

株式会社やまみ（2820）

2024年6月期 決算説明資料

2024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 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。

事業環境

業界の構造的変化と独自の付加価値商品の拡販によりシェアを拡大

- 国内の豆腐市場は微増
- 大手小売業者の要望を満たせる大規模事業者への集約が加速度的に進行
- 収益性の高いカット3P豆腐や厚揚げなど競争力の高い製品の拡販により業務用への事業領域拡大するとともに関東市場の開拓をドライバーに成長加速

決算概要

2024年6月期は過去最高の売上・利益を達成 営業利益率10.9%

- 2024年6月期は前期比17.4%増収、営業利益同2倍、各段階利益とも過去最高更新
- 国内大豆による高付加価値商品への切替、価格改定の浸透により販売数量が伸長
- 材料費の増加、大幅な賃上げを増収に伴う生産稼働率向上で吸収し大幅増益を達成
- 関東圏における拡販が進み富士山麓工場は黒字転換

成長性

中期経営計画：2027年6月期売上高250億円・営業利益35億円を計画

- 2027年6月期までの年平均成長率は9.6%増収、営業利益19.5%増益を見込む
- 豆腐市場6,000億円のシェア10%獲得を目指して関東圏への拡販を着実に推進
- 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

株主還元

配当性向30%以上・DOE2.5%（下限）を目途に安定継続配当する方針

- 2024年6月期は年間66円（前期比34円増配）と直近予想から6円増配
- 2025年6月期は年間72円予定（前期比6円増配）
- 事業拡大のための成長投資を行い企業価値を高めつつ株主への利益配分も重視

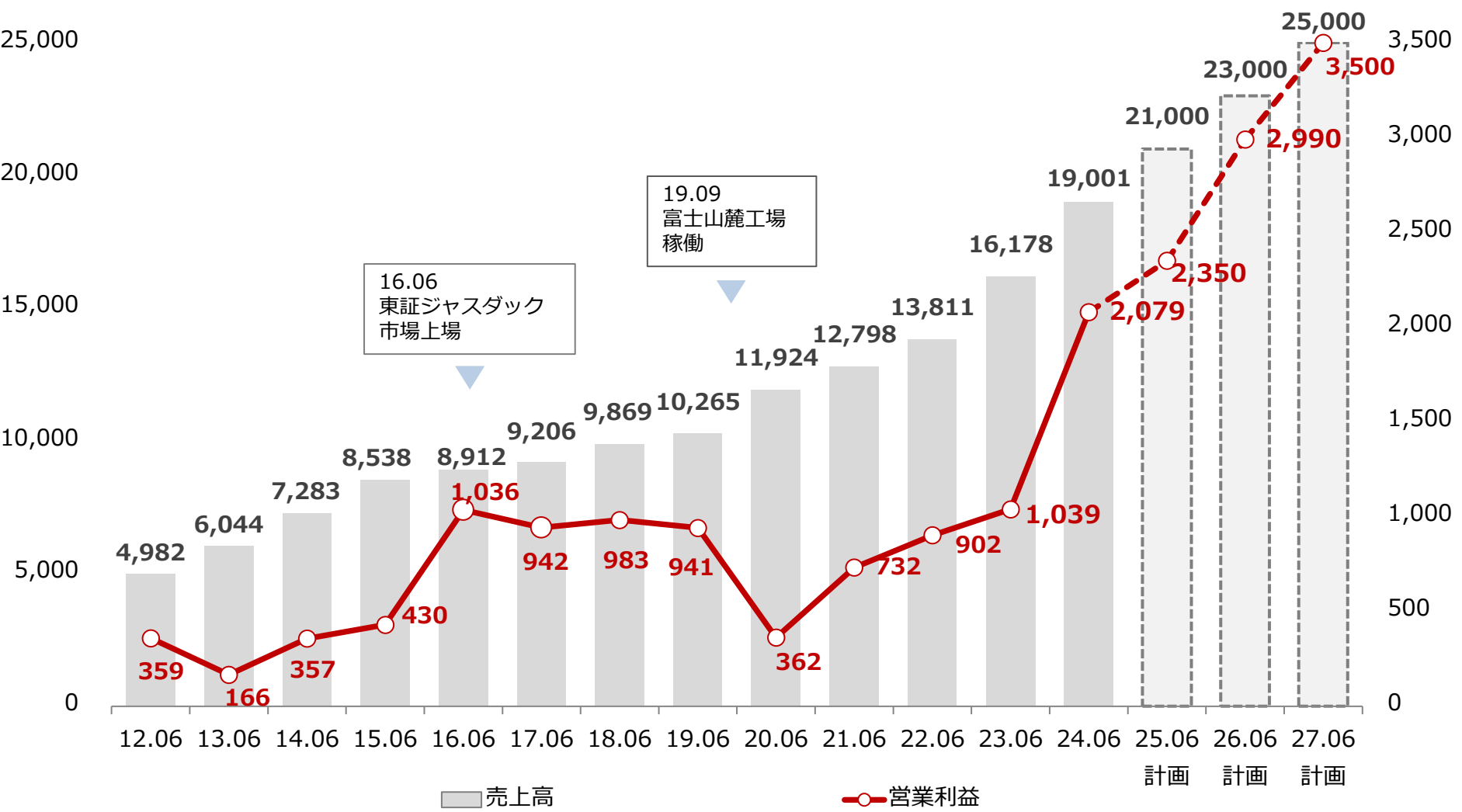
I . 決算概要

業績推移



(売上高：百万円)

(営業利益：百万円)



2024年6月期業績



- 国内産大豆へを使用した製品のセールス強化と価格改定の推進が奏功し前期比17.4%増収
- 販売量の増加と価格改定の効果で原材料・資材の高騰を吸収し売上総利益率は3.4Pt改善
- 関東山麓工場は黒字化 他2工場も生産稼働率が向上し全社で営業利益率は10.9%達成

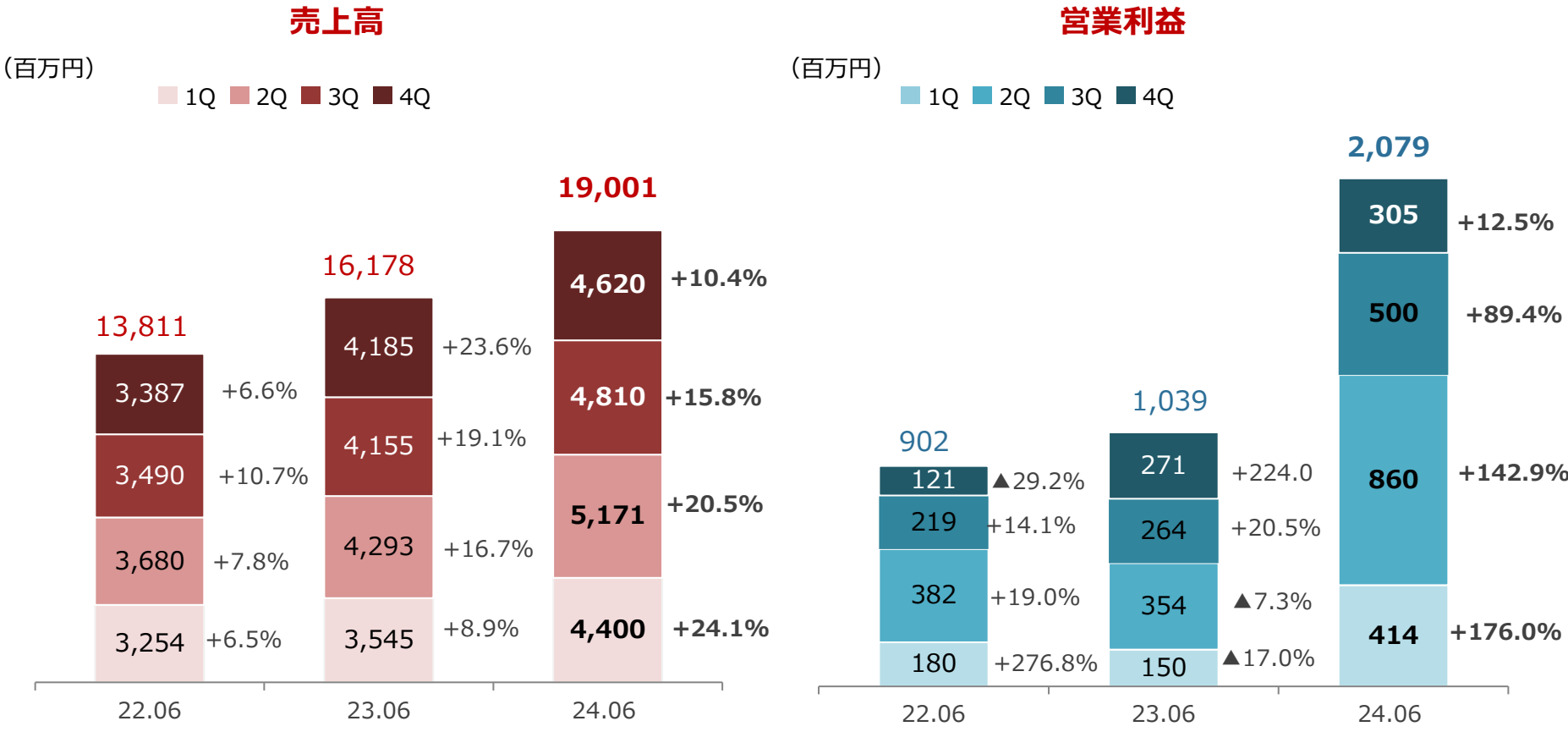
(百万円/円)	23.06 実績	24.06 実績	増減率	(参考) 24.06 2Q時修正計画※
売上高	16,178	19,001	17.4%	19,000
売上総利益	3,236	4,452	37.6%	-
(売上高総利益率)	20.0%	23.4%	+3.4pt	-
営業利益	1,039	2,079	2.0倍	2,000
(営業利益率)	6.4%	10.9%	+4.5pt	10.5%
経常利益	1,061	2,076	95.7%	2,002
当期純利益	802	1,476	84.0%	1,337
1株当たり当期純利益	115.18	211.88		191.89
1株当たり配当金	32.0	66.0		60.0

※2024年2月14日公表時点

四半期業績比較



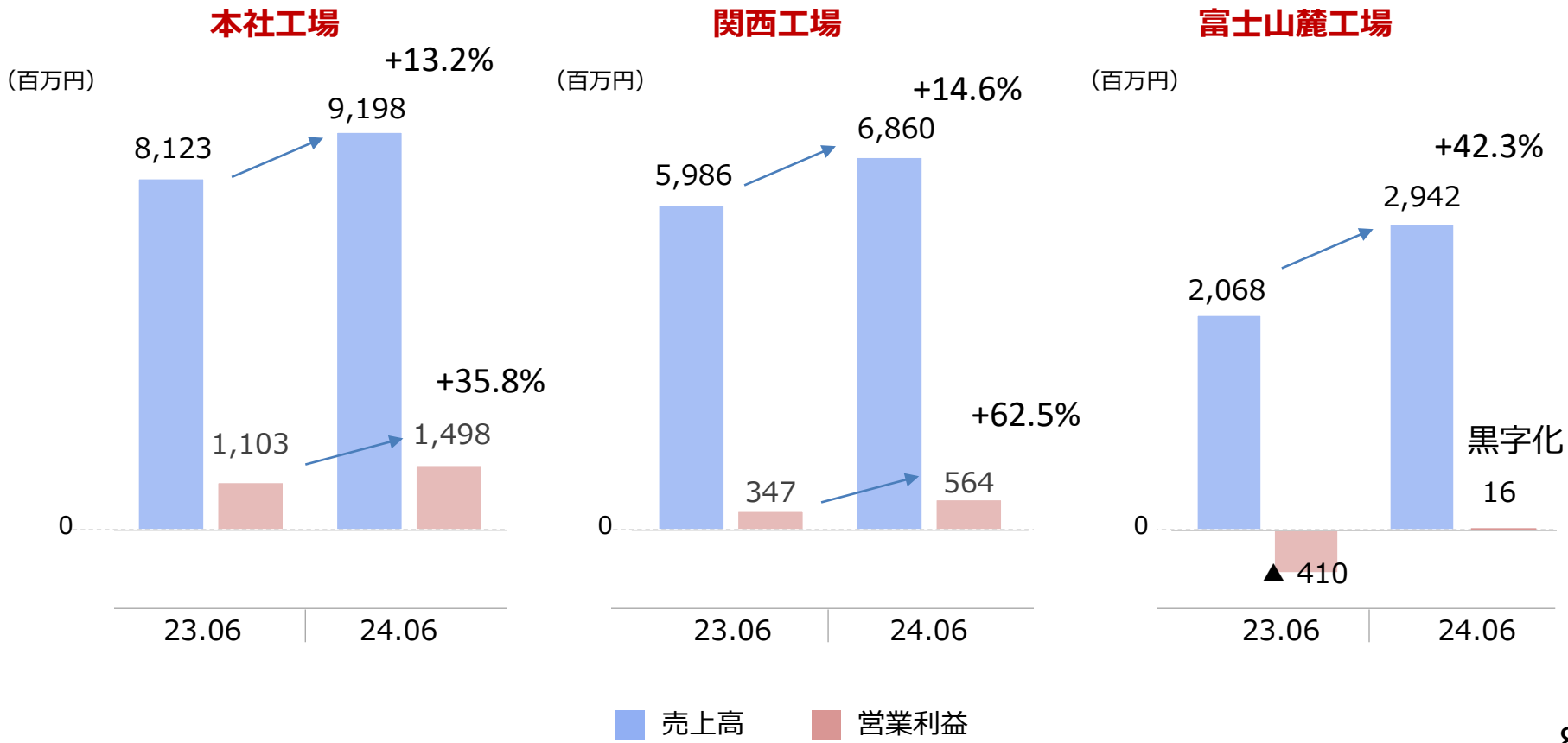
- 単価アップや新商品投入効果が継続し、前期4Qの20%台の増収一巡後も10%増収確保
- 光熱費・材料費・人件費は高止まり傾向だが販売量の増加と価格改定効果により2ケタ増益

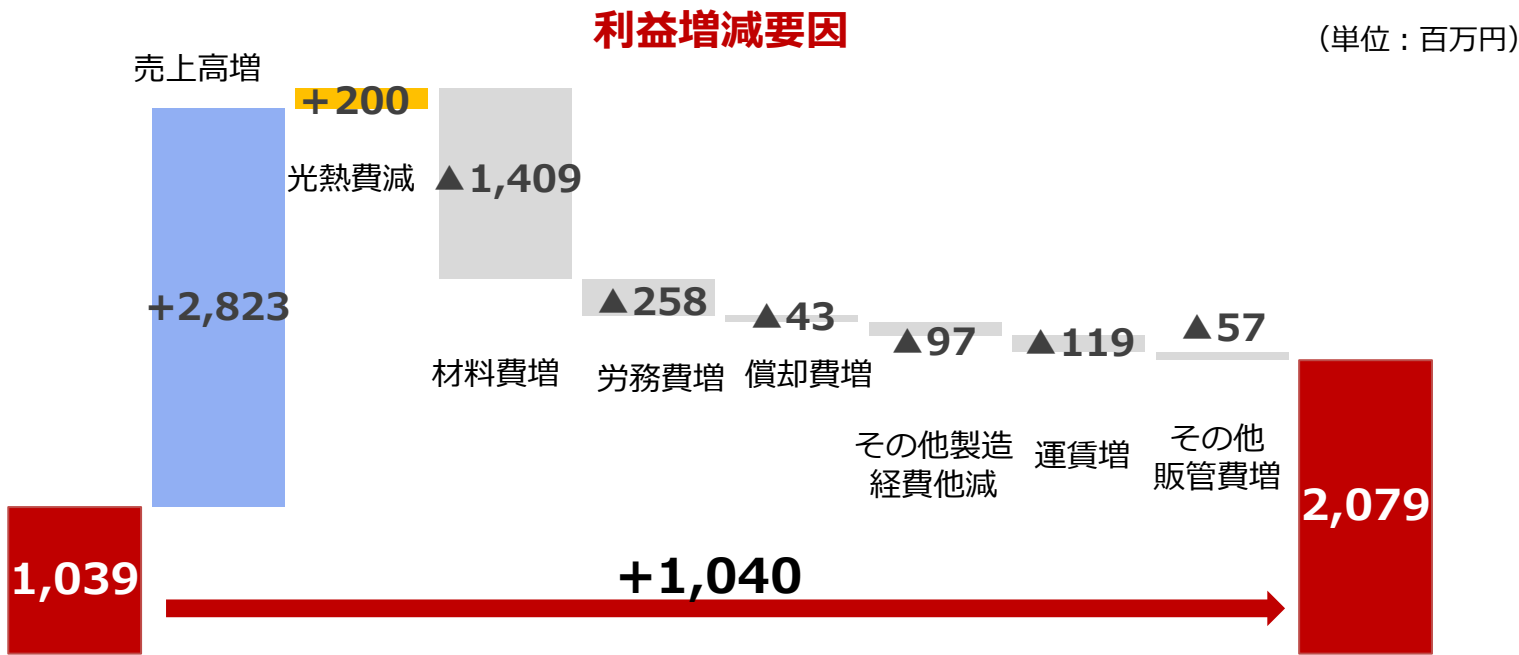


拠点別収益



- 本社工場と関西工場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2ケタ増収増益と伸長し収益性も改善
- 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、増収効果により黒字化



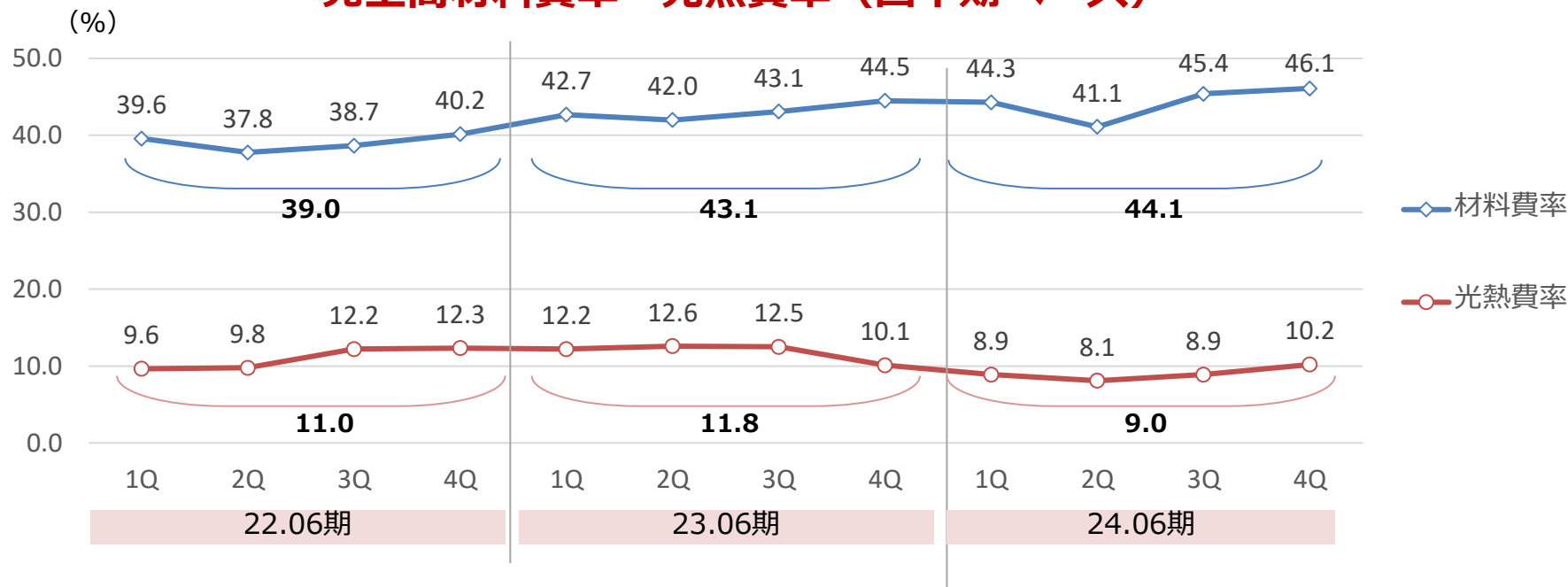


材料費	・ 前期比+1,409百万円（売上高比率は+1.0pt） 高価格の国産大豆使用の商品へシフト
光熱費	・ 前期比▲200百万円（売上高比率は▲2.8pt） 一時的要因により低下
労務費	・ 前期比+258百万円（売上高比率は▲0.3pt） 富士山麓工場の体制が整い人員増が一巡
販売管理費	・ 売上高販管費率▲1.1pt ・ 荷造運賃+119百万円（売上高比率は▲0.8pt）

材料費/燃料高の影響

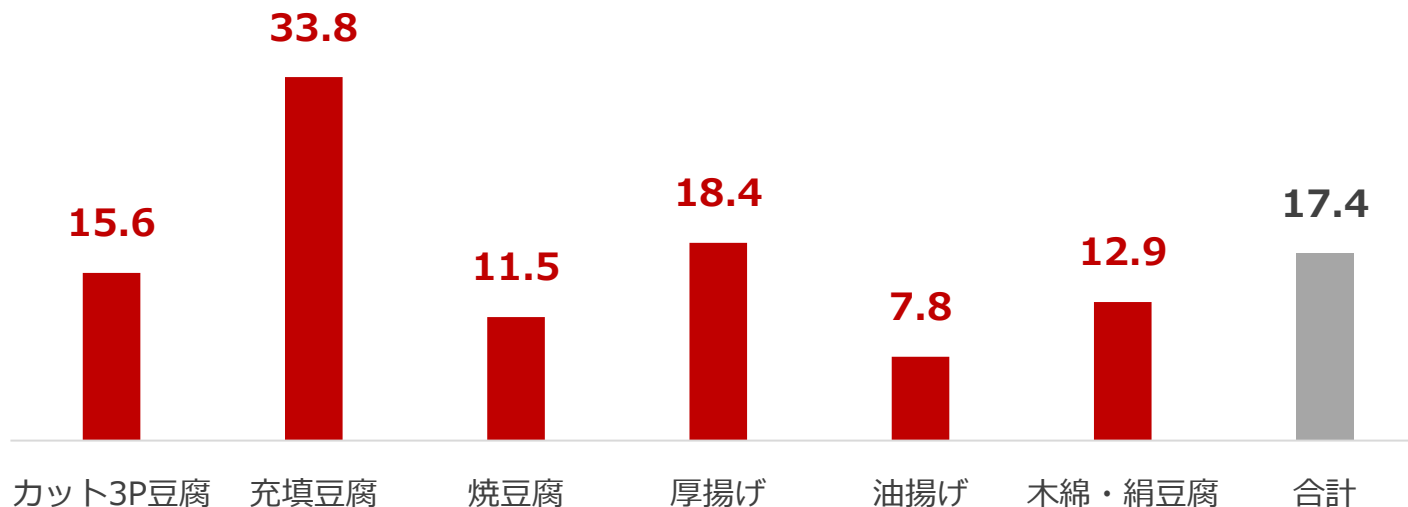
- 新商品開発において国産大豆を使用した商品への切り替えを推進。
材料費率は大幅アップしているが、売上及び利益の拡大につながっている
- 光熱費負担の一時的な軽減は23.06期3Qから24.06期3Qまで

売上高材料費率・光熱費率（四半期ベース）



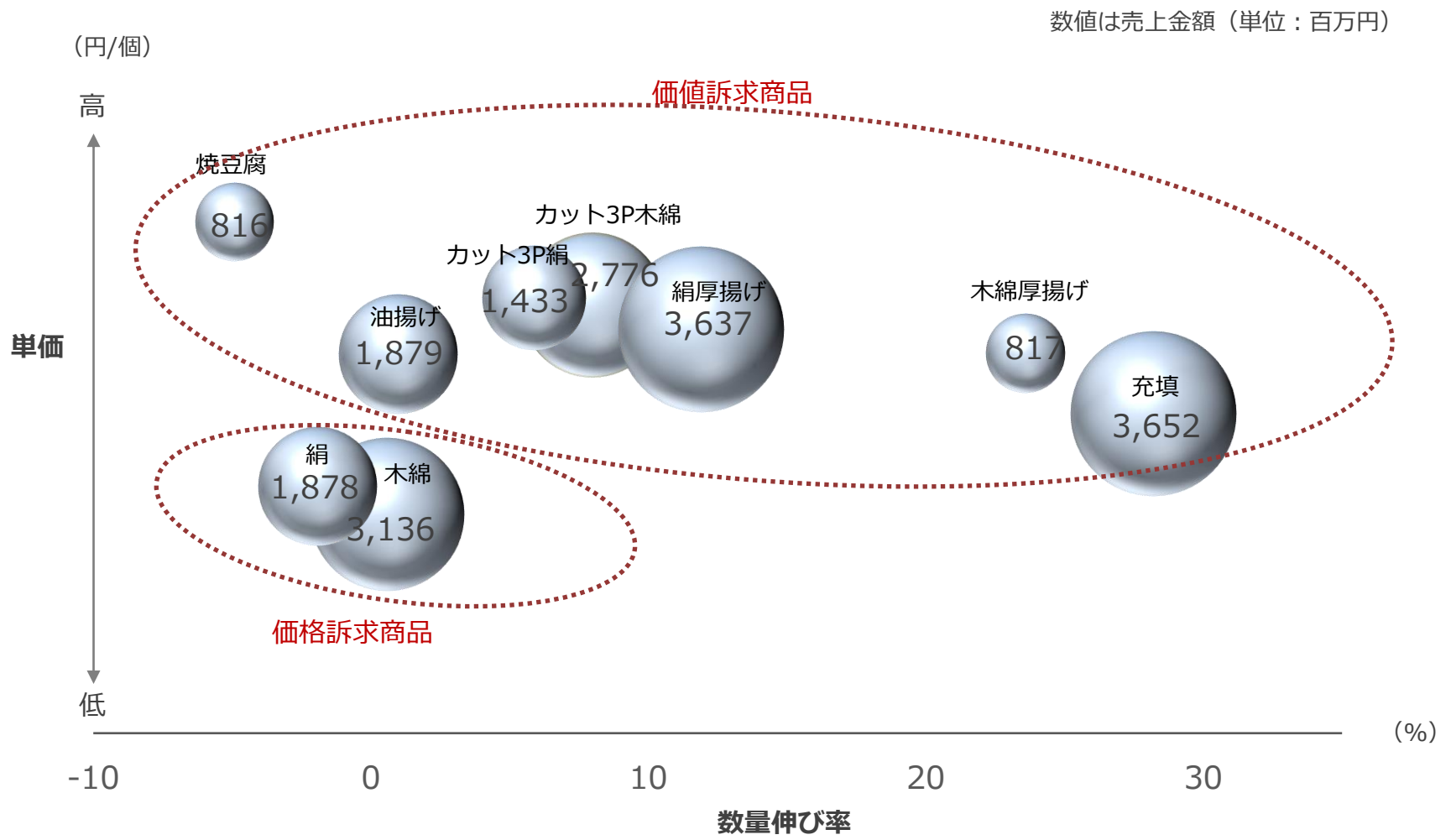
- 数量伸び率約+12%。本社工場、関西工場圏を中心に価格是正、高付加価値商品への切り替えが進展し平均販売単価も8%程度アップ
- 収益性の高いカット3P豆腐や競争力の高い厚揚げ等、お取引先に好評いただいている製品への集約を推進

商品別売上高 前年同期比伸び率 (%)



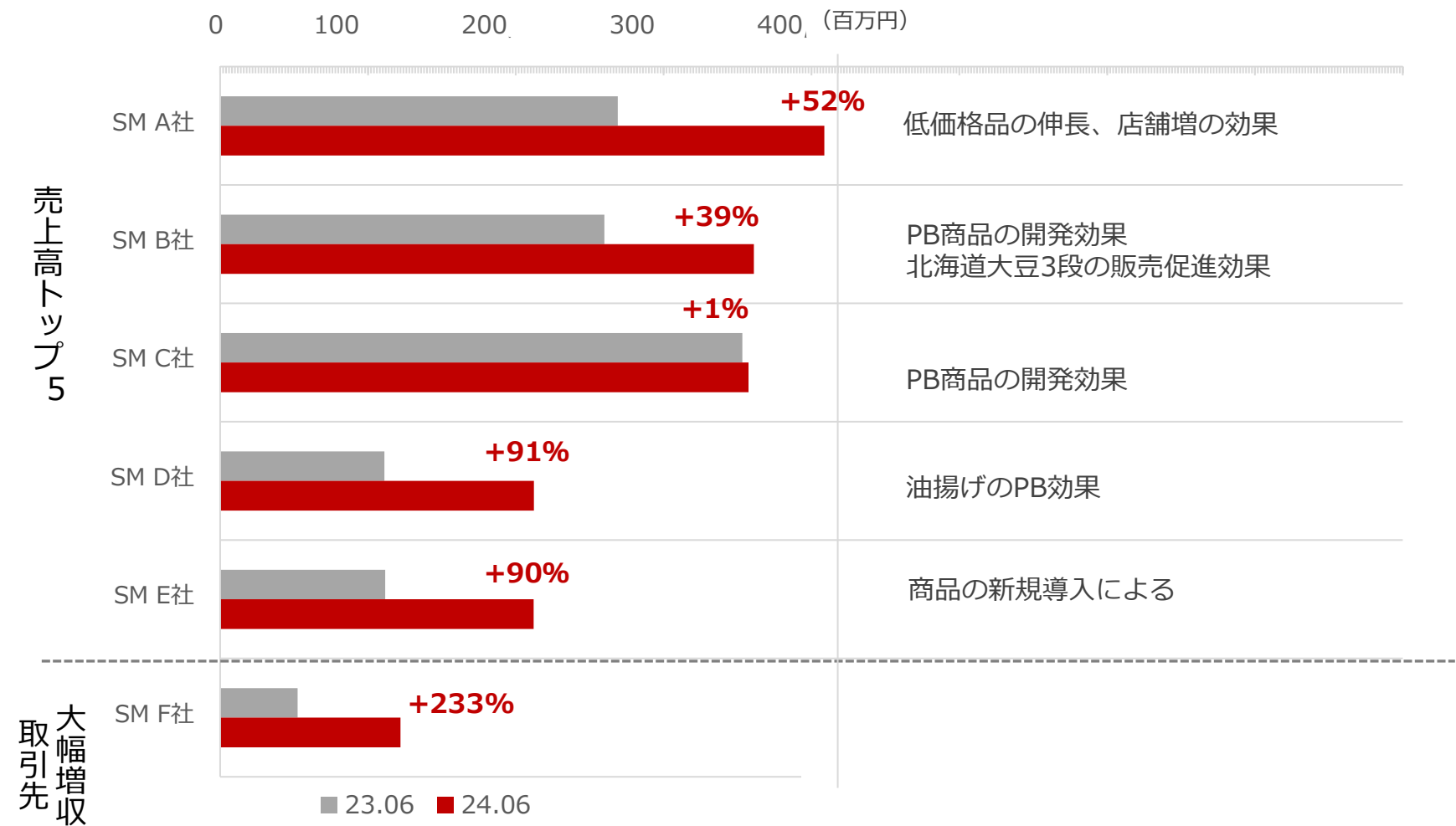
※販売手数料等控除前の売上高。おからパウダー、その他商品は除く

商品カテゴリー別 数量伸び率×販売単価

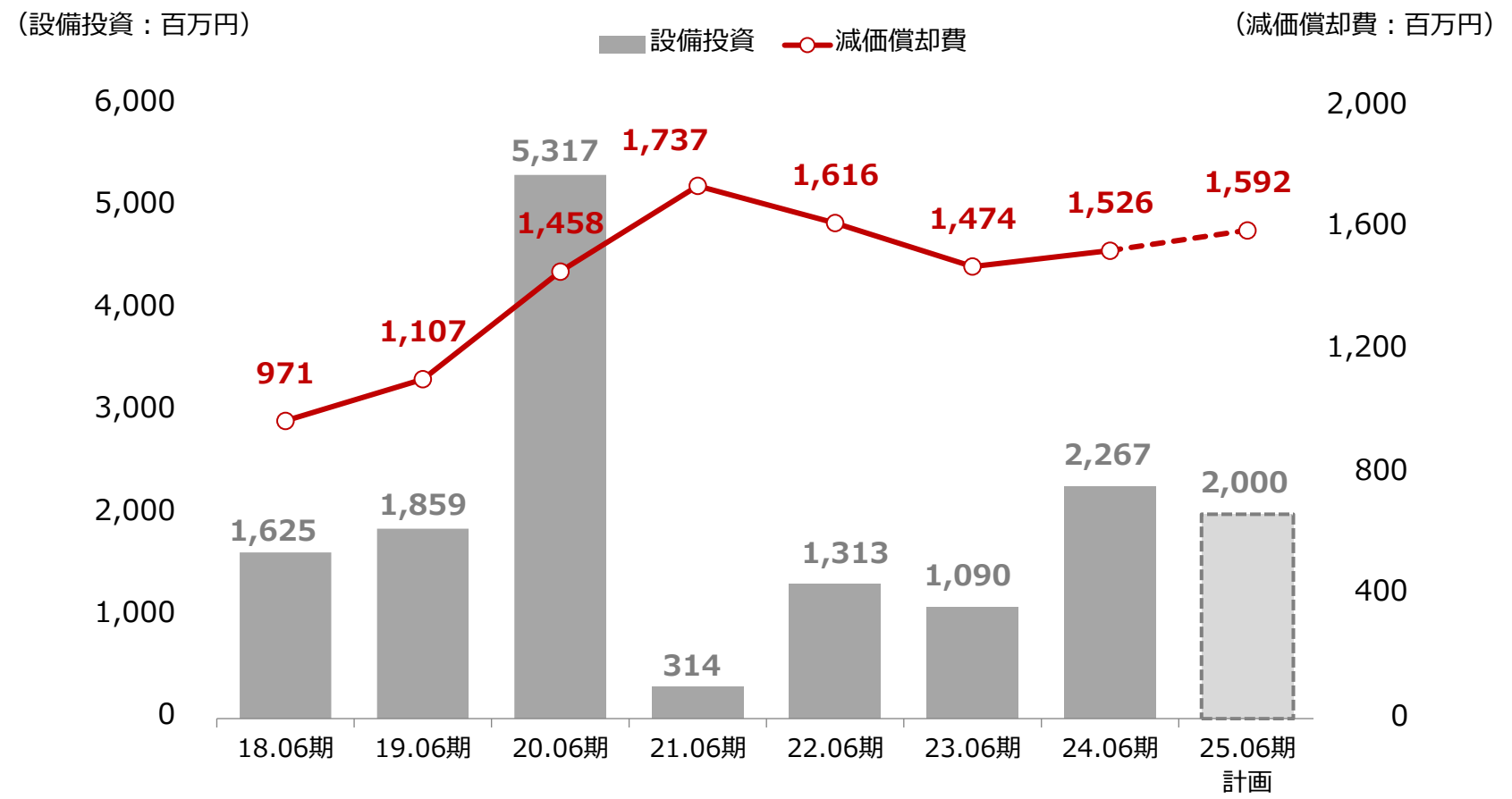


※販売手数料等控除前の売上高

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

バランスシート



(百万円)	23.06末	24.06末
資産の部		
現預金	404	840
売掛金	1,944	2,617
棚卸資産	445	320
流動資産合計	2,807	3,851
有形固定資産	10,938	11,599
(建物・構築物)	(3,619)	(3,581)
(機械・装置)	(4,720)	(4,981)
(土地)	(2,126)	(2,126)
(建設仮勘定)	(167)	(626)
無形固定資産	5	2
投資その他の資産	62	64
固定資産合計	11,006	11,666
資産合計	13,814	15,517

	23.06末	24.06末
負債の部		
買掛金	1,335	1,543
短期借入金	—	—
1年内返済予定長期借入金	502	442
流動負債合計	3,151	4,123
長期借入金	1,854	1,413
固定負債合計	2,373	1,885
負債合計	5,524	6,008
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	5,825	7,044
株主資本合計	8,289	9,508
純資産合計	8,289	9,508
負債純資産合計	13,814	15,517

ポイント

〔流動資産〕

- ・売上高増による売掛金の増加

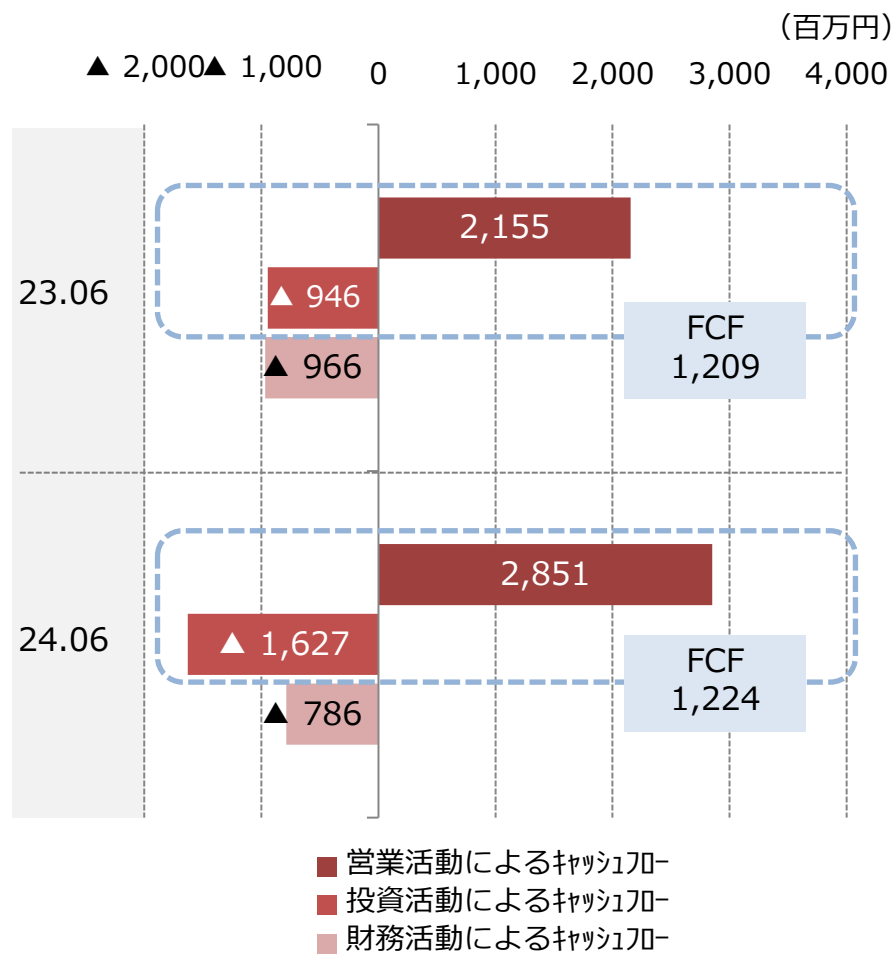
〔負債〕

- ・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▲501百万円

〔株主資本〕

- ・自己資本比率 61.3% (前期末比+1.3pt)

キャッシュフロー



主な内訳

(百万円)

	23.06	24.06
営業キャッシュフロー	2,155	2,851
税引前当期純利益	1,216	2,131
減価償却費	1,484	1,526
売上債権増減額 (▲は増加)	▲349	▲672
棚卸資産増減額 (▲は増加)	▲106	64
仕入債務増減額 (▲は減少)	351	208
未払又は未収消費税増減額	56	27
投資キャッシュフロー	▲946	▲1,627
有形固定資産取得による支出	▲1,090	▲1,681
補助金の受取額	145	54
財務キャッシュフロー	▲966	▲786
短期借入金純増減額 (▲は減少)	▲200	-
長期借入金返済による支出	▲550	▲501
配当金の支払額	▲188	▲257
現金及び現金同等物の増減額	243	436
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期末残高	404	840

2025年6月期業績予想



- 輸入大豆価格の高騰は下期以降ピークアウト予想するも売上総利益は0.6 p 悪化を想定
- 今秋稼働定の本社工場の厚揚げラインと油揚げライン増設による生産能力引き上げで販売拡大 稼働率向上により固定費を吸収し前期比10.5%増収、13.0%営業増益見込む

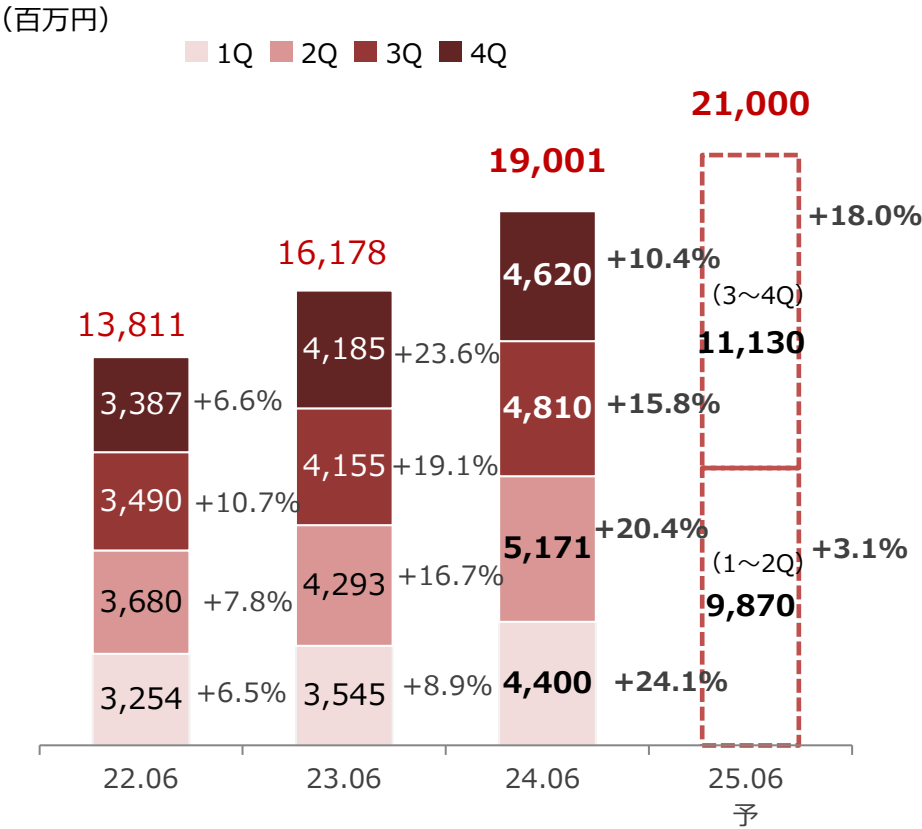
(百万円)	24.06 実績	25.06 計画	増減率
売上高	19,001	21,000	10.5%
売上総利益	4,452	4,785	7.5%
(売上総利益率)	23.4	22.8	▲0.6pt
営業利益	2,079	2,350	13.0%
(営業利益率)	10.9%	11.2%	+4.8pt
経常利益	2,076	2,348	13.1%
当期純利益	1,476	1,631	10.5%
1株当たり当期純利益	211.88	234.09	
1株当たり配当金	66.0	72.0	

上/下期業績見通し

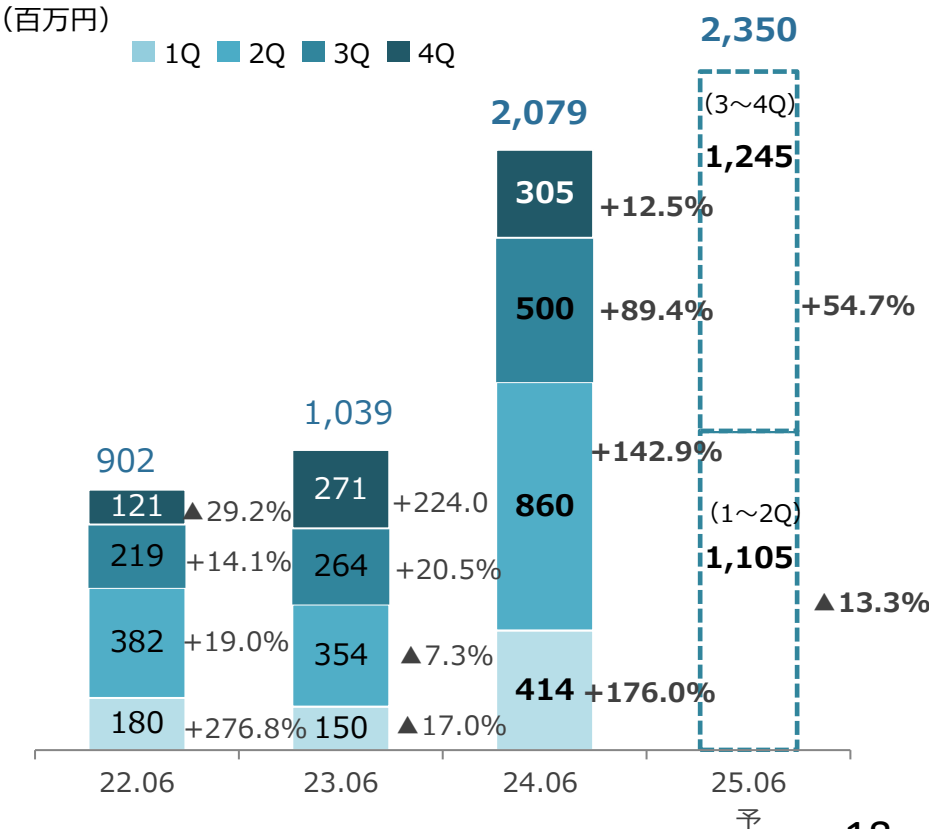


- 上期は3.1%増収・13.3%営業減益見通し。原材料高が続くため原価アップを想定
- 下期は18.0%増収、54.7%営業増益を見込む。今秋より本社工場の厚揚げラインの増設と油揚げラインの設備更新が本格稼働し生産量の問題で納入できなかった先へ積極的な売り込みを計画

売上高



営業利益



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+299百万円 下期+1,700百万円）

- 事業環境に大きな変化はないものの、引き続き収益性重視の商談を継続し、上期は極めて好調であった前期と同水準の売上を確保するものと慎重に想定
- 本社工場において厚揚げラインの増設（2ライン→3ライン）により生産能力1.5倍に油揚げラインの設備更新により自動化を推進 能力は3倍に引き上げ
- 今秋より本格稼働することから今まで生産量が課題で納入できなかった取引先へ営業強化

利益

営業利益：前期比+271百万円（上期▲169百万円 下期+440百万円）

- 売上総利益率：22.8%（▲0.6pt）原材料高が第2四半期まで続き、下期にピークアウト見込む
光熱費は一時的な負担軽減が一巡し高水準高止まりを予想
- 販売管理費：富士山麓工場を中心とした各工場の設備稼働率の向上により固定費増を押さえて売上比11.6%（▲0.9Pt）と効率経営進める
- 上記取組みにより営業利益は前年同期比で上期13.3%減益・下期は同54.7%増益を見込む

Ⅱ. 中期経営計画

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

中期経営計画の見直しとローリングについて



**事業環境、前期業績を考慮し従来の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35億円を目指す**

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

- 本社工場において厚揚げラインの増設（2ライン→3ライン）生産能力1.5倍に増強
油揚げラインは設備更新し従来手作業の工程を自動化、生産能力を3倍に引き上げる
- 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

中期経営計画目標数値



(百万円)

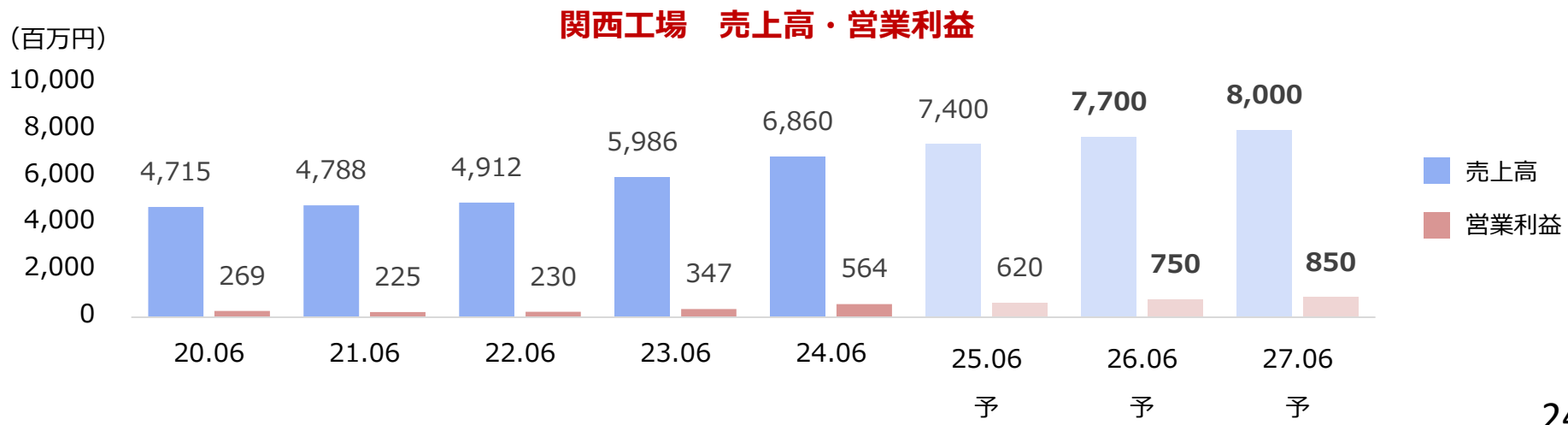
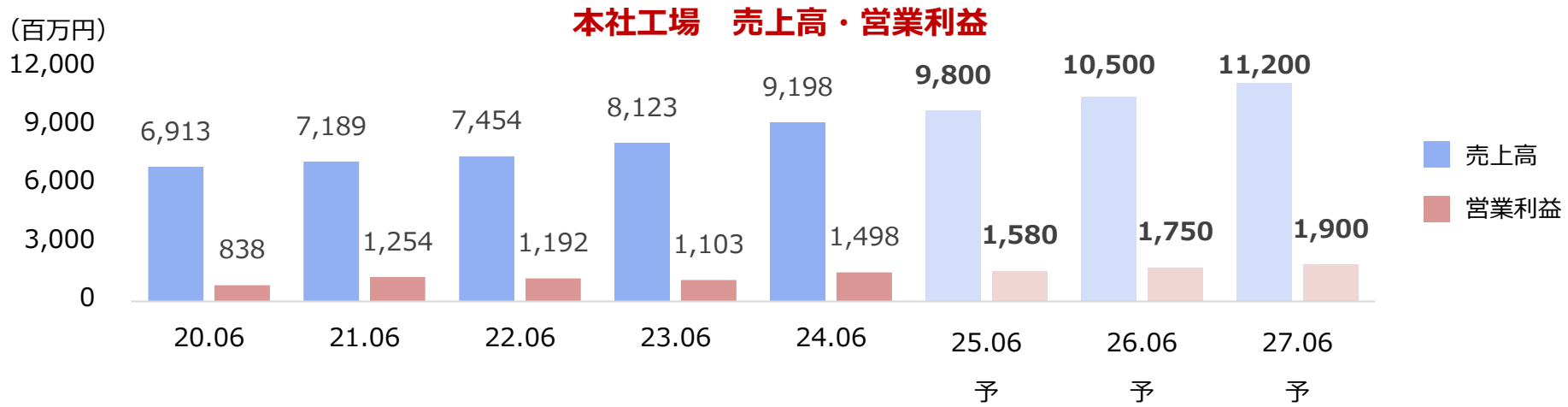
	24.06 (上段：実績) (下段：計画※)	25.06 (計画)	26.06 (計画)	27.06 (計画)	CAGR (平均成長率)
売上高	19,001	21,000	23,000	25,000	9.6%
前中計	17,800	19,500	21,500	—	
営業利益	2,079	2,350	2,990	3,500	19.5%
前中計	1,200	1,450	1,850	—	
経常利益	2,076	2,348	2,987	3,497	19.0%
前中計	1,202	1,453	1,855	—	
当期純利益	1,476	1,631	2,075	2,430	18.1%
前中計	815	940	1,200	—	

※24.06期～26.06期の前中計計画は23.08.09時点の期初公表の期初計画値（中期経営計画の数値）であり、P.6に掲載の修正計画値と異なります

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

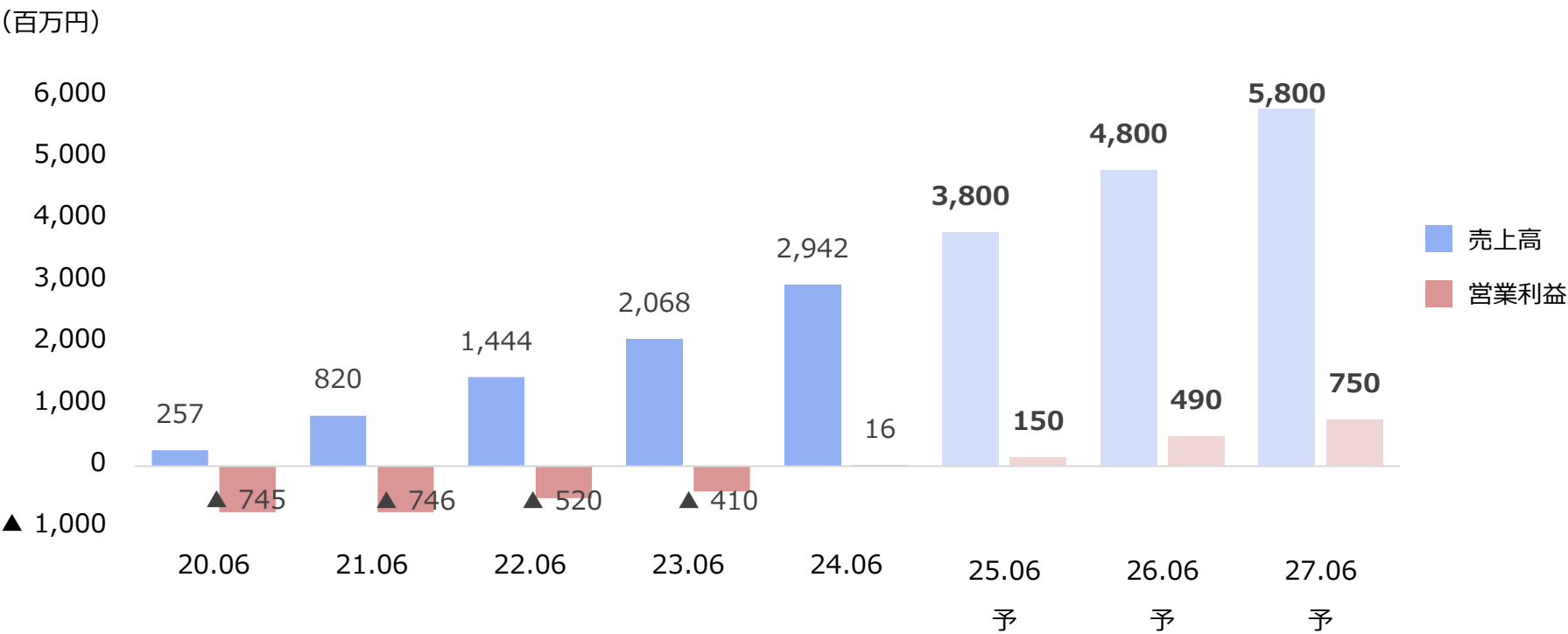


工場別目標数値－富士山麓工場



- 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目指す

富士山麓工場 売上高・営業損益



**国産大豆 濃厚仕立て
まるっとうふ**

**いろいろ使える
おいしいすし揚げ**

**昔ながらのふっくら
おいしい油あげ**



国産大豆を使用した充填豆腐。
従来品よりも10g多い100gの規格です。

北海道産大豆を使用した従来品よりも分厚いすし揚げ/油揚げです。

おでんや鍋でおいしい三角木綿厚あげ

おでんや鍋でおいしい短冊木綿厚あげ



油抜きをせず、おでんや鍋に使える木綿厚揚げです。

トピックス～地域とのコミュニケーション～



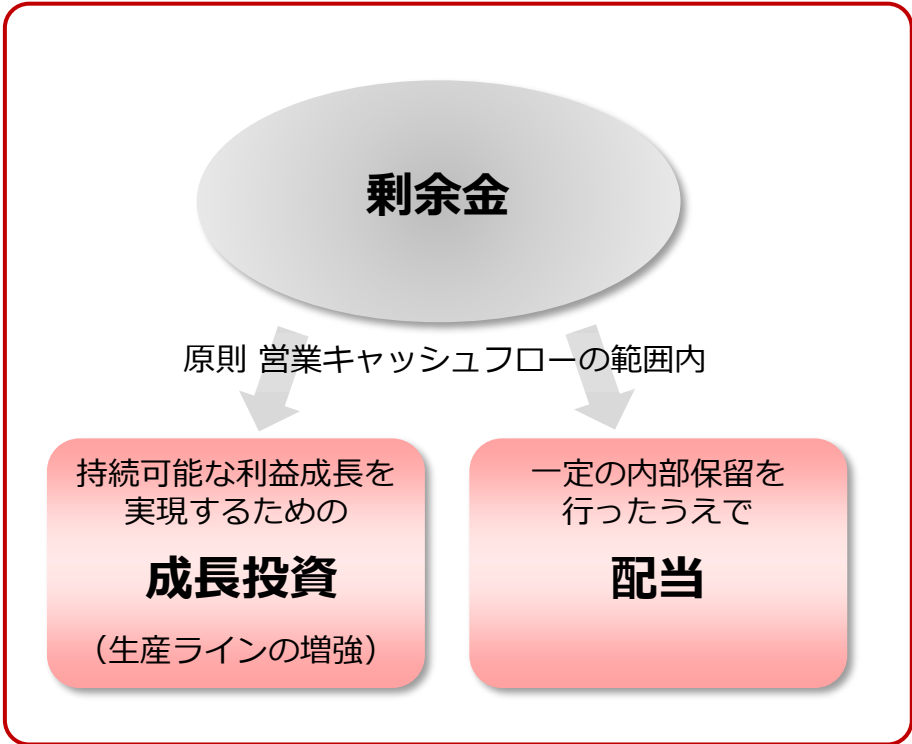
第49回三原やっさ祭りに参加



8月9日（金）三原やっさ祭りに
総勢60名で参加いたしました。
外国人従業員も20名参加いたしました。
従業員同士や地域の方とのコミュニケーション機会を
持つことができ、大変有意義でした。

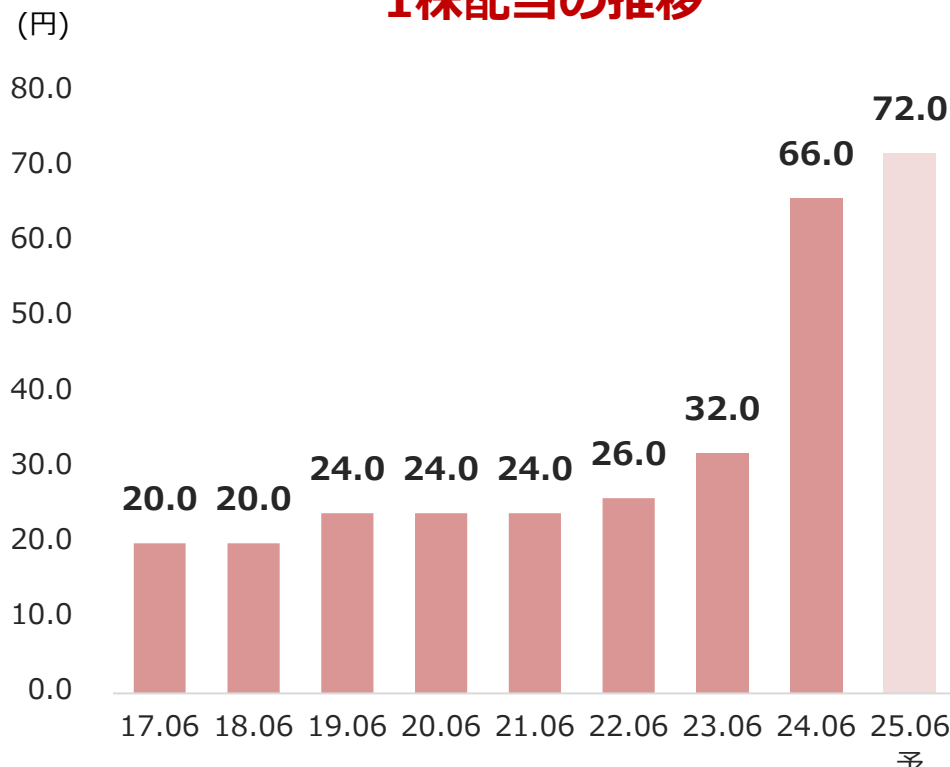


株主還元



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)

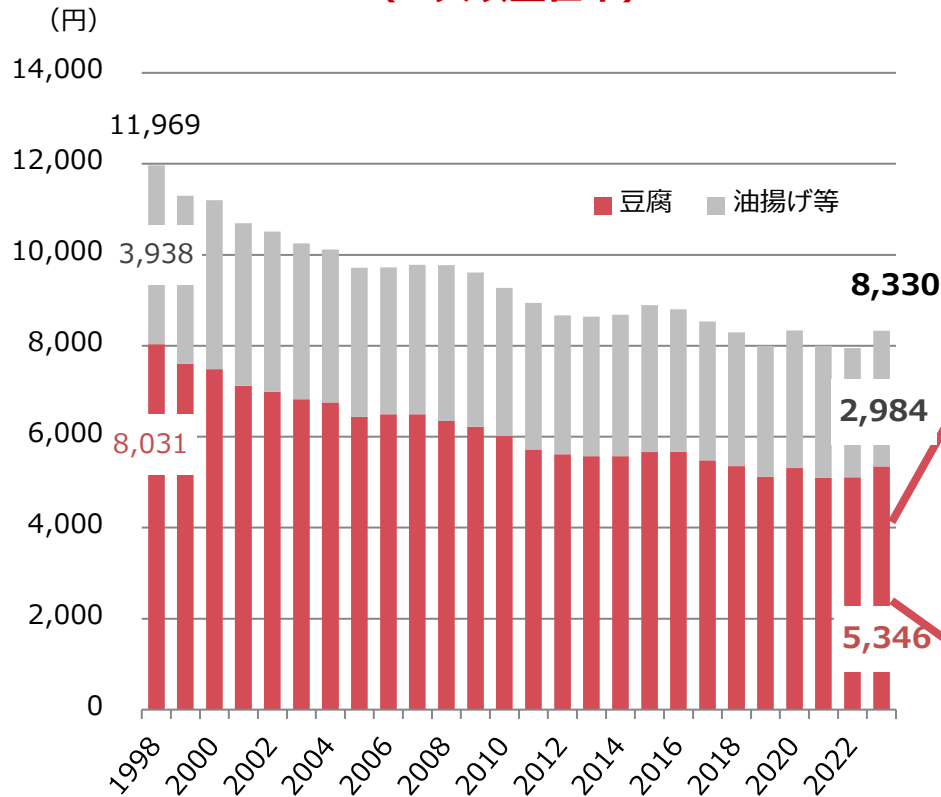
<参考> 24.06期 1株配当 66円 (中間配当19円)
(普通配当64円+記念配当2円)

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. 參考資料

豆腐市場動向①－消費動向

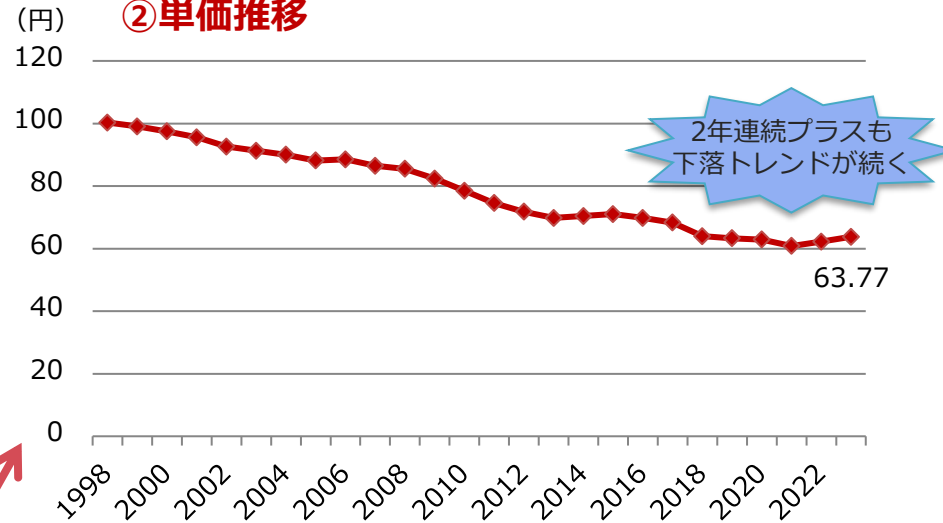
① 1世帯当たりの年間購入金額の推移 (二人以上世帯)



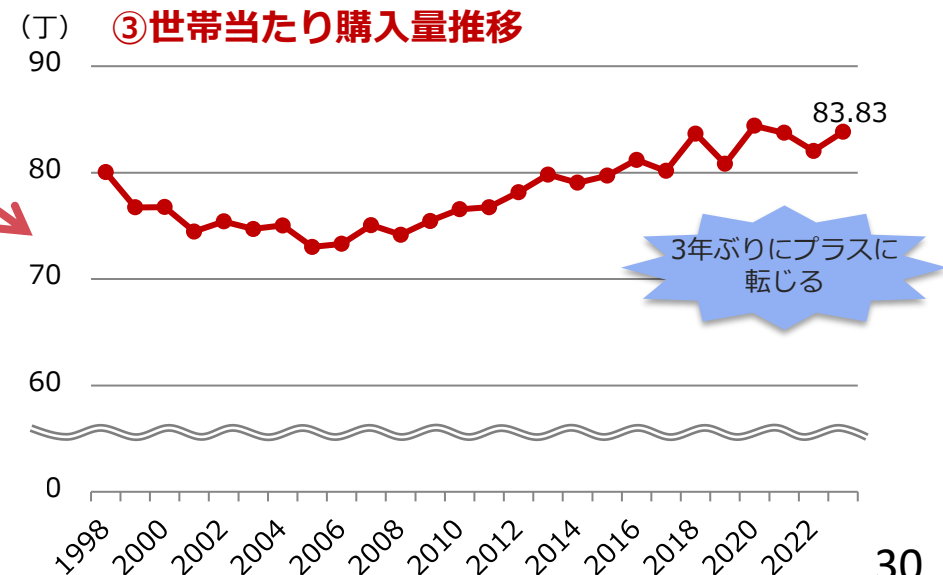
市場規模は、
 コンシューマ概算 8,000円×5,550万世帯≒4,450億円
 外食・中食等の業務用と合わせ、**6,000億円程度**と推計

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

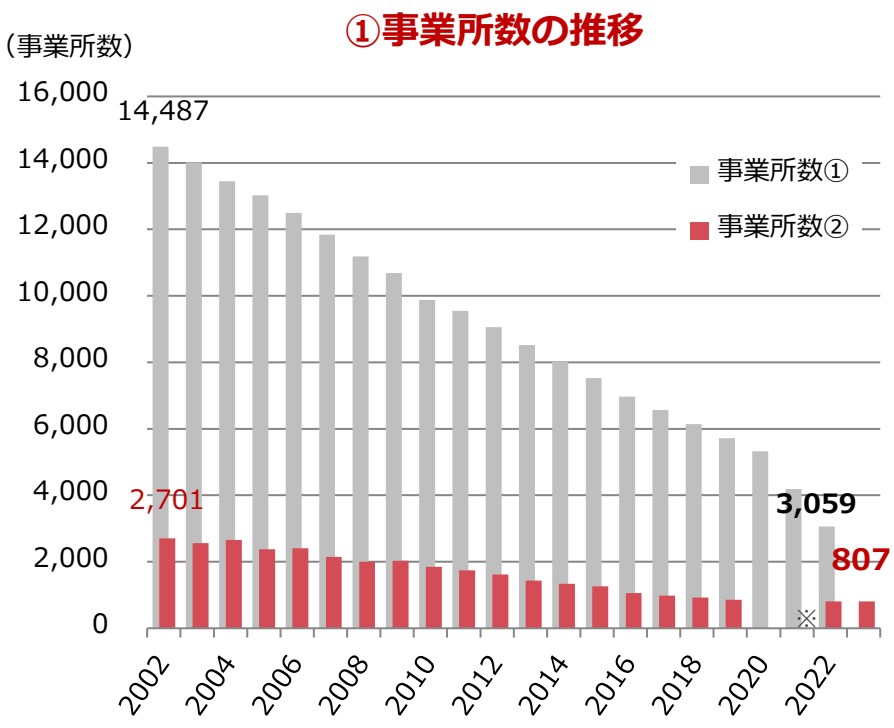
② 単価推移



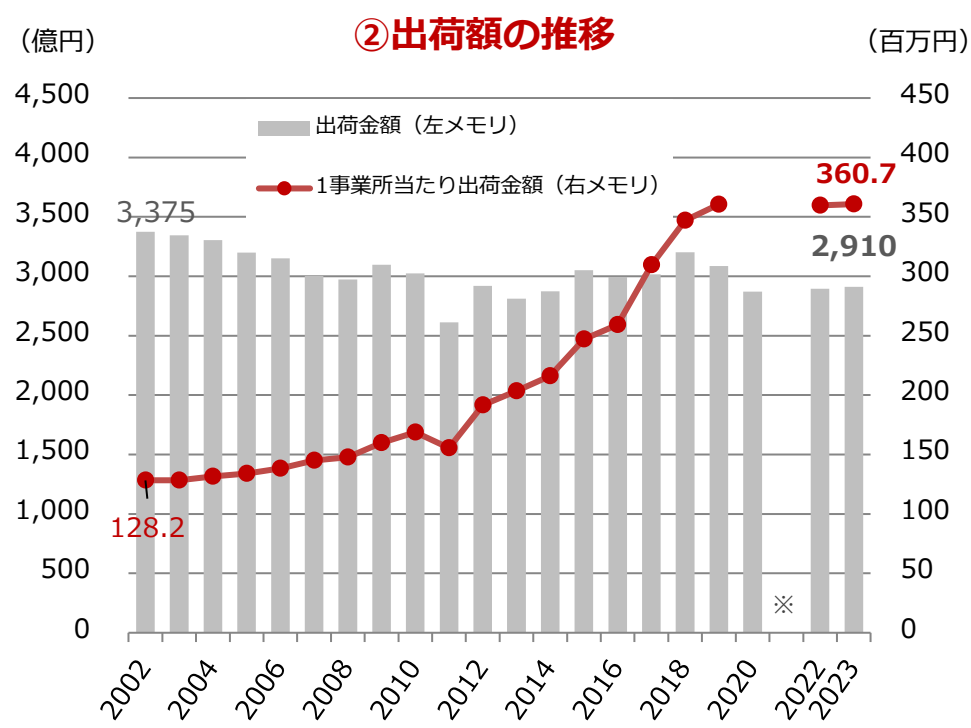
③ 世帯当たり購入量推移



豆腐市場動向②－事業者動向



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

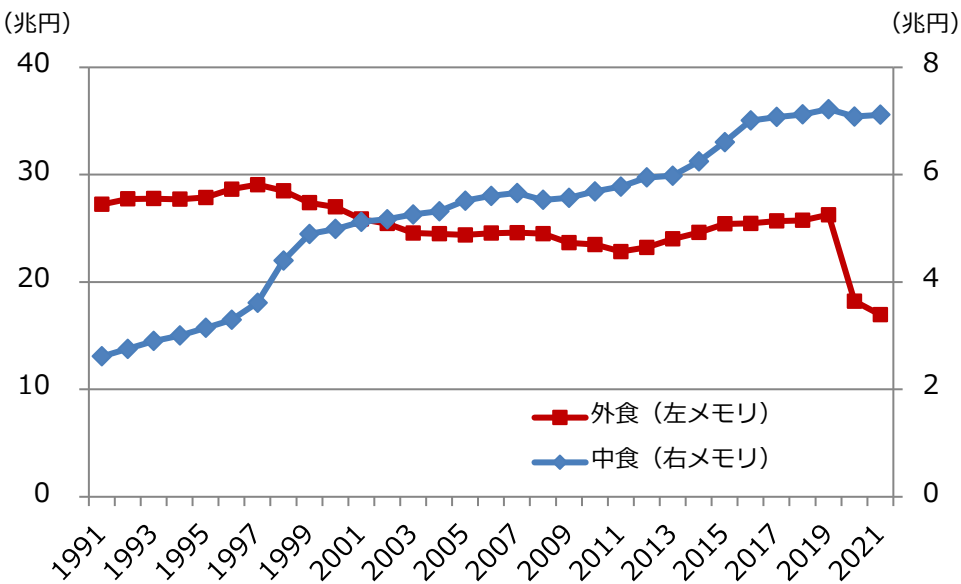
※「工業統計」は2019年調査をもって終了。「経済構造実態調査」の一部として2022年調査を2023年に公表。そのため2020～2021年の事業所数はNA.



拡大する中食市場

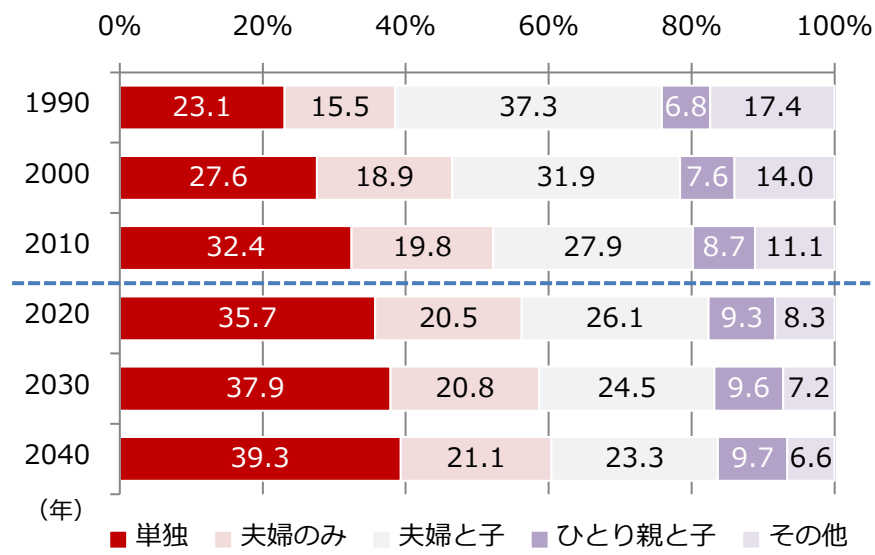


中食（惣菜・おかず）市場は拡大基調続く



出所) 日本フードサービス協会「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。