

# 第108期 中間報告書

2025.4.1 ▶ 2025.9.30

株主の皆さまにおかれましては、日頃より当社グループ事業への厚いご支援を賜り、心より御礼申し上げます。

2025年度(第108期)中間期(2025年4月1日から2025年9月30日まで)の事業概況をご報告し、通期業績の見通しについてご説明させていただきます。

2025年11月



## トップメッセージ

## 市場の変化を捉える力を 競争力へと昇華させビジネスを拡大

### 2025年度中間期までの業績

当中間期は、雇用・所得環境の改善により緩やかな回復傾向が続いており、個人消費には持ち直しの兆しが見られました。

食品流通業界は原材料価格、人件費や物流費の上昇に伴う商品価格の値上げが継続するなかで、消費者の節約志向により買上点数の減少や低価格・PB商品へのシフトが進んでおります。一方で、高付加価値商品や差別化商品は引き続き堅調な動きを示しており、さらに「タイプ」、「コスパ」等の価値観のシフトが見られるなど、消費者行動の多様化・複雑化が進んでおります。

このような状況下、当社グループの中間期までの売上高は新規取引の拡大及び記録的な猛暑による飲料の増加

に加え、RTDやノンアルコール飲料等が好調に推移したことなどから前年同期比増収となりました。また利益については、売上の伸長による粗利の増加に加え、物流面でも物流収入の増加や、同業卸との協業及び運営の効率化を図ることで、営業利益は増益となりました。結果、前年度の一過性利益の反動はありましたが、純利益は前年同期と同水準に達しました（実績数値はP2下部の連結決算ハイライトをご参照ください）。

### 中期経営計画

### 「Transform 2025～創造と循環～」の進捗

今期は中期経営計画「Transform 2025～創造と循環～」の最終年度として単年度副題“Catch the Market



伊藤忠食品株式会社

証券コード: 2692



代表取締役社長  
社長執行役員

岡本 均

Phase 2”を掲げ、市場の変化を捉える力を競争力へと昇華させることでビジネスの拡大に注力しております。

重点分野として掲げた情報分野では、他社との連携強化により当社が展開する広告が放映可能なデジタルサイネージは約1万9千台に拡大しました。また、チラシ等への送客を図るアプリと店内のデジタルサイネージを連動させることで、より効果的に消費者へ放映コンテンツを訴求する取り組みを開始しました（詳細はP4をご参照ください）。

次に商品開発分野では、山形県産シャインマスカットが第2回全国冷凍野菜アワードで最高金賞を受賞するなど高い評価をいただきました。さらなる拡売を目指して産地の開拓を進めており、沖縄県産ゴールドバレル（パインアップル）とアップルマンゴーが新たにラインアップに加わりました。さらに、クリスマスケーキ・おせちはキャラクターIPを活かした商品開発を進め、消費者の多様なニーズに応える提案力を高めています。

物流分野においては、サプライチェーン全体の効率化に向けた施策に取り組んでおります。メーカーの帰り便の有効活用、自社開発の入荷受付システムの導入拡大、バラ積み納品の解消などにより積載率や入荷作業の効率を改善し、荷待ち時間削減や庫内生産性の向上に資する施策を実装しています。これらは単なるコスト削減にとどまら

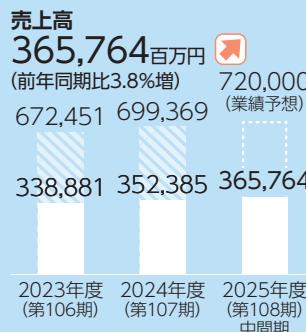
ず、脱炭素や人手不足といった社会課題の解決にもつながる取り組みです。

また、非財務関連分野にも注力しており、環境型社会への取り組みとして新たに常温平塚センターで太陽光発電の利用を開始しました。人的資本経営の高度化に向けて、育児時短勤務の対象期間延長や、脳ドック受診補助金の新設、介護コンシェルジュの導入などを通じ、従業員の働きがいと生産性を高め、持続的な企業価値向上に努めています。

## 通期業績の見通しと利益還元について

下期においても消費マインドの変化や物流費動向などを背景として景気の不透明な状況が続きますが、「Transform 2025」で掲げた重点分野を中心に各施策を着実に実行し、低重心経営の徹底を続けることで、期初公表どおりの通期業績目標を達成する所存です。当社グループは「食を中心とする領域での共有価値の創造と循環」という中期経営計画の目指す姿のもと、引き続き社会的価値と経済的価値の両立を追求してまいります。なお、今回の中間配当は公表のとおり1株あたり80円とさせていただきました。株主の皆さんには今後とも変わらぬご支援を賜りますようお願い申し上げます。

### 連結決算ハイライト (単位:百万円) ■中間期 ▨通期





# 中期経営計画「Transform 2025～創造と循環～」 “Catch the Market Phase 2”

2023年度からスタートした中期経営計画「Transform 2025～創造と循環～」においては、「食を中心とする領域での共有価値の創造と循環～社会的価値と経済的価値の両立～」を目指す姿に掲げ、サプライチェーン内で「共有価値」を創造し、循環させることで持続的な成長を目指しております。

中期経営計画の最終年度となる2025年度は、中期経営計画の目指す姿である「創造と循環」の達成に向け、単年度副題を“Catch the Market Phase 2”としております。単なる統編ではなく、市場を捉える力を「当たり前」にし、競争力へと転換していくための最終フェーズとして、未来への強固な土台を築いてまいります。



## **TOPICS 01 サイネージ事業における他社との連携強化**

サイネージ事業は、他社との連携を強化することにより、規模の拡大と機能の拡充が進んでいます。規模の面では、他社がスーパーマーケットやドラッグストアに既に設置し運営している、デリッシュキッキン以外のサイネージに当社が獲得した広告を配信できるようになりました。ドラッグストアへの配信も可能となり、ブランドや商品の認知広告をより広範囲に配信できるようになりました。これにより放映可能台数は合計で約1万9千台に達し、広告媒体としての規模の拡大が進んでいます。

また、機能としては当社のQRコードキャンペーンと、店舗への送客を図るチラシアプリとの連携にも取り組んでいます。アプリ上に店頭で実施しているQRコードキャンペーンの動画等を掲載し、店外にいる消費者に向けて告知を行うことで店舗への送客につなげるとともに、消費者に向けて放映コンテンツをより効果的に訴求する施策です。店内のデジタルサイネージに留まらず、店外も含めた、小売業のリテールメディア戦略全体のサポートとなるよう、今後事例を増やし、施策を磨いていきます。

※ QRコードは株式会社デンソーウェーブの登録商標です。



## **TOPICS 02 「～未来を創る～ 第12回全国高等学校フードグランプリ」開催**

「～未来を創る～ 第12回全国高等学校フードグランプリ」は、全国の高校生が地域の食材や食文化を活かして開発した食品のNo.1を競う大会です。今回以下のリニューアルを行い、過去最高の41校65商品の応募がありました。

- 大会名称の変更(旧称:商業高校フードグランプリ)
- 新たな目的「食を通じた地方創生と人材育成による食品市場の活性化」の設定
- 募集対象を「学校の活動(授業・部活動・課外研究など)で商品開発を行う全国の高等学校」に拡大
- 商品の企画案で競うチャレンジ部門と専門学校による販促アイデアを披露するマーケティング部門の新設



本選時の集合写真



大賞を受賞した「しづっ娘。」

2025年11月1日に池袋サンシャインで開催された本選では、出場した6校の生徒が試食販売や審査員に向かって熱いプレゼンテーションを行い、充実した1日を過ごしました。今回大賞に輝いたのは静岡県立沼津商業高等学校の「しづっ娘。」。食感、味、パッケージに対する評価に加えて、地域をアピールしたいという高校生らしい気持ちの表れが審査員から高い評価を受けました。

## **TOPICS 03 健康経営の取り組み**

当社は健康課題の継続的な改善や、育児・介護との両立支援を推進しています。2025年3月には、「健康経営優良法人2025(大規模法人部門)」において上位500社が対象になる、「健康経営優良法人 ホワイト500」に初めて認定されました。2025年度は、従来からの取り組みに加え、脳ドック受診補助金の新設や、介護に関する悩みや不安を専門家に相談できるサービス「介護コンシェルジュ」を導入しました。今後も食に関わる企業として、従業員の心身両面にわたる健康保持・増進を図る取り組みを進めてまいります。

