

2017年3月期 第2四半期決算説明会

未来の歴史へチャレンジ & イノベーション

「おいしいを届ける」「おいしいを伝える」知的な機能を構築

伊藤忠食品株式会社
代表取締役社長執行役員 濱口泰三
2016年11月1日

目次

1. 業績説明	… P. 3
2. 2017年3月期見通し	… P. 14
3. 重点取り組み	… P. 17
4. 補足資料	… P. 28

決算ハイライト

P/L

(単位:億円)

	当第2四半期		前年 同期比	計画比
	売上比			
売上高	3,206	-	97.7%	100.2%
売上総利益	170	5.3%	99.3%	100.3%
販売管理費	156	4.9%	100.1%	97.4%
営業利益	14	0.4%	90.9%	141.6%
経常利益	18	0.6%	93.3%	139.0%
特別損益	2	0.1%	-	-
親会社株主に帰属する四半期純利益	14	0.4%	118.3%	140.8%

<当期決算>

- ・前年比で減収増益
- ・計画比で増収増益
- ・10月26日に業績予想の修正を公表
- ・本説明会では4月28日に開示した当初計画と前年実績の比較で説明

<計画比>

- ・売上高は、概ね当初計画とおり
- ・利益面では、コスト圧縮に努めたことに加え、
一部費用の発生が第3四半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1億円減少、特別利益を2億円超計上

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	2,148	2,191	▲ 43
純資産	777	767	10
自己資本比率	36.2%	35.0%	1.2%
1株当たり 純資産(円)	6,128.97	5,975.37	153.60

<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株当たり純資産増加の要因>

- ・利益剰余金などの増加
- ・本年6月16日に自己株式150,000株の取得を実施
(発行済株式総数(自己株式を除く)に対する割合1.17%)

キャッシュ・フローの状況

(単位:億円)

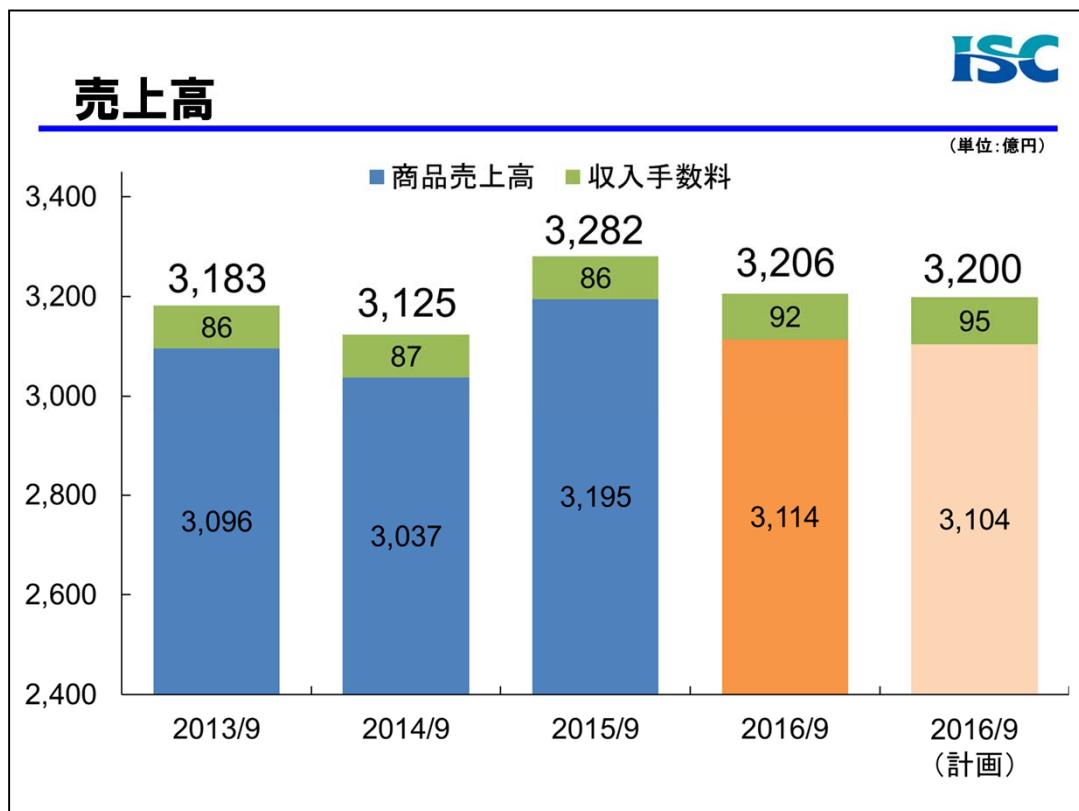
キャッシュ・フロー	当第2四半期	主な要因
現金及び現金同等物の期首残高	218	
営業活動によるキャッシュ・フロー	27	税引前四半期純利益
投資活動によるキャッシュ・フロー	▲37	固定資産取得
財務活動によるキャッシュ・フロー	▲14	自己株取得・配当金支払
現金及び現金同等物の期末残高	193	

<主な投資活動>

- ・物流センターへの投資など

<主な財務活動>

- ・自己株式取得6億円



<売上高>

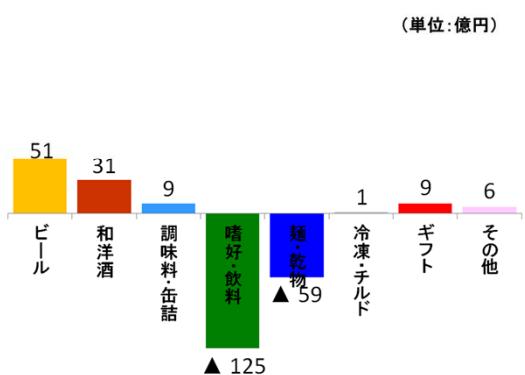
- ・前年比75億円減少

(主な要因)

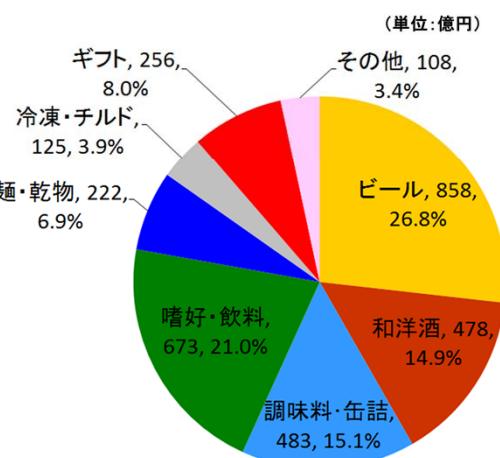
- ・商品売上高
組織小売業との取引深耕、新規取引による増加も、
主要取引先における一部メーカーの帳合変更などにより、81億円減少
- ・収入手数料
前期中に量販店向け一括センターの受託を開始したことなどにより、5億円増加

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>

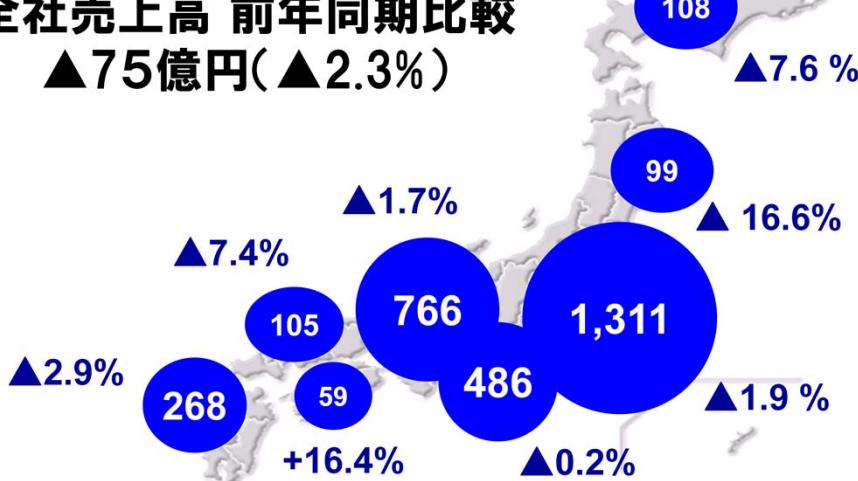
- ・酒類分野の提案強化による、新規取引の拡大

<嗜好・飲料／麺・乾物減少の主な要因>

- ・主要取引先における一部メーカーの帳合変更

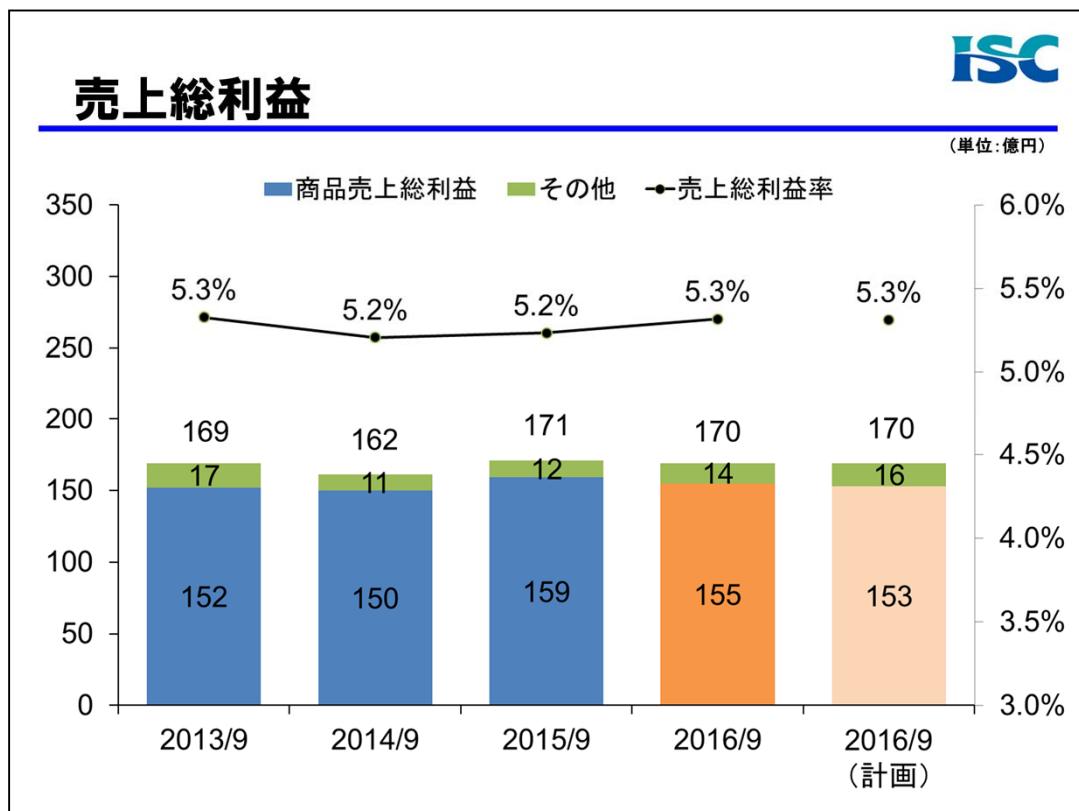
エリア別売上高

全社売上高 前年同期比較
▲75億円(▲2.3%)



<エリア別売上高>

- ・関東・東海・関西の三大都市圏で全体の80.0%
- ・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



<売上総利益>

- ・前年比1億円減少

(主な要因)

・商流関係

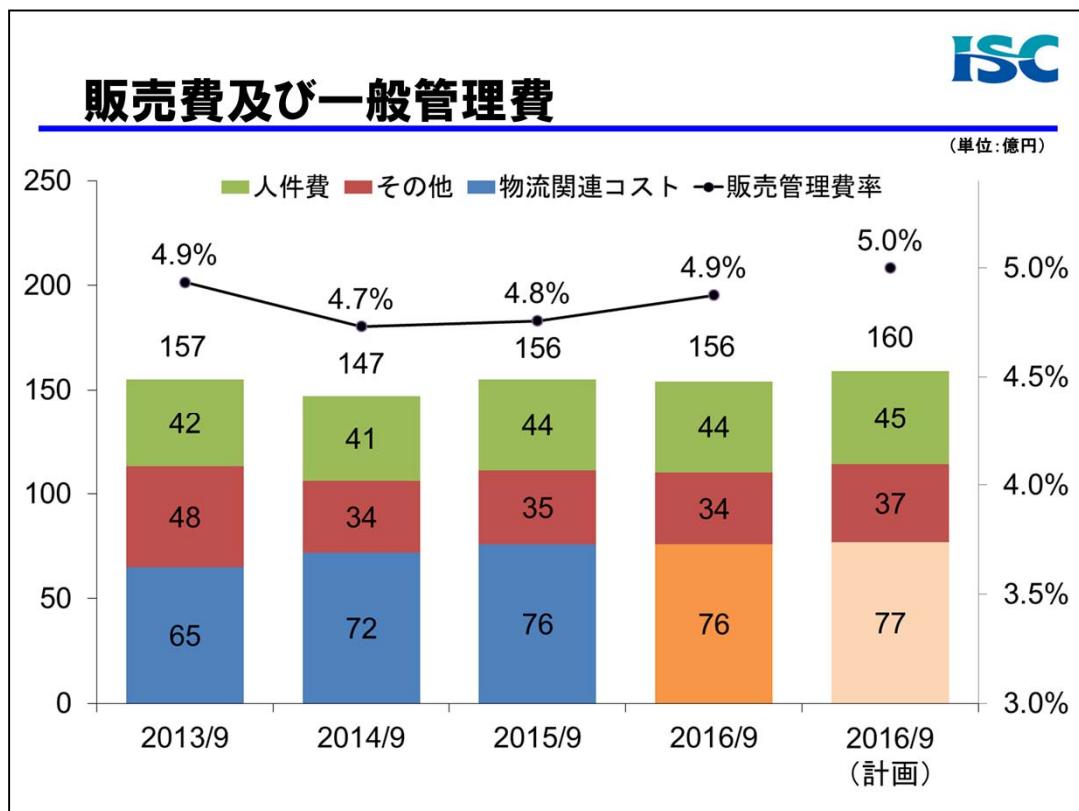
減収の影響が大きく前年比3億円の減少

売上総利益率は、4.98%から5.00%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2億円の増加

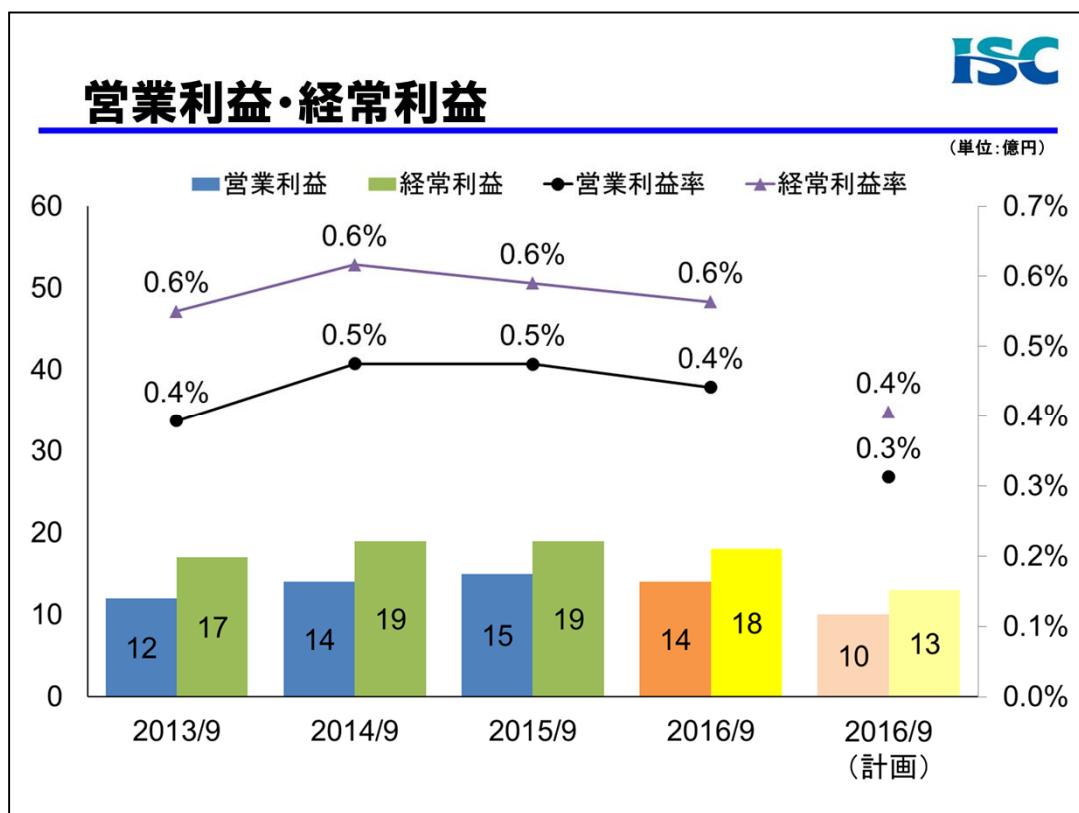


<販売管理費>

- ・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

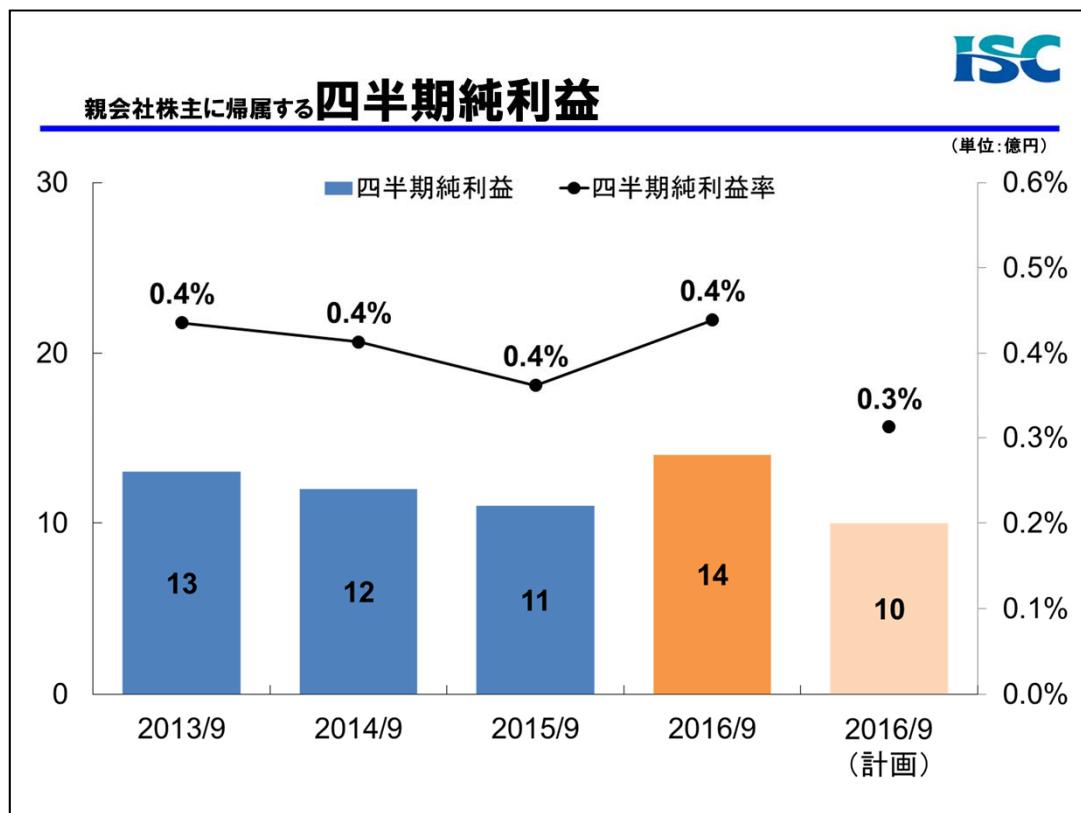


<営業利益>

- ・前年比1億円の減少

<経常利益>

- ・前年比1億円の減少



<四半期純利益>

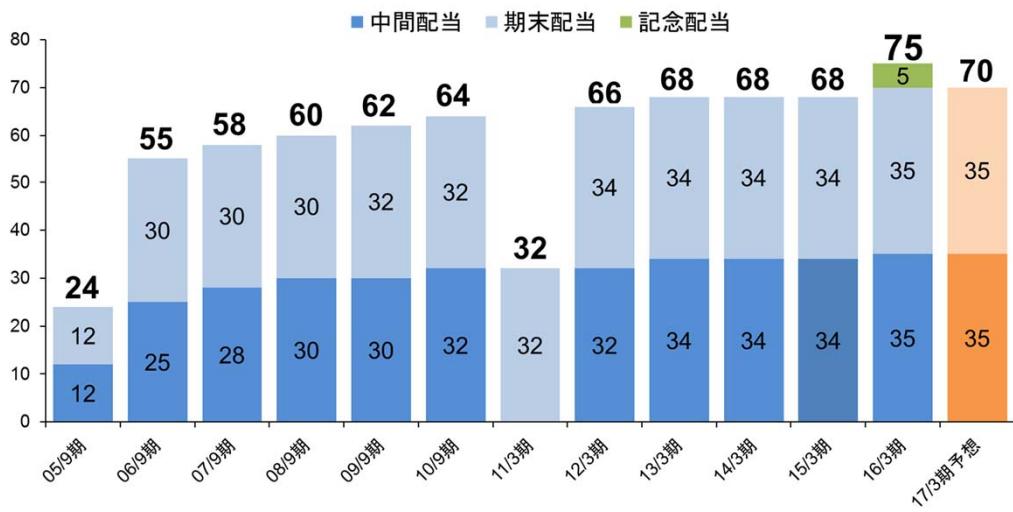
- ・前年比2億円の増加

(主な要因)

- ・経常利益が1億円減
- ・物流センターなどの売却により、特別利益を2億円超計上

株主還元（配当）

安定配当を継続



<配当>

- ・中間配当は計画通りの35円
- ・期末配当35円と合わせて、年間配当金は70円を計画

2017年3月期見通し

外部環境

個人消費に下押し圧力 先行きの不透明感が続く

- ◆海外経済の不確実性の高まり
- ◆円高・株安の進行
- ◆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

<外部環境>

- ・個人消費や企業収益の一部に足踏み状態が見られたものの、
政府の経済政策を背景に雇用・所得環境が改善するなど、景気は緩やかな回復基調で推移
- ・中国を始めとする新興国経済の景気減速や英国が欧州連合(EU)離脱を決定するなど
海外経済の不確実性の高まりに加え、円高・株安など、先行きは不透明な状況
- ・食品流通業界は、社会保障費の負担増などから
堅調に推移しつつあった個人消費に下押し圧力
- ・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から
引き続き厳しい事業環境が続く

2017年3月期計画

(単位:億円)

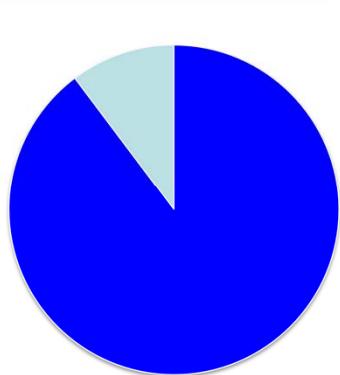
	16年3月期		17年3月期		前年 同期比	
	通期 売上比	15年3月期 同期比	通期 売上比			
売上高	6,530	-	105.7%	6,300	-	96.5%
売上総利益	351	5.4%	106.1%	351	5.6%	100.0%
販売管理費	311	4.8%	105.8%	318	5.1%	102.3%
営業利益	39	0.6%	108.5%	32	0.5%	80.3%
経常利益	46	0.7%	103.6%	40	0.6%	85.7%
親会社株主に帰属する 当期純利益	30	0.5%	116.3%	31	0.5%	103.2%

<17年3月期通期計画>

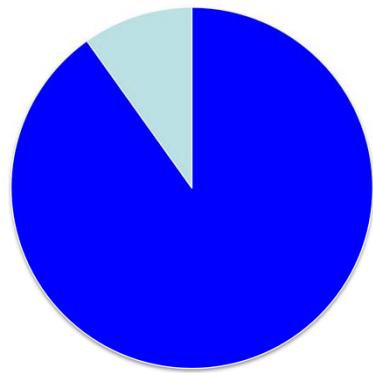
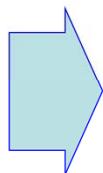
- ・本年4月の公表数値とおり
- ・上期は計画比で増収増益となりましたが、下期は減益を見込んでおり、
今後の消費動向も不透明であることから、計画を据え置き
- ・今後、物流コスト増に備え、更なるローコストオペレーション化に向けた取り組みを検討

取引先政策

売上高シェア(上位100社)



89.7%
15/4-15/9
累計



90.1%
16/4-16/9
累計

<取引先政策>

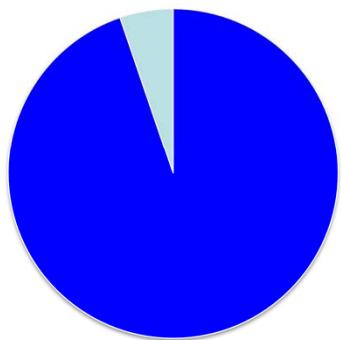
- ・優良顧客との取引深耕による取引拡大

<取引先上位100社>

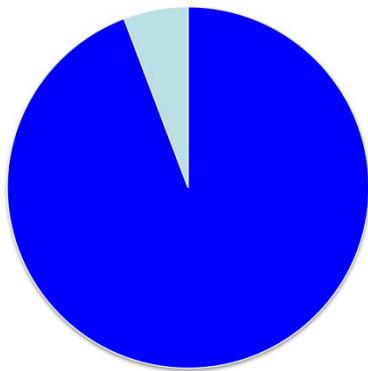
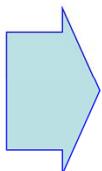
- ・売上高構成比90.1%

仕入先政策

仕入高シェア(上位100社)



94.8%
15/4-15/9
累計



94.2%
16/4-16/9
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94.2%

重点施策

未来の歴史へチャレンジ & イノベーション 「おいしいを届ける」「おいしいを伝える」 知的な機能を構築



<重点施策>

- ・情報革命はまだ始まったばかり
- ・21世紀の時代の流れは「モノからコトへ」、つまり「Eコマース」から「Eコミュニケーションへ」変化
- ・卸として従来のマーケティング・MDに新しいテクノロジーを取り入れ、
商品と情報をキュレーション、編集する知的な機能の構築を推進
- ・21世紀型ビジネスモデル構築に向けてチャレンジ & イノベーション

WEB関連事業の強化

ワイン漫画「神の雫」原作者監修 キュレーションコマースサイトを開設



<https://kaminoshizuku.jp/>

<WEB関連事業>

(EC事業)

- ・WEBマーケティング機能の強化
- ・11月1日にワイン漫画「神の雫(しずく)」の原作者とECサイト「神の雫ワインサロン」を開設
- ・「神の雫」は、2004年のスタートから今も連載が続く人気漫画
- ・原作者の亜樹直(あぎ・ただし)氏は、フランスのワイン専門誌で日本人初の最高賞に輝くなど、多数の受賞歴を持つ物語作家
- ・ワインファン、神の雫読者に向けたBtoCサイトとして、原作者お薦めの「ワイン」や「ワインと食のマリアージュセット」などを販売

(Eマーケティング事業)

- ・Eマーケティング事業部を、本年9月に新設
- ・新しいテクノロジーを取り入れながら、「商品」「情報」をキュレーション、編集する機能を提供する専任組織
- ・新たな事業領域の創造に注力

商品開発事業の強化

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開発



＜商品開発事業＞

- ・伸長するプレミアムアイスクリーム市場における、商品開発を強化
- ・世界最高峰の料理人と呼ばれるフレンチの巨匠
「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し、
「ショコラ」「ストロベリー」の2種類(いずれも278円税抜き)を、
本年9月にセブン-イレブン東京都内店舗(一部店舗を除く)で先行発売
- ・消費者の間で「あのジョエル・ロブションと2年かけて開発したアイスが、セブンで買える」と反響を呼び、
WEBメディア記事182本掲載、Facebookいいね数8,138、Twitter月間投稿数1,744件
- ・セブン-イレブンでの販売エリア拡大に向けて準備中

ワイン取り扱いの強化

アメリカNo. 1プロセッコ「ミオネット」 外食100店舗以上で採用



＜ワイン取り扱いの強化＞

(ミオネット)

- ・当社が本年より販売総代理店として取り扱いをスタートした
「ミオネット」はアメリカで年間500万本が流通するNo. 1プロセッコブランド
- ・プロセッコは「ふどう本来のフレッシュな香りと味わいを感じられる、手頃な価格のスパークリングワイン」として
アメリカ、イギリスで人気となり、シャンパンを上回る全世界4億本を生産
- ・ミオネットは外食100店舗以上に採用頂き、下期からEC・ギフトでの販売もスタートする計画

(オーガニック・自然派ワイン)

- ・リードオフジャパンとともに「オーガニック・自然派ワイン」約50アイテムを独自調達
- ・ヘルス＆ビューティの人気が高まる中、
お酒でもオーガニック＆ナチュラルのニーズに合った商品として、
オーガニックワイン売り場の提案を強化

(ワイン強化推進チーム)

- ・本年4月よりワイン強化推進チームを発足
- ・ワイン資格の取得、EC・ITを利用した消費者との接点強化を通じて、
総合的プロデュースを持つ人材の育成と取引拡大を推進

ヘルス＆ビューティ分野の強化

ネイチャースイートソース オーガニック＆ナチュラルな甘味料を提案



アップルソース



ローハニー(低温加工はちみつ)



食べる甘酒

<ヘルス＆ビューティ分野の強化>

- ・食べるコスメオイルに続き「ネイチャースイートソース」を提案
- ・オーガニック＆ナチュラルが浸透する消費市場の中で、
甘味料に罪悪感のある方を中心に「砂糖、添加物不使用」の商品が注目
- ・オーガニックが浸透する欧米のマーケットでは、アップルソースが甘味料として普及しており、
日本でも「一日一りんごで医者いらず」というようになじみが深く、取り扱いが拡大
- ・アップルソースや、はちみつ、甘酒などを、
自然な甘味料「ネイチャースイートソース」として売り場づくりの提案を推進
- ・甘酒は、大阪・堺に44年ぶりにできた蔵元「堺泉酒造」と「有機米のパウチ甘酒」を共同開発
万能調味料兼おやつとして使いやすいように、缶・瓶ではなくパウチタイプを採用
有機米を100%使用した麹仕込みのノンアルコール甘酒で大人だけでなく子供もターゲットに

地域産品プロジェクトの推進

セレクション企画の強化

東京・兵庫・京都・北海道・香川・愛媛・高知・岡山



＜地域産品プロジェクト＞

- ・東日本エリアに加えて、東海エリア・西日本エリアでの提案を強化
- ・これまで取り組みを進めてきた地域連携協力者（自治体、支援機関、金融機関等）と共に、「ご当地にちなんだ・ご当地らしさのある商品」「地元の人があすすめする商品」を「地域セレクション」としてまとめ、ギフト・フェア・売り場づくりの提案を強化
- ・現在商品ラインナップを拡充している「東京セレクション」に加えて、2017年1月に「兵庫」「京都」「北海道」「香川」「愛媛」「高知」「岡山」の地域セレクションを発表し、2017年度に向けて提案予定

ギフト分野の強化

リンベルとの業務提携を推進 ギフトマーチャンダイジング、物流、新規事業の研究

選べる日帰り温泉券ギフト

想い出を贈るコトギフト

**選べる
体験ギフト**

リンベルの選べる体験ギフトを3タイプご用意しました。
心に残る感動と幸せな想いを贈る、
新しいカタチのギフトです。



選べる日帰り温泉券ギフト

四季を奏でる名湯
四季を感じ、肌を整へし、貴の身み。

全38施設実績

料金: A14-A18442
リンベル 選べる体験ギフト 四季を奏でる名湯
000-000000 11,448円(税込価格11,800円)

●料金: A14-A18442
●料金: A14-A18442



**選べる
体験ギフト**

風情をまとう名湯
身を浴び、心身に癒す。

全36施設実績

料金: A14-A18441
リンベル 選べる体験ギフト 風情をまとう名湯
000-000000 22,248円(税込価格22,800円)

●料金: A14-A18441
●料金: A14-A18441



<ギフト分野の強化>

- ・本年4月28日に業務提携したリンベルとの取り組みを推進
- ・リンベルが強みを持つ総合ギフト機能を活用した、商品の相互販売、オペレーション統合、共同カタログの作成を推進
- ・当期歳暮ギフトから、当社オリジナルカタログでの
リンベルの「コトギフト」や「高付加価値商品」の取り扱いをスタート
- ・当社が強みを持つヘルス＆ビューティ分野の商品をリンベル販路向けに提案
- ・今後は、コトギフトの共同開発なども検討

資本業務提携

リードオフジャパン資本業務提携 295株(19.79%)を2016年12月に取得予定



リードオフジャパン取り扱いのチリワインブランド「ビニヤ・タラパカ」来日

<リードオフジャパン株との資本業務提携>

- ・本日11月1日開催の取締役会にて、
酒類・食品輸入専門商社リードオフジャパン(株)と、
資本業務提携契約の締結を決議
- ・本年4月28日に資本業務提携に向けた基本合意書を締結し、
リードオフジャパン(株)発行済株式総数の20%超取得を含めた、具体的な協業内容を検討
- ・「酒類・食品の輸入調達」及び「国内販売に関する相互の協力・協業」を目的とした、
資本業務提携契約の締結に合意
- ・発行済株式295株、議決権比率19.79%分を、
本年12月に既存株主より譲受する予定

(業務提携の内容)

- ①リードオフジャパン(株)の輸入調達機能と、当社国内販路の相互活用による、
新規輸入ブランドの導入などの推進
- ②酒類を中心とした電子商取引事業の拡大
- ③物流統合及び販売管理の合理化促進
- ④新規ビジネスの研究及び推進



ISC 伊藤忠食品株式会社

本資料は2017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、2016年11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. 29 商品分類別売上高(連結)
- P. 30 業態別売上高(連結)
- P. 31 エリア別売上高(連結)
- P. 32 株式状況
- P. 33 会社情報

[補足] 商品分類別売上高

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	85,859	26.8%	106.4%	80,665	24.6%	5,193
和洋酒	47,816	14.9%	107.0%	44,679	13.6%	3,137
調味料・缶詰	48,338	15.1%	102.0%	47,407	14.4%	930
嗜好・飲料	67,378	21.0%	84.3%	79,974	24.4%	▲ 12,595
麺・乾物	22,223	6.9%	78.8%	28,204	8.6%	▲ 5,981
冷凍・チルド	12,522	3.9%	101.2%	12,368	3.8%	153
ギフト	25,631	8.0%	103.8%	24,690	7.5%	940
その他	10,848	3.4%	106.1%	10,225	3.1%	622
合計	320,619	100.0%	97.7%	328,216	100.0%	▲ 7,597

(ギフトの内、酒類 12,073)

[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	45,560	14.2%	104.5%	43,595	13.3%	1,964
百貨店	13,749	4.3%	96.2%	14,300	4.4%	▲ 550
スーパー	199,988	62.4%	105.9%	188,873	57.5%	11,115
ミニスーパー・CVS	38,230	11.9%	64.8%	59,006	18.0%	▲ 20,776
その他小売業	9,330	2.9%	98.0%	9,519	2.9%	▲ 188
メーカー他	13,759	4.3%	106.5%	12,921	3.9%	837
合計	320,619	100.0%	97.7%	328,216	100.0%	▲ 7,597

[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	10,883	3.4%	92.4%	11,780	3.6%	▲ 897
東北	9,933	3.1%	83.4%	11,913	3.6%	▲ 1,979
関東甲信越	131,105	40.9%	98.1%	133,584	40.7%	▲ 2,479
東海北陸	48,601	15.1%	99.8%	48,679	14.9%	▲ 77
近畿中四国	93,237	29.1%	98.6%	94,596	28.8%	▲ 1,358
九州沖縄	26,857	8.4%	97.1%	27,662	8.4%	▲ 805
計	320,619	100.0%	97.7%	328,216	100.0%	▲ 7,597

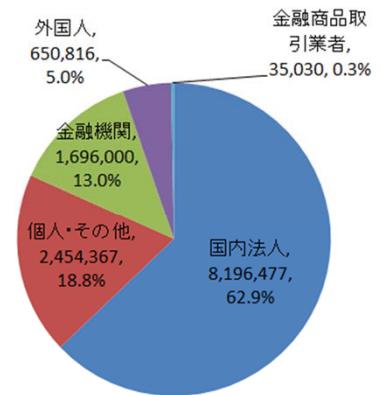
[補足] 株式状況

◆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
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	158,100	1.21
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口)	124,800	0.95
はごろもフーズ株式会社	87,100	0.66
日本マスター・トラスト信託株式会社(信託口)	83,100	0.63
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社(信託口9)	69,500	0.53

(注)上記のほか、自己株式が345,183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 13,527名 (前期末比較 818名減少)

[補足] 会社情報

◆概要(2016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 1093名 個別778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.itchu-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)メイカン(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。