

三菱食品株式会社 2014年度(2015年3月期) 決算説明会

2015年5月8日

目次

1. 2014年度(2015年3月期)決算概要
2. 2015年度(2016年3月期)業績予想
3. 2015年度 経営方針

1. 2014年度(2015年3月期) 決算概要

2014年度(2015年3月期) 連結業績(前期比)

(単位:億円)

	2013年度	2014年度	
	実績	実績	前期比
売上高	23,882	23,373	▲510
営業利益	157	153	▲4
経常利益	172	172	1
当期純利益	97	98	1
1株当たり当期純利益(円)	169.02	170.67	1.65
1株当たり配当金(円)	42.00	42.00	0.00

- ◆ 売上高は、CVS向け弁当製造ベンダーの取引形態変更の影響等を除くと、略前年並み
- ◆ 営業利益は、物流費増加の影響等により減益
- ◆ 経常利益・当期純利益は、3期ぶりの増益
- ◆ 配当は、連結配当性向20%以上を維持し、前期と同額を継続

2014年度(2015年3月期) 品種別売上高(前期比)

(単位:億円)

	2013年度		2014年度		前期比増減	
	金額	構成比(%)	金額	構成比(%)	金額	率(%)
缶詰・調味料類	2,805	11.7	2,707	11.6	▲97	▲3.5
麺・乾物類	1,571	6.6	1,506	6.4	▲64	▲4.1
嗜好品・飲料類	2,618	11.0	2,524	10.8	▲95	▲3.6
菓子類	2,592	10.8	2,674	11.4	82	3.2
冷凍食品類	4,128	17.3	4,326	18.5	198	4.8
チルド食品類	4,547	19.0	4,281	18.3	▲266	▲5.9
ビール類	2,403	10.1	2,191	9.4	▲212	▲8.8
その他酒類	2,010	8.4	1,954	8.4	▲56	▲2.8
その他	1,208	5.1	1,208	5.2	▲0	▲0.0
合計	23,882	100.0	23,373	100.0	▲510	▲2.1

- ◆ 「菓子類」、「冷凍食品類」、「チルド食品類」は、引き続き増加
(「チルド食品類」は、CVS向け弁当製造ベンダーの取引形態変更の影響を除くと実質増加)
- ◆ 「缶詰・調味料類」「麺・乾物類」「嗜好品・飲料類」「ビール類」は、引き続き減少

2014年度(2015年3月期) 業態別売上高(前期比)

(単位:億円)

	2013年度		2014年度		前期比増減	
	金額	構成比(%)	金額	構成比(%)	金額	率(%)
卸売	2,269	9.5	2,163	9.3	▲106	▲4.7
GMS	1,893	7.9	1,881	8.1	▲12	▲0.6
SM	9,046	37.9	8,908	38.1	▲138	▲1.5
CVS	7,102	29.7	6,894	29.5	▲208	▲2.9
ドラッグストア	905	3.8	922	3.9	17	1.9
ユーザー	594	2.5	623	2.7	29	4.9
その他直販	1,740	7.3	1,624	6.9	▲117	▲6.7
メーカー・他	333	1.4	358	1.5	25	7.5
合計	23,882	100.0	23,373	100.0	▲510	▲2.1

- ◆ 「卸売」「SM」「その他直販」は、採算管理強化による取引見直し等の影響により減少
- ◆ 「CVS」は、弁当製造ベンダーの取引形態変更の影響を除くと、実質増加

2014年度(2015年3月期) 特別損益明細(前期比)

(単位:億円)

	2013年度	2014年度	
	実績	実績	前期比
投資有価証券売却益	6	9	3
固定資産売却益	2	5	3
その他	0	－	0
【 特別利益 】 計	8	14	5
固定資産売却損	3	1	▲2
減損損失	11	25	14
システム解約費用	2	－	▲2
その他	1	2	2
【 特別損失 】 計	17	28	11
特 別 損 益	▲9	▲15	▲6

- ◆ 引き続き資産の健全化に取り組み、投資有価証券や遊休資産等有形固定資産の売却損益・減損損失が発生

2014年度(2015年3月期) B／S(前期比)

(単位:億円)

	2013年度	2014年度	
	3月末	3月末	前期比
流動資産	4,645	4,568	▲77
固定資産	1,185	1,204	19
総資産	5,830	5,772	▲58
流動負債	4,335	4,166	▲169
固定負債	234	216	▲18
負債合計	4,569	4,382	▲187
純資産	1,261	1,390	129
1株当たり純資産(円)	2,186.59	2,416.01	229.43
自己資本比率	21.4%	23.9%	2.5.P

2014年度(2015年3月期) セグメント別業績(前期比)

(単位:億円)

	売 上 高				営 業 利 益		
	2013年度	2014年度	増減額	増減率(%)	2013年度	2014年度	増減額
加工食品	7,758	7,375	▲383	▲4.9	51	37	▲14
低温食品	9,102	9,116	13	0.1	89	83	▲7
酒類	4,408	4,199	▲209	▲4.8	7	10	2
菓子	2,592	2,660	68	2.6	6	20	14
その他・調整	22	23	1	4.8	3	3	0
合 計	23,882	23,373	▲510	▲2.1	157	153	▲4

※ 2013年度実績は2014年度実績との比較のため、セグメント間の組替えを行っております。

- ◆ 加工食品：採算管理強化による取引見直し等により売上高減少、物流費率の増加等の影響で減益
- ◆ 低温食品：売上高は堅調に推移するも、物流費を中心とする販管費の増加等により減益
- ◆ 酒 類：長期的な市場縮小傾向の中、採算管理強化による取引見直し等により減収増益
- ◆ 菓 子：CVSやSM等との売上拡大、採算管理強化や業務精度向上等により増収増益

2014年度(2015年3月期) 連結業績(予想比)

(単位:億円)

	2014年度		
	業績予想	実績	業績予想比
売上高	24,400	23,373	▲1,027
営業利益	165	153	▲12
経常利益	180	172	▲8
当期純利益	110	98	▲12
1株当たり当期純利益(円)	192.51	170.67	▲21.84

- ◆ 売上高は、低温食品・菓子事業は略予想通りとなるも、加工食品・酒類事業が採算管理強化に伴う取引見直しなどにより予想を下回る
- ◆ 営業利益は、加工食品・低温食品事業は予想を下回り、酒類・菓子事業は予想を上回る

2. 2015年度(2016年3月期) 業績予想

2015年度(2016年3月期) 業績予想

(単位: 億円)

	2014年度		2015年度		前期比	
	実 績	売上比 (%)	業績予想	売上比 (%)	額	率(%)
売上高	23,373	—	23,500	—	127	0.5
営業利益	153	0.7	157	0.7	4	2.9
経常利益	172	0.7	175	0.7	3	1.6
親会社株主に帰属する 当期純利益	98	0.4	110	0.5	12	12.8
1株当たり当期純利益(円)	170.67	—	192.51	—	21.84	—
1株当たり配当金(円)	42.00	—	42.00	—	0.00	—

2015年度(2016年3月期) セグメント別業績予想

(単位: 億円)

	売上高				営業利益			
	2014年度	2015年度	増減額	増減率 (%)	2014年度	2015年度	増減額	増減率 (%)
加工食品	7,375	7,380	5	0.1	37	41	4	9.6
低温食品	9,116	9,140	24	0.3	83	87	4	5.1
酒類	4,199	4,250	51	1.2	10	11	1	11.2
菓子	2,660	2,700	40	1.5	20	20	0	2.5
その他・調整	23	30	7	32.4	3	▲2	▲5	—
合 計	23,373	23,500	127	0.5	153	157	4	2.9

設備投資等の状況

(単位: 億円)

	投資額		償却額・支払リース料	
	2014年度	2015年度 予想	2014年度	2015年度 予想
設備投資(リース含む)	47	33	56	53
システム開発等	45	76	12	17
合 計	92	109	68	70

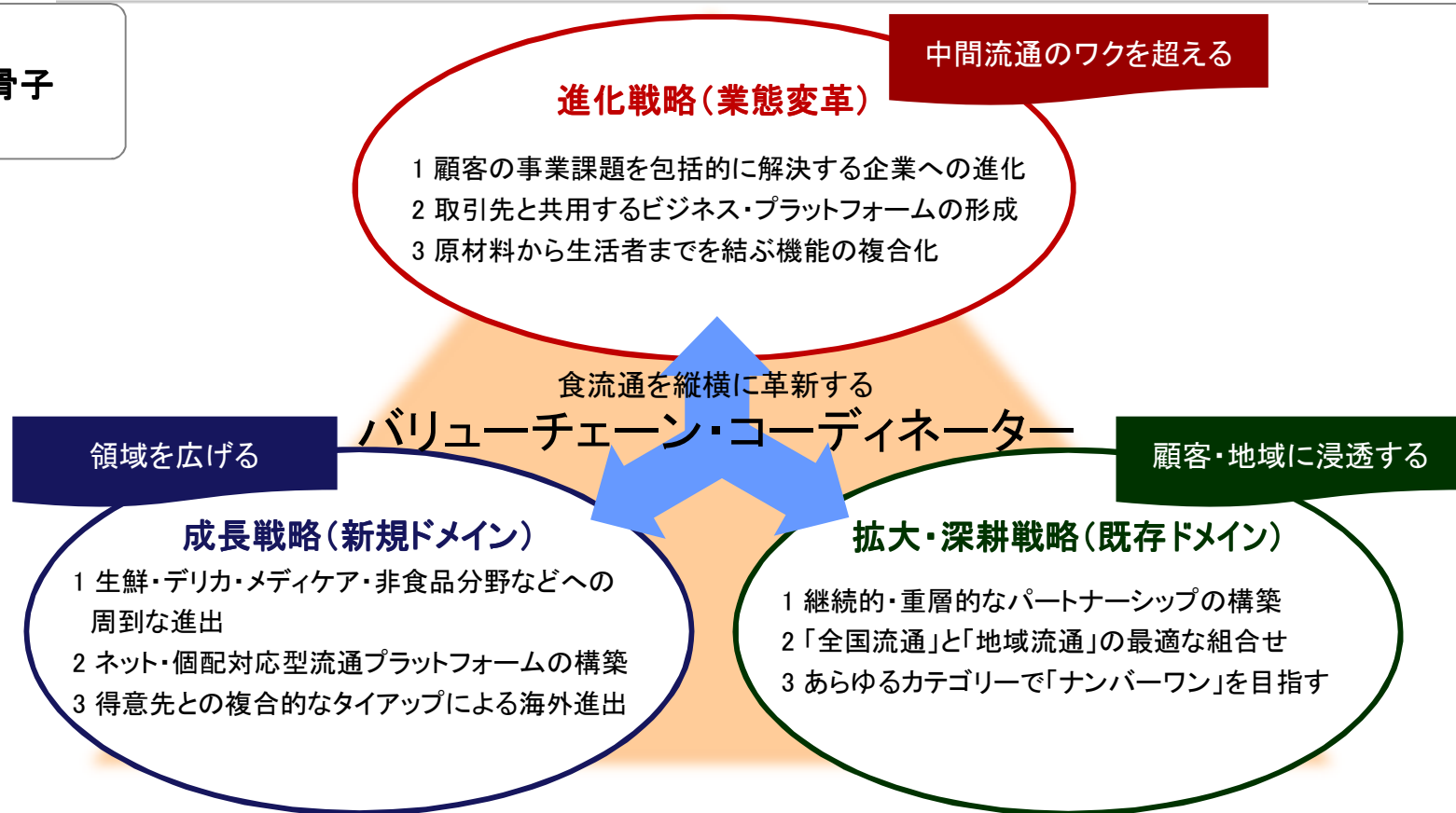
- ◆ 設備投資は、低温事業のインフラ整備が中心
- ◆ システム開発等は次世代システム(2016年度稼働開始予定)構築のための投資がスタート

3. 2015年度 経営方針

中経2015の進捗状況

中経2015

戦略骨子



経営基盤の強化

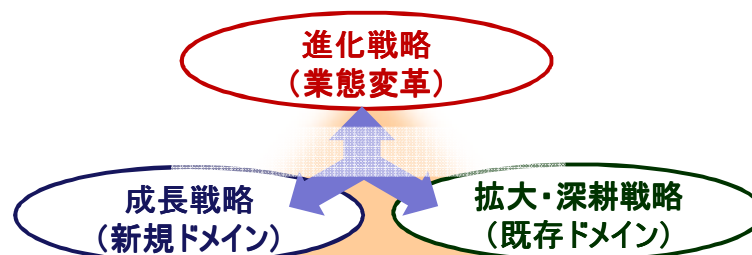
- 1 戦略を迅速且つ確実に実行する組織の整備
- 2 徹底的な効率化の追求と戦略的な経営資源の配分
- 3 新たな企業文化の創造と透明性の高い経営の実現

定量目標

売上高 3兆円 経常利益300億円

中経2015の進捗状況

戦略実行に向けた体制作り、経営基盤の強化に向けた施策を実行。
経営基盤の整備には一定の成果を確認。



2014年

地域子会社の機能会社化
人材育成・活用施策強化
次世代基幹システムの構築

2013年

営業組織の再編・整備
連結経営基盤の強化
BPRの全社展開

2012年

物流拠点の統廃合
人事制度の整備・統合
コンプライアンス・危機管理体制の整備

2015年度 経営方針

2015年度 = 『戦略の実行ステージ』

持続的な成長へ

売上高3兆、経常利益300億への飽くなき挑戦

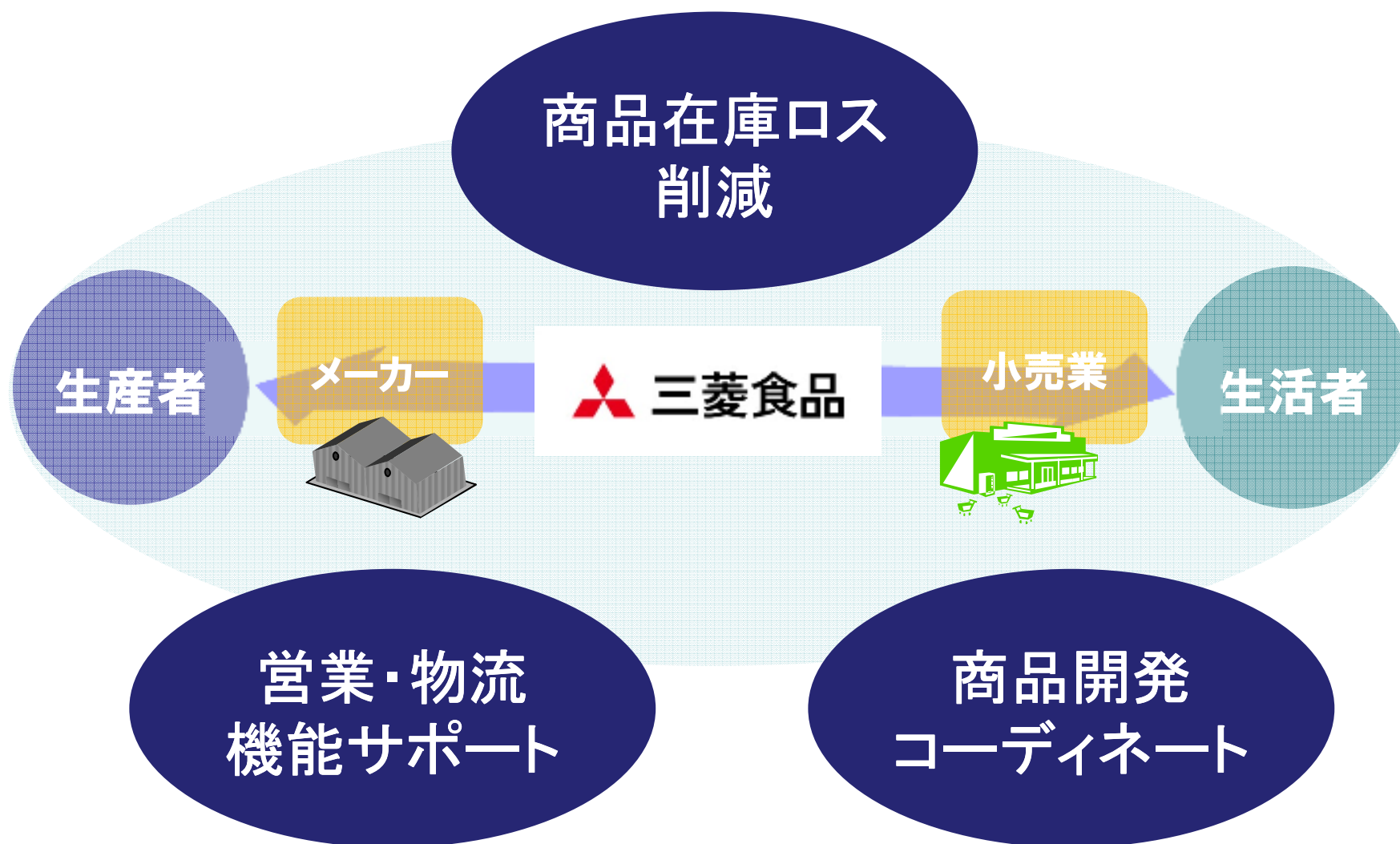
「中間」から「中核」へ

流通最適化
に向けた
機能強化

成長市場
への
対応強化

2015年度 経営方針

流通構造の全体最適実現に向けた機能強化



2015年度 経営方針

成長市場への対応 → 戦略市場本部の新設

海外

中国(広州)現地法人の設立

- 日本産食品の海外需要の取込み
- 国内取引先の中国進出を支援

業務用

業務用商材・販路の拡大

- 生活者の即食ニーズへの対応強化
- 業務用商材流通の全体最適実現

ウェルネス

ヘルスケア分野との連動強化

- 健康・美容への意識の高まりに対応した機能提供
- ドラッグストア業態への更なる機能提供