



決算説明資料

2025年5月期 第2四半期（中間期）

2024年6月1日～2024年11月30日



2024年12月23日

CONTENTS

- | | | |
|----|-------------------------|----|
| 1. | 2025年5月期 第2四半期（中間期）決算概要 | 3 |
| 2. | 2025年5月期 通期業績見通し | 16 |
| 3. | 補足説明資料（会社概要等） | 21 |

1. 2025年5月期 第2四半期（中間期）決算概要

1 2025年5月期 第2四半期（中間期）決算概要

1-1 決算ハイライト

- 売上高は、すべての事業で増収となり前年同期比 8.2%増、中間期での過去最高を更新
- 親会社株主に帰属する中間純利益は、特別利益の計上により前年同期比 32.0%増、中間期での過去最高を更新
- 営業利益・経常利益は、人件費や光熱費、減価償却費等の経費増加の影響などから減益

(単位：百万円)	24/5期		25/5期		前年同期比	
	2Q実績	構成比	2Q実績	構成比	増減額	増減率
売上高	33,690	100.0%	36,456	100.0%	+2,766	+8.2%
営業利益	574	1.7%	279	0.8%	△ 294	△51.3%
経常利益	605	1.8%	296	0.8%	△ 308	△51.0%
親会社株主に帰属する 中間純利益	378	1.1%	499	1.4%	+121	+32.0%

1 2025年5月期第2四半期（中間期）決算概要

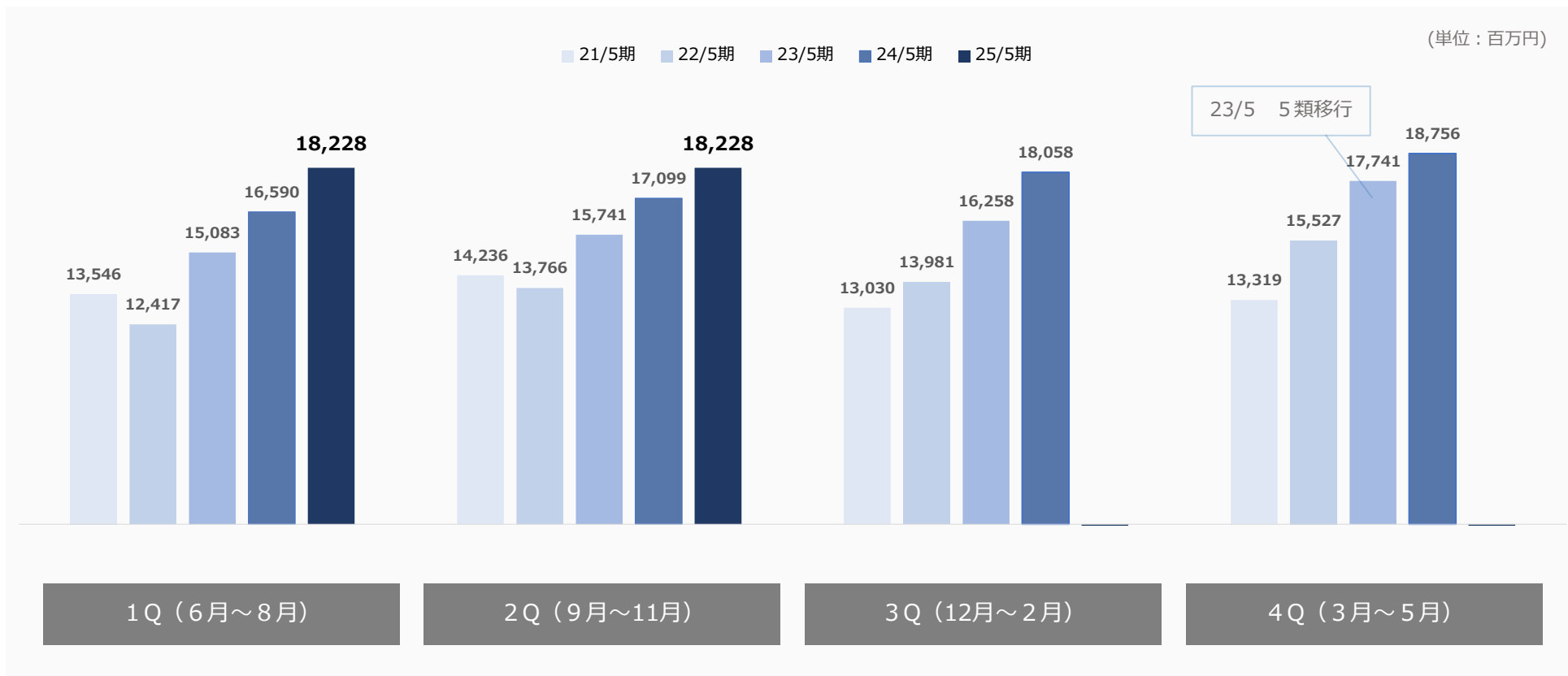
1-2 連結損益計算書

(単位：百万円)	24/5期	25/5期	前年同期比	
	2Q実績	2Q実績	増減額	増減率
売上高	33,690	36,456	+2,766	+8.2%
売上総利益	6,715	7,042	+326	+4.9%
販売費及び一般管理費	6,141	6,762	+621	+10.1%
営業利益	574	279	△ 294	△51.3%
営業外収益	99	86	△ 12	△12.9%
営業外費用	68	70	+1	+1.5%
経常利益	605	296	△ 308	△51.0%
特別利益	—	450	+450	—
特別損失	—	55	+55	—
税金等調整前中間純利益	605	691	+86	+14.2%
法人税等	226	191	△ 34	△15.4%
親会社株主に帰属する中間純利益	378	499	+121	+32.0%

1 2025年5月期 第2四半期（中間期）決算概要

1-3 売上高（過年度比較・四半期別）

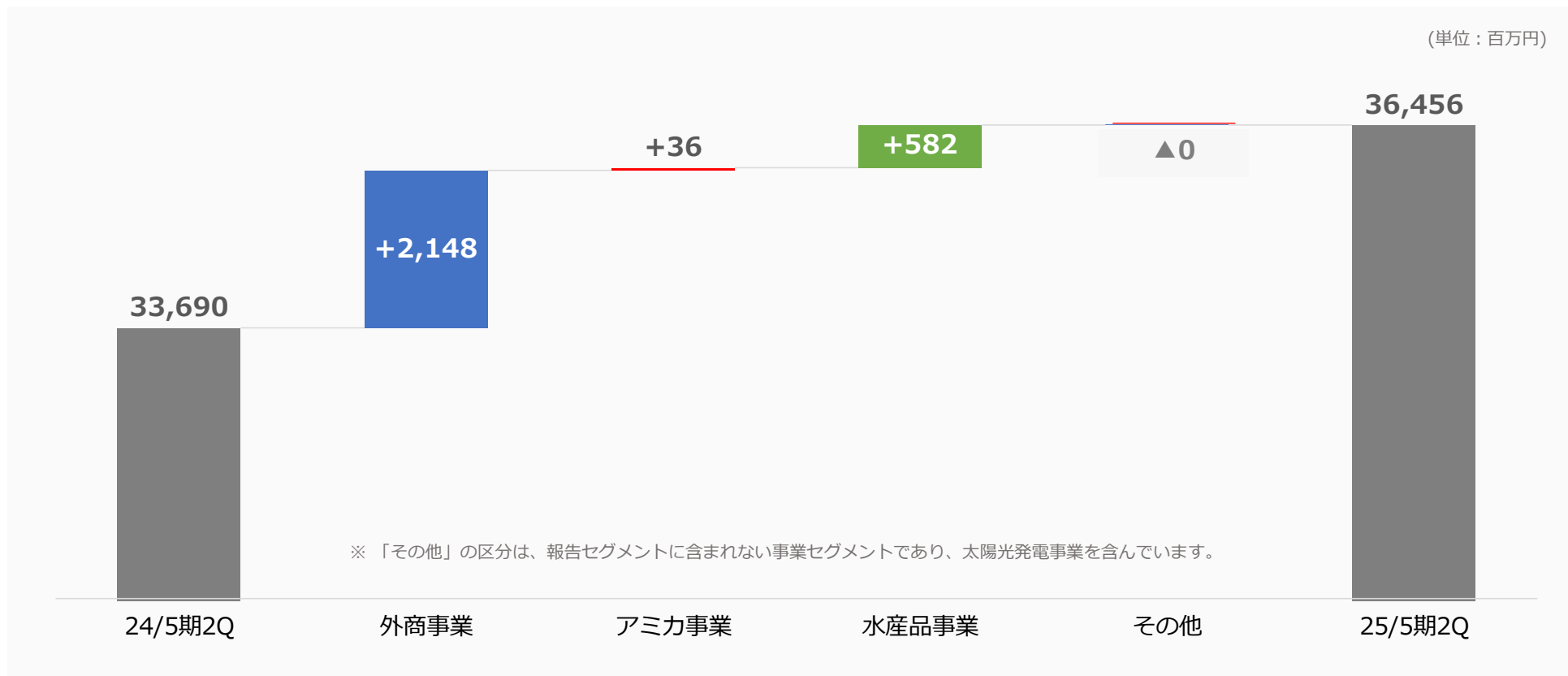
- 外食産業を取り巻く環境は、2023年5月に新型コロナウイルス感染症が5類に移行されたことに伴い、インバウンド需要の高まりや、飲食店や観光地への人流の増加、企業活動の活発化などを背景に順調に推移している
- 前期（24/5期）は、外食産業を取り巻く環境の改善に伴い、売上高はコロナ前を上回る水準まで伸長
- 当期（25/5期）は、外商事業の新規開拓や水産品事業の輸出販売などが寄与し、好調だった前年同期をさらに上回り推移



1 2025年5月期第2四半期（中間期）決算概要

1-4 売上高（増減内訳）

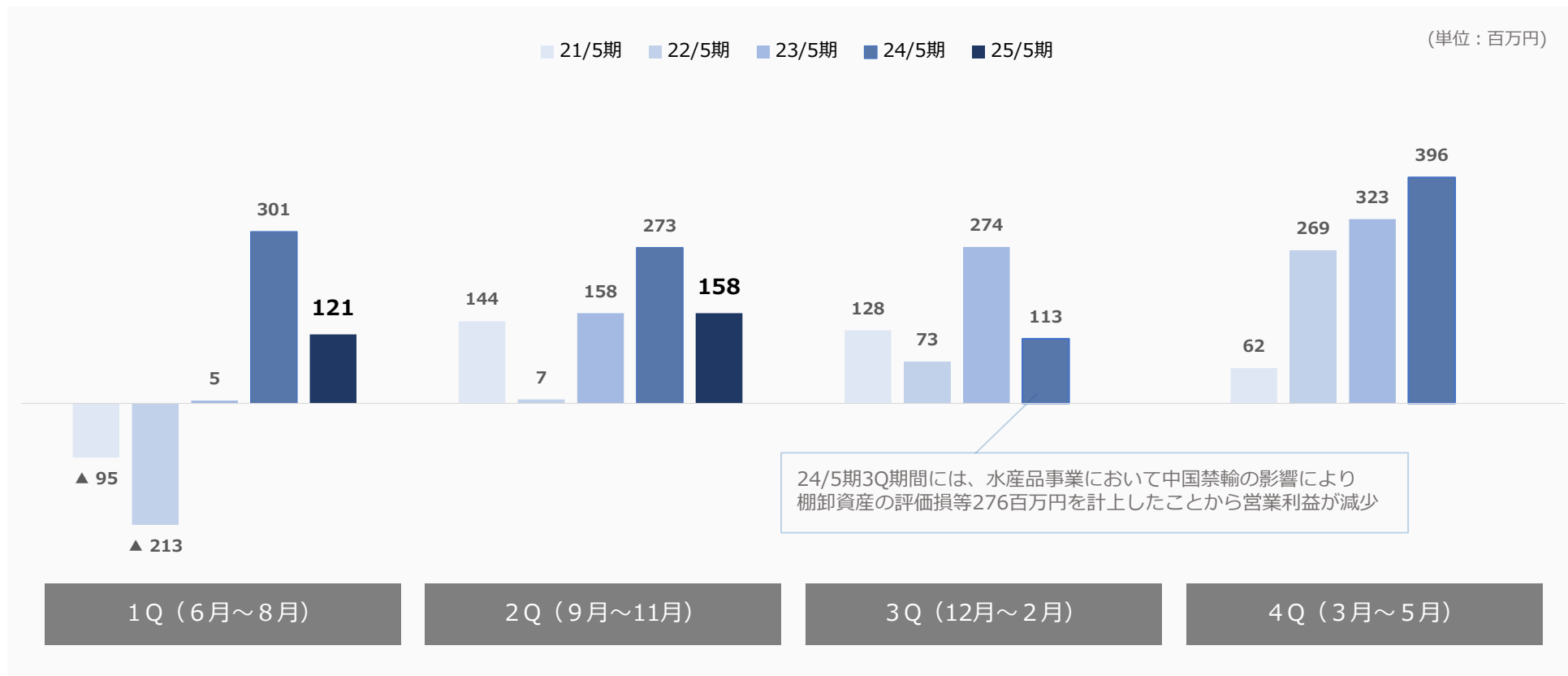
- すべての事業で増収となり、連結売上高は前年同期比 8.2%増、+2,766百万円
- 外商事業は 9.9%増、アミカ事業は 0.3%増、水産品事業は 75.5%増



1 2025年5月期 第2四半期（中間期）決算概要

1-5 営業利益（過年度比較・四半期別）

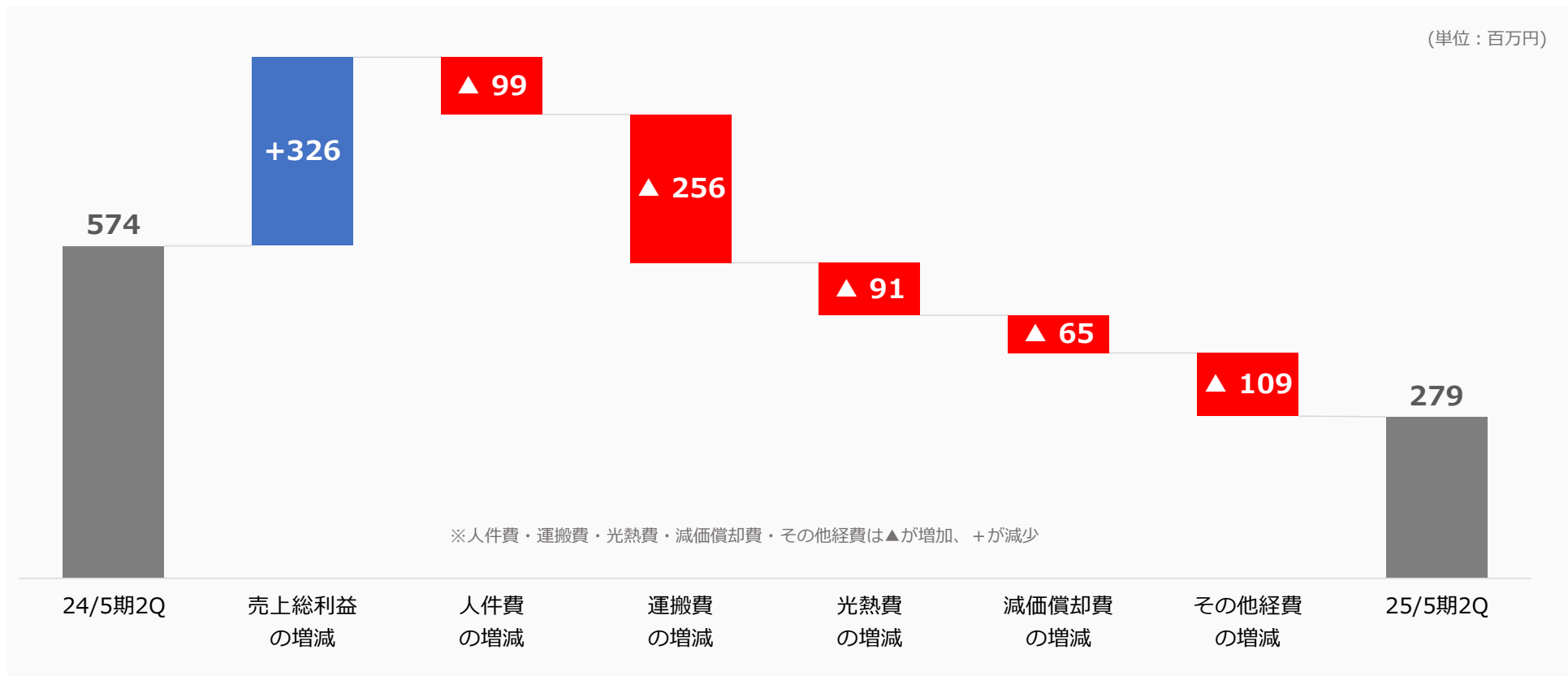
- 前期（24/5期）は、売上高の伸長に伴う売上総利益の増加に加え、粗利率の向上や経費抑制等の収益改善の取組みを通じ、営業利益はコロナ禍から大きく伸長
- 当期（25/5期）は、売上高は増加したものの、人件費や光熱費等の経費増加の影響が響き、前年同期を下回り推移



1 2025年5月期 第2四半期（中間期）決算概要

1-6 営業利益（増減内訳）

- 営業利益は前年同期比 51.3%減、△294百万円
- ベースアップに伴う人件費の増加、電力料金の上昇による光熱費の増加、新本社兼物流センター取得（2024年4月）やアミカ新規出店に伴う減価償却費等の増加など、経費増加の影響から営業利益が減少
- 運搬費は売上増加やアミカ店舗数の増加に伴い増加

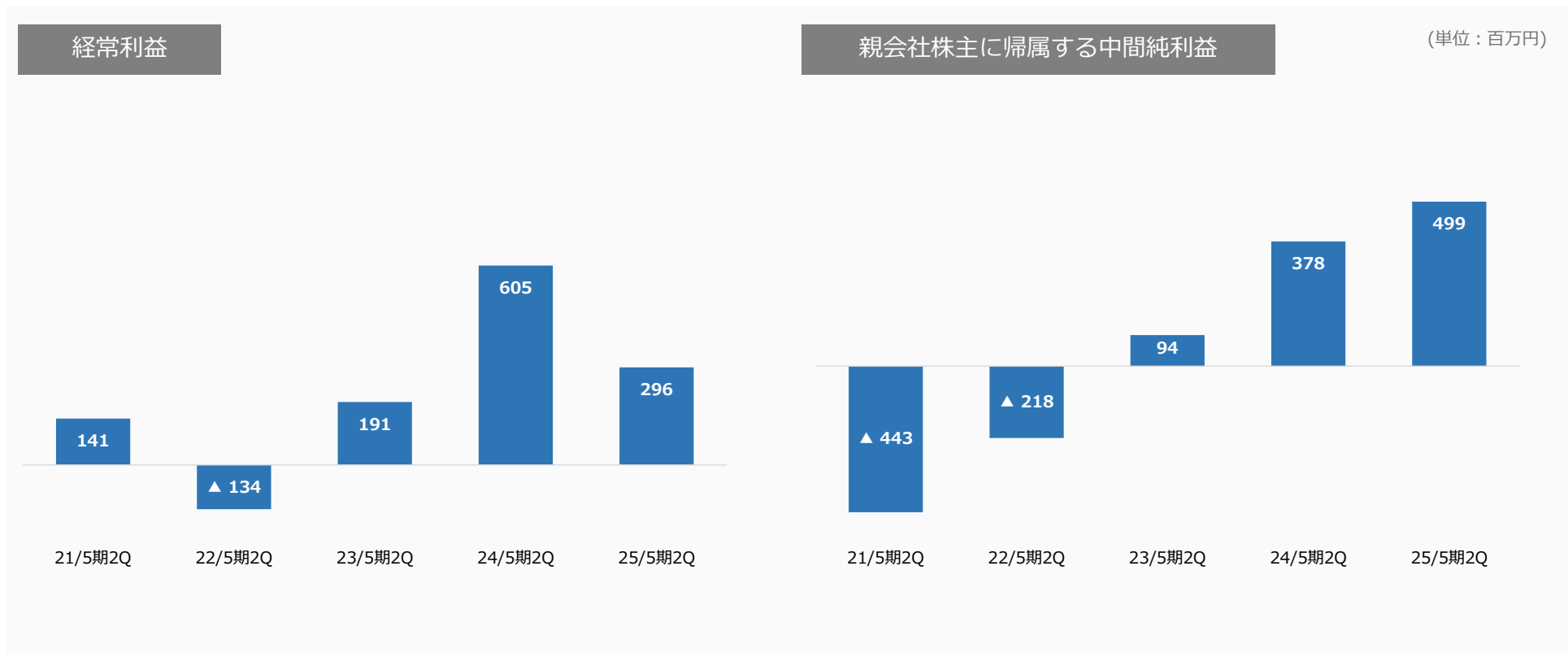


1 2025年5月期 第2四半期（中間期）決算概要

1-7 経常利益・親会社株主に帰属する中間純利益（過年度比較）

- 営業利益の減少に伴い、経常利益は減少
- 親会社株主に帰属する中間純利益は、特別利益（※）を計上したことから増益

※ 水産品事業を行う連結子会社マリンドリカにおいて、東京電力ホールディングス株式会社から公表された賠償基準に基づき、同社に対してALPS処理水放出に伴う諸外国からの禁輸措置などによって生じた損害について損害賠償請求を行い合意したことから、当第2四半期（中間期）において394百万円の特別利益を計上

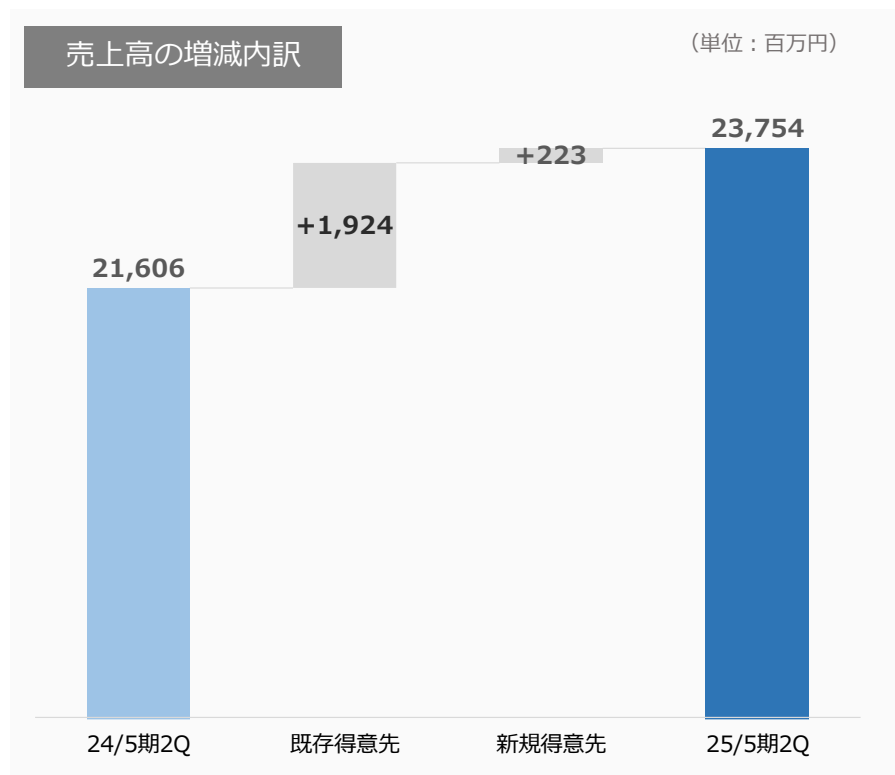


1 2025年5月期 第2四半期（中間期）決算概要

1-8 セグメント別概要 ①

外商事業

(単位：百万円)	売上高				営業利益			
	24/5期 2Q実績	25/5期 2Q実績	前年同期比		24/5期 2Q実績	25/5期 2Q実績	前年同期比	
			増減額	増減率			増減額	増減率
外商事業	21,606	23,754	+2,148	+9.9%	218	270	+52	+24.0%



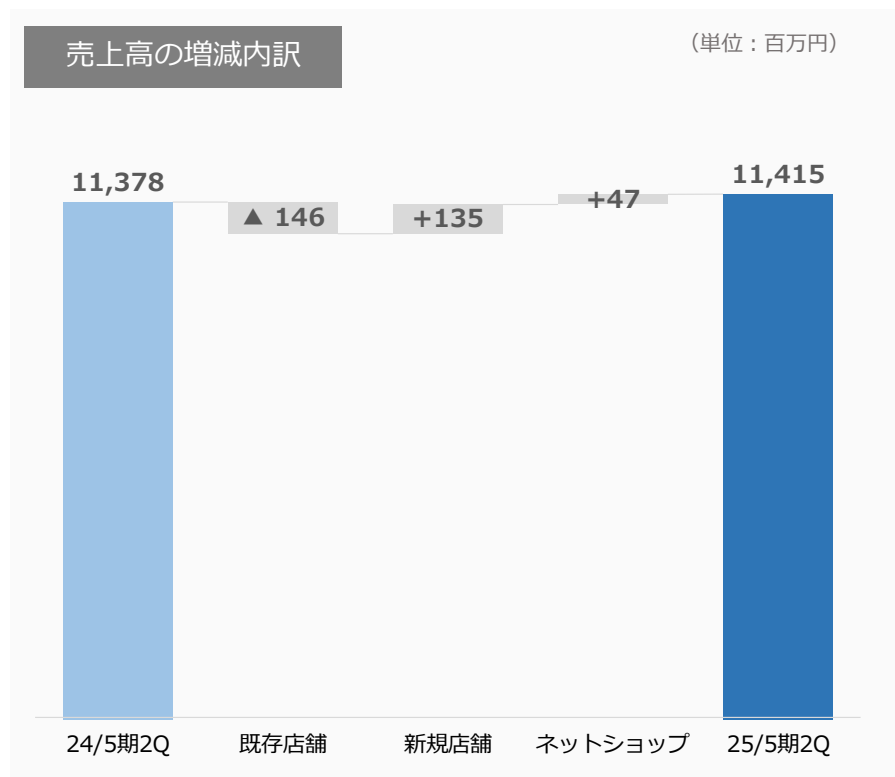
- 急増する顧客ニーズに対応した商品提案に注力するとともに、既存得意先との深耕や、給食・中食・病院等の幅広い業態に対する新規開拓に注力し、前年同期比 9.9%増と売上が伸長
- 既存得意先売上は前年同期比 8.9%増の伸長
- 新規得意先売上は223百万円の増収
- 粗利率の向上や物流コストの抑制など、収益改善の取組効果から営業利益は 24.0%増の改善

1 2025年5月期 第2四半期（中間期）決算概要

1-8 セグメント別概要 ②

アマカ事業

(単位：百万円)	売上高				営業利益			
	24/5期 2Q実績	25/5期 2Q実績	前年同期比		24/5期 2Q実績	25/5期 2Q実績	前年同期比	
			増減額	増減率			増減額	増減率
アマカ事業	11,378	11,415	+36	+0.3%	887	570	△ 317	△35.7%



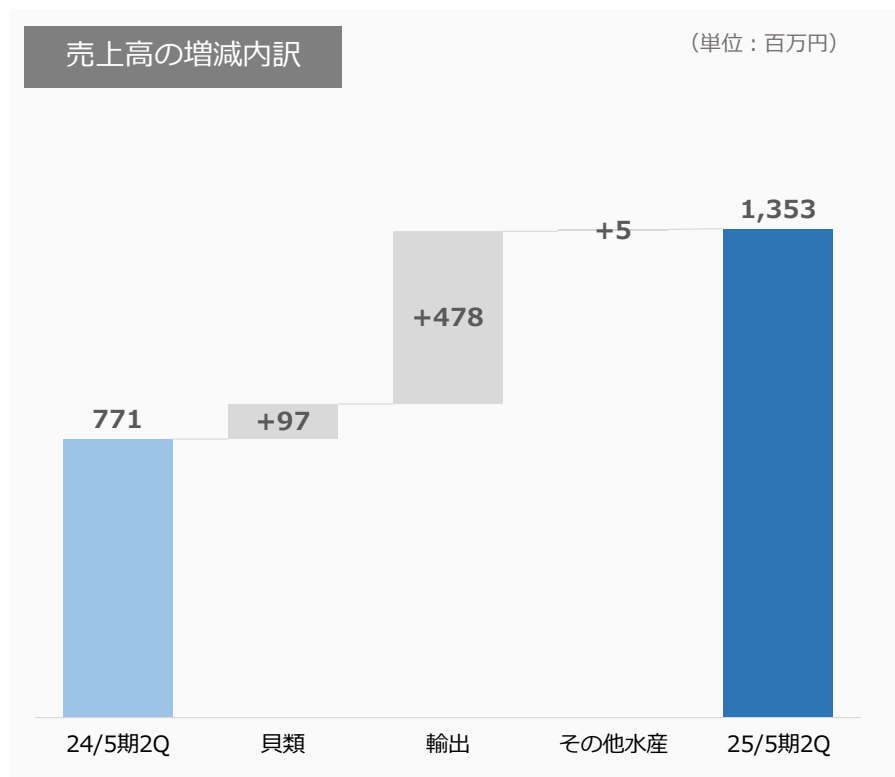
- 前年同期はコロナ明けのリベンジ消費もあり売上が好調だった反動や、消費者の生活防衛意識の高まりから個人消費が停滞していることなどから、前年同期比 0.3%増とわずかな増収
- 既存店売上は前年同期比 1.4%減
- 新規出店は2024年7月にアマカ津島店（愛知県津島市）、同年10月にアマカ沼津店（静岡県沼津市）を開業
- ネットショップは好調を継続し、前年同期比 5.7%増
- 営業利益は、人件費や光熱費の増加、新物流センター稼働や新規出店に伴う減価償却費等の経費増加の影響から減益

1 2025年5月期 第2四半期（中間期）決算概要

1-8 セグメント別概要 ③

水産品事業

(単位：百万円)	売上高				営業利益			
	24/5期 2Q実績	25/5期 2Q実績	前年同期比		24/5期 2Q実績	25/5期 2Q実績	前年同期比	
			増減額	増減率			増減額	増減率
水産品事業	771	1,353	+582	+75.5%	△ 25	25	+50	-



- 前年同期は中国禁輸の影響から輸出販売がストップしたものの、新たな販売スキームの構築に取り組み、輸出販売を再開したことが寄与し、前年同期比 75.5%増の大幅増収
- 貝類の国内販売も、外食チェーン向けや食品メーカー向けなど、既存得意先との深耕に取り組み、前年同期比 15.6%増
- 増収に伴う売上総利益の増加により、営業利益が改善
- ALPS処理水放出に伴う禁輸措置によって生じた損害については、東京電力ホールディングスに対して損害賠償請求を行い、当中間期にて特別利益394百万円を計上

1 2025年5月期 第2四半期（中間期）決算概要

1-9 連結貸借対照表

(単位：百万円)	24/5期 5月末	25/5期2Q 11月末	増減額
流動資産	12,849	14,151	+1,301
固定資産	10,938	11,432	+493
総資産	23,788	25,584	+1,795
流動負債	11,832	13,499	+1,667
固定負債	5,887	5,676	△ 210
負債合計	17,719	19,176	+1,456
純資産	6,069	6,408	+339
自己資本比率	25.5%	25.0%	△ 0.5%

主な増減要因

[流動資産]	
現金及び預金の増加	+ 406
受取手形及び売掛金の増加	+ 784
[固定資産]	
建物及び構築物の増加	+ 244
[流動負債]	
支払手形及び買掛金の増加	+ 616
短期借入金の増加	+ 1,212
[固定負債]	
長期借入金の減少	△ 483
[純資産]	
利益剰余金の増加	+ 403

1 2025年5月期第2四半期（中間期）決算概要

1-10 連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)	25/5期2Q	主な増減要因	
営業活動によるキャッシュ・フロー	444	[営業キャッシュ・フロー]	
		売上債権の増加	△784
		仕入債務の増加	+616
		税金等調整前中間純利益の計上	+691
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 496	[投資キャッシュ・フロー]	
		有形固定資産の取得による支出	△448
		投資有価証券の取得による支出	△205
財務活動によるキャッシュ・フロー	458	[財務キャッシュ・フロー]	
		長期借入金の返済による支出	△631
		短期借入金の増加	+1,212
現金及び現金同等物に係る換算差額	△ 0		
現金及び現金同等物の増減額	406		
現金及び現金同等物の期首残高	585		
現金及び現金同等物の中間期末残高	992		

2. 2025年5月期 通期業績見通し

2 2025年5月期 通期業績見通し

2-1 連結業績予想（通期）

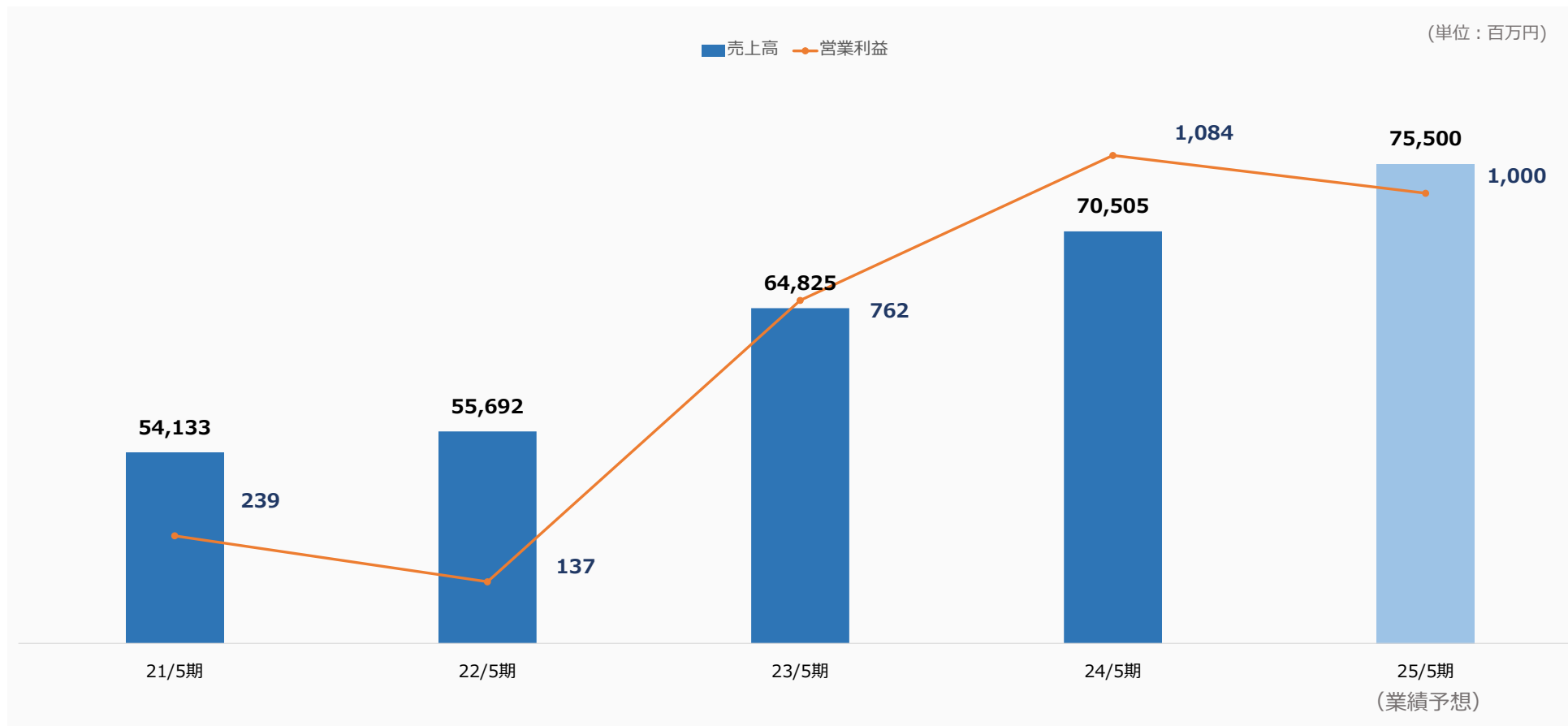
- 売上高・親会社株主に帰属する当期純利益は、それぞれ過去最高を更新する計画
- 営業利益・経常利益は、経費増加の影響からそれぞれ減益を計画

(単位：百万円)	24/5期		25/5期		前期比	
	実績	構成比	計画	構成比	増減額	増減率
売上高	70,505	100.0%	75,500	100.0%	+4,994	+7.1%
営業利益	1,084	1.5%	1,000	1.3%	△ 84	△7.8%
経常利益	1,145	1.6%	1,040	1.4%	△ 105	△9.2%
親会社株主に帰属する 当期純利益	760	1.1%	980	1.3%	+219	+28.9%

2 2025年5月期 通期業績見通し

2-2 連結業績予想（過年度比較）

- 23/5期・24/5期は、売上高・営業利益ともにコロナ前を上回る水準までV字回復を実現
- 25/5期は、継続して10億円超の利益水準の確保を計画



2 2025年5月期 通期業績見通し

2-3 各事業の取組み

外商事業

- 既存得意先との取引深耕
- 外食需要の高まりやニーズ変化に応じた提案営業の強化
- 病院・老健施設・中食など多様な得意先に対する新規開拓の強化
- 粗利率の向上
- 物流費をはじめとする経費抑制

アミカ事業

- 継続的な新規出店（25/5期は2店舗出店済）
- 外食事業者向けのアイテム拡充や営業活動の強化
- 家庭内消費に適したアイテム拡充など一般消費者向けの販売強化
- SNSの活用など販促活動の強化
- 物流効率の向上

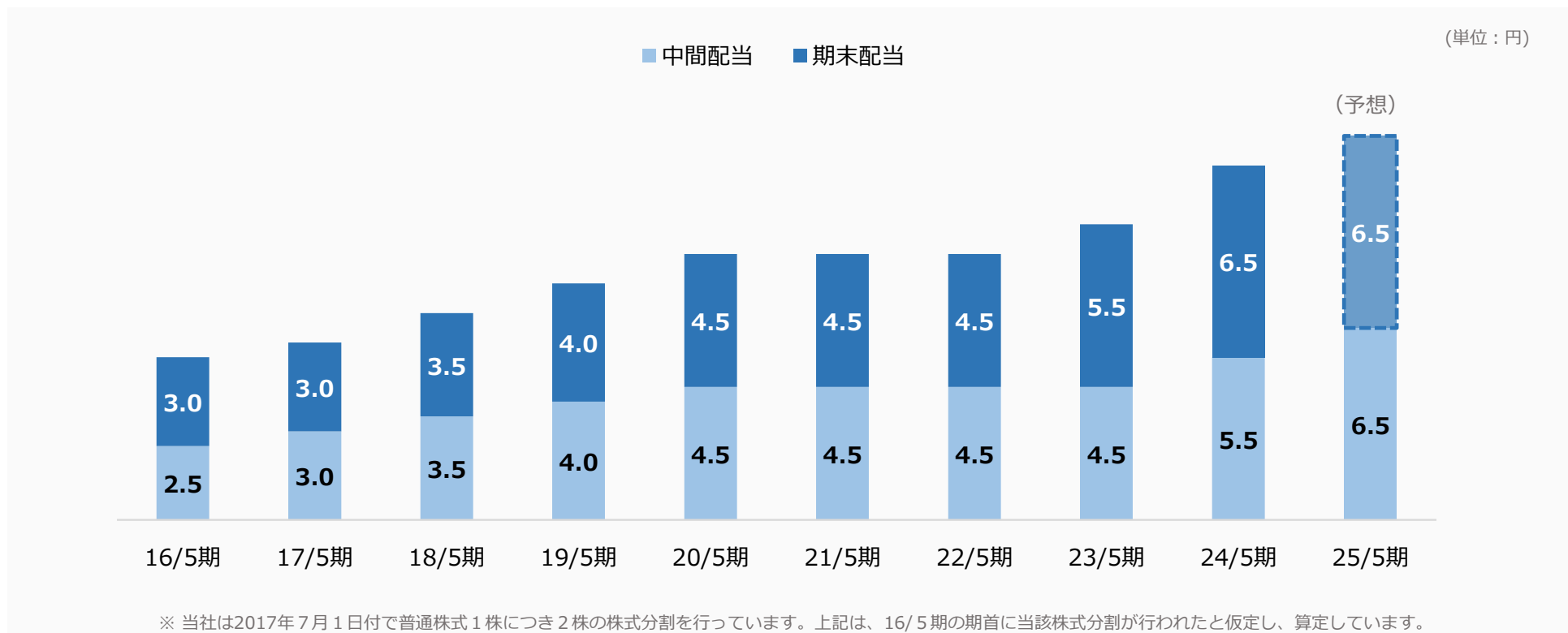
水産品事業

- 既存得意先との取引深耕
- 輸出版売の拡充（販売先の開拓、新規商材の開発）
- 新規開拓の強化
- 外商事業・アミカ事業との連携による水産品提案力の強化
- 在庫管理の徹底によるロス削減

2 2025年5月期 通期業績見通し

2-4 株主還元（配当金の推移）

- 財務状況・収益動向・配当性向等を総合的に判断しつつ、継続的かつ安定的な配当を行うことを基本方針とし 20/5期にかけて増配を実施、コロナ禍（22/5期まで）は年間配当金 9.0 円を継続、23/5期は年間配当金 10.0 円の増配、24/5期は年間配当金 12.0 円の **2期連続増配**
- 25/5期は、中間配当金 6.5 円、期末配当金 6.5 円、年間配当金 13.0 円、**3期連続増配計画**



3. 補足説明資料

3 補足説明資料

3-1 会社概要

会社名	株式会社大光（東京証券取引所 スタンダード市場：3160）
代表者	代表取締役社長執行役員 金森 武
本社	岐阜県大垣市古宮町227番地1
創業	1948年（昭和23年） 6月
設立	1950年（昭和25年） 12月
事業内容	業務用食品卸売および小売業
事業所・店舗	外商事業：9事業所 アミカ事業：53店舗 ※
子会社	株式会社マリンドリカ
資本金	14億82百万円 ※
発行済株式総数	14,883,300株 ※
株主数	29,332名 ※

※ はすべて2024年11月30日時点の内容です。発行済株式総数のうち、自己株式が 200,012株あります。

3 補足説明資料

3-2 事業内容

外商事業

業務用食品等
卸売事業

「食」に関連する企業に業務用食品等を販売

対象顧客：大手外食チェーン、ホテル、レストラン
事業所給食、学校給食、惣菜、病院、老健施設など



アミカ事業

業務用食品等
小売事業

業務用食品スーパー「アミカ」

業務用食品専門のネットショップを展開

対象顧客：小規模外食事業者、一般消費者



水産品事業

水産品の卸売
輸出事業

貝類を中心とした水産品の国内販売、輸出版売

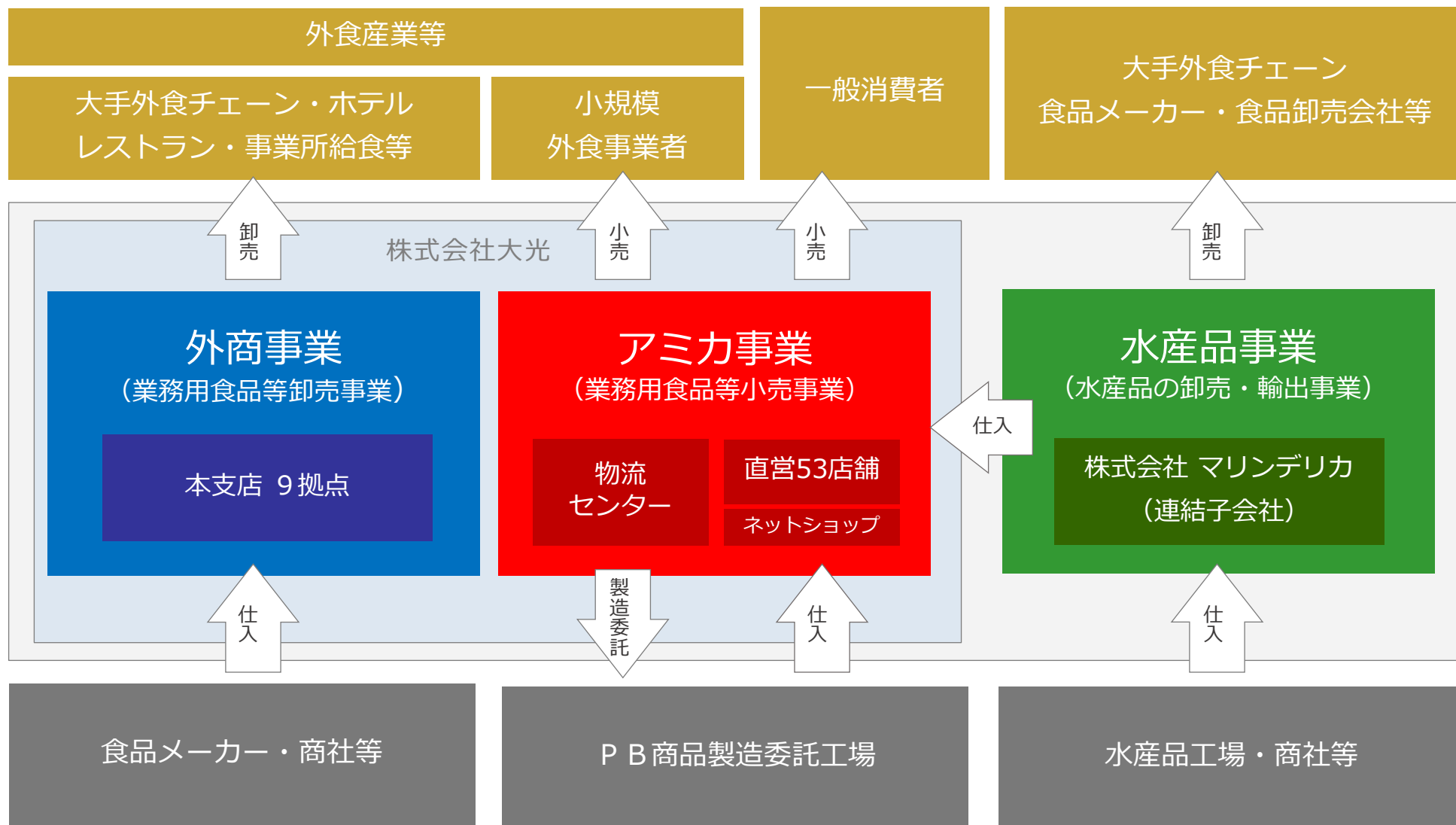
対象顧客：全国中央市場、食品メーカー
食品卸売会社、大手外食チェーンなど



3 補足説明資料

3-3 事業構造

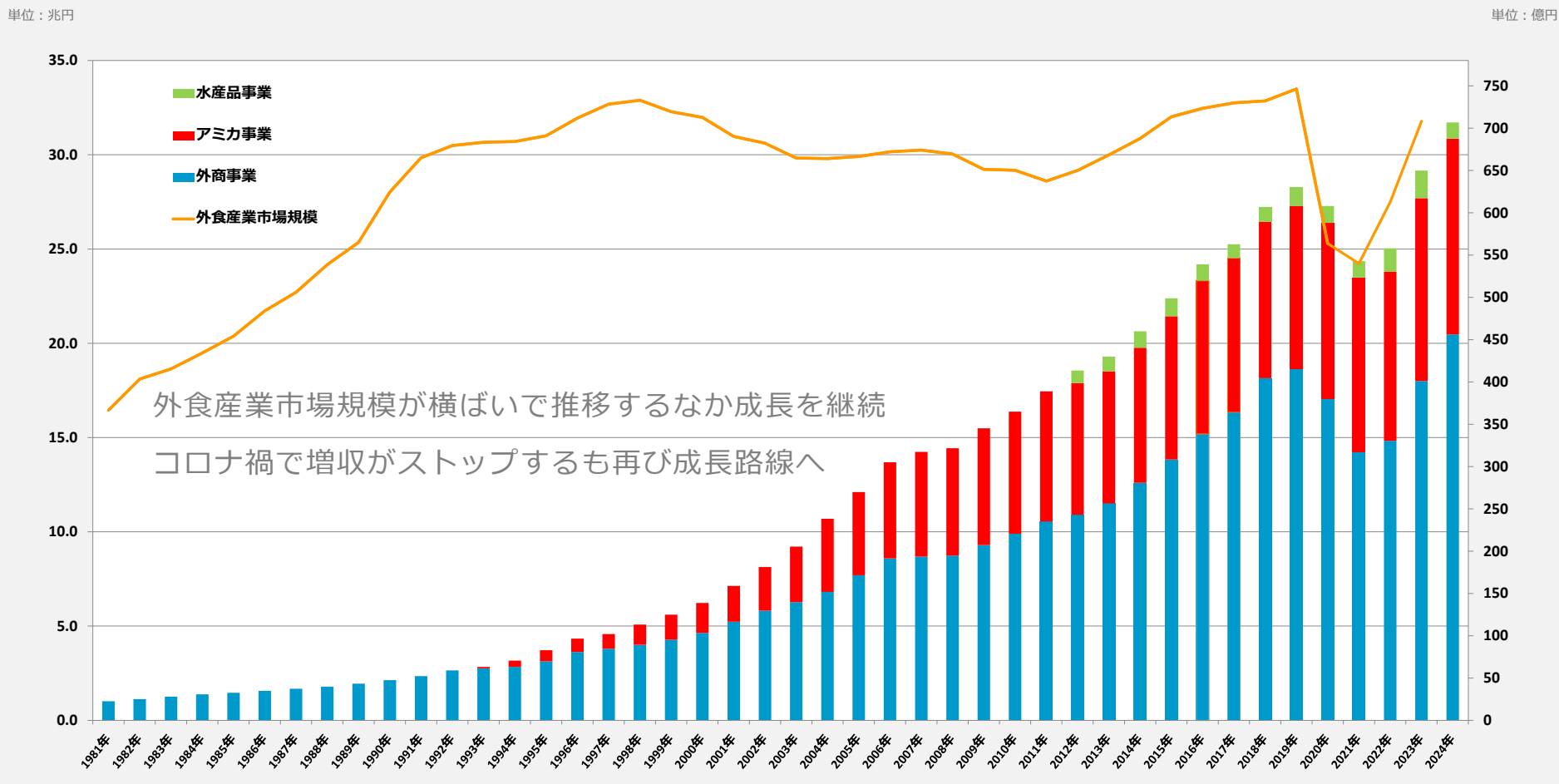
※ 2024年11月30日時点の内容です。



3 補足説明資料

3-4 事業の特長 ① 「3つの事業で市場を開拓」

外食産業市場規模と当社売上高の推移 ～3つの事業で市場を開拓～



出所：公益財団法人食の安全・安心財団「外食産業市場規模推移」推計値と当社売上高実績を基に当社が作成

3 補足説明資料

3-4 事業の特長 ② 「3つの事業で市場を開拓」

外商事業

東海地区を中心に業務用食品を販売
事業所給食から事業を開始、外食産業へ市場を拡大

02年 羽島物流センター稼働 ⇒ 24年 本店に統合

大手外食チェーン等へ一括物流を提供
大手チェーン等への対応を強化し、市場を拡大

05年 大阪営業所開設 ⇒ 24年 大阪支店に格上げ

07年 青葉営業所開設 ⇒ 11年 東京支店に格上げ

営業地域を拡大、関東・関西へ進出
広域の物流フォローと地域拡大による市場開拓
業務用卸市場の約70%を占める3大都市の基盤整備

12年 東京支店を分割し、横浜支店開設

18年 千葉支店を開設

水産品事業

11年より水産品事業を開始、貝類を中心とする水産品の国内販売・輸出版売

アミカ事業

92年 アミカ事業を開始

業務用食品の小売を開始、新規市場の開拓
外商事業でフォローできなかった小規模外食事業者、一般消費者をターゲットにする

05年 アミカ輪之内物流センター稼働

出店地域の拡大と店舗運営の効率化が可能となるセンター一括配送による店舗業務の効率化
出店スピードを加速し、岐阜・愛知・三重・静岡・滋賀の5県に出店、ドミナント化で市場を拡大

11年 関東地区に初出店、アミカネットショップ開設

関東地区への販路拡大を図り、アミカ赤羽西口店開業
全国のお客様の利便性を追求し、アミカネットショップを開設

24年 アミカ大垣チルドセンター稼働

3 補足説明資料

3-5 商品の特長（プライベートブランド商品）

「プロ」が満足する3つのブランド ～安全・安心・高品質な商品～

プライベートブランド商品の製造委託工場に当社スタッフを派遣するなど品質管理を徹底。

価格訴求ではない品質訴求商品。

業務用食品販売事業者の共同オリジナルブランドである「ジェフダ」も当社のプライベートブランド商品と同様に差別化商品として販売強化。



3 補足説明資料

3-6 当社の強み

① 「食」に関連する幅広い顧客に対応した事業構造

外商事業を通じ、大手外食チェーン、ホテル、レストラン、給食、中食、病院など「食」に関連する企業へ「食」を提供。また、アミカ事業を通じ、小規模外食事業者から一般消費者まで。卸売と小売の両方を展開することにより、幅広い顧客に対応。

② 「業務用食品スーパーアミカ」を展開

業務用食品に特化した「業務用食品スーパーアミカ」を展開。一般的な食品を取り扱う量販店と異なり、価格訴求ではなく「プロ」を意識した品揃えや品質がアミカの魅力。適切なプライシングや外商事業を含めた効率的な仕入により、高い収益性を実現。

③ 3つのプライベートブランド商品を取り扱う商品力

2つの自社ブランドと業務用食品販売事業者の共同オリジナルブランドである「ジェフダ」を通じ、価格・品質・健康志向・高齢者向けなど、多様な顧客ニーズに対応。

「ジェフダ」は共同開発によるスケールメリットや商品開発力により、差別化を実現。

「アミカ」は業務用食品に特化した業務用食品スーパー



飲食店等を営む「プロ」を意識した豊富な品揃え



広い店内には 約6,000種類の商品ラインナップ



お弁当やご家庭の食卓にも活躍、一般の方もお気軽に



「小規模外食事業者」の「問屋機能」とは？

社員の豊富な商品知識を活かした店内での情報提供・相談機能

お客様は仕入先に困り、情報が不足している

- ▶ 外商事業と共有する商品情報・営業情報を提供
- ▶ きめ細かな対応、相談機能（メニュー提案から店舗運営まで）

外商事業で培った経験を活かした外食事業者のお客様のための店舗運営

アミカの取扱商品は「プロ」のお客様が毎日の営業に使用する商品

- ▶ 「品質」「価格」「品揃え」の充実とバランス
- ▶ お店の営業に必要な商品が揃う店として、定期的な購買が発生

「営業力」と「商品力」を備えた**「問屋機能」**がアミカの強み
獲得した小規模外食事業者のお客様の再来店をうながす構造になっている

一般のお客様の来店を誘発する、魅力ある店舗の秘密は？

「アミカ」は、業務用食品を販売する小売店舗

「プロ」のお客様が満足する「プロ」向け商品ラインナップ

- ▶ 品質・・・安全・安心
- ▶ 価格・・・品質と価格のバランス
- ▶ 品揃え・・・一般食品小売店にはない「業務用食品」

「アミカ」は、「プロ」のお客様が利用する店だが、会員制ではない

「プロ」のお客様と同様に一般のお客様も気軽にご利用いただける店舗

- ▶ 節約志向や低価格指向を背景とした一般家庭における業務用食品の利用
- ▶ 学園祭やお祭りなど、イベントにおける業務用食品の利用

一般小売店とは違う「プロ」を意識した「**業務用食品**」専門店である
その特長から、一般消費者のお客様の来店も誘発することができる

3 補足説明資料

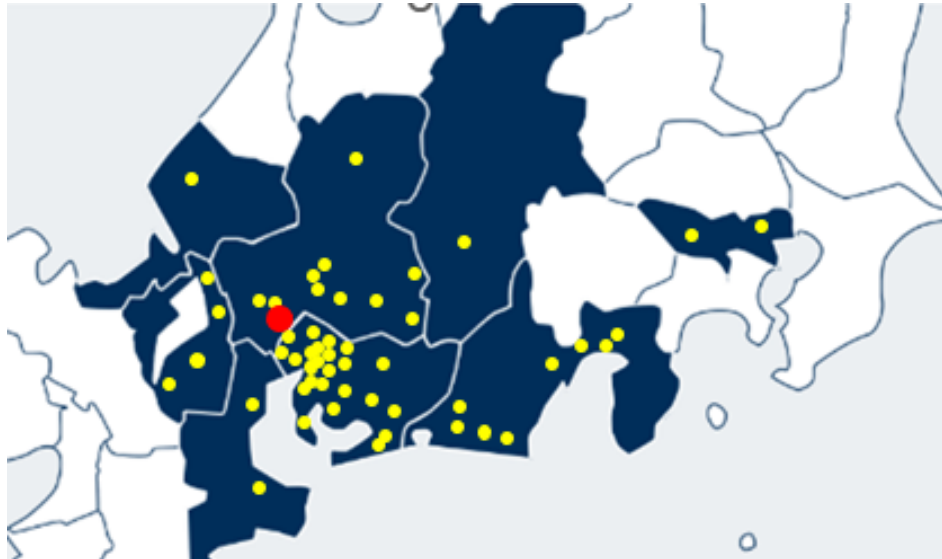
● Good Professional Foods ●

3-7 業務用食品スーパー



の特長 ④

出店地域



※ 2024年11月30日時点の状況です。

● : 物流センター ● : 店舗

東海	岐阜県	10店舗	愛知県	24店舗
	三重県	2店舗	静岡県	8店舗
甲信越	長野県	1店舗		
北陸	福井県	1店舗		
関西	滋賀県	4店舗		
関東	東京都	2店舗	合計	52店舗

※ 店舗数にはReica岐阜田神店を含んでいません。

実店舗のない地域のお客様へネットショップを通じて販売



年末年始のご案内

年末年始休業は下記の通りとなります。ご注文の窓口は、各店舗までお問い合わせください。
休業中期間中の配達、メールでのお問い合わせにつきましては、お休みとさせていただきます。

期間	12/29日	12/30日	12/31日	1/1日	1/2日	1/3日	1/4日	1/5日	1/6日
ご来店	○	○	○	○	○	○	○	○	○
出荷	○	×	×	×	×	×	×	×	×
お問い合わせ	○	×	×	×	×	×	×	×	×

※ 詳しくはこちらをご覧ください



T V 番組等でアミカが取り上げられ、注目度上昇中！

2024/12/5	名古屋テレビ	ドデスカ！+	2024/11/27	CBCテレビ	チャント！
2024/9/28	テレビ愛知	サバンナのわが社の星	2024/9/4	CBCテレビ	チャント！
2024/7/29	CBCテレビ	チャント！	2024/7/4	CBCテレビ	チャント！
2024/7/2	日本テレビ	ヒルナンデス！	2024/5/24	東海テレビ	ニュースONE
2024/2/5	日本テレビ	ヒルナンデス！	2024/1/20	東海テレビ	ちゃーじ
2023/12/21	名古屋テレビ	ドデスカ！+	2023/12/19	東海テレビ	スイッチ！
2023/12/1	日本テレビ	news every	2023/10/30	日本テレビ	ヒルナンデス！
2023/9/19	日本テレビ	ZIP！	2023/6/5	日本テレビ	ヒルナンデス！
2023/4/10	日本テレビ	ヒルナンデス！	2023/3/31	フジテレビ	news イット！
2023/1/30	フジテレビ	news イット！	2023/1/26	TBSテレビ	Nスタ
2023/1/16	日本テレビ	news every	2022/11/21	CBCテレビ	チャント！
2022/11/16	TBSテレビ	Nスタ	2022/10/28	TBSテレビ	Nスタ
2022/10/24	名古屋テレビ	ドデスカ！	2022/10/14	日本テレビ	ヒルナンデス！
2022/10/8	日本テレビ	ズームイン！！サタデー	2022/8/30	フジテレビ	ポップUP！
2022/7/19	日本テレビ	ヒルナンデス！	2022/7/11	名古屋テレビ	ドデスカ！

本資料は、投資勧誘を目的に作成されたものではありません。

掲載されている業績見通し、その他今後の予測・戦略等に関する情報は、本資料の作成時点において、当社が合理的に入手可能な情報に基づき、通常予測し得る範囲内で行った判断に基づくものであります。

通常予測し得ないような特別事情の発生または通常予測し得ないような結果の発生などにより、変更する可能性及び本資料記載の業績見通しとは異なる結果を生じるリスクを含んでおります。

当資料記載の業績見通しのみにも全面的に依拠してご判断されることはくれぐれもお控えになられるようお願いいたします。

[お問い合わせ先]
株式会社大光 経営企画室

TEL : 0584-89-7823

FAX : 0584-89-7333

E-mail : ir@oomitsu.com

URL : [https:// www.oomitsu.com/](https://www.oomitsu.com/)