

三菱食品通信

株主・投資家の皆様へ

2013年度 通期報告 証券コード7451

2013年4月1日～2014年3月31日





常に自己変革を続け ライフスタイルや パーソナルバリューに適合した 「本物の価値」の創出・提供を 目指します

代表取締役社長 CEO 井上 彪

平素は格段のご高配を賜り厚く御礼申し上げます。
まず、当社通期における事業の概況および決算をご報告いたします。当連結会計年度におけるわが国経済は、アベノミクス効果が実体経済に徐々に波及し、企業収益に改善が見られるなど、国内景気は回復基調が持続し、底堅く推移いたしました。

個人消費においては、株高や雇用環境の改善に加え、消費税率引き上げ前の駆け込み需要もあり、耐久財やサービス消費などを中心に回復の兆しが見られる一方で、日常的に消費する食品に対する節約志向は依然として根強く、食品流通業界においては厳しい環境が継続しております。

このような状況下、当社は、複雑化する課題に直面するお取引先様への機能提供を強化するとともに、

総合的な提案力・課題解決力を向上させることで、取引の拡大・深耕を図ってまいりました。

決算の内容につきましては、売上高において、低温食品事業を中心に取り組みが拡大し、前年同期比3.0%増加の2兆3,882億26百万円となりました。利益面につきましては、生活者の低価格志向を背景とした競争激化の影響もあり、経常利益は前年同期比8.3%減少の171億72百万円、当期純利益は前年同期比15.8%減少の96億57百万円となりました。

21円の期末配当を実施

当社は、持続的成長に必要な内部留保と株主還元
のバランスを考慮し、安定的な配当の維持を目指し

ており、具体的な配当方針として連結配当性向20%以上を目標に掲げております。この方針に基づき、期末配当金は当初の予定通り1株当たり21円とし、中間配当金と合わせ、年間配当金は42円となりました。なお、次期の配当金につきましては、1株当たり42円を予定しております。

経営資源の最適配分をさらに進め、 成長領域の生鮮・デリカなどを強化

2013年度は「中期経営計画2015」の2年目として、組織体制を刷新し、「攻め」に注力する年と位置付けて取り組み、成果も確実に表れてまいりました。具体的には、三菱商事グループ各社との連携による商品供給体制の強化、今後さらなる成長が期待されるチルド領域における物流網の拡充、生鮮・デリカ領域の強化を進めてまいりました。また、国内水産品の調達力、販売力に強みを持つ株式会社マルイチ産商と業務提携したことで、当社の全国販売網・物流網、マーケティング力との組み合わせにより、サプライチェーンのさらなる充実を進めております。

経営基盤の整備も継続的に推進いたしました。BPR (Business Process Re-engineering) の全社的な展開(業務プロセス見直し、定型業務集約)により、徹底的な効率化を追求してまいりました。また、戦略的な経営資源の配分を行うべく、物流拠点統廃合、保有株式・遊休不動産の見直しによる資産の優良化

を進めたほか、低温事業など、重点分野への人材シフトを実行いたしました。

組織改編で営業サービス強化へ グループ力をフル活用した 商品開発も推進

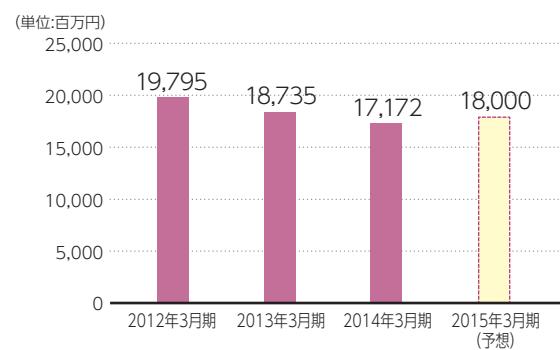
2014年度は、営業サービス面での強化を目的に、関東支社を廃止し、本社直轄の営業第一本部、営業第二本部に再編いたしました。お取引先様に対する、本社機能も含めたサポート体制を整備するとともに、営業拠点配置も大きく変更いたしました。また、複雑であったエリアにおけるグループ全体の営業体制を見直し、本体への取引集約によるオペレーション一元化を実現すると同時に、より地域に密着した営業活動を実践してまいります。モノづくりに関しては、社内に分散していた知見・機能を集約し、商品開発本部を新設いたしました。三菱商事グループの有する調達力・製造機能をフルに活用し、生活者の潜在的ニーズの掘り起こしや売場改革も視野に入れた繊細かつダイナミックな商品開発を進めてまいります。

時代の変化と共に、生活者の価値観が変わりつつある中、当社は常に自己変革を続け、ライフスタイルやパーソナルバリューに適合した「本物の価値」の創出・提供を目指してまいります。今後とも、株主・投資家の皆様のご理解とご支援をよろしく申し上げます。

2014年6月

財務ハイライト (連結)

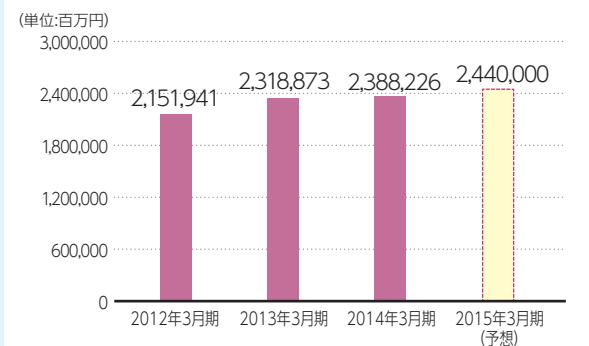
■ 経常利益



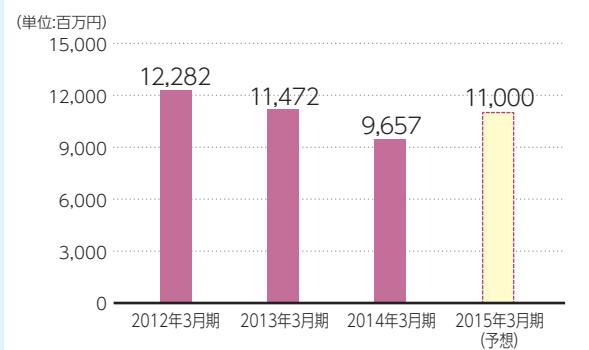
■ 1株当たり純資産



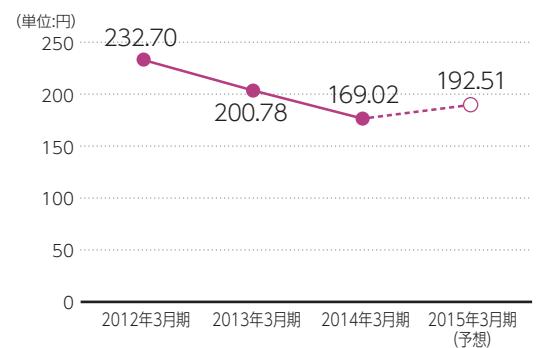
■ 売上高



■ 当期純利益

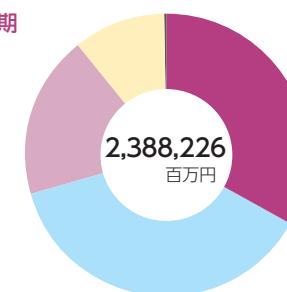


■ 1株当たり当期純利益



■ 売上高構成比 (セグメント別)

2014年3月期



- 加工食品事業 33.2% (792,371百万円)
- 低温食品事業 37.9% (906,123百万円)
- 酒類事業 18.3% (436,017百万円)
- 菓子事業 10.5% (251,550百万円)
- その他 0.1% (2,163百万円)

加工食品事業

生活者の低価格志向を背景に競争が激化

コンビニエンスストアや総合スーパーとの取り組み強化ならびに食品の取り扱いを拡大させているディスカウントストア、ホームセンターなどの取引増加により、売上高は増加しました。しかしながら、利益面では、生活者の低価格志向を背景とした競争激化の影響による採算悪化などにより、低調に推移しました。

当年度売上高：7,923億71百万円 (前年比3.1%増)

酒類事業

物流費を中心としたコスト削減が奏功

高齢化などによる長期的な市場縮小傾向に加え、消費者の嗜好の変化や低価格志向の強まりから第3のビールや低アルコール・ノンアルコール飲料など、低価格商品の比率が高まるなどの影響もありましたが、景気の回復基調を背景にプレミアムビールなど一部高価格商品が好調に推移、また、消費税率引き上げに伴う駆け込み需要もあり、売上高は増加しました。利益面では、厳しい環境の中、物流費を中心としたコスト削減を進めた結果、改善しました。

当年度売上高：4,360億17百万円 (前年比0.4%増)

低温食品事業

簡便化志向の高まりなどにより事業伸長

単身世帯の増加や簡便化志向の高まりにより市販用冷凍食品・惣菜関連商材が堅調に推移し、総合スーパー、スーパーマーケットなどの取引が増加しました。また、コンビニエンスストアにおけるカウンター商材の伸長などもあり、売上高は伸長しました。利益面では、売上高伸長による販管費の増加、また、競争激化などにより売上総利益率が低下したため、前年同期を下回る結果となりました。

当年度売上高：9,061億23百万円 (前年比3.7%増)

菓子事業

採算管理強化や物流精度向上により収益性が向上

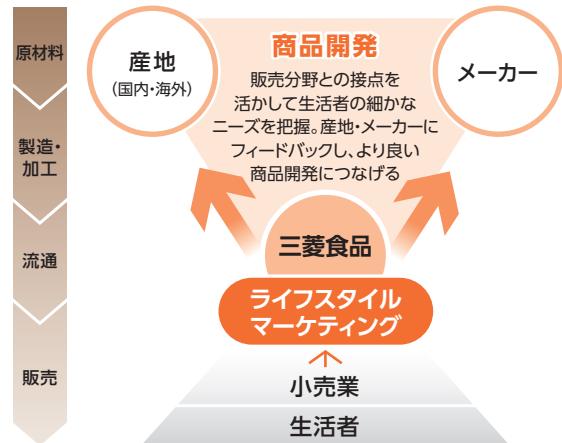
好調に推移するコンビニエンスストアや、総合スーパー、ドラッグストアなどの取引が拡大したことにより、売上高は増加しました。利益面では、環境は引き続き厳しいものの、採算管理の強化や物流業務などの精度向上により収益性向上を進めた結果、改善しました。

当年度売上高：2,515億50百万円 (前年比4.8%増)

三菱食品の 商品開発力

三菱食品は、「バリューチェーン・コーディネーター」をコンセプトに、従来の食品中間流通の枠を超えた取り組みにチャレンジしています。独自のマーケティングに基づいた商品開発はその一つ。川上の製造分野、川下の販売分野それぞれに接点を持つ優位性を活かしながら、「マーケットイン」の視点で生活者の立場に立った商品開発を行っています。

バリューチェーン全体を活用した三菱食品の商品開発力



多面的なデータから生活者の“いま”を知る

生活者のライフスタイルが多様化する中、「こんな商品が欲しい」という生活者ニーズと、実際の商品やサービスの関係は複雑化しています。このため、「生活者に支持される、魅力的な商品を作りたい」というメーカーや、「生活者が買いたいと思う品揃えを実現したい」という小売業の声はますます強まっています。三菱食品ではこうしたニーズに対応し、生活者起点による商品開発に取り組んでいます。基軸となるのが、三菱食品独自のライフスタイルマーケティングです。

ライフスタイルマーケティングとは、レジでの購買履歴 (ID-POS) をベースに、多面的な調査・分析を加えることで、通常はなかなか見えない生活者のいまの姿を捉える手法です。三菱食品がID-POSのデータ分析を行う際は、例えば「健康」「こだわり」「安全・安心」「小容量」「簡便」など、購買動向につながりそうなキーワードの定義付けを单品ごとに行います。これに、生活者アンケートやインタビューといった独自の

調査データを重ね合わせることで、10通りの生活者タイプに分類。生活者のライフスタイルや購買動向をきめ細かく把握することで将来のマーケットを予測し、より効果的な商品開発につなげています。

例えば、国産米を原料とした米粉ミックス粉「全農パンケーキミックス」や、簡単調理が特徴の生鮮レンジ調理商品「ドリームスチーム」、ちょっとした贅沢を楽しめる「大吟醸300mlシリーズ」など、生活者起点による商品開発の事例は着実に増えています (最近の事例については、Close Upをご参照ください)。

また、毎日食べる食品に対しては安心・安全が常に求められる中、三菱食品では厳格な品質管理体制や品質を重視した開発体制などを持っており、さらに体制の強化を図っていきます。

三菱商事グループ力の強みを発揮

三菱食品が商品開発に取り組む上で、ライフスタイルマーケティングと共に大きな強みとなっているのが、三菱商事グループの豊富なネットワークです。例えば、ライフスタイルマーケティングによって明らかになった生活者ニーズに基づき、品質や価格など最終商品に求められるスペックに応じて、最適な原料資材を世界中から発掘・調達することも可能となっています。

今後も引き続き、緻密な生活者ニーズの分析に基づき、国内・海外に張り巡らされた三菱商事グループのネットワーク力を発揮しながら、著しく変化する生活者のライフスタイルを的確に捉えた商品開発に取り組んでいきます。

CloseUp ①

お米で「便利・おいしい・楽しく」を実現 『cocome (ココメ)』 シリーズ



「好みの味やその日のメニューに合わせて、お米も選びたい」、「かさばらず、買い物バッグも重くならない、程よい大きさの商品が欲しい」、「野菜やフルーツと同じように、お米だって新鮮なものを味わいたい」——。生活者のこうした声に基づきお米との新しい付き合い方を提案したのが、使い切り2合サイズの無洗米『cocome (ココメ)』シリーズです。

食市場の主役がファミリーから単身・少人数世帯に移行している点に着目し、単身・共働き・シニア層をターゲットに想定。「空知ゆめぴりか (北海道産)」をはじめ10種類の無洗米ラインアップを用意し、「違った産地のお米のおいしさを手軽に楽しめる」として、幅広い支持を獲得しています。

CloseUp 2

シニアも子どもも楽しめるやわらか惣菜

『やわらか楽チンお惣菜』



※商品デザインは変更の可能性があります。

高齢化が世界一のスピードで進む日本では、シニア向けの商品開発がますます重要になっています。シニアの惣菜購入率が年々高まる中、お箸で簡単に切れる、やわらかい惣菜を求めるニーズが根強いことが、三菱食品の調査で明らかになりました。

『やわらか楽チンお惣菜』は、こうした生活者の動向を捉え、「やわらかくて食べやすい、手軽に楽しめるおいしいお惣菜」をコンセプトとした商品です。「やわらか」「楽チン」という機能性を訴求することで、シニアはもちろん小さなお子さんも楽しめる商品となっています。

健康意識の高まりに対応し、野菜や魚中心のメニュー展開で7月発売予定です。

CloseUp 3

 多様化する惣菜ニーズに対応
 スーパーマーケット向け惣菜の
 拡充・強化へ

スーパーマーケットで扱う惣菜について、価格や規格のバリエーション、小口の配送対応など、生活者や小売業の要求はますます多様化しています。こうした状況に対応するため、2014年2月、三菱食品の関係会社で、関東地区のスーパーマーケット向けの惣菜を中心とした製造・加工会社であるサイリョーデリカは、惣菜の製造ライン拡張と機能向上を目指し、新工場を稼働しました。



三菱食品は、サイリョーデリカの工場機能を丸ごと提案することで、小売業各社の状況に応じた、きめ細かな商品づくりを実現しています。

この他、三菱商事の関連会社との連携をさらに強化し、三菱食品の強みであるマーケティング機能と連動を図りながら、生活者起点の新しい水産・畜産製品、惣菜の開発にも取り組んでいます。

Topics

三菱食品の**CSR**

三菱食品は、暮らしの確かさと社会の豊かさを守り、未来へ手渡すために、積極的にCSR活動に取り組んでいます。

被災児童の
「海外ホームステイ」を支援

東日本大震災の被災児童の継続的な自立支援を目的に、駐日大使館・外務省・NPO法人が中心となって主催する「Support Our Kidsプロジェクト」に参加しています。本プロジェクトの一つである「海外ホームステイプログラム」では、被災された得意先と連携して、アイルランド・カナダ・ニュージーランドの3カ国のプログラムに参画しました。



国連WFPの活動に協賛・参加

国連WFPが飢餓をなくすことを目的に、横浜で開催したチャリティウォークイベント「WFPウォーク・ザ・ワールド for アフリカ」および「給食（お弁当）の思い出」をテーマに開催された「WFPエッセイコンテスト2013」に協賛するとともに、社員と家族が多数参加しました。



棚田の写真展とセミナーを開催

今年1月、東京・丸の内で開催された棚田の写真展とセミナー「旧暦のリズムで棚田を味わう」をNPO法人「棚田ネットワーク」と三菱商事と協働で開催しました。セミナー参加者は、棚田米のおむすびを食べながら、写真家・青柳健二さんによる日本の美しい棚田の話に熱心に聞いていました。



社員が昼休みにボランティア活動

社員の社会貢献意識の醸成や、今後のCSR活動への参加につなげていくことを目的に、昼休みを利用したボランティア活動を行っています。視覚障がい者の方へ送る荷物に貼るシールを点字で作成し、日本点字図書館に寄贈しています。



株式の状況

(2014年3月31日現在)

①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	58,125,490株
(自己株式984,768株含む)	
一単元の株式の数	100株

②株主数

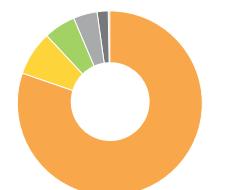
6,027名
(前期末比423名増)

③大株主

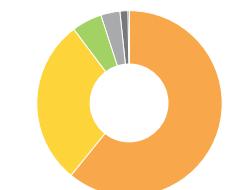
株主名	持株数	出資比率
	千株	%
三菱商事株式会社	35,416	60.93
日本水産株式会社	809	1.39
味の素株式会社	803	1.38
日清食品ホールディングス株式会社	803	1.38
株式会社ニチレイ	700	1.20
株式会社マルハニチロ食品	686	1.18
麒麟麦酒株式会社	680	1.16
サントリービヤ&スピリッツ株式会社	669	1.15
ハウス食品グループ本社株式会社	603	1.03
テーブルマーク株式会社	600	1.03

(注) 株数は、千株未満を切捨てて表示しております。
上記のほか、自己株式が984千株あります。

所有者別株式分布



所有株式数別株式分布



役員(取締役・監査役)及び執行役員

(2014年7月1日現在)

代表取締役社長 社長執行役員・CEO	井上 彪
取締役 専務執行役員	今村 忠如
取締役 専務執行役員	野田 洋市
取締役 常務執行役員	中村 稔
取締役 常務執行役員	鈴木 大一郎
取締役 常務執行役員	村上 明
取締役	垣内 威彦
監査役(常勤)	川口 和哉
監査役(常勤)	田口 耕輝
監査役	神垣 清水
監査役	大沼 尚人
常務執行役員	星 正寿
執行役員	古屋 忠文
執行役員	岡田 典夫
執行役員	川北 敬二
執行役員	牧野 一洋
執行役員	宮田 善康
執行役員	嶋田 嘉雄
執行役員	中川 正次
執行役員	荒井 敏夫
執行役員	杉山 吉彦
執行役員	原 正浩
執行役員	市浦 陽一
執行役員	古屋 俊樹
執行役員	松澤 豊彦
執行役員	山本 泰生
執行役員	榎本 孝一

(注1) 取締役 垣内威彦氏は会社法第2条第15号に定める社外取締役であります。

(注2) 監査役 川口和哉氏、神垣清水氏及び大沼尚人氏は会社法第2条第16号に定める社外監査役であります。

会社の概要

(2014年4月1日現在)

商号	三菱食品株式会社
本社	東京都大田区平和島六丁目1番1号
資本金	10,630,291,250円
従業員数	4,299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
主な事業所	支社：北海道・東北(宮城県) 中部(愛知県)・関西(大阪府) 中四国(広島県)・九州(福岡県)
ホームページ	http://www.mitsubishi-shokuhin.com/



株主メモ

事業年度：毎年4月1日から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
〒137-8081
東京都江東区東砂七丁目10番11号
TEL: 0120-232-711 (通話料無料)

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
<http://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。)

お知らせ

1 株式事務のお問い合わせについて

株主様の住所変更、買取請求その他各種お手続きにつきましては、口座を開設されている証券会社等にお問い合わせください。
特別口座に記録された株式に関する各種お手続きにつきましては、左記株主メモに記載の三菱UFJ信託銀行証券代行部にお問い合わせください。

2 配当金計算書について

配当金の口座振込をご指定の方と同様に、「配当金領収証」により配当金をお受け取りになれる株主様宛にも「配当金計算書」を同封いたしております。配当金をお受け取りになった後の配当金額のご確認や確定申告の資料としてご利用ください。
なお、株式数比例配分方式を選択されている株主様の配当金のお振込先等につきましては、口座を開設されている証券会社等にお問い合わせください。

3 未受領の配当金について

未受領の配当金につきましては、三菱UFJ信託銀行本支店でお支払いいたします。

話題の

肉や野菜、フルーツを贅沢に／ “ブラジルフード”に注目!



ブラジルを代表するバーベキュー料理「シュラスコ」。塩・コショウで、さっぱりと味付けするのが特徴で、肉本来のうま味を存分に味わうことができます。食後にはマンゴーピューレとバニラアイスクリームの爽やかな甘味が楽しめる「クレーム・ド・マンゴー」がオススメです。



肉汁が
たっぷり!

シュラスコ

□材料 (4人前)

牛肉(ブロック).....600g
ラムチョップ.....4本
塩.....適量
コショウ.....適量
ガーリックパウダー.....適量
パイナップル.....1/4個
ピーマン.....2個
赤パプリカ.....1個
タマネギ.....1個

【モーリヨソース】

トマト(1cm角切り).....1個
タマネギ(みじん切り).....1/2個
おろしニンニク.....少々
パセリ(みじん切り).....少々
ワインビネガー.....1/2カップ
オリーブ油.....大さじ3
塩.....小さじ1/2
コショウ.....少々

□作り方

- ①牛肉(ブロック)、ラムチョップに塩、コショウ、ガーリックパウダーをまぶしておく。野菜は食べやすく切る。
- ②モーリヨソースは、材料を混ぜ合わせて作っておく。
- ③ホットプレートで牛肉(ブロック)の表面を焼き、焼けたところを薄く切って皿に盛り付ける。焼けていない面をまた焼き、焼けたら薄く切る工程を繰り返す。ラムチョップは、好みの焼き加減で焼く。パイナップル、野菜も一緒に焼く。
- ④②のモーリヨソース、塩、コショウをお好みでかける。

ブラジルの
人気
デザート!

クレーム・ド・ マンゴー

□材料 (4人前)

バニラアイスクリーム(市販).....320g
冷凍マンゴー.....200g
ミントの葉.....適量

□作り方

- ①冷凍マンゴーはミキサーにかけてピューレにする。
- ②バニラアイスクリームを少し室温に置いてから、マンゴーピューレと軽く混ぜ、器に盛り付けてミントの葉をあしらう。

