

# 個人投資家様向け説明資料

株式会社オーイズミ

2025年3月10日

**OIZUMI**

# table of contents

- I オーズミについて
- II 業績推移
- III 今後の成長戦略

# I オーイズミについて

# 経営理念

～グループ経営理念～

私達は創造的な仕事を行い  
多くの人に愛される企業でありたい

～グループスローガン～

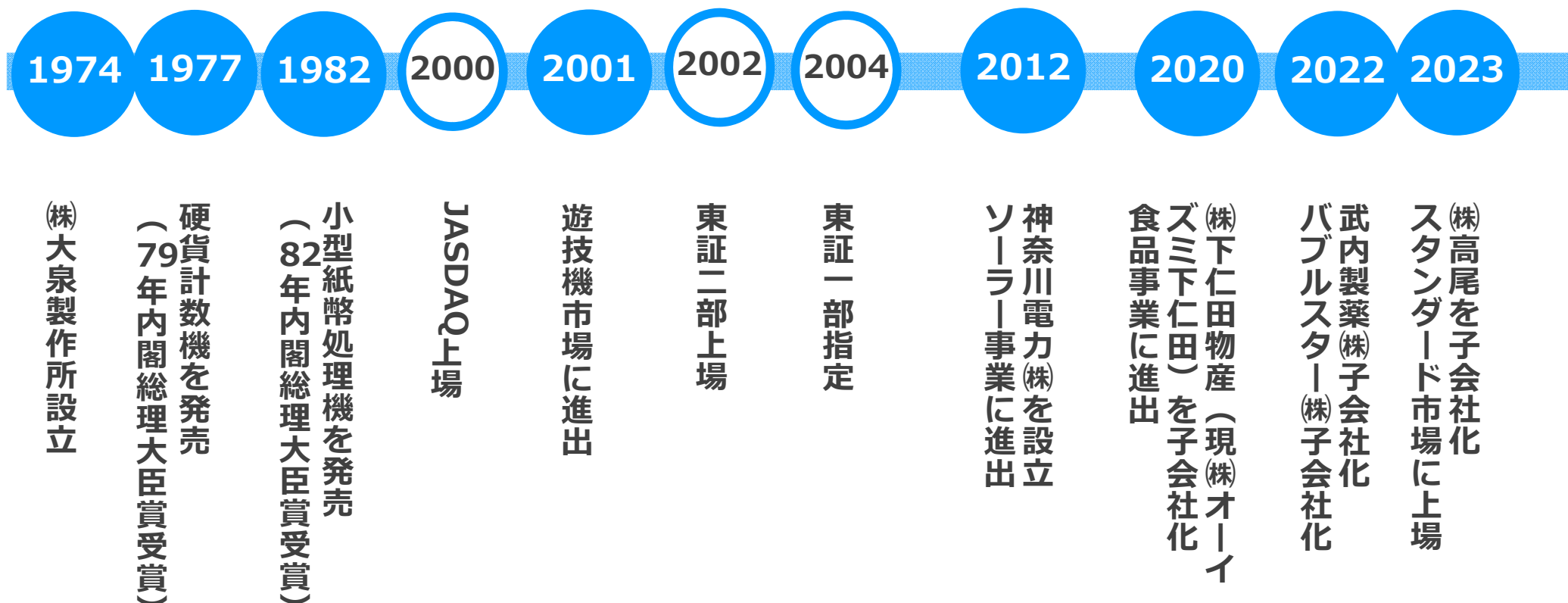
ソウゾウをソウゾウする

想像 × 創造



# ソウゾウの歴史

事業領域を拡大



# 数字で見るオーイズミ

設立

50年

設立  
1974年7月

銘柄コード

6428

上場市場  
東証スタンダード

株価\*

321円

予想PER\*  
11.8倍

時価総額\*

72億円

実績PBR\*  
0.39倍

従業員 (24/9期末)

連結  
438名  
単体  
176名

業績 (24/3期実績)

連結売上高  
213億円  
連結営業利益  
10億円

純資産 (24/9期末)

連結  
190億円  
自己資本比率  
45.8%

一株配当\*

12円予想  
予想配当利回り\*  
3.7%

\* 株価、一株配当、時価総額は、2025年3月7日現在

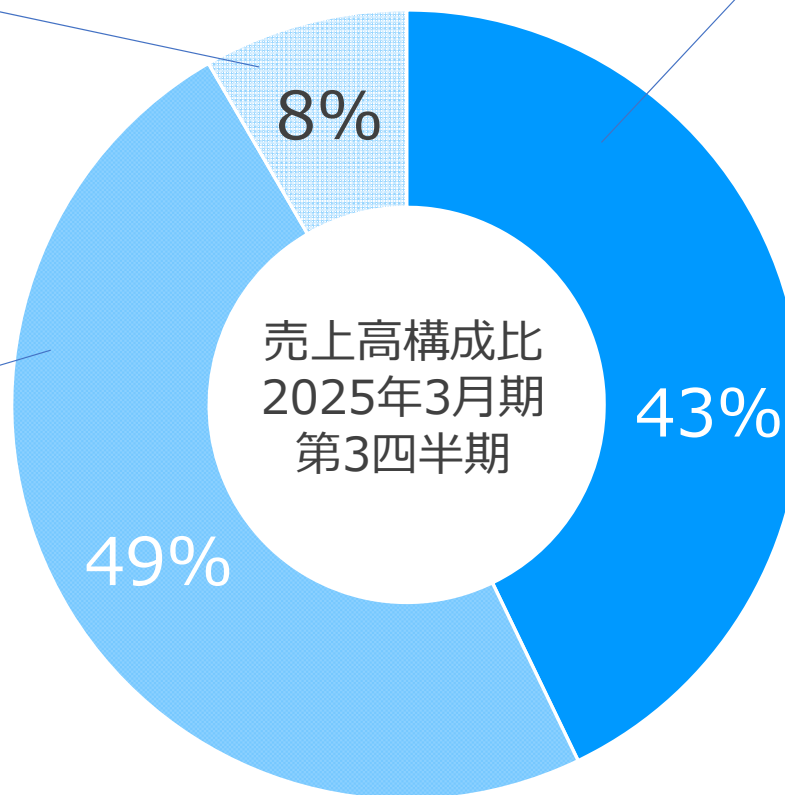
# オーイズミの事業構成

## 不動産事業・電気事業

- ✓ 不動産賃貸
- ✓ 太陽光発電

## アミューズメント事業

- ✓ 遊技機（パチンコ・パチスロ）の製造販売
- ✓ 周辺機器の製造販売
- ✓ その他

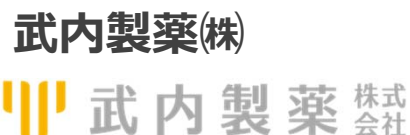


## 食品・EC事業

- ✓ 健康食品、化粧品等の開発・製造販売
- ✓ こんにゃくゼリー、こんにゃく等の製造販売

# 食品・E C 事業の概要及び主要企業

化粧品、医薬部外品、食品添加物の製造販売等



- ・プロテインブランド「THE PROTEIN」
- ・スキンケア商品



・「もっと自分を好きになる」体験を世界に届ける、をビジョンに掲げ、化粧品・健康食品を開発

健康食品の製造、卸売及び販売、食品の輸出入



- ・プレバイオティクス商品
- ・各種サプリメント商品



・「食べたものから体は創られる」を企業理念に、低糖質食品他の健康食品を開発

こんにゃく、しらたき、ところてん、ゼリーの製造販売



- ・蒟蒻ゼリー「蒟蒻工房」
- ・ゼリー
- ・蒟蒻製品



・「誰がためにこんにゃくを造る」を想い、美味しさと幸せをお届けすることに情熱を傾けています。



# 食品・E C 事業 売上高構成

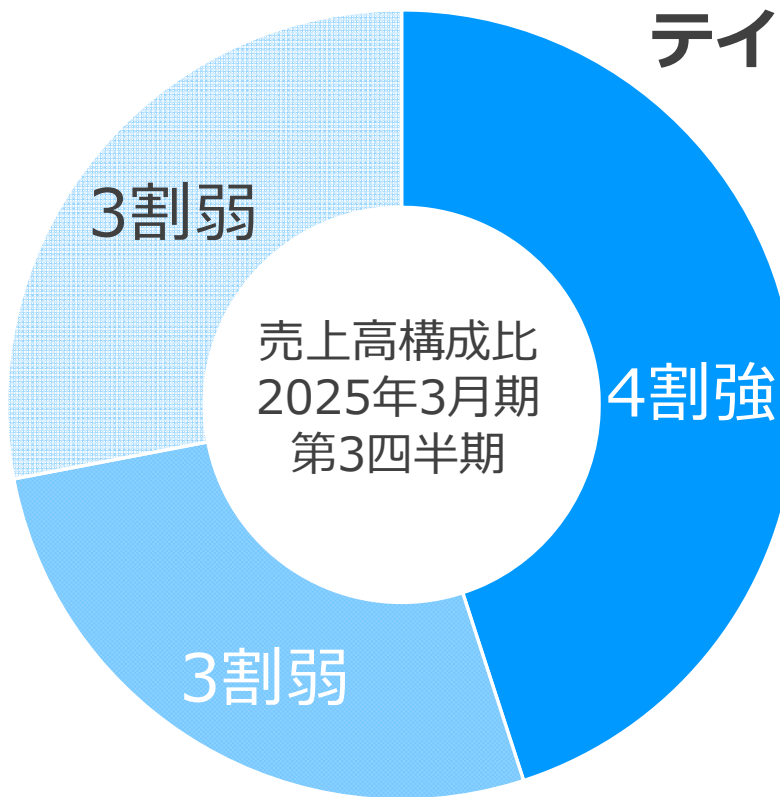
## こんにゃく製品等



## 化粧品等



## 健康食品等 (プロテイン含む)



# アミューズメント事業概要と主要企業

遊技機及び遊技機関連の装置・機器の製造販売

(株)オーイズミ  
**OIZUMI**

- ・遊技機
- ・パチスロ
- ・周辺機器
- メダル補給・回収システム
- メダル計数機
- ICカードユニット



遊技機の開発・製造販売

(株)高尾  
**TAKAO** 

- ・遊技機
- パチンコ



# アミューズメント事業 売上高構成

## 周辺機器等

### 周辺機器主要販売機種

樹脂研磨式メダル補給・回収システム



スマスロ・スマパチ専用ICカード  
ユニット（搬送タイプ）



## 遊技機（パチスロ・パチンコ）

### 遊技機主要販売機種

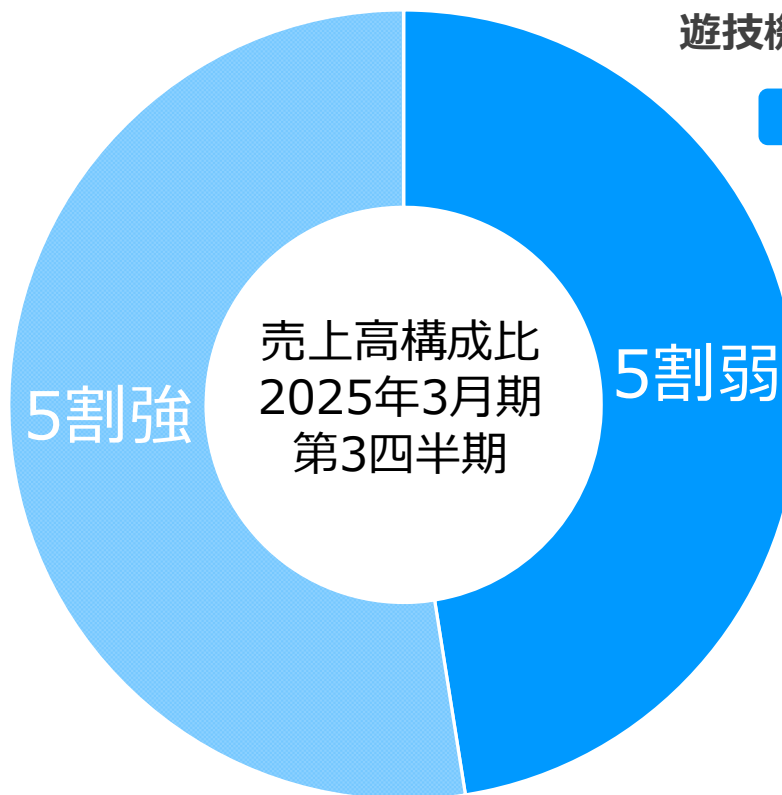
2024年9月発売

オーイズミ/スマスロ：Lパチスロ閃乱カ  
グラ2 SHINOVI MASTER



2024年9月発売

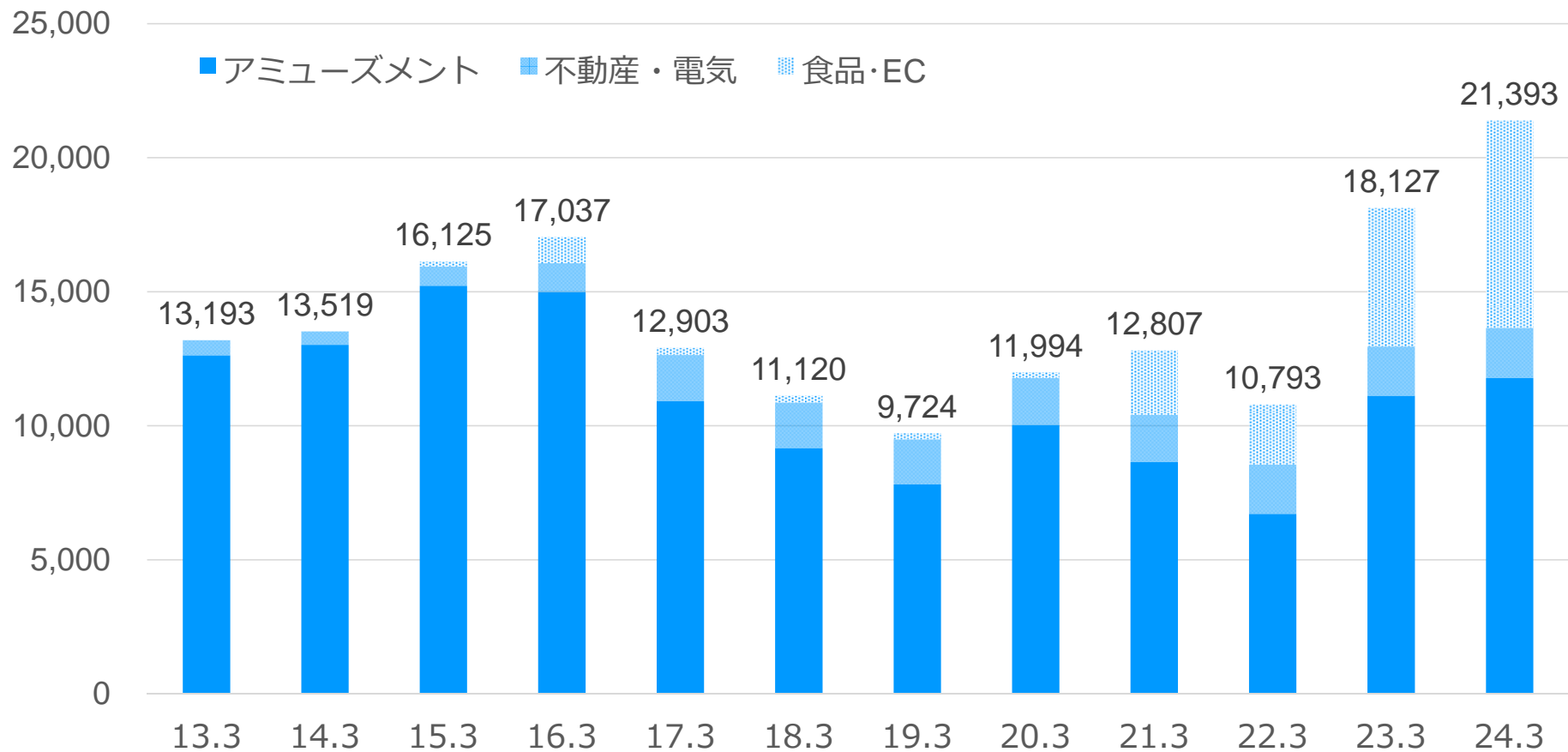
高尾/パチンコ：Pクイーンズブレ  
イド4 UNLIMITED



## Ⅱ 業績推移

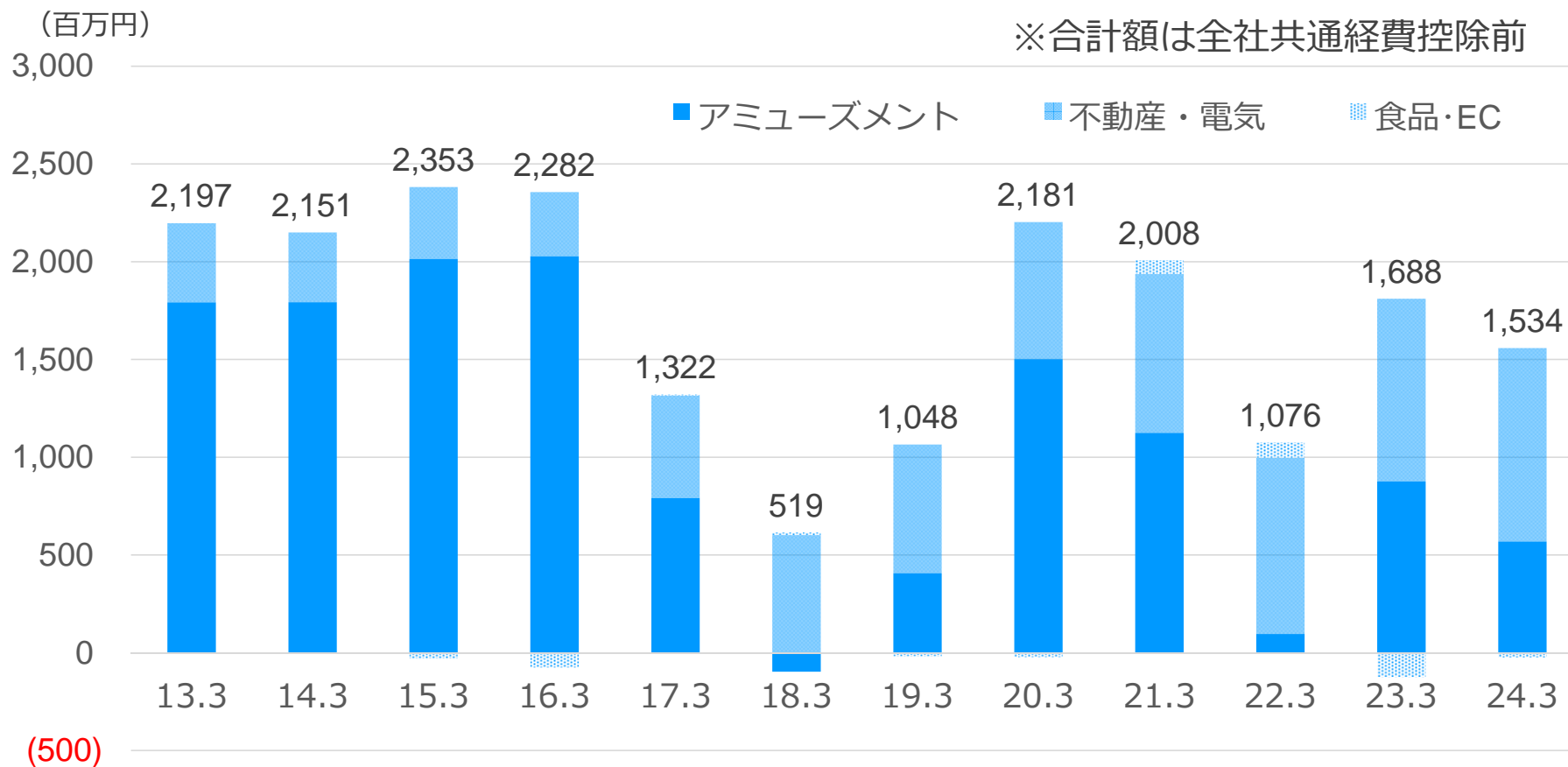
# 売上高推移（セグメント）

(百万円)



※アミューズメント事業 = 2023年3月期までは旧機器事業と旧コンテンツ事業の合計  
食品・EC事業 = 2023年3月期までは旧食品事業と旧その他事業の合算

# 営業利益推移（セグメント）



※アミューズメント事業 = 2023年3月期までは旧機器事業と旧コンテンツ事業の合計  
 食品・EC事業 = 2023年3月期までは旧食品事業と旧その他事業の合算

# 2025年3月期の事業環境と取り組み

## 2025年3月期3Qまで

### 食品・EC 事業

- コスト上昇分の価格転嫁実施
- 化粧品・健康食品のオフライン展開強化
- プロテインやサプリメント、蒟蒻ゼリー等のOEM大口案件の獲得

### アミューズ メント 事業

- オーズミが、スマスロ「Lパチスロ閃乱カグラ2 SHINOVI MASTER」等2機種を発売
- 高尾が、「Pクイーンズブレイド4 UNLIMITED」等4機種を発売

### 不動産 電気事業

- 一部保有資産の見直しを実施（一部2026年3月期に特別利益を計上予定）

## 2025年3月期4Q

- 売上・利益最大化を目指したブランディングの強化
- 物流コスト削減による収益性改善の取り組み

- スマスロ「L少女☆歌劇 レヴュースタアライト -The SLOT-」を発売

# 2025年3月期 第3四半期

(百万円、%)

- 売上高は、アミューズメント事業が減収、食品・EC事業が増収。全社で、前年同期比並み。

- 営業利益は、前年同期比で減益。

- 当期利益は、固定資産売却益計上により大幅増。

	24.3期 3Q	25.3期 3Q	前期比 増減額	前期比 増減率
<b>売上高</b>	16,017	<b>16,036</b>	+19	+0.1
売上総利益	5,405	<b>5,152</b>	▲252	▲4.7
売上総利益率	33.7%	<b>32.1%</b>	-	▲1.6pt
<b>営業利益</b>	870	<b>406</b>	▲463	▲53.3
営業利益率	5.4%	<b>2.5%</b>	-	▲2.9pt
<b>経常利益</b>	865	<b>396</b>	▲469	▲54.2
親会社株主に帰属する <b>当期純利益</b>	435	<b>677</b>	+242	+55.6
一株当たり当期純利益 (EPS)	19.35円	<b>30.11円</b>	-	-



# 2025年3月期予想

- 営業利益、経常利益、当期利益とも、通期業績予想は据え置き。今後の動向を注視し、必要に応じて対応予定。

(百万円)

	24.3期 実績	25.3期 予想	前期比 増減額	前期比 増減率
売上高	21,393	<b>22,500</b>	+1,106	+5.2
売上高総利益	7,117	<b>7,400</b>	+282	+4.0
売上総利益率	33.3%	<b>32.9%</b>		▲0.4pt
営業利益	1,016	<b>1,050</b>	+33	+3.3
営業利益率	4.8%	<b>4.7%</b>		▲0.1pt
経常利益	1,006	<b>970</b>	▲36	▲3.6
親会社株主に 帰属する当期純利益	528	<b>610</b>	+81	+15.3
一株当たり当期純利益 (EPS)	23.5円	<b>27.1円</b>		—

# 株主還元

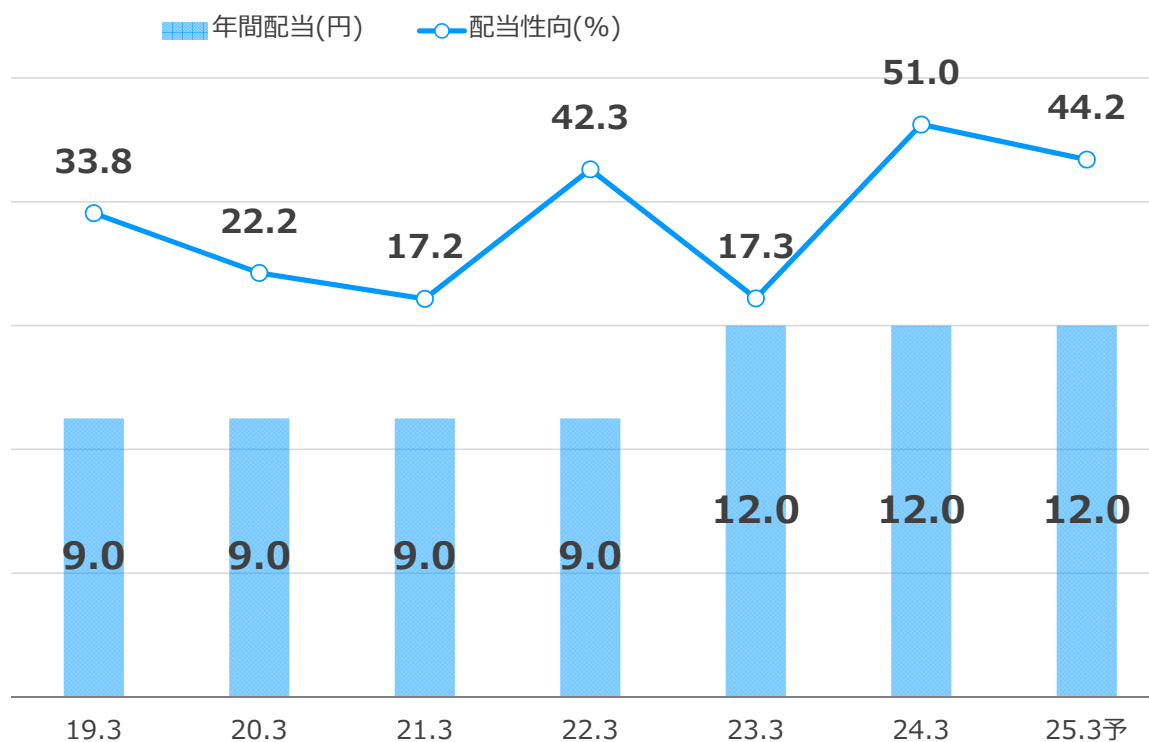
## 株主還元方針

- 企業価値向上を図りながら、株主様に対する利益還元を図ることを経営の重要課題と認識

## 配当性向30%~40%目標

安定配当 + 業績に応じた配当

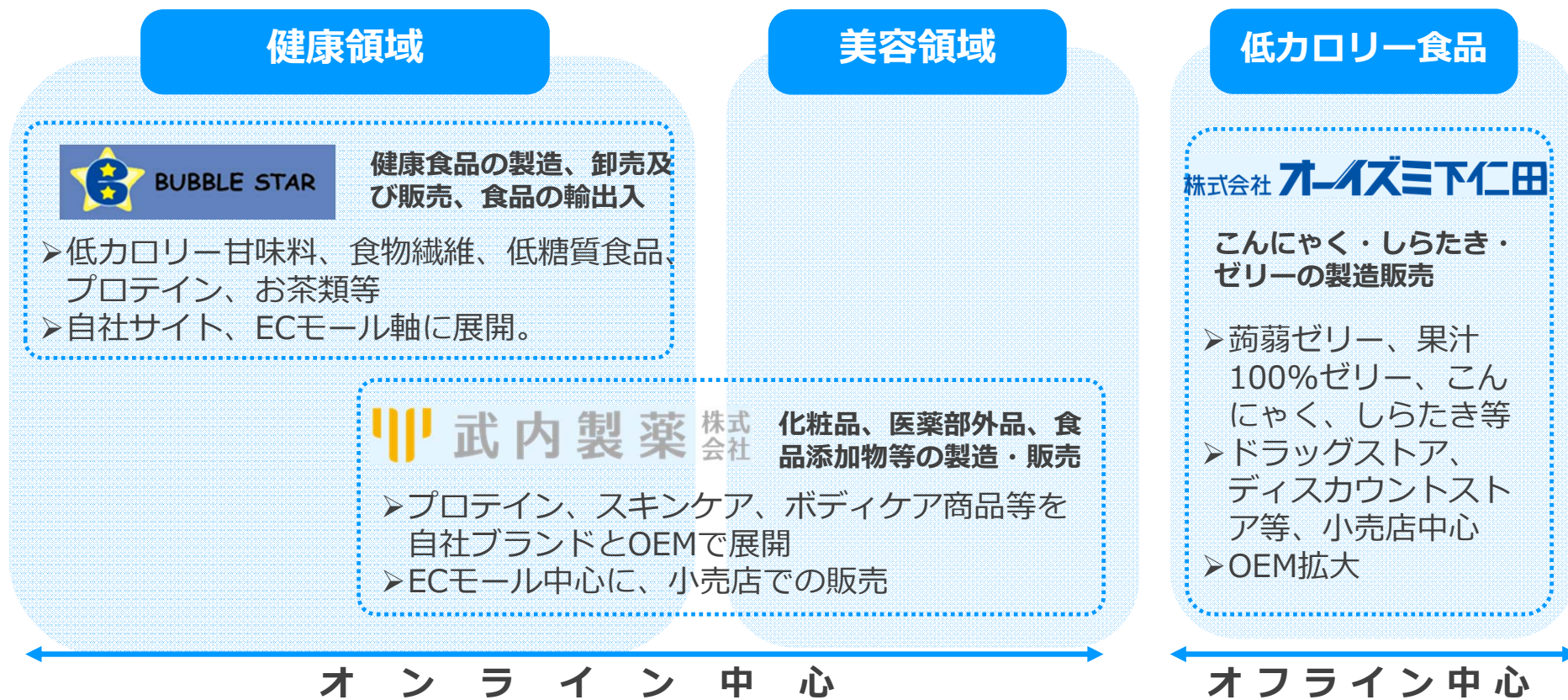
(%、円)



## Ⅲ 今後の成長戦略

# 成長戦略

- 食品・EC事業を成長の中心軸に据える方針
- 健康志向・ライフスタイル変化により、健康食品等の健康領域、化粧品など美容領域は安定的な需要拡大が期待

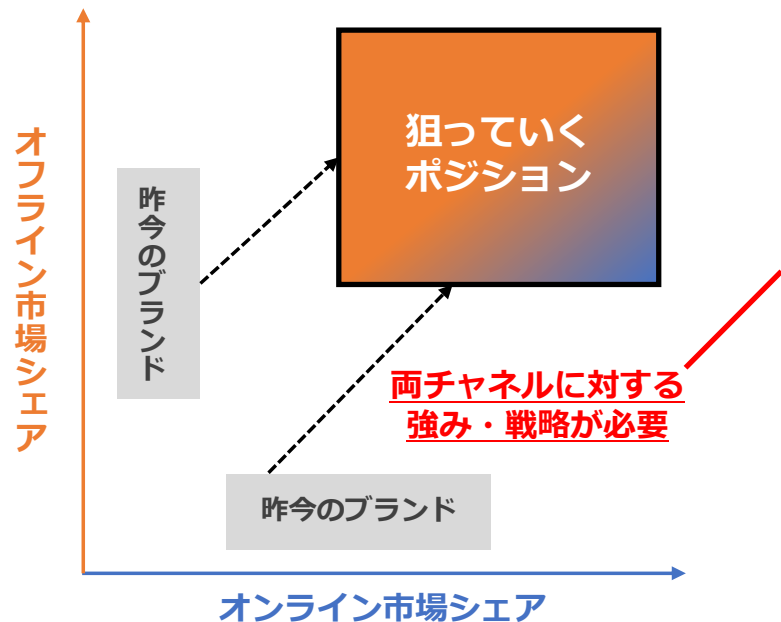


# 食品・EC事業の戦略

オフライン・オンラインの両チャンネルにおけるシェア獲得を目指した総合力の高いブランドの創出を狙う

## ポジショニング戦略

オフライン・オンラインともに  
ブランドシェアを獲得しており、  
総合力として強い状態を目指す



## チャンネル横断のブランド総合力向上に向けた取組

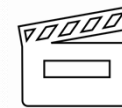
商品バリューチェーンにおける付加価値創出ポイント (=強み)



商品開発・企画



商品の製造



商品販促  
(SNS/PR)



EC・実店舗  
での販売

オフライン

データドリブン  
商品開発

1. 小売・問屋の情報
2. POSデータ
3. 市場レポート

製造品質・効率  
の最大化

1. ブランド事業、OEM事業を両輪で展開することによる原料確保等での規模の経済優位性を創出

デジタルマーケティングへの注力

1. SNS/PR専門の部署を新設し、ブランドごとのSNS/PR施策に注力

販売先との関係性

1. 問屋企業との強力な関係性
2. 小売企業への魅力的な商品・PR提案
3. 小売PBのOEM受託

オンライン

データドリブン  
商品開発

1. 各種ECモールDB
2. ユーザーレビュー(自社・他社)

2. 自社工場・他社工場を効果的に活用することで高品質かつ効率的な製造が可能

2. オフラインとオンラインを繋ぐ大型リアルPRイベントの開催等によるブランド認知拡大

ノウハウに基づく運営

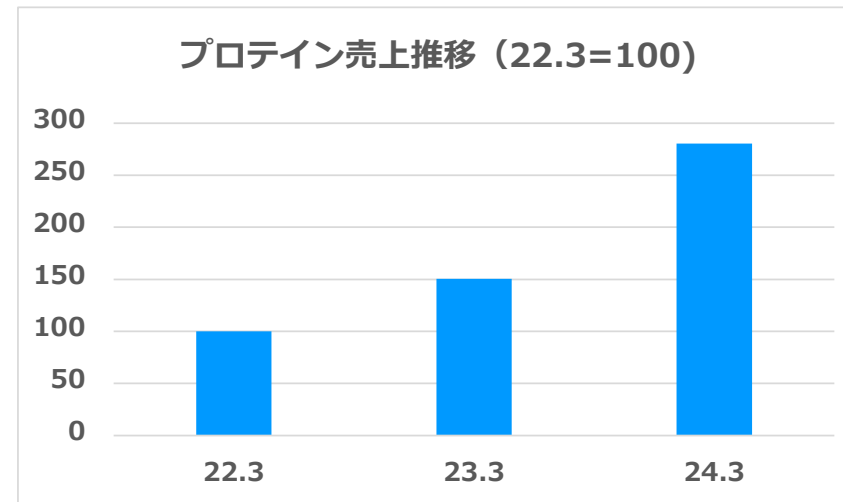
1. ECモールを中心に培ってきた実績に裏打ちされる知見・ノウハウに基づいたEC運営



# 食品・EC事業の主力商品 プロテイン

## プロテイン/ブランド「THE PROTEIN」

- ▶ 武内製菓の自社ブランド「THE PROTEIN (ザプロ)」を自社・大手ECサイトで展開。EC化率が比較的高い傾向でECを主戦場とする。
- ▶ アスリートが筋肉肥大化・増量のため飲むモノという認識から、日々の健康維持や美容などに飲用目的が広がり市場は拡大。
- ▶ 前期まで売上成長を重視していたが、今期から利益率向上を重要指標として推進。フレーバー増加や著名人コラボによる付加価値創出と、サプリメント商品強化により利益率向上を目指す。
- ▶ SNSフォロワーは、2024年9月末現在で9万人を突破し、リピーターも増加。
- ▶ OEMビジネスの引き合いも増加中。



ホエイプロテイン



フレーバー30種以上  
ビタミン11種

ホエイプロテイン



プロボディビルダー  
田口 純平選手監修

ソイプロテイン



ビタミン11種

# プロテイン商品開発事例

## 「THE PROTEIN × ニッポンエール」コラボブランド開発

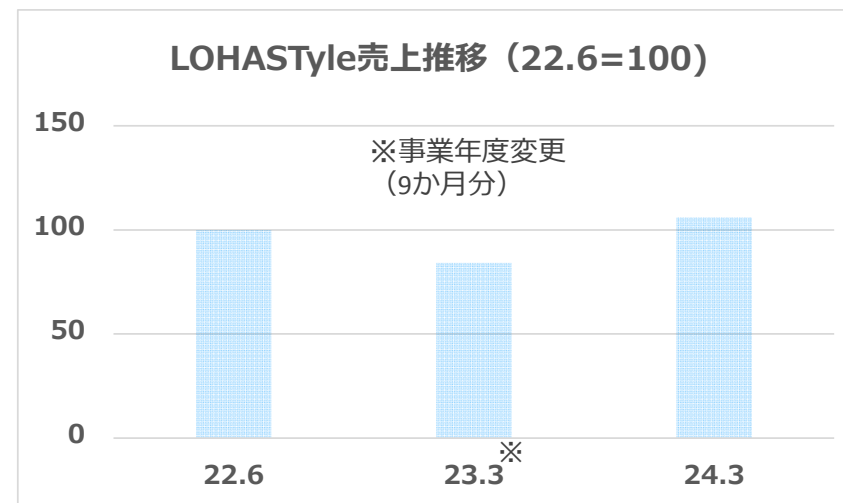
- 農業協同組合連合会（JA全農）様と、共同で国産ホエイパウダーを原料としたプロテインを開発し、「ニッポンエール」とのコラボブランドとして販売
  - 2024年8月
    - 「THE PROTEIN×ニッポンエール 十勝あずきミルク風味」
    - 「THE PROTEIN×ニッポンエール 宇治ほうじ茶ラテ風味」
  - 2025年1月
    - スーププロテイン「THE PROTEIN×ニッポンエール〈おしるこ風味、オニオンポタージュ風味、コーンスープ風味〉」
- プロテインの味としては珍しい和テイストが消費者に受けている。



# 食品・E C 事業の主力商品 LOHASStyle

## 糖質制限 専門店/ ブランド「LOHASStyle」

- ▶ バブルスターは「食べた物から体は創られる」を理念に「糖質制限」専門店を展開。無添加、無農薬に拘り、国内有機JAS認定工場で製造。
- ▶ 近年、健康意識の高まりを背景に、「糖質ゼロ」や「糖質オフ」を謳った低糖質関連商品の市場投入を各社が進め市場が拡大している。
- ▶ 腸活市場が拡大する中、バブルスターはプレバイオティクスをはじめ、腸活関連商品を有し好調に推移。オンラインに留まらず、オフラインも成長している。
- ▶ 売上成長に伴い、工場新設に伴う設備投資や人員増、マーケティング費用等の増加で利益率は一時的に低下。新商品投入とブランディング強化で売上・利益の拡大を図る。



食物繊維  
イヌリン



機能性表示食品  
食後血糖値が気になる方や、便秘気味な方に

低カロリー甘味料  
ステビアスイート



砂糖の甘さ2倍  
ゼロカロリー甘味料

低糖質食品  
おからパウダー



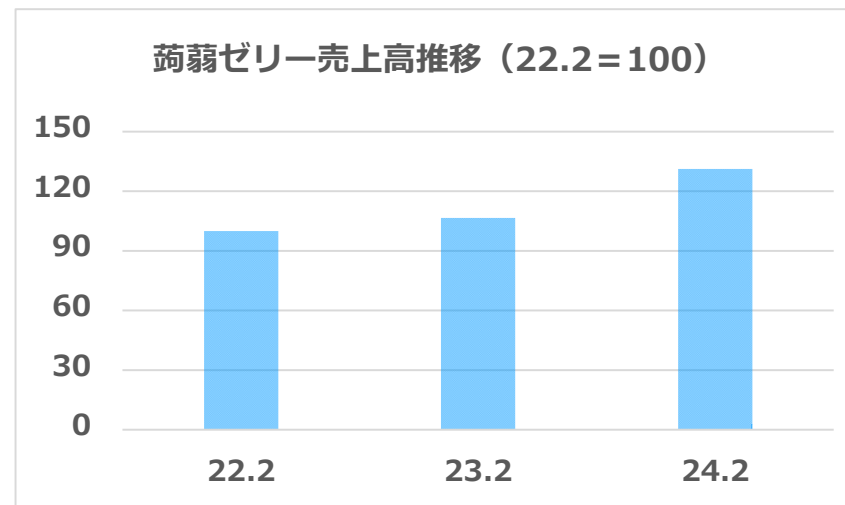
低糖質で食物繊維  
グルテンフリー



# 食品・E C 事業の主力商品 蒟蒻ゼリー

## 蒟蒻ゼリー／ブランド「蒟蒻工房」

- ▶オーイズミ下仁田は、こんにゃく製品に展開し、消費者ニーズの高い、蒟蒻ゼリーに注力している。
- ▶低カロリーで繊維含有量が高いこんにゃく製品は、腸内環境改善やダイエットにも適した食品として認知。蒟蒻ゼリーは、東南アジアの消費者に人気が高く、お土産目的のインバウンド需要が大きいため、流通企業の関心も高い。
- ▶国際規格「FSSC22000」や「ISO22000:2018」の認定を取得するなど安全管理を徹底し、大手流通向け需要に対応する体制を整えている。
- ▶また、誤飲を防ぎやすいアルミ蒸着素材による個包装（ピロー包装）を採用し、賞味期限も長く、インバウンドに適した商品を提供。



蒟蒻ゼリー



フレーバー10種以上

果汁100%ゼリー



フレーバー3種

フローズンゼリー



フレーバー7種

# 企業価値向上に向けた取り組み

- 企業価値向上を図るためには、収益性を向上し、安定した利益成長を図ることが重要課題

- 併せて、継続的なIR活動とサステナビリティを重視した経営を進め、資本コストの低減を図っていくことも併せて検討

