

三菱食品株式会社 2016年度(2017年3月期) 決算説明会

2017年5月11日

目次

1

2016年度(2017年3月期)決算概要

2

2017年度(2018年3月期)業績予想

3

経営方針2020の実行状況

1. 2016年度(2017年3月期) 決算概要

2016年度(2017年3月期)連結業績(期初予想比)

(単位:億円)

	2016年度		
	期初予想	実績	期初予想比
売上高	23,950	24,115	165
営業利益	174	178	4
経常利益	185	189	4
親会社株主に帰属する 当期純利益	118	124	6
1株当たり 当期純利益(円)	206.52	216.86	10.34
1株当たり配当金(円)	50.00	50.00	—

- ◆ 売上高は、CVS等との取引を中心に好調に推移し、期初予想を上回る
- ◆ 営業利益、経常利益は、販管費の削減等により、期初予想を上回る
- ◆ 親会社株主に帰属する当期純利益は、投資有価証券売却益等の計上により、期初予想を上回る

2016年度(2017年3月期)連結業績(前期比)

(単位:億円)

	2015年度	2016年度	
	実績	実績	前期比
売上高	23,831	24,115	284
営業利益	169	178	9
経常利益	182	189	7
親会社株主に帰属する 当期純利益	125	124	▲1
1株当たり 当期純利益(円)	218.63	216.86	▲1.77
1株当たり配当金(円)	50.00	50.00	—

- ◆ 売上高は、CVS等を中心に取引が総じて堅調に推移し、増収
- ◆ 利益面は、売上高増加による売上総利益の増加等により増益
- ◆ 配当は、基本方針である安定配当を継続

2016年度(2017年3月期) 品種別売上高(前期比)

(単位:億円)

	2015年度		2016年度		前期比増減	
	金額	構成比(%)	金額	構成比(%)	金額	率(%)
缶詰・調味料類	2,771	11.6	2,725	11.3	▲46	▲1.7
麺・乾物類	1,569	6.6	1,539	6.4	▲30	▲1.9
嗜好品・飲料類	2,675	11.2	2,710	11.2	36	1.3
菓子類	2,761	11.6	2,910	12.1	149	5.4
冷凍食品類	4,528	19.0	4,825	20.0	296	6.5
チルド食品類	4,172	17.5	4,141	17.2	▲31	▲0.7
ビール類	2,191	9.2	2,102	8.7	▲89	▲4.1
その他酒類	1,901	8.0	1,897	7.9	▲4	▲0.2
その他	1,262	5.3	1,264	5.2	3	0.2
合計	23,831	100.0	24,115	100.0	284	1.2

- ◆「菓子類」は、チョコレートの好調等により増加
- ◆「冷凍食品類」は、市販用冷凍食品の好調、高気温の影響によるアイスの伸長で増加
- ◆「ビール類」「その他酒類」は、子会社株式の売却の影響、市場環境の悪化等で減少

2016年度(2017年3月期) 業態別売上高(前期比)

(単位:億円)

	2015年度		2016年度		前期比増減	
	金額	構成比(%)	金額	構成比(%)	金額	率(%)
卸売	2,099	8.8	1,975	8.2	▲124	▲5.9
GMS	1,862	7.8	1,993	8.3	131	7.0
SM	9,140	38.4	8,913	36.9	▲227	▲2.5
CVS	7,068	29.7	7,593	31.5	525	7.4
ドラッグストア	985	4.1	1,017	4.2	32	3.2
ユーザー	631	2.6	599	2.5	▲32	▲5.1
その他直販	1,737	7.3	1,714	7.1	▲22	▲1.3
メーカー・他	308	1.3	309	1.3	2	0.5
合計	23,831	100.0	24,115	100.0	284	1.2

- ◆「GMS」は、加工食品、低温食品分野での取引堅調により増加
- ◆「SM」は、採算管理強化による取引見直し、天候不順の影響等で減少
- ◆「CVS」は、取引の拡大、高気温の影響による飲料類・アイスの伸長で増加

2016年度(2017年3月期) セグメント別業績(前期比)

(単位:億円)

	売 上 高				営 業 利 益		
	2015年度	2016年度	増減額	増減率(%)	2015年度	2016年度	増減額
加工食品	7,500	7,470	▲30	▲0.4	44	45	1
低温食品	9,307	9,569	263	2.8	96	103	7
酒類	4,260	4,159	▲101	▲2.4	10	5	▲5
菓子	2,746	2,898	153	5.6	25	34	9
その他・調整	18	19	0	1.8	▲6	▲9	▲3
合 計	23,831	24,115	284	1.2	169	178	9

※2016年度の組織のセグメント見直し及び決算調整項目の見直しに伴い、2015年度実績を組替えております。

- ◆加工食品：採算管理強化による取引見直しの影響等により減収増益
- ◆低温食品：CVSとの取引堅調等により増収増益
- ◆酒 類：子会社株式の売却の影響等により減収、売上高減少に伴う売上総利益の減少により減益
- ◆菓 子：CVS、ドラッグストアとの取引堅調等により増収増益

2016年度(2017年3月期) 特別損益明細(前期比)

(単位:億円)

	2015年度	2016年度	
	実績	実績	前期比
投資有価証券売却益	17	11	▲5
固定資産売却益	9	0	▲8
【 特別利益 】 計	25	12	▲13
投資有価証券評価損	2	1	▲1
減損損失	18	4	▲13
災害関連費用	0	1	1
貸倒損失	0	11	11
【 特別損失 】 計	20	18	▲2
特 別 損 益	5	▲6	▲11

- ◆特別利益は、前期に計上した投資有価証券売却益および固定資産売却益の反動減により減少
- ◆災害関連費用は、昨年4月発生 of 熊本地震の復旧費用

2016年度(2017年3月期) B／S(前期比)

(単位:億円)

	2015年度	2016年度	
	3月末	3月末	前期比
流動資産	4,797	4,990	193
固定資産	1,197	1,215	18
総資産	5,994	6,205	211
流動負債	4,313	4,430	117
固定負債	200	198	▲1
負債合計	4,512	4,628	116
純資産	1,481	1,577	96
1株当たり純資産(円)	2,591.98	2,759.33	167.35
自己資本比率	24.7%	25.4%	0.7

2. 2017年度(2018年3月期) 業績予想

2017年度(2018年3月期) 業績予想

(単位:億円)

	2016年度		2017年度		前期比	
	実 績	売上比 (%)	業績予想	売上比 (%)	額	率(%)
売上高	24,115	－	25,000	－	885	3.7
営業利益	178	0.7	182	0.7	4	2.1
経常利益	189	0.8	192	0.8	3	1.7
親会社株主に帰属する 当期純利益	124	0.5	125	0.5	1	0.9
1株当たり当期純利益(円)	216.86	－	218.77	－	1.91	－
1株当たり配当金(円)	50.00	－	50.00	－	－	－

2017年度(2018年3月期) セグメント別業績予想

(単位:億円)

	売上高				営業利益			
	2016年度	2017年度	増減額	増減率 (%)	2016年度	2017年度	増減額	増減率 (%)
加工食品	7,470	7,750	280	3.7	45	49	4	9.9
低温食品	9,601	10,150	549	5.7	102	103	1	0.7
酒類	4,126	4,100	▲26	▲0.6	5	9	4	79.9
菓子	2,898	2,980	82	2.8	36	32	▲4	▲10.1
その他・調整	19	20	1	7.9	▲9	▲11	▲2	—
合 計	24,115	25,000	885	3.7	178	182	4	2.1

※2017年度の採算管理方法の見直し及び組織改編に伴い、2016年度実績を組替えております。

設備投資等の状況

(単位:億円)

	投資額			償却額・支払リース料		
	2015年度	2016年度	2017年度 予想	2015年度	2016年度	2017年度 予想
設備投資 (リース含む)	30	54	121	52	50	58
システム開発等	81	52	38	16	17	21
合 計	111	106	159	68	67	79

- ◆ 設備投資は、既存物流センターの庫内設備工事等が中心
- ◆ システム開発等は、次世代基幹システム「MILAI」構築に対する投資

3.「経営方針2020」の実行状況

わが社を取り巻く環境の再認識

環境認識			
生活者	生活防衛	地方と都市の 格差拡大	ニュー エコノミカル層の 主流化
メーカー様	原料不足と 原料価格高騰	国内市場 の限界	
小売業様	業態間競争 の激化	合従連衡	エリア対応
全般	人手不足	働き方改革	技術革新

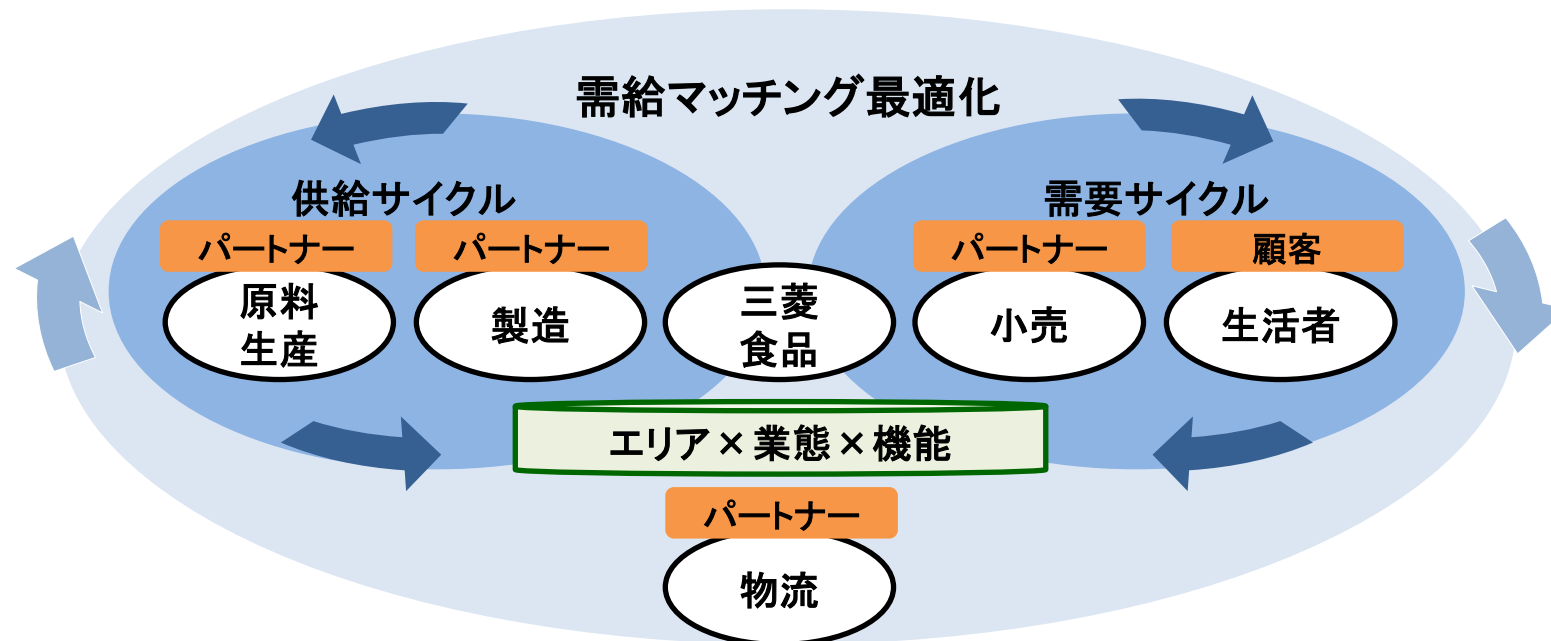
「経営方針2020」で目指す姿

企業ミッション

「中間」から「中核」へ。 食と暮らしの明日を創造する。

経営方針2020で 目指す姿

“より良い”を積み重ねて、日本の食を支える



3つのアプローチ

①総合食品商社
として

②三菱商事グループ
として

③「中核」を目指す
企業として

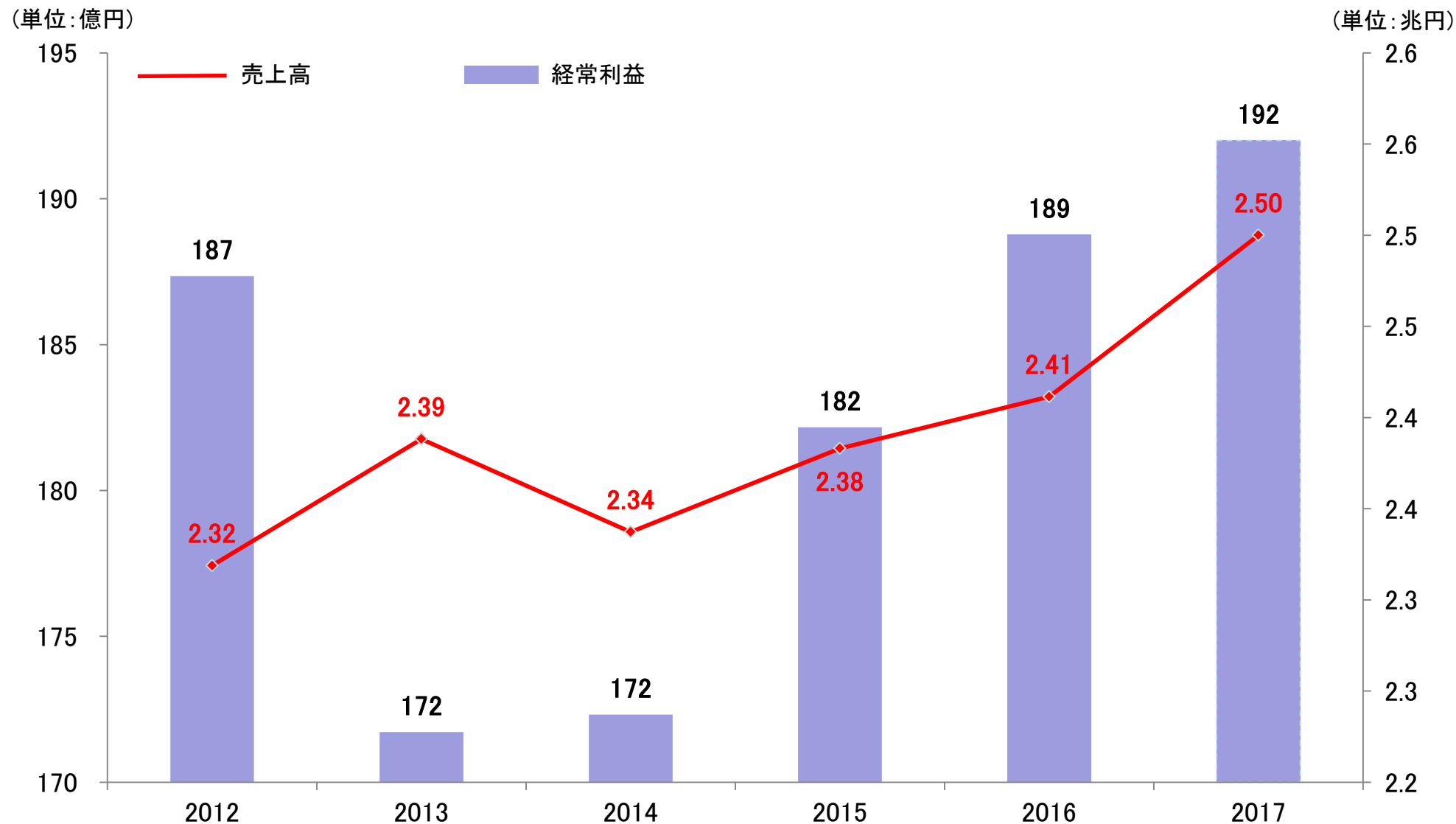
定量目標

経常利益率1%の早期実現

「経営方針2020」の実行状況(定量面)

中期経営計画2015

経営方針2020



「経営方針2020」の実行状況(2016-2017サマリー)

- ・2016年度は機能強化に向けた取組を実施。
- ・2017年度は事業領域拡大に向けた取組を実施。

2016年度

2017年度

機能強化に向けた取組

- ・ リコラ・ウォーカー等総販売代理店
契約を締結
- ・ MILAI中核システム稼働
- ・ 物流の省人化・省力化に向けた取組

総合食品商社として
事業領域拡大に向けた
取組

「経営方針2020」の実行状況(2017年度取組)

2017年度
事業領域拡大に向けた取組

総合食品商社
として

機能の拡張

次世代を見据えた
デジタル活用

成長分野への
対応

3本部の新設

領域の拡大

商品開発・
ディストリビューター
事業の展開

「経営方針2020」の実行状況(2017年度取組)

【成長分野への対応】

3本部の新設

価値の提供と事業規模拡大

中食・外食

デリカ本部

総掛かり体制の構築

フードサービス本部

フルライン機能の拡充

生協

ライフネット本部

宅配事業の取組深耕

「経営方針2020」の実行状況(2017年度取組)

テクノロジーの最大活用

【機能の拡張】

次世代を見据えた

デジタル活用

成長分野
対応

3本部の新設

ウェアラブル端末



- 検品台や棚表示機が不要。
- 歩行動線の短縮。

AGV(自動搬送機)



- 庫内の長距離搬送を自動化することによる省人化

「経営方針2020」の実行状況(2017年度取組)

テクノロジーの最大活用

SENSY 嗜好データ集積と提案



WEBサービス拡充 WEBを通じた需要発掘



What's New! 新着情報



日本酒 Sake

獺祭、十四代、而今
——日本酒の流れを変えた歴史的な銘酒6選

【機能の拡張】

次世代を見据えた
デジタル活用

マーケティング

次世代を見据えた
デジタル活用

拡大

発・
ユーザー
展開

「経営方針2020」の実行状況(2017年度取組)

【領域の拡大】

商品開発・
ディストリビューター
事業の展開

ビジネスモデルの確立

商品開発

フルライン機能

きちんと果実
シチリアレモン
グレープフルーツ



メーカー様との
共同開発

M' Colla
カリーせん
からだシフト



調達領域の
拡大

ロゴダジ
ブルガリアワイン



「経営方針2020」の実行状況(2017年度取組)

【領域の拡大】

商品開発・
ディストリビューター
事業の展開

ビジネスモデルの確立

ディストリビューター

販売代理店機能

Barilla
バリラ

HARIBO
ハリボー

Walkers
ウォーカー



「経営方針2020」の実行状況(2017年度取組)

経営方針2020で
目指す姿

“より良い”を積み重ねて、日本の食を支える

