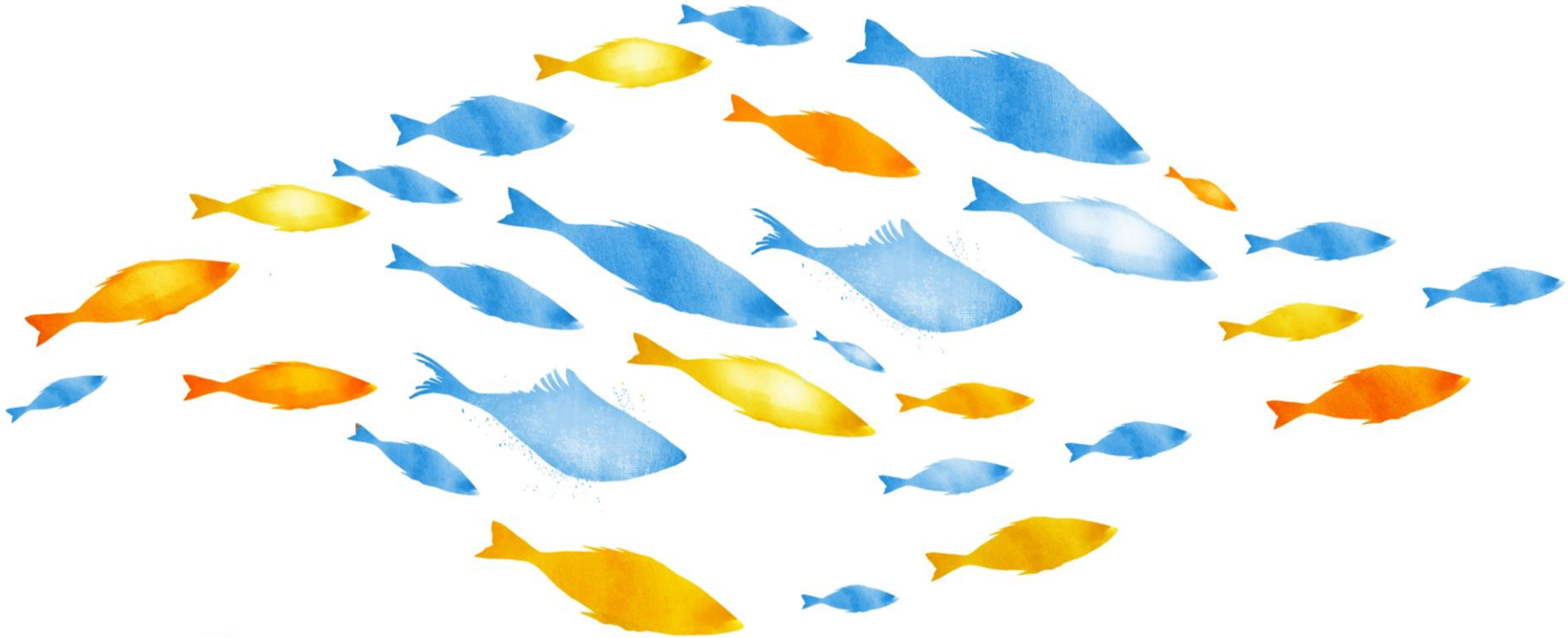
焼津水産化学工業株式会社

証券コード:2812
東証スタンダード上場

2024/3期 第2四半期決算説明会

～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12月5日



目次

1. 2024/3期 第2四半期連結業績

連結PL／BS／CF…… P. 3 ～ 8

セグメント別業績…… P. 9 ～ 16

2. 2024/3期 3Q以降の施策について…… P. 17 ～ 24

3. 中長期の課題と対策…… P. 25 ～ 30

1. 2024/3期 第2四半期
連結業績

2024/3期 第2四半期 連結損益計算書

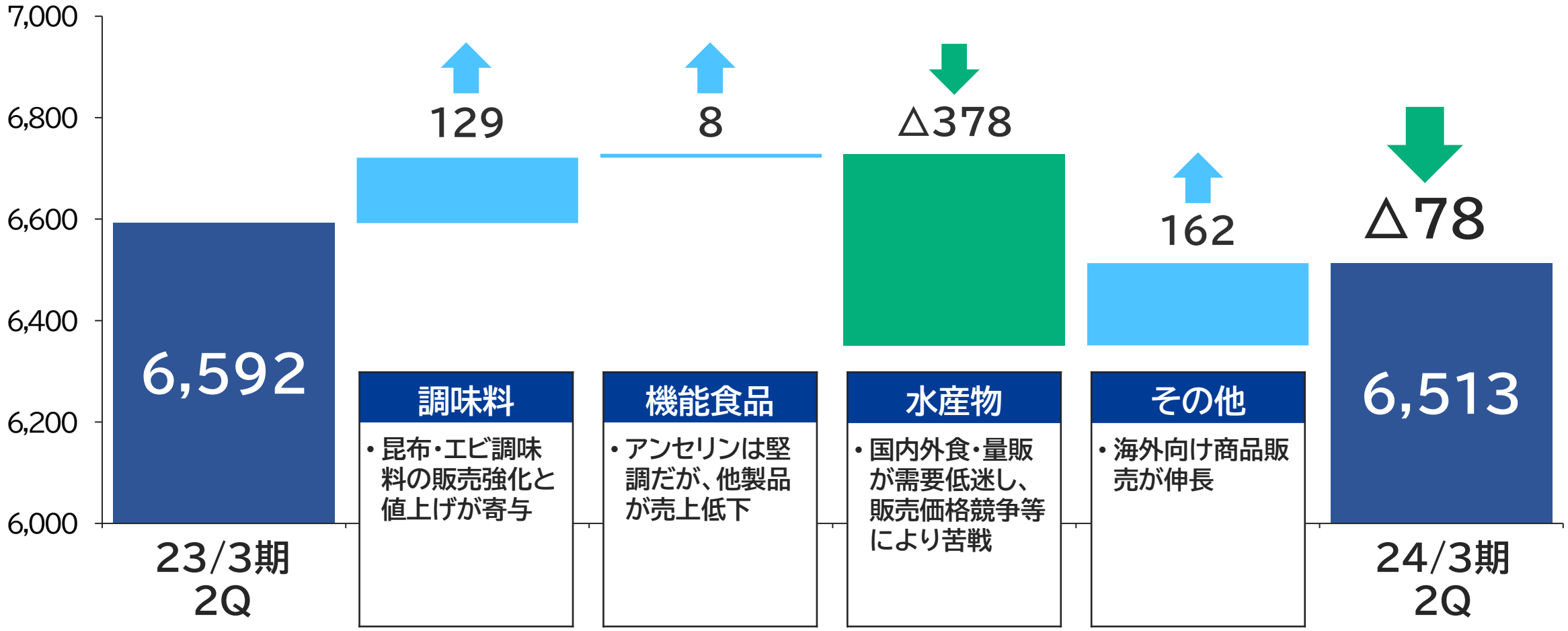
（単位：百万円）

（単位：百万円）	2023/3期 2Q	2024/3期 2Q	前期比 （YoY %）	概　要
売上高	6,592	6,513	△78 （△1.2%）	昆布・エビ調味料の販売強化や値上により 液体・粉体調味料の販売が伸長したものの、 水産物の販売が大きく減少
売上総利益	1,499	1,358	△141 （△9.4%）	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	158	69	△88 （△55.8%）	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	2.40%	1.06%	△1.3%	原材料高の影響がマイナス寄与
経常利益	185	94	△90 （△49.1%）	営業減益がマイナス寄与
当期純利益	106	45	△60 （△57.0%）	営業減益がマイナス寄与

2024/3期 第2四半期 連結売上高 増減分析

水産物の需要低迷により減収

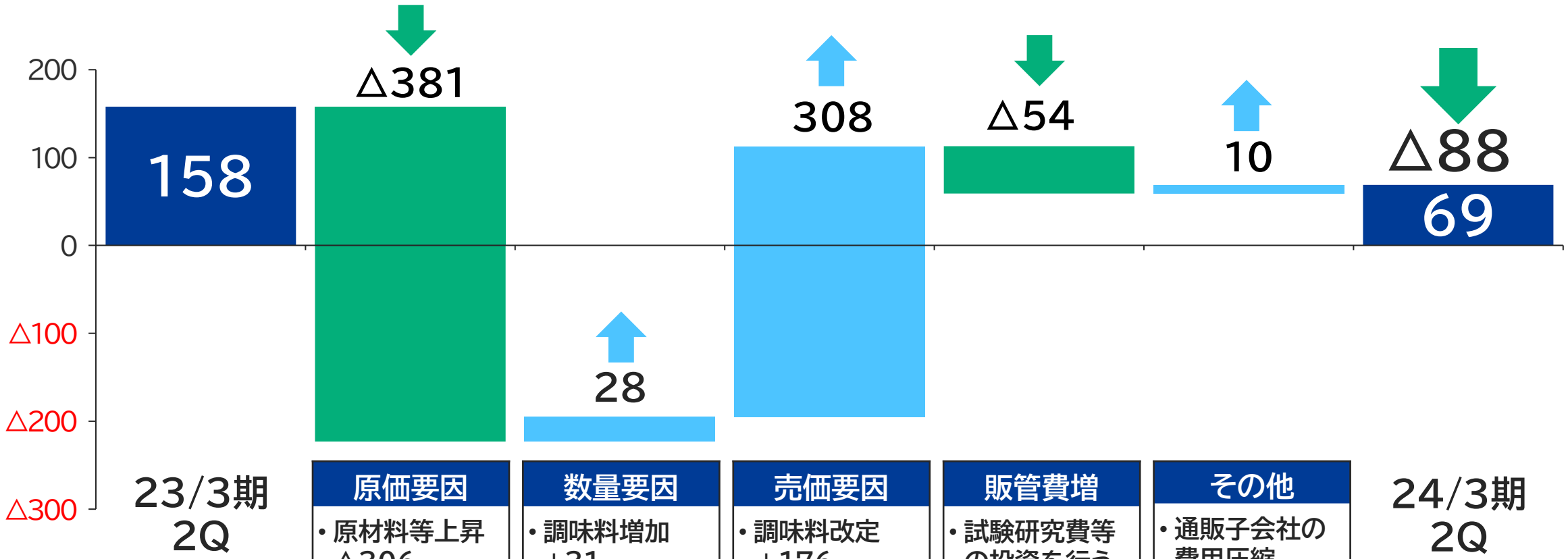
（単位：百万円）



2024/3期 第2四半期 連結営業利益 増減分析

（単位：百万円）

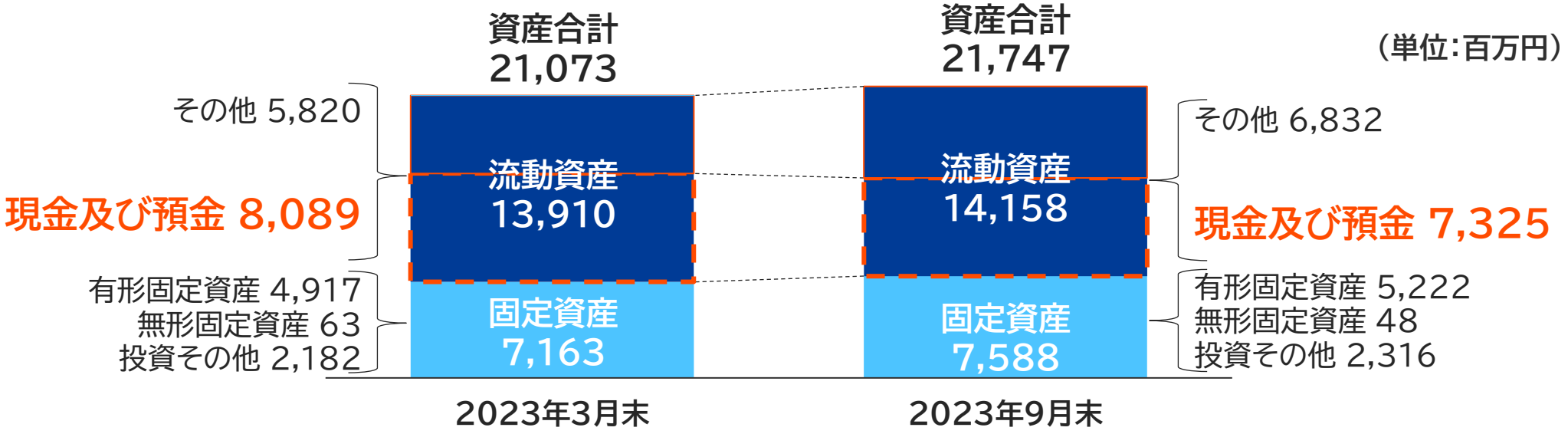
製造原価アップで減益

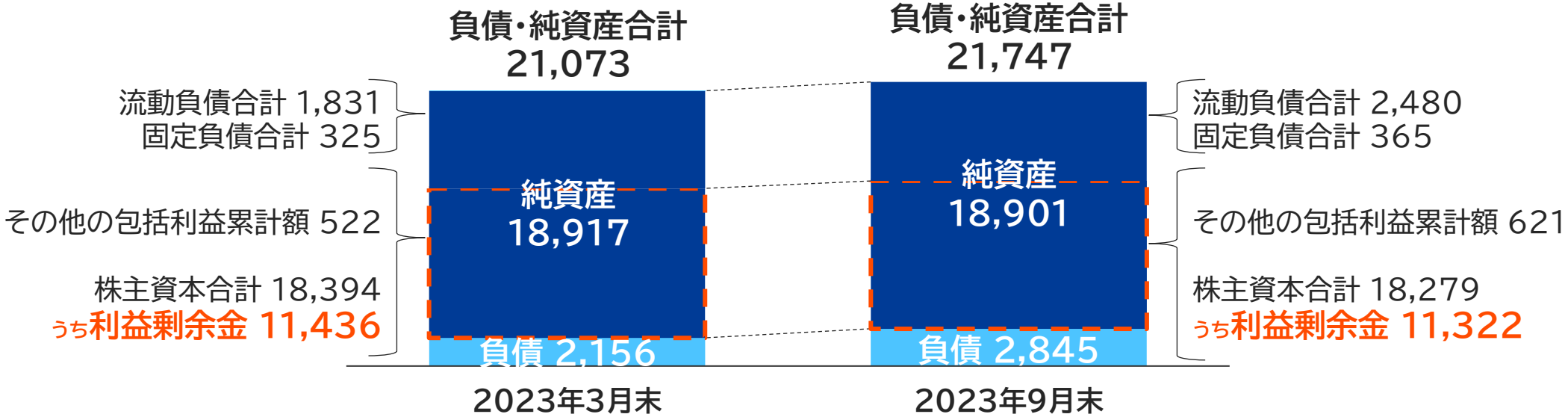


原価要因	数量要因	売価要因	販管費増	その他
・原材料等上昇 △306 ・その他変動費上昇 △75	・調味料増加 +31 ・機能食品減少 △18 ・その他増加 +15	・調味料改定 +176 ・機能食品改定 +83 ・その他改定 +48	・試験研究費等の投資を行う一方、運賃・保管料等を抑制	・通販子会社の費用圧縮 +48 ・水産物子会社の売上低迷 △34

2024/3期 第2四半期 連結貸借対照表

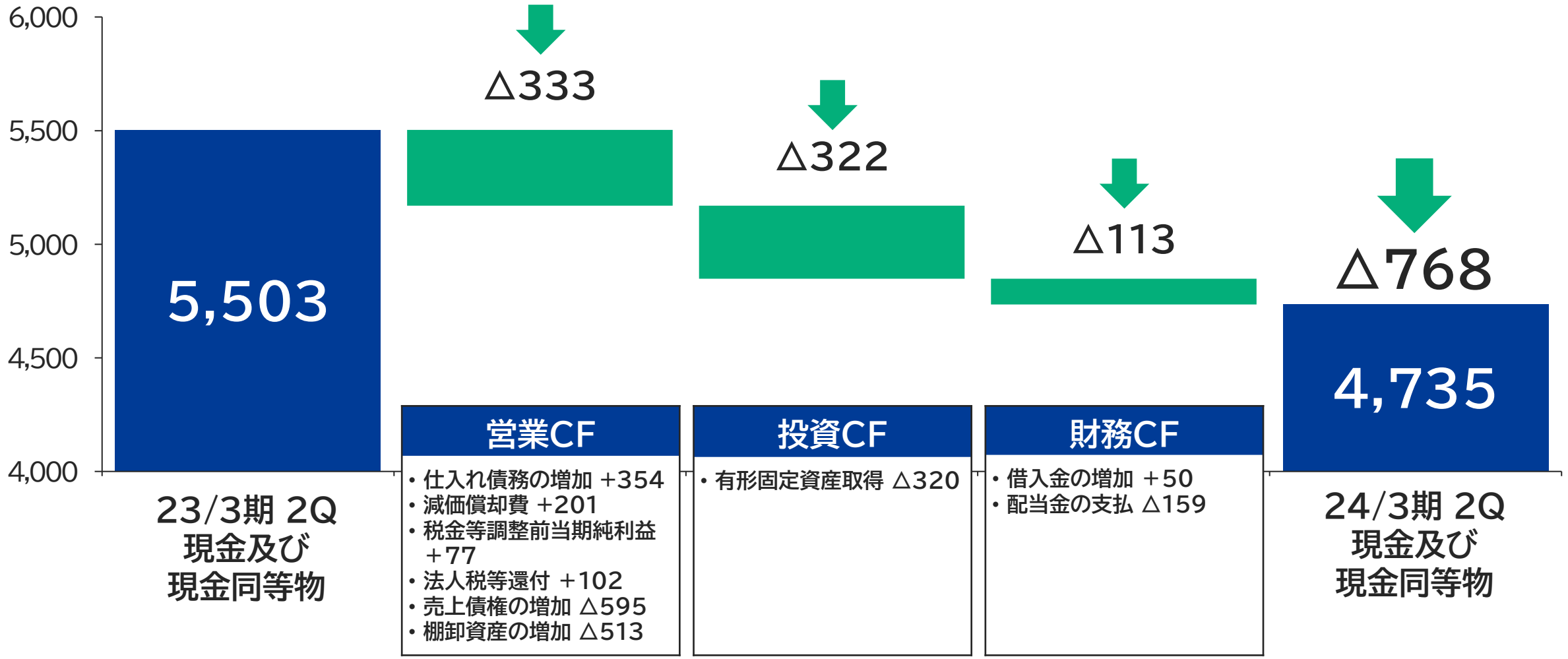
（単位：百万円）





2024/3期 第2四半期連結キャッシュフロー

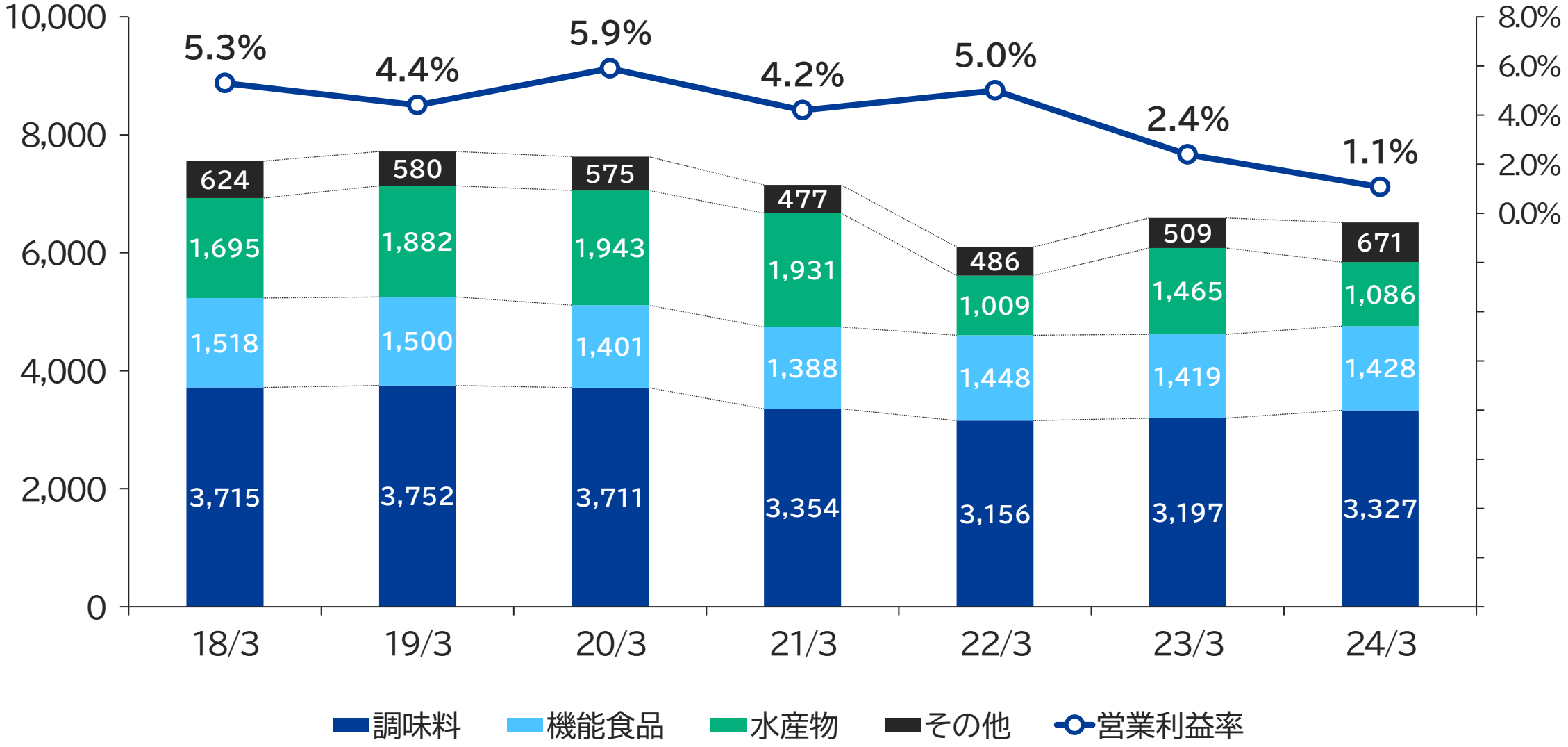
（単位：百万円）



2024/3期 第2四半期
セグメント別業績について

2Q売上高及び営業利益率の推移

減収と利益率低下傾向が継続



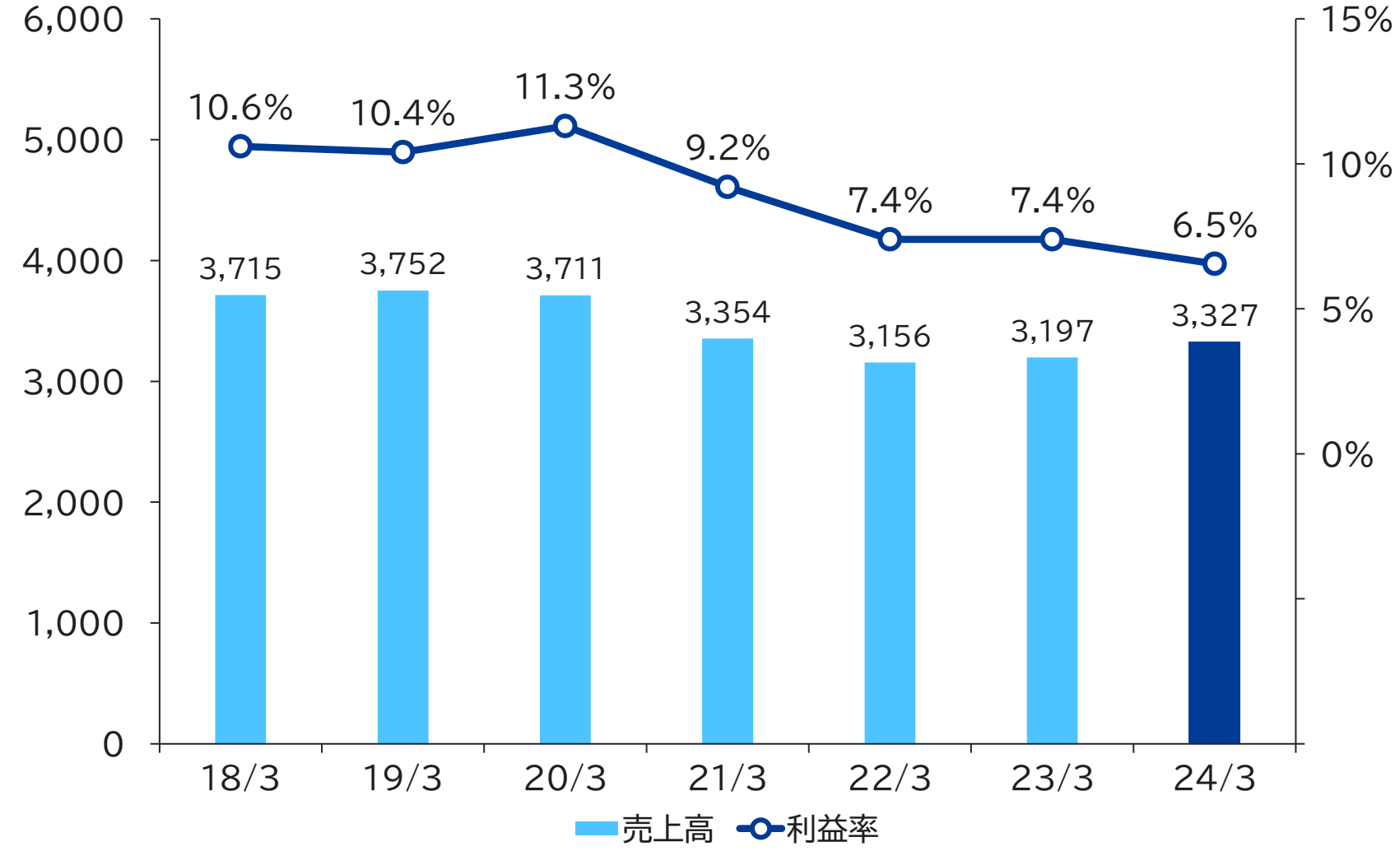
2024/3期 第2四半期 セグメント別売上高

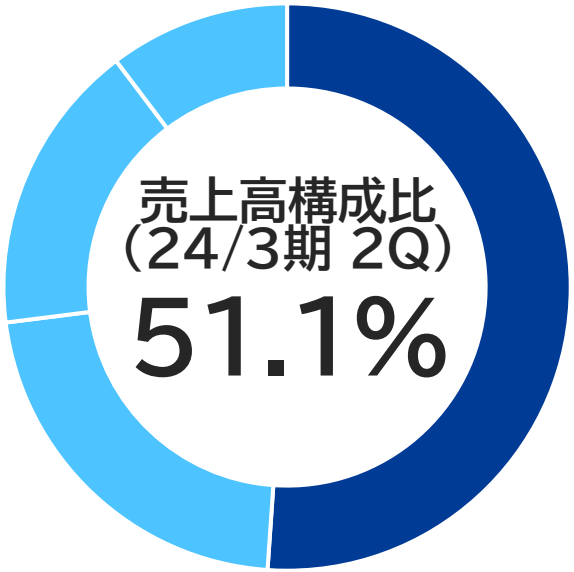
（単位：百万円）

期別 / セグメント	23/3期 2Q	24/3期 2Q	前期比 (YoY %)	概　要
調味料	3,197	3,327	129 (+4.0%)	昆布・エビ調味料の販売強化や販売価格の改定に取り組み、液体・粉体調味料の売上が増加
機能食品	1,419	1,428	8 (+0.6%)	注力素材であるアンセリンが堅調に推移したことなどから売上が増加
水産物	1,465	1,086	△378 (△25.9%)	韓国・台湾向け海外販売が好調に推移したが、国内外食・量販ともに需要低迷し、売上が大きく減少
その他	509	671	162 (+31.8%)	海外向け販売が伸長

調味料セグメント

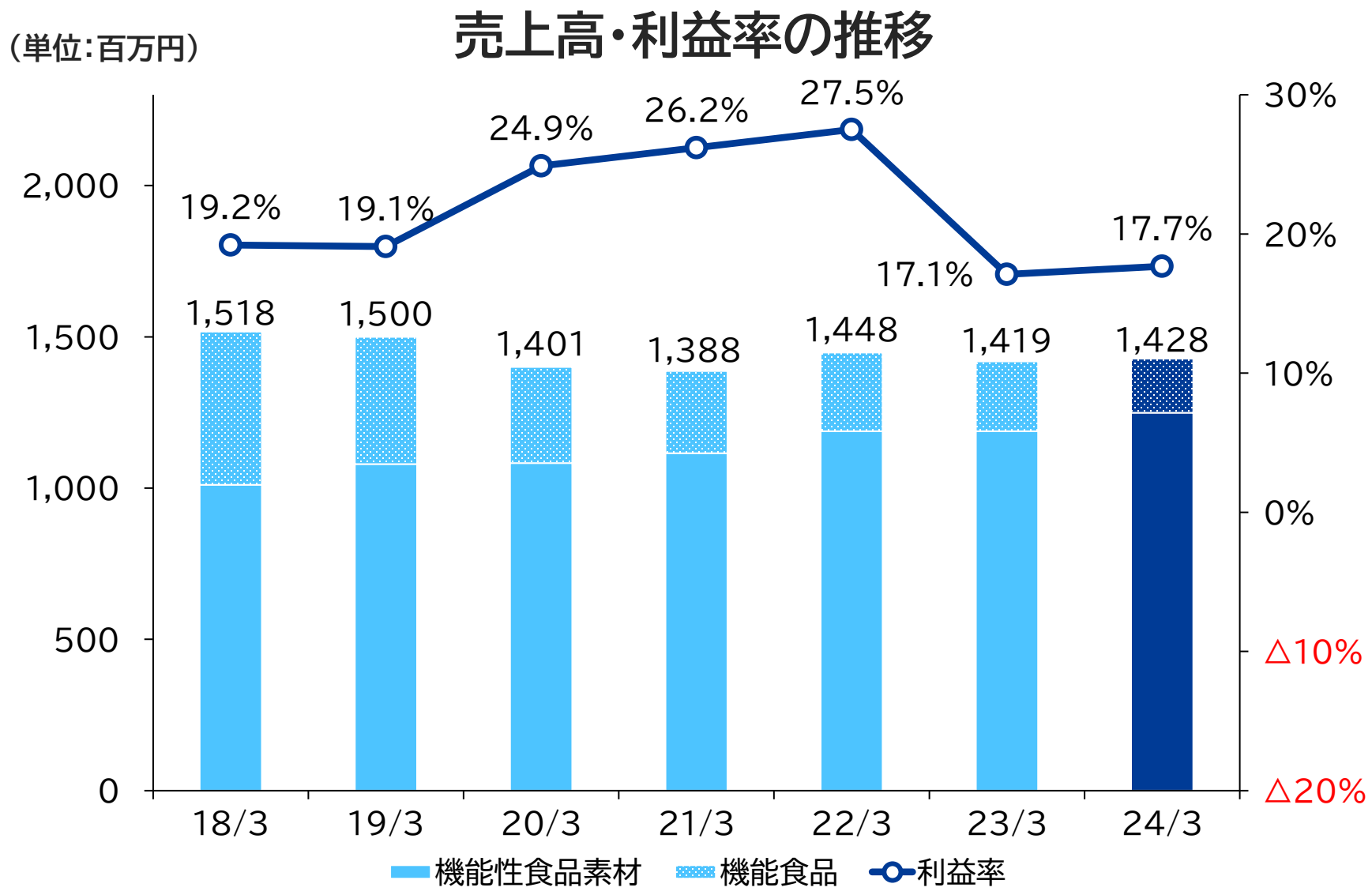
売上高・利益率の推移

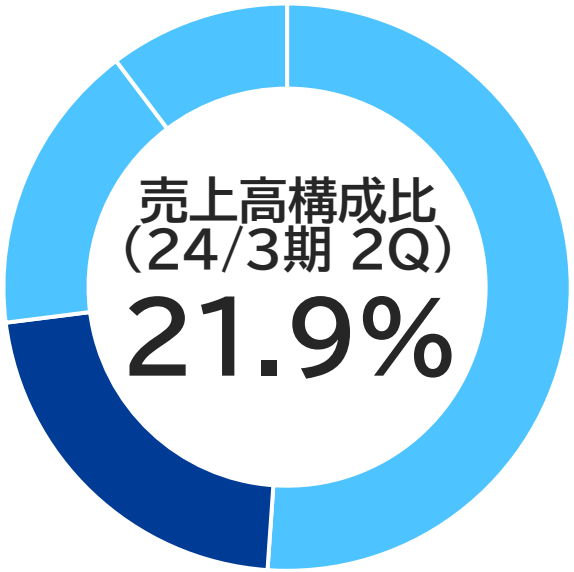




- 液体調味料の伸長と値上げにより増収
- 原材料、エネルギー価格等の変動費の増加が製造工程の効率化で吸収しきれず、減益

機能食品セグメント





- 売上はアンセリンの堅調な推移や韓国向け機能性素材が販売開始したものの、他素材の販売低下により微増。
- 通販子会社の広告宣伝費抑制により増益。

機能食品の利益低下要因

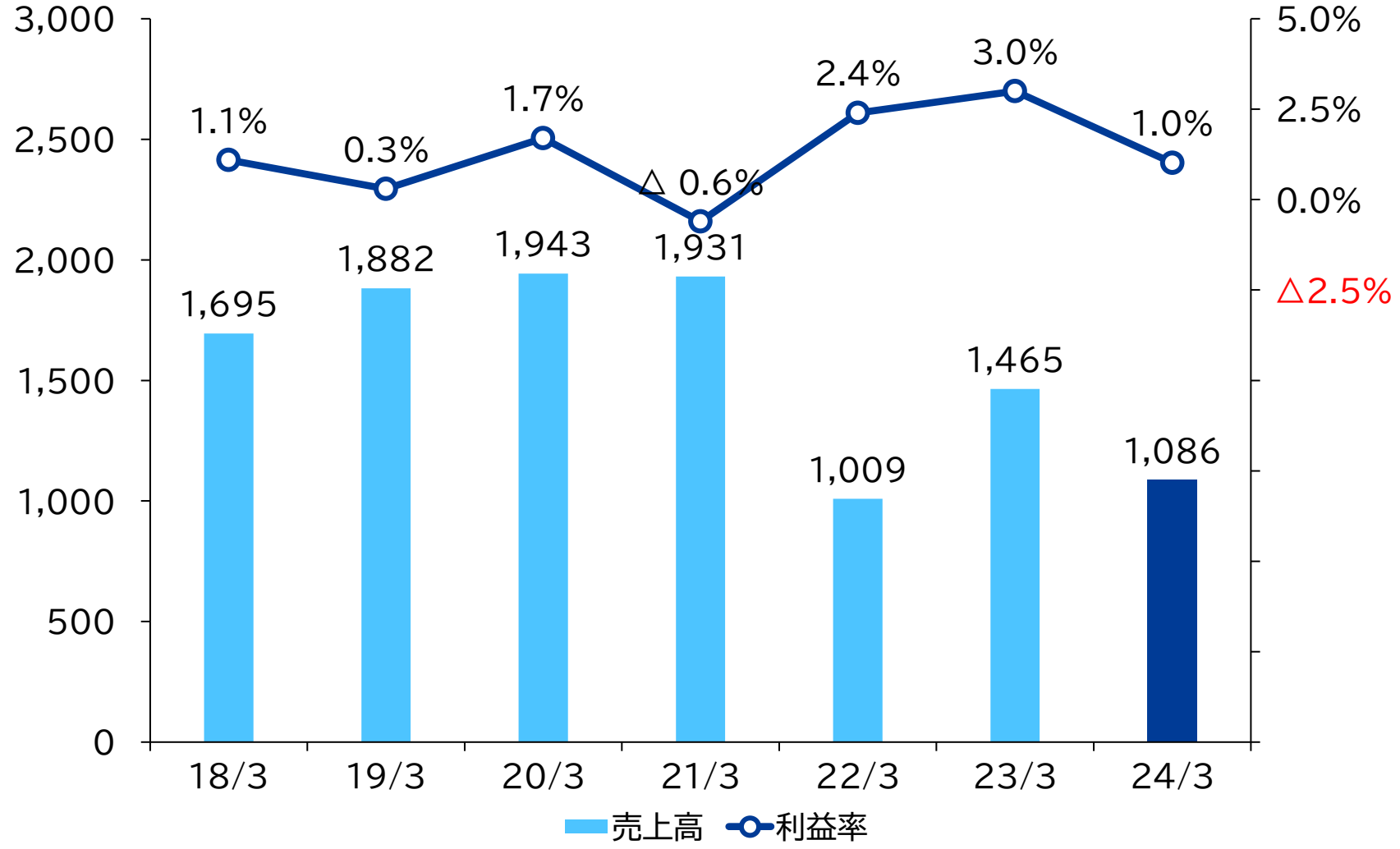
- **【アンセリン】原材料費の高騰、原料品質の低下**
  →対策　原料の探索・再検討
  　　工程改善

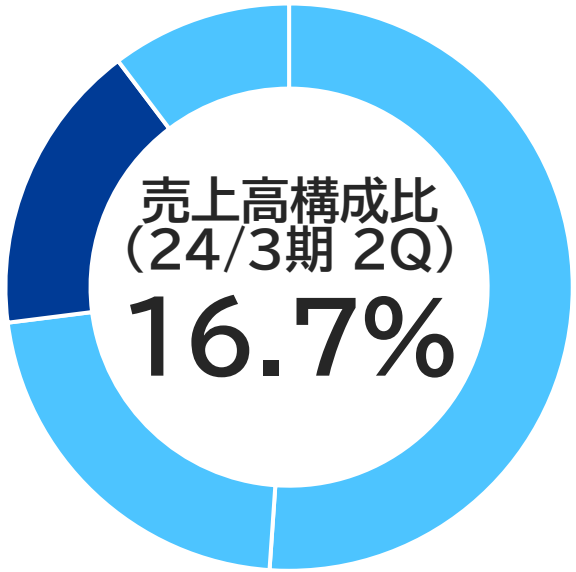
- **エネルギー価格の高騰**
  →対策　生産ロットサイズの拡大による効率化
  　　太陽光発電の導入

水産物セグメント

売上高・利益率の推移

（単位：百万円）



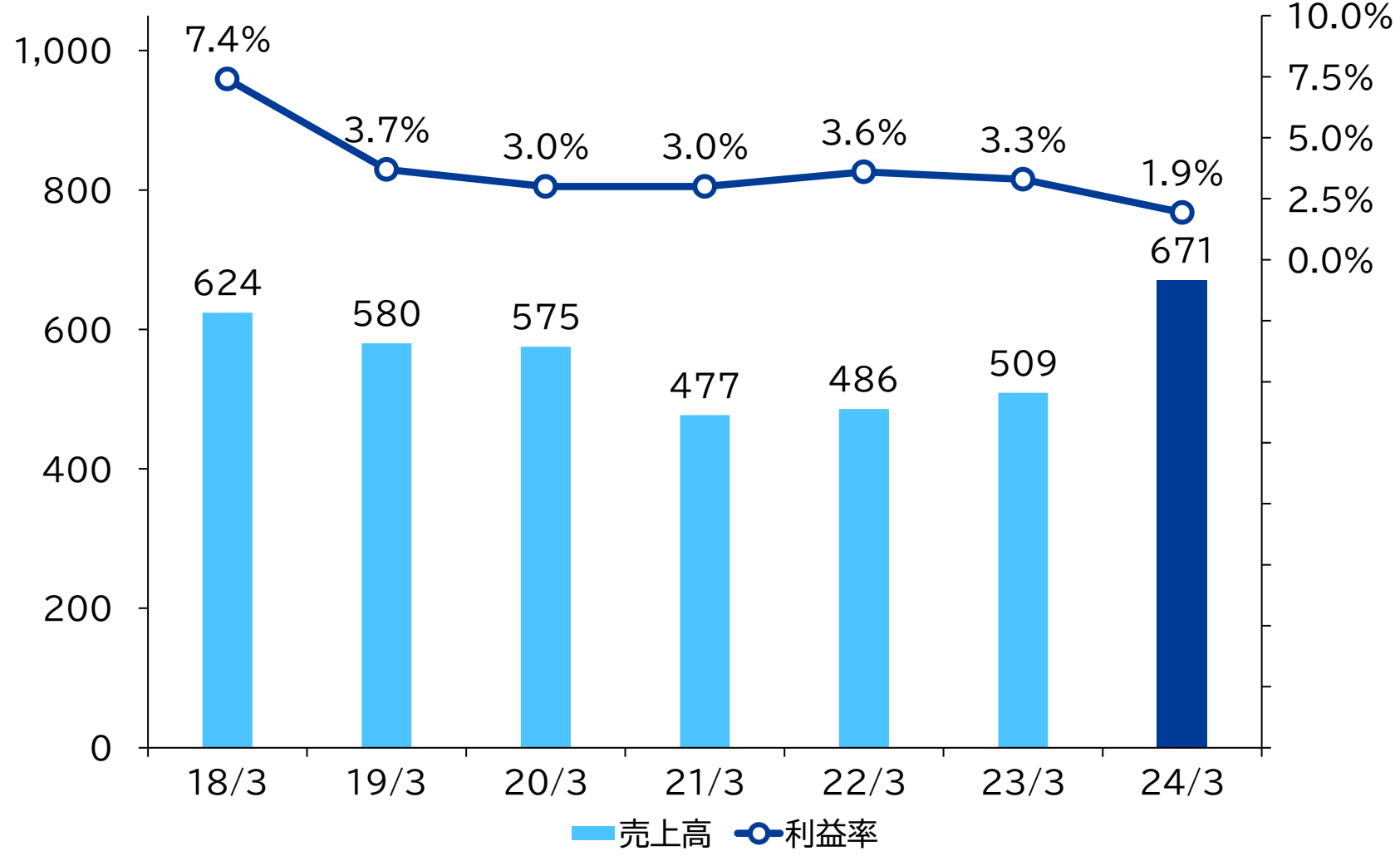


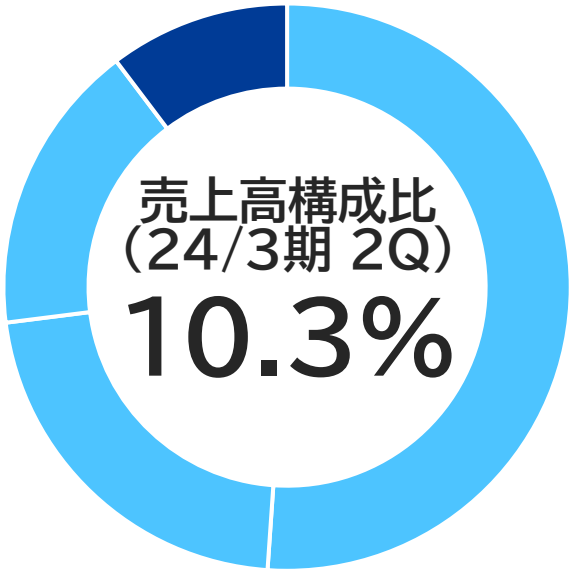
- 韓国・台湾向け海外販売が順調に推移したが、国内向けが低調な販売となり減収
- 販売経費や人件費削減を図るも、原料費増や減収により減益

その他セグメント

売上高・利益率の推移

（単位：百万円）





- その他商品の海外向け販売が増加し、増収
- 売上構成品のミックスの変化で減益

2.2024/3期 3Q以降の施策について

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	12,650	△179 (△1.4%)	YSK本体は値上等により売上増加するものの、子会社2社の減収分をカバーしきれず減収
営業利益	329	95	△234 (△71.2%)	
営業利益率	2.6%	0.8%	△1.8pt	原材料価格等の上昇や値上交渉妥結の遅れにより減益
経常利益	391	135	△256 (△65.5%)	値上活動の推進と継続的な生産性改善により、来期以降の増益に向け体制を強化
当期純利益	268	75	△193 (△72.1%)	

※2023年10月30日「業績予想の修正に関するお知らせ」にて開示
　実際の業績は、様々な要因により予想数値とは異なる結果となる可能性があります。

直近課題と対策

課題	23/3期に認識した課題	24/3期実施中 または 今後実施する対策
売上	• 値上活動と新規顧客開拓の両立	• 引き続き原価に応じた価格改定を実施
原材料価格	• 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	• 生産の効率化
販管費	• 物流費の上昇を想定 • 人件費の上昇	• チャーター便の利用抑制、倉庫の変更、小口配送便の見直しによるコスト削減を継続 • 様々な働き方に対応する作業分業化体制確立

調味料セグメントの対策

値上と提案営業による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	• 昆布、エビ調味料の提案営業強化 • 低採算製品の改善、終売
国内中食・外食	• オールインワンスープによる拡販強化
海外事業	• ハラル取得によるASEANの新規開拓 • ASEANでの生産拠点設立推進

機能食品セグメントの対策

国内外でのNAG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）	• 機能性表示食品受理までのノウハウを活用した提案営業
海外進出	• 複数代理店を活用した拡販 • アンセリンの中国原料登録制度への対応（2024年予定）
通販子会社 （UMIウェルネス）	• 組織体制の再整備 • 基幹商品の強化（リニューアル） • 新販促施策の導入（静岡県内キャンペーン実施など）
原材料の確保	• 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

- **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）**
  静岡県内を中心とした新テレビインフォマ、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

2023年
7月発売

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	• 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	• 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目指す

注力分野	具体的なアクション
採算性改善	• 仕入品について、値上げ活動を継続 • 収益性が確保できない商品のスクラップを継続

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検討しており、内容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性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

- 機能性素材の製品数拡充
- 中食・外食顧客開拓（M&A含む）
- 海外展開の加速

②株主価値向上に向けて

- ステークス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(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
- 希釈するだけで使えるオールインワン調味料「旨みの調味料」シリーズを新規展開

当社液体・粉体調味料

東京R&D

中食・外食業界

鍋つゆ

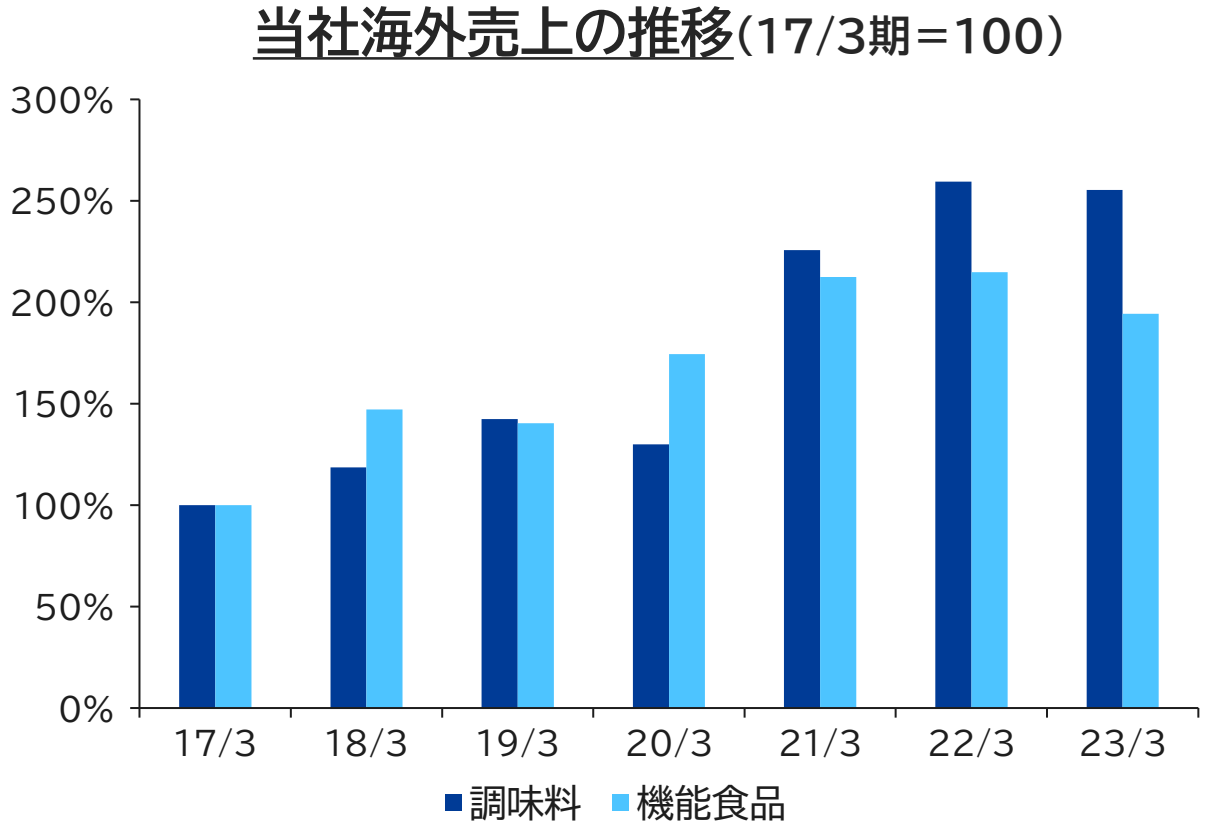
ラーメンスープ

たれ・ソース

洋風ソース

①事業戦略（海外展開）

- 2023年10月に取得したハラル認証製品を中心に拡販を進める
- ASEANローカル向け販売拠点設立（タイもしくはベトナムを候補として）
- ASEAN生産拠点の設立（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）

ご清聴ありがとうございました

お問い合わせ先

経営企画部（IRグループ）
TEL：054-202-6030
Email：ir@yskf.co.jp