



伊藤忠食品株式会社



伊藤忠食品株式会社

■大阪本社 〒540-8522 大阪府大阪市中央区城見2-2-22
電話(06)6947-9811

■東京本社 〒107-8450 東京都港区元赤坂1-2-7 赤坂Kタワー
電話(03)5411-8511

■本報告書についてのお問い合わせ先

経営企画本部 経営企画部 サステナビリティ推進チーム
電話(03)5411-8512

CORPORATE REPORT 2025

コーポレートレポート 2025

伊藤忠食品とは

- 03 伊藤忠食品の歩み
- 05 ビジネスモデル
 - 07 伊藤忠食品の主な取り組み
- 10 2024年度決算総括

社長メッセージ

- 11 社長メッセージ



中期経営計画

- 13 中期経営計画
「Transform 2025～創造と循環～」
“Catch the Market Phase 2”

サステナビリティ

- 15 サステナビリティの考え方及び取り組み

TOPICS

- 17 持続可能な社会の実現に向けた取り組み

Environment

- 19 環境型社会への取組推進

Social

- 21 安心・安全な食の安定供給
- 22 豊かな食生活の実現
- 23 人的資本経営の高度化

Governance

- 25 コーポレートガバナンスの強化
- 27 社外取締役メッセージ
- 29 取締役、監査役及び執行役員

データセクション

- 31 財務ハイライト
- 33 企業情報／株式情報

経営ビジョン

価値創造に向けて進化するグッド・カンパニーへ

企業理念

常に時代の変化と要請を先取りし、
健康で豊かな食生活創りを通じて消費者と社会に貢献します

社是

当社は堅実を旨とし、驕ることなく、常に誠実をもって
取引先に接し、信義を重んじ、和の精神に則り、社業の発展にたゆまざる努力をすること

〈編集方針〉

伊藤忠食品のコーポレートレポートは、当社グループの持続的な成長及び企業価値向上に向けた取り組みと、中長期的な戦略をステークホルダーの皆さまにわかりやすくお伝えすることを目的としています。

なお、今回のコーポレートレポートでは中期経営計画の考え方や重点分野及びマテリアリティ（重要課題）ごとの取り組みを中心に掲載しています。

〈WEBサイト〉

▶コーポレートサイト
<https://www.itochu-shokuhin.com>



▶IR情報
<https://www.itochu-shokuhin.com/ir/>



〈報告対象範囲〉

伊藤忠食品単体を対象としていますが、一部項目では、伊藤忠食品グループ全体の活動を報告しています。

〈報告対象期間〉

2024年度（2024年4月1日～2025年3月31日）。ただし、一部、それ以前の経緯や、2025年度の活動、将来の活動予定も報告しています。

〈発行年月〉

2025年9月



企業ロゴのご説明

ロゴの色彩として、上段のグリーンは食品のイメージに欠かさない「新鮮」・「安全」・「健康」、また人財を中心とした「企業のソフト面」、下段のブルーは「理知的」・「スマートさ」、また設備やシステムなど「企業のハード面」、センターのラインは「流通」の大きな流れの中で「アクティブ」・「シャープ」・「スピード感」を表現しています。

伊藤忠食品の歩み

当社は、130年以上の歴史で培った卸機能をさらに磨き上げるとともに、時代の変化と要請を先取りした取り組みを積極的に推進してきました。また近年は、社会課題解決のために本業を通じたサステナビリティ^{※1}に関する活動を展開し、気候変動への対応やESG^{※2}に関わる取り組みを加速することで、SDGs^{※3}への貢献に資する取り組みの深化を図っていきます。

1971

松下商店と鈴木洋酒店が合併し、松下鈴木が誕生



松下商店・鈴木洋酒店合併

1982

伊藤忠商事との資本業務提携



伊藤忠商事と資本業務提携

1983

物流会社、新日本流通サービスを設立



新日本流通サービスを設立

1996

伊藤忠食品の誕生



伊藤忠食品誕生

1996



ITOCHU SHOKUHIN Co., Ltd.

2001

東証一部上場



東京証券取引所第一部に上場

1934

名古屋乾物(後のメイカン)創業



1886

松下善四郎商店創業



1875

鈴木洋酒店創業



1971

松下鈴木

2006

アイ・エム・シーを設立
百貨店の食品売場の運営受託を行う子会社として「アイ・エム・シー」を設立



アイ・エム・シー

2008

ISC ビジネスサポートを設立
経理、債権管理、データ入力などの事務管理業務を分社化し、「ISC ビジネスサポート」を設立



ISC ビジネスサポート

2012

スハラ食品(北海道・小樽市)の株式を追加取得し連結子会社化



スハラ食品

2016

創業130年を迎える

2020

中期経営計画「Transform 2022～領域を超えて～」を策定

2022

東証プライム市場上場

2023

中期経営計画「Transform 2025～創造と循環～」を策定

2020

新型コロナウイルスの流行

2019

消費税10%、軽減税率導入

2011

東日本大震災

2008

世界金融危機(リーマンショック)

2005

愛知万博(愛・地球博)

2025

大阪・関西万博

1870年代～1970年代

松下商店と鈴木洋酒店の合併

1971年 西の松下商店と東の鈴木洋酒店が合併し松下鈴木株式会社として新たなスタートを切りました。松下商店、鈴木洋酒店が一緒になり全国卸となることで、互いの長所・伝統を事業に活かし、これまで以上に多くの商品を全国の得意先へ提供できるようになりました。

1970年代～1990年代

小売業の急成長に対応する全国卸化

松下鈴木(株)は酒類・食品卸売業として数多くのメーカーと特約契約を結び、販売基盤を確立していましたが、当時の社長、松下善四郎は「機能が必要とされる時代が来る」として、生き残りをかけ、1982年 伊藤忠商事(株)と資本業務提携し、営業及び管理機能の強化を図りました。

1990年代～2010年代

ニーズの多様化に応える事業領域の拡大

21世紀の到来を控え、流通機能の多様化・広域化が業界を生き残る鍵となる中、強固な流通基盤を確実に形成することを目的に、ともに伊藤忠グループであった松下鈴木とメイカンが合併し、1996年10月1日伊藤忠食品株式会社が誕生しました。社会に貢献できる真のリーディングカンパニーを目指し、2001年 東証一部への上場を果たしました。

2010年代～2020年代

上場企業としてさらなる価値向上と社会課題解決への貢献

2012年 北海道ならではの逸品を全国に発信してきたスハラ食品の子会社化により、北海道エリアの営業基盤を強化していきました。2016年に創業130年を迎え、これまで以上に社会環境の変化及び人々の価値観の変化に合わせて、消費者と社会に貢献してまいりました。今後も企業理念である「健康で豊かな食生活創り」のもと、事業活動を通じて持続可能な社会の実現に貢献していきます。

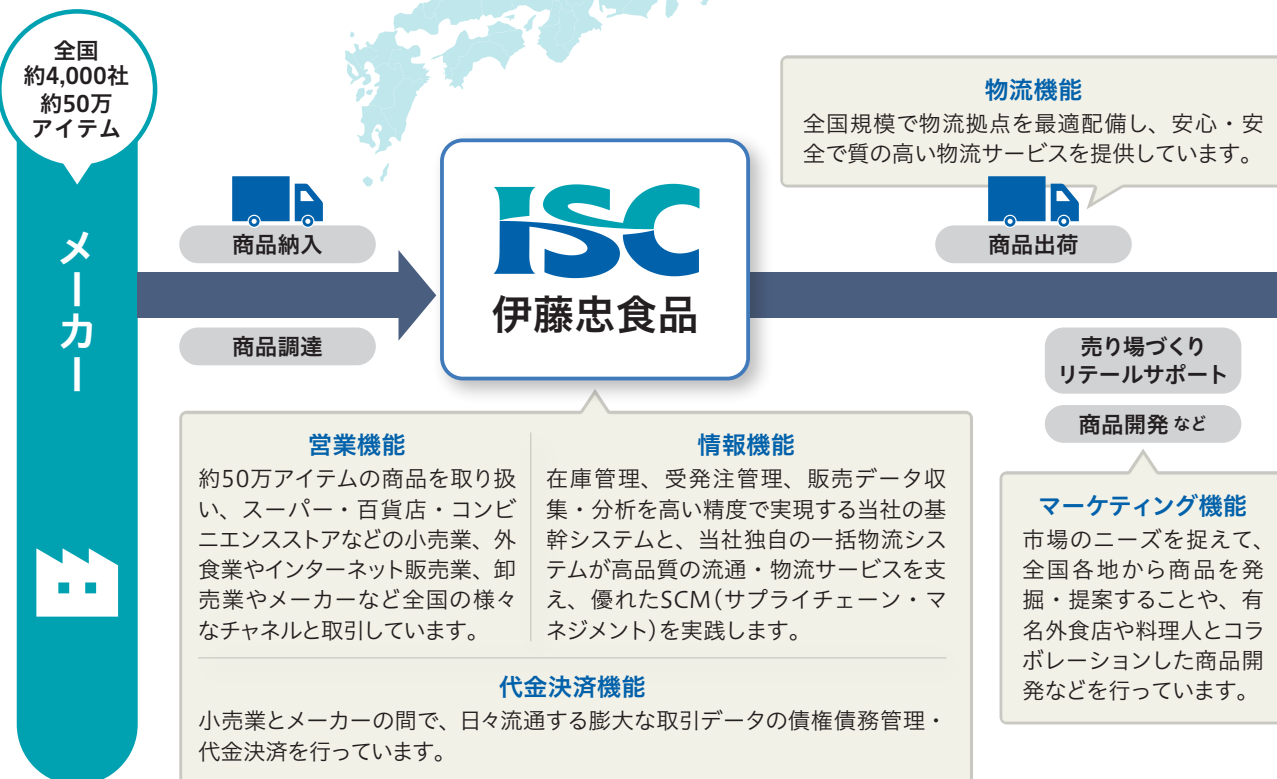
※1 サステナビリティ: 持続可能性(Sustainability)
 ※2 ESG: 環境(Environment)、社会(Social)、ガバナンス(Governance)の取り組み
 ※3 SDGs(Sustainable Development Goals): 国連で採択された2030年をゴールとする持続可能な開発目標

ビジネスモデル

食品卸として事業を通じて全国へ商品を安定供給

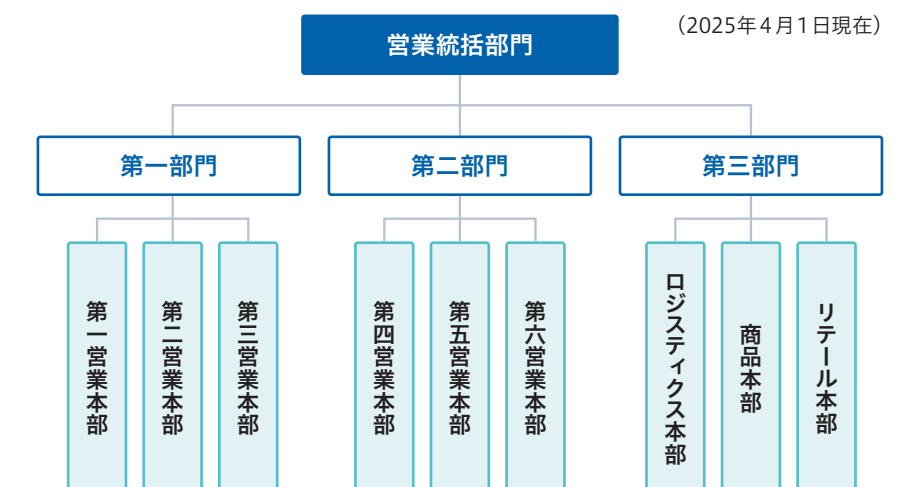
1886年の創業以来「酒類・食品卸売業」として、全国約4,000社のメーカーから商品を仕入れ、約50万アイテムを全国約1,000社の小売業にお届けしています。

当社は商品の保管、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ながら、それぞれの機能を駆使することで商品の安定供給と流通全体の効率化を可能にし、豊かな食生活を支えるライフラインとしての役割を果たしています。



伊藤忠食品の営業体制

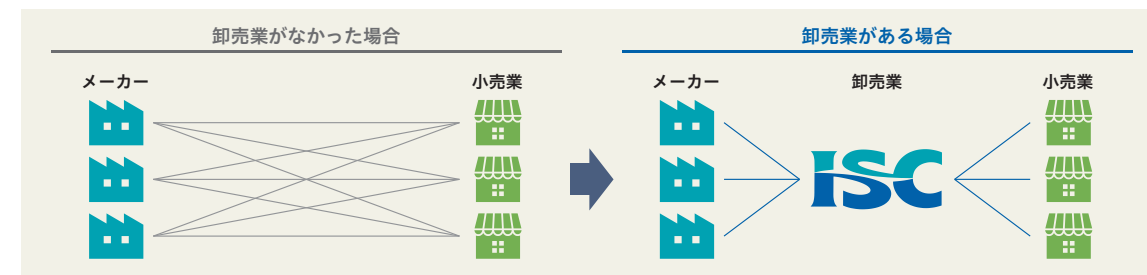
中期経営計画「Transform 2025」の達成に向け、2025年4月に経営・営業力の強化とバリューチェーンの拡大を推進するため、組織改編を実施しました。内部効率化にとどまらず、急速に変化する外部環境に対応力を高め、持続可能な成長基盤を確立していきます。具体的には、これまでの4営業本部体制を6営業本部体制へ見直し、顧客の事業特性やニーズに柔軟かつきめ細やかに対応する組織体制を構築し、営業力のさらなる強化を図ります。



卸売業の役割

メーカーと小売業の間に当社が中間流通業として介在することで、膨大な数の商品を一括集約・配送しています。輸送や保管等に伴う双方の業務負担を軽減するとともに、効率化を果たしています。中間流通業という日々の事業活動を通じて、サプライチェーン※の効率化に貢献するとともに、安心・安全な食の安定供給に努めています。

※ 製造した商品が消費者に届くまでの一連の工程



伊藤忠食品の主な取り組み

情報

デジタルサイネージを活用した顧客体験の創出と魅力ある売り場づくり

▶ 詳細はこちら <https://www.itochu-shokuhin.com/business/retailsupport.html>



当社はリテールサポートの一環として、日本全国で100以上のチェーンストアにデジタルサイネージを導入いただいております。その数は1万台を超えています。設置場所は生鮮売り場を中心に、レジ前や店舗の入口など多岐にわたります。売り場に設置したデジタルサイネージでは、レシピ動画や商品広告、特売情報などを放映するとともに、対象商品を一体陳列するなど魅力ある売り場づくりをサポートしています。

また、デジタルサイネージ上に表示されるQRコード※から応募できる各種キャンペーンも実施しており、キャンペーンの応募数、対象商品の購買実績とともに着実に増加しています。引き続き豊かな顧客体験につながる魅力ある売り場づくりと、消費者に支持される販売促進の実施をサポートしていきます。

※ QRコードは株式会社デンソーウェーブの登録商標です。



QRコード※を活用したキャンペーンイメージ

商品開発

多様化する消費者の幅広いニーズを充足する商品の拡大

▶ 詳細はこちら <https://www.itochu-shokuhin.com/business/brand.html>



● 高品質な冷凍食品の開発

国産フルーツを旬の時期に急速凍結し鮮度を閉じ込めた「凍眠フルーツ」を開発・販売しています。また、酒蔵でしか味わえないしぼりたて、詰めたての生酒を急速凍結した「凍眠凍結酒」が好評を得ています。



● 有名ブランド・レストランの監修による銘店コラボ商品

ブランドオーナーの方々とともに、価値志向の消費者ニーズを捉えた冷凍惣菜・スイーツを開発しています。食べ盛りサイズの冷凍小型ケーキやクリスマスケーキ、おせち等の季節商品なども開発しています。



● 健康配慮型プライベートブランド「からだスイッチ」

食を通じて消費者に健康を提供し多様化するライフスタイルや市場のニーズ・シーズに対応するために、サプリメント・粉末飲料・青汁など、商品カテゴリーに捉われないものづくりを通じて、生活者のシーンに溶け込む商品を提供しています。



物流

物流現場の働き方改革や輸送効率化を通じた社会的課題の解消

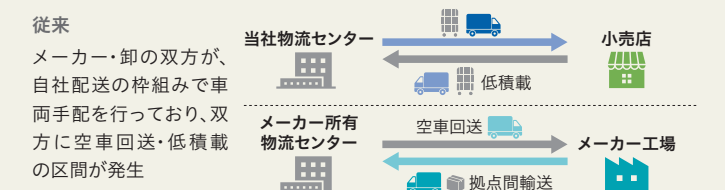
▶ 詳細はこちら <https://www.itochu-shokuhin.com/business/logistics.html>



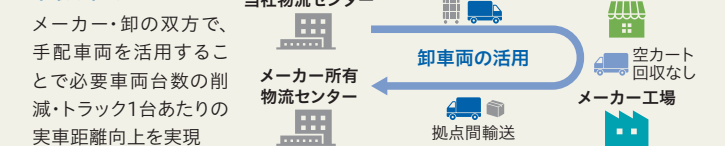
小売業向け専用物流センターの受託運営と、複数のお取引先様へ納品する汎用物流センターの運営を行っています。製・配・販連携による物流課題の解決として、入荷時の待機時間削減やトラックの積載率の改善に早期から積極的に取り組んでいます。

例えば、当社の物流センターから小売店舗への配送後、納品車両の帰路を活用し、メーカー工場からメーカー拠点への製品輸送を行う取り組みを継続しています。これまで空車となっていた車両を相互で有効活用することで、ドライバー不足への対応や輸送効率の向上を図っています。

車両相互活用の取り組み(一例) メーカー手配車両 卸手配車両



本取り組み



商品発掘

日本各地の地域産品を日本全国に向けて発信「ふるさと食むすび」

▶ 詳細はこちら <https://www.itochu-shokuhin.com/sustainability/local.html>



安全安心で美味しい日本各地の地域産品を日本全国に向けて販売していくことで、地域産業の活性化に取り組んでいます。日本各地に根付いた食文化、それぞれが持つ「ふるさと」を背景に「日本の良さを再発見、再認識する」ことをコンセプトに商品発掘や商品企画を行っています。「食」を通じて「ふるさと」の魅力をさらに伝えられるよう「地域産品卸ナンバーワン」を目指していきます。



北海道商材(スハラ食品)

▶ 詳細はこちら <https://suharafoods.com/>



2012年に北海道エリアにおける営業基盤の強化を目的に北海道の酒類・食品総合卸売会社、スハラ食品を連結子会社化しました。北海道の新鮮な食材を最大限活かした魅力ある商品の発掘、オリジナル商品の企画・開発を進めることで、「北海道ブランド」の創出と発信に努めています。当社グループの商品調達力強化の一翼を担う重要な存在であり、これからも「北海道の厳選された“おいしい”」を全国の食卓にお届けしていきます。



伊藤忠食品の主な取り組み

ギフト

▶ 詳細はこちら <https://www.itochu-shokuhin.com/business/gift.html>



ナショナルブランドギフトの取り扱いに加えて、オリジナルのギフトセットやカタログの企画・制作を行うとともに、ギフトに特化した物流やシステムを活用し、ギフト分野のトータルソリューションを提供しています。

また、従来の中元・歳暮の市場のみならず、パーソナルギフトや企業のセールスプロモーションなど伸長している市場に向けた取り組みを強化しています。オンライン上で贈り、受け取ることができるデジタルコードギフト[※]は幅広い価格帯の多様な商品を取り揃えており、誕生日や記念日などの個人のプレゼントに加え、ノベルティや福利厚生などのビジネスシーンでの活用も増えています。今後もデジタルのギフト機能を生かし、食品／非食品問わず消費者の多様なニーズに合わせた展開を進めていきます。



※ デジタルコードギフトとはパソコン、スマートフォンなどから商品交換サイトにアクセスすることで、好きな商品を申し込むことができるギフトです。

酒類

▶ 詳細はこちら <https://www.itochu-shokuhin.com/business/liquor.html>



● カナールデュシェーヌ

フランスの国民的シャンパーニュ「カナールデュシェーヌ」を取り扱っています。

フランス国内の知名度が高く、世界約50ヶ国で販売されているカナールデュシェーヌの取り扱いを開始し、百貨店や量販店を中心に提案を進めるとともに、ブランドの認知拡大に取り組み、酒類の新たな価値創造を目指していきます。



● キウォンウイスキーディスティラリー

韓国初のシングルモルトウイスキー蒸留所・キウォンウイスキーディスティラリーが製造するウイスキー「キウォン」、ジン「ジュンウォン」などを取り扱っています。百貨店や量販店を中心に提案を進め、ブランド認知拡大と酒類の新たな価値創造を目指していきます。



2024年度決算総括

食品流通業界では、原材料や人件費・物流費等のコスト増による商品価格の値上げにより、消費者の生活防衛的節約志向への動きは顕在化しました。これにより、消費者ニーズを満たす低価格・PB商品と付加価値商品の消費の二極化傾向はより鮮明になりました。

このような状況下、当社グループは中期経営計画「Transform 2025～創造と循環～」の2年目である2024年度の単年度副題を“Catch the Market”とし、市場の変化に適切に対応することでビジネスの拡大に注力しました。

2024年度決算の売上高につきましては、主にスーパーマーケット及びドラッグストア向けの取引拡大、インバウンド需要等による外食・業務用取引の需要増加、RTD・飲料が伸長したことなどにより、増収となりました。

利益面では、増収と低重心経営の徹底による経費改善等に伴う営業利益増に加え、一過性の持分法投資利益の増加等により、親会社株主に帰属する当期純利益が2023年度比24.3%増の82億円となり、6期連続の増益を達成することができました。

● 2024年度決算総括(PLハイライト)

(単位：億円)

	2023年度実績	2024年度公表見通し	2024年度実績	前期増減額	対公表見通し増減額
売上高	6,725	7,000	6,994	+ 269	△ 6
営業利益	77	85	85	+ 8	+ 0
営業利益率	1.14%	1.21%	1.22%	+ 0.08pt	+ 0.01pt
経常利益	92	112	113	+ 21	+ 1
経常利益率	1.37%	1.60%	1.61%	+ 0.24pt	+ 0.01pt
親会社株主に帰属する当期純利益	66	82	82	+ 16	+ 0

また、当社グループは2023年度にスタートさせた中期経営計画「Transform 2025～創造と循環～」に基づき、3つの重点分野「情報」「商品開発」「物流」を中心に事業を推進しました。

● 「Transform 2025～創造と循環～」の進捗

1	情報	製・配・販と消費者の繋がりが生む新たな顧客体験 <ul style="list-style-type: none">● サイネージ設置台数の拡大及び設置場所の多様化● 多様なコンテンツと売場を連動させた販促提案の実施
2	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 <ul style="list-style-type: none">● 凍眠フルーツ、凍眠凍結酒の品揃え拡充● 市場ニーズに対応したブランド監修小型ケーキの販売
3	物流	社会課題を解決しつつ、経済的貢献も実現 <ul style="list-style-type: none">● サプライチェーン全体の効率化策を製・配・販で実践

社長メッセージ

市場の変化を捉える力をより高い競争力へと昇華



伊藤忠食品株式会社
代表取締役社長 社長執行役員

岡本 均

2024年度の経営環境と業績

2024年度は、記録的な猛暑や自然災害への対策需要に加え、インバウンド需要の拡大や名目賃金の上昇等があったものの、物価上昇による実質賃金の低下等もあり、景気は横ばい圏で推移しました。

食品流通業界においては、不安定な為替相場、生鮮品の価格上昇を含む原材料費や物流費等のコスト増による商品価格の値上げにより、消費者の生活防衛的節約志向への動きが顕在化しました。一方、企業業績の改善に伴う賃上げや増配、株式相場の上昇を背景とした資産効果も見られ、価値を追求した高

価格帯商品の需要も伸びました。これらの要因を受けて、消費者ニーズを満たす低価格・PB商品と付加価値商品の消費の二極化傾向はより鮮明になりました。

このような状況下、当社は主にスーパーマーケットやドラッグストア向けの取引拡大、インバウンド需要等による外食・業務用取引の増加、RTD・飲料の伸長により増収となりました。また利益面では、売上総利益の増加に加え低重心経営の徹底による経費改善が奏功し、6期連続の増益を果たしました。これは、食品の中間流通を担う立場として、小売業やメーカーとともに消費者に寄り添う営業戦略を基本に据え、消費の二極化にも柔軟に対応してきた成果と言えます。

中期経営計画 「Transform 2025」の進捗について

当社は2023年から現在の中期経営計画「Transform 2025～創造と循環～」に取り組んでおり、最終年度となる今期は、単年度副題を「Catch the Market Phase 2」としました。不確実性の時代の中で大きな節目に直面しても動じることのないよう、市場の変化を捉える力をより高い競争力へと昇華させる会社にTransformするPhaseにあると認識しています。目指す姿である「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～」のもと、重点分野を中心とした施策を進めながら、それぞれの分野でデータ・デジタル技術の活用にも取り組んでいます。

重点分野として掲げた「情報」分野では、当社が展開するデジタルサイネージに加え、他社のデジタルサイネージにも広告を放映する外部連携の取り組みを強化し、配信可能台数は約1万9千台まで拡大しています。引き続き、QRコードを活用したキャンペーン等のコンテンツの充足や、食品卸の知見を生かした小売業・メーカーへのサポート体制の構築に取り組めます。

「商品開発」分野では、当社オリジナル冷凍食品の「凍眠凍結酒」「凍眠フルーツ」のラインアップを拡充するとともに、販売チャネル・エリアを着実に広げています。また、有名ブランド・レストラン監修の冷凍ケーキも冷凍売場の充実に貢献する商品として評価いただいております。消費者の多様なニーズに応える商品の開発・提案を進めています。

「物流」分野においては、入荷待機時間の削減やトラックの積載効率改善に向けて食品流通業界全体で取り組むとともに、デジタル技術を活用した庫内生産性の向上を図り、さらなる低重心経営を推進しています。

サステナブルな企業成長に向けて

当社は前述した取り組みに加えて、非財務指標においても確実に前進しており、食品ロス及び廃プラスチック排出量の削減については2030年度までの目標値を引き上げました(▶16ページ参照)。また、重視している人的資本経営では、多様な働き方を後押しする施策を実行することで、えるぼし認定の3つ星獲得やホワイト500の初認定を受けることができました(▶18ページ参照)。

当社は2026年に、創業から140周年、そして伊藤忠食品へ社名を変えてから30周年を迎えます。この長い歴史の中で、食品卸売業者としての役割を果たしながら、マーチャндаイジングや物流など多様な卸機能を磨き上げ、時代ごとに変化する消費者ニーズや取引先の課題に柔軟に対応してまいりました。近年では、生活に欠かせない「食」の安定的かつ継続的な供給というエッセンシャルワーカーとしての責任を果たす事に加えて、消費者の多様なニーズに応え、新たな発見や驚きを提供するための仕掛けづくりにも取り組んでいます。これらの取り組みは、当社の企業理念である「常に時代の変化と要請を先取りし、健康で豊かな食生活創りを通じて消費者と社会に貢献します」の実現に寄与するものと確信しています。

中期経営計画「Transform 2025～創造と循環～」で示しているように、当社は経済的価値と社会的価値が両立する取り組みをあらゆる方面から進めています。当社の活動が取引先である小売業やメーカー、その先にいる消費者、そして従業員、株主などすべてのステークホルダーに価値を提供し続けられるよう、今後も持続可能な社会の実現に貢献してまいります。

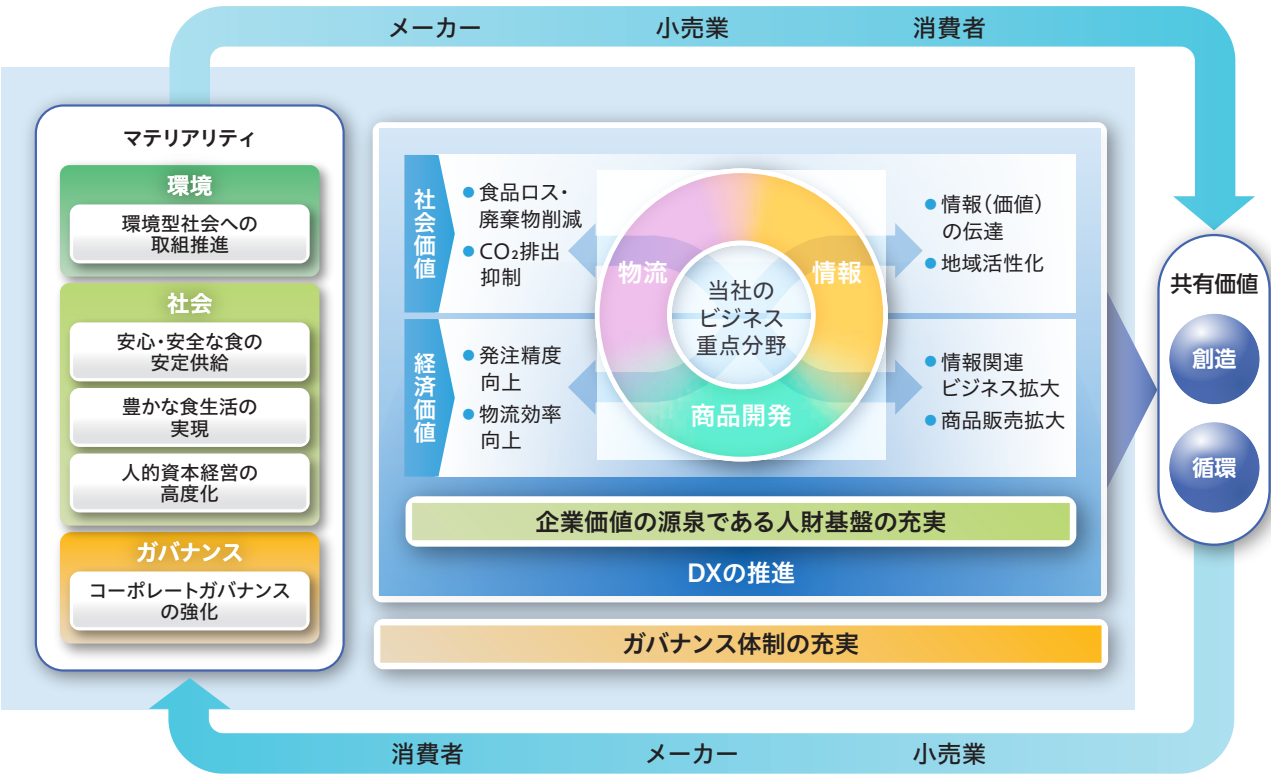
中期経営計画「Transform 2025～創造と循環～」

“Catch the Market Phase 2”

Transform 2025(期間：2023年度～2025年度)

「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～」を目指す姿に掲げ、サプライチェーン内で「共有価値」を創造し、循環させることで持続的な成長を目指しています。中期経営計画の最終年度となる2025年度は、中期経営計画の目指す姿である「創造と循環」の達成に向け、単年度副題を“Catch the Market Phase 2”としました。市場を捉える力を当たり前のものとし、現場の競争力へ転換することで、未来への強固な土台を築いていきます。

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～



重点分野の進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）

2025年度 定量計画

中期経営計画の最終年度となる2025年度は、売上高7,200億円、営業利益は97億円、経常利益は114億円、親会社株主に帰属する当期純利益83億円を計画しています。国内経済は、国際情勢や金融動向など、不確実な要因による様々な影響を受けるものと考えられます。食品流通業界では、小売業態間の競争激化や再編、また物価上昇による消費低迷や消費者の価値観の多様化などが一層進むと予想され、さらなる消費者起点のビジネスモデルへの進化が必要であると認識しています。

このような状況下、当社は目指す姿である「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～」の達成に向け、“Catch the Market Phase 2”を単年度副題として掲げました。前年度からの単なる続編ではなく、「マーケットイン」の発想をよりブラッシュアップし、現場の競争力へ転換していくための最終フェーズとしてより高みに到達したプラットフォームを構築していきます。

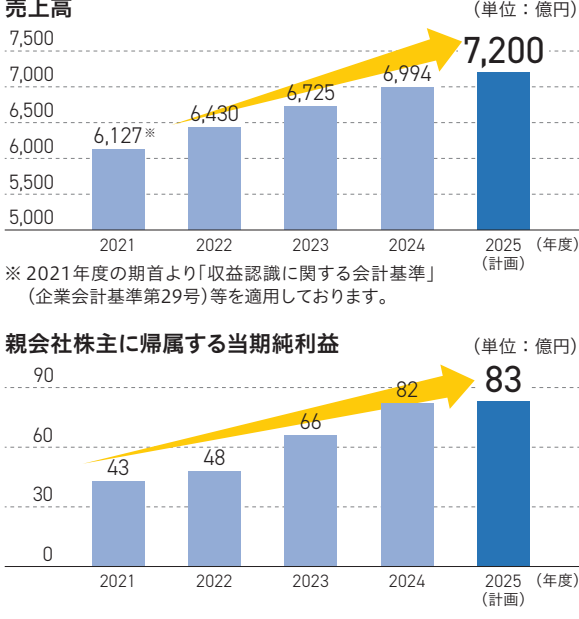
2025年度も目指す姿の実現に向けて“Catch the Market”の精神をさらに深め、「消費者起点」でビジネスを推進することで持続的な企業価値の向上に努めていきます。

● 中期経営計画Transform 2025 3年目の見通し (単位：億円)

	2024年度実績	2025年度計画	前期増減額	前期比
売上高	6,994	7,200	+ 206	+ 2.9%
営業利益	85	97	+ 12	+ 14.0%
営業利益率	1.22%	1.35%	+ 0.13pt	—
経常利益	113	114	+ 1	+ 1.0%
経常利益率	1.61%	1.58%	△ 0.03pt	—
親会社株主に帰属する当期純利益	82	83*	+ 1	+ 1.2%

※ パツファ△5億円を含む

● 業績推移



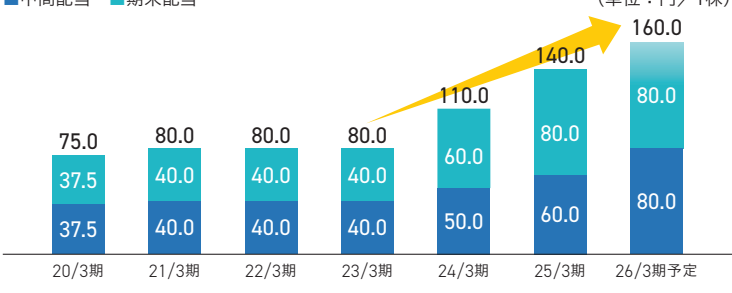
2025年度 配当計画

当社はこれまで、株主還元水準の向上を念頭に安定的かつ継続的な配当を実施しており、2001年の上場以来、一度も減配することなく配当を行っています。また、現中期経営計画期間中においては、利益伸長に応じて増配していく累進配当を実施することになりました。

2024年度の配当は、利益の伸長を踏まえ、通期で2023年度比30円増配の140円としました。2025年度は、さらなる基礎収益力の拡大に併せ、この中計期間中に2022年度比倍増となる年間160円を予定しています。

配当性向の水準も着実な増配により、年々向上しており、24.5%となる予定です。今後も利益伸長はもちろん、株主還元の強化を目指していきます。

● 1株あたりの配当額の推移



サステナビリティの考え方及び取り組み

サステナビリティ担当役員メッセージ

「健康で豊かな食生活創り」を通じ、社会的価値と経済的価値を両立させ、持続的な成長を目指します。

当社は企業理念である「健康で豊かな食生活創り」を基本とした「サステナビリティ基本方針」を定め、ステークホルダーの皆さまとともに持続可能な社会の実現を目指し取り組みを進めています。

2020年度よりESGの各分野を網羅したマテリアリティ（重要課題）を公表し、取り組みを進めていますが、2023年度には社会的要請及び自社の状況の変化を鑑み、マテリアリティの見直しを公表致しました。また、2022年度にはサステナビリティ関連2030年度までの長期目標を公表しています。

今後も社会からの期待と要請に応え、「健康で豊かな食生活創り」を一人ひとりの社員が実践することでマテリアリティ（重要課題）解決及び長期目標達成へ取り組み、持続的な成長を目指します。

サステナビリティ担当役員

サステナビリティ基本方針

▶ 詳細はこちら <https://www.itochu-shokuhin.com/sustainability/theme.html>



伊藤忠食品グループは、「常に時代の変化と要請を先取りし、健康で豊かな食生活創りを通じて消費者と社会に貢献します」という企業理念のもと、事業活動を通じた社会課題の解決に取り組み、持続可能な社会の実現に貢献していきます。

1. マテリアリティの特定と事業活動を通じた社会課題の解決への取り組み
2. 社会との相互信頼づくり
3. 持続可能なサプライチェーンの強化
4. サステナビリティ推進に向けた社員への教育・啓発

気候変動に関する当社の考え方と対応

▶ 詳細はこちら <https://www.itochu-shokuhin.com/sustainability/tcf.html>



気候変動をはじめとする環境、社会、ガバナンスは当社事業活動の持続的な成長に影響を及ぼす重要な経営課題だと認識しています。2022年度よりTCFD※フレームワークに基づき、「ガバナンス」「戦略」「リスク管理」「指標と目標」について開示しています。今後も当社は食のサプライチェーンの維持に努めるとともに、人々の豊かな食生活創りに貢献するため、サステナビリティ関連2030年度までの長期目標と連動させながら、リスクと機会の対応に取り組んでいきます。

※ TCFD(Task Force on Climate-related Financial Disclosures)：気候関連財務情報開示タスクフォース

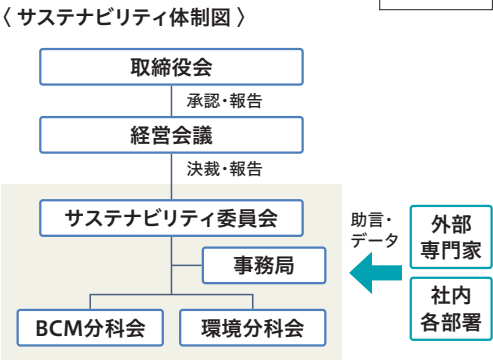
サステナビリティ推進体制

▶ 特定プロセスの詳細はこちら <https://www.itochu-shokuhin.com/sustainability/process.html>



サステナビリティ推進については、サステナビリティ担当役員を委員長とするサステナビリティ委員会が全社を統括しています。また、サステナビリティ委員会のもとには、「BCM(事業継続マネジメント)分科会」「環境分科会」の2つの下部組織を設け、それぞれのテーマに即した全社施策の検討や推進に取り組んでいます。

サステナビリティ委員会ではマテリアリティの特定及び取り組み状況の管理、各種サステナビリティに関する方針や目標、施策についての議論をしており、重要な方針及び施策、進捗状況については、取締役会にて承認、報告をしています。



伊藤忠食品のマテリアリティ

中期経営計画「Transform 2025～創造と循環～」の中で掲げる「社会的価値」「経済的価値」の両立を実現するため、優先的に解決すべき5つのマテリアリティ(重要課題)を特定・公表し、各種取り組みを進めております。

マテリアリティ項目		テーマ	
E 環境	環境型社会への取組推進	● 温室効果ガス排出削減 ● プラスチック排出削減及びリサイクルの推進	P.19 参照
	安心・安全な食の安定供給	● 安定した商品供給 ● 徹底した品質保証	P.21 参照
S 社会	豊かな食生活の実現	● 食生活を豊かにする情報の提供 ● 食育及び食を通じた地方創生	P.22 参照
	人的資本経営の高度化	● 持続的成長に向けた自律型人財の育成 ● 働きがいのある職場環境の整備	P.23 参照
G ガバナンス	コーポレートガバナンスの強化	● コーポレートガバナンス体制の充実	P.25 参照

非財務目標

優先的に解決すべきマテリアリティと連動した非財務目標を設定し、事業活動を通じた社会課題解決を目指していくことで経済的価値へとつなげていきます。今後も各目標達成に向けて、実効的な施策を推進していきます。

テーマ／施策		指標※1	非財務目標	24年度の状況
E 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)※2	2030年度までに 40%削減	2018年度比 23.5%削減
	● 食品ロス削減※3	食品廃棄量削減率 (2018年度比)	2030年度までに 60%削減	2018年度比 52.0%削減
	● 廃プラスチックの 1) 排出削減 2) リサイクル推進	1) 排出量削減率※4 (2021年度比) 2) 有効利用率※5	2030年度までに 1) 70%削減 2) 95%	1) 2021年度比 59.2%削減 2) 93.3%
S 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	1) 8.9% 2) 85.8%
	● 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※6	2030年度までに 25%	2025年4月1日時点 16.1%
	● 自律型人財の育成 (社員のパフォーマンス向上)	労働生産性 (付加価値額÷従業員数)	毎年改善	20百万円/人
	● 社員の健康力向上	健康経営優良法人認定	継続認定取得	健康経営優良法人 2025認定取得、 ホワイト500認定
	● 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%	1) 65.4 2) 60.0%

※1 「環境」及び「社会」の「自律型人財の育成」に関しては連結会社の指標及び目標となっております。それ以外の項目に関しては当社(提出会社)の指標及び目標となっております。

※2 Scope1：事業活動に関わるCO₂排出量(自社燃料使用)、Scope2：事業活動に関わるCO₂排出量(自社電気使用)

※3 食品ロス削減の目標は、2030年度目標を前倒しで達成したことにより、2024年度に見直しを行っています。(2018年度比50%削減から2018年度比60%削減へ目標を引き上げ)

※4 廃プラスチックの排出削減の目標は、2030年度目標を前倒しで達成したことにより、2024年度に見直しを行っています。(2021年度比40%削減から2021年度比70%削減へ目標を引き上げ)

※5 有効利用率：廃プラスチックの全排出量の内、製品原材料化(マテリアルリサイクル、ケミカルリサイクル)や熱回収(サーマルリサイクル)により有効利用を行った廃プラスチックの排出量の割合

※6 女性管理職比率の実績は、2025年4月1日時点の数値となっております。

TOPICS

持続可能な社会の実現に向けた取り組み

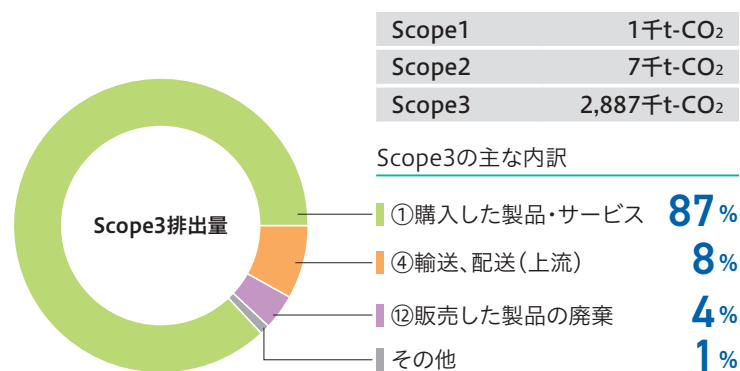
持続的な企業価値向上を実現すべく、当社は優先的に解決すべきマテリアリティ（重点課題）の2030年度目標の達成に向けて、取り組みを推進しています。

Scope 3

食品流通事業者として持続可能なサプライチェーンを実現するために、当社の事業活動に関わるCO₂排出量（Scope1、2）^{※1}に加え、サプライチェーン全体のCO₂排出量（Scope3）^{※2}を測定、開示しています。

※1 Scope1：事業活動に関わるCO₂排出量（自社燃料使用）、
Scope2：事業活動に関わるCO₂排出量（自社電気使用）
※2 Scope3：サプライチェーン全体のCO₂排出量

▶ 詳細はこちら
<https://www.itochu-shokuhin.com/sustainability/tcfd.html>



サプライチェーン上の企業との対話、物流の効率化、食品ロスの削減などにより、サプライチェーン全体でのCO₂排出量削減に努めています。

〈Scope3排出量の測定内容〉
対象年度 2024年度実績
測定範囲 伊藤忠食品（連結）
対象範囲 カテゴリ・NO.
1.2.3.4.5.6.7.9.12.13.14

物流課題の解決

トラックの積載効率改善やドライバーの労働負荷軽減などの課題解決に向けて、食品流通業界全体で取り組んでいます。また、デジタル技術を活用して庫内作業のデータ化や分析を推進するなど、サプライチェーン全体の効率化を目指す取り組みを推進しています。

2024年度には、当社の東扇島物流センターで、日本パレットレンタル株式会社の納品伝票電子化システム「DD Plus」を活用し、メーカーから卸・小売のセンターへ商品を納品する際に紙で運用されている納品伝票を電子化する実証実験を行いました。その結果、関連する各種作業の軽減、紙の印刷枚数の減少、帳票の保管・廃棄費用の削減など、作業効率化ならびに費用の削減につながる効果を確認することができました。

今後は業界での標準化を目指すとともに、将来的には検品レスを進めるなどさらなる取り組みを深化させることで、「物流2024年問題」の解決につなげていきます。

納品伝票の電子化により得られた結果

- 紙の納品伝票発行作業・印刷枚数を最大約75%削減
- 入荷データ作成業務を最大約50%削減
- 入荷商品検品後の受領書発行不要
- ドライバーは検品後即時退場が可能
- 受領書の保管スペース・廃棄費用の削減

〈納品伝票の電子化のパイロット運用のイメージ図〉



「えるぼし認定」最高位の3つ星を取得

持続的な企業価値向上を実現するには、社員一人ひとりがそれぞれの特性を生かして活躍していくことが重要です。

2020年度にダイバーシティ推進室を設置以降、女性管理職・リーダー層の育成や仕事と育児の両立支援に関する各種施策を実行するなど、個々の多様性と創造性が充分発揮できるよう人材育成及び環境整備に努めております。こうした取り組みを推進した結果、女性の活躍推進に関する取り組みが優良な企業として2024年12月に厚生労働大臣より認定を受け、「えるぼし認定」において最高位である3つ星を取得しました。

今後も個々の多様性と創造性の活用（ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン）、自律型人材の育成などを通じて、人的資本経営の高度化に取り組んでいきます。

▶ 詳細はこちら
[https://www.itochu-shokuhin.com/cms/uploads/2024/12/リリース_えるぼし認定-最高位の3つ星を取得\(伊藤忠食品\)_241217.pdf](https://www.itochu-shokuhin.com/cms/uploads/2024/12/リリース_えるぼし認定-最高位の3つ星を取得(伊藤忠食品)_241217.pdf)



健康経営優良法人2025「ホワイト500」に初認定

2025年3月10日に経済産業省及び日本健康会議が共同で顕彰する「健康経営優良法人2025（大規模法人部門）」において上位500社以内に入り、「健康経営優良法人ホワイト500」に初めて認定されました。

健康課題の継続的な改善に加え、育児や介護との両立支援等が評価されたことで今回の認定に至りました。当社は従業員一人ひとりが心身ともに健康を保持・増進し、個々の力を存分に発揮していくことが、企業理念にある「健康で豊かな食生活創り」の実現や、食のライフラインを担う責任を果たすことにつながると考えています。今後も食に関わる企業として、従業員の健康保持・増進を図る取り組みを継続していきます。



▶ 詳細はこちら
[https://www.itochu-shokuhin.com/cms/uploads/2025/03/リリース_健康経営優良法人2025\(大規模法人部門\)に認定\(伊藤忠食品\)_20250311.pdf](https://www.itochu-shokuhin.com/cms/uploads/2025/03/リリース_健康経営優良法人2025(大規模法人部門)に認定(伊藤忠食品)_20250311.pdf)



▶ 健康経営の取り組みはこちら
<https://www.itochu-shokuhin.com/company/health-manage-declaration.html>



働き方改革への取り組み「ビジネスケアラ―支援」「育児との両立支援」


当社は働き方改革の一環として、「ビジネスケアラ―支援」と「育児との両立支援」に取り組んでいます。「ビジネスケアラ―支援」は、仕事と介護を両立する社員に寄り添い、不安感を和らげることで安定して能力を発揮できる環境づくりを目的としています。その一環として、介護を経験している社員や、将来に備えて介護の知識を得たい社員の交流の場となる「介護コミュニティ」を立ち上げ、情報交換や経験談の共有から取り組みを開始しました。

「育児との両立支援」は、育児をしながら働く社員が安心して業務に取り組める環境づくりを目的としています。制度面の充実を図るとともに、子どもとのコミュニケーションの質を高めるコーチングプログラム「ペアレンツコーチング」を導入し、ソフト面からの支援も開始いたしました。育児に関する悩みを和らげ、前向きに仕事と育児が両立できるようサポートを強化しています。

今後も多様な働き方を推進する制度・支援を拡充し、働きがいのある職場環境の整備を進めていきます。

環境型社会への取組推進

当社企業理念である「健康で豊かな食生活創り」は、持続可能な社会の実現が大前提であり、環境に配慮した事業推進が不可欠です。気候変動への対応、資源の有効活用に積極的に取り組み、低炭素・循環型社会の形成に貢献いたします。

テーマ	目標	施策
温室効果ガス排出削減	CO ₂ 排出量 (Scope1・2) ^{※1}  →  2030年度までに40%削減 ^{※2} PICK UP 1	<ul style="list-style-type: none"> ● 事務所・物流センターにおける省エネ推進 ● 再生可能エネルギーの導入検討
食品ロス削減	食品廃棄量  →  2030年度までに60%削減 ^{※2} PICK UP 2	<ol style="list-style-type: none"> ①【出さない】受発注精度向上、社内情報共有の強化 ②【売り切る】食品ロス削減に取り組む企業の積極活用 ③【配る】フードバンク、社内配布等の活用 ④【リサイクル】リサイクル(飼料化・肥料化)の推進
プラスチック排出削減及びリサイクルの推進	プラスチック排出量  →  2030年度までに70%削減 ^{※3} PICK UP 3 有効利用率 ^{※4}  →  2030年度までに95%	<ul style="list-style-type: none"> ● 有価物引取^{※5}、リサイクルの推進

※1 Scope1：事業活動に関わるCO₂排出量(自社燃料使用量)、Scope2：事業活動に関わるCO₂排出量(自社電気使用量) ※2 2018年度比 ※3 2021年度比
※4 有効利用率：廃プラスチックの全排出量のうち、製品原材料(マテリアルリサイクル、ケミカルリサイクル)や熱回収(サーマルリサイクル)により有効利用を行った廃プラスチックの排出量の割合 ※5 ごみではなく「価値のある物」として、業者に売却すること

環境マネジメント

2012年に環境マネジメントシステムに関する国際規格「ISO14001」を取得し、認証を継続しています。当社グループは、低炭素・循環型社会の形成に貢献する環境にやさしい企業を目指して「伊藤忠食品環境方針」として定めている基本理念と3つの行動方針に基づき、年3回「環境分科会」にて活動の進捗報告、協議などを行っています。

また、2022年度に掲げたサステナビリティ関連2030年度までの長期目標の一つに、温室効果ガス排出量の削減を組み入れ、社会課題解決及び持続的な成長に向けて取り組んでいます。



▶ 詳細はこちら
<https://www.itochu-shokuhin.com/sustainability/policy.html>

環境問題への具体的な対応(一例)

- フードバンクへの寄贈 83t(2024年度)
- エコキャップ回収 163,600個(2024年度)
(エコキャップのリサイクルを通じて、途上国の子どもたちに163個のポリオワクチンを寄付しています。)
- 食品廃棄物の発生抑制
- 食品廃棄物の再生利用(肥料・飼料化)の促進
- LED導入、デマンド管理[※]によるピークカット、太陽光発電の導入等
- プラスチック排出削減とリサイクルの推進
- 入荷受付予約システム導入によるトラックの待機時間の削減
- 仕入メーカーとの共同配送の促進

※ 30分間の使用電力の平均値

今後も食品流通事業を通じて、社会課題解決に取り組んでいきます。

PICK UP 1 温室効果ガス排出削減に向けた取り組み

2030年度までにCO₂排出量(Scope1・2)を2018年度比40%の削減を目指しています。LED照明への切り替えや一部物流センターでのデマンド管理などの省エネ対策をはじめとして、太陽光発電の設置及び太陽光由来の電力使用や、CO₂排出量の少ない電力会社への切り替えなど温室効果ガス排出削減対策を進めています。

また、営業用の社有車をハイブリッド車へ切り替えるなどの取り組みも実施しています。さらに、毎月社内ポータルサイトでの各拠点の電気使用量の開示、eラーニングの実施など社内啓発も継続して行っています。

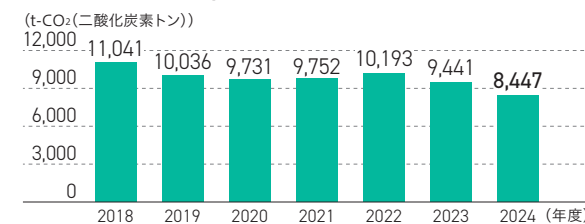
当社ではScope1・2だけでなくサプライチェーン上の温室効果ガス排出量(Scope3)^{*}の情報開示にも取り組んでいます。

います。今後も温室効果ガス排出削減に向けて、太陽光発電の設置とオフィス及び物流センターの省エネ、効率化を促進していきます。

※ Scope3：サプライチェーン全体のCO₂排出量

▶ Scope3の詳細はこちら
<https://www.itochu-shokuhin.com/sustainability/tcfd.html>

● CO₂排出量 (Scope1・2)

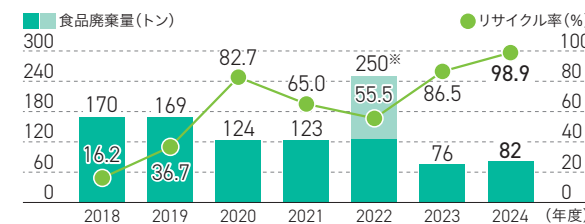


PICK UP 2 食品ロス発生抑制及びリサイクル率向上に向けた取り組み

食品ロス発生抑制に向け、営業部門と管理部門が連携し、社内ルールの見直しなどの施策を推進しています。当社の食品廃棄物発生拠点とその近隣にあるフードバンク団体との間で契約を締結し、寄贈を推進したことから、2030年度目標である「食品廃棄量50%削減(2018年度比)」を2年連続で達成しました(2023年度、2024年度)。2025年度は目標値を60%削減へ引き上げ、さらなる食品廃棄量の削減を目指します。また、当社から排出する食品廃棄物はリサイクル促進(肥料化、飼料化など)を積極的に行い、2024年度はリサイクル率が98.9%となりました。

した。今後も環境へ配慮した課題解決に取り組んでいきます。

● 食品廃棄量/リサイクル率



※ 2022年度食品廃棄物250t排出のうち、125tはイレギュラー対応による排出となっています。

Step1
「ロスを出さない」

Step2
「売り切る」

Step3
「配る」(フードバンクへの寄付)

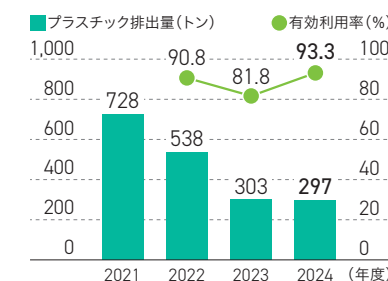
Step4
「リサイクル」(再生利用促進)

PICK UP 3 プラスチック排出削減と再資源化に向けた取り組み

プラスチック排出削減及びリサイクル推進に取り組んでいます。廃棄物ではなく資源として回収が可能な(有価物)引取業者との契約及び回収可能な項目数の拡大を順次進めています。

また、プラスチックが有価物として引き取られた後、ゴミ袋に再生されたものを当社の物流センターで使用しています。2024年度は2030年度目標の2021年度比40%削減を達成したため、目標値を40%削減から70%削減へ引き上げました。プラスチック排出量の削減と再資源化を推進していくことで、社会的価値のみならず、経済的価値につなげていきます。

● プラスチック排出量/有効利用率





安心・安全な食の安定供給

食品流通の中核を担う卸売を生業とする当社にとって、消費者に安心・安全な食を安定的に届けることは責務です。その使命を果たすためには、消費者が安心して購入できる商品品質の担保、災害リスクやサイバーリスク等の安定した供給を妨げるようなリスクの低減、安定した物流サービスの提供は必要不可欠であり、より強靱かつ高レジリエンスな体制構築に取り組んでまいります。

テーマ	目 標	施 策
安定した商品供給	● 安定した物流サービスの提供	● トラック輸送業務の環境改善と生産性向上 ● 製・配・販連携による物流効率化
	● サイバーセキュリティの強化 PICK UP 1 ● 災害・パンデミック・サイバー事故発生に対する高いレジリエンス	● BCM・BCPの定期的見直しと実効性改善 ● 定期的な訓練による対応力強化と課題の洗い出し・改善
徹底した品質保証	● 商品事故の発生抑制 PICK UP 2	● 製造工場の工場点検、物流センター点検実施 ● 発生した商品事故等の原因究明と対策の実施 ● 品質保証に関する社員研修の定期実施

PICK UP 1 サイバーセキュリティの強化

昨今増えているサイバー攻撃への対応として、標的型攻撃メール検知機能の強化や、ネットワーク、サーバー環境、システムバックアップなどの全般に渡り脆弱性の総点検を継続して行っています。2024年3月にはサイバー攻撃対応BCP(事業継続計画)を策定し、受発注業務継続のため組織で統一化した対応手順書の整備を行いながら

サイバーセキュリティの対応強化に取り組んでいます。このほか従業員を対象とした標的型攻撃メール訓練を複数回行うなど、従業員の意識向上にも取り組んでいます。



▶ 詳細はこちら <https://www.itochu-shokuhin.com/company/qualitymanage.html>

PICK UP 2 商品事故の発生抑制

「徹底した品質管理」を重点テーマに掲げ、品質保証部を設置して商品の安全性確保に取り組んでいます。製造委託先や仕入先の工場点検、商品の表示確認、社員研修を定期的に行い、商品事故の発生抑制に向けた品質保証体制の整備強化に努めています。物流面では期限切れ商品の出荷事故ゼロを目標に、物流センターの機能保全状況の点検を行い、物流品質の向上を図っています。商品事故クレ-

ームが発生した場合は責任の所在や重要度を明確にし、再発防止策を講じています。商品事故発生時には速やかに現地訪問し事故状況を把握、原因特定のうえ、再発防止策の策定をフォローし、一定期間を置いて運用状況のモニタリングと検証を行っています。



▶ 品質管理体制及び品質管理状況の詳細はこちら <https://www.itochu-shokuhin.com/company/qualitymanage.html>

現地調査を実施した製造工場
(2024年度)

167カ所

内、129カ所に対して指摘事項の検討を依頼

社員研修の定期実施(一例)

- 新入社員に向けた食品表示に関する研修実施
- 当社及びグループ会社での食品表示検定受験者に向けた教育支援
- 食品に関する法令改正等の最新情報の社内周知



豊かな食生活の実現

当社の持続的な成長・企業価値の向上のためには、ステークホルダーに対し経済価値・社会価値を提供し、社会に必要とされることが不可欠です。既存の事業を確実に遂行することにとどまらず、当社ならではの様々な事業を通じて共有価値を創造してまいります。

テーマ	目 標	施 策
食生活を豊かにする情報の提供	● 消費者の献立に対する悩みの解消、新たな発見の機会の提供を通じた豊かな顧客体験の創出	● デジタルサイネージ・売り場を通じた、レシピ・商品情報の提供
食育及び食を通じた地方創生	● 食に関わる人材の育成 ● 地域に貢献する商品の発掘 ● 冷凍技術を活用した食のアップサイクルの実現	● 高校生への学習機会の提供 PICK UP ● 北海道及びスハラ食品との連携強化 ● 食品ロスに悩むサプライヤーとの連携

PICK UP 高校生への食育支援

本業を活かしたサステナビリティ活動の一環として、食を通じた地方創生と人材育成による食品市場の活性化を目的に、食品の商品開発を行う全国の高等学校に教育支援を行っています。「全国高等学校フードグランプリ」※の主催をはじめ、食品小売業のバイヤーが参加する当社主催の展示会で高校生の開発商品をプロモーションする機会や、物流センター見学の受入れ、地域活性化につながる商品の販売機会を提供しています。これらの取り組みに賛同していただける企業も年々増え、協賛企業による特別授業など様々な教育機会を提供しています。また、本取り組みを機に2016年度からは高校生の新卒採用を再開しています。

従来型のCSR活動にとどまらず、地域資源のさらなる活用や食文化の継承・浸透による地方創生、未来を担う高校生に向けた学習機会の提供による人材育成により、食品市場の一層の活性化を目指していきます。

※ 2013年より開催している「商業高校フードグランプリ」は、2025年に「全国高等学校フードグランプリ」へ改称しました。募集対象をこれまでの「商業科目を有する高等学校」から「食品の商品開発を行う全国の高等学校」に拡大しています。



▶ 詳細はこちら <https://foodgrandprix.com/>



フードグランプリ
過去エントリー数
(2013年度～2024年度)

542商品

高校生
採用者数
(2016年度～2025年度)

77名採用



2024年度に開催した大会の様子

人的資本経営の高度化

「心身ともに健康で活力ある職場環境のもと、柔軟な発想をもち、失敗を恐れずチャレンジしながら自ら成長できる人財」こそ、不確実性が高い社会においても柔軟に対応しながら持続的な成長を継続するための原動力であり財産であるとの認識のもと、個々の多様性と創造性の活用(ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン)*、自律型人財の育成、働きがいのある職場環境の整備を通じて人的資本経営の高度化に取り組んでまいります。

※ 多様性・公平性・包括

テーマ	目 標	施 策
持続的成長に向けた自律型人財の育成 PICK UP ①	● 2030年度までに女性管理職比率25%	<ul style="list-style-type: none"> ● 女性が活躍するための就業環境整備 ● 女性管理職育成のための研修実施
	● 社員のパフォーマンス向上	<ul style="list-style-type: none"> ● 新人事制度の浸透、非管理職給与水準底上げ ● 研修充実(階層別／テーマ別含むリスキング) ● 新卒／キャリア採用の拡充 ● シニア人材活躍のためのジョブ・マッチング制度導入
働きがいのある職場環境の整備	● 社員の健康力の向上 PICK UP ②	<ul style="list-style-type: none"> ● 社員の心身の健康、メンタルヘルスケアのサポート充実、職場環境整備 ● 健康経営優良法人認定の継続
	● 多様な働き方の推進	<ul style="list-style-type: none"> ● ワーク・イン・ライフの推進 ● 育児・介護・傷病者へのフォロー強化 ● エリア総合職新設

人財戦略

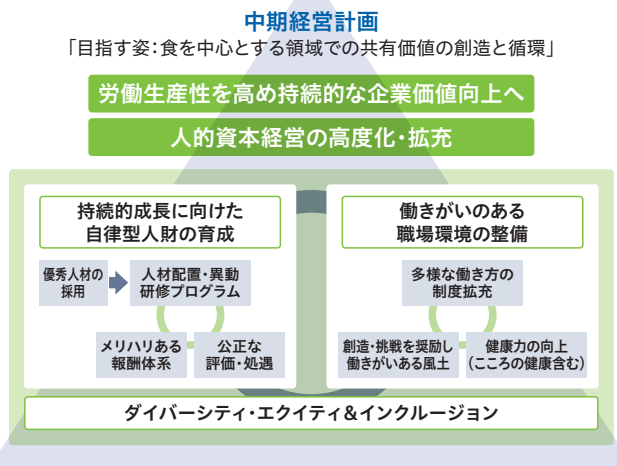
当社は「人材」を持続的な企業価値向上の原動力となる財産であると捉え、「心身ともに健康で活力ある職場環境のもと、柔軟な発想をもち、失敗を恐れずチャレンジしながら自ら成長できる人財」を育成することを人財戦略の基本方針としています。

- (1) 個々の多様性と創造性の活用
(ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン)
- (2) 自律型人財の育成
- (3) 働きがいのある職場環境の整備
を通じて人的資本経営の高度化を目指しています。

具体的には、メリハリある報酬体系の導入や研修制度の拡充といった積極的な人財投資を行うとともに、多様で柔軟な働き方の推進や健康増進などの職場環境整備及びエンゲージメントを高める施策を講じることで、労働生産性のさらなる向上に取り組んでいます。

なお、2022年度よりエンゲージメントサーベイを導入し、年1回調査を行い社員のエンゲージメント状態を可視化したうえで各種施策につなげています。

〈人財戦略基本方針体系図〉



PICK UP ① 持続的成長に向けた自律型人財の育成

社員一人ひとりの多様性を受け入れ、能力を発揮できるような環境整備、制度設計を推進しています。具体的には、2022年度に等級制度・評価制度・賃金制度を大幅に刷新したことにより、職責と成果に応じたメリハリある人事制度を構築しました。またマテリアリティと連動した非財務目標「2030年度までに女性管理職比率25%以上」を設定し、女性管理職・リーダー層の育成や仕事と育児の両立支援など、女性社員のさらなる活躍につながる施策を実施しています。なお2025年4月1日の女性管理職比率は16.1%となりました。加えて2024年度からは55歳以上のシニア人材が活躍するための施策として「ジョブ・マッチング制度」を新設し推進しています。仕事と育児との両立支援のための「ペアレンツコーチング講座」を開設するなど、ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョンに対応した取り組みも強化しています。

〈階層別・目的別研修〉

	階層別研修		目的別研修							
	役割強化	スキル強化	職種別	次世代リーダー教育	テーマ別					
役員	● 役員研修									
管理職	● マネジメント研修									
	● 新任課長研修									
中堅	● プレマネジメント研修									
	● OJT研修 ● 6年目研修	● クリティカルシンキング ● アカウンティング								
若手	● 3年目研修 ● 2年目研修 ● 入社半年後研修 ● 新入社員研修(2ヵ月)	● 1年目 自律型オンライン動画 学習(Schoo)必修講座								
	● アクティブシニア研修									
シニア										

その他の取り組み

- シニア層の継続雇用(2024年度9名)
- 女性及びシニア層が活躍できる環境の整備
- エリア総合職の導入
- 在宅勤務、スライドワークの制度化
- 女性リーダー研修の充実
- 全社員向けのダイバーシティ研修実施
- 育休復帰プログラムの実施(復職率100%)
- 育児との両立支援のためのペアレンツコーチング講座
- ビジネススクーラー支援のための介護コミュニティ運営

PICK UP ② 社員の健康力向上に向けた取り組み

社員の健康力向上に向けた施策として、重点テーマを定め取り組んでいます。2024年度は重点テーマの一つである「運動習慣の改善」に向け、年2回のウォーキングキャンペーンに加え、株式会社タニタ様が主催する運動機能測定会「私たちメンテナンス」を行いました。運動機能測定会には153名の社員が参加しました。最新の体組成計・運動機能分析装置を用いて、体力得点や筋力を測定するなど、筋肉の状態を多面的にチェックしました。測定結果に基づ

き個別カウンセリングを実施することで、一人ひとりが自身の健康習慣を見つめ直すきっかけとなりました。

健康経営をサステナビリティの重点施策の一つとして位置付けており、引き続き社員の健康保持・増進を図る取り組みを継続していきます。

▶ 詳細はこちら
<https://www.itochu-shokuhin.com/company/health-manage-declaration.html>



2024年度の主な健康関連施策

1. 健康経営レポート・戦略マップの作成と公表
2. テーマ別セミナーの実施(健康リテラシー、睡眠、女性の健康)
3. メンタルヘルス研修の実施

コーポレートガバナンスの強化

当社がステークホルダーに信頼され持続的な成長・企業価値の向上を図るためには、ガバナンスの強化は必要不可欠です。プライム市場上場企業として、コーポレートガバナンス・コードに則り、透明性を保ち、適切な企業統治に取り組んでまいります。

テーマ	目 標	施 策
コーポレートガバナンス体制の充実	● 持続的な成長と中長期的な企業価値向上	● コーポレートガバナンス・コードへの適切な対応

コーポレートガバナンス体制

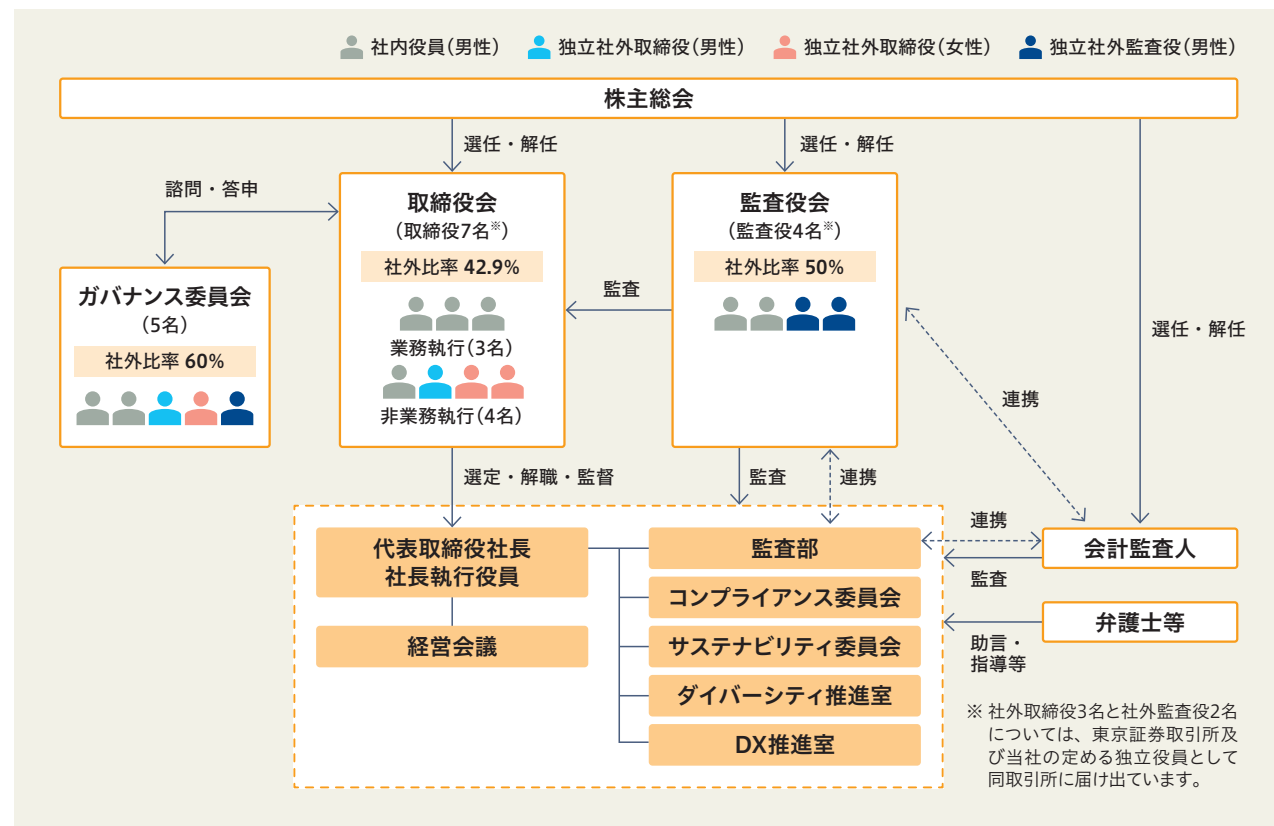
監査役会設置会社として「取締役会」及び「監査役会」を設置するとともに、執行役員制度を導入しています。取締役会と監査役会による業務執行の監視・監督と執行役員による業務執行を分離することで、「経営の透明性向上」「経営陣の責任の明確化」「意思決定の迅速化」を図っています。取締役会の多様性が求められる中、2019年度に初めて女性取締役を起用し、2025年6月19日現在、2名の女性取締役を起用するなど、

最適なコーポレートガバナンス体制の構築を目指しています。
今後も取締役会、監査役会全体として多様性・実効性を確保し、持続的な成長と企業価値向上に努めるとともにコーポレートガバナンスを強化していきます。



▶ 詳細はこちら
<https://www.itochu-shokuhin.com/company/governance.html>

〈コーポレートガバナンス体制図(2025年6月19日現在)〉



ガバナンス委員会

コーポレートガバナンスに係る取締役会の機能充実を目的として、2020年4月1日に「ガバナンス委員会」を設置し、適宜開催しています。同委員会は、取締役会の任意の諮問機関として、取締役会の監督機能を強化し、当社のコーポレートガバナンスに関する事項などについて客観的視点から意見、提言を行っています。

●ガバナンス委員会の構成と役割

構成	5名の委員で構成。うち過半数は独立社外取締役／独立社外監査役。
役割	取締役会の諮問に応じて、以下の事項を審議し答申を行う。 ● 指名・報酬などに関する事項 ● ガバナンス(関連当事者取引、政策保有株式の保有方針)などに関する事項

取締役会実効性評価

取締役及び監査役全員を対象に取締役会の実効性評価（アンケート+インタビュー）を実施し、取締役会全体の実効性について分析・評価を毎年行っています。

2024年度については、取締役会の体制(メンバー構成)や

運営は適切という評価でした。評価を通じて得た課題については継続的に検討・対応を行い、取締役会全体の実効性をさらに向上させる取り組みを進めていきます。

コーポレートガバナンス・コードへの対応

「コーポレートガバナンスの強化」の取り組み施策である「コーポレートガバナンス・コードへの対応」については、コーポレートガバナンス・コードの各原則に沿った対応をしています。また、資本コストを意識した経営については、自社の資本コストを把握し、投資基準や経営判断に反映させています。

詳細につきましては、下記URLより当社のコーポレート・ガバナンス報告書をご参照ください。



▶ コーポレート・ガバナンス報告書
<https://www.itochu-shokuhin.com/ir/library/cg.html>

コンプライアンス体制

当社グループでは、コンプライアンスの取り組みに対して基本的事項を定めた「伊藤忠食品グループコンプライアンス規程」を制定しています。担当役員を委員長とする「コンプライアンス委員会」を年2回開催し、コンプライアンス体制の向上を図っています。

「伊藤忠食品グループ内部通報制度(ホットライン)規程」に基づき、当社及びグループ会社向けポータルサイトに通報窓口等の利用方法を掲載し、問題の早期発見と改善措置に取り組んでいます。また、グループ会社の責任者が出席する「グループコンプライアンス連絡会」を年2回開催し、コンプライアンス意識の浸透を図っています。

「独占禁止法」や「個人情報保護法」等の関連法令の周知徹底を図るため、集合研修や従業員向けeラーニングを適宜実施しています。

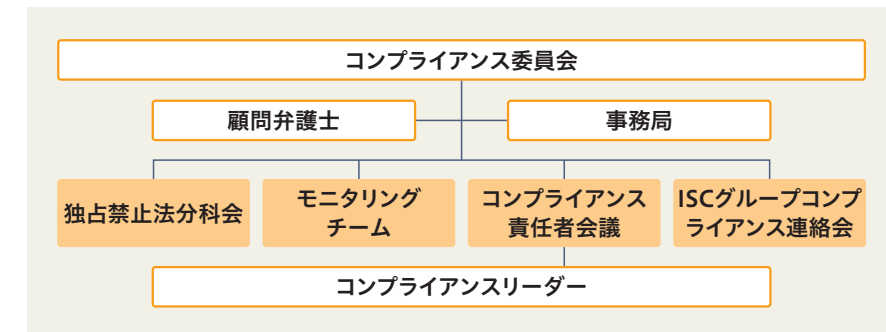
また社内にはパワーハラスメント、セクシャルハラスメント、内部通報

制度(ホットライン)や反社会的勢力排除に関する規程が定められています。全社員を対象とした「コンプライアンス通信」を継続して発行するとともに、常勤役員及び管理職を対象とした「ハラスメント研修」や部課長を対象に部内の心理的乖離の有無のヒアリングを実施することで、コンプライアンスの徹底に取り組んでいます。



▶ 詳細はこちら
<https://www.itochu-shokuhin.com/company/compliance.html>

〈伊藤忠食品グループコンプライアンス体制図(2025年4月1日現在)〉



Governance

社外取締役メッセージ

社外取締役
宮坂 泰行**Q. 当社の取締役会の実効性向上に向けた取り組みをどう評価されていますか**

取締役会の実効性については、毎年、構成員に実効性評価のアンケートを実施し、事務局が取り纏めたうえで全体評価を行っています。実施結果は有効に機能しているとの結論ですが、今後に向けた課題についてはいくつかの意見が寄せられています。中長期の戦略に関する議論の深化もその一つですが、食品流通業界の再編や他業種との統合等、業界の将来的動向については不透明感があり、そうした流れをいかに敏感にキャッチし迅速に対応していくかが、今後の当社の成長の鍵を握っていると思われます。そのために取締役会においても将来に向けた柔軟な議論を活発化していくことが望まれます。

Q. 当社の特徴や課題事項について率直なお考えをお聞かせください

当社の特徴を一言でいえば、何事にも正攻法であっているということかと思います。

このことは、得意先、仕入先他の取引先と真摯に向き合い、先方のニーズを敏感にくみ取り対応していくという営業姿勢にも表れています。ただ、社員各人のスタンスに因るところもあるとは思いますが、緻密な情勢分析を踏まえたうえでさらに大胆な事業戦略・営業施策があってもよいのかなと思います。課題事項については、デジタルサイネージ事業のさらなる収益化と小売業界の再編への対応、惣菜・低温領域の拡大、物流体制のさらなる効率化と機能強化等があげられますが、そのような課題については関係部署間の連携を強化し、目的意識を持って対応を進めていくことが肝要だと思います。

社外取締役
奥田 高子**Q. 当社のデジタルサイネージを活用した取り組み(売り場づくり)をどう評価されていますか**

昨年初、「デジタルサイネージ設置台数が1万台を超えた」というニュースを聞いて、2023年に「Transform 2025～創造と循環～」を策定して以来、メーカー、小売店双方のニーズやご要望をいただきながら、消費者起点で考え、売り場づくりを提案してきた、社員一人ひとりの「考動」の成果だと感じました。サイネージ効果の可視化やQRコード提示による応募型キャンペーンなど多様な取り組みを行って、消費者起点での入店から購買、退店までの動線をつくり、効果が上がっています。28年には、リテールメディア市場が1兆円規模との予測もある中、当社の営業力・売り場提案力の大きな武器となるよう、期待しています。

Q. 当社の働き方改革の取り組みをどう評価されていますか

今年3月に、当社は「健康経営優良法人2025ホワイト500」に認定されました。これは、残業時間の削減やシニア層を対象にしたジョブマッチング制度の導入、育児による短時間勤務者への負担減など制度面での充実はもちろん、いろいろなライフステージや家族状況にある従業員に対して、ソフト面でのケア・取り組みが行われてきたことが評価されたと捉えています。介護について相談したい者同士の対話の場づくりや、育児支援のコミュニティづくりなども始められ、これらにより、従業員同士のコミュニケーションが深まり、社員のウェルビーイング向上につながることを期待しています。

社外取締役
中条 薫**Q. 当社のDXへの取り組み状況をどう評価されていますか**

当社は、中期経営計画における重点3分野の一つに「情報」を据え、小売店のデジタルサイネージを重要な顧客接点と位置付けてメーカー・小売業・消費者をつなぎ共有価値を創出するDXへの取り組みを進めています。この取り組みによって最も大きく変容したのは当社社員にお客様に対するプロアクティブな提案マインドが醸成されたことだと高く評価しています。

一方で、生成AIなどを積極的に活用して業務プロセスの効率化と質の向上を図り、社員一人ひとりが、より付加価値の高い業務に注力していくためのDXの推進は課題であり、今後の取り組みの加速に期待しています。

Q. 現中期経営計画の最終年度を迎え、これまでの取り組みをどう評価されていますか

現中期経営計画の要は、Transform - 世の中の変化を捉えて自社が変容していくこと、消費者起点の考え方でメーカーと小売業をつなぎ共有価値を創造し循環させていくことです。方向性を明確に社内外で共有し、常に行動の基軸としてきたことで経営層を始めとして社員の皆さんのポジティブな変化を実感しています。その変化が、6期連続の増益や株主の皆さまへの大幅な増配に結びついていると評価しています。

消費者の行動や食品流通業界における再編などが益々加速している中、最終年度の今年は、変化やリスクを機敏に捉える感性をさらに磨き、自ら考え自発的に行動する組織文化を根付かせて欲しいと期待しています。

社外役員の独立性に関する判断基準

当社は、社外取締役及び社外監査役(以下、「社外役員」という。)の独立性を客観的に判断するため、株式会社東京証券取引所が定める独立役員の要件に加え、以下のとおり社外役員の独立性の基準を定め、社外役員が以下のいずれの項目にも該当しないことを独立性の判断基準としています。

▶ 独立性判断基準の詳細についてはこちらをご参照ください。
https://www.itochu-shokuhin.com/company/pdf/governance/governance_20200401.pdf



● 社外取締役・社外監査役の主な活動状況

区分	氏名	主な活動状況 (果たすことが期待される役割に関して行った職務の概要)
取締役	宮坂 泰行	主に公認会計士としての専門的知見等から、当社の経営に対する適切な監督ならびに取締役会における妥当かつ適正な意思決定を確保するための的確な助言等を行っております。また、ガバナンス委員会の委員として積極的な意見や提言を行うなど、取締役会の監督機能の強化に貢献しております。なお、当事業年度開催の取締役会13回のすべてに出席し、議案審議等に必要な発言を適宜行っております。
	奥田 高子	多様な視点から取締役会における適正な意思決定の確保ならびに業務執行に対する監督等に貢献しております。また、当社のダイバーシティ推進やサステナビリティへの取り組み等への助言を行うなど適切に役割を果たしております。なお、当事業年度開催の取締役会13回のすべてに出席し、議案審議等に必要な発言を適宜行っております。
	中条 薫	客観的かつ実践的な視点から、取締役会の意思決定の妥当性・適正性を確保するための助言ならびに業務執行に対する適切な監督を行っております。また、ガバナンス委員会の委員としての的確な意見・提言を行うとともに、当社のダイバーシティならびにDX推進に積極的に関与するなど適切に役割を果たしております。なお、当事業年度開催の取締役会13回のすべてに出席し、議案審議等に必要な発言を適宜行っております。

区分	氏名	主な活動状況
監査役	増岡 研介	当事業年度開催の取締役会13回のすべてに出席し、また、当事業年度開催の監査役会15回のすべてに出席し、主に弁護士としての専門的見地等から議案審議等に必要な発言を適宜行っております。なお、ガバナンス委員会の委員として、的確な意見・提言を行っております。
	山岡信一郎	当事業年度開催の取締役会13回のうち11回に出席し、また、当事業年度開催の監査役会15回のすべてに出席し、主に公認会計士としての専門的見地等から議案審議等に必要な発言を適宜行っております。

引用：第107期定時株主総会招集通知

Governance

取締役、監査役及び執行役員（2025年6月19日時点）

取締役



代表取締役社長
岡本 均



取締役
管理統括部門部門長
(兼)コンプライアンス担当、
サステナビリティ担当、
ダイバーシティ推進室
福島 義弘



取締役
営業統括部門部門長
魚住 直之



取締役
中村 洋幸
非常勤

社外取締役



取締役 社外 独立
宮坂 泰行
非常勤



取締役 社外 独立
奥田 高子
非常勤



取締役 社外 独立
中条 薫
非常勤

監査役



常勤監査役
長島 秀昭



監査役
清家 隆太
非常勤



監査役 社外 独立
増岡 研介
非常勤



監査役 社外 独立
山岡 信一郎
非常勤

▶ 詳細については招集通知をご参照ください。
<https://www.itochu-shokuhin.com/ir/notice.html>



執行役員

社長執行役員

岡本 均

専務執行役員

魚住 直之
営業統括部門部門長

福島 義弘
管理統括部門部門長
(兼)コンプライアンス担当、サステナビリティ担当、ダイバーシティ推進室

常務執行役員

大塚 剛
第一部門部門長
(兼)ダイバーシティ推進室

緒方 学
第二部門部門長
(兼)ダイバーシティ推進室室長

佐伯 泰昌
第三部門部門長
(兼)ダイバーシティ推進室

執行役員

山村 芳幸
(株)アイ・エム・シー代表取締役社長

佐藤 太一
第二部門部門長代行
(兼)第4営業本部本部長

福井 寛二
第一部門部門長代行
(兼)第1営業本部本部長、
ドラッグストア部部长

北川 正英
管理本部本部長
(兼)審査部部长

萩原 武
ロジスティクス本部本部長

波元 英夫
情報システム本部本部長
(兼)DX推進室

佐藤 英成
経営企画本部本部長
(兼)DX推進室室長

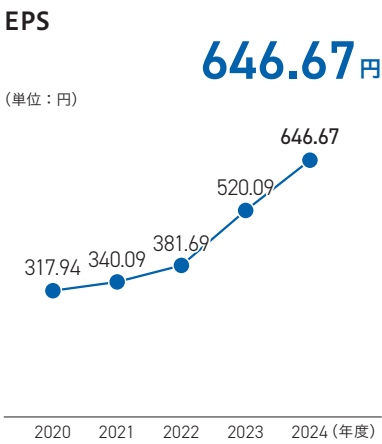
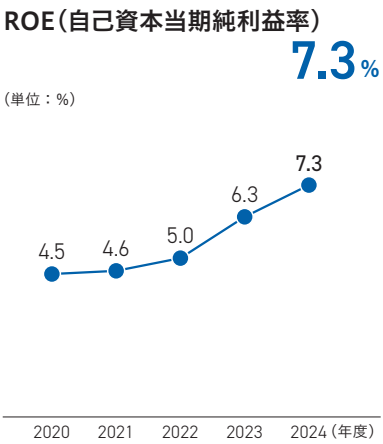
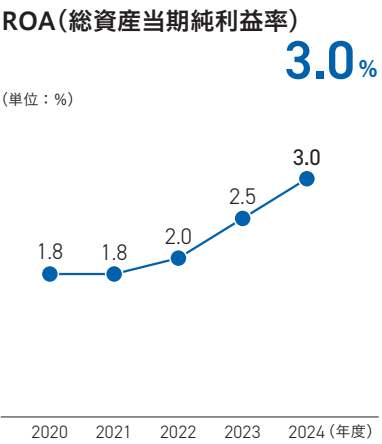
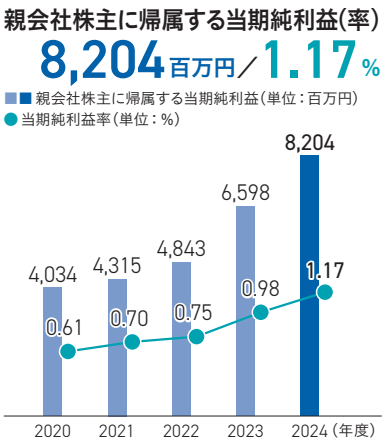
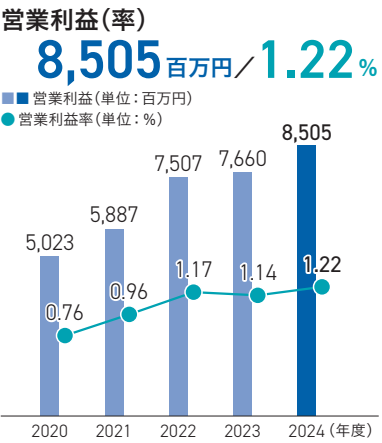
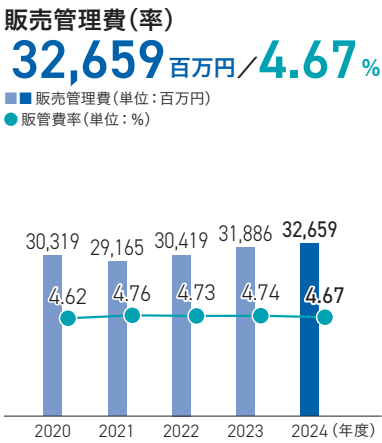
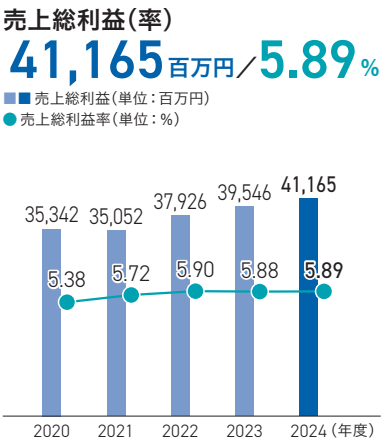
濱田 英樹
経経本部本部長
(兼)経経部部长、
ISCビジネスサポート(株)代表取締役社長

●取締役及び監査役のスキルマトリックス

氏名		性別	当社が期待する知見・経験							
			経営全般・ 経営戦略	営業・ マーケティング	財務・会計	法務・ リスク マネジメント	人材育成・ ダイバーシティ	ESG・ サステナ ビリティ	ガバナンス・ 内部統制	ICT (情報通信技術)・ 物流
取締役	岡本 均	男性	●	○	○	○	○	○	○	○
	福島 義弘	男性	○	●	●	○	●	●	○	○
	魚住 直之	男性	○	●		○	●	●	○	●
	中村 洋幸	男性		●		○			○	
	宮坂 泰行	男性 社外 独立	○		●	○			●	
	奥田 高子	女性 社外 独立		○		○	●	●	○	
	中条 薫	女性 社外 独立	○			○	●	●	●	●
監査役	長島 秀昭	男性			○	●			○	
	清家 隆太	男性			○	●			○	
	増岡 研介	男性 社外 独立				●			●	
	山岡 信一郎	男性 社外 独立			●	●			●	

※1 上記一覧表は、取締役及び監査役の有するすべての知見や経験を表すものではありません。
※2 ●は特に期待する知見・経験を指します。

財務ハイライト



※1 記載金額は百万円未満を四捨五入しています。
※2 比率(%)は、小数点以下第2位、ないしは小数点以下第3位を四捨五入して記載しています。
※3 上記により、合計が合わない場合があります。
※4 「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2021年度の期首から適用しており、2021年度以降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います。

補足データ

	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度
総資産 (百万円)	231,183	236,668	246,617	274,496	271,551
純資産 (百万円)	93,337	95,249	99,781	109,268	115,592

商品分類別 売上高／構成比

商品分類	2023年度実績		2024年度実績		
	売上高(百万円)	構成比(%)	売上高(百万円)	構成比(%)	増減率(%)
ビール類	154,328	22.9	154,584	22.1	0.2
和洋酒	106,322	15.8	116,314	16.7	9.4
調味料・缶詰	110,446	16.4	116,171	16.6	5.2
嗜好品・飲料	167,805	25.0	175,186	25.0	4.4
麺・乾物	48,129	7.2	50,486	7.2	4.9
冷凍・チルド	27,786	4.1	29,346	4.2	5.6
ギフト	33,587	5.0	32,127	4.6	△ 4.3
その他	24,048	3.6	25,157	3.6	4.6
合計	672,451	100.0	699,369	100.0	4.0

(注) RTD(Ready To Drinkの略。缶チューハイ等のアルコール飲料。)の売上高は「和洋酒」に含んでおります。

業態別 売上高／構成比

業態	2023年度実績		2024年度実績		
	売上高(百万円)	構成比(%)	売上高(百万円)	構成比(%)	増減率(%)
卸売業	35,504	5.3	37,799	5.4	6.5
百貨店	17,734	2.6	16,333	2.3	△ 7.9
GMS・SM	357,467	53.2	372,980	53.3	4.3
CVS	76,001	11.3	74,987	10.7	△ 1.3
ドラッグストア	75,340	11.2	79,462	11.4	5.5
その他小売業	81,349	12.1	87,472	12.5	7.5
その他	29,056	4.3	30,335	4.4	4.4
合計	672,451	100.0	699,369	100.0	4.0

(注) GMS(General Merchandise Store)：ゼネラル・マーチャンダイズ・ストア
SM(Supermarket)：スーパーマーケット
CVS(Convenience Store)：コンビニエンスストア

企業情報／株式情報 (2025年3月31日現在)

会社概要

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1,188名 個別897名
事業内容	酒類・食品の卸売及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нда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 大阪府大阪市中央区城見2丁目2番22号
大阪本社 大阪府大阪市中央区城見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 赤坂Kタワー TEL 03-5411-8511
インターネットホームページ <https://www.itochu-shokuhin.com>

主な事業所

- ①北海道支店 北海道札幌市中央区大通東3-2 スハラ大通ビル2階
- ②仙台営業所 宮城県仙台市宮城野区扇町4-3-10
- ③郡山営業所 福島県郡山市赤木町25-12
- ④東京本社 東京都港区元赤坂1-2-7 赤坂Kタワー
- ⑤名古屋オフィス 愛知県名古屋市熱田区新尾頭1-6-9
- ⑥大阪本社 大阪府大阪市中央区城見2-2-22
- ⑦四国営業所 香川県坂出市沖の浜1-34
- ⑧中四国支店 広島県広島市南区稻荷町1-1 ロイヤルタワー4階
- ⑨九州支店 福岡県福岡市博多区上川端町13-15 安田第7ビル2階



▶主な営業拠点及び物流センターについてはこちらをご覧ください。
<https://www.itochu-shokuhin.com/company/office.html>

子会社・関連会社

●連結子会社

新日本流通サービス株式会社 …… 貨物運送取扱業
ISCビジネスサポート株式会社 …… サービス業
株式会社スハラ食品 …… 酒類・食料品卸売業
株式会社アイ・エム・シー …… 小売業

●非連結子会社

株式会社宝来商店 …… 酒類・食品小売業

●関連会社

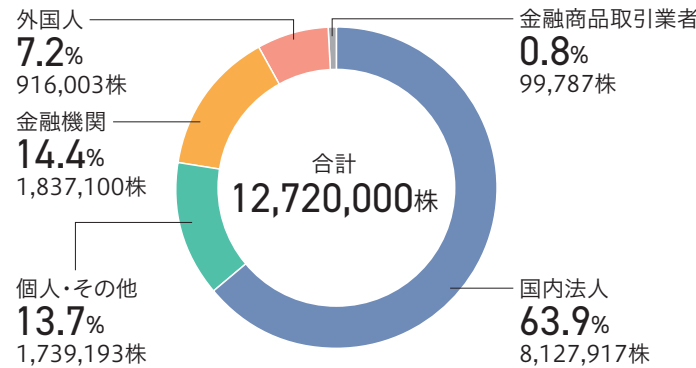
株式会社中部メイカン …… 食料品卸売業

株式の状況

●株式の総数・株主数

発行済株式の総数	12,720,000株
1. 発行可能株式総数	40,000,000株
2. 単元株式数	100株
株主数	12,400名
東京証券取引所 プライム市場 証券コード	2692

●株式分布状況(所有者別)



取引先数

メーカー 全国約**4,000**社

アイテム数 約**50万**アイテム

小売業など 全国約**1,000**社

酒類・食品卸売業として、全国約4,000社のメーカーとお取引し、約50万アイテムを全国約1,000社の小売業にお届けしています。売り場に並ぶ膨大な数の商品を、早く、正確に、安全にお届けすることで、日本の豊かな食生活を支えるライフラインとしての役割を果たしています。

外部評価

●健康経営優良法人



●えるぼし



●DX認定



●プライバシーマーク制度



●ISO14001 (環境マネジメントシステム)



幅広いIR情報を入手したい方は、IR(投資家情報)ウェブサイトをご覧ください。

- 業績・財務指標の推移
- 決算公表資料(決算短信等)
- 適時開示情報
- 株式情報(株主情報)
- 株主総会招集通知等

▶詳細はこちら
<https://www.itochu-shokuhin.com/ir/>

