

2017年3月期 決算説明会

**「既存事業の深耕・拡大」と「新分野の育成」
チャレンジ＆イノベーション**

**伊藤忠食品株式会社
代表取締役社長執行役員 濱口泰三
2017年5月1日**

目次

1. 業績説明	... P. 3
2. 2018年3月期計画	... P. 14
3. 重点取り組み	... P. 17
4. 補足資料	... P. 30

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	6,310	-	96.6%	100.2%
売上総利益	348	5.5%	99.3%	99.3%
販売管理費	310	4.9%	99.9%	97.6%
営業利益	37	0.6%	94.9%	118.1%
経常利益	45	0.7%	97.8%	114.1%
特別損益	4	-	-	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	33	0.5%	112.3%	108.8%

<当期決算>

- ・前年比で減収増益
- ・計画比で增收増益

<計画比>

- ・売上高は概ね計画通り
- ・利益面では、コスト圧縮に努めたことや、
一部費用の発生が来期以降にずれたことなどから経費が減少

<前年比>

- ・売上高は、主要取引先における一部メーカーの帳合変更による影響あり
- ・利益面では、減収により売上総利益が2億円減少、特別利益を4億円計上

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	2,113	2,191	▲ 77
純資産	797	767	29
自己資本比率	37.7%	35.0%	2.7%
1株当たり 純資産(円)	6,280.07	5,975.37	304.70

<総資産減少の主要因>

- ・減収による売上債権と未収入金の減少

<純資産増加の主要因>

- ・利益剰余金の増加

<1株当たりの純資産の増加要因>

- ・利益剰余金の増加
- ・昨年6月に自己株式の取得を実施

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	218	
営業活動によるキャッシュ・フロー	34	税引前当期純利益
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲ 39	固定資産の取得
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲ 22	配当金支払、自己株式取得
現金及び現金同等物の期末残高	190	

<主な設備投資>

- ・物流センターへの投資など

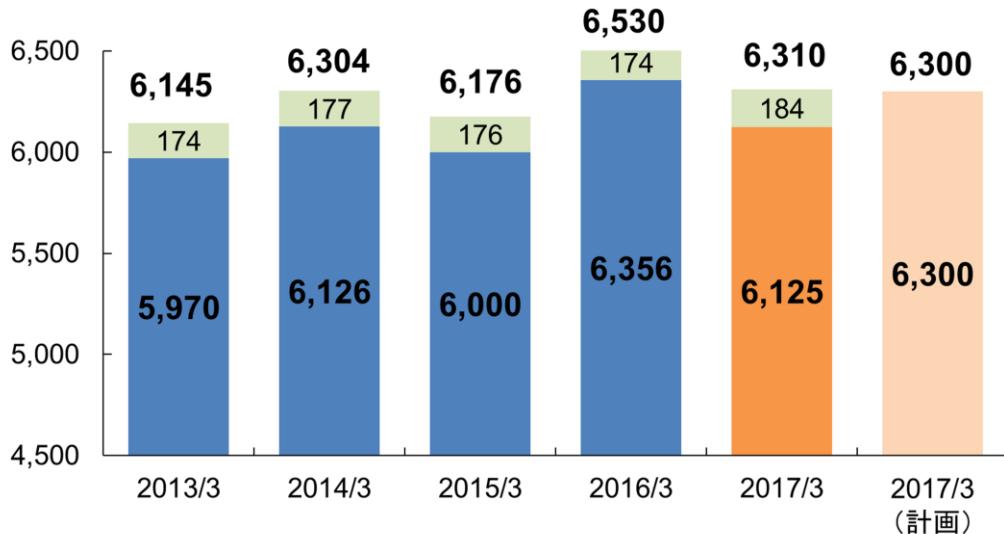
<主な財務活動>

- ・自己株式の取得など

(単位:億円)

売上高

■商品売上高 ■物流収入手数料



<売上高>

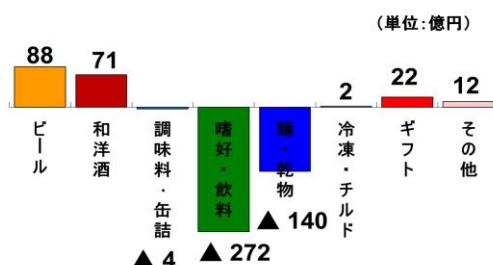
- ・前年比220億円減少

(主な要因)

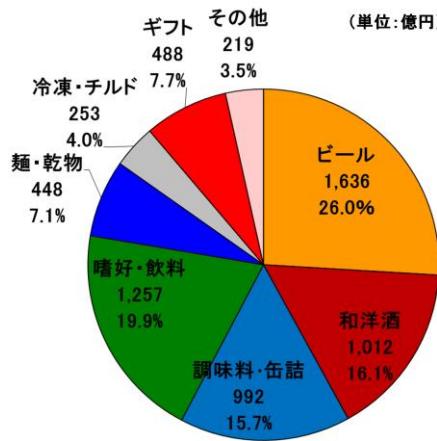
- ・商品売上高
 - 帳合変更による減収要因があったものの組織小売業との取引深耕や新規取引により230億円の減少にとどまる
- ・収入手数料
 - 前期中に量販店向け一括センターの受託を開始したことなどにより10億円増加

商品分類別売上高

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



<ビール/和洋酒増加の主な要因>

- ・酒類分野の提案強化による、新規取引の増加

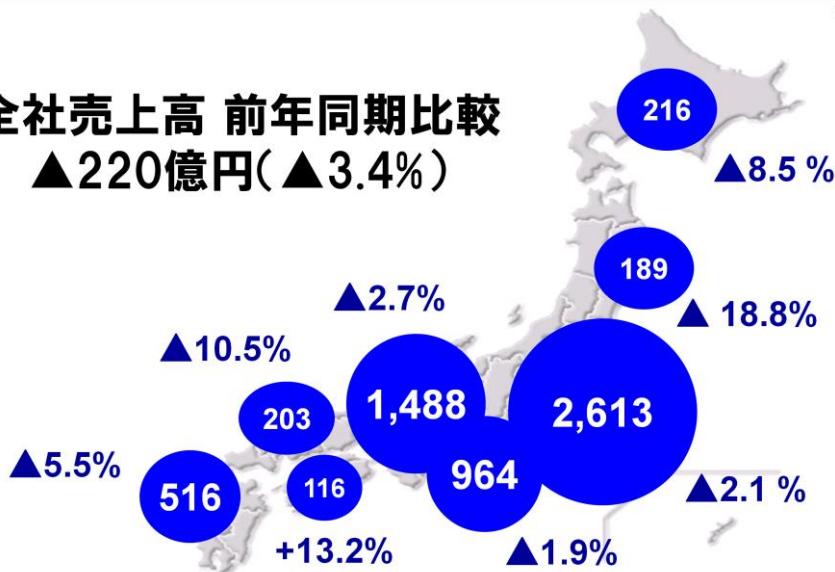
<嗜好・飲料/麵・乾物減少の主な要因>

- ・一部メーカーの帳合変更

エリア別売上高

(単位:億円)

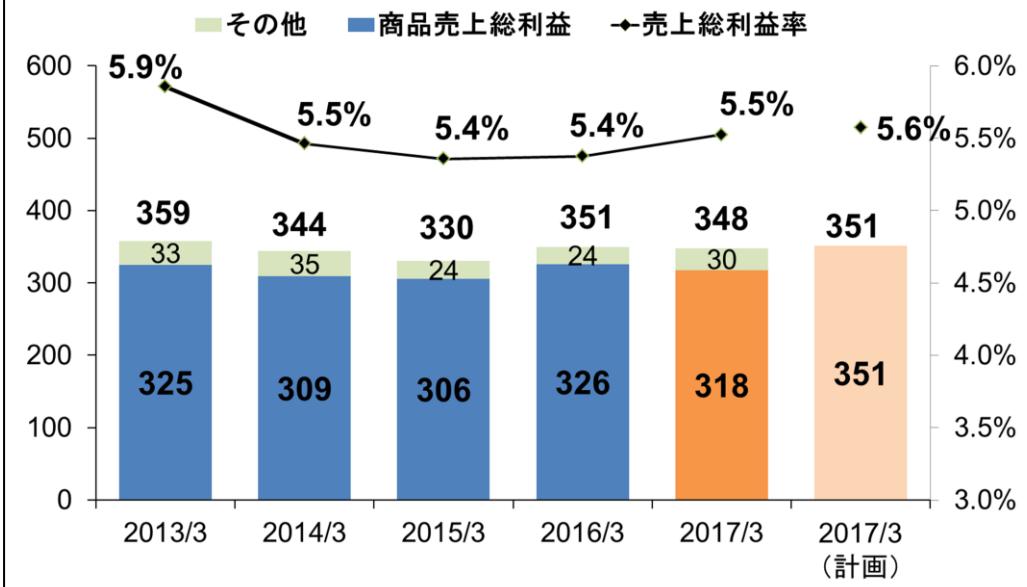
全社売上高 前年同期比較
▲220億円(▲3.4%)



<エリア別売上高>

- ・関東・東海・関西の三大都市圏で全体の約80%
- ・減収により、全国的に前年比マイナス
- ・四国は、主要取引先の店舗増により増加

(単位:億円)



<売上総利益>

- ・前年比2億円の減少

(主な要因)

・商流関係

減収の影響が大きく前年比7億円の減少

売上総利益率は、5.1%から5.2%へ改善

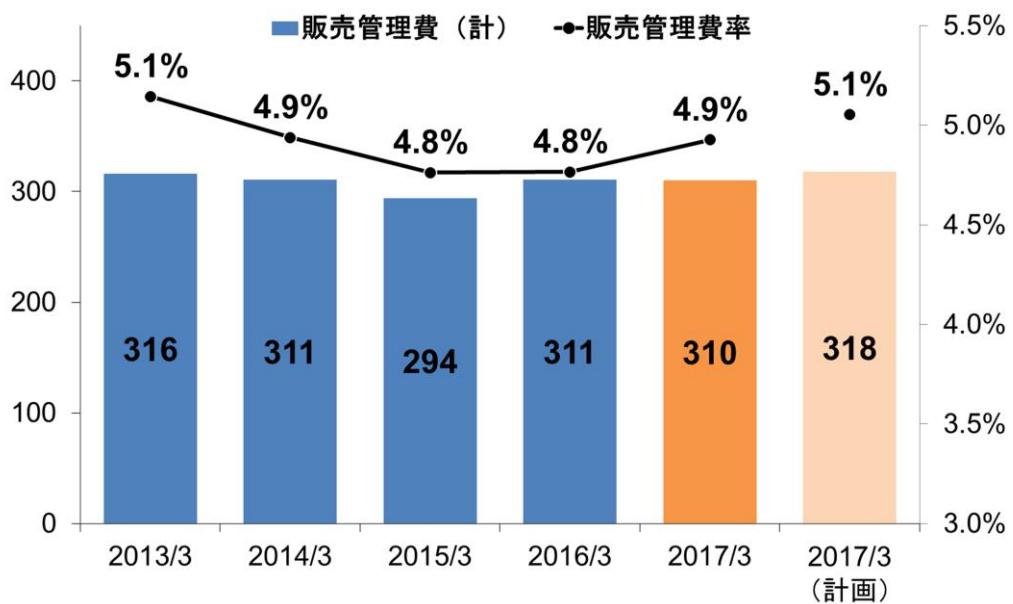
・物流関係

新たな量販店向け一括センター やギフトセンターの受託などにより

前年比5億円の増加

販売費及び一般管理費

(単位:億円)



<販売管理費>

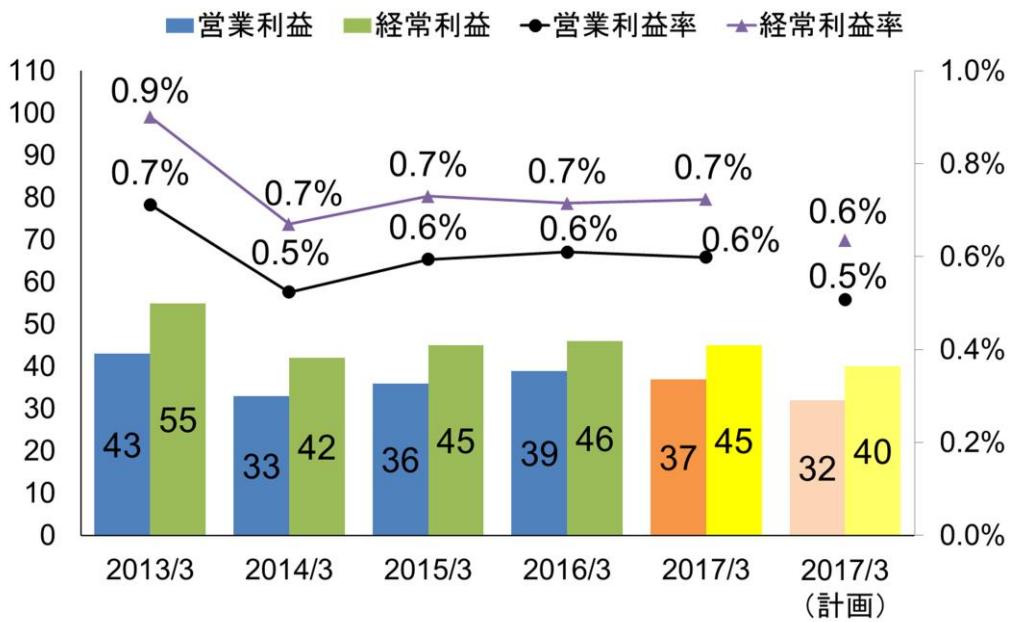
- ・前年比ほぼ横ばい

(主な要因)

- ・東海地区における物流センターの新設などで物流経費は増加
- ・貸倒懸念債権額の減少により引当金の戻入益を計上

営業利益・経常利益

(単位:億円)

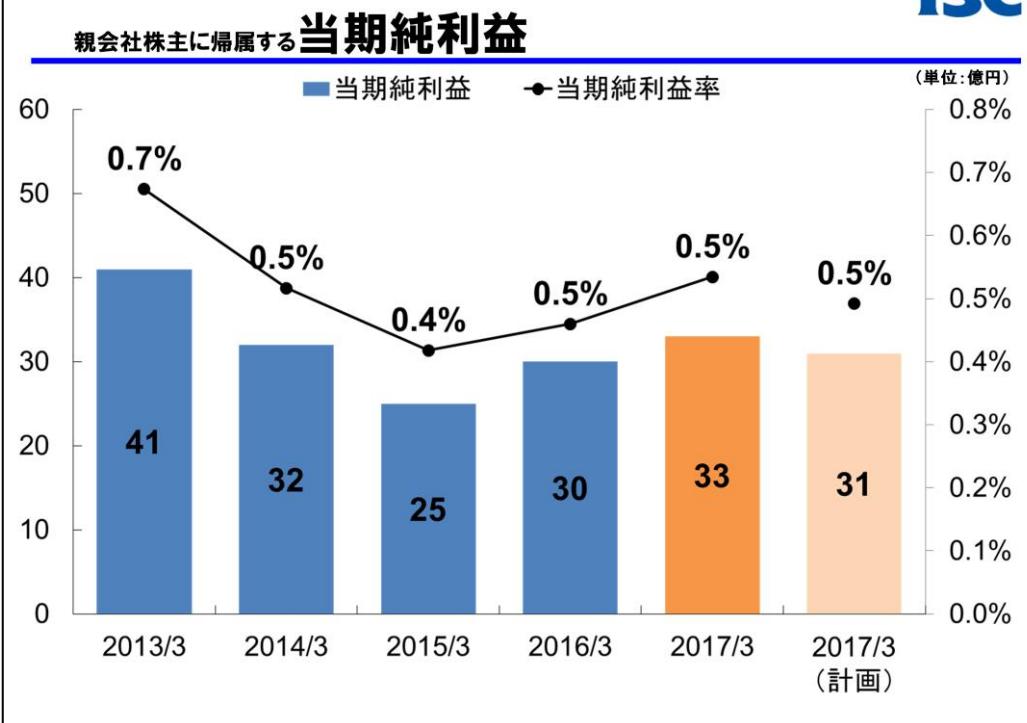


<営業利益>

- ・前年比2億円の減少

<経常利益>

- ・前年比1億円の減少



<当期純利益>

- ・前年比3億円の増加

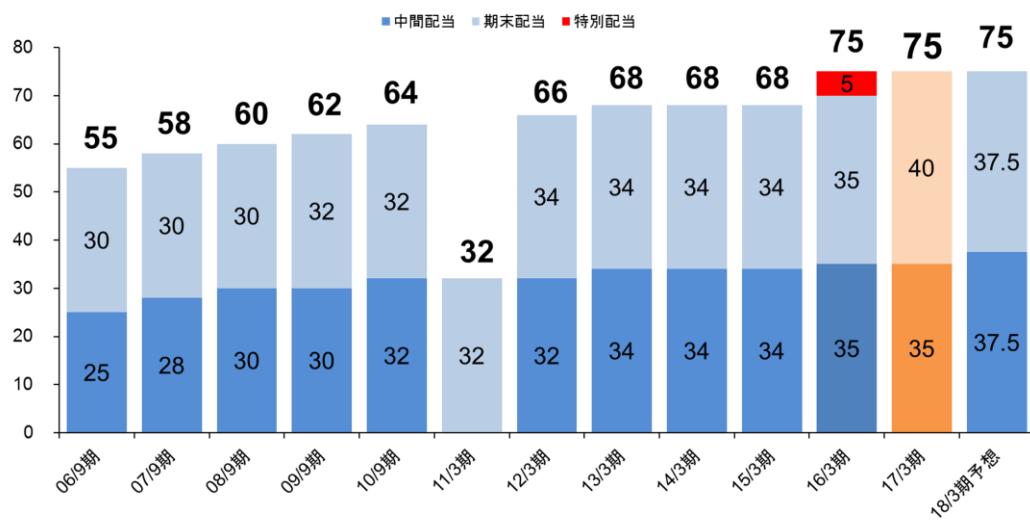
(主な要因)

- ・物流センターなどの売却により、特別利益を4億円計上

株主還元（配当）

(単位:円)

安定配当を継続



<配当>

- ・基本方針：継続的に安定配当を行っていくこと
- ・期末配当は基本方針並びに当期の業績を勘案し、計画から5円増配の40円
- ・中間配当と合わせて、年間配当金は1株当たり75円
- ・来期計画は中間・期末それぞれ37.5円の年間75円を計画

2018年3月期計画

2018年3月期計画

(単位:億円)

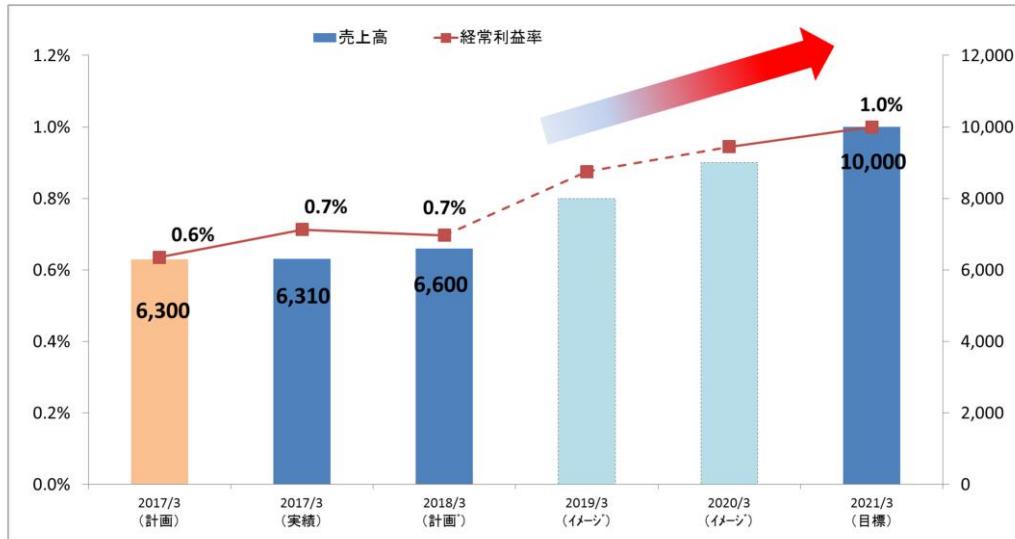
	17年3月期		18年3月期		前年 同期比
	実績	売上比	計画	売上比	
売上高	6,310	-	6,600	-	104.6%
営業利益	37	0.6%	39	0.5%	103.2%
経常利益	45	0.7%	46	0.6%	100.8%
親会社株主に帰属する 当期純利益	33	0.5%	33	0.5%	97.9%

<18年3月期計画>

- ・売上高は重点企業と取引深耕を進めることで增收
- ・利益面では、営業利益、経常利益ともに増益を見込む

中期経営計画進捗

(単位:億円)



<中期経営計画進捗>

・中期経営計画 3つの重点戦略

(1. 中核事業の拡大深耕)

- ・既存取引先との取引拡大や新規顧客の獲得により計画達成

(2. ナンバー1戦略)

- ・EC事業、ブランド商品開発事業の体制整備
- ・酒類分野、ギフト分野での売上拡大

(3. 価値追求・機能強化)

- ・リンベル株との業務提携
- ・リードオフジャパン(株)との資本業務提携
- ・戦略的パートナーと連携して卸機能を強化

重点取り組み

外部環境

個人消費の回復に遅れ 先行きの不透明感が続く

- ◆ 海外政治経済の不確実性の高まり
- ◆ 人手不足・労働コストの上昇
- ◆ 業種・業態の垣根を越えた競争の激化
- ◆ IoT、AI、自動運転技術等の進化

経営ビジョン

『価値』を追求し、『信頼』される
グッド・カンパニーへ

第100期ミッション

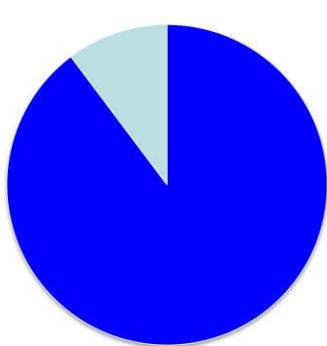
「既存事業の深耕・拡大」と
「新分野の育成」
チャレンジ & イノベーション

<第100期ミッション>

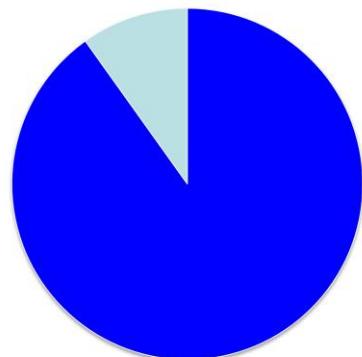
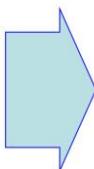
- ・新たな歴史を積み上げていくために、優良顧客・メーカーとの取引深耕・拡大を進め、既存事業の生産性とクオリティを高めていきます
- ・「生活者」「消費者」のニーズを捉え、付加価値の高い新しい分野の育成を推進していきます

「既存事業の深耕・拡大」取引先政策

売上高シェア(上位100社)



89.7%
15/4-16/3
累計



90.1%
16/4-17/3
累計

<取引先政策>

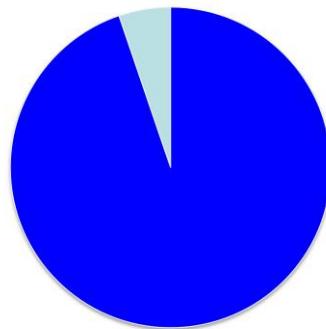
- ・優良顧客との取引深耕による取引拡大

<取引先上位100社>

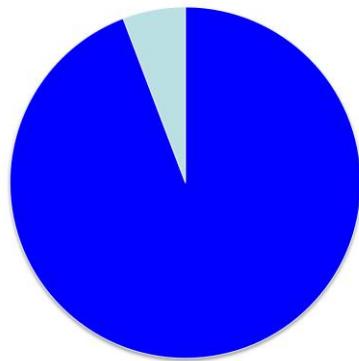
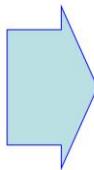
- ・売上高構成比90. 1%

「既存事業の深耕・拡大」仕入先政策

仕入高シェア(上位100社)



94.5%
15/4-16/3
累計



93.6%
16/4-17/3
累計

<仕入先政策>

- ・優良メーカーとの取引深耕による取引拡大

<仕入先上位100社>

- ・仕入高構成比93.6%

ギフトNo1への取組み

百貨店

VS
≒

SM/GMS

VS

第三勢力

WEB受注の急増

ISC Gift plus システム

品揃えの強化

<ギフトNo1への取組み>

- ・ギフトNo1へ向けた取り組みとして、ギフトプラスシステムの提案推進
- ・同時にギフト商品の品揃え強化を推進
- ・ギフト受注は、FAXや注文書を用いた方法から、急速にWEBへシフト
- ・ギフトプラスシステムでは、注文からお届けまでを一括して管理

物流の取組み

物流改革を推進

- ・ハイクオリティ・オペレーションの推進
- ・次世代物流機能構築を推進
- ・物流専門企業との協業を推進

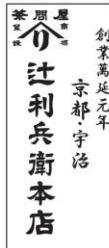


<物流の取組み>

- ・物流専門企業と連携した物流改革を開始
- ・ハイクオリティ・オペレーションの推進
- ・営業倉庫を含めた、拠点の統廃合
- ・配送の効率化に向けた取り組み

商品開発事業の推進

有名ブランド開発商品の拡充



五島軒

なだ万



なすび亭



中國家常菜
紅虎餃子房



<商品開発事業の推進>

- ・当社の特徴であるブランド商品開発事業を引き続き強化
- ・2017年3月期はフレンチの巨匠「ジョエルロブション」とプレミアムアイスバーを共同開発
- ・「ショコラ」「ストロベリー」「キャラメル」の3種類をセブン-イレブンにて発売し好評
- ・2018年3月期は和菓子、和惣菜の強化、おせち 和の展開、和洋折衷商品の拡充

MD機能強化

地域産品プロジェクト、 ワイン&スピリッツ、ヘルス＆ビューティ



<MD機能の強化>

- ・地域産品プロジェクト
地域産品の地産全消を目指した取組みとして、引き続き注力
兵庫、京都、香川、愛媛、高知、岡山、北海道、東京、和歌山、大阪の10都府県のセレクション企画を実施
- ・ワイン&スピリッツ
2016年12月に資本業務提携を締結したリードオフジャパンとの協業推進しMDを強化
- ・ヘルス＆ビューティー
健康志向の高まりやオーガニック＆ナチュラル志向の浸透から市場が拡大
甘味料に罪悪感のある方を中心に「砂糖、添加物不使用」の自然な甘味料として「ネイチャースイートソース」の提案や、ビオワインの提案を推進

マーケティング機能の推進

『E-POP』 デジタルサイネージ・マーケティング



<マーケティング機能の推進>

- ・商品周辺のマーケティング機能を推進
- ・第1弾として、デジタルサイネージを活用した新たな店頭マーケティング「E-POP」の提案をスタート
- ・惣菜、生鮮売場の活性化と、NB商品の価値訴求を同時に使うビジネスモデル
- ・当社がE-POPモニター及び番組受信機を提供・設置し、販促番組の制作・配信を行う
- ・関東圏のスーパーマーケットから提案を開始し、順次エリア拡大

惣菜・デリカの取組み

惣菜・デリカの強化



<惣菜デリカの取組み>

- ・本年4月に惣菜事業部を新設
- ・SMIは家庭内で料理するための商品を買いに来る場所であったが、これからは「食事を買う場所」「食事をする場所」に変わっていくと考えられる
- ・日本型ミールソリューション、ホームミールリプレースメントの進行
- ・惣菜・デリカの強化を進め、原料調達・商品開発から、人材不足に対応した売場のオペレーション改善までトータルの提案を推進

ISC 伊藤忠食品株式会社

本資料は2017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、2017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. 31 商品分類別売上高(連結)
- P. 32 業態別売上高(連結)
- P. 33 エリア別売上高(連結)
- P. 34 株式状況
- P. 35 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	163,689	26.0%	105.7%	154,802	23.7%	8,886
和洋酒	101,271	16.1%	107.6%	94,094	14.4%	7,177
調味料・缶詰	99,281	15.7%	99.5%	99,743	15.3%	▲ 462
嗜好・飲料	125,736	19.9%	82.2%	153,002	23.4%	▲ 27,265
麵・乾物	44,888	7.1%	76.1%	58,970	9.0%	▲ 14,081
冷凍・チルド	25,312	4.0%	101.0%	25,057	3.9%	255
ギフト	48,837	7.7%	104.9%	46,562	7.1%	2,275
その他	21,984	3.5%	105.8%	20,783	3.2%	1,200
合計	631,002	100.0%	96.6%	653,016	100.0%	▲ 22,014

(ギフトの内、酒類 23,338)

=====

[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	90,152	14.3%	102.3%	88,135	13.5%	2,017
百貨店	27,323	4.3%	98.5%	27,747	4.2%	▲ 424
スーパー	393,058	62.3%	104.4%	376,569	57.7%	16,489
ミニスーパー・CVS	70,909	11.2%	60.9%	116,401	17.8%	▲ 45,491
その他小売業	21,960	3.5%	121.0%	18,142	2.8%	3,817
メーカー他	27,597	4.4%	106.1%	26,020	4.0%	1,576
合計	631,002	100.0%	96.6%	653,016	100.0%	▲ 22,014

=====

[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	21,682	3.4%	91.5%	23,708	3.6%	▲ 2,026
東北	18,922	3.0%	81.2%	23,295	3.6%	▲ 4,373
関東甲信越	261,399	41.4%	97.9%	266,992	40.9%	▲ 5,593
東海北陸	96,481	15.3%	98.1%	98,386	15.0%	▲ 1,904
近畿	148,828	23.6%	97.3%	152,881	23.4%	▲ 4,053
中国	20,335	3.2%	89.5%	22,729	3.5%	▲ 2,394
四国	11,668	1.9%	113.2%	10,312	1.6%	1,356
九州沖縄	51,685	8.2%	94.5%	54,710	8.4%	▲ 3,024
計	631,002	100.0%	96.6%	653,016	100.0%	▲ 22,014

[補足] 株式状況

◆大株主

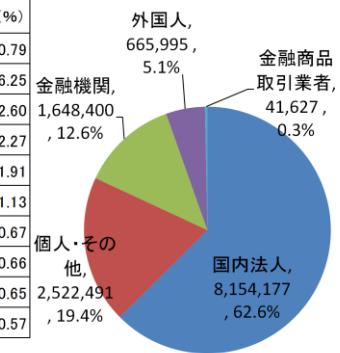
株主名	所有株式数(株)	所有株式数比率(%)
伊藤忠商事株式会社	6,620,316	50.79
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(三井住友信託銀行再信託分・アサヒビール株式会社退職給付信託口)	815,000	6.25
味の素株式会社	339,129	2.60
アサヒビール株式会社	296,500	2.27
みずほ信託銀行株式会社退職給付信託みずほ銀行口再信託受託者資産管理サービス信託銀行株式会社	249,300	1.91
伊藤忠食品従業員持株会	148,200	1.13
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口5)	88,100	0.67
はごろもフーズ株式会社	87,100	0.66
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	86,000	0.65
日本マスター・トラスト信託銀行株式会社(信託口)	74,600	0.57

(注)上記のほか、自己株式が345,261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 14,640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(2017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 1,087名 個別771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.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御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)メイカングループ(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)
■ 2016年	平成28年2月	創業130周年。