8TH SEA OYSTER

事業計画及び成長可能性に関する事項

株式会社ゼネラル・オイスター

（3224）

2026年 6月 29日

General Oyster

目次

General Oyster

1. 会社概要 P2～

2. 事業概要 P7～

3. 競争力の源泉 P11～

4. これまでの成長戦略を振り返って P15～

5. 2026年3月期の業績と主な活動成果 P19

6. 今後の基本戦略と成長ドライバー P20～

7. 市場環境 P26～

8. 今後の業績見通し P28

9. 今後の投資方針 P29

10.認識するリスクとその対応策 P31～

会社概要

General Oyster

本社
東京都渋谷区恵比寿一丁目15番1号　TAMA WOODY GATE EBISU 3階

設立
2000年4月

マザーズ上場
2015年3月

売上高（2026年3月期実績）
43.0億円

店舗数
33店舗
うち　直営30店舗
FC　3店舗
（2026年3月現在）

取引先数（卸売事業）
約980社
（2026年5月現在）

OPC会員数※1
約65万名
（2026年3月現在）

従業員数
116名
（2026年3月現在）

取得特許数
2
・「牡蠣の蓄養方法」
・「カキの保存方法」
（2026年3月現在）

※1：同社独自の牡蠣愛好家のための会員制度「オイスター・ピース・クラブ」

ミッション

General Oyster

～革新的な事業モデルにより、高付加価値な牡蠣を提供し、安全で豊かな食文化の創出に貢献～

経営理念	『カッキテキ』にいこう！ 牡蠣の新たな価値を創造し、画期的な未来を提供します

Innovation

VISION	Everybody Oyster 当社の提供する牡蠣で世界中の人々を笑顔にします

カンパニー・ハイライト

General Oyster

■　海洋深層水による特許技術の独自の浄化方法により、高付加価値で安全な牡蠣を提供

■　自社ブランドによるオイスターバー・レストランを通じて、安全で豊かな牡蠣食文化の創出に貢献

■　牡蠣愛好家による独自の会員基盤（約65万名規模）を構築

■　SDGsへの対応（食の安全・健康、海洋汚染の防止、食糧問題の解決等）とともに、グローバル展開にも大きな可能性

■　新たな収益基盤を構築するために、再生可能エネルギー事業に参入

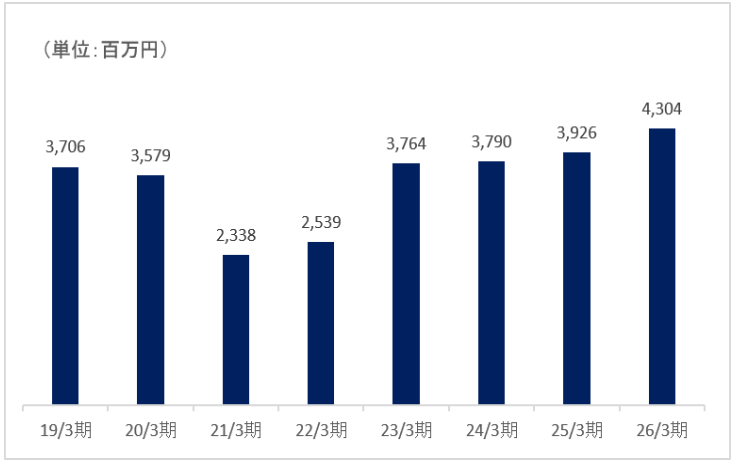
沿革

2000年4月	会社設立
2001年9月	オイスターバー1号店オープン
2007年2月	牡蠣愛好家のための会員制度「オイスター・ピース・クラブ」を開始
2007年9月	広島県呉市倉橋島に物流機能を備えた牡蠣の浄化施設である（株）日本かきセンター設立
2008年4月	子会社（株）日本かきセンターにて、一般飲食店向けの卸売り事業を本格開始
2014年7月	富山県入善町に海洋深層水を活用する浄化施設「富山センター」を設立
2014年9月	「オイスター・ピース・クラブ」の会員が30万人を超える
2015年3月	東証マザーズ市場へ上場（証券コード3224）
2015年8月	ヴィレッジ事業第1弾となる「入善牡蠣ノ星」を富山県入善町に、オープン
2016年4月	「株式会社ゼネラル・オイスター」へ社名変更し、持ち株会社制度へ移行
2016年9月	広島県呉市の第一浄化センターを富山県下新川郡の第二浄化センターに統合
2017年5月	岩手県大槌町に、牡蠣の加工品工場「大槌　牡蠣ノ星」を設立
2017年9月	沖縄県浦添市に、海外輸出拠点としてのセンター（地下浸透海水を用いた蓄養施設）を設立
2017年11月	「牡蠣の畜養方法」で特許権取得（特許第6240037号）
2019年1月	「カキの保存方法」で特許権取得（特許第6468812号）
2020年8月	自社 EC サイト「 eOyster 」（牡蠣通販）を開設
2021年5月	岩手県大槌町の加工工場において、阪和興業（株）と、海産物の加工製造に関する受託事業を開始
2022年3月	「オイスター・ピース・クラブ」の会員が40万人を超える
2023年11月	フランチャイズ店1号店オープン
2024年3月	「オイスター・ピース・クラブ」の会員が53万人を超える
2025年3月	「オイスター・ピース・クラブ」の会員が60万人を超える
2025年11月	「８TH SEA OYSTER Kitchen」虎ノ門店オープン
2026年３月	「L'ECAILLER ８TH SEA OYSTER」ニュウマン高輪店オープン
2026年３月	「Mare & Oyster」大井町トラックス店オープン

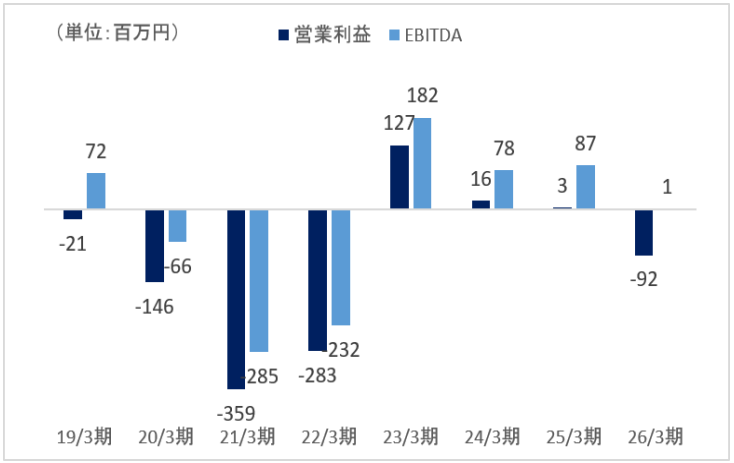
業績の推移

ノロウイルスの蔓延により、当社の安全基準を満たした牡蠣の調達が十分にできなかったことに併せて、感染性胃腸炎の流行もあり機会損失が発生。
一方、店舗事業にて新たに3店舗オープンしたことに伴い、売上増加および利益額の向上を目指していく。

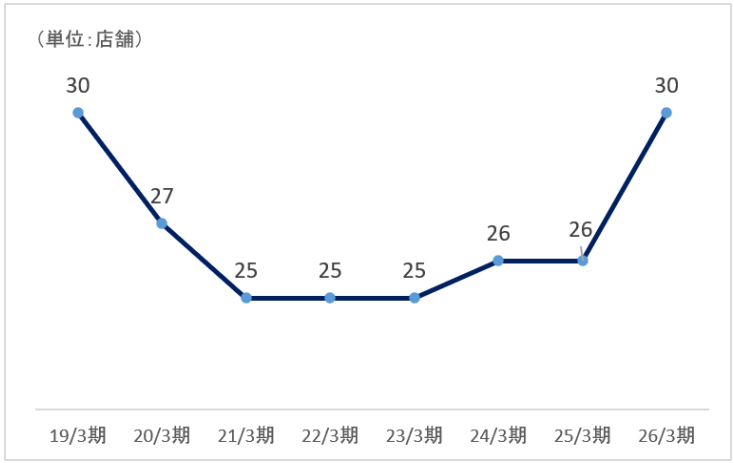
【売上高】



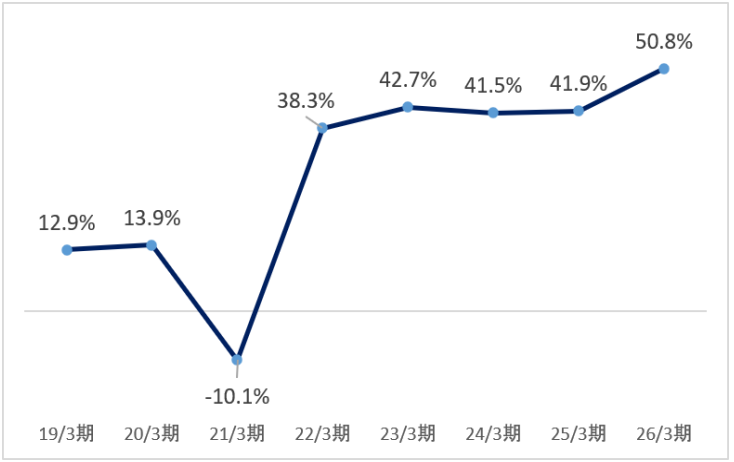
【営業利益・EBITDA】



【期末店舗数】



【自己資本比率】



事業概要①　店舗事業及び卸売事業

～自社ブランドによる店舗事業のほか、卸売事業、その他（浄化、加工事業等）を展開～

店舗事業

・東京を中心に全国で牡蠣を主体とするレストラン（オイスターバー）30店舗を展開（2026年3月末現在）
・カジュアルなオイスタバーから、コンセプトレストラン、高級店まで、幅広いブランドを有する
・牡蠣に精通した料理人と食品加工のプロフェッショナルによる商品開発を実施
・ブランド力と調達直を活かしたFC事業の展開。

卸売事業

・グループ外の飲食店舗に当社の海洋深層水浄化施設にて浄化した生牡蠣「8th sea oyster」や、その他牡蠣加工品を卸売販売（取引先数約980社）
・バー・レストランといった飲食企業のほか、生牡蠣の取扱いが難しいとされているホテル等とも取引が増加

事業概要②その他（浄化、加工、陸上養殖、EC事業等）

General Oyster

浄化事業・加工事業・その他

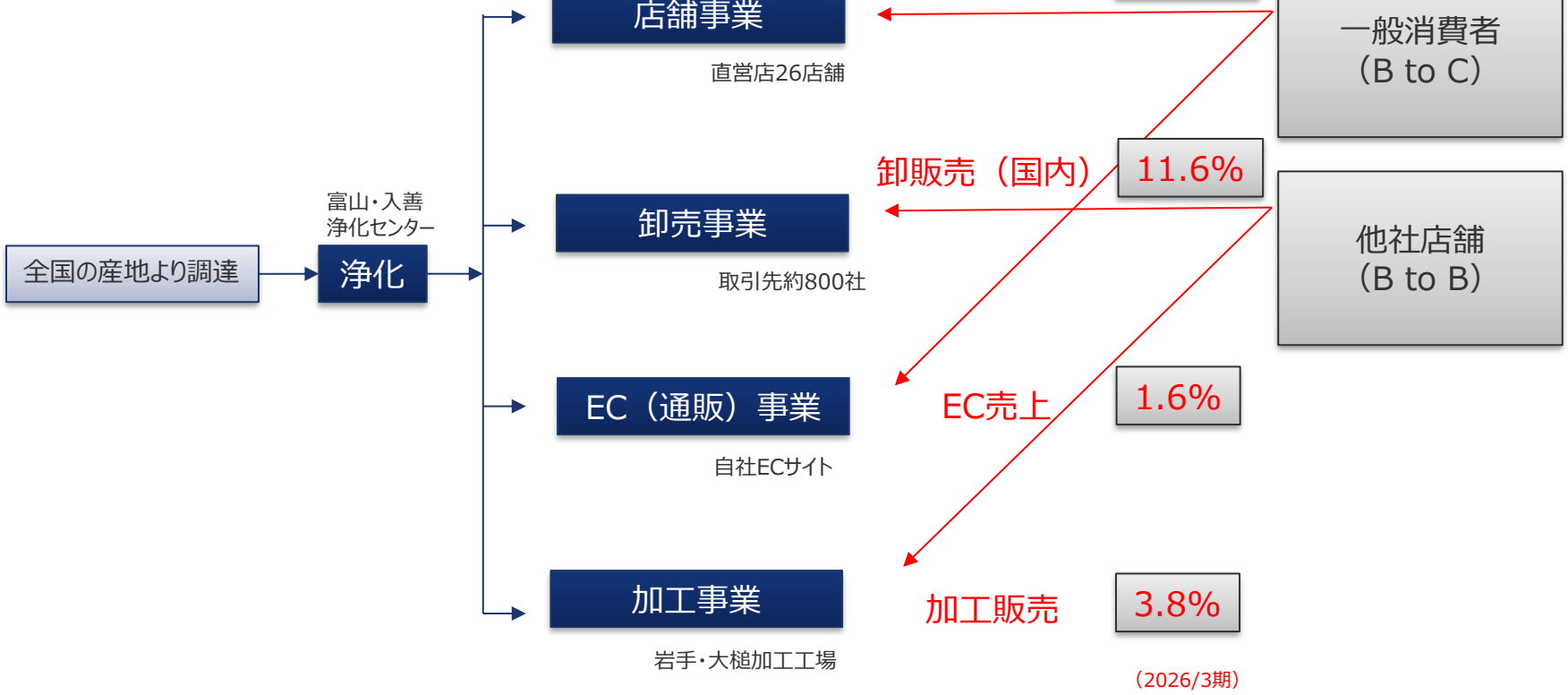
・現在の売上高は、浄化センター（富山県入善町）、加工工場（岩手県大槌町）及びECサイト事業などで構成。
・岩手県での加工工場（主に牡蠣加工品製造）は、2025年4月以降は直営・FC店舗へのセントラルキッチン化を目指してカキフライ・パスタ・パスタソース・鮮魚・冷凍牡蠣などを製造し、販売。

収益構造　（収益獲得の仕組み）

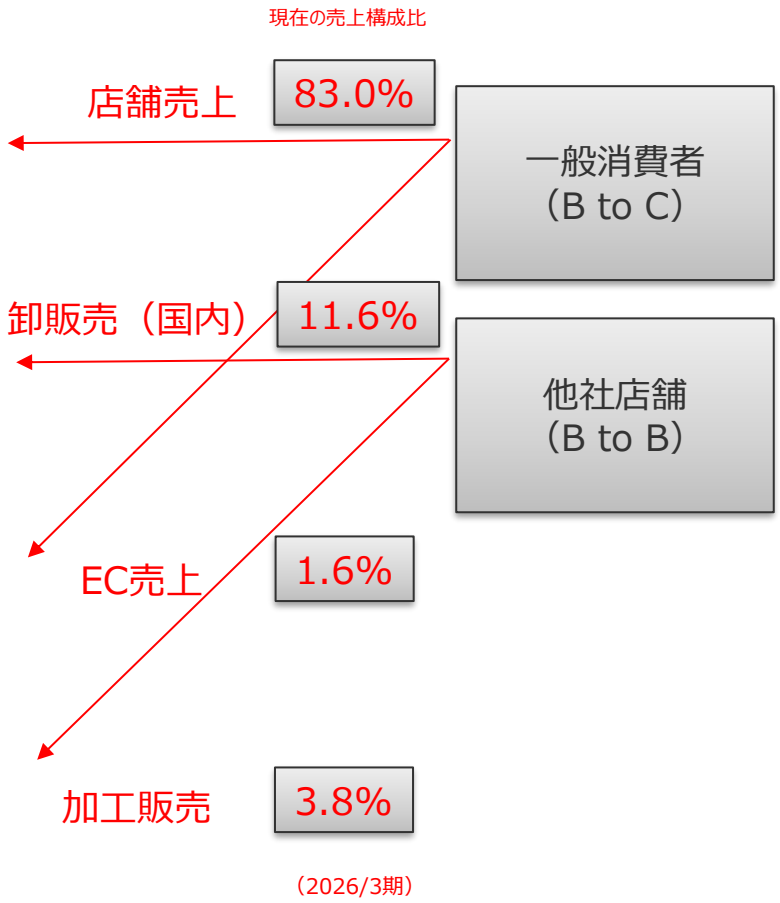
～これまでの店舗売上中心から、販売チャネルの多様化・収益源の分散を図る方向性～

オイスター事業

【バリューチェーン】



【収益の流れ】

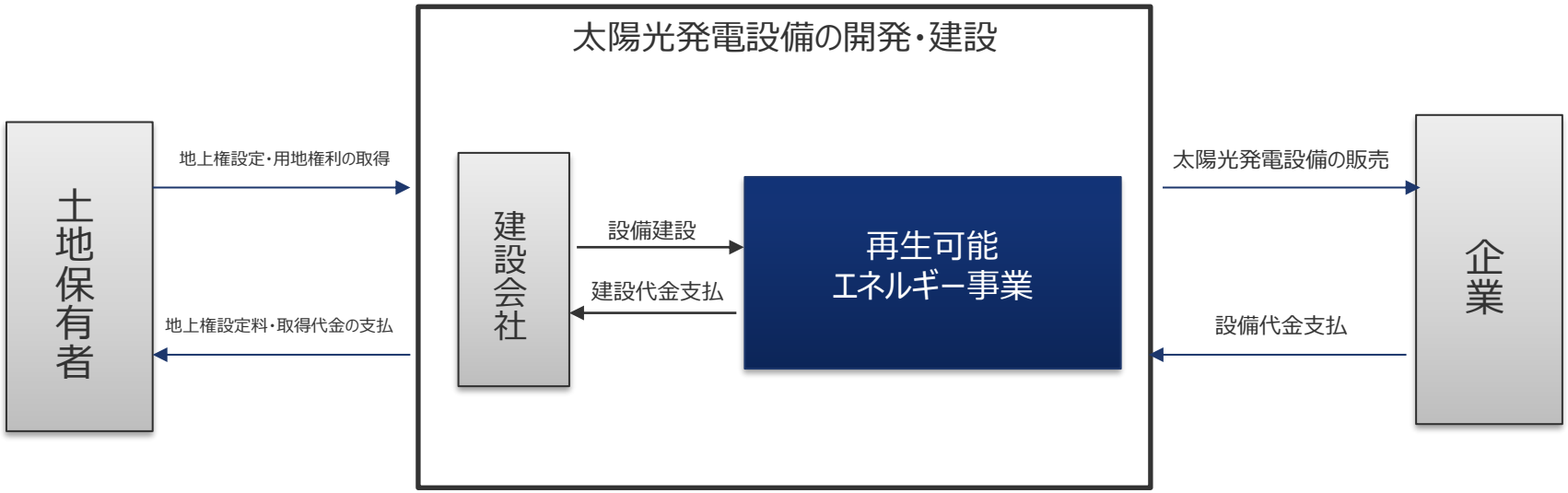


収益構造　（収益獲得の仕組み）

General Oyster

～これまでの店舗売上中心から、複数の成長軸をもった持続的成長の実現を図る方向性～

再生可能エネルギー事業



・2023年12月20に開示した「連結子会社における新規事業の開始に関するお知らせ」のとおり、連結子会社の（株）ジーオー・ストアで、太陽光発電所の権利売買等事業への参入をしております。

・その後、2025年10月31日に開示した「当社における太陽光発電関連事業への取組開始に関するお知らせ」のとおり、親会社である（株）ゼネラル・オイスターでも同事業に着手しております。

・2026年3月期では、613百万円の売上計上をしており、今後も引き続き案件を増やしていく予定でおります。

競争力の源泉　（全体像）

General Oyster

～高付加価値の牡蠣を実現する独自技術や事業モデル、牡蠣愛好家による会員基盤に強み～

源泉①

海洋深層水による
安心・安全の牡蠣の提供

源泉②

牡蠣の浄化を含めた、
安全のバリューチェーンの確立

源泉③

牡蠣愛好家による会員基盤
（約53万人）

源泉④

再生可能エネルギー事業

1）安全・安心で、
2）栄養価が高く、
3）安定提供が可能な
「8th sea oyster」のブランド化。
生牡蠣に対する潜在需要の掘り起しや新たな市場の創出。

相互作用

複数の成長軸をもった持続的成長の実現を図る方向性

競争力の源泉①　（安心・安全の牡蠣の提供）

General Oyster

～安全な牡蠣を実現する革新的な独自技術を開発／展開～

海洋深層水を使った独自の浄化システム

歴史的に、天然　→　海面養殖　→　紫外線殺菌浄化　と進んできた牡蠣の提供方法をさらに発展させ、品質（安全性）を飛躍的に高める独自技術を開発

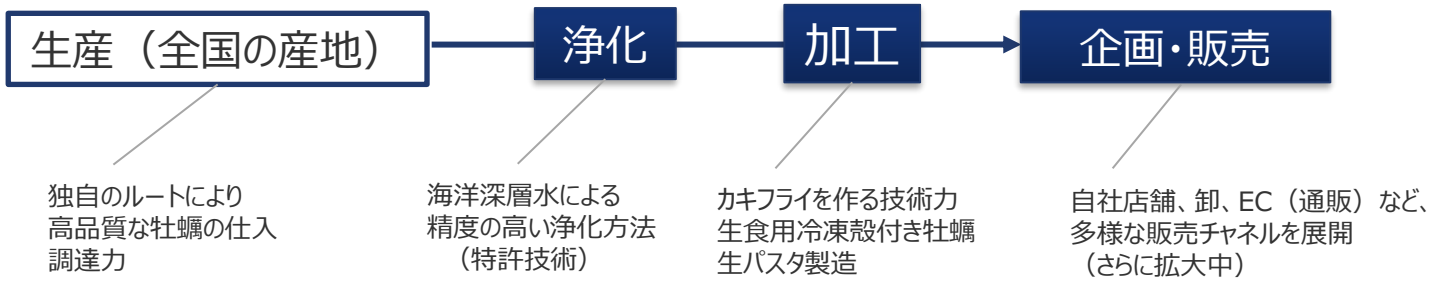
独自技術（特許取得）
- 海洋深層水を使用した牡蠣の浄化（蓄養）方法（2017年11月取得）
- 海洋深層水による牡蠣の長期保存方法（2019年1月取得）

国の安全基準をさらに上回る独自の検査体制

競争力の源泉②（高付加価値のバリューチェーンの構築）

General Oyster

～バリューチェーン最適化によってさらに「安全の見える化」や効率性を追求～



高付加価値のバリューチェーンにより実現される価値

完全なトレサビリティーを通じて、
「安全の見える化」を追求

独自の浄化技術で、販売まで、
無駄のない効率的な供給体制や、
一体となった価値創造

「8th sea oyster」の
ブランド価値の向上
新たな市場の開拓

これまで生牡蠣を取り扱えなかった
業種・業態（ホテル、百貨店、贈答品等）への提供が可能に
※「8th sea oyster」は「海洋深層水オイスター」とも表記しております。

競争力の源泉③（牡蠣愛好家による会員基盤／約65万名）

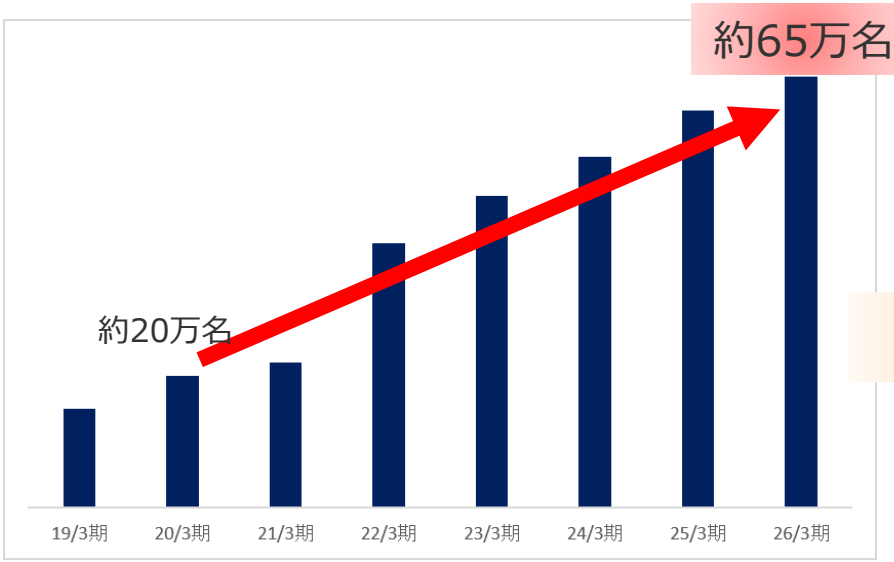
～ 牡蠣愛好家による約65万名の会員基盤をさらに積み上げ、プラットフォーム構想へと発展 ～

牡蠣愛好家による会員基盤は、効率的で精度の高いマーケティングを可能とするとともに、将来的なプラットフォーム構想（※）へと発展させることで、事業拡大のエンジンとなる。これまで、自社店舗（オイスターバー・レストラン等）を通じて獲得してきたが、今後は、FC店舗やEC（通販）事業等へと獲得チャネルを拡大し、さらなる積み上げを目指す。

これまで、自社店舗を通じて
獲得した会員基盤（約65万名）

今後は、獲得チャネルの拡大（FC店舗やEC事業等）により、さらなる積み上げ（裾野拡大）を目指す

【会員基盤の推移】



One to One マーケティングを展開。さらには将来的な「プラットフォーム構想」へと発展させる

※牡蠣愛好家と高付加価値な牡蠣を取扱いたい事業者（店舗）とを結びつけるプラットフォーム

これまでの成長戦略を振り返って①　（総括）

～2022年3月期まではコロナ禍などの影響もあり、投資分野へ十分な資金が回らず、成長戦略の大幅な遅れを招いた～

当初計画

オイスターバー・レストラン（店舗事業）を一定規模にまで拡大したうえで、そこから稼ぎ出される資金を、世界初となる牡蠣の「陸上養殖事業」や六次産業化（バリューチェーンの最適化）、「8th sea oyster」のブランド化等へ投資し、卸売事業の伸びや海外展開による成長加速を目指していた。

2026年3月期の進捗

しかしながら、前連結会計年度末頃（2025年１月～３月）から当連結会計年度の夏場にかけて、ノロウイルスの流行拡大により、当社グループの安全基準を満たした牡蠣の調達が十分に行えず、店舗事業及び卸売事業において繁忙期の機会損失が発生。また、主力産地である広島県産牡蠣についても、生産・出荷動向や品質面の変化により市場全体の需給バランスが変動し、当社の仕入及び販売に大きな影響が生じた。

今後の展開

当社グループは、「安全・安心」を軸とした高品質な牡蠣の提供に関するノウハウを活かし、店舗事業のみならず、牡蠣の卸売事業のさらなる拡大を目指す。この方針をもとに、従来は浄化工程と卸売工程を別法人により運営していたが、調達から浄化、卸売に至るまでのプロセスを一体的に運営するため、牡蠣事業を担う子会社を合併することにした。

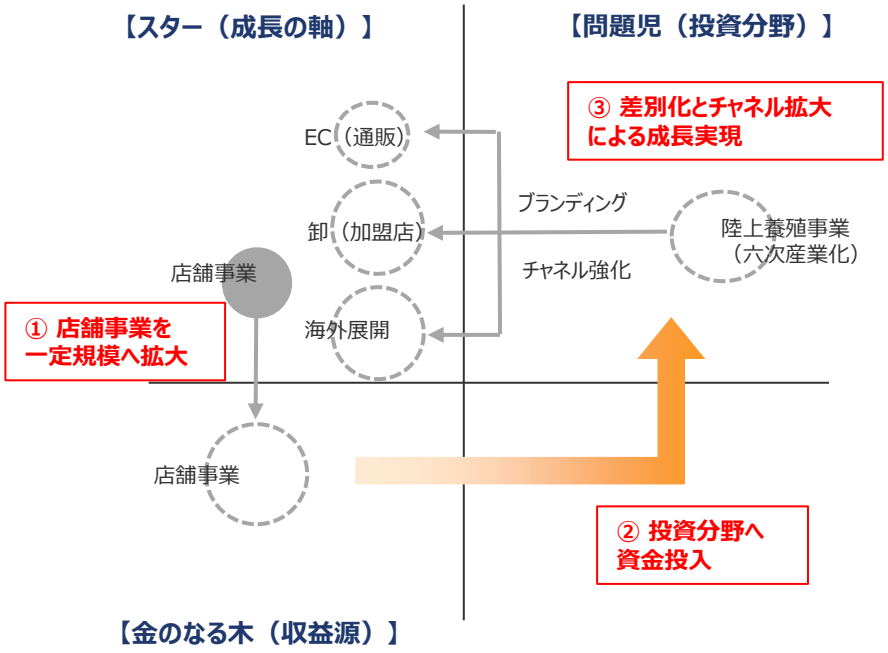
今後は、牡蠣事業における選択と集中を推進するとともに、再生可能エネルギー事業等の複数の成長事業への投資・拡大を進めることで、持続的な成長の実現を図る。

また、加工事業においては、店舗事業を支えるセントラルキッチン機能をさらに強化するとともに、外部からの受託加工案件の獲得を推進し、収益基盤の拡充に取り組んでいく。

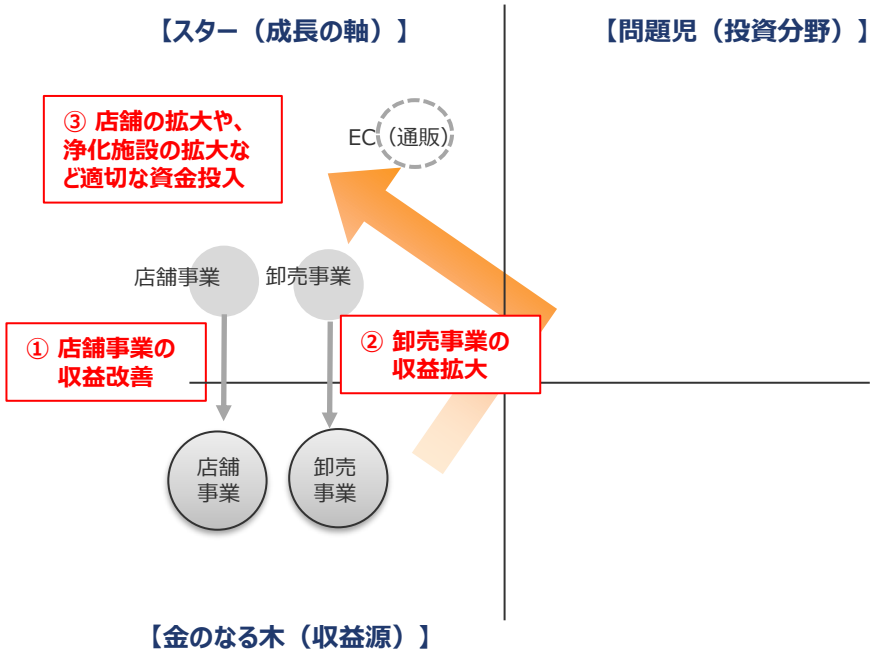
これまでの成長戦略を振り返って②　（概念図）

General Oyster

当初計画



現在の状況



資金調達に関する説明①

2025年10月10日決議による　第三者割当による新株式及び第11回新株予約権について

＜本新株式の概要＞	
①払込期日	2025 年10 月27日
②発行新株式数	85,000 株
③発行価額	49,640,000 円
④調達資金の額	１株につき584円
⑤募集又は割当方法 （割当予定先）	第三者割当 ネクスタ１号投資事業 有限責任組合 85,000株

＜第11回新株予約権の概要＞	
①割当日	2025 年10 月27日
②新株予約権の総数	11,050 個 （新株予約権１個につき100株）
③発行価額	総額 11,105,250 円 （新株予約権1個当たり金1,005円）
④当該発行による潜在株式数	1,105,000 株
⑤資金調達の額	656,425,250 円 （内訳） 新株予約権発行による調達額 11,105,250円 新株予約権行使による調達額 645,320,000円
⑥行使価額	584 円
⑤募集又は割当方法 （割当予定先）	第三者割当 ネクスタ１号投資事業有限責任組合 11,050個

資金調達に関する説明②

General Oyster

第三者割当による新株式及び第11回新株予約権により調達した資金使途の使用状況について

本第三者割当による新株式及び新株予約権の発行によって調達する資金の額は合計約699百万円となる予定であり、調達する資金の具体的な使途及び2026年3月期の支出額は下記の通りであります。

（単位：百万円）

具体的な使途	支出予定時期	手取金額	2026年3月までの支出額	残高	使途内容
①新規出店に係る費用	2025年10月～2027年10月	50	35	14	新規出店３店舗に係る費用
①新規出店に係る費用	2025年10月～2027年10月	50	-	50	新規出店３店舗に係る費用
②運転資金	2025年10月～2027年10月	169	-	169	当社グループの人件費２ヶ月分
③設備投資資金	2025年10月～2026年10月	130	-	130	浄化センターの拡張に係る費用
④太陽光発電関連事業	2025年10月～2026年12月	300	-	300	PC購入費用、経理、給与のシステム更新
合計		699	35	663	転売事業モデル・自社保有モデルへの投資資金

2026年3月期の業績と主な活動成果（成長戦略の進捗）

2026年3月期は、再生可能エネルギー事業での収益計上等により売上高は増収する一方、
営業損益は、店舗事業の原材料費や人件費の高騰などによる販管費の増加をカバーできず、損失に転落。

（単位：百万円）		2020/3期		2025/3期		2026/3期		増減		ポイント
		（参考）	構成比		構成比		構成比		増減率	
売上高		3,579		3,926		4,304		+378	9.6%	
	店舗事業	3,271	91.4%	3,324	84.7%	3,174	84.4%	-150	-4.5%	ノロウイルスの蔓延の影響で機会損失が発生し売上を伸ばせず
	卸売事業	280	7.8%	457	11.6%	443	11.7%	-13	-3.0%	ノロウイルスの蔓延の影響で売上鈍化
	加工事業	158	4.4%	109	2.8%	146	2.7%	+37	34.2%	直営・FC店舗へのセントラルキッチン専業により増収
	浄化事業	-	-	852	21.7%	920		+69	8.1%	直営店舗に対する販売価格の見直し
	再生可能エネルギー事業	-	-	-	-	613		+613	-	2023年12月から着手し、初の収益計上
	その他	27	0.8%	70	1.8%	61	2.0%	-8	-11.7%	
	調整	-157	-4.4%	-886	-22.6%	-1,055	-0.8%	-169	-19.9%	
原価		1,219	34.1%	1,363	34.7%	1,796	41.7%	+433	31.7%	原材料費の高騰により、原価率が上昇
販管費		2,505	70.0%	2,558	65.2%	2,601	60.4%	+205	8.0%	人件費の高騰や店舗のスクラップビルドで、費用が増加
営業利益		-146	-	3	0.1%	-92	-	-95	-	営業損失計上
	店舗事業	318	9.7%	262	6.7%	87	2.0%	-175	-	ノロウイルスの影響が響き、前年比で175百万円の減益
	卸売事業	116	41.4%	114	2.9%	107	2.5%	-7	-	
	加工事業	-109	-	-59	-1.5%	-16	-	+43	-	直営・FC店舗へのセントラルキッチン専業により増益
	浄化事業	-	-	-33	-0.8%	-28	-	+5	-	
	再生可能エネルギー事業	-	-	-	-	23	0.5	+23	-	2023年12月から着手し、初の利益計上
	その他	17	0.5%	-7	-0.2%	0	-	+7	-	
	調整	-488	-	-274	-7.0%	-265	-	+8	-	本社部門などの経費縮小
経常利益		-157		2	0.1%	-90	-	-87	-	
当期純利益		-106		-20	-0.5%	-175	-	-155	-	店舗事業の特別損失を13百万円を計上し、最終赤字

【主な活動成果（成長戦略の進捗）】

・店舗・卸売事業ともにノロウイルスの影響で売上高が減少、さらには原材料費や人件費の高騰に伴い減益。
一方、店舗事業にて新たに3店舗オープンしたことに伴い、売上増加および利益額の向上を目指していく。

今後の基本戦略

General Oyster

～店舗事業のベース利益に加え、ブランド化や会員基盤の拡充を通じた卸売事業を中心に、
新たな収益基盤を構築するために、再生可能エネルギー事業に参入～

戦略テーマ	現在	今後
①店舗事業の収益力強化 （既存店売上高の回復とコストコントロールの徹底）	2026年３月期は、人件費の高騰及び市場全体の需給バランスが変動したことに伴う原材料費の大幅な高騰により、 セグメント利益率2.8%にとどまった	コロナ禍前の水準（セグメント利益率12%）を継続超え
②加工事業の店舗へのセントラルキッチン化	2026年3月期は 営業損益 △16百万円	来期（2027年3月期）の黒字化を目指す
③海洋深層水での浄化での高品質なバリューチェーンの確立	特に卸売売業の売上が拡大中	浄化センターの機能を進化させ更なる高品質なバリューチェーンを拡大すべく、2年以内の設備拡張工事を目指していく。
④「8th sea oyster」のブランド化	2025年末に発生した瀬戸内海沿岸における養殖カキの大量斃死による検索トレンドの低下に伴い、 TikTokフォロワー4,600名 ホームページアクセス件数1%増	2027年3月期末のInstagramフォロワー25,000名以上 ホームページアクセス作年対比20%増加
⑤会員基盤（OPC）の拡大	ポイント還元率を5%から3%に変更したことに伴い、伸び率が鈍化するも 65万人を突破	2027年3月期末の会員数70万人突破を目指しいく。
⑥独自の加盟店ビジネス（FC制度）の展開	札幌、大阪、和歌山に 3店舗開業し、軌道に乗る	1店舗/年の出店を継続していく。
⑦SDGsへの対応 （食の安全・健康な暮らし、海洋汚染の防止、食糧問題の解決等）	取組中	更なる推進で、社会に貢献
⑧再生可能エネルギー事業の参入	2026年3月期は613百万円の売上を計上	約20~30か所/年の契約を目指していく。

価値創造の源泉

今後の成長ドライバー

～高付加価値の牡蠣にバリューチェーンを通じて、店舗事業、卸売事業を強化し成長の軸に。
また新たな収益基盤を構築するため再生可能エネルギー事業をプラス～

【各事業の基本戦略】

成長ドライバー

店舗事業　※今後の基本戦略　①③④⑤

人材育成を強化し、さらなる成長に向け、店舗を拡大し、安定的な収益化を拡大。
会員基盤の拡充（及び活性化）やリピーター確保により、フラグシップとして着実に成長させる

卸売事業　※今後の基本戦略　③④⑤⑥

「8th sea oyster」のブランド化を通じた取引先の拡大
独自の加盟店ビジネス（FC）の展開（8th sea oyster及び会員基盤を活用したパートナー制度）

国内EC事業　※今後の基本戦略　①③④⑤

会員基盤の活用と拡充。店舗事業（加盟店を含む）との相互送客

加工事業　※今後の基本戦略　②

受託事業の本格展開による稼働率の向上及び収益力の強化

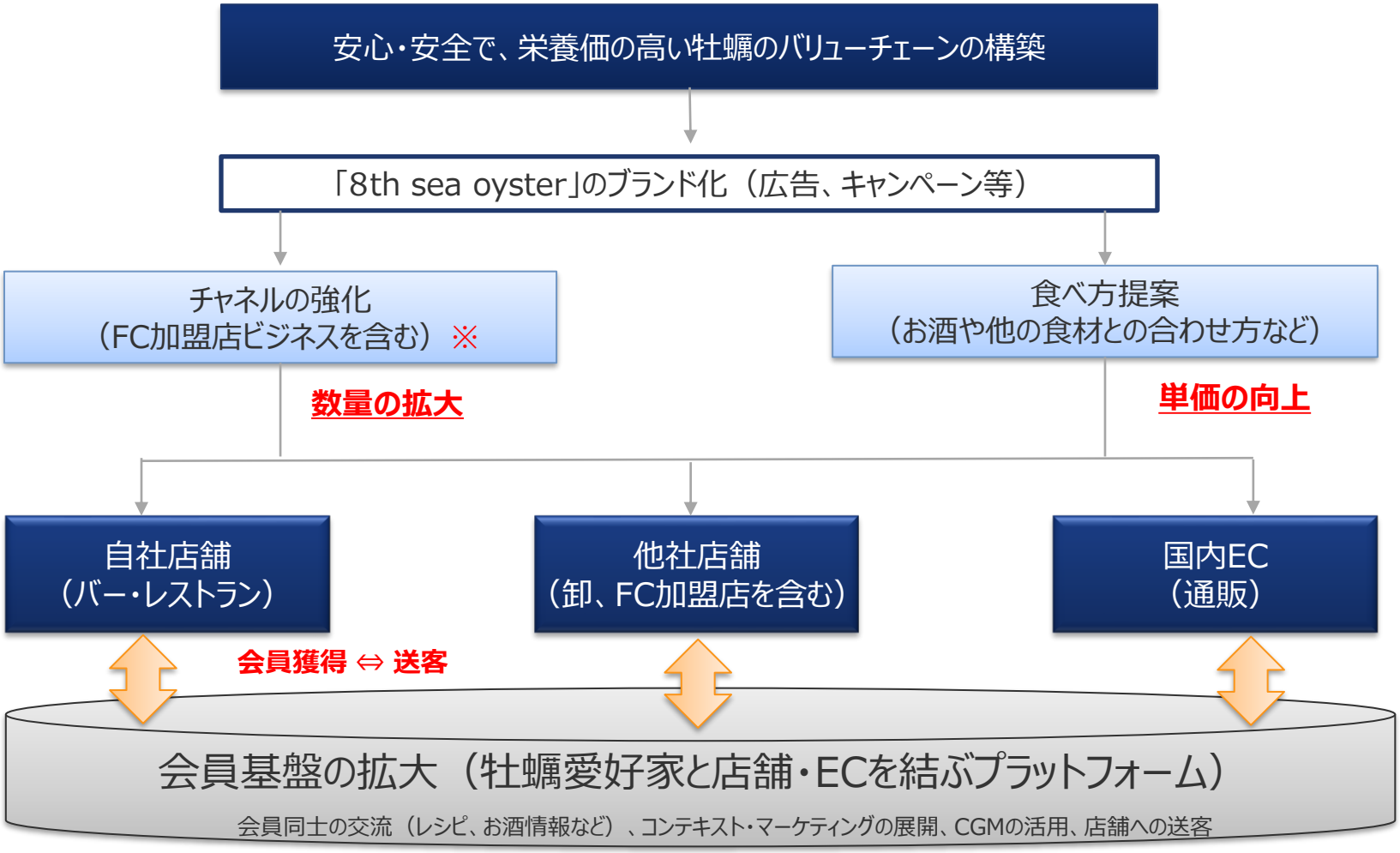
再生可能エネルギー事業　※今後の基本戦略　⑧

新たな収益基盤を構築するため、再生可能エネルギー事業に参入

成長戦略　（俯瞰図）

General Oyster

～会員基盤及び独自の加盟店（パートナー）ネットワークを軸とするプラットフォームビジネスを目指す～



※「8th sea oyster」の取り扱いと会員基盤を共有する独自のFC加盟店（パートナー）制度をスタート

バリューチェーンを通じたSDGsへの貢献

General Oyster

～SDGs（持続的な開発目標）／ 社会課題の解決に向けた貢献を成長機会の創出につなげる～

調達・生産

高い牡蠣の調達力

・安定した調達力を通じた産地支援（地域活性化）

加工・流通

特許技術の浄化加工

・富山県入善町にて海洋深層水での浄化で、安心安全で高品質な、牡蠣の提供。

企画・営業・販売

安心安全

・安心・安全な牡蠣による豊かな食文化への貢献

持続可能なたんぱく源

・安心・安全で、栄養価の高い牡蠣を、グローバル規模で安定提供することにより食糧問題の解決に貢献

免疫力

・高い栄養価を活かした免疫力の強化
（感染症対策等）

食の安全・健康

地域活性化支援

成長に向けたKPI（重視する経営指標）の設定

General Oyster

～ OPC会員基盤や取引先数（加盟店数）のほか、ブランド認知などをKPIに設定 ～

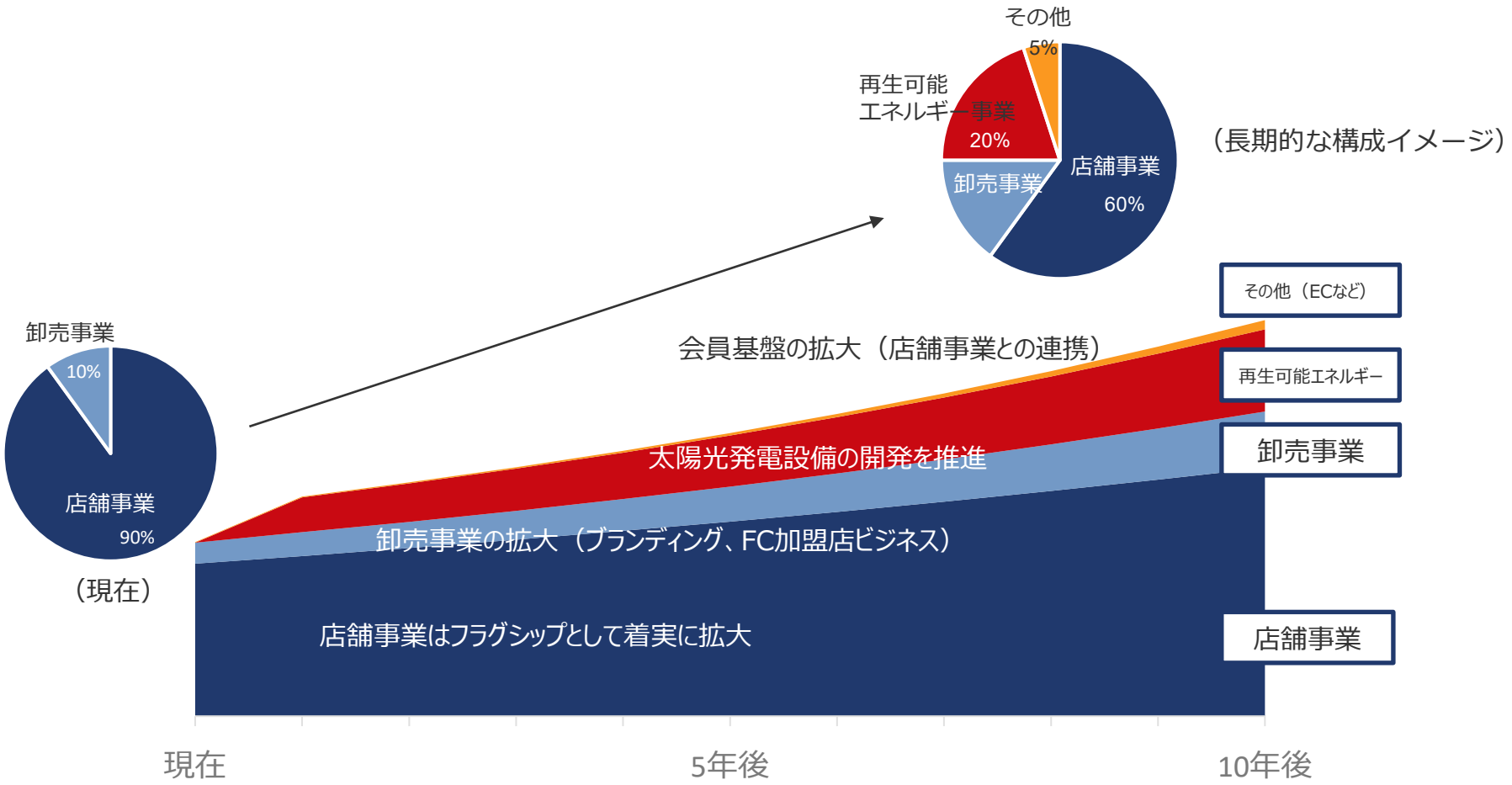
	重視する経営指標（KPI）	現在の状況	2027年3月期末目標KPI
全事業共通	①OPC会員数 ②独自の安全基準に基づく検査結果 ③「8th sea oyster」のブランド認知度 （Instagramフォロワー数）	① 65万人 ② クリア継続 ③ KPI検討中	①、③は広告宣伝費の戦略投入を検討。②はクリア継続。
店舗事業	①予約数 ②客単価	①非公開 ②約3,700円	①②とも、顧客満足度を高め来店頻度を高め、予約数、客単価の向上を目指す
卸売事業	①取引先数 ②FC加盟店（パートナー）数 ③1社（店舗）当たりの年間購入金額	① 約980社 ② 3店舗 ③ 非開示	① 1,200社以上 ② 4店舗 ③ 非開示
国内EC事業	①年間売上高 ②年間取引件数 ③取引１件当たりの購入単価 ④利用者１人当たりの年間購入高 （購入頻度×1回当たりの購入単価）	① 61百万円 ② 約7,800件 ③ 8,000円 ④ 非開示	① 76百万円 ② 8,800件 ③ 8,740円 ④ 非開示
提供能力	①年間浄化能力（入善） ②浄化センター稼働率 ③長期畜養による年間の安定供給能力	① 約2,000万個 ② 50% ③ 30トン	① 約2,000万個 ② 52% ③ 40トン ※2年以内の増設予定

※「海外展開」は、陸上養殖事業の（株）ジーオー・ファームが、海外卸売りを担当していましたが、2023年６月末で、陸上養殖事業から撤退するので、現時点では縮小の見込みです。

成長イメージ（長期ビジョン）

General Oyster

～卸売事業（FC加盟店ビジネス等）や再生可能エネルギーの推進で、着実に成長～

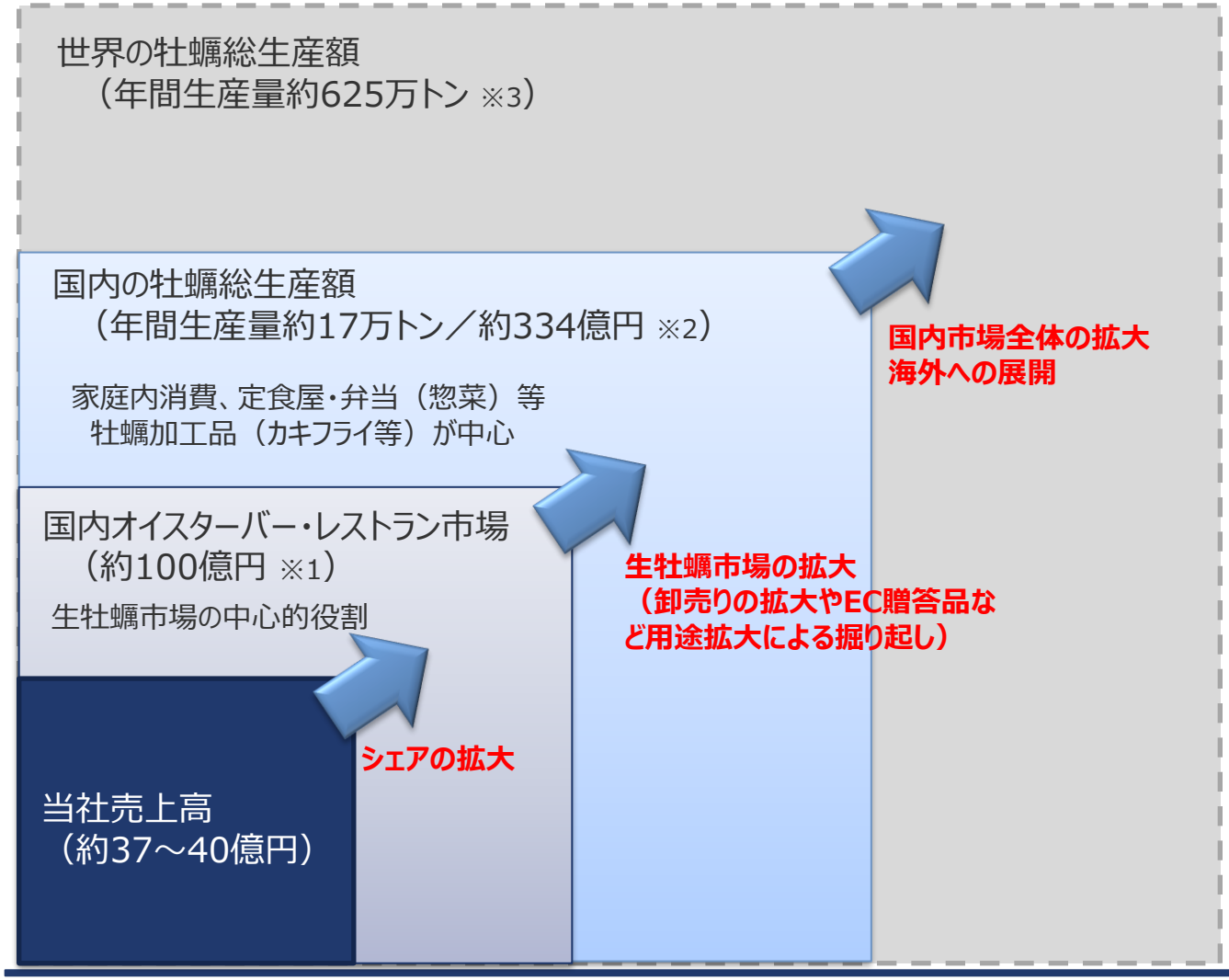


再生可能エネルギー	展開開始	着実に拡大
卸売事業	取引先の拡大	独自の加盟店（FC）ビジネスの展開
店舗拡大	リブランド・ブラッシュアップ	着実に拡大

オイスターの市場環境①　（成長性）

General Oyster

～国内の牡蠣総生産額（約334億円※2）の掘り起しと海外市場への展開により成長余地は大きい～

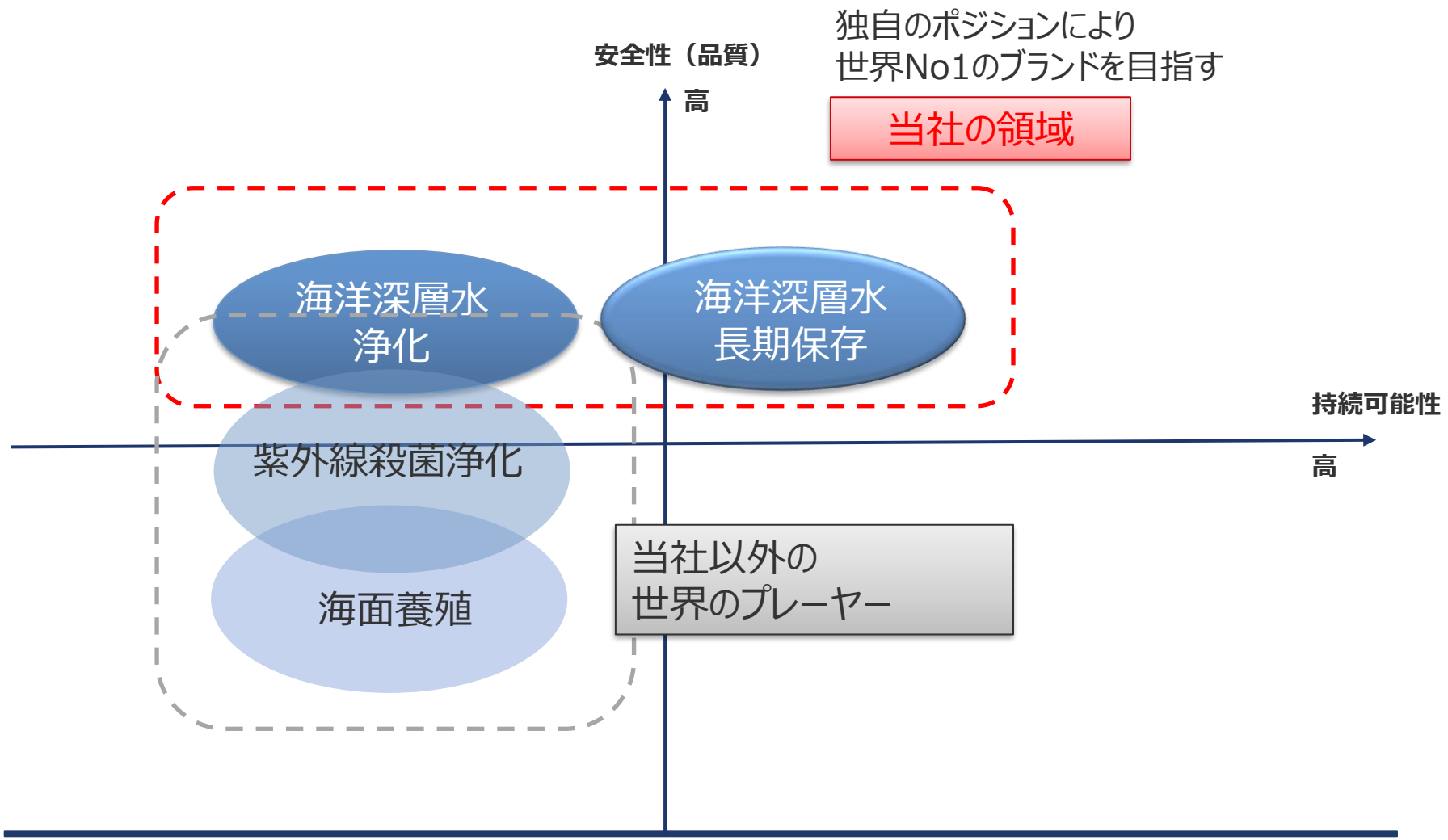


※1 出典：富士経済「外食産業マーケティング便覧2019」　※2 出典：令和元年中国農林水産統計年報
※3 出典：FAO（Food and Agriculture Organization）

オイスター市場環境②　（競合状態／ポジション）

General Oyster

～独自技術による差別化や自社ブランド展開によりオイスターバー・レストランでは最大規模～



今期の業績見通し

（百万円）	2026年3月期 通期実績	2027年3月期 連結業績予想	前年同期比 （%）
売上高	4,304	4,376	+72 (+1.6%)
営業利益	△92	60	+152
経常利益	△90	59	+149
親会社株主に 帰属する 当期純利益	△175	34	+209

今後の投資方針

当社は、これまで陸上養殖事業や大槌加工工場等への先行投資を実施してきたことから、それに伴う費用（減価償却費や人件費、経費など）の発生が損益を圧迫してきました。ただ、これまでの先行投資に係る費用については、陸上養殖事業は、2024年7月末で撤退。加工工場の稼働率は、店舗向けセントラルキッチンとして、パスタや生食用冷凍牡蠣などを製造して損益改善傾向にあります。

一方、今後の追加的な先行投資については、損益改善及び財務基盤の強化を優先させる方針の下、期間損益の状況や追加投資による損益への影響を鑑みたうえで、実施の可否を判断する考えです。成長戦略の実現に向けて十分な投資が実施できない場合には、他社との協業等を通じて、必要な資源の確保や役割分担などにより補完していく代替案も検討しています。

したがって、今後の投資計画については、市場環境や他社との協業等によって計画の内容や規模、タイミングが大きく変わる可能性があるため、現時点で流動的となっています。なお、投資テーマとしては、1）店舗事業の拡大、2）「8th sea oyster」のブランド化、3）会員獲得費用、4）卸売りの販路開拓費用、5）マーケティング費用、6）太陽光発電設備の取得　などが想定されます。こちらも、ある程度の見通しがたったところで、利益計画とともに公表する予定です。

認識するリスク及び対応策①

	想定するリスク	顕在化の可能性/時期/影響	対応策
外食業界の動向	✓ 景気低迷が続いたことによる消費不況 ✓ COVID-19の拡大	可能性/中 時期/中長期 影響/中	✓ DX化による固定費削減により、損益分岐点を下げ、売上が減少しても利益が確保できる体制作り ✓ 卸売事業やEC事業の推進
食材の安定性および安定供給	✓ 食品の偽装表示や不正表示 ✓ 天候不順や、海域の悪化による牡蠣の安定供給、安全供給不足 ✓ 食材の安全性に関わる不安等による消費者の外食離れ	可能性/中 時期/中長期 影響/中	✓ 全国の生産者との関係強化 ✓ リスク情報を把握し、タイムリーに仕入れ体制を整備し、リスクの低減に尽力
食品衛生法	✓ 食中毒事故が起きた場合の食品等の廃棄処分、営業許可の取り消し、営業の禁止もしくは営業停止処分、被害者からの損害賠償請求、当社グループの信用力低下	可能性/中 時期/短期 影響/中	✓ 海洋深層水による浄化や独自の検査体制の徹底、衛生管理マニュアルの遵守等により、最重要課題として取り組む。それにより、他社との差別化要因として訴求していく方針

認識するリスク及び対応策②

	想定するリスク	顕在化の可能性/時期/影響	対応策
国のエネルギー政策について	✓ 国のエネルギー政策が変更され、電力の固定価格買取制度における買取価格の引き下げや買取年数の短縮等が生じた場合	可能性/中 時期/中長期 影響/中	✓ 複数の事業展開を視野に入れる
気候変動リスクについて	✓ 再生可能エネルギー事業に関して、太陽光発電所の発電量は、気象条件により左右されます。日照時間の減少は太陽光発電所においては売電収入の減少に直結する	可能性/中 時期/中長期 影響/中	✓ 複数の事業展開を視野に入れる
事業展開	✓ 市場ニーズ及び消費者嗜好の変化 ✓ 卸売り、加工、EC通販の各事業の鈍化 ✓ 大量の出退店に発生する費用及び損失 ✓ 財務基盤の脆弱性 ✓ 投資計画の遅れ	可能性/中 時期/中長期 影響/中	✓ 出店候補地の立地特性、賃貸条件、売上予測、投資生産性の慎重な検討 ✓ 業績の改善が見込めない事業や店舗の縮小や撤退 ✓ 安心安全の更なるブランディングの確立 ✓ 資本業務提携等を含めた資本政策の検討や収益体質の改善により財務基盤の強化を図っていく方針 ✓ 資本業務提携や他社との協業（投入リソースの分担）などによりカバーしていく方針

その他のリスクについては、有価証券報告書「事業等のリスク」をご参照下さい。

免責事項

本資料の作成に当たり、当社が入手可能な情報の正確性や完全性に依拠し、作成しております。

また、発表日現在の将来に関する前提や見通し、計画に基づく予想が含まれている場合がありますが、これらの将来に関する記述は、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、当社として、その達成を約束するものではありません。
当該予想と実際の業績の間には、経済状況の変化や顧客のニーズ及びユーザーの嗜好の変化、他社との競合、法規制の変更等、今後のさまざまな要因によって、大きく差異が発生する可能性があります。

なお、次回は、2027年6月を目処に、進捗状況を含む最新の内容を示した「事業計画及び成長可能性に関する事項」の開示を予定しています。