

株式会社やまみ (2820)

2022年6月期 決算説明資料

2022年8月23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

材料・燃料価格の高騰について ⇒ P.10~11、P.24

- 材料費や光熱費の高騰に対し、当社は競争力の高い新商品の販売強化、著しい不採算取引における価格是正により、利益確保に取り組んでいます
- こうした取り組みが一定の成果を上げる一方、円安やロシアによるウクライナ侵攻を受けて、食糧やエネルギー価格がさらに高騰したことから、短期的には経営努力では補いきれず、4Qにおいては利益面で大きな影響を受けました
- コストアップは落ち着く気配はあるものの、23.06期の計画については、**光熱費は前期下期水準で高止まり、材料費については一段高**を前提に策定しています

中期経営計画の見直しについて ⇒ P.20~21

- 当社は中期経営計画を毎期本決算発表とともにローリング計画を公表しています
- 今回の見直しについて、コストアップの影響が中期的に及ぶことを前提とし、
 - ① 関東での市場開拓は順調に進捗
 - ② 富士山麓工場の稼働率の向上、収益性の改善
 - ③ 原材料価格や光熱費の上昇については高止まりの状態が続く
 - ④ 単純な値上げは困難で、引き続き商品のブラッシュアップによる対応が中心というシナリオをもとに見直しを行っています

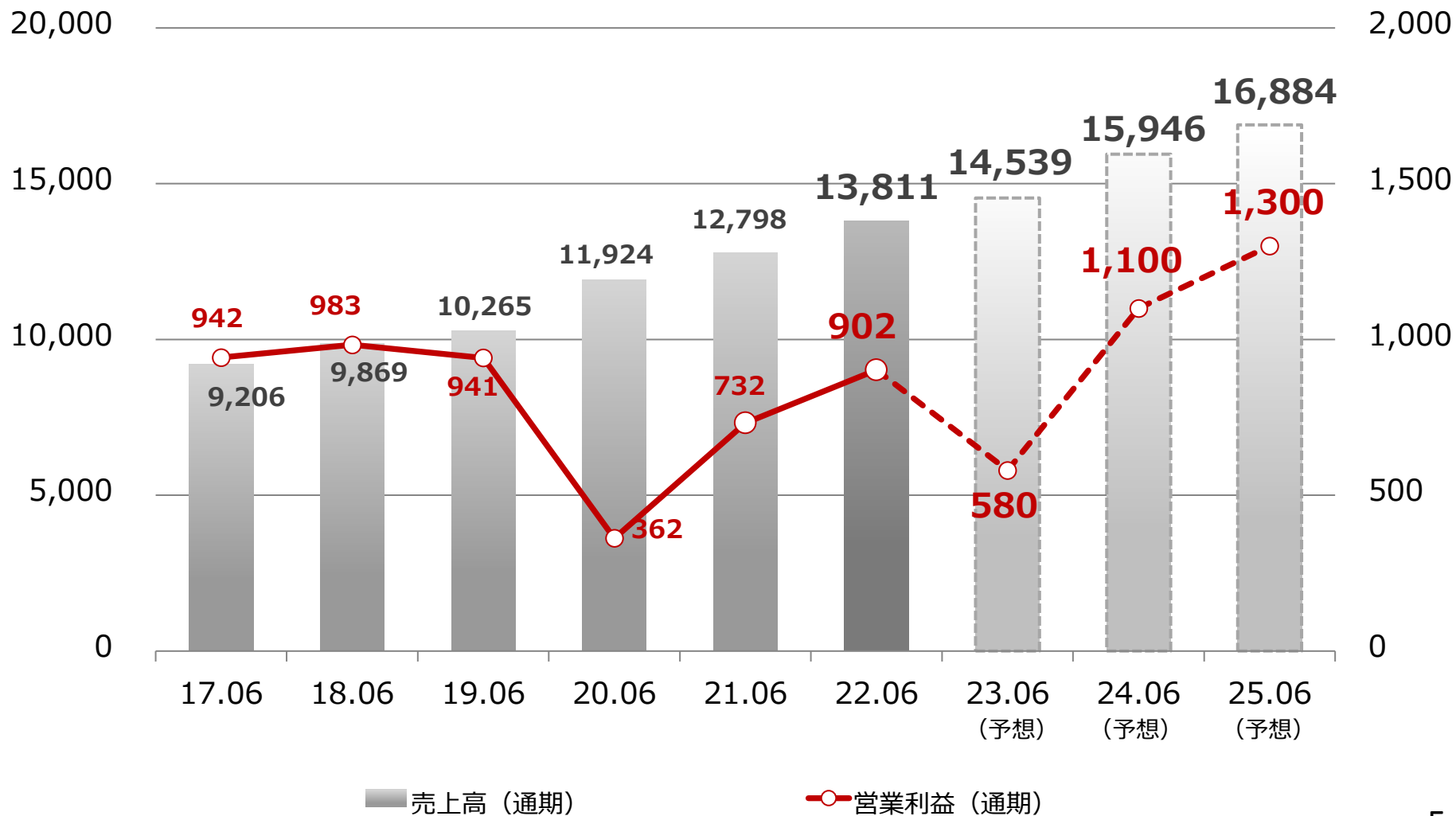
I. 決算概要

業績推移



(売上高 : 百万円)

(営業利益 : 百万円)



2022年6月期業績

- 売上高は、①富士山麓工場の稼働、②流通の大手チェーンへの集約が進んだことによる大量生産が可能な当社のシェアの拡大が下期も続き、前期実績および期初計画を上回る
- 利益面では、材料費や光熱費が想定以上に上昇。特にロシアのウクライナ侵攻が市況に与える影響が大きく、期初計画には未達
- 売上総利益率は前期比+0.3pt、計画比▲1.2pt。材料費および光熱費の上昇による売上総利益率への影響は前期比▲3.0pt

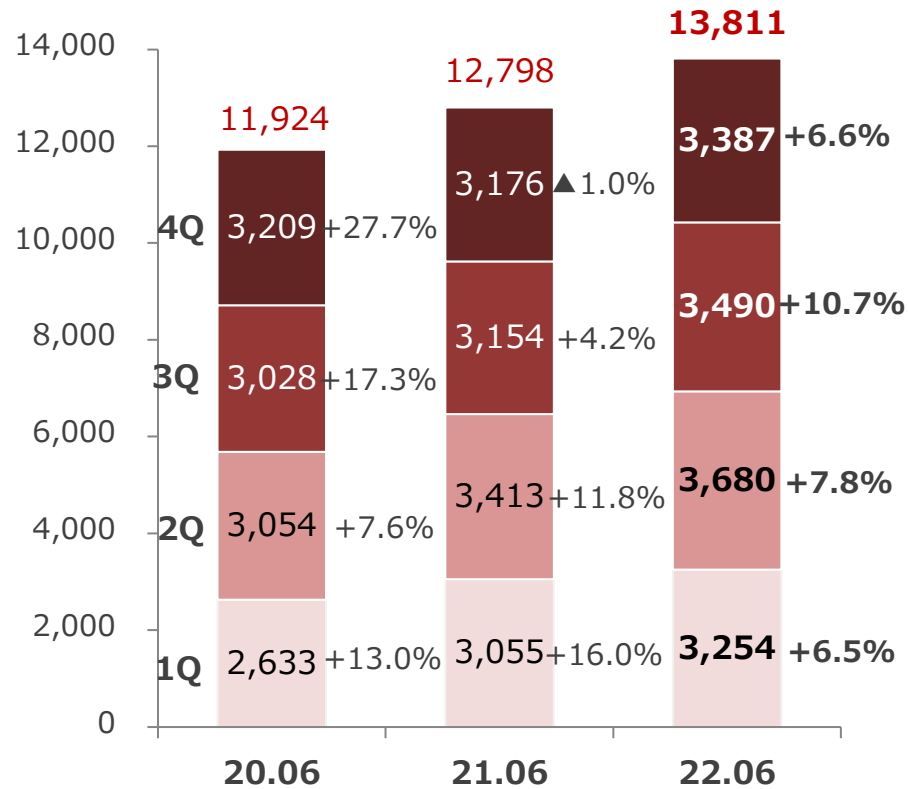
(百万円)

	21.06	22.06	前期比 増減率	(参考) 期初計画
売上高	12,798	13,811	7.9%	13,160
売上総利益	2,617	2,853	9.1%	2,880
(売上高総利益率)	20.4%	20.7%	+0.3pt	21.9%
営業利益	732	902	23.2%	1,000
(営業利益率)	5.7%	6.5%	+0.8pt	7.6%
経常利益	746	903	21.0%	1,040
当期純利益	511	606	18.7%	670

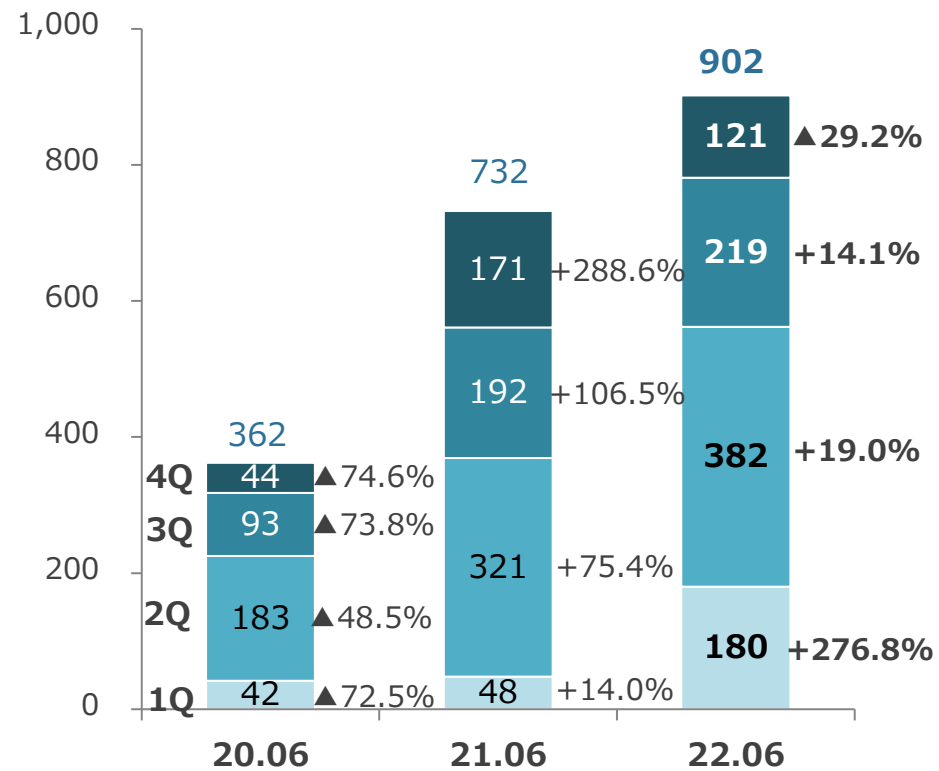
四半期業績比較

- 売上高は、年間通じて順調に推移
- 利益面では、低採算取引の価格是正や商品の高付加価値化によるコストアップ吸収を図るものの、特に4Qにおける一段の上昇には対応が難しく前年同期比減益

売上高 (百万円)



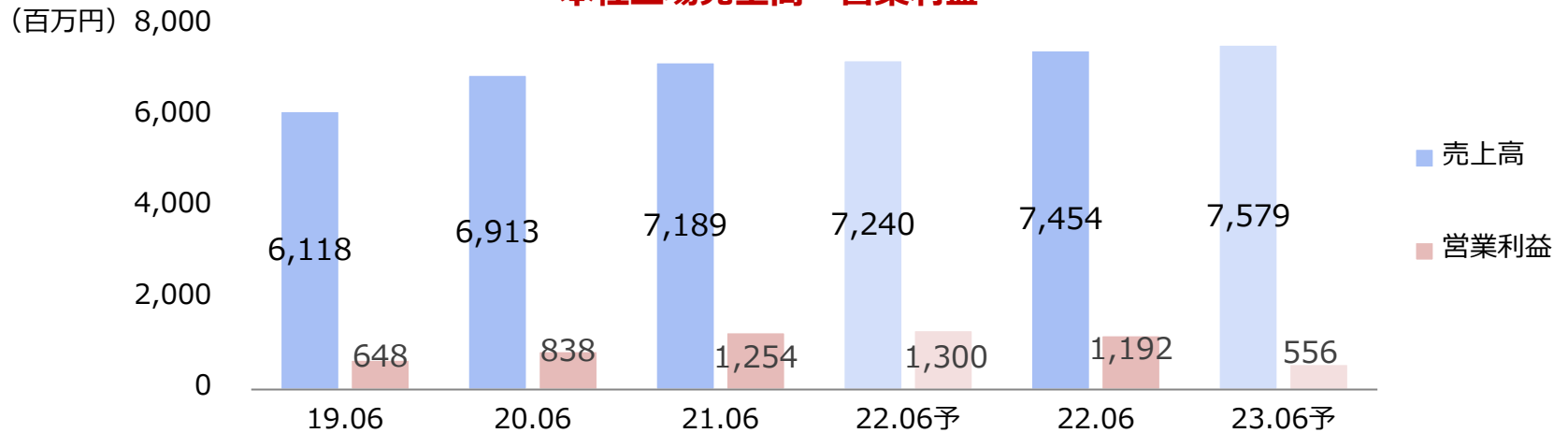
営業利益 (百万円)



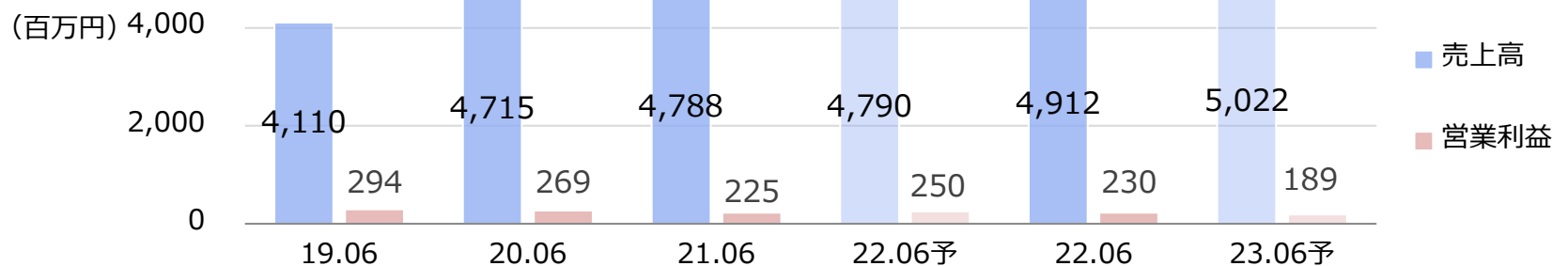
拠点別収益 – 本社工場・関西工場

- 本社工場・関西工場売上高は、巣ごもり消費の反動の影響の一方、売価是正等による販売単価の改善等で、前期比・計画比ともに増収
- 利益面では、コストアップの影響があり計画を下回る

本社工場売上高・営業利益

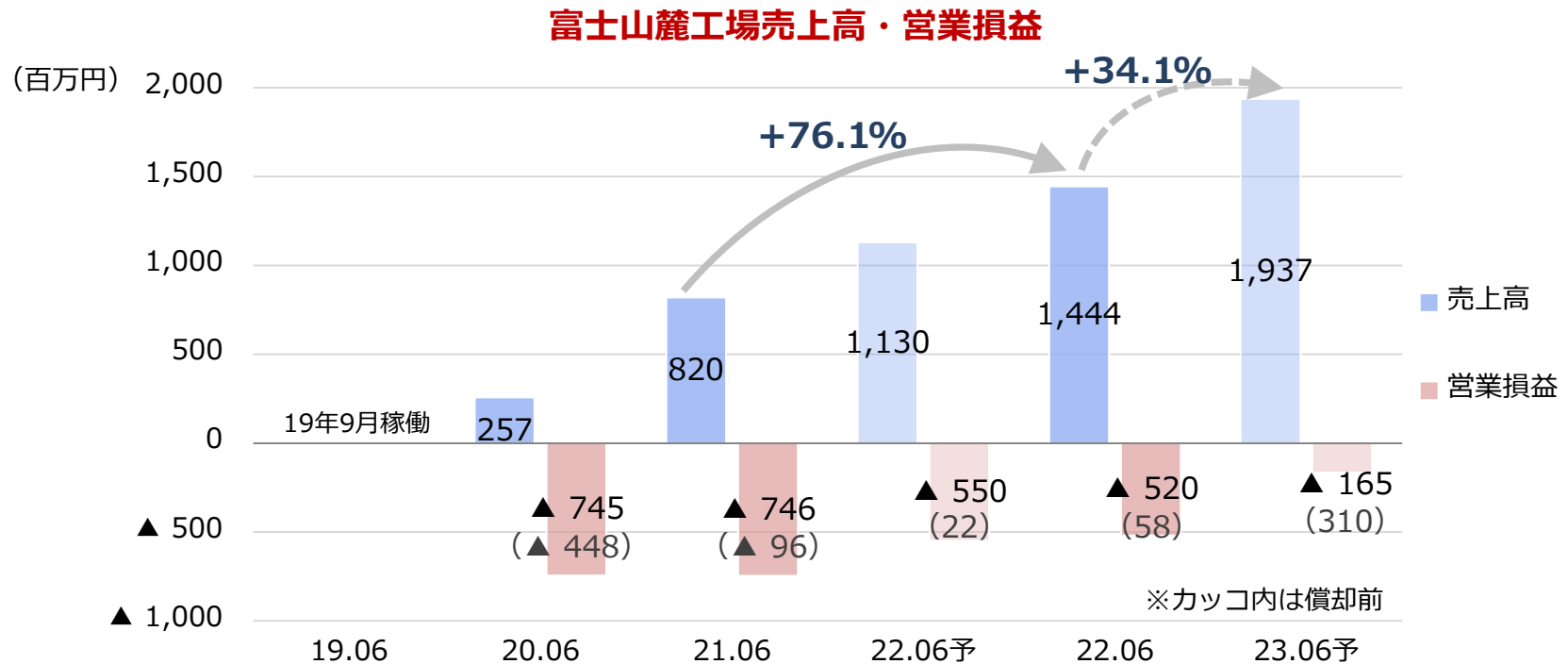


関西工場売上高・営業利益



拠点別収益－富士山麓工場

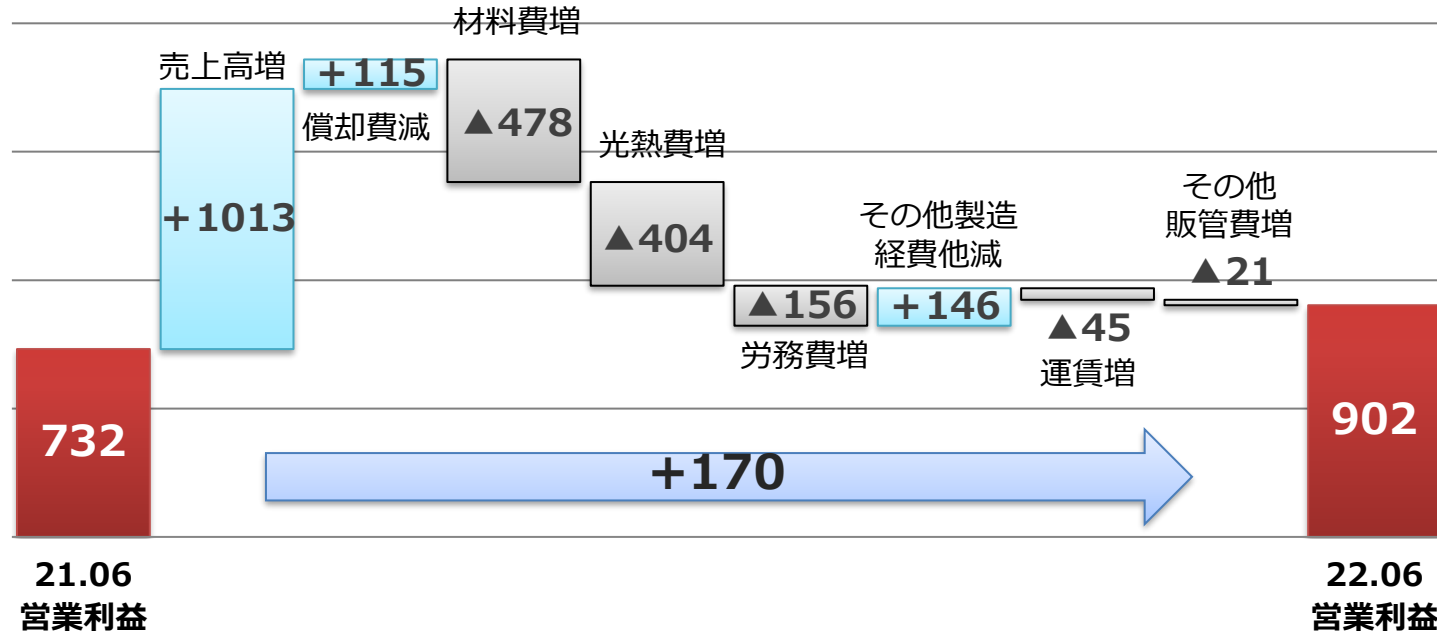
- 富士山麓工場は、関東圏市場での取引先開拓、取引深耕が順調に進展。期初計画を大幅に上回る実績
- 減価償却費の減少、稼働率の向上により赤字縮小。コストアップにより、期初計画に対しては、売上高の上振れに比して利益は微増にとどまった



利益増減要因

営業利益増減要因

(単位：百万円)

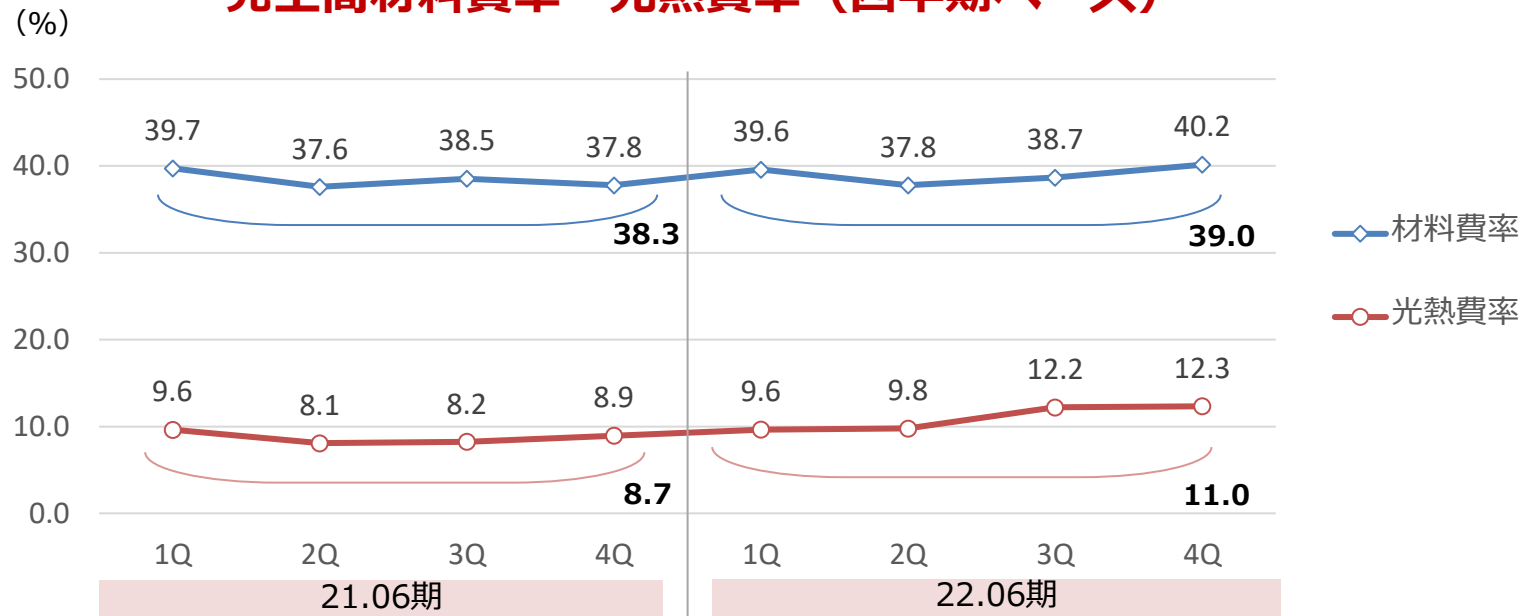


材料費	<ul style="list-style-type: none"> ・ 前期比+478百万円 (売上高比率は+0.7pt) 上期 ±0.0pt / 下期 <u>+1.3pt</u>
光熱費	<ul style="list-style-type: none"> ・ 前期比+404百万円 (売上高比率は+2.3pt) 上期 +0.9pt / 下期 <u>+3.9pt</u>
労務費	<ul style="list-style-type: none"> ・ 前期比156百万円。人員増による増加で売上高比率は+0.3pt
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新ライン導入が一巡し減価償却費▲115百万円 ・ 他、業務委託費▲58百万円、修繕費▲49百万円、廃棄物処理費▲25百万円等
販売管理費	<ul style="list-style-type: none"> ・ 売上高販管費率▲0.5pt ・ 荷造運賃+45百万円 (▲0.5pt)

原材料/燃料高の影響

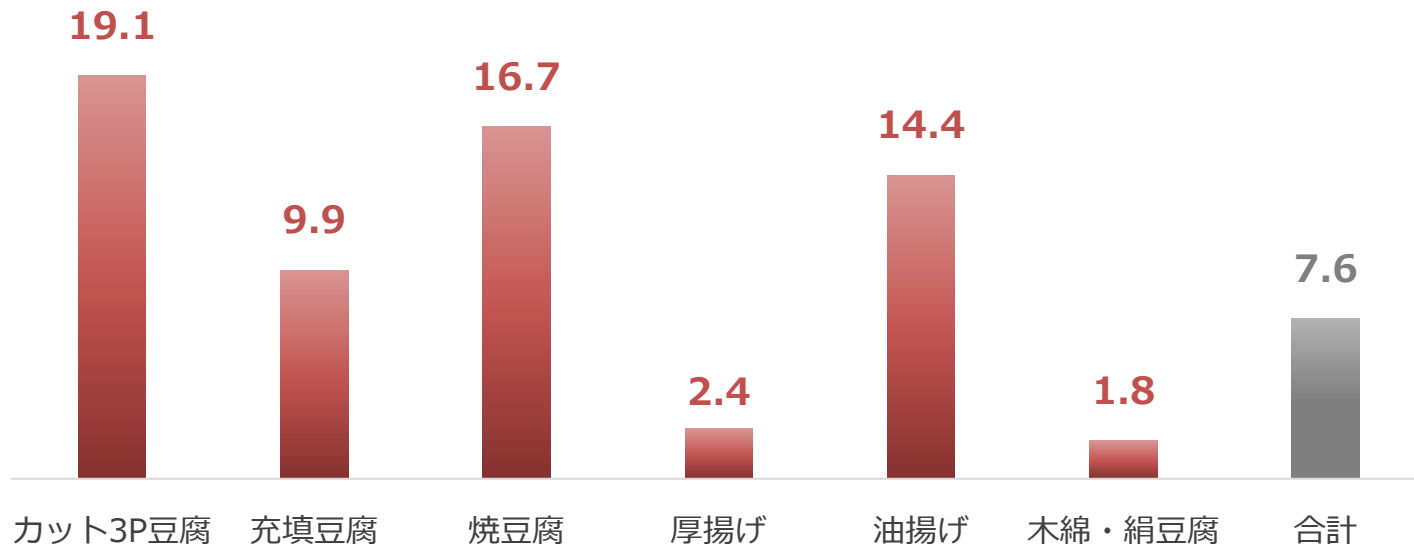
- 材料費は、3Qまでは高付加価値品への商品の入れ替え等により大豆価格、油費の上昇を吸収し安定していたが、4Qでは売上比40%超に上昇
- ロシアのウクライナ侵攻を機にエネルギー価格急騰。3Q以降大きな負担に
- 足もとの市況は落ち着いてきているが、当社仕入れ価格とのタイムラグを考慮すると、今期2Q頃まで収益を圧迫する見込み

売上高材料費率・光熱費率（四半期ベース）



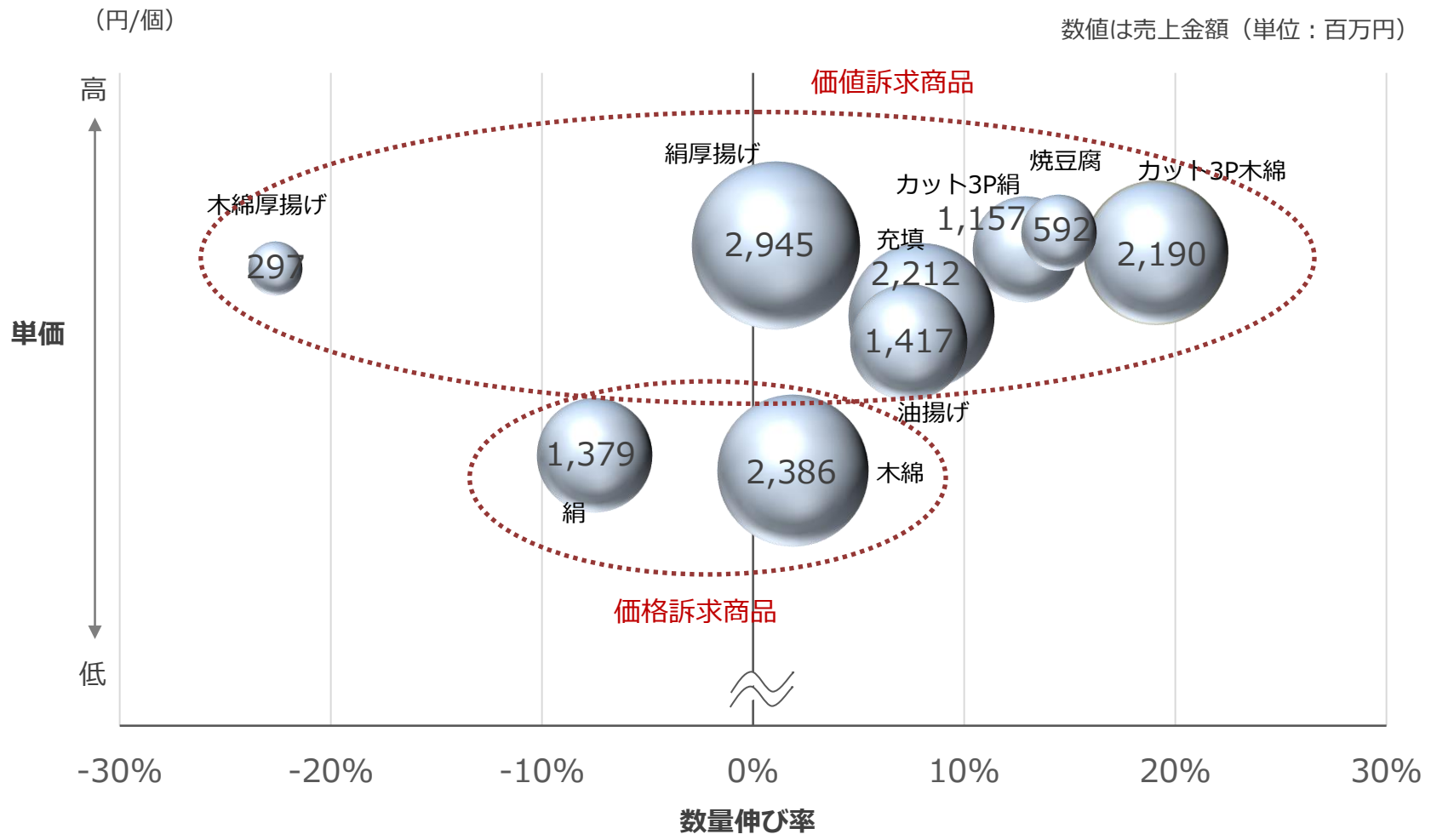
- 数量伸び率約+2%。高付加価値商品強化の取り組みにともない低価格の木綿・絹豆腐が▲2%となり全体の伸びを抑えたが、その他商品群では+8%
- なかでも、当社以外に大量生産できない商品販売に注力。カット3P、焼豆腐等の売上が拡大した

商品別売上高 前年同期比伸び率 (%)



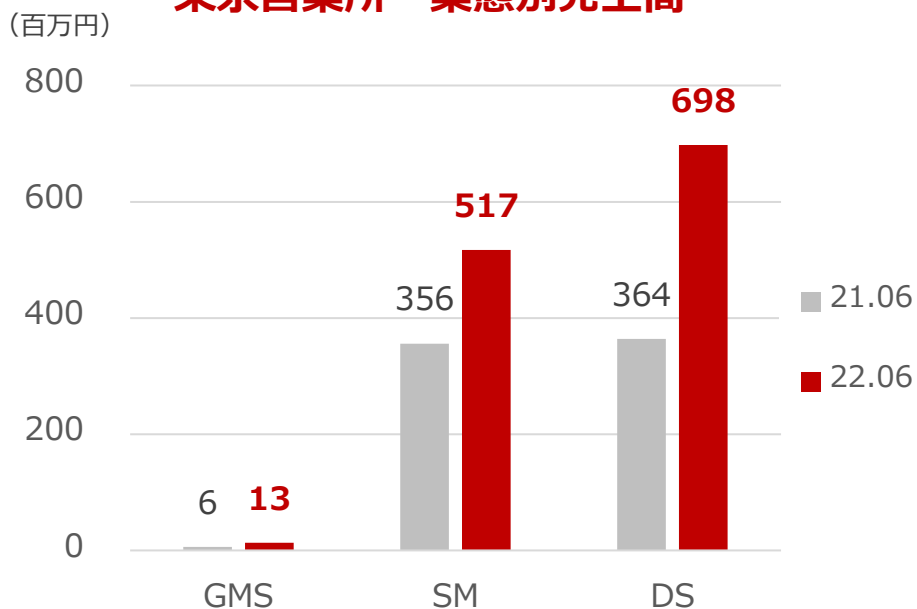
※販売手数料等控除前の売上高

商品カテゴリー別 数量伸び率×販売単価



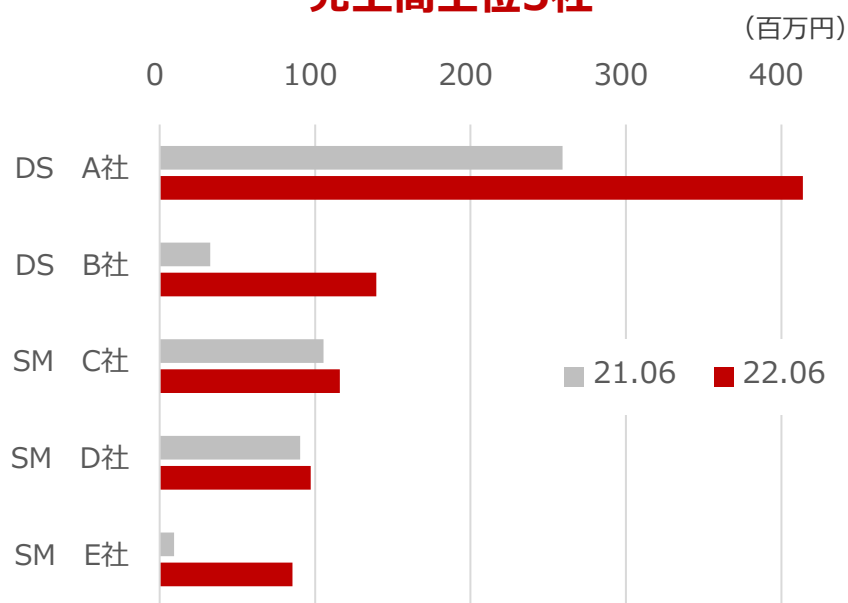
※販売手数料等控除前の売上高

東京営業所 業態別売上高



※前回（22年2月）から業態区分を変更しています
 ※小規模店等少額の取引についてはカウントされていません

売上高上位5社



主要取引先売上高に占める上位5社の比率 **69%**
 (前期73%)

- 前期上記ランキング圏外のF社（SM）と、今年6月より取引を開始。「北海道とよまさりシリーズ」（次頁にて紹介）の全店への納入で、1カ月で約1千万円の売上を実現

① 関東市場は既存顧客の売上が拡大

A社 (DS) …前期比+60%

- PB (国産充填豆腐3P、木綿3P) の開発・納入効果。今後も安定的に増加期待

B社 (DS) …前期比4.3倍

- 「鉄板焼風おいしい焼豆腐」、「北海道産大豆木綿・絹3P」の新規納入により、21年10月以降月次売上が3倍に
- 陳列棚最下段の最も売れるスペースにて販売

E社 (SM) …前期比9.8倍

- 21年4月より「旨み贅沢もめん豆腐」、「北海道産大豆もっちり絹厚揚げ」、22年4月より「豆工房充填とうふ3P」を納入。新規導入ごとに月次売上が大幅アップ

② 北海道とよまさりシリーズ

- 北海道を代表する大豆で、風味がよく甘みがあり、やわらかい食感に仕上がリ
- 新規顧客の獲得、取引の拡大につながる等、滑り出しは順調。前期売上高は35百万円
- 7/1よりシリーズ化し、「北海道とよまさりシリーズ」として本格的に販促をスタート

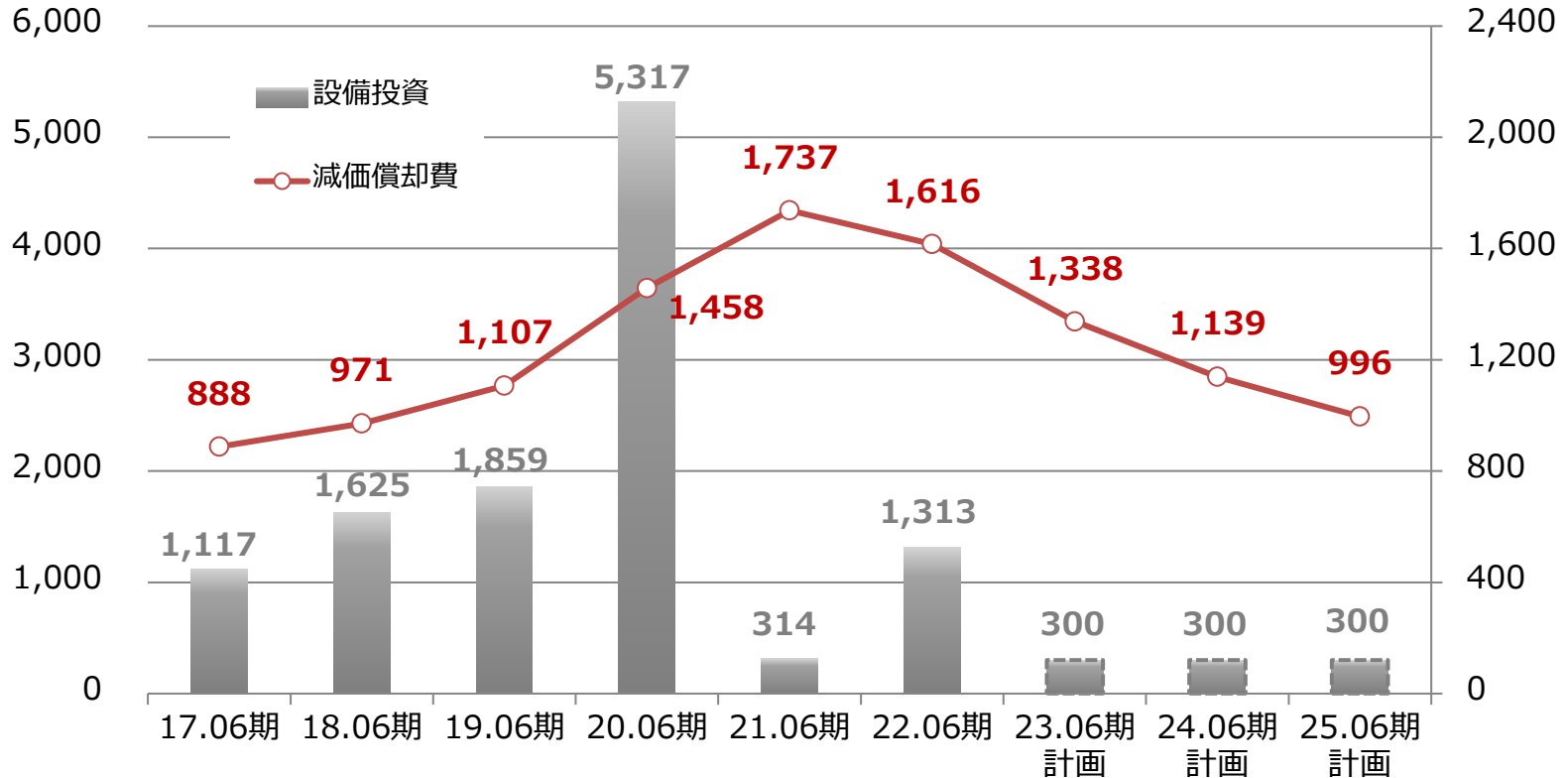


設備投資・減価償却費

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）



前期の主な設備投資

生産ラインは、既存設備の改修が中心。冷熱・太陽光サービスにおけるリース資産を計上（BS上は機械及び装置に含む）

バランスシート



(百万円)	21.06末	22.06末		21.06末	22.06末
資産の部			負債の部		
現預金	304	160	買掛金	844	984
売掛金	1,546	1,594	短期借入金	600	200
棚卸資産	289	338	1年内返済予定長期借入金	773	550
流動資産合計	2,147	2,148	流動負債合計	3,285	2,817
有形固定資産	11,422	11,198	長期借入金	2,972	2,357
(建物・構築物)	(3,802)	(4,085)	固定負債合計	3,103	2,911
(機械・装置)	(5,457)	(4,872)	負債合計	6,389	5,728
(土地)	(2,126)	(2,126)			
(建設仮勘定)	(4)	(84)	資本金	1,245	1,245
無形固定資産	10	8	資本剰余金	1,218	1,218
投資その他の資産	60	59	利益剰余金	4,779	5,211
固定資産合計	11,494	11,266	株主資本合計	7,243	7,675
資産合計	13,641	13,414	純資産合計	7,252	7,685
			負債純資産合計	13,641	13,414

ポイント

〔流動資産〕

- ・未払消費税の解消

〔有形固定資産〕

- ・減価償却による減少

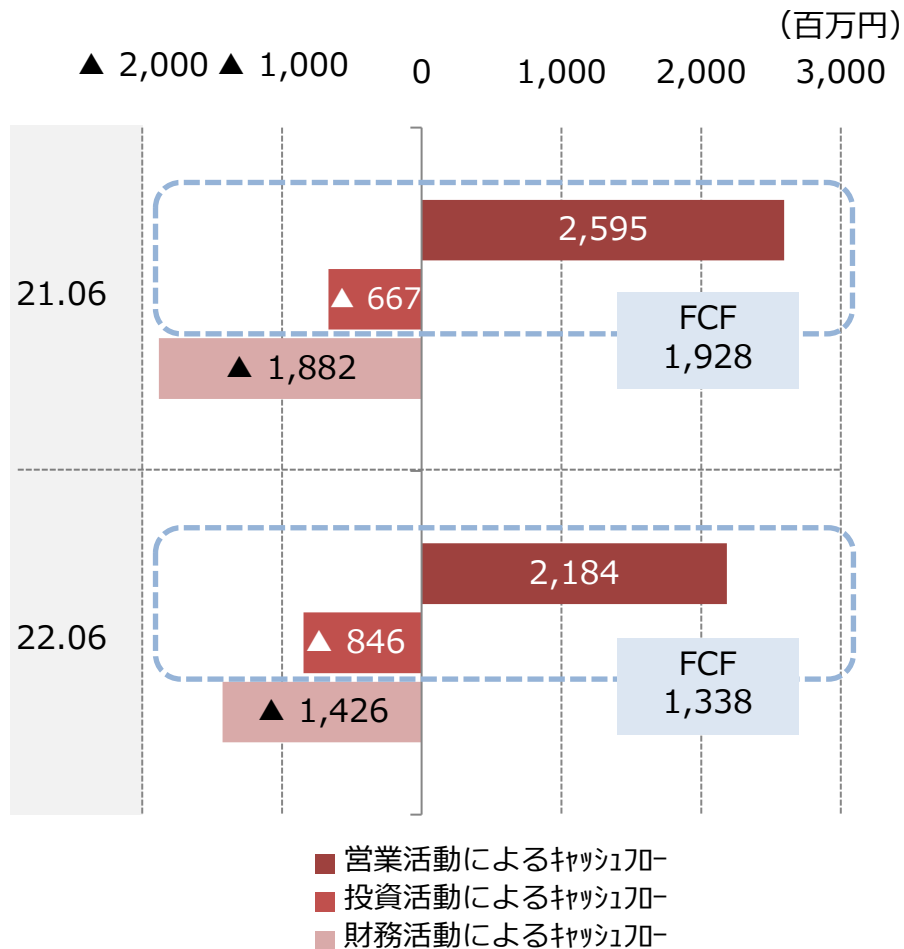
〔有利子負債〕

- ・大規模設備投資の一巡にともない、営業CFを借入金返済に充当。前期末比▲1,238百万円

〔株主資本〕

- ・自己資本比率 57.2% (前期末比+4.1pt)

キャッシュフロー



主な内訳

	(百万円)	
	21.06	22.06
営業キャッシュフロー	2,595	2,184
税引前当期純利益	750	903
減価償却費	1,737	1,621
売上債権増減額 (▲は増加)	▲43	▲48
棚卸資産増減額 (▲は増加)	44	▲49
仕入債務増減額 (▲は減少)	▲66	139
未払又は未収消費税増減額	527	▲212
投資キャッシュフロー	▲667	▲846
有形固定資産取得による支出	▲664	▲899
財務キャッシュフロー	▲1,882	▲1,426
短期借入金純増減額 (▲は減少)	▲800	▲400
長期借入金による収入	—	—
長期借入金返済による支出	▲959	▲838
株式の発行による収入	44	—
現金及び現金同等物の増減額	44	▲88
現金及び現金同等物の期首残高	204	248
現金及び現金同等物の期末残高	248	160

Ⅱ. 今後の事業展開

見直しの内容

材料価格はさらなる高騰、光熱費も前期下期水準で高止まりするとの前提のもと、保守的な利益計画に修正

ポイント

- 関東圏での営業展開は昨年見通しよりも順調に推移しており、売上高目標は引き上げ
- 粗利益率の低下により、営業利益目標は引き下げ
- 来期以降、コストアップは沈静化、再度成長軌道に

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
- 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（ローリングプラン）目標数値



(百万円)

	22.06 (上段：実績) (下段：計画)	23.06 (計画)	24.06 (計画)	25.06 (計画)
売上高	13,811	14,539	15,946	16,884
前中計	13,160	14,160	15,040	–
営業利益	902	580	1,100	1,300
前中計	1,000	1,500	1,800	–
経常利益	903	590	1,102	1,303
前中計	1,040	1,600	1,900	–
当期純利益	606	383	727	859
前中計	670	1,040	1,235	–

2023年6月期業績予想



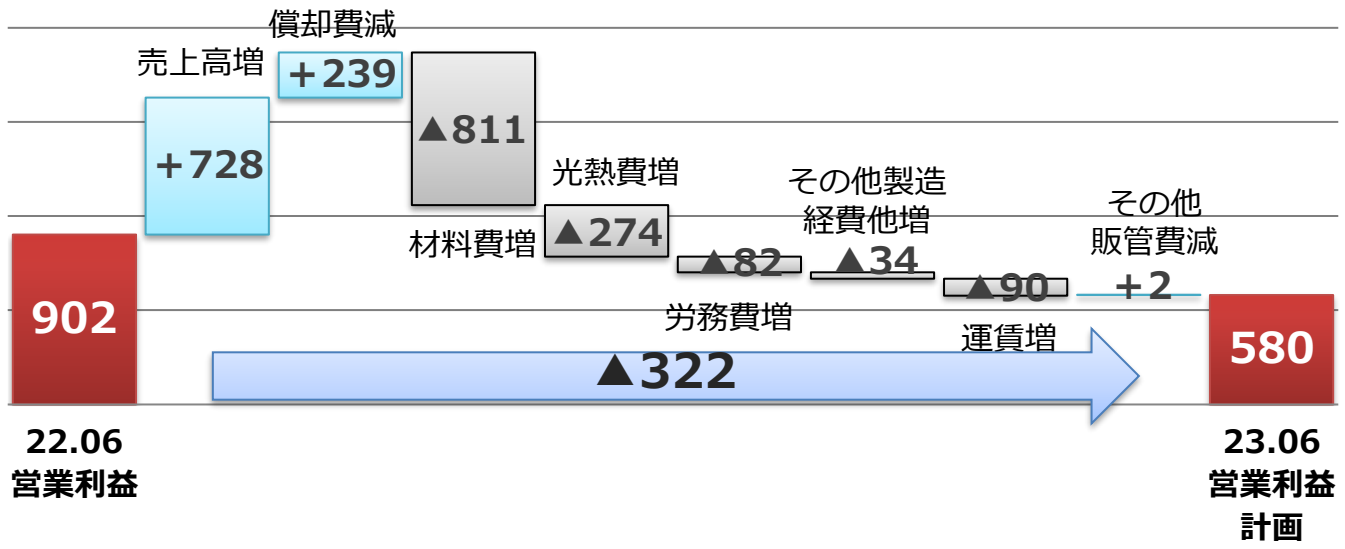
- 材料費・光熱費は1Qまで上昇を続け、2Q頃より落ち着くと考えているものの、高止まりまたは一段高の可能性を織り込み計画を策定

(百万円)

	22.06 実績	23.06 計画	増減率
売上高	13,811	14,539	5.3%
売上総利益	2,853	2,548	▲10.8%
(売上高総利益率)	20.7%	17.5%	▲3.2pt
営業利益	902	580	▲35.8%
(営業利益率)	6.5%	4.0%	▲2.5pt
経常利益	903	590	▲34.7%
当期純利益	606	383	▲36.8%

利益増減要因

(単位：百万円)



売上高	引き続き関東市場の開拓、高付加価値商品の売上拡大に注力 本社工場・関西工場圏においては、物価高をはじめとする消費環境の状況等を考慮し慎重な計画
利益	<p><製造費用></p> <p>①変動費…材料費（売上高比率+3.6pt）・光熱費（同+1.4pt）の負担増が続く ⇒光熱費は前期下期並み水準で推移、材料費は一段高の見込み</p> <p>②固定費…新規ラインへの投資一巡により、減価償却費は減少続く 労務費は若干増だが、売上高比率では低下</p> <p><販管費> 物流の効率化を進めるなどコスト抑制を継続。売上高販管費率は▲0.7pt</p>

今期投入の新品



鍋ならこの豆腐
切れてる木綿 350g



鍋とうふ・湯とうふに最適な煮崩れしにくく
味染みの良い木綿豆腐を9等分にカット
包丁を使わず、そのまま鍋に入れるだけの
で、簡単で便利

刻み揚げ 150g



使い勝手の良い「ぎざみあげ」を独自の技術
で乾燥させ、常温で長期保存を可能に
既存の乾燥刻み揚げ75gの好評を受けて、大
容量の150gを新たに発売

国産大豆100%しっとり
やわらか手揚げ風油あげ 2枚



さっぱりした国産米油を100%使用した手揚げ
風油あげ
くせのないお味で、どんな料理にも使いやすい
商品

しっかりうまい
濃厚木綿厚あげ 4枚



味染みの良いの木綿厚揚げ。絹厚揚げと同様に、環境
を考慮した包装を使用
4つにカットしてから揚げている為、よりしっかりと
した食感に

もっちりうまい
濃厚絹厚あげ 4枚



柔らかでもっちりとした食感の絹厚げ
軽包装のパッケージやエコなインキを使用し、おいしさ
のみならず、環境保全にも配慮しています。

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 パートナースHIP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 パートナースHIP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」は2月より運用開始
- これまで想定通りの省エネルギー効果を得ている

効果想定

項目	冷熱サービス	太陽光サービス※1
省エネルギー量 (kL)	1,073	442
省エネルギー率※2	9.2%	3.8%
CO2削減量 (t/年)	1,913	764
CO2削減率※2	8.7%	3.5%

※1 太陽光サービスの省エネルギー量およびCO2削減量は太陽光設備の遮熱効果を加味して試算
 ※2 太陽光サービスの省エネルギー量およびCO2削減量を本社工場の使用分に置き換えた場合で試算

本社工場 高効率冷凍機



(詳細は前回資料及び21年8月12日付プレスリリースご参照ください)

太陽光パネル



本社工場



関西工場



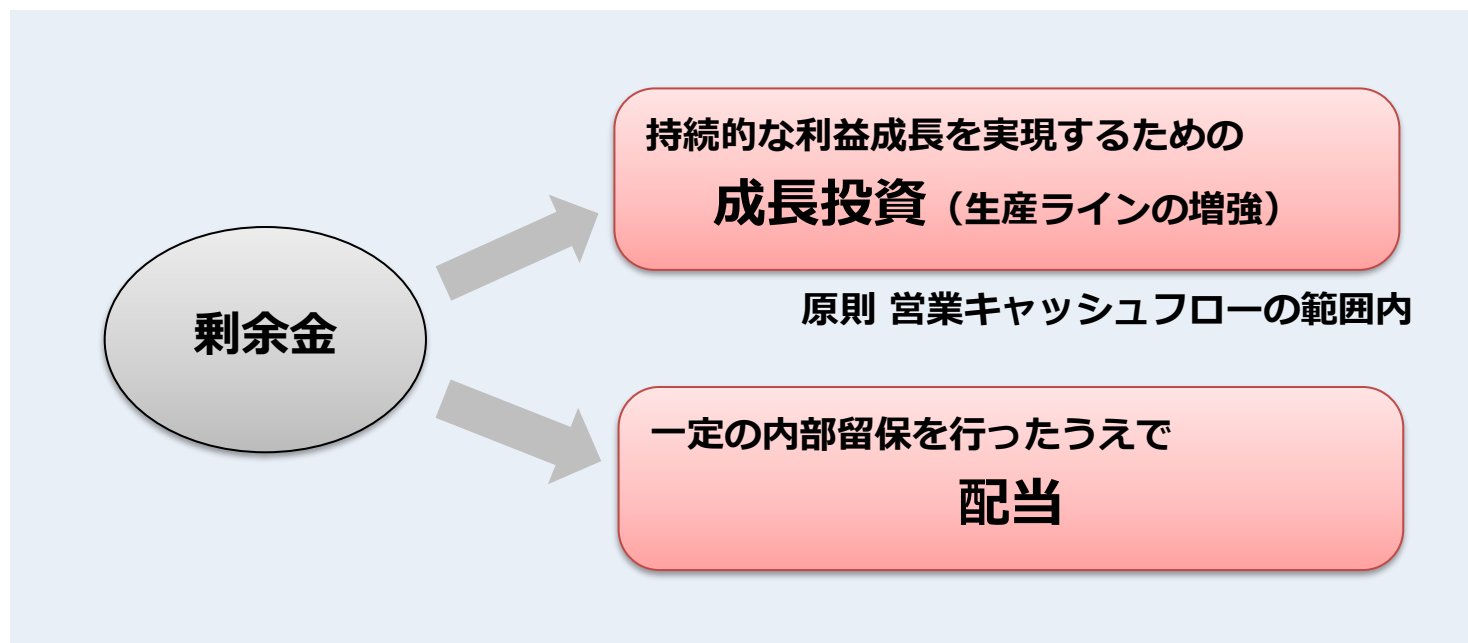
富士山麓工場

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>2019年時点で全体で約5,700社、4人以上の事業者で850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

上場企業の責任として、①企業価値・株主価値の向上に努めるとともに、
②継続性・安定性を考慮しながら株主への利益還元を積極的に実施



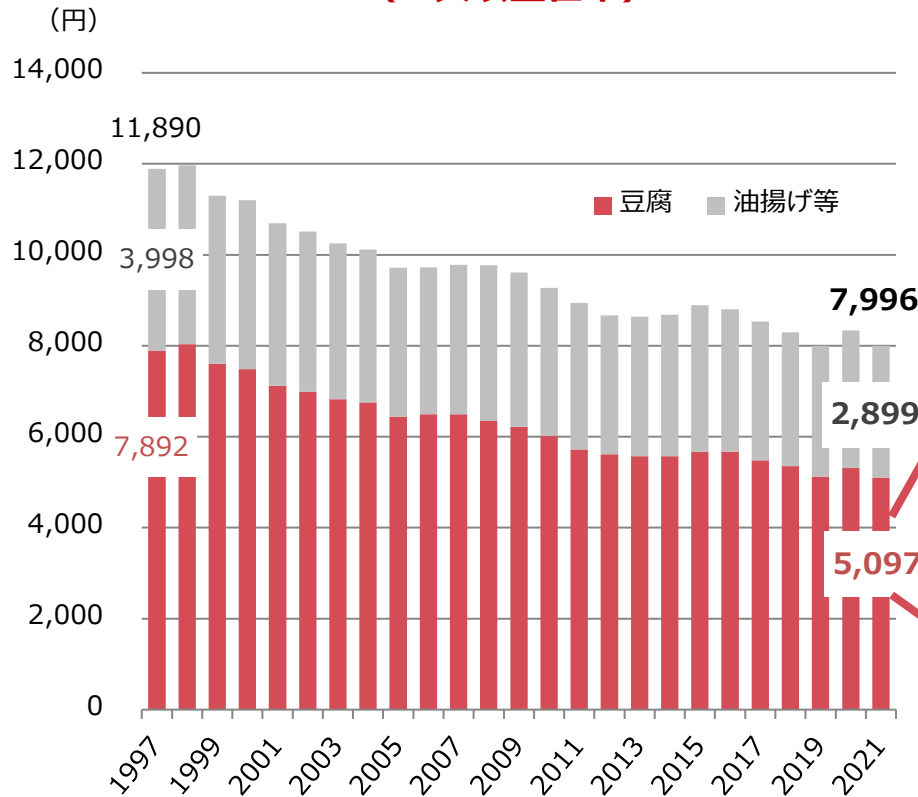
23.06期 1株配当予想 28円 (中間配当14円)

(参考) 22.06期 1株配当予定 26円 (中間配当13円)

III. 參考資料

豆腐市場動向① - 消費動向

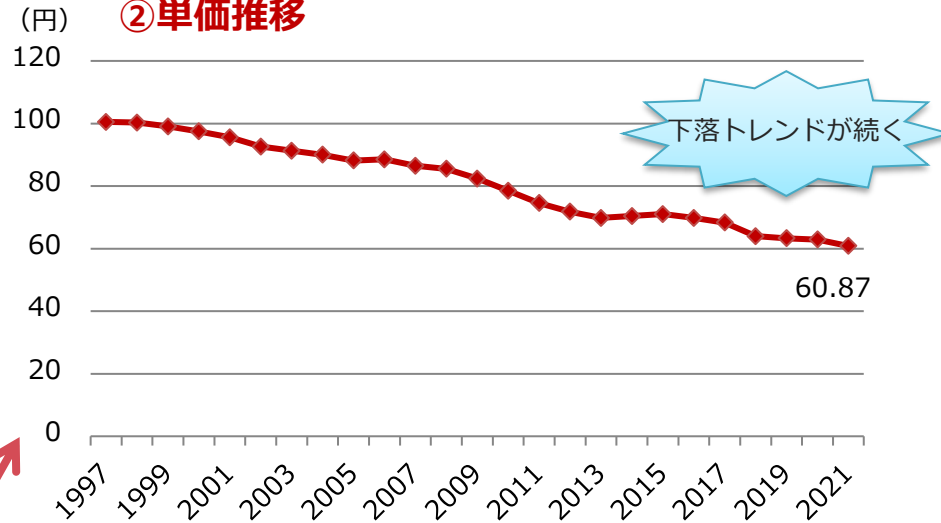
① 1世帯当たりの年間購入金額の推移 (二人以上世帯)



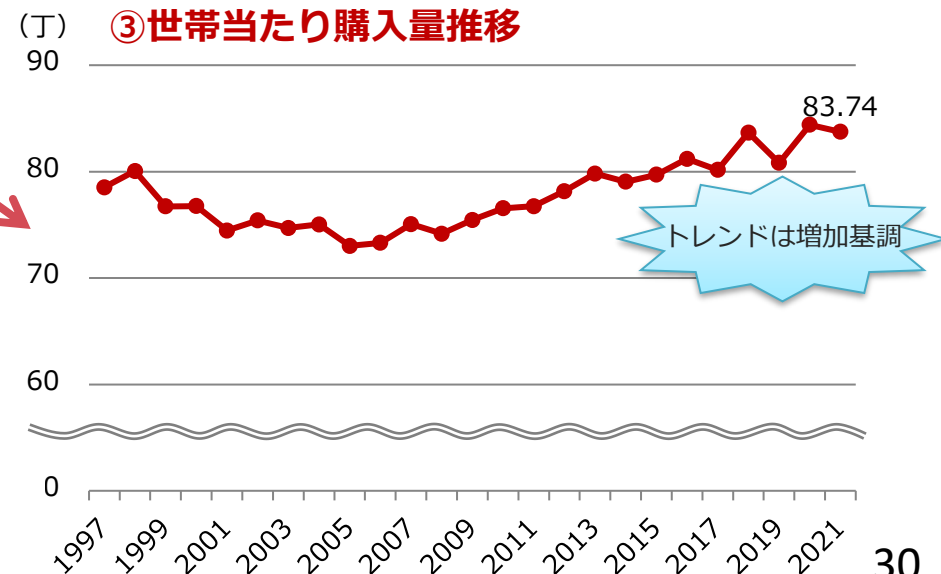
市場規模は、
 コンシューマ概算 8,000円×5,550万世帯≒4,450億円
 外食・中食等の業務用と合わせ、**6,000億円程度**と推計

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

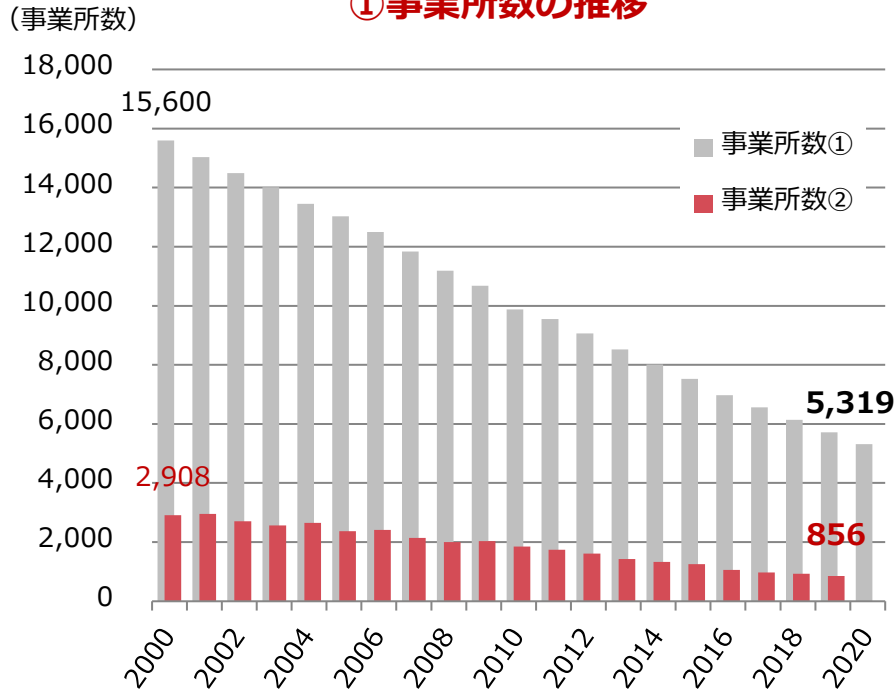


③ 世帯当たり購入量推移



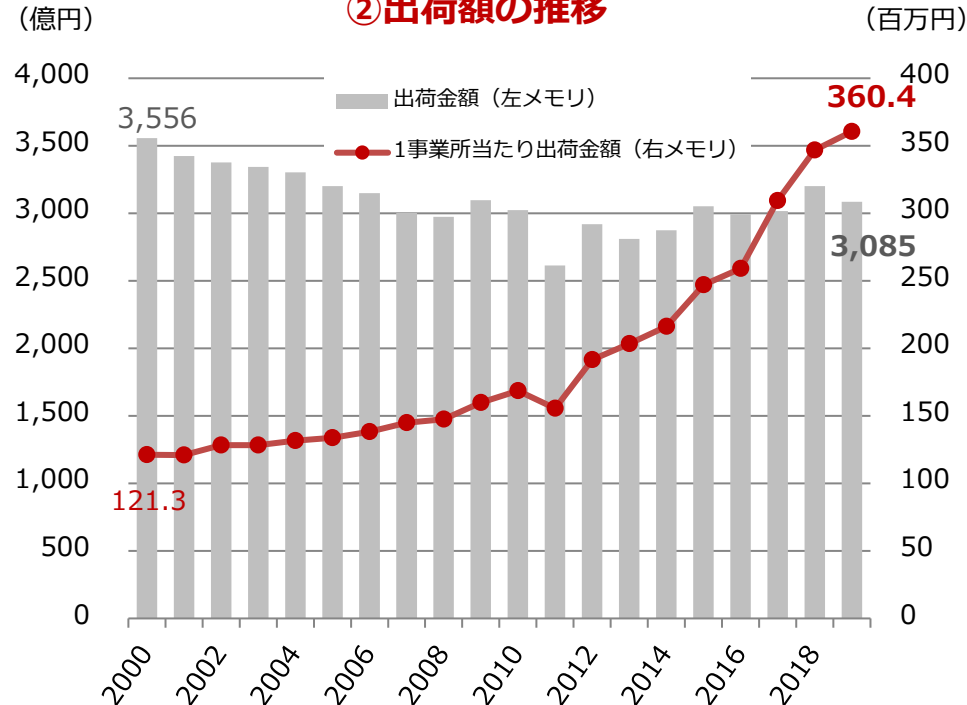
豆腐市場動向② – 事業者動向

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



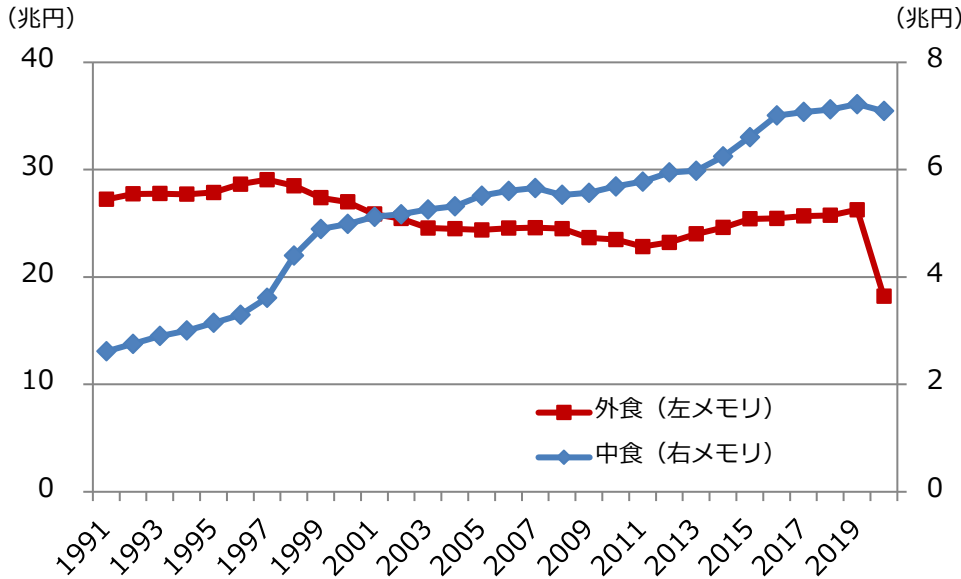
出所) 経済産業省「工業統計」による従業員数4名以上の事業所データ(事業所数・出荷金額)をもとに作成
 2016年までは年初・年末平均の事業所数をもとに1事業所当たりの出荷金額を計算。2017年以降は6月1日の事業所数をもとに計算

※「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



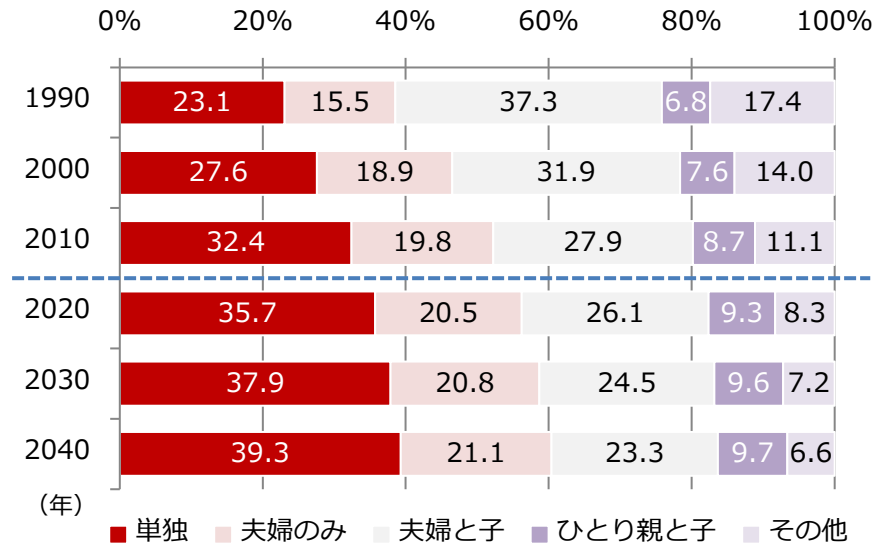
拡大する中食市場

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

- 停滞する外食市場の一方、ライフスタイルの変化（女性の社会進出や単身世帯の増）により中食市場が拡大
- 2020年は新型コロナウイルス感染拡大の影響で微減となったものの、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、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。