

2022年3月期第2四半期 決算短信補足資料

(注) 2022年3月期第1四半期の期首より会計方針を変更。2021年3月期第2四半期及び2021年3月期の数値は、当該会計方針の変更を反映した遡及適用後の数値を記載。

2021年11月9日
丸大食品株式会社
URL <http://www.marudai.jp/>

◇ 2022年3月期 上期連結業績の総括	P. 2
◇ 2022年3月期 上期セグメント別連結業績	P. 3
◇ 2022年3月期 上期連結財政状態	P. 4
◇ 2022年3月期 上期連結業績のポイント	P. 5
◇ 2022年3月期 上期連結キャッシュ・フロー	P. 6
◇ 2022年3月期 通期連結業績計画	P. 7
◇ 2022年3月期 通期セグメント別連結業績計画	P. 8
◇ 主力商品紹介	P. 9

■売上高■

新型コロナウイルス感染症の影響により外食需要の動きは鈍いほか、景気の先行きに対する不透明感から消費者の節約志向や価格競争が一層激しくなったことなどから、前年同期比△3.0%の減収。

■営業利益■

主力のハム・ソーセージ部門や食肉事業が減収となるも、原材料価格の低下や合理化によるコスト削減に努めたことなどにより、101百万円の黒字。

■親会社株主に帰属する四半期純利益■

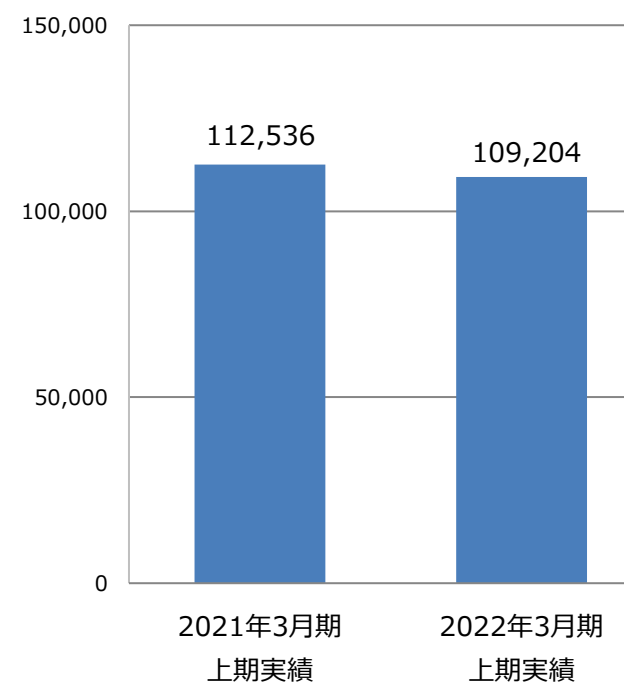
営業利益が黒字に転換するも、前期にトラク株式会社の株式取得に伴い、特別利益として負ののれん発生益997百万円を計上したことなどにより、前年同期比△60.3%の減益。

(単位：百万円)

	2021年3月期 上期実績	2022年3月期		
		上期実績	対前期 増減額	対前期 増減率
売上高	112,536	109,204	△ 3,332	△ 3.0%
営業利益 (売上高比率)	△ 864 (△ 0.8%)	101 (0.1%)	966 (0.9%)	- -
経常利益 (売上高比率)	△ 588 (△ 0.5%)	356 (0.3%)	944 (0.8%)	- -
親会社株主に帰属する 四半期純利益 (売上高比率)	247 (0.2%)	98 (0.1%)	△ 149 (△ 0.1%)	△ 60.3% -
1株当たり 四半期純利益	9.75円	3.88円	△5.87円	-

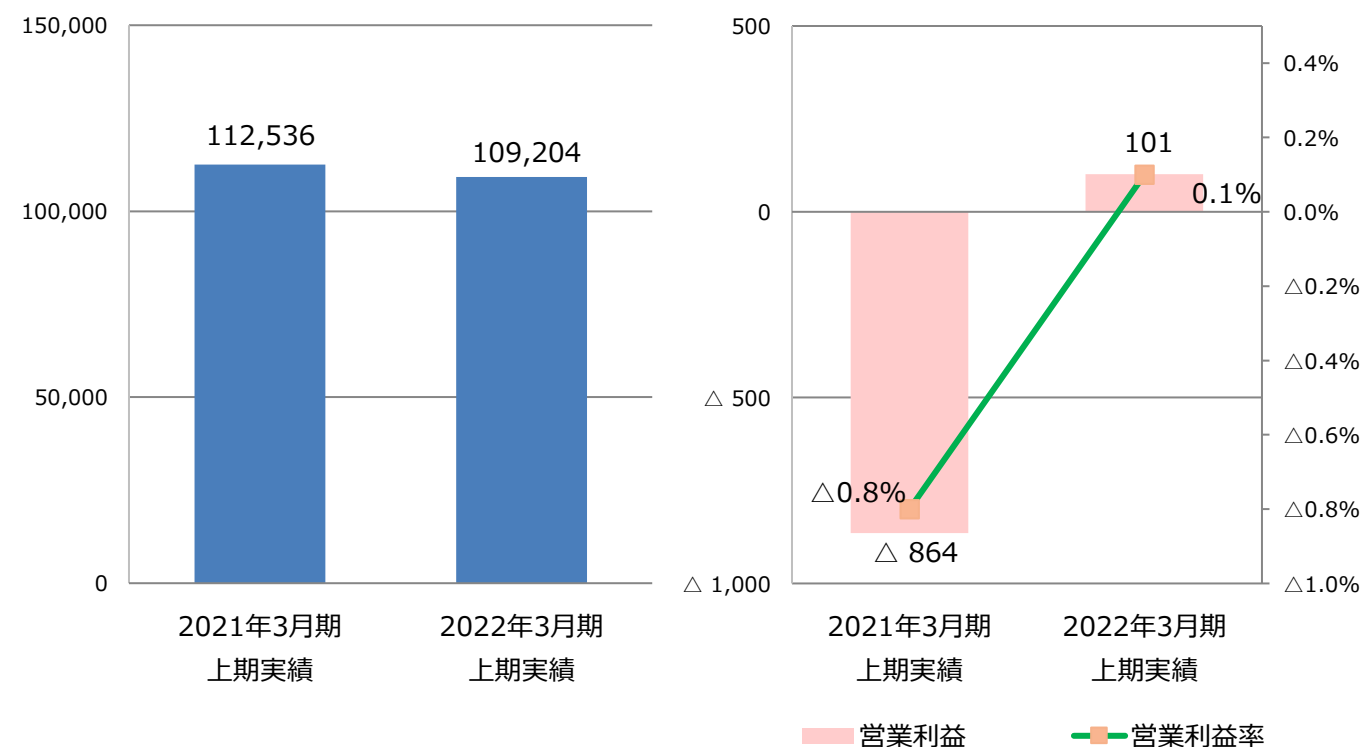
売上高

(単位：百万円)



営業利益

(単位：百万円)



(単位：百万円)

	2021年3月期 上期実績	2022年3月期		
		上期実績	対前期 増減額	対前期 増減率
加工食品事業	76,626	74,337	△ 2,289	△ 3.0%
ハム・ソーセージ	35,594	33,028	△ 2,566	△ 7.2%
調理加工食品	41,031	41,308	276	0.7%
食肉事業	35,825	34,783	△ 1,041	△ 2.9%
その他	84	83	△ 0	△ 1.2%
売上高	112,536	109,204	△ 3,332	△ 3.0%

加工食品事業 (売上高比率)	△ 1,199 (△ 1.6%)	△ 239 (△ 0.3%)	959 (1.3%)	-
食肉事業 (売上高比率)	297 (0.8%)	308 (0.9%)	10 (0.1%)	3.6%
その他	37	33	△ 3	△ 10.4%
セグメント利益 (売上高比率)	△ 864 (△ 0.8%)	101 (0.1%)	966 (0.9%)	-

■加工食品事業■

〔ハム・ソーセージ部門〕 前年同期比△7.2%の減収

- ・「モンドセレクション2021金賞」受賞など国際的な品評会において三冠を達成した「燻製屋熟成あらびきポークウインナー」などの主力商品を中心に拡販に努める。
- ・濃厚でジューシーな旨味が特徴の「ギュッテブルスト特級あらびきポークウインナー」などの新商品を投入し売上拡大を図る。
- ・前年の内食需要拡大の反動影響や競合他社との販売競争激化。
- ・中元ギフト伸び悩む。

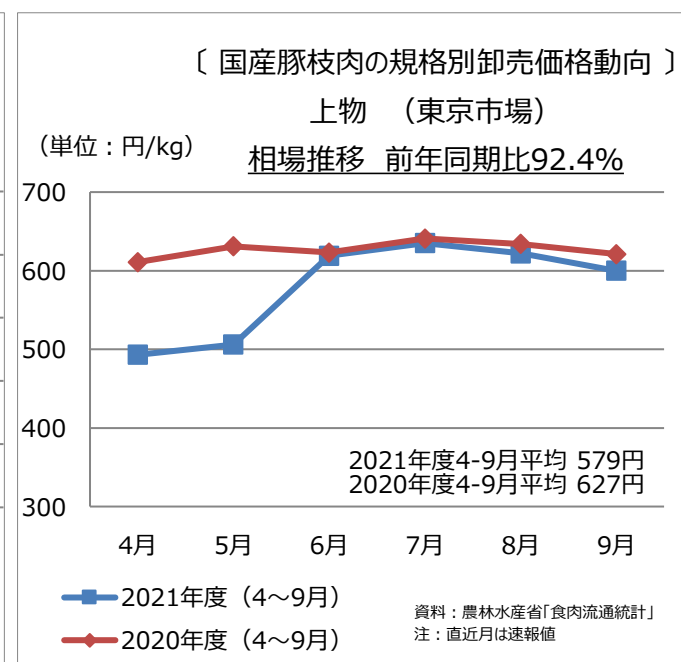
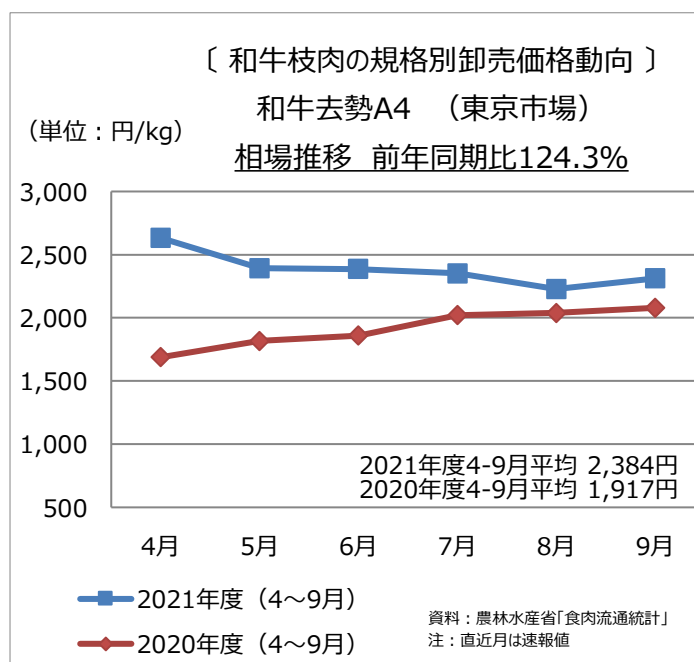
〔調理加工食品部門〕 前年同期比0.7%の増収

- ・「ピストロ倶楽部ビーフカレー」シリーズなどのレトルトカレー商品は、前年の家庭での備蓄用商品として需要が拡大した反動影響などから売上高は前年を下回る。
- ・「ピストロ倶楽部ドリアソース」シリーズなどの調理用スープ・ソース商品が堅調に推移。
- ・世界のチキン料理をご家庭で手軽にお楽しみいただける「旅するチキン」シリーズなどの新商品を投入。
- ・ブラックタピオカ入り飲料の売上高が大きく減少。
- ・コンビニエンスストア向け米飯商品の売上高に回復がみられる。
- ・2020年7月1日に当社グループに加わったトーラク株式会社の売上高寄与。

【総括】

売上高は、前年同期比△3.0%の減収。原材料価格の低下や合理化によるコスト削減に努めたことなどにより、前年からは改善するも、売上高の減収などから、セグメント損失は△239百万円（前年同期は△1,199百万円のセグメント損失）。

〔資料：枝肉規格別卸売価格動向〕



■食肉事業■

〔牛肉〕 前年同期比増収

- ・外食産業向け業務用商品の販売が低迷。
- ・量販店向けの販売強化に努める。
- ・販売単価の上昇。

〔豚肉〕 前年同期比減収

- ・利益確保に向けた取り扱い商品の見直し。
- ・前年の内食需要拡大の反動影響。

【総括】

売上高は、前年同期比△2.9%の減収。セグメント利益は、国産牛肉や輸入食肉の仕入価格が急激に上昇し価格転嫁が難しいなかで、取り扱い商品の見直しによる採算改善に努めたことなどから、前年同期比3.6%の増益。

(単位：百万円)

	2021年3月期	2021年3月期	2022年3月期	対前期末 増減額		2021年3月期	2021年3月期	2022年3月期	対前期末 増減額
	第2四半期末	期末	第2四半期末			第2四半期末	期末	第2四半期末	
現金及び預金	7,894	8,476	8,604	128	仕入債務	22,665	20,236	22,653	2,416
売上債権	24,390	23,833	23,470	△363	有利子負債	23,591	20,398	20,173	△224
棚卸資産	19,023	15,868	17,358	1,490	その他	11,805	12,957	13,347	389
その他の資産	1,859	1,887	2,031	144	負債合計	58,062	53,592	56,173	2,581
流動資産合計	53,166	50,065	51,465	1,400	株主資本	71,211	71,375	70,343	△1,032
有形固定資産	61,364	60,346	60,942	595	その他の包括利益累計額	3,702	5,761	5,481	△280
無形固定資産	2,929	2,779	2,568	△211	非支配株主持分	571	612	623	10
投資その他の資産	16,087	18,150	17,645	△505	純資産合計	75,485	77,750	76,448	△1,301
固定資産合計	80,381	81,277	81,156	△120	負債純資産合計	133,548	131,342	132,622	1,279
資産合計	133,548	131,342	132,622	1,279					

※有利子負債 = 借入金 + リース債務

■設備投資・減価償却費の状況■

(単位：百万円)

	2021年3月期	2021年3月期	2022年3月期	対前年同期 増減額
	上期	通期	上期	
設備投資	3,157	6,133	4,377	1,219
減価償却費	3,749	7,798	3,820	70

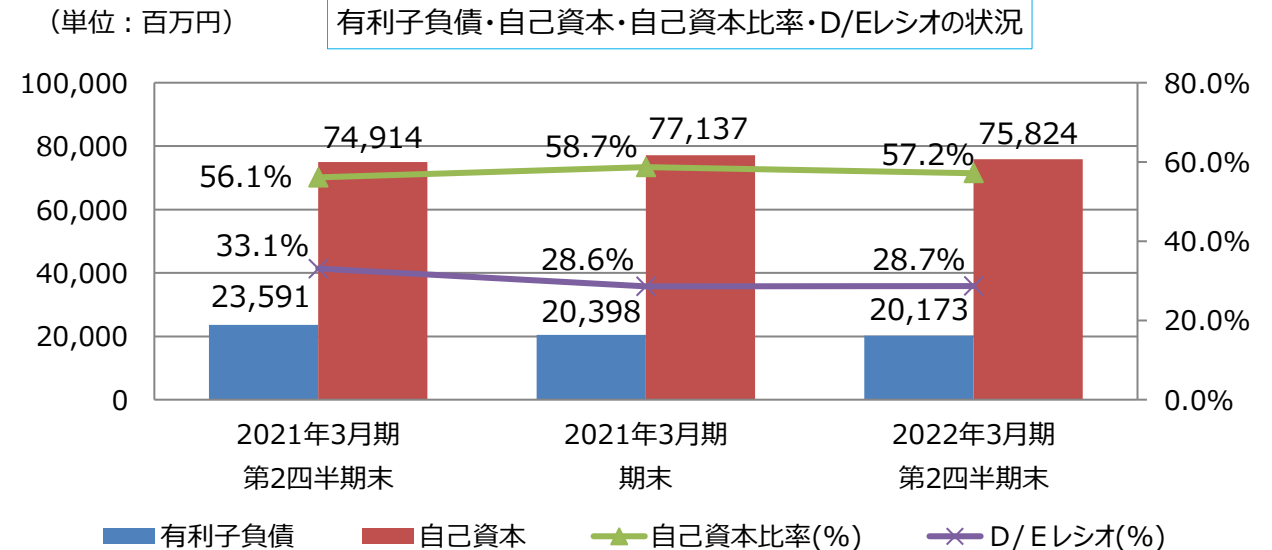
■自己資本・自己資本比率・D/Eレシオの状況■

(単位：百万円)

	2021年3月期	2021年3月期	2022年3月期	対前期末 増減額
	第2四半期末	期末	第2四半期末	
自己資本	74,914	77,137	75,824	△1,312
自己資本比率	56.1%	58.7%	57.2%	△1.5%
D/Eレシオ	33.1%	28.6%	28.7%	0.1%

※D/Eレシオ = 有利子負債 ÷ 株主資本

- ◆総資産は、棚卸資産や有形固定資産が増加したことなどから、前期末比1,279百万円増加。
- ◆負債は、有利子負債が減少するも、仕入債務が増加したことなどから前期末比2,581百万円増加。
- ◆純資産は、剰余金の配当や自己株式の取得、その他有価証券評価差額金の減少などから、前期末比△1,301百万円減少。
- ◆自己資本比率は、前期末比△1.5%低下、D/Eレシオは、前期末比0.1%上昇。
- ◆設備投資は、前年同期比1,219百万円増加の4,377百万円を実施。



2022年3月期 上期連結業績のポイント



増 減 要 因

(単位：百万円)

	2021年3月期 上期実績	2022年3月期		
		上期実績	対前期 増減額	対前期 増減率
売上高	112,536	109,204	△ 3,332	△ 3.0%
売上総利益 (売上高比率)	16,655 (14.8%)	16,605 (15.2%)	△ 50 (0.4%)	△ 0.3% -
販売費及び一般管理費 (売上高比率)	17,520 (15.6%)	16,503 (15.1%)	△ 1,016 (△ 0.5%)	△ 5.8% -
営業利益 (売上高比率)	△ 864 (△ 0.8%)	101 (0.1%)	966 (0.9%)	- -
営業外損益	276	255	△ 21	-
営業外収益	477	406	△ 71	-
営業外費用	201	151	△ 50	-
経常利益 (売上高比率)	△ 588 (△ 0.5%)	356 (0.3%)	944 (0.8%)	- -
特別損益	884	△ 126	△ 1,010	-
特別利益	1,030	129	△ 901	-
特別損失	146	255	109	-
税金等調整前 四半期純利益	295	230	△ 65	△ 22.1%
法人税等合計	18	117	98	-
四半期純利益	277	113	△ 164	-
非支配株主に帰属する 四半期純利益	29	14	△ 14	-
親会社株主に帰属する 四半期純利益	247	98	△ 149	△ 60.3%

■ 売上総利益 ■

売上高の減少や競合他社との販売競争激化による低価格化などから、売上総利益は、△50百万円（前年同期比△0.3%）の減益。原材料価格の低下や合理化によるコスト削減に努めたことなどから、売上高比率は15.2%、前年同期比0.4%の上昇。

■ 販売費及び一般管理費 ■

売上高減少に伴い販管費全体では△1,016百万円（前年同期比△5.8%）の減少。売上高比率は15.1%、前年同期比△0.5%の低下。

(単位：百万円)

	2021年3月期 上期実績	2022年3月期	
		上期実績	対前期 増減額
人件費	5,269	5,035	△ 234
配送費	6,562	6,186	△ 376
その他	5,688	5,282	△ 406
合計	17,520	16,503	△ 1,016

■ 営業外損益 ■

(単位：百万円)

	2021年3月期 上期実績	2022年3月期	
		上期実績	対前期 増減額
受取利息・配当金	163	169	6
その他	314	237	△ 77
営業外収益計	477	406	△ 71
支払利息	118	111	△ 6
その他	82	39	△ 43
営業外費用計	201	151	△ 50

■ 特別損益 ■

(単位：百万円)

	2021年3月期 上期実績	2022年3月期	
		上期実績	対前期 増減額
固定資産処分益	32	129	96
負ののれん発生益	997	-	△ 997
特別利益計	1,030	129	△ 901
固定資産処分損	104	222	117
減損損失	42	9	△ 33
投資有価証券評価損	-	24	24
特別損失計	146	255	109

■営業活動によるCF■

減価償却費の計上や運転資金の減少による増加要因などから、4,716百万円増加。

■投資活動によるCF■

固定資産の売却による収入があるも、生産設備の増強・合理化や品質向上のための固定資産取得による支出などから、△2,475百万円減少。

■財務活動によるCF■

有利子負債の減少や配当金の支払い、自己株式の取得による支出などから、△2,113百万円減少。

(単位：百万円)

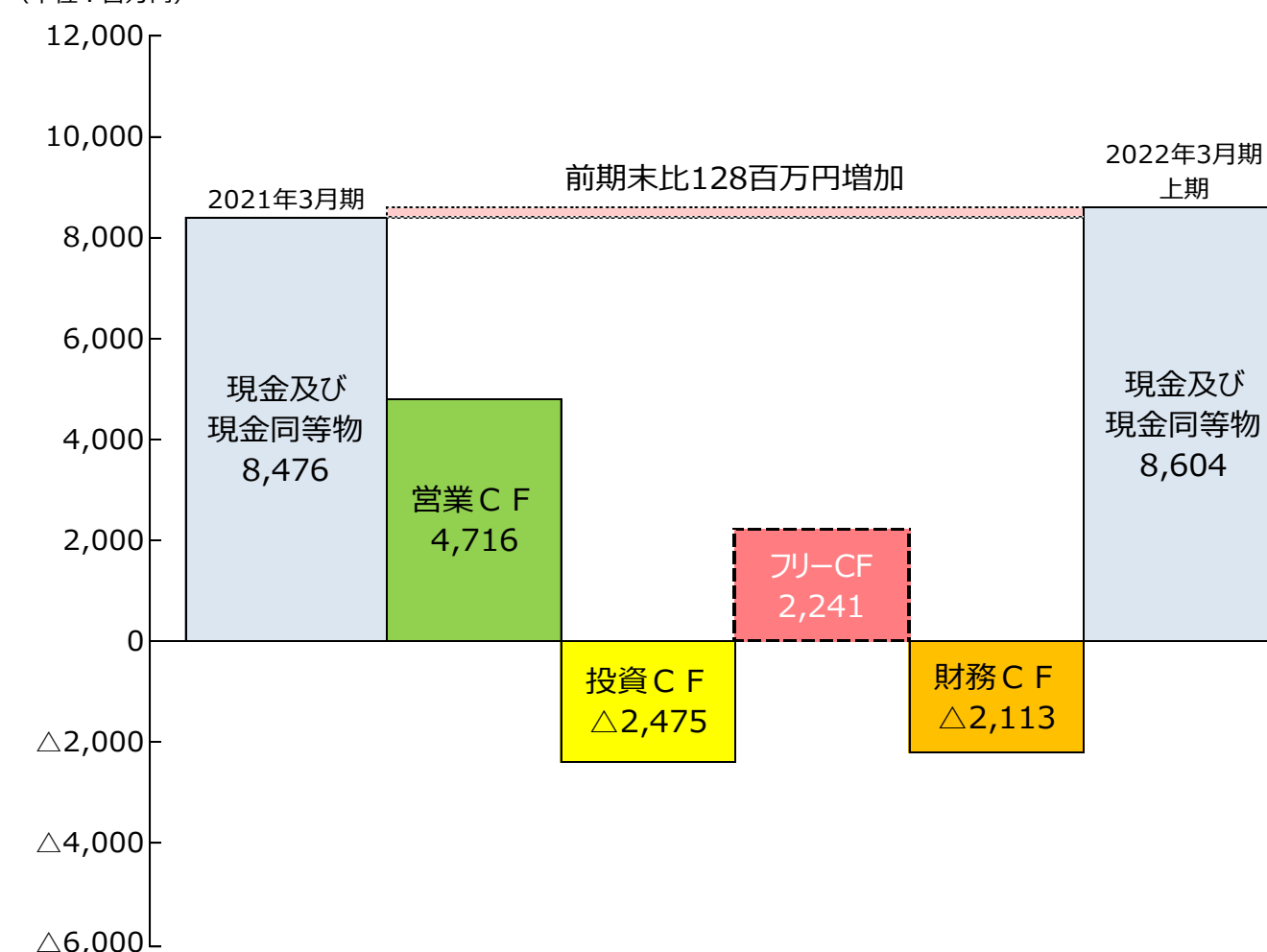
	2021年3月期	2022年3月期	
	上期実績	上期実績	対前期増減額
営業活動によるCF	2,095	4,716	2,621
投資活動によるCF	△3,737	△2,475	1,262
フリー・キャッシュ・フロー※	△1,641	2,241	3,883
財務活動によるCF	1,291	△2,113	△3,404
現金及び現金同等物の増減額	△350	128	478
現金及び現金同等物残高	7,894	8,604	710

■2022年3月期上期連結キャッシュ・フローの主な内訳■

(単位：百万円)

	2021年3月期	2022年3月期	
	上期実績	上期実績	対前期増減額
◆営業活動によるCF◆			
・税金等調整前四半期純利益	295	230	△65
・減価償却費	3,749	3,820	70
・運転資金	△351	1,278	1,629
・その他	△1,598	△612	986
◆投資活動によるCF◆			
・固定資産の取得による支出	△3,030	△2,914	116
・固定資産の売却による収入	141	580	438
・子会社株式の取得による支出	△1,195	-	1,195
・その他	346	△141	△487
◆財務活動によるCF◆			
・有利子負債増減	2,225	△978	△3,203
・配当金の支払額	△889	△761	127
・その他	△43	△372	△328

(単位：百万円)



※ フリー・キャッシュ・フロー = 営業活動によるキャッシュ・フロー + 投資活動によるキャッシュ・フロー

- ・当社グループは、お客様に、より安全でより安心して召し上がっていただける食品を提供する総合食品メーカーとして、真に社会的存在価値が認められる企業を目指す。
- ・「商品競争優位戦略」「収益構造改革」「多角化戦略」「人財育成と働き方改革」「企業価値向上戦略」の5つの基本方針を掲げ企業活動を推進。

〔2022年3月期下期の当社グループを取り巻く環境〕

- ・新型コロナウイルス感染症に対し、多くの地域で発出された緊急事態宣言及びまん延防止等重点措置が9月30日まで延長され、外食需要の動きは鈍いほか、景気の先行きに対する不透明感が増している。下期は、新型コロナウイルス感染症の感染対策を徹底し、外食需要など持ち直しに向かうことが期待されるものの、消費者の節約志向を背景に競合他社との販売競争激化などが見込まれるなど厳しい環境が予想される。

〔通期業績計画〕

- ・2022年3月期通期連結業績計画は、2021年5月13日に公表の計画を以下のとおり修正。

■通期見通し■

(単位：百万円)

	2021年3月期							2022年3月期		
	上期実績	下期実績	通期実績	上期実績	下期計画	対前期増減額	対前期増減率	通期計画	対前期増減額	対前期増減率
売上高	112,536	110,464	223,000	109,204	113,795	3,331	3.0%	223,000	0	0.0%
営業利益 (売上高比率)	△ 864 (△ 0.8%)	531 (0.5%)	△ 333 (△ 0.1%)	101 (0.1%)	398 (0.4%)	△ 133 (△0.1%)	△25.0% -	500 (0.2%)	833 (0.3%)	- -
経常利益 (売上高比率)	△ 588 (△ 0.5%)	769 (0.7%)	180 (0.1%)	356 (0.3%)	643 (0.6%)	△ 125 (△ 0.1%)	△16.4% -	1,000 (0.4%)	819 (0.3%)	452.9% -
親会社株主に帰属する 当期純利益 (売上高比率)	247 (0.2%)	164 (0.1%)	412 (0.2%)	98 (0.1%)	351 (0.3%)	186 (0.2%)	113.7% -	450 (0.2%)	37 (0.0%)	9.1% -
1株当たり 当期純利益	9.75円	6.48円	16.23円	3.88円	13.92円	7.44円	-	17.80円	1.57円	-
1株当たり配当金	-	-	30円	-	-	-	-	30円	-	-

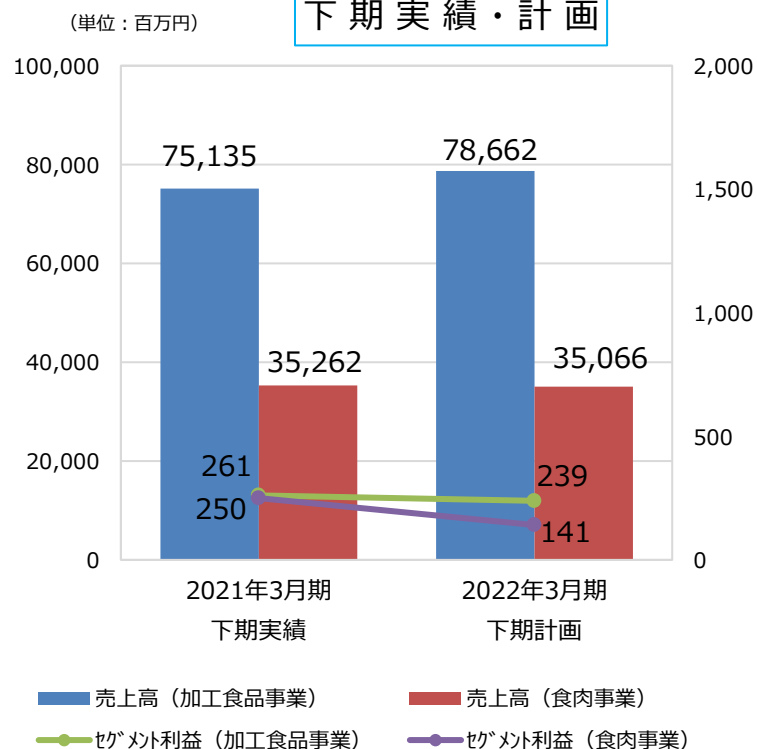
(注) 2022年3月期第1四半期の期首より会計方針を変更。P.7「通期見通し」、P.8「セグメント別通期見通し」の2022年3月期通期計画の対前期増減額・率は、遡及適用後の前期数値と比較して記載。

■セグメント別通期見通し■

(単位：百万円)

	2021年3月期							2022年3月期		
	上期実績	下期実績	通期実績	上期実績	下期計画	対前期増減額	対前期増減率	通期計画	対前期増減額	対前期増減率
加工食品事業	76,626	75,135	151,762	74,337	78,662	3,527	4.7%	153,000	1,237	0.8%
食肉事業	35,825	35,262	71,087	34,783	35,066	△ 195	△ 0.6%	69,850	△ 1,237	△ 1.7%
その他	84	66	150	83	66	0	0.3%	150	△ 0	△ 0.5%
売上高	112,536	110,464	223,000	109,204	113,795	3,331	3.0%	223,000	0	0.0%
加工食品事業 (売上高比率)	△ 1,199 (△ 1.6%)	261 (0.3%)	△ 938 (△ 0.6%)	△ 239 (△ 0.3%)	239 (0.3%)	△ 21 (0.0%)	△ 8.2% -	0 (0.0%)	938 (0.6%)	- -
食肉事業 (売上高比率)	297 (0.8%)	250 (0.7%)	547 (0.8%)	308 (0.9%)	141 (0.4%)	△ 108 (△ 0.3%)	△ 43.3% -	450 (0.6%)	△ 97 (△ 0.2%)	△ 17.8% -
その他	37	20	57	33	16	△ 3	△ 16.4%	50	△ 7	△ 12.5%
セグメント利益 (売上高比率)	△ 864 (△ 0.8%)	531 (0.5%)	△ 333 (△ 0.1%)	101 (0.1%)	398 (0.4%)	△ 133 (△ 0.1%)	△ 25.0% -	500 (0.2%)	833 (0.3%)	- -

下期実績・計画



■加工食品事業■

- ・ハム・ソーセージ部門のコスト削減と営業効率の向上による収益改善。
- ・多様化したお客様ニーズに対応するためのマーケティングミックス。
- ・美味しさと簡便性のあるレンジ対応商品の取り組み。
- ・SNSなどを活用した販売促進活動と売場提案を実施。
- ・デザート類の設備増強。

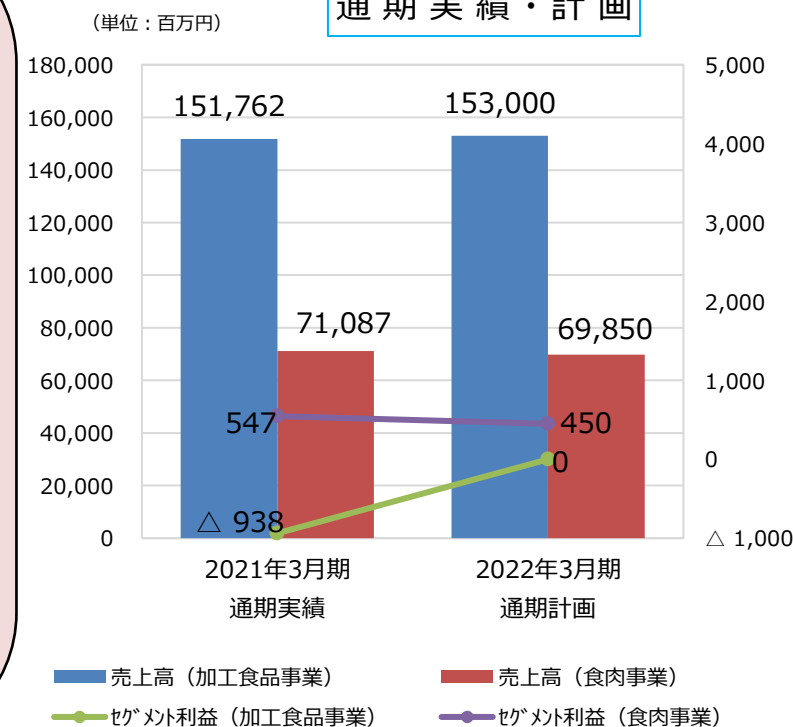
加工食品事業の通期業績は、売上高前年同期比0.8%増、セグメント利益は、前年同期比938百万円増加を計画。

■食肉事業■

- ・独自のブランド戦略強化や付加価値を訴求した商品展開を実施。
- ・アウトパック、スライス品の食肉加工事業強化。
- ・外食産業回復に備えた外食産業向け商品提案と販売強化。

食肉事業の通期業績は、売上高前年同期比△1.7%減、セグメント利益は、前年同期比△17.8%減を計画。

通期実績・計画





ハム・ソーセイジ部門
加工食品

世界が認めた、そのおいしさ。

三冠達成

SINCE 1961 MONDE SELECTION 2021 GOLD AWARD
INTERNATIONAL AWARDS 2021 D.O.G. WWW.D.O.G.ORG
INTERNATIONAL TASTE INSTITUTE 2021 BRUSSELS SUPERIOR TASTE AWARD

濃厚でジューシーな旨みはじけるウインナー

特級あらびきポーク

ギュッつぶスト Gufe Wurst

濃厚でジューシー 豪快あらびきなおいしさ

特級あらびきポーク

フランクフルト

10年連続 セレクション最高金賞

王覇

ホワイトローズハム 熟成

10年連続 セレクション最高金賞

王覇

ホワイトポニーハム 熟成

モンドセレクション 2021

金賞受賞

SINCE 1961 MONDE SELECTION 2021 GOLD AWARD

熟成あらびきポーク

燻製ブラックペッパー仕立て

ホワイト

おいしいレシピはここから

お料理

ベーコン

150g

激闘アライブ

ガンバライジングカード1まいり

全8種

燻製

煌彩

最高金賞

燻製

煌彩

最高金賞

燻製

煌彩

燻製

煌彩

燻製

煌彩

厚切り

炙

ばら焼豚

おいしいレシピはここから

©2021 石森プロ・テレビ朝日・ADK EM・東映

調理加工食品部門
事業

韓国家庭料理

あかげまで 発売15年目

スンドゥブ

NEW

3袋タイプ

豆腐があればすぐできる

旅するチキン

鶏ももから揚げ

鶏ももから揚げ

鶏ももから揚げ

世界の料理を おうちで手軽に 召し上がれ!

食韓美

キンチを入れるとさらにおいしい!

テジャンチゲ

パデチゲ

牛丼の具

親子丼の具

豚カルビ丼

あん

塩パン

いもあん

サンド

EMIAL

発酵

オーツミルク

EMIAL

わらび餅

抹茶

TORAKU Kobe Sweets

大阪

チーズブリュレ

marudai 丸大食品

本資料に記載されている業績の見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。