



焼津水産化学工業株式会社

(証券コード2812)

2023/3期 決算説明会

～事業投資を通じた価値創造プロセスの強化、
事業成長と株主還元の両立を目指す～

2023年6月9日

目次

1. 2023/3期 連結業績	
連結PL/BS/CF.....	P. 4 ~ 10
セグメント別業績.....	P. 12 ~ 26
2. 2024/3期 業績予想.....	P. 28 ~ 37
3. 中長期の課題と対策.....	P. 39 ~ 47
4. 株主提案への当社のスタンスについて	
.....	P. 49 ~ 50

1. 2023/3期 連結業績

2023/3期 連結損益計算書

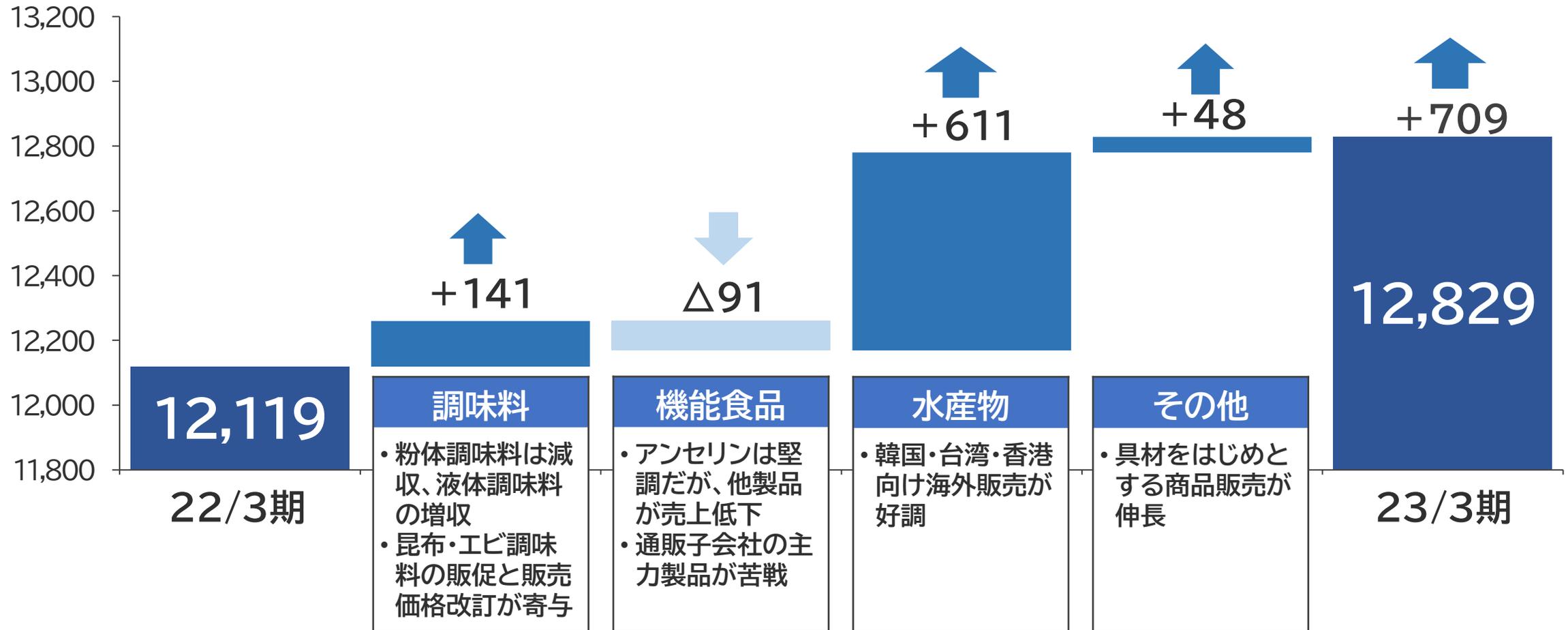
(単位:百万円)

(単位:百万円)	22年/3期	23年/3期	前期比 (YoY %)	概要
売上高	12,119	12,829	+709 (+5.9%)	液体調味料及び水産物の販売が伸長したものの機能食品の販売は減少
売上総利益	3,022	2,841	△181 (△6.0%)	原材料価格、燃料動力費の上昇に伴い採算性が悪化
営業利益	599	329	△269 (△45.0%)	価格改訂や運賃、保管料等の販管費コントロールを行ったが、原価上昇が大きく響き減益
営業利益率	4.9%	2.6%	△2.4pt	原材料高の影響がマイナス寄与
経常利益	652	391	△261 (△40.1%)	営業減益がマイナス寄与
当期純利益	757	268	△488 (△64.5%)	営業減益に加え、投資有価証券売却益の減少により大幅減益

2023/3期 連結売上高 増減分析

調味料の値上げおよび水産物が寄与し増収

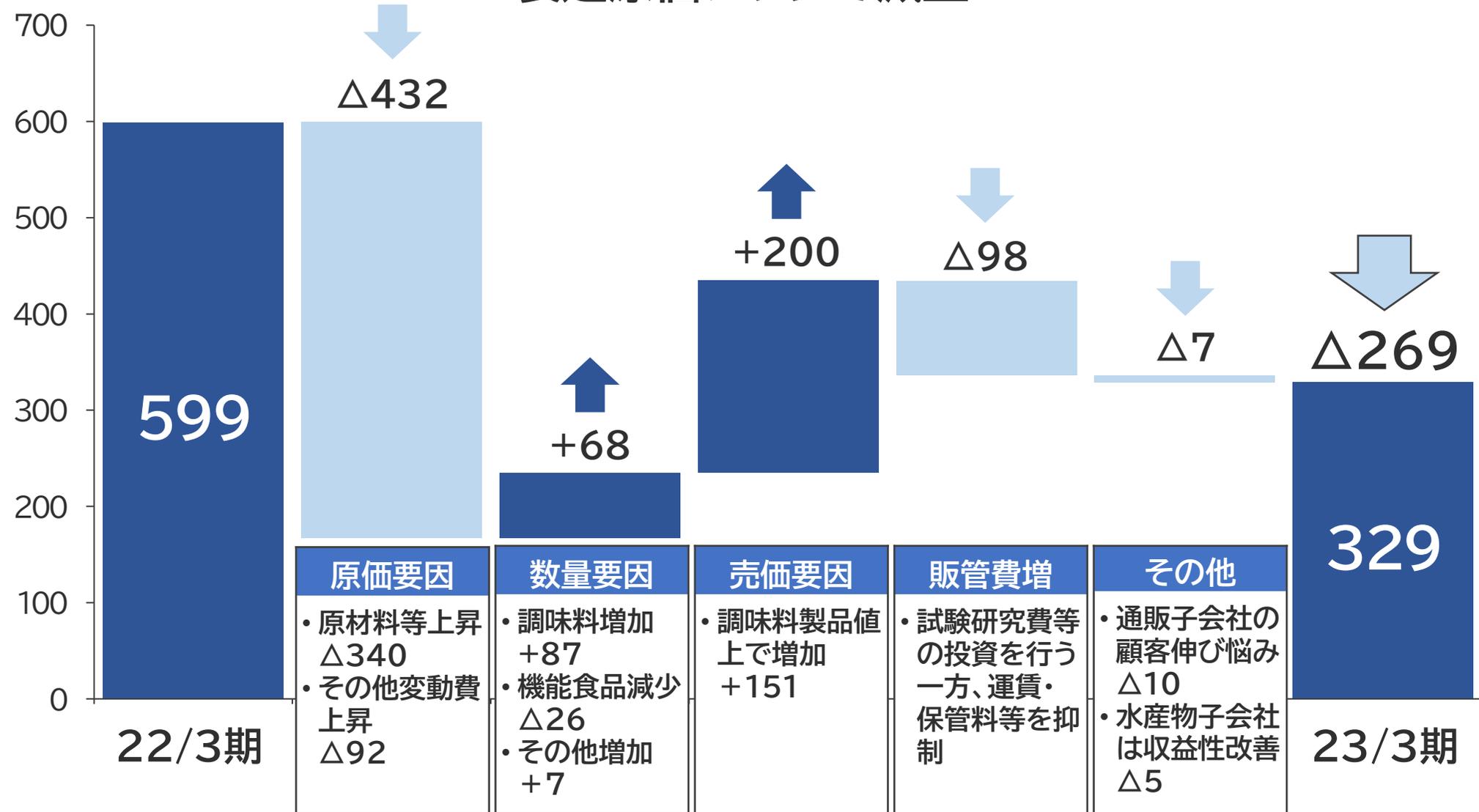
(単位:百万円)



2023/3期 連結営業利益 増減分析

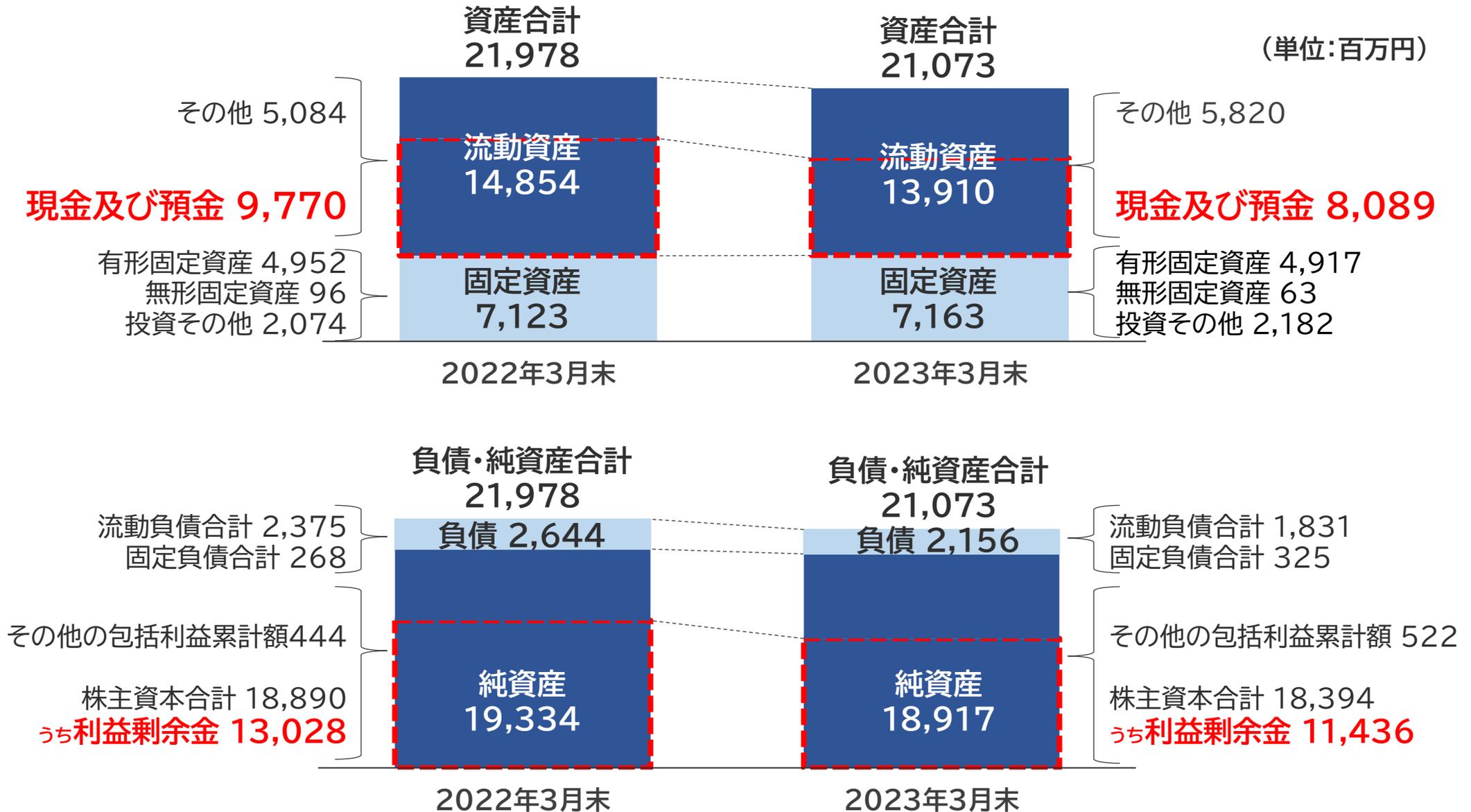
製造原価アップで減益

(単位:百万円)



2023/3期 連結貸借対照表

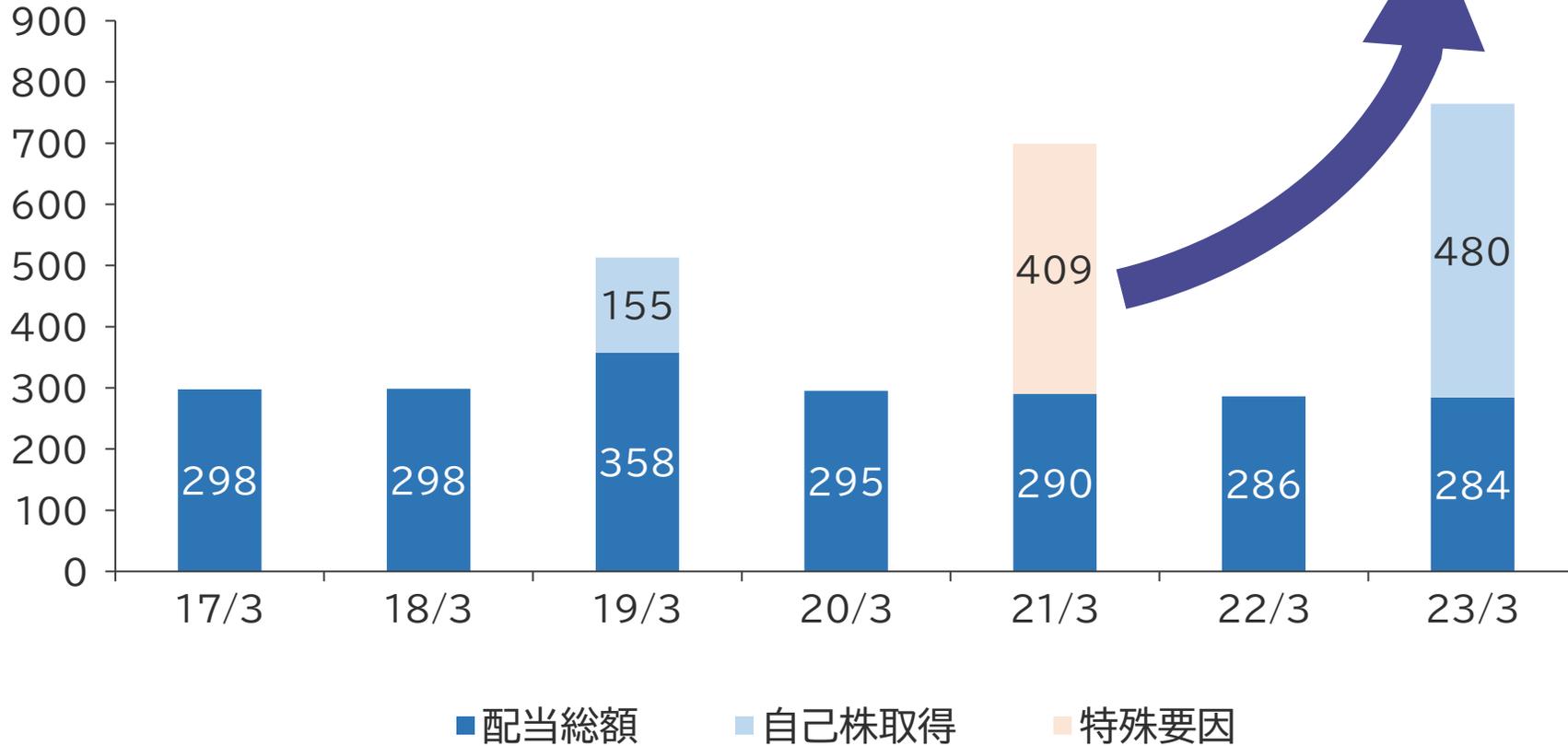
(単位:百万円)



低資本効率のアセット(現預金)保有が重要な経営課題

配当および自己株式の取得

(単位:百万円)



株主還元の積極化

経営課題:
資本効率の低い現預金の比率が高く株主価値を毀損している可能性

対応策:

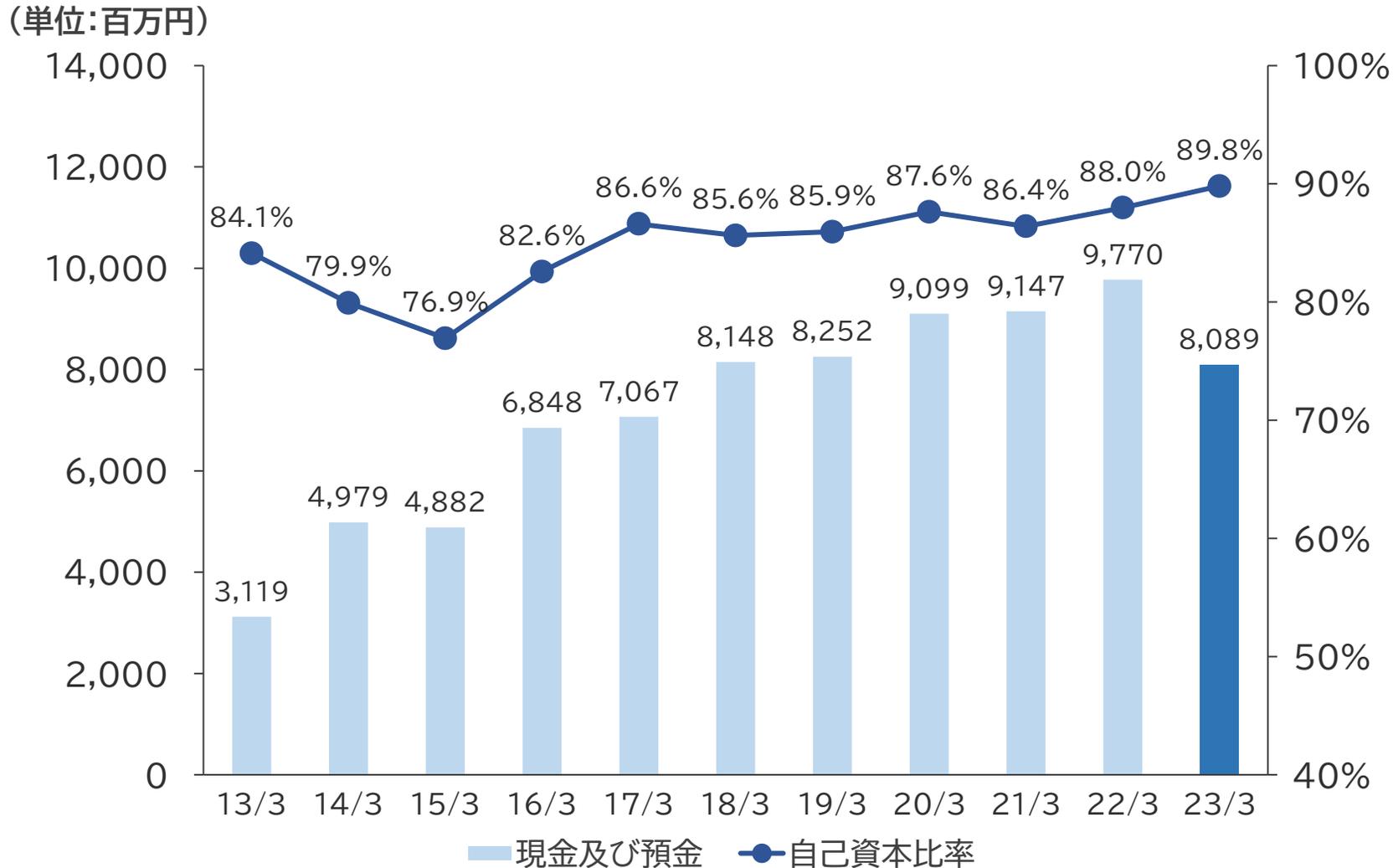
- 自己株取得
取得時期:22年5月、23年2月
株式数:計499千株
取得金額:計480百万円
取得方法:市場買付

- 新中計(株主還元)

株主還元:20億円
(23/3~25/3期の3カ年)
※株主還元=配当+自己株取得

※特殊要因:立会外買付取引で404千株、409百万円
19/3期は創立60周年記念配5円/株あり

資本政策:現金及び預金と自己資本比率の推移(連結)



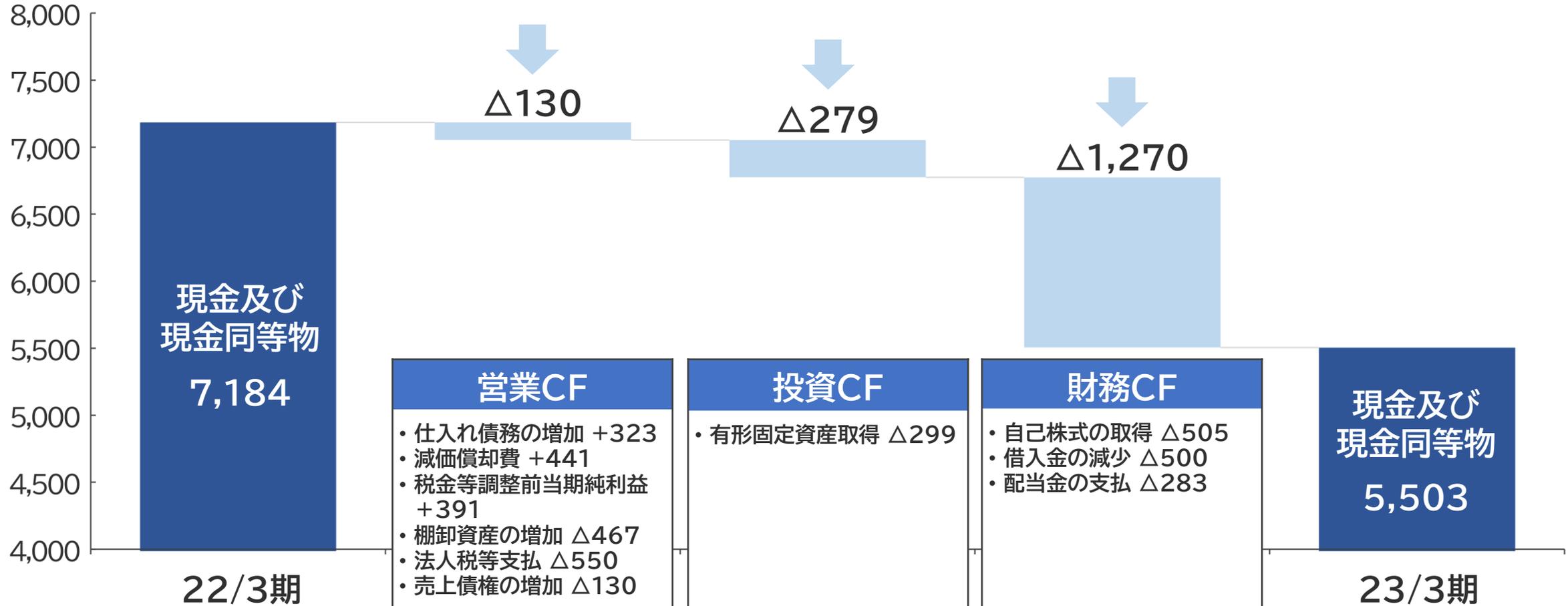
経営課題

- ①過去10年間、設備や研究開発部門へ投資する額以上に利益剰余金や政策保有株式の売却益が積み重なってきた
- ②流動資産のなかでも、現金及び預金の占める比率が年々上昇し資本効率の改善が当社の経営課題と認識している

2023/3期 連結キャッシュフロー

自己株式の取得と消却を実施

(単位:百万円)

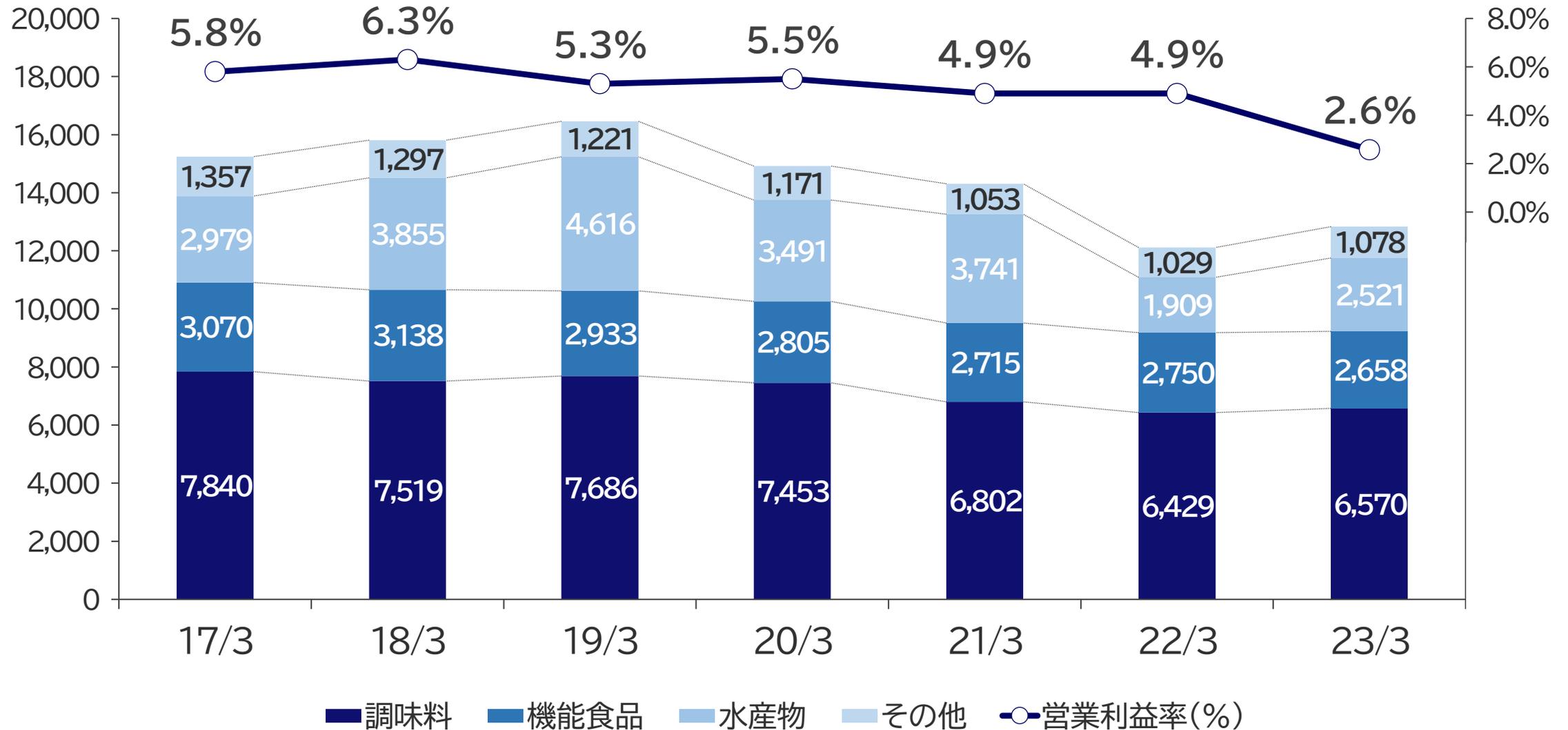


2023/3期 セグメント別業績について

通期売上高及び営業利益率の推移

増収達成も、売上ミックスの変化と原価アップで営業利益率低下

(単位:百万円)



2023/3期セグメント別売上高

(単位:百万円)

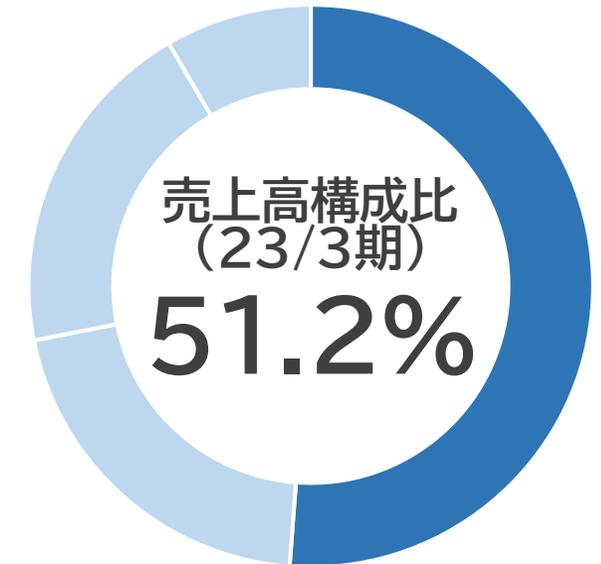
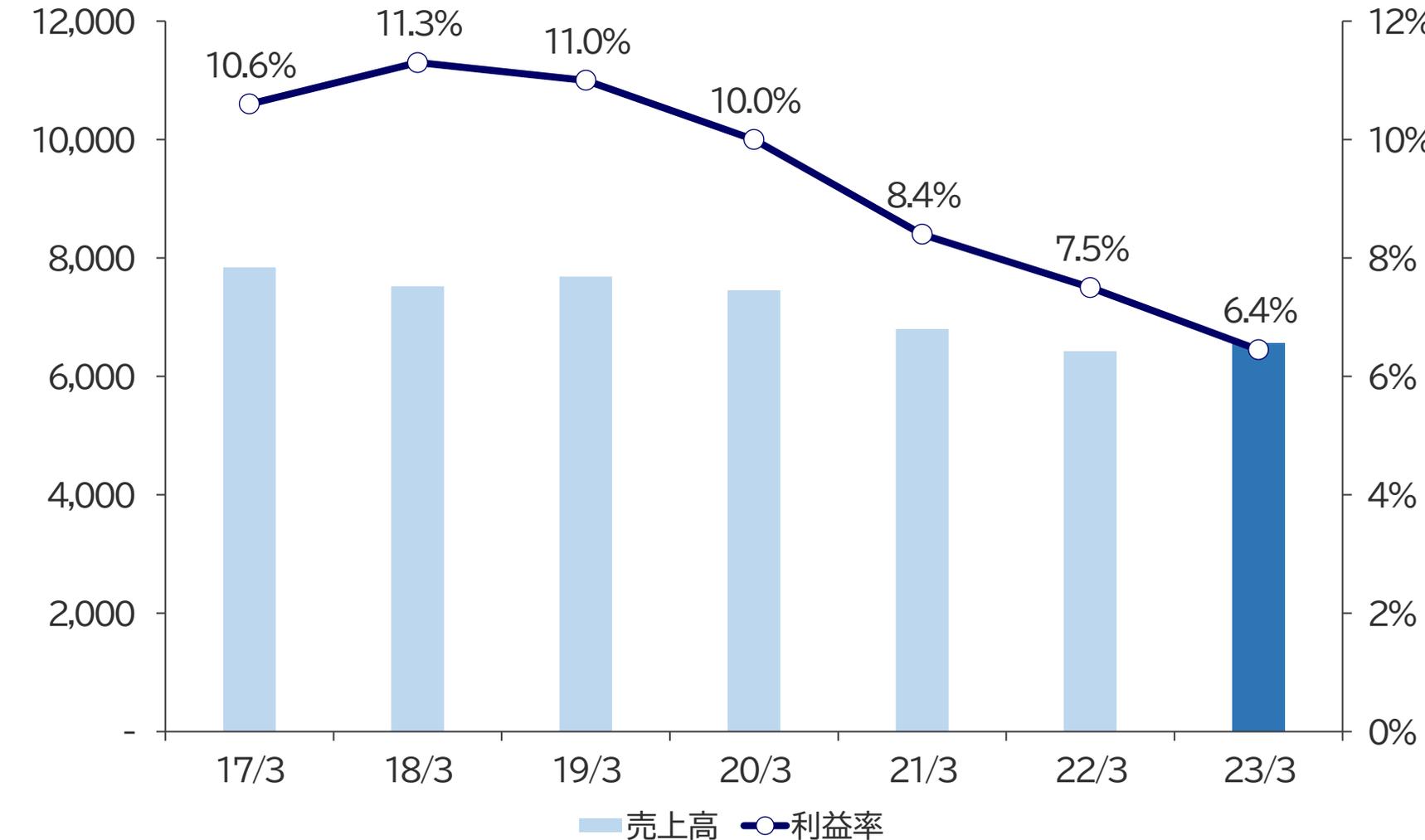
期別 セグメント	22/3期	23/3期	前期比 (YoY %)	概要
調味料	6,429	6,570	+141 (+2.2%)	液体調味料の販売が伸長するとともに、 値上げが奏功し売上高が増加
機能食品	2,750	2,658	△91 (△3.3%)	アンセリン(※)は堅調に推移するも、 その他素材販売が減少
水産物	1,909	2,521	+611 (+32.1%)	韓国・台湾・香港向け海外販売が順調に推移 したことにより売上高が増加
その他	1,029	1,078	+48 (+4.8%)	その他商品の販売が増加

※アンセリン:尿酸値低下訴求の機能性素材

調味料セグメント

売上高・利益率の推移

(単位:百万円)

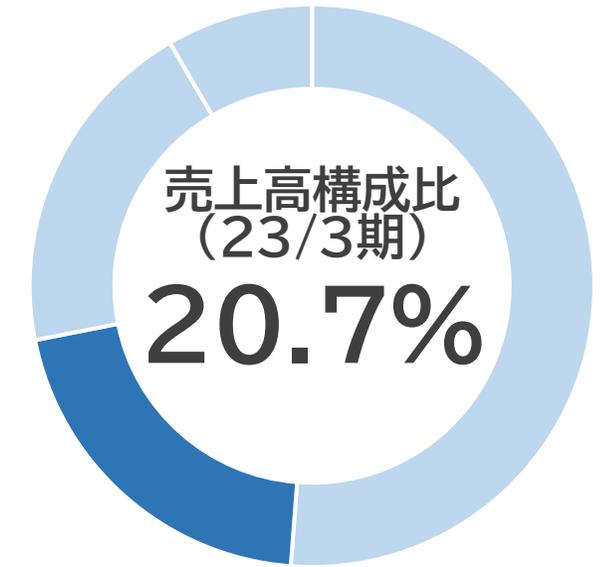
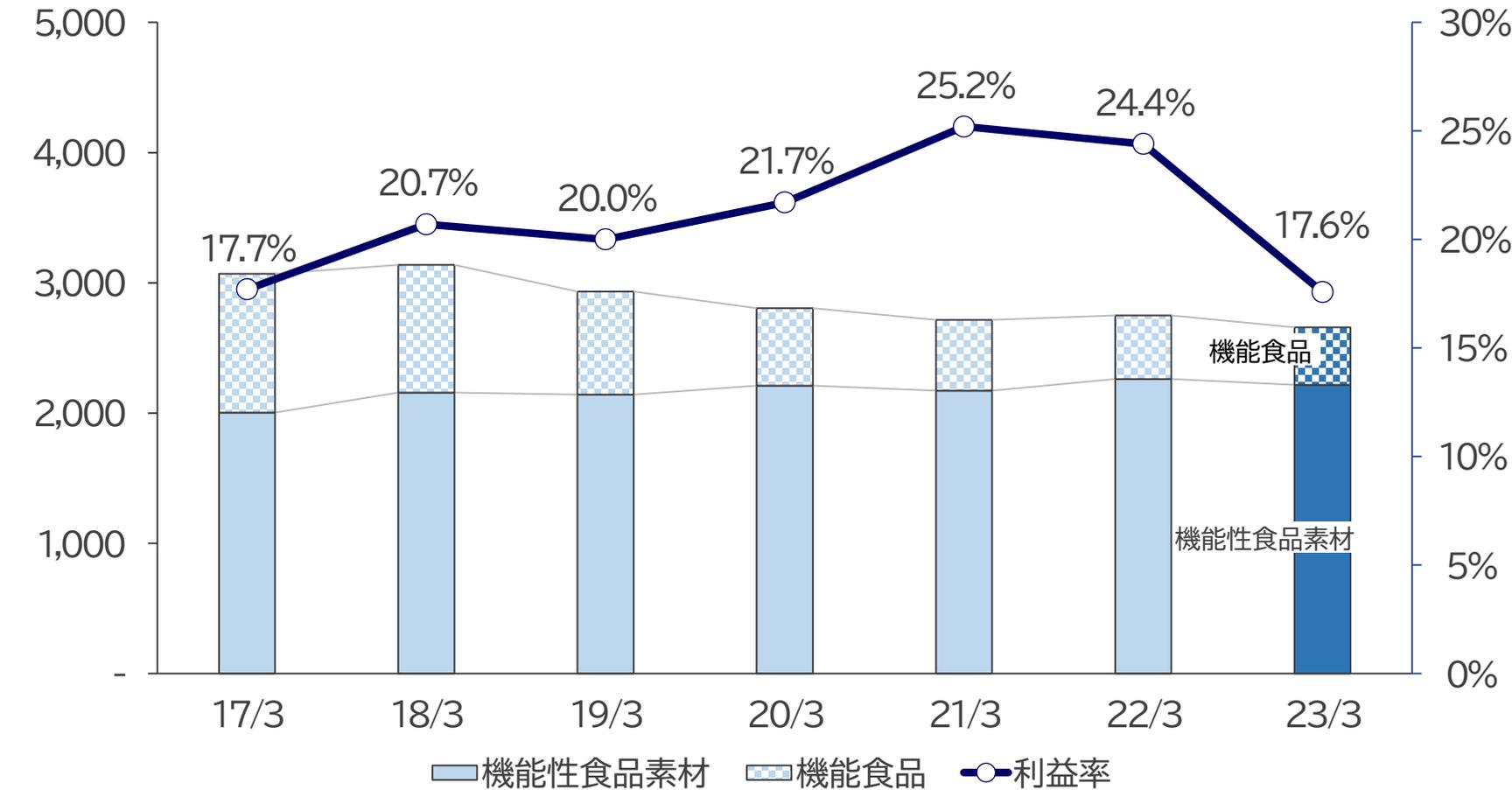


- ・液体調味料の伸長と値上げにより増収
- ・原材料、エネルギー価格等の変動費の増加が製造工程の効率化で吸収しきれず、減益

機能食品セグメント

売上高・利益率の推移

(単位:百万円)



- 売上はアンセリンが堅調に推移したものの、他素材の販売低下により減収。通販子会社も主力商品の苦戦により減収。
- 利益に関しては、原材料価格・エネルギー価格の上昇により減益。

※機能性食品素材: 膝関節、美容訴求のN-アセチルグルコサミン(NAG)、尿酸値低下訴求のアンセリンなど
 ※子会社UMIウェルネスは当社の機能性食品素材を配合したサプリメントを販売する通販会社であり、主力商品は膝関節向けの商品である「N-アセチルグルコサミン」

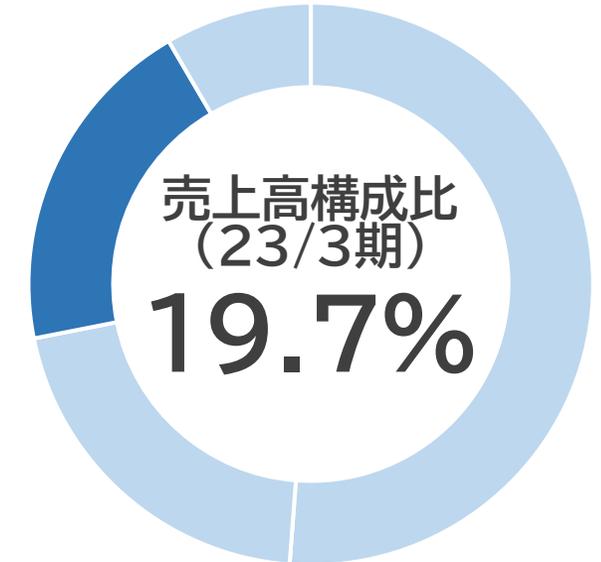
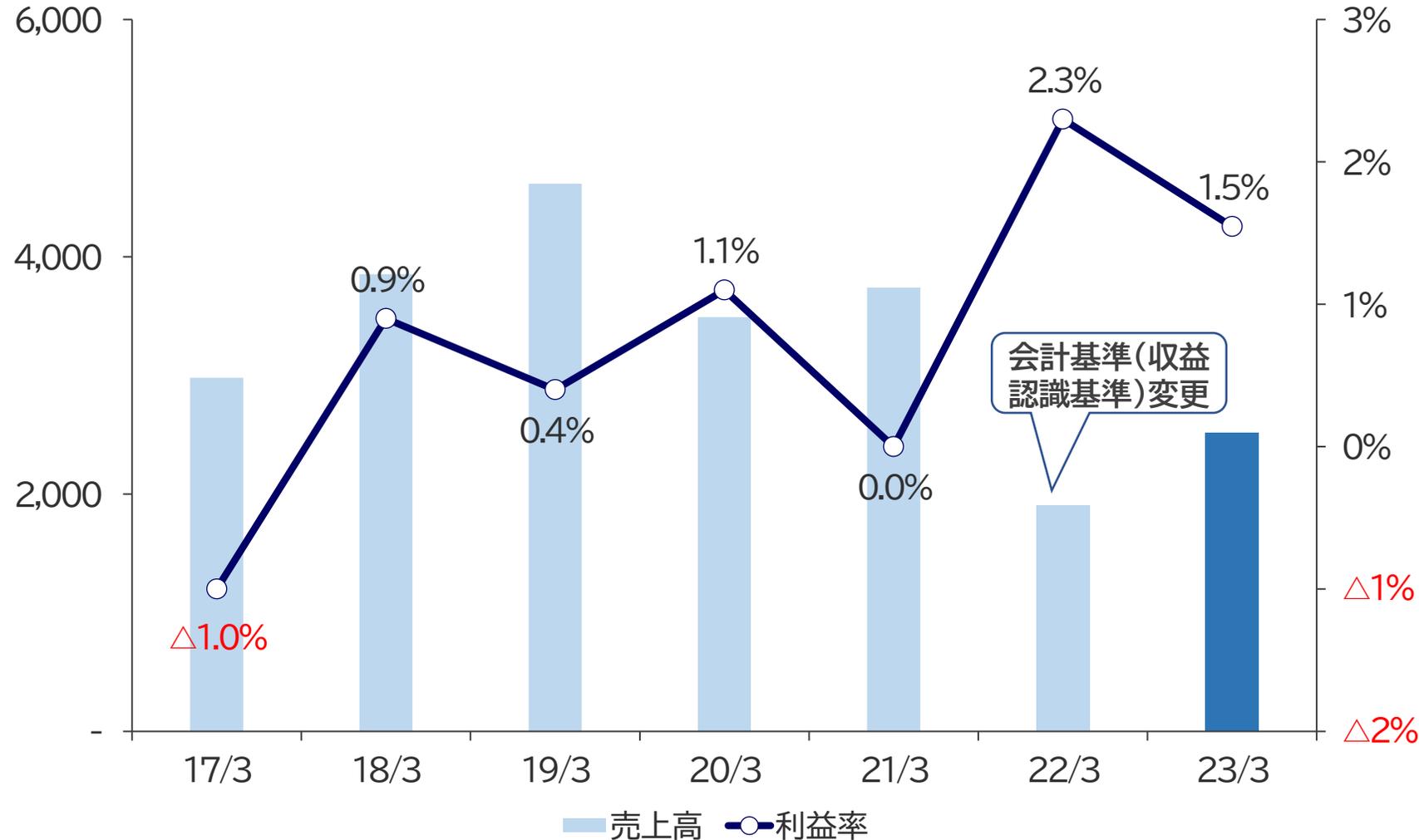
機能食品の利益低下要因

- **原材料費の高騰、原料品質の低下**
 - 対策 調達国の多様化によるコストコントロール
 - 現地技術指導による原料クオリティのコントロール
 - 由来原料の多様化
- **エネルギー価格の高騰**
 - 対策 工程の効率化
 - 太陽光発電の導入
- **韓国向け機能性素材の販売開始時期の遅れ**
 - 対策 長期化していた機能性の原料登録が完了

水産物セグメント

売上高・利益率の推移

(単位:百万円)

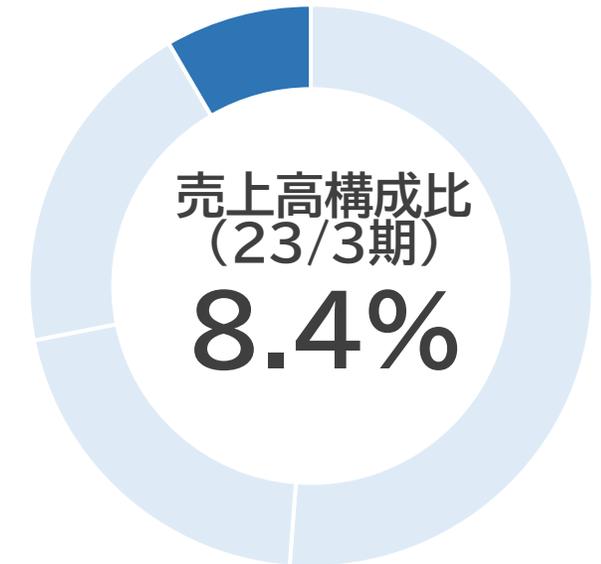
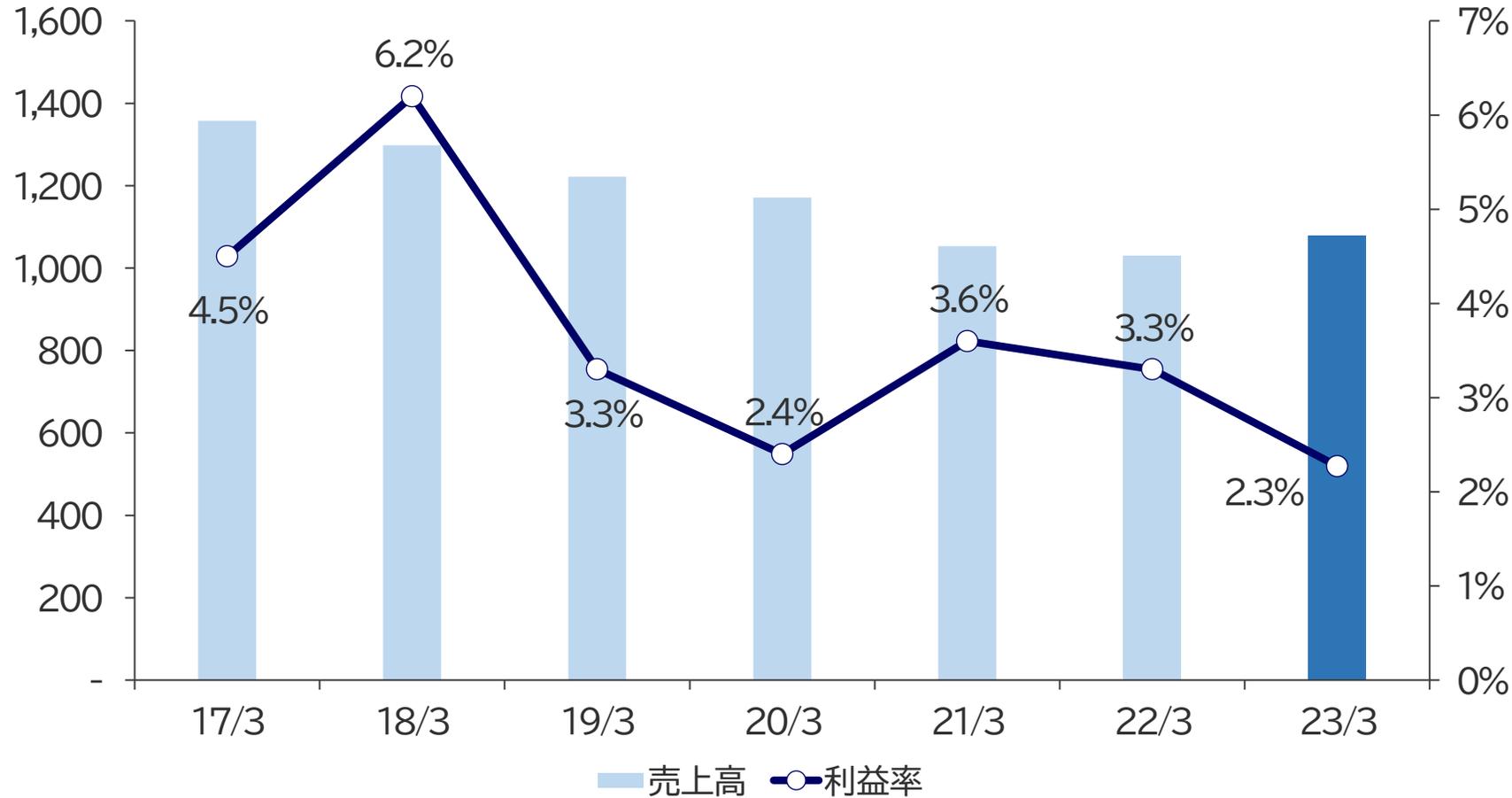


- ・韓国・台湾・香港向け海外販売が順調に推移し増収
- ・販売経費や人件費削減を図るも、修繕費・光熱費増により減益

その他セグメント

(単位:百万円)

売上高・利益率の推移



- ・その他商品販売が増加し、増収
- ・売上構成品のミックスの変化で減益

その他セグメント:仕入れ商品の販売が売上の大部分を構成。主に削り節や乾燥具材、粉末スープ、化粧品などを扱う。

2023/3期の施策と課題について

直近課題と対策

課題	下期に実施した対策
売上	<ul style="list-style-type: none"> 値上活動に注力(2022年12月より今期2回目の値上交渉開始)
原材料 価格	<ul style="list-style-type: none"> 調達先の多様化と原料在庫増による安定供給体制の確立 生産効率改善を下期も継続 >生産ロット最適化で歩留まりアップ、洗浄時間削減、その結果燃料動力費も昨対比でLNG9%、電気代5%削減(上期実績)
販管費	<ul style="list-style-type: none"> 共同輸送の取り組み強化 販管費コントロール(月次進捗確認)

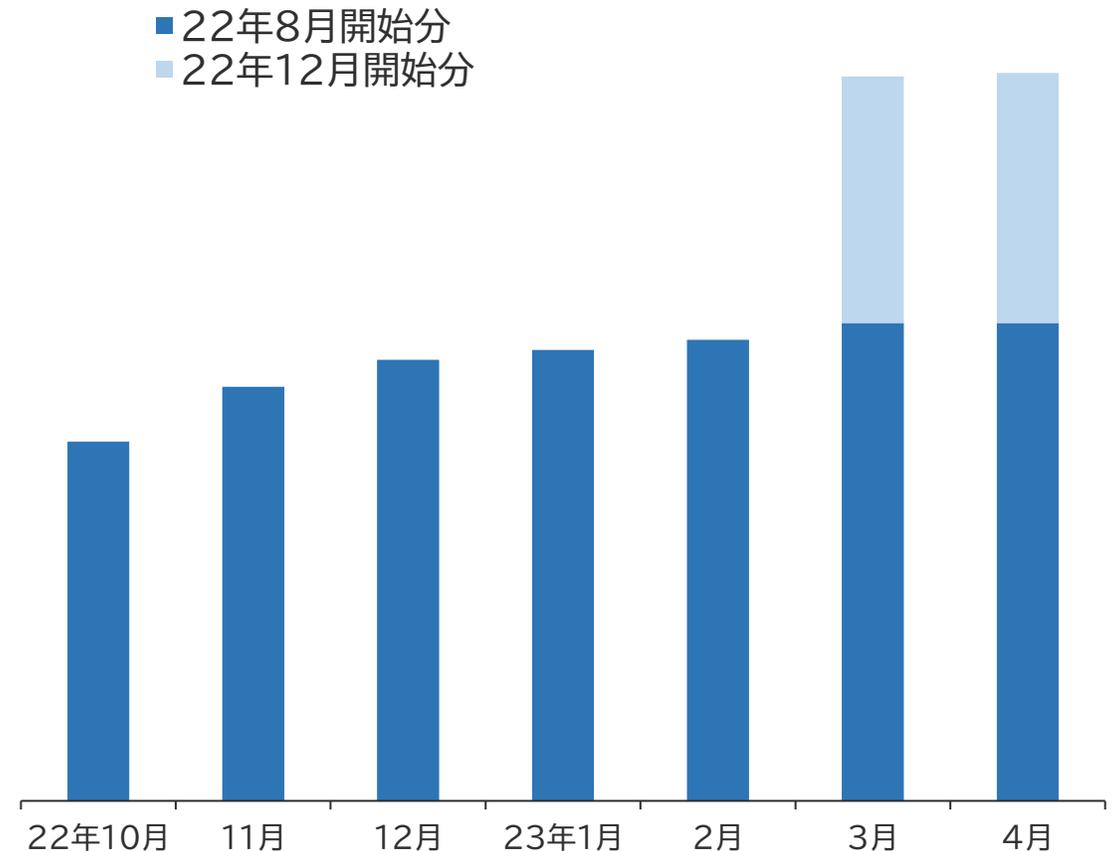


結果のサマリ
<ul style="list-style-type: none"> 値上を実施(21頁参照)
<ul style="list-style-type: none"> 原料調達先の多様化(22頁参照) 生産ロット最大化 工場への太陽光発電設備設置
<ul style="list-style-type: none"> 物流経費の削減(22頁参照)

値上げの推移

- 原料費や、輸送費用の高騰を受け、コスト増加分を価格転嫁
- 値上げ後も顧客のリテンションが進み、生産量に変化はない (99.0%、対前期比)

値上げ対応件数のイメージ



原料価格・販管費上昇への対策

- **原材料費・エネルギー価格高騰対策**

- 原料調達先の多様化(複数国からの調達)

- 生産ロット最大化(生産性改善)

- 工場への太陽光発電設備設置

- **販管費上昇対策**

- 物流経費の削減

- 小口配送便の切り替え

- 新たな物流チャネルの開拓(共同配送等)

- 原料保管料見直し(新規外部倉庫・自社倉庫)の活用

調味料セグメントの対策

値上を通じた収益性の確保を目指す

注力分野	具体的なアクション	結果
国内加工食品	<ul style="list-style-type: none"> 市場伸長が高い昆布、エビ調味料の販売強化 	<ul style="list-style-type: none"> 集中展開により新規案件獲得増加 売上は昨対で昆布約120%、エビ110%
国内中食・外食	<ul style="list-style-type: none"> 東京開発拠点の活用強化、製麺メーカーに集中展開 	<ul style="list-style-type: none"> 新規案件開拓が進み、当該分野売上は昨対で110%
海外事業	<ul style="list-style-type: none"> コロナ禍から回復傾向のタイ、台湾で集中的に新規開拓 ASEANでの生産拠点設立推進 米国マーケット調査(現地日系販社等) 	<ul style="list-style-type: none"> タイにおける売上は昨対120% ASEAN生産拠点設立に向け調査継続中 米国マーケット調査を計画通り推進



機能食品セグメントの対策

原料確保による収益性の改善を目指す

注力分野	具体的なアクション	結果
国内 食品・飲料	<ul style="list-style-type: none"> 当社保有の機能性ヘルスデータを活用し、差別化された機能性表示食品の商品化を提案 大手から中堅メーカーへ提案を拡大し採用商品のすそ野を広げる 	<ul style="list-style-type: none"> アンセリン、NAGとも保有データを活用した提案を促進し、大手だけでなく中堅メーカーを新規開拓し見込客が増加
国内 健康食品 (通販・訪販)	<ul style="list-style-type: none"> 独自機能性ヘルスデータを取得し、他社製品との差別化を実現 新規素材フコスの拡販(22年10月 通販子会社の機能性表示受理実績を活用) 	<ul style="list-style-type: none"> アンセリン新規データ取得のための臨床試験を実施 受理実績活用により、フコスの提案件数が加速し、大手通販で採用
海外進出	<ul style="list-style-type: none"> 中国で機能性素材(アンセリン)の新規原料登録に向けた取り組みを代理店と進める 	<ul style="list-style-type: none"> 原料登録に向け作業継続中



水産物セグメントの対策

注力分野	具体的なアクション
国内市場	<ul style="list-style-type: none"> 付加価値の高い加工食品への販売拡大を継続 (例.回転ずし等) マグロ加工への生産集中を継続 (原料調達～販売の一貫体制が強み)
海外市場	<ul style="list-style-type: none"> 専門商社を活用し主に韓国、香港、台湾、ASEANへの輸出を拡大



結果
<ul style="list-style-type: none"> 加工食品への販売を継続するも、マグロ価格の高騰を背景に、最終顧客である小売店での需要が低下、結果的に加工量が減少
<ul style="list-style-type: none"> 本鮪トロを中心に輸出拡大を達成 (計画値の4倍)

その他セグメントの対策

値上を通じた収益性の確保と商品構成の見直しを目指す

注力分野	具体的なアクション
採算性 改善	<ul style="list-style-type: none"> 現在200品目以上ある仕入品の各販売品目について、仕入れ元からの値上げ要請を踏まえ、収益性を見直しを行う 収益性が確保できない品目は商品のスクラップを行う



結果
<ul style="list-style-type: none"> 仕入れ元から値上げ要請があった品目は全て値上げを完了(2023年5月) 今後は、収益性が確保できない商品のスクラップを進めていく。

2. 2024/3期の計画について

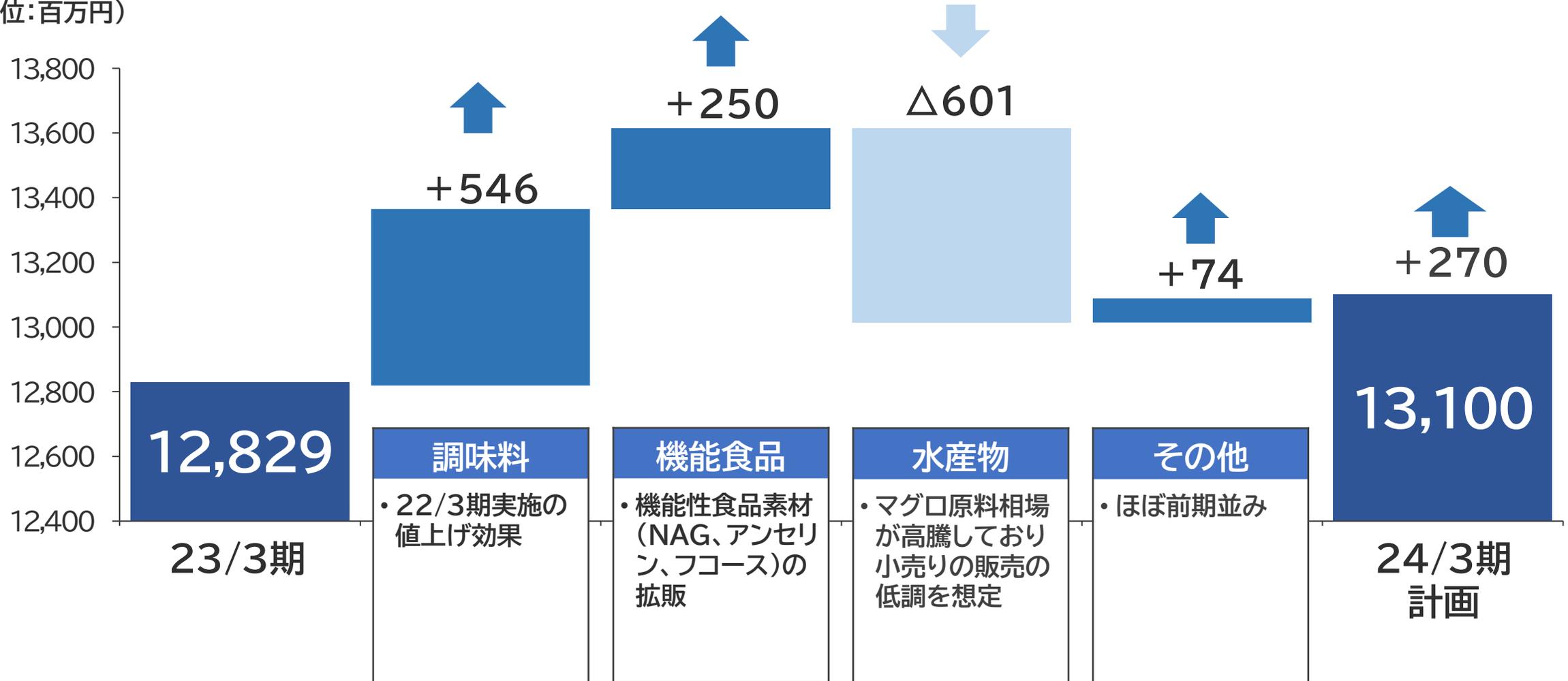
2024/3期 連結業績計画について(P/L)

(単位:百万円)	23年/3期	24年/3期	前期比 (YoY %)	概要
売上高	12,829	13,100	+270 (+2.1%)	水産物は減収見込だが調味料、機能食品で増収計画 (29頁参照)
営業利益	329	470	+140 (+42.9%)	原材料、燃料動力費は上昇を見込むものの 製品値上と新規開拓による増収で増益を計画 (30頁参照)
営業利益率	2.6%	3.6%	+1.0pt	
経常利益	391	530	+139 (+35.5%)	
当期純利益	268	340	+71 (+26.9%)	

2024/3期 連結売上高 増減計画

～売上増減のセグメント別要因分析～

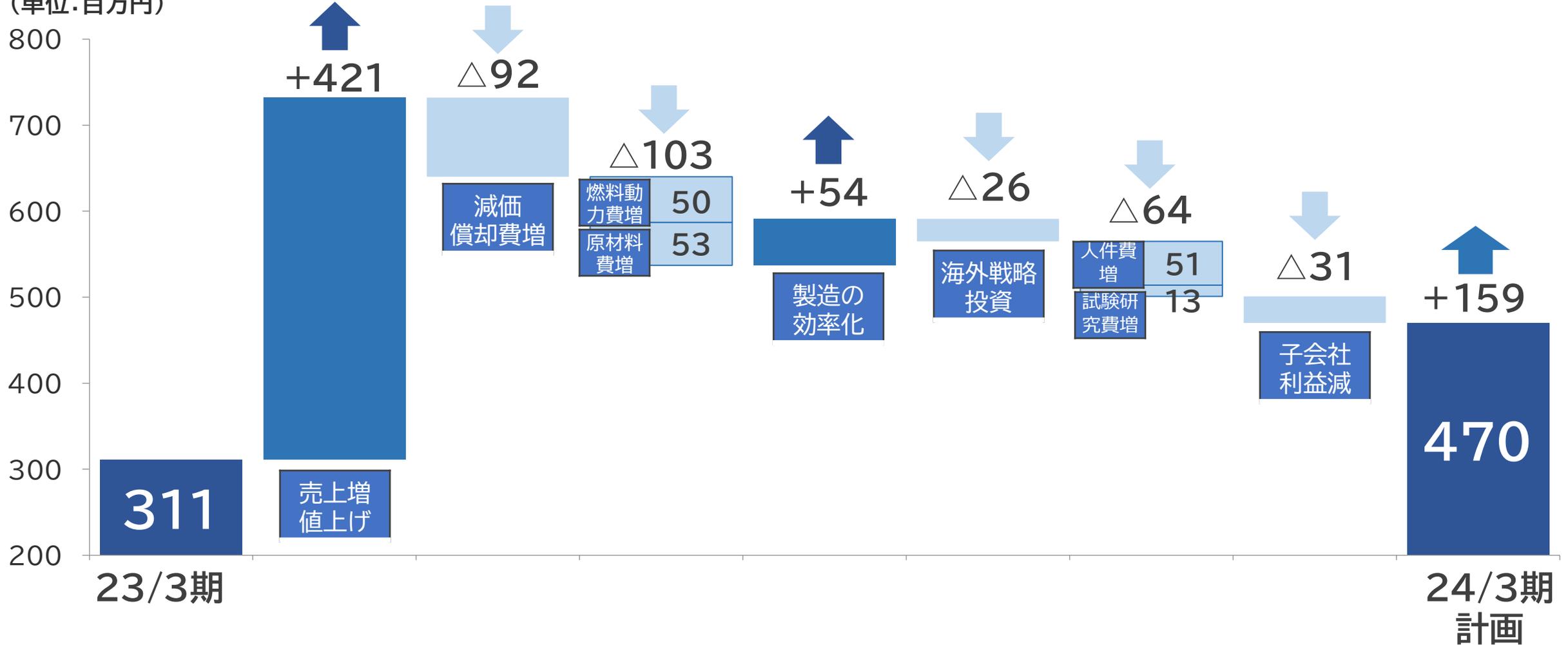
(単位:百万円)



2024/3期 連結営業利益 増減計画

～原材料・燃料費増加を値上げ及び製造効率化で対応～

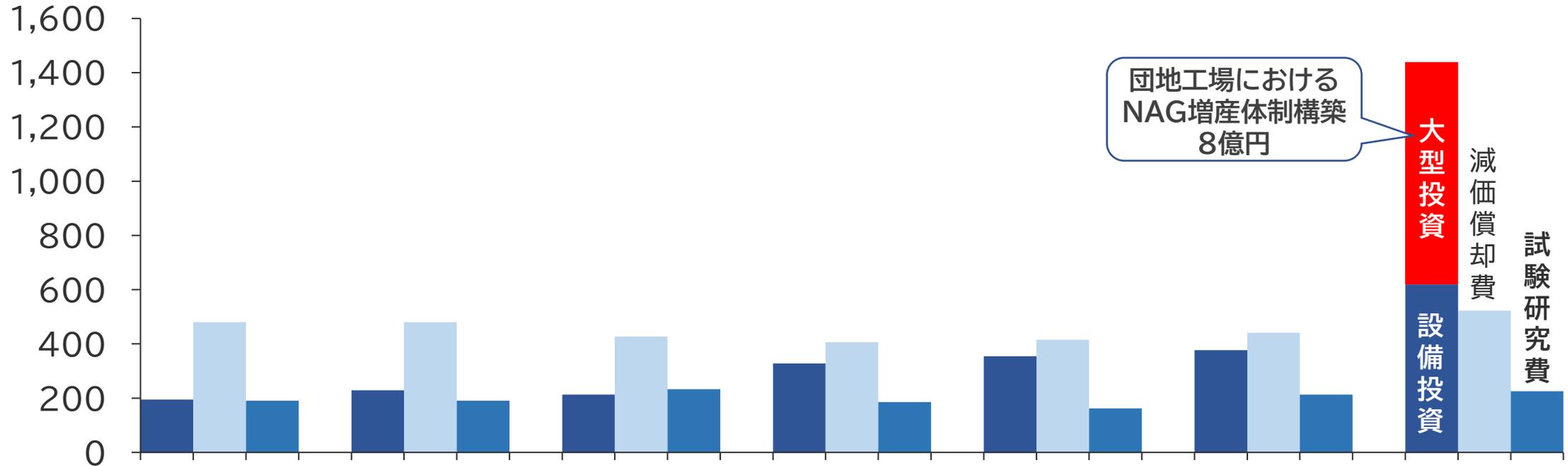
(単位:百万円)



2024/3期 設備投資、減価償却費、試験研究費計画

～必要な投資を着実に実施～

(単位:百万円)



団地工場における
NAG増産体制構築
8億円

大型投資

減価償却費

試験研究費

	18/3期	19/3	20/3	21/3	22/3	23/3	24/3計画
設備投資	195	229	213	328	355	377	1,438
減価償却費	561	480	427	406	415	441	523
試験研究費	146*	191	233*	186	162	213*	226

* 臨床試験実施

直近課題と対策

課題	23/3期に認識した課題
売上	<ul style="list-style-type: none"> ・ 値上活動と新規顧客開拓の両立
原材料 価格	<ul style="list-style-type: none"> ・ 円安および地政学的リスクを背景とした原料確保及び原料価格の上昇 ・ 機能性食品素材の旺盛な需要への対応
販管費	<ul style="list-style-type: none"> ・ 物流費の上昇を想定 ・ 人件費の上昇



24/3期に実施予定の対策
<ul style="list-style-type: none"> ・ 継続して値上活動に注力 ・ 注力する昆布、エビ調味料で新規獲得狙う
<ul style="list-style-type: none"> ・ 調達先の多様化と原料在庫増による安定供給体制の確立 ・ 生産ロット最適化、外注加工先の活用による生産効率改善を継続
<ul style="list-style-type: none"> ・ 共同輸送の取り組み強化 ・ DXによる効率化推進

調味料セグメントの対策

値上を通じた収益性の確保を目指す

注力分野	具体的なアクション
国内加工食品	<ul style="list-style-type: none"> • 昆布、エビ調味料の米飯向け販売強化 • SDGsを志向したソース・たれ業界への提案営業（アップサイクル） • 代替肉メーカーへのアプローチ
国内中食・外食	<ul style="list-style-type: none"> • オールインワンスープによる提案強化 • 製麺、デリカ、代替肉に集中展開
海外事業	<ul style="list-style-type: none"> • コロナ禍から回復傾向のタイ、台湾で集中的に新規開拓 • ASEANでの販売、生産拠点設立推進 • 米国マーケット調査（現地日系販社等）

機能食品セグメントの対策

国内外での拡販強化による収益性の改善を目指す

注力分野	具体的なアクション
国内健康食品 (通販・訪販)	<ul style="list-style-type: none"> 加工メーカーとの協力体制確立により、サンプル提案を強化 健康博覧会への出展による新規顧客の獲得 新規知財権取得による差別化ポイントの強化
海外進出	<ul style="list-style-type: none"> 中国で機能性素材(アンセリン)の新規原料登録に向けた取り組みを代理店と進める
通販子会社 (UMIウェルネス)	<ul style="list-style-type: none"> 組織体制の再整備 基幹商品の強化 販促施策の精度向上
原材料の確保	<ul style="list-style-type: none"> 調達国の多様化、由来原料の多様化 コストコントロール

通販子会社(UMIウェルネス)について

UMIの位置付け:

YSK機能性素材事業のアンテナとして、機能性表示食品制度の試行や素材の知名度アップに向けた広告宣伝効果等に活用する

2023年
7月発売



• 組織体制の整備

YSK開発経験者派遣(23年4月)、
コールセンターの構造改革による体制強化

• 基幹商品の強化(製品のスクラップ&ビルド)

新製品の投入(商品訴求改良を加えた「NAG-W」、「フコース」)
一部製品の終売

• 販促施策の精度向上(各CRM施策の点検、修正によるLTV最大化)

新CM、新キャンペーン実施、休眠掘り起こし、
3袋定期化へのアップセル施策等



水産物セグメントの対策

注力分野	具体的なアクション
国内市場	<ul style="list-style-type: none"> 付加価値の高い加工食品への販売拡大を継続 (例.回転ずし等) マグロ加工への生産集中を継続 (原料調達～販売の一貫体制が強み)
海外市場	<ul style="list-style-type: none"> 専門商社を活用し主に韓国、香港、台湾、ASEANへの輸出を拡大

その他セグメントの対策

値上を通じた収益性の確保と商品構成の見直しを行う

注力分野	具体的なアクション
採算性改善	<ul style="list-style-type: none"> • 現在200品目以上ある仕入品の各販売品目について、引き続き値上げ活動を継続する • 今後は、収益性が確保できない商品のスクラップを進めていく。

3. 中長期の課題と対策

現在の中期経営計画について

- 外部環境が大きく変化したことから現在計画見直しを進めており、今期中間決算説明会を目途に数値が確定した時点で速やかに開示いたします。
- 一方で、注力分野および主要施策の方向感には大きな変化はございません。

- 【主要施策】
- 1.安全・安心の向上
 - 2.国内事業の強化(調味料・機能性)
 - 3.海外展開の加速
 - 4.新たな事業分野の創出

中長期的な経営戦略について

①事業戦略

- 機能性素材および中食・外食顧客開拓(M&A含む)
- 海外展開

②株主価値向上に向けて

- 値上げおよび付加価値商品の開発を通じた収益性の改善
- ステークホルダーとの価値共創を目指した経営指標の再策定

③株主還元について

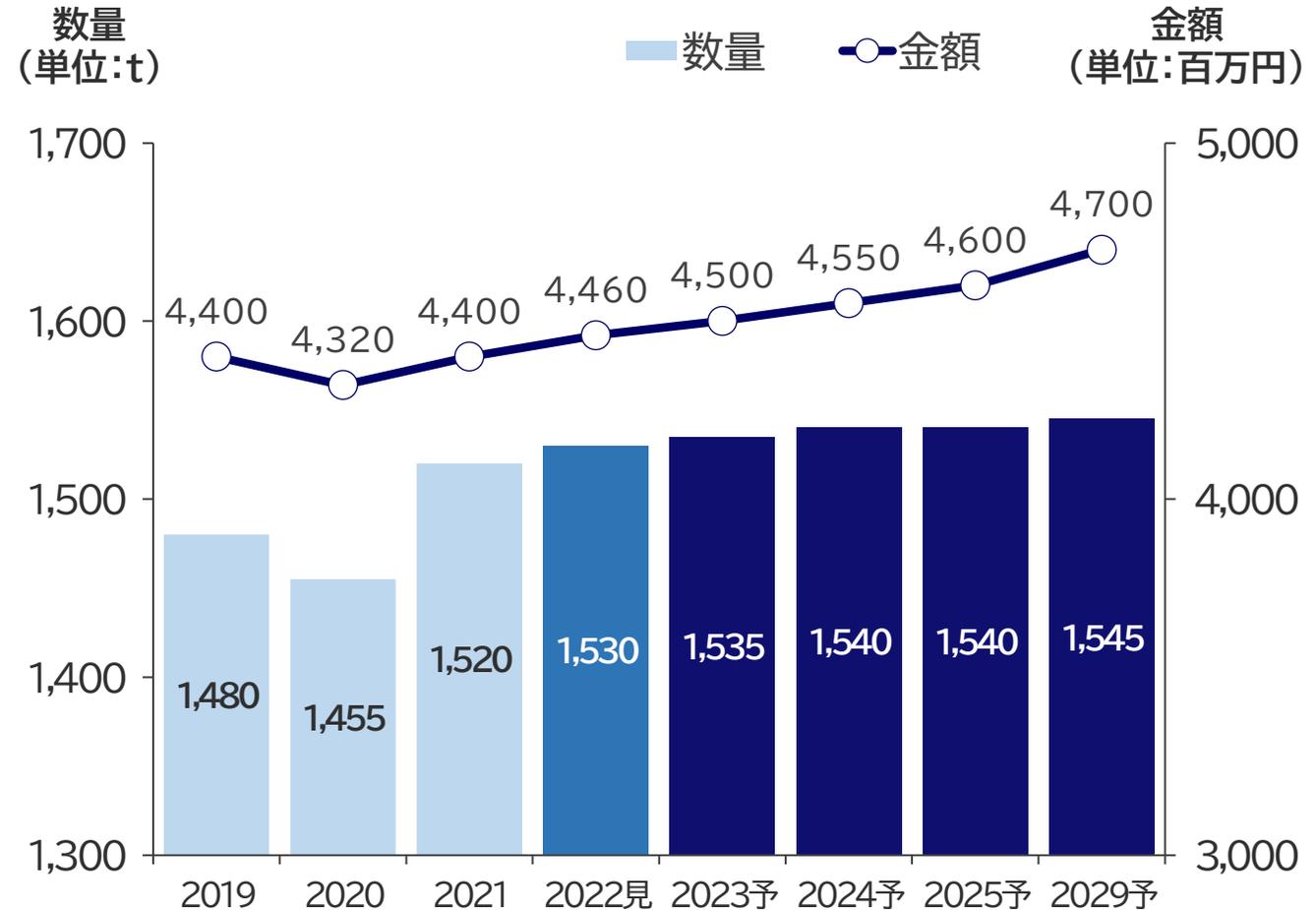
- キャッシュアロケーションに変更なく、当初計画通り20億円実施

①事業戦略(機能性素材)

【NAGの強化】

- グルコサミン市場(右図参照)は単価が上昇傾向にあるニッチグロースな市場であると当社では認識。
- 当社では、NAG(N-アセチルグルコサミン)の生産に注力しており、特許取得による差別化を進める。
- 今後の需要に対応するため、今年度団地工場に8億円投資して改修を行い増産体制を確立する。

グルコサミン市場(富士経済 2022)

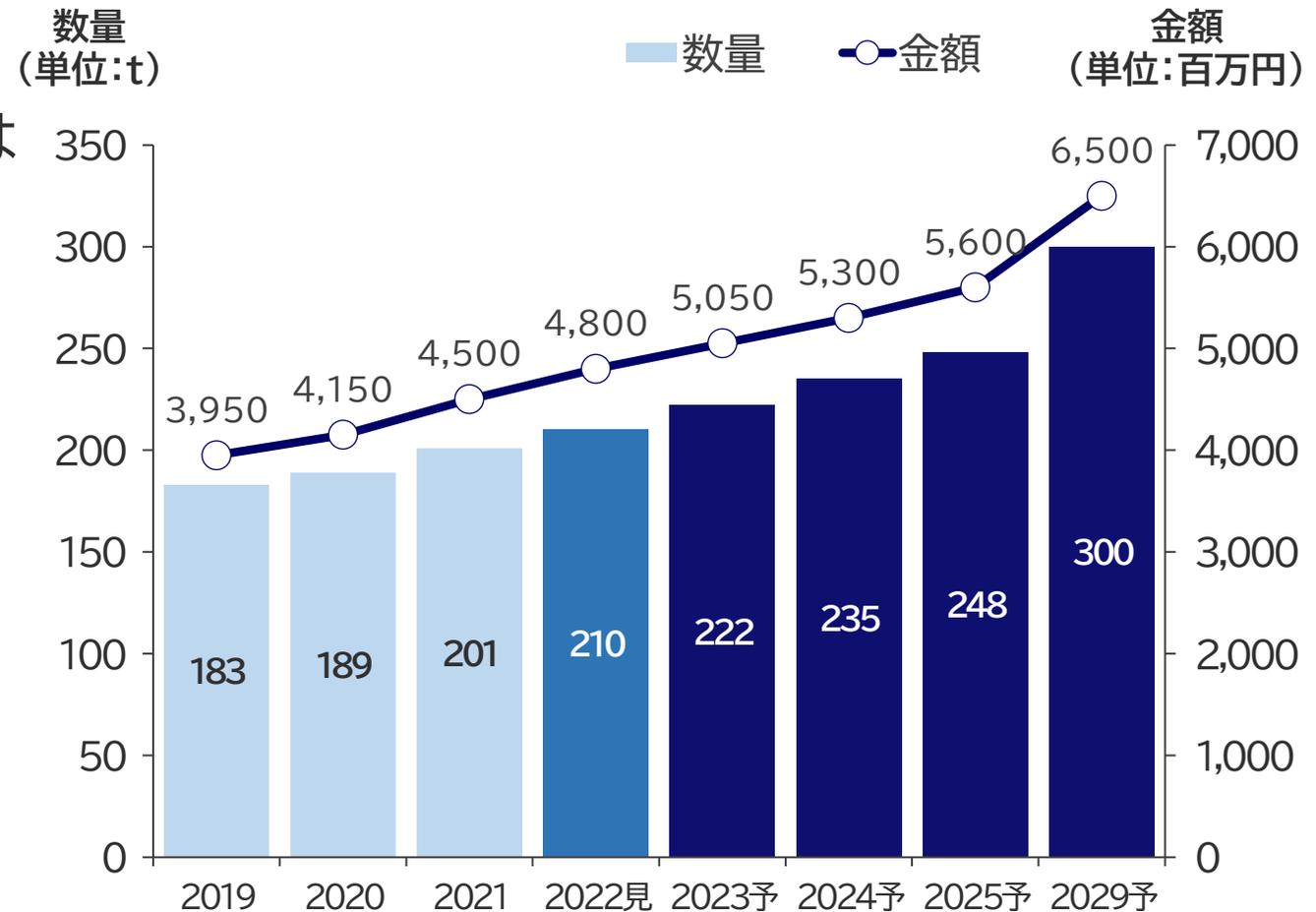


①事業戦略(機能性素材)

【アンセリンの強化】

- イミダゾールジペプチド市場(右図参照)は今後も市場成長が見込める市場であると当社では認識。
- 当社では、マグロ・カツオ由来アンセリンに注力しており、機能性表示としては尿酸値訴求が中心。現在試験中の結果を用い、血糖値改善訴求を追加する。

イミダゾールジペプチド市場(富士経済 2022)

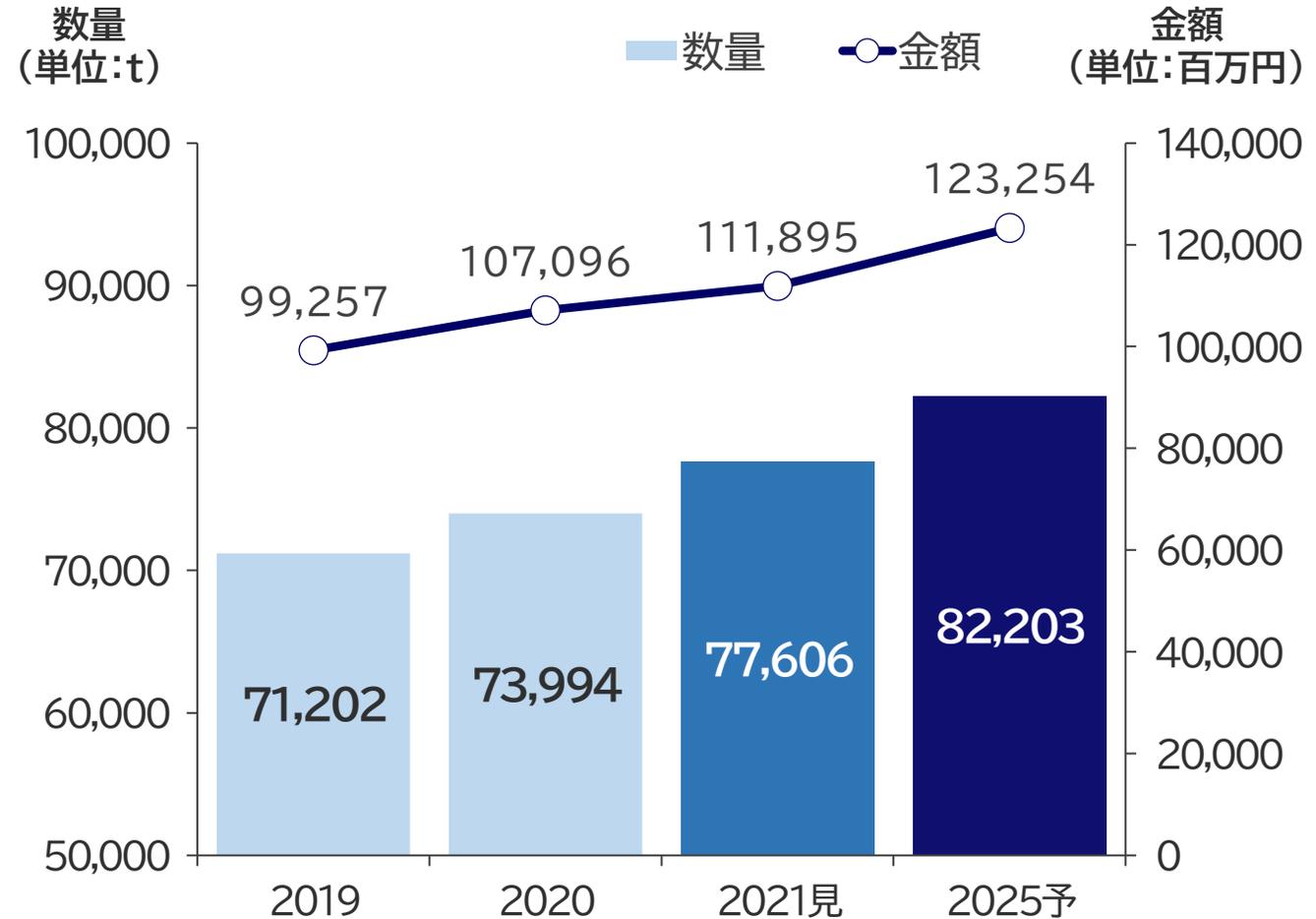


①事業戦略(機能性素材)

【フコースの強化】

- ダイエットのマーケットは今後も大きな市場であると当社では認識。
- 当社では、海藻由来のフコースを生産、販売。従来のダイエット素材にはない良質な甘み、安定性に優れた特性から、一般食品への使用が可能であり、提案件数を増やしている。

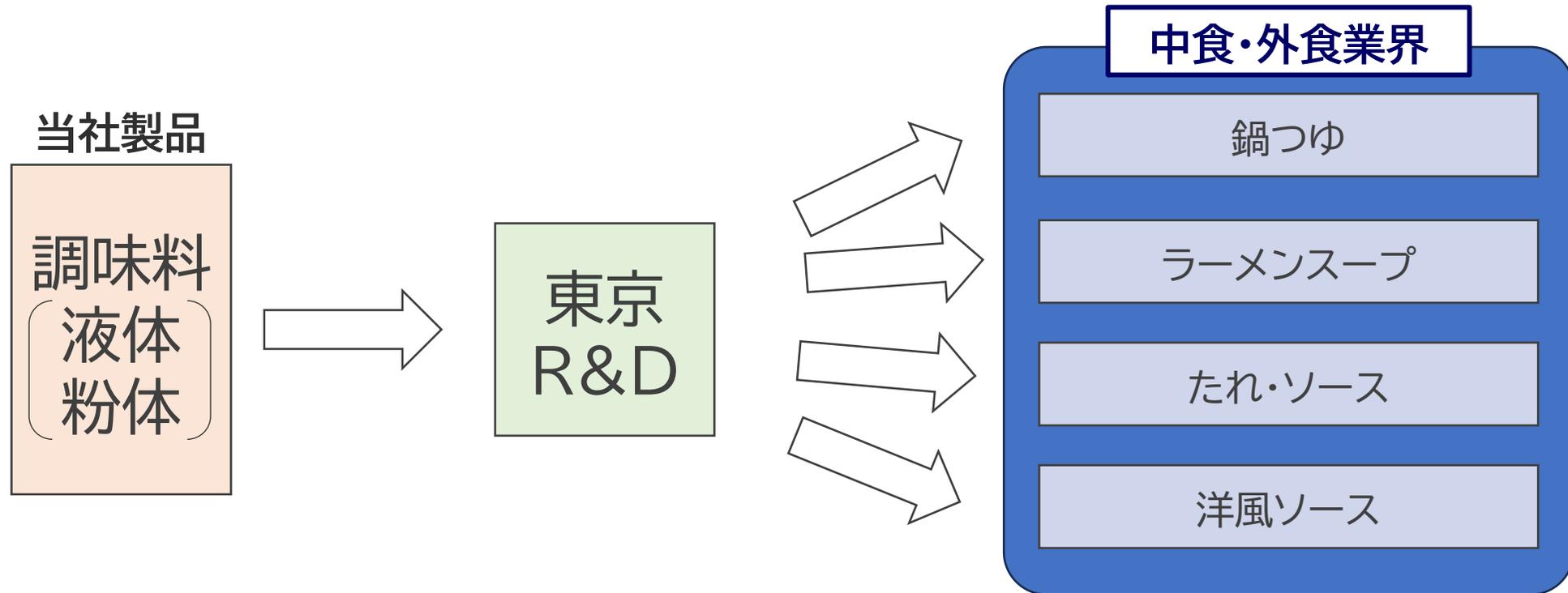
ダイエット市場(富士経済 2021)



①事業戦略(中食・外食顧客開拓)

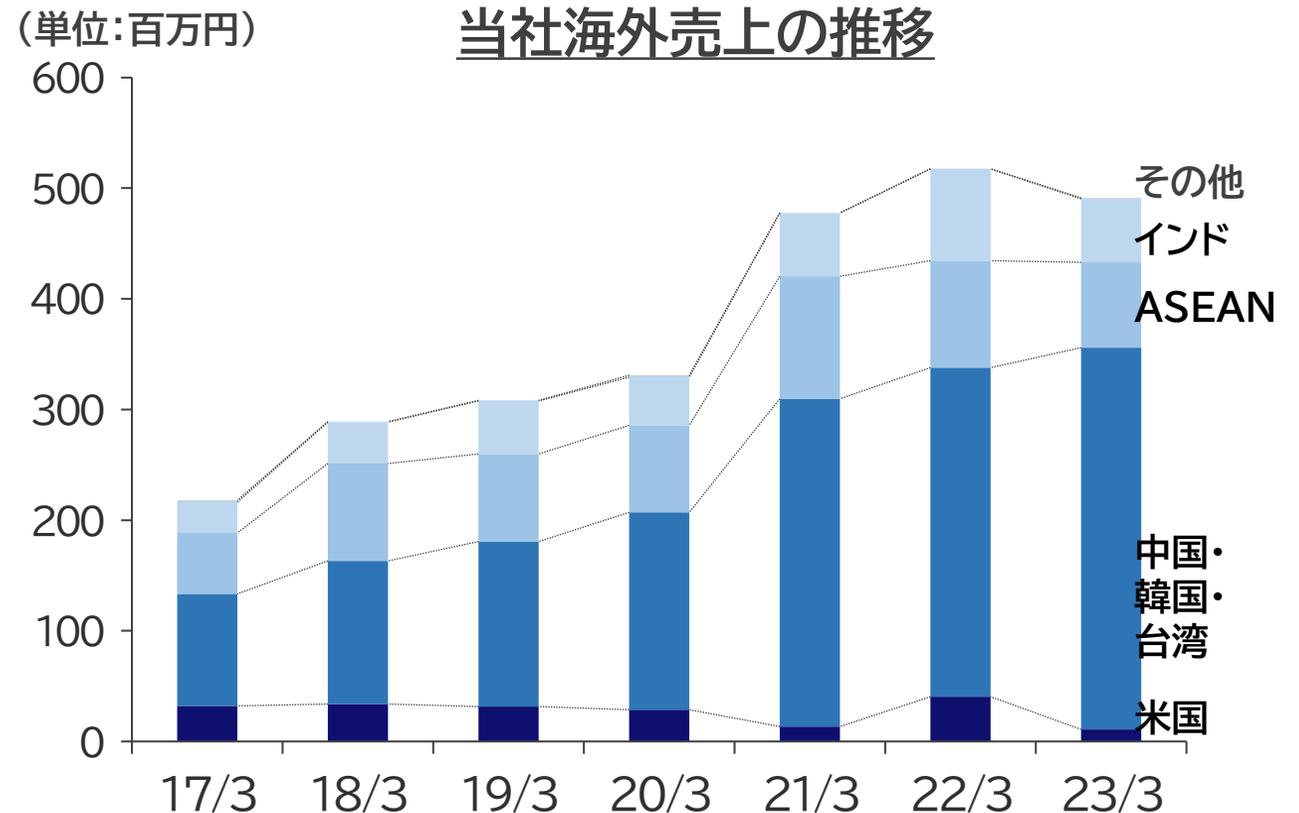
- ニッチグロース市場への参入

当社の強みである液体・粉体調味料製品を生かした川下への製品展開
 東京R&Dの機能を生かしたスピード感のあるサンプル提案



①事業戦略(海外展開)

- ASEANローカル向け販売拠点設立
(タイもしくははベトナムを候補として)
- ASEAN生産拠点の設立
(独資 or OEM)
- 東アジア(中国・韓国)は
国ごとに原料登録を行い
機能性を訴求できる
販売体制を構築する



株主価値向上に向けて

- 値上げおよび付加価値商品の開発を通じた収益性の改善
 フコースに続くオンリーワン素材の開発
- ステークホルダーとの価値共創を目指した経営指標の再策定
 資本効率性の観点での指標を検討

株主還元について

- キャッシュアロケーションの考え方は、当初の計画から変更なく3年間で20億円の株主還元を実施
- 安定配当を継続(今後、配当指標の設定を検討する)
- 自己株取得、消却を実施

4.株主提案への当社の スタンスについて

株主提案・当社取締役会意見について①

	株主提案	当社取締役会の意見	反対の理由
①	剰余金の処分の件	反対	中期経営計画に掲げる当社の将来の成長のための成長投資等に向けた手元資金確保の必要性を考慮しない短期的な視点に基づくものであり、当社の株主還元に関する方針に合致せず、当社の企業価値・株主共同の利益の向上にはつながらないと考えているため
②	別途積立金取崩しの件	(提案取り下げ)	
③	取締役(監査等委員である取締役を除く。)1名選任の件	反対	現在の取締役会の構成が、現中期経営計画を実施するために最適であり、本株主提案における候補者を選任する必要性はないと考えているため
④	剰余金の処分に係る定款一部変更の件	反対	株主還元方針は、経営方針・戦略に基づき取締役会において機動的に判断できることが、企業価値向上と、株主の利益に資するものと考えているため

株主提案・当社取締役会意見について②

	株主提案	当社取締役会の意見	反対の理由
⑤	気候変動リスク対応に関する定款一部変更の件	反対	気候変動対策は重要であると認識しているものの、定款に気候変動対策等の特定の経営課題に関する具体的な事項を定めることは、経営陣による柔軟かつ機動的な判断を制約するものであるため
⑥	当社株式の大規模買付行為に関する対応方針(買収防衛策)廃止を求める件	反対	大規模買付に対し、現在の大規模買付行為に関する対応方針により、株主が必要十分な情報に基づき、その是非について検討するための十分な時間を提供する枠組みを確保しておく必要性が高いと考えているため

詳細は、当社ウェブサイト「株主提案に対する当社取締役会意見に関するお知らせ」をご参照ください。
<https://www.yskf.jp/images/1588.pdf>

ご清聴ありがとうございました

問い合わせ先

経営企画部(IRグループ)

TEL:054-202-6030

Email:ir@yskf.co.jp