

2024年 3月期 第2四半期 決算補足説明資料

2023.11.10

Supplementary Materials for Financial Results

株式会社 **ヤギ** 証券コード :7460

株式会社ヤギはおかげさまで創業130周年を迎えました



当社は、おかげさまで2023年10月16日に、1893年(明治26年)の創業から130周年を迎えました。

これまで、当社ならびに当社グループを支えていただきました全てのステークホルダーの皆様に心より感謝申し上げます。

1893年の創業以来、社是である「終始一誠意」の精神を守りながら、時代と社会の変化に機敏に対応し、現在はマテリアルから、ライフスタイル、アパレル、ブランド・リテール領域に至るまで、多岐にわたるビジネスを展開してまいりました。

この先の未来も人と社会に寄り添い続けるために、持続可能な社会の実現に向けた決意を新たに、今後も企業価値の向上に努めてまいります。引き続き、ヤギグループへのご支援、ご愛顧を賜りますよう宜しくお願い申し上げます。

P4	2024年3月期 第2四半期 決算ポイント(連結)
P5	業績内容(連結)
P8	セグメント別の業績(連結)
P13	バランスシート(連結)
P14	中期経営計画の取り組み状況
P20	株主還元方針
P21	【ご参考】セグメント体制一覧

2024年3月期 第2四半期 決算ポイント(連結)

■ 中期経営計画2026「Heritage to the future」初年度

最終年度 財務目標「売上高950億円、経常利益32億円」達成に向けて進行中

業績概要

- 前年同期比 増収増益（主に売上総利益率の改善が要因）
- アパレル事業が売上高、利益を牽引
- ブランド・リテール事業が収益改善

財務基盤

- 親会社株主に帰属する四半期純利益は前年同期比増 +2.4億円(+57.8%)
- 自己資本比率は前期末比0.1ポイント上昇の49.8%

通期計画

- 通期業績予想の修正及び、配当予想の上方修正
売上高 800億円 営業利益 27.7億円 経常利益 30.0億円
親会社株主に帰属する当期純利益 19.6億円
期末配当 58円

※詳細につきましては、2023年11月10日付「通期連結業績予想及び配当予想の修正に関するお知らせ」をご参照ください。

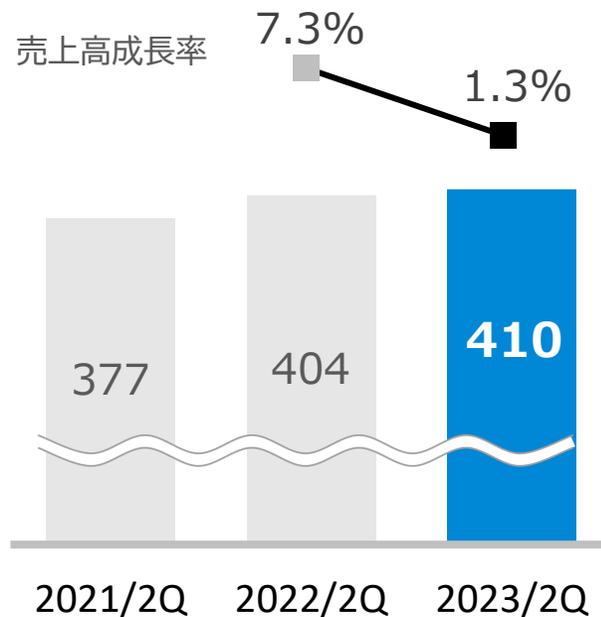
- ROE(通期予想)は5.2%(当初4.0%より修正)

業績内容 | 3カ年推移(連結)

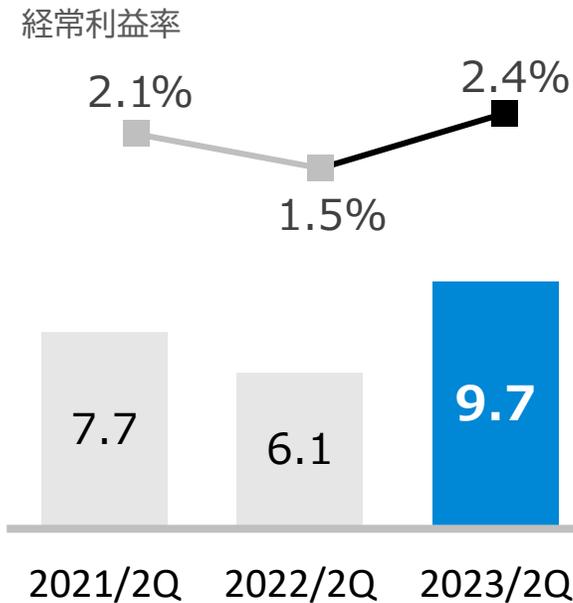
- 持続的成長の基盤づくりに注力し、コストアップ要因の改善など堅調な進捗等が収益向上に貢献
- 世界的な金融引き締めによる円安、エネルギー価格の上昇、原材料価格の高騰への取り組み対応は継続課題

[単位:億円]

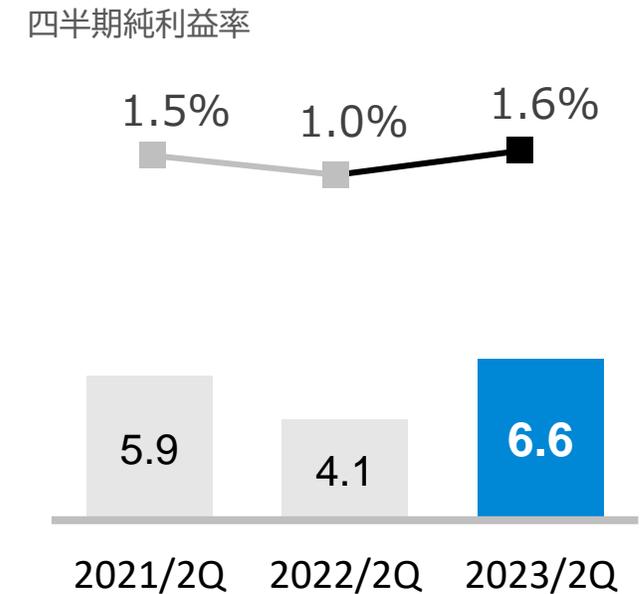
売上高



経常利益



親会社株主に帰属する 四半期純利益



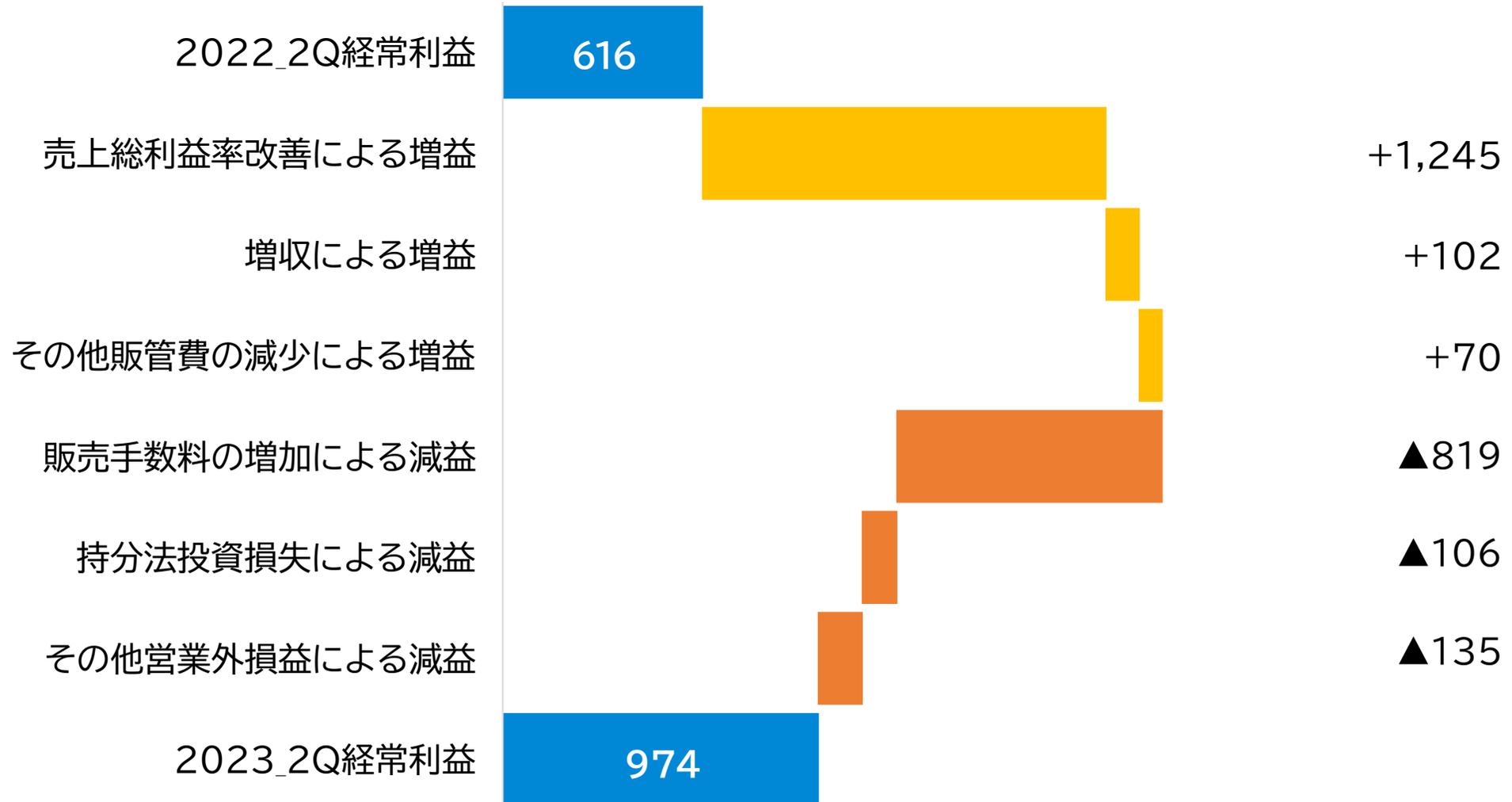
業績内容 | 通期業績予想に対する進捗状況(連結)

- 国内需要の回復等により一部の事業は堅調に推移したが、今後も不透明な外部環境の変化等への対応に注力

[単位:億円]	2022年度 第2四半期	2023年度 第2四半期	増減		通期業績予想	
			(金額)	(%)	公表値(修正)	進捗率
売上高	404	410	+5.3	+1.3%	800	51.3%
営業利益	3.2	9.2	+5.9	+184.1%	27.7	33.4%
経常利益	6.1	9.7	+3.5	+58.1%	30.0	32.5%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	4.1	6.6	+2.4	+57.8%	19.6	33.8%

業績内容 | 経常利益の増減要因(連結)

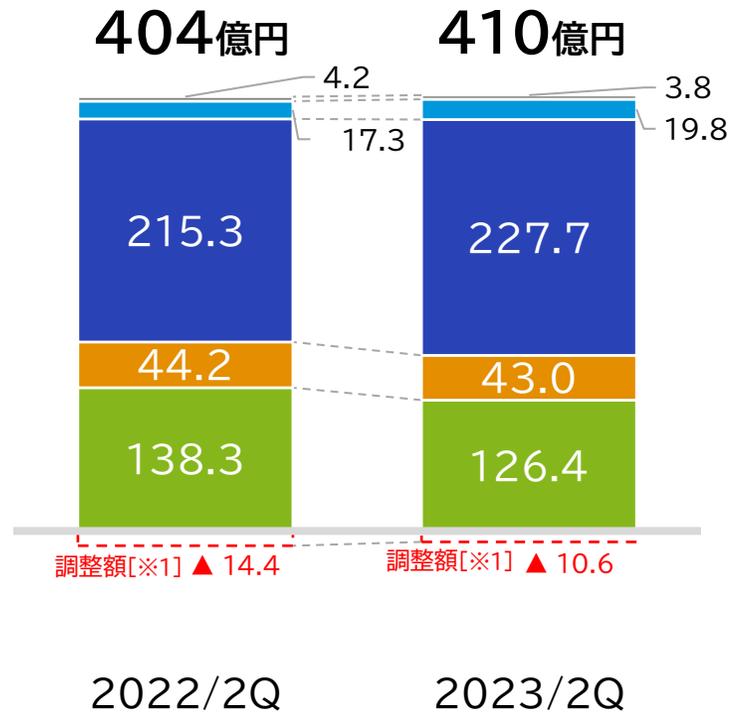
[単位:百万円]



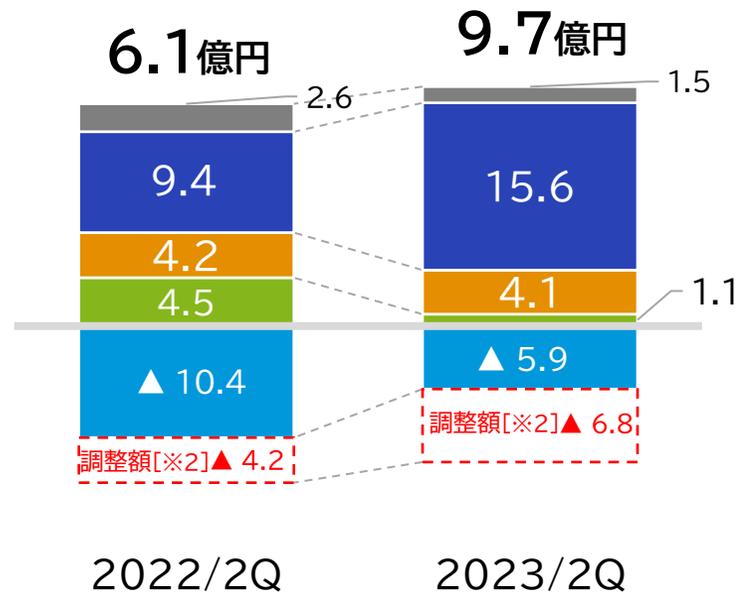
セグメント別の増減(連結)

- 売上高、セグメント利益ともにアパレル事業が牽引、ブランド・リテール事業が改善

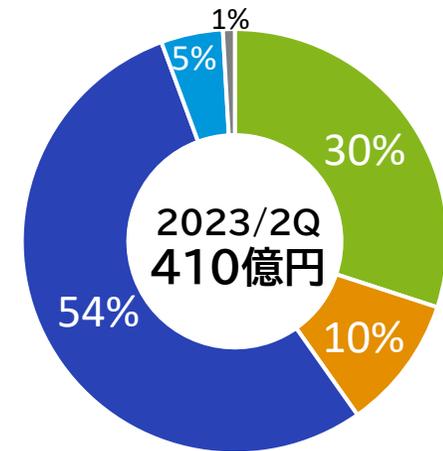
売上高



セグメント利益



セグメント別売上高構成



■ マテリアル ■ ライフスタイル ■ アパレル ■ ブランド・リテール ■ 不動産

[※1] 売上高の調整額は、セグメント間取引消去等であります。
[※2]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

- 高機能加工糸の販売は堅調だったが、コスト増により利益率は低下
- 綿糸は国内産地の需要低下の影響が大きく、受注数量が減少
- ニット生地販売は、秋冬物の受注は暖冬予想ながら堅調に推移

今後の見通し

- 環境配慮型素材に注力し、マテリアルブランドの認知度向上に向けて、シェア拡大の取り組みを強化
- 既存商材の価格転嫁を進めることによる利益率向上
- 海外市場向け原糸・生地販売体制の強化

[単位:億円]	2023年3月期 第2四半期	2024年3月期 第2四半期	増減額	増減率
売上高	138.3	126.4	▲11.9	▲8.6%
セグメント利益 (利益率)	4.5 (3.3%)	1.1 (0.9%)	▲3.3	▲74.0%



主な増減要因

- 衛生関連商材は、新型コロナウイルス感染症が季節性インフルエンザと同等の5類へ移行したことで、衛生需要がやや低下傾向
- 化粧雑貨はインバウンド需要の回復等もあり堅調に推移
- タオル等の生活雑貨やスポーツ関連商材は堅調に推移

今後の見通し

- 衛生関連商材は、コロナ期間中の一時的な需要の高まりから落ち着きを取り戻し、下期は需要減と予想
- 顧客ニーズに対応した新規素材による高付加価値商材の提案強化

[単位:億円]	2023年3月期 第2四半期	2024年3月期 第2四半期	増減額	増減率
売上高	44.2	43.0	▲1.1	▲2.6%
セグメント利益 (利益率)	4.2 (9.5%)	4.1 (9.6%)	▲0.0	▲1.7%



主な増減要因

- アフターコロナの回復基調や猛暑の影響により夏物は順調であったが、秋冬物は鈍化傾向
- 円安傾向の中、コスト削減と価格転嫁により利益率は改善
- イベント・大会等の復活傾向により、テーマパーク、スポーツ・ユニフォームが堅調に推移

今後の見通し

- 消費マインドの回復に伴い、中高価格帯向けビジネスに商機
- ブランドライセンス事業の拡大
- チャイナリスク回避を視野に入れたASEANでの生産の拡充と、原料調達を含めた体制化を推進

[単位:億円]	2023年3月期 第2四半期	2024年3月期 第2四半期	増減額	増減率
売上高	215.3	227.7	+12.4	+5.8%
セグメント利益 (利益率)	9.4 (4.4%)	15.6 (6.9%)	+6.2	+66.1%

ブランド・リテール事業



主な増減要因

- 卸売は生産・販売ともに概ね計画通りに着地できたことが貢献
- 猛暑の影響で春夏商材は堅調な一方、残暑により秋冬の立ち上がりがずれ込み、特にアウター類については低調

今後の見通し

- ブランド事業は秋冬の実売期に入るため、販売機会ロスの無いようなオペレーション対応と、既存店の拡販を強化
- リテール事業は新規オープン店舗の準備と並行して、既存店ではプロモーション実施等、ホリデーシーズンでの販売を強化

[単位:億円]	2023年3月期 第2四半期	2024年3月期 第2四半期	増減額	増減率
売上高	17.3	19.8	+2.5	+14.8%
セグメント利益 (利益率)	▲10.4 (-%)	▲5.9 (-%)	+4.5	-%

バランスシート(連結)

[単位:億円]

2023年3月期末

現預金 109	他負債 227
他流動資産 350	有利子負債 140
たな卸資産 104	株主資本 346
固定資産 165	

純資産
362億円

その他の包括利益累計額合計 16

2024年3月期 第2Q末

現預金 76	他負債 230
他流動資産 403	有利子負債 155
たな卸資産 112	株主資本 349
固定資産 177	

純資産
383億円

その他の包括利益累計額合計 34

■財務健全性

	2023年3月期末	2024年3月期 第2Q末	増減
総資産	730	770	+39
有利子負債	140	155	+15
自己資本	362	383	+20
自己資本比率	49.7%	49.8%	+0.1%

■資本効率

	2023年3月期末	2024年3月期末 (予想)	増減
ROE	2.9%	5.2%	+2.3pt

※ROE(通期予想)=(業績予想 親会社株主に帰属する当期純利益)÷((期首自己資本+予想期末自己資本)÷2)×100

中期経営計画の取り組み状況

5つの基本戦略

中期経営計画2026では、「事業」「グローバル」「グループ経営」「人材」「ESG」の5つを基本戦略として、「VISION」の実現に向けてグループ一丸となって取り組む3カ年として活動しています。初年度第2四半期の取り組み状況をご紹介します。

基本方針



基本戦略

ヤギグループの持続的成長の基盤作り



2026年3月期 経営目標値

売上高(平均成長率) **950億円 (3.0%)**

経常利益(利益率) **32億円 (3.3%)**

資本効率 ROE **6.0%以上**

中期経営計画の取り組み状況

オーガニックコットンのトレーサビリティを明確にする独自のシステム「Cotton iD」をスタート



Cotton iD
Organic Cotton project

当社グループ会社の山弥織物、世界最大級のオーガニックコットン紡績企業であるインドのNahar社との長年にわたる協力関係のもと、農場から糸まで一貫したオーガニックコットンのトレーサビリティを管理する当社独自の仕組み「Cotton iD」の運用を開始いたしました。

オーガニックコットンの主要な国際認証の範囲では、収穫された綿花（コットンボール）の種とワタを選別する工程（ジンニング）から始まり、糸・生地・最終製品に至るまでのトレースを管理していますが、それ以前の段階の綿花や農場については別の有機農産物の認証基準が適応されます。認証の段階が2つに分かれているため、オーガニックコットン製品は一貫したトレーサビリティを確保することが難しく、過去にはインドにおいて、オーガニックコットン認証の大規模な不正行為が発覚したこともありました。

このような課題を背景に、当社は、農場から糸までの異なる認証を結び付ける「Cotton iD」の仕組みを構築し、透明性の高いトレーサビリティの取れたオーガニックコットンの普及に努めています。

中期経営計画の取り組み状況

繊維・ファッション産業のサステナビリティに関する団体への加盟を進行中

当社は、取引先様や消費者の方々に向けて、繊維における持続可能な選択肢を提供し続けられるよう取り組んでいます。その具体的なアクションとして、繊維・ファッション産業のサステナビリティに関連する団体加盟を進めており、直近で以下の2団体へ加盟いたしました。

JSFA(ジャパンサステナブルファッションアライアンス)

<https://jsfa.info/>

JSFA(ジャパンサステナブルファッションアライアンス)は、各企業においてサステナブル・ファッションに向けた取組が進められている中、個社では解決が難しい課題に対して、共同で解決策を導き出していくための企業連携プラットフォームです。

ファッション産業が自然環境及び社会に与える影響を把握し、ファッション及び繊維業界の共通課題について共同で解決策を導き出し、サステナブルなファッション産業への移行を推進することを目的としています。当社は本年8月に正会員企業として加盟いたしました。



NICO(一般社団法人天然繊維循環国際協会)

<https://nico3.or.jp/>

NICO(一般社団法人天然繊維循環国際協会)は、人々が生活する上で欠かせない「衣」の消費後の行方を見つめ直すために、天然繊維を地域と協力して回収分別した後に、再活用した上で、最後に土に還すことを目指しています。

このような循環を実現するには、様々な人の協力が必要です。NICOは、個人・企業・自治体を地域というコミュニティで繋いで様々な取り組みを行っていく団体です。当社は本年7月に正会員企業として加盟いたしました。



中期経営計画の取り組み状況

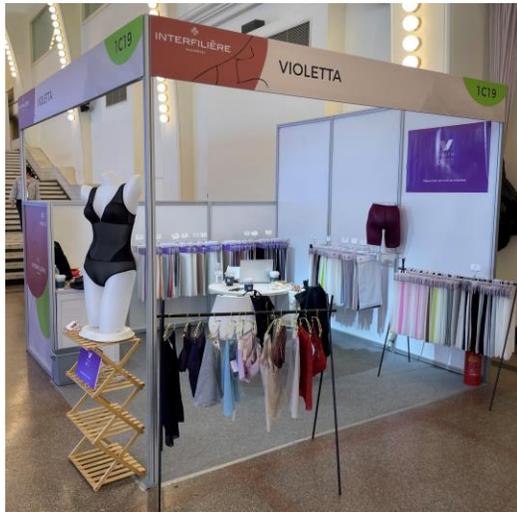
グローバルな展示会に当社グループ各社が出展



2023.8.28-30

YAGI & CO., (H.K.) LTD.

中国・上海で開かれるテキスタイルを中心とした見本市「インターテキスタイル上海 アパレルファブリックス秋」に4年ぶりに出展。今回の展示会では、裁断くずを使ったリサイクルコットン系の「リサイカラー」と、リサイカラーの生産から織布、編立、縫製までをお客様が自らのサプライチェーンの中で完結することが可能な仕組み、「クローズドループ・リサイクル」の強みを提案しました。



2023.7.2-4

株式会社ヴィオレッタ

中国・上海で開かれるインナー素材の国際展示会「アンテルフィリエール 上海 (Interfilière Shanghai)」に出展。ヴィオレッタは、ラッセル編み機を主とした自社設備を国内に保有している経編のニットメーカーで、本展示会でも強みのラッセル編み素材を中心に展示しました。

中期経営計画の取り組み状況

▶▶▶ TATRAS社が株式会社WEAVAに商号変更



WEAVA

<https://weava.co.jp/>

当社のグループ会社であるTATRAS INTERNATIONAL株式会社が、本年9月に商号を「株式会社WEAVA(ウィーバ)」へ変更いたしました。

「WEAVA」には、お客様との絆や国内外の様々な協力パートナーとのコラボレーション、伝統と革新といった要素など、様々なものを「織り成す」ことによって企業として発展するという想いと、従業員全員が自主的に個々の経験と能力を発揮し、商品や売り方などアパレルビジネスの新しい未来を「作り出していく」ことに向けた想いが込められています。

今後、WEAVA社は、新社名と共に多角的なブランド展開を実現し、全従業員のアイデンティティに刻まれている情熱を以て革新のプロダクトを生み出し届けていく企業へ飛躍していきます。

中期経営計画の取り組み状況

▶▶▶ 従業員向けインセンティブ・プラン(RS信託)を導入しました



本年5月より、当社グループの従業員を対象としたインセンティブ・プランの導入を開始いたしました。

本制度の導入により、従業員は当社株式の株価上昇による経済的な利益を享受することができるようになり、さらに、当社株式に譲渡制限を付すことにより、株式交付後においても企業価値の持続的な向上を図るインセンティブを与えることが可能となりました。

当社グループの従業員に対する福利厚生制度を拡充させるとともに、従業員の帰属意識を醸成し経営参画意識を持たせ、さらに当社業績や株価上昇への意識を高めることにより、当社の中長期的な企業価値向上を図ることを目指します。

YAGI

株主還元方針

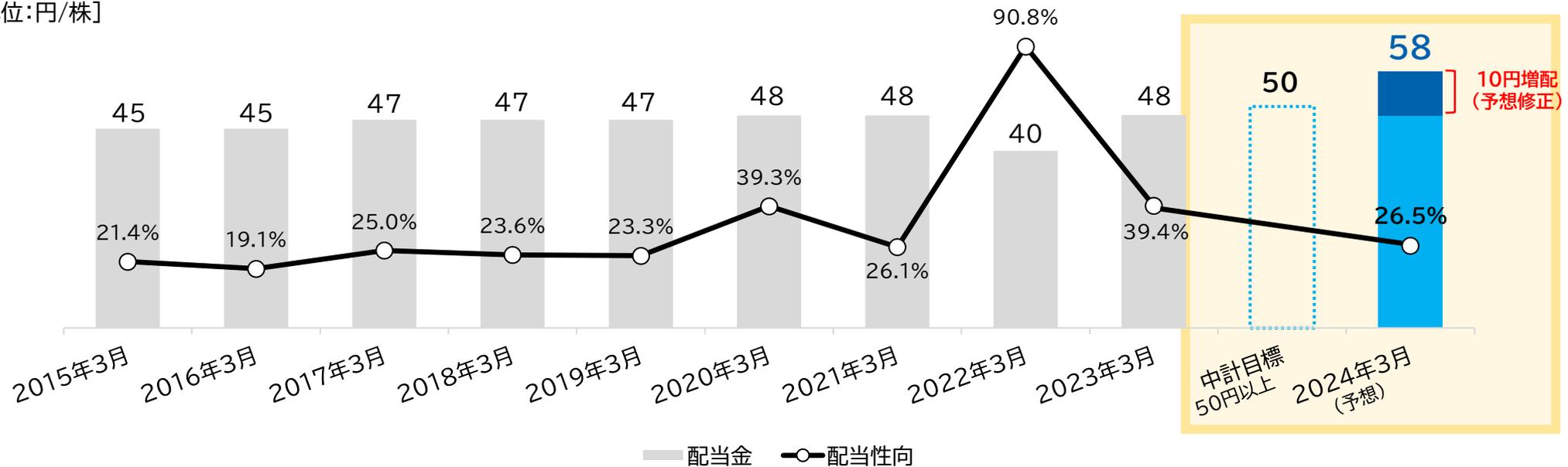
- 株主の皆様への利益還元を、経営の最重要政策のひとつとして位置付けております。
- 配当につきましては、長期的な視野で安定した利益還元と、経営基盤強化のための内部留保充実をバランスよく行っていくことを基本方針としております。

配当金の推移

中期経営計画2026
配当最終年度目標

配当金50円以上

[単位:円/株]



【ご参考】セグメント体制一覧

マテリアル事業	ライフスタイル事業	アパレル事業	ブランド・リテール事業	不動産事業
<p>ヤギ 原料・テキスタイル領域</p>	<p>ヤギ ライフスタイル領域</p>	<p>ヤギ アパレル領域</p>	<p>WEAVA TATRAS S.R.L. TATRAS USA LLC 衣料品の製造・販売</p>	<p>マルス 不動産賃貸業</p>
<p>ヴィオレッタ ラッセル織物の製造販売</p>	<p>日本パフ 日帕化粧用具(嘉善) 化粧用パフ及び外衣製造</p>	<p>譜洛革時(上海)貿易 繊維製品の販売</p>	<p>アタッチメント 紳士服・婦人服及び服飾雑貨の デザイン、製造及び販売</p>	
<p>イチメン アパレル向け生地・製品の企画販売</p>	<p>ツバメタオル タオル・バスタオル等の製造販売</p>	<p>YAGI VIETNAM 衣料品の製造・販売</p>	<p>WINWIN YJV ㈱NIKE JAPANのリテールパートナーとして NIKEストアの運営担当</p>	
<p>山弥織物 撚糸・織物の製造販売</p>	<p>YAGI International INC. YAGI USA 繊維製品及び関連商品の輸出入販売</p>	<p>SOMIC メディアコマース事業</p>	<p>LINGBLE INC. グローバルECプラットフォーム 「Lingble」の運営</p>	
<p>YAGI & CO.,(H.K.) 八木貿易(深圳) 繊維製品及びその原料の輸出入販売</p>		<p>グレイス キャラクター商品の企画・製造・販売</p>		
<p>PROGRESS (THAILAND) 繊維原料・生地・繊維二次製品の 輸出入・販売</p>		<p>FMB 3Dモデリングを中心とした アパレル業界向けテクノロジーサービス</p>		
<p>PT.SANDANG MAJU LESTARI 繊維製品の販売</p>				
<p>swatchbook Inc. 世界最大級の3D デザイン、 デジタルマテリアルライブラリーの運営</p>				



VISION

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

Heritage to the future

本資料は、その情報の正確性、完全性を保証するものではありません。また、本資料に掲載された将来の予測等は、発表の時点で入手可能な情報に基づいたものであり、種々の要因により変化することがあり、これらの目標や予想の達成、及び将来の業績を保証するものではありません。

従いまして、本資料のみに準拠して投資判断されますことをご控えくださいますようお願いいたします。
本資料利用の結果生じたいかなる損害についても、当社は一切責任を負いません。