

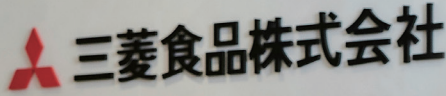


Mitsubishi Shokuhin REPORT

To Our Shareholders and Investors

Fiscal Year 2022 Report

April 1, 2022 to March 31, 2023



代表取締役社長
京谷 裕

Representative Director, President
and Chief Executive Officer

Yutaka Kyoya

**「中期経営計画2023」で掲げた
定量目標を1年前倒しで達成し、
非常に好調な決算となりました**

**We achieved the quantitative
targets set forth in the
Medium-term Management
Plan 2023 one year ahead
of schedule, leading to very
strong financial results**

Q. 2022年度の業績について教えてください。

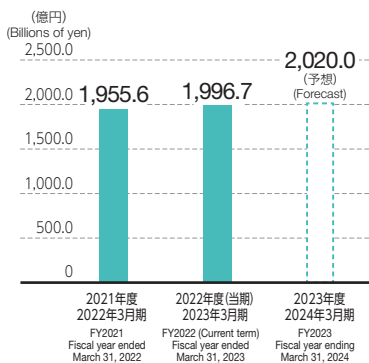
A. 2022年度は、断続的な食品価格の値上げ、エネルギー価格の上昇等の外部環境の変化がありました。それらの環境変化に的確に対応したこともあり、「中経2023」で掲げた経常利益220億円・ROE8%を1年前倒しで達成することができ、非常に好調な決算となりました。売上高は、行動制限の緩和による人流の回復に伴い、業務用取引が復調したこと等により、1兆9,967億80百万円（前年同期比2.1%増加）となりました。利益面につきましては、採算管理強化による利益率の改善や業務用取引の復調に加え、子会社を新規連結したこと等により、営業利益は234億33百万円（前年同期比23.1%増加）、経常利益は251億99百万円（前年同期比23.7%増加）、親会社株主に帰属する当期純利益は171億26百万円（前年同期比22.8%増加）となり、2年連続で過去最高益を更新すると同時に、自己資本当期純利益率（ROE）は9.7%（前年同期比2.1ポイント増加）となりました。

Q. How was Mitsubishi Shokuhin's performance in the fiscal year ended March 31, 2023?

A. In the fiscal year ended March 31, 2023, despite changes in the external environment, notably intermittent food price hikes and energy price increases, we were able to appropriately respond to these changes and achieve ordinary earnings of ¥22 billion and ROE of 8% one year ahead of schedule as stated in Medium-term Plan 2023, resulting in very strong financial performance. Net sales totaled ¥1,996,780 million (up 2.1% year on year), primarily due to a recovery in business transactions as the flow of people picked up with the easing of activity restrictions. In terms of profit, an improvement in profit margins due to enhanced profitability management, a recovery in business transactions, and the new consolidation of a subsidiary led to operating earnings of ¥23,433 million (up 23.1%), ordinary earnings of ¥25,199 million (up 23.7%), and profit attributable to owners of parent of ¥17,126 million (up 22.8%), we reaching a record high for the second consecutive year, while return on equity (ROE) was 9.7% (up 2.1 points).

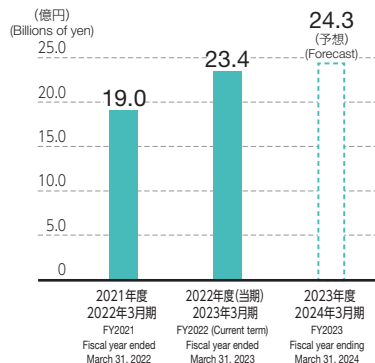
■ 売上高 **1兆9,967** 億円

■ Net sales **¥1,996.7** billion



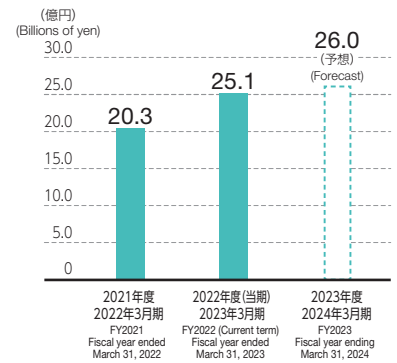
■ 営業利益 **234** 億円

■ Operating earnings **¥23.4** billion



■ 経常利益 **251** 億円

■ Ordinary earnings **¥25.1** billion



※億円未満切り捨て
*Rounded down to the nearest ¥100 million

※2021年度から「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)等を適用したことにより、2021年度以降の売上高は当該会計基準等を適用した後の数値となっております。
* The "Accounting Standard for Revenue Recognition" (ASBJ Statement No. 29, March 31, 2020) and its guidance have been adopted in the fiscal year ended March 31, 2022, and the figures shown for net sales for the fiscal year ended March 31, 2022, onwards are the figures after the application of the said standard, etc.

Q. 「中経2023」定量目標の早期達成を踏まえ、今後の展望について教えてください。

A. 前述のとおり、「中経2023」の定量目標を1年前倒しで達成することができました。これは「中経2023」で掲げた「新たな付加価値の創出」「デジタルを活用した業務効率化・需要創造」等の収益性向上施策が着実に成果に結び付いていることの証左であり、経常利益250億円の水準は、安定収益として確実に稼げる実力が付いてきていると考えております。

2023年度は「中経2023」の総仕上げとして、将来の在り姿を見据えた準備の年、助走期間と位置付けて成長戦略を加速してまいります。これまでに築き上げたおよそ250億円規模の安定収益基盤を維持しながら、新たな事業領域・成長分野での収益獲得を加え、2030年頃を目途に、300億円から350億円規模の収益基盤確立を目指してまいります。なお、成長分野と位置付けている4つの事業領域について、それぞれの成長戦略は次のとおりです。

1つ目は「データ×デジタルマーケティング」です。生活者の多様な価値観に対応した潜在需要の発掘を実現すべく、店外・店内におけるデジタル施策の多様なパッケージを、効果検証までの一連の流れとして提供してまいります。

2つ目は「商品開発」です。世界的ブランドであるリンツ社より、日本国内市場におけるチョコレート製品の正規販売代理店として指定を受けました。また、オリジナル商品の開発においては、「データ×デジタルマーケティング」機能も最大限活用しながら、「情報価値・情緒的価値」を創造することで差別化する戦略を推進してまいります。

3つ目は、「物流事業」です。デジタル技術を最大限活用しながら、物流の課題解決を通じて、持続可能なコスト競争力がある食のサプライチェーン構築を推進します。

最後に、「海外事業」です。海外有望市場における「日本食文化」の浸透を通じた需要創造を、本格的に目指してまいります。

株主・投資家の皆様におかれましては、引き続きご支援とご理解を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。

Q. In light of the early achievement of the Medium-term Plan 2023 quantitative targets, what is the outlook for the future?

A. As noted above, we achieved the quantitative targets of Medium-term Plan 2023 one year ahead of schedule. This is evidence that the measures to improve profitability set forth in the Medium-term Plan 2023, such as “creating new added value” and “improving business efficiency and creating demand through the use of digital technology,” are steadily yielding results. We believe that the ordinary earnings level of ¥25 billion shows that the Company is developing the ability to generate stable earnings.

In the fiscal year ending March 31, 2024, as the final phase of the Medium-term Plan 2023, we will focus on accelerating our growth strategy, positioning it as a period of preparation for the future. While maintaining the stable earnings foundation of approximately ¥25 billion built up thus far, we aim to achieve earnings in new business domains and growth fields and establish an earnings foundation of between ¥30 billion and ¥35 billion by around 2030. The growth strategies for each of the four business domains positioned as growth areas are as follows.

The first is Data and Digital Marketing. To discover latent demand in response to the varied values of consumers, we will provide a diverse package of digital measures for both in- and out-of-store environments in a series of steps through to the verification of effectiveness.

Second is Product Development. We were appointed by the world-renowned brand Lindt & Sprüngli as the official distributor of their chocolate products in the Japanese market. In developing original products, we will promote a strategy of differentiation through creating information and emotional value while also making maximum use of our data and digital marketing capabilities.

Third is the Logistics Business. While maximizing the use of digital technology, we will promote the development of a sustainable and cost-competitive food supply chain by solving issues in logistics.

Lastly is Overseas Business. We aim to create demand through the permeation of Japanese food culture in promising overseas markets.

We sincerely look forward to your continued support and understanding.

■ 親会社株主に帰属する
当期純利益 171 億円

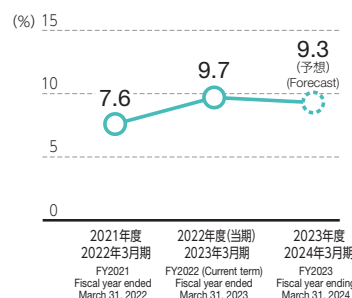
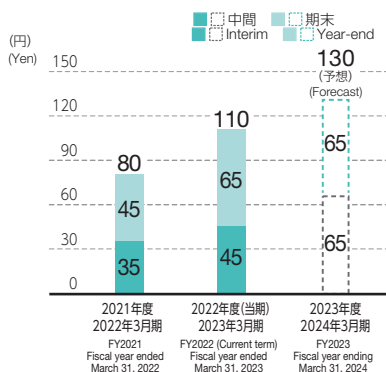
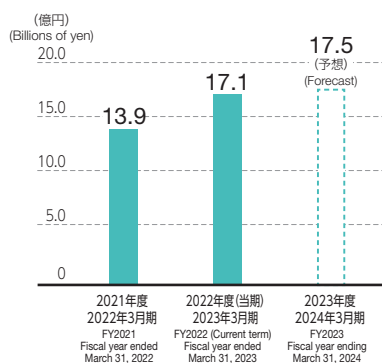
■ Profit attributable to
owners of parent ¥17.1 billion

■ 1株当たり配当金 110 円

■ Dividend per share ¥110

■ 自己資本当期
純利益率(ROE) 9.7%

■ Return on equity
(ROE) 9.7%



財務情報の詳細データにつきましては、三菱食品ホームページをご覧ください。
For detailed financial information, refer to the Mitsubishi Shokuhin website at:

<https://www.mitsubishi-shokuhin.com/>

「中期経営計画2023」の総仕上げとして、 将来の在り姿を見据え成長戦略を加速

Accelerate our growth strategies for our future vision as
the final phase of the **Medium-term Management Plan 2023**

「中期経営計画2023」で築き上げた安定収益基盤を基に、新たな事業領域・成長分野へのチャレンジが不可欠と考え、これらの分野に対する積極投資や人員シフトを加速してまいります。

今回はその中でも「データ×デジタルマーケティング」「商品開発」「物流事業」について、具体的な取り組み事例をご紹介します。

From the stable earnings foundation built up under the Medium-term Management Plan 2023, we consider it essential to take on the challenges of new business domains and growth areas. To this end, we will accelerate proactive investment and personnel shifts to these areas.

The following are specific examples of our initiatives in Data and Digital Marketing, Product Development, and Logistics Business.

▶ 事業領域ごとの成長戦略

▶ Growth strategies by business domain

データ×デジタル マーケティング Data and Digital Marketing	データ×デジタルを活用した卸ならではの新たな需要創造型モデルの創出 Create a data- and digital-driven new demand-generation model unique to the wholesale business <ul style="list-style-type: none">• 位置情報や購買データ、出荷データ等による独自のデータプラットフォーム構築 Develop a proprietary data platform that utilizes location, purchasing, shipping, and other data• 店頭と生活者をデジタルで結び、企画立案から効果検証までを含む広告販促機能の提供 Provide advertising and promotion functions (from planning to testing of effectiveness) that connect stores with consumers through digital means
商品開発 Product Development	輸入総代理店機能の拡充・情報価値創造型商品開発機能の強化 Expand exclusive distributor function for imports, and strengthen product development function centered on informative value creation <ul style="list-style-type: none">• 世界的ブランドであるリンツ社の正規販売代理店指定による日本国内での取り扱い As the official distributor for the Lindt & Sprüngli brand, handle its brand products in Japan• 地域産品のブランディングと日本食文化の輸出拡大に資する商品開発 Engage in product development that contributes to the branding of local products and helps export Japanese food culture on a broader scale• からだシフト等オリジナル商品のラインアップ・シェア・販路拡大 Expand the lineup, share, and sales channels for our original products such as "Karada Shift"
物流事業 Logistics Business	物流の社会課題解決を通じた持続可能な食のサプライチェーン構築 Build a sustainable food supply chain by solving social issues in logistics <ul style="list-style-type: none">• デジタルを活用したエリア最適配車やトラックの余積シェアリング等の推進 Promote optimal area-based vehicle allocation, sharing of truck capacity, and other initiatives that take advantage of digital technologies• CRE戦略の推進による資産の有効活用と持続的なコスト競争力の確保 Ensure effective asset utilization and sustainable cost competitiveness by pursuing a corporate real estate (CRE) strategy
海外事業 Overseas Business	日本の食文化にフォーカスした需要創造 Create demand with a focus on Japanese food culture <ul style="list-style-type: none">• 日系及び東南アジア有力小売業とのパートナーシップによる日本商品の輸出・販売 Export and sell Japanese products through partnerships with leading Japanese and Southeast Asian retailers• 海外での小売・外食・物流事業への経営参画 Participate in the management of retail, restaurant, and logistics businesses overseas

データ×デジタルマーケティング Data and Digital Marketing

データ×デジタルを活用した卸ならではの
新たな需要創造型モデルの創出
Create a data- and digital-driven new
demand-generation model unique to
the wholesale business

- ▶ マーケティングプラットフォームの構築で生活者に楽しい買い物体験を！
- ▶ Building a marketing platform to create enjoyable shopping experiences for consumers

当社は、小売業様16万店舗、メーカー様6,500社との日々のお取引を通じて得られるビッグデータと、小売業様へのサポートを通じて得られた深い生活者理解のノウハウ、豊富な生活者接点を活かし、生活者に最適な場所で最適な情報を届けることができる「データ×デジタルマーケティングプラットフォーム」の構築を推進しています。

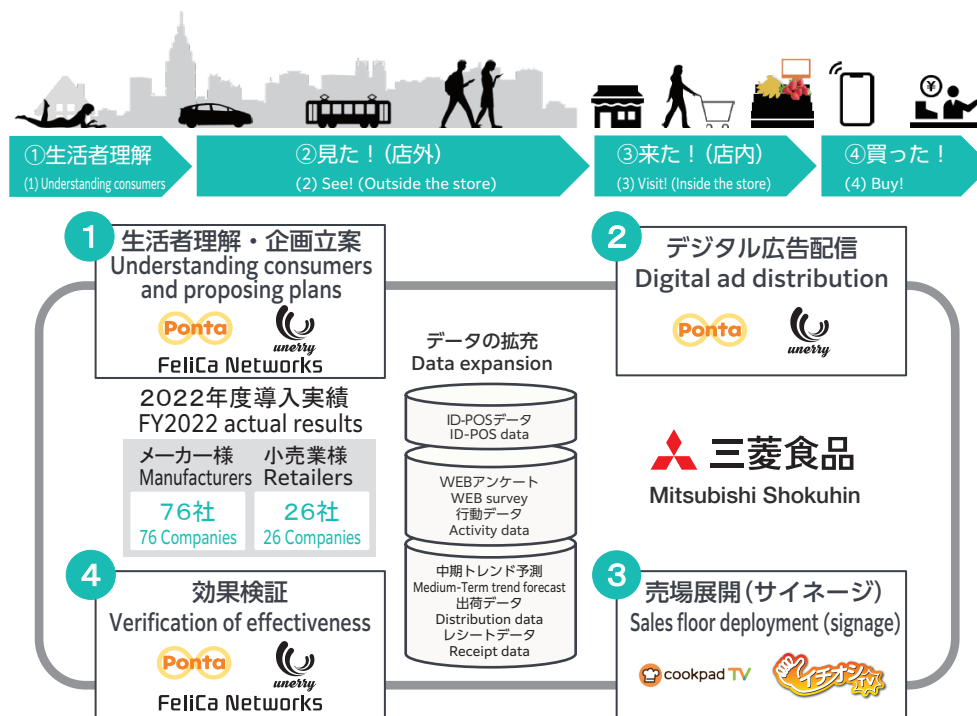
このプラットフォームは、生活者の多様な価値観に基づいたターゲティングを基に (図①)、店外・店内におけるデ

By leveraging big data obtained through daily transactions with 160,000 retailers and 6,500 manufacturers, knowledge of consumers gained through support to retailers, and extensive consumers contact, we are developing a data and digital marketing platform that can deliver the best information to consumers in the best locations. This platform provides a series of steps from positioning targets based on the varied values of consumers (Figure 1) to advertisement distribution and sales floor linkage

ジタル媒体を用いた広告配信・売り場連動 (図②③)、効果検証 (図④) までを一連の流れとして提供するものです。2022年度は、メーカー様76社、小売業様26社が導入されました。

このプラットフォームの構築により、生活者には楽しい買い物体験を、食品流通業界には持続可能な事業環境を提供し、業界のさらなる発展に貢献していきます。

using digital media both out-of- and in-store (Figures 2 & 3), and verification of effectiveness (Figure 4). In the fiscal year ended March 31, 2023, 76 manufacturers and 26 retailers adopted the system. By establishing this platform, we can provide an enjoyable shopping experience for consumers and a sustainable business environment for the food distribution industry, thereby contributing to the further development of the industry.



商品開発 Product development

輸入総代理店機能の拡充・情報価値創造型商品開発機能の強化
Expand exclusive distributor function for imports, and strengthen product development function centered on informative value creation

▶ オリジナルブランド「からだシフト」 第3弾「Happiness腸活」シリーズ新発売！ ▶ Original brand, “Karada Shift” Third “Happiness Choukatsu” series newly launched!

現代における健康的な食生活を総合プロデュースする、当社のオリジナルブランド「からだシフト」。第1弾「糖質コントロール」、第2弾「PROTEIN PLUS」に続く、第3弾「Happiness腸活」シリーズから8つの新商品が2023年3月13日に発売されました。当シリーズより菓子カテゴリーの商品も新たに加わり、「からだシフト」として合計65品のラインアップとなります。

Our original brand, “Karada Shift,” works to foster healthy eating habits in the modern age. Following “Sugar Control” and “PROTEIN PLUS,” eight new products from the third “Happiness Choukatsu” series were launched on March 13, 2023. New products from the confectionery category have been added to the series, bringing the “Karada Shift” lineup to a total of 65 products.

「Happiness腸活」シリーズとは？ What is the “Happiness Choukatsu” series?

テーマは「こころ」と「からだ」の相關関係。医師／tenrai (株)代表取締役 桐村里紗氏によるアドバイスのもと、食物繊維で「からだ」を、はびねす乳酸菌[®]で「こころ」をサポートし、生活の質を豊かにすることを目指します。

The theme is the link between mind and body. Under the advice of Dr. Lisa Kirimura, physician and Chief Executive Doctor of tenrai inc, we aim to enrich consumers' quality of life by supporting the body with dietary fiber and the mind with LAC-Happiness.

[®]はびねす乳酸菌は森永乳業(株)の登録商標です。

からだシフト「Happiness腸活シリーズ」 Karada Shift “Happiness Choukatsu series”

ごま豆乳坦々スープ Sesame Soy Milk Tantan Soup

クリーミーな豆乳と
ごまのコク
Creamy soy milk and
rich sesame flavor



30.3g / 250円 (税抜)
30.3 g/¥250 (excluding tax)

参鶏湯 Samgyetang

鶏のまろやかな旨味と
ショウガの風味
Mild taste of chicken
and flavor of ginger



33.1g / 250円 (税抜)
33.1 g/¥250 (excluding tax)

きのこのポタージュ Mushroom Potage

ポルチーニが香る
濃厚なポタージュ
Rich potage with notes
of aromatic porcini



150g / 270円 (税抜)
150 g/¥270 (excluding tax)

とん汁

Miso soup with pork and vegetables
ジャガイモ、ニンジンが
ゴロゴロ入ってお腹も満足
A generous portion of potatoes
and carrots, that's sure to satisfy



150g / 270円 (税抜)
150 g/¥270 (excluding tax)

オートミール Oatmeal

食物繊維と乳酸菌が同時に
摂れるオートミール！
Oatmeal that provides both fiber
and lactobacilli the same time!



200g / 500円 (税抜)
200 g/¥500 (excluding tax)

レーズンサンド Raisin Sandwich

ラムレーズン入りクリームを
糖質OFFクッキーにサンド
Rum raisin cream sandwiched
between sugar-free cookies



20g×3個 / 320円 (税抜)
20 g × three pcs/¥320 (excluding tax)

ミルクパウンドケーキ Milk Pound Cake

北海道産牛乳使用で
しっとり、優しい食感
Moist and delicate texture
made with Hokkaido milk



18.8g×6個 / 300円 (税抜)
18.8 g × six pcs/¥300 (excluding tax)

こんにゃくゼリーミックス Konjac Jelly Mix

ジューシーなブドウとモモの
2種のフレーバー
Two juicy flavors, grape and
peach



160g (10個:5×2種類) / 250円 (税抜)
160 g (10 pcs: five pcs × two flavors)/¥250 (excluding tax)

▶ 日本国内におけるリンツ社製品の正規販売代理店へ 身近な店舗で購入が可能に

▶ Became the official distributor of Lindt & Sprüngli products in Japan Available for purchase at a store near you

スイス・チューリッヒに拠点を置くリンツ&シュプリングリー社より、日本国内市場におけるリンツブランドチョコレート製品の正規販売代理店として指定を受け、2023年6月1日より全国にて販売を開始しました。

従来の主力販売先である専門店中心の販売も継続しながら、

Lindt & Sprüngli, based in Zurich, Switzerland, has appointed the Company as the official distributor of Lindt brand chocolate products in the Japanese market, and we began nationwide sales on June 1, 2023.

By leveraging our wholesale function, we will expand sales to mass markets such as supermarkets and convenience

当社の卸機能を活用し、全国のスーパーマーケットやコンビニエンスストア等のマスマーケットにも販売を拡大。試食販売や什器展開等のプロモーションを実施し、より身近な商品へと認知を広げていきます。

stores nationwide while continuing to sell mainly to specialty stores, which have been the primary customers in the past. By implementing promotions such as tastings and fixture deployment, we will broaden recognition of the product to make it more familiar to consumers.

リンツとは What is Lindt & Sprüngli?



1. リンツ&シュプリングリー社は、178年の伝統を持つチョコレートメーカー。
Lindt & Sprüngli is a chocolate maker with 178 years of history.
2. 上質なカカオ品種の選択、カカオ豆の調達から生産、商品供給まで一貫して管理する、世界でも数少ない「Bean to Bar」のチョコレートメーカーの1社。
As one of the few Bean to Bar chocolate manufacturers in the world, the company manages the entire process, from the selection of quality cacao varieties and the procurement of cacao beans to production and supply to customers.
3. チョコレートの4大革命^{*1}のひとつ、「コンチング」を発明し、輝くなめらかなチョコレートの製造に成功。
Succeeded in producing shiny, smooth chocolate by inventing the conching technique, one of the four major revolutions of chocolate^{*1}.
4. そのおいしさと口溶けの良さから、輸入チョコレートブランド第1位^{*2}を誇る。
With its delicious taste and melt-in-your-mouth qualities, it is the number one^{*2} imported chocolate brand.

※1 チョコレート4大革命：①ココアの発明 ②固形チョコレートの発明 ③ミルクチョコレートの開発 ④コンチングの発明

*1 Four major chocolate revolutions: (1) Invention of cocoa (2) Invention of solid chocolate (3) Creation of milk chocolate (4) Invention of conching

※2 出典：KSP-POS（食品SM）（期間2022年4月～2023年3月 輸入チョコレートのみ抜粋）

*2 Source: KSP-POS（Food supermarket）（period April 2022 to March 2023, selected only for imported chocolate）

● 主な取り扱い商品 ● Main products handled

リンドール LINDOR

なめらかにとろけるチョコレート
のシェル（殻）にフィリング（中身）
をつめたトリュフ型チョコレート。
リンツ一番の人気商品。

Chocolate truffles with a smooth, melt-in-your-mouth chocolate shell and a creamy filling inside. Lindt's best-selling product.



ミルクが5粒入った
パック商品。
Packed product
containing five milk
chocolate truffles.



ミルク・ホワイト各2粒、エキ
ストラビター1粒が入ったア
ソートパック。

Assorted milk and white
chocolate (two each) and
extra bitter chocolate (one)
truffles.

エクセレンス EXCELLENCE

薄さと最高級原材料による口溶けと
香りが魅力のダークチョコレート。

Tempting aromatic melt-in-your-
mouth thin dark chocolate bars
made with the finest ingredients.



物流事業 Logistics Business

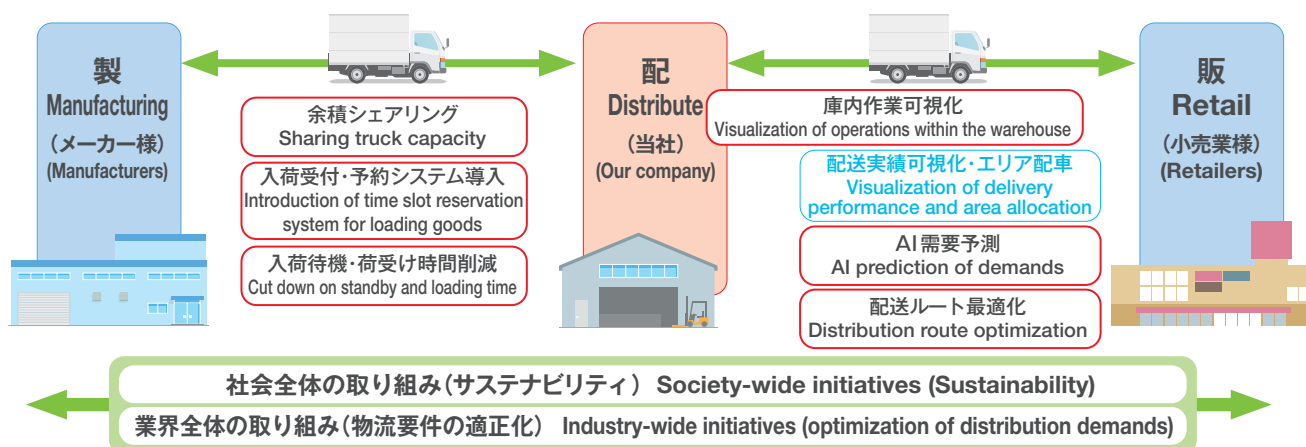
物流の社会課題解決を通じた持続可能な食のサプライチェーン構築
Build a sustainable food supply chain by solving social issues in logistics

▶ 限られたリソースを有効活用して持続可能な物流の実現を目指す ▶ Making effective use of limited resources to build sustainable logistics

当社は、物流のデジタル化を推進し、食品物流のムリ・ムダ・ムラの是正に取り組んでいます。メーカー様、小売業様と連携を図り、限られたリソースを有効活用しながら、持続可能なサプライチェーンの構築と物流の社会課題の解決に挑戦しています。

The Company is promoting the digitalization of distribution and working to correct inefficiency, waste, and unevenness in food distribution. In collaboration with manufacturers and retailers, we are taking on the challenge of building sustainable supply chains and solving social issues in logistics while making effective use of limited resources.

● 当社の取り組み ● Our Initiatives



配送実績可視化・エリア配車の取り組み事例

Example initiatives for visualization of delivery performance and area allocation

● 配送合理化の取り組み ● Initiatives for distribution efficiency

2024年4月にドライバーの労働時間に上限規制がかかることを受け、人手不足による物流クライシスが懸念されています。当社は、自社が活用しているトラック3,500台の動態可視化を通じて、車両積載率の向上と配送効率の最適化を実現し、持続可能なサプライチェーンの構築に挑戦していきます。

In light of the imposition of a labor cap on driver working hours effective April 2024, there are concerns about the possibility of a distribution crisis triggered by a labor shortage. Through visualization of the fleet of 3,500 trucks the Company utilizes, we will take on the challenge of creating a sustainable supply chain by improving truck loading rates and optimizing delivery efficiency.

Step 1
動態管理サービス
「MOVO Fleet」導入
Introduction of
MOVO Fleet, a fleet
management system

当社の首都圏エリアを中心に、全国3,500台のトラックに採用。
This system has been adopted for 3,500 trucks nationwide, mainly in the metropolitan area around the Company.

Step 2
輸配送データの分析・活用
Analysis and utilization
of transportation and
distribution data

MOVO Fleetの導入で、協力会社車両の一括管理を実現。同データに当社が持つ独自のデータを掛け合わせることで、車両回転数と積載効率の算出が可能に。
MOVO Fleet allows for collective management of partner company vehicles. Combining this with our proprietary data allows us to calculate vehicle RPM and loading efficiency.

Step 3
最適配車を実現
Optimal truck
dispatch

データの活用により、当社で物流拠点ごとに配車している支線配送トラックを拠点相互に融通させ、さらにはメーカー集荷までの配車プランの策定も実現。
By leveraging data, we have been able to flexibly distribute branch line distribution trucks, which are dispatched to and between distribution bases, and have even been able to formulate distribution plans up to the time of pickup by the manufacturer.

スタートアップ企業への投資と協業を通じ 既存事業の変革・新規事業の創出へ

Investing in and collaborating with start-up companies to transform existing businesses and create new ones

当社は、スタートアップ企業との連携推進を目的に、2022年度より社長直下管轄に関連機能を補強し、スタートアップ企業やベンチャーキャピタル等との連携を強化しています。また、スタートアップ企業への投資促進を視野に、投資資金の分配も含めた関連施策の整備を進めています。今後も、将来性あるスタートアップ企業に対し、当社の機能・アセットを積極的に提供し、新たな経済価値・社会価値・環境価値の創造を目指してまいります。

Since FY2022, the Company has reinforced the functions under the direct jurisdiction of the CEO that are intended to promote collaboration with start-up companies and venture capitalists. Relevant measures, including the distribution of investment funds, are being developed as part of our initiatives to promote investment in start-up companies. By continuing to proactively provide our functions and assets to promising start-up companies, we aim to create new economic, social, and environmental value.



**初号案件
Initial Case**
※ 5月31日プレスリリース
* Press release on May 31

「つくりおき.jp」を提供する(株)Antwayとの包括的業務提供を締結しました。
また、第三者割当増資により発行された株式の一部を引き受けています。
Signed a comprehensive business agreement with Antway Inc., which offers “Tsukurioki.jp.”
The Company has underwritten a portion of the shares issued through a third-party allocation of new shares.

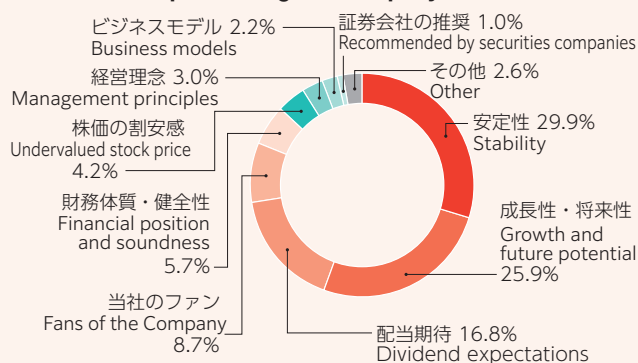
株主様アンケート結果ご報告 Shareholder Survey Results

当社は、株主の皆様のご意見を伺うため、2022年12月にアンケートを実施しました。株主の皆様から貴重なご意見を頂戴し、心よりお礼申し上げます。紙面の都合上、一部ではございますがアンケート結果を報告します。

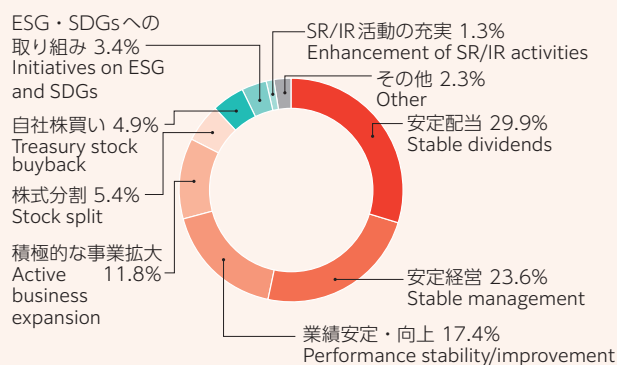
The Company conducted a survey on December 2022 to solicit the opinions of its shareholders. We sincerely appreciate the valuable feedback we received from our shareholders. Due to space limitations, the following is a partial report of the survey results.

実施期間：
Implementation period:
2022年12月1日～28日
December 1, 2022 through
December 28, 2022
ご回答いただいた株主様：
Shareholders who responded to
the survey:
320名(全体の6.9%)
320 (6.9% of the total)

Q1 当社株式を購入された際、最も重視したこと What was the most important factor when purchasing our company's shares



Q2 今後、当社に期待すること Future expectations of the Company



いただいたご意見・ご要望は、今後の経営やIR活動の参考といたします。
Submitted feedback and requests shall be used as reference for future management and IR activities.

■ 株式の状況 (2023年3月31日現在)

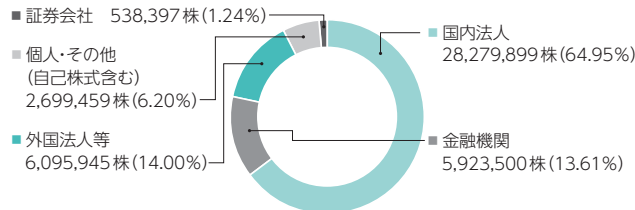
株式の総数

発行可能株式総数 **140,000,000株**
 発行済株式の総数 **43,537,200株**
 (自己株式488株含む)

一単元の株式の数 **100株**

株主数 **5,448名**
 (前期末比876名増)

所有者別株式分布



(注)「個人・その他」には自己株式488株を含んでおります。

大株主

株主名	持株数 (千株)	出資比率 (%)
三菱商事株式会社	21,816	50.11
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	3,332	7.65
株式会社日本カストディ銀行 (信託口)	1,191	2.73
株式会社ニチレイ	700	1.60
マルハニチロ株式会社	686	1.57
サントリー株式会社	669	1.53
ハウス食品グループ本社株式会社	611	1.40
テーブルマーク株式会社	600	1.37
株式会社ニッスイ	497	1.14
三菱食品従業員持株会	454	1.04

(注) 持株数は、千株未満を切り捨てて表示しております。

■ Share Data (as of March 31, 2023)

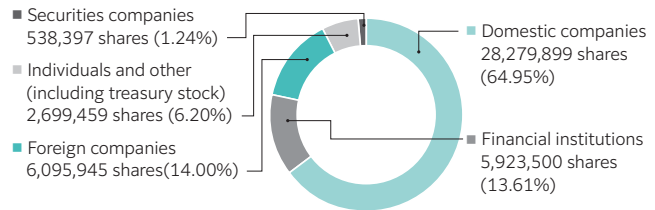
Number of Shares

Authorized share capital **140,000,000 shares**
 Number of shares issued **43,537,200 shares**
 (including treasury stock of 488 shares)

Share unit **100 shares**

Number of Shareholders **5,448**
 (increased by 876 people year on year)

Share Distribution by Owner



(Note) "Individuals and other" includes 488 shares of treasury stock.

Major Shareholders

Name	Number of shares (Thousand shares)	Investment ratio (%)
Mitsubishi Corporation	21,816	50.11
The Master Trust Bank of Japan, Ltd. (Trust Account)	3,332	7.65
Custody Bank of Japan, Ltd. (Trust Account)	1,191	2.73
Nichirei Corporation	700	1.60
Maruha Nichiro Corporation	686	1.57
Suntory Spirits Ltd.	669	1.53
HOUSE FOODS GROUP INC.	611	1.40
TableMark Co., Ltd.	600	1.37
Nissui Corporation	497	1.14
Mitsubishi Shokuhin Employee Shareholding Association	454	1.04

(Note) Figures less than 1,000 shares are rounded down.

株主メモ

事業年度：毎年4月1日から翌年3月31日まで

期末配当金受領株主
 確定日：毎年3月31日

中間配当金受領株主
 確定日：毎年9月30日

定時株主総会：事業年度末日の翌日から
 3カ月以内に開催

株主名簿管理人
 特別口座 口座管理機関：三菱UFJ信託銀行株式会社

同連絡先：三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部
 東京都府中市日鋼町1-1
 電話 0120-232-711 (通話料無料)

郵送先
 〒137-8081 新東京郵便局私書箱第29号
 三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部

上場証券取引所：東京証券取引所

公告の方法：電子公告により行う
 公告掲載URL
<https://www.mitsubishi-shokuhin.com/>
 (ただし、電子公告によることができない事故、その他のやむを得ない事由が生じたときは、日本経済新聞に公告いたします。)

Shareholder Memo

Business Year

April 1 of each year to March 31 of the following year

Record Date for Year-end Dividend

March 31 of each year

Record Date for Interim Dividend

September 30 of each year

Ordinary General Meeting of Shareholders

To be held within three months from the day following the last day of each business year

Shareholder Register Administrator

Special-account Managing Institution

Mitsubishi UFJ Trust and Banking Corporation

Contact

Mitsubishi UFJ Trust and Banking Corporation
 Corporate Agency Division
 1-1, Nikko-cho, Fuchu-shi, Tokyo, Japan
 (Mailing address)

Mitsubishi UFJ Trust and Banking Corporation

Corporate Agency Division

P. O. Box 29, Shin-Tokyo Post Office, Tokyo 137-8081 Japan

Listing Stock Exchange

Tokyo Stock Exchange

Method of Public Notice

Electronic public notice will be made.

Mitsubishi Shokuhin's URL for public notice:

<https://www.mitsubishi-shokuhin.com/>

(However, if it is impossible to publish public notices electronically because of an accident or other unavoidable circumstances, the public notices shall be made by publication in the Nihon Keizai Shimbun.)

■ 会社の概要 (2023年3月31日現在)

商号 三菱食品株式会社
本社 東京都文京区小石川一丁目1番1号
資本金 10,630,291,250円
従業員数 連結4,944名、単体4,080名
事業内容 国内外の加工食品、低温食品、酒類及び菓子の卸売を主な事業内容とし、さらに物流事業及びその他サービス等の事業活動を展開

主要な事業所 Main Offices



■ Corporate Data (as of March 31, 2023)

Corporate Name
Mitsubishi Shokuhin Co., Ltd.
Head Office
1-1, Koishikawa 1-chome, Bunkyo-ku, Tokyo, Japan
Common Stock
¥10,630,291,250
Number of Employees
(Consolidated) 4,944 (Non-consolidated) 4,080
Main Business Lines
Mainly wholesale of processed foods, frozen and chilled foods, alcoholic beverages and confectionaries in Japan and overseas, as well as other business activities, including distribution and other services.

■ 役員(取締役・監査役)

(2023年6月26日現在)

代表取締役	京谷 裕
取締役	榎本 孝一
取締役	田村 幸士
取締役	細田 博英
取締役	川本 洋史
取締役	加藤 亘
取締役	柿崎 環
取締役	吉川 雅博
取締役	國政 貴美子
監査役(常勤)	山川 幸樹
監査役(常勤)	海上 英治
監査役	小島 吉晴
監査役	吉川 栄二

(注1) 取締役 柿崎環氏、吉川雅博氏、國政貴美子氏は社外取締役であります。
(注2) 監査役 海上英治氏、小島吉晴氏は社外監査役であります。

■ Board of Directors, Audit & Supervisory Board Members and Executive Officers (as of June 26, 2023)

Representative Director	Yutaka Kyoya
Director	Koichi Enomoto
Director	Koji Tamura
Director	Hirohide Hosoda
Director	Hiroshi Kawamoto
Director	Wataru Kato
Director	Tamaki Kakizaki
Director	Masahiro Yoshikawa
Director	Kimiko Kunimasa
Audit & Supervisory Board Member	Koki Yamakawa
Audit & Supervisory Board Member	Eiji Unakami
Audit & Supervisory Board Member	Yoshiharu Ojima
Audit & Supervisory Board Member	Eiji Yoshikawa

Notes: 1. Tamaki Kakizaki, Masahiro Yoshikawa and Kimiko Kunimasa are Outside Directors.
2. Eiji Unakami and Yoshiharu Ojima are Outside Audit & Supervisory Board Members.

当社の情報はホームページでもご覧になれます。

More information about Mitsubishi Shokuhin is available on its website at:

<https://www.mitsubishi-shokuhin.com/>



