

三菱食品株式会社 2020年度(2021年3月期) 決算説明会資料

2021年5月28日

目次

1

2020年度(2021年3月期)決算概要

2

2021年度(2022年3月期)業績予想

3

中期経営計画2023

1. 2020年度(2021年3月期) 決算概要

2020年度(2021年3月期)連結業績(業績予想比)

(単位:億円)

	2020年度		
	業績予想	実 績	業績予想比
売上高	26,000	25,776	▲224
営業利益	144	156	12
経常利益	160	169	9
親会社株主に帰属する 当期純利益	111	111	▲0
1株当たり 当期純利益(円)	194.27	193.87	▲0.4
1株当たり配当金(円)	50.00	50.00	—

- ◆売上高は、新型コロナウイルス感染症の長期化に伴う業務用商材及びCVS業態の不振等により、業績予想を下回る
- ◆営業利益・経常利益は、コロナ禍の働き方変化によるモバイルワークの推奨等が、販管費の減少に寄与したこと等から、業績予想を上回る

2020年度(2021年3月期)連結業績(前期比)

(単位:億円)

	2019年度	2020年度	
	実 績	実 績	前期比
売上高	26,547	25,776	▲771
営業利益	154	156	2
経常利益	167	169	2
親会社株主に帰属する 当期純利益	114	111	▲3
1株当たり 当期純利益(円)	199.67	193.87	▲5.8
1株当たり配当金(円)	50.00	50.00	—

- ◆ 売上高は、コロナ禍による外出自粛や飲食店などへの時短要請の影響等により、減収
- ◆ 営業利益・経常利益は、売上高減少による売上総利益の減少を、物流コストを含む販管費の削減等がカバーしたことにより、増益
- ◆ 配当は、基本方針である安定配当を継続

2020年度(2021年3月期) 品種別売上高(前期比)

(単位:億円)

	2019年度		2020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	2,827	10.7	2,893	11.2	65	2.3
麺・乾物類	1,629	6.1	1,615	6.3	▲14	▲0.9
嗜好品・飲料類	2,927	11.0	2,884	11.2	▲43	▲1.5
菓子類	3,180	12.0	3,273	12.7	93	2.9
冷凍食品類	5,303	20.0	4,986	19.3	▲317	▲6.0
チルド食品類	4,435	16.7	3,906	15.1	▲529	▲11.9
ビール類	2,562	9.6	2,492	9.7	▲70	▲2.7
その他酒類	2,198	8.3	2,165	8.4	▲34	▲1.5
その他	1,486	5.6	1,563	6.1	76	5.1
合計	26,547	100.0	25,776	100.0	▲771	▲2.9

◆「冷凍食品類・チルド食品類」は、外出自粛による飲食店向け業務用商材の落込み等により減収

◆「缶詰・調味料類」は、家庭内調理が増えた事により調味料類が好調に推移し増収

2020年度(2021年3月期) 業態別売上高(前期比)

(単位:億円)

	2019年度		2020年度		前期比増減	
	金額	構成比(%)	金額	構成比(%)	金額	率(%)
卸売	2,335	8.8	1,973	7.7	▲362	▲15.5
SM	10,807	40.7	10,998	42.7	191	1.8
CVS	8,606	32.4	7,833	30.4	▲773	▲9.0
ドラッグストア	1,539	5.8	1,590	6.2	51	3.3
ユーザー(※1)	640	2.4	554	2.1	▲86	▲13.4
その他直販(※2)	1,987	7.5	2,251	8.7	264	13.3
メーカー・他	632	2.4	576	2.2	▲56	▲8.9
合計	26,547	100.0	25,776	100.0	▲771	▲2.9

※1 ユーザーは外食・中食・給食等消費者へ直接飲食サービスを提供する事業者であります。

※2 その他直販はディスカウントストア・EC事業者・ホームセンター・百貨店等であります。

◆「卸売」は、緊急事態宣言等による飲食店の時短営業の影響により業務用商材が減収

◆「CVS」は、リモートワークや外出自粛によりオフィス街・観光地の売上が減少したこと等により減収

2020年度(2021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		
	2019年度	2020年度	増減額	増減率(%)	2019年度	2020年度	増減額
加工食品	8,050	8,058	8	0.1	28	37	9
低温食品	10,370	9,563	▲807	▲7.8	68	72	4
酒類	4,935	4,859	▲76	▲1.5	32	39	7
菓子	3,167	3,093	▲74	▲2.3	36	26	▲11
その他・調整	24	203	179	－	▲10	▲18	▲8
合 計	26,547	25,776	▲771	▲2.9	154	156	2

(注)2020年度の採算管理方法の見直しに伴い、2019年度実績を組替えております。

- ◆加工食品 : SM・ディスカウントストア等との取引伸長により増収増益
- ◆低温食品 : 外出自粛等により外食・CVS業態が減少も、販管費の改善等により増益
- ◆酒 類 : 業務用商材の落ち込みにより減収も、家庭用商材の好調や販管費の改善等により増益
- ◆菓 子 : CVSのオフィス需要やインバウンド需要の落ち込み等により減収減益

2020年度(2021年3月期) 特別損益明細(前期比)

(単位:億円)

	2019年度	2020年度	
	実績	実績	前期比
投資有価証券売却益	3	1	▲2
固定資産売却益	17	17	0
その他	0	3	3
【 特別利益 】 計	20	21	1
減損損失	13	19	▲6
投資有価証券評価損	3	1	2
本社移転費用 他	0	4	▲3
【 特別損失 】 計	17	24	▲7
特 別 損 益	3	▲2	▲6

◆ 特別損益は、物流センターに係る減損損失に加え本社移転費用の計上等により減少

2020年度(2021年3月期) B／S(前期比)

(単位:億円)

	2019年度	2020年度	
	3月末	3月末	前期比
流動資産	5,319	5,324	5
固定資産	1,490	1,519	28
総資産	6,809	6,843	34
流動負債	4,703	4,589	▲114
固定負債	266	284	18
負債合計	4,969	4,873	▲96
純資産	1,840	1,970	130
1株当たり純資産(円)	3,218.95	3,445.70	226.8
自己資本比率	27.0%	28.8%	1.8P

2. 2021年度(2022年3月期) 業績予想

2021年度(2022年3月期) 業績予想

(単位:億円)

	2020年度(※2)		2021年度		前期比	
	実 績	売上比 (%)	業績予想	売上比 (%)	額	率(%)
売上高	20,213	—	20,300	—	87	0.4
営業利益	156	0.8	167	0.8	11	6.9
経常利益	169	0.8	180	0.9	11	6.4
親会社株主に帰属する 当期純利益	111	0.6	117	0.6	6	5.6
1株当たり当期純利益(円) (※1)	193.87	—	204.77 (268.74)	—	10.9 (74.87)	—
1株当たり配当金(円)	50.00	—	70.00	—	20.00	—

※1 2021年度1株当たり当期純利益の()内は自己株取得考慮後の数字を記載しております。

※2 2021年度より「収益認識に関する会計基準」等の適用に伴い、2020年度の売上高実績を組み替えております。

＜売上高の主な減少要因＞

- ・代理人取引の純額表示 ▲5,455億円
- ・顧客に支払われる対価 ▲ 100億円

2021年度(2022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			
	2020年度 (※)	2021年度	増減額	増減率 (%)	2020年度	2021年度	増減額	増減率 (%)
加工食品	6,952	7,010	58	0.8	37	41	4	11.4
低温食品	5,763	5,710	▲53	▲0.9	72	73	1	0.9
酒類	4,697	4,770	73	1.6	39	39	▲0	▲0.3
菓子	2,780	2,790	10	0.4	26	28	2	9.6
その他・調整	21	20	▲1	－	▲18	▲14	4	－
合 計	20,213	20,300	87	0.4	156	167	11	6.9

※ 2021年度より「収益認識に関する会計基準」等の適用に伴い、2020年度の売上高実績を組み替えております。

投資等の状況

(単位:億円)

	投資額			償却額・支払リース料		
	2019年度	2020年度	2021年度 予想	2019年度	2020年度	2021年度 予想
設備投資(リース含む)	136	66	80	64	66	70
システム開発等	42	44	50	35	38	45
事業投資	7	8	50			
合 計	185	118	180	99	104	115

- ◆ 設備投資は、物流センターの新設、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、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
- ◆ 事業投資は、事業会社株式取得

※ 自己株式公開買付け実施について

【お知らせ】

当社は資本効率の向上及び株主還元施策の一環として、公開買付けによる自己株式の取得を実施致します。

尚、2021年度の配当予想を既公表済である50円から70円に修正（増配）することを併せて公表しております。

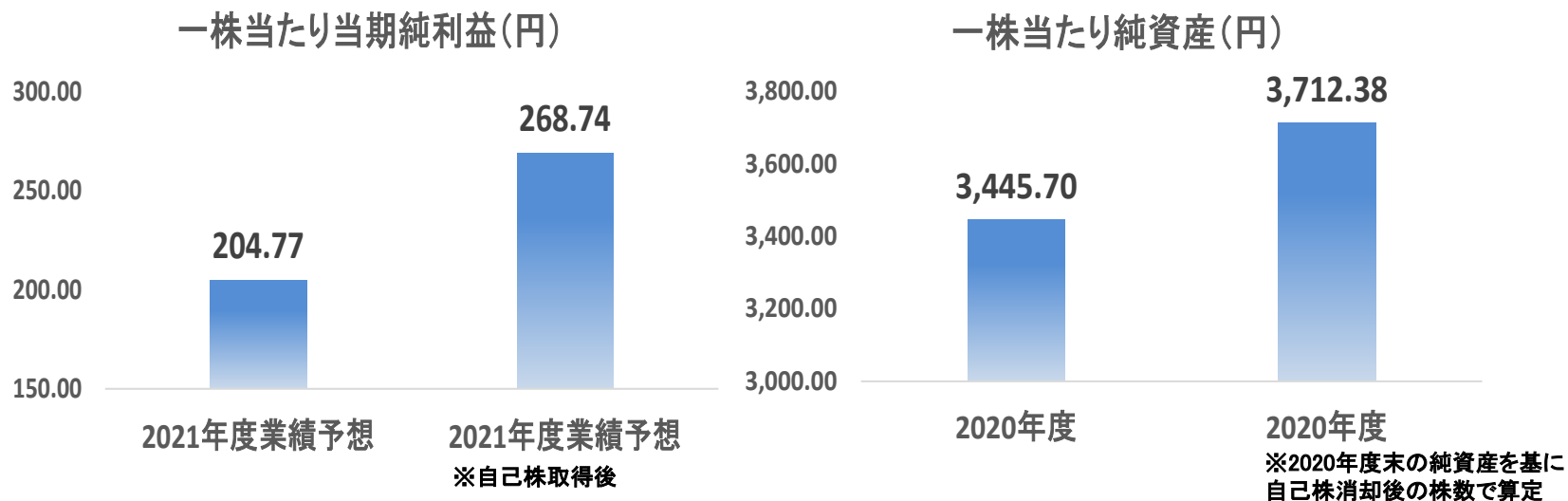
◆ 公開買付期間：2021年5月28日（金）～ 2021年6月24日（木）

◆ 買付予定株数：13,600,000株（発行済株式数の23.40%）

◆ 買付予定価格：2,592円（取得額：353億円）

※取得致しました自社株については、全て消却する予定であります。

＜ご参考＞：本自己株式の取得が財務指標に与えるインパクト



中期経営計画2023

～食のビジネスを通じた持続可能な社会の実現に向けて～

2021年5月28日

三菱食品株式会社

目次：

1. 「経営方針2020」の振り返り
2. 目指す在り姿
3. 「中経2023」

1. 「経営方針2020」の振り返り

1-1.「経営方針2020」の振り返り

- 「中経2015」で整備・再構築した経営基盤をベースに、「経営方針2020」では事業領域拡大に着手

中経2015 (2012-15)

バリューチェーン・コーディネーター

拡大・深耕戦略
(既存ドメイン)

顧客・地域に浸透する

成長戦略
(新規ドメイン)

領域を広げる

進化戦略
(業態変革)

中間流通のワクを超える

経営基盤の強化

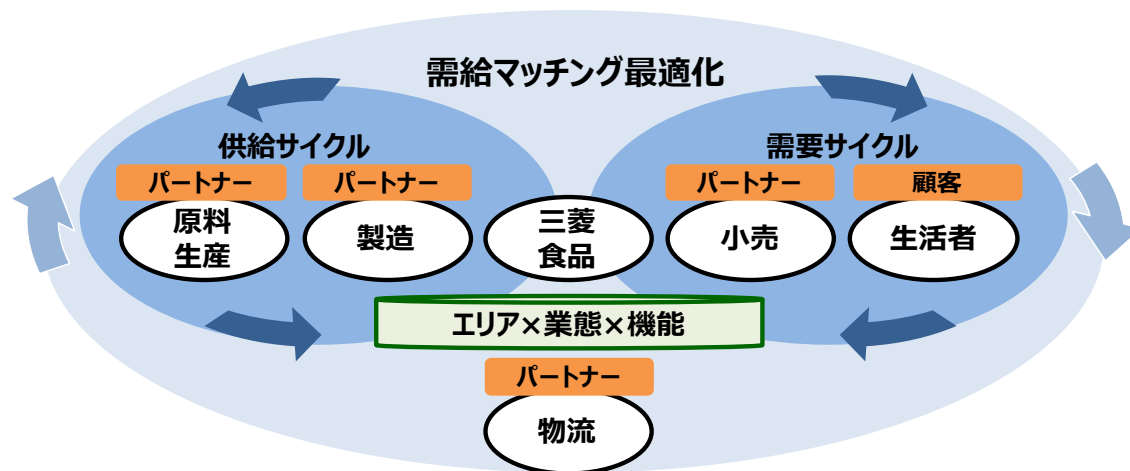
経営方針2020 (2016-20)

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

配当

年間50円を下限とした安定配当を継続

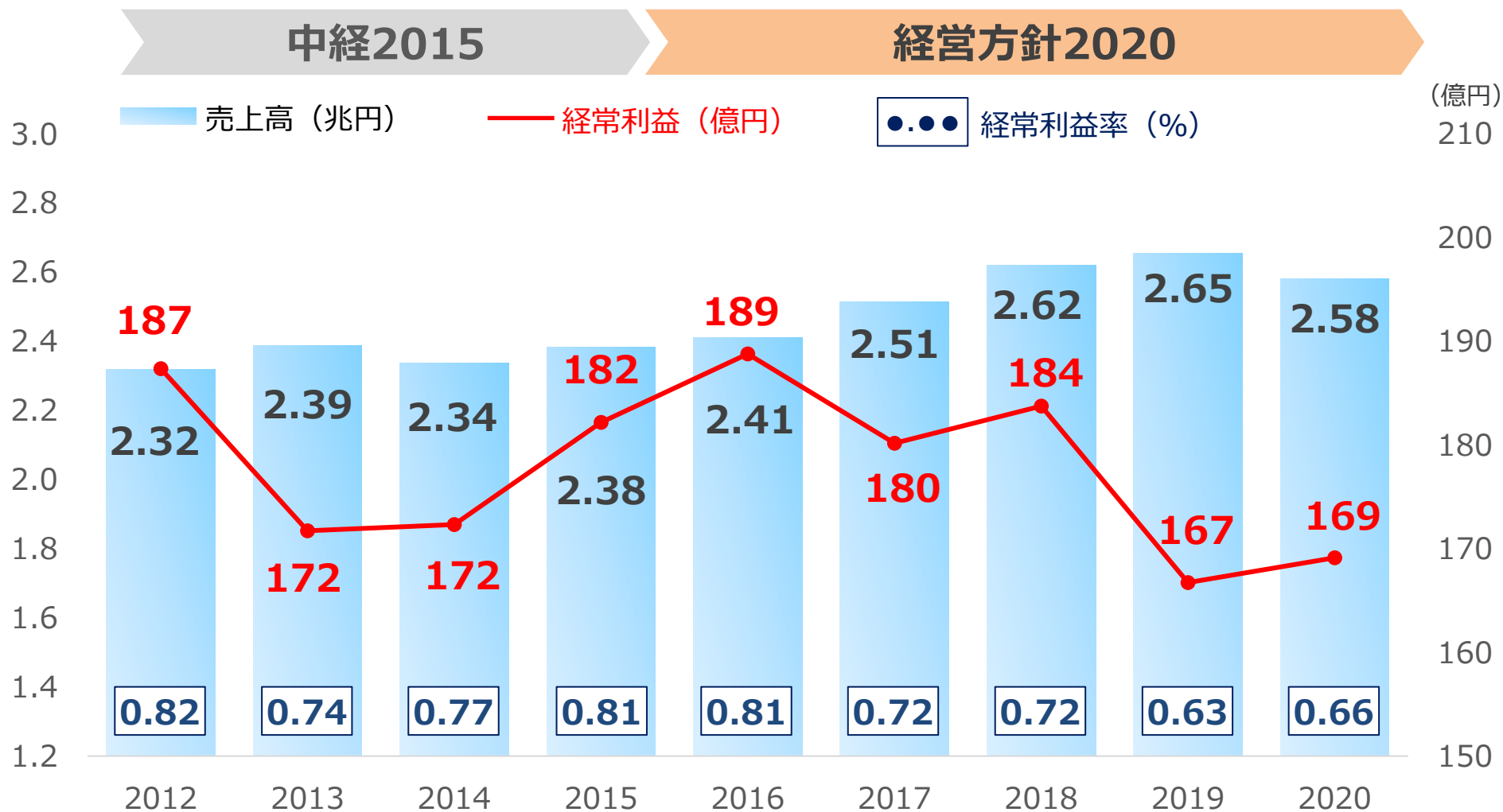
1-2.「経営方針2020」の振り返り：統合後の取り組み

- 「経営方針2020」では、事業領域の拡大を推進すべく、以下の施策を着実に実行
- 「中経2023」にもつながる取り組みとして、各種施策を通じて機能・経営基盤を強化

	～2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度
	機能の強化	事業領域の拡大	成果獲得の追求	事業構造の進化	やり方・意識のリセット期
卸事業の機能強化	✓ 成長業態・取り組み強化に向けた本部新設 (戦略市場 (DRG・EC)、デリカ、フードサービス、ライフネット)				
事業領域拡大	✓ 成長業態・取り組み強化に向けた本部新設 (戦略市場 (DRG・EC)、デリカ、フードサービス、ライフネット)				
デジタル機能強化	✓ 成長業態・取り組み強化に向けた本部新設 (戦略市場 (DRG・EC)、デリカ、フードサービス、ライフネット)				
人事制度・働き方改革	✓ 成長業態・取り組み強化に向けた本部新設 (戦略市場 (DRG・EC)、デリカ、フードサービス、ライフネット)				
コーポレートガバナンス強化	✓ 成長業態・取り組み強化に向けた本部新設 (戦略市場 (DRG・EC)、デリカ、フードサービス、ライフネット)				

1-3.「経営方針2020」の振り返り：統合後の売上・経常利益推移

- フルエリア・フルラインの強みを活かし、カテゴリー間の浮き沈みを補い合いつつ、売上高は一定の拡大を果たしたものの、価格競争の激化やコスト増により、収益は伸び悩み
- 食品流通全体を取り巻く環境が大きな変化を迎えている中、三菱食品も変化を求められている



2. 目指す在り姿

2-1. ウィズ/ポスト・コロナのメガトレンド（環境認識）



①人口構造の変化

人口減少、都市と地方の格差拡大

②生活者のライフスタイル・価値観の変化

安全・安心、健康、地域、地球環境への関心

③イノベーションの加速

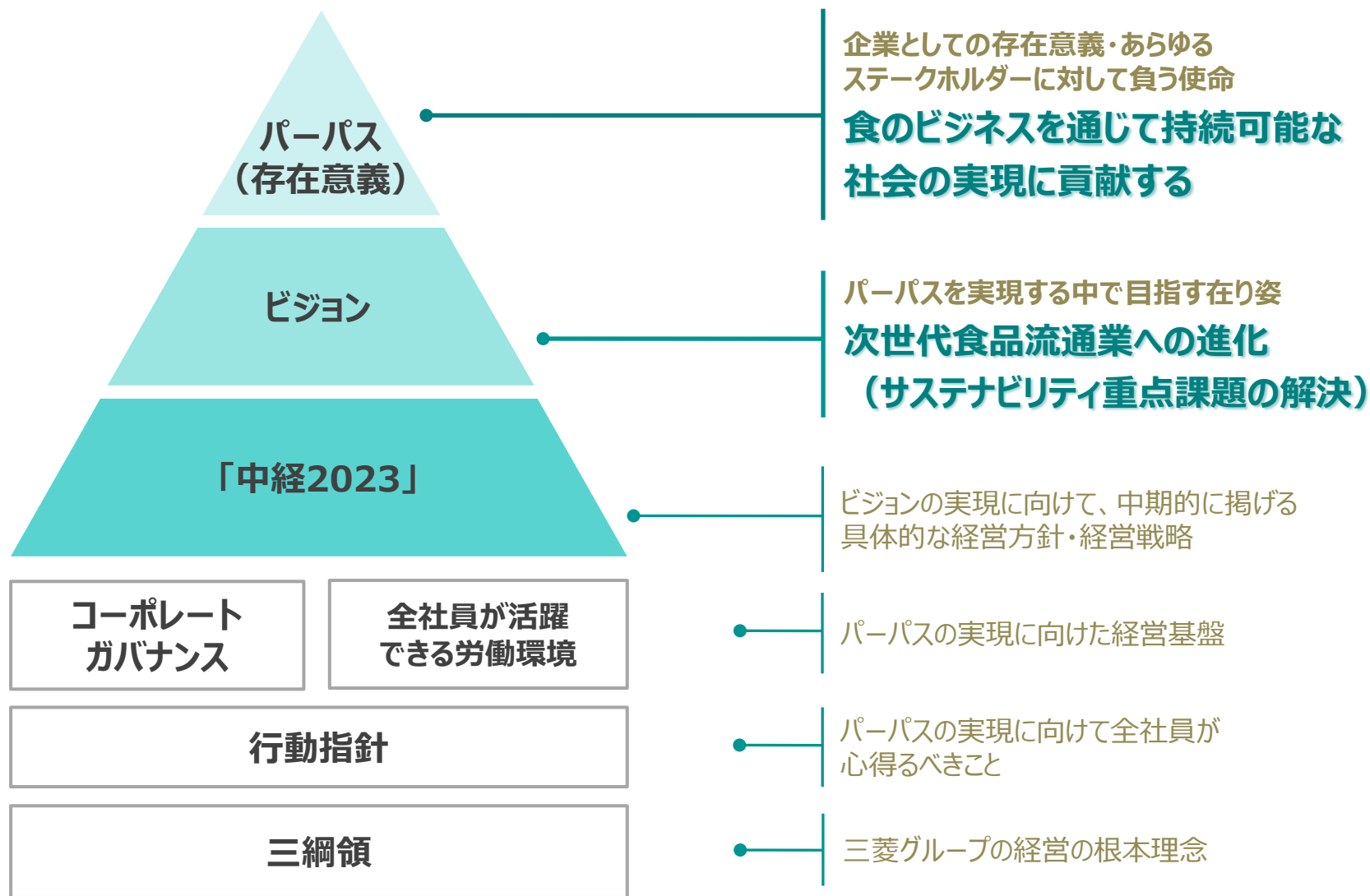
DX、産業構造の変化

④地域分散型社会へのシフト

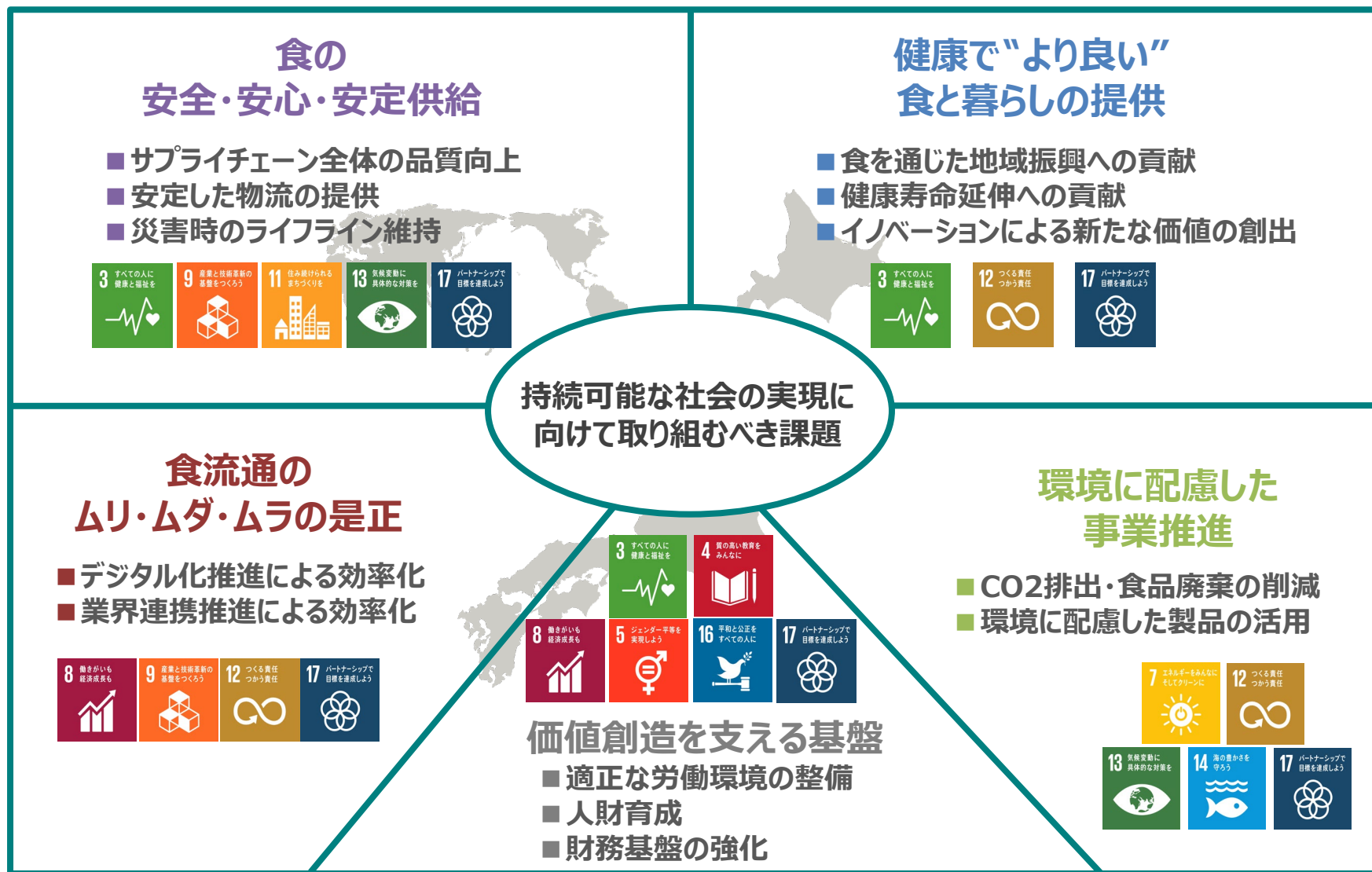
地域の自律的分散化、地域最適化の必要性



2-2. 目指す在り姿の再定義



2-3. 三菱食品のサステナビリティ重点課題



2-4. ビジョンの実現に向けた取り組み

サステナビリティ重点課題の解決へあらゆる経営資源を投下

機能向上への取り組み

リテール（小売業・外食産業）・
メーカー（含む生産者）への
提供機能の向上を通じた
食品業界の活性化

地域での取り組み

食のビジネスで培った
ネットワーク・インフラを活用した
地域パートナーシップ構築による
地域コミュニティの活性化

わが社の強み

多様な小売業・
メーカーとの接点

フルエリア・
フルライン

全国の物流網

多様なデータ・
生活者理解

強固な人財・
財務基盤

非競争領域における業界連携・協業による効率化の推進

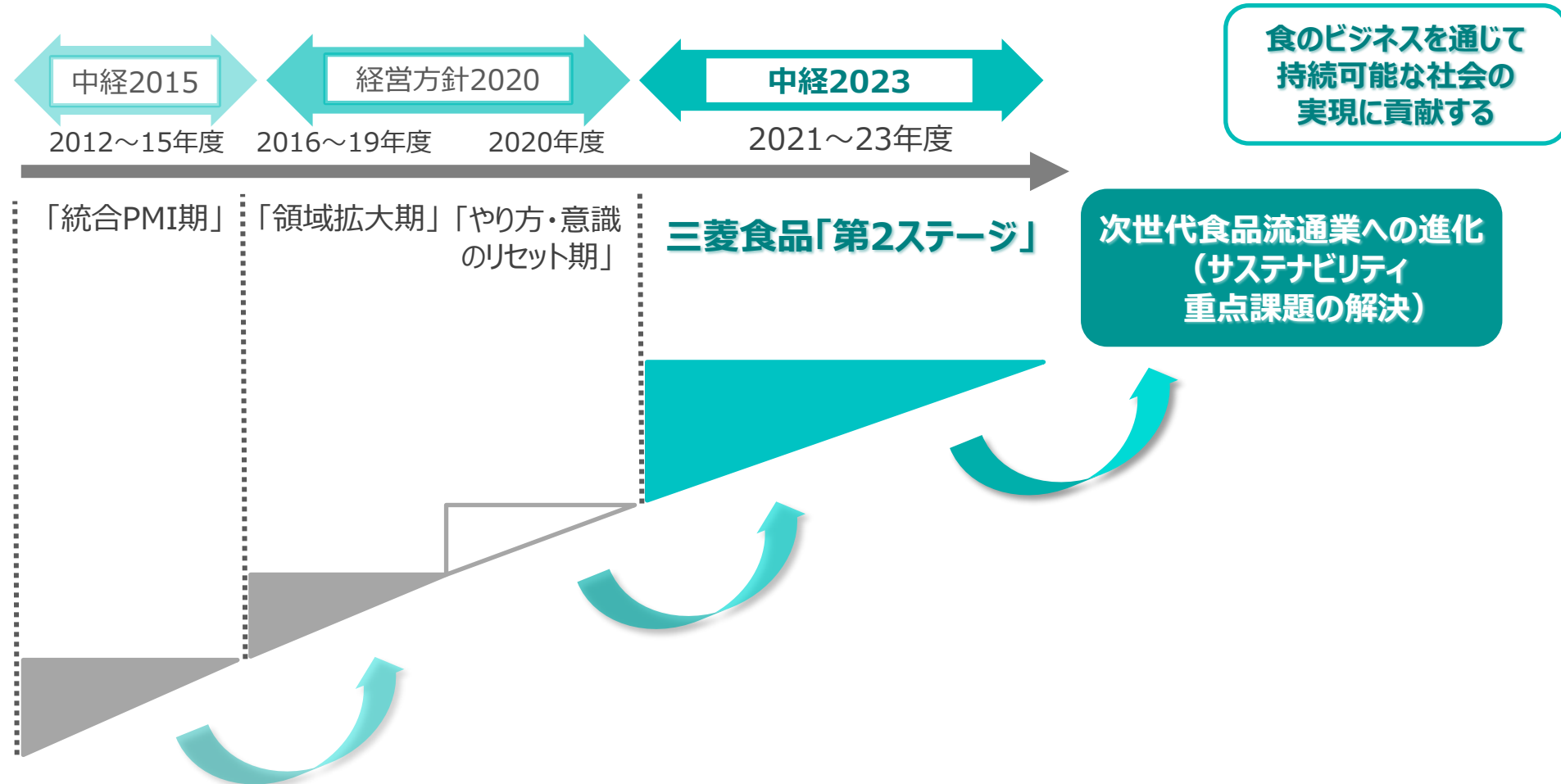
業界連携

持続可能な社会の実現・企業価値の向上

3. 「中経2023」

3-1.「中経2023」の位置付け

「中経2023」は、統合より10年が経過し、第2ステージに入る
三菱食品が**次世代食品流通業への進化を遂げる為の経営計画**と位置付ける



3-2.「中経2023」の全体像

 **三菱食品** + パートナー企業

1 機能向上への取り組み

(3) メーカーサポート

メーカーの経営課題解決による
新たな付加価値の創出

(1) リテールサポート

小売業をはじめとした取引先の経営課題
解決による新たな付加価値の創出

(2) 商品開発

生活者ニーズに即した
オリジナル商品・輸入ブランド

(4) SCM

全国フルラインの物流網を活用した
高度・高効率なSCMの構築

(5) デジタル活用 (DX推進)

デジタルを活用した業務効率化・需要創造

(6) 経営基盤の変革

価値創造を支えるガバナンス体制、人財・財務基盤の構築

生産者・メーカー

小売業・外食産業

生活者

2 地域での取り組み

地域パートナーシップの構築

地域コミュニティの活性化に資するパートナーシップの構築

3-3. 1 機能向上への取り組みの具体的施策（1）・（2）

（1）リテールサポート

取引先の課題解決と新たな価値創造の実現

- 地域・生活者のニーズを捉えた品揃え・販促・集客
- 徹底的な効率化による競争力ある商品調達
- デジタルによる需要予測の最適化
- 非競争領域における他社協業



（2）商品開発

生活者ニーズに即したオリジナル商品・輸入ブランド

- 健康・環境に資する商品開発・供給

からだシフト



バリラの紙パッケージ化



3-4. 1 機能向上への取り組みの具体的施策（3）・（4）

（3）メーカーサポート

メーカーの課題解決と新たな価値創造の実現

- 売場連動型の広告販促事業
- 全国のインフラを活用した地域密着型の営業代行
- 多様なネットワークを活用した代理店事業
- 三菱商事グループのネットワークを活用した特色ある原料資材の供給



（4）SCM

高効率でオープンなSCMの実現

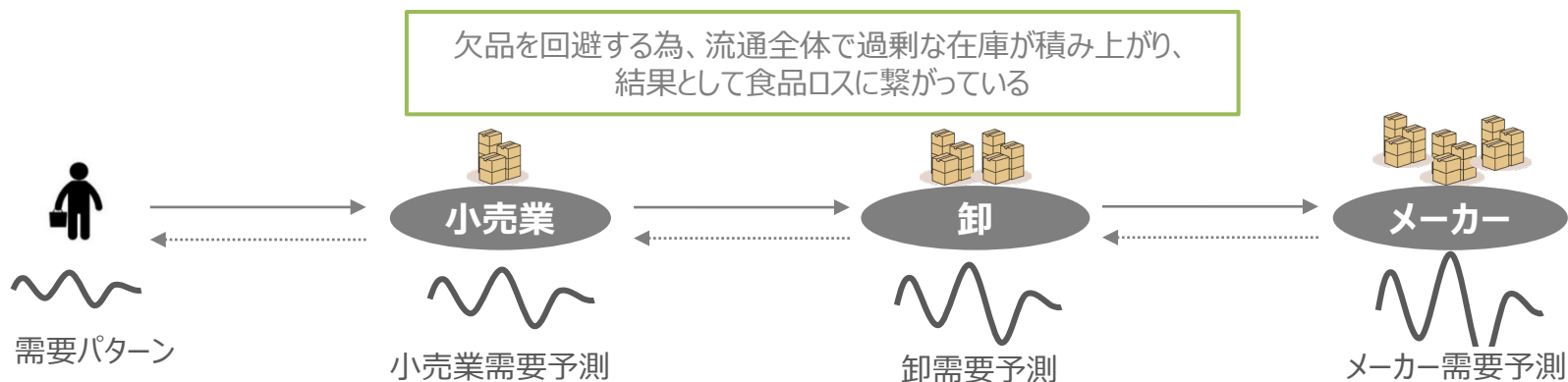
- 上流物流の事業化
- 低温物流網の整備
- オープンな物流網の構築
- デジタルによるオペレーションの標準化・高度化



3-5. 1 (5) デジタル活用の具体的施策（業務効率化）

新たな在庫最適化ソリューションを導入し、物流・受発注をはじめとする
自社の業務効率化のみならず、ソリューションの横展開により、
食品ロス削減を中心とした取引先・業界全体の流通最適化に貢献する

現状



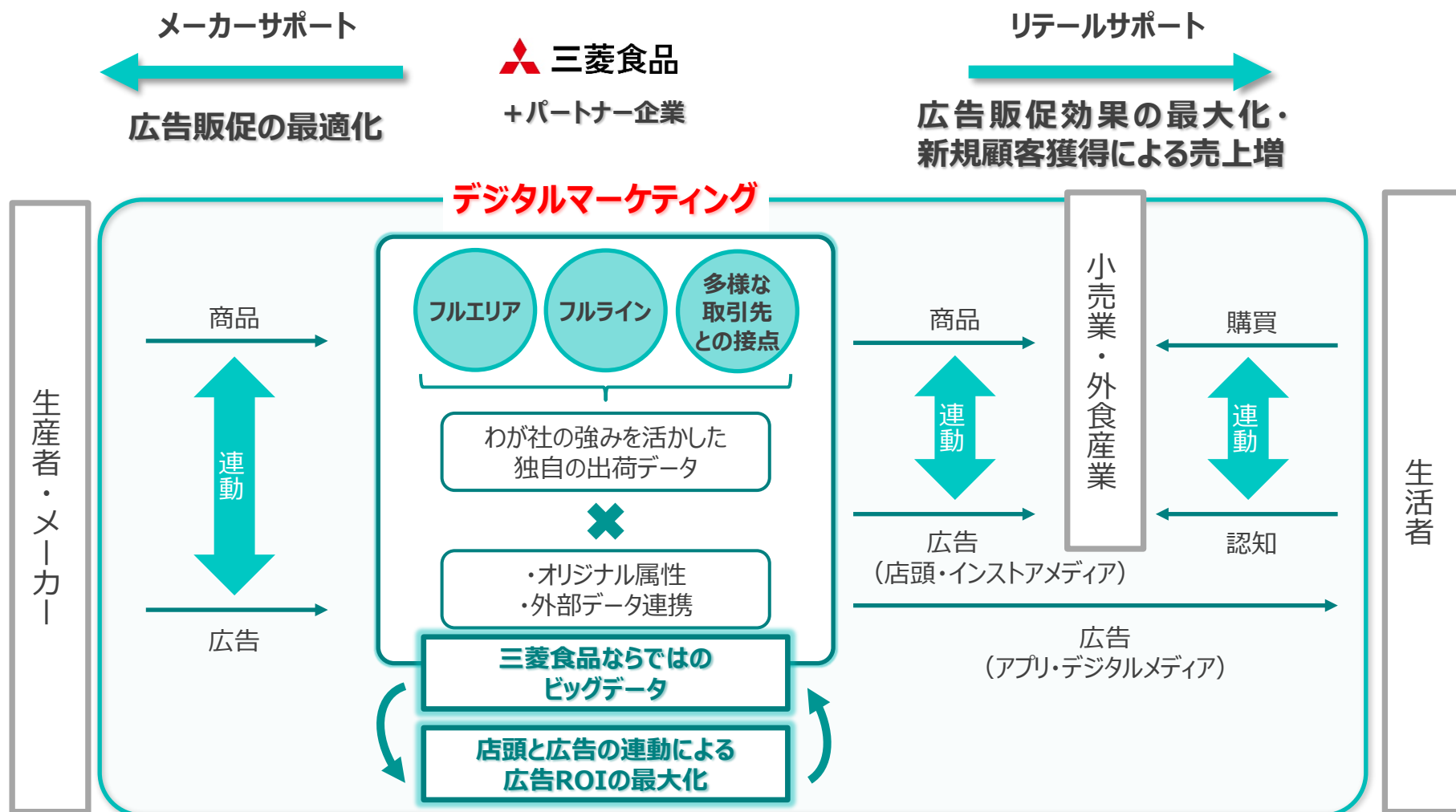
AIを活用し、小売業、卸、メーカーの在庫、受発注等、企業内や企業間に
散在するデータと、気象予測情報等の外部データを起点とした需要予測・発注自動化

目指す姿



3-6. 1 (5) デジタル活用の具体的施策（需要創造）

わが社が有するユニークなデータを活用しながら、デジタルメディアと
店頭販促の連動により、広告販促効果を最適化・最大化し、
取引先の売上向上を通じた新たな付加価値の創出を図る

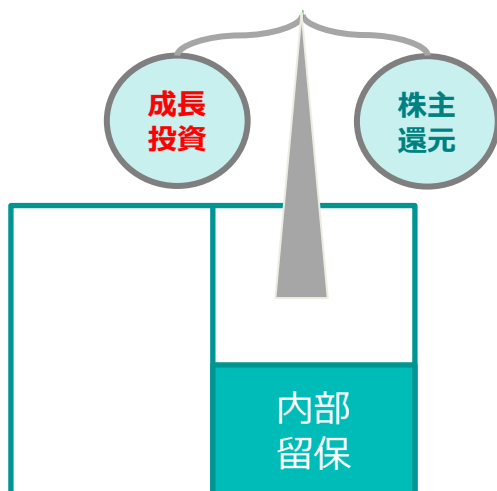


3-7. 1 (6) 経営基盤の変革

持続的成長を支える強固な財務基盤、及び全国に配置された
多様な人財基盤を最大限強化育成・活用し、
企業価値増大につながる経営基盤の変革を図る

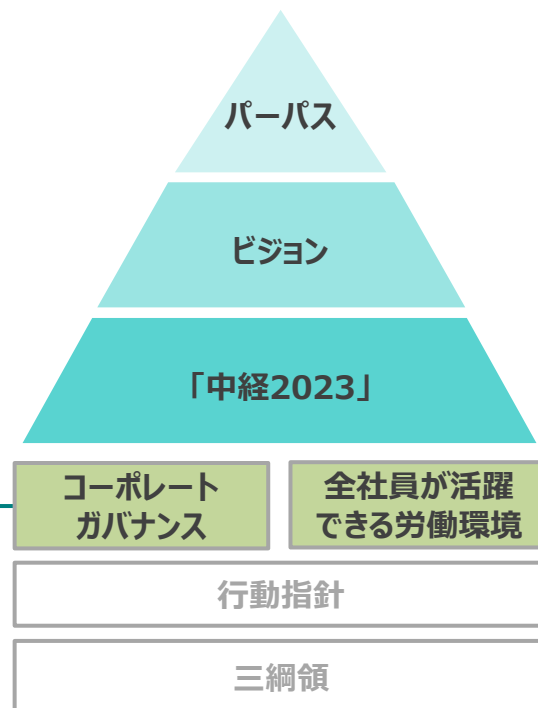
財務基盤の強化

成長投資と株主還元を
バランス良く実施し
資本を最適化



人財基盤の強化・育成

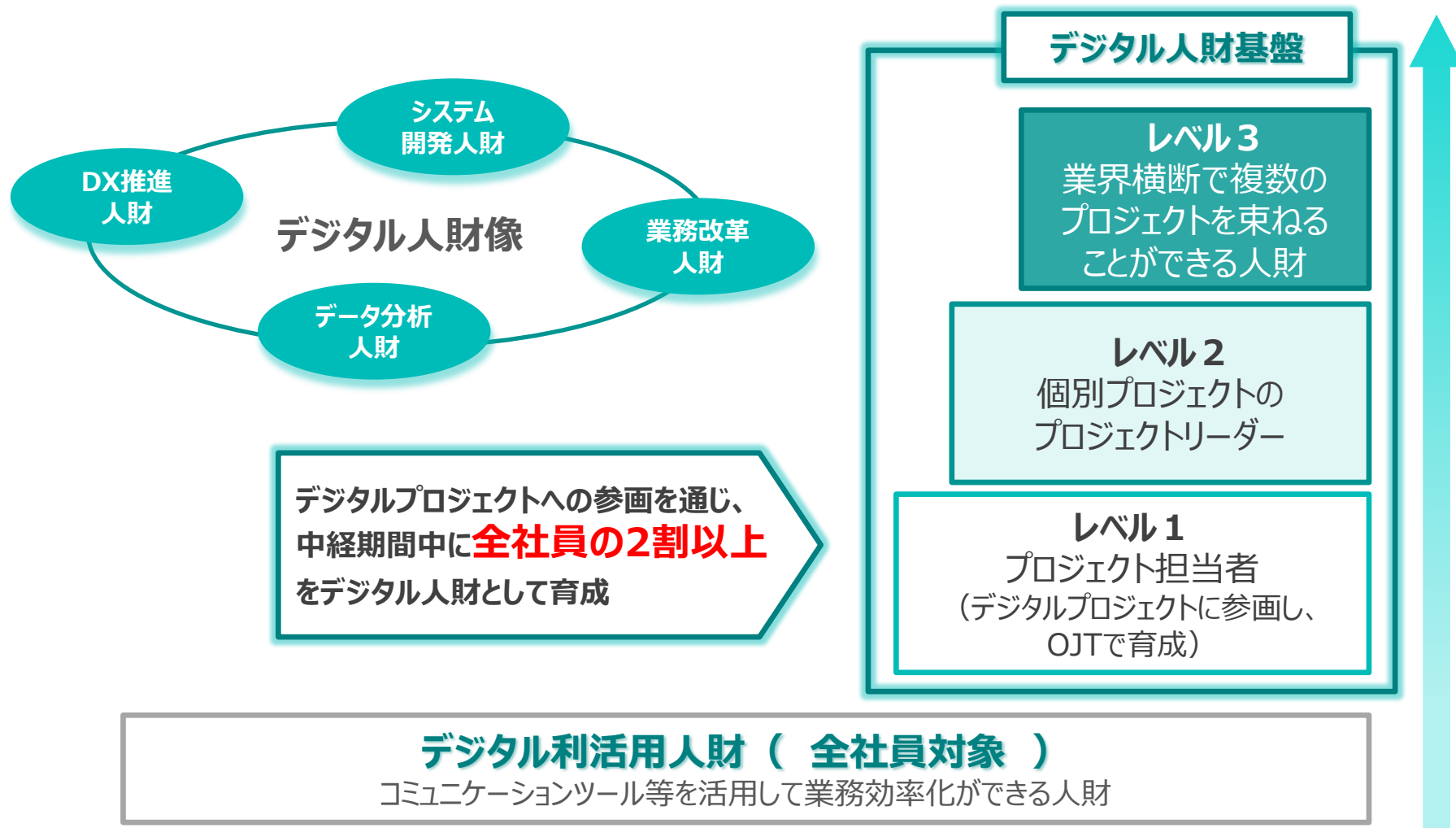
課題解決能力を備えた多様な人財



強固な経営基盤を通じた
企業価値の向上

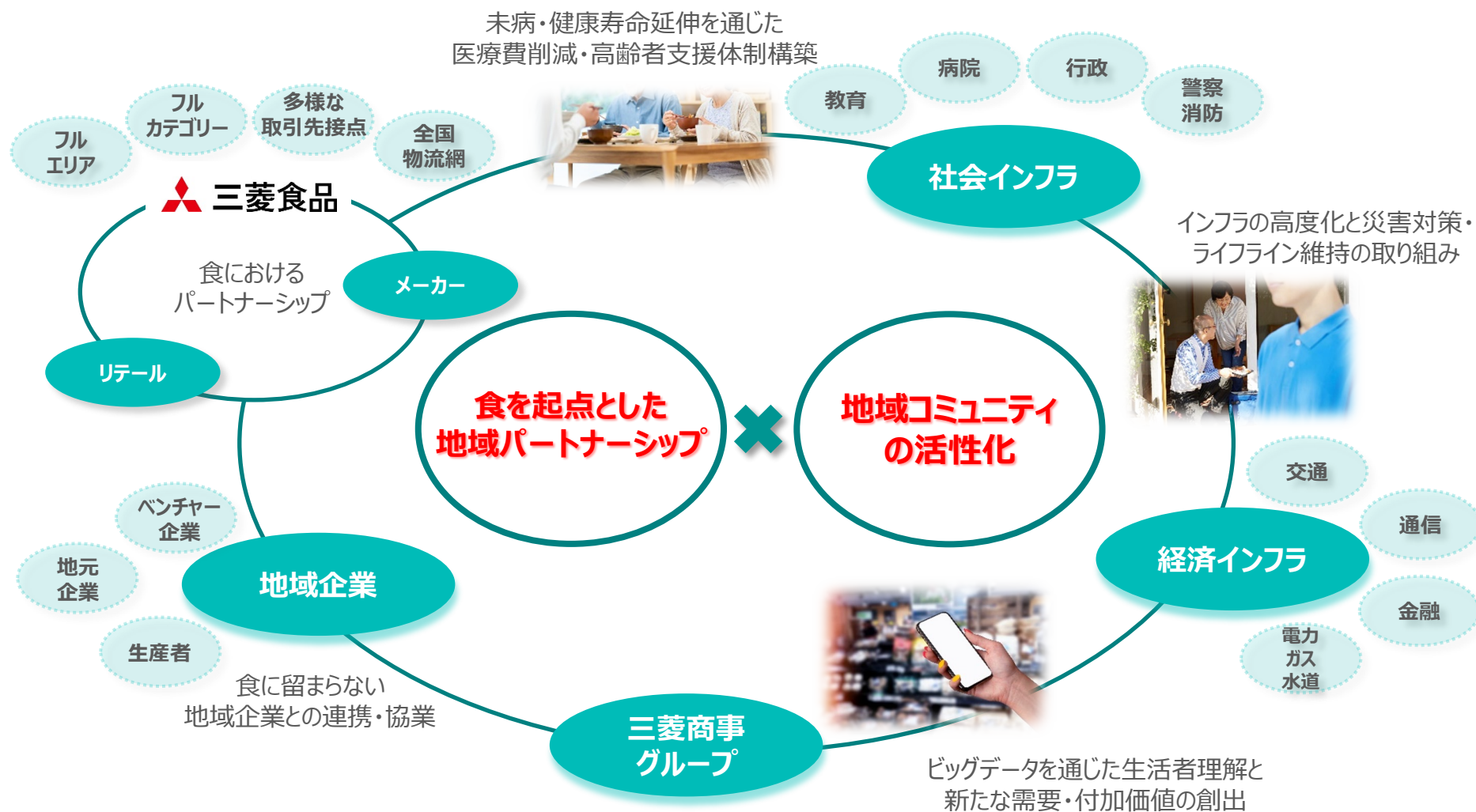
3-8. 1 (6) 経営基盤の変革 - デジタル人財育成

全社員をデジタル利活用人財として育成すると共に、
プロジェクト参画を通じて高いデジタルスキルを有するデジタル人財基盤を構築する



3-9. 2 地域パートナーシップの構築

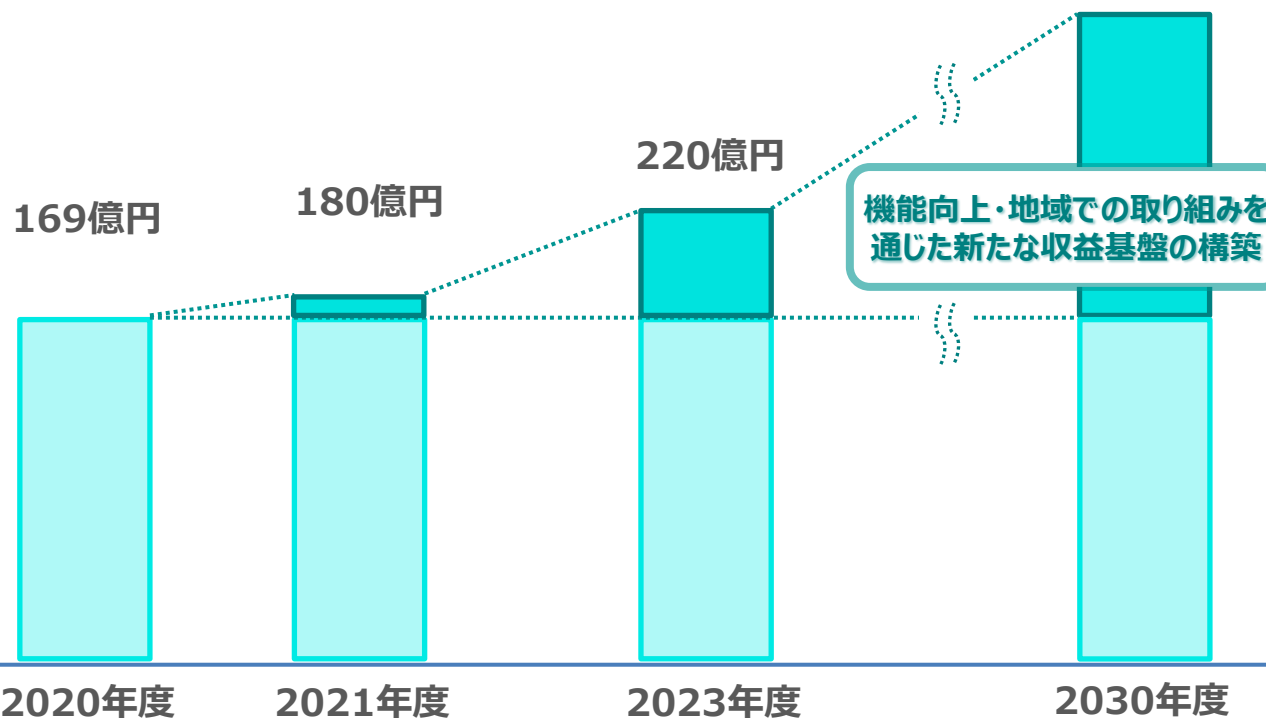
自律分散化へ向かう社会変化の中で、それぞれの地域で、食品流通を起点に、
「多様な地域パートナーシップの構築による地域コミュニティの活性化」に挑戦する



3-10.「中経2023」の定量目標

機能向上及び地域での取り組みを通じて、新たな収益基盤を構築すると共に、
サステナビリティ重点課題の解決を図る

経常利益規模



サステナビリティ重点課題 定量目標の同時達成

CO2排出量
削減

食品廃棄量
削減

健康に資する
商品の拡充

....

- 新たに設置したサステナビリティ委員会も活用の上、働き方や環境の変化を踏まえ、**目指す**
在り姿を実現する目標を策定
- **重点指標、定性・定量データを**
開示する

3-11. 投資計画及び資本政策・株主還元

「成長領域」、「デジタル領域」への投資を積極的に実施すると共に、
創出された利益については、より積極的な株主還元を実行する

「中経2023」における 投資計画及び資本政策



「中経2023」の定量目標

2023年度末
ROE 8%以上

中経期間中
1株当たり配当金70円
以上の安定配当

三菱食品は

「食のビジネスを通じた持続可能な社会の実現」に向けて
あらゆるステークホルダーの皆様とのパートナーシップを通じて
企業価値の拡大を目指します



(注) 本資料に開示されているデータや将来予測は、本資料の発表日現在の判断や入手可能な情報に基くもので、種々の要因により変化することがあり、これらの目標や予想の達成、及び将来の業績を保証するものではありません。
また、これらの情報が、今後予告なしに変更されることがあります。従いまして、本情報及び資料の利用は、他の方法により入手された情報とも照合確認し、利用者の判断によって行って下さいますようお願い致します。
本資料利用の結果生じたいかなる損害についても、当社は一切責任を負いません。