



# 2024年5月期 決算説明資料

2024年7月11日



1. 2024年5月期 決算概要 … P3

2. 2025年5月期 通期業績見通し … P16

3. 補足資料 … P21

# 1. 2024年5月期 決算概要

## 通期実績

### 売上高・各利益ともに **過去最高** を更新

前期比 売上高 **8.8** %増、営業利益 **42.3** %増、当期純利益 **79.3** %増

外部環境の回復に加え新規開拓が奏功し増収、収益改善の取組みを通じ大幅増益を達成

外商事業・アミカ事業は順調に推移し増収増益、それぞれ過去最高業績を更新

水産品事業は中国禁輸の影響から輸出販売の減少や商品相場下落の影響により減収減益

## 株主還元

### 期末配当 **6.5**円、年間配当 **12**円、**2**期連続増配 を予定

来期（2025/5期）は中間配当 **6.5**円、期末配当 **6.5**円、年間配当 **13**円、**3**期連続増配を計画

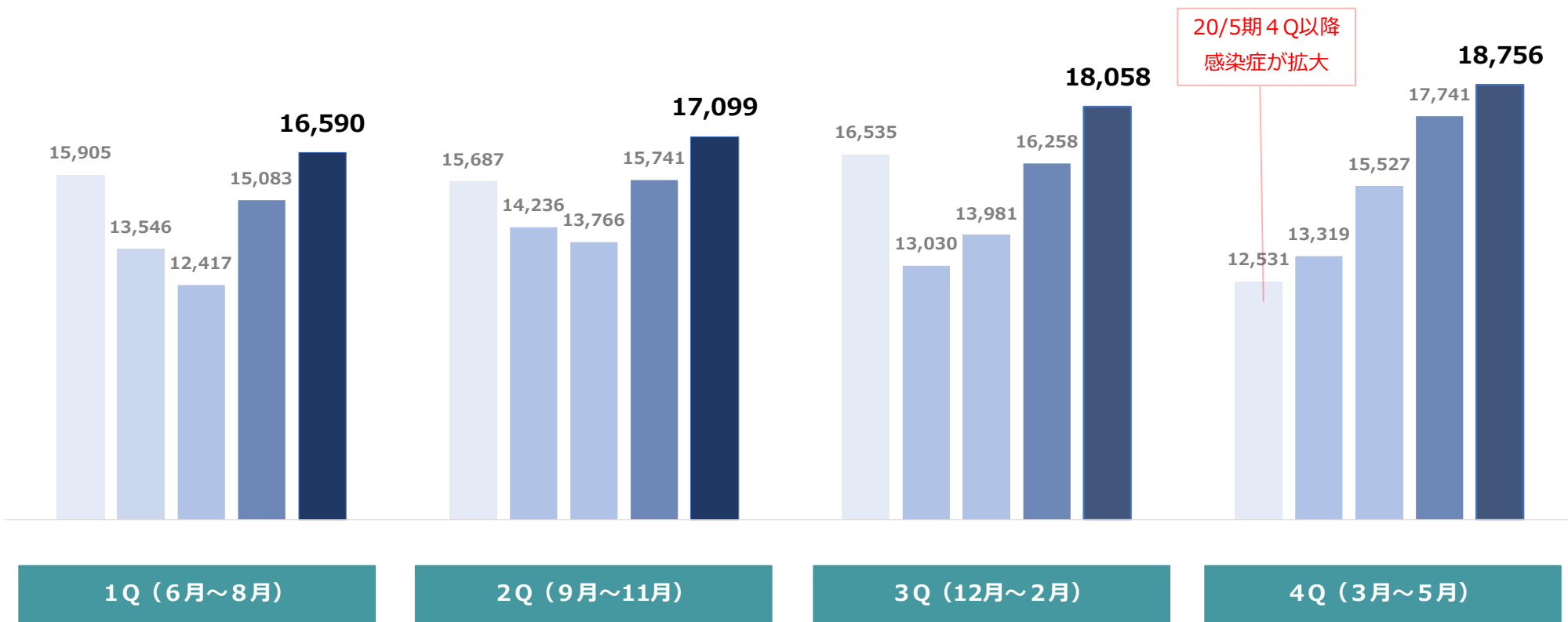
# 連結業績概要

| (単位：百万円)            | 23/5期  |        | 24/5期  |        | 前期比    |        |
|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|                     | 実績     | 構成比    | 実績     | 構成比    | 増減額    | 増減率    |
| 売上高                 | 64,825 | 100.0% | 70,505 | 100.0% | +5,680 | +8.8%  |
| 売上総利益               | 12,390 | 19.1%  | 13,542 | 19.2%  | +1,151 | +9.3%  |
| 販売費及び一般管理費          | 11,628 | 17.9%  | 12,458 | 17.7%  | +829   | +7.1%  |
| 営業利益                | 762    | 1.2%   | 1,084  | 1.5%   | +322   | +42.3% |
| 経常利益                | 820    | 1.3%   | 1,145  | 1.6%   | +325   | +39.7% |
| 親会社株主に帰属する<br>当期純利益 | 424    | 0.7%   | 760    | 1.1%   | +336   | +79.3% |

# 売上高（四半期・期間別・過年度比較）

(単位：百万円)

■ 20/5期 ■ 21/5期 ■ 22/5期 ■ 23/5期 ■ 24/5期

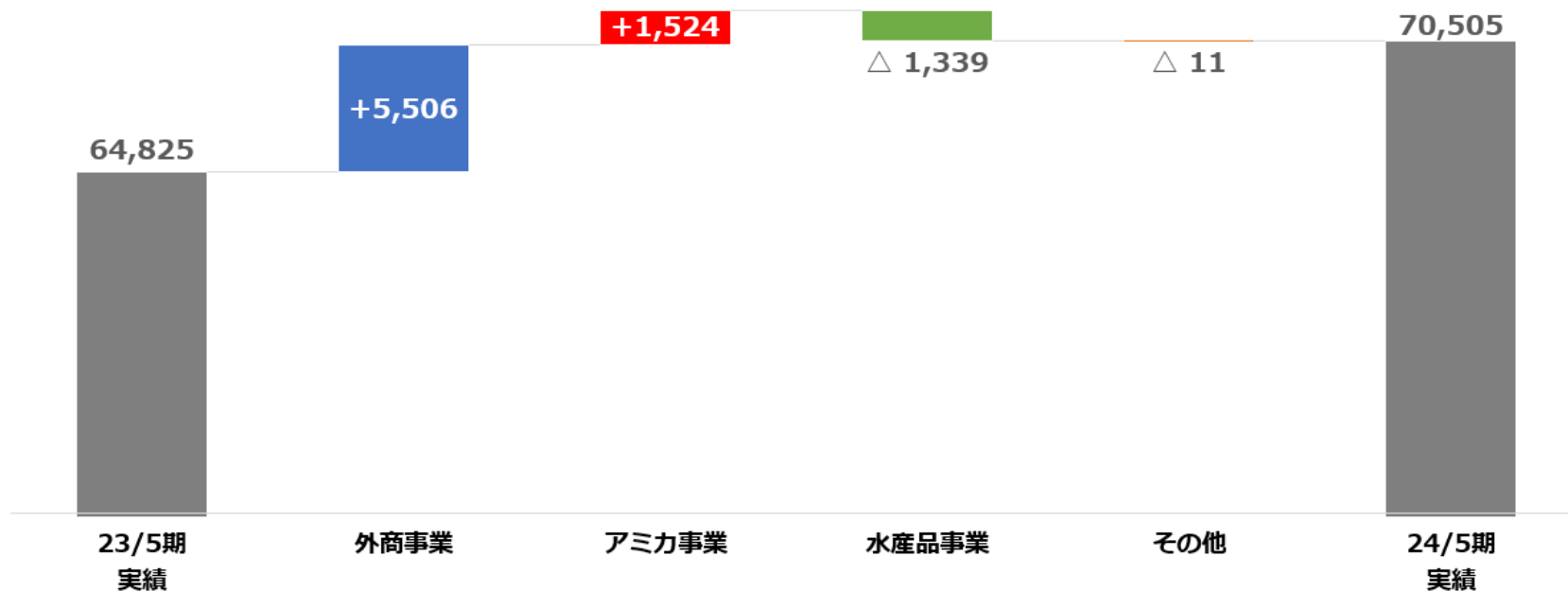


20/5期 4Q以降  
感染症が拡大

- 2023年5月に新型コロナウイルス感染症の分類が5類へと変更されたことに伴い、外食需要が回復
- 外食産業向け販売の大幅伸長や新規開拓等が奏功し、コロナ前を上回り推移

# 売上高（増減内訳）

(単位：百万円)



※ 「その他」の区分は、報告セグメントに含まれない事業セグメントであり、太陽光発電事業を含んでいます。

## 外商事業

外食業態向けの売上伸長に加え、多様な業態への新規開拓に注力し、売上高は13.7%の増収

## アミカ事業

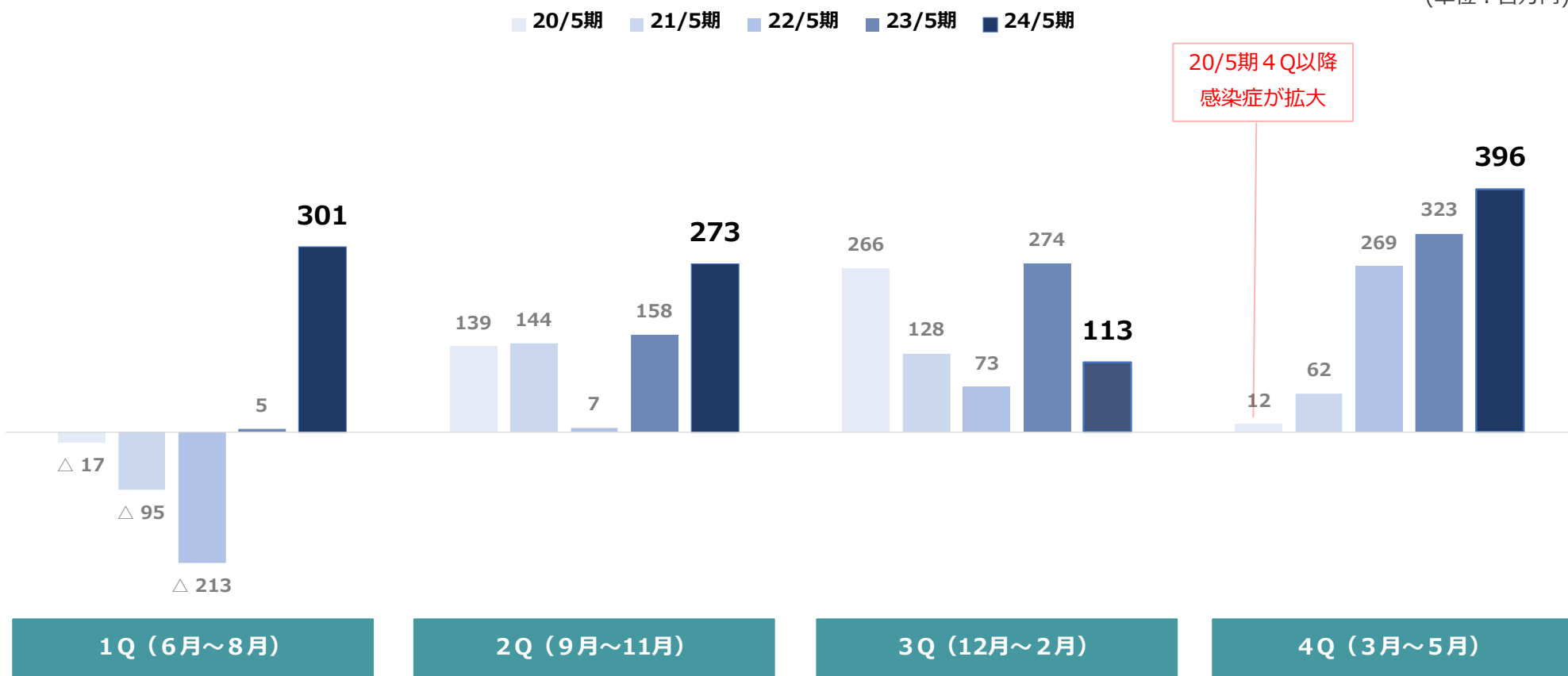
外食事業者向けの売上伸長に加え、一般向けも順調に推移し、売上高は7.1%の増収

## 水産品事業

中国側の日本産水産物輸入停止措置の影響から、輸出売上が減少したことが減収要因

# 営業利益（四半期・期間別・過年度比較）

(単位：百万円)



- 増収に伴う売上総利益の増加や収益改善の取組み効果から、営業利益はコロナ前を大きく上回る水準に向上
- 3Q期間では、水産品事業にて中国禁輸の影響により棚卸資産評価損等（276百万円）を計上したことから営業利益が減少



# 営業利益（増減内訳）

(単位：百万円)



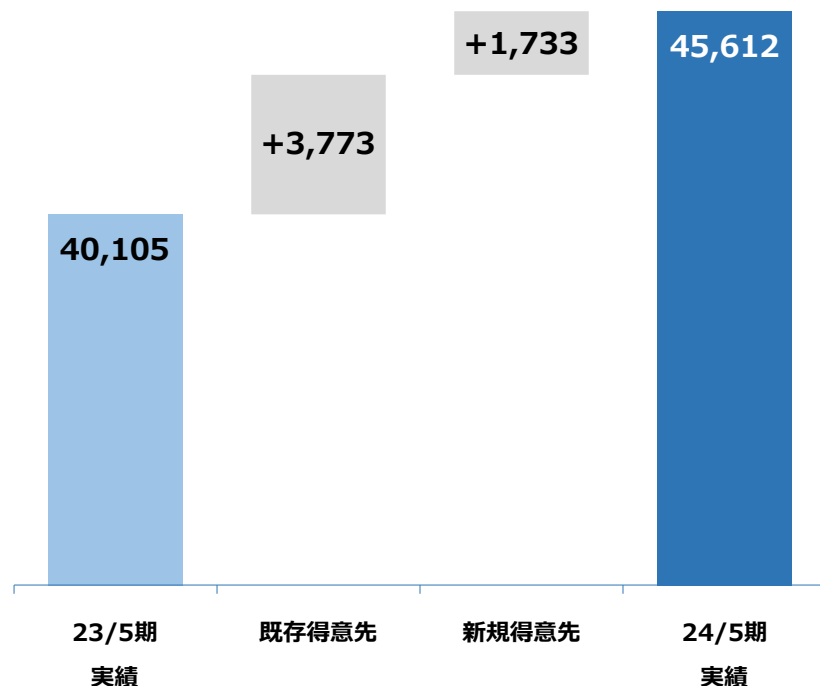
※ 人件費・運搬費・その他経費は△が増加、+が減少

- 売上総利益は増収に伴う増加に加え、食品価格の値上げに応じた価格転嫁やP B商品への切替提案など利益率の向上に取り組み大きく伸長
- 人件費はベースアップの影響などから前期比5.5%増、運搬費は増収に伴い前期比15.8%増
- その他経費は、新規出店に伴う家賃や減価償却費の増加などが要因

| (単位：百万円) | 売上高    |        |        |        | 営業利益  |       |      |         |
|----------|--------|--------|--------|--------|-------|-------|------|---------|
|          | 23/5期  | 24/5期  | 前期比    |        | 23/5期 | 24/5期 | 前期比  |         |
|          |        |        | 増減額    | 増減率    |       |       | 増減額  | 増減率     |
| 外商事業     | 40,105 | 45,612 | +5,506 | +13.7% | 165   | 593   | +428 | +258.4% |

### 売上高の増減内訳

(単位：百万円)



### 売上高の増減要因

- 外食需要の回復に伴う外食業態への販売の大幅伸長に加え給食・中食・病院等の幅広い業態に対する販売に注力し既存得意先売上は前期比9.5%増の伸長
- 新規得意先売上は1,733百万円の増収  
大手外食チェーンとの取引開始など新規開拓を進め、増収に寄与

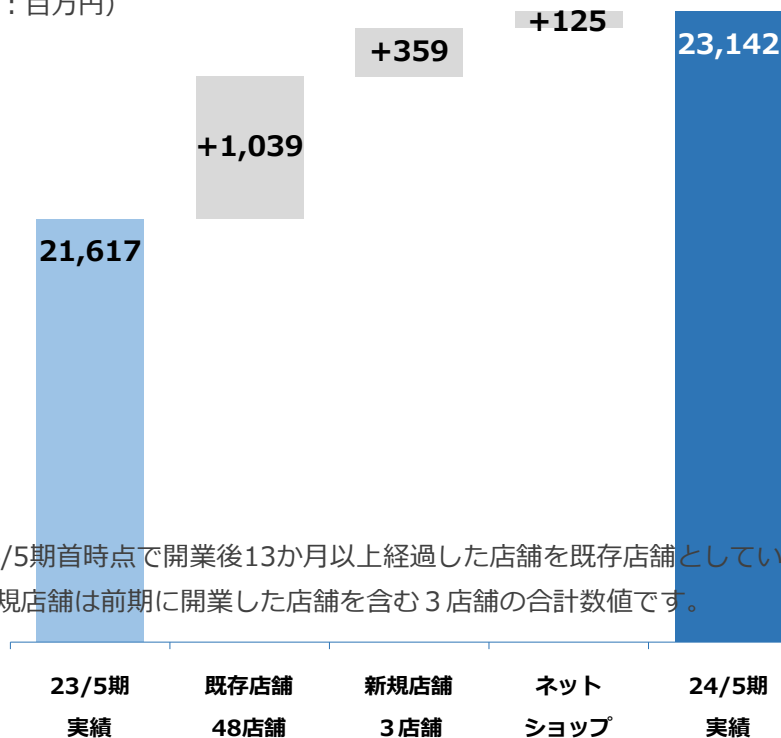
### 営業利益の増減要因

- 売上総利益率の向上 (0.4ポイント改善)
- 物流コスト等の経費抑制 (販管費率は0.5ポイント改善)
- 収益改善の取組効果から、営業利益は大幅改善

| (単位：百万円) | 売上高    |        |        |       | 営業利益  |       |      |        |
|----------|--------|--------|--------|-------|-------|-------|------|--------|
|          | 23/5期  | 24/5期  | 前期比    |       | 23/5期 | 24/5期 | 前期比  |        |
|          |        |        | 増減額    | 増減率   |       |       | 増減額  | 増減率    |
| アミカ事業    | 21,617 | 23,142 | +1,524 | +7.1% | 1,651 | 1,870 | +219 | +13.3% |

### 売上高の増減内訳

(単位：百万円)



※ 24/5期首時点で開業後13か月以上経過した店舗を既存店舗としています。  
新規店舗は前期に開業した店舗を含む3店舗の合計数値です。

### 売上高の増減要因

- 既存店売上は前期比 5.2%増
- 外食事業者向けの売上が前期比 10.9%増と伸長
- 一般消費者向けも前期比 2.4%増と好調を継続
- 新規出店は2023年6月にアミカ富士店（静岡県富士市）  
10月にReica岐阜田神店（岐阜県岐阜市）をオープン
- ネットショップは会員数が継続して増加傾向にあり  
前期比 8.1%増と好調を継続

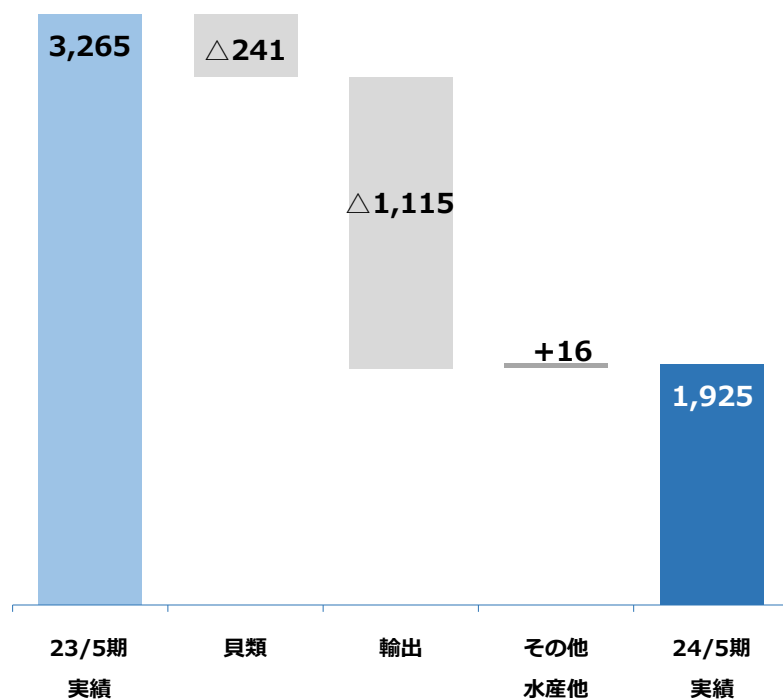
### 営業利益の増減要因

- 増収に伴う売上総利益の増加
- 業務効率化等による販管費率の抑制（0.6ポイント改善）
- 営業利益は+13.3%の増益

| (単位：百万円) | 売上高   |       |         |         | 営業利益  |       |       |     |
|----------|-------|-------|---------|---------|-------|-------|-------|-----|
|          | 23/5期 | 24/5期 | 前期比     |         | 23/5期 | 24/5期 | 前期比   |     |
|          |       |       | 増減額     | 増減率     |       |       | 増減額   | 増減率 |
| 水産品事業    | 3,265 | 1,925 | △ 1,339 | △ 41.0% | 105   | △ 316 | △ 422 | -   |

### 売上高の増減内訳

(単位：百万円)



### 売上高の増減要因

- ALPS処理水の放出に伴う中国側の日本産水産物の輸入停止措置の影響から、輸出売上が大きく減少
- 輸出については、中国以外の販売先への販売に取り組み478百万円の輸出売上を計上（前期は1,594百万円）  
来期は禁輸前と同程度の輸出販売を計画
- 貝類は、上位得意先における成約遅れなどが要因で減少

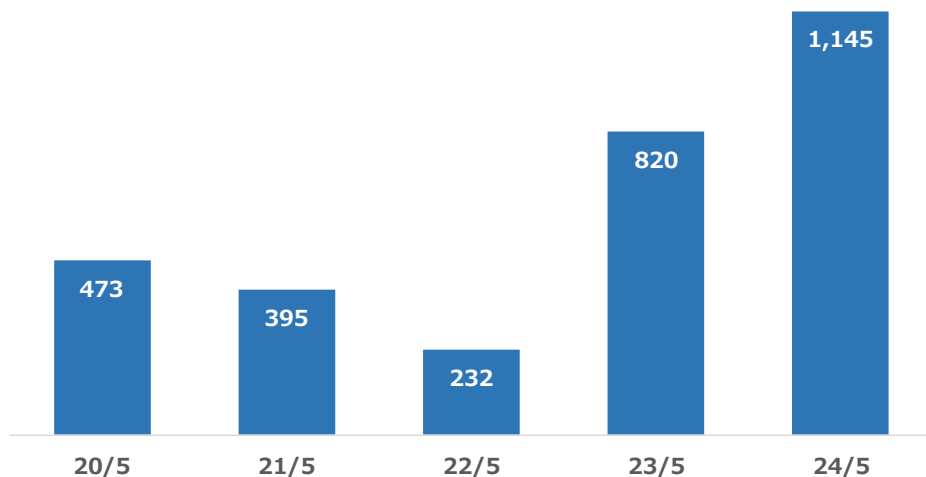
### 営業利益の増減要因

- 輸出売上減少や棚卸資産評価損等の計上（276百万円）により営業利益は大きく減少
- 中国禁輸に伴う損失は東電へ損害賠償請求を実施

# 経常利益・親会社株主に帰属する当期純利益

## 経常利益

(単位：百万円)



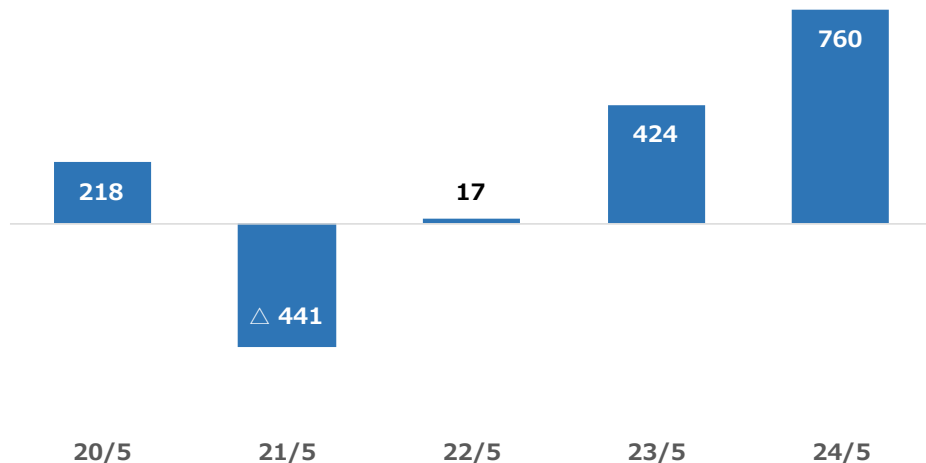
前期比 **39.7%**増、+**325**百万円

経常利益率 1.6% (前期 1.3%)

営業利益の改善に伴い増益

## 親会社株主に帰属する当期純利益

(単位：百万円)



前期比 **79.3%**増、+**336**百万円

当期純利益率 1.1% (前期 0.7%)

営業利益の改善に加え、減損損失の計上 (249 百万円)、法人税等調整額の計上 (327百万円) の結果、増益で着地

# 連結貸借対照表

| (単位：百万円) | 23/5期  | 24/5期  | 前期比<br>増減額 |
|----------|--------|--------|------------|
| 流動資産     | 12,558 | 12,849 | +291       |
| 固定資産     | 7,940  | 10,938 | +2,997     |
| 総資産      | 20,499 | 23,788 | +3,288     |
| 流動負債     | 11,464 | 11,832 | +367       |
| 固定負債     | 3,628  | 5,887  | +2,258     |
| 負債合計     | 15,093 | 17,719 | +2,626     |
| 純資産      | 5,406  | 6,069  | +662       |
| 自己資本比率   | 26.4%  | 25.5%  | △ 0.9%     |

| 主な増減要因       |        |
|--------------|--------|
| <u>流動資産</u>  |        |
| 売掛金の増加       | +261   |
| <u>固定資産</u>  |        |
| 建物及び構築物の増加   | +1,823 |
| 土地の増加        | +775   |
| 繰延税金資産の増加    | +310   |
| <u>流動負債</u>  |        |
| 短期借入金の減少     | △165   |
| 支払手形及び買掛金の増加 | +572   |
| <u>固定負債</u>  |        |
| 長期借入金の増加     | +2,276 |
| <u>純資産</u>   |        |
| 利益剰余金の増加     | +598   |

# 連結キャッシュ・フロー計算書

| (単位：百万円)         | 24/5期   |
|------------------|---------|
| 営業活動によるキャッシュ・フロー | 1,711   |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー | △ 3,633 |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー | 1,877   |
| 現金及び現金同等物に係る換算差額 | 0       |
| 現金及び現金同等物の増減額    | △ 44    |
| 現金及び現金同等物の期首残高   | 629     |
| 現金及び現金同等物の期末残高   | 585     |

## 主な増減要因

### 営業キャッシュ・フロー

|                |      |
|----------------|------|
| 売上債権の増加        | △260 |
| 税金等調整前当期純利益の計上 | +896 |
| 減価償却費の計上       | +515 |
| 減損損失の計上        | +249 |
| 仕入債務の増加        | +572 |

### 投資キャッシュ・フロー

|                |        |
|----------------|--------|
| 有形固定資産の取得による支出 | △3,264 |
| 建設協力金の支払による支出  | △323   |

### 財務キャッシュ・フロー

|               |        |
|---------------|--------|
| 長期借入金の返済による支出 | △1,244 |
| 長期借入による収入     | +3,500 |

## 2. 2025年5月期 通期業績見通し



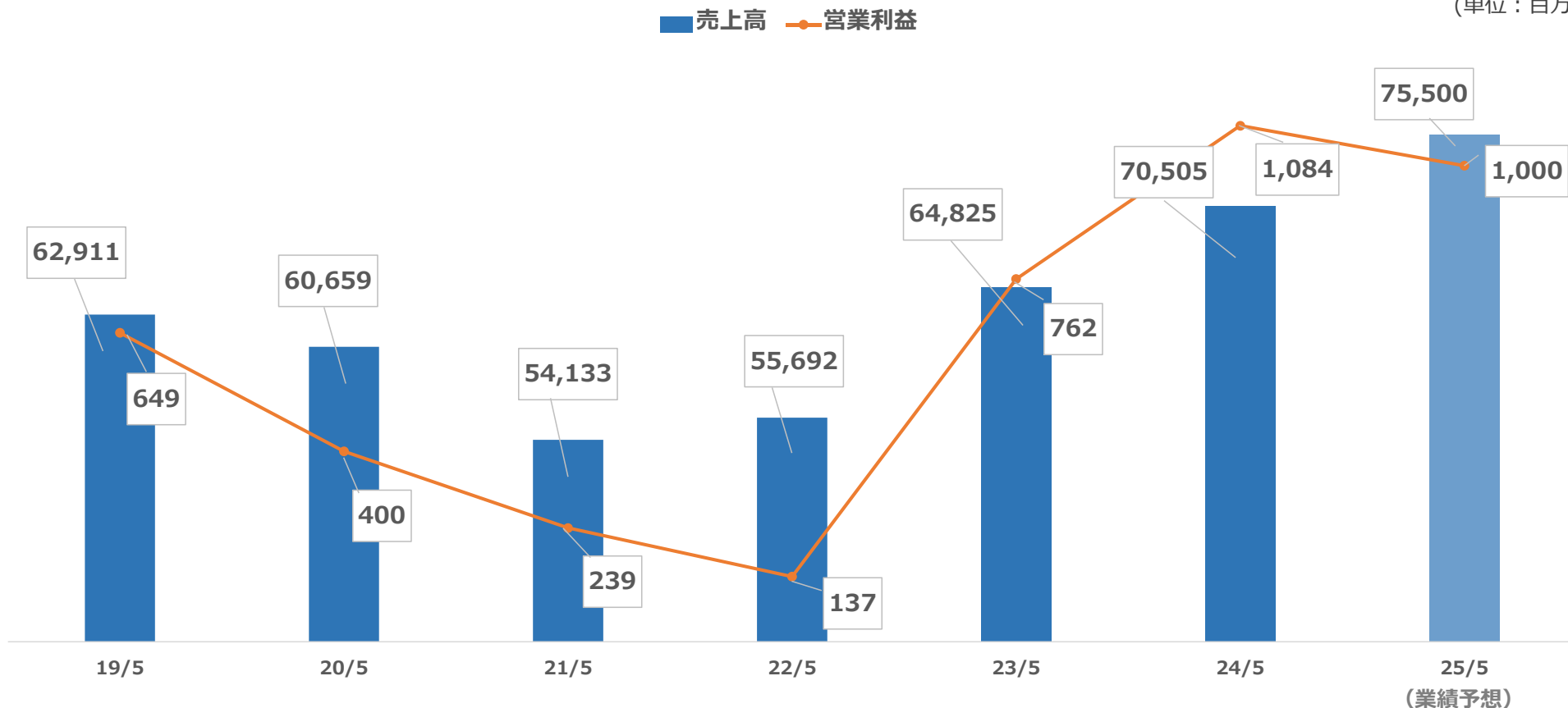
# 連結業績予想（通期）

| (単位：百万円)            | 24/5期  |        | 25/5期  |        | 前期比    |        |
|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|                     | 実績     | 構成比    | 予想     | 構成比    | 増減額    | 増減率    |
| 売上高                 | 70,505 | 100.0% | 75,500 | 100.0% | +4,994 | +7.1%  |
| 営業利益                | 1,084  | 1.5%   | 1,000  | 1.3%   | △ 84   | △7.8%  |
| 経常利益                | 1,145  | 1.6%   | 1,040  | 1.4%   | △ 105  | △9.2%  |
| 親会社株主に帰属する<br>当期純利益 | 760    | 1.1%   | 660    | 0.9%   | △ 100  | △13.2% |

- 外食産業を取り巻く環境は、インバウンド需要の高まりや、飲食店や観光地への人流の増加、企業活動の活発化などを背景に明るい状況が継続することを想定
- 売上高は **過去最高売上** となる **755億円** を計画
- 人件費や光熱費の増加、新本社兼物流センター開設など設備投資に伴う減価償却費の増加などを想定し、利益面は前年同水準となる **10億円** を計画

# 連結業績予想（過年度比較）

(単位：百万円)



- 23/5期・24/5期は、売上高・営業利益ともにコロナ前（19/5期）を上回る水準までV字回復を実現
- 25/5期は、継続して10億円超の利益水準の確保を計画

## 外商事業

- 既存得意先との取引深耕
- 外食需要の高まりやニーズ変化に応じた提案営業の強化
- 病院・老健施設・中食など多様な得意先に対する新規開拓の強化
- 粗利率の向上
- 物流費をはじめとする経費抑制

## アミカ事業

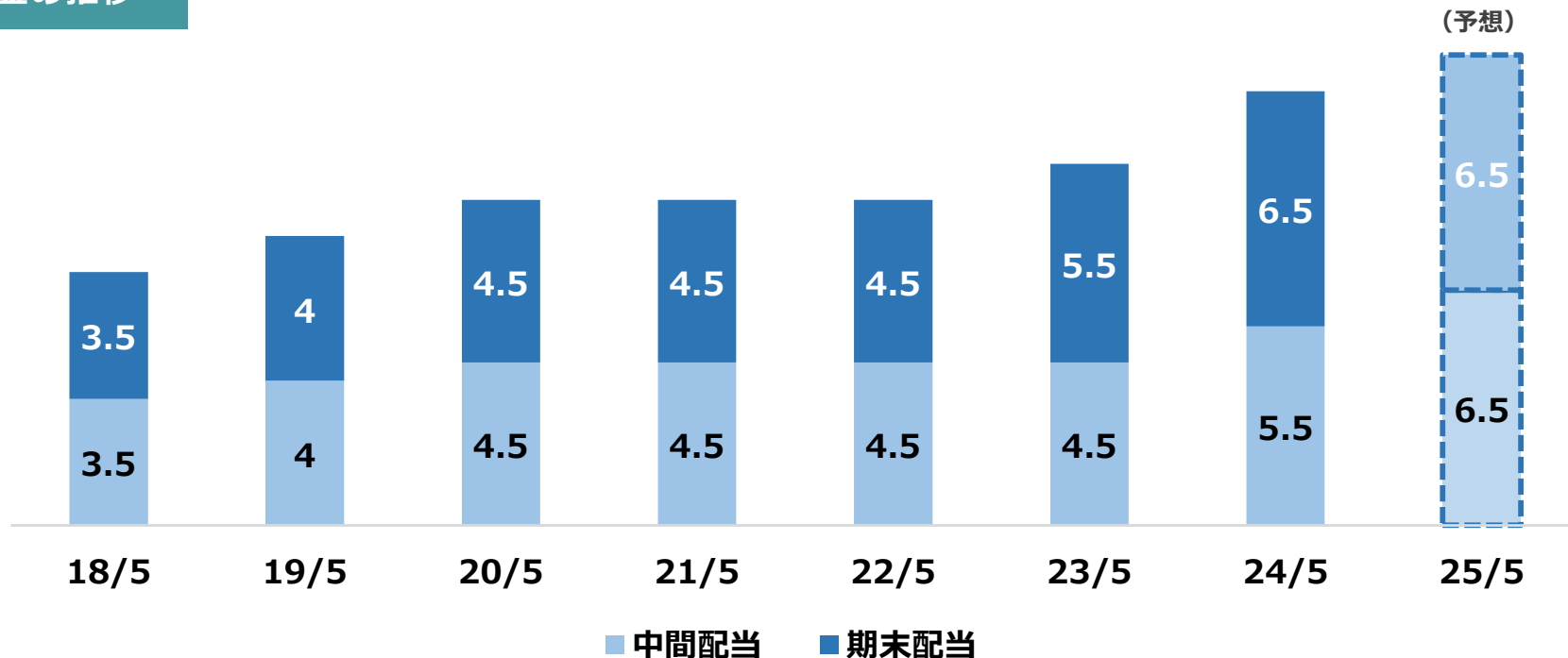
- 継続的な新規出店（25/5期は2店舗出店予定）
- 外食事業者向けのアイテム拡充や営業活動の強化
- 家庭内消費に適したアイテム拡充など一般消費者向けの販売強化
- SNSの活用など販促活動の強化
- 物流効率の向上

## 水産品事業

- 既存得意先との取引深耕
- 輸出販売の拡充（販売先の開拓、新規商材の開発）
- 新規開拓の強化
- 外商事業・アミカ事業との連携による水産品提案力の強化
- 在庫管理の徹底によるロス削減

(単位：円)

## 配当金の推移



- 財務状況・収益動向・配当性向等を総合的に判断しつつ、継続的かつ安定的な配当を行うことを基本方針とし、20/5期にかけて増配を実施、コロナ禍（22/5期まで）は年間配当金 **9.0** 円を継続、23/5期は年間配当金 **10.0** 円の増配、24/5期は年間配当金 **12.0** 円の**2期連続増配**を予定
- 25/5期は、中間配当金 **6.5** 円、期末配当金 **6.5** 円、年間配当金 **13.0** 円、**3期連続増配計画**

## 3. 補足資料

|         |                               |
|---------|-------------------------------|
| 会社名     | 株式会社大光（東京証券取引所 スタンダード市場：3160） |
| 代表者     | 代表取締役社長執行役員 金森 武              |
| 本社      | 岐阜県大垣市古宮町227番地1               |
| 創業      | 1948年（昭和23年） 6月               |
| 設立      | 1950年（昭和25年） 12月              |
| 事業内容    | 業務用食品卸売および小売業                 |
| 事業所・店舗  | 外商事業：9事業所 アミカ事業：51店舗 ※        |
| 子会社     | 株式会社マリンドリカ                    |
| 資本金     | 14億82百万円 ※                    |
| 発行済株式総数 | 14,883,300株 ※                 |
| 株主数     | 27,460名 ※                     |

※ はすべて2024年5月31日時点の内容です。発行済株式総数のうち、自己株式が 200,012株あります。

## 外商事業

業務用食品等  
卸売事業

「食」に関連する企業に業務用食品等を販売

対象顧客：大手外食チェーン、ホテル、レストラン  
事業所給食、学校給食、惣菜、病院、老健施設など



## アミカ事業

業務用食品等  
小売事業

業務用食品スーパー「アミカ」

業務用食品専門のネットショップを展開

対象顧客：小規模外食事業者、一般消費者



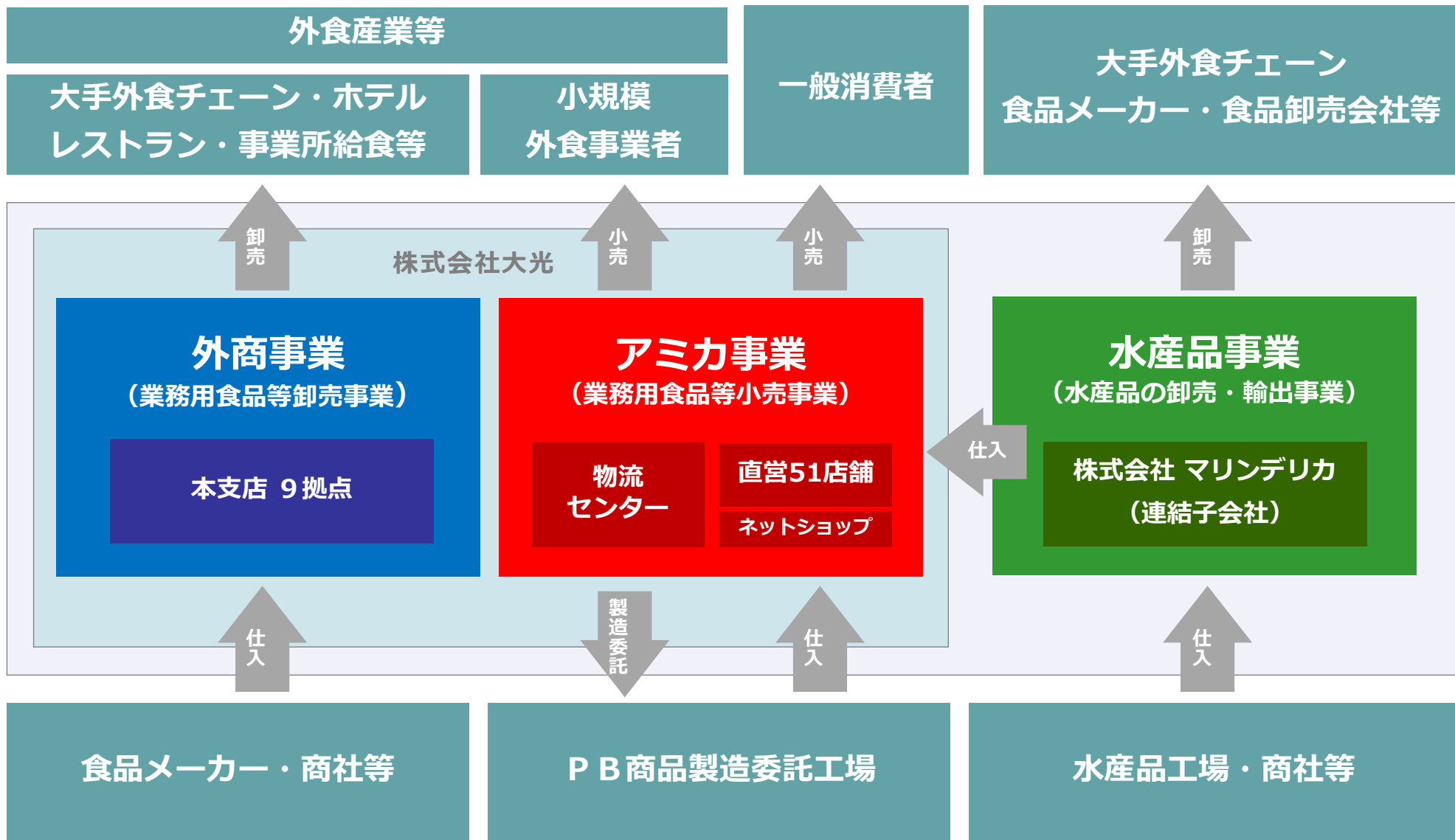
## 水産品事業

水産品の卸売  
輸出事業

貝類を中心とした水産品の国内販売、輸出販売

対象顧客：全国中央市場、食品メーカー  
食品卸売会社、大手外食チェーンなど



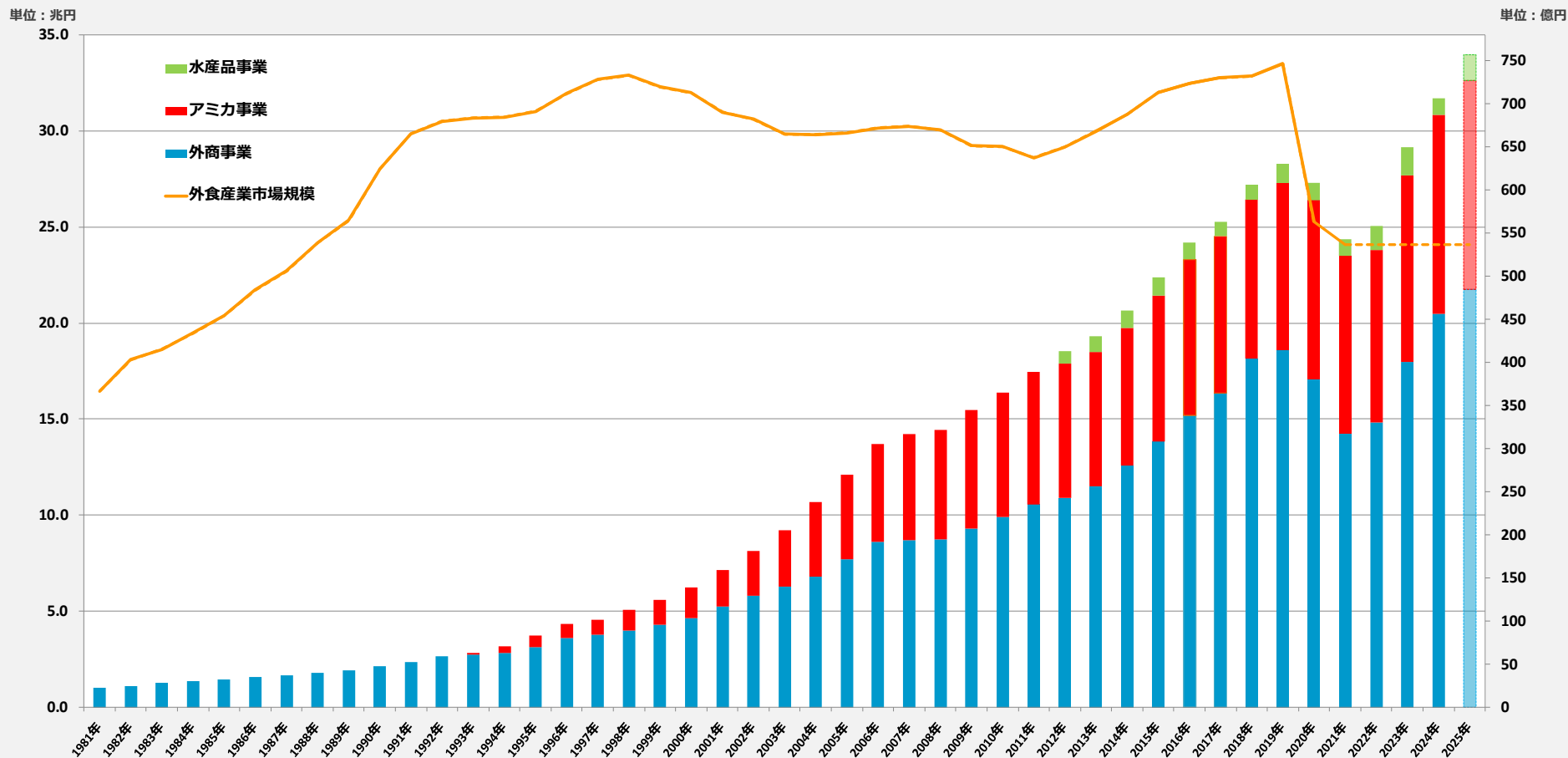


※ 2024年5月31日時点の内容です。



# 事業の特長 ① - 3つの事業で市場を開拓 -

## 外食産業市場が横ばいで推移するなか3つの事業で市場を開拓



出所：公益財団法人食の安全・安心財団「外食産業市場規模推移」推計値と当社売上高実績を基に当社が作成

## 事業の特長 ② - 3つの事業で市場を開拓 -

### 外商事業

東海地区を中心に業務用食品を販売  
事業所給食から事業を開始、**外食産業へ市場を拡大**

02年 羽島物流センター稼働 ⇒ 24年 本店に統合

大手外食チェーン等へ一括物流を提供  
大手チェーン等への対応を強化し、市場を拡大

05年 大阪営業所開設 ⇒ 24年 大阪支店に格上げ

07年 青葉営業所開設 ⇒ 11年 東京支店に格上げ

営業地域を拡大、関東・関西へ進出  
広域の物流フォローと**地域拡大による市場開拓**  
業務用卸市場の約70%を占める3大都市の基盤整備

12年 東京支店を分割し、横浜支店開設

18年 千葉支店開設

### アミカ事業

92年 アミカ事業を開始

業務用食品の小売を開始、新規市場の開拓  
外商事業でフォローできなかった**小規模外食事業者、一般消費者**をターゲットにする

05年 アミカ輪之内物流センター稼働

出店地域の拡大と店舗運営の効率化が可能となる  
センター一括配送による店舗業務の効率化  
出店スピードを加速し、岐阜・愛知・三重・静岡  
滋賀の5県に出店、**ドミナント化で市場を拡大**

11年 関東地区に初出店、アミカネットショップ開設

関東地区への販路拡大を図り、アミカ赤羽西口店開業  
全国のお客様の利便性を追求し、アミカネットショップを開設

### 水産品事業

11年より水産品事業を開始、貝類を中心とする水産品の国内販売・輸出版売

## 「プロ」が満足する3つのブランド ～ 安全・安心・高品質な商品 ～

- プライベートブランド商品の製造委託工場に当社スタッフを派遣するなど品質管理を徹底、価格訴求ではない品質訴求商品
- 業務用食品販売事業者の共同オリジナルブランドである「ジェフダ」も当社のプライベートブランド商品と同様に差別化商品として販売強化



## ① 「食」に関連する幅広い顧客に対応した事業構造

外商事業を通じ、大手外食チェーン、ホテル、レストラン、給食、中食、病院など「食」に関連する企業へ「食」を提供。また、アミカ事業を通じ、小規模外食事業者から一般消費者まで、卸売と小売の両方を展開することにより、幅広い顧客に対応。

## ② 「業務用食品スーパーアミカ」を展開

業務用食品に特化した「業務用食品スーパーアミカ」を展開。一般的な食品を取り扱う量販店と異なり、価格訴求ではなく「プロ」を意識した品揃えや品質がアミカの魅力。適切なプライシングや外商事業を含めた効率的な仕入により、高い収益性を実現。

## ③ 3つのプライベートブランド商品を取り扱う商品力

2つの自社ブランドと業務用食品販売事業者の共同オリジナルブランドである「ジェフダ」を通じ、価格・品質・健康志向・高齢者向けなど、多様な顧客ニーズに対応。「ジェフダ」は共同開発によるスケールメリットや商品開発力により、差別化を実現。

「アマカ」は業務用食品に特化した業務用食品スーパー



飲食店等を営む「プロ」を意識した豊富な品揃え



広い店内には 約6,000種類の商品ラインナップ



お弁当やご家庭の食卓にも活躍、一般の方もお気軽に



## 「小規模外食事業者」の「問屋機能」とは？

- 社員の豊富な商品知識を活かした店内での情報提供・相談機能  
お客様は仕入先に困り、情報が不足している  
⇒ 外商事業と共有する商品情報・営業情報を提供  
⇒ きめ細かな対応、相談機能（メニュー提案から店舗運営まで）
- 外商事業で培った経験を活かした外食事業者のお客様のための店舗運営  
アミカの取扱商品は「プロ」のお客様が毎日の営業に使用する商品  
⇒ 「品質」「価格」「品揃え」の充実とバランス  
⇒ お店の営業に必要な商品が揃う店として、定期的な購買が発生



- 「営業力」と「商品力」を備えた「問屋機能」がアミカの強み  
獲得した小規模外食事業者のお客様の再来店をうながす構造になっている

## 一般のお客様の来店を誘発する、魅力ある店舗の秘密は？

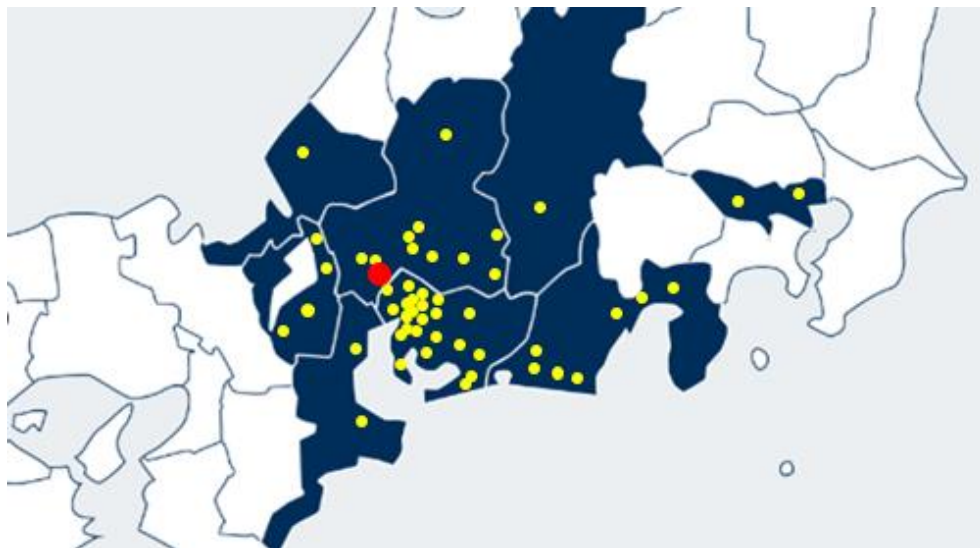
- 「アミカ」は、業務用食品を販売する小売店舗  
「プロ」のお客様が満足する「プロ」向け商品ラインナップ
  - ◎ 品質・・・安全・安心
  - ◎ 価格・・・品質と価格のバランス
  - ◎ 品揃え・・・一般食品小売店にはない「業務用食品」
  
- 「アミカ」は、「プロ」のお客様が利用する店だが、会員制ではない  
「プロ」のお客様と同様に一般のお客様も気軽にご利用いただける店舗
  - ⇒ 節約志向や低価格指向を背景とした一般家庭における業務用食品の利用
  - ⇒ 学園祭やお祭りなど、イベントにおける業務用食品の利用



- 一般小売店とは違う「プロ」を意識した「業務用食品」専門店である  
その特長から、一般消費者のお客様の来店も誘発することができる

東海地区のドミナント化と他地区への販路拡大を進める

出店地域



※ 2024年5月31日時点の状況です。 ● : 物流センター ● : 店舗

|     |     |      |     |      |
|-----|-----|------|-----|------|
| 東海  | 岐阜県 | 10店舗 | 愛知県 | 23店舗 |
|     | 三重県 | 2店舗  | 静岡県 | 7店舗  |
| 甲信越 | 長野県 | 1店舗  |     |      |
| 北陸  | 福井県 | 1店舗  |     |      |
| 関西  | 滋賀県 | 4店舗  |     |      |
| 関東  | 東京都 | 2店舗  | 合計  | 50店舗 |

※ 店舗数にはReica岐阜田神店を含んでいません。

実店舗のない地域のお客様へネットショップを通じて販売





## T V 番組等でアミカが取り上げられ、注目度上昇中！

■ 直近では以下のT V番組に「アミカ」が紹介されました

|            |        |             |            |          |            |
|------------|--------|-------------|------------|----------|------------|
| 2024/5/24  | 東海テレビ  | ニュースONE     | 2024/2/5   | 日本テレビ    | ヒルナンデス！    |
| 2024/1/20  | 東海テレビ  | チャーじ        | 2023/12/21 | 名古屋テレビ   | ドデスカ！+     |
| 2023/12/19 | 東海テレビ  | スイッチ！       | 2023/12/1  | 日本テレビ    | news every |
| 2023/10/30 | 日本テレビ  | ヒルナンデス！     | 2023/9/19  | 日本テレビ    | ZIP！       |
| 2023/6/5   | 日本テレビ  | ヒルナンデス！     | 2023/3/31  | フジテレビ    | news イット！  |
| 2023/1/30  | フジテレビ  | news イット！   | 2023/1/26  | TBSテレビ   | Nスタ        |
| 2023/1/16  | 日本テレビ  | news every  | 2022/11/21 | CBCテレビ   | チャント！      |
| 2022/11/16 | TBSテレビ | Nスタ         | 2022/10/28 | TBSテレビ   | Nスタ        |
| 2022/10/24 | 名古屋テレビ | ドデスカ！       | 2022/10/14 | 日本テレビ    | ヒルナンデス！    |
| 2022/10/8  | 日本テレビ  | ズームイン！！サタデー | 2022/8/30  | フジテレビ    | ポップUP！     |
| 2022/7/19  | 日本テレビ  | ヒルナンデス！     | 2022/6/6   | テレビ愛知    | 5時スタ       |
| 2022/5/26  | 長野放送   | ふるさとライブ     | 2022/5/25  | テレビ東京    | ソレダメ！      |
| 2022/4/22  | TBSテレビ | ひるおび        | 2022/4/5   | テレビ朝日    | スーパーJチャンネル |
| 2022/4/1   | 日本テレビ  | スッキリ        | 2022/3/22  | 日本テレビ    | バゲット       |
| 2022/3/7   | TBSテレビ | THE TIME,   | 2022/3/5   | MBS毎日テレビ | せやねん！      |



証券コード 3160

本資料は、投資勧誘を目的に作成されたものではありません。

掲載されている業績見通し、その他今後の予測・戦略等に関する情報は、本資料の作成時点において、当社が合理的に入手可能な情報に基づき、通常予測し得る範囲内で行った判断に基づくものであります。

通常予測し得ないような特別事情の発生または通常予測し得ないような結果の発生などにより、変更する可能性及び本資料記載の業績見通しとは異なる結果を生じるリスクを含んでおります。

当資料記載の業績見通しのみ全面的に依拠してご判断されることはくれぐれもお控えになられるようお願いいたします。

<お問い合わせ先>

株式会社大光 経営企画室

電話：0584-89-7823（直） FAX：0584-89-7333

E-mail：ir@oomitsu.com

[https:// www.oomitsu.com/](https://www.oomitsu.com/)