



決算補足説明資料

2021年12月期

西本Wismettacホールディングス株式会社

2022年2月14日

- サマリー P.2
- 2021年12月期 通期決算概要 P.3
- 2022年12月期 通期業績予想 P.9
- 株主還元の方針 P.13
- Wismettacが目指すビジネスモデルと進捗 P.16
- 会社概要 P.22

2021年12月期 通期決算

p. 3

- ◆ 上期に引き続き、北米・欧州地域を中心に消費需要が回復。前期比で大幅増収増益。

前期	売上高	1,684億円	営業利益	19億円	経常利益	17億円	当期純利益	10億円*
当期	売上高	2,132億円	営業利益	73億円	経常利益	72億円	当期純利益	50億円*

(*) 親会社株主に帰属する当期純利益

通期業績予想および配当予想

p. 9

2022年12月期 業績予想

中間	売上高	1,200億円	営業利益	28億円	経常利益	26億円	当期純利益	19億円*
通期	売上高	2,400億円	営業利益	50億円	経常利益	47億円	当期純利益	33億円*

(*) 親会社株主に帰属する当期純利益

配当予想

2021年度12月期	中間	35円 (実績)	期末	70円	合計	105円
2022年度12月期	中間	35円	期末	35円	合計	70円

- 配当については、従来の方針通り、配当性向を重要な指標とし、通期で30%程度の連結配当性向を目安とする。

Wismettacが目指すビジネスモデルと進捗

p. 16

- ◆ 目指すビジネスモデル I “もの”と“サービス(デジタル)”
 - 食品物流を担う自社機能を強みとして、グローバルな食産業の販路の抱える課題を解決する企業への進化。
- ◆ 目指すビジネスモデル II 食品技術のクロスボーダー展開
 - 当社グループの知見とグローバル5地域(日本、北米、欧州、中国、東南アジア)に亘るネットワークの活用。
- ◆ 進化のための取組状況 新しいビジネスモデルへの進化に向けた各種取組を5地域全体で展開

2021年12月期 通期決算概要



**欧米地域を中心としたリバウンド消費需要の影響等により、特にレストラン向け売上が好調に推移。
グローバルなグループネットワークを活かして安定的な商品供給に努め、売上・利益共に順調に回復。**

- ◆ ワクチン普及に伴う規制緩和等によって消費需要が高まり、欧米地域を中心にレストラン向け売上が順調に回復。コロナ禍において売上を下支えしていたグローサリー向け販売も好調を維持した結果、前期比+26.6%の大幅増収。
- ◆ 売上高の回復に伴い利益も順調に推移し、収益向上のための様々な施策（価格調整、販管費の削減、中食・内食需要の高まりに対応した商品拡充等）が増益に寄与。
 - なお、前期の第4四半期においては、新型コロナウイルス感染症拡大に係る対応として、上期に計上した貸倒引当金繰入額及びたな卸資産評価損（合計約17億円）のうち12億円を戻入。

(単位：億円)

		2020年12月期		2021年12月期		前期比増減 (累計比較)	
		通期実績		通期実績			
			(10-12月)		(10-12月)		
業 績	売上高	1,684	440	2,132	578	+447	+26.6%
	売上総利益	294	88	410	118	+116	+39.4%
	営業利益（政策経費除く）	41	26	100	30	+58	+139.9%
	営業利益又は損失（△）	19	19	73	22	+53	+268.3%
	経常利益又は損失(△)	17	19	72	22	+54	+320.0%
	親会社株主に帰属する当期純利益 又は損失（△）	10	6	50	17	+40	+394.8%
円ドルレート（期中平均）		106.82円		109.80円		+2.98円	
1株当たり当期純利益又は損失（△）		70.80円		350.34円		+394.8%	

アジア食グローバル事業は、消費需要の回復局面において安定的な商品供給に注力し収益機会を捕捉、売上・利益ともに好調に推移。

農水産商社事業は、国内における緊急事態宣言の長期化による需要回復の遅れ等が影響し、減収減益。

アジア食グローバル事業（以下、「GAF」）

- ◆ 全世界的な物流混乱の中で在庫コントロールに注力しながら、需要が回復したレストラン向け商材の安定供給に努め、売上を伸長。原材料・海上運賃・人件費等の費用増加を想定した早期の価格調整を実施することにより利益を確保。
 - ・ 北米地域では、前期比+27.9%、新型コロナウイルス感染症拡大以前である2019年度比では+5.9%。
 - ・ 北米以外の地域は、前期比+77.4%。

農水産商社事業

- ◆ 緊急事態宣言の長期化や国産品との競合により、主力の輸入青果の需要が低迷。外食産業等の需要回復が遅れた結果、前期比▲1.8%の微減。
- ◆ 円安による仕入原価上昇や、物流の混乱により需給予測にもとづく在庫コントロールが困難となる中、在庫回転を優先した販売施策の実施により、売上は微減に留まるも利益は大幅に減少。

（単位：億円）

事業セグメント		2020年12月期		2021年12月期		前期比増減 (累計比較)	
		通期実績		通期実績			
			(10-12月)		(10-12月)		
GAF	売上	1,168	321	1,624	461	+455	+39.0%
	営業利益又は損失(△)	18	19	82	26	+64	+356.7%
農水産商社	売上	479	108	470	104	▲8	▲1.8%
	営業利益又は損失(△)	6	1	▲1	▲0	▲7	-
その他	売上	36	11	37	13	+0	+1.6%
	営業利益又は損失(△)	1	1	0	0	▲0	▲69.2%
調整項目	売上	-	-	-	-	-	-
	営業損失(△)	▲6	▲2	▲8	▲3	▲2	-
合計	売上	1,684	440	2,132	578	+447	+26.6%
	営業利益	19	19	73	22	+53	+268.3%

連結貸借対照表（要約）

（単位：億円）

		2020年12月末	2021年12月末	増減額/率	主要な増減項目
資産合計	流動資産	981	1,247	+266	現金及び預金+129, 売上債権+39, たな卸資産+92
	固定資産	154	170	+15	リース資産（純額）+6
		1,136	1,417	+281	
負債合計	流動負債	214	366	+151	仕入債務+43, 1年内返済予定の長期借入金+88
	固定負債	412	452	+39	長期借入金+37
		627	819	+191	
純資産合計		508	598	+90	
負債・純資産合計		1,136	1,417	+281	
自己資本比率		44.4%	41.9%	▲2.5pt	
流動比率		456.5%	339.9%	▲116.6pt	

（単位：億円）

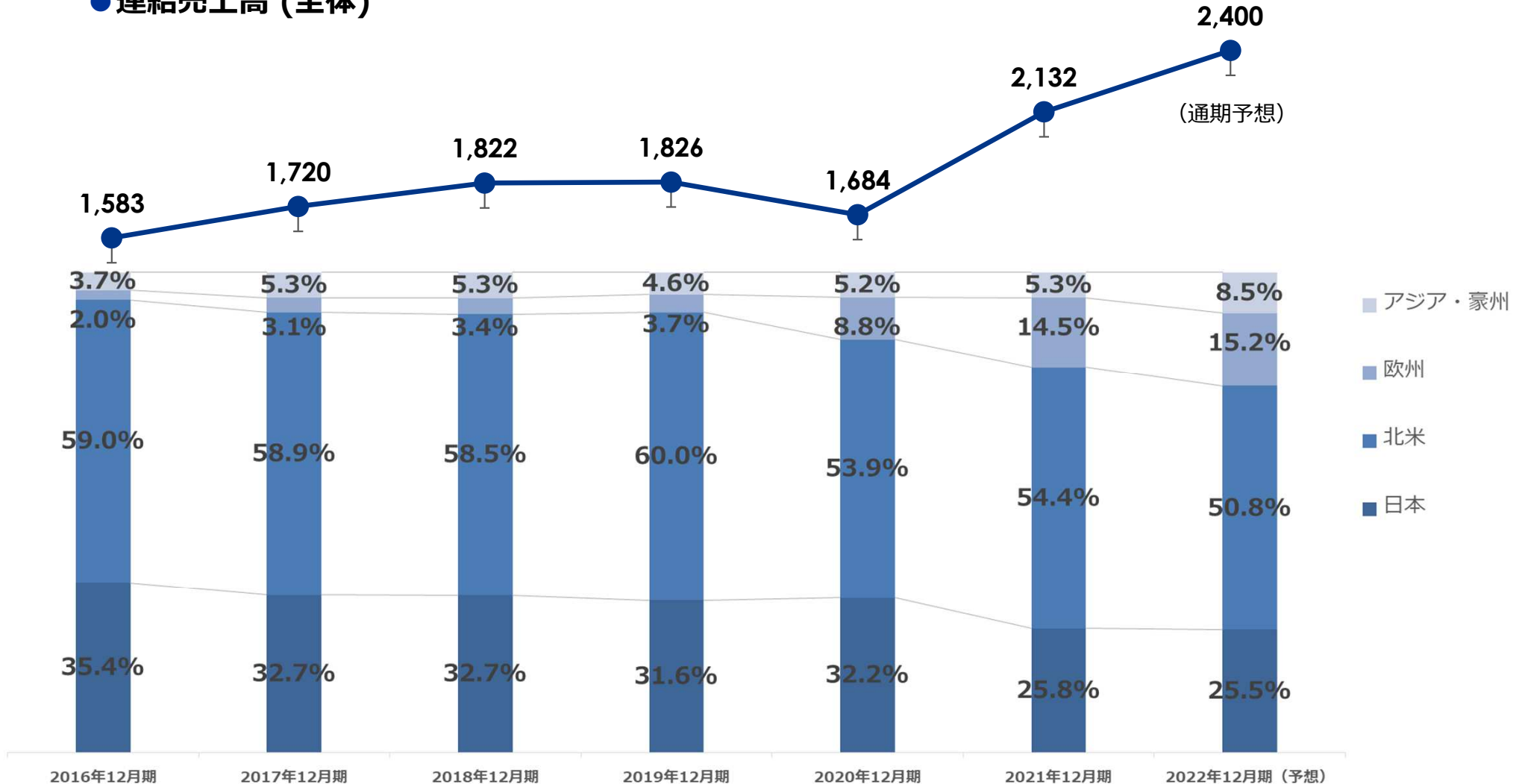
	2020年12月期 通期実績	2021年12月期 通期実績	増減額	主要増減項目 (前期差)
営業活動によるキャッシュ・フロー	104	21	▲83	売上債権の増減額（▲は増加） ▲49 たな卸資産の増減額（▲は増加） ▲100 仕入債務の増減額（▲は減少） +34
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲90	▲3	+86	連結の範囲の変更を伴う子会社株式の取得による支出(差異) +50
財務活動によるキャッシュ・フロー	120	97	▲23	長期借入れによる収入 ▲28
換算差額	▲14	30	+45	

現金及び現金同等物	2020年12月期 通期実績	2021年12月期 通期実績	増減額	備考
期首残高	388	509	+120	
増減額	120	147	+26	
期末残高	509	656	+147	

(参考) 地域別売上構成比率

* 外部向け売上高
単位：億円

● 連結売上高 (全体)



SSP (独・2020/2)、 C3C (仏・2020/7) 連結子会社化	Sco-Fro Group (英国・2021/2) 連結子会社化	BCM (シンガポール・ 2022/1) 連結子会社化
---	--	-----------------------------------

2022年12月期 通期業績予想



- ◆ 世界的に経済活動の順調な回復基調が見込まれる中、売上高は着実に伸長。
- ◆ 調達原価の上昇および人件費を中心とした物流関連費用の増加等が利益水準に影響。
- ◆ 新規事業推進に係る投資と共に、既存事業の基盤強化を目的とした投資を継続。

	FY2021 実績	FY2022 予想	
売上高	2,132億円	2,400億円	(+267)
営業利益	73億円	50億円	(▲23)
経常利益	72億円	47億円	(▲25)
親会社株主に帰属する当期純利益	50億円	33億円	(▲17)

前提

- ◆ 新型コロナウイルス感染症の影響
 - 2021年12月期同様、変異株の発生等により経済活動の回復が左右される環境は続くが、政府主導の規制等による影響は限定的。
 - 北米を中心に回復・成長傾向は継続する一方、リバウンド消費による需要増や需給バランスの逼迫状況は一服。
 - 世界的な物流の混乱・停滞は当面継続。徐々に沈静化するものの、年内の平準化は厳しい見通し。
- ◆ 調達原価・物流関連費用の増加
 - 原材料・海上運賃・人件費等の費用増加に係る影響が更に顕在化、調達原価の上昇および物流関連費用の増加傾向は今後も継続。海上運賃は、年度後半まで高止まりの状態が継続。
 - 需給バランスが正常化に向かう段階では他社との競合状況をふまえた価格調整局面が想定され、粗利益に影響。

将来に向けた積極的な投資の継続

- ◆ 新しいビジネスモデルへの進化：海外マネジメント体制の整備、専門的人材の採用、新規販路向け商品開発等により、各種取組を推進。
- ◆ 既存事業の基盤強化：倉庫オペレーションや物流システムの改善、省人化の推進等に向けた積極的な投資を継続。

計画前提

通期業績予想における円ドル為替は、1\$=110円を想定

単位：億円		FY2019 実績	FY2020 実績	FY2021 実績	FY2022 予想	コメント
全社	売上	1,826	1,684	2,132	2,400	既存・新規ともに売上は伸長。中長期的な成長に向けた体制強化および投資は継続
	営利	43	19	73	50	
既存	売上	1,805	1,657	2,073	2,247	費用増加等による収益低減を売上増加で補う一方、将来の事業基盤強化に向けた投資は継続
	営利	54	39	105	83	
GAF	売上	1,288	1,163	1,598	1,716	需給バランスの変化による価格調整局面、調達原価の上昇や物流関連費用の増加等が収益に影響
	営利	45	30	105	77	
農水産	売上	477	458	439	489	組織改編等により国内外営業の強化に向けた体制作りを推進、昨年度からの収益改善に取り組む
	営利	8	8	▲1	5	
国内BtoC	売上	39	36	37	41	取扱商材の拡大、オンライン受発注システムの導入等により売上増加を目指す
	営利	1	1	1	1	
新規	売上	21	27	60	153	新たなビジネスモデルへの進化に向けた投資を継続する一方、強化中の販路(メインストリーム等)向け売上の拡大に注力
	営利	▲11	▲20	▲32	▲33	
(USD為替レート)		(109.05)	(106.82)	(109.80)	(110.00)	

既存事業の基盤強化および、新しいビジネスモデルへの進化に向けた取組に対する投資を継続。

	施策	金額(経費含む、億円)			狙い	
		'20年 実績	'21年 実績	'22年 計画		
1	事業領域の拡大	◆ 食・医・エコ・新しいライフスタイル・Food informaticsが融合する部分での新事業の創出	3	5	9	◆ 事業ポートフォリオの多角化
2	地域間連携の強化	◆ 海外地域マネジメントチームの組成・強化 ◆ 欧州、中国における商品開発およびメインストリーム向け販路開拓	10	12	24	◆ 各地域の組織経営力強化 ◆ メインストリーム等の販路強化、取引深耕に向けた事業戦略の構築
3	既存事業の収益力強化	◆ 商品開発部門の充実 ◆ SCM・ITインフラ投資 ◆ 組織の活性化・スリム化(北米等)と報酬制度改革	1 0 5	1 0 5	2 7 0	◆ PB化の一層の推進 ◆ 健康志向商品等の開発 ◆ DXによる販管費・物流費の圧縮、省人化 ◆ 組織力の強化 ◆ 会社、個人業績に応じた報酬 ◆ 社内コミュニケーション・連携ツール導入によるチームワーク力強化
4	既存事業から派生した新規事業の展開	◆ 国内農産品の海外輸出の仕組みの構築 ◆ 外食向け新サービスの開発(ニューノーマルの食生活)	1 2	2 2	2 2	◆ 海外市場の成長の取り込み ◆ ニューノーマルに対応した外食業態の取り込み
		計	22	27	46	

株主還元の方針



基本方針

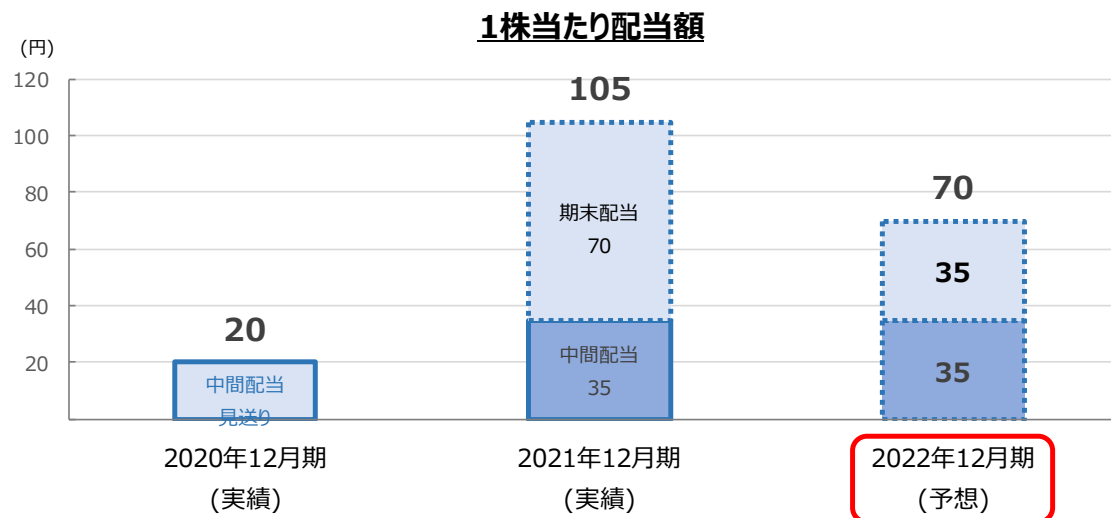
- ◆ 将来の事業展開と財務体質強化のため内部留保を確保しつつ、安定的な配当を継続して実施。
- ◆ 配当性向を重要な指標とし、通期で30%程度の連結配当性向を目安とする。

2021年12月期の配当について

- ◆ 期末配当の予想は、1株当たり70円に大幅増額（2021年8月公表時 45円）。
- ◆ 年間配当も前期比で大幅増額の105円となり、年間配当額としては上場以来最高。通期配当性向は、約30%。

2022年12月期の配当について

- ◆ 上記の基本方針および当社グループを取り巻く事業環境や今後の業績見通し等を勘案して決定。
- ◆ 中間・期末配当の予想は1株当たり35円、年間配当は70円とする。



2022年4月に予定される東京証券取引所の市場区分の見直しに関して、プライム市場を選択する申請書を提出。

◆ 課題

- 「流通株式比率35%以上」の達成が、プライム市場の上場維持の課題

	流通株式数	流通株式 時価総額	流通株式比率	1日平均 売買代金
当社の状況 (移行基準日時点)	38,488単位	107.6億円	26.8%	0.28億円
上場維持基準	20,000単位	100億円	35%	0.2億円
計画書に記載の項目			○	

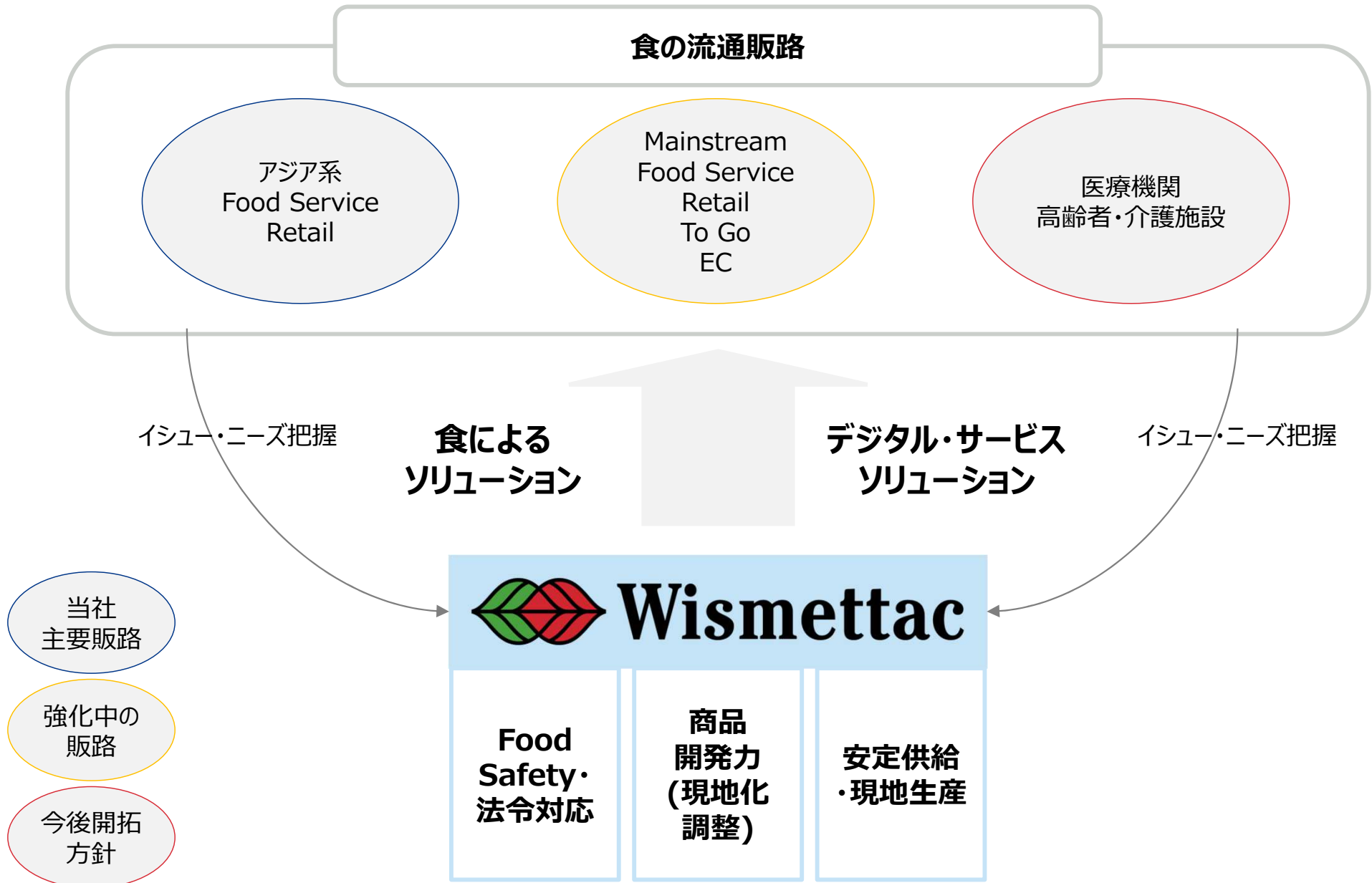
◆ 取組内容および計画期間

- 流通株式比率向上を目指して、法人・個人大株主に対する当社株式の一部売却の申し入れ、また公募増資等の取組を検討
- 事業環境や株式市場の動向等も鑑み、段階的な取組みを想定
- 計画期間は4年間(2025年12月まで)を見込む

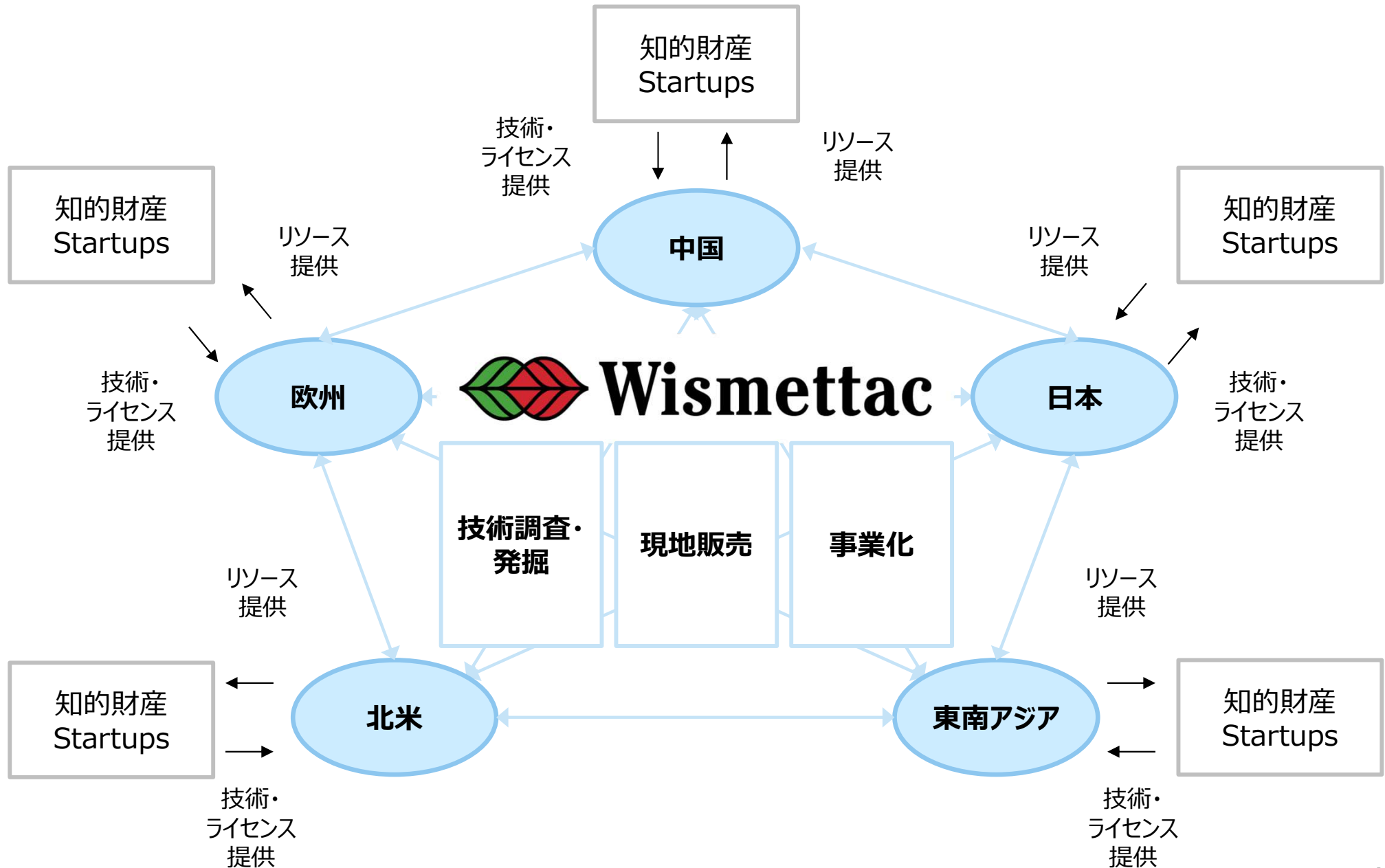
Wismettacが目指す ビジネスモデルと進捗



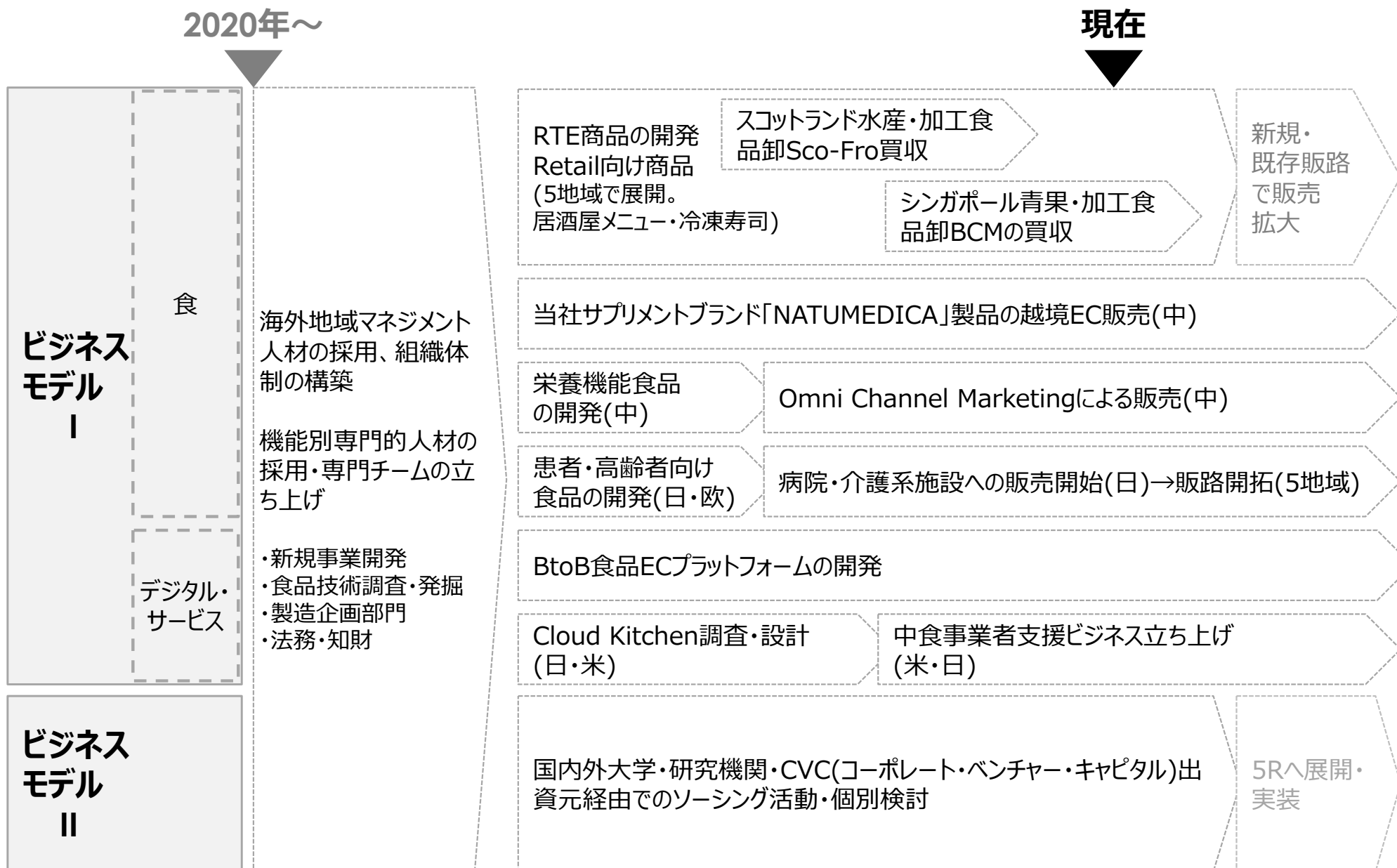
当社グループが培ってきたグローバルな食の販路との信頼関係やクロスボーダーで食品物流を担う自社機能を強みとして、グローバルな食産業の販路の抱える課題を解決する企業へと進化する。



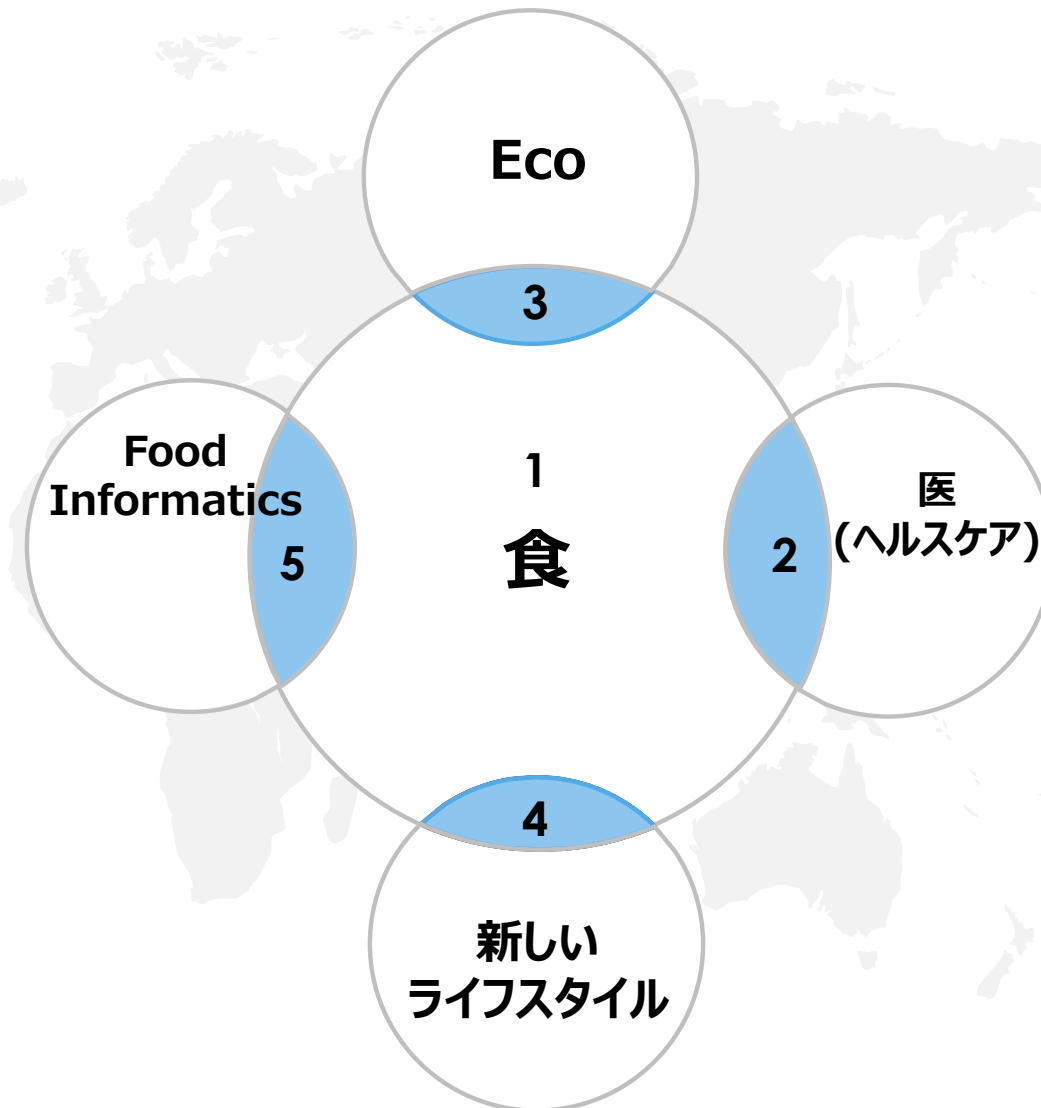
当社の知見とグローバル5地域のネットワークを活用し、食業界の様々な課題解決に適合する技術を発掘、パートナー企業と協働で実装する体制の構築を目指す。



新しいビジネスモデルへの進化に向けた各種取組をグローバル5地域全体で展開。



食の領域と他の領域の融合する分野において、イシュー・ニーズとソリューションを組み合わせた新たな事業(ビジネスモデル、商品)を継続的に創出し、グローバルに展開する企業グループを目指す。



当社の事業領域

1. 食の領域 : 既存事業を基盤とした飛躍
2. 食と医(ヘルスケア)の重なる分野
3. 食とEcoの重なる分野
4. 食と新しいライフスタイルの重なる分野
新型コロナウイルス感染症拡大により大きく変化する分野
特に供食のあり方の進化
5. Food Informatics

「食×新しいライフスタイル」、「食×医(ヘルスケア)」の分野にて新規事業を設立。



1. 著名高級飲食店の中食ビジネス展開を支援

- ◆ 昨今の働き方改革やコロナ禍の影響で外食産業市場は大きく変化
→ 特に高級店はこの影響を大きく受けており、急速に変化する市場への対応が急務。
- ◆ 高級店の新たな収益モデル確立のため、中食ライブキッチン・テイクアウト専門店「WisChef」をオープン
→ 本事業はレストランが大きな設備投資なしに始められるクラウドキッチン事業を採用、店舗は中食（テイクアウト）専門店として展開。
- ◆ 予約販売サービスにより、必要なだけの食材を仕入・調理をすることで、廃棄ロスを削減、店内で使用するプラスチック削減にも努め、サステナビリティにも貢献。

2. 医療食「食卓の名医™」の新規開発

- ◆ 医師や管理栄養士の監修のもと、胃がん手術後など、消化に不安のある方向けの食品を取り揃えた医療食を開発。
→ 新ブランド「食卓の名医™」の立ち上げ
- ◆ 新しいカテゴリーの冷凍食品「消化にあんしん™シリーズ」を開発。
→ 「凍結含浸法」という特許技術を施してやわらかく加工し、胃がん手術後など、消化に不安のある方へも「あんしん」と「おいしさ」を提供
- ◆ 商品開発には胃がんにより胃を切除された方を対象に試食モニターを行い、消化の良さややわらかさ、準備の簡便性について高い評価を頂いている。

会社概要



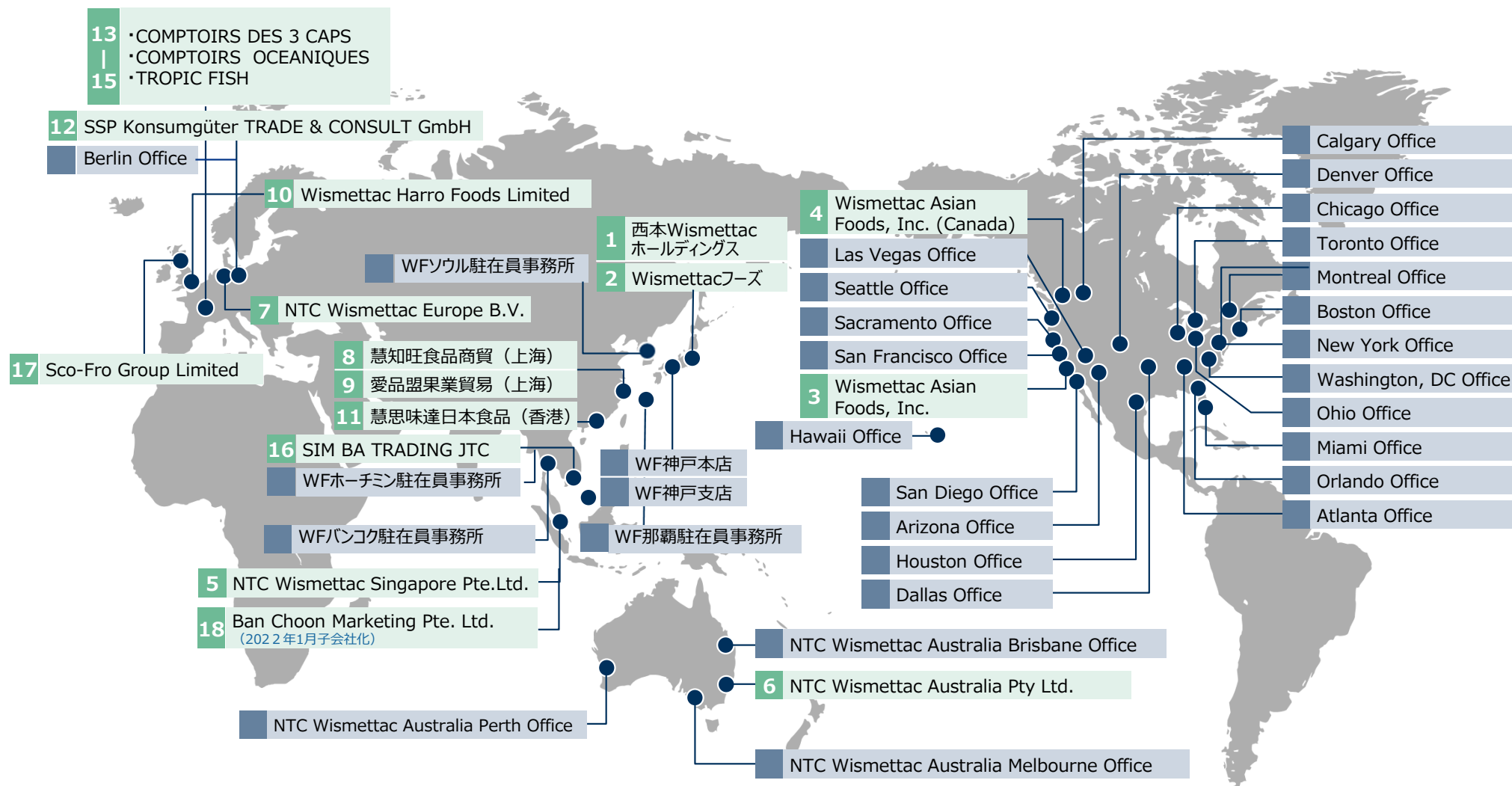
- ◆「地球それ自体」と「Globalism」をイメージした2つの球体
 - 革新の「赤」+自然の「緑」
 - 「より健康で豊かな食生活へのあくなき挑戦の意思」
- ◆ 社名の「W」「M」「C」をモチーフとして造形化

- 【Wisdom】 …(西洋智)
- 【Metta】 …(東洋智)
(パーリ語：優しさ/思いやり)
- 【Creativity】 …(価値の創造力)

明治45年（1912年）に創業後、世界市場に食材・食品を供給するグローバル企業へと成長

社名	西本Wismettac (ウイズメタック) ホールディングス株式会社
本社	東京都中央区日本橋室町三丁目2番1号 日本橋室町三井タワー15階
創業	1912年5月
代表者	代表取締役会長兼社長 CEO 洲崎 良朗
従業員数	1,813名（うちアジア食グローバル事業：1,507人） [2021年12月末時点]
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ◆アジア食品の開発及びグローバルでの販売 ◆青果物全般(フルーツ、野菜、その他加工品)の輸入販売、食品メーカー並びに 外食産業向けの食材の供給
子会社、関連会社	子会社21社、関連会社1社 [2021年12月末時点]
拠点所在地	世界44か所*（うち北米拠点：24か所） 日本・米国・カナダ・シンガポール・オーストラリア・オランダ・英国・ドイツ・フランス・中国・ 香港・タイ・ベトナム・韓国 <small>*拠点数定義見直し後（2022年1月）</small>
連結売上高	2,132億円 [2021年12月期] * 海外売上比率74.2%
連結経常利益	72億円 [2021年12月期]
自己資本比率	41.9% [2021年12月期]

- ◆ 当社グループは北米、欧州、豪州、アジアにおいて44拠点を有し、グローバルに事業を展開
- ◆ 北米（アメリカ・カナダ）は24拠点を有し、売上の過半以上を占める



図表中の“WF”は“Wismettacフーズ”の略

2022年1月7日付にて、シンガポール大手青果・加工食品卸であるBan Choon Marketing Pte. Ltd.（以下、BCM社）の株式100%を取得。

◆ 当社グループのNTC Wismettac Singapore Pte. Ltd.が、BCM社の株式100%を取得し、子会社化。

◆ BCM社は、シンガポール最大の小売企業である NTUC FairPrice をはじめとした大手小売業、EC 事業者、レストラン、ホテル等に対する青果卸として同国を代表する企業の一つ。

(参考：2020年12月期 総資産：SGD 25,073K 売上高：SGD 75,680K)

◆ 当社が強みとするグローバルな青果調達機能を活かした事業成長を図るとともに、東南アジア地域における同ネットワークインフラの拡大強化を目指す。

注意事項

本資料は、西本Wismettacホールディングス株式会社および関係会社（以下当社）の財務情報、経営情報等の提供を目的としておりますが、内容についていかなる表明・保証を行うものではありません。

本資料に掲載されている当社の計画や戦略、業績の見通し等は、将来の予測等に関する情報を含む場合があります。これらの情報は現在入手可能な情報に基づくものであり、経済動向、業界での競争、市場需要、為替レート、税制や諸制度等に関わるリスクや不確実な要素を含んでいます。従って、将来、実際に公表される業績等はこれらの種々の要素によって変動する可能性があり、当社はこれらの情報を使用されたことにより生じるいかなる損害についても責任を負うものではありません。なお、当社は、新たな情報や将来の事象により、本資料に掲載された将来の見通しを修正して公表する義務を負うものでもありません。

資料の作成には、当社は細心の注意を払っておりますが、掲載した情報に誤りがあった場合や、第三者によるデータの改ざん、データダウンロード等によって生じた障害等に関し、当社は事由の如何を問わず一切責任を負うものではないことをあらかじめご了承ください。

本資料は、投資勧誘を目的にしたものではありません。実際に投資を行う際は、本資料の情報に全面的に依拠して投資判断を下すことはお控えいただき、投資に関するご決定はご自身のご判断で行うようお願いいたします。

【お問合せ先】

西本Wismettacホールディングス株式会社
経営企画部

TEL：03-6870-2015

