

2021年10月期

# 決算補足資料

正栄食品工業株式会社  
(証券コード 8079 東証一部)

---

## 目次

- 1) 2021年10月期実績
- 2) 中期経営計画

# 1) 2021年10月期実績

---

# 業績ハイライト

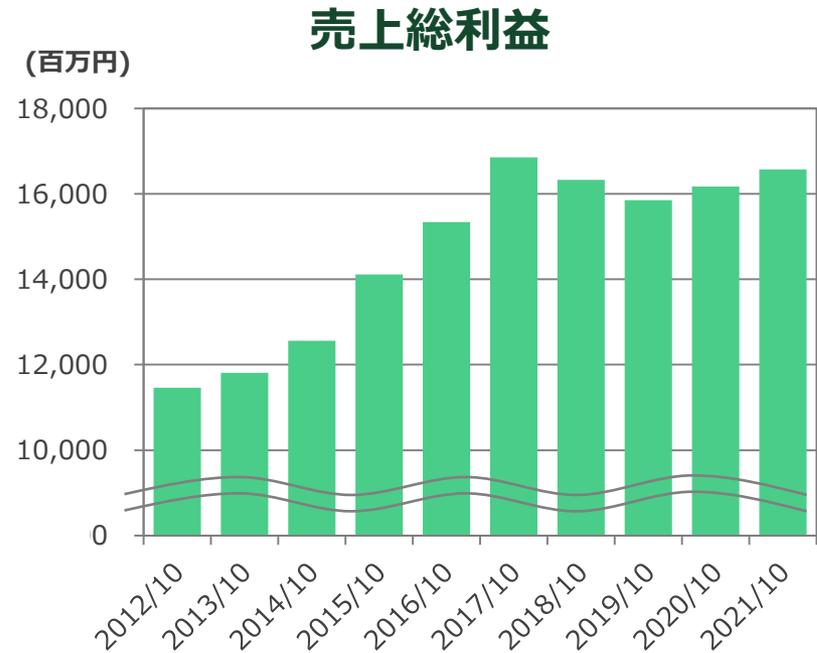
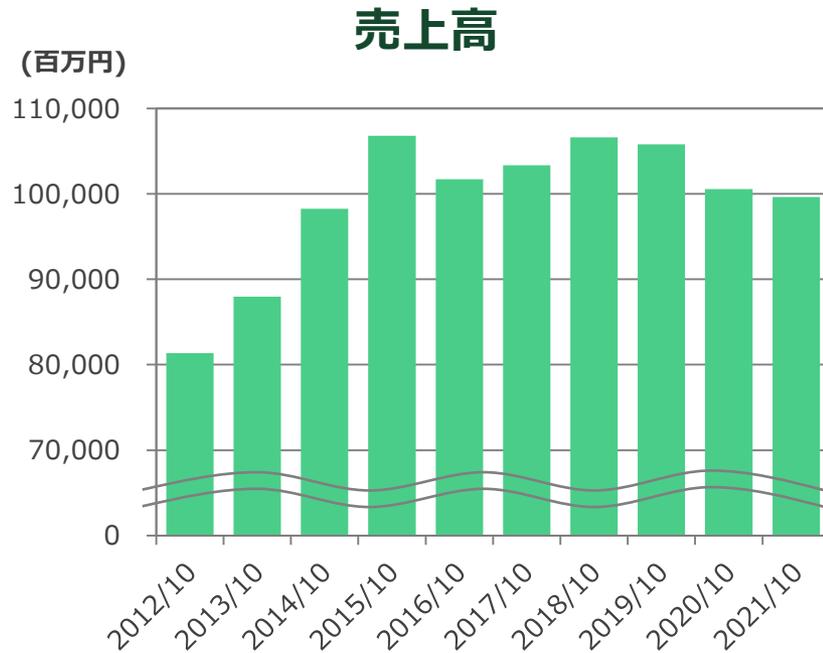
**ShoEi**

(単位：百万円)

	前期	当期		前期比	計画比
	実績	期初計画	実績		
売上高	100,572	100,000	99,631	▲0.9%	▲0.3%
売上総利益	16,172		16,572	+2.4%	
営業利益	4,197	4,000	4,182	▲0.3%	+4.5%
経常利益	4,308	4,000	4,279	▲0.6%	+6.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,797	2,750	2,789	▲0.3%	+1.4%
売上高営業利益率	4.1%	4.0%	4.1%		達成
ROE	7.0%		6.6%		

- ◆売上高は、日本セグメントは増収でしたが、海外事業での売上減少が大きく、当連結会計年度の連結売上高は、前年同期比0.9%減となりました。
- ◆利益は、工場建設により減価償却費が大きく増加しましたが、好調な国内販売を背景に売上総利益は前年同期比2.4%増となりました。一方、販売費および一般管理費が3.4%増となったことから、営業利益、経常利益は減益となりました。
- ◆ROEにつきましては親会社株式に帰属する当期純利益の減少に加え、円安や株価上昇により資本勘定が増加したことから、前期7.0%から6.6%に低下となりました。

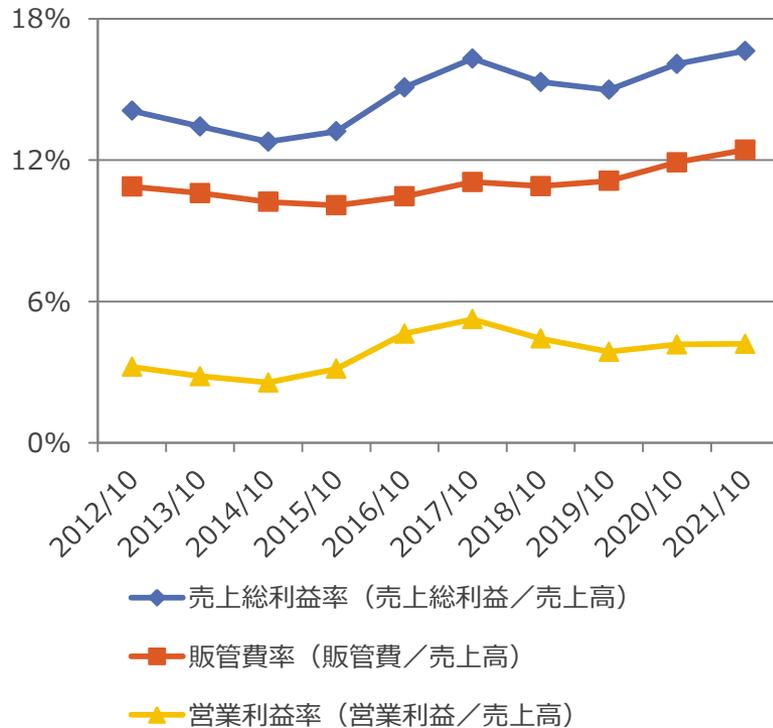
# 業績推移 売上高と売上総利益

**ShoEi**

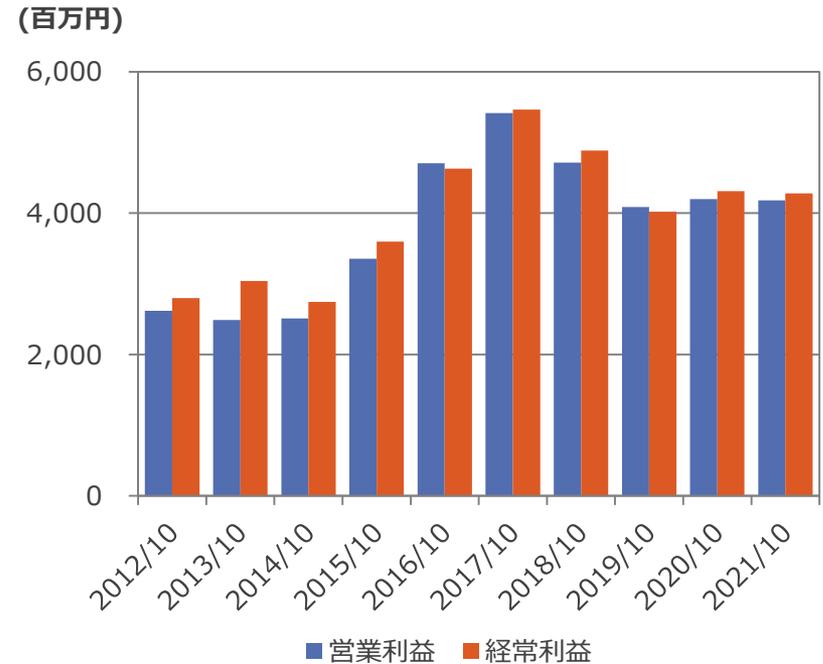
- ◆売上高：3期連続の減収。
- ◆売上総利益：国内販売の売上総利益率が上昇し、増益。

# 業績推移 利益推移

# ShoEi

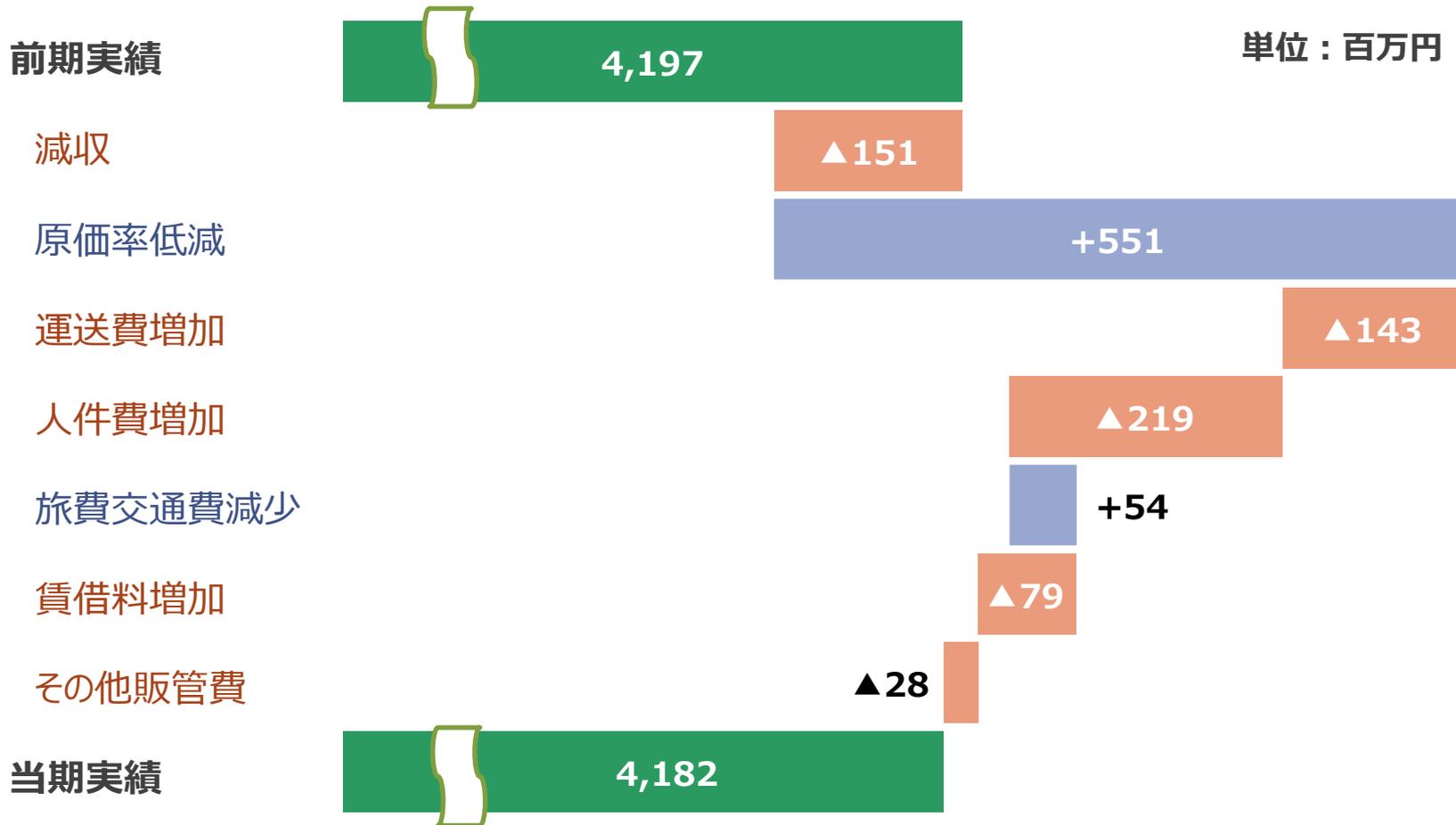


◆ 2021年10月期は売上総利益率と販管費率が共に上昇。営業利益率は横ばい。



◆ 営業利益・経常利益は微減。

# 営業利益増減要因

**ShoEi**



# 事業セグメント別業績

## ShoEi

(単位：百万円)

	売上高				セグメント利益			
	前期	当期	増減額	増減率	前期	当期	増減額	増減率
日本	91,345	91,785	+439	+0.4%	4,346	4,231	▲114	▲2.6%
米国	6,977	6,649	▲327	▲4.6%	413	512	+98	+23.8%
中国	7,304	6,498	▲806	▲11.0%	▲172	▲230	▲57	+33.5%
調整額	▲5,055	▲5,302	▲247		▲389	▲330	+59	
合計	100,572	99,631	▲941		4,197	4,182	▲14	

### 日本

- ◆ 売上高は、上期はコロナ禍の影響を受け、前年同期比減収となったが、下期は回復基調となり、国内乳製品販売、マロンペースト、コンビニエンスストア向けの国内仕入品売上、サラダベンダー向けのスイートコーンなどが好調に推移。また冷凍フルーツ、リンゴ加工品などのフルーツ加工品売上も回復。輸入乳製品売上の減少、前年の巣ごもり需要の反動での菓子類の販売減などはあったが、増収。
- ◆ セグメント利益は、ナッツ、栗製品などの利益が増加し、生乳の加工事業が好調に推移、輸入乳製品の減益と、菓子事業で前期の新工場稼働に伴う減価償却費増から減益。

### 米国

- ◆ コロナ禍での健康志向の上昇などからリテール向けプルーン小袋品の日本向け輸出が増加。一方、クルミについては2020年産の収穫増と堅調な需要を背景に販売物量は増加したが、平均販売価格の前年同期比低下により売上高は減少。また、収穫量減少によりプルーンの米国内売上が減少となりました。これらの結果、減収。
- ◆ セグメント利益は、毎年第1四半期に計上している農園事業の採算が低下したが、製造工程の改善や販売戦略の奏功によるクルミの利益率の改善、好調な日本向けプルーン販売などから、増益。

### 中国

- ◆ 売上高は、中国国内の自社工場を活用したアーモンド、クルミ、ラムレーズン、オレンジピールなどの中国内での販売が増加したが、コロナ禍の影響により入荷が制限された中国産シード類の欧州向け輸出売上減少が大きく、減収。
- ◆ セグメント利益は、中国国内販売の利益率は改善したが、欧州向けシード類輸出の大幅減少の影響が大きく、また元高の影響による円換算額の増加もあり赤字幅が拡大。

# 事業ポートフォリオ

# ShoEi

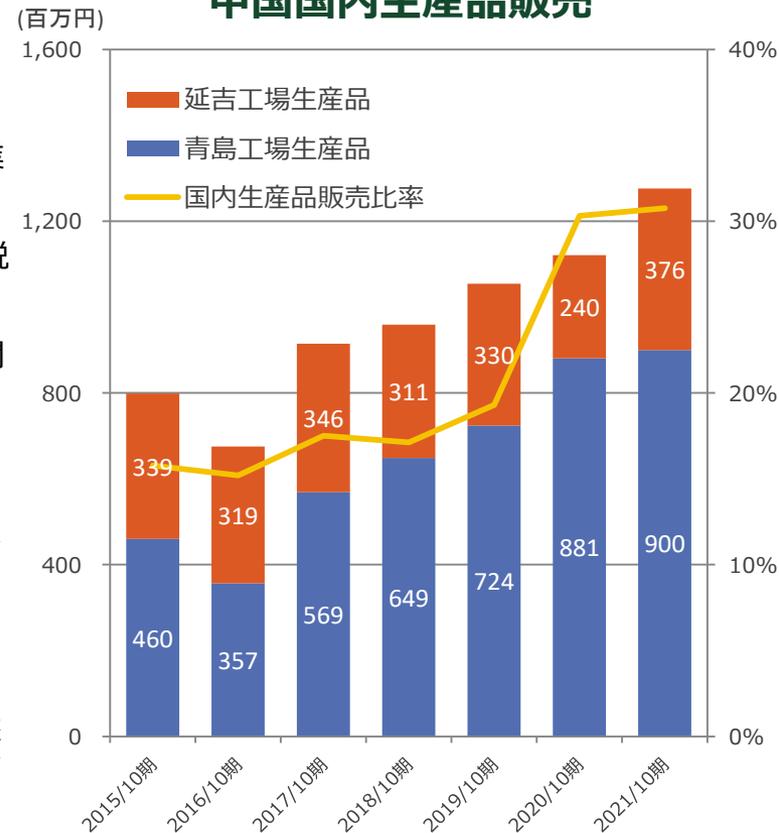
## 事業ポートフォリオに関する基本方針

- 当社事業は食品事業のみですが、対外的には事業セグメントとして、日本、米国、中国の地域別事業として3分割して事業の内訳を説明しております。
- これ以外に、当社事業の理解を深めていただく目的で、4品目別（乳製品・油脂類、製菓原材料類、乾果実・缶詰類、菓子・リテール商品類）での売上の状況についてご説明しておりますが、これらは事業としては密接に関連していることから、事業ポートフォリオとしては管理しておりません。
- 事業セグメントの状況については、決算短信、決算補足資料などの開示資料にて説明しております。
- 社内では、四半期決算時に業績進捗を確認することに加え、月次で業績動向に関する報告会を実施しており、見直しを実施しております。

## 事業ポートフォリオ見直しの状況

- 日本セグメントは当社の基幹ビジネスであり、セグメント別の業績にある通り、業績は順調に推移しております。
- 米国セグメントについては、主に殻付クルミの採算低下などから利益水準は低下しましたが、2期連続で増益となっており、継続すべき事業と考えております。
- 中国セグメントについては、2期連続で赤字が継続しておりますが、米中間の貿易摩擦による関税の引上げ、コロナ禍の影響による中国産シード類の受入れ量減少などが背景にあり、中国の加工食品市場は順調に拡大していることから、当社では中国に保有する2工場を活用した付加価値商品の中国国内販売に力を入れております。この結果、工場製品の中国国内販売は着実に増加しており、国内生産品販売比率も上昇していることから、継続すべき事業と判断しております。

## 中国国内生産品販売



# 品目別の主要取扱い商品

**ShoEi**

大分類	中分類	主な商品
乳製品・ 油脂類	乳製品	粉乳、練乳、液状乳製品、バター、チーズ、乳糖、ホエイ
	油脂類	製菓・冷菓・製パン用油脂（マーガリン類、ショートニング等）
製菓 原材料類	製菓材料	チョコレート加工品、フルーツ洋酒漬（ラムレーズン他）、メープルシロップ、フルーツフィリング
	栗製品	栗甘露煮、マロンペースト、マロングラッセ等
	和菓子材料	製菓用野菜、桜漬葉、柏葉、よもぎ、杏仁霜
	製パン材料	穀粉類（上新粉、もち粉他）、輸入米粉
	仕入商品	チョコ・ココア、膨張剤・ゼリー、蜂蜜・糖類、洋酒（リキュール類他）、抹茶、胡麻
乾果実・ 缶詰類	ナッツ	クルミ、アーモンド、マカデミアナッツ、松の実、パンプキンシード、ココナッツ、カシューナッツ、ヘーゼルナッツ、ピスタチオ
	ドライフルーツ	レーズン、プルーン、クランベリー、ブルーベリー、パイン、いちじく
	フルーツ加工品	リンゴ加工品、ミカン加工品、黄桃缶詰、マンゴー加工品
	業務用食材	パスタ、筍、トマト加工品、デザート食材、スイートコーン
菓子・ リテール商品類	菓子	チョコレート菓子、ビスケット
	リテール商品	ナッツ小袋、プルーン小袋、その他ドライフルーツ小袋、野菜加工品

# 品目別売上構成

## ShoEi

(単位：百万円)

	前期		当期		前期比	
	売上高	構成比	売上高	構成比	増減額	増減率
乳製品・油脂類	34,623	34.4%	34,267	34.4%	▲355	▲1.0%
製菓原材料類	15,453	15.4%	16,635	16.7%	1,182	+7.6%
乾果実・缶詰類	31,663	31.5%	30,143	30.2%	▲1,519	▲4.7%
菓子・リテール類	18,530	18.4%	18,264	18.4%	▲265	▲1.4%
その他	302	0.3%	319	0.3%	16	+5.6%
合計	100,572	100.0%	99,631	100.0%	▲941	▲0.9%

### 乳製品・油脂類

- ◆ 練乳、液状乳製品など関係会社工場製品および国内仕入のチーズ、バター、粉乳などの販売が好調に推移。
- ◆ 一方、国内生乳生産が増加したこともあり国内乳製品市場での在庫の解消に時間を要していることから、輸入乳製品売上が減少。

### 製菓原材料類

- ◆ マロンペーストを中心にした菓製品が好調に推移し、チョコレート加工品、焼き菓子加工品、フルーツ洋酒漬け、コンビニエンスストア向けなどの国内仕入品が堅調に推移。

### 乾果実・缶詰類

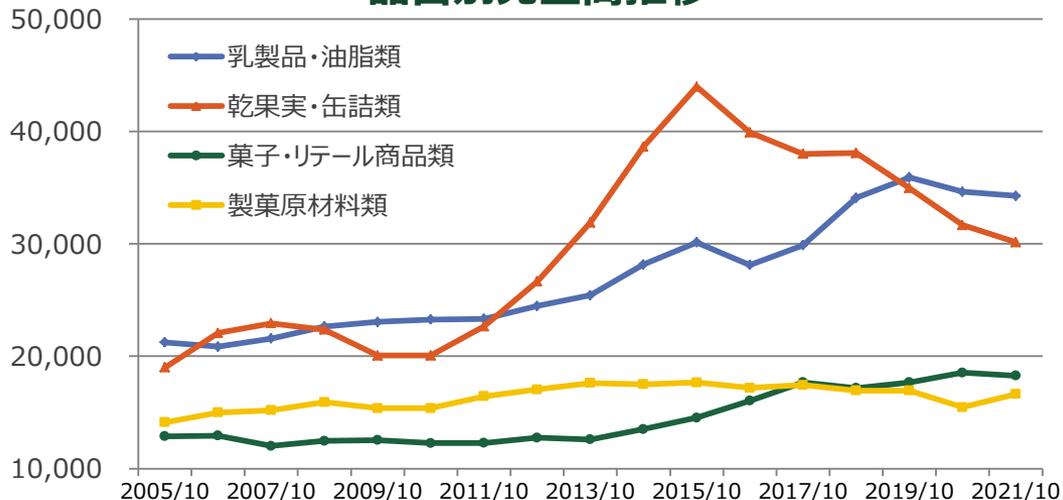
- ◆ 日本国内では販売物量は増加したが、作柄の影響による原料価格低下を反映し平均販売価格が低下。
- ◆ 中国ではコロナ禍の影響から中国産シード類の受入れ量が大きく減少。
- ◆ 米国事業でもクルミ価格の低下による売上減。

### 菓子・リテール商品類

- ◆ リテール商品については、コロナ禍により生じた内食化や健康志向を背景に、食品スーパーなどでの需要が引続き拡大し順調に推移。
- ◆ 一方、菓子類については、前年のコロナ禍の影響での菓ごもり需要の反動があり、減収。

(百万円)

## 品目別売上高推移

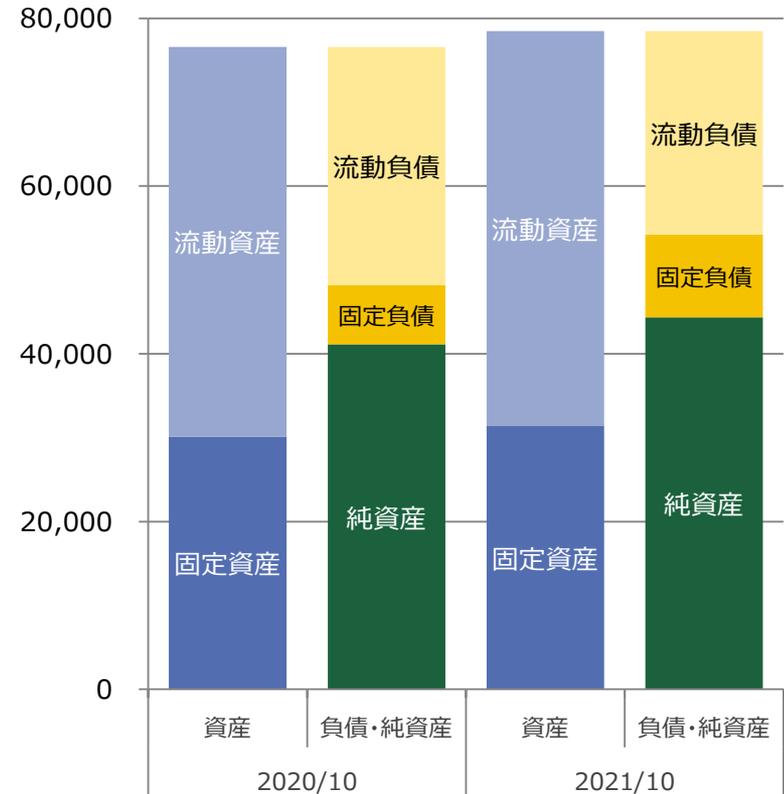


# 連結財政状況

**ShoEi**

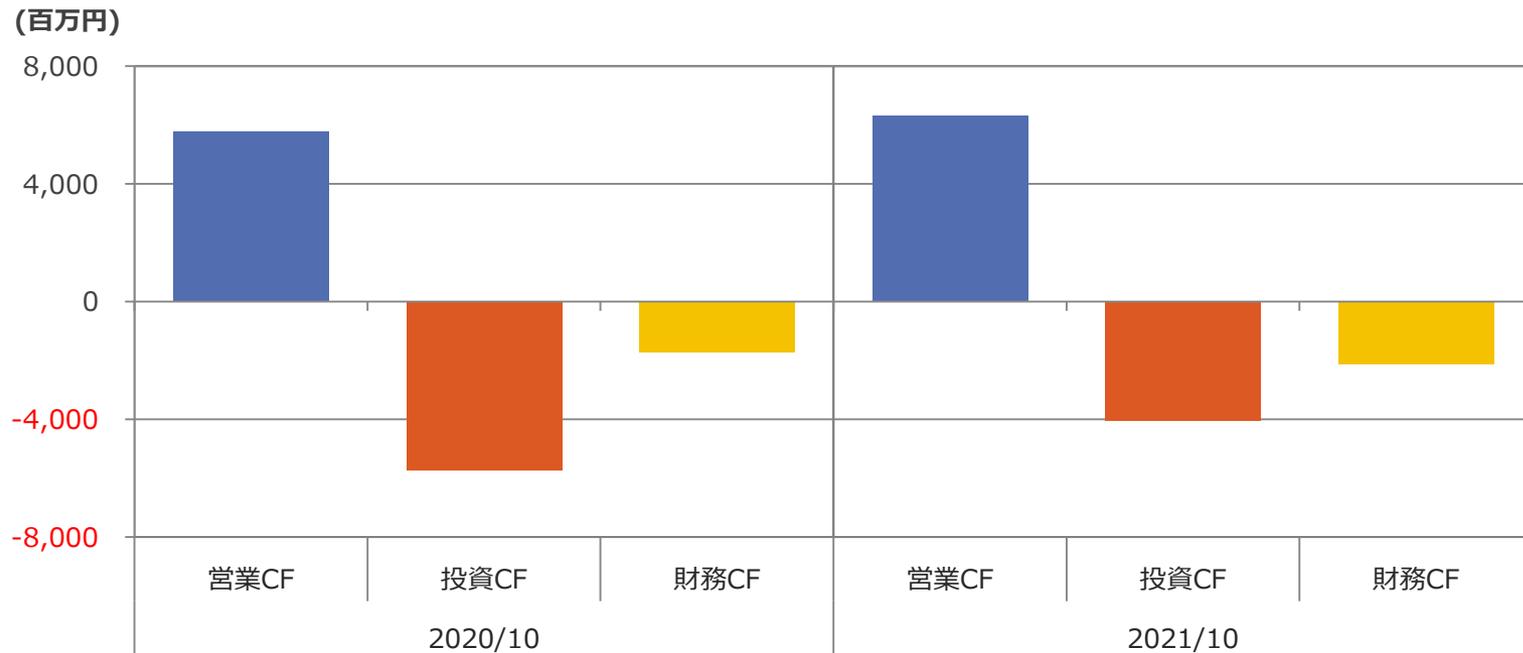
(単位：百万円) (百万円)

		前期	当期	増減額	
資産	流動資産	現預金	9,426	9,858	+431
		受取手形及び売掛金	19,739	19,572	▲166
		棚卸資産	15,933	16,419	+485
		その他流動資産	1,341	1,167	▲173
	小計	46,441	47,018	+577	
	固定資産	有形固定資産	24,380	25,215	+835
		無形固定資産	227	267	+40
		投資その他の資産	5,534	5,968	+433
	小計	30,141	31,451	+1,309	
	資産合計	76,582	78,470	+1,887	
負債	流動負債	28,355	24,249	▲4,105	
	固定負債	7,075	9,868	+2,792	
	負債合計	35,430	34,117	▲1,312	
純資産	株主資本	38,858	40,863	+2,004	
	その他の包括利益累計額	1,505	2,653	+1,147	
	非支配持分	788	835	+47	
	純資産合計	41,152	44,352	+3,200	
負債・純資産合計	76,582	78,470	+1,887		
有利子負債	18,835	17,722	▲1,112		



- ◆ 現預金・棚卸資産が増加し、流動資産は増加。
- ◆ 設備投資により有形固定資産は増加。
- ◆ 利益の内部留保や円安や株価上昇により純資産が増加。
- ◆ 有利子負債は減少。

# キャッシュフローの状況

**ShoEi**

- ◆ 営業キャッシュフローはプラスを維持。
- ◆ 設備投資の実施により投資キャッシュフローはマイナス。
- ◆ 有利子負債の減少により財務キャッシュフローはマイナス。
- ◆ 現金及び現金同等物は増加。

## 2) 中期経営計画

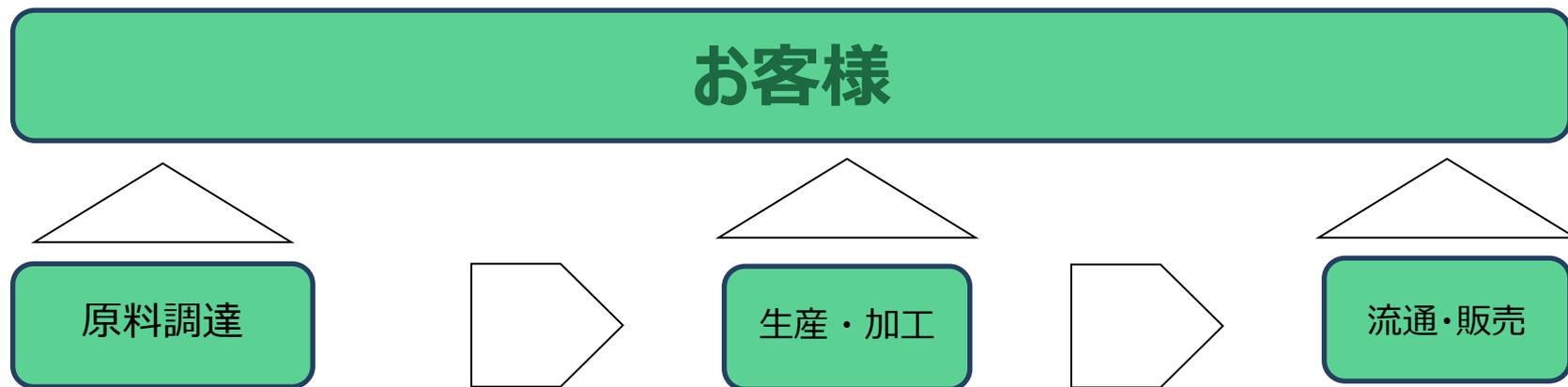
---

# 経営理念と企業ビジョン

**ShoEi**

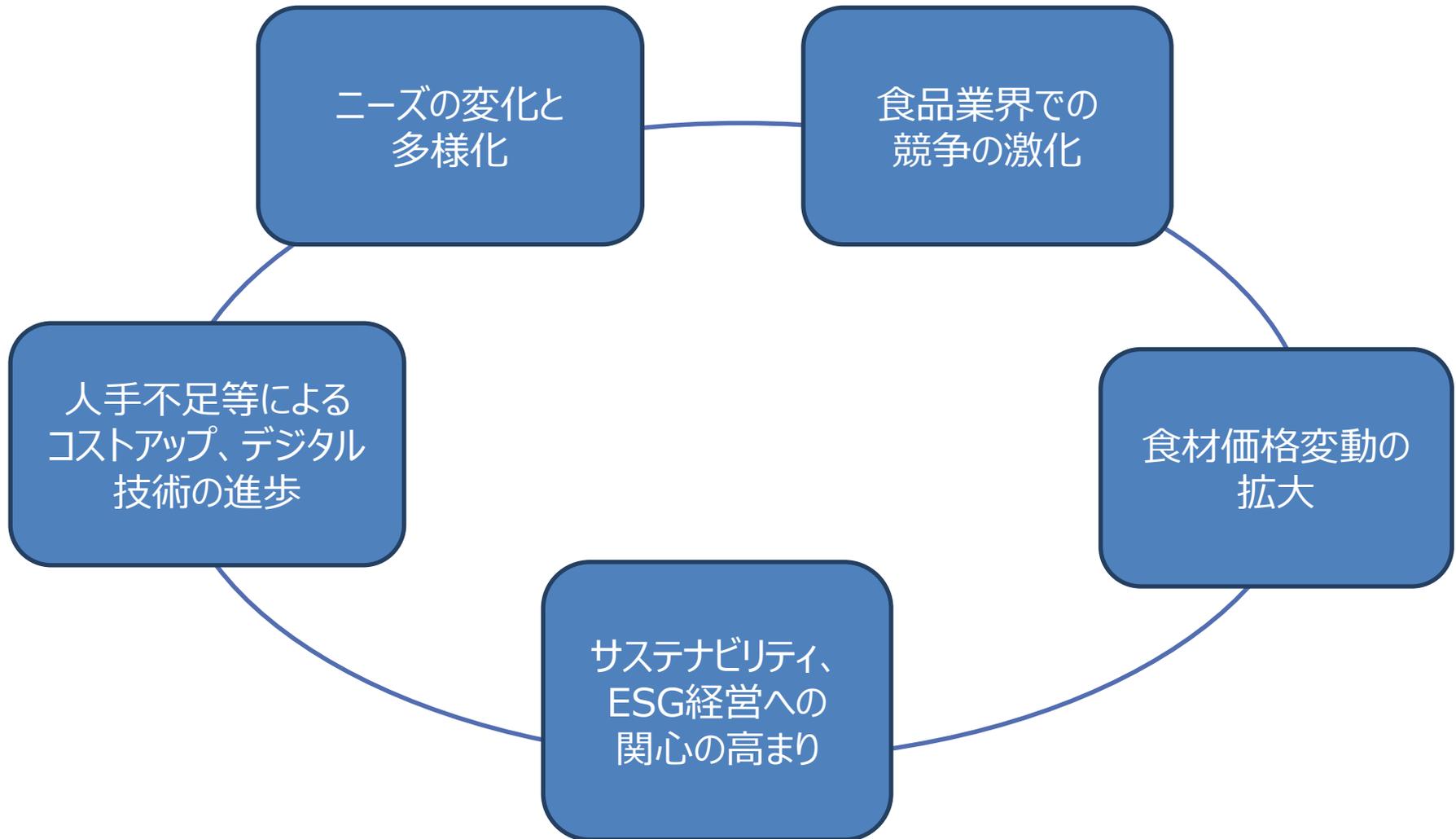
経営理念： 私たちは、お客様に常に国内及び海外から厳選された安全・安心な食品を提供することで、新たな食文化を創造し、社会に貢献することを目指します。

ビジョン： 私たちは、新たな食文化の創造を通じて社会に貢献できるグローバルな企業グループを目指します。そのために、お客様の化するニーズに的確にお応えできるよう、原料調達、生産・加工、流通・販売という一貫した機能を強化してまいります。



# 経営環境と課題

**ShoEi**



# 経営戦略と施策

## 1. 国内営業基盤の拡充と商品提案力の強化

顧客基盤の拡充	新規取引先開拓により、得意先基盤を拡充し、業界の中で特定企業に偏らないようカバレッジのアップを目指します。
提案営業力の強化とシェアアップ	業種別での取引状況を見直し、得意先の商品開発ニーズに対応する食材の提案など、成長する製品・業界への的確な提案を行ってまいります。また、営業担当者の提案営業力向上を図り、生産子会社を活用した付加価値の高い商品の提案を行ってまいります。
物流の見直し	物流費の上昇の抑制を目的に、物流の見直しを図り、効率的・効果的な物流を目指します。

## 2. 生産機能の充実

生産部門の改革	生産機能強化の方策を具体化し、生産機能を有した食材専門商社という当社の強みを更に増強いたします。
長期的視野での設備投資の実施	工場老朽化・生産能力不足への対応や人手不足に対する省力化設備や品質向上のための選別機器等へ、長期的視野での設備投資を実施してまいります。
生産効率化の推進	工場間での情報交換の促進、生産計画の精度向上やシステム導入などにより、歩留まりや生産効率向上を図ります。

## 3. 商品品質と仕入管理の向上

品質管理・保証体制の強化	検査機器の導入、工場での品質管理の徹底、選別能力の向上等により安全・安心な食品を安定的に提供できる体制を一層拡充いたします。コロナ禍に対応し海外仕入先へのリモート監査等による品質維持に努めます。
新規仕入先や新規商品の発掘	新規仕入先発掘や仕入先との連携強化により、世界各国からの食材調達力を拡充します。新設した商品開発の専任部署の活用や積極的な設備の入れ替えにより、取扱い商品の新用途提案や新商品開発を行ってまいります。
仕入管理の向上	現地価格や為替相場動向に即したタイムリーな原料仕入により在庫リスクや原価率の低減を図ります。

## 4. グローバル展開の推進

中国事業の採算改善	中国事業については、付加価値製品の販売強化、グループ会社間の連携強化により、採算改善を目指します。
米国事業の拡大と採算向上	米国事業の強化を目的に、農家との関係強化によるクルミ受入量の増加や製造工程の改善を図ります。

## 5. 経営基盤の強化

ESG経営の推進	環境への配慮、社会への貢献、公正・透明な企業運営などのCSR（企業の社会的責任）への対応を進めます。エネルギー消費や食品廃棄物の低減のための生産工程の改善や省エネ設備の導入を推進します。
DXによる効率経営の追及	ITの一層の活用をはかります。物流の見直し、営業支援システムの導入による社内業務の効率化、ペーパーレス化の推進などを図ります。
コーポレート・ガバナンス体制強化	コーポレート・ガバナンス・コードへの対応強化を図り、コーポレート・ガバナンス体制の一層の充実を図ります。独立社外取締役とのコミュニケーション強化等により取締役会の実効性の向上を目指し、情報開示の充実を図ってまいります。
リスク管理・コンプライアンスの高度化	リスク管理プログラムによるモニタリング等、全社的・多面的なリスクをより専門的に評価・分析いたします。反社会的勢力との取引排除体制の維持、インサイダー取引防止等のコンプライアンス強化を図ります。自然災害の多発化に対応しBCP（業務継続計画）の整備に努めます。
人的資源の充実と働き方改革への対応	人的資源の一層の充実のため、生産管理、品質管理、海外事業等、分野別での人材育成プログラムを実施してまいります。女性・中途採用者などの社内での活躍を推進し、人材の多様化を強化します。

# 来期業績予想

**ShoEi**

(単位：百万円)

	当期 実績	来期 業績予想	前期比
売上高(新基準)※	95,168	100,000	+5.0%
売上高(従来基準)	99,631	104,500	+4.8%
営業利益	4,182	4,300	+2.8%
経常利益	4,279	4,350	+1.6%
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,789	2,850	+2.1%
1株当たり当期純利益	165円74銭	169円34銭	

※ 2022年10月期の期首より「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)を適用するため、上記の連結業績予想は当該会計基準を適用した後の金額となっております。その結果、次期連結業績予想における売上高は、これまでの計上方法と比較して約4,500百万円減少する見込みであります。

# 経営目標と株主還元方針

**ShoEi**

- ◆売上高に関しては、作柄や需要の変化を反映した現地価格の変動や為替相場の変動により、輸入食材の仕入単価が変動し、これを反映し販売価格も変動することから、販売量の増減とは別に売上高の増減要因となります。従って、経営指標としては、売上高よりも、売上総利益や営業利益での増益を主要な経営目標としております。また、企業価値の持続的な向上を目指し、ROE（株主資本利益率）で8%を目指す方針としております。工場の新設などの設備投資を積極的に行っており、減価償却費の計上等により現在は8%を下回っておりますが、中期的に8%の達成を目指します。
- ◆利益配分につきましては、株主の皆様への利益還元を経営の重要課題と位置付け、安定的な配当を維持することを基本方針とし、また、中長期的な成長を実現するための事業投資と、内部留保の水準等を考慮して総合的に判断し、中間配当と期末配当の年2回の剰余金の配当を行うことを基本方針としております。
- ◆当事業年度の配当につきましては、中間配当が1株につき24円、期末配当が1株につき24円、合計で48円の配当といたしました。
- ◆次期の配当につきましては、中間配当が1株につき24円、期末配当が1株につき24円、合計で48円とすることを予定しております。

# 将来見通し等に関する注意事項 **ShoEi**

本資料につきましては投資家の皆様への情報提供のみを目的としたものであり、売買の勧誘を目的としたものではありません。本資料における、将来予想に関する記述につきましては、目標や予測に基づいており、確約や保証を与えるものではありません。また、将来における当社の業績が、現在の当社の将来予想と異なる結果になることがある点を認識された上で、ご利用ください。

また、業界等に関する記述につきましても、信頼できると思われる各種データに基づいて作成されていますが、当社はその正確性、完全性を保証するものではありません。

本資料は、投資家の皆様がいかなる目的にご利用される場合においても、お客様ご自身のご判断と責任においてご利用されることを前提にご提示させていただくものであり、当社はいかなる場合においてもその責任は負いません。