

2023年3月期 第1四半期 決算補足説明資料

株式会社 ヤギ
(証券コード 7460)

2022年8月5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。

1. 2023年3月期 第1四半期業績

- (1) 2023年3月期 第1四半期連結決算の概要
- (2) 経常利益 増減要因
- (3) セグメント別 売上高
- (4) セグメント別 経常利益
- (5) バランスシートの状況
- (6) 2023年3月期の見通し

2. TOPICS

- (1) VISIONについて
- (2) サステナビリティへの取り組み

(1) 2023年3月期 第1四半期連結決算の概要

- 売上高192億円(前年同期比増減+2.9%)、経常利益1.1億(▲73.7%)、親会社株主に帰属する四半期純利益1.1億円(▲68.2%)
- 行動制限の解除による個人消費の持ち直しが期待されたものの、世界的なエネルギー価格の上昇、原材料価格・物流経費の高騰に加え、急速に進行する円安基調等によるコスト高の影響を受けたことにより増収減益

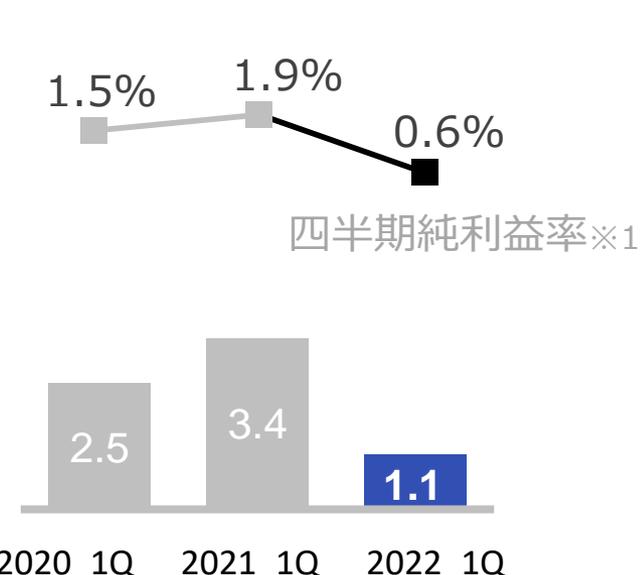
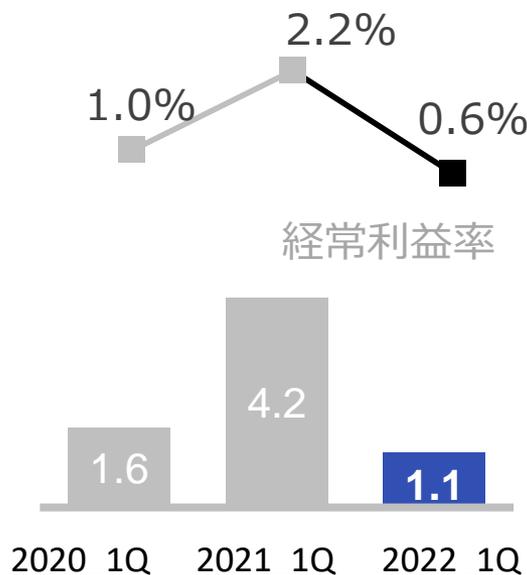
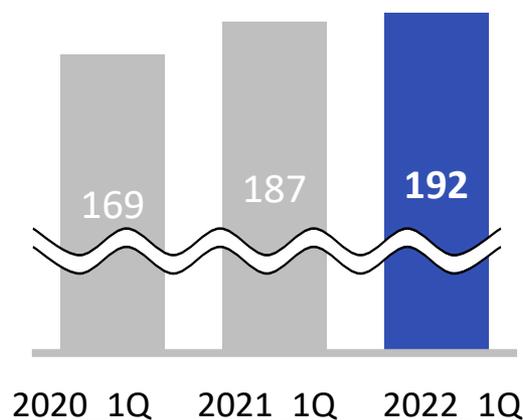
売上高

経常利益

四半期純利益※1

[億円]

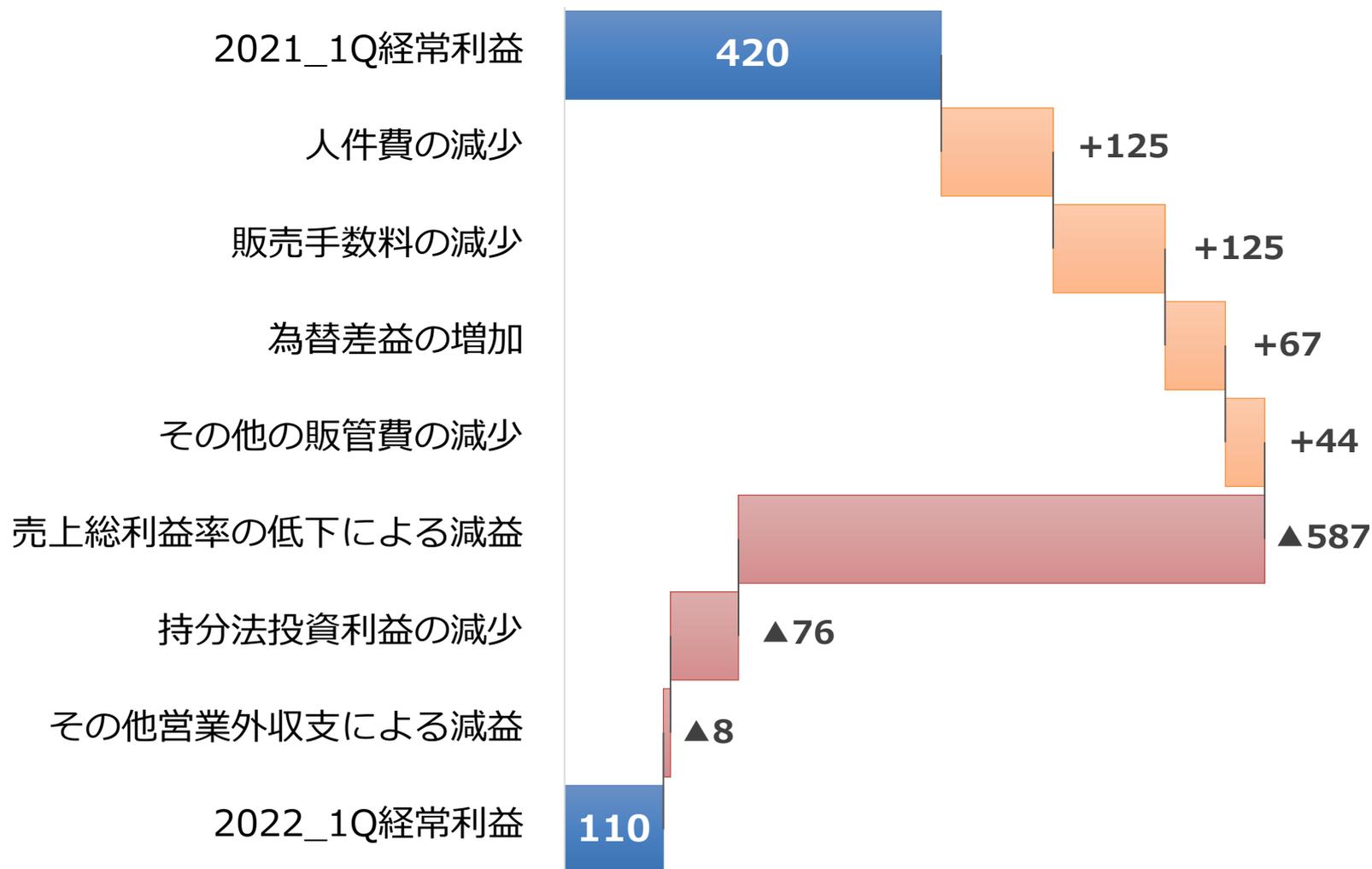
2021年1Qより「収益認識に関する会計基準」等を適用しているため、2020年1Qの数値は置き替えて表示しております。



※1.親会社株主に帰属する四半期純利益

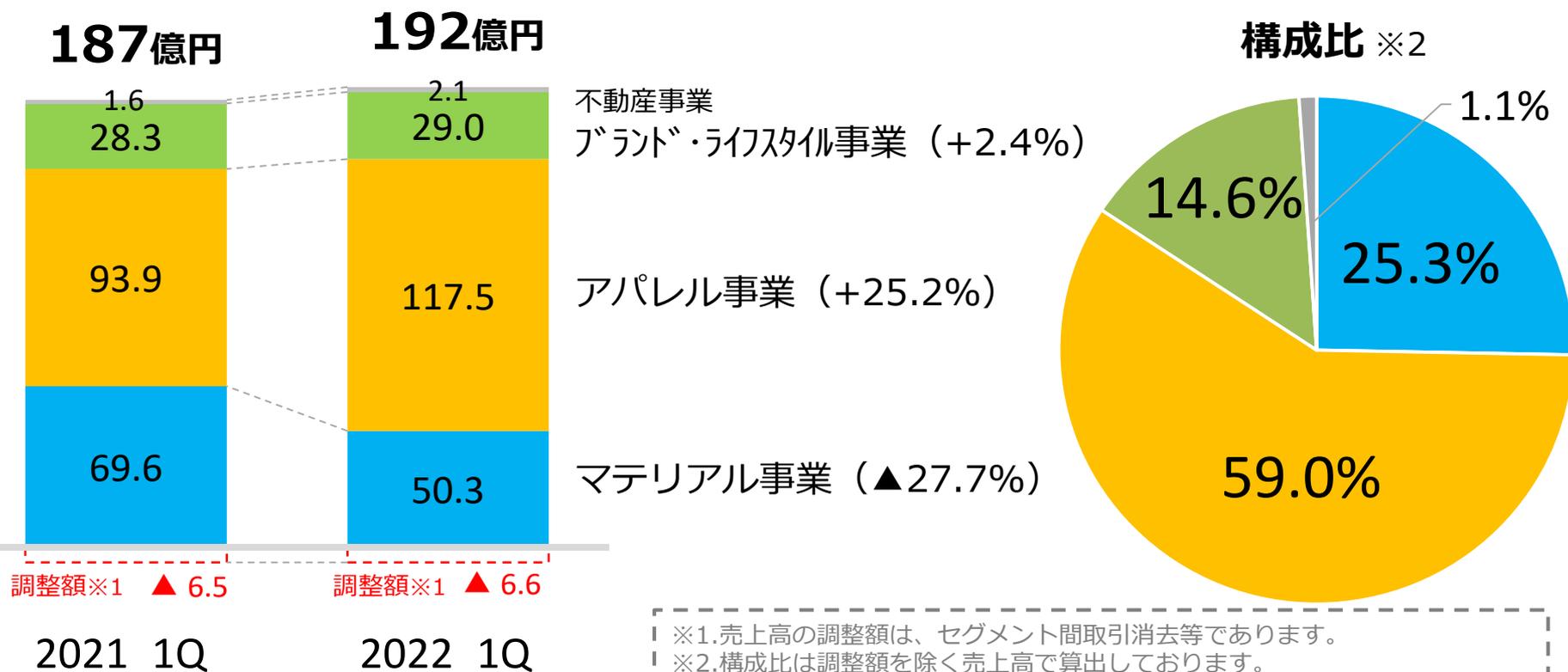
(2) 経常利益 増減要因

[百万円]



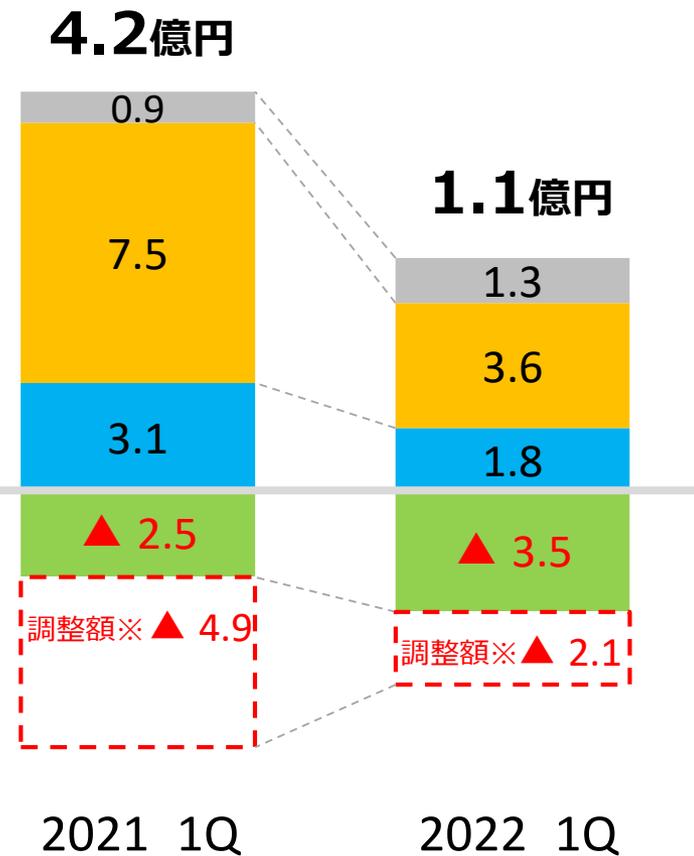
(3) セグメント別 売上高

- 売上高 192億円、前年同期比増減+5.3億円 (+2.9%)
- 行動規制の解除を受け店頭での客足も徐々に戻り、アパレル事業は特にレディース向けを中心に夏物衣料やアウトドア、スポーツ商材が堅調に推移。ブランド・ライフスタイル事業は、一部春夏商品が好調であったことや、衛生マット関連商品も堅調に推移したことにより増収
- マテリアル事業は、原料価格の高騰により定番素材の販売量が減ったため減収



(4) セグメント別 経常利益

➤ 経常利益 1.1億円、前年同期比増減▲3.1億円（▲73.7%）



※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。

主な増減要因

- マテリアル事業 1.8億円（前年同期比増減：▲1.3億円）**
 - ・環境配慮型素材については売れ行きが堅調であり、オーガニックコットンやリサイクル合繊糸においても引合いが多く好調に推移
 - ・しかしながら、天然繊維・合成繊維ともに、原料価格の高騰により定番素材の販売量は減少し、利益の確保が難しく減益
- アパレル事業 3.6億円（▲3.9億円）**
 - ・行動規制の緩和を受け店頭での客足が徐々に回復し、レディス向けを中心に夏物衣料やアウトドア、スポーツ商材は堅調
 - ・しかしながら、原材料費や物流コストの上昇に加え、急激な円安進行による仕入価格の高騰で苦戦を強いられた。生産面においても、中国のロックダウンによるデリバリーの停滞から、納期遅延やサンプル作成の遅れにより商機を逸するなど混乱が生じ、収益確保に苦戦し減益
- ブランド・ライフスタイル事業 ▲3.5億円（▲1.0億円）**
 - ・ライフスタイル事業では、衛生マット関連商材が牽引するなど堅調に推移
 - ・ブランド事業では、コロナ禍が続くも規制緩和で客足も少しずつ戻り、気温の上昇と共に一部で春夏商材が好調に推移
 - ・しかしながら、春夏商材の収益規模はまだ小さく、依然、秋冬商材が収益の核となっており、経費が先行する状況となったため減益
- 不動産事業 1.3億円（+0.3億円）**

(5) バランスシートの状況

- 現金及び預金は前期末比増減▲12億円
- 自己資本は+6億円（株主資本は+0.5億円）
- 自己資本比率は54.7%（前期末比+1.0pt）

[億円]

2022年3月期末

総資産 647億円

現預金 68	他負債
	201
他流動資産	有利子負債
333	94
たな卸資産	株主資本
90	336
固定資産	
154	
その他の包括利益累計額合計 10	
非支配株主持分 4	

純資産
351億円

2023年3月期第1Q末

総資産 646億円

現預金 55	他負債
	204
他流動資産	有利子負債
335	88
たな卸資産	株主資本
100	337
固定資産	
155	
その他の包括利益累計額合計 16	

純資産
353億円

自己資本



	2021末	2022_1Q末
自己資本比率	53.7%	54.7%

(6) 2023年3月期の見通し

■ 2023年3月期通期業績予想及び配当予想

➤ 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
790億円	20億円	22億円	11億円	132円11銭

➤ 配当予想

第2四半期末	期末	合計	※親会社株主に帰属する当期純利益 配当性向
	48円00銭	48円00銭	36.3%

※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。

■ 今後の方針

中期経営計画「MAKE A DREAM, 1+∞」の最終年度である当期は、「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4つの重点施策の総仕上げに取り組んでおります。一段と厳しい市場動向や事業環境が続く中、コスト削減を強化しつつ、これからの社会環境変化を見据えて、成長分野への経営資源投入とグループ経営体制の高度化を行い、利益獲得の追求に努めてまいります。

- **マテリアル事業**：原油高による原料相場の高騰に対応するため、差別化素材としてオーガニックコットンの多品種取り揃えや、化合繊維の多様な高次加工化を図り、「Unito Organic (ユナイトオーガニック)」や「Natureel (ナチュリール)」といった差別化原糸のブランディング戦略を展開しています。SDGsを意識したリサイクル糸やケミカルリサイクル糸の取り扱いを更に強化し、糸から製品までの社内一気通貫を目指しています。
- **アパレル事業**：原料価格や物流経費の高騰と円安基調により、今後も生産面や販売面で非常に厳しい状況が続くと予想されます。引き続き主要仕入先との連携を深めコストを抑えつつ、優良販売先との取り組み強化を図ります。また、ご好評をいただいているテキスタイルECサイト「Fably (ファブリー)」をはじめとして、業界内外や国内外に向けて新たな価値を提供するデジタルプラットフォームへの発展や、SDGsに対応した取り組みを更に強化してまいります。
- **ブランド・ライフスタイル事業**：ブランド事業においては、社会、顧客からの信頼と共感を高めるためにサステナブル素材の取り扱いを増やし、地球環境に配慮したものの作りを進めることでグローバルに認知されるブランドへ成長させていきます。ライフスタイル事業においても、エシカルの価値観にいち早く応えるために、より環境に優しく美と健康に寄り添った商品開発をグループ一丸となって進めることや、EC強化による更なる販売拡大を目指します。

2. TOPICS

- (1) VISIONについて
- (2) サステナビリティへの取り組み

(1) VISIONについて

当社は、社会との共生や共通価値の創造(CSV)などの重要度が高まっていることを受け、新しいビジョンで当社のあるべき姿や未来に向けてのイメージを社会に向けて共有していきたいと考え、新たに「VISION」を策定いたしました。

株式会社ヤギの定める

VISION

ヤギグループは人・地域・国を結びながら、マテリアルからアパレル、ブランド・ライフスタイルに至る繊維の可能性をイノベーションによって引き出していく

お客様の声に耳を傾け、社会と共有できる価値を見出すことにより人々の豊かで快適な生活に貢献し、社会とヤギグループの持続的成長を結実させていく

それを実現させるために仲間同士がたたえ合い、健康でイキイキと働く環境を構築する

=YAGI=
MAKE A DREAM, 1 + ∞

(2) サステナビリティへの取り組み



「KanFA SDGs AWARD 2021」表彰式

「KanFA SDGs AWARD 2021」にて サステナブル・アクション賞を受賞

当社が会員企業として参加しているKanFA（協同組合 関西ファッション連合）による「KanFA SDGs AWARD 2021」にて、サステナブル・アクション賞を受賞いたしました。

経済産業省をはじめとする6名の選考委員により、約600社の会員企業各社のSDGs・サステナビリティに関する取り組みについて厳正な審査が行われ、当社がサステナブル・アクション賞の受賞企業の1社に選ばれました。

このような名誉ある賞を授与したことを励みに、より一層社内外でサステナビリティに対する取り組みを積極的に推進していきます。



ツバメタオル(株) 工場見学

NPO法人DEAR MEとの協働で、初のPOP-UPを開催

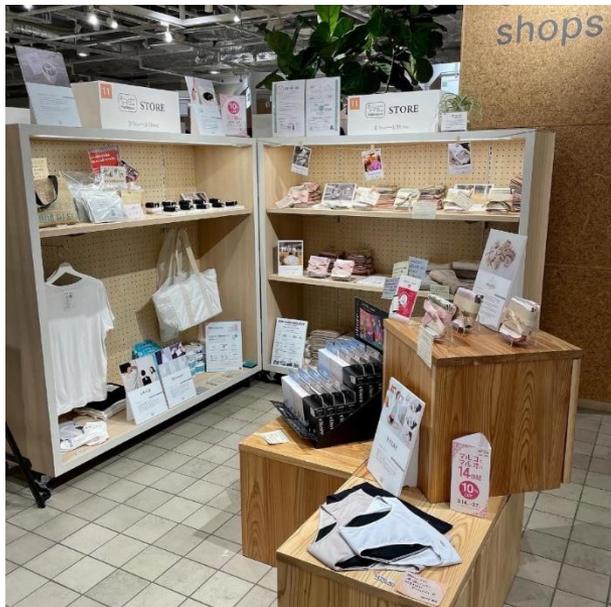
当社は、エシカル・サステナビリティへの取り組みに向けたプロジェクト「YAGIthical (ヤギシカル)」として、NPO法人DEAR MEと共に、企業とZ世代との協働によって持続可能な未来の共創を目指す「Timeless Worth Project」を進めています。

本プロジェクトの一環として、昨年6月に、環境や人体に優しい方法でタオルを製造し続けている当社グループ会社のツバメタオル(株)での工場見学ツアーを開催いたしました。この工場見学を機に、規格外品タオルの活用法が課題となっていることを知り、これを有効活用するための企画を立案。その企画を通して、規格外品タオルをアップサイクルしたミニタオルセットを製作しました。

本年3月には、新宿マルイ本館にてYAGIthicalとして初となるPOP-UP STOREを開催。このアップサイクルミニタオルをはじめ、当社の環境配慮型商品の紹介・販売を通して持続可能な消費行動について提案いたしました。

また、本年5月には、一般消費者の方も招き、第2回目のツバメタオル(株)の工場見学ツアーを開催。消費者の方々の声を直接いただく貴重な機会となりました。

規格外品タオルに関しては、今後も引き続き活用法を考え、POP-UP等での販売に繋げていく予定です。



YAGIthical POP-UP STORE