

# 平成24年3月期 決算説明資料

平成24年5月10日



# 目次

1 . 平成24年 3 月期の連結業績	・・・	P3
2 . 売上高および営業利益の推移	・・・	P4
3 . コスト削減の推移	・・・	P5
4 . 株主資本・有利子負債・自己資本比率（連結）	・・・	P6
5 . 連結 R O A の推移	・・・	P7
6 . 連結キャッシュフローの推移	・・・	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 . 中期経営計画「Cキューブ-2013」	・・・	P12 ~ 15

# 平成24年3月期の連結業績

- 消費者の節約志向・低価格志向が継続する厳しい環境下にありましたが、当社の強みであります生鮮基軸のフルライン機能をさらに活かす成長戦略の推進により、売上高につきましては、前年同期比1.9%増加の1,535億37百万円となりました。
- 利益面につきましては、増収による利益増に加え、拠点機能再編による機能のネットワーク化と一元化、IT活用による業務効率化と生産性向上を図り、コスト削減が進んだことから、営業利益が前年同期比6億90百万円増の6億84百万円、経常利益は同199.6%増加の10億99百万円、当期純利益は同91.6%増加の5億58百万円となりました。

## 平成24年度3月期 連結決算

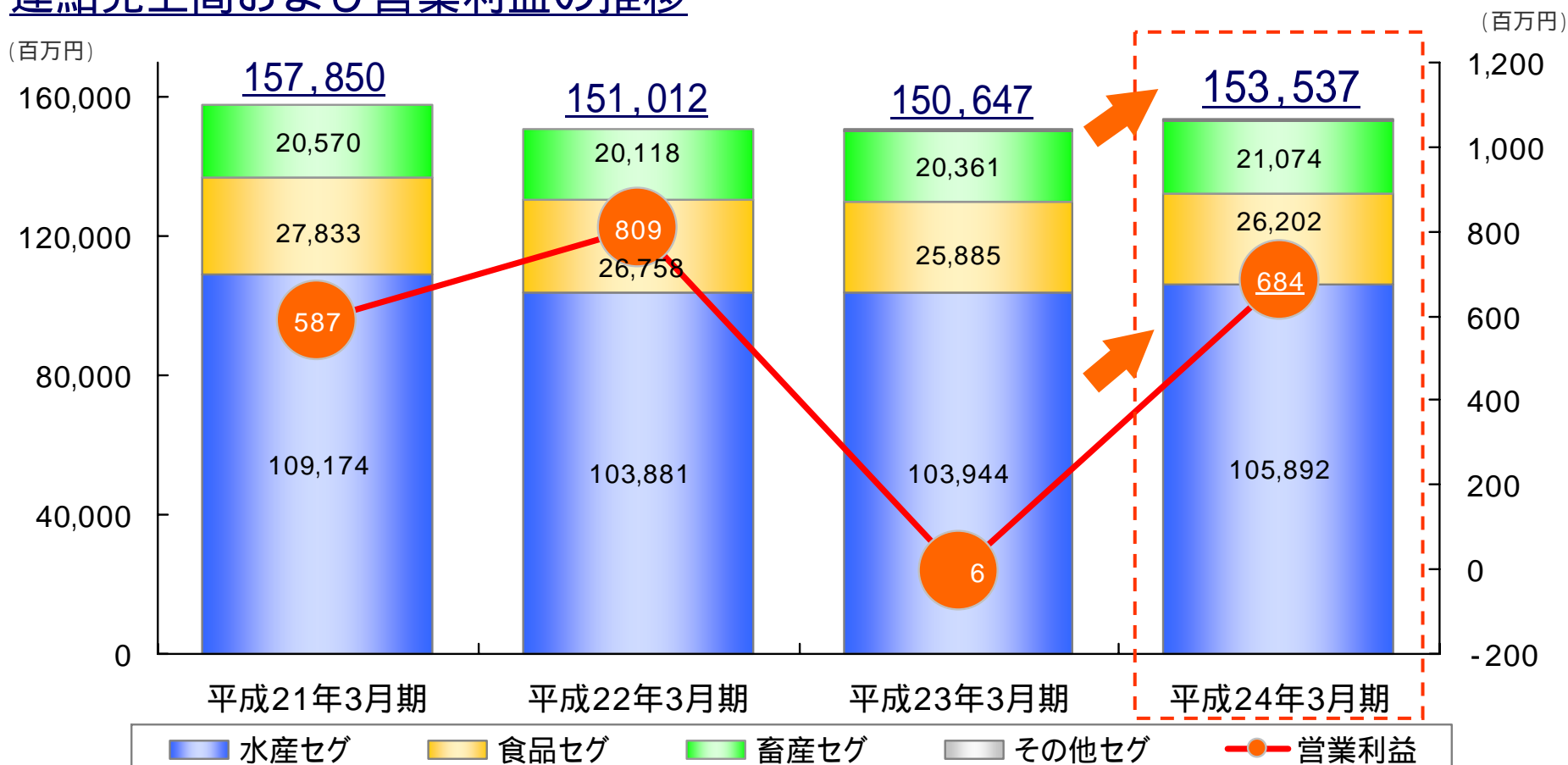
単位:百万円

	平成21年 3月期	平成22年 3月期	平成23年 3月期	平成24年 3月期	前年比
売上高	157,850	151,012	150,647	153,537	101.9%
販売費及び一般管理費	17,339	15,892	15,870	14,796	93.2%
営業利益	587	809	6	684	増690
経常利益	942	1,170	366	1,099	299.6%
当期純利益	653	632	291	558	191.6%

# 売上高および営業利益の推移

■ 成長戦略としての、養殖魚インテグレーション(生産から販売までの統合事業)による商品開発機能と調達力の強化、小売業の店頭強化に向けたフルライン機能の活用による販売提案、生産者や仕入先と連携したオリジナル商品の開発、フードサービス事業における外食・中食マーケットへの販売強化など、「新たな需要創造、新たな顧客創造」を推進し、売上高を伸ばしました。

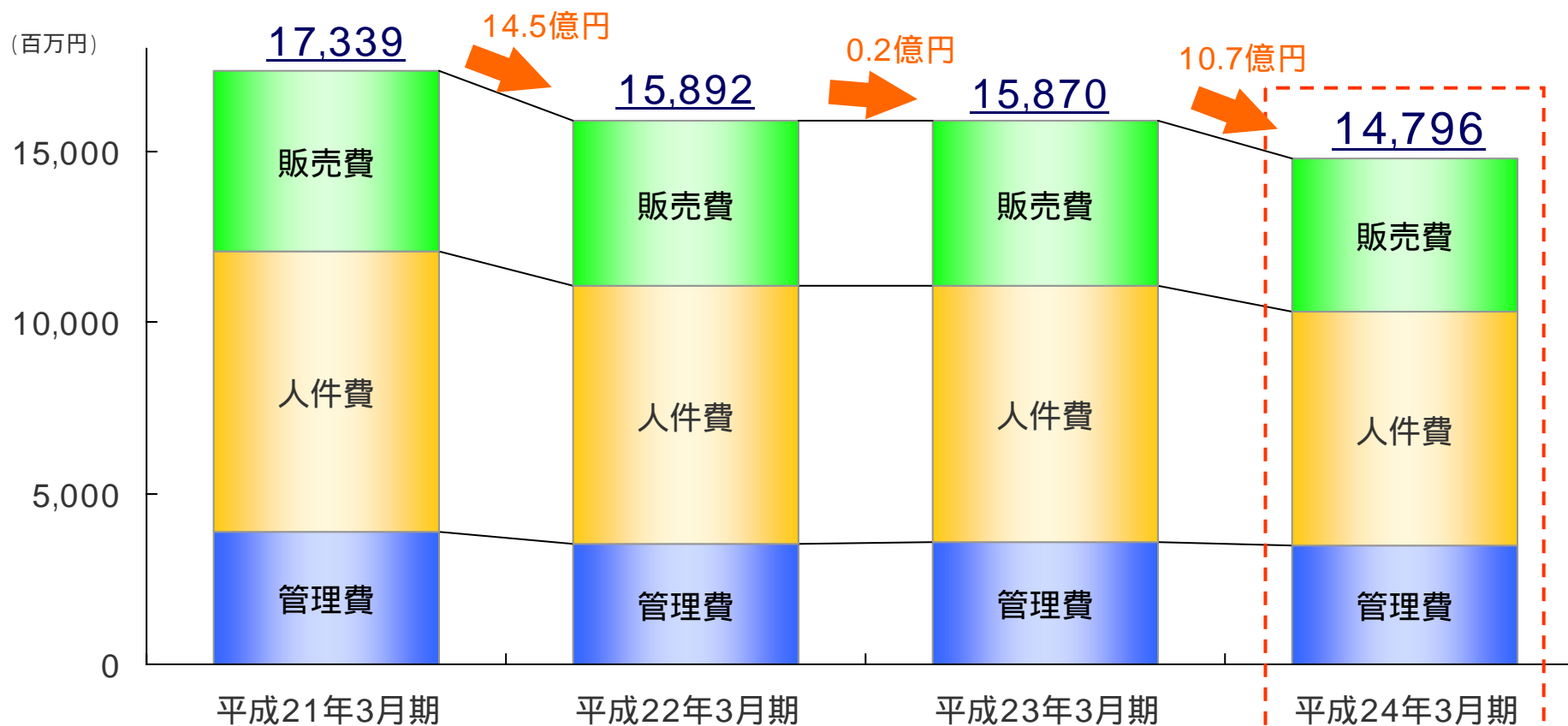
## 連結売上高および営業利益の推移



# コスト削減の推移

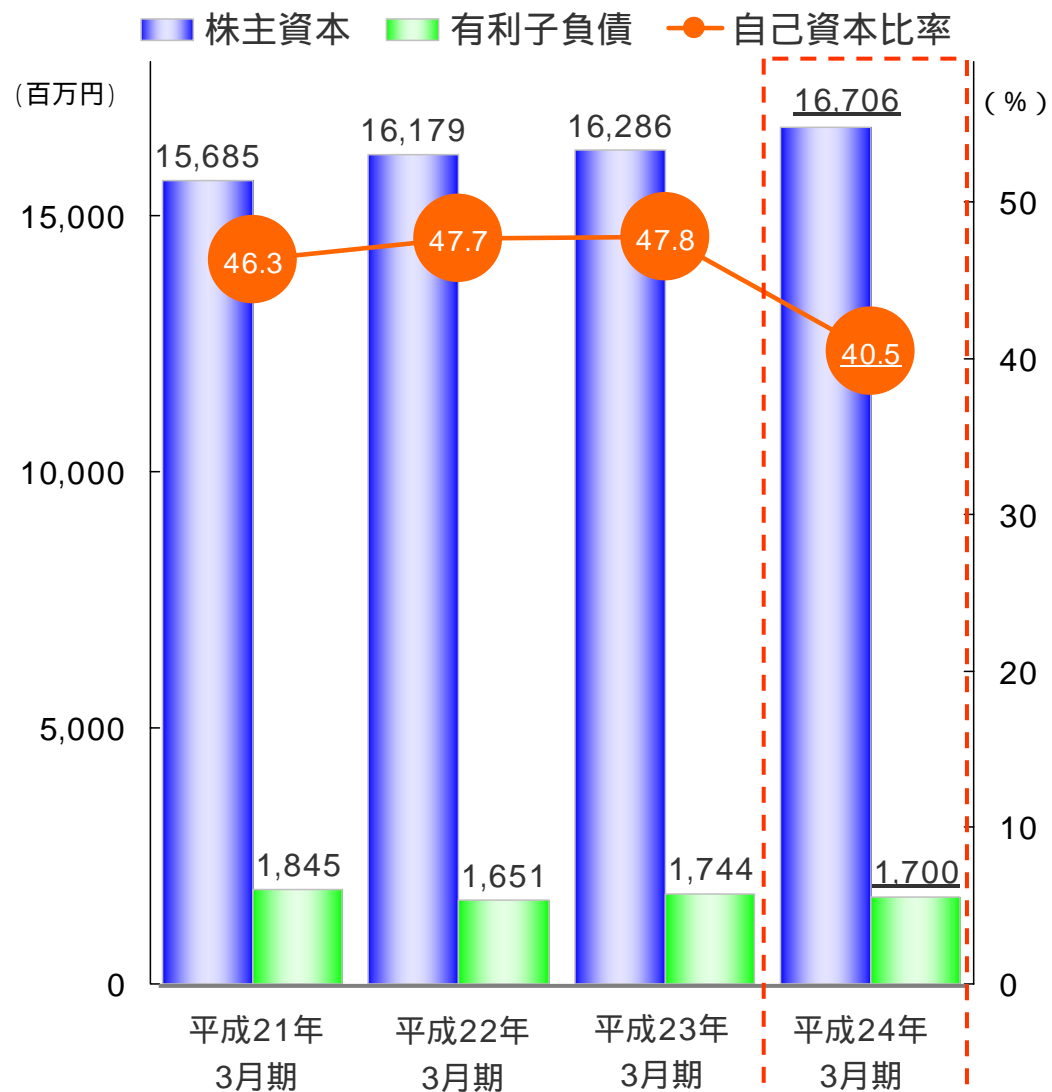
- 拠点機能再編による機能のネットワーク化と一元化、ITの活用、全体最適を迫及した物流のネットワーク化による事業構造改革(業務効率化と生産性向上)を進め、サービス品質向上とコスト低減を両立させながら、販売費、人件費および一般管理費の削減が進みました。

## 販売費、人件費および一般管理費の推移



# 株主資本・有利子負債・自己資本比率(連結)

## 株主資本・有利子負債・自己資本の推移



### 株主資本増減

- 平成23年3月末と比較して4億20百万増加

### 有利子負債増減

短期借入残高: 15億円  
(平成23年3月末と同額、増減なし)

長期借入残高: 2億円  
(減少 44百万円)

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23年3月末と比較して7.3%減少

期末日が金融機関の休業日にあたり、その影響で  
連結総資産が増加しています。

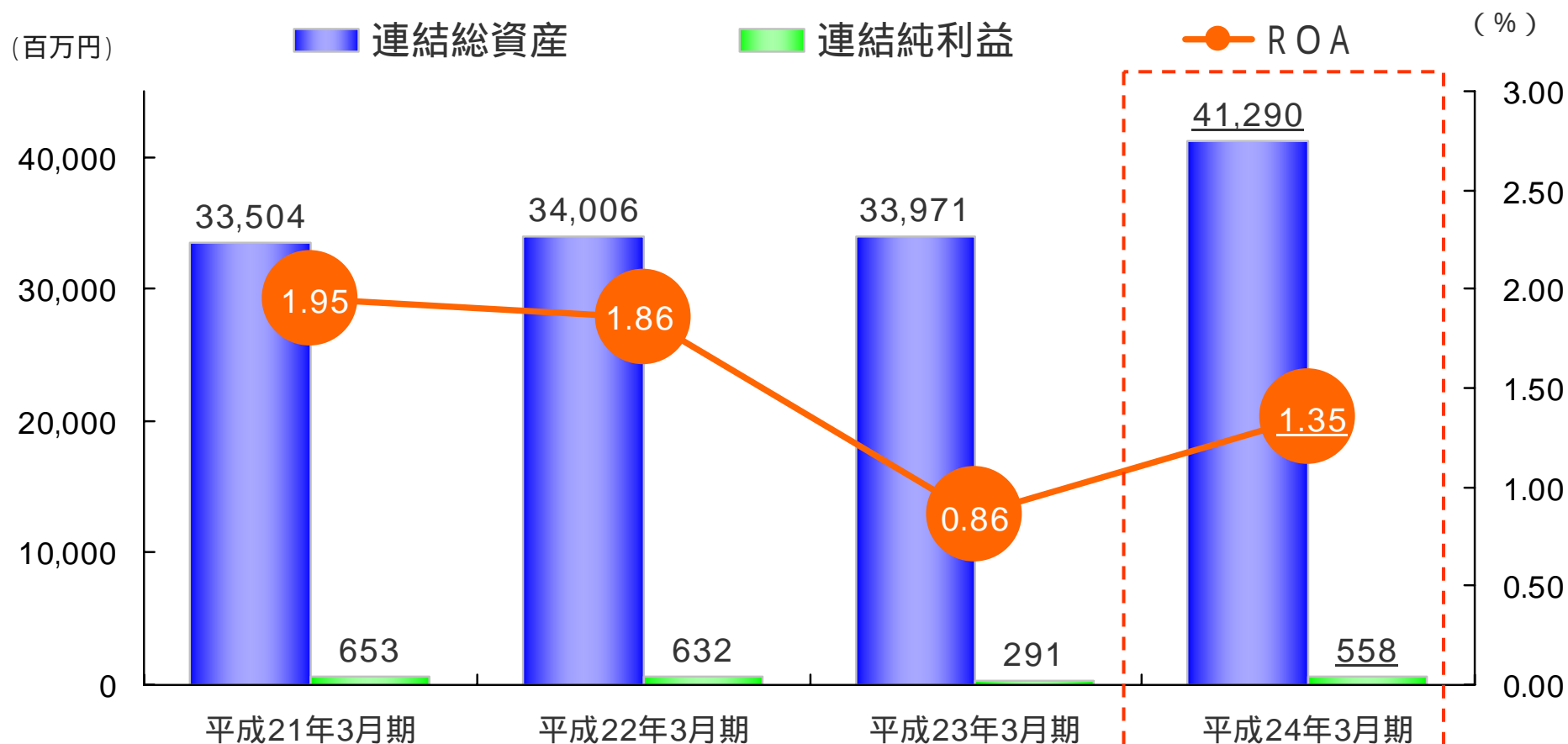
#### ■連結総資産推移 (百万円)

	H22.3	H23.3	H24.3
総資産	34,006	33,971	41,290

# 連結ROAの推移

- 連結総資産は、期末日が金融機関の休業日だった影響で現金及び預金、受取手形及び売掛金が増加したことにより、前期3月末と比較して73億18百万円増加となりました。
- 純利益が増加したことから、ROAは約0.5ポイント上昇しました。

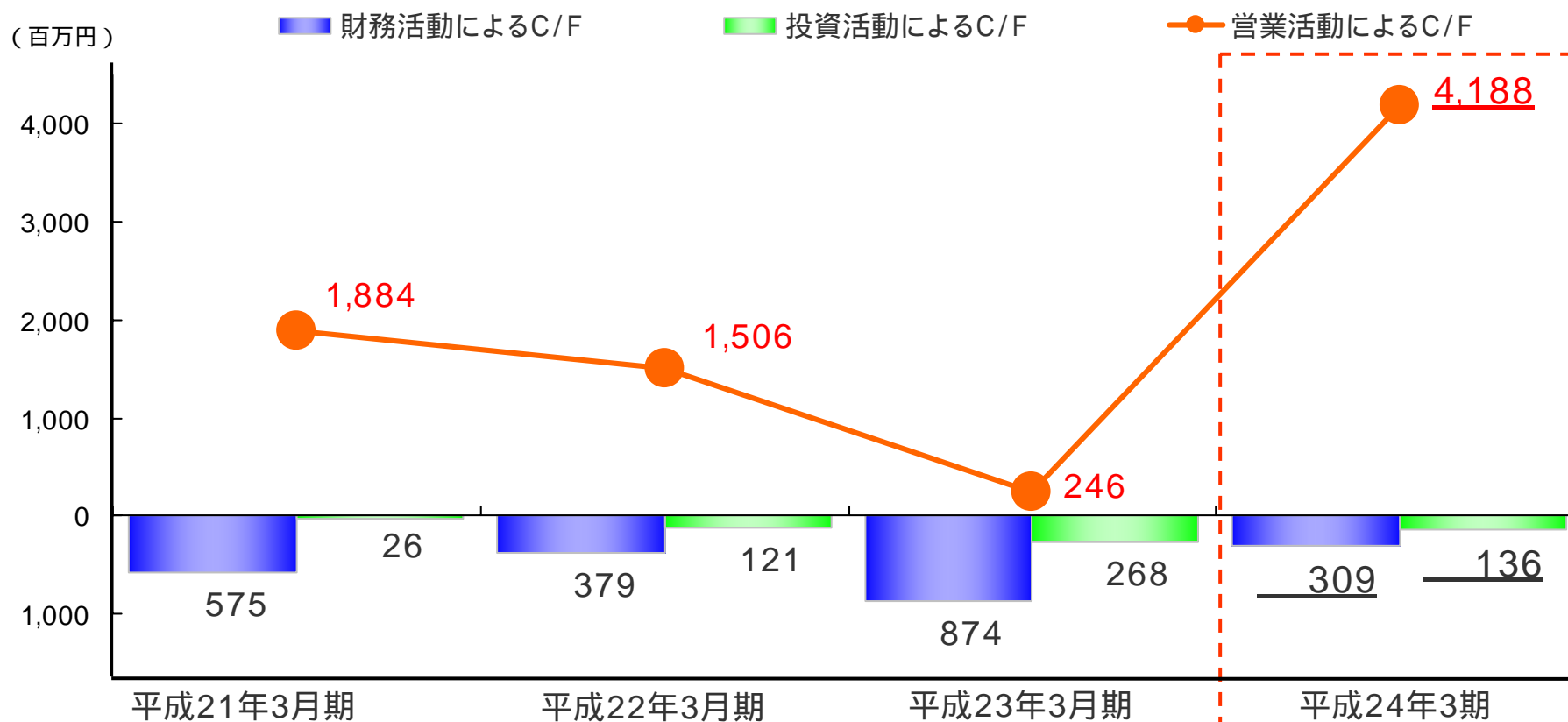
## 連結ROAの推移



# 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、利益額の増加と在庫削減に加え、期末日が金融機関の休業日だった影響で売上債権と仕入債務が増加したことにより、41億88百万円となりました。
- 投資活動によるキャッシュフローは、投資有価証券の売却と固定資産の取得により、1億36百万円となりました。

## 連結キャッシュフローの推移

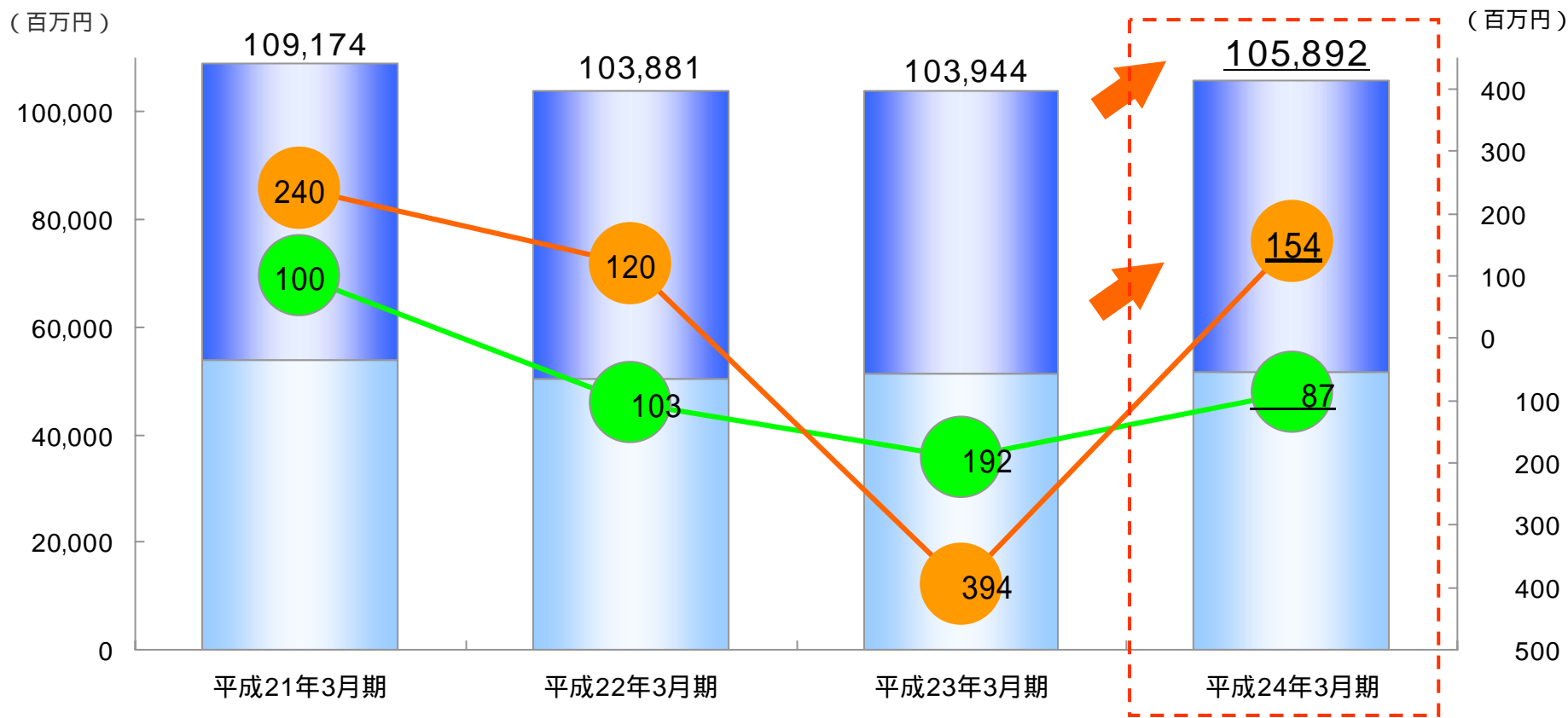




# 水産事業セグメントの売上高及び営業利益の推移

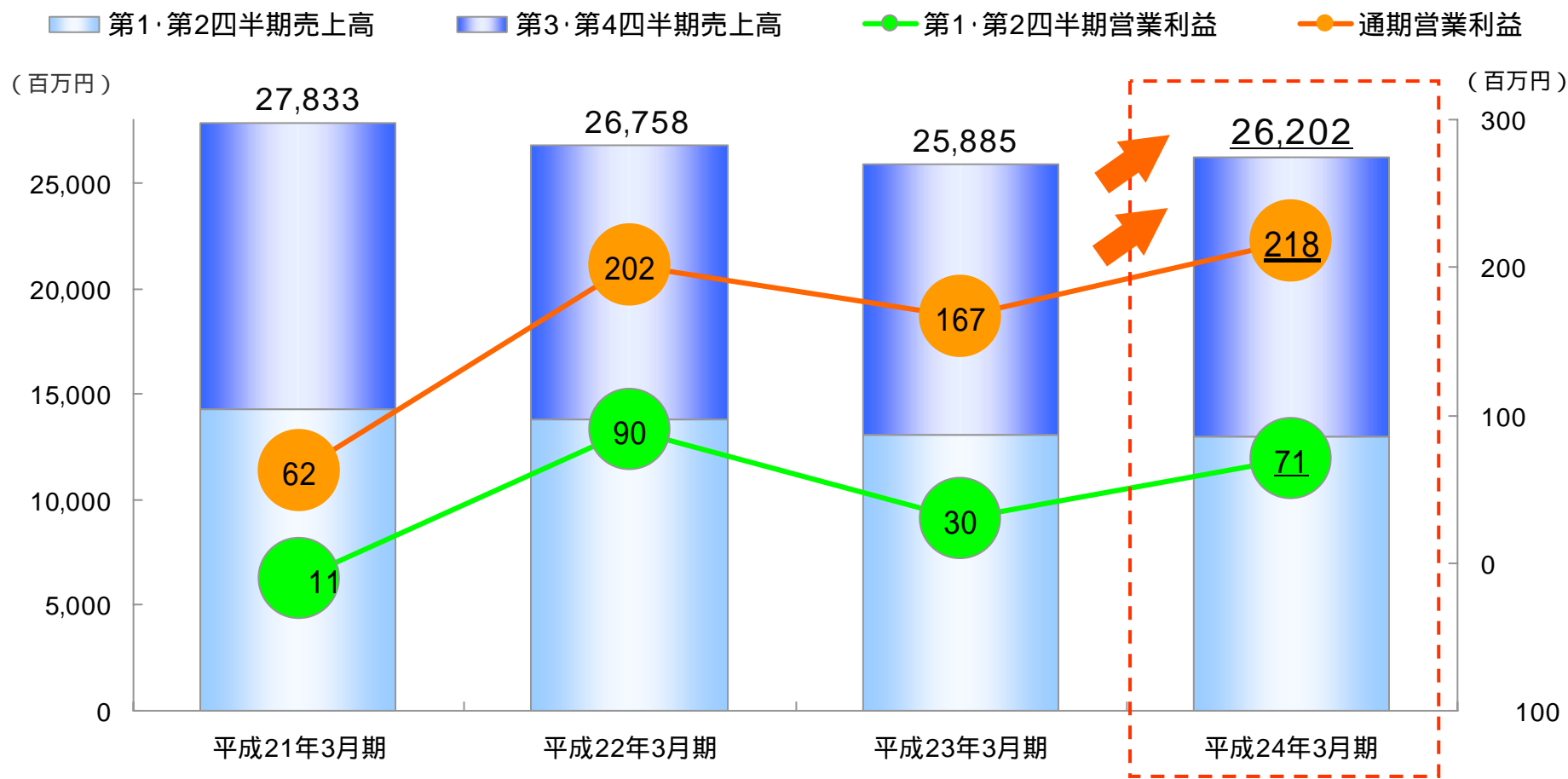
- 天候不順による漁獲高の減少と震災の影響での三陸の水揚量の大幅な減少という環境の中、全国の産地や生産者との調達ネットワークの拡充と、新たな需要創造を志向した商品開発に取り組み、加えてフードサービス事業が伸長したことから、売上高は前年同期比1.9%の増収となりました。
- 商品本部の集中仕入を拡大し販売数量を伸ばすことによる利益額の確保と、拠点機能の再編による効率化でコスト削減を進めたことで、営業利益は前年同期比5億48百万円の増益となりました。

■ 第1・第2四半期売上高   
 ■ 第3・第4四半期売上高   
 ● 第1・第2四半期営業利益   
 ● 通期営業利益



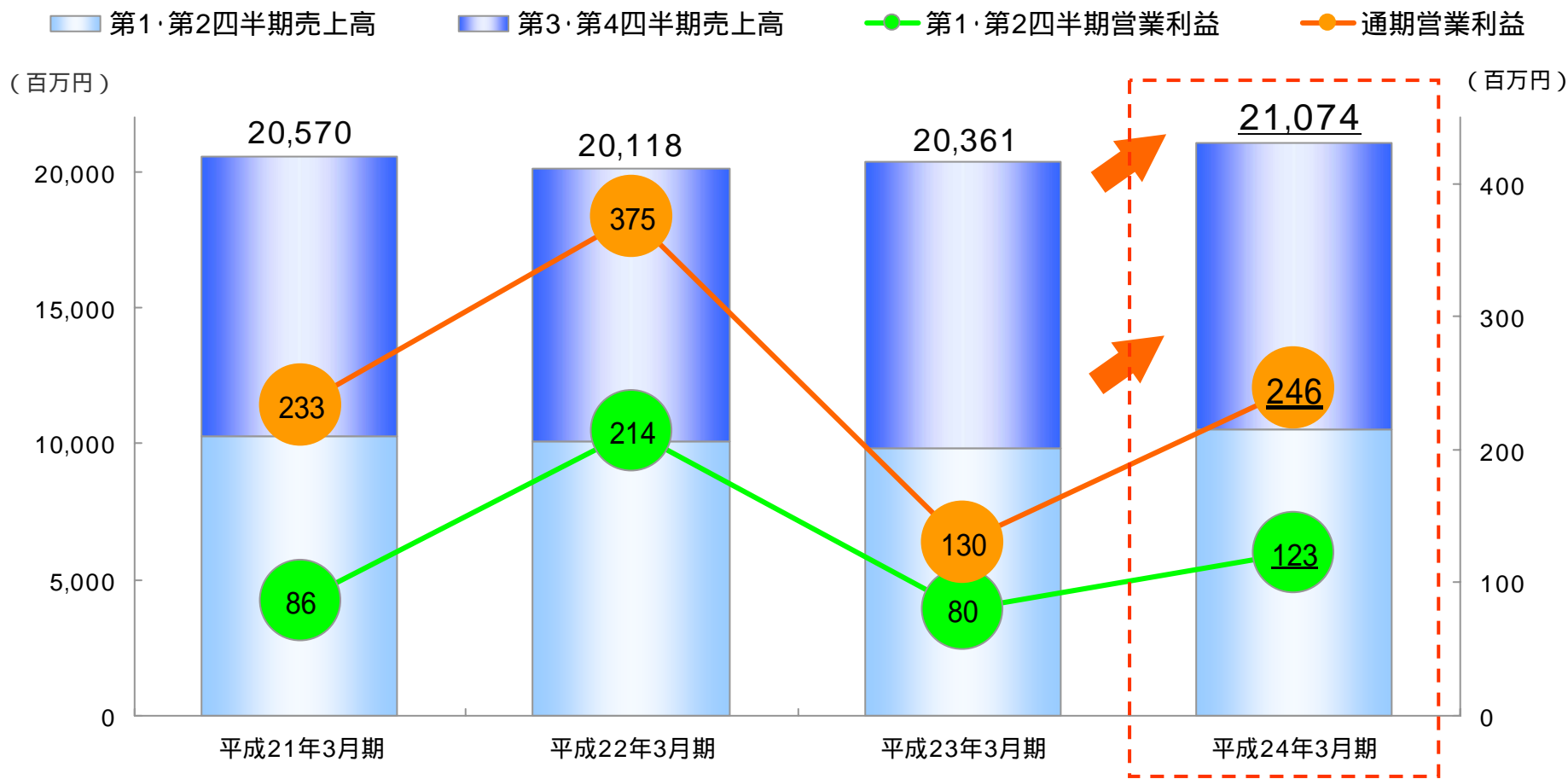
# 一般食品事業セグメントの売上高及び営業利益の推移

- 地域に密着したエリアマーケティングに基づく提案営業を推進し、納品シェア拡大と県外得意先への基盤強化による取引拡大を進めたことから、売上高は前年同期比1.2%増収となりました。
- 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・一般管理費の削減により、営業利益は前年同期比30.8%の増益となりました。



# 畜産事業セグメントの売上高及び営業利益の推移

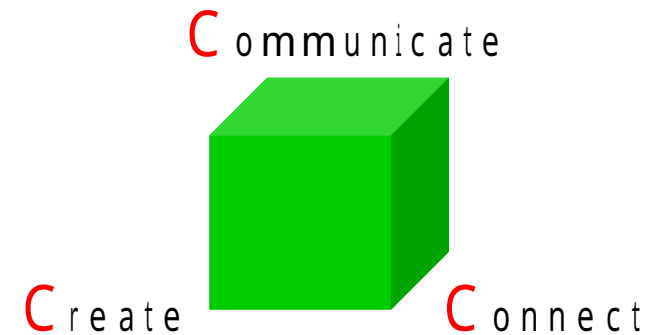
- 秋以降に豚枝肉価格が低下したものの、マーケット拡大により販売数量を伸長させ、また、九州産鶏肉の販売数量が首都圏中心に伸長したことから、売上高は前年同期比3.5%の増収となりました。
- 当社オリジナル開発商品(「りんご和牛信州牛」「信州豚」「信州ハーブ鶏」等)の販売を拡大したことにより、業務の効率化によるコスト低減を進めたことで、営業利益は前年同期比1億16百万円の増益となりました。



# 中期経営計画「Cキューブ - 2013」

「C<sup>3</sup> - 2013」  
(Cキューブ)

つくる つなぐ つたえる  
C<sup>3</sup> = Create × Connect × Communicate



「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

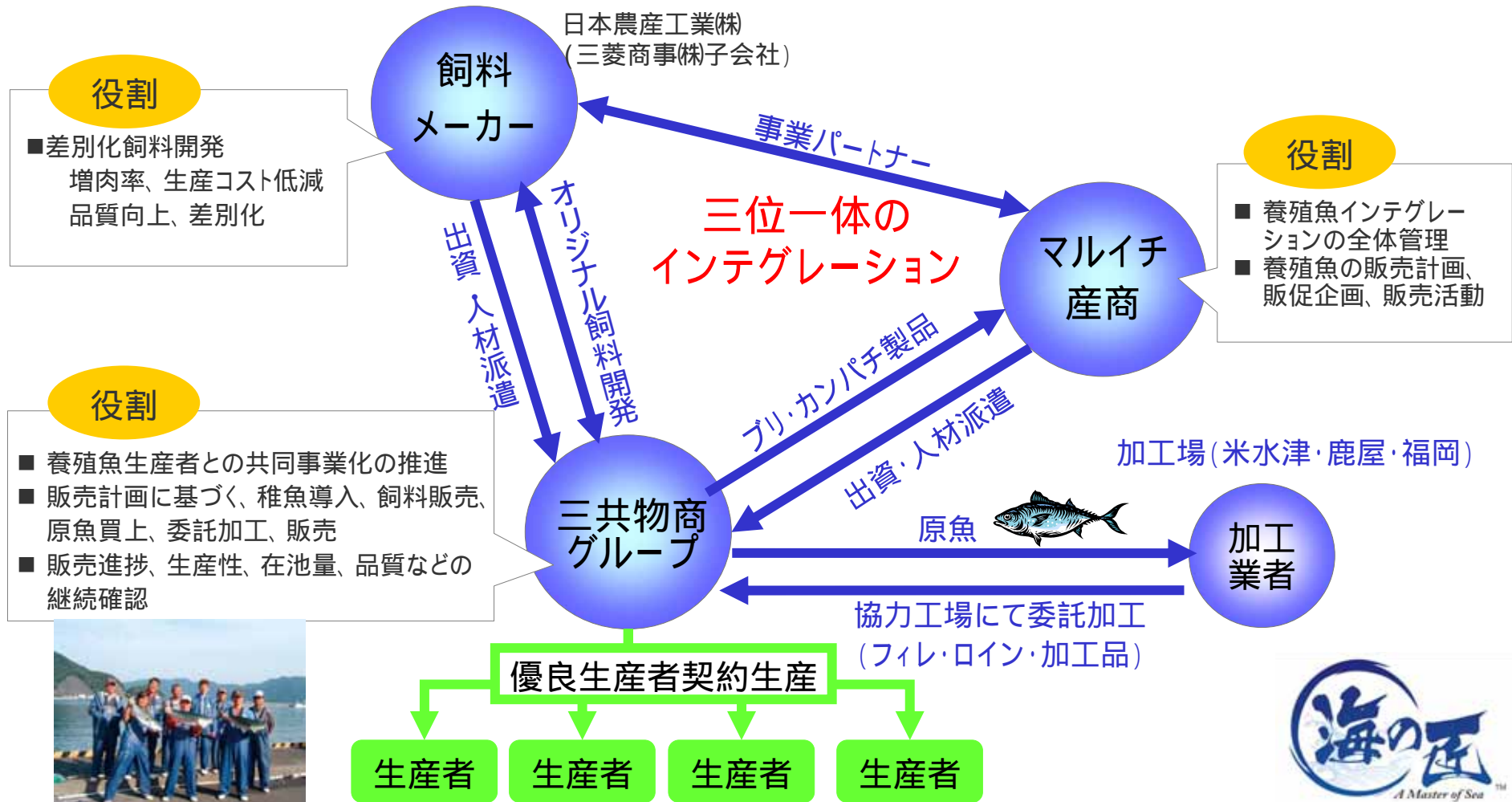
## 弱みを克服する事業構造改革

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

# 「Cキューブ - 2013」 具体事例

## 九州における養殖魚モデル(養殖魚インテグレーションの構築)

優良な生産者と共に成長、発展することを提携のポリシーに、養殖魚の流通において、稚魚、飼料、成育、販売それぞれの段階におけるエキスパート同士が連携し、バリューチェーンの構築を目指します。



# 「Cキューブ - 2013」 具体事例

## 信州産畜産物(りんご和牛信州牛)の取組み

### 素牛導入・品質改良

日本独特の味わいのあるおいしい牛肉を求めて品種改良の試みが続けられています。



### 飼料供給

「りんご和牛信州牛」は、りんごジュース滓を食べ育て、霜降りの具合はもちろん、白く粘りのある独特の脂肪の良さです。

### 飼育

日本初のABL(動産担保融資)による生産農家の支援体制を構築

「りんご和牛信州牛」の肥育農家は、信州牛生産販売協議会生産部会のメンバーを中心に約60名。四季の自然に恵まれた信州・奥信濃地方を中心に長野県一帯で広く肥育されています。



### 食肉加工

県下最大級の加工規模と衛生能力を持つ、大信畜産工業にて、安全・安心をモットーに加工いたします。

### 流通・販売

『りんご和牛信州牛』は、トレーサビリティシステムで、食べたエサまでわかります。

当社畜産事業部は、県下と首都圏・名古屋・北陸に販売拠点を持ち、きめ細かなクイックデリバリー体制で、量販店・一般小売店・専門店などを対象に食肉製品を取り扱っています



# 「Cキューブ - 2013」 具体事例

## 「信州発」の商品開発を推進

開発コンセプト

地産地消

フルライン連携

- りんご和牛信州牛
- 信州ハーブ鶏
- 食品事業部と畜産事業部による共同開発



- りんご和牛信州牛カレー
- 信州ハーブ鶏カレー

地産地消

フルライン連携

- わさび、信州みそ
- 魚貝類や肉類のメニュー提案



- 信州わさびドレッシング
- 信州味噌ドレッシング

地産地消

信州産食材使用

- 安曇野産わさび
- 「信州産の食材を使用した菓子」をコンセプトに観光地でも販売



- 安曇野わさび揚げせん

地産地消

食育

- 信州サーモン(長野県特産魚)
- 「地産地消」の一環として、学校給食ルートで供給

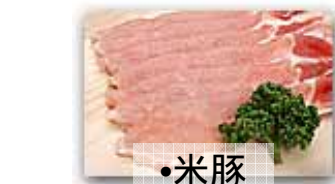


- 信州サーモングラタン

地産地消

地域連携

- 飼料用米を活用し、食料自給率を向上
- 行政・卸・生産団体が一体となったブランド豚肉の商品化



- 米豚