



メニュー情報は裏表紙に掲載しています。

三菱食品通信

株主・投資家の皆様へ

2022年度 中間報告 2022年4月1日～2022年9月30日

証券コード 7451

「中期経営計画2023」に沿った取り組みを推進し、 「経済価値・社会価値・環境価値」の継続的創出を目指します



代表取締役社長
京谷 裕

Q. 第2四半期の業績総括をお願いします。

A. 当第2四半期におきましては、新型コロナウイルス感染症に伴う行動制限の緩和で人流が回復し、一部の業態で回復基調が見られたものの、家庭内食品需要の落ち込みや取引の見直し等により、売上高は9,986億3百万円(前年同期比1.0%減少)となりました。利益については、取引の見直しに伴う採算性の向上に加え、第1四半期連結会計期間より株式会社ケー・シー・エスを新規連結したこと等により、営業利益は100億60百万円(前年同期比20.6%増加)、経常利益は110億81百万円(前年同期比23.4%増加)、親会社株主に帰属する四半期純利益は74億54百万円(前年同期比18.9%増加)となりました。

前述のとおり、売上高、利益ともに計画達成に向け順

調に推移しており、下半期においても、年末や年度末にかけての消費動向を慎重に見極めて適切に対応してまいります。

Q. 「中期経営計画2023」の取り組み状況について教えてください。

A. 事業環境は激しく変化し、生活者のニーズも多様化しております。このような状況下、当社はパーパスの実現に向けて、経営資本や「フルエリア・フルカテゴリー・フルチャネル」という事業特性を競争力の源泉として、サステナビリティ重点課題の解決を図ることを大前提に、成長戦略である機能向上や地域への取り組みを推進しております。

まず、「機能向上への取り組み」における「リテールサポート・メーカーサポートの強化」については、本年4月に新設した次世代事業統括を中心に、各機能の強化基盤となる「デジタルマーケティングプラットフォーム」を構築し、AIやRPA^{*}を活用した人員リソースの創出や、同業他社と連携した業界全体の効率化とロス削減に向けた活動を推進しております。また、最新のデジタル技術を駆使した当社独自のビッグデータ活用による新たな顧客

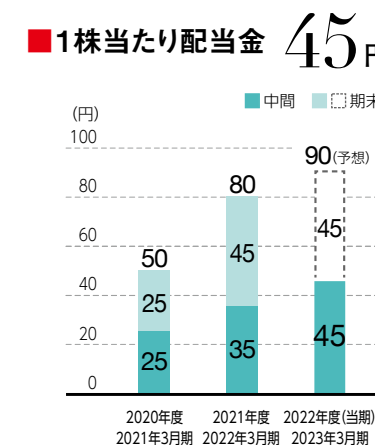
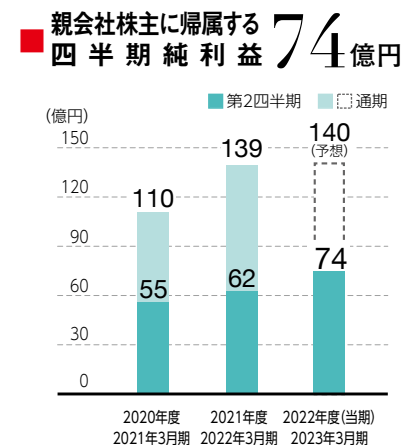
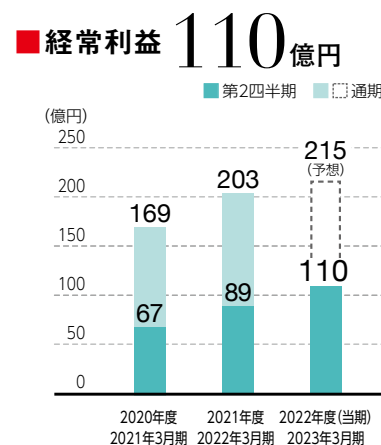
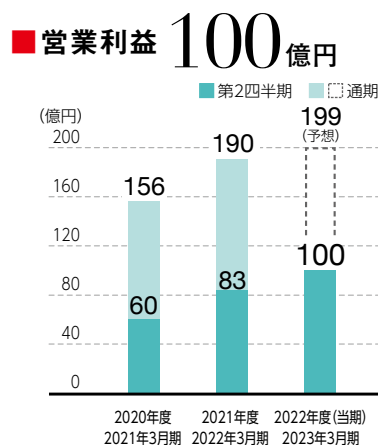
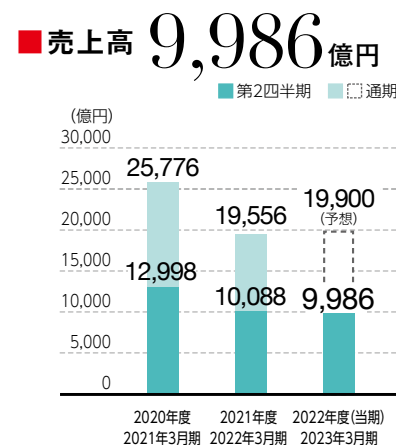
価値の創出等、メーカー様・小売業様への新たな付加価値の提供と経営課題の解決に取り組んでおります。「海外事業開発」については、日本市場における人口減少・市場縮小の加速や、長期化が予想される急激な円安といった市場環境の変化を踏まえ、こちらも本年4月に新設した商品統括が中心となり、海外小売業に対する商品輸出という考えに止まらず、「Made in Japan・Made by Japan」に代表される日本の食文化そのものを輸出することを念頭に置いた事業開発に取り組んでおります。

次に、「地域への取り組み」については、三菱商事グループと連携しその総合力を発揮しながら、地域に深く関わり、それぞれの地域が抱える課題の解決や価値創造への貢献を目指す「地域創生プラットフォーム」の構築を進めております。

このような成長戦略とサステナビリティ重点課題への取り組みを同時に推進することで、新たな「経済価値・社会価値・環境価値」の継続的創出を実現していくことを目指します。

株主・投資家の皆様におかれましては、引き続きご理解とご支援を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。

^{*}ロボティック・プロセス・オートメーション：
ロボットによる業務プロセス自動化



財務情報の詳細データにつきましては、
三菱食品ホームページで
ご覧ください。
<https://www.mitsubishi-shokuhin.com/>

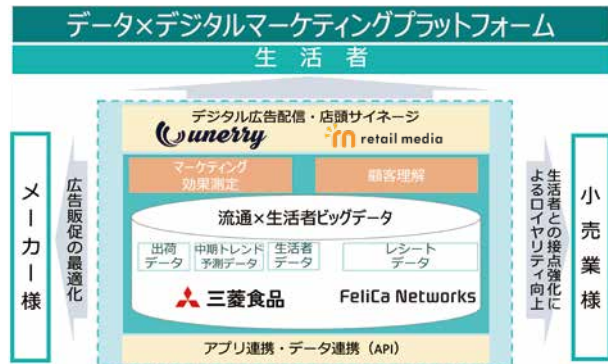
^{*}億円未満切り捨て

^{*}2021年度から「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を適用したことにより、2021年度以降の売上高は当該会計基準等を適用した後の数値となっております

「中期経営計画2023」の施策を紹介 ～食のビジネスを通じた持続可能な社会の実現に向けて～

「中期経営計画2023」の具体的な施策として、データ×デジタルマーケティングの新たな取り組み、海外事業開発・地域パートナーシップへの挑戦と、サステナビリティ重点課題への対応事例を紹介します。

▶ データ×デジタルマーケティングの新たな取り組み



当社は、小売業様3,000社、メーカー様6,500社との取引を通じて得られる年間約12億件のビッグデータを有しています。このデータを基に、小売業様へのサポートを通じて得られた深い生活者理解のノウハウと、豊富な生活者接点を活かして、食品流通構造を可視化し、生活者に最適な場所で、最適な情報を届けることができる、需要創造型のデータ×デジタルマーケティングプラットフォームの構築に取り組んでいます。



生活者の位置情報や購買データに基づき、 店外～店内の広告配信を実現

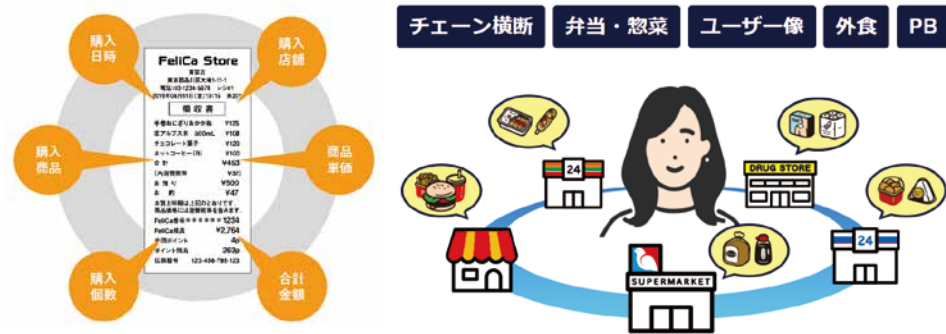
当社が有する豊富な顧客接点と、株式会社unerryが有するリアル行動データプラットフォーム「Beacon Bank」を掛け合わせ、生活者の嗜好や行動パターンに応じた独自の分類を行い、店外～店内、リアルとデジタルを横断した効果的な広告配信を実現。さらに、小売業様のデータを掛け合わせるにより、詳細な生活者理解と分析も可能になります。



FeliCa Networks 出荷データとレシート購買データを紐付け、 買い回り・併売・トレンド分析を実行

年間約12億件の出荷データ・中期トレンドデータと、ソニーグループ企業であるフェリカネットワークス株式会社が有するレシート購買データを連携させ、市場分析や需要予測、生活者の消費行動の可視化を推進。対象商品が、どのエリア・チェーン

で、いつ、どの価格帯で売れているかに加え、カテゴリー・商品等の購買動向をペルソナ※ごとに可視化することが可能となります。商品開発やデジタルマーケティング、販売施策等、幅広い需要創造領域に活用ができます。



※ペルソナ：商品やサービスを利用する典型的な顧客モデル



店頭サイネージを使った売場での施策を展開

当社は、2022年7月1日に、店頭サイネージ事業を展開するリテイルメディア株式会社を完全子会社化し、これまでレシピ訴求型の店頭サイネージを展開してきた「cookpadTV株式会社（現：クックパッドライブ株式会社）」から、同事業の運営を引き継ぎました。また、設置場所やコンテンツの自由度の高いオリジナルサイネージ「イチオシTV」の展開も進め、店頭における新たな価値訴求を目指しています。「cookpad storeTV」は生鮮連動型として、生鮮

食品＋調味料系商品等を使用したレシピ動画を放映。「イチオシTV」は、カスタマイズ型サイネージで、常温・冷凍食品の紹介に加え、小売業様のPR動画、メーカー様のCM等にも活用できます。



▶ 海外事業開発・地域パートナーシップへの挑戦

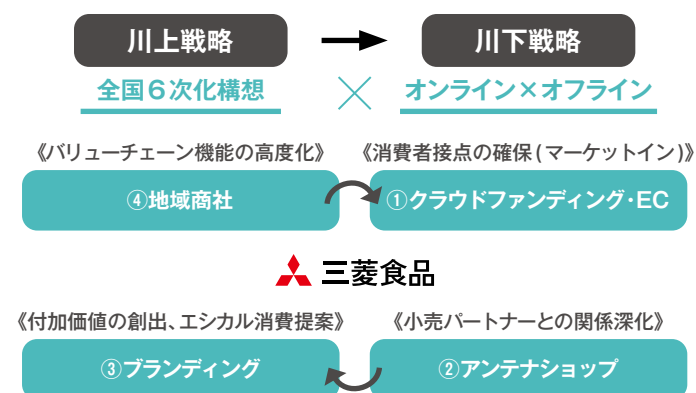
海外小売業へ直接リーチする事業を構築し、
マーケットインの発想でさらなる需要の拡大に貢献

当社の全国をまたぐ商品調達力や、
マーケットイン発想による商品開発力を
活かし、商品輸出に止まらない「Made
in JAPAN・Made by JAPAN」に代表
される「日本の食文化」そのものを海外
市場へ輸出するための事業開発に取り
組んでいます。

まずは米国・中国・台湾・タイ・ベト
ナムを戦略市場と位置付け、さらなる需
要創造への貢献を目指します。



課題解決と価値創造による地域パートナーシップの構築



※全国6次化構想：1次産業（農林漁業）、2次産業（製造業）、3次産業（販売、サービス業）を掛け合わせ、生産物の本来の価値を高めることで、農山漁村の経済を豊かにしていく取り組み。

三菱グループと連携を図り、産地から生活者のバリューチェーン統合による全国6次化構想[※]（川上戦略）と、オンラインとオフラインの統合（川下戦略）を掛け合わせたプラットフォームを構築し、4つの分野における事業を推進します。

例えば、三菱商事株式会社の洋上風力発電事業と連携した千葉県銚子市との取り組み協議も開始しており、引き続き、地域課題の解決と価値創造への貢献を目指し、取り組みを強化します。

▶ サステナビリティ重点課題への対応事例

気候変動に伴う財務影響と取り組みを具体的に開示

当社は、気候変動の影響をサステナビリティ重点課題に密接に関係する一つの要素として認識しています。2022年6月、TCFD[※]提言に賛同し、一貫性、比較可能性、信頼性を持つ効果的な気候関連の財務情報開示ガイドラインに基づいて、情報開示を実施しました。

TCFD TASK FORCE ON CLIMATE-RELATED FINANCIAL DISCLOSURES

※TCFD：Task Force on Climate-related Financial Disclosuresの略。日本では「気候関連財務情報開示タスクフォース」と呼ばれ、各企業の気候変動への取り組みを、具体的に開示することを推奨する国際的な組織のこと。



●分析結果・対応戦略

①炭素価格の導入が、当社グループの操業コストに対して与える影響

分析結果 約3.8億円増加

SDS^{※※}シナリオを用いて2020年と比較、2030年予想。再生可能エネルギーを調達した場合。

対応戦略

- 温室効果ガス削減のロードマップを策定
- 環境配慮型車両の試験導入
- 環境配慮型電力契約への切り替え
- 省エネ活動の推進、設備・機器等入れ替え投資検討

②サプライチェーン上流企業における炭素価格負担が、当社商品仕入原価に対して与える影響

分析結果 約970億円増加

SDS^{※※}シナリオを用いて2020年と比較、2030年予想。

対応戦略

- サプライヤーの配送効率化推進を目的とした納品与件の緩和
- トラック入荷受付・予約システムの導入
- 強靱で持続可能なサプライチェーンの構築
- 食品業界各層と連携しサプライチェーン全体を合理化
- 温室効果ガス排出量の削減に向けた施策の拡大

③気候変動に伴う気象災害の増加が、事業拠点に与える影響

分析結果 約1.4倍損失

RCP2.6^{※※※}シナリオ下、2021年の各拠点の浸水リスクをベースラインとし、21世紀末の損失増加率を予想。

対応戦略

- BCP（事業継続計画）の策定・整備
- 非常用発電機の設置
- 配送用燃料不足時を想定した配送燃料の確保
- 事業拠点の浸水リスク軽減への投資方針検討
- 災害時に出荷対応する代替センターの設定

※※SDS：Sustainable Development Scenarioの略。産業革命以前に比べて世界の平均気温上昇が、2100年頃に2℃を大きく下回る世界のシナリオ。
※※※RCP2.6：代表濃度経路シナリオの一つ。RCP2.6は、将来の気温上昇を2℃以下に抑えるという目標の下に開発された、排出量の最も低いシナリオ。

TCFDに関する情報開示の詳細についてはこちら：<https://www.mitsubishi-shokuhin.com/pdf/sustainability/index/tcfd001.pdf>

「国土強靱化貢献団体認証（レジリエンス認証）」を取得

レジリエンス認証は、内閣官房国土強靱化推進室が2016年2月に制定したガイドラインに基づいて、事業継続に関する取り組みを積極的に行っている企業等を認証する制度です。

当社は、大規模地震や洪水等の災害に限らず、オールハザードに対応する事業継続計画（BCP）を策定していることや、災害用備蓄食料を社会福祉施設等へ寄贈する社会貢献活動が評価され、2022年7月に「レジリエンス認証事業継続および社会貢献」を取得しました。



透明性の高い開かれた事業活動を目指して



2022年9月、コーポレートサイトを「見やすく」「分かりやすく」「探しやすく」リニューアル

今回のリニューアルでは、「Our Purpose」「事業内容」「企業情報」「サステナビリティ」「株主・投資家の皆様へ」のページに分け、サイトをご覧になるステークホルダーの皆様が、必要とする情報を「見やすく」「分かりやすく」「探しやすく」なるよう、構成やデザインを全面的に刷新しました。

「統合報告書」を発刊

ステークホルダーの皆様へ、当社の中長期的な経営の取り組みに対する理解を、より一層深めていただくことを目指し、事業の強みや戦略、業績報告に加え、コーポレートガバナンス体制や環境・社会への取り組み等、財務情報と非財務情報を総合的にまとめた「統合報告書」を発刊しました。



ぜひ一度、ご覧ください。

<https://www.mitsubishi-shokuhin.com/>



Topics トピックス

個性的なオリジナルブランドのご紹介

三菱食品では、おいしさや規格、機能を追求した、個性的なオリジナルブランドを展開しています。

HARIBO

ドイツ ハリボー
ゴールドベア
4連グミ

1袋16gに7粒のグミが入った4連式小袋タイプは、日本だけの限定発売。ちょっとお腹が空いた時から、お子様のおやつまで、食べたい量に合わせて楽しめる、食べきりサイズです。



イタリア リッツォーリ
1898年創業 パルマの
老舗アンチョビメーカー

海や生態系を守る漁業を創業
当時から継続。長年の経験で
培った職人技術により、安定
した品質を保証しています。



フランス ラバレーヌ
100%海水を
使用した天日塩

地中海に面したエグモルトで、再生可能エネルギーを利用して製造された塩。ミネラルを含むバランスの良い塩味が特徴です。



アメリカ ティンカップ
アウトドア需要に特化した
アメリカンウイスキー

2つの偉大なアメリカンウイスキーをブレンドし、ロッキー山脈の湧き水を使用しボトリングしています。付属の金属のカップはアウトドアでの飲用にも最適です。



J-CRAFT WINE

日本 J-CRAFT WINE

日本のおいしいお酒を
ラインアップ

オリジナルブランド「J-CRAFT」から「WINEシリーズ」を発売。個性あふれる味わいを楽しめます。

勝沼醸造 白

甲州の繊細な香りと味わいは、
素材を味わう料理に寄り添う



日本 & “me time”

おとなの女性のための
フローズンデザート

クリームとドライフルーツ＆ナッツの食感が楽しめる「ドライフルーツとくるみのフローズンケーキ」などを、2022年9月1日に発売。



■株式の状況

(2022年9月30日現在)

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

43,537,200株

(自己株式447株含む)

一単元の株式の数

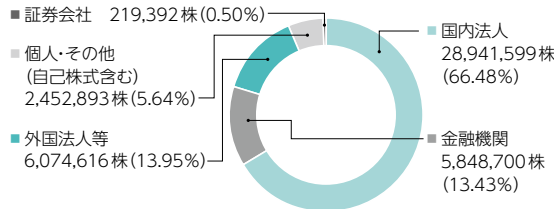
100株

株主数

4,618名

(前期末比46名増)

所有者別株式分布



(注)「個人・その他」には自己株式447株を含んでおります。

株主メモ

事業年度

：毎年4月1日から翌年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

東京都府中市日鋼町1-1

電話 0120-232-711 (通話料無料)

郵送先 〒137-8081 新東京郵便局私書箱第29号

三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部

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

<https://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。)

大株主

株主名	持株数(千株)	出資比率(%)
三菱商事株式会社	21,816	50.11
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	3,198	7.34
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	1,135	2.60
日本水産株式会社	809	1.85
株式会社ニチレイ	700	1.60
マルハニチロ株式会社	686	1.57
サントリー株式会社	669	1.53
ハウス食品グループ本社株式会社	611	1.40
テーブルマーク株式会社	600	1.37
STATE STREET BANK AND TRUST COMPANY 505103	486	1.11

(注) 持株数は、千株未満を切り捨てて表示しております。

お知らせ

●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。

●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られる株主様宛

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。

●未受領の配当金について

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。

■会社の概要

(2022年9月30日現在)

商 号

三菱食品株式会社

本 社

東京都文京区小石川一丁目1番1号

資 本 金

10,630,291,250円

従 業 員 数

連結4,944名、単体4,167名

※2022年3月31日現在の就業人員数を記載しています。

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

主要な事業所



当社の情報はホームページでもご覧になれます。

<https://www.mitsubishi-shokuhin.com/>



■役員(取締役・監査役)

(2022年9月30日現在)

代 表 取 締 役

京 谷 裕

取 締 役

榎 本 孝 一

取 締 役

田 村 幸 士

取 締 役

細 田 博 英

取 締 役

川 本 洋 史

取 締 役

加 藤 亘

取 締 役

柿 崎 環

取 締 役

手 嶋 宣 之

取 締 役

吉 川 雅 博

監 査 役(常勤)

山 川 幸 樹

監 査 役(常勤)

海 上 英 治

監 査 役

神 垣 清 水

監 査 役

高 橋 吉 雄

(注1) 取締役 柿崎環氏、手嶋宣之氏、吉川雅博氏は社外取締役であります。

(注2) 監査役 海上英治氏、神垣清水氏は社外監査役であります。

マイナンバー制度に関する手続きについて

市区町村から通知されたマイナンバーは、株式の税務関

係のお手続きが必要となります。このため、株主様から、

お取引の証券会社などへマイナンバーをお届いただく

必要があります。

●株式関係業務におけるマイナンバーの利用

法令に定められたとおり、支払調書に株主様のマイナ

ンバーを記載し、税務署へ提出します。

●マイナンバーのお届出に関するお問い合わせ先

証券会社の口座で株式を管理されている株主様

お取引の証券会社までお問い合わせください。

証券会社とのお取引がない株主様

下記フリーダイヤルまでお問い合わせください。

三菱UFJ信託銀行株式会社 証券代行部

0120-232-711

三菱食品が開発を手がけるオリジナルブランドをご紹介します。



元バレーボール
日本代表
狩野 舞子さん



「食べるをかえる からだシフト」の アンバサダーに狩野舞子さんが就任

2022年7月から、元バレーボール日本代表の狩野 舞子さんが、健康ブランド「食べるをかえる からだシフト」の公式アンバサダーに就任しました。

アスリートフードマイスターの資格を持ち、健康的で美しいスタイルをキープされる狩野さんは、“おいしく続けられる健康”を提案する「からだシフト」のイメージにぴったりと合います。

公式アンバサダーの活動は、15万人以上のフォロワーを持つ狩野さんのInstagramに、随時配信しています。



PROTEIN PLUS
プロテインプラス

簡単調理で、おいしい本格的な味に！ 「チキンのラタトゥイユ風ペンネ」

今回ご紹介するのは、「PROTEIN PLUS チキンのトマト煮」を使った、「チキンのラタトゥイユ風ペンネ」です。

柔らかい鶏肉をガーリック、チーズで仕上げ、完熟トマトのソースで煮込んだ「PROTEIN PLUS チキンのトマト煮」は、1食 (140g) 当たり13.6g※のたんぱく質を摂ることができます。※2022年10月時点

炒めたズッキーニとパプリカに、「PROTEIN PLUS チキンのトマト煮」と大豆の水煮、ブラックオリーブを加えて5分ほど煮た後、茹で上がったペンネを絡め、こしょうで味を整えるだけ。調理に挑戦した狩野さんからは、「鶏肉がたくさん入っていて食べ応え十分。ひと手間加えるだけで立派な料理になった」と絶賛のお言葉をいただきました。



たんぱく質が摂れる
お手軽メニュー

全国の量販店、
コンビニエンスストア、
ドラッグストアで販売。
ECサイトからの
購入も可能です。



狩野さんのYouTube
「マイコチャンネル」で、
「からだシフトメニュー お料理
チャレンジ動画」を公開中！



詳しいレシピは
こちらから
からだシフト
ブランドサイト