



メニュー情報は裏表紙のQRコードからご確認いただけます。

三菱食品通信

株主・投資家の皆様へ

2022年度 通期報告 2022年4月1日～2023年3月31日

証券コード 7451

「中期経営計画2023」で掲げた定量目標を 1年前倒しで達成し、非常に好調な決算となりました



代表取締役社長
京谷 裕

Q. 2022年度の業績について教えてください。

A. 2022年度は、断続的な食品価格の値上げ、エネルギー価格の上昇等の外部環境の変化がありましたが、それらの環境変化に的確に対応したこともあり、「中経2023」で掲げた経常利益220億円・ROE8%を1年前倒しで達成することができ、非常に好調な決算となりました。売上高は、行動制限の緩和による人流の回復に伴い、業務用取引が復調したこと等により、1兆9,967億80百万円（前年同期比2.1%増加）となりました。利益面につきましては、採算管理強化による利益率の改善や業務用取引の復調に加え、子会社を新規連結したこと等により、営業利益は234億33百万円（前年同期比23.1%増加）、経常利益は251億99百万円（前年同期比23.7%増加）、親会社株主に帰属する当期純利益は171億26百万

円（前年同期比22.8%増加）となり、2年連続で過去最高益を更新すると同時に、自己資本当期純利益率（ROE）は9.7%（前年同期比2.1ポイント増加）となりました。

Q. 「中経2023」定量目標の早期達成を踏まえ、今後の展望について教えてください。

A. 前述のとおり、「中経2023」の定量目標を1年前倒しで達成することができました。これは「中経2023」で掲げた「新たな付加価値の創出」「デジタルを活用した業務効率化・需要創造」等の収益性向上施策が着実に成果に結び付いていることの証左であり、経常利益250億円の水準は、安定収益として確実に稼げる実力が付いてきていると考えております。

2023年度は「中経2023」の総仕上げとして、将来の在り姿を見据えた準備の年、助走期間と位置付けて成長戦略を加速してまいります。これまでに築き上げたおよそ250億円規模の安定収益基盤を維持しながら、新たな事業領域・成長分野での収益獲得を加え、2030年頃を目途に、300億円から350億円規模の収益基盤確立を目指してまいります。なお、成長分野と位置付けている4つの事業領域について、それぞれの成長戦略は次のとおりです。

1つ目は「データ×デジタルマーケティング」です。生活者の多様な価値観に対応した潜在需要の発掘を実現すべく、店外・店内におけるデジタル施策の多様なパッケージを、効果検証までの一連の流れとして提供してまいります。

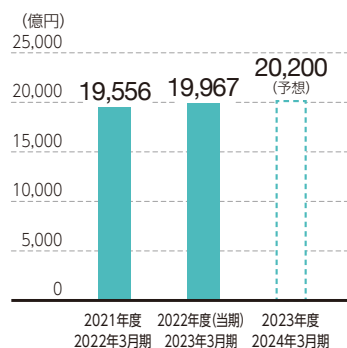
2つ目は「商品開発」です。世界的ブランドであるリンツ社より、日本国内市場におけるチョコレート製品の正規販売代理店として指定を受けました。また、オリジナル商品の開発においては、「データ×デジタルマーケティング」機能も最大限活用しながら、「情報価値・情緒的価値」を創造することで差別化する戦略を推進してまいります。

3つ目は、「物流事業」です。デジタル技術を最大限活用しながら、物流の課題解決を通じて、持続可能なコスト競争力がある食のサプライチェーン構築を推進します。

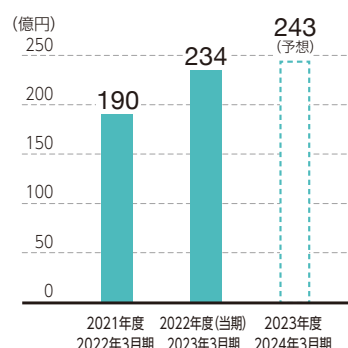
最後に、「海外事業」です。海外有望市場における「日本食文化」の浸透を通じた需要創造を、本格的に目指してまいります。

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

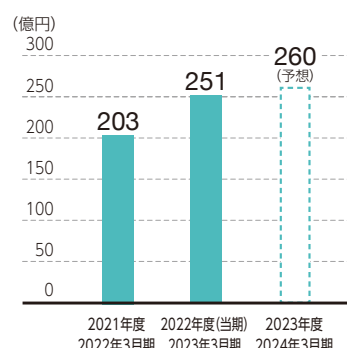
■売上高 1兆9,967億円



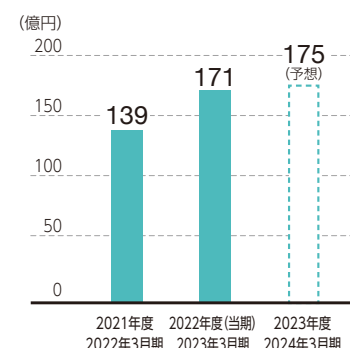
■営業利益 234億円



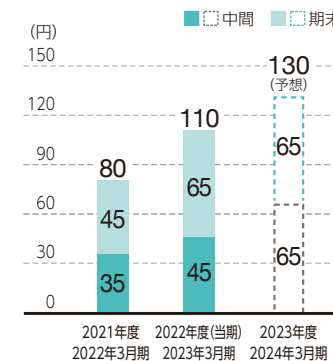
■経常利益 251億円



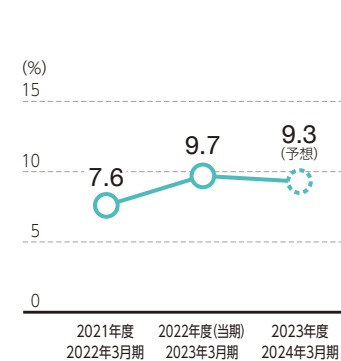
■親会社株主に帰属する当期純利益 171億円



■1株当たり配当金 110円



■自己資本当期純利益率(ROE) 9.7%



※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」の総仕上げとして、 将来の在り姿を見据え成長戦略を加速

「中期経営計画2023」で築き上げた安定収益基盤を基に、新たな事業領域・成長分野へのチャレンジが不可欠と考え、これらの分野に対する積極投資や人員シフトを加速してまいります。
今回はその中でも「データ×デジタルマーケティング」「商品開発」「物流事業」について、具体的な取り組み事例をご紹介します。

▶ 事業領域ごとの成長戦略

データ×デジタル マーケティング	データ×デジタルを活用した卸ならではの新たな需要創造型モデルの創出 ・位置情報や購買データ、出荷データ等による独自のデータプラットフォーム構築 ・店頭と生活者をデジタルで結び、企画立案から効果検証までを含む広告販促機能の提供
商品開発	輸入総代理店機能の拡充・情報価値創造型商品開発機能の強化 ・世界的ブランドであるリンツ社の正規販売代理店指定による日本国内での取り扱い ・地域産品のブランディングと日本食文化の輸出拡大に資する商品開発 ・からだシフト等オリジナル商品のラインアップ・シェア・販路拡大
物流事業	物流の社会課題解決を通じた持続可能な食のサプライチェーン構築 ・デジタルを活用したエリア最適配車やトラックの余積シェアリング等の推進 ・CRE戦略の推進による資産の有効活用と持続的なコスト競争力の確保
海外事業	日本の食文化にフォーカスした需要創造 ・日系及び東南アジア有力小売業とのパートナーシップによる日本商品の輸出・販売 ・海外での小売・外食・物流事業への経営参画

データ×デジタル マーケティング

データ×デジタルを活用した卸ならではの
新たな需要創造型モデルの創出

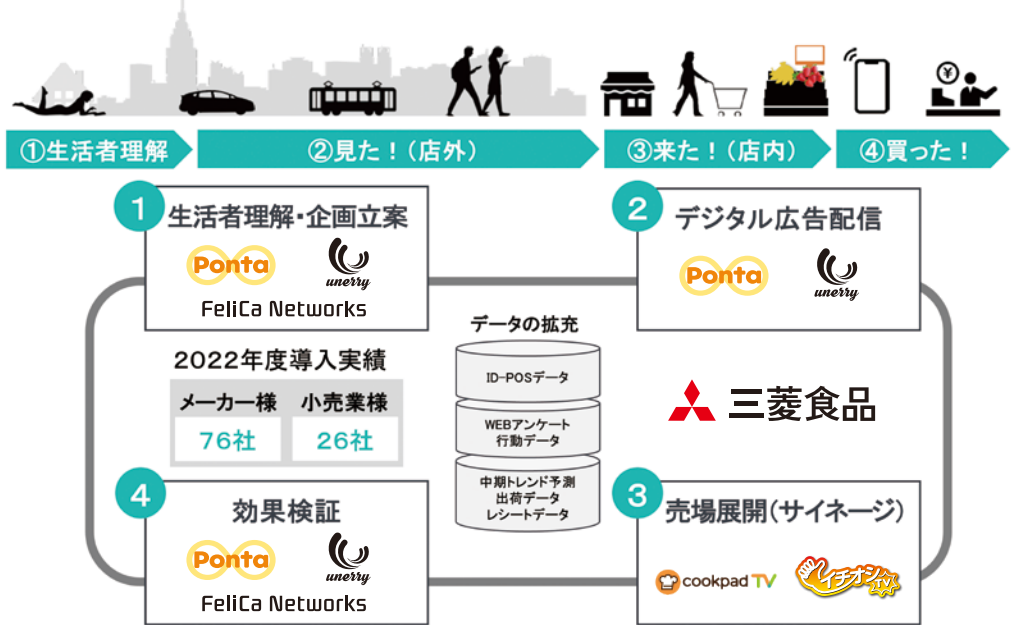
▶ マーケティングプラットフォームの構築で 生活者に楽しい買い物体験を！

当社は、小売業様16万店舗、メーカー様6,500社との日々のお取引を通じて得られるビッグデータと、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、豊富な生活者接点を活かし、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「データ×デジタルマーケティングプラットフォーム」の構築を推進しています。

このプラットフォームは、生活者の多様な価値観に基づいたターゲティングを基に(図①)、店外・店

内におけるデジタル媒体を用いた広告配信・売り場連動(図②③)、効果検証(図④)までを一連の流れとして提供するものです。2022年度は、メーカー様76社、小売業様26社が導入されました。

このプラットフォームの構築により、生活者には楽しい買い物体験を、食品流通業界には持続可能な事業環境を提供し、業界のさらなる発展に貢献していきます。



商品開発

輸入総代理店機能の拡充・情報価値創造型商品開発機能の強化

▶ オリジナルブランド「からだシフト」
第3弾「Happiness腸活」シリーズ新発売！

現代における健康的な食生活を総合プロデュースする、当社のオリジナルブランド「からだシフト」。第1弾「糖質コントロール」、第2弾「PROTEIN PLUS」に続く、第3弾「Happiness腸活」シリーズから8つの新商品が2023年3月13日に発売されました。当シリーズより菓子カテゴリーの商品も新たに加わり、「からだシフト」として合計65品のラインアップとなります。

「Happiness腸活」シリーズとは？

テーマは「こころ」と「からだ」の相関関係。医師／tenrai(株)代表取締役 桐村里紗氏によるアドバイスのもと、食物繊維で「からだ」を、はびねす乳酸菌[®]※で「こころ」をサポートし、生活の質を豊かにすることを目指します。

※はびねす乳酸菌は森永乳業(株)の登録商標です。

からだシフト「Happiness腸活」シリーズ

ごま豆乳坦々スープ

クリーミーな豆乳と
ごまのコク



30.3g / 250円(税抜)

参鶏湯

鶏のまろやかな旨味と
ショウガの風味



33.1g / 250円(税抜)

きのこのポタージュ

ポルチーニが香る
濃厚なポタージュ



150g / 270円(税抜)

とん汁

ジャガイモ、ニンジンが
ゴロゴロ入ってお腹も満足



150g / 270円(税抜)

オートミール

食物繊維と乳酸菌が同時に
摂れるオートミール！



200g / 500円(税抜)

レーズンサンド

ラムレーズン入りクリームを
糖質OFFクッキーにサンド



20g×3個 / 320円(税抜)

ミルクパウンドケーキ

北海道産牛乳使用で
しっとり、優しい食感



18.8g×6個 / 300円(税抜)

こんにゃくゼリーミックス

ジューシーなブドウとモモの
2種のフレーバー



160g(10個・5×2種類) / 250円(税抜)

▶ 日本国内におけるリンツ社製品の正規販売代理店へ
身近な店舗で購入が可能に

スイス・チューリッヒに拠点を置くリンツ＆シュプルングリー社より、日本国内市場におけるリンツブランドチョコレート製品の正規販売代理店として指定を受け、2023年6月1日より全国にて販売を開始しました。

従来主力販売先である専門店中心の販売も継続

しながら、当社の卸機能を活用し、全国のスーパーマーケットやコンビニエンスストア等のマスマーケットにも販売を拡大。試食販売や什器展開等のプロモーションを実施し、より身近な商品へと認知を広げていきます。

リンツとは



1. リンツ＆シュプルングリー社は、178年の伝統を持つチョコレートメーカー。
2. 上質なカカオ品種の選択、カカオ豆の調達から生産、商品供給まで一貫して管理する、世界でも数少ない「Bean to Bar」のチョコレートメーカーの1社。
3. チョコレートの4大革命^{※1}のひとつ、「コンチング」を発明し、輝くあめらかなチョコレートの製造に成功。
4. そのおいしさや口溶けの良さから、輸入チョコレートブランド第1位^{※2}を誇る。

※1 チョコレート4大革命：①ココアの発明 ②固形チョコレートの発明 ③ミルクチョコレートの開発 ④コンチングの発明

※2 出典：KSP-POS(食品SM)(期間2022年4月～2023年3月 輸入チョコレートのみ抜粋)

●主な取り扱い商品

リンドール

なめらかにとろけるチョコレートのシェル(殻)にフィリング(中身)をつめたトリュフ型チョコレート。リンツ一番の人気商品。



ミルクが5粒入った
パック商品。



ミルク・ホワイト各2粒、
エキストラビター1粒が
入ったアソートパック。

エクセレンス

薄さと最高級原材料による口溶けと
香りが魅力のダークチョコレート。



物流事業

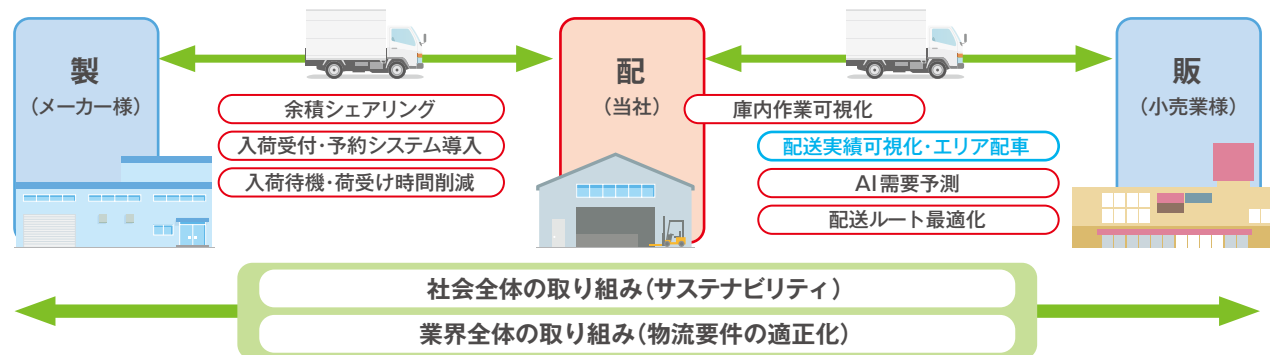
物流の社会課題解決を通じた持続可能な食のサプライチェーン構築

▶ 限られたリソースを有効活用して持続可能な物流の実現を目指す

当社は、物流のデジタル化を推進し、食品物流のムリ・ムダ・ムラの是正に取り組んでいます。メーカー様、小売業様と連携を図り、限られたリ

ソースを有効活用しながら、持続可能なサプライチェーンの構築と物流の社会課題の解決に挑戦しています。

●当社の取り組み



配送実績可視化・エリア配車の取り組み事例

●配送合理化の取り組み

2024年4月にドライバーの労働時間に上限規制がかかることを受け、人手不足による物流クライシスが懸念されています。当社は、自社が活用しているトラック3,500台の動態可視化を通じて、車両積載率の向上と配送効率の最適化を実現し、持続可能なサプライチェーンの構築に挑戦していきます。



当社の首都圏エリアを中心に、全国3,500台のトラックに採用。



MOVO Fleetの導入で、協力会社車両の一括管理を実現。同データに当社が持つ独自のデータを掛け合わせることで、車両回転数と積載効率の算出が可能に。



データの活用により、当社で物流拠点ごとに配車している支線配送トラックを拠点相互に融通させ、さらにはメーカー集荷までの配車プランの策定も実現。

スタートアップ企業への投資と協業を通じ
既存事業の変革・新規事業の創出へ

当社は、スタートアップ企業との連携推進を目的に、2022年度より社長直下管轄に関連機能を補強し、スタートアップ企業やベンチャーキャピタル等との連携を強化しています。また、スタートアップ企業への投資促進を視野に、投資資金の分配も含めた関連施策の整備を進めています。今後も、将来性あるスタートアップ企業に対し、当社の機能・アセットを積極的に提供し、新たな経済価値・社会価値・環境価値の創造を目指してまいります。



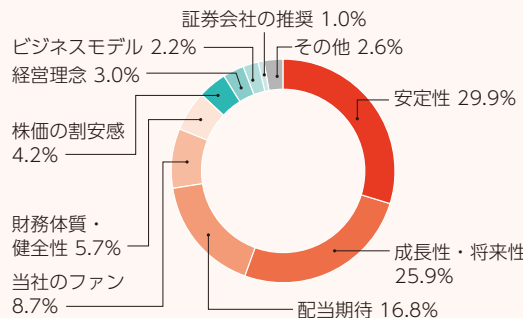
初号案件
※5月31日プレスリリース

「つくりおき.jp」を提供する(株)Antway との包括的業務提供を締結しました。
また、第三者割当増資により発行された株式の一部を引き受けています。

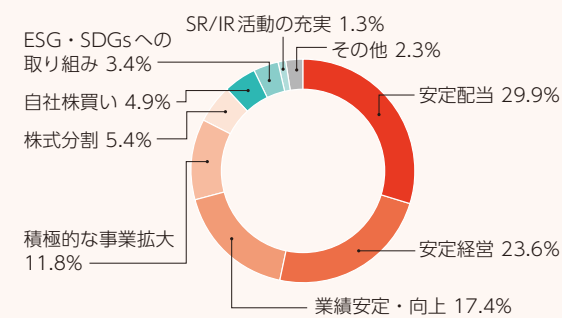
株主様アンケート結果ご報告

当社は、株主の皆様のご意見を伺うため、2022年12月にアンケートを実施しました。株主の皆様から貴重なご意見を頂戴し、心よりお礼申し上げます。紙面の都合上、一部ではございますがアンケート結果を報告します。

実施期間：
2022年12月1日～28日
ご回答いただいた株主様：
320名（全体の6.9%）

Q1 当社株式を購入された際、
最も重視したこと

Q2 今後、当社に期待すること



いただいたご意見・ご要望は、今後の経営やIR活動の参考といたします。

■株式の状況

(2023年3月31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**

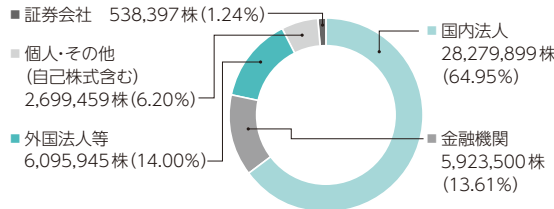
(自己株式488株含む)

一単元の株式の数 **100株**

株主数 **5,448名**

(前期末比876名増)

所有者別株式分布



(注)「個人・その他」には自己株式488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)	3,332	7.65
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	1,191	2.73
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
株式会社ニッスイ	497	1.14
三菱食品従業員持株会	454	1.04

(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

(2023年3月31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4,080名

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)

(2023年6月26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	吉川 雅博
取締役	國政 貴美子
監査役(常勤)	山川 幸樹
監査役(常勤)	海上 英治
監査役	小島 吉晴
監査役	吉川 栄二

(注1) 取締役 柿崎環氏、吉川雅博氏、國政貴美子氏は社外取締役であります。
(注2) 監査役 海上英治氏、小島吉晴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出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。



2種類のチーズでコク深い味わい
ピッツァマルゲリータ (冷凍)



国産キャベツをたっぷり使用
お好み焼 豚玉 (冷凍)



カシューペーストと完熟トマトの
おいしさ バターチキンカレー



糖質量の少ない鶏肉と筍入り
グリーンカレー



シリーズ第1弾 糖質コントロールシリーズ 好評につき新商品を発売！全47品※に！

「おいしさ」＝「続けられる」を前提に現代人に必要とされる健康テーマで、幅広い商品ラインアップを展開する「からだシフト」。

第1弾「糖質コントロール」から、2月に新商品「ピッツァマルゲリータ (冷凍)」を発売。イタリア産トマトを使用したソースと、2種類のチーズ (モッツアレラチーズ、パルメザンチーズ) をトッピングし、本格的な味わいに仕上げています。これからの季節にぴったりな「バターチキンカレー」「グリーンカレー」や、だしをきかせてふんわり仕上げた「お好み焼 豚玉 (冷凍)」もオススメです。

※2023年6月現在

表紙「スフレオムレツチキンのトマト煮がけ」



シリーズ第2弾 PROTEIN PLUSシリーズ たんぱく質摂取で 健康、美容、筋肉増強をサポート

1日を通してバランスよくたんぱく質を摂取することで、健やかな身体づくりをサポートする「PROTEIN PLUS」シリーズ。健康や美容、筋肉増強等を目的に、普段の食事ではたんぱく質を補いたい人や、本格的にプロテインを摂取したい人等、ターゲットを明確にして2022年春に全面リニューアルを図りました。

料理のアレンジがきく「チキンのトマト煮」や、コク深いふっくらジューシーな「ハンバーグ デミグラスソース」、1杯で鉄やカルシウム、ビタミンD、食物繊維等が摂れる「大人の贅沢ココア」等を展開しています。

シリーズ第3弾「Happiness腸活」は、
本編5ページをご覧ください！



完熟トマトのソースで煮込んだ
チキンのトマト煮



レシピは
こちらから▶



からだシフト
ブランドサイト



コク深いふっくらジューシーな
ハンバーグ デミグラスソース



ホットでもアイスでもおいしい
大人の贅沢ココア

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。