



証券コード 3160

2023年5月期 第2四半期 決算説明資料

(2022年6月1日～2022年11月30日)

2022年12月22日

1. 2023年5月期2Q 決算概要 … P 3

2. 2023年5月期 通期業績見通し … P15

3. 補足資料 … P20

1. 2023年5月期2Q 決算概要

(単位：百万円)	22/5期		23/5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	26,184	100.0%	30,825	100.0%	+4,641	+17.7%
売上総利益	5,094	19.5%	5,920	19.2%	+826	+16.2%
販売費及び一般管理費	5,299	20.2%	5,756	18.7%	+456	+8.6%
営業利益	△ 205	-	164	0.5%	+369	-
経常利益	△ 134	-	191	0.6%	+326	-
親会社株主に帰属する 四半期純利益	△ 218	-	94	0.3%	+313	-

- 前年同期と異なり行動制限等が解除され、外食産業を取り巻く環境は改善
- 売上高はコロナ前の水準まで伸長、利益面は大幅改善、四半期純利益は黒字化

連結損益計算書

(単位：百万円)	22/5期	23/5期	前年同期比	
	2Q実績	2Q実績	増減額	増減率
売上高	26,184	30,825	+4,641	+17.7%
売上総利益	5,094	5,920	+826	+16.2%
販売費及び一般管理費	5,299	5,756	+456	+8.6%
営業利益	△ 205	164	+369	—
営業外収益	122	79	△ 43	△ 35.3%
営業外費用	51	51	+0	+0.6%
経常利益	△ 134	191	+326	—
特別利益	—	—	—	—
特別損失	128	35	△ 93	△ 72.7%
税金等調整前四半期純利益	△ 262	156	+419	—
法人税等	△ 43	62	+106	—
親会社株主に帰属する四半期純利益	△ 218	94	+313	—

売上高

- 外商事業は前年同期比23.5%増（+3,615百万円）
アミカ事業は9.2%増（+867百万円）、水産品事業は13.2%増（+184百万円）
- 3事業のいずれも増収となり、連結売上高は前年同期比17.7%増（+4,641百万円）

売上総利益

- 増収に伴い、売上総利益は増加

販売費及び一般管理費

- 人員配置の見直しや業務効率化に取り組み、人件費の増加を抑制
- 売上回復に伴い運搬費は増加しているものの、配送や庫内作業の見直しなど、個別取引ごとに物流効率化に取り組み、運搬費の増加を抑制
- 資源価格高騰の影響から光熱費が増加（前年同期比50.8%増、+150百万円）

営業外収益

- 前年同期は助成金収入50百万円を営業外収益に計上

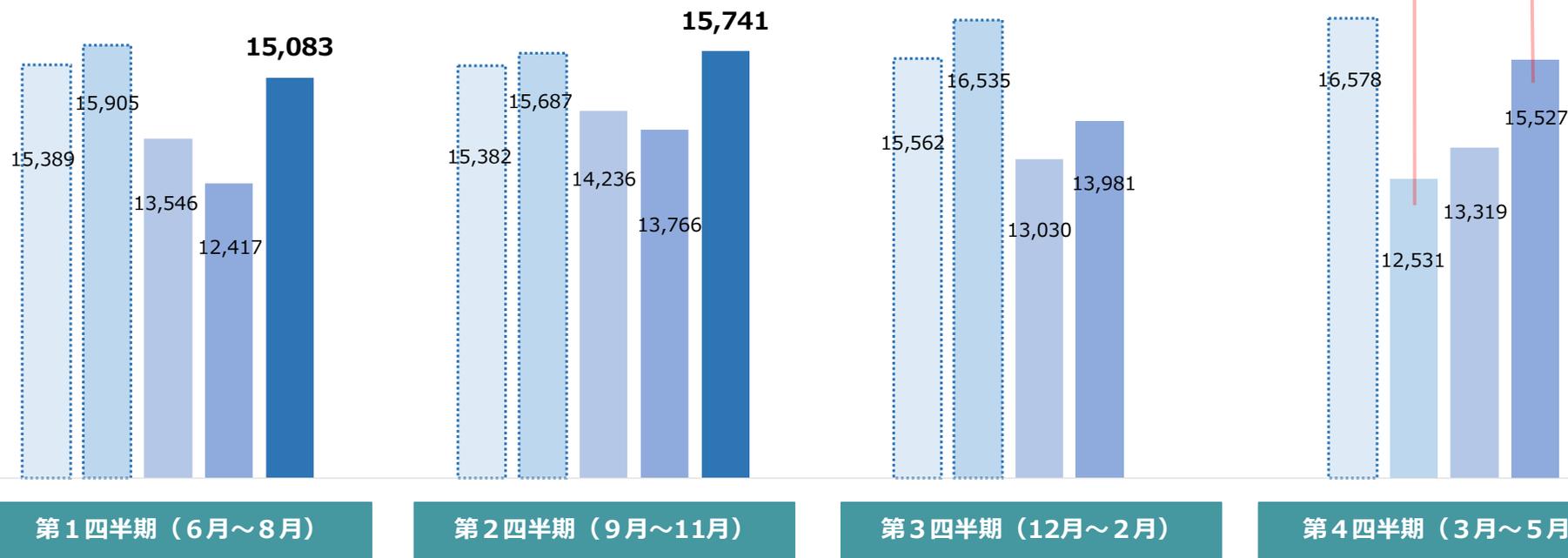
特別損失

- 前年同期は投資有価証券評価損など特別損失128百万円を計上

売上高（四半期・期間別・過年度比較）

単位：百万円

■ 19/5期 ■ 20/5期 ■ 21/5期 ■ 22/5期 ■ 23/5期



20/5期 4 Q以降
感染症が拡大

22/5期 4 Q
制限解除

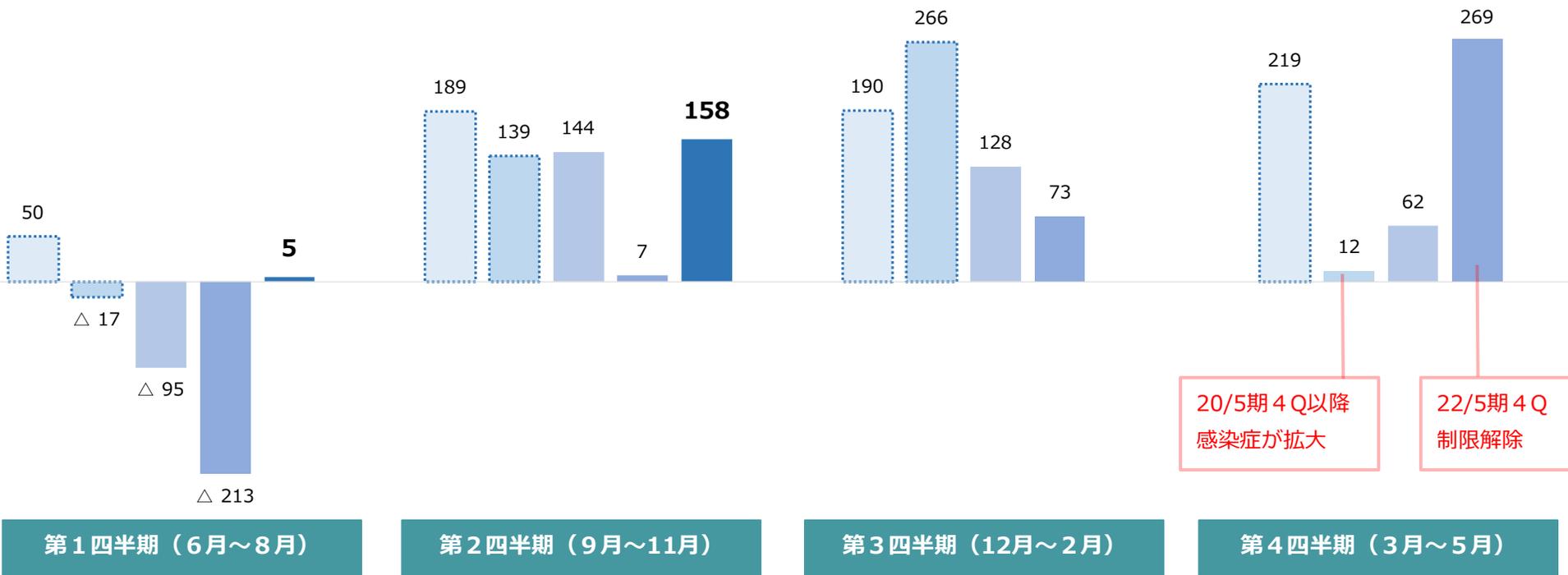
※ 点線棒グラフはコロナ影響を受ける前の実績です。

- 22/5期 4 Q（3月下旬）に飲食店等に対する制限が解除され、当社の売上高も回復傾向へ
- 23/5期 1 Q・2 Qの売上高は、コロナ前の水準まで回復

営業利益（四半期・期間別・過年度比較）

単位：百万円

■ 19/5期 ■ 20/5期 ■ 21/5期 ■ 22/5期 ■ 23/5期



※ 点線棒グラフはコロナ影響を受ける前の実績です。

- 23/5期 1Q・2Qともに、営業利益は前年同期に対して大きく改善
- 光熱費の増加（前年同期比 50.8%増、+150百万円）があったものの、営業利益は大きく改善

セグメント別の概要

(単位：百万円)	売上高				営業利益			
	22/5期	23/5期	前年同期比		22/5期	23/5期	前年同期比	
	2Q実績	2Q実績	増減額	増減率	2Q実績	2Q実績	増減額	増減率
外商事業	15,385	19,000	+3,615	+23.5%	△ 320	△ 76	+243	-
アミカ事業	9,447	10,314	+867	+9.2%	512	662	+149	+29.3%
水産品事業	1,392	1,576	+184	+13.2%	80	59	△ 20	△25.3%
その他 ※	8	8	+0	+3.3%	3	4	+1	+33.7%
調整額 ※	△ 49	△ 75	△ 25	-	△ 480	△ 485	△ 4	-
計	26,184	30,825	+4,641	+17.7%	△ 205	164	+369	-

※ 売上高にはセグメント間の内部売上高を含めています。

※ 「その他」の区分は、報告セグメントに含まれない事業セグメントであり、太陽光発電事業を含んでいます。営業利益の「調整額」は、本社経費等です。

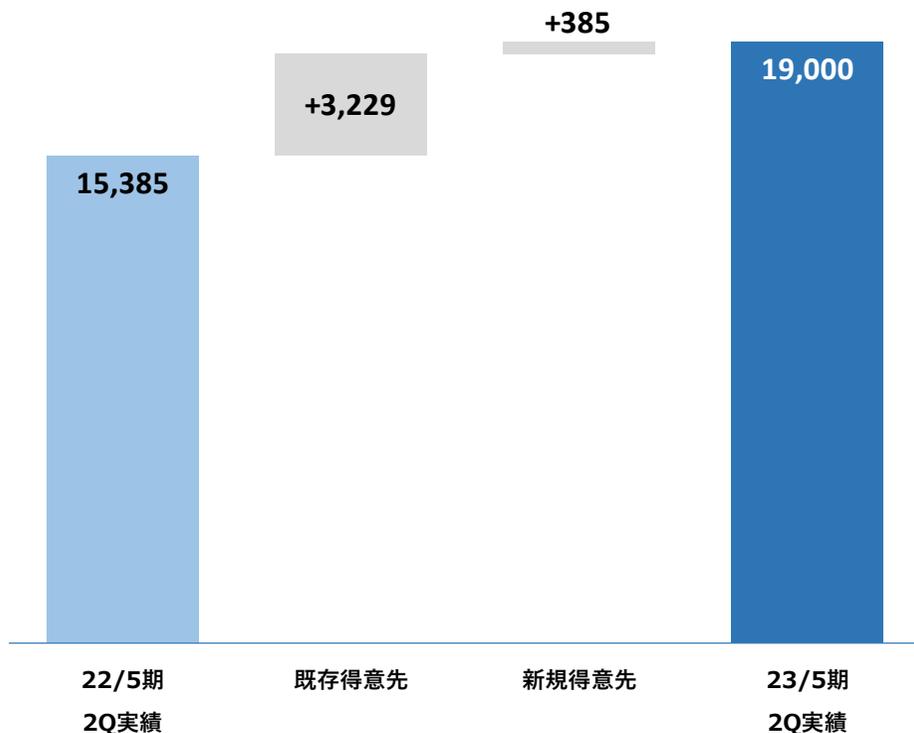
セグメント別の概要

外商事業

(単位：百万円)	売上高				営業利益			
	22/5期	23/5期	前年同期比		22/5期	23/5期	前年同期比	
	2Q実績	2Q実績	増減額	増減率	2Q実績	2Q実績	増減額	増減率
外商事業	15,385	19,000	+3,615	+23.5%	△ 320	△ 76	+243	-

売上高の増減内訳

単位：百万円



売上高の増減要因

- 外部環境が回復したことや、中食・病院等の業態に対する販売に注力し、既存得意先売上は改善
- 新規得意先売上により385百万円の増収
- 外食チェーンでは店舗数減少等により苦戦する先があるものの、新規開拓や他業態にてカバーして売上高はコロナ前水準近くまで回復

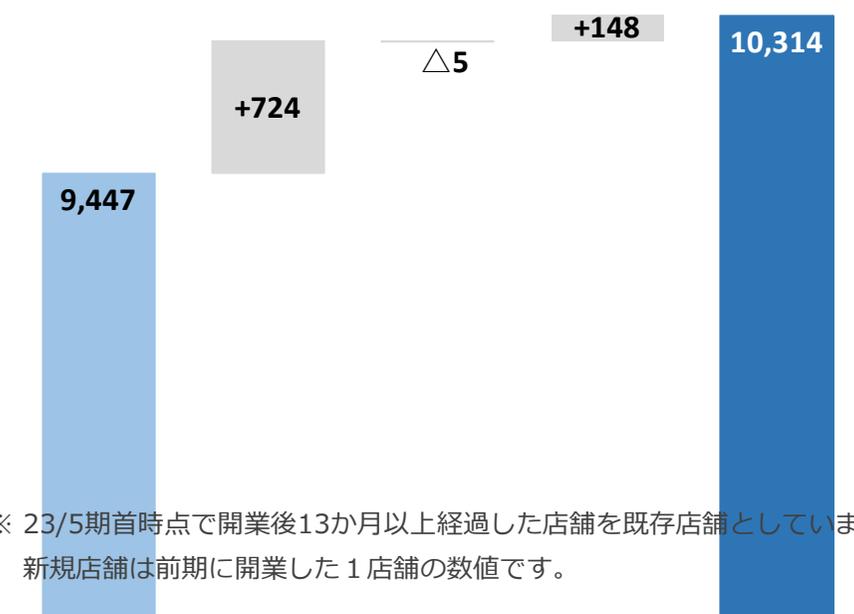
営業利益の増減要因

- 物流費の抑制など収益改善に取り組み、赤字ではあるものの利益面は大きく改善

(単位：百万円)	売上高				営業利益			
	22/5期	23/5期	前年同期比		22/5期	23/5期	前年同期比	
	2Q実績	2Q実績	増減額	増減率	2Q実績	2Q実績	増減額	増減率
アメリカ事業	9,447	10,314	+867	+9.2%	512	662	+149	+29.3%

売上高の増減内訳

単位：百万円



※ 23/5期首時点で開業後13か月以上経過した店舗を既存店舗としています。
新規店舗は前期に開業した1店舗の数値です。

22/5期 2Q実績	既存店舗 47店舗	新規店舗 1店舗	ネット ショップ	23/5期 2Q実績
---------------	--------------	-------------	-------------	---------------

売上高の増減要因

- 既存店売上は前年同期比8.3%増
- 外食事業者向け売上が前年同期比16%増と回復
- 一般消費者向け売上は前年同期比4%増
コロナ前実績と比較して15%増加
- ネットショップはアイテム拡充などの取組み効果から前年同期比24.5%増

営業利益の増減要因

- 販売価格の見直しなど、光熱費の増加分を上回る利益確保に努め、営業利益は前年同期を上回る

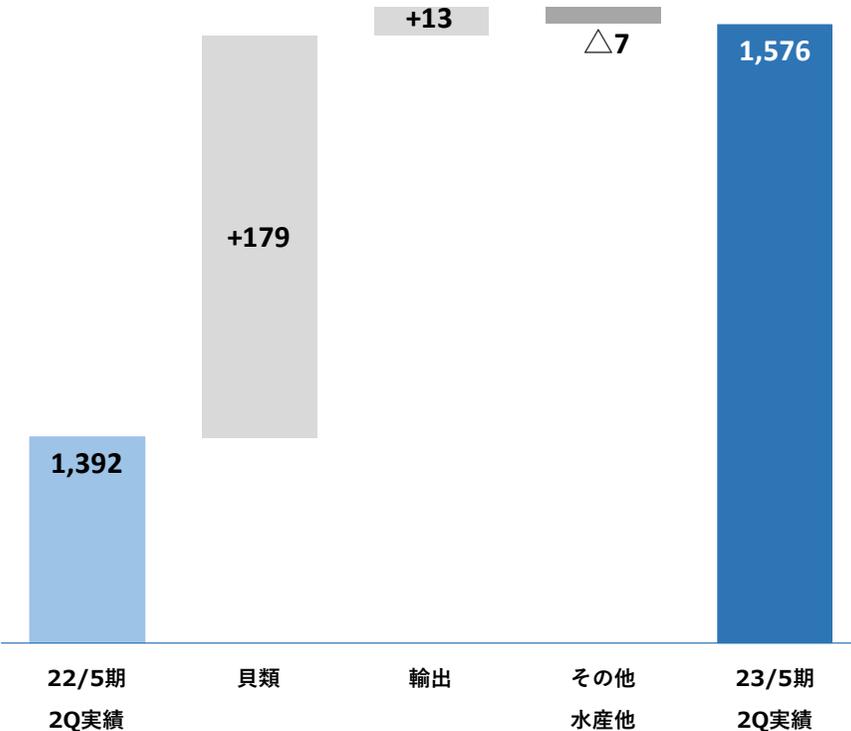
セグメント別の概要

水産品事業

(単位：百万円)	売上高				営業利益			
	22/5期	23/5期	前年同期比		22/5期	23/5期	前年同期比	
	2Q実績	2Q実績	増減額	増減率	2Q実績	2Q実績	増減額	増減率
水産品事業	1,392	1,576	+184	+13.2%	80	59	△20	△25.3%

売上高の増減内訳

単位：百万円



売上高の増減要因

- 貝類の売上高は751百万円
食品メーカー、量販店、給食向けなど幅広い業態に対する販売に取り組み、貝類の売上高は増加
- 輸出販売の売上高は763百万円
北海道産帆立貝を輸出、中国・米国など国外需要は旺盛であり、下期以降も拡販をめざす

営業利益の増減要因

- 原料事情や為替影響などから、前年同期ほどの利益率を確保できず、営業利益は前年同期を下回る

連結貸借対照表

(単位：百万円)	22/5期 5月末	23/5期2Q 11月末	増減額
流動資産	10,789	11,530	+741
固定資産	7,128	6,940	△ 188
総資産	17,918	18,470	+552
流動負債	10,091	11,073	+982
固定負債	3,579	3,114	△ 464
負債合計	13,670	14,188	+518
純資産	4,247	4,282	+34
自己資本比率	23.7%	23.2%	△ 0.5%

主な増減要因

■ 流動資産	+741
現金及び預金の増加	+252
受取手形及び売掛金の増加	+286
■ 固定資産	△188
建物及び構築物の減少	△103
■ 流動負債	+982
支払手形及び買掛金の増加	+1,119
■ 固定負債	△464
長期借入金の減少	△450
■ 純資産	+34

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)	23/5期2Q
営業活動によるキャッシュ・フロー	1,093
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 243
財務活動によるキャッシュ・フロー	△ 596
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	252
現金及び現金同等物の期首残高	282
現金及び現金同等物の四半期末残高	535

主な増減要因

■ 営業キャッシュ・フロー	+ 1,093
売上債権の増加	△286
棚卸資産の増加	△112
仕入債務の増加	+ 1,119
税金等調整前四半期純利益の計上	+ 156
減価償却費の計上	+ 225
■ 投資キャッシュ・フロー	△243
有形固定資産の取得による支出	△161
投資有価証券の取得による支出	△104
■ 財務キャッシュ・フロー	△596
長期借入金の返済による支出	△450

2. 2023年5月期 通期業績見通し

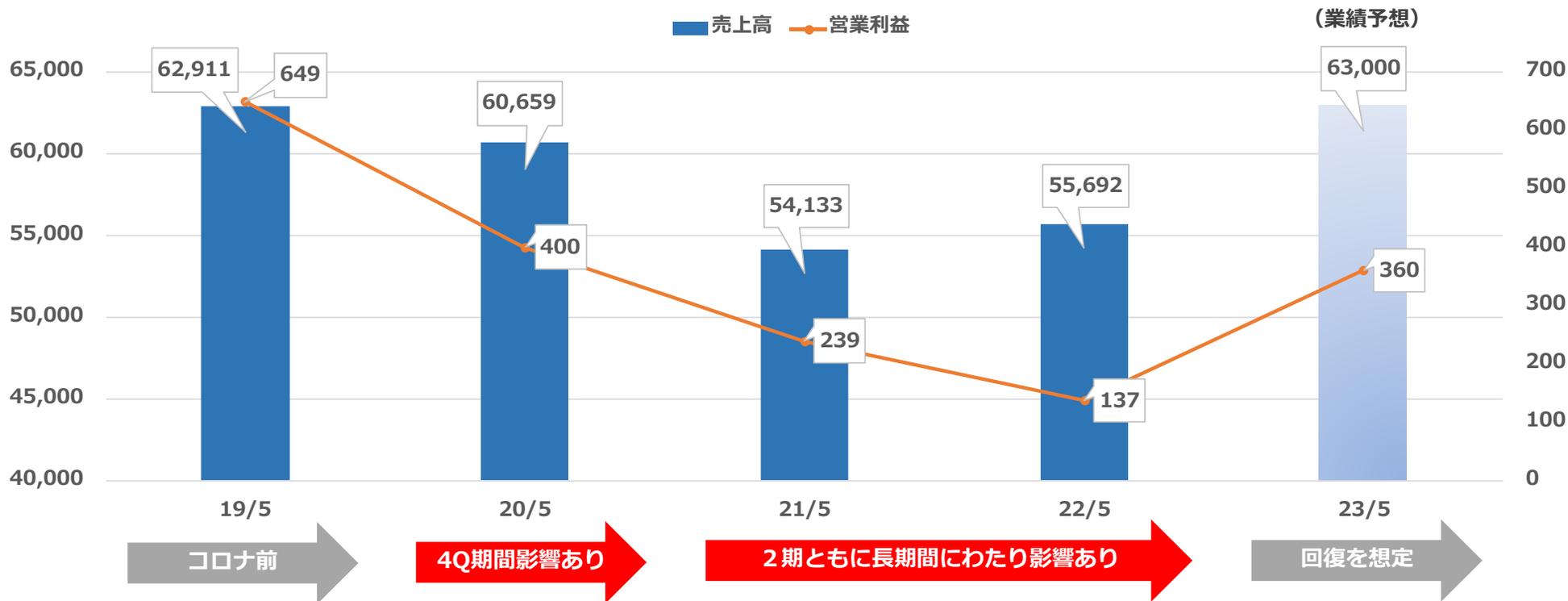
連結業績予想（通期）

(単位：百万円)	22/5期		23/5期		前期比	
	実績	構成比	予想	構成比	増減額	増減率
売上高	55,692	100.0%	63,000	100.0%	+7,307	+13.1%
営業利益	137	0.2%	360	0.6%	+222	+160.9%
経常利益	232	0.4%	400	0.6%	+167	+71.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	17	0.0%	240	0.4%	+222	+1288.1%

- 連結業績予想については、外食産業を取り巻く環境が、営業自粛等の厳しい要請が出されず、一定の落ち着きを取り戻すことを前提条件として策定
- 2Q業績は計画を上回り着地したものの、感染拡大の再燃や、円安の進行、資源・原材料価格の高騰など、先行き不透明な状況が継続していることから、通期の業績予想は据え置き

連結業績予想（通期・過年度比較）

単位：百万円



- 売上高はコロナ前の19/5期の水準まで改善を計画
- 資源価格の高騰が継続することを想定し、光熱費や燃料費等の経費増加を見込み
営業利益は360百万円を計画

外商事業

- 既存得意先との取引深耕
- テイクアウト、デリバリーなどニーズ変化に応じた提案営業強化
- 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
- 食品価格の値上げへの対応
- 物流費をはじめとする経費抑制

アミカ事業

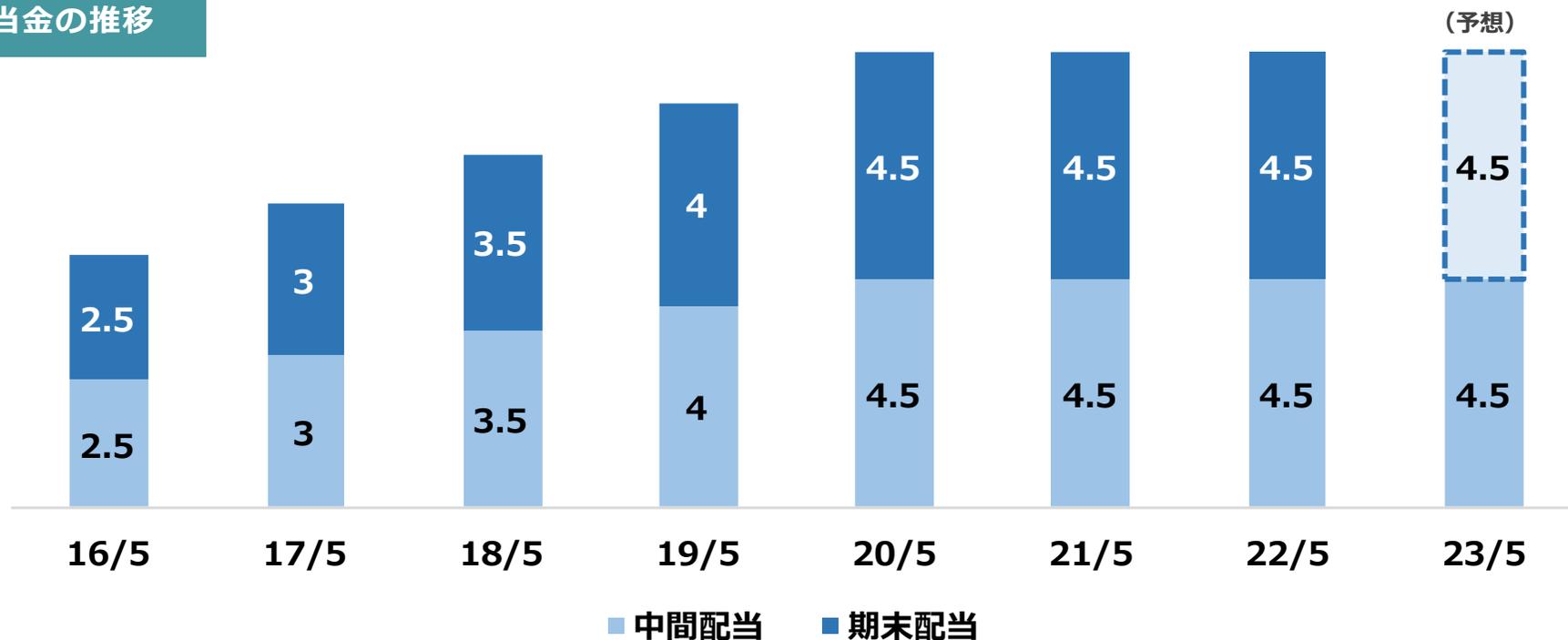
- 継続的な新規出店（下期は東海地区に1店舗出店予定）
- 家庭内消費に適したアイテム拡充など一般消費者向けの販売強化
- テイクアウト向け商材などニーズ変化に応じた販売強化
- SNSの活用など販促活動の強化
- 電力使用量の削減による光熱費の抑制

水産品事業

- 既存得意先との取引深耕と輸出版売の強化
- 海外販売先も含めた新規開拓
- 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

配当金の推移

単位：円



※ 2017年7月1日付で普通株式1株につき2株の株式分割を行っています。上記は、16/5期の期首に当該株式分割が行われたと仮定し、算定しています。

- 財務状況、収益動向及び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
- コロナ禍後は、中間配当金 4.5円、期末配当金 4.5円、年間配当金 9.0円を継続
- 23/5期は中間配当金 4.5円、期末配当金 4.5円、年間配当金 9.0円（配当性向49.7%）を計画

3. 補足資料

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	岐阜県大垣市浅草二丁目66番地
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：10事業所 アミカ事業：48店舗
子会社	株式会社マリンドリカ
資本金	10億76百万円 ※
発行済株式総数	13,450,800株 ※
株主数	18,400名 ※

※ はすべて2022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。

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



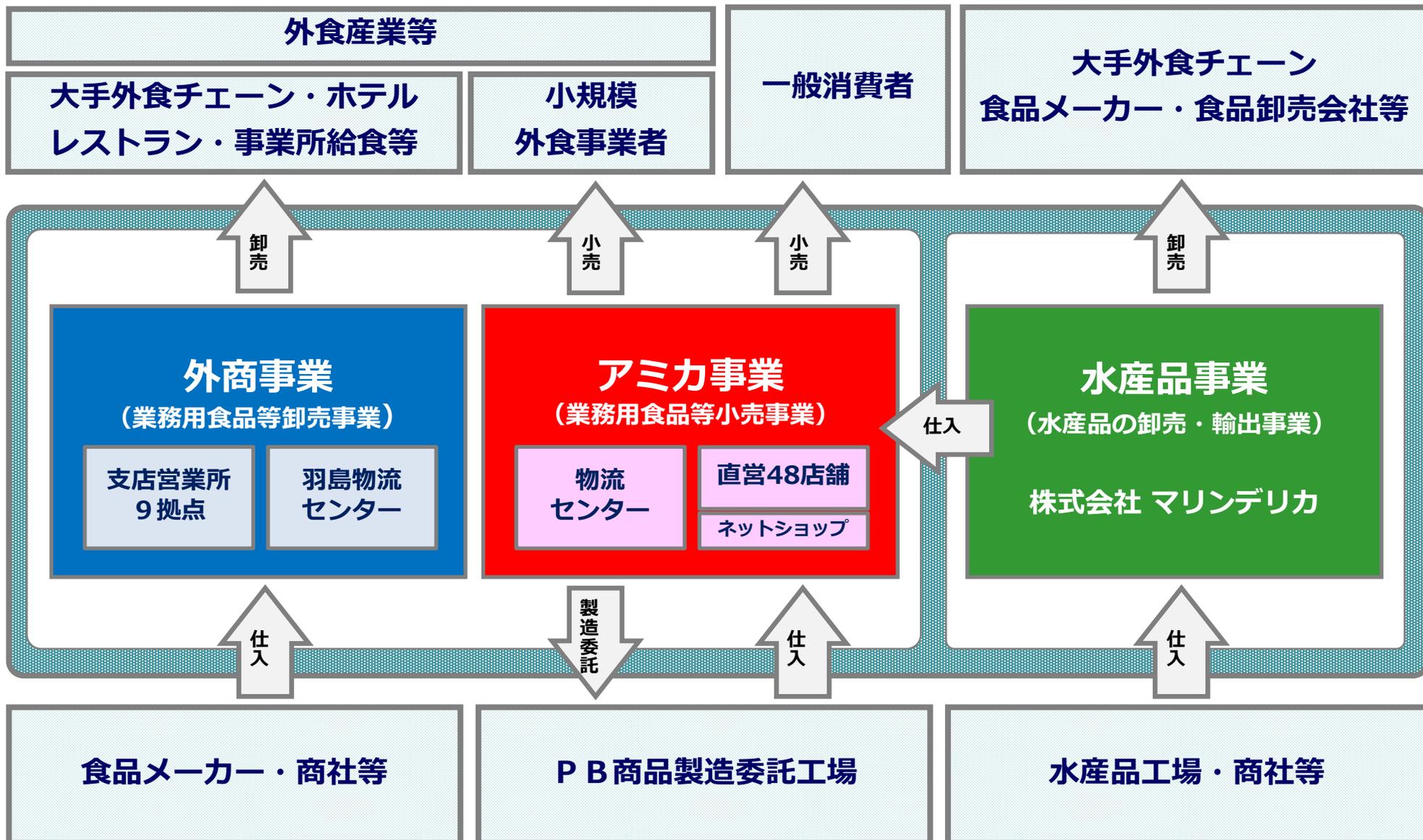
水産品事業

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、輸出販売

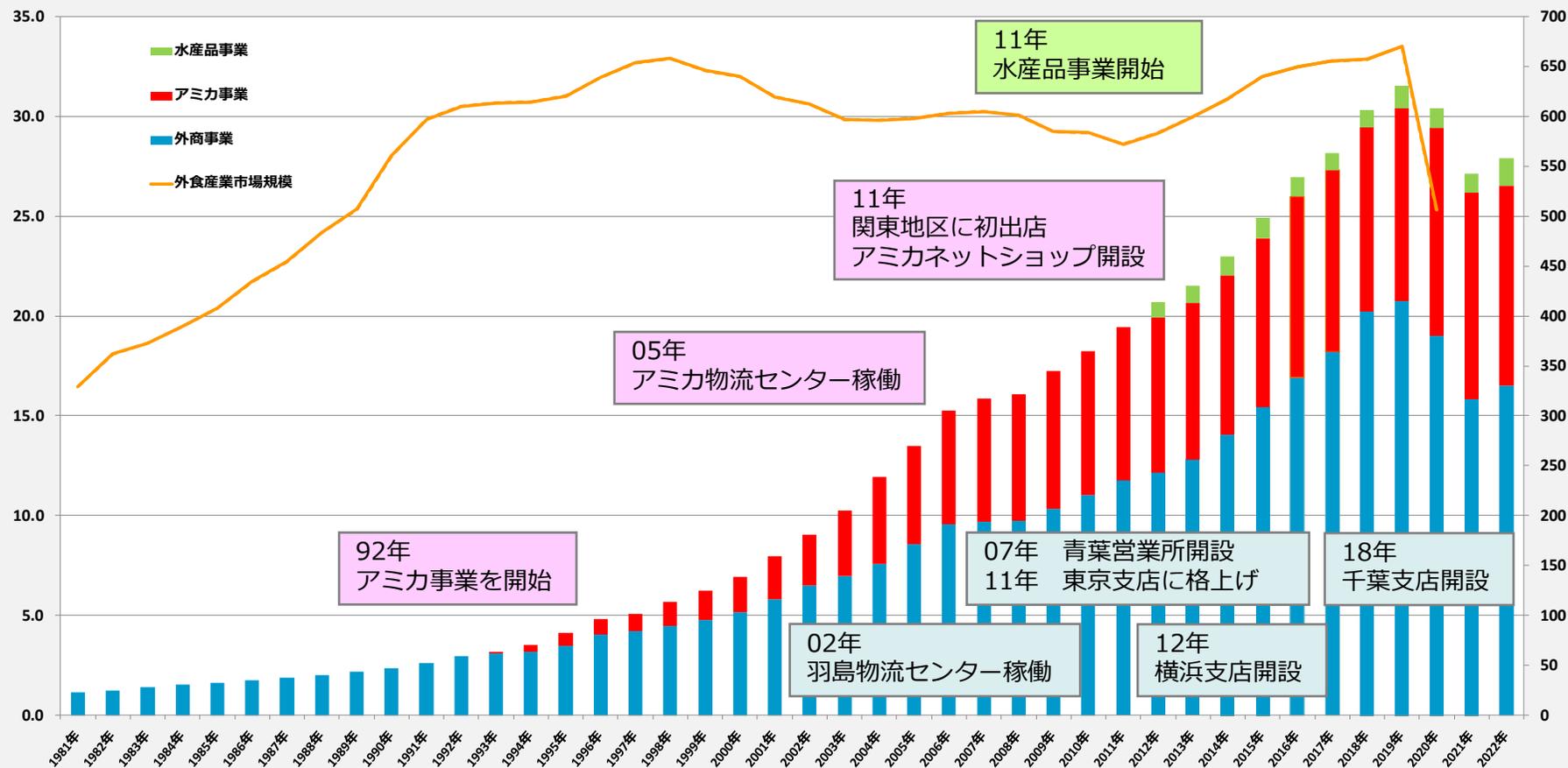
対象顧客：全国中央市場、食品メーカー
食品卸売会社、大手外食チェーンなど





事業の特長 ① - 3つの事業で市場を開拓 -

外食産業市場が横ばいで推移するなか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」推計値を元に当社が作成

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

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

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 千葉支店開設

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

新規市場の開拓

- ・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
ショップ開設

水産品事業

11年より事業を開始、貝類を中心とする水産品の国内販売、輸出版売

「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



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。

「アマカ」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

東海地区のドミナント化と他地区への販路拡大を進める

出店地域



東海	岐阜県	10店舗	愛知県	22店舗
	三重県	2店舗	静岡県	6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	48店舗

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

T V 番組やYouTubeでアミカが取り上げられ、注目度上昇中

■ 2022年内に以下のT V 番組等に「アミカ」が紹介されました

11/21	CBCテレビ	: チャント!	4/22	TBSテレビ	: ひるおび
11/16	TBSテレビ	: Nスタ	4/5	テレビ朝日	: スーパーJチャンネル
10/28	TBSテレビ	: Nスタ	4/1	日本テレビ	: スッキリ
10/24	名古屋テレビ	: ドデスカ!	3/22	日本テレビ	: バゲット
10/14	日本テレビ	: ヒルナンデス!	3/7	TBSテレビ	: THE TIME,
10/8	日本テレビ	: ズームイン!! サタデー	3/5	MBSテレビ	: せやねん!
8/30	フジテレビ	: ポップUP!	3/5	フジテレビ	: めざましどようび
7/19	日本テレビ	: ヒルナンデス!	3/5	TBSテレビ	: まるっとサタデー
7/11	名古屋テレビ	: ドデスカ!	2/23	TBSテレビ	: Nスタ
6/6	テレビ愛知	: 5時スタ	1/23	TBSテレビ	: 坂上&指原のつぶれない店
5/26	長野放送	: ふるさとライブ	1/8	関西テレビ	: 土曜はナニする?
5/25	テレビ東京	: ソレダメ!			

YouTube: 「なかよしだいかぞく」「辻ちゃんネル」等



証券コード 3160

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

電話：0584-89-7823（直） FAX：0584-89-7333

E-mail：ir@oomitsu.com

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