



まん福

ホールディングス

日本の食に特化した唯一無二の
事業承継プラットフォームを目指して

～ 「日本の食」を未来につなぎ、世界に広げる ～

Copyright (C) 2025 Manpuku Holdings, Co., Ltd.



代表取締役社長 CEO

加藤 智治 | Tomoharu Kato

1974年熊本県生まれ。

東京大学・東京大学大学院卒業

PROFILE

< ビジネス歴 >

大学院卒業後、ドイツ銀行グループにてグローバル金融市場を体感し、マッキンゼー&カンパニーで経営コンサルティングを学ぶ。当時の最短3年9か月でマネージャーに昇進。

2004年フィールズの社長室長に就任、スポーツ・エンターテインメント関連の子会社2社の取締役も兼務。

2007年株式会社あきんどスシローにターン・アラウンド・マネージャーとして参画。

専務、取締役COOを歴任。回転寿司売上日本一、顧客満足度日本一に貢献。

2015年ゼビオ株式会社の代表取締役社長に就任、全国展開の「スーパースポーツゼビオ」事業を経営。

2021年4月まん福ホールディングス株式会社を設立、社長に就任。

2017年から食ベログ等を運営する株式会社カカオムの社外取締役も務めている。

< スポーツ歴 >

開成中学・高校ではラグビー部に所属し、高校2年時に都大会ベスト16を経験。

大学でアメリカンフットボールを始め、4年時に、同大学初の関東プレーオフ進出を果たす。

3年時に関東オールスター選出、4年時に学生オールジャパン選出(ポジション・タイトエンド)。

卒業後、社会人Xリーグのアサヒビール・シルバースターに入部。

9年間に在籍し、社会人決勝4回出場、優勝1回を経験(学生日本一と対戦するライスボウル出場)。

母校東京大学アメリカンフットボール部ウォリアーズのOBOG会副会長、アドバイザーボード座長を経て、

2021年2月より一般社団法人東大ウォリアーズクラブの代表理事に就任し、母校の日本一を目指す。

Our Mission

「うまい」でこの星をしあわせ一杯に。

人類にとって、もっとも根源的で、普遍的なしあわせ。
それが、食です。

海と川と森に囲まれ、四季に恵まれ、最高の食材と同時に人材を育ててきた日本。
まさに「日本の食」は、世界最高の文化資産。

その食こそ、実はこの国で、一番の危機に瀕しています。

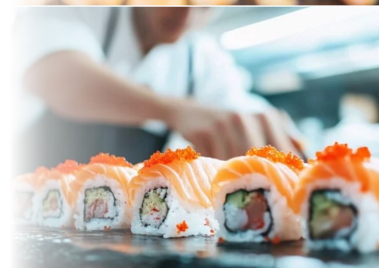
地方にいくと、おいしい食べ物を生産したり、提供しているのに
経営難に苦しんでいる企業は、無数にあります。

漁業や農業、畜産など一次産業のきびしさ。
日本中で抱える後継者不足。コスト競争とデジタル化。
コロナを乗り越えた大手企業の陰で
食文化を支えてきた中小企業の悩みは甚大です。

そのような伝統企業を引き継がせていただき、未来へとつなぐために
さらには、その魅力と価値を世界に広めるために
2021年、わたしたちは集い、起業しました。

「うまい」でこの星をしあわせ一杯に。

今こそ、日本の食文化を、世界一の魅力産業へ



世界最高水準の日本の食文化は危機にも直面している

CONFIDENTIAL

\ チャンス /

1
Chance
和食に続き、「日本酒」も
ユネスコ世界無形文化遺産へ
・和食：2013年 ・日本酒：2024年

2
Chance
ミシュラン★の世界都市TOP5の中で
日本が3つ。世界No.1は東京
・2位：パリ ・3位：京都 ・4位：大阪 ・5位：香港（2023年時点）

3
Chance
海外の日本食レストランは過去10年で3.4倍
・2023年：日本以外に約18.7万店

4
Chance
海外への農林水産物／食品の輸出額は
10年で約2.6倍
・2023年：1.5兆で過去最高

\ ピンチ /

1
Crisis
日本の食料自給率：38%・先進国の中で最低
2020年時点で農業における一次生産者が過去5年で22.4%も減少
また、65歳以上の基幹的農業従事者が全体の70%を占める状況

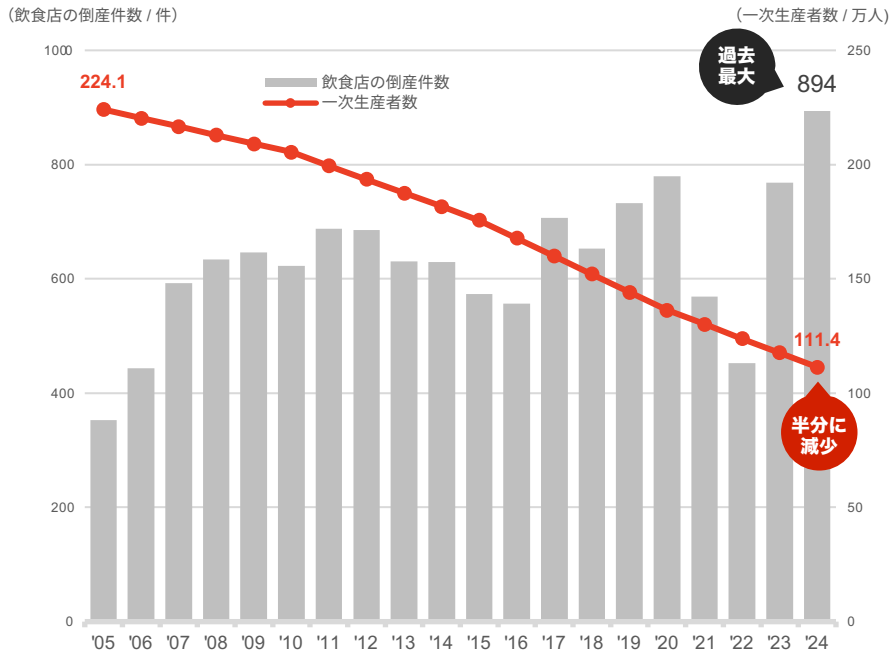
2
Crisis
事業承継は今後さらに増加の見込み
・中小企業比率99.6%で全産業の中で一番比率が高い
・高齢化による廃業が増え、今後も増加が見込まれる

3
Crisis
コロナによる甚大なダメージ
・コロナ前後で外食市場は30%程度大幅減少。倒産件数は飲食店が1位
・24年の飲食店の倒産件数は過去最多、コロナ渦の20年度の件数を超える

4
Crisis
供給減少／円安で止まらない食材の高騰
・23年時点の消費者物価指数（20年比）で見た場合、魚介類：27%
肉類：12% 米：14% 上昇。(米の相対取引価格も4年で169%上昇)
・23年の値上げ品目は3万2396品目で、22年比で25.7%増加
直近の24年にも主要食品メーカー195社が17%に昇る値上げを敢行

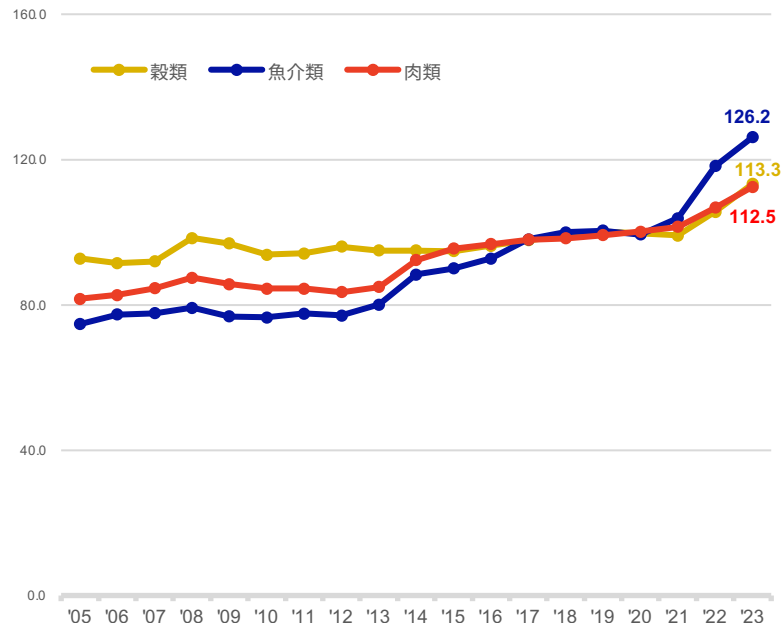
世界最高水準の「『日本の食』を未来に繋ぎ、世界に広げる」ために私達は集い、
「日本の食に特化した事業承継プラットフォーム」を起業しました。

一次生産者数と飲食店の倒産件数推移



※出典：農林水産省「基幹的農業従事者数」及び帝国データバンク「飲食店の倒産件数推移」を参照

肉 / 魚 / 米の物価変動 (2020年を基準とした消費者物価指数の推移)



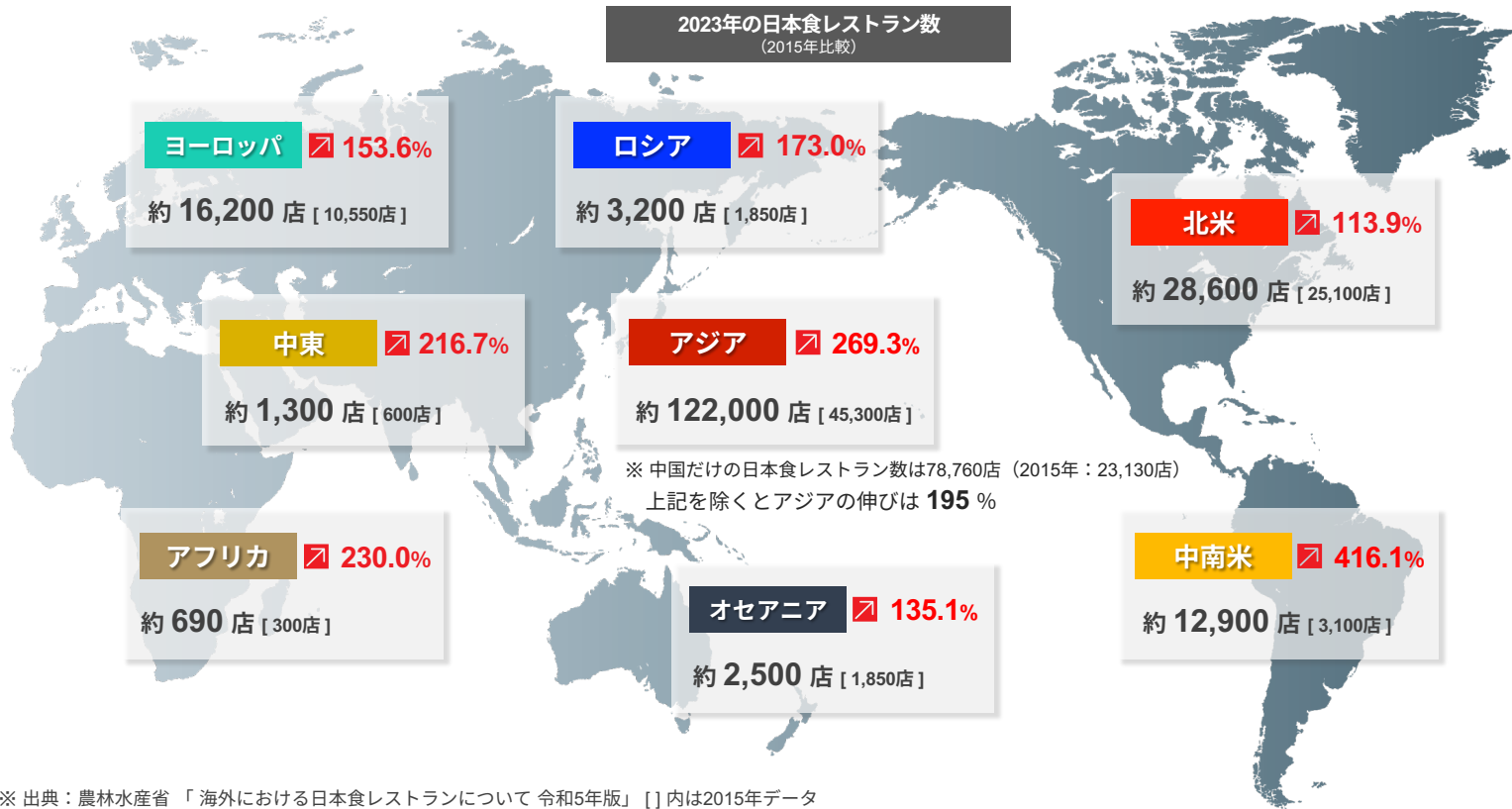
※ 出典：総務省「2020年基準消費者物価指数2024年」

日本の農業従事者の減少が進む中、飲食店の倒産も増加しており、食文化の存続が危機に直面している。
また、食品価格は特に2021年以降急上昇し、主要食材の値上がりが顕著になっている。

日本の食文化のチャンス

CONFIDENTIAL

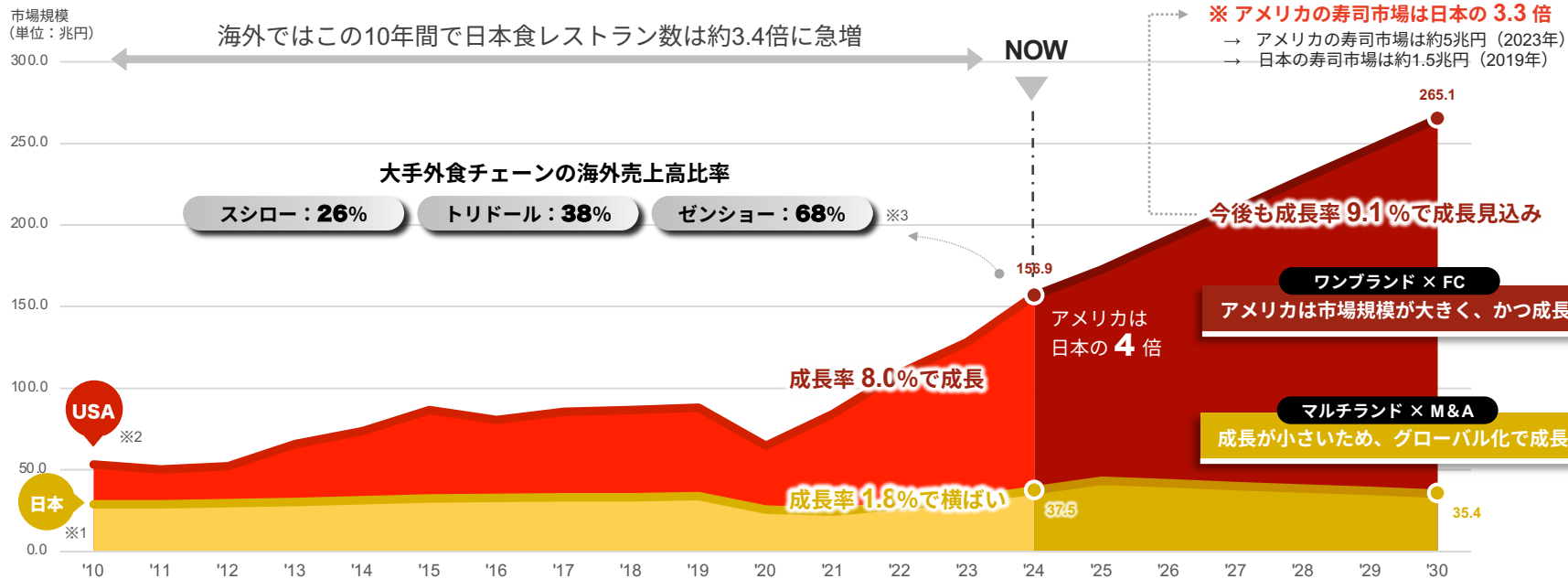
2023年の海外における日本食レストランは、2015年の約 **8.9** 万店から倍以上の約 **18.7** 万店に。
世界的に日本食の人気が拡大し続けている。



※ 出典：農林水産省「海外における日本食レストランについて 令和5年版」[]内は2015年データ

日本とアメリカの外食市場規模の比較

CONFIDENTIAL



「日本の食に特化した 事業承継プラットフォーム」をグローバルで構築。
 成長する海外で稼ぎ、国内の食文化を守ります。

※ 1: 日本フードサービス協会 | 「外食産業市場動向調査」に基づき弊社作成

※ 2: Fortune Business Insights | 「米国のフードサービス市場規模について」に基づいて弊社作成

※ 3: 株式会社ゼンショーHDについて正確な海外売上高の記載がないため、2024年3月末時点での総店舗数15,109店と海外店舗数10,216店の割合としている

日本列島に誕生した4つのエリア共和国

中小企業が協力し合い発展するエリア共和国を全国に創造し、それらのエリア共和国同士もグループとして連携するオンラインのプラットフォームを目指します。そして、外食チェーンとは異なる魅力を持つ全国各地の個性ある食文化を未来に向けて残していきます。

※ 四角のグレーダウンは候補案件

※ 括弧内は創業年／売上高

※ (1) 1967年創業の会社様をカープアウトにより新会社設立。

北海道寿司共和国

寿司ネタとなる魚卵/貝類の国内生産の90%



道内店舗数 No.1の
寿司デリバリーチェーン
(1996年／34.2億円)



札幌の中心地にある
大衆寿司店 (1店舗)
(1988年／1.2億円)

SJ

南関東肉共和国

東京/神奈川/埼玉/千葉で
国内GDPの33.7%の最大消費地



都内の食肉加工・卸会社。
焼肉山河を7店舗展開
(1987年／23.0億円)



神奈川県・淵野辺にある
地域密着型の精肉店
(1952年／1.3億円)

JP

グルメジャパン案件

Yacht

餃子の珉瑛

Champion

熊本肉共和国

牛豚鶏の国内生産の60%以上が九州。その中心となる熊本



あか牛を専門に食肉卸/
小売り/外食事業を展開
(2023年⁽¹⁾／24.0億円)



熊本県・阿蘇の
食肉加工会社
(2003年／4.6億円)



人気/店舗数ともに
熊本No.1の唐揚げ店
(2006年／4.4億円)

Kanrin

静岡魚共和国

焼津は漁獲高日本一の港



静岡県・焼津のB2B向け
水産加工会社
(1974年／9.3億円)



静岡県・焼津にある
水産加工会社
(1969年／3.1億円)



神奈川県・足柄下郡にある
水産卸・加工会社
(1993年／0.6億円)



神奈川県・茅ヶ崎の
老舗のお弁当屋
(1961年／6.5億円)



「うまい」でこの星をしあわせ一杯に。

私たちのチーム

CONFIDENTIAL

食関連企業の経営・執行経験者が多数在籍し、プロフェッショナル人材と融合した成熟度高いチームを組成



小池 正樹

取締役会長

(株)ゼンショーの取締役として、数多くのM&A案件に携わりPMIを成功に導く。その卓越した実績とリーダーシップにより、大手ファンドとの協業多数。

ZENSHO



戸倉 大輔

取締役副社長COO
営業推進本部長

(株)ゼンショーにて営業企画室室長を務めた後、MA先の(株)華屋と兵衛で代表取締役社長として企業改革と成長を牽引。多彩な経営経験を持つビジネスリーダー。

ZENSHO



九嶋 広一

常務執行役員
グループMD本部長

(株)オーイズミをはじめ購買・物流のエキスパートとして多数の企業で活躍。多様な商品の企画・調達から供給までの一貫したプロセスを指揮。

OIZUMI



星野 卓也

執行役員 CFO 兼
グループ管理本部長
米国公認会計士 (TX州)

KPMG LLPにてIFRS CVやIPO準備支援に従事。KPMGあずさ監査法人に出自後は、日本のベンチャー企業のNASDAQ上場準備支援チームをリード。

KPMG



鋤野 慎彦

執行役員
CDO

これまで複数のスタートアップを設立し、1社は売却によるEXITを果たしている。投資先のビジネスオペレーションの改善やDXの支援に強みを持つ。

BARCLAYS



小山 雄

まん福USA
社長

飲食企業(株)WDIにて30年間一貫して活躍。営業および経営企画を担当する副社長として10年以上の実績を持ち、アメリカでの駐在期間合計18年に及ぶ。

WDI GROUP
WORLD DINING INSPIRATIONS



芳賀 裕二

監査役

1981年に伊藤忠商事(株)入社後、モスクワ/シンガポール/ロンドンなどで海外駐在を経験。鋼管輸出業務を中心に活躍し、2018年に(株)協成代表取締役社長に就任。

ITOCHU

私たちのチーム

CONFIDENTIAL



堀川 里志

グループ管理本部
副本部長 兼 経理部長
公認会計士

銀行・監査法人等で活躍。まん福創業時にCFOとして参画し、財務戦略の基盤を構築。現在はCFO星野と二人三脚で管理チームをリード。



加賀 瑛司

グループ管理本部
副本部長 兼
経営企画部 部長

ゼビオで店長/SV/バイヤー/経営企画等、12年間勤務。日本政策投資銀行への出向経験もあり。経営企画/経営管理部長として管理チームをリード。



北川 雄造

グループ営業推進本部
副本部長

(株)UCCでSVおよび人事管理業務に従事し、組織運営における課題解決に取り組む。2/8号案件の副社長COOとして陣頭指揮を執る。



飯塚 隆夫

グループ営業推進本部
北海道グループリーダー

アメリカ留学時に寿司シェフとしてキャリアをスタート。(株)ゴンチャジャパンにも参画し、スタートアップのマネジメントも経験。6/9号案件の社長。



水谷 昌道

グループ営業推進本部
部長

アルバイトとしてスシローに入社。店長・エリアマネージャーを経験。5号案件の社長として手腕を発揮。現在は10号案件の取締役として更に飛躍を遂げる。



Special Advisor

佐藤 康博

みずほフィナンシャル
グループ元CEO

みずほフィナンシャルグループ取締役兼執行役員社長グループCEOを歴任。現在は同グループの特別顧問、日本経済団体連合会の副会長を務めている。



Special Advisor

多田 斎

野村證券
元執行役会長

野村證券(株)執行役員副社長兼営業部門CEO、取締役兼執行役会長を歴任。その後、複数社のCEOを務め、現在も大手企業の実業取締役を務めている。



あずさ監査法人



Every coffee, every moment



Gong cha



FOUR SEEDS CORPORATION

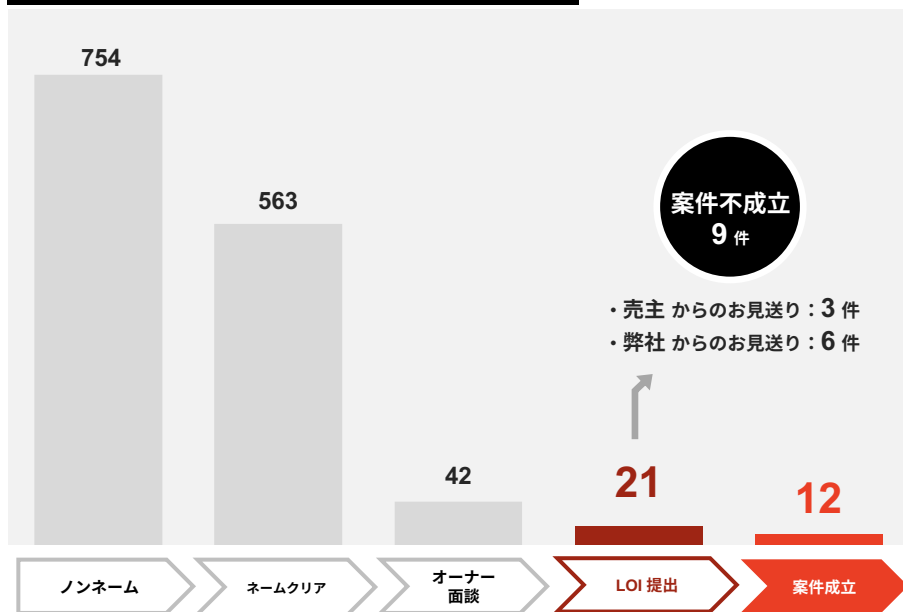


みずほフィナンシャルグループ



上記に加えて、食関連企業での経営・執行経験があるメンバーが5名、管理系メンバーが3名在籍。承継各社にも合計7名の人材をHDメンバーのリファラルで採用

情報取得～案件成立までの件数



※ LOIを提出した会社様の中で弊社からお見送りした社数を除いて、実際に承継した会社様比率

成約率
80%

(12 / 15件)



株主/金融機関/投資家との広域なネットワーク

- タイクーンキャピタル様（外部筆頭株主）
→M&A総研HDの外部筆頭株主（3号案件/5号案件/海外1号案件）
- 福岡銀行/静岡銀行/焼津信用金庫様からのご紹介
→現在12号案件候補/14号案件候補も金融機関様ご紹介
- 上記以外にも株主/金融機関様からの案件紹介多数



第三の選択肢というポジショニング

- 事業承継プラットフォーム
⇒ 永久保有型の事業承継×純粋持ち株会社構造
- 同業他社へのグループ化でもない、ファンドへの売却でもない。
第三の選択肢という安心感
- 仲介会社各社がオーナー様向けに提示する承継先候補リストに
高確率で記載されている



食に精通したチームによる説得力/安心感

- 対象会社様の事業への理解/共感と承継後に向けた具体的な提案力
- 創業メンバー経営陣の過去の経験談に対する高い興味
- 創業メンバー経営陣自らによるオーナー様に対する
終始一貫のコミュニケーション

PMIの標準化：10号案件「サンフレッシュミート」の事例

CONFIDENTIAL

ヒト

組織課題の解決/活性化

- ・労務リスクの解決（法令違反 / 労務管理の不備など）
- ・組織の活性化（会議体の変更・一体感の醸成・幹部へのSOの付与）
- ・生産性KPIとシフト管理手法を改善して人件費率を改善

モノ

事業のコアを把握/改善

- ・仕入れ先、卸先等の取引先との関係性継ぎ / 改善
- ・工場在庫 / 店頭在庫 / 品質管理状況の把握と改善
- ・B2C事業における商品構成 / マーケティングの課題把握と改善

カネ

経営数字の可視化/把握

- ・経理業務の確実な引継ぎ
- ・月次 / 日次のKPIの可視化
- ・経営管理 / PDCAフォーマット

情報

現場の情報の蓄積と最新情報の融合

- ・店舗運営の最適化：新メニューの変遷 / 新しいOPシステムの導入
- ・仕入れ / 在庫管理の精度向上
- ・マーケティング / プロモーションへの活用

100日プランの策定と実行（ヒト/モノ/カネの統合）

プロジェクト項目	課題項目	内容	担当（仮）	1月		
				1週目	2週目	3週目
店舗標準化	原価課題	可視化・北浦和店数値へ	中島料理長			
	人件費課題	可視化・北浦和店数値へ	赤塚店長			
	QQS CA管理	サービス確認・標準化	野村店長			
	ウエイティングシステム	システム検討・ルール化	齊藤店長			
	オーダーリングシステム	セルフオーダー検討・ルール化	藤田店長			
	レジ管理	不正防止・効率化	湯沢店長			
不採算店舗改革	BM店舗化/MM	小野料理長				
店舗出店	出店標準パターン作成	オペレーション確認・標準図面	平岡店長			
	出店戦略エリア作成	DD資料から出店場所選定	平岡店長			
	出店コスト算出	取引先選定・打合せ	営業部			
	出店フェーズ	4か月後スタート	営業部			
卸営業	卸先引継ぎ挨拶営業	先代社長と主要同行・他取締役同行	江口社長・藤次部長			
	戦略作成	グループ販路整理	藤次部長			
	営業ツール整備	グループ販路整理商品整理	卸・営業部			
	戦略エリア作成	利益の出る新規営業	卸・営業部			
工場管理整備	衛生管理	衛生管理システム化	柴田さん			
	在庫管理	数量確認・月間管理・可視化	今本工場長			
	歩留まり管理	カット人別数値管理	増田さん			
	労働生産性管理	管理指数明確化	藤田さん			
	グループ作業再配置	HS・一部OT作業分類	高橋部長			
購買管理	購買仕組化・マニユアル化	購入時期・相場金額整理	江口社長			
	取引先管理（挨拶）	先代社長と主要先行	江口社長			
	まん福HD MD本部移行	挨拶時説明	藤次部長			

→ 戦略的な行動計画を策定・実行することで、組織の目標達成に向けた強固な基盤を築く

3つのグループシナジーでプラットフォームの差別化を構築

DX推進によりグループ中小企業各社の生産性を高め、その先にはプラットフォームとして独自の差別化を構築する

①自社のDX推進

DX推進による生産性の改善+新たな付加価値創造

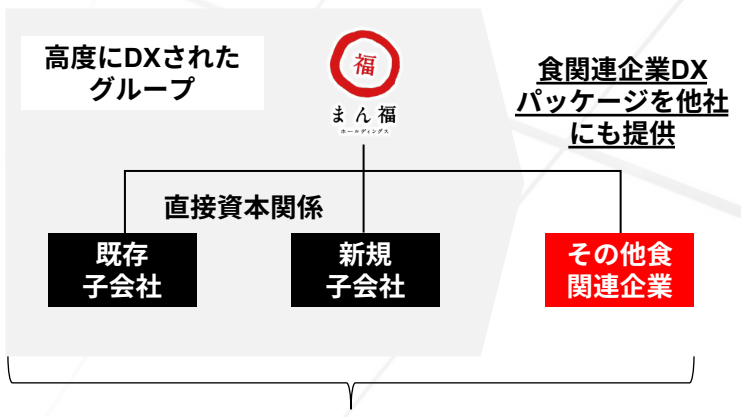
	As-is	To-be
デジタルツール	各社バラバラ、古い、ツール間の連携性が弱い、オンプレ等	各社統一、最先端ツールで連携、クラウドベース
×		
重要データ	データが無い、あってもアクセスできない、紙、オンプレ等	各種データへ誰でも容易にアクセスでき利用できる
×		
人材	大半が意識・リテラシー共に低い	意識が組織も個人も浸透し過半数がDX人材
×		
オペレーション	付加価値を産まない作業が極めて属人的	AIエージェントを組み合わせるて更に強力に

- 属人的だが価値を産まない「作業」に日々忙殺され、新しい事や価値を産む事に使うリソースが無い
- 重要なデータや社内ナレッジ等の蓄積に乏しく、来るAI時代を活かしきれない

- 1人1時間分の業務削減、時給1,500円、1,500人分、250営業日として約**6億円弱**のコスト削減効果
- 各種データを有効活用した新しい商品やサービス開発による新しい売上創造 etc

②まん福DX経済圏

自社ノウハウを他社にも注入し「仲間」に



- 自社のDXノウハウを提供しフィーを頂くことでまん福にとっては**新たな収益源**に
 - 直接的な資本関係はないが、まん福のDNAがインストールされ、業務提携で連結した経済圏へ発展
- 飲食随一のDX企業群へ
→高度にDXされた中小企業コングロマリットへ

※①DX推進については、ネットスーパーのスタートアップ企業「ONIGO」様との包括的業務提携を現在検討中です
 ※②DX推進以外にも、管理業務をグループ内で統合する統合管理部構想、仕入/販売業務を統合するグループMD構想にも着手しています



「うまい」でこの星をしあわせ一杯に。

これまで承継させて頂いた11社のご紹介 (1号案件)

株式会社浜田屋 (2021年4月承継)

事業会社ECサイト：<https://www.hamadaya.net/>

湘南発祥の老舗仕出し弁当屋「濱田屋」を展開。

地元茅ヶ崎で愛され続けて創業60年を超える。

B2C事業

①

弁当・総菜の製造販売

- ・ 法事/法要等の場面に応じた豊富な商品展開
- ・ 実店舗は湘南エリアを中心に8店舗展開

B2C事業

②

お届け事業や高齢者向けの夕食膳事業を展開

- ・ お届け事業：ご予算・ご用途に合わせてケータリング
- ・ 夕食膳事業：茅ヶ崎エリアを網羅

B2B事業

自社工場(自社配送網)を活かしたOEM事業

弁当や惣菜商品のOEM事業を展開し販路拡大。(それに伴う、工場の生産ラインを構築)



これまで承継させて頂いた11社のご紹介 (2号案件)

株式会社さくらや食産 (2021年9月承継)

事業会社ECサイト：<https://aso-niku.com/>

熊本阿蘇にある食肉加工会社。

工場直売所を構え、オンラインショップ・ふるさと納税でのD2C販売も行う。

卸事業

内蔵系商品の仕入力を活かした卸事業

- 商品のポテンシャルの高さを強みとして、全国に販路を拡大
- 馬肉も人気が高く、希少部位の取り扱いが豊富

B2C事業

①

直売所「阿蘇肉工房」を軸にオンラインでの販路開拓を行う

- 「さとふる」で販売してる「もつ鍋」は、惣菜・加工品部門でも上位ランクイン。
- 2024年5月にECサイトをリニューアル

B2C事業

②

24年4月に焼肉店を市内にオープン

高い商品力とリーズナブルな価格設定で、食肉加工会社ならではのコスパを実現。



これまで承継させて頂いた11社のご紹介 (3号案件)

株式会社山佐食品 (2021年10月承継)

事業会社HP: <https://yamasa-seafoods.co.jp/>

静岡県焼津にある創業70年のB2B向けの水産加工会社。

学校／病院／事業所給食などの販売先を保有。

B2B事業

フルオーダーカットが強みの水産加工卸事業 (県内外施設へ)

- ・ 常時20種類以上の魚種を取り揃える
- ・ 切り身のための仕上げではなく、干物やフライの加工も行う

B2B事業

冷凍製造業から水産製造業へ営業許可を変更

水産製造業へ変更し、鮮魚の切り身加工等を図り、グループシナジーの拡大および取引先への卸商品の拡大に繋げる

EC展開や地元での飲食店展開でのB2C事業への挑戦も構想



これまで承継させて頂いた11社のご紹介（4号案件）

有限会社ハッピー商会（2021年12月承継）

神奈川県淵野辺にある地域密着型の「街の精肉店」。

小売事業

店内調理で出来立て惣菜を提供、地域の方々に愛され創業70年

- ・国産にこだわった精肉店（B2C事業）
- ・コロッケ/メンチカツ/からあげなどひと手間加えた日常使いできる商品のラインナップ

卸事業

柔軟なOEM対応による卸事業（自社配送網保有）

- ・近隣の小学校／保育園や県内施設関係への給食用として卸（B2B事業）
- ・飲食店の販売先も保有

浜田屋が事業承継。リアル店舗の拡大／事業会社同士のシナジーの追求



これまで承継させて頂いた11社のご紹介 (5号案件)

オグラドルフィン株式会社 (2022年1月承継)

事業会社HP: <https://oqurano-karaage.com/>

熊本県に展開する唐揚げ専門店。

店舗数・人気ともに熊本No.1ブランド「おぐらの唐揚」を展開。

B2C事業

「おぐらの唐揚」を県内に9店舗展開

- ・中毒性の高い商品と多店舗化しやすいパッケージ
- ・唐揚げ各種及び、弁当を店舗販売。一部の店舗ではイートインスペースあり

B2B事業

グループ内外でのFC展開や、唐揚げの卸売を行う

- ・弊社グループ「札幌海鮮丸」の一部店舗でFC実施中
- ・飲食店の販売先も保有

出店モデルを構築し、多店舗展開を目指す



これまで承継させて頂いた11社のご紹介 (6号案件)

株式会社札幌海鮮丸 (2022年7月承継)

事業会社ECサイト: <https://www.kaisenmaru.co.jp/>

寿司デリバリー・大手回転寿司チェーン店も含めて
北海道内での店舗数は No.1の寿司デリバリーチェーン。

B2C事業

北海道47店舗、東日本12店舗を展開。1拠点最大5ブランドの展開

- ・寿司デリバリーチェーンの拠点数では、「銀のさら」に次ぐ2位となっている
- ・すしONE/キムカツなどセカンドブランドを複数保有

B2B事業

イオン様他、スーパーへの卸販売

継続的な法人営業による卸先拡大を図る

新規出店を進め、まずは北海道/東北での盤石の地位を築いていく



これまで承継させて頂いた11社のご紹介 (7号案件)

有限会社かねか水産 (2023年7月承継)

神奈川県足柄にある創業50年の水産加工会社。

真鶴港／小田原港で水揚げされた魚を使用した塩干事業も展開。

卸事業

小田原市場魚市場／真鶴漁業協同組合の買参権を保有

- ・ 真鶴市場最大の取引量を誇る
- ・ 取扱う鮮魚は地元近隣小学校の学校給食にも提供されている

塩干事業

脂ののった鮮魚を使用した干物製造

- ・ アジ／エボダイ／カマス／イカ等がメイン
- ・ パック商品の卸販売をスタート

山佐食品が事業承継。両社間での商品流通／業務分担の促進を図る



これまで承継させて頂いた11社のご紹介 (8号案件)

オオツカ株式会社 (2023年12月承継)

事業会社HP：<https://ootsuka-group.co.jp/>

熊本県内にて食肉卸／小売り／外食事業を展開。

「くまもとあか牛」を日本一肥育する牧場と業務提携。

卸事業

「くまもとあか牛」の日本一のサプライヤー

- ・「あか牛」を中心に黒毛和牛や馬肉を取り扱う
- ・熊本のみならず、九州全域・本州と県外への取引先ネットワークを有する

小売事業

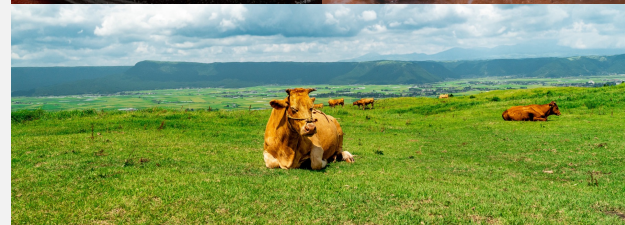
県内に2店舗の精肉店を展開

- ・提携牧場から仕入れる精肉商品を直送店ならではの価格で販売
- ・ソーセージ等の加工品や乳製品、お惣菜、スイーツやベーカリーなど豊富な商品を展開

外食事業

県内に2店舗のカジュアルレストランを展開

あか牛100%ハンバーグやステーキ等、サラダ&惣菜のピュッフェも提供



これまで承継させて頂いた11社のご紹介 (9号案件)

有限会社寿し心なかむら (2024年3月承継)

事業会社HP：<https://h078800.gorp.jp/>

北海道札幌にある人気寿司店を1店舗展開。

カウンター席を完備する老舗寿司店。

外食事業

毎日新鮮！道内産の魚介を使用したお寿司を提供

- ・ 厳選／吟味した道内産の魚介類を、一品一品心をこめて、握りに、お造りに
- ・ 季節に合わせた旬の海鮮をふんだんに用いたメニューの数々を提供

今後の展開

“北海道寿司共和国”でシナジー最大化

- ・ グループ内及び共和国内での仕入れの効率化
- ・ 人材育成の拠点として寿司職人の育成と教育に注力

札幌海鮮丸が事業承継。既存顧客を基盤にインバウンドの獲得を目指す



これまで承継させて頂いた11社のご紹介（10号案件）

株式会社サンフレッシュミート（2024年6月承継）

事業会社HP：<https://www.sunfreshmeat.jp/>

東京の食肉加工会社。

展開しやすい差別化された地域密着型の焼肉店も展開。

卸事業

有名焼肉店にも支持される食肉加工卸事業

- ・独自のルートによる仕入業務
- ・現場加工、配送に至るまで徹底した温度管理・品質管理システムを追求

外食事業

焼肉店「焼肉山河」は東京6店舗／埼玉1店舗

- ・最高のコストパフォーマンスで、各店舗連日満席の超人気店
- ・二等立地で不動産コストを抑えた店舗展開

現在、PMI実行途中ではあるが、「焼肉山河」の出店拡大を予定



これまで承継させて頂いた11社のご紹介 (11号案件)

有限会社植草水産 (2024年7月承継)

事業会社HP：<https://uekusasuisan.hp.gogo.jp/pc/>

静岡県焼津にあるカジキマグロをメインとした水産加工会社。

人気の味噌漬けをはじめとした製品を市場へ毎日出荷。

基幹事業

高い加工技術を活かした漬け商品の展開

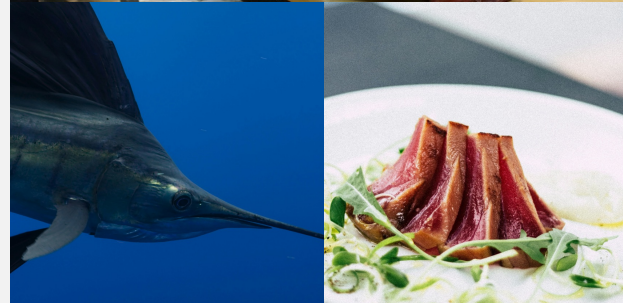
- ・主な取扱商品はカジキマグロ／銀鱈／鮭。中でもカジキマグロを得意とする
- ・味噌漬け／粕漬け／西京漬などの加工方法のバリエーションも豊富

今後の展開

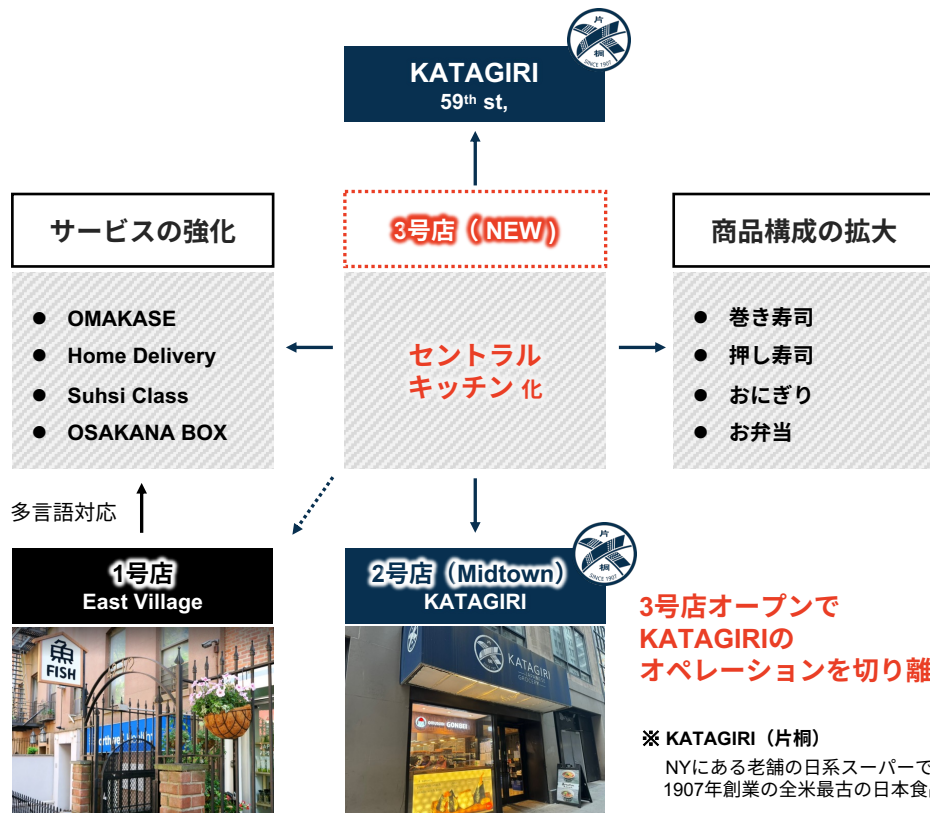
“魚共和国”でのシナジー最大化

山佐食品／かねか水産／植草水産の3社で形成される“魚共和国”内での、シナジー創出と地域の活性化促進を図っていく。

山佐食品（焼津）で事業承継。仕入れ強化と工場設備の共有化を図る。



バリューアップの構想 (: 最初のバリューアップ)



OSAKANAの強み

ジャパंकオリティの品質

ネタ/シャリともに品質が高い。それに加え、近隣の競合店と比較してコストパフォーマンスが圧倒的に高い。

DX化の進み

- オリジナルのネットオーダーシステムを保有
- SNSでのマーケティングの活用で知名度が高い

Sushi Classの開講

地元で獲れた天然の魚介類を地域に届けることに重点に置き、日本文化・伝統を伝えるための教室を実施

販売商品

- 刺身商品
- 寿司商品
- ちらし寿司商品



カットの厚みもあり食べ応えがあり、見た目の彩りも華やかな商品をラインナップ。



MANPUKU MARU

福

うまい! Yummy!
好吃!
맛있다! Bien!