

デリカフーズ株式会社 決算説明会

デリカフーズ株式会社(3392)
代表取締役社長 館本 勲武
平成18年5月



目次

1. 会社概要
2. 平成18年3月期 決算の概要
3. 業界動向
4. 今期以降の取り組み

(参考資料)

当社グループの事業の紹介



1. 会社概要

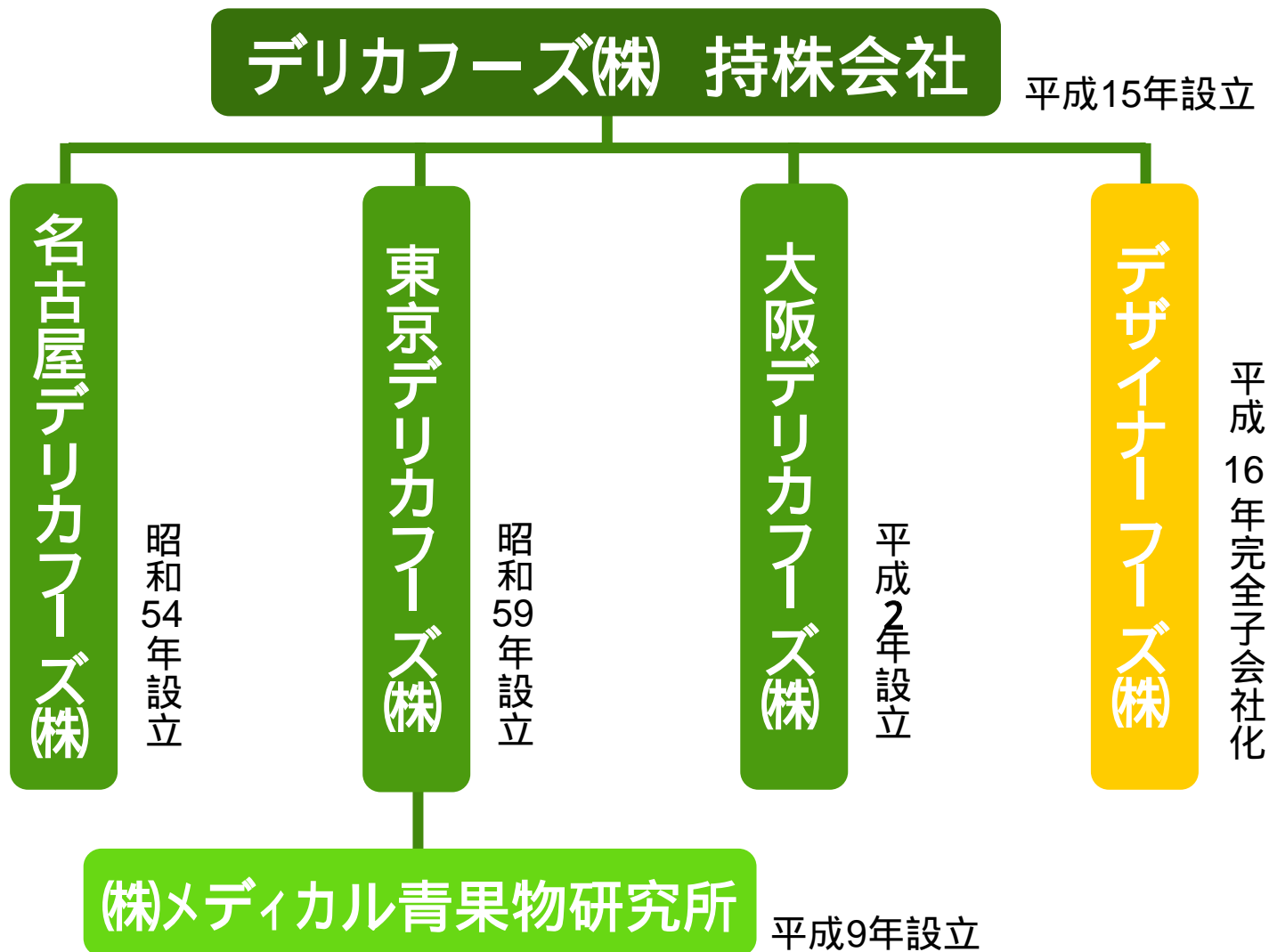


会社概要 (平成18年5月15日現在)

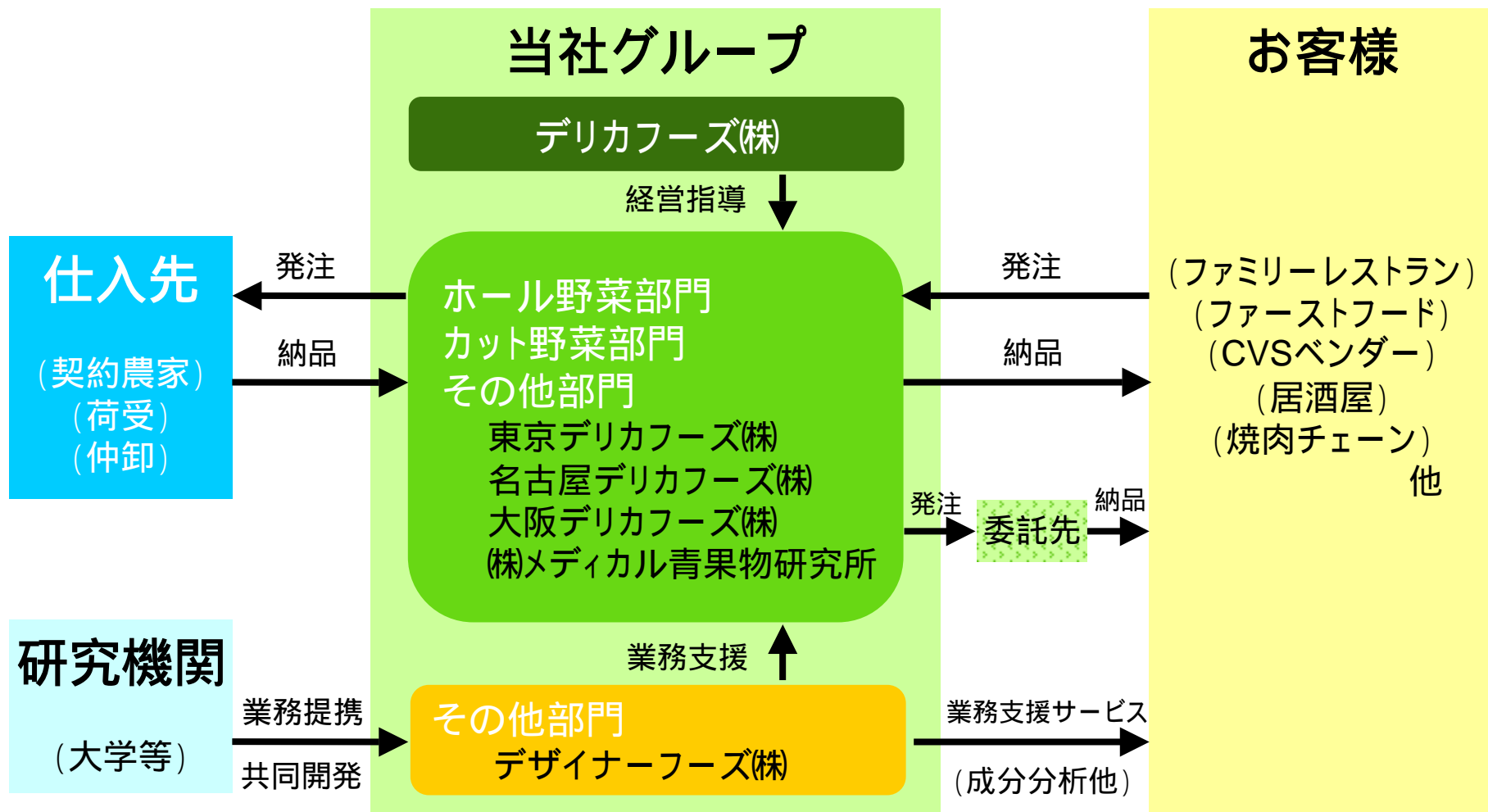
- 会社名 デリカフーズ株式会社
- 株式上場 平成17年12月6日 東証二部上場
- 設立 平成15年4月1日(持株会社設立日)
(昭和54年10月6日創業)
- 所在地 東京都足立区保木間二丁目29番15号
- 資本金 759百万円
- 社員数 161名(連結従業員数)
- 関係会社 東京デリカフーズ(株)
名古屋デリカフーズ(株)
大阪デリカフーズ(株)
デザイナーフーズ(株)
(株)メディカル青果物研究所
- 事業内容 ホール野菜の販売、カット野菜の製造販売等



当社グループの体制



事業系統図



2. 平成18年3月期 決算の概要



業績(連結)の推移

| | 平成16年 3月期 | 平成17年 3月期 | 平成18年 3月期 | 前年比 | 平成19年 3月期 (予想) |
|------------|--------------|--------------|--------------|--------|----------------------|
| 売上高(百万円) | 18,959 | 19,305 | 19,462 | 0.8%増 | 19,800 |
| 営業利益(百万円) | 379 | 558 | 653 | 17.1%増 | 630 |
| 経常利益(百万円) | 335 | 520 | 593 | 13.9%増 | 600 |
| 経常利益率(%) | 1.77 | 2.70 | 3.04 | | 3.03 |
| 当期純利益(百万円) | 176 | 312 | 363 | 16.2%増 | 348 |



業績(連結)の推移

| | 平成16年3月期 | 平成17年3月期 | 平成18年3月期 | 前年比 |
|-----------------------|-----------|-----------|-----------|--------|
| 1株当たり当期純利益 (円) | 29,938.66 | 52,711.69 | 27,732.31 | |
| 株主資本当期純利益率 (%) | 13.6 | 20.3 | 14.9 | 5.4%減 |
| 総資本経常利益率 (%) | 5.2 | 8.2 | 8.7 | 0.5%増 |
| 総資産 (百万円) | 6,371 | 6,334 | 7,343 | 15.9%増 |
| 株主資本 (百万円) | 1,376 | 1,701 | 3,158 | 85.6%増 |
| 株主資本比率 (%) | 21.6 | 26.9 | 43.0 | |
| 1株当たり株主資本 (円) | 237,062 | 285,923 | 202,442 | |
| 営業活動によるキャッシュ・フロー(百万円) | 605 | 538 | 579 | |
| 投資活動によるキャッシュ・フロー(百万円) | 134 | 8 | 40 | |
| 財務活動によるキャッシュ・フロー(百万円) | 404 | 497 | 439 | |
| 現金及び現金同等物期末残高 (百万円) | 799 | 832 | 1,812 | |

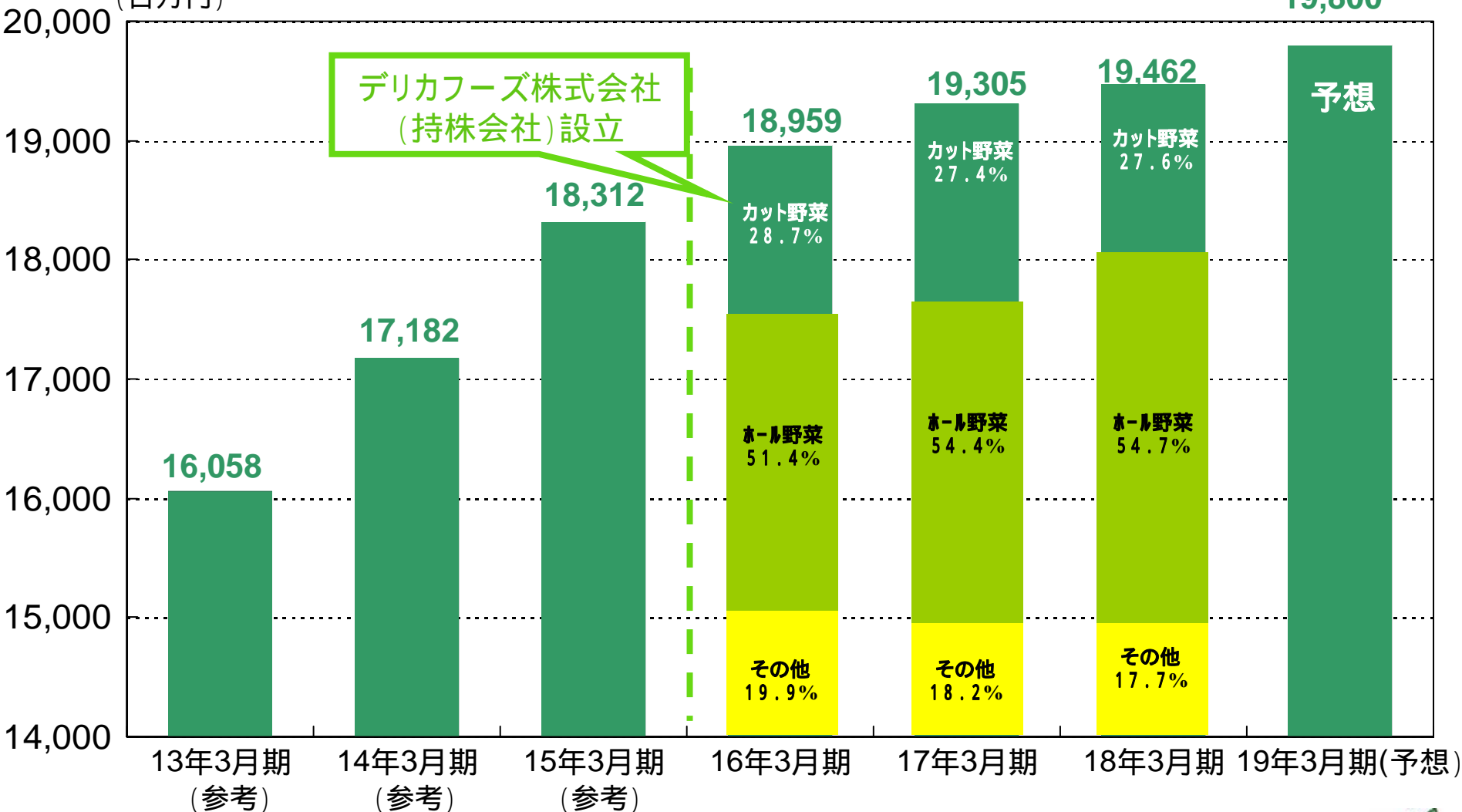


売上高(連結)推移

(百万円)

19,800

デリカフーズ株式会社
(持株会社)設立

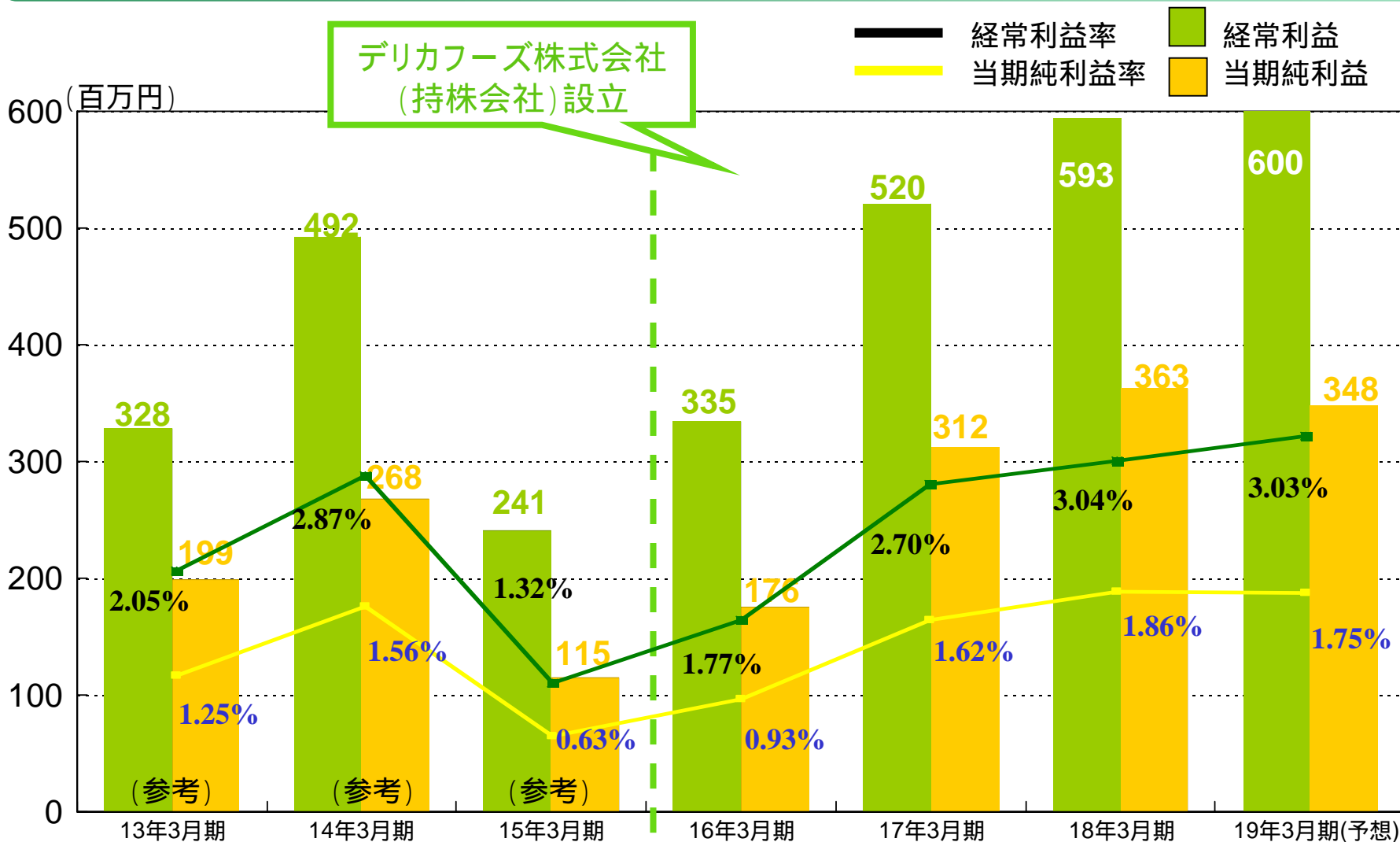


(参考)

平成13年3月期から平成15年3月期までの数値は、東京デリカフーズ(株)、名古屋デリカフーズ(株)及び大阪デリカフーズ(株)3社の単純合算数値であり、監査法人による監査を受けていない



利益(連結)推移



(参考)

平成13年3月期から平成15年3月期までの数値は、東京デリカフーズ(株)、名古屋デリカフーズ(株)及び大阪デリカフーズ(株)3社の単純合算数値であり、監査法人による監査を受けていない



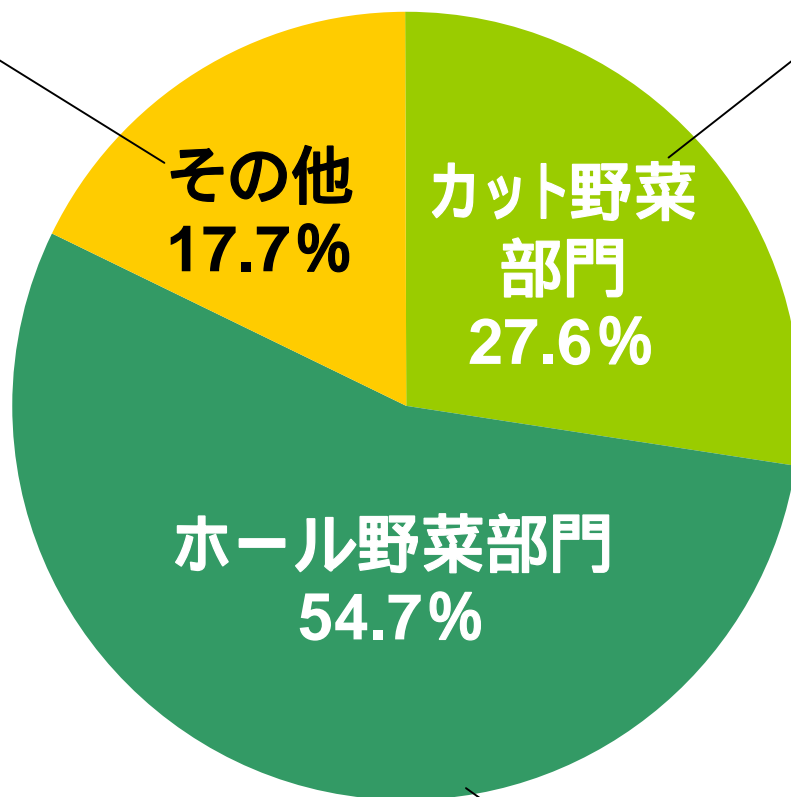
部門別売上高(連結)構成比

平成18年3月期(通期)

部門別売上高構成比

3,449百万円

5,372百万円



連結売上高合計
19,462百万円

10,640百万円

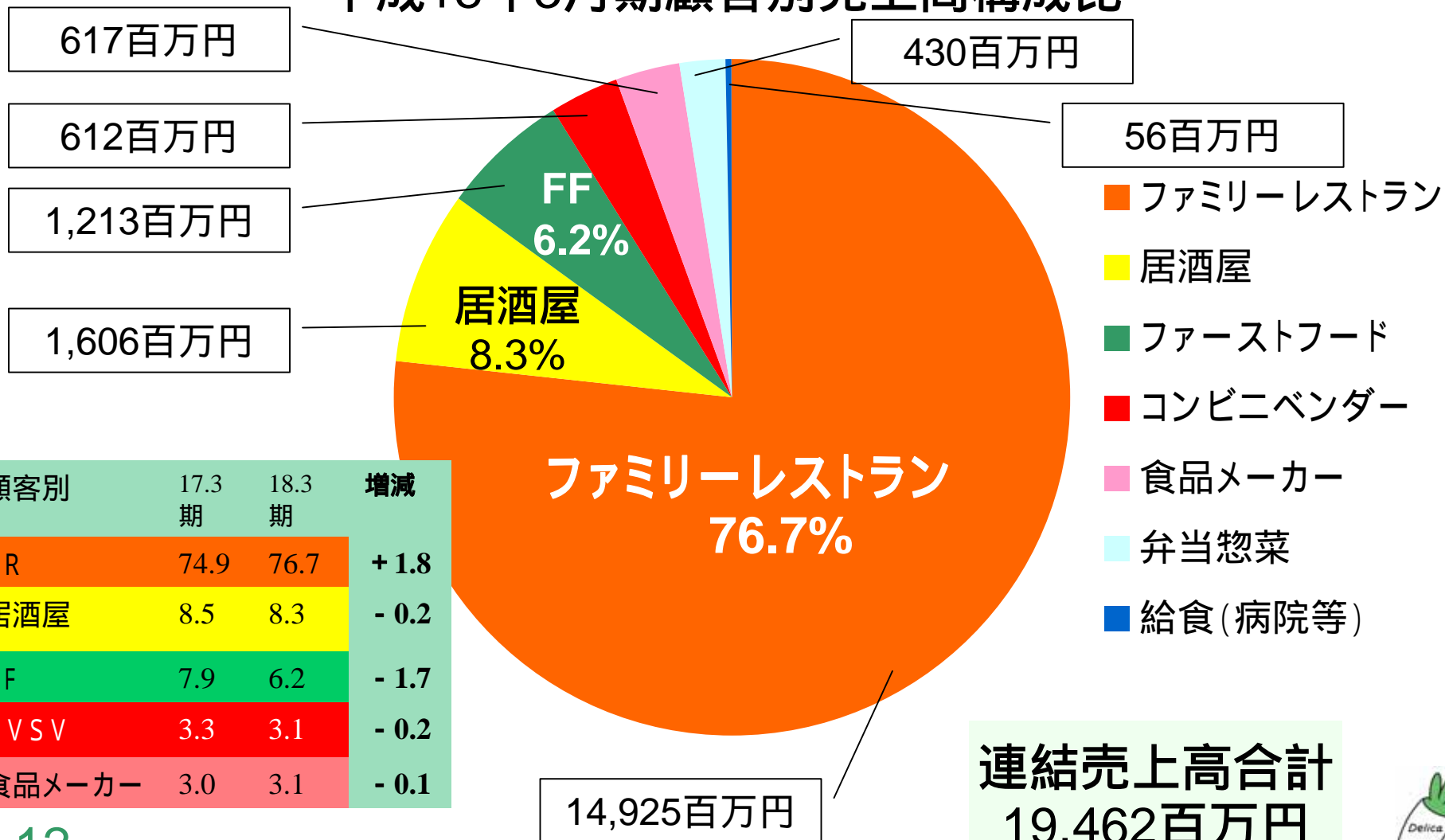
(%)

| 部門別 | 17.3期 | 18.3期 | 増減 |
|-------|-------|-------|------|
| カット野菜 | 27.6 | 27.6 | ±0 |
| ホール野菜 | 54.2 | 54.7 | +0.5 |
| その他 | 18.2 | 17.7 | -0.5 |



顧客別売上高(連結)構成比

平成18年3月期顧客別売上高構成比



| 顧客別 | 17.3 期 | 18.3 期 | 増減 |
|--------|-----------|-----------|-------|
| FR | 74.9 | 76.7 | + 1.8 |
| 居酒屋 | 8.5 | 8.3 | - 0.2 |
| FF | 7.9 | 6.2 | - 1.7 |
| CVSV | 3.3 | 3.1 | - 0.2 |
| 食品メーカー | 3.0 | 3.1 | - 0.1 |



平成18年3月期のまとめ

経費削減を目標に昨年から工場の集約にとりかかったことが期初から寄与。

経費削減

一部工場ではジャスト・イン・タイム生産方式の導入し経営努力の実施。

経費削減

関西のFR向けカット野菜やCVS向けのカット野菜の取引開始

売上増大

平成17年12月の大雪の影響に対する対応力

青果物業界全体では収穫量減 生産者との協力関係により
顧客への野菜の供給を安定的に実施

(ベースにあるもの)長年にわたる全国規模の生産者の育成と
長年にわたる生産者との信頼関係

平成18年1月以降 東証二部上場による知名度アップにより新規顧客数増

売上増大

(カット野菜) 外食の顧客数増売上拡大
(ホール野菜) 営業努力により売上高増
(その他) 日配品は売上増、委託販売減

前年連結会計年度比率1.4%増
前年連結会計年度比率1.4%増
前年連結会計年度比率1.9%減



3. 業界動向



業界動向

野菜の卸売価額総額

2兆3,407億円(平成16年度)

2兆3,345億円(平成15年度)

2兆2,779億円(平成14年度)

(資料:農林水産統計 平成14、15、16年青果物卸売市場調査)

平成12年度野菜の用途別需要量推計 (資料:農林水産政策研究所)

家計消費需要量
7,820千トン

業務用需要量
(外食・中食)
7,797千トン

42%

42%

15%

輸入加工用 家計購入
162千トン

1%

加工原料需要量
2,707千トン

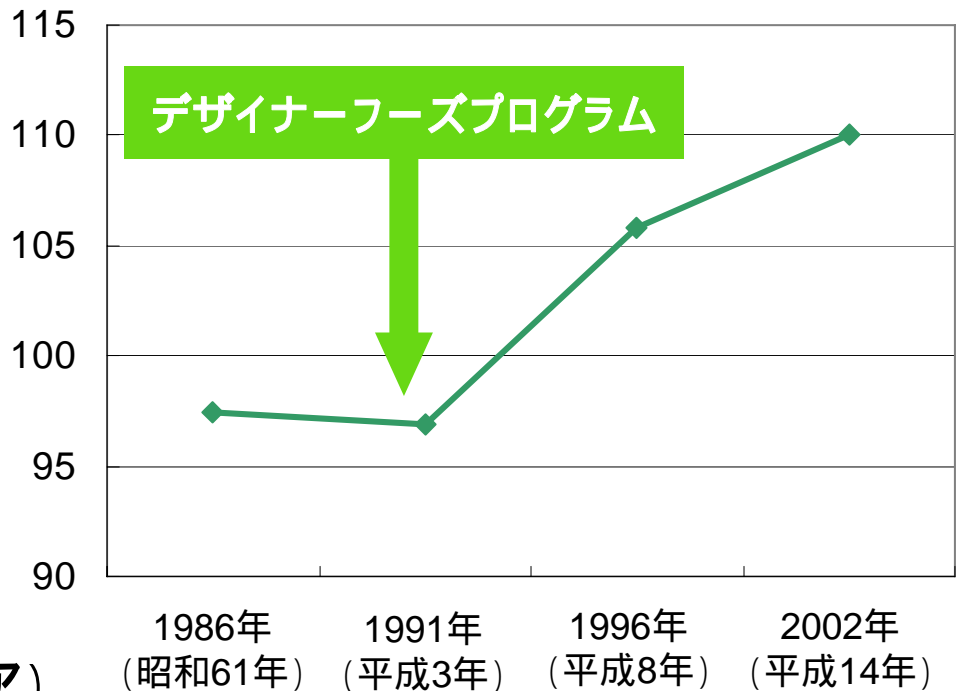


野菜業界を取り巻く環境

「食」、特に「野菜」にフォーカスした国家レベルの「健康」への取り組みが、各国において進展

- ヘルシーピープル計画
(1979年(昭和54年) 米国)
 - デザイナーフーズ・プログラム
「植物性食品による癌予防計画」
(1990年(平成2年) 米国)
- 健康な食事のための8つの指針
(1990年(平成2年) イギリス)
- 健康のための7つの秘訣
(1992年(平成4年) フランス)
- オーストラリア人の食事指針
(1992年(平成4年) オーストラリア)

(kg/年) 米国の1人1年当たり野菜消費量の比較



(資料:国連食糧農業機関「食料需給表」)



野菜業界を取り巻く環境

「健康日本21」が厚生労働省より発表(平成12年)

運動、食生活等における
具体的目標数値設定

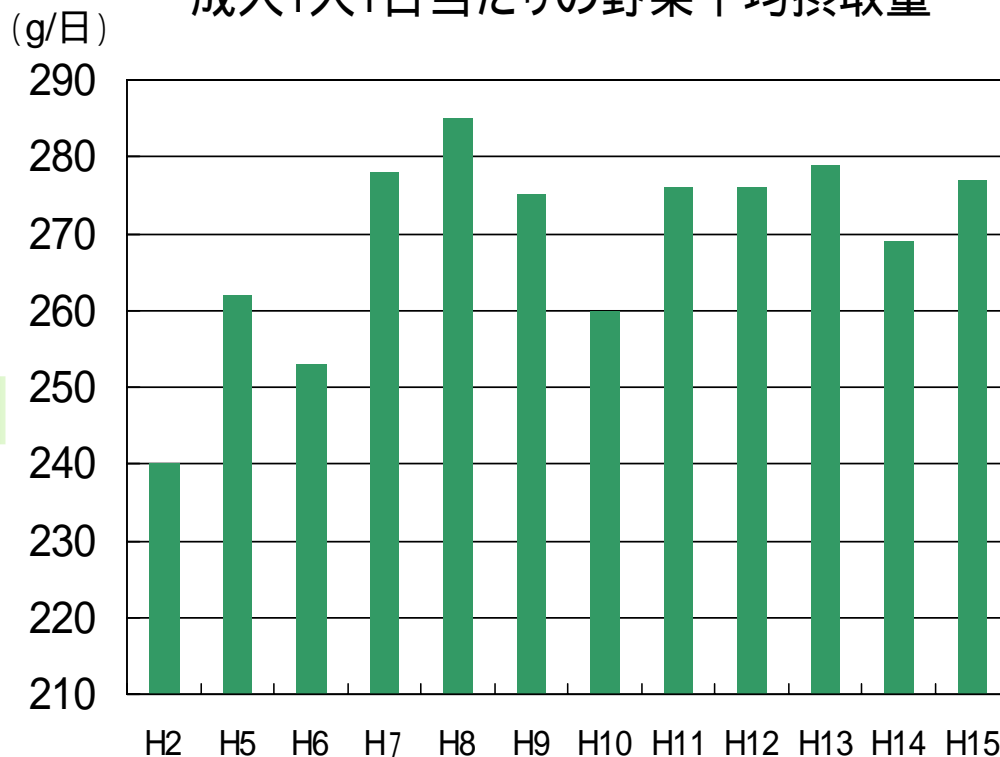
食生活において、

「野菜の摂取量増加」も目標
『成人1人1日当たりの
野菜平均摂取量』

野菜の摂取量不足

目標値 350g 以上

成人1人1日当たりの野菜平均摂取量



資料:厚生労働省「国民栄養調査」



4. 今後の取り組み



今期以降の取り組み

野菜の非破壊での中身分析(抗酸化力、解毒力、免疫力)の
実現のための基礎データ蓄積と分析機械の開発

売上拡大
未開発分野の売上拡大

当社グループと販売先(お客様)と仕入先(生産者)
との三者一体のさらなる発展と展開

既存顧客と関係の
深耕戦略と売上拡大

販売先のターゲットとして、専門店とCVS(ベンダー)とファーストフード
(優良な外食産業、中食産業取引)

既存分野と顧客開発
売上拡大戦略

需要の多い首都圏、東海圏、近畿圏の販売力強化

既存分野と顧客開発
売上拡大戦略

ジャスト・イン・タイム生産方式の導入

商品グレードアップと
生産効率アップ

IT技術の活用

(青果物の在庫管理および発注システムの構築)

既存分野と顧客開発
深耕戦略

食品リサイクル法への対応だけでなく、
循環型リサイクルやエネルギー化に対する研究

既存分野と顧客開発
深耕戦略

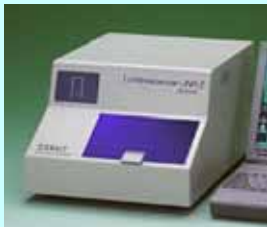
中身評価のための簡易分析法の開発とデータ蓄積

大学 研究機関

高精度測定機器 による分析



ESR法 電子スピン共鳴装置



微弱発光法 ルミノメーター

大学研究機関の高精度の分析機器による測定値との照合

デザイナーフーズ デリカフーズ

現場におけるデータの集積 2001年より作成継続中

簡易方法の検証 データの蓄積・解析



公定法(高精度)による測定値と簡易分析での測定値を多数継続して行い精度を検証

簡易分析



各デリカフーズ研究室
菌数測定、大腸菌群、
Ecol、サルモネラ、黄色ブドウ球菌



中身評価のための簡易分析法の開発とデータ蓄積

「ゼブラフィッシュを
利用した野菜の中身成分
の効用確認実験」

(平成18年4月19日
ニュースリリース)

各種野菜



栄養成分を損なわずにエサ化する

疾患モデル系統ゼブラフィッシュに投与

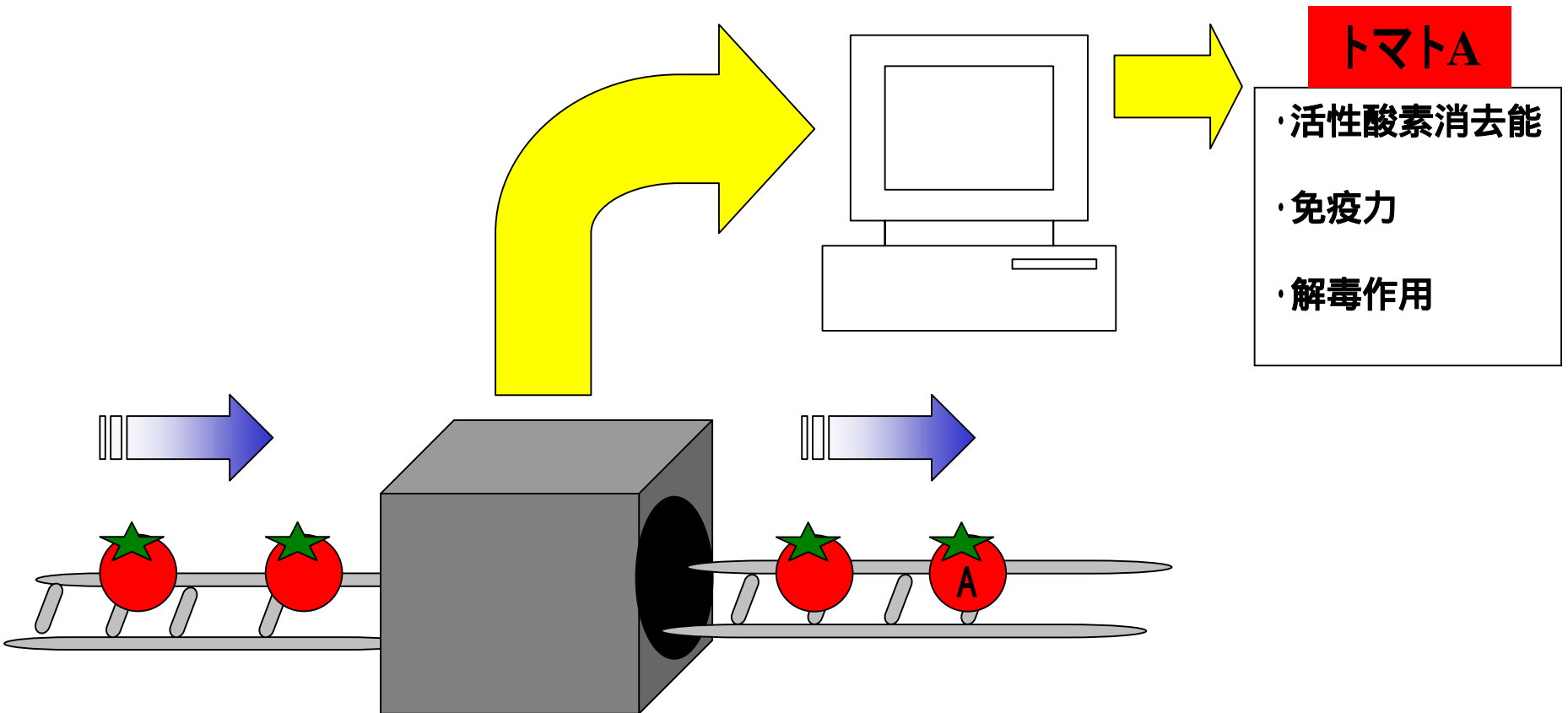


- ・各種野菜の抗酸化能を測定する
- ・各種野菜による糖尿病を中心としたメタボリックシンドローム改善能を測定する
- ・エサの中の野菜成分(化学成分)を特定し、抗酸化能、疾病に対するDNAレベルでの野菜の効用を探索する。



非破壊による中身評価

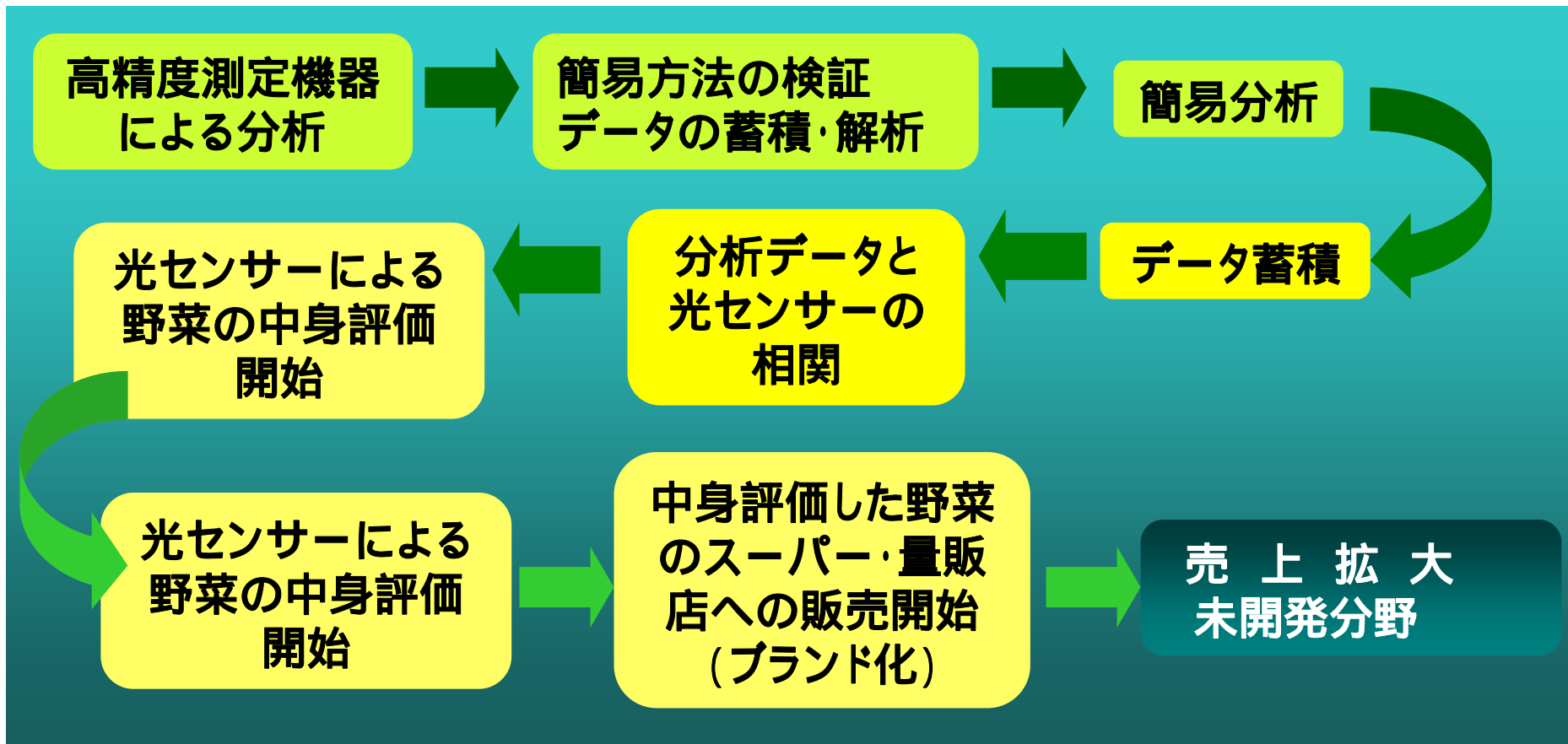
光センサー（スペクトル）と分析データとの相関関係



(イメージ図)

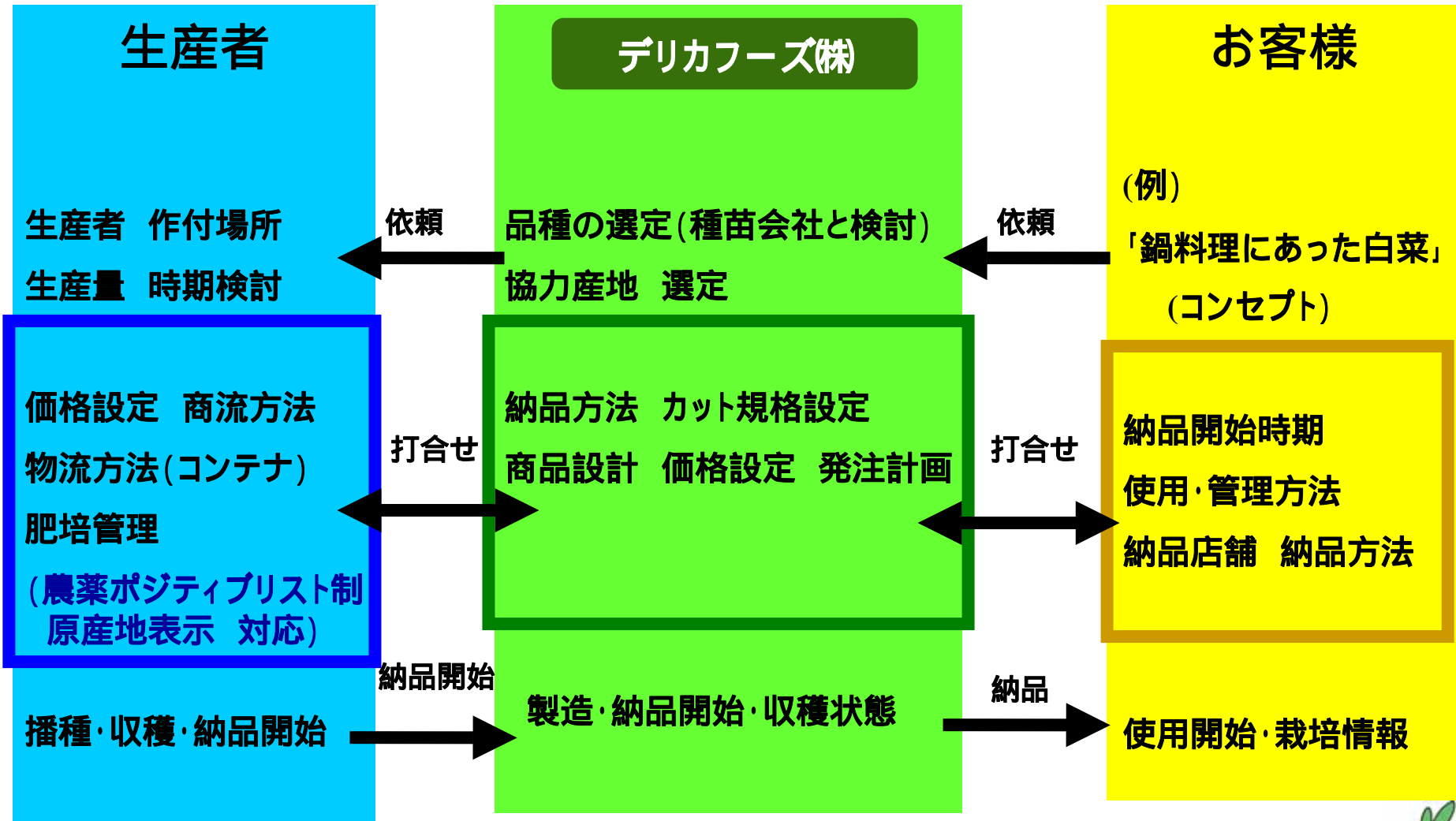


非破壊による中身評価分析機械の開発による展開



三者一体の取り組み～コーディネート～

既存顧客と関係の
深耕戦略と売上拡大



三者一体の取り組み ~ 物流から商品規格まで ~

キャベツ



冷蔵トラックで産地直送



専用の通箱で納品



店舗で使いやすい商品設計とカット規格



コストを抑えた物流と原料商品規格

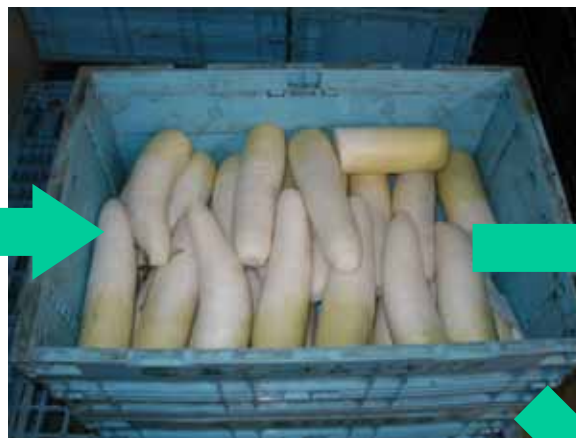


三者一体の取り組み ~ 事例紹介(大根) ~

A



通箱(専用コンテナ)



非可食部分は除去



折りたたんで回収

大根

B



製品(大根細切)

販売先のターゲットとして、専門店とCVS(ベンダー)とファーストフード(優良な外食産業、中食産業取引) 需要の多い首都圏、東海圏、近畿圏の販売力強化

既存分野と顧客開発 売上拡大戦略

大阪デリカフーズ(株)
大阪デリカフーズ(株)神戸事業所

- ・ 広島・岡山地区委託: おおたけ(株)
- ・ 福岡地区委託: (株)桑園青果

東京デリカフーズ(株)
東京デリカフーズ(株)横浜センター
(株)メディカル青果物研究所
福島工場

- ・ 東北地区委託: (株)庄司

名古屋デリカフーズ(株)

- ・ 札幌地区委託: (株)大藤大久保商店
- ・ 北陸地区委託: (株)セイツ
- ・ 静岡・山梨地区委託: (株)カネマン

既存分野と顧客開発 売上拡大戦略



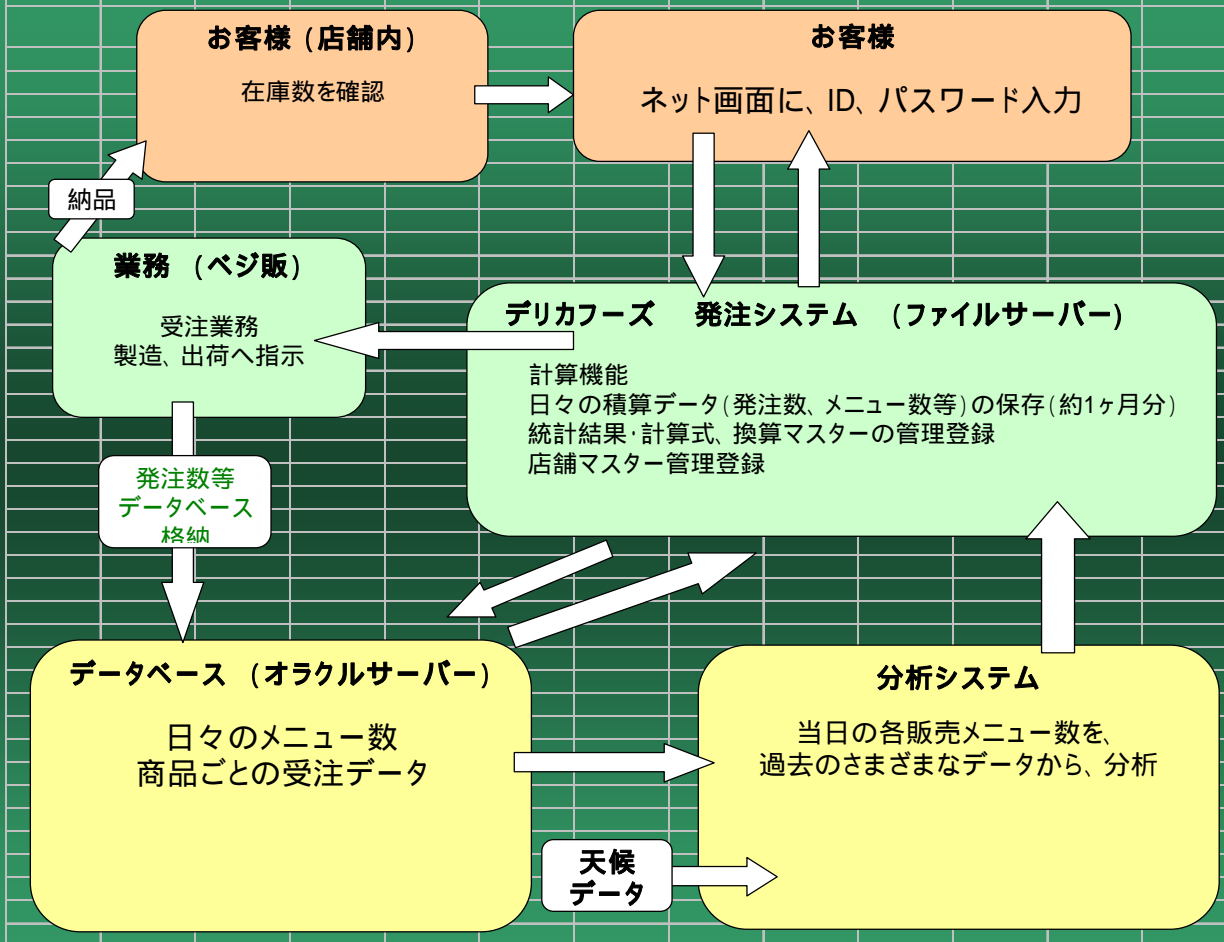
ジャスト・イン・タイム生産方式の導入

商品グレードアップと
生産効率アップ



IT技術の活用 (青果物の在庫管理および発注システムの構築)

発注から納品までの流れ(案)



既存分野と顧客開発
深耕戦略



食品リサイクル法の取り組み

処理方法の種類

既存分野と顧客開発
深耕戦略

減量型(機械による粉砕)
乾燥型(熱による水分蒸発)
消滅型(菌による水とCO₂に変換)
堆肥型(堆肥化してリサイクル)
生産地転送型(施設で堆肥化、飼料化)
エネルギー変換型(電気や熱に変換)
組み合わせ型

野菜から出る水処理施設
電気代、ボイラー施設
きめ細かいメンテナンス
堆肥の受入側の確保
物流費、技術力
技術力、設備費



食品リサイクル法（実例）

➤ 生ごみの堆肥化（生産地での取り組み）



収集



巻き返し



発酵



堆肥

➤ 飼料化



粉碎



液状化



配合計算



飼料

〔参考資料〕

当社グループの事業の紹介



当社グループの事業の紹介

チルド物流網の確立

90～95%以上の水分を含む野菜・フルーツを扱っているため、「水商売」です。

野菜・フルーツ腐りや皮・芯外葉を捨てているため、「ゴミ屋」です。

チルド食材はなんでも運んでいるため、「クール雲助定期便屋」です。

価格変動リスクヘッジ

野菜の生理を考えた技術・知識・教育

野菜の啓蒙活動(勉強会・メニュー提案・研究分析)



カット野菜の製造の様子

洗浄工程



目視工程



計量工程



品質管理



カット野菜の種類

業務用カット野菜
(店舗で調理)
当社商品



スーパー販売
カット野菜
(家庭で調理)



コンビニエンス販売
カット野菜
(すぐに食べられる)



ホール野菜のピッキングの様子





当社グループの事業の紹介

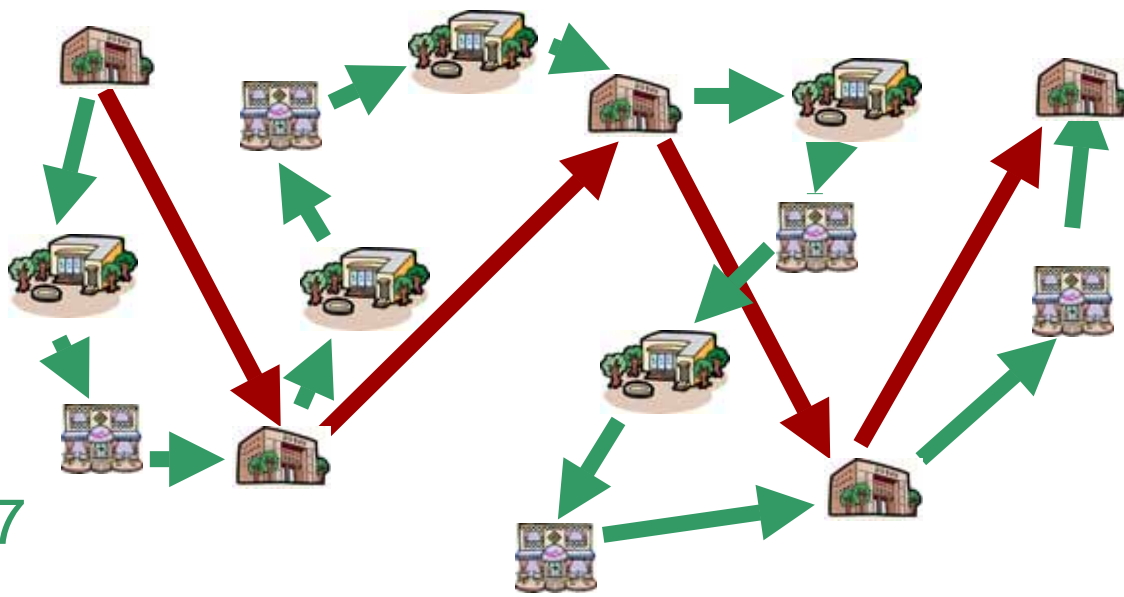
チルド物流網の確立

- 365日24時間体制(個店配送)
- チルド物流(野菜を常温帯からチルド帯へ)
- 配送効率(定時定期便)



(参考例) 配送ルート図

- (当社)  チェーン店顧客A社、B社、C社に配送した場合
(一般)  チェーン店顧客A社のみ配送した場合



(当社)
1車60万円/月 ÷ 30店舗
= 1店舗当たり 2万円/月

(一般)
1車60万円/月 ÷ 10店舗
= 1店舗当たり 6万円/月

(A社  B社  C社 )



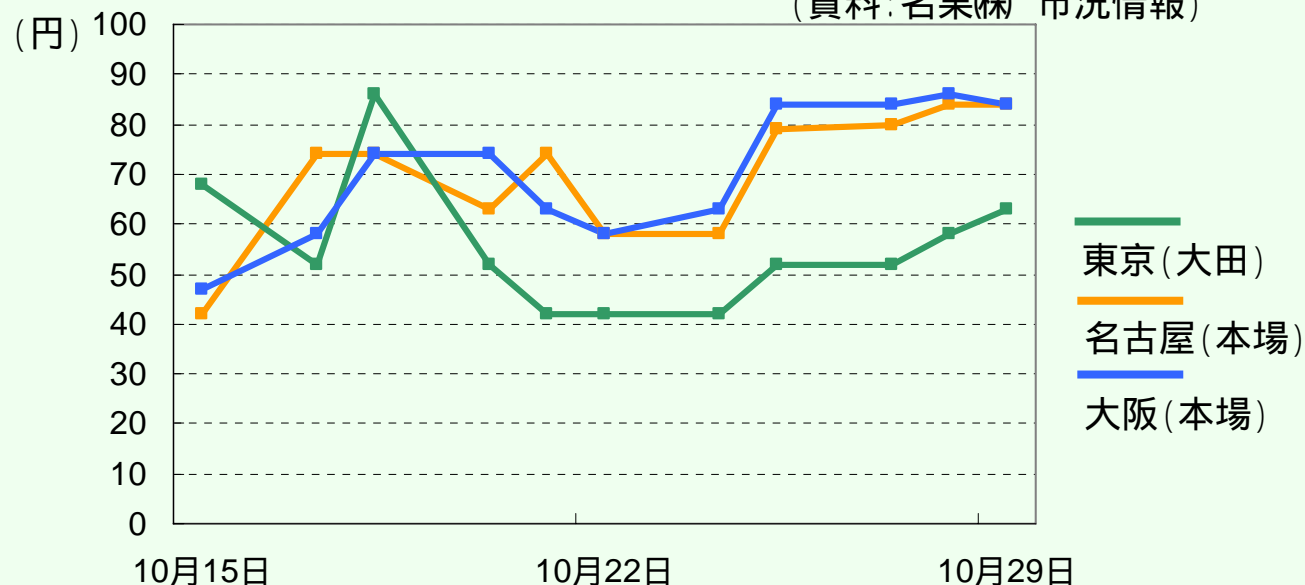
当社グループの事業の紹介

-1 価格変動リスクヘッジ

- 価格見積もり期間は、週間、月間等
- 作付面積、価格決めを出荷量に合わせて産地と協力
- 分社化により、価格見積もりは各地域毎に
- メニュー材料の構成変更提案

(参考例) キャベツの各地区相場比較 (平成17年10月15日～10月29日)

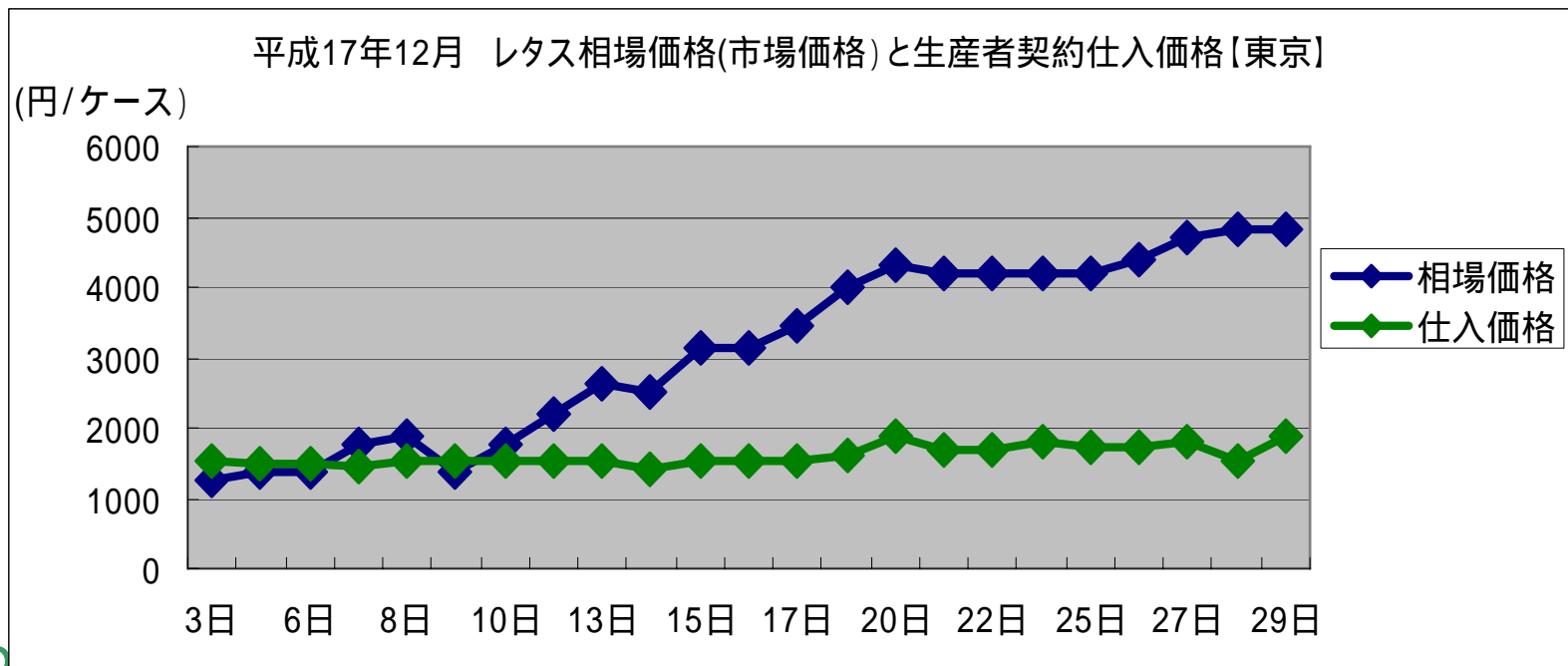
(資料: 名果(株) 市況情報)



当社グループの事業の特徴・取り組み

-2 価格変動リスクヘッジ

- 相場高騰(大雪、台風等による影響のリスクヘッジ)
長年にわたる生産者の育成
生産者との長年の信用に基づいた取引



当社グループの事業の紹介

野菜の生理を考えた技術

■ ホール野菜保存技術

野菜(= 「生きた食材」)の 呼吸蒸散生理、
温度、湿度、空気組成、背地性、振動、
衝撃・風・騒音調整 を考慮して取り扱う

■ カット野菜品質維持技術(MA、真空)

単に野菜を袋に詰め込んで脱気(空気を抜くこと)するのではなく、それぞれの野菜の生理(呼吸量)を分析し、袋の厚さ・
材質、空気の抜き加減、季節による気温の
影響等を考慮して、カット野菜を製造

(例)背地性考慮の有無による差異



当社グループの事業の紹介

野菜の啓蒙活動(勉強会、メニュー提案、研究分析)

■ 野菜勉強会

野菜の生理に関する勉強会を開催や、野菜の取扱方法、保存方法、洗浄方法等に関してレクチャーや、メニュー提案、野菜の中身成分の研究発表、良い野菜の生産方法、摂取方法等についての啓蒙

健康野菜塾 会場風景



野菜の展示



野菜を使った料理の試食会



野菜についての勉強会

「野菜の力」

デリカフーズ株式会社(3392)
代表取締役社長 館本 勲武
平成18年5月



野菜業界を取り巻く環境

健康を維持することが医療費を削減できる。生活習慣病予防。

健康を維持するための方程式

健康 = 遺伝子 + 環境因子

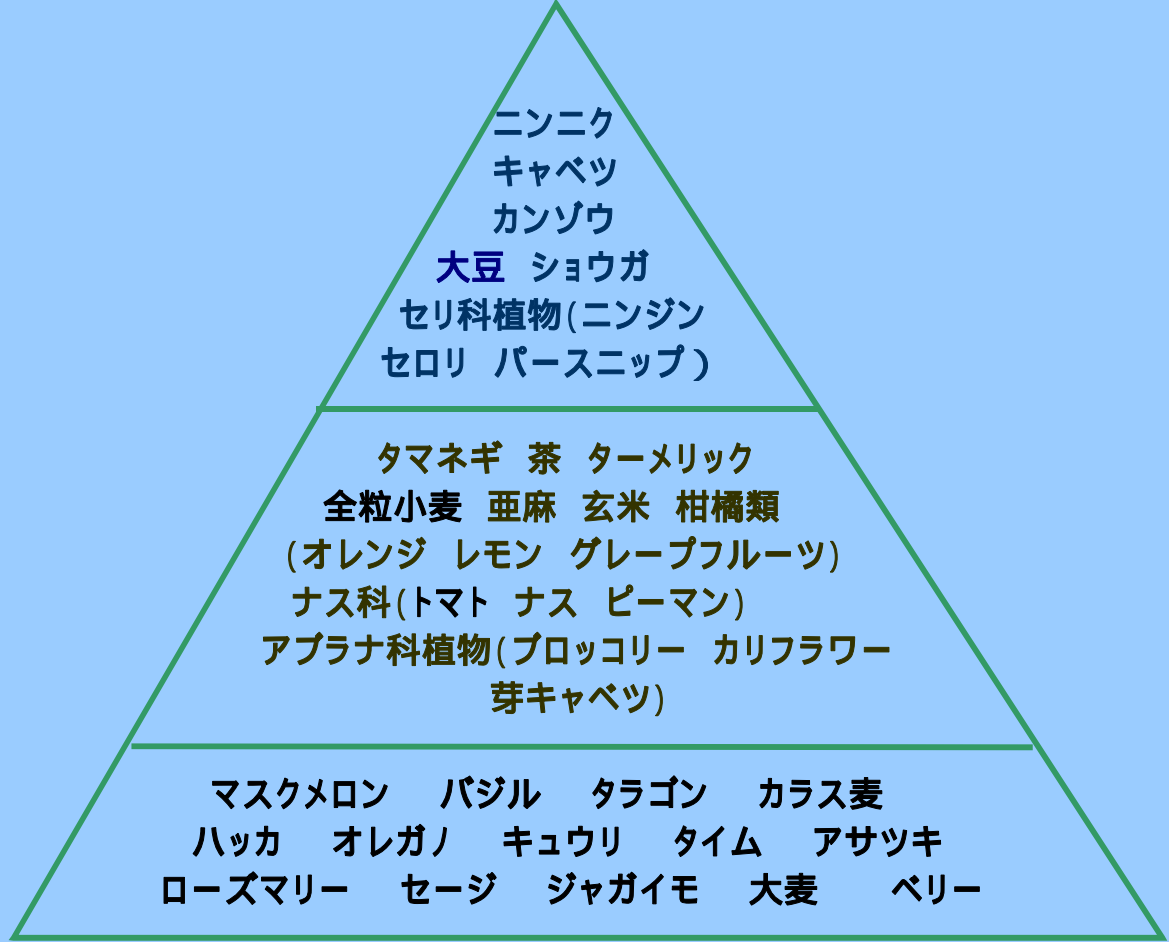
環境因子 = 食 + 勤労 + 癒し + 感謝 + 運動

「食」の中でも、各国の取り組み
(食事指針やデザイナーフーズリスト)からわかるように、
「野菜」の重要性が明確になってきた。

野菜が主役

老化と癌を防ぐデザイナーフーズリスト

重要性の増加の度合



米国国立がん研究所によるデザイナーフーズリスト

1990年、アメリカ国立ガン研究所が植物性食品によるガン予防を目的としてデザイナーフーズプログラムの中で発表したフーズリスト

「がんを防ぐ52の野菜」 大澤俊彦 より

