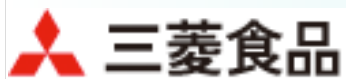


三菱食品株式会社

2021年度（2022年3月期） 第2四半期決算説明資料

2021年11月1日



【お知らせ】

当社は2021年度の期首より「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号）等を適用しております。
なお、当資料においては、2020年度を同基準に組替えて表記しております。

目次

1

2021年度(2022年3月期)第2四半期(2021年4～9月)
決算概要

2

2021年度の取組状況

1. 2021年度（2022年3月期） 第2四半期（2021年4～9月） 決算概要

【お知らせ】

当社は2021年度の期首より「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号）等を適用しております。
なお、当資料においては、2020年度を同基準に組替えて表記しております。

2021年度(2022年3月期)第2四半期 連結業績(前期比)

(単位:億円)

	2020年度※	2021年度	前期比増減	
	実 績	実 績	金 額	率(%)
売上高	10,171	10,088	▲82	▲0.8
営業利益	61	83	23	37.2
経常利益	67	90	22	33.2
親会社株主に帰属する 四半期純利益	55	63	7	13.0
1株当たり 四半期純利益(円)	97.10	122.16	25.06	

※2021年度より「収益認識に関する会計基準」等の適用に伴い、2020年度の売上高実績を組替えております。

- ◆売上高は、一部業態で回復基調が見られるが、前年の家庭内食品需要の反動減や取引の見直しにより、減収
- ◆利益面は、物流効率化施策による物流コストの削減やモバイルワークの浸透が販管費の減少に寄与し、増益

(単位:億円)

ご参考:収益認識基準適用前	2020年度	2021年度	前期比増減	
売上高	12,998	12,952	▲46	▲0.4%

2021年度(2022年3月期)第2四半期 品種別売上高(前期比)

(単位:億円)

	2020年度※		2021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	1,243	12.2	1,208	12.0	▲34	▲2.8
麺・乾物類	719	7.1	686	6.8	▲33	▲4.6
嗜好品・飲料類	1,241	12.2	1,244	12.3	3	0.2
菓子類	1,301	12.8	1,327	13.2	26	2.0
冷凍・チルド食品類	2,518	24.8	2,471	24.5	▲47	▲1.9
ビール類	1,287	12.6	1,298	12.9	11	0.8
その他酒類	998	9.8	991	9.8	▲7	▲0.7
その他	863	8.5	863	8.5	▲0	▲0.0
合計	10,171	100.0	10,088	100.0	▲82	▲0.8

※2021年度より「収益認識に関する会計基準」等の適用に伴い、2020年度の売上高実績を組替えております。

- ◆「缶詰・調味料類」・「麺・乾物類」は、前年の家庭内食品需要の反動減により減収
- ◆「菓子類」は、CM効果による輸入菓子のハリボーが好調に推移したこと等により増収
- ◆「冷凍・チルド食品類」は、採算管理の徹底に伴う取引の見直し等により減収

2021年度(2022年3月期)第2四半期 業態別売上高(前期比)

(単位:億円)

	2020年度※		2021年度		前期比増減	
	金額	構成比(%)	金額	構成比(%)	金額	率(%)
卸売	798	7.8	826	8.2	28	3.5
SM	5,132	50.5	4,953	49.1	▲179	▲3.5
CVS	1,991	19.6	2,034	20.2	44	2.2
ドラッグストア	821	8.1	773	7.6	▲48	▲5.9
ユーザー(注1)	192	1.9	163	1.6	▲29	▲15.1
その他直販(注2)	1,054	10.4	1,141	11.3	87	8.3
メーカー・他	183	1.7	198	2.0	15	8.1
合計	10,171	100.0	10,088	100.0	▲82	▲0.8

※2021年度より「収益認識に関する会計基準」等の適用に伴い、2020年度の売上高実績を組替えております。

(注)1. ユーザーは外食・中食・給食等消費者へ直接飲食サービスを提供する事業者であります。

(注)2. その他直販はディスカウントストア・EC事業者・ホームセンター・百貨店等であります。

◆「SM」・「ドラッグストア」は、前年の家庭内食品需要の反動減や取引の見直しにより減収

◆「その他直販」は、ディスカウントストアとの取引拡大や、EC事業者との取引が好調に推移したことにより増収

2021年度(2022年3月期)第2四半期 セグメント別業績(前期比)

(単位:億円)

	売 上 高				営 業 利 益		
	2020年度 ※	2021年度	増減額	増減率(%)	2020年度	2021年度	増減額
加工食品	3,508	3,426	▲83	▲2.4	12	18	6
低温食品	2,948	2,914	▲34	▲1.2	35	50	15
酒類	2,394	2,406	12	0.5	16	13	▲3
菓子	1,310	1,330	20	1.5	6	10	3
その他・調整	10	13	3	30.0	▲9	▲7	2
合 計	10,171	10,088	▲82	▲0.8	61	83	23

※2021年度より「収益認識に関する会計基準」等の適用に伴い、2020年度の売上高実績を組替えております。

- ◆ 加工食品:前年の家庭内食品需要の反動減により減収も、物流コストを含む販管費の改善により増益
- ◆ 低温食品:一部取引の見直しがあったものの、業務用商材の回復や物流コストの改善等により増益

2021年度(2022年3月期)第2四半期(累計) 特別損益明細(前期比)

(単位:億円)

	2020年度	2021年度	
	実績	実績	前期比
固定資産売却益	17	0	▲17
投資有価証券売却益	0	0	▲0
【 特別利益 】 計	18	0	▲18
本社移転費用	2	0	▲2
その他	0	0	0
【 特別損失 】 計	2	0	▲2
特 別 損 益	15	▲0	▲16

2021年度(2022年3月期)第2四半期 B／S(前期末比)

(単位:億円)

	2020年度 前期末	2021年度 第2四半期	
	3月末	9月末	前期末比
流動資産	5,324	5,124	▲200
固定資産	1,519	1,523	4
総資産	6,843	6,647	▲196
流動負債	4,589	4,706	118
固定負債	284	280	▲4
負債合計	4,873	4,986	114
純資産	1,970	1,661	▲310
1株当たり純資産(円)	3,445.70	3,811.15	365.45
自己資本比率	28.8%	25.0%	▲3.8P

2021年度(2022年3月期)第2四半期(累計) 投資等の状況

(単位:億円)

	第2四半期実績		【ご参考】 年間計画	
	投資額	償却額・ 支払リース料	投資額	償却額・ 支払リース料
設備投資(リース含む)	40	31	80	70
システム開発等	18	23	50	45
事業投資	11		50	
合 計	69	53	180	115

2021年度(2022年3月期) 業績予想

(単位:億円)

	2020年度(※2)		2021年度		前期比	
	実績	売上比 (%)	業績予想	売上比 (%)	額	率(%)
売上高	20,213	—	20,300	—	87	0.4
営業利益	156	0.8	167	0.8	11	6.9
経常利益	169	0.8	180	0.9	11	6.4
親会社株主に帰属する 当期純利益	111	0.6	117	0.6	6	5.6
1株当たり当期純利益(円) (※1)	193.87	—	245.17	—	51.3	—
1株当たり配当金(円)	50.00	—	70.00	—	20.00	—

※1 2021年度1株当たり当期純利益は自己株式消却後の数字を記載しております。

※2 2021年度より「収益認識に関する会計基準」等の適用に伴い、2020年度の売上高実績を組み替えております。

※ 自己株式消却について

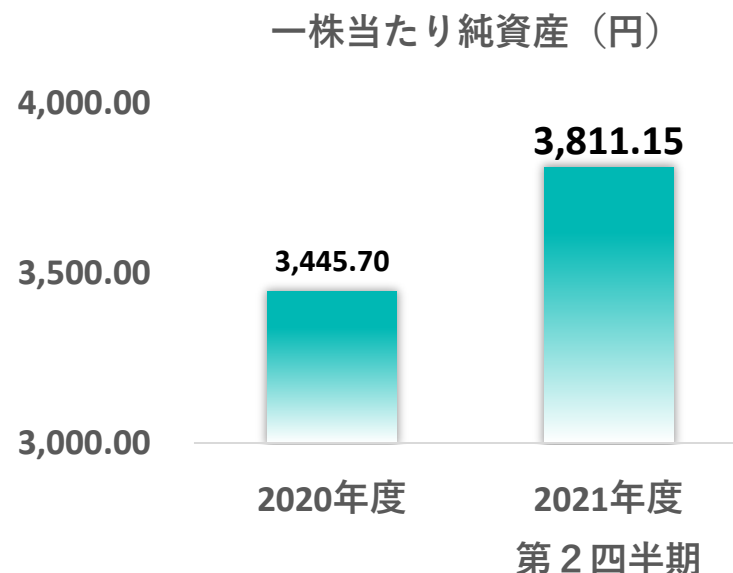
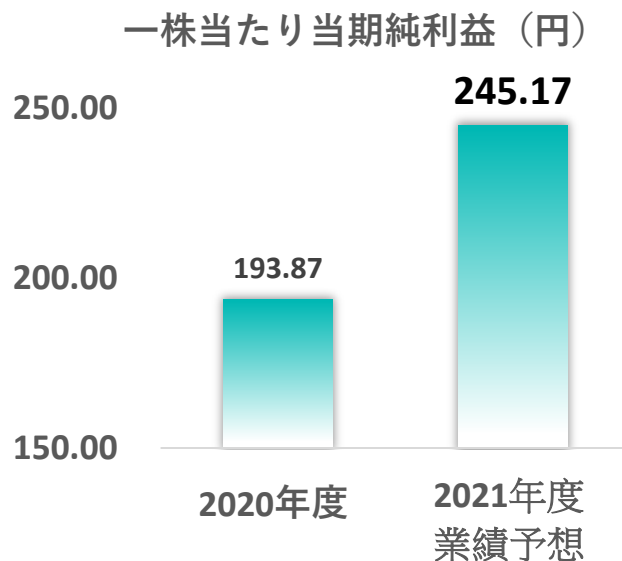
【お知らせ】

当社は2022年4月に予定されている東証市場区分見直しを念頭に、流通株式比率の向上につながる自己株式の消却を実施致しました。

- ◆ 自己株式消却：2021年8月31日（火）
- ◆ 消却する株式の数：14,588,290株（消却前の発行済株式総数の25.10%）
- ◆ 消却後の発行済株式総数：43,537,200株

※2021年9月末時点の三菱商事の持株比率は50.11%となります。

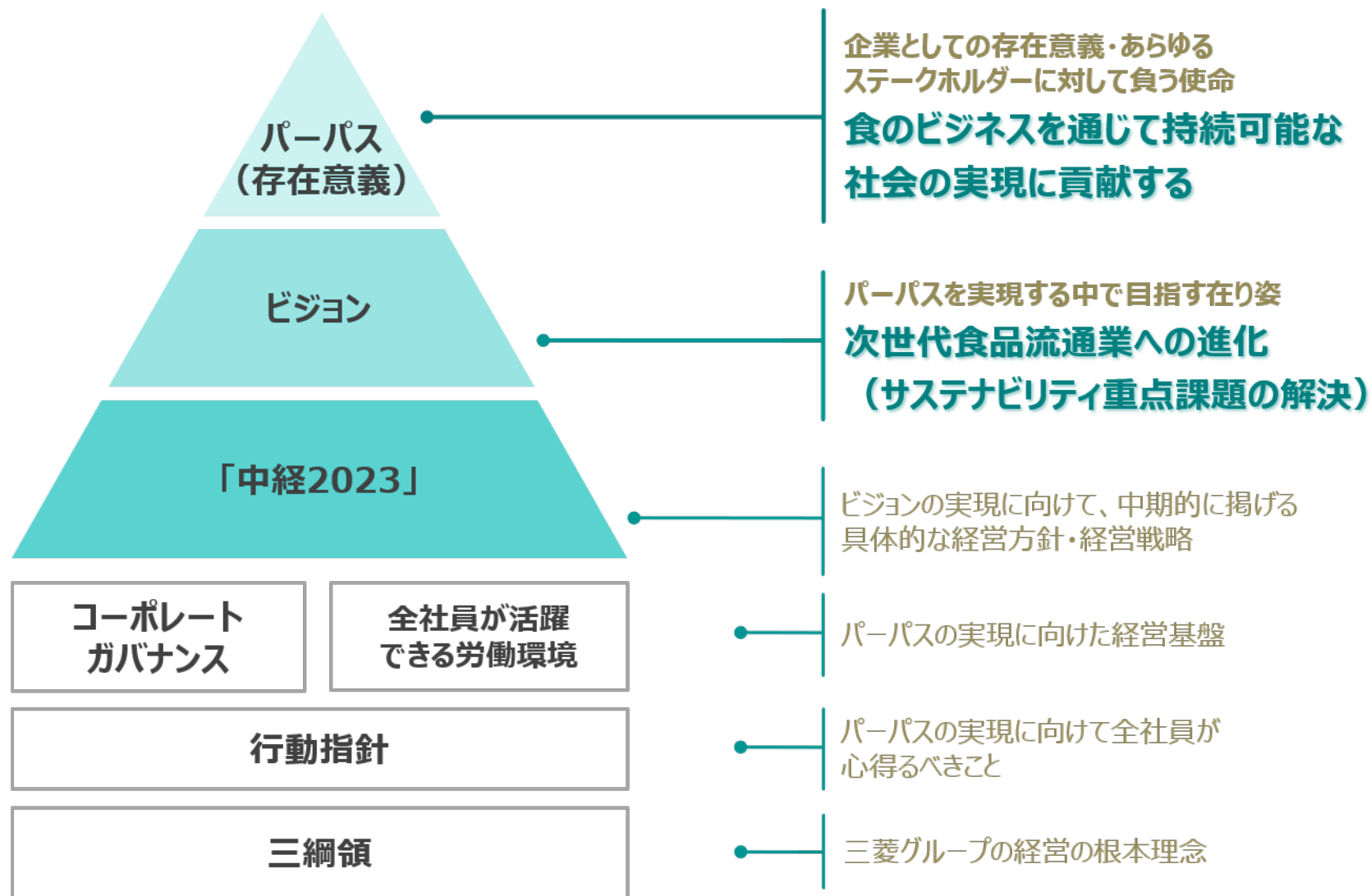
<ご参考>



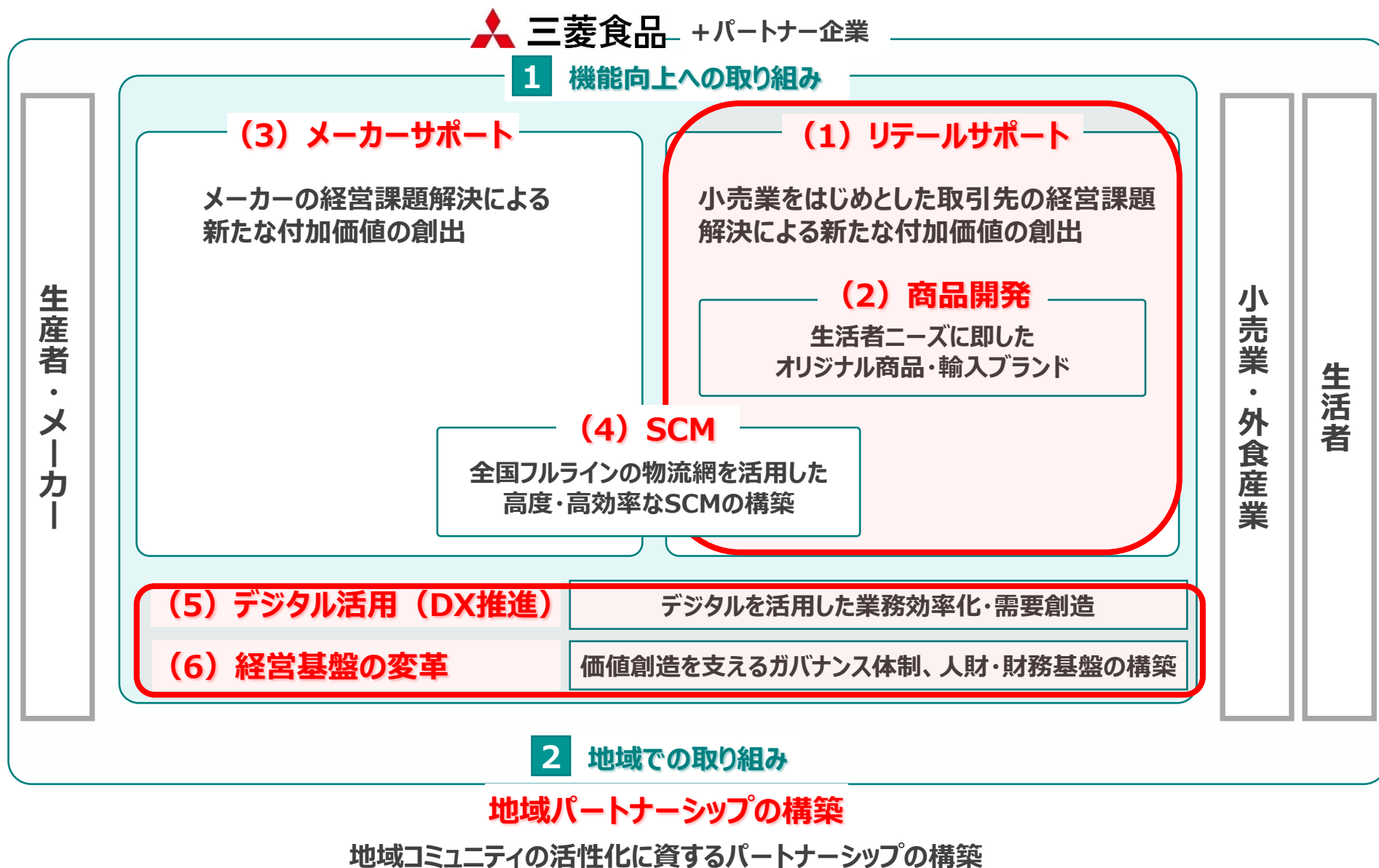
2. 2021年度の取組状況



(1) 目指す在り姿 【再掲】



(2) 中経2023の全体像 【再掲】



（３）コロナ禍の継続を通じて加速された機能向上の取り組み

食の安定供給体制強化

- 物流センターにおけるコロナ対策強化
- 「Withコロナ」に対応した営業体制強化



効率化施策の加速

- 物流効率化施策推進
- 業務効率化とリモートインフラ整備
- 働き方改革の加速



(4) 商品開発

健康・環境

持続可能性



ライフスタイルの多様化

時短

簡便

ご褒美

バラエティ

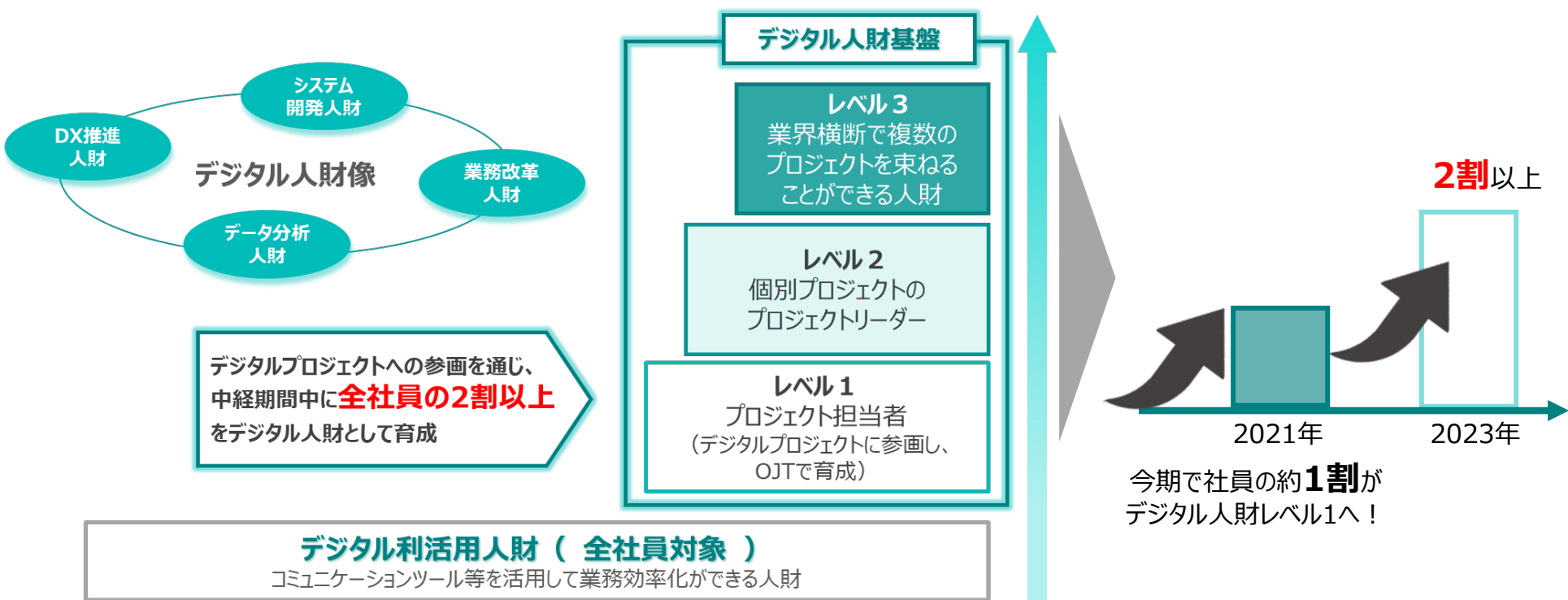


(5) デジタル関連施策



DX認定

「中経2023」における「機能向上への取り組み」「地域での取り組み」を下支えするDX推進とデジタル人財育成に全社で取り組んでいることが評価され、食品卸売業としては初の「DX認定事業者」の認定を取得！



(6) ダイヤモンドフェア2021

いつかではなく、今。



ダイヤモンドフェア2021

食で創造する、持続可能な社会。

三菱食品が考える
未来のシナリオ

生活者起点での
食品流通の中長期課題



キーワード



これからの流通に求められる対応

Withコロナ・Afterコロナにおける対応

三菱食品は

**「食のビジネスを通じた持続可能な社会の実現」に向けて
あらゆるステークホルダーの皆様とのパートナーシップを通じて
企業価値の拡大を目指します**

