



わんぱくでもいい。たくましく育ててほしい。

# 2024年3月期 決算短信補足資料

2024年5月13日

**丸大食品株式会社**

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

◇ 2024年3月期 連結業績の総括	P.2
◇ 2024年3月期 セグメント別連結業績	P.3
◇ 2024年3月期 連結財政状態	P.4
◇ 2024年3月期 連結業績のポイント	P.5
◇ 2024年3月期 連結キャッシュ・フロー	P.6
◇ 2025年3月期の見通し	P.7
◇ 中期経営計画の概要（2024年4月～2027年3月）	P.8
◇ 資本コストや株価を意識した経営の実現に向けた対応	P.12
◇ サステナビリティ基本方針	P.14
◇ 「人財の育成」について	P.15
◇ 「持続可能な社会への貢献」について	P.16
◇ 「社会貢献活動」「環境活動」について	P.17
◇ 主力商品紹介	P.18

## ■売上高■

人流回復により外食産業やコンビニエンスストア向け商品、デザート類などの販売が伸長したことや、価格改定の効果もあり、加工食品事業、食肉事業ともに堅調に推移し、前年同期比3.1%の増収。

## ■営業利益■

原材料価格の上昇などのコスト増加要因があるも、価格改定による効果や継続的なコスト削減に努めた結果、3,117百万円の黒字。

## ■親会社株主に帰属する当期純利益・配当■

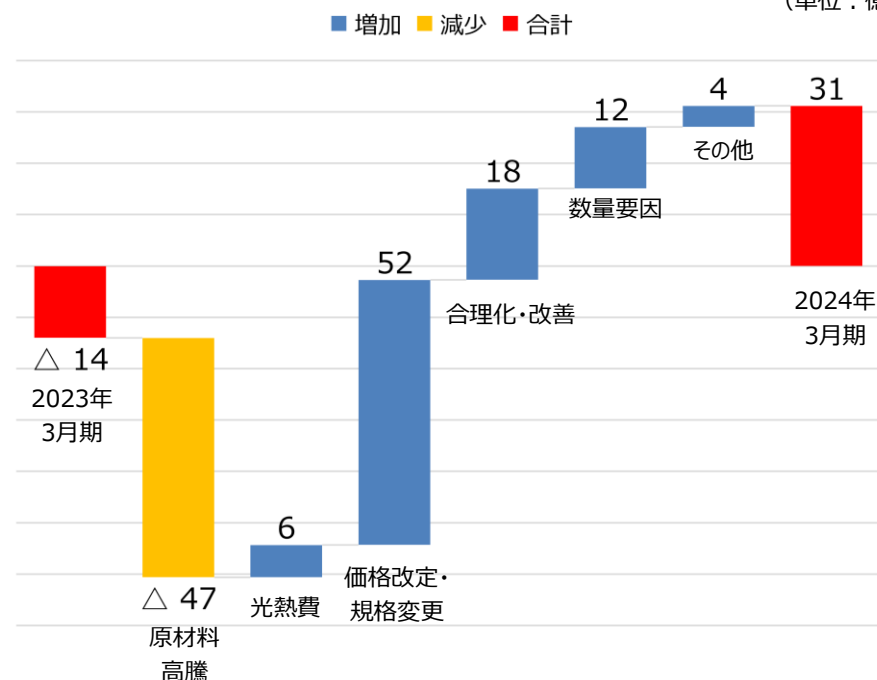
営業利益が黒字に転換するも、減損損失12,250百万円、構造改革費用530百万円を特別損失として計上したことで、△9,414百万円の損失。  
1株当たり配当金は、20円を予定。

(単位：百万円)

	2022年3月期 実績	2023年3月期 実績	2024年3月期		
			実績	対前年 増減額	対前年 増減率
売上高	218,610	221,979	228,808	6,828	3.1%
営業利益 (売上高比率)	△ 865 (△ 0.4%)	△ 1,400 (△ 0.6%)	3,117 (1.4%)	4,517 (2.0%)	-
経常利益 (売上高比率)	△ 380 (△ 0.2%)	△ 897 (△ 0.4%)	3,639 (1.6%)	4,536 (2.0%)	-
親会社株主に帰属する 当期純利益 (売上高比率)	△ 376 (△ 0.2%)	△ 4,987 (△ 2.2%)	△ 9,414 (△ 4.1%)	△ 4,426 (△ 1.9%)	-
1株当たり 当期純利益	△14.88円	△198.77円	△377.73円	△178.96円	-
1株当たり配当金	30円	20円	20円	-	-
配当性向(%)	-	-	-	-	-

## 営業利益増減要因

(単位：億円)

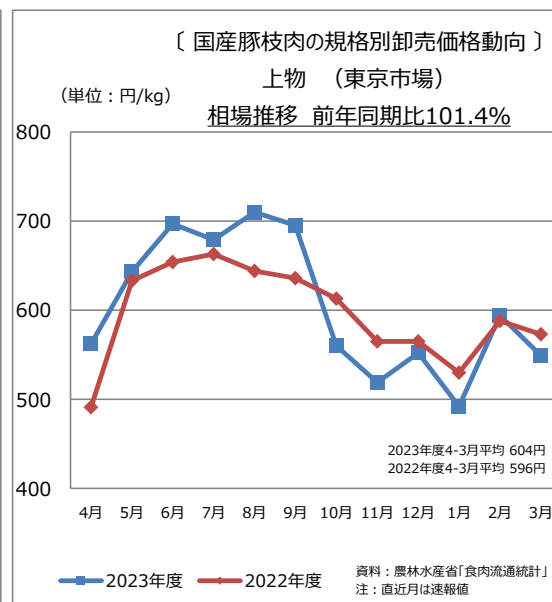
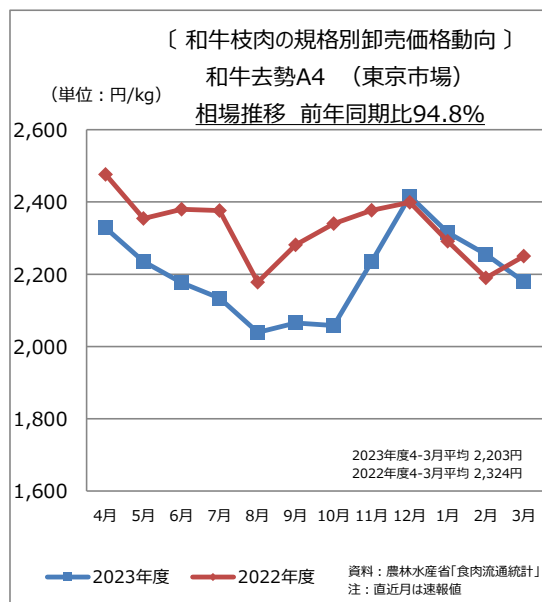


注) 金額は億円未満を四捨五入して表示しているため、内訳と合計金額等が一致しない場合があります。

(単位：百万円)

	2022年3月期	2023年3月期	2024年3月期		
	実績	実績	実績	対前年 増減額	対前年 増減率
加工食品事業	148,011	147,093	152,404	5,310	3.6%
ハム・ソーセージ	66,484	64,392	65,517	1,125	1.7%
調理加工食品	81,526	82,700	86,886	4,185	5.1%
食肉事業	70,455	74,758	76,276	1,517	2.0%
その他	143	127	128	0	0.5%
売上高	218,610	221,979	228,808	6,828	3.1%
加工食品事業 (売上高比率)	△ 1,076 (△ 0.7%)	△ 1,653 (△ 1.1%)	2,125 (1.4%)	3,779 (2.5%)	-
食肉事業 (売上高比率)	173 (0.2%)	203 (0.3%)	943 (1.2%)	739 (0.9%)	363.1%
その他	38	49	48	△0	△ 1.8%
セグメント利益 (売上高比率)	△ 865 (△ 0.4%)	△ 1,400 (△ 0.6%)	3,117 (1.4%)	4,517 (2.0%)	-

## 資料 枝肉規格別卸売価格動向



### ■加工食品事業■

〔ハム・ソーセージ部門〕 前年同期比1.7%の増収

- ・主力商品の「燻製屋」シリーズは、企業コラボを実施した新フレーバーの数量限定販売や、様々な食シーンに即したメニュー提案、各種キャンペーンなどを継続的に実施。
- ・環境に配慮したパッケージ資材を使用したロースハムなどの「たっぷり使える」シリーズは販促活動に努めたことなどにより売上高は堅調に推移。
- ・市場の縮小傾向から中元・歳暮ギフトの売上高は減少。

〔調理加工食品部門〕 前年同期比5.1%の増収

- ・本格的な人流回復を背景にコンビニエンスストア向け商品や外食産業向けなどの業務用商品の需要が拡大したことなどにより売上高が伸長。
- ・ゼリーやホイップ済みクリームなどのデザート類の売上高が堅調に推移。
- ・「スンドゥブ」シリーズは様々なチャネルを活用した販促活動を実施し売場での取り扱い拡大を図る。
- ・レトルトカレー商品は、「ピストロ倶楽部濃厚カレー」などを中心に拡販し売上拡大に努める。

【総括】

売上高は、前年同期比3.6%の増収。  
セグメント利益は、原材料価格の上昇などのコスト増加要因があるも、価格改定による効果や継続的なコスト削減に努めたことなどから、セグメント利益は2,125百万円。

### ■食肉事業■

〔牛肉〕 前年同期比減収

- ・外食産業向け販売が堅調に推移。
- ・物価上昇に伴う消費者の節約志向の高まりから量販店向け販売が伸び悩む。

〔豚肉〕 前年同期比増収

- ・外食産業向け販売が順調に推移。
- ・牛肉から割安感のある豚肉などに需要がシフトしたことから量販店向け販売も伸長。

【総括】

売上高は、前年同期比2.0%の増収。  
セグメント利益は、前年同期比363.1%の増益。

(単位：百万円)

	2022年3月期 実績	2023年3月期 実績	2024年3月期 実績	対前期末 増減額
現金及び預金	7,990	6,916	9,668	2,752
売上債権	23,436	23,897	28,018	4,121
棚卸資産	16,873	19,231	18,554	△ 677
その他	1,511	1,371	837	△ 534
流動資産合計	49,813	51,416	57,078	5,661
有形固定資産	60,085	57,319	42,430	△ 14,888
無形固定資産	2,267	1,573	324	△ 1,248
投資その他の資産	16,737	15,951	21,985	6,034
固定資産合計	79,090	74,844	64,741	△ 10,102
資産合計	128,903	126,261	121,819	△ 4,441

	2022年3月期 実績	2023年3月期 実績	2024年3月期 実績	対前期末 増減額
仕入債務	20,913	20,754	22,491	1,737
有利子負債	20,672	22,790	21,646	△ 1,143
その他	11,829	13,702	14,930	1,227
負債合計	53,414	57,246	59,068	1,821
株主資本	69,868	63,848	53,656	△ 10,192
その他の包括利益累計額	4,962	4,483	8,354	3,871
非支配株主持分	658	682	741	58
純資産合計	75,489	69,014	62,751	△ 6,262
負債純資産合計	128,903	126,261	121,819	△ 4,441

※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)

	2022年3月期 実績	2023年3月期 実績	2024年3月期 実績	対前年 増減額
設備投資	7,374	6,859	4,122	△ 2,736
減価償却費	7,945	7,693	7,117	△ 576

## ■自己資本・自己資本比率・D/Eレシオの状況■

(単位：百万円)

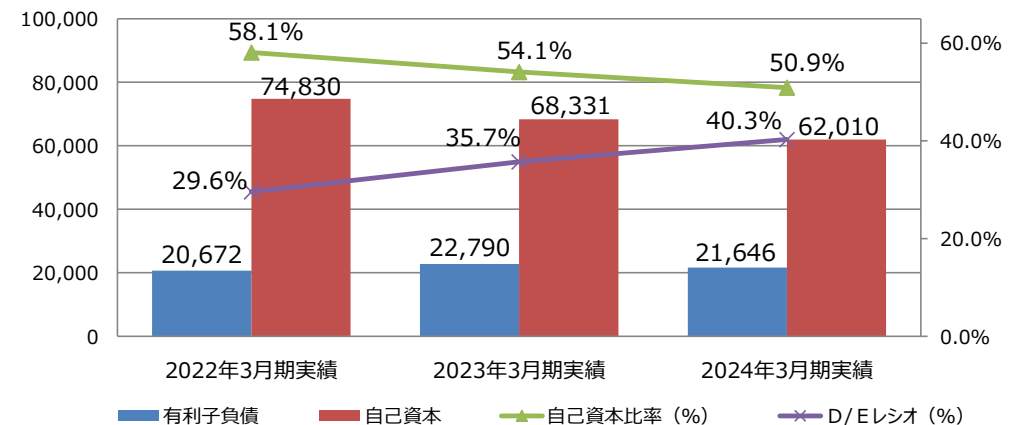
	2022年3月期 実績	2023年3月期 実績	2024年3月期 実績	対前期末 増減額
自己資本	74,830	68,331	62,010	△ 6,321
自己資本比率	58.1%	54.1%	50.9%	△ 3.2%
D/Eレシオ	29.6%	35.7%	40.3%	4.6%

※D/Eレシオ = 有利子負債 ÷ 株主資本

- ・総資産は、投資有価証券、売上債権、現金及び預金が増加するも、有形固定資産が減少したことなどから、前期末比△4,441百万円減少。
- ・設備投資は、減価償却費を下回る 4,122百万円を実施。
- ・負債は、有利子負債が減少するも、仕入債務、繰延税金負債が増加したことなどから、前期末比1,821百万円増加。
- ・純資産は、その他有価証券評価差額金が増加するも、親会社株主に帰属する当期純損失の計上、剰余金の配当などから、前期末比△6,262百万円減少。
- ・自己資本比率は、前期末比△3.2%低下、D/Eレシオは、4.6%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

(単位：百万円)



# 2024年3月期 連結業績のポイント

(単位：百万円)

	2022年3月期 実績	2023年3月期 実績	2024年3月期		
			実績	対前年 増減額	対前年 増減率
売上高	218,610	221,979	228,808	6,828	3.1%
売上総利益 (売上高比率)	31,958 (14.6%)	30,483 (13.7%)	34,676 (15.2%)	4,192 (1.5%)	13.8% -
販売費及び一般管理費 (売上高比率)	32,823 (15.0%)	31,884 (14.4%)	31,558 (13.8%)	△ 325 (△ 0.6%)	△ 1.0% -
営業利益 (売上高比率)	△ 865 (△ 0.4%)	△ 1,400 (△ 0.6%)	3,117 (1.4%)	4,517 (2.0%)	- -
営業外損益	484	502	521	19	-
営業外収益	816	787	850	62	-
営業外費用	331	284	328	43	-
経常利益 (売上高比率)	△ 380 (△ 0.2%)	△ 897 (△ 0.4%)	3,639 (1.6%)	4,536 (2.0%)	- -
特別損益	151	△ 2,600	△ 12,922	△ 10,321	-
特別利益	561	764	11	△ 752	-
特別損失	409	3,364	12,934	9,569	-
税金等調整前当期純利益	△ 229	△ 3,498	△ 9,283	△ 5,784	-
法人税等合計	97	1,460	68	△ 1,392	-
当期純利益	△ 326	△ 4,959	△ 9,351	△ 4,392	-
非支配株主に帰属する 当期純利益	49	28	62	34	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	△ 376	△ 4,987	△ 9,414	△ 4,426	-

## 増 減 要 因

### ■ 売上総利益 ■

原材料価格の高騰などの影響があるも、価格改定や合理化による収益改善などから、売上総利益は、4,192百万円（前年同期比13.8%）の増益、売上高比率は、15.2%と前年同期比1.5%の上昇。

### ■ 販売費及び一般管理費 ■

コスト削減に努め、△325百万円（前年同期比△1.0%）の減少。売上高比率13.8%、前年同期比△0.6%の低下。

(単位：百万円)

	2022年3月期 実績	2023年3月期 実績	2024年3月期	
			実績	対前年 増減額
人件費	9,994	9,736	9,469	△ 266
配送費	12,482	12,040	12,014	△ 26
その他	10,346	10,107	10,074	△ 32
合計	32,823	31,884	31,558	△ 325

### ■ 営業外損益 ■

(単位：百万円)

	2022年3月期 実績	2023年3月期 実績	2024年3月期	
			実績	対前年 増減額
受取利息・配当金	379	353	366	12
その他	437	433	483	50
営業外収益合計	816	787	850	62
支払利息	220	223	227	4
その他	111	61	100	39
営業外費用合計	331	284	328	43

### ■ 特別損益 ■

(単位：百万円)

	2022年3月期 実績	2023年3月期 実績	2024年3月期	
			実績	対前年 増減額
固定資産処分益	131	120	10	△ 109
投資有価証券売却益	429	643	1	△ 642
特別利益合計	561	764	11	△ 752

固定資産処分損	351	266	141	△ 124
減損損失	9	171	12,250	12,078
構造改革費用	-	2,621	530	△ 2,091
特別退職金	19	34	12	△ 21
棚卸資産廃棄損	-	271	-	△ 271
投資有価証券評価損	29	-	-	-
特別損失合計	409	3,364	12,934	9,569

### ■ 営業活動によるCF ■

税金等調整前当期純損失の計上や運転資金の増加による減少要因があるも、減損損失や減価償却費の計上などから、10,014百万円増加。

### ■ 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、△4,882百万円減少。

### ■ 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、△2,380百万円減少。

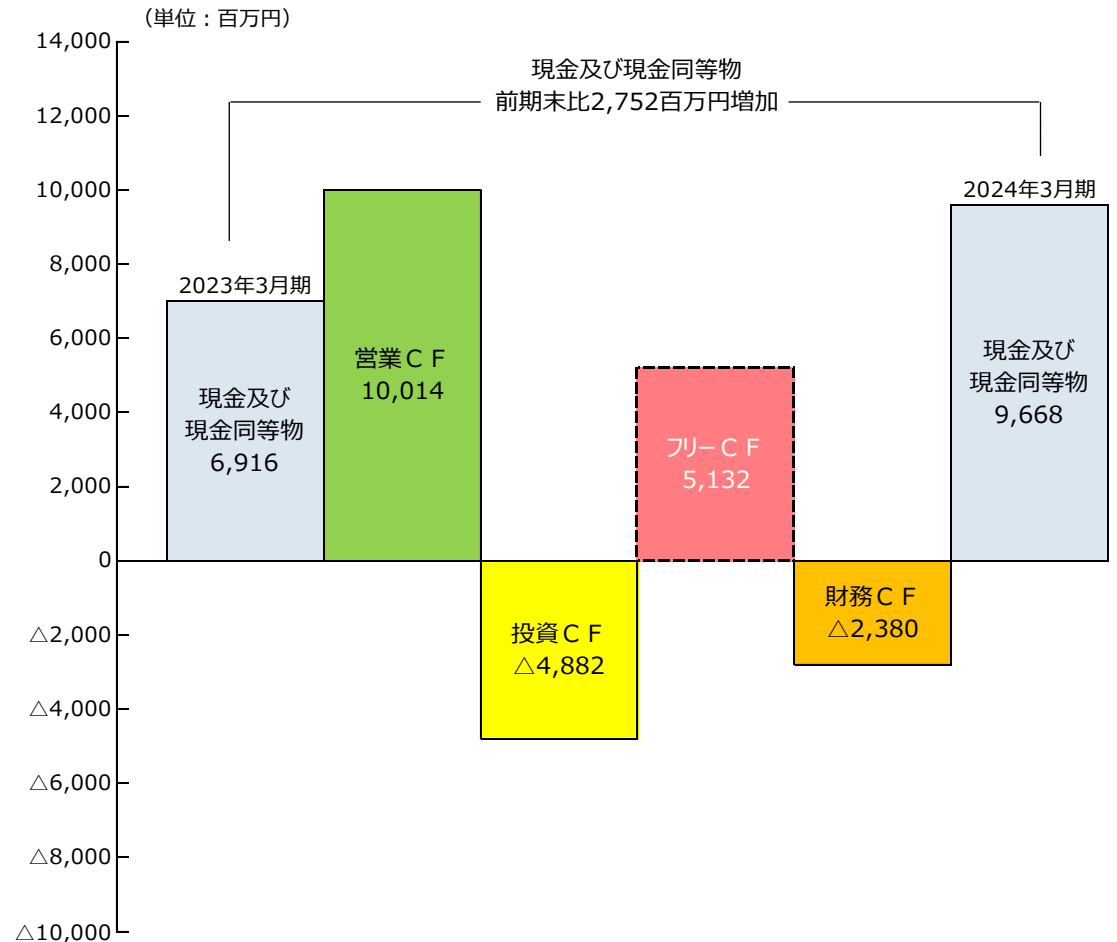
(単位：百万円)

	2023年3月期	2024年3月期	
	実績	実績	対前年増減額
営業活動によるCF	2,906	10,014	7,107
投資活動によるCF	△4,516	△4,882	△366
フリー・キャッシュ・フロー ※	△1,609	5,132	6,741
財務活動によるCF	534	△2,380	△2,914
現金及び現金同等物の増減額	△1,074	2,752	-
現金及び現金同等物の期末残高	6,916	9,668	2,752

### ■ 2024年3月期 連結キャッシュ・フローの主な内訳 ■

(単位：百万円)

	2023年3月期	2024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損失	△3,498	△9,283	△5,784
・減価償却費	7,693	7,117	△576
・運転資金	△2,951	△1,715	1,236
・その他	1,663	13,895	12,232
<b>◆ 投資活動によるCF ◆</b>			
・固定資産の取得による支出	△5,558	△4,872	685
・固定資産の売却による収入	465	135	△329
・その他	577	△145	△722
<b>◆ 財務活動によるCF ◆</b>			
・有利子負債増減	1,570	△1,597	△3,167
・配当金の支払額	△755	△501	254
・自己株式の取得による支出	△276	△277	△1
・その他	△3	△3	-



※ 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

## ■ 通期見通し ■

(単位：百万円)

	2023年3月期 実績	2024年3月期 実績	2025年3月期		
			計画	対前年 増減額	対前年 増減率
売上高	221,979	228,808	235,000	6,191	2.7%
営業利益 (売上高比率)	△ 1,400 (△ 0.6%)	3,117 (1.4%)	4,000 (1.7%)	882 (0.3%)	28.3% -
経常利益 (売上高比率)	△ 897 (△ 0.4%)	3,639 (1.6%)	4,400 (1.9%)	760 (0.3%)	20.9% -
親会社株主に帰属する 当期純利益 (売上高比率)	△ 4,987 (△ 2.2%)	△ 9,414 (△ 4.1%)	4,000 (1.7%)	13,414 (5.8%)	- -
1株当たり配当金	20円	20円	30円	10円	-

## ■ セグメント別 売上高、営業利益見通し ■

(単位：百万円)

	2023年3月期 実績	2024年3月期 実績	2025年3月期		
			計画	対前年 増減額	対前年 増減率
加工食品事業	147,093	152,404	156,500	4,095	2.7%
食肉事業	74,758	76,276	78,350	2,073	2.7%
その他	127	128	150	21	17.0%
売上高	221,979	228,808	235,000	6,191	2.7%
加工食品事業 (売上高比率)	△ 1,653 (△ 1.1%)	2,125 (1.4%)	3,000 (1.9%)	874 (0.5%)	41.1% -
食肉事業 (売上高比率)	203 (0.3%)	943 (1.2%)	950 (1.2%)	6 (0.0%)	0.7% -
その他	49	48	50	1	2.5%
セグメント利益 (売上高比率)	△ 1,400 (△ 0.6%)	3,117 (1.4%)	4,000 (1.7%)	882 (0.3%)	28.3% -

## ■ 2025年3月期の見通し ■

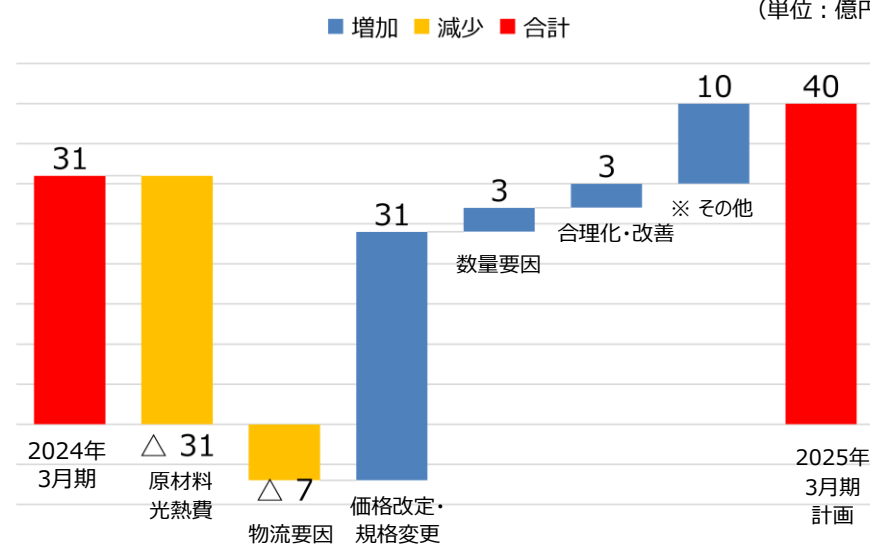
- (環境)
- ・ 原材料価格や物流コストの上昇。
  - ・ 物価上昇に伴う消費者マインドの低下懸念。
  - ・ 高齢化、国内人口減少などによる人手不足、国内マーケットの縮小。
  - ・ 消費者の価値観の多様化などによる市場環境の変化。
- (方針)
- ・ 新たな顧客価値の創造、事業領域の拡大とともに収益構造改革の実施。
  - ・ 多様な人材が活躍できる職場の実現。
  - ・ 変化する社会環境に対応できる持続可能な社会への貢献。

## ■ 2025年3月期のテーマ ■

- 加工食品事業の売上拡大
- ・ ハム・ソーセージ部門の収益改善。
  - ・ 調理加工食品部門の売上高の伸長。
- 食肉事業の領域拡大
- ・ 事業領域の拡大。

## 営業利益増減要因見通し

(単位：億円)



※) その他には2024年3月期の減損影響を含んでおります。

注) 金額は億円未満を四捨五入して表示しているため、内訳と合計金額等が一致しない場合があります。



■ 社 是 ■

# 至徳通人

< 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。

将来構想

食を通じて人と社会に貢献する企業を目指す。

- ・ 安全安心な食の提供
- ・ 新たな顧客価値の提供
- ・ 多様な人財が活躍できる職場の実現
- ・ 社会課題への貢献

< 目指す姿（定量目標） >

売上高	3,000億円
営業利益	100億円
R O E	8.0%以上

基本方針

厳しい環境に対応していくため、収益構造を大きく改善し、グループ会社それぞれの特徴を活かして成長を実現する。

新たな顧客価値の創造	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商品開発の強化（お客様視点の強化、外部知見の活用）。</li> <li>・新規技術の研究と開発の推進（長期保管技術の向上、代替食品の品位向上）。</li> <li>・ブランド力強化によるお客様の信頼感と愛着感の向上。</li> </ul>
収益構造の改革	<ul style="list-style-type: none"> <li>・2023年3月公表の構造改革の推進。</li> <li>・単体の収益改善、不採算項目の見直し。</li> <li>・生産性向上、原価低減（原材料調達の最適化）。</li> <li>・サプライチェーンの最適化（調達／物流／販売～グループ経営の推進による共通化）。</li> </ul>
事業領域の拡大	<ul style="list-style-type: none"> <li>・当社保有の強み（直販チャンネル、グループ連携）の活用。</li> <li>・業務用商品の販売強化。</li> <li>・新規事業、新規カテゴリーの創出。</li> </ul>
人財の育成	<ul style="list-style-type: none"> <li>・能力開発によるキャリア形成の支援。</li> <li>・人財不足への対応（採用活動の多様化、人事制度の改革）。</li> <li>・多様化する働き方への対応。</li> </ul>
持続可能な社会への貢献	<ul style="list-style-type: none"> <li>・サステナビリティ戦略の推進（気候変動対策、資源循環型社会への貢献、食品廃棄物の排出削減）。</li> <li>・社会的責任の遂行（安全安心な商品の提供、地域貢献活動）。</li> <li>・健康で豊かな生活の実現への貢献（食育活動、スポーツ支援、環境活動）。</li> </ul>

## 事業別戦略

		テーマ	取組内容
加工食品事業	ハム・ソーセージ	収益の改善	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 主力カテゴリーの利益確保                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・主力商品を中心に販売促進、商品施策を集中投下。</li> <li>・既存商品（ロングセラー商品）のブラッシュアップ。</li> <li>・パリ五輪2024TEAM JAPANオフィシャルサポーターとしての取組み強化。</li> </ul> </li> <li>✓ マーケティング活動の推進                             <ul style="list-style-type: none"> <li>・お客様の声の商品企画への反映。</li> <li>・SNSを活用した発信力の強化（双方向のコミュニケーション、ECサイトとの連携）。</li> </ul> </li> <li>✓ 技術開発推進、製造コスト抑制による競争力の強化</li> </ul>
	調理加工食品	売上の伸長	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ レトルト商品(カレー、スープ類)の販売強化</li> <li>✓ スナック商品の生産再編による収益改善と商品力強化</li> <li>✓ 植物性代替肉・・・業務用商品の開発、他社協業への参画</li> <li>✓ 不採算商品の改善、生産工程の見直しによる収益改善</li> <li>✓ お客様の要望に対応した商品企画提案（ロングライフ商品、冷凍食品、食材加工品）</li> </ul>
食肉事業		事業領域の拡大	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ブランド輸入ビーフの取り扱い強化</li> <li>✓ 一次加工商品の開発、外食産業向け販売強化</li> <li>✓ 食肉販売会社のエリア拡大と販路拡大</li> <li>✓ 食肉加工事業会社の生産拠点の増設、調理惣菜の強化</li> </ul>

## 機能別戦略

人財の育成	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 能力開発によるキャリア形成の支援</li> <li>✓ 人財不足への対応（ダイバーシティの推進、採用活動の多様化）</li> <li>✓ 多様化する働き方への対応（女性活躍推進、エンゲージメント向上に資する人事制度改革）</li> </ul>
デジタル化の推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ デジタル活用による業務効率化とコスト削減の推進</li> </ul>
物流業務の改善	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 2024年問題への対応</li> <li>✓ 物流事務のセンター集約、グループ全体の物流効率化</li> </ul>
サステナビリティ推進	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ SDGsの取組みと社会貢献活動、環境活動の継続</li> <li>✓ TCFD提言への対応、温室効果ガス排出削減、資源循環型社会への貢献、フードロスへの取組み</li> </ul>

## ■三カ年数値計画■ (※ローリングプラン)

(単位：百万円)

	2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期	2027年3月期	
	実績	計画	計画	計画	対2024年3月期 増減額
売上高	228,808	235,000	240,000	250,000	21,191
営業利益 (売上高比率)	3,117 (1.4%)	4,000 (1.7%)	4,700 (2.0%)	5,500 (2.2%)	2,382 (0.8%)
経常利益 (売上高比率)	3,639 (1.6%)	4,400 (1.9%)	5,100 (2.1%)	5,900 (2.4%)	2,260 (0.8%)
親会社株主に帰属する 当期純利益 (売上高比率)	△ 9,414 (△ 4.1%)	4,000 (1.7%)	3,400 (1.4%)	4,100 (1.6%)	13,514 (5.7%)
R O E	△ 14.4%	5.3%	4.3%	5.0%	19.4%
	(**)	3.5%			

(\*\*) 2025/3期は旧足立営業所売却による特別利益の計上影響あり。  
 <2024年2月26日付「固定資産譲渡及び特別利益計上のお知らせ」ご参照>  
 同売却益勘案前のROEは3.5%程度の見込み。

2024年3月期の連結営業利益の黒字転換を土台として、本中期経営計画期間中に収益力の向上と資産効率の改善を進め、ROEを着実に引き上げていく。

## ■セグメント別計画■

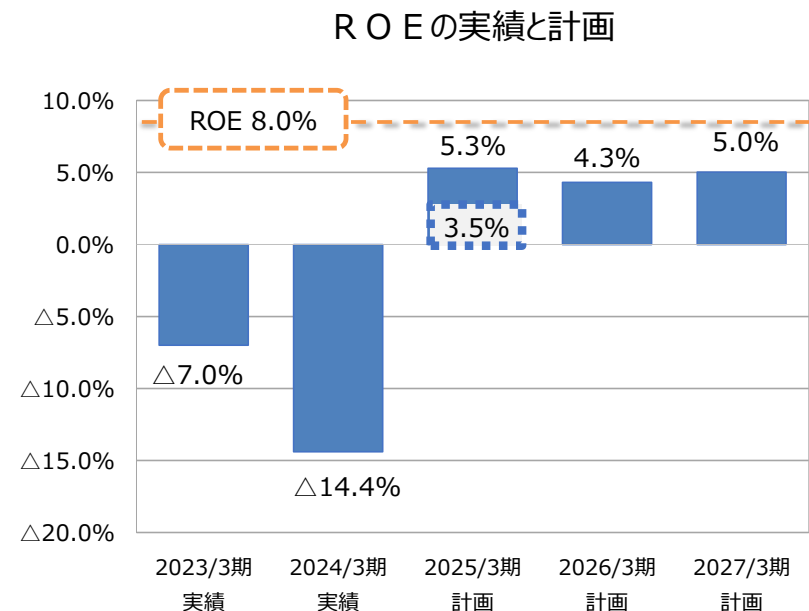
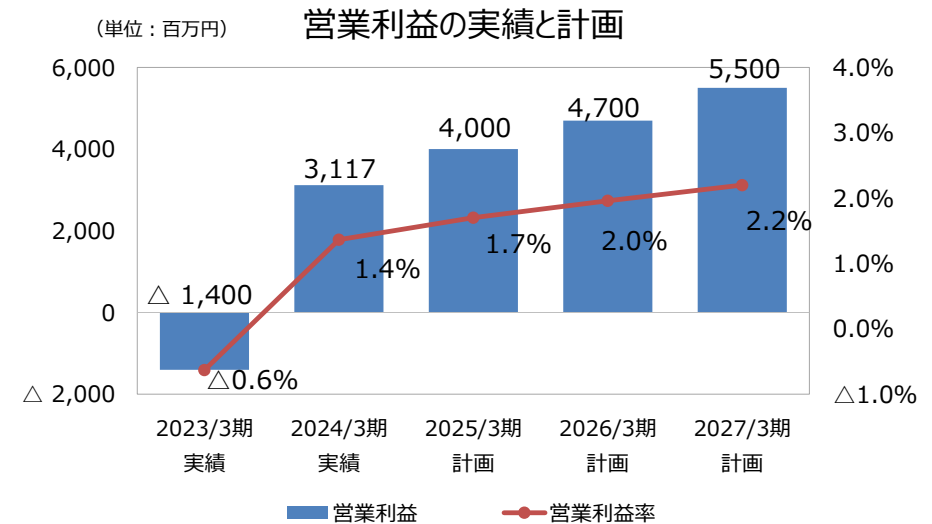
(単位：百万円)

	2024年3月期	2025年3月期	2026年3月期	2027年3月期	
	実績	計画	計画	計画	対2024年3月期 増減額
加工食品事業	152,404	156,500	160,000	166,000	13,595
食肉事業	76,276	78,350	79,850	83,850	7,573
その他	128	150	150	150	21
売上高	228,808	235,000	240,000	250,000	21,191

※ローリングプランの採用

当社グループでは、経営環境等の変化に柔軟に対応するため、原則として毎年改定を行うローリング方式の中期経営計画として三カ年数値計画を発表してまいります。

## 実績 → 中期経営計画期間



## 構造改革の実施状況

### ■ 構造改革施策と進捗

生産拠点の再編	生産能力の調整を行い、固定費を削減	⇒ 進捗中（2024年度完了予定）
物流コストの削減	物流拠点の統合（13カ所→8カ所）	⇒ 2023年度第1Q完了
不採算商品の収益改善	不採算商品の廃止（一部価格改定を含む）	⇒ 進捗中（2024年度上期完了予定）

### ■ 構造改革費用内訳

（単位：億円）

	2022年度～2023年度実績			2024年度計画		当初計画との差異	必要とする資金	当初計画との差異
	2022年度実績	2023年度実績	累計	2024年度計画	合計			
除却・減損	23	5	28	0	28	+5	-	-
移設費用等	3	0	3	7	10	△9	11	△8
構造改革費用合計	26	5	31	7	38	△4	11	△8
新規設備	-	1	1	0	1	△0	1	△0

・生産ラインの移設内容を一部見直すことにより移設費用等を抑制、構造改革費用は当初計画比△4億円となる見込み。

### ■ 構造改革実施効果

（単位：億円）

	想定効果	効果発現額（2022年度対比）		
		2023年度実績	2024年度以降見込	累計
拠点等集約による経費削減	7	4	3	7
労務費削減	2	1	2	2
不採算商品廃止による削減	1	1	0	1
その他	△1	3	0	3
利益影響合計	10	7	5	12

不採算商品の価格改定効果（「その他」に計上）を含めて、当初想定を上回る効果が発現する見込み。

注）金額は億円未満を四捨五入して表示しているため、内訳と合計金額等が一致しない場合があります。

## 現状評価

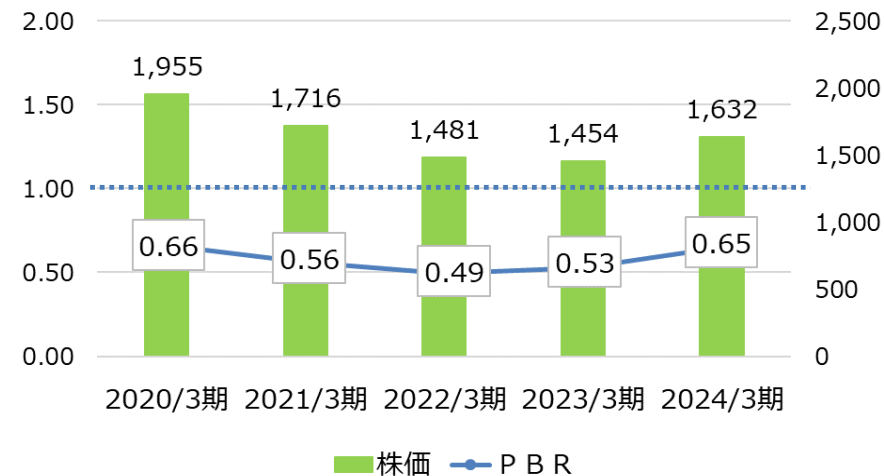
		2020/3期	2021/3期	2022/3期	2023/3期	2024/3期
売上高	(百万円)	245,820	223,000	218,610	221,979	228,808
営業利益	(百万円)	2,617	△ 333	△ 865	△ 1,400	3,117
経常利益	(百万円)	3,118	180	△ 380	△ 897	3,639
親会社株主に帰属する 当期純利益	(百万円)	1,653	412	△ 376	△ 4,987	△ 9,414
営業利益率	(%)	1.1	△ 0.1	△ 0.4	△ 0.6	1.4
R O E	(%)	2.2	0.5	△ 0.5	△ 7.0	△ 14.4
P B R	(倍)	0.66	0.56	0.49	0.53	0.65
期末株価	(円)	1,955	1,716	1,481	1,454	1,632

- ・R O Eについては、当社が認識する株主資本コスト（5%程度\*\*）を下回って推移している。  
\*\*CAPM（資本資産評価モデル）ベース
- ・このため、P B Rも1倍を下回って推移しており、「資本コストや株価を意識した経営の実現」に向けた取組みにより、企業価値を向上させることが重要と認識している。

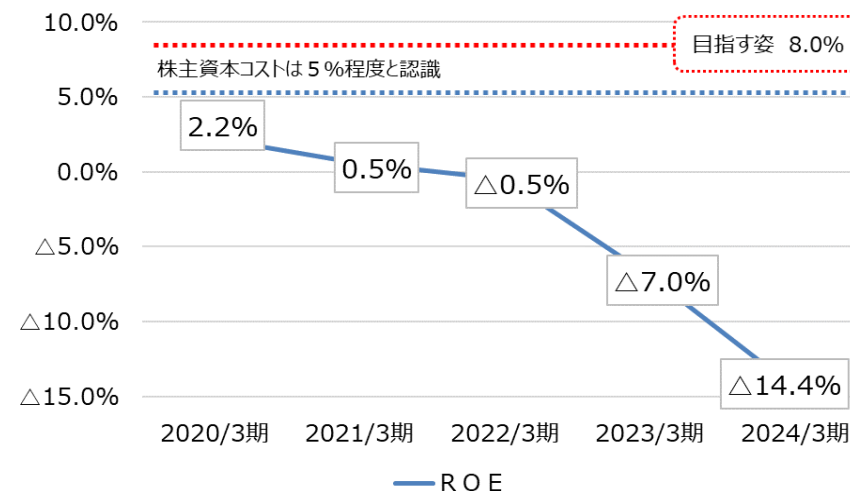
		2020/3期	2021/3期	2022/3期	2023/3期	2024/3期
当期純利益率	(%)	0.7	0.2	△ 0.2	△ 2.2	△ 4.1
総資産回転率	(回転)	1.86	1.70	1.70	1.76	1.88
財務レバレッジ	(倍)	1.77	1.70	1.72	1.85	1.96

- ・低R O Eの要因としては、当期純利益率の低さが挙げられる。
- ・総資産回転率は、2024/3期は減損影響により改善しているものの、それ以前は鈍化しており、バランスシートの改善を進めながら、収益力の向上に向けて取り組む必要がある。

### P B R（株価純資産倍率）推移



### ROE（自己資本利益率）



注) 2022/3期の期首より「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を適用しています。  
2021/3期につきまして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しています。

## 改善に向けた取組み

方針 目標	将来の目指す姿であるROE 8%の達成に向けて、中期経営計画を着実に実行することにより、収益構造の改善とグループ各社の成長を実現し、企業価値向上に繋げる。	
収益性	収益力の向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 中期経営計画の実行</li> <li>✓ 構造改革の推進</li> <li>✓ 生産性の向上</li> <li>✓ 成長に向けた資本の活用</li> </ul>
効率性	資産効率の改善	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 保有資産の見直し：未稼働資産、資本効率の低い資産の改善・売却</li> <li>✓ 政策保有株式の継続的な見直し</li> <li>✓ 効率性を意識した設備投資</li> <li>✓ 成長に向けた資本の活用</li> </ul>
財務 レバレッジ	最適な財務レバレッジ	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 財務の健全性、格付の維持に留意しながら、最適な資本構成を実現</li> </ul>
その他	株主還元の充実	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 安定配当を基本として、収益成長に応じた増配を目指す</li> <li>✓ 機動的な自社株買いによる総還元性向の向上</li> </ul>
	I R 活動の充実と E S G 強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 株主との建設的な対話と経営への反映</li> <li>✓ 情報開示の充実</li> <li>✓ サステナビリティ取組み推進（E S G、人的資本）</li> </ul>

私たち丸大食品グループには、「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」という経営理念があり、世代を超えて今に受け継がれています。この経営理念のもと、「食を通じて人と社会に貢献する企業」であり続けるために、美味しさと健康を追求し、安全、安心な食品を通して、お客様の幸せな食生活に貢献してまいります。



## ■ サステナビリティ基本方針 ■

私たちは、地球環境や社会問題の解決を人類共通の課題と認識し、「わんぱくでもいい。たくましく育てほしい。」の想いを子供たちの未来に願い、社会や環境に配慮した事業活動を通じて、持続可能な社会の発展に貢献してまいります。



### 〔 サステナビリティ行動指針 〕

1. 私たちは、すべての事業活動において、法令や社内規程などを遵守し、誠実で透明性の高いコンプライアンス経営に努めます。
2. 私たちは、原料調達・製造・物流・販売などのすべての事業活動において環境負荷の低減に努め、エネルギー使用量やCO<sub>2</sub>排出量の削減に取り組み、環境や社会に配慮した商品の提供を行います。
3. 私たちは、安全で安心な商品を提供し、すべての人が健康で豊かな生活を送れる社会の実現に努めます。
4. 私たちは、すべての従業員が働きやすい環境を整備し、一人ひとりの個性を尊重することで、ワークライフバランスの実現に努めます。
5. 私たちは、「人財育成」に取り組み、すべての従業員へ人権やコンプライアンスについて教育を行い、グループ全体の意識向上に努めます。
6. 私たちは、社会貢献活動を通じて、ステークホルダーのみならず、みなさまとのコミュニケーションを図ることで、より広い視野での事業活動を推進します。
7. 私たちは、丸大食品グループにおけるESG情報を積極的に開示します。

## ■ 人財の育成 ■

### 1. 事業成果向上のための施策

- ・ 若手社員の育成（若手中堅人財の抜擢人事）。
- ・ 次世代幹部候補人財の育成（管理職、経営者候補選抜型研修）。
- ・ 多様な価値観・専門性を養成する人財育成の教育マネジメント強化（複線型キャリアを想定した専門職制度設計）。

### 2. 人材活躍・成長のための施策

- ・ エンゲージメント向上に資する人事制度改革。  
（評価指標の見直し、年功序列の緩和に向けた賃金制度構築）
- ・ ダイバーシティ推進、女性活躍推進に向けた取り組み。

### 3. 健康経営の強化

- ・ ストレスチェック結果等を活用した職場環境の改善。
- ・ 高齢化への取り組み。  
脳機能サポート素材「プラズマローゲン」の研究開発。

脳機能サポート素材「プラズマローゲン」

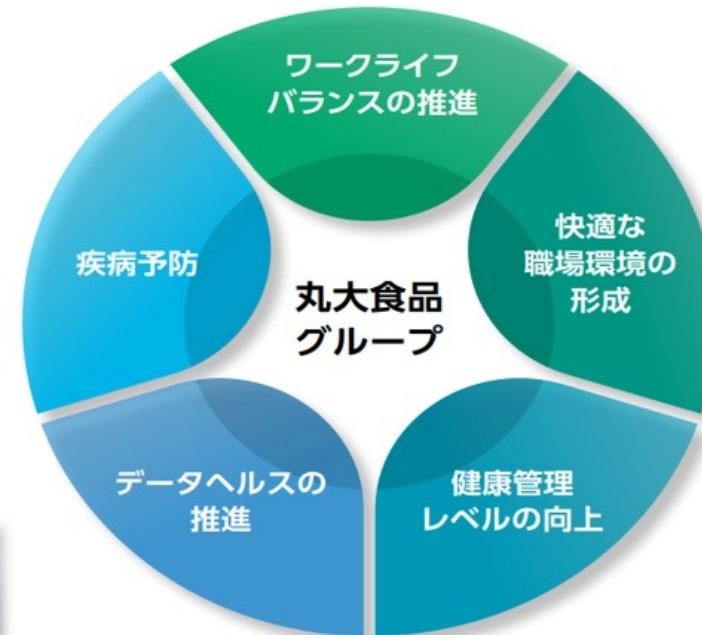
人生100年時代を生きるあなたに

Plasmax



「丸大食品グループ健康経営宣言」

#### — 健康方針 —



丸大食品のキャラクター  
「わんぱくん」



## ■ 持続可能な社会への貢献 ■

### 1. ガバナンス体制の強化

- ・ 企業経営について客観性・透明性を高めるため、委員会を設置してガバナンス強化。  
コンプライアンス委員会（委員長は独立社外取締役）、指名報酬委員会（独立社外取締役が過半数）。
- ・ 丸大食品グループ従業員全員へ「丸大食品グループ行動基準」の周知徹底を図り、毎月定期的に全従業員に対してコンプライアンス教育を実施。

コンプライアンス教育



### 2. ESG・SDGsの取り組み 「サステナビリティ基本方針および行動指針」の策定ならびに「サステナビリティ委員会」を設置

#### ① 気候変動への適応と緩和

- ・ TCFD提言への対応。
- ・ 2023年4月1日付で、「サステナビリティ委員会」の運営と推進のため、「サステナビリティ推進室」を設置。
- ・ 環境保全活動の推進、省エネルギー設備導入等、環境負荷低減の強化。
- ・ モーダルシフトなど、物流、輸送に関わる温室効果ガス削減の取り組み強化。

#### ② 資源循環型社会への貢献

- ・ 包装・容器の軽量化による廃棄物削減の推進。
- ・ 包装・容器の3R推進（リデュース、リユース、リサイクル）。
- ・ 食料品廃棄物の飼料や肥料へのリサイクル促進。
- ・ 環境に配慮した包装・容器採用の推進。

#### ③ フードロスへの取り組み

- ・ 食品廃棄物の削減、再利用の推進。
- ・ 食育活動の推進。

#### ④ 貧困と飢餓への支援

- ・ 子ども食堂の支援（商品提供）。
- ・ 代替ミート商品の開発。



- 環境負荷低減の一環としてパッケージにバイオマスインキ(植物由来)を一部使用
- 包材プラスチック使用量削減につなげるシンプルな包装形態

2021年春季発売



ローズハム

ベーコン

2023年春季発売



パストラミポーク



環境に配慮したパッケージ資材の商品にマークを表示しています

#### + 新たなこだわり

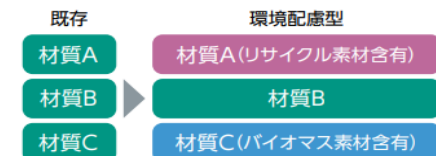
- 包材フィルムを環境に配慮した材質に変更  
(バイオマス素材+リサイクル素材を使用したフィルムに変更)

2023年秋季発売



ウインナー

#### 【フィルムイメージ】



食育活動やスポーツ支援活動を通じて健全な心と体を応援してまいります。

## 社会貢献活動

### ▶ 食育活動

健全な心と体は正しい食生活から。  
丸大食品では食に関する様々な活動を通じて社会に貢献してまいります。

- ・「よりよい食生活」をテーマにした社会貢献活動。
- ・食育イベントへの参加や講習、お料理教室など、お客様とのダイレクトコミュニケーション。
- ・ホームページでの情報発信。
- ・行政と連携した情報発信。
- ・子育て支援「くるみんマーク商品」。

くるみんマーク使用商品



食育フェアへの出展



### ▶ スポーツコミュニケーション

丸大食品はスポーツをお客様とのコミュニケーションツールと位置付け、様々な取り組みを行っています。

- ・各種スポーツ教室の実施。
- ・「未来のわんぱくアスリート」の育成活動を実施。
- ・各種スポーツイベントをサポート

スポーツ教室



プロテインスティックを無料配布



美しい地球を次世代へ地球の「健康」を守る活動に取り組んでいます。

## 環境活動

### ▶ 環境に配慮した企業活動

私たちは地球環境の保全を人類共通の課題と自覚し、環境に配慮した事業活動を通じて、社会の発展に貢献します。

- ・ウォームビズの実施。
- ・店頭資材など環境への配慮。
- ・コージェネレーションシステムの導入。
- ・モーダルシフトへの取り組み。
- ・環境美化活動。

高槻市での清掃活動



### ▶ 森林保全活動

私たちは地球環境の保全を人類共通の課題と自覚し、「わんぱくでもいい。たくましく育てほしい。」の想いを子供たちの未来に願い、自然と共生し、環境保全を推進しています。

- ・丸大里山の森づくり活動（大阪府や高槻市などとアドプトフォレスト制度を締結）。
- ・「丸大那須の森」里山活動（栃木県那須の所有地での里山づくり）。
- ・「丸大みよしの森」緑化活動（広島県三次市の所有地での植林活動）。
- ・北海道の環境保全活動。

丸大里山の森づくり活動

丸大みよしの森





ハム・ソーセージ部門  
加工食品



## がんばれ!ニッポン!

丸大食品はハム・ソーセージで、パリ2024オリンピックに出場する日本代表選手団「TEAM JAPAN」を応援しています。

【TEAM JAPAN パリ2024公式ライセンス商品】



©HF/S,HP



©ナガノ / ちいかわ製作委員会



調理加工食品部門



# 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。