

三菱食品株式会社
2015年度(2016年3月期)
決算説明会

2016年5月11日

目次

1. 2015年度(2016年3月期)決算概要
2. 2016年度(2017年3月期)業績予想
3. 経営方針2020

1. 2015年度(2016年3月期) 決算概要

2015年度(2016年3月期) 連結業績(前期比)

(単位:億円)

	2014年度	2015年度	
	実績	実績	前期比
売上高	23,373	23,831	458
営業利益	153	169	16
経常利益	172	182	10
親会社株主に帰属する 当期純利益	98	125	27
1株当たり 当期純利益(円)	170.67	218.63	47.96
1株当たり配当金(円)	42.00	50.00	8.00

- ◆ 売上高は、スーパーマーケット等を中心に取引が総じて堅調に推移し、増収
- ◆ 利益面は、物流費が増加するも売上総利益の増加等により、増益
- ◆ 配当は、連結配当性向20%以上の方針や当期業績及び財務状況等を踏まえ、1株当たり8円増配

2015年度(2016年3月期) 品種別売上高(前期比)

(単位:億円)

	2014年度		2015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	2,707	11.6	2,771	11.6	64	2.4
麺・乾物類	1,506	6.4	1,569	6.6	63	4.2
嗜好品・飲料類	2,524	10.8	2,675	11.2	151	6.0
菓子類	2,674	11.4	2,761	11.6	87	3.2
冷凍食品類	4,326	18.5	4,528	19.0	202	4.7
チルド食品類	4,281	18.3	4,172	17.5	▲110	▲2.6
ビール類	2,191	9.4	2,191	9.2	0	0.0
その他酒類	1,954	8.4	1,901	8.0	▲53	▲2.7
その他	1,208	5.2	1,262	5.3	53	4.4
合計	23,373	100.0	23,831	100.0	458	2.0

- ◆「嗜好品・飲料類」は、CVSカウンターコーヒーの好調による飲料類の伸長で増加
- ◆「菓子類」は、健康志向を背景にチョコレート、シリアルが好調に伸長し増加
- ◆「冷凍食品類」は、業務用冷凍商材等が堅調に推移し増加
- ◆「チルド食品類」は、CVS向け弁当製造ベンダーとの取引形態変更の影響を除くと実質増加

2015年度(2016年3月期) 業態別売上高(前期比)

(単位:億円)

	2014年度		2015年度		前期比増減	
	金額	構成比(%)	金額	構成比(%)	金額	率(%)
卸売	2,163	9.3	2,099	8.8	▲65	▲3.0
GMS	1,881	8.1	1,862	7.8	▲18	▲1.0
SM	8,908	38.1	9,140	38.4	233	2.6
CVS	6,894	29.5	7,068	29.7	174	2.5
ドラッグストア	922	3.9	985	4.1	63	6.9
ユーザー	623	2.7	631	2.6	8	1.3
その他直販	1,671	7.1	1,737	7.3	66	3.9
メーカー・他	311	1.3	308	1.3	▲3	▲0.9
合計	23,373	100.0	23,831	100.0	458	2.0

- ◆ 「SM」は、一昨年の消費税増税後の反動減からの回復に加え、取引が堅調に推移したことによる増加
- ◆ 「CVS」は、弁当製造ベンダーの取引形態変更の影響はあるも、取引伸長により増加
- ◆ 「その他直販」は、ディスカウントストアやEC事業者との取引増加

※ 2015年度において一部業態区分を見直したことにより、2014年度についても組替えております。

2015年度(2016年3月期) 特別損益明細(前期比)

(単位:億円)

	2014年度	2015年度	
	実績	実績	前期比
投資有価証券売却益	9	17	8
固定資産売却益	5	9	4
【 特別利益 】 計	14	25	12
固定資産売却損	1	0	▲1
投資有価証券評価損	2	2	1
減損損失	25	18	▲7
その他	1	0	▲0
【 特別損失 】 計	28	20	▲8
特 別 損 益	▲15	5	20

◆引き続き資産の健全化に取り組み、投資有価証券や遊休不動産等の売却損益、減損損失が発生

2015年度(2016年3月期) B/S(前期比)

(単位:億円)

	2014年度	2015年度	
	3月末	3月末	前期比
流動資産	4,568	4,797	229
固定資産	1,204	1,197	▲7
総資産	5,772	5,994	222
流動負債	4,166	4,313	147
固定負債	216	200	▲16
負債合計	4,382	4,512	131
純資産	1,390	1,481	91
1株当たり純資産(円)	2,416.01	2,591.98	175.97
自己資本比率	23.9%	24.7%	0.8P

2015年度(2016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		
	2014年度	2015年度	増減額	増減率(%)	2014年度	2015年度	増減額
加工食品	7,375	7,570	195	2.6	37	44	7
低温食品	9,116	9,307	191	2.1	83	97	15
酒類	4,199	4,190	▲9	▲0.2	10	13	3
菓子	2,660	2,746	85	3.2	20	25	6
その他・調整	23	18	▲4	▲19.7	3	▲11	▲14
合 計	23,373	23,831	458	2.0	153	169	16

- ◆ 加工食品： CVS、通販との取引伸長等により増収、販管費削減等により増益
- ◆ 低温食品： SM等を中心に取引が堅調に推移したことにより増収増益
- ◆ 酒 類： 子会社株式の売却の影響により減収も、販管費削減等により増益
- ◆ 菓 子： 各小売業との取引堅調等により増収、在庫管理精度の向上等により増益

2015年度(2016年3月期) 連結業績(予想比)

(単位:億円)

	2015年度		
	業績予想	実績	業績予想比
売上高	23,500	23,831	331
営業利益	157	169	12
経常利益	175	182	7
親会社株主に帰属する 当期純利益	110	125	15
1株当たり当期純利益(円)	192.51	218.63	26.12

- ◆ 売上高は、酒類事業で子会社の連結除外により予想を下回るも、他のセグメント(加工食品・低温食品・菓子)が好調に推移したことにより、売上高合計では予想を上回る
- ◆ 営業利益は、売上高の増加や販管費の削減等により予想を上回る

2. 2016年度(2017年3月期) 業績予想

2016年度(2017年3月期) 業績予想

(単位:億円)

	2015年度		2016年度		前期比	
	実績	売上比 (%)	業績予想	売上比 (%)	額	率(%)
売上高	23,831	—	23,950	—	119	0.5
営業利益	169	0.7	174	0.7	5	3.0
経常利益	182	0.8	185	0.8	3	1.5
親会社株主に帰属する 当期純利益	125	0.5	118	0.5	▲7	▲5.5
1株当たり当期純利益(円)	218.63	—	206.52	—	▲12.11	—
1株当たり配当金(円)	50.00	—	50.00	—	0.00	—

2016年度(2017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			
	2015年度	2016年度	増減額	増減率 (%)	2015年度	2016年度	増減額	増減率 (%)
加工食品	7,500	7,510	10	0.1	46	49	3	7.3
低温食品	9,307	9,310	3	0.0	97	100	3	2.6
酒類	4,260	4,310	50	1.2	11	12	1	7.4
菓子	2,746	2,800	54	2.0	25	26	1	2.3
その他・調整	18	20	2	9.8	▲11	▲13	▲2	—
合計	23,831	23,950	119	0.5	169	174	5	3.0

※2016年度の一部組織改編(「加工食品」から「酒類」へ)に伴い、2015年度実績を組替えております。

設備投資等の状況

(単位:億円)

	投資額			償却額・支払リース料		
	2014年度	2015年度	2016年度 予想	2014年度	2015年度	2016年度 予想
設備投資 (リース含む)	47	30	41	56	52	51
システム開発等	45	81	45	12	16	29
合 計	92	111	86	68	68	80

- ◆ 設備投資は、物流センターの庫内設備工事が中心
- ◆ システム開発等は、次世代システム「MILAI」への投資が中心

三菱食品 経営方針2020

2016年5月11日



目次

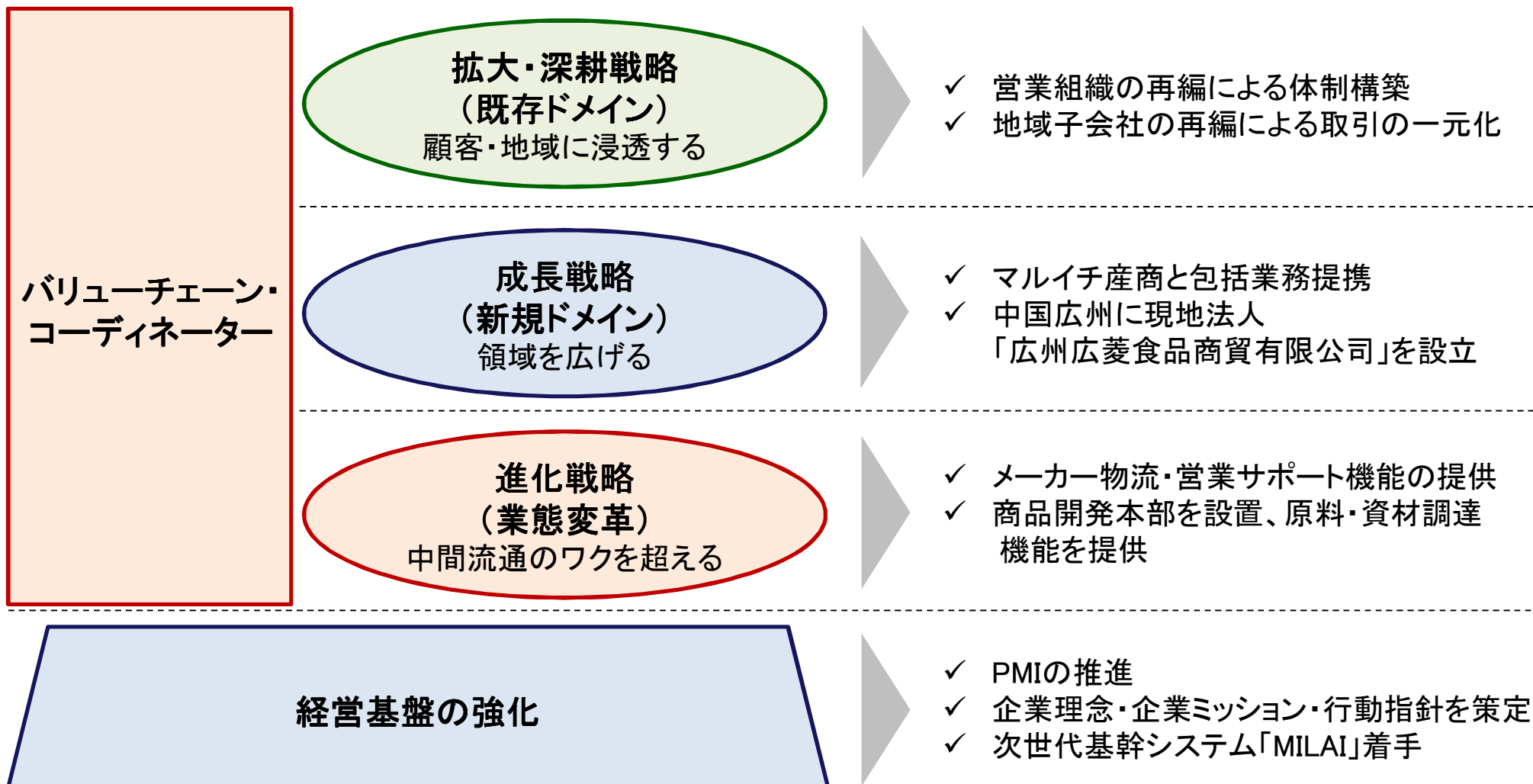
- ・中期経営計画2015総括
- ・外部環境認識
- ・経営方針2020で目指す姿
- ・総合食品商社として
- ・三菱商事グループとして
- ・「中核」を目指す企業として
- ・定量目標

中期経営計画2015総括＜定性面＞

3つの戦略について効果が出つつあると共に、経営基盤については旧会社の統合や新生三菱食品の文化形成を含め、着実に強化がなされた。

戦略骨子

成果



中期経営計画2015総括<定量面>

経営基盤強化を中心とした各種施策の結果、2015年度に経営統合後初の増収増益を達成し、次のステージに向けた準備が整った。

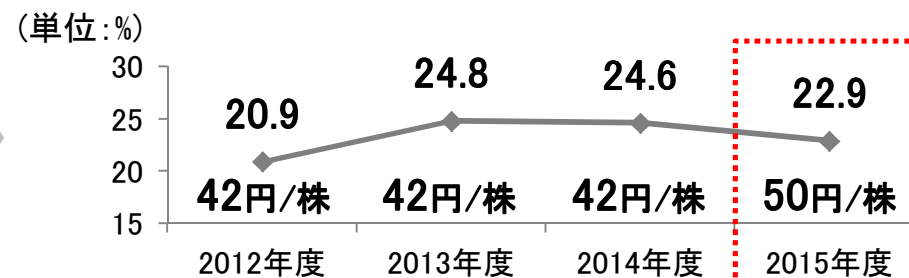
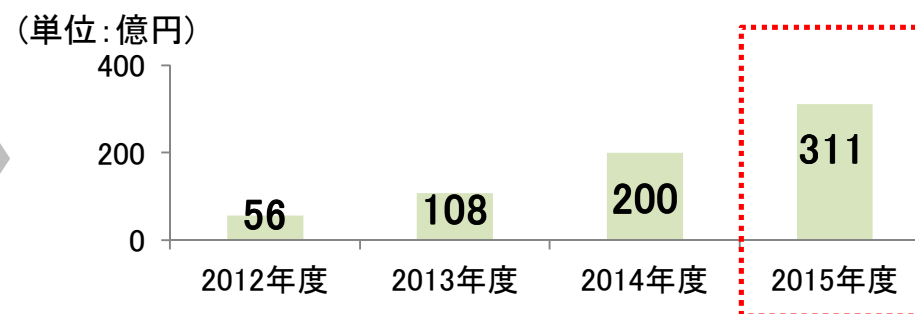
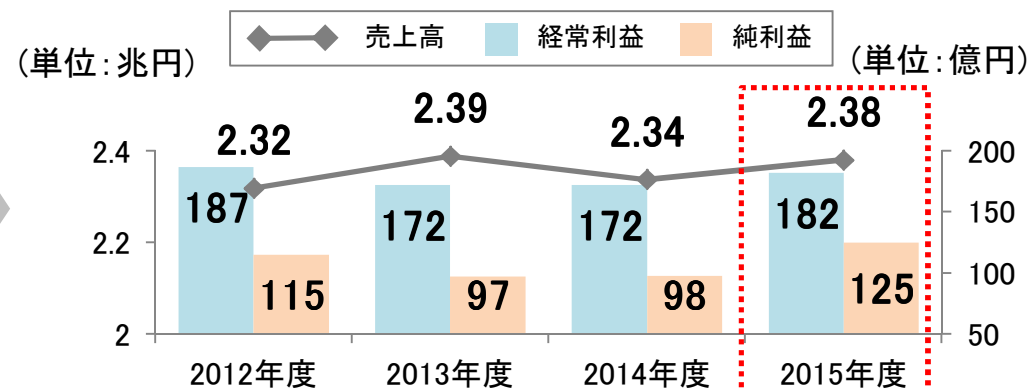
目標

売上高 3兆円
 経常利益 300億円
 純利益 170億円

累積投資額 400億円

配当性向 20%

実績



外部環境認識

顧客やパートナーを取り巻く環境は目まぐるしく変化しており、テクノロジーの進展も含め、今後更なる変化の加速が想定される。

顧客 (生活者)

- ✓ 人口減少、高齢化、世帯構造変化、外国人の増加に伴う食ニーズの多様化
- ✓ 家庭内調理の減少による中食・配食の拡大
- ✓ 安心・安全に対する意識の高まり

パートナー (原料生産・製造・物流・小売)

- ✓ 人手不足の深刻化による物流費・人件費の上昇
- ✓ グローバルな需要変動による原料乱高下
- ✓ TPP発効に伴う輸入品の増加

テクノロジー

- ✓ 物流テクノロジーの進展によるIT化・機械化投資の重要性の増大
- ✓ 解析技術の進展によるデータ活用の普及
- ✓ eコマース形態(B2C、C2C)の多様化

変化を想定し、対応する能力を高め、“日本の食を支える”ことが求められている

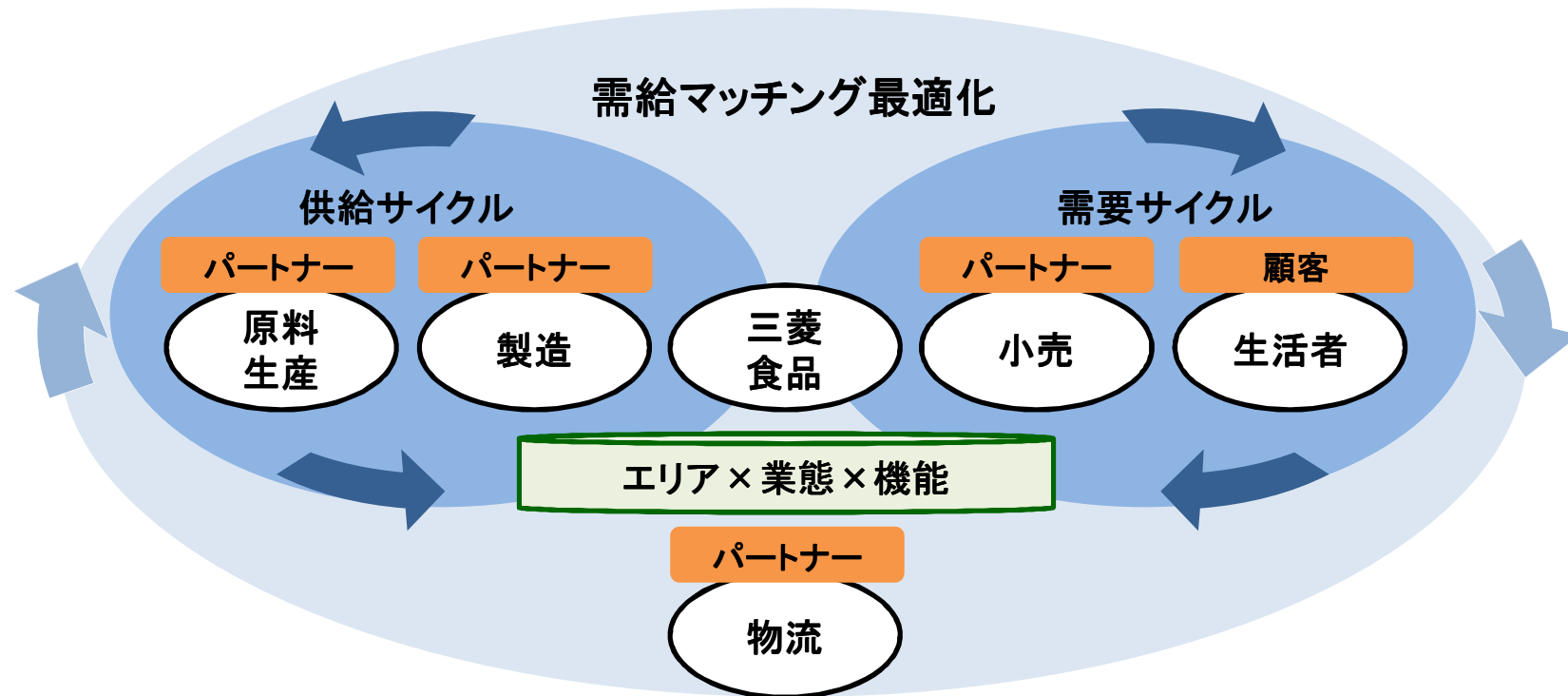
経営方針2020で目指す姿

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

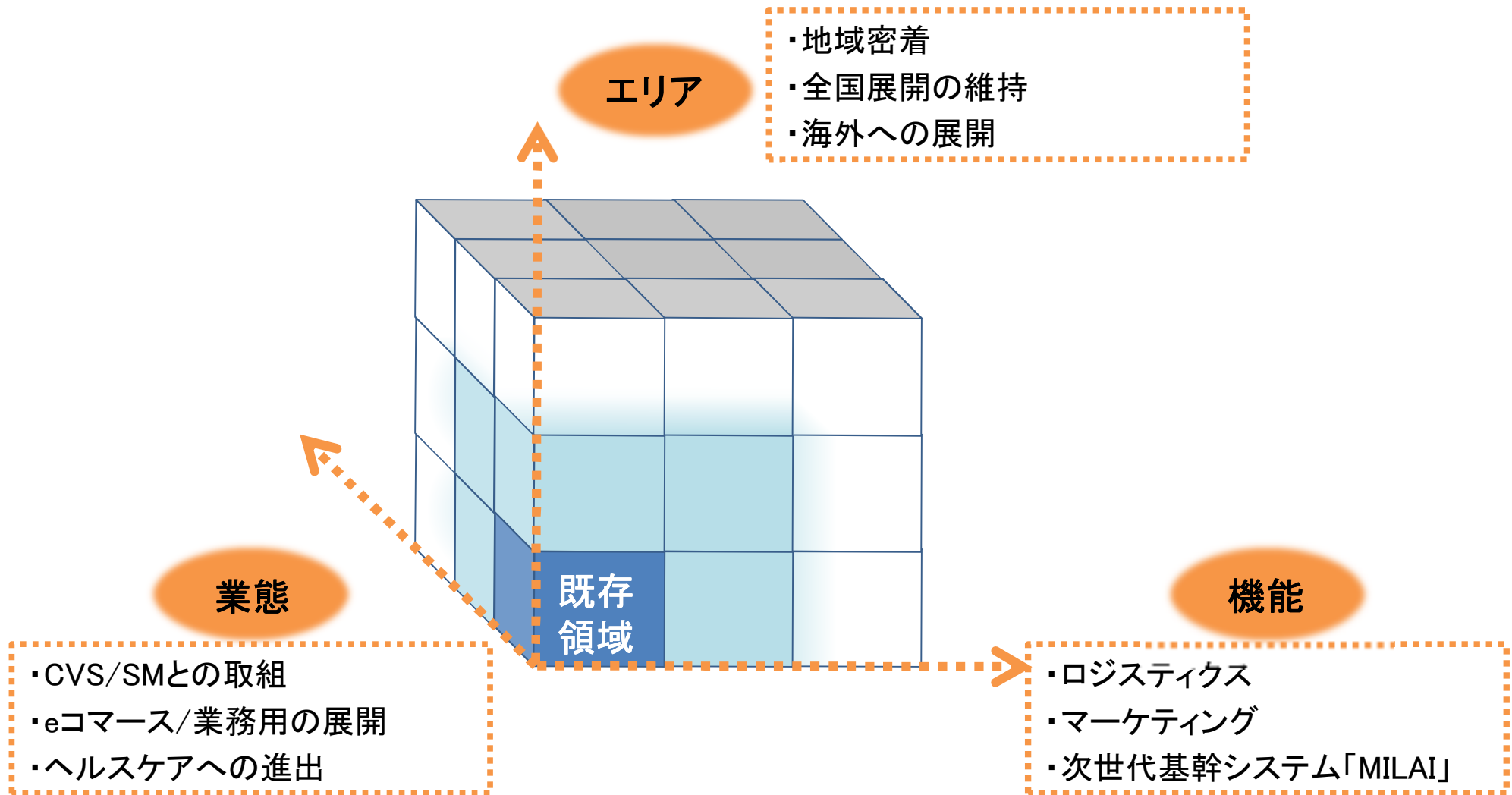
①総合食品商社
として

②三菱商事グループ
として

③「中核」を目指す
企業として

①総合食品商社として

従来の食品卸の枠を超え、エリア・業態・機能の面で多様性を有する
「総合食品商社」となる。



①総合食品商社としての機能強化「MILAI」

オープンプラットフォームとしての「MILAI」を通じ、
各パートナーとバーチャルSPAを形成し、「流通の最適化」を推進する。

物流の最適化

- 重点投資項目** → モノの流れ
- ✓ AIを活用した需給コントロール機能
 - ✓ テクノロジーを駆使した物流機能

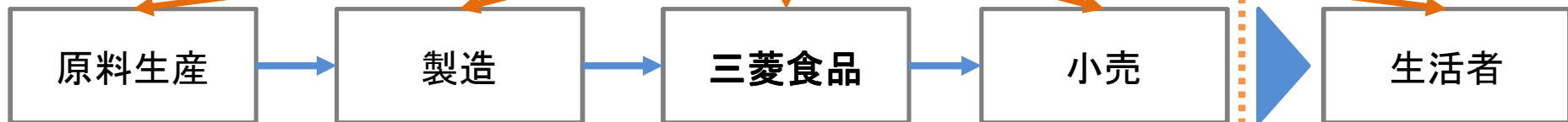
次世代基幹システム
(2016年度より順次稼働)



マーケティングの高度化

- 重点投資項目** → 情報の流れ
- ✓ ビッグデータ解析
 - ✓ 外部システム連携

バーチャルSPAの形成



- ✓ トレーサビリティ
- ✓ 産地情報伝達
- ✓ 資源の有効活用

- ✓ 製造計画
- ✓ 商品開発
- ✓ 原材料調達

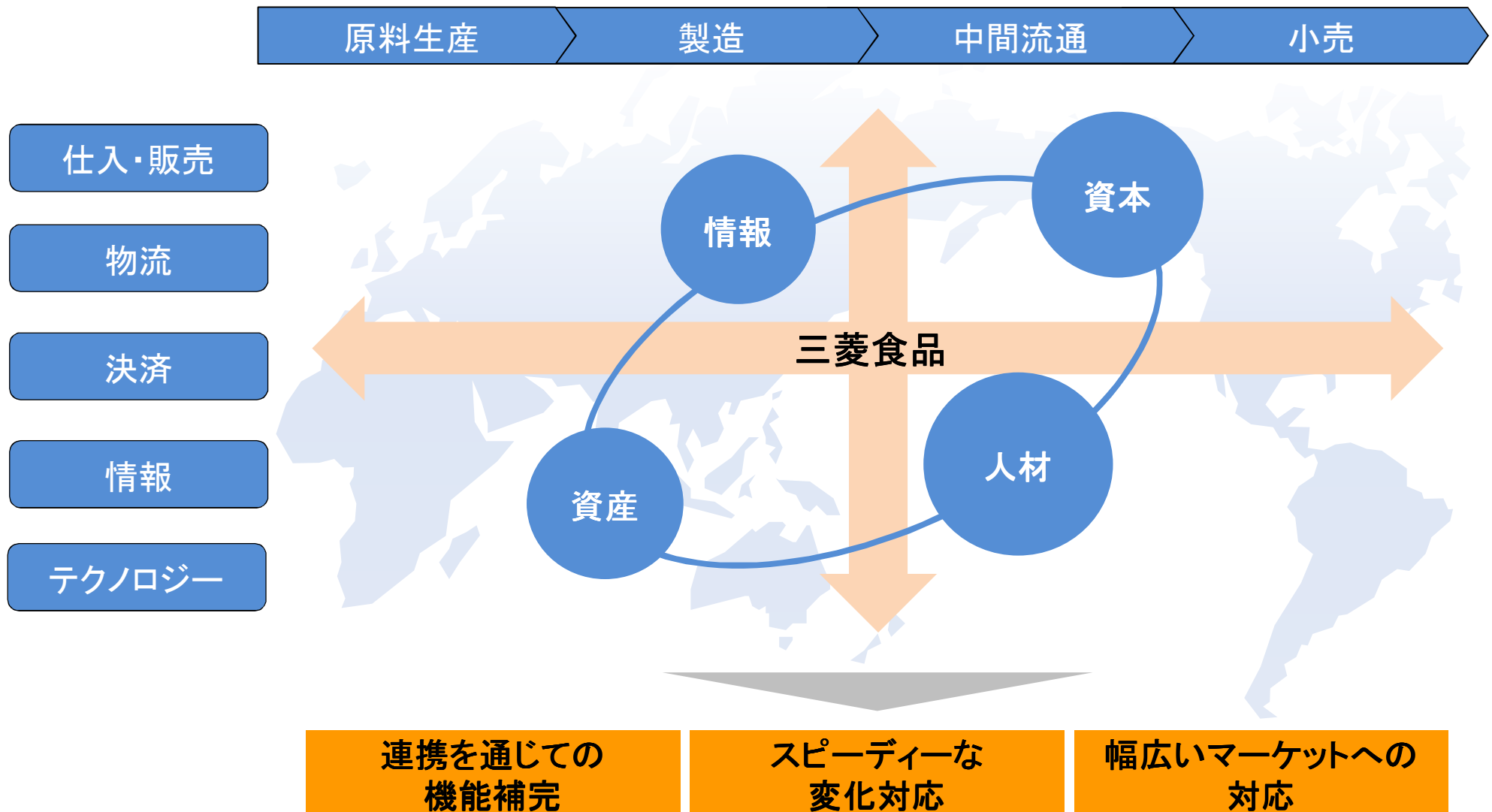
- ✓ パートナー連携
- ✓ 在庫回転率
- ✓ 活用範囲拡大

- ✓ 販売計画
- ✓ 購入機会提供
- ✓ 豊かな品揃え

- ✓ 鮮度感
- ✓ 適正価値購入
- ✓ 商品発見

②三菱商事グループとして

自社の力に加え、三菱商事グループを巻き込み、総力を結集することで、機能の更なる拡充・スピーディーな対応を生み出し、“より良い”食品流通を実現する。



③「中核」を目指す企業として

“より良い”食品流通の実現に向け、
5つの行動指針に基づいた取組を継続的に推し進める。

わが社行動指針

経営方針2020で取組むこと

自覚と誇り	日本の食文化への貢献 ⇒ CSV（共通価値の創造）
革新・チャレンジする精神	食品流通のムリ・ムダ・ムラ是正 ⇒ 旧慣習からの脱却
自由で風通しの良い社風	品位と品性ある活動 ⇒ コンプライアンス
共創・共生	女性活躍推進・働き方改革 ⇒ ダイバーシティ
真のプロフェッショナルリズム	食流通のマルチタレント育成 ⇒ 人材開発

定量目標

機能強化・事業規模拡大に向けた投資を実行し、
経常利益率1%を早期に実現するとともに適切な株主還元を実施する。

経営方針2020

経常利益率1%を
早期に実現

投資

機能強化に向けた投資により更なる
付加価値を提供

- ✓ 物流投資
- ✓ マーケティング投資
- ✓ システム投資

新規事業への投資による事業規模拡大

配当

年間50円を下限とした安定配当を継続

中長期目標

売上高3兆円
経常利益300億円