



ISC



**「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

**2003年3月 中間期
決算説明会**

2003年5月22日

本資料は、2003年3月中間決算の業績および今後の経営戦略に関する情報の提供を目的としたものであり、当社が発行する有価証券の投資勧誘を目的としたものではありません。また本資料掲載の事項は、資料作成時点における当社の見解であり、その情報の正確性および完全性を保証または約束するものではなく、今後予告なしに変更することができます。
本資料は、2003年5月19日現在のデータに基づき作成しております。

ISC

2003年3月中間期の業績

1

1. 2003年3月中間期の業績

ISC

	金額 (億円)	売上比 (%)	前期比 (%)	計画比 (%)
連結売上高	2,421	100.0	102.3	98.2
(単 独)	(2,323)	(100.0)	(101.8)	(98.2)
連結売上総利益	245	10.1	107.9	
(単 独)	(222)	(9.6)	(106.9)	
連結営業利益	27	1.1	89.4	99.1
(単 独)	(26)	(1.1)	(90.2)	(101.7)
連結経常利益	30	1.3	91.9	100.0
(単 独)	(29)	(1.3)	(92.6)	(104.0)
連結中間純利益	15	0.6	87.3	92.5
(単 独)	(15)	(0.7)	(91.1)	(97.3)

2 (1). 伊藤忠食品 中間売上レビュー】

ISC

販売単価 物量 (c/s)の推移 : 前期比 %】

(今上期平均)		(前期年間平均)	
物量	単価	物量	単価
酒	107.8%	97.2%	109.8% 94.6%
食品	100.8%	98.9%	98.7% 98.2%
計	102.7%	98.9%	100.8% 98.3%

単独・総売上△-7、返品 償引を除く

連結売上高の前期比較】 前期比 + 55.5

単位 : 億円】

スーパー + 105 CVS・ミニスーパー 50 郷 15 デパート 7 その他小売 + 5 メーカー他 + 17

(増加要因) ・GMS および地域密着型スーパーとの取引増加

・連結子会社 1 社増加 + 27 (他で 9)

・物流収入の増加 (前期 35 当期 55)

・物量の増加

(減少要因) ・取引先の帳合政策変更による売上減 40

・取引先の見直し継続 (2003年3月 得意先企業数 2,324件 : 新規 28中止 158)

・地域卸全般に売上低調

・全般的な商品単価の下落傾向 (取引先への納入価格の下落)

3

2 (2) . 伊藤忠食品 中間利益レビュー】

isc

連結】

	売上総利益	営業利益	経常利益	当期純利益
当 期	245億円	27億円	30億円	15億円
(売上比)	10.12%	1.13%	1.26%	0.64%
前 期	227億円	30億円	33億円	17億円
(売上比)	9.60%	1.30%	1.40%	0.75%

連結利益の前期比較】

売上総利益】

- ・物流収入の増加
- ・ギフト利益減
- ・納入価格の低下及びメーカー販促費圧縮による粗利低下

営業利益・経常利益】

- ・既設一括物流センター収支改善するも、新規一括物流センターの経費負担発生

当期純利益】

- ・投資有価証券評価損及び会員権評価損の発生
- ・固定資産除却損発生

4

isc

物流センター投資

5

3 (1) . 狹山グロッサリーセンター(ヤオコー様向け)

isc

センター概要

敷地面積 :3,725坪
延床面積 :3,706坪
年間通過額 :230億円
取扱商品：加工食品・酒類・
菓子・住居関連・米・
銘店・たばこ
稼動時期 :2002年10月
(自社物件)



- ・カテゴリー別カートラック納品
- ・ED化による検品レス
- ・併設チルドセンターとの車両共有

6

3 (2) . ユニー株式会社春日井ドライ物流センター

isc

センター概要

敷地面積 :4,787坪
延床面積 :1,980坪
年間通過額 :
約100億円
取扱商品：
加工食品
稼動時期：
2003年6月(予定)
(自社物件)



- ・店頭在庫の削減、品切れ防止
- ・カテゴリー別カートラック納品
- ・店舗スピード検品
- ・納品車両台数の削減
- ・商品の鮮度管理徹底

7

今後の見通し

8

4. 下期の見通し

売上高】

- ・引き続き G M S、地域 S Mとの取引増大
- ・百貨店取引集約による取引増大
- ・酒類免許緩和による酒類取扱の拡大
- ・取引先の帳合政策変更による影響

利 益】

- ・売上増加による利益UP
- ・物流費、管理費の削減(業務改善運動の継続)
- ・納入価格の低下及びメーカー販促費(リペート)の圧縮
- ・一括物流センター 投資負担の発生

9

