

2021年3月期 決算説明会資料

株式会社アイスコ
(証券コード：7698)



I Care Everybody Company

あらゆる人々に慈しみの心を持って接する企業でありたい

目次

- | | |
|--------------------------|-------------|
| 1. 会社概要 | P.3 |
| 2. 2021年3月期 決算概要 | P.8 |
| 3. 2022年3月期 業績見通し | P.14 |
| 4. 事業概要 | P.19 |
| 5. 成長戦略 | P.36 |
| 6. 株主還元 | P.39 |

1. 会社概要





 **アイスコ**
代表取締役社長
相原 貴久

I Care Everybody Company

～あらゆる人々に慈しみの心を持って接する企業でありたい～

行動指針

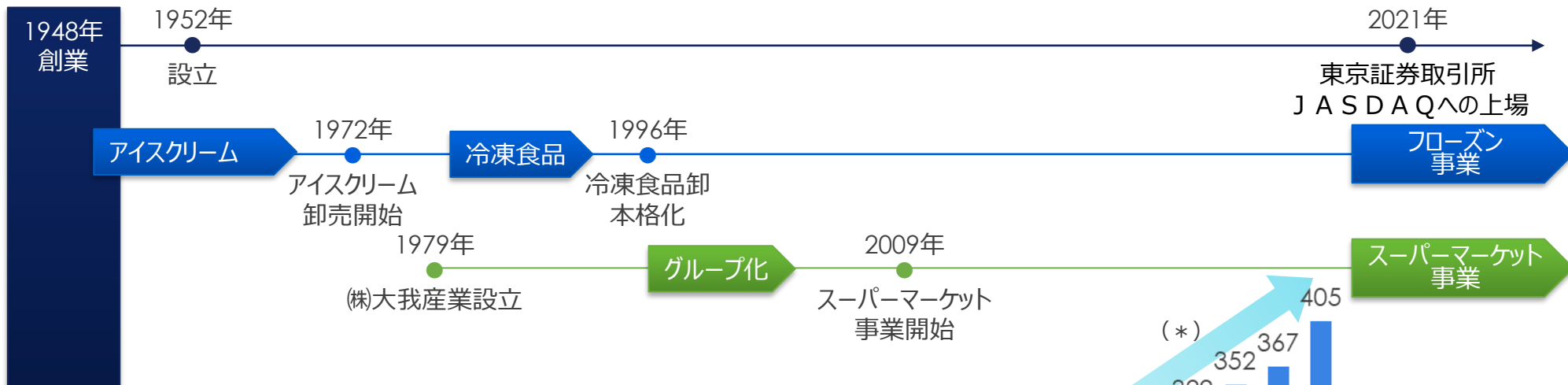
- 1、「情熱・挑戦」情熱を持って、常に新しい事に挑戦していく。
- 2、「努力・決意」日々の努力と、絶対に諦めないという強い決意を持つ。
- 3、「感謝・謙虚」常に感謝の気持ちと謙虚な心を忘れない。

以上3つを掲げ、お客様に感動と満足を感じて頂ける、そして社員一人一人が、生き活きとやりがいを持って、仕事ができる企業を目指していきます。

社名	株式会社アイスコ 【英文名】Iceco Inc.
本社	神奈川県横浜市泉区新橋町1212
代表者	代表取締役社長 相原 貴久
創業・設立	1948年5月
資本金	7,500万円（2021年3月31日現在）
従業員数	645名（他臨時雇用者304名）（2021年3月31日現在）
事業内容	アイスクリーム類及び冷凍食品等の卸売、スーパーマーケット

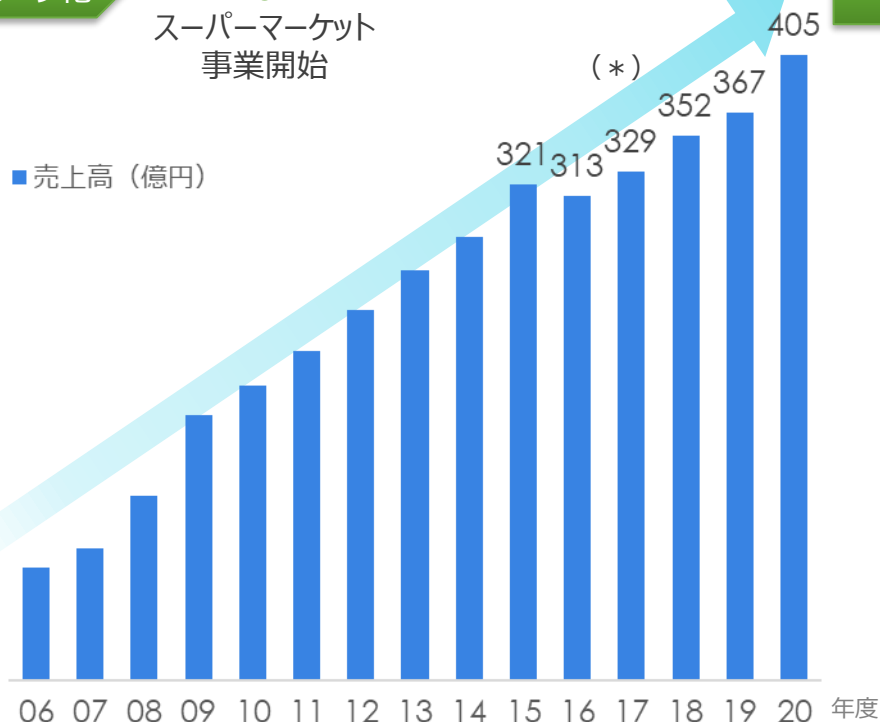


□ 1948年5月に創業し、一貫してフローズン事業を展開



本社社屋

神奈川県横浜市泉区
新橋町1212



*16年度からリポートを売上として計上しない会計方針に変更

□ フローズン食品（冷凍食品・アイスcream）の卸業を中核に、関東・東海地区で事業を展開

フローズン事業 21.3期売上構成比 76.9%

■ フローズン食品に特化した独立系卸

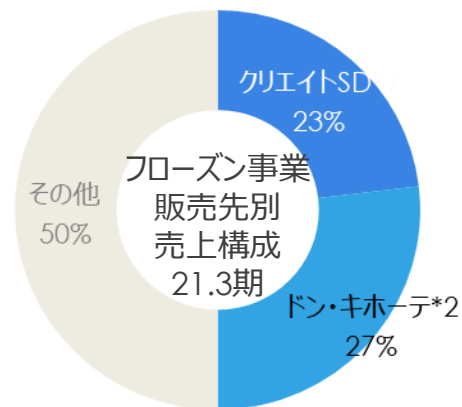
- ◆ 主要顧客はDgS、DS、SM等
- ◆ 自社物流を軸とした、**セールスドライバー**による機動力のあるきめ細かいサービスを提供



自社配送トラック



物流センター



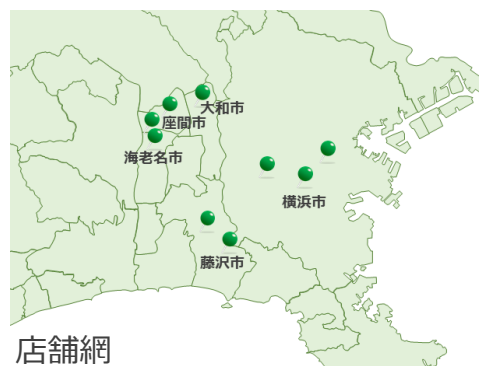
* 構成比はフローズン事業売上高を分母に算出

*1) (株)クリエイトエス・ディー

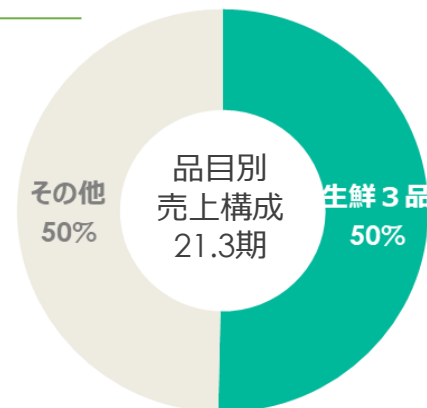
*2) (株)ドン・キホーテ及其のグループ

スーパーマーケット事業 21.3期売上構成比 23.1%

- **神奈川県**を中心に「スーパー生鮮館TAIGA」を10店舗展開
- **生鮮3品***に注力し、地域に密着した運営をすることで大手との差別化を図っている



店舗網



* 生鮮3品 = 青果・鮮魚・精肉

2. 2021年3月期 決算概要

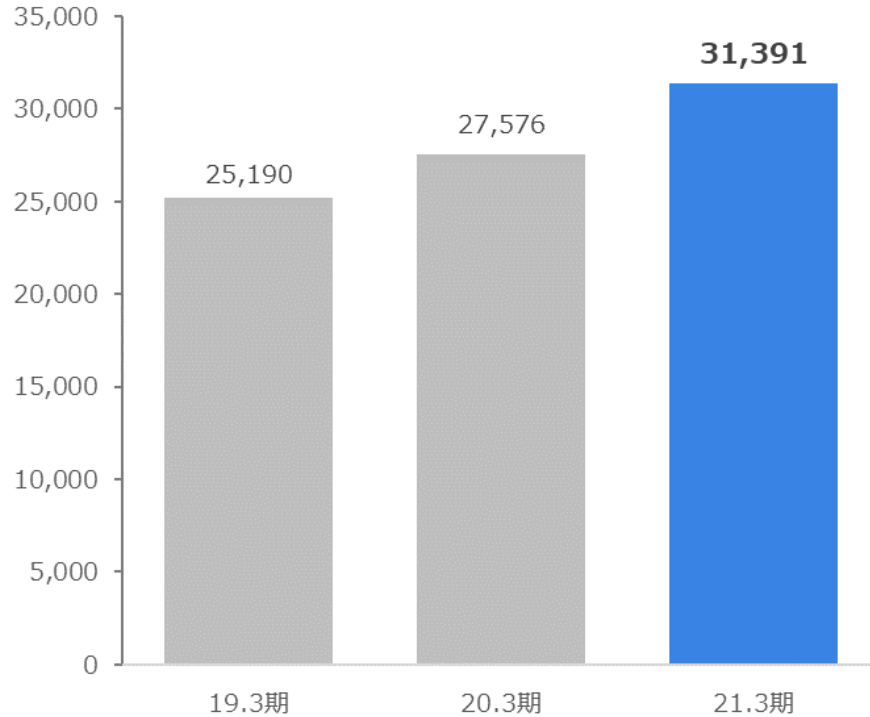


□ 巣ごもり需要を着実に捉え、前期比で売上高及び各段階利益が大幅に増加

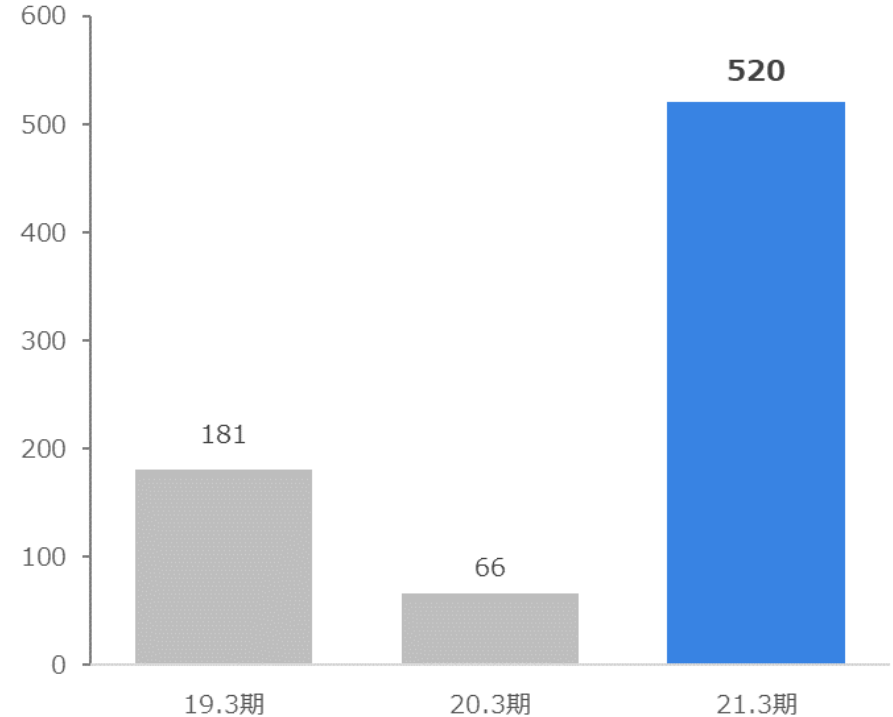
(単位：百万円)	2020年3月期	2021年3月期	増減額	増減率
売上高	36,728	40,551	3,823	10.4%
売上総利益	6,844	7,447	603	8.8%
販売費及び一般管理費	6,698	6,647	△51	△0.8%
営業利益	145	800	655	451.7%
経常利益	212	855	643	303.3%
当期純利益	144	523	379	263.2%

- 主要得意先の出店や冷凍食品市場の拡大により売上高は前期比14%増加
- 物流コストの見直しを行い、セグメント利益も大幅増益

売上高推移 (百万円)



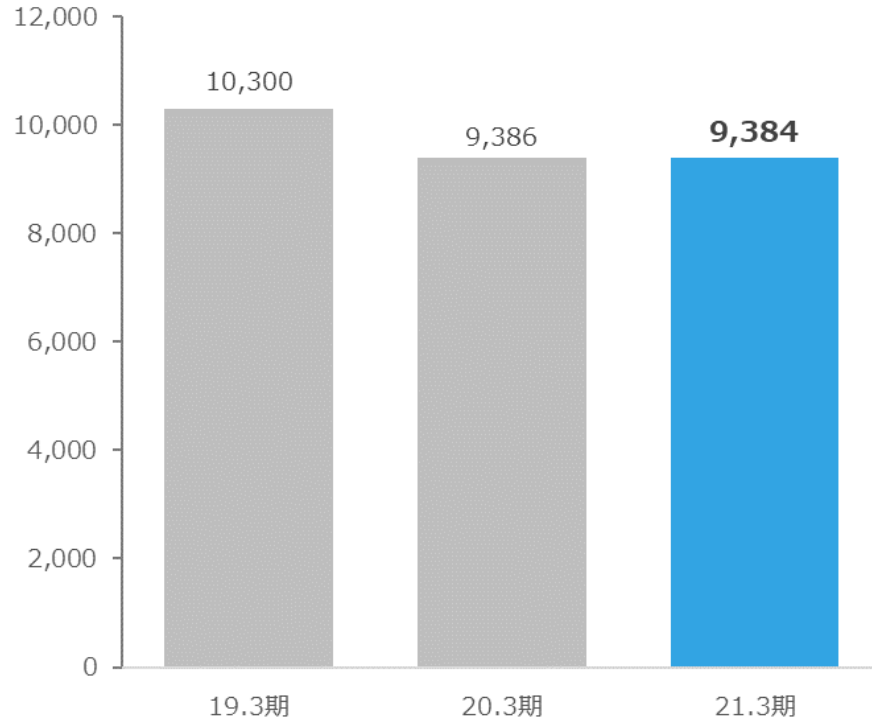
セグメント利益推移 (百万円)



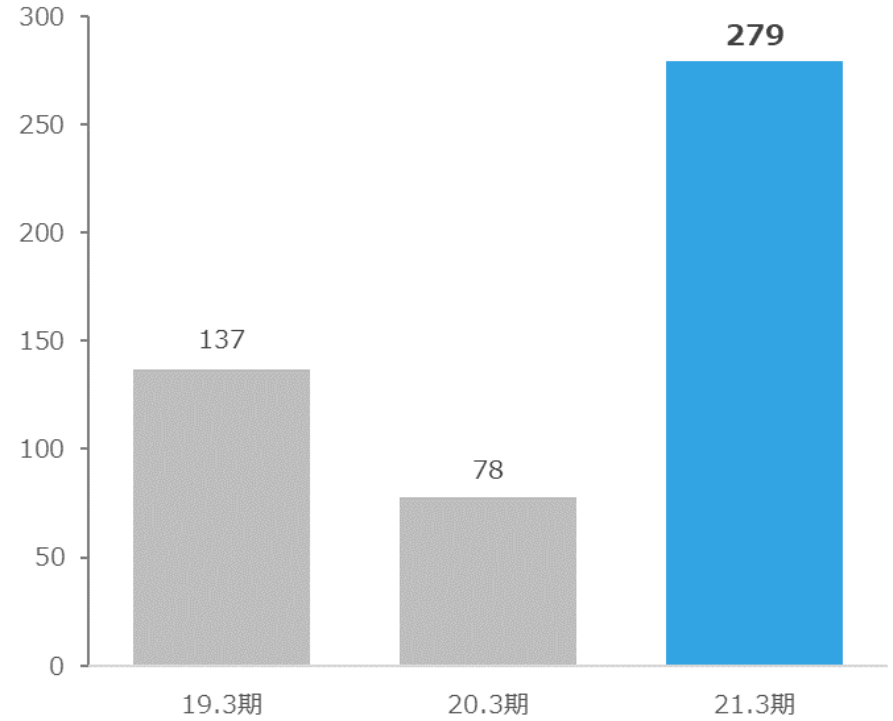
*) 売上高はセグメント間取引を含む売上高

□ チラシ等販売促進費の減少によりセグメント利益は前期比257%の大幅増益

売上高推移 (百万円)



セグメント利益推移 (百万円)



□ 増益に伴い自己資本比率が2020年3月期末13.4%から2021年3月期16.3%へ上昇

(単位：百万円)	2020年3月期	2021年3月期	増減額
流動資産	7,049	7,714	665
固定資産	6,299	6,601	302
有形固定資産	5,309	5,260	△49
無形固定資産	56	40	△16
投資その他の資産	1,232	1,301	69
資産合計	13,648	14,316	668
負債合計	11,814	11,978	164
流動負債	8,464	8,809	345
固定負債	3,350	3,169	△181
純資産合計	1,833	2,337	504
負債・純資産合計	13,648	14,316	668

□ 増益により営業活動によるキャッシュ・フローが改善

(単位：百万円)	2020年3月期	2021年3月期	増減額	主な内訳
営業活動による キャッシュ・フロー	311	1,105	794	<ul style="list-style-type: none"> 税引前当期純利益856百万円
投資活動による キャッシュ・フロー	△564	△312	252	<ul style="list-style-type: none"> 有形固定資産の取得 △229百万円 敷金及び保証金の差入 △133百万円
財務活動による キャッシュ・フロー	△98	△347	△249	<ul style="list-style-type: none"> 長期借入れによる収入+230百万円 長期借入金返済△550百万円
現金及び現金同等物の 期末残高	1,231	1,677	446	

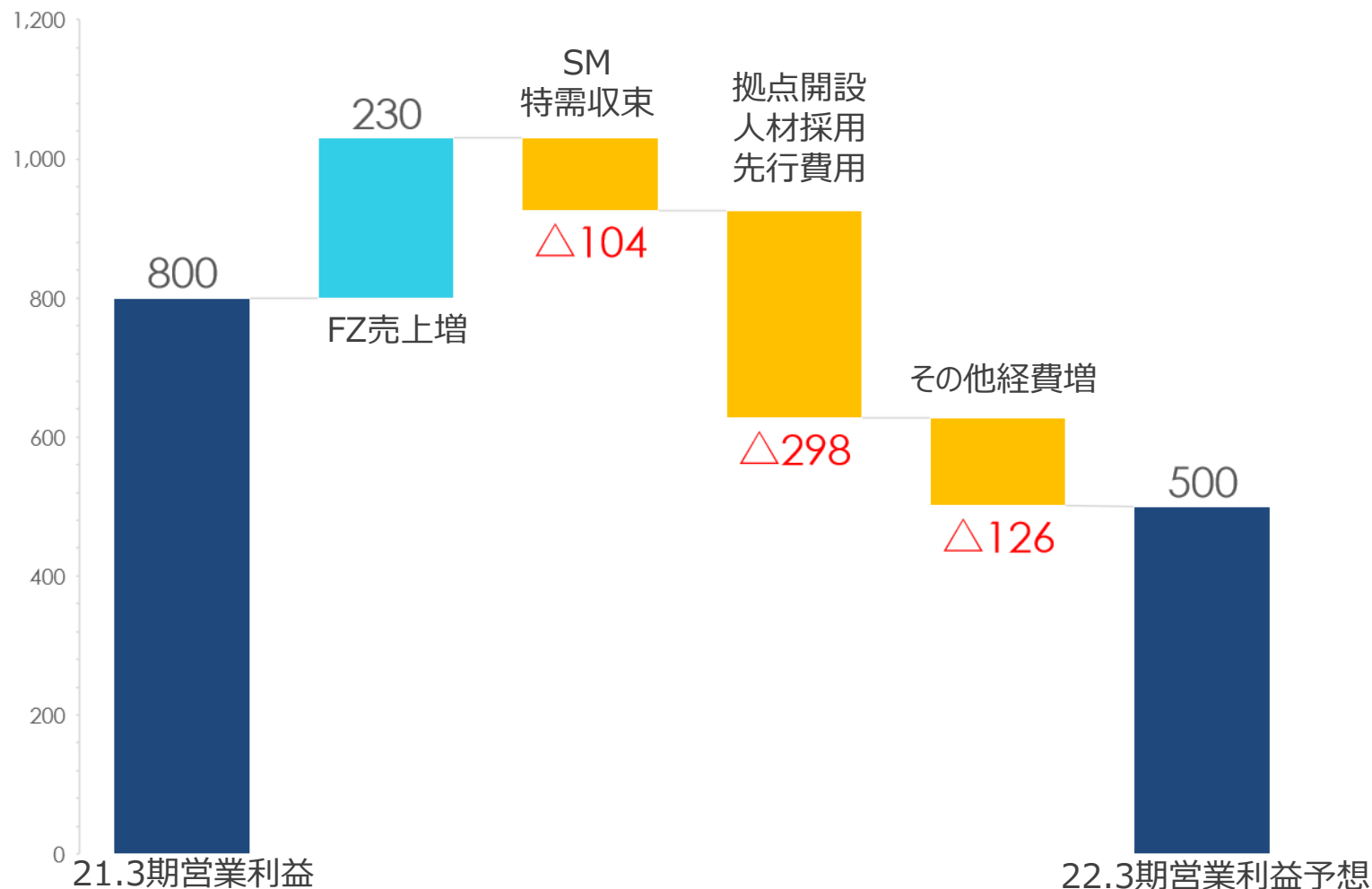
3. 2022年3月期 業績予想



- 売上高は主要得意先の出店や、好調な内食・中食需要に支えられ増収の見通し
- 両セグメントともに緊急事態宣言における特需が収束
- 売上拡大を見込み営業所開設や採用を進めるため人件費等の先行費用が増加

(単位：百万円)	2021年3月期	2022年3月期 予想	増減額	増減率
売上高	40,551	41,993	1,442	3.6%
売上総利益	7,447	7,627	180	2.4%
販売費及び一般管理費	6,647	7,127	480	7.2%
営業利益	800	500	△299	△37.5%
経常利益	855	539	△315	△37.0%
当期純利益	523	377	△168	△27.9%

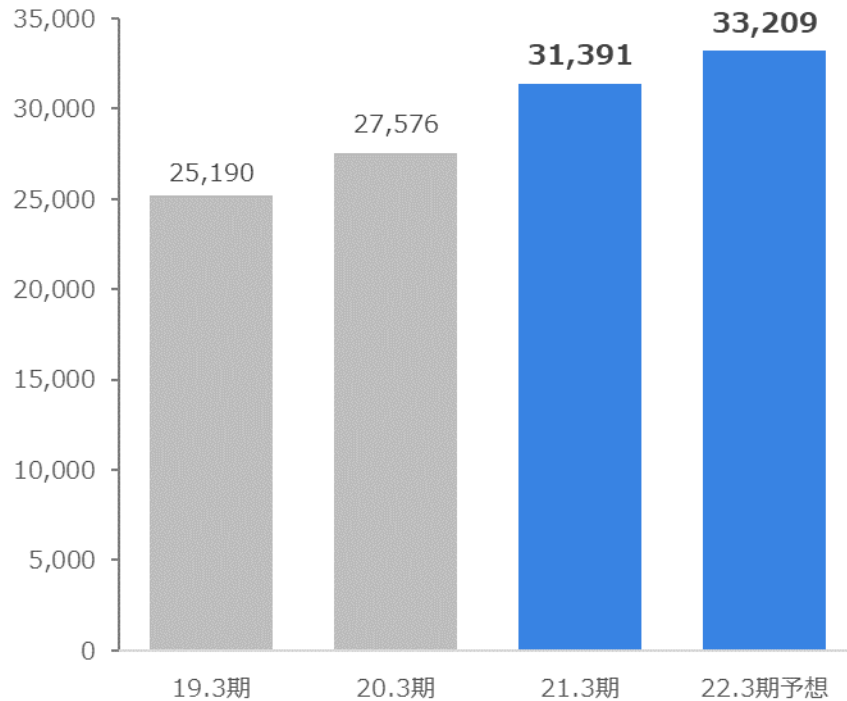
- 追い風となる事業環境によりフローズン（FZ）事業の売上拡大が見込まれる
- 人員採用強化や配送拠点の新設を行い、売上拡大のための費用が先行して計上



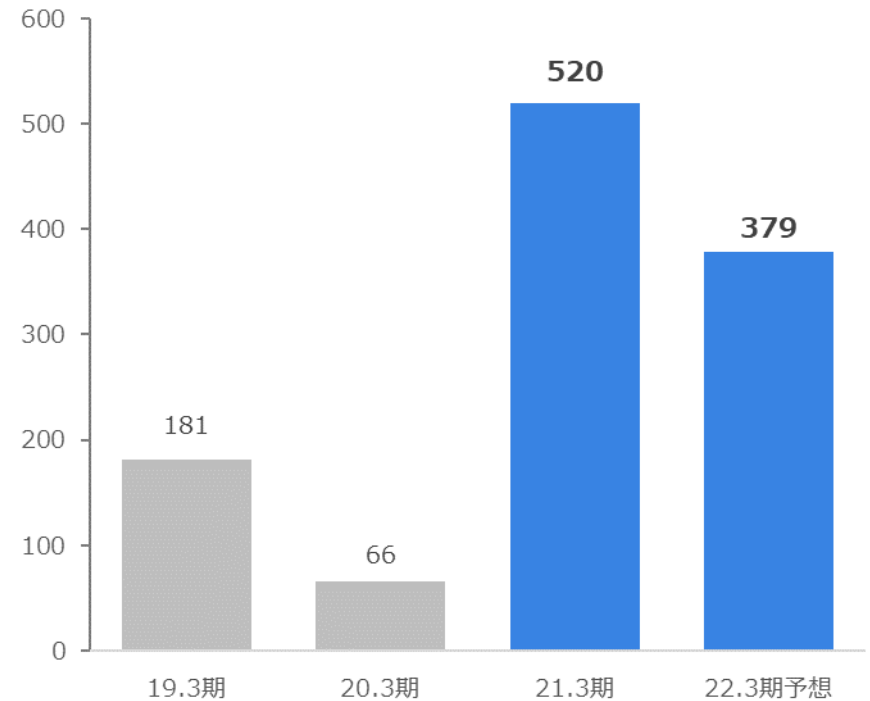
セグメント別業績予想 – フローズン事業

- 内食需要は高止まり売上高は増収予想、加えて新規顧客の開拓を開始
- 売上拡大のための拠点開設にかかる設備投資や人員採用など先行費用が発生し減益予想
23.3期以降の成長のための先行費用と位置づけ

■ 売上高推移（百万円）



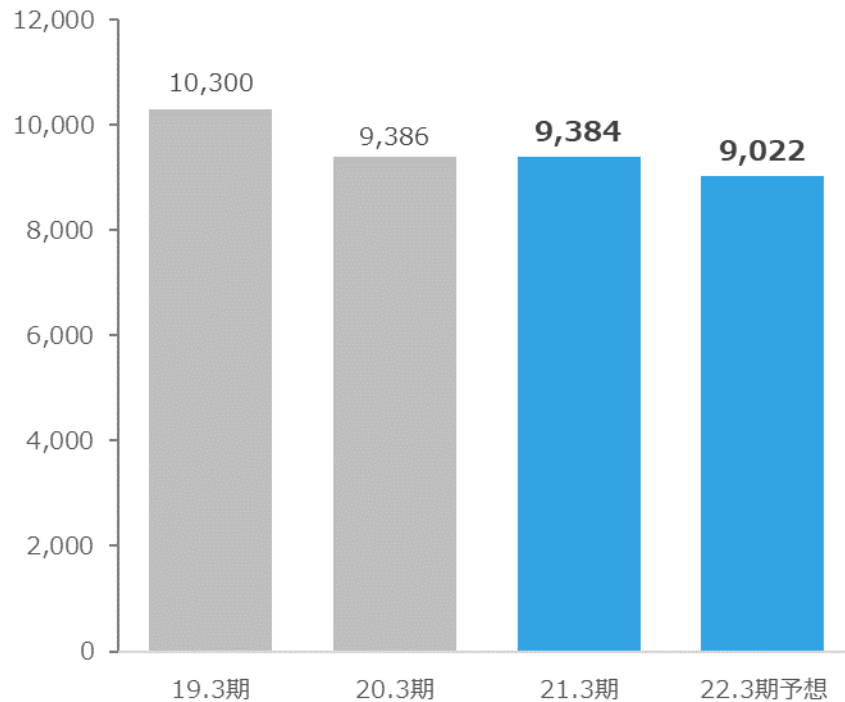
■ セグメント利益推移（百万円）



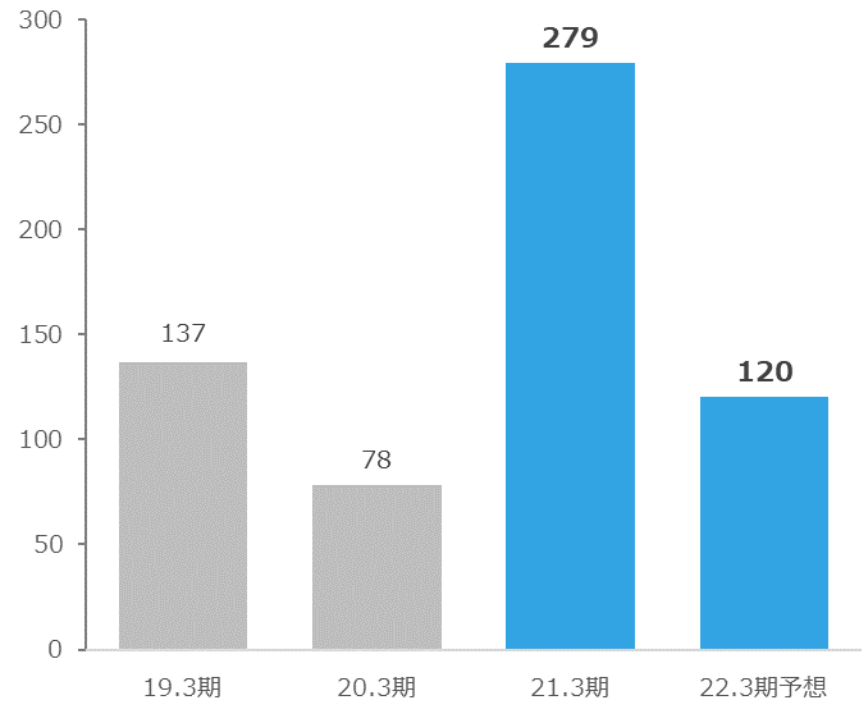
*) 売上高はセグメント間取引を含む売上高

- 会計方針の変更により売上の一部を総額表示から純額表示に変更するため、売上高は減収予想
- 緊急事態宣言における特需が収束し、セグメント利益は減益予想

売上高推移（百万円）



セグメント利益推移（百万円）



4.事業概要





フローズン事業



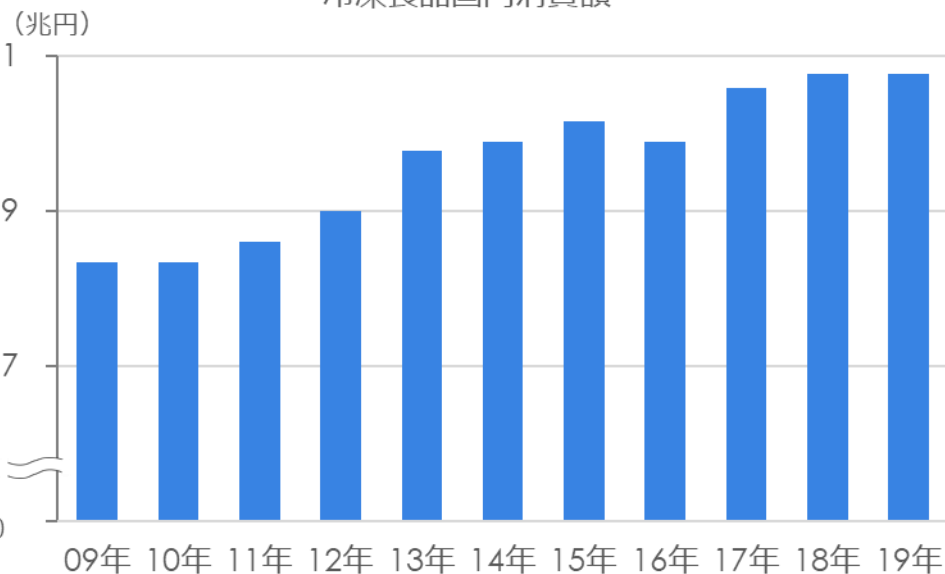


□ 食品市場を牽引するフローズン市場

■ 冷凍食品市場

- 時代のニーズを捉え、商品レベルが向上する冷凍食品
 - ◆ 技術革新によりチルドに引けを取らない「鮮度」と「味」を実現
 - ◆ フードロス削減、家庭食卓における「速食・簡便・時短」など
- 小売各社がフローズンの売場面積を年々拡大

冷凍食品国内消費額

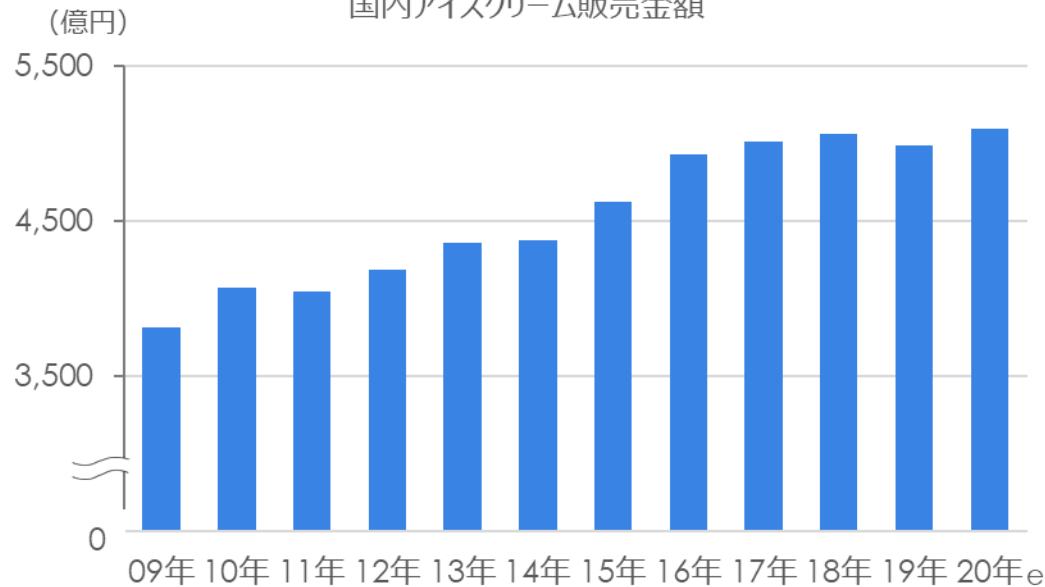


出所) 一般社団法人 日本冷凍食品協会「平成30年統計データ」

■ アイスクリーム市場

- 新たな消費需要を生み出し、成長するアイスクリーム市場
- アイスへの消費拡大や、冬アイス的大幅増販、健康アイスの取り組み強化
- 付加価値の高い商品や高価格帯（デザート）へシフトした商品開発による販価上昇

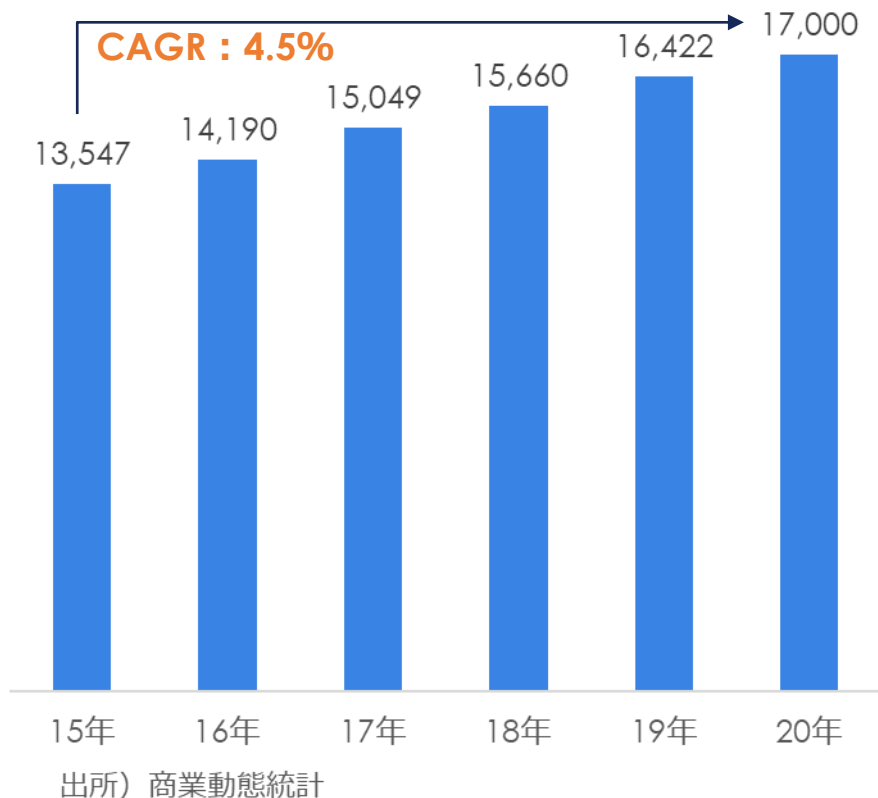
国内アイスクリーム販売金額



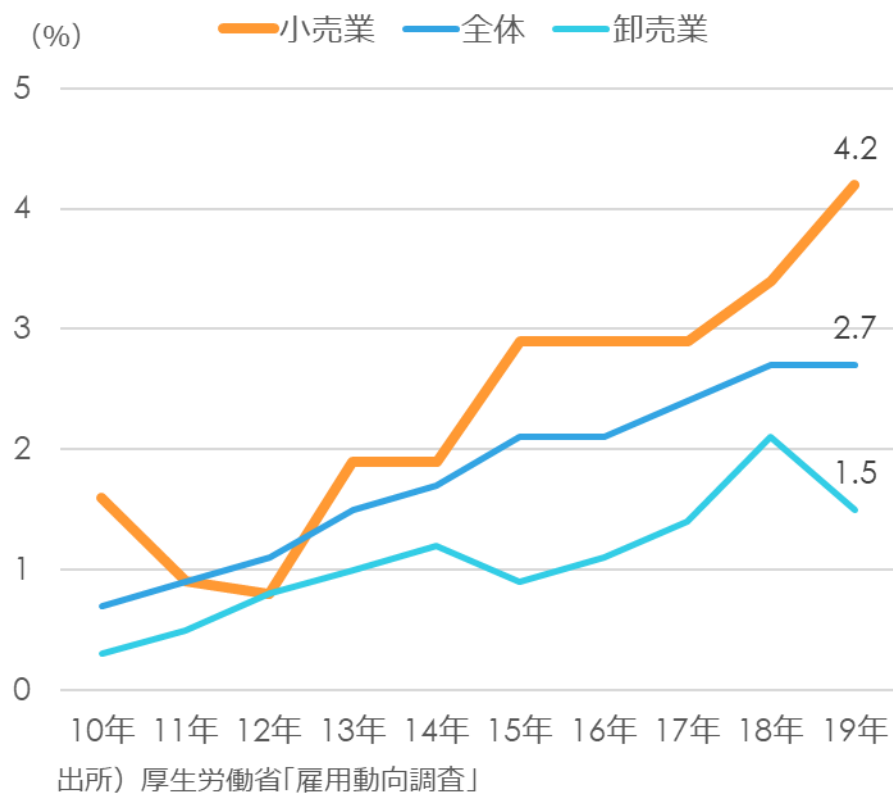
出所) アイスクリーム流通新聞 (2020年10月15日)

- 店舗数が増加しているDgS *用語集 ⇒ バックヤードを持たないためフルメンテナンスの引き合いが多い
- 欠員率の高い小売業界 ⇒ 店員の作業を代理で行うフルメンテナンスの引き合いは増加傾向

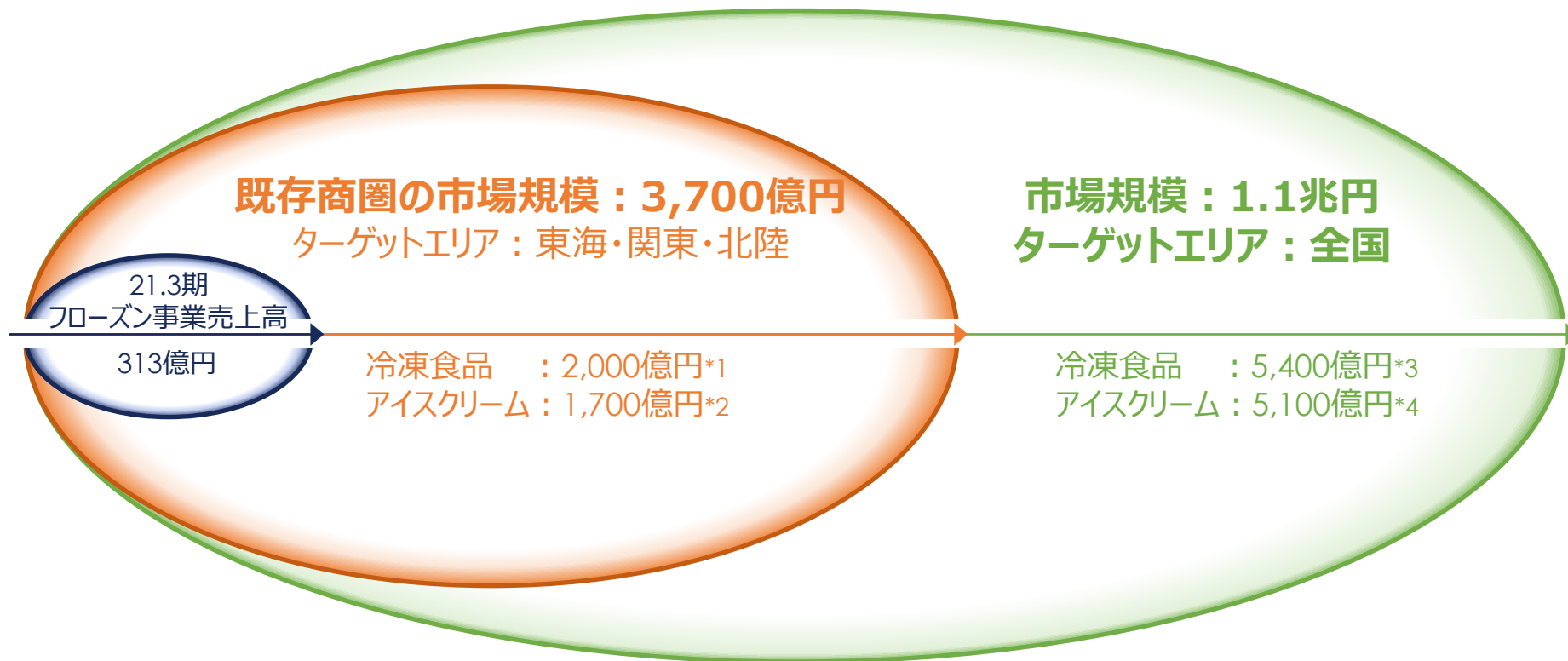
ドラッグストア店舗数 (店)



小売業の欠員率*は、全産業をも上回る水準



□ 全国をターゲットとした市場規模は、1兆円以上



*1) ・冷凍食品：2,000億円の試算
GMS・SM、DS、DgS*用語集の全国計3,800億円×52.5%（GMS・SMの関東中部シェア）= 2,000億円
全国計出所：冷凍食品仕向け先実態調査結果報告書（平成31年1月）
GMS・SMシェア出所：商業動態統計月報（令和2年11月）

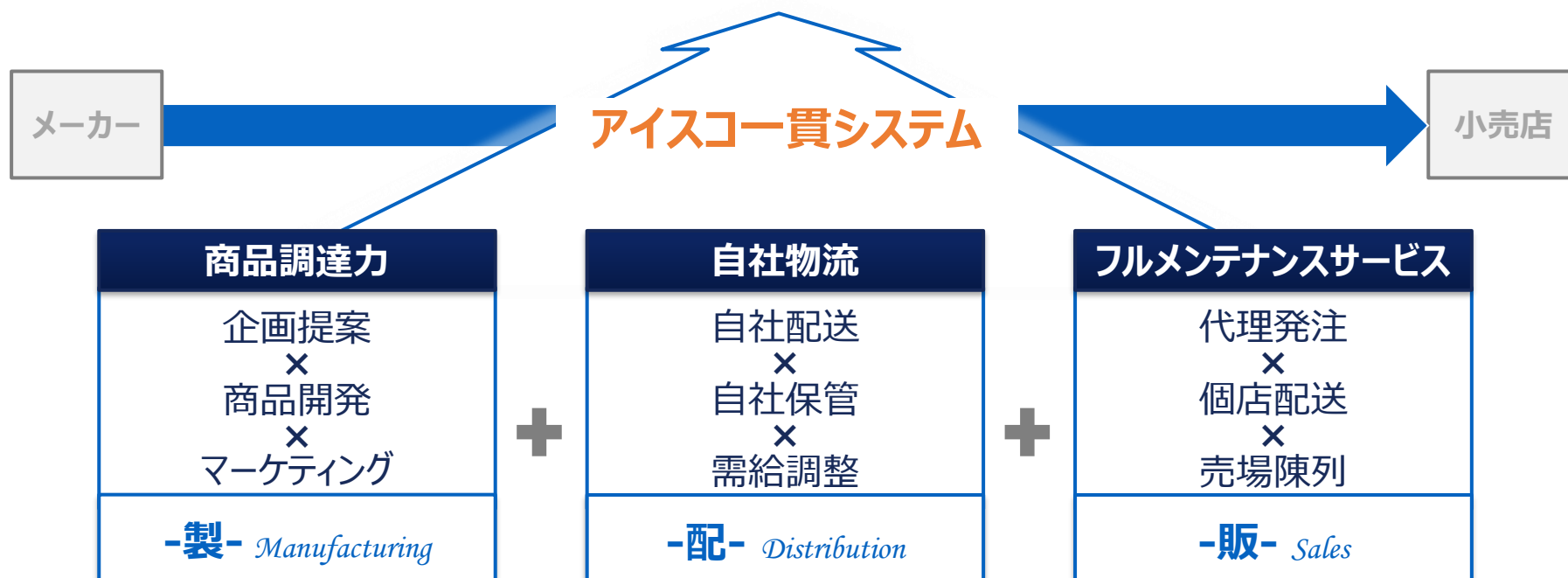
*2) アイスクリーム：1,700億円の算出根拠
一般小売店、量販店・DgSの全国計3,000億円×56.8%（同関東甲信越・東海北陸シェア）= 1,700億円
出所：Ice cream data book（2019年）

*3) ・冷凍食品：5,400億円の試算
家庭用冷凍食品販売金額4,968億円（平成29年度）×CAGR2.9%
（P7記載）=5400億円（令和2年度）
出所：冷凍食品仕向け先実態調査結果報告書（平成31年1月）

*4) アイスクリーム：5,100億円の算出根拠
出所：アイスクリーム流通新聞（2020年10月15日）

- 調達から売場づくりまで、サプライチェーンの各領域に携わる一貫システムを構築
- 「食」の安心・安全の確保はもとより、小売の売上拡大ならびに人手不足対策に寄与

同業他社とは一線を画す独自のポジションを確立



□ 自社物流にこだわるフローズン卸として最大手 難易度が最も高いアイスクリーム流通で構築した**コールドチェーン**

1

自社配送

- 小売店への**自社配送**比率**90%***1
- 教育されたセールスドライバーによる高品質なサービス提供

2

自社保管

- ボイスシステムによる入出庫や賞味期限管理
- 食の安心・安全を確保する**徹底した温度管理**

3

需給調整

- 直近2週間の出荷データを元に1日当たりの出荷量を算出し、在庫量を管理

自社物流を支える強固なインフラ

■ **物流拠点 13**か所*1

関東・東海エリアをカバー

- **最新鋭の設備**を導入した冷凍倉庫

■ **自社保有トラック 300**台*1

冷凍食品専用車

- **最新鋭の**冷凍車

■ **セールスドライバー 355**名*1

フルメンテナンスサービスの担い手

- 顧客の信頼を獲得する教育された**人財**
- 平均年齢36歳*1 という**若さ**で市場の変化に即対応

* 1)2021年3月末時点

■ 中核の厚木・千葉物流センターと、物流拠点を兼ねた営業所を展開

◆ ダスシステム*用語集による仕分け精度向上や効率化追求

厚木物流センター 延床面積約907坪の鉄骨造3階建て／厳格な温度管理システム



千葉物流センター

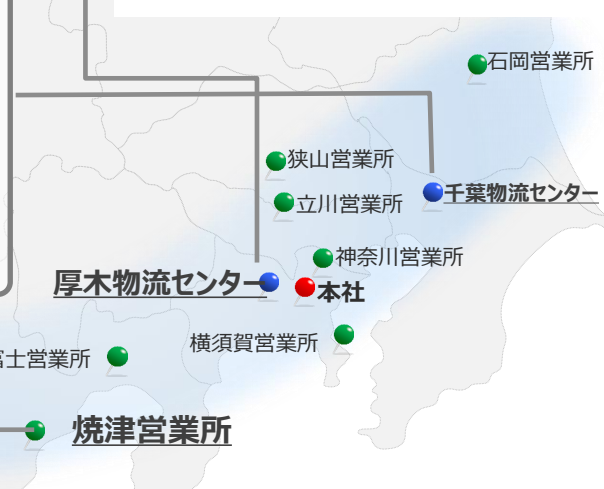


焼津営業所



関東・東海エリアをカバーする物流網

● 本社 ● 物流センター ● 営業所



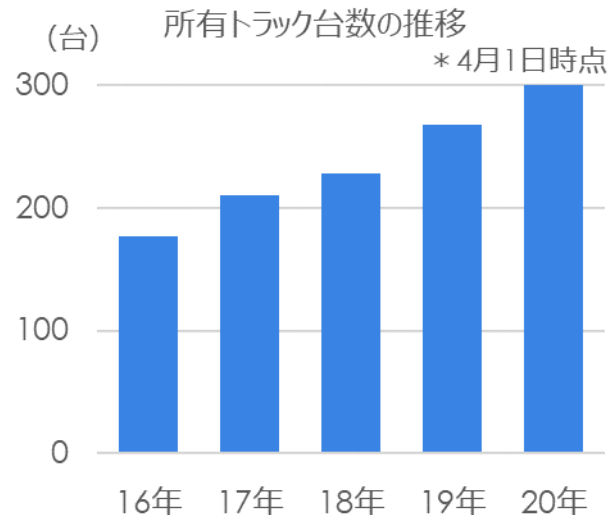
■ フルメンテナンスサービスの担い手、自社保有トラックとセールスドライバー

自社保有トラック

冷凍専用車



- **環境配慮と品質管理に優れた** 最新鋭の冷凍専用車を導入
- 作業性重視の**カスタムオーダー車**
- 全車に**運行管理システム**を装備し安全運転の監視と定時納品管理

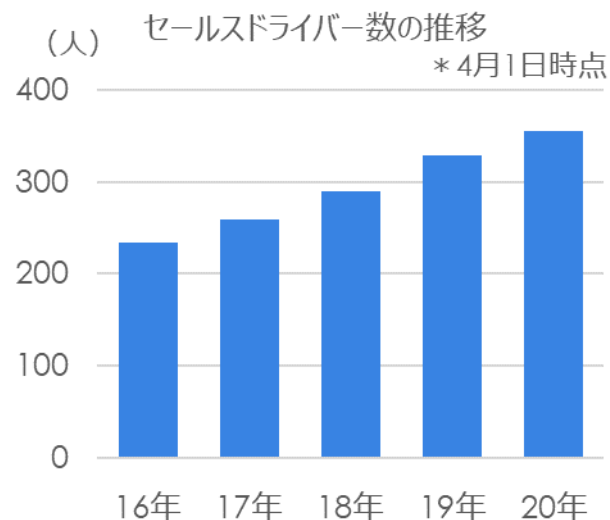


セールスドライバー

フルメンテナンスサービスの担い手



- 個店レベルでの**売場提案**まで行い、顧客の信頼を獲得する教育された**人財**
- 平均年齢36歳という**若さと機動力**で市場の変化と顧客ニーズに即対応*



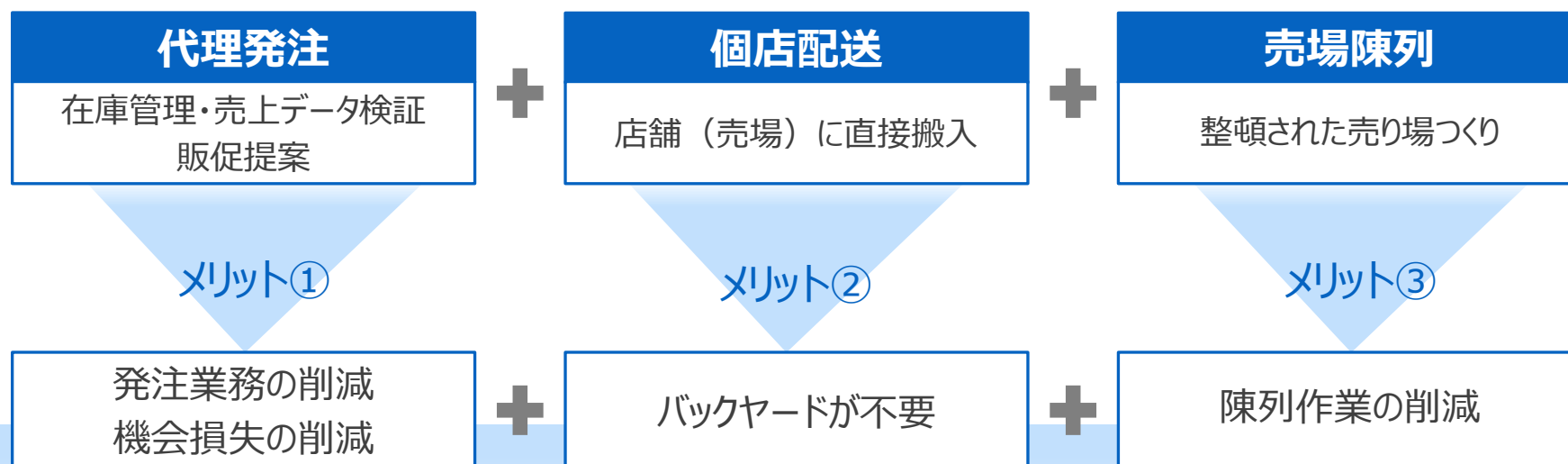
* 全国平均年齢
 大型トラックドライバー : 48.5歳
 中小型トラックドライバー : 46.4歳
 出所) 厚生労働省「賃金構造基本統計調査」令和元年

- 教育された自社のセールスドライバーによるフルメンテナンスサービスは、「配送」の域を超え顧客に対して**高い付加価値**を提供しており、競合他社にとっては**高い参入障壁**となっている
- フルメンテナンスの販売比率は約70%*を占め、収益面でも大きく貢献

*21.3期実績

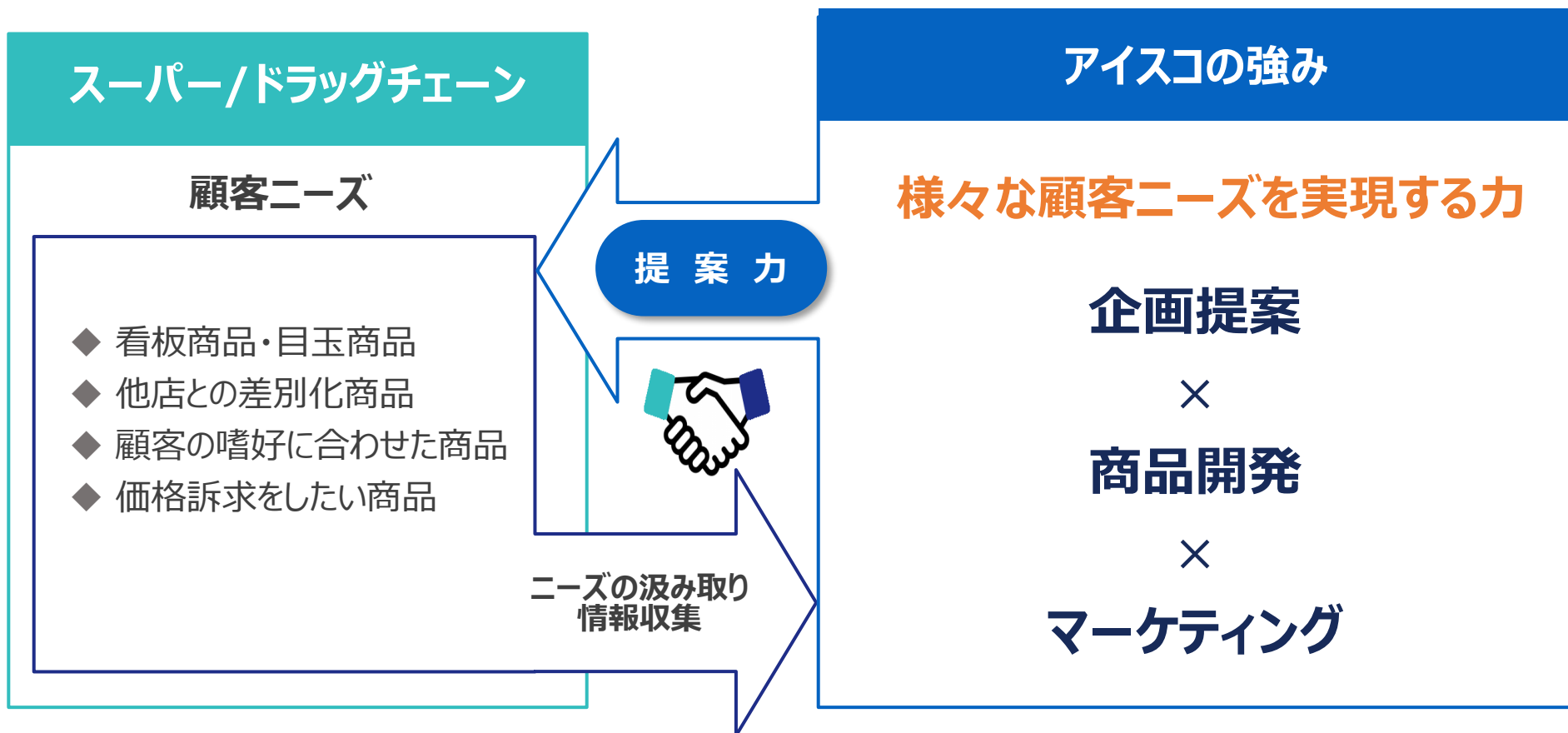
フルメンテナンスサービスで構築した**高い参入障壁**

セールスドライバーによる付加価値サービス



顧客のメリット = **高いスイッチングコスト**

- 売上拡大に伴いメーカーとの交渉力が年々増強しており、調達力向上・粗利率改善に寄与
- 近年は小売業が望む専用商材（PB・留め型）の開発をプロデュース&コーディネート





スーパーマーケット事業



- 生鮮3品にこだわった地域密着型スーパーであり「地域の冷蔵庫」



スーパー生鮮館
TAIGA



岡津店

■ 新鮮で良質な食材を値ごろ感ある価格でふんだんに提供



■ 2021年3月「スーパー生鮮館TAIGA永田店」をリニューアルオープンしました

<改装のポイント>

商圈特性に合わせ、鮮度・品質・価格・品揃えの見直しと、「生鮮3品に強いTAIGA」の特徴を、より鮮明に打ち出すためのレイアウト・部門構成比の変更を行うとともに、利便性向上とコスト改善を目的にセミセルフレジの導入等を実施しました。



5.成長戦略



需要が拡大するアイスコの事業環境

① 成長市場がメインフィールドである

- ・技術革新により冷凍食品の味・品質が飛躍的に向上
- ・フードロス問題を解消する本命カテゴリー
- ・需要増加に伴い小売業者も売場を年々拡大中

② 小売の経営課題を解決する強みがある

- ・人手不足と最低賃金上昇に伴う人件費の増加
- ・冷凍バックヤードを持たないDgS・DS等が
フローズン売場を拡大
- ・差別化商品へのニーズ

アイスコのソリューション

商品調達力・開発力

-製- *Manufacturing*



自社物流

-配- *Distribution*

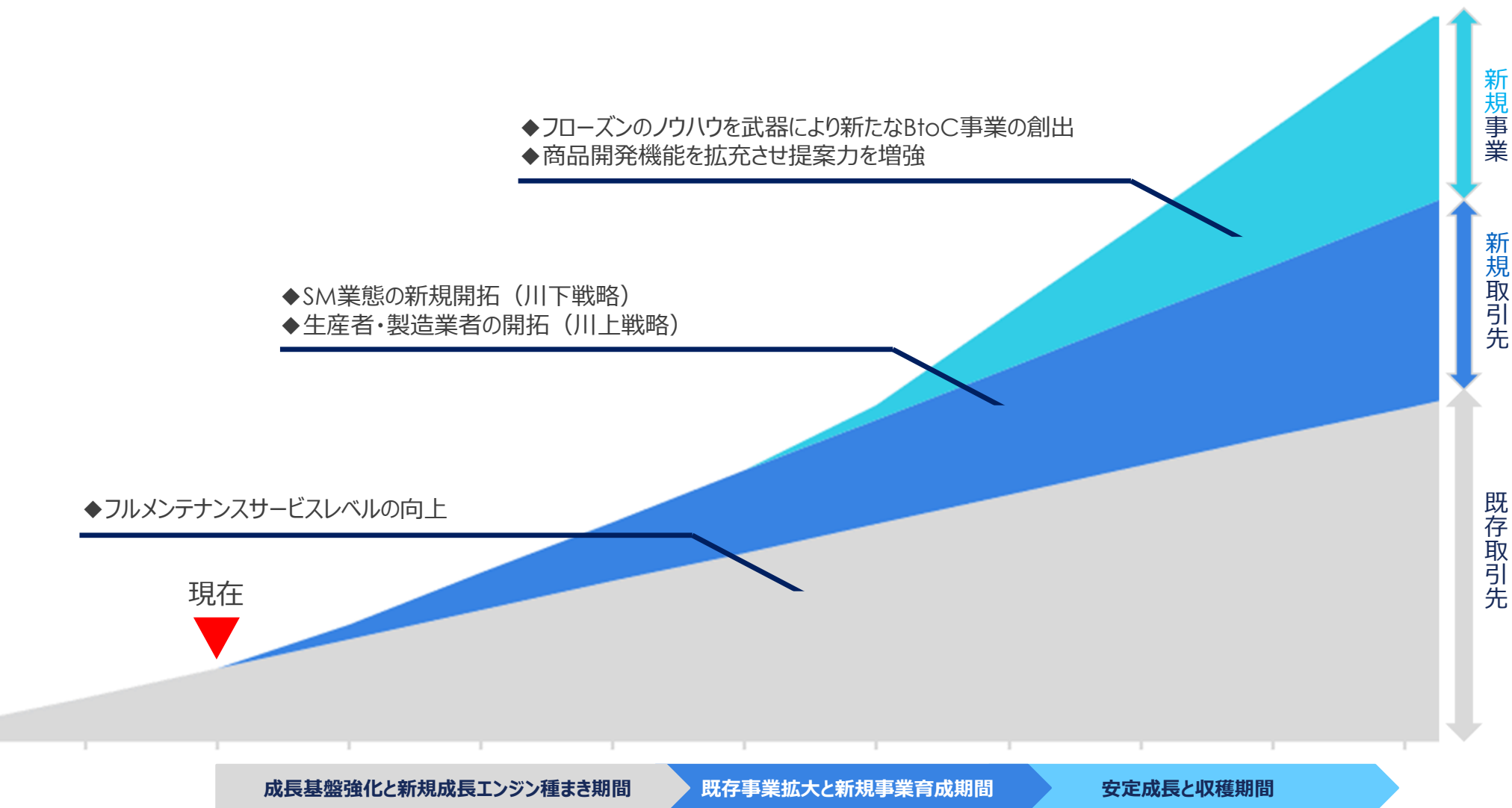


フルメンテナンスサービス

-販- *Sales*

このような事業環境であるため、**潜在的ニーズ（見込客）は多数**
今後も組織の成長に合わせて営業をかけ、受注を増やしていく方針

□ 拡大が見込まれるフローズン市場において**差別化戦略**を武器にリーディングカンパニーを目指す



6. 株主還元

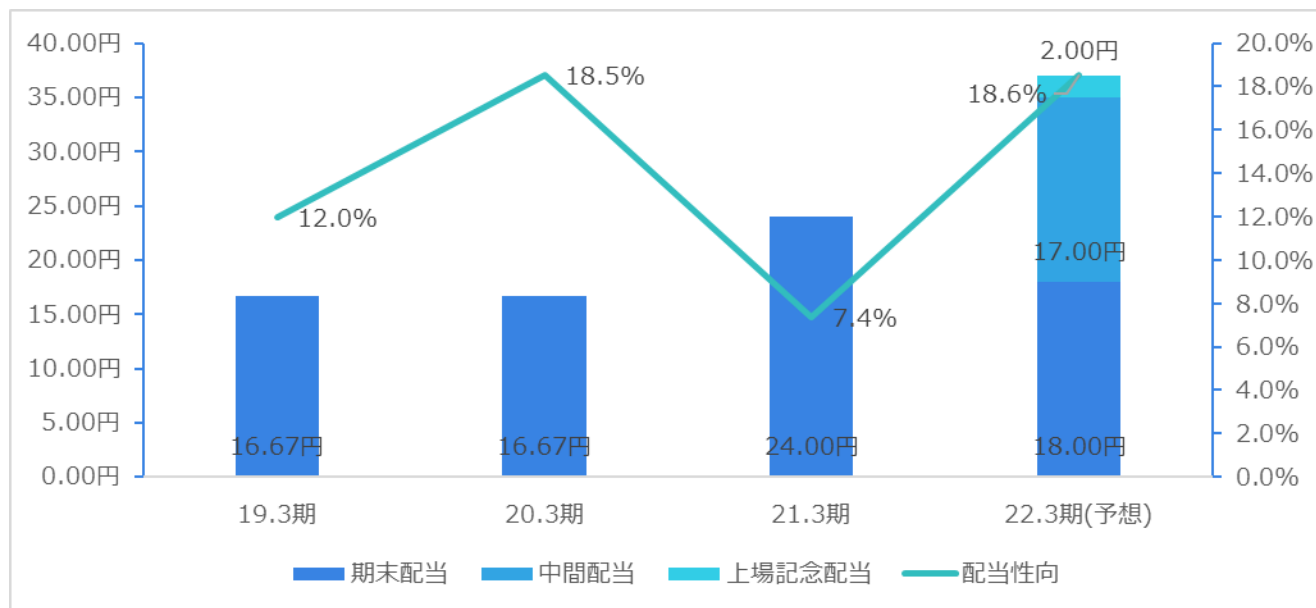


□ 配当方針

当社は、株主の皆様に対する利益還元が経営の重要政策の一つであると考えており、業績や将来の事業展開、収益力の向上、財務体質の強化のための内部留保などを総合的に勘案しつつ、安定した配当を継続することを配当政策の基本方針としております。

2021年3月期は1株24円

2022年3月期は1株37円を目標（上場記念配当含む中間配当19円、期末配当18円）



* 2020年11月1日付で、普通株式1株につき15株の割合で株式分割を行っております。19.3期期首に株式分割が行われたと仮定し、1株当たり配当金を算定しております。

□ 本資料に関するご照会先

株式会社アイスコ

経理部・経営企画室

E-mail : ir-info@iceco.co.jp

本資料で記述している将来予測および業績予想は、現時点で入手可能な情報に基づき当社が判断した予想であり、潜在的なリスクや不確実性が含まれています。そのため、様々な要因の変化により実際の業績は記述している将来見通しとは大きく異なる可能性があることをご承知おき下さい。