

2024年9月期 決算説明資料

株式会社アミファ

2024年11月14日

amifa

スタンダード市場(証券コード7800)

『We are smile producers!』

全ては笑顔のために



2024年9月期（24/9期） 決算概要

I

amifa

24/9期決算の概要

【外部環境】

- + 春闘における大手企業を中心とした高い水準の賃上げ
- + 株式市況の活況
- + インバウンド需要の拡大
- + 定額減税の実施
- 日銀の金利政策変更
- 急激かつ大幅な円安の進行
- 諸物価の上昇

先行き不透明な状況で推移

【内部環境】

- + 新企画、新商品提案に注力
- + 採算重視の販売戦略
- 営業循環から外れたと判断した商品の評価引き下げ損失増加
- 物流量増加による出荷・倉庫関係費増加
- 労務費関係費用の増加

売上高は設立以来最高を記録するも、円安の影響、在庫関連損失及び物流関係費や労務費の増加を吸収できず、設立以来初めての赤字決算。

24/9期損益概要（対23/9期）

2024年9月期は増収したものの設立以来初めての赤字決算となった。
採算性を重視した販売、積極的なコスト削減、生産性向上等に努めたが、円安による仕入れ商品の高騰の影響、物流量増加による物流関連費用、労務関係費用、商品在庫の評価損の増加により赤字決算となった。

（金額：百万円）

	23/9期	24/9期	対前年同期比増減	
			金額	%
売上高	8,131	8,602	470	5.8 %
営業利益	(2.2%) 181	(△3.5%) △298	△479	—
経常利益	202	△286	△489	—
当期純利益	147	△283	△431	—
1株当たり当期純利益 (円/株)	46.89	△94.20	△141.09	—

24/9期損益概要（対業績予想）

売上高は業績予想を若干下回ったが、営業損失は改善。
また、経常損失も為替差益があったこともあり、業績予想に対して赤字幅は減少。

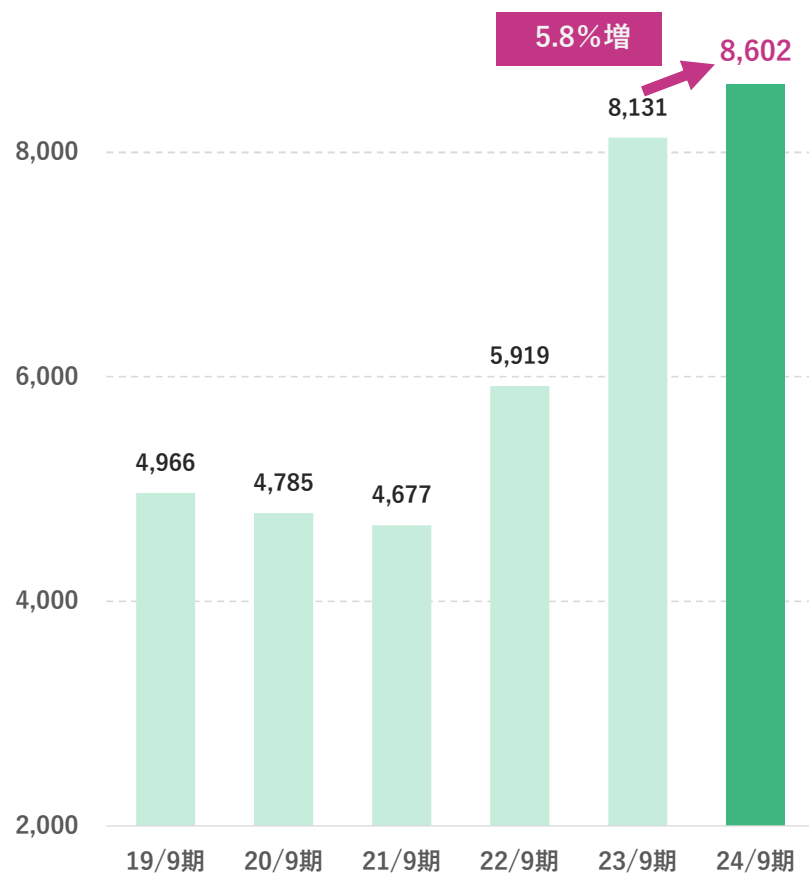
（金額：百万円）

	業績予想 (2024年8月14日開示)	実績	対業績予想比増減	
			金額	%
売上高	8,700	8,602	△97	△ 1.1 %
営業利益	(△4.6%) △400	(△3.5%) △298	101	-
経常利益	△420	△286	133	-
当期純利益	△370	△283	86	-
1株当たり当期純利益 (円/株)	△122.81	△94.20	28.61	-

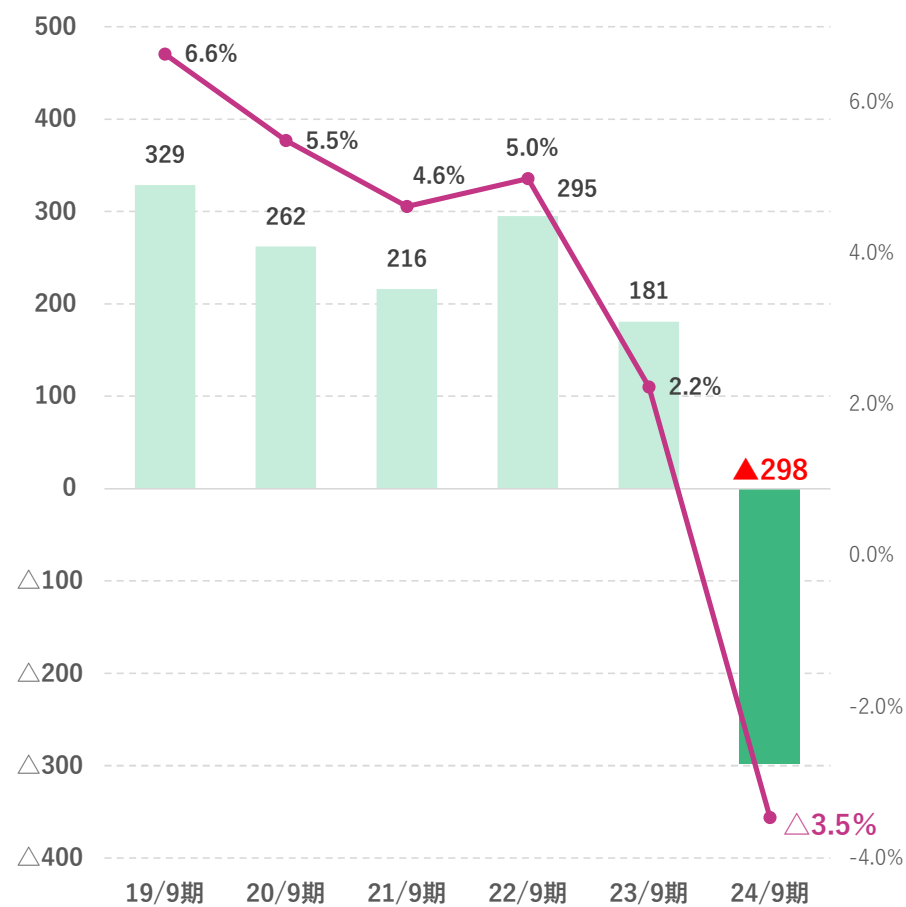
売上高・営業利益 年次推移

(金額：百万円)

売上高は着実に増収

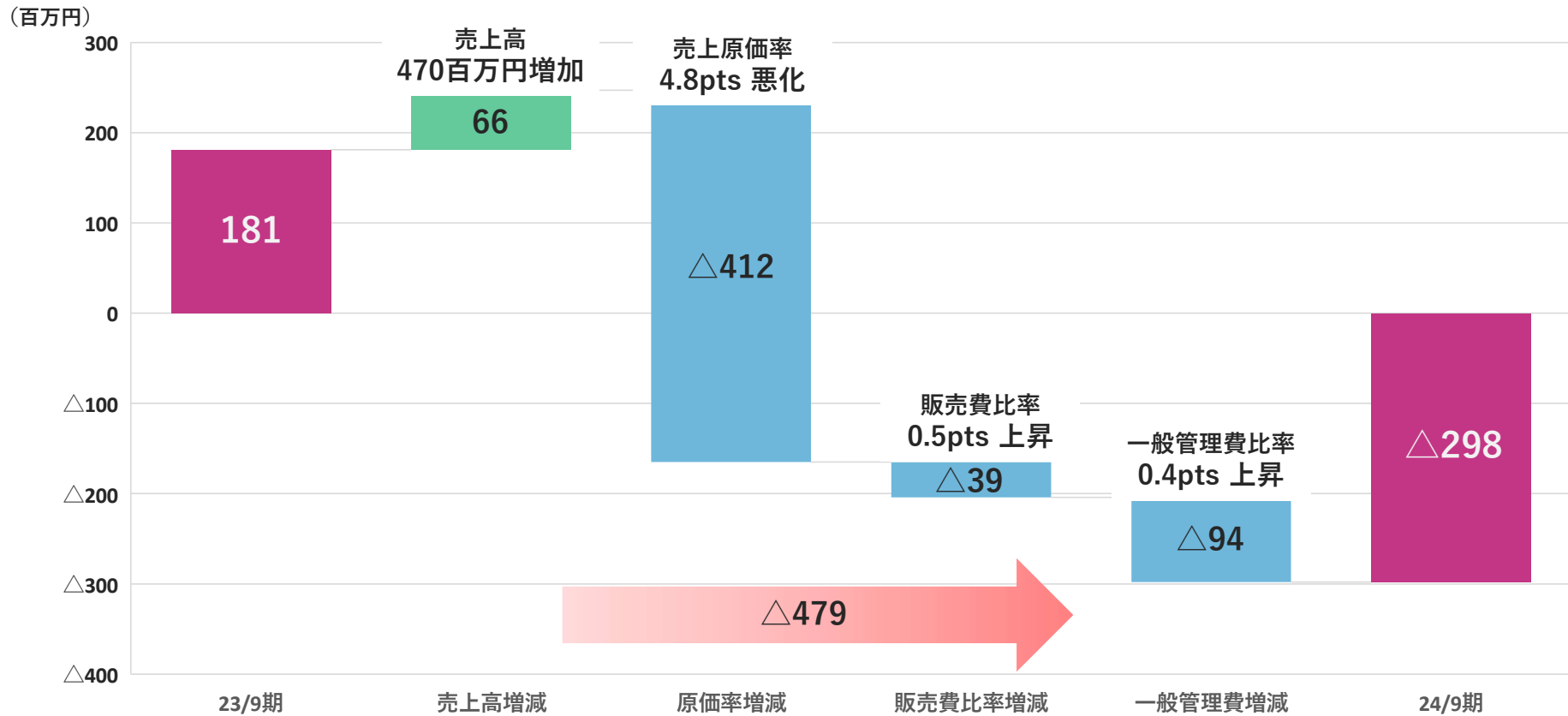


営業利益は大幅に減益



営業利益増減内訳（対23/9期）

粗利改善努力の効果等があったものの、為替の影響（大幅な円安）と商品評価損を含む在庫関連損失が大きく、原価率は4.8pts悪化。物流量増加に伴う物流関連経費及び労務関連経費の増加により、販管費率は前年同期比で0.9pts上昇。その結果、営業利益は479百万円減の△298百万円。



営業利益減少の主な要因

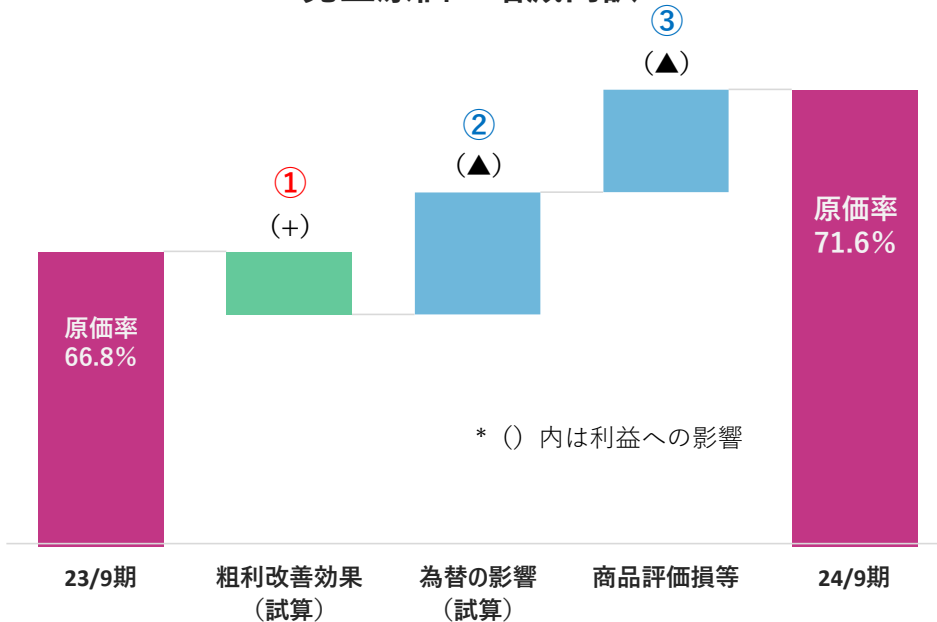
営業利益が減少した主な要因：売上原価率の悪化

売上原価に影響を与える要因

- ① 粗利改善努力の効果
- ② 為替の影響
- ③ 商品評価損等

24/9期は、①個別商品ごとの採算性を重視した販売の徹底による粗利改善もあったが、②為替の影響（円安）と③商品評価損等の増加により、売上原価率は4.8pts上昇

売上原価の増減内訳



為替の影響（円安の進行）

24/9期は1ドル140円台前半から160円まで急激に円安が進んだ。取引先との価格交渉から工場への発注を経て、実際に販売されるまで約6ヶ月の期間があり、その期間の急激な円安進行により、価格交渉時に見込んでいた利益の確保が困難であった。

25/9期以降は、為替の影響を受けにくい高利益率商品への入れ替えに、さらに注力していく。

商品評価損等の増加

24/9期は「通常」に加え、「個別」の評価損が計上されたことにより商品評価損等の計上額が前期比で増加

通常

営業循環過程から外れた在庫については、収益性の低下の事実を反映するように、一定の販売予想期間を超える場合は定期的に帳簿価額を切り下げる方法を採用。

+

個別

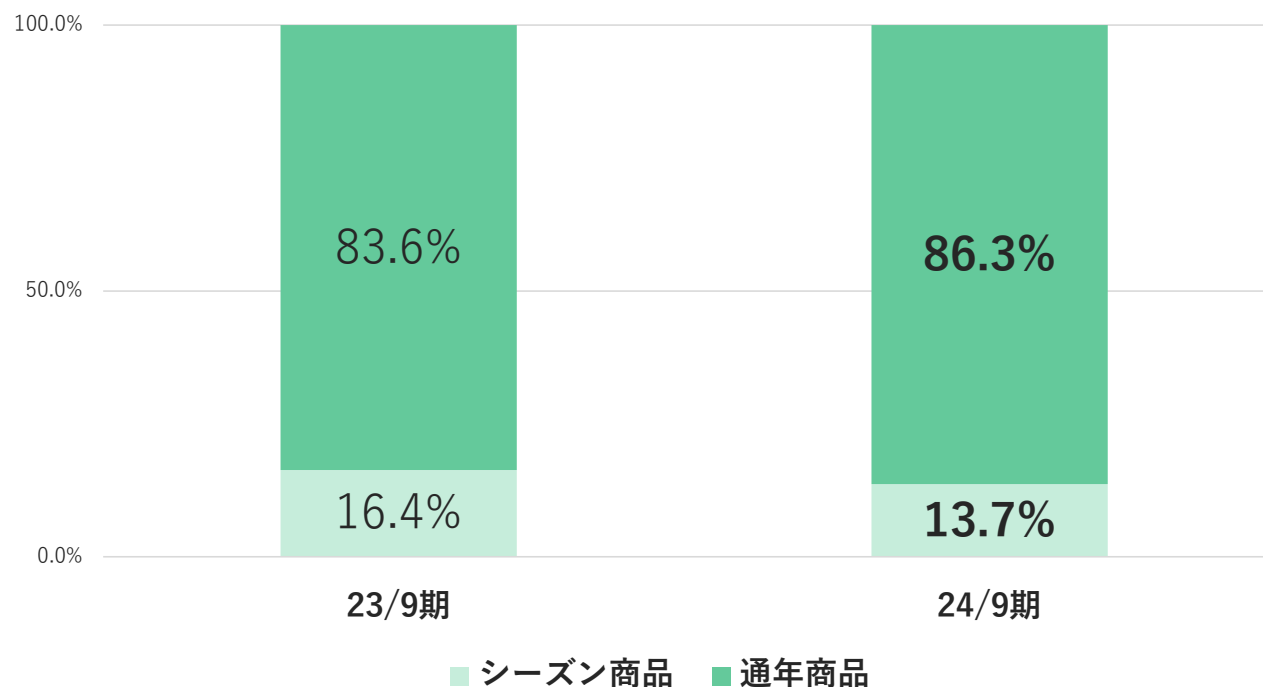
一部、特定の商品において在庫回転期間が高水準になっていたため、直近の販売状況を考慮して、個別に評価減を実施。

25/9期以降は需要予測精度向上による徹底した在庫管理に取り組む。

「シーズン商品」と「通年商品」売上高構成比率

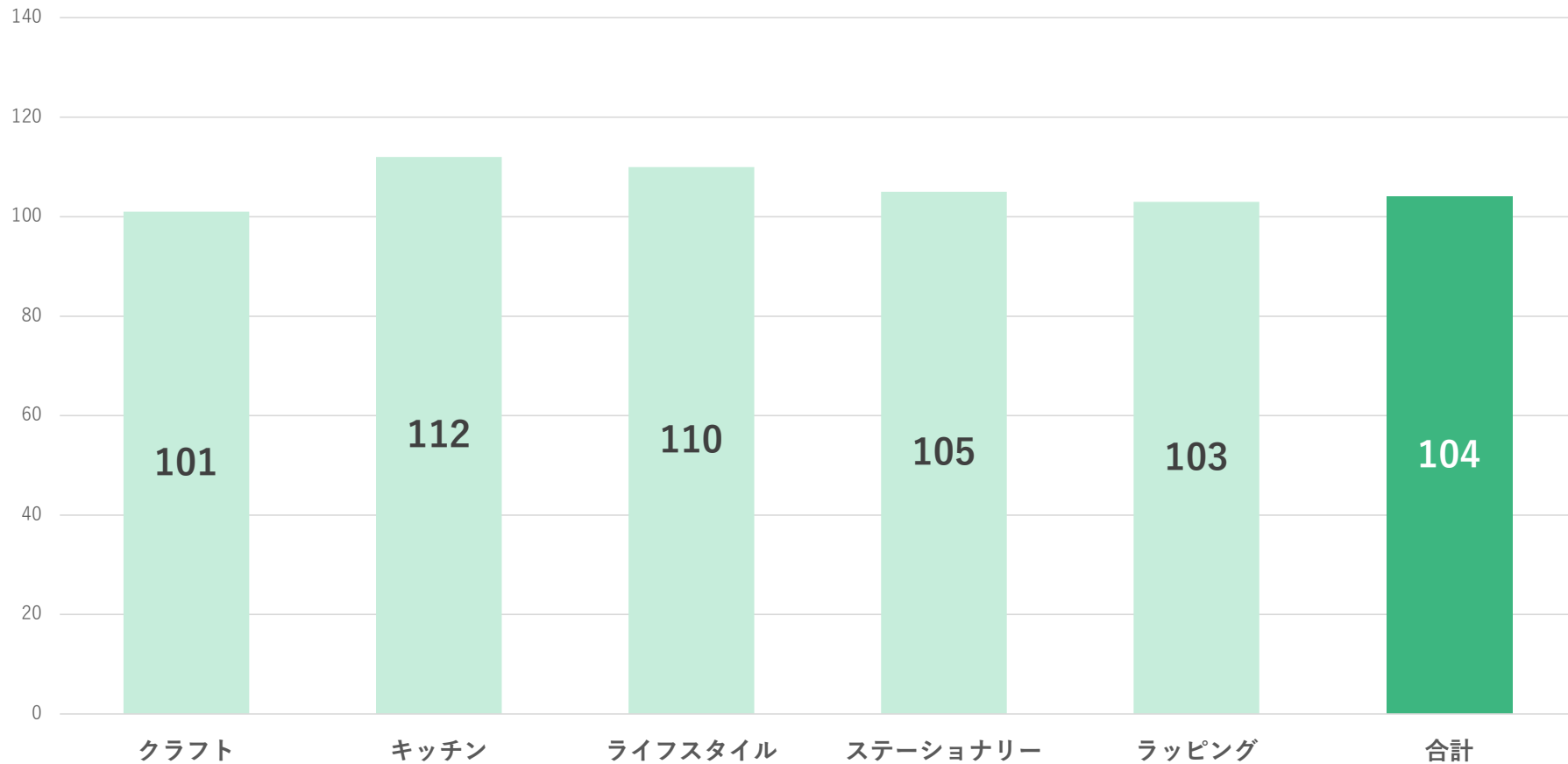
「通年商品」構成比は83%→86%へ

バレンタイン関連商品の売上減もあったが、生産性アップと売上安定化を目指した「通年商品比率アップ戦略」の効果により通年商品構成比は86%まで上昇



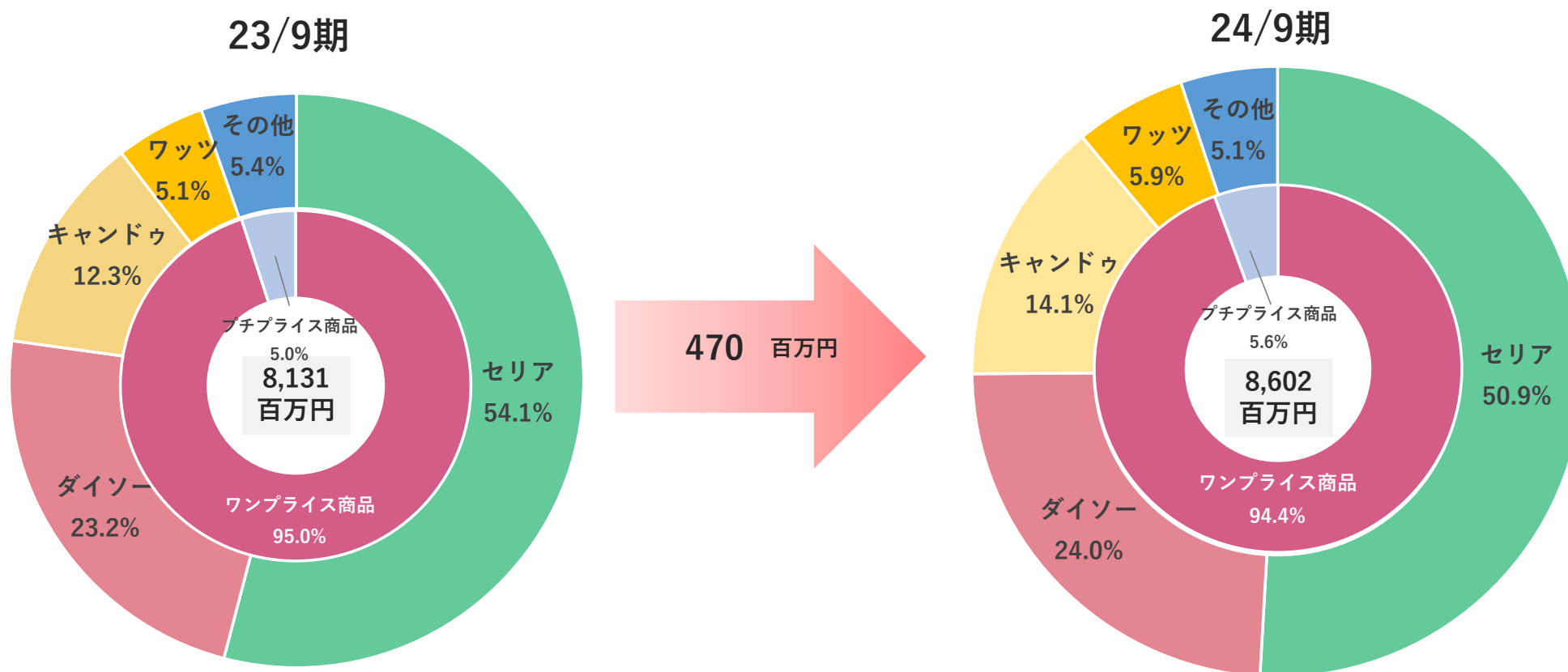
キッチン・ライフスタイルが堅調に推移

(23/9期 = 100)



顧客別売上高推移（対23/9期）

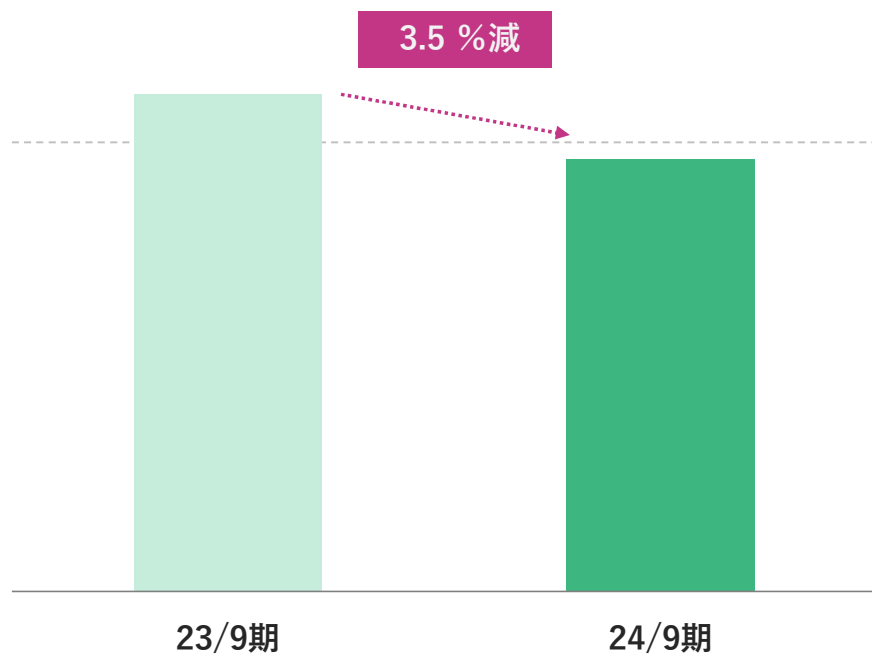
セリア：主力商品であるラッピングの販売が苦戦、前期の大幅増の反動もあり売上高は微減
 キャンドゥ・ワッツ：プチプライス商品が好調に推移し売上高が大幅に伸長、シェアも着実に拡大



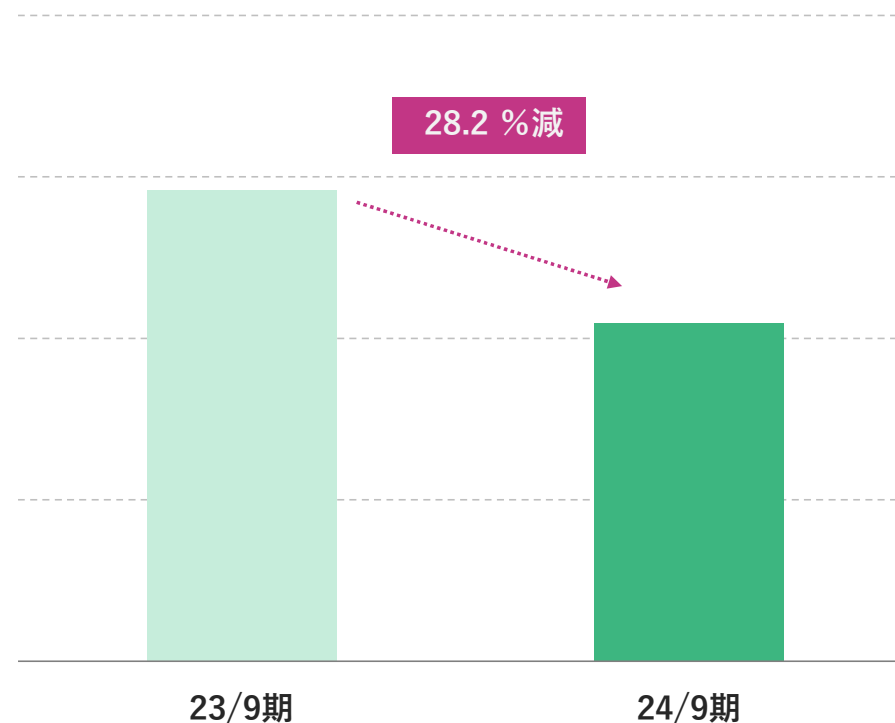
従業員 1 人あたり売上高・付加価値額推移

売上高は前年同期より増加するも、人員数の増加により従業員 1 人あたり売上高は減少
円安の影響、在庫関連損失及び物流関連費用の増加が中計③「ICT推進」・中計④「プロ集団への進化」の取り組み効果を大きく上回り、1 人あたり付加価値額も大幅に減少

従業員 1 人あたり売上高



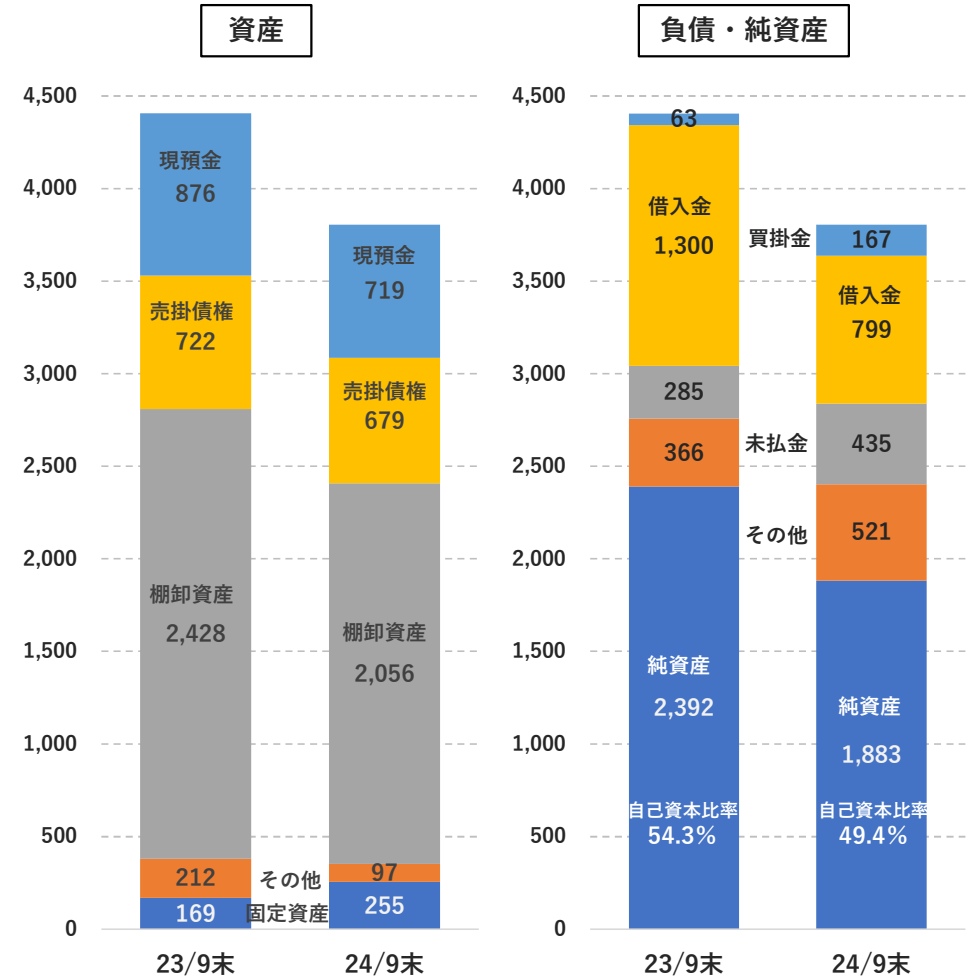
従業員 1 人あたり付加価値額



貸借対照表

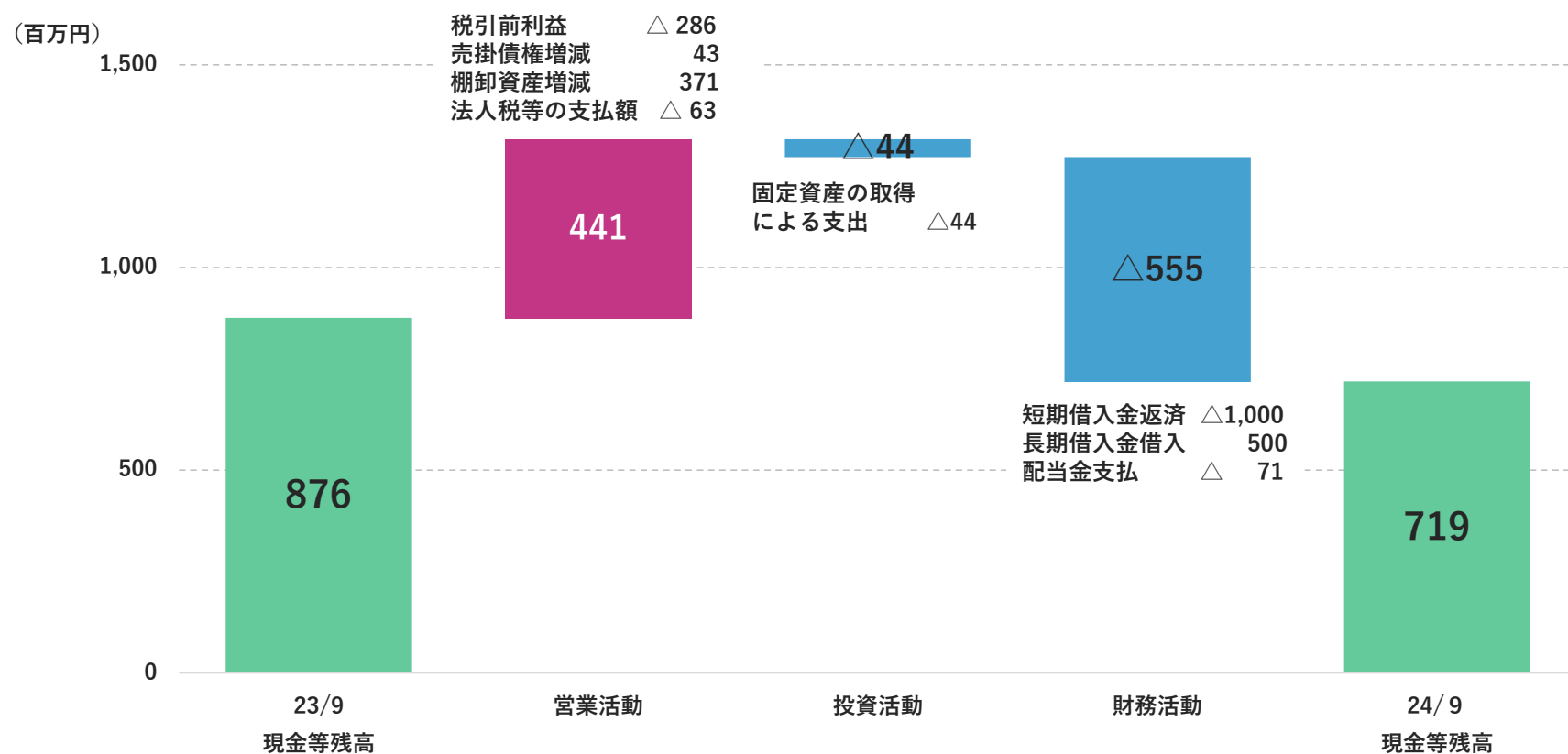
(単位：百万円)

科目		23/9末	24/9末	増減	内訳
流動資産	現金及び預金	876	719	△ 157	
	受取手形及び売掛金	719	675	△ 44	売掛金 △44
	電子記録債権	3	4	1	
	棚卸資産	2,428	2,056	△ 371	商品 △516 / 未着品 145
	その他流動資産	212	97	△ 114	未収消費税 △516 為替予約 △73
流動資産計		4,239	3,553	△ 686	
固定資産	有形固定資産	44	35	△ 8	
	無形固定資産	68	73	4	
	投資その他の資産	56	147	90	繰越税金資産 95
固定資産計		169	255	86	
資産計		4,409	3,809	△ 600	
流動負債	買掛金	63	167	104	短期 △1,000 1年内長期 200
	短期借入金	1,300	499	△ 800	
	未払金	285	435	150	未払金 57 / 未払消費税 93
	その他流動負債	79	232	152	未払法人税 △35 為替予約 185
流動負債計		1,728	1,335	△ 393	
固定負債	長期借入金	0	300	300	1年超長借 300
	長期未払金	254	254	0	
	退職給付引当金	33	35	1	
固定負債計		287	590	302	
負債計		2,016	1,925	△ 90	
純資産	資本金	37	37	0	
	資本剰余金	273	273	0	
	利益剰余金	2,191	1,835	△ 355	
	自己株式	△ 157	△ 141	15	
	繰延ヘッジ損益	47	△ 121	△ 169	
純資産計		2,392	1,883	△ 509	
負債・純資産計		4,409	3,809	△ 600	



キャッシュ・フロー計算書

現金等残高は157百万円減の719百万円。
棚卸資産が371百万円の減少したこと等により、フリーキャッシュフローは397百万円の黒字。
当座貸越による短期借入金 of 期末残高は300百万円（1,300百万円 → 300百万円）。
長期借入金による期末残高は500百万円（0 → 500百万円）。



2025年9月期 業績予想

II

amifa

2025年9月期 業績予想

(単位：百万円)

	24/9期 実績	25/9期 業績予想	対前年同期比増減	
			金額	%
売上高	8,602	9,300	697	8.1 %
営業利益	△298	215	513	-
経常利益	△286	210	496	-
当期純利益	△283	135	418	-
1株当たり当期純利益 (円/株)	△94.20	44.72	138.92	-
配当(円/株)	24.00	24.00	-	-
配当性向	-	53.7%	-	-

25/9期通期の業績予想

- 消費者のニーズ、シーズを捉えた積極的な新企画、新商品の投入により、売上高93億円を目指す
- 商品開発力、企画提案力及び営業力をさらに強化し、商品の収益性を向上
- 需要予測精度向上による在庫水準の最適化
- 原価低減施策、物流合理化による徹底したコストダウン、生産性向上

営業利益率は2.3%へとV字回復させ、黒字転換を目指す

配当は24円/株の予定（据え置き）

中期経営計画

III

amifa

中期経営計画概要

自由なアイデアとピースフルなモノづくりで
すぐ近くのワクワクを、ひとりひとりに。

企業理念

経営ビジョン

経営目標

重点戦略

(経営方針)

すべては笑顔のために

国内No.1ライフスタイル雑貨メーカーを目指し、
収益力の向上と新たな収益軸の確立・拡大
を推進する3年間

経営ビジョン達成のための目標

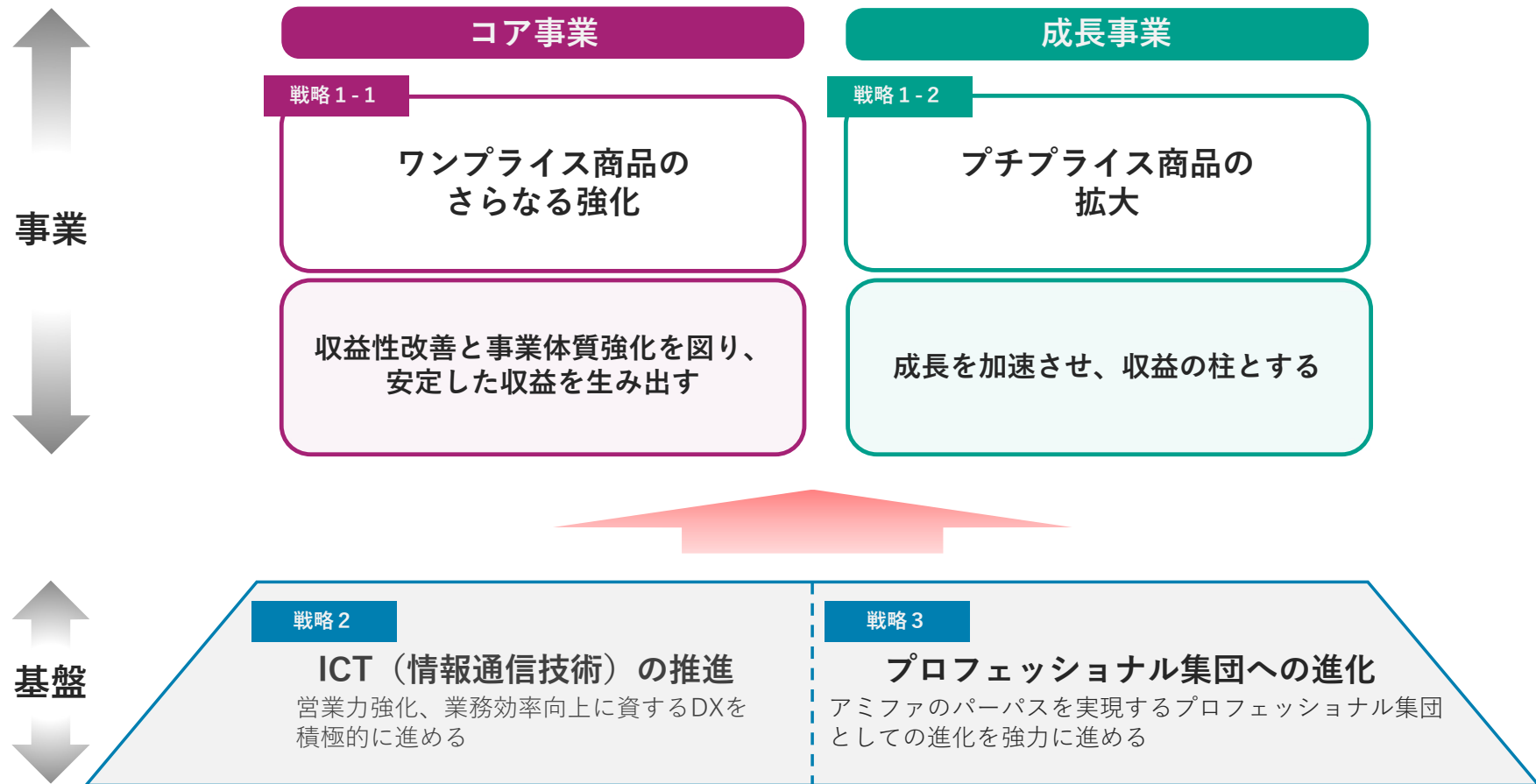
為替変動に左右されない事業構造の構築

経営目標達成のための重点戦略

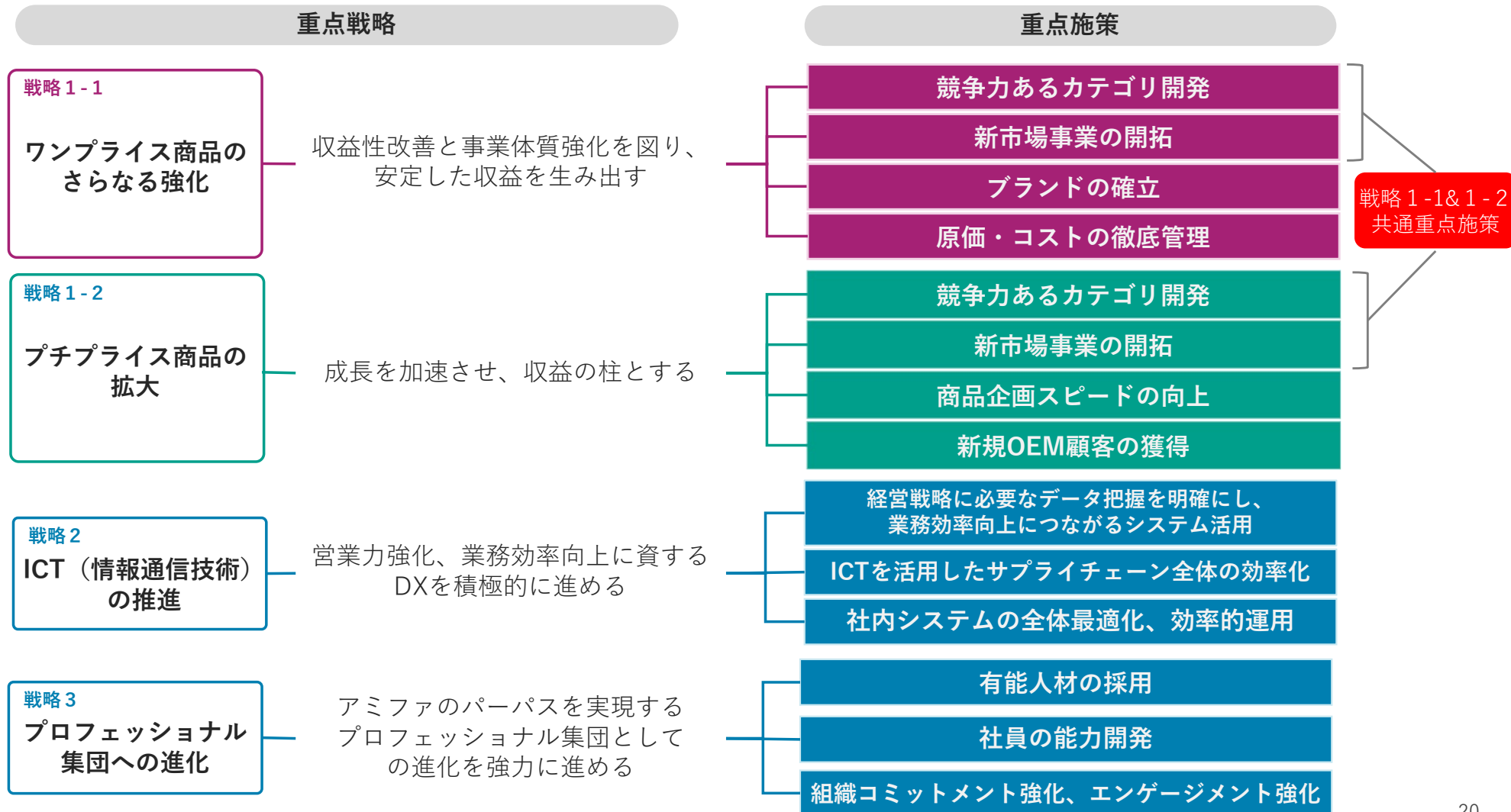
- 戦略1. ワンプライス商品のさらなる強化と
プチプライス商品の拡大
- 戦略2. ICT（情報通信技術）の推進
- 戦略3. プロフェッショナル集団への進化

重点戦略の整理

- 4つの重点戦略を「事業面」と「基盤面」にわけて整理し、事業面の戦略を明確化
- ワンプラ事業を「コア事業」、プチプラ事業を「成長事業」とし、ICTの推進（戦略2）とプロフェッショナル集団への進化（戦略3）はそれらを基盤面から推進させていく戦略と位置付ける



重点戦略・重点施策一覧



24/9期 4 Qの商品トピックス

IV

amifa

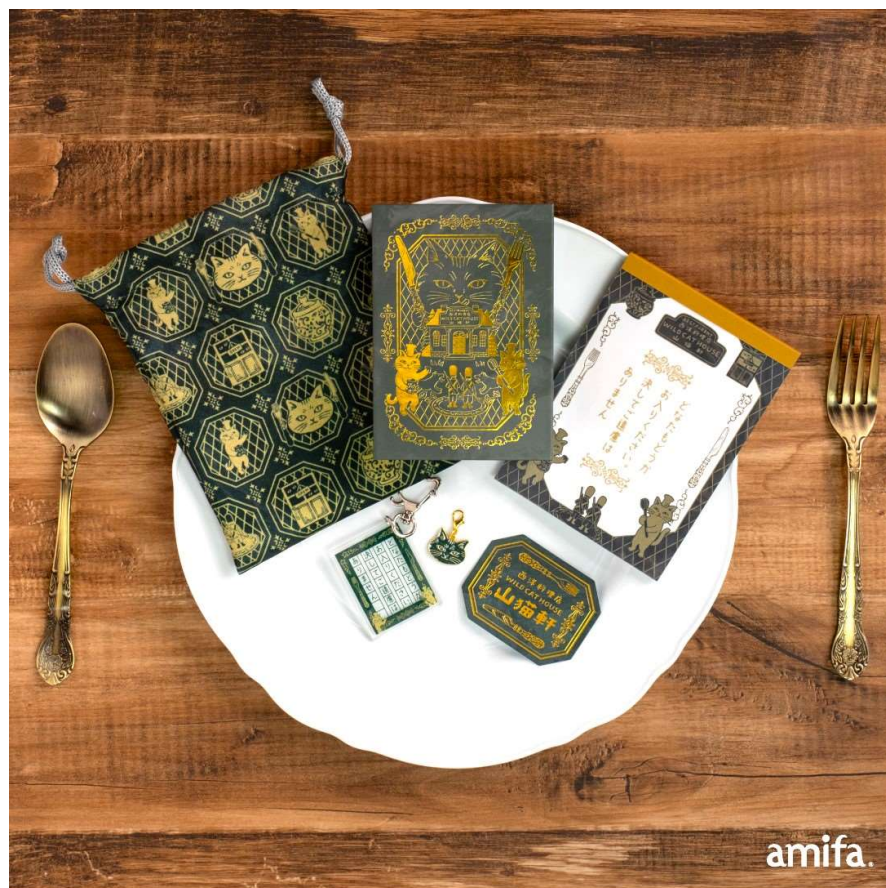
モールドール企画

2024年8月より8アイテムを発売しました。
お手軽にぬいぐるみや小物など様々なアイテムをハンドメイドできます。
ホームページの特設サイトでは、さらなる楽しみ方をご提案。幅広い年齢層から好評をいただいております。



キャンドウ 宮沢賢治企画

2024年7月より宮沢賢治の作品をモチーフにした文具・雑貨を15アイテム発売。
アミファの高いデザイン性が存分に発揮された商品はSNSでも大きな話題となりました。



キャンドウ 知育パズル&カード企画

お子様の手先の運動や食育を意識した、親子で楽しく学べる知育アイテムを2024年7月より7アイテム展開しました。ご好評につき、知育アイテムは今後も拡充していく予定です。



＜お問い合わせ先＞

経営企画室 IR担当

メールアドレス：ir@amifa.co.jp

本資料における将来予想に関する記述については、目標や予測に基づいており、確約や保証をあたえるものではありません。
予想と異なる結果になることがある点を認識された上でご利用ください。