

# 2020年3月期 決算短信補足資料

2020年5月20日

**丸大食品株式会社**

URL <http://www.marudai.jp/>

◇ 2020年3月期 連結業績の総括	P.2
◇ 2020年3月期 セグメント別連結業績	P.3
◇ 2020年3月期 連結財政状態	P.4
◇ 2020年3月期 連結業績のポイント	P.5
◇ 2020年3月期 連結キャッシュ・フロー	P.6
◇ 2021年3月期の見通し	P.7
◇ 中期経営計画の概要（2020年4月～2023年3月）	P.8
◇ 主力商品紹介	P.9

## ■売上高■

慢性的な人手不足や物流費等の上昇に加え、消費者の低価格志向から企業間競争がますます激しさを増し、足下では新型コロナウイルス感染症の影響から外食産業向けの販売が減少するも、調理加工食品部門や食肉事業が堅調に推移したことなどから、前年同期比1.1%の増収。

## ■営業利益■

主力のハム・ソーセージ部門が減収となるも、調理加工食品の増収が寄与したほか、コンビニエンスストア向けの新工場の本格稼働により収益力が改善したことなどから、前年同期比16.1%の増益。

## ■親会社株主に帰属する当期純利益・配当■

計画は下回るも、営業利益が堅調に推移したことなどから、前年同期比13.0%の増益。  
1株当たり配当金は、35円を予定。

(単位：百万円)

	2018年3月期 実績	2019年3月期 実績	2020年3月期 計画 (※1)	2020年3月期				
				実績	対前年 増減額	対前年 増減率	対計画 増減額	対計画 増減率
売上高	239,586	243,030	250,000	245,820	2,789	1.1%	△ 4,179	△ 1.7%
営業利益 (売上高比率)	2,370 (1.0%)	2,253 (0.9%)	3,500 (1.4%)	2,617 (1.1%)	363 (0.2%)	16.1%	△ 882 (△0.3%)	△ 25.2% -
経常利益 (売上高比率)	2,820 (1.2%)	2,724 (1.1%)	3,900 (1.6%)	3,118 (1.3%)	394 (0.2%)	14.5%	△ 781 (△0.3%)	△ 20.0% -
親会社株主に帰属する 当期純利益 (売上高比率)	1,842 (0.8%)	1,463 (0.6%)	2,050 (0.8%)	1,653 (0.7%)	190 (0.1%)	13.0%	△ 396 (△0.1%)	△ 19.3% -
1株当たり当期 純利益(※2)	70.39円	57.48円	80.60円	65.04円	7.56円	-	△15.56円	-
1株当たり配当金 (※2)	8円	35円	35円	35円	-	-	-	-
配当性向(%)	56.8%	60.9%	-	53.8%	-	-	-	-

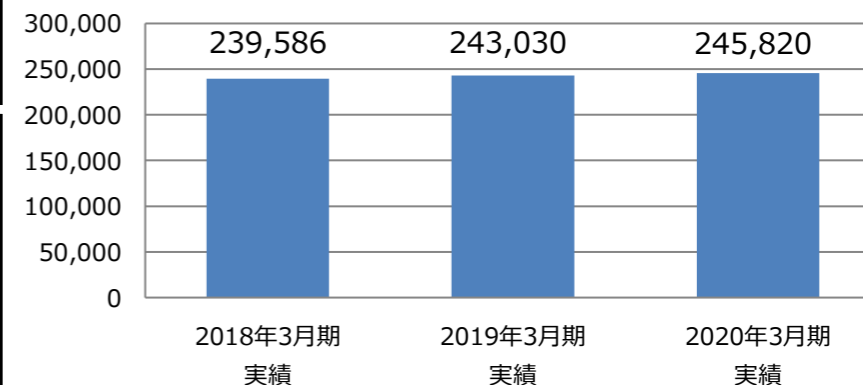
※1 計画：2019年5月14日発表連結業績予想

※2 当社は、2018年10月1日に株式併合を実施しております。

1株当たり当期純利益は、2018年3月期の期首に当該株式併合が行われたと仮定して算定しております。  
2018年3月期の1株当たり配当金は、当該株式併合前の実際の配当額を記載しております。

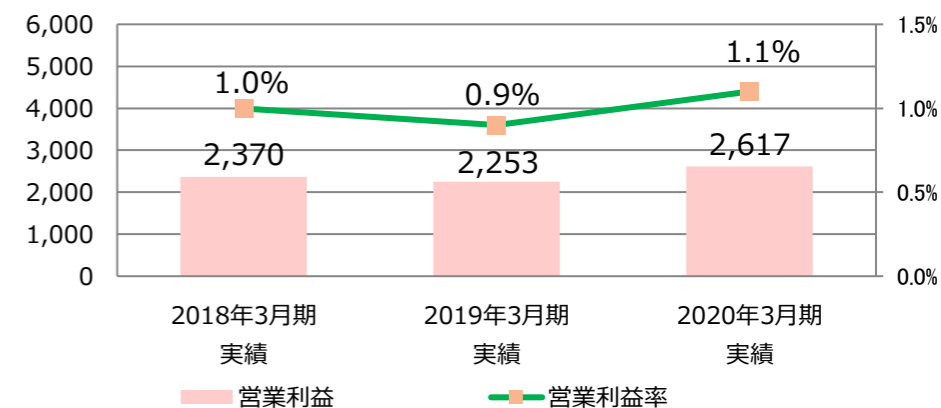
(単位：百万円)

## 売上高



(単位：百万円)

## 営業利益



# 2020年3月期 セグメント別連結業績

(単位：百万円)

	2018年3月期 実績	2019年3月期 実績	2020年3月期		
			実績	対前年 増減額	対前年 増減率
加工食品事業	165,290	169,387	170,648	1,260	0.7%
ハム・ソーセージ	85,480	80,954	78,854	△ 2,100	△ 2.6%
調理加工食品	79,809	88,433	91,794	3,361	3.8%
食肉事業	74,136	73,481	75,024	1,542	2.1%
その他	159	161	147	△ 14	△ 8.8%
売上高	239,586	243,030	245,820	2,789	1.1%
加工食品事業 (売上高比率)	683 (0.4%)	781 (0.5%)	1,668 (1.0%)	886 (0.5%)	113.5% -
食肉事業 (売上高比率)	1,528 (2.1%)	1,389 (1.9%)	900 (1.2%)	△ 488 (△0.7%)	△ 35.2% -
その他	158	82	48	△ 34	△ 41.2%
セグメント利益 (売上高比率)	2,370 (1.0%)	2,253 (0.9%)	2,617 (1.1%)	363 (0.2%)	16.1% -

## ■加工食品事業■

〔ハム・ソーセージ部門〕 前年同期比△2.6%の減収

- ・東京2020オリンピック・パラリンピックオフィシャルサポーターとして各種キャンペーンを実施し、「燻製屋熟成あらびきポークウィンナー」など主力商品を中心に販売促進。
- ・ボリュームパックタイプの「ロースハム」、人気キャラクターを使用した「フィッシュソーセージ(チョコちゃん)」などを拡販。
- ・ホワイトタイプのウィンナー「燻製屋熟成あらびきポークウィンナー ホワイト」などの新商品を投入。
- ・低価格志向から企業間競争が激しくなるなど厳しい環境が続き、減収。

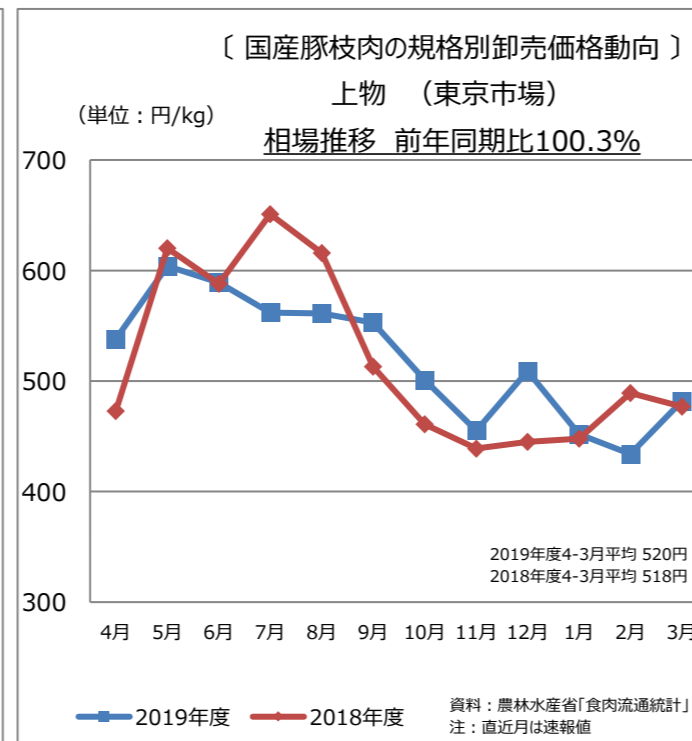
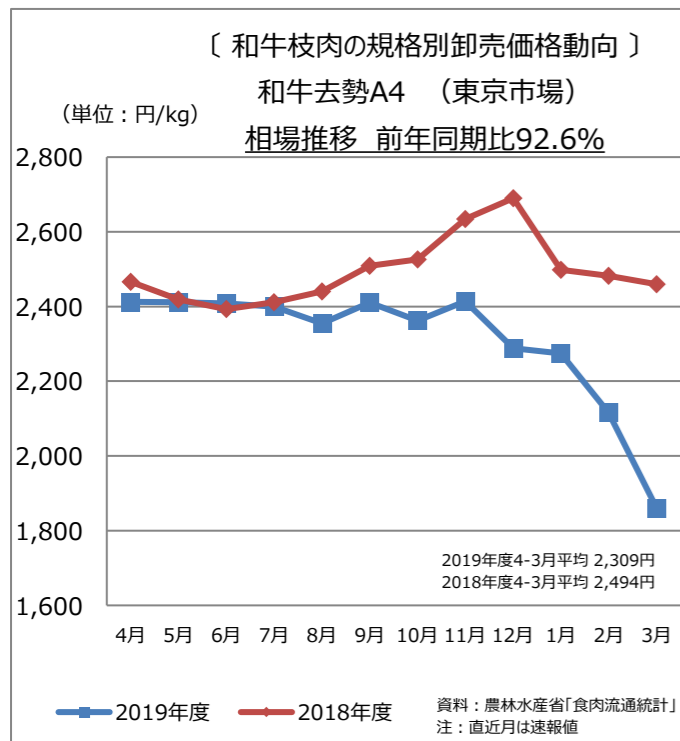
〔調理加工食品部門〕 前年同期比3.8%の増収

- ・「シェフの匠」シリーズなどのレトルトカレー商品の売上高が好調に推移。
- ・「チキンナゲット」や「サラダチキン」シリーズなどの売上高が拡大。
- ・大豆ミートを使用した「大豆ライフ」シリーズなどの新商品を投入。
- ・デザート・飲料類は、「TAPIOCA TIME」シリーズなどのブラックタピオカ入り飲料は、競合他社が参入するも、通期で売上高増。

【総括】

売上高は、前年同期比0.7%の増収。  
セグメント利益は、ハム・ソーセージ部門が減収するも、調理加工食品部門の増収の寄与や、コンビニエンスストア向け新工場の本格稼働により収益力が改善したことなどから、前年同期比113.5%の増益。

## 【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

- ・輸入牛肉はブランド牛肉の販売に注力し販売数量を拡大。
- ・国産牛肉の売上高も増加。

〔豚肉〕 前年同期比若干減収

- ・アウトパック商品を拡大。
- ・相場が不安定に推移し、国産・輸入豚肉ともに販売数量が減少。

【総括】

売上高は、前年同期比2.1%の増収。  
セグメント利益は、豚肉の仕入価格上昇による収益性低下や物流費等の増加などから、前年同期比△35.2%の減益。

(単位：百万円)

	2018年3月期 実績	2019年3月期 実績	2020年3月期 実績	対前期末 増減額
現金及び預金	8,709	8,127	8,244	117
売上債権	29,048	30,699	27,501	△ 3,197
たな卸資産	16,050	15,772	17,593	1,821
その他	1,256	1,328	2,258	929
流動資産合計	55,065	55,927	55,597	△ 329
有形固定資産	56,135	57,843	59,072	1,228
無形固定資産	1,774	2,835	3,050	214
投資その他の資産	18,171	16,019	14,133	△ 1,886
固定資産合計	76,081	76,699	76,256	△ 442
資産合計	131,146	132,626	131,854	△ 772

	2018年3月期 実績	2019年3月期 実績	2020年3月期 実績	対前期末 増減額
仕入債務	23,329	23,058	23,165	107
有利子負債	14,915	18,017	19,415	1,398
その他	15,917	15,456	14,216	△ 1,239
負債合計	54,162	56,531	56,798	266
株主資本	70,815	71,079	71,821	741
その他の包括利益累計額	5,692	4,496	2,688	△ 1,807
非支配株主持分	476	519	545	26
純資産合計	76,984	76,094	75,056	△ 1,038
負債純資産合計	131,146	132,626	131,854	△ 772

※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)

	2018年3月期 実績	2019年3月期 実績	2020年3月期 実績	対前年 増減額
設備投資	10,850	9,589	9,167	△ 422
減価償却費	5,688	6,433	6,801	368

## ■自己資本・自己資本比率・D/Eレシオの状況■

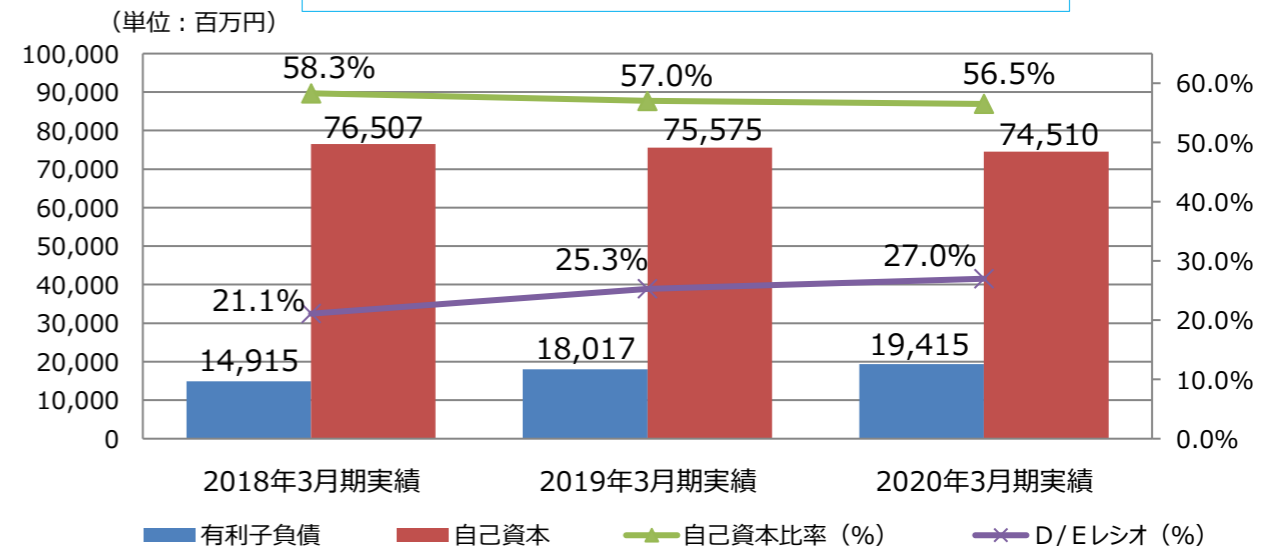
(単位：百万円)

	2018年3月期 実績	2019年3月期 実績	2020年3月期 実績	対前期末 増減額
自己資本	76,507	75,575	74,510	△ 1,065
自己資本比率	58.3%	57.0%	56.5%	△ 0.5%
D/Eレシオ	21.1%	25.3%	27.0%	1.7%

※D/Eレシオ = 有利子負債 ÷ 株主資本

- ・総資産は、たな卸資産や有形固定資産が増加するも、売上債権が減少したことなどから、前期末比△772百万円減少。
- ・設備投資は、減価償却費を上回る9,167百万円を実施。
- ・負債は、繰延税金負債が減少するも、有利子負債が増加したことなどから、前期末比266百万円増加。
- ・純資産は、その他有価証券評価差額金の減少や剰余金の配当などから、前期末比△1,038百万円減少。
- ・自己資本比率は、前期末比△0.5%低下し、D/Eレシオは、1.7%上昇。

## 有利子負債・自己資本・自己資本比率・D/Eレシオの状況



# 2020年3月期 連結業績のポイント

(単位：百万円)

	2018年3月期 実績	2019年3月期 実績	2020年3月期		
			実績	対前年 増減額	対前年 増減率
売上高	239,586	243,030	245,820	2,789	1.1%
売上総利益 (売上高比率)	52,642 (22.0%)	54,057 (22.2%)	55,480 (22.6%)	1,422 (0.4%)	2.6% -
販売費及び一般管理費 (売上高比率)	50,272 (21.0%)	51,804 (21.3%)	52,862 (21.5%)	1,058 (0.2%)	2.0% -
営業利益 (売上高比率)	2,370 (1.0%)	2,253 (0.9%)	2,617 (1.1%)	363 (0.2%)	16.1% -
営業外損益	450	471	501	30	-
営業外収益	832	879	899	19	-
営業外費用	381	408	397	△ 11	-
経常利益 (売上高比率)	2,820 (1.2%)	2,724 (1.1%)	3,118 (1.3%)	394 (0.2%)	14.5% -
特別損益	248	△ 248	△ 381	△ 132	-
特別利益	542	298	151	△ 147	-
特別損失	293	547	532	△ 15	-
税金等調整前当期純利益	3,069	2,475	2,737	261	10.6%
法人税等合計	1,185	965	1,052	87	-
当期純利益	1,884	1,510	1,684	174	-
非支配株主に帰属する 当期純利益	42	46	30	△ 15	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,842	1,463	1,653	190	13.0%

## 増 減 要 因

### ■売上総利益■

主力のハム・ソーセージ部門が減収するも、調理加工食品部門の増収が寄与したほか、コンビニエンスストア向け新工場の本格稼働により収益力が改善したことなどから、売上総利益は、1,422百万円（前年同期比2.6%）の増益で、売上高比率は、22.6%と前年同期比0.4%上昇。

### ■販売費及び一般管理費■

物流コスト上昇に伴う配送費 1,387百万円（前年同期比4.8%）の増加を主要因に、全体では 1,058百万円（前年同期比2.0%）の増加。売上高比率は、21.5%と前年同期比0.2%の上昇。

(単位：百万円)

	2018年3月期 実績	2019年3月期 実績	2020年3月期 実績	
			実績	対前年 増減額
人件費	11,559	11,116	10,581	△ 535
配送費	27,158	28,664	30,052	1,387
その他	11,553	12,022	12,229	206
合計	50,272	51,804	52,862	1,058

### ■営業外損益■

(単位：百万円)

	2018年3月期 実績	2019年3月期 実績	2020年3月期 実績	
			実績	対前年 増減額
受取利息・配当金	304	336	348	11
その他	528	543	550	7
営業外収益合計	832	879	899	19
支払利息	182	213	216	2
その他	199	194	181	△ 13
営業外費用合計	381	408	397	△ 11

### ■特別損益■

(単位：百万円)

	2018年3月期 実績	2019年3月期 実績	2020年3月期 実績	
			実績	対前年 増減額
固定資産処分益	190	18	144	125
投資有価証券売却益	351	280	7	△ 273
特別利益合計	542	298	151	△ 147
固定資産処分損失	247	280	309	29
減損損失	15	27	84	57
特別退職金	26	181	90	△ 90
製品自主回収関連費用	-	-	47	47
損失補償金	-	56	-	△ 56
投資有価証券評価損	3	1	-	△ 1
特別損失合計	293	547	532	△ 15



## ■ 営業活動によるCF ■

法人税等の支払いがあるも、減価償却費や税金等調整前当期純利益の計上などから、8,608百万円増加。

## ■ 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の取得による支出などから、△8,271百万円減少。

## ■ 財務活動によるCF ■

有利子負債の増加があるも、配当金の支払いや自己株式の取得などから、△219百万円減少。

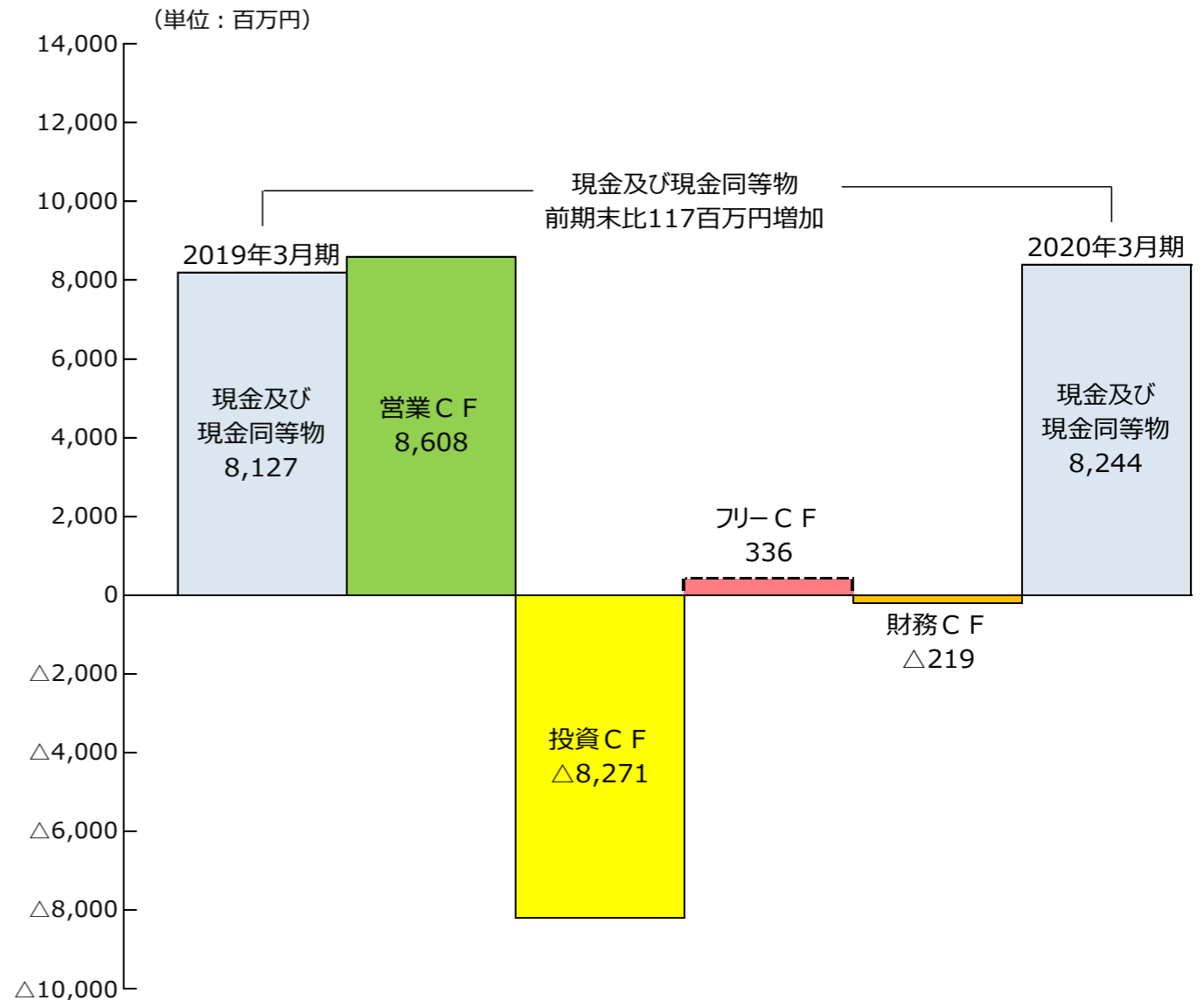
(単位：百万円)

	2019年3月期	2020年3月期	
	実績	実績	対前年増減額
営業活動によるCF	6,695	8,608	1,912
投資活動によるCF	△7,534	△8,271	△737
フリー・キャッシュ・フロー ※1	△838	336	1,175
財務活動によるCF	255	△219	△475
現金及び現金同等物の増減額 ※2	△582	117	699
現金及び現金同等物の期末残高	8,127	8,244	117

## ■ 2020年3月期 連結キャッシュ・フローの主な内訳 ■

(単位：百万円)

	2019年3月期	2020年3月期	
	実績	実績	対前年増減額
<b>◆ 営業活動によるCF ◆</b>			
・税金等調整前当期純利益	2,475	2,737	261
・減価償却費	6,433	6,801	368
・運転資金	△1,623	1,471	3,094
・その他	△590	△2,401	△1,811
<b>◆ 投資活動によるCF ◆</b>			
・固定資産の取得による支出	△8,433	△8,739	△306
・固定資産の売却による収入	494	460	△34
・その他	404	7	△397
<b>◆ 財務活動によるCF ◆</b>			
・有利子負債増減	1,458	697	△761
・配当金の支払額	△1,019	△890	128
・自己株式の取得による支出	△178	△21	157
・その他	△3	△3	0



※1 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

※2 現金及び現金同等物の増減額には現金及び現金同等物の増減額に係る換算差額を含む。

## ■通期見通し■

(単位：百万円)

	2019年3月期 実績	2020年3月期 実績	2021年3月期		
			計画	対前年 増減額	対前年 増減率
売上高	243,030	245,820	240,000	△ 5,820	△2.4%
営業利益 (売上高比率)	2,253 (0.9%)	2,617 (1.1%)	2,000 (0.8%)	△ 617 (△ 0.3%)	△23.6% -
経常利益 (売上高比率)	2,724 (1.1%)	3,118 (1.3%)	2,400 (1.0%)	△ 718 (△ 0.3%)	△23.0% -
親会社株主に帰属する 当期純利益 (売上高比率)	1,463 (0.6%)	1,653 (0.7%)	1,250 (0.5%)	△ 403 (△ 0.2%)	△24.4% -
1株当たり配当金	35円	35円	30円	△5円	-

## ■セグメント別 売上高、営業利益見通し■

(単位：百万円)

	2019年3月期 実績	2020年3月期 実績	2021年3月期		
			計画	対前年 増減額	対前年 増減率
加工食品事業	169,387	170,648	175,000	4,351	2.5%
食肉事業	73,481	75,024	64,850	△ 10,174	△13.6%
その他	161	147	150	2	1.8%
売上高	243,030	245,820	240,000	△ 5,820	△2.4%
加工食品事業 (売上高比率)	781 (0.5%)	1,668 (1.0%)	1,650 (0.9%)	△ 18 (△ 0.1%)	△1.1% -
食肉事業 (売上高比率)	1,389 (1.9%)	900 (1.2%)	300 (0.5%)	△ 600 (△ 0.7%)	△66.7% -
その他	82	48	50	1	3.0%
セグメント利益 (売上高比率)	2,253 (0.9%)	2,617 (1.1%)	2,000 (0.8%)	△ 617 (△ 0.3%)	△23.6% -

新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い発令された緊急事態宣言や外出自粛要請により、足もとでは内食需要が拡大する一方で、主に外食産業向けの販売減少などが見込まれます。また、海外調達先の生産停滞による輸入量減少や価格変動の影響も懸念されます。今後につきましては新型コロナウイルス感染症の収束時期や、その後の景気動向・個人消費への影響等を合理的に見通すことは極めて困難であり、今後の事業活動に大きな影響を及ぼすことが想定されます。業績見通しは現時点で見込める影響を考慮したものであり、必要に応じて修正開示を行う可能性があります。2020年7月1日にトラク株式会社株式を取得する予定であり、当社の2021年3月期の連結業績に特別利益（負のれん）が発生する見込みですが、金額は現時点では精査中で確定しておりません。開示すべき事項が発生いたしましたら速やかに開示いたします。

## ■2021年3月期の見通し■

(環境) ・ 少子高齢化に伴う国内消費構造の変化による販売競争の激化、慢性的な人手不足を背景とした人件費・物流費等のコスト上昇、及び国内外の疾病の影響による畜肉の原料価格上昇など、依然として厳しい状況が続く見込。  
・ 新型コロナウイルス感染症の拡大に伴い、個人消費が急速に減少しており、経済全般への影響が懸念。

(方針) ・ 商品競争優位戦略、多角化戦略を推進するとともに収益構造改革を実施。  
・ 変化する社会環境に対応できる企業価値向上戦略の推進。  
・ 人材育成と働き方改革により、多面的視野を身につけたキャリアを育成。

(計画) 売上高 2,400億円 (前年同期比 △2.4%減)  
営業利益 20億円 (前年同期比 △23.6%減)  
経常利益 24億円 (前年同期比 △23.0%減)  
親会社株主に帰属する当期純利益 12億50百万円 (前年同期比 △24.4%減)

## ■2021年3月期の施策■

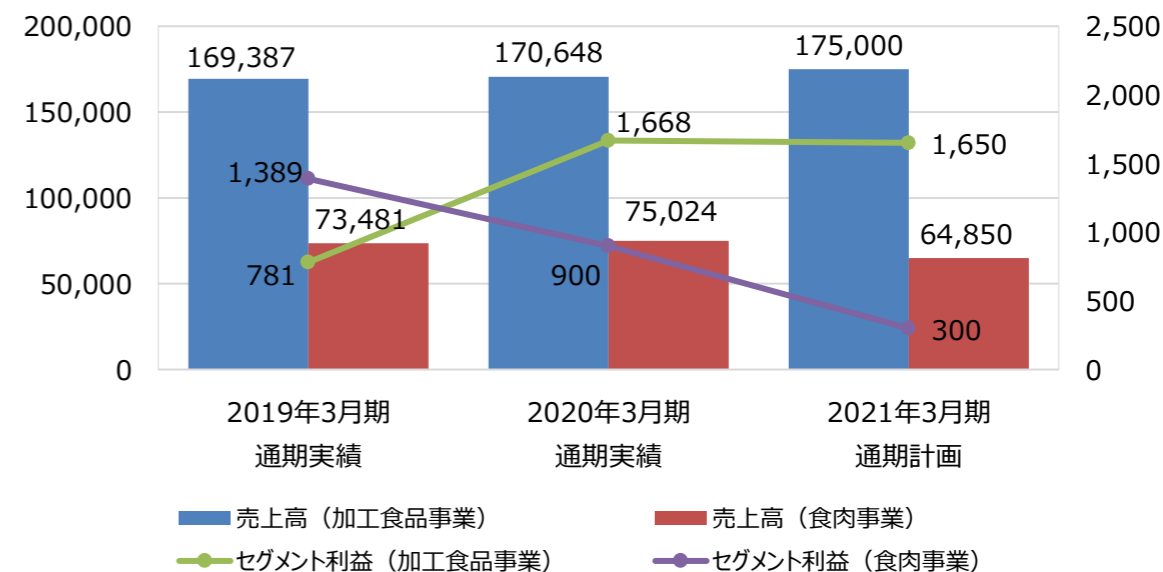
### 加工食品事業

- ・ ハム・ソーセージ部門の収益改善。
  - コスト削減と営業効率の向上 -
- ・ 調理加工食品部門の拡大。
- ・ グループ会社の増強ラインの稼働。

### 食肉事業

- ・ ブランド戦略の強化。
  - 独自のブランドや、付加価値を訴求した商品展開 -
- ・ 食肉加工事業の強化。
  - アウトパック商品、ミート惣菜など新商品の展開 -

(単位：百万円) セグメント別 売上高、営業利益見通し





## ■ 経営理念 ■

日々の活動に精一杯の真心を込め、誠意を尽くすことにより、社会に貢献します。

## ■ 基本方針 ■

- |               |                                     |
|---------------|-------------------------------------|
| 1. 商品競争優位戦略   | － マーケティングミックスと生産技術力の強化 －            |
| 2. 収益構造改革     | － コスト競争力の強化と利益意識の改革 －               |
| 3. 多角化戦略      | － グループ経営の進化と新規事業の検討 －               |
| 4. 人材育成と働き方改革 | － 人事制度の再構築とキャリアプランに沿った育成 －          |
| 5. 企業価値向上戦略   | － ガバナンス体制の強化とリスク管理の徹底、ESG・SDGsの取組 － |

## ■ カテゴリー別戦略 ■

### 【加工食品事業】

お客様視点に応じた品揃えや、多様化する食シーンに対応できる新形態を創出、新しい素材や工程などの開発への取組によるお客様に喜ばれる商品創り。ローコスト体質のための高い生産性を目指し効率的な設備投資や改善活動の推進。

#### ◆ ハム・ソーセージ部門 ◆

- ① 多様化したお客様のニーズに対応したマーケティング情報ミックス。
- ② 美味しさと簡便性のあるレンジ対応商品の取組。
- ③ 環境を考慮した紙トレーなどの包材資材への変換促進。
- ④ 添加物見直しによる、安全安心な商品づくり。
- ⑤ 新製法を取り入れた設備や労働力の減少を補う設備導入による生産技術とコスト競争力の強化。

#### ◆ 調理加工食品部門 ◆

- ① 製造ラインを増設したレトルトカレー、スンドゥブなどのスープ品目拡大。
- ② デザート・飲料類の設備増強。
- ③ 健康を意識した大豆使用の代替肉商品の拡販。
- ④ ハム・ソーセージを具材に「焼き」「フライ」等の調理を加えた付加価値商品の拡販。
- ⑤ サラダチキンに続く調理加工食品の開発による新しいメニュー提案。
- ⑥ 保存性と利便性の高い冷凍流通商品の拡充。
- ⑦ 新規事業やM&Aによるグループ会社規模の拡大・増強。

### 【食肉事業】

- ① バリューチェーンの構築によるオリジナルブランド商品の取り扱い強化やコストの削減。
- ② アウトパック、スライス品、ミート惣菜等の食肉加工事業の強化。
- ③ 加工品の輸出入事業の拡充。
- ④ グループ会社の強化。
- ⑤ 外食産業向け販売の強化。

※ 中期経営計画の業績見通しにつきましては、新型コロナウイルス感染症の拡大による影響を現段階で合理的に算定することが極めて困難なことから、計画数値を改めて検証、見直したうえで公表いたします。





加工食品

丸大食品

熟成ならではの旨み  
ジューシーな味わい

くんせいや

## 燻製屋

熟成あらびき

### ポークウィンナー

丸大食品は、東京2020オフィシャルサポーター(ハム、ソーセージ)です。



©NHK

調理加工食品部門

丸大食品

韓国家庭料理

08-19年スンドゥブの賞  
12年連続売上No.1

## スンドゥブ

NEW カップタイプ

3袋タイプ

豆腐があれば  
すぐできる

人気メニューで  
美味しく

### 大豆ライフ

大豆に変えてみようか。

食物繊維入り

#大豆ライフ

丸大食品

SPICE CAFE

スパイス  
カフェ  
シリーズ

電子レンジで  
温めるだけ!

- スープカレー
- スープカレー
- カンミールカレー
- 欧風ビーフカレー

丸大食品

国産鶏肉使用

## チキンナゲット

ふりふりパウダー入り!

154g

第38回  
優秀ヒット賞  
受賞

日本食糧新聞社

EMIAL

タピオカ  
ミルクティー

タピオカ  
カフェラテ

SWEET CAFE

カプエで  
くつろぐような時間を……

SWEET CAFE

ふるふるゼリー×クリームソース



# 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。