

CORPORATE REPORT 2021

コーポレートレポート 2021



伊藤忠食品株式会社

■大阪本社 〒540-8522 大阪府大阪市中央区城見2-2-22
電話 (06) 6947-9811

■東京本社 〒107-8450 東京都港区元赤坂1-2-7 赤坂Kタワー
電話 (03) 5411-8511

■本報告書についてのお問い合わせ先

経営企画本部 経営企画部 広報・CSRチーム
電話 (03) 5411-8513



本報告書は、環境に配慮した「FSC® 認証紙」、VOC 削減効果の高い「NON-VOC インキ」「水なし印刷」を使って作りました。
日本 WPA を通じてカーボンフリーコンサルティングが扱うクレジットによりカーボンオフセットしています。
1,500 冊作成のための総排出量は 1,495kg になります。



「健康で豊かな食生活創り」 受け継がれる

伊藤忠食品は、1886年(明治19年)に洋酒食料品雑貨の輸出入商及び卸問屋業「松下善四郎商店」として創業し、洋酒、缶詰、雑貨などの舶来品の取り扱いから事業を始めました。

その後、国内食品産業の発展に合わせ、1971年に東京の「鈴木洋酒店」と大阪の「松下商店」が合併し「松下鈴木」となり、広域化する小売業の要請に応える体制を整備しました。

1996年には名古屋の「メイカン」と合併し、現在の伊藤忠食品が誕生しました。

このように時代の変化に対応することで、日本の食とともに歩んでまいりました。

企業理念である「常に時代の変化と要請を先取りし、健康で豊かな食生活創りを通じて消費者と社会に貢献」することを通じて、さらなる成長を目指します。

1875



鈴木洋酒店が創業

洋酒が医薬品として扱われていた明治時代初期、横浜の外国商館で働いていた経験から輸入商品に明るかった鈴木恒吉は、洋酒の将来性を確信し1875年9月東京・日本橋本町に洋酒缶詰直輸出入商の鈴木洋酒店を創業しました。

1886



松下善四郎商店が創業

海外の文化を取り込み、食の分野でも数多くの舶来品が入ってきた明治時代、創業者 松下善四郎が武田長兵衛商店(現、武田薬品工業)から洋酒食料品部門を譲り受け、神戸の外資系商社より洋酒や舶来品などを仕入れる洋酒食料品雑貨直輸入商及び卸問屋業として1886年2月11日、松下善四郎商店を創業しました。

1934



名古屋乾物(後のメイカン)が創業

大正末期から昭和初期、人口が急増し産業都市に発展した名古屋では食料品業界も急拡大しました。同時に準戦時体制の色濃くなるなか、名古屋水産市場では市場活性化のためにも同業者同士が手を取り合い規模の拡大を目指そうという機運が高まりました。そこで地元の老舗乾物問屋4社が話し合いを重ねた結果、1934年9月10日名古屋乾物(後のメイカン)を創業しました。

CONTENTS

03 伊藤忠食品の歩み

伊藤忠食品の価値創造

05 価値創造プロセス

07 社長メッセージ

10 決算ハイライト・計画・配当

11 持続的な成長を支える
マテリアリティ(重要課題)の取り組み

価値創造の基盤

13 特集 ダイバーシティの取り組み

Environment

15 地球環境との関わり

Social

17 お客様・消費者との関わり

19 社会との関わり

21 従業員との関わり

Governance

23 ガバナンス

29 財務データ

31 企業情報

編集方針

伊藤忠食品のコーポレートレポートは、当社グループの持続的な価値向上に向けた取り組みと、中長期的な戦略をステークホルダーの皆様によりわかりやすくお伝えすることを目的としています。なお、今回のコーポレートレポートでは、中期経営計画達成に向けた活動報告と、社会課題解決に向けた取り組み施策を中心に掲載しています。

WEBサイト

▷伊藤忠食品「伊藤忠食品のCSR」
<https://www.itochu-shokuhin.com/csr/>
▷伊藤忠食品「企業情報」
<https://www.itochu-shokuhin.com/company/>

報告対象範囲

伊藤忠食品単体を対象としていますが、一部項目では、伊藤忠食品グループ全体の活動を報告しています。

報告対象期間

2020年度(2020年4月1日～2021年3月31日)。ただし、一部、それ以前の経緯や、2021年度の活動、将来の活動予定も報告しています。

発行年月

2021年8月

伊藤忠食品の歩み

当社は、130年以上の歴史で培った卸機能をさらに磨き上げるとともに、時代の変化と要請を先取りした取り組みを積極的に推進してきました。また昨今は、社会課題解決のために本業を通じたCSR^{*1}・CSV^{*2}活動を展開し、ESG^{*3}に関わる取り組みを加速することで、SDGs^{*4}への貢献により企業価値向上に取り組んでいます。

*1 CSR (Corporate Social Responsibility) : 企業の社会的責任
 *2 CSV (Creating Shared Value) : 社会課題に取り組むことで社会的価値と経済的価値を同時に創造すること
 *3 ESG : 環境 (Environment)、社会 (Social)、ガバナンス (Governance) の取り組み
 *4 SDGs (Sustainable Development Goals) : 国連で採択された 2030 年をゴールとする持続可能な開発目標

企業理念

常に時代の変化と要請を先取りし、健康で豊かな食生活創りを通じて消費者と社会に貢献します

社是

当社は堅実を旨とし、驕ることなく、常に誠実をもって取引先に接し、信義を重んじ、和の精神に則り、社業の発展にたゆまざる努力をすること

沿革

<p>1875 鈴木洋酒店創業</p> <p>1886 松下善四郎商店創業</p> <p>1934 名古屋乾物(後のメイカン)創業</p>	<p>1971 松下商店と鈴木洋酒店が合併し、松下鈴木が誕生</p> <p>西の松下商店と東の鈴木洋酒店が合併し松下鈴木が誕生、全国卸化。</p>  <p>松下商店・鈴木洋酒店合併</p>	<p>1982 伊藤忠商事との資本業務提携</p> <p>組織小売業の広域化・規模拡大に伴い、伊藤忠商事と資本業務提携契約を締結。経営体制の強化を図る。</p>  <p>伊藤忠商事と資本業務提携</p>	<p>1983 物流会社、新日本流通サービスを設立</p>  <p>新日本流通サービスを設立</p>	<p>1996 伊藤忠食品の誕生</p> <p>伊藤忠グループの松下鈴木とメイカンが合併し伊藤忠食品が誕生。</p>  <p>伊藤忠食品誕生</p>	<p>2001 東証一部上場</p>  <p>東京証券取引所第一部に上場</p>	<p>2006 アイ・エム・シーを設立</p> <p>百貨店の食品売場の運営受託を行う子会社として「アイ・エム・シー」を設立。</p>  <p>アイ・エム・シー</p>	<p>2008 ISC ビジネスサポートを設立</p> <p>経理、債権管理、データ入力などの事務管理業務を分社化し、「ISC ビジネスサポート」を設立。</p>  <p>ISC ビジネスサポート</p>	<p>2012 スハラ食品(北海道・小樽市)の株式を追加取得し連結子会社化</p>  <p>スハラ食品</p>	<p>2016 創業130年を迎える</p>	<p>2020 中期経営計画「Transform 2022 ~領域を超えて~」を策定</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------------------------------------

創業者



松下善四郎商店社主
三代目 松下 善四郎



鈴木洋酒店創業者
鈴木 恒吉

歴代社長・会長

初代社長

 桜井 勝蔵 社長【1918-1927年】	 岩井 清七 社長【1927-1945年】	 松下 善一 社長【1945-1953年】 会長【1953-1977年】	 岩井 感吾 社長【1953-1969年】	 今井 重太郎 社長【1969-1977年】 会長【1977-1982年】
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

 松下 善四郎 社長【1977-1985年】 会長【1985-1996年】	 宇坪 正隆 社長【1985-1987年】	 富江 弘吉 社長【1987-1996年】 会長【1996-1997年】	 尾崎 弘 社長【1996-2004年】 会長【2004-2008年】	 濱口 泰三 社長【2004-2013年】 会長【2013-2016年】 社長【2016-2017年】	 星 秀一 社長【2013-2016年】	 高垣 晴雄 社長【2017-2018年】	 岡本 均 社長【2018年-】
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------

価値創造プロセス

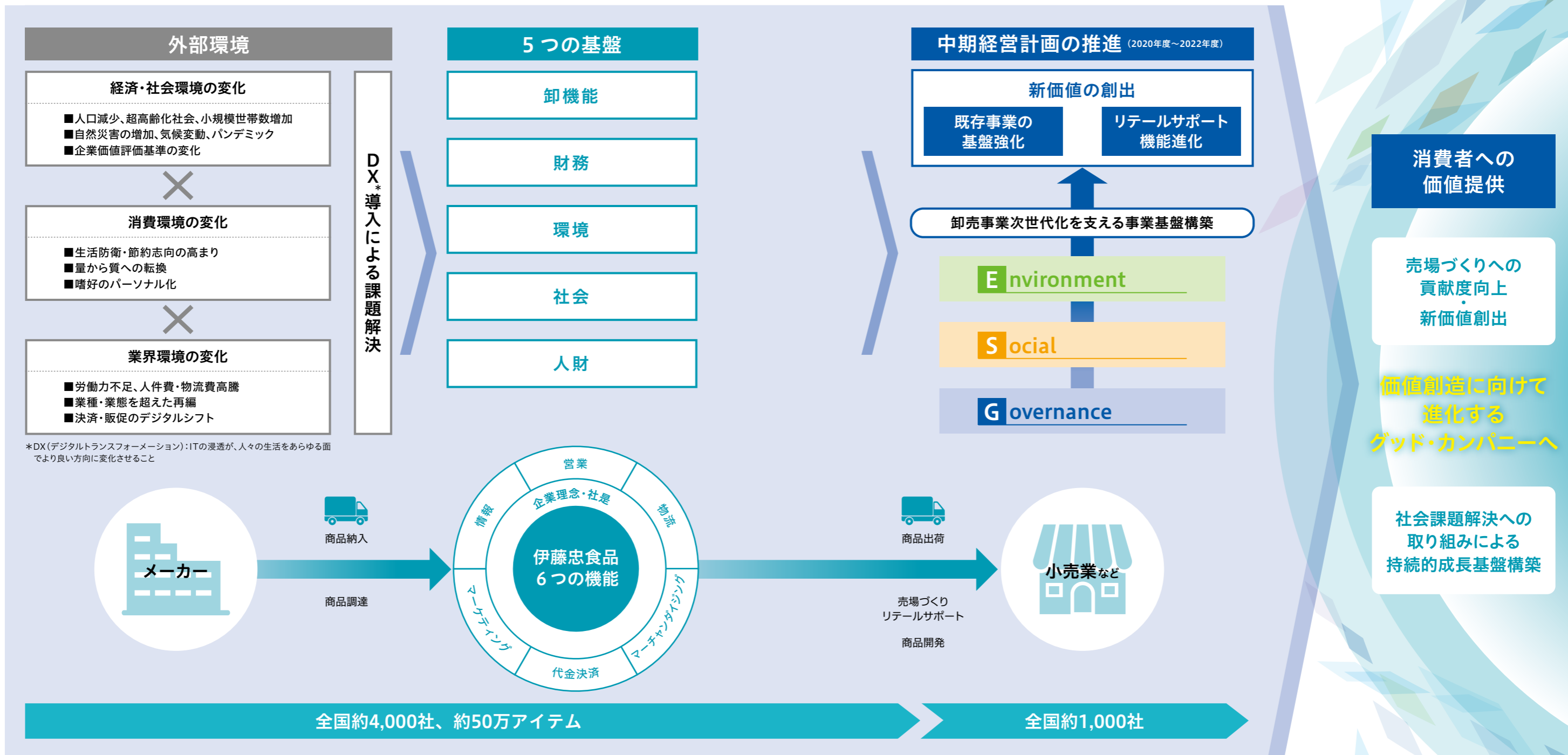
2020年4月に中期経営計画「Transform 2022 ~領域を超えて~」を策定しました。

2020年度から2022年度までの3年間を計画期間とし、既存事業の基盤強化と

リテールサポート機能強化に取り組んでいます。

中計2年目となる2021年度は、成長基盤構築を加速させることで、

卸のビジネスモデルを進化させ、消費者に価値を提供していきます。



*DX(デジタルトランスフォーメーション):ITの浸透が、人々の生活をあらゆる面でより良い方向に変化させること

社長メッセージ

卸のビジネスモデルを進化させ、持続的成長基盤の構築へ

伊藤忠食品株式会社
代表取締役社長 社長執行役員

岡本均



ご挨拶

この度の新型コロナウイルス感染症によりお亡くなりになられた方々に謹んでお悔み申し上げますとともに、罹患された方々やそのご家族の皆さまに心よりお見舞い申し上げます。また、医療従事者をはじめ、感染拡大抑制のために尽力されている関係者の方々に深く感謝いたします。

新型コロナウイルス感染症により景気・経済情勢は大きな影響を受けていますが、持続可能な社会の実現に向けて当社は環境の変化に柔軟に対応し感染予防策を徹底して、食のサプライチェーンの維持に努めるとともに、人々の豊かな食生活創りに貢献したいと考えています。

時代の変化と要請を先取りするDNA

当社は1886年に創業し、130年を超える歴史を持つ酒類・食品卸売業です。長い歴史のなかで、社会構造や人々の価値観に大きな変化をもたらすターニングポイントはいくつもありました。しかしながら当社は、「常に時代の変化と要請を先取りし、健康で豊かな食生活創りを通じて消費者と社会に貢献する」ことを

企業理念として掲げ、それぞれの時代に応じた価値を提供し続けてきました。

日本の食品流通業界は製・配・販というバリューチェーンが一体となった優れたバランスの上に成り立っています。当社をはじめとする卸売業は、このバリューチェーンにおいて、日本独特の多様な食文化を支えるためハード/ソフトの両面を集約し、細かな調整を担う必要不可欠な存在です。

また、今回の新型コロナウイルス感染症の拡大や、近年頻発している地震・風水害など不測の事態が発生した際には、従業員の健康・安全の確保を徹底しながら事業継続を図ることで、食のサプライチェーンの維持に貢献してきました。日本でも新型コロナワクチン接種が進んでおり、少しずつではありますが、収束に向けた希望の光が見えてきたように感じます。

しかしながら、コロナが終息を迎えたとしても、消費者に生じた変化、いわゆるニューノーマルのライフスタイルは今後も根付くものが多いと考えており、ウィズ/アフターコロナいずれにも対応できる体制を築き上げておく必要があります。

日本ではかねてから少子高齢化が問題となっており、既に人口は減少傾向にあるため、規模を追求する経

営戦略が時代の流れに即していないのは明らかです。今後はより消費者起点で、細分化・複雑化したニーズを捉えていくことが、企業の成長につながると考えています。

食品流通業界では、数年来にわたり小売の再編・統合が進むとともに、業種・業態の垣根を超えた競争は激しさを増しています。このような状況のなか、コロナ禍や人手不足の影響もあり、飛躍的に広がり始めているのが、小売店頭におけるデジタルシフトです。ニューノーマルのライフスタイルに適應するため、さまざまな企業で取り組みが進みつつあります。

地球環境面では、脱炭素社会を目指した経済界・産業界の動きが加速しています。当社においても、世界的なカーボンニュートラル実現に向けた動きのなかで、卸売業としてどのような貢献ができるかを見極めるなど、ESG経営をより一層進めていくことが必要であると認識しています。

消費者起点の価値創出

昨年、2022年度を最終年度とする中期経営計画「Transform 2022 ～領域を超えて～」を発表しました。新型コロナウイルス感染症の拡大が始まったなかでの策定・発表となりましたが、ウィズ/アフターコロナの時代においても有用な内容であると確信して

います。

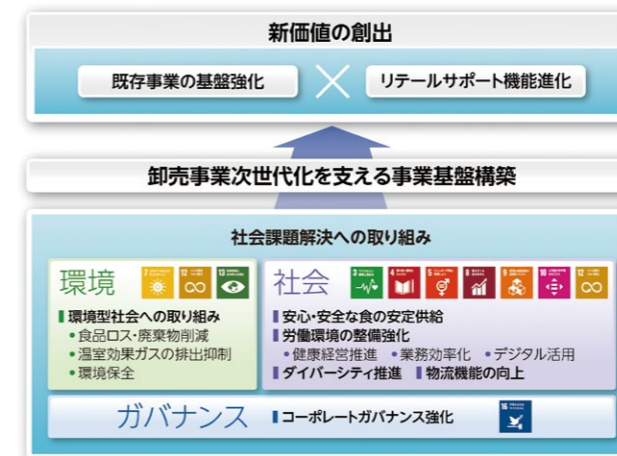
「Transform 2022」では目指す姿として「売場づくりへの貢献度向上・新価値創出」と「社会課題解決への取り組みによる持続的成長基盤構築」の二つを掲げています。消費者と商品のリアルな接点である売場がより魅力的で発見の多い場所となるよう、消費者起点の価値創出に取り組んでいます。製・配・販で連携しエコシステムを形成することで消費者が抱える課題を発見し、解決策を実践・実現していくことが基本戦略です。そのための重点分野としてサイネージ、惣菜、物流を挙げています。

「Transform 2022」の初年度となった2020年度はコロナ禍のさまざまな影響を受けながらも重点3分野を中心に具体的な施策にも取り組みました。デジタルサイネージでは、資本業務提携した(株)エブリーと協業し、DELISH KITCHENのレシピと連動した売場を提案することで小売業・メーカー双方のデジタル販促推進のサポートに注力しました。地域・季節ごとのイベントや旬の食材をテーマにしたレシピ動画を流すことで、売場が消費者の気づきや発見の場となって来店動機につながり、リアルの店頭の魅力的な売場づくりに貢献できると考えています。

惣菜では、取引拡大に向けた各エリアでの既存取引の強化に加えて、新たな販路開拓にも注力しました。

目指す姿

- 売場づくりへの貢献度向上・新価値創出
- 社会課題解決への取り組みによる持続的成長基盤構築



基本戦略

- 製・配・販連携により
消費者に新価値を届けるエコシステムを形成



さらに、業務提携した(株)テクニカンの液体急速凍結機「凍眠」の技術を活かした冷凍食品ブランド「凍眠市場(とうみんいちば)」のラインナップ拡充やブランディング施策の実施、デジタルギフトでの展開を行いました。解凍後もとれたて・出来立ての風味や食感を再現できる「凍眠」技術を用いることで、物理的・時間的に限られた範囲でしか味わうことができなかった食品の流通拡大や、生鮮品・飲食店の料理の廃棄削減にも寄与しています。

物流では、製・配・販で連携した物流課題解決への取り組みを推進しています。具体的には、小売業・メーカーとともに車両有効活用を促す取り組みや、入荷トラックの待機時間削減を目的としたオフピーク納品、入荷予約受付システムの導入などの取り組みを進めています。業界全体と連携し継続的に取り組んでいきます。

今期は中期経営計画の最終年度である2022年度に向けて成長基盤の構築を加速させ、卸のビジネスモデルそのものを進化させていきます。

持続可能な社会の実現に向けた貢献

当社は中期経営計画「Transform 2022」の目指す姿の一つとして「社会課題解決への取り組みによる持続的成長基盤の構築」を掲げるとともにマテリアリティ(重要課題)の公表を行いました。食品ロス削減や物流の効率化、働き方改革、企業統治などの課題を抽出していますが、これらのマテリアリティを深掘りし、従業員一人ひとりが関わることでできるような具体的な目標を設定しています。2020年度は、食品廃棄物の再生利用率向上や、ダイバーシティ推進室の設置と活動の開始、健康経営宣言の策定などの成果を出すことができました。

SDGsでは2030年までのゴールが示されていますが、社会課題の解決において「終わり」はなく、それぞれの時代の変化と要請を先取りし対応していくことが求められます。当社も社会全体の動きと連携しながら、目標を定め進めていく考えです。今後も企業理念を胸に価値を創造し続けながら持続可能な社会の実現に貢献してまいります。



Transform 2022 取り組み状況

2020年度は、コロナ禍によるさまざまな影響を受けながらも、収益拡大に向けた基盤構築の年として、「Transform 2022」で掲げた各施策を着実に実行。

重点分野	
デジタルサイネージ	<ul style="list-style-type: none"> ●デジタルサイネージを活用し、消費者起点の売場活性化を推進(小売業・メーカー双方のデジタル販促を後押し、リテールサポート機能を進化) ●WEB展示会を初開催し、DELISH KITCHENのレシピと連動した企画を中心に、オンラインならではの提案を実施
惣菜	<ul style="list-style-type: none"> ●惣菜取引拡大に向け、各エリアで既存取引の強化に加え、販路拡大へ注力 ●液体凍結技術を活用した「凍眠市場」のラインナップ強化 ●「凍眠市場」のブランディング施策やデジタルギフトでの展開も開始
物流	<ul style="list-style-type: none"> ●コロナ禍による影響が続くなか、サプライチェーンの維持・向上に注力 ●物流改革をスタートし、今後はコスト改善手法の確立・機能強化などのフェーズへ

2021年度取り組み方針(中期経営計画2年目)

全社方針	投資方針
<ul style="list-style-type: none"> ●中期経営計画 最終年度に向けた、成長基盤構築を加速させ、卸のビジネスモデルを「進化」させていく ●売場の活性化に「消費者起点」で取り組み、製・配・販連携して、消費者に新価値を届ける 	<ul style="list-style-type: none"> ●既存事業の基盤強化や中期経営計画の重点分野(サイネージ、惣菜、物流)、注力事業に資するものに限定

決算ハイライト・計画・配当

決算ハイライト

食品流通業界では、コロナ禍の緊急事態宣言発令に伴う行動自粛の影響から家庭内消費に関連する需要が活発化する一方で、外食・業務用関連は大幅に減少し、近年消費をけん引してきたインバウンド需要もほぼ喪失の状況となりました。

このような環境のなか、「Transform 2022」の初年度である2020年度の実績は売上高が前年比若干の減収となり6,567億円、営業利益は50億円、経常利益は63億円、親会社株主に帰属する当期純利益は40.3億円と、2期連続での増益となりました。

いわゆる「巣ごもり需要」の影響により業務用及び外食取引が大幅に不振であった一方、スーパーとの取引が年間を通じ好調に推移したことで、売上高は微減に留まりました。利益面では、この機会に将来を見据え一部の固定資産や保有株式の減損処理を実施しましたが、不採算取引の見直し、コロナ禍での販売管理費の改善、低重心経営の徹底などにより、営業利益以下、すべての段階利益で前年を上回る結果となりました。

2021年度計画

2021年度は、売上高6,200億円、営業利益50億円、経常利益62億円、親会社株主に帰属する当期純利益41億円を計画しています。売上高は、2021年度から適用する収益認識基準の影響で減少しますが、3期連続の増益を目指します。この計画においては、新型コロナウイルスの状況を勘案し、大きな経営環境の変化に伴う収益悪化にも対応できる利益計画としました。中計最終年度である2022年度へ向けて、毎期の単年度計画を着実にクリアしながら、2023年度以降もさらなる成長に向かっていくための基盤づくりを進めます。

配当に関して

当社はこれまで、安定配当という方針を一貫して掲げており、2001年の上場以来一度も減配することなく配当を行っています。2020年度の配当は期初公表通り5円増配し80円といたしました。2021年度も、年間80円を計画しております。今後も着実に収益を上げ、安定配当を継続しつつ、株主還元強化を目指してまいります。

■2020年度 決算総括(PLハイライト) (単位:億円)

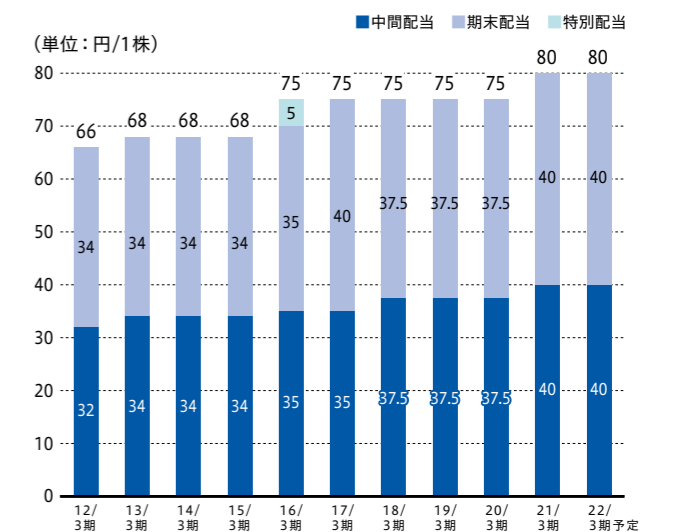
	2019年度実績	2020年度公表見直し	2020年度実績	前年増減額	対公表見直し増減額
売上高	6,612	6,700	6,567	△45	△133
売上総利益	356	351	353	△3	+2
販売管理費	▲312	▲304	▲303	+9	+1
営業利益	44	47	50	+6	+3
経常利益	57	60	63	+6	+3
特別損益	2	—	▲3	△5	△3
親会社株主に帰属する当期純利益	39.8	40.0	40.3	+1	+0

■2021年度定量計画 (単位:億円)

	2020年度		2021年度			
	実績	売上比	計画	売上比	前年増減額	前年比
売上高	6,567	—	6,200*	—	△367	△5.6%
営業利益	50	0.76%	50	0.81%	△0	△0.5%
経常利益	63	0.95%	62	1.00%	△1	△1.0%
親会社株主に帰属する当期純利益	40	0.61%	41	0.66%	+1	+1.6%

*2021年度の売上高は収益認識基準を適用した金額となっております。当該基準適用の影響額は約▲500億円です。

■1株当たりの配当金の推移

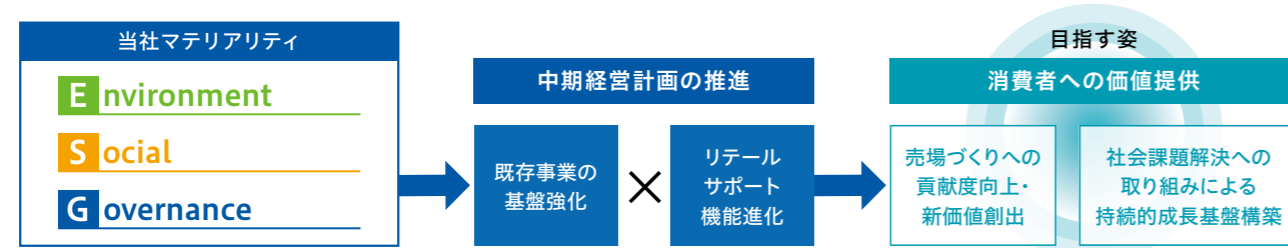


持続的な成長を支えるマテリアリティ(重要課題)の取り組み

「健康で豊かな食生活」の実現を目指し、
優先的に解決すべきマテリアリティ(重要課題)を特定しています。
当社の事業である「卸売業」を通じて、社会課題解決に取り組んでいきます。

マテリアリティ推進の流れ

事業活動を通じて社会課題解決を促し、中期経営計画の中心に、社員一人ひとりがマテリアリティの解決に取り組める基本方針と連動させながら、CSR委員会推進メンバーをよう推進しています。

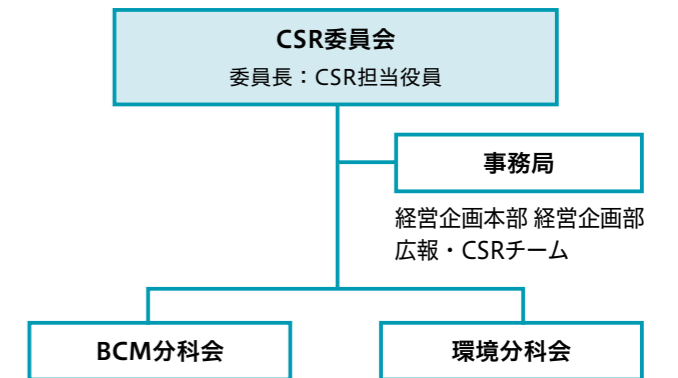


マテリアリティ(重要課題)	取り組み施策	関連する主なSDGs
1. 安心・安全な食の安定供給	<ul style="list-style-type: none"> ● 安定供給に最適なインフラ整備 ● 徹底した品質管理 ● 安定供給を支える新しい情報システム導入 ● 災害発生時における緊急対応と安定供給 	9, 12
2. 物流機能の向上	<ul style="list-style-type: none"> ● ホワイト物流推進 ● 製・配・販連携による物流効率化 ● 自動化・機械化の推進 	9
3. 環境型社会への取り組み推進	<ul style="list-style-type: none"> ● 食品ロス・廃棄物削減につながる案件の推進 ● 温室効果ガスなどの排出抑制 ● 環境保全、環境法令などへの適時適正な対応 	7, 12, 13
4. 事業領域拡大と人財育成・組織力強化	<ul style="list-style-type: none"> ● 出資・業務提携による新規事業領域拡大 ● 事業経営推進のための人財戦略 	4, 8
5. 労働環境の整備強化と健康経営	<ul style="list-style-type: none"> ● 業務効率化と生産性向上(デジタル化推進) ● 従業員の健康増進 ● ダイバーシティ推進体制の構築 	3, 5, 8, 10
6. コーポレートガバナンスの強化	<ul style="list-style-type: none"> ● コーポレートガバナンス・コード(CGC)への対応(ガバナンス対応方針の明確化) 	10

CSRマネジメントの推進体制

持続可能な社会の実現に向けて、マテリアリティの解決や企業の社会的責任(CSR)を果たすため、CSR担当役員を委員長とする「CSR委員会」を設置しています。CSR委員会のもと、「BCM*分科会」「環境分科会」を設け、それぞれのテーマに即した全社施策の検討や推進に取り組んでいます。

*BCM (Business Continuity Management) : 事業継続マネジメント



マテリアリティ(重要課題)の特定プロセス



ダイバーシティの取り組み

多様性のある企業・組織を目指し、ダイバーシティを推進

働き方改革の浸透やSDGsへの意識の高まりなど、社会が大きく変化していくなかで、社員一人ひとりの多様性を受け入れ、能力を発揮してもらうことが当社の持続的成長につながると考え、2020年10月にダイバーシティ推進室を設立しました。同室では、多様性のある企業・組織への変革に向けて、女性がより活躍できる環境・制度の整備に取り組んでいます。

ダイバーシティ推進の取り組み

女性活躍推進に向けた取り組み

2016年4月の「女性活躍推進法」施行に伴い、女性社員がより活躍できる職場づくりを推進しています。当社の女性総合職の新卒採用は2005年度からと歴史が浅いため、女性

社員一人ひとりがより自分の力を発揮できる環境の整備に向けて、女性社員との意見交換会を設けるなど、多様な人財を活かせる職場づくりに努めています。

育休復帰プログラムの策定

より働きやすい会社となるための施策の一つとして、「育休復帰プログラム」を策定し、2021年3月よりスタートしています。同プログラムは女性をはじめとした育休取得者が仕事と育児を両立し、育休終了後にできるだけスムーズに職場復帰できるよう支援する取り組みです。育休中でも会社とのコミュニケーションやつながりを保ち、個人のスキル

アップや職場復帰後のキャリアにも配慮した内容としています。

また、女性社員へのヒアリングを踏まえ、保育所の入所状況により、最大2年6ヶ月までの育休期間の延長や、育休復帰者の評価制度の変更も同プログラムで実施しています。

目指す姿

社員一人ひとりの多様性を受け入れ、能力を発揮してもらうことで、持続的な成長を遂げられる、より魅力のある企業・組織になる

方針

中長期的な視点でダイバーシティが根付くような環境整備、制度設計を進める

女性活躍推進

女性がより活躍できる環境・制度を整備し、早期に女性管理職のロールモデルを構築する

- 女性管理職（リーダー）の育成
- 育休復帰支援への取り組み（育休復帰プログラム策定）
- キャリアと育児・介護の両立に向けたサポート実施

人事制度改革

女性活躍推進を皮切りに、年代や職種形態など、さらに人財の多様性が可能となるよう人事制度を見直し

- 評価制度や従業員区分などの見直し
- 多様な働き方を推進

関連データ

2020年度時点
(女性管理職のみ2021年4月1日時点)

女性管理職



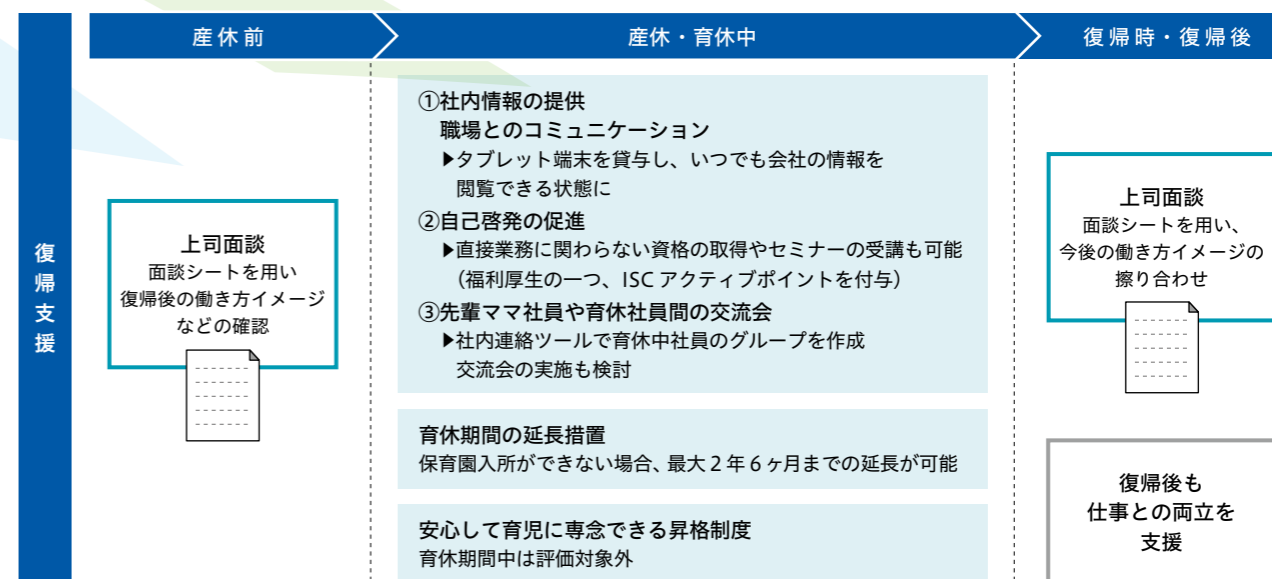
育児休暇取得者



育児休暇後の復職率



■育休復帰プログラムの全体像



管理職向けダイバーシティ研修の実施

管理職を対象にダイバーシティ研修を実施しました。女性活躍推進、アンコンシャス・バイアス（無意識の偏見）をテーマとした講義やワークショップを実施し、受講者からは「日頃の仕事の任せ方やコミュニケーションで無意識のジェンダーバイアスがあることに気づけた」「ダイバーシティを推進するには制度改革に加え、女性社員や管理職自身の考え方を変えていくことが必要」などの声がありました。

今後はeラーニングなども活用しながら、継続的に全社員に向けた教育・啓発を進めていきます。



管理職向けダイバーシティ研修

低炭素・循環型社会の形成に貢献するため、従業員一人ひとりが環境にやさしい企業を目指し、取り組みを推進しています。



環境マネジメント

当社グループは、低炭素・循環型社会の形成に貢献する環境にやさしい企業を目指して「伊藤忠食品環境方針」を定め、従業員一人ひとりが主体的に環境保全活動を推進しています。

■伊藤忠食品環境方針（行動方針）

1. 低炭素・循環型社会の形成に貢献します。
 - ・省エネ、配送の効率化、業務改善を推進し、温室効果ガスの排出を削減
 - ・3R (Reduce/Reuse/Recycle) の積極的な推進
2. 環境法規等を遵守します。
3. 社会共生活動を持続的に支援します。

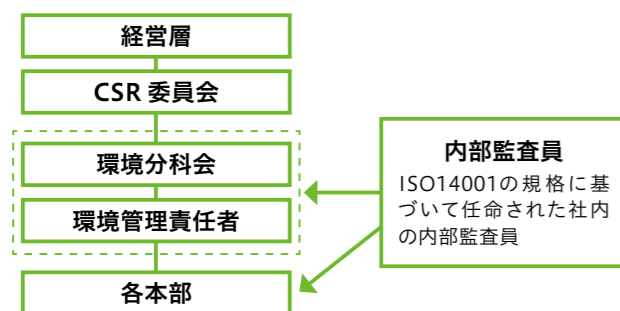
伊藤忠食品環境方針 [検索](#)

<https://www.itochu-shokuhin.com/csr/policy.html>

環境マネジメント推進体制

当社は、国際規格「ISO14001」に基づき、継続して環境マネジメントシステムを運用しています。「伊藤忠食品環境方針」として定めている基本理念と3つの行動方針に基づき、毎年、経営計画及びマテリアリティを組み込んだ活動方針を定め、改善活動及びeラーニングなどでの従業員の理解深研を図るなど環境保全活動の推進に努めています。

■環境マネジメント推進体制図



■環境保全活動の一例（2020年度）

- 食品廃棄物の削減と再生利用促進
[再生利用率82.4% (2020年度実績)]
- メーカーと車両相互活用、トラック入荷予約システム
- ペーパーレス、電子化促進の取り組み
[2019年度よりペーパーレスの推進として「コピー紙半減プロジェクト」に取り組んでいます。]
- フードバンクへの寄付 905箱
- エコキャップ回収 186,427個 など
[エコキャップのリサイクルを通じて、途上国の子どもたちに216個のポリオワクチンを寄付しています。]

■ISO14001 再認証審査を実施

東京本社ならびに相模原 IDC（物流センター）において、環境マネジメントシステムの国際認証である「ISO14001」の認証を取得しています。2020年12月に外部認証機関（インターテック・サーティフィケーション株式会社）による「ISO14001:2015」の再認証審査（3年に1回）が実施され、当社の環境マネジメントシステムは十分に有効であると評価され、認証が更新されています。

■グリーン調達推進

循環型社会の実現に貢献するため、グリーン調達を推進しています。当社発行物・コピー用紙・封筒・名刺などについては、森林環境を持続的に守るために適切な森林管理が行われている木材から加工・流通されている森林認証紙を継続して使用しています。引き続き、グリーン調達推進に努めていきます。

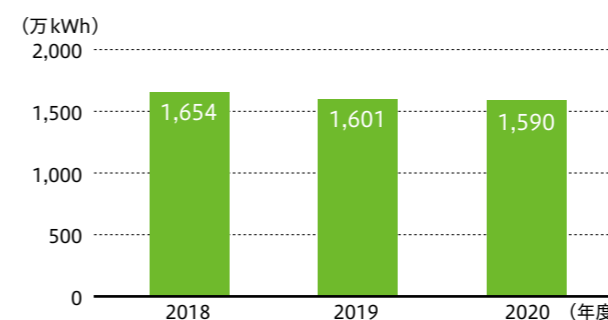
■オフィス・物流センターでの省エネ・温暖化対策

当社では、省エネを促進するために、社内ポータルサイトにて毎月各拠点の電気使用量の開示、LED入替、一部物流センターでのデマンド管理などを実施しています。

また、相模原IDC（物流センター）、中京物流センターに太陽光発電装置を導入しています。今後は温室効果ガスの排出削減の取り組みの一環として、オフグリッド電力サービスの導入検討をはじめとして、太陽光発電などの再生可能エネルギーの利用を進めてまいります。



■電気使用量推移（全社）



■電子マニフェストの導入による産業廃棄物排出量管理

産業廃棄物の排出状況を適切に管理するために、2017年3月より全社で電子マニフェストを導入しています。電子マニフェストの導入により、法令遵守の強化、年1回の自治体への排出状況報告の自動化による業務効率化、総排出量の管理などが可能となりました。

■食品廃棄物再生利用率向上に向けた取り組み

食品関連事業者から大量に排出される食品廃棄物の問題を解決するために食品リサイクル法が施行されています。当社は年間約124t（2020年度実績）の食品廃棄物を排出しており、課題解決に貢献するために①発生抑制（フードバンクへの寄付、受発注の精度向上など）②再生利用促進（肥料化、飼料化など）の二本柱で取り組みを行っています。

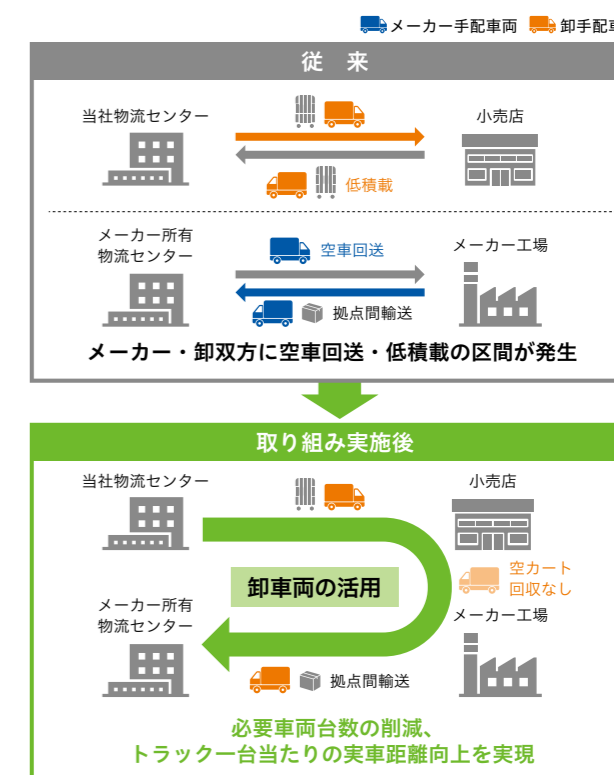
ロジスティクス本部では特に再生利用促進に力を入れ、食品廃棄物の処分委託先を飼料・肥料へのリサイクルが可能な業者へ順次切り替えを行っています。分別の手間や、保管スペースの増加、タイムリーな回収の困難など、現場への負担は少なくありませんが、現場担当者や委託先協力

会社様のご協力のもと取り組みを進め、目標年度よりも早く再生利用率80%を達成しました（2020年度再生利用率82.4%）。引き続き再生利用率向上を目指します。

■製品輸送効率化によるCO₂排出削減の取り組み

2021年より当社の物流センターから小売店舗へ配送する納品車両の帰路を活用し、メーカー工場からメーカー拠点への製品輸送を行う取り組みを開始しました。これまで空車となっていた車両を相互で有効活用して車両台数を削減し輸送効率向上することでCO₂削減に取り組めます。

■車両相互活用の取り組み表（一例）



■入荷受付予約システム導入によるCO₂削減の推進

一般社団法人日本加工食品卸協会が作成した入荷システム「N-Torus」の導入を2019年から進めており、メーカー様からの予約入荷が可能となりました。2019年度は3拠点、2020年度は7拠点において本システムを導入しています。通常、状況によっては100分以上の待機が発生してしまうこともありますが、本システムで事前予約いただいたメーカー様については10分～15分ほどの待機時間となり、大幅な待機時間削減効果となっています。今後も導入拠点数及び予約社数を増やすことでCO₂削減に取り組んでいく予定です。

徹底した品質管理を通じて、
お客様・消費者の皆様に
「安心・安全」な
食の安定供給を行います。



基本的な考え方

食品安全は生産から消費されるまでのすべての工程で管理することが求められています。当社は中間流通業の責任として、価値ある商品を提案し、確実にお客様へお届けすることを全従業員が日常の業務のなかで常に意識していなければなりません。

品質保証部では、①お客様・消費者からのご要望の把握、②メーカー様とのコミュニケーション、③従業員への教育を通して、継続的に商品及び物流の品質向上に努め、企業価値の向上につなげていきます。

食の中間流通業としての品質保証体制

食品安全は特定部署だけではなく従業員一人ひとりの取り組みと捉えることを重要視し、全社でおいしさと安心・安全を支える品質保証体制を構築しています。当社が供給する商品の安全性確保に取り組むとともに、食品安全に関わる従業員の教育を実施しています。

食の中間流通業として「伊藤忠食品が扱う商品なら安心」とお客様・消費者から信頼・評価をいただけるように努めています。

在庫商品管理方法の運用状況を確認

品質保証部では、2019年度にロジスティクス本部と連携して、より実態に即した在庫商品の管理方法へと改善しました。2020年度は、新たな在庫商品管理方法の運用状況を確認するためのアンケートを実施し、問題点の改善を実施するなど運用ルールの徹底を図りました。

商品の管理・配送を担う中間流通業として、物流事故や品質管理ミスなどは社会的信頼の失墜につながる重大な

リスクと認識しています。引き続き、物流における品質管理向上に取り組んでいきます。



商品事故発生防止に向けた取り組みについて

商品事故が発生すると、それを解決するために多大な見えないコストが発生します。

商品事故や追加のコスト発生を防ぐために、事故が発生した物流センターを訪問し、事故の状況確認や再発防止策の内容確認を実施しています。また、繁忙期の前には、前繁忙期に事故が発生した部署に対して注意喚起や再発防止策の徹底を促しています。さらに、期限切れ出荷事故防止に向けた提言や改善を行うなど、商品事故発生防止の徹底にも取り組んでいます。

お取引先様の品質管理状況の確認、アドバイスを実施

バリューチェーン全体を通じた品質管理の強化に向け、中小規模のメーカー様を中心に、定期的に工場点検・調査を行っています。工場点検では、製造工程や製造記録を実際に見て確認した結果、改善すべき箇所が見つかった場合は、メーカー様とともに改善計画を立案し、品質管理体制の向上を図っています。

2020年度は新型コロナウイルス感染症拡大の影響で工場点検が困難な状況が続きましたが、継続して食の「安心・安全」管理を徹底するため、感染対策を講じつつ工場点検・調査を実施し、またオンラインで「リモート工場点検」を行うなど、工夫して点検を実施しました。

現地調査を実施した
製造工場(2020年度)

84カ所

※うち66カ所に改善要求を行い、64カ所が改善を実施。

■主な評価項目

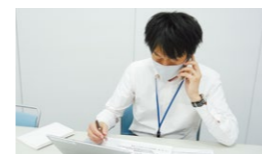
- 施設・設備の管理
- 基礎衛生管理
- 従業員管理
- 原材料・資材管理
- 製造工程管理
- 検査・記録などの品質管理
- 食品の防御
(フード・ディフェンス)

■「品質管理状況」確認の流れ



1.営業部から品質管理状況確認依頼

定期的な工場点検以外に、新規取引メーカー様や営業部署から個別に依頼があった場合にも工場点検を実施しています。



2.メーカー様に自主点検依頼

工場点検前には、当社の品質保証基準に基づき70項目を事前にメーカー様に自主点検いただきます。



3.品質管理状況を確認

メーカー様に依頼した自主点検表をもとに、工場点検で重点的に監査すべきところを確認します。



4.工場点検

原材料の保管状況、従業員の衛生管理状況、アレルギー成分混入防止処置などの70項目を確認します。



5.改善提案

品質管理状況を確認し、必要に応じて改善提案を行います。



6.工場点検報告書

メーカー様と当社担当営業に工場点検結果を報告します。さらに確認が必要な場合は再度工場点検を行う場合があります。

■食品衛生法改正に向けた取り組みを実施

食品衛生法の改正により、「HACCPに沿った衛生管理の制度化」や「営業許可制度の見直し、営業届出制度の創設」

などへの対応が求められています。

これに伴い、社内に向けた改正内容の説明や、グループ会社に向けた勉強会を実施しました。特にHACCPに沿った衛生管理の制度化対応については、導入にあたっての説明や帳票類の確認などの支援を行い、グループ会社全体での取り組みを行いました。

■食品安全に向けた継続的な取り組み

当社の品質保証体制を維持・強化するために、継続的に従業員に向けた教育支援を行っています。

なかでも、食品表示検定の初級・中級取得に注力し、新入社員を対象として初級取得に向け研修を実施。2020年11月の試験直前には社内ポータルサイト上に受験者を対象に模擬試験や解説資料を2回にわたり掲載しました。結果、当社の初級合格率は74%、中級合格率は33%となり、初級については一般社団法人食品表示検定協会から食品表示検定成績優秀団体として3位に表彰されました。



■2020年度の取り組み

- eラーニングの実施
「酒類の表示」(基礎編/応用編①②)
- 「知っておきたい食の安全情報」の発信
「健康食品を考える」
「最近の食品表示基準改正について」
他5件発信
- 社内の食品表示検定受験者に向けた教育支援



基本的な考え方

地域社会の一員として、当社ならではの事業活動を通じて社会的責任を果たしています。また、持続可能な未来を築くため、地域社会の発展に寄与する事業活動や社会貢献活動に取り組んでいます。

食品ロス削減に向けた取り組み

まだ食べられるのに廃棄されてしまう食品（食品ロス）を削減するために、フードシェアリングプラットフォーム「TABETE（タベテ）」を運営している株式会社コーキングへ出資しました。同社の食品ロス削減の取り組みを支援するとともに、新たなビジネス機会の創出を推進しています。



フードバンク活動への支援

安全に食べられるにもかかわらず、市場価値のなくなった食品を食品関連企業から寄贈を受け、福祉施設などに無償提供する活動を「フードバンク」とよびます。当社は、展示会でメーカー様に協力を呼びかけて、ご提供いただいた商品や、当社が株式を保有する企業様からの優待品などを、フードバンク活動を行う団体へ継続して寄付しています。



ギフトカード事業を通じた被災地応援

プリペイドカードの発行・販売及び商品交換用WEBサイトの運営を行うギフトカード事業において「東北応援うめえど!カード」を2014年から発行しています。

当カードの売上の一部は東日本大震災被災地への義援金として毎年寄付しています。東北6県の被災されたメーカー様の復興への想いが詰まった逸品を中心に、美味しいグルメを楽しみながら東北を応援することができます。



■義援の概要（期間：2020年3月～2021年2月）

- 寄付額（販売額面金額の2%）：186,300円
- 寄付先：公益財団法人みちのく未来基金

「はい!お届け便」で買い物弱者を応援

社会課題となっている「買い物弱者」の解決に貢献するため、当社は2007年から、小売店で購入した商品をサービスカウンターで預かり、3時間以内にご自宅までお届けする宅配代行サービス「はい!お届け便」を展開しています。お客様に「買い物の楽しさ」を感じていただけるだけでなく、当サービスを導入いただいている小売店様からは、まとめ買いによる売上拡大や来店客数の増加につながっているとご評価いただいています。



子供の未来応援基金に参画

子どもの貧困対策を推進するNPO・民間団体の活動を応援する官公民の連携・協働プロジェクト「子供の未来応援基金」に参画しています。読み終えた本を提供することで買取相当額の寄付を行うことになり、子どもたちの教育支援金として役立てられます。

商業高校教育支援活動

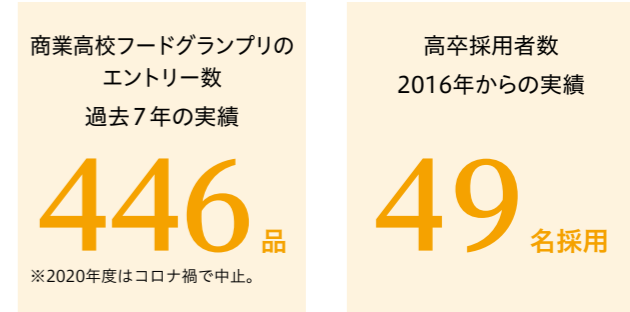
「本業を通じた社会貢献」の一環として、2013年より商業高校（商業科目を有する高校）の教育支援を継続しています。商品企画・開発だけではなく“流通に必要な知識や技術”を習得する場を提供するため「商業高校フードグランプリ」の開催や、当社物流センター見学の受け入れなどを実施しています。さらに、お取引先様のご協力のもと、高校生が開発した商品の販売も行っています。また、本取り組みを機に、2016年より高校生の新卒採用を再開しました。

2020年度の「商業高校フードグランプリ」は新型コロナウイルス感染症拡大の影響により中止となりましたが、商業高校への教育支援を継続していくことを目的とし、商業高校フードグランプリ特別企画として、動画配信による「オンラインマーケティング講座」を実施しました。当講座は、商品開発や流通に関する実際の活動や具体的な事例がオンライン上で学べる企画で、2021年3月末までに134校にお申し込み・受講いただきました。



■主な取り組み内容

食に関わる人財の育成	地域食文化の継承
マーケティング授業の実施	商品開発サポート
企業研修の受け入れ	高校生開発商品を当社展示会に出展
物流センター見学	高校生マーケティング企画
衛生管理の講義実施	高校生開発商品を株主優待品に採用
食品表示の確認、アドバイス	高校生開発商品を小売店様で販売
商業高校フードグランプリ開催	



▼商業高校フードグランプリの様子は動画でもご覧いただけます
<https://www.itochu-shokuhin.com/csr/school.html>

▼商業高校フードグランプリ公式ホームページ
<https://foodgrandprix.com>

株主優待

株主の皆様からの日頃のご支援に感謝するとともに、当社株式を長期にわたり保有していただけるよう投資対象としての魅力を高めるために、株主優待制度を実施しています。毎年3月31日の株主名簿に記載または記録された単元株式（100株）以上を保有される株主様1名につき1口、当社オリジナルギフト商品をご賞味いただけるデジタルギフトを贈呈しています。厳選された約50種類の商品からお好きな商品をお選びいただけます。

伊藤忠食品 株主優待 検索

<https://www.itochu-shokuhin.com/ir/complimentary.html>

商業高校生の開発商品を株主優待品に採用

2020年度の当社株主優待品に、商業高校生の開発商品1品を採用しました。今後も、高校生がプロデュースする地域食材を活用した逸品を全国の株主の皆様にご賞味いただくことで、地域食文化の活性化に貢献していきます。



従業員一人ひとりの健康と働きやすさ・働きがいのある持続的な成長を目指して就業環境・生活習慣づくりを推進しています。



基本的な考え方

当社は、130年を超える歴史を積み重ねるなかで、「健康で豊かな食生活創り」を推進する従業員一人ひとりが、心身ともに健康で、安心して働ける人事制度・就業環境づくりに取り組んでいます。「心身ともに健康で活力ある職場環境の

もと、柔軟な発想をもち、失敗を恐れずチャレンジしながら自ら成長できる人財」こそ、当社が持続的な成長を継続するための原動力と定め、さまざまな人財育成、生活習慣改善の支援に取り組んでいきます。

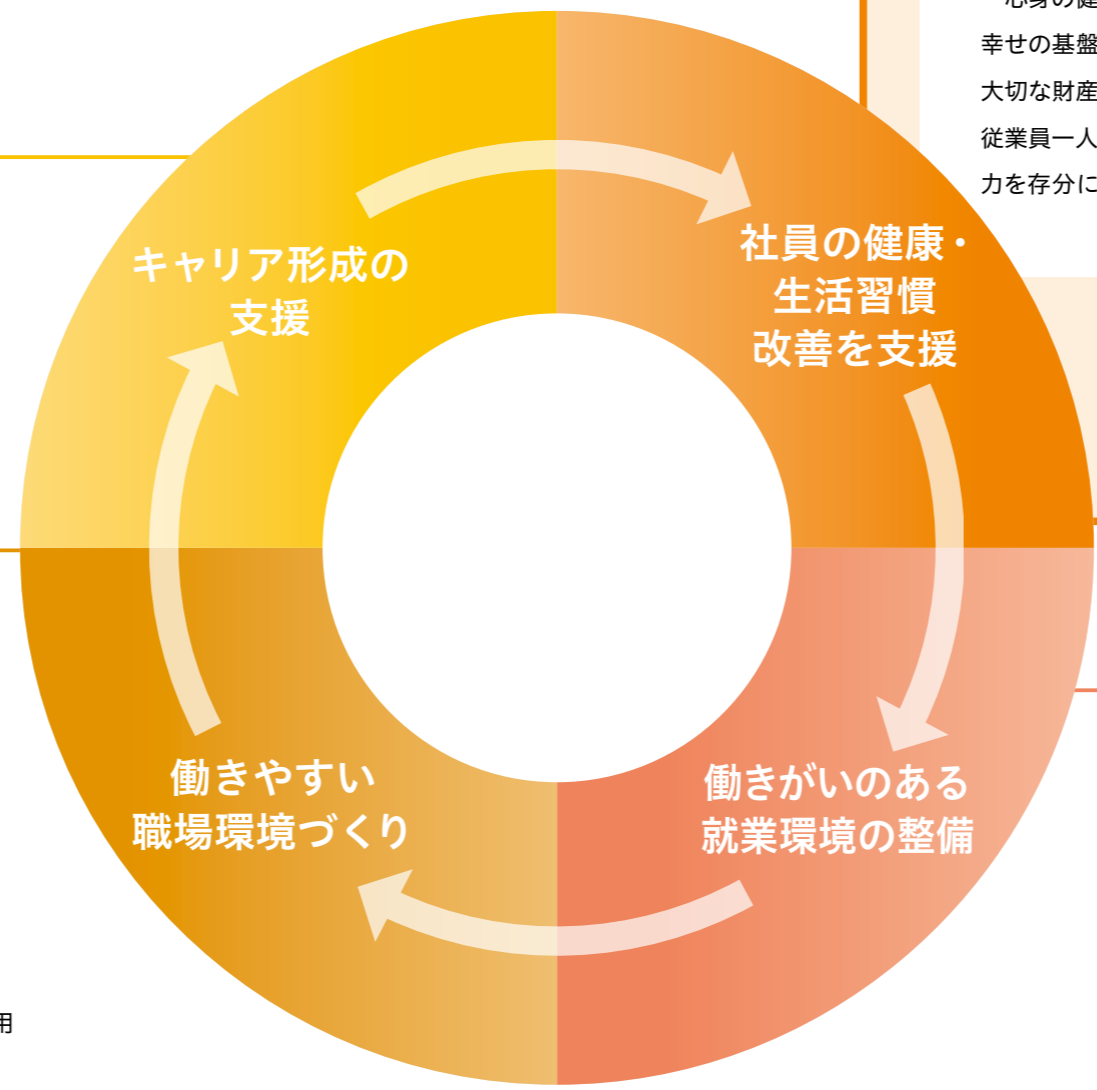
体系的な研修カリキュラムを構築

- 「階層別研修」 知識やスキル、マネジメントなどの習得
- 「テーマ別研修」 営業力強化や健康増進を推進
- 「業務知識・ビジネススキル研修」 基本的知識の習得

カジュアルフライデーの実施

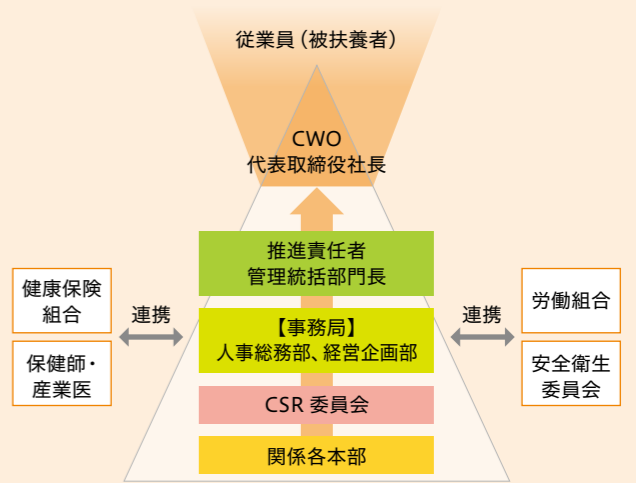
- 2020年7月より、毎週金曜日はカジュアルウェアで仕事をする「カジュアルフライデー」を実施
- 柔軟に対応することで当社の新たな文化の醸成及び新しいビジネスチャンス・ビジネスアイデアの推進につなげる

- 【その他、主な職場環境づくり施策】
- 育休復帰プログラム（復帰率100%）
 - 健全な労使関係
 - 時間単位有給休暇制度
 - 新型コロナウイルス対応策
 - ジョブ・リターン制度
 - リモートワーク環境整備
 - シニア層の継続雇用（2020年度26名）
 - サテライトオフィス活用含む（時差出勤、スライドワークの有効活用）
 - 介護制度の充実
 - 時差出勤、スライドワークの有効活用
 - OJTリーダー制度



PICK UP 健康経営宣言を策定

従業員の心身の健康保持・増進を目的に健康経営を推進するため、2021年3月に「健康経営宣言」を策定しました。CWO*に代表取締役社長を任命しています。「健康意識の向上」「健康管理の充実」「健全な職場環境の整備」を基本方針とし、企業理念である「健康で豊かな食生活創り」実現への責任を果たすことを目的としています。



*CWO (Chief Wellness Officer): 最高健康責任者

推進責任者からのメッセージ

心身の健康は、社員、その家族及び関係するすべての人の幸せの基盤であり、会社が持続的な成長を遂げる上で最も大切な財産と位置付けています。「健康経営宣言」を策定し、従業員一人ひとりの心身の健康保持・増進を支援し、個々の力を存分に発揮できるよう取り組みを強化します。



取締役・常務執行役員 川口 浩一

- 【主な取り組み施策】
- 保健師面談による健康サポート
 - 三大疾病サポート保険への加入
 - がん先進医療補償制度の導入 など
- 【その他、健康・生活習慣支援施策】
- 人間ドック補助拡大
 - 婦人科健診受診の啓発
 - 健康セミナー実施による啓発

社内横断型ビジネス企画コンテストを開催

- 社内コミュニケーションの活性化を強化することを目的に開始
- 受賞した企画については今後ビジネスアイデアの実現に向けて取り組み検討

- 【その他、職場環境施策】
- 表彰制度
 - ・勤続25周年表彰
 - ・事業年度における社員や組織の成果・貢献度を称える表彰（「社長賞」「優秀賞」などを設置）
 - アクティブポイント制度
 - ・サポート役や個人の行動（資格取得や業界活動）を称えるインセンティブ制度（従業員間でポイントをプレゼントすることも可能）

基本的な考え方

当社のコーポレートガバナンスにおける重要な点は「経営の透明性」と「経営陣幹部の責任の明確化」にあると考えています。そのため取締役については、任期を1年とするともに、複数の社外取締役を選任しています。また、取締役の職務の執行を厳正に監査するため、監査役については、その半数以上を社外監査役としています。なお、社外取締役3名

と社外監査役2名は東京証券取引所及び当社の定める独立性基準に基づく独立役員として同取引所に届け出ています。

2020年度にマテリアリティとして特定した「コーポレートガバナンスの強化」では、「コーポレートガバナンス・コードへの対応(ガバナンス対応方針の明確化)」を主な取り組み施策とし、適宜見直しを図っています。

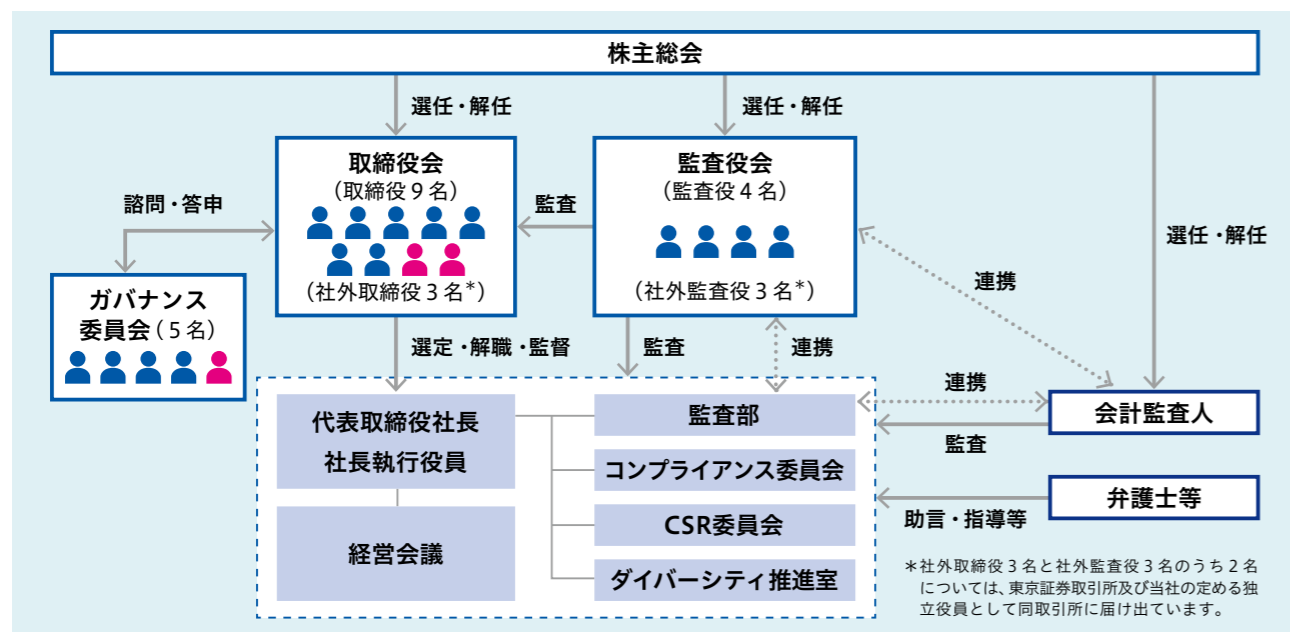
コーポレートガバナンス体制

監査役会設置会社として「取締役会」及び「監査役会」を設置するとともに、執行役員制度を導入しています。取締役会と監査役会による業務執行の監視・監督と執行役員による業務執行を分離することで、「経営の透明性向上」「経営

陣の責任の明確化」「意思決定の迅速化」を図っています。

取締役会の多様性が求められるなか、2019年度に初めて女性取締役を起用し、2021年6月17日現在、2名の女性取締役を起用するなど、最適なコーポレートガバナンス体制の構築を目指しています。

■コーポレートガバナンス体制図(2021年6月17日現在) ●男性 ●女性



ガバナンス委員会

2020年4月1日に「ガバナンス委員会」を設置し、適宜開催しています。同委員会は、取締役会の任意の諮問委員会として、取締役会の監督機能を強化し、当社のコーポレートガバナンスの向上を図ることを目的としています。

■ガバナンス委員会の構成と役割

構成	代表取締役社長を含む3名以上で構成。委員の過半数は、独立社外取締役もしくは独立社外監査役とする。
役割	取締役会の諮問に応じて、以下の事項を審議し答申を行う。 ●指名・報酬などに関する事項 ●ガバナンス(関連当事者取引、政策保有株式の保有方針)などに関する事項

取締役会実効性評価

取締役及び監査役全員を対象に取締役会の実効性評価(アンケート形式による自己評価)を実施し、取締役会全体の実効性について分析・評価を毎年行っています。

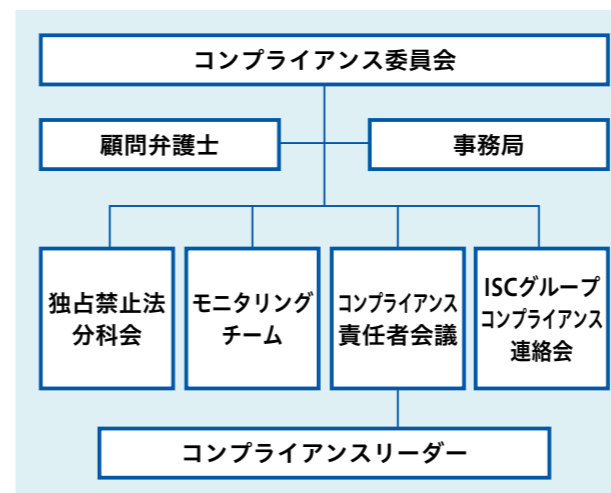
2020年度については、取締役会の体制(メンバー構成)や運営は適切という評価でした。

評価を通じて得た課題については継続的に検討・対応を行い、取締役会全体の実効性をさらに向上させる取り組みを進めていきます。

コンプライアンス推進体制

当社グループでは、役員・従業員が守るべき「伊藤忠食品グループコンプライアンス規程」を制定しています。この規程のもと、社長(最高責任者)、コンプライアンス担当役員(コンプライアンス委員会委員長)、各本部及び直轄部のコンプライアンス責任者、各部・支店のコンプライアンスリーダー並びにグループ会社のコンプライアンス責任者を中心に、グループ全体でコンプライアンスの徹底に取り組んでいます。

■伊藤忠食品グループコンプライアンス体制図(2021年4月1日現在)



コンプライアンスの教育研修

コンプライアンス体制の維持、周知徹底を図るため、当社グループの役員、従業員を対象とした教育研修を毎年実施しています。

■具体的な取り組み(2020年度)

- 「コンプラ通信・確認テスト」を社内ポータルにて毎月発信
- 全従業員を対象に「個人情報保護」に関するeラーニングを実施
- 管理職を対象にハラスメントに関するeラーニングを実施

内部通報・相談窓口

コンプライアンスに違反する行為あるいは違反のおそれのある行為を早期に発見・是正するために、「ホットライン受付窓口」を設置しています。この窓口は、外部受付機関、顧問弁護士及びコンプライアンス担当役員の3カ所に設置しており、当社グループすべての従業員を対象としています。外部受付機関(WEBサイト)は24時間利用可能です。また、パワハラ防止法に対応し、外部受付機関(電話受付)では通

報のほか、相談も受け付けています。窓口では通報者及び通報内容に関して徹底した情報管理を行っています。

リスクマネジメント

当社グループは、「内部統制システム構築の基本方針」に基づき、内外の環境変化に応じて法令の遵守、業務の適正性の確保などに取り組んでいます。

特に金融商品取引法に基づく財務報告の信頼性確保については、監査部内部統制チーム主導のもと、全社的に内部統制評価を行っています。

BCP(事業継続計画)

当社グループは、大規模災害や感染症などが発生した際に迅速に業務を再開できるよう、BCP(事業継続計画)を策定し、緊急事態に備えた体制を構築しています。

災害などの不測の事態が発生した場合の社内対応体制の整備及び実効性を高めるため、BCPの継続的見直し及び災害発生を想定した訓練を行い、発災時に迅速な意思決定ができるよう取り組んでいます。

食のライフラインを支える企業として、商品の安定供給という社会的責任を果たせるように努めています。



プライバシーマークの取得

当社は、「個人情報保護方針」を公表するとともに、実務的なルールを規定した「個人情報保護規程」を制定し、保有する個人情報の適切かつ安全な取り扱いを徹底しています。

また、2017年6月より日本産業規格「JIS Q 15001」に適合した「プライバシーマーク制度」の認証を受け、2年毎の更新審査を受けています。

社外取締役メッセージ

卸売業だからできる、企業価値向上を目指して

当社は昨年度に新中計「Transform 2022 ～領域を超えて～」を策定し、従来の伝統的な食品流通卸売業にとどまらず、消費者様、小売様、メーカー様をつなぐ卸売業の立場から、卸売業しかできない、卸売業だからできる付加価値の創出を目指しています。

デジタルサイネージによる料理レシピの配信と広告 (DELISH KITCHEN) を活用した新たな売場づくり (リテールサポート)、冷凍食品の「凍眠市場」ブランド拡大などがその骨子ですが、このような新規領域への進出を成功させるためには、全社員が消費者目線に立って事業を推進していくという気概と意識改革が欠かせません。

社外取締役として適切な助言・提言を行いながら当社の企業価値向上に貢献していきたいと思っております。



社外取締役 宮坂 泰行

ダイバーシティ推進を「Transform 2022」の力に

2019年6月の就任以来、新たな成長分野と定めたサイネージを中心とした広告事業、惣菜事業の基盤づくりには、従来のBtoBの視点のみならず、お客様の日々の買い物プロセスのなかで、当社の接点をどうつくり、どう活かしていくかといった消費者視点での考え方が重要との思いから、取締役会や意見交換会などで率直に質問や発言をしてきました。

これら新しい事業のためにはダイバーシティの推進が必要不可欠だと考えています。マテリアリティの一つとして取り組まれています、さらなるトップのリーダーシップ、社員一人ひとりのチャレンジが必要だと感じています。これまでの企業経験やさまざまなネットワークで培った知見を活かし、「Transform 2022」の実現に貢献したいと考えています。



社外取締役 奥田 高子

DXや人財育成などの経験を活かして、社外の視点で経営に気づきを

6月に社外取締役に就任した中条です。私は、長年IT企業でモバイル・IoT・AIなどDXの要となる領域で、新規事業の創出や顧客企業の成長のご支援に携わってきました。また、成長し続ける組織の鍵は多様性との考えから、10年以上にわたり、女性の活躍推進のお手伝いをしてきました。その経験から、変化の激しいビジネス環境における経営の要は、軸となる企業理念、スピード、そして、変化に柔軟に対応できる人財だと考えています。

伊藤忠食品は素晴らしい企業理念を軸に、新たなチャレンジを積極的に進めている企業だと思います。当社への理解を深めながら、DX推進、ガバナンス及び人財戦略などの領域で貢献してまいりたいと存じます。



社外取締役 中条 薫

中期経営計画達成に向けて、経営体制の一層の強化を図るとともに、取締役会の多様性を高めるため社外取締役3名(うち女性取締役2名)を選任しています。取締役会、監査役会全体として多様性・実効性を確保し、当社の持続的な企業価値向上に努めてまいります。

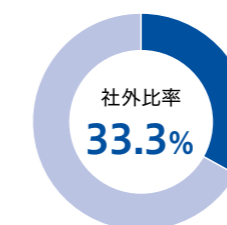
取締役及び監査役のスキルマトリックス

氏名	当社が期待する知見・経験							
	経営全般・経営戦略	営業・マーケティング	財務・会計	法務・リスクマネジメント	人事労務・人材育成	ESG・サステナビリティ	ガバナンス・内部統制	ICT (情報通信技術)・物流
岡本 均	●	○			○	○	○	
河原 光男	○	●				○		○
川口 浩一	○		○	○	●	●	●	
角田 憲治	○	●				○		○
福嶋 義弘	○	●			○	○		
佐藤 英成		●					○	○
宮坂 泰行 <small>社外 独立</small>			●				●	
奥田 高子 <small>社外 独立</small>		○			●	●		
中条 薫 <small>社外 独立</small>					●	●		●
姫野 彰 <small>社外</small>			○	●			●	
長島 秀昭			○	●			○	
増岡 研介 <small>社外 独立</small>				●			○	
山岡 信一郎 <small>社外 独立</small>			●				●	

(注) 1. 上記一覧表は、取締役及び監査役の有するすべての知見や経験を表すものではありません。
2. ●は特に期待する知見・経験を指します。

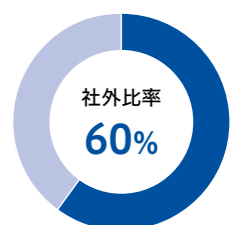
取締役構成

■ 独立社外取締役
3名
(取締役総数9名)



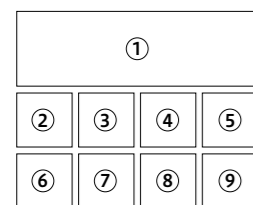
ガバナンス委員会構成

ガバナンス委員会構成員
■ 岡本 均 (議長)、川口 浩一
■ 宮坂 泰行、奥田 高子、増岡 研介



マネジメント体制 (2021年6月17日現在)

取締役



① 代表取締役社長
岡本 均

② 取締役
川口 浩一
管理統括部門部門長
(兼) 管理本部本部長
(兼) コンプライアンス担当

③ 取締役
河原 光男
営業統括部門部門長

④ 取締役
角田 憲治
営業統括部門部門長代行
(兼) 商品本部本部長

⑤ 取締役
福嶋 義弘
商品本部本部長代行
(兼) ダイバーシティ推進室

⑥ 取締役 (社外・独立)
宮坂 泰行
非常勤

⑦ 取締役 (社外・独立)
奥田 高子
非常勤

⑧ 取締役 (社外・独立)
中条 薫
非常勤

⑨ 取締役
佐藤 英成
非常勤

監査役



常勤監査役 (社外)
姫野 彰

監査役 (社外・独立)
増岡 研介
非常勤

監査役
長島 秀昭
非常勤

監査役 (社外・独立)
山岡 信一郎
非常勤

執行役員

社長執行役員
岡本 均

専務執行役員
河原 光男
営業統括部門部門長

常務執行役員
酒井 健雄
社長補佐 経理本部管掌
(兼) ISCビジネスサポート(株)
代表取締役社長

川口 浩一
管理統括部門部門長
(兼) 管理本部本部長
(兼) コンプライアンス担当

角田 憲治
営業統括部門部門長代行
(兼) 商品本部本部長

魚住 直之
経営統括部門部門長
(兼) CSR担当
(兼) ダイバーシティ推進室室長

執行役員

大崎 剛
ロジスティクス本部本部長

山村 芳幸
広域営業本部本部長
(兼) デパート・IMC本部長

大塚 剛
東日本営業本部本部長

田村 恭紹
営業企画本部本部長

福嶋 義弘
商品本部本部長代行
(兼) ダイバーシティ推進室

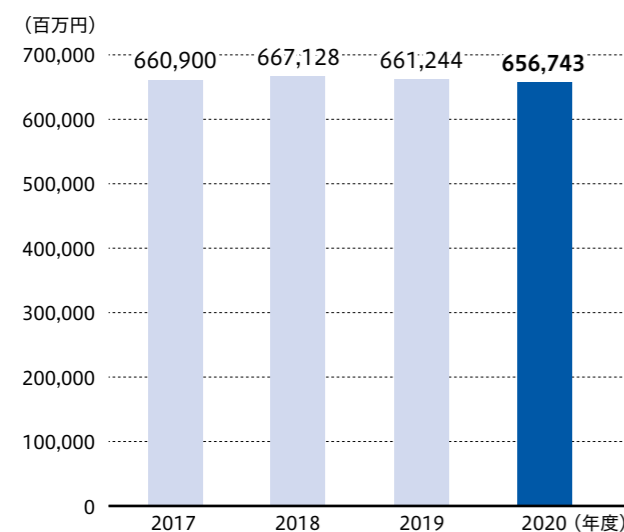
佐藤 太一
東海営業本部本部長

緒方 学
西日本営業本部本部長
(兼) ダイバーシティ推進室

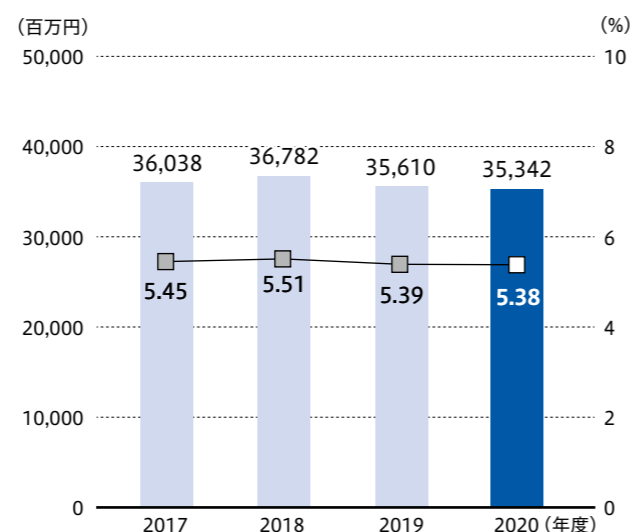
大森 賢律
経理本部本部長

財務データ (連結)

■売上高



■売上総利益/売上総利益率

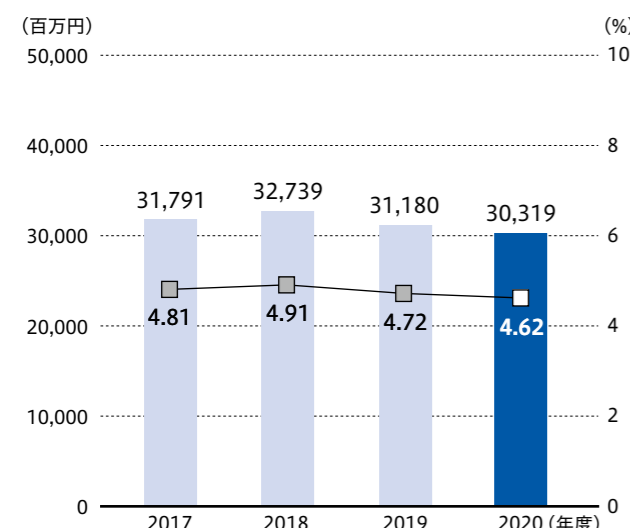


■補足データ

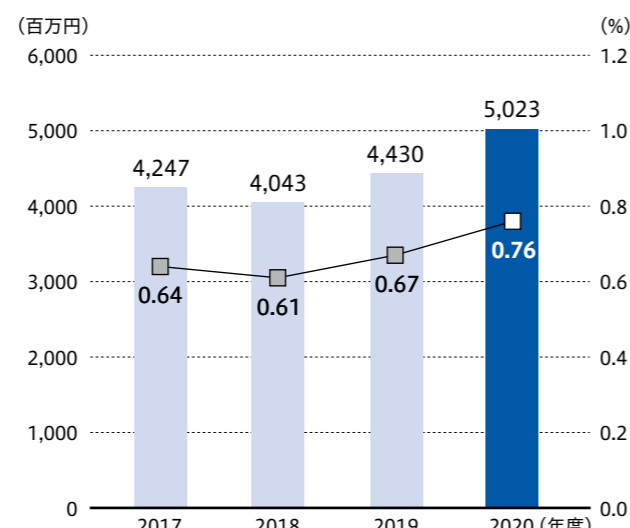
	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度
会計年度末				
総資産 (百万円)	234,532	232,289	228,437	231,183
純資産 (百万円)	84,263	85,049	86,204	93,337
主な指標				
ROE (%)	4.9	3.9	4.7	4.5
ROA (%)	2.3	2.1	2.5	2.7
EPS (円)	317.73	260.86	313.42	317.94

(注) 1 2017年度の実績については、2018年度から適用した「税効果会計に係る会計基準の一部改正」に準じ、遡及適用した数値を記載しています。
2 ROA (総資産経常利益率)

■販売管理費/販管費率



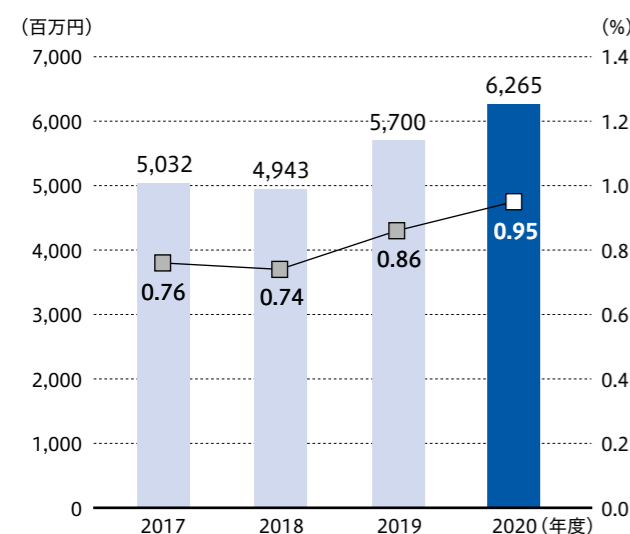
■営業利益/営業利益率



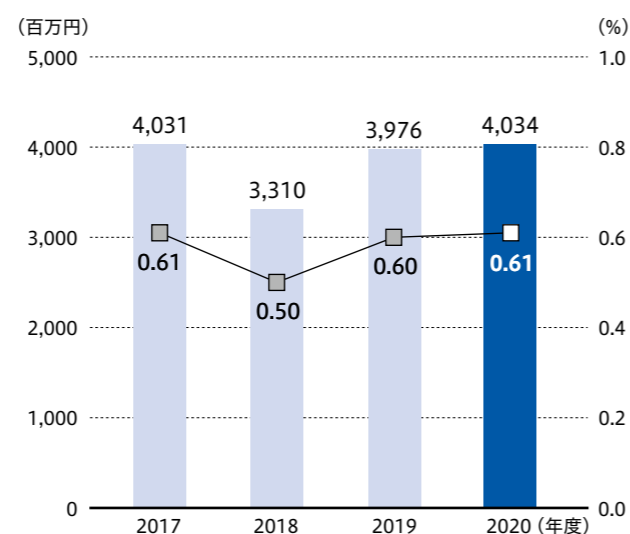
■商品分類別 売上高/構成比

商品分類	2019年度実績		2020年度実績			
	売上高 (百万円)	構成比 (%)	売上高 (百万円)	構成比 (%)	前年比 (%)	増減額 (百万円)
ビール	154,774	23.4	138,931	21.1	89.8	△ 15,843
和洋酒	104,869	15.9	108,186	16.5	103.2	3,317
調味料・缶詰	109,103	16.5	112,066	17.1	102.7	2,964
嗜好品・飲料	140,863	21.3	146,607	22.3	104.1	5,745
麺・乾物	49,612	7.5	51,503	7.8	103.8	1,891
冷凍・チルド	27,871	4.2	28,749	4.4	103.1	878
ギフト	47,613 (内、酒類 23,168)	7.2	44,716 (内、酒類 20,944)	6.8	93.9	△ 2,897
その他	26,540	4.0	25,985	4.0	97.9	△ 555
合計	661,244	100.0	656,743	100.0	99.3	△ 4,500

■経常利益/経常利益率



■親会社株主に帰属する当期純利益/当期純利益率



■業態別 売上高/構成比

業態	2019年度実績		2020年度実績			
	売上高 (百万円)	構成比 (%)	売上高 (百万円)	構成比 (%)	前年比 (%)	増減額 (百万円)
卸売業	85,590	12.9	77,382	11.8	90.4	△ 8,207
百貨店	28,310	4.3	26,090	4.0	92.2	△ 2,221
スーパー	409,290	62.0	426,727	65.0	104.3	17,437
CVS・ミニスーパー	66,048	10.0	65,584	10.0	99.3	△ 464
その他小売業	39,973	6.0	29,254	4.4	73.2	△ 10,719
その他	32,032	4.8	31,706	4.8	99.0	△ 326
合計	661,244	100.0	656,743	100.0	99.3	△ 4,500

■エリア別 売上高/構成比

エリア	2019年度実績		2020年度実績			
	売上高 (百万円)	構成比 (%)	売上高 (百万円)	構成比 (%)	前年比 (%)	増減額 (百万円)
北海道	21,900	3.3	21,694	3.3	99.1	△ 206
東北	16,934	2.6	16,855	2.6	99.5	△ 79
関東甲信越	293,546	44.4	284,203	43.3	96.8	△ 9,343
東海北陸	103,989	15.7	105,783	16.1	101.7	1,794
近畿	138,929	21.0	140,037	21.3	100.8	1,107
中四国	33,343	5.0	33,758	5.1	101.2	415
九州沖縄	52,602	8.0	54,413	8.3	103.4	1,811
合計	661,244	100.0	656,743	100.0	99.3	△ 4,500

(注) 1 従来、百万円未満を切り捨てて表示しておりましたが、2019年度より四捨五入による表示へ変更しています。
当該変更に伴い、2018年度以前についても四捨五入へ組み替えて表示しています。
2 比率 (%) は、小数点以下第 2 位、ないしは小数点以下第 3 位を四捨五入して記載しています。
3 上記により、合計が合わない場合があります。

■ 会社概要

商号 伊藤忠食品株式会社
 創業 明治19年2月11日(1886年2月11日)
 設立 大正7年11月29日(1918年11月29日)
 資本金 4,923,464,500円
 従業員数 連結1,189名 個別 873名
 事業内容 酒類・食品の卸売およびそれに伴う商品の保管、運送ならびに各種商品の情報提供、商品流通に関するマーチャンダイジング等を主とした事業活動を展開しています。
 本店所在地 大阪府大阪市中央区城見2丁目2番22号
 大阪本社 大阪府大阪市中央区城見2丁目2番22号 TEL 06-6947-9811
 東京本社 東京都港区元赤坂1丁目2番7号 赤坂Kタワー TEL 03-5411-8511
 インターネットホームページ <https://www.itochu-shokuhin.com>

■ 主な事業所

- ① 東日本営業本部 東京都港区元赤坂1-2-7 赤坂Kタワー
- ② 北海道支店 北海道札幌市中央区大通東3-2 スハラ大通ビル2階
- ③ 仙台営業所 宮城県仙台市宮城野区扇町4-3-10
- ④ 東海営業本部 愛知県名古屋市熱田区新尾頭1-6-9
- ⑤ 西日本営業本部 大阪府大阪市中央区城見2-2-22
- ⑥ 中四国支店 広島県広島市西区商工センター6-9-55
- ⑦ 四国営業所 香川県坂出市沖の浜1-34
- ⑧ 九州支店 福岡県福岡市博多区上川端町13-15 安田第7ビル2階



主な物流センターについてはHPをご覧ください。

伊藤忠食品 営業拠点 検索

<https://www.itochu-shokuhin.com/company/office.html>

■ 子会社・関連会社

連結子会社

新日本流通サービス株式会社 …… 貨物運送取扱業
 ISCビジネスサポート株式会社 …… サービス業
 株式会社スハラ食品 …… 酒類・食品卸売業
 株式会社アイ・エム・シー …… 小売業

非連結子会社

株式会社宝来商店 …… 酒類・食品小売業

関連会社

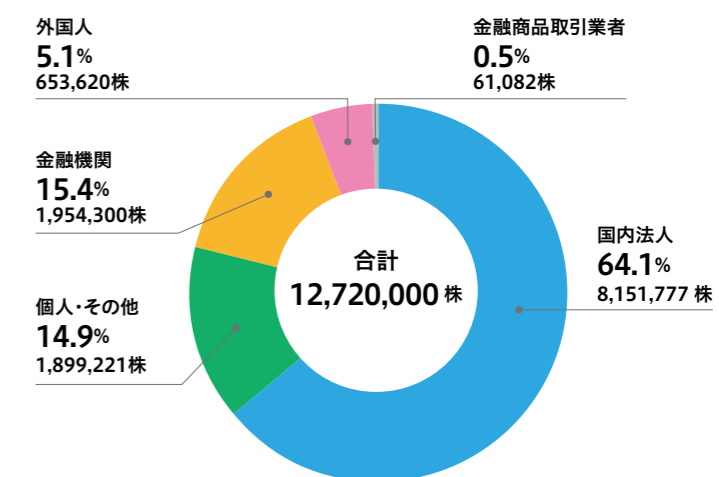
株式会社中部メイカン …… 食品卸売業
 ワイ&アイホールディングス合同会社 …… 投資事業

■ 株式の状況

■ 株式の総数・株主数

発行済株式の総数	12,720,000株
(注) 1.発行可能株式総数	40,000,000株
2.単元株式数	100株
株主数	12,412名

■ 株式分布状況(所有者別)



■ 大株主(上位10名)

株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
伊藤忠商事株式会社	6,620	52.18
株式会社日本カストディ銀行 (三井住友信託銀行再信託分・アサヒビール株式会社退職給付信託口)	815	6.42
味の素株式会社	339	2.67
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	311	2.46
アサヒビール株式会社	296	2.34
みずほ信託銀行株式会社 退職給付信託 みずほ銀行口 再信託受託者 株式会社日本カストディ銀行	249	1.96
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	218	1.72
伊藤忠食品 従業員持株会	137	1.08
はごろもフーズ株式会社	87	0.69
株式会社日本カストディ銀行(信託口5)	72	0.57

(注) 持株比率は、発行済株式の総数から自己株式数を控除して計算しています。