

三菱食品株式会社

2023年3月期

第3四半期決算説明資料

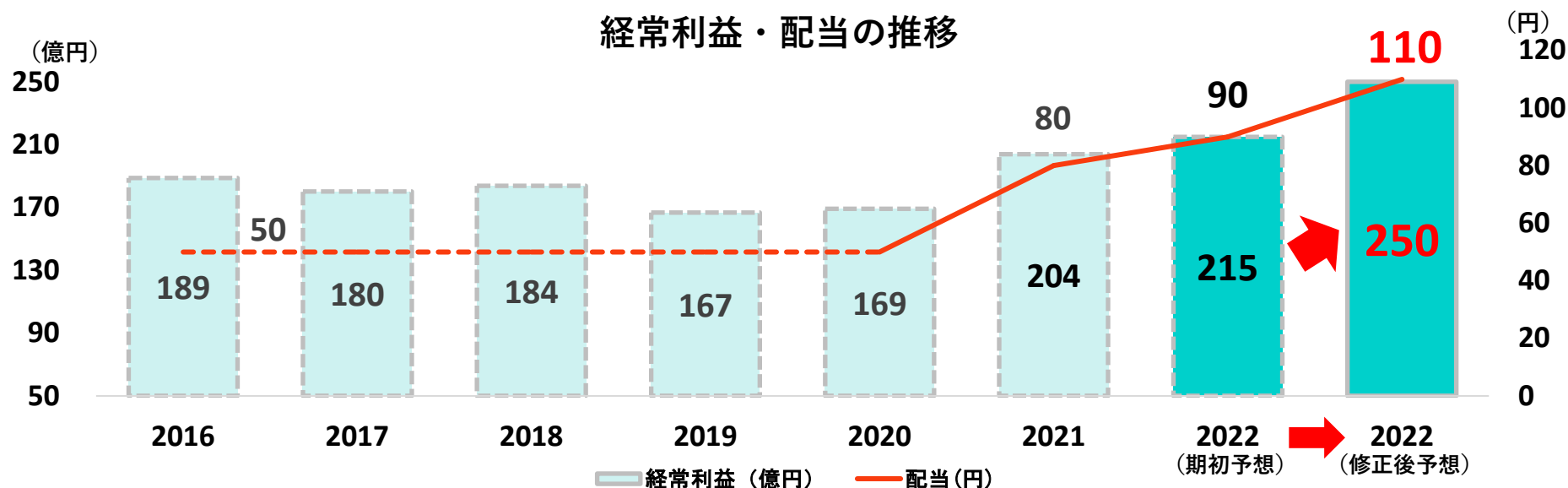
2023年2月6日



【お知らせ】
当社は2022年9月28日に
「三菱食品 統合報告書 2022」
を発刊致しました。

トピックス：通期業績予想及び配当予想の修正

- 経常利益予想を215億円から**250**億円に修正
- 配当予想を90円から**110**円に修正（増配）



1株当たり配当金	第2四半期	期末	年間
期初予想 (2022年5月9日)	円 銭 45.00	円 銭 45.00	円 銭 90.00
今回修正予想 (2022年度通期予想)	45.00	65.00	110.00

- ◆ 足元の業況を踏まえ、利益面で期初に公表した予想を上回る業績が見込まれるため、通期業績予想を修正
- ◆ 業績予想の修正に伴い、「中経2023」で掲げた株主還元施策に基づいて、期末の配当予想を修正

※詳細については、2023年2月6日に公表した「業績予想の修正及び配当予想の修正（増配）に関するお知らせ」をご参照ください。

連結業績(前期比)

(単位:億円)

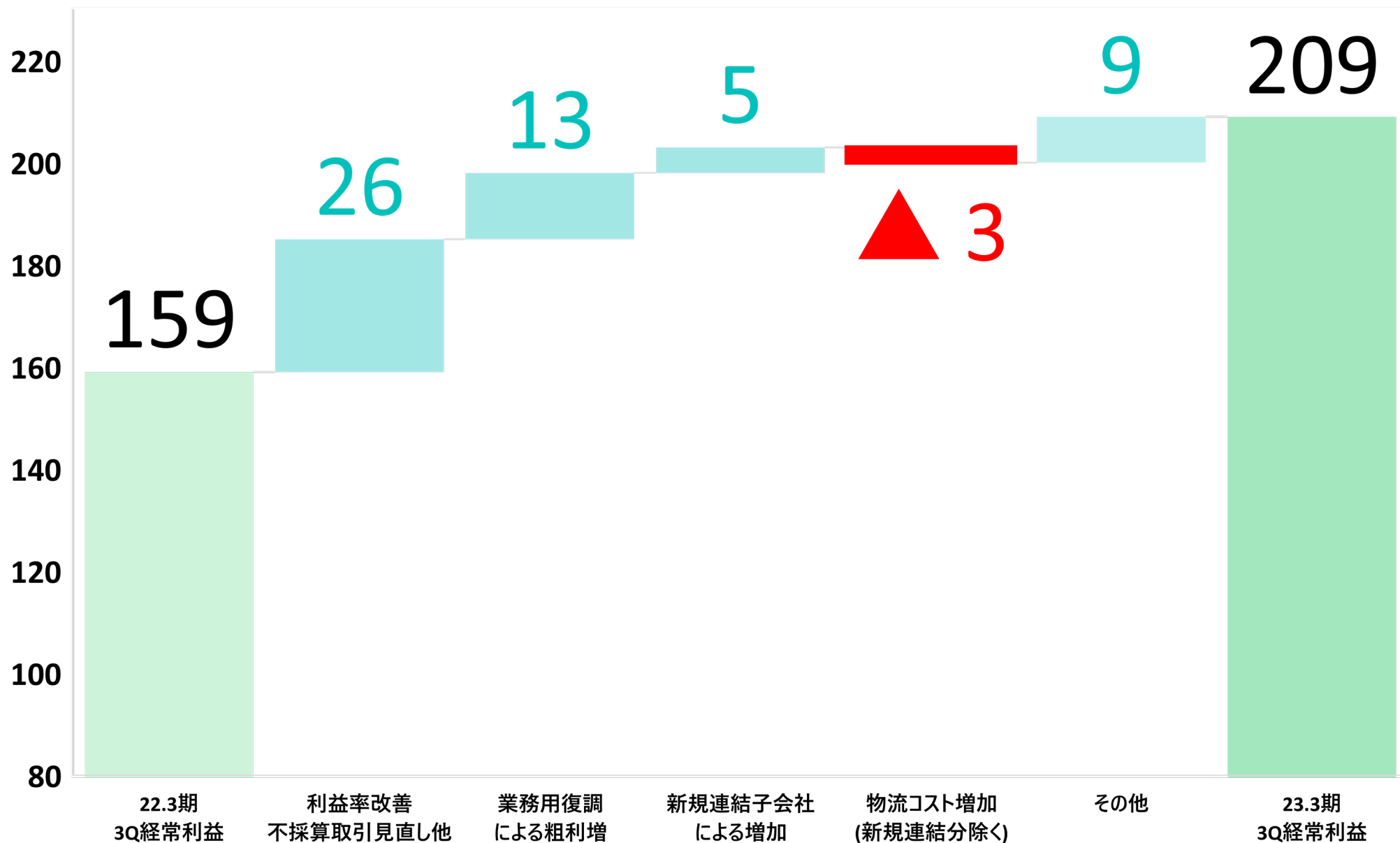
	22.3期 第3四半期	23.3期 第3四半期	前期比増減		23.3期 通期	
			額	率(%)	修正後 業績予想	進捗率(%)
売上高	15,297	15,256	▲40	▲0.3	19,900	76.7
売上総利益	1,017	1,115	98	9.6		
販管費	870	922	53	6.0		
物流費	431	452	21	4.9		
人件費	275	289	13	4.8		
その他	163	181	18	11.2		
営業利益	148	193	45	30.4	230	83.7
経常利益	159	209	50	31.2	250	83.5
親会社株主に帰属する 当期純利益	112	141	29	26.2	170	83.1

※ 通期計画の進捗率は、2023年2月6日公表の業績予想修正後の進捗率で記載しております。

- ◆売上高は、一部業態で回復基調が見られるも、家庭内食品需要の落ち込みや取引の見直し等により減収
- ◆経常利益は、業務用取引の復調や採算管理の強化に加え、子会社を新規連結したこと等により大幅に増益

経常利益の増減要因(前期比)

(単位:億円)



セグメント別業績(前期比)

(単位:億円)

	売 上 高			営 業 利 益		
	22.3期 第3四半期	23.3期 第3四半期	増減率(%)	22.3期 第3四半期	23.3期 第3四半期	増減率(%)
加工食品	5,230	5,043	▲3.6	36	50	38.7
低温食品	4,321	4,445	2.9	79	107	36.7
酒類	3,683	3,750	1.8	26	27	5.9
菓子	2,045	2,002	▲2.1	18	19	4.8
その他・調整	19	16	▲17.6	▲11	▲11	—
合 計	15,297	15,256	▲0.3	148	193	30.4

◆加工食品:家庭内食品需要の落ち込みや取引見直しによる減収も、取引の見直しに伴う採算性の向上等により増益

◆低温食品:業務用商材の復調に伴う増収に加え、子会社を新規連結したこと等により増益

品種別売上高(前期比)

(単位:億円)

	22.3期 第3四半期		23.3期 第3四半期		前期比増減	
	金額	構成比(%)	金額	構成比(%)	金額	率(%)
缶詰・調味料類	1,861	12.1	1,823	12.0	▲38	▲2.0
麺・乾物類	1,064	7.0	1,076	7.0	11	1.1
嗜好品・飲料類	1,842	12.0	1,717	11.3	▲124	▲6.8
菓子類	2,040	13.3	1,999	13.1	▲42	▲2.0
冷凍・チルド食品類	3,637	23.8	3,662	24.0	25	0.7
ビール類	1,953	12.8	1,986	13.0	33	1.7
その他酒類	1,557	10.2	1,592	10.4	35	2.2
その他	1,343	8.8	1,402	9.2	59	4.4
合計	15,297	100.0	15,256	100.0	▲40	▲0.3

◆「缶詰・調味料類」・「嗜好品・飲料」は、家庭内食品需要の落ち込みにより減収

◆「ビール類」・「その他酒類」は、業務用商材の復調や値上げ前の駆け込み需要により増収

業態別売上高(前期比)

(単位:億円)

	22.3期 第3四半期		23.3期 第3四半期		前期比増減	
	金額	構成比(%)	金額	構成比(%)	金額	率(%)
卸売	1,296	8.5	1,513	9.9	217	16.8
SM	7,498	49.0	7,237	47.4	▲261	▲3.5
CVS	3,028	19.8	2,822	18.5	▲206	▲6.8
ドラッグストア	1,182	7.7	1,272	8.4	90	7.6
ユーザー(注1)	252	1.6	318	2.1	66	26.3
その他直販(注2)	1,740	11.4	1,708	11.2	▲33	▲1.9
メーカー・他	302	2.0	387	2.5	86	28.4
合計	15,297	100.0	15,256	100.0	▲40	▲0.3

(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。

◆「卸売」は、行動制限の緩和により人流が回復したことから、業務用取引が復調し増収

◆「SM」は、前年の家庭内食品需要の反動減や取引の見直し等により減収

成長戦略の進捗状況

(単位: 億円)

	経常利益	
	22.3期 第3四半期	23.3期 第3四半期
メーカーサポート	22	22
商品開発	8	8
リテールサポート	143	193
小 計	174	222
その他・調整	▲15	▲13
合 計	159	209

◆「リテールサポート」は、卸ビジネスにおける取引先との付加価値の高い取り組みの深耕に加え、子会社を新規連結したことにより増益