



2024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 東証プライム市場)

I. 2024/10期実績

II. 中期経営計画

業績ハイライト

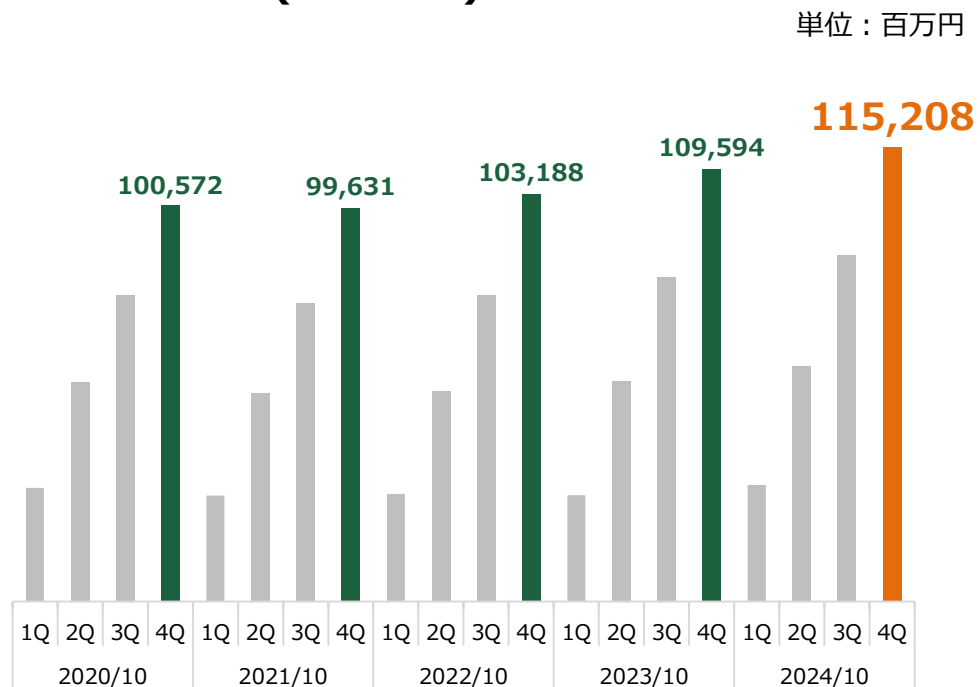
- ◆ 売上高につきましては、日本国内で乳製品やリテール品などの売上が増加した上、米国からの殻付クルミの輸出や中国国内でのナッツ・ドライフルーツ販売など海外セグメント売上が増加し、ほぼ予想通りの売上となり、前年同期比で+5.1%の増収となりました。
- ◆ 利益につきましては、米国ではクルミのマージン縮小で減益となりましたが、エネルギーコストの落ち着きや商品価格改定の進展等から日本国内での利益が改善し、中国セグメントでも輸出・国内販売両方で採算が改善しました。この結果、期初予想を上回る利益を計上し前期比でも大幅の増益となりました。

単位：百万円

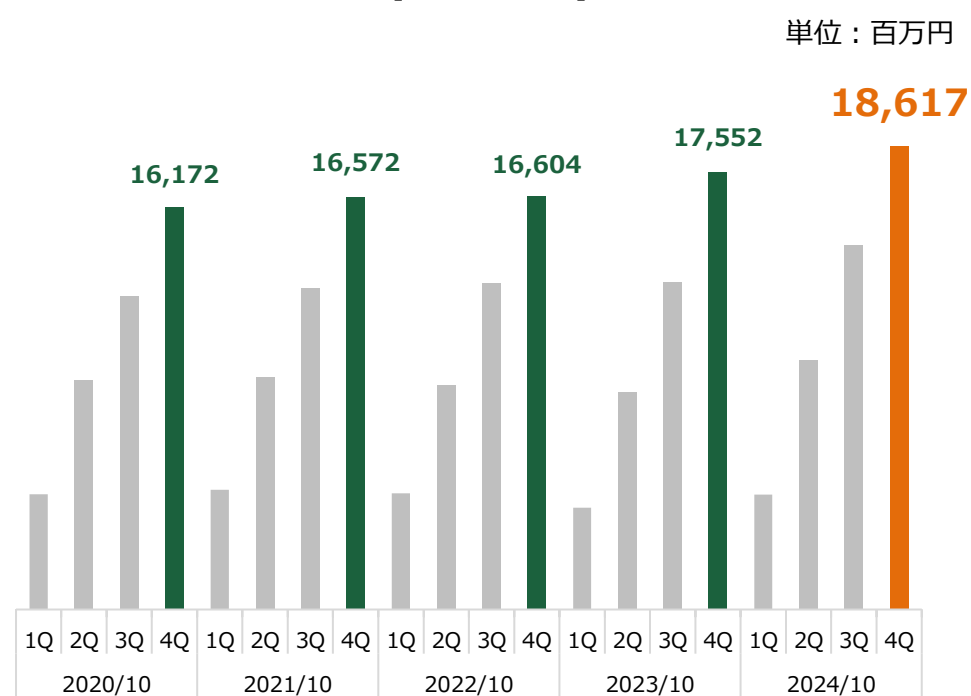
	2023/10期	2024/10期		前年同期比	期初予想比	修正予想比	
	実績	期初予想	修正予想				実績
売上高	109,594	110,000	115,000	115,208	+5.1%	+4.7%	+0.1%
売上総利益	17,552	—	—	18,617	—	—	—
営業利益	4,034	4,200	5,000	4,844	+20.0%	+15.3%	▲3.1%
経常利益	4,137	4,250	5,100	4,950	+19.6%	+16.4%	▲2.9%
親会社株主に帰属する 当期純利益	2,809	2,900	3,250	3,170	+12.8%	+9.3%	▲2.4%
売上高営業利益率	3.6%	3.8%	4.3%	4.2%	—	達成	未達

- ◆ 売上高は順調に増加し、過去最高を更新しました。
- ◆ 売上総利益も同様に過去最高を更新しました。

売上高推移(四半期別)

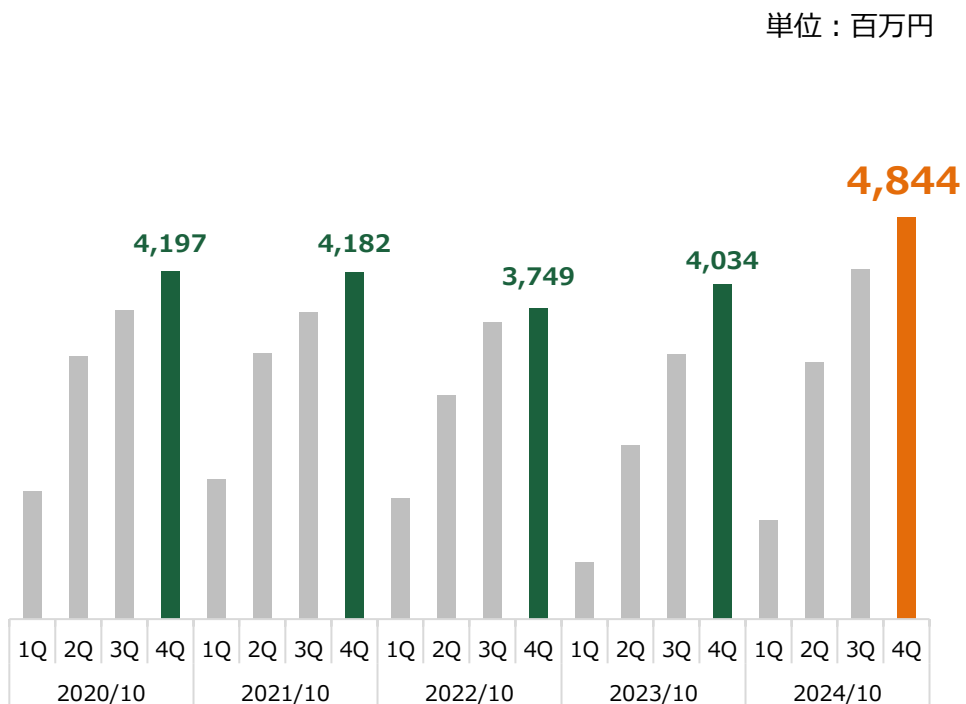


売上総利益推移(四半期別)

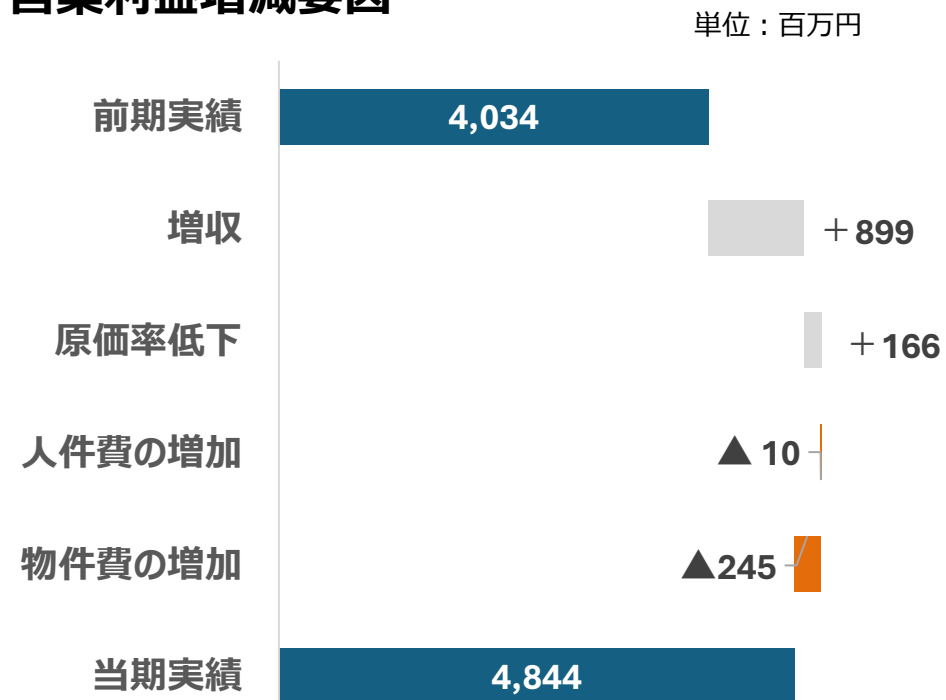


- ◆ 営業利益は、2017/10期の過去最高まではいきませんでした、2番目に高い利益となりました。
- ◆ 前期比では、物件費の増加はありましたが、増収効果と原価率の低減により増益となりました。

営業利益推移(四半期別)



営業利益増減要因



セグメント別事業内容

ShoEi

日本

製菓・製パン業界を中心とした食品業界向けの食品原材料（乳製品、油脂、製菓材料、乾果実、缶詰、外食用食材等）の仕入れ、加工・製造、販売を主要業務としているほか、菓子類や乾果実類（ナッツ、ドライフルーツ）のリテール商品を製造して販売。国内に7工場を所有。

米国

SHOEI FOODS (U.S.A.), INC

- ① クルミを農家から仕入れ、殻付きまたは剥き身に加工して主に輸出
- ② プルーンの仕入と販売
- ③ 乾果実類を米国内で仕入れ、日本（当社）へ輸出
- ④ プルーン・クルミ・アーモンド農園経営
- ⑤ 乾果実類を輸入し米国内で販売

中国

青島秀愛食品有限公司

延吉秀愛食品有限公司

- ① 製菓原材料類、乾果実類の加工・製造
- ② 加工品、製造品の日本や欧州等への輸出
- ③ 上海秀愛国際貿易有限公司や香港正栄国際貿易有限公司経由で中国・香港内での販売

上海秀愛国際貿易有限公司

香港正栄国際貿易有限公司

- ① 主に乾果実類を輸入し、中国・香港で販売
- ② 青島秀愛食品有限公司、延吉秀愛食品有限公司で加工・製造した製品を中国・香港内で販売



セグメント別業績

ShoEi

単位：百万円

	売上高				セグメント利益			
	2023/10期	2024/10期	増減額	増減率	2023/10期	2024/10期	増減額	増減率
日本	99,770	102,699	2,928	+2.9%	3,689	4,441	751	+20.3%
米国	7,950	8,940	990	+12.4%	563	379	▲ 183	▲ 32.6%
中国	8,917	10,527	1,610	+18.0%	92	448	355	+384.3%
調整額	▲ 7,042	▲ 6,957	85	-	▲ 311	▲ 424	▲ 113	-
合計	109,594	115,208	5,614	+5.1%	4,034	4,844	810	+20.0%

日本

- ◆ 売上高は、値上げ効果もあり、乳製品、ドライフルーツ類、リテール商品などの売上が増加したことから、前年同期比2.9%増の1,026億99百万円となりました。
- ◆ セグメント利益は、乳製品、ナッツ、ドライフルーツ、菓子・リテール商品類などの採算が改善したことから、前年同期比20.3%増の44億41百万円となりました。

米国

- ◆ 売上高は、主力のクルミについて、良好な作柄を背景に受入量・販売量が増加し売上増となったこと、また中国産松の実の米国内での販売が増加となったことから、当地域の売上は前年同期比12.4%増の89億40百万円となりました。
- ◆ セグメント利益は、クルミの販売量は増えましたが、期中での価格変動の結果、平均仕入価格と平均販売価格の差が前期より縮小したため、前年同期比32.6%減の3億79百万円となりました。

中国

- ◆ 売上高は、ナッツやドライフルーツなどの中国国内での売上が増加し、中国産シード類などの輸出も順調に推移したことから、前年同期比18.0%増の105億27百万円となりました。
- ◆ セグメント利益は、中国国内での販売好調に加え、輸出についても中国産シード類の欧州向け輸出やドライフルーツ加工品の日本向け輸出が採算改善となりましたので、前年同期比384.3%増の4億48百万円となりました。

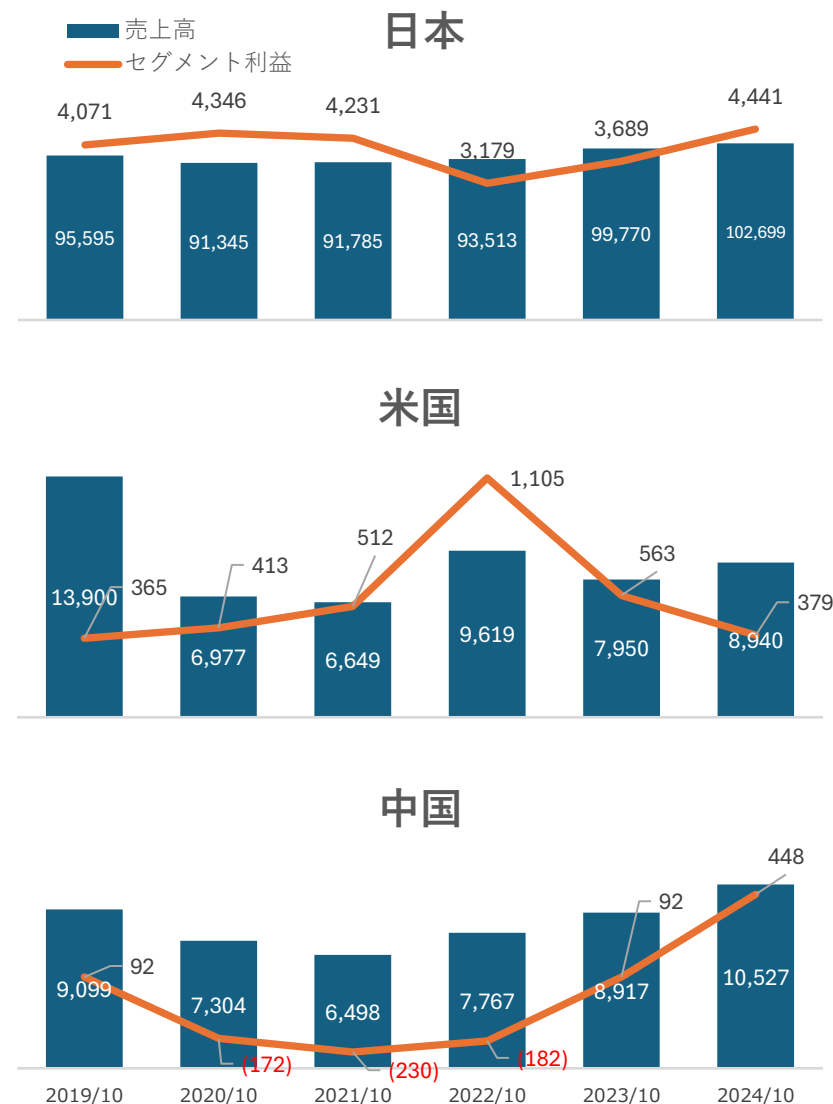
事業ポートフォリオ

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、右上図のセグメント別の業績にある通り、売上と利益共に順調に推移しております。
- 米国セグメントについては、クルミの販売マージンの縮小で前期より減益となりましたが売上は順調に推移しております。
- 中国セグメントについては、香港子会社の業績が引続き堅調に推移しており、中国国内販売も回復しており、増収が続いております。また、利益も改善しており、今期は大きな増益を実現いたしました。商品ラインアップの拡充や自社工場製品の拡売を図る製販一体化推進などの効果が業績改善に繋がりました。



品目別の主要商品

大分類	中分類	主な商品
乳製品・油脂類	乳製品	バター、粉乳、練乳、液状乳製品、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、製菓用焼き菓子、フルーツ洋酒漬（ラムレーズン他）、ピール加工品、フルーツファイリング
	栗製品	マロンペースト、栗甘露煮、マロングラッセ
	和菓子材料	さつまいも、杏仁霜、柏葉、桜漬葉
	製パン材料	上新粉、餅粉
	仕入商品	膨張剤・ゼリー、チョコ・ココア、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&シード類	アーモンド、クルミ、マカデミアナッツ、ココナッツ、ピスタチオ、カシューナッツ、ヘーゼルナッツ、松の実、パンプキンシード
	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
	フルーツ加工品	リンゴ加工品、マンゴー加工品、黄桃缶詰、パイン缶詰
	業務用食材	パスタ、スイートコーン、トマト加工品、オリーブオイル、デザート食材、冷凍フルーツピューレ
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

単位：百万円

	2023/10期		2024/10期		前年同期比	
	売上高	構成比	売上高	構成比	増減額	増減率
乳製品・油脂類	34,462	31.5%	35,937	31.2%	+1,474	+4.2%
製菓原材料類	20,070	18.3%	19,339	16.8%	▲730	▲3.6%
乾果実・缶詰類	35,760	32.6%	40,174	34.9%	+4,414	+12.3%
菓子・リテール商品類	19,002	17.3%	19,524	16.9%	+522	+2.7%
その他	298	0.3%	232	0.2%	▲66	▲22.1%
合計	109,594	100.0%	115,208	100.0%	+5,614	+5.1%

乳製品・油脂類

粉乳やバターなどの輸入乳製品売上は減少となりましたが、国内仕入れの国産脱脂粉乳の売上や、生産子会社製造のキャラメルミルク、ソフトクリーム材料等の売上も増加したことから、乳製品・油脂類売上高は前年同期比4.2%増となりました。

製菓原材料類

フルーツ洋酒漬け、チョコレート加工品、フルーツフィリング、ココアなどの売上が伸びましたが、マロンペーストやマロングラッセなどの菓製品の売上が減少となりました。この結果、製菓原材料類売上高は前年同期比3.6%減となりました。

乾果実・缶詰類

日本国内でレーズンやクランベリーなどのドライフルーツ売上が増加したこと、また米国からの殻付クルミの輸出や中国国内でのナッツ・ドライフルーツ類の販売が増加となりました。これらの結果、乾果実・缶詰類売上高は前年同期比12.3%増となりました。

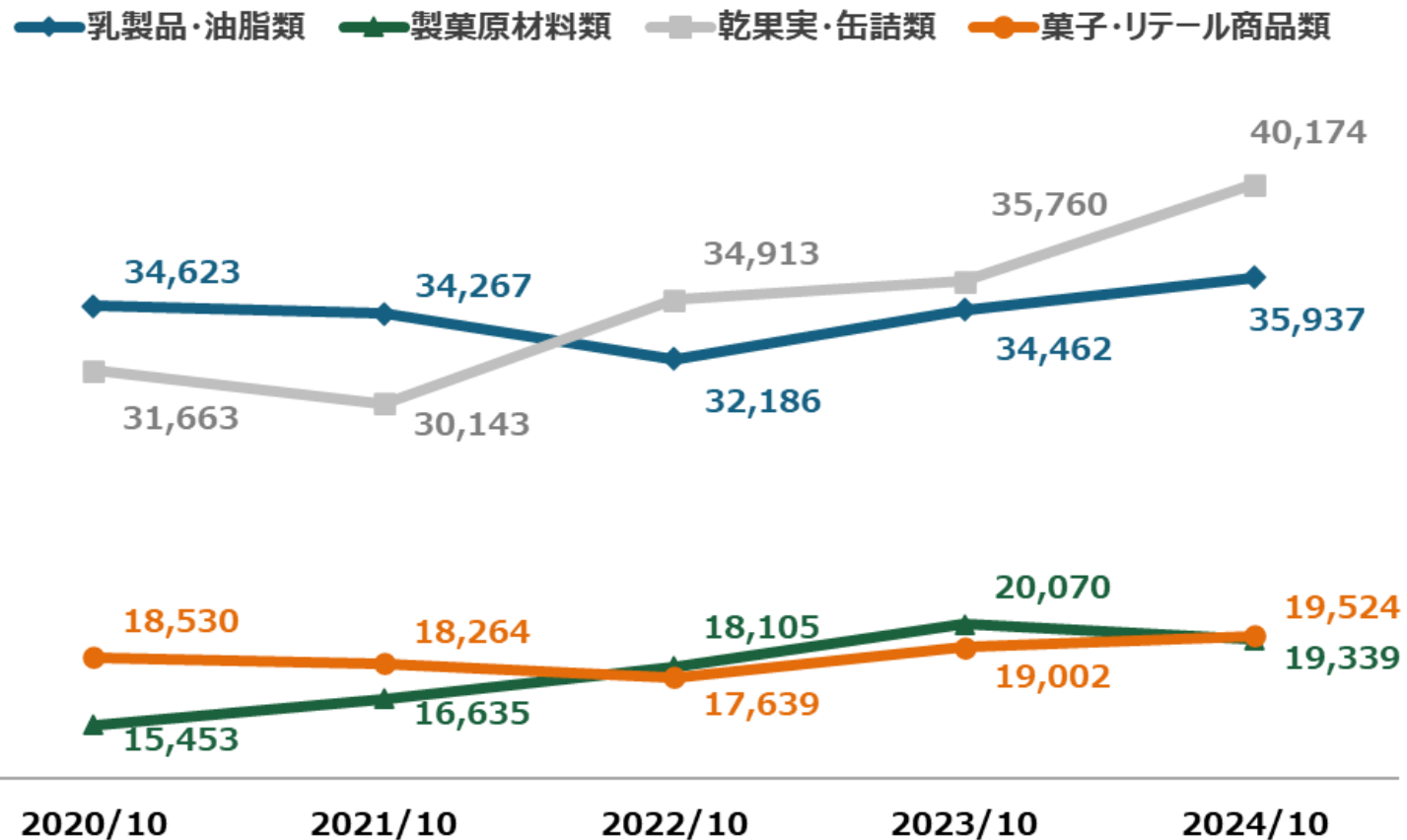
菓子・リテール商品類

カカオ原料価格の高騰による販売価格の上昇もあり、NBのチョコレート菓子については減収となりましたが、ナッツ小袋などのリテール商品やPBのチョコレート菓子類が売上増となりました。これらの結果、菓子・リテール商品類売上高は前年同期比2.7%増となりました。

品目別売上構成

- ◆ 米国や中国での売上が増え、乾果実・缶詰類の売上が伸びております。
- ◆ その他の品目については、安定的に推移しております。過去2期については特に単価が上昇基調となっております。

単位：百万円

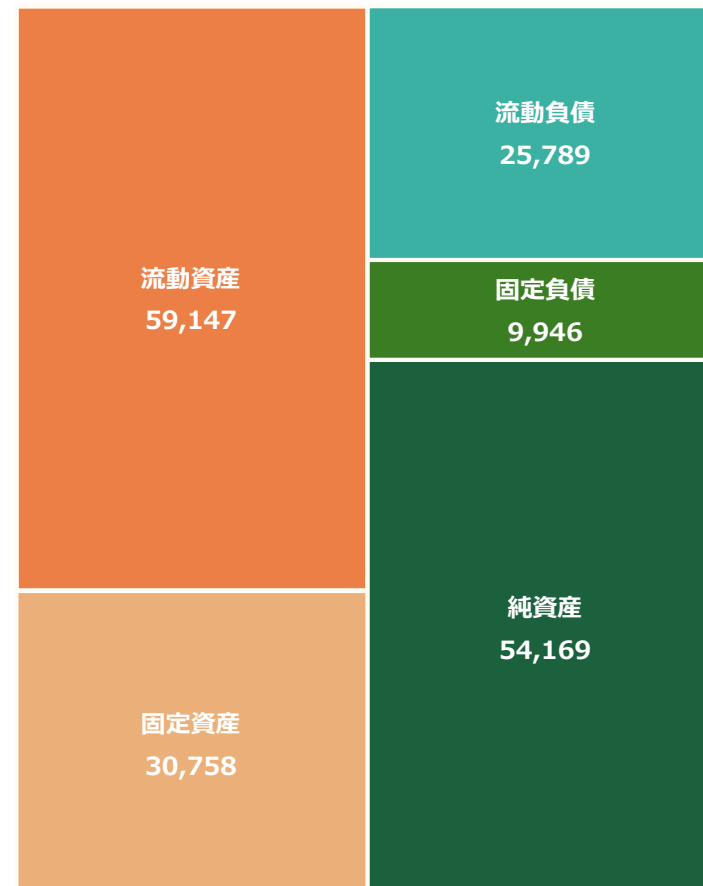


連結財政状況

- ◆ 固定資産は減少しましたが、棚卸資産が増加となり流動資産が増加し、資産合計は増加となりました。
- ◆ 流動負債は減少しましたが、固定負債が増加し、負債合計は増加しました。
- ◆ 利益の内部留保により純資産は増加しました。

単位：百万円

		2023/10期	2024/10期	増減額	
資産	流動資産	現金及び預金	12,948	11,194	▲1,754
		受取手形及び売掛金	21,124	21,823	+699
		棚卸資産	20,104	23,775	+3,671
		その他流動資産	2,077	2,354	+277
		小計	56,254	59,147	+2,893
	固定資産	有形固定資産	24,119	23,438	▲681
		無形固定資産	291	631	+339
		投資その他の資産	6,787	6,688	▲98
		小計	31,198	30,758	▲440
	資産合計		87,452	89,905	+2,453
負債	流動負債	27,191	25,789	▲1,401	
	固定負債	8,225	9,946	+1,721	
	負債合計	35,416	35,736	+319	
純資産	株主資本	44,890	47,259	+2,368	
	その他の包括利益累計額	6,217	5,910	▲306	
	非支配持分	928	999	+71	
	純資産合計	52,035	54,169	+2,133	
負債・純資産合計		87,452	89,905	+2,453	
有利子負債		18,705	17,486	▲1,218	

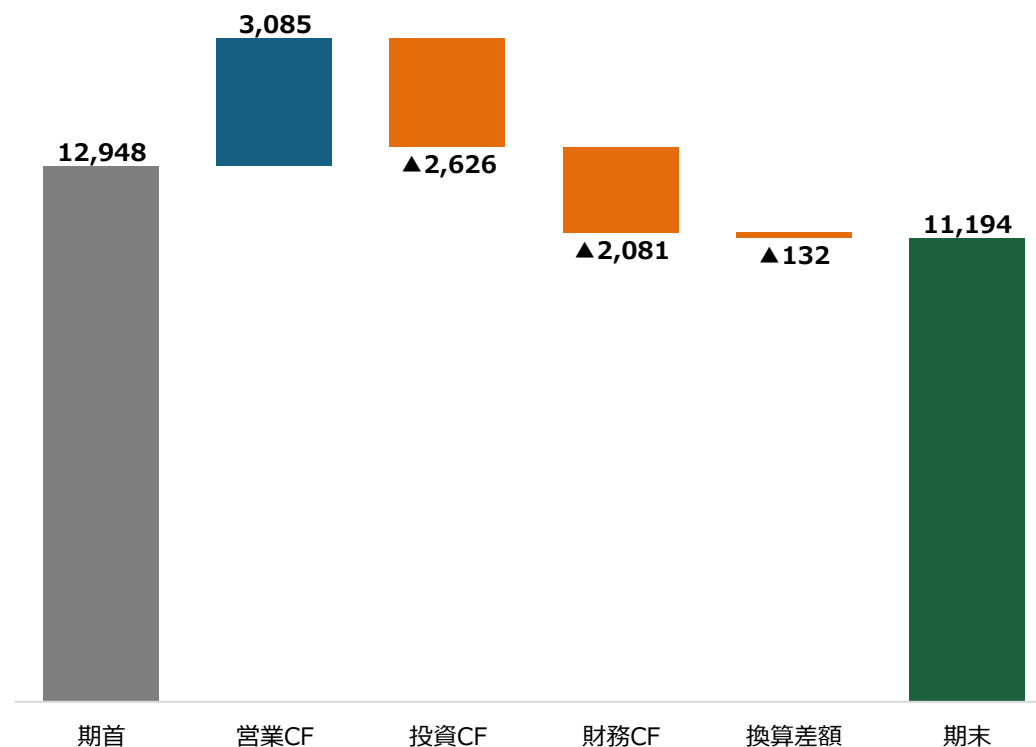


キャッシュ・フローの状況

- ◆ 営業キャッシュフローは棚卸資産は増加しましたが、利益の計上によりプラス。
- ◆ 投資キャッシュフローは設備投資が前年比増加しており、マイナス幅は拡大。
- ◆ 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減少。

単位：百万円

	2023/10期	2024/10期	増減額
営業活動による キャッシュ・フロー	6,327	3,085	▲3,241
投資活動による キャッシュ・フロー	▲1,998	▲2,626	▲627
財務活動による キャッシュ・フロー	681	▲2,081	▲2,762
現金及び現金同等物に 係る換算差額	71	▲132	▲203
現金及び現金同等物の 増減額	5,081	▲1,754	▲6,835
現金及び現金同等物の 期首残高	7,867	12,948	+5,081
現金及び現金同等物の 期末残高	12,948	11,194	▲1,754



I. 2024/10期実績

II. 中期経営計画

経営理念と企業ビジョン

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。

創業120周年を迎え、中長期的に目指す姿としてのビジョンの見直しを実施しました。

新ビジョン

素材を超え、新しい価値を！

～食への熱意と絶えない挑戦により素材の可能性を追求することで
人々の健康と幸せな未来を切り拓く～



3軸の融合・進化で更なる
企業成長を目指す！

サステナビリティ経営

食のビジネスを通じて、社会的責任
を果たし、自然と共に生きる！

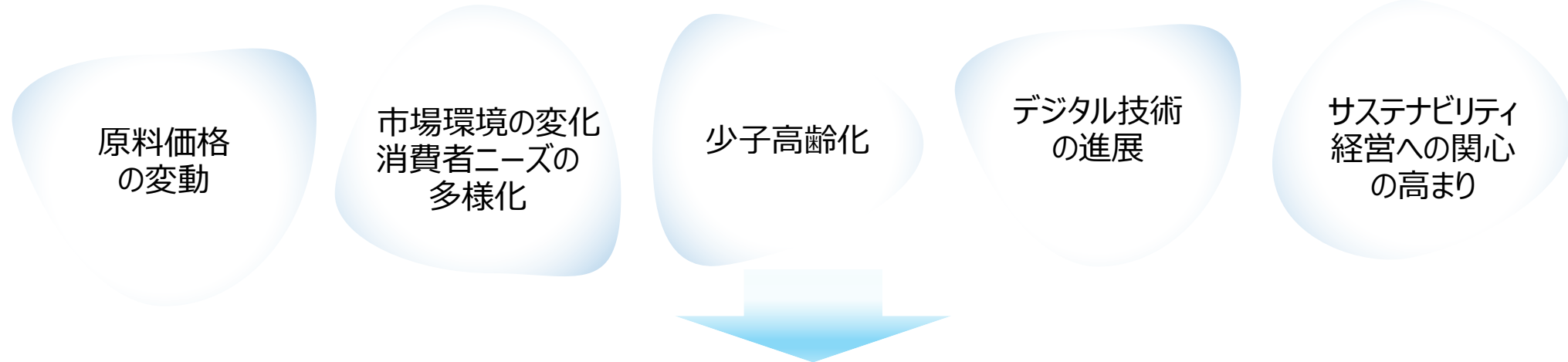
経営基盤の拡充

- ◆部門間の垣根を超えて一体となった組織改革
- ◆人材育成、DX推進による業務効率改善などからイノベーションが生まれる企業風土の醸成

食文化の創造に熱意を持ち、未来の正栄を支える誠実でチャレンジ精神旺盛な人材

当社を取り巻く事業環境と課題

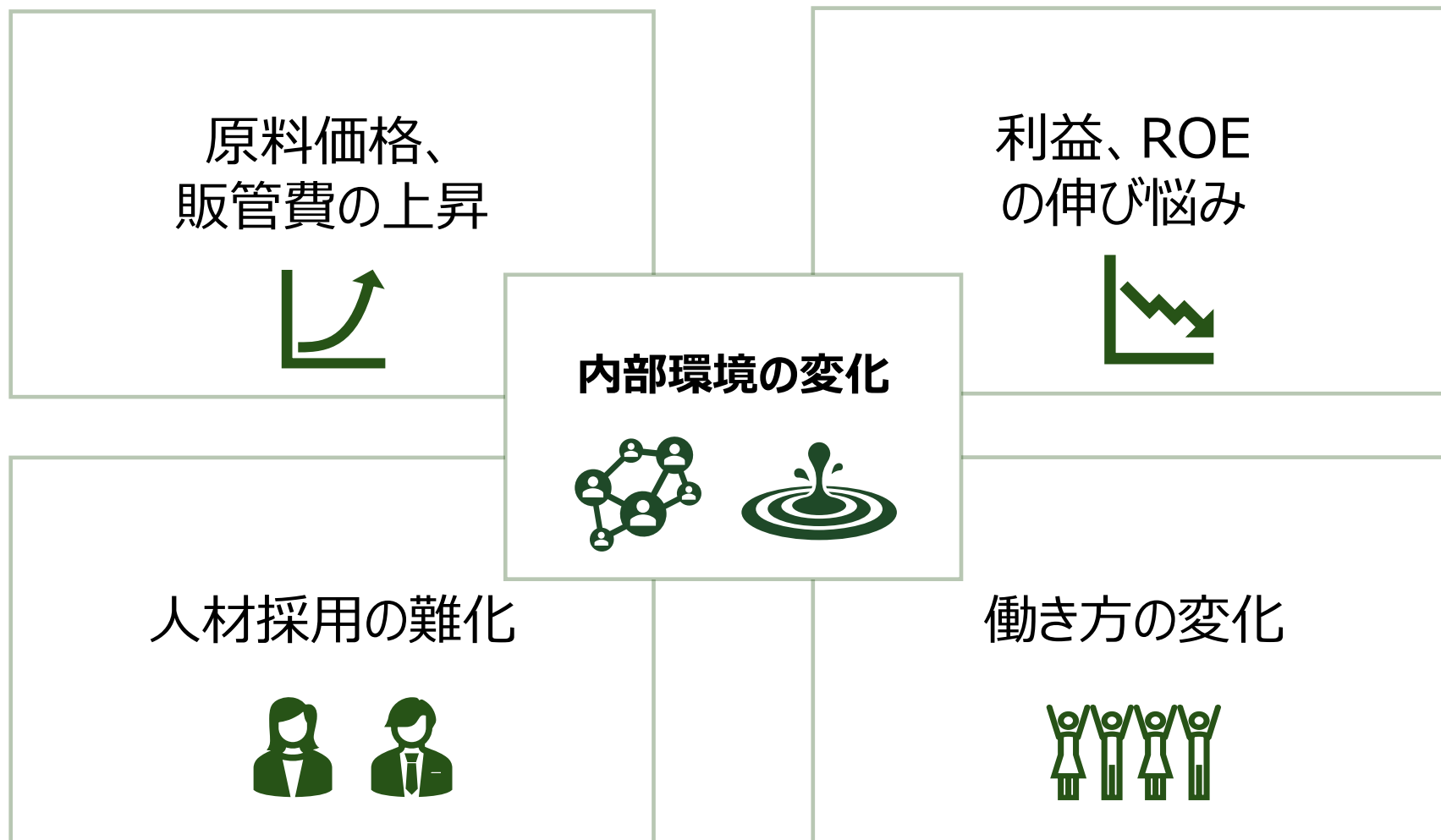
- 外部環境:**
- ▶ 気候変動の影響による農産物の不作、国際情勢、地政学リスクなどから海外の原料価格の変動が激しく、更にエネルギーコスト、物流費の高騰により**原料価格の上昇**基調が継続。
 - ▶ 物価高による節約志向から、健康要素や付加価値商品が注目される「メリハリ消費」や環境へ配慮した「エシカル消費」など**消費者ニーズは多様化**。
 - ▶ 少子高齢化により深刻な労働力不足と人件費の上昇が続き、**人材獲得競争が激化**。
 - ▶ デジタル技術の進展もあり、経営における**DX推進への対応**が更に問われる環境。
 - ▶ 企業の**社会的責任**への期待が高まり、**人的資本経営**が重視されるなど**サステナビリティ経営**への要請が強まる。



環境の変化に柔軟に対応し、持続的な成長と逆境に強く強靱な企業体質が必要！

当社を取り巻く事業環境と課題

内部環境:



食品専門商社としての
成長戦略

成長業態、成長ユーザーの深堀開拓



新領域の開拓



取扱商品のラインアップの拡充
(収益拡大の為の収益構造の変化を進める)



グローバル展開の強化



主要商品におけるサプライチェーンの強化

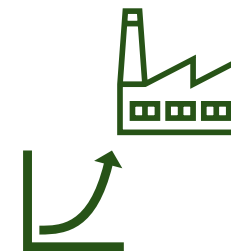


食品メーカーとしての
成長戦略

顧客ニーズに合わせた商品設計
及びそれに伴う設備投資



工場の稼働率向上への取組み

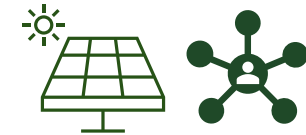


安心・安全な食品の提供への取組



サステナビリティ
経営の推進

環境対応、人材多様性の推進



持続可能な物流網の維持



ステークホルダーとの協働



DXの推進



コーポレート・ガバナンス体制強化



食品専門商社としての成長戦略

仕入先の多様化・ 新規開拓の取組み

気候変動への対応や得意先様のニーズにお応えするため、南アフリカ産マカダミアナッツや中国産赤レーズンの取扱いを開始するなど、商品毎に**産地多様化**を進めております。また、新たに冷凍フルーツピューレや蒸し豆などの取扱いを開始するなど**新商品の開拓**にも注力いたしました。

品質向上への 取組み

コロナ期間中、行動制限により実行できなかった主要商品の**海外サプライヤー訪問**を積極的に実施し、買付け交渉を行うと同時に、自社の品質チェックシートに沿って**工場監査**を行いました。

各種課題等については当社も一緒に検討することで、品質向上に取り組ましました。



食品メーカーとしての成長戦略



新商品に資する 設備投資の積極的な推進

設備投資計画に基づき、茨城県産を中心とした地産のサツマイモ原料加工用の新ペーストラインを増設しました。また、ナッツ糖漬けの新ラインを稼働し、製造能力を2倍以上に拡張しました。ほかにも、取引先の幅広いニーズにお応えする新商品に対応する設備投資を積極的に進めました。



健康素材、 Well-Beingへの取組み

4月に開催いたしました創業120周年記念商品展示会で新設の「Well-Being」コーナーにて提案したプラントベース製品「ギルトフリーバー」の製造販売を開始いたしました。本品はナッツ・ドライフルーツをミックスし、バー形態にした保存性、携帯性に優れた素材菓子です。ローストしたアーモンド、ヘーゼルナッツ、レーズン、プルーン、いちじくをバランス良く配合し、ココアパウダーで味にコクを出し、砂糖を一切使わないグルテンフリーのプラントベース製品です。

今後についても、このような顧客ニーズにあわせた健康素材商品の開発に努めてまいります。



サステナビリティへの取組み

コーポレートガバナンス体制強化

- ◆ 情報開示の強化による企業の透明性と説明責任の実現
決算説明資料の内容を充実し、中間決算時にも資料作成を開始しました。また、義務化に先立ち日英同時開示を開始し、情報開示の強化と企業の透明性の向上に努めました。
- ◆ 有効かつ公平な意思決定プロセスの見直し
社内のガバナンス強化と意思決定プロセスの向上を目指し、常務会機能・権限の見直しを行いました。討議内容についても都度、取締役会へ報告することで、執行サイドの意思決定過程と透明性の改善を実施し、会議体の運営を軌道に乗せました。
- ◆ リスク管理・コンプライアンスの向上
従来の全社コンプライアンス研修に加え、研修資料を集中管理し、各部署の業務特性に合わせた部門別研修を開始いたしました。研修計画の策定や実施状況などをモニタリングするシステムを新たに導入しましたので、効率的に推進し、全社のコンプライアンス、リスク管理体制の一層の充実に努めてまいります。

サステナビリティへの取組み

食品廃棄物のリサイクル



グループ会社である京まるん天草工場では、マロンペーストの製造工程で派生する栗の鬼皮を廃棄せず、肥料化する取組みを実施しております。また、米国子会社では、クルミの製造過程で副産物として発生する殻やオイルの商品化に取り組んでおり、製造過程で発生する副産物を廃棄することなく、活用する取組みを進めています。

人的資本経営

女性、外国人、中途採用者などの人材多様性の推進を進めており、職位に応じたポイントでの人材多様化に向けた目標を設定しています。3年毎で目標を更新しており、2021年に策定した2024年10月の目標を超過達成したことから、次の目標を設定いたしました。中長期的な企業価値の向上に向けた人材多様性の確保に引き続き取り組んでまいります。

2025/10期業績予想と経営目標

- ◆ 2025/10期の連結業績につきましては、減収・減益を見込んでおります。
- ◆ 当社の事業特性からは、原料価格や為替相場の変動により輸入食材の仕入単価が変動し販売価格も変動することから、これら外部要因により売上高が増減いたします。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。
- ◆ 当面は設備やDX、人材への投資を積極的に行う方針ですが、企業価値の持続的な向上を目指し、資本コストを十分に上回るROE（株主資本利益率）を確保する方針とし中長期的に8%の達成を目指します。

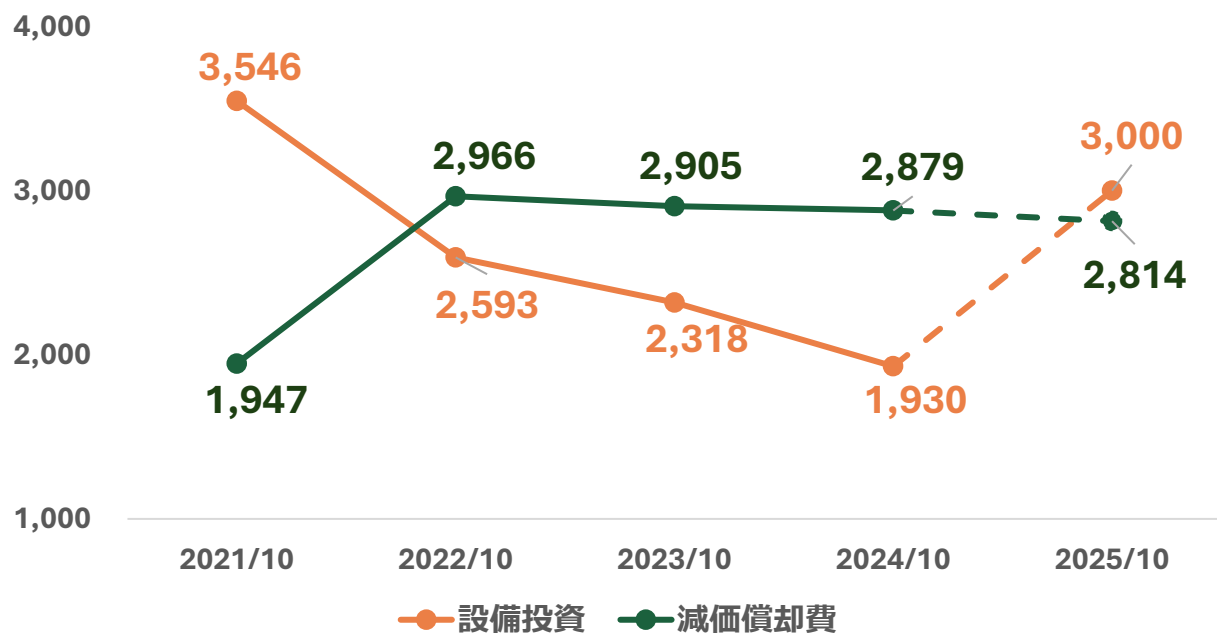
単位：百万円

	第2四半期			通期		
	当期実績	来期業績予想	増減率	当期実績	来期業績予想	増減率
売上高	59,692	59,500	▲0.3%	115,208	115,000	▲0.1%
営業利益	3,092	2,900	▲6.2%	4,844	4,400	▲9.1%
経常利益	3,178	2,950	▲7.2%	4,950	4,500	▲9.1%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,949	1,950	+0.0%	3,170	3,000	▲5.3%
1株当たり当期純利益	115円72銭	115円75銭		188円18銭	178円08銭	

設備投資計画

- ◆ 2024/10期における設備投資実績は約19億円。
- ◆ 2025/10期における設備投資額は約30億円を計画しております。内訳は、有形固定資産を約26億円、無形固定資産を約4億円。
- ◆ 有形固定資産への投資は、国内や海外生産子会社での生産効率向上等を目的とした設備の更新や新規導入を予定しております。
- ◆ 無形固定資産としては、主にDX推進のためのIT投資を予定しております。

(百万円)

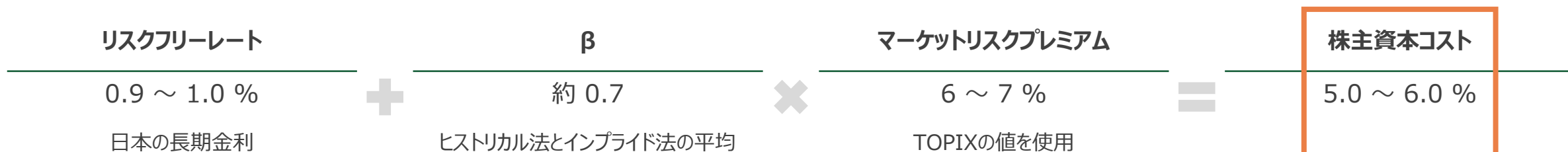


〈設備投資内訳〉

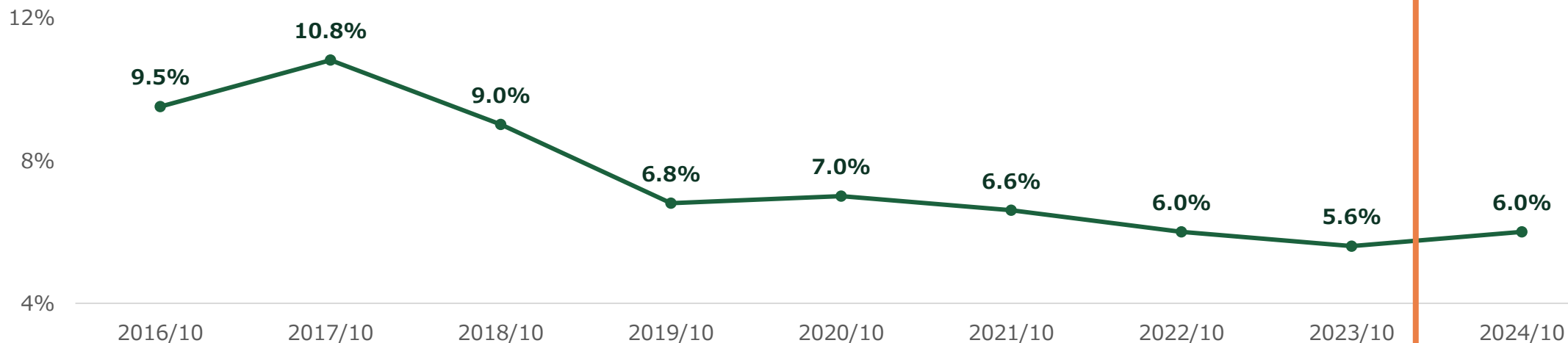
有形固定資産	26億円
無形固定資産	4億円
合計	30億円

株主資本コスト

- ◆ CAPMモデルで算出した当社の株主資本コストは5.0～6.0%と認識しております。
- ◆ エクイティスプレッド（ROE-株主資本コスト）は一層の改善が必要と認識しており、ROEの向上や株主資本コストの低減に努めてまいります。



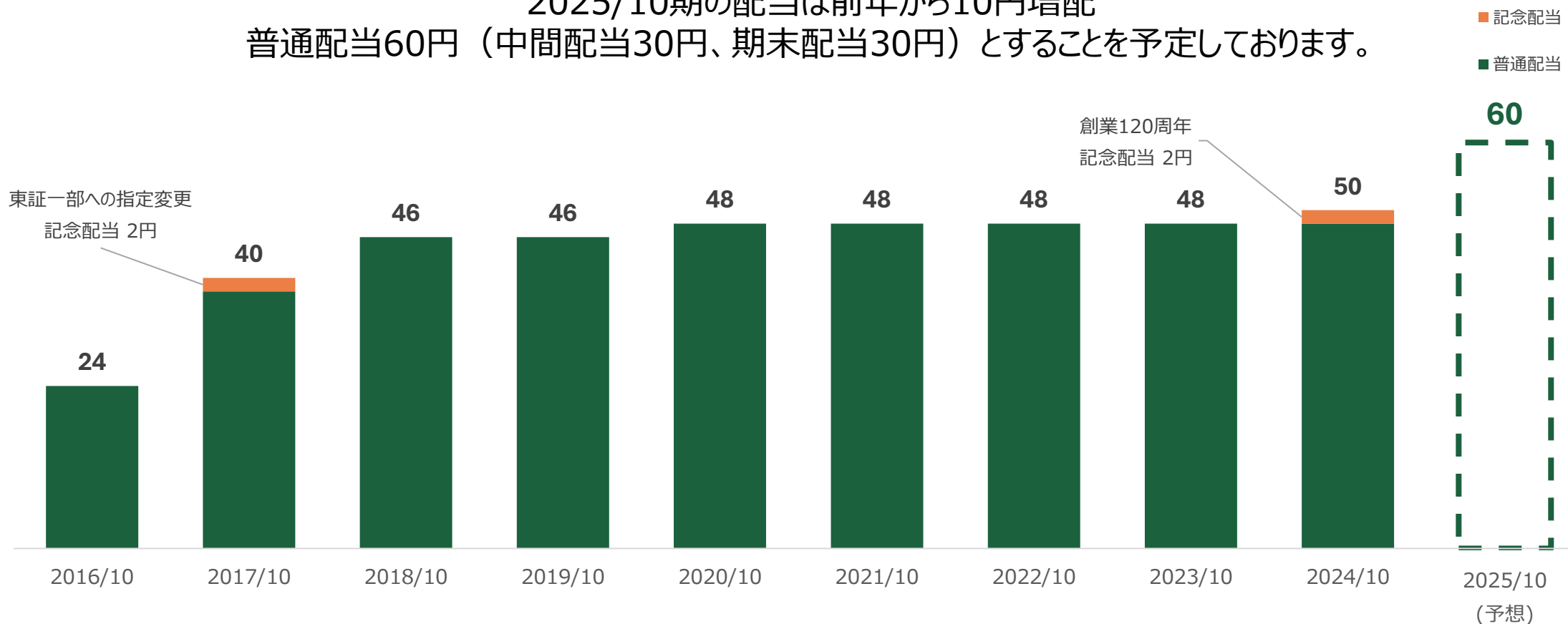
◆ ROEの推移



株主還元方針

- ◆ 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。

2025/10期の配当は前年から10円増配
普通配当60円（中間配当30円、期末配当30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

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、信頼できるとさ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を負いません。