

2024年2月期 第3四半期決算説明資料

2024年1月11日

株式会社 **セイヨー**

1. 2024年2月期 第3四半期決算概要
2. 当社における成長戦略
3. 2024年2月期業績見通し
4. 株主還元（配当・株主優待）
5. トピックス

1. 2024年2月期 第3四半期決算概要



- ◆売上高 3,491百万円 (前年同期比6.4%増)
- ◆営業利益 73百万円 (前年同期比105.5%増)

- 売上高については、前年同期比で6.4%増加。
主力のアイスクリーム製造販売において新規取引先の開拓や既存取引先への拡販、夏季の猛暑等により自社ブランド品の販売が好調。東北地方で人気を誇った「ビバオール」の復刻発売など秋冬向けの販売にも注力。OEM受注は伸び悩み。
- 損益面では、原材料価格の高騰やエネルギーコストの高止まり、運搬保管コストの上昇は継続しているものの、価格改定による売価上昇の効果もあり、当四半期における営業利益は73百万円(前年同期比で105.5%増)に改善。

	2024年2月期 第3四半期		2023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	3,491	—	3,278	—
売上原価	2,873	82.2%	2,773	84.5%
売上総利益	617	17.6%	504	15.3%
販管費	543	15.5%	468	14.2%
営業利益	73	2.0%	35	1.0%
経常利益	80	2.2%	33	1.0%
当期純利益	61	1.7%	21	0.6%

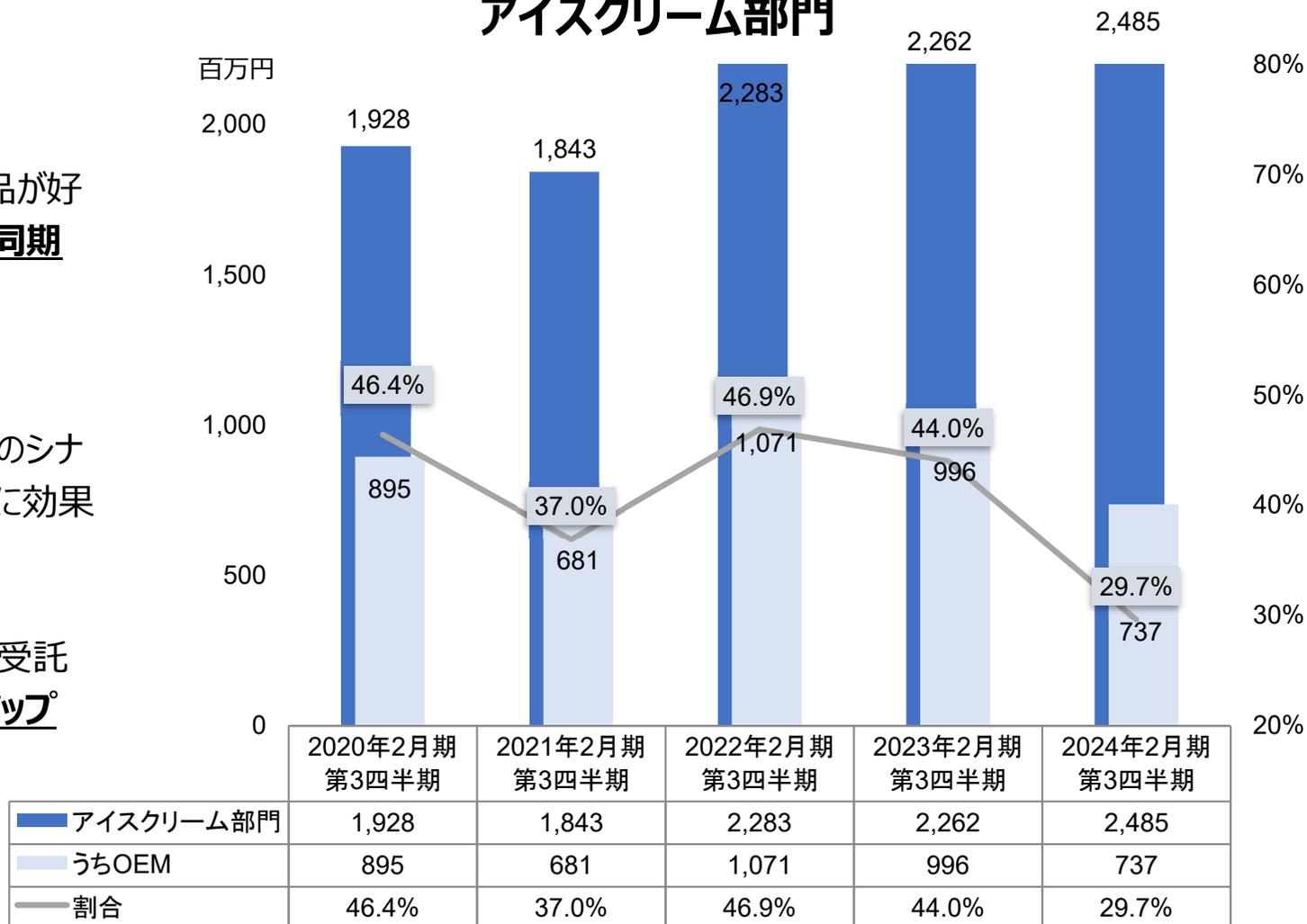
1. 部門別業績：アイスクリーム



◆ アイスクリーム部門

- 重点的な営業活動で、氷カップアイス製品が好調に推移し、自社ブランド品売上が**前年同期比17.6%アップ**
- 継続したSNS戦略、重点的な営業活動のシナジーにより、自社ブランド品売上の底上げに効果
- 物価高に伴って、プライベートブランド品の受託が好調に推移し、前年同期比**39.7%アップ**

アイスクリーム部門



※「収益認識に関する会計基準」等を2023年2月期の期首から適用しております。

1. 部門別業績：和菓子、仕入販売、物流保管



◆ 和菓子部門

- 笹だんごの販売は、観光向け需要を中心に回復しており、原料価格高騰に伴う値上げを実施したものの堅調に推移
- 量販店向けの大福の販売は前年同水準

◆ 仕入販売部門

- 食品量販店等の取引先が仕入ルートをメーカーとの直接取引等に変更したことにより減少

◆ 物流保管部門

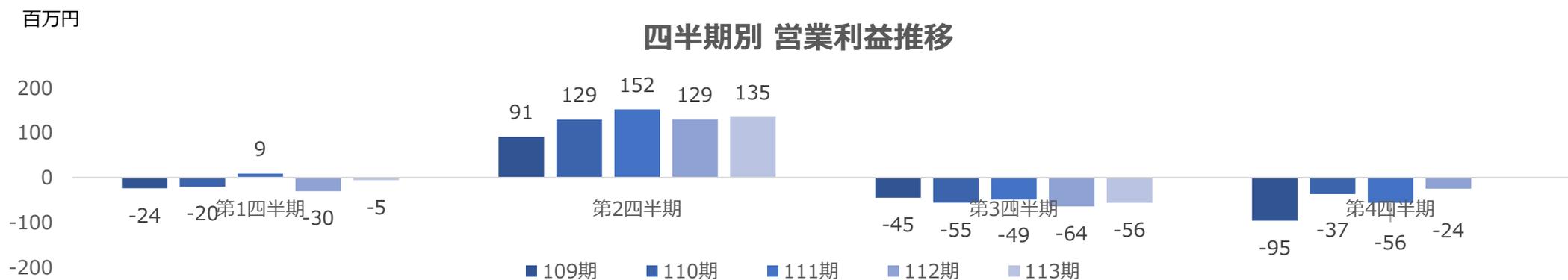
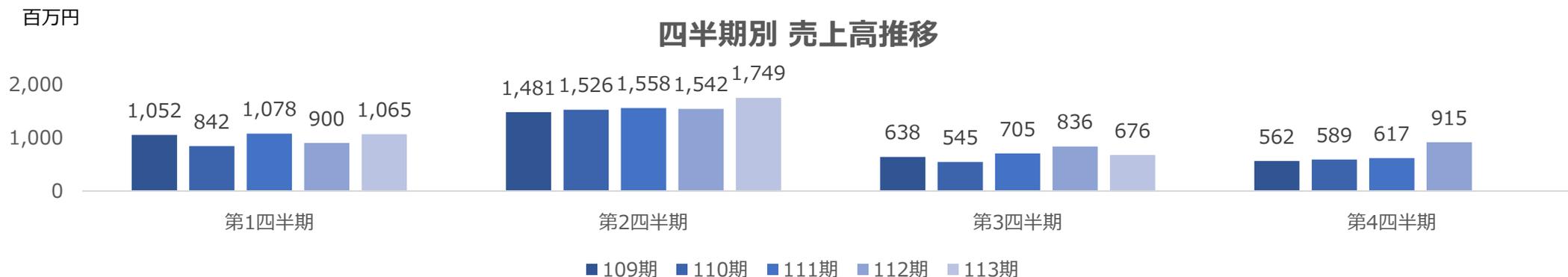
- 冷凍食品の流通が増加したことにより、売上は堅調に推移

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
- 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、前期より秋冬シーズン向け新商品のリリース強化を目指し主体的に活動実施。

1. 外部環境変化への対応策

- ▶ ロシア・ウクライナ情勢や中東情勢を含め国際的な経済環境が大きく変化し、
- ▶ 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。（継続実施含む）

- ▶ 希望販売価格の改定等
 - ・ 2022年9月より順次実施 → 対前年売上単価比較で、平均7.3%の収益改善
- ▶ 自家消費型の太陽光発電を利用した、電力コストの軽減
 - ・ 2023年3月より新たに太陽光発電装置を稼働した新潟工場において、従来電力コストに比べ1,302千円削減
- ▶ 製品の使用原材料の見直し（継続実施）
 - ・ 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（継続実施）
 - ・ 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

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】

目的

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、112期より開始した「セイヨー秋冬強化プロジェクト」を今期も引き続き取り組みを実施

重点項目

- 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. 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2023】 今期の取り組み

「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」を実現するため、以下の取り組みを予定しております。

● 秋冬向け限定笹だんごの発売

季節限定笹だんごの取り組みを継続し、「秋」笹だんごとして「栗笹だんご」を発売。
第4四半期にて「冬」笹だんごの発売を予定しております。



● ビバオールの復刻

ブランド力のある秋冬向け新商品として「ビバオール」を復刻発売いたしました。

「ビバオール」は、北関東から東北地方において、地域を代表するアイスとして長年愛されており、現在でも根強いファンを獲得しています。「ビバオール」の潜在的マーケットは、今後の当社の業績に大きく寄与するものと想定しております。



当期も引き続き、秋冬の業績改善に向け積極的な取り組みを継続してまいります。

2. 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
- 消費者層の拡大を図ることを目的に、製品別特設ページとして昨季開設した「もも太郎」と「NIIGATA ICE SELECTION」に加え「ビバオール」の特設ページも開設。当社からお客様への直接販売の強化に取り組む



- 更なる消費者層の拡大を目指して大手E Cモールへの出店を実施し、モール内プロモーションの強化を実施。従来の自社運営サイトだけでは取り込むことができなかった新規顧客層の開拓に取り組む
- 流通小売店とE Cの差別化を図り新たな需要を開拓するため、E C限定商品の投入を検討中

2. 当社における成長戦略②：SNS関連プロモーション



- 112期より取り組みを強化したSNS関連プロモーションは一定の成果を得ることに成功いたしました。当期も引き続き取り組みを継続してまいります。
- 秋冬売上強化プロジェクトの強化項目であるビバオールについては、プロモーション動画の製作を実施。
- SNS関連の取り組みに関しては、今後も認知度向上を目的に強化する取り組みを継続してまいります。

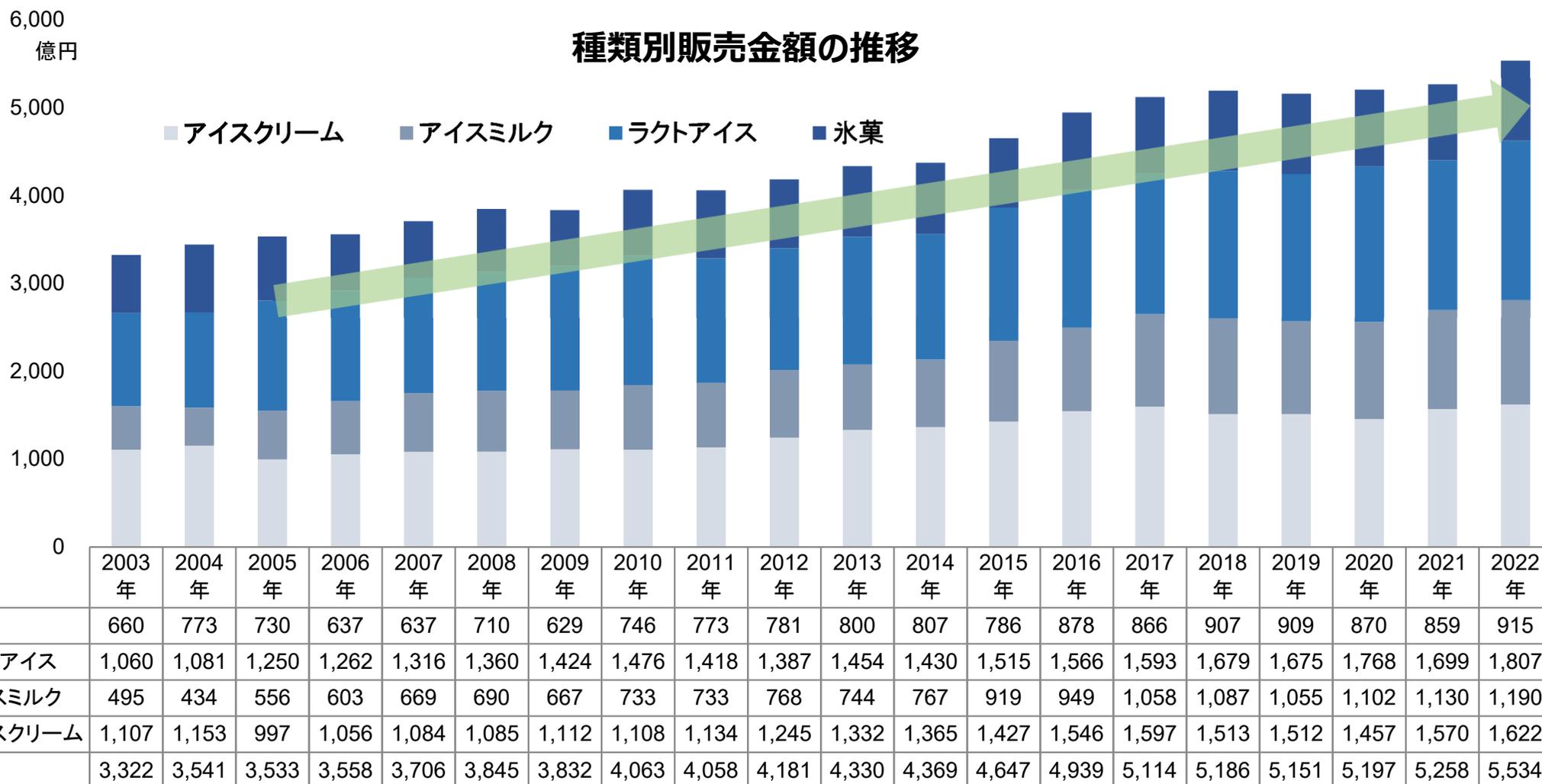


トラウマ確定な昭和のアイス屋さんのCM

15,459 回視聴・1 か月前

かつて東北地方で人気を誇ったあのアイスが復活！
詳しくはこちらから→<https://www.seihyo.co.jp/vivaall/>

2. アイスクリーム販売：国内市場は成長基調が続く



Source：一般社団法人日本アイスクリーム協会「2022年度 アイスクリーム類及び氷菓 販売実績」より

2. 中期経営計画 “Creative 2024”



- 2024年2月期を最終年度とする中期経営計画「Creative2024」を推進しており、当第3四半期までの進捗について以下の通りであります。

	2024年2月期		
	計画	実績	進捗率
売上高 (千円)	4,200,000	3,491,081	83.1%
売上総利益 (千円)	650,000	617,160	94.9%
営業利益 (千円)	50,000	73,668	147.3%
営業利益率 (%)	1.1%	2.1%	-

- 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

3. 2024年2月期 業績見通し



2024年2月期の業績予想は以下のとおりであります。

◆ 2024年2月期の業績予想（2023年3月1日～2024年2月29日）

(通期)

期	売上高 (千円)	営業利益 (千円)	経常利益 (千円)	当期純利益 (千円)	営業利益率	当期純利益率	1株当たり 配当(円)
予想：113期	4,200,000	50,000	65,000	50,000	1.1%	1.1%	17(予)
実績：112期	4,192,988	11,488	32,877	20,585	0.2%	0.4%	50

※ 2023年2月28日を基準日とした普通株式を、1株につき3株の割合で株式分割を実施

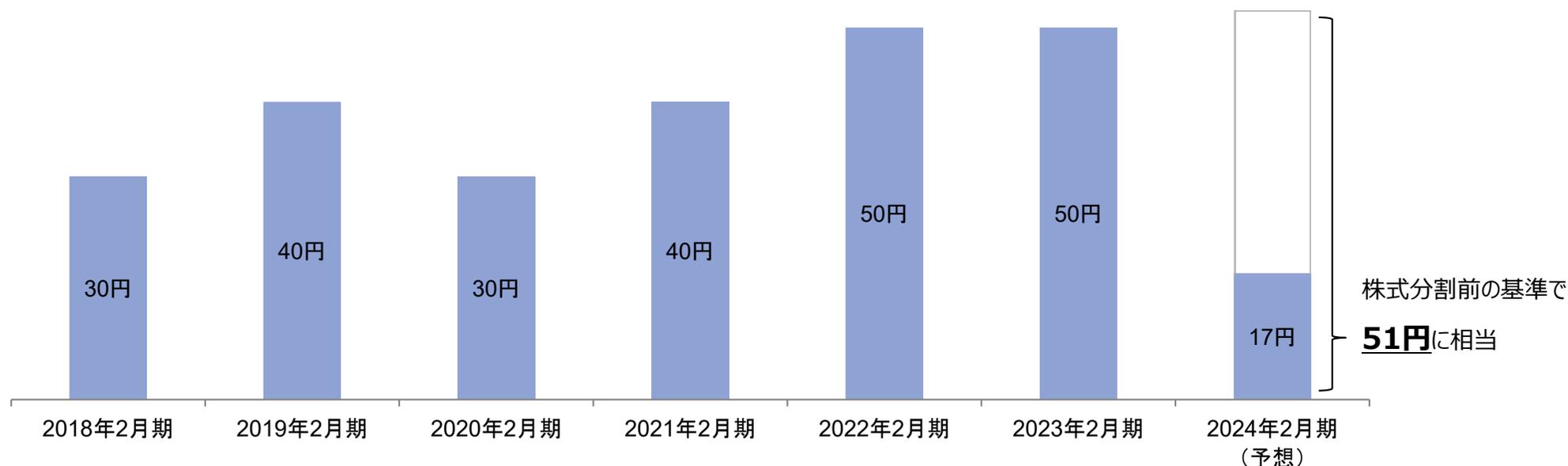
※上記の業績予想等に関する記述につきましては、本資料の発表日現在において入手可能な情報に基づいて作成されており、実際の業績は今後様々な要因により予想数値と異なる可能性があります。

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

1株あたりの配当金額の推移



※ 2023年3月1日付で普通株式1株につき3株の割合で株式分割を実施しており、2023年2月期以前の配当は株式分割前の基準で記載しております。

- ▶ 株主還元に関するベンチマークを用いた還元方針に関しては、現在の当社を取り巻く状況と今後の収益状況を見極めたうえで検討を行っていくことといたします。

4. 株主優待制度について



【株主優待制度】

当社では、株主の皆様の日頃のご支援に感謝するとともに、当社製品をよりご理解いただくこと、また、当社株式への投資魅力を高め、中長期的により多くの株主様に保有していただくことを目的として、株主優待制度を実施しております。

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いたします。

なお、当社は、2023年3月1日付で普通株式1株につき3株の割合で株式分割を実施しております。

これに伴い、2023年実施分より制度内容が以下の通り変更となりました。

株主優待の内容（2023年より）

100株以上	2,000円相当の当社製品詰め合わせ
500株以上	3,000円相当の当社製品詰め合わせ
1,000株以上	4,000円相当の当社製品詰め合わせ



掲載写真は過去にお届けした株主様ご優待品の一例です。実際にお届けするご優待品の内容とは異なる場合がございます。

5. トピックス



ビバオール復刻発売 プロモーション動画および新CM公開

もも太郎に並ぶセイヒョーの新たなブランド力ある製品として、2023年11月6日にビバオールを復刻発売いたしました。特設ページの開設や、セカイ監督によるプロモーション動画も公開し、WEBプロモーションを展開しております。さらに、2023年12月下旬より新たにテレビCMの放映も実施し、引き続き、販売拡大に注力してまいります。



限定商品「栗笹だんご」発売

イタリア栗のパウダーを配合した優しい味わいの生地で、渋皮入りの栗あんを包んだ、限定の栗笹だんごを発売しました。従来の笹だんごとは一味変わった、まるでモンブランを食べているかのようなスイーツ感覚で味わうことができ、お茶請けとしてはもちろん、ほっと一息つきたいときにぴったりな笹だんごに仕上がりました。



5. トピックス



「新工場建設プロジェクト」進行中

すでにお知らせのとおり、弊社では新工場建設に向け、新潟市北区太郎代に建設用地としての土地の売買契約を締結し、引渡し手続きを完了いたしました。



新たに取得した建設用地
(新潟市北区太郎代 面積17,084.82㎡)



既存のアイスクリーム生産拠点である、新潟工場
(新潟市北区島見町)

現在は、製造部門を中心としたプロジェクトメンバーにより、新工場におけるコンセプトの決定、導入する製造ラインの選定など、新工場の目指すべき姿の確定を進めております。新工場建設の予定に関しましては、今後詳細が決まり次第随時お知らせをまいります。

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。

