



伊藤忠食品株式会社



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 サステナビリティ推進チーム
電話 (03) 5411-8512

CORPORATE REPORT 2026

コーポレートレポート 2026

伊藤忠食品とは

- 03 伊藤忠食品の歩み
- 05 ビジネスモデル
 - 07 当社のビジネス重点分野
 - 10 伊藤忠食品の主な取り組み
- 12 2025年度決算総括

社長メッセージ

- 13 社長メッセージ



サステナビリティ

- 15 サステナビリティの考え方及び取り組み

TOPICS

- 17 持続可能な社会の実現に向けた取り組み

Environment

- 19 環境型社会への取組推進

Social

- 21 安心・安全な食の安定供給
- 22 豊かな食生活の実現
- 23 人的資本経営の高度化

Governance

- 25 コーポレートガバナンスの強化

データセクション

- 27 財務ハイライト
- 29 企業情報

経営ビジョン

価値創造に向けて進化するグッド・カンパニーへ

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〉

伊藤忠食品のコーポレートレポートは、当社グループの持続的な成長及び企業価値向上に向けた取り組みと、中長期的な戦略をステークホルダーの皆さまにわかりやすくお伝えすることを目的としています。

なお、今回のコーポレートレポートでは当社の重点分野及びマテリアリティ（重要課題）ごとの取り組みを中心に掲載しています。

〈WEBサイト〉

▶ コーポレートサイト
<https://www.itochu-shokuhin.com>



▶ 決算情報／IRライブラリー
<https://www.itochu-shokuhin.com/ir/>



〈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〉

2025年度（2025年4月1日～2026年3月31日）。ただし、一部、それ以前の経緯や、2026年度の活動、将来の活動予定も報告しています。

〈発行年月〉

2026年9月



企業ロゴのご説明

ロゴの色彩として、上段のグリーンは食品のイメージに欠かさない「新鮮」・「安全」・「健康」、また人財を中心とした「企業のソフト面」、下段のブルーは「理知的」・「スマートさ」、また設備やシステムなど「企業のハード面」、センターのラインは「流通」の大きな流れの中で「アクティブ」・「シャープ」・「スピード感」を表現しています。

伊藤忠食品の歩み

当社は、140年以上の歴史で培った卸機能をさらに磨き上げるとともに、時代の変化と要請を先取りした取り組みを積極的に推進してきました。また近年は、社会課題解決のために本業を通じたサステナビリティ^{※1}に関する活動を展開し、気候変動への対応やESG^{※2}に関わる取り組みを加速することで、SDGs^{※3}への貢献に資する取り組みの深化を図っています。

1971

松下商店と鈴木洋酒店が合併し、松下鈴木が誕生



松下商店・鈴木洋酒店合併

1982

伊藤忠商事との資本業務提携



伊藤忠商事と資本業務提携

1983

物流会社、新日本流通サービスを設立



新日本流通サービスを設立

1996

伊藤忠食品の誕生



伊藤忠食品誕生

1996



2001

東証一部上場



東京証券取引所第一部に上場

1934

名古屋乾物(後のメイカン)創業



1886

松下善四郎商店創業



1875

鈴木洋酒店創業



1971

松下鈴木

2006

アイ・エム・シーを設立
百貨店の食品売場の運営受託を行う子会社として「アイ・エム・シー」を設立



アイ・エム・シー

2008

ISC ビジネスサポートを設立
経理、債権管理、データ入力などの事務管理業務を分社化し、「ISC ビジネスサポート」を設立



ISC ビジネスサポート

2012

スハラ食品(北海道・小樽市)の株式を追加取得し連結子会社化



スハラ食品

2008

世界金融危機(リーマンショック)

2005

愛知万博(愛・地球博)

2011

東日本大震災

2020

新型コロナウイルスの流行

2019

消費税10%、軽減税率導入

2025

大阪・関西万博

2026

創業140周年
伊藤忠商事の完全子会社化

2023

中期経営計画
「Transform 2025～創造と循環～」を策定

2022

東証プライム市場へ移行

2020

中期経営計画
「Transform 2022～領域を超えて～」を策定

※1 サステナビリティ: 持続可能性(Sustainability)
※2 ESG: 環境(Environment)、社会(Social)、ガバナンス(Governance)の取り組み
※3 SDGs(Sustainable Development Goals): 国連で採択された2030年をゴールとする持続可能な開発目標

1870年代～1970年代

松下商店と鈴木洋酒店の合併

1971年 西の松下商店と東の鈴木洋酒店が合併し松下鈴木(株)として新たなスタートを切りました。松下商店、鈴木洋酒店が一緒になり全国卸となることで、互いの長所・伝統を事業に活かし、これまで以上に多くの商品を全国の得意先へ提供できるようになりました。

1970年代～1990年代

小売業の急成長に対応する全国卸化

松下鈴木(株)は酒類・食品卸売業として数多くのメーカーと特約契約を結び、販売基盤を確立していましたが、当時の社長、松下善四郎は「機能が必要とされる時代が来る」として、生き残りをかけ、1982年 伊藤忠商事(株)と資本業務提携し、営業及び管理機能の強化を図りました。

1990年代～2010年代

ニーズの多様化に応える事業領域の拡大

21世紀の到来を控え、流通機能の多様化・広域化が業界を生き残る鍵となる中、強固な流通基盤を確実に形成することを目的に、ともに伊藤忠グループであった松下鈴木(株)と(株)メイカンが合併し、1996年10月1日伊藤忠食品(株)が誕生しました。社会に貢献できる真のリーディングカンパニーを目指し、2001年 東証一部への上場を果たしました。

2010年代～2020年代

次なるステージへ。信頼を基盤とした社会課題解決への貢献

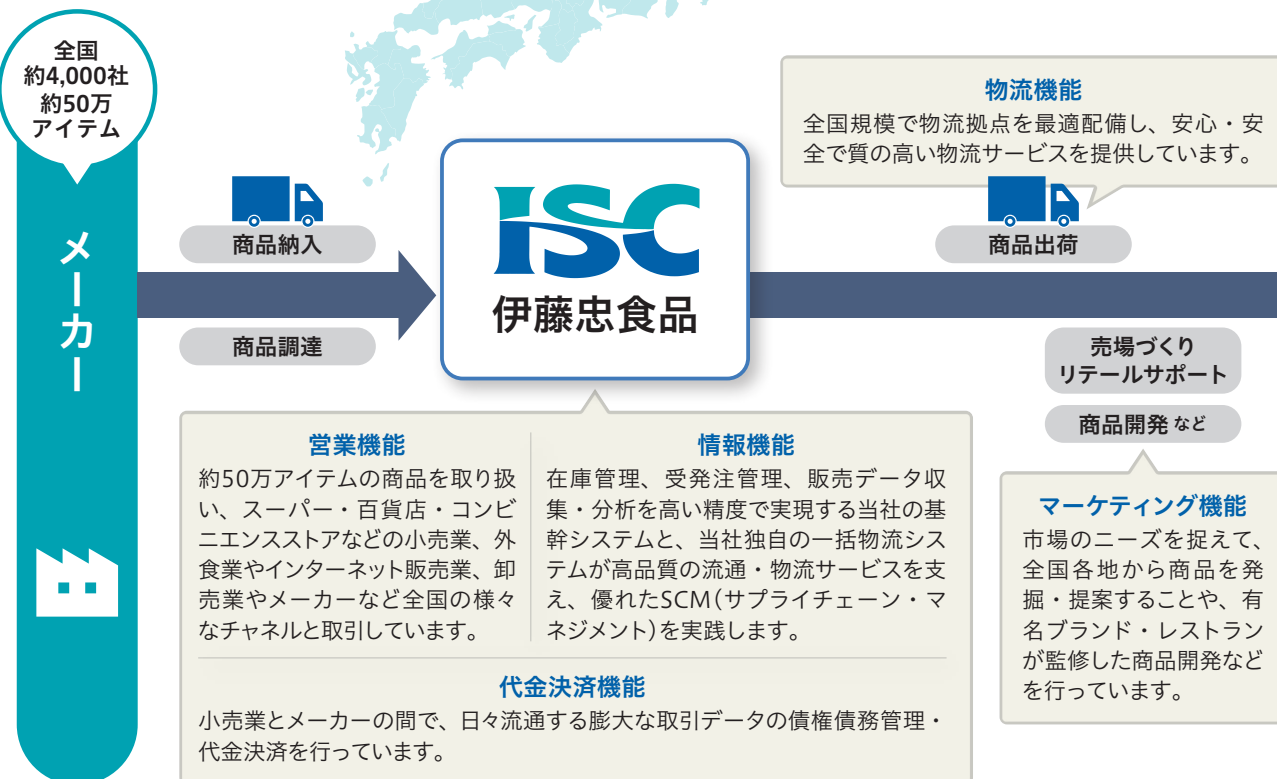
2026年、創業140周年という大きな節目に、当社は伊藤忠商事(株)による公開買い付けに賛同し、完全子会社となりました。上場企業として培ってきた透明性の高い経営基盤と社会への責任感はそのままだに、今後はグループの総力を結集し、より迅速かつダイナミックに食の未来を創造していきます。企業理念である「健康で豊かな食生活創り」のもと、私たちはこれからも、取引先や次世代を担う皆さまとともに、持続可能な社会の実現に貢献し続けます。

ビジネスモデル

食品卸として事業を通じて全国へ商品を安定供給

1886年の創業以来「酒類・食品卸売業」として、全国約4,000社のメーカーから商品を仕入れ、約50万アイテムを全国約1,000社の小売業にお届けしています。

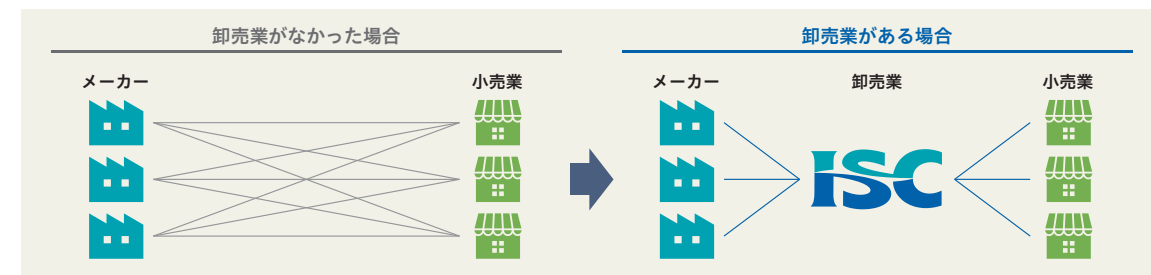
当社は商品の保管、運送ならびに各種商品の情報提供、商品流通に関するマーチャンダイジング等を主とした事業活動を展開しながら、それぞれの機能を駆使することで商品の安定供給と流通全体の効率化を可能にし、豊かな食生活を支えるライフラインとしての役割を果たしています。



卸売業の役割

メーカーと小売業の間に当社が中間流通業として介在することで、膨大な数の商品を一括集約・配送しています。輸送や保管等に伴う双方の業務負担を軽減するとともに、効率化を果たしています。中間流通業という日々の事業活動を通じて、サプライチェーン※の効率化に貢献するとともに、安心・安全な食の安定供給に努めています。

※ 製造した商品が消費者に届くまでの一連の工程

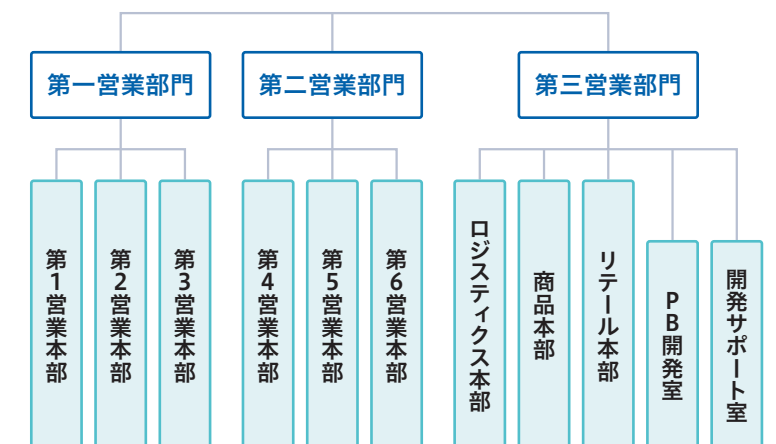


伊藤忠食品の営業体制

当社は2025年度に、顧客の事業特性やニーズに柔軟かつきめ細やかに対応する6営業本部体制へと刷新しました。

2026年度には、付加価値の一層の向上を目指し、部門直轄の新組織として「PB開発室」と「開発サポート室」を設立しました。

この新体制の目的は、小売業の皆さまにおけるプライベートブランド(PB)戦略への関与をこれまで以上に深めることにあります。伊藤忠グループのネットワークを活用することで、多様化する消費者ニーズを的確に捉えた商品開発を支援し、企画から供給までを一貫してサポートしていきます。



当社のビジネス重点分野

伊藤忠グループの経営資源と当社の強みを融合することで、バリューチェーン全体の課題解決に取り組み、幅広い領域で新たな価値の創出を目指しています。

こうした取り組みを通じて、経済合理性と持続性を兼ね備えたビジネスモデルの実現を図るとともに、当社が140年にわたり培ってきた知見と信頼を礎に、主体的にグループの力を束ねながら、さらなる成長につなげていきます。

その実現に向けて、事業基盤の強化と提供価値の拡大を担う「PB商品／留型商品の開発」・「リテールメディア」・「物流」を重点三分野と定め、取り組みを加速しています。



PB商品／留型商品の開発

当社は、伊藤忠グループ各社が持つ原料・資材調達力、海外サプライヤーとのネットワーク、FOODATAなどを活用し、PB（プライベートブランド）商品／留型商品の開発提案を進めています。

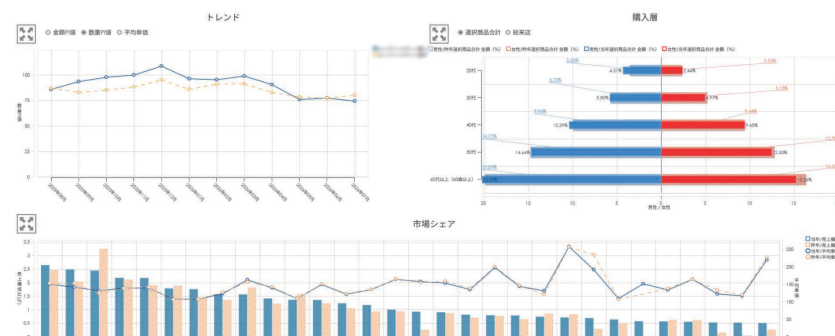
2026年度にはPB開発室を設立し、社内情報の集約と各部署の連携を通じて、提案力の強化を図っています。



● FOODATAとは？

FOODATAとは、全国約1,500万人規模のID-POSデータと10万人規模のレシートデータ、さらに味覚や香りなどの「味覚調査データ」を活用し、消費者の購買行動や市場トレンドを“見える化”できるマーケティングデータ分析サービスです。

商品開発やターゲット分析、味覚評価、販促施策の効果検証など、幅広い商品企画・販売戦略に役立ちます。



リテールメディア

当社は、リテールサポートの一環として、日本全国で130以上の企業にデジタルサイネージを導入しており、その数は外部提携先を含めて約3万台を超えています。設置場所は、生鮮売場を中心に、レジ前や店舗の入口など多岐にわたります。売場に設置したデジタルサイネージでは、レシピ動画や商品広告、特売情報などを放映するとともに、対象商品を一体陳列するなど魅力ある売場づくりをサポートしています。

また、小売アプリとの連携や外部パートナーとの協業を通じて、リテールメディアとしての領域拡張を目指していきます。



● サイネージ施策 | オープンキャンペーン

デジタルサイネージ上に表示されるQRコード※から応募できる消費者キャンペーンを展開し、応募数・対象商品の購買実績はいずれも着実に伸長しています。

今後も、豊かな顧客体験につながる売場づくりと、消費者に支持される販促施策の実施を支援していきます。

※ QRコードは株式会社デンソーウェーブの登録商標です。



● 効果測定

ID-POS／POSデータを活用した購買測定とユーザー行動変容分析により、サイネージ施策の広告効果を多面的に可視化し、来店・購買への寄与や認知・行動の変化を総合的に検証します。

これにより、消費者理解の精度向上や課題抽出を行い、効果的な販促施策の立案・改善につなげます。

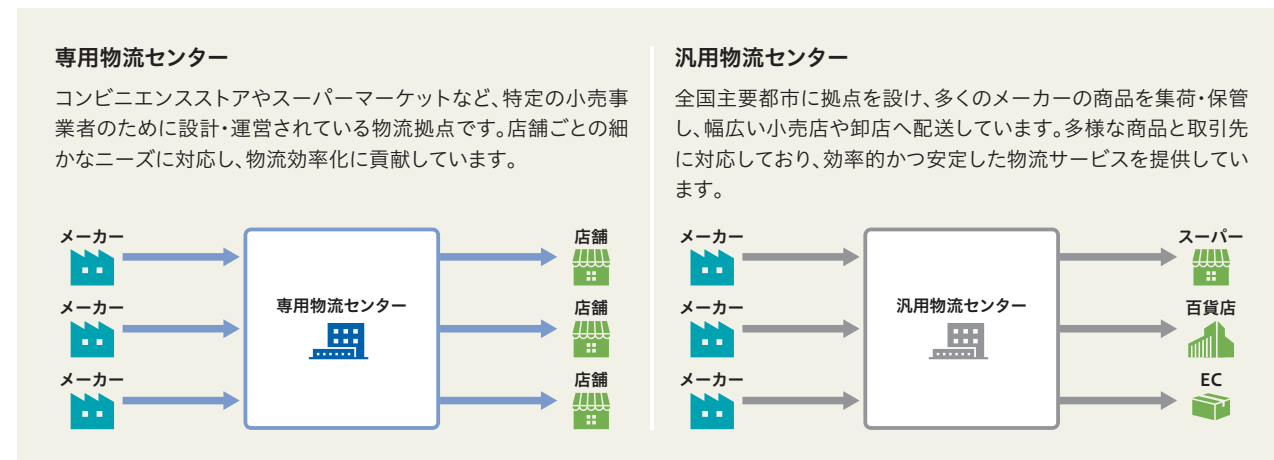


当社のビジネス重点分野

物流

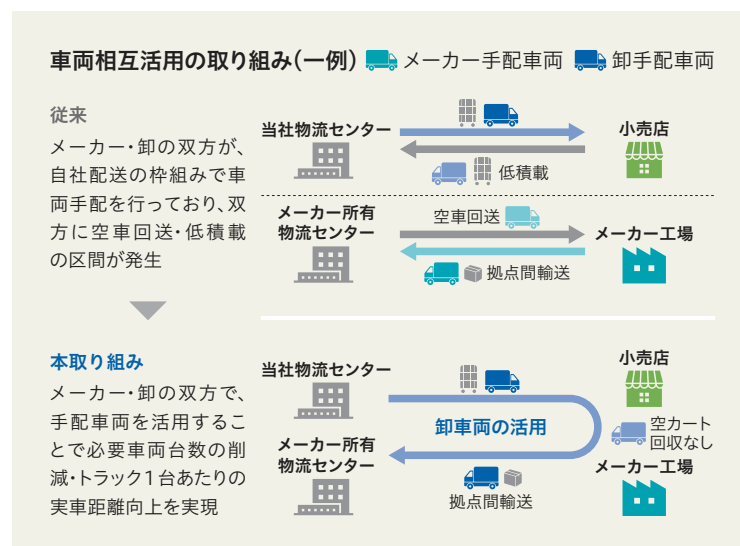
当社は、特定の小売業向け専用物流センターの受託運営と、複数の取引先へ納品する汎用物流センターの運営を行っています。製・配・販連携による物流課題の解決として、入荷時の待機時間削減やトラックの積載率の改善に早期から積極的に取り組んでいます。

また、近年、物流業界の人手不足を背景に、物流費の維持・低減と効率化へのニーズが高まっています。当社では、庫内作業の自動化やピッキングシステムの導入、納品時の検品省略などによる省人化・生産性向上を提案しています。さらに、在庫指標の改善や計画入荷、商品カテゴリー拡大を通じて、倉庫作業・配送の効率化とローコストオペレーションを推進しています。



● 車両相互活用

当社の物流センターから小売店舗への配送後、納品車両の帰路を活用し、メーカー工場からメーカー拠点への製品輸送を行う取り組みを継続しています。これまで空車となっていた車両を相互で有効活用することで、ドライバー不足への対応や輸送効率の向上を図っています。



● さらなる物流効率化に向けて

当社は、デジタル技術と既存リソースを掛け合わせた施策を継続しています。

これまでの取り組みに加えて、入荷予約システムの導入による車両待機時間の削減や、配送ルートの見直しによる積載効率の向上、さらにデジタル技術を用いた庫内の自動化・省人化を推進しています。また、店舗配送後の車両でメーカーの製品を運ぶ「車両相互活用(帰り便活用)」など、卸売業ならではのネットワークを活かした効率化にも注力しています。

これらの取り組みにより、物流費の抑制と環境負荷の低減を同時に実現し、より強固なサプライチェーンを構築していきます。

伊藤忠食品の主な取り組み

営業活動

社内外で商品発掘を行い、取引先であるコンビニやスーパー、百貨店、ECサイトなど、業態ごとの特性や消費者層、トレンド、価格帯を踏まえた提案・販売をしています。営業活動は商品提案にとどまらず、催事や販促物の提案、広告やクーポンなどの販売促進施策、アソートセットの企画、売れ筋情報の提供まで幅広く担っています。メーカーからの情報に加え、SNSやネット、店舗視察、展示会などを通じた情報収集も行っています。さらに、レシピ動画メディアとの連携やデジタルサイネージの活用など、デジタル技術を取り入れた販促提案にも取り組んでいます。

これらの取り組みを通じて、取引先の売上向上と店舗の活性化に貢献しています。

営業発掘

日本各地の地域産品を日本全国に向けて発信「ふるさと食むすび」

▶ 詳細はこちら <https://www.itochu-shokuhin.com/sustainability/local.html>



安全・安心で美味しい日本各地の地域産品を全国に向けて販売していくことで、地域産業の活性化に取り組んでいます。日本各地に根付いた食文化、それぞれが持つ「ふるさと」を背景に「日本の良さを再発見、再認識する」ことをコンセプトに商品発掘や商品企画を行っています。また、地域の連携協力者(自治体、支援機関、金融機関等)が提唱する「地域力向上」や「地域ブランディング」などの地域活性化に向けた取り組みを支援しております。「食」を通じて「ふるさと」の魅力をさらに伝えられるよう「地域産品卸ナンバーワン」を目指していきます。



北海道商材(スハラ食品)

▶ 詳細はこちら <https://suharafoods.com/>



2012年に北海道エリアにおける営業基盤の強化を目的に北海道の酒類・食品総合卸売会社、スハラ食品を連結子会社化しました。北海道の新鮮な食材を最大限活かした魅力ある商品の発掘、オリジナル商品の企画・開発を進めることで、「北海道ブランド」の創出と発信に努めています。当社グループの商品調達力強化の一翼を担う重要な存在であり、これからも「北海道の厳選された“おいしい”」を全国の食卓にお届けしていきます。



伊藤忠食品の主な取り組み

ギフト

▶ 詳細はこちら <https://www.itochu-shokuhin.com/business/gift.html>



ナショナルブランドギフトの取り扱いに加えて、オリジナルのギフトセットやカタログの企画・制作を行うとともに、ギフトに特化した物流やシステムを活用し、ギフト分野のトータルソリューションを提供しています。

また、従来の中元・歳暮の市場のみならず、パーソナルギフトや企業のセールスプロモーションなど伸長している市場に向けた取り組みを強化しています。オンライン上で贈り、受け取ることができるデジタルコードギフト[※]は幅広い価格帯の多様な商品を取り揃えており、誕生日や記念日などの個人間のプレゼントに加え、ノベルティや福利厚生などのビジネスシーンでの活用も増えています。今後もデジタルのギフト機能を生かし、食品／非食品問わず消費者の多様なニーズに合わせた展開を進めていきます。

※ デジタルコードギフトとはパソコン、スマートフォンなどから商品交換サイトにアクセスすることで、好きな商品を申し込むことができるギフトです。



商品開発

▶ 詳細はこちら <https://www.itochu-shokuhin.com/business/brand.html>



● 高品質な冷凍食品の開発

国産フルーツを旬の時期に急速凍結し鮮度を閉じ込めた「凍眠フルーツ」を開発・販売しています。また、酒蔵でしか味わえないしぼりたて、詰めたての生酒を急速凍結した「凍眠凍結酒」が好評を得ています。



● 有名ブランド・レストランの監修による銘店コラボ商品

ブランドオーナーの方々とともに、価値志向の消費者ニーズを捉えた冷凍惣菜・スイーツを開発しています。食べきりサイズの冷凍小型ケーキやクリスマスケーキ、おせち等の季節商品なども開発しています。



● 健康配慮型プライベートブランド「からだスイッチ」

食を通じて消費者に健康を提供し多様化するライフスタイルや市場のニーズ・シーズに対応するために、サプリメント・粉末飲料・青汁など、商品カテゴリーに捉われないものづくりを通じて、生活者のシーンに溶け込む商品を提供しています。



酒類

▶ 詳細はこちら <https://www.itochu-shokuhin.com/business/liquor.html>



● ヴィナキー

オーストラリアを代表するワイナリー「ヴィナキー」のワインを取り扱っています。地元農家と連携した持続可能な生産体制のもと、多様な品種を活かした個性豊かなワインを展開。Jacob's CreekやHardysなどの世界的ブランドを通じて、サステナブルなワイン文化の普及、市場活性化、新しいライフスタイル提案を推進します。



● キウォンウイスキーディスティラリー

韓国初のシングルモルトウイスキー蒸留所・キウォンウイスキーディスティラリーが製造するウイスキー「キウォン」、ジン「ジュンウォン」などを取り扱っています。百貨店や料飲店を中心に提案を進め、ブランド認知拡大と酒類の新たな価値創造を目指していきます。



2025年度決算総括

食品流通業界における消費者動向としては、原材料価格の高騰や人件費、物流費の上昇に伴う商品価格の値上げの継続により、消費者の生活防衛意識はさらに高まり、選別消費の傾向がより一層強まりました。加えて、ライフスタイルの変化等により価値観のシフトが見られる等、消費者行動の多様化、複雑化が進んでいます。このような状況下、当社グループは中期経営計画「Transform 2025～創造と循環～」の最終年度である今期の単年度副題を“Catch the Market Phase 2”とし、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いたしました。2025年度決算の売上高は、主にCVS(コンビニエンスストア)や卸業向けの取引拡大、飲料や麺類の伸長などもあり、増収となりました。利益面では、前年における一過性の持分法投資利益増加の反動はあったものの、増収及び低重心経営の徹底による営業利益増により、親会社株主に帰属する当期純利益が2024年度比0.8%増の83億円となり、7期連続の増益を達成することができました。

● 2025年度決算総括(PLハイライト)

(単位：億円)

	2024年度 実績	2025年度 公表見通し	2025年度 実績	前期増減額	対公表見通し 増減額
売上高	6,994	7,200	7,202	+208	+2
営業利益	85	97	106	+21	+9
営業利益率	1.22%	1.35%	1.47%	+0.25pt	+0.12pt
経常利益	113	114	126	+13	+12
経常利益率	1.61%	1.58%	1.75%	+0.13pt	+0.16pt
親会社株主に帰属する当期純利益	82	83	83	+1	+0

また、当社グループは2023年度にスタートさせた中期経営計画「Transform 2025～創造と循環～」に基づき、3つの重点分野「情報」「商品開発」「物流」を中心に事業を推進しました。

● 「Transform 2025～創造と循環～」の総括

	項目	目標	成果
1	情報	製・配・販と消費者のつながりが生む 新たな顧客体験	①他社サイネージ等との外部連携による放映可能台数規模拡大 ②チラシアプリとの連携によるコンテンツ訴求力アップ ③ID-POSデータ分析の強化による効果検証の精緻化
2	商品開発	多様化した消費者の幅広いニーズを 充足する商品の拡充	①市場の個食化ニーズに対応した小型ケーキの開発 ②キャラクターIPを活用したクリスマスケーキ市場の活性化 ③凍眠フルーツの産地開拓、ラインアップ拡充
3	物流	社会課題を解決しつつ、 経済的貢献も実現	①サプライチェーン全体の効率化を製・配・販で実施 ②デジタル技術を活用した庫内生産性の向上

社長メッセージ

持続的成長に向けた新規ビジネスモデルの構築

伊藤忠食品株式会社
代表取締役社長 社長執行役員

岡本 均

2025年度の総括

2025年度を振り返ると、国内景気は雇用・所得環境の改善を背景に緩やかな回復基調を維持したものの、世界的な地政学的変化や為替相場の変動、エネルギー価格をはじめとする各種コストの上昇などにより、先行き不透明な事業環境が続きました。

食品業界においては、原材料・資材価格に加え、物流費や人件費の上昇を背景に値上げが継続し、消費者の生活防衛意識は一段と高まりました。一方で、節約志向が続く中でも、簡便性や健康志向、個食化への対応、付加価値商品への需要など、消費者ニーズはより多様化しました。また、小売業界では業界再編やM&Aの動きが活発化するとともに、業態の垣根を越えた競争が一層進展しました。広域展開による規模拡大に加え、ディスカウント業態や食品強化型ドラッグストアの伸長などを背景に、競争環境はさらに厳しさを増しました。

こうした環境の中、当社グループは、中期経営計画「Transform 2025～創造と循環～」の最終年度として、次なる成長に向けた事業基盤の強化に取り組みしました。重点分野である「情報」「商品開発」「物流」では、それぞれの強みを活かした施策を着実に推進しました。「情報」分野では、デジタルサイネージを保有する外部企業との連携を強化し、広告配信が可能な台数は約3万台に拡大いたしました。また、チラシ等店舗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、QRコードを活用したキャンペーンの認知を拡大し販促強化に結びました。また、ID-POSデータに基づいた消費者の購買行動分析を強化することで、デジタルサイネージによる販促の効果検証を精緻に実施し、売り場や商品開発の改善提案に結びました。「商品開発」分野では、マーケットニーズに即したブランド監修の小型ケーキや和菓子の拡売、当社オリジナル冷凍食品「凍眠フルーツ」の産地の多様化とラインアップの拡充を行いました。また、オリジナル性に富む高付加価値なおせちやクリスマスケーキの拡売にも注力いたしました。

「物流」分野では、入荷待機時間の削減やトラックの積載効率改善に向けて食品流通業界全体で取り組むとともに、デジタル技術を活用した庫内生産性の向上を図る施策を推進いたしました。

その結果、売上面では、主にコンビニエンスストアや卸売業向けの取引拡大に加え、飲料や麺類の販売が堅調に推移したことにより増収を確保しました。利益面においても、増収効果に加え、低重心経営の徹底による収益性向上が寄与し、営業利益及び経常利益ともに増益を達成しました。

物価上昇や物流コストの高止まりなど厳しい経営環境が続く中であっても、収益力の向上と事業基盤の強化を着実に進展させることができました。これもひとえにお取引先をはじめとする関係者の皆さまのご支援、ご協力の賜物であり、心より厚く御礼申し上げます。

今後の成長に向けて

一方で、こうした成果を積み重ねる中で、当社は食品流通業界を取り巻く環境変化が、従来の延長線上的取り組みだけでは対応できない段階に入っていることを強く認識しています。

人口減少や高齢化による市場構造の変化、消費者ニーズの多様化、物流費や人件費の大幅な上昇、さらには業界再編の進展など、食品流通を取り巻く環境は大きな転換期を迎えています。このような時代においては、過去の成功体験に依存するのではなく、自ら変化を創り出し、新たな価値を提供していくことが求められます。

こうした認識のもと、当社は伊藤忠商事による公開買付けを経て、2026年5月に伊藤忠商事の完全子会社となり、上場を廃止いたしました。私たちは、この決断を単なる資本政策とは捉えていません。中長期視点での成長投資を加速し、変化の激しい市場環境において迅速かつ柔軟な意思決定を実現するための戦略的な選択であると考えています。

これまで上場会社として培ってきた規律や透明性、社会からの信頼は、今後も変わらぬ当社の財産です。そのうえで、伊藤忠グループの持つ事業基盤やネットワーク、調達力、情報力を最大限に活用することで、これまで以上にスピード感を持って新たな価値創造に挑戦してまいります。

当社が目指すのは、単なる食品卸売業の枠を超え、メーカー、小売業、そして消費者を繋ぐ「食品流通プラットフォーム」の進化と強靱化です。

その実現に向けて、第一に、小売業各社のPB商品や留型商品の開発支援を一層強化してまいります。商品企画に加え、原料調達や製造ネットワークの安定活用、収益性の検証までを一体的に支援し、お取引先の成長に貢献してまいります。

第二に、デジタルサイネージやID-POSデータなどの情報資産を活用し、販促・広告機能の高度化を進めます。メーカーと小売業双方に対して、より精度の高いマーケティングソリューションを提供することで、リテールメディア事業としての価値を高めてまいります。

第三に、物流を単なる配送機能ではなく、サプライチェーン全体の最適化を支える社会インフラとして進化させます。共同配送や物流協業、デジタル技術の活用を通じて、お取引先の業務負荷軽減と持続可能な物流体制の構築を実現してまいります。

これらの取り組みを通じて、当社は従来の「モノを運ぶ卸」から、「価値を創造し、流通全体を最適化する卸」へと進化してまいります。

当社が目指す成長は、単なる事業規模の拡大ではありません。食の安定供給を支え、物流や流通に関わる社会課題の解決に貢献し、食品ロスの削減や環境負荷の低減に取り組むことで、社会的価値と経済的価値の両立を実現していくことにあります。

これからも当社は、食品流通の未来を支える企業として挑戦を続け、持続可能な社会の実現に貢献してまいります。今後とも、一層のご理解とご支援を賜りますようお願い申し上げます。

サステナビリティの考え方及び取り組み

サステナビリティ担当役員メッセージ

「健康で豊かな食生活創り」を通じ、社会的価値と経済的価値を両立させ、持続的な成長を目指します。

当社は企業理念である「健康で豊かな食生活創り」を基本とした「サステナビリティ基本方針」を定め、ステークホルダーの皆さまとともに持続可能な社会の実現を目指し取り組みを進めています。

2020年度よりESGの各分野を網羅したマテリアリティ（重要課題）を公表し、取り組みを進めていますが、2023年度には社会的要請及び自社の状況の変化を鑑み、マテリアリティの見直しを公表いたしました。また、2022年度にはサステナビリティ関連2030年度までの長期目標を公表しています。

今後も社会からの期待と要請に応え、「健康で豊かな食生活創り」を一人ひとりの社員が実践することでマテリアリティ（重要課題）解決及び長期目標達成へ取り組み、持続的な成長を目指します。

取締役 専務執行役員 管理統括部門部門長
(兼)コンプライアンス担当、サステナビリティ担当、ダイバーシティ推進室 福嶋 義弘

サステナビリティ基本方針

▶詳細はこちら <https://www.itochu-shokuhin.com/sustainability/theme.html>



伊藤忠食品グループは、「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」という企業理念のもと、事業活動を通じた社会課題の解決に取り組み、持続可能な社会の実現に貢献していきます。

1. マテリアリティの特定と事業活動を通じた社会課題の解決への取り組み
2. 社会との相互信頼づくり
3. 持続可能なサプライチェーンの強化
4. サステナビリティ推進に向けた社員への教育・啓発

気候変動に関する当社の考え方と対応

▶詳細はこちら <https://www.itochu-shokuhin.com/sustainability/tcf.html>



気候変動をはじめとする環境、社会、ガバナンスは当社事業活動の持続的な成長に影響を及ぼす重要な経営課題だと認識しています。2022年度よりTCFD※フレームワークに基づき、「ガバナンス」「戦略」「リスク管理」「指標と目標」について開示しています。今後も当社は食のサプライチェーンの維持に努めるとともに、人々の豊かな食生活創りに貢献するため、サステナビリティ関連2030年度までの長期目標と連動させながら、リスクと機会の対応に取り組んでいきます。

※ TCFD(Task Force on Climate-related Financial Disclosures)：気候関連財務情報開示タスクフォース

サステナビリティ推進体制

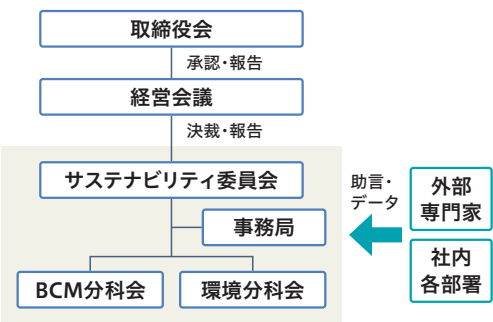
▶特定プロセスの詳細はこちら <https://www.itochu-shokuhin.com/sustainability/process.html>



サステナビリティ推進については、サステナビリティ担当役員を委員長とするサステナビリティ委員会が全社を統括しています。また、サステナビリティ委員会のもとには、「BCM(事業継続マネジメント)分科会」「環境分科会」の2つの下部組織を設け、それぞれのテーマに即した全社施策の検討や推進に取り組んでいます。

サステナビリティ委員会ではマテリアリティの特定及び取り組み状況の管理、各種サステナビリティに関する方針や目標、施策についての議論をしており、重要な方針及び施策、進捗状況については、取締役会にて承認、報告をしています。

＜サステナビリティ体制図＞



伊藤忠食品のマテリアリティ

マテリアリティ項目		テーマ	
E 環境	環境型社会への取組推進	● 温室効果ガス排出削減 ● プラスチック排出削減及びリサイクルの推進	P.19 参照
	安心・安全な食の安定供給	● 安定した商品供給 ● 徹底した品質保証	P.21 参照
S 社会	豊かな食生活の実現	● 食生活を豊かにする情報の提供 ● 食育及び食を通じた地方創生	P.22 参照
	人的資本経営の高度化	● 持続的成長に向けた自律型人財の育成 ● 働きがいのある職場環境の整備	P.23 参照
G ガバナンス	コーポレートガバナンスの強化	● コーポレートガバナンス体制の充実	P.25 参照

非財務目標

優先的に解決すべきマテリアリティと連動した非財務目標を設定し、事業活動を通じた社会課題解決を目指していくことで経済的価値へとつなげていきます。今後も各目標達成に向けて、実効的な施策を推進していきます。

テーマ／施策		指標※1	非財務目標	25年度の状況
E 環境	● 温室効果ガス排出削減	CO ₂ 排出量削減率 (2018年度比、Scope1・2)※2	2030年度までに 40%削減	2018年度比 24.2%削減
	● 食品ロス削減	食品廃棄量削減率 (2018年度比)	2030年度までに 60%削減	2018年度比 60.3%削減
	● 廃プラスチックの 1) 排出削減 2) リサイクル推進	1) 排出量削減率 (2021年度比) 2) 有効利用率※3	2030年度までに 1) 70%削減 2) 95%	1) 2021年度比 58.3%削減 2) 95.2%
S 社会	● 安定した物流サービスの提供	1) 待機車両30分超過率 2) 店舗配送の積載率	1) 5%以下 2) 毎年改善	1) 7.0% 2) 85.4%
	● ダイバーシティ・エクイティ& インクルージョン推進	女性管理職比率※4	2030年度までに 25%	2026年4月1日時点 17.9%
	● 自律型人財の育成 (社員のパフォーマンス向上)	労働生産性 (付加価値額÷従業員数)	毎年改善	22百万円/人
	● 社員の健康力向上	健康経営優良法人認定	継続認定取得	健康経営優良法人 2026認定取得、 ホワイト500認定
	● 働きがいのある職場環境の整備	1) 社員エンゲージメント スコア 2) 男性育児休業取得率	1) 毎年改善 2) 2030年度までに 85%	1) 65.1 2) 90.5%

※1 「環境」及び「社会」の「自律型人財の育成」に関しては当グループの指標及び目標となっています。それ以外の項目に関しては当社(単体)の指標及び目標となっています。

※2 Scope1：事業活動に関わるCO₂排出量(自社燃料使用)、Scope2：事業活動に関わるCO₂排出量(自社電気使用)

※3 有効利用率：廃プラスチックの全排出量の内、製品原材料化(マテリアルリサイクル、ケミカルリサイクル)や熱回収(サーマルリサイクル)により有効利用を行った廃プラスチックの排出量の割合

※4 女性管理職比率の実績は、2026年4月1日時点の数値となっています。

TOPICS

持続可能な社会の実現に向けた取り組み

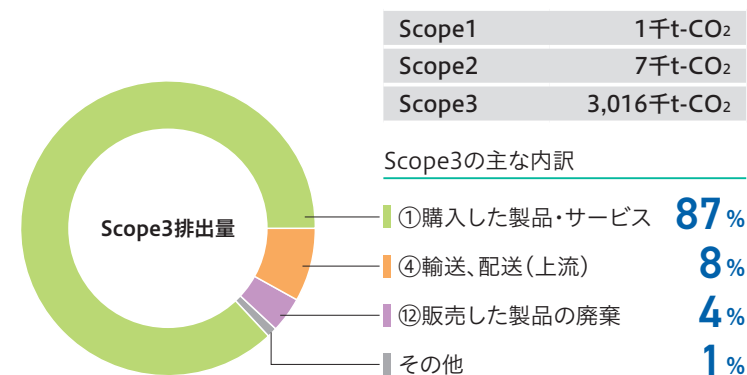
持続的な企業価値向上を実現すべく、当社は優先的に解決すべきマテリアリティ（重点課題）の2030年度目標の達成に向けて、取り組みを推進しています。

Scope 3

食品流通事業者として持続可能なサプライチェーンを実現するために、当社の事業活動に関わるCO₂排出量（Scope1、2）^{※1}に加え、サプライチェーン全体のCO₂排出量（Scope3）^{※2}を測定、開示しています。

※1 Scope1：事業活動に関わるCO₂排出量（自社燃料使用）、
Scope2：事業活動に関わるCO₂排出量（自社電気使用）
※2 Scope3：サプライチェーン全体のCO₂排出量

▶ 詳細はこちら
<https://www.itochu-shokuhin.com/sustainability/tcf.html>



サプライチェーン上の企業との対話、物流の効率化、食品ロスの削減などにより、サプライチェーン全体でのCO₂排出量削減に努めています。

＜Scope3 排出量の測定内容＞
対象年度 2025年度実績
測定範囲 伊藤忠食品（連結）
対象範囲 カテゴリーNO.
1.2.3.4.5.6.7.9.12.13.14

物流課題の解決

トラックの積載効率改善やドライバーの労働負荷軽減などの課題解決を食品流通業界全体で取り組んでいます。また、デジタル技術を活用して庫内作業のデータ化や分析を推進するなど、サプライチェーン全体の効率化を目指す取り組みを推進しています。2024年度には、当社の東扇島物流センターで、日本パレットレンタル株式会社の納品伝票電子化システム「DD Plus」を活用し、メーカーから卸・小売のセンターへ商品を納品する際に紙で運用されている納品伝票を電子化する実証実験を行いました。その結果、関連する各種作業の軽減、紙の印刷枚数の減少、帳票の保管・廃棄費用の削減など、作業効率化ならびに費用の削減につながる効果を確認することができました。その成果に基づき、2025年11月には昭島物流センター、2026年2月には札幌物流センターにて、本番運用を開始いたしました。今後も電子化対応センターを順次拡大し業界での標準化を目指すとともに、持続可能な物流の実現に貢献していきます。

納品伝票の電子化により得られた結果

1. 紙の納品伝票発行作業・印刷枚数を最大約75%削減
2. 入荷データ作成業務を最大約50%削減
3. 入荷商品検品後の受領書発行不要
4. ドライバーは検品後即時退場が可能
5. 受領書の保管スペース・廃棄費用の削減

＜納品伝票の電子化のパイロット運用のイメージ図＞



「くるみん認定」を取得

持続的な企業価値向上を実現するには、社員一人ひとりがそれぞれの特性を生かして活躍していくことが重要です。

当社では、社員が多様な働き方を実現できるよう、「働きがいのある職場環境の整備」を推進しています。これまで、仕事と育児の両立を支援する制度の充実に加え、「出産・育児ガイドブック」の作成や社内専用ページを活用した育児休業に関する情報発信、子どもとのコミュニケーションの質向上を目的としたコーチングプログラム「ペアレンツコーチング」の導入など、働きながら子育てしやすい環境・風土づくりに継続して取り組んできました。こうした子育て支援に関する取り組みが評価され、2025年12月に厚生労働大臣より認定を受け、「くるみん認定」を取得しました。今後も個々の多様性と創造性の活用（ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン）、自律型人財の育成、働きがいのある職場環境の整備などを通じて、人的資本経営の高度化に取り組んでいきます。

▶ 詳細はこちら
<https://www.itochu-shokuhin.com/wp-content/uploads/2026/01/260128.pdf>



健康経営優良法人2026「ホワイト500」に2年連続で認定

2026年3月10日、経済産業省及び日本健康会議が共同で顕彰する「健康経営優良法人2026（大規模法人部門）」において上位500社以内に入り、「健康経営優良法人ホワイト500」に2年連続で認定されました（「健康経営優良法人（大規模法人部門）」は5年連続の認定）。

継続的に健康課題の改善を進めていることに加えて、育児や介護との両立支援等が評価されたことにより、今回の認定に至りました。当社は、従業員一人ひとりが心身ともに健康を保持・増進し、個々の力を存分に発揮していくことが、企業理念にある「健康で豊かな食生活創り」の実現や、食のライフラインを担う責任を果たすことにつながっていると考えています。今後も、食に関わる企業として、従業員の健康保持・増進を図る取り組みを継続していきます。



▶ 詳細はこちら
<https://www.itochu-shokuhin.com/wp-content/uploads/2026/03/260310.pdf>



▶ 詳細はこちら
<https://www.itochu-shokuhin.com/company/health-manage-declaration.html>



働き方改革への取り組み「ビジネスケアラー支援」「育児との両立支援」

当社は、働き方改革の一環として、「ビジネスケアラー支援」と「育児との両立支援」に取り組んでいます。

「ビジネスケアラー支援」は、仕事と介護を両立する社員に寄り添い、不安感を和らげることで、安定して能力を発揮できる環境づくりを目的としています。その一環として、介護を経験している社員や、将来に備えて介護の知識を得たい社員の交流の場となる「介護コミュニティ」を立ち上げました。また、2025年度からは、専門家に介護に関する悩みや不安を相談できる「介護コンシェルジュ」を導入しました。

「育児との両立支援」は、育児をしながら働く社員が、安心して業務に取り組める環境づくりを目的としています。制度面では、育児短時間勤務の対象期間を子が「小学校を卒業するまで」に延長するなど、制度の充実を図りました。また、2024年度から導入した、子どもとのコミュニケーションの質を高めるコーチングプログラム「ペアレンツコーチング」を、東京に加えて名古屋・大阪の各拠点でも開催し、取り組みを拡大しました。育児に関する悩みを和らげ、前向きに仕事と育児を両立できるよう、支援を深化しています。今後も、多様な働き方を推進する制度・支援を拡充し、働きがいのある職場環境の整備を進めていきます。

Environment

環境型社会への取組推進

当社企業理念である「健康で豊かな食生活創り」は、持続可能な社会の実現が大前提であり、環境に配慮した事業推進が不可欠です。気候変動への対応、資源の有効活用に積極的に取り組み、低炭素・循環型社会の形成に貢献いたします。



テーマ	目標	施策
温室効果ガス排出削減	CO ₂ 排出量 (Scope1・2) ^{※1}  2030年度までに40%削減 ^{※2} PICK UP 1	● 事務所・物流センターにおける省エネ推進 ● 再生可能エネルギーの導入検討
食品ロス削減	食品廃棄量  2030年度までに60%削減 ^{※2} PICK UP 2	①【出さない】受発注精度向上、社内情報共有の強化 ②【売り切る】食品ロス削減に取り組む企業の積極活用 ③【配る】フードバンク、社内配布等の活用 ④【リサイクル】リサイクル(飼料化・肥料化)の推進
プラスチック排出削減及びリサイクルの推進	プラスチック排出量  2030年度までに70%削減 ^{※3} PICK UP 3 有効利用率 ^{※4}  2030年度までに95%	● 有価物引取^{※5}、リサイクルの推進

※1 Scope1：事業活動に関わるCO₂排出量(自社燃料使用量)、Scope2：事業活動に関わるCO₂排出量(自社電気使用量) ※2 2018年度比 ※3 2021年度比
※4 有効利用率：廃プラスチックの全排出量のうち、製品原材料(マテリアルリサイクル、ケミカルリサイクル)や熱回収(サーマルリサイクル)により有効利用を行った廃プラスチックの排出量の割合 ※5 ごみではなく「価値のある物」として、業者に売却すること

環境マネジメント

2012年に環境マネジメントシステムに関する国際規格「ISO14001」を取得し、認証を継続しています。当社グループは、低炭素・循環型社会の形成に貢献する環境にやさしい企業を目指して「伊藤忠食品環境方針」として定めている基本理念と3つの行動方針に基づき、年3回「環境分科会」にて活動の進捗報告、協議などを行っています。

また、2022年度に掲げたサステナビリティ関連2030年度までの長期目標の一つに、温室効果ガス排出量の削減を組み入れ、社会課題解決及び持続的な成長に向けて取り組んでいます。



▶ 詳細はこちら
<https://www.itochu-shokuhin.com/sustainability/policy.html>

環境問題への具体的な対応(一例)

- フードバンクへの寄贈 7.0t(2025年度)
- エコキャップ回収 171,550個(2025年度)
(エコキャップのリサイクルを通じて、途上国の子どもたちに172個のポリオワクチンを寄付しています。)
- 食品廃棄物の発生抑制
- 食品廃棄物の再生利用(肥料・飼料化)の促進
- LED導入、デマンド管理[※]によるピークカット、太陽光発電の導入等
- プラスチック排出削減とリサイクルの推進
- 入荷受付予約システム導入によるトラックの待機時間の削減
- 仕入メーカーとの共同配送の促進

※ 30分間の使用電力の平均値

今後も食品流通事業を通じて、社会課題解決に取り組んでいきます。

PICK UP 1 温室効果ガス排出削減に向けた取り組み

2030年度までにCO₂排出量(Scope1・2)を2018年度比40%の削減を目指しています。LED照明への切り替えや一部物流センターでのデマンド管理などの省エネ対策をはじめとして、太陽光発電の設置及び太陽光由来の電力使用や、CO₂排出量の少ない電力会社への切り替えなど温室効果ガス排出削減対策を進めています。

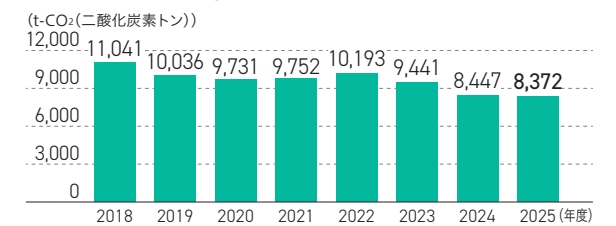
また、営業用の社有車をハイブリッド車へ切り替えるなどの取り組みも実施しています。さらに、毎月社内ポータルサイトでの各拠点の電気使用量の開示、eラーニングの実施など社内啓発も継続して行っています。

当社ではScope1・2だけでなくサプライチェーン上の温室効果ガス排出量(Scope3)[※]の情報開示にも取り組んでいます。

います。今後も温室効果ガス排出削減に向けて、太陽光発電の設置とオフィス及び物流センターの省エネ、効率化を促進していきます。

※ Scope3：サプライチェーン全体のCO₂排出量

▶ Scope3の詳細はこちら
<https://www.itochu-shokuhin.com/sustainability/tcfd.html>

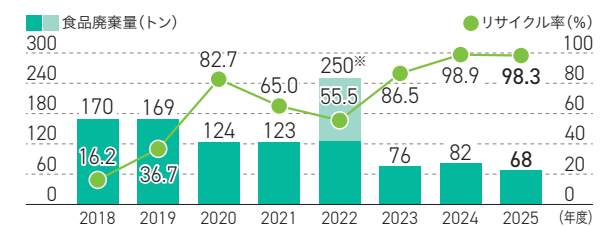
● CO₂排出量(Scope1・2)

PICK UP 2 食品ロス発生抑制及びリサイクル率向上に向けた取り組み

食品ロス発生抑制に向け、営業部門と管理部門が連携し、社内ルールの見直しなどの施策を推進しています。当社の食品廃棄物発生拠点とその近隣にあるフードバンク団体との間で契約を締結し、寄贈を推進したことから、2030年度目標である「食品廃棄量50%削減(2018年度比)」を2年連続で達成しました(2023年度、2024年度)。2025年度は目標値を60%削減へ引き上げ、さらなる食品廃棄量の削減を目指しています。また、当社から排出する食品廃棄物はリサイクル促進(肥料化、飼料化など)を積極的に行い、リサイクル率は2025年度には98.3%と

なりました。今後も環境へ配慮した課題解決に取り組んでいきます。

● 食品廃棄量/リサイクル率



※ 2022年度食品廃棄物250t排出のうち、125tはイレギュラー対応による排出となっています。

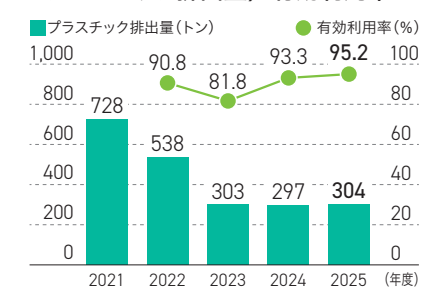


PICK UP 3 プラスチック排出削減と再資源化に向けた取り組み

プラスチック排出削減及びリサイクル推進に取り組んでいます。廃棄物ではなく資源として回収が可能な(有価物)引取業者との契約及び回収可能な項目数の拡大を順次進めています。

また、プラスチックが有価物として引き取られた後、ゴミ袋に再生されたものを当社の物流センターで使用しています。2024年度は2030年度目標の2021年度比40%削減を達成したため、目標値を40%削減から70%削減へ引き上げました。プラスチック排出量の削減と再資源化を推進していくことで、社会的価値のみならず、経済的価値につなげていきます。

● プラスチック排出量/有効利用率



安心・安全な食の安定供給

食品流通の中核を担う卸売を生業とする当社にとって、消費者に安心・安全な食を安定的に届けることは責務です。その使命を果たすためには、消費者が安心して購入できる商品品質の担保、災害リスクやサイバーリスク等の安定した供給を妨げるようなリスクの低減、安定した物流サービスの提供は必要不可欠であり、より強靱かつ高レジリエンスな体制構築に取り組んでいます。

テーマ	目 標	施 策
安定した商品供給	● 安定した物流サービスの提供	● トラック輸送業務の環境改善と生産性向上 ● 製・配・販連携による物流効率化
	● サイバーセキュリティの強化 PICK UP 1 ● 災害・パンデミック・サイバー事故発生に対する高いレジリエンス	● BCM・BCPの定期的見直しと実効性改善 ● 定期的な訓練による対応力強化と課題の洗い出し・改善
徹底した品質保証	● 商品事故の発生抑制 PICK UP 2	● 製造工場の工場点検、物流センター点検実施 ● 発生した商品事故等の原因究明と対策の実施 ● 品質保証に関する社員研修の計画的な実施

PICK UP 1 サイバーセキュリティの強化

昨今増えているサイバー攻撃への対応として、標的型攻撃メール検知機能の強化や、ネットワーク、サーバー環境、システムバックアップなどの全般に渡り脆弱性の総点検を継続して行っています。2024年3月にはサイバー攻撃対応BCP(事業継続計画)を策定し、受発注業務継続のため組織で統一化した対応手順書の整備を行いながら

サイバーセキュリティの対応強化に取り組んでいます。このほか従業員を対象とした標的型攻撃メール訓練を複数回行うなど、従業員の意識向上にも取り組んでいます。



▶ 詳細はこちら <https://www.itochu-shokuhin.com/company/qualitymanage.html>

PICK UP 2 商品事故の発生抑制

「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て商品の安全性確保に取り組んでいます。製造委託先や仕入先の工場点検、商品の表示確認、社員研修を計画的に行い、商品事故の発生抑制に向けた品質保証体制の整備強化に努めています。商品事故クレームが発生した場合は責任の所在や重要度を明確にし、再発防止策を講じています。物流面では、物流センターの機能保

全状況を一定の基準で点検し、物流品質の向上に努めています。物流センター点検では、商品管理、安全衛生、管理体制を確認することで、物流センターでの商品事故の発生抑制に取り組んでいます。



▶ 詳細はこちら <https://www.itochu-shokuhin.com/company/qualitymanage.html>

現地調査を実施した製造工場
(2025年度)

159カ所

内、105カ所に対して指摘事項の検討を依頼

社員研修の実施内容(一例)

- 当社及びグループ会社での食品安全に関する教育支援
- 食品に関する法令改正等の最新情報の社内周知
- 新入社員に向けた食品表示等に関する研修実施



豊かな食生活の実現

当社の持続的な成長・企業価値の向上のためには、ステークホルダーに対し経済価値・社会価値を提供し、社会に必要とされることが不可欠です。既存の事業を確実に遂行することにとどまらず、当社ならではの様々な事業を通じて共有価値を創造していきます。

テーマ	目 標	施 策
食生活を豊かにする情報の提供	● 消費者の献立に対する悩みの解消、新たな発見の機会の提供を通じた豊かな顧客体験の創出	● デジタルサイネージ・売場を通じた、レシピ・商品情報の提供
食育及び食を通じた地方創生	● 食に関わる人材の育成 ● 地域に貢献する商品の発掘 ● 冷凍技術を活用した食のアップサイクルの実現	● 高校生への学習機会の提供 PICK UP ● 北海道及びスハラ食品との連携強化 ● 食品ロスに悩むサプライヤーとの連携

PICK UP 高校生への食育支援

本業を活かしたサステナビリティ活動の一環として、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を目的に、食品の商品開発を行う全国の高等学校に教育支援を行っています。「全国高等学校フードグランプリ」※の主催をはじめ、食品小売業のバイヤーが参加する当社主催の展示会で高校生の開発商品をプロモーションする機会や、物流センター見学の受入れ、地域活性化につながる商品の販売機会を提供しています。これらの取り組みに賛同していただける企業も年々増え、協賛企業による特別授業など様々な教育機会を提供しています。また、本取り組みを機に2016年度からは高校生の新卒採用を再開しています。

従来型のCSR活動にとどまらず、地域資源のさらなる活用や食文化の継承・浸透による地方創生、未来を担う高校生に向けた学習機会の提供による人材育成により、食品市場の一層の活性化を目指していきます。

※ 2013年より開催している「商業高校フードグランプリ」は、2025年に「全国高等学校フードグランプリ」へ改称しました。募集対象をこれまでの「商業科目を有する高等学校」から「食品の商品開発を行う全国の高等学校」に拡大しています。



▶ 詳細はこちら <https://foodgrandprix.com/>



フードグランプリ
過去エントリー数
(2013年度～2025年度)

575商品

高校生
採用者数
(2016年度～2026年度)

86名採用



2025年度に開催した大会の様子

Social

人的資本経営の高度化

「心身ともに健康で活力ある職場環境のもと、柔軟な発想をもち、失敗を恐れずチャレンジしながら自ら成長できる人財」こそ、不確実性が高い社会においても柔軟に対応しながら持続的な成長を継続するための原動力であり財産であるとの認識のもと、個々の多様性と創造性の活用(ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン)※、自律型人財の育成、働きがいのある職場環境の整備を通じて人的資本経営の高度化に取り組んでいきます。

※ 多様性・公平性・包括

テーマ	目 標	施 策
持続的成長に向けた自律型人財の育成 PICK UP 1	● 2030年度までに女性管理職比率25%	● 女性が活躍するための就業環境整備 ● 女性管理職育成のための研修実施
	● 社員のパフォーマンス向上	● 新人事制度の浸透、非管理職給与水準底上げ ● 研修充実(階層別/テーマ別含むリスクリング) ● 新卒/キャリア採用の拡充 ● シニア人材活躍のためのジョブ・マッチング制度導入
働きがいのある職場環境の整備	● 社員の健康力の向上 PICK UP 2	● 社員の心身の健康、メンタルヘルスケアのサポート充実、職場環境整備 ● 健康経営優良法人認定の継続
	● 多様な働き方の推進	● ワーク・イン・ライフの推進 ● 育児・介護・傷病者へのフォロー強化 ● エリア総合職新設

人財戦略

当社は「人材」を持続的な企業価値向上の原動力となる財産であると捉え、「心身ともに健康で活力ある職場環境のもと、柔軟な発想をもち、失敗を恐れずチャレンジしながら自ら成長できる人財」を育成することを人財戦略の基本方針としています。

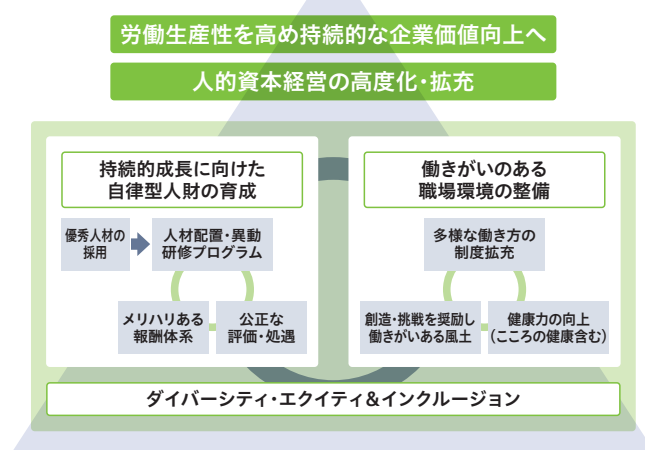
- (1) 個々の多様性と創造性の活用
(ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョン)
 - (2) 自律型人財の育成
 - (3) 働きがいのある職場環境の整備
- を通じ人的資本経営の高度化を目指しています。

具体的には、メリハリある報酬体系の導入や研修制度の拡充といった積極的な人財投資を行うとともに、多様で柔軟な働き方の推進や健康増進などの職場環境整備及びエンゲージメントを高める施策を講じることで、労働生産性のさらなる向上に取り組んでいます。



なお、2022年度よりエンゲージメントサーベイを導入し、年1回調査を行い社員のエンゲージメント状態を可視化したうえで各種施策につなげています。

〈人財戦略基本方針体系図〉



PICK UP 1 持続的成長に向けた自律型人財の育成

社員一人ひとりの多様性を受け入れ、能力を発揮できるような環境整備、制度設計を推進しています。具体的には、2022年度に等級制度・評価制度・賃金制度を大幅に刷新したことにより、職責と成果に応じたメリハリある人事制度を構築しました。またマテリアリティと連動した非財務目標「2030年度までに女性管理職比率25%以上」を設定し、女性管理職・リーダー層の育成や仕事と育児の両立支援など、女性社員のさらなる活躍につながる施策を実施しています。なお2026年4月1日の女性管理職比率は17.9%となりました。加えて2024年度から55歳以上のシニア人材を対象にした「ジョブ・マッチング制度」をスタート。2026年3月には定年制を63歳から65歳に延長するなど、シニア人材の活躍を支援しています。また、仕事と育児との両立支援を目的とした「ペアレンツコーチング講座」を開設するなど、ダイバーシティ・エクイティ&インクルージョンに対応した取り組みも強化しています。

〈階層別・目的別研修〉

	階層別研修		目的別研修							
	役割強化	スキル強化	職種別	次世代リーダー教育	テーマ別					
役員	● 役員研修									
管理職	● マネジメント研修									
	● 新任課長研修									
中堅	● プレマネジメント研修									
	● OJT研修 ● 6年目研修	● クリティカルシンキング ● アカウンティング								
若手	● 3年目研修 ● 2年目研修 ● 入社半年後研修 ● 新入社員研修(2ヵ月)	● 1年目 自律型オンライン動画 学習(Schoo)必修講座								
	● アクティブシニア研修									
シニア										

その他の取り組み

- シニア層の継続雇用制度の改定(一定要件を満たした満67歳まで雇用延長が可能)
- 女性及びシニア層が活躍できる環境の整備
- エリア総合職の導入
- 在宅勤務、スライドワークの制度化
- 女性リーダー研修の充実
- 全社員向けのダイバーシティ研修実施
- 育休復帰プログラムの実施(復職率100%)
- 育児との両立支援のためのペアレンツコーチング講座
- ビジネスケアラー支援のための介護コミュニティ運営

PICK UP 2 社員の健康力向上に向けた取り組み

社員の健康力向上に向けた施策として、重点テーマを定め取り組んでいます。2025年度は重点テーマの一つである「運動習慣の改善」に向け、年2回のウォーキングキャンペーンに加え、株式会社タニタ様が主催する運動機能測定会「私たちメンテナンス」を行いました。運動機能測定会には139名の社員が参加しました。最新の体組成計・運動機能分析装置を用いて、体力得点や筋力を測定するなど、筋肉の状態を多面的にチェックしました。測定結果に基づき個別カウンセリングを実施することで、一人ひとりが自身の健康習慣を見つめ直すきっかけとなりました。健康経営をサステナビリティの重点施策の一つとして位置付けており、引き続き社員の健康保持・増進を図る取り組みを継続していきます。



2025年度の主な健康関連施策

1. 人間ドックに加え50歳以上の「脳ドック」の補助開始
2. 「禁煙スタートデー」の実施
3. 介護に関する相談に専門家が応じるサービス「介護コンシェルジュ」を導入

▶ 詳細はこちら
<https://www.itochu-shokuhin.com/company/health-manage-declaration.html>



コーポレートガバナンスの強化

当社がステークホルダーに信用され持続的な成長・企業価値の向上を図るためには、ガバナンスの強化は必要不可欠です。

これまで上場企業として培ってきた透明性の高い経営基盤と社会への責任感を土台として、適切な企業統治に取り組んでいきます。



コーポレートガバナンス体制

当社は、「取締役会」を設置するとともに、執行役員制度を導入しています。取締役会による経営の監督機能と、執行役員による業務執行を明確に分離することで、経営の透明性向上や責任の明確化、意思決定の迅速化を図っています。また、監査役は取締役会と連携しつつ、業務執行に対する監督・牽制機能の強化に努めています。

今後も、ガバナンス体制の実効性を確保し、持続的な成長と企業価値向上に取り組むとともに、コーポレートガバナンスのさらなる強化を推進していきます。

▶ 詳細はこちら
<https://www.itochu-shokuhin.com/company/governance.html>



取締役、監査役及び執行役員（2026年5月29日）

取締役

代表取締役社長 岡本 均	取締役 福嶋 義弘 管理統括部門部門長 (兼)コンプライアンス担当、 サステナビリティ担当、 ダイバーシティ推進室	取締役 中村 洋幸 非常勤
------------------------	---	----------------------------

監査役

常勤監査役 長島 秀昭	監査役 野原浩義 非常勤
-----------------------	---------------------------

執行役員

社長執行役員 岡本 均	専務執行役員 福嶋 義弘 管理統括部門部門長 (兼)コンプライアンス担当、 サステナビリティ担当、 ダイバーシティ推進室	常務執行役員 大塚 剛 第一営業部門部門長 (兼)ダイバーシティ推進室	常務執行役員 緒方 学 第二営業部門部門長 (兼)ダイバーシティ推進室室長	常務執行役員 佐伯 泰昌 第三営業部門部門長 (兼)物流統括管理者、 ダイバーシティ推進室
-----------------------	--	---	---	--

執行役員 佐藤 太一 第二営業部門部門長代行 (兼)第4営業本部本部長	執行役員 福井 寛二 第1営業本部本部長 (兼)ドラッグストア部部長	執行役員 波元 英夫 情報システム本部本部長 (兼)ITシステム部部長、DX推進室	執行役員 佐藤 英成 経営企画本部本部長 (兼)DX推進室室長	執行役員 濱田 英樹 経財本部本部長 (兼)ISCビジネスサポート(株) 代表取締役社長
---	--	---	---	---

執行役員 星 利夫 リテール本部本部長	執行役員 服部 潤 第5営業本部本部長	執行役員 沼 聡 管理本部本部長
----------------------------------	----------------------------------	-------------------------------

コンプライアンス体制

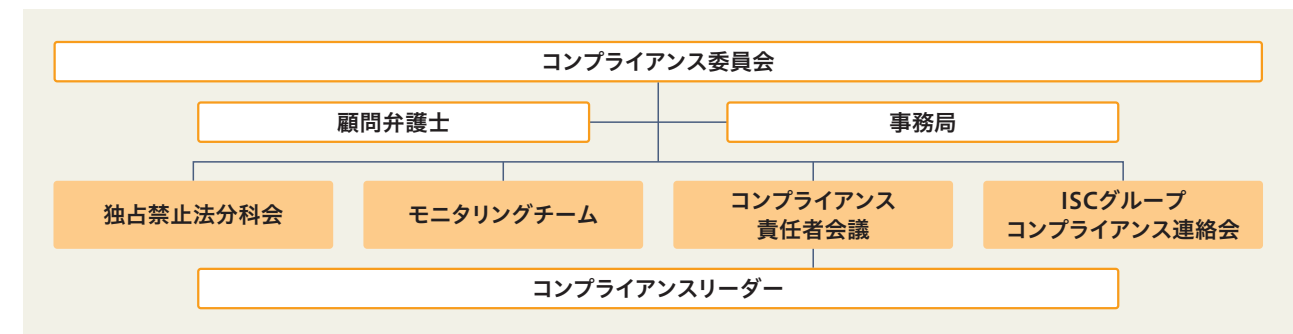
当社グループでは、コンプライアンスの取り組みに対して基本的事項を定めた「伊藤忠食品グループコンプライアンス規程」を制定しています。担当役員を委員長とする「コンプライアンス委員会」を年2回開催し、コンプライアンス体制の向上を図っています。「伊藤忠食品グループ内部通報制度(ホットライン)規程」に基づき、当社及びグループ会社向けポータルサイトに通報窓口等の利用方法を掲載し、問題の早期発見と改善措置に取り組んでいます。また、グループ会社の責任者が出席する「グループコンプライアンス連絡会」を年2回開催し、コンプライアンス意識の浸透を図っています。「独占禁止法」や「個人情報保護法」等の関連法令の周知徹底を図るため、集合

研修や従業員向けeラーニングを適宜実施しています。また社内にはパワーハラスメント、セクシャルハラスメント、内部通報制度(ホットライン)や反社会的勢力排除に関する規程が定められています。全社員を対象とした「コンプライアンス通信」を継続して発行するとともに、常勤役員及び管理職を対象とした「ハラスメント研修」や部課長を対象に部内の心理的乖離有無のヒアリングを実施することで、コンプライアンスの徹底に取り組んでいます。



▶ 詳細はこちら
<https://www.itochu-shokuhin.com/company/compliance.html>

〈伊藤忠食品グループコンプライアンス体制図(2026年4月1日現在)〉



内部通報制度体制

コンプライアンス上の問題を早期に把握し、適切な対応と是正につなげるため、内部情報受付窓口「ホットライン」を設置しています。

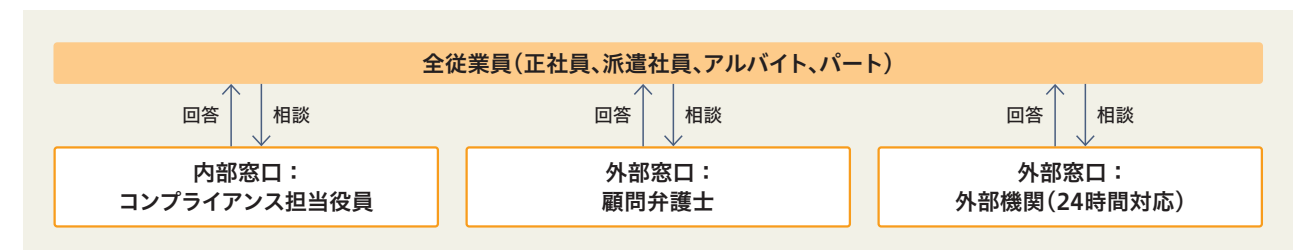
ホットラインは、コンプライアンス担当役員、顧問弁護士、外部機関の3か所に設置しており、パート、アルバイト、派遣社員を含むすべての社員が利用できる体制としています。

また、外部機関の窓口では、厳重にセキュリティ管理されたWEBサイトを通じて24時間受付を行っており、個人のパス

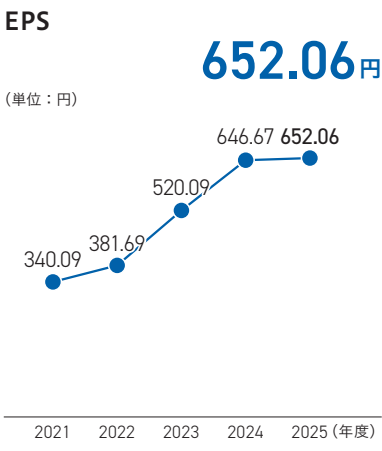
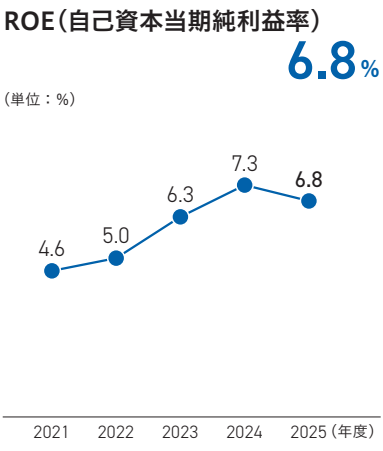
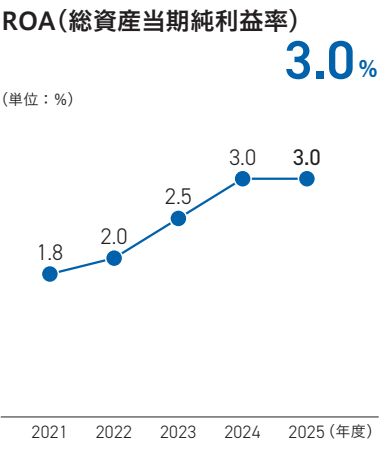
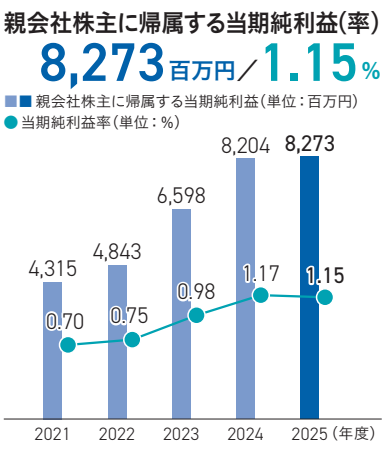
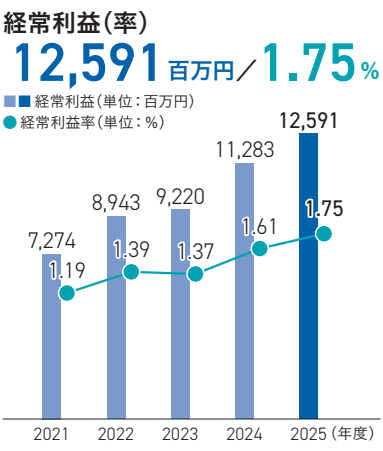
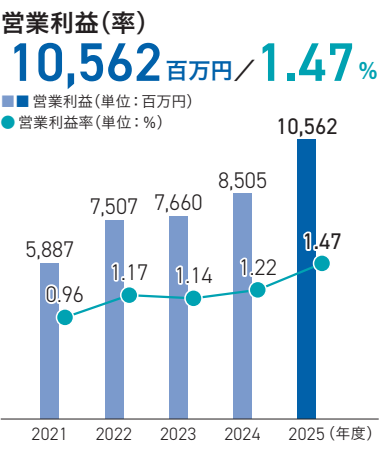
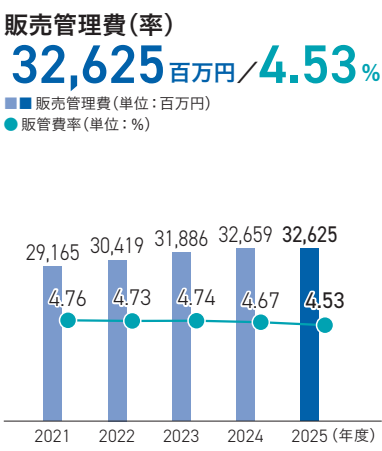
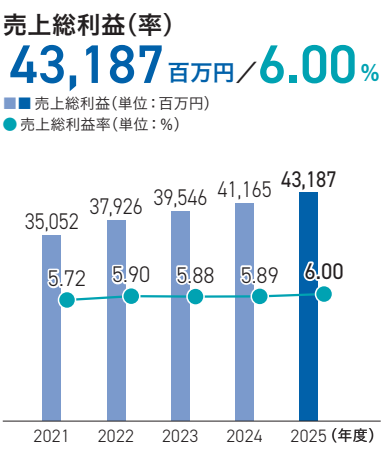
コンや携帯電話からも、プライバシーを確保しながら利用することが可能です。複数の窓口を設けることで、相談・通報しやすい環境の整備に努めています。

通報・相談内容は適切に管理し、必要に応じて事実確認を行ったうえで、是正措置及び再発防止につなげています。今後も、安心して利用できる内部通報制度の運用を通じて、健全で透明性の高い企業風土の醸成に取り組んでいきます。

〈伊藤忠食品グループ内部通報制度体制図(2026年4月1日現在)〉



財務ハイライト



※1 記載金額は百万円未満を四捨五入しています。
※2 比率(%)は、小数点以下第2位、ないしは小数点以下第3位を四捨五入して記載しています。
※3 上記により、合計が合わない場合があります。

補足データ

	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
総資産	(百万円)	236,668	246,617	274,496	271,551
純資産	(百万円)	95,249	99,781	109,268	115,592

商品分類別 売上高／構成比

商品分類	2024年度実績		2025年度実績		
	売上高(百万円)	構成比(%)	売上高(百万円)	構成比(%)	増減率(%)
ビール類	154,584	22.1	148,065	20.5	△ 4.2
和洋酒	116,314	16.7	119,342	16.6	2.6
調味料・缶詰	116,171	16.6	120,940	16.8	4.1
嗜好品・飲料	175,186	25.0	185,480	25.8	5.9
麺・乾物	50,486	7.2	56,953	7.9	12.8
冷凍・チルド	29,346	4.2	33,238	4.6	13.3
ギフト	32,127	4.6	30,187	4.2	△ 6.0
その他	25,157	3.6	26,012	3.6	3.4
合計	699,369	100.0	720,217	100.0	3.0

(注) RTD(Ready To Drinkの略。缶チューハイ等のアルコール飲料。)の売上高は「和洋酒」に含んでいます。

業態別 売上高／構成比

業態	2024年度実績		2025年度実績		
	売上高(百万円)	構成比(%)	売上高(百万円)	構成比(%)	増減率(%)
卸売業	37,799	5.4	43,565	6.0	15.3
百貨店	16,333	2.3	15,946	2.2	△ 2.4
GMS・SM	372,980	53.3	374,956	52.1	0.5
CVS	74,987	10.7	83,950	11.7	12.0
ドラッグストア	79,462	11.4	80,734	11.2	1.6
その他小売業	87,472	12.5	90,091	12.5	3.0
その他	30,335	4.4	30,973	4.3	2.1
合計	699,369	100.0	720,217	100.0	3.0

(注) GMS(General Merchandise Store)：ゼネラル・マーチャンダイズ・ストア
SM(Supermarket)：スーパーマーケット
CVS(Convenience Store)：コンビニエンスストア

企業情報(2026年3月31日現在)

会社概要

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1,214名 個別915名
事業内容	酒類・食品の卸売及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нда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 大阪府大阪市中央区城見2丁目2番22号

大阪本社 大阪府大阪市中央区城見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 赤坂Kタワー TEL 03-5411-8511

インターネットホームページ <https://www.itochu-shokuhin.com>

主な事業所

- | | |
|----------|--------------------------------|
| ①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 |
| ②仙台営業所 | 宮城県仙台市宮城野区扇町4-3-10 |
| ③郡山営業所 | 福島県郡山市赤木町25-12 |
| ④東京本社 | 東京都港区元赤坂1-2-7 赤坂Kタワー |
| ⑤名古屋オフィス | 愛知県名古屋市熱田区新尾頭1-6-9 |
| ⑥大阪本社 | 大阪府大阪市中央区城見2-2-22 |
| ⑦四国営業所 | 香川県坂出市沖の浜1-34 |
| ⑧中四国支店 | 広島県広島市南区稻荷町1-1 ロイヤルタワー4階 |
| ⑨九州支店 | 福岡県福岡市博多区上川端町13-15
安田第7ビル2階 |

▶主な営業拠点及び物流センターについてはこちらをご覧ください。
<https://www.itochu-shokuhin.com/company/office.html>



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 …… 小売業

● 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

取引先数

メーカー
全国約**4,000**社

アイテム数
約**50万**アイテム

小売業など
全国約**1,000**社

酒類・食品卸売業として、全国約4,000社のメーカーと取引し、約50万アイテムを全国約1,000社の小売業にお届けしています。売場に並ぶ膨大な数の商品を、早く、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。

外部評価

● 健康経営優良法人



● えるぼし



● くるみん



● DX認定



● プライバシーマーク制度



● ISO14001(環境マネジメントシステム)



最新の情報を入手したい方は、
当社ウェブサイトをご覧ください。

- 会社情報
- 機能紹介
- サステナビリティ
- 決算情報／IRライブラリー

▶詳細はこちら
<https://www.itochu-shokuhin.com/>

