

デリカフーズ

3392 東証 1 部

<http://www.delica.co.jp/ir/>

2016 年 6 月 28 日（火）

Important disclosures
and disclaimers appear
at the back of this document.

企業調査レポート
執筆 客員アナリスト
佐藤 譲

[企業情報はこちら >>>](#)

■「農と健康を繋ぐ付加価値創造型企業」として更なる成長を目指す

デリカフーズ <3392> は外食・中食業界向けにカット野菜、ホール野菜を卸す、いわゆる「業務用の八百屋」の国内最大手であると同時に、野菜の機能性に早くから着目し、農産物の分析研究においても、国内で他の追随を許さないデータベースを蓄積している。顧客企業に対して、こうした研究成果を活かした野菜を中心とした健康に導くメニュー提案をできることが強みで、「農と健康を繋ぐ付加価値創造型企業」として更なる成長を目指している。

2016 年 3 月期の連結業績は、売上高が前期比 12.6% 増の 31,573 百万円、経常利益が同 7.5% 減の 708 百万円となった。天候不順や台風等の影響による野菜調達価格の高騰や作業効率の低下、奈良 FS センターの開設に伴う立ち上げ費用などにより 2 期ぶりの減益となったものの、売上高は既存顧客での取引シェア拡大及び新規顧客の開拓が順調に進み、6 期連続の増収、過去最高を更新した。

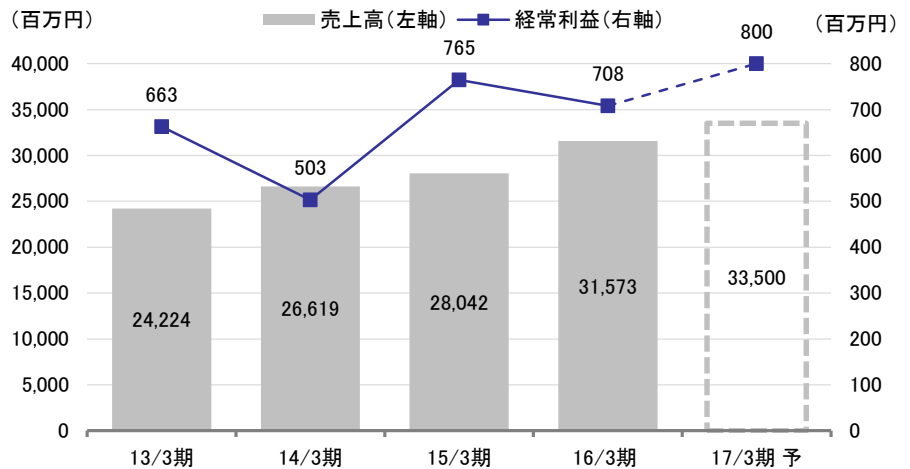
2017 年 3 月期は売上高で前期比 6.1% 増の 33,500 百万円、経常利益で同 13.0% 増の 800 百万円を見込む。奈良 FS センターの稼働率上昇に加えて、6 月より西東京 FS センターが新規稼働するなど、生産能力の拡大により増収が続く。西東京 FS センターについては、既存の東京第一、第二 FS センターで処理していた案件を振り分けることで、早期立ち上げが可能で、今下期にはほぼフル稼働に近い状況となり収益に貢献する見通しとなっている。なお、西東京 FS センターでは業界初となる「真空加熱野菜」の量産ラインを導入、今後の主力商品の 1 つとして育成していく考えだ。外食企業では人手不足が慢性化しており、簡単に調理できる食材が求められていることに対応する。5 年後には売上高で 20 億円規模を目標としており、付加価値も高いことから利益率の上昇にも寄与する見通しだ。

同社は直近 5 年間で年平均 9% 増収と、食品卸業界平均の 5% を大きく上回る成長を遂げてきた。青果物専門の卸として仕入・加工・物流とワンストップで高品質なサービスを提供してきたこと、カット野菜の需要拡大に対応し積極的な能力増強を進めてきたことなどが高成長を実現できた要因と考えられる。2018 年 3 月期からスタートする次期中期経営計画はこれから策定に入るが、今までの取り組みを継続していくことに加えて、真空加熱野菜など高付加価値商品の育成や、子会社ごとに行っている受発注業務の一元化、物流業務の一部内製等など間接業務の効率化にも注力していくと見られる。売上高経常利益率は食品卸業界平均の 1% 強を上回る 2% 台を維持しているが、こうした取り組みを進めることで収益の更なる成長が期待される。

■ Check Point

- ・ 国内最大手の「業務用の八百屋」
- ・ 既存顧客での取引シェアの拡大、新規顧客の獲得が進み、6 期連続増収、過去最高売上高を達成
- ・ 西東京 FS センター、奈良 FS センターの稼働で増収が見込まれる

業績推移



■ 事業概要

国内最大手の「業務用の八百屋」

(1) 事業内容

同社の事業は、契約農家や市場等から仕入れた野菜を顧客の要望に合わせて加工し配送するカット野菜事業と、仕入れた野菜をそのまま配送するホール野菜事業、その他事業に分けられる。その他事業には日配品（卵、豆腐、冷凍食品等）の販売、業務委託※1のほか子会社のデザイナーフーズ（株）が外食企業、量販店等に行っている食で健康を目指すコンサルティング業務や、農産物の受託分析サービスが含まれる。

また、同社は持ち株会社制を取っており、主要拠点となる東京、名古屋、大阪に子会社を展開しているほか、デザイナーフーズ、(株)メディカル青果物研究所※2、2015年7月から新たに事業を開始した物流会社のエフエスロジスティクス(株)と合わせて6社の子会社で構成されている。

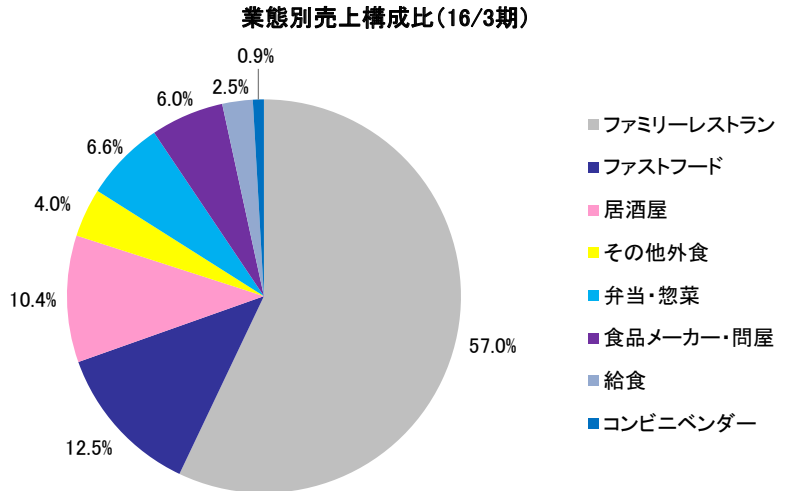
事業所一覧

事業所名	機能		
東京デリカフーズ 本社	(FS センター)	カット野菜工場	物流センター
	第二 FS センター	カット野菜工場	物流センター
	西東京 FS センター	カット野菜工場	物流センター
	神奈川事業所	カット野菜工場	物流センター
	九州事業所		物流センター
	仙台事業所		物流センター
	福島工場	カット野菜工場	
	大田センター		物流センター
	三郷センター		物流センター
名古屋デリカフーズ 本社	(かの里工場)	新商品開発	
	子宝工場	カット野菜工場	物流センター
大阪デリカフーズ 本社	(茨木工場)	カット野菜工場	物流センター
	兵庫工場	カット野菜工場	物流センター
	奈良 FS センター	カット野菜工場	物流センター
メディカル青果物研究所			
デザイナーフーズ			研究所
エフエスロジスティクス			物流サービス

2016 年 6 月 28 日 (火)

(2) 部門別、業態別売上高

2016 年 3 月期の部門別売上高構成比は、ホール野菜が 51.6%、カット野菜が 36.3%、その他が 12.1% となっており、ここ数年はカット野菜の占める比率が上昇傾向にある（2011 年 3 月期は 32.1%）。また、業態別売上構成比では、ファミリーレストランが 57.0% と最も高く、次いでファストフード 12.5%、居酒屋 10.4% となり、外食産業向けが全体の約 84%、中食産業向けが約 16% といった構成になっている。5 年前との比較では中食産業向けの比率が若干上昇している。配送先は全国で約 10,000 店舗あり、青果物専門の流通企業としては業界で最大規模となる。



(3) 同社の強み

同社の強みは、業務用野菜の卸し、カット野菜の製造で国内最大手ということだけでなく、外食チェーンなど顧客企業が繁盛するためのコンサルティング業務（メニュー提案）も同時に行っていることが挙げられる。同社は 10 年以上にわたって、野菜の機能性を研究しており、特に、日本中から取り寄せた野菜に関する栄養価などの分析データベースでは国内最大規模のデータを蓄積している。この分析データに基づいて、健康増進につながるメニュー提案をできることが同業他社には無い強みとなっている。

また、もう 1 つの強みとしては卸売事業者として、国内外で開拓してきた多くの契約産地（仕入高の 60% 超）から安定した仕入を行うことができる調達力と、高品質で安全、確実に商品を顧客のもとに配送する物流網を全国に構築（委託業者を含む）していることが挙げられる。業界では初となるスーパーコールドチェーン※1 を実現した東京第二 FS センターを稼働（2013 年 7 月）させたほか、食品安全マネジメントシステムの国際標準規格となる ISO22000 や、さらにその上位規格となる FSSC22000※2 の認証も取得するなど、食の安心、安全を確保するうえでの取り組みを積極的に進めていることも、顧客からの高い評価につながっていると言える。

※1 スーパーコールドチェーン：野菜の入庫から出荷、配送までの全工程を 1～4℃の低温度で管理するシステム。野菜の鮮度が保持できるため、カット野菜の賞味期限を従来比 2 倍に延長することが可能となった。

※2 「FSSC22000」：「ISO22000」に食品安全対策（フード・テロ対策、原材料やアレルギー物質の管理方法など）や、「食品安全に関連する要員の監視」「サービスに関する仕様」などを追加したもの。

ISO22000 と FSSC22000 の認証取得状況

ISO22000：食品安全の国際標準規格	
2016 年 3 月までに取得	東京 FS センター、神奈川事務所、兵庫工場、奈良 FS センター
2016 年 4 月に取得	名古屋デリカフーズ・子宝工場
FSSC22000 認証：ISO より高度な発展型の国際標準規格	
2016 年 3 月に取得	東京 FS センター

出所：決算説明会資料

■ 決算動向

既存顧客での取引シェアの拡大、新規顧客の獲得が進み、6 期連続増収、過去最高売上高を達成

(1) 2016 年 3 月期の業績概要

5 月 10 日付で発表された 2016 年 3 月期の連結業績は、売上高が前期比 12.6% 増の 31,573 百万円、営業利益が同 8.4% 減の 683 百万円、経常利益が同 7.5% 減の 708 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益が同 18.1% 減の 400 百万円となった。

2016 年 3 月期業績 (連結)

(単位：百万円)

	15/3 期		16/3 期				
	実績	対売上比	期初計画	実績	対売上比	前期比	計画比
売上高	28,042	-	31,000	31,573	-	12.6%	1.9%
売上原価	20,940	74.7%	-	23,890	75.7%	14.1%	-
販管費	6,355	22.7%	-	6,999	22.2%	10.1%	-
営業利益	746	2.7%	670	683	2.2%	-8.4%	2.0%
経常利益	765	2.7%	685	708	2.2%	-7.5%	3.4%
親会社株主に帰属する 当期純利益	489	1.7%	420	400	1.3%	-18.1%	-4.6%

注：会社計画は 2016 年 2 月発表時点

売上高については、同社の積極的なメニュー提案やフードディフェンスを含めた食品安全確保・リスク管理体制などが評価され、外食企業向けを中心に既存顧客での取引シェアの拡大、並びに新規顧客の獲得が進んだことで、前期比 2 ケタ増収と好調に推移、6 期連続増収、過去最高売上げを更新した。業態別売上高で見ると、主力のファミリーレストラン向けが前期比 14.3% 増となったほか、喫茶・Café 向けが同 22.2% 増、パブ・居酒屋向けが同 6.7% 増といずれも順調に拡大した。ファストフード向けが同 0.7% 減と外食業界向けでは唯一、減収となったが、これは大手ハンバーガーチェーンの不振が影響したことによるもので、これを除けば増収となっている。一方、中食業界向けも弁当・惣菜が前期比 17.0% 増、食品メーカー向けが同 30.1% 増、給食向けが同 24.4% 増といずれも好調に推移した。人手不足等を背景にカット野菜の需要が増加しているほか、新規顧客の獲得が進んだことも増収要因となっている。唯一、コンビニエンスストア向けが減収となったが、規模も小さく全体への影響は軽微となっている。

業態別売上高と構成比

(単位：百万円)

	15/3 期 実績	16/3 期 実績	前期比	16/3 期 構成比
外食業界	23,809	26,454	11.1%	84.0%
ファミリーレストラン	15,699	17,950	14.3%	57.0%
ファーストフード	3,977	3,949	-0.7%	12.5%
パブ・居酒屋	3,077	3,284	6.7%	10.4%
喫茶・Café	935	1,143	22.2%	3.6%
アミューズメント	121	128	5.8%	0.4%
中食産業	4,173	5,027	20.5%	16.0%
弁当・惣菜	1,765	2,065	17.0%	6.6%
食品メーカー	1,443	1,877	30.1%	6.0%
給食	640	796	24.4%	2.5%
コンビニエンスストア	325	289	-11.1%	0.9%

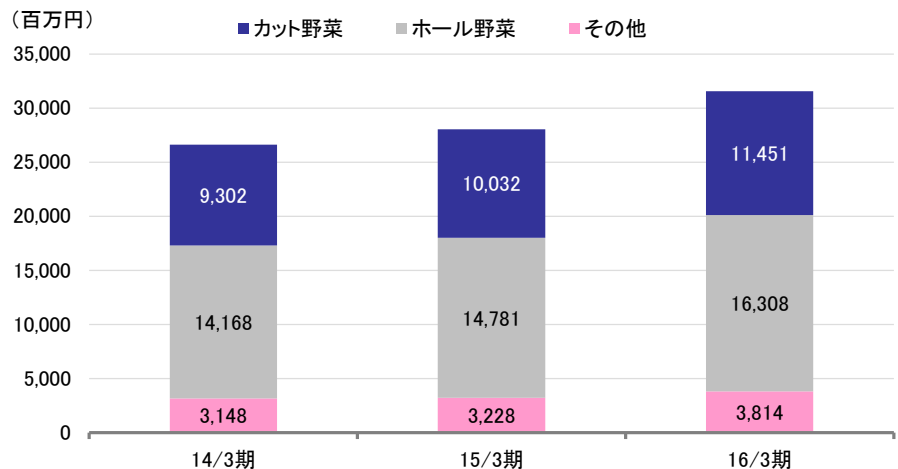
出所：決算説明会資料

利益面では、期前半の天候不順や台風等の影響により、野菜調達価格が高騰したことや野菜品質の悪化による作業効率の低下により約 50 百万円、奈良 FS センター開設に伴う立ち上げ費用、減価償却費の増加により約 110 百万円の減益要因となったことが響いた。また、当期純利益の減益率が大きくなっているのは、特別損失として固定資産除却損や退職給付費用などを計上したことが要因となっている。

(2) 部門別、エリア別動向

部門別の売上高で見ると、カット野菜が前期比 14.1% 増の 11,451 百万円、ホール野菜が同 10.3% 増の 16,308 百万円、その他が同 18.1% 増の 3,814 百万円となり、すべての部門で 2 ケタ増収となった。前述したように、新規顧客の開拓や既存顧客での取引シェア拡大が主因となっている。このうち、カット野菜については厨房での省力化や調理の短時間化、ごみ減量化、衛生面のメリットから外食、中食業界問わず、需要が拡大している。その他部門については日配品や業務委託分の売上高が伸びたことに加えて、外食企業向けのコンサルティング業務や青果物の受託分析サービスなども好調に推移したことが主因だ。また、2015 年 5 月より新たに開始した韓国企業 2 社向けのコンサルティングサービス（カット野菜の製造ノウハウの供与）も 20 百万円弱ほど寄与している。

部門別売上高



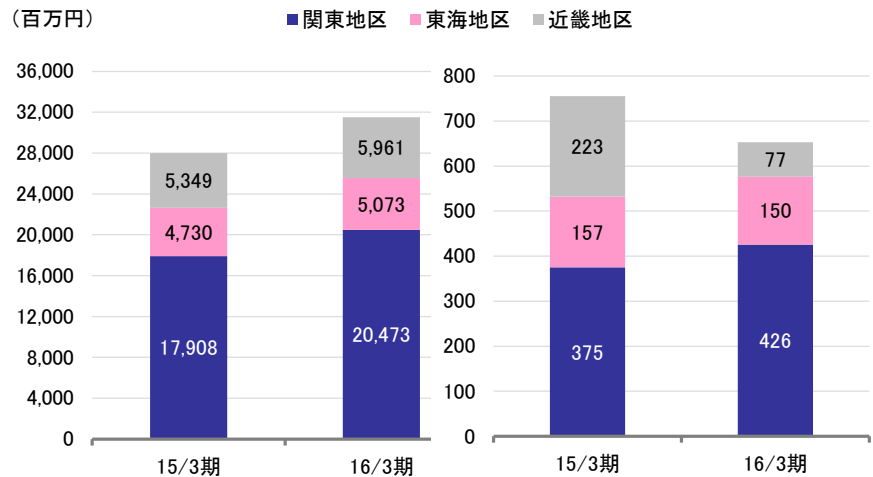
エリア別の業績を見ると関東地区（東北、九州地区含む）の売上高は前期比 14.3% 増の 20,473 百万円、経常利益は同 13.6% 増の 426 百万円と 2 ケタ増収増益となった。首都圏で大手居酒屋や介護給食等の新規顧客開拓が進んだほか既存顧客での取引シェア拡大、九州事業所や仙台事業所での新規顧客の開拓が進んだことで、売上増は 2 ケタ増収と好調を維持した。利益面では上期が天候不順等の影響により厳しく推移したものの、下期は野菜調達価格や野菜品質が安定化したことによる生産効率の向上や物流子会社の新設に伴う物流費の削減効果もあって収益性も向上し、通期では 2 ケタ増益となった。

東海地区の売上高は前期比 7.2% 増の 5,073 百万円、経常利益は同 4.5% 減の 150 百万円となった。売上高は外食チェーンのほか量販店の総菜売り場で販売されるキット野菜（タレなども加えた商品）などが伸びたほか、新規顧客の開拓が進んだことが増収要因となった。利益面では上期の天候不順や台風等による野菜調達価格の高騰に加えて、人件費や採用費などが増加したことで若干の減益となった。

■決算動向

近畿地区の売上高は前期比 11.4% 増の 5,961 百万円、経常利益は同 65.2% 減の 77 百万円となった。2015 年 4 月に奈良 FS センターを開設したことにより生産能力が拡大し、売上増に貢献した。奈良 FS センターは近畿地区で初の「FS モデル工場」(スーパーコールドチェーン対応等)として顧客からも高い評価を受けており、受注もおおむね順調に拡大しており、直近の稼働率は約 50%、出荷額で約 1 億円弱 / 月となっている。初年度は減価償却費で約 86 百万円、立上げ費用(人件費・消耗品費等)で約 30 百万円が掛かったことから減益要因となったが、2017 年 3 月期以降は稼働率の上昇なども見込み、増益に寄与する見通した。

セグメント別売上高/経常利益



■今後の見通し

西東京 FS センター、奈良 FS センターの稼働で増収が見込まれる

(1) 2017 年 3 月期業績見通し

2017 年 3 月期の売上高は前期比 6.1% 増の 33,500 百万円、営業利益は同 12.7% 増の 770 百万円、経常利益は同 13.0% 増の 800 百万円、親会社株主に帰属する当期純利益は同 24.3% 増の 498 百万円と増収増益となり、2 期ぶりに過去最高業績を更新する見通した。

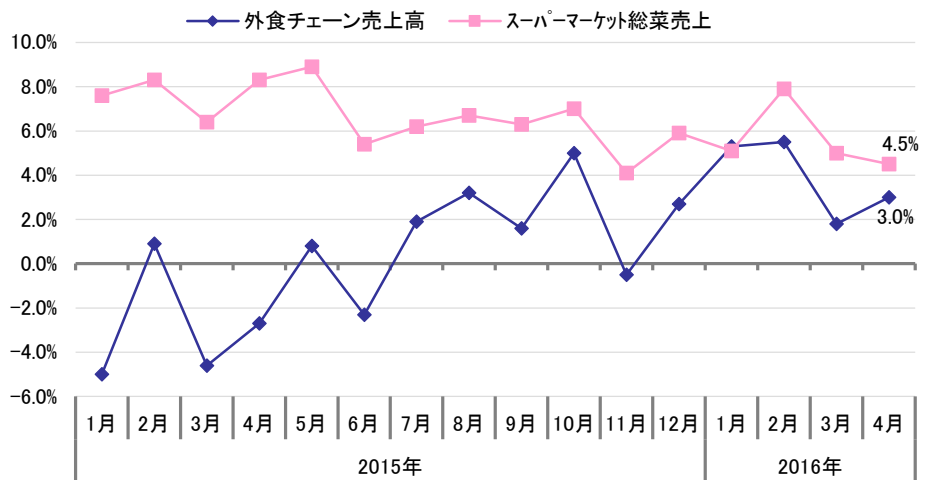
2017 年 3 月期業績見通し (連結)

(単位: 百万円)

	16/3 期		17/3 期			
	実績	前期比	上期計画	前年同期比	通期計画	前期比
売上高	31,573	12.6%	16,000	2.9%	33,500	6.1%
営業利益	683	-8.4%	240	15.4%	770	12.7%
経常利益	708	-7.5%	250	18.5%	800	13.0%
親会社株主に帰属する当期純利益	400	-18.1%	158	21.4%	498	24.3%

国内景気の先行きについては不透明感が強まっているものの、外食、中食業界の売上動向は堅調を持続しており、同社の売上高も既存顧客の取引シェア拡大並びに新規顧客の開拓により増収基調が続く見通した。エリア別では、新たに西東京 FS センター(東京都昭島市)が 6 月より本稼働を開始した関東エリアでの売上げ増が見込めるほか、奈良 FS センターの稼働率上昇により関西エリアも増収が見込まれる。名古屋エリアに関しては前期比横ばい水準にとどまると見ている。

外食・スーパーの総菜売上高の動向(前年同月比)



出所: 日本フードサービス協会、日本スーパーマーケット協会

利益面では、天候不順等による野菜調達価格の高騰などがなければ、2ケタ増益が十分可能とみられる。西東京 FS センターに関しては、減価償却費で約 100 百万円、立上げ費用で約 45 百万円かかるものの、早期の収益化が可能と見られている。現在、フル稼働が続いている東京 FS センターの案件の一部を新センターに順次移管するためだ。西東京 FS センターの業績だけで見れば、今上期は売上高で 780 百万円、経常損失で 80 百万円となるが、下期は売上高で 1,620 百万円、経常利益で 80 百万円となる見込み。下期の経常利益率は 5% 程度と当社グループ工場の平均水準まで上昇することになる。新センターの年間売上能力は約 30 億円となっており、下期にはほぼフル稼働に近い水準まで上昇する見通しで、2018 年 3 月期以降は増益に寄与することになる。また、奈良 FS センターについてもコンシューマ向け商品の開発・販売を展開していく予定となっており、稼働率の上昇により今期は増益に寄与することが予想される。奈良 FS センターの年間売上能力は約 20 億円となる。

(2) 西東京 FS センター稼働の効果について

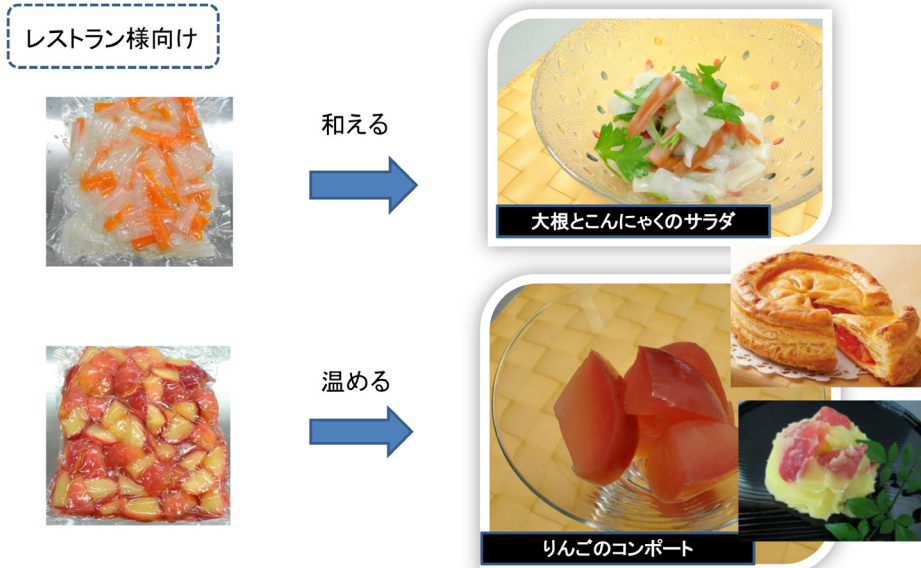
2016 年 6 月から本格稼働を開始した西東京 FS センターは中央道や圏央道に近接しており、今まで地理的に対応が難しかったエリアのカバーが可能となるため、既存顧客での取引シェア拡大や新規顧客の開拓などがさらに進むと予想される。同センターの開設により、関東エリアは東京足立区、大田区（大田市場内）、神奈川県大和市の拠点と併せて 4 拠点体制となり、ロケーション的には首都圏全域をカバーできる体制が整ったことになる。

また、西東京 FS センターは食品卸大手の国分グループ本社（株）の西東京総合センターに隣接しており、協業によるシナジー効果も見込まれている。従来、特定の顧客向けに関して東京・足立区六町の東京 FS センターから、国分の西東京総合センターまで出荷し、そこから最終顧客に納入していたが、隣接地に FS センターができたことにより、リードタイムの短縮と同時に物流コストの削減が可能となる。東京 FS センターから国分グループ本社の西東京総合センターまでの物流費は月間 5 百万円程度かかっており、これが新センターの稼働により削減できることになる。

2016 年 6 月 28 日（火）

また、同センターでは新たな生産機能として、カット野菜の完全自動化ラインを導入したほか、業界初となる真空加熱野菜の量産ラインも導入した。真空加熱野菜とは野菜等の食材と調味液をフィルム袋に入れ真空密着し、調理器で材料に応じた時間と温度設定により調理した商品となる。外食企業向けに開発した商品で、店舗の厨房で湯煎や電子レンジなど再加熱するだけで、料理として提供できるのが特徴だ。外食企業では慢性的な人手不足に悩んでおり、真空加熱野菜を使うことで、調理時間が短縮化できるだけでなく、今までで時間の制約などで提供できなかったメニューも取り入れることが可能になるといったメリットがある。また、野菜を取り入れたメニューが増えることで、同社にとっては野菜の販売量が増加するといった効果も期待できる。

真空加熱調理野菜を使用したメニュー展開例



出所：会社資料

既に 20 社以上の大手外食企業に対して、各社ごとに合わせたメニュー提案等のプレゼンテーションを行っており、関心度も非常に高いという。従来も神奈川事業所において年間数千万円規模で生産していたが、今後の需要拡大を見越して本格量産を展開していく。既に奈良 FS センターにも生産ラインを導入したほか、2018 年に稼働予定の名古屋 FS センターにも導入していく予定となっている。真空加熱野菜は日持ちもすることから、当面は西東京 FS センターから全国に出荷していくことになるが、需要の拡大に応じて関西、名古屋でも量産を開始していくことになる。西東京 FS センターの生産能力は月間で約 1 億円規模となっている。

中期的な売上目標としては 5 年後に 20 億円程度を目指しており、長期的には全売上の 10% 程度の売上規模まで拡大していくことを目指している。真空加熱野菜はカット野菜からさらに工程を加えた商品となるため、そのまま売上が純増するわけではないが、付加価値はさらに上がるため収益性の向上に寄与するものと考えられる。市場環境を考えれば潜在的なニーズは大きいと考えられ、業界に先駆けて展開していくことで市場シェアの一段の拡大を目指していく考えだ。真空加熱調理のため安全性も高いことから、食中毒などに細心の注意が払われる病院や介護施設などにも需要の裾野が広がっていくものと予想される。

その他、西東京 FS センターでは、野菜にタレや小麦粉、他の食材などを組み合わせた業務用キット商品についても商品開発を進めていく予定で、外食、中食、給食市場向けの需要を見込んでいる。販売開始時期は 2018 年 3 月期からとなる見通しだ。

(3) 研究開発部門の取り組みについて

同社は野菜の活性酸素消去能（抗酸化力）などの分析をよりスピーディにできる分析装置を開発した。従来は、データの解析時間が 1 検体当たり 144 分かかっていたものが、24 分と大幅な短縮を実現した。1 日当たりの検体処理数で見れば 10 検体から 60 検体と 6 倍に拡大することになる。この装置の開発によって、受託分析サービスの生産性も大幅に向上することになる。

受託分析サービスは子会社のデザイナーフーズで行っており、主に全国各地の農業生産団体や生産者から、農産物の品質評価や栽培方法の違いを評価するための分析依頼が多い。業界以外では、製薬メーカーから薬草原料の品質判定に関する分析依頼といった需要もある。特に、ここ最近では野菜の機能性などに関心が高まっていることもあり、受託分析サービスの需要も増加傾向にあり、2016 年 3 月期の売上高は前期比 2 割増の約 25 百万円まで増加している。新しい分析装置の導入によって分析処理スピードも大幅にアップすることから、更なる売上増と収益性向上が見込まれる。

また、トマトの中身成分の違いによって自動選果する非破壊検査／選果装置を開発した。トマトに含まれるリコピンは活性酸素消去能（抗酸化力）の強い成分として知られており、リコピン含有量や糖度の違いを計測し、自動選別することによって、量販店向けトマトに新たな付加価値を付けて提供するとともに、同装置については生産者向けに販売すべく改良を進めていく予定である。

(4) 中期経営計画について

同社は 2013 年 3 月期からスタートした 5 ヶ年の中期経営計画「THE SECOND FOUNDING STAGE 2017」を今年度で終え、2018 年 3 月期より新たな 3 ヶ年の中期経営計画をスタートする予定となっている。

2017 年 3 月期の経営目標値として、当初計画では連結売上高 350 億円、経常利益 10.5 億円を掲げていたが、直近の計画では売上高が 335 億円、経常利益が 8 億円にそれぞれ修正されている。修正要因は、当初計画で 2016 年 3 月期に予定していた西東京 FS センターと名古屋 FS センターの稼働開始時期が、それぞれ 2016 年 5 月、2018 年 4 月に遅れたことによる。震災復興や東京オリンピック関連の建設工事が増大したことで、当初の想定よりも建設費が高騰し、施工業者の選定及び設計等の再検討を実施したことが原因だ。新工場が計画どおり稼働していれば、売上高で 20 億円程度の上乗せが可能だったと見られ、中期経営計画「THE SECOND FOUNDING STAGE 2017」はおおむね当初の目標を達成したと評価される。

新工場の新設計画と売上能力

名称	稼働時期	設備投資額	売上規模
奈良 FS センター	2015年4月	約 9.8 億円	約 20 億円
西東京 FS センター	2016年5月	約 13.5 億円	約 30 億円
名古屋 FS センター（仮称）	2018年4月予定	約 15 億円	約 20 億円

出所：決算説明会資料よりフィスコ作成

次期中期経営計画については今後、策定していく予定で、2017 年 3 月期の業績がほぼ固まる頃を目途に発表するものと思われる。基本戦略としては、新たに稼働を開始した各 FS センターを基点に新規顧客の開拓や既存顧客の取引深耕を進めていく従来路線を踏襲していくほか、真空加熱野菜やキット商品など高付加価値商品を育成していくことで、売上高の拡大、並びに売上総利益率の向上を図っていく方針だ。

間接業務の効率化も次期中期経営計画のテーマになると考えられる。具体的には、現在東名阪の各子会社で独自で行っている受発注業務の一元化を目指していく。仕入に関しては一部の商品について共同購買を既にスタートさせており、今後段階的に進めていく。また、物流費の効率化にも取り組んでいく。2015 年 6 月に東京デリカフーズ(株)の物流子会社としてエフエスロジスティックス(株)が本格稼働し、今まで外注していた物流業務の一部内製化をスタートさせている。車両数は 2016 年 4 月時点の 11 台から、2017 年 3 月期中に 15 台まで増車する予定で、東京デリカフーズの物流業務の 2 割弱を内製化する。最終的には内製化率を 3 割程度まで引き上げていく計画だ。また、2016 年秋には名古屋にも支社を開設し、2018 年 3 月期から同地区での物流業務も開始する予定となっている。物流業務の一部内製化を進めることで、物流コストの効率化と同時に外注先物流会社が経営縮小した際のリスクヘッジの機能を果たす効果が期待される。また、チルド食材専用の物流子会社として、規模が大きくなれば他社の物流業務の請負にも展開していく方針となっている。

その他、現在は協力企業への業務委託エリアとなっている北海道や中・四国、北信越エリアでのシェア拡大戦略や海外事業戦略なども次期中計での注目ポイントとなる。

■ 同業他社比較、株主還元策について

提案型の付加価値創造企業として業界内で確固たる地位を確立

(1) 同業他社比較

株式を上場している大手食品卸 7 社平均との比較で見ると、2016 年度の会社予想経常利益率は他社平均で 1.3% となっているのに対して同社は 2.4% と 2 倍弱の水準となっており、また、ROA (総資産経常利益率) や ROE (自己資本利益率) についても、他社平均を上回る水準となっている。これらは同社が顧客に対する提案型の付加価値創出型企業として、業界内で確固たる地位を確立してきたことが背景にあると考えられる。

株価バリュエーションを見ると、実績 PBR、今期予想 PER とも他社平均よりも上回った水準にある。前述したように業界内での同社のポジションや今後の成長性などが評価されているものと考えられる。青果物卸であるため、天候や自然災害など収益のリスク要因は常にあるものの、直近 5 年間の売上成長率で見れば、7 社平均が年率約 5% の成長であったのに対して、同社は 9% の成長を遂げている。今後についても、真空加熱野菜や業務用キット商品など高付加価値型商品の育成や市場シェアの拡大によって、業界平均を上回る成長が期待できると弊社では見ている。

大手食品卸会社の収益性比較 (今期会社計画ベース)

(単位: 百万円)

会社名	コード	決算期	売上高	経常利益	経常利益率	ROA	ROE	予想 PER	実績 PBR
三菱食品	7451	17/3 期	2,395,000	18,500	0.8%	3.1%	8.0%	13.5	1.08
加藤産業	9869	16/9 期	940,000	10,150	1.1%	3.3%	6.0%	16.0	0.98
伊藤忠食品	2692	17/3 期	630,000	4,000	0.6%	1.8%	4.0%	17.4	0.70
スターゼン	8043	17/3 期	320,000	5,800	1.8%	5.6%	9.7%	9.3	0.90
久世	2708	17/3 期	63,000	530	0.8%	2.8%	7.7%	7.5	0.57
尾家産業	7481	17/3 期	90,000	960	1.1%	3.3%	5.0%	13.5	0.67
ジーエフシー	7559	17/3 期	26,248	826	3.2%	4.4%	3.5%	13.4	0.47
単純平均値					1.3%	3.5%	6.3%	12.9	0.77
デリカフーズ	3392	17/3 期	33,500	800	2.4%	4.7%	7.4%	14.1	1.02

注: ROA (今期予想経常利益÷前期総資産)、ROE (今期予想純利益÷前期株主資本)、株価は 6 月 8 日終値ベースで算出



デリカフーズ

3392 東証 1 部

<http://www.delica.co.jp/ir/>

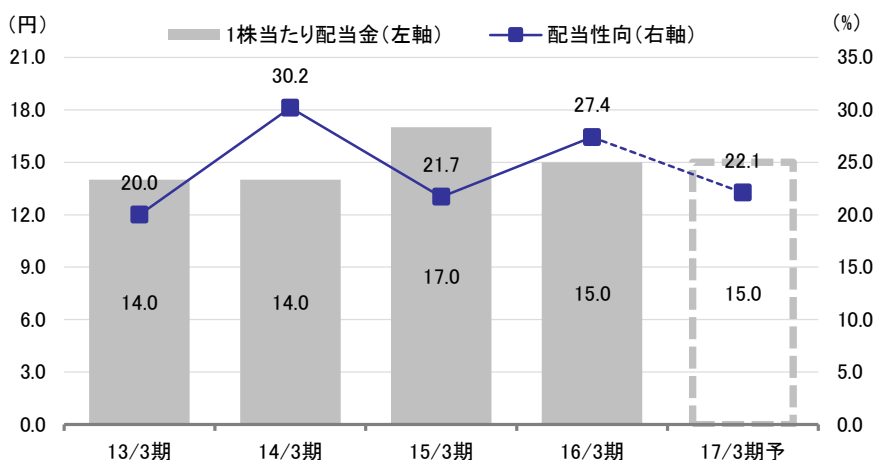
2016 年 6 月 28 日 (火)

(2) 株主還元策

同社は株主還元策として、配当金と株主優待制度を導入している。配当金に関しては、配当原資確保のための収益力強化を図りながら、継続的かつ安定的な配当を行うことを基本方針としており、配当性向としては 20% 程度を一つの目安としている。2017 年 3 月期の 1 株当たり配当金は、前期比横ばいの 15.0 円 (配当性向 22.1%) を予定している。

また、株主優待制度に関しては、9 月末の株主に対して保有株数に応じて「こだわり野菜等の詰め合わせ」または同等価値のある「ジェフグルメカード (外食店で利用できる食事券) (100 株保有の場合、1,500 円相当) を贈呈し、3 年以上継続保有の株主 (1,000 株以上) に対しては、さらに高級米「命仁 (みょうじん)」2kg を贈呈している。

1 株当たり配当金と配当性向



注: 2013年4月に1:2の株式分割実施、配当金は過去に遡及して修正

株主優待内容

保有株数 (9 月末株主)	優待内容
100 ~ 500 株未満	1,500 円相当の「こだわり野菜・果物の詰め合わせ」 又は 1,500 円分の「ジェフグルメカード」
500 ~ 1,000 株未満	3,000 円相当の「こだわり野菜・果物の詰め合わせ」 又は 3,000 円分の「ジェフグルメカード」
1,000 株以上	6,000 円相当の「こだわり野菜・果物の詰め合わせ」 又は 6,000 円分の「ジェフグルメカード」
3 年以上継続保有 (1,000 株以上)	高級米「命仁」2Kg

ディスクレーマー（免責条項）

株式会社フィスコ（以下「フィスコ」という）は株価情報および指数情報の利用について東京証券取引所・大阪取引所・日本経済新聞社の承諾のもと提供しています。“JASDAQ INDEX”の指数値及び商標は、株式会社東京証券取引所の知的財産であり一切の権利は同社に帰属します。

本レポートはフィスコが信頼できると判断した情報をもとにフィスコが作成・表示したものです。その内容及び情報の正確性、完全性、適時性や、本レポートに記載された企業の発行する有価証券の価値を保証または承認するものではありません。本レポートは目的のいかんを問わず、投資者の判断と責任において使用されるようお願い致します。本レポートを使用した結果について、フィスコはいかなる責任を負うものではありません。また、本レポートは、あくまで情報提供を目的としたものであり、投資その他の行動を勧誘するものではありません。

本レポートは、対象となる企業の依頼に基づき、企業との電話取材等を通じて当該企業より情報提供を受けていますが、本レポートに含まれる仮説や結論その他全ての内容はフィスコの分析によるものです。本レポートに記載された内容は、資料作成時点におけるものであり、予告なく変更する場合があります。

本文およびデータ等の著作権を含む知的所有権はフィスコに帰属し、事前にフィスコへの書面による承諾を得ることなく本資料およびその複製物に修正・加工することは強く禁じられています。また、本資料およびその複製物を送信、複製および配布・譲渡することは強く禁じられています。

投資対象および銘柄の選択、売買価格などの投資にかかる最終決定は、お客様ご自身の判断でなさるようお願いいたします。

以上の点をご了承の上、ご利用ください。

株式会社フィスコ