

2023年2月期 第3四半期決算説明資料

2023年1月12日

株式会社 **セイヨー**

- 1. 2023年2月期 第3四半期決算概要**
- 2. 中期経営計画 “Creative2024”**
- 3. 当社における成長戦略**
- 4. 2023年2月期 業績見通し**

1. 2023年2月期 第3四半期決算概要



◆売上高 3,278百万円 (累計、前年同期比1.8%減)

◆営業利益 35百万円 (累計、同68.1%減)

- ✓ **収益認識基準適用による影響：売上高▲424百万円、営業利益▲1.8百万円**
- ✓ 当期期首より収益認識基準を適用、対前年同期比較は収益認識適用前の前期数値を用いて比較

- 売上高について、主力のアイスクリーム部門における自社ブランド品は新規取引先の開拓や既存取引先への拡販等で堅調に推移、OEM受注も増加したことにより前年比で増加
- しかし今期から適用の収益認識基準により、従来は販管費とした販売促進費等の一部を売上高から減額する方法に変更した影響もあり、売上高は前年同期比1.8%減少
- 損益面では、アイスクリーム類を製造する新潟工場における製造設備入替時の不具合や第3四半期会計期間において機械トラブル等に伴う製造ロスの発生に加え、主に原材料価格やエネルギーコストの高騰が収益を圧迫した結果、営業利益率は前年同期比で低下、営業利益35百万円を計上

	2023年2月期 第3四半期		2022年2月期 第3四半期	
	実績 (百万円)	売上高 比率 (%)	実績 (百万円)	売上高 比率 (%)
売上高	3,278	-	3,340	-
売上原価	2,773	84.6%	2,755	82.4%
売上総利益	504	15.3%	585	17.5%
販管費	468	14.2%	472	14.1%
営業損益	35	1.0%	112	3.3%
経常損益	33	1.0%	122	3.6%
四半期純損益	21	0.6%	96	2.8%

1. 部門別業績：アイスクリーム



◆ アイスクリーム部門

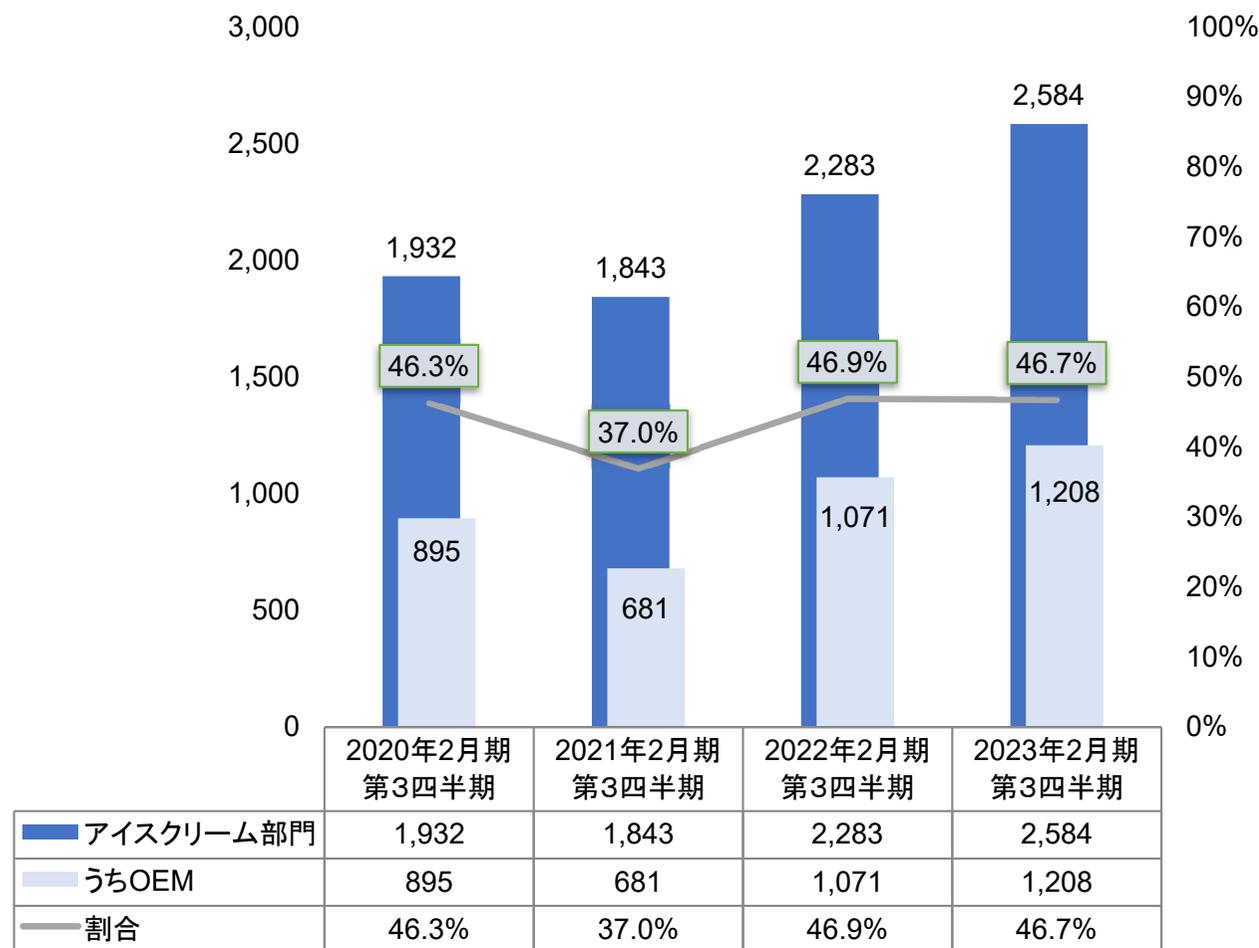
※第1四半期より、収益認識会計基準を適用し、以下の金額が当該部門の売上高から減額されております

アイスクリーム部門：329百万円
うちOEM：286百万円

- SNS戦略が功を奏し、自社ブランド品売上高は **前年同期比9%アップ**
- 重点的な営業活動で、氷カップアイス製品が好調に推移
- プライベートブランド品の受託も好調に推移
- OEM売上は受注が好調に推移し、前年同期比増加した。 **前年同期比15%アップ**

百万円

アイスクリーム部門



1. 部門別業績：和菓子、仕入販売、物流保管

◆ 和菓子部門

- 笹だんご販売については、観光向け需要が回復傾向にあったことにより増加
- 量販店向けの大福製品の販売が増加したことで和菓子部門の売上増加に寄与

◆ 仕入販売部門

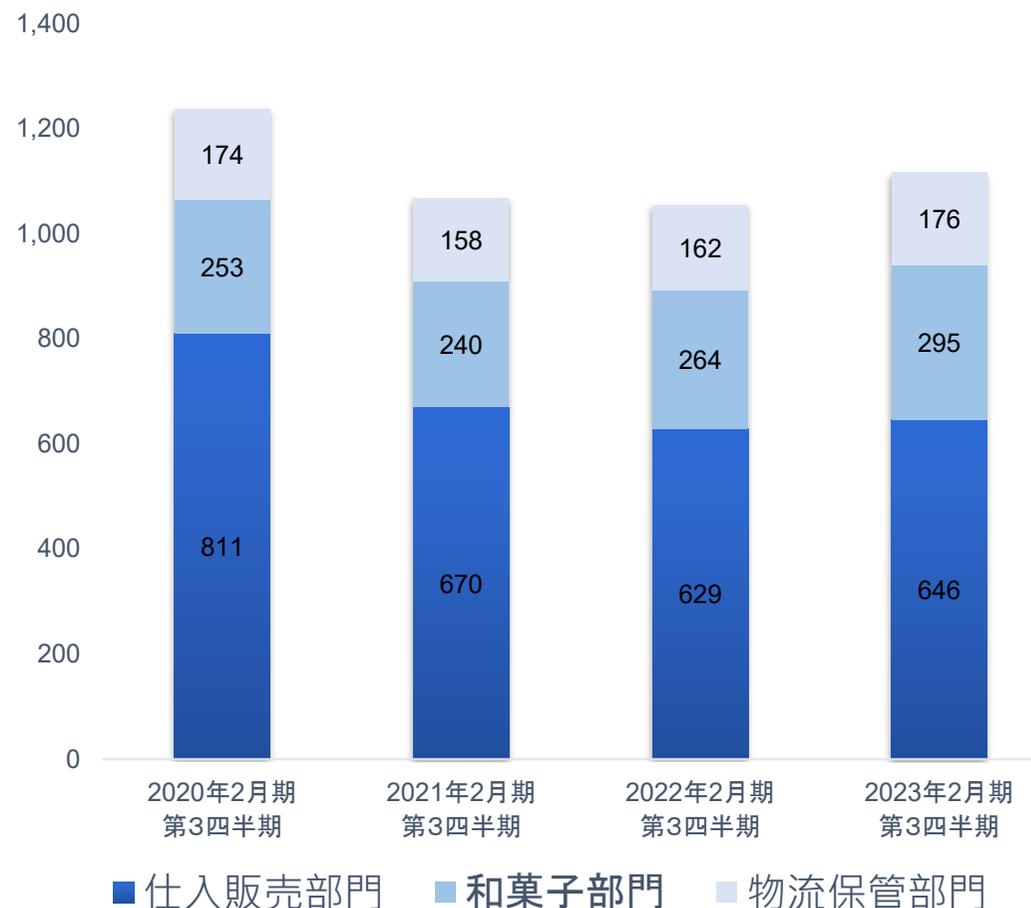
- 佐渡営業所における宿泊施設などへの観光向け需要が回復傾向にあったことにより売上増加に貢献

◆ 物流保管部門

- 新しい生活様式が定着し、冷凍食品の流通が増加したことにより、売上増加に寄与

百万円

部門別：売上高推移

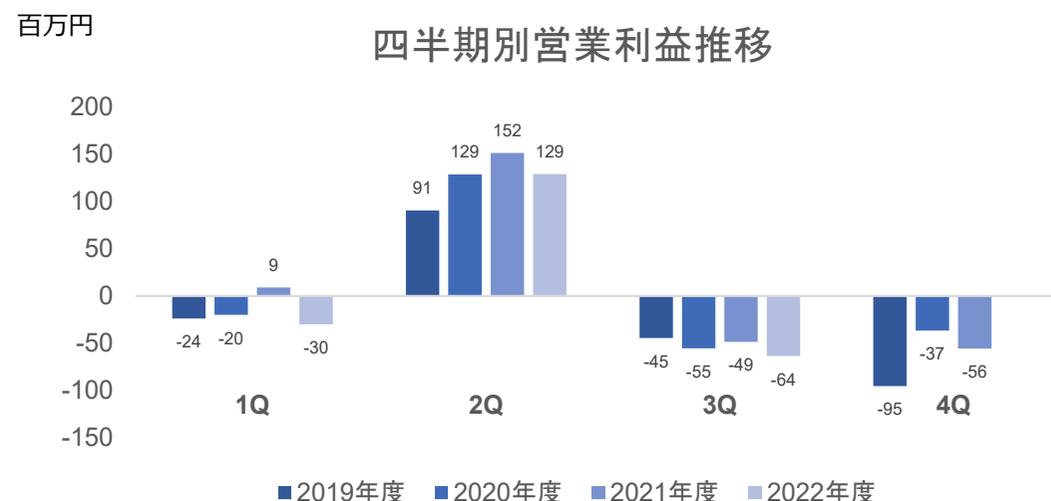
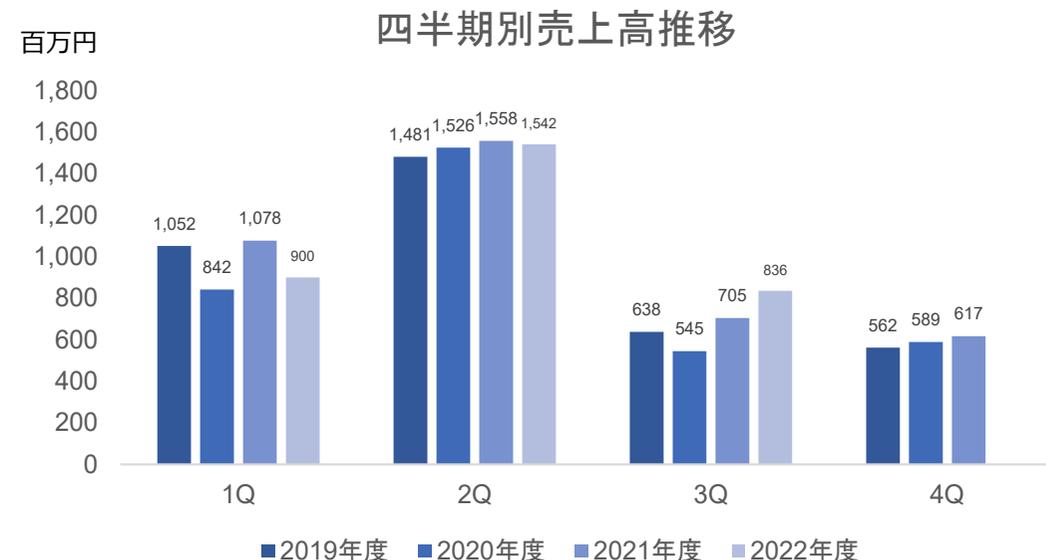


1. 弊社業績における季節性



- 当社は夏季期間（第2四半期会計期間：6月～8月）に集中して需要が発生
- そのため、第2四半期会計期間の売上高は、他の四半期会計期間の売上高と比べ著しく高くなる傾向
- 直近の猛暑の影響もあり、足元の受注状況は堅調に推移
- 秋冬シーズンに販売力のある商品の開発は当社の喫緊の課題であり、当期より秋冬シーズン向け新商品を随時リリース目標に主体的に活動実施

- ・ インフルエンサーとのコラボ企画
- ・ 既存商品のブラッシュアップ企画
- ・ 年間展開商品の企画開発



1. 季節性業績に対する対策



【セイヨー秋冬売上強化プロジェクト】

- 当社は、これまで繁忙期である第2四半期に売上・利益の大半を計上し、第3・第4四半期には営業赤字を計上するという状況が続いており、第2四半期以外においてどのような営業戦略を実行していくかが長年の経営課題
- 上記の経営課題に集中して取り組むべく、「セイヨー秋冬強化プロジェクト」をスタート
 - ① 2024年2月期までに、第3四半期・第4四半期での営業黒字化を達成
 - ② ブランディングディレクターとして就任した渡邊順氏のデザインを採用し、高価格帯の新商品を投入
 - ③ インフルエンサーを活用したコラボ商品に取り組み、新たな顧客層を開拓
 - ④ 当社の代表的なオリジナル商品である「もも太郎」に匹敵するブランド力のある秋冬向け新商品を投入



1. 外部環境変化への対応策

- ウクライナ情勢を含め国際的な経済環境が大きく変化
- 原材料、水道光熱費、輸送費、為替 etc **コストアップ要因**



◆ 対策として、以下を施し、環境変化に対応。

- 希望販売価格の改定
 - ・ 9月より順次実施（代表例：もも太郎マルチ330円→350円） ➡来期以降の収益改善に寄与
- 自家消費型の太陽光発電を利用した、電力コストの軽減
 - ・ 豊栄工場は、自家消費型PPAの導入により、燃調再エネ賦課除く従来コストから7%減少
 - ・ 新潟工場においても、自家消費型の太陽光発電を導入し電力コストを削減
- 製品の使用原材料の見直し
 - ・ 使用原材料の見直しを行い、スペックを維持しながら、コスト削減を達成
- 高品質・高価格・高付加価値製品への取り組み
 - ・ 現状展開している製品ラインナップに加え、新たな取り組みとして早期に実現

2. 中期経営計画 “Creative 2024”



◆ 基本方針

- 企業活動を通じて社会に貢献し、親しまれ、信頼される会社を目指します
- 過去にとらわれることなく、常に前進する会社を目指します
- 創造的で活力のある会社を目指します

◆ 重点施策

- 製品開発力の強化
- 品質管理体制の強化
- 自社製品の販売強化
- 物流体制の強化
- 生産工場の生産性向上
- 新規事業の開拓

◆ 数値目標

- 通常の営業活動による売上拡大に加え、SNS戦略によるオリジナル商品売上等により、収益の改善を図ってまいります。
- しかしながら、今後の原材料価格やエネルギーコストの大幅な上昇が見込まれることに加え、人的資本投資として従業員の待遇改善も推進していくことから、現状の中期経営計画の最終年度の数値目標についての見直しが必要な場合は、2023年2月期決算発表時に公表を行う予定です。

3. 当社における成長戦略①：EC



- 当社の主力商品である氷菓（もも太郎やかき氷カップアイス等）は、地元である新潟県において70年の長きに渡り愛され高い知名度を獲得しており、氷菓売上高に占める新潟県内の販売額も30%と高い水準で推移
- 近年EC 需要が拡大し、個人への直接販売も伸長してきているが、当社の商品においてもSNSマーケティングを積極的に活用し、日本全国・海外の消費者にその存在を知っていただくことが重要
- 当社からお客様に対する直接販売を拡大させ、更なる消費者層の拡大を図ることを目指すため、当社EC機能の拡充を図り、「もも太郎特設ページ」を開設し、全国的知名度向上を目的として、初めて「もも太郎」を知る人に向けて製品情報を掲載



3. 当社における成長戦略②：SNS関連プロモーション



- SNS関連プロモーションは、**当社の公式Twitterでの重点活動に加え、プロモーション動画制作にも取り組み、クリエイターにセカイ監督を迎え、テレビCMとは異なったテイストで動画制作**
- 7月20日に第1弾「放送事故すぎるアイス屋さんのCM」を公開、11月16日に第2弾「なぜか最後まで見てしまうアイス屋さんのCM」を公開し、1月12日現在、各種SNSで合計で1600万回再生を超え、消費者の皆さまに当社の存在を知っていただけるよう積極的に取り組んだ事項は、一定の成果を得ることに成功
- SNS関連の取り組みに関しては、今後も認知度向上にむけて強化取組は継続
(秋冬強化プロジェクトに際し、セカイ監督動画、第3弾制作中)



■ プロモーション動画に関するメディア掲載情報

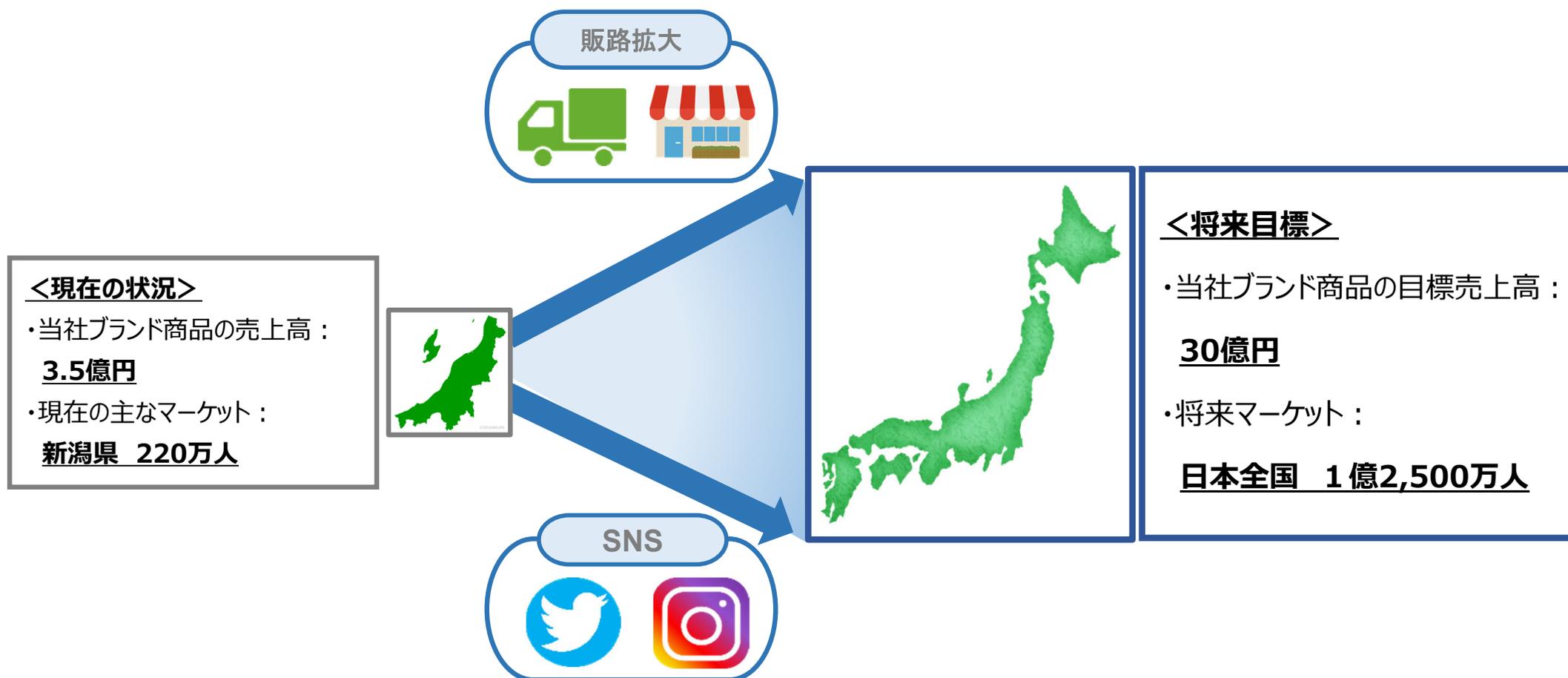
- ・11月28日 TBS系 Nスタ
- ・11月30日 J-CASTニュースにて記事掲載
- ・12月3日 ABEMA ABEMA NEWS
- ・12月19日 ORICON NEWSにて記事掲載
- ・2023年2月号 雑誌 伝創社『宣伝会議』
- ・2023年2月号 雑誌 徳間書店『アニメージュ』

3. Wealth Brothers社との資本提携契約



◆ WB社との資本提携後における基本的な成長戦略

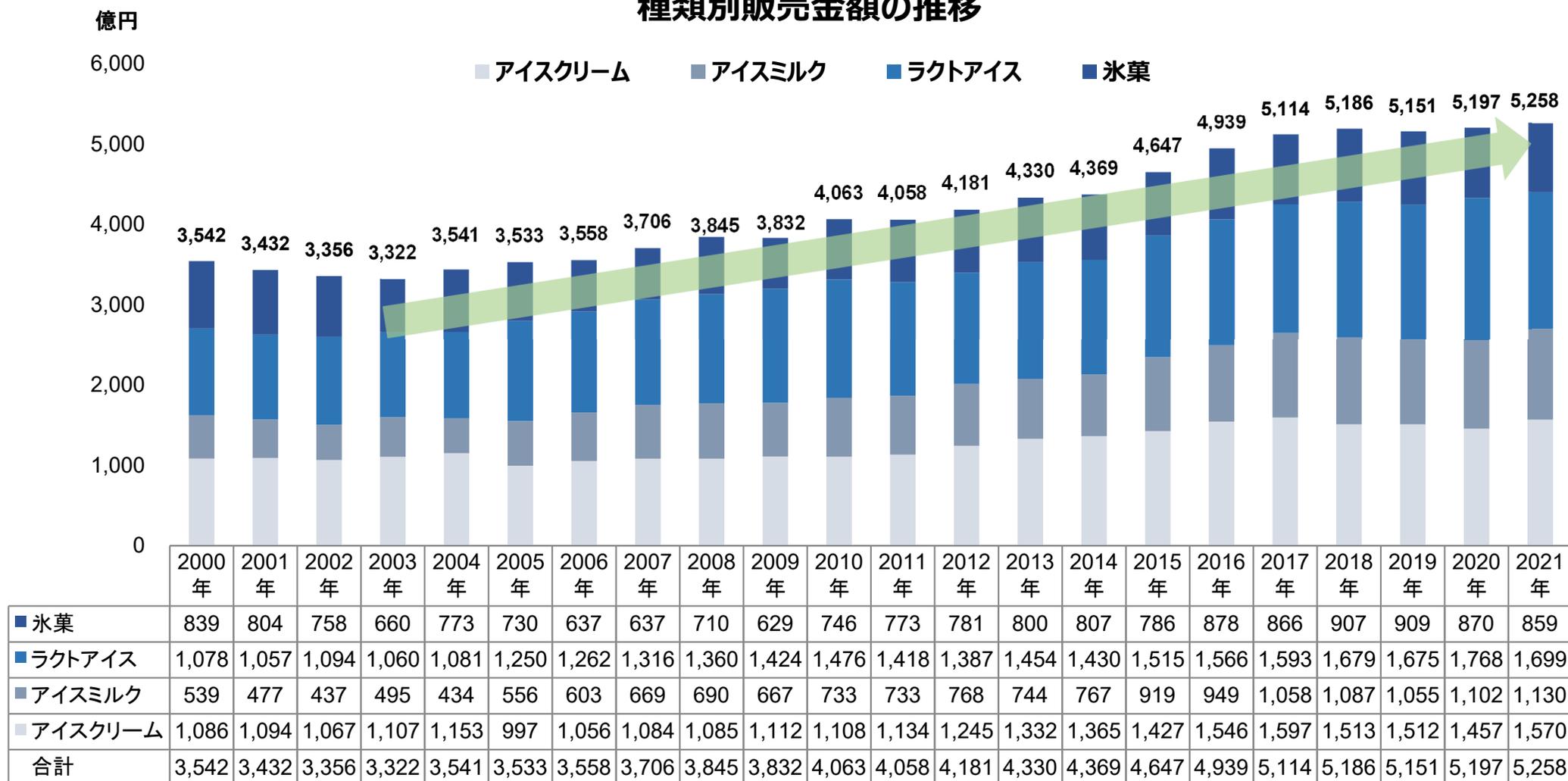
- 地元新潟において70年に渡り愛されてきた当社製品は、日本全国の消費者においても受け入れられる余地が大きい



3. アイスクリーム販売：国内市場は成長基調が続く



種類別販売金額の推移



Source：一般社団法人日本アイスクリーム協会「2021年度 アイスクリーム類及び氷菓 販売実績」より

4. 2023年2月期 業績見通し



2022年4月8日に公表いたしました、2023年2月期（2022年3月1日～2023年2月28日）の業績予想を以下のとおり修正することといたしました。

◆ 2023年2月期の業績予想（2022年3月1日～2023年2月28日）

（%表示は、対前期増減率）

	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	1株あたり 当期純利益
	百万円	百万円	百万円	百万円	円 銭
前回発表予想 (A)	3,600	80	90	68	138.14
今回修正予想 (B)	3,900	10	10	5	10.15
増減額 (B-A)	300	▲70	▲80	▲63	
増減率 (%)	8.3	▲87.5	▲88.8	▲92.6	

(注)

2023年2月期の期首より「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等を適用するため、上記の業績予想は当該会計基準等を適用した後の金額となっており、売上高の対前期増減率は記載していません。

(注)

2022年4月25日を払込期日とする第三者割当増資により、発行済株式総数が99,000株増加しております。また、2022年7月21日を払込期日とする譲渡制限付株式報酬としての新株式発行により、発行済株式総数が9,000株増加しております。前回発表予想及び今回修正予想における1株当たり当期純利益については、第三者割当増資及び譲渡制限付株式発行による増加株式数を考慮して算出しております。

4. 2023年2月期 業績見通し



◆ 業績予想の修正の理由

主力のアイスクリーム部門において、自社ブランド品の新規取引先の開拓や既存取引先への拡販等が堅調に推移したものの、アイスクリーム類を製造する新潟工場における製造設備入替時の不具合や第3四半期会計期間において機械トラブル等に伴う製造ロスの発生に加え、主に原材料価格やエネルギーコストの高騰が収益を圧迫する要因となりました。

当該事項の改善取組として、希望販売価格の改定、自家消費型太陽光発電による電力コストの軽減、製品スペックを維持しながらの製品原価の低減や高付加価値製品への取組み等、コスト削減・収益改善の取組みを進めてまいりました。

また、2022年9月26日に開示いたしました「セイヒョー秋冬売上強化プロジェクト」をスタートさせ、2024年2月期までの第3四半期・第4四半期の営業黒字化達成を目指した取組みを実施しておりますが、当該プロジェクトは初年度で取組み効果は限定的であり、今般の原材料価格やエネルギーコスト等の高騰によるコスト増を吸収しきれない見込みとなったことから、2023年2月期通期業績については、売上高は当初予想を上回る見込みですが、営業利益、経常利益、当期純利益につきましては当初予想を下回る見込みであります。

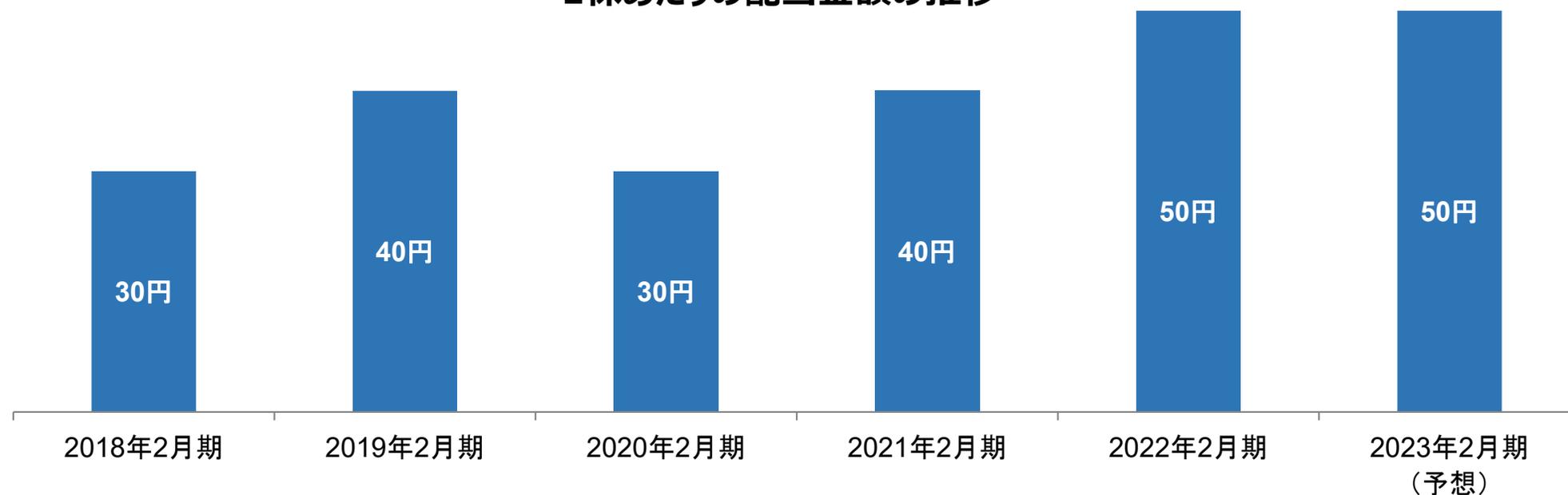
※上記の業績予想等に関する記述につきましては、本資料の発表日現在において入手可能な情報に基づいて作成されており、実際の業績は今後様々な要因により予想数値と異なる可能性があります。

4. 配当推移及び配当方針

- ▶ 当社は、利益配分につきましては、将来の事業拡大と企業体質強化のために必要な内部留保を確保しつつ、安定した配当を継続することが基本的な方針

→株主還元に関しては、一貫性を持った継続的な取り組みとするべく、現在ベンチマークとなる還元方針について検討中であり、2023年2月期通期決算発表時に公表を行う予定です。

1株あたりの配当金額の推移



- ▶ 後述の株式分割に関しては、2023年3月1日を効力発生日としておりますので、2023年2月28日を基準日とする2023年2月期の期末配当は、株式分割前の株式数を基準に実施いたします。

4. 株式分割及び株主優待制度の変更について

- ▶ 2023年1月12日開催の当社取締役会において、株式分割及び株式分割に伴う定款の一部変更並びに株主優待制度の変更について、下記のとおり決議いたしました。

【株式分割の目的】

- ▶ 株式分割を行い、当社株式の投資単位あたりの金額を引き下げることにより、投資家の皆様が当社株式により投資しやすい環境を整えることで、当社株式の流動性向上と投資家層の拡大を図ることを目的としております。

【株式分割の概要】

(1) 株式分割の方法

- ▶ 2023年2月28日（火曜日）を基準日として、同日最終の株主名簿に記載又は記録された株主の所有する普通株式を、1株につき3株の割合をもって分割いたします。

(2) 株式分割により増加する株式数

① 株式分割前の発行済株式総数	:	540,081株
② 今回の株式分割により増加する株式数	:	1,080,162株
③ 株式分割後の発行済株式総数	:	1,620,243株
④ 株式分割後の発行可能株式総数	:	4,500,000株

注) 今回の株式分割に際し、資本金の額の変更はありません。

4.株式分割及び株主優待制度の変更について

(3) 株式分割の日程

①基準日公告日	2023年2月10日（金曜日）（予定）
②基準日	2023年2月28日（火曜日）
③効力発生日	2023年3月1日（水曜日）
④増加記録日	2023年3月1日（水曜日）

【株式分割に伴う定款の一部変更】

(1) 変更の理由

▶ 今回の株式分割に伴い、会社法第184条第2項の規定に基づき、2023年3月1日をもって当社定款第6条の発行可能株式総数を変更いたします。

(2) 定款変更の内容

現行定款	変更後
(発行可能株式総数) 第6条 当社の発行可能株式総数は、 <u>150</u> 万株とする。	(発行可能株式総数) 第6条 当社の発行可能株式総数は、 <u>450</u> 万株とする。

(3) 定款変更の日程

取締役会決議日	2023年1月12日（木曜日）
効力発生日	2023年3月1日（水曜日）

4.株式分割及び株主優待制度の変更について



【株主優待制度の変更】

(1) 変更の理由

▶ 当社では、毎年8月31日現在の株主名簿に記載又は記録された株主様に対し、その所有株式数に応じて、当社製品詰め合わせをお届けしております。今回の株式分割に伴い、株主優待制度を変更いたします。当社に対する理解を一層深めていただくよう、次のとおり優待対象株主様の拡大及び優待内容の充実を図ります。

(2) 変更の内容

現行		変更後	
100株以上	3,000円相当の当社製品詰め合わせ	100株以上 (現34株以上)	2,000円相当の当社製品詰め合わせ
500株以上	5,000円相当の当社製品詰め合わせ	500株以上 (現167株以上)	3,000円相当の当社製品詰め合わせ
—	—	1,000株以上 (現334株以上)	4,000円相当の当社製品詰め合わせ

(3) 変更の時期

2023年8月31日現在の株主名簿に記載又は記録された株主様より、変更後の制度を適用いたします。

4. トピックス



「セイヨー秋冬売上強化プロジェクト」 第2弾 「笹だんごデザインBOX」販売開始

セイヨー秋冬プロジェクト第2弾の新商品として、ブランディングディレクター渡邊順氏デザインの「笹だんごデザインBOX」を当社オンラインショップにて販売開始。

当社の冷凍和菓子の主力製品である笹だんごをシンプルでありながら現代的かつ小さな遊び心も取り入れられたデザインBOXにパッケージしました。



「セイヨー秋冬売上強化プロジェクト」 第3弾 「NIIGATA ICE SELECTION」販売開始



セイヨー秋冬プロジェクト第3弾の新商品として、当社の地元である新潟の特産品を使用した、高級志向のアイス・シャーベットをセレクトし、ギフトセットにしました。贈り物に最適な商品となっております。また、商品の詳細をご紹介します、専用ページを開設し販売拡大に注力いたしました。

4. トピックス



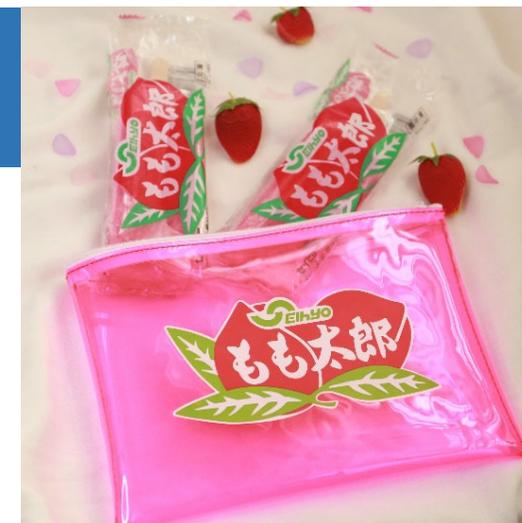
国内外への販路拡大 もも太郎アイスの北米輸出開始

アメリカの日系スーパーマーケットNIJIYA MARKET向け売買基本契約を、ジナンコーポ株式会社と2022年9月1日付で締結しました。海外販路に関しても商機を逃すことなく積極的に拡大戦略を進めてまいります。



オリジナルノベルティグッズ制作 オンラインショップにてキャンペーンを展開

当社の主力製品である「もも太郎」の、さらなるブランド力向上と認知拡大を目的とし、オリジナルノベルティグッズを制作いたしました。オンラインショップでの購買者向けプレゼント企画を実施し、ECにおける売上拡大にも引き続き取り組んでおります。



本資料は、投資判断の参考となる情報の提供を目的としたものであり、将来の投資成果を保証するものではありません。

投資の最終決定はご自身のご判断で行ってください。

なお、使用するデータおよび表現等の欠落や誤謬につきましては、当社はその責を負いかねますので、あらかじめご了承ください。

また、本資料の無断複製・転載は、固くお断りいたします。

