

# 個人投資家様向け説明資料

株式会社オーイズミ

2026年3月26日

**OIZUMI**

# table of contents

- I    **オーイズミについて**
- II   **業績推移**
- III **今後の成長戦略**

# I オーイズミについて

## 数字で見るオーイズミ

設立

51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\*

347円

予想PER\*  
11.7倍

時価総額\*

78億円

実績PBR\*  
0.41倍

業績 (26/3期予想)

連結売上高

226億円

連結営業利益

6億円

一株配当\*

12円予想

予想配当利回り\*  
3.46%

\* 株価、一株配当、時価総額は、2026年3月25日現在

## 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



1974

(株)大泉製作所設立

1977

硬貨計数機を発売  
(79年内閣総理大臣賞受賞)

1982

小型紙幣処理機を発売  
(82年内閣総理大臣賞受賞)

2000

JASDAQ上場

2001

遊技機市場に進出

2002

東証二部上場

2004

東証一部指定

2012

神奈川電力(株)を設立  
ソーラー事業に進出

2020

食品事業に進出  
(株)下仁田物産(現(株)オーイズミ下仁田)を子会社化

2022

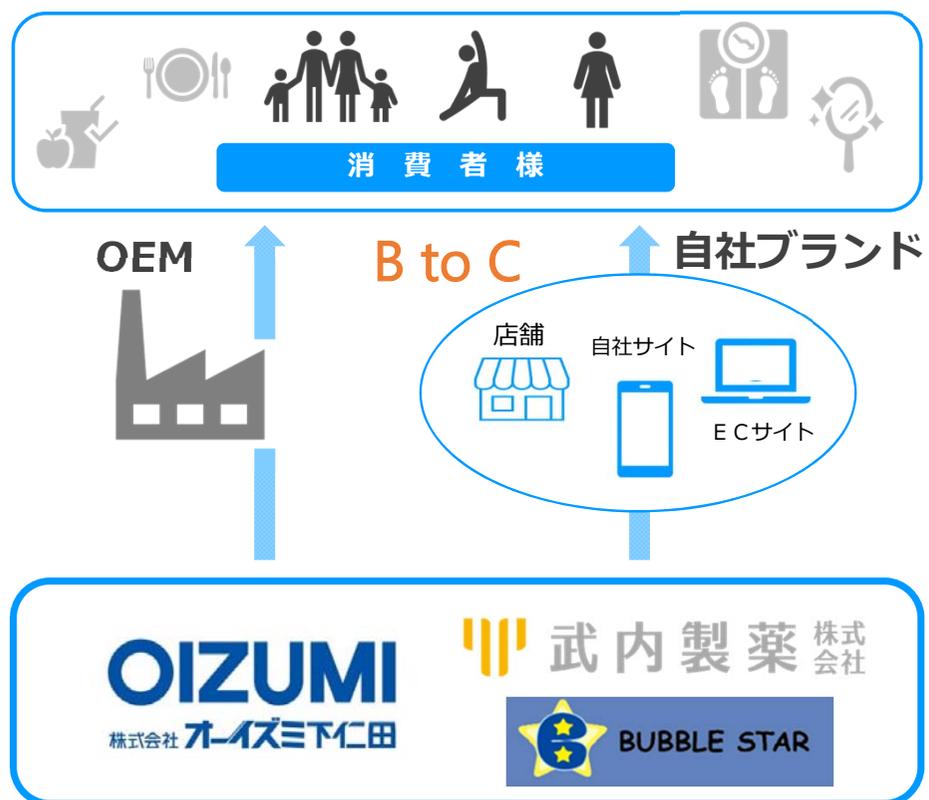
武内製薬(株)子会社化  
バブルスター(株)子会社化  
mの事業に進出

2023

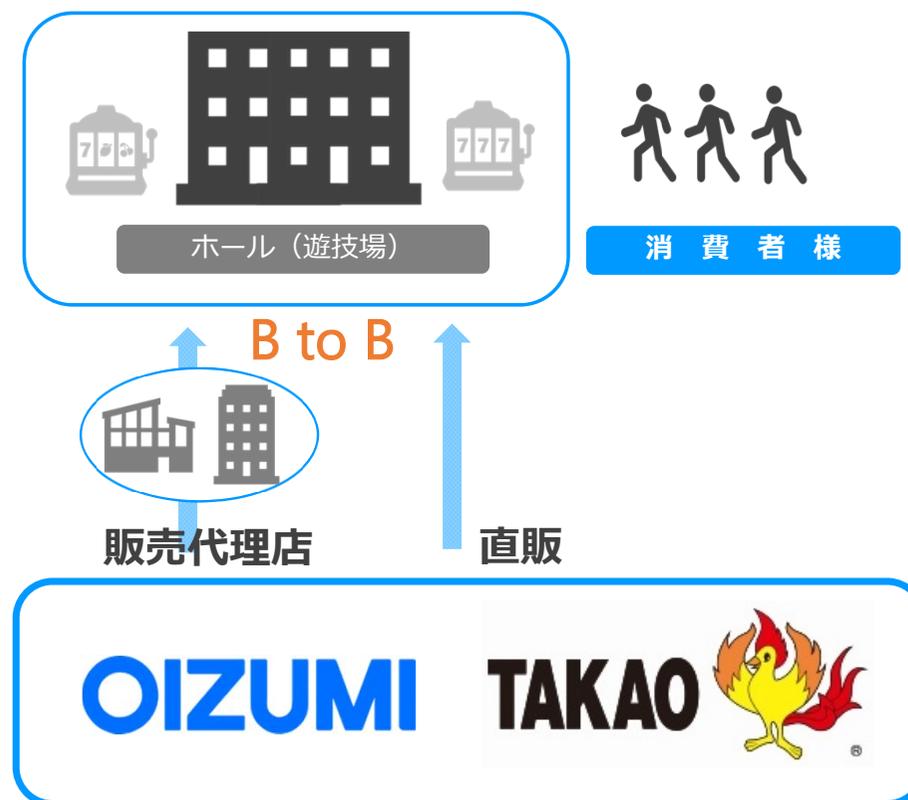
(株)高尾を子会社化  
スタンダード市場に上場

# 事業概要

## 食品・EC事業



## アミューズメント事業



# オーイズミの事業構成

## アミューズメント事業

遊技機及び周辺機器の製造販売

パチスロ ICカード  
ユニット パチンコ



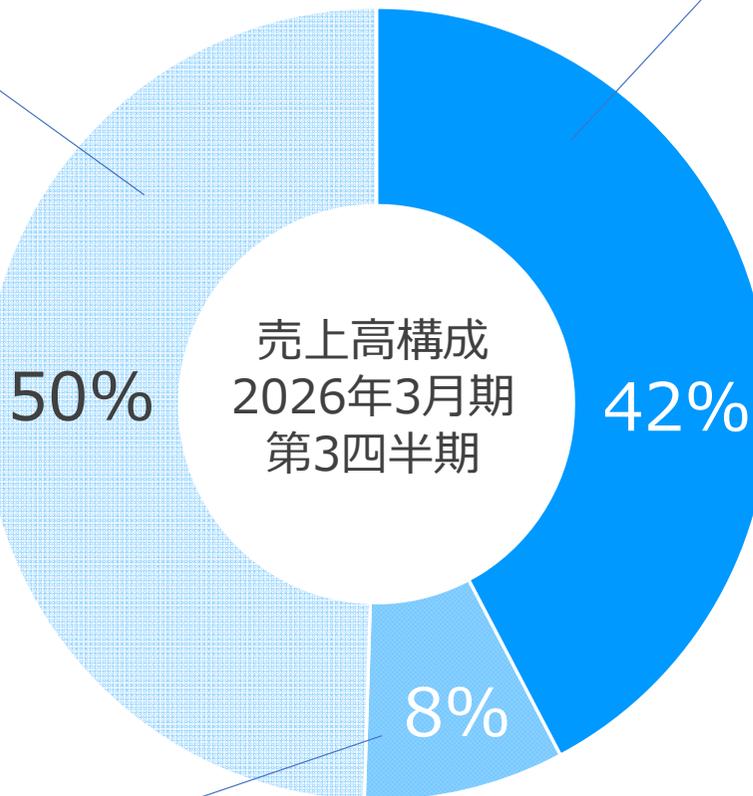
(C)竜騎士07/07th Expansion

**OIZUMI**



(C)2014 榎宮祐・株式会社KADOKAWA  
メディアファクトリー刊/ノーゲーム・ノーライフ  
全権代理委員会

**TAKAO**



## 不動産事業・電気事業

## 食品・EC事業

健康食品、蒟蒻ゼリー、化粧品等の開発製造販売

健康食品



**BUBBLE STAR**

蒟蒻ゼリー



**OIZUMI**  
株式会社 オーイズミ下仁田

プロテイン



化粧品等



**武内製薬** 株式会社

# 食品・E C事業の主要企業と事業概要

主要子会社	事業内容	主要ブランド	代表者
武内製薬(株)	「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・健康食品等を企画製造販売	THE PROTEIN 	小倉 由渡 
バブルスター(株) (2026年4月に (株)オーイズミピュアルズ に商号変更予定)	「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企画製造販売	LOHASStyle 	小倉 由渡
(株)オーイズミ下仁田	「誰がためにこんなにやくを造る」を想い、美味しさと幸せをお届けすることに情熱を傾け、蒟蒻製品を企画製造販売	蒟蒻工房 	柿澤 孝勇 

# 食品・E C 事業 売上高構成

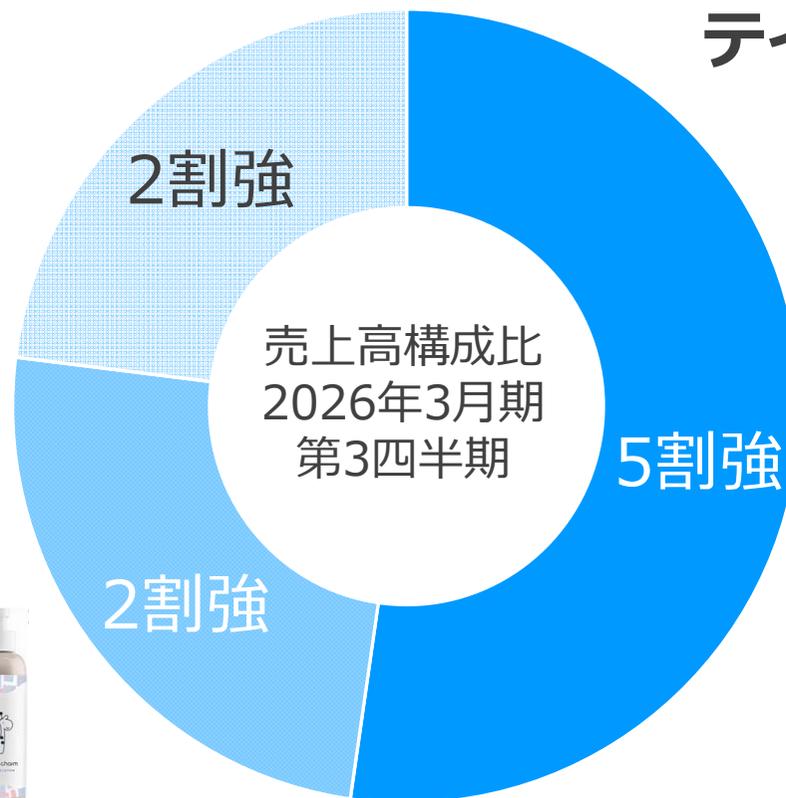
## こんにやく製品等



## 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の主要企業と事業概要

主要子会社	事業内容	主要製品	代表者
(株)オーイズミ	「長く深く遊べる遊技機」をモットーに、ファンがついてくれる遊技機と周辺機器を開発・販売	パチスロ、周辺機器 	大泉 秀治
(株)高尾	「弾球黙示録カイジ」、「クイーンズブレイド」などパチンコで看板シリーズで固定ファンを獲得	パチンコ 	大泉 秀治 (会長)



# 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

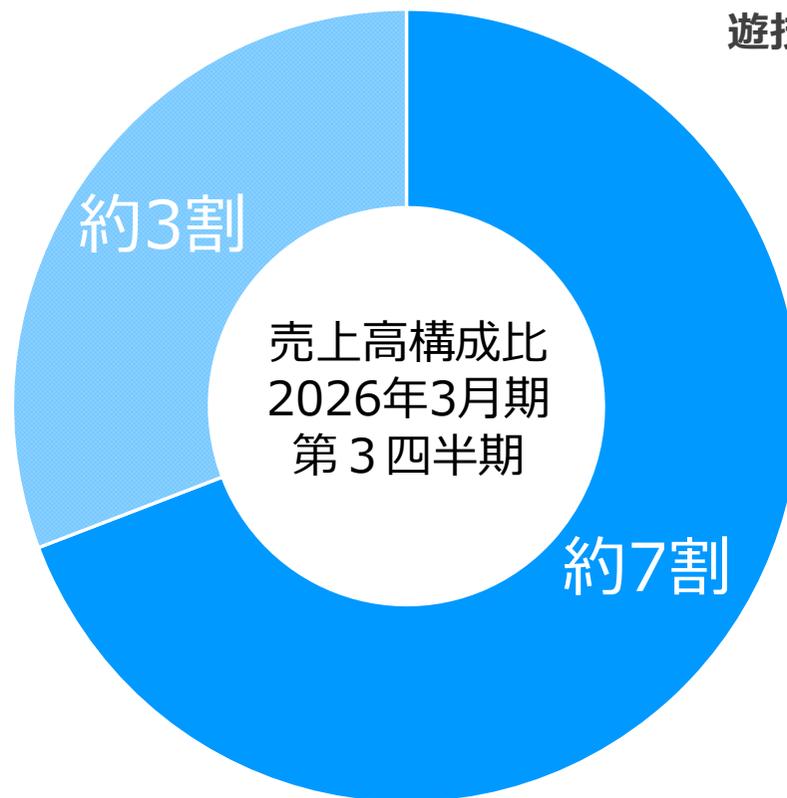
#### オーイズミ

スマスロ：「L 少女☆歌劇 レヴュー  
スタライト -The SLOT」再・再々販他



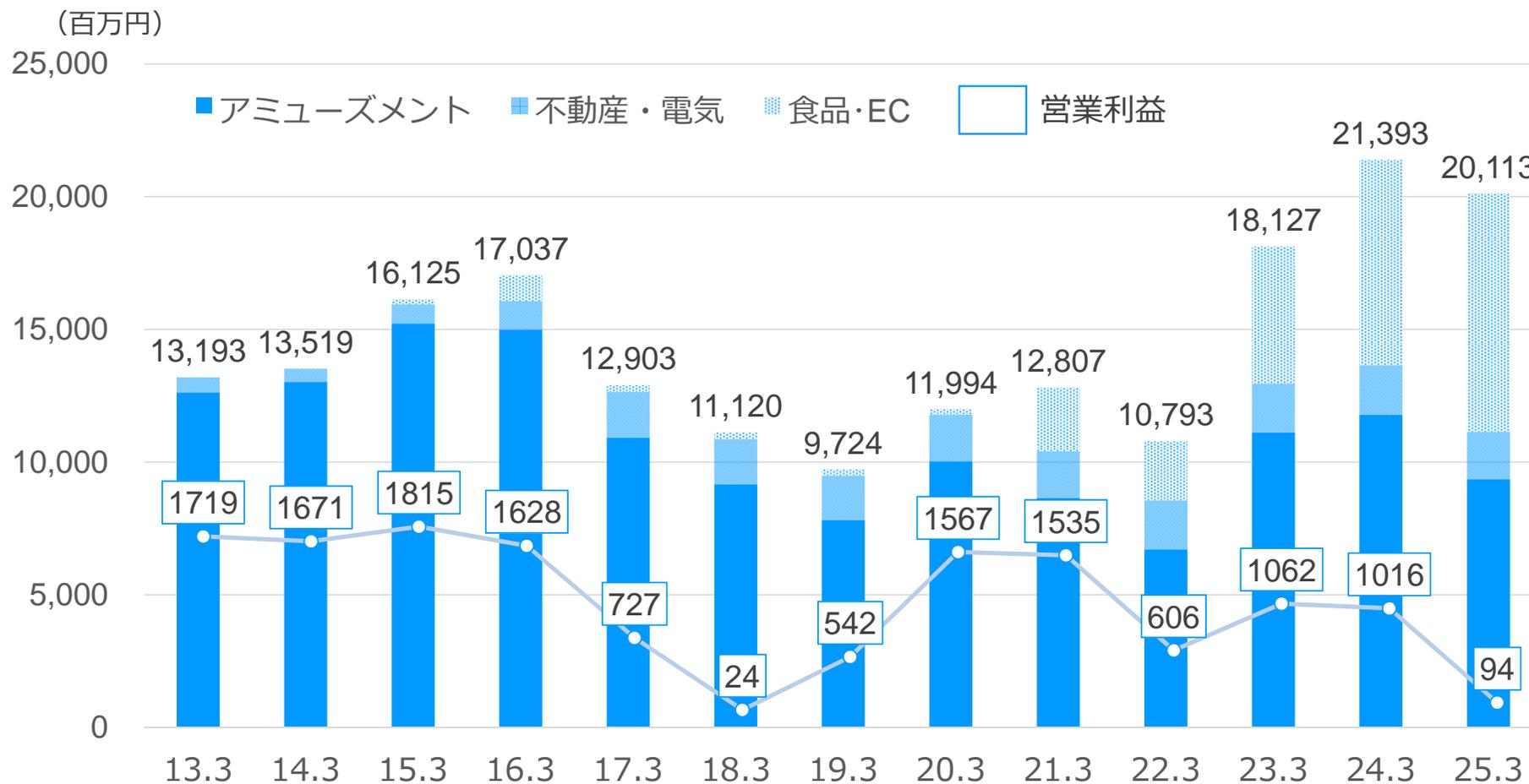
#### 高尾

高尾/パチンコ：「e ノーゲーム・  
ノーライフ 319Ver.」他



## Ⅱ 業績推移

# 売上高と営業利益の推移



※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

# 2026年3月期 第3四半期

(百万円、%)

- 売上高は、食品・EC事業、アミューズメント事業とも増収となる。

- 営業利益は、食品・EC事業は堅調で増益、アミューズメント事業は大幅に改善した。

	25.3期 3Q	26.3期 3Q	前期比 増減額	前期比 増減率
<b>売上高</b>	16,036	<b>17,218</b>	+1,182	+7.4
売上総利益	5,152	<b>6,151</b>	+999	+19.4
売上総利益率	32.1%	<b>35.7%</b>	-	+3.6pt
<b>営業利益</b>	406	<b>885</b>	+478	+117.5
営業利益率	2.5%	<b>5.1%</b>	-	+2.6pt
<b>経常利益</b>	396	<b>872</b>	+475	+120.0
親会社株主に帰属する <b>当期純利益</b>	677	<b>900</b>	+223	+33.0
一株当たり当期純利益 <b>(EPS)</b>	30.11円	<b>40.05円</b>	-	-

# 2026年3月期予想

- 売上高は、食品・EC事業の拡大等により、12.4%増を見込む。
- 営業利益は、アミューズメント事業の改善により、大きく増益となる見込み。

(百万円、%)

	25.3期 実績	26.3期 予想	前期比 増減額	前期比 増減率
売上高	20,113	<b>22,600</b>	+ 2,486	+ 12.4
売上高総利益	6,363	<b>7,300</b>	+ 936	+ 14.7
売上総利益率	31.6%	<b>32.3%</b>	—	+ 0.7pt
営業利益	93	<b>650</b>	+ 556	+ 594.5
営業利益率	0.5%	<b>2.8%</b>	—	+ 2.3pt
経常利益	72	<b>630</b>	+ 557	+ 772.6
親会社株主に帰属する 当期純利益	246	<b>670</b>	+ 423	+ 172.0
一株当たり当期純利益 (EPS)	10.95円	<b>29.78円</b>	—	—

# 株主還元

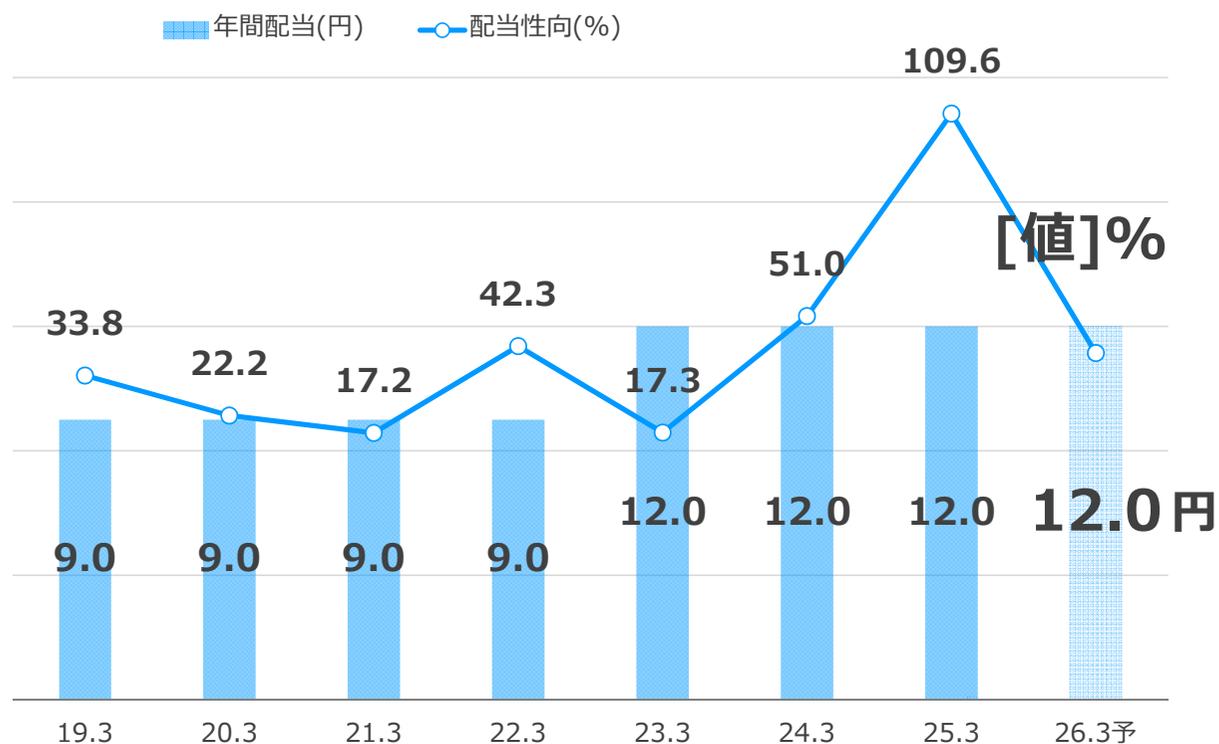
## 株主還元方針

- 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

# 新中期経営計画策定のバックグラウンド

ビジョン  
実現

- 食品・EC事業を軸に構造改革を進め、新たな成長を目指す

環境変化  
対応

- アミューズメント事業の、市場構造変化へ対応

経営体制  
強化

- 経営安定化と収益性向上に向けた人材・経営体制強化

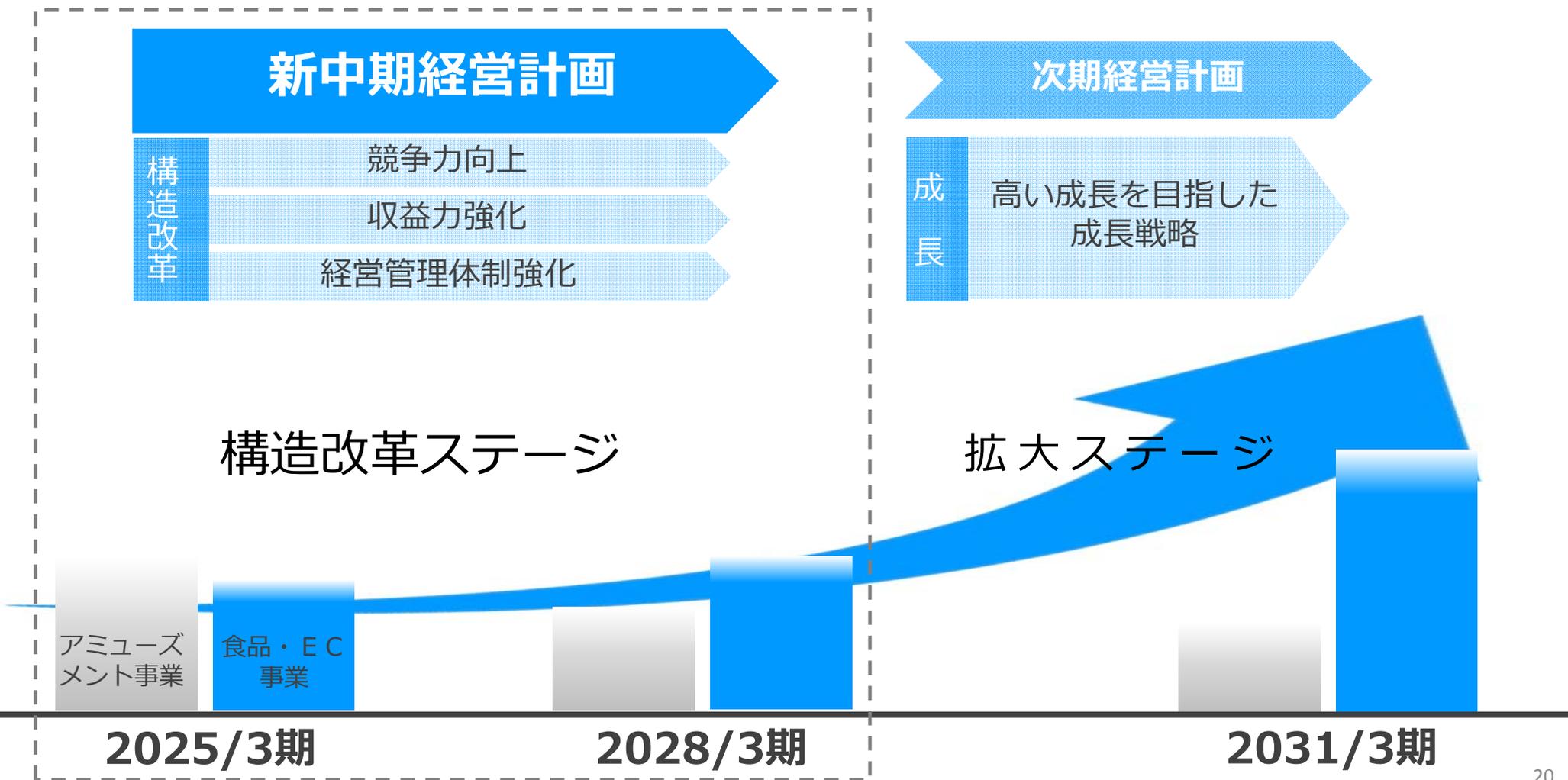
長期ビジョン

# 豊かな未来を“創造”

～基本方針～

人々の生活に関わる事業を通じて、  
豊かな未来を想像し創造いたします。

# 新中期経営計画の位置づけ



# 新中期経営計画～基本方針～

- 競争力向上、収益力強化、経営体制強化を基本方針とする

## 競争力向上

- 差別化戦略

1. 商品開発
2. ブランド強化
3. プロモーション

## 収益力強化

- 事業最適化

1. 事業ポートフォリオ最適化
2. 固定費削減
3. 生産性向上

## 経営体制強化

- 経営資源配分

1. 事業投資
2. 人材投資
3. グループ経営管理

# 食品・EC事業／基本戦略

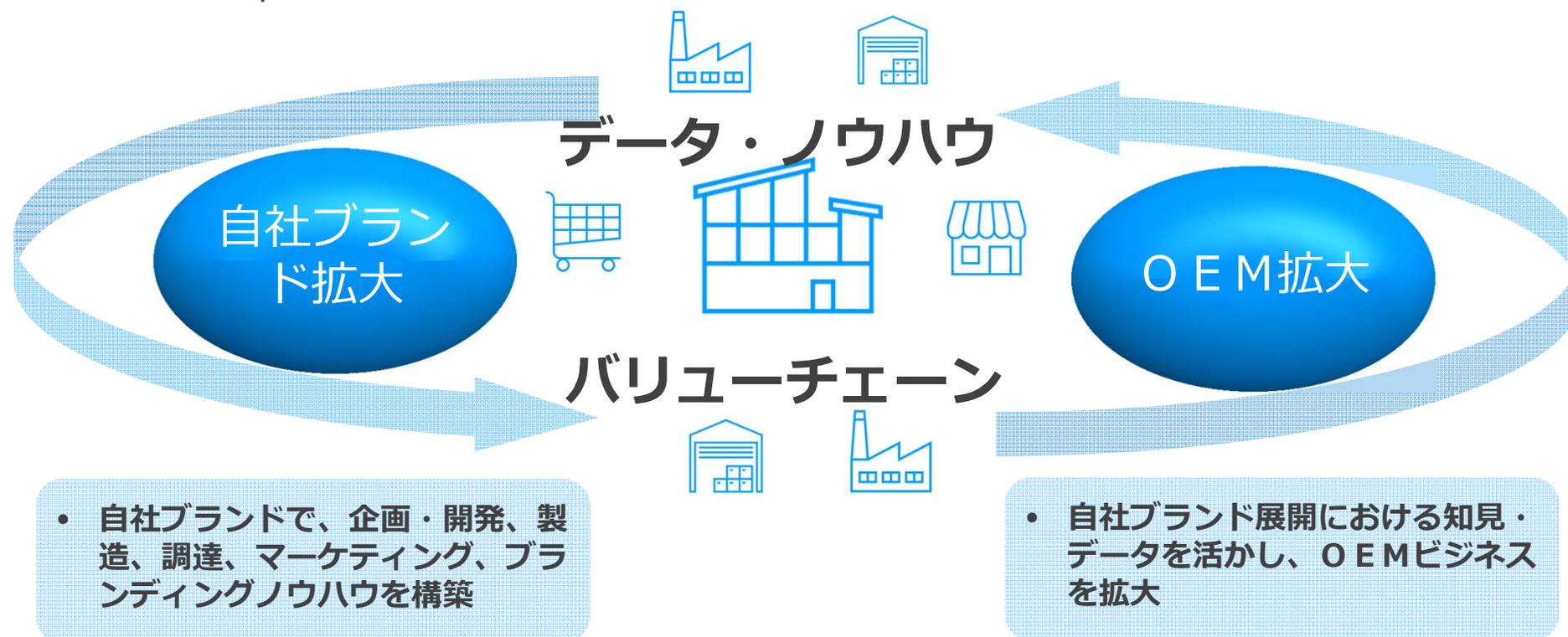
- 安定的な需要拡大が期待される、健康領域、美容領域に事業展開
- 自社ブランドに加えOEM事業も行う

	武内製薬  武内製薬株式会社	バブルスター※ 	オーイズミ下仁田 
事業領域	開発・製造・販売 健康領域 美容領域 自社ブランド OEM	開発・製造・販売 健康領域 自社ブランド	開発・製造・販売 健康領域 自社ブランド OEM
自社ブランド	<ul style="list-style-type: none"> <li>• フィットネス総合ブランド「THE PROTEIN」</li> <li>• ベビー・マタニティブランド「mamacharm」</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 総合健康食品ブランド「LOHASStyle」</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 蒟蒻食品ブランド「蒟蒻工房」</li> </ul>
販売チャネル	オンライン中心  ECモール、自社サイト ドラッグストア他	オンライン中心  ECモール、自社サイト ドラッグストア他	オフライン中心  スーパー ドラッグストア ECモール、自社サイト

※ 2026年4月に(株)オーイズミピュアルズに商号変更予定

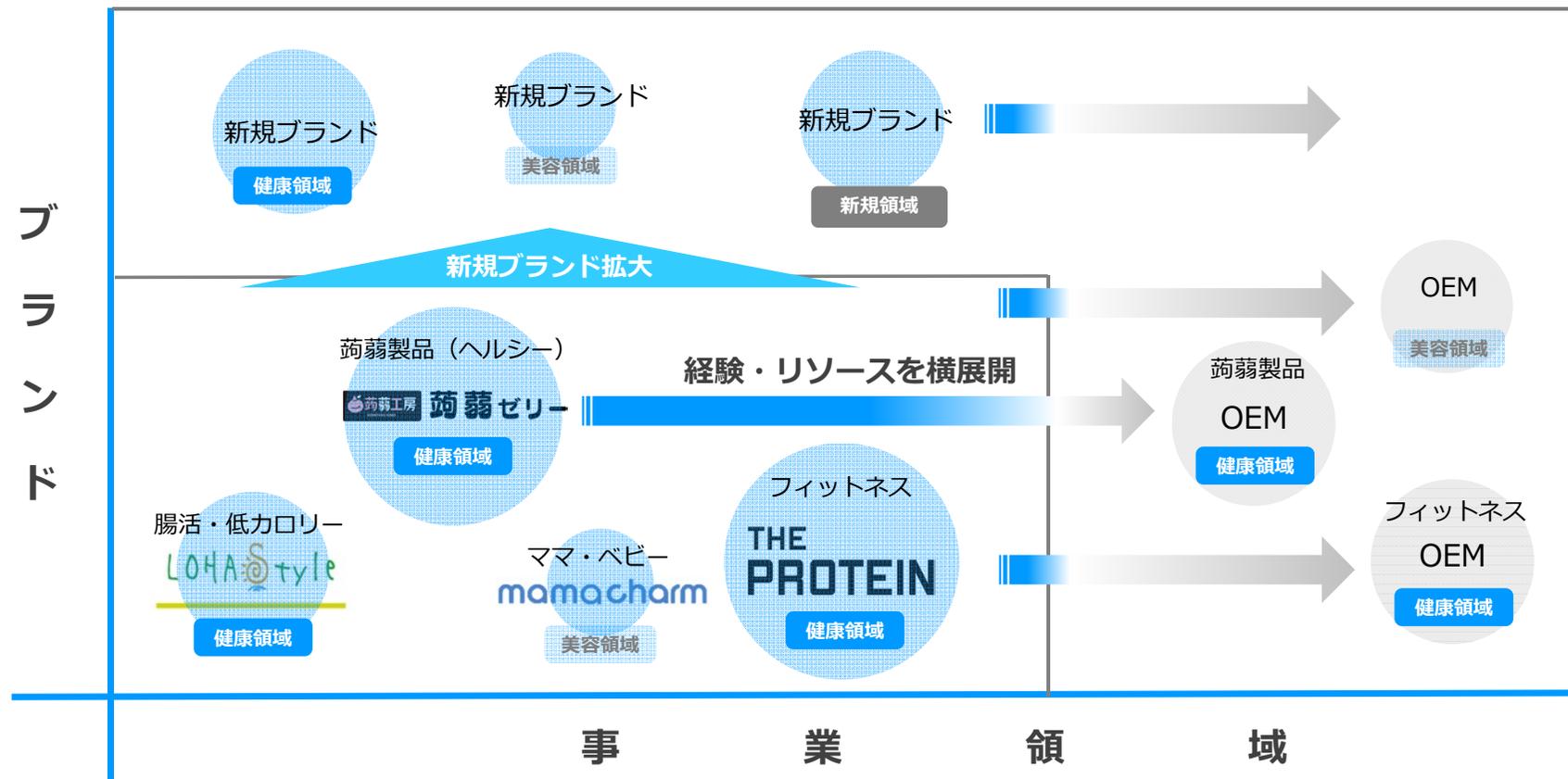
# 食品・EC領域／成長戦略

- 健康志向の流れは当面継続し消費者層も拡大
- 「Made in Japan」ブランドは海外消費者の需要も高い



# 食品・E C 事業／成長戦略イメージ

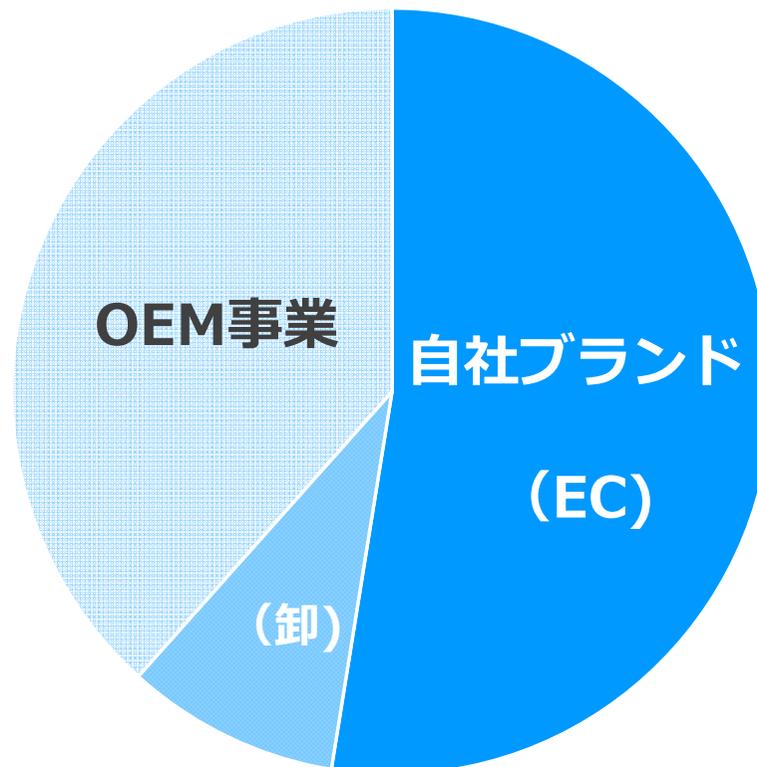
- 自社ブランドのポートフォリオ拡充とOEM展開で事業領域拡大を図る戦略



# 食品・EC事業売上構成

## 事業・チャネル別売上割合

- OEM事業の成長・拡大が続き、約40%の売上割合となる



- 自社ブランドの売上構成は約60%
  - ✓ 約85%がオンライン、約15%がオフライン

24/4~25/3販売実績より集計

# 食品・E C 事業／事業・領域別戦略事例

■ 多様な事業・領域を扱うため、事業・領域・ブランドごとに最適な戦略を用いて展開

領域	自社ブランド	概要	今後の戦略
健康	THE PROTEIN (武内製薬)  <b>THE PROTEIN</b>	フィットネス領域 総合健康食品ブランド  	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 新商品投入 (植物由来プロテイン、EAA他スポーツニュートリション領域)</li> <li>✓ インフルエンサーコラボとSNS強化</li> <li>✓ 販売価格・商品ポートフォリオの適正化による利益率向上</li> <li>✓ 自社サイトへの誘導と定期会員数の増加を図る</li> </ul>
	LOHASStyle (バブルスター)  	腸活・低カロリー領域中心 健康食品ブランド  	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ SEO対策と価格の適正化</li> <li>✓ エビデンスベース(大学との提携他)の商品開発強化</li> <li>✓ 市場親和性の高いインフルエンサー活用</li> <li>✓ リブランディング実施等によるブランド強化</li> </ul>
美容	mamacharm (武内製薬)  <b>mamacharm</b>	ママ・ベビー領域ブランド スキンケア商品中心  	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 商品カテゴリ拡大</li> <li>✓ SEO対策</li> <li>✓ 共創型商品の開発</li> <li>✓ LTVの拡大</li> </ul>

# 食品・EC事業／事業・領域別戦略事例

■ 多様な事業・領域を扱うため、事業・領域・ブランドごとに最適な戦略を用いて展開

領域	OEM事業	概要	今後の戦略
健康	オーイズミ下仁田 (OEM)	<p>蒟蒻商品を中心に様々な企業へのOEMを展開</p> <p>商品イメージ</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 自社ブランド認知度向上</li> <li>✓ OEM受注拡大</li> <li>✓ 海外需要へ対応し生産能力拡大</li> <li>✓ 生産効率向上とOEM案件受注拡大</li> </ul>
	武内製薬 (OEM)	<p>美容・健康領域を中心に複数カテゴリのOEMを展開</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 自社商品の商品開発力・原料調達力をOEMで横展開</li> <li>✓ 自社工場と協力先連携で多様な商品・ロットに対応</li> <li>✓ ECモール・SNSなど、最新販路を意識した商品開発・提案力に強み</li> </ul>
美容			

# アミューズメント事業／構造改革の取組み

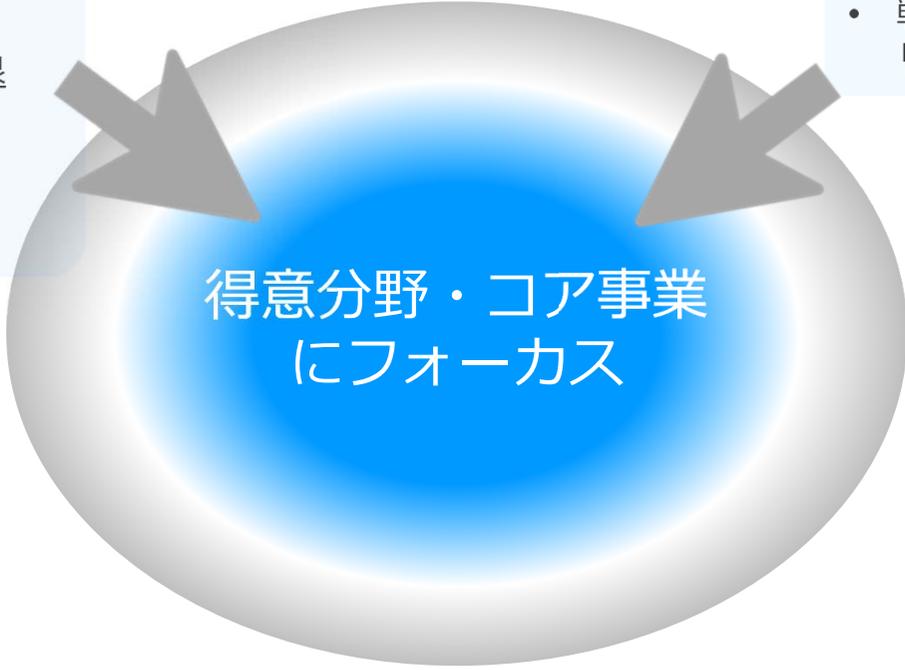
- スマート遊技機で市場回復するも、遊技人口の減少継続が想定され、適正な経営体制に

## コスト削減

- 不採算事業縮小
  - ✓ 板金加工事業から撤退
- 営業拠点再編
  - ✓ 14か所⇒11か所

## 生産性向上

- 効果的なIP活用
- 戦略的販売ラインナップのリブランディング



得意分野・コア事業  
にフォーカス

# アミューズメント事業／構造改革への取組み

## ■ 戦略的販売ラインナップのリブランディング



2026年2月発売



(C)電騎士07 / 07th Expansion

- 2025年8月に新プロジェクト「REAL A+プロジェクト」を発表
  - ✓高射幸機ではなくパチスロ本来の「遊技としての面白さ」を再喚起することを目的とした新プロジェクト
- リブランディング
  - ✓他メーカーが技術的に難しいリアルボーナス機にて自社ブランドイメージの向上を狙いつつ、市場でのオンリーワンとなるべく戦略的にシェアを確保していく

# 免責事項

- 本書には、当社に関連する見通し、将来に関する計画、経営目標などが記載されています。これらの将来の見通しに関する記述は、将来の事象や動向に関する現時点での仮定に基づくものであり、当該仮定が必ずしも正確であるという保証はありません。様々な要因により、実際の業績が本書の記載と著しく異なる可能性があります。
- 別段の記載がない限り、本書に記載されている財務データは日本において一般に認められている会計原則に従って表示されています。
- 当社は、将来の事象などの発生にかかわらず、既に行っておりまして今後の見通しに関する発表等につき、開示規則により求められる場合を除き、必ずしも修正するとは限りません。
- 当社以外の会社に関する情報は、一般に公知の情報に依拠しています。
- 本書は、いかなる有価証券の取得の申込みの勧誘、売付けの申込み又は買付けの申込みの勧誘（以下「勧誘行為」という。）を構成するものでも、勧誘行為を行うためのものでもなく、いかなる契約、義務の根拠となり得るものでもありません。

## 本資料およびIRに関するお問い合わせ先

株式会社オーイズミ 管理部

電話 : 046-297-2111

E-mail : [irinfo@oizumi.co.jp](mailto:irinfo@oizumi.co.jp)

URL : <https://www.oizumi.co.jp/>