

2025年3月期 第2四半期 決算補足説明資料

2024.11.08

Supplementary Materials for Financial Results

株式会社 **ヤギ** 証券コード : 7460



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

- P04-07 | **01** 連結決算ハイライト
- P08-13 | **02** 連結業績
- P14-19 | **03** セグメント別業績
- P20-24 | **04** 企業価値向上の取り組み
- P25-26 | **05** 株主還元方針
- P27-31 | **06** 主なTOPICS
- P32-34 | **07** 参考資料

01

連結決算ハイライト

決算ハイライト | 連結

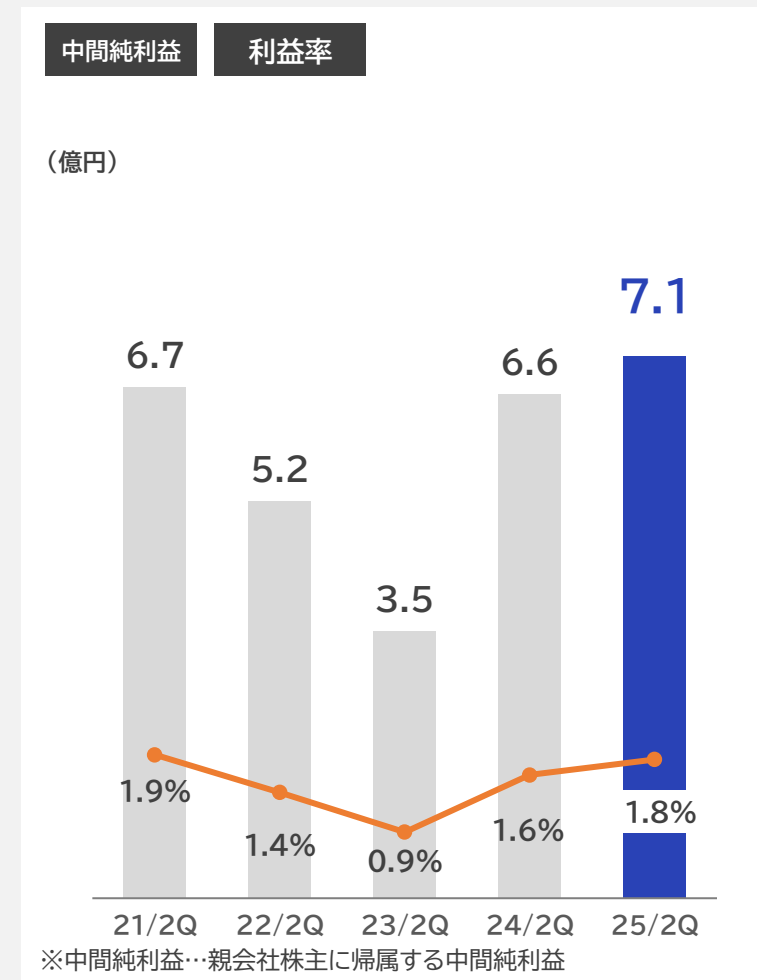
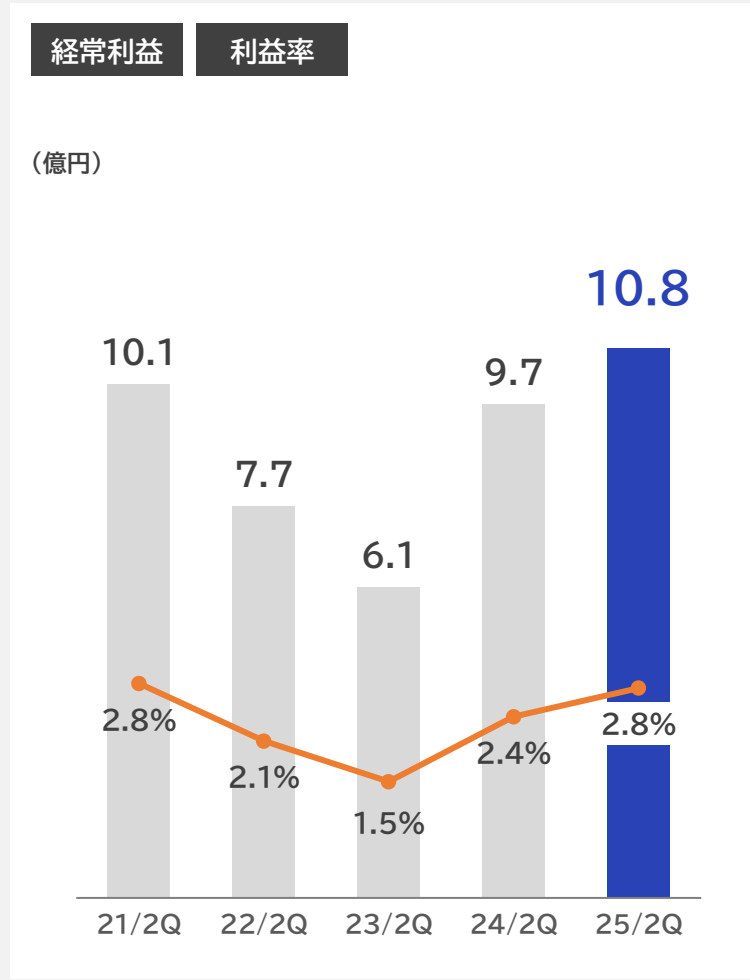
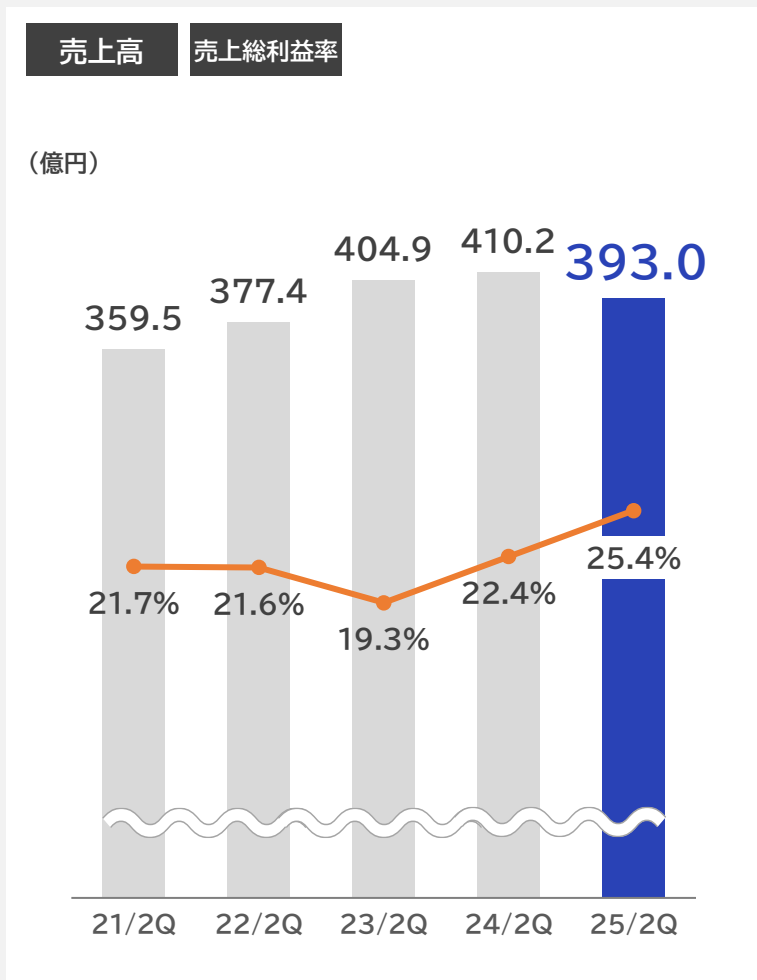
売上高はマテリアル事業における国内需要の減退などにより、前年同期から減少したものの、営業利益以下の各利益は前年同期を上回りました。

売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属する中間純利益
393.0 億円	10.9 億円	10.8 億円	7.1 億円
前年 同期比 ▲17.2 億円 ▲4.2%	前年 同期比 +1.6 億円 +17.7%	前年 同期比 +1.0 億円 +11.0%	前年 同期比 +0.5 億円 +7.9%

- 売上高は、ブランド・リテール事業が伸長
- 利益は、マテリアル事業が貢献

売上高と利益(中間)の5年推移 | 連結

売上高は減少したが、利益額、利益率ともに、上昇しております。



※21/2Qの数値は、「収益認識に関する会計基準」等の基準に置き換えて表示しております。

業績予想の修正 | 連結

外部環境の不透明さからの先行き懸念などから、売上高は下方修正しましたが、グループ経営の深耕などにより効率化を図ることで営業利益以下の各利益は、上方修正しました。

(億円)	2025/2Q	2025/3期(2024年5月発表)		2025/3期(2024年11月発表)	
	実績	通期予想	進捗率	通期予想	増減率
売上高	393.0	870.0	45.2%	830.0	▲4.6%
営業利益	10.9	32.4	33.6%	34.0	+4.9%
経常利益	10.8	33.5	32.3%	35.0	+4.5%
親会社株主に帰属する 中間純利益	7.1	21.3	33.6%	22.0	+3.3%

02

連結業績

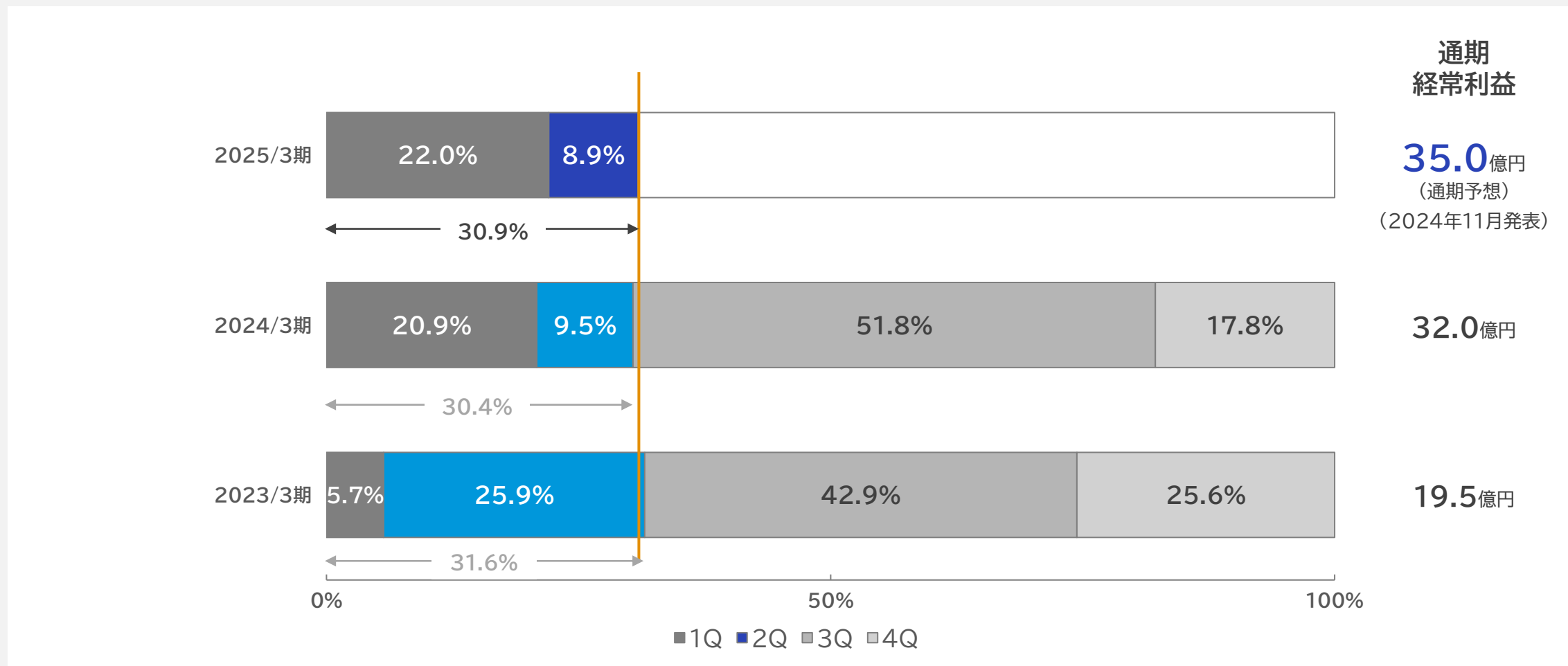
P/L | 連結

各利益は、前年同期を上回って推移しており、通期予想達成に向けて進捗しております。

(億円)	2025/2Q	2024/2Q		2025/3期(2024年11月発表)		2025/3期 (2024年5月発表)
	実績	実績	増減率	通期予想	進捗率	通期予想
売上高	393.0	410.2	▲4.2%	830.0	47.4%	870.0
営業利益	10.9	9.2	+17.7%	34.0	32.1%	32.4
経常利益	10.8	9.7	+11.0%	35.0	30.9%	33.5
親会社株主に帰属する 中間純利益	7.1	6.6	+7.9%	22.0	32.5%	21.3

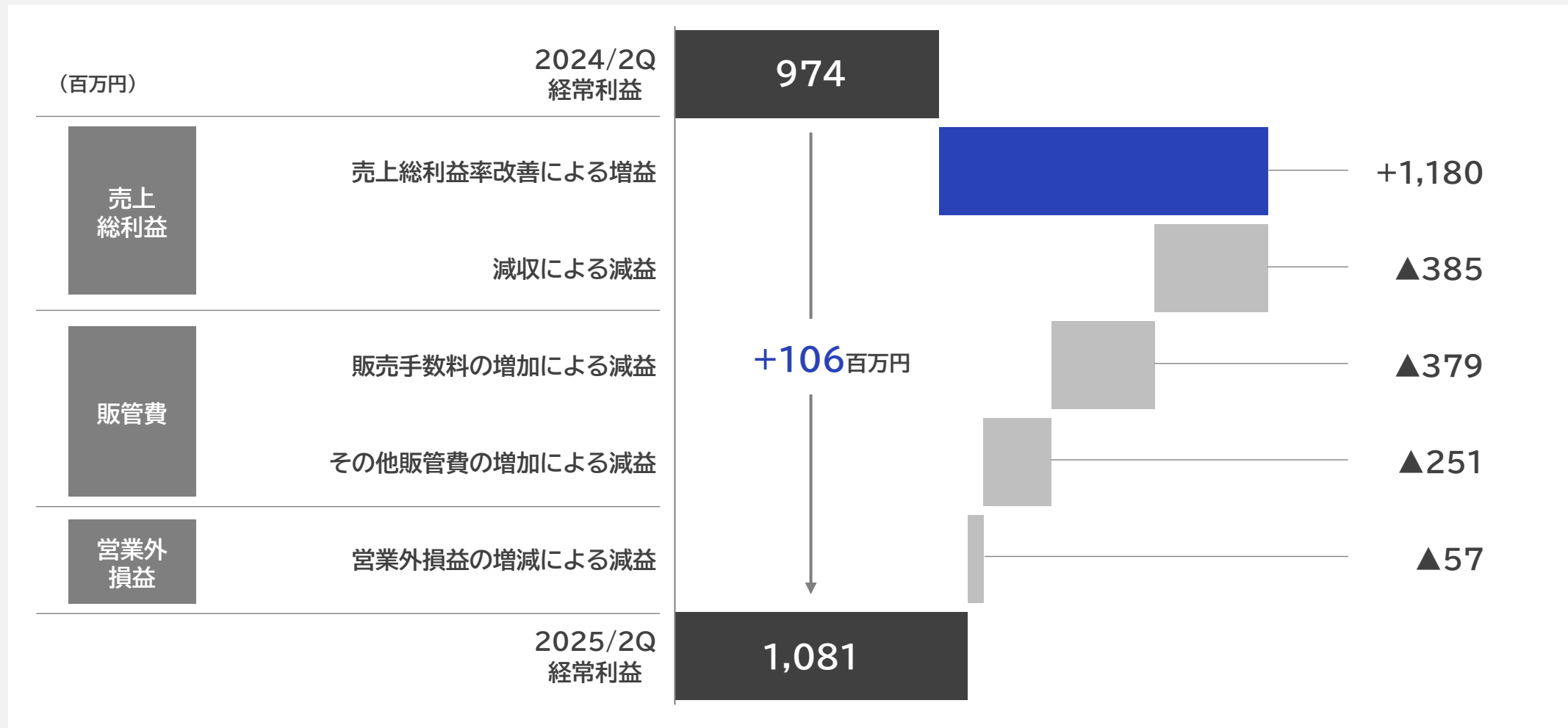
経常利益の進捗 | 連結

前年同期を上回り、通期予想達成に向けて進捗しております。



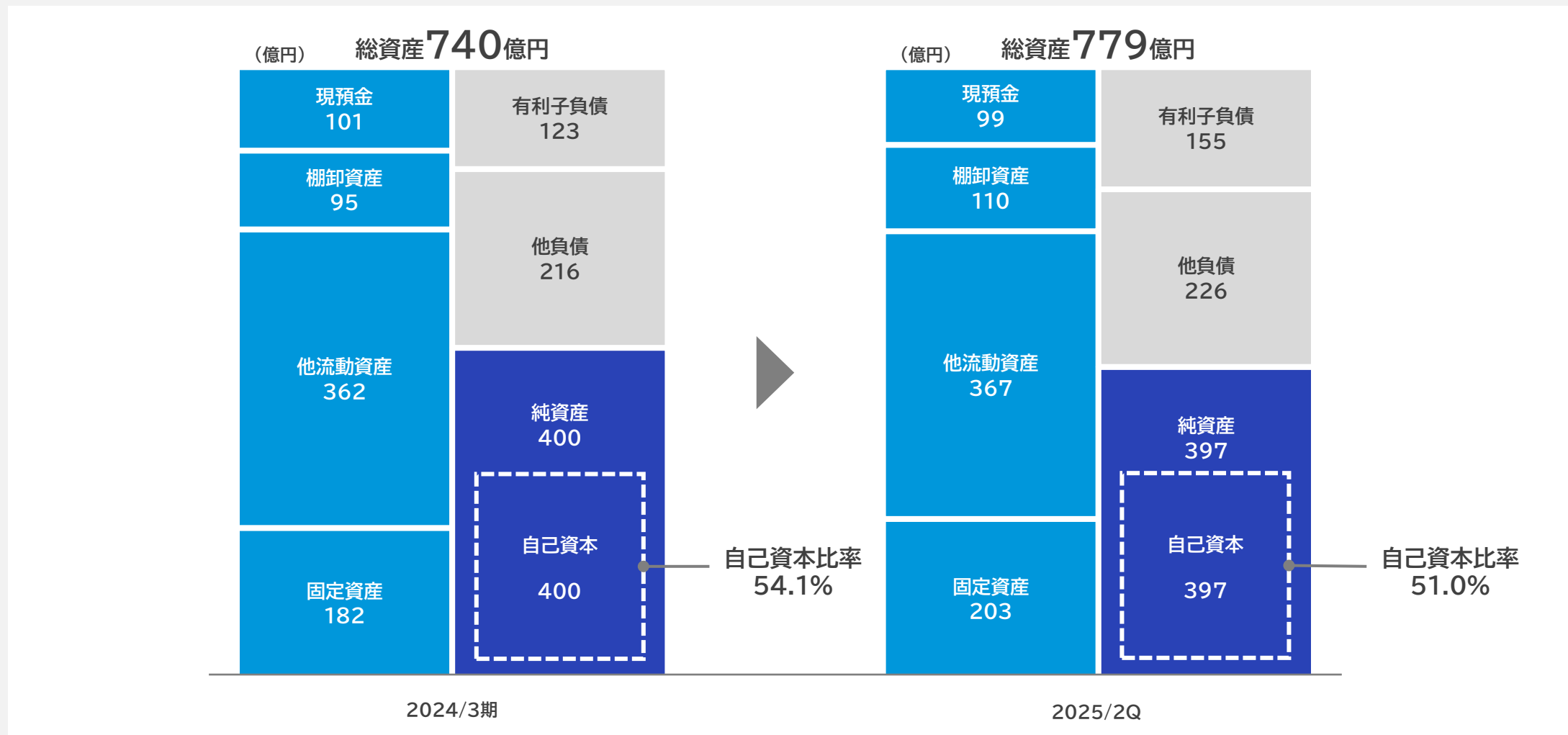
経常利益の増減 | 連結

販管費は増加したものの、売上総利益率の改善などにより経常利益は増加しました。



B/S | 連結

総資産は39億円増加し、自己資本比率は3.1pt減少しました。



C/F | 連結

営業C/Fの増加などにより、フリーC/Fが改善したことにより、現金及び現金同等物は、22.3億円増加しました。

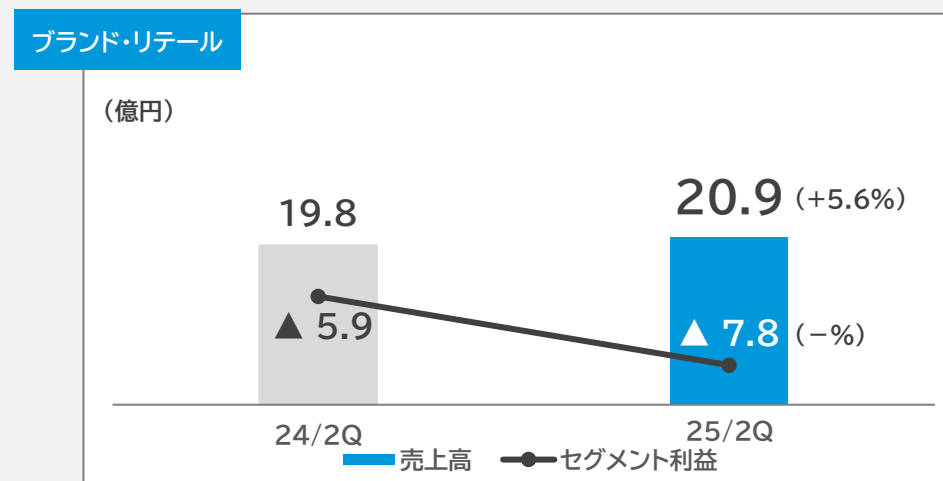
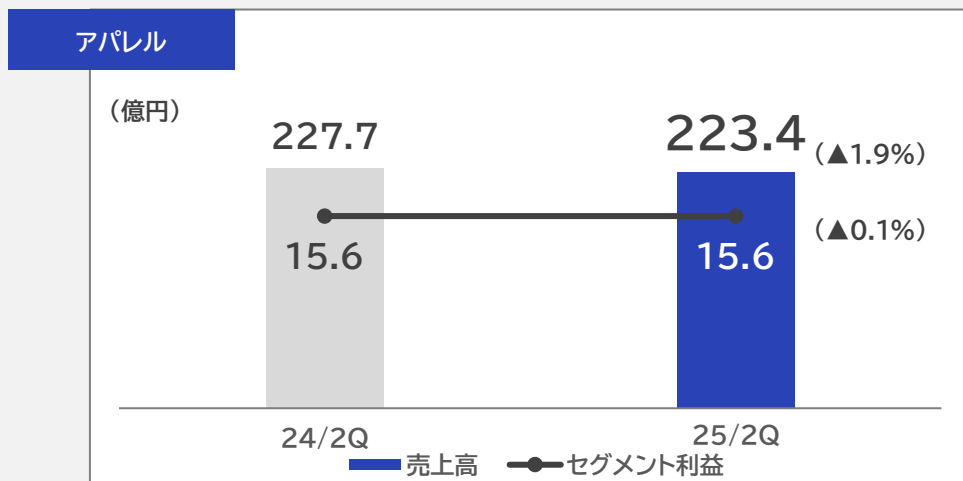
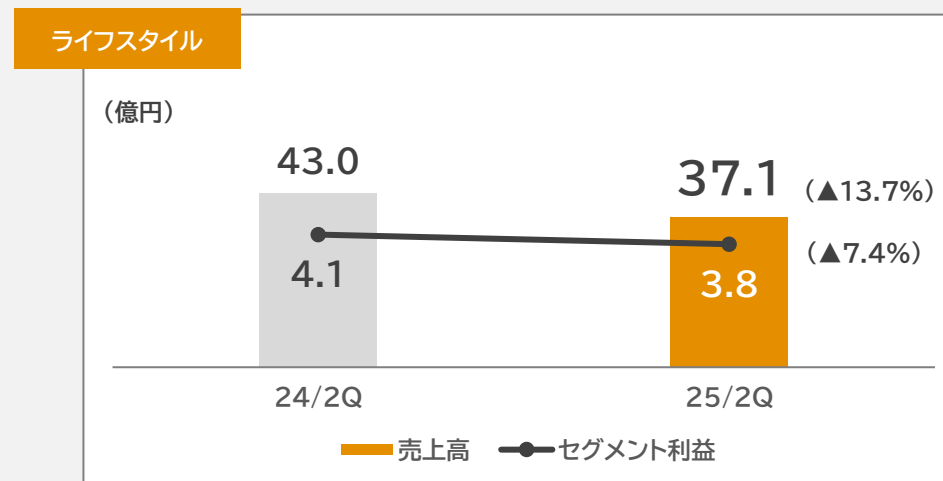
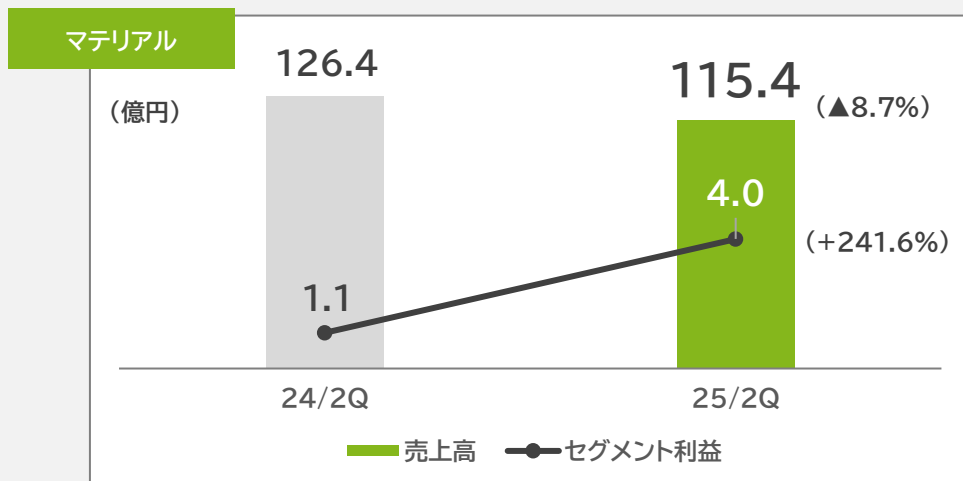
(億円)	2025/2Q	2024/2Q	
	実績	実績	増減額
営業活動によるC/F	▲9.6	▲44.0	+34.4
投資活動によるC/F	▲20.7	▲5.8	▲14.9
フリーC/F	▲30.3	▲49.8	+19.5
財務活動によるC/F	26.7	11.4	+15.3
連結範囲の変更に 伴う増減額など	1.4	5.4	▲3.9
現金及び現金同等物	98.2	75.9	22.3

03

セグメント別業績

売上高・セグメント利益 | セグメント

売上高はブランド・リテール事業が堅調、利益はマテリアル事業が増加しました。



マテリアル事業 | セグメント



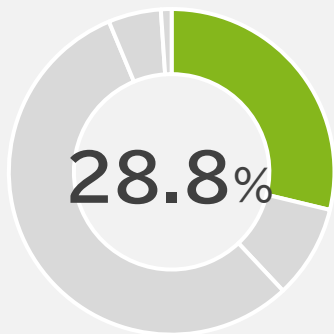
ポイント

- 天然繊維は、引き続き国内産地の商況が低調で需要が減退
- 合繊繊維は、車両関連素材が低調、サステナブル素材などの海外販売が堅調に推移
- 生地は、海外販売の増加、一部商材の価格転嫁などにより好調に推移
- 商品在庫は、在庫水準の適正化により改善

重点方針

- 既存商材の価格転嫁を進めることによる利益率向上
- 環境配慮型素材のブランディング強化
- 海外市場向け加工糸・生地販売体制の強化
- 海外拠点を活用したグローバル戦略の推進

売上高構成比

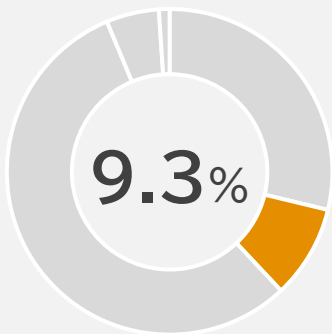


(億円)	2025/2Q	2024/2Q		
	実績	実績	増減額	増減率
売上高	115.4	126.4	▲11.0	▲8.7%
セグメント利益	4.0	1.1	+2.8	+241.6%
利益率(%)	3.5%	0.9%		

ライフスタイル事業 | セグメント



売上高構成比



ポイント

- ダストコントロール商材は、生産調整の影響が継続し、販売が低調
- 産業資材は、新規受注の獲得など、一定の成果あり
- タオルや化粧用商材は、原価率の改善などにより、利益に貢献

重点方針

- 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
- ライフスタイル商材のグローバル展開
- 更なる効率化の追求によるコストダウンの実行

(億円)	2025/2Q	2024/2Q		
	実績	実績	増減額	増減率
売上高	37.1	43.0	▲5.8	▲13.7%
セグメント利益	3.8	4.1	▲0.3	▲7.4%
利益率(%)	10.3%	9.6%		

アパレル事業 | セグメント



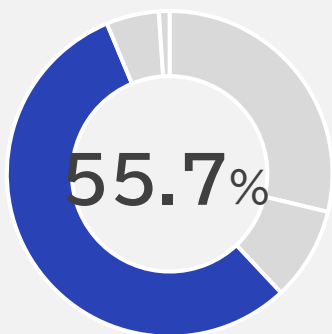
ポイント

- 長引く円安の影響や前期のコロナ特需は一巡
- 主要な取引先への提案、関係の強化などにより比較的好調に推移
- 収益性向上に向けて、不採算事業の整理などを行い効率化を図る
- 物流コストなどのコスト削減により利益に貢献

重点方針

- 中高価格帯向けビジネスの強化
- 海外販売及びブランド・ライセンス事業の拡大
- ASEAN生産のさらなる拡充及び原料調達を含めた体制の構築

売上高構成比



(億円)	2025/2Q	2024/2Q		
	実績	実績	増減額	増減率
売上高	223.4	227.7	▲4.2	▲1.9%
セグメント利益	15.6	15.6	▲0.0	▲0.1%
利益率(%)	7.0%	6.9%		

ブランド・リテール事業 | セグメント



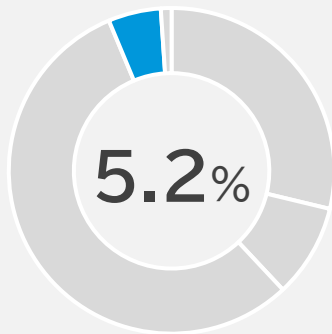
ポイント

- 円安などの影響により、インバウンド需要は引き続き高まる
- 気温の上昇に伴い夏物商材は順調に推移したが、反動で秋冬物商材の初速は鈍い
- ブランド事業は、春夏商材の強化と卸売りが好調に推移

重点方針

- 海外販売のさらなる拡販に注力
- 海外におけるマーケティング及びブランディングの強化
- 出店計画の着実な実行及び店舗開発、店舗・本部運営の高度化

売上高構成比



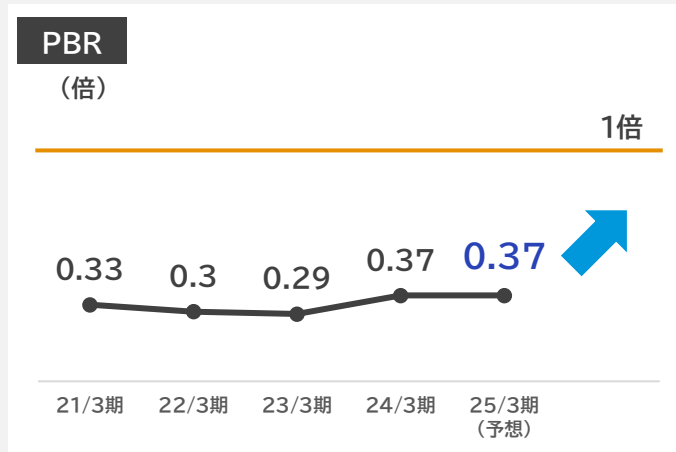
(億円)	2025/2Q	2024/2Q		
	実績	実績	増減額	増減率
売上高	20.9	19.8	+1.1	+5.6%
セグメント利益	▲7.8	▲5.9	▲1.8	-
利益率(%)	-	-		

04

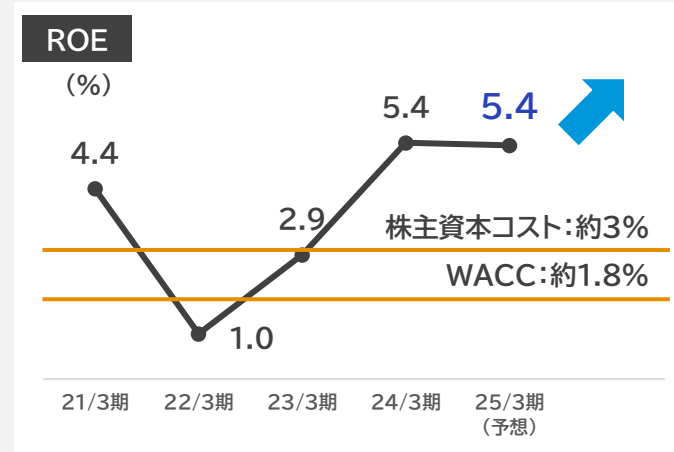
企業価値向上の取り組み

現状分析 | 企業価値向上の取り組み

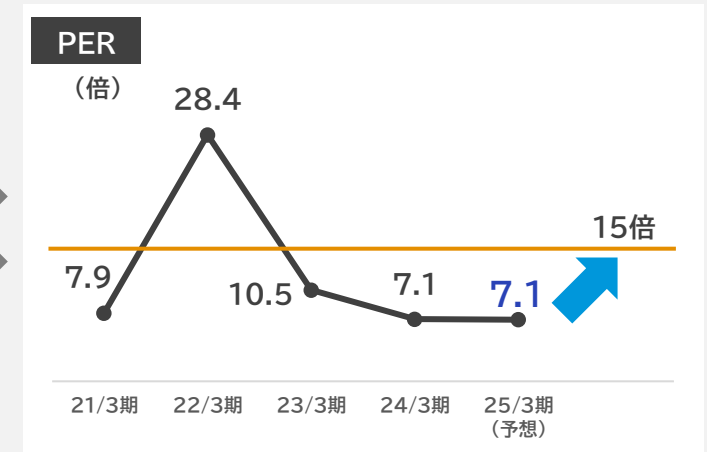
PBRを向上させるために、ROE、PERを意識して段階的な引き上げを目指します。



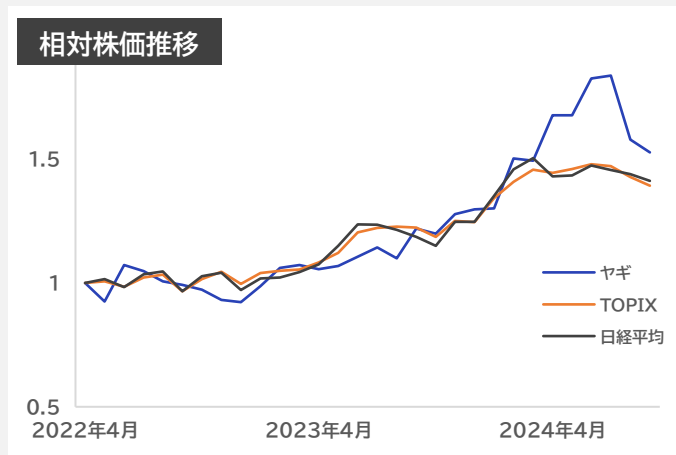
※25/3期(予想)PBR = 期末日株価 × 2025年3月期業績予想数値



※WACC = (株主資本コスト × 株主資本比率) + (負債コスト(実効税率考慮後) × 負債比率)



※25/3期(予想)PER = 期末日株価 × 2025年3月期業績予想数値



※2022年4月を1と表示

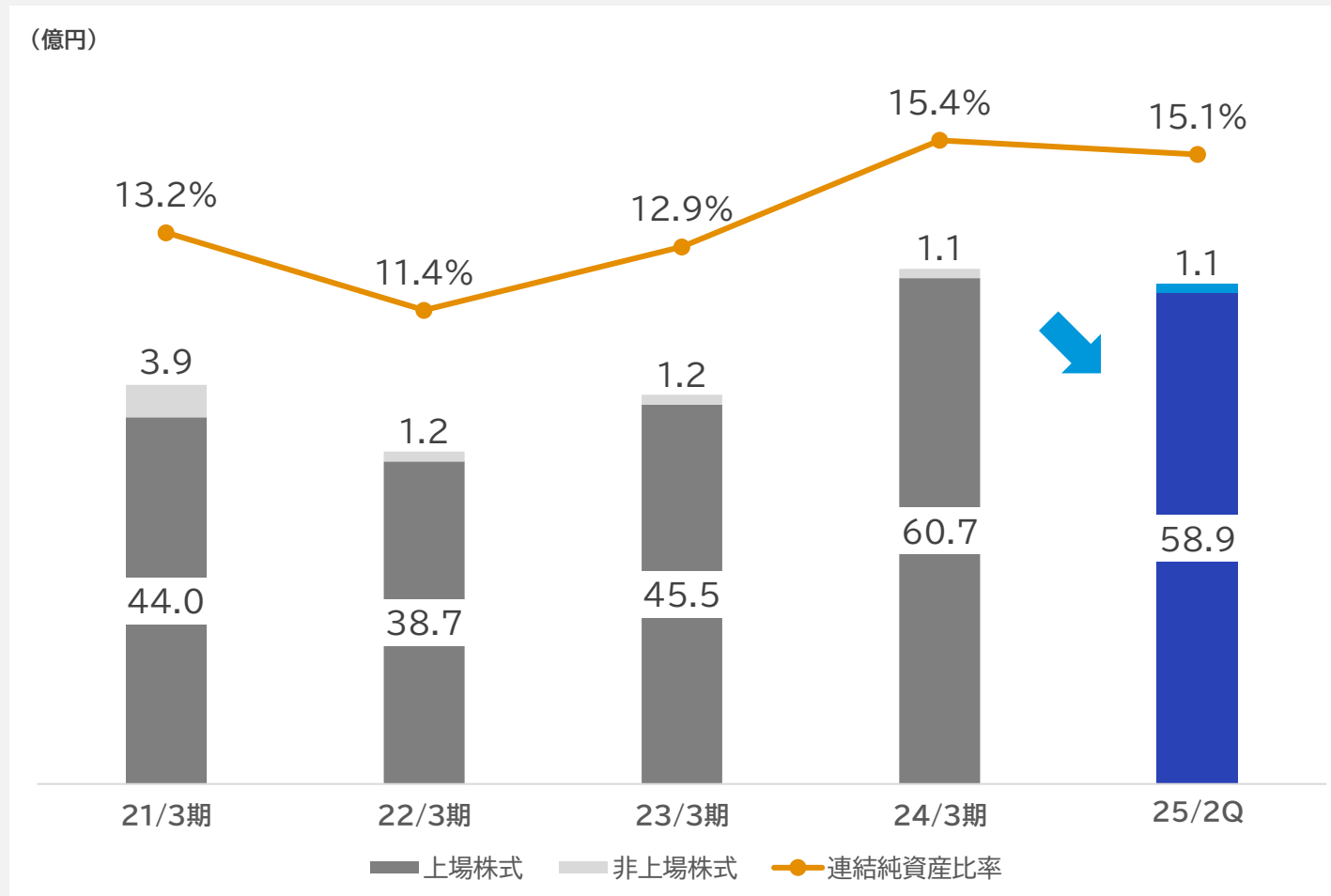
株主資本コストの前提 ※決算期末時点
 リスクフリーレート: 0.725%
 (新発10年国債利回り)
 β : 0.405
 (TOPIX5年月次)
 リスクプレミアム: 6.037%
 (TOPIX変化率ベース - 新発10年国債利回り)

現状分析

- PBRは、1倍割れが続く。
- ROEは、株主資本コスト・WACCを上回る水準を維持。
- 株価上昇率は、TOPIX、日経平均を上回るものの、足元のPERは横ばいであり、将来の収益期待を高める必要がある。

政策保有株式の縮減 | 企業価値向上の取り組み

資本コストや取引関係の維持強化などによる事業上のリターンを総合的に勘案したうえで、保有意義が希薄化した株式については、売却を進めております。



中期経営計画 | 企業価値向上の取り組み

基本方針



社是

終始一誠意

- 新しい価値の創造とグローバルな挑戦を行い、
人々の生活によるこびを与え豊かな社会に貢献していく
- 人・地域・国を結び、織維の可能性を引き出していく
 - お客様の声に耳を傾け、社会と共有できる価値によって社会とヤギグループの持続的成長を結実させていく
 - 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していく
- ヤギグループの持続的成長の基盤作り
- 基本方針を実現するための経営基盤の強化策

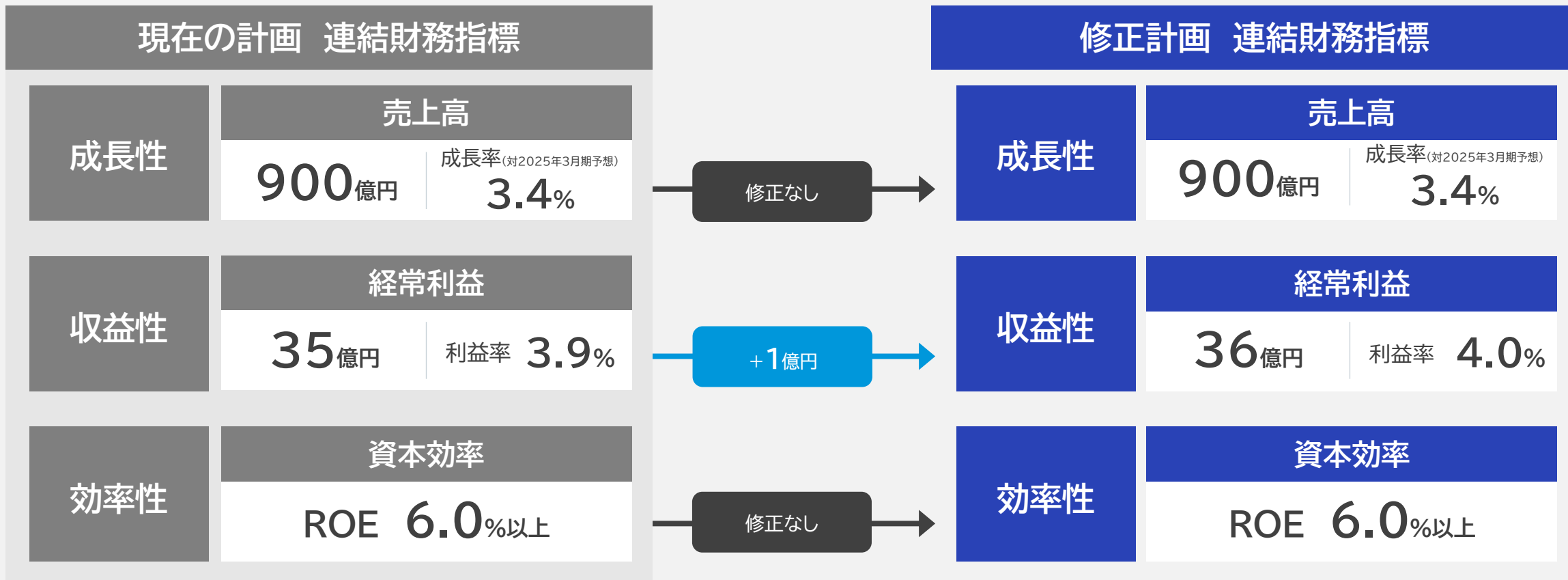
基本戦略

事業戦略	<ul style="list-style-type: none"> • セグメントグループでの収益力強化 • ポートフォリオでの選択と集中
グローバル戦略	<ul style="list-style-type: none"> • サステナブル・ブランド・デジタルの3つの視点でグローバル展開
グループ経営戦略	<ul style="list-style-type: none"> • グループマネジメントの進化 • グループ内のDX基盤の構築
人材戦略	<ul style="list-style-type: none"> • グループ人材や組織制度の連携強化 • 人材活性化環境の整備
ESG戦略	<ul style="list-style-type: none"> • CSV経営の実践 • コーポレートガバナンスの強化

[詳細はこちら](#)

中期経営計画の数値目標の修正 | 企業価値向上の取り組み

収益構造の改善などにより、経常利益目標を1年前倒しで達成する見込みであり、計画最終年度では、過去最高の経常利益を目指します。



05

株主還元方針

株主還元方針

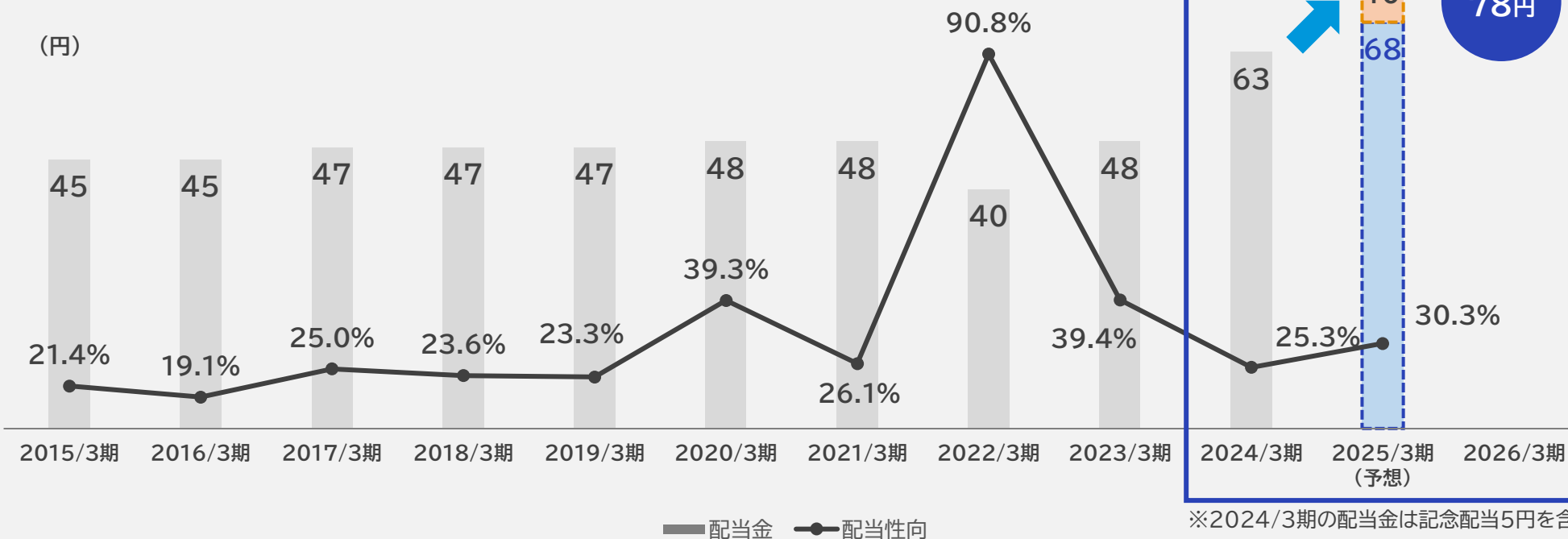
基本方針

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。

当期の配当予想は、1株当たり78円と前期に続き増配予想としております。



06

主なTOPICS



ヤギグループの新拠点をアメリカ・ニューヨークに開設

現在、当社は中期経営計画 2026「Heritage to the future」を押し進めており、中でも最重要課題であるグローバル戦略に特に注力し、世界各地で様々な活動をスタートしています。

本年7月に米国・ニューヨーク州に新拠点となるオフィスを設立しました。このオフィスを通じて、当社の得意とする世界的に評価の高い日本製のジャージ生地を中心にアメリカマーケットでの販売拡大を目指しております。

ニューヨークは米国の中でも移民比率が高く、人種・文化の多様性に富んだ街です。その地に拠点を構えることで、多様な価値観をもつ人々のニーズを的確に捉えたビジネスを推進し、当社ビジネスのグローバル展開を後押しする役割を目指します。



[詳細はこちら](#)



TATRAS が韓国 現代百貨店でPOP-UP展開中

当社グループ会社の株式会社WEAVAは、基幹ブランドである「TATRAS」のグローバル展開に向けた取り組みとして、韓国を代表する百貨店の現代百貨店 狎鷗亭本店にて、TATRASのAW24コレクションを紹介するPOP-UPを開催しています。

定番ダウンから新作ダウン、ボアシリーズなど幅広いアイテムが展開されております。

■場所:韓国 現代百貨店 狎鷗亭本店 B2フロア 現代百貨店 狎鷗亭本店 (ehyundai.com)

■期間:2024年9月13日(金)~2024年12月末(予定)

当社グループでは、今後もこのようなグローバルビジネス拡大に向けた取り組みを積極的に進めてまいります。

[詳細はこちら](#)



当社と類設計室による「探究学習×事業」の活動 -業界や業種を超えて、一緒に考えるチャレンジを-

当社内の部門横断メンバーによるPJにて、6月から9月までの4か月にわたり、(株)類設計室の教育事業部の全日制スクール「類学舎」とアミアズ(株)との3社コラボレーションを実施しました。

「類学舎」は2019年の設立から類塾による「探求科」「実現塾」「仕事塾」「野外体験活動教室」「わかさ合宿」の事業蓄積を経て、仕事・探求・異年齢を柱にした全日制スクールです。

当社の考えるSDGs活動と、「人とのつながりの中で学び、気づき、形にする」方針の類学舎がPJとして協働、当社のパートナー企業であるアミアズ(株)の協力も得てこの企画が実現しました。

生徒の皆様が考える「よりよい未来」を、当社のSDGs関連事業を紹介しながら、アイデアの企画、そして実行に向けた提案へのサポート活動を行いました。

[詳細はこちら](#)



2024 健康経営優良法人

Health and productivity

「健康経営優良法人 2024」に 2 年連続で認定 -当社VISION「健康でイキイキと働く環境を構築する」の実現-

当社は、経済産業省および日本健康会議が実施する健康経営優良法人認定制度において「健康経営優良法人 2024」(大規模法人部門)に認定されました。当社が健康経営優良法人に認定されるのは 2 年連続となります。

健康経営優良法人認定制度とは、経済産業省が地域の健康課題に即した取り組みや日本健康会議が進める健康増進の取り組みをもとに、特に優良な健康経営を実践している大企業や中小企業等の法人を顕彰する制度です。当社は昨年に引き続き、従業員の健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に取り組んでいる法人として評価を受けました。

当社は今後も「健康経営」を重要な経営課題と捉え、従業員やその家族の健康増進により一層努めるとともに、事業を通じて地域と社会に貢献してまいります。

※健康経営は、NPO 法人健康経営研究会の登録商標です。

[詳細はこちら](#)

07

参考資料

サステナビリティの考え方

当社は、「持続可能な企業であるための環境改善」、「持続可能な未来のために環境問題を解決」、「未来のライフスタイルへの提案」、「企業の社会的責任」という4つのミッションステートメントのもと、マテリアリティ(重要課題)の設定と対応を通じて経営戦略を加速させることで、社会とヤギグループの持続的成長を目指しております。



17の重要マテリアリティとSDGs

● 優先課題 ● 地球 ● 社会 ● ガバナンス

ミッションステートメント		課題の目的	重要課題	SDGs目標
1	持続可能な企業であるための環境改善	ワークライフバランスの定義	① 従業員のメンタルヘルスケア	3
			② 長時間労働の是正	8
			③ 若手社員の働きがいの向上	4.8
		ダイバーシティ&インクルージョンの実現	④ 多様な働き方の推進	8
			⑤ 人材の多様性の確保	10
		女性の活躍推進	⑥ 女性のリーダーシップ機会の確保	5
			⑦ 女性が働き続けられる労働環境の整備	5
		サプライチェーンマネジメントの推進	⑧ 取引先の人権侵害の防止	8
			⑨ 産地の活性化	11
2	持続可能な未来のために環境問題を解決	サーキュラーエコノミーの実現	⑩ 持続可能な資源の有効活用	12
			⑪ サーキュラーエコノミーの実現	12
		脱炭素社会の貢献	⑫ サプライチェーン全体での温室効果ガスの排出削減	13
3	未来のライフスタイルへの提案	イノベーションの創出	⑬ パートナーシップで業界特有の課題解決	17
			⑭ DXの推進	9
			⑮ 新技術の研究/開発への投資	9
4	企業の社会的責任	ガバナンスの強化	⑯ コーポレートガバナンスの強化	16
			⑰ サプライチェーンマネジメントの推進	12.17

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。