

【表紙】

【提出書類】 有価証券届出書の訂正届出書

【提出先】 関東財務局長

【提出日】 平成30年1月30日

【会社名】 株式会社ゼネラル・オイスター  
(旧会社名 株式会社ヒューマンウェブ)

【英訳名】 General Oyster, Inc.  
(旧英訳名 HUMANWEB, Inc)  
(注) 平成28年2月8日開催の臨時株主総会の決議により、平成28年4月1日から会社名を上記のとおり変更いたしました。

【代表者の役職氏名】 代表取締役CEO 吉田 秀則

【本店の所在の場所】 東京都中央区日本橋茅場町二丁目13番13号

【電話番号】 03-6667-6606(代表)

【事務連絡者氏名】 常務取締役CFO 経営戦略本部 本部長 安部 浩司

【最寄りの連絡場所】 東京都中央区日本橋茅場町二丁目13番13号

【電話番号】 03-6667-6606(代表)

【事務連絡者氏名】 常務取締役CFO 経営戦略本部 本部長 安部 浩司

【届出の対象とした募集(売出)有価証券の種類】 普通株式

【届出の対象とした募集(売出)金額】 その他の者に対する割当 800,068,500円

【安定操作に関する事項】 該当事項はありません。

【縦覧に供する場所】 株式会社東京証券取引所  
(東京都中央区日本橋兜町2番1号)

1 【有価証券届出書の訂正届出書の提出理由】

2018年1月25日付で提出した有価証券届出書の記載事項の内、「第一部 証券情報 第1．募集要項 4．新規発行による手取金の使途 (2)手取金の使途」の一部に誤りがあり、また「第二部 企業情報 第2．事業の状況 3．経営方針、経営環境及び対処すべき課題等」の一部を修正及び追記しましたので、これを訂正するため有価証券届出書の訂正報告書を提出するものであります。

2 【訂正事項】

第一部 証券情報

第1 募集要項

4 新規発行による手取金の使途

(2)手取金の使途

第二部 企業情報

第2 事業の状況

3 経営方針、経営環境及び対処すべき課題等

3 【訂正箇所】

訂正箇所は\_\_を付して表示しております。

第一部 証券情報

第1 募集要項

4 新規発行による手取金の使途

(2)手取金の使途

(訂正前)

具体的な使途	金額	支出予定時期
株式会社Tryfundsへの借入金の返済	200百万円	平成30年2月
株式会社ケイ・メディックスへの借入金の返済	150百万円	平成30年2月
構造改革費用	295百万円	平成30年3月から平成32年2月まで
成長投資	41百万円	平成30年3月から平成31年10月まで
陸上養殖施設の実用化に向けた研究開発費用	50百万円	平成30年3月から平成30年6月まで
運転資金の確保	59 <u>万</u> 円	平成30年2月から平成31年1月まで

(訂正後)

具体的な使途	金額	支出予定時期
株式会社Tryfundsへの借入金の返済	200百万円	平成30年2月
株式会社ケイ・メディックスへの借入金の返済	150百万円	平成30年2月
構造改革費用	295百万円	平成30年3月から平成32年2月まで
成長投資	41百万円	平成30年3月から平成31年10月まで
陸上養殖施設の実用化に向けた研究開発費用	50百万円	平成30年3月から平成30年6月まで
運転資金の確保	59 <u>百万</u> 円	平成30年2月から平成31年1月まで

## 第二部 企業情報

### 第2 事業の状況

#### 3 経営方針、経営環境及び対処すべき課題等

（訂正前）

提出日現在において、平成29年6月30日に提出した第17期有価証券報告書に記載した当社グループの事業上及び財務上の対処すべき課題に重要な変更及び新たに生じた課題はありません。また、提出日現在において、将来に関する事項についてもその判断に変更はなく、新たに記載する将来に関する事項もありません。当社グループは、前連結会計年度において営業損失461,918千円、経常損失475,079千円、親会社株主に帰属する当期純損失744,051千円を計上し、当第2四半期連結累計期間においても営業損失157,352千円、経常損失159,000千円、親会社株主に帰属する四半期純損失139,639千円を計上しております。

これらの状況により、継続企業の前提に関する重要な疑義を生じさせるような状況が存在しております。

当社は、当該状況を解消するために、具体的な改善策として以下の施策を実施してまいります。

店舗事業不採算店舗の閉店は一巡したため、販売施策やCRMによる顧客囲い込みを強化し、収益性の向上に努めます。またコスト高になりつつある現状を鑑みて、牡蠣の自社グループ生産や原材料仕入方法の見直しによる原価低減、シフト管理の徹底による人件費抑制、備品消耗品をはじめとした経費削減にも努めてまいります。

卸事業国内卸に関しては、取引先の開拓に努め取引顧客数を継続的に増加させていくことに加え、大口顧客の開拓にも引き続き尽力してまいります。アジア展開に関しては、沖縄県に牡蠣の浄化水槽を賃借したため、取引を速やかに開始するとともに取引量を拡大させるべく販路開拓に努め、収益力向上を目指します。

浄化・物流事業従来2拠点（広島県及び富山県）にあった浄化センターを2016年9月に富山県に集約し、業務の効率化、集約化を行い、費用削減を実行いたしました。富山県の浄化センターにおいてもさらなる業務の効率化を行い、費用削減を図ってまいります。

持株会社業務の効率化、必要機能及び人員数の見直し等の経営合理化を行い、費用削減を行ってまいります。

（訂正後）

文中の将来に関する事項は、提出日現在において、当社グループが判断したものであります。

外食業界の市場規模は今後も大きな伸びは期待できない状況が続くものと見られ、加えて顧客嗜好の多様化が進み、今後ますます企業間の競争は激しくなると認識しております。

当社グループは、「牡蠣の新たな価値を創造し、画期的な未来を提供します」という経営理念の下で、牡蠣という食材にフォーカスをあて、第一次産業から第三次産業までの領域で牡蠣の高付加価値化を図り、牡蠣を通じた新しい文化の創造を目指しております。

#### （1）店舗事業の展開

不採算店舗の閉店は一巡したため、販売施策やCRMによる顧客囲い込みを強化し、収益性の向上に努めます。またコスト高になりつつある現状を鑑みて、牡蠣の自社グループ生産や原材料仕入方法の見直しによる原価低減、シフト管理の徹底による人件費抑制、備品消耗品をはじめとした経費削減にも努めてまいります。

新規出店は、立地条件、ターゲット顧客層、競合状況等を勘案の上、相当程度の採算性が見込める場合のみに行うこととし、質にこだわる方針です。

#### （2）卸売事業及び新規事業の展開について

当社は、店舗事業が主力であります。店舗事業以外の収入といたしましては子会社の株式会社日本かきセンターにおいて外販卸売収入があります。

今後は、外販卸売収入の取り組みも強化して収入チャネルの多チャンネル化を図ります。また、岩手県大槌町の加工工場も稼働が始まるため加工食品を製造、販売していき、収益の柱にしていくことを目指します。さらに、沖縄県に牡蠣の浄化水槽を賃借したため、アジア向けの輸出量を拡大させるべく販路開拓に努めます。

これら収入源の多チャンネル化により収益基盤の安定化と持続的成長を目指す基盤を構築していく方針です。

#### （3）浄化・物流事業の効率化

従来2拠点(広島県及び富山県)にあった浄化センターを2016年9月に富山県に集約し、業務の効率化、集約化を行い、費用削減を実行いたしました。富山県の浄化センターにおいてもさらなる業務の効率化を行い、費用削減を図ってまいります。

#### (4) 持株会社の効率化

業務の効率化、必要機能及び人員数の見直し等の経営合理化を行い、費用削減を行ってまいります。

#### (5) 人材の確保と育成及び定着化

当社は、人材を最も重要な経営資源と位置づけ、優秀な人材の確保と育成及び定着化が今後の当社の成長にあたって不可欠であると認識しております。

そのため人材確保につきましては事業活動の積極的なPR活動などを通じて、当社の認知度向上を図って参ります。育成及び定着化については、従業員の能力が最大限に発揮できる環境作りや研修制度の充実、さらに福利厚生を充実させた人事制度の刷新に取り組むことで、働き甲斐がある制度作りを進める方針です。

#### (6) 内部統制の強化について

当社は、株主の皆様をはじめとするステークホルダーに信頼され、支持される企業となるために、コーポレート・ガバナンスの積極的な取り組みが不可欠と考えております。

そのため、権限に基づく意思決定の明確化、内部監査及び監査等委員会並びに監査法人による監査との連携を強化するほか、全従業員に対して、継続的な啓蒙、教育活動を行っていく方針です。

#### (7) 衛生管理の強化、徹底について

外食業界においては、食中毒事故の発生や偽装表示の問題などにより、食の安全性に対する社会的要請は強くなっております。当社グループの各店舗、事業所では、衛生管理マニュアルに基づく衛生管理の徹底を行っており、また、定期的に本社衛生管理部門の人員による抜き打ち監査や外部検査機関による検査、さらにノロウイルス検査に関しては当社浄化センターへの牡蠣の入荷時及び出荷時における二重検査を行っており、浄化時間も48時間から60時間へとすることで安全性に対する体制を一層強化しております。

今後も法改正等に対応しながら更なる衛生管理体制の強化を行っていく方針です。

#### (8) ブランドの確立

安全安心な海洋深層水で浄化した牡蠣と言えば、「ゼネラル・オイスターグループ」というブランドを確立するため、積極的な広報・PR活動を展開する方針であります。

そのため、新聞・テレビ・雑誌等のマスメディアへのアプローチ強化やSNS等を用いた拡散に注力していく方針です。