



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) 2026 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年から食べログ等を運営する株式会社カクコムの外取締役も務めている。

2025年、東京大学150周年記念事業の「150人委員会」の委員に選出される

< 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)。

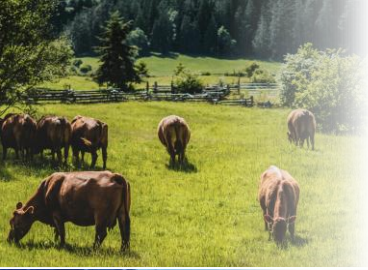
母校東京大学アメリカンフットボール部ウォリアーズのOBOG会副会長、アドバイザーボード座長を経て、

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。

Mission

世界最高の日本の食文化を未来に繋ぎ、世界に広げる。

世界最高であり続けることへ貢献
「高級店/町のB級グルメ/外食チェーンの
3つそれぞれが発展し、
海外に広がること」が世界最高の維持に繋がる
世界へ本物の日本食を広げることに貢献



Statement

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、実はこの日本で、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。
コロナを乗り切った大手企業の陰で
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、
唯一無二の食特化事業承継プラットフォームとして起業しました。

「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

\ 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、コロナ禍の20年度の件数を超える

4

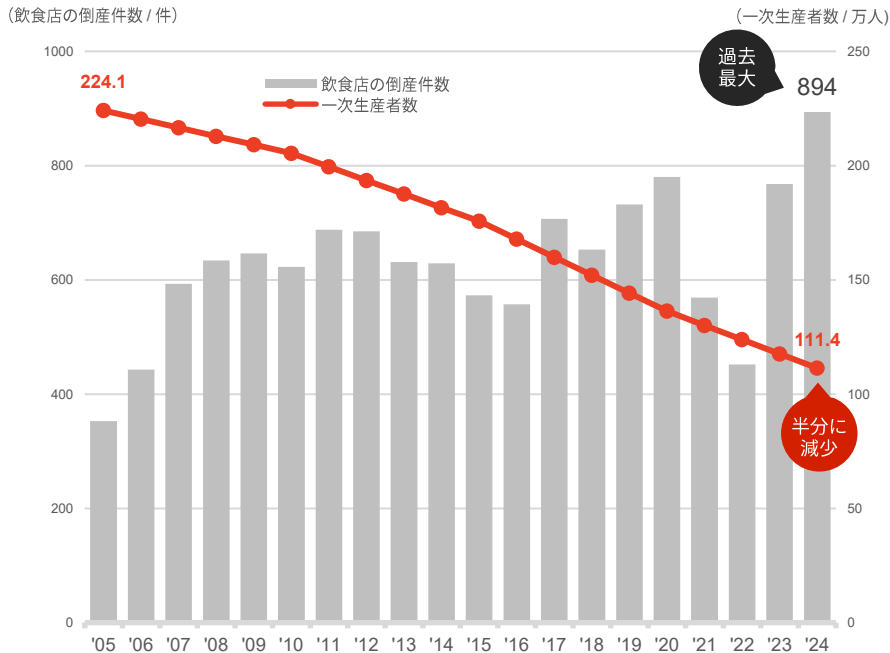
Crisis

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

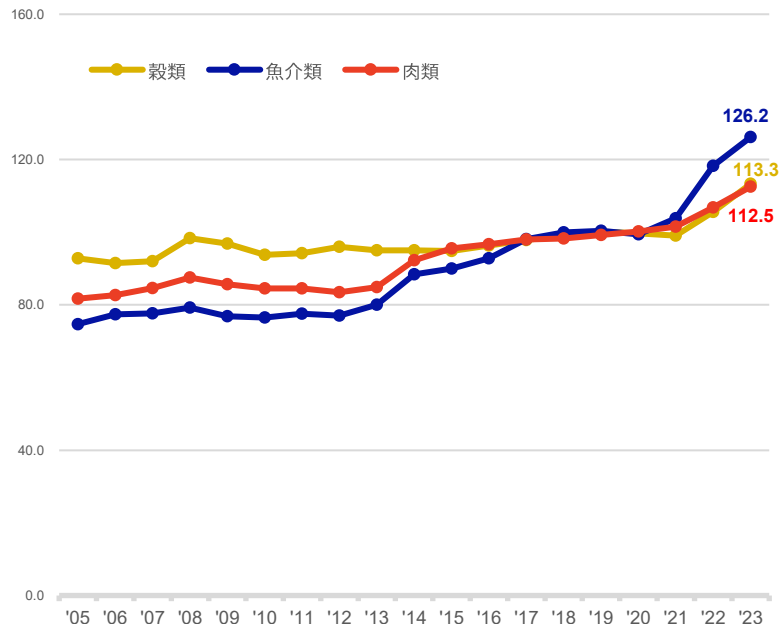
世界最高水準の「『日本の食』を未来に繋ぎ、世界に広げる」ために私達は集い、
「日本の食に特化した事業承継プラットフォーム」を起業しました。

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)

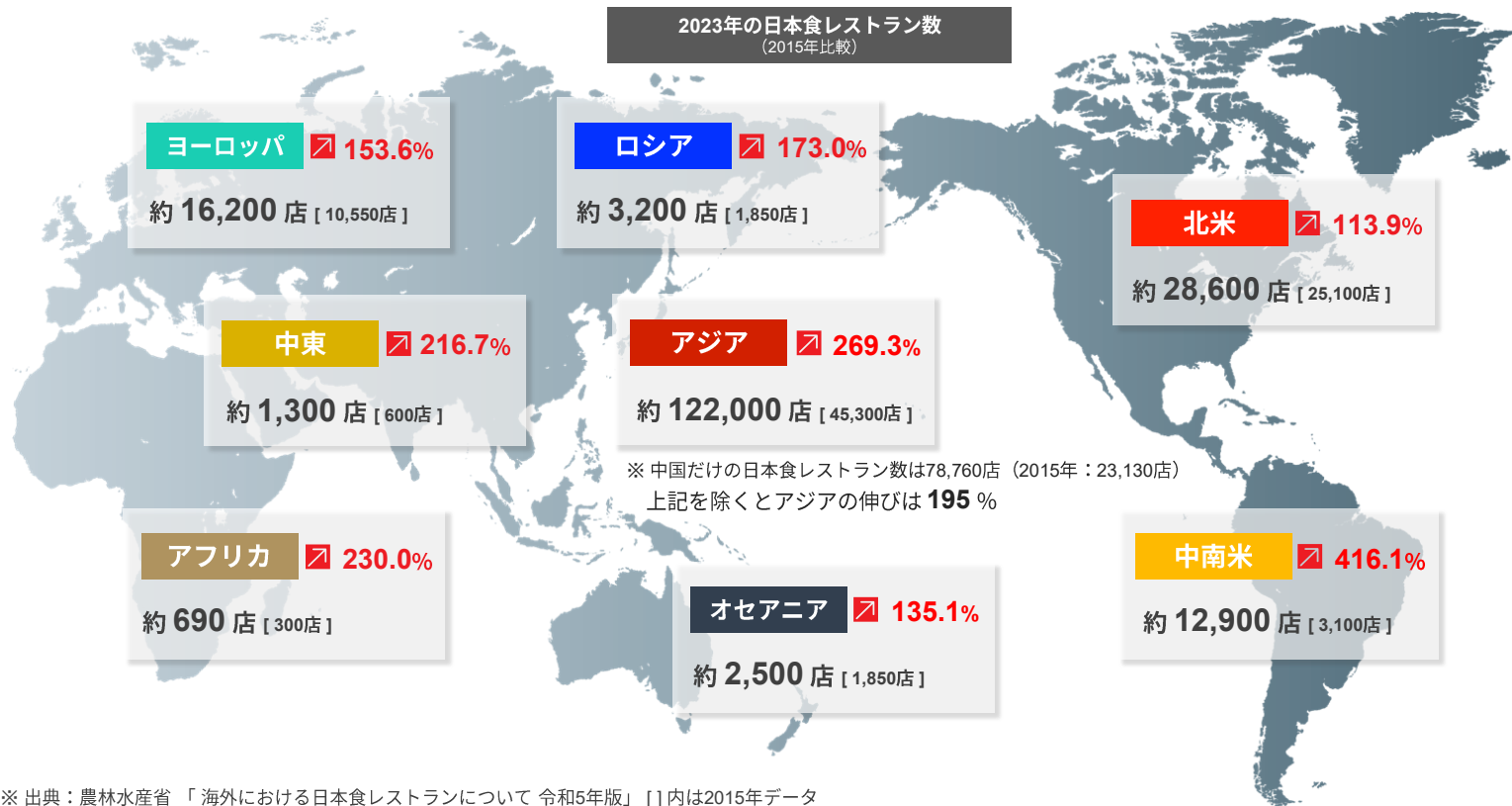


※ 出典：総務省「2020年基準消費者物価指数2024年」

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。

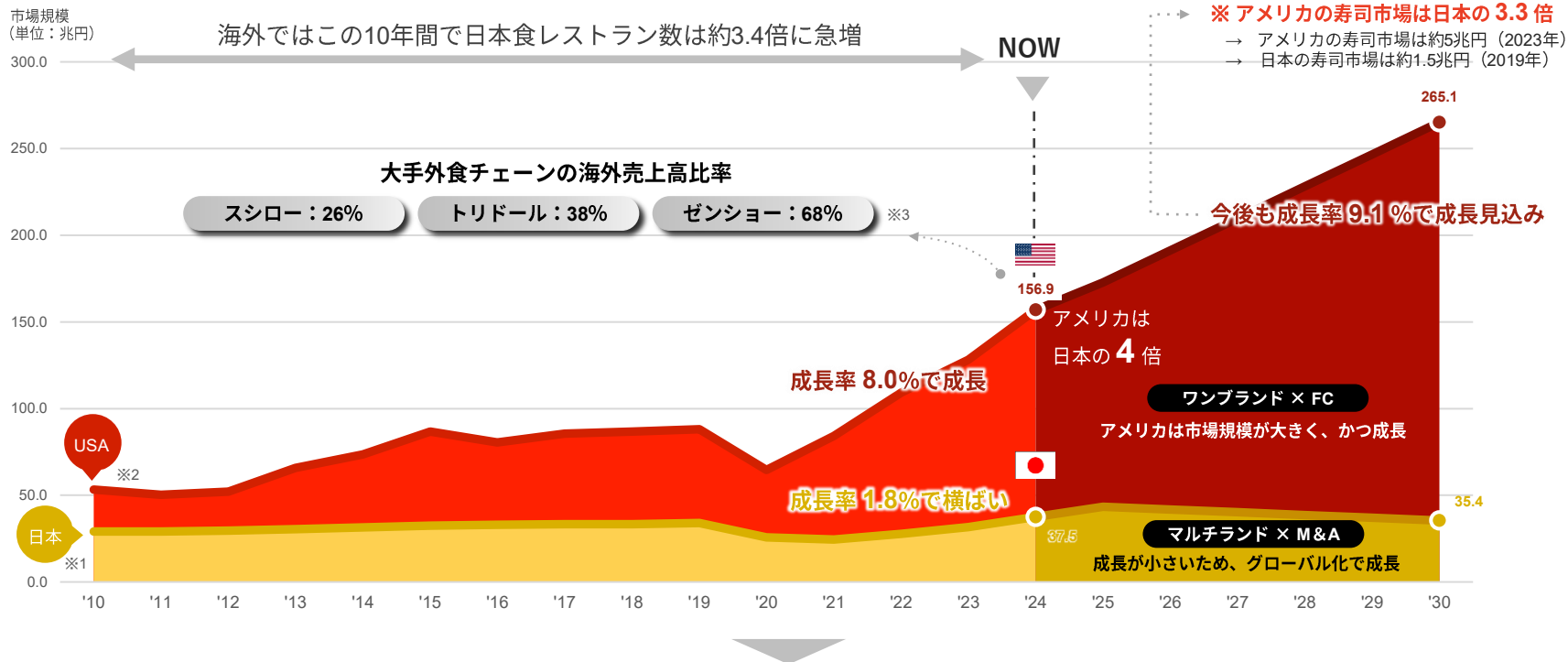
日本の食文化のチャンス

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。



海外進出：アメリカ - 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していく

※ 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

4つのエリア集中型のロールアップ戦略 (国内)

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。

国内14社を合計すると

創業年数 **550年** 以上の歴史を引き継ぐ

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)



道内の回転寿司店
花いちもんめを展開 (2店舗)
(2005年／3.5億円)

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)



千葉県を中心に焼肉店
「焼肉むさし」を展開
(1978年／5.9億円)

グルメジャパン案件

吉田食品工業

餃子の瑛琨

千代の一番

静岡魚共和国

焼津は漁獲高日本一の港



Manpuku USA

OSAKANA LLC

マンハッタンにある鮮魚・寿司テイクアウト店

熊本肉共和国

牛豚鶏の国内生産の60%以上が九州。その中心に位置する熊本



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)



静岡県・焼津のB2B向け水産加工会社
(1974年／9.3億円)



神奈川県・真鶴にある水産加工会社
(1969年／3.1億円)



静岡県・焼津にある水産卸・加工会社
(1993年／0.6億円)



静岡県・浜松の和定食屋。都内にも店舗展開
(1996年／9.2億円)



神奈川県・茅ヶ崎の老舗のお弁当屋
(1961年／6.5億円)



「うまい」でこの星をシェア一杯に。

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



戸倉 大輔

取締役副社長COO
グループ営業推進本部 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)華屋与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。



九嶋 広一

専務取締役CPO
グループ営業統括本部 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。



元 斗鉦

常務取締役CFO
グループ戦略推進室 室長

東京大学卒業後、モルガン・スタンレー投資銀行部門でM&A業務を担当。22年に香港のヘッジファンドへ転職、日韓の製造業に関する投資調査/助言を行う。



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。



柿沼 拓也

内部監査室 室長 「うまい」でこの星をしあわせ一杯に。

日本マクドナルドで店舗運営/経理/予実管理等を経験後、スカイマークで財務/IPO実務を統括。その後はKPMGでIPO支援やシステム導入支援に従事。



M&A、IPO、DX支援など多分野に強みを持つ体制で、スピーディーな意思決定と実行力を実現します

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



飯塚 隆夫

執行役員
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。北海道寿司共和国の責任者。



水谷 昌道

執行役員
グループ営業統括本部 副本部長
関東グループリーダー

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号案件の社長として更に飛躍を遂げる。



櫻井 悠矢

執行役員
グループ営業統括本部 副本部長
九州グループリーダー

飲食企業にて複数業態の店長及びエリアマネージャーを経験。事業承継ベンチャー企業では、M&A後の再建を牽引。現在は5号案件の社長として手腕を振るう。



秋山 存

執行役員
グループ事業開発本部

サントリーで外食コンサルタントとして23年間活躍。角ハイボール酒場ブームを牽引したPMを経て、海外レストラン部門を統括し新業態の開発・出店も担う。



澤木 将嗣

執行役員
グループ戦略推進室
まん福USA CEO

2011年より米国でラウンドワン、くら寿司上場戦略室長を歴任。2017年、米国で日系企業の進出支援会社を設立し、高級抹茶事業など複数事業を展開。



加賀 瑛司

執行役員 CAO
グループ管理本部 本部長

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。

M&A、IPO、DX支援など多分野に強みを持つ体制で、スピーディーな意思決定と実行力を実現します

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



下田 彰彦

グループ営業統括本部
営業部 部長

西洋レストランで執行役員を務め、全国チェーンの飲食企業で事業企画部長として、M&A、業務提携などアライアンス担当。現在は10号案件の取締役。



中村 周平

グループ事業開発本部 副本部長
開発企画部 部長

都内飲食企業で店長～SVを経験し、事業承継ベンチャー企業では新業態開発や販促戦略を主導。現在は対象企業様のビジネスDDの一連のプロセスを統括。



北川 雄造

グループ事業開発本部
開発企画部 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。承継会社の社長経験を経て、新規案件のPMI業務に従事。



大熊 陽

グループ営業統括本部
営業部

2022年に鮮魚店へ入社後、店舗運営と加工技術を学び店長となる。その後、マリンフード(株)にてチーズのOEM案件の新規営業と水産業界向けの販売に従事。



「うまい」でこの星をしあわせ一杯に。

現場力に裏打ちされた実行力で、スムーズなPMIと継続的な改善を実現していきます。

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



堀川 里志

グループ管理本部
副本部長 兼 経理部 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。グループ子会社の経理担当者の教育にも尽力。



平井 諄美

グループ管理本部
人事総務 課長

大学卒業後、千葉銀行で窓口/リテール営業を経験。投資ファンドで秘書/経理補助に携わり、幅広い経験を活かし、組織の成長と課題解決に貢献。



稲葉 かすみ

グループ管理本部
財務経理 課長

金融業界にて新規開拓に従事後、通販会社でSV/センター長として改善を推進。その後、転職したベンチャー企業では、人事労務、経理業務に従事。



「うまい」でこの星をしあわせ一杯に。

経営に直結する実行力ある管理体制で、変化を加速し、企業価値を底上げしていきます

各業界で豊富な実績を持つスペシャリストの方々にサポートいただいております。

Special Advisor



佐々木 浩

祇園さゝ木
オーナーシェフ

京都で最も予約困難なミシュラン3星店の創業者。多くのシェフを育成し、一門会を主催。OMAKASEの創始者で、対極のOKOMONIスタイルのお店も話題。

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

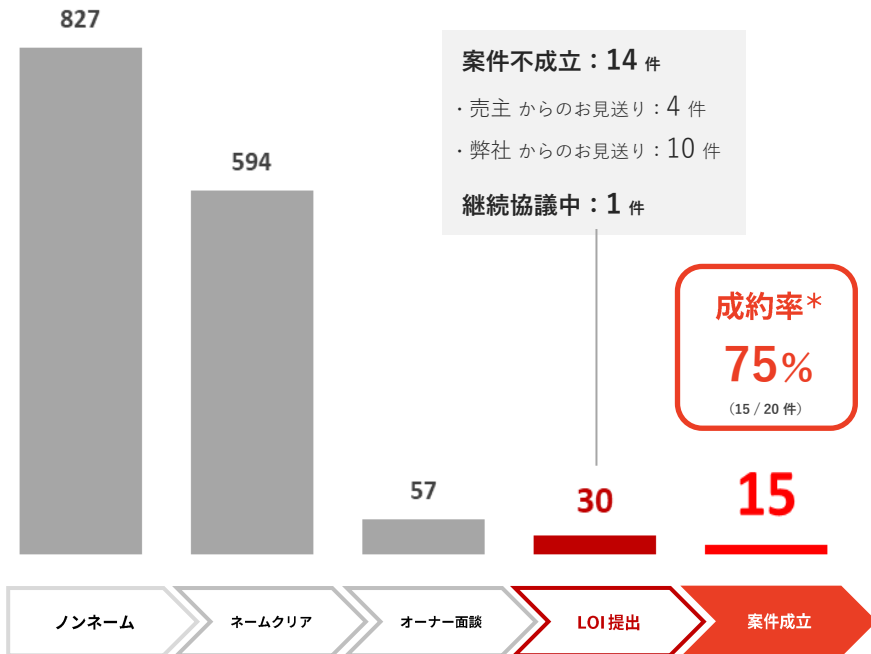
野村證券(株)執行役副社長兼営業部門CEO、取締役兼執行役会長を歴任。その後、複数社のCEOを務め、現在も大手企業の取締役を務めている。



「うまい」でこの星をしあわせ一杯に。

各業界で実績を持つスペシャリストの方たちと連携しながら、持続的な成長戦略を支援いただく

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、および、継続協議中の社数を除いて、実際に承継した会社様比率

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
→現在のパイプラインの中で3案件が金融機関様ご紹介
- ・ サントリーホールディングス様
→全国の飲食店ネットワークからのご紹介
- ・ 上記以外にも株主/金融機関様からの案件紹介多数

ファンドとは異なるブランドの継続に向けた承継

- ・ 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

標準化されたPMI手法

① アクションプランの設計

必要な人員、時間、予算をあらかじめ計画に組み込むことで、効率的なリソース配分が可能

プロジェクト項目	課題項目	内容	担当(部)	1月				2月					
				1週	2週	3週	4週	1週	2週	3週	4週		
業務標準化	業務標準化	可視化・北米知店実証へ	中島科長										
	人材再評価	可視化・北米知店実証へ	赤塚店長										
	GGGA管理	サービスマン研修・標準化	野村店長										
	ツェンシステム	システム設計・標準化	森田店長										
	ウェブシステム	セルブオーダー設計・標準化	藤田店長										
設備計画	レジ管理	不正防止・標準化	溝口店長										
	不稼算店舗改善	RM 店舗化/AM	小野村店長										
新商品	出店標準/POP作成	オペレーション確認・標準化	平塚店長										
	出店初期フォロー体制	20店舗から出店場所選定	平塚店長										
	出店コスト算出	取引先選定・打合せ	渡瀬店長										
	出店フェーズ	4か月後スタート	渡瀬店長										
新商品	顧客引継ぎ研修実施	来店研修と実証実行	山口社長・橋本店長										
	研修体制	グループ別研修	橋本店長										

→ 明確な目標設定 / リスク管理の向上 / 成果の測定に繋げる

③ 組織構築




既存社員は全員残留を基本とし、既存社員を中心に改革プロジェクトを推進 (まん福メンバーが補充)

- 安定性の確保 | 人員削減を避け、混乱や士気低下を防ぐ
- 文化の融合 | 既存社員を尊重し、新しい仕組みをスムーズに導入
- 信頼の維持 | 顧客や取引先に組織の安定性を示し、ビジネス継続を確保

→ 人事データの確認と各従業員との面談を経て、最適配置を実施

② 労務・法務面リスクの早期発見と解決策の明示

従業員満足度の維持と労働関連訴訟の発生リスクを回避し、対象企業の評判や従業員の生産性を維持する

-  **法令違反リスク** | 過重労働・最低賃金違反等 (外国人雇用の場合は特に)
-  **労務管理の不備** | 勤怠管理や給与計算ミスがないか
-  **人材流出リスク** | 重要なスキルやノウハウを失うリスクが発生

→ 管理システム・キャリアアップ支援制度の導入による従業員とのリレーション強化

④ 組織文化の変革 | 全員参加の意識づけ

目的を共有して成功体験を通じてポジティブな変化を実感してもらう

<p>会議体の変更</p> <p>意見や懸念を自由に共有できる場の設定。意思疎通機会を増やし心理的障壁を軽減</p>	<p>改善着手までのスピード強化</p> <p>小規模な改善を短期間で実行し、成功体験を積み重ねる。小さな成功体験を提供</p>	<p>一体感の醸成</p> <p>全ての階層や部署に改善活動に関与させ、個人個人が主役であることを認識させる</p>
---	---	---

→ 上記で従業員のモチベーションや納得感が高まり、改善をスムーズに進行させていく



「うまい」でこの星をシェア一杯に。

これまで承継させていただいた会社様のご紹介 (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

グループ内飲食店とのコラボ弁当など新商品の展開も構想



これまで承継させていただいた会社様のご紹介（2号案件）

さくらや食産株式会社（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

内蔵系商品の仕入れを活かした卸事業

- 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

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。



「幻の赤身」
赤のローストビーフ

これまで承継させていただいた会社様のご紹介（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いただいた会社様のご紹介（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いただいた会社様のご紹介（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://ogurano-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

B2C事業

「横浜家系らーめん熊壺家」の新業態開発・展開

- ・“唐揚×ラーメン”の最強タッグで熊本の食シーンを盛り上げることを目的
- ・今後、熊本県内にて店舗展開を構想

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



これまで承継させていただいた会社様のご紹介 (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いただいた会社様のご紹介 (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いただいた会社様のご紹介（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&惣菜のビュッフェも提供



これまで承継させていただいた会社様のご紹介（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いただいた会社様のご紹介（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」は東京10店舗／神奈川1店舗／埼玉3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

今後も「焼肉山河」の出店拡大を予定



これまで承継させていただいた会社様のご紹介（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。

山佐食品が事業承継。仕入れ強化と工場設備の共有化を図る。



これまで承継させていただいた会社様のご紹介（12号案件）

有限会社タイトス（2025年11月承継）

事業会社HP：<https://sushi-hanaichi-monme.com/>

北海道内に回転寿司「花いちもんめ」を2店舗展開する地域密着型企业

日本最北・稚内発。地場の魚にこだわった回転寿司店

ブランド
の強み

地域発／地域密着のブランド

- ・本店を北海道最北の地・稚内で創業。地元住民や観光客の両方に支持されてきた実績を持つ
- ・札幌海鮮丸との連携が見込まれ、今後の商圈拡大や新規顧客獲得のポテンシャルが大きい

ブランド
の強み

鮮度への強いこだわり

- ・発祥地である稚内をはじめ北海道各地の漁港から新鮮な魚介を仕入れている。
- ・毎日厳選した素材を使い、驚きと感動を提供

ブランド
の強み

ストーリー性・ブランド力

- ・“日本最北端の回転寿司”というユニークな出自がブランドストーリーとして強みになる
- ・地域の伝統・食文化を受け継ぎつつ、全国展開を見据えた経営体制に移行



これまで承継させていただいた会社様のご紹介（13号案件）

株式会社フード・フォレスト（2025年11月承継）

事業会社HP：<https://www.food-forest358.com/>

静岡県浜松市を拠点とし、「和ごはん とろろや」を中心に、
定食・和食チェーンを展開する企業（計：8店舗）

ブランド
の強み

健康志向ニーズの高まり — ターゲット層の拡大余地

- ・「とろろや」では自然薯や大和芋を使ったとろろ汁など“栄養バランスの良い食事”を提供
- ・健康志向の人や、年齢層の高めの方、食のバランスを気にする人から支持されやすい

ブランド
の強み

市場トレンドとの親和性 — 健康市場への参入による成長余地

- ・世界的にも、健康志向やヘルシーメニューへの需要が高まりがある
- ・将来的な“健康食志向の拡大”という社会トレンドを味方につけやすいポジションにある

ブランド
の強み

多様なライフスタイルへの対応力

- ・健康管理を気にする単身者、ビジネスパーソン、高齢の方、様々なライフスタイルに対応
- ・毎日の食事としての安定性や安心感があり、ライフステージが変わっても使いやすいため、リピーターになりやすい



これまで承継させていただいた会社様のご紹介（14号案件）

株式会社むさし（2026年3月承継）

事業会社HP：<http://www.cosmocom.jp/musashi/index.htm>

千葉県を中心に焼肉店「焼肉むさし」を3店舗展開。
創業40年を迎える地域のお客様に親しまれてきた焼肉店。

B2C事業

日常の食事から特別な日のひとときまで、地域密着型の焼肉店

従来の味や品質を維持しながら、付加価値商品の導入や商品開発力の強化を進め、より良いお肉を安定的に提供できる体制を構築

今後の展開

“南関東 肉共和国”でのシナジー最大化

サンフレッシュミートをはじめ、ハッピー商会、「熊本 肉共和国」の肉のオオツカ、さくらや食産、オグラドルフィンとの連携を強化し、仕入れから加工・販売までのバリューチェーンを拡張

サンフレッシュミートが事業承継。仕入れ強化を図る。



これまで承継させていただいた会社様のご紹介（海外1号案件）

OSAKANA LLC（2025年1月承継）

事業会社HP：<https://www.osakana.nyc/>

ニューヨークでテイクアウト寿司店を2店舗展開。

マンハッタンにて魚の切り身や、お刺身、お寿司のパッケージを、ダウントウンの直営店とミッドタウンの高級日系スーパーマーケット内の店で販売。

B2C
事業

ジャパंकオリティで、周辺競合と比較しても優れた品質を保持

- ネタ / シャリともに高品質で、商品全体の完成度が高い
- 近隣競合と比べて圧倒的なコストパフォーマンスを実現

B2C
事業

DX化の進みと「Sushi Class」の開講

- 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
- 魚捌き方 / 寿司の握り方など、寿司文化や伝統を伝えるための教室を実施

アメリカ市場でのブランド確立と、多店舗展開によるスケールアップを推進

