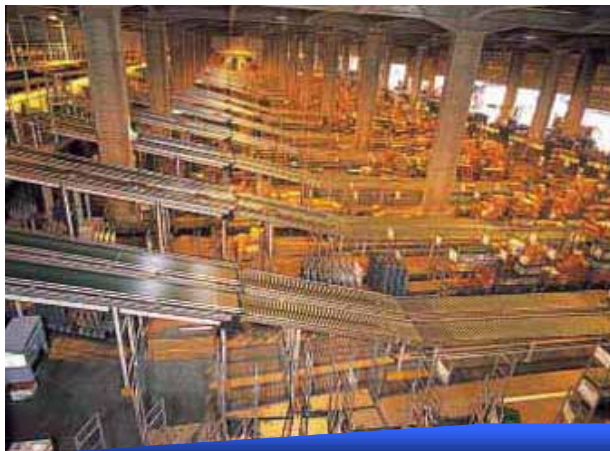




「食」を通じて消費者と社会に貢献する
リーディングカンパニー
伊藤忠食品株式会社



2001.9月期
決算説明会

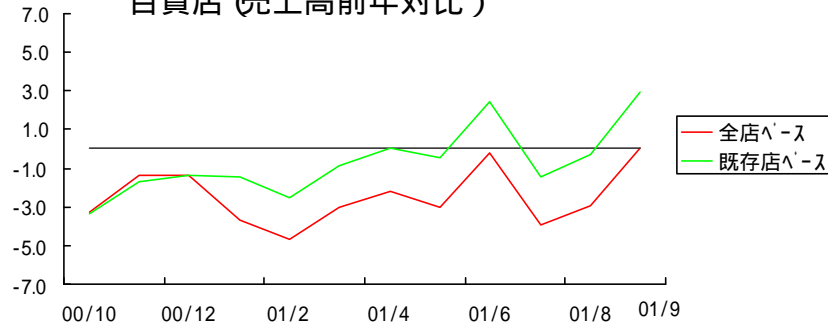
2001年11月26日



1. 取引業態の動向

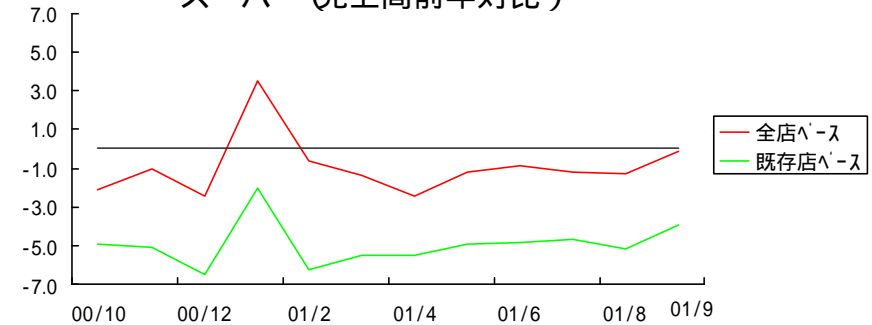


百貨店 (売上高前年対比)



- ・底打ちから回復へ
- ・好調組と不調組に色分け

スーパー (売上高前年対比)



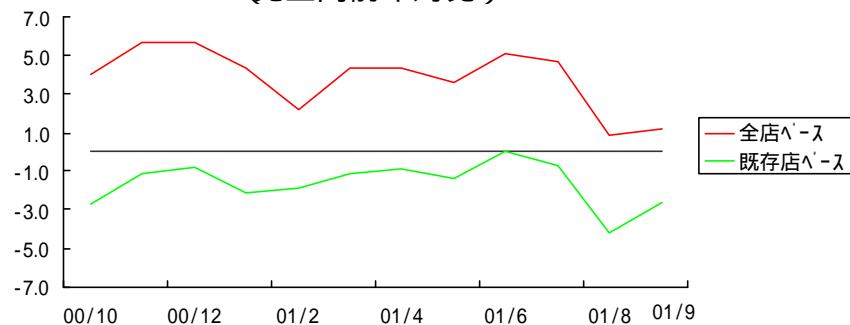
- ・既存店前年割れ (勝ち組・負け組)
- ・大手スーパーの破綻

消費者は節約指向だが、価値を見出すモノには消費意欲 (余力)

小売店間の競争激化による商品価格の下落

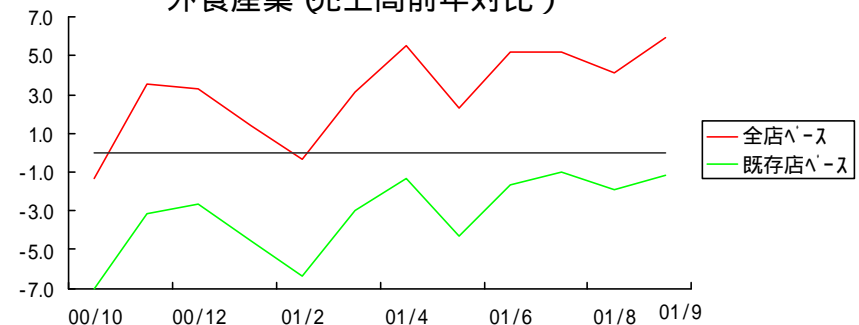
酒類小売業免許規制の段階的廃止

CVS (売上高前年対比)



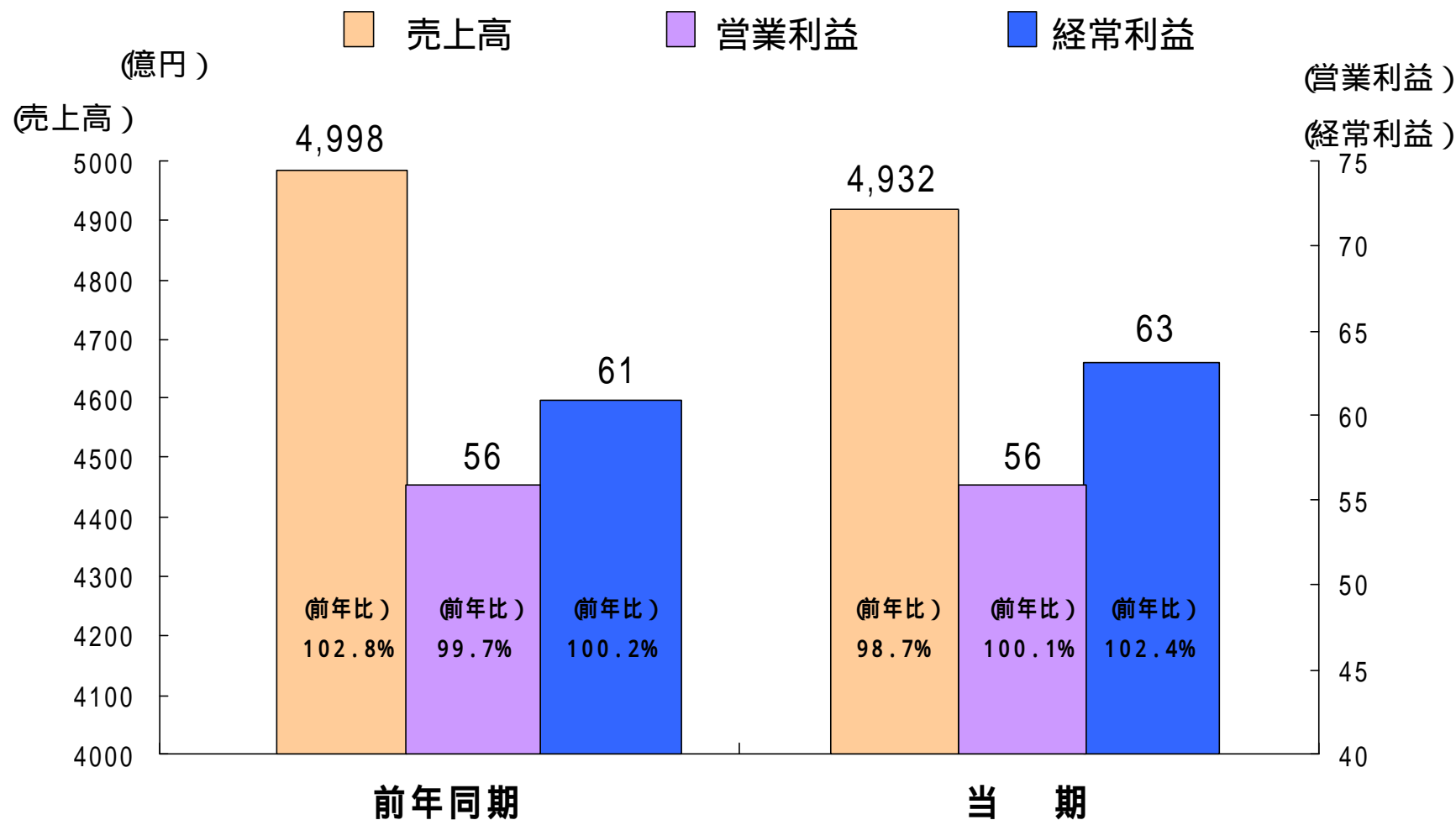
- ・不採算店の整理、中小チェーンの再編
- ・有力CVSチェーンの積極出店継続

外食産業 (売上高前年対比)



- ・中食へシフト、マーケットの縮小
- ・円安による原料価格高値

2. 2001年9月期の実績 (前年対比)



14期連続増益達成

(過去最高益更新)

3 (1) . 伊藤忠食品グループの対応

【売上面】

手を引く所は引き、増やす所は増やす

(メリハリをつけた営業政策)

・リージョナルスーパー、外食産業へのアプローチ

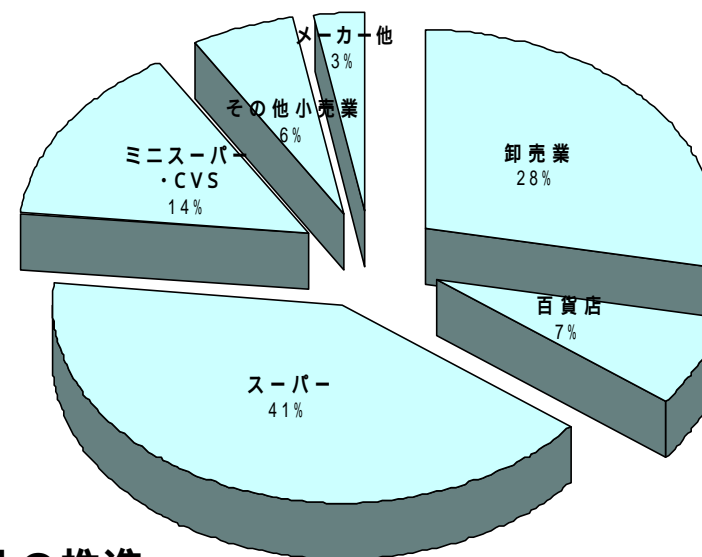
・北海道エリアの商権拡大

・酒類販売規制緩和の流れを受けた酒類拡販プロジェクトの推進

・スーパーおよび新規百貨店との取引

(一括物流センター、ギフトアソートセンターの建設)

【売上高構成比】



【売上物量・単価の前年比】

	物量	単価
酒類	108.8%	93.9%
食品	101.8%	96.4%

(ギフト・冷凍食品除く)

【売上高 前年対比】 (億円)

	卸売業	百貨店	スーパー	ミニスーパー・CVS	その他小売業	メーカー他	合計
'01.9	1,381	366	2,036	717	288	141	4,932
'00.9	1,403	414	1,923	700	422	135	4,998
前期比	-1.5%	-11.7%	+5.9%	+2.5%	-31.7%	+4.8%	-1.3%

3 (2) . 伊藤忠食品グループの対応



【利益面】

・与信管理の徹底、売上よりも採算重視
(企業倒産のリスク回避、取引先の選別と集中)

・グループ経営効率化を推進
(子会社の整理・統合)

一括物流センターの採算改善、
既存センターの効率物流を目指した利用改善

・業務改善運動実施によるコスト削減効果

4. 2001年 9月期のトピックス



- ・大手スーパー、CVSとの取引大幅伸張
- ・リージョナルスーパー数社との取引開始
- ・西武百貨店との全国取引開始
- ・外食産業との取引へ向けた布石

今後の展望

5. 業界展望



【市 場】

- ・消費意欲の下落傾向に歯止め (前年並み)
- ・小売、卸売共、勝ち組負け組の鮮明化
- ・取引先企業の業績下振れによる貸倒れのリスク
- ・デフレ傾向 (商品単価の低下)

【取引先】

- ・有力CVSの大量出店加速
- ・スーパー、CVSの酒売場増加
(酒販店・DSからスーパーCVSへシフト)
- ・百貨店の底打ち

6. 2002年の経営方針および戦略



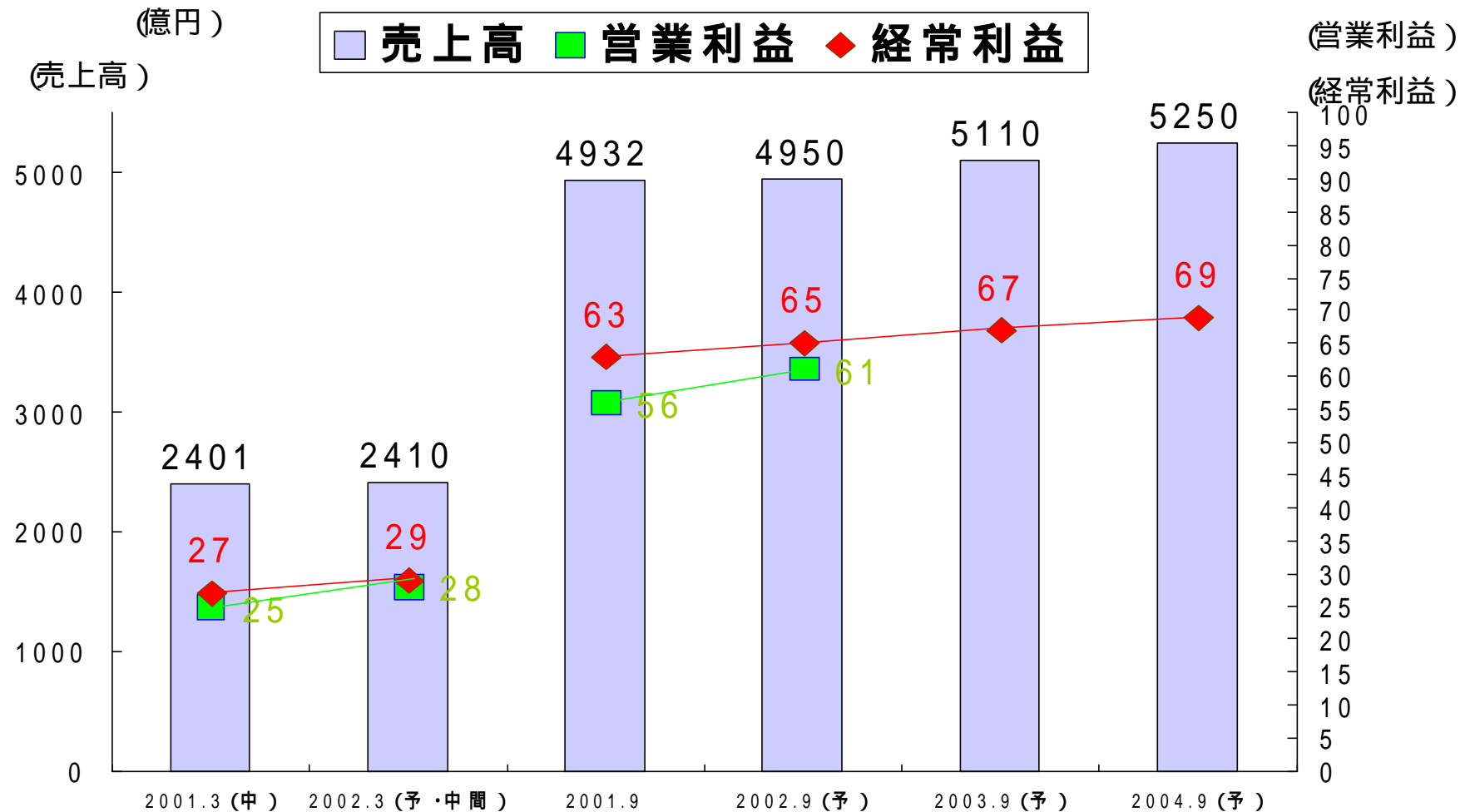
【経営方針】

1. 攻めと守りを明確にした営業戦略の確立
2. 徹底した効率経営の推進
3. 能力・成果主義経営への脱皮
4. 連結経営強化体制の構築

(主な施策)

- ・リージョナルスーパー、外食産業との取引積上げ
- ・酒類拡販の推進
- ・ノンシーズンギフトの取扱増
- ・不採算取引の見直しと改善
- ・具体的数値目標を掲げたコスト削減運動
- ・能力、業績に応じた給与体系
- ・赤字グループ会社の撲滅と、グループ会社間の情報緊密化

7. 中期目標



採算重視、与信管理の徹底

「食」を通じて消費者と社会に貢献する リーディングカンパニー



2001. 9月期
決算説明会

伊藤忠食品株式会社

2001年 11月 26日

