

株式会社やまみ (2820)

2024年6月期 第2四半期 決算説明資料

2024年2月14日

代表取締役会長 山名 清

代表取締役社長 山名 徹

はじめに

I 第2四半期決算概要

II 通期見通し/修正中期経営計画

III 参考資料

「収益認識に関する会計基準」の適用について

22.06期期首より「収益認識に関する会計基準」等を適用しております。本資料においては、21.06期以前の財務諸表について同基準を適用したと仮定して算出した数値を記載しています。

株式会社やまみ 成長ストーリーの骨格

市場規模

魅力的な市場

- 国内の豆腐市場は漸減から底入れへ
- 健康的伝統食材として需要は底堅い

シェア

市場を超える売上成長力

- 大手小売業向け存在感アップと業務用への事業領域拡大
- 他社の提案できない魅力的な商品による関東市場の開拓をドライバーに成長加速

収益性

利益成長を支える競争力

- 高単価の価値訴求商品の販売数量増
- IOTの社内全域導入による見える化・製造固定費の低減と人材確保・育成

成長性

安定成長力と株主還元

- 中期経営計画の上方修正
- 業績に応じた株主還元の実施
- 社員の意欲向上と継続的な人的投資

通期業績および配当予想の修正について

- **1Q、2Qともに過去最高の売上高・営業利益を達成しました**
- 上期にて通期利益目標を達成したことから、**今期業績予想を上方修正**するとともに、配当方針に則り**配当予想も修正**しました
- 業績予想修正により、今期の各段階利益とともに期初公表の中期経営計画の最終年度（26.06期）の期初目標を上回っており、**中期経営計画の数値目標も見直しました**

単位：百万円	23.06 実績	24.06 期初予想	24.06 修正予想	
売上高	16,178	17,800	19,000	
営業利益 (営業利益率)	1,039 (6.4%)	1,200 (6.7%)	2,000 (10.5%)	
年間1株配当 (配当性向)	32.0円 (29.9%)	38.0円 (32.5%)	60.0円 (31.3%)	中間配当 19.0円 (うち記念配当 1.0円) 期末配当 41.0円 (うち記念配当 1.0円)

2023年度省エネ大賞「資源エネルギー庁長官賞（共同実施分野）」を受賞

- 当社と広島ガス株式会社は、2022年2月より開始した「LNG冷熱を活用した豆腐メーカーと都市ガス工場の相互連携による省エネ」への取り組みにおいて、2023年度省エネ大賞（省エネ事例部門）の「資源エネルギー庁長官賞（共同実施分野）」を受賞しました
- 省エネ大賞は、他社の模範となる優れた省エネ・脱炭素の取り組みや、省エネ・CO2削減において優れた製品・ビジネスモデルを表彰するもので、経済産業省の後援を受け一般財団法人省エネルギーセンターが主催しております

やまみ
本社工場

広島ガス
備後工場



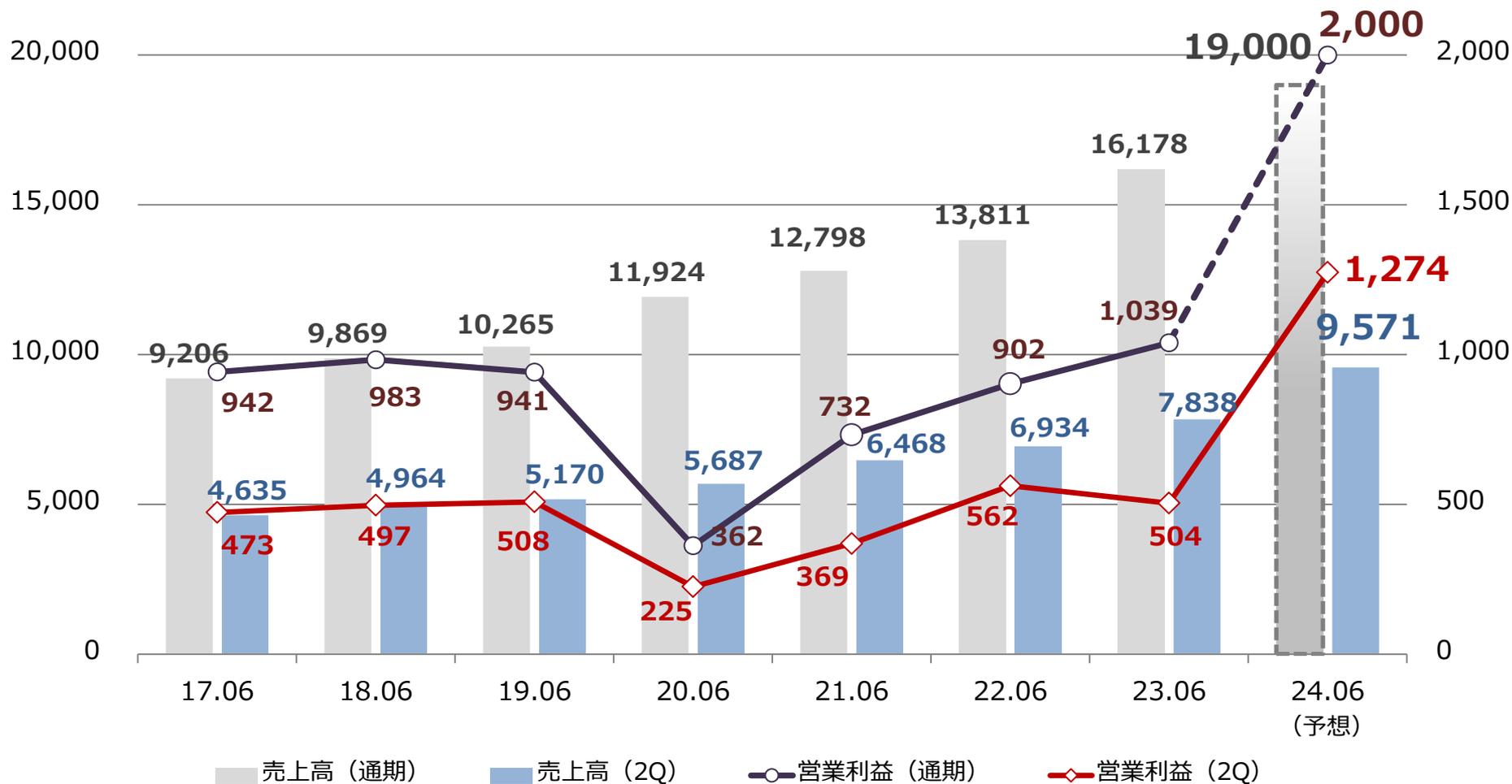
I . 第2四半期決算概要

業績推移



(売上高：百万円)

(営業利益：百万円)



2024年6月期2Q業績

- 当社が未開拓の領域だった価値訴求商品において、新しい価格帯の商品群（充填豆腐8P・4P、厚揚げ4枚等付加価値の高い商品）を投入し拡大
- 小ロット商品の終売、納品場所の集約、既存ラインの生産能力アップ等を行うことで、時間当たり生産量を上げ、一人当たり付加価値が向上

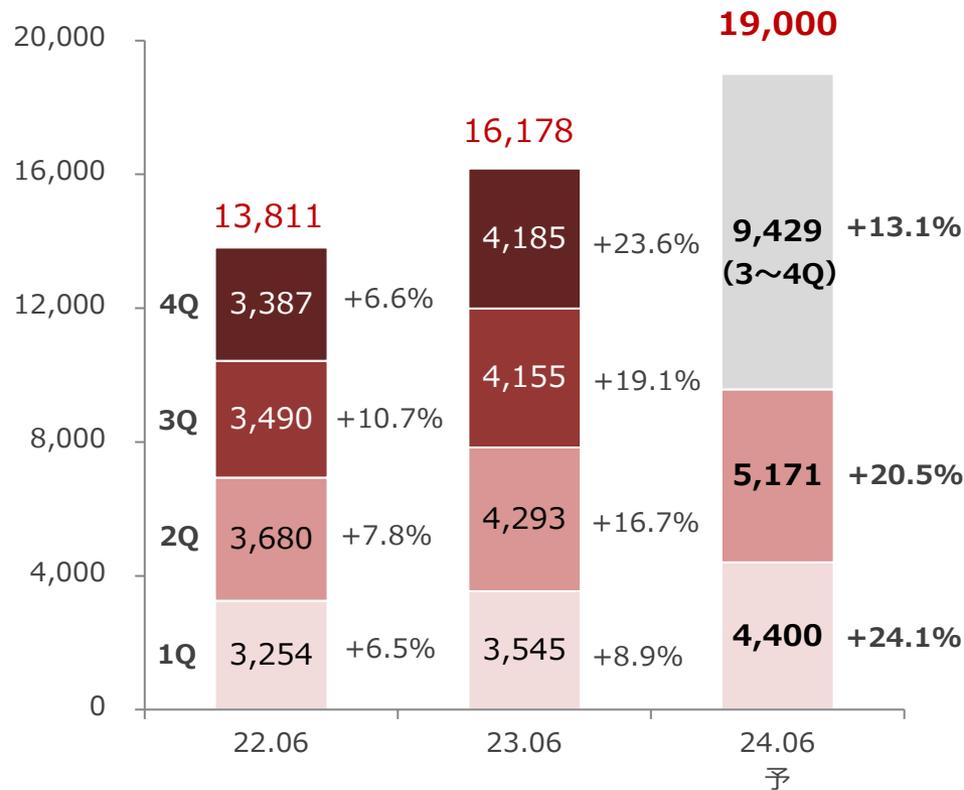
(百万円)

	23.06 2Q	24.06 2Q	前年同期比 増減率 (前年比)	(参考) 期初計画
売上高	7,838	9,571	22.1%	8,900
売上総利益	1,576	2,481	57.4%	—
(売上高総利益率)	20.1%	25.9%	+5.8pt	—
営業利益	504	1,274	152.6% (2.5倍)	600
(営業利益率)	6.4%	13.3%	+6.9pt (2.1倍)	6.7%
経常利益	521	1,274	144.3% (2.4倍)	601
四半期純利益	352	893	153.4% (2.5倍)	408

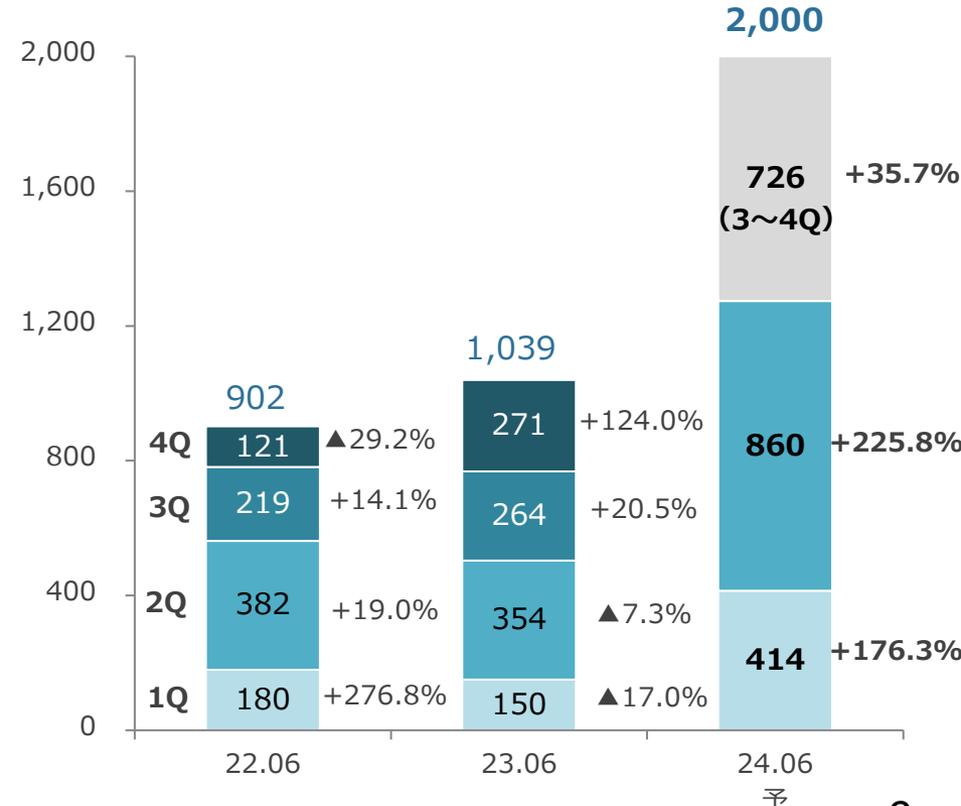
四半期業績比較

- 前期2Q以降、単価アップや新商品投入による販売拡大で20%前後の売上拡大が続いている
- 材料費・人件費は高止まり傾向にあるが、価格改定の効果や前期4Q以降の光熱費負担の一時的な軽減により営業利益は大幅に拡大（⇒P.13参照）

売上高 (百万円)



営業利益 (百万円)

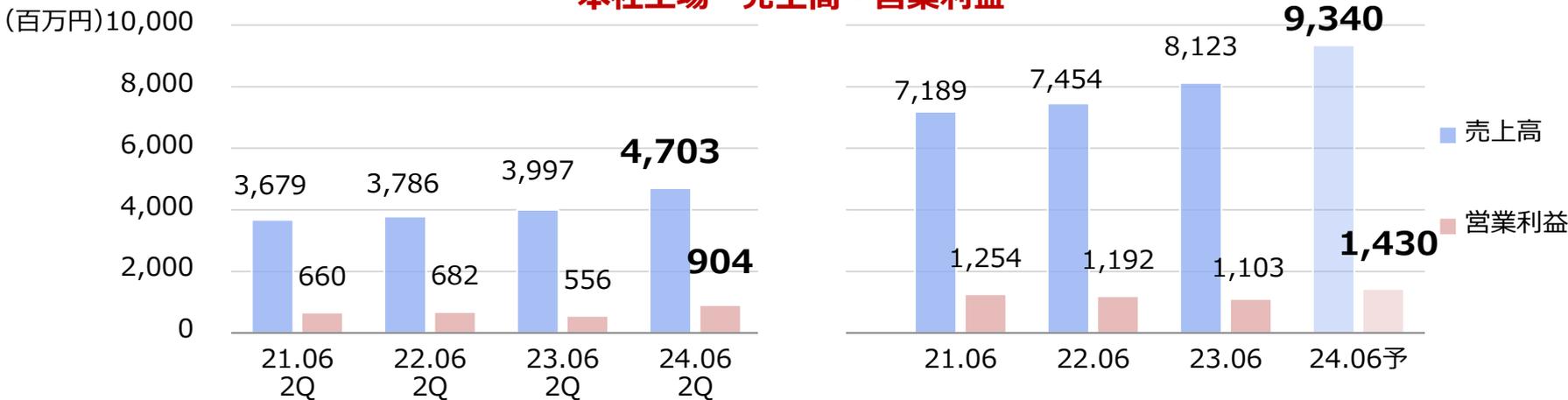


拠点別収益 – 本社工場・関西工場

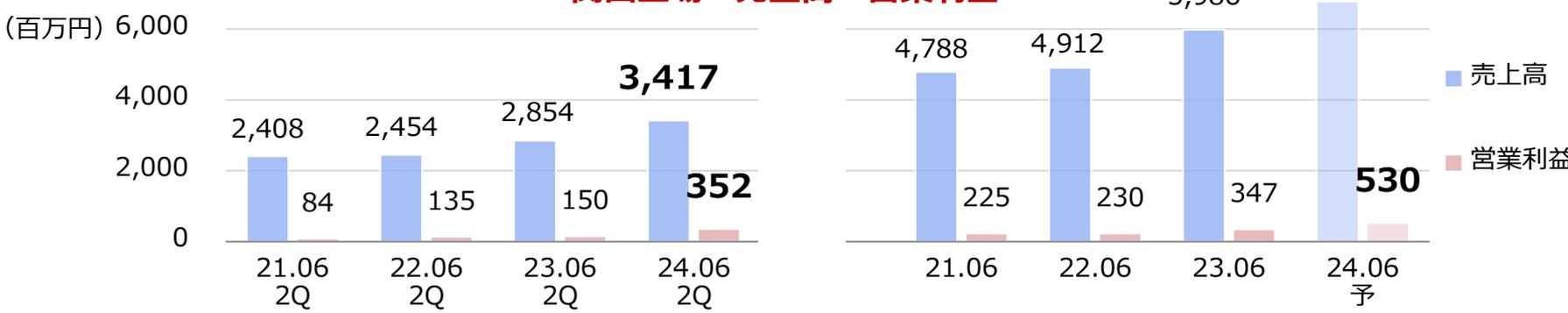


- 本社工場・関西工場売上高は、メーカーの淘汰加速によるシェア拡大と新商品投入による既存取引先の深耕により大きく伸長
- 利益面では、価格是正による収益性改善と光熱費の負担が一時的に軽減したことが寄与

本社工場 売上高・営業利益



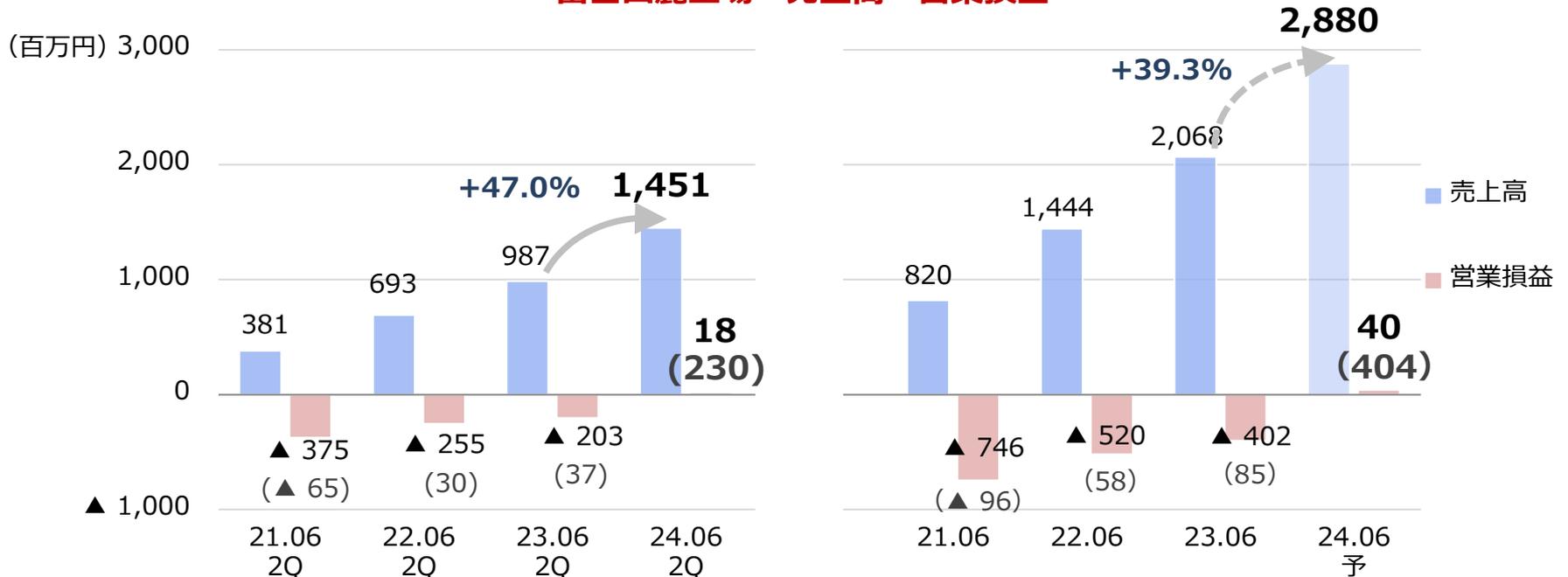
関西工場 売上高・営業利益



拠点別収益－富士山麓工場

- 富士山麓工場は、新商品中心に取引深耕が順調に進展しシェア拡大
- 設備稼働率の向上と減価償却費の軽減が寄与。他工場同様に単価アップと光熱費軽減の効果もあって黒字に転換

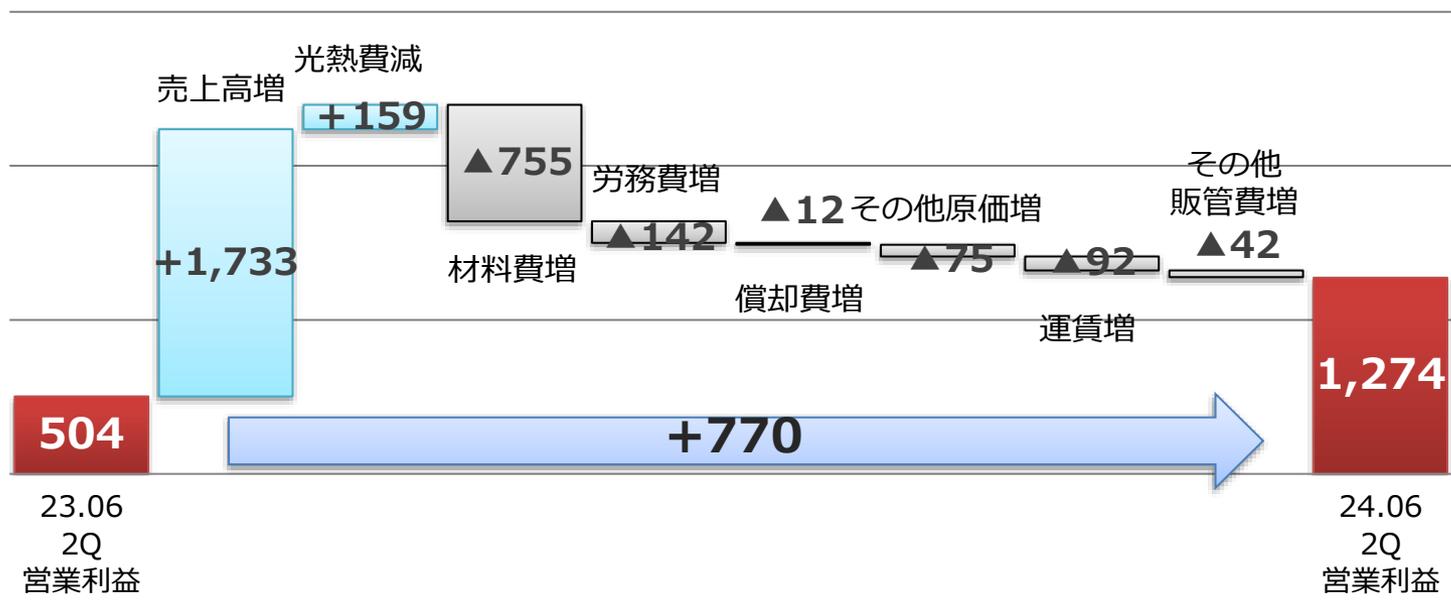
富士山麓工場 売上高・営業損益



※カッコ内は償却前営業損益

利益増減要因

(単位：百万円)

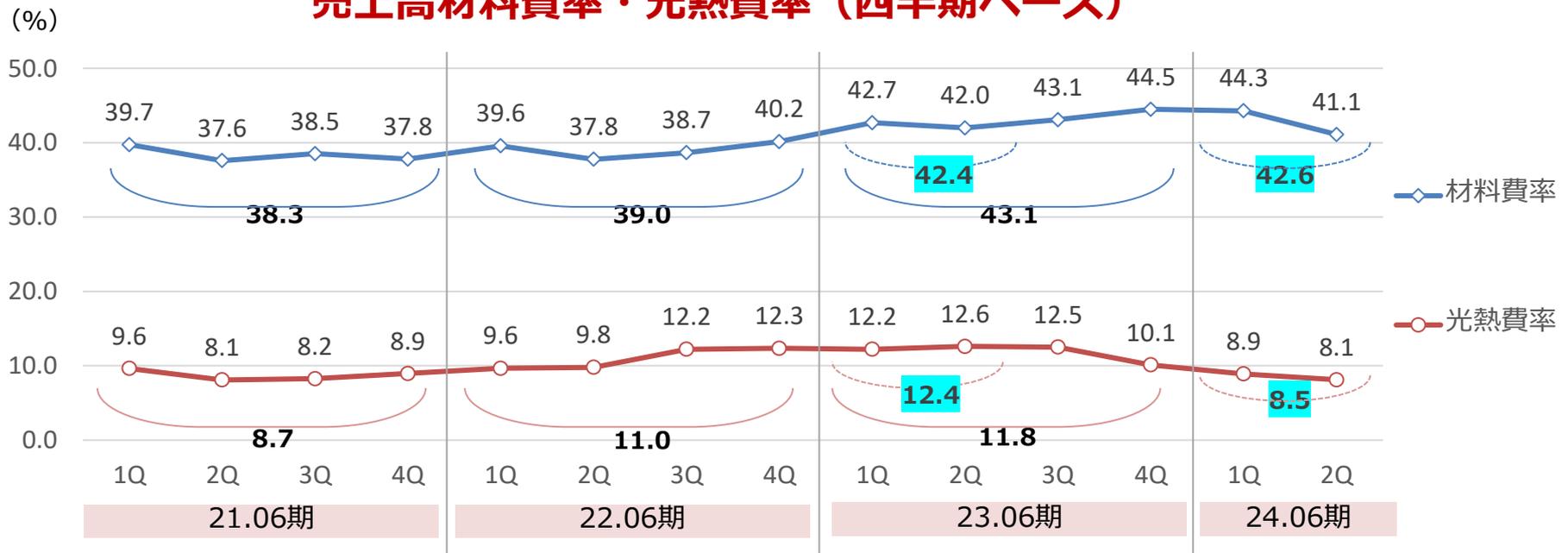


材料費	<ul style="list-style-type: none"> ・ 前期比+755百万円（売上高比率は+0.2pt） 価格上昇及び高価格の国産大豆使用の商品へシフトの一方で価格是正も進む
光熱費	<ul style="list-style-type: none"> ・ 前期比▲159百万円（売上高比率は▲3.9pt） 前期4Qから今期2Qにかけては一時的要因により低下
労務費	<ul style="list-style-type: none"> ・ 前期比+142百万円（売上高比率は▲0.5pt） 人員増は一巡したものの社員の処遇改善にともない金額は増加
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・ 需要増に対応するための増築、ライン追加による設備投資で減価償却費+12百万円
販売管理費	<ul style="list-style-type: none"> ・ 売上高販管費率▲1.1pt ・ 荷造運賃+92百万円（▲0.8pt）

材料費/光熱費の影響

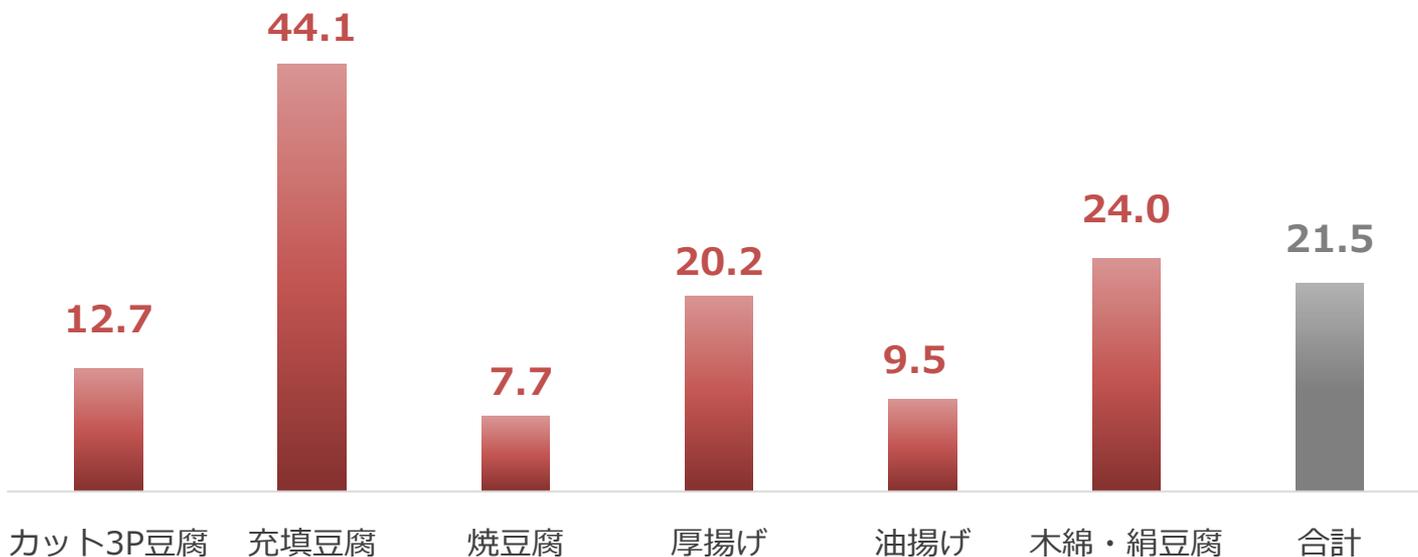
- 新商品開発において国産大豆を使用した商品への切り替えを推進。材料費率は大幅アップしているが、売上及び利益の拡大につながっている。2Qにおいては、設備改修により歩留りが向上、材料費の負担が軽減
- 光熱費は前22.06期の3Q以降高止まりの傾向にある。前述の通り23.06期4Q以降は一時的要因による負担減

売上高材料費率・光熱費率（四半期ベース）



- 数量伸び率約+12%。本社工場、関西工場圏を中心に価格是正、高付加価値商品への切り替えが進展し平均販売単価も8%強アップ
- 前期売上高を大きく伸ばした焼豆腐、油揚げ、カット3P豆腐といった差別化商品は、商品の切り替え端境期のため他商品に比べやや低い伸び。今上期は、充填豆腐や木綿・絹豆腐、厚揚げが高伸長

商品別売上高 前年同期比伸び率 (%)

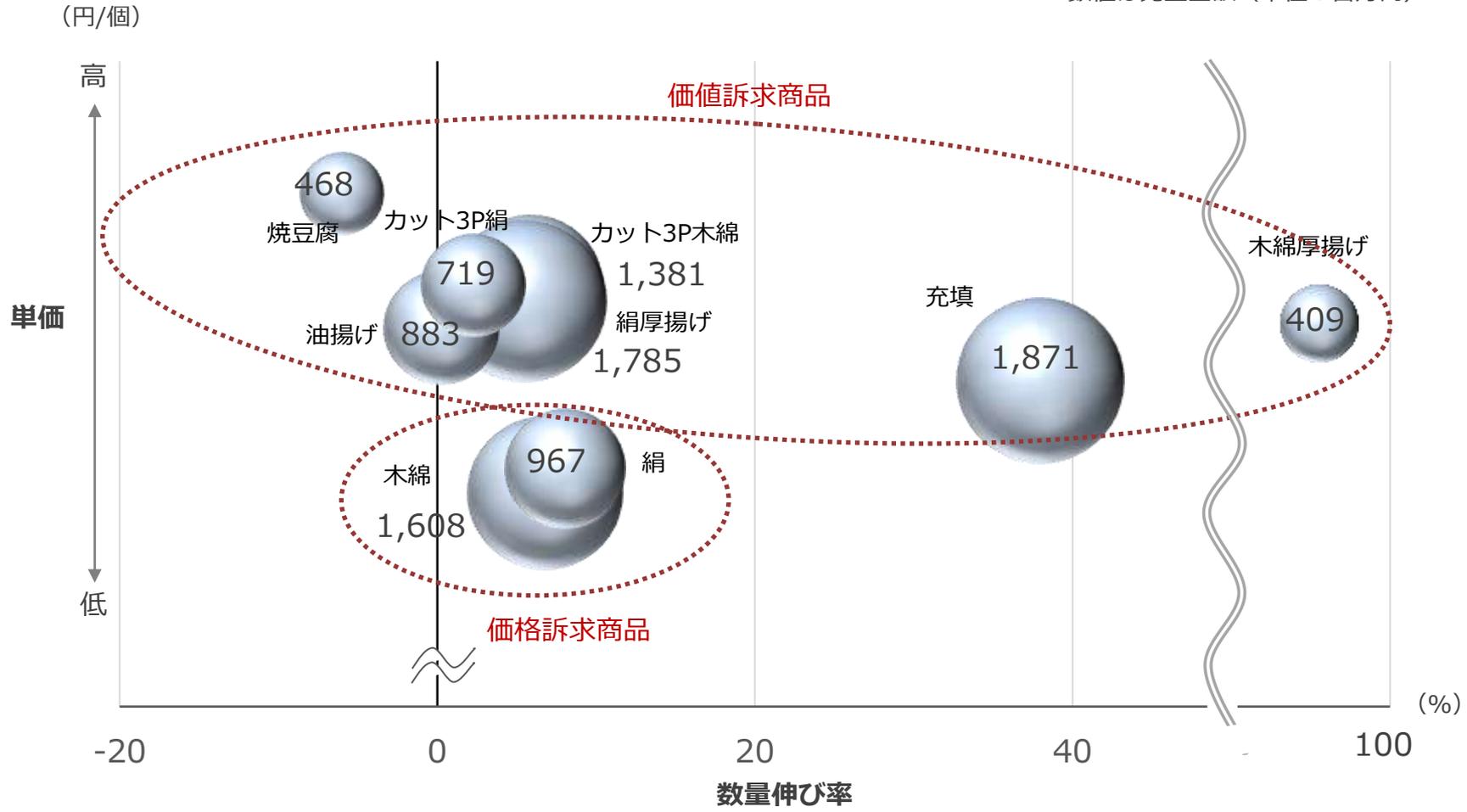


※販売手数料等控除前の売上高。おからパウダー、その他商品は除く

商品カテゴリー別 数量伸び率×販売単価

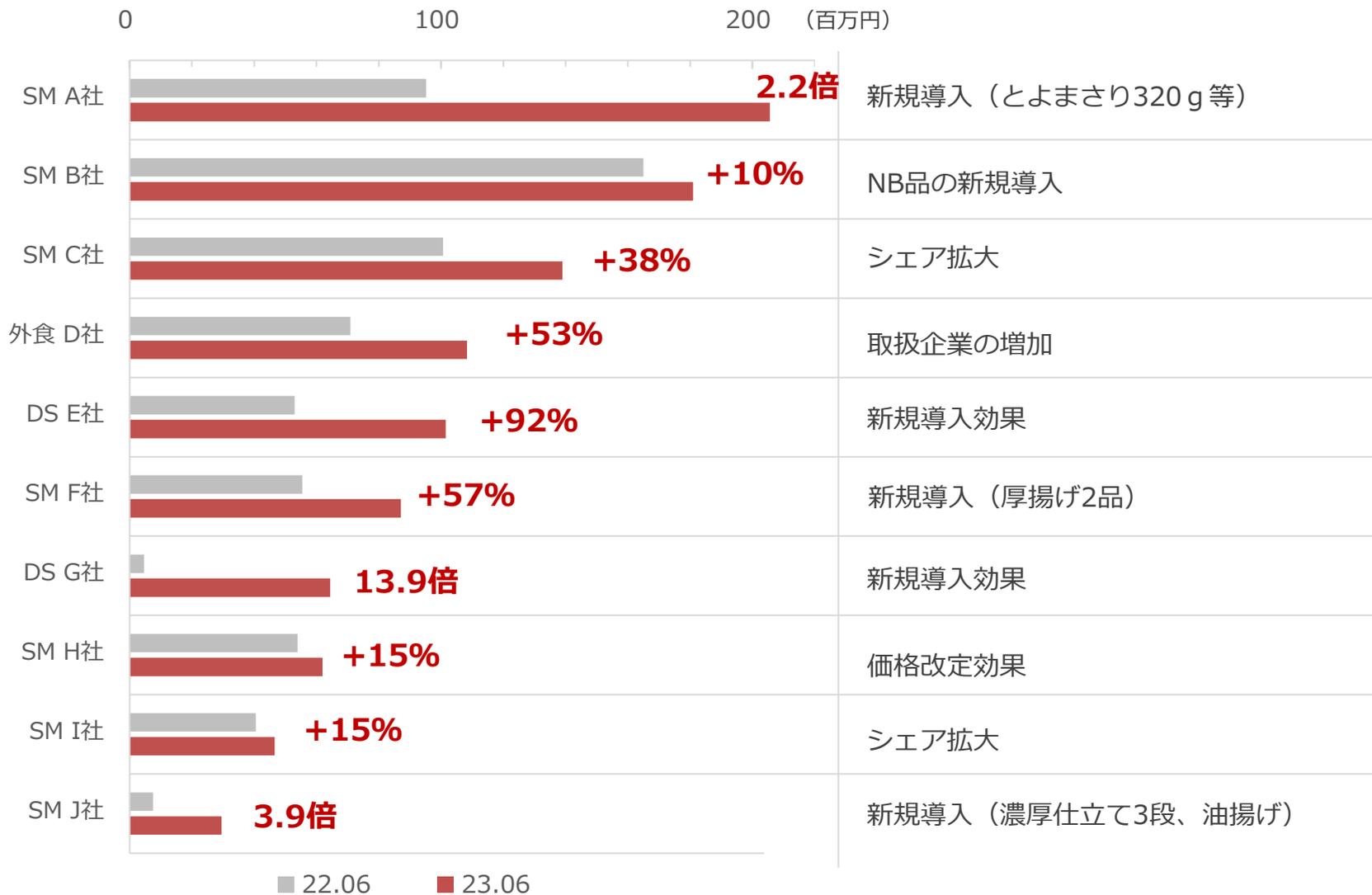


数値は売上金額（単位：百万円）



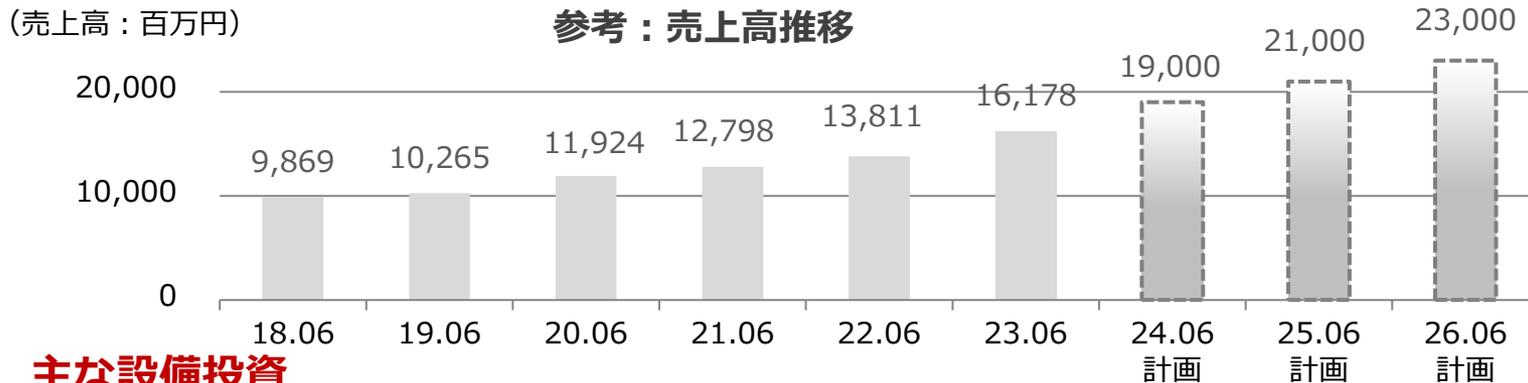
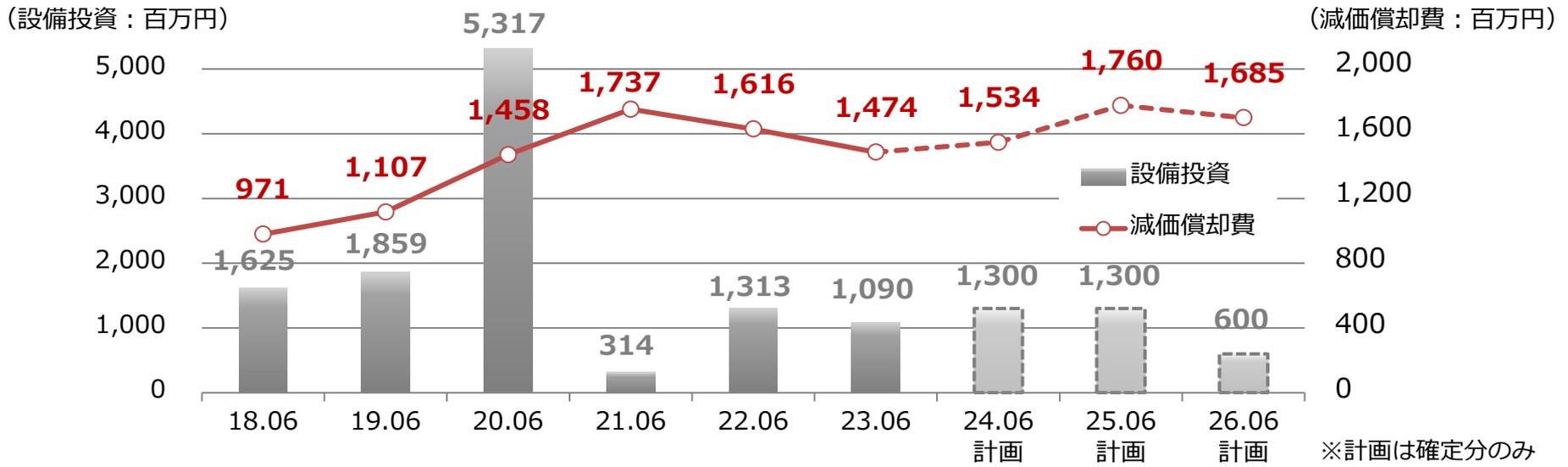
※販売手数料等控除前の売上高。おからパウダー、その他商品は除く

東京営業所 売上高上位10社と増加要因



設備投資・減価償却費

設備投資・減価償却費の推移（富士山麓工場の用地取得に係る投資額を除く）



主な設備投資

21.06期以降生産ラインは、既存設備の改修が中心。24.06期は、本社工場の増築、ライン追加等を実施

バランスシート



(百万円)	23.06末	23.12末		23.06末	23.12末
資産の部			負債の部		
現預金	404	549	買掛金	1,335	1,657
売掛金	1,944	2,900	短期借入金	-	-
棚卸資産	445	482	1年内返済予定長期借入金	502	475
流動資産合計	2,807	3,946	流動負債合計	3,151	3,967
有形固定資産	10,938	11,144	長期借入金	1,854	1,626
（建物・構築物）	(3,890)	(3,863)	固定負債合計	2,373	2,131
（機械・装置）	(4,720)	(4,755)	負債合計	5,524	6,099
（土地）	(2,126)	(2,126)	純資産の部		
（建設仮勘定）	(167)	(375)	資本金	1,245	1,245
無形固定資産	5	3	資本剰余金	1,218	1,218
投資その他の資産	62	62	利益剰余金	5,825	6,594
固定資産合計	11,006	11,210	株主資本合計	8,289	9,057
資産合計	13,814	15,157	純資産合計	8,289	9,057
			負債純資産合計	13,814	15,157

ポイント

〔流動資産〕

- ・売上高増による売掛金の増加

〔有形固定資産〕

- ・本社工場における追加投資

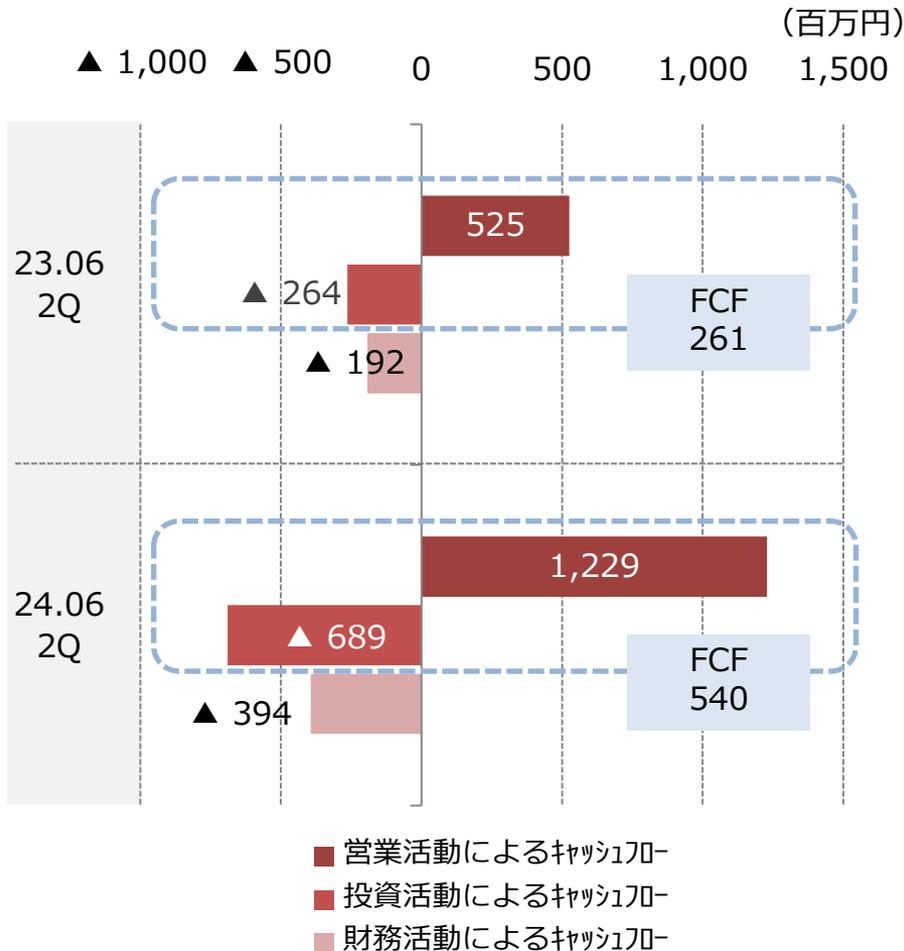
〔負債〕

- ・売上高増にともなう原材料仕入れの支払い増による買掛金の増加
- ・有利子負債は長短合わせ▲254百万円

〔株主資本〕

- ・自己資本比率 59.8%（前期末比▲0.2pt）

キャッシュフロー



主な内訳

(百万円)

	23.06 2Q	24.06 2Q
営業キャッシュフロー	525	1,229
税引前四半期純利益	530	1,328
減価償却費	713	724
売上債権増減額 (▲は増加)	▲820	▲956
棚卸資産増減額 (▲は増加)	▲88	▲37
仕入債務増減額 (▲は減少)	385	322
未払金増減額 (▲は減少)	▲65	71
投資キャッシュフロー	▲264	▲689
有形固定資産取得による支出	▲264	▲744
財務キャッシュフロー	▲192	▲394
短期借入金純増減額 (▲は減少)	200	—
長期借入金による収入	—	—
長期借入金返済による支出	▲292	▲255
現金及び現金同等物の増減額	67	145
現金及び現金同等物の期首残高	160	404
現金及び現金同等物の四半期末残高	228	549

Ⅱ. 通期見通し/修正中期経営計画

通期業績予想

- 売上高は、上期の計画上振れを踏まえ期初予想を修正
- 下期に関しては、引き続き好調な売上を見込むが、材料費および光熱費の上昇が見込まれるため、期初計画に対しては上振れるものの保守的な見通し

(百万円)

	23.06 実績	24.06 修正計画	増減率	(参考) 24.06 期初計画
売上高	16,178	19,000	17.4%	17,800
売上総利益	3,236	—	—	—
(売上高総利益率)	20.0%	—	—	—
営業利益	1,039	2,000	92.5%	1,200
(営業利益率)	6.4%	10.5%	+4.1pt	6.7%
経常利益	1,061	2,002	88.7%	1,220
当期純利益	802	1,337	66.7%	815

期初業績予想の修正について

売上高

前期比+2,822百万円、計画比+1,200百万円

- 下期も計画比+529百万円と上方修正
- 売上面では事業環境に大きな変化はなく、当社のシェア拡大が期待できる状況にあり、当社にしかできない差別化商品にさらに軸足を置くことで、上期の売上ペースを確保できる見込み
- 引き続き収益性重視の商談を継続

利益

営業利益：前期比+961百万円、計画比+800百万円

- 下期は計画比+124百万円と上方修正ながら、慎重な計画
- ① 変動費…材料費・光熱費は上昇から高止まりの傾向にあり、売上比では前期並みの負担を前提に見通さざるを得ない状況。材料費に関しては、来下期にはピークアウトの見通し
- ② 固定費…富士山麓工場は追加投資を吸収して償却費負担減、本社工場のライン改修で前期並み

当期純利益：前期比+535百万円、計画比+522百万円

中期経営計画の見直しについて

事業環境、上期業績を考慮し昨年8月に公表した中期経営計画の数値目標を見直し。26.03期において、売上高230億円（前中計215億円）、営業利益27.6億円（同18.5億円）を目指す

長期ビジョン ⇒ 不変

- 市場規模は長期的にも6,000億円規模で推移する一方、事業者の減少は続き、大手メーカーへの集約、寡占化がさらに進むと想定される
- 当社は、大量生産の難易度が高く競争力の高い商品をローコストで製造できるという強みを生かし、圧倒的シェアを持つ中四国市場に加え、関西圏・首都圏といった市場でもシェアアップを図る
- 長期的にはシェア10%に相当する売上高600億円を目指す

今後の取り組み

- 需要拡大に対応し本社工場、富士山麓工場の増産ラインの設備投資を実施
- 関東圏は、引き続き量産品の競争力を浸透させるとともに、今後は既存顧客に対して差別化商品による売り場提案で売上アップを図る
- 不採算取引の価格是正への取り組みも継続。また今後商品アイテム数の絞り込みによりさらに効率化を進める
- ESG、SDGsに対する取り組みの強化。また社員待遇の大幅改善を実施していく

イメージする将来の業界の姿

	過去	現在	想定される将来
事業者数	<p>2000年頃までは、全体で約16,000事業所、4人以上の事業者で3,000事業所程度あった</p>	<p>2022年時点で全体で約3,000事業所と年間1,000以上減。4人以上の事業者で700事業所程度となった</p>	<p>確定的な事業者数は判らないものの、①全国規模で展開する小売業者に対して供給可能な豆腐製造業者は数社、②地域大手で数十社、③特徴ある製品で固定客を持つ小規模事業者に分かれると考えられる</p>
	<p>【減少の背景】</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 販売先である小売業が大規模化しスケールメリットを享受する体制 ✓ 小売業者が物流センターを保有 ✓ 小売業者の品質管理精度向上 		
市場規模	<p>6,000億円程度と推計 過去は単価高、消費量少</p>	<p>6,000億円程度と推計 最近は単価下落の一方で、消費量が増加傾向にあり横ばいが続いている</p>	<p>伝統食材であり、健康食でもあることから市場の急激な増減は考えにくい。 →6,000億円程度で徐々に増加の見込み</p>

将来的には、市場規模が変わらないまま製パン業界の様に全国規模企業による寡占化が進み、地元根差した地域大手、個人ベーカリーの様になるイメージ

中期経営計画目標数値



(百万円)

	23.06 (上段：実績) (下段：計画)	24.06 (計画)	25.06 (計画)	26.06 (計画)
売上高	16,178	19,000	21,000	23,000
前中計	–	17,800	19,500	21,500
営業利益	1,039	2,000	2,310	2,760
前中計	–	1,200	1,450	1,850
経常利益	1,061	2,002	2,312	2,762
前中計	–	1,202	1,453	1,855
当期純利益	802	1,337	1,502	1,795
前中計	–	815	940	1,200

新商品

外国産の大豆を使用していた既存商品を国産大豆製品にリニューアル



春の
新商品

北海道産大豆100% 両面しっかり焼きとうふ



北海道産大豆を使用
鉄板で両面をこんがり焼きあげた焼き豆腐

北海道とよまさり 濃厚いっぴん プチ豆



北海道産大豆を使用した
小分け8個パックの充填豆腐

国産大豆もめん・きぬ



国産大豆を使用した
濃くておいしい豆腐

美味一徹 絹



濃厚な豆乳でつくった
なめらかな絹ごし豆腐

丹精造り濃絹とうふ



大豆の旨味たっぷりの
コクのある絹ごし豆腐

北海道産大豆 濃旨 冷まるPREMIUM

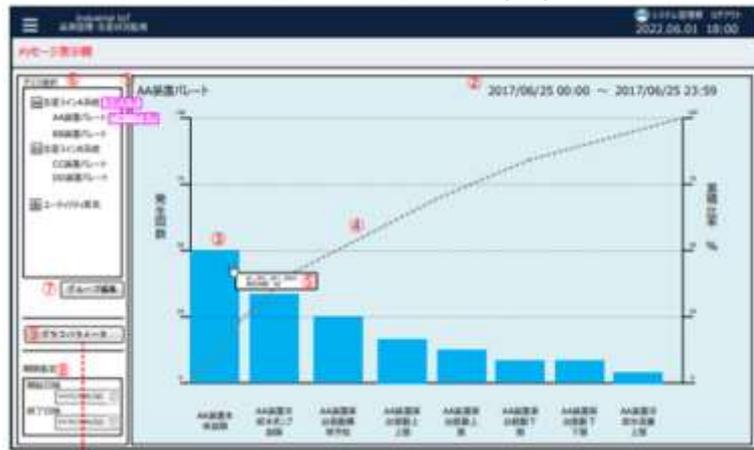
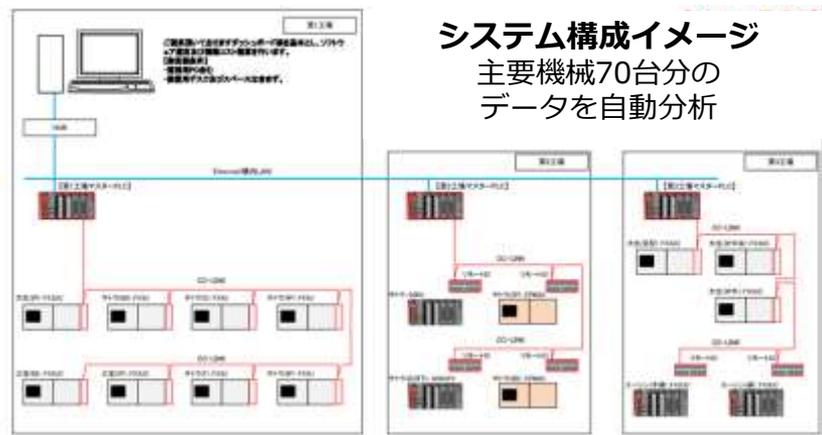


4個パックに切り離せる小分けタイプの
絹ごし豆腐。従来品より賞味期限が
延び、より使いやすく

① 生産機械の見える化

機械の稼働状況・履歴をリアルタイム確認した安定した生産システムの構築を行う

稼働状況・エラー状態を見える化し素早い対応を可能にする。無駄な停止、ロスを改善し作業時間を短縮

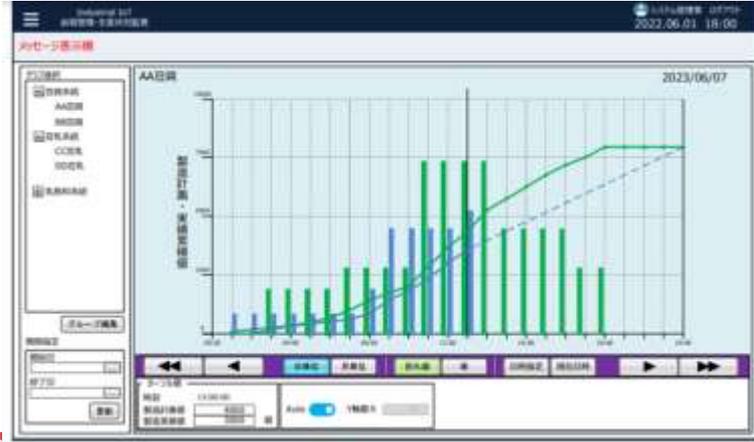


② 生産の進捗の見える化

現場への往復、電話でのやりとりといった作業を複数部署で繰り返す等の無駄を解消

夜間の生産高、製品別稼働率も見えるようになり、改善が必要なポイントを把握。作業スピードが向上

各ラインの生産進捗率を抜き出し見える化



廃油の「SAF」への利用に向けた取り組み



- 持続可能な航空燃料「SAF」(Sustainable aviation fuel) に廃油を使用してもらう取り組み
- 23年3月より、本社工場および富士山麓工場にて発生した廃油を販売。23年末までに約30万トンを供給

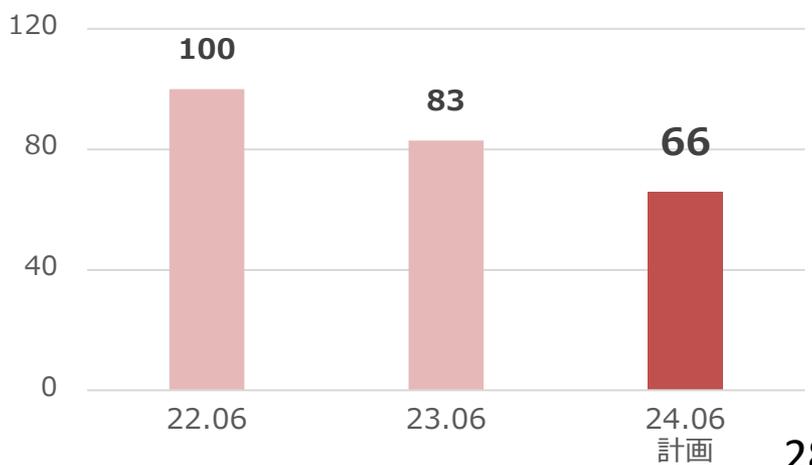


その他廃棄物削減の取り組み



- 工場内での廃棄ロス削減
- リサイクル可能な資源/資材の積極的なリサイクル実施
- 仕入れ梱包資材の見直し (リサイクル可能な形態に)

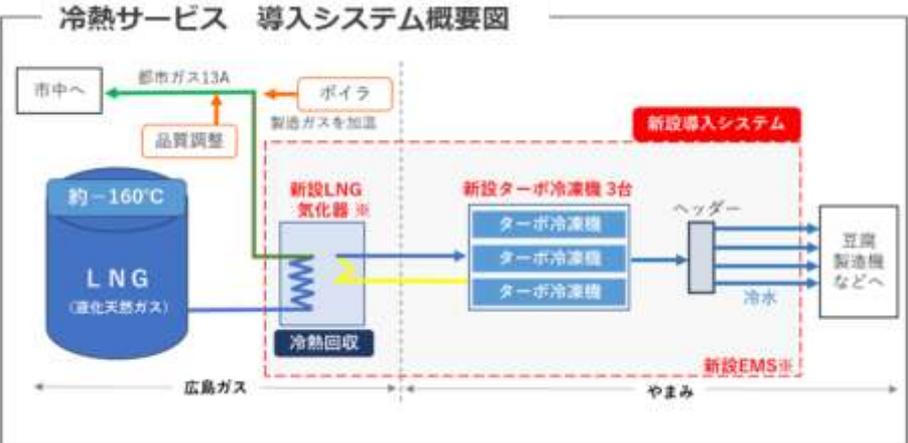
22.06期を100とした場合の廃棄物金額



冷熱サービス・太陽光サービスが22年2月より稼働



- 広島ガス株式会社、三井住友ファイナンス&リース株式会社と共同の「未利用LNG冷熱の融通と高効率冷凍機導入による連携省エネルギー事業」を22年2月より運用開始（冷熱サービス、太陽光サービスの2事業に参画）



<導入効果>

① LNG冷熱利用による省エネルギー効果

当社の省エネ効果（電力使用量：MWh）

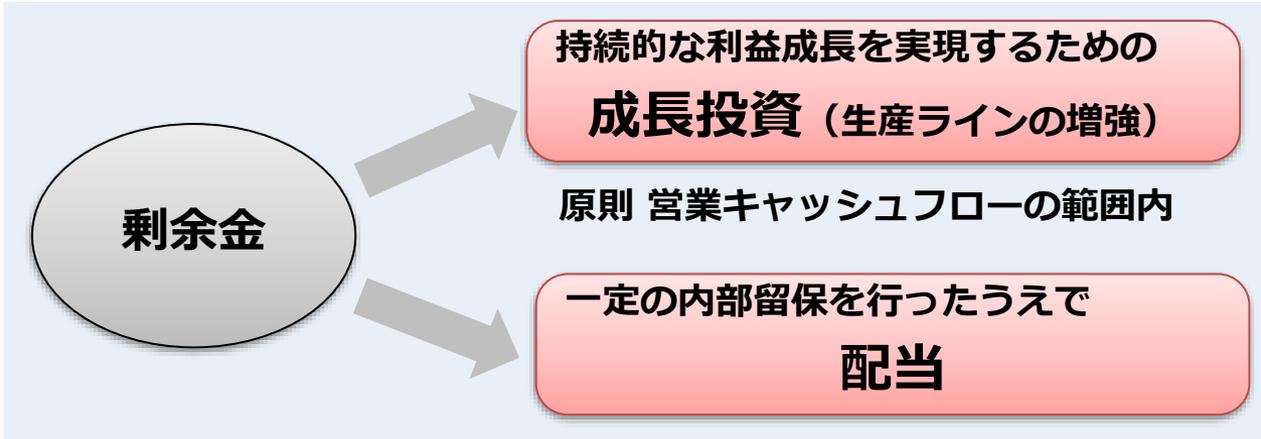


当社と広島ガス合算で、
電力使用量と燃料ガス使用量
(原油換算)
1,841.9kl/年削減
CO₂ 2,688t/年削減

② 太陽光発電量（3工場計）

当初見込み	1,335kwh
22年度実績	1,402kwh
本社	425kwh
関西	424kwh
富士山麓	553kwh

株主還元



配当目標

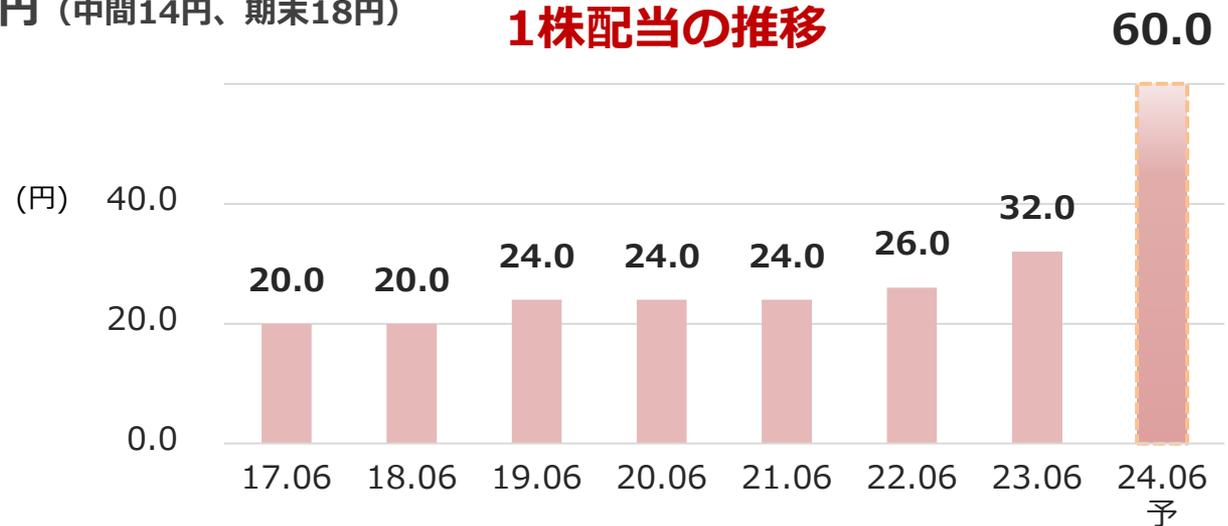
- ① 配当性向 30%以上
- ② DOE (下限) 2.5%以上
(純資産配当率)

24.06期 1株配当予想 60円 (中間19円、期末41円)

※うち記念配当 2円 (中間・期末各1円)

(参考) 23.06期 1株配当 32円 (中間14円、期末18円)

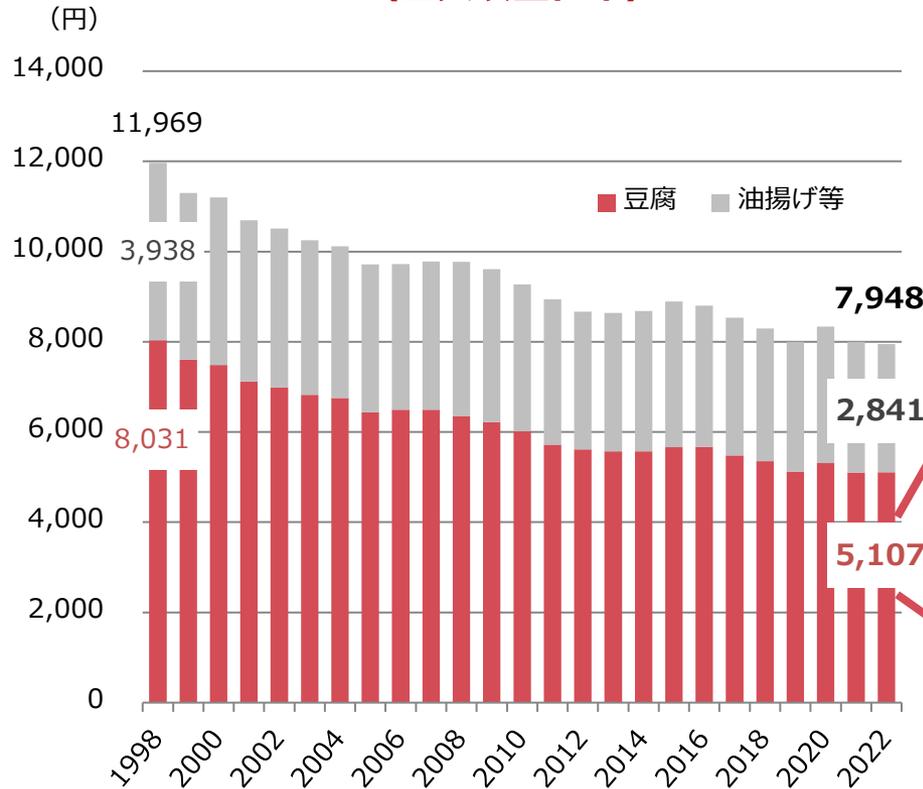
1株配当の推移



III. 參考資料

豆腐市場動向① – 消費動向

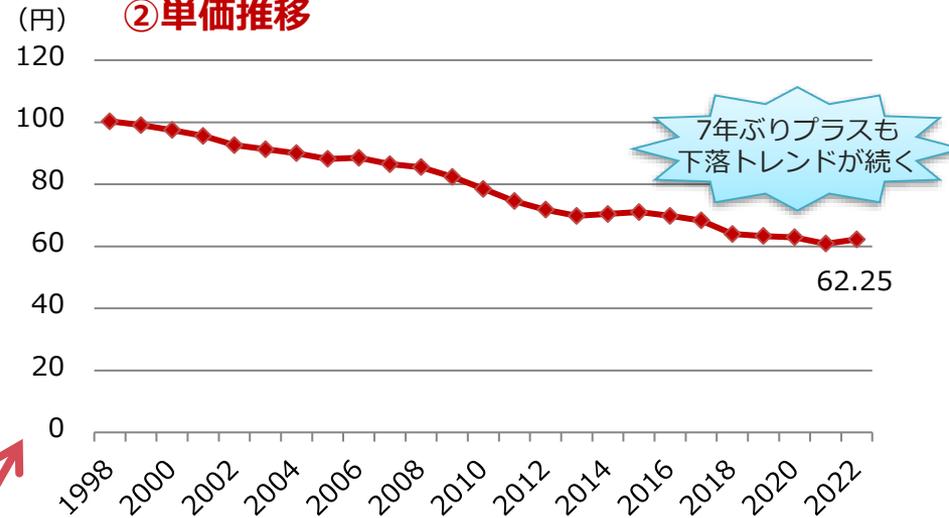
① 1世帯当たりの年間購入金額の推移 (二人以上世帯)



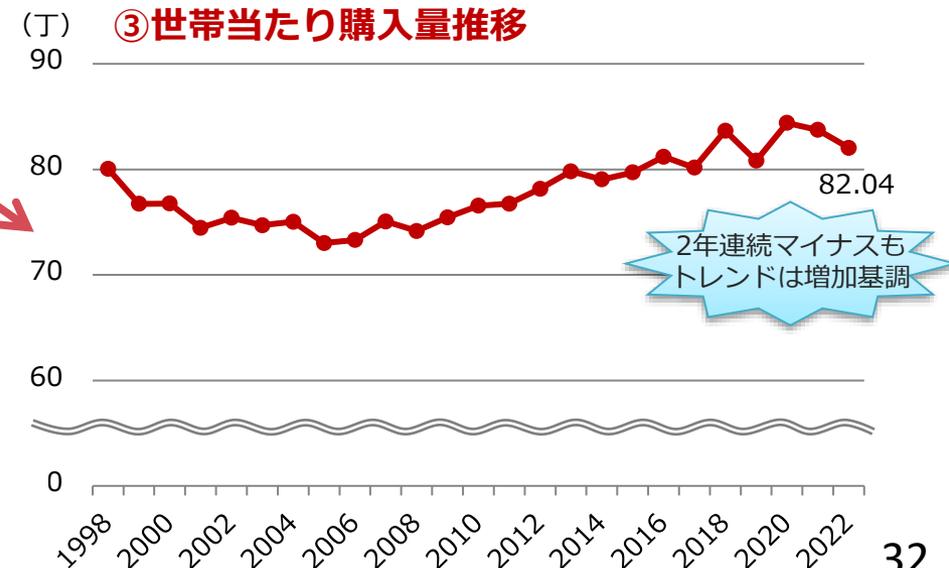
市場規模は、
 コンシューマ概算 8,000円×5,550万世帯≒4,450億円
 外食・中食等の業務用と合わせ、**6,000億円程度**と推計

出所) 総務省「家計調査」、総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態および世帯数」をもとに作成

② 単価推移



③ 世帯当たり購入量推移



豆腐市場動向② – 事業者動向

① 事業所数の推移



出所) ①厚生労働省「衛生行政報告例」による事業所数(年度末)
 ②経済産業省「工業統計」による従業員数4名以上の事業所数(2016年までは前年末、2017年以降は6月1日)をもとに作成

② 出荷額の推移



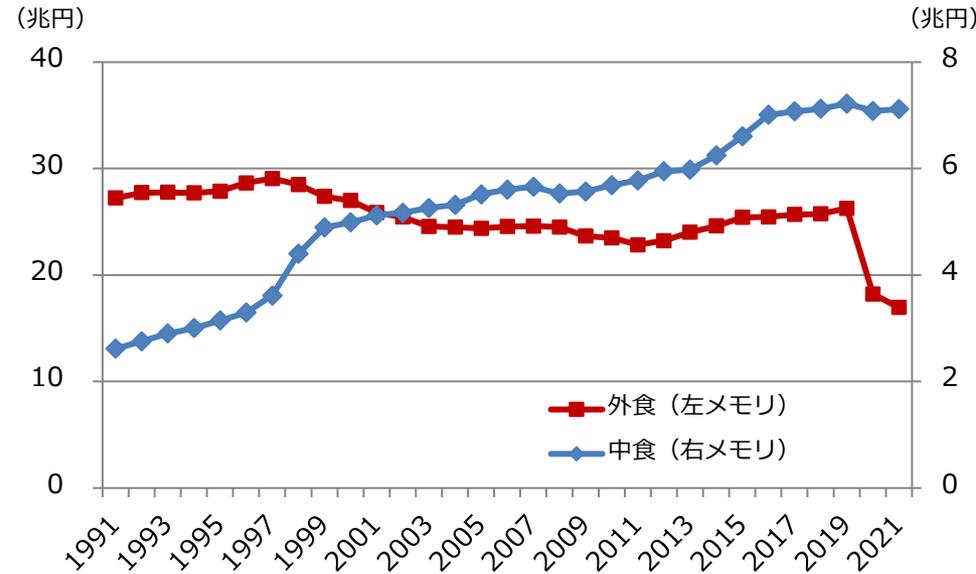
出所) 経済産業省「工業統計」による従業員数4名以上の事業所データ(事業所数・出荷金額)をもとに作成
 2016年までは年初・年末平均の事業所数をもとに1事業所当たりの出荷金額を計算。2017年以降は6月1日の事業所数をもとに計算

※「工業統計」は2019年調査をもって終了。「経済構造実態調査」の一部として2022年調査を2023年に公表。そのため2020～2021年の事業所数はNA。



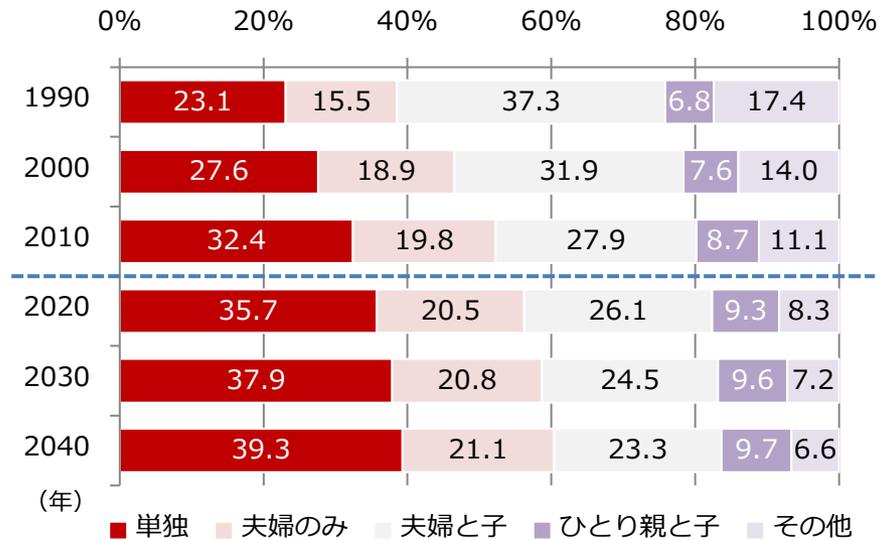
拡大する中食市場

中食（惣菜・おかず）市場は拡大基調続く



出所) 日本フードサービス協会のデータをもとに作成
中食のデータは、弁当給食を除く料理品小売業の市場規模

中食ニーズの高い単身世帯が今後長期的に増加



出所) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計」
(2018年推計)をもとに作成

- 2020-21にかけて新型コロナウイルス感染拡大の影響で停滞しているものの、2年連続で大幅マイナスになった外食（2022年は回復に転じているとみられる）に比べ、中食市場は安定
- 単身世帯、特に高齢の一人世帯の増加から、CVSやスーパーでおかず・惣菜等を購入する等、長期的にも外食・内食から中食へのシフトが続く
- **当社は、惣菜や食品工場等へ大量納入が可能な大容量の業務用商品を業界ではじめて開発**
⇒ **今後市場での普及を**

ご清聴ありがとうございました

今後の I R に関するお問い合わせ先

株式会社やまみ 経営企画室

電話 : 0848-86-3788

E-mail : ir@yamami.co.jp

URL : <https://www.yamami.co.jp/>

当資料に記載されている将来の業績見通しは、本資料発表現在において入手可能な情報に基づき作成したものです。そのため、実際の業績はさまざまな要素により、これらの見通しと大きく異なる結果となる場合がありますことをご承知おきください。