
平成23年3月期

決算説明資料

**平成23年5月13日
株式会社マルイチ産商**

目 次

1. 平成23年3月期の連結業績推移	…	P3
2. 株主資本・有利子負債・自己資本比率	…	P4
3. 連結キャッシュフローの推移	…	P5
4. 連結ROAの推移	…	P6
5. 営業運転資金の改善	…	P7
6. 商品別、エリア別売上高の状況	…	P8
7. 水産事業セグメントの売上高及び営業利益の推移	…	P9
8. 一般食品事業セグメントの売上高及び営業利益の推移	…	P10
9. 畜産事業セグメントの売上高及び営業利益の推移	…	P11
10. Cキューブー2013について	…	P12~15

平成23年3月期の連結業績推移

- ・売上高は、小売業店頭での購入低迷と消費者の低価格志向や市場競争激化に伴う販売価格の下落はあったものの、成長戦略を担うフードサービス事業が順調に推移したことからほぼ前年並みとなる。
- ・水産物の漁獲高の減少、世界的な需要拡大により仕入価格が上昇、畜産では口蹄疫の影響により不安定な相場が続く。一方、消費者の低価格志向や市場競争激化に伴う販売価格の下落が、年間を通して継続したことから、売上総利益額が大きく減少。
- ・センターフィーの増加傾向等で、販管費の圧縮が不十分であり、営業利益、経常利益、当期純利益が大幅に減少した。

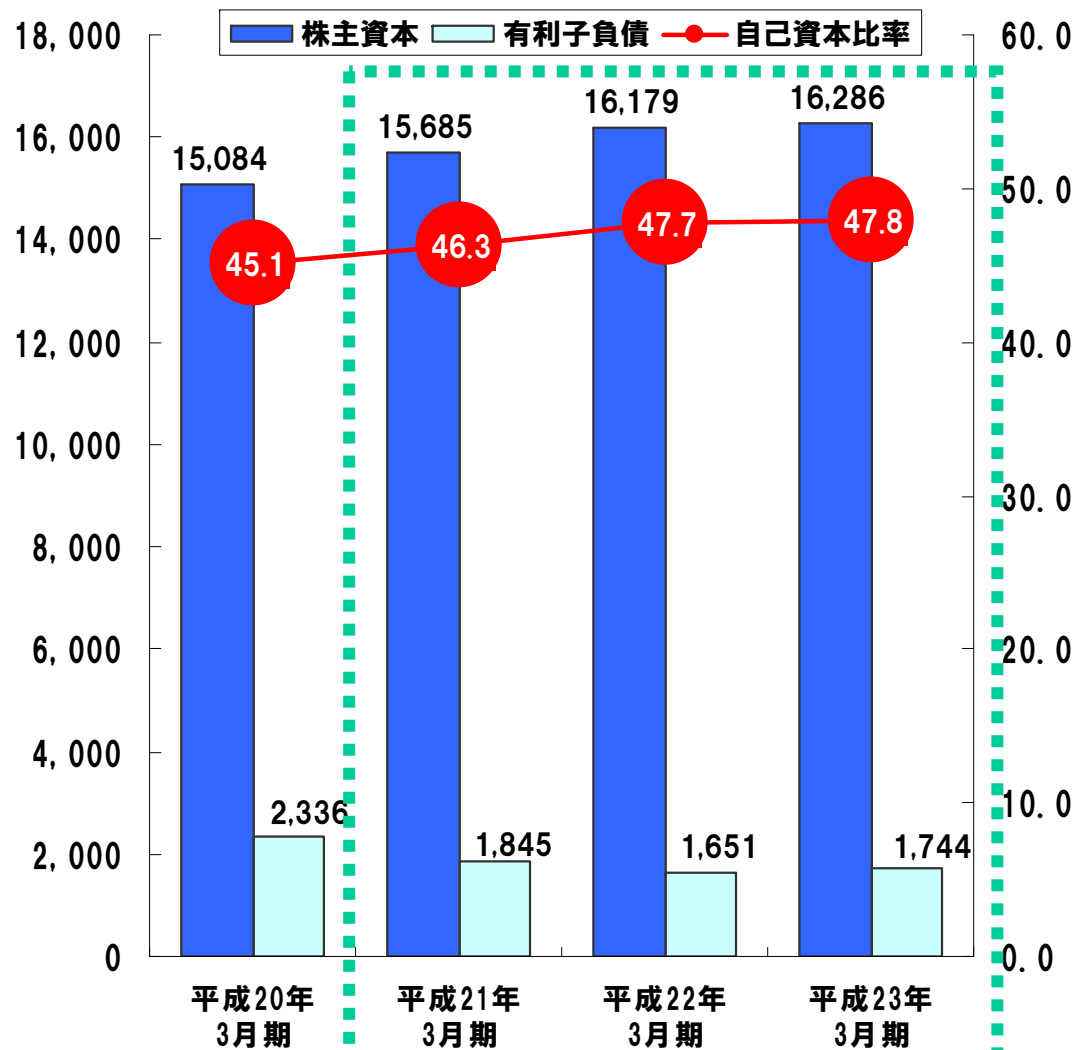
	平成20年 3月期	平成21年 3月期	平成22年 3月期	平成23年 3月期	前年比
売上高	161,301	157,850	151,012	150,647	99.8%
売上総利益	18,622	17,926	16,701	15,864	95.0%
販売費・ 一般管理費	18,761	17,339	15,892	15,870	99.9%
営業利益	▲ 138	587	809	▲ 6	減815
経常利益	205	942	1,170	366	31.3%
当期純利益	▲ 9	653	632	291	46.0%

単位：百万円

プラン2010

株主資本・有利子負債・自己資本比率（連結）

（百万円）



プラン2010

株主資本増減

平成22年3月末と比較し
1億7百万 増加

有利子負債増減

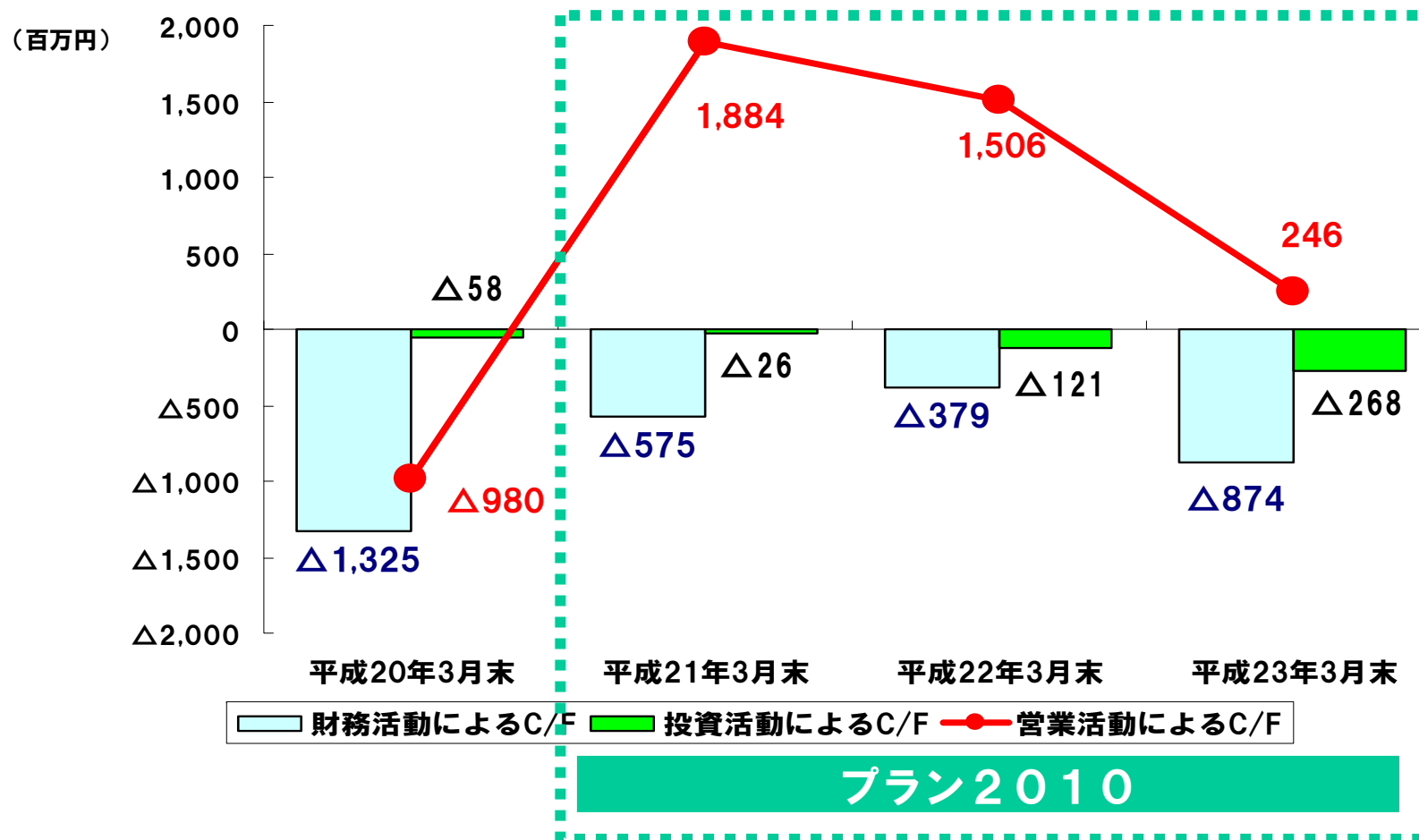
- ①短期借入残高：15億円
（平成22年3月末と同額、増減なし）
 - ②長期借入残高：2億44百万円
（増加 93百万円）
- ※一年内返済予定長期借入金については
長期借入残高に含まれています。

自己資本比率

平成22年3月末と比較し
0.1%増加

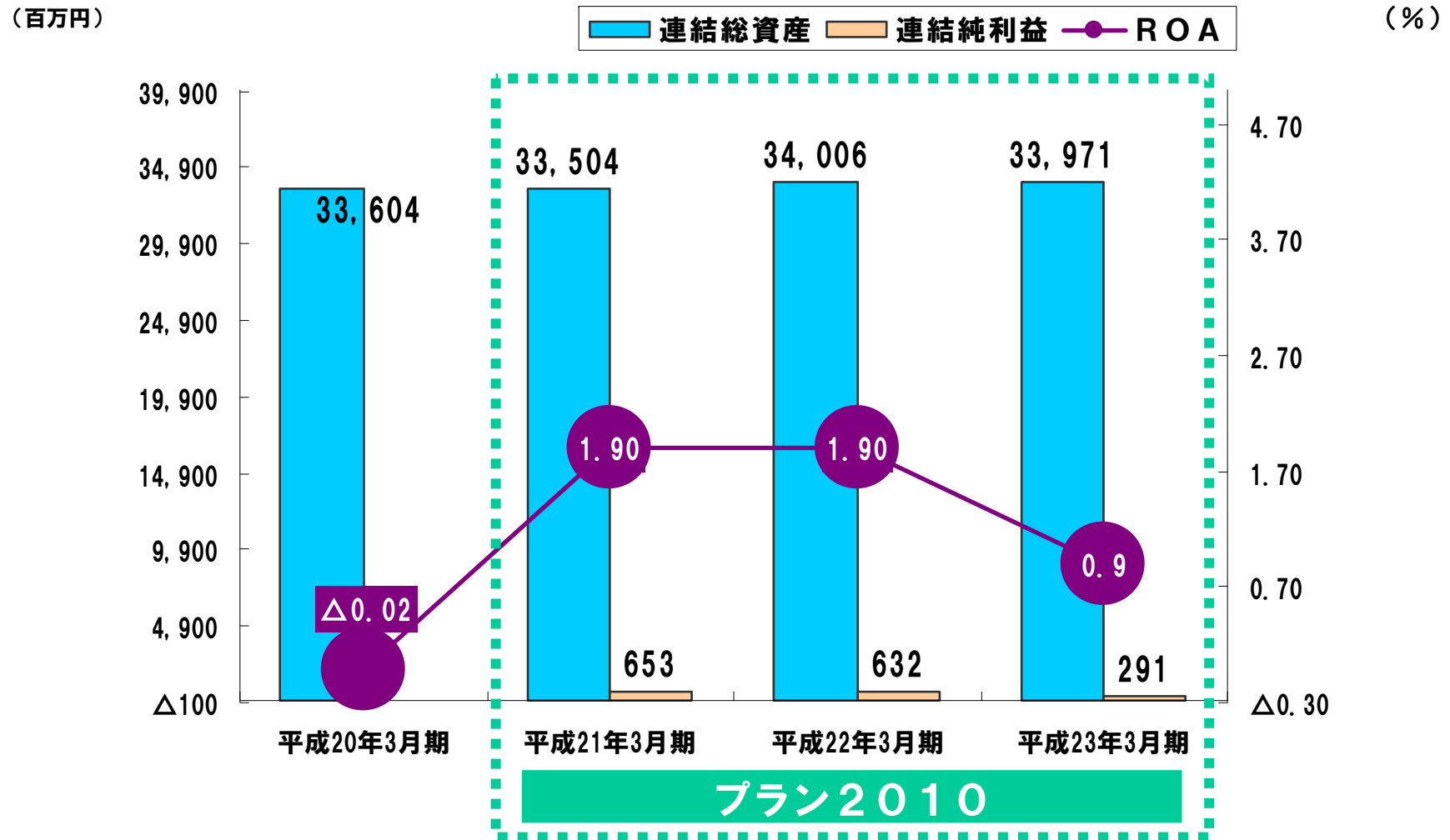
連結キャッシュフローの推移

営業活動によるキャッシュフローは、利益額の減少と棚卸資産の増加により、12億60百万円減少しました。財務活動によるキャッシュフローは、長期借入金の返済により、4億95百万円の減少となりました。投資活動によるキャッシュフローは、IT投資および九州における養殖魚への事業投資により支払いが増加した。



連結ROAの推移

連結総資産は、現金預金が減少したものの在庫の増加により、前期3月末と比較し35百万円増加、一方純利益が減少したことから、ROAは1ポイント低下となりました。



営業運転資金の改善

- ・ 在庫削減、与信管理の徹底でリスク管理とキャッシュフローの改善を図り、財務体質の強化を推進
- ・ 成長への投資可能な経営体質を構築

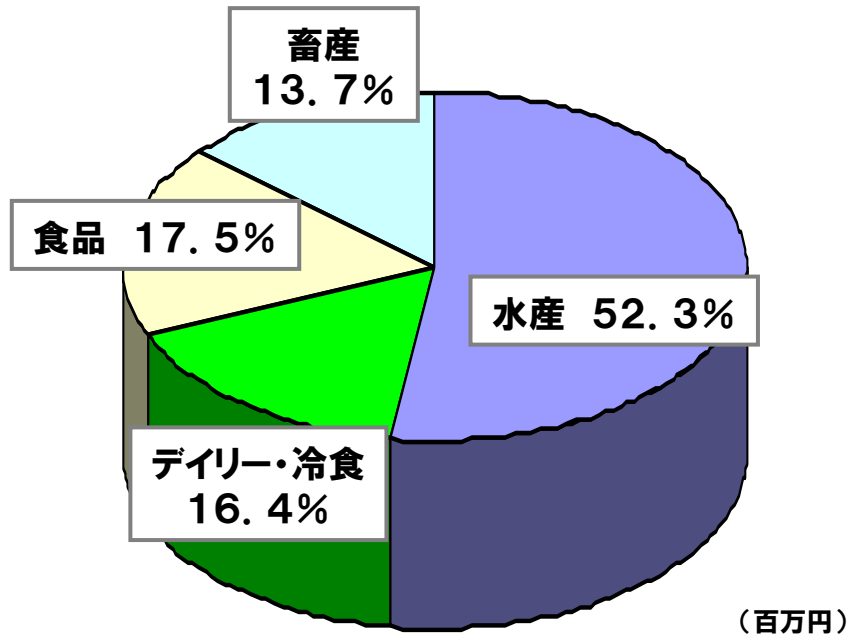
	平成20年 3月期	平成21年 3月期	平成22年 3月期	平成23年 3月期
自己資本比率	45.08%	46.33%	47.72%	47.84%
買掛支払日数	30.8日	30.6日	30.4日	30.3日
売掛支払日数	26.7日	25.8日	25.4日	25.7日
在庫回転日数	6.4日	5.7日	5.1日	5.4日
運転資金日数	▲2.3日	▲0.9日	▲0.1日	▲0.8日

プラン2010

- ・ 運転資金日数は、買掛支払日数－売掛回収日数－在庫回転日数 により計算。
- ・ プラスの場合は、運転資金に余裕が生まれる。（1日：400百万円相当）

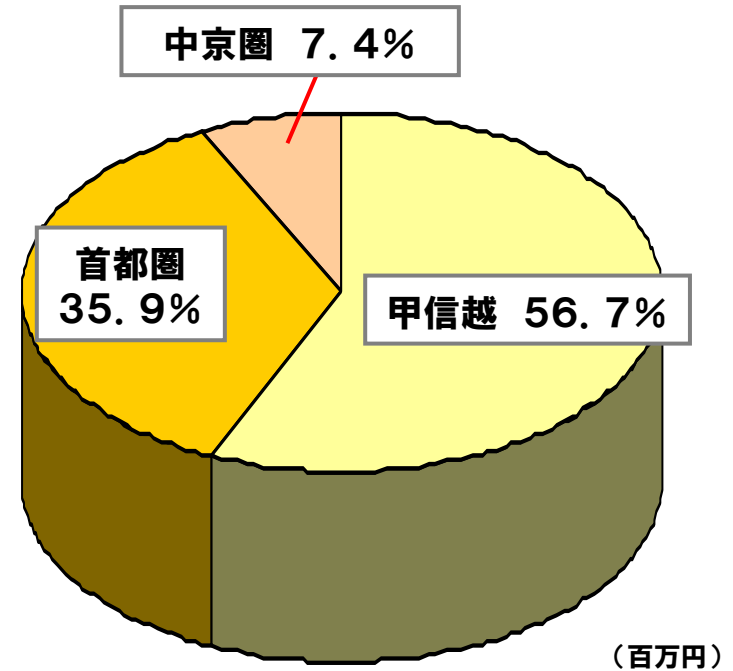
商品別、エリア別売上高の状況

セグメント別売上高構成(単体)



	売上高	構成比
水産	77,305	52.3%
Dairy・冷食	24,238	16.4%
一般食品・菓子	25,889	17.5%
畜産	20,224	13.7%
その他	52	0.0%

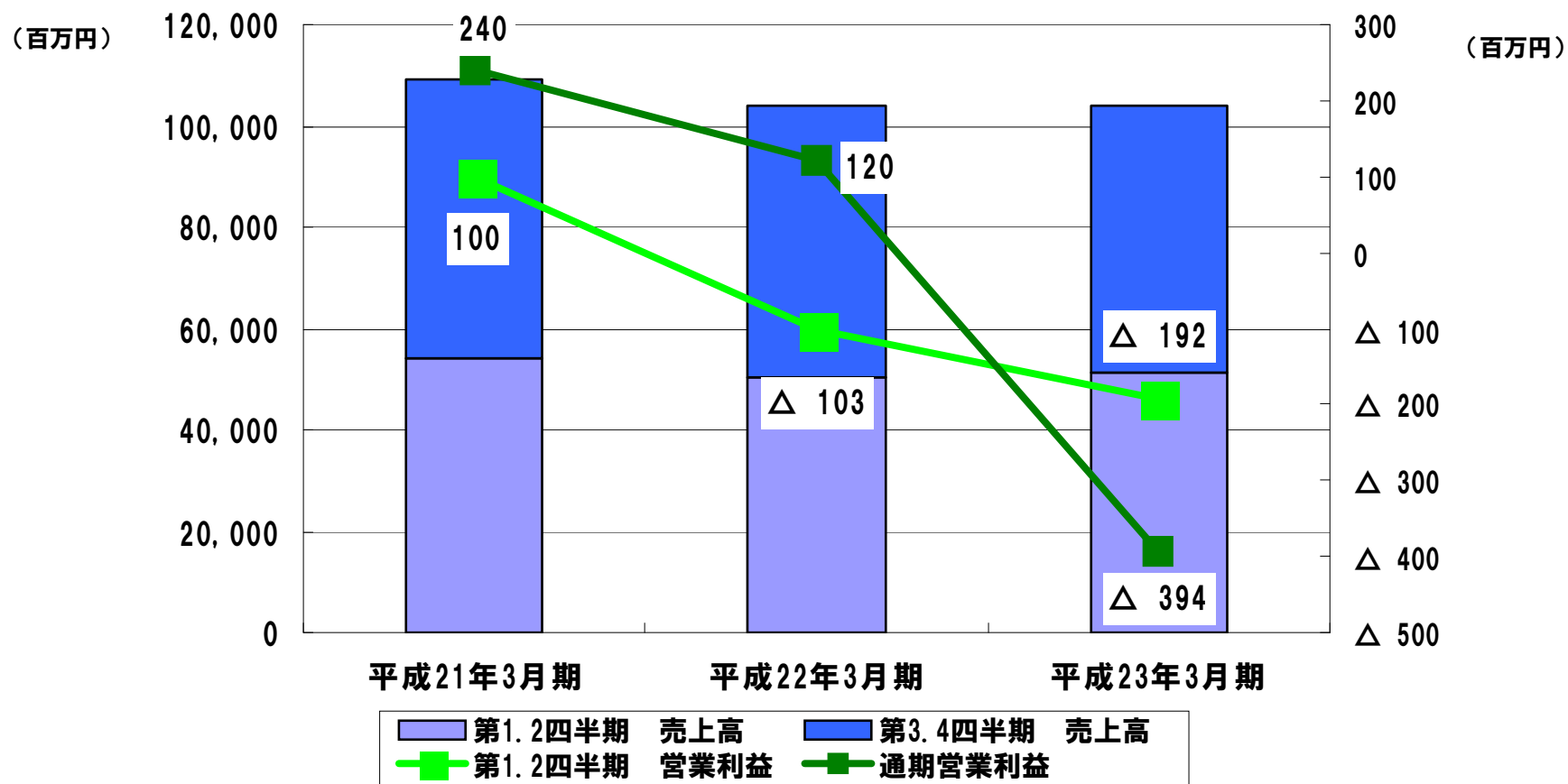
エリア別売上高構成(単体)



	売上高	構成比
甲信越エリア	83,814	56.7%
首都圏エリア	53,030	35.9%
中京圏エリア	10,864	7.4%

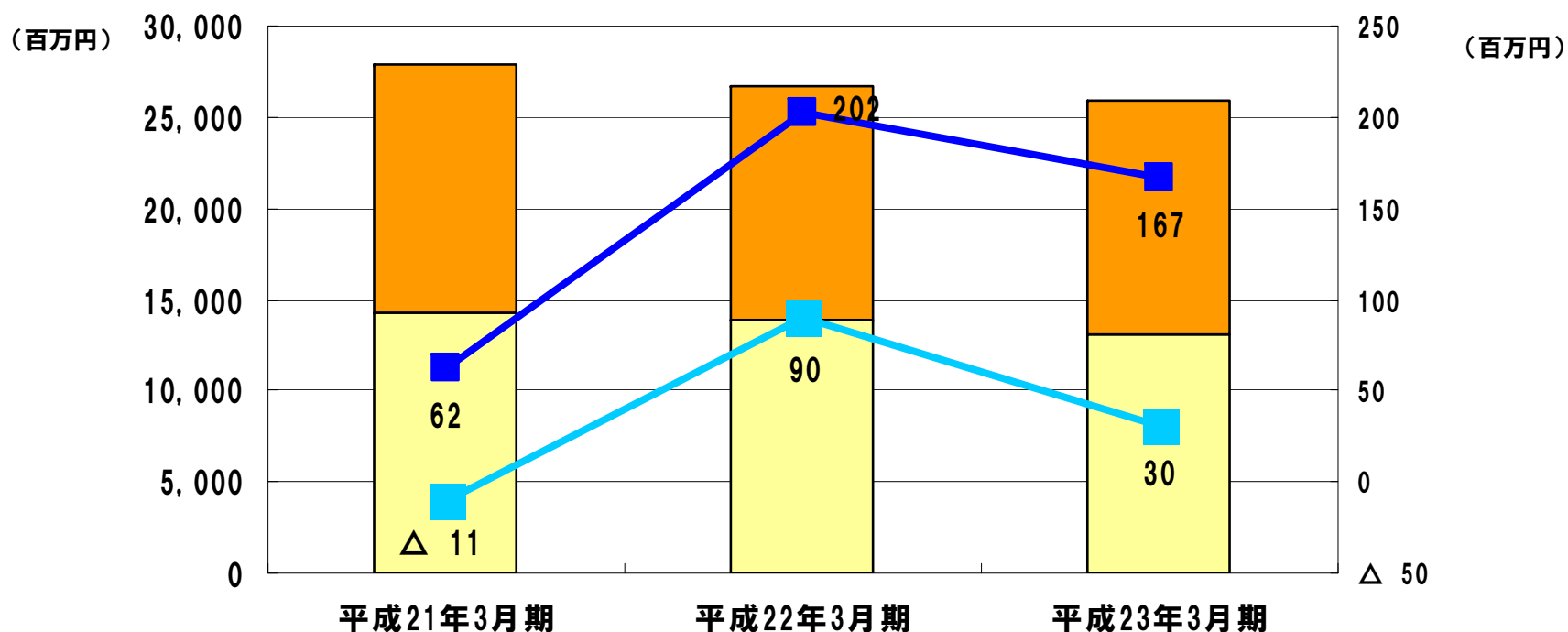
水産事業セグメントの売上高及び営業利益の推移

期初からの天候不順による漁獲高の減少や、世界的な需要拡大による相場価格の上昇により、小売業店頭での販売不振が継続、しかしフードサービス事業が順調に推移したことから、売上高は増収。仕入価格の上昇分を販売価格に転嫁できず、売上総利益が減少、継続的なコスト削減を進めたものの、センターフィーなどの販売経費が増加したため、売上総利益の減少分をカバーするに至らず、営業損失となる。



一般食品事業セグメントの売上高及び営業利益の推移

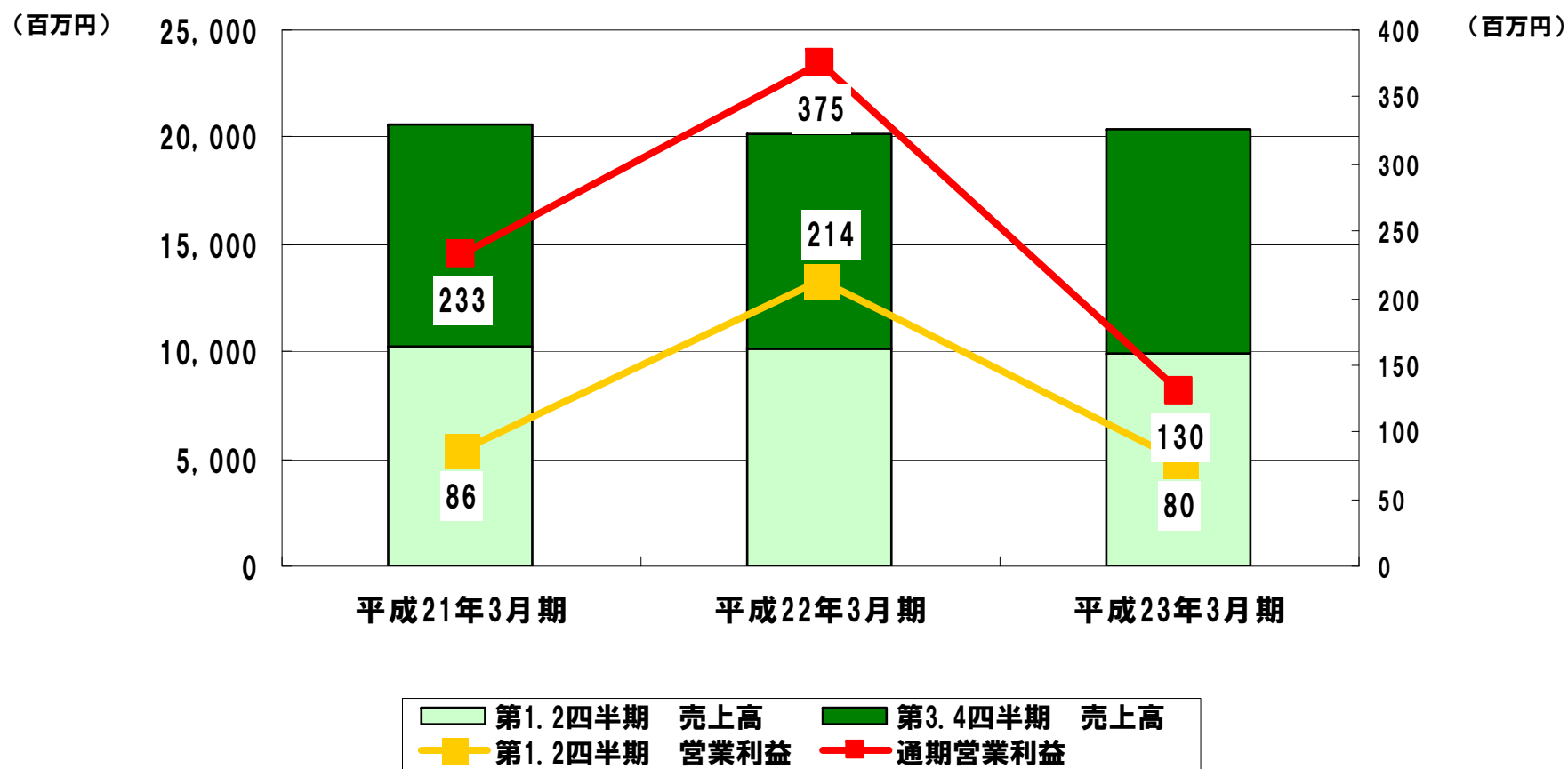
売上高は、当社の基盤顧客であるローカルチェーン等への取引拡大は進んだが、納入価格の下落傾向、一部小売業の仕入調達ルート変更により減収。利益は、地域卸の強みを活かしたマーケティング機能の強化と、業務改善による物流費・一般管理費の削減を継続したものの、売上高不足による売上総利益の減少をカバーできず、営業利益では、35百万円の減益となる。



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

消費者の節約志向の高まりにより、国産牛肉の販売不振が継続。豚肉では口蹄疫の影響を、期初より低迷。しかし、口蹄疫が収束した昨年8月以降は、豚肉を中心として売上高が大幅に伸長し、前年同期に対して2億43百万円の増収。しかし、国産豚肉や鶏肉の仕入価格が上昇したものの販売価格に転嫁できず、営業利益が大きく減益となる。

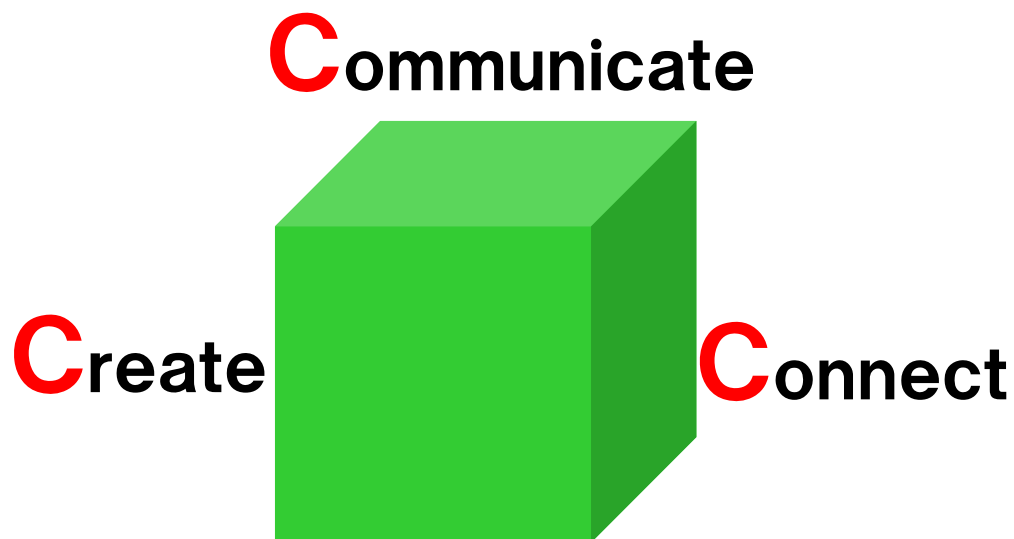


新中期経営計画について

「C³—2013」

(Cキューブ)

つくる つなぐ つたえる
C³=Create×Connect×Communicate



～生鮮基軸のフルラインビジネスのトップランナー～

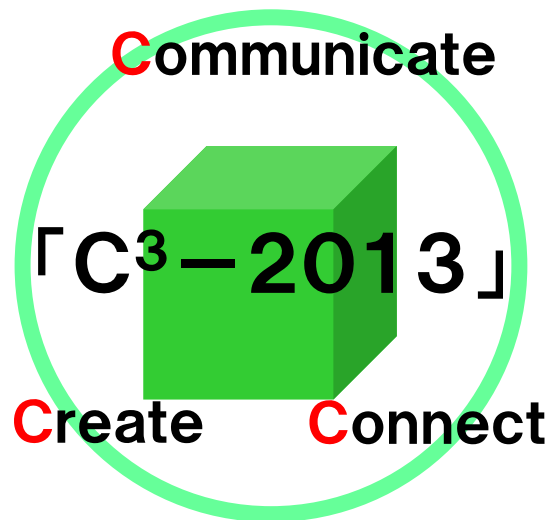
新中期経営計画のコンセプト

つたえる

- ・旬をつたえる
- ・価値をつたえる
- ・食べ方をつたえる
- ・伝統・食文化をつたえる

つくる

- ・商品をつくる
- ・仕組みをつくる
- ・売りをつくる



つなぐ

- ・生産と消費をつなぐ
- ・フルラインをつなぐ
- ・家族をつなぐ
- ・地域社会をつなぐ
- ・伝統をつなぐ

新中期経営計画の基本方針

**「つくる」「つなぐ」「つたえる」を革新し、
新たな需要創造・新たな顧客創造できる企業として、
生鮮基軸のフルラインビジネスのトップランナー
を目指します。**

ユニークな強みをさらに磨き、活かす成長戦略

**生鮮基軸のフルラインビジネスのトップランナーとして、
新たな需要創造、新たな顧客創造を実現する。**

弱みを克服する事業構造改革

**物流構造改革・人事戦略再構築・収益管理革新を基軸
に、分業と協業を両立させた全体最適を実現する。**

新中期経営計画の主要戦略

- (1) トライアングルゾーンから
スクエアゾーンへ販売エリアを拡大する。
- (2) フードサービス事業を重点的に強化する。
- (3) 生鮮基軸のフルラインのMD力を更に磨く。
- (4) 分業と協業のしくみを再構築し、
機能・サービスの提供価値を高める。
- (5) 社員の成長が会社の成長力につながる風土と
マネジメントシステムを創る。