



2022年3月期第2四半期 決算説明資料

2021年11月11日
株式会社ショクブン
証券コード：9969

- 1 2022年3月期 第2四半期決算の概要
- 2 2022年3月期通期見通し、など
- 3 最近の取り組み及び今後の展開



1 2022年3月期 第2四半期決算の概要



▲豊川営業所

2022年3月期 第2四半期決算のポイント

- 売上高：3,318百万円（前年同期比101.6%）
 - 営業利益：80百万円（前年同期 営業利益58百万円）
- 増収増益計上

■ 売上高

- ・ 定番商品（エコクック・和ごころ等）の売上が堅調に推移
- ・ コロナ禍の巣ごもり需要による売上の増加

■ 営業利益

- ・ 店舗統廃合によるコスト減少
- ・ 野菜を中心に原材料価格が安定的に推移

2022年3月期 第2四半期決算 ハイライト

- 売上高：3,318百万円（前年同期比101.6%）
- 売上総利益率：野菜を中心に原価率が安定（前年同期39.3%⇒40.1%）
- 7-9月は売上高は予算未達、コスト削減により営業利益を確保

（単位：百万円）

	2021年3月期2Q		2022年3月期2Q				
	金額	構成比	4-6月	7-9月	合計金額	構成比	前年同期比
売上高	3,265	100%	1,656	1,661	3,318	100%	102%
売上総利益	1,286	39.3%	673	659	1,332	40.1%	104%
営業利益	58	1.8%	44	35	80	2.4%	136%
経常利益	69	2.1%	44	28	73	2.2%	106%
親会社株主 帰属純利益	38	1.2%	16	30	46	1.3%	121%

セグメント売上高の状況（商品別）

- ・メニュー商品売上高101%、特売商品売上高は106%、合計102%（前期比）

（単位：百万円）

	2021年3月期2Q			2022年3月期2Q			前年同期比
	売上高		合計	売上高		合計	売上高
	4-6月	7-9月		4-6月	7-9月		
メニュー商品	1,542	1,573	3,115	1,561	1,596	3,158	101%
特売商品	94	55	150	94	65	159	106%
合計	1,637	1,628	3,265	1,656	1,661	3,318	102%

セグメント別事業の状況（支社別）

- ・ 売上、利益ともに順調に推移。大阪支社に関しては売上を増加させるために戦略的にマーケティングを強化。

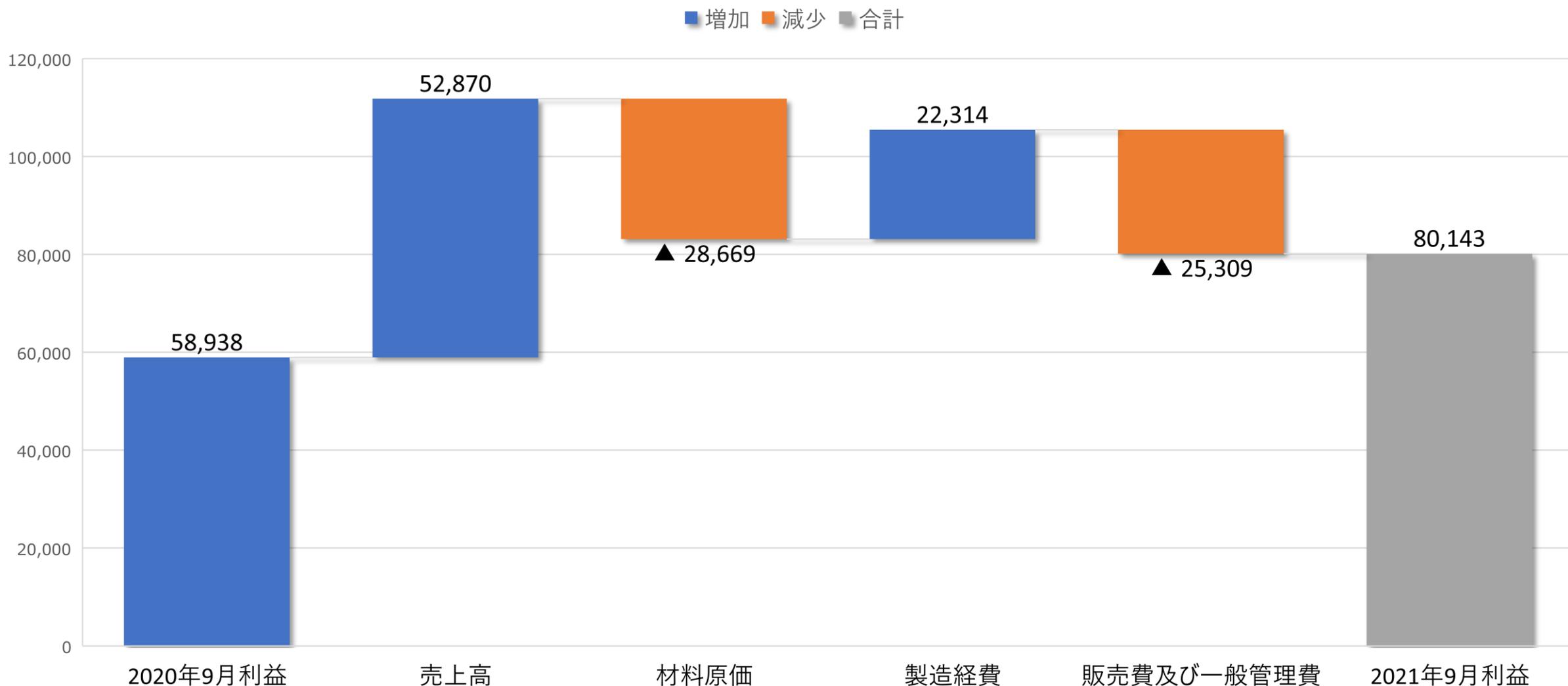
（単位：百万円）

	2021年3月期2Q		2022年3月期2Q						前年同期比	
	売上高	営業利益	売上高			営業利益			売上高	営業利益
			4-6月	7-9月	合計	4-6月	7-9月	合計		
愛知支社	1,678	160	855	863	1,719	80	97	178	102%	111%
三重支社	445	45	224	226	451	24	22	46	101%	103%
岐阜支社	534	55	270	267	537	37	32	69	101%	124%
大阪支社	290	14	150	152	302	3	2	6	104%	45%
京滋支社	271	13	135	132	268	6	6	13	99%	100%
合計	3,220	290	1,636	1,643	3,280	153	161	314	102%	108%

※子会社、本部経費、フランチャイズを除いた数値となっております。

営業利益の増減分析

- 売上高の増加+52百万円、製造経費の減少△22百万円、マーケティング費用増加による販管費の増加+25百万円、営業利益+21百万円



2022年3月期第2四半期 営業拠点の状況

	2020年3月期	2021年3月期	2021年9月
中部 合計	30拠点	28拠点	28拠点
愛知支社	18拠点	17拠点	17拠点
三重支社	7拠点	7拠点	7拠点
岐阜支社	5拠点	4拠点	4拠点
近畿 合計	6拠点	6拠点	6拠点
大阪支社	3拠点	3拠点	3拠点
京滋支社	3拠点	3拠点	3拠点
合計	36拠点	34拠点	34拠点

2021年3月まではリストラの一環として営業拠点の統廃合を積極的に行ってきたため、拠点数は大幅に減少。但し、今期以降はリストラの為の営業拠点の統廃合は原則行わず、各拠点での新規顧客獲得を積極的に推進し、売上利益増加を目指す。

貸借対照表の概要

- ・ 第三者割当増資や取引銀行の支援継続で十分な手元資金を確保（現預金：1,892百万円）

（単位：百万円）

	2021年3月末	2022年3月期2Q	差額	備考
流動資産	2,289	2,098	△191	現預金の減少
固定資産	3,570	3,550	△19	不動産売却による有形固定資産の減少
資産合計	5,859	5,648	△211	
流動負債	2,193	1,983	△209	短期借入金の一部返済、税金の支払による減少
固定負債	1,354	1,314	△40	長期借入金の返済
負債合計	3,548	3,297	△250	
純資産	2,311	2,350	39	
自己資本比率	39.4	41.6	—	
負債純資産合計	5,859	5,648	△211	

キャッシュ・フローの動向

- ・ 第三者割当増資による現預金確保、税金の支払い増加、固定資産の売却収入減少。

(単位：百万円)

	2021年3月期2Q	2022年3月期2Q	差額	備考
営業活動による キャッシュ・フロー	111	△32	△143	未払消費税等の増減額 △101
投資活動による キャッシュ・フロー	415	29	△386	有形固定資産の売却 △367
フリー・キャッシュ・ フロー	526	△2	△529	
財務活動による キャッシュ・フロー	△378	△206	172	長期借入金返済+377 短期借入金の返済△195
現金及び現金同等物 四半期残高	711	1,892	1,180	

2 2022年3月期通期見通しなど



※本社兼守山営業所

2022年3月期決算見通し

・売上高はほぼ予想通り。利益面は2Qでは上振れしているが、新型コロナウイルス感染症による影響額を正確にとらえることが困難である為、通期予想は据え置き。

(単位：百万円)

	2021年3月期 通期（実績）		2Q(累計実績)		2022年3月期			
	金額	構成比	金額	構成比	3~4Q(累計予想)		通期（予想）	
					金額	構成比	合計	対前期比
売上高	6,839	100%	3,318	100%	3,682	100%	7,000	100%
売上総利益	2,746	40.1%	1,332	40.1%	1,478	40.1%	2,810	40.1%
販管費	2,516	36.7%	1,252	37.7%	1,302	35.3%	2,555	37%
営業利益	230	3.3%	80	2.4%	175	4.7%	255	3.6%
経常利益	194	2.8%	73	2.2%	204	5.5%	277	4.0%
親会社株主 帰属純利益	194	2.8%	46	1.3%	180	4.9%	227	3.3%

3 最近の取り組み及び今後の展開



▲名古屋駅前オフィス



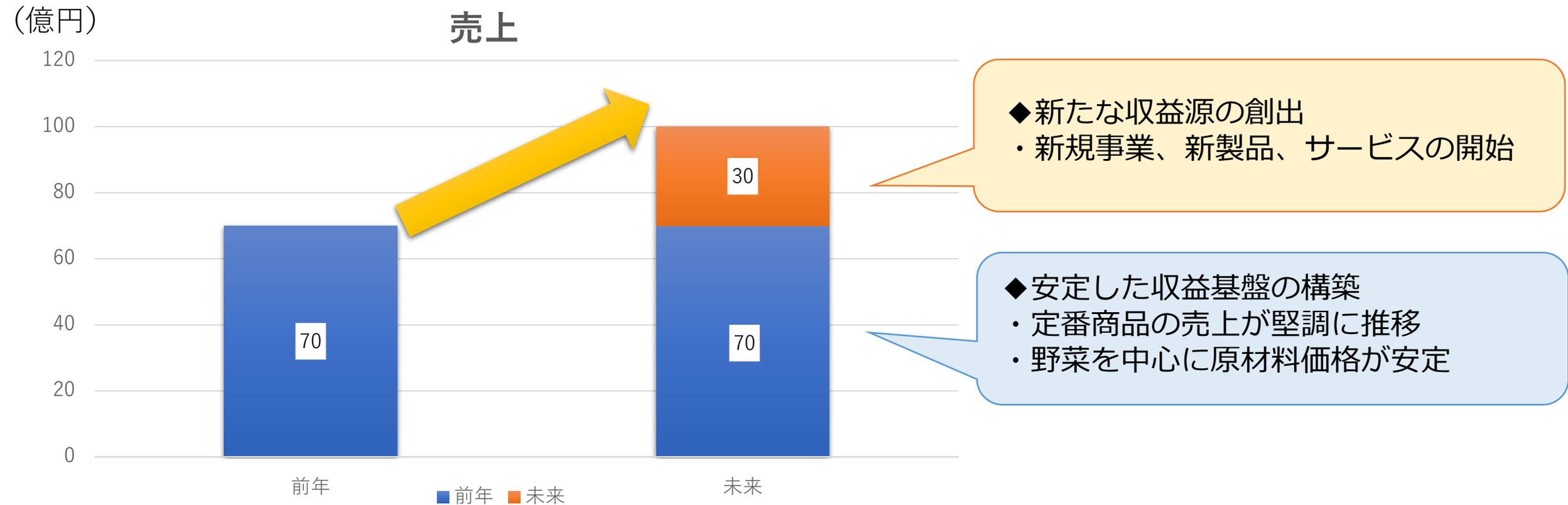
▲豊川営業所



▲料理教室イベント

営業開発本部の設置

「営業開発本部」を設置し、新規事業・顧客開拓推進のため体制を強化。
今期の売上目標から将来的には30億の売上増加を目指す。



お客様の利便性・快適性の向上

(1) 一般酒類小売業免許の取得

お客様在宅勤務の増加やステイホーム生活などで“家飲み需要”が高まっていることを受け、料理食材だけでなく酒類の販売・宅配をすることで、お客様の満足度向上を目指す。

(2) 安全・安心な美味しさの追求

お客様のライフスタイルにあった食材をお届けする。より美味しさ、時短さを求めるお客様の声に合わせた商品の成長も著しい（Sミールキット）。

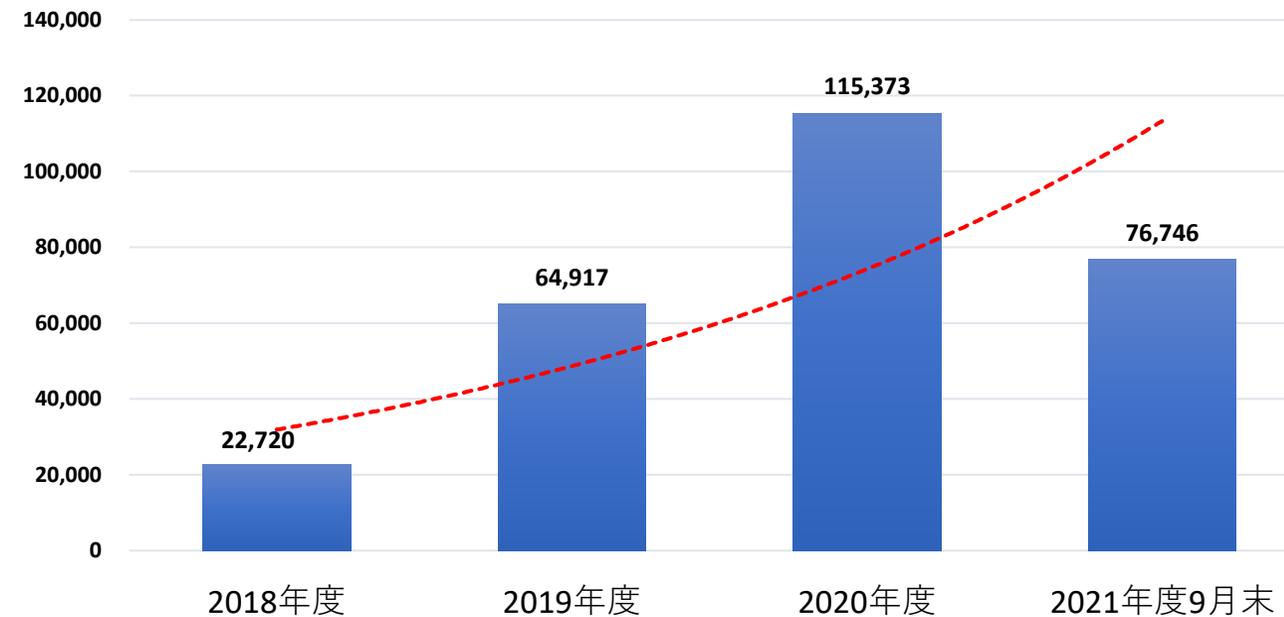
(3) 神明グループとの連携

より鮮度の高い食材の調達。

(4) 営業所の増設

2021年11月15日に泉大津営業所を開設。
今後もお客様の利便性を追求。

Sミールキット（売上推移）



エコクックコース



和ごころコース



バランスコース



カルシウムコース





Sミールキット



10分ごはん



**週末おすすめ
大皿満足メニュー**



料理家 廣瀬ちえ先生と 共同料理教室を開催



ミールキットの認知拡大及び、
ショクブンの献立を調理体験して
いただける場として料理教室を毎
月開催中。



物流企業との業務連携

(大阪府泉南エリアへの再進出)

大阪府の物流企業と業務提携をし、大阪府泉
大津市に営業所を開設。顧客の回復及び新規
顧客の獲得に力を入れる。



■ BtoBサービスに着手

社宅運営会社と連携し、食材を社宅に一括納品するサービスを開始予定。



- ・ 食材の運送コストを削減
- ・ 寮食の食材のコスト削減
- ・ 寮長さんの負担軽減
- ・ 寮食の食材ロス削減

Win-Win

■ 製造の生産性向上

フレッシュセンターに1名、岐阜支社に2名の**外国人特定技能生**が、製造現場にて活躍中。

生産性の向上を目指し、今後更なる受け入れを検討中。



■ GPSマーケティングを用いた広報・宣伝

スマホGPSデータ等を基にターゲットへピンポイントに広告配信する仕組みを活用し、

顧客層（ペルソナ）に一致するターゲットへ戦略的に広告を打つなど、結果に繋がるエリアマーケティングを行っている。



地域に愛される企業を目指して

(1) メディア露出

テレビCMや、テレビ・ラジオ出演によるマスメディア広告への露出増により、企業・ミールキット全体に対する認知拡大に繋げる。

また、近年のデジタルマーケティングの重要性の高まりを受け、SNSによるショクブンのファン獲得キャンペーンとアプリの利用販促キャンペーンの実施、ネット広告などのデジタル分野における販促活動を積極的に行っていく。



▼親しみやすいテレビCM



▼テレビ取材



東海テレビ「スイッチ」

▼ラジオ出演



CBCラジオ「北野誠のズバリ」

(2) 各自治体との連携

●地域見守りネットワークへの協力

子どもや一人暮らしのご高齢の方が安心して生活を送っていただくための一助として、名古屋市など市町村と見守り活動へ協力契約を締結。

(あま市、大府市、可児市、名古屋市、四日市市、他25の市町村と締結済み。

また、他23の市町村と締結申請中)



※大府市地域見守り活動ステッカー



●あいち子ども食堂ネットワーク様への食材提供

地域住民や自治体が主体となって、無料または低価格で子ども達に食事を提供する子ども食堂。子ども食堂に食材を無償提供することで食品ロス削減にも寄与している。



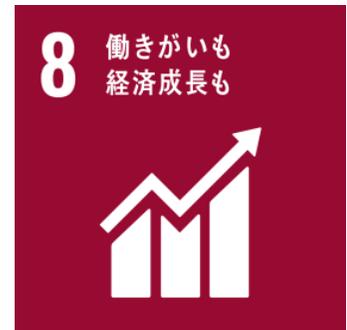
(3) SDGsの取り組み

ショクブンサービスを利用拡大していくことにより、以下の効果が期待できる。

- ①食卓でのフードロス削減に貢献
- ②食材の買い物にかかる移動量を削減することで環境問題に貢献
- ③男性も家事（料理）に参加しやすくなることでジェンダーレスな社会づくりに貢献
- ④外国人労働者の採用を強化していくことで、生産的かつ働きがいのある雇用を生み出す。
- ⑤ワークライフバランスの改善を推進。

有給休暇取得率の向上、管理職の女性割合向上など、女性がより働きやすい

環境整備に引き続き取り組んでいく。



本資料に係る免責事項

本資料は、資料作成時点において当社が入手している情報に基づき策定しており、当社の実際の将来における事業内容や業績等は、本資料に記載されている将来展望と異なる場合がございます。

また、本資料が基礎とした情報の中には、決算短信及び四半期報告書の財務諸表に基づく財務情報並びに財務諸表又は計算書類に基づかない管理数値が含まれており、いずれも独立した公認会計士又は監査法人による監査を受けていないことをご了承ください。

毎日の“考える・買う・作る”を時短に

レシピと食材、アドバイザーが届けます

SHOKUBUN

株式会社ショクブン

証券コード：9969