

**株式会社やまみ (2820)
2016年6月期決算説明資料**

2016年8月22日

代表取締役社長

山名 清

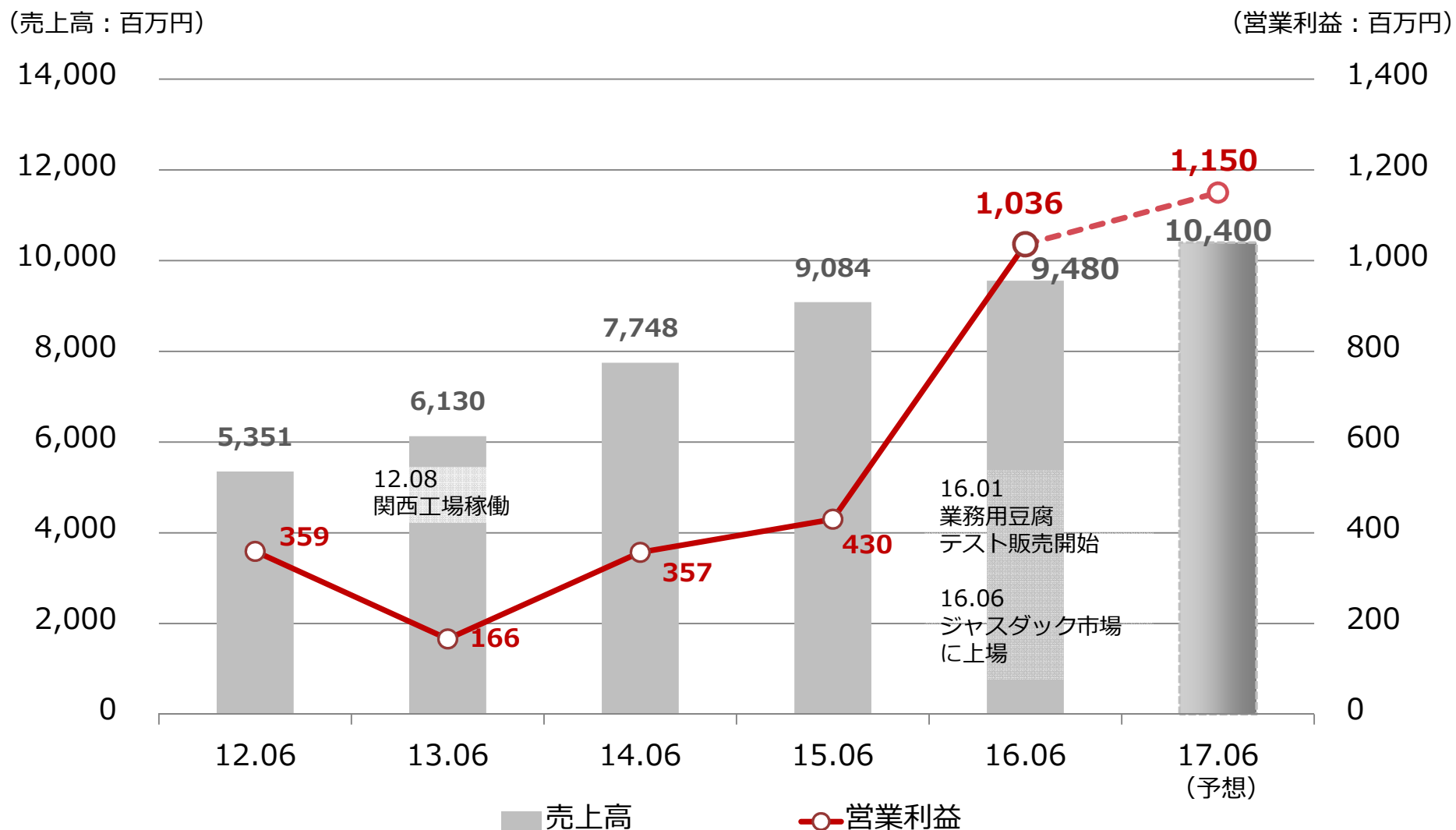
I 決算概要

II 中期経営計画

III 参考資料

I. 決算概要

業績推移



2016年6月期業績



売上高 前期比 + 4.3%

利益 売上高総利益率が6.2pt上昇

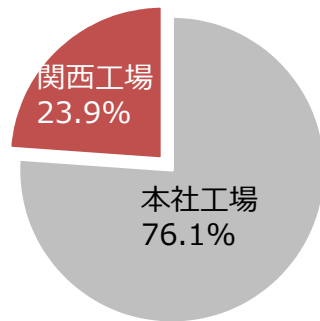
	15.06	16.06	増減率	(参考) 当初計画
売上高	9,084	9,480	+4.4%	9,558
売上総利益	2,066	2,755	+33.3%	
(売上高総利益率)	22.8%	29.0%	+6.2pt	
営業利益	430	1,036	+140.6%	1,138
(営業利益率)	4.7%	10.9%	+6.2pt	11.9%
経常利益	419	1,037	+147.4%	1,126
当期純利益	349	703	+101.5%	710

拠点別売上高

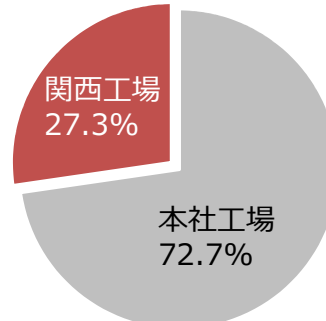


拠点別売上構成比

2015年6月期



2016年6月期



- 関西工場売上高比率 23.9%→27.3%
- 今後も関西の売上増加に伴い上昇の見込み

本社工場

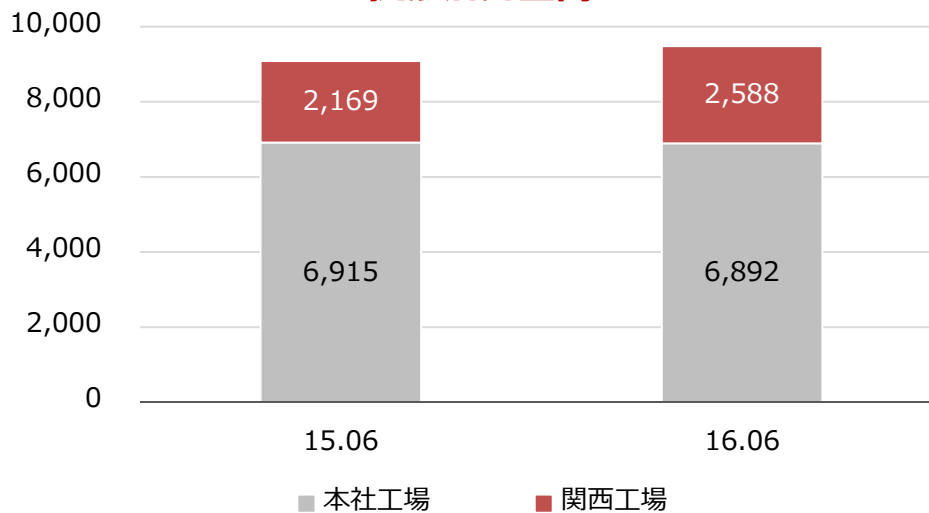
- 木綿ラインのスクラップ&ビルド時に関西工場生産対応
- 取引先との価格交渉の影響
⇒採算性を考慮して一部取引を見直し
- 今後は、価格交渉と営業部門の強化により増加を見込み

関西工場

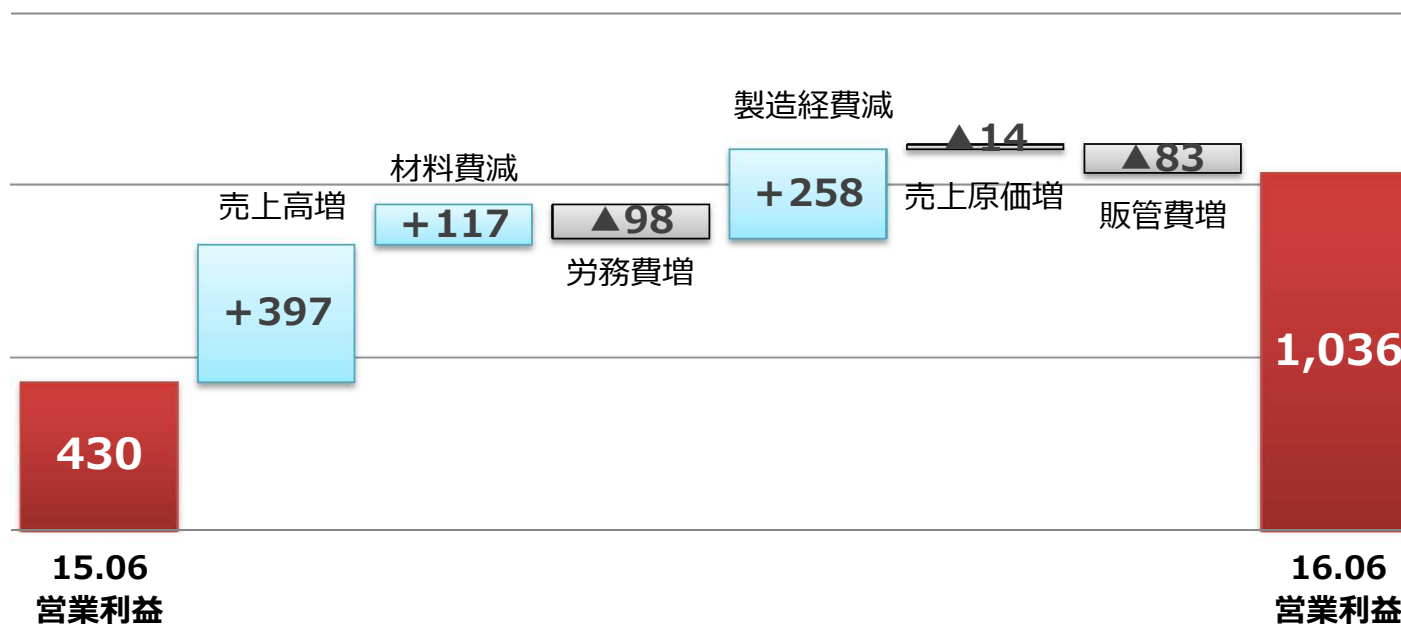
- 新規取引先の開拓および既存取引先への売上拡大により増加

(百万円)

拠点別売上高



利益増減要因



材料費	前期からの国産大豆高騰に伴い、国産大豆製品の比率を減らし、外国産大豆製品の比率を増やすことによる原材料費の低減、原油価格の下落により包装資材等の経費の低減により、売上高が増加したものの材料費は減少
労務費	売上高の増加と次期のライン導入を見越して製造人員の確保、増強を図ったことにより、労務費は増加
製造経費	原油価格の下落に伴う主にガス代の低減。関西工場の稼働率向上に伴い個当たり固定費の低減により製造経費は減少
販売管理費	売上高の増加に伴い、配送費である荷造運賃、支払リベート、販売手数料の増加のほか、上場関連で発生した支払手数料等により増加

バランスシート



	15.06末	16.06末		15.06末	16.06末
資産の部			負債の部		
現預金	223	1,233	買掛金	612	669
売掛金	1,045	1,100	短期借入金	650	-
棚卸資産	179	177	1年内返済予定長期借入金	495	500
流動資産合計	1,465	2,537	流動負債合計	2,394	2,334
有形固定資産	5,108	6,232	長期借入金	2,321	2,693
（建物）	（1,469）	（1,882）	固定負債合計	2,523	2,866
（機械・装置）	（2,569）	（2,632）	負債合計	4,918	5,201
（土地）	（848）	（848）	純資産の部		
（建設仮勘定）	（1）	（543）	資本金	61	696
無形固定資産	6	4	資本剰余金	34	669
投資その他の資産	45	52	利益剰余金	1,610	2,259
固定資産合計	5,160	6,289	株主資本合計	1,706	3,624
資産合計	6,625	8,826	純資産合計	1,707	3,625
			負債純資産合計	6,625	8,826

ポイント

〔現預金〕

- ・新株発行（上場）による資金調達

〔有形固定資産〕

- ・設備投資額 1,902百万円（詳細はP.10）

※建設仮勘定を含む

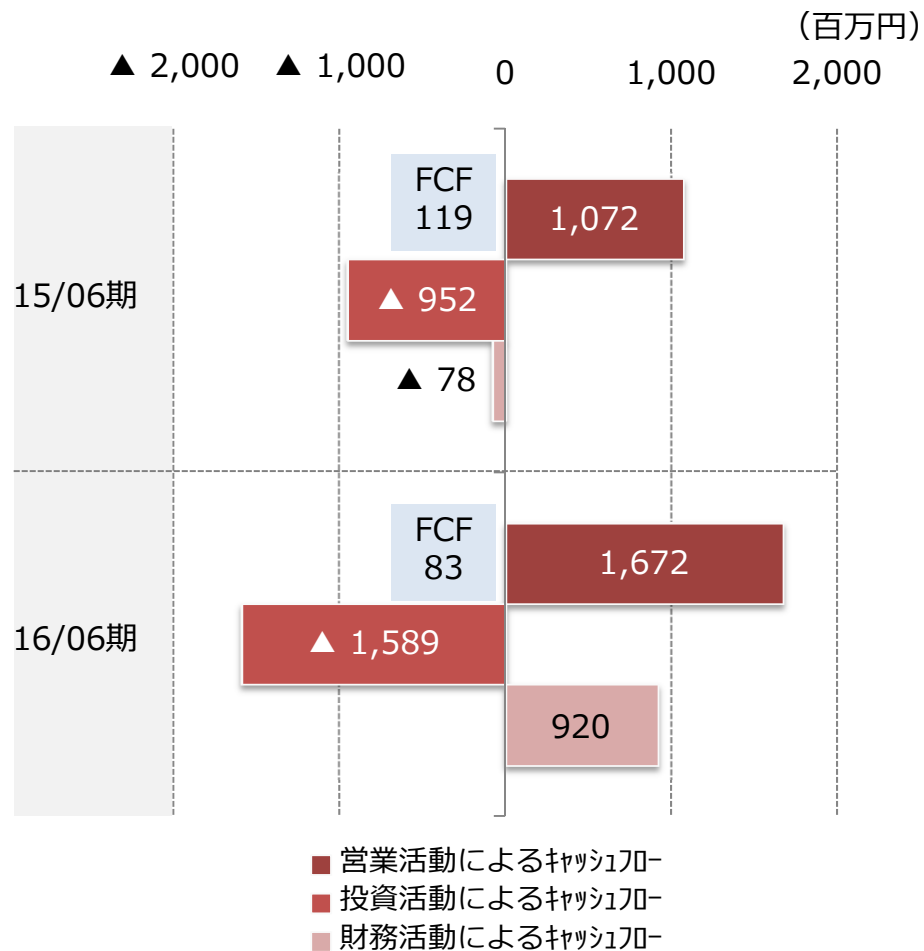
〔有利子負債〕

- ・3,467百万円→3,193百万円

〔株主資本〕

- ・新株発行による資本金及び資本準備金の増加
- ・16.06末株主資本比率 41.1%

キャッシュフロー



主な内訳

(百万円)

	15.06	16.06
営業キャッシュフロー	1,072	1,672
税引前当期純利益	474	1,064
減価償却費	820	769
売上債権増減額 (▲は増加)	▲47	▲59
棚卸資産増減額 (▲は増加)	▲14	2
仕入債務増減額 (▲は減少)	52	56
投資キャッシュフロー	▲952	▲1,589
有形固定資産取得による支出	▲979	▲1,615
財務キャッシュフロー	▲78	920
短期借入金増減額 (▲は減少)	170	▲650
長期借入金による収入	500	950
長期借入金返済による支出	▲699	▲574
株式の発行による収入	-	1,268
現金及び現金同等物の増減額	40	1,003
現金及び現金同等物の期首残高	99	139
現金及び現金同等物の期末残高	139	1,143

トピックス－生産能力の拡張



- 以下3点を中心に設備投資を実施

- 関西工場建屋増築
- 本社工場排水処理設備拡張
- 本社工場新木綿ライン

計 1,351百万円

- 新木綿ラインの本格稼働までに時間を要したため、当初収益見通しを若干ショート
⇒現在正常に稼働

2016年5月稼働 新木綿ライン



第一カット



第二カット

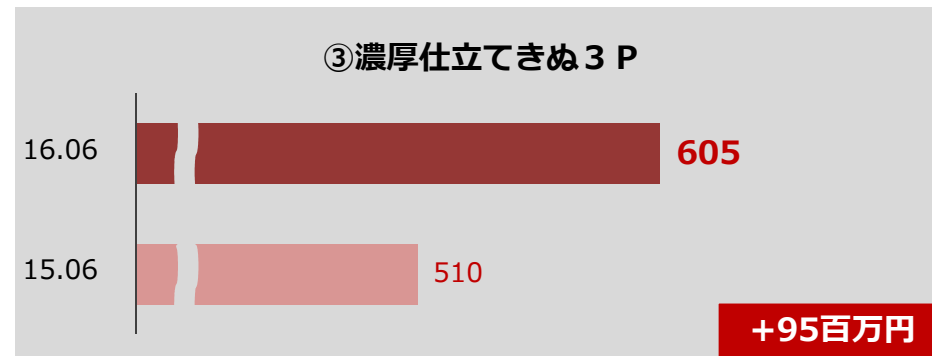
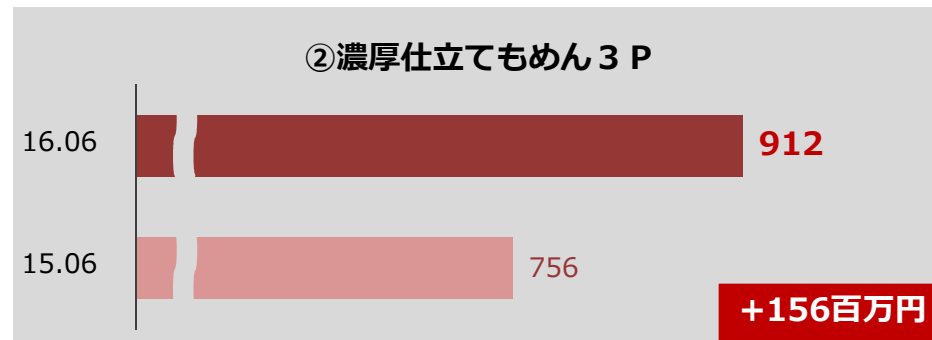
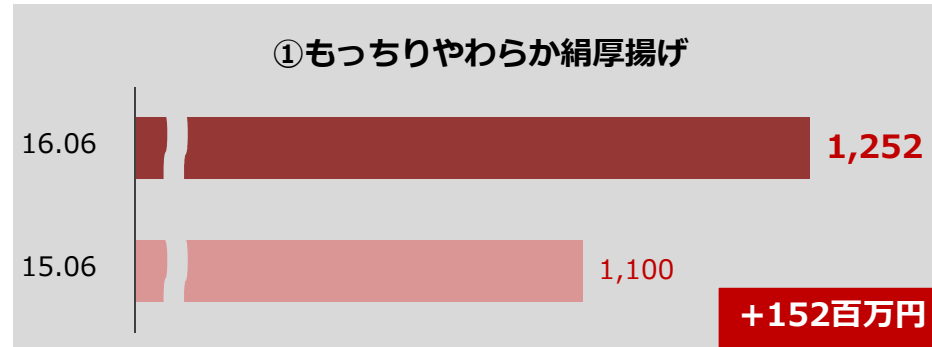


ボイル&クール槽
(殺菌工程)



箱詰めロボット

トピックスー主力商品販売状況



トピックスージャスダック市場へ上場



2016年6月17日（金）ジャスダック上場

公募株式数 720,000株

売出株式数（OA含） 510,500株

上場後発行済株式数 6,280,000株

公募増資による手取調達額 約11億円

調達により得た資金は、すべて本社及び関西工場の新規ライン及び増強に充当の予定



Ⅱ. 中期経営計画

市場動向

人口構成

- 国内総人口は減少
- 高齢者世帯・単身世帯の増加による中食市場の拡大

健康志向

- 個人あたり消費量の増加
- 代替食品…豆腐ハンバーグ等
- 代替素材…スイーツ（ドーナツ、クッキー等）、練り物等

業界動向

取引先

- 小売チェーンの大規模化
 - 流通の効率化の進展
 - 高いレベルの衛生管理を要求
- 小売以外の需要（食品メーカー等）が拡大

競合関係

- 取引先の要求に対応できる大量生産能力と衛生管理基準
- 価格競争と商品差別化競争
- 淘汰の流れは変わらない

今後の展望

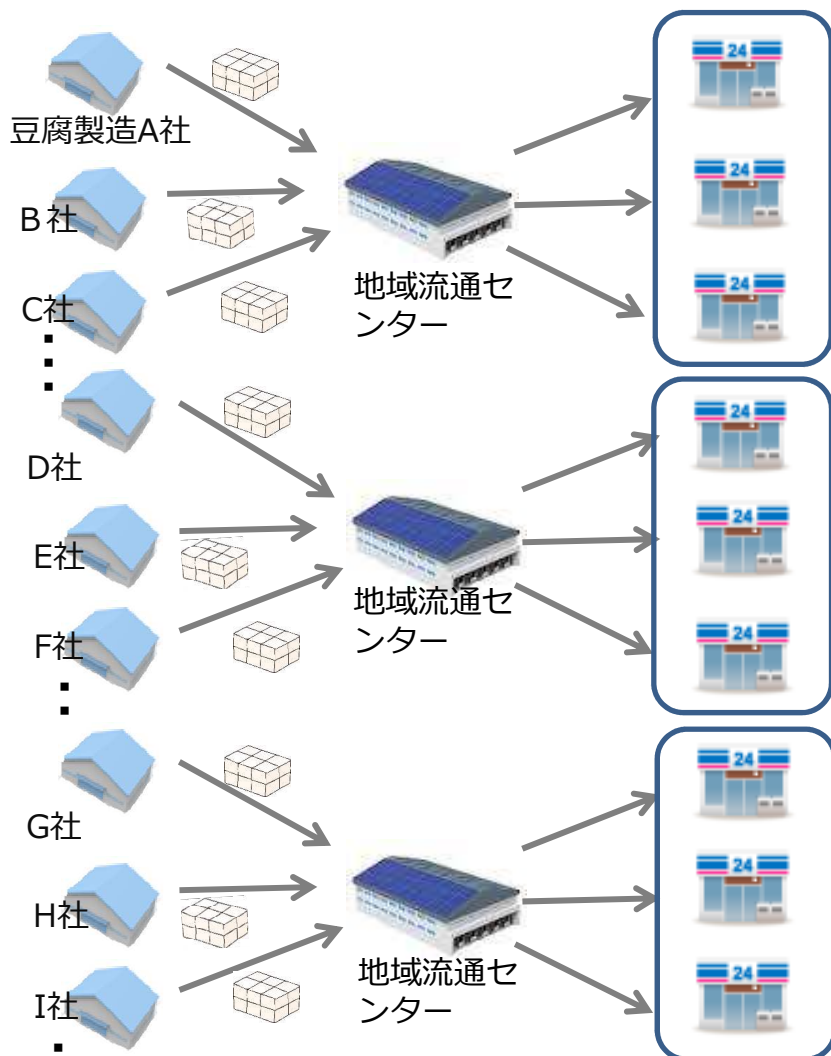
- 市場は**6,000億円規模で安定して推移**
- 業界プレイヤーは、①**全国展開し大規模チェーン店との取引でしを削る大手数社**と、②**地域で固定客をしっかりと確保している特徴ある中小規模事業者**に**集約**されていく可能性があると推測

変わる大手小売業のサプライチェーン



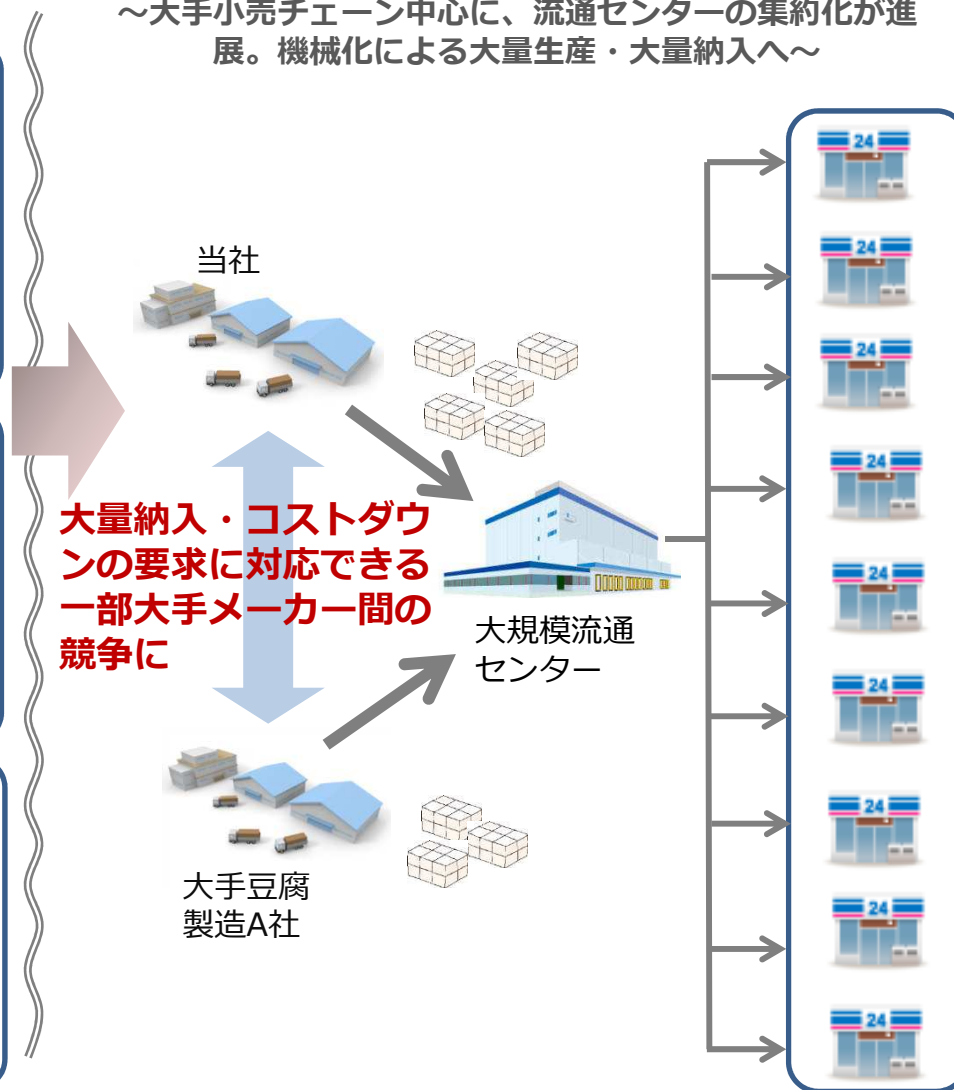
これまでのサプライチェーン

1物流拠点に対し多数の豆腐メーカーが納入

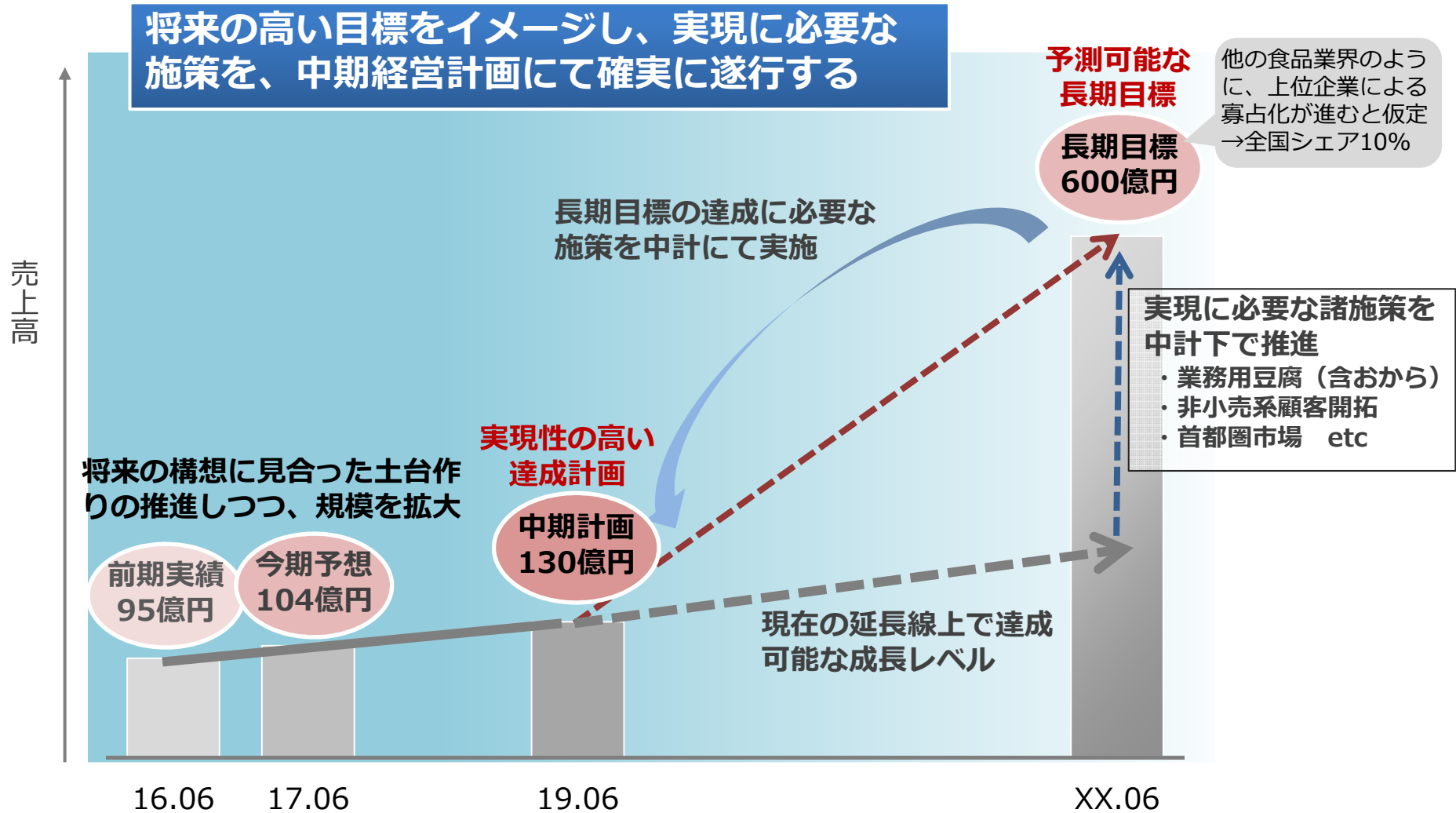


これからのサプライチェーン

～大手小売チェーン中心に、流通センターの集約化が進展。機械化による大量生産・大量納入へ～



中期経営計画策定の考え方



経営資源 の集中

- 豆腐の「製造販売」に特化し、強みの土台をなす最先端の生産ラインへの投資を継続する
- 川上（仕入関連）、川下（消費者への直販）等への展開は、現時点では行わず、事業拡大に必要なリソースを集中する

1 食品安全衛生への取り組み

2 事業規模の拡大

3 業務用豆腐の製造販売

4 人材の確保・育成

重点施策①



1 食品安全衛生への取り組み

- 消費者の変化 - 食の安全・安心への意識の高まり
- 取引先の変化 - 新規取引においては高度な衛生管理が絶対条件
- 当社は他社に先行しFSSC22000を取得
- 品質保証室を核に、さらに安全衛生の向上とクレーム低減を図る



取り組み

ハード面 (設備)

製造ラインは全て、豆腐、厚揚げ、油揚げ等に**直接人の手が触れない**こと、製造ライン内に**ボイル&クール槽、トンネルフリーザー等の殺菌工程**を必ず入れることとして、仕組みとして衛生的な設備とする。

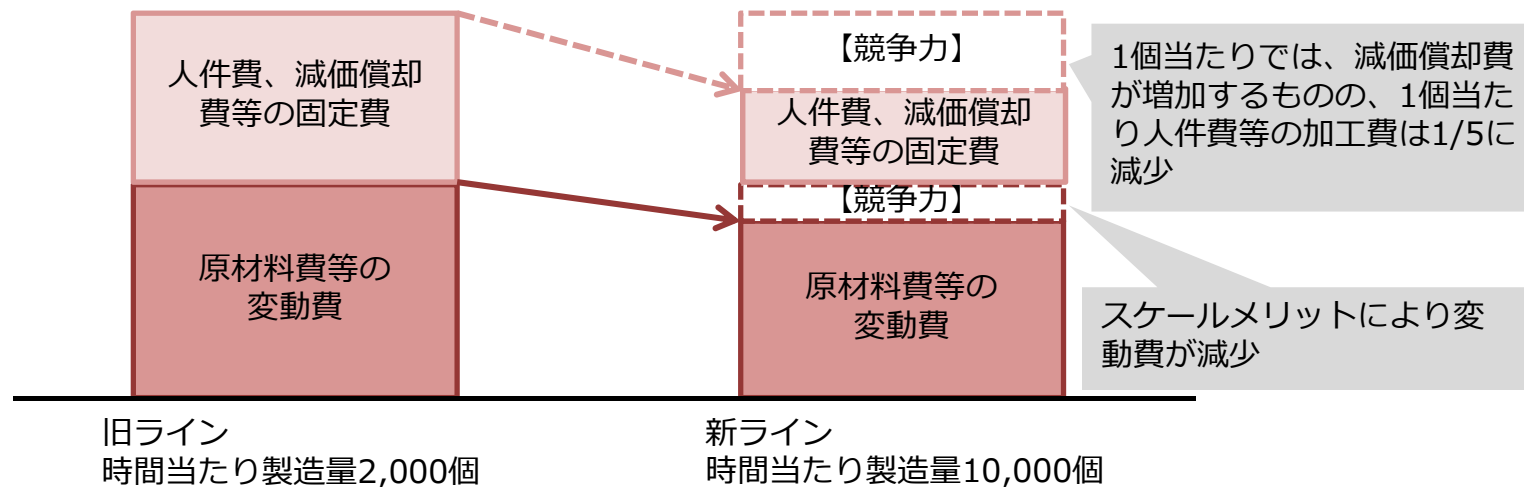
ソフト面 (人材)

FSSC22000にて策定した**業務ルールを遵守**すること、**内部監査ルールにより運用状況チェック**を行うこと等により、安全衛生に取り組む。
新たな人材に対しても衛生ルール、ラインの機械の仕組み等について教育を実施し取り組みを強化する。

2 事業規模の拡大

- 商品の差別化
- 時間当たり製造量の拡大による固定費の削減 ⇒ 個当たり製造コストの低下
⇒ 主力の中~高価格帯商品における競争力のアップ
- 新ライン導入時の導入コスト削減
- バイオマス設備、工場インフラ含めた製造原価低減の成功事例の全社展開

高速ライン導入による個当たり製造コスト削減のイメージ



3 業務用豆腐の製造販売

- 現状は大量納入ができる競合がないブルーオーシャン市場
- 当社は、品質・衛生面に優れた業務用豆腐を開発、大量生産体制も構築。取引先にとって大幅なコストダウンを可能とする一方で、当社も利益を確保

① 大手CVS向け惣菜用の豆腐として、ベンダーへの段階的に納入を推進

⇒麻婆豆腐やゴーヤチャンプルー等定番のほか、さらに「手間を省く商品」として、プレカット商材や白和え用など特定の料理用途向けの商品を提供

② 大手食品メーカーとの商談が進展

⇒練物（増量剤として使用）や冷凍食品（豆腐ハンバーグ等）として複数メーカーからの引き合い

今後の食文化から勘案すると、中食、外食への進出は事業拡大への布石となる可能性が大きく、既存の製造ラインの一部改良等も含めて取り組んで行く。

4 人材の確保・育成

- 事業拡大への対応 - 関西工場および関西市場開拓のための人員増強
- 新規採用とともに、既存社員の定着率のアップ、スキルアップを図る

今後の取り組み

区分	採用	教育
中途採用社員	<p>上場による効果により、Uターン、Iターンでの募集に対する応募の件数が増えつつある。</p> <p>今後も、将来の事業展開に備えて優秀な人材の確保を継続。</p>	<p>前職で実績のある人材は、早期に戦力化の兆しが見えつつある。</p> <p>職人部分のスキル向上とマネジメントスキル向上により、衛生管理向上に資する人材育成を図る。</p>
新卒採用社員	<p>来年採用予定の大学卒は終了。高卒は前年よりも応募が増加。</p> <p>今後は、三原市に本社を置く唯一の上場企業であり地域に根ざした企業として、地域の雇用として優秀な人材の確保に努める。</p>	<p>優秀な人材を早期に戦力化。将来の事業展開時に中核として能力を発揮できるように、徹底的に育成する。</p> <p>特に工場設備の安定的な運営のため機械工学系の知識の向上を図る。</p>

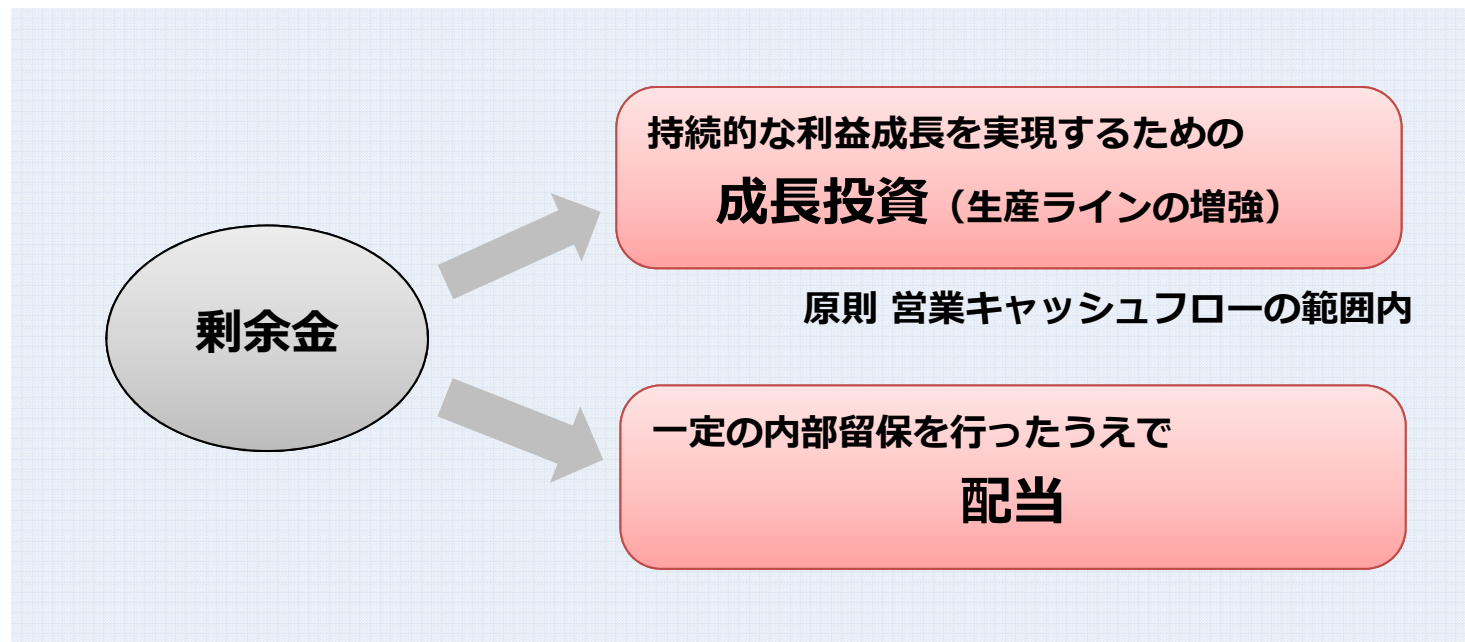
	16.06 (実績)	17.06 (計画)	18.06 (計画)	19.06 (計画)
売上高	9,480	10,400	11,500	13,000
営業利益	1,036	1,150	1,350	1,750
(営業利益率)	10.9%	11.1%	11.7%	13.5%
経常利益	1,037	1,130	1,330	1,730
当期純利益	703	750	850	1,100

- 増設ラインの稼働率向上、スクラップ&ビルドによる収益性改善等、生産性の向上による粗利益率、営業利益率のアップ
- 為替、原材料、燃料価格は16.06末の水準が続くと仮定

株主還元方針



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



今期1株配当 (予) 20円 (中間配当10円)

2017年6月期業績予想



	16.06	17.06	増減率	17.06 2Q	増減率
売上高	9,480	10,400	+9.7%	5,200	+9.4%
売上総利益	2,755				
(売上高総利益率)	29.0%				
営業利益	1,036	1,150	+11.0%	630	+13.3%
(営業利益率)	10.9%	11.1%	+0.2pt		
経常利益	1,037	1,130	+8.9%	610	+11.3%
当期純利益	703	750	+6.6%	400	+1.4%

営業利益（予想）



利益増減要因



売上高	売上高は、本社工場、関西工場ともに伸長を目指す。
経費	材料費その他の経費は、売上高の増加による変動費の増加、設備投資による減価償却費の増加等を見込む。

上場で得た資金で、当初目的通りの設備投資を実施

- 中期経営計画の「重点施策②事業規模の拡大」のうち、スムーズなライン導入を継続的に実施していくために、時間当たり製造量の多い製造ラインの導入のノウハウをさらに蓄積する。
- 豆腐業界にこだわらず、他の食品業界で使用している機械のうち、豆腐製造に応用できるものを積極的に活用し、製造ラインの独自性を向上するとともに、他社が真似できない製品製造体制を構築する。

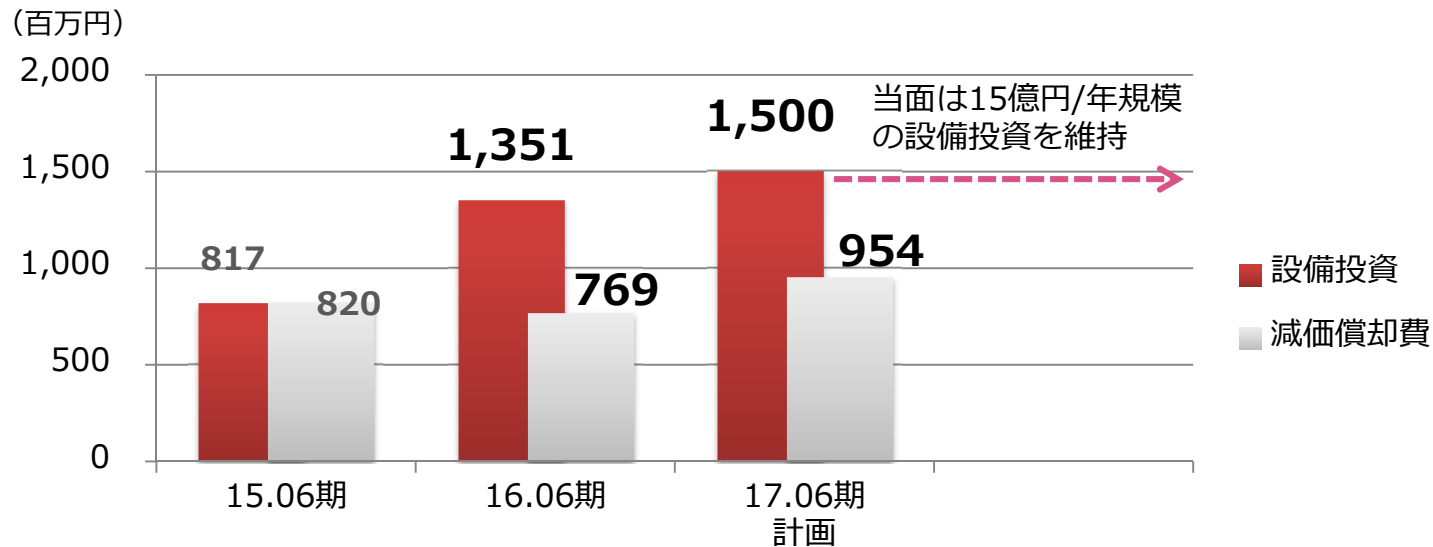
販売面では、流通業向け販売の増加、業務用販売の基盤確立

- 上場による知名度を活かして、流通業向けの新規開拓を図るとともに、既存取引先との取引においても上場企業としての取組みを強化する。
- 業務用販売においては、前期に引き続き開拓営業を図るとともに、業務用豆腐のほか、切れてる豆腐のように、業務用活用が可能な豆腐は積極的に売り込みを図る。

設備投資・減価償却費



設備投資・減価償却額の推移



17.06期の主な設備投資計画

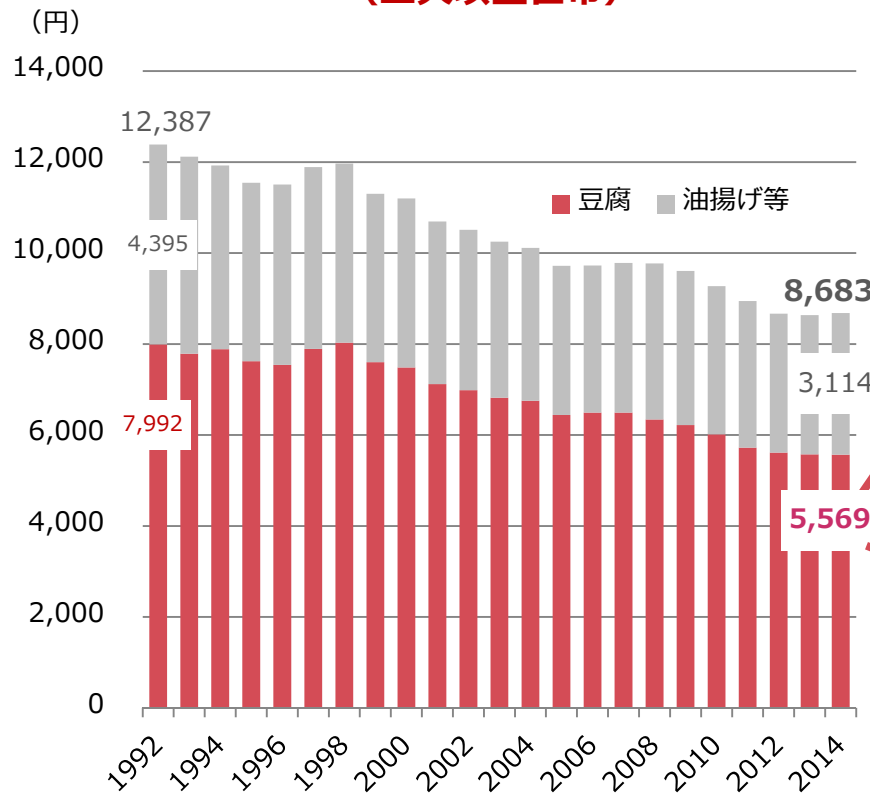
拠点	投資内容	投資金額	詳細
本社工場	絹豆腐専用ライン新設	約5億円	製造効率の向上を目的として絹豆腐のみを製造するライン
関西工場	絹豆腐専用ライン新設	約5億円	製造効率の向上と将来の受注拡大のバッファ保有を目的として絹豆腐のみを製造するライン
	厚揚げライン増設	約5億円	

III. 參考資料

豆腐市場動向①－消費動向



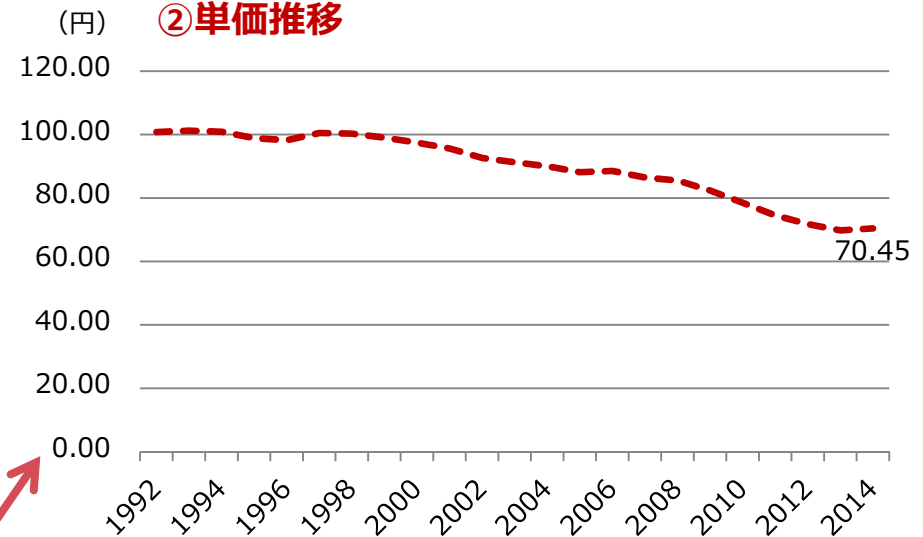
① 1世帯当たりの年間購入金額の推移
(二人以上世帯)



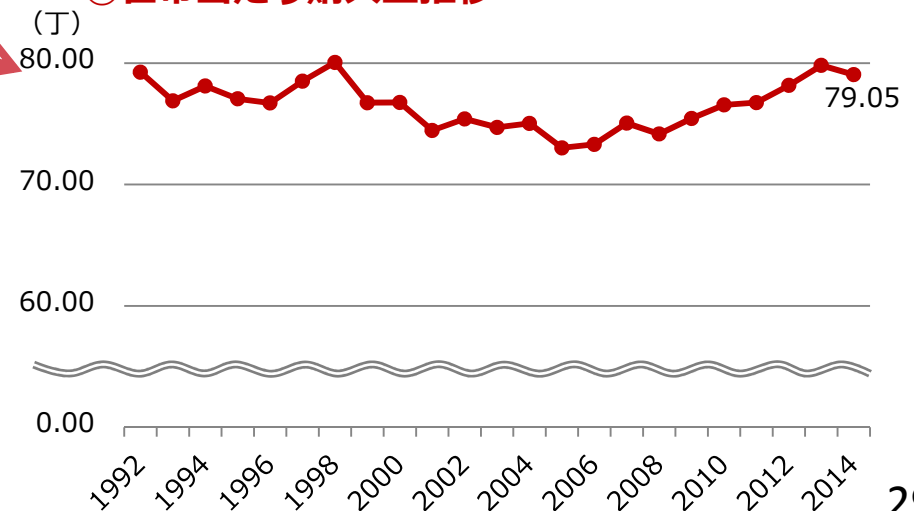
市場規模は、
概算 8,683円×5,550万世帯≒4,800億円
外食・中食等の業務用と合わせ、**6,000億円程度**と推計

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



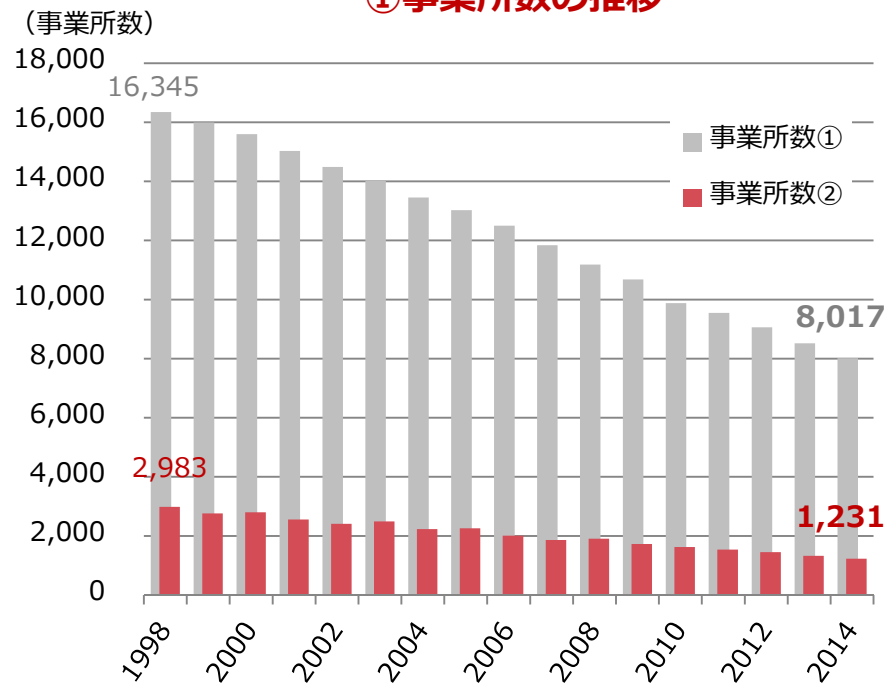
③ 世帯当たり購入量推移



豆腐市場動向②－事業者動向



① 事業者数の推移



② 出荷額の推移



出所) ①厚生労働省「衛生行政報告例」による事業者数(年度末)
 ②経済産業省「工業統計」による従業員数4名以上の事業者数(12月末)をもとに作成

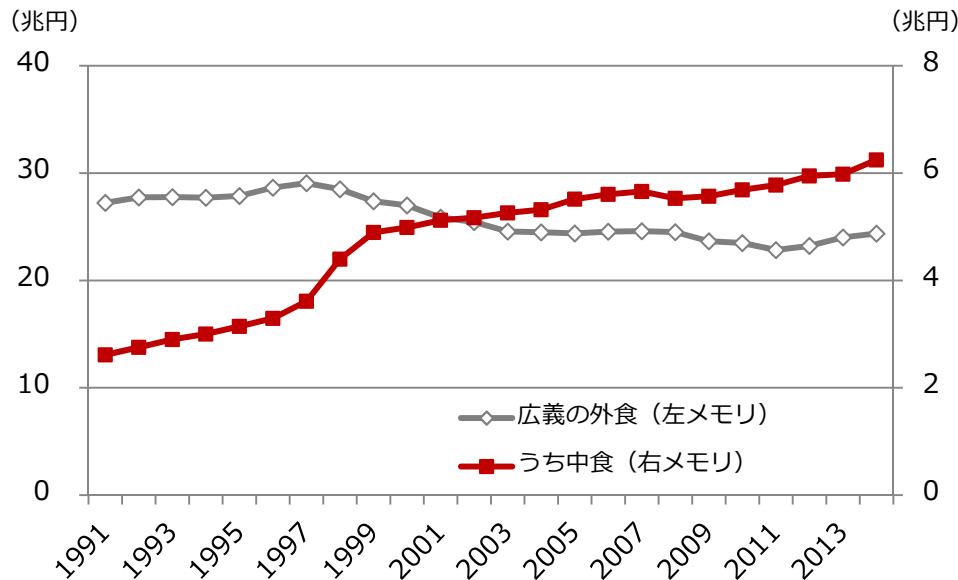
出所) 経済産業省「工業統計」による従業員数4名以上の事業者データ(事業者数・出荷金額)をもとに作成
 期初・期末平均の事業者数をもとに1事業者当たりの出荷金額を計算



拡大する中食市場

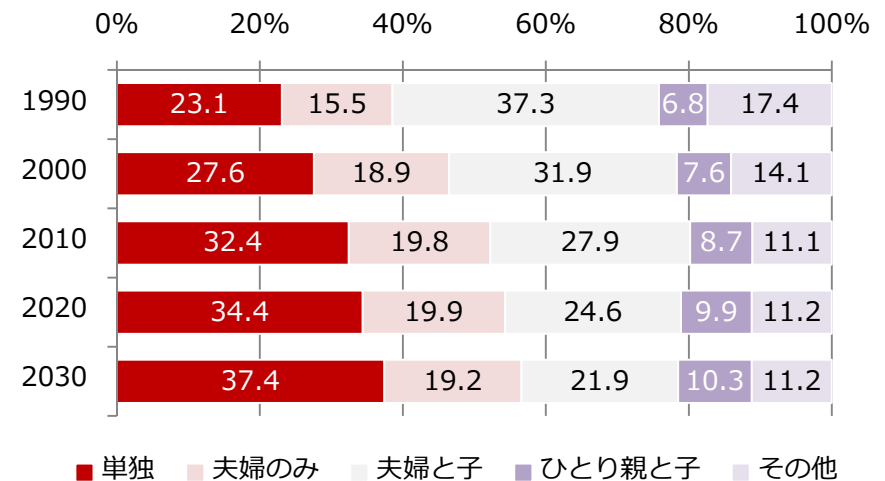


中食（惣菜・おかず）市場は順調に拡大



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」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
- 今後も、料理や片づけにかかる時間がない単身世帯の増加、特に高齢の一人世帯では外食も面倒といった理由から、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 : <http://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。