
平成23年3月期

第2四半期決算説明 参考資料

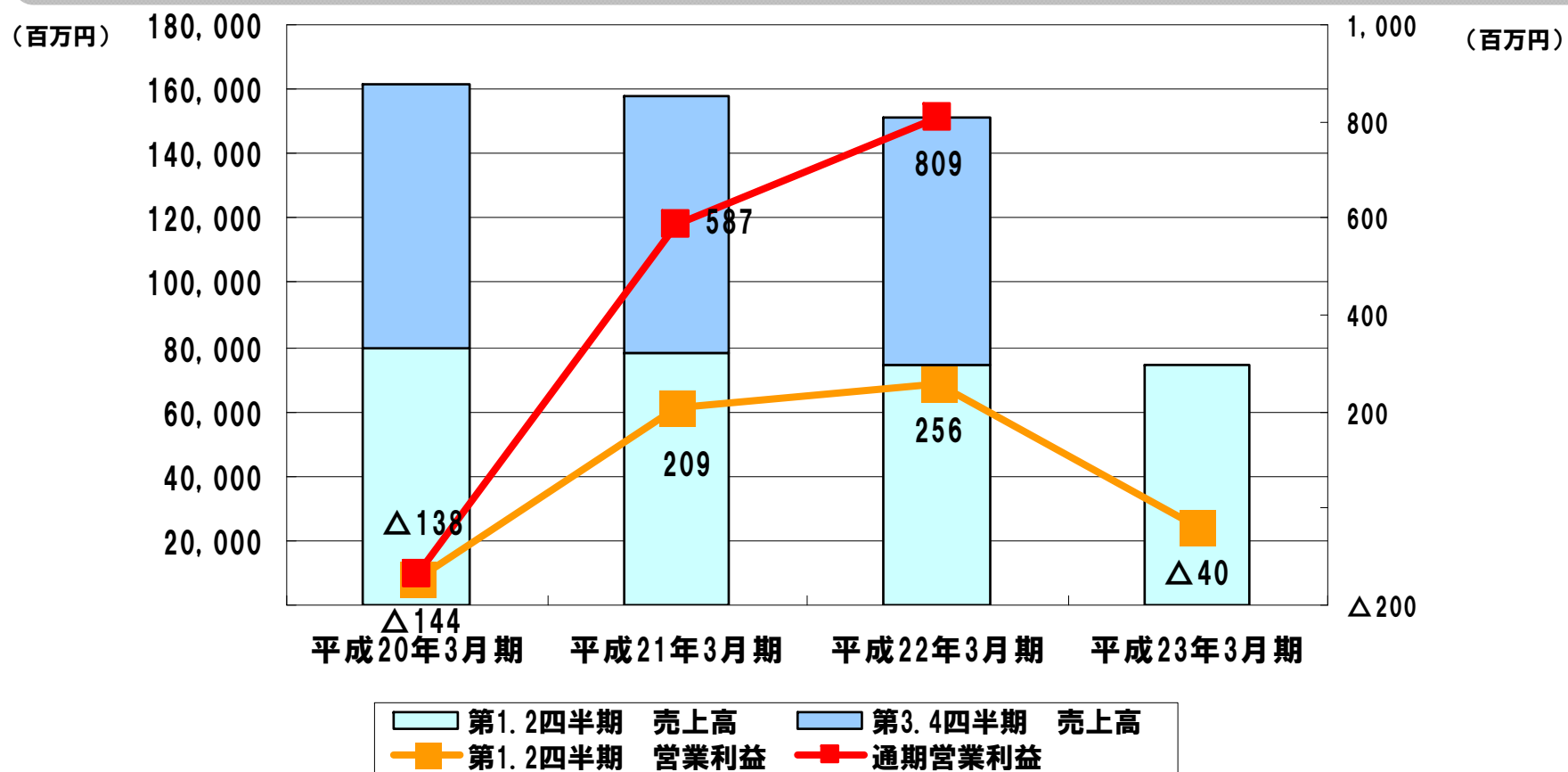


目 次

1. 連結売上高および営業利益の推移	…	P3
2. 平成23年3月期の連結業績推移	…	P4
3. 株主資本・有利子負債・自己資本比率	…	P5
4. 連結キャッシュフローの推移	…	P6
5. 連結ROAの推移	…	P7
6. 水産事業セグメントの売上高及び営業利益の推移	…	P8
7. 一般食品事業セグメントの売上高及び営業利益の推移	…	P9
8. 畜産事業セグメントの売上高及び営業利益の推移	…	P10
9. 重点施策について	…	P11~13

連結売上高及び営業利益の推移

当第2四半期連結累計期間は、フードサービス事業の拡大が図られたものの、他部門では小売店頭での消費不振や低価格競争に伴う価格下落の影響に加え、鮮魚の水揚げ不振に伴う供給不足および浜値の上昇、豚肉の相場価格の上昇などの要因が重なったことから、売上高はほぼ前年並みとなるも、利益額が確保できず減益となりました。



平成23年3月期の連結業績推移

平成23年3月期の通期連結業績は、鮮魚や豚肉の商品供給量の安定化により売上高は回復基調にあり、フードサービス事業の業績は計画以上に推移。

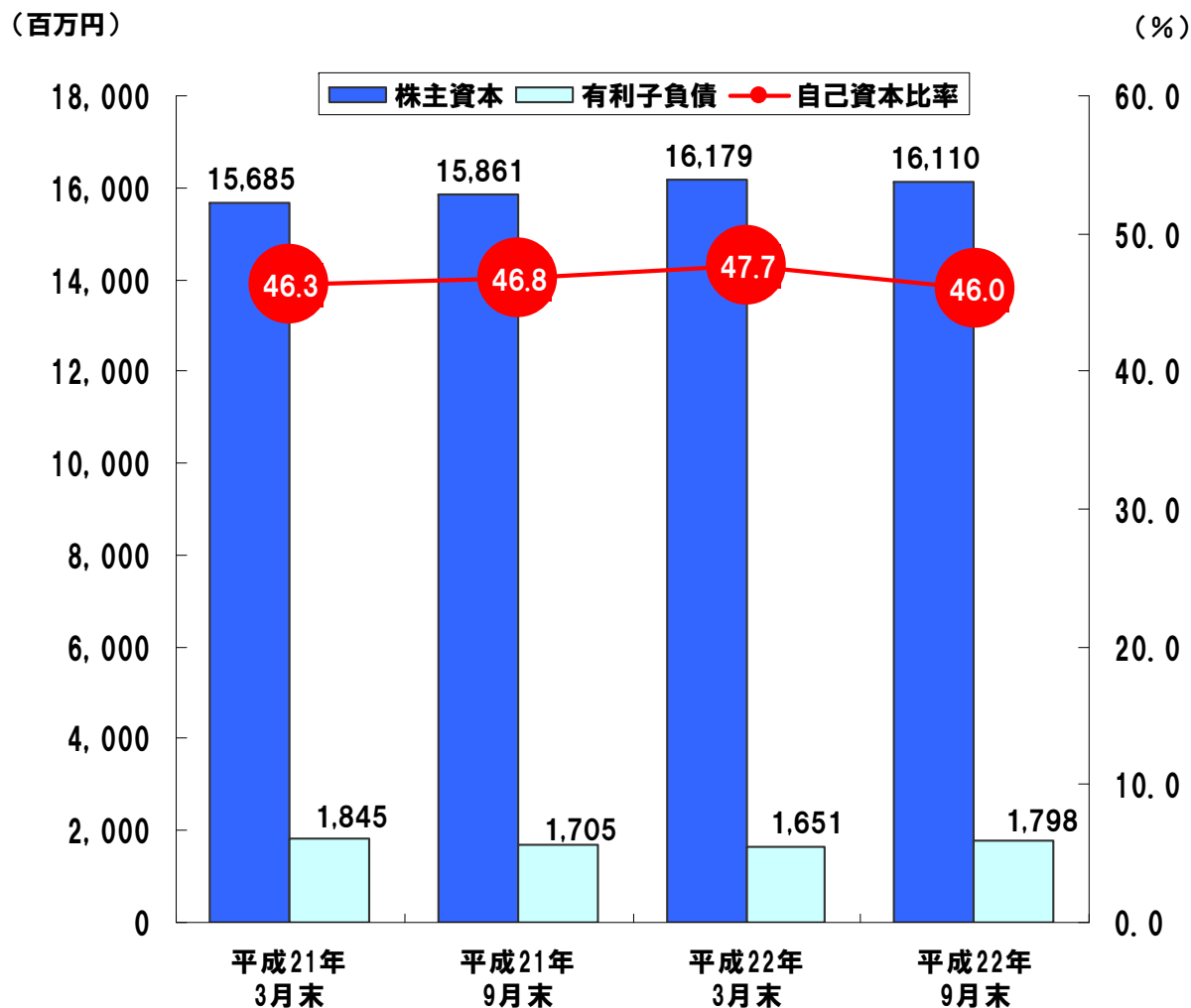
また、仕入原価の低減と更なるコスト削減による収益改善計画を明確にし、その推進体制を強化したことから、通期の業績予想につきましては連結および個別ともに修正はありません。

第1・第2四半期の実績と通期見込み

単位：百万円

	第1四半期 (4-6月)	第2四半期 (7-9月)	上半期累計 (4-9月)	通 期 (4-3月)
	実 績	実 績	実績	公表数値
売上高	36,123	38,409	74,532	157,000
営業利益	▲163	123	▲40	905
経常利益	▲42	198	156	1,235
当期純利益	▲29	98	69	682

株主資本・有利子負債・自己資本比率（連結）



株主資本増減

平成22年3月末と比較し
69百万 減少

有利子負債増減

- ①短期借入残高：15億円
(平成22年3月末と同額、増減なし)
 - ②長期借入残高：2億98百万円
(増加 1億47百万円)
- ※一年内返済予定長期借入金については
長期借入残高に含まれています。

自己資本比率

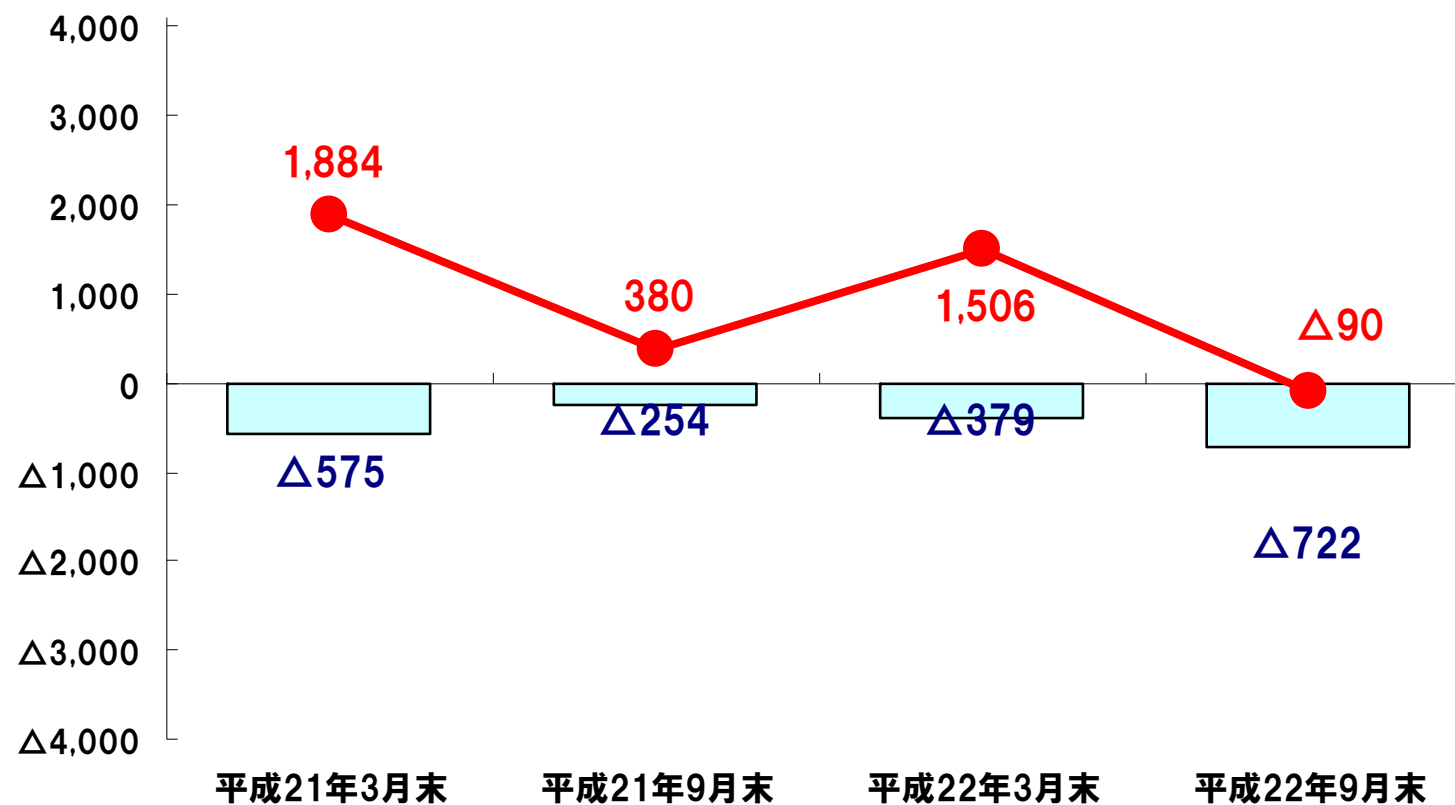
平成22年3月末と比較し
1.7% 低下

連結キャッシュフローの推移

営業活動によるキャッシュフローは、利益減少と役員の退職慰労引当金の減少により、90百万円減少しました。

財務活動によるキャッシュフローは、長期借入金の返済等により、7億22百万円の減少となりました。

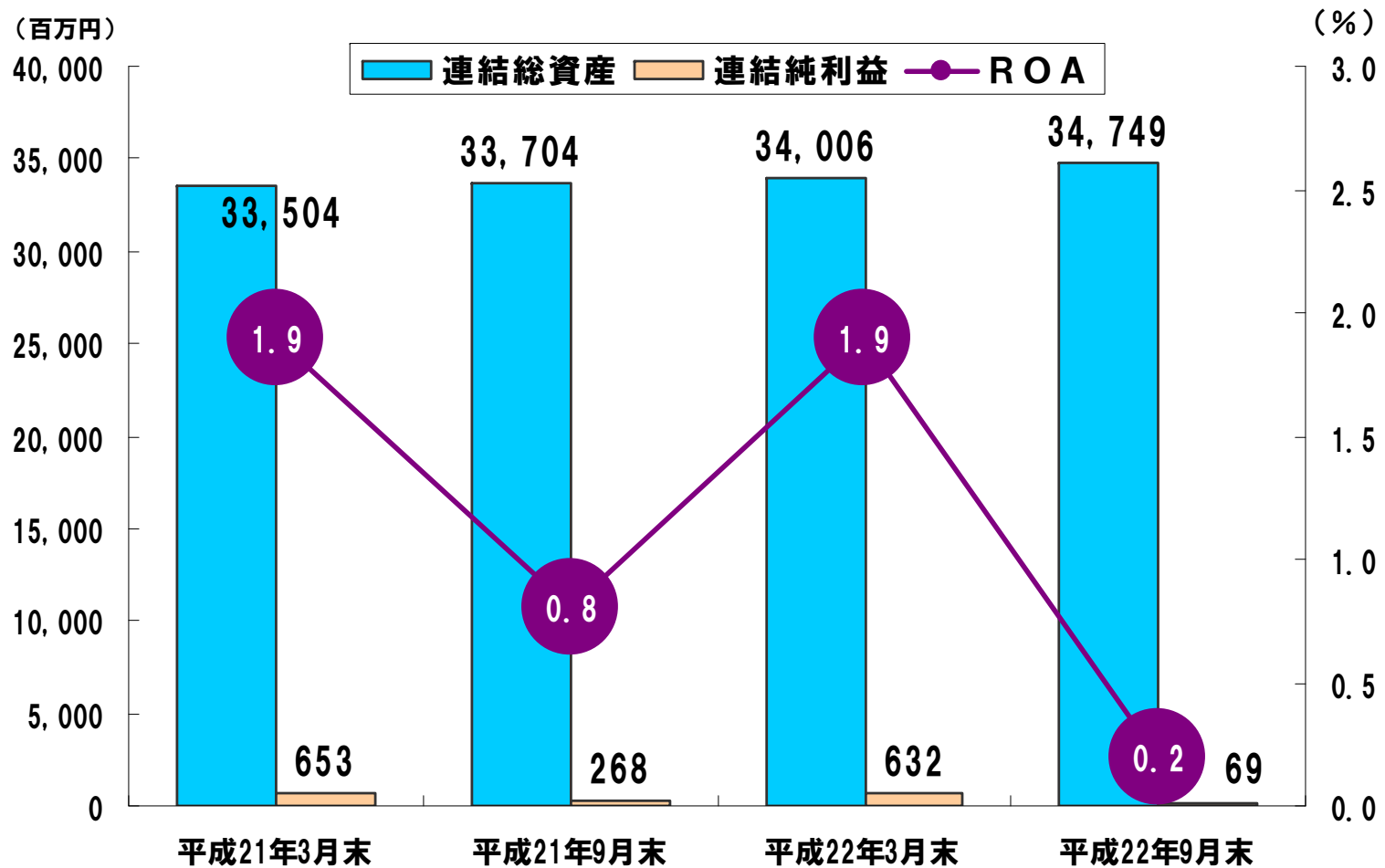
(百万円)



■ 財務活動によるC/F ● 営業活動によるC/F

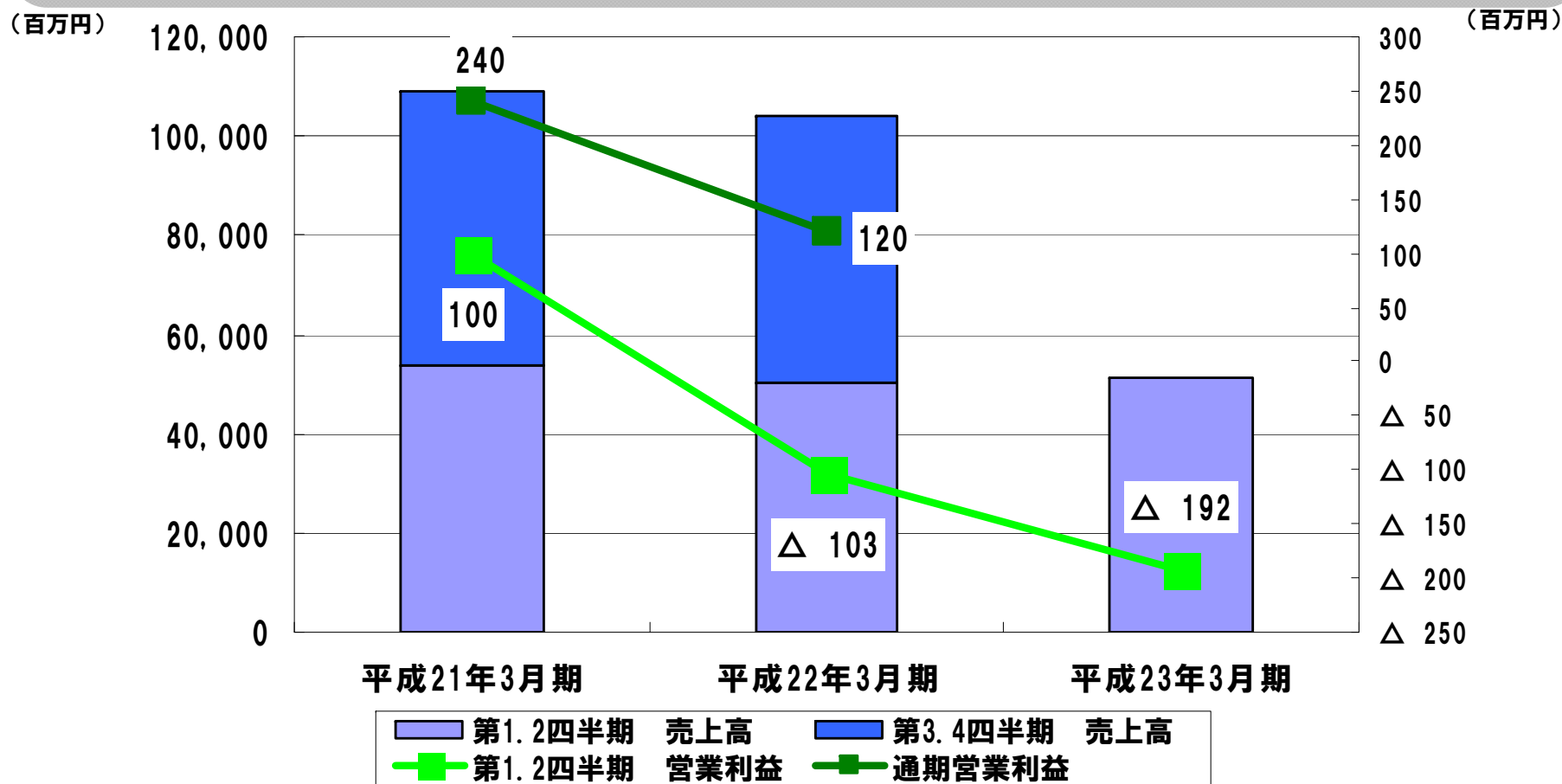
連結ROAの推移

連結総資産が売掛金と在庫の増加により、前期3月末と比較し7億43百万円増加、一方純利益が減少したことから、ROAは1.7ポイント低下となりました。



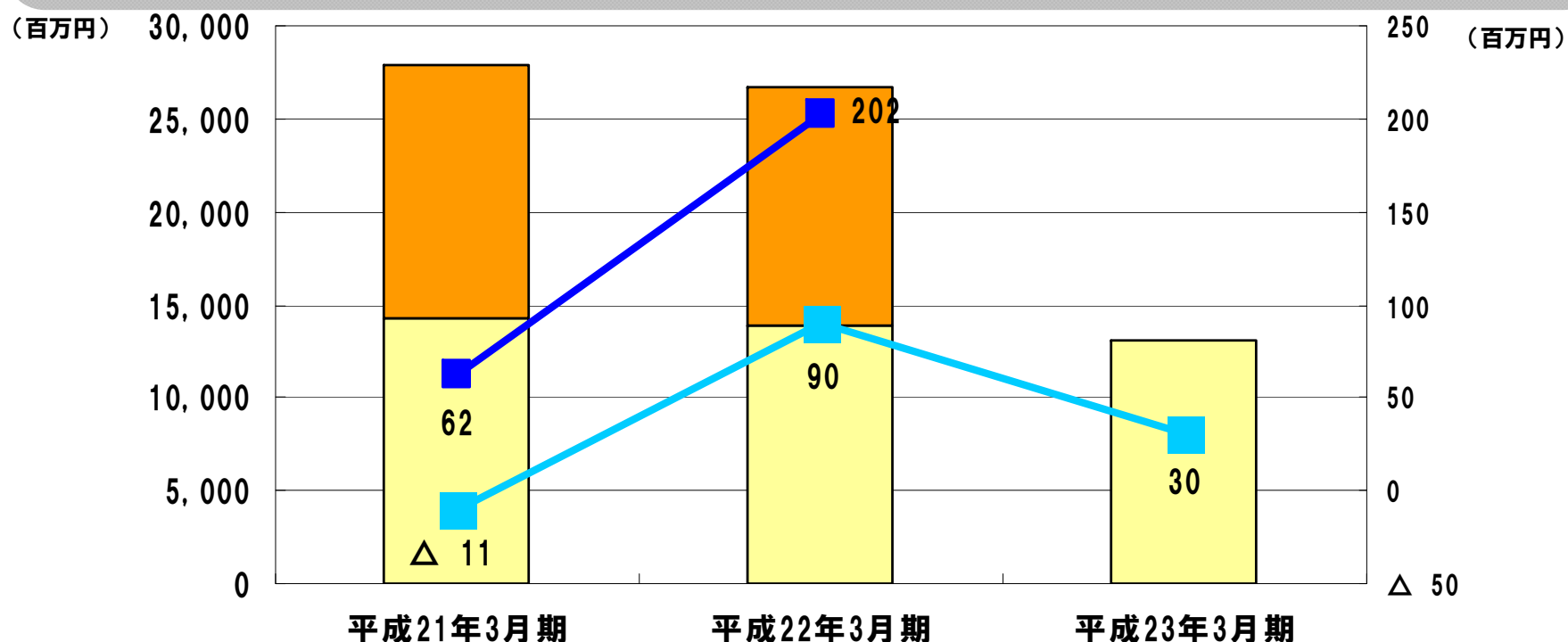
水産事業セグメントの売上高及び営業利益の推移

鮮魚の水揚げ不振に伴う供給不足と相場高により、水産物の消費減退が進行、フードサービス事業の取扱高が拡大したことから、前年同期に対して増収となったものの、営業損失が前年同期に対して89百万円拡大しました。今後においては、鮮魚類の供給量の回復と相場の安定化に加え、提案営業の強化およびフードサービス事業の一層の拡大により売上の増加と、商物流の効率化による受発注コストおよび物流コストの削減を図ってまいります。



一般食品事業セグメントの売上高及び営業利益の推移

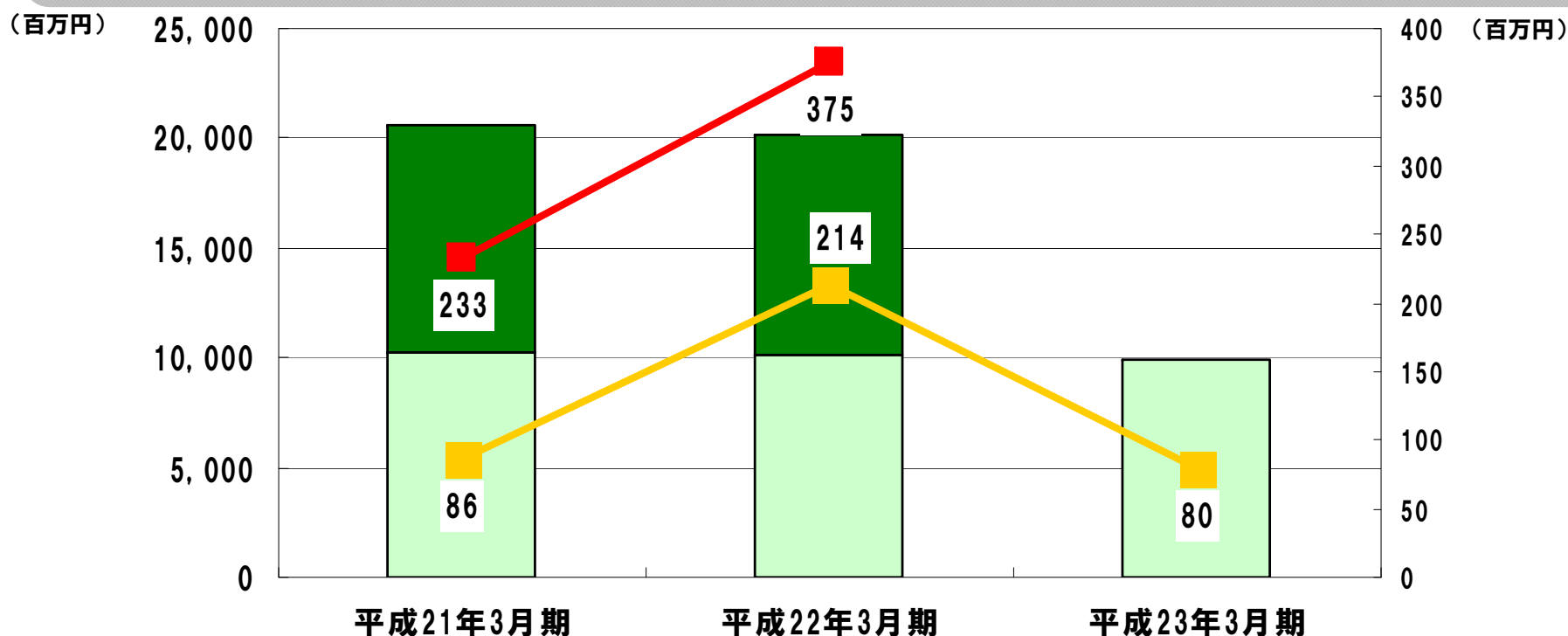
売上高は、低価格競争の激化に伴い飲料等で価格下落が進行、消費者の節約志向が嗜好品である菓子の消費不振につながり前年に対して減収しました。営業利益は、売上の減少と低価格競争により、同60百万円の減益となりました。今後においては、お得意先小売業の店頭での販売拡大を目的とした提案営業の強化により、売上高および付加価値の拡大を図るとともに、仕入原価の低減と物流コストの削減を図ってまいります。



第1.2四半期 売上高	第3.4四半期 売上高
第1.2四半期 営業利益	通期営業利益

畜産事業セグメントの売上高及び営業利益の推移

売上高は、牛肉の販売不振と豚肉では相場価格が不安定だったことから販売に結びつかず、前年に対して2億41百万円の減収、営業利益は、売上高の不足と不安定な相場状況が影響し、同1億34百万円の減益となりました。今後においては、豚肉の安定供給に伴う積極的な売上拡大と収益の改善を図るとともに、関係会社である大信畜産工業株式会社の生産部門のシステム化をはじめとして生産性の向上を図ってまいります。



第1.2四半期 売上高
 第3.4四半期 売上高
 第1.2四半期 営業利益
 通期営業利益

重点施策1 マーケティング機能の強化

① 提案営業力の強化



若手社員向け集合研修「寺子屋」により、提案営業のスキルを研修



- ・得意先への提案事例を発表し合い、成功事例を共有化
- ・QCサークル活動と連動

② 総合展示会の開催

- 開催日 2010年8月25日・26日
- 開催場所 長野オリンピック記念アリーナ エムウエーブ



連携

(フードソリューションの開催目的)
創立60周年を記念して「新しい食の提案による顧客ソリューション」をテーマに、フルラインの総合展示会を開催

1. 顧客の拡大（新規顧客の拡大と既存顧客との関係強化）
2. 産地・メーカー様との連携により、顧客ソリューションのための新たな提案力を強化し実践する
3. 提案活動への取り組みによる社員育成とマルチの強みの再認識と総合力の発揮

重点施策2 フードサービス事業の展開

5つの事業モデル※でF S事業を展開。本年5月(株)ナガレイの株式を100%取得し、F S事業部6拠点・2関係会社、提携業務用卸（MAP会：5社）、(株)ナガレイ2支店の強力なネットワークによりF S事業の拡大を加速。

※5つの事業モデル＝SM惣菜、病院・介護施設、事業所給食、リゾート施設、弁当・給食

● フードサービス事業部

+

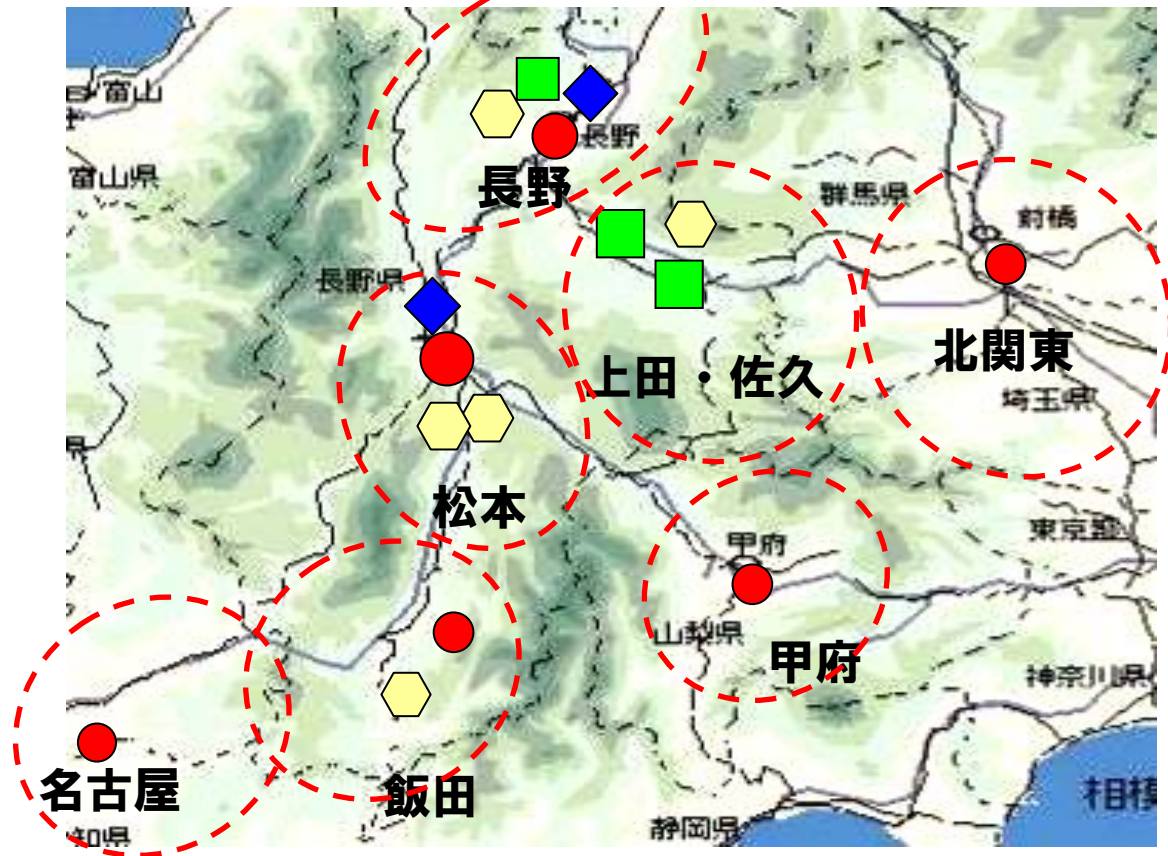
■ CSP(株)・ファーステ'リカ(株)
(子会社)

+

⬡ MAP会
(提携専門問屋5社)

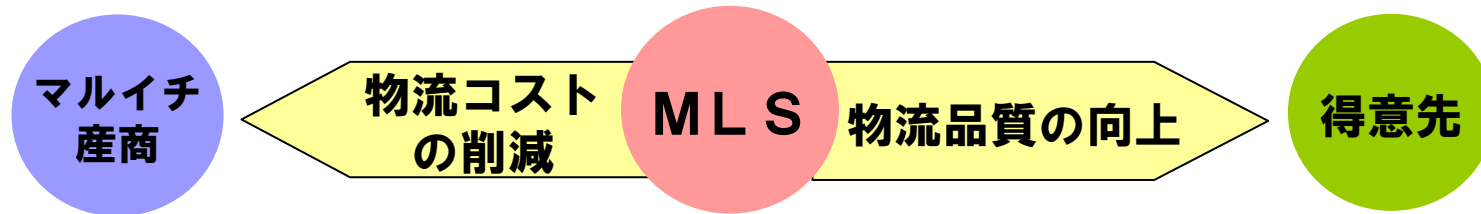
+

◆ (株)ナガレイ



重点施策3 物流コストの削減

・ マルイチ・ロジスティクス・サービス（株）（MLS：2003年設立の物流子会社）を各営業拠点に配置。リテールサポート事業部管轄下で、顧客基軸で物流サービス向上と物流コスト削減を推進。



MLSの拠点配置	
水産モデル	長野支社で物流効率化のモデルを構築する
食品モデル	長野支店をモデルに定特分離を進め基本構造を構築する
畜産モデル	受発注と商品管理を一元化しコスト構造改革を推進する