三菱食品株式会社
2019年度（2020年3月期）
第2四半期決算説明会

2019年11月5日

三菱食品

目次

1 2019年度（2020年3月期）第2四半期（2019年4～9月）決算概要

2 経営方針2020の実行状況

1. 2019年度(2020年3月期)
第2四半期(2019年4～9月)
決算概要

三菱食品

2019年度（2020年3月期）第2四半期　連結業績（前期比）

（単位：億円）

	2018年度	2019年度	
	実　績	実　績	前期比
売上高	13,182	13,513	331
営業利益	73	51	▲22
経常利益	83	58	▲25
親会社株主に帰属する四半期純利益	55	52	▲2
1株当たり四半期純利益（円）	95.54	91.49	▲4.05
1株当たり配当金（円）	25.00	25.00	―

- 売上高は、ドラッグストア等を中心に取引が堅調に推移し、増収
- 営業利益は、昨年後半に新設した物流センターの立上げを含むコストの上昇等により、減益
- 配当は、基本方針である安定配当を継続

2019年度（2020年3月期）第2四半期　品種別売上高（前期比）

（単位：億円）

	2018年度		2019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	1,374	10.4	1,390	10.3	16	1.1
麺・乾物類	770	5.8	770	5.7	1	0.1
嗜好品・飲料類	1,525	11.6	1,551	11.5	27	1.7
菓子類	1,453	11.0	1,511	11.2	58	4.0
冷凍食品類	2,770	21.0	2,793	20.6	23	0.8
チルド食品類	2,316	17.6	2,324	17.2	8	0.3
ビール類	1,263	9.6	1,378	10.2	115	9.1
その他酒類	1,012	7.7	1,077	8.0	66	6.5
その他	700	5.3	718	5.3	18	2.6
合計	13,182	100.0	13,513	100.0	331	2.5

◆「ビール類・その他酒類」は、消費増税前の駆け込み需要等により増加

◆「菓子類」は、スナック菓子・ナッツ類が好調に推移した事等により増加

2019年度（2020年3月期）第2四半期　業態別売上高（前期比）

（単位：億円）

	2018年度		2019年度		前期比増減	
	金額	構成比（%）	金額	構成比（%）	金額	率（%）
卸売	1,102	8.4	1,186	8.8	84	7.7
SM	5,554	42.1	5,492	40.6	▲62	▲1.1
CVS	4,356	33.1	4,454	32.9	98	2.3
ドラッグストア	611	4.6	766	5.7	156	25.5
ユーザー	320	2.4	324	2.4	4	1.3
その他直販	920	7.0	969	7.2	49	5.3
メーカー・他	319	2.4	321	2.4	2	0.7
合計	13,182	100.0	13,513	100.0	331	2.5

◆「CVS」は、新規出店効果等により増加
◆「ドラッグストア」は、取引の拡大、新規出店効果等により増加

2019年度（2020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		
	2018年度	2019年度	増減額	増減率（%）	2018年度	2019年度	増減額
加工食品	3,994	4,024	30	0.7	11	4	▲7
低温食品	5,378	5,434	55	1.0	47	33	▲14
酒類	2,357	2,542	185	7.8	7	10	3
菓子	1,440	1,501	61	4.2	11	8	▲3
その他・調整	12	12	0	1.7	▲4	▲4	▲0
合　計	13,182	13,513	331	2.5	73	51	▲22

（注）2019年度の採算管理方法の見直しに伴い、2018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も、販管費の増加等により減益
◆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、販管費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・ドラッグストア等との取引伸長により増収も、販管費の増加等により減益

2019年度（2020年3月期）第2四半期　特別損益明細（前期比）

（単位：億円）

	2018年度	2019年度	
	実績	実績	前期比
投資有価証券売却益	0	3	3
固定資産売却益	－	17	17
【　特別利益　】計	0	20	20
減損損失	3	0	▲3
災害による損失	2	0	▲2
【　特別損失　】計	5	1	▲5
特　別　損　益	▲5	19	24

◆特別利益は、投資有価証券や固定資産の売却により増加

◆特別損失は、前期に計上した物流センターに係る減損損失の反動等により改善

2019年度（2020年3月期）第2四半期　B／S（前期末比）

（単位：億円）

	2018年度 前期末	2019年度 第2四半期	
	3月末	9月末	前期末比
流動資産	5,672	5,450	▲223
固定資産	1,437	1,452	15
総資産	7,109	6,902	▲208
流動負債	5,129	4,895	▲234
固定負債	220	221	1
負債合計	5,348	5,116	▲232
純資産	1,761	1,786	24
1株当たり純資産（円）	3,080.51	3,123.12	42.61
自己資本比率	24.8%	25.9%	1.1P

2019年度（2020年3月期）第2四半期　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）	63	30	120	60
システム開発等	19	17	40	35
事業投資	－		40	
合　　計	83	47	200	95

- 設備投資は、下期新設・稼働の物流センター投資等
- システム開発等は、物流センター運用システムやデジタル技術の活用に係る開発等

2019年度（2020年3月期） 業績予想

（単位：億円）

	2018年度		2019年度		前期比	
	実　績	売上比（%）	業績予想	売上比（%）	額	率（%）
売上高	26,203	－	26,500	－	297	1.1
営業利益	167	0.6	160	0.6	▲7	▲4.4
経常利益	184	0.7	180	0.7	▲4	▲2.0
親会社株主に帰属する当期純利益	120	0.5	120	0.5	0	0.3
1株当たり当期純利益（円）	209.39	－	210.02	－	0.63	－
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

2019年度の取り組み方針

2019年度は「**事業構造の進化**」をテーマとし、**卸事業の磨き込み**と**事業領域の拡大**を図る

経営方針2020のテーマ

2016年度
機能の強化

2017年度
事業領域の拡大

2018年度
成果獲得の追求

2019年度

事業構造の進化

全社施策 機動力・効率化
- 組織・人事の集約
- デジタル技術活用等による業務効率化

磨き込み
卸事業
- 営業・SCMの連携強化
- 物流戦略の実行スピード向上
- フルライン体制の進化

総がかり
新たな事業領域
- オリジナル商品開発・販売強化
- トレーディング・海外事業・原料資材取引の拡大

2019年度の取り組み状況 －Ⅰ 卸事業

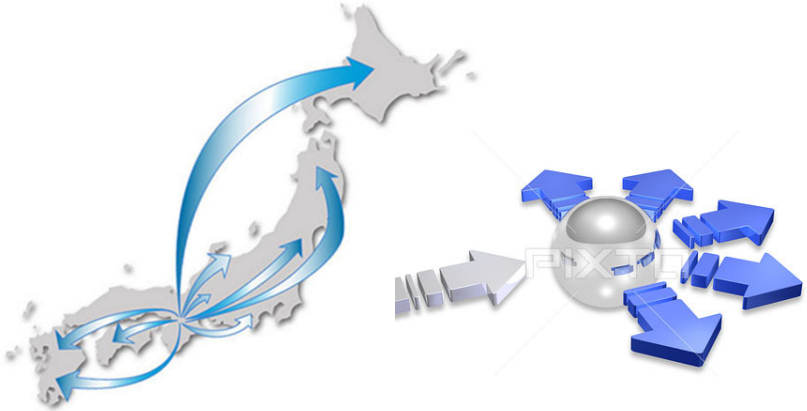
“ロジスティクス”と“営業”の連携により、**卸事業の磨き込み**を図る

SCM **卸事業の合理化** **営業**

物流戦略の実行スピードアップ

- 「ニーズとサービスのマッチング」による業界慣習の是正
- 食品流通のムリ・ムダ・ムラの是正

最適物流ネットワークの構築



- 物流と連動した商流政策
- 物流センター統廃合の継続実施

テクノロジー／ロボティクスを活用したSCMの高度化

- 需要データの可視化・予測精度の向上による適正在庫化、発注業務の効率化
- 物流業務の省人化・省力化に資する設備導入、求貨求車システムなどによる物流シェアリングの検討

2019年度の取り組み状況 －Ⅰ 卸事業

成長領域である**「低温物流」**への投資についても順調に成果を獲得中

低温帯物流の基盤強化

✓ **リクエ舞浜物流センター** （千葉県浦安市）

2018年9月稼動

業務用食材を受注から納品まで短時間で配送

音声ピッキングシステム

- ➢3温度帯バラ仕分け／納品
- ➢音声ピッキングシステムの導入による生産性向上

✓ **横浜金沢低温物流センター** （神奈川県横浜市）

2018年11月稼動

首都圏のフローズン物流基盤強化

- ➢首都圏のフローズン物流基盤強化
- ➢冷凍センター初の機械（マルチシャトル）を導入
- ➢フローズンからチルドへの温度帯変更商品に対応

2019年度の取り組み状況 －Ⅱ 新たな事業領域の拡大

健康志向やEPAを追い風とした**オリジナル開発商品の販売チャネル、輸入ワイン品揃えを強化**

国内オリジナル開発商品のSKU／販路拡大

✓ **商品開発強化：新カテゴリーラインナップ**

飲料カテゴリー参入

糖質コントロール

合計**48**SKU

たんぱく質

合計**14**SKU

✓ **生活者向けイベントの開催**

からだシフトCafé

東京・大阪会場合計

約**1,000**名来客

輸入ワインの品揃え・ブランドラインナップ拡大

✓ **ブランドラインナップの拡大**

EPAを追い風とした欧州産ワインを中心に
ブランドラインナップの拡充

✓ **品揃えポートフォリオの拡充**

生活者ニーズに応えられる
お手頃ワインの拡充

産地・ブランドの拡大強化

2019年度の取り組み状況　－Ⅱ 新たな事業領域の拡大

ライフスタイルの変化から需要の高まる**低温カテゴリーのオリジナルブランド強化**

低温カテゴリーのオリジナルブランド拡充

✓ 冷凍ミールキット「ララ・キット」

ララ・キット

2019年10月発売

- 第1弾は和物・中華・汁物で**6SKU展開**
- 冷凍なので**ほしい時に使えてストック可能**

✓ フローズンデザート「アンド・ミータイム」

&"me time"

2019年10月発売

- 食べたい時に、**自宅で食べられる本格スイーツ**

2019年度の取り組み状況　－Ⅱ 新たな事業領域の拡大

成長市場への対応として、好調な**業務用向け取引を拡大**、新たに**業務用展示会を実施**

REIWA STYLE COLLECTION

三菱食品業務用展示会2019

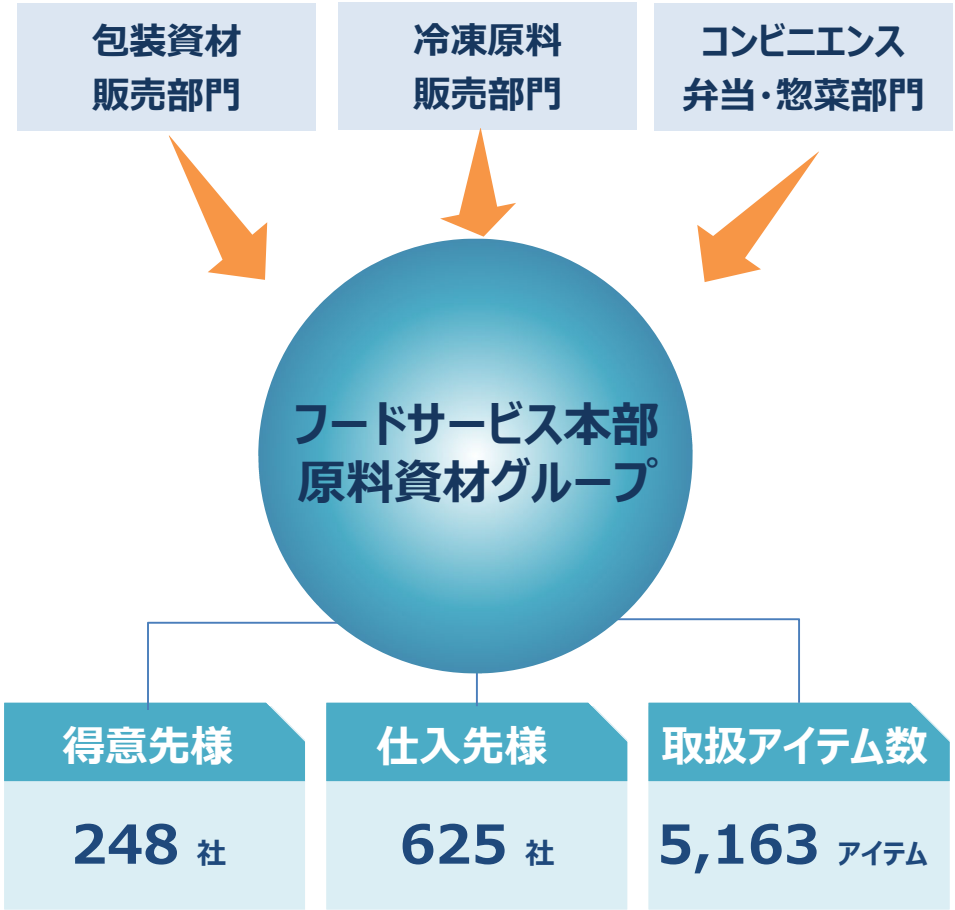
開催日時：2019年8月28日　午前10時～午後5時
会場：東京ドームシティ　プリズムホール

REIWA STYLE COLLECTION
Beyond the taste

- コンセプト
  Beyond the taste（美味しさを超えて）

原料資材取引の強化・拡大

総合的かつ専門的に提案可能な体制の構築



2019年度の取り組み状況　－Ⅲ 全社施策

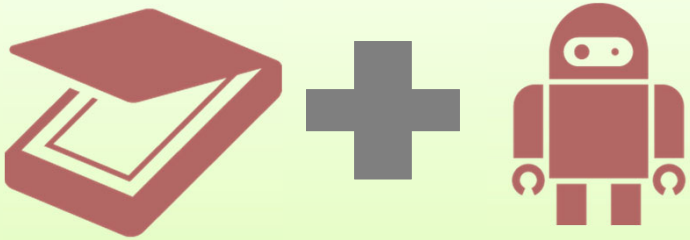
デジタル技術によりバックオフィス・間接部門の在り方を転換し生産性を向上

RPA／OCRの実装・展開

2019年度RPA26,000時間／OCR4,800時間を創出

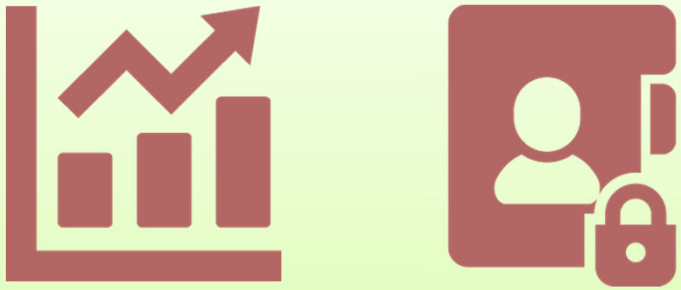
AI実装化への準備・検証

早期実現に向けたマイルストーン設定



- **RPA**　全国13組織で開発中
- **OCR**　年度内に**目標達成見込み**

RPA+OCRの連携による業務効率化も検討



- **需要予測AIと買掛照合AI**の導入に向け実証実験を進行

2019年度の取り組み状況　–2020年に向けて

わが社のシンボルである**総合展示会「ダイヤモンドフェア」を5年ぶりに一新**

食は、進む。
食の新しいカタチをともにつくります

ダイヤモンドフェア 2019

（開催日時：　2019年7月9日～7月11日）

メインテーマ　｜食は、進む
サブテーマ　｜食の新しいカタチをともにつくります

01 脱カテゴリ

従来のカテゴリ別での
コーナー展開から脱却

02 業態課題別

小売業の課題別に
会場構成を見直し

03 事例の展開

各エリアの展開事例も含め
より実践につながる内容に

2019年度の取り組み状況　–2020年に向けて

小売業との新たな取り組みとして、**デジタルサイネージ設置**と**販促企画を推進**

メニューが決まる生鮮売り場づくりをサポート
cookpad storeTV

店頭販促用に
レシピ動画を配信する
オンラインサイネージ

全国約5,000店舗に
設置中!
（2019年4月末現在）

各店舗の**生鮮売場**に設置
農産　水産　畜産

レシピ動画は **約2,500本**
① **旬の食材・行事やトレンド**のレシピ
② クックパッドの**ユーザー投稿人気レシピ**

cookpad TV　cookpadTV株式会社　設立:2018年4月 事業内容:料理動画事業

2019年10月より
大型サイネージ展開

小売業

売り場活性化
購買点数UP

生鮮連動
売り場連動

メーカー

動画と売り場の一致による
生鮮拡売＋関連商品の購買増

2019年度の取り組み状況　–2020年に向けて

2020年5月の本社移転を機に、**新たな働き方、新たな三菱食品にシフトする**

従業員の就業環境向上による生産性ＵＰ

「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

三菱食品