

2022年度 決算 2023年度～2025年度 中期経営計画 Transform 2025 説明資料

価値創造に向けて進化する
グッド・カンパニーへ

2023年5月1日
伊藤忠食品株式会社

(見直しに関する注意事項)

本資料に記載されているデータや将来予測は、本資料の発表日現在において入手可能な情報に基づくもので、種々の要因により影響を受けることがありますので、実際の業績は見直しから大きく異なる可能性があります。従って、これらの将来予測に関する記述に全面的に依拠することは差し控えるようお願いいたします。また、当社は新しい情報、将来の出来事等に基づきこれらの将来予測を更新する義務を負うものではありません。





1. 業績説明 ……P.3
2. 2023年度～2025年度 中期経営計画 ……P.9
3. 補足資料 ……P.18

2022年度 業績説明



2022年度 決算総括（P Lハイライト）



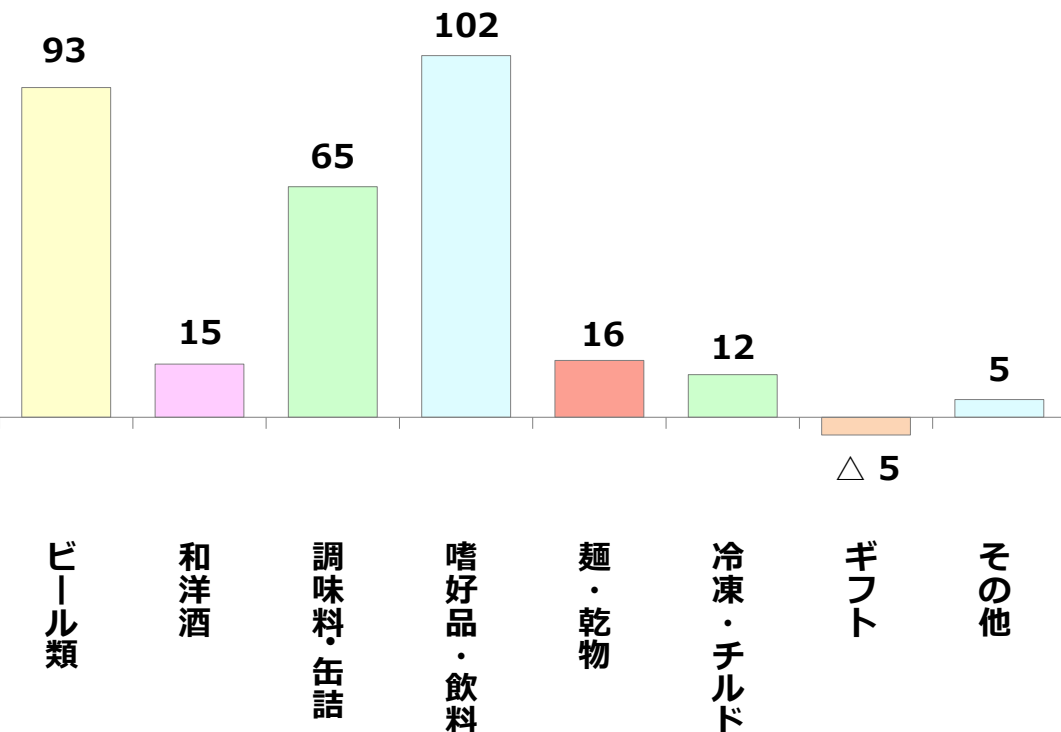
（単位：億円）

| | 2021年度 実績 | 2022年度 公表見通し | 2022年度 実績 | 前年 増減額 | 対公表見通し 増減額 |
|---------------------|--------------|-----------------|--------------|-----------|---------------|
| 売上高 | 6,127 | 6,300 | 6,430 | + 303 | + 130 |
| 営業利益 | 59 | 61 | 75 | + 16 | + 14 |
| 営業利益率 | 0.96% | 0.97% | 1.17% | + 0.21pt | + 0.20pt |
| 経常利益 | 73 | 73 | 89 | + 17 | + 16 |
| 経常利益率 | 1.19% | 1.16% | 1.39% | + 0.20pt | + 0.23pt |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | 43 | 47 | 48 | + 5 | + 1 |

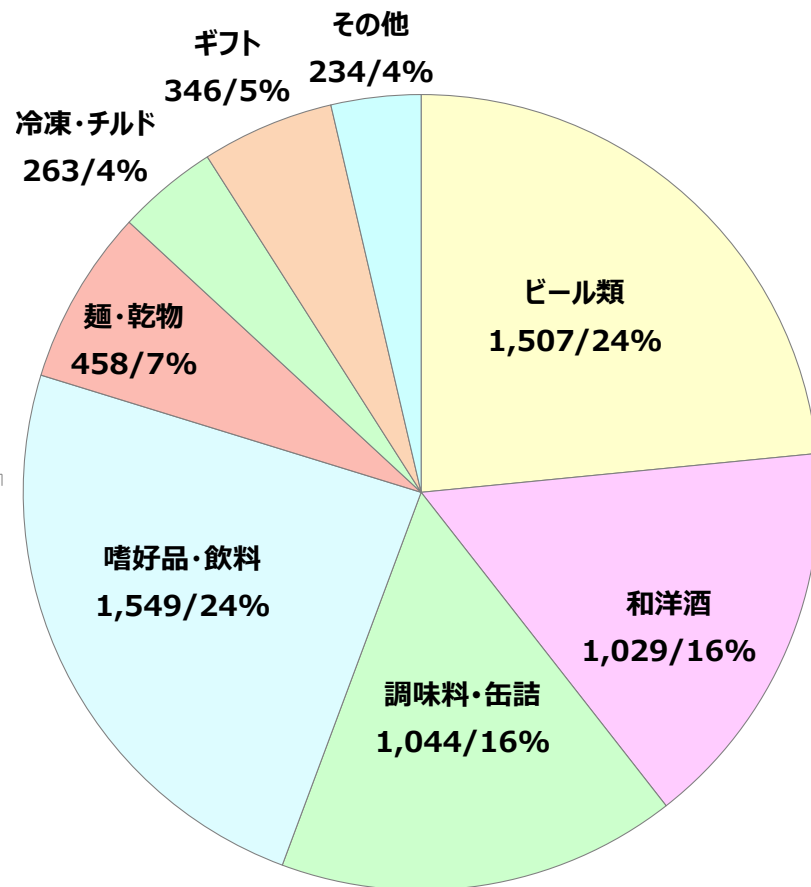


(単位：億円)

商品分類別 売上高増減金額（前年比）



商品分類別 売上高及び構成比



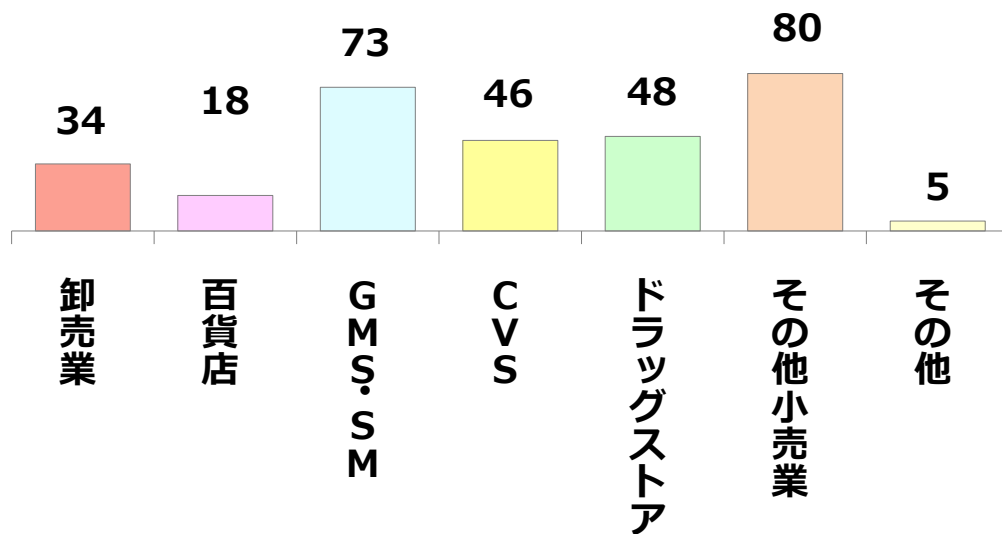
(※) 発泡酒及び第3のビールの売上高は「ビール類」に含んでおります。

商品分類
売上高 (億円) / 構成比 (%)

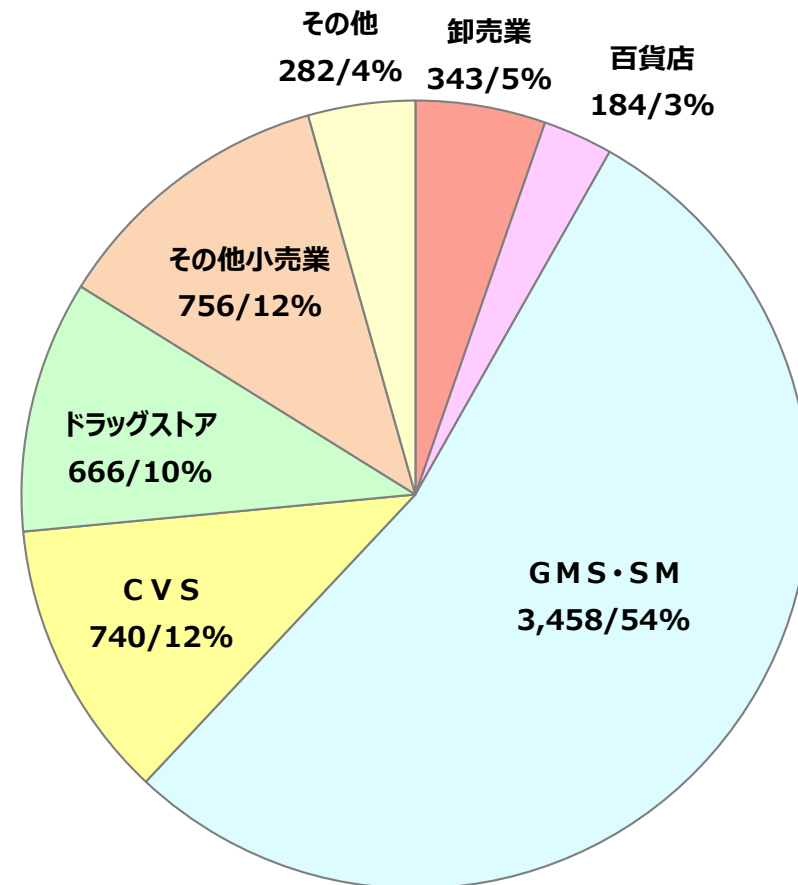


(単位：億円)

業態別 売上高増減金額 (前年比)



業態別 売上高及び構成比



(※) 外食・業務用取引は「卸売業」及び「その他小売業」に含んでおります。

業態分類
売上高 (億円) / 構成比 (%)

(単位：億円)

| | 2021年度 期末 | 2022年度 期末 | 増減額 |
|--------|--------------|--------------|---------|
| 流動資産 | 1,736 | 1,842 | + 106 |
| 固定資産 | 631 | 625 | △ 6 |
| 総資産 | 2,367 | 2,466 | + 99 |
| 負債合計 | 1,414 | 1,468 | + 54 |
| 純資産 | 952 | 998 | + 45 |
| 自己資本比率 | 40.2% | 40.5% | + 0.2pt |

(単位：億円)

| キャッシュ・フロー | 2022年度 実績 | 主な要因/備考 |
|----------------------|--------------|-------------------|
| 現金及び現金同等物の 期首残高 | 77 | |
| 営業活動による キャッシュ・フロー | 77 | 営業収入の増加 |
| 投資活動による キャッシュ・フロー | ▲ 24 | 固定資産取得等 |
| 財務活動による キャッシュ・フロー | ▲ 22 | 配当、リース債務の 返済、等 |
| 現金及び現金同等物の 期末残高 | 108 | |

| 2022年度 | 中間 (実施済) | 期末 (予定) | 合計 |
|---------------|----------|---------|------|
| 1株当たり 配当状況 | 40 円 | 40 円 | 80 円 |

2023年度～2025年度 中期経営計画
Transform 2025
～ 創造と循環 ～

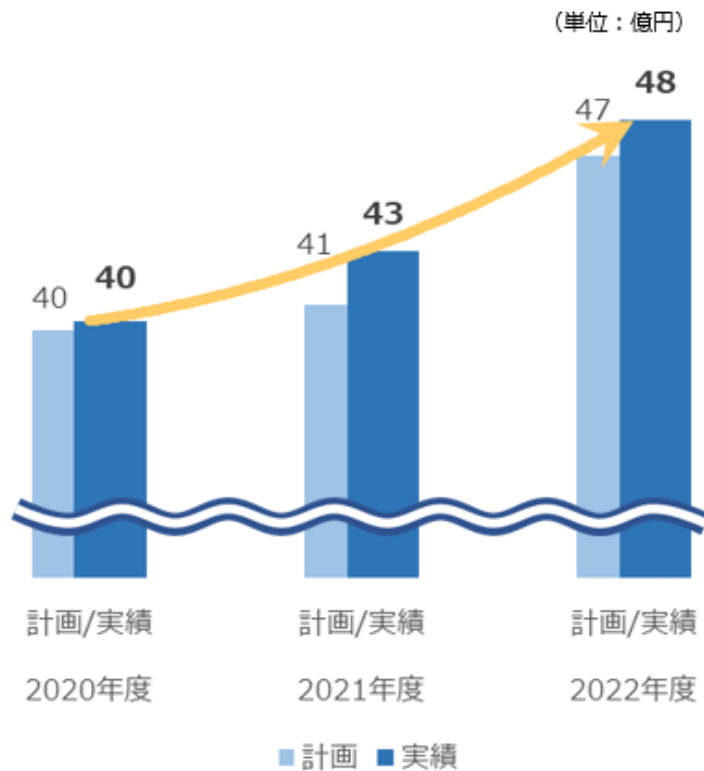
2023年5月1日
伊藤忠食品株式会社





- 激しい環境変化の中でも着実に計画を達成しながら成長。

税後利益推移



外部環境の変化

新型コロナウイルスの蔓延～生活様態の急激な変化
原材料・物流費の高騰～急激なインフレ



持続的成長の基盤作り

人事制度改革、ダイバーシティ推進
低重心経営の徹底、不採算取引の見直し



着実に計画達成
年率約9%の税後利益成長
(4期連続増益)



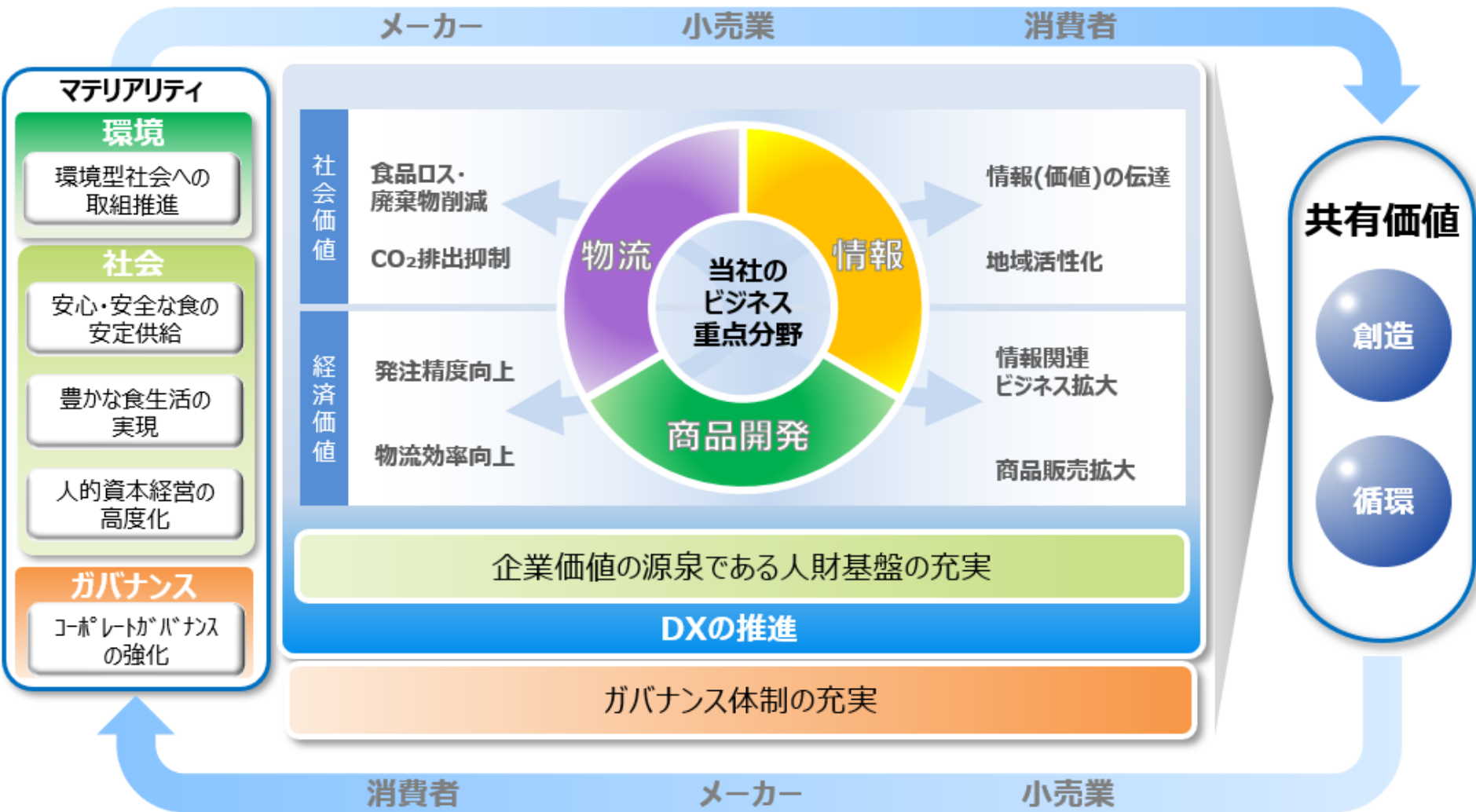
■ 消費者起点のビジネスへの着実なシフトに加え、社会課題解決に向けた基盤構築を推進。

| | | |
|------|-------|---|
| 重点分野 | サイネージ | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 全国62チェーン、約1,700店舗まで導入拡大。 ✓ 商品価値を伝えるコンテンツの配信、売場作りを着実に実行。 |
| | 惣菜 | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 小売デリカ部門の課題に対しメーカーと共に適切な提案を実施すると共に、ブランド力強化を促進しつつ、積極活用することで、取扱拡大。 ✓ 「凍眠市場」の取り組みが「第52回食品産業技術功労賞（マーケティング部門）」を受賞。 |
| | 物流 | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 同業他社との協業や拠点再編、発注精度の向上等により、物流コスト上昇を抑制。 ✓ メーカー物流の受託等、物流収入を拡大。 ✓ 庫内業務の平準化、効率化を推進し、筋肉体質に改善。 |
| 基盤構築 | 環境 | <ul style="list-style-type: none"> ✓ 30年度までの長期目標（18年度比CO₂排出量40%削減、食品廃棄量50%削減）を公表。 ✓ 照明のLED化、フードバンクへの寄付拡大等削減に向けた取り組みを積極化。 ✓ 22年6月、TCFDフレームワークに基づく情報開示。 |
| | 社会 | <p>(人的資本)</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 21年3月、「健康経営宣言」を策定、「健康優良法人」に2年連続認定(2022・2023)。 ✓ 22年7月、社員のパフォーマンス向上を実現する為、人事制度と賃金体系を改訂。 ✓ 22年8月、企業版ふるさと納税の仕組みを活用し、北海道庁へ人材を派遣。 <p>(DX)</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ 22年5月、「DX認定事業者」に認定。 ✓ 22年10月、「産業競争力強化法における事業適応計画」の認定取得。 |



Transform 2025 目指す姿

■ 食を中心とする領域での共有価値の**創造と循環**～社会的価値と経済的価値の両立～





重点分野の深化と人的資本の高度化

情報

【価値を伝える情報エコシステム構築】

製・配・販と消費者の繋がりが生む新たな顧客体験

- ▶ デジタルメディアとの連携による価値伝達のエコシステム形成
- ▶ データに基づいた施策立案・実行・効果測定

商品開発

【マーケットニーズを捉えた商品開発】

多様化した消費者の幅広いニーズを充足する商品の拡充

- ▶ 消費者起点の惣菜取り組みの深化(製造・開発機能の拡充・産地開拓)
- ▶ 冷凍・チルド商品の磨き(凍結機能の提供)

物流

【物流課題の解決】

2024年問題や脱炭素等、社会課題を解決しつつ、経済的貢献も実現

- ▶ 製・配・販連携／同業連携によるサプライチェーン効率化と相互補完の推進
- ▶ DX推進によるオペレーションの高度化・効率化

人財育成

【労働生産性の向上】

企業価値向上の源泉である人財基盤の充実

- ▶ 働きがいある職場環境の整備とエンゲージメント向上
- ▶ 積極的な人財投資 (研修制度の拡充)



Transform 2025 2023年度 定量計画

- 人件費・物流費・水道光熱費の高騰
- 将来の成長に資する人的・物的投資枠の拡大
- 安定的財務基盤及び連結純利益の伸長堅持と、利益伸長に応じた株主還元強化

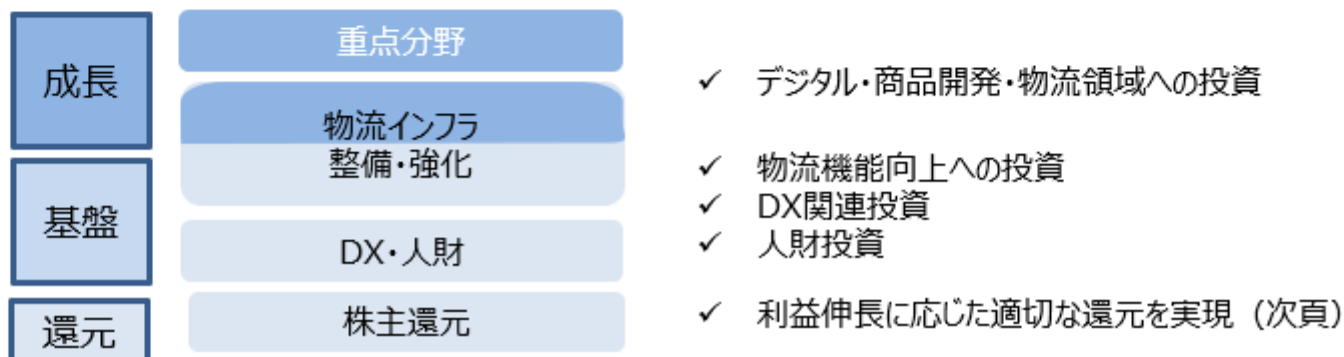
連結PL

(単位：億円)

| | 2022年度 実績 | | 2023年度 計画 | |
|---------------------|--------------|-------|--------------|-------|
| | 売上高 | 売上比 | 売上高 | 売上比 |
| 売上高 | 6,430 | — | 6,800 | — |
| 営業利益 | 75 | 1.17% | 70 | 1.03% |
| 経常利益 | 89 | 1.39% | 80 | 1.18% |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | 48 | 0.75% | ※ 51 | 0.75% |

※ バッファ△4億円を含む

投資及び株主還元方針

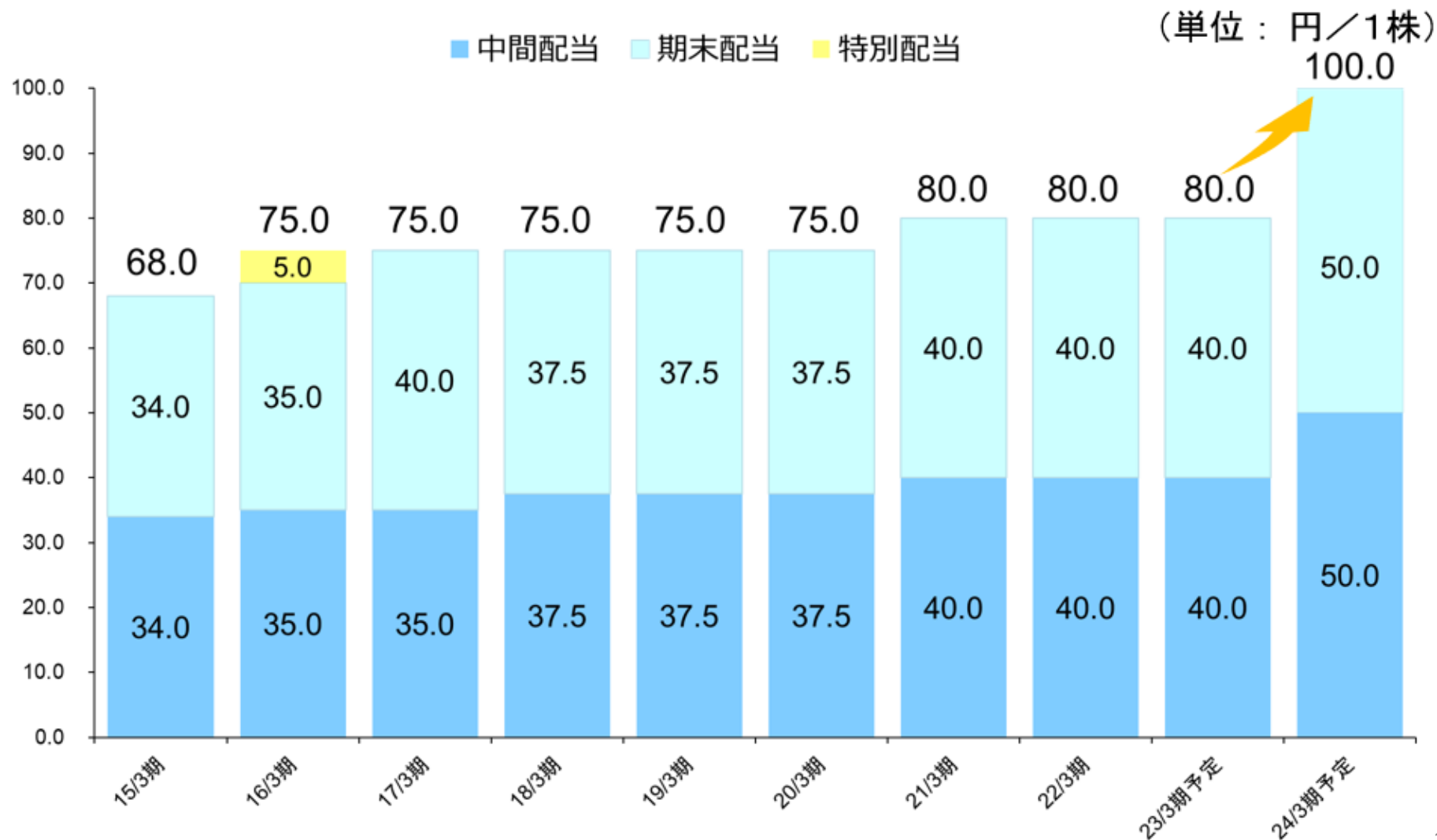




Transform 2025 2023年度 株主還元策について



- 収益力の拡大に併せ、増配を実施。今後も利益伸長に応じた株主還元を実施。
- 2023年度は年間100円／株の配当を予定。





Transform 2025 非財務目標



- 事業基盤を支えるものとしてマテリアリティと連動した非財務目標を設定、経済的価値へとつなげる。

| 項目 | テーマ/施策 | 非財務指標 | 目標 |
|----|--------------------------------|--|---------------------------------|
| 環境 | 温室効果ガス排出削減 | CO ₂ 排出量削減率 (2018年度比、Scope1,2) | 2030年度までに 40%削減 |
| | 食品ロス削減 | 食品廃棄量削減率(2018年度比) | 50%削減 |
| | プラスチックの 1)排出削減 2)リサイクル推進 | 1)排出量削減率(2021年度比) 2)マテリアルリサイクル率(*) | 2030年度までに 1)40%削減 2)60%以上 |
| 社会 | 安定した物流サービスの提供 | 1)待機車両30分超過率 2)店舗配送の積載率 | 1)5%以下 2)毎年改善 |
| | ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン推進 | 女性管理職比率 | 2030年度までに 25% |
| | 自律型人材の育成 (社員のパフォーマンス向上) | 労働生産性 | 毎年改善 |
| | 社員の健康力向上 | 健康経営優良法人認定 | 継続認定取得 |
| | 働きがいのある職場環境の整備 | 1)社員エンゲージメントスコア 2)男性育児休業取得率 | 1)毎年改善 2)2030年度までに 85% |

(*)廃プラスチックを回収し、製品の原材料として再生利用すること。

ISC 伊藤忠食品株式会社

補足資料

- P. 19 商品分類別売上高
- P. 20 業態別売上高
- P. 21 P L 推移
- P. 22 会社情報



【連結】

(単位:百万円)

| 商品分類別 | 2021年度 実績 | 構成比 | 2022年度 実績 | 構成比 | 前年比 | 増減額 |
|--------|--------------|--------|--------------|--------|--------|--------|
| ビール類 | 141,396 | 23.1% | 150,722 | 23.4% | 106.6% | 9,326 |
| 和洋酒 | 101,412 | 16.6% | 102,871 | 16.0% | 101.4% | 1,459 |
| 調味料・缶詰 | 97,864 | 16.0% | 104,370 | 16.2% | 106.6% | 6,506 |
| 嗜好品・飲料 | 144,620 | 23.6% | 154,854 | 24.1% | 107.1% | 10,234 |
| 麺・乾物 | 44,219 | 7.2% | 45,797 | 7.1% | 103.6% | 1,578 |
| 冷凍・チルド | 25,057 | 4.1% | 26,283 | 4.1% | 104.9% | 1,225 |
| ギフト | 35,163 | 5.7% | 34,618 | 5.4% | 98.5% | △ 545 |
| その他 | 22,926 | 3.7% | 23,438 | 3.7% | 102.2% | 512 |
| 合計 | 612,658 | 100.0% | 642,953 | 100.0% | 104.9% | 30,295 |

【連結】

(単位:百万円)

| 業態別 | 2021年度 実績 | 構成比 | 2022年度 実績 | 構成比 | 前年比 | 増減額 |
|---------|--------------|--------|--------------|--------|--------|--------|
| 卸売業 | 30,976 | 5.1% | 34,335 | 5.3% | 110.8% | 3,359 |
| 百貨店 | 16,639 | 2.7% | 18,437 | 2.9% | 110.8% | 1,798 |
| GMS・SM | 338,511 | 55.3% | 345,826 | 53.8% | 102.2% | 7,315 |
| CVS | 69,383 | 11.3% | 73,955 | 11.5% | 106.6% | 4,572 |
| ドラッグストア | 61,768 | 10.1% | 66,572 | 10.3% | 107.8% | 4,804 |
| その他小売業 | 67,623 | 11.0% | 75,611 | 11.8% | 111.8% | 7,988 |
| その他 | 27,758 | 4.5% | 28,216 | 4.4% | 101.6% | 458 |
| 合計 | 612,658 | 100.0% | 642,953 | 100.0% | 104.9% | 30,295 |

【連結】

(単位:百万円)

| | 2019年度 | | 2020年度 | | 2021年度 | | 2022年度 | |
|---------------------|---------|--------|---------|--------|---------|-----|---------|--------|
| | 実績 | 前年比 | 実績 | 前年比 | 実績 | 前年比 | 実績 | 前年比 |
| 売上高 | 661,244 | 99.1% | 656,743 | 99.3% | 612,658 | - | 642,953 | 104.9% |
| 売上総利益 | 35,610 | 96.8% | 35,342 | 99.2% | 35,052 | - | 37,926 | 108.2% |
| 販売管理費 | ▲31,180 | 95.2% | ▲30,319 | 97.2% | ▲29,165 | - | ▲30,419 | 104.3% |
| 営業利益 | 4,430 | 109.6% | 5,023 | 113.4% | 5,887 | - | 7,507 | 127.5% |
| 経常利益 | 5,700 | 115.3% | 6,265 | 109.9% | 7,274 | - | 8,943 | 122.9% |
| 親会社株主に帰属する 当期純利益 | 3,976 | 120.1% | 4,034 | 101.4% | 4,315 | - | 4,843 | 112.2% |

(※)「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を前連結会計年度の期首から適用しており、2021年度に係る各数値については、当該会計基準等を適用した後の数値となっており、対前年増減率は記載しておりません。

◆概要（2023年3月31日現在）

| | |
|-----------------|---|
| ■ 商号 | 伊藤忠食品株式会社 |
| ■ 創業 | 明治19年2月11日（1886年2月11日） |
| ■ 設立 | 大正7年11月29日（1918年11月29日） |
| ■ 資本金 | 4,923,464,500円 |
| ■ 従業員数 | 連結1,197名 個別894名 |
| ■ 事業内容 | 酒類・食品の卸売およびそれに伴う商品の保管、運送ならびに各種商品の情報提供、 商品流通に関するマーチャンダイジング等を主とした事業活動を展開しています。 |
| ■ 本店所在地 | 大阪市中央区城見2丁目2番22号 大阪本社 大阪市中央区城見2丁目2番22号 TEL 06-6947-9811 東京本社 東京都港区元赤坂1丁目2番7号 TEL 03-5411-8511 |
| ■ インターネットホームページ | https://www.itochu-shokuhin.com/ |

◆沿革

| | | |
|---------|----------|--|
| ■ 1886年 | 明治19年2月 | 武田長兵衛商店より洋酒食料部門を譲り受け、洋酒食料品雑貨の直輸出入商および卸問屋業の松下善四郎商店（本社：大阪市）を創業 |
| ■ 1918年 | 大正7年11月 | 松下善四郎商店を改組して(株)松下商店（資本金1百万円 本社：大阪市）を設立 |
| ■ 1971年 | 昭和46年3月 | (株)鈴木洋酒店（本社：東京都中央区）を合併し、商号を松下鈴木（株）に変更 |
| ■ 1982年 | 昭和57年10月 | 伊藤忠商事（株）（本社：大阪市）と資本・業務提携し、営業および管理機能の強化を図る |
| ■ 1996年 | 平成8年10月 | (株)メイカン（本社：名古屋市）と合併し、商号を伊藤忠食品（株）に変更 |
| ■ 2001年 | 平成13年3月 | 東京証券取引所市場第一部に上場（証券コード：2692） |
| ■ 2022年 | 令和4年4月 | 東京証券取引所プライム市場に移行 |