

2023年2月期 決算説明資料

2023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）

2023年2月期 第4四半期業績

2023年2月期第4四半期は前年同期比増収増益

- 売上高：94.1億円（前年同期比：+26.2%）
- 調整後営業利益：1.9億円（前年同期比：+24.9%）
- EBITDA：4.8億円（前年同期比：+27.7%）

2023年2月期 通期業績

2023年2月期（通期）は前期比増収増益

- 売上高：349.3億円（前期比：+19.3%）
- 調整後営業利益：9.1億円（前期比：+31.9%）
- EBITDA：19.9億円（前期比：+26.4%）

2024年2月期 業績見通し

2024年2月期は新規M&A企業が連結対象となり大幅に増収増益

- 売上高：466.7億円（前期比：+33.6%）
- 営業利益：15.7億円（前期比：+131.9%）
- EBITDA：27.1億円（前期比：+36.3%）

（注）調整後営業利益 = 営業利益 + M&A取得関連費用

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にかかる取得費用

- | 1 2023年2月期 決算ハイライト
- | 2 成長戦略
- | 3 2024年 2 月期業績見通し
- | 4 Appendix

2023年2月期 決算ハイライト



売上高

前期比

349.3 億円 **+19.3** %

- 国内事業は、M&Aによりグループ化した企業を取り込んだことで増収
- 海外事業は、コロナからの回復により大幅に増収

調整後営業利益

前期比

9.1 億円 **+31.9** %

- 当期は5件のM&Aに係る取得費用（238百万円）を計上。当費用を加算した調整後営業利益は前期比で大幅に増加。
- 原材料価格高騰の影響が続く中でも、新規M&A企業の貢献と海外事業の回復により会計上の営業利益も増益。

(注) 調整後営業利益 = 営業利益 + M&A取得関連費用

EBITDA

前期比

19.9 億円 **+26.4** %

- EBITDAは前期比26.4%増加

(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にかかる取得費用

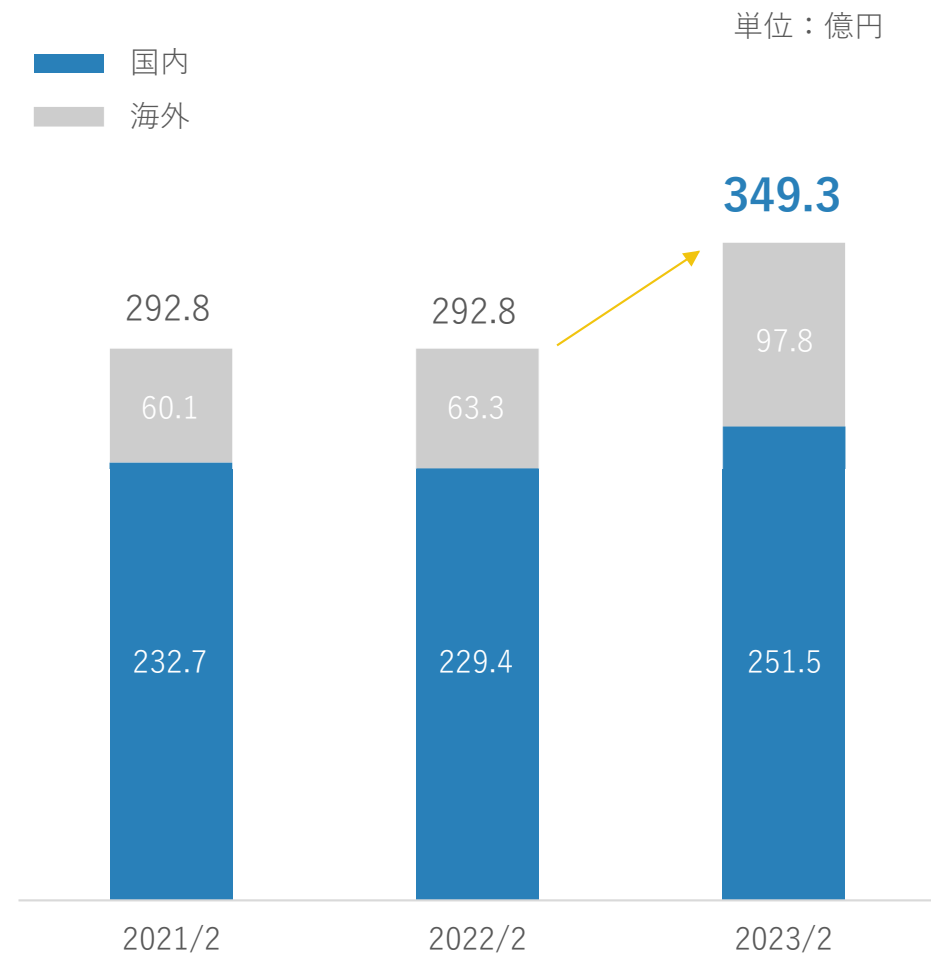
新規M&A企業の貢献、海外企業の売上回復により増収

売上高

前期比

349.3 億円 **+19.3 %**

- 国内事業は、販売事業において既存販売先への営業強化により大幅に増収となり、製造事業においては、価格改定等の影響により一部企業の売上が減少したものの、新たにM&Aにより加わった企業（ONESTORYは1Q～、小田喜商店は3Q～、細川食品は4Q～）が貢献し増収となる。
- 海外事業は、新型コロナウイルスの影響が減少したことで、販売事業、製造事業共に増収となる。特に、シンガポールにおいて観光客数の回復によりホテルの需要が増加し、ホテル向けに水産加工品を販売するPacific Sorbyは大幅に増収となる。さらに、厨房機器の製造販売を行うNKRもマレーシアの経済回復によりホテル、飲食店向けの売上が回復し、大幅に増収となった。



調整後営業利益の推移

M&A取得関連費用を加算した調整後営業利益は9.1億円となり前期比+31.9%

調整後営業利益

前期比

9.1 億円 **+31.9** %

(注) 調整後営業利益 = 営業利益 + M&A取得関連費用

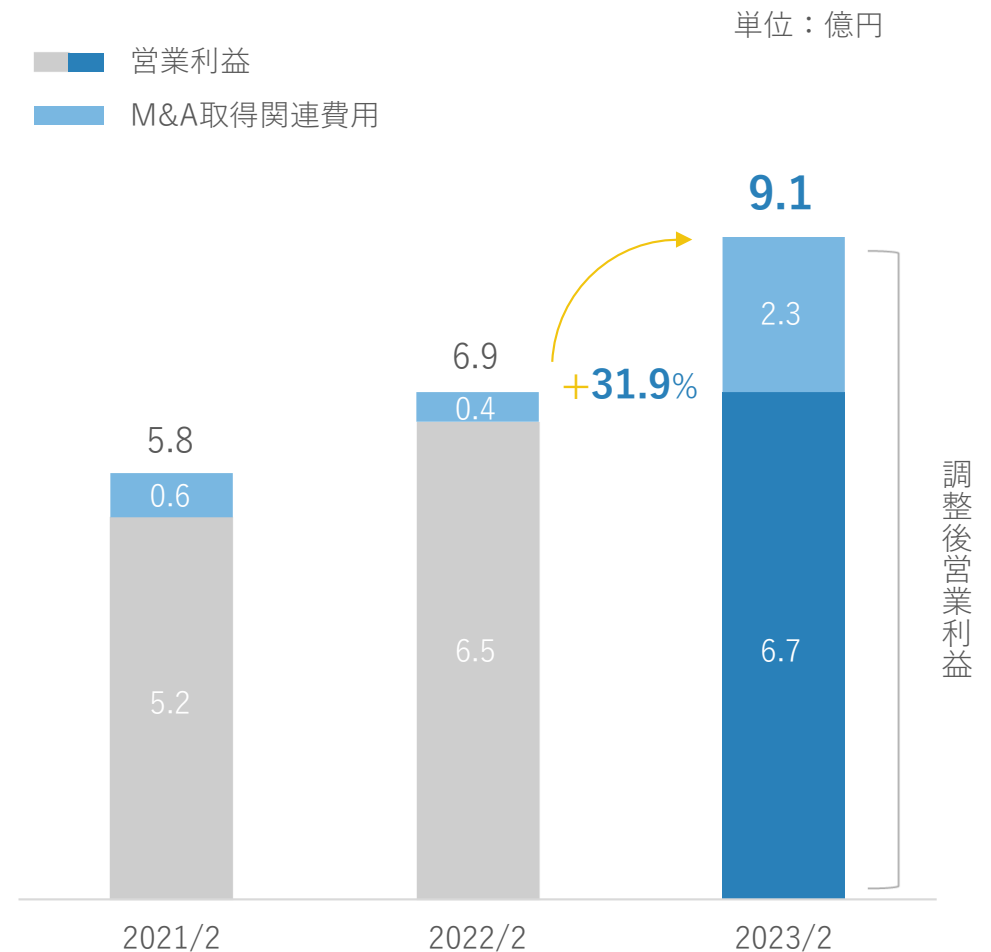
- 当期は新規M&Aを5件実行。一時費用であるM&A取得関連費用（238百万円）を加算した実力値ベースの調整後営業利益は、前期比で大幅に増加。
- なお、新規M&Aのうち、当期は期中からONESTORY・小田喜商店・細川食品を損益に取り込んだのみで、小林製麺・林久右衛門商店及びマルキチの損益取り込みは翌期から。

営業利益

前期比

6.7 億円 **+3.6** %

- 国内事業は、新規M&A企業が貢献。
- 海外事業は、コロナからの回復により売上が増加し増益。



経常利益は為替差益を517百万円（前期216百万円）計上したことで増加

経常利益

前期比

13.2 億円

+33.1 %

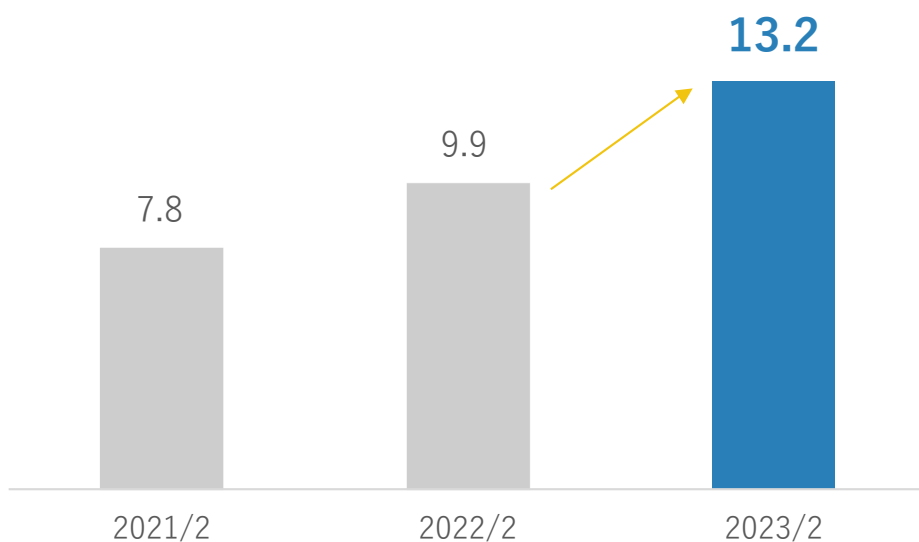
EBITDA

前期比

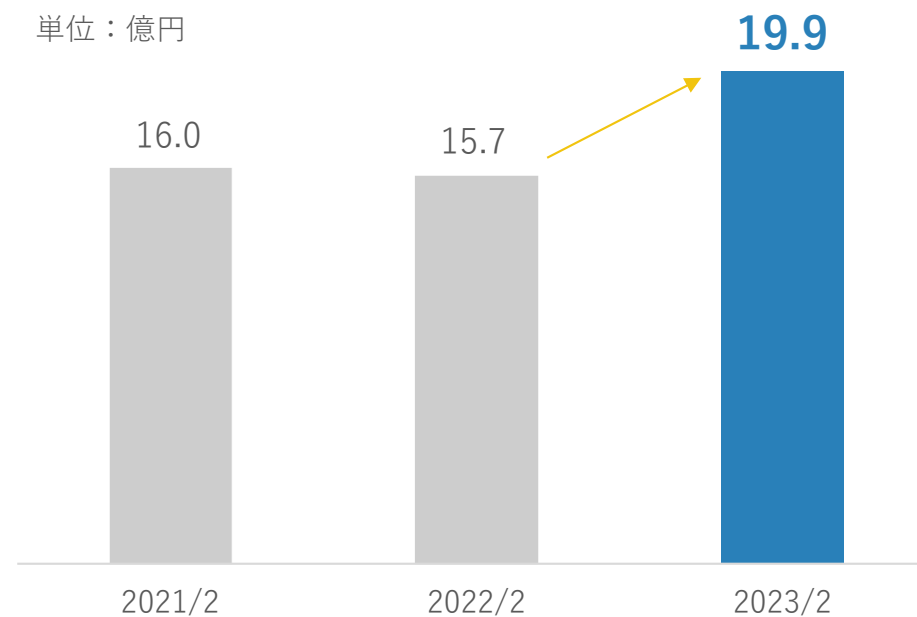
19.9 億円

+26.4 %

単位：億円



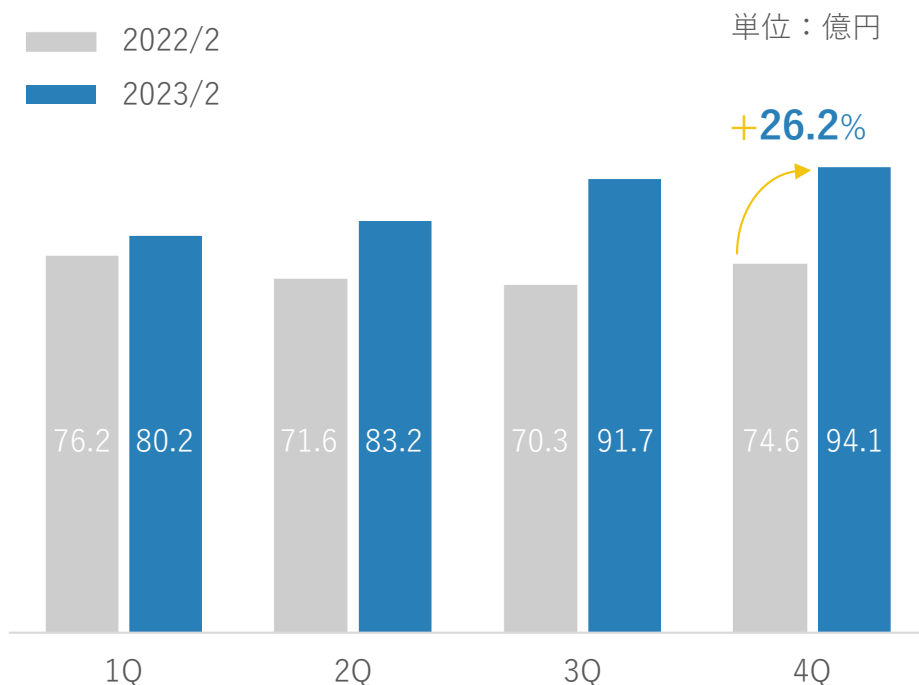
単位：億円



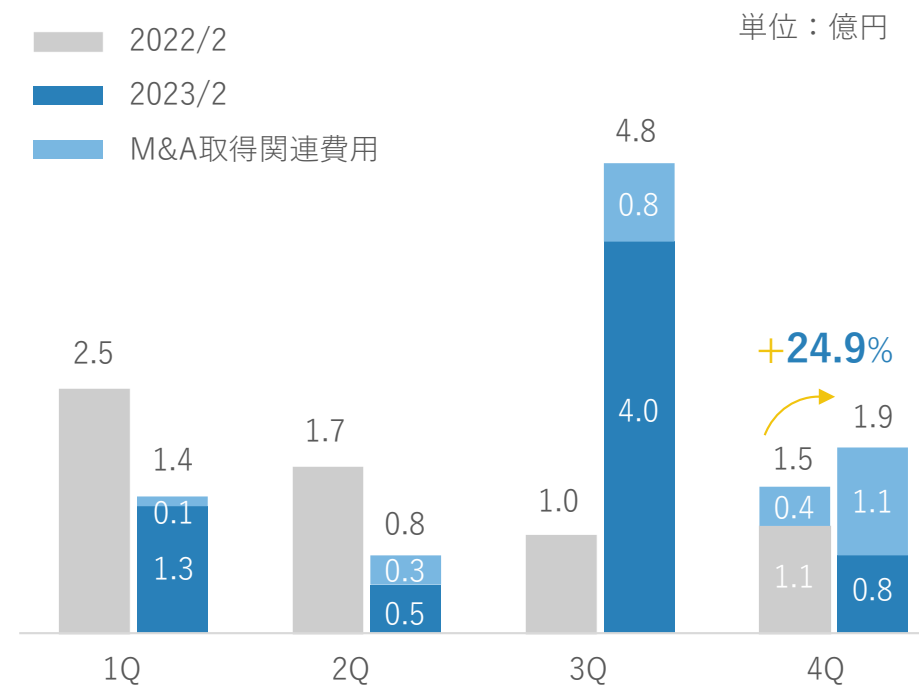
(注) EBITDA = 営業利益 + 償却費（減価償却、のれん）+ コロナ関連補助金収入 + M&Aにかかる取得費用

2023年2月期4Qは、売上高及び調整後営業利益共に前年同期比で増加

売上高



調整後営業利益



■ 当第4四半期の売上は、新規M&A企業の貢献と海外事業の回復により前年同期比26.2%増

■ 当第4四半期の調整後営業利益は、前年同期比24.9%増

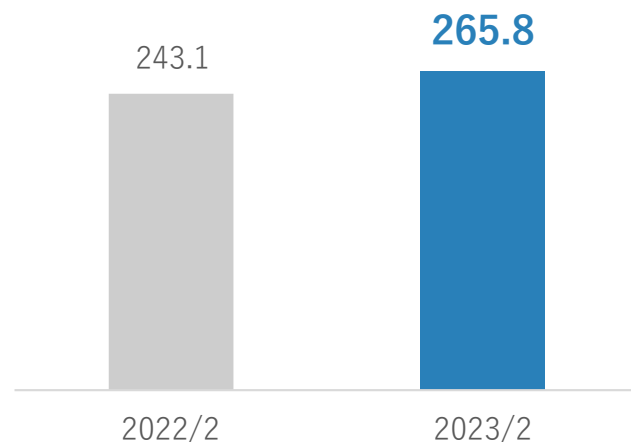
(注) 調整後営業利益 = 営業利益 + M&A取得関連費用

単位：億円

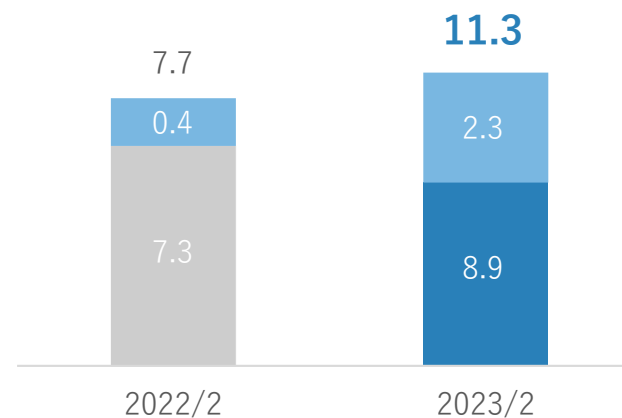
売上高

調整後営業利益

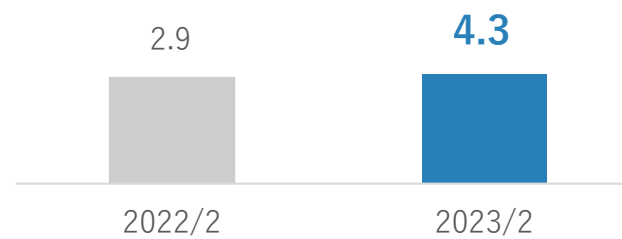
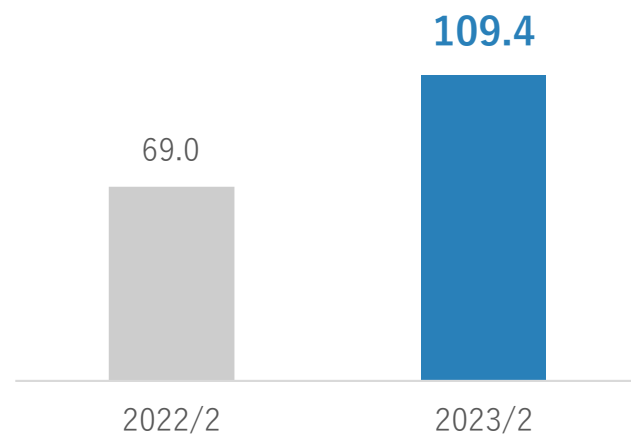
国内



営業利益
M&A取得関連費用



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。
調整後営業利益 = 営業利益 + M&A取得関連費用

自己資本比率は、M&Aにより借入金が増加したため前期末比▲3.1%

(前期末比)

- 現金及び預金 (+17億円)
- 受取手形及び売掛金 (+11億円)
- 棚卸資産 (+28億円)
コロナからの売上回復の状況を鑑みてPacific Sorby、NKRにおいて仕入を増加したこと、及び新規M&Aによりグループ化した企業による増加
- 有形固定資産 (+12億円)
- のれん (+9億円)
新規M&Aによりグループ化した企業による増加



- 借入金 (+43億円)
新規M&Aによる借入金の増加
- 買掛金 (+15億円)
コロナからの売上回復の状況を鑑みてPacific Sorby、NKRにおいて仕入を増加したこと、及び新規M&Aによりグループ化した企業による増加

自己資本比率

23.5%
(▲3.0%)

成長戦略



MISSION 私たちの目指す社会像

VISION 私たちが果たす役割

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。

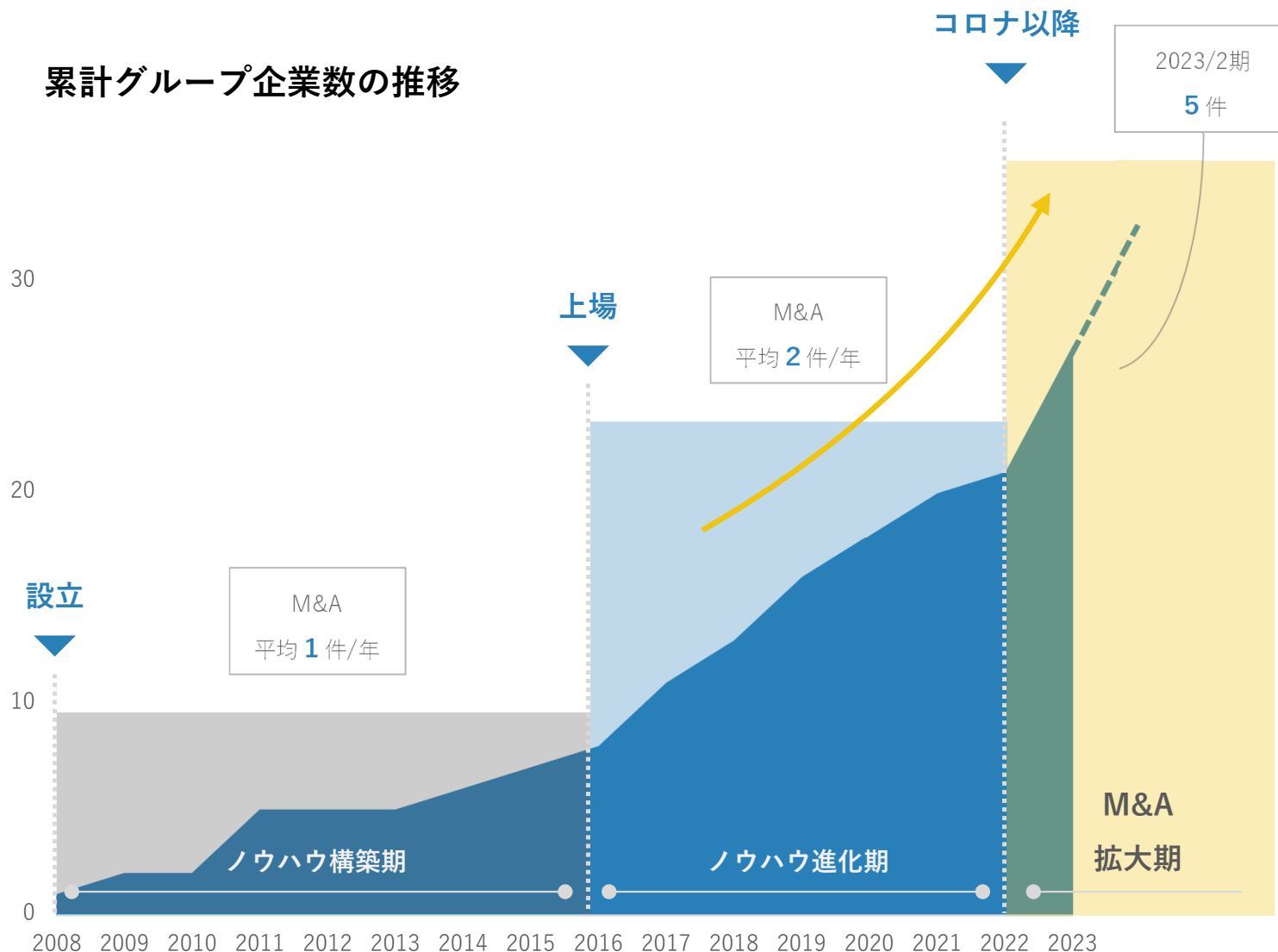


地域の“おいしい”を守り、育て、世界へ

- 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。

創業以来のM&A実績、ノウハウ、信頼の蓄積により前期は**過去最高の5件のM&A**を実行
2024年2月期では規模の大きなマルキチの株式を取得し、M&Aの**新たなフェーズ**へ移行

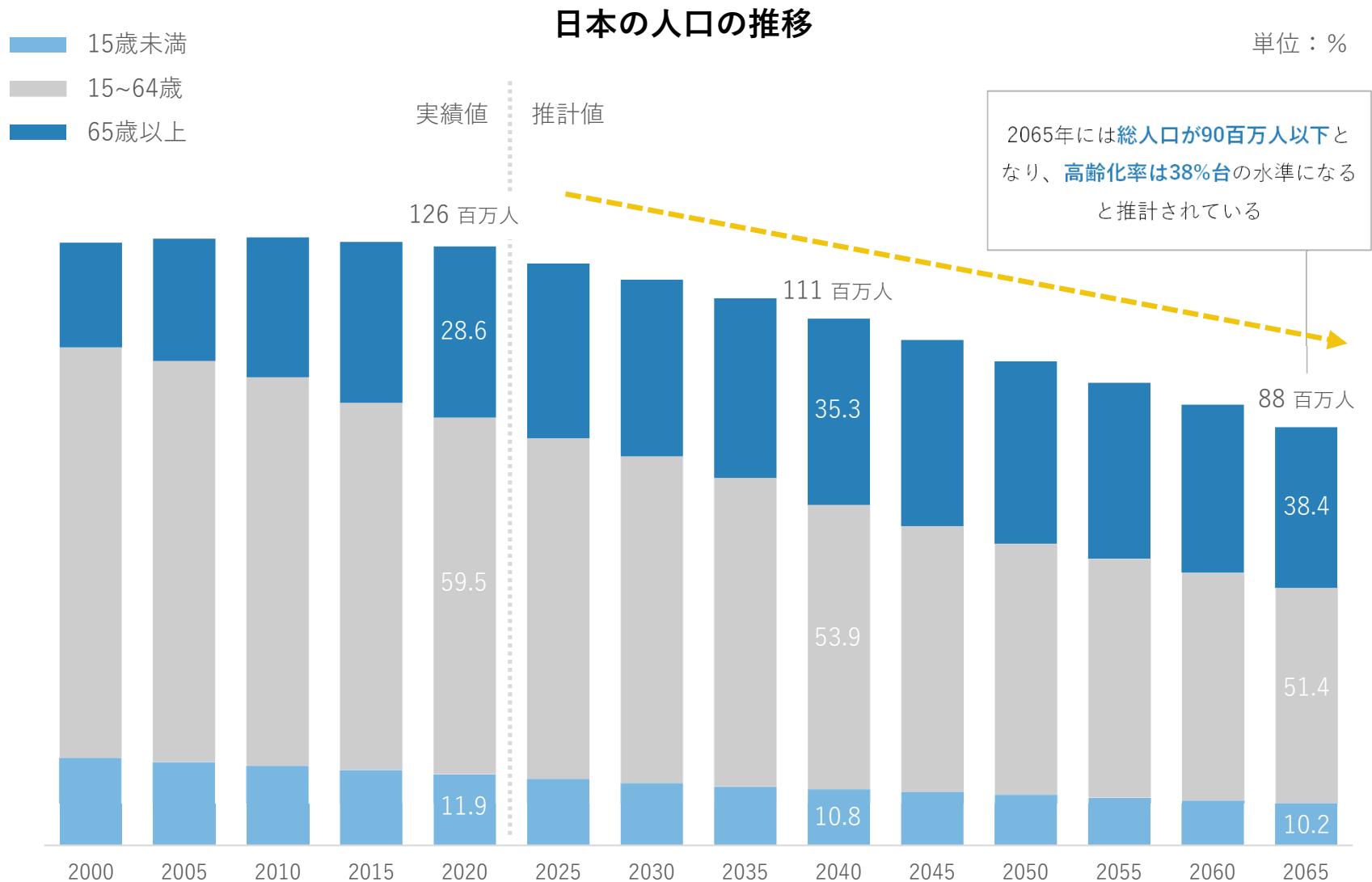
累計グループ企業数の推移



長年かけて構築してきた
企業受け入れ体制が整い始め、
改革期へ移行

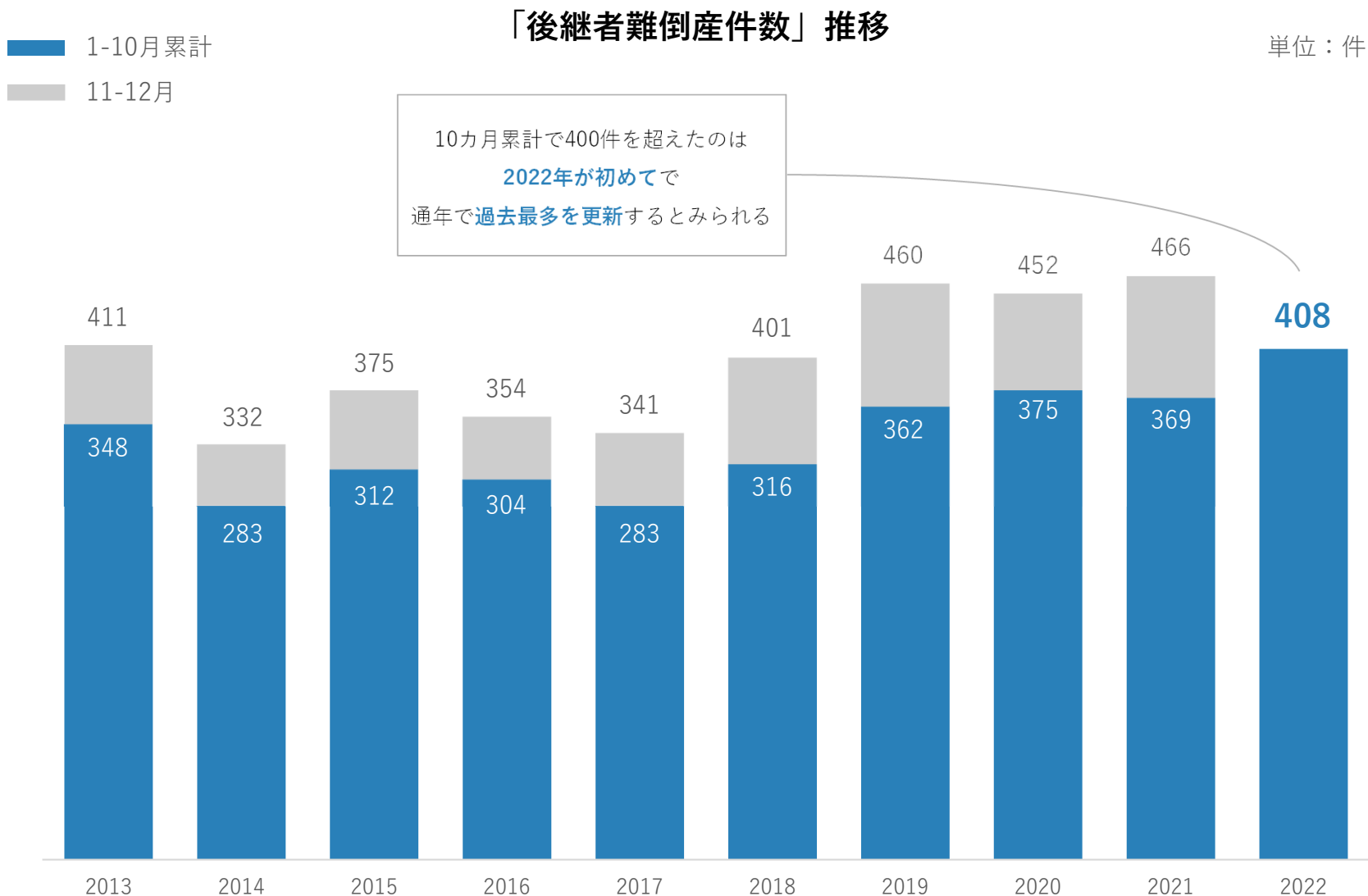
- 経営基盤の安定
- チームの拡充
- 資金調達力の向上
- 海外販路の拡大

人口減少及び少子高齢化による国内市場の縮小化



出典：2020年までは総務省「人口推計」（各年10月1日現在）、2025年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」（平成29年推計）

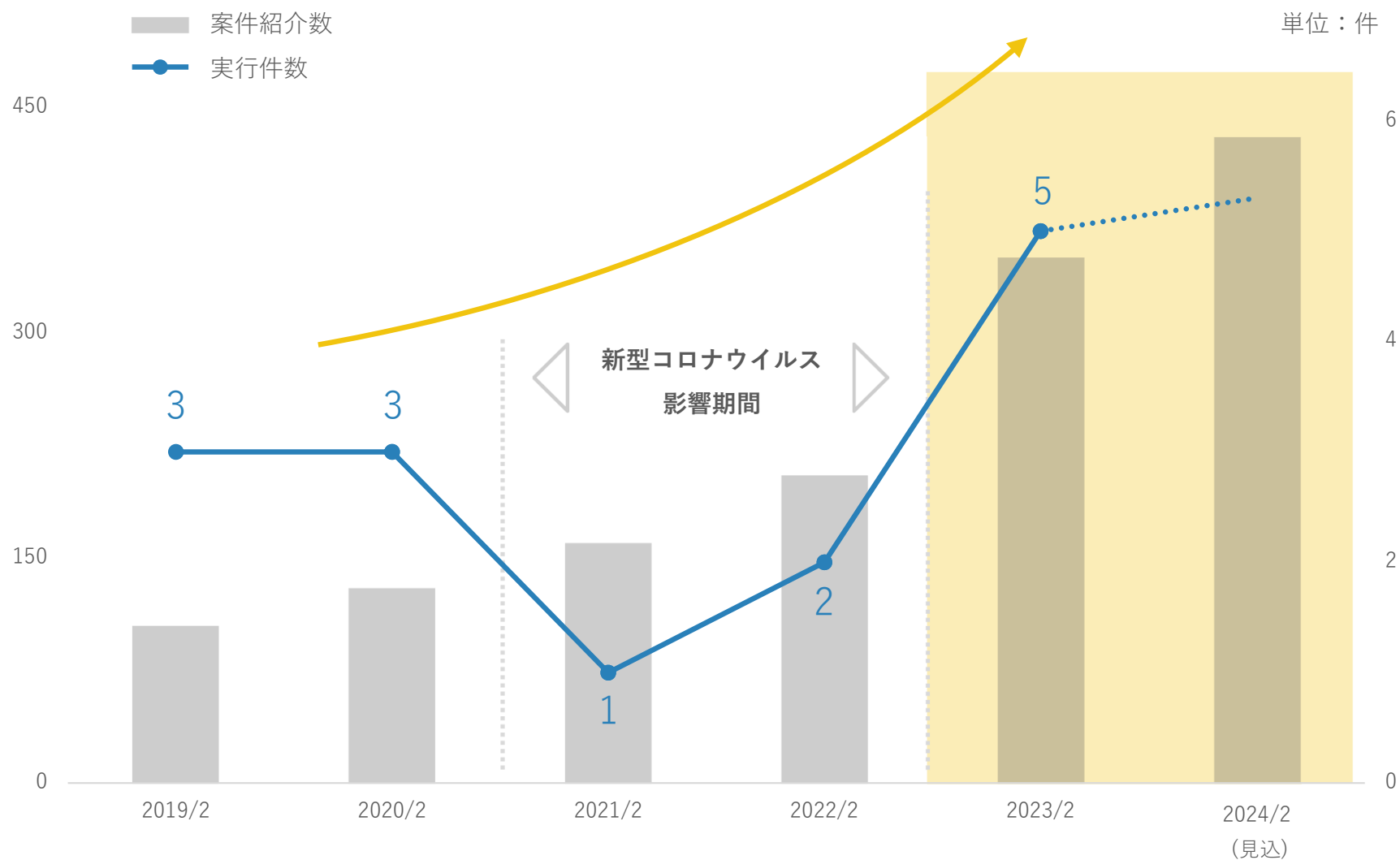
高齢化が進む中、後継者不在を理由に廃業する企業が増加



出典：全国企業「後継者不在率」動向調査（2022）帝国データバンク

M&A実績（M&A件数の推移）

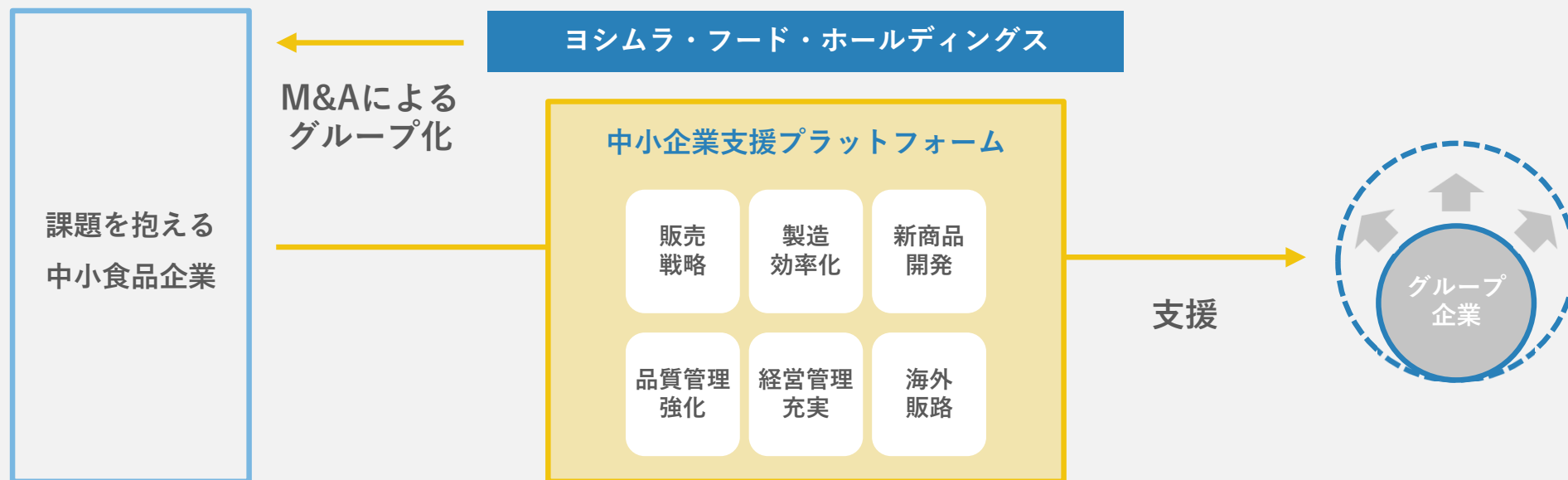
コロナの影響によりM&A件数が一時的に落ち込んだものの**前期は過去最高の5件を実行**
今後は**更なるM&Aの加速**により、より一層の業績拡大を図る



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



M&Aにおける当社の強み（競争優位性）

当社は**売却を前提としない**ため、
 規模や業種を問わず、優れた商品・技術・ブランドを持っている企業のM&Aが可能
 他のプレイヤーは対象としにくい中小食品企業のM&Aを行える**唯一無二の存在**

	対象	仕組み	相乗効果による成長	M&Aノウハウ
当社	○ 地方の優良な商品を製造する食品メーカー規模は問わない	○ 売却を前提としないM&A オーナーが安心して会社を任せられる	○ 中小企業支援プラットフォームによる成長支援	○ 多くのM&A実績 目利き力・M&A実行力
大手食品企業	△ 一定以上の売上・利益規模が必要 親会社と関連する企業が主	△ 大企業の傘下	△ 親会社と同一の事業であればシナジー効果あり	△ 多くのM&A実績を持つ企業は稀
投資ファンド	× 一定以上の売上・利益規模が必要 成長性が無いと対象外	× 売却前提	× 単独での成長	○ 多くのM&A実績 目利き力・M&A実行力

事業承継に課題を抱えていた株式会社マルキチの株式取得により、日本の農林水産物の代表とも言えるホタテを守り、育て、世界へと届け続ける



MISSION

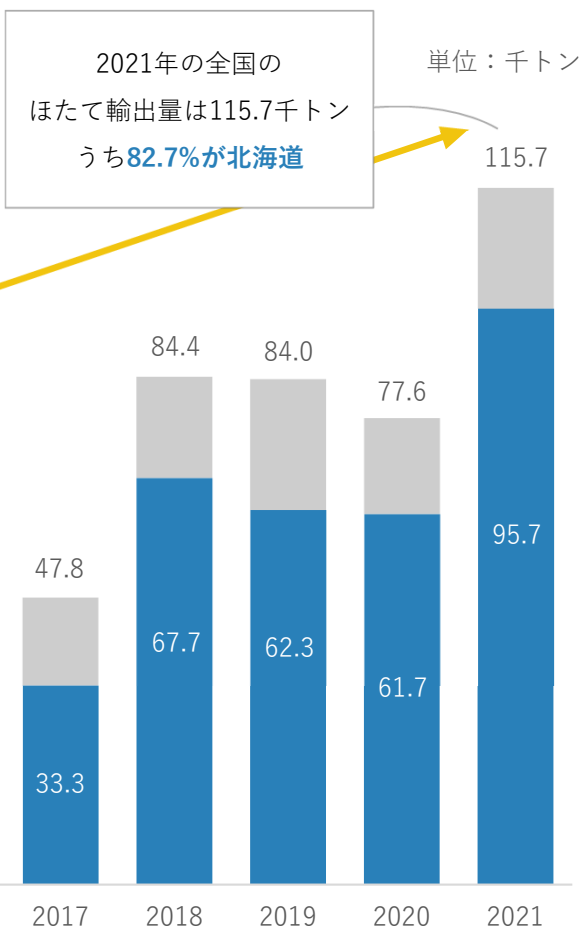
いつまでも、この“おいしい”を楽しめる社会へ
～消費者が多様な食文化を享受できる豊かさの実現～

VISION

地域の“おいしい”を守り、育て、世界へ

ほたて輸出量

- 北海道
- 北海道を除く全国



出典：農林水産省 農林水産物品目別実績（輸出）

3つの戦略により中長期的な成長を目指す

新規M&A

1. ロールアップ戦略

- 特定の業界において中核となる企業をグループ化
- 核となる企業の同業他社をグループ化

2. ニッチ市場戦略

- ニッチ市場で一定程度のシェアを持つ企業や独自の商品を持つ企業をグループ化



3. オーガニック成長

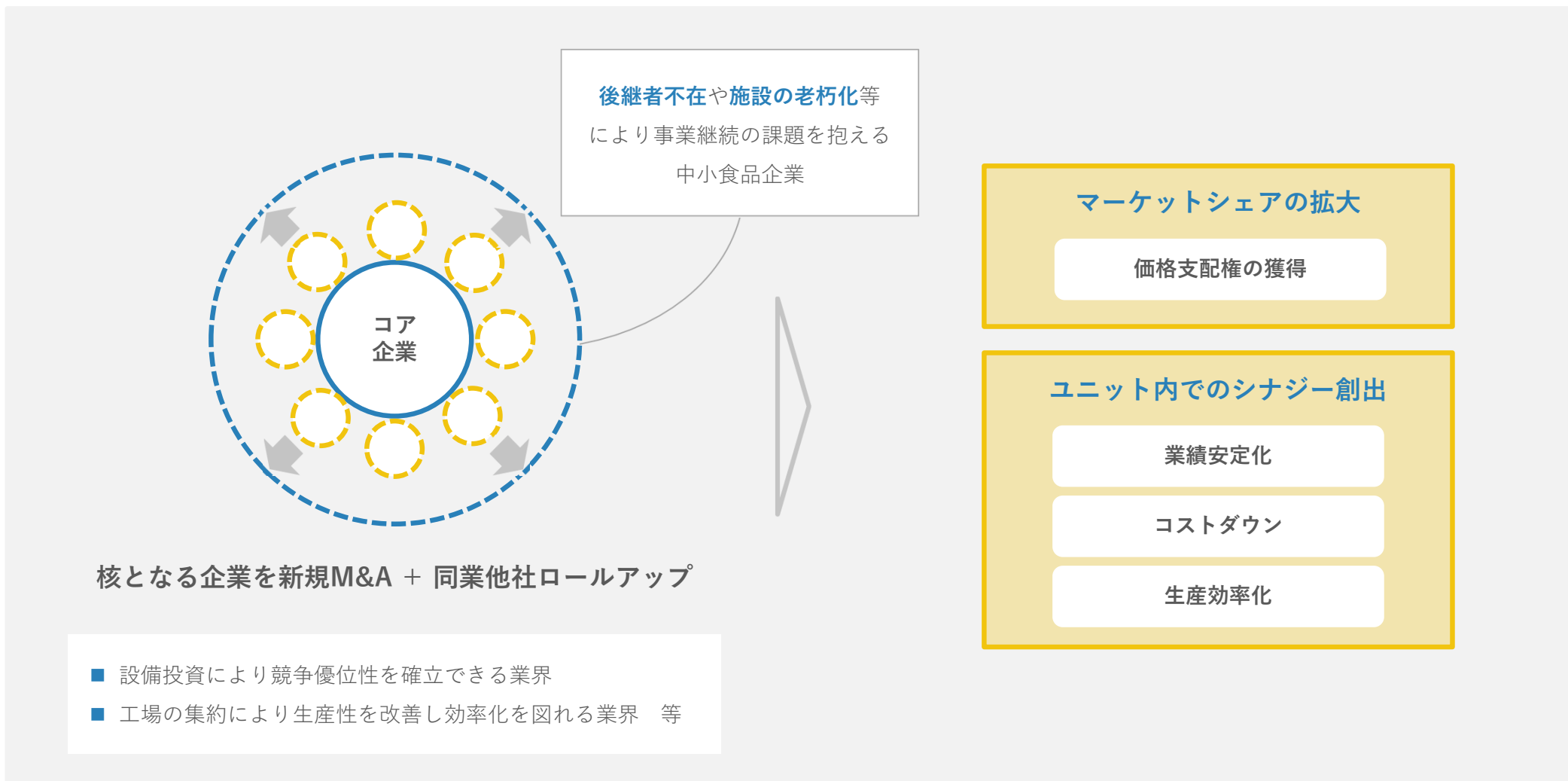
経営支援

- 経営経験が豊富な人材を採用し、グループ企業の社長として配置
- 優秀な若手人材を採用し、グループ企業での経営経験及び経営革新

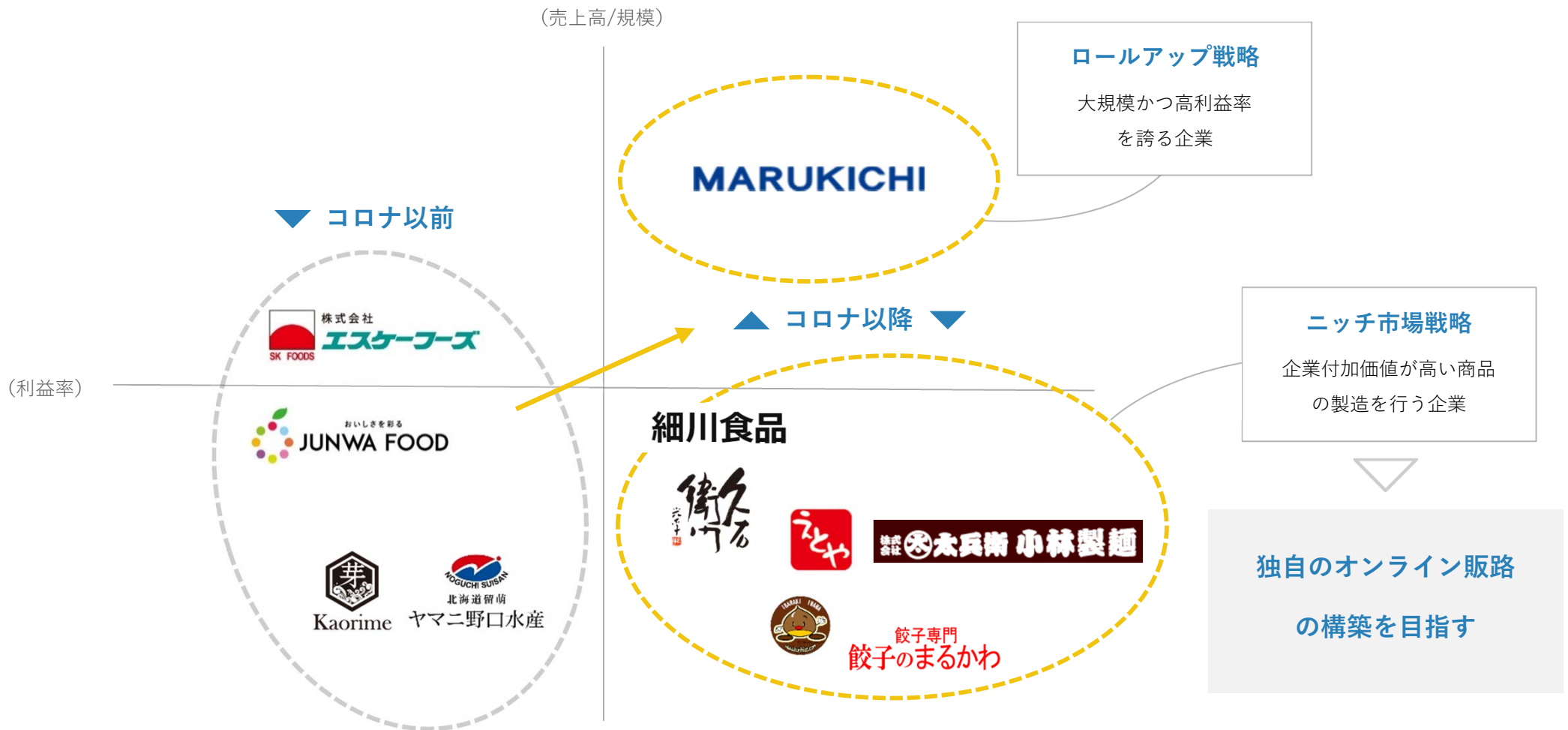
機能別支援

- 中小企業支援プラットフォームを活用した支援
- 機能別の専門人材を採用し、プラットフォーム強化

コアとなる企業をもとに同業界の企業をロールアップすることで
マーケットシェアを拡大し、シナジー効果により業績を向上させる



ニッチな市場で独自の商品や海外に販売できる商品を持つ、利益率の高い企業のグループ化により海外への販売及びBtoCビジネスを強化し、利益率を向上させる



(注) 売上高及び営業利益率はM&A公表の直近年度時点。全ての案件を記載しているものではなく関連企業のみを抽出。

2024年 2 月期業績見通し



2024年2月期業績見通し

既存企業のオーガニックな成長に加え、新規M&Aによりグループ化した企業の損益取り込みが開始されるため、**大幅な増収増益を見込む**

単位：百万円

	2022年2月期	2023年2月期	2024年2月期		
	実績	実績	業績見込	前期比増減額	前期比 (%)
売上高	29,283	34,937	46,679	+ 11,741	+ 33.6 %
営業利益	655	678	1,574	+ 895	+ 131.9 %
EBITDA	1,577	1,994	2,718	+ 723	+ 36.3 %

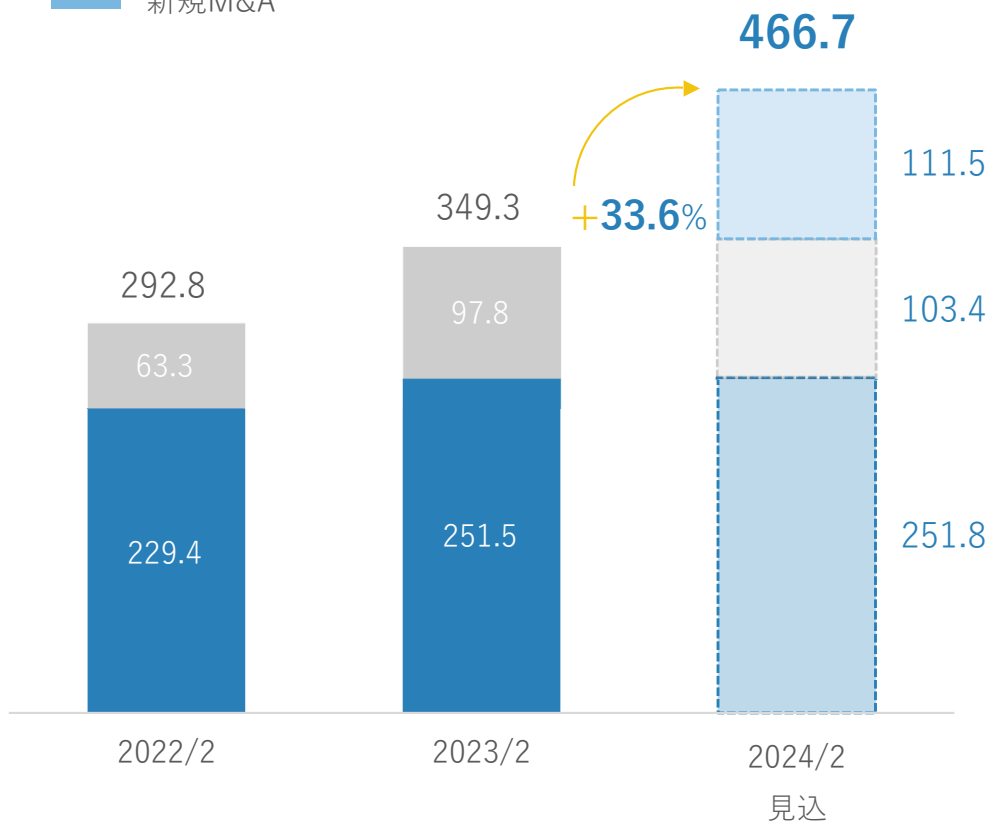
(注) EBITDA = 営業利益 + 償却費 (減価償却、のれん) + コロナ関連補助金収入 + M&Aにかかる取得費用

営業利益は、M&A取得関連費用が減少すること、及び新規M&Aでグループ化した企業の損益取り込みが開始されることで大幅な増益を見込む

売上高

単位：億円

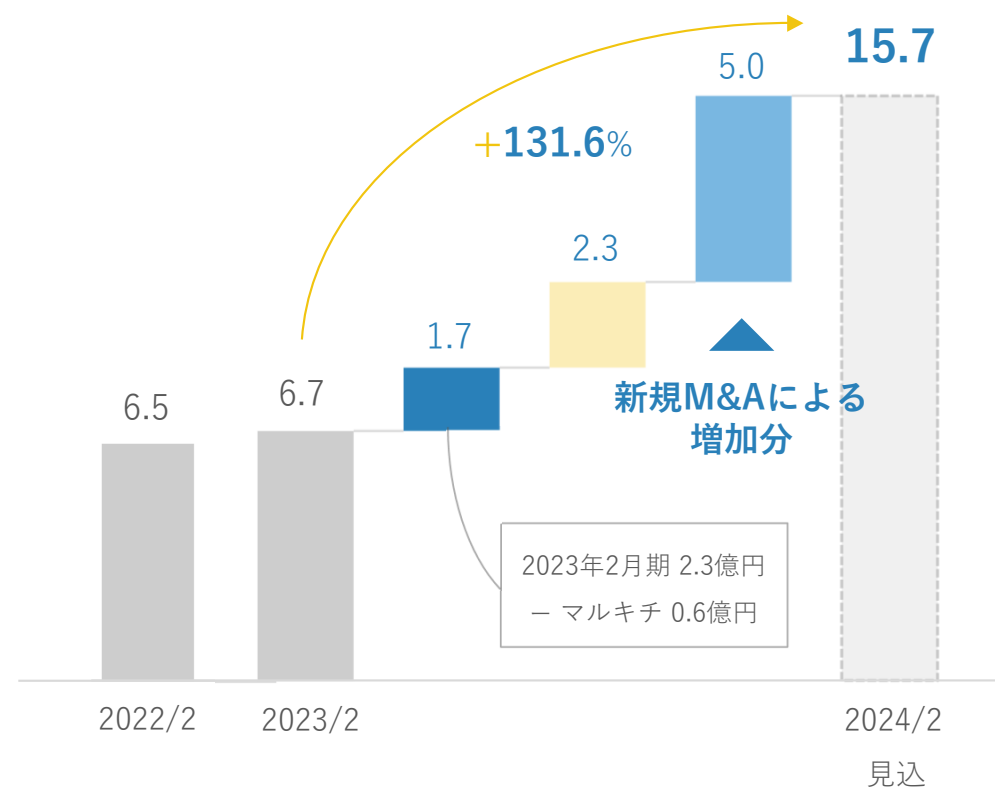
- 国内
- 海外
- 新規M&A



営業利益

単位：億円

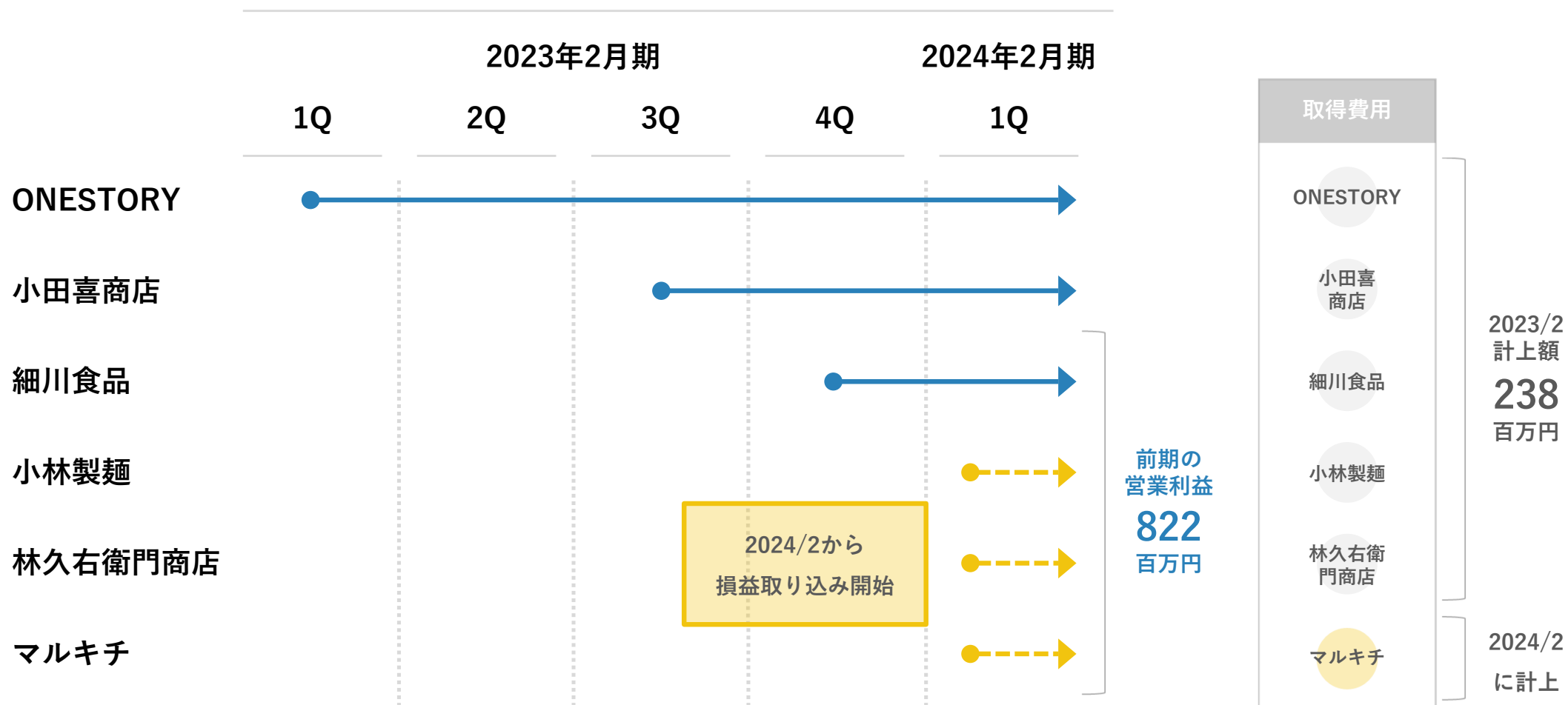
- M&A取得関連費用 (2023/2・マルキチ分)
- オーガニック成長
- 新規M&A



新規M&A企業の損益取り込み時期

2023年2月期の期中から3社分の損益取り込み開始、取得費用は5社分計上済み
全6社の損益取り込みは2024年2月期1Qよりスタート

損益取り込み時期



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

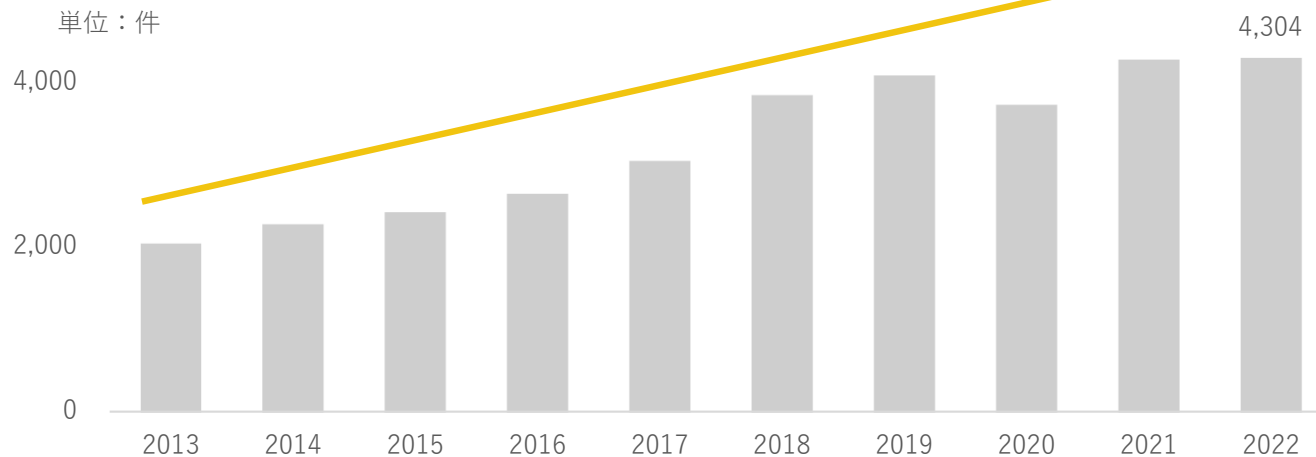
- 私たちは、「いつまでもこの“おいしい”を楽しめる社会」を実現するため、日本および世界で大切にされてきた“おいしい”を見つけ、守り、育て、世界へと届けてまいります。
- そのために、私たち独自の“おいしい”を見つける目利き力、“おいしい”を守る事業基盤、“おいしい”を育てる支援機能、“おいしい”を世界へと届ける販売網を構築してまいります。
- その結果として、世界の食文化と多様化、地域社会の活性化を推進するグローバルプロデューサーとなります。

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。

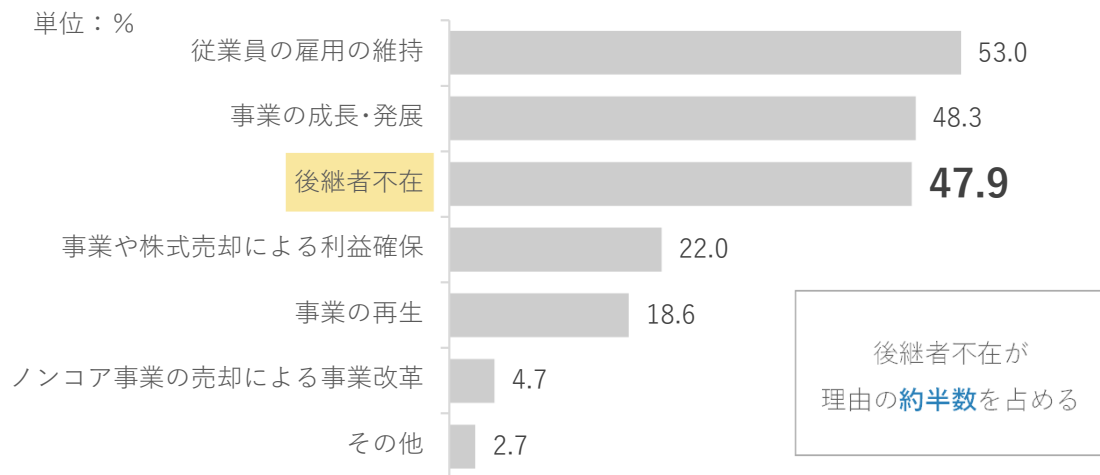
M&A件数の推移



コロナで一時減少はしたものの、
2013年と比べると
2022年は**約2倍に増加**している

出典：(株)レコフデータ調べ

譲渡理由

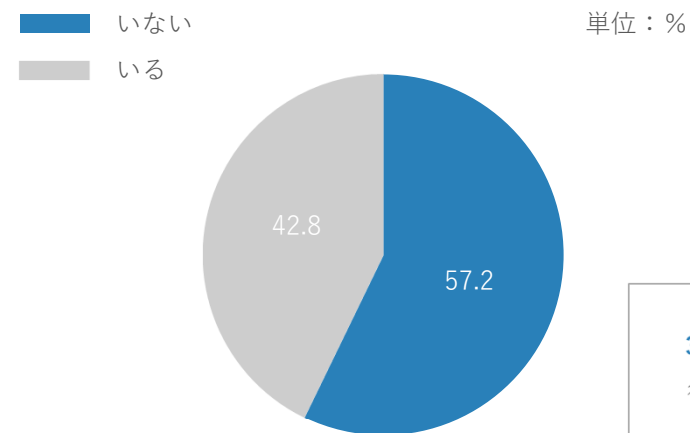


後継者不在が
理由の**約半数**を占める

出典：「中小企業の財務・経営及び事業承継に関するアンケート」(株)東京商工リサーチ

(注) 複数回答のため、合計は必ずしも100%にならない

後継者不在率

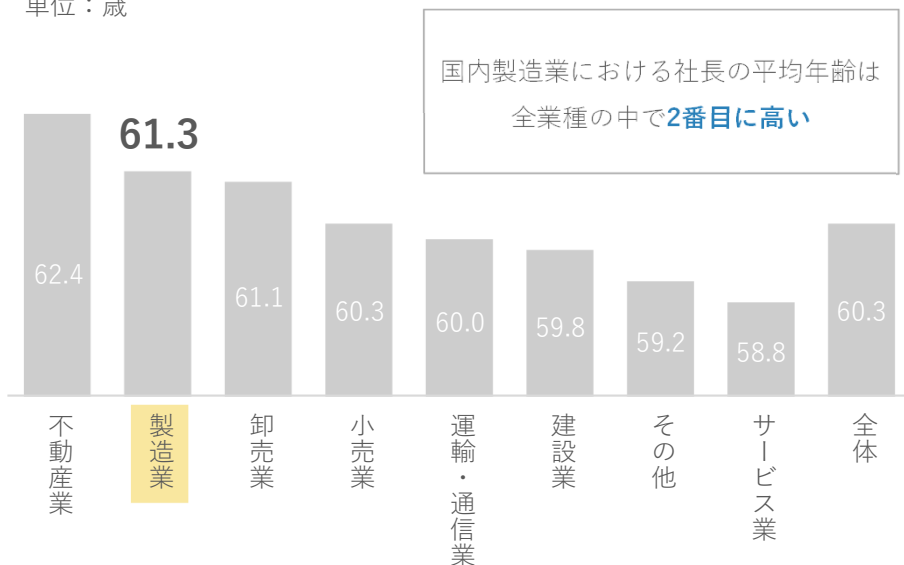


3社に2社が
後継者不在

出典：全国企業「後継者不在率」動向調査(2022)帝国データバンク

社長の平均年齢（業種別）

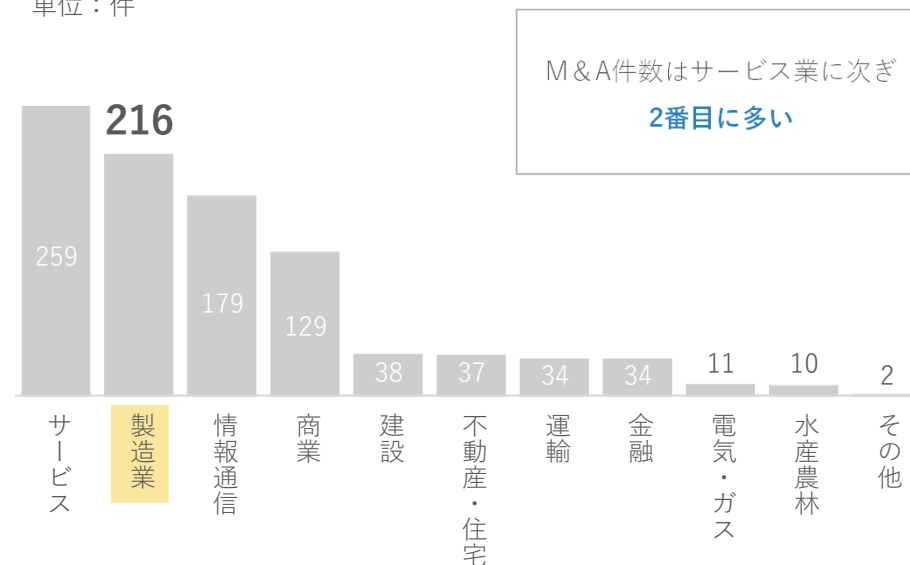
単位：歳



出典：帝国データバンク「2021年12月時点における社長年齢に関する調査」より抜粋

業種別M&A件数（2022年）

単位：件

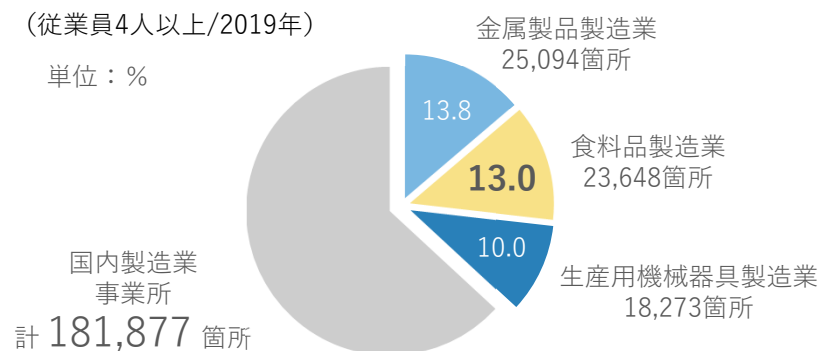


出典：M&A Online（ストライク）

国内製造業 事業所数

(従業員4人以上/2019年)

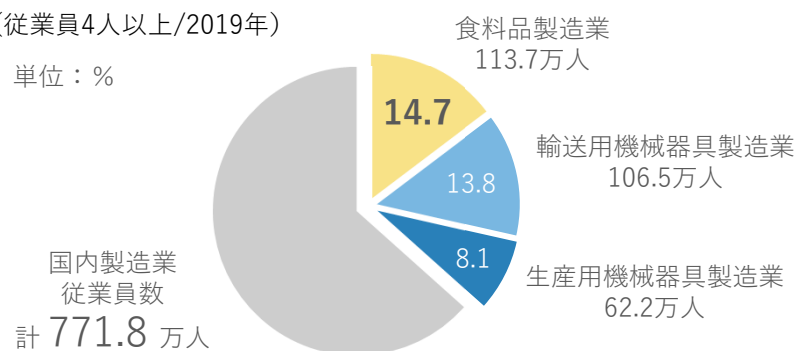
単位：%



国内製造業 従業者数

(従業員4人以上/2019年)

単位：%



国内製造業のうち、食品製造業の事業所数・従業者数は**最大規模**である

出典：両グラフとも経済産業省 2020年工業統計表 産業別統計表データ

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	1,114百万円（2023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% 日本たばこ産業(株) 4.4% 他
■ 連結業績	売上高：34,937百万円 経常利益：1,323百万円（ともに、2023年2月期）
■ 従業員数	連結：1,349人 単体： 30人（ともに、2023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	主要連結子会社：27社
■ 市場	東証プライム（2884）

代表取締役CEO

吉村 元久 Motohisa Yoshimura

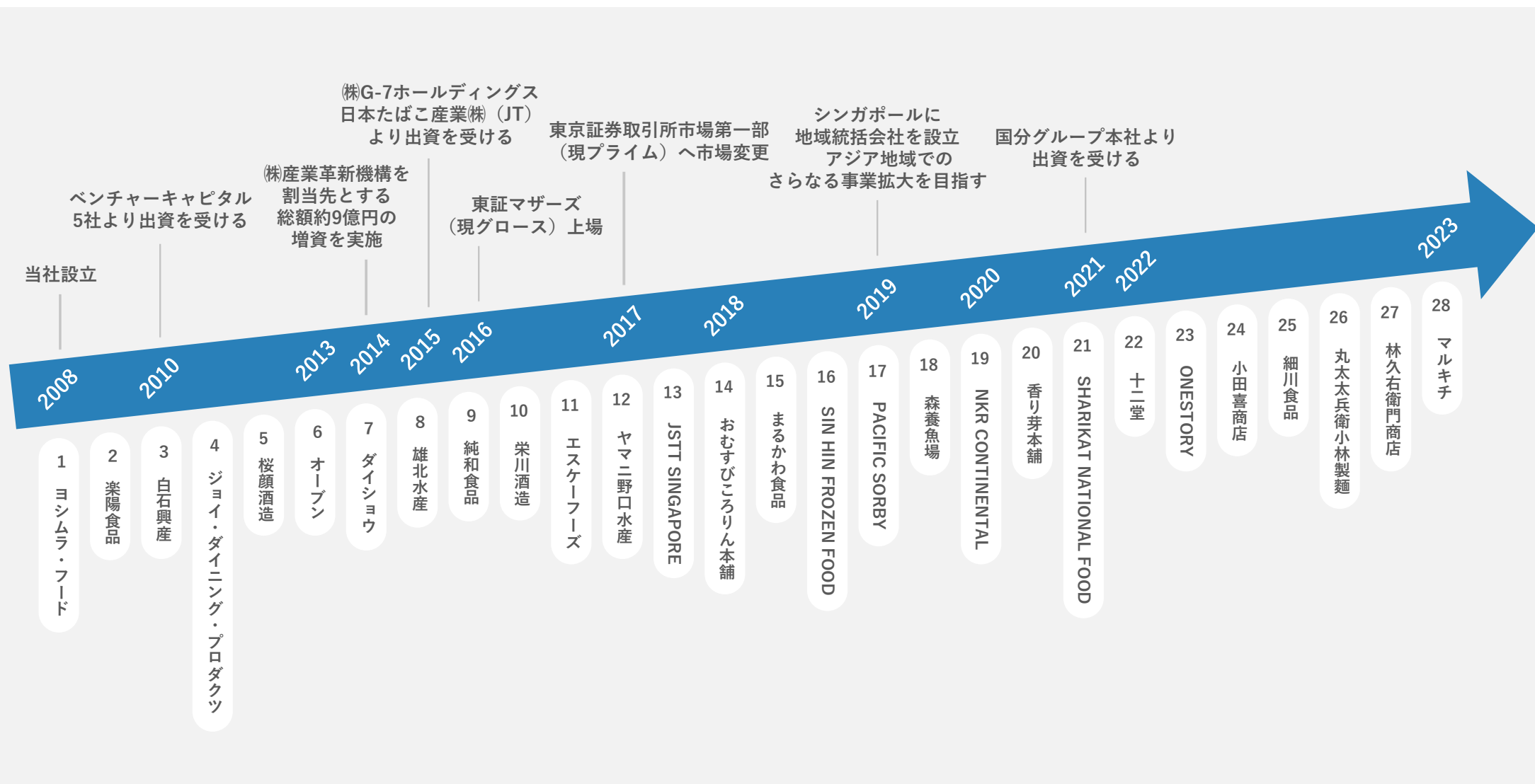


出身地 北海道函館市

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



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

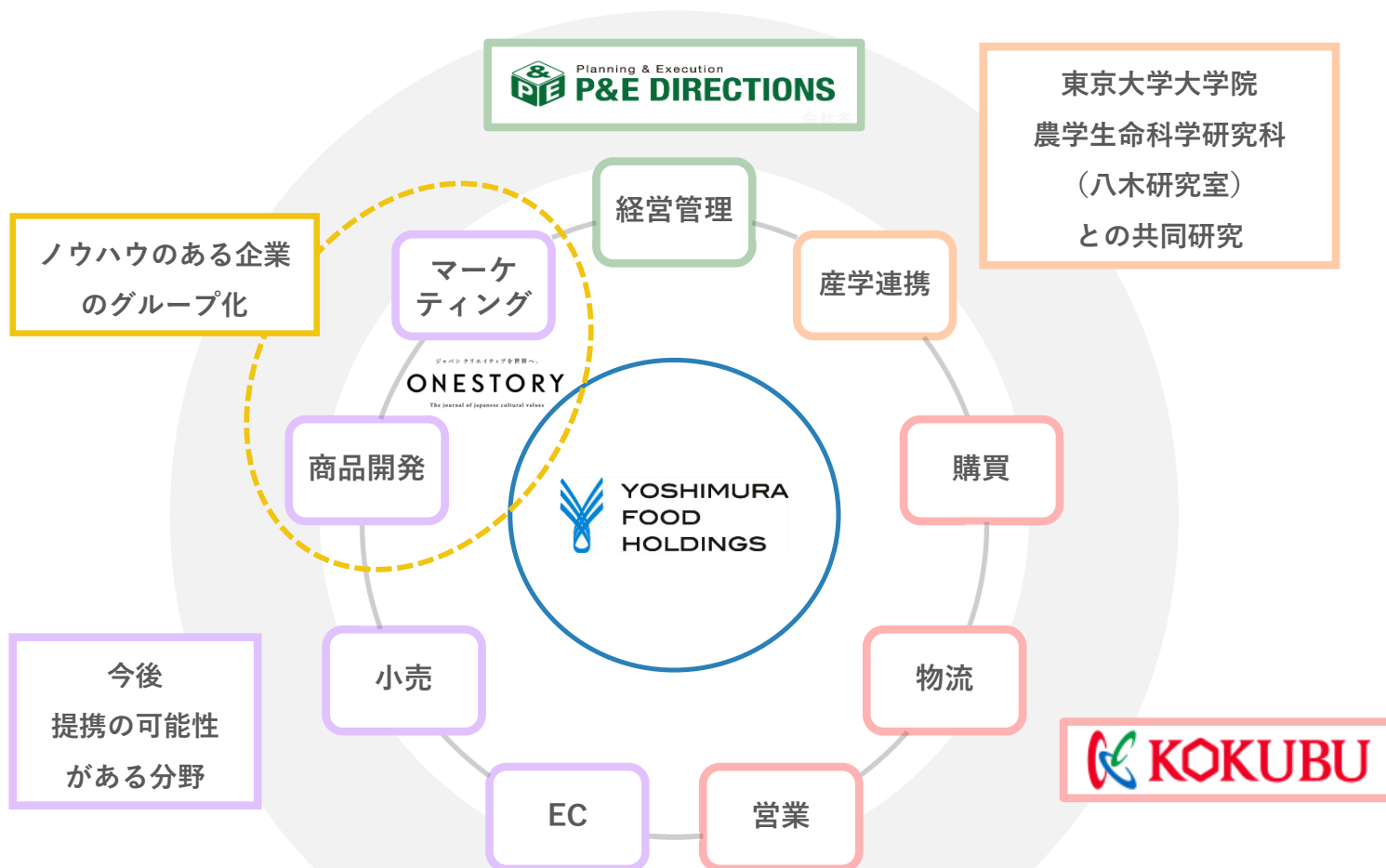
販路拡大・売上増加

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

提携先との協業_国分との協業進捗

- 営業空白エリアでの販売強化
- 新幹線物流などの国分グループ機能

活用による新規販路開拓



- 森養魚場の鮎を原料にした「缶つま小鮎」を発売

- 国分運営サイト「ぐるっば」消費者アンケート活用による商品開発

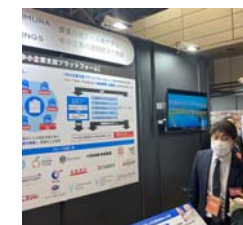


- 国分集中購買システム活用
- 原材料調達の一部切替によるコスト改善
- 国分引取物流活用による物流費改善

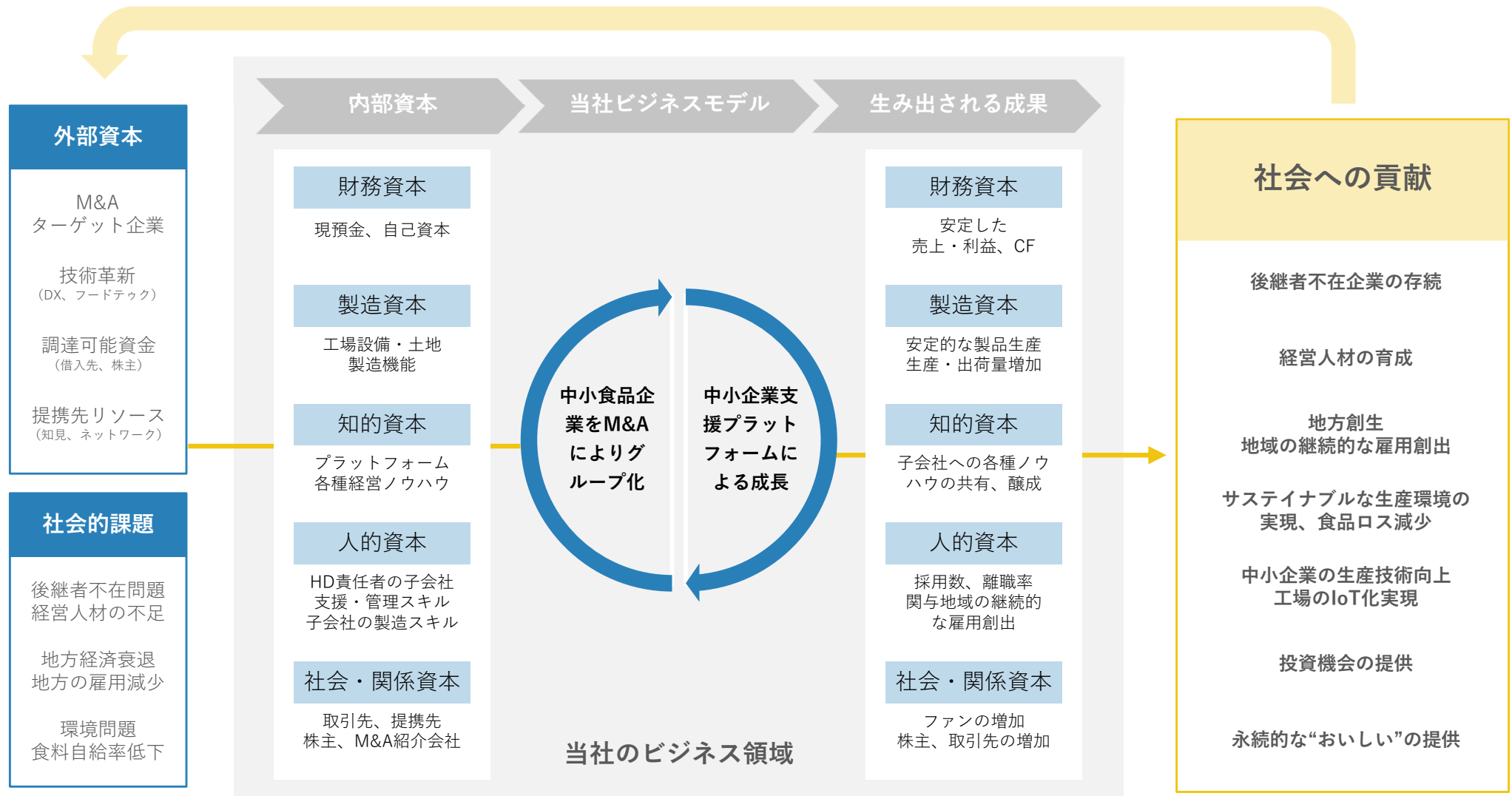
e-ぶんた君
e-Bunta kun



- 国分グループ展示会出展による得意先接点増加
- 常駐出向者受入れによる連携深化



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**



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**



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：広島の新潟海域、条件付新潟海域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

- 創業130年
- 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

栄川酒造



日本酒

- 業歴約150年の会津の酒蔵、「栄四郎」は全国新酒鑑評会金賞を受賞

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

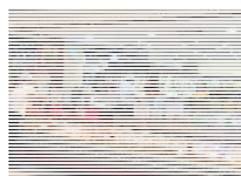
ヤマニ野口水産



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カ所において、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

グループ会社の概要

製造事業セグメント

販売事業セグメント

その他

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

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

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

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、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

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

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

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。

