

2019年度 決算 2020－2022年度 中期経営計画 説明資料

価値創造に向けて進化するグッド・カンパニーへ

2020年4月30日

伊藤忠食品株式会社

1. 2019年度決算総括	・・・P3
2. 2019年度業績説明	・・・P5
3. 2020－2022年度 中期経営計画	・・・P15
4. 補足資料	・・・P28

※本資料の数値について、特に断りのない場合はすべて下記のように記載しております。

- ・実数／増減額…億円未満を四捨五入
- ・比率（％）…少数点以下第2位、ないしは小数点以下第3位を四捨五入
- ・このため、合計が合わない場合があります。

1. 2019年度決算総括

2019年度 決算総括（P L ハイライト）



【連結：累計期間】2019年4月～2020年3月（1-4Q）

（単位：億円）

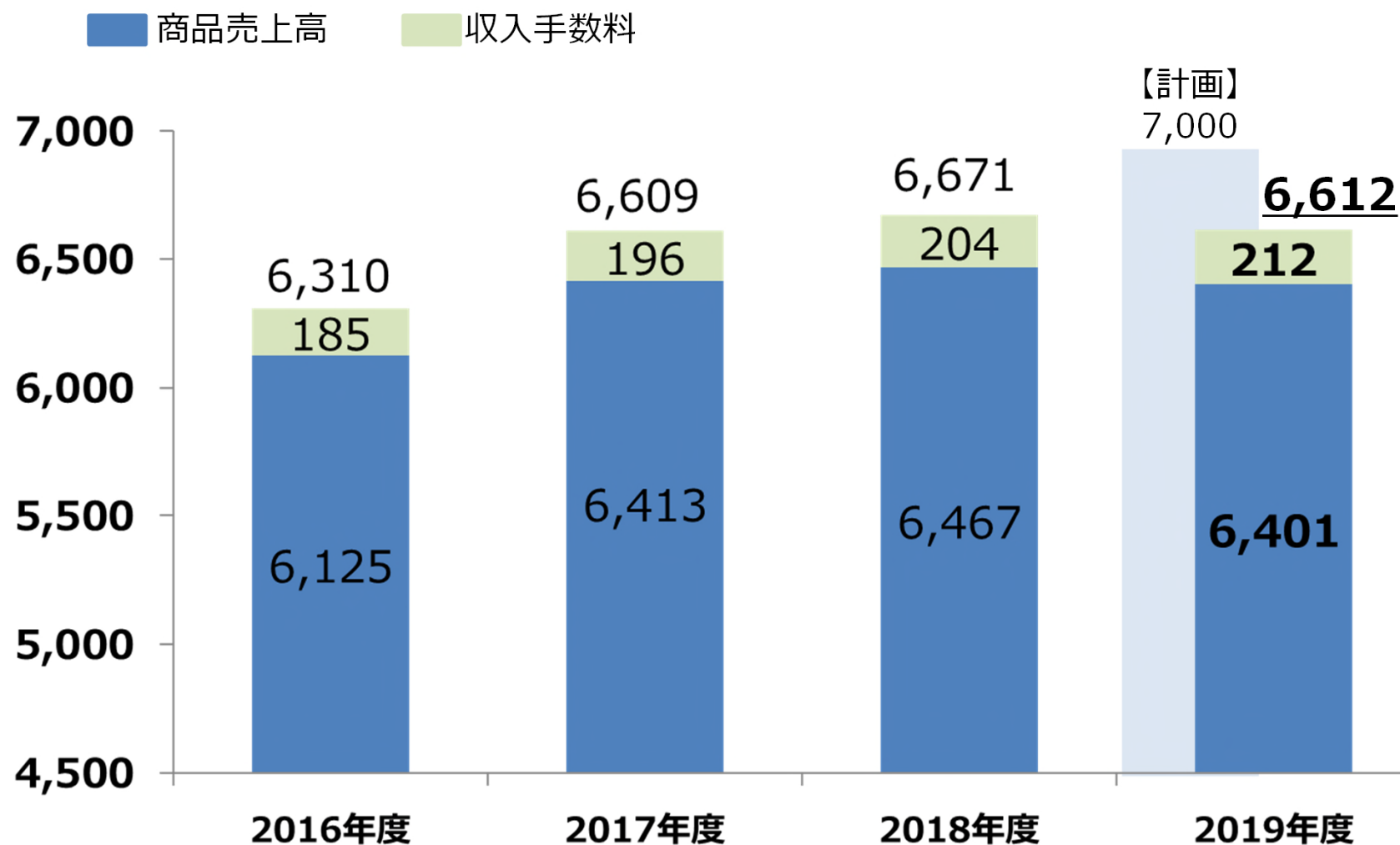
	2019年度計画 2019/ 4 -2020/ 3 売上比		2019年度実績 2019/ 4 -2020/ 3 売上比		対計画 増減額	2018年度実績 2018/ 4 -2019/ 3	前年 増減額
売上高	7,000	-	6,612	-	△388	6,671	△59
売上総利益	375	5.4%	356	5.4%	△20	368	△12
販売管理費	▲ 328	4.7%	▲ 312	4.7%	17	▲ 327	16
営業利益	47	0.7%	44	0.7%	△3	40	4
経常利益	58	0.8%	57	0.9%	△1	49	8
特別損益	0	-	2	-	-	▲ 1	3
親会社株主に帰属する 当期純利益	40	0.6%	40	0.6%	△0	33	7

2019年度	中間（実施済）	期末（予定）	合計（予定）
1株当たり 配当状況	37.5円	37.5円	75円

2. 2019年度業績説明

【連結：累計期間】2019年4月～2020年3月（1-4Q）

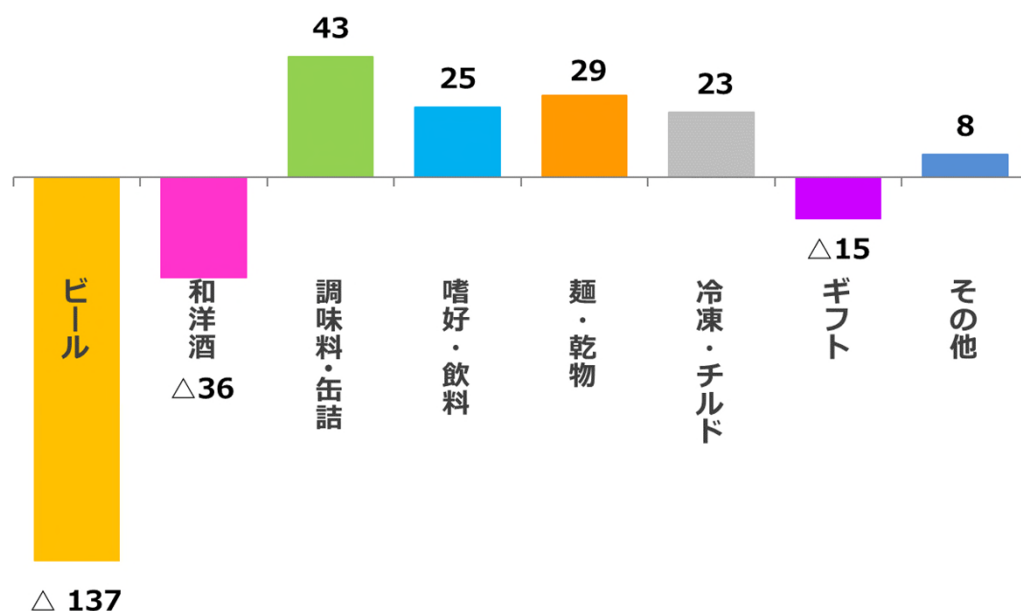
（単位：億円）



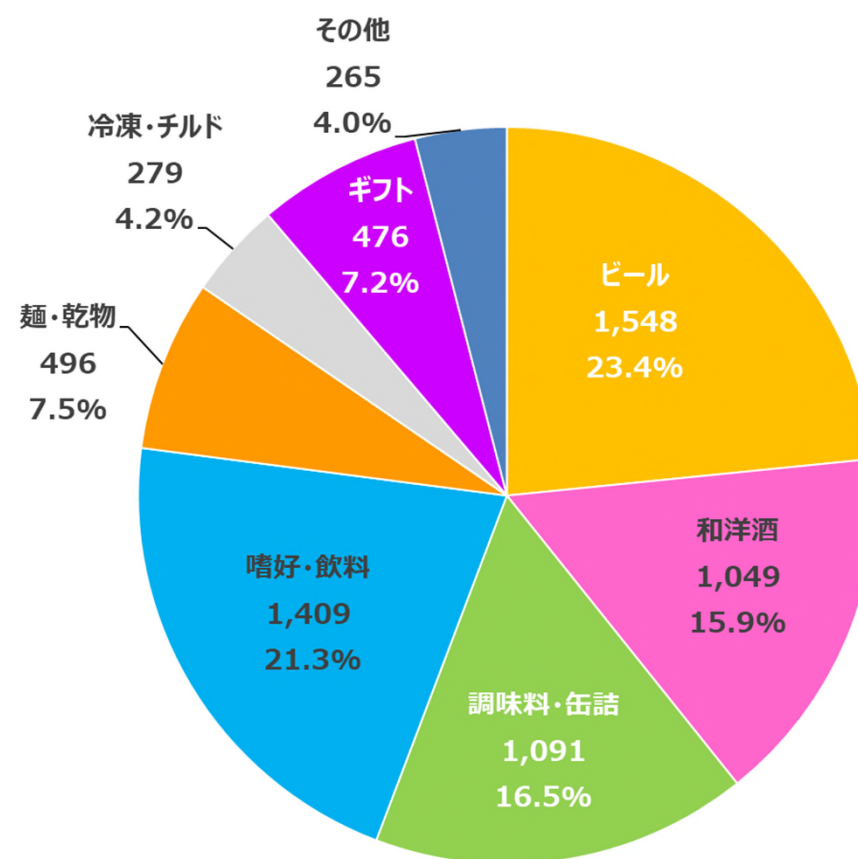
(単位：億円)

【連結：累計期間】2019年4月～2020年3月（1-4Q）

・前年比 商品分類別 売上高増減金額



・2019年度 累計実績 商品分類別 売上高及び構成比

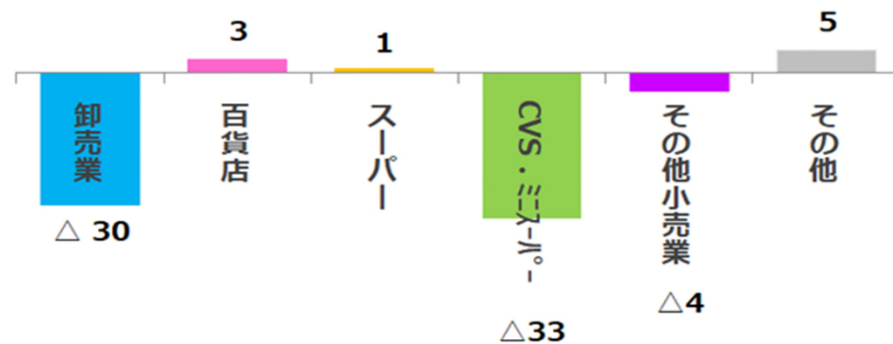


(注) 発泡酒及びビール風アルコール飲料（第3のビール）の売上高は「ビール」に含んでおります。

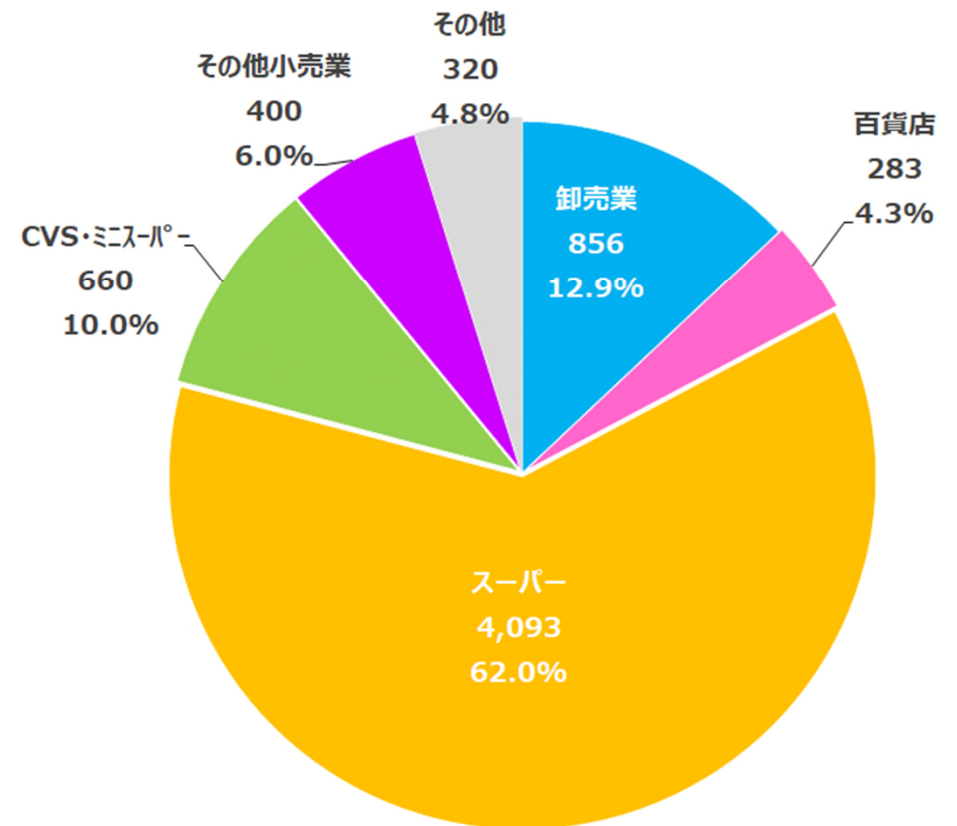
(単位：億円)

【連結：累計期間】2019年4月～2020年3月（1-4Q）

・前年比 業態別 売上高増減金額



・2019年度 累計実績 業態別 売上高及び構成比

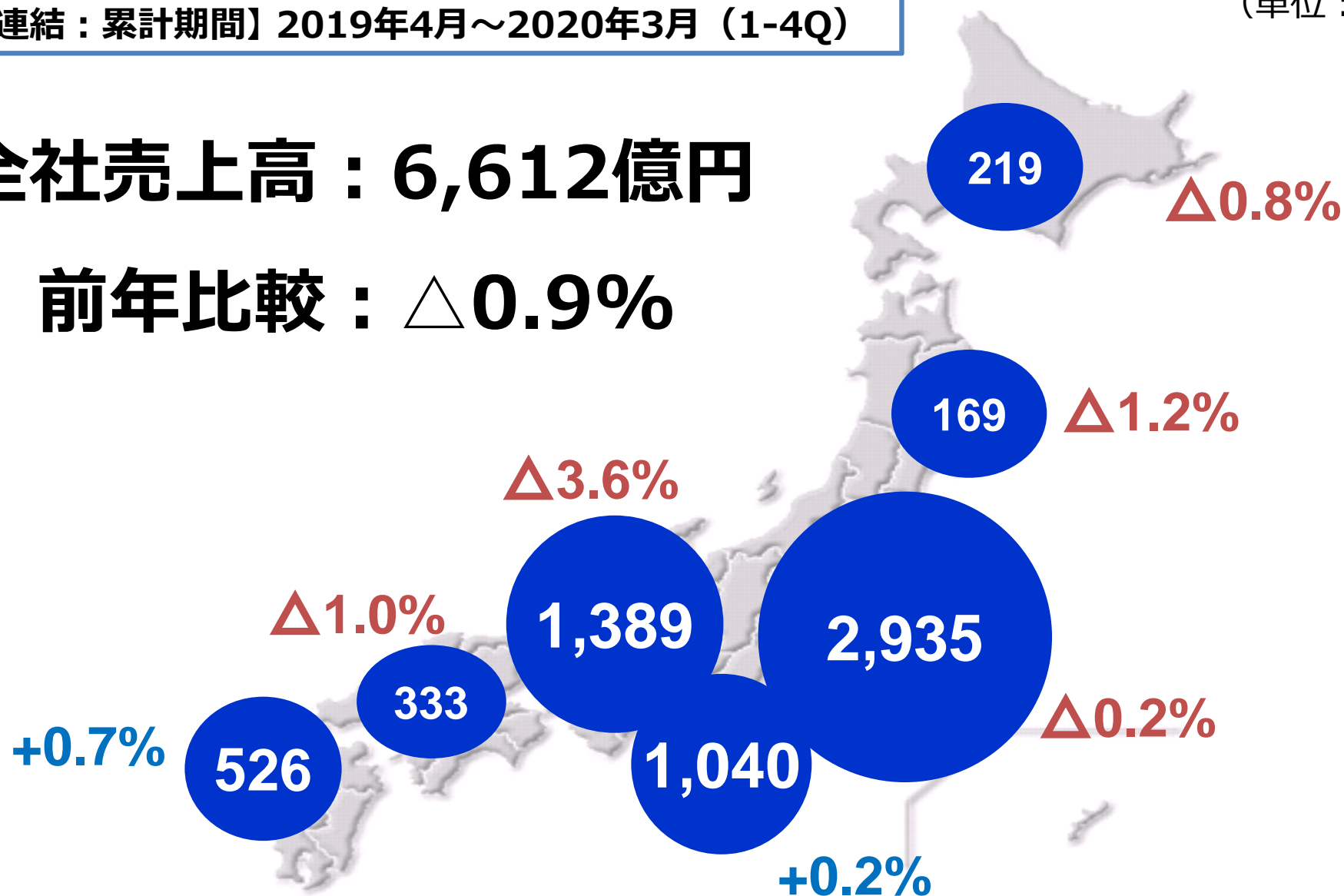


【連結：累計期間】2019年4月～2020年3月（1-4Q）

（単位：億円）

全社売上高：6,612億円

前年比較：△0.9%



（注）一部エリアの前年実績を組織変更に合わせて再集計しております。

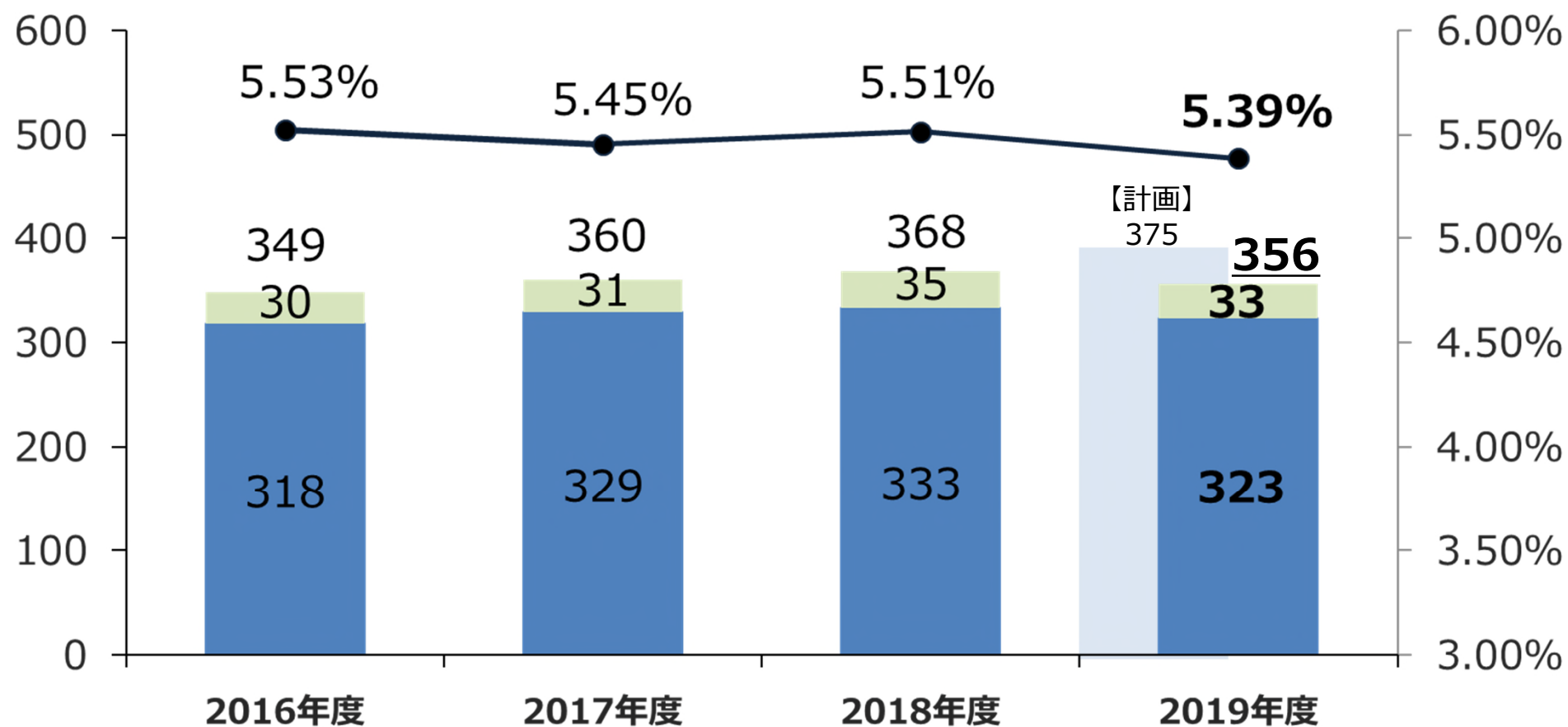
売上総利益



(単位：億円)

【連結：累計期間】2019年4月～2020年3月（1-4Q）

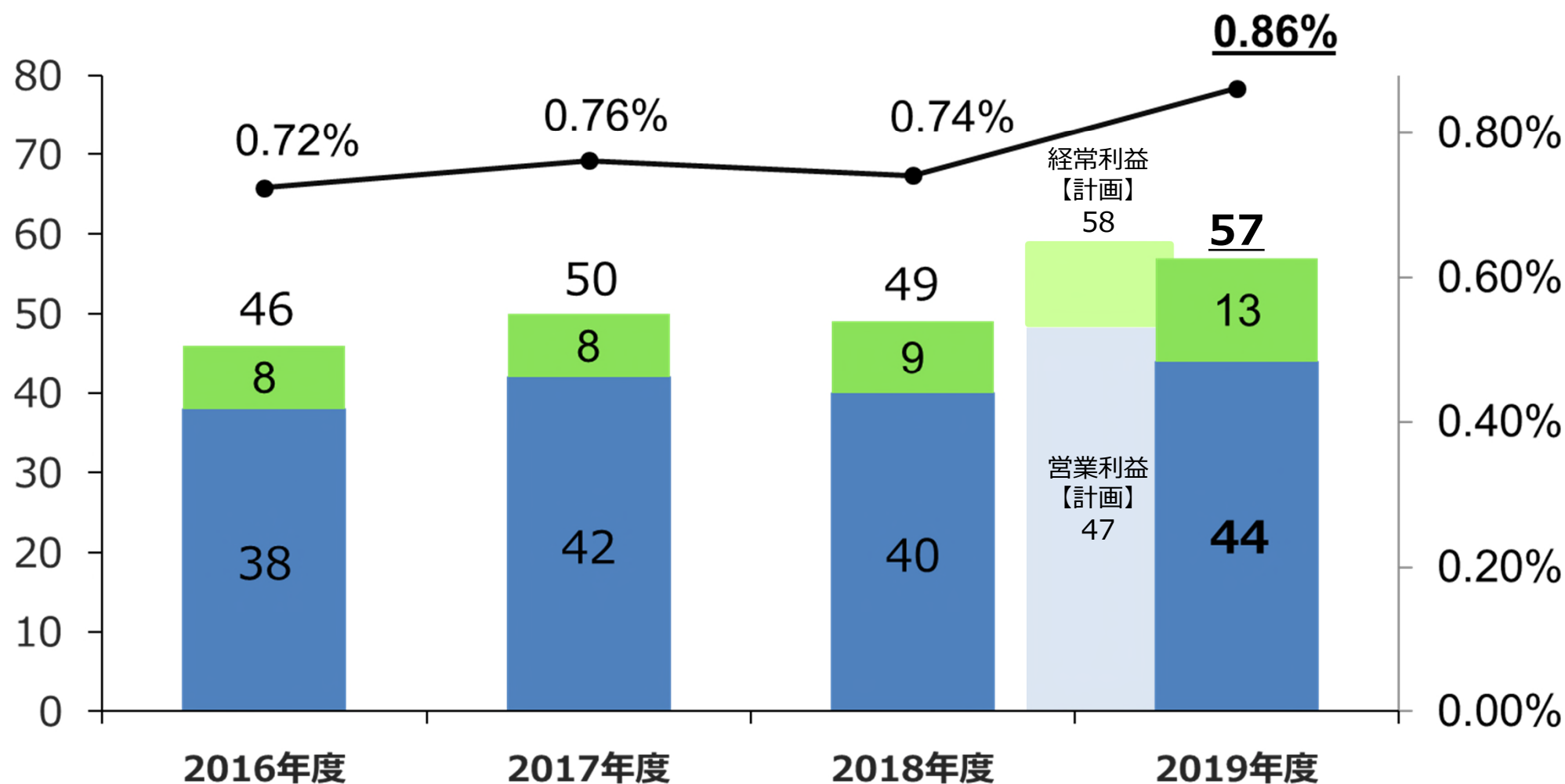
■ 商品売上総利益 ■ 収入手数料 ● 売上総利益率



(単位：億円)

【連結：累計期間】2019年4月～2020年3月（1-4Q）

■ 営業利益
 ■ 営業外損益
 合計：経常利益
 ● 経常利益率

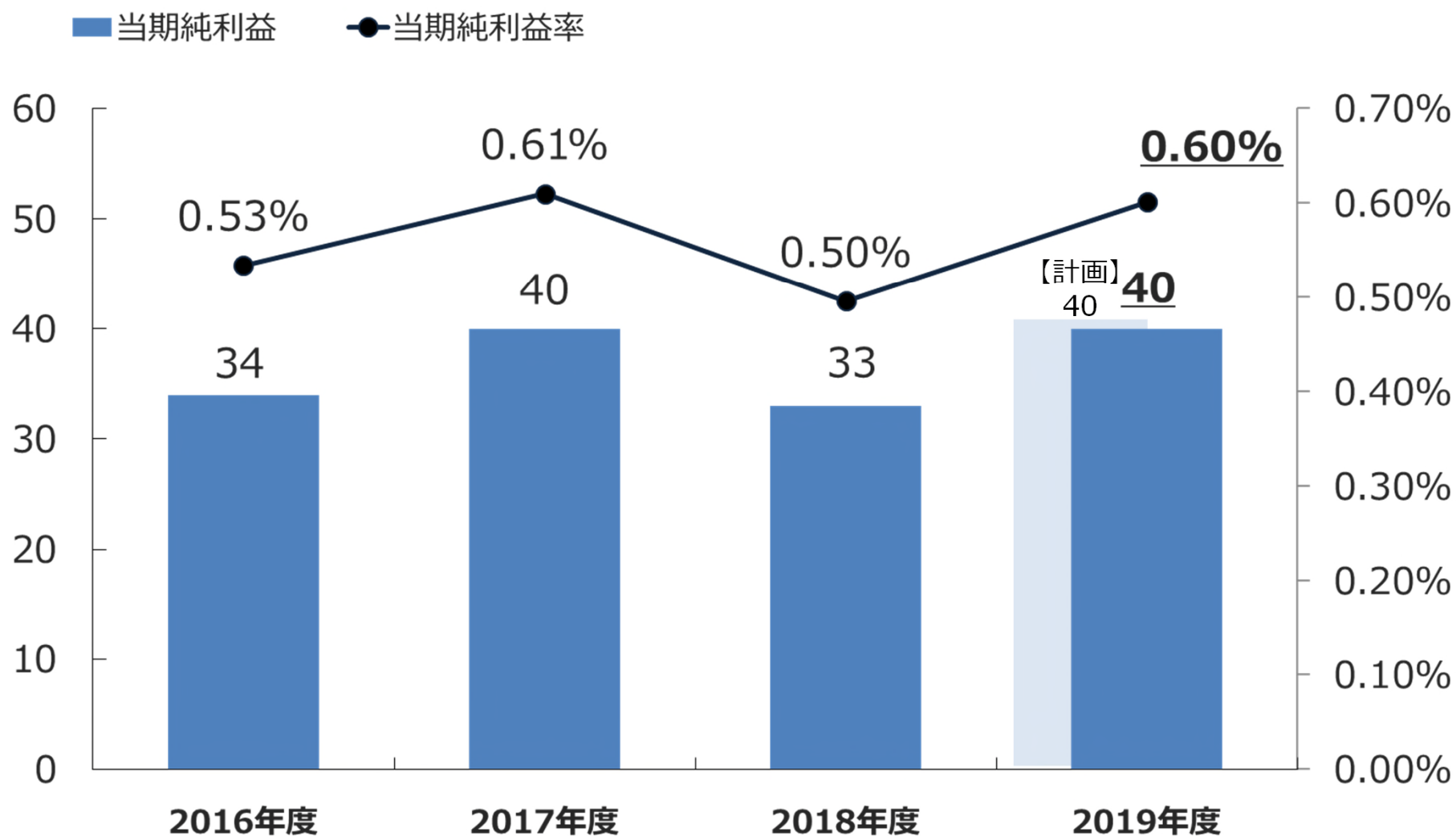


親会社株主に帰属する当期純利益



(単位：億円)

【連結：累計期間】2019年4月～2020年3月（1-4Q）



連結貸借対照表



(単位：億円)

【連結】2020年3月31日

	2018年度末 2019/3	2019年度末 2020/3	増減額
流動資産	1,733	1,665	△68
固定資産	590	619	29
総資産	2,323	2,284	△39
負債合計	1,472	1,422	△50
純資産	850	862	12
自己資本比率	36.6%	37.7%	1.1%
1株当たり 純資産(円)	6,698円	6,781円	84円

【連結：累計期間】2019年4月～2020年3月（1-4Q）

（単位：億円）

キャッシュ・フロー	2019年度実績 2019/4-2020/3	主な要因
現金及び現金同等物の 期首残高	241	
（グループ預け金を含む 実質期首キャッシュ残高）	(501)	
営業活動による キャッシュ・フロー	29	税引前当期純利益等 期末休日要因▲45億円含む
投資活動による キャッシュ・フロー	▲146	株式の取得および 資金の預け入れ等
財務活動による キャッシュ・フロー	▲17	配当金支払等
現金及び現金同等物の 期末残高	108	
（グループ預け金を含む 実質期末キャッシュ残高）	(438)	

3. 2020－2022年度 中期経営計画

中期経営計画 Transform 2022 ～領域を超えて～

2020年4月30日
伊藤忠食品株式会社





現中期経営計画総括

- 定量 ……P18
- 定性 ……P19

市場動向 ……P20

環境認識 ……P21

中期経営計画

Transform 2022～領域を超えて～

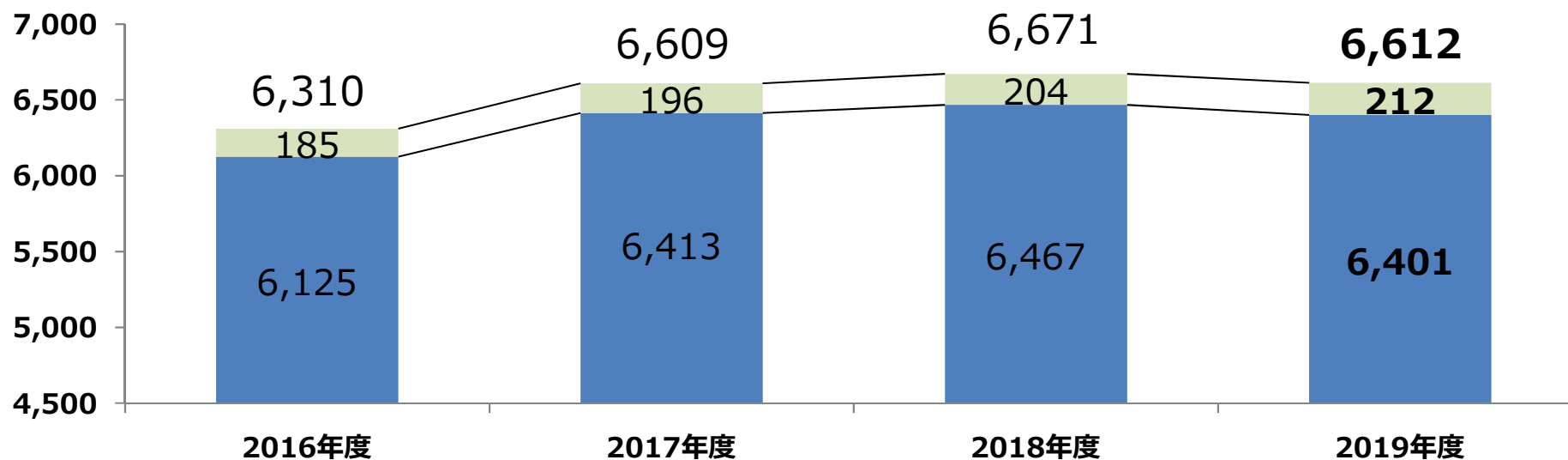
- 目指す姿 ……P22
- 2020年度定量計画 ……P23
- 基本戦略 ……P24
- 重点分野と投資方針 ……P25
- 株主還元方針 ……P26



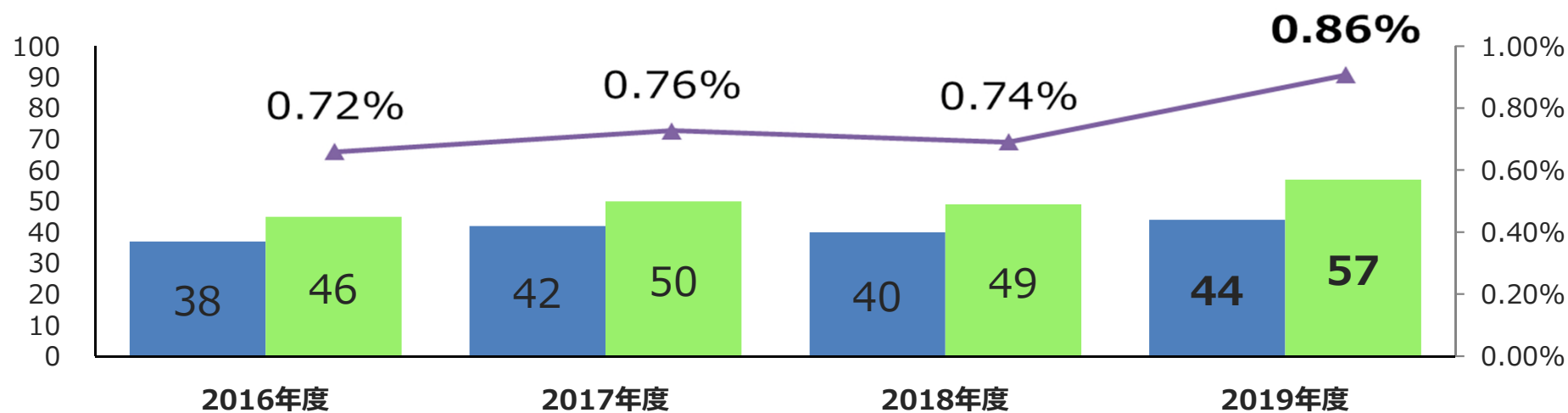
実績（連結）

（単位：億円）

商品売上高 収入手数料



営業利益 経常利益 経常利益率





3つの重点戦略

中核事業の拡大・深耕

- ・取引深耕
- ・全国対応、地域対応

オンリー 1、ナンバー 1

- ・ブランド、WEB関連
- ・酒類、ギフト

価値追求・機能強化

- ・卸機能強化
- ・新カテゴリ・新販路の獲得

経営基盤強化

成果

- ・組織再編による営業基盤強化
- ・一括物流センター受託

- ・EC事業者との取引拡大
- ・ギフトカード発行増
- ・リンベル社との業務提携

- ・菓子事業への進出
- ・オープンイノベーションの活用
- ・惣菜事業への取組

- ・女性活躍行動計画の前倒し達成
- ・業務効率化、健康経営の推進
- ・次期基幹システムの検討
- ・コンプライアンス・ガバナンスの強化

投資等

- ・得意先関連投資
- ・一括センター物流投資

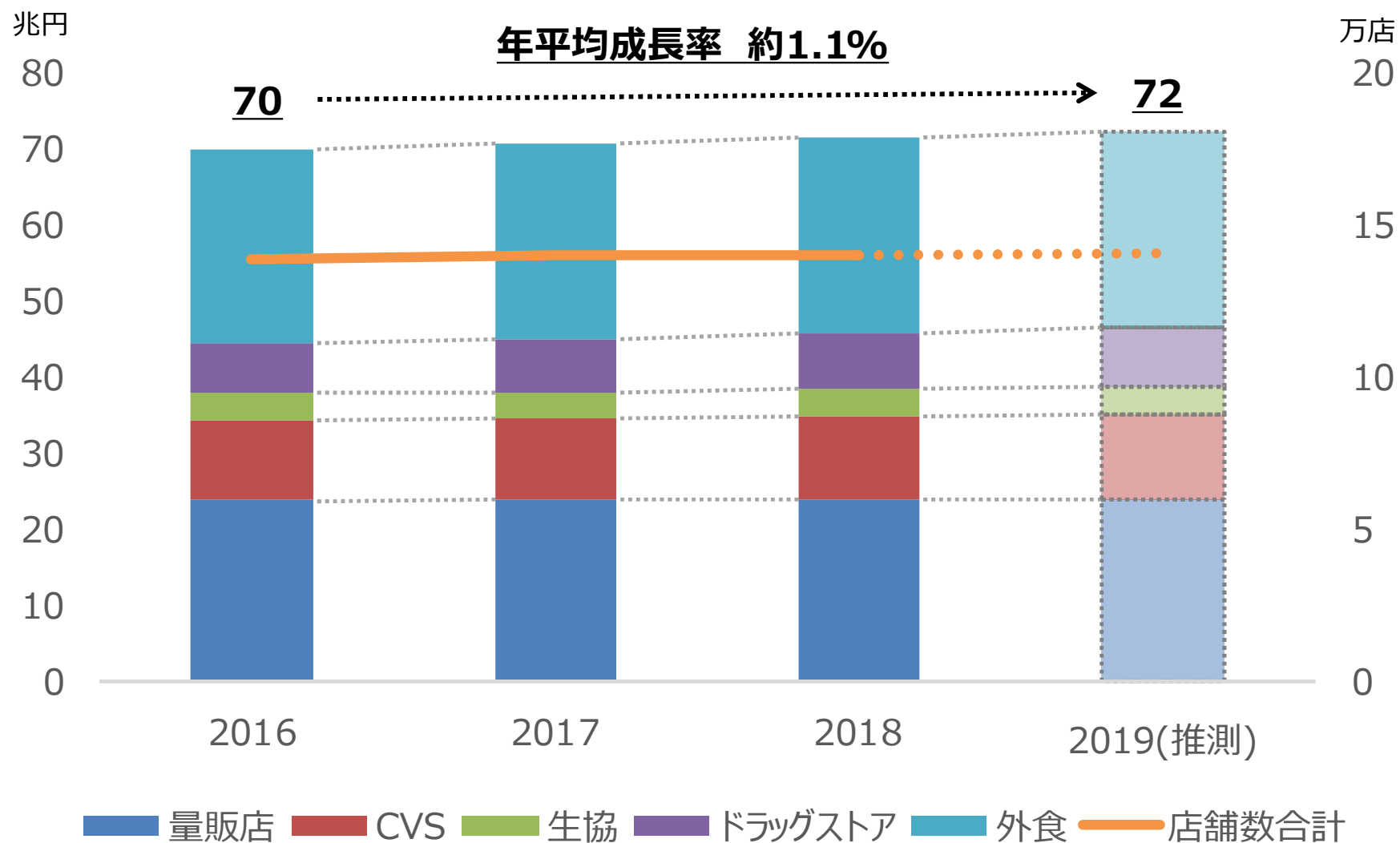
- ・ギフトカードシステム

- ・コンフェックスHD
- ・エブリー、FiNC
- ・コークッキング（TABETE）
- ・プリマハム

- ・RPA関連投資
- ・各種社内システムの次世代化



- 食品市場はオーバーストアが顕在化
- 新規出店による市場規模拡大は期待できず





■ 時代の変化と要請を先取りした成長戦略の策定が急務

経済・社会 環境の変化

- 人口減少、超高齢化社会、小規模世帯数増加
- 自然災害の増加・気候変動・パンデミック
- 企業価値評価基準の変化（ESG・SDGs・CSV・東証CGC）

消費環境の 変化

- 生活防衛・節約志向の高まり
- 量から質への転換（健康・機能・サステナビリティ）
- 嗜好のパーソナル化（時短・簡便・即食志向）

業界環境の 変化

- 労働力不足・人件費・物流費高騰
- 業種・業態を超えた再編（経営統合・業務提携）
- 決済・販促のデジタルシフト

DX導入による課題解決

持続的な成長基盤構築の為に

新中期経営計画 Transform 2022



- 売場作りへの貢献度向上・新価値創出
- 社会課題解決への取り組みによる持続的成長基盤構築

新価値の創出

既存事業の基盤強化



リテールサポート機能進化

卸売事業次世代化を支える事業基盤構築

社会課題解決への取組

(環境)

- 環境型社会への取組
 - ・食品ロス・廃棄物削減
 - ・温室効果ガスの排出抑制
 - ・環境保全



(社会)

- 安心安全な食の安定供給
- 労働環境の整備強化
 - ・健康経営推進・業務効率化・デジタル活用
- ダイバーシティ推進
- 物流機能の向上



(ガバナンス) ■ コーポレートガバナンス強化





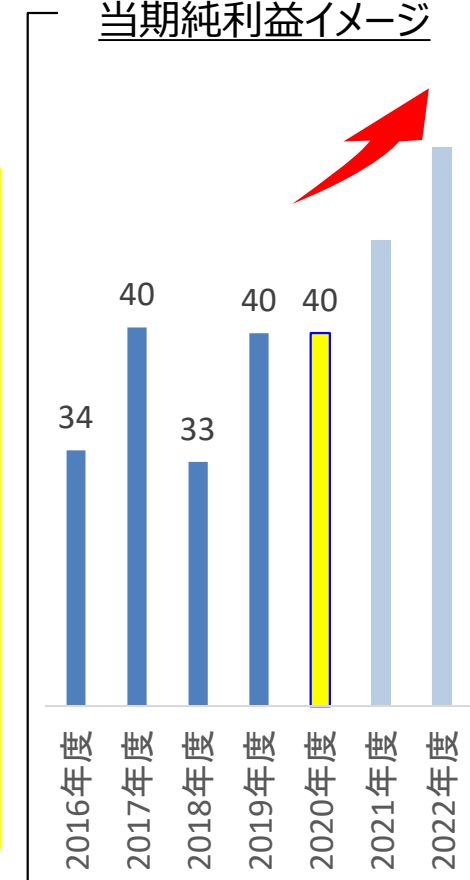
■ 収益拡大に向けた基盤構築の年と位置付け

【連結】

(単位：億円)

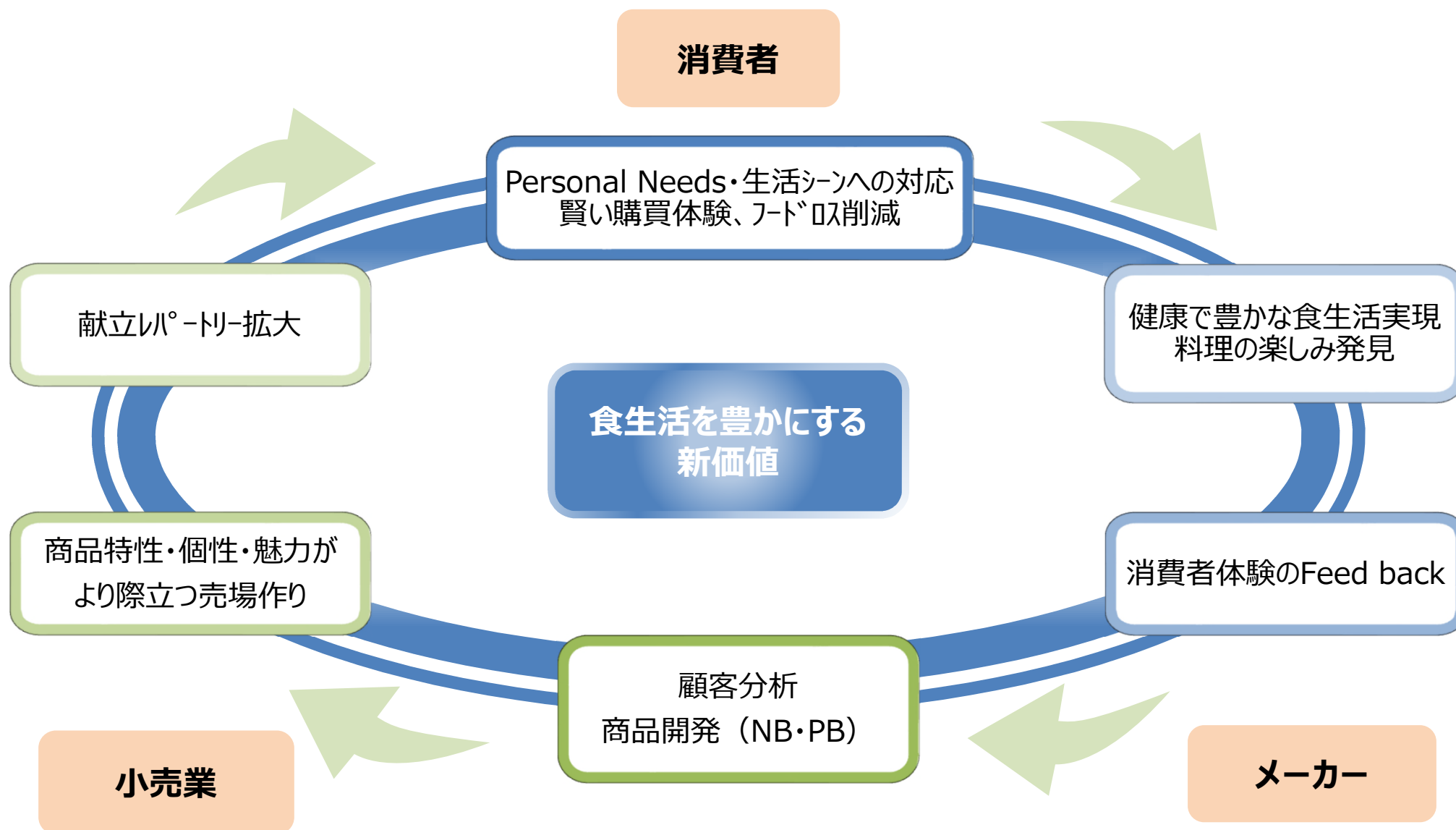
	2019年度 実績		2020年度 計画			
	売上比		売上比		前年 増減額	前年比
売上高	6,612	-	6,700	-	88	101.3%
営業利益	44	0.67%	47	0.70%	3	106.1%
経常利益	57	0.86%	60	0.90%	3	105.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	40	0.60%	40	0.60%	0	100.6%

Transform2022の
当期純利益イメージ





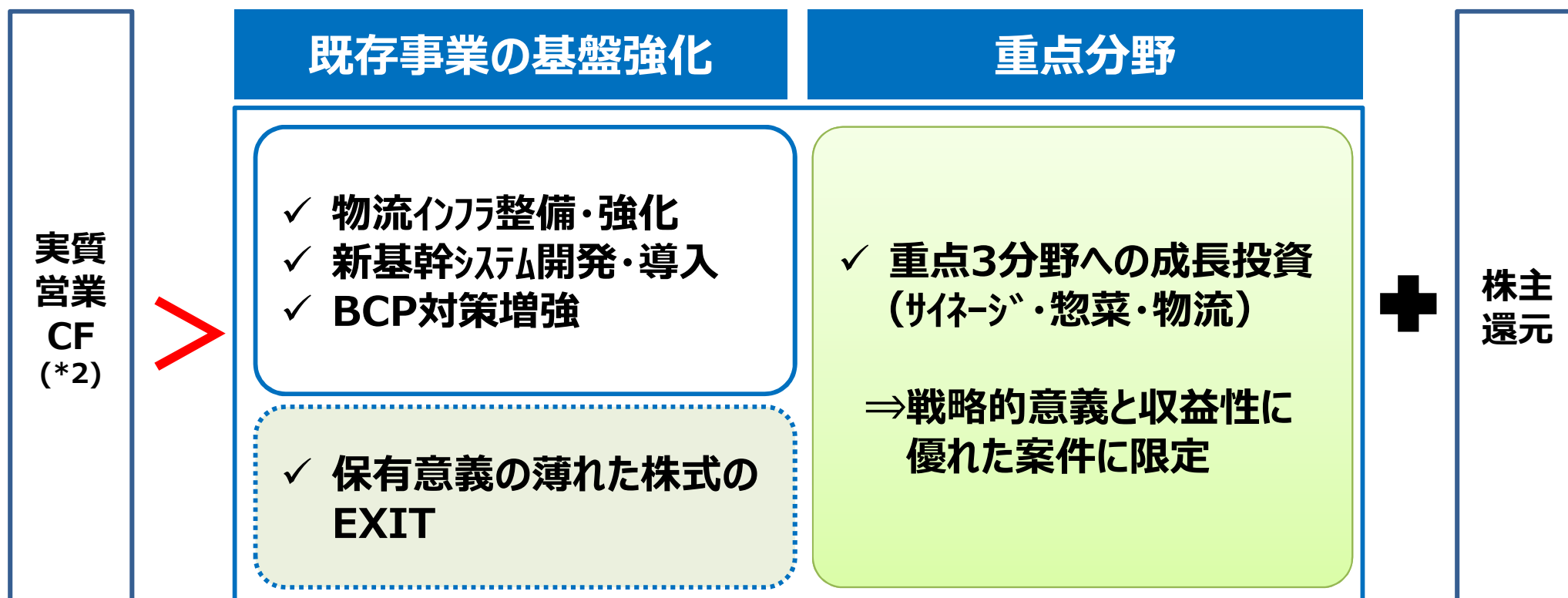
■ 製配販連携により消費者に新価値を届けるエコシステムを形成





■ 新中期経営計画3ヶ年の株主還元後の実質FCF^(※1) 黒字を維持

✓ 景気悪化にも堪えられる強固な財務基盤の堅持。



*1 実質FCF (フリー・キャッシュ・フロー) = 実質営業CF-NET投資

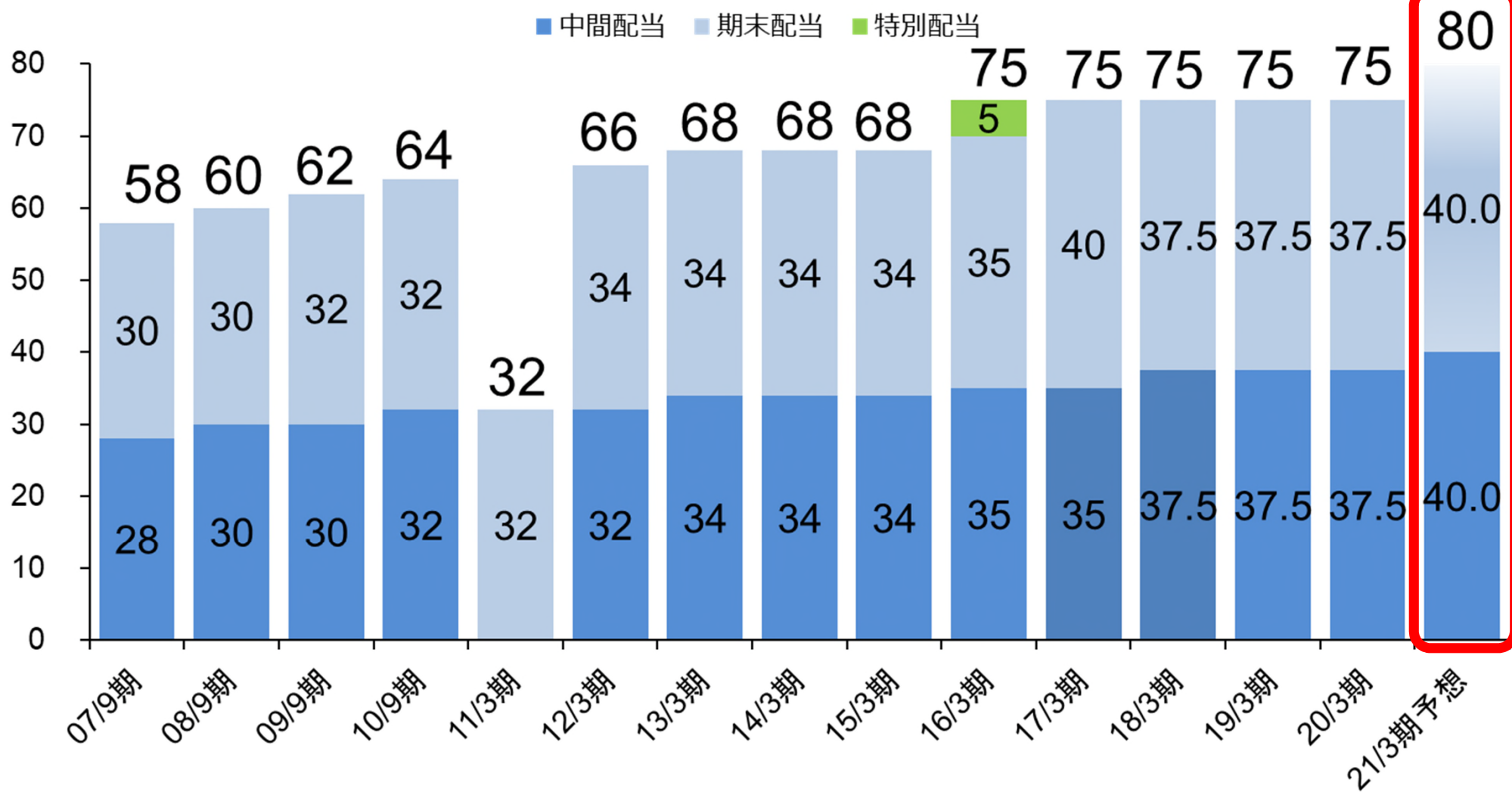
*2 実質営業CF = 営業CF-運転資金増減



Transform2022 株主還元方針



■ 1株当たり5円増配となる年間80円を安定配当予定



ISC 伊藤忠食品株式会社

本資料は2019年度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。

4.補足資料

- P. 29 マテリアリティ（重要課題）
- P. 30 商品分類別売上高
- P. 31 業態別売上高
- P. 32 エリア別売上高
- P. 33 P L 推移
- P. 34 株式状況
- P. 35 会社情報

マテリアリティ	SDGs	取組施策
1. 安心・安全な食の安定供給	 	① 安定供給に最適なインフラ整備
		② 徹底した品質管理
		③ 安定供給を支える新しい情報システム導入
		④ 災害発生時における緊急対応と安定供給
2. 物流機能の向上		① ホワイト物流推進
		② 製配販連携による物流効率化
		③ 自動化・機械化の推進
3. 環境型社会への取組推進	  	① 食品ロス・廃棄物削減につながる案件の推進
		② 温室効果ガス等の排出抑制
		③ 環境保全、環境法令等への適時適正な対応
4. 事業領域拡大と人財育成・組織力強化	 	① 出資・業務提携による新規事業領域拡大
		② 事業経営推進の為の人財戦略
5. 労働環境の整備強化と健康経営	   	① 業務効率化と生産性向上（デジタル化推進）
		② 従業員の健康増進
		③ ダイバーシティ推進体制の構築
6. コーポレートガバナンスの強化		① コーポレートガバナンスコード（CGC）への対応（ガバナンス対応方針の明確化）

【連結】

(単位:百万円)

商品分類別	19年度実績	構成比	前年比	18年度実績	構成比	増減額
ビール	154,774	23.4%	91.9%	168,454	25.2%	△ 13,680
和洋酒	104,869	15.9%	96.7%	108,438	16.3%	△ 3,569
調味料・缶詰	109,103	16.5%	104.1%	104,818	15.7%	4,285
嗜好・飲料	140,863	21.3%	101.8%	138,325	20.7%	2,538
麺・乾物	49,612	7.5%	106.2%	46,721	7.0%	2,890
冷凍・チルド	27,871	4.2%	109.1%	25,541	3.8%	2,330
ギフト	47,613	7.2%	97.0%	49,064	7.4%	△ 1,451
その他	26,540	4.0%	103.0%	25,767	3.9%	773
合計	661,244	100.0%	99.1%	667,128	100.0%	△ 5,884

(ギフトの内、酒類23,168)

【連結】

(単位:百万円)

業態別	19年度実績	構成比	前年比	18年度実績	構成比	増減額
卸売業	85,590	12.9%	96.6%	88,578	13.3%	△ 2,989
百貨店	28,310	4.3%	101.0%	28,032	4.2%	278
スーパー	409,290	62.0%	100.0%	409,181	61.3%	109
CVS・ミニスーパー	66,048	10.0%	95.2%	69,343	10.4%	△ 3,295
その他小売業	39,973	6.0%	98.9%	40,422	6.1%	△ 448
その他	32,032	4.8%	101.5%	31,572	4.7%	460
合計	661,244	100.0%	99.1%	667,128	100.0%	△ 5,884

【連結】

(単位: 百万円)

エリア別	19年度実績	構成比	前年比	18年度実績	構成比	増減額
北海道	21,900	3.3%	99.2%	22,085	3.3%	△ 185
東北	16,934	2.6%	98.8%	17,137	2.6%	△ 202
関東甲信越	293,546	44.4%	99.8%	294,047	44.1%	△ 501
東海北陸	103,989	15.7%	100.2%	103,791	15.6%	198
近畿	138,929	21.0%	96.4%	144,131	21.5%	△ 5,201
中四国	33,343	5.0%	99.0%	33,697	5.1%	△ 353
九州沖縄	52,602	8.0%	100.7%	52,242	7.8%	360
計	661,244	100.0%	99.1%	667,128	100.0%	△ 5,884

(注) 一部エリアの前年実績を組織変更に合わせて再集計しております。

【連結】

(単位:百万円)

	2016年度 通期			2017年度 通期			2018年度 通期			2019年度 通期		
	実績	売上比	前年比	実績	売上比	前年比	実績	売上比	前年比	実績	売上比	前年比
売上高	631,003	-	96.6%	660,900	-	104.7%	667,128	-	100.9%	661,244	-	99.1%
売上総利益	34,865	5.5%	99.3%	36,038	5.5%	103.4%	36,782	5.5%	102.1%	35,610	5.4%	96.8%
販売管理費	▲ 31,086	4.9%	99.9%	▲ 31,791	4.8%	102.3%	▲ 32,739	4.9%	103.0%	▲ 31,180	4.7%	95.2%
営業利益	3,780	0.6%	94.9%	4,247	0.6%	112.4%	4,043	0.6%	95.2%	4,430	0.7%	109.6%
経常利益	4,566	0.7%	97.8%	5,032	0.8%	110.2%	4,943	0.7%	98.2%	5,700	0.9%	115.3%
親会社株主に帰属する 当期純利益	3,373	0.5%	112.3%	4,031	0.6%	119.5%	3,310	0.5%	82.1%	3,976	0.6%	120.1%

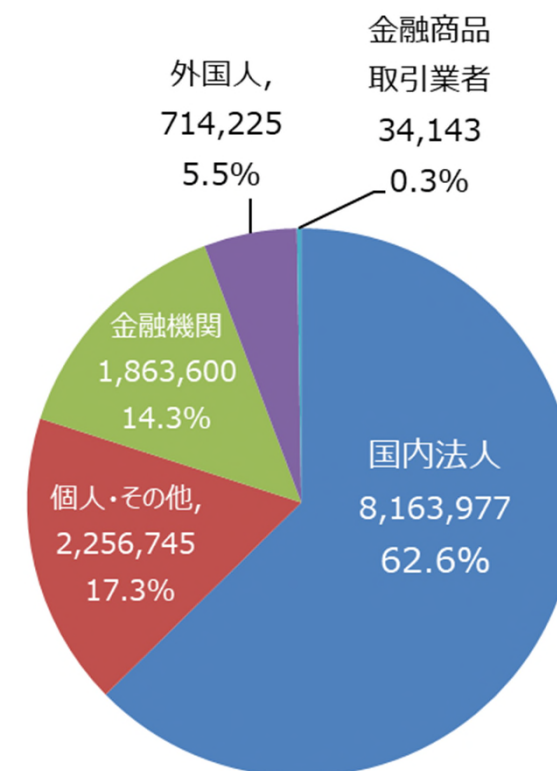
◆大株主（2020年3月31日現在）

株主名	持株数（株）	持株比率（%）
伊藤忠商事株式会社	6,620,316	52.18
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	6.42
味の素株式会社	339,129	2.67
アサヒビール株式会社	296,500	2.33
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	1.96
日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）	242,600	1.91
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社（信託口）	189,500	1.49
伊藤忠食品 従業員持株会	134,000	1.06
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社（信託口5）	96,500	0.76
はごろもフーズ株式会社	87,100	0.69

（注） 1 上記のほか、自己株式が345,337株あります。

2 持株比率は、発行済株式の総数から自己株式数を控除して計算しております。

◆所有者別 株式分布状況



◆株式の総数・株主数

発行可能株式総数 40,000,000株
 発行済株式の総数 13,032,690株
 株主数 12,638名 （前期末比較 732名減少）

◆概要（2020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1,170名 個別843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	https://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）