

2015年3月期 決算説明会

減収減益 価値創造に向けてチャレンジ

伊藤忠食品株式会社
代表取締役社長執行役員 星秀一
2015年4月30日

目次

| | | |
|----------------|---|-------|
| 1. 業績説明 | … | P. 3 |
| 2. 2016年3月期見通し | … | P. 14 |
| 3. 重点施策 | … | P. 15 |
| 4. 補足資料 | … | P. 24 |

決算ハイライト

P/L

(単位: 億円)

| | 当期 売上比 | | 前年 同期比 | 計画比 |
|-------|-----------|------|-----------|--------|
| 売上高 | 6,176 | - | 98.0% | 96.8% |
| 売上総利益 | 330 | 5.4% | 96.1% | 97.3% |
| 販売管理費 | 294 | 4.8% | 94.5% | 97.4% |
| 営業利益 | 36 | 0.6% | 111.1% | 96.6% |
| 経常利益 | 45 | 0.7% | 106.7% | 100.2% |
| 特別損益 | ▲ 4 | - | - | - |
| 当期純利益 | 25 | 0.4% | 79.3% | 89.0% |

< 当期決算 >

- ・前年比・計画比ともに減収・減益
- ・特別損益
 - 前期 不動産売却益等12億円
 - 当期 センター再編に伴う損失等4億円
- ・結果、当期純利益 前年比79.3%で着地

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 | 2,032 | 2,016 | 16 |
| 純資産 | 748 | 692 | 56 |
| 自己資本比率 | 36.8% | 34.3% | 2.5% |
| 1株当たり 純資産(円) | 5,825.46 | 5,388.12 | 437.34 |

<総資産増加の主要因>

- ・前年3月の消費増税駆け込み需要により、
前期末取引増加の影響から、当期末の売上債権45億円減少
- ・株価上昇による投資有価証券評価益46億円増加
- ・当期利益分 25億円キャッシュ増加

<純資産増加の主要因>

- ・利益剰余金増加
- ・有価証券評価益増加

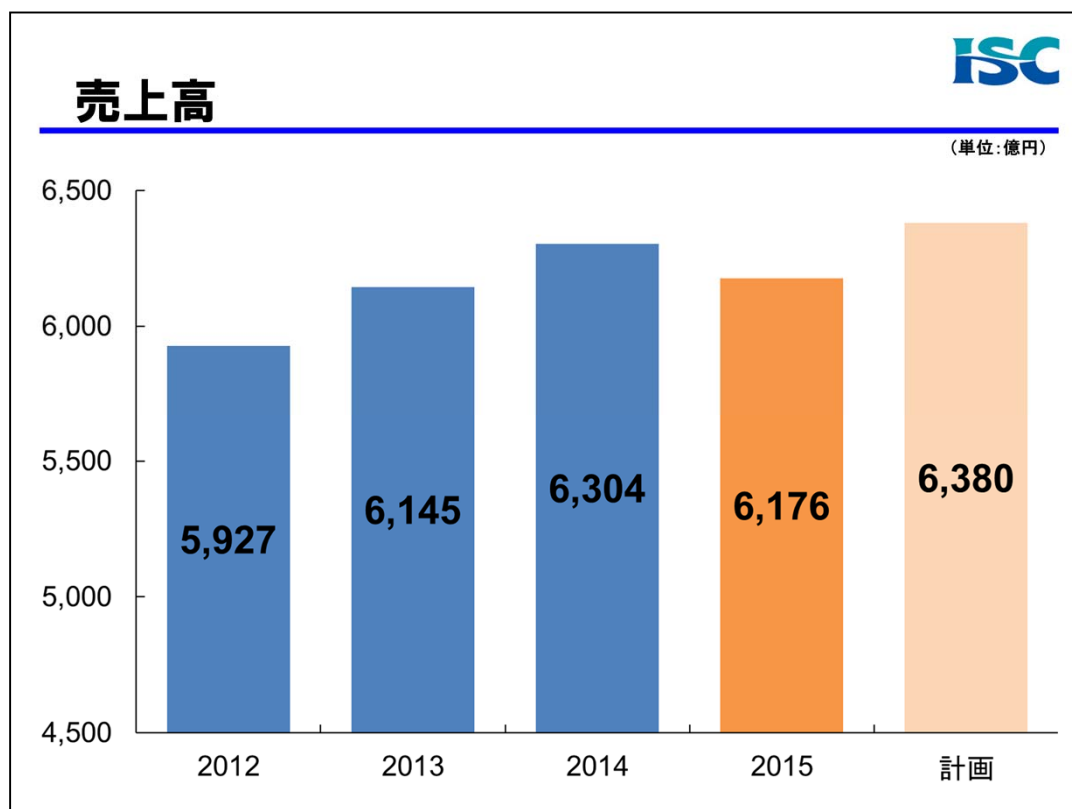
キャッシュ・フローの状況

(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 | 201 | |
| 営業活動による キャッシュ・フロー | 51 | 税引前当期純利益 |
| 投資活動による キャッシュ・フロー | ▲ 73 | 関係会社への資金預入 |
| 財務活動による キャッシュ・フロー | ▲ 12 | 配当金支払 |
| 現金及び現金同等物の 期末残高 | 167 | |

＜投資活動の主要因＞

- ・関係会社への資金預け入れ 60億円
- ・固定資産の取得 10億円



<売上高>

- ・前年比128億円減少

(主要因)

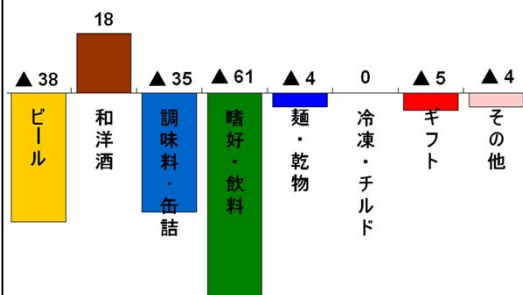
- ・消費増税の影響

前期3月末の消費増税駆け込み需要の反動による当期4月の売上減少、
当期3月と前期3月の差約86億円

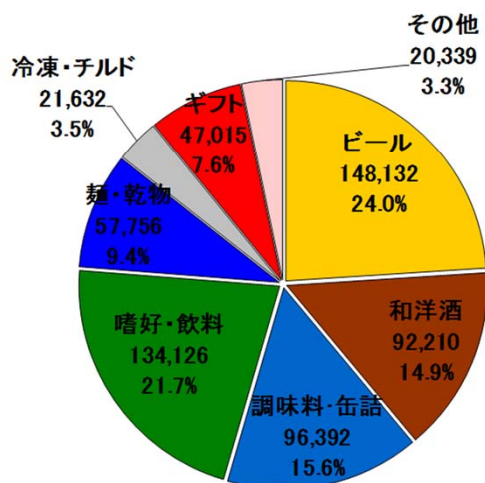
- ・夏場の天候不順による飲料・ビールの販売減等 約42億円の減少

商品分類別売上増減

(単位:億円)
当期商品分類別 売上高増減金額



(単位:百万円)
当期商品分類別 売上高・構成比



<商品分類別売上高>

- ・「ビール」「調味料・缶詰」「飲料」類が減少
- ・ビール 前年比97.5%
- ・調味料・缶詰 前年比96.5%
- ・嗜好・飲料 前年比95.7%

(主要因)

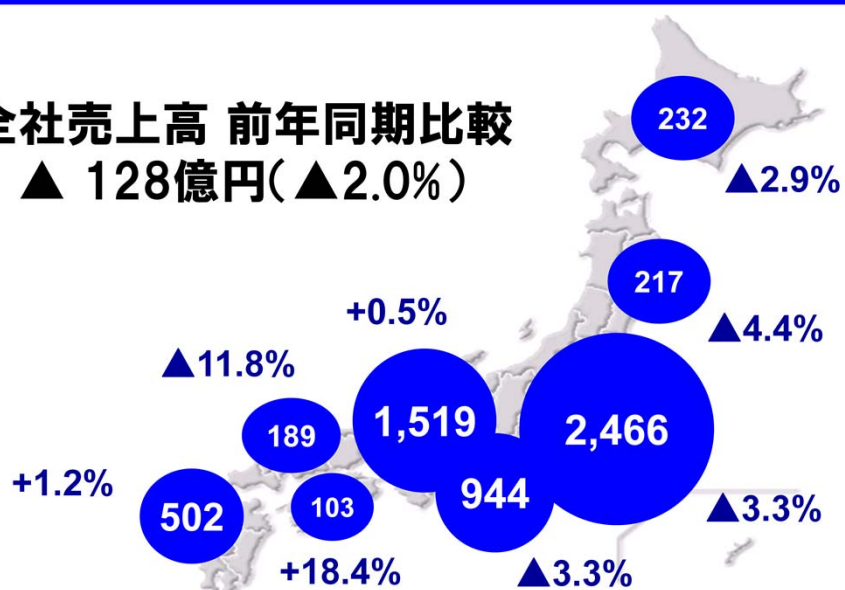
- ・主に消費増税の影響、夏場の天候不順による影響

エリア別売上高



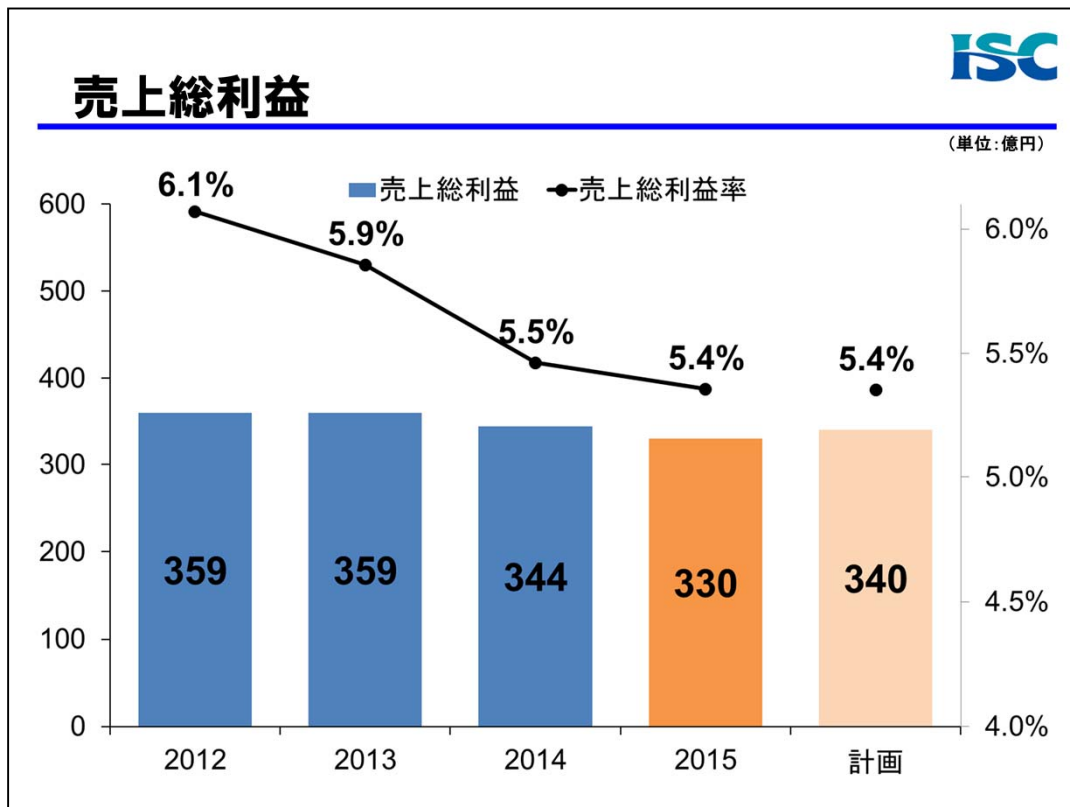
(単位: 億円)

全社売上高 前年同期比較
▲ 128億円(▲2.0%)



<エリア別売上高>

- ・全国的に前年比減少
- ・近畿、四国、九州は得意先出店拡大有り増加



<売上総利益>

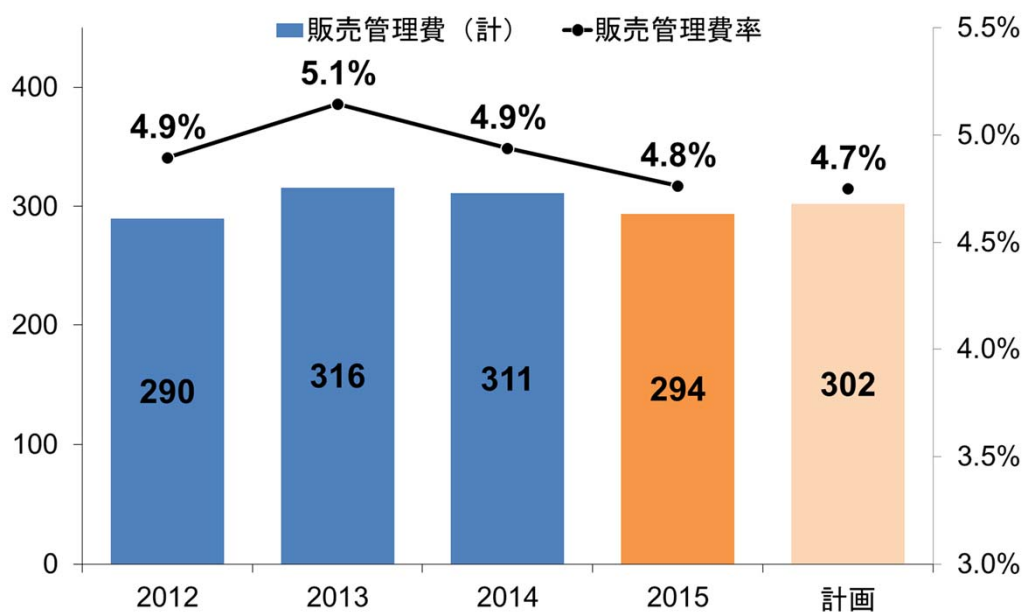
- ・前年比14億円減少

(主要因)

- ・物流関連 12億円減少、商流関連 2億円減少
 - ・物流関連
 - センター収支悪化による減少 9億円
 - センター閉鎖に伴う減少 1億円
 - 経費処理変更での減少 2億円
 - ・商流関連
 - 価値ある商品の調達・提案、採算管理を強化
 - 商品売上127億円減少も、2億円の商品売上総利益減に留める
 - ・ケース平均単価 前年比100.0%
- ※和洋酒は、商品分類別売上高 前年比18億円増加
 ケース平均単価 前年比101.7%

販売費及び一般管理費

(単位:億円)



<販売管理費>

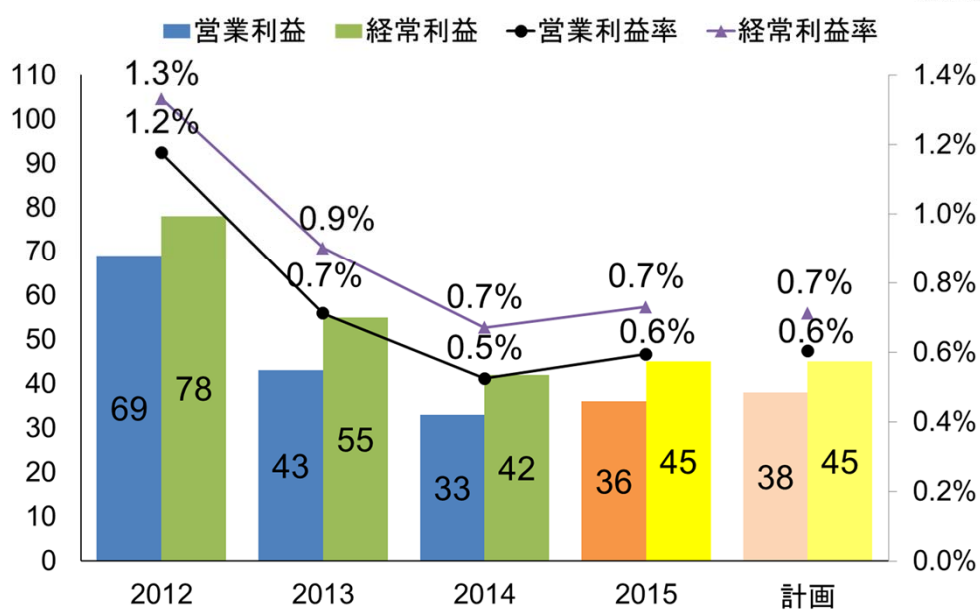
- ・前年比17億円の減少

(主要因)

- ・経理処理変更等による一時的な減少 6.5億円
- ・事業の見直しと業務改革による合理化・効率化による減少 10.5億円
- ・「物流費の削減と節約」「債権債務精度向上」「事務機器経費削減」
「管理費の節約と削減」「無駄なキャッシュアウトの見える化」「在庫指標の改善」
をテーマに、ムリ・ムダの見える化を推進
- ・来期も継続して改善する方針

営業利益・経常利益

(単位: 億円)



<営業利益>

- ・前年比3億円の増加

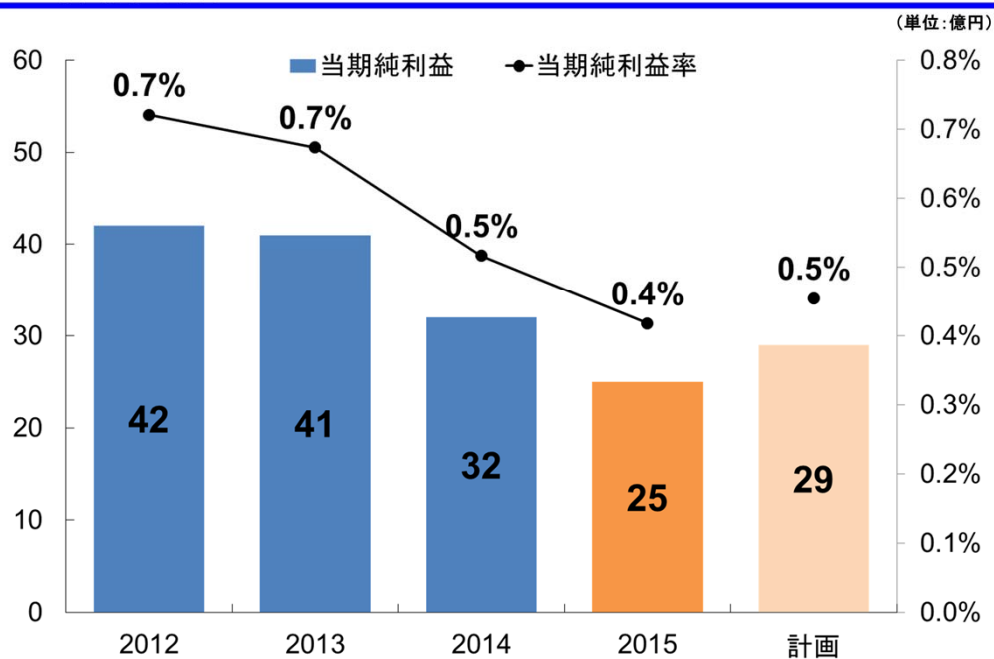
(内訳)

- ・売上総利益の減少 14億円
- ・販売管理費の減少 17億円

<経常利益>

- ・前年比3億円の増加

当期純利益



<純利益>

- ・前年比7億円の減少

(内訳)

- ・経常利益の増加 3億円
- ・特別損益の減少 17億円
- ・法人税等の減少による利益の増加 7億円

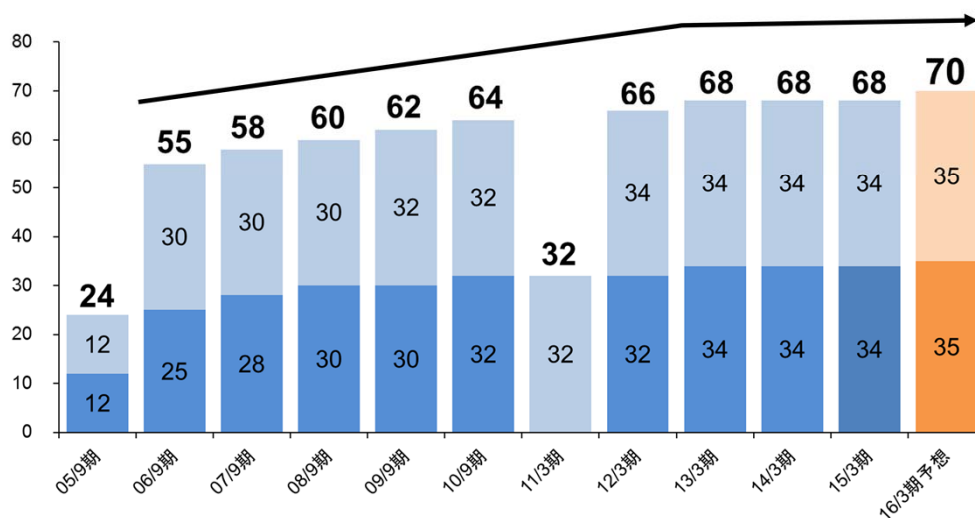
<特別損益>

- ・前年比17億円の減少
- ・前期 東京本社売却益等 12.3億円 利益計上
- ・当期 センター再編による減損損失等 4.7億円 損失計上

株主還元（配当）

（単位：円）

安定配当を継続



＜期末配当＞

- ・計画どおり 34円
- ・「継続的安定配当」方針
- ・13年3月期から減収も配当は年間68円を継続
- ・来期は増収増益を計画。年間配当を70円に増配予定

2016年3月期見通し



(単位:億円)

| | 15年3月期 | | | 16年3月期計画 | | |
|-------|-----------|------|---------------|-----------|------|---------------|
| | 通期 売上比 | | 14年3月期 同期比 | 通期 売上比 | | 15年3月期 同期比 |
| 売上高 | 6,176 | - | 98.0% | 6,400 | - | 103.6% |
| 営業利益 | 36 | 0.6% | 111.1% | 34 | 0.5% | 92.6% |
| 経常利益 | 45 | 0.7% | 106.7% | 43 | 0.7% | 95.4% |
| 当期純利益 | 25 | 0.4% | 79.3% | 28 | 0.4% | 108.5% |

<16年3月期の見通し>

・増収増益

2016年3月期ミッション・重点施策

「コンプライアンス」と「安定収益の確保」

全社重点施策

「売総経費率の改善」と「価値の創造」

営業部門

1. 価値ある商品の
発掘・調達・提案力強化
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. ギフトNo. 1に向けた機能構築
5. 商品開発事業・EC事業の拡大
6. 物流機能の更なる強化

管理部門

1. 人材育成策・研修制度の確立
2. ガバナンスの充実とコンプライアンス・
食品安全管理機能の強化・徹底
3. 債権債務管理機能の強化
4. 与信管理・法務機能等の
取引管理機能の高度化・
リスクマネジメントの推進
5. BPR・IT化による業務最適化
6. ワーク・ライフ・バランスの整備

<16年3月期ミッション>

・「コンプライアンス」と「安定収益の確保」

<重点施策>

・「売総経費率の改善」と「価値の創造」

・従来通りの在り方を見直すことによる「売総経費率の改善」、
価値に力点を置いた商品・営業・機能の提供による、「価値の創造」に注力

・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、
オンリーワン、No. 1の分野を持つ、強い企業基盤の構築を目指したチャレンジを推進

商品調達機能の強化(地域産品)



＜日本各地の地域産品の商品調達・提案＞

- ・「地域産品プロジェクト」を2014年4月より取り組みをスタート
- ・得意先各社が強化する「地域の嗜好への対応」のニーズをとらえた提案を進める
- ・地域経済の活性化、当社商品調達機能強化につながる自治体との提携等も検討

(地域産品プロジェクト)

- ・自治体・支援機関・銀行などと連携
- ・日本各地の安全・安心で美味しい地域産品を食品卸の目利きで「発掘」
- ・当社の広域流通網を活用した「販路創出」
- ・2015年3月期 13エリアの社内向け商談会を企画・開催

商品調達機能の強化(ブランド)



＜有名・人気ブランドの商品開発＞

- ・ブランド事業として、「憧れ」「安心感」の2つを軸にした商品開発
- ・年間50億円を目標に、ご家庭で「あのお店のお味」を楽しめる価値ある商品を提供

(取り扱いブランド数・アイテム数)

- ・26ブランド・78アイテム
- (前期末から11ブランド・29アイテム増加)

(取引拡大)

- ・ピザーラ ピザトーストソース 全国約1万店舗導入
- ・おせち 前年比133%
- ・クリスマスケーキ 前年比116%

(16年3月上旬新商品)

- ・料理王国の瓢亭監修だしパック、青柳の炊き込みご飯ギフトセット 等

(開発中の商品)

- ・東京・人気パティシエのスイーツ、健康志向の和惣菜 等

商品調達機能の強化(健康食品・非食品)



○2014年10月 業務提携

○2015年 1月 株式取得(3.43%)

**「健康食品・非食品分野の商品開発」
「両社の商品ラインナップを相互の販売ルートへ販売」
(無店舗販売/ギフト/スーパー/百貨店 等)**

<健康食品・非食品分野の商品開発>

- ・株式会社アイケイと14年10月に業務提携
- ・15年1月に株式の一部を取得(3.43%)
- ・両社の強みを掛け合わせ、両社開発商品の共同販売を推進し、売上・利益の拡大を目指す
- ・両社での共同開発も検討

(アイケイ社強み)

- ・食品、非食品問わず「健康」「美容」をキーワードにした商品開発力
- ・無店舗販売ルート
- ・海外展開・新規ビジネス開発力

(当社強み)

- ・酒類・食品調達力
- ・スーパー・百貨店販売ルート
- ・ギフト機能

商品調達機能の強化(プレミアムキャンペーン)



○2014年12月 グループ会社化

(株)電通より株式49%取得)

(注1)
セールスプロモーション領域をターゲットに、
(注2)
プレミアム食品事業を強化・拡大

(注1) セールスプロモーション・・・ノベルティ、ベタ付、プレミアムキャンペーン等の企業の販売促進活動

(注2) プレミアム・・・ノベルティ (景品)

<ギフトの新規分野>

- ・14年12月に電通100%子会社のUpTableに49%相当の株式取得
- ・同社は有名シェフやブランド監修のオリジナル商品を
広告主のキャンペーン景品として開発・提供する事業を展開
- ・異業種同士の強みを活かしたセールスプロモーション領域での販路開拓に取り組む

(電通グループ強み)

- ・幅広い広告クライアント
- ・広告営業のノウハウ

(当社強み)

- ・食品流通

ギフトNo. 1に向けた機能構築



ギフトシステム



※写真はイメージです。



ギフト総合センター



ギフト商品企画

<ギフト>

- ・ギフトNo. 1卸をビジョンに、「商品企画」「物流」「システム」のギフト機能を強化
- ・M&A、提携等によるフルカテゴリー調達への取り組みにより、今まで手掛けてこなかった新たなギフト販路の獲得を目指す

(商品企画)

- ・農産物等の高付加価値の産直商品、キッチン雑貨や花等の非食品分野の商品調達力強化による「フルカテゴリーギフト」の受託体制構築

(物流)

- ・ギフトアソート機能と、常温・冷蔵・冷凍倉庫を兼ね備えた「ギフト総合センター」の構築

(システム)

- ・店頭受注・商品調達・包装・宅配までを請け負う「ギフトシステム」の構築

ギフトカード事業の拡大



店頭販売用



ノベルティ・ポイント交換用

「額面表示」「陳列フック穴」無しの法人向けデザインを追加

<ギフトカード>

- ・プリペイドカードのギフト利用に注目
- ・「小売店へのカード卸」「オリジナルカード発行」に取り組む
- ・今期からはギフトカード事業を、「ギフト事業部」に移管し、ギフト取引での更なる拡大を目指す

(カード卸事業)

- ・取り扱い店舗が前年比380店舗増の710店舗に拡大
- ・既存導入店舗の実績も前年比140%と好調に推移
- ・ギフト利用の提案により、導入店舗での販売を強化

(オリジナルカード発行事業)

- ・現在18券種を発行
- ・ギフト利用の需要創出に向けて、認知を高めていく為、
- ・クレジットカードや通信会社等のポイント交換プログラム、福利厚生、セールスプロモーション等への提案を強化
- ・法人向けとして、額面表示・陳列フック穴を無くしたデザインを追加

物流センターの再編



春日井センター(愛知県)



東名センター(愛知県)



統合センター新設

＜物流＞

- ・自社センターの再編、取引先の物流最適化に対する提案を推進
- ・取引先の3センターを加えた、4センターにおいて合計60億円の物流投資を実行

(自社センターの再編)

- ・東海地区既存2センターを集約し、統合センターを新設
- ・16年2月の移転完了を予定
- ・再編による物流費の削減と、エリア内での更なる売上の拡大を目指す



伊藤忠食品株式会社

本資料は2015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、2015年4月30日現在のデータに基づき作成しております。

補足資料

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

[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 | 148,132 | 24.0% | 97.5% | 151,898 | 24.1% | ▲ 3,765 |
| 和洋酒 | 92,210 | 14.9% | 102.0% | 90,412 | 14.3% | 1,797 |
| 調味料・缶詰 | 96,392 | 15.6% | 96.5% | 99,852 | 15.8% | ▲ 3,460 |
| 嗜好・飲料 | 134,126 | 21.7% | 95.7% | 140,195 | 22.2% | ▲ 6,069 |
| 麺・乾物 | 57,756 | 9.4% | 99.3% | 58,161 | 9.2% | ▲ 404 |
| 冷凍・チルド | 21,632 | 3.5% | 99.8% | 21,685 | 3.4% | ▲ 52 |
| ギフト | 47,015 | 7.6% | 99.0% | 47,481 | 7.5% | ▲ 465 |
| その他 | 20,339 | 3.3% | 97.9% | 20,776 | 3.3% | ▲ 437 |
| 合計 | 617,606 | 100.0% | 98.0% | 630,464 | 100.0% | ▲ 12,857 |

(ギフトの内、酒類 21,830)

[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 | 86,198 | 14.0% | 93.9% | 91,766 | 14.6% | ▲ 5,568 |
| 百貨店 | 22,195 | 3.6% | 95.7% | 23,201 | 3.7% | ▲ 1,006 |
| スーパー | 360,880 | 58.4% | 99.1% | 363,995 | 57.7% | ▲ 3,114 |
| ミニスーパー・CVS | 104,322 | 16.9% | 98.7% | 105,731 | 16.8% | ▲ 1,409 |
| その他小売業 | 18,162 | 2.9% | 91.5% | 19,858 | 3.1% | ▲ 1,696 |
| メーカー他 | 25,847 | 4.2% | 99.8% | 25,911 | 4.1% | ▲ 63 |
| 合計 | 617,606 | 100.0% | 98.0% | 630,464 | 100.0% | ▲ 12,857 |

[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 | 23,229 | 3.8% | 97.1% | 23,914 | 3.8% | ▲ 684 |
| 東北 | 21,721 | 3.5% | 95.6% | 22,712 | 3.6% | ▲ 991 |
| 関東甲信越 | 246,685 | 39.9% | 96.7% | 255,087 | 40.4% | ▲ 8,401 |
| 東海北陸 | 94,466 | 15.3% | 96.7% | 97,658 | 15.5% | ▲ 3,192 |
| 近畿 | 151,947 | 24.6% | 100.5% | 151,206 | 24.0% | 740 |
| 中国 | 18,936 | 3.1% | 88.2% | 21,463 | 3.4% | ▲ 2,527 |
| 四国 | 10,377 | 1.7% | 118.4% | 8,768 | 1.4% | 1,609 |
| 九州沖縄 | 50,242 | 8.1% | 101.2% | 49,652 | 7.9% | 589 |
| 計 | 617,606 | 100.0% | 98.0% | 630,464 | 100.0% | ▲ 12,857 |

[補足] 株式状況

◆大株主

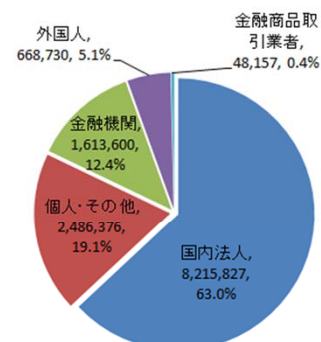
| 株主名 | 所有株式数(株) | 所有株式数比率(%) |
|---|-----------|------------|
| 伊藤忠商事株式会社 | 6,220,316 | 50.79 |
| 日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(三井住友信託銀行再信託分・アサヒビル株式会社退贈給付信託口) | 815,000 | 6.25 |
| 味の素株式会社 | 339,129 | 2.60 |
| 松下 善四郎 | 302,000 | 2.31 |
| アサヒビル株式会社 | 296,500 | 2.27 |
| みずほ信託銀行株式会社退贈給付信託みずほ銀行口再信託受託者資産管理サービス信託銀行株式会社 | 249,300 | 1.91 |
| 伊藤忠食品従業員持株会 | 162,400 | 1.24 |
| はごろもフーズ株式会社 | 87,100 | 0.66 |
| 日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口) | 82,400 | 0.63 |
| 日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口) | 81,600 | 0.62 |

(注)上記のほか、自己株式が194,889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 13,520名 (前期末比較 295名増加)

◆所有者別株式様式分布状況



[補足] 会社情報

◆概要(2015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 1023名 個別731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)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) |
| ■ 2016年 | 平成28年2月 | 創業130周年。 |