

株式会社やまみ（2820）

2025年6月期第2四半期 決算説明資料

2025年2月19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/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。

2Q実績

2025年6月期第2四半期は前年同期比8.7%増収 36.7%営業減益

- ✓ 国内大豆を使用した高付加価値商品、小分けサイズのニーズに対応し販売好調
- ✓ 想定以上の円安により原材料価格が高騰、エネルギー価格の高止まりが収益を圧迫

通期見通し

直近の事業環境踏まえ通期業績を見直し 配当金は前回予想※から変更せず

- ✓ 2025年6月期予想は前期比10.5%増収、営業利益23.0%減益へ前回予想を見直し
- ✓ 補助金収入により当期純利益の減益幅は営業・経常に比べて小幅にとどまる見通し
- ✓ 配当金は年間72円（前期比6円増配）と前回予想を据え置き

中期経営計画

2027年6月期 売上高 250億円 営業利益24億円に前回予想を見直し

- ✓ 売上高は順調に推移しており変更せず、今後3年の年平均増収率9.6%増収見通し
- ✓ 足元の業績動向と直近の事業環境を踏まえ各段階利益を見直し
- ✓ IT人材の拡充を図り各工場の見える化・ロス削減・生産効率向上を行う
- ✓ 価格競争力を保ちつつ価格改定については販売先に理解を得られる状況になっており、順次利益改善の取組を推進

※前回予想：2024年8月8日公表

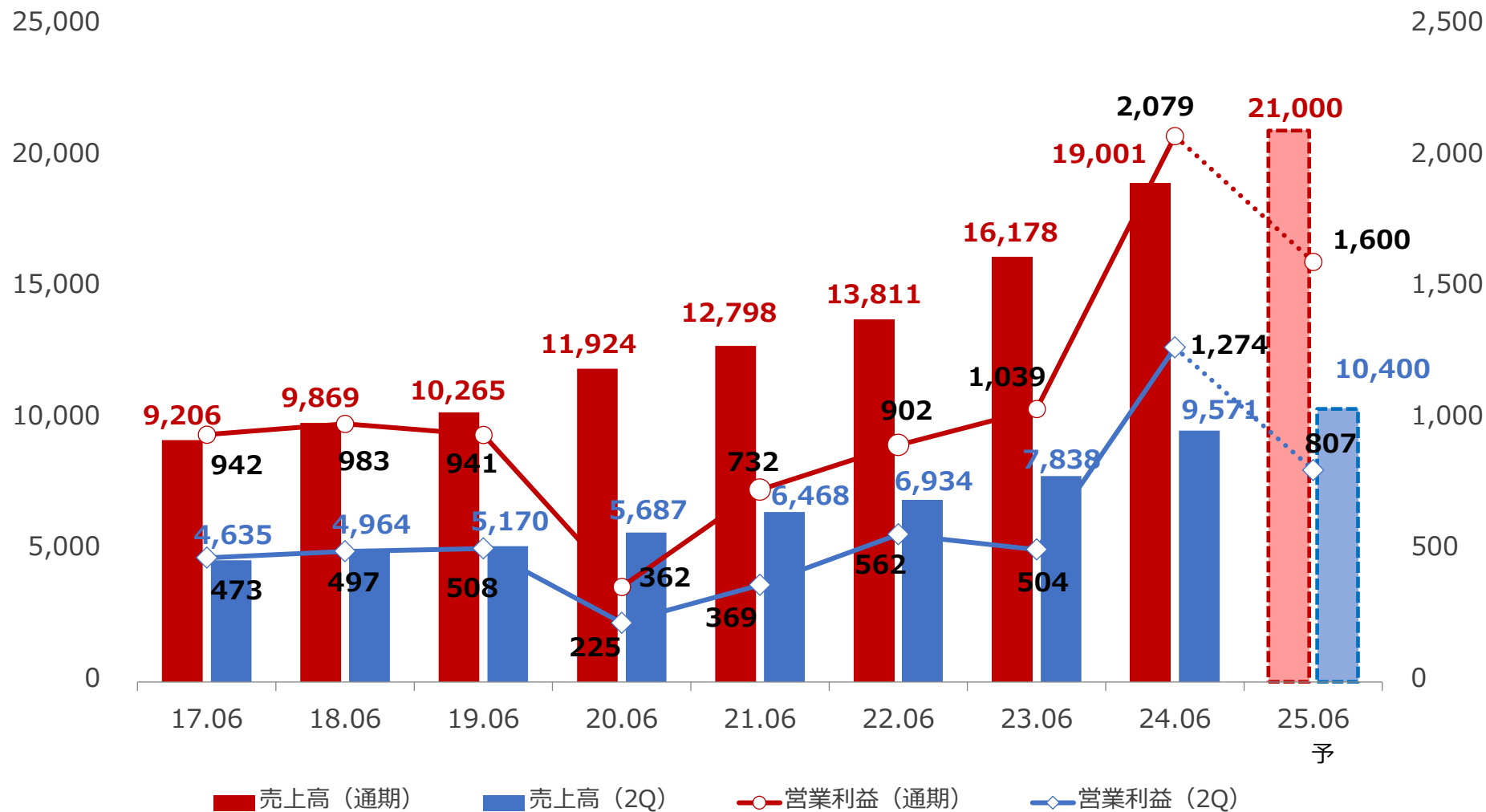
I. 第2四半期決算概要

業績推移



(売上高：百万円)

(営業利益：百万円)



2025年6月期中間期業績



- ◆ 全ての工場で増収。特に関東エリアの販売が好調で売上高は前年同期比8.7%増収
- ◆ 想定以上の円安となり原材料や包装資材価格が高騰、エネルギー価格の高止まりから売上総利益は前年同期比約4億円減少（売上総利益率6.0ポイント低下）
- ◆ 販売管理費を抑制するも売上総利益の減少により各段階利益が減少

(百万円/円)	24.06 中間期実績	25.06 中間期実績	増減率	(参考) 25.06 前回中間期予想 ※
売上高	9,571	10,400	+8.7%	9,870
売上総利益	2,481	2,066	▲16.7%	-
(売上高総利益率)	25.9%	19.9%	▲6.0pt	-
営業利益	1,274	807	▲36.7%	1,105
(営業利益率)	13.3%	7.8%	▲5.5pt	11.2%
経常利益	1,274	809	▲36.5%	1,103
当期純利益	893	559	▲37.3%	766

※前回：2024年8月8日公表時点

四半期業績比較

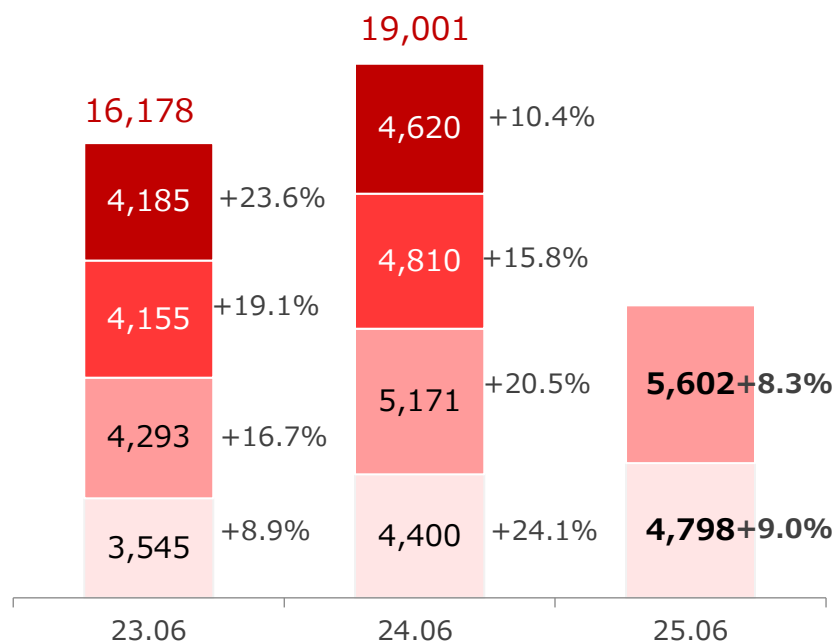


- ◆ 売上高は計画通り順調に推移
- ◆ 為替の円安が想定以上であったことから輸入大豆・包装資材価格が高騰、エネルギー価格の高止まりが続く

【売上高】

(百万円)

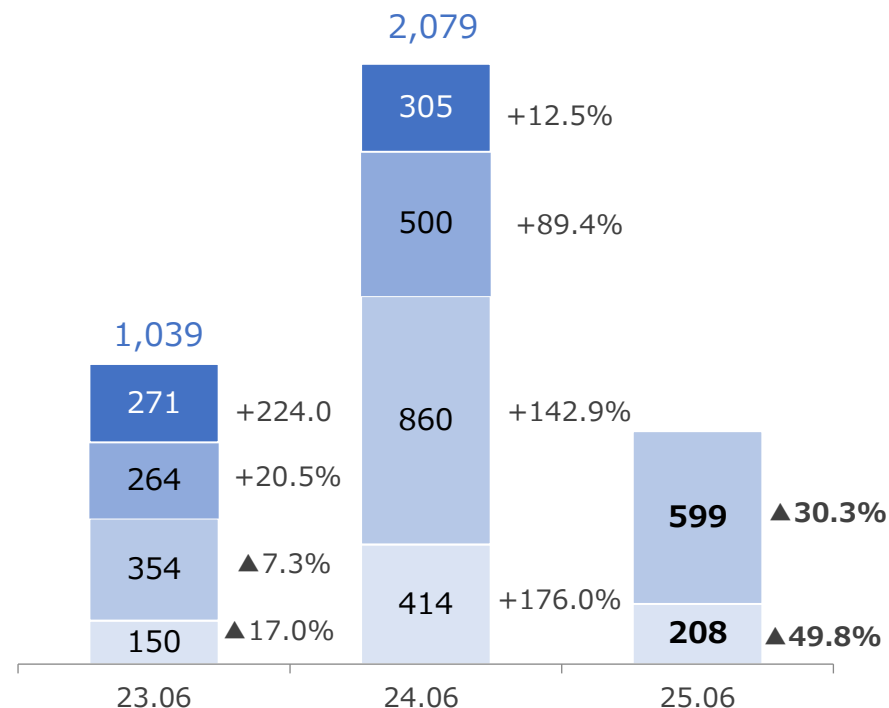
1Q 2Q 3Q 4Q



【営業利益】

(百万円)

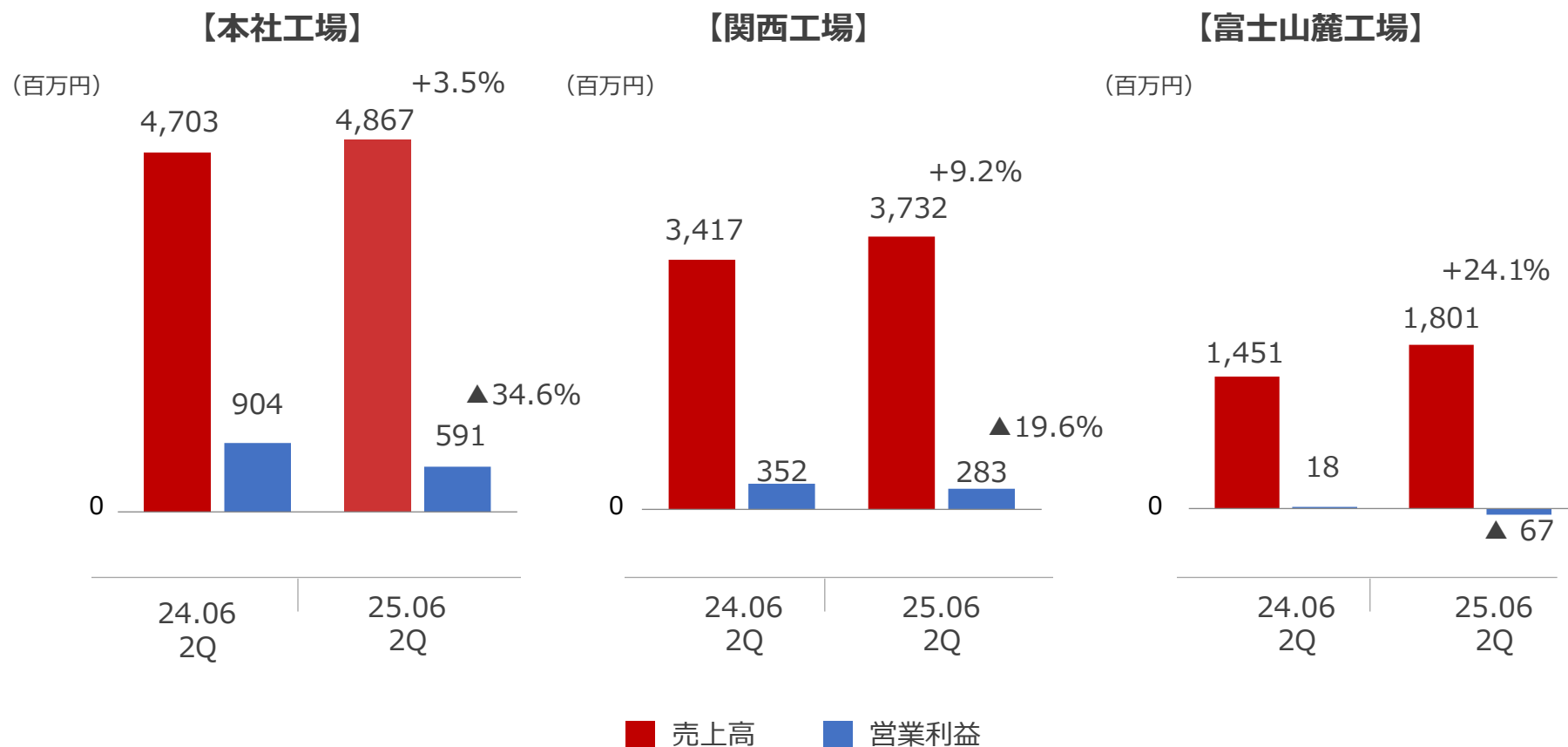
1Q 2Q 3Q 4Q



拠点別収益

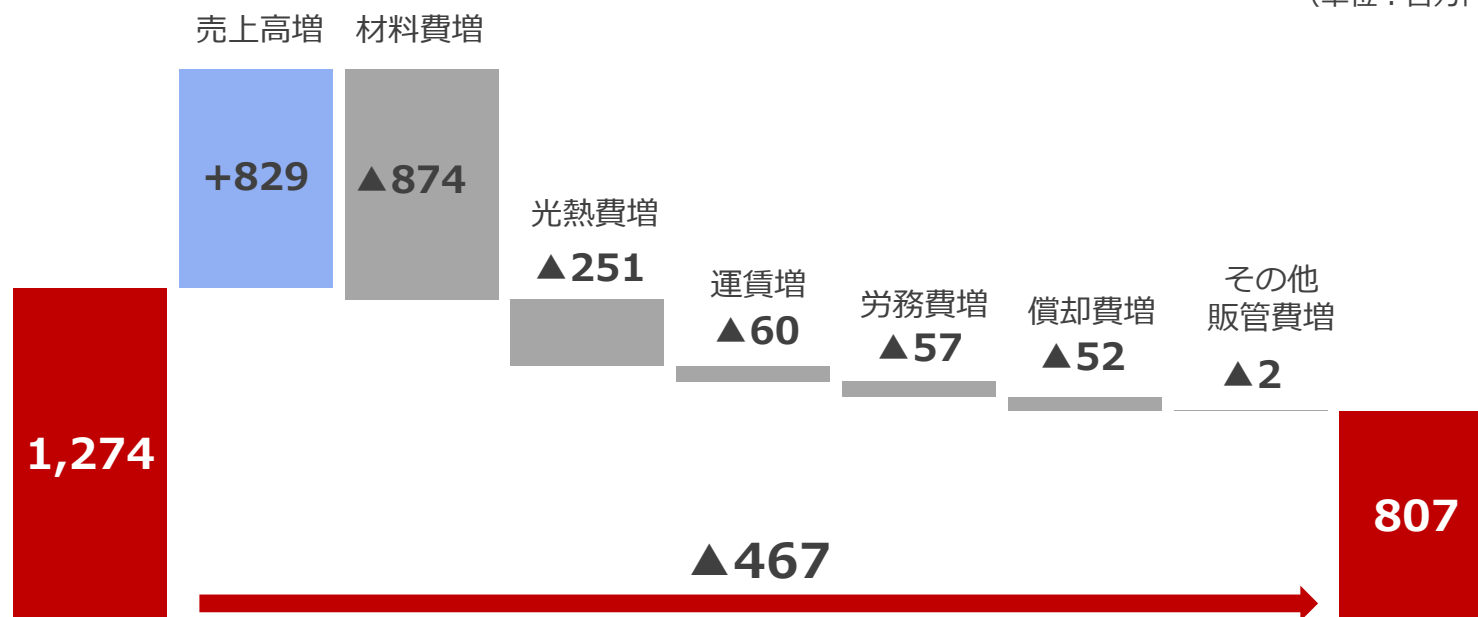


- ◆ 本社工場は厚揚げラインの設備更新を行った期間、生産を停止したため3.5%増収
関西工場は代行生産を行い9.2%増収
- ◆ 富士山麓工場は取引先に当社製品の競争力、品質が認知され、新アイテムの追加など幅広く商品の納入が増え24.1%増収と順調



【利益増減要因】

(単位：百万円)

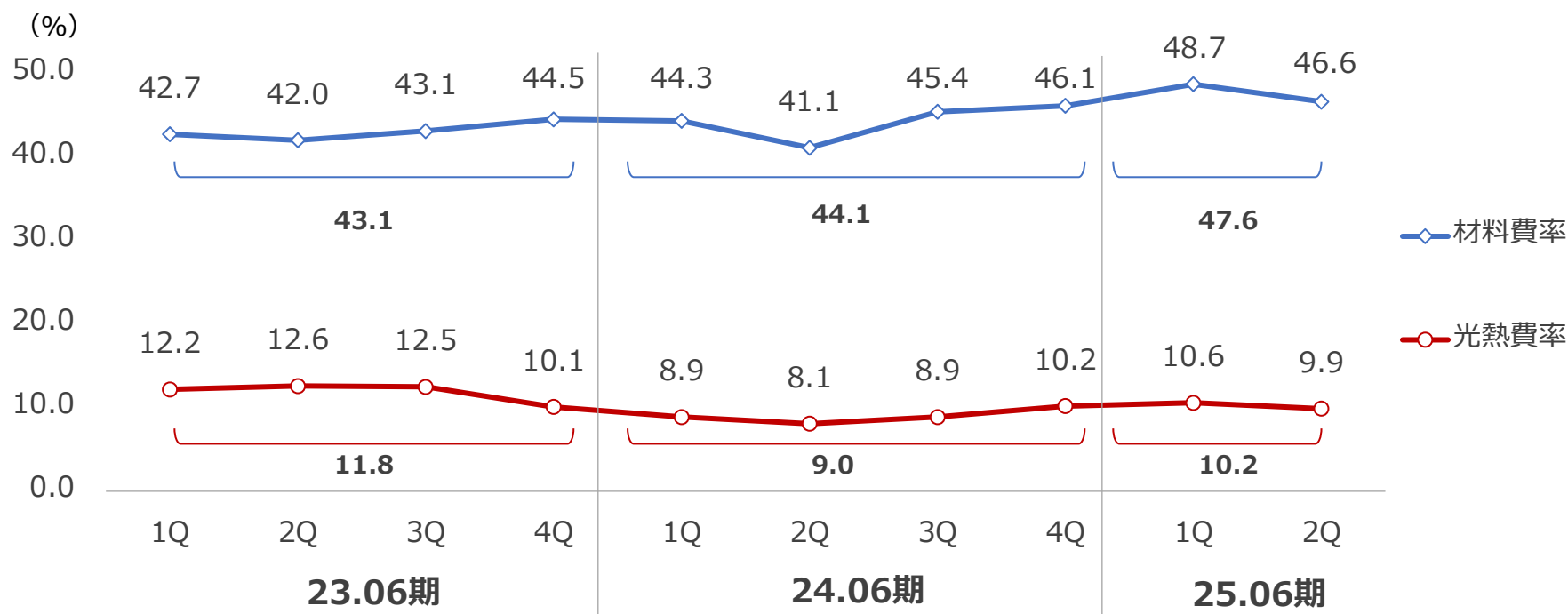


材料費	・ 前期比+874百万円（売上高比率は+5.0pt） 高価格の国産大豆使用の商品へシフト
光熱費	・ 前期比+251百万円（売上高比率は+1.8pt） 一時的な低下要因が一巡 エネルギー価格高止まり
労務費	・ 前期比+57百万円（売上高比率は+2.2pt） 人件費高騰
販売管理費	・ 売上高販管費率▲0.5pt ・ 荷造運賃+60百万円（売上高比率は+0.7pt）

材料費/燃料高の影響

- ◆ 想定以上の円安により材料費比率は第1四半期並みの高水準が継続
- ◆ 光熱費負担の一時的な軽減は23.06期3Qから24.06期3Qまで。
エネルギー価格の高止まりから光熱費比率は前年同期比2ポイント弱上昇

【売上高材料費率・光熱費率（四半期ベース）】

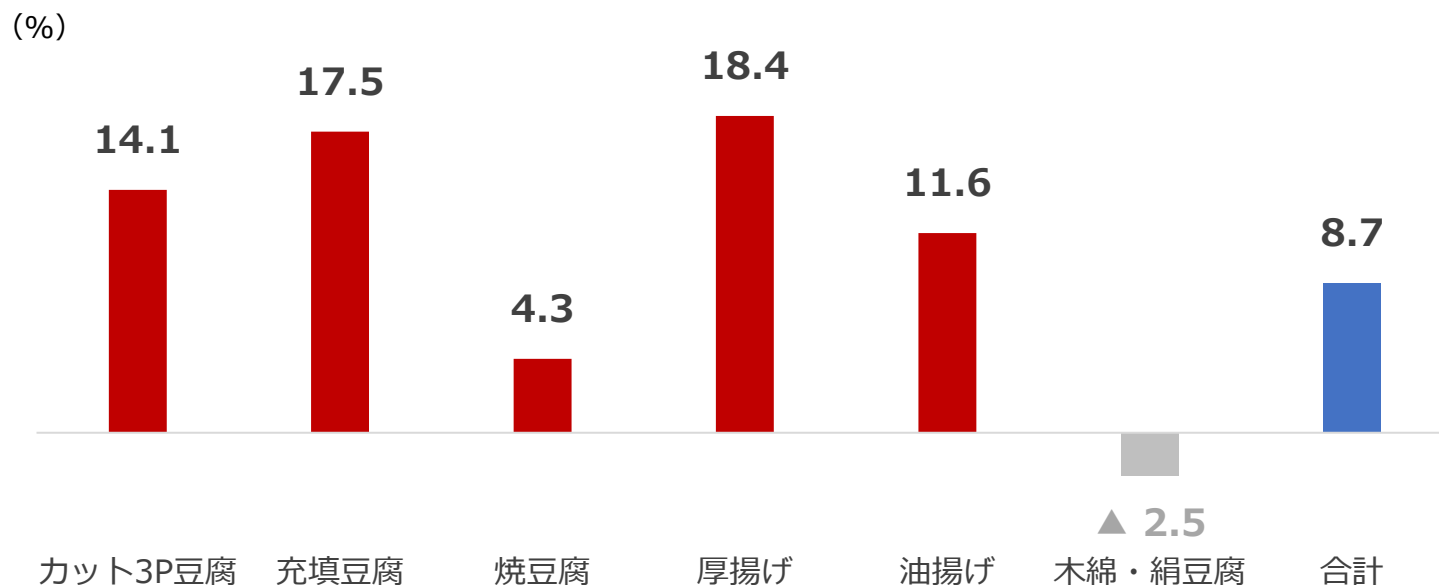


商品別動向



- ◆ 数量伸び率約+5%。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4%程度アップ
- ◆ 収益性の高いカット3P豆腐や競争力の高い厚揚げ等、お取引先に好評いただいている製品への集約を推進

【商品別売上高 前年同期比伸び率】

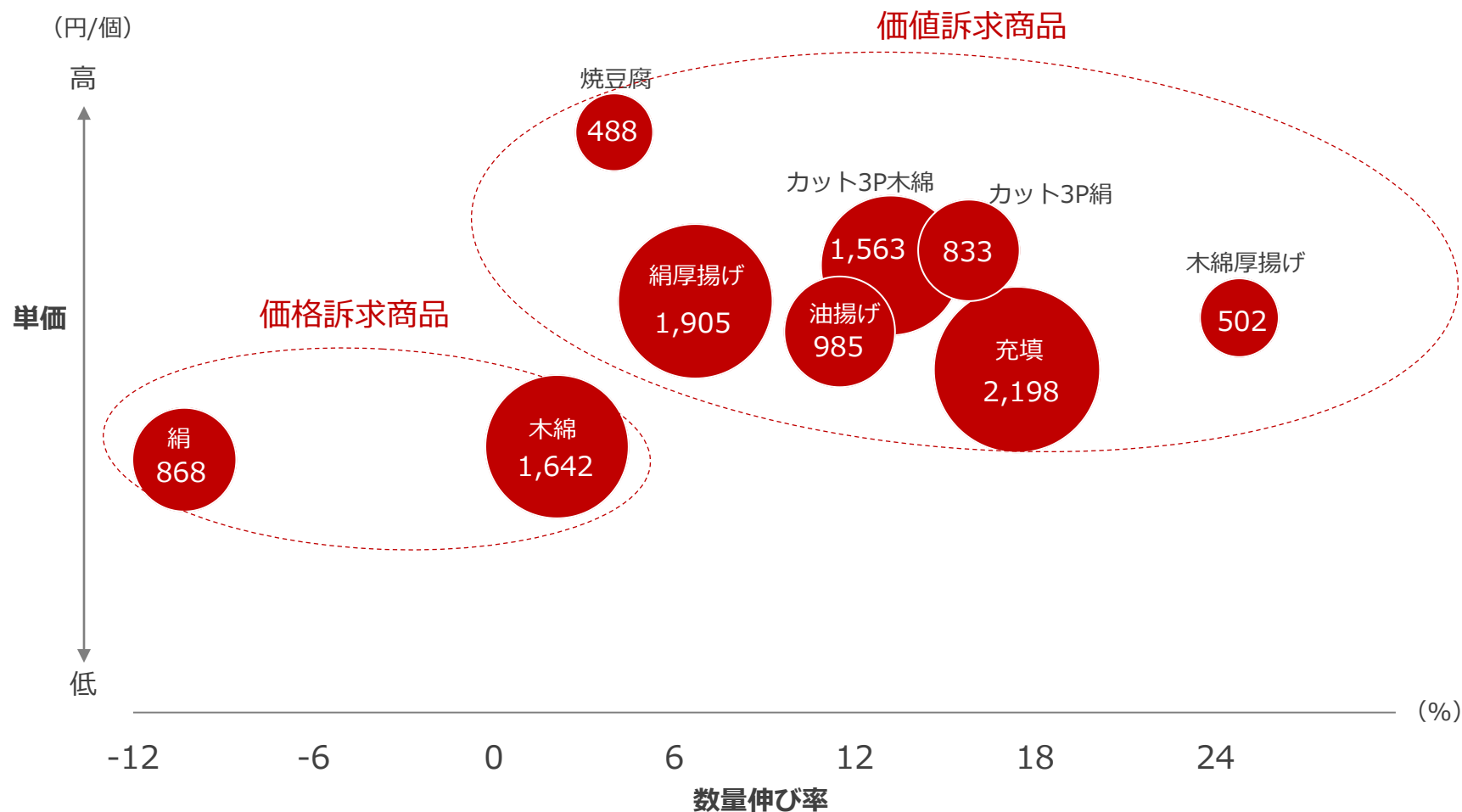


※販売手数料等控除前の売上高。おからパウダー、その他商品は除く

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）

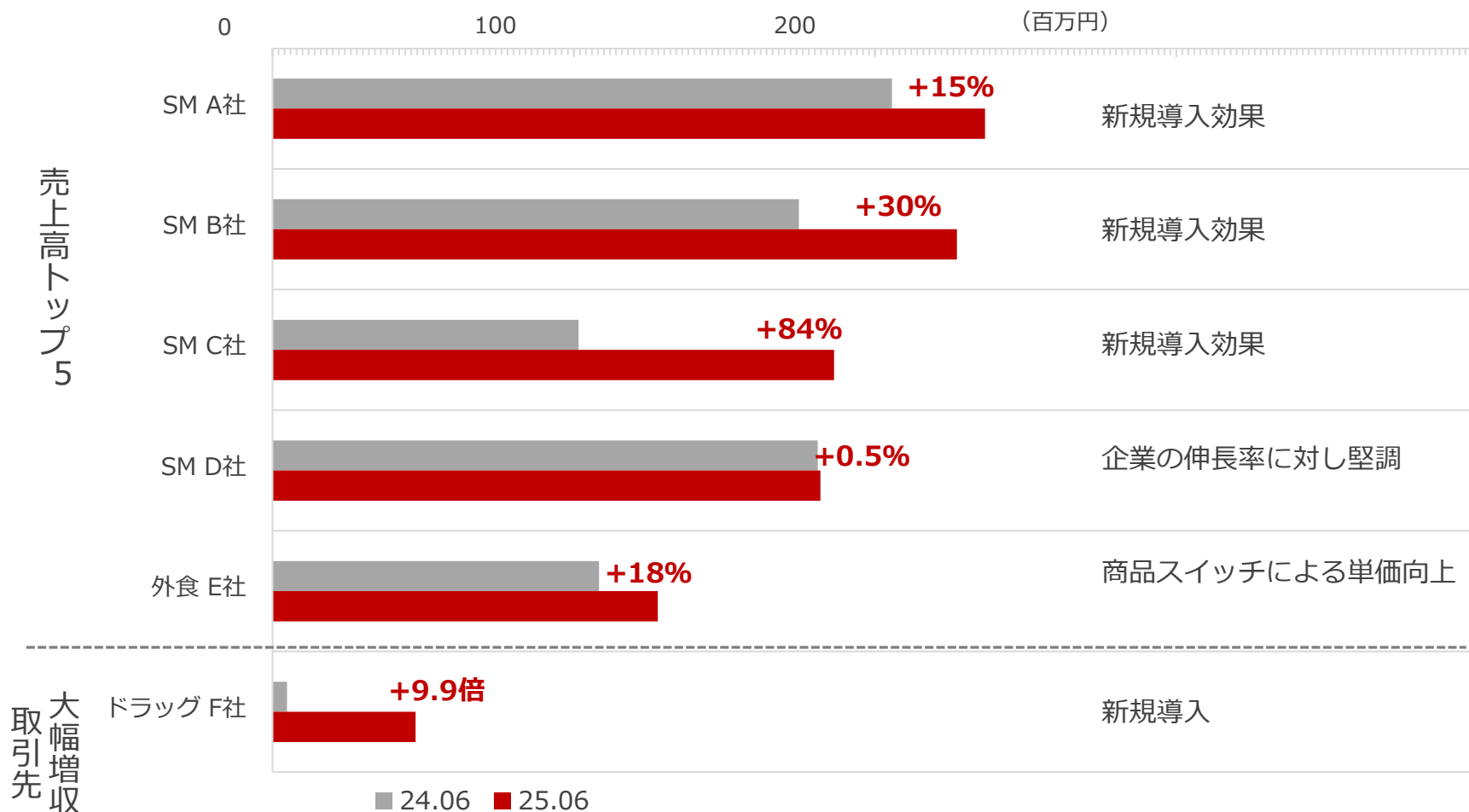


※販売手数料等控除前の売上高

関東圏市場開拓の状況



【東京営業所 売上高上位企業と増加要因】



バランスシート



(百万円)

	24.06末	24.12末
資産の部		
現預金	840	167
売掛金	2,617	3,195
棚卸資産	319	455
流動資産合計	3,851	3,879
有形固定資産	11,599	12,438
(建物・構築物)	(3,827)	(3,736)
(機械・装置)	(4,993)	(4,981)
(土地)	(2,126)	(2,126)
(建設仮勘定)	(626)	(1,567)
無形固定資産	2	2
投資その他の資産	64	69
固定資産合計	11,666	12,516
資産合計	15,517	16,395

【ポイント】

〔流動資産〕

- ・売上高増による売掛金の増加

	24.06末	24.12末
負債の部		
買掛金	1,543	1,998
短期借入金	—	650
1年内返済予定長期借入金	442	421
流動負債合計	4,123	4,993
長期借入金	1,413	1,204
固定負債合計	1,885	1,661
負債合計	6,008	6,654
純資産の部		
資本金	1,245	1,245
資本剰余金	1,218	1,218
利益剰余金	7,044	7,276
株主資本合計	9,508	9,740
純資産合計	9,508	9,741
負債純資産合計	15,517	16,395

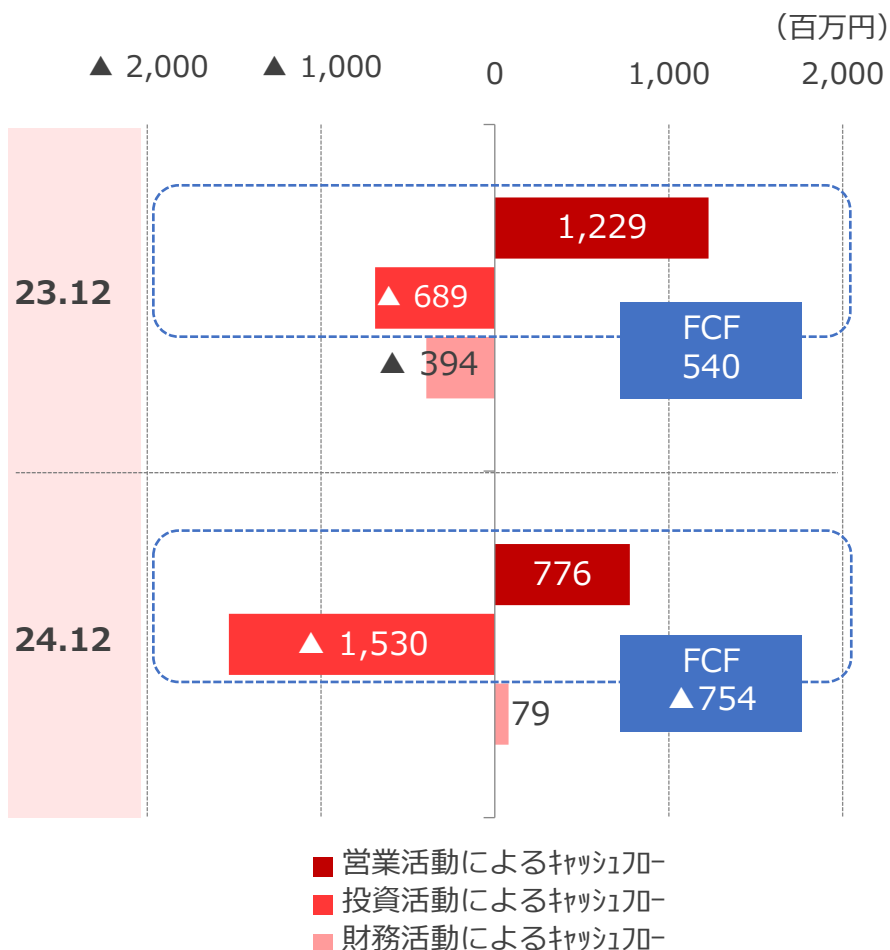
〔負債〕

- ・売上高増に伴う原材料仕入れの支払い増による買掛金の増加

〔株主資本〕

- ・自己資本比率 59.4% (前期末比▲1.9pt)

キャッシュフロー



【主な内訳】

(百万円)

	23.12	24.12
営業キャッシュフロー	1,229	776
税引前中間純利益	1,328	809
減価償却費	724	776
売上債権増減額 (▲は増加)	▲956	▲577
棚卸資産増減額 (▲は増加)	▲37	▲63
仕入債務増減額 (▲は減少)	322	455
未払又は未収消費税増減額	46	▲67
投資キャッシュフロー	▲689	▲1,530
有形固定資産取得による支出	▲744	▲1,522
補助金の受取額	54	-
財務キャッシュフロー	▲394	79
短期借入金純増減額 (▲は減少)	-	650
長期借入金返済による支出	▲255	▲229
配当金の支払額	▲125	▲327
現金及び現金同等物の増減額	145	▲673
現金及び現金同等物の期首残高	404	840
現金及び現金同等物の期末残高	549	167

2025年6月期業績予想



- ◆ 売上高は各工場とも前年同期を上回り推移しており前回予想※を据え置き
- ◆ 現状の為替水準やコストの高止まりを勘案し各段階利益を前回予想から修正
- ◆ 食品原材料調達リスク軽減対策事業者に選定され補助金収入あり当期純利益は▲5%予想

(百万円)	24.06 実績	25.06 予想	増減率	25.06 前回予想※
売上高	19,001	21,000	10.5%	21,000
売上総利益	4,452	4,100	▲7.9%	4,785
(売上総利益率)	23.4	19.5	▲3.9pt	22.8
営業利益	2,079	1,600	▲23.0%	2,350
(営業利益率)	10.9%	7.6%	+4.8pt	11.2
経常利益	2,076	1,595	▲23.2%	2,348
当期純利益	1,476	1,397	▲5.4%	1,631
1株当たり当期純利益	211.88	200.50		234.09
1株当たり配当金	66.0	72.0		72.0

※前回予想：2024年8月8日公表時点

上/下期業績見通し

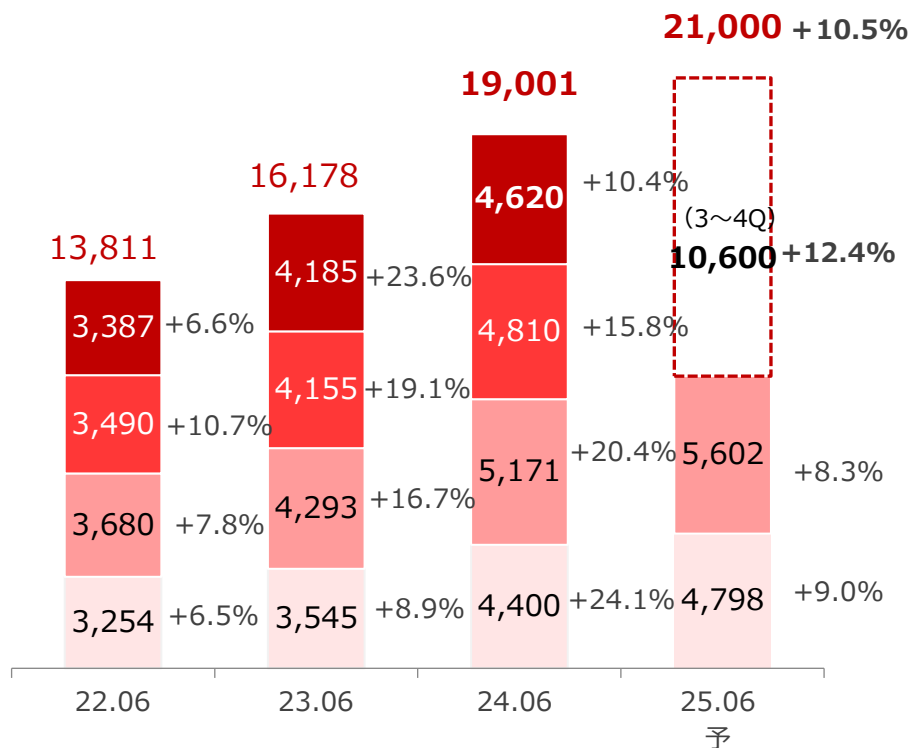


- ◆ 下期は前年同期比12.4%増収、1.5%営業減益と減益幅縮小を見込む。
- ◆ 本社工場の厚揚げラインの増設と油揚げラインの設備更新が完了、本格稼働することにより生産量の問題で納入できなかった先へ積極的な売り込みを計画

【売上高】

(百万円)

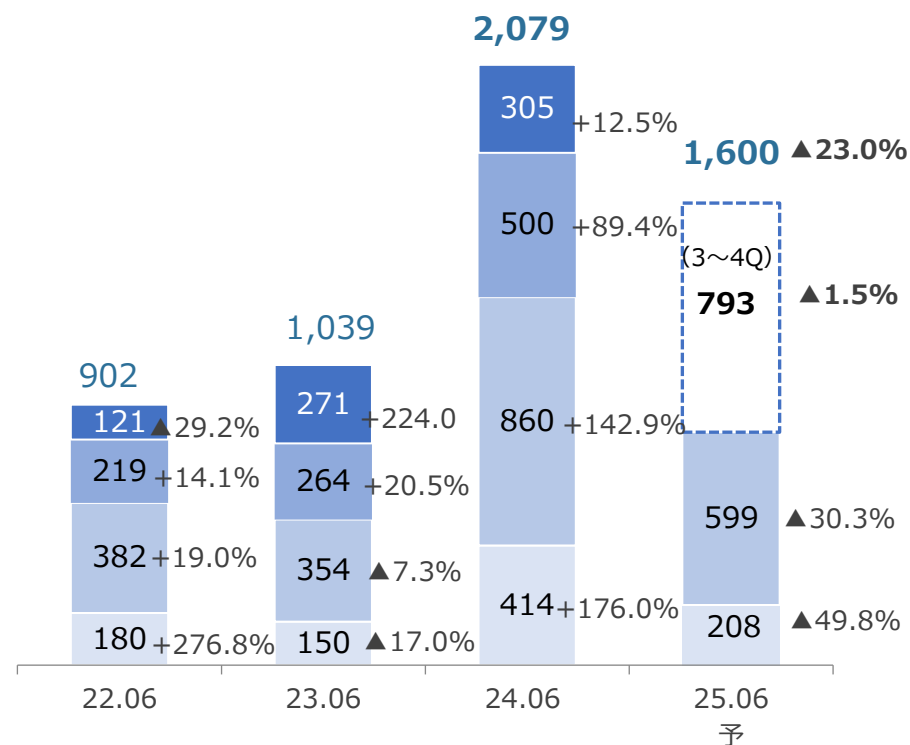
1Q 2Q 3Q 4Q



【営業利益】

(百万円)

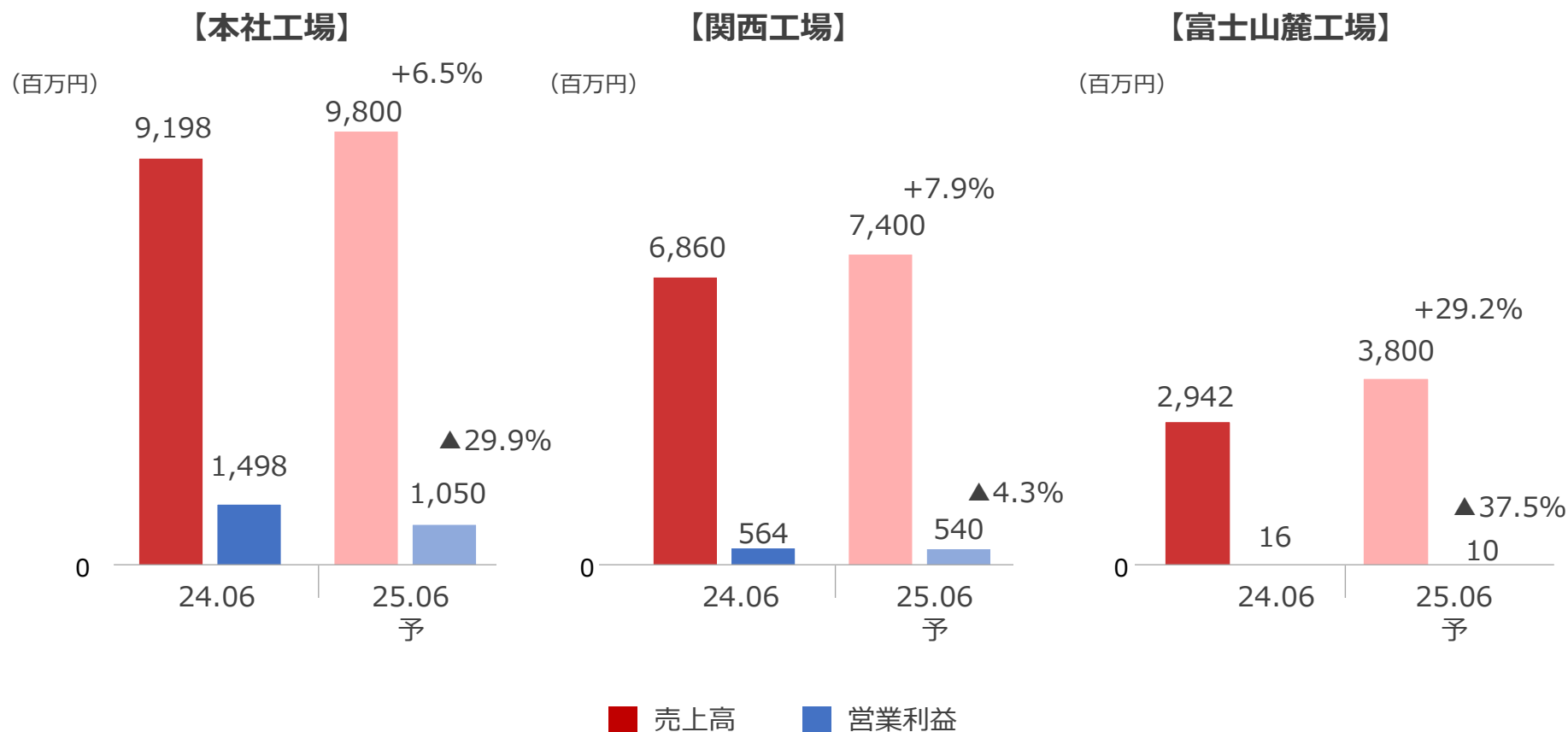
1Q 2Q 3Q 4Q



拠点別収益見通し



- ◆ 本社工場の厚揚げライン増設（生産能力1.5倍）の本格稼働により取引先への営業を強化
- ◆ 各工場ともロス軽減・生産効率の向上を継続し収益力強化図る
- ◆ 富士山麓工場は関東での取引先に当社製品の競争力、品質が認知され幅広く商品の納入が増加、前期比29%増収、通期で黒字確保する見通し



2025年6月期業績予想の考え方



売上高

前期比+1,999百万円（上期+829百万円 下期+1,170百万円）

- ◆ 本社工場は設備更新による生産能力増を背景にこれまで納入できなかった取引先への営業を強化し下期は増収にはずみがつく見通し
- ◆ 富士山工場は上期同様 既存取引先への新規アイテム導入効果が継続し高水準な増収維持

利益

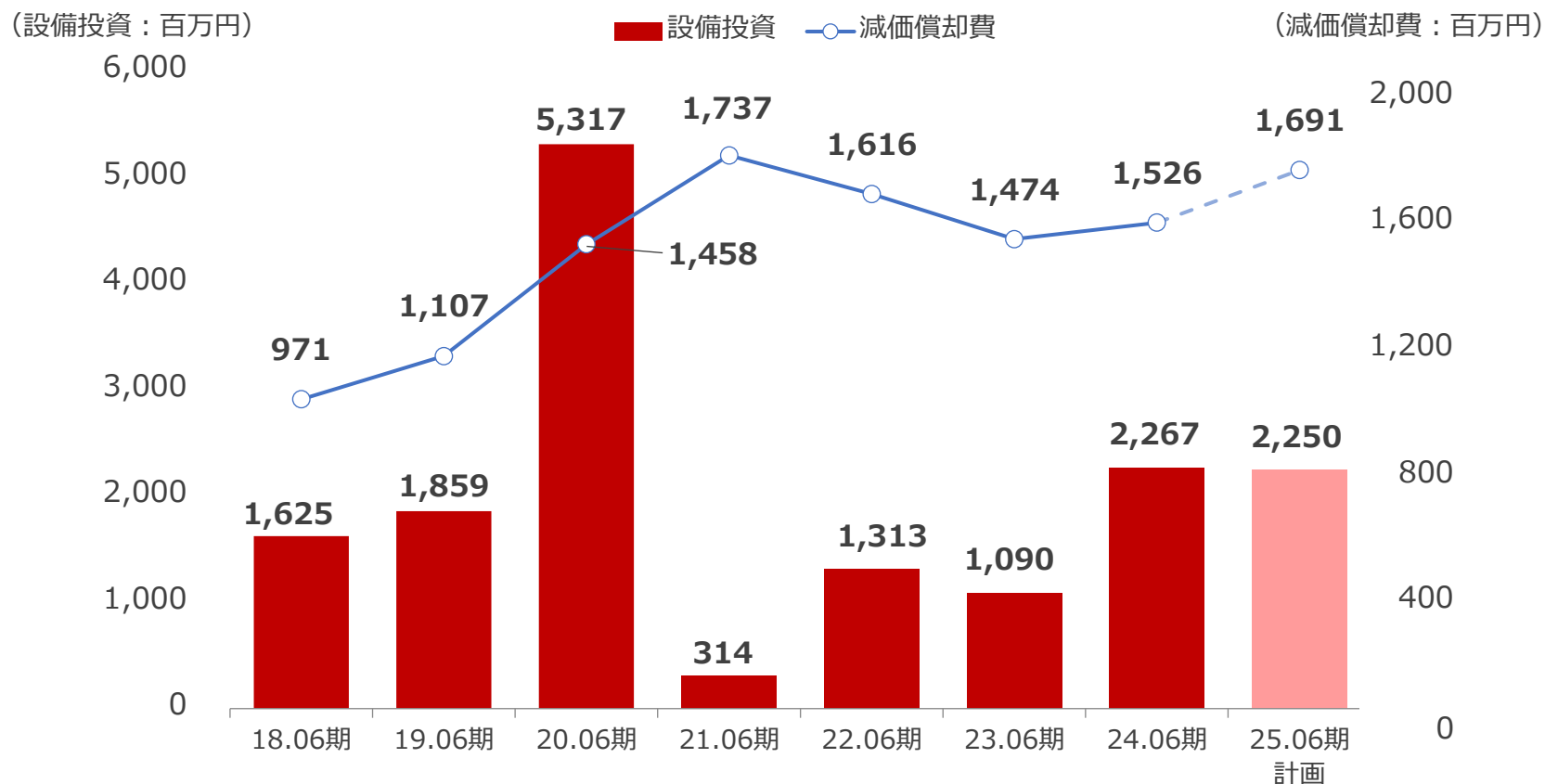
営業利益：前期比▲479百万円（上期▲467百万円 下期▲12百万円）

- ◆ 売上総利益：為替水準考慮し原材料・光熱費のピークアウトするも高止まり継続を見込む
- ◆ 販売管理費：コスト抑制につとめ売上高の伸びを下回る5.4%増に抑える
- ◆ 上記取組みにより営業利益は前年同期比で上期30.3%減益・下期は同1.5%減益見込む
- ◆ 特別利益：農林水産省による令和5年度「食品原材料調達リスク軽減対策事業」助成金計上

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

Ⅱ. 中期経営計画

中期経営計画の見直しについて



**事業環境、足元の業績を考慮し前回公表※1した中期経営計画の数値目標を見直し、
27.06期において売上高250億円、営業利益24億円を目指す**

**設備力・高度な衛生管理・商品開発力を背景に大手への集約が進む豆腐業界においてさらなる
シェア拡大を図る**

- ◆ 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・首都圏においてもシェアアップを図る
- ◆ 長期的には6,000億円の豆腐市場シェア10%に相当する売上高600億円を目指す

今後の取り組み

- ◆ 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
- ◆ IT人材の拡充を図り各工場の「見える化」を進め、ロス軽減・生産効率の向上を図る
- ◆ 価格競争力を保ちつつ、価格改定への取引先の理解促進図り採算改善につなげる

※1 前回公表：2024年8月8日公表

中期経営計画目標数値



◆ 売上高予想は据え置き、各段階利益を前回公表値より修正

(百万円)

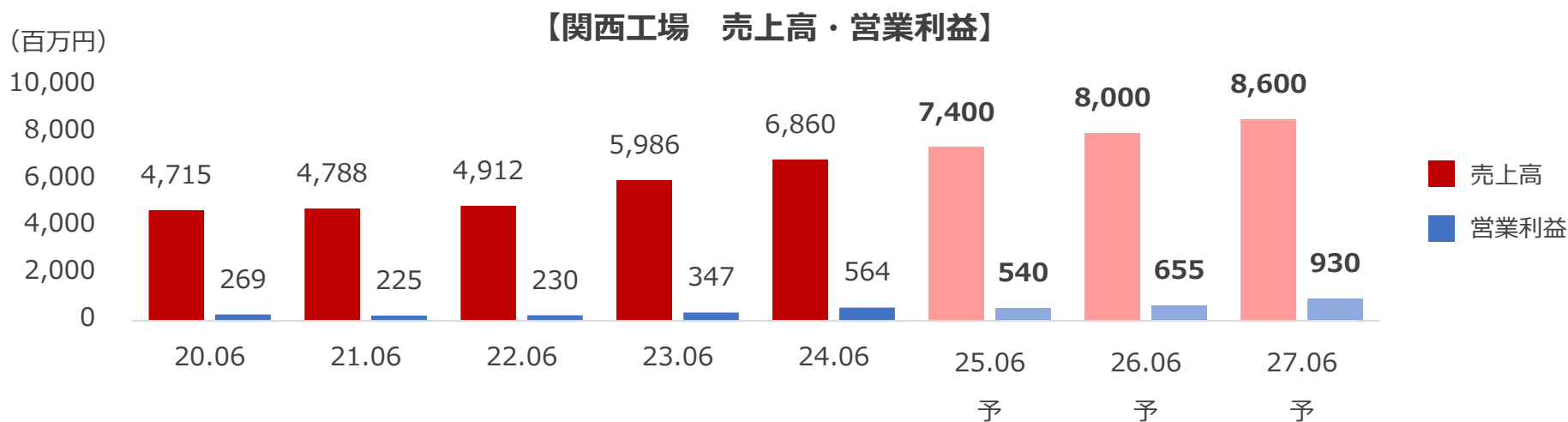
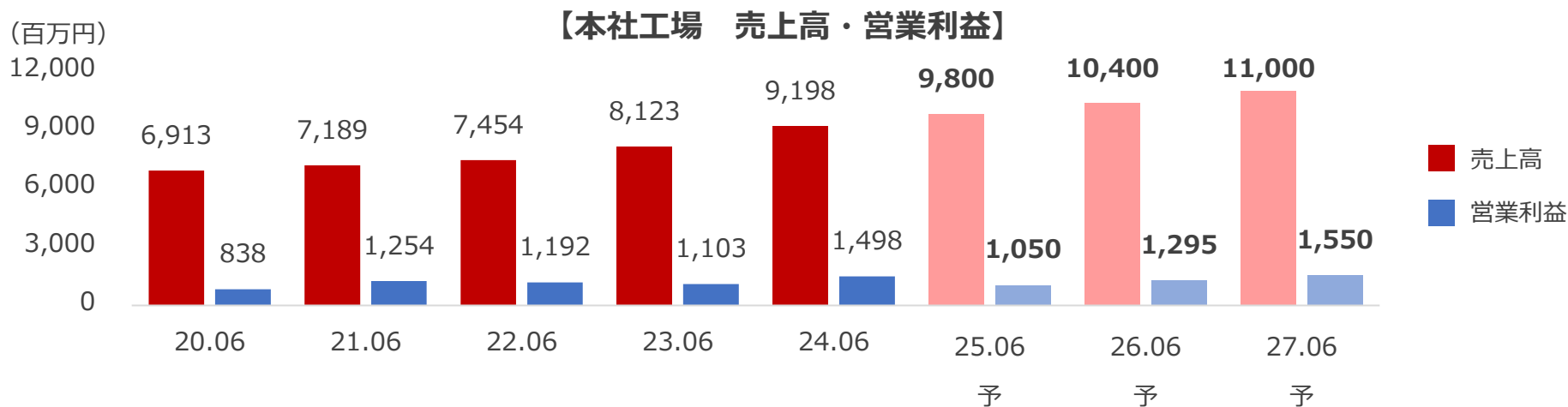
	24.06 (実績)	25.06 (計画)	26.06 (計画)	27.06 (計画)	CAGR (平均成長率)
売上高	19,001	21,000	23,000	25,000	9.6%
前中計	-	21,000	23,000	25,000	
営業利益	2,079	1,600	2,000	2,400	4.9%
前中計	-	2,350	2,990	3,500	
経常利益	2,076	1,595	1,995	2,395	4.9%
前中計	-	2,348	2,987	3,497	
当期純利益	1,476	1,397	1,376	1,652	3.8%
前中計	-	1,631	2,075	2,430	

※前中計：24.08.08に公表した25.06期～27.06期の中期経営計画の数値です

工場別目標数値－本社工場・関西工場



- ◆ 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
- ◆ 圧倒的シェアを持つ中国・四国市場に加え関西圏においてもシェアアップを図る

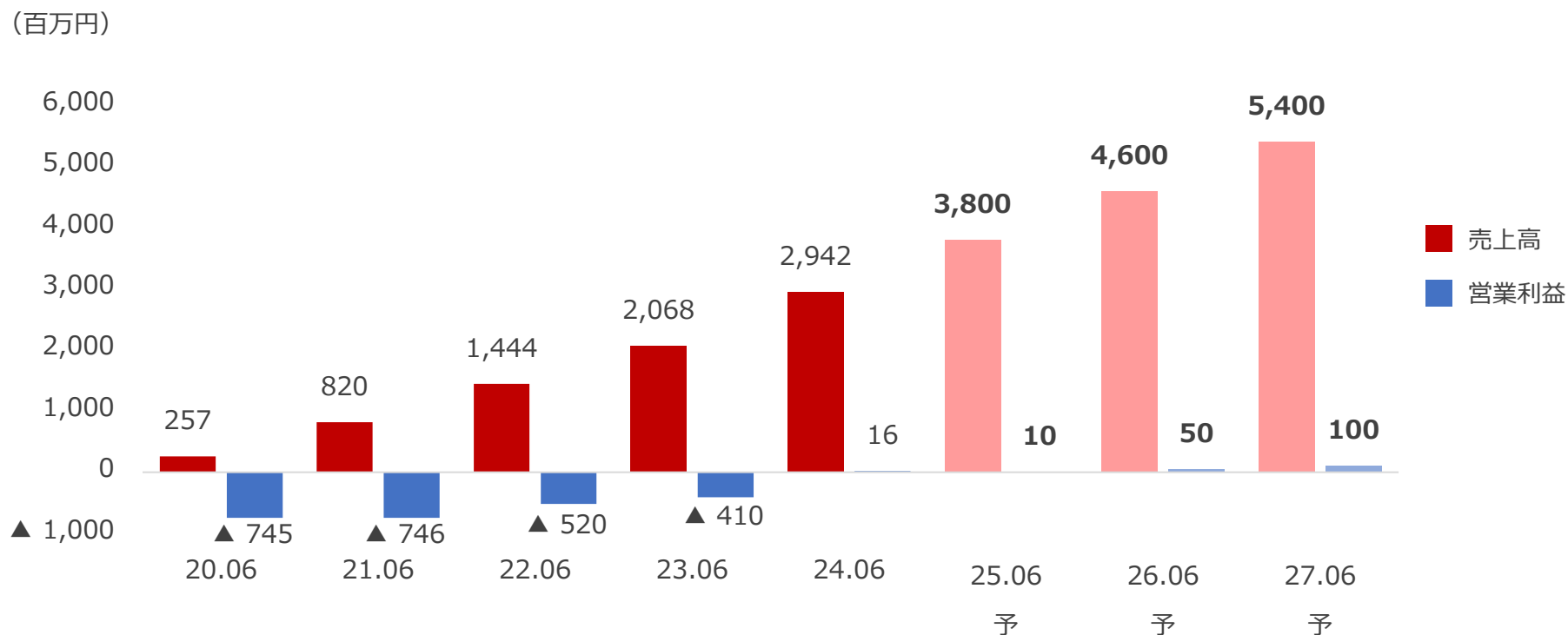


工場別目標数値－富士山麓工場



- ◆ 量産品の競争力を浸透させるとともに既存顧客に対しても差別化商品による売り場提案で首都圏におけるシェアアップ図り、増収効果で利益水準は一段高を目指す

【富士山麓工場 売上高・営業損益】



新商品



美味一徹 絹
濃厚仕立て



なにかと使える
お得な油揚げ



やわらか北海道産大豆
油揚げ



既存商品より1個多く入っている
充填豆腐です。

8枚入りの油抜きのない
すし揚げです。

北海道産大豆を使用した
油抜きの不要な油揚げです。

北海道産大豆とよまさり木綿



北海道産大豆とよまさり絹



北海道産大豆を使用したツインパックのお豆腐です。



持続可能な利益成長を
実現するための

成長投資

(生産ラインの増強)

一定の内部保留を
行ったうえで

配当

【配当目標】

1

配当性向

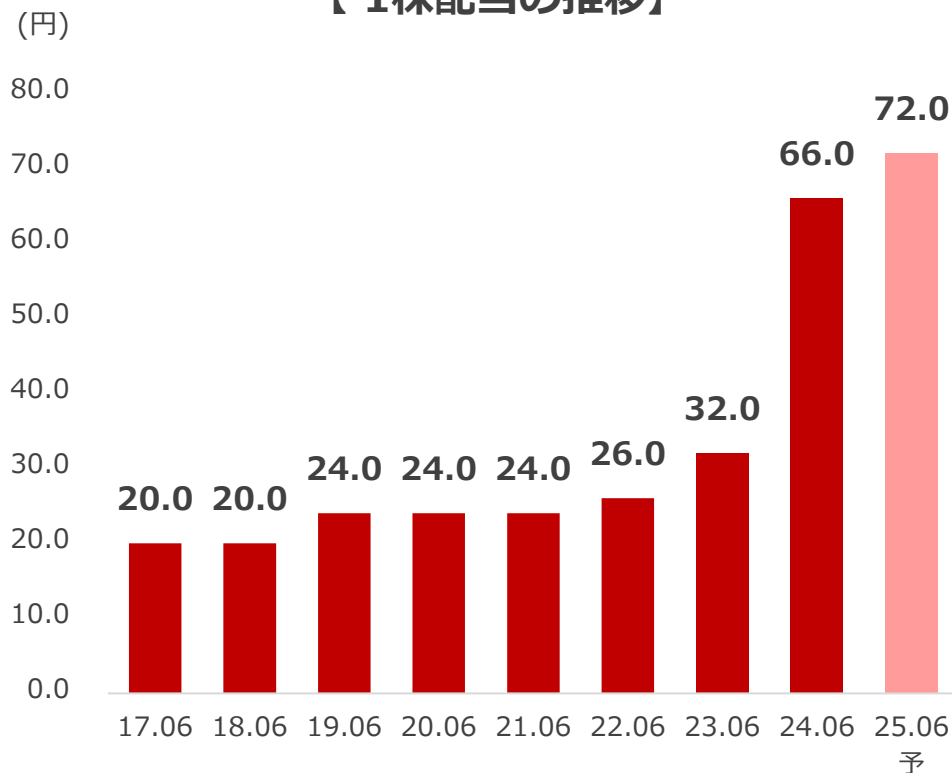
30%以上

2

DOE (純資産配当率)

2.5%以上

【1株配当の推移】



25.06期 1株配当予想 72円 (中間配当36円)

＜参考＞ 24.06期 1株配当 66円 (中間配当19円)

(普通配当64円+記念配当2円)

記念配当除く普通配当64円をもとにした
配当性向は30.2%

Ⅲ. 参考資料

イメージする将来の業界の姿



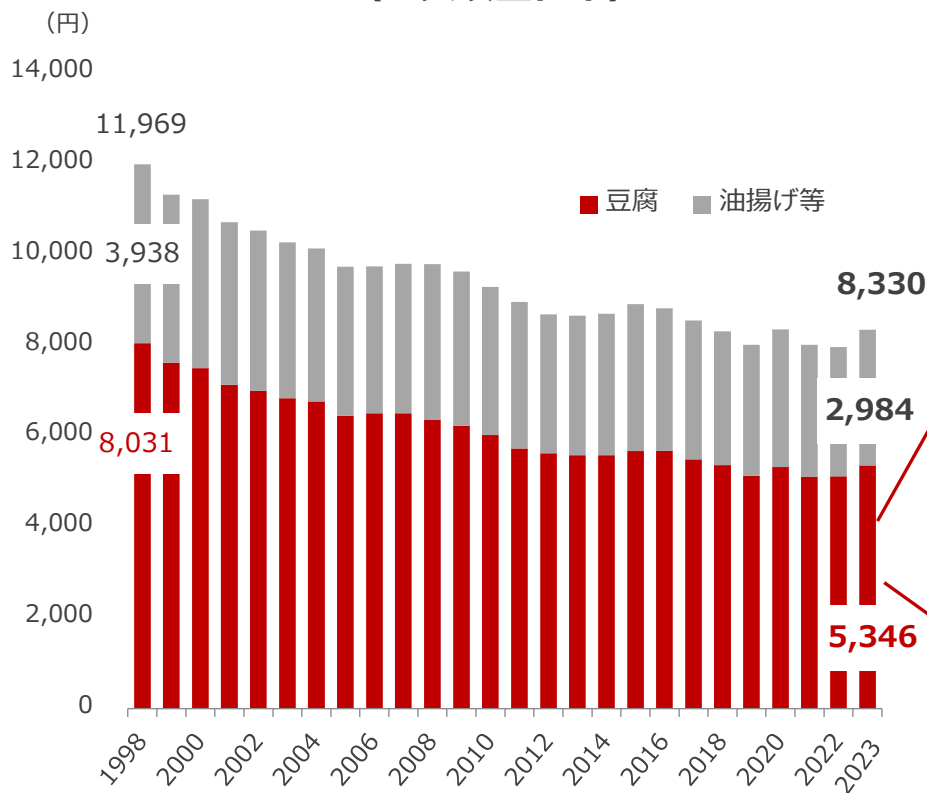
	過去	現在	想定される将来
事業者数	2000年頃までは、全体で約16,000社、4人以上の事業者で3,000社程度あった	2022年時点で全体で約3,100社、4人以上の事業者で800社程度となった	確定的な事業者数は判らないものの、①全国規模で展開する小売業者に対して供給可能な豆腐製造業者は数社、②地域大手で数十社、③特徴ある製品で固定客を持つ小規模事業者に分かれると考えられる
	【減少の背景】 ✓ 販売先である小売業が大規模化しスケールメリットを享受する体制 ✓ 小売業者が物流センターを保有 ✓ 小売業者の品質管理精度向上		
市場規模	6,000億円程度と推計 過去は単価高、消費量少	6,000億円程度と推計 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	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

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、地元に根差した地域大手、個人ベーカリーの様になるイメージ

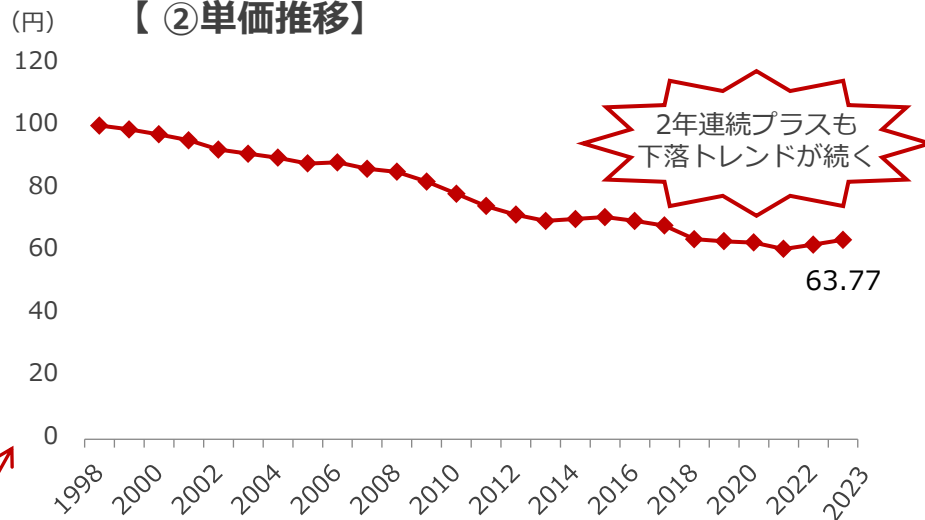
豆腐市場動向①－消費動向



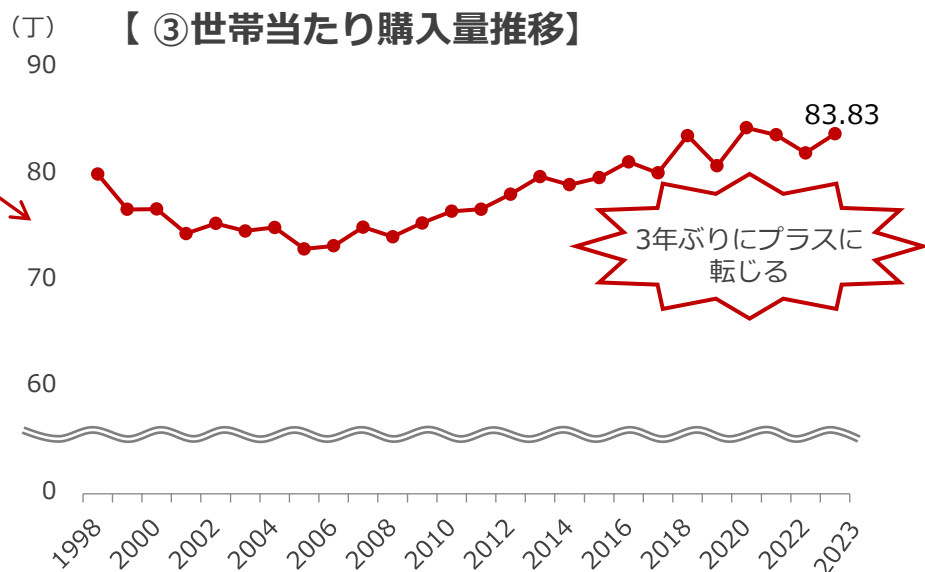
【①1世帯当たりの年間購入金額の推移】
(二人以上世帯)



【②単価推移】



【③世帯当たり購入量推移】



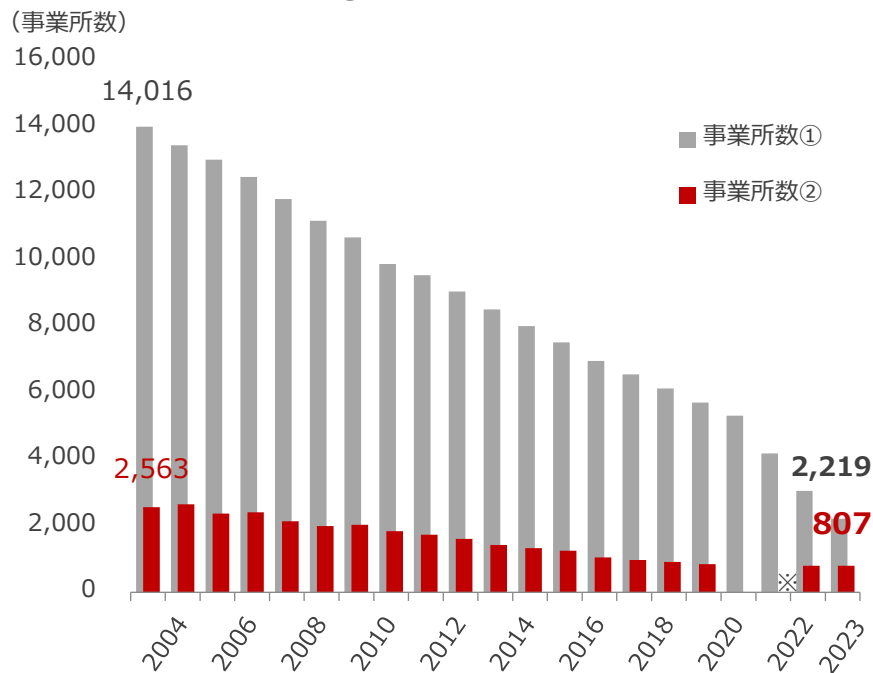
市場規模は、
コンシューマ概算 8,000円×5,550万世帯≒4,450億円
外食・中食等の業務用と合わせ、**6,000億円程度**と推計

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

豆腐市場動向②－事業者動向

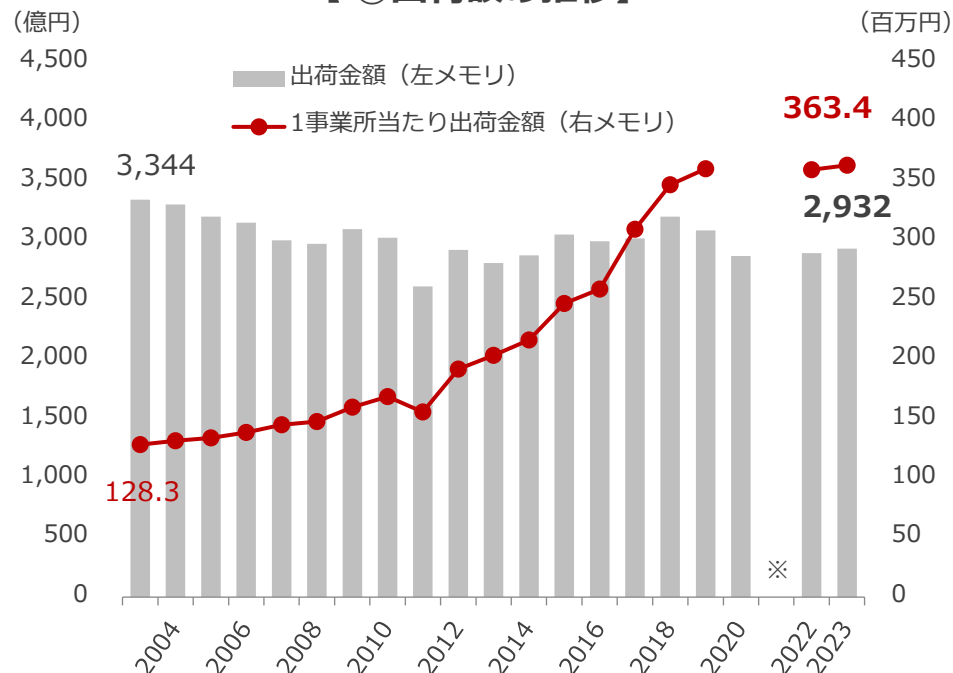


【①事業所数の推移】



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。

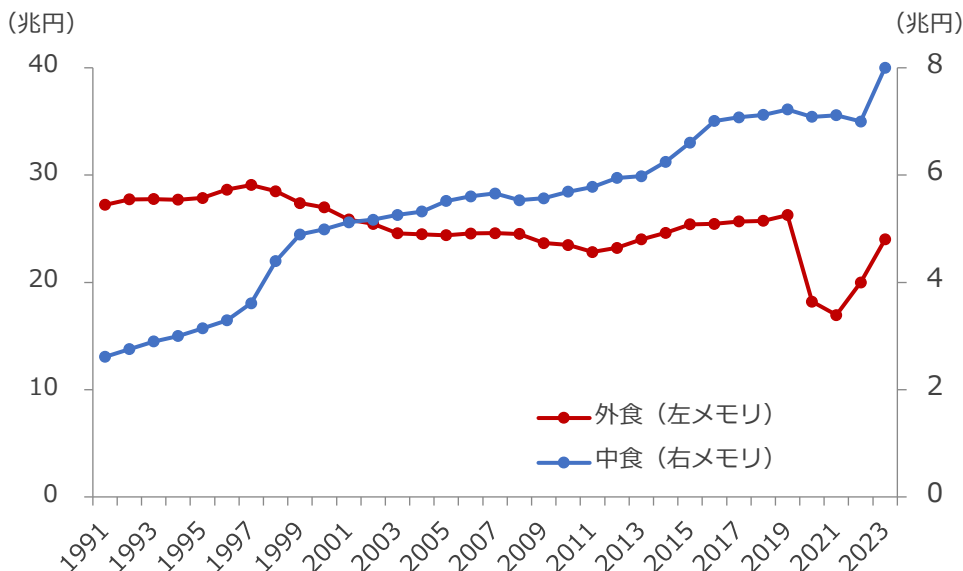


拡大する中食市場

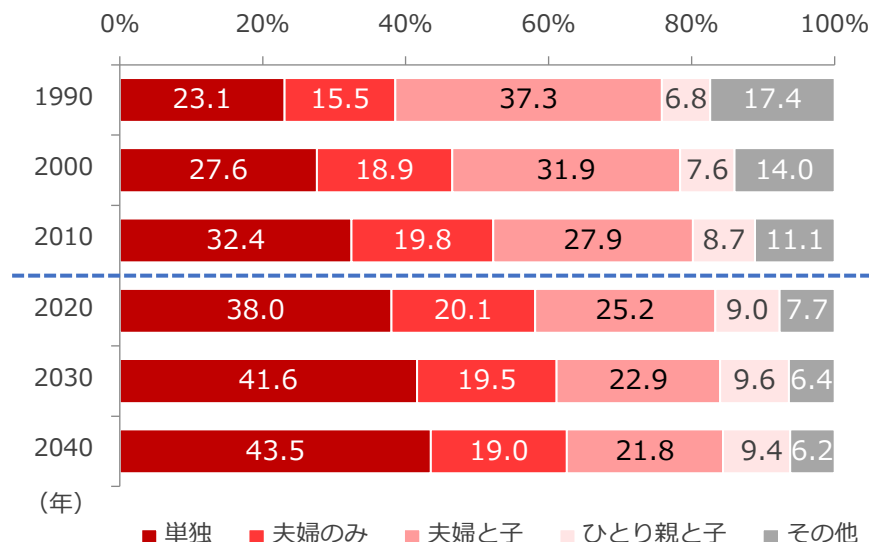


【中食（惣菜・おかず）市場は拡大基調続く】

【中食ニーズの高い単身世帯が今後長期的に増加】



出所) 日本フードサービス協会「外食産業市場動向調査」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



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」
（2024年推計）をもとに作成

- ◆ 外食産業の市場規模はコロナの影響を受けた20-21から一転、2022年に「まん延防止等重点措置」による営業制限の解除、物価高の影響でメニュー単価の上昇もあり以降持ち直す一方、中食市場は拡大基調
- ◆ 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図る**

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。