



Corporate Presentation

2025年3月期 第2四半期（中間期）

決算説明資料

Code:2654



商号

～活力ある企業風土を育成する～

株式会社アスモ

ASMO CORPORATION

事業方針

超高齢化社会を迎える日本において、多方面から必要とされる企業を目指して各事業の「**ストロングポイント**」を的確に見極め「**事業間のシナジー**」を最大限に発揮し、社会発展に貢献します。

企業概要

2024年9月末現在

設立
資本金
発行済株式数

1975年4月26日（3月決算）
23億2,327万円
15,145,175株（自己株式 1,680,693株）

代表取締役
主要株主

代表取締役社長 長井 尊（2012年10月就任）
※（株）Persons Bridge 60.9% 長井カズエ 8.0% （株）ベストライフ神奈川 2.1% （株）ベストライフ東京 1.9%
（株）ベストライフ中部 1.4%

収益セグメント

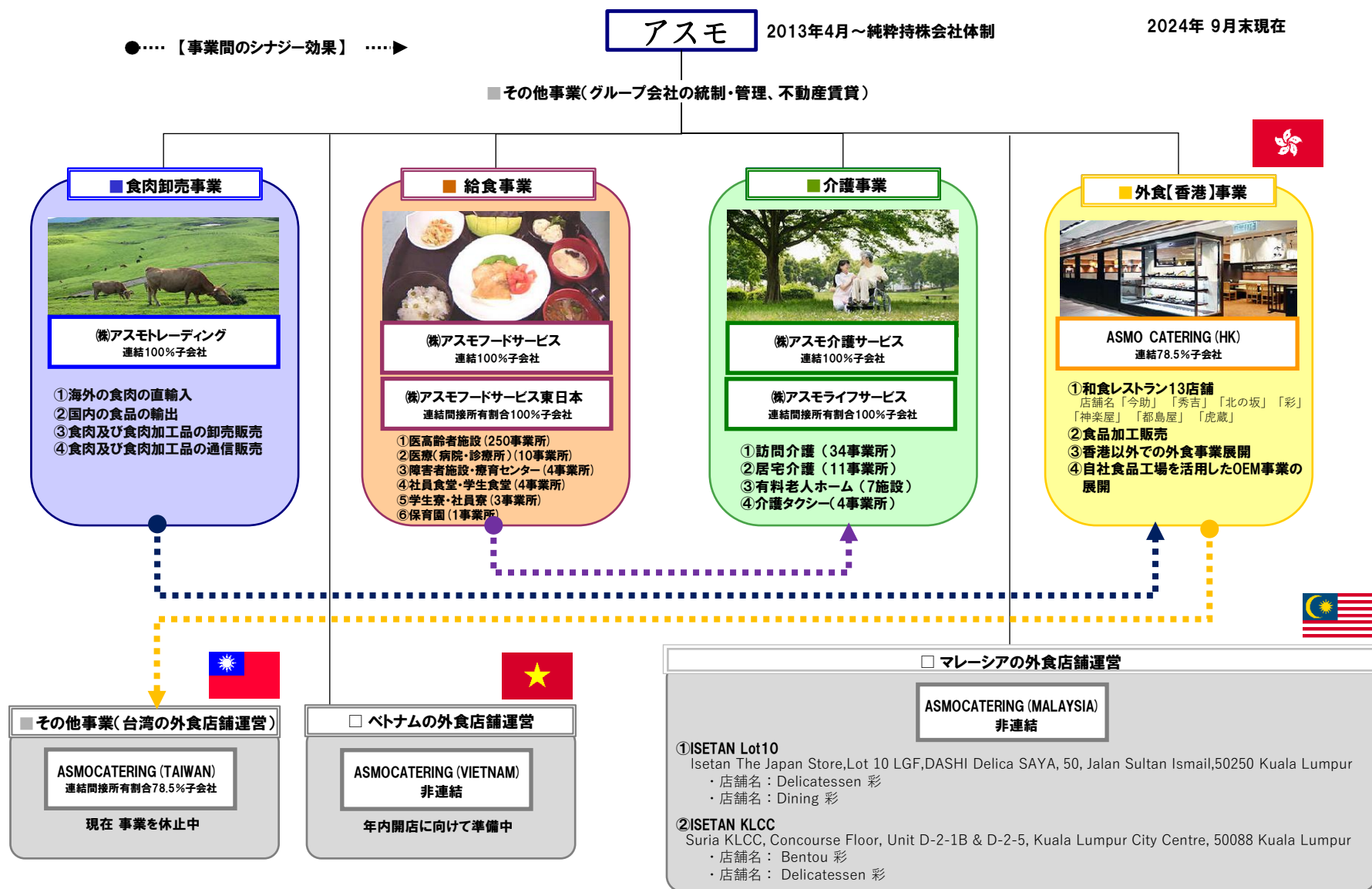
■食肉卸売事業（①食肉の輸入②食肉、食肉加工品の販売）
■給食事業（高齢者介護施設等における給食の提供）
■介護事業（①訪問、居宅介護事業所の運営②有料老人ホームの運営）
■香港事業（香港における①外食店舗の運営②食品加工販売）
■その他（グループ会社の統制・管理、不動産賃貸）

連結子会社
本社
連結従業員

7社 ※詳細はP2をご参照
【本社】東京都新宿区西新宿2-4-1 新宿NSビル25階
1,537名【前年同期比 8名減】
本社16名 食肉卸売事業17名 給食事業544名 介護事業849名 外食事業111名

主要取引先

（株）ベストライフグループ、CARNES SELECTAS、丸大フード（株）、（株）上原ミート、（株）ハーモニック、各種の医療機関 / 社員食堂等



各事業の「ストロングポイント」を的確に見極め、「各事業間のシナジー」を最大限に発揮

2025年3月期 第2Q
前年同期比較

売上高：	0.5 %成長	10,285百万円	【前年同期 10,235百万円】
営業利益：	△54.0 %成長	138百万円	【前年同期 300百万円】
当期利益：	△69.7 %成長	75百万円	【前年同期 199 百万円】

25年3月期 第2Q セグメント別売上高

単位：百万円（切り捨て）	24/3期 第2Q	25/3期 第2Q	前年 同期比
■ 食肉卸売事業	2,273	2,037	△10.4%
■ 給食事業	3,884	4,136	6.5%
■ 介護事業	2,814	2,772	△1.5%
■ 香港事業	1,261	1,335	5.9%
売上高（全体）	10,235	10,285	0.5%

■ 卸売実績

展示会への出展による新規顧客の獲得
メキシコ産チルド牛肉の継続的な販売及び商品別提案営業
通信販売事業の販路拡大およびPB商品開発

■ フード実績

積極的な営業活動で受託施設増により受託施設数増
採用環境の変化により職員の採用難問題の滞在化
販管費増に伴い利益率が低下しているので改善を図る

■ 介護実績

積極的な新規入居者様獲得による業績回復
職員定着率向上にて安定したサービス提供による収益力向上
物価高騰にて徹底したコスト管理による利益確保

■ 香港実績

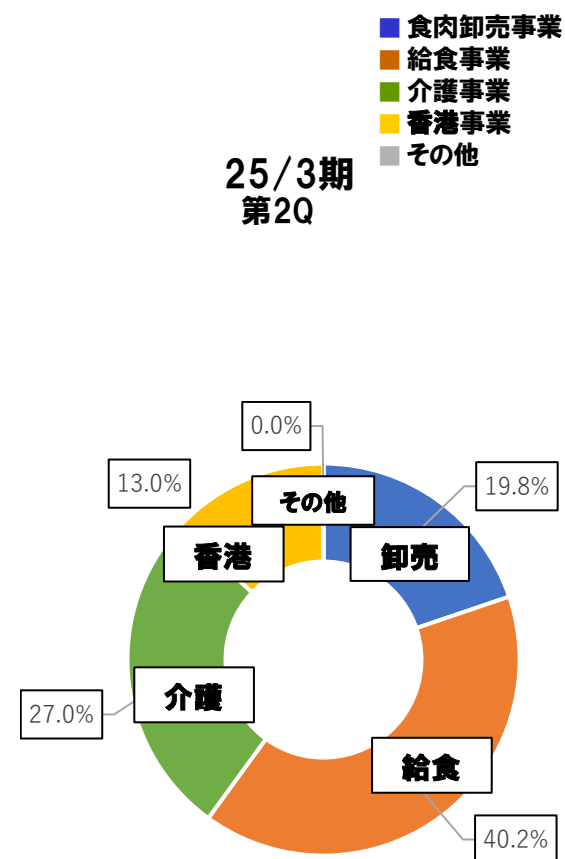
卸売部門に関しては大手寿司チェーン等の日系企業との取引が増大し、保有するセントラルキッチンを活用した売上が外食部門を超え、売上は全体で年間2,509(百万円)確保出来るほどに成長
外食事業の業績は苦しい年度となったが、今年度においては改修工事を行い、稼働率を向上させ黒字化を目指す

25年3月期 第2Q セグメント別営業利益率

期末ベース	24/3期 第2Q	25/3期 第2Q	増減
■ 食肉卸売事業	2.2%	1.1%	△1.1Pt
■ 給食事業	4.0%	2.8%	△1.2Pt
■ 介護事業	8.3%	6.0%	△2.3Pt
■ 香港店舗事業	△2.0%	△4.1%	△2.1Pt
営業利益率（全体）	2.9%	1.3%	△1.6Pt

単位：百万円（切り捨て）	24/3期 第2Q	構成比 （％）	25/3期 第2Q	構成比 （％）
■ 食肉卸売事業	2,273	22.2％	2,037	19.8％
■ 給食事業	3,884	37.9％	4,136	40.2％
■ 介護事業	2,814	27.5％	2,772	27.0％
■ 香港事業	1,261	12.3％	1,335	13.0％
■ その他事業	2	0.0％	2	0.0％
売上高	10,235	100.0％	10,285	100.0％
売上原価	8,234	80.4％	8,399	81.7％
売上総利益	2,001	19.6％	1,885	18.3％
販売管理費	1,701	16.5％	1,747	17.0％
営業利益	300	3.0％	138	1.3％
営業外収益	44	0.4％	10	0.1％
営業外費用	6	0.1％	16	0.2％
経常利益	339	3.3％	132	1.3％
特別利益	－	－％	1	0.0％
特別損失	－	－％	5	0.1％
税金等調整前当期純利益	339	3.3％	127	1.2％
法人税等合計	141	1.4％	67	0.7％
非支配株主損益	△0	△0.0％	△15	△0.1％
当期純利益	199	1.9％	75	0.7％

セグメント別売上高の構成比



売上高

10,285百万円

0.5+%

（前期比）

営業利益

138百万円

△54.0+%

（前期比）

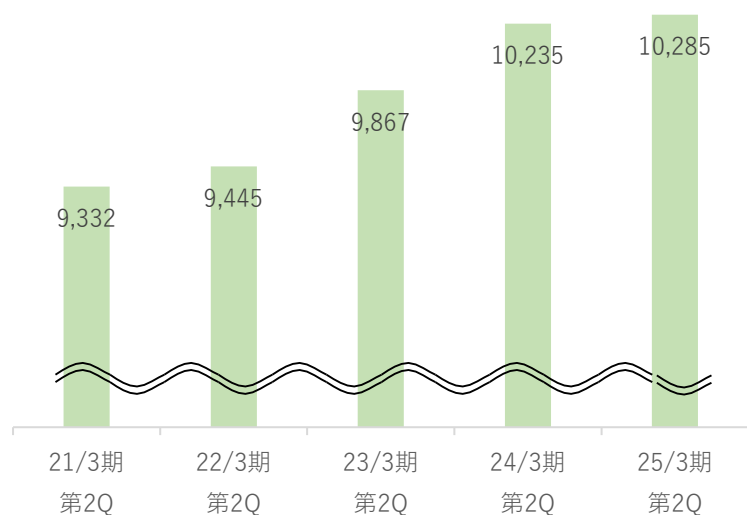
ROE

1.1 %

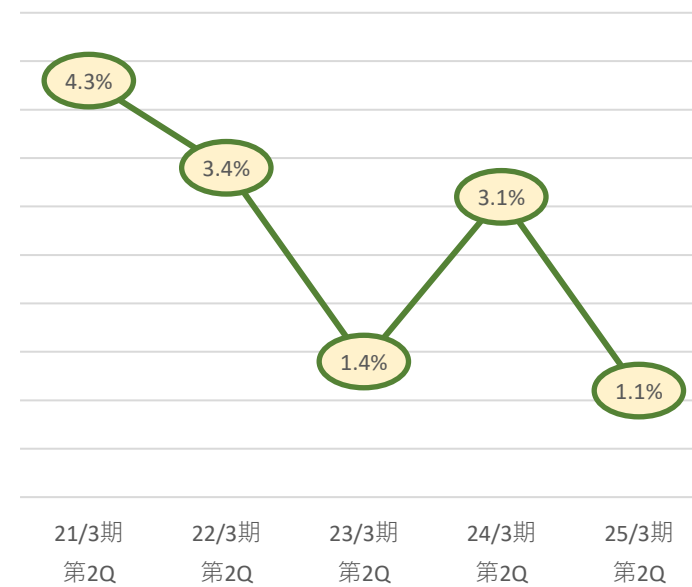
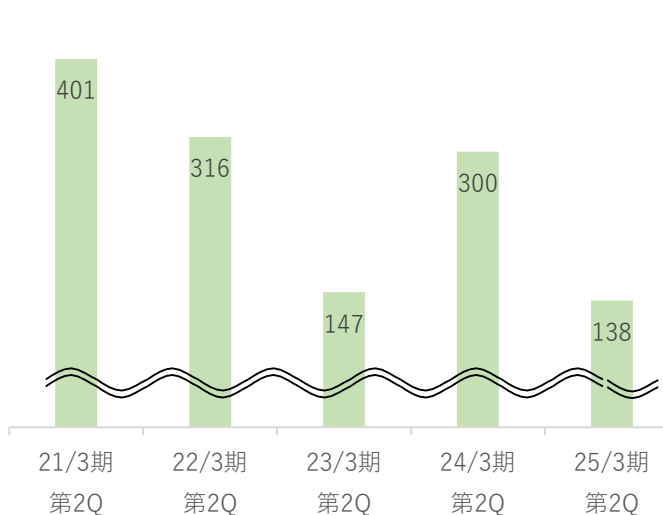
△2.0 +%

（前期比）

【百万円】



【百万円】



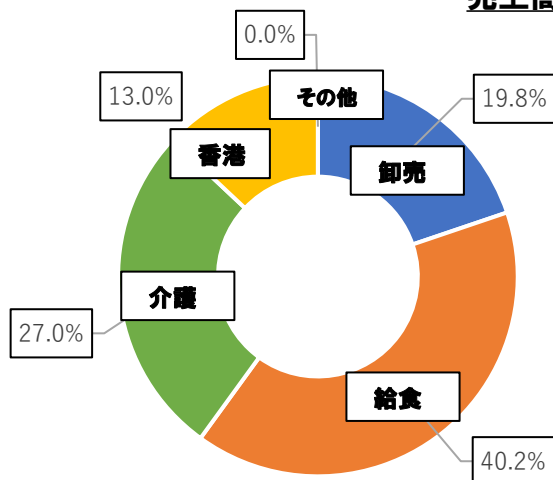
2025年3月期 第2Q セグメント別売上高

単位:百万円 (切り捨て)	24/3期 第2Q	25/3期 第2Q	前期比
■ 食肉卸売事業	2,273	2,037	△10.4%
■ 給食事業	3,884	4,136	6.5%
■ 介護事業	2,814	2,772	△1.5%
■ 香港事業	1,261	1,335	5.9%
■ その他事業	2	2	- %
売上高 合計	10,235	10,285	0.5%

単位:百万円 (切り捨て)	24/3期 第2Q	25/3期 第2Q	前期比
売上高	10,235	10,285	0.5%
売上原価	8,234	8,399	2.0%
売上総利益	2,001	1,885	△5.8%
販売管理費	1,701	1,747	2.7%
営業利益	300	138	△54.0%
経常利益	339	132	△61.1%
当期純利益	199	75	△62.2%

EPS(円)	14.81	5.60
ROE(%)	3.1	1.1
1株の配当金(円)	10.0	10.0

売上高構成比率



25年3月期 第2Q

- 食肉卸売事業
- 給食事業
- 介護事業
- 香港事業
- その他

2025年3月期 第2Q

業績計画 Point



■ 食肉

主力商品のメキシコ産チルド牛肉の継続的販売
卸売事業として顧客ニーズに合わせた提案型の営業
通信販売事業としての需要に合わせた販路の拡大とPB商品開発

■ 給食

積極的な営業活動及び官公庁や自治体への入札参加による受託施設増加
食品加工工場のM&A等を模索しケータリング事業への参入を検討
従業員の処遇改善を図り安定的な人材育成を行い業務効率の改善を図る。

■ 介護

介護報酬改定による減算を積極的な入居者様及び利用者様獲得にて軽減を図る。
新規施設開発による入居者様数及び利用者様数の増加を図る。

■ 香港

24年4月に改修工事を行ったセントラルキッチンで、昨年対比で製造能力150%増を可能とし
外食事業における立て直しを図り利益転換を実現する。

配当について

株主の皆様の日頃のご支援の感謝の意を表するとともに、当期の業績予想を踏まえ、2025年3月期の期末配当予想につきましては、全期同様の配当額を維持し、1株当たり10円00銭を予定しております。

株主優待制度新設

1. 目的

株主の皆様の日頃からのご支援に感謝するとともに、当社株式への投資の魅力を向上させ、より多くの株主に中長期的に保有していただけることを目的に、株主優待制度を導入することといたしました。

2. 内容

グループ会社である株式会社アスモトレーディングの商品を贈呈いたします。
2024年9月30日現在の当社株主名簿に記載または記録されている3单元(300株)以上を保有されている株主様を対象として開始いたします。
贈呈時期:12月上旬より順次発送

商品イメージ



商品の情報はこちら
 アスモmart / TOPページ (mart.asmo-trading.co.jp)

保有株式数	内 容	
300株以上	松阪牛カレー(1人前)×1個 松阪牛焼肉缶詰170g × 1個	(3,600円相当分)
500株以上	松阪牛カレー(1人前)×3個 松阪牛焼肉缶詰170g × 1個	(6,200円相当分)
1,000株以上	松阪牛カレー(1人前)×4個 松阪牛焼肉缶詰170g × 2個 神戸牛焼肉缶詰170g × 2個	(14,600円相当分)

■食肉卸売事業

メキシコ産チルド牛肉販売への取り組み

メキシコ産チルド牛肉販売においては円安の影響で輸入牛肉全体の価格が高騰している中でも、他の輸入牛肉と比較して高品質で低価格の商品を提供できるため、展示会や商談会等を通じて販売網を構築し、販売を強化して参ります。メキシコ産ボナプライムブランドの商品は、メキシコ産牛肉の中でも高品質でリーズナブルな価格の商品として位置しており、他社の販売する商品と差別化の図れるオリジナル商品として既存顧客及び新規顧客への販売を強化し市場規模拡大を図ります。

通信販売事業の今後の取り組み

通信販売事業においてはお中元やお歳暮などの市場規模が縮小していく中、企業のプレゼントキャンペーン等で銘柄牛を複数種類取り扱うことで食べ比べが出来る商品の提案を強化してまいります。銘柄牛の取り扱いを生かしてPB商品の開発を行い、新たな顧客層への販売を強化してまいります。また、個人消費者向けの販売を視野にやインバウンド消費への対応、WEB販売の強化、ふるさと納税の返礼品としての提案を行い、販路の拡大を目指します。

国内流通食肉事業への取り組み

為替相場、気候変動、国際情勢及び世界経済の状況把握から想定できる環境を考慮し、現状の商品相場価格だけでなく、外的要因となる情報を的確に伝えて今後の価格変動をいち早くつかみ、お客様への情報提供とともに商品の販売を行います。商品に関して単に商品単価だけでなく、お客様に最適な品質と規格を考慮した価格の商品をお客様に提案致します。好調なインバウンド需要を的確に捉え、国内需要の把握とマーケットの開拓及び新規顧客への提案を行います。

■給食事業【介護施設向けが中心】

積極的な新規営業活動・地方自治体等への入札参加により受託数増加を図る

アスモフード社が得意とする高齢者福祉施設は、少子高齢化が進む日本において今後さらに増えると予測され、市場規模はますます膨らみ需要は拡大していくので地に足付いた営業を行うことで業績拡大を狙います。
積極的に取り組んでこなかった地方自治体などへの入札に参加することにより幼稚園や小学校・中学校等の受託数を増やし多種多様な給食の提供を目指します。

職員の処遇改善を図り離職率を改善し選ばれる給食会社を目指す

人手不足が深刻化する日本において、職員から選ばれる会社になるべく職員の処遇を見直す等、離職率を改善いたします。
安定的な雇用の元継続的な教育体制を構築し、業務効率を最大化させ顧客満足度の向上を目指します。

食品加工工場のM & A等を模索しケータリング事業等への参入を検討

セントラルキッチン等の新設や食品加工工場を保有する会社のM&A等を行い、ケータリング事業に参入する事を検討致します。
施設で温めるだけで食事が出来るケータリング形態での新規受託を目指す等、多様な給食受託形態を構築し様々な給食ニーズにお応え出来るシステム構築を目指します。



～ 活力ある企業風土を育成する～
モチベーション上昇！

衛生管理体制



運営管理体制



人材育成体制



上記は洋菓子講習会

受託契約数の推移

エリア	24/3 (半期)	24/3 (末)	25/3 (半期)	増減
本社	—	180	186	186
東日本	82	81	86	4
首都圏	50	—	—	-50
中日本	58	—	—	-58
西日本	72	—	—	-72
合計	262	261	272	10



事業活動 Point 1

- 給食事業（2024年9月末の受託契約数 272件）
- 【1】受託契約の見直し
 - …高収益率の施設へ契約をシフト
- 【2】積極的な人材投資
 - …賃金アップや福利厚生の実施

2023年10月

株式会社アスモフードサービスが株式会社アスモフードサービス首都圏、株式会社アスモフードサービス中日本、株式会社アスモフードサービス西日本を吸収合併しました。

従業員研修



フルーツバイキングイベント



握り寿司イベント



【フードパントリー支援活動】※イメージ画像

必要としている方に無償で食料を配布。
生存に必要不可欠な「食」を提供することで生活保障の一助となり、フード・セーフティネットの構築を目指して活動。
月に1～2回程度不定期開催



事業活動 Point 2

■給食事業

【3】子ども応援パントリーへ支援・・・食材の提供による社会貢献の実施
子供の貧困をなくす活動をサポート

【4】食の楽しみを提供・・・栄養バランスだけでなく、「食べる喜び(楽しみ)」を
イベント食や郷土料理で演出

【イベント食写真】



【郷土料理写真】



■介護事業

入居率及び訪問介護利用者数の回復

これまで老人ホームへの入居が困難とされていたご状態の方々も積極的に受け入れ入居率及び訪問介護利用者数の回復を目指します。

職員の処遇改善により効率的な人員配置を行い収益力向上

安定的な雇用、人材育成及び事業所毎の介護サービス量に適した人員配置を行い収益力向上を図り継続的な成長を目指します。

非収益部門の黒字転換等資本効率の改善

赤字拠点の黒字転換や介護タクシー事業の営業圏の見直し等を行うと共に物価高騰等による各種補助金や補助金の申請にてコスト管理を徹底し、利益の最大化を図ります。

自社運営の新規老人ホーム開発

新規老人ホーム開発を積極的に行い、お世話をさせて頂く訪問介護利用者様、ご入居者様の獲得を目指します。既存老人ホーム等のM&Aなども視野に、積極的な事業展開を図って参ります。

2024年9月末 現在

■介護事業 介護事業所数の推移

期末ベース	24年半期	25年半期	増減
●訪問介護事業所	34事業所	34事業所	0
●居宅介護支援事業所	12事業所	11事業所	-1
●介護タクシー営業所	4営業所	4営業所	0
介護支援契約者※	1,986名	2,154名	+168

※ 介護タクシー利用者は除く

■介護事業 有料老人ホームの推移

期末ベース	24年半期	25年半期	増減
■有料老人ホーム施設	7施設	7施設	0
入居者数 (入居率)	377名 (87.0%)	378名 (87.3%)	+1 (+0.3%)

自社で運営する有料老人ホーム

2014年10月～（千葉県千葉市）

■①ベストライフ都賀 78室



2015年4月～（千葉県船橋市）

■②ベストライフ船橋薬園台 87室



2015年8月～（埼玉県川口市）

■③ベストライフ鳩ヶ谷※ 52室


※上記施設は2017年3月から
介護付き有料老人ホームとして営業開始。

2016年10月～（神奈川県横浜市）

■④ベストライフ金沢文庫Ⅱ 45室



2017年4月～（東京都三鷹市）

■⑤ベストライフ三鷹 64室



2017年6月～（大阪府豊中市）

■⑥ベストライフ豊中 60室



2022年5月～（東京都小平市）

■⑦ベストライフ一橋学園 47室



■ 香港事業

自社食品工場を活用した御売り事業の収益強化

卸売り事業においては、ここ数年でも相次ぐ日系大手外食チェーンの香港進出を機会に2023年度においては67350千香港ドル(約13億円)売上を確保しており2022年度対比で132%と順調に売上を伸ばしております。2024年度の上期も2023年度対比で116%と更に伸び続けています。2024年4月には食品工場を約1億円の費用を投じた拡張改修工事を行い、製造能力を向上させたことにより更なる売上向上及び収益強化を目指して参ります。

外食事業の既存店収益の改善

香港民主化運動から始まりコロナ禍を経てようやく回復するかと思われた香港市場ですが中国元と米ドルにリンクする香港ドルの為替変動により香港ドルの価値が高まったことを主因として、香港においては『北上消費』と呼ばれる現象が顕著になっています。香港人が香港内ではなく、『北』すなわち深センなどの中国本土に向かい、買い物や食事をするという消費行動を指します。外食事業にとっては厳しい環境が続きますが、2024年9月には最も多くの赤字を計上していた神楽屋啓田店においても撤退を完了しております。現行12店舗あるうち本年に契約更改を迎えておりました、6店舗につきましては各家主に現状を鑑み売上歩合にて設定されている家賃を2%-5%下げて頂いております。

今後既存店合計において全店採算ベースに乗せることができるよう取り組んで参ります。

外食事業の再構築

コロナ禍を経てこれまで外食一辺倒であった香港人の食のスタイルにも変化がみられます。当社の外食事業においてもこれまでのように客席を併設するレストランタイプよりも『中食需要』により強い業種の開発を実施して参ります。現状は自重しておりますが、事態が好転した際には出店ができるよう自社食品工場の機能を最大限に生かし、店舗における加熱、調理作業を極力減らし省スペースで効率の高い日本の惣菜ショップの開発を実施して参ります。

香港以外での外食事業の展開

マレーシアで展開している惣菜店舗「彩」の新規出店や、別業態で出店を模索いたします。ベトナム等東南アジアでの外食事業のチャンスを模索し、2~3年の間に外食店舗数を10店舗程度を運営出来る様、積極的な事業展開を行って参ります。

香港で自社キッチンを保有している強みを活用！



アスモ香港の食品工場ではISO22000を取得しております。

ラーメンのチャーシューやとんかつ、煮込み牛肉、ハンバーグなどの食肉加工品、トマトソースやカレーなどの各種ソース、うどん、ラーメンの麺類、プリンや ロールケーキなどのデザート類など幅広い加工品を小ロットで、多くの香港に進出されている日系外食社様よりOEMでの受注を頂いております。

香港で豊富な日本料理ジャンルをご提供できるトップクラス企業

- 【1】1985年5月から香港の現地法人が、外食店舗事業を継続中。高い信用力
- 【2】香港で自社システムキッチンを活用した、食品加工販売事業が成長中
- 【3】日系企業のため、現地企業に比べて日本食材の確保において優位性がある



2024年9月末 現在

メニュー	天麩羅・鮨・うどん	うどん・すき焼き	和惣菜	パスタ・オムレツ
店舗名	銀座 神楽屋	今助	彩 SAYA JAPANESE DELICATESSEN 和惣菜	Cafe Boujouni JORE KITAHOZAKA 北の坂
店舗数	1店舗	1店舗	1店舗	1店舗

メニュー	お好み焼き・たこ焼き	お好み焼き・たこ焼き	ラーメン・カツ丼・カレー	
店舗名	三馬 秀吉	都島屋 MIYAKOJIMA-YA	元祖 和風食堂 とら蔵	
店舗数	5店舗	1店舗	3店舗（ロードサイド店舗）	





各事業の “ ストロングポイント ” を的確に見極め、“ 各事業間のシナジー ” を最大限に発揮



お問い合わせ

ir@asmol.co.jp

本社：〒105-0013 東京都新宿区西新宿2-4-1 新宿NSビル25階
TEL. 03-6911-0550 FAX 03-6911-0551

本資料は、2025年3月期第2四半期（中間期）決算の業績に関する情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資を勧誘することを目的としたものではありません。また、本資料は2024年11月14日現在のデータに基づいて作成されております。本資料に記載された意見や予測等は、資料作成時点の当社の判断であり、情報の正確性、安全性を保証し又は約束するものではなく、また今後、予告なしに変更されることがあります。