

# 2021年度 第2四半期 決算説明資料

---

価値創造に向けて進化する  
グッド・カンパニーへ

2021年10月29日  
伊藤忠食品株式会社

(見通しに関する注意事項)

本資料に記載されているデータや将来予測は、本資料の発表日現在において入手可能な情報に基づくもので、種々の要因により影響を受けることがありますので、実際の業績は見通しから大きく異なる可能性があります。従って、これらの将来予測に関する記述に全面的に依拠することは差し控えるようお願いいたします。また、当社は新しい情報、将来の出来事等に基づきこれらの将来予測を更新する義務を負うものではありません。





1. 2021年度 第2四半期 決算総括	… P.3
2. 2021年度 第2四半期 業績説明	… P.6
3. 2021年度 上期トピックス	… P.14
4. 補足資料	… P.21

# 1. 2021年度 第2四半期 決算総括

---



# 2021年度 第2四半期 決算総括（PLハイライト）

IISCA

(単位：億円)

	2020年度 第2四半期累計	2021年度 第2四半期累計	前年 増減額	通期 公表見通し
売上高 <sup>(※)</sup>	3,390	3,075	△ 314	6,200
営業利益	19	26	+ 7	50
営業利益率	0.56%	0.86%	+ 0.30%	0.81%
経常利益	25	33	+ 8	62
経常利益率	0.74%	1.09%	+ 0.34%	1.00%
親会社株主に帰属する 四半期純利益	18	23	+ 5	41

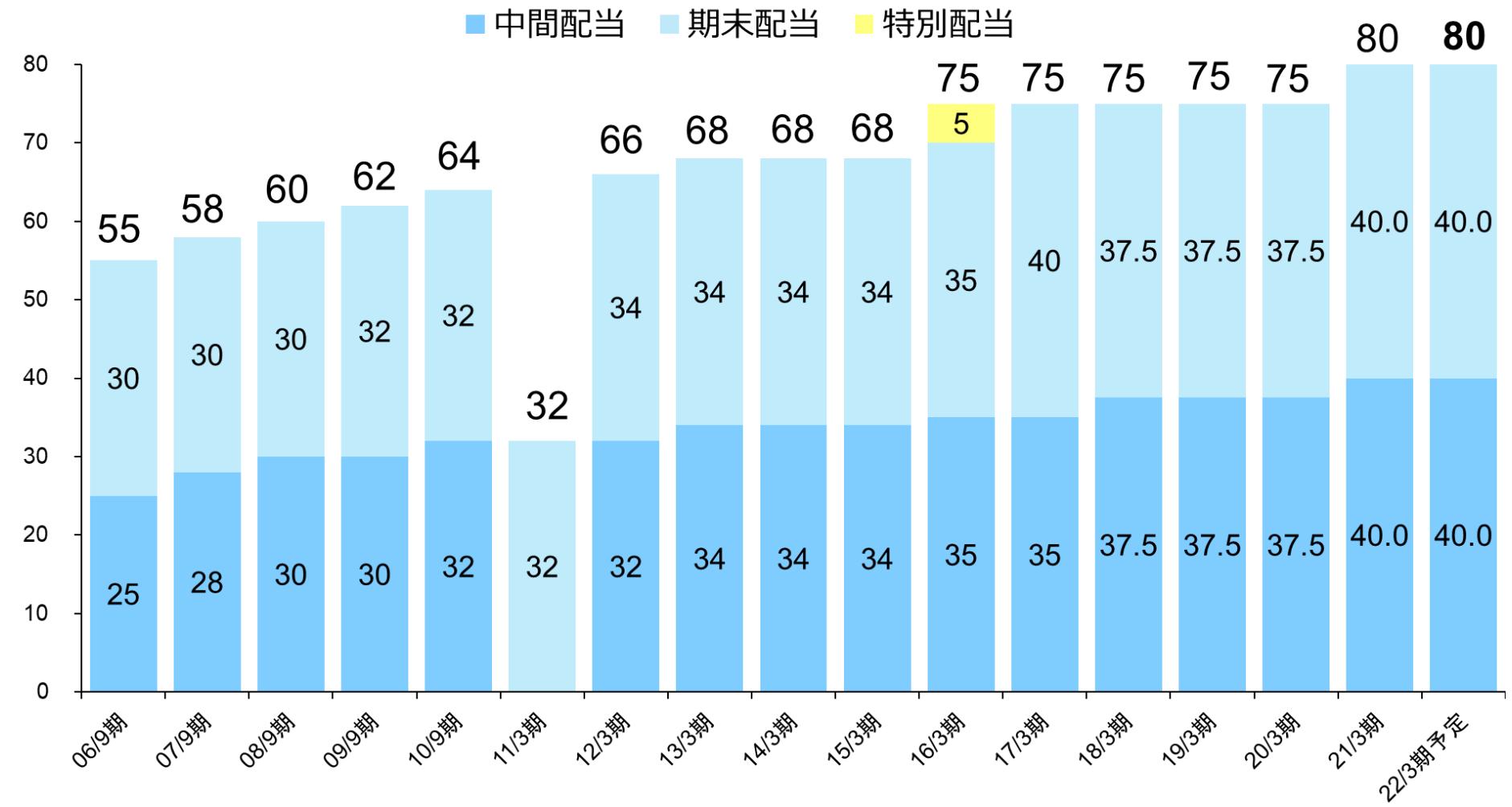
(※) 2021年度の期首より「収益認識に関する会計基準」（企業会計基準第29号）等を適用しております。  
その影響により、売上高～販管費の前年比同一基準比較が困難である旨、ご承知おきください。



# 株主還元（配当）

IAC

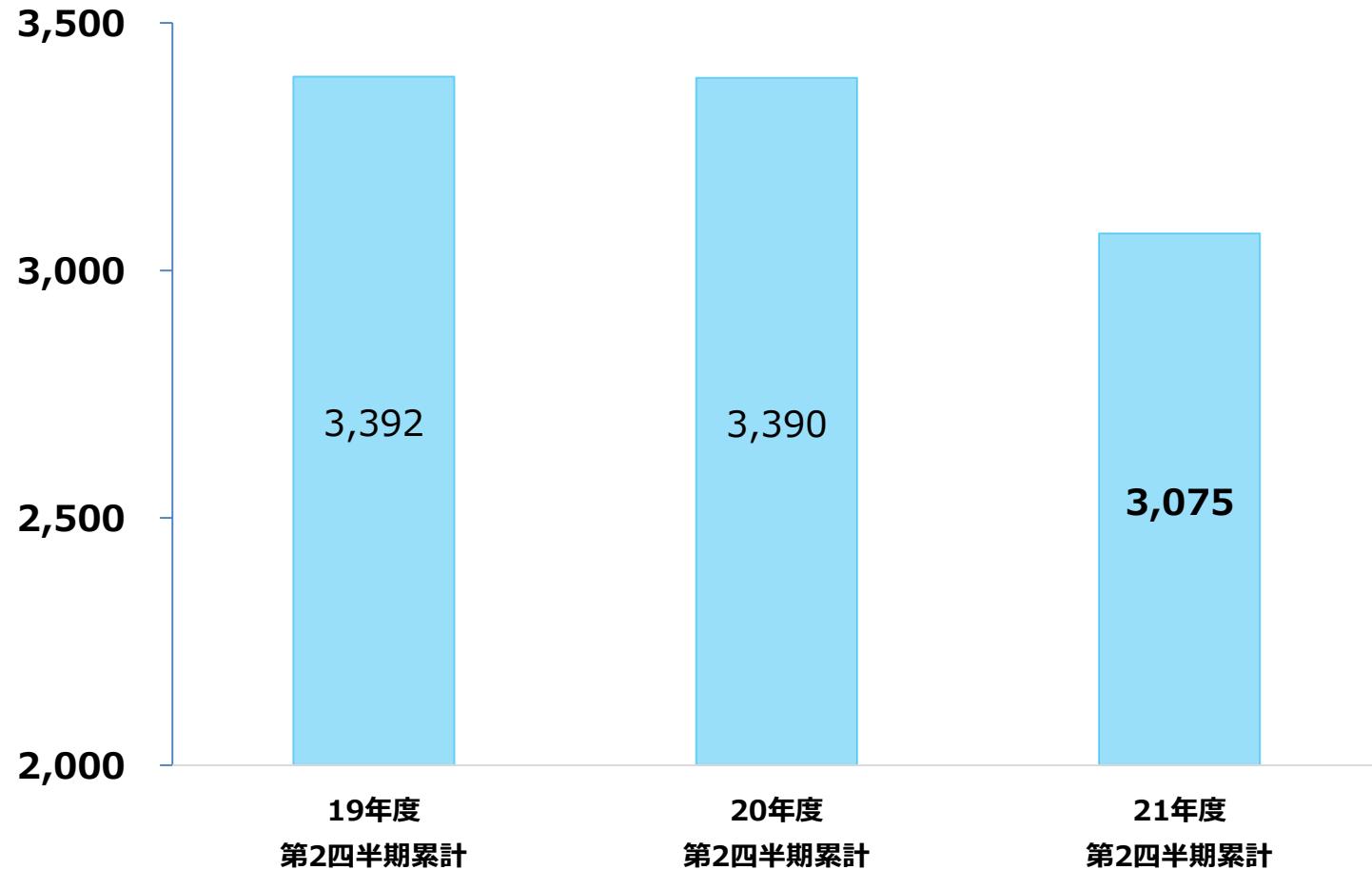
（単位：円／1株）



## 2. 2021年度 第2四半期 業績説明

---

(单位：億円)



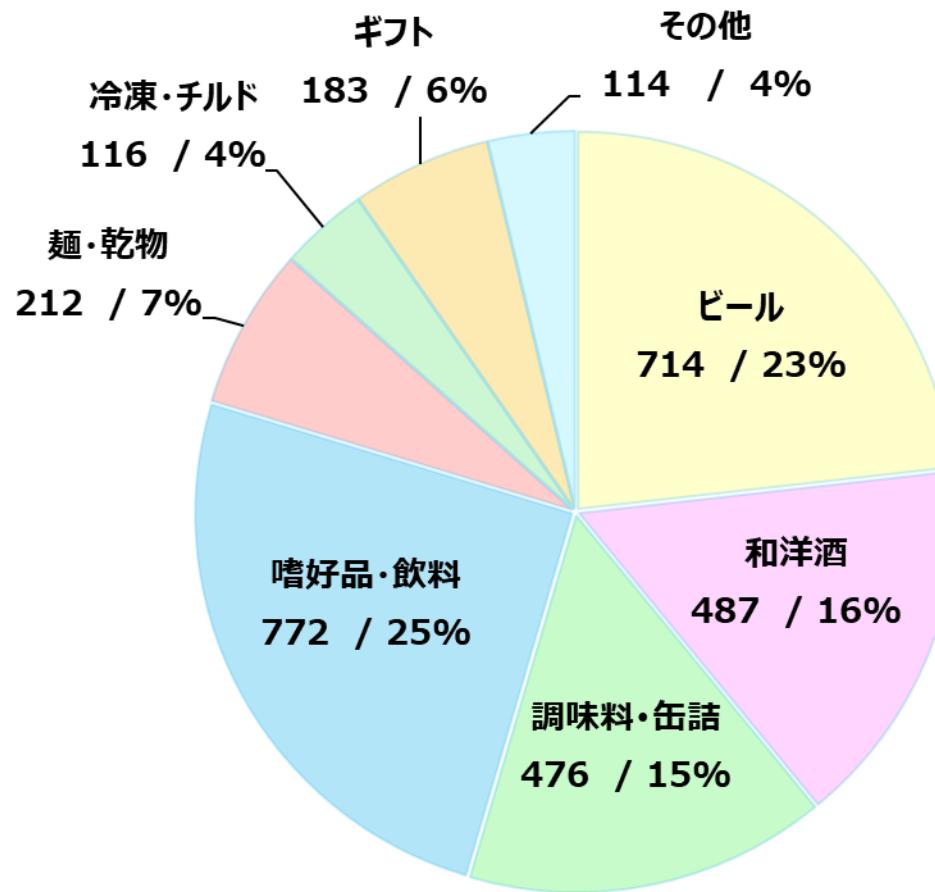


# 商品分類別売上高

ISC

(単位：億円)

## 商品分類別 売上高及び構成比



商品分類 / 売上高（億円） / 構成比（%）

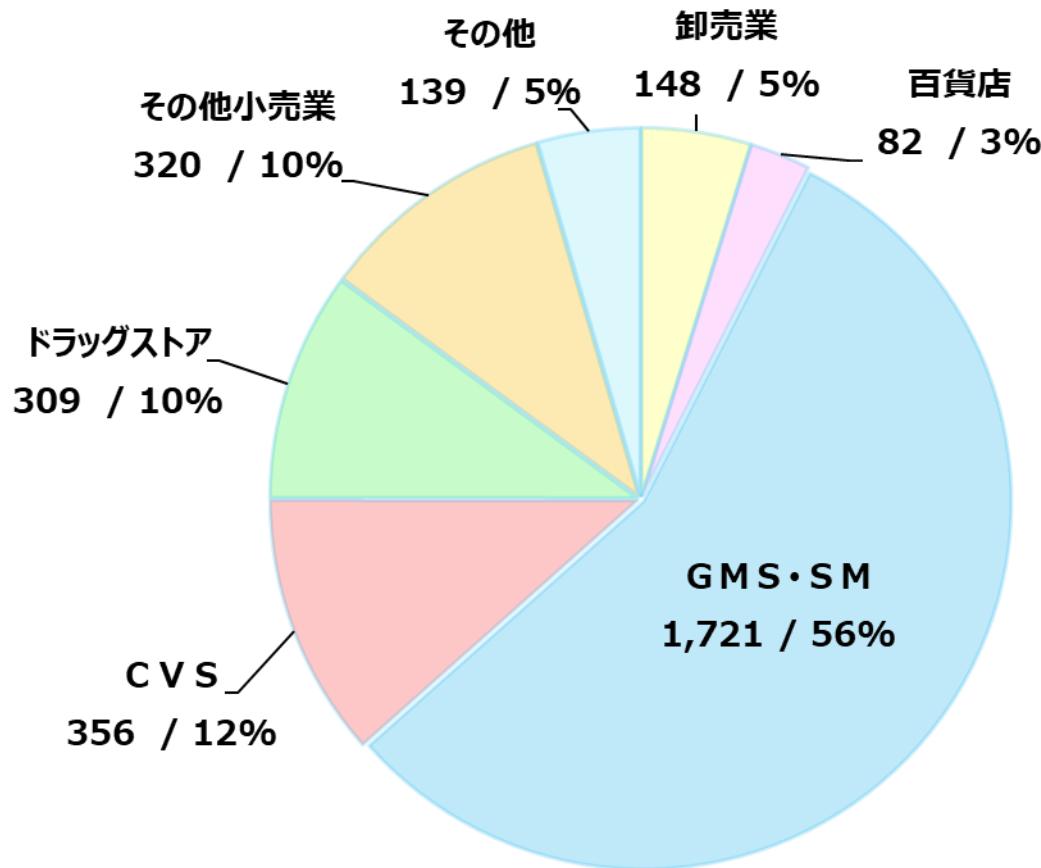
(注) RTDは「和洋酒」に含んでおります。

(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)

## 業態別 売上高及び構成比



業態分類 / 売上高（億円） / 構成比（%）

(※)今年度より、「GMS・SM」から「ドラッグストア」を独立させて表記しております。

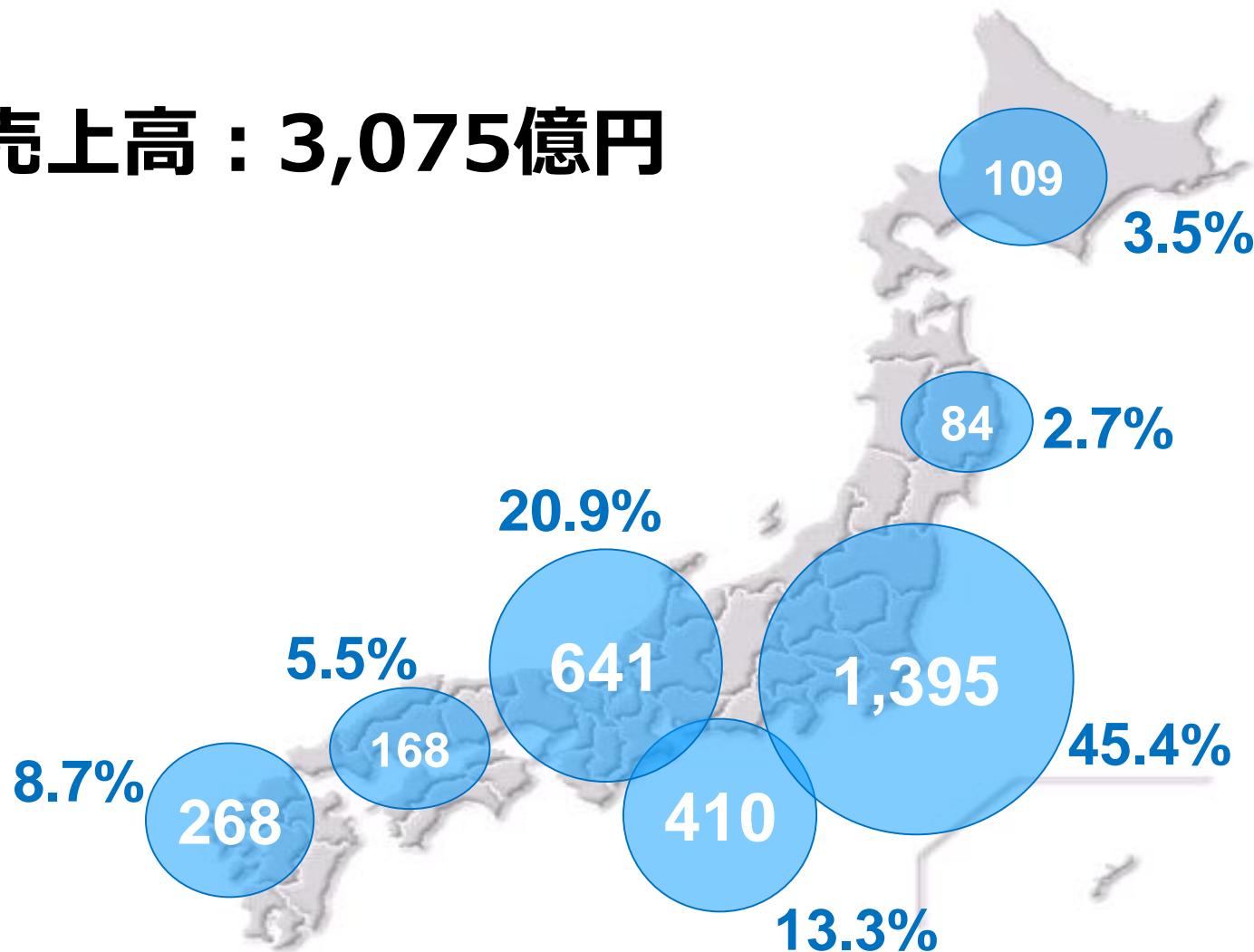


# エリア別売上高および構成比

ISCS

(単位 : 億円)

売上高 : 3,075億円



三大都市圏合計 : 2,446億円

(※) 表内の%は構成比を表します。



# 営業利益・経常利益・四半期純利益

IISCA

(単位：億円)

	2019年度 第2四半期累計	2020年度 第2四半期累計	2021年度 第2四半期累計
営業利益	14	19	26
営業外損益	5	6	7
経常利益	19	25	33
親会社株主に帰属する 四半期純利益	13	18	23



# 連結貸借対照表

HSC

(単位：億円)

	2020年度 期末	2021年度 9月末	増減額
流動資産	1,674	1,799	+ 125
固定資産	638	674	+ 36
総資産	2,312	2,473	+ 161
負債合計	1,378	1,511	+ 132
純資産	933	962	+ 29
自己資本比率	40.4%	38.9%	△ 1.5%
1 株当たり純資産(円)	7,354	7,584	+ 229



(単位：億円)

キャッシュ・フロー	2021年度 第2四半期累計	主な要因/備考
現金及び現金同等物の 期首残高	26	
営業活動による キャッシュ・フロー	38	税引前四半期純利益等
投資活動による キャッシュ・フロー	▲ 44	資金預け入れ、 株式取得等
財務活動による キャッシュ・フロー	▲ 2	配当等
現金及び現金同等物の 期末残高	18	

### 3. 2021年度 上期トピックス

---



## ■ 中期経営計画達成に向け、重点分野や既存事業の取り組みを推進

1

- デジタルサイネージは、各エリアの有力スーパーとの取り組みが順調に進む
  - ・消費者起点の売場活性化に注力し、事例を蓄積
  - ・OMO「Online Merges with Offline」の確立に向けた取り組み継続

※Online Merges with Offline（オンラインとオフラインを融合させたマーケティング施策）

2

- 液体凍結技術を活用した、冷凍食品ブランド「凍眠市場」の販路拡大
  - ・百貨店、ギフトカタログ、EC等、多様な販路展開
  - ・差別化できるギフト向け商材が倍増
  - ・メディアへの露出も増加し、消費者認知向上

3

- デジタルギフト/ギフトカードの拡充
  - ・2021年度上期で53アイテムまで取り扱い増加
  - ・非対面・非接触のニーズにいち早く対応
  - ・文明堂、凍眠市場、サダハルアオキ、接待手土産（ぐるなび）などブランドと連携した新しいラインアップを拡充



## トピックス② 初の総合WEB展示会を開催

ISC

### ■ 初の総合WEB展示会を開催※（2021年7月～9月）

WEBの特性を活かし、秋冬新商品やトレンドをフルラインで提案

※WEB展示会としては2回目

### ■ 22年1月には東海展示会を開催。リアルとWEBのハイブリット型を予定

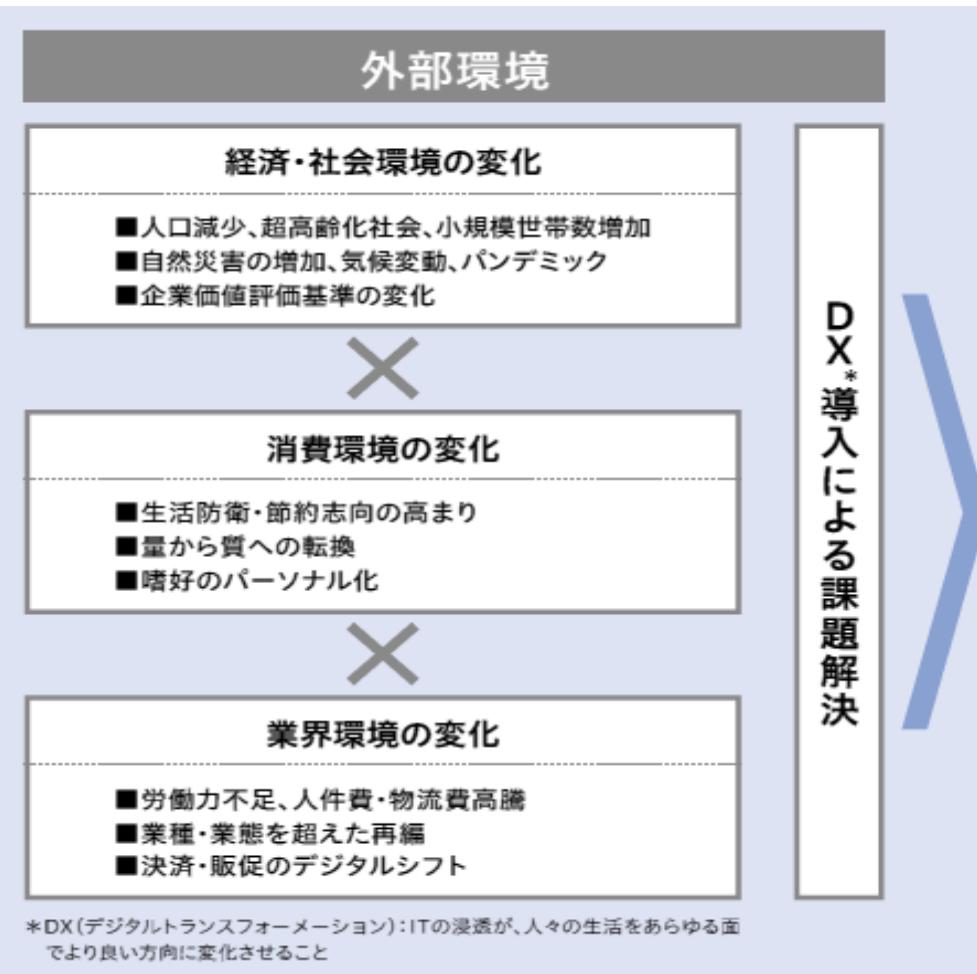
The screenshot shows the homepage of the Food wave Online 2021 Autumn exhibition. The top navigation bar includes links for '商品を探す' (Search products), 'メーカーを探す' (Search manufacturers), '見積依頼' (Request quote), and '会場ルートの見方' (How to view the venue route). On the left, a vertical sidebar menu lists: 会場案内 (Venue guide), TOP, ISC提案ゾーン (ISC proposal zone), メーカージーン (Manufacturer zone), 新商品ゾーン (New product zone), イベントゾーン (Event zone), アンケート (Survey), お問い合わせ (Contact us), ログアウト (Logout), and NEWS. The main content area features a large banner for 'Food wave オンライン 2021 秋冬' with a portrait of a man in a suit. Below it, several zones are displayed: 'ISC提案 ZONE', 'メーカー ZONE', '新商品 ZONE', and 'イベント ZONE'. A green banner in the center reads 'おすすめブース' (Recommended booth) and '消費者起点でお届けする 3つのNEW 新価値・新生活・新商品' (Delivered from the consumer's perspective, 3 new values: New Value, New Life, New Product). A red banner on the right offers a 'アンケートに答えて、ギフトカードプレゼント!' (Answer the survey and get a gift card!) promotion. At the bottom, there are images of people in a kitchen setting and a 'TOKUOK' logo.



## トピックス③ 新基幹システム開発スタート

HSC

- 基幹システムの再構築を開始  
会計・営業・物流の全システムを刷新し、卸売業のDXを推進



- システム施策**
- 1 情報の収集・共有が容易な情報基盤の構築
  - 2 発注精度向上
  - 3 利便性向上、業務効率化
  - 4 一覧参照画面の充足（ペーパーレス）
  - 5 システム機能の共通化による維持管理工数圧縮  
得意先対応のスピード向上

ホストコンピュータからクラウドオープン化へ  
長期的なシステム運用・保守基盤の確保



## トピックス④ 健康経営の推進

HSC

- 2021年3月に健康経営宣言を策定し、具体的な取り組みをスタート

### 主な 取り組み施策

- 三大疾病サポート保険・がん高度先進医療保険への加入
- 新型コロナワイルスワクチン職域接種の実施
- 二次検診・婦人科健診を業務扱いとする制度改正

### その他、健康、 生活習慣支援施策

- 人間ドックの会社補助拡大
- 健康セミナー・婦人科健診セミナー実施による健康リテラシー向上
- 健康施策参加者への社内インセンティブポイント付与





## ■ 多様な働き方、女性活躍推進など、様々な施策を推進

### 目指す姿

社員一人ひとりの多様性を受け入れ、能力を発揮してもらうことで、持続的な成長を遂げられる、より魅力のある企業・組織になる



### 方針

中長期的な視点でダイバーシティが根付くような  
環境整備、制度設計を進める

#### 女性活躍推進

- 女性がより活躍できる環境・制度を整備し、  
早期に女性管理職のロールモデルを構築する
  - 女性管理職（リーダー）の育成
  - 育休復帰支援への取り組み  
(育休復帰プログラム策定)
  - キャリアと育児・介護の両立に向けた  
サポート実施

#### 人事制度改革

- 女性活躍推進を皮切りに、年代や職種形態など、さら  
に人財の多様性が可能となるよう人事制度を見直し
  - 評価制度や従業員区分などの見直し
  - 多様な働き方を推進

**ISC** 伊藤忠食品株式会社

## 4.補足資料

---

- P. 22 商品分類別売上高
- P. 23 業態別売上高
- P. 24 エリア別売上高
- P. 25 P L 推移
- P. 26 株式状況
- P. 27 会社情報



# 商品分類別売上高

## 【連結】

(単位:百万円)

商品分類別	20年度 第2四半期累計	構成比	21年度 第2四半期累計	構成比
ビール	76,403	22.5%	71,440	23.2%
和洋酒	53,407	15.8%	48,692	15.8%
調味料・缶詰	55,397	16.3%	47,615	15.5%
嗜好品・飲料	78,426	23.1%	77,246	25.1%
麺・乾物	25,485	7.5%	21,197	6.9%
冷凍・チルド	13,418	4.0%	11,553	3.8%
ギフト	23,658	7.0%	18,333	6.0%
その他	12,763	3.8%	11,437	3.7%
合計	338,956	100.0%	307,513	100.0%

(※)「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を第1四半期連結会計期間の期首から適用しており、2021年度第2四半期に係る各数値については、当該会計基準等を適用した後の数値となっており、対前年同四半期増減率は記載しておりません。



# 業態別売上高

【連結】

(単位:百万円)

業態別	20年度 第2四半期累計	構成比	21年度 第2四半期累計	構成比
卸売業	33,026	9.7%	14,769	4.8%
百貨店	13,457	4.0%	8,181	2.7%
GMS・SM	177,875	52.5%	172,132	56.0%
CVS	34,515	10.2%	35,598	11.6%
ドラッグストア	30,524	9.0%	30,917	10.0%
その他小売業	34,709	10.2%	32,040	10.4%
その他	14,849	4.4%	13,876	4.5%
合計	338,956	100.0%	307,513	100.0%

(※)「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を第1四半期連結会計期間の期首から適用しており、  
2021年度第2四半期に係る各数値については、当該会計基準等を適用した後の数値となっており、対前年同四半期増減率は記載しておりません。



## 【連結】

(単位:百万円)

エリア別	20年度 第2四半期累計	構成比	21年度 第2四半期累計	構成比
北海道	10,832	3.2%	10,902	3.5%
東北	8,900	2.6%	8,402	2.7%
関東甲信越	147,115	43.4%	139,499	45.4%
東海北陸	53,806	15.9%	40,964	13.3%
近畿	71,570	21.1%	64,139	20.9%
中四国	17,665	5.2%	16,786	5.5%
九州沖縄	29,068	8.6%	26,821	8.7%
合計	338,956	100.0%	307,513	100.0%

(※)「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を第1四半期連結会計期間の期首から適用しており、2021年度第2四半期に係る各数値については、当該会計基準等を適用した後の数値となっており、対前年同四半期増減率は記載しておりません。



## 【連結】

(単位:百万円)

	2018年度 上期		2019年度 上期		2020年度 上期		2021年度 上期	
	実績	前年比	実績	前年比	実績	前年比	実績	前年比
売上高	345,461	103.4%	339,206	98.2%	338,956	99.9%	307,513	-
売上総利益	18,175	103.6%	17,784	97.9%	16,895	95.0%	16,890	-
販売管理費	▲16,529	103.5%	▲16,384	99.1%	▲14,992	91.5%	▲14,251	-
営業利益	1,646	105.2%	1,400	85.1%	1,902	135.8%	2,639	-
経常利益	2,068	106.8%	1,923	93.0%	2,518	130.9%	3,342	-
親会社株主に帰属する 四半期純利益	1,401	75.0%	1,302	93.0%	1,820	139.8%	2,347	-

(※)「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を第1四半期連結会計期間の期首から適用しており、2021年度第2四半期に係る各数値については、当該会計基準等を適用した後の数値となっており、対前年同四半期増減率は記載しておりません。

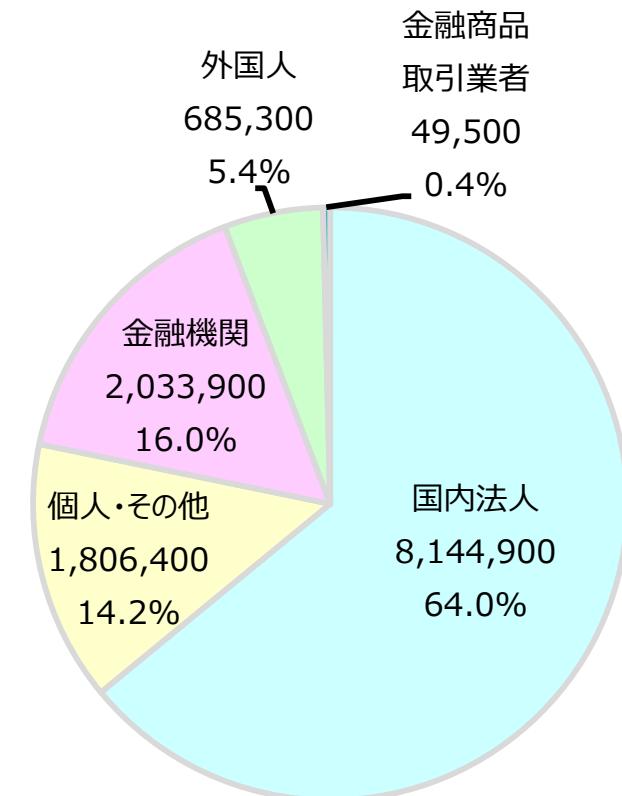


# 株式状況

## ◆大株主（2021年9月30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
株式会社日本カストディ銀行 (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
日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）	571,100	4.50
味の素株式会社	339,129	2.67
アサヒビール株式会社	296,500	2.34
株式会社日本カストディ銀行（信託口）	281,800	2.22
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 株式会社日本カストディ銀行	249,300	1.96
伊藤忠食品 従業員持株会	138,400	1.09
はごろもフーズ株式会社	87,100	0.69
DFA INTL SMALL CAP VALUE PORTFOLIO (常任代理人 シティバンク、エヌ・エイ東京支店)	71,900	0.57

## ◆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 12,720,000株  
 株主数 11,418名 (前期末比較 994名減少)



## ◆概要（2021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1,202名 個別898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	<a href="https://www.itochu-shokuhin.com/">https://www.itochu-shokuhin.com/</a>

## ◆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）