

株式会社やまみ（2820）

2026年6月期第2四半期 決算説明資料

2026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

2026年6月期第2四半期は前年同期比10.6%増収 59.2%営業増益

- ✓ 今第2四半期における売上高・営業利益・経常利益は過去最高を更新

通期見通し

2026年6月期は前期比9.2%増収、44.8%営業増益予想と上方修正

- ✓ 売上高は順調に推移し変更なし
- ✓ 増収効果と原価率改善により各段階利益の通期予想について期初予想を上方修正

年間配当金 増配

2026年6月期の年間配当予想は10円増配し年間82円に

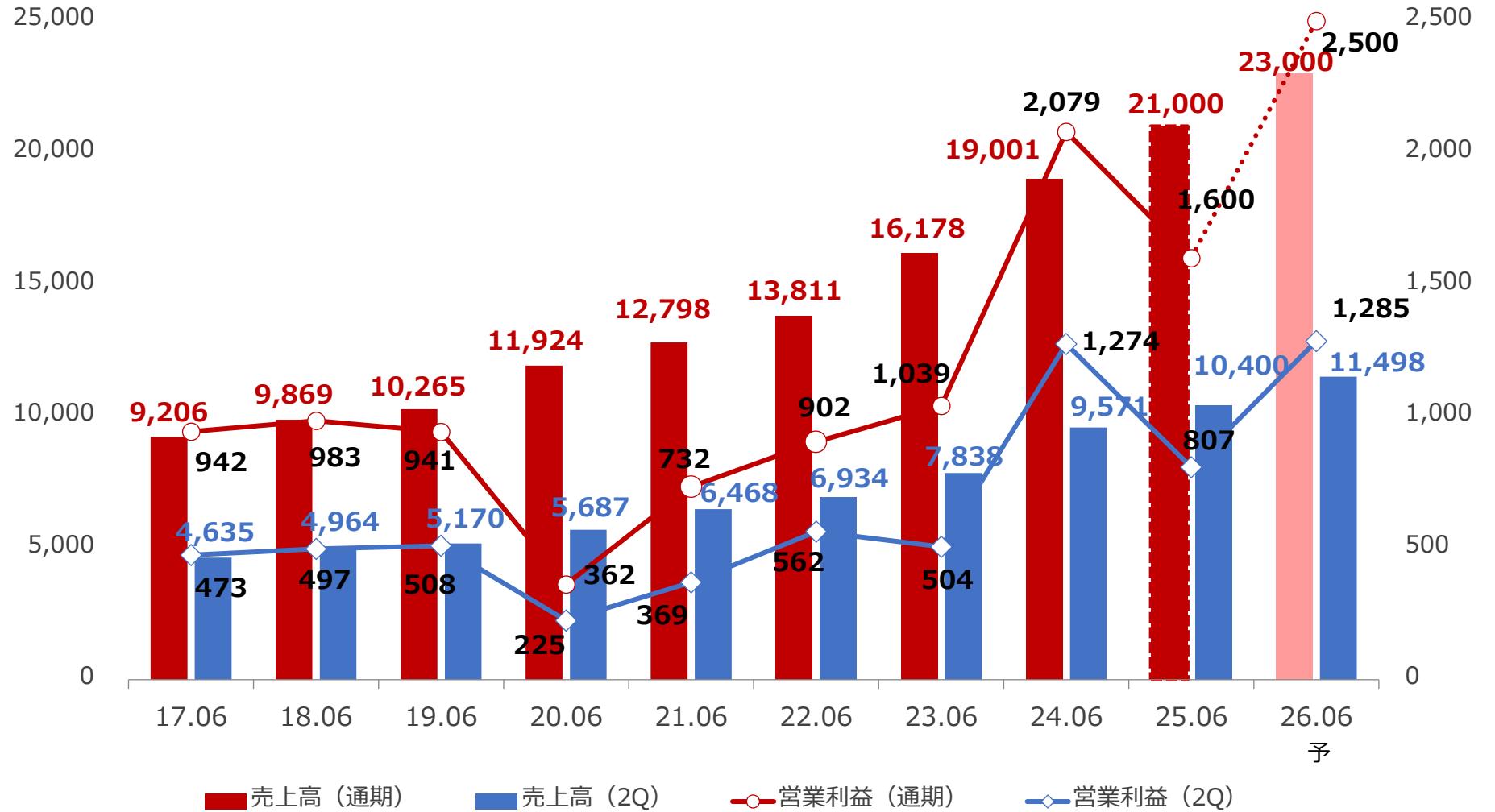
I. 第2四半期決算概要

業績推移



(売上高 : 百万円)

(営業利益 : 百万円)



2026年6月期中間期業績



- ◆ 本社工場の設備更新効果および関東工場で厚揚げ・油揚げなどの競争力の高い商品の販売好調
- ◆ 増収効果とロス率改善により売上総利益率は3.7ポイント改善、営業利益は前年同期比59.2%増、経常利益も同58.9%増と大幅増益となり過去最高益を更新

(百万円/円)	25.06 中間期実績	26.06 中間期実績	増減率	(参考) 26.06 前回中間期予想※
売上高	10,400	11,498	+10.6%	11,500
売上総利益	2,066	2,715	+31.4%	-
(売上高総利益率)	19.9%	23.6%	+3.7pt	-
営業利益	807	1,285	+59.2%	1,000
(営業利益率)	7.8%	11.2%	+3.4pt	9.1%
経常利益	809	1,285	+58.9%	997
当期純利益	559	889	+58.8%	688

※前回：2025年8月14日公表時点

四半期業績比較

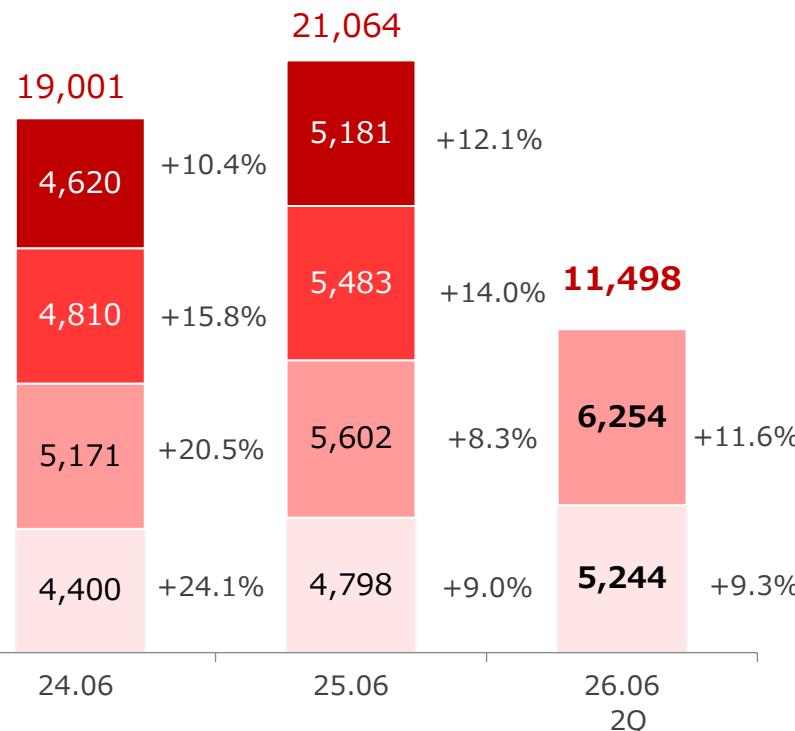


- ◆ 売上高は計画通り順調に推移
- ◆ 昨年2月まで使用していたコストの高い輸入大豆から国産大豆へシフトし1Q・2Qともに前年同期比大幅増益

【売上高】

(百万円)

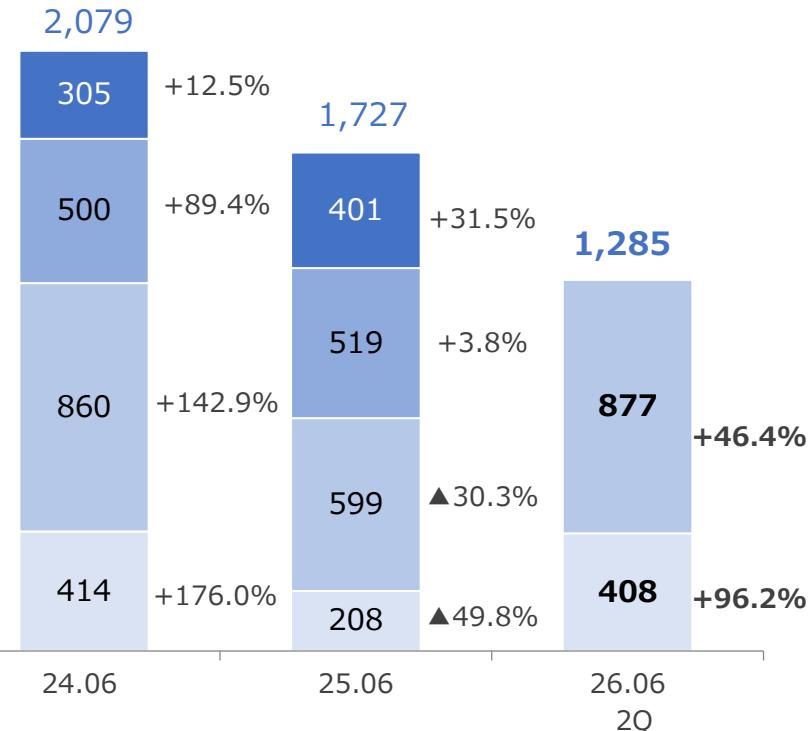
■ 1Q ■ 2Q ■ 3Q ■ 4Q



【営業利益】

(百万円)

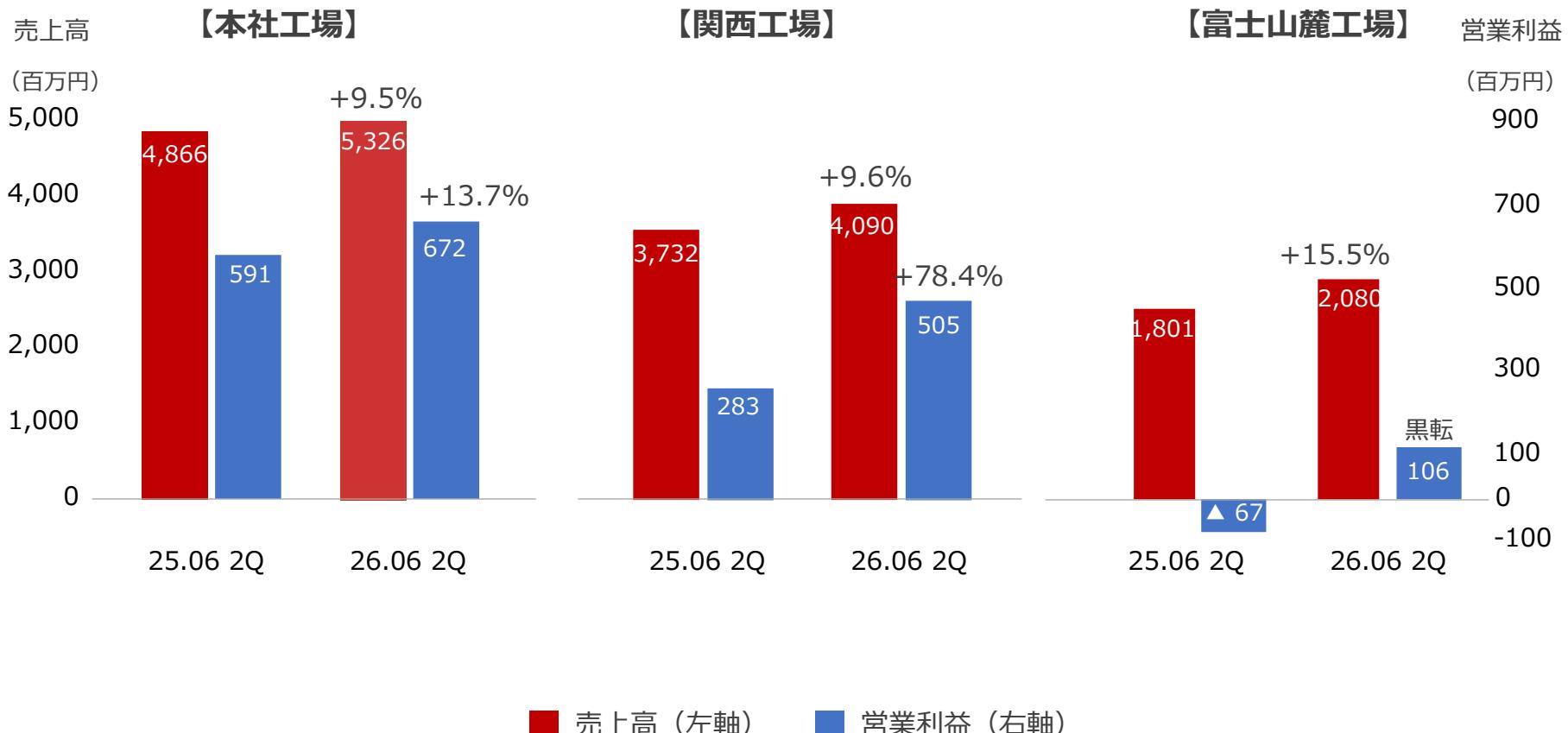
■ 1Q ■ 2Q ■ 3Q ■ 4Q



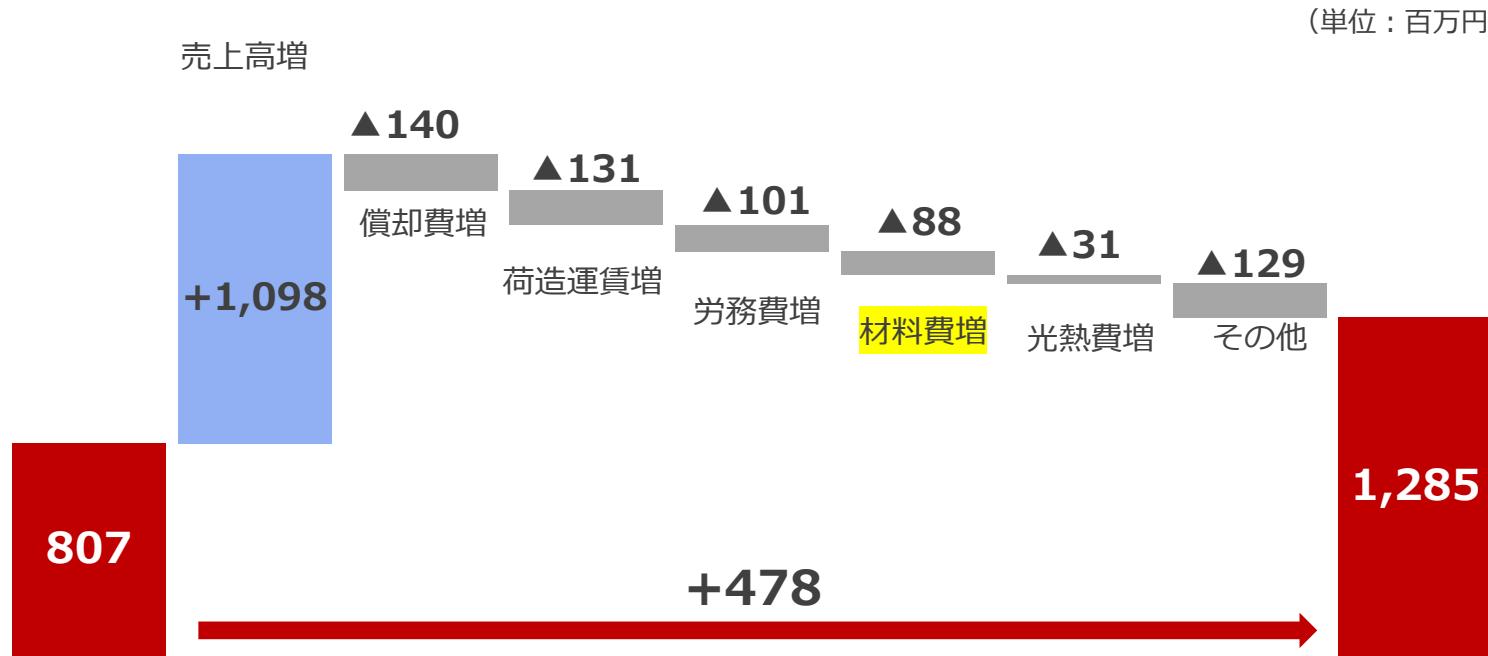
拠点別収益



- ◆ 本社工場は厚揚げラインの設備更新による生産能力効果もあり前年同期比期比9.5%增收
- ◆ 関西工場も他工場同様に新商品の販売が好調で前年同期比9.6%增收
- ◆ 富士山麓工場は上位10社の取引先で増収。当社が得意とする厚揚げ・油揚げなどで価格競争力のある商品の納入が増加傾向で前年同期比15.5%增收と好調



【利益増減要因】

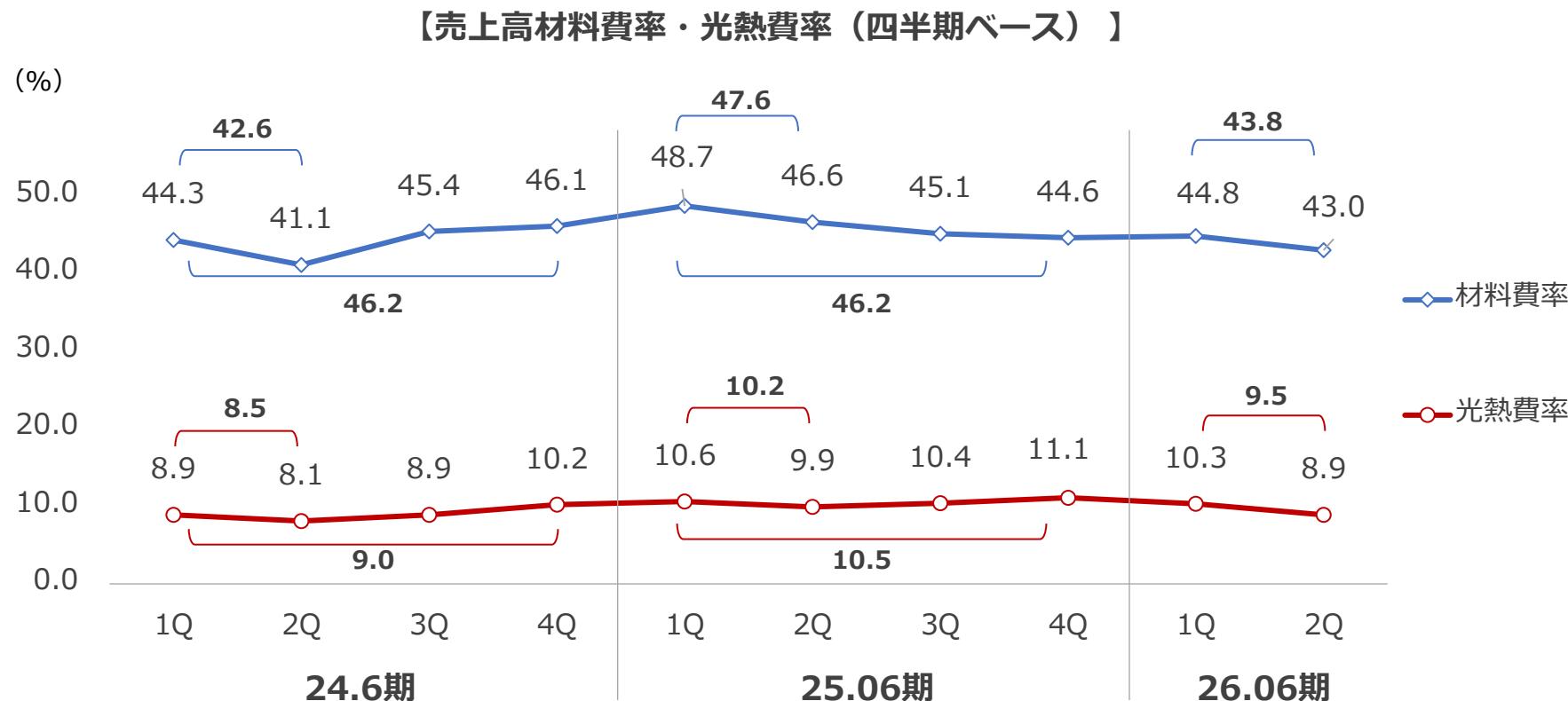


材料費	<ul style="list-style-type: none"> 前期比+88百万円（売上高比率は▲3.8pt） 一昨年仕入れた高値の輸入大豆から国産大豆にシフト
光熱費	<ul style="list-style-type: none"> 前期比+31百万円（売上高比率は▲0.7pt） エネルギー価格高止まり
労務費	<ul style="list-style-type: none"> 前期比+101百万円（売上高比率は+0.1pt） 人件費高騰
販売管理費	<ul style="list-style-type: none"> 売上高販管費率+0.3pt 荷造運賃+131百万円（売上高比率は+0.3pt）

材料費/燃料高の影響



- ◆ 付加価値の高い国産大豆への切り替えが進み材料費率は前年同期比3.8ポイント改善
- ◆ エネルギー価格は高止まりするも光熱費率は25.06期4Qからピークアウト（四半期ベース）



商品構成変更による売上拡大事例



上段 少量販売

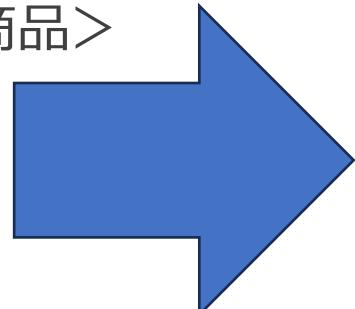


下段
大量！！



やまみスタイルは
誰もマネできない！！！

- <従来 付加価値商品>
- ・少量 原料高
 - ・少量 製造
 - ・コストも
 - ・人件費も
 - ・売価158~198円



- ・大量 コスト削減
- ・大量 製造
- ・北海道産大豆
- ・当社 及び 販売先の利益増
- ・**売価98~118円**

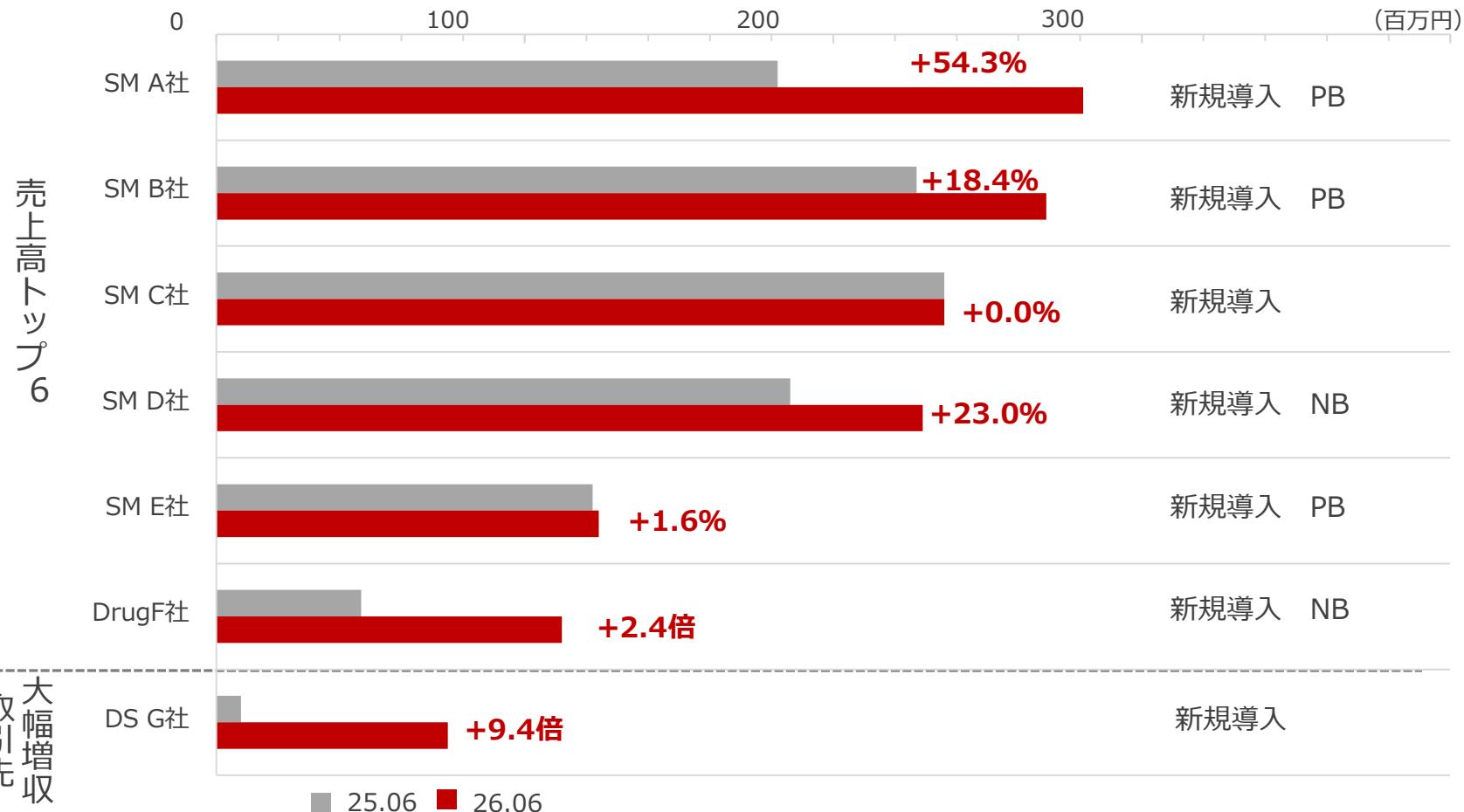


豆腐は低価格のイメージがある為、初期導入時98~118円。定着後は、もう少しアップ。
厚揚げは、同業他社が作りにくい為、138~158円でも十分受け入れられ、定着後は、もう
少しアップ。「販売先が代替品が無く、大きな売り上げが取れる」
その段階にきたら価格改定が順次できる=値上げ力

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】



大幅增收
取引先

バランスシート



(百万円)

	25.06末	25.12末		25.06末	25.12末
資産の部			負債の部		
現預金	856	1,240	買掛金	1,637	2,069
売掛金	2,321	3,514	短期借入金	500	500
棚卸資産	439	491	1年内返済予定長期借入金	389	360
流動資産合計	3,679	5,298	流動負債合計	3,947	4,987
有形固定資産	12,177	12,043	長期借入金	1,024	843
(建物・構築物)	(3,762)	(3,657)	固定負債合計	1,601	1,410
(機械・装置及び運搬具)	(6,154)	(6,052)	負債合計	5,548	6,397
(土地)	(2,126)	(2,126)	純資産の部		
(建設仮勘定)	(108)	(183)	資本金	1,245	1,245
無形固定資産	55	55	資本剰余金	1,218	1,218
投資その他の資産	68	71	利益剰余金	7,968	8,607
固定資産合計	12,301	12,170	株主資本合計	10,432	11,070
資産合計	15,980	17,469	純資産合計	10,432	11,071
			負債純資産合計	15,980	17,469

【ポイント】

〔流動資産〕

- ・売掛金の増加+1,193百万円

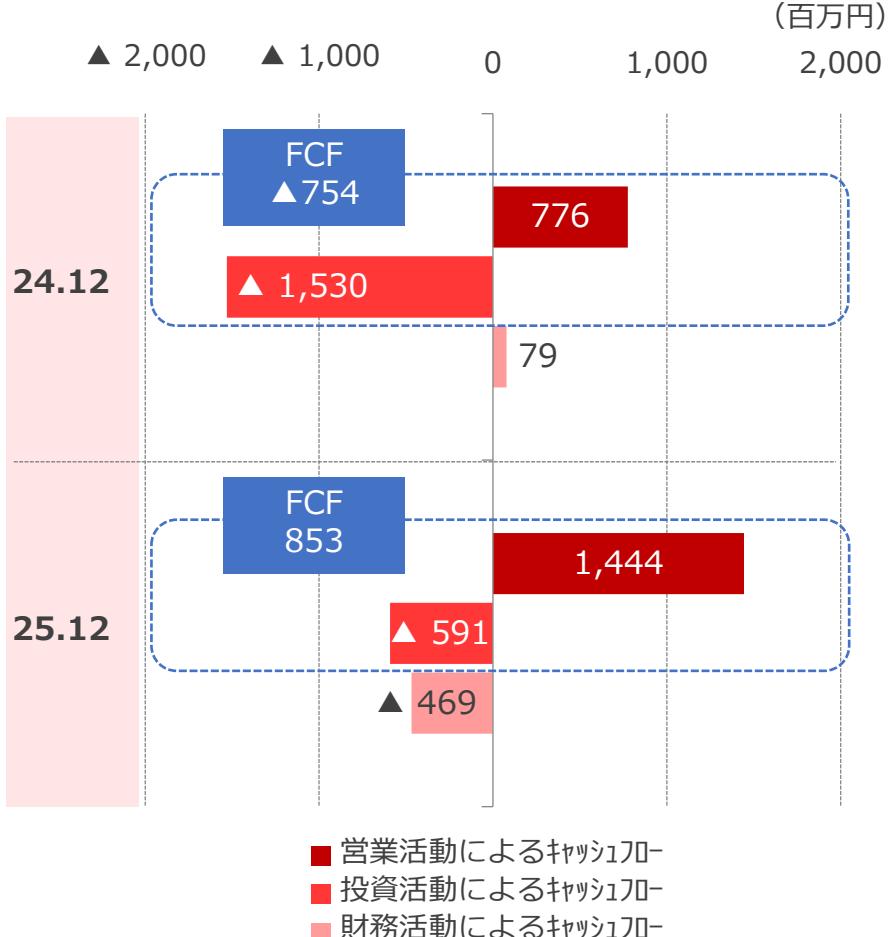
〔負債〕

- ・売上高増に伴う原材料支払い増による買掛金の増加

〔株主資本〕

- ・自己資本比率 63.4% (前期末比▲1.9pt)

キャッシュフロー



【主な内訳】

(百万円)

	24.12	25.12
営業キャッシュフロー	776	1,444
税引前中間純利益	809	1,285
減価償却費	776	916
売上債権増減額（▲は増加）	▲577	▲1,193
棚卸資産増減額（▲は増加）	▲63	▲52
仕入債務増減額（▲は減少）	455	432
未払又は未収消費税増減額	▲98	137
投資キャッシュフロー	▲1,530	591
有形固定資産取得による支出	▲1,522	▲583
財務キャッシュフロー	79	▲469
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	▲229	▲208
配当金の支払額	▲327	▲250
現金及び現金同等物の増減額	▲673	384
現金及び現金同等物の期首残高	840	856
現金及び現金同等物の期末残高	167	1,240

II. 通期見通し/中期経営計画

2026年6月期業績予想



- ◆ 売上高はほぼ計画通りに推移 前回予想と変わらず全体で9.2%増収見込み
- ◆ 工場内でのロス率改善図り、原価率低下見込み各段階利益は前回予想を上方修正

(百万円・%・円)	25.06 実績	26.06 予想	増減率	前回予想*
売上高	21,064	23,000	9.2%	23,000
売上総利益	4,322	5,403	23.5%	4,850
(売上総利益率)	20.5	23.5	+3.0pt	21.1
営業利益	1,727	2,500	44.8%	2,000
(営業利益率)	8.2%	10.9%	+2.7pt	8.7%
経常利益	1,727	2,490	44.2%	1,995
当期純利益	1,502	1,618	7.7%	1,376
1株当たり当期純利益	215.67	232.23		197.50
1株当たり配当金	72.0	82.0		72.0

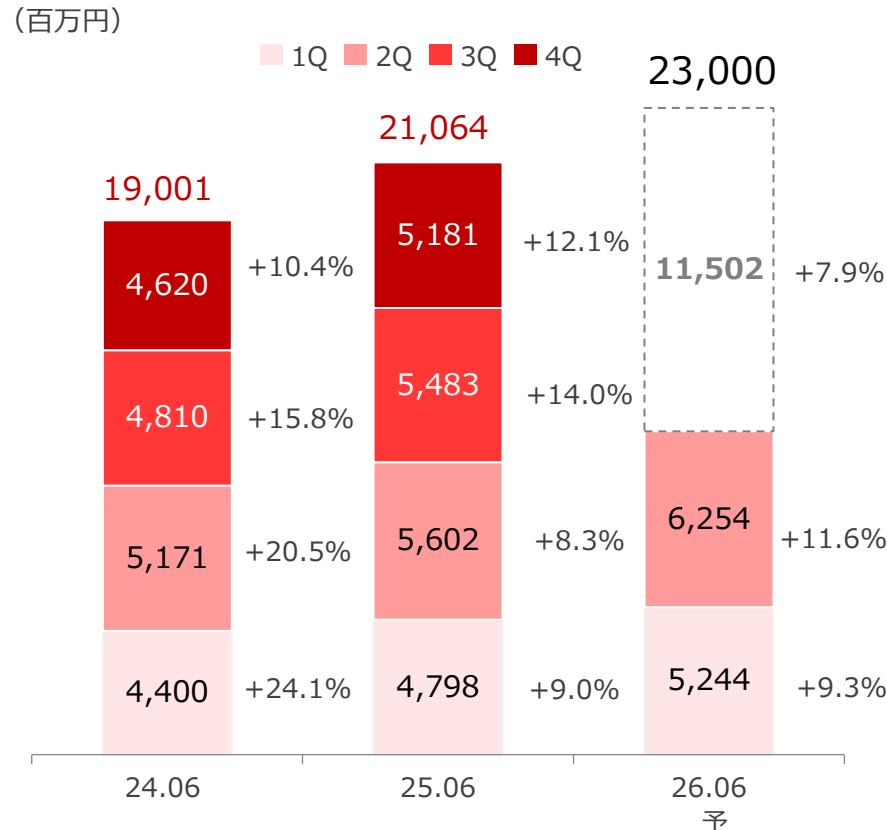
*前回：2025年8月14日公表時点

四半期業績比較

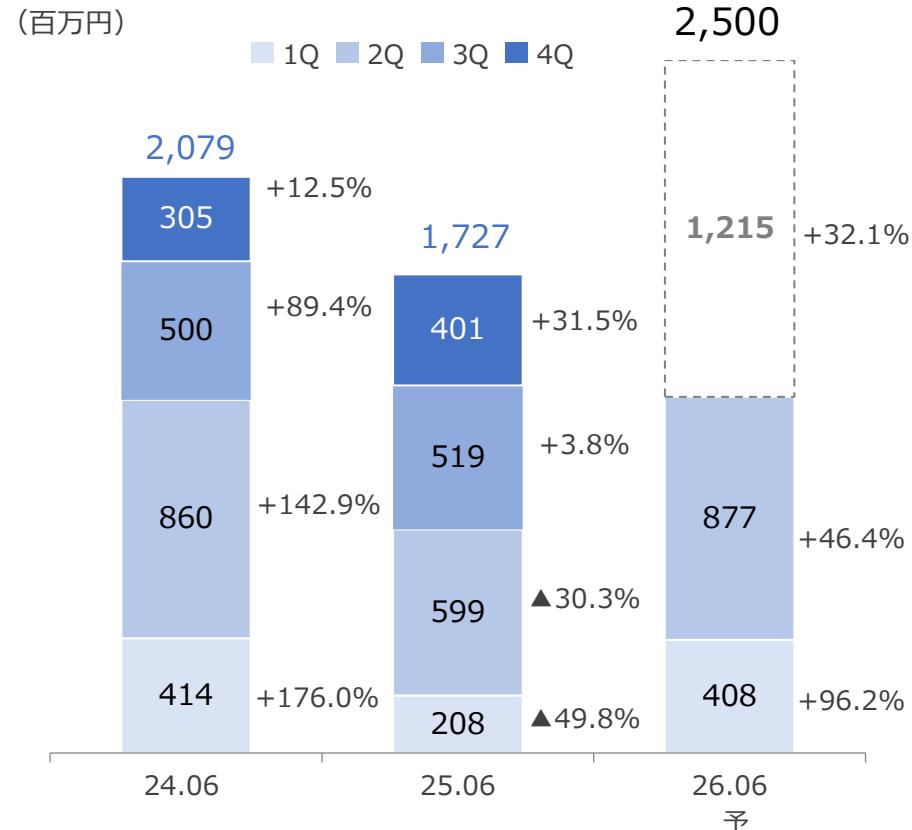


- ◆ 売上高は計画通り順調に推移
- ◆ 昨年2月まで使用した輸入大豆の原価アップ影響が一巡、ロス率改善効果もあり営業利益は上方修正

【売上高】



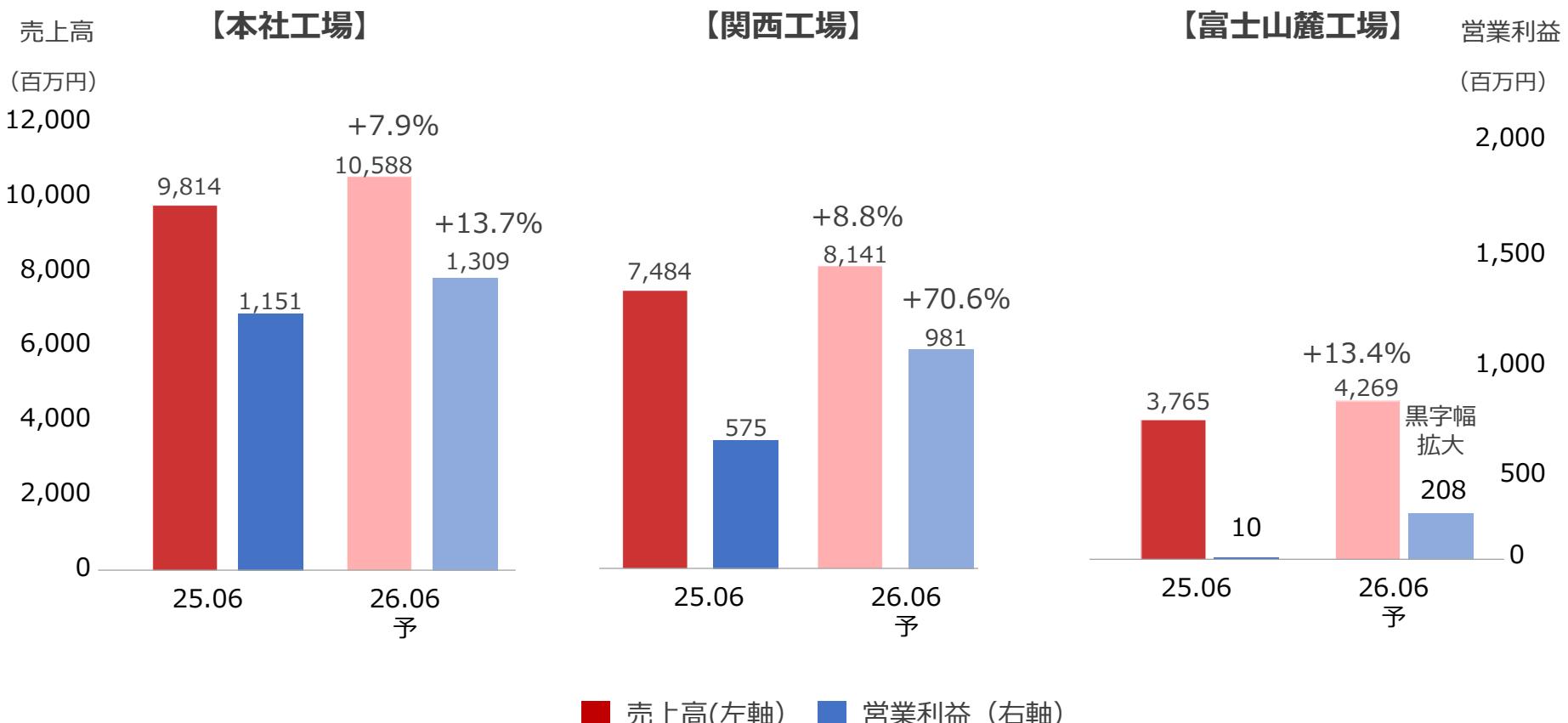
【営業利益】



拠点別収益見通し



- ◆ 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13.4%增收、営業利益は黒字幅が拡大する見通し



売上高

23,000百万円(前期比+9.2% +1,936百万円)

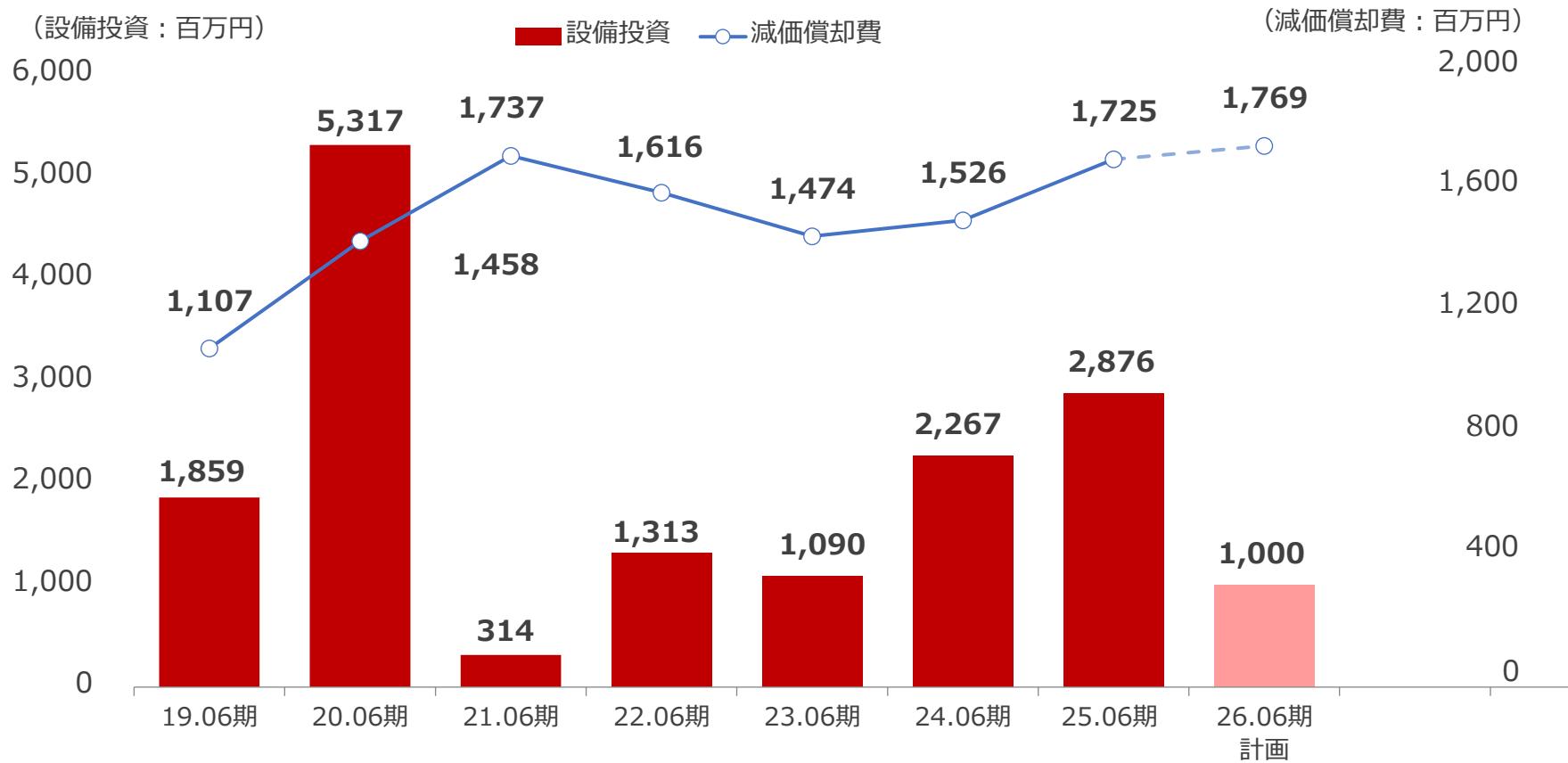
- ◆ 本社工場・関西工場は外国産大豆から国産大豆へ商品構成を変えていくことで増収につなげていく
- ◆ 富士山麓工場は品揃え商品に加えカット3P豆腐や厚揚げ等、既存取引先への新規アイテム導入効果により高水準な増収を維持

利益

営業利益：2,500百万円（前期比+44.8% +773百万円）

- ◆ 売上総利益：光熱費高止まるもロス率改善効果等から売上総利益率は3.0P改善を見込む
- ◆ 販売管理費：荷造り運賃費等コスト増加を見込み前期比11.9%増を予想
- ◆ 営業利益は上期59.2%増に対し下期も32.1%増と高水準な増益を維持する見通し

【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

中期経営計画目標数値

- ◆ 今26.06期の営業利益・経常利益予想は27.06期予想を上回る水準
- ◆ 27.06以降の中期経営計画目標数値は26.06期末実績発表時期に見直す予定

(百万円)

	25.06 (実績)	26.06 (今回予想)	26.06※ (計画)	27.06※ (計画)	28.06※ (計画)	CAGR (平均成長率)
売上高	21,064	23,000	23,000	25,000	27,000	8.6%
営業利益	1,727	2,500	2,000	2,400	2,700	16.1%
経常利益	1,727	2,490	1,995	2,395	2,696	16.0%
当期純利益	1,502	1,618	1,376	1,652	1,860	7.4%

※26.06期～28.06期の中期経営計画値は、2025.8.14に公表したもの
グレー網掛けは今26.06期予想時点ですでに計画値を超過している項目

富士山麓第2工場建設計画



- ◆ 関東市場における当社商品の認知度向上・受注量が増加傾向
- ◆ 原材料高や人手不足による同業者の廃業が加速していることを背景に今後既存設備の生産能力不足が予想され既存工場敷地内に第2工場の建設を計画
- ◆ 経済産業省から18億3千百万円の補助を受け※最新のライン設備を導入、生産能力・生産効率の増強を図るとともに継続的な賃上げを行いつつ商品競争力強化と生産技術の蓄積を図る

名 称	富士山麓第2工場（仮称）
所在地	静岡県駿東郡小山町湯船字下原
稼働年月	2027年2月（予定）
生産品種	豆腐、油揚げ、おから
建屋概要	鉄骨 2階建
設備投資額	工場、機械設備、ソフトウェア等 合計56.1億円（予定）
資金調達	金融機関借入及び自己資金37.8億円 補助金18.3億円（予定） 合計56.1億円（予定）
生産能力	富士山麓工場：80億円 富士山麓第2工場：100億円

富士山麓第2工場イメージ図



2棟の工場建設後も**7,500坪**の用地を残しており、将来的に**さらに2棟の工場が建設可能**

※経済産業省「中堅・中小企業の賃上げに向けた省力化等の大規模成長投資補助金」

新商品

やまみ

NEW

とうふスタイル 枝豆スタイル

競合が少ない 舟形の充填豆腐



コロパク 8個入り 厚揚げ (他社では製造が困難)

レンジで加熱調理可能。
お客様の利便性アップ。
新しいお客様を獲得。



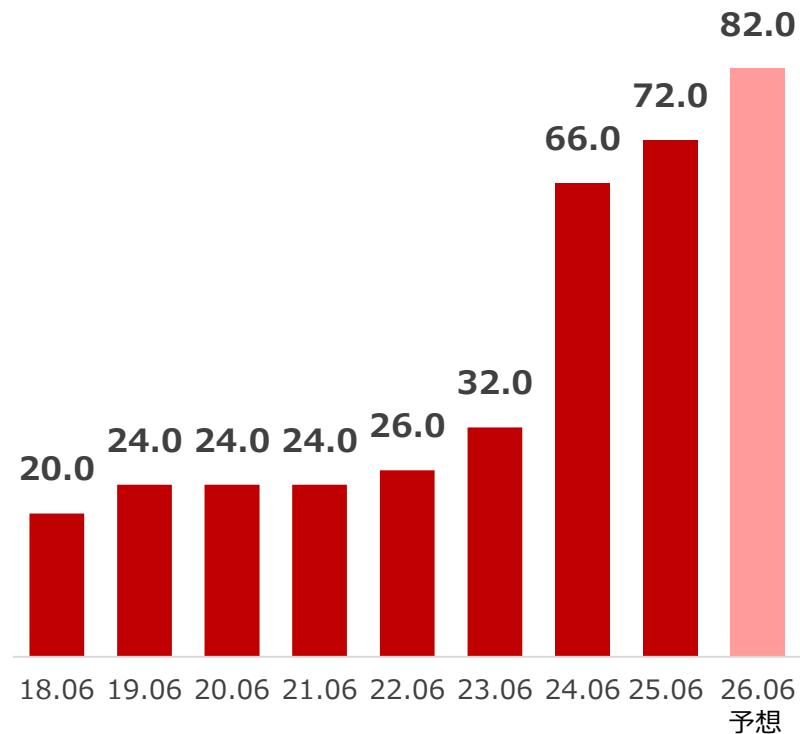
業務用 75分割 (他社では製造不可能)

加工先の手間が減り、利益増。
今後、コンビニの弁当や、
レストランチェーン、
スーパーの惣菜へ展開を予定



【1株配当の推移】

(円)



【配当目標】

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

26.06期 1株配当予想 82円
(中間配当金36円・期末配当金46円)

III. 参考資料

イメージする将来の業界の姿



事業者数

過去

2000年頃までは、全体で約16,000社、4人以上の事業者で3,000社程度あつた

現在

2022年時点で全体で約3,100社、4人以上の事業者で800社程度となつた

想定される将来

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

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

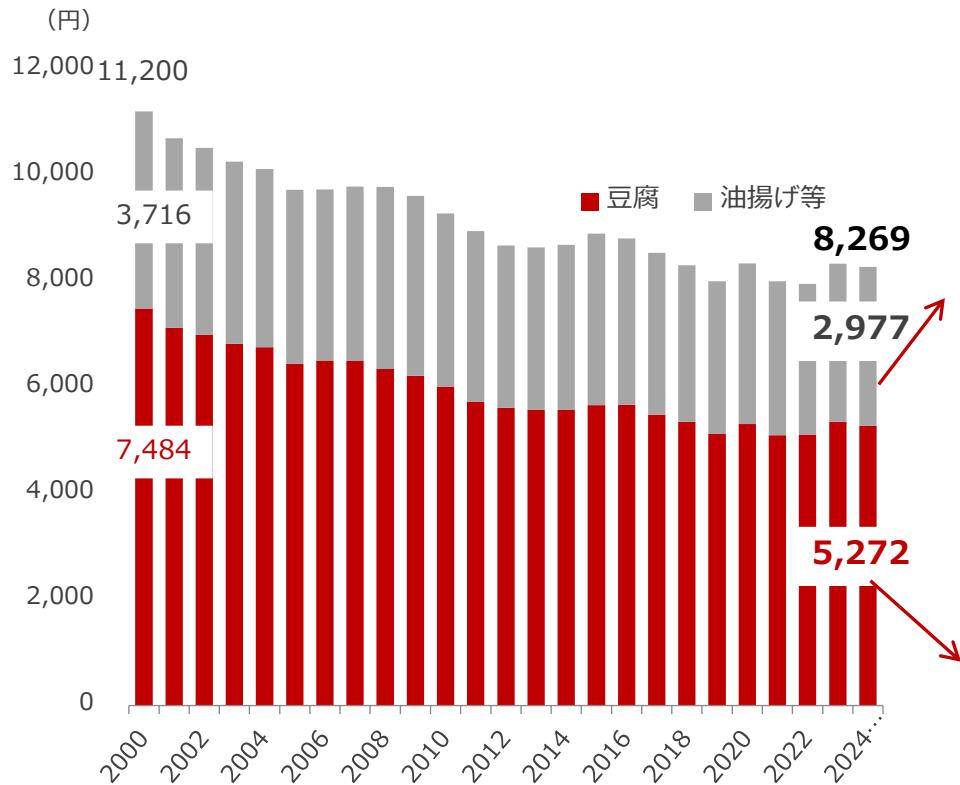
伝統食材であり、健康食でもあることから市場の急激な増減は考えにくい。
→6,000億円程度で徐々に増加の見込み

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



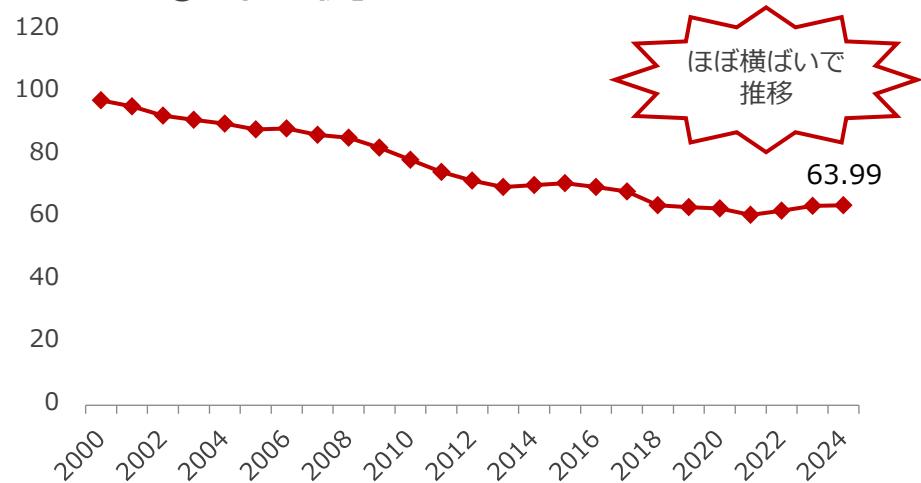
【①1世帯当たりの年間購入金額の推移】
(二人以上世帯)



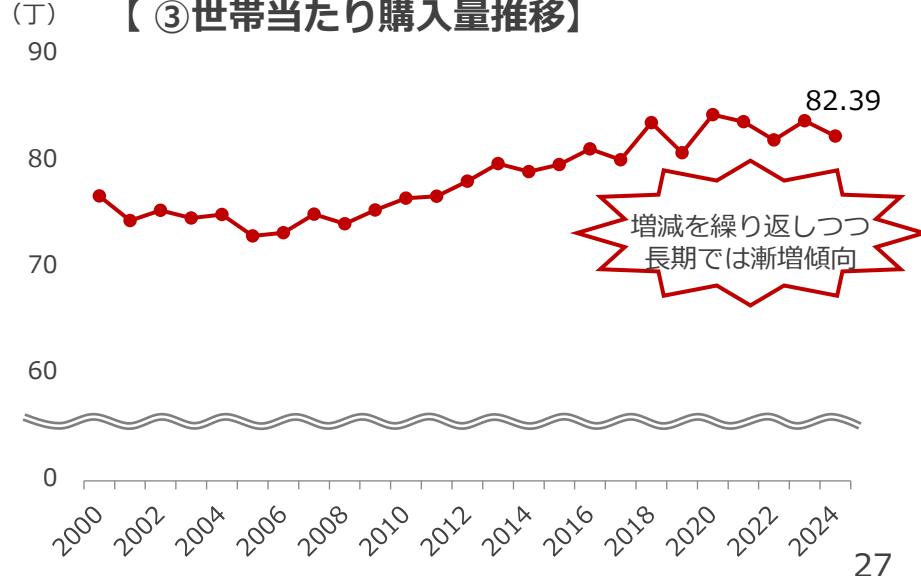
市場規模は、
コンシューマ概算 $8,000\text{円} \times 5,550\text{万世帯} \approx 4,450\text{億円}$
外食・中食等の業務用と合わせ、**6,000億円程度**と推計

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】



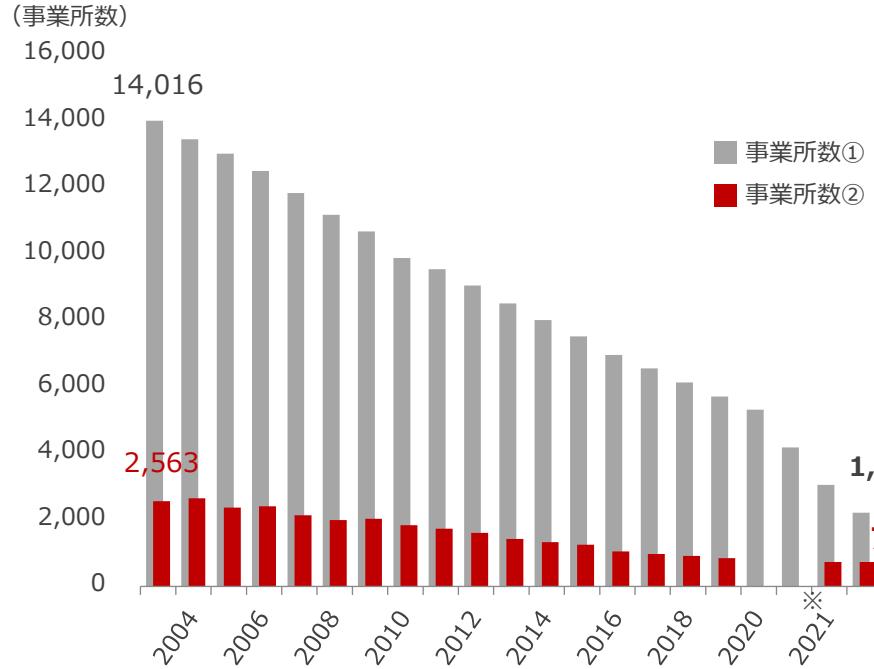
【③世帯当たり購入量推移】



豆腐市場動向②－事業者動向



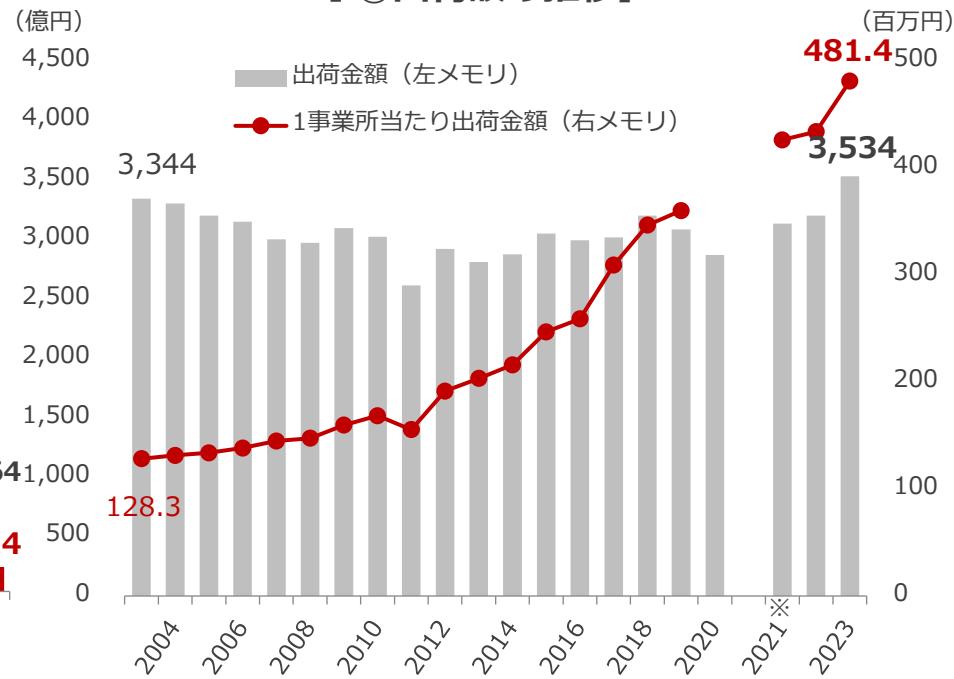
【①事業所数の推移】



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

*「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2023年に公表。2021～2022年は2024年次調査記載のデータに遡り加筆修正
「経済構造実態調査」は個人経営を含まない。事業所数は6月1日現在、出荷金額は12月末までの暦年ベース

【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

小売店の大型化・
チェーン化

大量納入・
コストダウン要求
高度な衛生管理が
取引の最低条件

大手豆腐メーカー
を中心に機械化
を推進

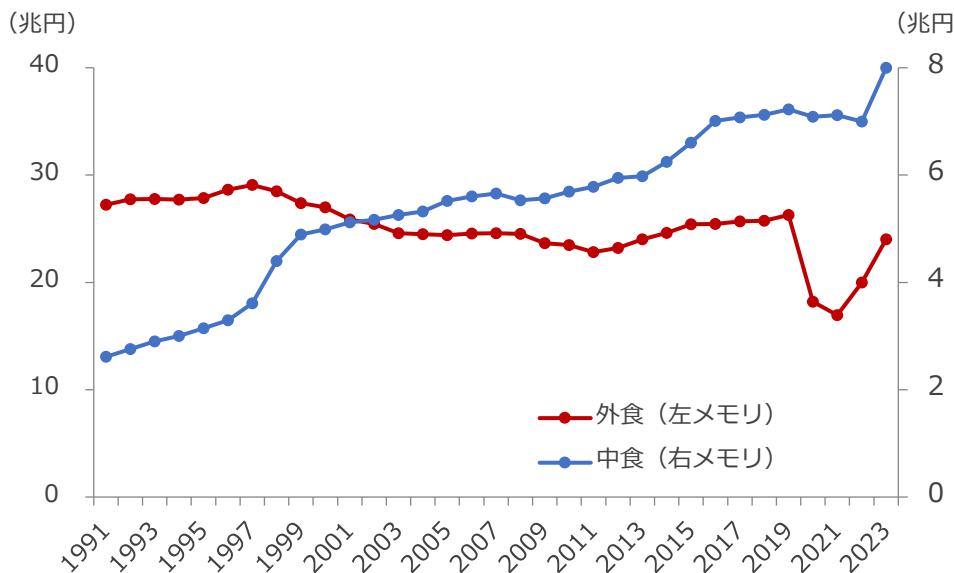
コスト競争・
価格競争が激化
FSSC22000等の
規格対応が不可欠

小規模事業者
の淘汰が進展

拡大する中食市場

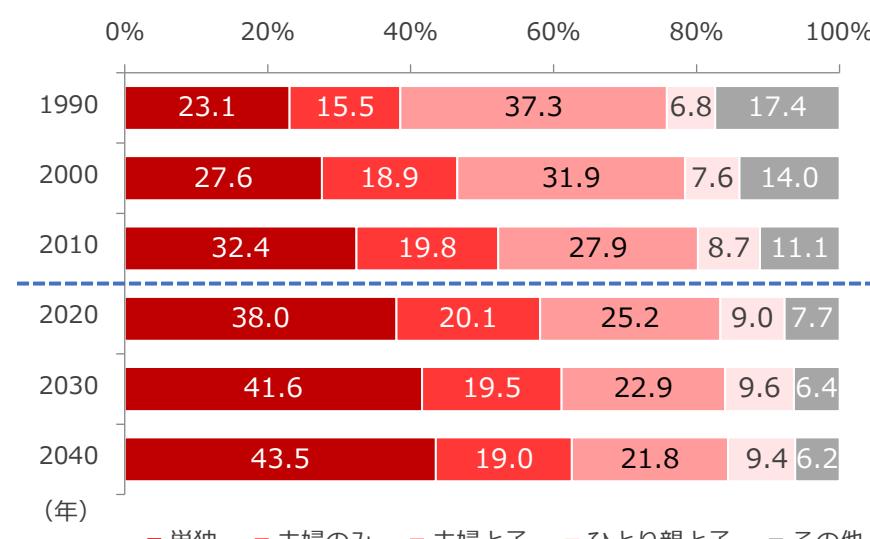


【中食（惣菜・おかず）市場は拡大基調続く】



出所) 日本フードサービス協会「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

【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」
(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ＩＲ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ください。