

目 次

- 1 OUGグループについて
- 2 連結損益計算書の概要
- 3 連結貸借対照表の概要
- 4 セグメントの状況の概要
- 5 主要セグメントの状況（水産物荷受事業）
- 6 主要セグメントの状況（市場外水産物卸売事業）
- 7 主要セグメントの状況（養殖事業）
- 8 『OUGグループ中期経営計画2021』の進展 ① 累計実績推移
- 9 『OUGグループ中期経営計画2021』の進展 ② 経営指標
- 10 資本コストや株価を意識した経営の実現について(2024年2月8日公表分の概要)
- 11 『OUGグループ中期経営計画2024』（2024期～2026期）について
- 12 来期計画と配当見込み
- 13 2024年度決算期からの配当方針について
- 14 連結キャッシュフロー計算書の概要
- 15 連結経営指標（5期推移）

1 OUGグループについて

グループ経営理念

水産物をコアとし、お客様に価値ある商品とサービスを提供することにより、食文化の発展に貢献します。

OUGホールディングスとグループについて

○OUGホールディングスの沿革概要

1947年10月 大阪市中央卸売市場本場において水産物卸売業者として創業しました。
一貫して、水産物の安定供給に努めてまいりました。
1948年 3月 商号を大阪魚市場株式会社としました。
2006年10月 業界を取り巻く環境の変化に対応するため、大阪魚市場株式会社は会社分割を行い、純粋持株会社として社名を**OUGホールディングス株式会社**に変更し、グループ経営を推進しております。また、業務は引き続き 株式会社うおいちが担っております。

○グループ主要会社の事業概要

株式会社うおいち 大阪等関西4中央卸売市場と1地方卸売市場での集荷販売機能を担う水産物荷受事業を中核事業として行っております。

株式会社ショクリュー 市場外水産物卸売事業を中核事業として実施、全国各地の販売拠点を活用した流通網を有し水産物をコアとした食品流通サービス業を展開しております。設立1949年6月からの業歴があり幅広い顧客ニーズに応えております

株式会社兵殖 九州大分 長崎などでブリ・マグロの養殖事業を展開。1962年の前身設立以来の海面魚類養殖に携わった技術力を活かし巨大生簀でのブリ養殖など独自生産システムを活用し事業展開をしております。

○事業推進 『OUGグループ中期経営計画2021』（2021年4月～2024年3月）を策定し、経営基盤の強化・コア事業の深化・グループ横断の成長戦略を実行し、持続的なグループ成長を目指してまいりました。引き続き策定しました『OUGグループ中期経営計画2024』（2024年4月～2027年3月）を実践し資本コストや株価を意識した経営の実現に向けて取り組み、持続的成長と一層の企業価値の向上を図ってまいります。

グループ経営ビジョン

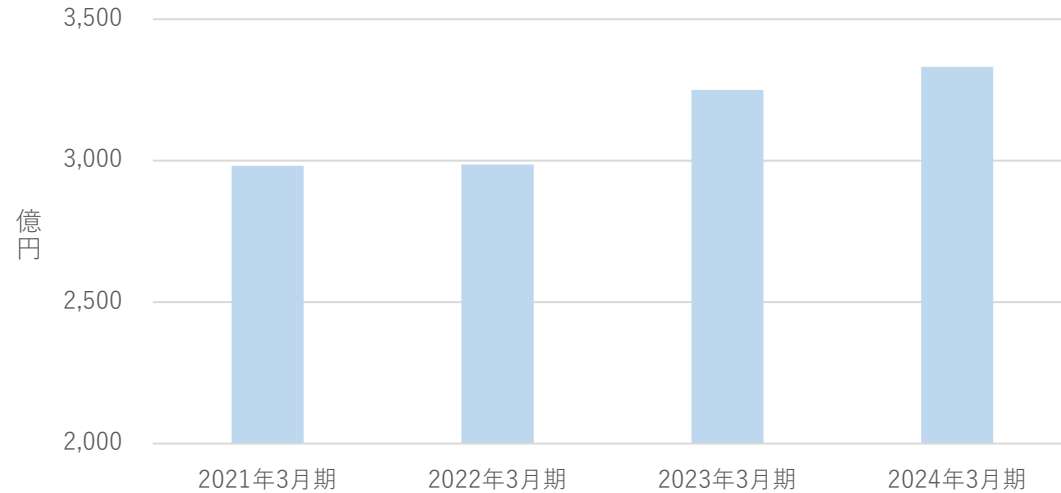
新しい水産物流通サービス業を創造することによって企業価値を最大化します。

OUGグループの事業と会社

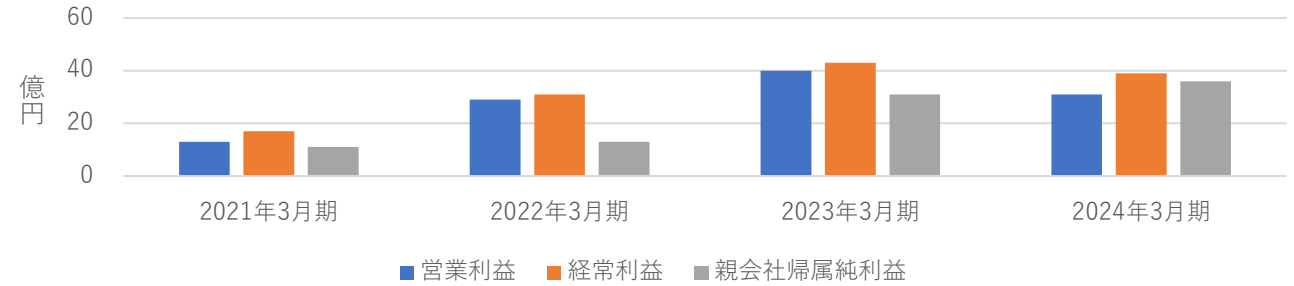
	事業/役割	所在地
OUGホールディングス株式会社	純粋持株会社	大阪市福島区
株式会社 うおいち	水産物荷受事業	大阪市福島区
株式会社 ショクリュー	市場外水産物卸売事業	大阪市中央区
株式会社 兵殖	養殖事業	大分県津久見市
株式会社 松浦養殖		長崎県松浦市
ダイワサミット 株式会社	食品加工事業	大阪市此花区
株式会社 トウニチ水産		大阪府茨木市
株式会社 海老將軍		岐阜県大垣市
株式会社 ディ・ティ・ネクスト		京都府久世郡
舞洲流通センター 株式会社	物流事業	大阪市此花区
株式会社 ディ・ティ・ロジスティックス		東京都中央区
株式会社 大京	水産物仲卸事業	東京都江東区
株式会社 タイゲン		福岡県北九州市
株式会社 黒門三平	水産物小売事業	大阪市中央区
株式会社 トップ	保険・リース事業	大阪市福島区
(海外) DAIEI TAIGEN(THAILAND)CO.,LTD.	冷凍水産物の輸出入・加工事業	Thailand Bangkok

2 連結損益計算書の概要

売上高推移



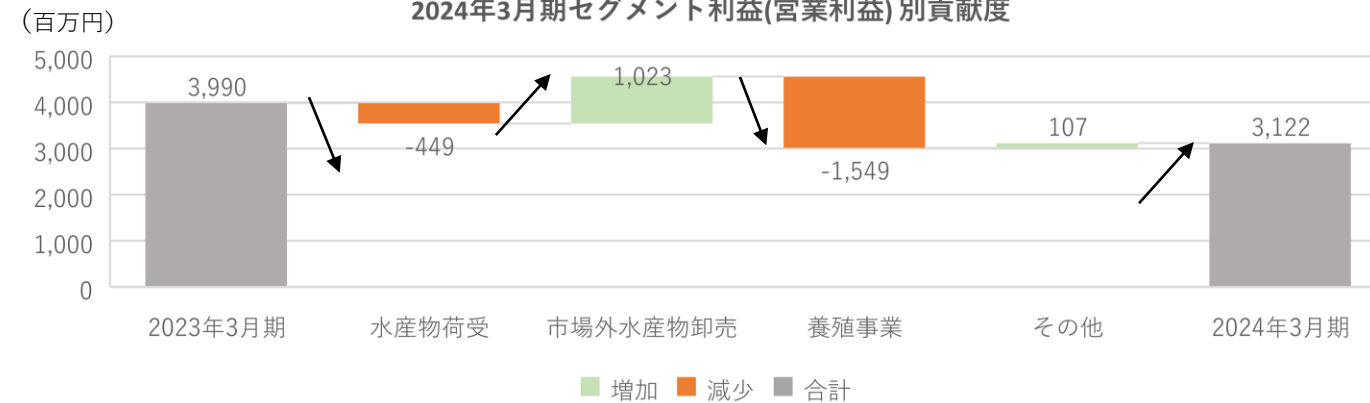
利益推移



主要部門(セグメント)について

- ・水産物荷受事業 中央卸売市場を核とする集荷販売機能を有する
- ・市場外水産物卸売事業 全国各地の販売拠点を活用した流通網を有する
- ・養殖事業 九州・四国でブリを主力に養殖を実施する

2024年3月期セグメント利益(営業利益) 別貢献度



(2023年度の外部環境)

需要動向はコロナ禍からの社会活動の正常化が進み外食関連等需要が回復しつつあるも、消費者物価の高止まりなどもあり内食関連需要は今一步。水産物流通市場では、調達価格は跛行性はあるものの上昇傾向となり、販売価格も呼応して上昇。消費行動では価格上昇下での需要伸び悩みの中で、業種・業態を超えて販売競争は激化。

(当社業況)

厳しい環境が続く中、『OUGグループ中期経営計画2021』の最終年度にあたり、バリューチェーンの最適化を意識したグループ役職員の行動変容を通じ業績向上に取り組むべく、当社グループは全体最適のグループ経営を实践、調達力・販売力を強化、顧客起点志向の追及などを考慮した販売戦略の実施や諸経費の削減に注力。

水産物荷受事業では、総じて商品調達コストが上昇し販売価格の引き上げもあったものの内食関連の需要は縮小、また相場下落から収益確保に苦戦する商材なども一部で発生。

市場外水産物卸売事業では、原料コスト上昇から利益確保が難しい商材もあったものの仕入価格や物流コスト上昇を意識した値付けに注力した。

養殖事業は、主力のブリ国内総生産量が回復し市場価格が伸び悩み傾向にある中、生産最主要コストである餌料単価が円安の影響も受け急騰傾向となり生産費が拡大、損失となった。

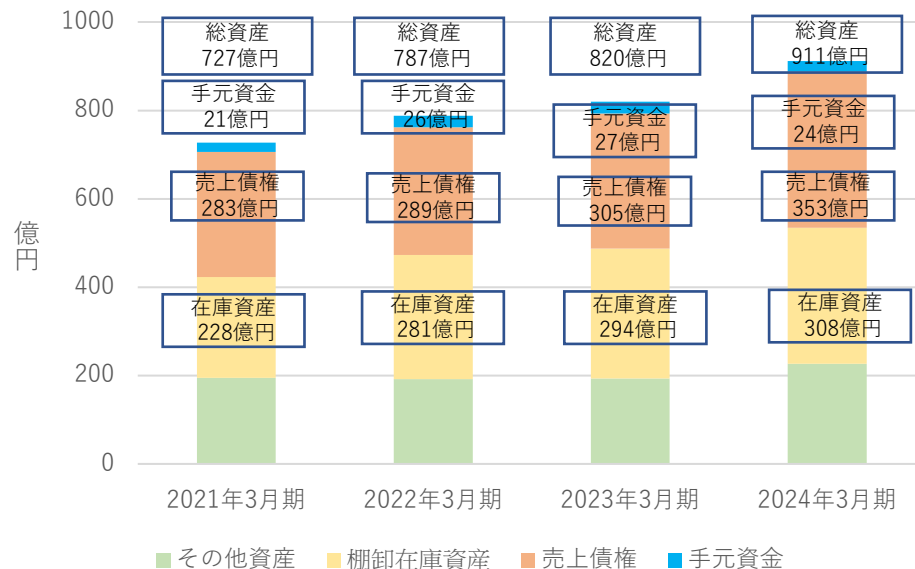
3 連結貸借対照表の概要

(百万円、%)

	2021/3期	2022/3期	2023/3期<a>	2024/3期	直近期増減額<b-a>	直近期増減比<(b-a)/a>
流動資産	53,769	60,332	63,490	69,908	6,418	10.1
固定資産	18,964	18,409	18,497	21,241	2,744	14.8
総資産	72,733	78,742	81,988	91,150	9,162	11.2
流動負債	39,598	46,063	46,516	50,888	4,372	9.4
固定負債	9,991	8,837	9,543	9,267	▲276	▲2.9
純資産	23,143	23,841	25,927	30,994	5,067	19.5

連結資産構成の推移

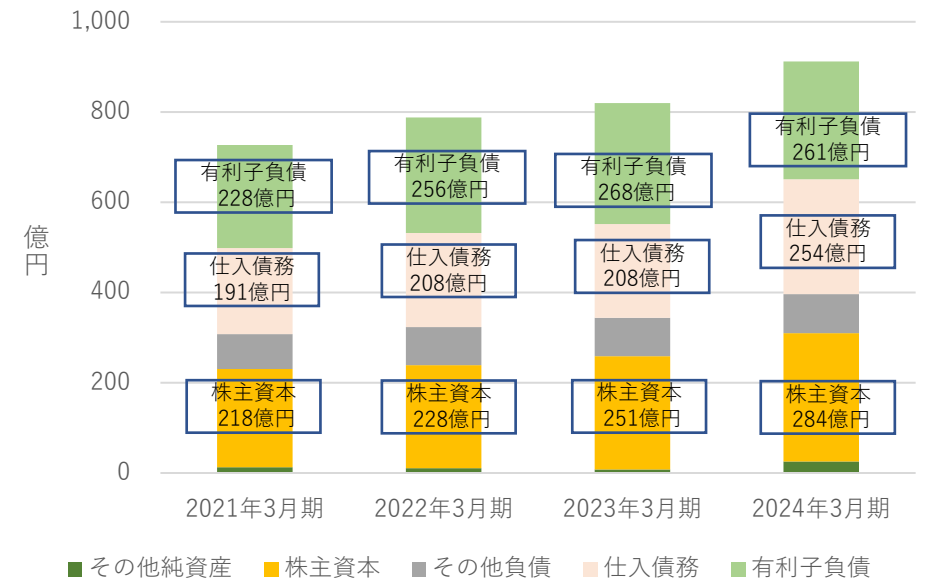
(2023年度)



(資産構成コメント)
売上拡大および決算期末日が金融機関休業日であったため、売上債権・在庫資産規模が拡大。資金決済に備えた手元流動性には大きな変化はない。

(負債・資本構成コメント)
売上拡大および決算期末日が金融機関休業日であったため、仕入債務は増加。有利子負債には大きな変化はない。株主資本は増加した。

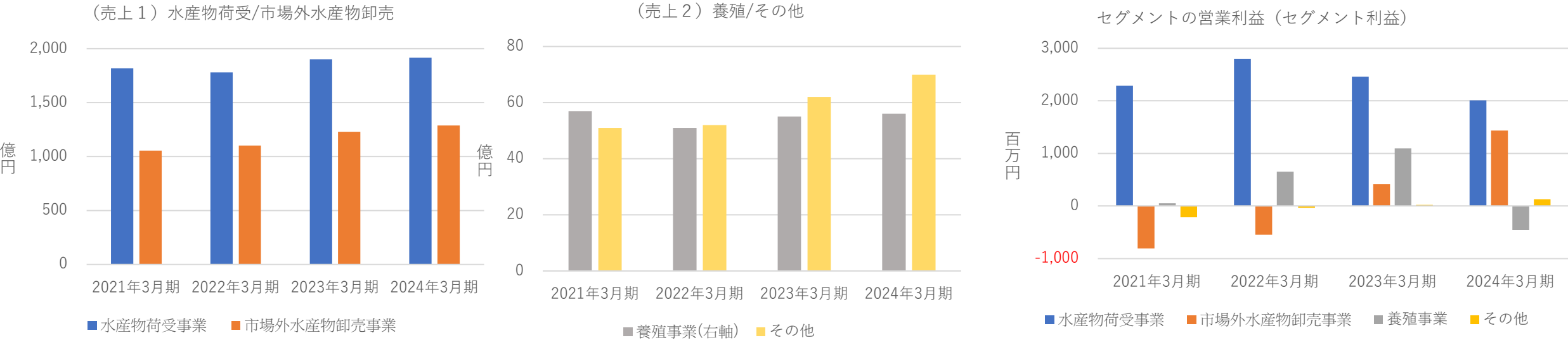
連結負債・資本構成の推移



4 セグメントの状況の概要

(*)「セグメント間の内部売上高又は振替高」を除く「外部顧客への売上高」を指す

	部門別売上高（＊）				部門別営業利益			
	2021/3期	2022/3期	2023/3期	2024/3期	2021/3期	2022/3期	2023/3期	2024/3期
水産物荷受事業	181,804	177,993	190,345	191,699	2,287	2,801	2,459	2,010
市場外水産物卸売事業	105,610	110,251	122,967	128,931	▲806	▲545	414	1,437
養殖事業	5,711	5,110	5,533	5,585	50	654	1,096	▲453
その他	5,098	5,218	6,175	6,982	▲214	▲34	21	128
計	298,223	298,572	325,020	333,197	1,317	2,876	3,990	3,122

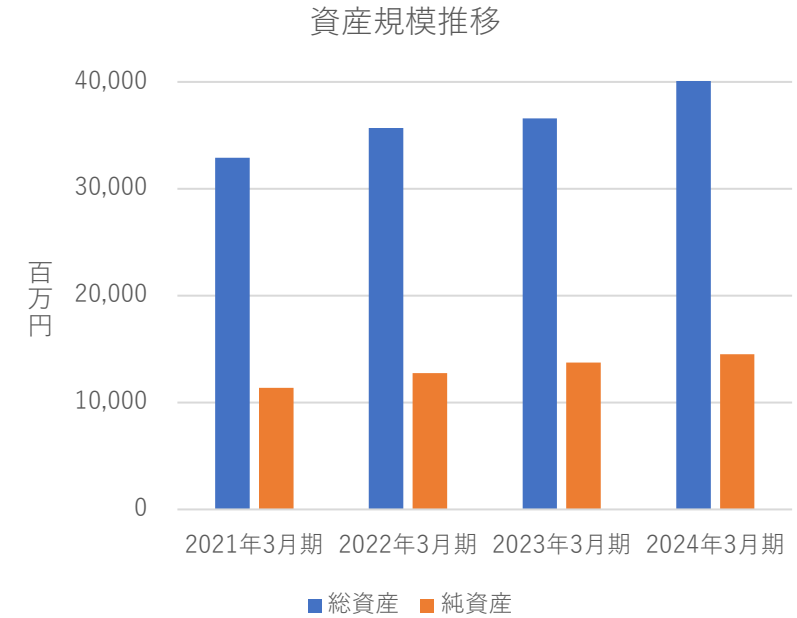
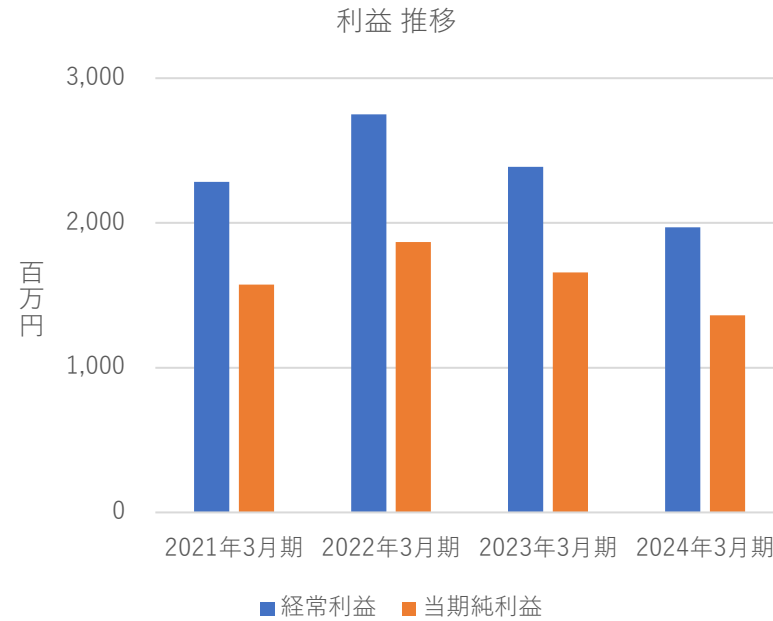
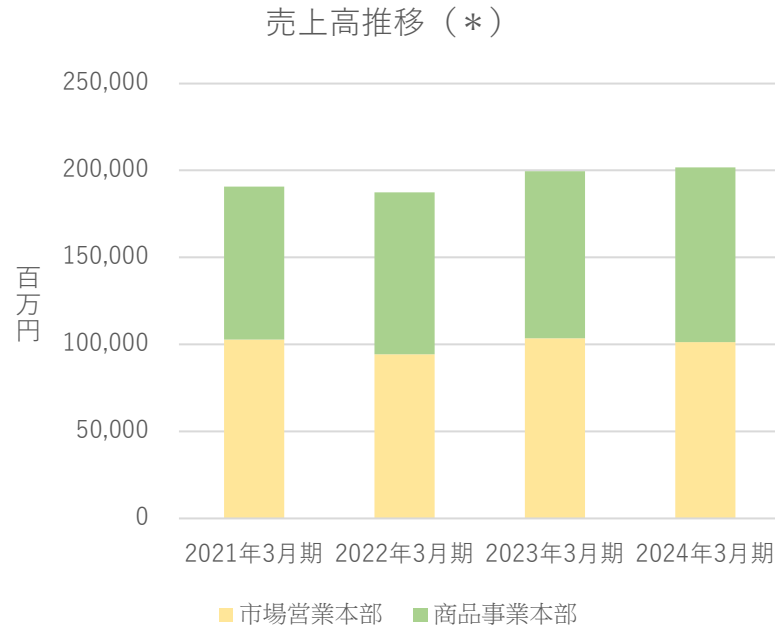


(2023年度)
新型コロナ5類移行をふまえ社会活動が徐々に回復するが、水産物価格の全般的な上昇や垣根を超えた業種・業態間競争が激化し販売環境は厳しい。その中で、特徴的なこととしては各部門間での一層の連携強化を図ったほか、市場外水産物卸売事業等で、仕入費用等諸費用を意識した営業を展開するなど、活発な営業活動を実施した。一方、養殖事業では、市場価格の下落および餌料高騰などから損失となった。

5 主要セグメントの状況（水産物荷受事業）

水産物荷受事業（株式会社うおいち）の業績

（*）売上高には外部顧客向売上のほか
グループ内売上高を含む



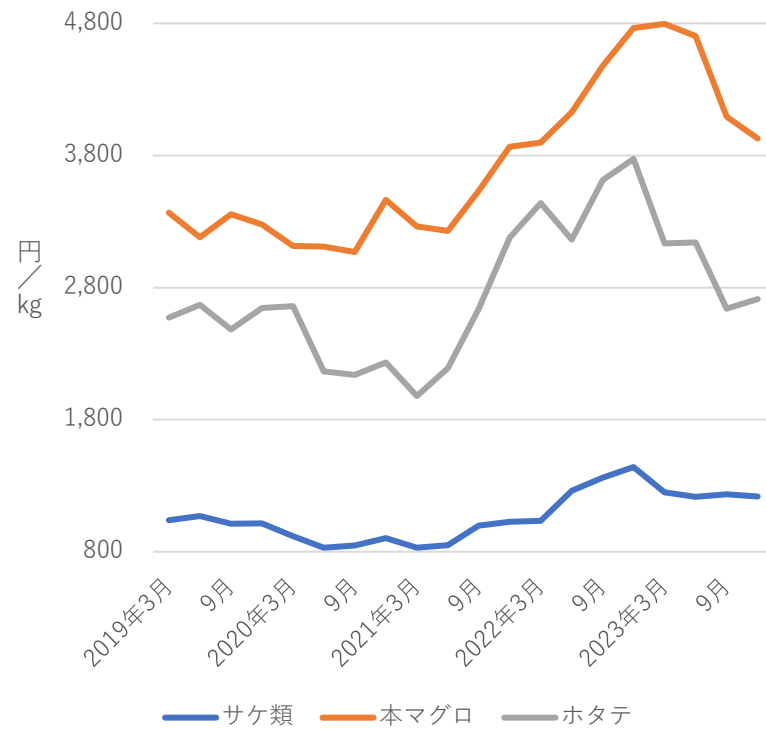
- ・市場営業本部（近畿圏主要5市場にて水産物荷受業務を担う鮮魚部門と加工食品部門の2部門で構成）
- ・商品事業本部（グループ内外と連携し流通ネットワークを活用する商社機能を有する）

（2023年度）

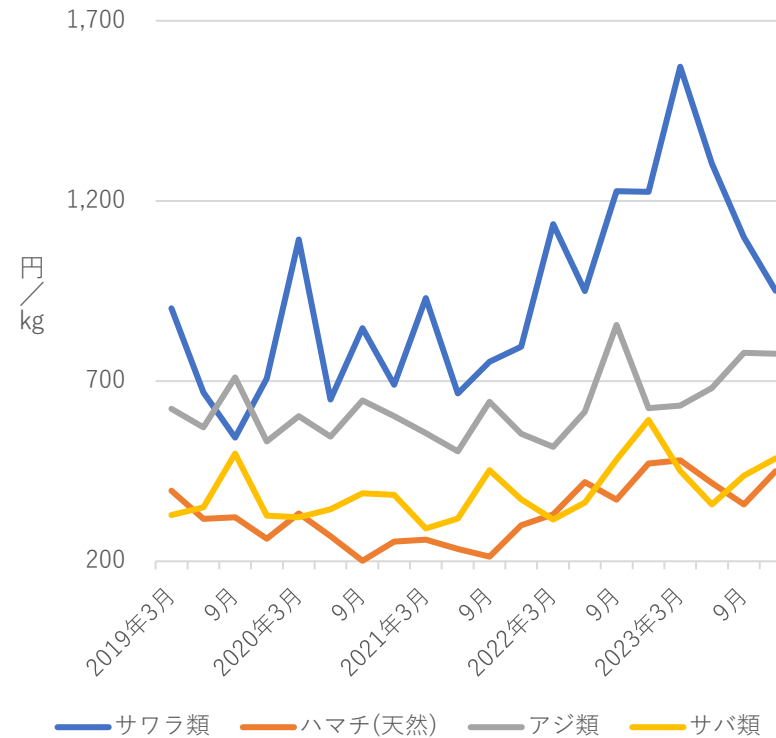
- ・市場営業本部では、鮮魚取扱において大型商材(マグロ、ブリ、サワラなど)取引全般に原価を十分に意識した取引に注力し、収益改善が図られた。ただし加工食品部門はサンマ、サバ、秋サケ他加工原料不足、円安による原料コストアップによる商品価格高が響きほぼ全般的に収益が確保しづらかった。
- ・商品事業本部では、輸入商材について円安影響によるコスト高となった。個別商材の動きは、秋口以降の地中海本マグロの大幅相場下落が響いたものの、その後回復基調に入った。また、鮭鱒では前半期の相場上昇時には利益確保ができたが、その後の相場下降から収益確保に苦戦した。堅調相場の鰻や変動する相場の中で機敏な商いで利益を確保したホタテなどの商品が収益確保に貢献した。
- ・全体としては、引き続き業務効率化などを追及することにより経費圧縮を目指したが、減益となる。

(参考) 代表的取扱い魚種の市場値動き

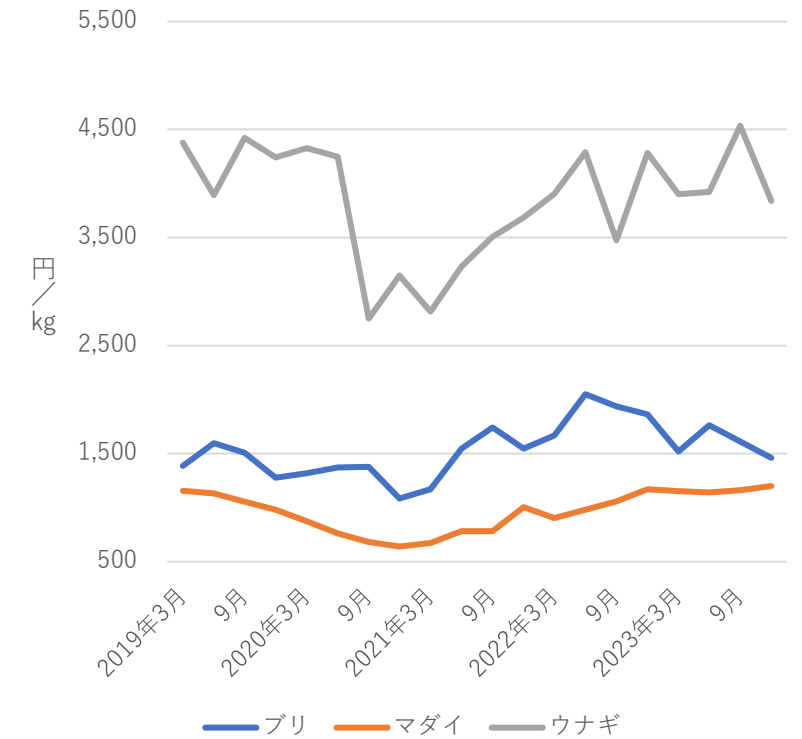
代表的取扱い冷凍魚種



代表的取扱い生鮮魚種



代表的取扱い養殖魚種



資料：大阪市中央卸売市場市場統計を当社で加工（2023年12月末までの推移）

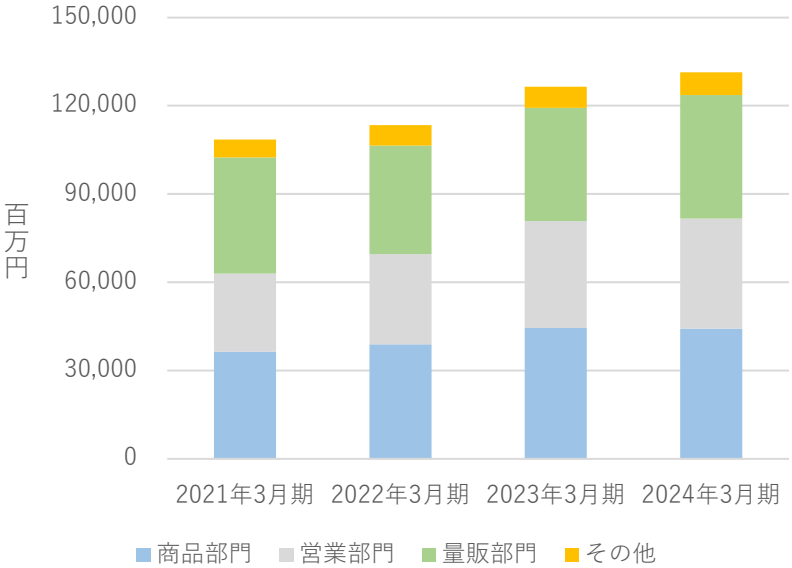
- ・ 冷凍魚種：本マグロは夏場以降も相場は下落傾向。鮭鱒も大半を占めるサケ類の夏場以降の相場低迷は変わらず。ホタテは中国の輸入停止が響いた。
- ・ 生鮮魚種：アジ・サバは取扱いが順調に推移するも、加工用サバは原料高に見舞われる。ハマチ・サワラ類は上期後半から取扱いが増加した。
- ・ 養殖魚種：比較的高値での取引が進む魚種が多い。ウナギはおおむね堅調であるが、ブリは下落トレンド。

6 主要セグメントの状況（市場外水産物卸売事業）

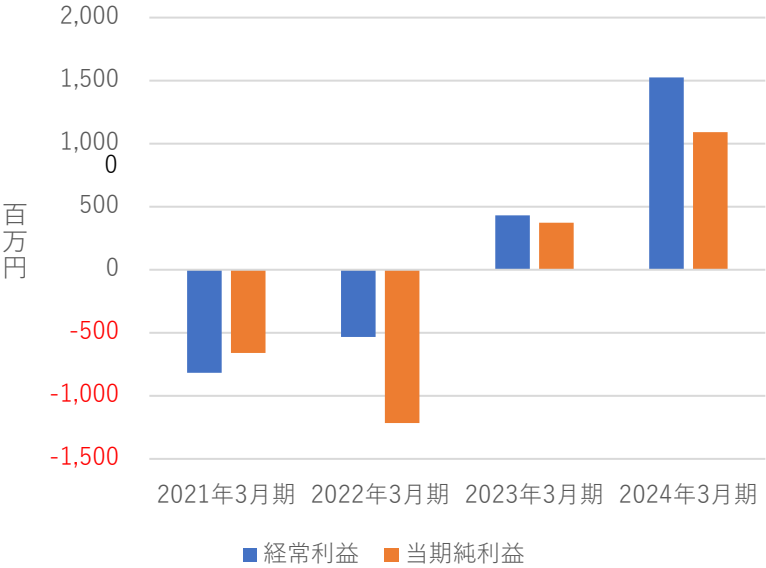
市場外水産物卸売事業（株式会社ショクリュー）の業績

（*）売上高には外部顧客向売上のほかに
グループ内売上高を含む

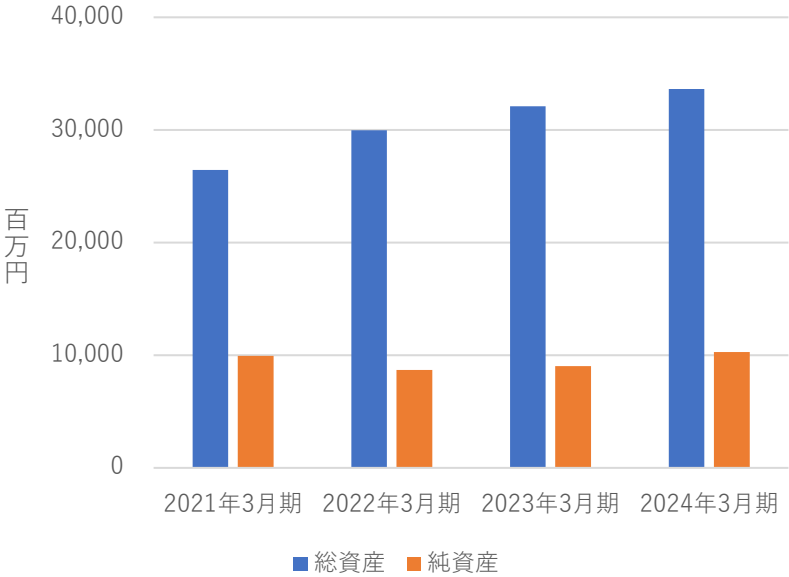
売上高推移（*）



利益推移



資産規模推移



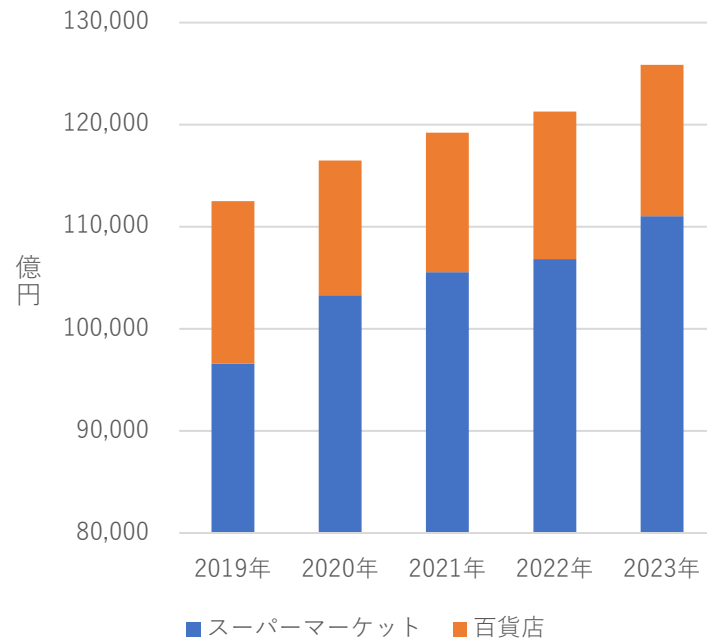
商品部門（国内外から冷凍エビなど水産物を幅広く調達し、積極的な外販を行うほか社内部門への商品を供給する）
営業部門（自社加工品などを外食・ホテル・居酒屋・中小スーパー・鮮魚専門店などの顧客先へ販売する）
量販部門（自社加工品などを大手スーパー業態・百貨店等の顧客先へ販売する）

（2023年度）

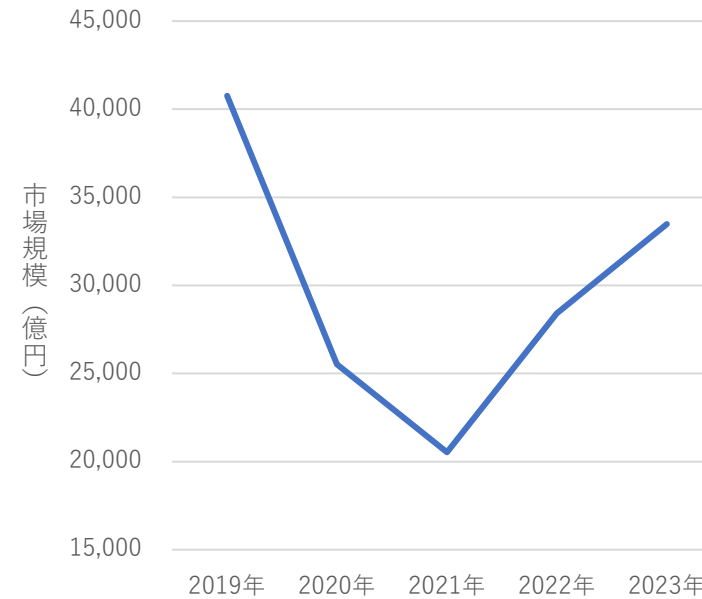
- 商品部門は前期から相場が高騰したエビ等の販売なども影響し、売上は拡大したが利益の確保に苦戦。
- 営業部門は外食の着実な回復基調などを受け、各種仕入価格や物流コストの上昇を意識した値付けにより、利益を確保。全社損益の改善に大きく寄与。
- 量販部門は従来の原料販売・商品調達業務に加え、相場観を生かした原料販売や、原料から組み立てた製品の生産・販売に取り組み業績に貢献。
- 海外開発部門では、輸出事業の拡大を北米（カナダ向けブリ等の鮮魚、米国向け加工水産物など）、豪州（マグロなど）において実施。また、アジアなどにおいては、中国とは輸入取引が主体であるため輸出停止状態の影響は希薄。香港(加工用原料等)・シンガポール(牡蠣等)など東南アジア地域等向けにおいては輸出が伸長。
- 全体としては、引き続き適正な値付けを意識した利益改善に取り組む。

(参考) 食料品量販店売上・外食市場・宿泊業態稼働率推移 (推計)

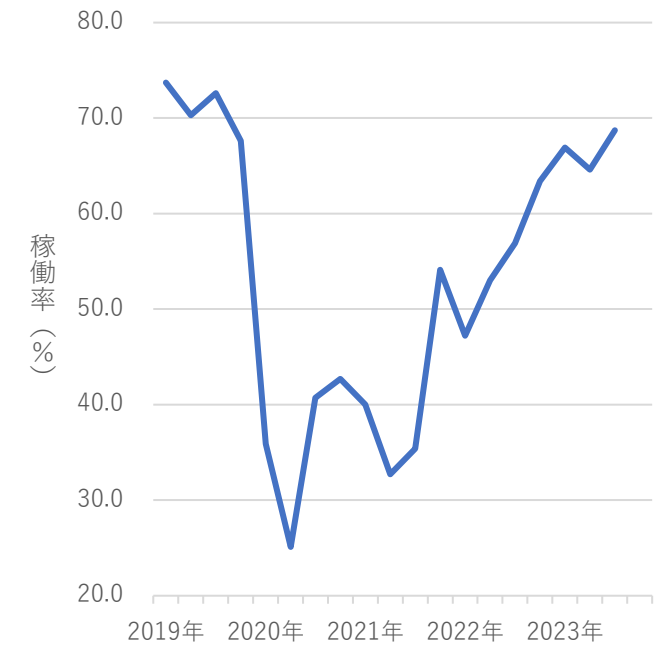
食料品量販店売上動向



外食3圏域（首都圏/関西圏/東海圏）市場
推計



宿泊業態稼働率



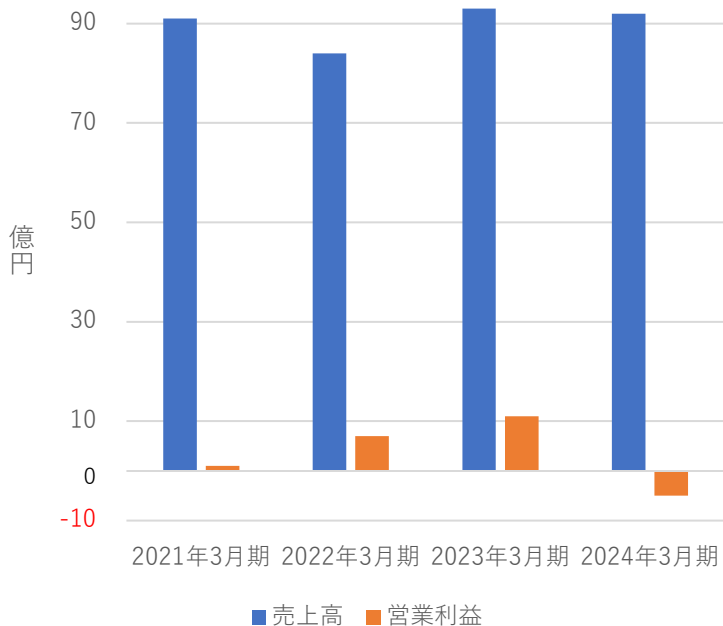
新型コロナ5類移行を踏まえ、2020年に始まった「コロナ禍」からの人流の回復や外食需要の回復傾向が明瞭となる。しかし、外食市場規模や宿泊稼働率の回復はインバウンド需要などが2019年の業界水準まで十分に戻り切っていないと推定。また、食料品量販店の売上高増加は消費者物価上昇の影響が大きいと推察。

推計資料：「食料品量販店売上動向」はスーパーマーケット統計調査（全国スーパーマーケット協会、日本スーパーマーケット協会と オール日本スーパーマーケット協会）と百貨店売上高（日本百貨店協会）、
「外食3圏域市場推計」は外食市場調査（ホットペッパーグルメ外食総研）、
「宿泊業態稼働率」は観光統計（国土交通省観光庁）、のそれぞれの統計資料を当社で加工。

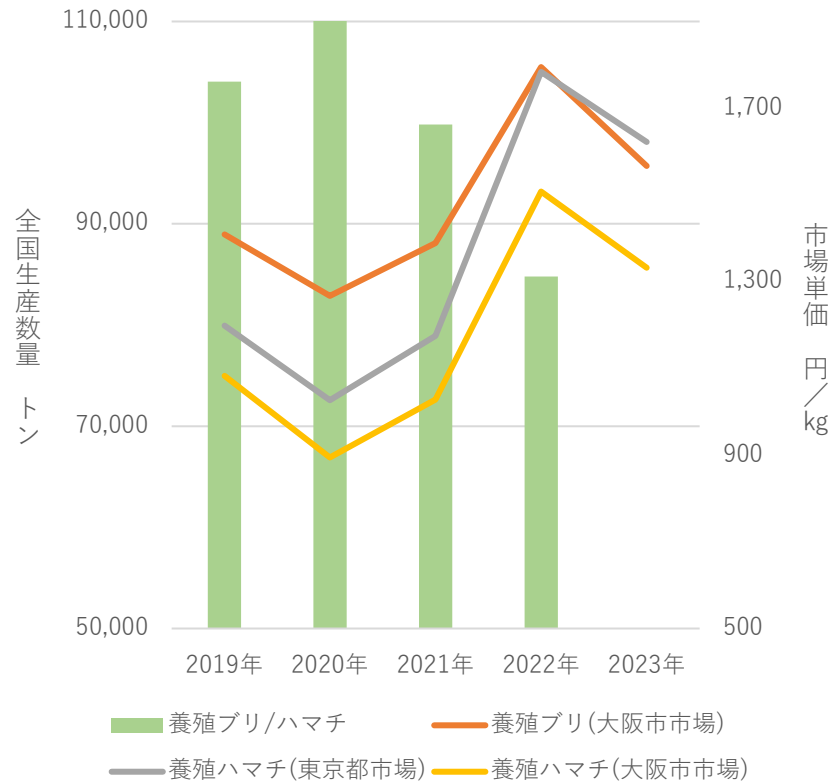
7 主要セグメントの状況（養殖事業）

養殖事業（株式会社兵殖、株式会社松浦養殖）の
売上高・セグメントの営業利益(セグメント利益) 推移

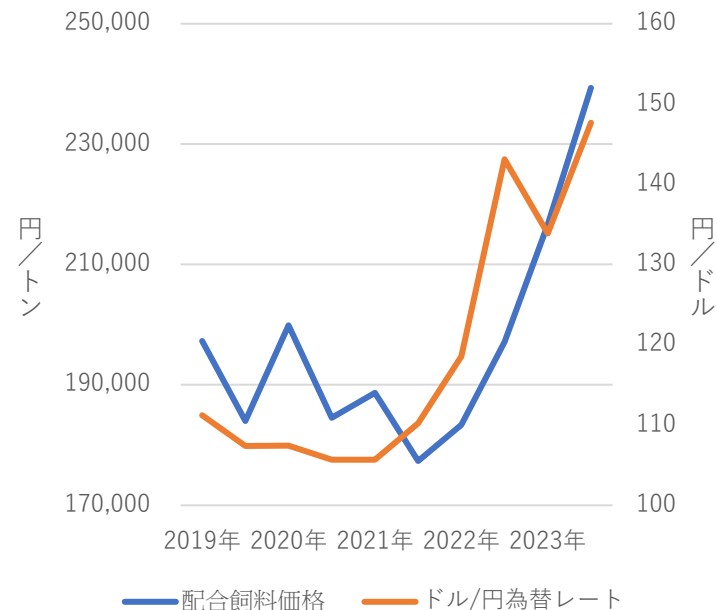
養殖事業売上高(*1) /セグメント利益 推移



養殖ブリ/ハマチの生産(*2)と代表的市場の単価推移



為替と餌料単価の推移



資料：
・漁業経営安定化推進協会のセーフティーネット構築事業配合飼料補填判定等データ（水産庁集計）を当社で加工
・日本銀行の時系列統計データから為替相場（東京インターバンク相場）月次月中17時平均データを当社で加工

(*1)売上高には外部顧客向売上ほかにグループ内売上高を含む

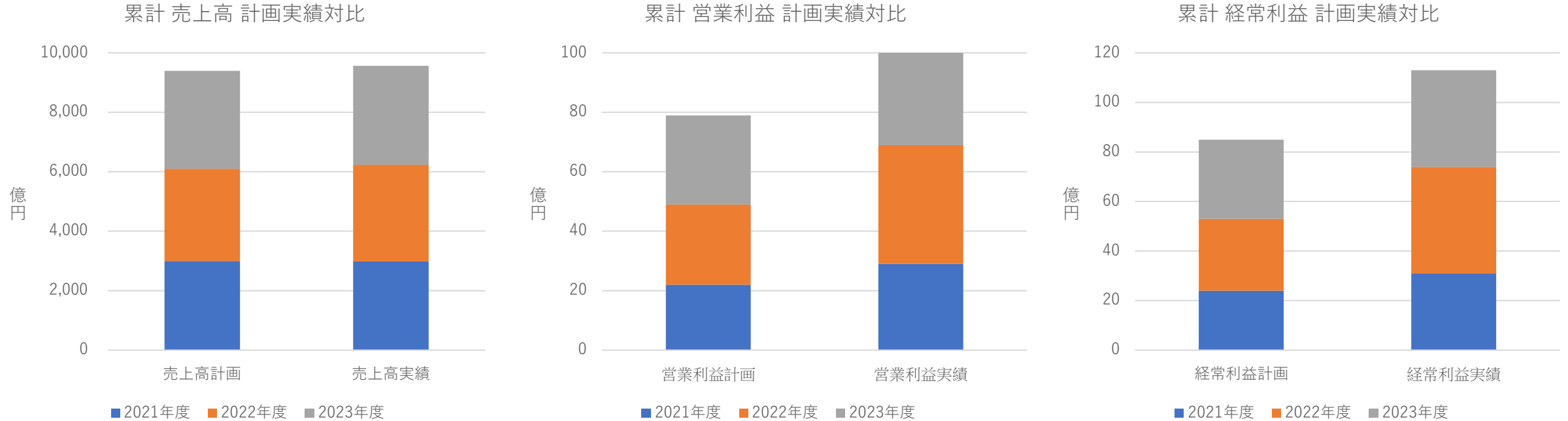
資料：農林水産省 漁業養殖業生産統計(2023年分は公表待ち)、大阪市中央卸売市場統計、東京都中央卸売市場市場統計を当社で加工
(*2) 養殖ブリ/ハマチの生産数量は全国合計の生産数量

(2023年度)
当期の販売対象である養殖ブリの生産量は例年並みに戻り前期に比し出荷量は増加。市場価格は徐々に下落傾向。一方、餌料価格は前期と同様に円安などから上昇傾向が続き生産コストは増大し、減収・減益となった。

ブリ養殖の期間について

年目	4月～初夏	その後
	モジャコ採捕 稚魚	稚魚育成 2kg前後（いけすサイズ 20×20m）
2年目	～初夏	冬場
	出荷スタート 4kg超に成育（ひろびろいけす サイズ60×40×20m）	販売ピーク
3年目	～初夏	10
	出荷終了	

8 『OUGグループ中期経営計画2021』の進展 ① 累計実績推移



< 『OUGグループ中期経営計画2021』の実績 >

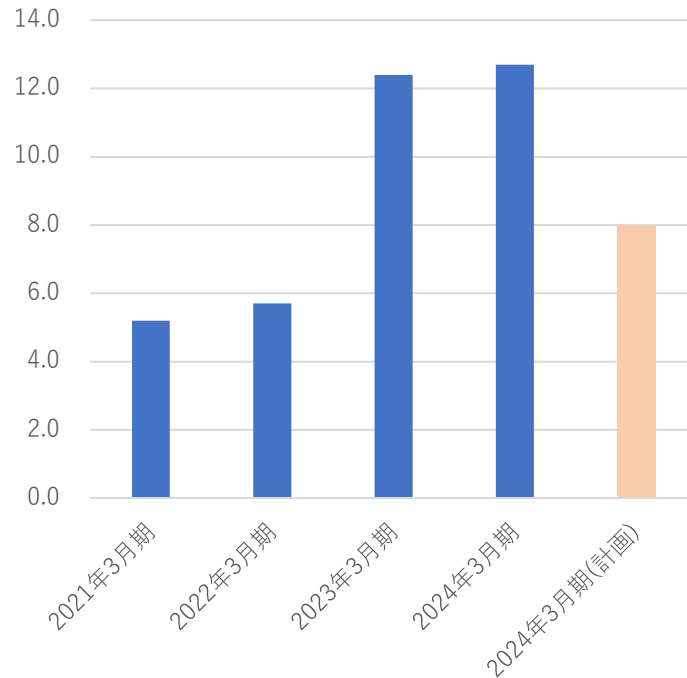
- ・2020年から続いた新型コロナウイルス感染症の世界的な流行は、国内の水産物の流通形態、価格、需給に大きな影響を与えた。
- ・また、2022年2月に勃発したロシアによるウクライナ侵攻は、エネルギーや原材料等のサプライチェーンに大きな混乱を招き、水産物の輸入価格の上昇、燃料・配合飼料等の生産資材の価格上昇を引き起こした。
- ・このような経営環境の中、『OUGグループ中期経営計画2021』（2021年4月～2024年3月）期間中に、「OUGグループ行動指針」の浸透が役職の意識変革と行動変容につながり、部門間連携やグループ内連携が強化され、グループ一体としての企業活動の進展により、売上高・利益等の目標値を達成することができた。

< 『OUGグループ中期経営計画2024』（2024年4月～2027年3月）の策定実施（後記『11 OUGグループ中期経営計画2024』について参照） >

- ・OUGグループを取り巻く事業環境は、水産物市場のグローバル化の一方で、我が国の人口減少下での首都圏への集中の影響、さらには気候変動、IT等の技術革新、深刻化する人手不足など大きな変化が見込まれる。
- ・このような激変する事業環境下で、資本コストや株価を意識した経営の実現を念頭に、2024年度から2026年度までの後記の3カ年度の中期経営計画と達成すべき目標を設定する。

9 『OUGグループ中期経営計画2021』の進展 ② 経営指標

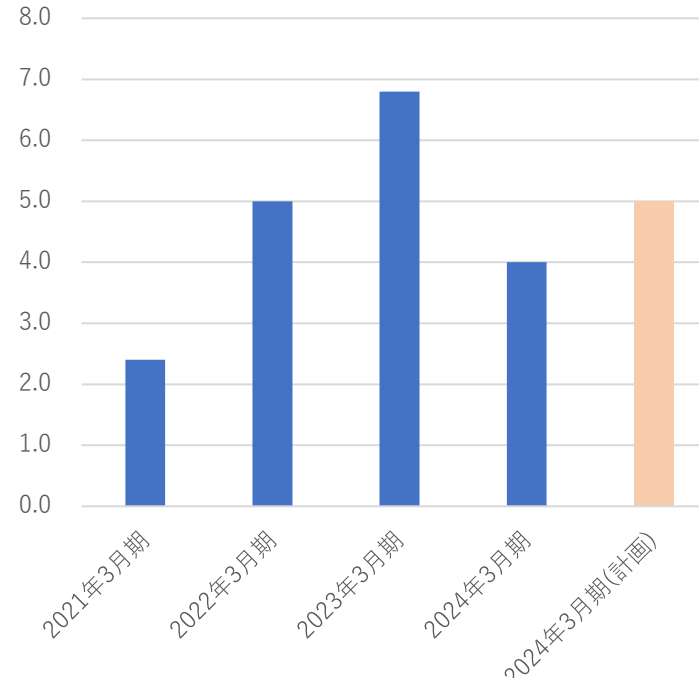
ROE (%)



OUGグループ中期経営計画
2021 期間

ROE (アール・オー・イー) とは、「自己資本利益率」のことで、株主が出資したお金を元手に、企業がどれだけの利益を上げたか（効率よく稼いでいるか）を示す指標。ROEが高いほど自己資本を上手に利用して稼ぐ会社ということになる。

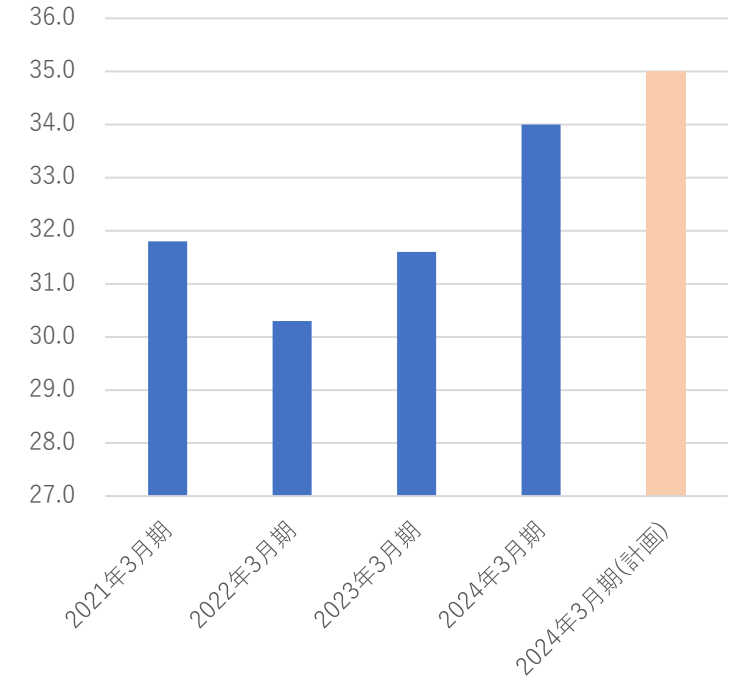
ROIC (%)



OUGグループ中期経営計画
2021 期間

ROIC (ロイック) (*注) とは、「投下資本利益率」のことで、会社が事業活動のために使用した資金（株主資本と金融機関からの借入金などの有利子負債など）で、どれだけの利益を得たかを示す指標。ROICが高いほど、会社が資金全体を活用して効率的に稼いだかを示すものとなる。

自己資本比率 (%)



OUGグループ中期経営計画
2021 期間

自己資本比率とは、総資産のうち純資産（有利子負債などを除く返済義務がない資産）の占める割合のことで、自己資本に依存している割合を示すもの。自己資本比率が高い場合は返済しなければならない負債が相対的に少なく健全性が高いことになる。

(*) ROIC = 税引後営業利益 ÷ (株主資本 + 有利子負債) (期首・期末平均)

10 資本コストや株価を意識した経営の実現について

(2024年2月8日公表の「資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応について」の概要)

- 方針
- 1 資本コストを上回る資本収益性を、利益率、資産回転率、財務レバレッジ等の向上を通じ達成する
 - 2 グループの成長性向上について、グループ中期経営計画に落とし込み、その実行を通じ実現していく
 - 3 OUGグループの成長性を絡めた事業活動等を分かりやすく説明するためにIRを強化していく

取組

- 1 業容の拡大と資本収益性の向上
- 2 成長投資の実施
 - ・ 養殖事業等へのさらなる投資
 - ・ 市場外水産物卸売事業の営業拠点の見直しと新たな拠点投資による事業拡大、収益性の向上
 - ・ 食品加工事業や海外事業の拡大と収益性向上を図るための M&A 等の検討
- 3 事業ポートフォリオの見直し
 - ・ 経営資源の選択と集中による資本効率の向上
 - ・ 不採算事業からの撤退や成長分野への投資
- 4 政策保有株式の縮減
- 5 グループ運転資金の圧縮
 - ・ CMS 導入による資金効率の向上
- 6 人材育成および社内環境整備の充実
 - ・ 多様性を意識した研修制度等の充実
 - ・ 安心して働くことができる社内環境整備
- 7 株主還元の充実
 - ・ 積極的で予見しやすい配当方法への転換
 - ・ 株主優待制度の充実（株主様とのリレーション深化）

11 『OUGグループ中期経営計画2024』（2024年4月～2027年3月）について

（基本的な考え方）資本コストや株価を意識した経営の実現 資本コストを上回る資本収益性の向上、グループの成長性向上の実現

（重点施策）グループ行動指針の実践による行動変容 「OUGグループ行動指針」を実践することにより行動変容を促し、グループ内連携等をより強めることで競争力のある事業を展開していく

OUGグループ行動指針

1. 取引の流れを俯瞰し、主体的な取引を作り上げ、主導権を握る（主体性）
2. 他部門・グループのさらなるパワーと機能を結集して取り組む（連携）
3. 意識をもって収益の源泉であるリスクに果敢に立ち向かう（リスクテイク）

事業戦略

- 戦略Ⅰ…鮮魚事業の強化
養殖事業者との取組拡大、加工機能/販売機能の高度化、チルド加工品/冷凍加工品の提案力および対応力強化
- 戦略Ⅱ…グループ内連携による商品力強化
オリジナル製品の開発/販売、ニーズに対応する加工場機能の強化、商品力強化による市場開拓、商品別の販売力強化
- 戦略Ⅲ…関東マーケットの深耕・拡大
商品力/販売力の強化、商物分離型の営業拠点/物流拠点の整備
- 戦略Ⅳ…海外事業の拡大
販売チャネルの拡大/取扱品目の拡充
- 戦略(共通) …サステナブルな事業活動

経営基盤の
整備・強化

- ① 財務戦略
- ② 人事戦略
- ③ システム戦略
- ④ I R戦略
- ⑤ 品質保証システムの構築
- ⑥ サステナビリティ課題への対応
- ⑦ 共通機能の高度化

OUG
グループの
経営数値
目標

収益計画 (億円)	2024/3期 (実績)	2025/3期 (計画)	2026/3期 (計画)	2027/3期 (計画)	経営指標目標 (%)	2024/3期 (実績)	2027/3期 (計画)
売上高	3,331	3,350	3,380	3,410	ROE (自己資本利益率)	12.7	8.0 (8.0%の水準を維持する)
営業利益	31	37	41	43	ROIC (投下資本利益率)	4.0	5.0 (5.0%の水準を達成する)
経常利益	39	37	41	43			

12 来期計画と配当見込み

1 来期計画

(百万円)	2025年3月期（計画）	2024年3月期（実績）	増減額	次期計画について
売上高	335,000	333,197	1,803	『OUGグループ中期経営計画2024』を開始し事業戦略に基き、全体最適のグループ経営を実施。
営業利益	3,700	3,122	578	
経常利益	3,700	3,912	▲212	
親会社に帰属する当期純利益	3,000	3,618	▲618	

2 配当の状況

	年間配当金					配当金総額 (百万円)
	第1四半期末(円 銭)	第2四半期末(円 銭)	第3四半期末(円 銭)	期末(円 銭)	合計(円 銭)	
2023年3月期	—	0.0	—	70.0	70.0	376
2024年3月期	—	0.0	—	75.0	75.0	403
2025年3月期（予想）	—	0.0	—	85.0	85.0	—

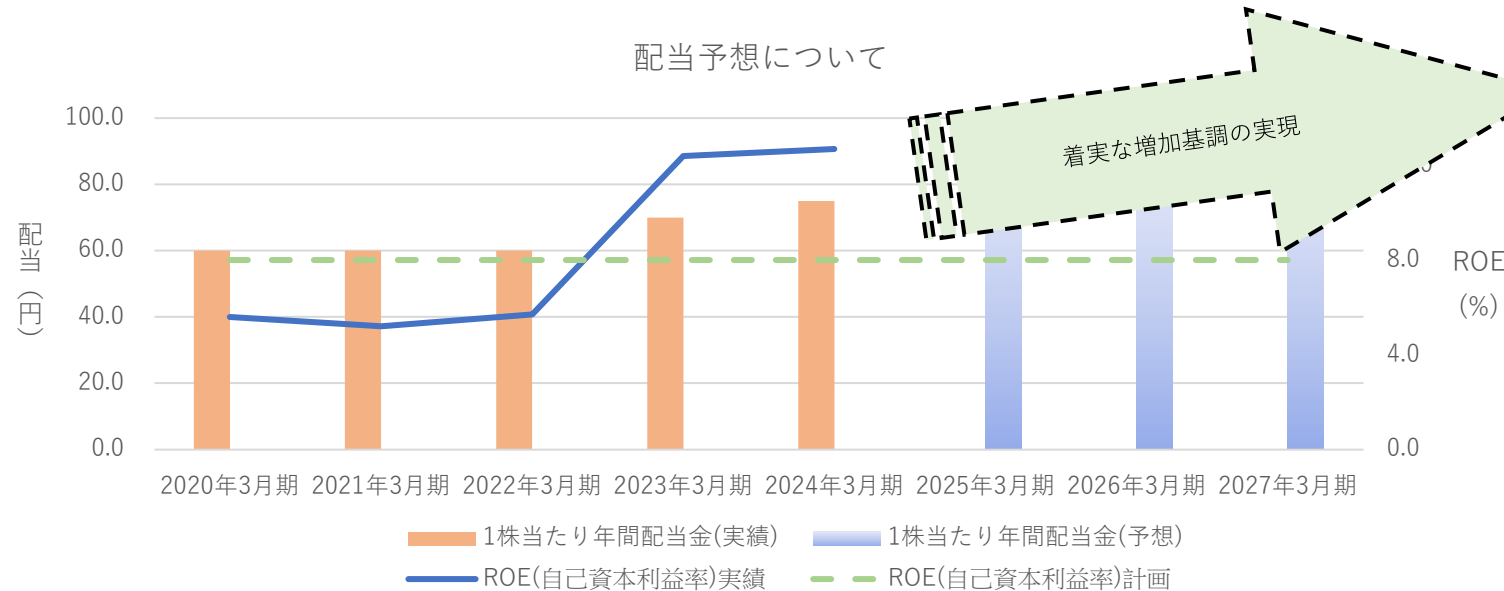
（今回配当） 中長期的な経営基盤の安定強化に留意し業績や経済情勢を総合的に勘案しながら、安定的な配当水準を維持することとし、2023年度決算配当には普通配当に加え1株当たり特別配当15円を加算。

（次年度からの配当） 2024年度（2025年3月期）からの配当方針については、次葉参照。

13 2024年度決算期からの配当方針について

2024年度(2025年3月期)からの配当方針について

- ・2024年2月8日付「資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応について」で公表した「株主還元の充実」の検討課題の一つである「配当方針」について、中長期的な経営基盤の強化・成長投資に留意し「定額を基本とした配当」から「積極的で予見しやすい配当方法」に方針転換するため、配当額決定の基準として株主資本配当率（DOE）（*注）を導入する。
- ・当面の株主資本配当率は、中長期的な経営基盤の安定強化および成長投資に必要な内部留保の確保を十分に留意し、1.6%を目途と想定。
- ・株主資本配当率の目標値を安定的に達成するため、ROE(自己資本利益率)に注目し、『OUGグループ中期経営計画2024』期間での目標ROEの達成を目指す。
- ・中長期的な株主資本配当率の引き上げについては今後の業績推移などを踏まえて検討し、株主資本配当率の向上を目指す。
- ・この想定イメージは下図のとおり。



（*注）

株主資本配当率（DOE（ディー・オー・イー））とは
会社が株主にどの程度の配当を払っているのか（利益配分をしているのか）を示す比率。

（「年間配当総額 ÷ 株主資本 × 100(%)」）

なお、DOE（ディー・オー・イー）を表現する記述として、「自己資本利益率(ROE) × 配当性向 × 100(%)」と示されることもある。これは、株主資本配当率とは厳密に同値ではないが、いわば「近似値」としての簡便さがある。（注意事項）

また、配当性向が一定でも、各年のROEを一定水準(以上)に維持すれば、配当総額は増加する。

（注意事項）株主資本と自己資本の定義は厳密には異なる。「自己資本」は「株主資本」と「その他の包括利益累計額」の合計になる。

OUGグループ中期経営計画2021 期間

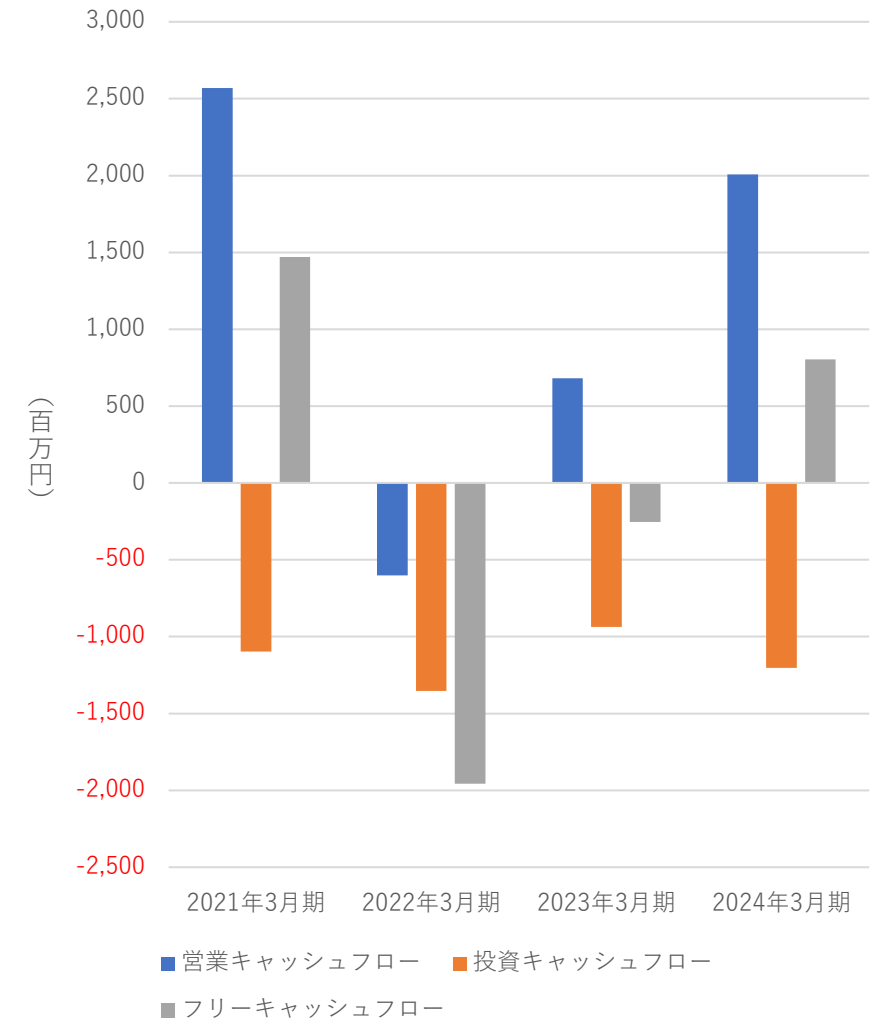
OUGグループ中期経営計画2024 期間

14 連結キャッシュ・フロー計算書の概要

(百万円)

	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期	2024年3期	直近期 増減
税金調整前当期純利益	1,740	2,370	4,488	3,748	▲740
減価償却	970	969	934	990	56
運転資金の増減 (▲は増加)	269	▲4,061	▲3,204	▲1,471	1,733
その他	▲410	120	▲1,536	▲1,260	276
営業キャッシュフロー	2,569	▲602	682	2,007	1,325
有形固定資産の取得 (▲表示)	▲946	▲1,114	▲1,048	▲613	435
その他	▲152	▲240	112	▲591	▲703
投資キャッシュフロー	▲1,098	▲1,354	▲936	▲1,204	▲268
フリーキャッシュフロー	1,471	▲1,956	▲254	803	1,057
配当金支払い (▲表示)	▲331	▲332	▲331	▲375	▲44
財務キャッシュフロー	▲1,549	2,483	399	▲1,113	▲1,512
(現金同等物等の増減)	(▲78)	(526)	(145)	(▲310)	
(現金同等物等期末残高)	(2,064)	(2,590)	(2,736)	(2,425)	

連結キャッシュフローの推移



15 連結経営指標 (5期推移)

(百万円、%)

	2020年3月期	2021年3月期	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期	前期比増減（直近期）
売上高	319,813	298,223	298,572	325,020	333,197	8,177
経常利益	1,621	1,727	3,092	4,276	3,912	▲ 364
親会社に帰属する 当期純利益	1,192	1,141	1,344	3,078	3,618	540
純資産額	20,992	23,143	23,841	25,927	30,994	5,067
総資産額	70,414	72,733	78,742	81,988	91,150	9,162
現金及び現金同等物 の期末残高	2,142	2,064	2,590	2,736	2,425	▲ 311
自己資本比率	29.8	31.8	30.3	31.6	34.0	2.4
自己資本利益率	5.6	5.2	5.7	12.4	12.7	0.3
株価収益率(倍)	12.5	14.5	11.3	4.4	3.8	▲0.6

注意事項

当資料に記載されております計画や見通し、戦略など歴史的事実でないものは将来の業績に関する見通しであり、これらは現時点で入手できる情報から得られた判断に基づいております。実際の業績は様々な重要要素により、これらの見通しとは異なる結果をもたらしうることをご承知おきください。また、本資料の著作権やその他本書類にかかる一切の権利は OUGホールディングス株式会社に属します。

当資料に対する問い合わせ窓口

OUGホールディングス株式会社 経営基盤グループ 電話 06 - 4804 - 3031