



CSR報告書 2016



健康で豊かな食生活創りを通じて 社会に貢献すること、それが伊藤忠食品の変わらぬCSR です

企業理念

常に時代の変化と要請を先取りし、健康で豊かな食生活創りを通じて消費者と社会に貢献します

社是

当社は堅実を旨とし、驕ることなく、常に誠実をもって取引先に接し、信義を重んじ、和の精神に則り、社業の発展にたゆまざる努力をすること

編集方針

伊藤忠食品は、持続可能な社会の実現に向けて、当社が果たすべきCSR（企業の社会的責任）に対する考え方や取り組みをステークホルダーの皆様にご理解いただくために、2012年度より「CSR報告書」を発行しています。

2016年の「CSR報告書」は、会社概要と統合した伊藤忠食品の事業活動の総合案内冊子として制作しています。

また、当社が定めたCSRの重点テーマの一つである「本業を通じた社会貢献」については、「共通価値の創造」(CSV: Creating Shared Value)の視点が今後さらに重要性を増すことを認識し、特に注力・推進していきたいテーマであることから、本報告書で取り組みをご紹介します。

報告対象範囲

伊藤忠食品単体を対象としていますが、一部項目では、伊藤忠食品グループ全体の活動を報告しています。

報告対象期間

2015年度（2015年4月1日～2016年3月31日）。ただし、一部、それ以前の経緯や、2016年度の活動、将来の活動予定も報告しています。

発行年月

2016年6月

CONTENTS

編集方針	01
企業情報	03
トップメッセージ	05
伊藤忠食品の歴史	06
特集 本業を通じた社会貢献	07
■ フードバンク活動	07
■ 商業高校の教育支援	09

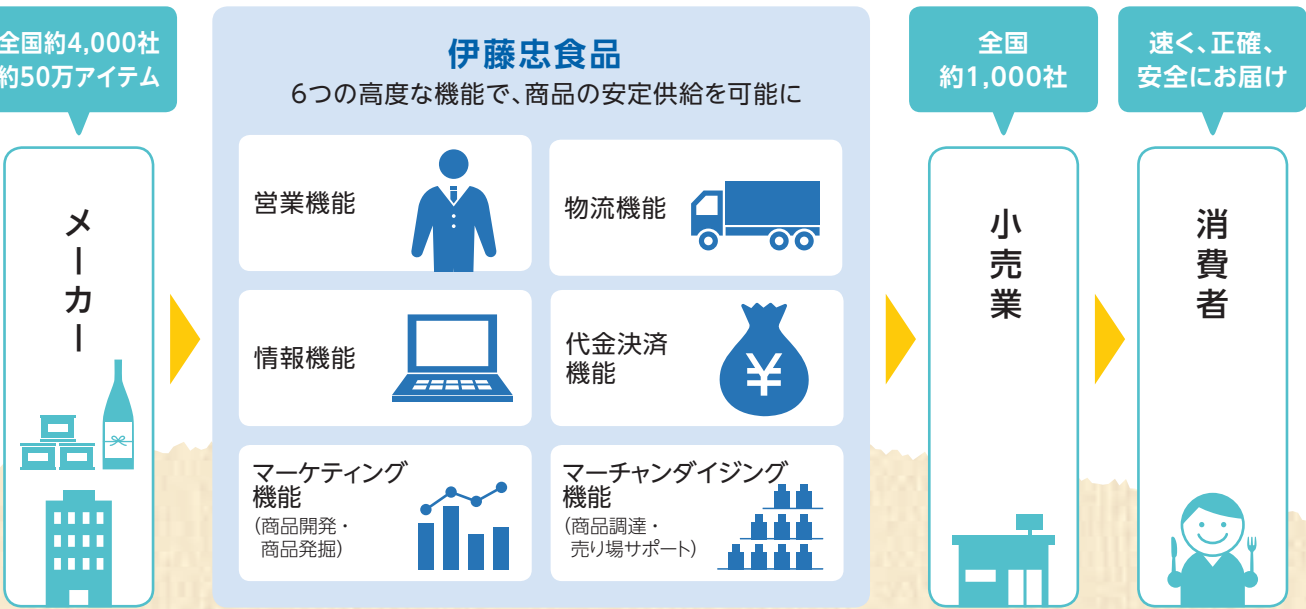
伊藤忠食品のCSR	11	■ 従業員との関わり	18
■ マネジメント	12	■ 女性社員との関わり	20
■ お客様・消費者との関わり	14	■ 地域社会との関わり	21
■ 地球環境との関わり	16	■ 株主・投資家の皆様との関わり	22

豊かな食生活創りに貢献

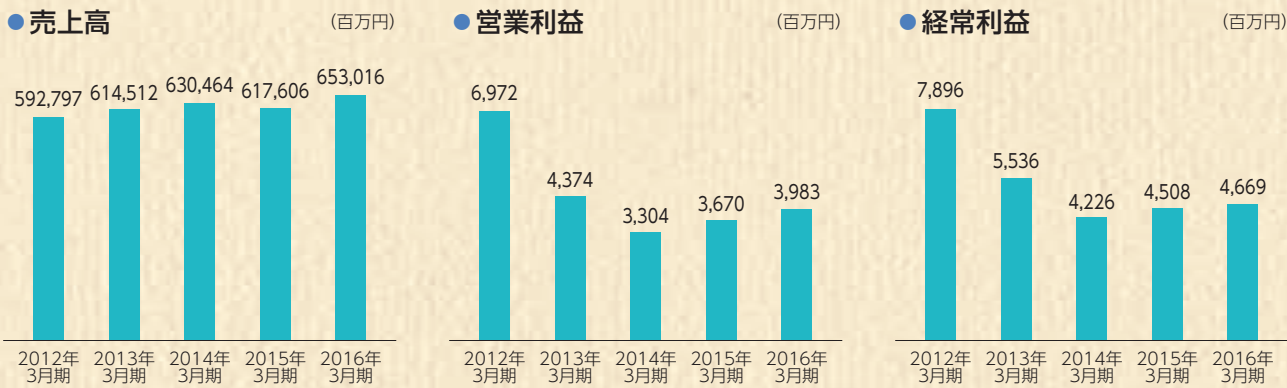
伊藤忠食品は、「酒類・食品卸売業」として、全国約4,000社のメーカー様とお取引し、約50万アイテムを全国約1,000社の小売業様にお届けしています。中間流通業として「営業機能」「物流機能」「情報機能」「代金決済機能」「マーケティング機能」「マーチャンダイジング機能」という6つの高度な機能を有し、それぞれの機能を駆使することで、商品の安定供給を可能にしています。

全国の店頭からインターネット上に至るまで、様々な売りに場と並ぶ膨大な数の商品を速く、正確に、安全にお届けすることで、日本の豊かな食生活を支えるライフラインとしての役割を果たしています。

伊藤忠食品の役割



財務ハイライト(連結)

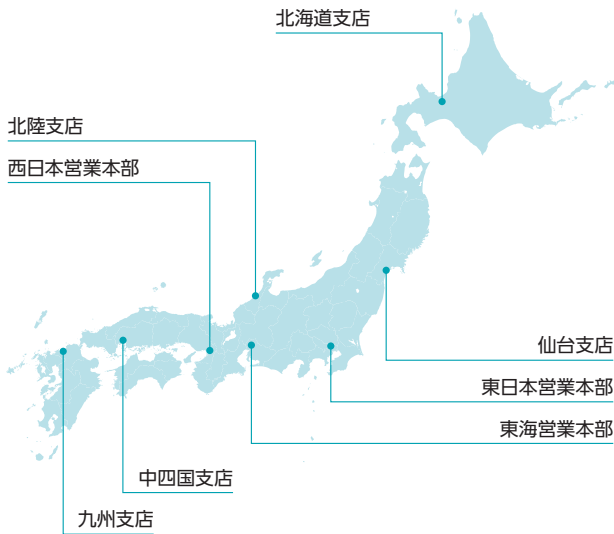


会社概要 (平成28年3月31日現在)

商号 伊藤忠食品株式会社
本店所在地 大阪府大阪市中央区城見2-2-22
●大阪本社 〒540-8522 大阪府大阪市中央区城見2-2-22
●東京本社 〒107-8450 東京都港区元赤坂1-2-7 赤坂Kタワー
創業年月日 明治19年2月11日 (1886年2月11日)
設立年月日 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1,076名、個別754名
取引銀行 (株)みずほ銀行／農林中央金庫／(株)りそな銀行
主要株主 伊藤忠商事(株)/アサヒビール(株)/味の素(株)

主な事業所

東日本営業本部 東京都港区元赤坂1-2-7 赤坂Kタワー
北海道支店 北海道札幌市中央区大通東3-2 スハラ大通ビル2階
仙台支店 宮城県仙台市宮城野区扇町4-3-10
東海営業本部 愛知県名古屋市熱田区新尾頭1-6-9
北陸支店 石川県白山市徳光町2727-1 (株)アクティール白山SCMセンター内
西日本営業本部 大阪府大阪市中央区城見2-2-22
中四国支店 広島県広島市西区商工センター6-9-55
九州支店 福岡県福岡市博多区上川端町13-15 安田第7ビル2階

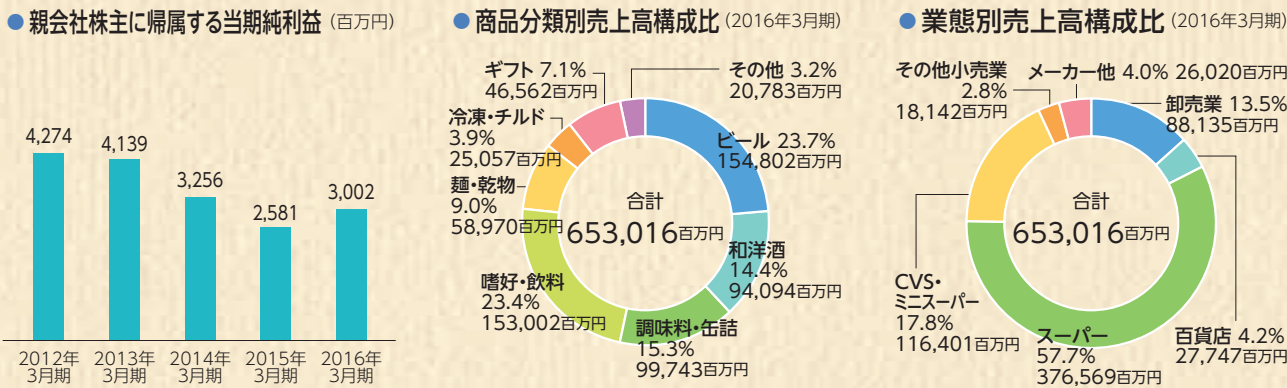


当社では全国で約200の物流センターを展開しています。
主な物流センターについてはHPをご覧ください。



伊藤忠食品 子会社・関連会社

- 連結子会社**
新日本流通サービス株式会社 …… 物流管理・運送業
ISCビジネスサポート株式会社 …… サービス業
株式会社スハラ食品 …… 酒類・食品卸売業
株式会社アイ・エム・シー …… サービス業
- 非連結子会社**
株式会社宝来商店 …… 酒類・食品小売業
- 関連会社**
株式会社中部メイカン …… 食品卸売業
株式会社UpTable …… 食品マーケティング業



トップメッセージ

共進・共創によりステークホルダーの 皆様から信頼されるグッドカンパニーへ

伊藤忠食品は1886年の創業以来、健康で豊かな食生活創りを通じて、消費者と社会に貢献することを企業理念に掲げ、ステークホルダーの皆様から信頼されるグッドカンパニーを目指して業務に邁進してまいりました。

創業当時、新たに発売されたアサヒビールや、赤玉スイートワイン、味の素、カゴメケチャップ等をいち早く取り扱い、わらじ掛けで全国に販路を広げ、食の近代化を後押ししました。また、流通革命によりスーパーマーケット、コンビニエンスストア等の新しい小売業が拡大した時代には、全国物流網の整備、最適物流システムの構築に取り組み、ローコストオペレーションを推進してきました。おかげさまで現在、全国約1,000社の小売業様、約4,000社のメーカー様とお取引いただき、約50万アイテムの商品を全国200超の物流センターで取り扱っております。

これまで130年の歴史の中で、絶えず「商品」「お店」「お客様」に密着し、変化に対応することで「ライフライン」としての役割を果たしてきました。21世紀は情報革命の時代です。スマートフォンの誕生により、いつでも、どこでも、なんでも買い物できるようになりました。今後、AIが進化すれば、流通オペレーションも変化します。技術革新により社会が変化の中で、食品卸としての機能革新にチャレンジし、事業を通じた社会課題の解決、豊かな食生活創りに取り組んでまいります。

今後ともステークホルダーの皆様との共進・共創により「行儀・礼儀・作法」「人望・人徳・人格」にあふれるグッドカンパニーを目指してまいります。

代表取締役 社長執行役員

濱口 泰三



伊藤忠食品の歴史

1875
1886

生薬商から酒類食品卸売業へ

松下善四郎
商店の創業

初代善四郎は1804（文化元）年、能登国羽咋郡に誕生。ほどなく大阪に出て米商・両替商に奉公後、独立し榎屋町で米商を始めました。二代目善四郎の時代に米商から生薬商に移行し、漢方薬や洋酒などの舶来品を扱いました。そして1886（明治19）年、武田長兵衛商店（現、武田薬品工業）より洋酒食料品部門を譲受け、大阪・高麗橋に松下善四郎商店を創業しました。

鈴木洋酒店
の創業

創業者の鈴木恒吉は宇都宮の紺屋（染物屋）に誕生。1872（明治5）年に宇都宮の街は新政府・幕府両軍の戦場となり、財産を失った恒吉は生活の場を求めて横浜に出て、外国商館で写真師となりました。外国商館勤務で洋酒の将来性に目をつけた恒吉は、1875（明治8）年、東京の日本橋本町に洋酒販売の三恒商店（のちの鈴木洋酒店）を創業しました。

1934

名古屋乾物（メイカン）の誕生

戦時体制の色濃くなる中、名古屋水産市場では市場の活性化の為に乾物問屋同士が手を取り合い、規模の拡大を目指そうという機運が高まりました。そこで周囲の期待を受け立ち上がった地元の老舗乾物問屋4社が話し合いを重ね、1934（昭和9）年に名古屋乾物㈱が誕生しました。発起人8名のうちのひとり、森川弥兵衛が社長に就任、丸の中に「名乾」の2文字を配した屋号を掲げました。

1971

松下鈴木木の誕生

スーパーマーケットが全国各地で台頭し、コンビニエンスストアも勢いよく成長し始めました。

急成長する組織小売業の規模拡大に対応するべく、それまで酒販店や地方卸との取引が中心であった松下商店・鈴木洋酒店は、大きな変革の時を迎え「全国卸となって、全国で機能を果たす為に」合併し1971（昭和46）年、松下鈴木㈱が誕生しました。その後、支店・倉庫を全国に整備し広域化する組織小売業の要請に応えました。

1982

伊藤忠商事との資本業務提携

高度経済成長が終わり、日本経済は安定成長期に移行しました。

組織小売業の拡大に伴い、POS・EOSの普及などの情報化が進む中「これからは規模だけではだめだ。機能が必要とされる時代が来る」として、松下鈴木はグローバルな情報力と信用力を持つ伊藤忠商事と資本業務提携しました。

以降は営業基本システムの「MACS」や会計基本システム「PROMOTE」導入、新日本流通サービス設立による物流の別会社化など、情報システム・物流・採算管理などを強化し、営業及び管理機能の強化を図りました。

1996

伊藤忠食品の誕生

同じ伊藤忠グループの松下鈴木とメイカンが合併し、伊藤忠食品㈱が誕生しました。メイカンの持つ惣菜・冷凍分野のノウハウと松下鈴木の持つ酒類・ギフト分野のノウハウの共有による売上拡大を目指しました。

2001

東証一部上場

2001年3月、当社は東京証券取引所第一部に上場しました。

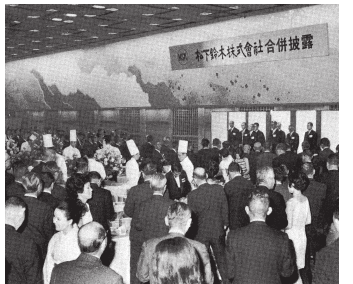
上場にあたっては「企業価値を高める」だけでなく、「社員の意識が変わること、そして誇りを持てる会社」の実現も目指し、第一部への上場にこだわりました。

2016

中期経営計画発表 ビジョン：「価値」を追求し、「信頼」されるグッドカンパニーへ



松下商店店舗（1918年頃）



1971年松下商店・鈴木洋酒店合併



1982年伊藤忠商事と資本業務提携



1996年伊藤忠食品誕生



2001年東証第一部に上場



2005年中期経営計画NEXT10発表

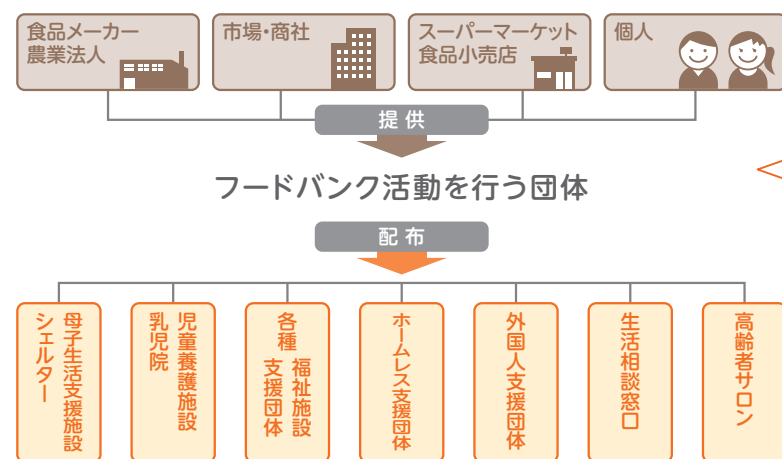
フードバンク活動

まだ安全に食べられる食品を必要とされている方々にお届けし、食品廃棄ロスの削減につなげる「フードバンク活動」を推進しています。

フードバンク活動を支援

伊藤忠食品では、安全に食べられるにもかかわらず市場価値のなくなった食品を無償で寄付する「フードバンク活動」に賛同しています。これまでに、展示会でメーカー様に協力を呼びかけてご提供いただいた商品や当社保有

株式の優待品などを、フードバンク活動を行う団体へ寄付しています。それらの寄贈品はフードバンク活動を行う団体によって適切に分配され、食品を必要とされている方に届けられています。



フードバンク活動とは？

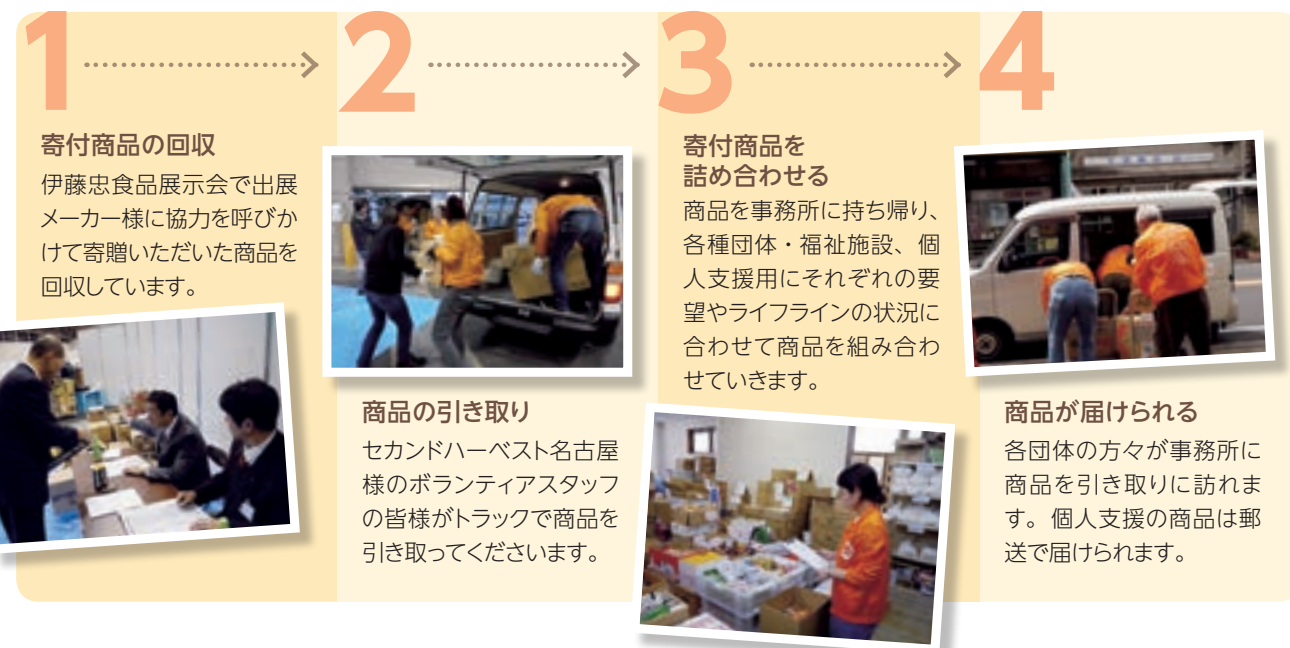
日本では、賞味期限が切れていないにもかかわらず、商品の売れ残りや包装の破損、表示ミスなどの理由で年間500万～800万トンもの食品が処分されています。フードバンク活動とは、まだ安全に食べられる商品を企業・個人から寄贈を受け、食品を必要とされている方々を支援している団体や福祉施設などに無償で提供する活動です。寄贈品は食糧支援を必要とする人々に無駄なく配布されています。

フードバンク活動について知ろう

伊藤忠食品では2012年から「認定NPO法人セカンドハーベスト名古屋」様のフードバンク活動に参加しています。商品がどのように支援を必要とされている方々に届け

られているかを知るために、セカンドハーベスト名古屋様の事務所にお邪魔しフードバンク活動についてお伺いしました。

■寄付の流れ



食品を必要とする方々に
温かい思いとともに
届けられる支援

東海営業本部 部長 木村 梨江子

木村 梨江子



セカンドハーベスト名古屋様を訪問して驚いたのは、まず商品の種類が豊富だということです。加工食品だけでなく野菜や果物もあり、それらの商品が大切に保管されていました。そこで働くボランティアスタッフの皆様もいきいきとしていて、支援を受ける方に「本当に必要なものを届けたい」という気持ちで、想いのこもった支援をされていることが伝わってきました。今回の訪問を通じて、改めて食べることに困っている人が多くいるという現状を認識したとともに、



「食の大切さ」、「食べられることのありがたさ」を実感しました。当社も食品を取り扱う企業として、セカンドハーベスト名古屋様を通じたフードバンク活動に参加し、今後も継続的に食品を必要とされている方々を支援します。

行政と連携した 個人支援活動

セカンドハーベスト名古屋様では2014年度から「東海地方における食のセーフティネット」構築を目指し、自治体・社会福祉協議会等にある相談窓口と連携した支援活動を実施しています。食べ物の支援が必要な方が相談窓口を訪れた場合に、窓口でライフラインの状況を確認し、セカンドハーベスト名古屋様が支援を必要とされている方の状況に応じて食品の詰め合わせを行っています。米5kg、加工食品7kg、重さにして約12kg程度の食品の詰め合わせが郵送で届けられます。支援を必要とされている方はこの制度を3回まで利用でき、次の生活基盤を築くまでの2か月程度の間、支援を受けることができます。



フードバンク活動はまさに
「三方よし」の仕組み

認定NPO法人 セカンドハーベスト名古屋

理事長 山田 康弘



最近では既存の支援の他にも、行政と連携した個人支援活動や地域で孤立する高齢者を対象とした高齢者サロンへの支援を強化しています。伊藤忠食品様からご提供いただく商品も個人支援活動などに活用させていただいています。

当団体の2015年度の食品取扱量は502tで、小売価格に換算すると3億円程度に相当します。日本全体の食品ロスと比較するとごくわずかですが、まだ食べられる食品を企業・個人の方から寄贈いただき、食品を必要とする方々に受け取っていただくフードバンク活動は、「三方よし」の仕組みだと思います。伊藤忠食品様には、まだ支援が行き届いていない方々へも支援の手を差し伸べられるように今後もご協力をよろしくお願い致します。

国連WFPの活動に協力

国連WFPでは、子どもの飢餓撲滅を目指して学校における食糧支援活動、「学校給食プログラム」を実施し、飢餓で苦しむ2,000万人以上の子どもたちに学校給食を届けています。そうした取り組みが、伊藤忠食品の企業理念である「健康で豊かな食生活創り」に共鳴することから、

伊藤忠食品グループでは、国連WFP協会が主催するさまざまな活動に参加しています。また、従業員も積極的に取り組みの趣旨に賛同し、食品を扱う企業として国連WFP協会の活動を応援しています。

》WFPウォーク・ザ・ワールドに参加

国連WFP協会では、飢餓問題への意識を高め、参加費の一部を寄付することを目的とした「WFPウォーク・ザ・ワールド」を毎年横浜で開催しています。10回目となった記念大会には伊藤忠食品グループから62名の従業員とその家族が参加。改めて飢餓問題への認識を深めました。参加費の一部から61,200円が国連WFPの学校給食プログラムに寄付されました。



》「レッドカップ」チャリティー販売に協力

毎年10月16日を国連が世界の食料問題を考える日として世界食料デーに制定しています。2015年度は世界食料デーにあわせたキャンペーンとして、発展途上国の子どもたちに給食を提供する赤いカップ、通称「レッドカップ」のチャリティー販売が行われました。伊藤忠食品グループも取り組みの趣旨に賛同し、レッドカップのチャリティー販売を行い、66個のレッドカップの販売を通じて528人分の学校給食を届けることができました。



商業高校の教育支援

本業である食品の中間流通のノウハウを活かして、「商品開発」を学ぶ商業高校の教育を支援しています。

CSV*(共通価値の創造)を目指して

2013年度より商業高校（商業科を有する高校）では、新学習指導要領に「商品開発」が導入されました。当科目は、商品の企画・開発だけではなく“流通に必要な知識や技術”を実践的に習得することが求められています。食品の中間流通業を営む伊藤忠食品では、CSRの重点テーマである「本業を通じた社会貢献」の一環として「食に関わる若い人材の育成」と「地域食文化の発展」の観点から商業高校の教育支援を行っており、2012年度から食品流通に触れる様々な実体験の場を提供しています。

こうした取り組みを行うなかで、高校生開発商品のうち「実際のビジネスで流通・販売可能な商品」はまだ少ない状況であることがわかりました。そこで当社は、継続的に流通・販売可能な商品の条件や課題を学ぶことで、商品の改良や次の商品開発に活かしていただきたいと考え、コンテスト形式の「商業高校フードグランプリ」を主催しまし

た。味や独創性に加え、ラベル表示等を含めた流通性をプロの目でチェックし、さらに地域社会への貢献度などを踏まえて総合評価しています。高校生の教育支援はもちろんのこと、ビジネスの実態に即した本当に価値のある商品を生み出すことで売上拡大につなげ、メーカーが継続的に高校生の商品開発・製造を支援していただけるよう寄与すること、そして、地域の食材を使った商品を全国に広げることとで地域食文化の活性化に寄与することも目指しています。

伊藤忠食品は「食に関わる若い人材の育成」という社会の共通価値と、開発商品の販路拡大・収益化という企業価値を両立し、マイケル・ポーター教授の提唱するCSV活動（共通価値の創造）を目指して商業高校教育支援の取り組みを継続していきたいと考えています。今後も、未来を担う高校生への教育を継続的に支援するとともに、地域活性化に繋がる商品の販売を推進してまいります。

*CSV(Creating Shared Value):
企業の事業活動を通じて社会の課題を解決し、経済的価値(利益)と社会価値の両方を生み出そうというコンセプト



商業高校教育に携わる関係者より

文部科学省 初等中等教育局 児童生徒課
産業教育振興室 教育調査官
国立教育政策研究所 教育課程研究センター
研究開発部 教育課程調査官

西村 修一 様

高等学校の商業教育では、人と人をつなぐものという視点で商業を捉えています。その考え方のもと、「商業高校フードグランプリ」に代表されるように、産業界の方々のご協力をいただき、地域での人と人とのつながりの中で、生産者や消費者などをつなぐ学びを行っています。

食品卸売業は、人々の健康と社会の発展に欠かせない食品に関して、人と人をつなぐ重要な役割を担っているものと考えています。商業高校に学んだ生徒は、そこで活躍することで、これまでの学びの有用性と大切さを改めて認識し、社会人として更に成長していこうという意識を高めることになると思います。

高校生に対して、貴社で活躍する機会を与えていただいたことに心より感謝申し上げます。

高校生6名を採用

商業高校の教育支援を継続していくなかで、社内でも商業高校生の熱心な学習姿勢を評価し、このたび平成28年度の新入社員として6名の高校生を採用いたしました。伊藤忠食品はこれからも高校生と共に食品業界のさらなる発展に寄与し、「食に関わる若い人材の育成」に貢献してまいります。



営業担当者より オンリーワンの魅力ある商品を期待

東日本営業本部 営業第二課
販売第二課(兼)生協事業部
(兼)営業統括部ワイン強化チーム
石井 健太郎

地域活性化のために商品開発に取り組んでいる高校生の活動を知り、地域に密着した小売業様に商品をご提案できるのではないかと考えたのがきっかけでお客様に商品を提案しました。高校生が開発した商品はどれも自分が売りたい素材をストレートに出した商品が多く、結果としてコンセプトが分かり易い商品が多いという印象を受けました。

商品開発は商品を企画・開発するだけではなく販売するまでが商品開発です。積極的にアイデアを出し、ときには学校の外に出て市場調査を行ったり、想像を膨らませて魅力ある商品開発にこれからもチャレンジしてください。



商業高校フードグランプリ 出場校教員より

広島市立広島商業高等学校
神尾 陽一 様

商業高校フードグランプリ本選の出場により、多くの企業が出品商品に興味関心を示していただき、販路を大きく広げることが出来ました。販売が決定した企業では、生徒自らが店頭に立ちお客様に商品説明を行ったり、POP広告を制作したりするなどの販売促進活動を積極的に行っていました。

こうした取り組みが評価され、本校としては初めて全国高等学校生徒商業研究発表大会に出場しました。貴重な経験ができたのも本大会のお陰であると感謝しております。

今後も商業高校フードグランプリが盛大に開催されることを期待しています。



2016年度の株主優待品に決定

商業高校生の開発商品が 株主優待品に加わりました

2015年度の株主優待品に商業高校生の開発商品2品を採用し、株主の皆様から多くのご注文を頂戴いたしました。伊藤忠食品はこれからも、地域の食材を活用して高校生がプロデュースした逸品を全国の株主の皆様にご賞味いただくことで、地域食文化の活性化に貢献したいと考えております。



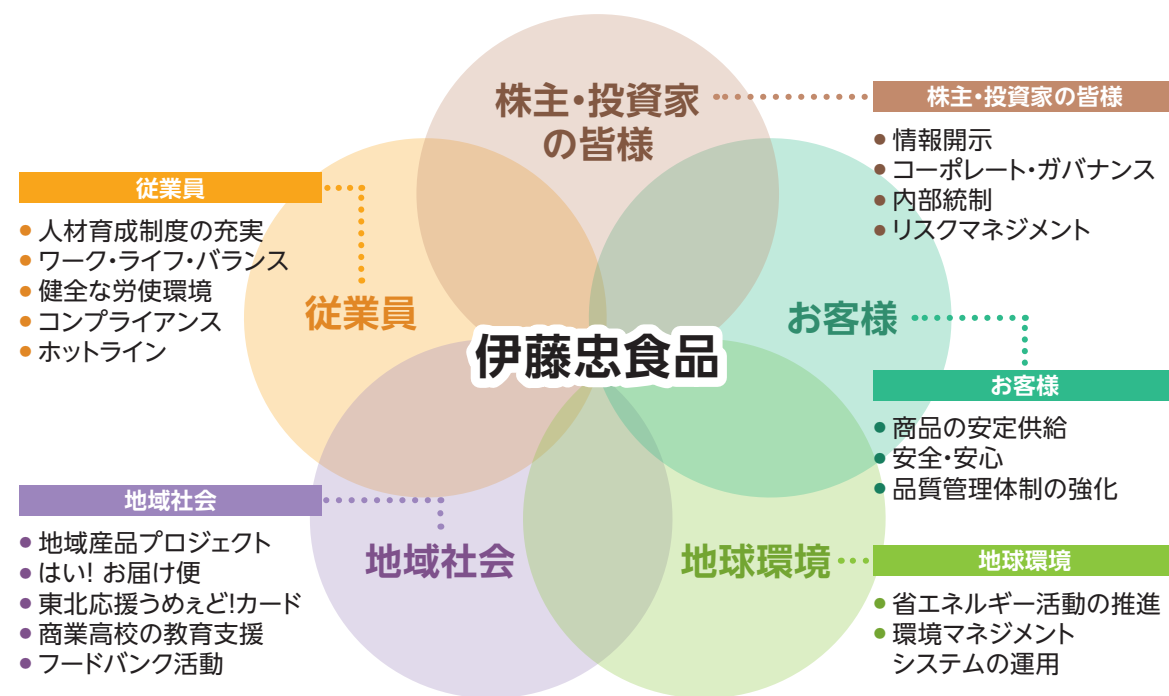
基本方針、活動領域、重点テーマを定め、CSR経営を推進しています

CSR基本方針

伊藤忠食品は、企業理念である「健康で豊かな食生活創り」をCSRの基本とし、ステークホルダーの皆様とともに持続可能な社会の実現に貢献していきます。

伊藤忠食品は2012年度に「CSR基本方針」、5つの活動領域「安全・安心への取り組み」「社会貢献の推進」「コーポレート・ガバナンス、コンプライアンスの強化」「人材の育成」「環境への配慮」、4つの重点テーマ「商品の安定供給」「徹底した品質管理」「省エネの推進」「本業を通じた社会貢献」を策定し、それに基づいてCSR活動に取り組んでいます。

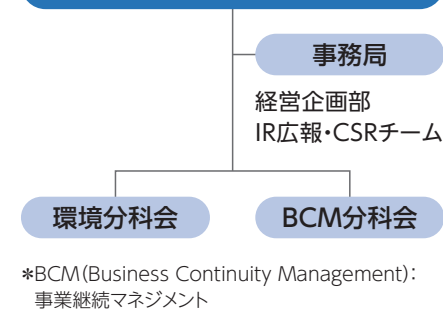
ステークホルダーとのコミュニケーション



CSR活動推進体制

伊藤忠食品は、企業の社会的責任（CSR）を果たすために、2005年から社長が委員長を務める「CSR委員会」を設置しています。この委員会のもと、「BCM*分科会」が新型インフルエンザや大規模災害に備えた事業継続対策を、「環境分科会」が環境マネジメントシステムの維持・向上に向けた施策の検討や推進を行っています。また、CSR委員会の事務局を務めるIR広報・CSRチームを中心に、各種社会貢献活動を推進・啓蒙しています。これらの活動状況は定期的にCSR委員会で報告し、取り組みの充実に努めています。

CSR委員会



マネジメント

より信頼される企業を目指して経営体制の充実・強化を推進していきます。

■コーポレート・ガバナンス

伊藤忠食品は、監査役会設置会社として「取締役会」及び「監査役会」を設置するとともに、執行役員制度を導入しています。取締役会と監査役会による業務執行の

監視・監督と執行役員による業務執行を分離することで、「経営の透明性向上」「経営陣の責任の明確化」「意思決定の迅速化」を図っています。

取締役会

取締役会は原則として毎月1回開催し、法令及び定款に定める事項ならびにその他重要な事項を決議するとともに、取締役の業務執行を監督しています。また、社外取締役を選任し独立・公正な立場から業務執行を監督することで経営の監督機能を強化しています。

経営会議

社長の諮問機関として「経営会議」を設置し、原則として毎月2回開催しています。取締役会で決定した基本方針に基づき会社の職務執行に関する基本的事項を適切かつ機動的に協議・決定しています。

監査役会

監査役会は原則として毎月1回開催し、社外監査役を含めた監査役は独立かつ客観的な立場から経営監視を行っています。監査役は取締役会、経営会議への出席などを通して取締役の業務執行の適正性について監視・監督を実施しています。

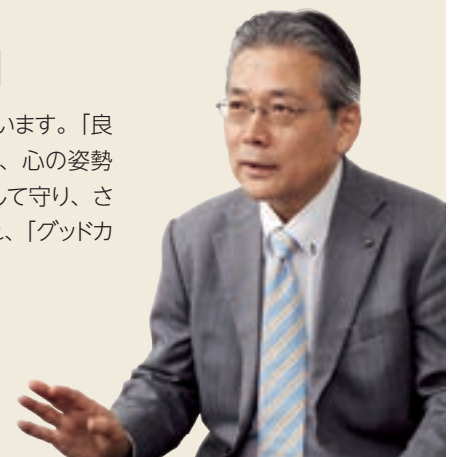
コンプライアンス担当役員より

従業員一人ひとりが創り上げる「グッドカンパニー」

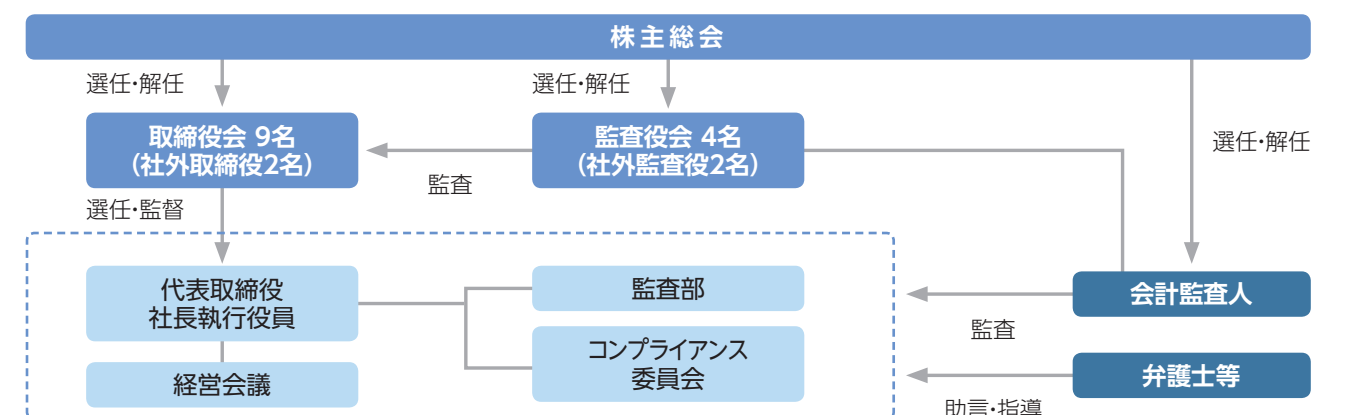
コーポレート・ガバナンスは「良い社会人」の集合体で成り立つものだと考えています。「良い社会人」になるには、コンプライアンスなどの法的ルールを守る事だけではなく、心の姿勢を正しく保つ事も加えなければなりません。行動規範や業務上必要な法律を徹底して守り、さらに心配りが出来る徳性の高い従業員が集まってこそ当社の独自の社風が醸成され、「グッドカンパニー」が実現できるものだと考えています。

伊藤忠食品は、「食」という面で社会のライフラインの一端を担っている企業です。この社会的役割を持続的に果たしていくためにも「グッドカンパニー」を全員で目指し、従業員と経営層が一体となって強固なコーポレート・ガバナンスを構築してまいります。

取締役・専務執行役員
松本 耕一



■コーポレート・ガバナンス体制図



お客様・消費者との関わり



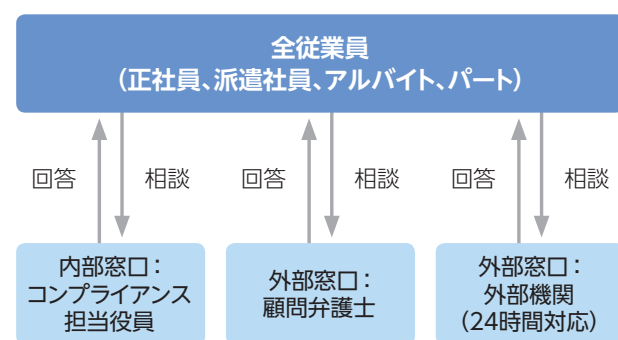
■コンプライアンス

企業が社会的責任を果たしていく上で最も基本となるのは、法令、社会規範、社内規則を遵守し、倫理的な事業活動を行うことです。伊藤忠食品グループでは、役員・従業員が守るべき「伊藤忠食品グループコンプライアンスマニュアル」を制定し、当社社長を委員長とするコンプライアンス委員会が中心となって、グループ全体でコンプライアンスの実践に取り組んでいます。また、各種研修会やイントラネット等での継続的な教育・啓蒙活動を通じて、コンプライアンス意識の啓発・徹底を図っています。

■内部通報制度

コンプライアンスに違反する行為あるいは違反のおそれのある行為を早期に発見・是正するために、内部情報受付窓口「ホットライン」を設置しています。ホットラインはコンプライアンス担当役員、顧問弁護士及び外部機関の3カ所に設置しており、パート、アルバイト、派遣社員を含むすべての従業員を対象にしています。外部機関のホットラインでは、厳重にセキュリティ管理されたWEBサイトでも24時間受け付けており、個人のパソコンや携帯電話からもプライバシーを確保しながら利用することができます。

■内部通報制度体制図



■リスクマネジメント

伊藤忠食品では、「内部統制システム構築に関する基本方針」に基づき、内外の環境変化に応じて法令の遵守、業務の適正性の確保などに取り組んでいます。特に金融商品取引法に基づく財務報告の信頼性確保については、内部統制チーム主導のもと、全社的に内部統制評価を行っています。

■事業継続計画

伊藤忠食品グループでは、大規模災害や感染症などが発生した際に重要な事業を中断させないために、また万が一中断した場合にも迅速な再開を可能にするために、BCP*（事業継続計画書）を策定し、緊急事態に備えた体制を構築しています。2015年度は、BCM分科会主催で、首都直下型大地震を想定した訓練を実施しました。訓練では東京・大阪・名古屋をTV会議でつなぎ、震災発生から4日目までを想定し、被害を拡大させない方法や社員の安否確認、被害状況の把握など実践的な訓練を行いました。最も重要なライフラインの一つである食品の中間流通を担う企業として、商品の安定供給責任を果たせるように努めています。

*BCP(Business Continuity Plan)：事業継続計画



■情報セキュリティ

伊藤忠食品グループは、事業活動において情報管理の重要性を深く認識し、「ITセキュリティ管理規則」をはじめとした各種社内規程を制定し、情報の適切な取り扱いと情報セキュリティの維持・向上に取り組んでいます。各部署にはシステム管理責任者及びセキュリティ窓口担当者を設置し、部署内のパソコン利用者が適切なセキュリティ対策を施しているか定期的にチェックを行っています。

個人情報については「個人情報保護方針」を公表するとともに、実務的なルールを規定した「個人情報管理規程」「個人情報管理要領」を定め、保有する個人情報の適切かつ安全な取り扱いを徹底しています。

サプライチェーンの皆様と一体となって、食の「安全・安心」管理を徹底し、中間流通業としての責任を果たします。

■食の中間流通業として品質管理体制を確立

伊藤忠食品では、安全・安心への取り組みとして「徹底した品質管理」を重点テーマに掲げ、「品質保証部」を設置し、従業員への教育はもちろん、商品の安全性確保に取り組んでいます。中間流通業としての「販売責任」と

いう観点から、主体的かつ積極的に商品の安全性を追求する責務があると考えています。確かな品質管理体制のもと、「伊藤忠食品が扱う商品なら安心」とお客様・消費者から信頼・評価いただけるよう努めています。

品質保証部より

従業員一人ひとりの努力が「安全・安心」につながっています

近年、食品の安全性を損なう事件・事故が多発しており、改めてサプライチェーンの皆様との連携の重要性と、それぞれの役割・責任を認識して改善を図っていくことの必要性を痛感しています。そうしたことから2015年度は、商品事故が発生した際の社内報告体制の強化と米穀産地偽装予防に向けて重点的に取り組みました。

商品事故を起こさないためには、企業姿勢と従業員一人ひとりの努力が重要です。従業員それぞれが責任を持って知識を身に付けることで、迅速に対応することができ、会社全体のレベル向上にもつながります。伊藤忠食品はさらに品質管理体制を強化し、これからもステークホルダーの皆様「安全・安心」で「おいしい」商品をお届けしてまいります。

品質保証部 部長
片山 博視



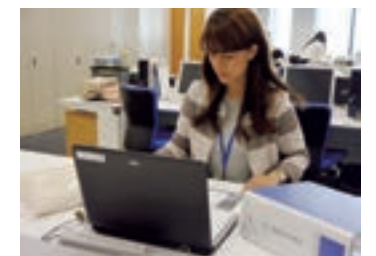
■商品事故が発生した場合の社内報告体制の強化

食品安全に関してお客様からご指摘をいただいた際に、速やかに対応できるよう社内の報告体制を徹底し、被害拡大の抑制・再発防止に備えています。

食品事故などが起こった場合、該当部署から速やかに経営層・品質保証部に「第一報速報メール」で被害状況を連絡します。該当部署は、当社の危機管理マニュアルに従って、商品事故発生報告書を作成し、品質保証部は事故の重篤性や拡散性を考慮し、事故のレベルに応じた対策を行っています。また、消費者が商品を購入する以前に解決した事故であっても、再発防止に向けて事故原因の把握・分析はもちろん、社内のイントラネット、社内研修で関係者に共有し再発防止策を確認しています。

■米穀産地偽装予防の取り組み

伊藤忠食品では「米穀取引規程」を定め、産地を表示する米穀の取引は原産地管理の確認が取れた商品のみを取り扱うものとし、産地偽装問題及び食品安全・衛生面に関わる問題が発生しないよう管理し販売を行うこととしています。品質保証部では、申請書の審査や精米所の確認等を実施し、今後も米穀産地偽装予防に向けて取り組んでまいります。



地球環境との関わり

■ 食品安全講座の実施

「工場点検学習会」の実施

伊藤忠食品では、安全・安心な商品をお客様に提案するために、商品の製造を行うメーカー様の工場を定期的に点検しています。そこで7月から、従業員を対象とした工場点検学習会を実施しました。学習会では当社の工場調査表をもとに、工場点検の際に注意すべき項目について品質保証部から説明し、適切な衛生管理を守ることの重要性について学びました。



「食品表示法セミナー」の実施

平成27年4月1日に「食品表示法」が施行され、平成32年4月に新法へ完全移行されます。伊藤忠食品では正しく食品表示について理解するため専門家をお招きし、従業員を対象とした食品表示法セミナーを2月から開催しました。従業員は事前にe-ラーニングで食品表示講座を受講し理解を深めました。



■ 品質管理状況の確認

品質保証部では、自社開発商品や産直ギフト商品などを製造する中小規模のメーカー様を中心に、定期的に工場点検・調査を行っています。

工場点検では、単に聞き取りだけでなく、製造工程や製造記録を実際に見て確認しています。その結果、改善すべき箇所が見つかった場合は、メーカー様とともに改善計画を立案し、品質管理体制の向上を図っています。また、社内体制についても監査部やコンプライアンス部などと連携することで中間流通業としての品質管理の役割を強化しており、バリューチェーン全体を通じた品質管理体制を構築しています。

- 主な評価科目
- ☑施設・設備の管理
 - ☑基礎衛生管理
 - ☑従業員管理
 - ☑原材料・資源管理
 - ☑製造工程管理
 - ☑検査・記録等の品質管理
 - ☑食品の防御（フード・ディフェンス）

「品質管理状況」確認の流れ

① 営業部から品質管理状況確認依頼

定期的な工場点検以外に、新規取引メーカー様や営業部署から個別に依頼があった場合にも工場点検を実施しています。



② メーカー様に自主点検依頼

工場点検前には、伊藤忠食品の製造環境管理項目に基づき事前にメーカー様に自主点検いただきます。



③ 品質管理状況を確認

メーカー様に依頼した自主点検表をもとに、工場検査で重点的に監査すべきところを確認します。



④ 工場点検

原材料の保管状況、従業員の衛生管理状況、アレルギー成分混入防止処置などの70項目を確認します。



⑤ 改善提案

品質管理状況を確認し、必要に応じて改善提案を行います。



⑥ 工場点検報告書

メーカー様と当社営業部に工場点検結果を報告します。更に確認が必要な場合は再度工場点検を行う場合もあります。



VOICE

品質保証部と連携して商品提案力を強化していきます

伊藤忠食品オリジナルギフトカタログ「パルディス」を担当しており、中元・歳暮カタログの他にもお客様の使用用途に合わせてさまざまな価格帯のカタログをご用意しています。品質保証部にはカタログに掲載予定の新規取り扱いメーカー様への工場点検や校正段階での紙面確認を依頼しています。お客様に安心して商品情報をお伝えすることはもちろん、営業部により正確な情報を提供するために品質保証部との連携は欠かせません。取扱商品が多岐にわたるため、魅力ある商品をお客様にご提案しながら、品質管理の精度を高めていくことが課題だと感じています。今後も品質保証部と連携しお客様にご満足いただけるカタログづくりを目指します。

商品本部 ギフト事業部
ギフト企画第二課
上垣 千廣



環境負荷の低減に努め、環境にやさしい企業を目指した活動を推進しています。

■ 環境マネジメント推進体制

伊藤忠食品グループは、持続可能な社会を実現していくために、「伊藤忠食品環境方針」を定めて環境保全活動を推進しています。活動にあたっては、2012年に認証取得した環境マネジメントシステムの国際規格「ISO14001」をもとに、省資源・省エネ活動を推進し、環境負荷低減に努めています。



■ ISO14001維持審査を実施

2015年1月27日～29日の3日間、当社東京本社ならびに相模原IDCにおいて、外部審査員による「ISO14001」の資格更新審査を実施しました。審査の結果、環境に重大な影響を与える指摘事項はありませんでしたが、昨年から運用方法を変更したこともあり、外部審査員からは環境活動の効率的な運用、適切な管理方法などについてアドバイスがありました。これらについては、後日管理体制の見直しを行いました。



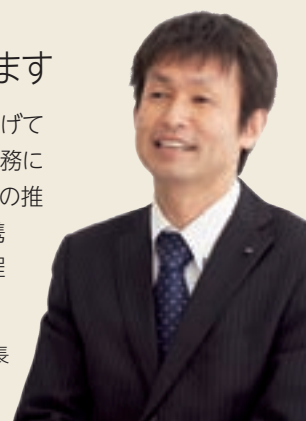
ISO14001認証書

業務改革本部より

従業員一人ひとりのBPR活動が業務効率の向上につながっています

業務改革部では、「BPR活動深掘りによるローコストオペレーション推進」を部のミッションに掲げて活動しています。ローコストオペレーションという環境とは一見関係ないように思えますが、業務に係るコストを改善することで業務効率を向上させ、結果として食品廃棄ロスの削減や省エネ活動の推進にも良い影響をもたらすと考えています。BPR活動を推進するには、各本部・事業部との連携が欠かせません。従業員一人ひとりの活動により、2015年度は食品廃棄ロスを前年の約8割程度に抑制することができました。こうした従業員一人ひとりの地道な努力が環境負荷の低減につながっていると実感しております。今後も更なるBPR活動を深掘りすべく日々活動し、当社の業務改革をサポートしてまいります。

業務改革本部
業務改革部 担当課長
福田 年健



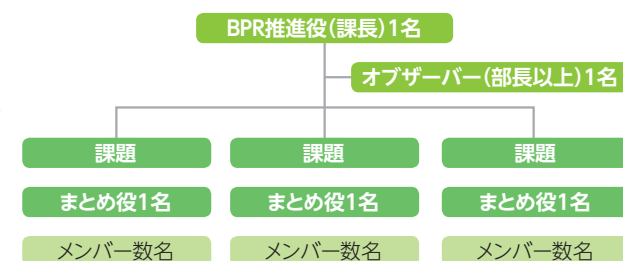
■ BPR*活動の推進

伊藤忠食品では、省エネ・省資源活動の推進に加え、業務の無駄や業務効率を向上させることも、環境負荷の低減につながると考えています。2013年度から業務改革本部を設置し、既存の業務を見直し、業務の流れを最適化するBPR活動に積極的に取り組んでいます。

2015年度は前年度に集積した情報や業界全体の基準などを考慮し、可視化した実績と比較して具体的な目標を掲げました。目標の一つに「在庫指標の改善」を挙げ、各本部・事業部にBPR推進役・オブザーバー・まとめ役を配置し、BPRチームを編成し問題在庫の削減に取り組み、食品廃棄ロスを抑えるよう活動しています。その他の目標にも定期的に取り組み、各本部・事業部の活動状況を共有しています。また、課題ごとにプロジェクトチームを組み、コスト削減と生産性向上に取り組んでいます。

*BPR (Business Process Re-engineering)：業務の構造を抜本的に見直し、業務の流れ(プロセス)を最適化する観点から再構築すること

■ 業務改革推進体制図(全社共通課題)



従業員との関わり



商品の在庫管理向上により、食品廃棄ロス削減を推進

伊藤忠食品は食品を扱う企業として、消費者の皆様へ「安全・安心」な商品を必要なときに直ぐお届けできるように、営業担当者・受発注担当者・物流センターが連携して、商品を適切に管理しています。メーカー様から当社の物流センターに商品が納品されたら、使用頻度が高い商品は鮮度状態を維持しながら数日のうちに各小売店に出荷されます。

食品業界には長年の商慣習として、中間流通業から小売店への商品の販売が賞味期限の3分の1と定められています。そのため、使用頻度の低い商品や季節に影響されやすい商品などは、小売店に販売できる期間が短くなり、その期間を超えた商品は廃棄されることがあります。伊藤忠食品では食品廃棄ロスをできる限り発生させないように、商品在庫の精度を高めることで、在庫数を適正に保ち、食品廃棄ロスの極小化に取り組んでいます。

※3分の1ルールとは 日本の食品業界には、商品の製造から賞味期限までの3分の1の期間までに商品を販売しなければならないという商慣習があります。現在、商慣習を見直す動きとして、「3分の1ルール」から「2分の1ルール」に改め食品廃棄ロスの削減につなげる試みがはじまっています。

VOICE

担当営業とのコミュニケーションで在庫管理の精度を向上

物流センターに保管してある3分の1ルールに該当する商品の管理方法については、これまで具体的なルールはありませんでした。そこで、担当営業と相談し販売期限が迫った商品については、月内に販売できるようなスケジュールを策定し、これをルール化しました。同時に、2か月以上物流センターで動きのない商品についても期限内に商品を販売できるようルールを明確にすることにより、これらの在庫商品を前年比7割削減し改善することができました。

業務を効率的に進めるために、常に手順を考え、無駄を出さないよう心掛けています。しかし、一番重要なことは担当営業とコミュニケーションを取りながら在庫を管理していくことだと思います。発注業務での経験を活かして、さらに営業のサポートをできるように邁進していきます。



東海営業本部
業務課 業務課
石田 こと枝



省エネの取り組み

減灯・間引きの実施

伊藤忠食品の事業所・物流センターでは東日本大震災後から継続して電球の間引きを行っています。また、東京本社では電気が自動管理になっており、間引きが実施できないため、照度を150lx減灯し省エネ活動に取り組んでいます。

紙・トナー削減

伊藤忠食品では、事務機器の適正活用推進の一環として、全社の印刷機を統一し、紙・トナー使用量の削減に取り組んでいます。これにより、無駄な印刷の出力防止や個人の印刷枚数が把握できるようになり、従業員の意識向上につながっています。

物流センターの取り組み



デマンドコントロールシステムの導入

伊藤忠食品グループでは、デマンド監視システム「見エタロー」を導入し、電気使用量の可視化によって省エネ意識を高め、電気使用量の削減に努めています。また、一部の物流センターでは自動管理のデマンドコントロールシステム*を導入し、電気使用量を削減することで、CO₂の発生量抑制に努めています。

*デマンドコントロールシステム：30分ごとに計量される電力使用量を電気機器で管理し、その値が目標値を上回らないように抑制するシステム。

計画入荷によるドライバーの手待ち時間改善

商品入荷時における配送ドライバーの手待ち時間(荷待ちなど作業時間以外の待ち時間)改善はサプライチェーン全体の最適化を進める上で重要な課題となっています。伊藤忠食品グループでは、配送頻度の見直しや午前中に集中する入荷作業を午後にも分散させるなど、「計画入荷」を実施しています。積み込みや納品の時間帯を調整することでドライバーの手待ち時間を改善し、ドライバー不足対策にも貢献していきたいと考えています。

従業員が安心して働ける、働きがいのある職場づくりを進めています。

研修・教育制度

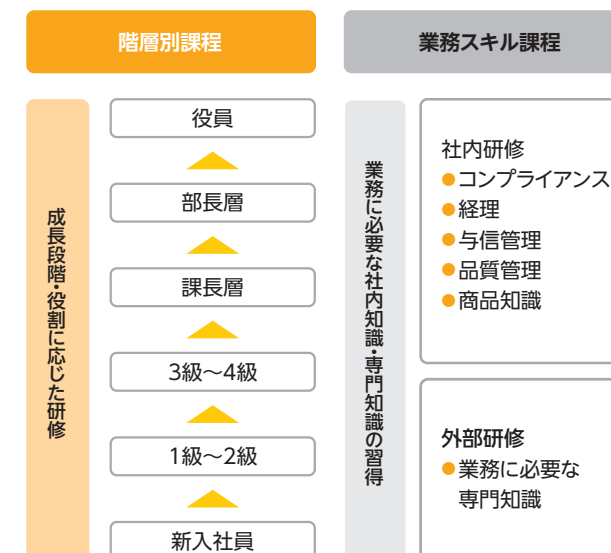
伊藤忠食品グループは、2015年度から「階層別研修」、「業務知識・ビジネススキル研修」を強化し、教育・研修制度の見直しを行いました。「階層別研修」では、新入社員から役員までのそれぞれの役割や立場への認識を深め、役割に応じた知識やスキル、マネジメント等の習得を図ることを目的に実施しています。「業務知識・ビジネススキル研修」では、従業員一人ひとりが、法・制度やルールを遵守した取引や行動、業務を遂行していくうえで必要な基本的知識を習得するために実施しています。

従業員一人ひとりが学び、成長していくための教育・研修制度を整備し、今後は品格や倫理観を高める全社研修や、女性活躍に向けたキャリア研修等、一層研修体系の充実化に取り組んでいきます。

■開講講座の一例

- 級昇格研修(3年目・6年目対象)、新任課長研修、部長研修
- 女性中堅階層研修
- クリティカルシンキング、アカウンティング研修
- コンプライアンス研修
- 食品安全管理研修
- 営業プロフェッショナル研修
- ワインアドバイザー資格習得研修 など

研修体系図



表彰制度

従業員の仕事を認め・褒める機会を創ることで、個人・組織全体のモチベーションとコミュニケーションの向上を図ることを目的に、伊藤忠食品では「表彰制度」を設けています。

表彰制度は2009年から開始された制度で、仕事の現場で優れた功績や貢献を挙げた社員・組織を称え表彰しています。

半期ごとに推薦を募り、選考委員会の審議を経て「個人優秀賞」と「チーム優秀賞」を、期末には受賞者の中から「年間MVP賞」を選出し、年2回表彰式を行っています。「個人優秀賞」は個人の取り組みによる他部署・顧客への波及性や貢献度を、「チーム優秀賞」ではチームやプロジェクトによる取り組みが全社レベルで定量的成果を挙げているかという点を選考の指標としています。



2015年度上期表彰式



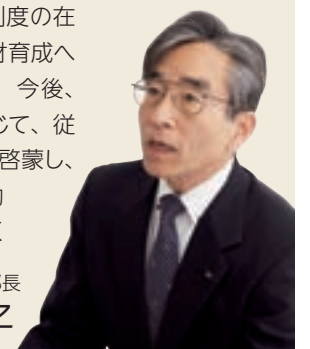
表彰トロフィー

人事総務部より

制度の在り方を見直し、従業員が働きがいのある制度設計を推進

中間流通業を担う当社では、人材が一番の財産と捉えています。従業員一人ひとりが学び、成長し、同じ志を持って目的の実現に向かっていくことで、社会に貢献し、従業員にとって働きがいのある「いい会社」になっていくものと考えます。そのために、2015年度は従業員の自覚と成長を支える研修制度とOJT教育を強化しました。また、これまでの制度の在り方を見直し、持続的な人材育成への基盤づくりを進めました。今後、管理職には社内研修等を通じて、従業員の育成や制度について啓蒙し、従業員がやりがいをもって働き、活躍できる職場環境づくりを推進していきます。

人事総務部 部長
牛尾 勝之



女性社員との関わり

■ OJTリーダー制度

伊藤忠食品では、新入社員が部署に配属された際に、同じ部署の中堅社員が業務のサポートを2年間行うOJTリーダー制度を設けています。新入社員への指導体制の強化ならびに、OJTリーダーの指導力・マネジメント力を醸成させることを目的に実施しています。OJTリーダー制度を設けることで、上司、OJTリーダー、OJT担当者、新入社員との一体教育や人事面談等で従業員の成長をサポートします。また、新入社員には3年間のフォローアップ研修を実施していきます。



OJTリーダー研修

■ ワークライフバランス

伊藤忠食品では、社員のワークライフバランス実現に向けて、仕事と生活の両立を支援する制度を設けています。2015年度は、ワークライフバランスの充実、従業員の健康増進や効率的な働き方の実現に向けて、「朝型勤務」を7月から9月の3か月間試験的に実施しました。また、「介護特別有給休暇制度」の新設及び「介護短時間勤務期間の延長（最長8年）」を図り、2016年度の実施に向けて、制度改正を実施しました。少子・高齢化社会といった社会的課題への対応やライフスタイルの多様化を踏まえ、従業員が安心して働ける制度や施策の充実に努めております。

*2014年度に見直しをおこなった育児支援制度については、次頁にてご報告します

■ ワークライフバランス実現に向けた制度

- 育児休業
- 育児短時間勤務(時差勤務含む)
※最大で小学校4年生の始期に達するまで
- 子どもの看護休暇
- 介護休業
- 介護短時間勤務(時差勤務含む)
- 介護休暇

■ 健全な労使関係

経営の重要なパートナーである労働組合とは、より働きやすく、働きがいのある職場づくりを進めることを目指して、定期的に協議の場を設けています。人事・労務関連の制度等の運用・改定に際しては、労使双方の課題認識をもとに十分に協議した上で実施しています。

■ ストレスチェック

職場で心の病に悩む人たちの増加が社会問題となるなか、伊藤忠食品では、メンタルヘルス疾患の予防と早期発見のため、外部機関によるメンタルヘルス・チェックを2009年より毎年全従業員に実施しています。

2015年12月より、ストレスチェック実施が義務化されましたが、当社ではこれに先駆け法制度に即したストレスチェックを9月に実施しました。当社は今後も「ストレスへの気づき」、「メンタル不調の未然防止」に取り組んでいきます。

■ ハラスメント防止、モラル意識向上

伊藤忠食品では就業規則においてハラスメント行為の禁止を明記し、これに基づき「セクシュアルハラスメントの防止に関する規則」及び「パワーハラスメントの防止に関する規則」を制定してハラスメントの防止を周知しています。2015年度は、伊藤忠食品グループ全従業員を対象に「ハラスメント・モラル研修」を実施し、具体的な事例を説明しながら研修を開催しました。また、社内イントラネットや社内報を通じて従業員の意識啓蒙に取り組んでいます。



■ 防災訓練

伊藤忠食品は、防災意識の向上と緊急時の対策のために、毎年防災訓練を実施しています。また、伊藤忠食品グループでは自衛消防隊員制度を設け、従業員の救護活動の役割を明確にしています。訓練では、建物・設備の被災状況確認、ライフラインの確認、怪我人対応訓練などを実施し、訓練における今後の課題を共有しました。

平成28年4月1日に女性活躍推進法が施行されました。女性社員が活躍できる職場づくりを目指して、女性の活躍を推進しています。

■ 女性社員が活躍できる職場づくりにむけて

伊藤忠食品における女性総合職の新卒採用は2005年度からと歴史が浅く、20代前半から30代前半の総合職社員が多いため、当社の課題として女性のキャリア形成途上であることが挙げられます。また、女性が制度を利用しやすい職場環境の整備、女性が活躍できる土壌づくりを進めるとともに、女性社員の採用を増やし、多様な人材を活かせる職場づくりに努めてまいります。

■ 「女性活躍推進法」施行に伴う当社行動計画

計画期間 平成28年4月1日～平成33年3月31日(5年間)

当社課題 女性総合職採用の歴史が浅く、キャリア形成途上にある

定量目標 ● 総合職に占める女性割合を5.7%から8%以上にする。
● 管理職を担える資格等級を有する女性社員を50名以上とする。

取組内容 ● 女性総合職の採用を拡大する。
● 仕事と育児の両立支援制度を利用しやすい環境整備にする。
● 一般職から総合職への職種転換を促し、キャリア研修を実施する。

VOICE

女性活躍推進は女性だけのものではない

東日本の商品窓口として約700社の仕入れ先様を担当し、商品発掘や情報の発信、商品勉強会の開催等、幅広い業務を行っています。仕先様との関係を築き上げ、両社にとってメリットのある契約を結ぶときにはこの仕事の醍醐味を感じます。

当社には意識を高く持って働いている女性従業員がたくさんいます。しかし、若い従業員が多いため、女性従業員が目指す、また人材育成の手本とするようなロールモデルが少ない状態です。こうした背景から女性の活躍を後押しする必要があると思いますが、女性活躍推進は女性だけのものではありません。男性従業員の理解・協力が必要不可欠です。新しい制度の導入により、女性だけでなく男性も同様に活躍できる職場環境整備に期待します。

東日本営業本部
東日本商品部
宮本 愛子

■ 育児支援制度

伊藤忠食品では、2014年度から育児支援制度を見直し、短時間勤務、時差勤務等の対象となる子どもの年齢を、「3歳未満」から「最大で小学校4年生の始期に達するまで」に延長するなど、より仕事と出産・育児を両立しやすい内容への改善を図りました。

少子・高齢化社会といった社会的課題への対応やライフスタイルの多様化を踏まえ、従業員が安心して働ける制度や施策の充実に努めていきます。

VOICE

環境に甘えるだけでなく、最大限の努力をすることも大切

昨年制度が新しくなって、平日に子どもと向き合える時間が増えました。子どもにとっては、叱られたり、怒られたりする時間も増えあまり嬉しくないかもしれませんが、近年子どもの安全が脅かされる事件も多く、子どもと一緒に過ごせる時間が増えたことはよかったです。こうした制度を利用できるのも同僚の理解と助けがあつてのことだと常に感謝しています。仕事と家庭の両立は大変ですが、自分自身も最大限努力する姿勢を忘れずに仕事と向き合うことが大切だと感じています。私自身制度変更後、営業部署で初めて制度を利用していることもあり、まだまだ思うようにいかないこともありますが、制度の充実と利用環境が高まれば、女性が活躍できる機会ももっと増えてくると思います。

西日本営業本部
業務部(業務課)
円市 智代

■ 女性中堅層研修

伊藤忠食品では、人材育成の一環として6年以上の一般職の女性社員を対象とした研修を実施しました。研修では、現在の自分自身の働き方を振り返りながら、理想とする働き方やライフスタイルに近づけるための方法をチームごとにディスカッションしました。次年度以降についても継続的に研修を実施し、女性社員の意識向上に努めていきます。



地域社会との関わり

社会との共生を目指して、事業活動を通じた社会貢献をはじめ、寄付や地域貢献、ボランティア活動などさまざまな社会貢献活動を推進しています。

■ ギフトカード事業を通じた復興支援

伊藤忠食品はプリペイドカードの発行・販売と、商品交換用WEBサイトの運営を行うギフトカード事業において「東北応援うめど!カード」を発行しており、売上の一部を東日本大震災被災地への義援金として寄付しています。

このカードは、東北6県の約60品の商品を取り揃えており、特に被害の大きかった岩手・宮城・福島3県の名産品を多く取り揃えています。被災されたメーカー様の復興への想いが詰まった逸品と交換することで、美味しいグルメを楽しみながら東北を応援することができます。

2015年3月から2016年2月の売上の一部は、みちのく未来基金に寄付し、東日本大震災で親を亡くした子どもたちの大学教育支援金として役立てられます。



■ 義援の概要 ※期間：2015年3月～2016年2月
販売額面金額（非課税） 28,010,000円
寄付額（販売額面金額の2%） 560,200円
寄付先 公益財団法人みちのく未来基金

VOICE

東北復興への願いがこもったカードで子どもたちを支援したい

東日本大震災直後に被災地のメーカー様から継続的な支援を依頼され、寄付金付きの「東北復興支援カード」を制作しました。カードの制作には、東北のメーカー様にもご協力いただき、復興への願いが詰まったカードとなりました。

震災から2年経った2013年には、復興している様子を知っていただき、被災地で頑張る生産者の皆様を応援して欲しいと生産者の方々や商品が見えるデザインに変更しました。震災直後はまだ掲載できる商品も少なかったですが、東日本大震災から5年、掲載できる商品も充実し、少しずつですが被災地の復興を実感しています。

当社は、今後も被災地の子どもたちの夢を継続して支援してまいります。



商品本部ギフト事業部
ギフトカード事業チーム
容貝 和雄

■ 「はい! お届け便」で買い物弱者を応援

お店まで距離が遠い、重い荷物の持ち帰りが大変など、日常の買い物に不便を感じている「買い物弱者」が社会課題になっています。伊藤忠食品が2007年から展開する「はい!お届け便」は、小売店で購入された商品をサービスカウンターで預かり、3時間以内にご自宅までお届けする宅配代行サービスです。特に高齢者やお子様連れの方に喜ばれ、年々ご利用が増えています。

お客様自身に商品を見て・選ぶ「買い物の楽しさ」を感じていただけるだけでなく、当サービスを導入されている小売店様からは、まとめ買いによる売上拡大や来店客数の増加につながっているとご評価いただいています。

宅配代行サービスを通じて、社会課題の解決に寄与できるよう今後とも取り組んでまいります。



グループ会社スハラ食品と連携し北海道商材拡売を推進

伊藤忠食品では、「安全・安心でおいしい日本各地の地域産品を全国へ」をスローガンに、2014年度から「地域産品プロジェクト」を展開しています。

また、グループ会社で北海道を拠点とする酒類・食品卸売業のスハラ食品でも、北海道の商材を広く紹介する「道産商品プロジェクト」を推進しています。当プロジェクトでは、担当者が北海道内各地の産地を直接訪問し、まだ知られていない北海道の優れた逸品を発掘して、伊藤忠食品の営業部署と連携することで、全国に北海道の魅力あふれる商品を発信しています。今後も北海道物産展の企画・出展やギフトカタログでの北海道特集ページの企画立案、北海道の食材を活用したお取引先様向けの商品開発等の取り組みを推進してまいります。



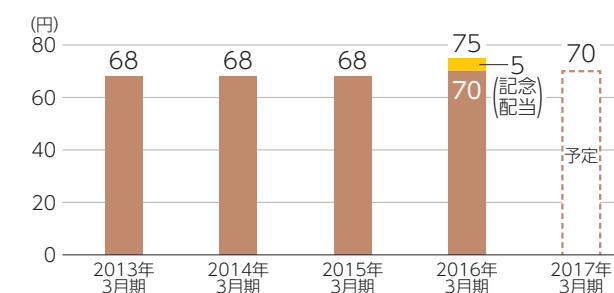
株主・投資家の皆様との関わり

持続的な企業価値向上を目指し、継続的な利益還元に努めるとともに、適切に情報を開示し、株主・投資家の皆様との信頼関係を築きます。

■ 株主還元

伊藤忠食品グループは、長期にわたる堅実な経営基盤の確保に努めるとともに、株主・投資家の皆様への利益還元としては、安定的な配当を維持していくことを基本方針としています。2016年3月期は、2015年3月期より2円増配の1株当たり70円の普通配当とし、当社創業130周年記念配当として5円加え、1株当たり75円としました。

■ 1株当たりの配当金の推移



※2016年3月期は、1株当たり配当額に、創業130周年記念配当5円を含んでいます。

■ 情報開示

公正で透明性の高い経営を実践するために、全てのステークホルダーに対してタイムリーで適切な情報開示に努めています。

決算情報ならびに東京証券取引所が定める適時開示規則に該当する重要情報は、内容が確定した段階で迅速に東京証券取引所に開示するとともに、当社ホームページでも公開しています。また、株主の皆様には半期ごとに決算の概要やトピックスを記載した「報告書」をお届けしています。機関投資家の皆様には、経営トップによる年2回の決算説明会のほか、個別ミーティングを実施し、コミュニケーションを図っています。

伊藤忠食品 IR情報 検索



決算説明会



株主報告書

■ 株主優待

株主の皆様の日頃のご支援に感謝するとともに、当社株式を長期間にわたり保有していただけるよう投資の魅力を高めるために、株主優待制度を実施しています。毎年3月31日の株主名簿に記載または記録された単元株式数(100株)以上保有の株主様1名につき1口、伊藤忠食品オリジナルギフト商品をご賞味いただける「ちよいすdeチョイス」を贈呈しています。厳選された約50種類の商品からお好きな商品をお選びいただけます。



伊藤忠食品 株主優待 検索

毎年人気の当社オリジナル商品も優待品にお選びいただけます

伊藤忠食品は人気外食チェーンや老舗料亭、有名料理人、パティスリーなどのブランドオーナーとタイアップして商品を開発しています。ブランドが持つ世界観・味に近づけることにより、ご家庭にしながら本格的な味わいをお楽しみいただける付加価値の高い商品開発を目指しています。

伊藤忠食品オリジナル開発商品を株主の皆様にもご賞味いただきたく、当社が函館の老舗レストラン「五島軒」と共同開発したオリジナルのハンバーグセットを株主優待品としてご用意しております。優待品のなかでも毎年人気の商品となっておりますので是非お試しください。





伊藤忠食品株式会社

■大阪本社 〒540-8522 大阪府大阪市中央区城見2-2-22
電話 (06) 6947-9811

■東京本社 〒107-8450 東京都港区元赤坂1-2-7 赤坂Kタワー
電話 (03) 5411-8511

■本報告書についてのお問い合わせ先

経営企画本部 経営企画部 IR広報・CSRチーム
電話 (03) 5411-8512



本報告書は、環境に配慮した「FSC®認証紙」、VOC削減効果の高い「NON-VOCインキ」「水なし印刷」を使って作りました。