

2015年3月期 第2四半期決算説明会

増税反動・天候不順により減収・減益
機能強化・売総経費率改善を徹底

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10月30日

目次

1. 業績説明	… P. 3
2. 2015年3月期見通し	… P. 14
3. 重点施策	… P. 15
4. 補足資料	… P. 20

決算ハイライト

PL

(単位: 億円)

	当第2四半期		前年 同期比	計画比
	売上比			
売上高	3,125	-	98.3%	96.8%
売上総利益	162	5.2%	95.9%	-
販売管理費	148	4.7%	94.1%	-
営業利益	14	0.5%	118.7%	99.0%
経常利益	19	0.6%	109.9%	107.0%
特別損益	0	0.0%	8.5%	-
四半期純利益	12	0.4%	93.1%	117.4%

- ・当期の決算についてご説明します。
ご覧のとおり、前年比で減収・減益、計画比で減収・増益となりました。
主要項目では、売上 3,125億円(前年比98.3%)、
営業利益 14億円(前年比118.7%)、
経常利益 19億円(前年比109.9%)、
純利益 12億円(前年比93.1%)です。
- ・売上総利益では、前年比95.9%と減少する結果となりました。
- ・販管費は、前年比94.1%に削減できました。
- ・結果としまして、営業利益・経常利益とも前年を上回り
118.7%、109.9%となりました。
- ・特別損益は、前年は不動産売却益等5億円がありましたが、
当年はありませんでした。
- ・当期純利益は前年比93.1%の着地となりました。
- ・後程、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)

	当第2四半期末	前期末	増減額
総資産	2,016	2,016	0
純資産	713	692	21
自己資本比率	35.3%	34.3%	1.0%
1株当たり 純資産(円)	5,437.92	5,388.12	49.80

- ・次にバランスシートです。
- ・3月末と比較しますと、総資産は2,016億円でほぼ同額でした。
- ・主な動きとしては、
売上債権・商品の減少が67億円、
現預金の増加に伴う関係会社預け金の増加が40億円、
株価上昇に伴う有価証券評価差額の増加が11億円、
ビール、飲料等の夏季需増メーカーの未収入金の増加が9億円、
がありました。
- ・純資産は、利益剰余金・有価証券評価差額金の増加により
21億円増加の713億円となりました。
- ・1株当たりの純資産は49円増加の5,437円となり、
自己資本比率は1.0%増の35.3%となりました。

キャッシュ・フローの状況

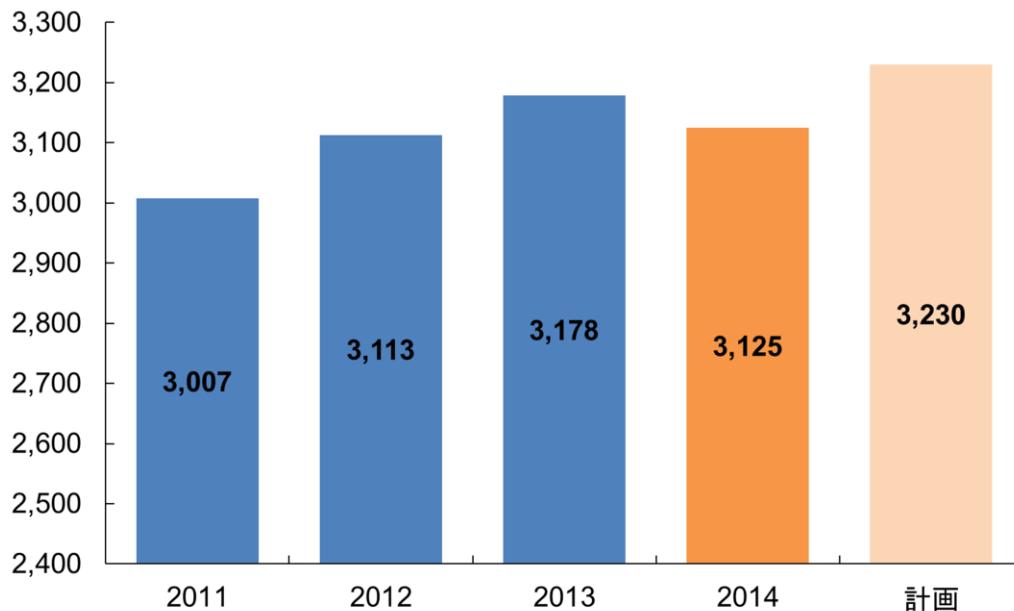
(単位: 億円)

キャッシュ・フロー	当第2四半期	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	48	税引前四半期純利益 たな卸資産減少
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲2	システム関連
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲6	配当金支払
現金及び現金同等物の期末残高	241	

- ・次にキャッシュ・フローです。
- ・3月末から40億円増加しました。
- ・営業キャッシュフロー48億円増加の主要因は、税引前四半期純利益が20億円、たな卸資産の減少によるキャッシュの増加が 28億円ありました。

売上高

(単位:億円)

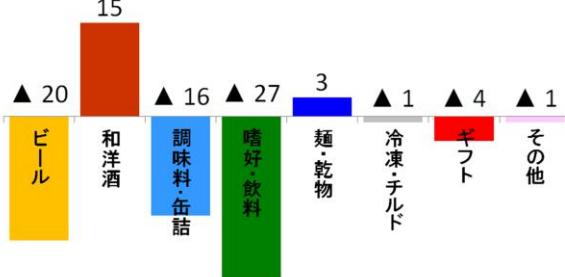


- ・売上高は前年比53億円の減少となりました。
- ・主な要因は、消費増税の駆け込み需要の反動、
電気・ガス・ガソリン等の値上りによって、
節約志向が根強く残ったことによる影響が約40億円ありました。
- ・加えて、大型台風や集中豪雨等の天候不順による影響が約10億円ありました。
- ・今後は、消費者の節約志向、高付加価値商品への
それぞれのニーズを十分に研究をして、
市場や消費の変化に、柔軟かつ機敏に対応してまいります。

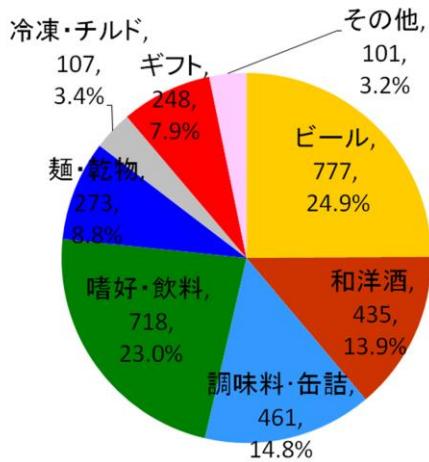
商品分類別売上増減

(単位:億円)

当期商品分類別 売上高増減金額



当期商品分類別 売上高・構成比

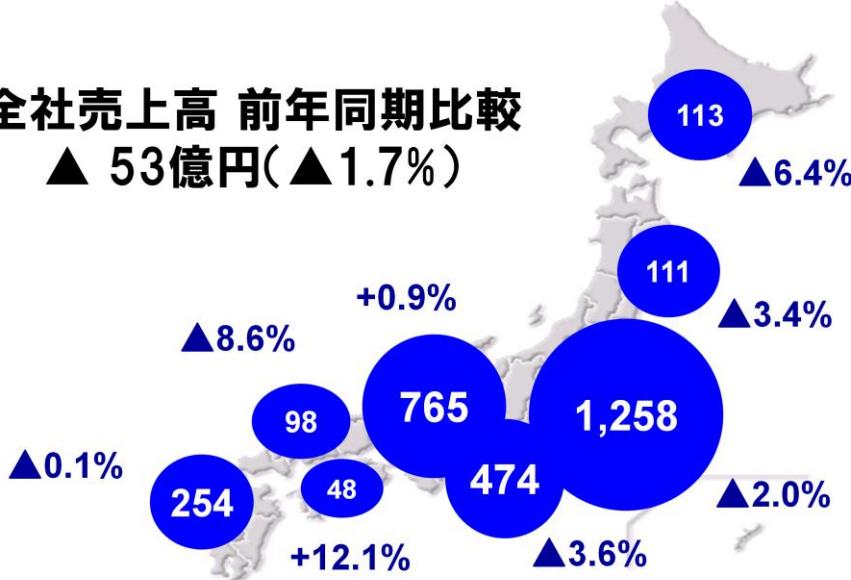


- ・売上高を商品分類別でみますと、今期は、「ビール」「調味料・缶詰」「飲料」類が減少しました。
駆け込み需要の反動、夏場の天候不順が主な要因です。
- ・ビールが前年比97.4%、調味料・缶詰が前年比96.5%、
嗜好・飲料が前年比96.3%でした。
- ・全体の構成比は変わっておりません。
- ・和洋酒は、前年比103.6%と増加しました。
得意先が強化されている生鮮品や総菜との関連販売をはじめ、
さらに力を入れて価値訴求の提案を進めてまいります。

エリア別売上高

(単位:億円)

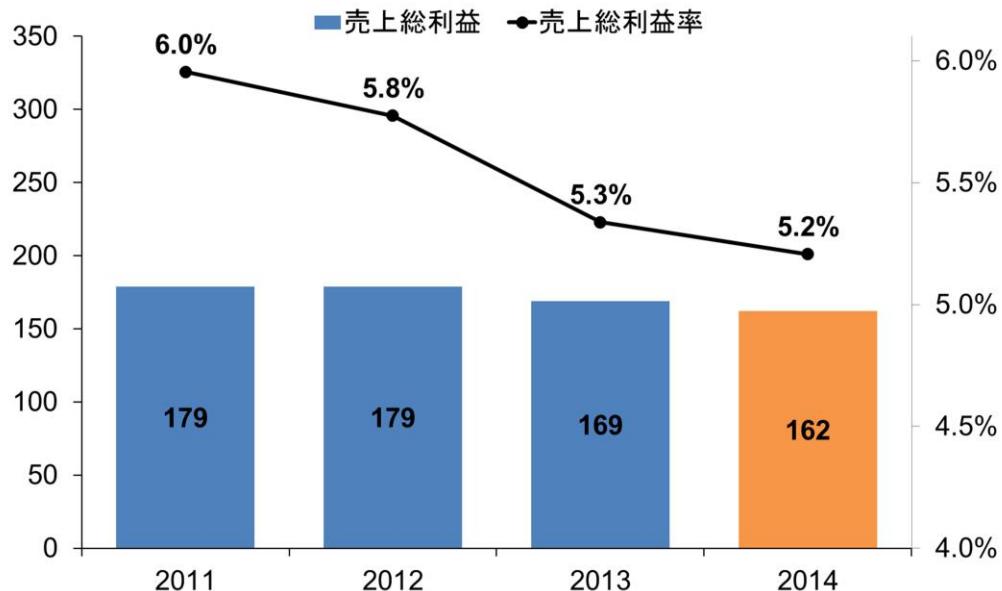
全社売上高 前年同期比較
▲ 53億円(▲1.7%)



- ・次はエリア別の売上高についてです。
- ・駆け込み需要の反動、夏場の天候不順により、
エリアを問わず、全国的に前年比マイナスとなりました。
- ・得意先により抱えている課題が異なりますので、
ニーズをいち早くとらえ、新しい提案に結び付けてまいります。

売上総利益

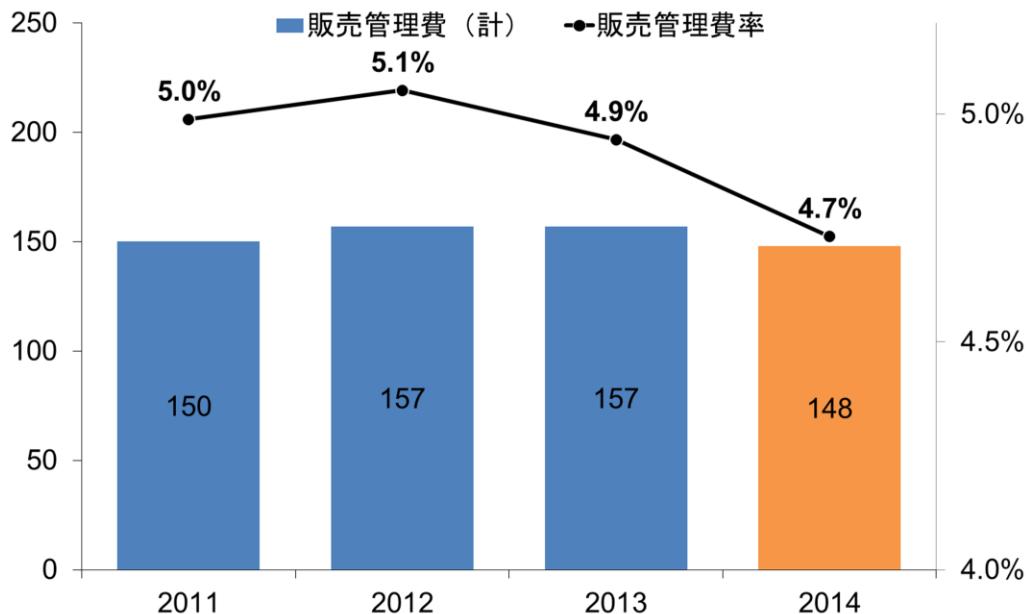
(単位:億円)



- ・売上総利益は前年比7億の減少となりました。
- ・内訳は物流関連での減少が6億円、商流関連での減少が1億円です。
- ・物流関連の内訳は、センター収支悪化による減少が4.5億円、センター閉鎖に伴う減少が1億円、経費処理変更での減少が0.5億円です。
- ・商流関連では、商品売上の減少が52億円ありましたが、一つ一つの取引を見直すことにより、少しずつ細かい改善を進め、1億円の商品売上総利益減に留めることができました。
- ・当社の営業担当者一人一人の採算管理マインド・スキル向上に向けた勉強会や、価値ある商品の調達のため「地域産品プロジェクト」、「テーマ別社内商談会」を開催しております。
- ・多様化する消費者のニーズに合致する商品提案をつづけてまいります。

販売費及び一般管理費

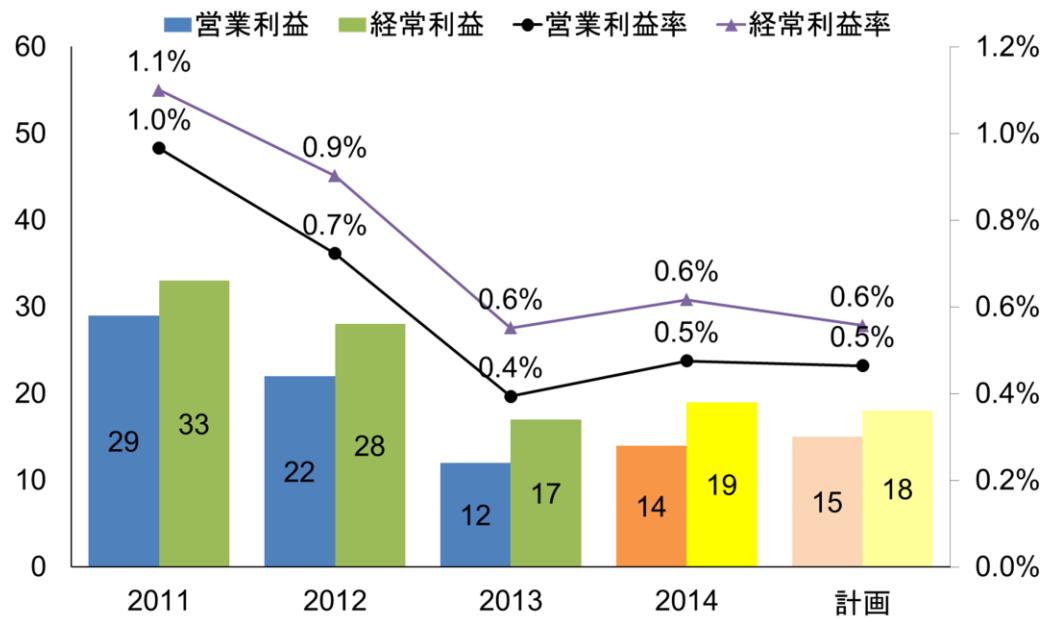
(単位:億円)



- ・販売管理費は前年比9億円の減少となりました。
- ・経費処理変更により1.6億円の減少、
物流費が、売上減少に伴って0.7億円の減少、
人件費が、定年退職による人員減等により1.2億円の減少、
東京本社移転関連費用が、前年発生にしたことに伴う減少が0.9億円、
業務改革及び事業の詳細に渡る見直し等により4.6億円減少しました。
- ・業務改革については、合計47チームを発足し、
「物流コスト改善」「事務機器経費削減」「債権債務精度向上」
「全社共通課題」をテーマに、ムリ・ムダの見直しを進めています。
- ・ローコストオペレーションへの継続取り組みを推進してまいります。

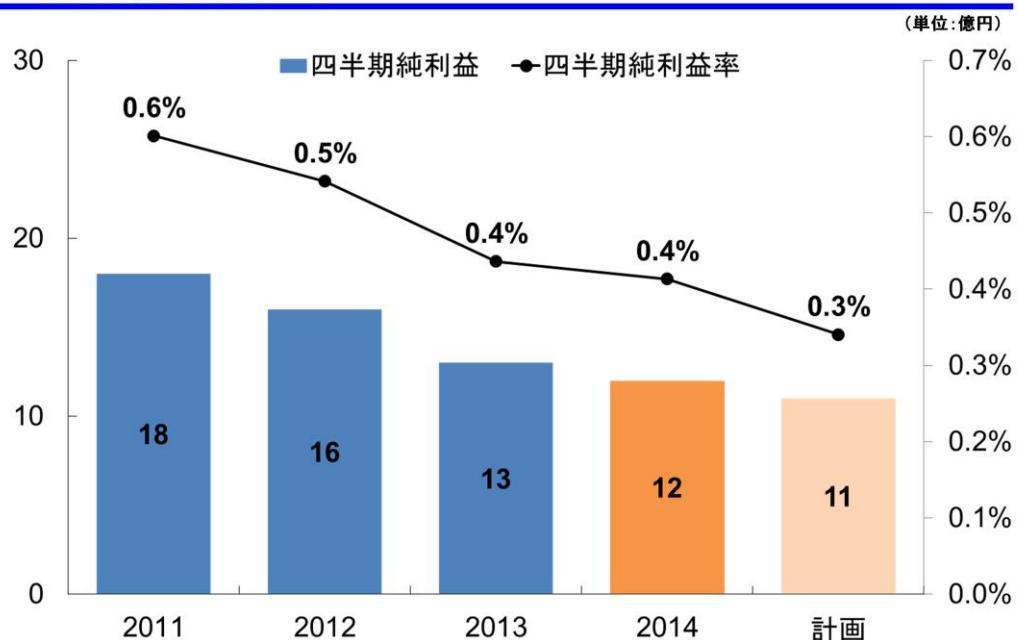
営業利益・経常利益

(単位:億円)



- ・営業利益・経常利益です。
- ・営業利益は前年比2億円の増加となりました。
内訳は、売上総利益の減少が7億円、販売管理費の減少が9億円です。
- ・経常利益も前年比2億円の増加となりました。

四半期純利益

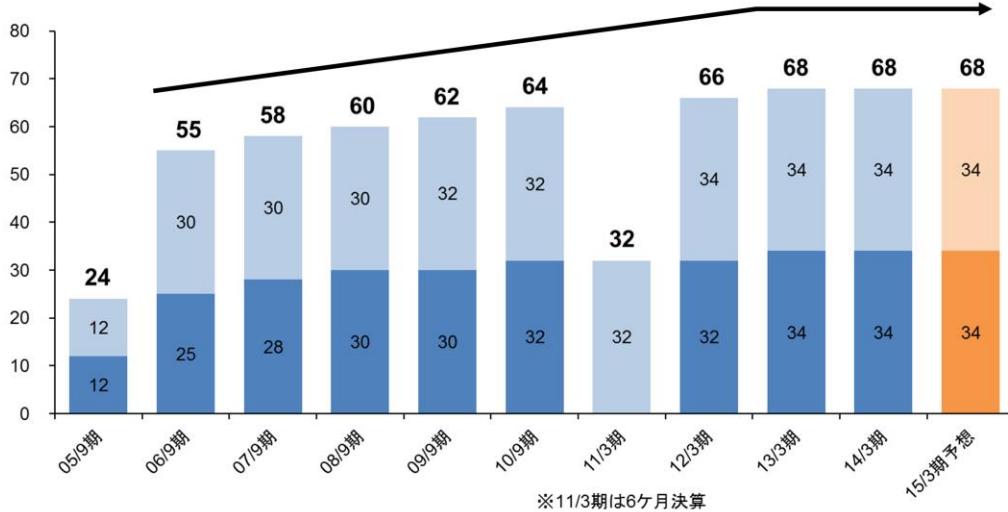


- ・純利益は前年比1億円の減少となりました。
- ・内訳は経常利益の増加が2億円、
前年の不動産売却等による特別損益の減少が5億円、
法人税等減少による利益の増加が2億円でした。

株主還元（配当）

(単位:円)

安定配当を継続



- ・最後は配当です。
- ・計画どおりの34円といたします。
- ・当社の配当方針は、期間収益の増減に大きく影響されずに継続的な安定配当をしていくことを基本方針としています。
- ・期末も34円を予定しております。

2015年3月期見通し

(単位：億円)

	15年3月期		16年3月期		
	通期 売上比	14年3月期 同期比	通期 売上比	15年3月期 計画比	
売上高	6,380	-	101.2%	6,960	-
売上総利益	340	5.3%	98.7%	370	5.3%
販売管理費	302	4.7%	97.0%	317	4.6%
営業利益	38	0.6%	115.0%	53	0.7%
経常利益	45	0.7%	106.5%	61	0.9%
当期純利益	29	0.5%	89.0%	38	0.5%

- ・次に当期末の見通しについてです。
- 公表しておりますとおり、増収、経常利益増益で変わりありません。
- ・上期は売上高が特に厳しい結果となりましたので、
下期達成に向けて努力をしてまいります。

重点施策

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

- ・計画達成に向けて、5つの重点施策を推進しております。
- ・「ギフトNo. 1卸」を目標に掲げた、ギフトについては、
中元、歳暮だけない、ギフト市場全体に対応する為の
「企画開発」「総合機能構築」の検討を進めております。
10月23日に当社として初めてギフトに特化した展示会を開催致しました。
第一回目は百貨店様向けにお中元・通年ギフト・ノベルティを提案致しました。
来期以降、全業態、得意先様向けに、
年2回のギフト展示会開催を検討しております。
- ・「新規事業」については収益化に向けた取り組み・再編を進めてまいりました。
ブランド事業、ギフトカード事業、お届け便については別途説明いたします。

ブランド商品の拡大



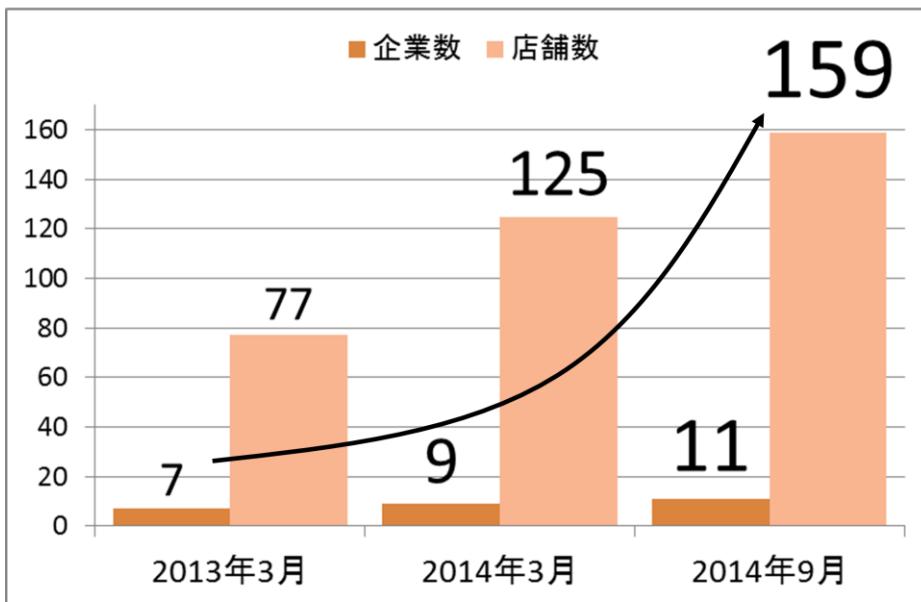
- ・「ブランド事業」は、「憧れ」のあるブランド、「安心感」のあるブランドの2つを軸とした、付加価値・差別化につながる商品開発を進めています。
- ・取り扱いブランド数・アイテム数は、前期末から6ブランド・13アイテム増加し、21ブランド・63アイテムとなりました。
- ・今期の取り組みとしては、歳時記向けの商品開発を強化し、15年新春向けおせち4ブランド4品を開発しました。
前年比184%の販売を見込んでおります。
- ・来期に向けて、世紀最高の料理人と称される「ジョエル・ロブション」氏、文化としての食を見つめ料理人・食通に支持される情報誌「料理王国」をはじめとする、新規ブランド・新規アイテムを開発してまいります。

ギフトカード事業の拡大



- ・「プリペイドカード」は、カード卸として導入企業の拡大、ギフト需要を掘り起こすオリジナルカードの開発を進めています。
- ・現在3企業、約320店舗へ導入しています。
下期は新たに4企業、約400店舗との取引がスタートいたしますので、年度内に7企業720店舗以上との取り組みとなります。
- ・オリジナルカードは14年3月末の15券種から、18券種へ拡大しました。
B-1グランプリ出場のご当地グルメと交換できる「B-1グランプリギフトカード」、全国各地のご当地カレーを取り寄せできる「47都道府県のご当地カレーギフトカード」、人気のキッチンウェアブランドがプレゼントできる「ル・クルーゼギフトカード」の3券種を発売いたしました。
- ・今後も取り組みを推進してまいります。

宅配代行サービス「はい！お届け便」の拡大



- ・「はい！お届け便」は、ご覧のとおり導入企業・店舗数を順調に拡大しています。
- ・会員数も13年3月5.6万人、14年3月8.5万人、
14年9月10.3万人と増加が続いています。
- ・配送車両1台あたりの利用者数が重要ですので、
引き続きエリア内の店舗、会員増に向けた、施策を進めてまいります。



ISC 伊藤忠食品株式会社

本資料は2015年3月期第2四半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10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. 21 商品分類別売上高(連結)
- P. 22 業態別売上高(連結)
- P. 23 エリア別売上高(連結)
- P. 24 株式状況
- P. 25 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	77,771	24.9%	97.4%	79,834	25.1%	▲ 2,063
和洋酒	43,594	13.9%	103.6%	42,087	13.2%	1,506
調味料・缶詰	46,143	14.8%	96.5%	47,823	15.1%	▲ 1,679
嗜好・飲料	71,861	23.0%	96.3%	74,588	23.5%	▲ 2,726
麵・乾物	27,366	8.8%	101.3%	27,008	8.5%	357
冷凍・チルド	10,755	3.4%	98.7%	10,899	3.4%	▲ 143
ギフト	24,819	7.9%	98.2%	25,268	8.0%	▲ 449
その他	10,190	3.3%	99.0%	10,297	3.2%	▲ 106
合計	312,503	100.0%	98.3%	317,808	100.0%	▲ 5,304

(ギフトの内、酒類 11,480)

[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	43,863	14.0%	93.5%	46,935	14.8%	▲ 3,072
百貨店	11,149	3.6%	95.5%	11,671	3.7%	▲ 521
スーパー	181,215	58.0%	98.9%	183,169	57.6%	▲ 1,954
ミニスーパー・CVS	54,223	17.4%	102.2%	53,059	16.7%	1,163
その他小売業	9,130	2.9%	88.3%	10,341	3.2%	▲ 1,211
メーカー他	12,921	4.1%	102.3%	12,630	4.0%	291
合計	312,503	100.0%	98.3%	317,808	100.0%	▲ 5,304

[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	11,377	3.6%	93.6%	12,151	3.8%	▲ 773
東北	11,147	3.6%	96.6%	11,538	3.6%	▲ 391
関東甲信越	125,813	40.3%	98.0%	128,404	40.4%	▲ 2,591
東海北陸	47,430	15.2%	96.4%	49,224	15.5%	▲ 1,794
近畿中四国	91,297	29.2%	100.3%	91,023	28.6%	274
九州沖縄	25,436	8.1%	99.9%	25,465	8.0%	▲ 28
合計	312,503	100.0%	98.3%	317,808	100.0%	▲ 5,304

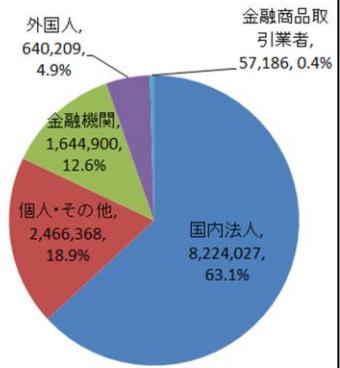
[補足] 株式状況

◆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退職給付信託口)	815,000	6.25
味の素株式会社	339,129	2.60
松下 善四郎	302,000	2.31
アサヒビール株式会社	296,500	2.27
みずほ信託銀行株式会社退職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	170,100	1.30
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	99,800	0.76
日本マスター・トラスト信託株式会社(信託口)	90,700	0.69
クレディ・スイス・ルクセンブルグ・エヌエー・オン・ビハーフ・オブ・クライアント	90,000	0.69

(注)上記のほか、自己株式が194,831株あります。

◆所有者別株式様式分布状況



◆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 12,786名 (前期末比較 439名減少)

[補足] 会社情報

◆概要(2014年9月30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 1044名 個別743名	
■事業内容	酒類・食品の販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.itechu-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。