三菱食品株式会社
2018年度（2019年3月期）
第2四半期決算説明会

2018年11月5日

三菱食品

目次

1 2018年度（2019年3月期）第2四半期（2018年4～9月）決算概要

2 経営方針2020の実行状況

1. 2018年度(2019年3月期)
第2四半期(2018年4～9月)
決算概要

三菱食品

2018年度（2019年3月期）第2四半期　連結業績（前期比）

（単位：億円）

	2017年度	2018年度	
	実　績	実　績	前期比
売上高	12,543	13,182	639
営業利益	70	73	3
経常利益	78	83	5
親会社株主に帰属する四半期純利益	56	55	▲1
1株当たり四半期純利益（円）	97.28	95.54	▲1.74
1株当たり配当金（円）	25.00	25.00	―

- ◆ 売上高は、CVS等を中心に取引が総じて堅調に推移し、増収
- ◆ 営業利益、経常利益は、売上高増加に伴う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

2018年度（2019年3月期）第2四半期　品種別売上高（前期比）

（単位：億円）

	2017年度		2018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	1,364	10.9	1,374	10.4	10	0.8
麺・乾物類	754	6.0	770	5.8	16	2.1
嗜好品・飲料類	1,453	11.6	1,525	11.6	71	4.9
菓子類	1,414	11.3	1,453	11.0	38	2.7
冷凍食品類	2,574	20.5	2,770	21.0	197	7.6
チルド食品類	2,198	17.5	2,316	17.6	118	5.4
ビール類	1,186	9.5	1,263	9.6	77	6.5
その他酒類	959	7.6	1,012	7.7	53	5.5
その他	641	5.1	700	5.3	59	9.2
合計	12,543	100.0	13,182	100.0	639	5.1

◆「冷凍食品類」は、市販用冷凍食品・業務用冷凍食品の好調等により増加
◆「チルド食品類」は、CVS等との取引拡大により増加

2018年度（2019年3月期）第2四半期　業態別売上高（前期比）

（単位：億円）

	2017年度		2018年度		前期比増減	
	金額	構成比（%）	金額	構成比（%）	金額	率（%）
卸売	1,049	8.4	1,102	8.4	53	5.0
GMS	1,025	8.2	1,033	7.8	8	0.8
SM	4,449	35.5	4,522	34.3	72	1.6
CVS	4,118	32.8	4,356	33.1	238	5.8
ドラッグストア	541	4.3	611	4.6	70	12.9
ユーザー	305	2.4	320	2.4	16	5.1
その他直販	894	7.1	920	7.0	26	2.9
メーカー・他	162	1.3	319	2.4	157	96.7
合計	12,543	100.0	13,182	100.0	639	5.1

◆「SM」は、低温食品、酒類での取引増加
◆「CVS」は、取引の拡大、新規出店効果等により増加
◆「メーカー・他」は、新規連結子会社の影響により増加

2018年度（2019年3月期）第2四半期　セグメント別業績（前期比）

（単位：億円）

	売　上　高				営　業　利　益		
	2017年度	2018年度	増減額	増減率（%）	2017年度	2018年度	増減額
加工食品	3,799	3,994	195	5.1	10	12	2
低温食品	5,109	5,378	270	5.3	53	48	▲5
酒類	2,222	2,357	135	6.1	0	6	6
菓子	1,404	1,440	36	2.6	10	11	1
その他・調整	9	12	3	35.2	▲4	▲4	▲0
合　計	12,543	13,182	639	5.1	70	73	3

（注）2018年度の採算管理方法見直し及び一部組織変更に伴い、2017年度実績を組替えております。

◆加工食品 ：CVS・ドラッグストア等との取引伸長により増収増益
◆低温食品 ：CVS・ドラッグストア等との取引伸長により増収も、物流コストの増加等により減益
◆酒　　類 ：卸売・CVS等との取引伸長により増収増益
◆菓　　子 ：CVS等との取引伸長により増収増益

2018年度（2019年3月期）第2四半期　特別損益明細（前期比）

（単位：億円）

	2017年度	2018年度	
	実績	実績	前期比
投資有価証券売却益	3	0	▲3
固定資産売却益	2	－	▲2
【　特別利益　】計	5	0	▲5
減損損失	0	3	3
災害関連費用	－	2	2
【　特別損失　】計	1	5	5
特　別　損　益	5	▲5	▲10

◆特別利益は、前期に計上した投資有価証券売却益の反動減等により減少

◆特別損失は、物流センターに係る減損損失や北海道胆振東部地震等の災害関連費用により増加

2018年度（2019年3月期）第2四半期　B／S（前期比）

（単位：億円）

	2017年度	2018年度 第2四半期	
	3月末	9月末	前期比
流動資産	5,590	6,052	462
固定資産	1,342	1,404	61
総資産	6,933	7,456	523
流動負債	5,042	5,492	451
固定負債	214	220	6
負債合計	5,256	5,713	457
純資産	1,677	1,743	67
1株当たり純資産（円）	2,933.66	3,049.88	116.22
自己資本比率	24.2%	23.4%	▲0.8P

（注）本年度から「『税効果会計に係る会計基準』の一部改正」等を適用したことにより、2017年度を遡及適用後の数値に置換えております。

2018年度（2019年3月期）第2四半期　設備投資等の状況

（単位：億円）

	第2四半期実績		【ご参考】年間計画	
	投資額	償却額・支払リース料	投資額	償却額・支払リース料
設備投資（リース含む）	50	27	140	60
システム開発等	18	11	40	20
事業投資	7		20	
合　　計	75	38	200	80

- 設備投資は、新設物流センターの設備工事等が中心
- システム開発等は、基幹システム「MILAI」構築に対する投資や物流センター運用システムの開発等
- 事業投資は、事業会社株式取得

2018年度（2019年3月期） 業績予想

（単位：億円）

	2017年度		2018年度		前期比	
	実　績	売上比（%）	業績予想	売上比（%）	額	率（%）
売上高	25,134	－	25,500	－	366	1.5
営業利益	167	0.7	174	0.7	7	4.2
経常利益	180	0.7	185	0.7	5	2.7
親会社株主に帰属する当期純利益	108	0.4	115	0.5	7	6.5
1株当たり当期純利益（円）	189.01	－	201.27	－	12.26	－
1株当たり配当金（円）	50.00	－	50.00	－	－	－

2.「経営方針2020」の実行状況

三菱食品

2018年度上期に発生した主な災害

2018年4月以降に発生した主な震災

2018年4月9日	島根県西部地震
2018年6月18日	大阪府北部地震
2018年6月28日～7月8日	平成30年7月豪雨（西日本豪雨）
2018年9月6日	北海道胆振東部地震
2018年6月～9月	度重なる大型台風上陸

被災された皆様に、心からお見舞い申し上げます。

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

2018年度　取り組み方針

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

総合食品商社として

2016-17　　2018

機能強化

事業領域の拡大

「挑戦」を支える体制づくり

①卸事業における営業体制の一本化

②商品開発・トレーディング事業の強化

③機能に特化した子会社戦略

成果獲得の追求

「前進」を支える環境づくり

④物流コスト増加への打ち手

⑤AI・IoTによる生産性改革

2018年度　取組方針の進捗状況

	年間取組方針	実施施策	上期評価
分子	①卸事業における営業体制の一本化	➢ 子会社６社の統合 ➢ 営業拠点の再編	好　調
	②商品開発・トレーディング事業の強化	➢ ブランド戦略本部・トレーディング本部の新設	
	③機能に特化した子会社戦略	➢ エム・シー・フーズの子会社化に続く、業務用販社クロコの新設	
分母	④物流コスト増加への打ち手	➢ 物流拠点再編 ➢ 製・配・販の連携強化	順　調
	⑤AI・IoTによる生産性改革	➢ RPAによる業務自動化 ➢ 発注AIの実証実験	

2018年度の
更なる成果獲得に向けて
（下期取り組み方針）

①卸事業における営業体制の一本化

✓ **お客様に対するサービス向上、迅速な対応に貢献**

②商品開発・トレーディング事業の強化

オリジナル商品開発

✓ 市場ニーズが高まる
冷凍・冷蔵商品の開発

&“me time”

FROZEN DINING
フローズンダイニング

✓ 三菱商事グループネットワークを
生かした商品開発

輸入商品販売

✓ 海外有力ブランドの
強みを活かした販売強化

Barilla

HARIBO

pomone

はじめよう！ がんばりすぎない 糖質コントロール

売り場発信

消費者向けキャンペーン

SNS発信

Instagram

人気インスタグラマー
5名起用
合計フォロワー数25万人

新商品

第３弾 2018年9月

新シリーズ 2019年3月発売予定

たんぱく質プラスシリーズ
coming soon！

③機能に特化した子会社戦略

MCF
株式会社 エム・シー・フーズ

原料取引強化
商品開発力強化

原料取引強化

果汁・製菓・茶類・酪農

スペシャリスト

商品開発力

- ✓ 酪農製品の取扱い拡大
- ✓ スペシャリストを活かした商品開発強化

CROCO

業務用市場強化

RYQUE リクエ

- ✓ リクエ事業２拠点目となる
  舞浜物流センターを９月に稼働

Miyako

- ✓ ホテル向け卸事業の酒類取扱いに
  リクエの食材をプラス

Loco Pantry ロコパン

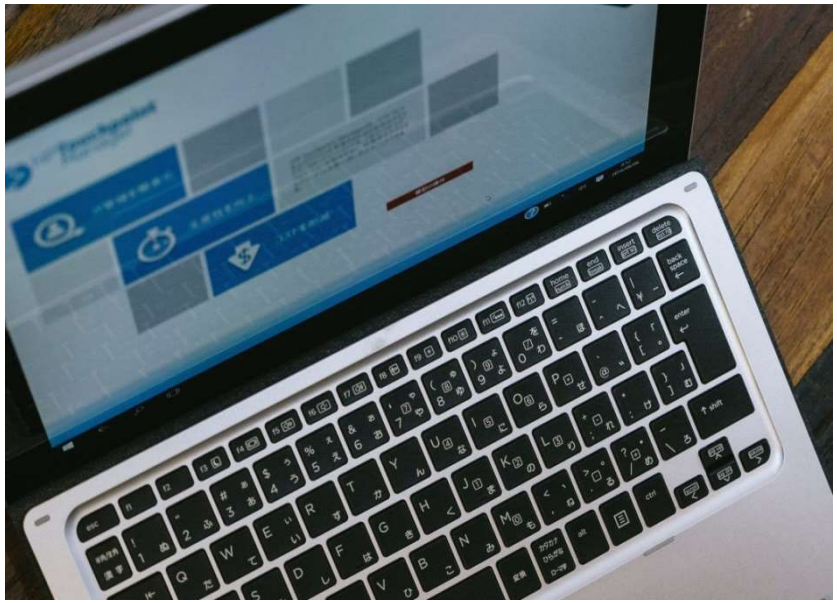
- ✓ ECサイトで全国宅配事業を展開

④物流コスト増加への打ち手 ⑤AI･IoTによる生産性改革

物流の協業改善推進

✓ 食品流通全体の物流費圧縮に向けた
製･配･販パートナー様との協業を推進

RPAによる生産性UP



✓ 年間20,000時間の生産性改善
全国へ順次導入

わが社を取り巻く環境の再認識

社会

- 人手不足
- 技術革新
- 働き方改革

省人・省力化
ダイバーシティ

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

二極化進行への
打ち手

共通課題

人手不足や物流コスト
増加への打ち手

根強い節約志向・個人消費
の伸び悩み

製造業

- 原料不足と原料価格高騰
- 国内市場の限界
- 事業ポートフォリオの見直し

調達・販売・海外戦略

小売業

- 合従連衡
- 業態間競争の激化
- エリア対応

多様化するニーズの追跡

- 労務不足による物流費漸増
- 業界再編と更なる競争激化

▶ 全国フルラインを駆使した、迅速且つ
柔軟な対応でお取引先様に貢献

健康増進の取り組み

Health Promotion Project

2018年1月
スタート！

「健康増進プロジェクト」始動！

三菱食品　健康増進宣言

『 **明るく・楽しく・元気よく、そして前向きに** 』

三菱食品は、「明るく･楽しく･元気よく、そして前向きに」をテーマに
社員の心身の健康保持・増進への取り組みを進めて参ります。

1.『明るく・楽しく・元気よく』

三菱食品は社員の健康を最大の財産と考え、
社員が情熱を持って活躍できる風土づくりを健康面から支え、
社員の活力向上、組織の活性化を目指します。

2.『前向きに』

食と暮らしを支える会社として、
まずは社員1人ひとりが心身ともに健康に、
且つ、自発的に "より良い" に向け取り組むことができるよう、
社員が輝ける環境づくりを通じ、最大限支援して参ります。

2018年　1 月　5 日

代表取締役社長　森山 透

三菱食品

各支社での体組成計測定会の様子

ウォーキングイベント/業界運動会への参加

中部支社新社屋

「経営方針2020」実現に向けて

経営方針2020 実現に向けた 3つのアプローチ	総合食品 商社として	三菱商事 グループとして	中核を目指す 企業として

2012 – 2015	2016 – 2020
中期経営計画2015	経営方針2020
バリューチェーン・ コーディネーター	“より良い” を積み重ねて日本の食を支える