

# 2025年3月期 第1四半期 決算補足説明資料

2024.08.02

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
- P08-12 | **02** 連結業績
- P13-18 | **03** セグメント別業績
- P19-20 | **04** 株主還元方針
- P21-23 | **05** 主なTOPICS
- P24-28 | **06** サステナビリティ
- P29-31 | **07** 参考資料

**01**

**連結決算ハイライト**

## 決算ハイライト | 連結

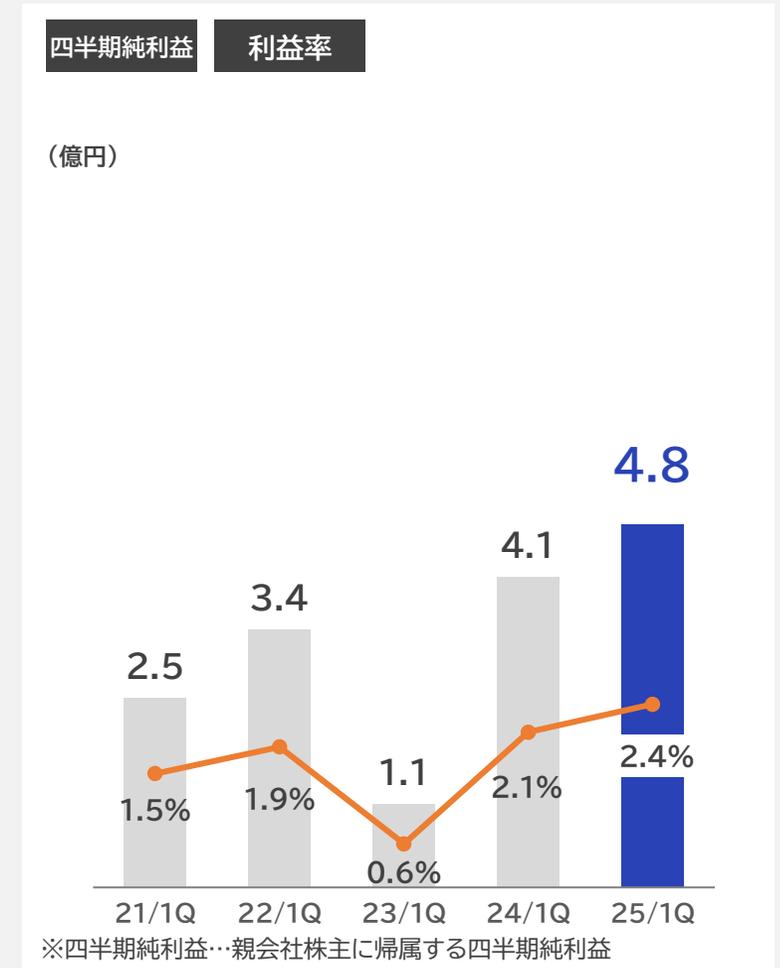
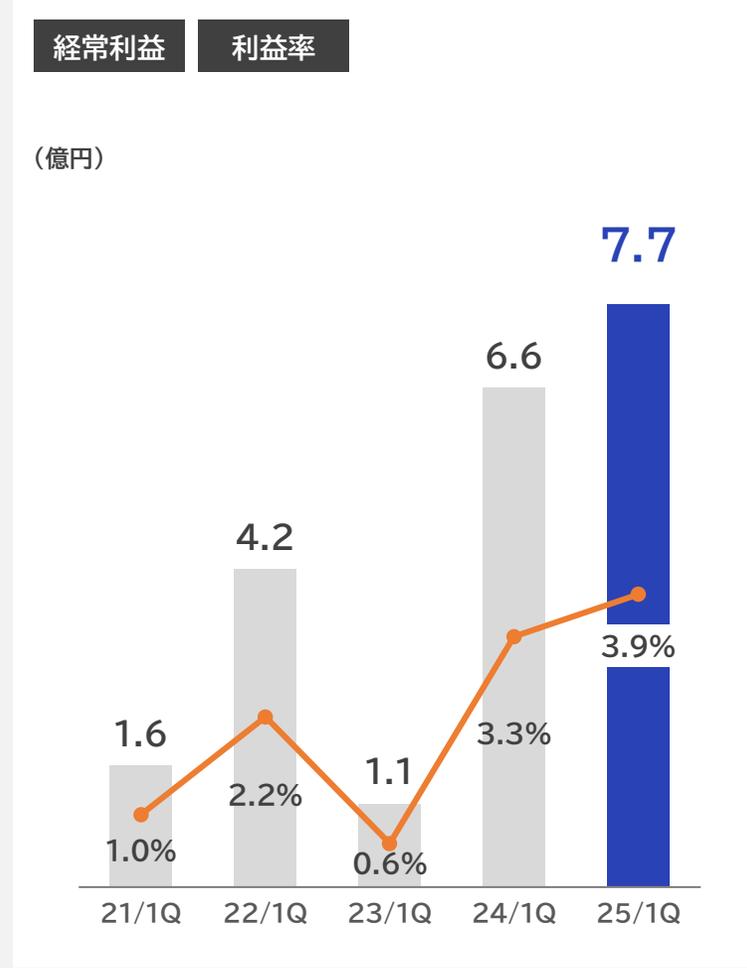
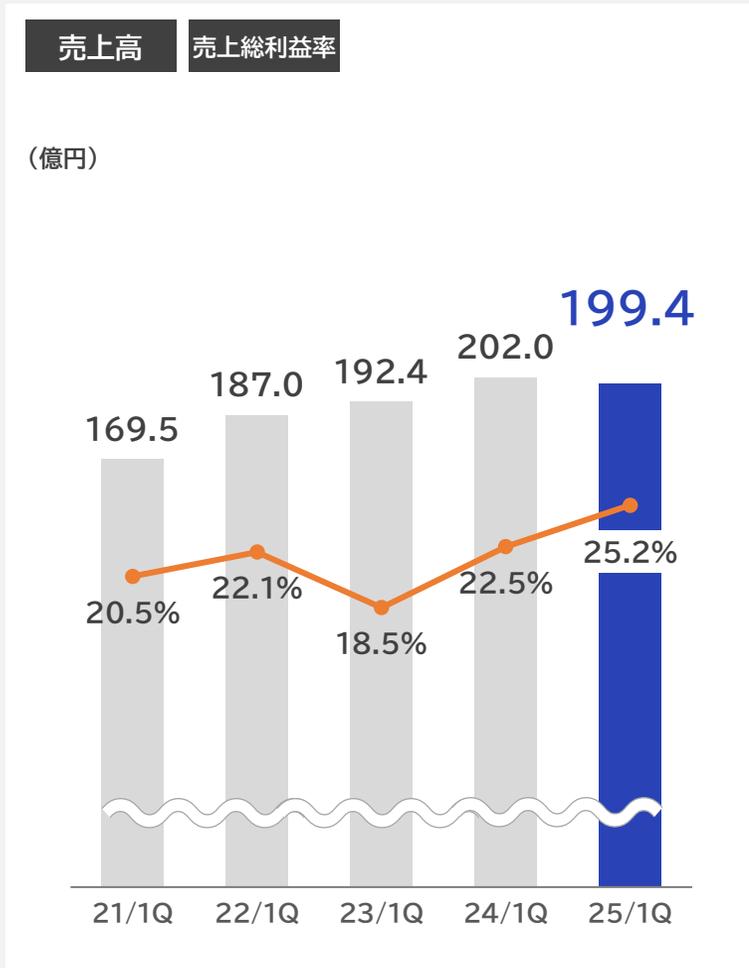
売上高は前年同期から微減したものの、営業利益以下の各利益は前年同期を上回り堅調なスタートとなりました。

売上高	営業利益	経常利益	親会社株主に帰属する四半期純利益
<b>199.4</b> 億円	<b>6.7</b> 億円	<b>7.7</b> 億円	<b>4.8</b> 億円
前年 同期比 ▲2.6億円 ▲1.3%	前年 同期比 +0.4億円 +7.4%	前年 同期比 +1.0億円 +15.4%	前年 同期比 +0.6億円 +16.5%

- 売上高は、アパレル、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(四半期)の5年推移 | 連結

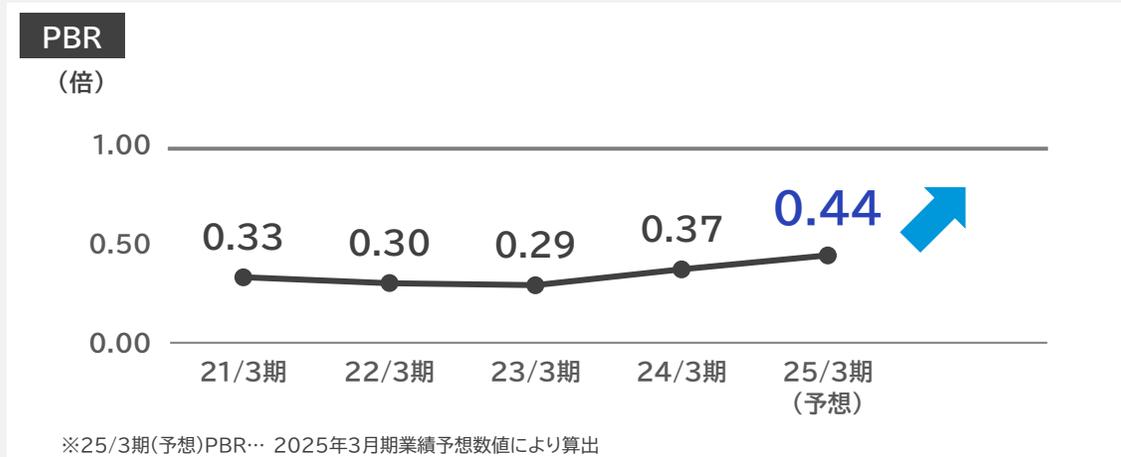
売上高は堅調に推移し、利益額、利益率ともに、上昇しております。



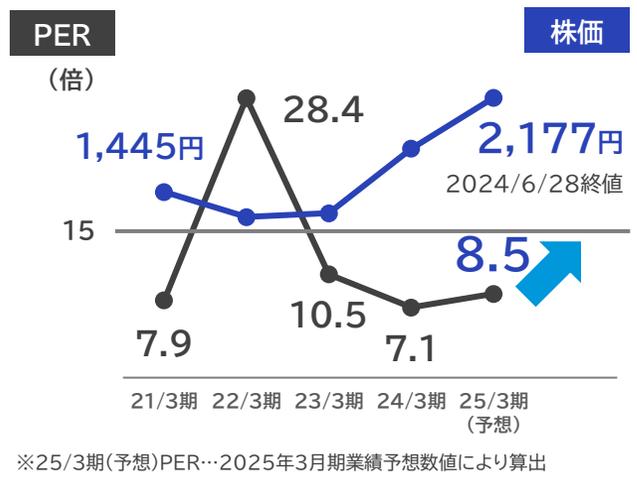
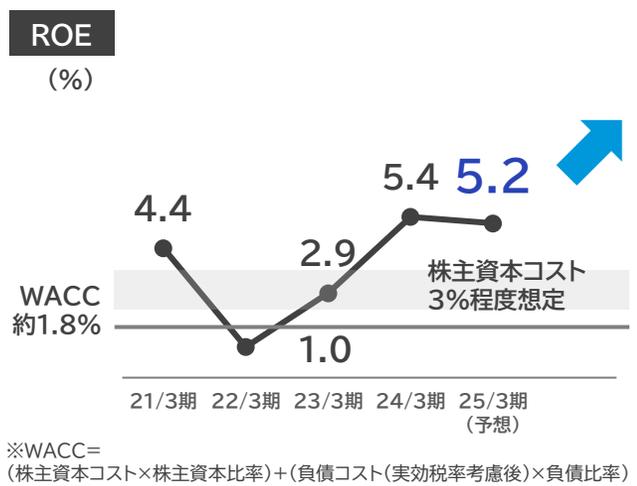
※21/1Qの数値は、「収益認識に関する会計基準」等の基準に置き換えて表示しております。

# 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。



株主資本コスト・WACCを上回る水準を維持



株価は上昇トレンドで推移

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)  
 $\beta$ :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)

# 02

---

## 連結業績

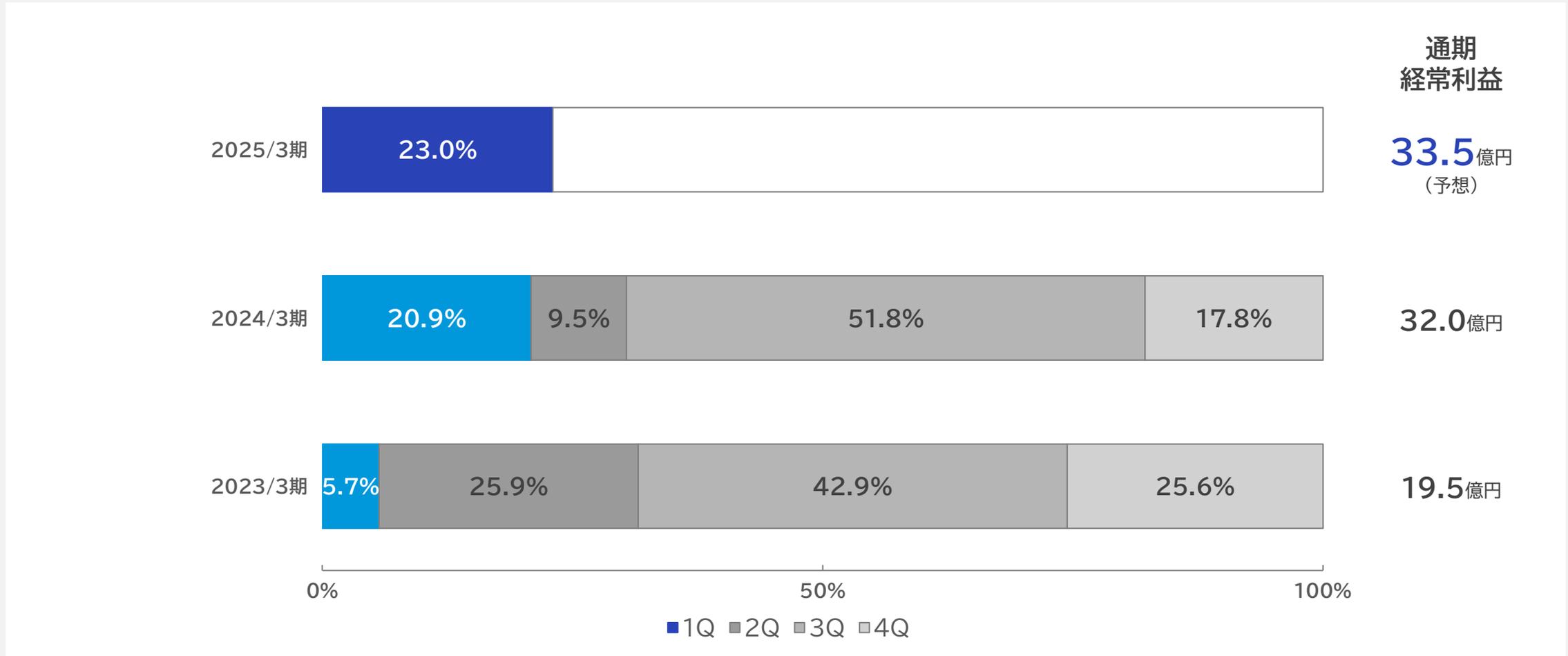
## P/L | 連結

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)	2025/1Q	2024/1Q		2025/3期	
	実績	実績	増減率	予想	進捗率
売上高	199.4	202.0	▲1.3%	870.0	22.9%
営業利益	6.7	6.2	+7.4%	32.4	20.7%
経常利益	7.7	6.6	+15.4%	33.5	23.0%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	4.8	4.1	+16.5%	21.3	22.7%

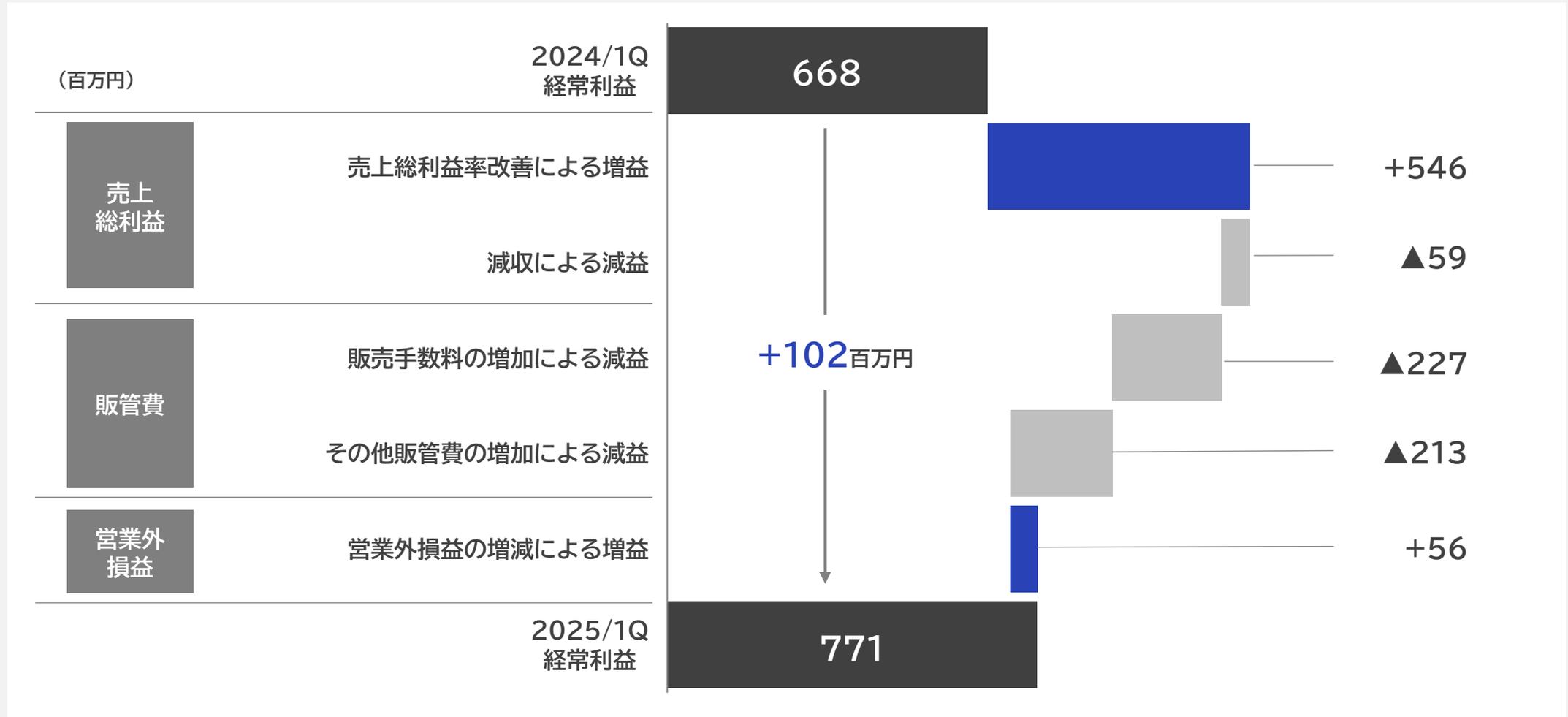
## 経常利益の進捗 | 連結

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。



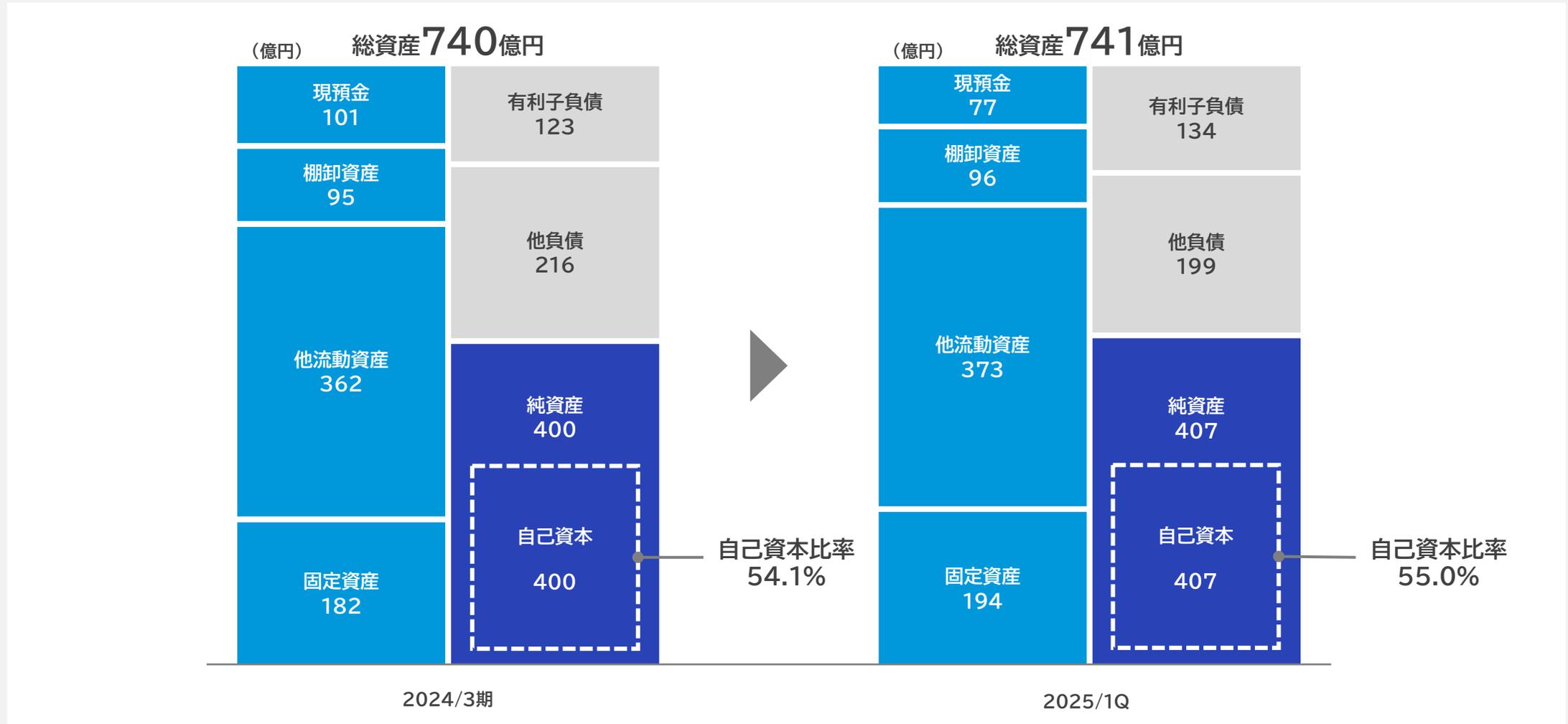
## 経常利益の増減 | 連結

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0.9億円増加し、自己資本比率は0.9pt増加しました。



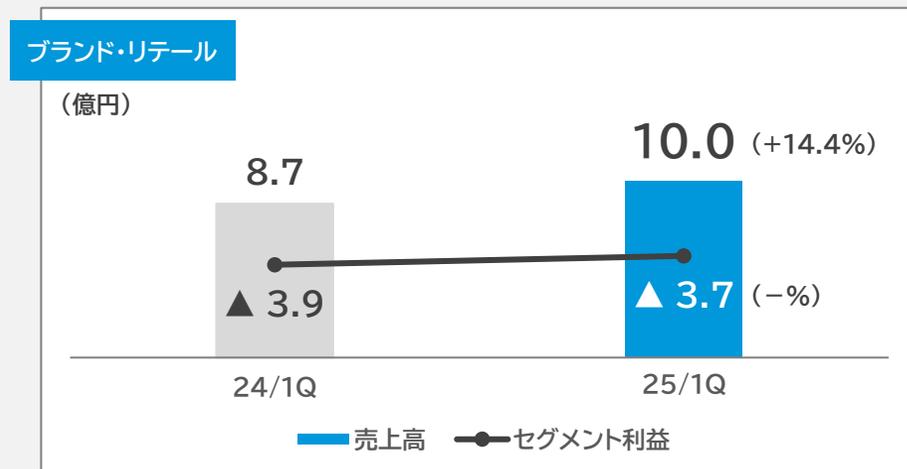
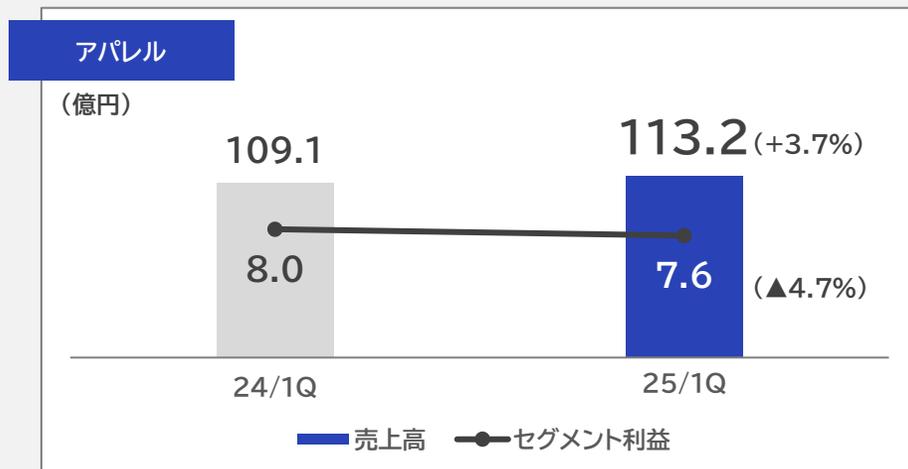
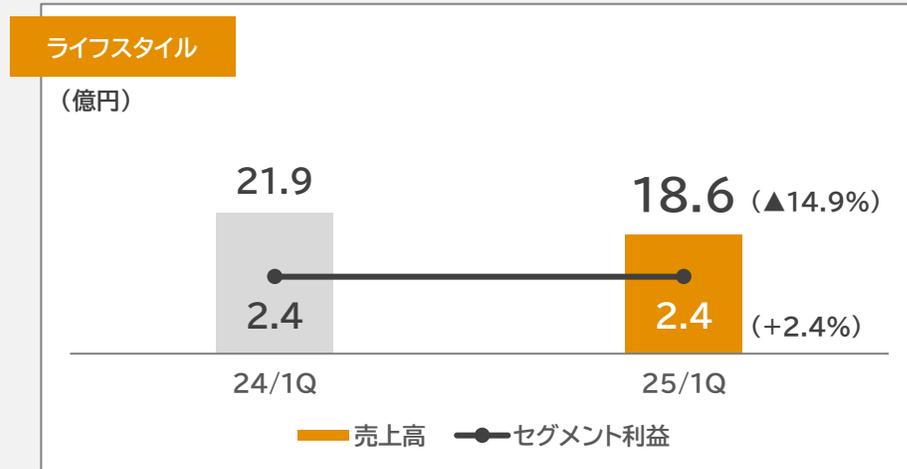
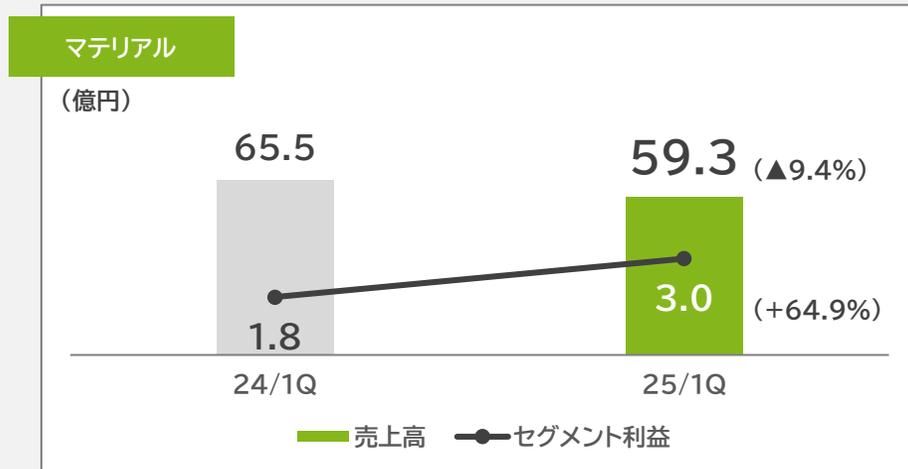
# 03

---

## セグメント別業績

# 売上高・セグメント利益 | セグメント

売上高はアパレル、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



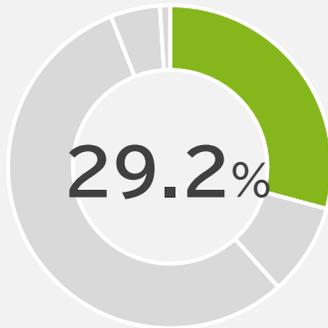
## ポイント

- 天然繊維は、国内産地の商況が低調で需要が減退
- 合繊繊維は、サステナブル素材等の差別化系の海外販売が堅調に推移
- 生地は、一部商材の価格転嫁、高利益率商材が好調に推移
- 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
- 海外市場向け加工系・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

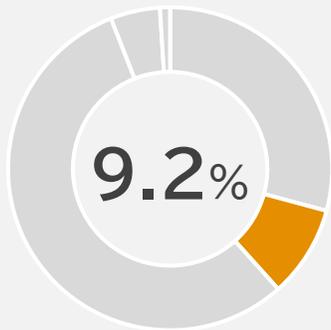


(億円)	2025/1Q	2024/1Q		
	実績	実績	増減額	増減率
売上高	59.3	65.5	▲6.1	▲9.4%
セグメント利益	3.0	1.8	+1.1	+64.9%
利益率(%)	5.1%	2.8%		

# 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
- 清掃関連商材は、少しずつ販売先の理解が得られ、価格転嫁が進む
- 化粧品用商材は、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
- 生産体制の強化及び高付加価値商品の開発
- 更なる効率化の追求によるコストダウンの実行

(億円)	2025/1Q	2024/1Q		
	実績	実績	増減額	増減率
売上高	18.6	21.9	▲3.2	▲14.9%
セグメント利益	2.4	2.4	+0.0	+2.4%
利益率(%)	13.3%	11.0%		

# アパレル事業 | セグメント



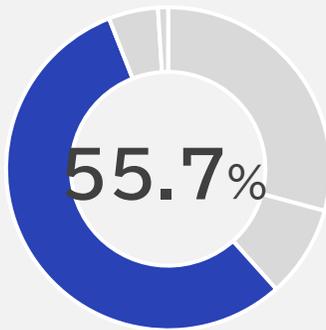
## ポイント

- 主要な取引先への提案、取り組みの強化などにより比較的好調に推移
- ユニフォーム事業は、販路数や取り扱いアイテムの増加により、業績に貢献
- 長引く円安の影響による輸入コストなどの増加で利益率が低下

## 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)	2025/1Q	2024/1Q		
	実績	実績	増減額	増減率
売上高	113.2	109.1	+4.0	+3.7%
セグメント利益	7.6	8.0	▲0.3	▲4.7%
利益率(%)	6.8%	7.4%		

# ブランド・リテール事業 | セグメント



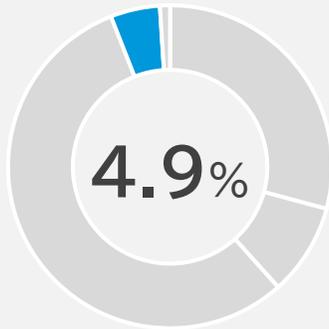
## ポイント

- 気温の上昇に伴い夏物商材は順調に推移
- 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
- ブランド事業は、春夏商品の強化に取り組み、アスピレーションラインやリゾートラインなどの展開が奏功

## 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)	2025/1Q	2024/1Q		
	実績	実績	増減額	増減率
売上高	10.0	8.7	+1.2	+14.4%
セグメント利益	▲3.7	▲3.9	+0.1	-
利益率(%)	-	-		

# 04

---

## 株主還元方針

# 株主還元方針

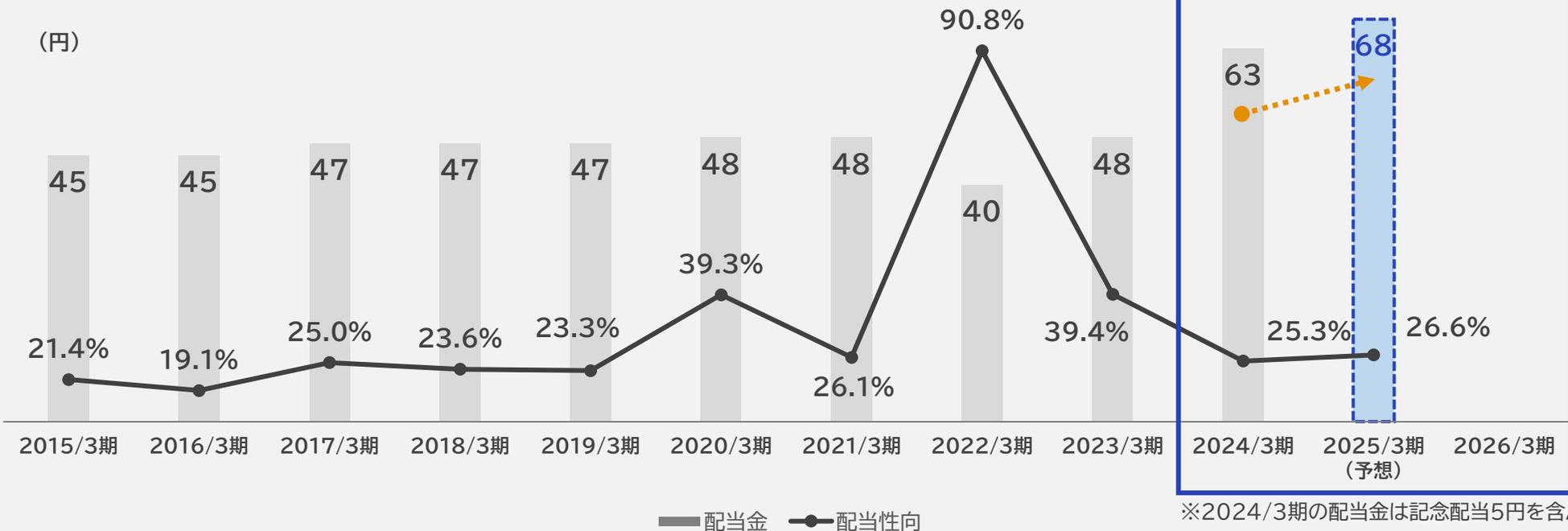
## 基本方針

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68円と前期に続き増配予想としております。



# 05

## 主なTOPICS



## ヤギグループ初の総合展示会を開催

-グループの総合力とヤギが描くファッションの未来を表現-

本年4月、当社グループ初となる総合展示会を東京都・渋谷区で開催いたしました。

「グループの総合力を見せる展示会」と位置付けられた今回の総合展では、当社のグローバルマテリアル本部をはじめとする社内各部署、海外拠点、グループ会社が集結し、展示を行いました。この展示会のテーマは、「かけはし」(BRIDGE)。当社が創業から続けてきたこれまでの歩みと未来、守るべき伝統と技術革新、アナログとデジタル…。私達が世界と日本をつなぐ『架け橋』となることを目指していく姿勢を体現したテーマです。

このテーマを反映した、視覚的な体感ができる没入型のコンセプトゾーンや、展示スペースでは「サステナブル」「DX(デジタル)」「グローバル」を軸に、各社がさまざまな環境配慮型素材や、普段国内では展示機会があまりない海外拠点での取り扱い商材も多数展示され、多くの方々にご来場をいただきました。

詳細はこちら

<https://www.wwdjapan.com/articles/1788255>





### TATRAS がパリでインスタレーションを開催 -海外のプレス、バイヤーに向けて世界観を表現-

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、AW24コレクションを中心としたインスタレーションを、パリ・ファッションウィーク期間中の3月2日～6日にかけてフランス・パリにて開催しました。

今回は、新しいクリエイティブディレクターによる初のコレクションを発表する機会となり、会期中はインスタレーションだけでなく現地にSHOW ROOMも併設し、ファッションウィーク期間中に世界中から集まるインフルエンサー、プレス関係者、バイヤーに会場いただき、TATRAS AW24シーズンの世界観を感じていただきました。

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

<https://www.yaginet.co.jp/news/info/news20240415/main/0/link/news20240415.pdf>



# 06

## サステナビリティ

# 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

# 成果指標・数値目標

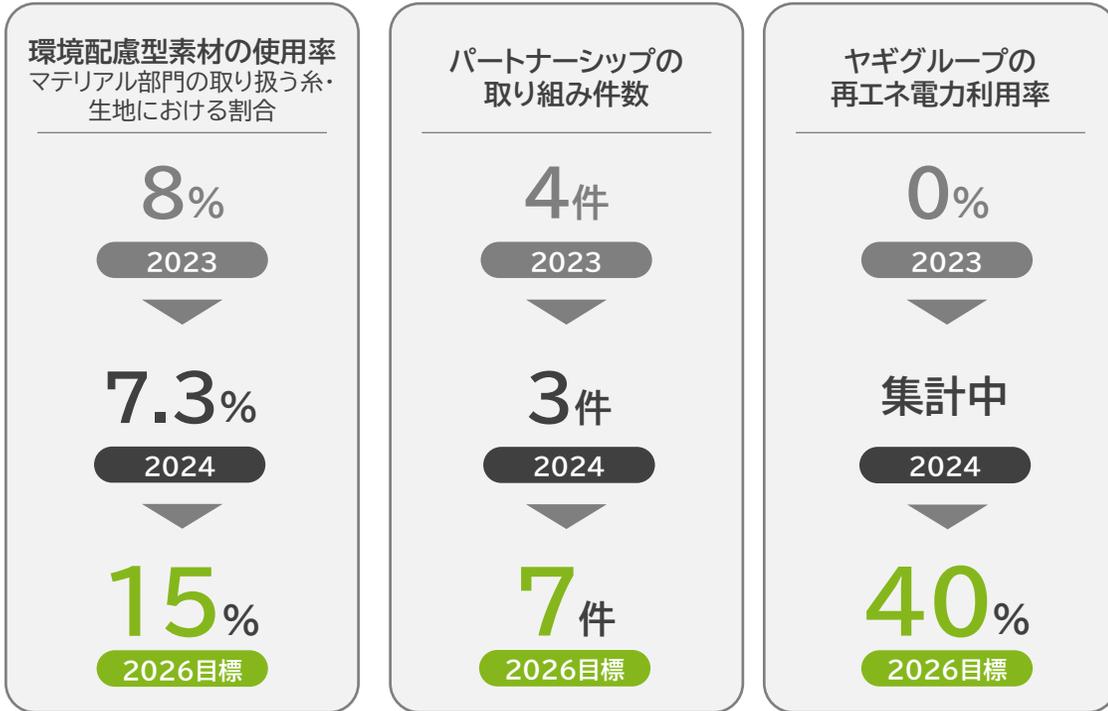


## Environment 環境

人・地域・国を結びながら、脱炭素社会への貢献を目指します。



2024年3月期実績と2026年3月期中期経営計画目標値の比較

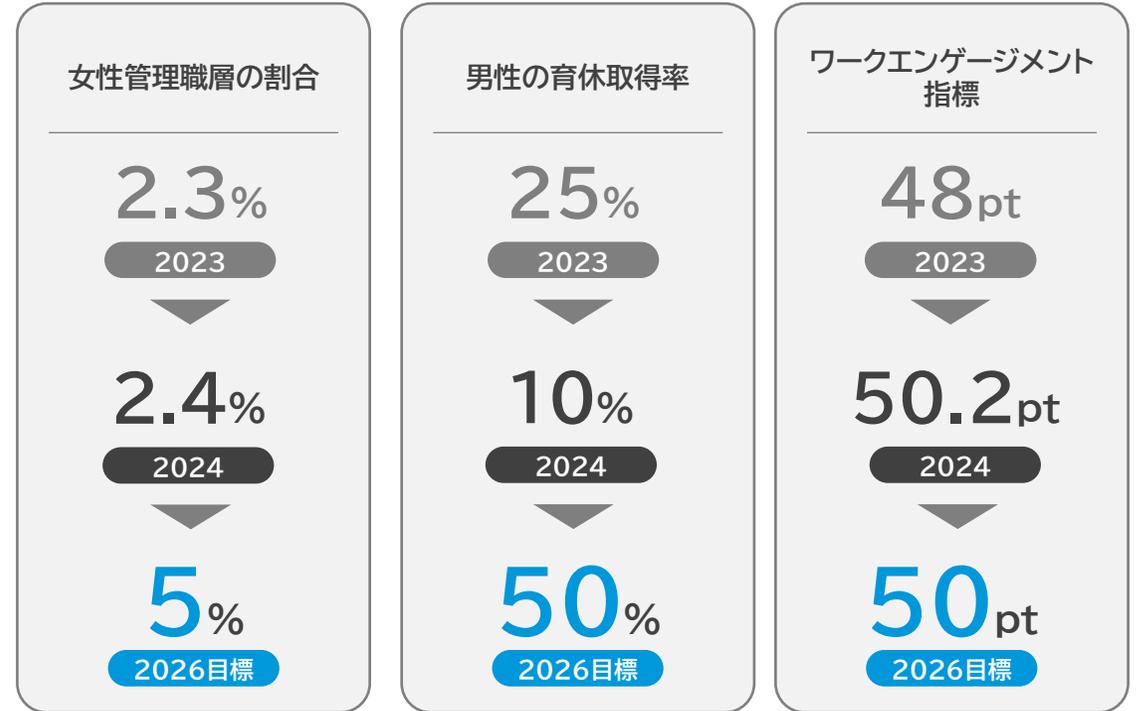


## Social 社会

多様な人材が健康でイキイキと働くことができる環境づくりを行います。



2024年3月期実績と2026年3月期中期経営計画目標値の比較



※再エネ電力利用率のみ、グループを対象にしております。



## Governance ガバナンス

社是である「終始一誠意」、当社グループの「VISION」を規範とし、適切な情報開示のもと経営の透明性を確保します。



2024年3月期実績と2026年3月期中期経営計画目標値の比較



CO2排出量測定を実施し、温室効果ガス削減に努めるべく進捗のモニタリングを行っています。

### CO2排出量の測定結果(2024年3月期)

[単位:t]	2023年3月期実績	2024年3月期実績
Scope1	55	54
Scope2	306	281
Scope3	443,412	406,410
合計	443,773	406,745

Scope1:事業者自らによる温室効果ガス の直接排出(燃料の燃焼、工業プロセス)  
 Scope2:他社から供給された電気、熱・蒸気の使用に伴う間接排出  
 Scope3:Scope1、Scope2以外の間接排出(事業者の活動に関連する他社の排出)  
 ※集計対象拠点:本社、国内各支店、営業所、千駄ヶ谷ベース

# 07

---

## 参考資料

## 基本方針



## 基本戦略

### ヤギグループの持続的成長の基盤作り



詳細はこちら

<https://www.yaginet.co.jp/ir/management/plann.html>



# セグメント体制一覧

マテリアル事業	ライフスタイル事業	アパレル事業	ブランド・リテール事業	不動産事業
<p><b>ヤギ</b> 原料・テキスタイル領域</p>	<p><b>ヤギ</b> ライフスタイル領域</p>	<p><b>ヤギ</b> アパレル領域</p>	<p><b>WEAVA TATRAS S.R.L.</b> 衣料品の製造・販売</p>	<p><b>マルス</b> 不動産賃貸業</p>
<p><b>ヴィオレッタ</b> ラッセル織物の製造販売</p>	<p><b>日本パフ 日帕化粧用具(嘉善)</b> 化粧用パフ及び外衣製造</p>	<p><b>YAGI &amp; CO.,( H.K. )</b> 八木貿易(深圳) 繊維製品及びその原料の輸出入販売</p>	<p><b>アタッチメント</b> 紳士服・婦人服及び服飾雑貨の デザイン、製造及び販売</p>	
<p><b>イチメン</b> アパレル向け生地・製品の企画販売</p>	<p><b>ツバメタオル</b> タオル・バスタオル等の製造販売</p>	<p><b>SOMIC</b> メディアコマース事業</p>	<p><b>LINGBLE INC.</b> グローバルECプラットフォーム 「Lingble」の運営</p>	
<p><b>山弥織物</b> 撚糸・織物の製造販売</p>		<p><b>PROGRESS (THAILAND)</b> 繊維原料・生地・繊維二次製品の 輸出入・販売</p>	<p><b>WINWIN YJV</b> 株NIKE JAPANのリテールパートナー としてNIKEストアの運営担当</p>	
<p><b>譜洛革時(上海)貿易</b> 繊維製品の販売</p>		<p><b>YAGI VIETNAM</b> 衣料品の製造・販売</p>		
<p><b>PT.YAGI INTERNATIONAL INDONESIA</b> 繊維製品の販売</p>		<p><b>グレイス</b> キャラクター商品の企画・製造・販売</p>		
				<p><b>その他</b></p>
				<p><b>YAGI International INC. YAGI USA LLC</b> 繊維製品及び関連商品の輸出入販売</p>
				<p><b>swatchbook Inc.</b> 世界最大級の3Dデザイン、 デジタルマテリアルライブラリーの運営</p>

# 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お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。