

株式会社やまみ (2820)

2023年6月期 決算説明資料

2023年8月21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 決算概要

II 今後の事業展開

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。

はじめに①

過去最高営業利益を更新 ⇒ P.6~7

- 売上高は株式上場以来、每期増収を継続しています
- 23.06期において、営業利益は16.06期以来の過去最高益を更新しました
- 原材料価格や光熱費の高騰により原価率がアップしていますが、国産大豆への切り替え等により売上が大幅に伸長、利益増に貢献しています

中期経営計画を見直し ⇒ P.20

- 前期実績および足もとの事業環境を考慮し中期経営計画の見直しを行い、新たな中期経営計画を公表しました
- コスト面では先行き不透明感はあるものの、関東市場の事業拡大がさらに見込まれることから、24.06期および25.06期は従来計画を上方修正、最終年度となる26.06期においては、売上高215億円、営業利益18.5億円を目標とします

配当方針について ⇒ P.28

- 7月14日付で「配当方針の変更に関するお知らせ」について適時開示を行いました
- これまで同様に「利益成長のための投資を優先しつつ、継続的かつ安定的な配当を行う」ことを基本方針としますが、今回の変更において株主還元の目標をより明確にするため、

- ① 配当性向30%以上
- ② DOE（純資産配当率）2.5%以上

と数値基準を新たに設定しました

はじめに②

2023年5月11日に適時開示しました通り、プライム市場の上場維持基準への適合状況を踏まえ、スタンダード市場への選択申請を行いました

①スタンダード市場の選択理由

- 当社は、プライム市場の上場維持基準について、「流通株式時価総額」、「流通株式比率」、「1日平均売買代金」について基準を充たしておりません。特に、「流通株式時価総額」および「1日平均売買代金」について、両項目の主要要素である株価を向上させることが課題であると認識しております
- しかしながら株価の向上は、当社の取組だけでは実現できない要素も多く含まれており、仮にプライム市場において経過措置中に基準を充たした場合でも、安定的・継続的に充足する状態が保てなかった場合、将来的に上場維持基準を達成できないリスクがあることから、当社の株主の皆様が不安を持つことなく安心して当社株式を保有・売買できる環境を整えることが重要だと判断しスタンダード市場を選択することといたしました

②スタンダード市場への移行予定日

- 2023年10月20日

スタンダード市場への移行後においても、2021年12月17日に提出しました「新市場区分の上場維持基準への適合に向けた計画書」の取組の内容は変更せず、プライム市場への変更上場を目指して、高いガバナンス水準の維持や積極的な情報開示に努めるとともに、持続的な成長と企業価値の向上に取組んでまいります

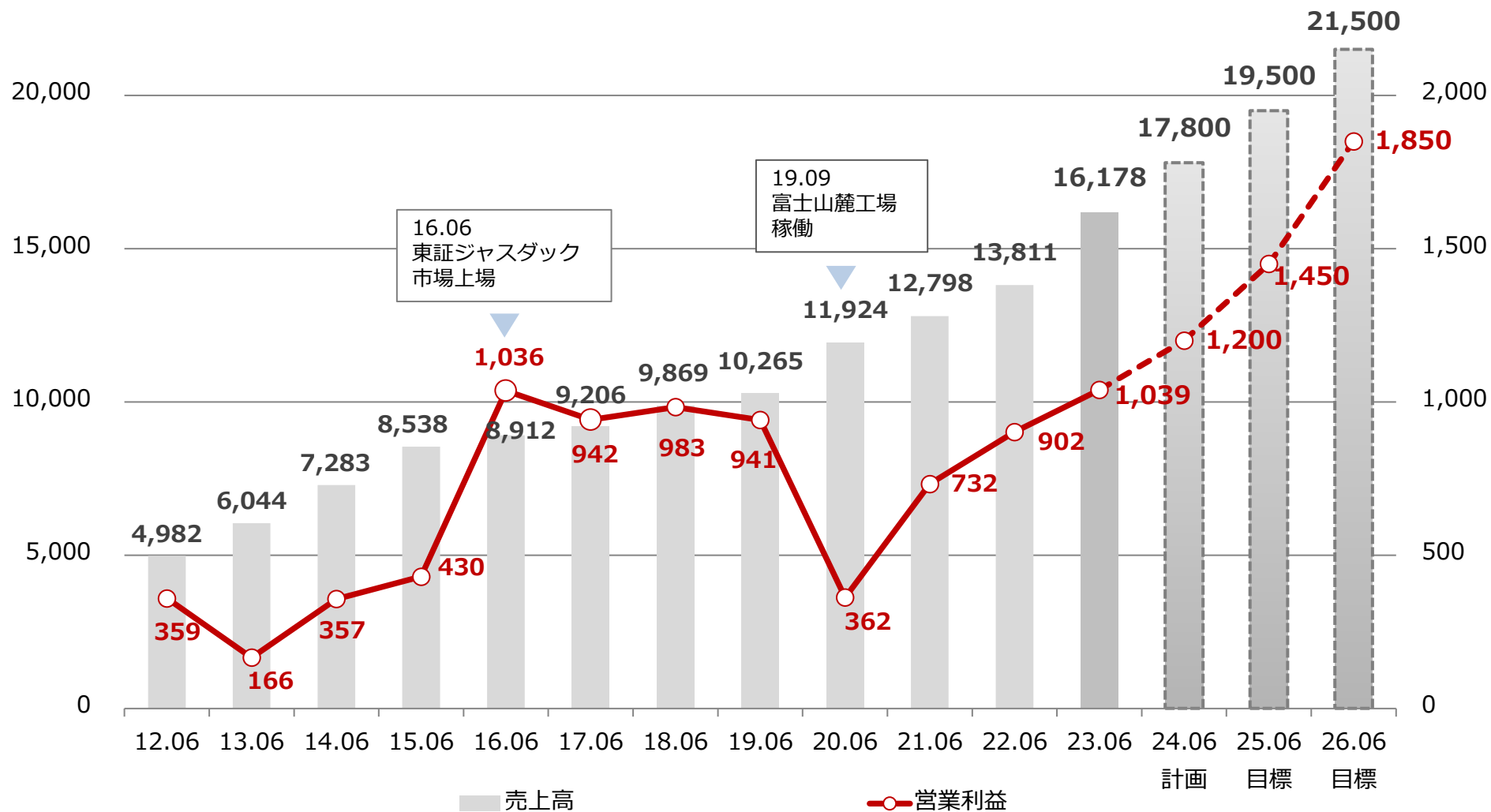
I. 決算概要

業績推移



(売上高：百万円)

(営業利益：百万円)



2023年6月期業績

- 高付加価値商品への切り替え等営業展開が奏功し、売上高、利益とも2Q時修正計画を大きく上回った
- 営業利益は16.06期を上回り過去最高益
- 特別利益として補助金収入145百万円を計上

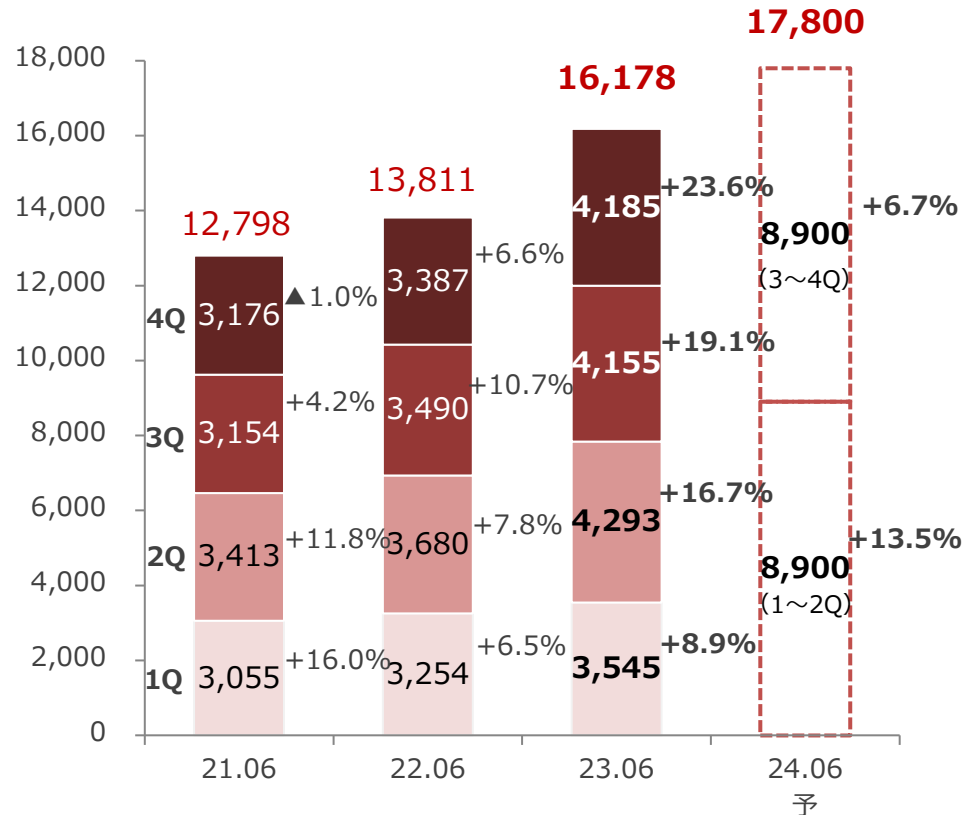
(百万円)

| | 22.06 実績 | 23.06 実績 | 増減率 | (参考) 23.06 2Q時修正計画 |
|-----------|-------------|-------------|--------|-----------------------|
| 売上高 | 13,811 | 16,178 | 17.1% | 15,000 |
| 売上総利益 | 2,853 | 3,236 | 13.4% | 3,025 |
| (売上高総利益率) | 20.7% | 20.0% | ▲0.7pt | 20.2% |
| 営業利益 | 902 | 1,039 | 15.2% | 905 |
| (営業利益率) | 6.5% | 6.4% | ▲0.1pt | 6.0% |
| 経常利益 | 903 | 1,061 | 17.5% | 920 |
| 当期純利益 | 606 | 802 | 32.3% | 700 |

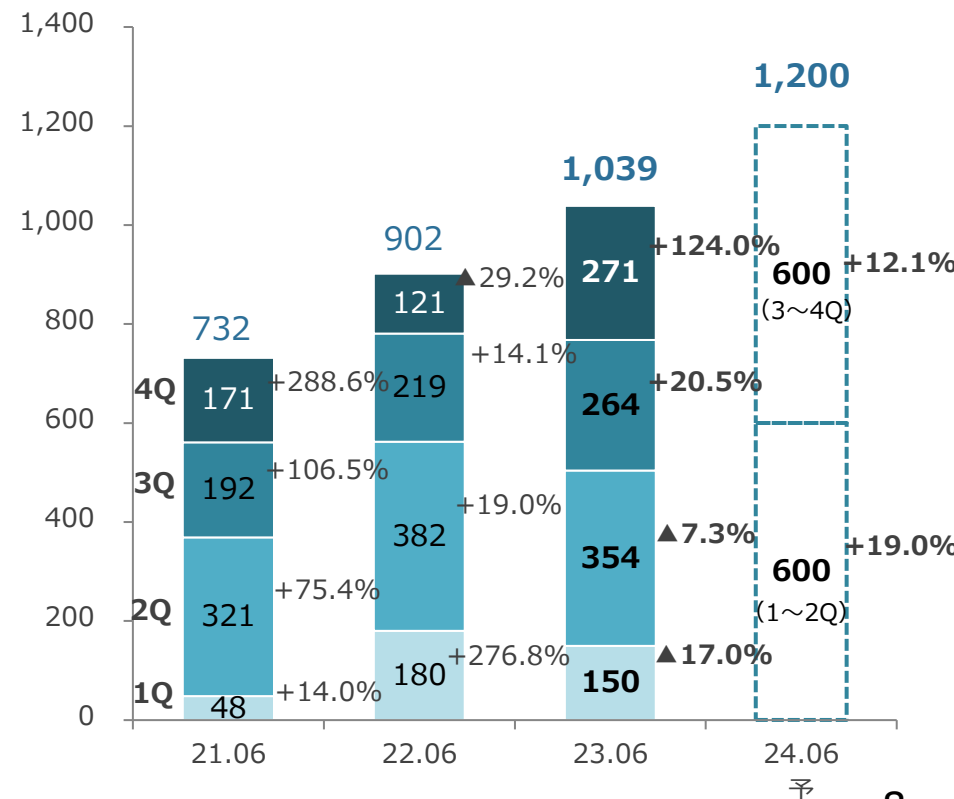
四半期業績比較

- 新商品投入効果で2Q以降増収率がアップ。富士山麓工場に加え関西工場圏での伸長も顕著
- 利益面では、コストアップは続いているものの、不採算取引における価格是正の進展、高付加価値商品の浸透により3Q以降前年同期比プラスに転換

売上高 (百万円)



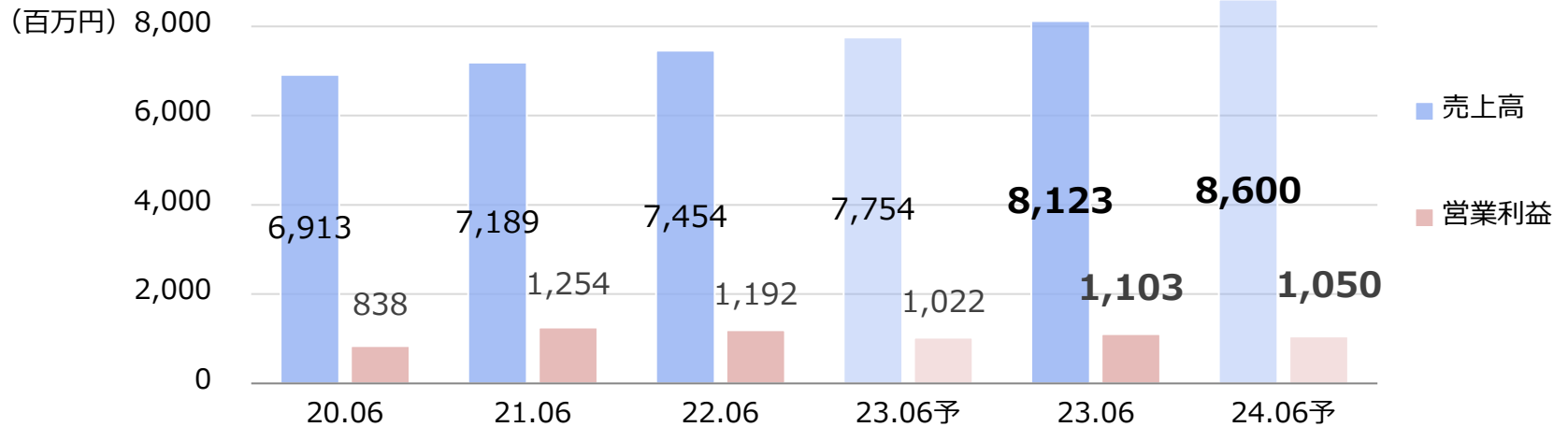
営業利益 (百万円)



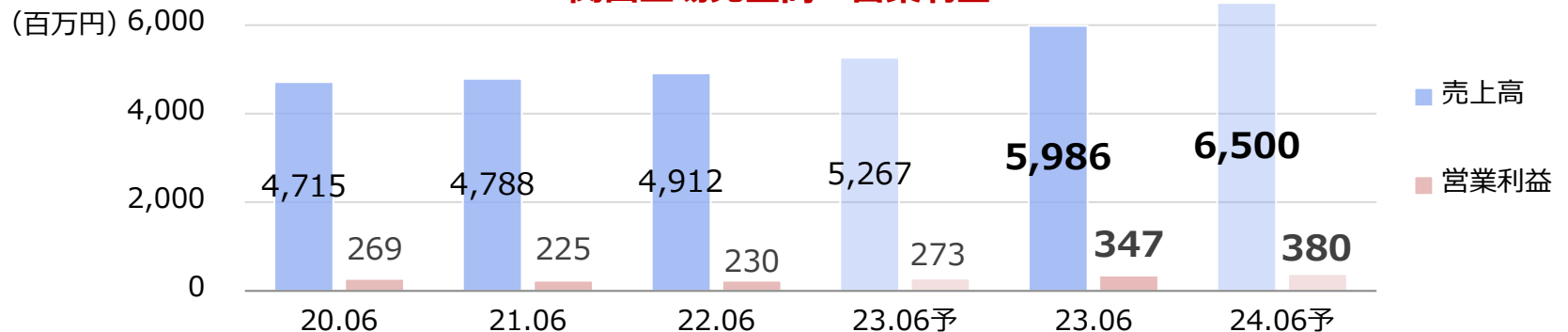
拠点別収益 – 本社工場・関西工場

- 同業者の事業撤退に拍車がかかり、大手小売中心に受け皿として当社シェアアップ。2Q時修正計画において保守的な見通しを立てていたために売上高は両工場とも大きく上振れ
- 売価是正の進展、高付加価値商品の好調により、材料費・光熱費高騰による原価率上昇を吸収。特に関西工場の改善が顕著

本社工場売上高・営業利益



関西工場売上高・営業利益

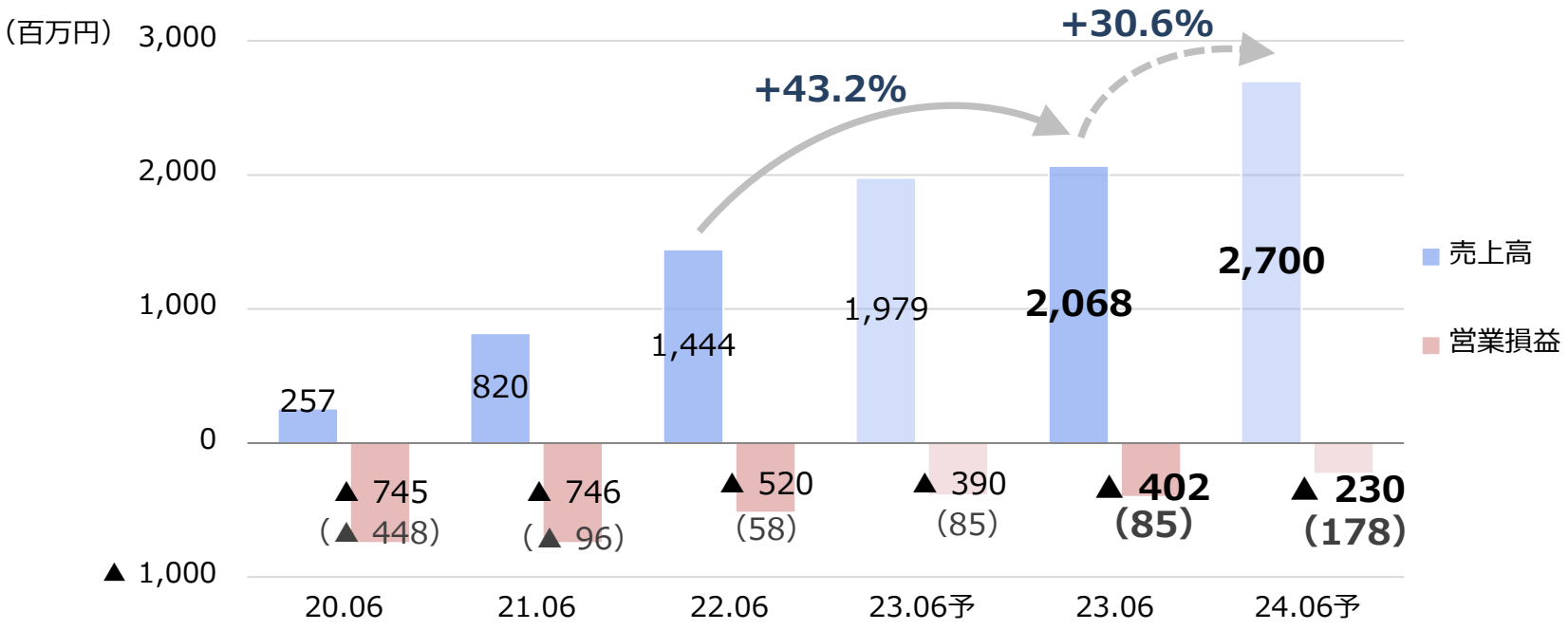


拠点別収益－富士山麓工場



- 国産大豆使用の新商品、差別化商品の投入により既存顧客との取引深耕が進展。売上高は前期、2Q時修正計画ともに上回る
- 損益面では、材料費高騰の影響が大きいことに加え、他地域に比べ競争が激しいものの、修正計画通りに着地

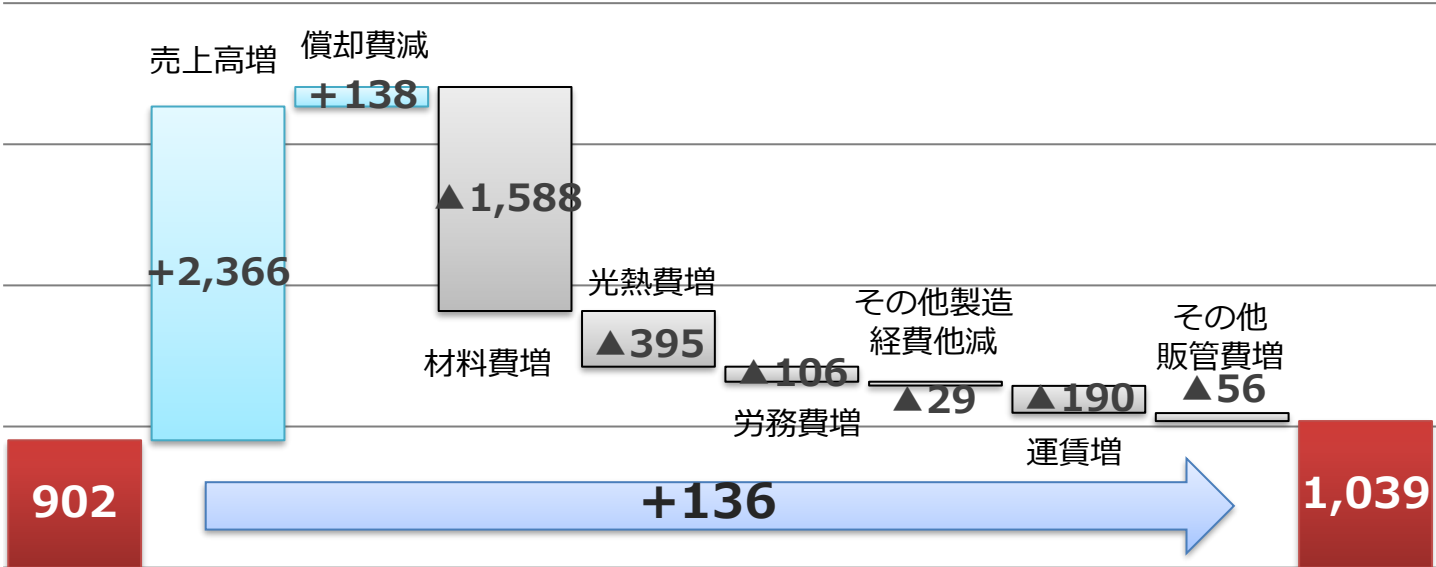
富士山麓工場売上高・営業損益



※カッコ内は償却前営業損益

利益増減要因

(単位：百万円)



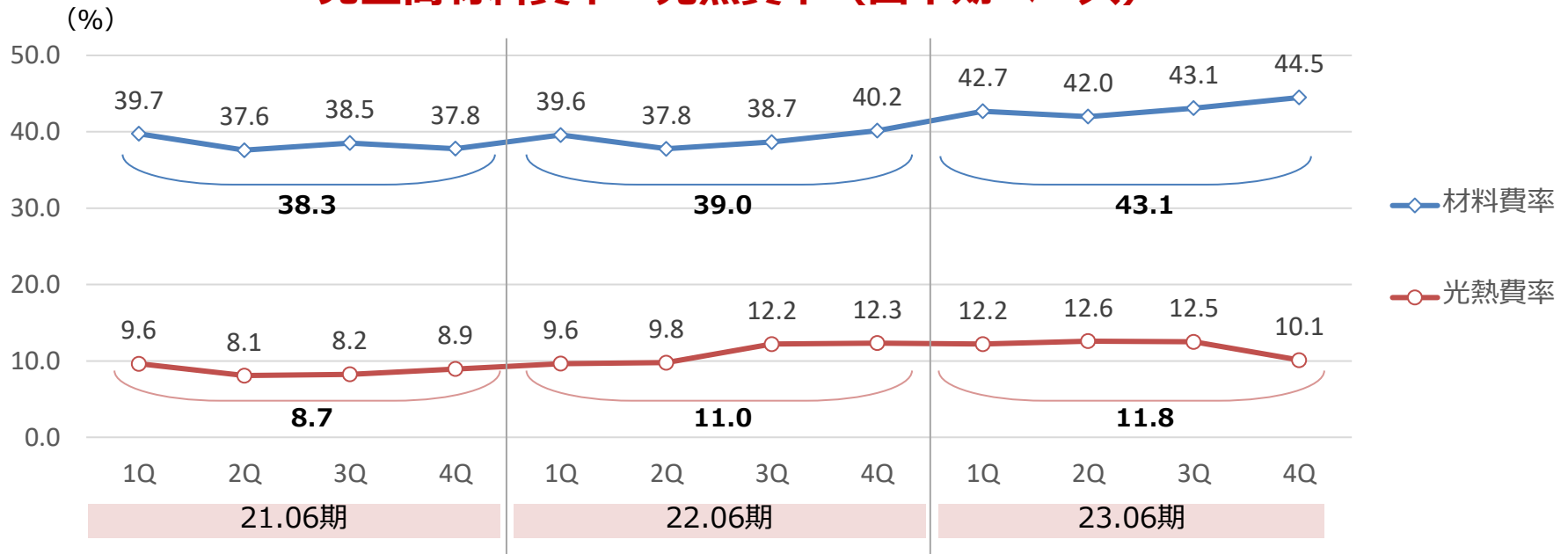
| | |
|-------|--|
| 材料費 | <ul style="list-style-type: none"> ・前期比+1,588百万円（売上高比率は+4.1pt） 高価格の国産大豆使用の商品へシフト |
| 光熱費 | <ul style="list-style-type: none"> ・前期比+395百万円（売上高比率は+0.8pt） 4Qに一時的要因により低下 |
| 労務費 | <ul style="list-style-type: none"> ・前期比+30百万円（売上高比率は▲1.1pt） 富士山麓工場の体制が整い人員増が一巡 |
| その他 | <ul style="list-style-type: none"> ・新ライン導入が一巡し減価償却費▲138百万円 ・修繕費や廃棄物処理費等その他製造経費も売上拡大の中で抑制 |
| 販売管理費 | <ul style="list-style-type: none"> ・売上高販管費率▲0.6pt ・荷造運賃+190百万円（▲0.3pt） |

売上高比率は▲3.1pt

材料費/燃料高の影響

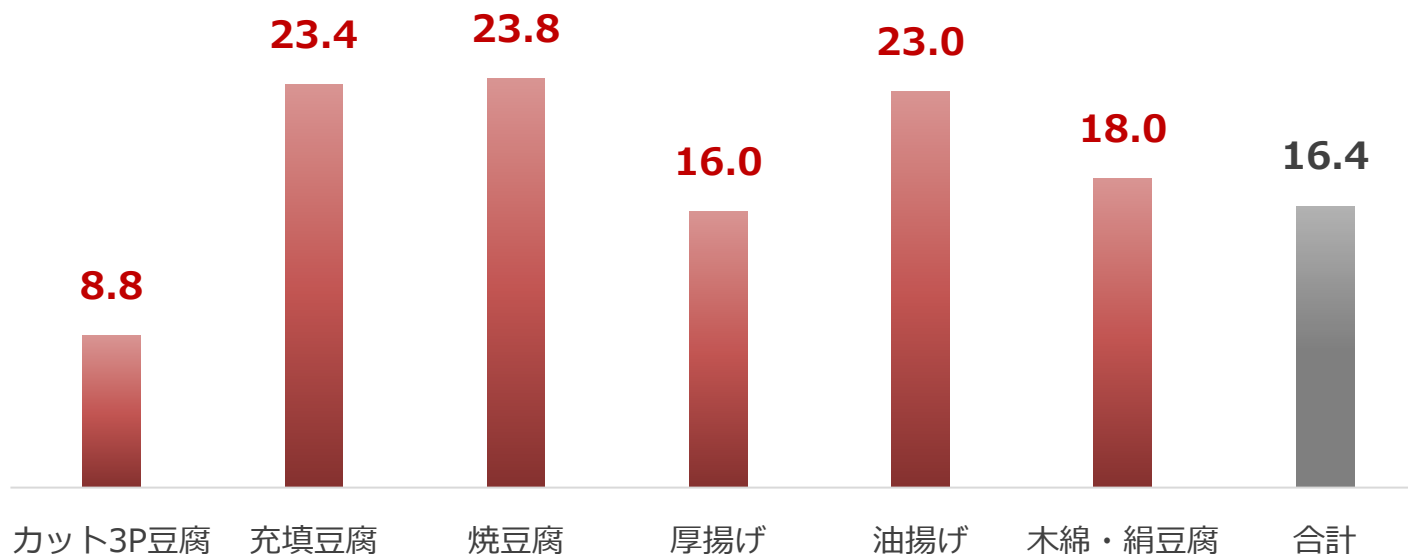
- 新商品開発において国産大豆を使用した商品への切り替えを推進。材料費率は大幅アップしているが、売上及び利益の拡大につながっている
- 光熱費は前22.06期の3Q以降高止まりの傾向にある。前述の通り23.06期4Qは一時的要因による負担減

売上高材料費率・光熱費率（四半期ベース）

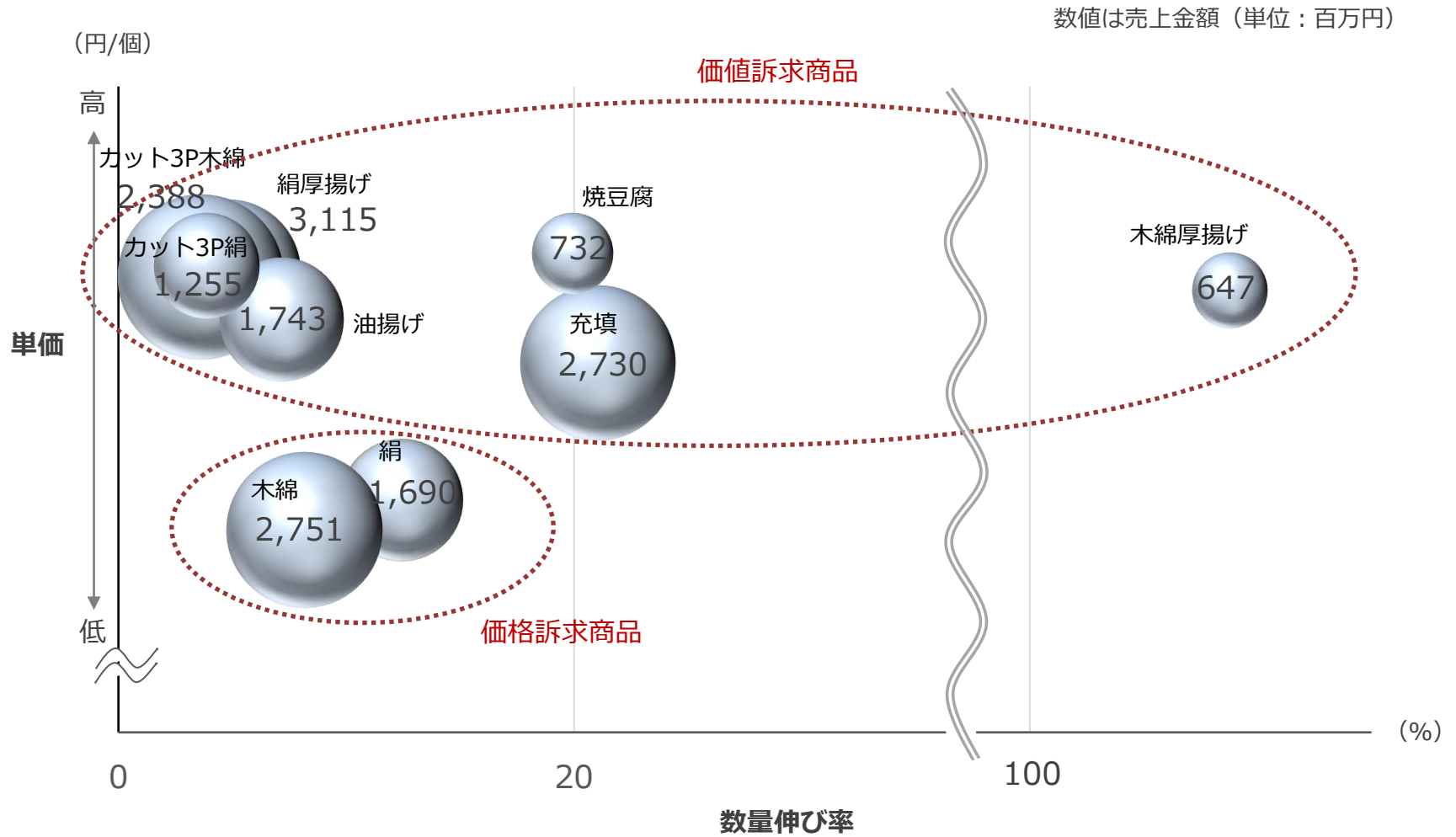


- 数量伸び率約+11%。本社工場、関西工場圏を中心に価格是正、高付加価値商品への切り替えが進展し平均販売単価も5%程度アップ
- 焼豆腐・油揚げ等の大量生産が難しい商品が大きく売上を伸ばした。カット3P豆腐は、価格改定の影響を受け、他品目に比べると低い伸びとなった

商品別売上高 前年同期比伸び率 (%)



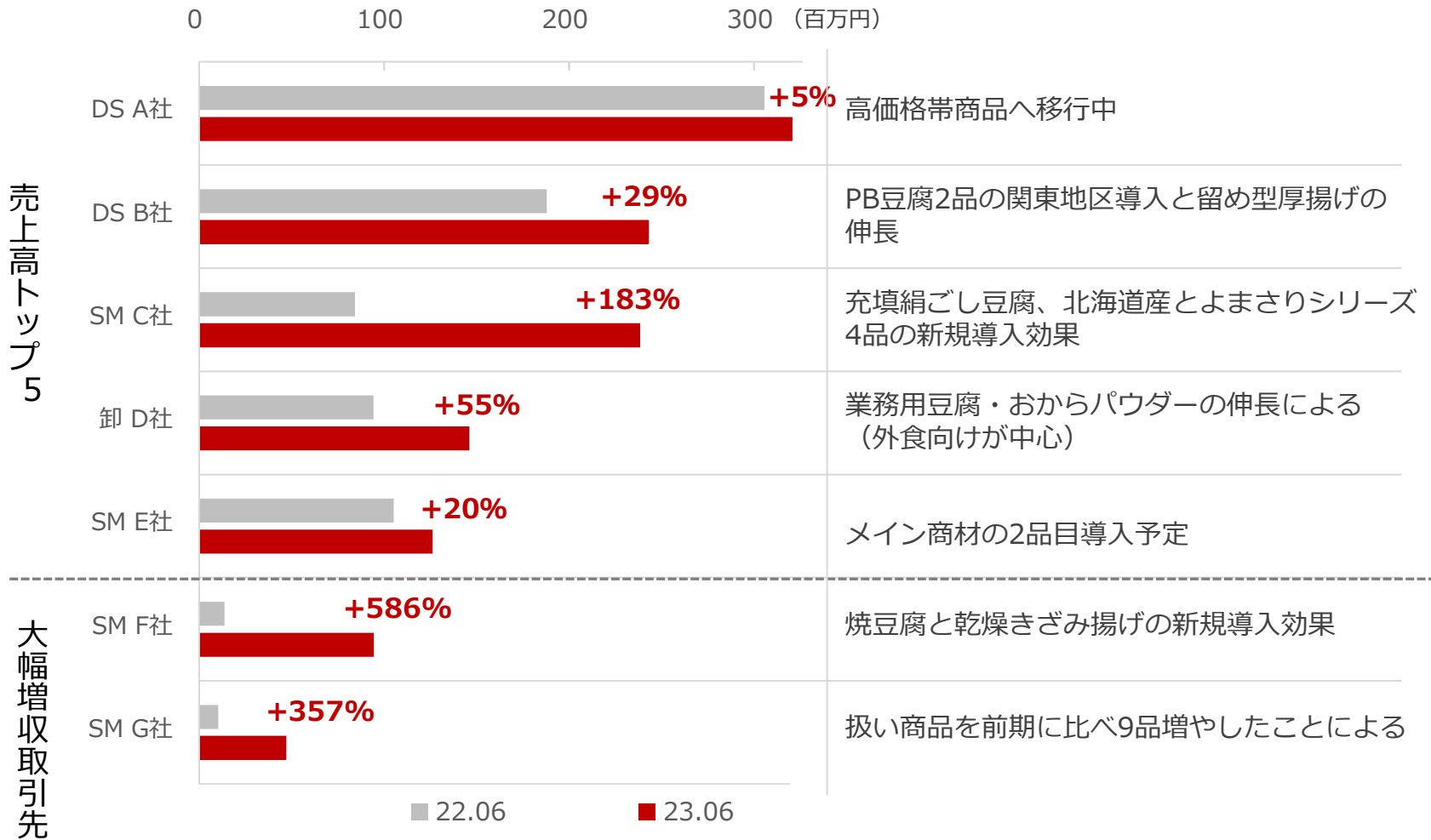
※販売手数料等控除前の売上高。おからパウダー、その他商品は除く



※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

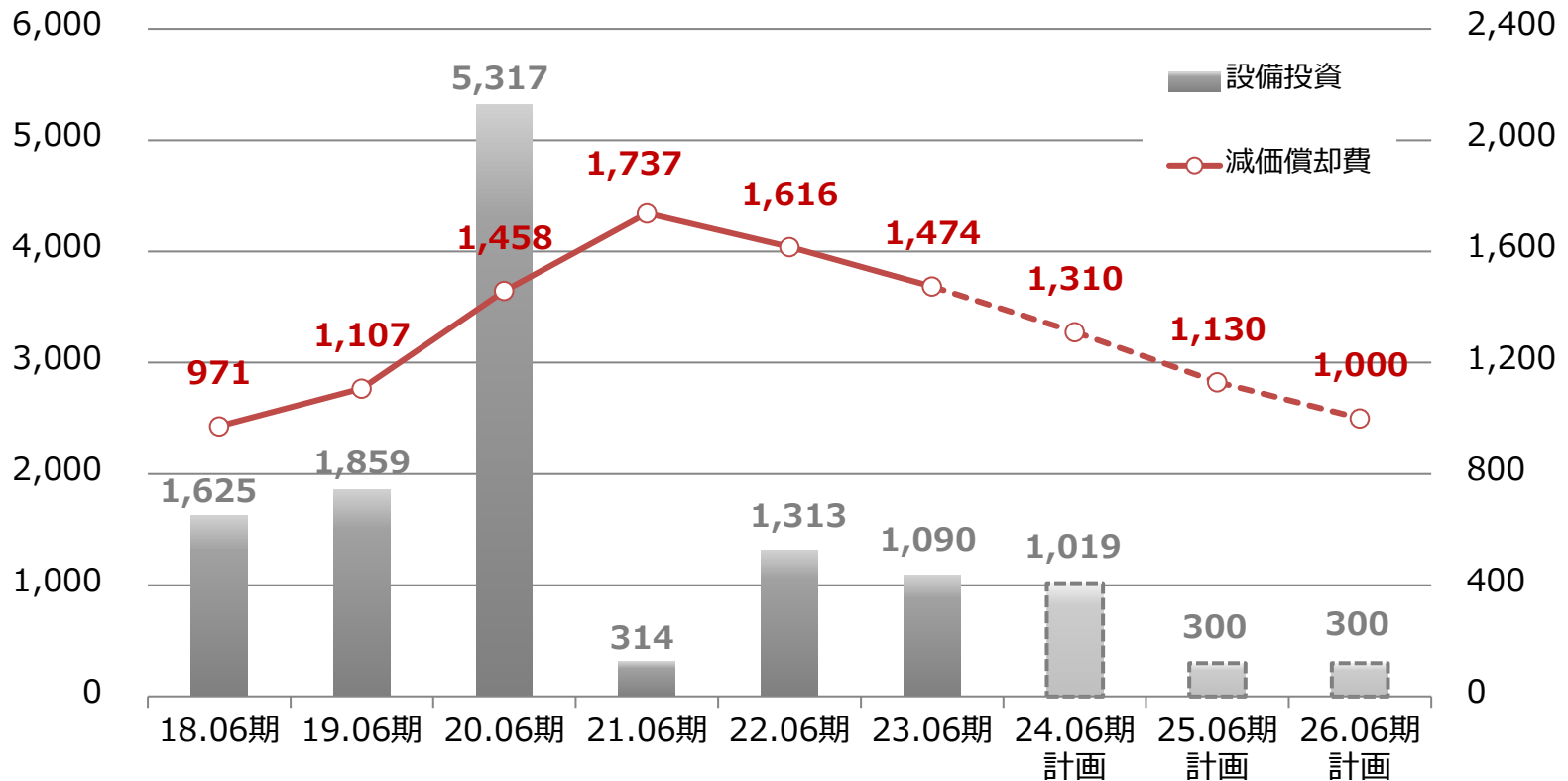


設備投資・減価償却費

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）

（設備投資：百万円）

（減価償却費：百万円）



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

バランスシート



| (百万円) | 22.06末 | 23.06末 | | 22.06末 | 23.06末 |
|---------------|---------------|---------------|----------------|---------------|---------------|
| 資産の部 | | | 負債の部 | | |
| 現預金 | 160 | 404 | 買掛金 | 984 | 1,335 |
| 売掛金 | 1,594 | 1,944 | 短期借入金 | 200 | - |
| 棚卸資産 | 338 | 445 | 1年内返済予定長期借入金 | 550 | 502 |
| 流動資産合計 | 2,148 | 2,807 | 流動負債合計 | 2,817 | 3,151 |
| 有形固定資産 | 11,198 | 10,938 | 長期借入金 | 2,357 | 1,854 |
| (建物・構築物) | (4,085) | (3,890) | 固定負債合計 | 2,911 | 2,373 |
| (機械・装置) | (4,872) | (4,720) | 負債合計 | 5,728 | 5,524 |
| (土地) | (2,126) | (2,126) | 純資産の部 | | |
| (建設仮勘定) | (84) | (167) | 資本金 | 1,245 | 1,245 |
| 無形固定資産 | 8 | 5 | 資本剰余金 | 1,218 | 1,218 |
| 投資その他の資産 | 59 | 62 | 利益剰余金 | 5,211 | 5,825 |
| 固定資産合計 | 11,266 | 11,006 | 株主資本合計 | 7,675 | 8,289 |
| 資産合計 | 13,414 | 13,814 | 純資産合計 | 7,685 | 8,289 |
| | | | 負債純資産合計 | 13,414 | 13,814 |

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〕

- ・減価償却による減少

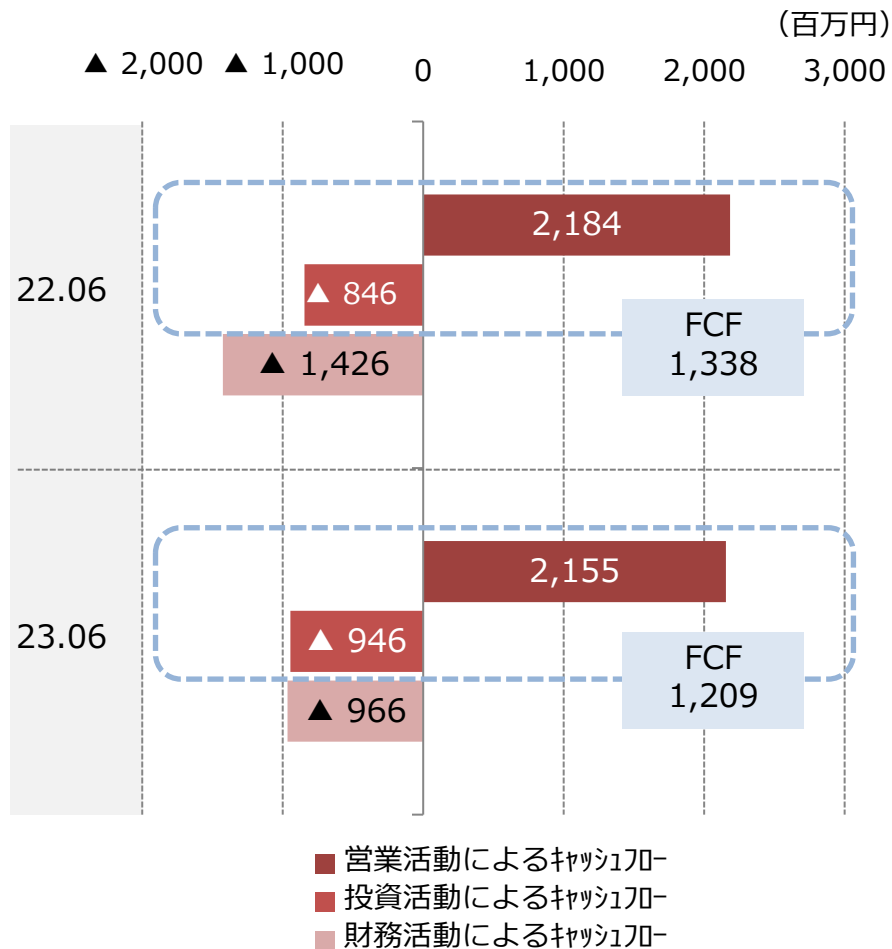
〔負債〕

- ・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▲750百万円

〔株主資本〕

- ・自己資本比率 60.0% (前期末比+2.8pt)

キャッシュフロー



主な内訳

(百万円)

| | 22.06 | 23.06 |
|-----------------------|---------------|--------------|
| 営業キャッシュフロー | 2,184 | 2,155 |
| 税引前当期純利益 | 903 | 1,216 |
| 減価償却費 | 1,621 | 1,484 |
| 売上債権増減額 (▲は増加) | ▲48 | ▲349 |
| 棚卸資産増減額 (▲は増加) | ▲49 | ▲106 |
| 仕入債務増減額 (▲は減少) | 139 | 351 |
| 未払又は未収消費税増減額 | ▲212 | 56 |
| 投資キャッシュフロー | ▲846 | ▲946 |
| 有形固定資産取得による支出 | ▲899 | ▲1,090 |
| 補助金の受取額 | — | 145 |
| 財務キャッシュフロー | ▲1,426 | ▲966 |
| 短期借入金純増減額 (▲は減少) | ▲400 | ▲200 |
| 長期借入金返済による支出 | ▲838 | ▲550 |
| 配当金の支払額 | ▲174 | ▲188 |
| 現金及び現金同等物の増減額 | ▲88 | 243 |
| 現金及び現金同等物の期首残高 | 248 | 160 |
| 現金及び現金同等物の期末残高 | 160 | 404 |

Ⅱ. 今後の事業展開

中期経営計画の見直しについて

事業環境、前期業績を考慮し昨年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215億円、営業利益18.5億円を目指す

長期ビジョン

- 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

- 当面3工場とも新設ラインの予定はなく、設備改善のための投資が中心。将来の投資に備え財務体質の強化を図る
- 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。省エネルギー事業は順調に稼働

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社、4人以上の事業者で3,000社程度あった</p> | <p>2022年時点で全体で約4,200社、4人以上の事業者で700社程度となった</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 | 17,800 | 19,500 | 21,500 |
| 前中計 | 14,539 | 15,946 | 16,884 | — |
| 営業利益 | 1,039 | 1,200 | 1,450 | 1,850 |
| 前中計 | 580 | 1,100 | 1,300 | — |
| 経常利益 | 1,061 | 1,202 | 1,453 | 1,855 |
| 前中計 | 590 | 1,102 | 1,303 | — |
| 当期純利益 | 802 | 815 | 940 | 1,200 |
| 前中計 | 383 | 727 | 859 | — |

※23.06期の前中計計画は期初公表の期初計画値（中期経営計画の数値）であり、P.7に掲載の修正計画値と異なります

2024年6月期業績予想

- 輸入大豆価格の高騰により原価率はさらに上昇の見込み
- 国産大豆へのシフトをさらに進めることで、単価アップを図り利ザヤを確保するとともに、コスト抑制に取り組むことで増益を維持
- 売上増にともなう設備稼働率の向上、減価償却費の低減等により、富士山麓工場は赤字幅縮小

(百万円)

| | 23.06 実績 | 24.06 計画 | 増減率 |
|---------|-------------|-------------|--------|
| 売上高 | 16,178 | 17,800 | 10.0% |
| 営業利益 | 1,039 | 1,200 | 15.5% |
| (営業利益率) | 6.4% | 6.7% | +0.3pt |
| 経常利益 | 1,061 | 1,202 | 13.3% |
| 当期純利益 | 802 | 815 | 1.6% |

新商品



9~10月
発売予定

濃まる PREMIUM



国産大豆 濃厚一徹



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

それぞれ北海道産大豆、国産大豆を使用した商品
便利で使いやすい小分け4個パックの充填豆腐

国産大豆100%

プチサイズがちょうどいいおとうふ

国産大豆100%

もめん 笹の露



北海道とよまさり 濃厚いっぱいん 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

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

SDGsへの取り組み① 地球への思いやり方針



①あらゆる方に安心して食べて頂ける、安全な食づくりに寄与する

3 すべての人に健康と福祉を

9 産業と技術革新の基盤をつくろう

12 つくる責任 つかう責任

- 食品安全マネジメントシステム FSSC22000およびISO22000の認証取得

②持続可能な資源の活用で、環境負担の軽減に寄与し、地球にも優しい会社であり続ける

7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに

17 パートナシップで目標を達成しよう

- 強度を増したECOパックの導入
- 自己完結型のバイオマス燃料製造設備の導入
- 廃油を燃料とした設備稼働
- 一部商品パッケージのバイオマスインキ使用



ECOパック



バイオマス燃料製造設備

③食の大切さを考慮した製造過程で、食品ロスを削減する

7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに

17 パートナシップで目標を達成しよう

- おから乾燥機による原料ロスの削減
- 最新機械導入による賞味期限の延長



おからパウダー



最長2週間の賞味期限を実現した製造機械

冷熱サービス・太陽光サービスが昨年2月より稼働

7 エネルギーをみんなに
そしてクリーンに



9 産業と技術革新の
基盤をつくらう



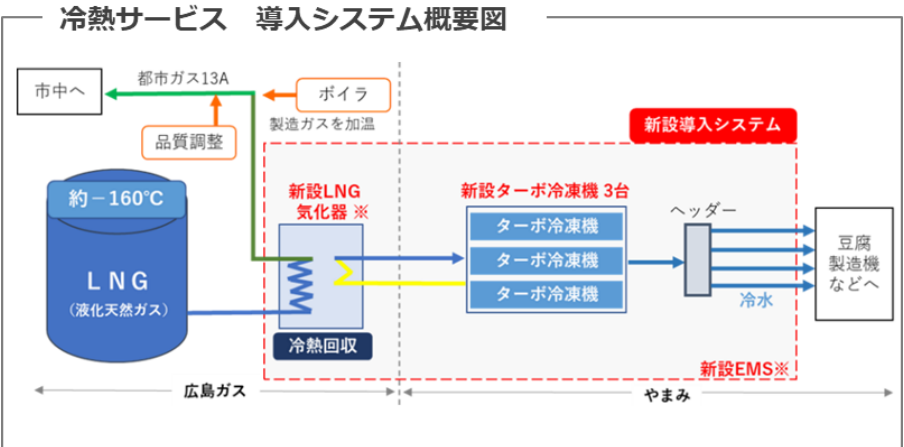
12 つくる責任
つかう責任



13 気候変動に
具体的な対策を



- 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2022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 |

ボイラ交換によるCO₂排出量削減

高効率ボイラ



①高効率ボイラへの更新（本社第3工場・関西工場）

- CO₂排出削減量 本社工場 145t/年 関西工場 109t/年
- ランニングコスト 本社工場 4,677千円/年 関西工場 3,267千円/年

②工場内蒸気配管の保温（本社第1～第3工場）

- 削減放熱量 8,037千MJ/年

③ボイラドレン回収タンクのフラッシュ蒸気回収システムの導入（本社第1～第2工場・関西工場）

- 給水温度が本社第2工場で15℃、関西工場で13℃上昇
- 削減放熱量 本社工場 2,235千MJ/年 関西工場 1,196千MJ/年
- CO₂排出削減量 本社工場 114t/年 関西工場 61t/年

④高温水用軟水装置への更新（本社工場・関西工場）

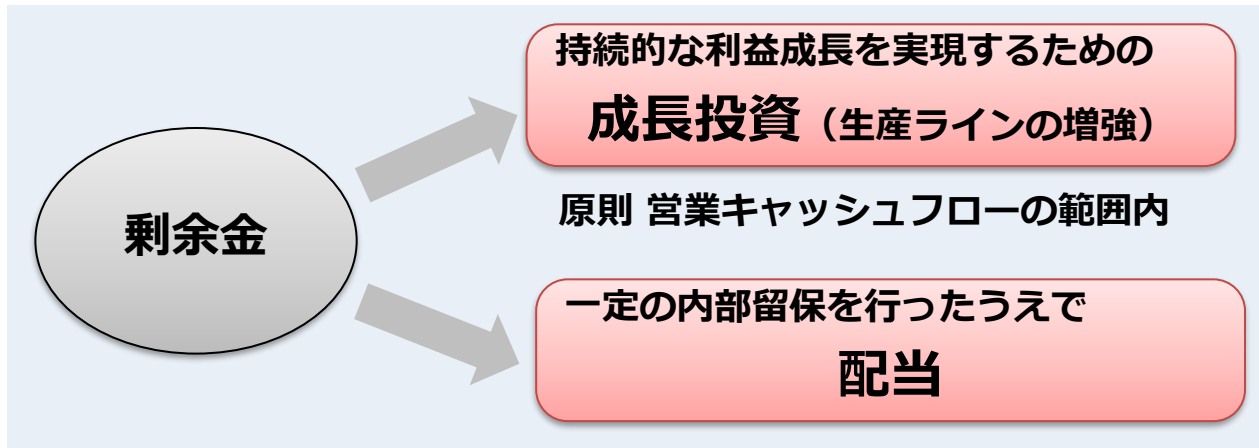
- 本社工場において通水温度が10℃上昇
- 削減放熱量 本社工場 2,854千MJ/年 関西工場 998千MJ/年
- CO₂排出削減量 本社工場 145t/年 関西工場 50t/年



軟水装置



株主還元



配当目標

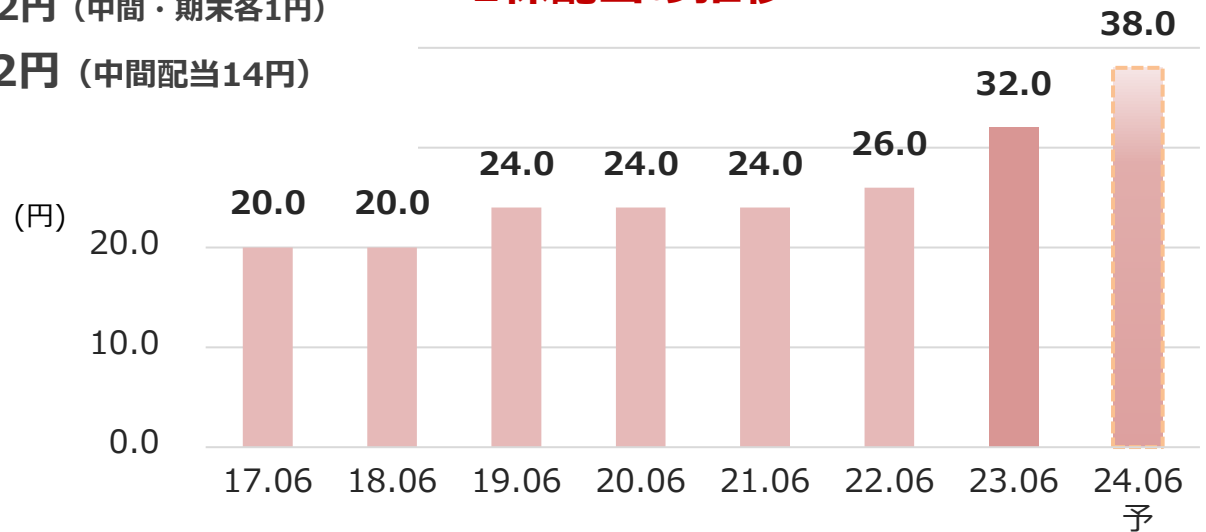
- ① 配当性向 30%以上
- ② DOE 2.5%以上
(純資産配当率)

24.06期 1株配当予想 38円 (中間配当19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 (中間配当14円)

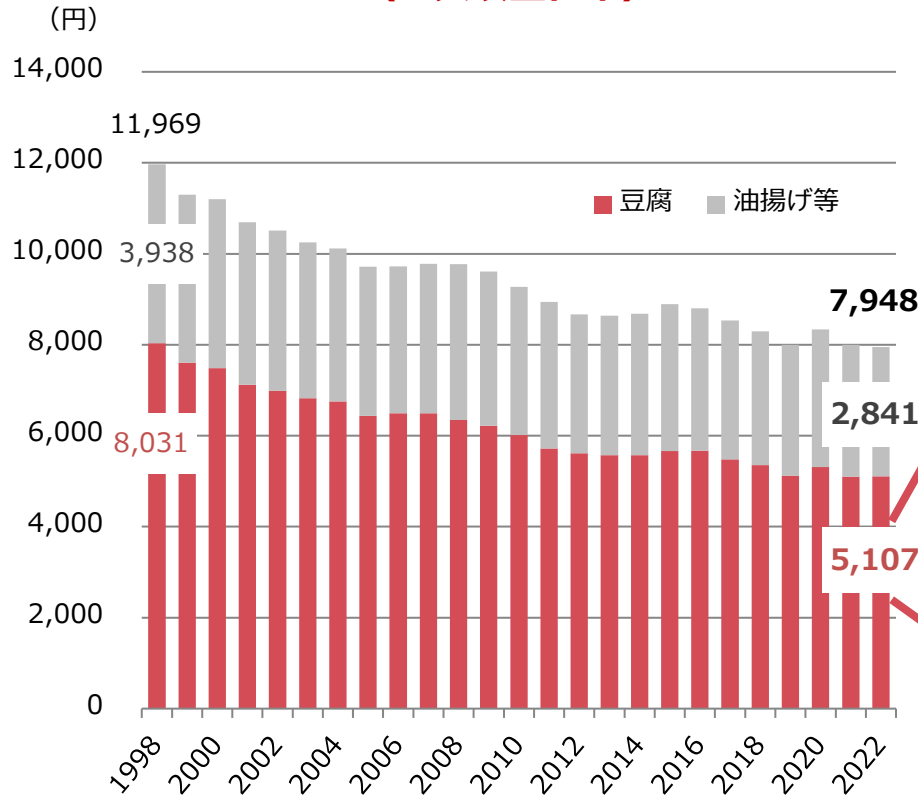
1株配当の推移



III. 參考資料

豆腐市場動向① - 消費動向

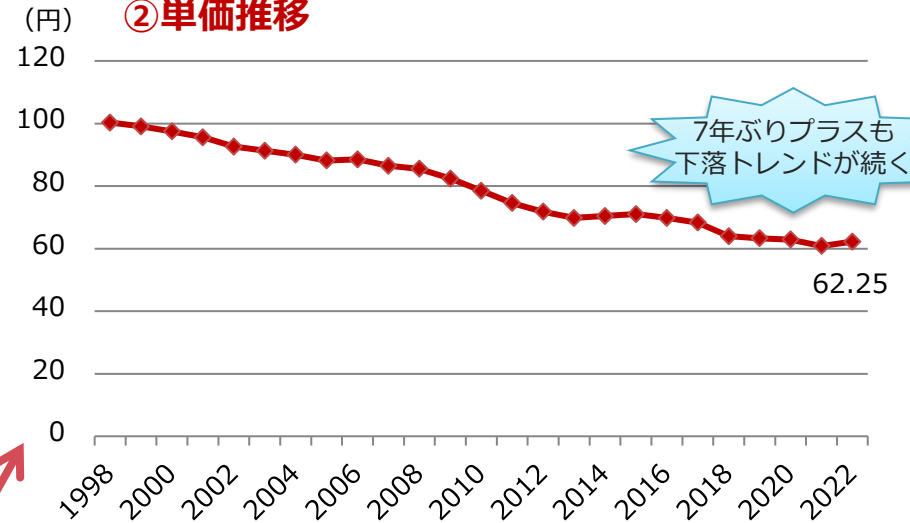
① 1世帯当たりの年間購入金額の推移 (二人以上世帯)



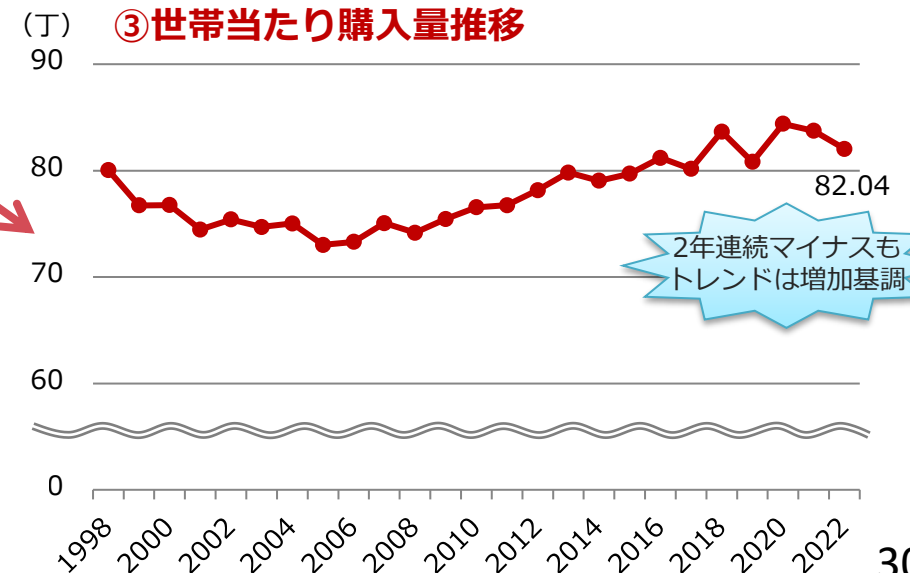
市場規模は、
 コンシューマ概算 8,000円×5,550万世帯≒4,450億円
 外食・中食等の業務用と合わせ、**6,000億円程度**と推計

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

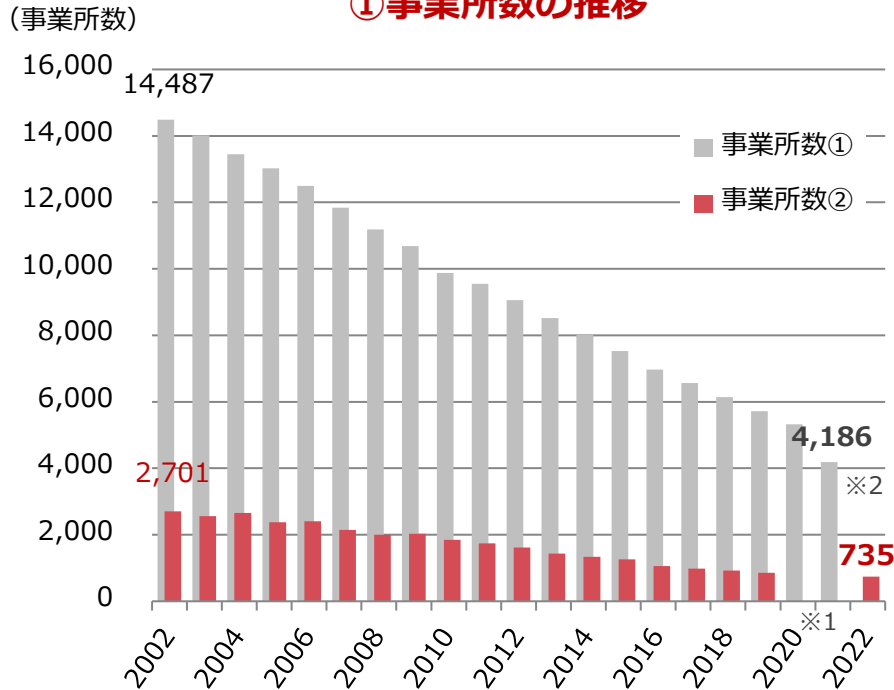


③ 世帯当たり購入量推移

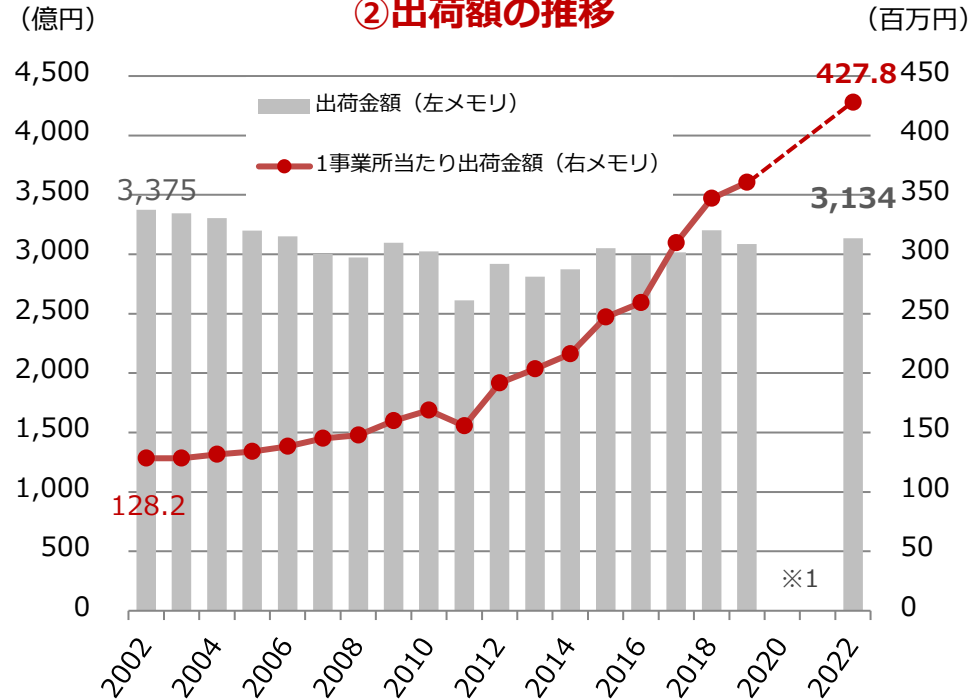


豆腐市場動向② – 事業者動向

① 事業所数の推移



② 出荷額の推移



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

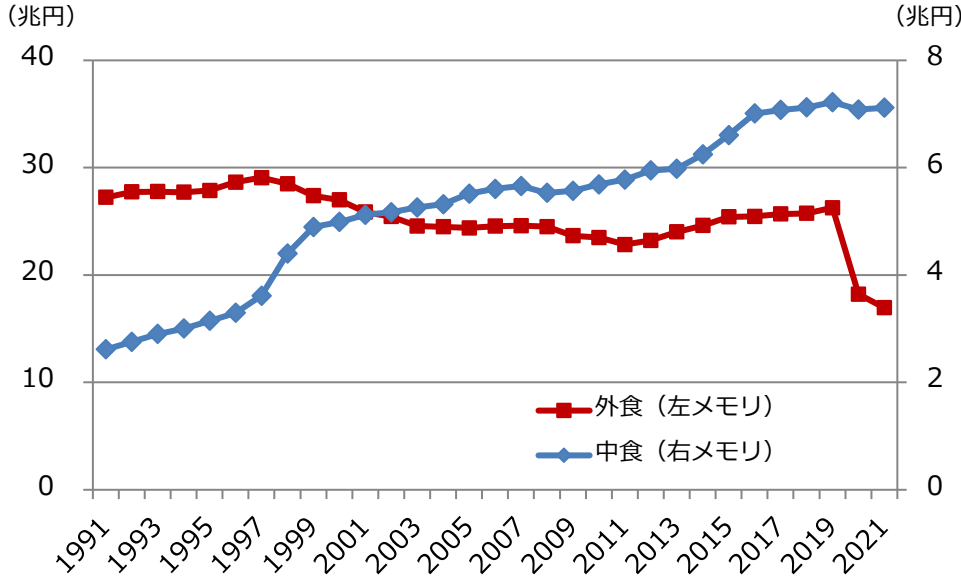
出所) 経済産業省「工業統計」による従業員数4名以上の事業所データ(事業所数・出荷金額)をもとに作成
 2016年までは年初・年末平均の事業所数をもとに1事業所当たりの出荷金額を計算。2017年以降は6月1日の事業所数をもとに計算

※1「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
 ※2「2022年度衛生行政報告例」は公表延期(2023年12月公表予定)



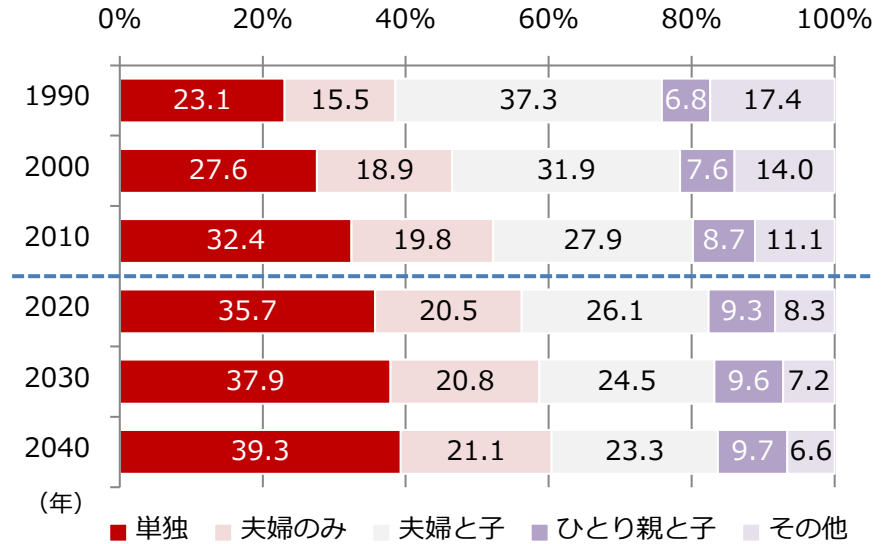
拡大する中食市場

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」
(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おきください。