



決算補足説明資料

2020年12月期 第2四半期

西本Wismettacホールディングス株式会社

2020年8月13日

- 2020年12月期 第2四半期決算概要 P.2
- 2020年12月期 業績予想の修正 P.7
- 中期経営計画 P.9
- 株主還元の方針 P.17
- 会社概要 P.19

2020年12月期 第2四半期 決算概要



新型コロナウイルス感染拡大後の外出・営業規制の影響を受け、外食産業向けを中心に売上が前年同期比で大幅減収となり、利益は大幅減益となった

- ◆ 売上高は、3月中旬以降の外出・営業規制に伴い、外食産業向けが大幅に減少した。テイクアウト・デリバリー形態や小売業態向けの販売は好調に推移し、また外食産業向けも5月以降は緩やかな回復基調にあるが、前年同期比で▲13.4%の798億円の減収となった。
- ◆ 利益面は、販管費の削減に努めたが大幅減収による減益はカバーできず。加えて新型コロナウイルスの影響を考慮し貸倒引当金繰入額およびたな卸資産評価損を追加計上（第1四半期と第2四半期の合計額約17億円）したことにより、12億円の営業損失となった。
- ◆ 連結決算における円換算時の為替レートの影響は、売上高で前年同期比▲10億円、営業利益はほぼ影響なし。

(単位：億円)

		2019年12月期	2020年12月期	
		第2四半期実績	第2四半期実績	前年同期増減
業績	売上高	921	798	▲123
	売上総利益	158	125	▲32
	営業利益（政策経費除く）	28	▲2	▲30
	営業利益又は損失(△)	25	▲12	▲37
	経常利益又は損失(△)	26	▲15	▲41
	親会社株主に帰属する 四半期純利益又は損失(△)	18	▲9	▲28
円ドルレート（期中平均）		110.05円	108.27円	▲1.78円
1株当たり四半期純利益又は損失(△)		130.86円	▲65.43円	▲196.29円

アジア食グローバル事業は、営業・外出規制により外食産業向け販売が大幅に減少し、前年同期比で減益。農水産商社事業も、外食需要の大幅減少と販売価格の低下に伴い、前年同期比で減益

アジア食グローバル事業（以下、「GAF」）

- ◆ 売上高は、各国のロックダウンにより主要取引先の外食産業向けが大幅減。小売業態向けは好調を維持するが、外食産業向けの落ち込みをカバーできず減収。5月以降はテイクアウト・デリバリー向けと屋内飲食の段階的解除により緩やかに回復。
 - ・ 北米地域は、前年同期比▲17.8%(現地通貨ベース▲16.5%)。
 - ・ 北米以外の地域は、前年同期比▲7.8%（前期連結対象外のSSP社を除くと▲19.9%、現地通貨ベースでは▲15.2%)。
- ◆ 利益面では、大幅減収に加え、たな卸資産評価損及び貸倒引当金繰入額の計上により10億円の営業損失となった。
 - ・ 北米地域は、減収に加え、第2四半期にたな卸資産評価損を計上し、▲4.8億円の営業損失。
 - ・ 北米以外の地域も、減収に加え、第2四半期に貸倒引当金繰入額及びたな卸資産評価損を計上し、▲5.5億円の営業損失。

農水産商社事業

- ◆ 売上高は、外食産業での需要が大幅に減少し、また在庫過剰となった主力商材の柑橘系を中心に価格が低迷し前年同期比▲7.5%の減収となった。利益も減収による前年同期比▲71.3%の減益。なお柑橘系の在庫調整は6月末までに完了。

(単位：億円)

		2019年12月期 第2四半期実績	2020年12月期	
			第2四半期実績	前年同期増減
GAF	売上	635	531	▲103
	営業利益又は損失(△)	24	▲10	▲34
農水産商社	売上	268	248	▲20
	営業利益又は損失(△)	1	0	▲1
その他	売上	18	18	0
	営業利益又は損失(△)	0	0	0
調整項目	売上	-	-	-
	営業利益又は損失(△)	▲0	▲3	▲2
合計	売上	921	798	▲123
	営業利益又は損失(△)	25	▲12	▲37

連結貸借対照表（要約）

（単位：億円）

	2019年12月末	2020年6月末	増減額/率	主要な増減項目
流動資産	879	839	▲40	売上債権▲43、たな卸資産▲20 現預金31
固定資産	86	109	+23	のれん+27
資産合計	965	949	▲16	
流動負債	190	151	▲38	買掛債務▲32
固定負債	251	301	+49	長期借入金+43
負債合計	442	452	+10	
純資産合計	523	496	▲26	純損失・配当に伴う利益剰余金▲17
負債・純資産合計	965	949	▲16	

自己資本比率	54.2%	52.3%	▲1.9pt	
流動比率	461.5%	553.2%	+91.6pt	

（単位：億円）

	2019年12月期 第2四半期累計 実績	2020年12月期 第2四半期累計 実績	増減額	主要増減項目 (前年同期差)
営業活動によるキャッシュ・フロー	11	33	21	運転資本+40（キャッシュ増）
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲7	▲31	▲24	子会社株式取得▲25（SSP等）
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲8	33	41	長期借入+45
換算差額	▲4	▲3	0	

現金及び現金同等物	2019年12月期 第2四半期累計 実績	2020年12月期 第2四半期累計 実績	増減額	備考
期首残高	285	388	103	
増減額	▲8	31	39	
四半期末残高	277	420	143	

2020年12月期 業績予想の修正



**新型コロナウイルス感染症の影響は徐々に回復するとの想定で業績予想を見直し。
販売管理費の削減等により下半期単独では黒字化させ、来期以降の回復の足掛かりを築く**

- ◆ 第2四半期累計実績（上半期）までの業績、および今後の見通しを踏まえ2020年12月期業績予想を修正した。
- ◆ 5月以降、各国での営業規制解除などにより、外食産業への新型コロナウイルス感染症の拡大による影響は徐々に回復傾向にあると想定している。
- ◆ 以下の事態は織り込んでおらず、当該事象が発生した場合は下振れのリスクがある。
 - ・ 新型コロナウイルス感染症の第2波による大規模なロックダウン・営業規制。消費マインドの極端な低迷。
 - ・ 米経済・世界経済の先行き不安を背景とした円高トレンドの進展による仕入コストの上昇など。

(単位：億円)

		2019年12月期	2020年12月期			
		通期実績	上半期実績	下半期予想	通期予想	前年通期増減
業績	売上高	1,826	798	882	1,680	▲146
	売上総利益	321	125	149	274	▲46
	営業利益又は損失 (△)	43	▲12	6	▲6	▲49
	経常利益又は損失 (△)	45	▲15	5	▲10	▲55
	親会社株主に帰属する 四半期純利益又は損失(△)	24	▲9	4	▲5	▲29
円ドルレート（期中平均）		109.05円	108.27円	108.00円	108.00円	▲1.05円
1株当たり四半期純利益又は損失 (△)		173.71円	▲65.43円	30.57円	▲34.84円	▲208.55円

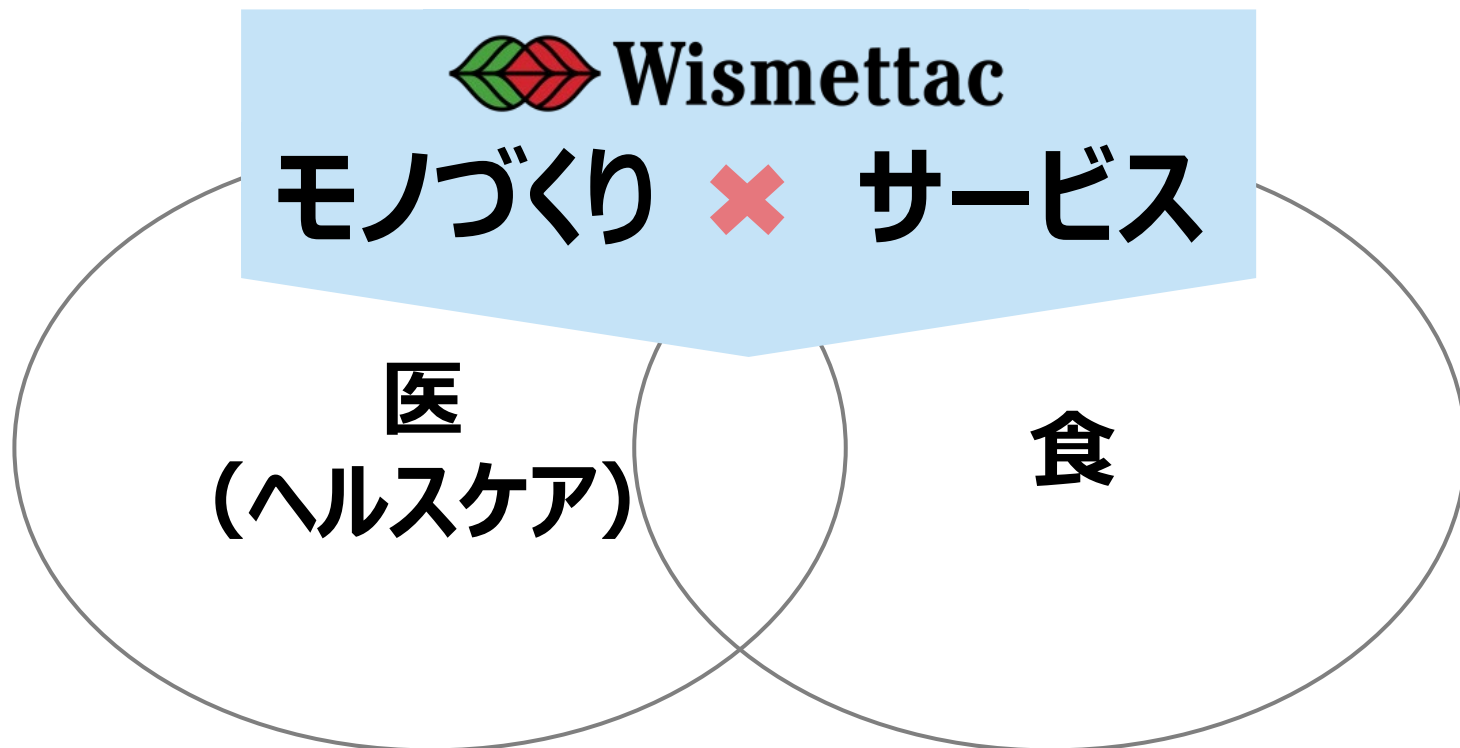
中期経営計画



医（ヘルスケア）と食の融合を目指す ワンストップソリューションカンパニー

目指す
事業

医と食の領域で“モノづくり”と“サービス”を提供し、さらにそれらを一体化していくことで、顧客を創造していく



100年以上の歴史を積み重ね、食の分野において商品、商物流機能、人財の3つの軸でグローバルに土台を築いてきた

1

取扱い商品の広さ

- 8,000種以上の食品・食材を取り扱う
 - 世界中の青果物（果実、野菜）や水産物
 - アジア食・デリカを中心とした加工食品
 - サプリメント・アメニティフード

2

サービス機能の広さ

- 一気通貫でサプライチェーンをマネージ
 - グローバル最適な産地・工場のData保有
 - 自社PB製品の開発能力（→開発力）
 - 食の輸出入に係る安全性、トレーサビリティを担保する基盤（→知的財産）
 - 自社物流インフラ（→ラストワンマイル）

3

人財・ネットワークの広さ

- 世界13か国に49拠点を有し、食の主要プレイヤーとグローバルに取引
 - グロワー、サプライヤー、メーカーとのネットワーク
 - 物流業者とのコールドチェーンネットワークを網羅
 - グローバルに、レストラン・小売との長年の取引関係（信用）

グローバルな
食品会社に
成長

従来の「部分（国）最適で少種・大量生産」から、「全体（世界）最適で多種・少量生産」を実現する企業が求められるようになる

変化の源

長期トレンド（仮説）

デジタル

より便利に
よりわがままに

「私の」食事

人生
100年

より長く
より健康に

「私の」健康的食生活・ヘルスケア

資源の
枯渇社会

より豊かに
よりクレーバー
（儉約）に

パーソナライゼーションとエコと共生の両立



消費者ニーズの変化の中、必要な機能を強化し、事業領域を広げることで、顧客に選ばれるだけでなく、自ら顧客を創造できるようにする

これまで

1

モノづくり 機能の 深化

- ❑ 商品開発・生産は多くをメーカーに依存
- ❑ 「価格と良質」のバランス追求

2

サービスの 深化

- ❑ 食品・食材サプライヤー
 - オペレーションの秀逸さで勝負
 - 発注・配送の柔軟性、価格、営業の商品知識

3

領域の拡大 ～医～ (ヘルスケア)

- ❑ サプリメント販売事業のみ

これから

- ❑ 商品企画・設計や生産管理の機能の内製化
- ❑ 開発・生産体制のクラウド化
- ❑ 高付加価値型製品の追求
 - フードテックの活用
- ❑ 食のトータルソリューション提供
 - 顧客にとってサプライヤーではなく、ソリューションパートナー
 - 内製化に拘らず、異業種のノウハウを持ち込みプラットフォームに
- ❑ 高齢人口の増加、在宅医療の拡大に対応し、差別化された商品（メディカルフード）を開発、生産、販売

(潜在・顕在する) 顧客ニーズを掘り起こし、当社の持つ強みを最大限に生かした独自の製品開発で“モノづくり”を実行する

ニーズ

モノづくり

食のあり 方の変化

- After Covid・With Covidでの食のあり方の変化
 - 内食志向、Ready to eat、Prepared Foods
 - 強まる健康志向
- 日本食はブームやトレンドから、家庭の日常食として浸透
 - 販路拡大や現地にあったアジア食

食技術の 進展

- 日本を始めとする世界各地の優れた食品加工・製造技術、素材への注目
 - 食材に対する強いこだわり（健康・グリーン志向）

医の領域 への参入

- 美味しい食事（シニア食、在宅医療食からQuality of Life食）
- 健康食→医療食へ
- シニア施設等の選択の多様化とコスト削減の圧力

- アジア食を中心としつつも、あらゆる加工食品の開発、素材調達から製造まで一貫したモノづくりをファブレスに実現。優れた加工・製造技術も発掘・展開
 - 世界中のメーカーや受託生産企業との協働により、顧客ニーズに合致した商品を開発・調達（既存ネットワークを活用）
 - 商品開発・製造部門の体制整備と技術部門の強化
- 従来の日本食レストランに加え、現地メインストリームの小売、外食チェーンを強化。さらに、家庭用もオンライン・リアルで展開
- 医療現場と食品メーカーとの協業を主導し、メディカルフーズを開発、生産、販売
 - 開発から販売までのオープンプラットフォームを目指す

食・メディカルフード領域において、小規模な企業・個人事業主でもアクセスでき、かつ持続可能なプラットフォームを創出する

ニーズ

サービス（ソリューション）

硬直化したサプライチェーン

- グローバルサプライチェーンは元来ムダが多く高コスト
- フードセーフティ・トレーサビリティなど要求も増加基調

- グローバルサプライチェーンの低コスト化を図る

デジタル化の進展

- デジタル投資の負担に耐えられず、独自の商材・サービスが失われる危機にある
 - 中小規模の企業が乱立する業界構造にあり、必ずしも財務体力が十分でない

- デジタル化した共通プラットフォームの提供

行動・嗜好変容する消費者

- 消費者行動・嗜好の変容に対応しきれない業者の増加
 - 商品・トレンドの短命化
 - 飲・食シーンの多様化
 - より本物の健康食=メディカルフードへの需要の高まり

- 「各プレイヤーの顧客（の顧客）」までのサプライチェーンの情報を体系的に収集・分析し、プレイヤーとともにより精度の高い商材・サービス展開を可能にする
 - 当該情報を高速でフィードバックし、プラットフォームの改善にもつなげる

既存事業はコロナ禍の影響から着実に回復させる。 新規事業については積極的な投資を行う

計画前提

FY2021年上期中にコロナ感染症の影響から正常化する想定

単位：億円		実績 FY2019	見通し FY2020	計画 FY2021	計画 FY2022	評価
全社	売上	1,826	1,680	1,932	2,224	前回中計のFY2021の営業利益目標を1年遅れで達成
	営利	43	▲6	25	65	
既存	売上	1,805	1,653	1,848	2,052	コロナの影響により売上成長は遅れるものの、収益性を改善し、前回中計目標を1年遅れで達成
	営利	54	14	48	80	
GAF	売上	1,288	1,157	1,318	1,503	北米での収益性の改善とその他地域での成長により収益力を着実に回復
	営利	45	10	40	70	
農水産	売上	477	460	491	508	国内外営業の強化により着実に収益力を強化
	営利	8	3	6	8	
国内BtoC	売上	39	36	39	41	販路の多様化により、安定的に収益を堅持
	営利	1	1	2	2	
新規	売上	21	27	84	172	新規事業を一層加速
	営利	▲11	▲20	▲22	▲15	

注：計画は管理会計上の数字

2020 Nishimoto Wismettac Group All rights reserved.

株主還元の方針

【基本方針】

- ◆ 利益配分については、将来の事業展開と財務体質強化のため内部留保を確保しつつ、安定的な配当を継続して実施することを基本方針としております

【今期の配当について】

- ◆ 新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う大幅な売上高の減少等により、9億39百万円の純損失を計上したことから、誠に遺憾ながら中間配当は見送りとさせていただきます
- ◆ 期末配当予想は、今後の業績推移や内部留保等を総合的に勘案の上、決定いたします

【参考】 前期実績 (2019年12月期) : 95円 (中間配当 40円 期末配当 55円)

会社概要



◆「地球それ自体」と「Globalism」を
イメージした2つの球体

- 革新の「赤」+自然の「緑」
- 「より健康で豊かな食生活へのあくなき挑戦の意思」

◆社名の「W」「M」「C」をモチーフとして造形化

【Wisdom】 …(西洋智)

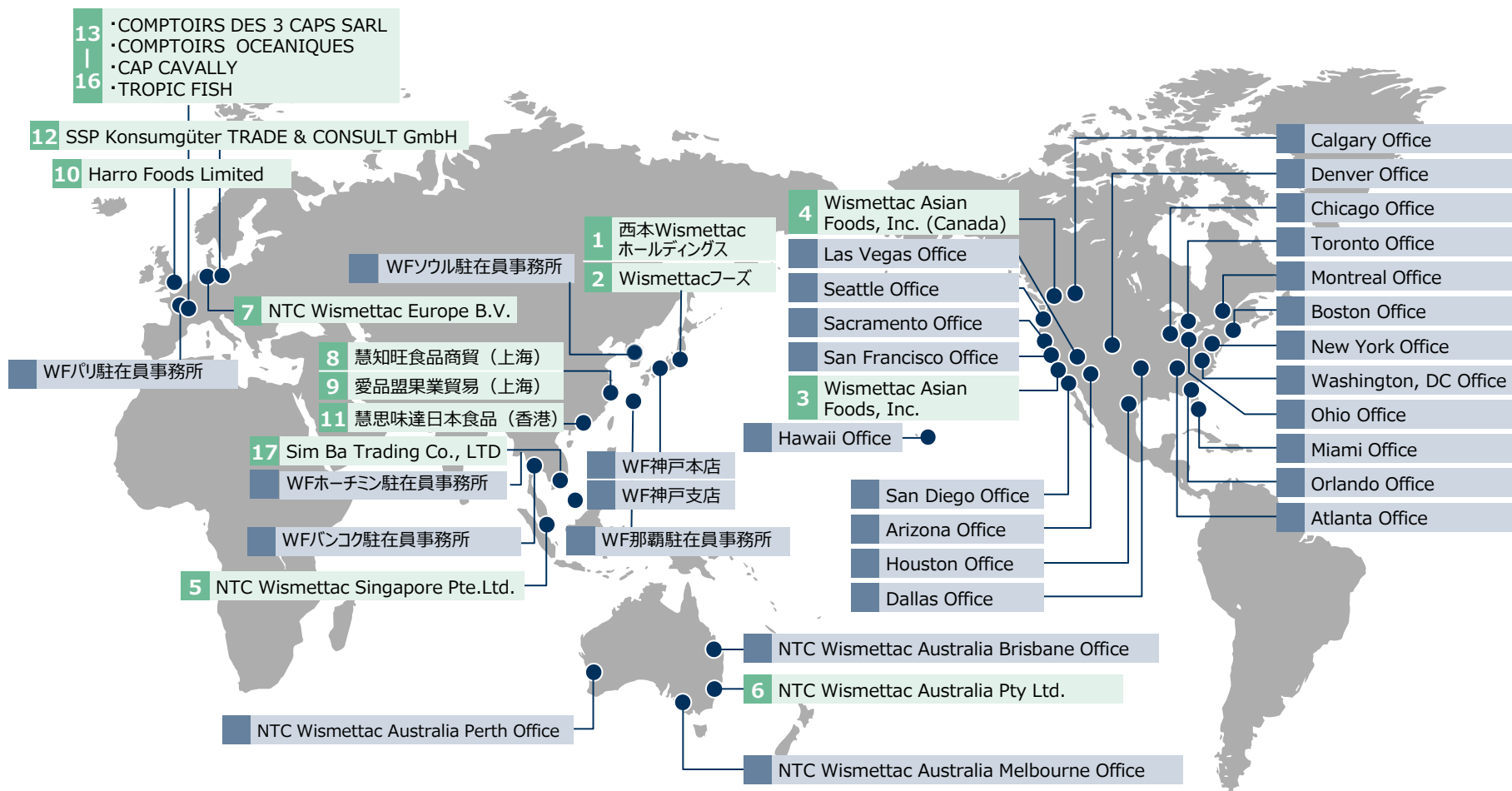
【Metta】 …(東洋智)
(パーリ語：優しさ/思いやり)

【Creativity】 …(価値の創造力)

明治45年（1912年）に創業後、世界市場に食材・食品を供給するグローバル企業へと成長

社名	西本Wismettac (ウイズメタック)ホールディングス株式会社
本社	東京都中央区日本橋室町三丁目2番1号 日本橋室町三井タワー15階
創業	1912年5月
代表者	代表取締役会長兼社長 CEO 洲崎 良朗
従業員数	1,671名（うちアジア食グローバル事業：1,374人） [2019年12月末時点]
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ◆ アジア食品の開発及びグローバルでの販売 ◆ 青果物全般(フルーツ、野菜、その他加工品)の輸入販売、食品メーカー並びに 外食産業向けの食材の供給
子会社、関連会社	子会社15社、関連会社1社
拠点所在地	世界49か所（うち北米拠点：24か所） 日本・米国・カナダ・シンガポール・オーストラリア・オランダ・英国・ドイツ・フランス・中国・ 香港・タイ・ベトナム・韓国
連結売上高	1,826億円 [2019年12月期] * 海外売上比率67.7%
連結経常利益	45億円 [2019年12月期]
自己資本比率	54.2% [2019年12月期]

全大陸で事業展開しており、グローバルでは北米、欧州、豪州、アジアで49拠点を有する。
 そのなかで、北米（アメリカ・カナダ）は24の拠点を有し、売上の過半以上を占めるエリアとなっている



図表中の“WF”は“Wismettacフーズ”の略