

2026.3.19



上場25周年 情熱56周年

2026年1月期 決算説明会

株式会社OSGコーポレーション

INDEX

POINT

01

OSGの競争優位性

POINT

02

2026年 1 月期 決算の概要

POINT

03

2027年 1 月期の業績予想

POINT

04

OSG2030ビジョン

INDEX

POINT
01

OSGの競争優位性

POINT
02

2026年 1 月期 決算の概要

POINT
03

2027年 1 月期の業績予想

POINT
04

OSG2030ビジョン

会社概要

社 名： 株式会社OSGコーポレーション
(東証スタンダード市場：6757)

本 社： 大阪市北区天満1-26-3

設 立： 1970年8月29日

代 表 者： 代表取締役会長兼CEO 湯川 剛
代表取締役社長 山田 啓輔

資 本 金： 601百万円

社 員： 545人（グループ） ※2026年1月現在

事 業： 機能水総合メーカー

主要グループ会社

株式会社OSGウォーターテック(製造・海外)
株式会社ウォーターネット(水宅配事業・FC本部)
株式会社銀座仁志川(水にこだわる高級食パン)



4つのセグメント：1) 水関連機器事業 2) メンテナンス事業 3) HOD事業 4) FOOD事業

COMPANY & CUSTOMER

水関連機器事業



家庭用/オフィス



業務用



ウォータークーラー



水自販機



産業用



衛生管理

メンテナンス事業



メンテナンス

HOD (水宅配) 事業



ウォーターサーバー

FOOD事業



銀座仁志川



SAKImoto bakery



D&D



Point

■ Point 01

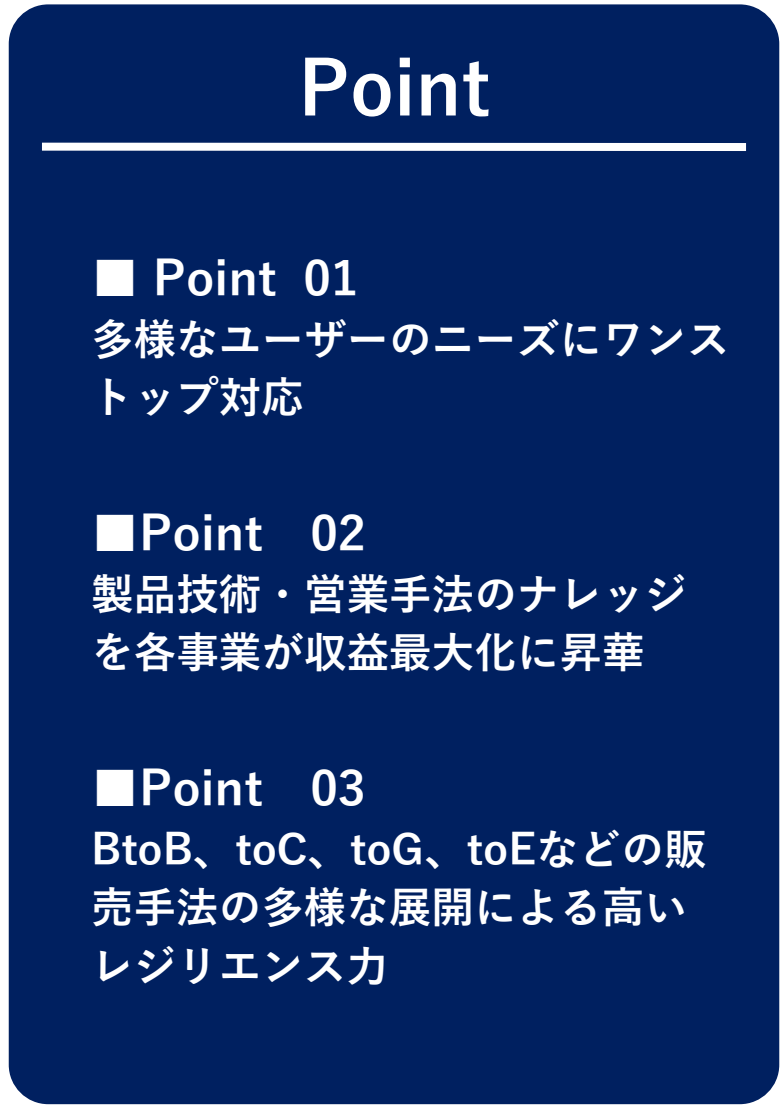
直接お客様の声を聴き、製品開発に活かすマーケットイン経営

■ Point 02

自社製造工場を活かし、顧客ニーズを迅速に企画・開発へ反映できる体制

■ Point 03

全社員PP部（プロダクトプランナー）を兼務し、アイデアを創発する仕組み





GUARDIANLOCK
NDX-1500PLB/2

食品・飲料・公共施設の
あらゆる場所でご使用いただけます。



Point

■ Point 01

ブランド力向上とシナジー発揮の
最大化

■ Point 02

販路・顧客ニーズの対応にて積み
上げた技術やノウハウを新結合

■ Point 03

販路開拓の生産性向上とクロス
セルの拡大

INDEX

POINT
01

OSGの競争優位性

POINT
02

2026年 1 月期 決算の概要

POINT
03

2027年 1 月期の業績予想

POINT
04

OSG2030ビジョン

売上高

81.8億

前期比 103.2%

→ 社会課題対応型ビジネスが
着実に推進

経常利益

2.1億

前期比 172.9%

→ 収益構造改善と戦略投資の
成果が顕在化



投資【水関連】

1.0億

大阪・関西万博
給水スポット関連
創立55周年販売促進企画

→ 万博を起点に全国展開を
見据えた社会的投資

投資【FOOD】

5.1億

銀座仁志川新業態
D&D新工場稼働

→ 「100年企業」に向けた
次世代成長分野への投資



ポイント

- ・「大阪・関西万博会場への給水スポット設置及びマイボトル利用推進活動」によって、当社が5年前から啓発してきた「プラスチックごみ削減」の取り組みが、国の掲げる循環型社会の実現に直接貢献できることが実証。
- ・プラスチック汚染対策や熱中症対策の社会的要請の高まりを背景に、従来当社が掲げてきた「OSGの強みを活かして社会の課題を解決していく」という姿勢が事業機会として具体化。
- ・「廃プラスチック問題が未来に引き起こす社会的課題」に対する**社会的投資を強化する**経営方針。「**100年企業**」を目指し、**新たな食分野の市場構築**にも注力。

	2025/1期	2026/1期			
	実績 (構成比%)	実績 (構成比%)	前期比	計画 (構成比%)	計画比
売上高	7,929 (100%)	8,185 (100%)	103.2%	8,600 (100%)	95.2%
営業利益	133 (1.7%)	207 (2.5%)	155.1%	500 (5.8%)	41.6%
経常利益	125 (1.6%)	216 (2.6%)	172.9%	500 (5.8%)	43.3%
親会社に帰属する 当期純利益	33 (0.4%)	106 (1.3%)	315.3%	300 (3.5%)	35.6%

(単位：百万円)

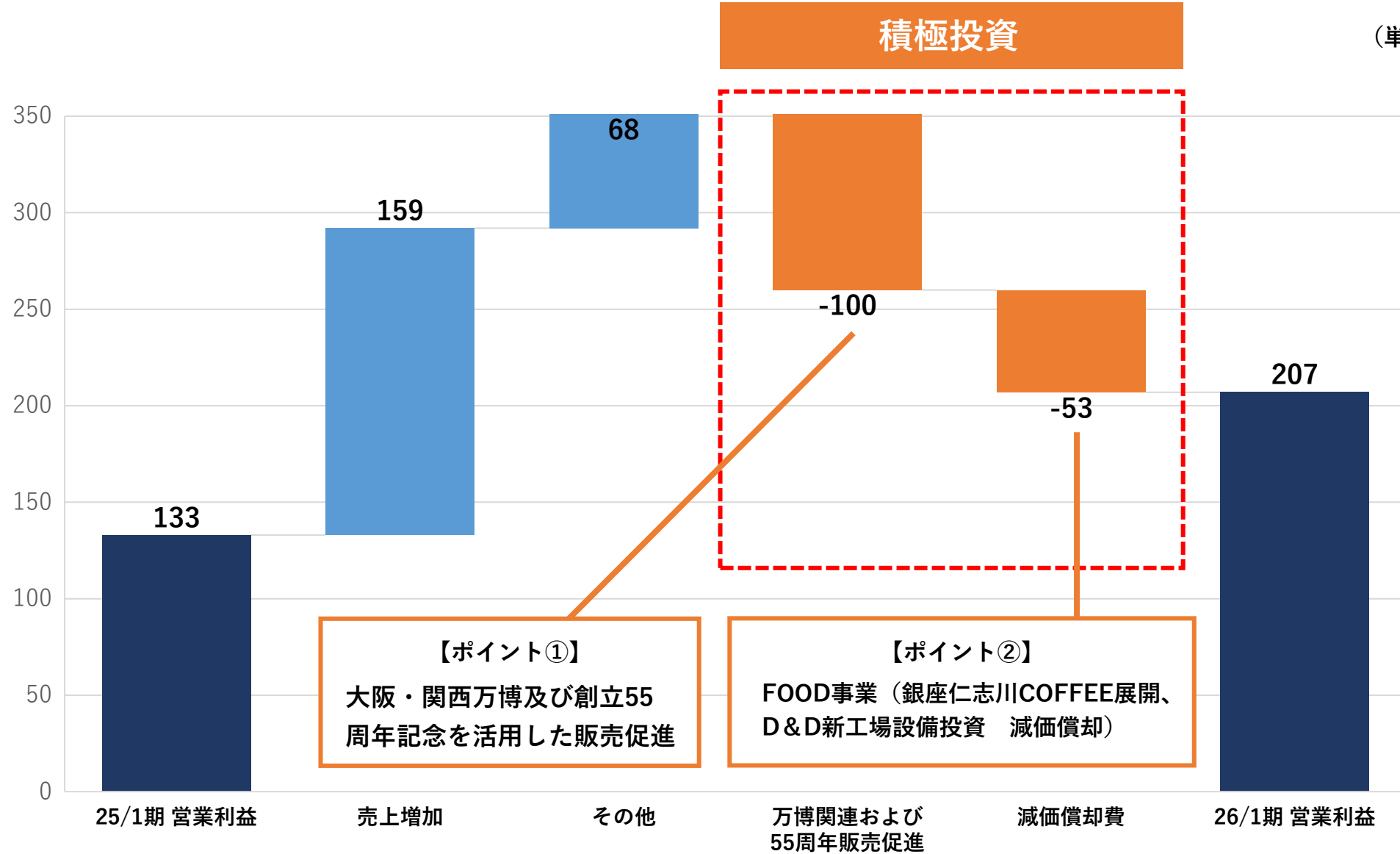
実績のポイント

- (水関連機器事業) 自治体や学校施設等からの引き合いが着実に増加し、先行受注として一定の成果を得ております。一方で、万博関連需要の本格導入時期が後ろ倒しとなったことや、大口案件の納入時期が計画より遅延したことにより、売上への寄与は限定的となりました。あわせて、大阪・関西万博の給水スポットの増設及び創立55周年による大規模な先行投資型の販売促進企画を実施したことから、販管費が大きく増加いたしました。これらは、翌期以降を見据えた社会的先行投資によるものであります。
- (メンテナンス事業) 既存顧客を中心としたメンテナンスによる売上が堅調に推移し、概ね計画どおりの業績となりました。
- (HOD事業) 「大阪・関西万博」をはじめ、東京で開催された「デフリンピック」、滋賀での「国民スポーツ大会」などのスポーツイベントにおけるウォーターサーバーの設置を通じて、熱中症対策を推進してまいりました。また、例年以上の猛暑に加え、労働安全衛生法改正による職場での熱中症対策の義務化を背景として、ボトルドウォーターやロイヤルティ等のストック収益が順調に推移いたしました。
- (FOOD事業) ベーカリー部門においては、国内では「銀座に志かわ」が「食パン専門店」としての収益改善を進めるとともに、新業態「GINZA NISHIKAWA COFFEE ROASTERY」の新規出店を進めました。海外では、昨年9月に中国初の食パン専門店レストラン「銀座に志かわ・興業太古滙店」をオープンいたしました。中華総菜の製造・販売部門では、新工場の建設によりコスト増となりましたが、生産能力は従来と比較して約10倍に向上しております。これにより、従来の取引先に加え、ホテル・レストラン市場への販路拡大を進めております。

	売上高			営業利益		
	2025/1期	2026/1期	前期比%	2025/1期	2026/1期	前期比%
水関連機器事業	2,206	2,222	100.7%	38	△106	—
メンテナンス事業	2,009	2,075	103.3%	337	393	116.4%
HOD(水宅配)事業	1,309	1,415	108.1%	51	63	124.7%
FOOD事業	2,436	2,512	103.1%	△287	△135	—

(単位：百万円)

(単位：百万円)



	2025/1期	2026/1期
営業活動によるキャッシュフロー	△0	97
投資活動によるキャッシュフロー	399	△424
財務活動によるキャッシュフロー	△227	127
現金及び現金同等物の期末残高	721	521

（単位：百万円）

キャッシュフローの主要因

営業C F . . . 減価償却費178百万円、税金等調整前当期純利益150百万円等の収入
法人税等の支払額176百万円、契約負債の減少額140百万円等の支出

投資C F . . . 有形固定資産の取得額466百万円等の支出

財務C F . . . 長期借入金による収入298百万円、非支配株主からの払込みによる99百万円等の収入
配当金の支払額210百万円等の支出

2026年1月期 決算の実績（貸借対照表）



（単位：百万円）

	25/1期		26/1期		増減額	備考（増減要因）
		構成比 (%)		構成比 (%)		
流動資産	4,137	64.7	3,904	60.4	△233	
現金及び預金	2,364	37.0	2,245	34.7	△119	
受取手形及び売掛金	827	12.9	787	12.2	△40	売掛金14百万円の増加、受取手形54百万円の減少等によるもの
棚卸資産	716	11.2	726	11.2	9	原材料及び貯蔵品5百万円、商品及び製品3百万円の増加によるもの
固定資産	2,260	35.3	2,560	39.6	300	建物及び構築物285百万円、機械装置及び運搬具88百万円等の増加によるもの
資産合計	6,397	100.0	6,465	100.0	67	
流動負債	2,621	41.0	2,562	39.6	△58	短期借入金68百万円の増加、契約負債140百万円の減少等によるもの
固定負債	873	13.7	1,088	16.8	214	長期借入金193百万円、リース債務92百万円の増加、退職給付に係る負債35百万円の減少等によるもの
負債合計	3,495	54.6	3,651	56.5	155	
株主資本合計	2,495	39.0	2,404	37.2	△91	利益剰余金105百万円の増加、資本剰余金208百万円減少等によるもの
非支配株主持分	334	5.2	333	5.2	△1	
負債純資産合計	6,397	100.0	6,465	100.0	67	

INDEX

POINT

01

OSGの競争優位性

POINT

02

2026年 1 月期 決算の概要

POINT

03

2027年 1 月期の業績予想

POINT

04

OSG2030ビジョン

今期の見通し

水関連機器事業において、廃プラスチック問題や熱中症対策といった社会的課題への取り組みを中核に据えるとともに、メンテナンス事業及びHOD（水宅配）事業における安定的な収益基盤を活かしながら、将来の持続的成長に向けた投資を着実に実行してまいります。また、新たな食分野の市場構築に向け、探索領域と位置付けるFOOD事業においては、事業基盤の整備と収益構造の確立に向けた取り組みに注力してまいります。

■損益計算書

（単位：百万円）

	2026/1期	2027/1期	
	実績 (構成比%)	計画 (構成比%)	前期比%
売上高	8,185 (100%)	8,800 (100%)	107.5%
営業利益	207 (2.5%)	500 (5.7%)	240.7%
経常利益	216 (2.6%)	500 (5.7%)	231.1%
親会社に帰属する 当期純利益	106 (1.3%)	300 (3.4%)	281.2%

■セグメント別

（単位：百万円）

	売上高			営業利益		
	2026/1期	2027/1期		2026/1期	2027/1期	
	実績	計画	前期比%	実績	計画	前期比%
水関連機器事業	2,222	2,620	117.9%	△106	120	—
メンテナンス事業	2,075	2,150	103.6%	393	400	101.7%
HOD(水宅配)事業	1,415	1,500	106.0%	63	70	109.9%
FOOD事業	2,512	2,530	100.7%	△135	△90	—

株主還元の充実（配当）

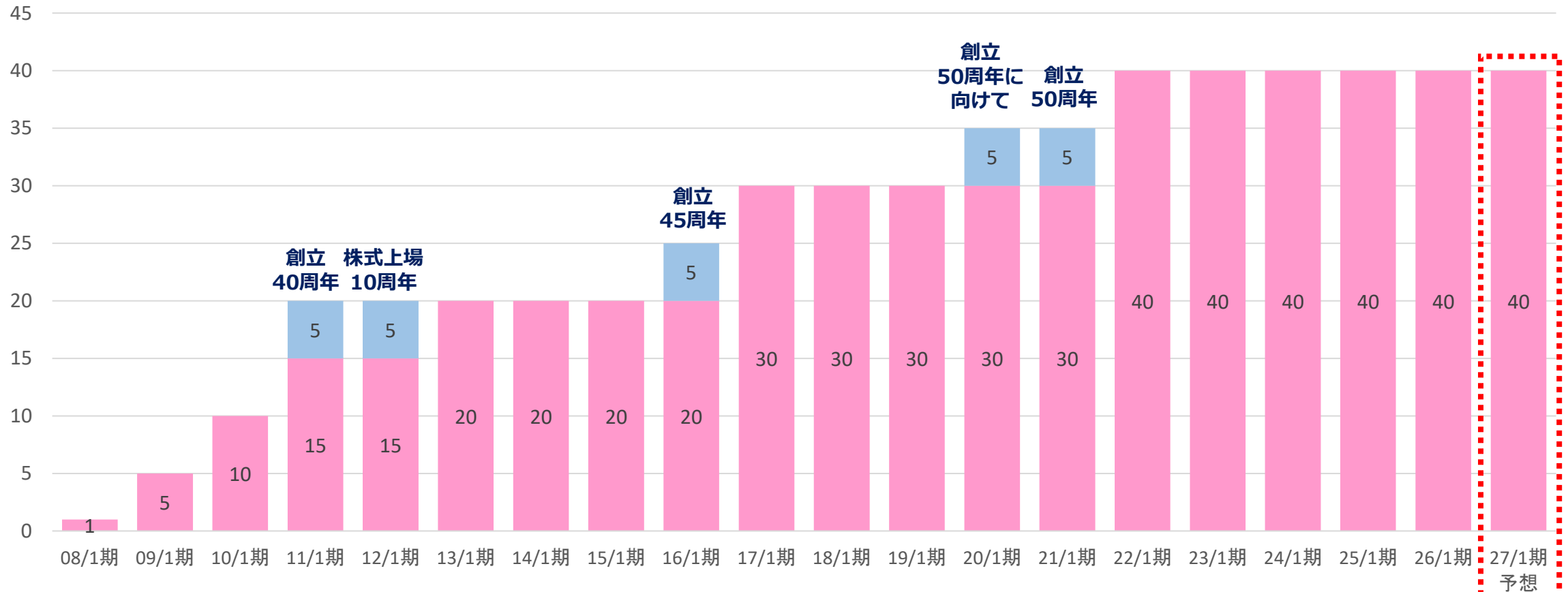


「累進配当」の継続 ※累進配当期間：19年

DOE（株主資本配当率）7 %程度を目安に、安定配当の継続を基本とした株主還元を実施します。

（単位：円）

■ 配当 ■ 記念配当



強固な財務基盤：成長投資を支える手元流動性と実質無借金の維持

有利子負債

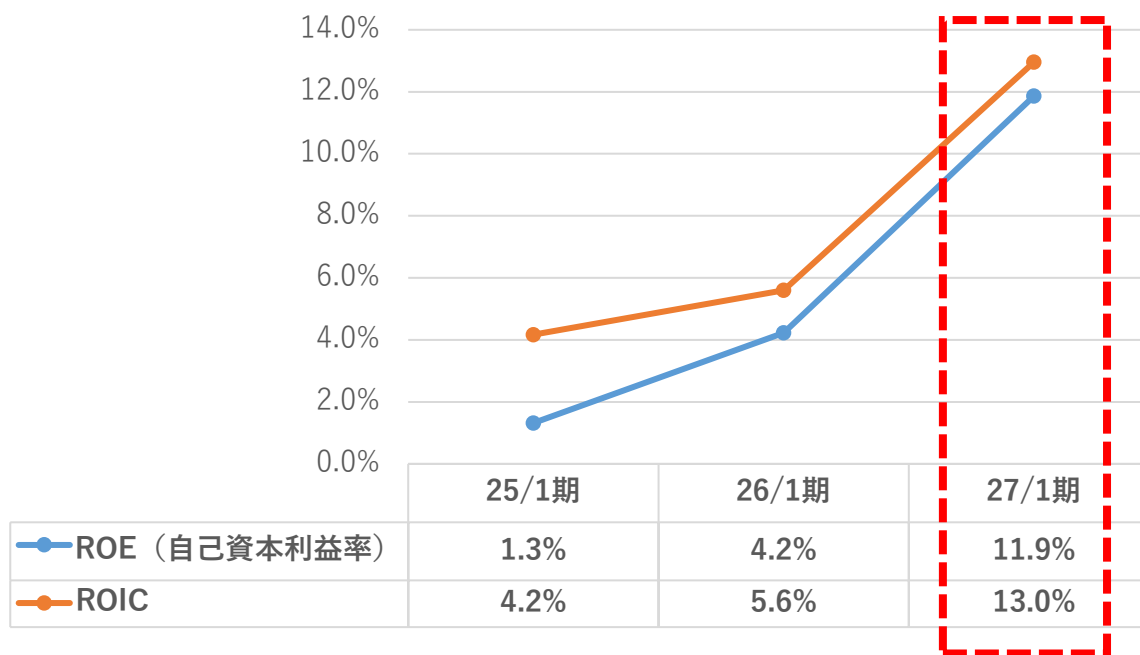
18.8億円

現預金

22.4億円

財務健全性
現預金／有利子負債倍率1.2倍

ROE と ROIC



※ROICは、現預金を投下資本から控除して算出しております

資産の再編で稼ぐ力を高め、
資本効率を劇的に改善

DOE

7.0%以上
(26/1期は8.3%)

財務レバレッジ

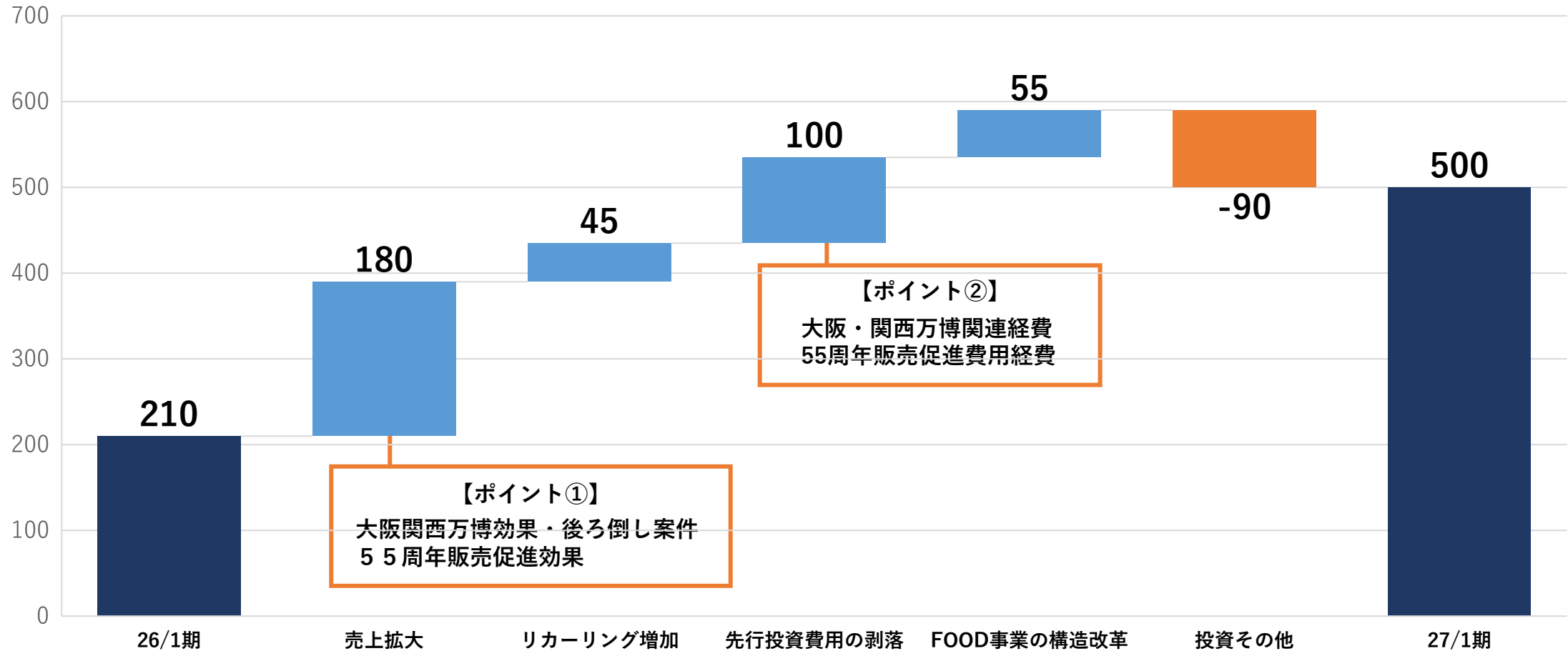
2.3倍

実質無借金の余力で
高還元と成長投資を両立

当期営業利益達成のブリッジチャート

(単位：百万円)

■ 増加 ■ 減少 ■ 合計



INDEX

POINT

01

OSGの競争優位性

POINT

02

2026年 1 月期 決算の概要

POINT

03

2027年 1 月期の業績予想

POINT

04

OSG2030ビジョン



上場25周年 情熱56周年



POINT

04 OSG2030ビジョン

01 2030ビジョン進捗

02 創立55周年記念事業「3大イベント」

03 セグメント別経営戦略とトピックス



POINT

04 OSG2030ビジョン

01 2030ビジョン進捗

02 創立55周年記念事業「3大イベント」

03 セグメント別経営戦略とトピックス

第11次 5 ヶ年計画 OSG2030ビジョン

第11次 5 ヶ年計画
OSG2030ビジョン

「ミズカラ」はじめる ウェルビーイングカンパニー

～水にこだわり、世界に向けて、感動と健康をお届けする～

「ミズカラ」はじめる

- ①健康は「水から」はじめる
- ②何事も主体性をもって「自ら」イキイキ活動する



ウェルビーイングカンパニー

私たちの商品やサービスを通じて、
より多くの人々が健康で幸せな気持ちになっている

源泉は企業文化

※ OSG 二大文化遺産 1：明るさの磁場経営 2：LMPノート

第11次5ヶ年計画 OSG2030ビジョン

第11次5ヶ年計画
OSG2030ビジョン

「ミズカラ」はじめるウェルビーイングカンパニー

～ 水にこだわり、世界に向けて、感動と健康をお届けする ～

3つの基本方針

基本方針1

方円の大器

事業ポートフォリオの
柔軟な組み替えによる
収益力の向上と拡大

基本方針2

リカーリング

すべての事業はリカーリングに
つながるビジネスの追求
顧客満足の徹底強化

基本方針3

おでんフィロソフィー

「一人ひとりが主役」と
位置付けた人的資本経営の推進
ODEN×DX×組織力

基本方針1 方円の大器 収益力の向上と拡大

基本方針1 方円の大器

事業ポートフォリオの柔軟な組み替えによる収益力の向上と拡大



採算経営
(シン・採算経営システム)

1：市場の声を経営に活かす 2：収益力強化 3：次世代リーダーの育成

基本方針 2 リカーリング

基本方針 2 リカーリング

すべての事業はリカーリングにつながるビジネスの追求



すべての事業はリカーリングビジネスにつながる設計を強化。メンテナンス、ロイヤルティーやサブスクなどは経営において継続的安定的収益をもたらします。お客様と永いおつきあいを続けていく経営姿勢は、責任感と使命感を向上させ、更なる企業価値向上につながります。更に、デジタルを活用したデータ経営、クロスセル及びアップセルを強化してまいります。

基本方針 3 おでんフィロソフィー

基本方針 3 おでん フィロソフィー

「一人ひとりが主役」と位置付けた人的資本経営の推進



ODEN × DX × 組織力

おでんフィロソフィー。一言で言えば、「みんな主役」という意味です。他の鍋料理には必ず、主役と脇役があるものです。しゃぶしゃぶなら肉が主役で、豆腐や白菜などは脇役です。ふぐちりも当然ふぐが主役で、春雨やしいたけは脇役です。それに対して「おでん」は全ての具が主役なのです。しかも生まれた生い立ちや環境は違っても、その個性で主役の座を得ているのです。

「おでんの具」という企業文化にデジタルと組織力をかけ合わせたOSGの人的資本経営

OPEN

- ①オープンコミュニケーション
- ②小さな努力賞カードDX

Diversity

- ①多様性と包容性
- ②OSGワークスタイル2030

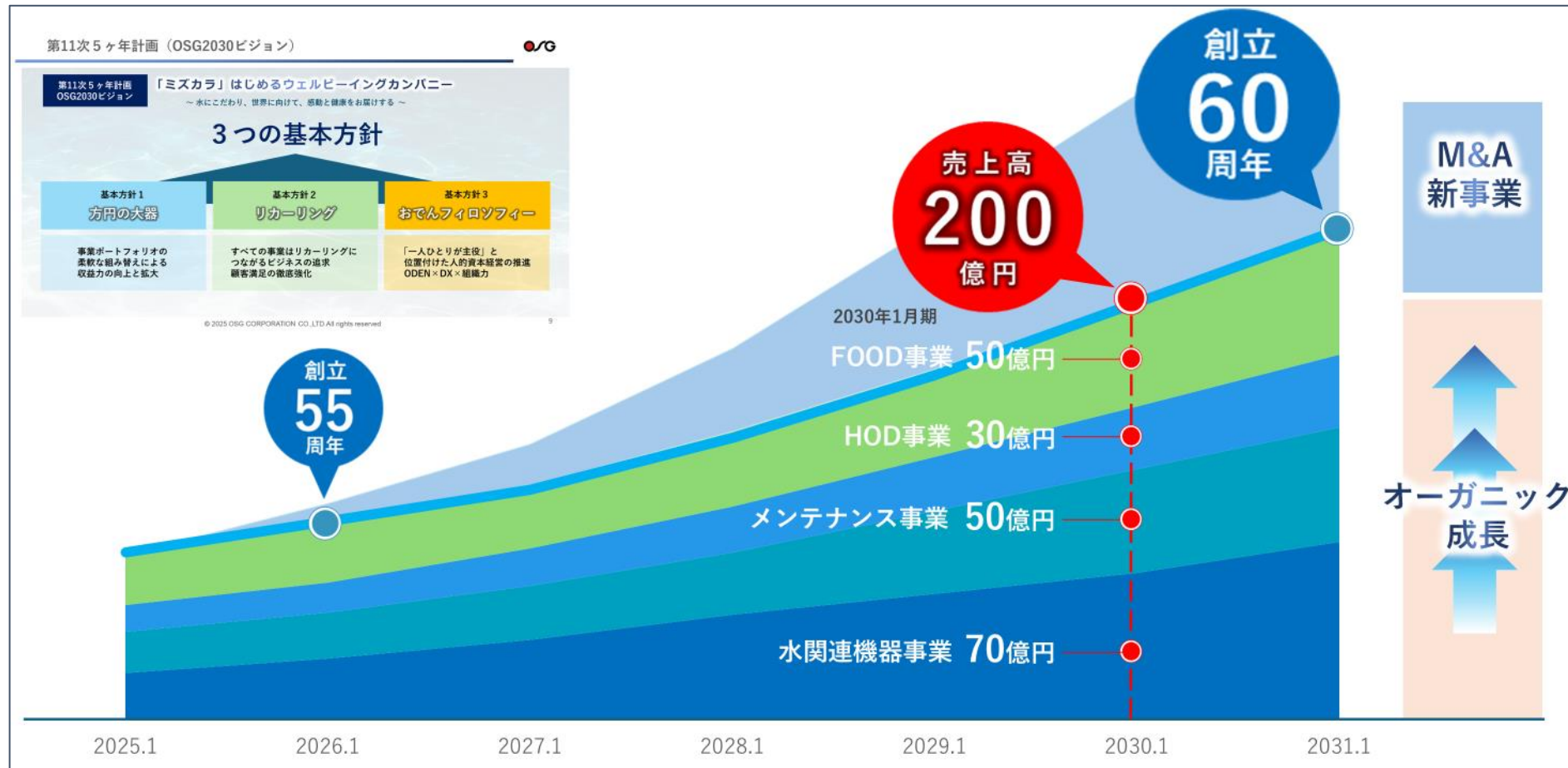
ENERGY

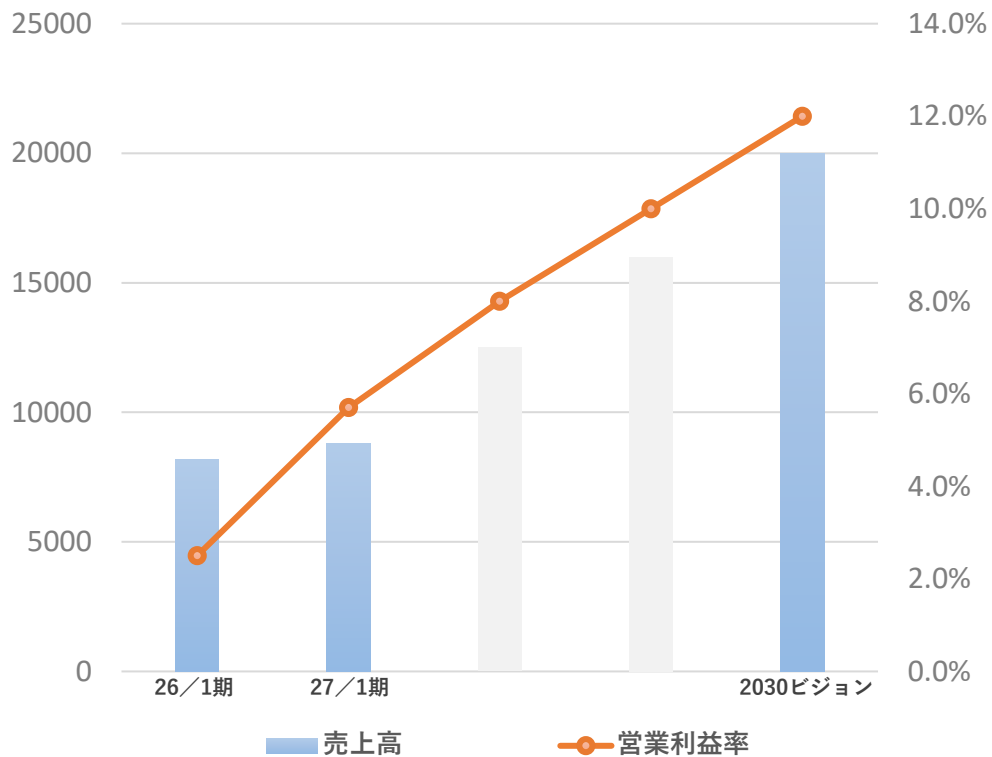
- ①元気大好きOSG
- ②礼儀とは力なり

NEXT

- ①「こぶし」宣言
- ②OSGアカデミー等階層別教育

2030年に目指す姿





方円の大器

高齢者向け宅配弁当事業撤退
空堀ビル売却
探索領域のFOOD事業(5.1億円投資)

リカーリング

メンテナンス事業利益率18.4% (着実に増加)
プレミアムメンテ、OSGアプリ開始
全事業リカーリング接続率KPIの推進強化

おでん フィロソフィー

新卒及び経験社員採用活動強化
IT・DX含むリスクリング
「OSGワークスタイル2030」の実行

中期経営計画『OSG2030ビジョン』の初年度は、創立55周年記念事業として大阪・関西万博での給水スポット展開が大きな注目を集めました。当社は、暑熱対策や廃プラスチック削減といった社会的課題の解決を『持続可能な成長機会』と捉え、戦略的投資を実行しました。現在、2027年3月に開幕されるGREEN×EXPO 2027へ向けて、全国自治体に対する『ステハジ』を軸とした給水スポットの普及に注力しております。同時に、将来の柱となる『食』事業の基盤構築に向けて、既存の枠組みを超えた大胆な設備投資を断行し、次なる成長の種を確実に蒔いております。



POINT

04 OSG2030ビジョン

01 2030ビジョン進捗

02 創立55周年記念事業「3大イベント」

03 セグメント別経営戦略とトピックス

創立55周年記念事業「3大イベント」

55TH ANNIVERSARY

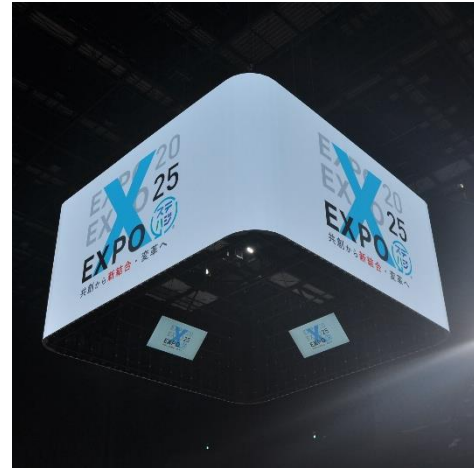
創立55周年記念事業 3大イベント



大阪・関西万博



創立55周年式典



「ステハジ」EXPO
2025



創立55周年記念事業「3大イベント」

55TH ANNIVERSARY

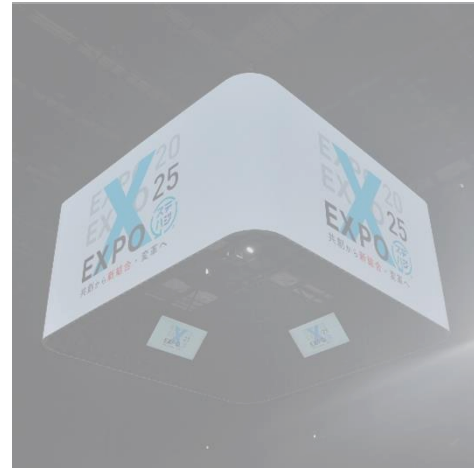
創立55周年記念事業 3大イベント



大阪・関西万博



創立55周年式典



「ステハジ」EXPO
2025



「社会の仕組み・システムを変える、個人の習慣を変える」プラットフォーム
社会の**行動変容**、個人の**習慣変容**に取り組む

● ● ●
使い捨ては、**恥**ずかしい

● ● ● ●
「さあ、みんなでサ**ステ**ナブルは**じめ**よう」

社会課題

“使い捨て”から生まれる社会課題



目指す未来

“使い捨て”に頼らない日常（未来）

「使い捨ては恥ずかしい」という考え方を通して、誰でも（Everyone）、毎日（Everyday）、どこでも（Everywhere）少しの意識と行動で、

海洋プラスチック問題や使い捨てから生まれる様々な社会課題を個人・**企業・自治体・団体・教育機関・プロスポーツクラブ**

などが、一体となって 啓発・実践し、みなさんと共に行動変容・習慣変容に取り組むプロジェクトです。



「ステハジ」プロジェクトの考え

Purpose

—— 存在意義 ——

社会の**仕組み・システム**を変える、個人の**習慣**を変える

※社会の**行動変容**、個人の**習慣変容**

Mission

—— 使命 ——

使い捨てから生まれる社会課題の啓発を共創メンバーとの共創で、
使い捨てに頼らない日常（未来）を目指す

「ステハジ」プロジェクトをプラットフォームに、気候変動・海洋汚染・衣類廃棄・食品ロスなど、
使い捨てから生まれる社会課題の啓発から、使い捨てに頼らない日常(未来)への行動変容

Vision

—— Message ——

「使い**捨て**は**恥**ずかしい」

「さあ、みんなで**サステナブル**はじめよう」

1) 2つのチャレンジ「ペットボトル50億本削減」「みんなで拡げる給水スポット10万カ所」

2) 共育（ともにそだてる）体験

Value

—— 価値観 ——

全国の、個人・企業・自治体・団体・教育機関・プロスポーツクラブなど
それぞれの強みを活かして「新たな行動変容・習慣変容が生まれる」につなげる

※共創を通して、より多くの個人・企業・自治体・団体・教育機関・プロスポーツクラブが
「個」だけでは出来ない「体験」を実践するプラットフォーム。

01 ペットボトル50億本削減

Challenge マイボトルを持ち歩く。Reduce ごみを出さない習慣。



※PETボトルリサイクル推進協議会

02 みんなで広げる給水スポット

Challenge どこでもマイボトルの中身が無くなれば給水ができる環境



私の給水スポット

私たちの給水スポット

みんなの給水スポット

現在

喉が渴いたら
ペットボトルが
生まれる



未来

「社会の仕組み・システム」を変える
「マイボトル “給水” が日常へ」



私の給水スポット

自宅が給水スポット
いつでも
出かけるときには
マイボトルに飲み物を給水



私たちの給水スポット

学校や職場
人が集まる場所で
ボトルの中身が無くなれば
給水できる場所



みんなの給水スポット

誰でも給水できる場所
どこでも給水が当たり前、
交通・公共施設 / 飲食店 / 複合施設などが
給水場所へ



TEAM
EXPO
2025

「ステハジ」プロジェクトが 大阪・関西万博「TEAM EXPO 2025」プロジェクト 共創パートナーに登録

「TEAM EXPO 2025」は大阪・関西万博の公式プログラム



いっしょに、いこう！
大阪・関西万博／



2025.04.13

EXPO 2025 OSAKA, KANSAI, JAPAN





万博会場での役割

- ① 気候変動の啓発
- ② 熱中症対策
- ③ プラスチックごみ削減

万博会場の体験レガシーに

マイボトル“給水”が新たな選択へ
給水が習慣変容のアイコンへ





大阪・関西万博 全景図

会場内 給水スポットMAP

OSGグループ 給水スポット MAP

52台





使用方法

① 空のマイボトルを準備します
Please prepare your empty reusable water bottle.

② トレイにボトルをセットします
Please put the bottle on the drip tray.

③ センサーで自動的に水が出ます
The bottle is automatically filled with water.



大阪・関西万博 連日給水スポットには給水行列。 “給水パビリオン”





未来社会の実験場

People's
Living Lab



給水回数 1,200 万回突破！

給水回数

Number of water supply

12,065,111 times
回

CO₂削減量

CO₂ reduction about

978,480 Kg



4月13日開幕

88 12

ペットボトル

マイボトル



メディア報道・SNS拡散

マイボトルは必須



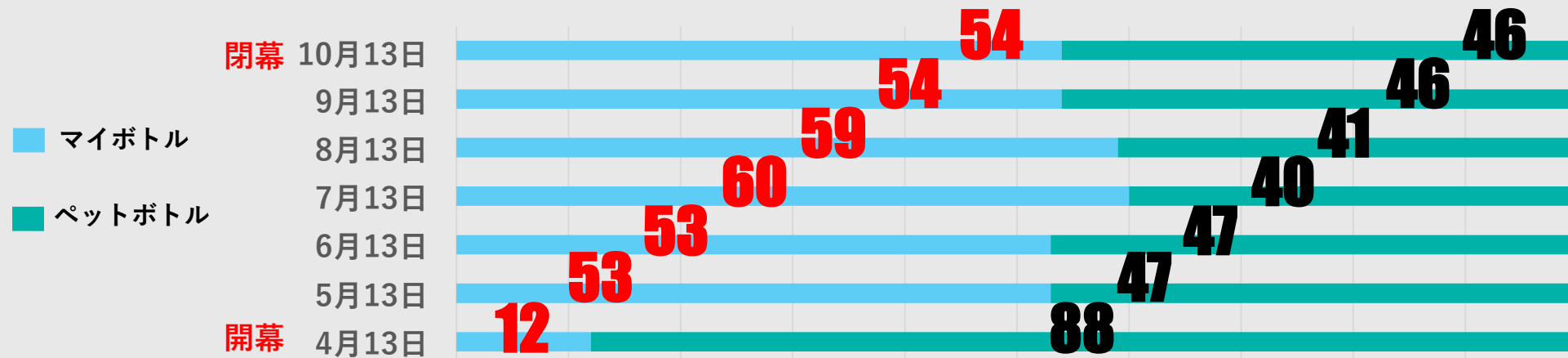
開幕1ヶ月 5月13日

47 53

ペットボトル

マイボトル

◆給水 100人調査 (※給水スポット「エブリィ」で調査委実施。今後も継続してデータ取得してまいります。)

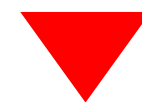




会場のごみ排出量が半分へ

ごみ予想

344 g



ごみ結果

179 g



来場者 **2500**万人

OSG社員（熱中症アドバイザー資格者）が
メンテナンス・熱中症啓発・給水サポートも実施



大阪・関西万博初日、給水スポットを利用する多くの人は、空のペットボトルを手にしていました。しかし1カ月後、会場の風景は変わり始める。マイボトルで給水する人が過半数を占めるようになったのだ。

大阪・関西万博で起きたこの行動変容は、偶然ではない。

背景には株式会社OSGコーポレーションが進めてきた「ステハジ」プロジェクトがあった



Newsweek
SDGs
Awards
2025



OSGコーポレーション

「ステハジ」体験型啓発

大阪・関西万博で起きた「1200万回」の行動変容

環境部門賞の受賞

- ◆「SDGsアワード2025」では、環境、社会、経済、脱炭素、地域課題の5つの部門と学生賞、特別賞、最優秀賞の計8部門を分類し、編集部と慶應義塾大学大学院の蟹江憲史教授が、受賞企業を選出されました。





1970年大阪万博 堺屋太一の教え

万国博覧会開催のために奔走し、
1970年大阪万博開催を実現させ空前の大成功に導いた。

万博で、見たもの・聞いたもの
食べたもの・感動したものが、
その国のナショナルスタンダード
(未来の当たり前)になる。

携帯電話／電気自動車／自動ドア／電波時計／缶コーヒー／回転ずし、など



[全国各地へ万博レガシーが広がる]



小中学校への設置

九州地区市役所内

姫路城

テーマパーク

公園施設



2025年 大阪・関西万博のレガシーを GREEN×EXPO2027へつなぐ

マイボトル“給水”が日常へ

株式会社OSGコーポレーション

公益社団法人2027年国際園芸博覧会協会

代表取締役社長 山田啓輔

推進戦略室長 脇坂隆一



創立55周年記念事業「3大イベント」

55TH ANNIVERSARY

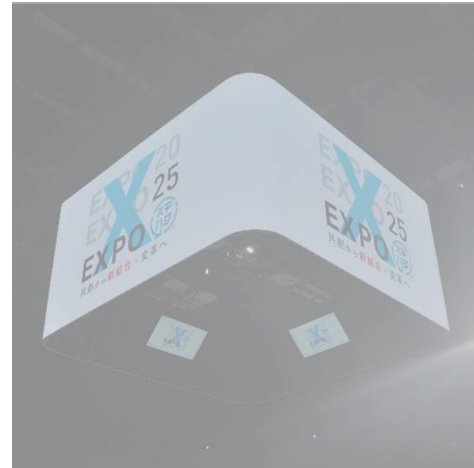
創立55周年記念事業 3大イベント



大阪・関西万博



創立55周年式典



「ステハジ」EXPO
2025



2020年に50周年記念式典開催の予定も、コロナ禍により断念。
創立55周年にて「感謝」を示し、今後の「飛躍」を誓いました。



創立55周年記念式典

開催日

2025年8月29日

会場

グランドプリンスホテル新高輪

来賓代表祝辞

創立55周年を祝う温かい激励のお言葉を頂戴しました。



内閣総理大臣
高市早苗



元 内閣総理大臣
野田佳彦



元 大2025年日本国際博覧会
協会機運醸成局長
堺井啓公



創立55周年記念事業「3大イベント」

55TH ANNIVERSARY

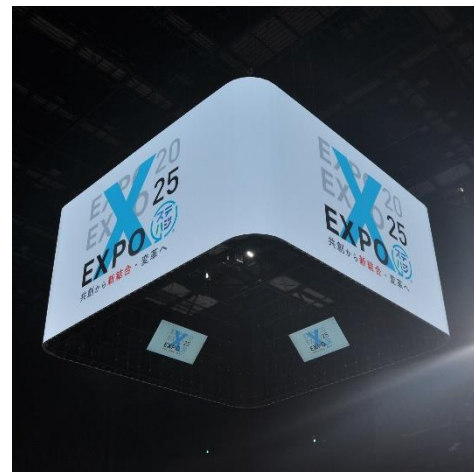
創立55周年記念事業 3大イベント



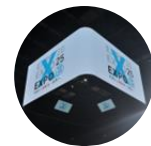
大阪・関西万博



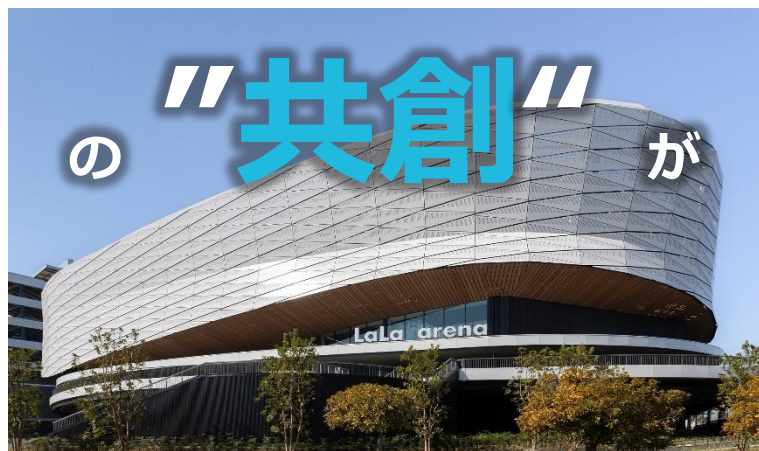
創立55周年式典



「ステハジ」EXPO
2025



「ステハジ」EXPO 2024
Panasonic stadium吹田



「ステハジ」EXPO 2025
ららアリーナ東京ベイ



「ステハジ」EXPO 2026
ぴあアリーナMM



共創イノベーションイベント

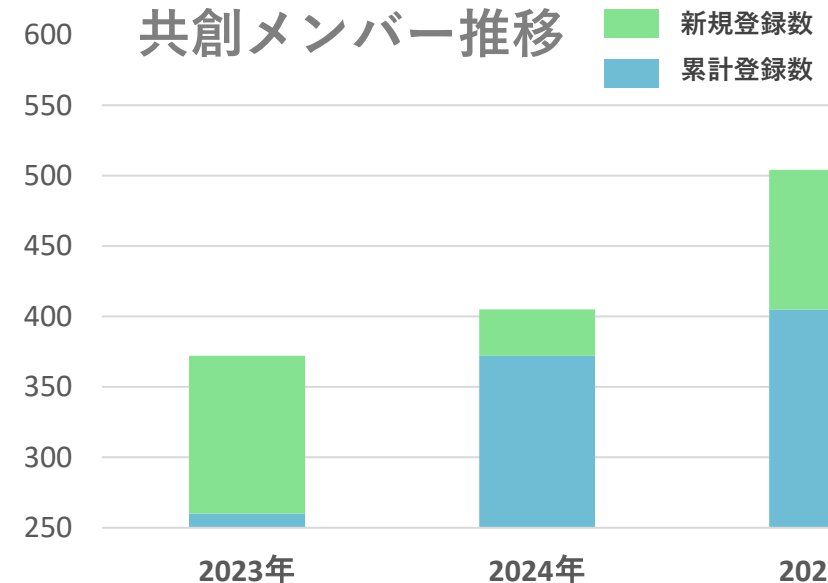
企業・自治体・団体・教育機関・プロスポーツクラブの共創

「ステハジ」がハブになる
新たな異業種交流





※「ステハジ」EXPO2024/2025協賛



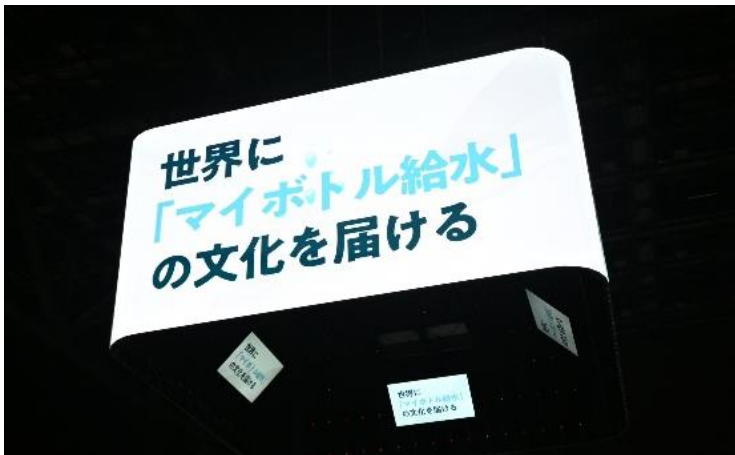
登録目標
500



① 新規市場開拓

② 共創イノベーション

③ サステナビリティ



ステハジEXPO2025 共創交流会





POINT

04 OSG2030ビジョン

01 2030ビジョン進捗

02 創立55周年記念事業「3大イベント」

03 セグメント別経営戦略とトピックス

4つのセグメント：1) 水関連機器事業 2) メンテナンス事業 3) HOD事業 4) FOOD事業

COMPANY & CUSTOMER

水関連機器事業



家庭用/オフィス



業務用



ウォータークーラー



水自販機



産業用



衛生管理

メンテナンス事業



メンテナンス

HOD (水宅配) 事業



ウォーターサーバー

FOOD事業



銀座仁志川



SAKImoto bakery



D&D

4つのセグメント：1) 水関連機器事業 2) メンテナンス事業 3) HOD事業 4) FOOD事業

COMPANY & CUSTOMER

水関連機器事業



家庭用/オフィス



業務用



ウォータークーラー



水自販機



産業用



衛生管理

メンテナンス事業



メンテナンス

HOD (水宅配) 事業



ウォーターサーバー

FOOD事業



銀座仁志川



SAKImoto bakery



D&D



【万博レガシー】体験から文化へ、そしてブランドへ

- ①万博での実績 : 1,200万回の給水体験とエビデンス。SNS・メディア露出。行動変容の契機。
- ②ブランドの確立 : 「ステハジ」がマイボトル文化の象徴として定着。
- ③社会的投資 : 公共施設・学校・公園等へ、万博での体験を「社会インフラ」として実装。

【給水スポット全方位戦略】シーン別ソリューションの展開

水関連機器総合メーカーだから出来るターゲットに合わせた最適な提供モデルの導入加速。

ターゲット



公共・学校



店舗・流通



オフィス・工場



家庭・個人

提供モデル・戦略

社会的投資モデル

集客支援モデル

環境ソリューション

サブスクリプション

導入メリットおよびフック

圧倒的な実績をベースに全国自治体へ導入・買い替え需要も獲得

ドラッグストアシェアNo.1を活かし更なる普及・アプリ会員獲得

脱プラ・熱中症対策・法人向けの展開

ガス業界との提携加速・手に取りやすい価格帯でのLTV最大化

社会的投資のシンボリックスポット化による、各ターゲットへの波及。その後リカーリングにつながる重点領域



PROJECT

未来のアタリマエを
ウォータークーラー

× マイボトル

実践していく





熱中症啓発



脱プラ啓発



給水カウンターSDGs可視化



周年記念



独自のデザイン



三田市役所

兵庫県



福井市中央公園

福井県



大津湖岸なぎさ公園

滋賀県



久留米市中央公園



福岡市科学館

福岡県



大阪城公園内

大阪府



センテラス天文館

鹿児島県



高松市本庁舎

香川県



岡崎市東公園

愛知県



京成佐倉駅南口

千葉県



野毛山動物園

神奈川県



中野区役所新庁舎

東京都



東京国際フォーラム

東京都



浅草文化観光センター



ライトキューブ宇都宮

栃木県



オリオンスクエア

栃木県

北海道



札幌市水道記念館

福島県



福島市市民センター

自治体・教育機関での「熱中症予防」「プラごみ削減」対策ニーズが拡大

全国自治体
1,741

教育市場
58,000校
※1

私立学校
21,000校
※1

ニーズ

- ・ 熱中症対策
- ・ SDGsへの参加／貢献
- ・ SDGsの計測／可視化

屋外型
ウォータークーラー
NO.1
※2

バリアフリー
& 非接触型
NO.1
※2

給水カウンター
機能
NO.1
※2

※1 文部科学省

※2 当社調べ



◆ 北海道紋別市の全小中学校 8校

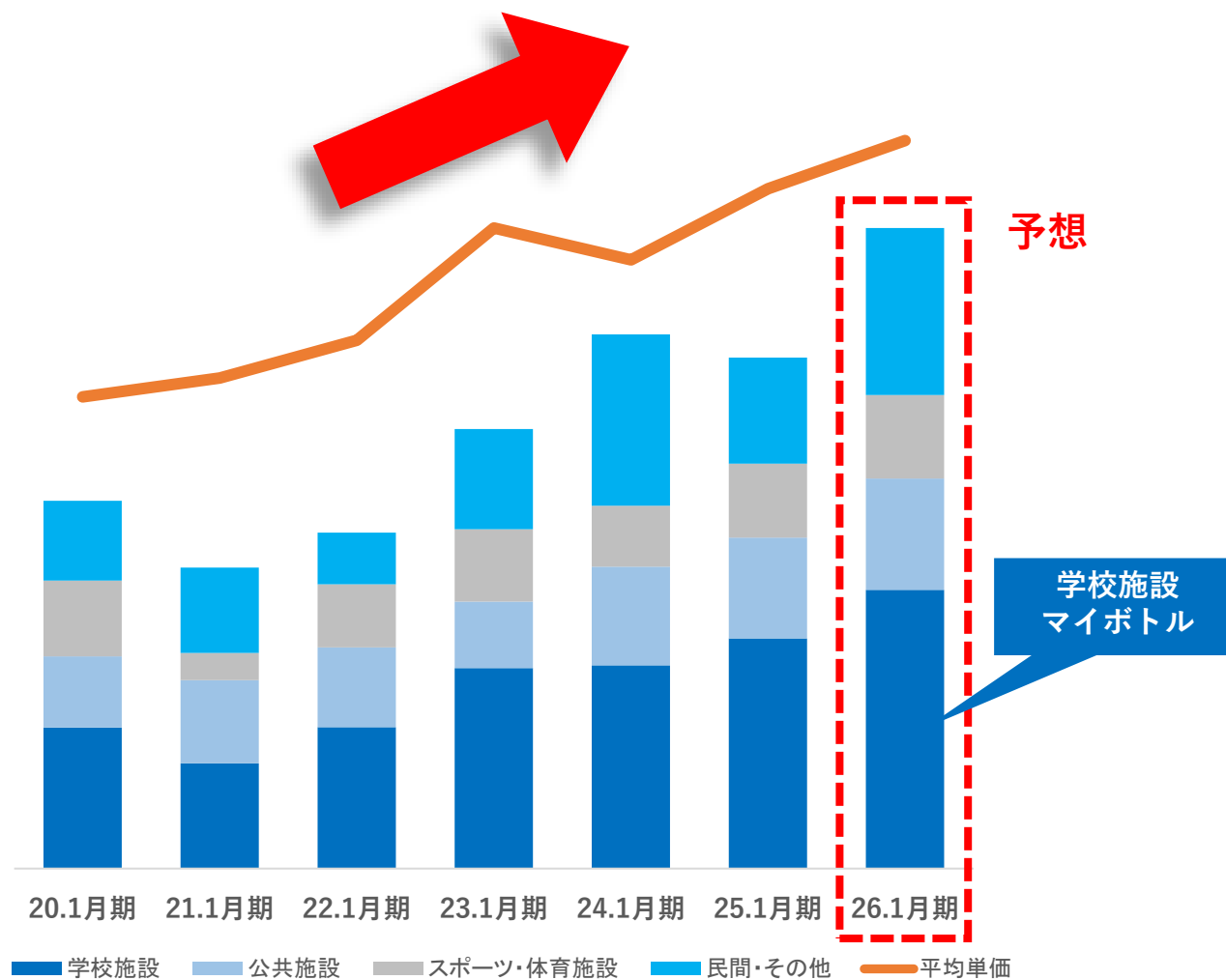
◆ 香川県高松市の全小中学校 46校

◆ 長崎県大村市の全小中学校 21校

◆ 愛知県 小牧市の全小中学校 25校
設置決定

◆ 大阪府 高石市 万博レガシーを
全小中学校 10校 設置決定

ウォータークーラー導入施設別台数推移



Point

Point 01

学校施設導入がコロナ影響で一時減少するも、5年連続増加（21.1月期比218%）

Point 02

付加価値の高い非接触・マイボトル・バリアフリーニーズにより客単価が21.1月期比144.1%



大阪・関西万博のデジタルウォレットパークに戦略的設置。
これを契機に新規開拓が進む。
これまでのドラッグストア業界におけるシェアNo.1の実績を背景に、
ディスカウントストア、スーパーをはじめシティーホテルでの導入が決定している。
また「ステハジ」、SDGsの具体策としての導入が加速している。

導入の狙い：集客効果 → 収益性向上

①来店頻度の向上

給水のための来店
※週1回の顧客を週2回の来店に

②売上の向上

③既存のお客様の

満足度アップ

顧客の囲い込み

④新規会員の獲得

新たな層の顧客へアプローチ



SDGsの推進の具体策として

アルカリイオン水
による健康増進

熱中症対策
の啓発

災害時の給水
ステーション

リターナブルボトル
によるゴミ削減



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS





ドラッグストアをはじめスーパーなどの店舗は「給水型自動販売機」の水に差別化を求めている。
また「来店頻度・客単価向上」は必須のKPIである。
そのような中、OSGのフォロー体制によりポジティブデータが出続けている。

導入後のフォロー体制

【店舗への定期訪問】

・利用状況を確認

客数比、ボトルの販売状況 e t c



・改善点の検証

(レイアウト、POP、レジでの対応etc.)

★利用者数、利用回数の目標値を店舗スタッフ様と共有し、推進する



【具体策】

- ・お客様の声を収集し、対策に反映
- ・利用状況に応じて追加販促実施
- ・POPの定期変更提案（データ作成）
- ・他店舗の成功事例の提供



☆ご満足いただけるまで、徹底してフォローいたします！

求められる”水”の変遷

安全性

嗜好性

機能性

“機能性”を持つ水に注目が集まっている。

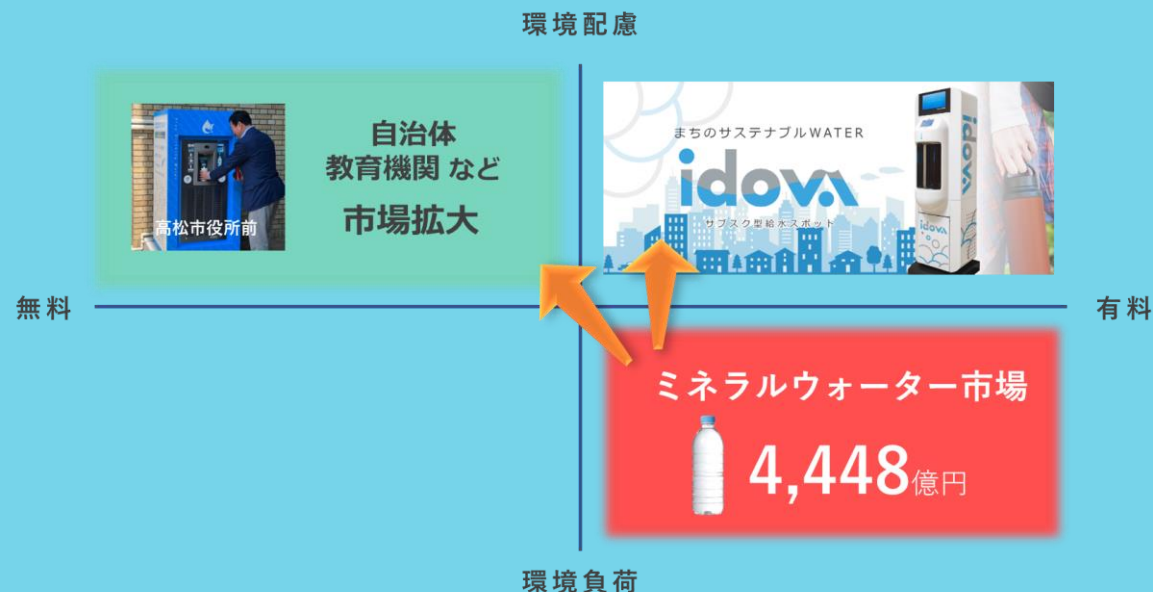




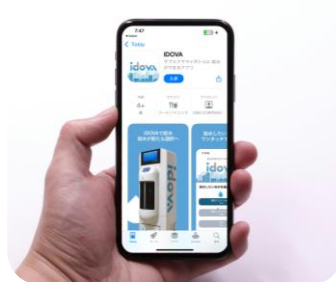
idova

新たな 市場開拓

- ・ 業界初！サブスク型給水スポット
- ・ 選べる4つのお水。アプリで管理。
- ・ ペットボトル削減本数可視化



IDOVAアプリ



IDOVAは健康（私）にも、環境（地球）にも より良いライフスタイルを実現できる新たな給水スポット



大手工場



スポーツクラブ



複合施設

IDOVA特許取得 3つの革新ポイント （第7810770号：2026年1月28日）

今回の特許取得は、次世代給水インフラとしての
「顧客ニーズへの対応」 「データ活用」
「究極の衛生」 を証明するものです。

- 1.【顧客ニーズへの対応】スマホ連動・4種のマルチ給水
- 2.【データ活用】QRコードによる「非接触型」認証システム
- 3.【究極の衛生】ノズル先端の「紫外線（UV）自動殺菌」

「大阪・関西万博の“給水”が新たな選択」 ▶ 自宅 / 職場 が給水スポット



【企業】SDGs
継続的・安定的 収益

ガス事業者全国
約**17,000**社

【顧客】SDGs
健康・環境 体験

日経トレンディー サブスク特集で「MINE」紹介



日経トレンディー2026年4月号
サブスク MINE/サブスクIDOVA



注目POINT!

業界初! スマホの二次元コードで
給水「idova」でマイボトル新習慣

駅や商業施設、ジム等、外出先で気軽に電解アルカリ水素水が給水できる、サブスク型の給水スポットサービス(月額1,080円)。マイボトルと「idova」で給水を新たな選択肢へ。



- 1 浄水器のように蛇口に機械を設置するだけで簡単に使用できる
- 2 万博会場では約1200万回もの給水が行われた

サブスク

サブスク型電解水素水生成器 MINE(マイン)

高価な電解水素水をサブスクで気軽に導入

水は生活に欠かすことのできない重要な資源であるため、安心で良質な水を確保したいというニーズがよりいっそう高まっている。そんな中、今注目されているのが、家庭用サブスク型の電解水素水生成器「MINE」だ。ステハジプロジェクト(マイボトル給水を新たな選択とし、使い捨てペットボトル削減を目指す取り組み)を掲げているOSGコーポレーションは、2025年の万博で無料給水スポットを52台設置。『水』を軸に社会の健康と環境を支える総合メーカーが展開する、健康志向に嬉しい家庭用サブスクサービスだ。通常価格31万2000円の製品が、サブスクだと月々3850円(年1回の訪問メンテナンス・カートリッジ交換費込み)とリーズナブル。管理医療機器認証を受けている電解水素水なので体に優しく、マイボトル給水ができるため、使い捨てペットボトルの削減にも繋がり、環境にも優しい。

●問い合わせ先/株式会社OSGコーポレーション ●TEL/03-6852-7550(東京・営業本部) ●住所/大阪府大阪市北区天満1-26-3 OSG本社ビル ●URL/https://www.osg-handemonet.co.jp/ ●価格/月額3,850円
【管理医療番号】303AFBZX00085000



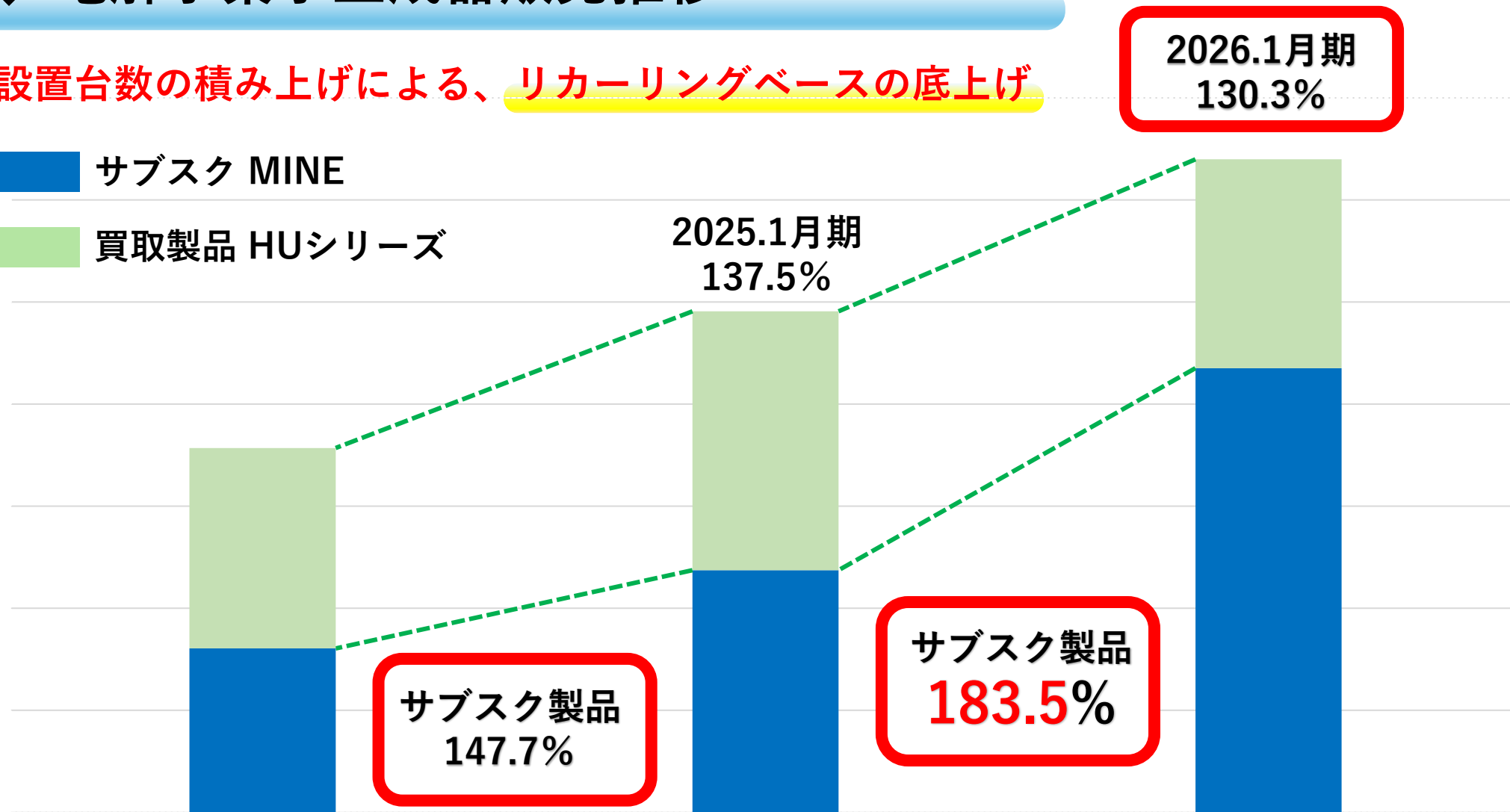
公式HP

◆ 電解水素水生成器販売推移

新規設置台数の積み上げによる、リカーリングベースの底上げ

■ サブスク MINE

■ 買取製品 HUシリーズ



4つのセグメント：1) 水関連機器事業 2) メンテナンス事業 3) HOD事業 4) FOOD事業

COMPANY & CUSTOMER

水関連機器事業



家庭用/オフィス



業務用



ウォータークーラー



水自販機



産業用



衛生管理

メンテナンス事業



メンテナンス

HOD (水宅配) 事業



ウォーターサーバー

FOOD事業



銀座仁志川



SAKImoto bakery



D&D

徹底した顧客満足を追求する訪問メンテナンスでリカーリングベースの基盤創り

家庭用



製品部品の清掃



カートリッジ交換



性能チェック



利用方法相談

業務用



製品部品の清掃／性能チェック
カートリッジ交換



製品利用
方法説明



お水の活用方法サポート

PREMIUMメンテ

OSGアプリ

SNS

お喜びの声

OSG製品をご利用いただいているお客様から頂いた、たくさんのお声をご紹介します



最高のメンテナンス！

毎週メンテナンスをして頂く際に、蛇口から製品まできれいにし
て下さり、大変ありがたいです。
不明な点なども色々教えて頂き、
いつもありがとうございます。



マイボトルも検討中！

お店で使っています。先程、フィル
ターの交換をして頂き親切に対応
してくれました。私もこのお水をベッ
トボトルに入れて飲んでみたいです
SDGsを考えた水ですね！



子供の舌も覚える味！

いつも素晴らしい対応で作業も早く
助かります。この前イベントで水の
試飲をした時、子供と「同じ味がす
る」と言っていたところ、OSGの水
でした！



水分摂取が増えた！

料理やコーヒーをおいしく作れる
し、美味しいお水をたくさん飲む
様になりました。



定期メンテナンスで安心！

水（ペットボトル）を買いに行く
なくてもいいし、年1回とても丁
寧にそうじもして頂けるので、安
心して使っています。ありがとうございます。



節約にも役立ちます！

水道水を使用する前はミネラル
ウォーター等ケースで買っていたの
ですが、今では自宅で美味しい水が
飲める事です。体にもとても良いで
す。



水素水が手放せない！

購入して10年、出かける時はマ
インボトルに美味しい水を入れ、
持ち歩いています。



気付かずにごめんなさい！

メンテナンス後、蛇口をどかどか
にしてくれた事に気付きました。
水アカ等なかなか取れなかったの
に！訪問時に分かっていればお礼
が言えたのにと思いメッセージを
書きました！



使用歴の長さが物語る！

今回は新しいヒューマンウォーター
HJ-150に替える事になりました。
今年で18年ご利用させてもらい、
いつも元気で働いています。水は大
切ですね！

多数のみなさんのご便り、本当にありがとうございます。
さらにみなさまのお気持ちに応えられるよう、製品開発・メンテナンスに
これからも全力を注いで参ります。

徹底した顧客満足を追求する訪問メンテナンスでリカーリングベースの基盤創り

OSG STORY

OSGでは

浄水器・電解水素水生成器などのアフターケアとして、カートリッジの定期的な交換にお伺いしています。このコーナーではメンテナンススタッフの仕事の心得やお客さまとのエピソードをご紹介します。



お久しぶりです、OSGです

「毎日の健康に欠かせない一台となっています」と話すのは、OSGが創業して間もない頃から、数々の製品を愛用し続けている小川さん。特に長年、生活の中心にある「アルカリッチ」についてインタビューしました。

大阪府にお住まいの小川さんとOSGのお付き合いはなんと約50年。前身の浄水器「チェリーウォーター」や家庭用低周波治療器「リズムタッチ」など歴史ある製品を数々愛用されてきました。そんな小川さんがOSGと出会ったのは、たった一本の電話でした。「当時最前線で営業をしていた湯川会長から浄水器を勧められたんです。ちょうど息子が離乳食を始めた頃で、私もきれいな水を求めています。当時の水道水はカルキ臭が強かったのですが、浄水器の水は臭いもなく、透き通った美味しさだったのを覚えています」。それから息子様だけでなく、旦那様やお客様まで一家全員が浄水器の水を愛飲。お茶を入れる時、料理をする時、どんな時も健康な水が生活の質を高めてくれたようです。「おかげさまで、母も毎日畑仕事をしながら元気に過ごし、99歳で大往生を遂げました。私は親の遺伝で40代後半から血圧が安定せず、高血圧の傾向にありました。減塩や菜食など心がけていましたが、やっぱり健康の基礎を作るのは水。それは母親の姿を見ても感じることで。長く健康に過ごしてほしいと、息子が結婚するタイミングでアルカリイオン整水器「アルカリッチ」をプレゼントしたほどです」。小川さんが愛用し続けている理由には、メンテナンスの安心さもあるようです。「これまで30人ほどのメンテナンススタッフの方と会いました。真面目で掃除も丁寧なのはみんな同じ。でも1人ひとり個性があって、趣味も違



料理には電解水素水、洗い物には弱酸性水、葉の服用には浄水などシーンごとにアルカリッチを使い分けています。



京都・大覚寺で開催された「嵯峨天皇奉獻華道祭」にて、小川さんの優れた華道作品が表彰されました。

う。だから、ついつい話し込んでしまうんですよ(笑)」とキラキラした笑顔で話す小川さんの趣味は、生け花。20代半ばから続け、大阪・梅田の百貨店のウィンドウディスプレイを手がけるほどの熟練度を誇ります。「時代とともにトレンドがあるように、花は魅せ方、人はファッションが移り変わっていきます。でも、どんな時代も変わらないのは、育て方であり、生き方です。花も人間も、同じように水が大事。手入れすればするほど毎日イキイキしてきますよ」。

浄水器を愛用し続けて50年。
「これまでも、これからもOSG。」

4つのセグメント：1) 水関連機器事業 2) メンテナンス事業 3) HOD事業 4) FOOD事業

COMPANY & CUSTOMER

水関連機器事業



家庭用/オフィス



業務用



ウォータークーラー



水自販機



産業用



衛生管理

メンテナンス事業



メンテナンス

HOD (水宅配) 事業



ウォーターサーバー

FOOD事業



銀座仁志川



SAKImoto bakery



D&D

熱中症予防啓発

2025年6月1日施行「職場における熱中症対策の強化について」

全国の自治体など各地でクーリングシェルターを設置



2025年熱中症予防声掛け
プロジェクトひと涼みアワードで、
ウォーターネットが
2度目の『**日本一**』を受賞!





災害協定締結式

災害協定MAP

協定
自治体数 **54**

※2026年2月28日現在



クローバープロジェクト®

【九州地方⑥】

長崎県大村市
大分県由布市
宮崎県高原町
鹿児島県薩摩川内
枕崎市
東串

【中国地方②】

岡山県倉敷市
益田市

【近畿地方⑬】

三重県伊賀市
名張市
亀山市
鈴鹿市
四日市市
滋賀県
愛荘町
滋賀県東近江市
湖南市
大阪府
東大阪市
八尾市
兵庫県たつの市
姫路市
奈良県広陵町
和歌山県和歌山市

【東北地方⑭】

宮城県栗原市
東松島市
富谷市
名取市
登米市
秋田県横手市
山形県金山町
真室川町
戸沢村
鮎川村
最上町
舟形町
大蔵村
日本赤十字福島県支部

【関東地方⑨】

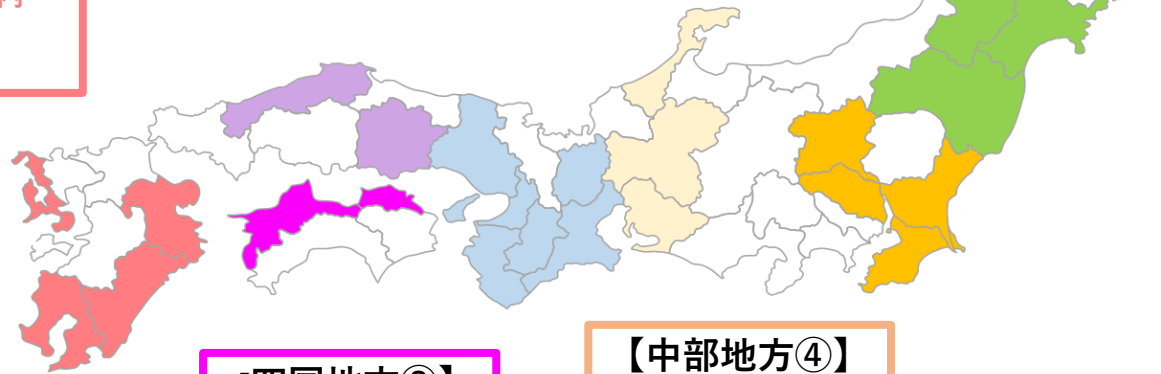
茨城県小美玉市
群馬県高崎市
伊勢崎市
桐生市
埼玉県入間市
蓮田市
千葉県君津市
長柄町
館山市

【中部地方④】

石川県
愛知県瀬戸市
尾張旭市
岐阜県土岐市

【四国地方③】

香川県観音寺市
愛媛県四国中央市
宇和市



4つのセグメント：1) 水関連機器事業 2) メンテナンス事業 3) HOD事業 4) FOOD事業

COMPANY & CUSTOMER

水関連機器事業



家庭用/オフィス



業務用



ウォータークーラー



水自販機



産業用



衛生管理

メンテナンス事業



メンテナンス

HOD (水宅配) 事業



ウォーターサーバー

FOOD事業



銀座仁志川



SAKImoto bakery



D&D



「GINZA NISHIKAWA COFFEE ROASTERY」

食パン専門店カフェイトインスタイル／築地／三田／蔵前

築地



三田



蔵前



日本の高級食パン文化が、世界基準で評価



[2023年受賞]

[2024年受賞]

[2025年受賞]



銀座に志かわ 興業太古滙店

[2025年受賞]



銀座に志かわ 上海蟠龍天地店

[2024年受賞]



銀座に志かわ 上海新天地店

[2023年受賞]

『POP Shanghai 100』について

『POP Shanghai 100』は、アジア有数のトレンド発信地である上海において、その年「消費者から高い支持を集め、訪れる価値がある」と評価された100のスポットを選出するアワードです。食・アート・ライフスタイル分野を中心に選定され、上海の最新消費トレンドを象徴する指標として、現地メディアや消費者から高い注目を集めています。

国内主要ベーカリーブランド インスタ公式アカウント最多フォロワー数 ※1



寄 SAKI
moto
bakery

フォロワー数

27万人



👁 1,297万



👁 1,076万



👁 1,536万

1,297万回 1,076万回 1,536万回

【Instagram 再生回数】



寄 SAKI
moto
bakery

フォロワー数

15万人



Dragon & Dining 中華総菜

新工場で、中華総菜の新たなニーズ創出



国内店舗



首都圏店舗



海外店舗

アメリカ

中国

台湾





- 1：直営店（1店舗当たり売上**13.1%増**）収益力強化
- 2：新業態カフェ（築地店前期比**66.9%増**）の展開
- 3：**新商品投入**加速（月初め、クロワッサン、チーズ食パンなど）



- 1：インバウンド好調にて、**増収増益**
- 2：**ベーカリーNo.1のSNSフォロワー数**を活かしブランド力向上
- 3：**新店舗（首都圏・大阪）展開とFC店募集強化**



- 1：新店舗出店（**松屋浅草店3月18日オープン**）
- 2：**WEB販売**の増強
- 3：従来比10倍の生産能力を活かした**卸・OEM推進強化**

株式会社 D&D
Dragon & Dining

中華総菜
新工場



銀座
にあかわ
水にこだわる高級食パン

カフェ展開

The future of the
food market

寄 SAKI
molo
bakery

FC展開



銀座
にあかわ
水にこだわる高級食パン

食パン×カフェ
海外

決算説明会



上場25周年 情熱56周年





株式会社OSGコーポレーション

～ お問い合わせ先 ～

経営企画室 TEL: 06-6357-0101 FAX: 06-6357-0106

この資料には、当社の現在の計画や業績見通しなどが含まれております。それら将来の計画や予想数値などは、現在入手可能な情報をもとに、当社が計画・予測したものであります。実際の業績などは、今後の様々な条件・要素によりこの計画などとは異なる場合があります。この資料はその実現を確約したり、保証するものではありません。