

2021年3月期 第2四半期 決算補足説明資料

株式会社 ヤギ
(証券コード 7460)

2020年11月11日

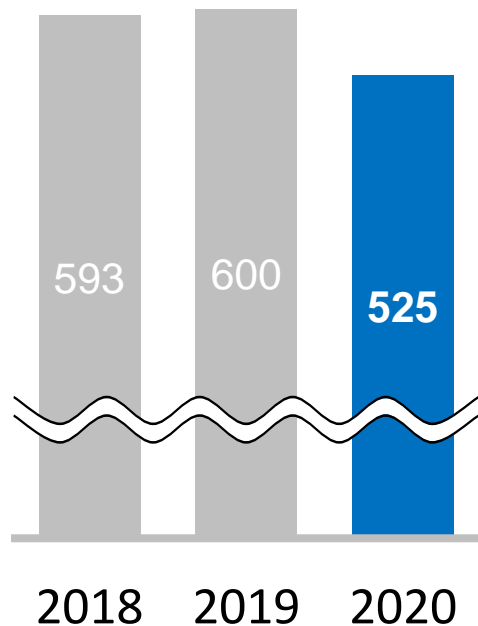
将来見通しに関する注意事項：本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。

2021年3月期 第2四半期連結決算の概要

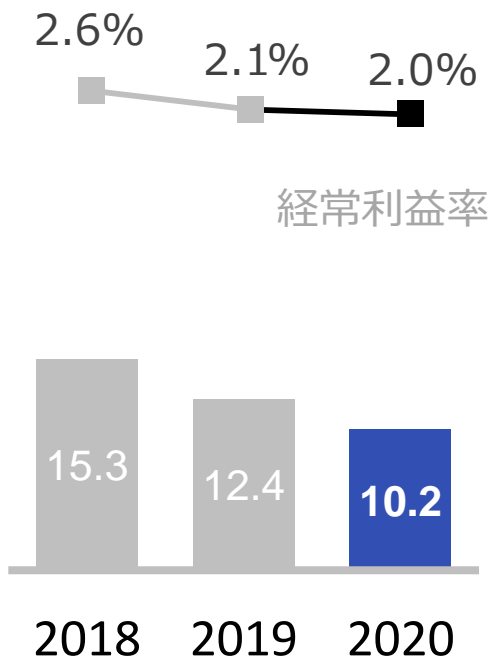
- 売上高525億円（前年同期比増減▲12.4%）、経常利益10.2億円（▲17.8%）、当社株主帰属四半期純利益6.9億円（▲43.1%）
- 新型コロナウイルス感染症で長引く社会・経済活動の制約を受け、依然として販売活動が厳しい状況が続いたことにより、減収減益

売上高

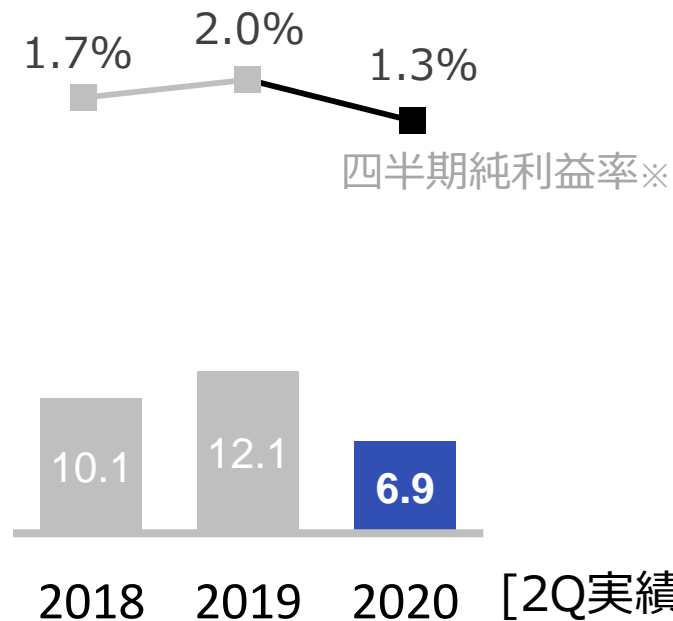
[億円]



経常利益



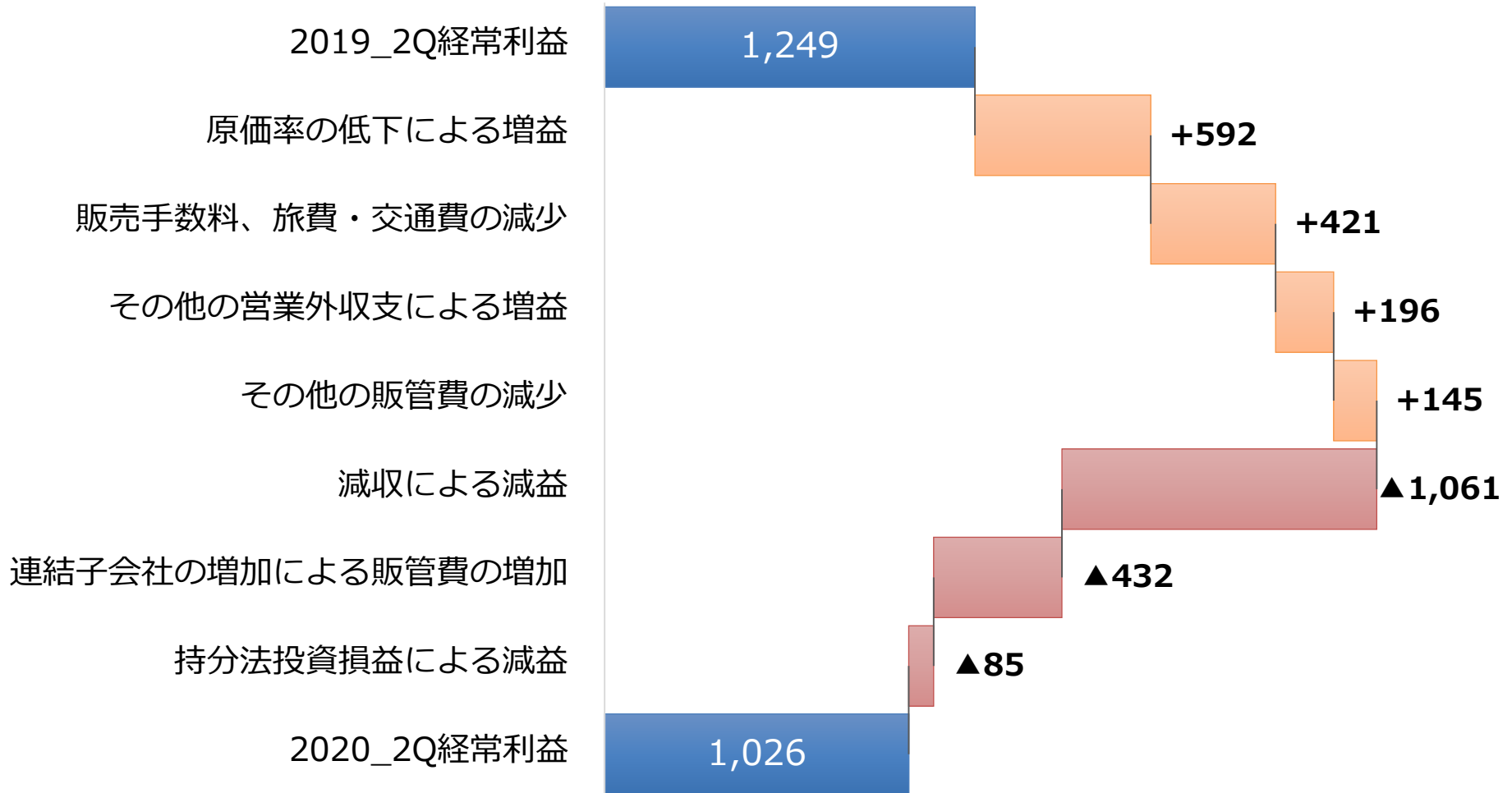
四半期純利益※



※親会社株主に帰属する四半期純利益

経常利益 増減要因

[百万円]



セグメント名称及び開示区分の変更

2020年5月に公表いたしました「中期経営計画 MAKE A DREAM, 1+∞」では、「経営体制の高度化」「事業ポートフォリオの最適化」「次世代事業の創出」「サステナビリティの着実な実行」の重要施策に、グループ一丸となって取り組んでいます。

これに沿って、当期より報告セグメントを従来の単一セグメントから4つのセグメントに区分し、事業別の経営組織体制の高度化と意思決定の迅速化を図っております。

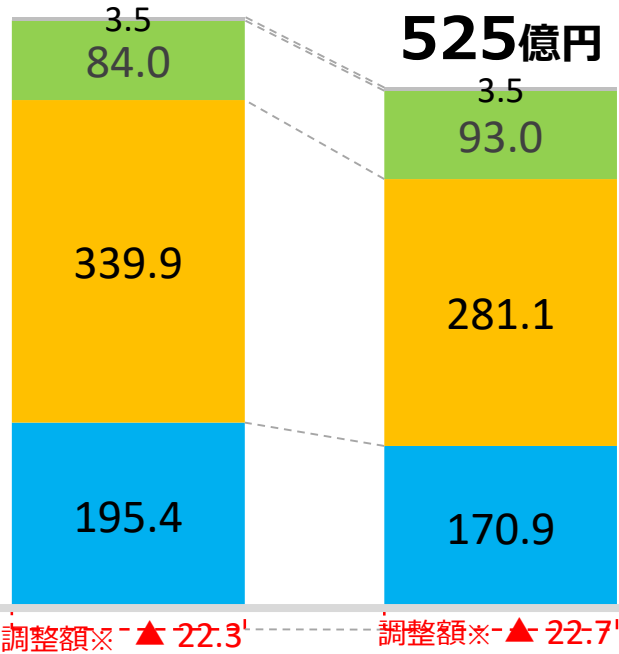
変更後

マテリアル事業	原料（糸）及びテキスタイルの製造販売
アパレル事業	繊維二次製品のOEM/ODM事業
ブランド・ライフスタイル事業	自社ブランドの卸・小売、生活資材・寝装品・生活雑貨の製造販売
不動産事業	不動産賃貸事業

セグメント別 売上高

- 売上高 525億円、前年同期比増減▲74億円（▲12.4%）
- 緊急事態宣言の解除後も市況の停滞感により販売面の影響を避けることができず、厳しい経営環境が継続
- ブランド・ライフスタイル事業は連結子会社の増加が主な要因で増収。一方で市況の低迷や実店舗（百貨店・小売店）での販売不振の影響が長引き、マテリアル事業とアパレル事業が大きく減収

600億円



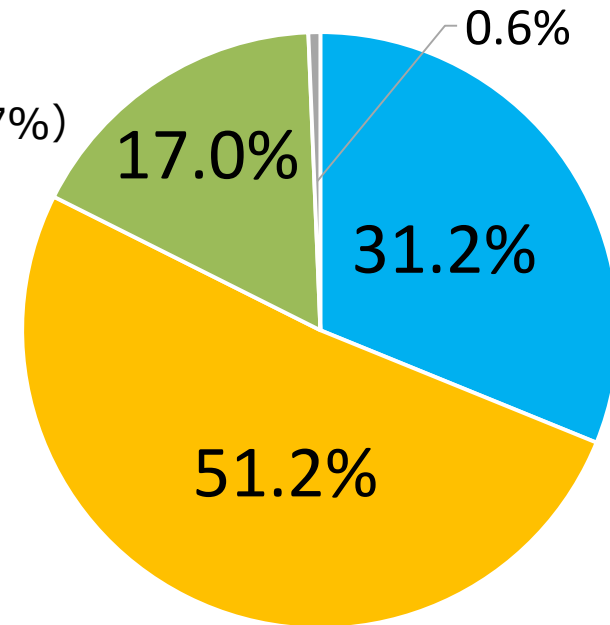
不動産事業

ブランド・ライフスタイル事業 (+10.7%)

アパレル事業 (▲17.3%)

マテリアル事業 (▲12.5%)

構成比



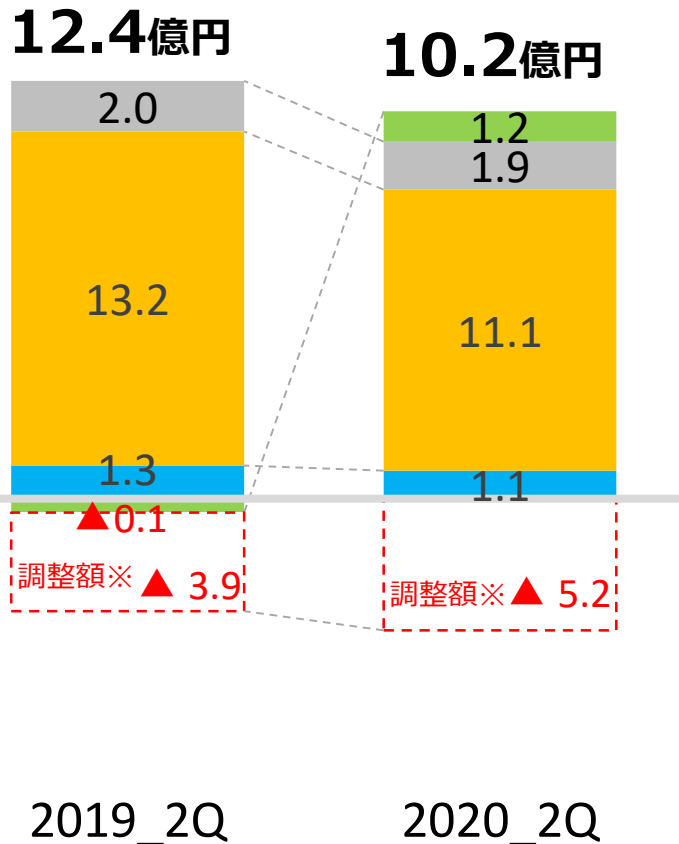
※売上高の調整額は、セグメント間取引消去等であります。

2019_2Q

2020_2Q

セグメント別 経常利益

➤ 経常利益 10.2億円、前年同期比増減▲2.2億円（▲17.8%）



主な増減要因

- **マテリアル事業** 1.1億円（前年同期比増減：▲0.2億円）
 - ・一部資材用途向け原料は堅調に推移したが、新型コロナウイルス感染症の影響から天然繊維・合成繊維原料の各産地、ニット生地の生産背景であるニッター、染工場等で臨時休業により稼働率が低下し、厳しい事業環境が継続したことにより減益
- **アパレル事業** 11.1億円（▲2億円）
 - ・新型コロナウイルス感染症により家庭内時間が増えた背景を追い風に、一部通販向け事業では活気が見られたことやコスト削減効果が現れたものの、依然として百貨店・小売店など実店舗での販売先は苦戦を強いられたことにより減益
- **ブランド・ライフスタイル事業** 1.2億円（+1.4億円）
 - ・ブランド品を扱う事業においては、依然として実店舗での販売不振により苦戦が続いたが、生活資材事業や家庭内の抗菌抗ウイルス商材、化粧用パフといったライフスタイル事業は比較的健闘し、また機能素材マスクや生活雑貨商材の販売促進も積極的に展開したことにより増益（前年同期は損失）
- **不動産事業** 1.9億円（▲0.1億円）

※セグメント利益または損失の調整額には、各報告セグメントに配分していない全社費用及びセグメント間取引消去等が含まれております。全社費用は、主に報告セグメントに帰属しない一般管理費であります。

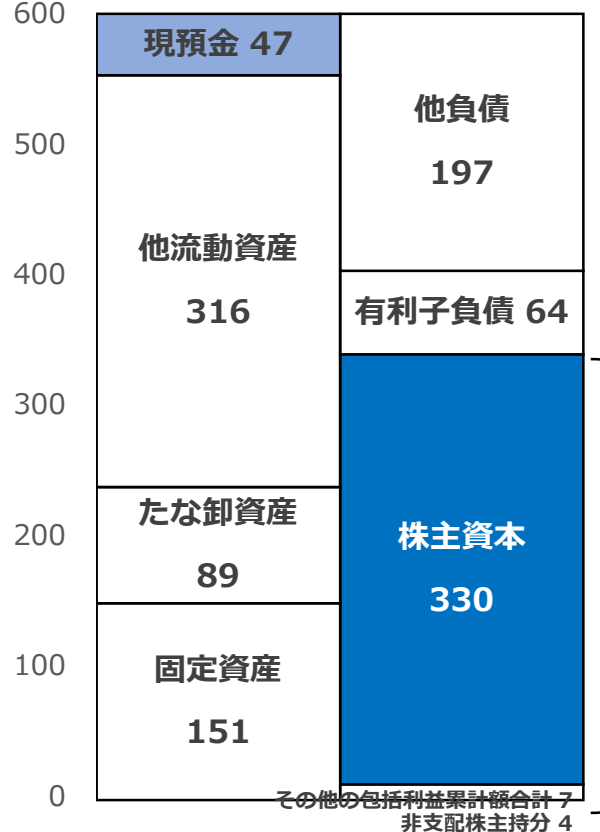
バランスシート状況

- 現金及び預金は前期末比増減+24億円（事業環境に対応し手元流動性を向上）
- 自己資本は+6.7億円（株主資本は+6.1億円）
- 自己資本比率は52.6%（前期末比▲3.3pt）

[億円]

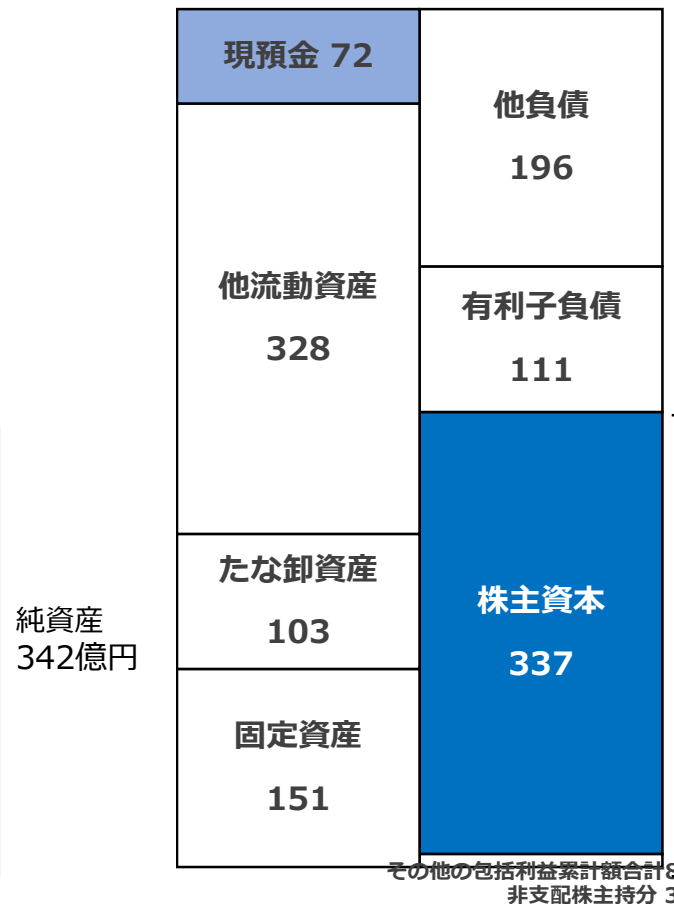
2020年3月期末

総資産 605億円

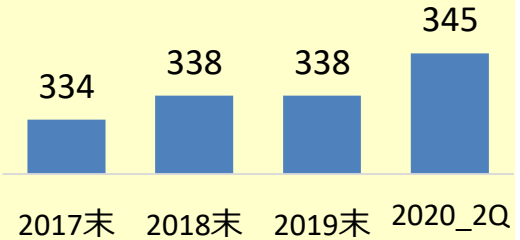


2021年3月期第2Q末

総資産 656億円



自己資本



	2019末	2020_2Q末
自己資本比率	55.9%	52.6%

純資産
348億円

2021年3月期の見通しと対策

■ 2021年3月期通期業績予想及び配当予想

今回業績予想

売上高	営業利益	経常利益	当期純利益※	1株当たり当期純利益
1,060億円	15.5億円	15億円	8億円	96円55銭

今回配当予想

※親会社株主に帰属する当期純利益

第2四半期末	期末	合計	配当性向
—	35円00銭	35円00銭	36.3%

※通期連結業績予想及び配当予想の詳細につきましては、本日付リリース「業績予想及び配当予想に関するお知らせ」をご参照ください。
上記の業績予想及び配当予想は、現時点で入手可能な情報に基づき判断した見通しであり、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。

■ 今後の対策

- **マテリアル事業**：環境に配慮したサステナブル商材への更なるシフトを行い、新規需要の取り込みを強化します。また、新しく立ち上げた、テキスタイル販売デジタルプラットフォーム「Fably」の更なるサービスの拡充により、新規顧客の開拓と効率化を行います。コロナ禍における特需対策については、「衛材商品」への迅速な対応を行う為、プロジェクトチームを発足して売上と利益の拡大を目指します。
- **アパレル事業**：今後も厳しい事業環境が予想されますが、好調な事業への経営資源の集中により利益の増大を図ります。また、DtoCへの対応を強化して利益の拡大を目指します。
- **ブランド・ライフスタイル事業**：ブランド小売事業における実店舗の見直しとEC販売への更なるシフトを行います。また、新しい生活様式に合わせたライフスタイル商品の開発と販売拡大を強化します。