



2014年3月期 決算説明会

伊藤忠食品株式会社
代表取締役社長執行役員 星秀一
2014年5月1日

目次

1. 業績結果	…	P. 3
2. 中期経営ビジョン	…	P. 14
3. 2カ年計画	…	P. 16
4. 15年3月期ミッション・重点課題	…	P. 17
5. 参考資料	…	P. 23

決算ハイライト

PL

(単位:億円)

	当期		前年 同期比	計画比
	売上比			
売上高	6,304	-	102.6%	101.2%
売上総利益	344	5.5%	95.7%	99.8%
販売管理費	311	4.9%	98.5%	100.4%
営業利益	33	0.5%	75.5%	94.4%
経常利益	42	0.7%	76.3%	93.9%
特別損益	12	0.2%	103.4%	94.3%
当期純利益	32	0.5%	78.7%	93.0%

増収・減益

- 当期の決算についてご説明します。

ご覧のとおり、前年比・計画比ともに増収・減益となりました。

主要項目では、売上 6,304億円(前年比102.6%)、
営業利益 33億円(前年比75.5%)、経常利益 42億円(前年比76.3%)、
純利益 32億円(前年比78.7%)です。

- 売上総利益では、前年比95.7%と減少する結果となりました。

- 販管費は、前年比98.5%と削減できました。

- しかしながら売上総利益の減少をカバーすることはできず、

営業利益・経常利益とも前年を割り込み75.5%、76.3%と未達となりました。

- また、特別損益ではほぼ計画とおりに処理を進めました。

- 結果としまして当期純利益は前年比78.7%の着地となりました。

- 後ほど、項目別の説明をいたします。

決算ハイライト

B/S

(単位:億円)

	当期末	前期末	増減額
総資産	2,016	2,009	7
純資産	692	661	30
自己資本比率	34.3%	32.9%	1.4%
1株当たり 純資産(円)	5,388.12	5,153.03	235.09

- ・総資産は2,016億円と前期より7億円増加しました。

前期末(13年3月31日)が日曜日で金融機関が休みであったため
資産が140億円ほど一時的に増加した状態でした。

当期末では7億円の増加になっています。

それは、3月の売上増加による債権増加が115億円、
加えて不動産売却益として30億円程度の増加があり、
合計で145億円強の増加要因が当期にあったことによります。

- ・純資産は、利益剰余金・有価証券評価益の増加分です。

- ・1株当たりの純資産は235円増加の5,388円となり、

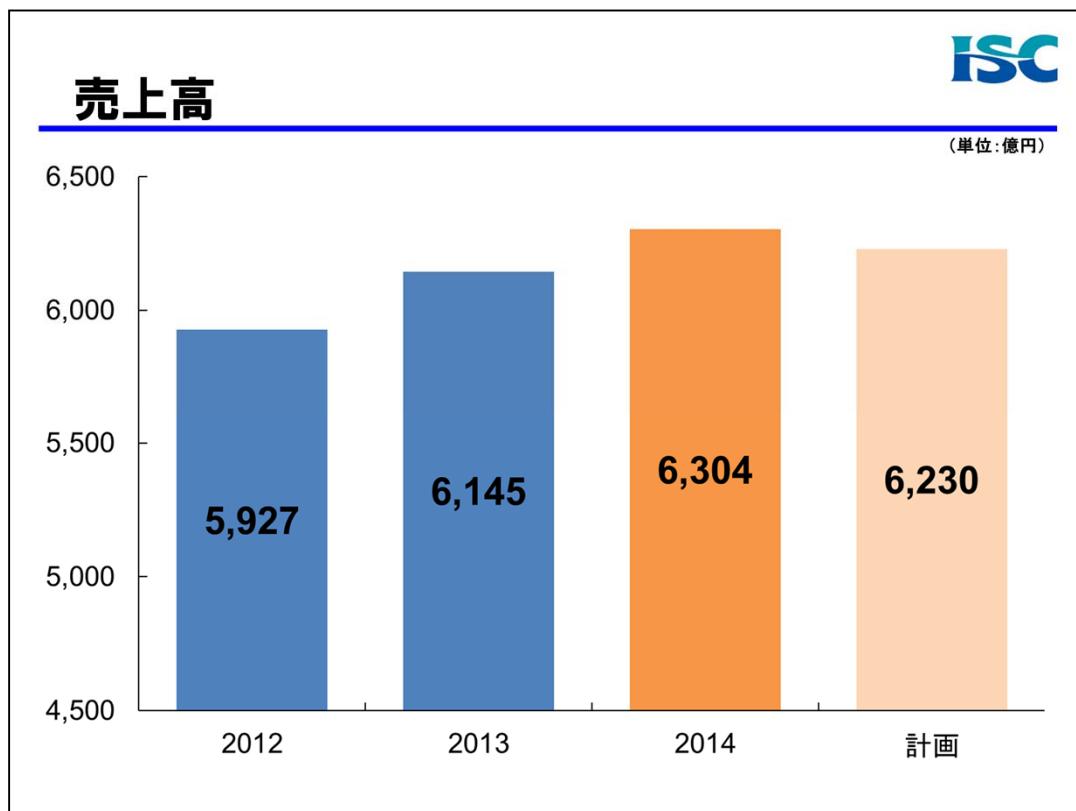
自己資本比率は1.4%増の34.3%となりました。

キャッシュ・フローの状況

(単位:億円)

キャッシュ・フロー	当期	主な要因
現金及び現金同等物の期首残高	270	
営業活動によるキャッシュ・フロー	▲55	前年度末休日により決済期ズレ
投資活動によるキャッシュ・フロー	0	
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲13	配当金支払
現金及び現金同等物の期末残高	201	

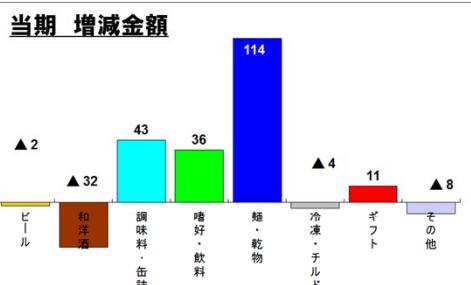
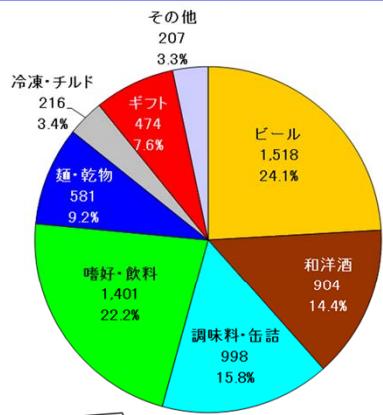
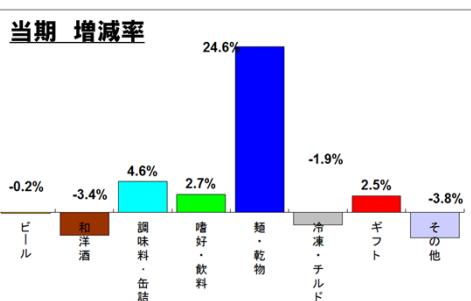
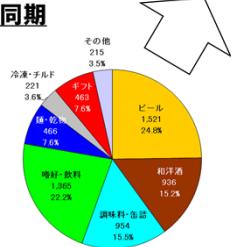
- ・次ぎにキャッシュ・フローです。
- ・営業キャッシュフローの55億円減少の理由は、
前年3月末が休日であったことで62億円を当期側で
キャッシュアウトすることになったことが主なものです。
当期の実質的な営業キャッシュフローは+7億でした。
- ・その他、配当金の支払(8億円)子会社の借入返済などの結果、
期末残高は201億円となりました。



- ・ここからは主要項目についてご説明をします。
- ・まずは売上についてです。
- ・前年・計画ともにクリアし、6,304億円となりました。
- ・売上高は組織小売業との取引増加に加え、
消費増税の駆け込み需要等により前期比160億円増加しました。
そのうち、駆け込み需要は70億円くらいあったと思っています。
ビールを中心に酒類、および基礎調味料が伸びました。
3月単月の前年比は116%でした。
- ・主要な得意先の顔ぶれは変わっておりません。
取引しているそれぞれのメーカーさんの商品販売を少しずつ伸ばした結果です。
一部で取引がなくなったり、増えたりしたメーカーさんもありましたが、
おもには従来からのお取引の拡大に努力した結果と思っております。
最大の得意先はセブン＆アイグループであり、
最大の仕入れ先はアサヒビールグループと味の素グループで変わりありません。

商品分類別売上増減

(単位:億円)

当期**前年同期**

- ・売上を商品分類別でみますと

- 「ビール・和洋酒」が減少し、

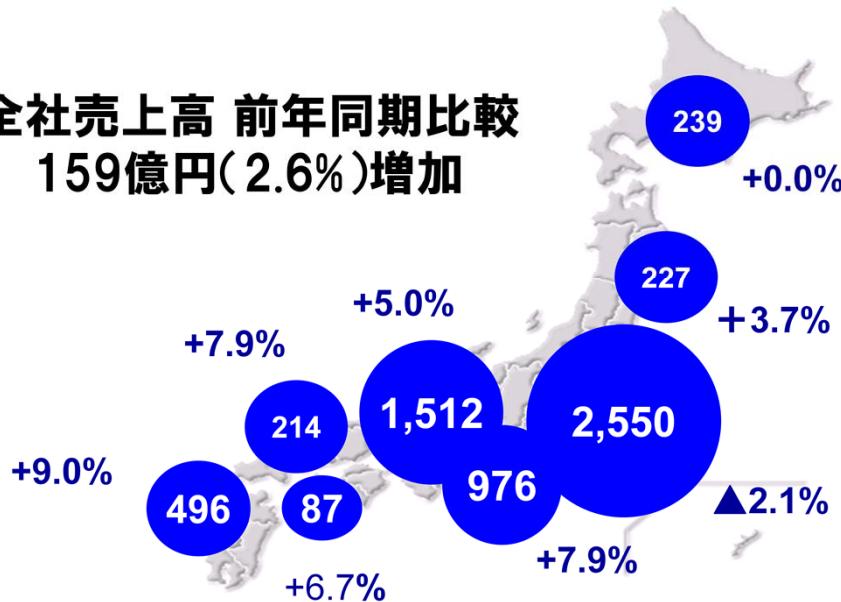
- 「麵・乾物」「調味料・缶詰」「嗜好・飲料」が増加しました。

- ・「ビール・和洋酒」の減少は一部得意先で大きく取引を失ったからです。

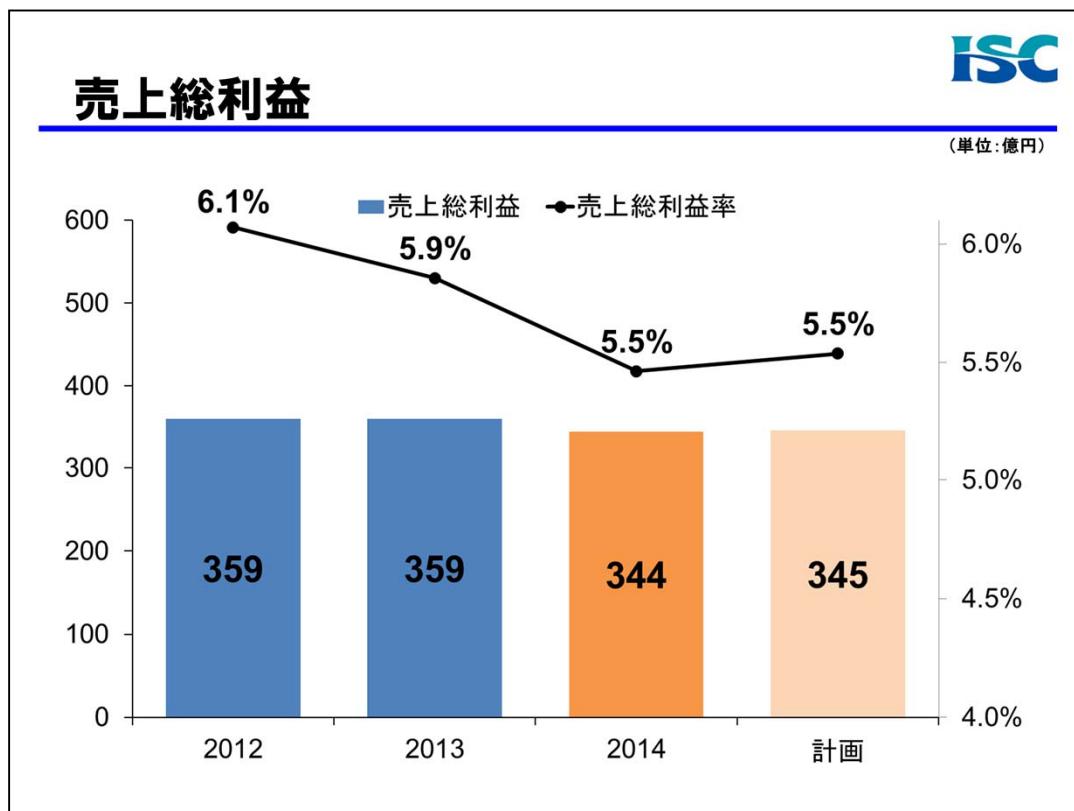
- ・酒類のシェアが4割ありますので、今後はビール以外の酒類の販売に
さらに力を入れていきます。

エリア別売上高

全社売上高 前年同期比較
159億円(2.6%)増加



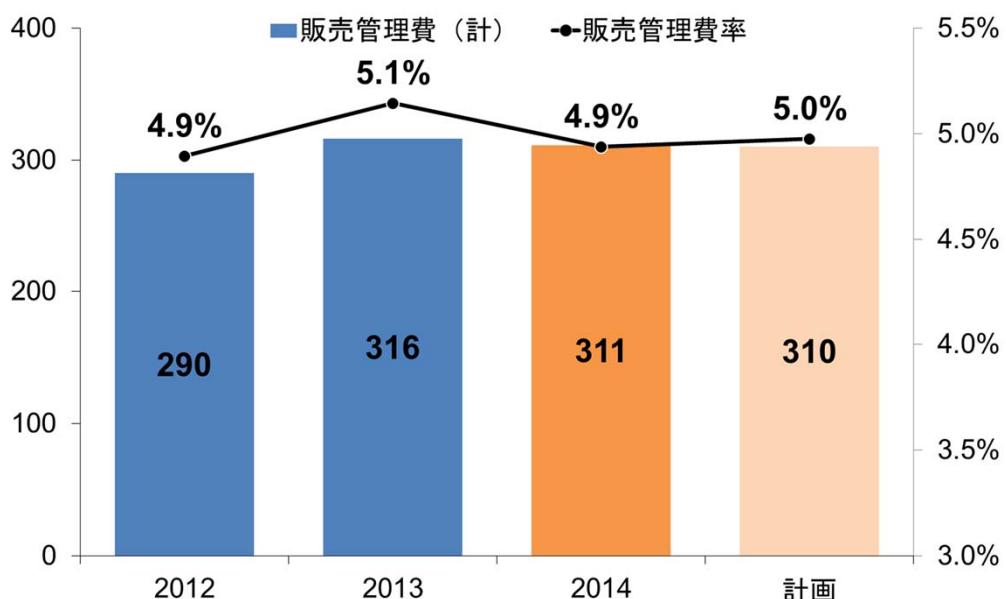
- ・次ぎはエリア別の売上高についてです。
- ・関東・東海・近畿の大都市圏での売上が集中している傾向は変わっておりません。全体の80%にあたります。
- ・関東エリアが前年比マイナスとなっているのは「ビール・和洋酒」の減少と同様、一部得意先で大きく取引を失ったからです。当社の流れが変わったわけではありません。今後も関東地区での営業力を強化して売上を伸ばしていきたいと思っています。



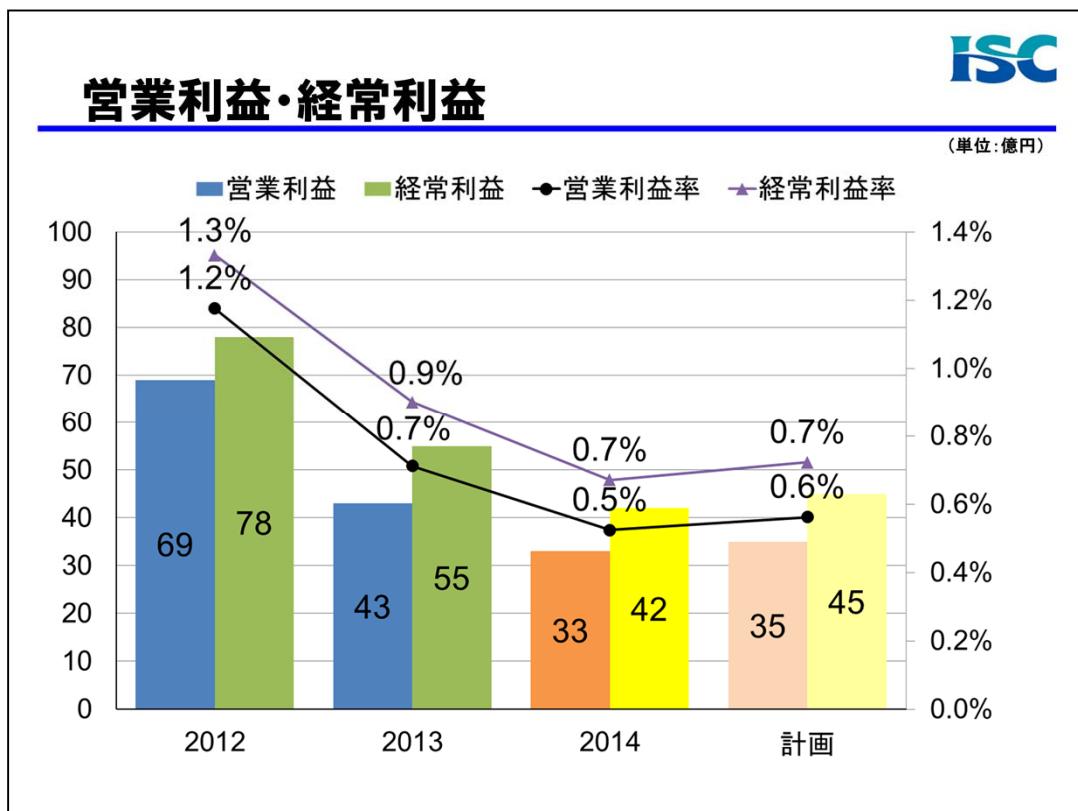
- ・売上総利益は前期比15億円の減少となりました。
15億円の内訳ですが、商品販売での売総利益が11億円減少しました。
一部の販促金を販売管理費項目で計上することにした結果
さらに6億円の売総利益が減少しました。
一方で、物流収入が2億円程度増えましたので、
合計しまして15億円の減少となりました。
- ・当社の取扱商品の主要なものは、大手NBメーカーさんの商品です。
これは生活必需品として広く普及しています。
最近の環境として、消費者の皆さんがこれらの商品の価格に非常に
敏感に反応をされていることはご承知のとおりです。
- ・消費者の求める価格を反映した数値として、
当社扱いの商品単価の下落があります。
総平均ですが、ケース単価は▲3.34%減少 2,264円でした。
物量はアップしたが、売上・売総利益はそれに沿った増加にできませんでした。
- ・一方で、高くて安心安全で美味しいという価値のある商品には
お金を払うという傾向が高まっております。
当社の「品質・味志向」に対応できる提案が
十分できていなかったと認識しております。
- ・結果としまして売総利益率は5.86%から5.46%と0.4%下がりました。

(単位:億円)

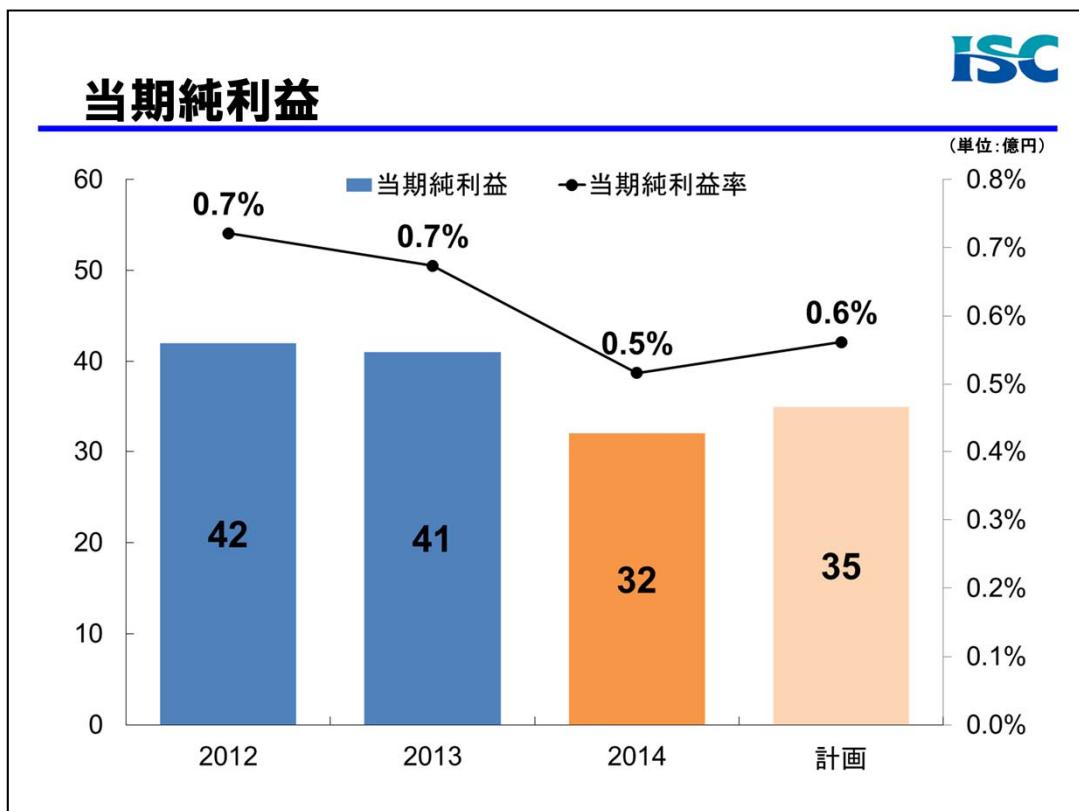
販売費及び一般管理費



- ・販売管理費についてはご覧の通り約5億円減少しております。
一部販促金の経理処理を、売総から販管費の減少へ変更した影響が
6億円弱ありましたが、前期とほぼ同額でした。
実質、販管比率は5.1%から5.0%へ減少となりました。
- ・ただし、内容としては、東京本社の移転関連費用で2億円増加した一方で、
業務効率化など経費削減により管理コストが▲2億円減少しました。
まだ十分ではありませんが成果があがりつつあります。
- ・引き続き、業務改革本部を中心に、スピード感のある
業務効率化と無駄の削減を、全社横断で推進して参ります。



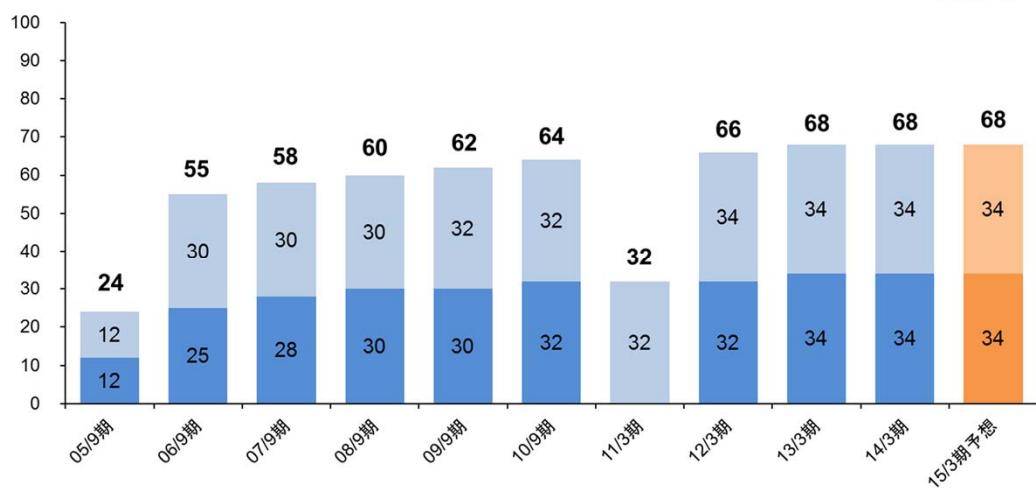
- ・営業利益・経常利益の推移です。
利益率・額とも低下の傾向となっております。
その理由は売上・売総・販管費のところで申し上げました。
- ・食品卸売業の高収益の指標である「経常利益率1%」を
一つの目安として取り組んできましたので、利益率アップを、
早急に解決すべき課題として認識しております。
課題解決に向けた具体的な取り組みは後ほど説明します。



- ・純利益は、特別損益項目の利益によって32億円となりました。
公表していたとおり旧東京本社の売却益32億円など売却益がありましたが、
不稼働資産の売却による損失もあったことでほぼ計画どおりに
12億円の特別損益計上となりました。

株主還元（配当）

(単位:円)



安定配当を継続

- ・期末決算のご報告の最後の配当です。
- ・計画通りの34円といたします。
- ・従来からお話ししていますが、期間収益の増減に大きく左右されずに
継続的な安定配当をしていくという当社の方針に基づいて
進めて行きたいと考えています。
従って、来期につきましても中間・期末それぞれ34円を予定しております。

卸機能日本一の グッドカンパニー

- ・ここからは当社の将来についてご説明いたします。
当社は常に変化する環境の中で成長を続けていくために、
NEXT10で掲げた「卸機能日本一のグッドカンパニー」
を実現する具体的な姿を設定しました。
- ・得意先など業界での再編が活発となる中、卸が生き残るためには、
経常利益で100億円以上の規模が必要だと考えています。
厳しい環境を考えますと、100億円達成するためには
売上高1兆円以上が必要と想定しています。
- ・2016年2月11日に創業130周年を迎えます。
それまでの2カ年の計画を策定しましたので概要をお聞きください。
その後の中長期経営計画については別途に検討してまいります。

- ◆優良顧客との取引深耕
- ◆商品調達力・物流機能強化
- ◆ギフトNo. 1卸へ
- ◆新規事業の収益化とチャレンジ
- ◆業務改革の推進

- ・得意先・仕入れ先とともに成長していくことができるようになります。それぞれのニーズをくみ取り取り組んでいけるようにしていきます。信頼関係をより深いものにしていきます。
- ・また、卸の基本機能を高めて、調達力、開発力、提案力などの営業機能と物流機能、そして情報力を強化いたします。
- ・長年取り組んでいるギフト分野では、ギフト分野No. 1の企画力・総合機能構築し、ギフトNo. 1卸を目指します。ギフト市場は昨年で17.4兆円です。5年前より4,000億伸びています。その中でシーズンギフトは5.9兆円です。5年前とほぼ同じです。ただし、食料品のシーズンギフトは7,400億円と20%落ち込んでいます。当社の取扱も落ちてきています。そこでギフト市場全体をターゲットにした取組を検討しています。企画力・DCM面での機能を強化していきます。
- ・伊藤忠食品らしい、新規事業を進めています。具体的には、ブランド商品開発、ギフトカード事業、EC向け卸、宅配サービスの拡充です。収益化に引き続き取り組んでいきます。
- ・お取引先様に貢献できる取り組みを進めてまいります。
- ・成長を続ける為には、ローコストオペレーションへの継続取組が不可欠です。BPR・BPOによる業務改革を推進いたします。

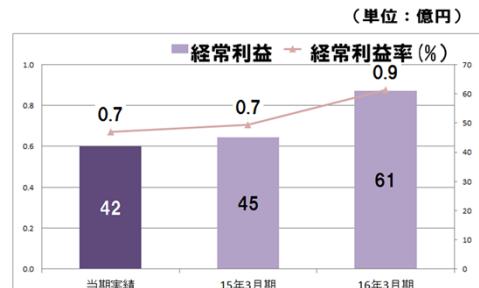
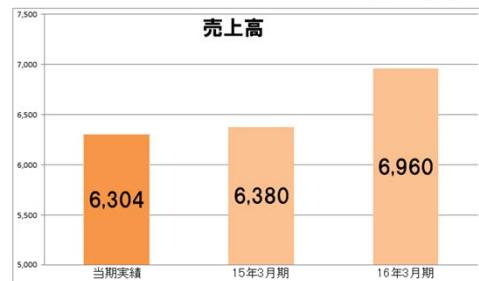
2カ年計画（15年3月期・16年3月期）

ISC

（単位：億円）

（単位：億円）

	当期実績	15年3月期	16年3月期
売上高	6,304	6,380	6,960
売上総利益	344	340	370
売上総利益率(%)	5.5	5.3	5.3
販売管理費	▲311	▲302	▲317
販売管理費率(%)	-4.9	-4.7	-4.6
営業利益	33	38	53
経常利益	42	45	61
経常利益率(%)	0.7	0.7	0.9
当期純利益	32	29	38



- ・130周年を迎えるまでの、来期とその次の期、2カ年の計画についてご説明いたします。
- ・ご覧のとおり、増収、経常利益増益を計画しています。
- ・売上総利益率は横ばい傾向が続きますが、品質・味志向の商品提案、ブランド商品開発、ギフトカード事業などの拡大、業務改革などにより、「売上総利益の増加」と「経費削減」に努め、経常利益率1%に向かって、着実に経常利益を改善してまいります。
- ・物流費などの経費増が想定されますので簡単ではないチャレンジだと思っていますが、一丸となってスタートしました。

15年3月期ミッション・重点課題

「コンプライアンス」と「安定収益の確保」

営業部門

1. 価値ある商品の調達・発掘
2. 優良顧客との取引深耕と
新たな得意先との取引拡大
3. 不採算取引の改善
4. ブランド開発商品の拡大
5. プリペイドカードの拡大
6. 売総経費率の改善と物流機能の
更なる強化

管理部門

1. 人材育成策・研修制度の整備
2. アセットマネジメント推進継続による
財務体質のスリム化・効率化
3. リスクマネジメント推進
4. ガバナンスの充実とコンプライアンス
及び食品安全管理機能の強化・徹底
5. 営業機能強化の情報システム構築
6. BPR・BPO・IT化による業務効率化と
全体最適によるムリ・ムダの排除

・今期のミッションは、コンプライアンスと安定収益の確保としました。

・最重要課題は「売総経費率の改善」であります。

・「取引の収益拡大・改善」

「高収益商品の発掘・取扱い拡大」

により売上総利益を拡大させ、

同時に全社的な業務改革の実行により「業務効率化」と、

ムリ・ムダを排除し「経費削減」を行ってまいります。

・営業部門として6点、管理部門として6点の重点課題に取り組み、

お客様の評価を頂けるもっとグッドなカンパニーを目指して

一つずつ実行して参ります。

実行体制

◆ 統括本部制

営業統括本部・管理統括本部

◆ ギフト事業部

ギフト事業の推進

◆ ネットビジネス事業部

EC取組、プリペイドカード、SNS

◆ 営業企画部

調達力、発掘・提案機能強化

- ・ご説明したミッション・重点課題の達成に向け、社内体制を一部変更いたしました。
- ・営業統括本部と管理統括本部の新設
情報の共有と迅速な意思決定のため、各本部組織の上位組織として「統括本部」を“営業”と“管理”で新設しました。
- ・ギフト事業部
ギフト分野No. 1への取り組みの一層の強化を図るため、営業統括本部直轄の「ギフト事業部」を新設しました。
- ・ネットビジネス事業部
インターネット関連事業全体のマネジメントと事業強化・拡大を図るため、「WEB営業本部」及び「東日本営業本部EC事業部」を統合し、営業統括本部直轄の「ネットビジネス事業部」を新設しました。
当社が提案を強化しているギフトカード事業もネットビジネス事業部で担当します。
EC関連では食品の調達に加えて、留型など専用商品の開発するところも出てきたので今後の販売に楽しみも増えています。
- ・営業企画部
営業統括本部の戦略実現の企画・立案・実行と統括本部内外の情報共有化を図るため、営業統括本部直轄の「営業企画部」を新設し、既存の営業サポート部を統合しました。

プリペイドカードの拡大



- ・量販店への提案を更に進め取扱先拡大
- ・ギフト用カード開発を推進

- ・最後に当社が継続して取り組んでいる特色ある事業についてご報告します。
- ・まずは「プリペイドカード」です。
- ・拡大しているプリペイドカードでは、
購入者が自分で使う自家需要からギフトとして使うカードの開発が進んでいます。
iTunes、Visaなどはすでに販売を開始しています。
- ・当社は、従来からこのギフト用に注目して小売店への「カード卸」と、
オリジナル「カード発行」の2つの取組を進めています。
- ・今年度中には取扱を開始するGMS、SMが400店舗増える見込みです。
CVSではほぼ全店取り扱っていますので消費者認知はさらに進みます。
検討中のところも増えています。
- ・オリジナル「カード発行事業」は、現在15券種を発行しております。
さらに増やしていきます。
- ・ブランドカードとしての開発を軸としています。
13年12月にキリンさん、14年4月にアサヒさんのカードを発売しました。
- ・まだ20億円弱の売上ですが、50億円そして100億円を目指していきます。

ブランド商品の拡大



五島軒

NEW



なだ万

NEW



NEW



NEW



小岩井農場

NEW

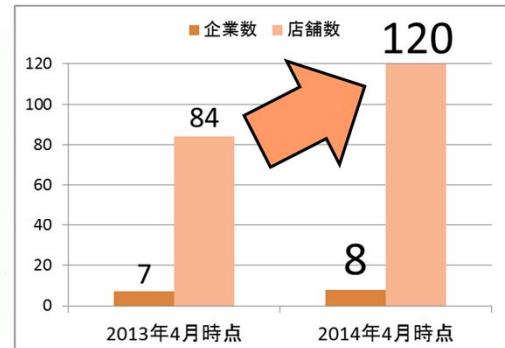


・14年上半期 15ブランド24アイテム新発売

・14年下半期 40アイテム発売に向け開発中

- ・次にブランド事業です。
- ・14年上期新商品として、人気キャラクター「パティシエキヨロちゃん」、ハワイアンスタイルのパンケーキカフェ「WK HAWAII CAFE」、老舗茶屋「上林春松本店」「伊藤久右衛門」等、新たに10ブランドと商品開発し、既存ブランドと合わせて、15ブランド24アイテムを発売します。
- ・合計20ブランド62アイテムの品ぞろえとなりました。
- ・14年下期にスイーツ・冷凍惣菜分野を中心に40アイテム発売し、合計100アイテムを目指します。
- ・15年上期発売に向けて、「ジョエル・ロブション」「料理王国」とのライセンス契約が決定し商品開発をスタートしました。
- ・「ジョエル・ロブション」は、ミシュランガイドで世界一星を持つ孤高のフレンチとしてご存知の方も多いかと思います。
- ・「料理王国」は、料理人、食通の支持を集める発行部数10万部の雑誌です。「青柳」小山裕久、「クイーンアリス」石鍋裕、「アルポルト」片岡護。日本を代表する3人の料理人が夢を語りあうなかで生まれたユニークな雑誌は、世界中の「食」のプロ、数多くのジャーナリストとのネットワークを持ち、料理の技術や情報だけではなく、関心の高まっている素材や食材の現状など、毎月、料理人が真に求める情報を届けています。
- ・年間取扱50億円を目標に進めています。

小売店宅配代行サービスの拡大



- ・導入企業・店舗は順調に拡大
- ・関西でも事業をスタート
- ・小売業様から店頭サービスとして高いニーズ

- ・これは、消費者が店舗で買い物した商品を自宅まで届ける事業です。
- ・消費者にも店舗にも喜ばれる事業です。
- ・平均客単価が倍以上になるというデータがあります。
- ・しかしながら収益にすることが非常に難しいです。
- ・事業は2007年からスタートしていますが、
小売店様からの要望が急に増え、この1年間で36店舗増加しました。
- ・関西でも昨年10月からサービス提供を開始し、
首都圏7企業107店舗、関西2企業13店舗で展開しています。
- ・配送車両1台あたりの利用者数が重要なので、
今後も、エリア内での店舗を増やしながら、エリア拡大を慎重に進めていきます。



ISC 伊藤忠食品株式会社

本資料は2014年3月期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あります。

本資料は、2014年5月1日現在のデータに基づき作成しております。

補足資料

- P. 24 商品分類別売上高(連結)
- P. 25 業態別売上高(連結)
- P. 26 エリア別売上高(連結)
- P. 27 株式状況
- P. 28 会社情報
- P. 29 商品分類別売上高(単体)
- P. 30 業態別売上高(単体)
- P. 31 エリア別売上高(単体)

[補足]商品分類別売上高

【連結】

(単位:百万円)

商品分類別売上高	当期	構成比	前年同期比	前年同期	構成比	増減額
ビール	151,898	24.1%	99.8%	152,159	24.8%	▲ 260
和洋酒	90,412	14.4%	96.6%	93,626	15.2%	▲ 3,214
調味料・缶詰	99,852	15.8%	104.6%	95,493	15.5%	4,359
嗜好・飲料	140,195	22.2%	102.7%	136,524	22.2%	3,671
麺・乾物	58,161	9.2%	124.6%	46,679	7.6%	11,481
冷凍・チルド	21,685	3.4%	98.1%	22,102	3.6%	▲ 416
ギフト	47,481	7.6%	102.5%	46,337	7.6%	1,143
その他	20,776	3.3%	96.2%	21,590	3.5%	▲ 814
合計	630,464	100.0%	102.6%	614,512	100.0%	15,951

(ギフトの内、酒類 23,402)

[補足] 業態別売上高

【連結】

(単位:百万円)

業態別売上高	当期	構成比	前年同期比	前年同期	構成比	増減額
卸売業	91,766	14.6%	91.6%	100,178	16.3%	▲8,411
百貨店	23,201	3.7%	96.6%	24,013	3.9%	▲812
スーパー	363,995	57.7%	106.1%	343,224	55.9%	20,770
ミニスーパー・CVS	105,731	16.8%	113.9%	92,855	15.1%	12,875
その他小売業	19,858	3.1%	71.0%	27,958	4.5%	▲8,099
メーカー他	25,911	4.1%	98.6%	26,281	4.3%	▲370
合計	630,464	100.0%	102.6%	614,512	100.0%	15,951

[補足] エリア別売上高

【連結】

(単位:百万円)

エリア別売上高	当期	構成比	前年同期比	前年同期	構成比	増減額
北海道	23,914	3.8%	100.0%	23,903	3.9%	10
東北	22,712	3.6%	103.7%	21,901	3.6%	811
関東甲信越	255,087	40.5%	97.9%	260,579	42.4%	▲5,492
東海北陸	97,658	15.5%	107.9%	90,527	14.7%	7,130
近畿	151,206	24.0%	105.0%	143,961	23.4%	7,245
中国	21,463	3.4%	107.9%	19,888	3.2%	1,574
四国	8,768	1.4%	106.7%	8,215	1.3%	553
九州沖縄	49,652	7.9%	109.0%	45,535	7.4%	4,117
合計	630,464	100.0%	102.6%	614,512	100.0%	15,951

[補足] 株式状況

◆大株主

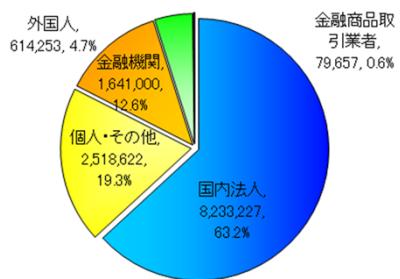
株主名	所有株式数(株)	所有株式数比率(%)
伊藤忠商事株式会社	6,220,316	50.79
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(三井住友信託銀行再信託分・アサヒビール株式会社持信託口)	815,000	6.25
味の素株式会社	339,129	2.60
松下 善四郎	302,000	2.31
アサヒビール株式会社	296,500	2.27
みずほ信託銀行株式会社(三井信託銀行再信託受託者資産管理サービス信託銀行株式会社)	249,300	1.91
伊藤忠食品従業員持株会	165,300	1.26
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	127,000	0.97
はごろもフーズ株式会社	87,100	0.66
ノーベントラストカンパニー(エーフィエフシー)アカウント ユーエスエル・ノートリーディ	81,800	0.62

(注) 上記のほか、自己株式が194,789株あります。

◆株式の総数・株主数

会社が発行する株式の総数	40,000,000株
発行済株式の総数	13,032,690株
株主数	13,225名 (前期末比較 434名増加)

◆所有者別株式様式分布状況



[補足] 会社情報

◆概要(2014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28日(1918年11月28日)	
■資本金	4,923,464,500円	
■従業員数	連結 1059名 個別750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	http://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)メイカノ(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)
■ 2006年	平成18年2月	創業120周年。

[補足] 商品分類別売上高

【単体】

(単位:百万円)

商品分類別売上高	当期	構成比	前年同期比	前年同期	構成比	増減額
ビール	150,155	24.2	99.8%	150,449	24.9%	▲ 293
和洋酒	89,425	14.4	96.5%	92,663	15.3%	▲ 3,238
調味料・缶詰	96,968	15.6	105.2%	92,185	15.3%	4,782
嗜好・飲料	138,019	22.2	102.9%	134,159	22.2%	3,860
麺・乾物	57,040	9.2	125.4%	45,485	7.5%	11,555
冷凍・チルド	21,405	3.5	98.2%	21,787	3.6%	▲ 381
ギフト	47,221	7.6	102.6%	46,034	7.6%	1,186
その他	20,746	3.3	96.9%	21,419	3.6%	▲ 672
合計	620,982	100.0	102.8%	604,184	100.0%	16,797

(ギフトの内、酒類 23,402)

[補足] 業態別売上高

【単体】

(単位:百万円)

業態別売上高	当期	構成比	前年同期比	前年同期	構成比	増減額
卸売業	98,079	15.8%	92.7%	105,825	17.5%	▲ 7,745
百貨店	22,463	3.6%	97.1%	23,138	3.8%	▲ 674
スーパー	356,257	57.4%	106.4%	334,693	55.4%	21,563
ミニスーパー・CVS	100,515	16.2%	113.3%	88,730	14.7%	11,785
その他小売業	18,832	3.0%	70.6%	26,688	4.4%	▲ 7,855
メーカー他	24,833	4.0%	98.9%	25,107	4.2%	▲ 274
合計	620,982	100.0%	102.8%	604,184	100.0%	16,797

[補足] エリア別売上高

【単体】

(単位:百万円)

エリア別売上高	当期	構成比	前年同期比	前年同期	構成比	増減額
北海道	14,490	2.3%	104.8%	13,831	2.3%	659
東北	22,712	3.7%	103.7%	21,901	3.6%	811
関東甲信越	255,074	41.1%	97.9%	260,560	43.1%	▲5,486
東海北陸	97,658	15.7%	107.9%	90,527	15.0%	7,130
近畿	151,161	24.3%	105.2%	143,723	23.8%	7,437
中国	21,463	3.5%	107.9%	19,888	3.3%	1,574
四国	8,768	1.4%	106.7%	8,215	1.4%	553
九州沖縄	49,652	8.0%	109.0%	45,535	7.5%	4,117
合計	620,982	100.0%	102.8%	604,184	100.0%	16,797