



証券コード 3160

2022年5月期 決算説明資料

(2021年6月1日～2022年5月31日)

2022年7月14日

1. 2022年5月期 決算概要 … P 3

2. 2023年5月期 通期業績見通し … P18

3. 補足資料 … P23

1. 2022年5月期 決算概要

連結業績概要

(単位：百万円)	21/5期		22/5期		前期比	
		構成比		構成比	増減額	増減率
売上高	54,133	100.0%	55,692	100.0%	+1,559	+2.9%
売上総利益	10,955	20.2%	10,885	19.5%	△ 69	△0.6%
販売費及び一般管理費	10,715	19.8%	10,747	19.3%	+31	+0.3%
営業利益	239	0.4%	137	0.2%	△ 101	△42.4%
経常利益	395	0.7%	232	0.4%	△ 162	△41.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	△ 441	-	17	0.0%	+458	-

- 新型コロナウイルス感染症の影響から、営業利益・経常利益は減益
- 当期純利益は、前期に特別損失612百万円を計上した反動から増加

外部環境

※ 2021年6月1日から2022年5月31日までの状況

- 新型コロナウイルス感染拡大に伴い、緊急事態宣言やまん延防止等重点措置が各地で発出
- 宣言期間中は、飲食店等に対する休業要請や営業時間短縮要請、酒類提供禁止要請などが適用
- 9月30日に全面解除、10月25日には東京都内で認証店の営業や酒類提供の時間制限が解除
- 10月以降、外食産業を取り巻く環境は回復傾向にあったが、年明けに感染拡大が再燃
- 1月以降、まん延防止等重点措置等が各地で発出、3月22日に全面解除

業績ポイント

- 感染拡大と沈静化が繰り返され、上期は苦戦、下期は特に3月以降は大きく改善
- 外商事業の売上高は4.1%増、アミカ事業は2.9%減
- 水産品事業の売上高は43.1%増と大幅伸長、セグメント利益も大きく改善
- 営業利益は、アミカ事業の減益が響き減益

連結損益計算書

(単位：百万円)	21/5期	22/5期	前期比	
			増減額	増減率
売上高	54,133	55,692	+1,559	+2.9%
売上総利益	10,955	10,885	△ 69	△0.6%
販売費及び一般管理費	10,715	10,747	+31	+0.3%
営業利益	239	137	△ 101	△42.4%
営業外収益	262	196	△ 66	△25.3%
営業外費用	106	101	△ 5	△4.9%
経常利益	395	232	△ 162	△41.1%
特別利益	5	0	△ 5	-
特別損失	612	142	△ 470	△76.8%
税金等調整前当期純利益	△ 211	90	+302	-
法人税等	229	73	△ 156	△68.1%
親会社株主に帰属する当期純利益	△ 441	17	+458	-

売上高

- 外商事業・水産品事業の増収が寄与し、連結売上高は前期比2.9%増
- アミカ事業は、外食事業者への販売苦戦に加え、巣ごもり需要の落ち着きによる一般消費者の来客数の減少などから、売上高は2.9%減

売上総利益

- アミカ事業の減収に伴う売上総利益の減少が響き、売上総利益は減少

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
- 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、運搬費が減少
- 資源価格高騰の影響から光熱費や燃料費は増加（前期比17.3%増、94百万円増）

営業外収益

- 助成金収入は51百万円（前期は助成金収入117百万円）

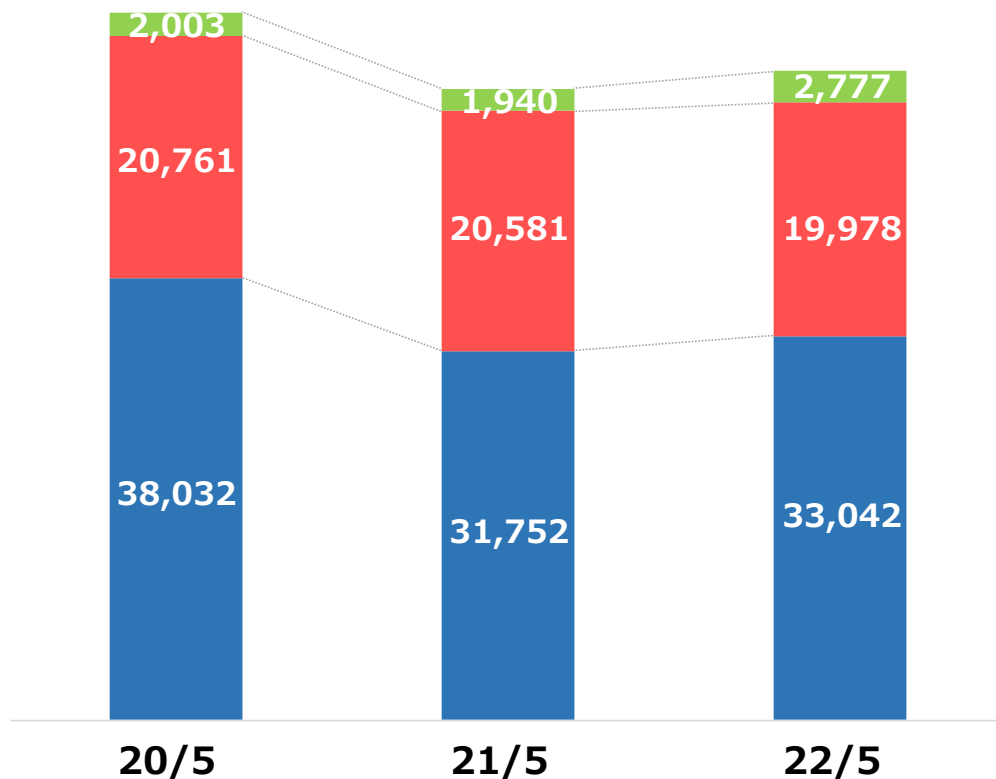
特別損失

- 投資有価証券評価損等を特別損失に計上
- 前期は投資有価証券評価損（431百万円）等を特別損失に計上

売上高（過年度比較）

単位：百万円

■ 外商事業 ■ アミカ事業 ■ 水産品事業



外商事業

前期比+4.1%、前々期比△13.1%

給食・病院など幅広い業態へ販売強化

アミカ事業

前期比△2.9%、前々期比△3.8%

巣ごもり需要が落ち着き、一般向け減少

水産品事業

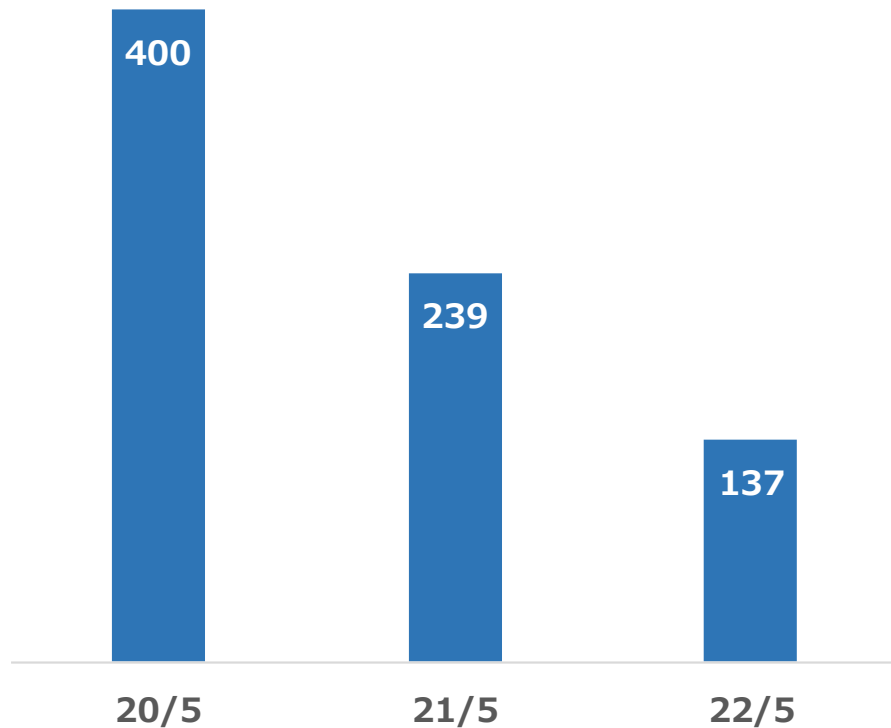
前期比+43.1%、前々期比+38.6%

輸出販売を推進し、売上が大きく伸長

- コロナ禍で苦戦するも、外商事業・水産品事業の増収が寄与し、連結売上高は前期比2.9%増

営業利益（過年度比較）

単位：百万円



外商事業

増収に伴い前期比+122百万円の改善

アミカ事業

前期比△20.3%、△350百万円

減収に伴う売上総利益の減少や光熱費等の経費増加が響く

水産品事業

増収に伴い前期比+135百万円

過去最高益を更新

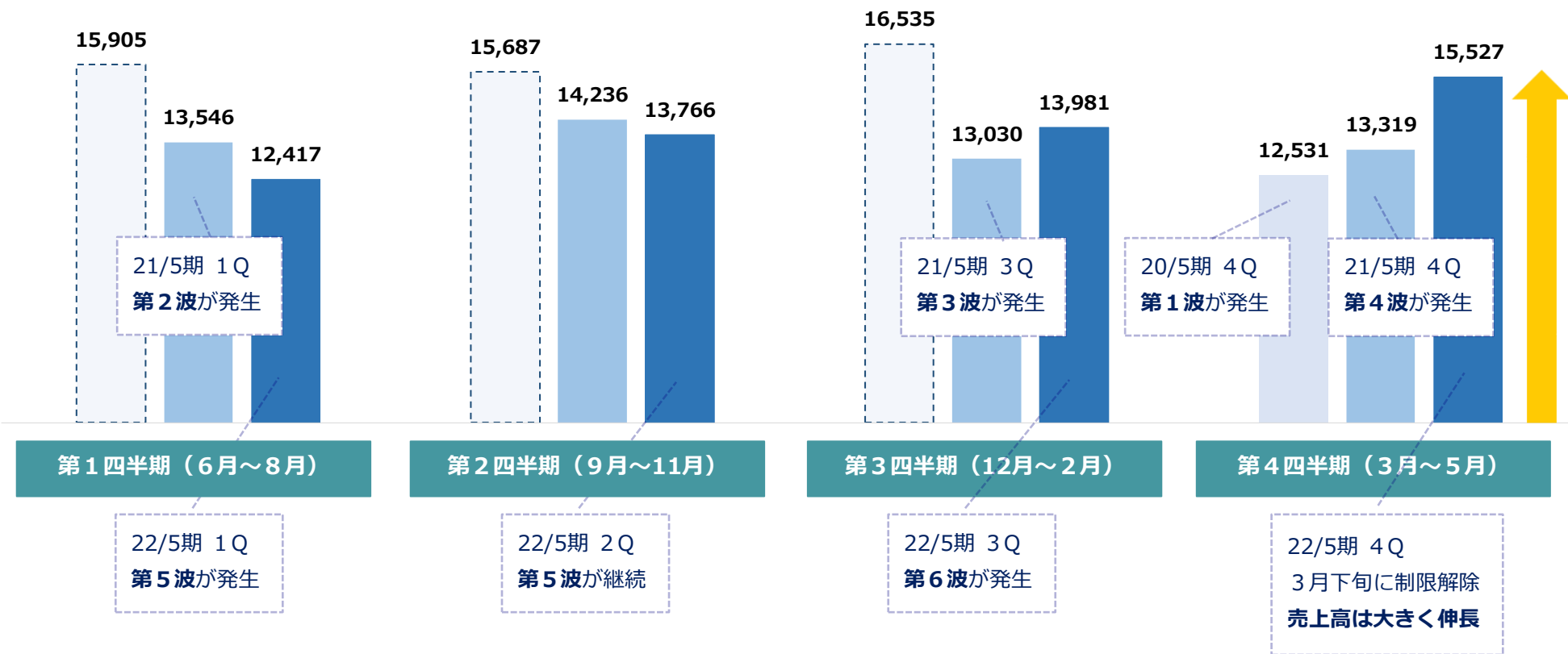
- 外商事業・水産品事業は改善したものの、アミカ事業の減益が響き、連結営業利益は減益

売上高（四半期・期間別・過年度比較）

※ 点線棒グラフはコロナ前の実績です。

■ 20/5期 ■ 21/5期 ■ 22/5期

単位：百万円



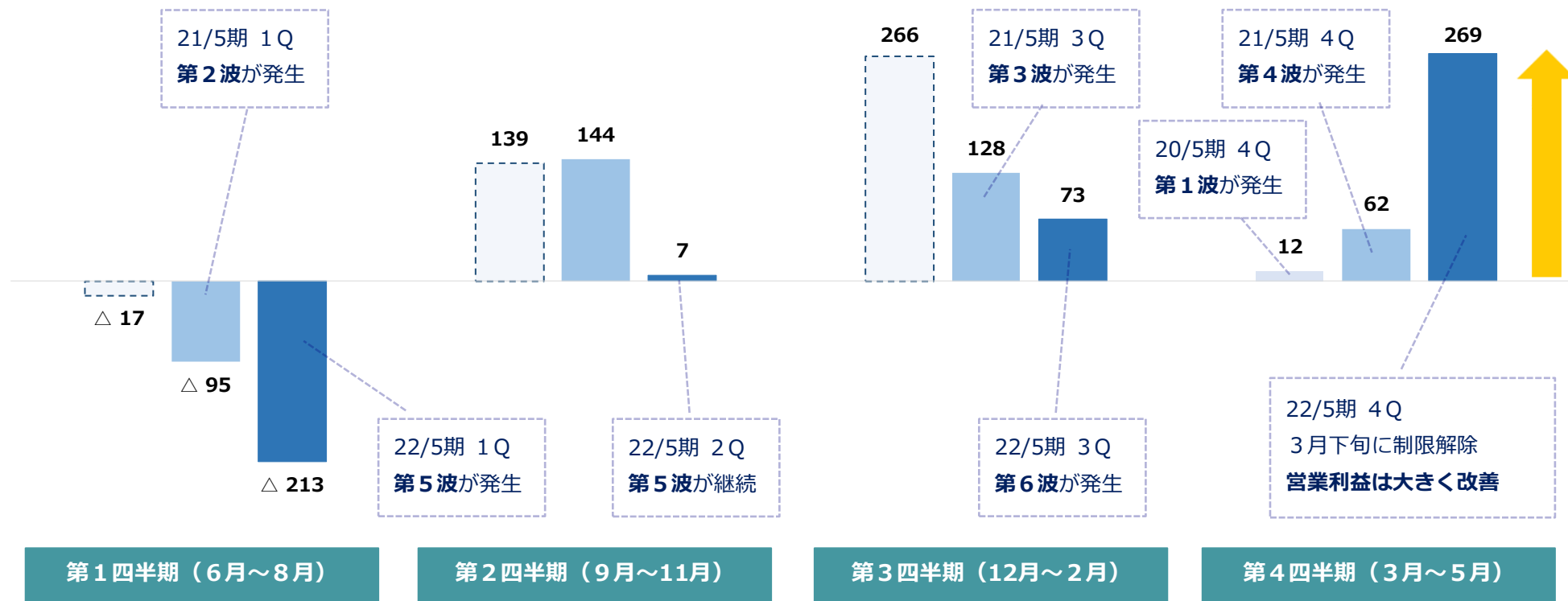
- 下期（3Q-4Q）は、第6波の影響を受けたものの、外食需要の高まる12月に飲食店等に対する制限が緩和されたことや、3月下旬に制限が解除されたことから、売上高は前年下期を上回った
- コロナ前（19/5期）の第4四半期間の売上高は16,578百万円であり、6.3%減まで回復した

営業利益（四半期・期間別・過年度比較）

※ 点線棒グラフはコロナ前の実績です。

■ 20/5期 ■ 21/5期 ■ 22/5期

単位：百万円



- 第4四半期は各事業の売上・利益が改善し、営業利益は前年同期に対して大きく伸長
- コロナ前（19/5期）の第4四半期間の営業利益は219百万円、コロナ前より収益性は向上

セグメント別の概要

(単位：百万円)	売上高				営業利益			
	21/5期	22/5期	前期比		21/5期	22/5期	前期比	
			増減額	増減率			増減額	増減率
外商事業	31,752	33,042	+1,290	+4.1%	△ 565	△ 442	+122	-
アミカ事業	20,581	19,978	△ 603	△2.9%	1,726	1,376	△ 350	△20.3%
水産品事業	1,940	2,777	+836	+43.1%	19	154	+135	+706.3%
その他 ※	15	15	△ 0	△2.9%	5	5	△ 0	△0.3%
調整額 ※	△ 156	△ 120	+36	-	△ 945	△ 955	△ 9	-
計	54,133	55,692	+1,559	+2.9%	239	137	△ 101	△42.4%

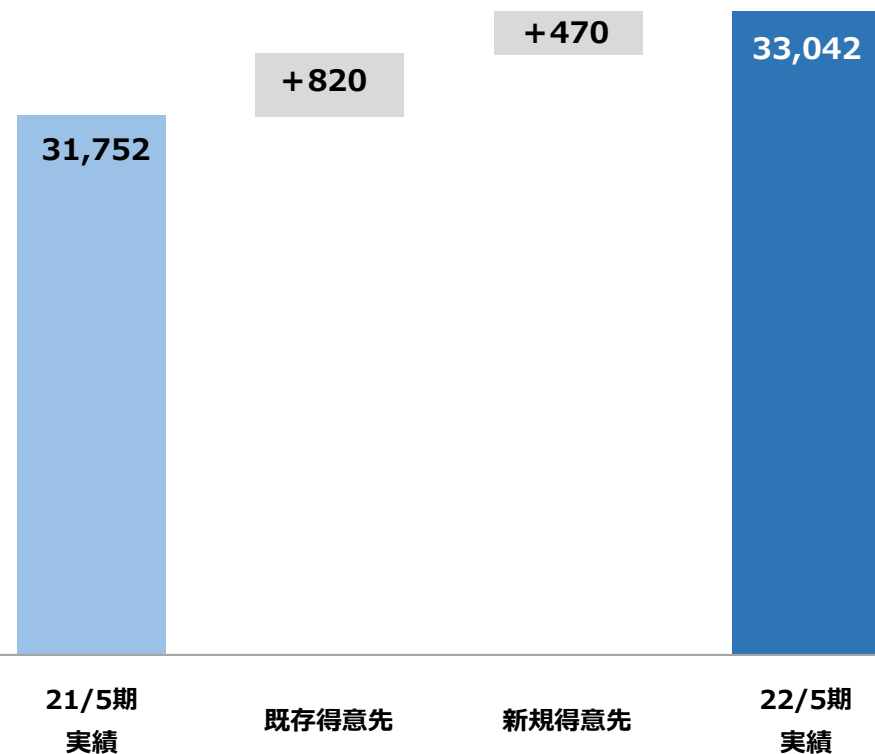
※ 売上高にはセグメント間の内部売上高を含めています。

※ 「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。

(単位：百万円)	売上高				営業利益			
	21/5期	22/5期	前期比		21/5期	22/5期	前期比	
			増減額	増減率			増減額	増減率
外商事業	31,752	33,042	+1,290	+4.1%	△ 565	△ 442	+122	-

売上高の増減内訳

単位：百万円



売上高の増減要因

- 前期よりは外部環境が回復したことや、コロナ影響の少ない給食・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
- 新規得意先売上は470百万円獲得
- 3月以降、飲食店等に対する制限が解除されたことから、当事業の売上高も回復

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、利益面は改善したものの、前期に続き営業損失を計上

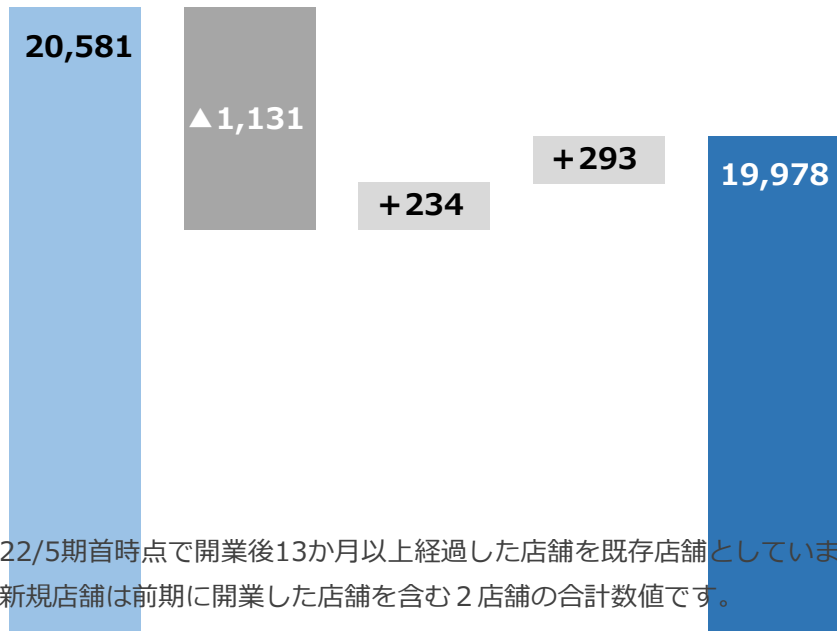
セグメント別の概要

アミカ事業

(単位：百万円)	売上高				営業利益			
	21/5期	22/5期	前期比		21/5期	22/5期	前期比	
			増減額	増減率			増減額	増減率
アミカ事業	20,581	19,978	△ 603	△ 2.9%	1,726	1,376	△ 350	△ 20.3%

売上高の増減内訳

単位：百万円



※ 22/5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店舗を含む2店舗の合計数値です。

売上高の増減要因

- 既存店売上は前期比5.8%減
- 新規出店は2021年6月に静岡県内6店舗目となるアミカ静岡清水店を開業
- 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期比27.9%増
- 一般消費者向けの販売は前期ほどの伸びは収まったものの、コロナ前より10%以上増加

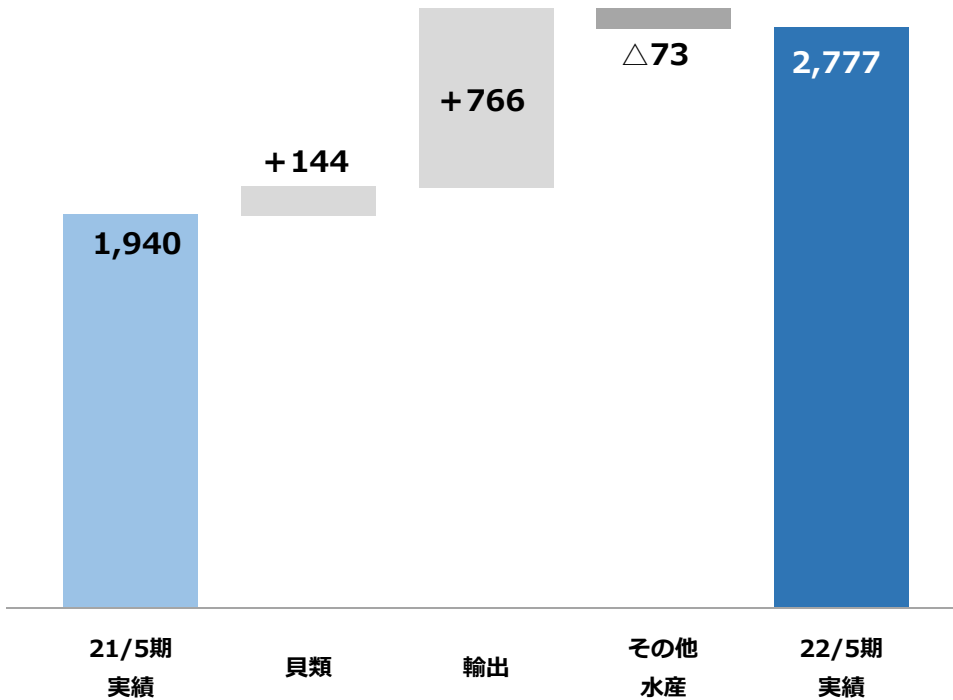
営業利益の増減要因

- 売上総利益の減少や光熱費の増加等が響き減益

(単位：百万円)	売上高				営業利益			
	21/5期	22/5期	前期比		21/5期	22/5期	前期比	
			増減額	増減率			増減額	増減率
水産品事業	1,940	2,777	+836	+43.1%	19	154	+135	+706.3%

売上高の増減内訳

単位：百万円



売上高の増減要因

- 食品メーカー、量販店、給食向けなど、外食業態以外の販売に取り組み、貝類の売上高は増加
- 国産帆立貝等の輸出販売が増収に大きく貢献
海外販売先における国産帆立貝等の評価は高く、来期は供給面を強化し、輸出販売の拡充を企図
- タコ等のその他水産は原料不足により売上減少

営業利益の増減要因

- 増収に伴い売上総利益が増加したことから、営業利益は大きく改善、過去最高益を更新

連結貸借対照表

(単位：百万円)	21/5期	22/5期	前期比 増減額
流動資産	9,123	10,789	+1,666
固定資産	7,062	7,128	+66
総資産	16,185	17,918	+1,732
流動負債	8,262	10,091	+1,828
固定負債	3,574	3,579	+4
負債合計	11,836	13,670	+1,833
純資産	4,348	4,247	△ 101
自己資本比率	26.9%	23.7%	△ 3.2%

主な増減要因

■ 流動資産	+1,666
受取手形及び売掛金の増加	+1,210
商品の増加	+782
■ 固定資産	+66
■ 流動負債	+1,828
支払手形及び買掛金の増加	+1,267
短期借入金の増加	+246
■ 固定負債	+4
■ 純資産	△101

連結キャッシュ・フロー計算書

(単位：百万円)	22/5期
営業活動によるキャッシュ・フロー	312
投資活動によるキャッシュ・フロー	△ 473
財務活動によるキャッシュ・フロー	155
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	△ 5
現金及び現金同等物の期首残高	288
現金及び現金同等物の期末残高	282

主な増減要因

■ 営業キャッシュ・フロー	+312
売上債権の増加	△1,210
棚卸資産の増加	△796
仕入債務の増加	+1,267
減価償却費の計上	+471
■ 投資キャッシュ・フロー	△473
有形固定資産の取得による支出	△359
■ 財務キャッシュ・フロー	+155
長期借入による収入	+1,000
長期借入金の返済による支出	△915

2. 2023年5月期 通期業績見通し

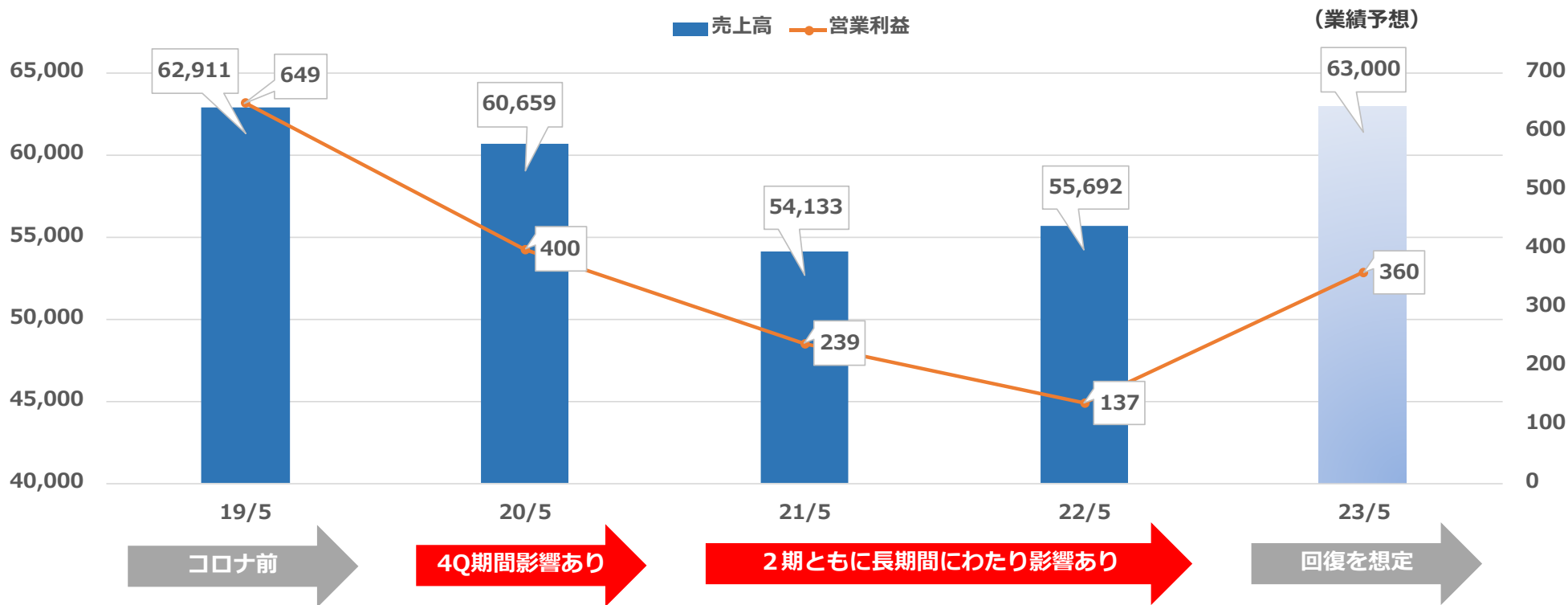
連結業績予想（通期）

(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、これまでのように外食産業に対する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

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
- 原油など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 ※ 光熱費・燃料費あわせて前期比196百万円増（30%増）を見込む

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

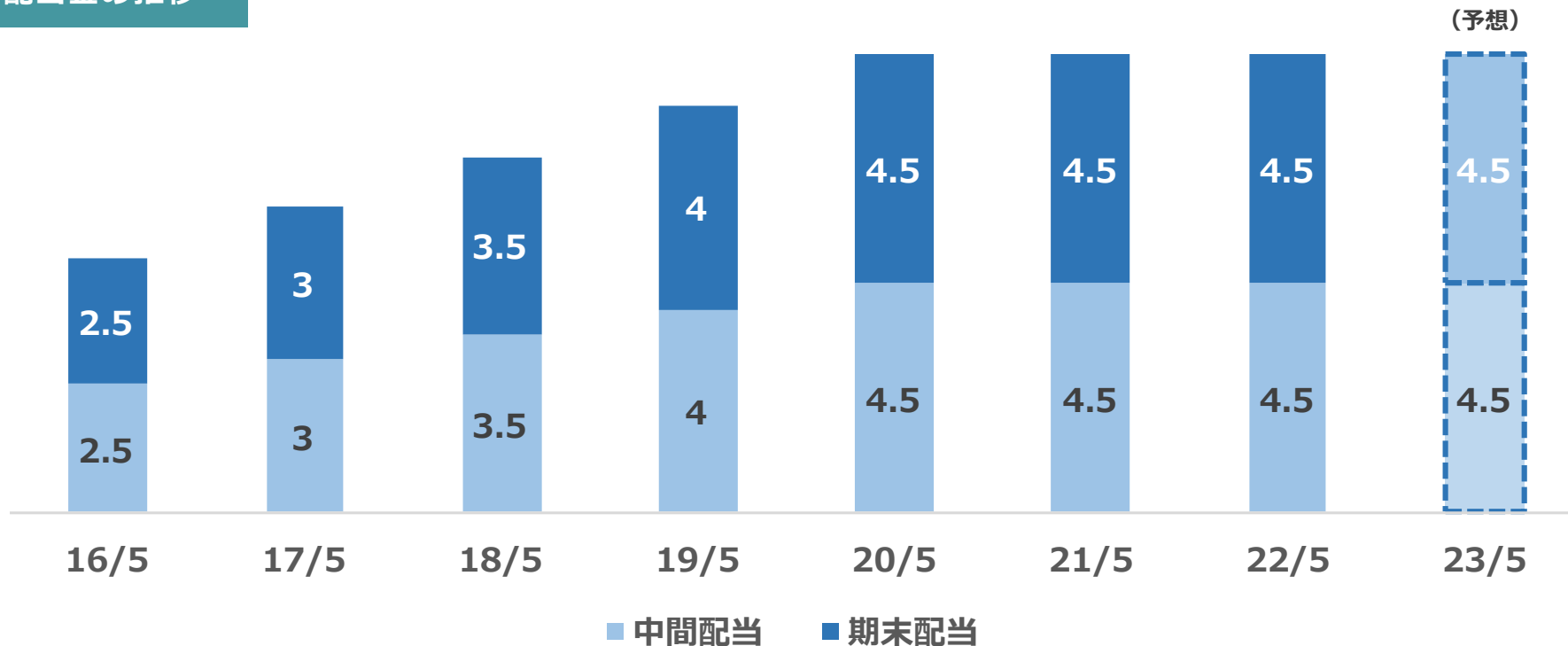
- 継続的な新規出店（23/5期は東海地区に2店舗出店予定）
- 家庭内消費に適したアイテム拡充など一般消費者向けの販売強化
- テイクアウト向け商材などニーズ変化に応じた販売強化
- SNSの活用など販促活動の強化
- 電力使用量の削減による光熱費の抑制

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

単位：円

配当金の推移



- 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 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	17,616名 ※

※ はすべて2022年5月31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



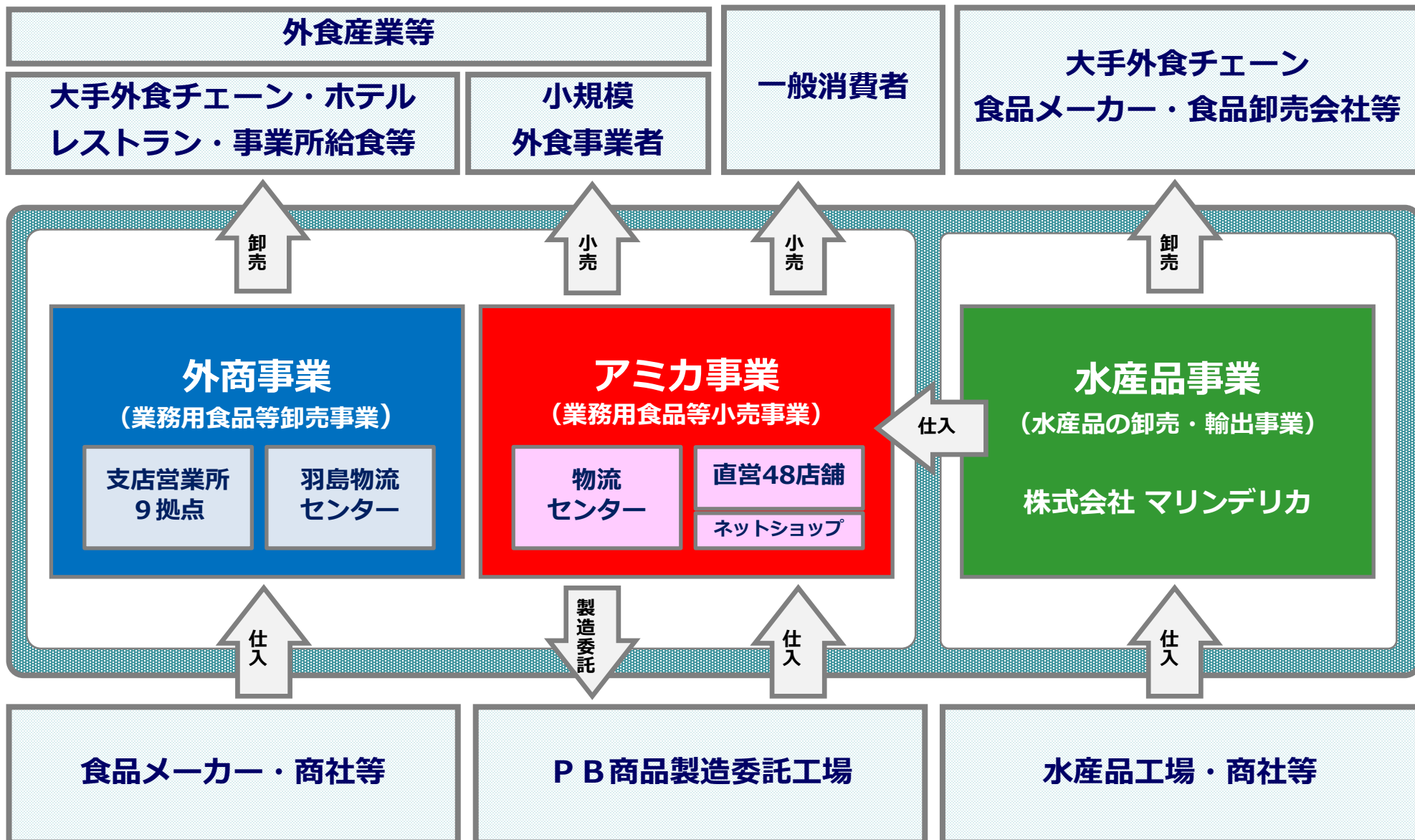
水産品事業

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

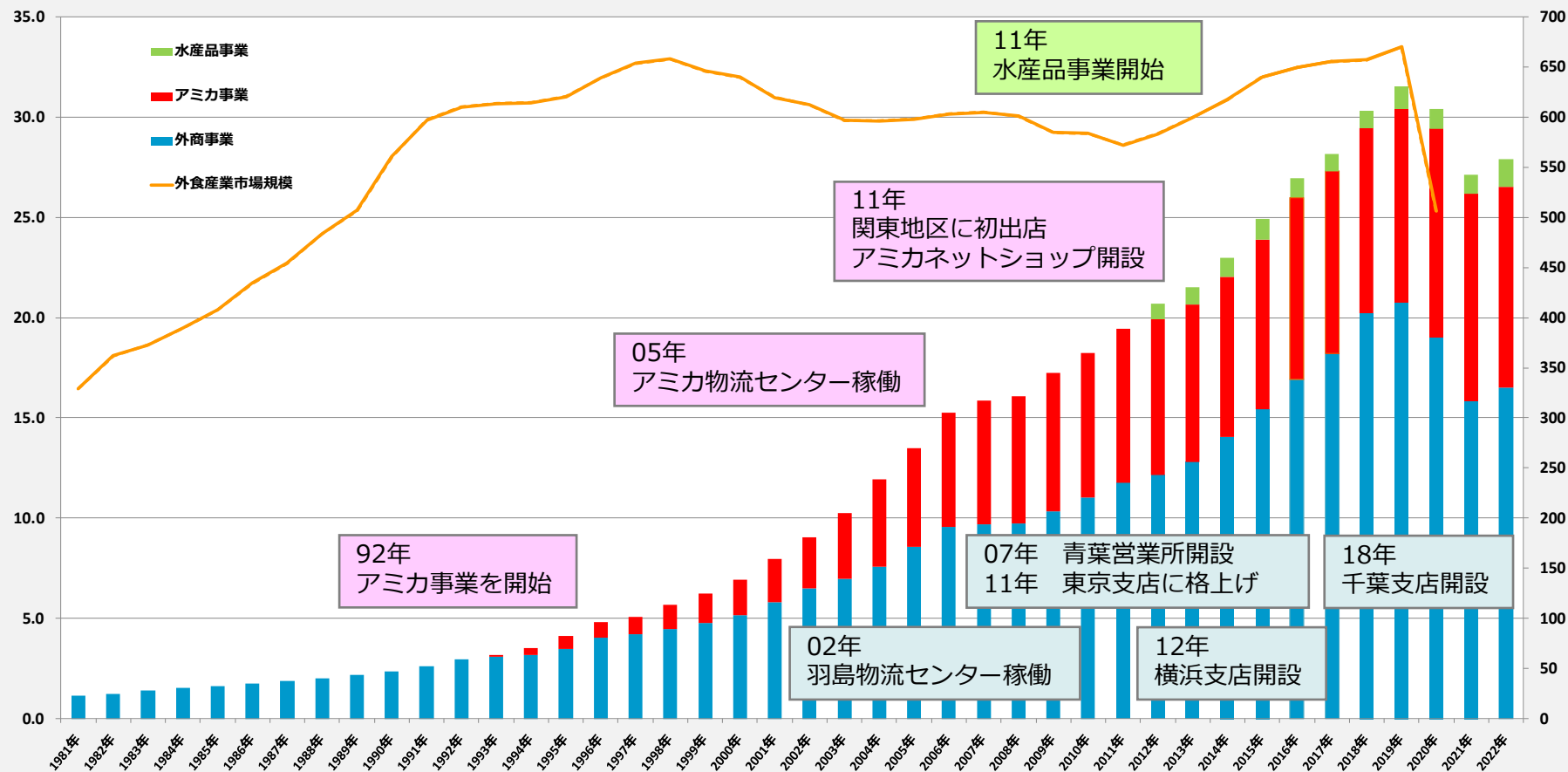
対象顧客：全国中央市場、食品メーカー
食品卸売会社、大手外食チェーンなど





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



日経トレンディが選ぶ2022年のヒット予測第2位「冷凍食品専門スーパー」と今注目される業態

「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



TV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TV番組等に「アミカ」が紹介されました

6月6日：テレビ愛知「5時スタ」

5月26日：長野放送「ふるさとライブ」

5月25日：テレビ東京「ソレダメ！」

4月22日：TBSテレビ「ひるおび」

4月5日：テレビ朝日「スーパーJチャンネル」

4月1日：日本テレビ「スッキリ」

3月22日：日本テレビ「バゲット」

3月7日：TBSテレビ「THE TIME,」

3月5日：MBSテレビ「せやねん！」

3月5日：フジテレビ「めざましどようび」、TBSテレビ「まるっとサタデー」

2月23日：TBSテレビ「Nスタ」

1月23日：TBSテレビ「坂上&指原のつぶれない店」

1月8日：関西テレビ「土曜はナニする？」

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

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