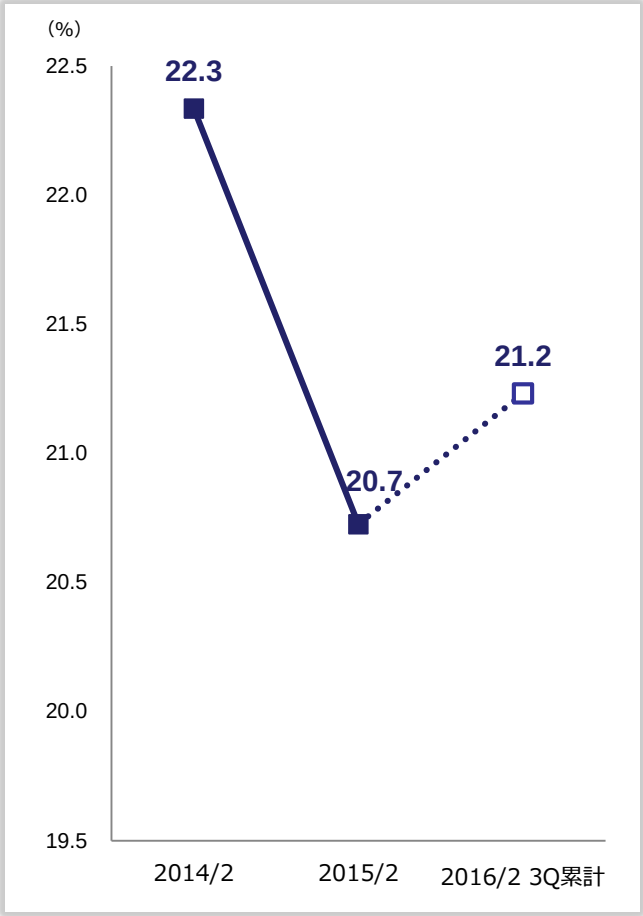
有利子負債比率



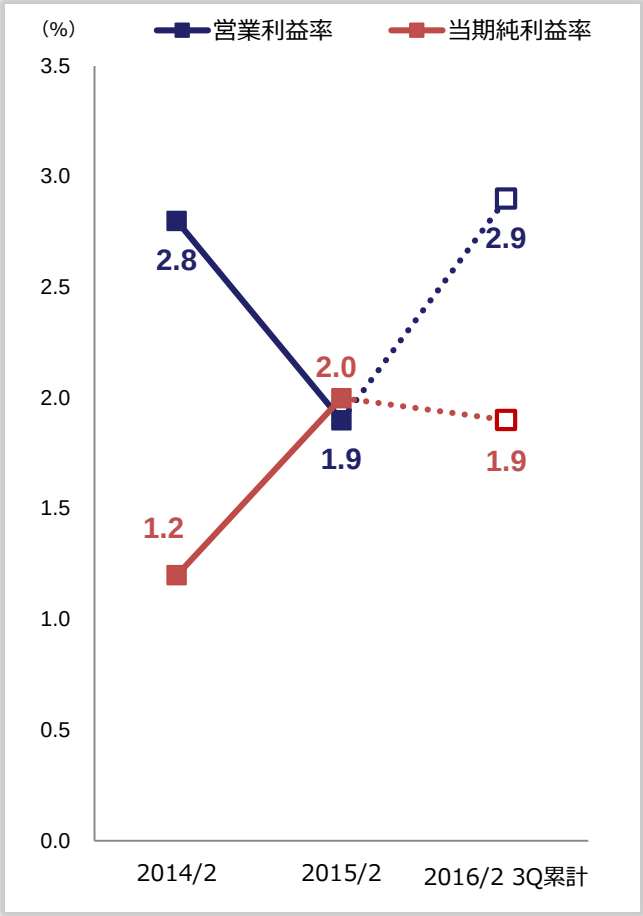
Copyright (C) 2016 Yoshimura Food Holdings K.K. All Rights Reserved.

4-2-3 連結収益性指標

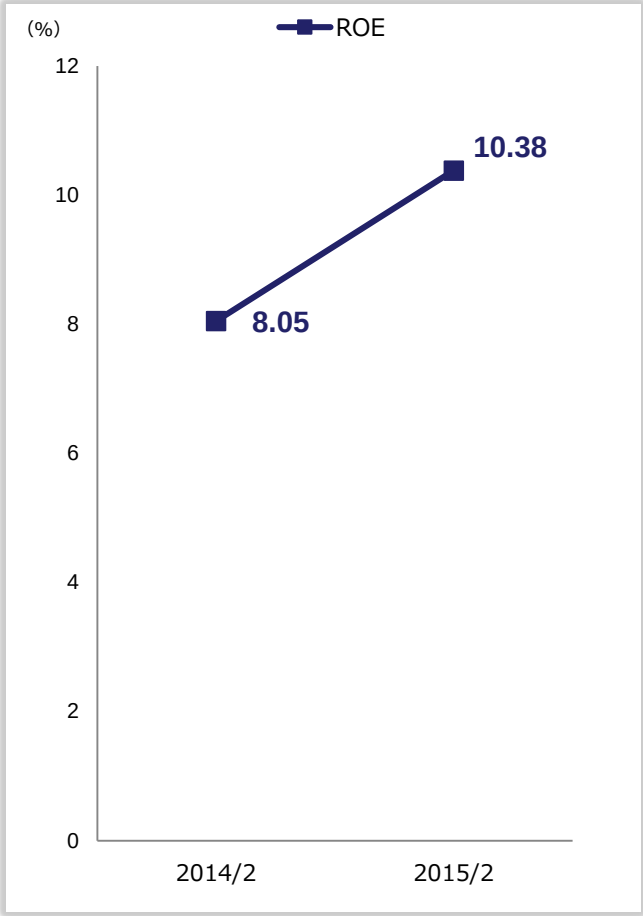
売上総利益率



営業利益率・当期純利益率



自己資本利益率



Copyright (C) 2016 Yoshimura Food Holdings K.K. All Rights Reserved.