

CORPORATE REPORT 2020

コーポレートレポート 2020



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 経営戦略部 広報・CSRチーム
電話 (03) 5411-8513

この印刷物は
1冊あたり **832g**
CO₂

ミックス
責任ある木質資源を
使用した紙
FSC® C017982

TOYO INK
non-VOC®

Carbon Offset for
832 g-CO₂eq
Waterless
Printing. Naturally.

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。
製造時に排出された CO₂をカーボンフリーコンサルティングを通じてオフセット（相殺）しています。
2,500 冊作成のための総排出量は 2,079 kg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。



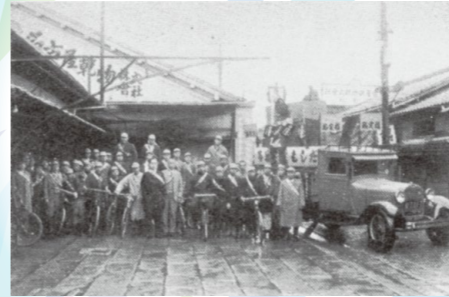
1886



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

伊藤忠食品について

- 03 伊藤忠食品の歩み
- 05 伊藤忠食品の事業

伊藤忠食品の価値創造

- 07 伊藤忠食品の価値創造プロセス
- 09 新中期経営計画の概要
- 10 社長メッセージ
- 13 経本部長インタビュー
- 15 特集 伊藤忠食品のマテリアリティ(重要課題)

価値創造の基盤

- 19 地球環境との関わり
- 21 お客様・消費者との関わり
- 23 社会との関わり
- 25 従業員との関わり
- 28 社外取締役からのメッセージ
- 29 ガバナンス

- 33 財務データ
- 35 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成長に向けた2019年度の企業活動と、中長期的な戦略をステークホルダーの皆様にご理解いただく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、当社が定めたマテリアリティ(重要課題)を含めた中期経営計画「Transform 2022～領域を超えて～」の考え方や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

2019年度(2019年4月1日～2020年3月31日)。ただし、一部それ以前の経緯や2020年度の活動、将来の活動予定も報告しています。

発行年月

2020年7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、社会の要請に合わせて本業を通じたCSR^{*1}・CSV^{*2}活動を展開し、ESG^{*3}に関わる取り組みの推進と、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 鈴木洋酒店が創業</p> <p>1886 松下善四郎商店が創業</p> <p>1934 名古屋乾物(後のメイカン)が創業</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 商業高校教育支援を開始</p> <p>商業高校生向け、開発商品を流通させるために必要な知識と技術を体験的に習得する場を提供。</p> <p>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>SINCE 1886 130th 伊藤忠食品</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-】
---	--	--	---	--	---	--	---

伊藤忠食品の事業

当社は、全国約4,000社のメーカー様とお取引し、約50万アイテムを全国約1,000社の小売業様などの販売先へお届けしています。社会構造・消費環境の変化に伴い、消費者・生活者が求める商品やサービス、購買シーンが急激に多様化しているなかで、中間流通を担う酒類・食品卸売業としてサプライチェーンの流れを最適化する仕組みを構築し、食生活を支えるライフラインの一端を担っています。また、多種多様な商品を取り扱うことで、消費者に新しい価値を届けられる魅力的な売場作りに貢献しています。

売上高	6,612 億円	営業利益	44 億円
経常利益	57 億円	当期純利益	40 億円

(2019年度連結実績)



伊藤忠食品の価値創造プロセス

当社は、時代の変化と要請に柔軟に対応し

社会への提供価値を向上させ、企業成長につなげてきました。

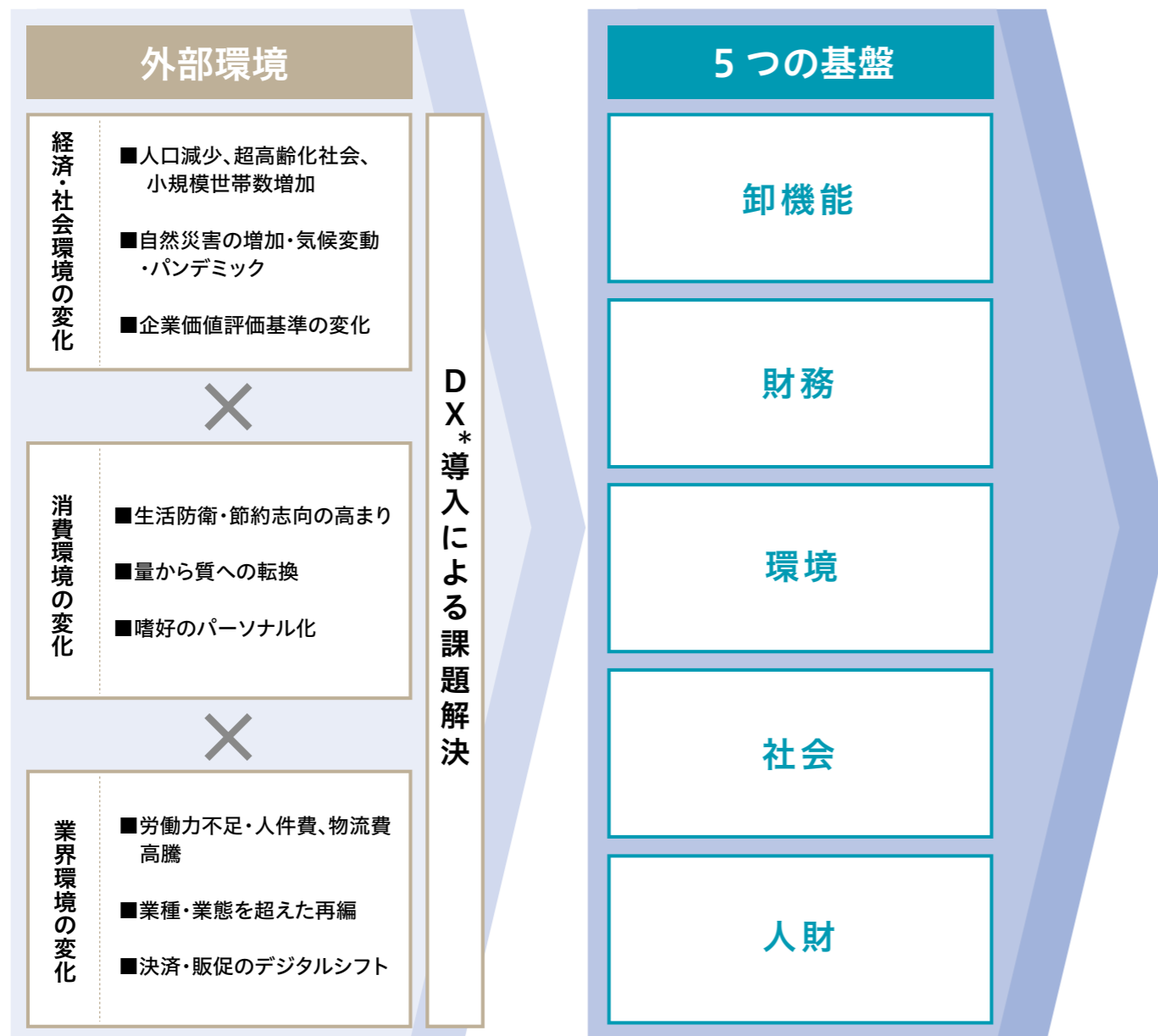
2020年度よりスタートした中期経営計画「Transform 2022 ～領域を超えて～」では

既存事業の基盤強化とリテールサポート機能の進化を掛け合わせることで、

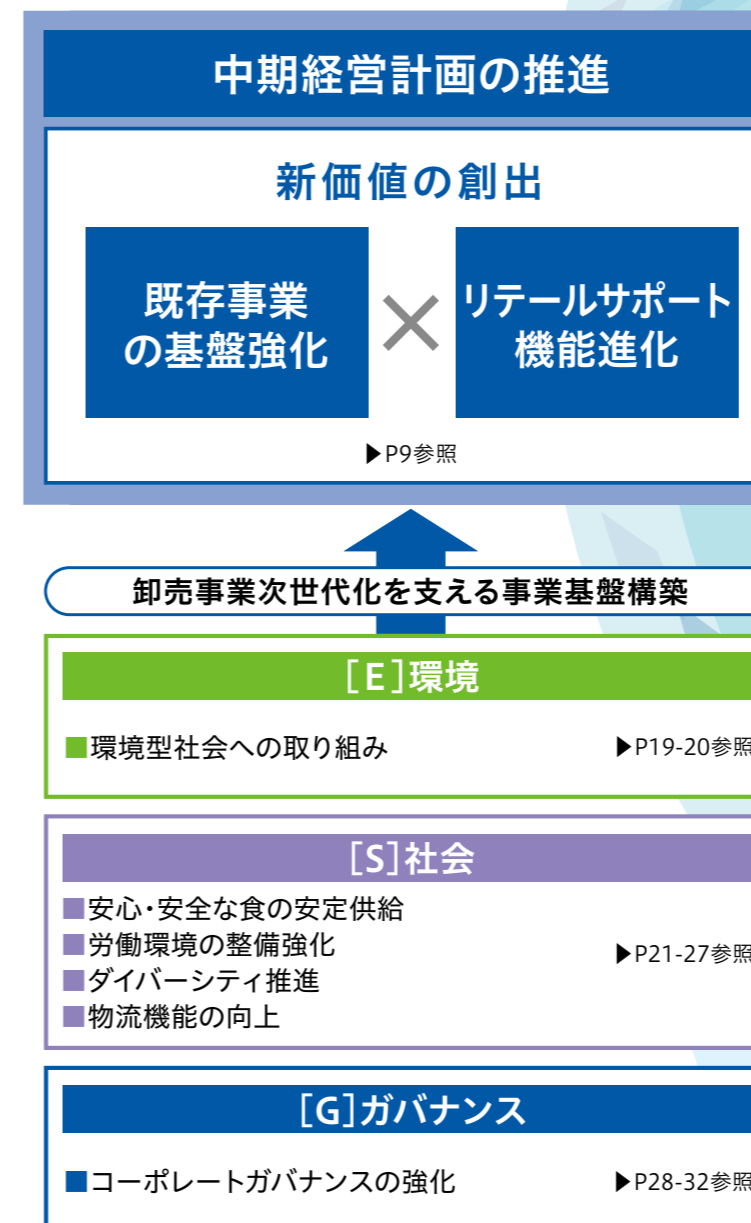
消費者へ新たな価値を提供していきます。

また、社会価値と経済価値の共創に向けマテリアリティ（重要課題）を特定し、

卸売事業の次世代化を支える事業基盤を構築していきます。



*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



消費者への価値提供

売場作りへの貢献度向上
新価値創出

価値創造に向けて
進化する
グッド・カンパニーへ

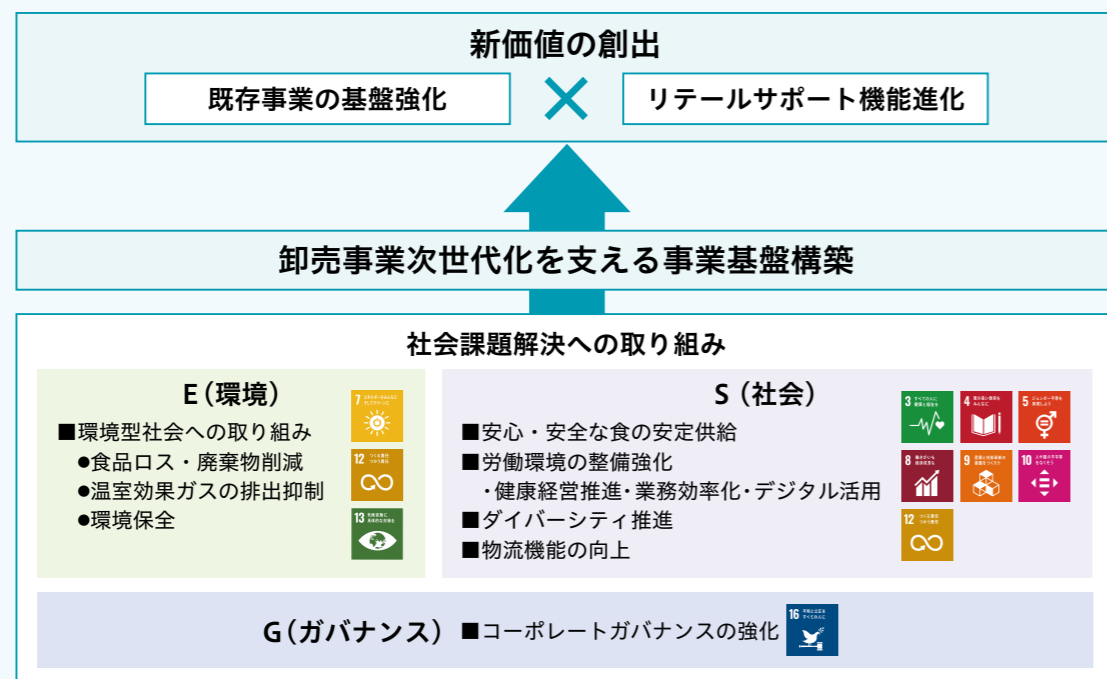
社会課題解決への
取り組みによる
持続的成長基盤構築

中期経営計画

Transform 2022 ～領域を超えて～

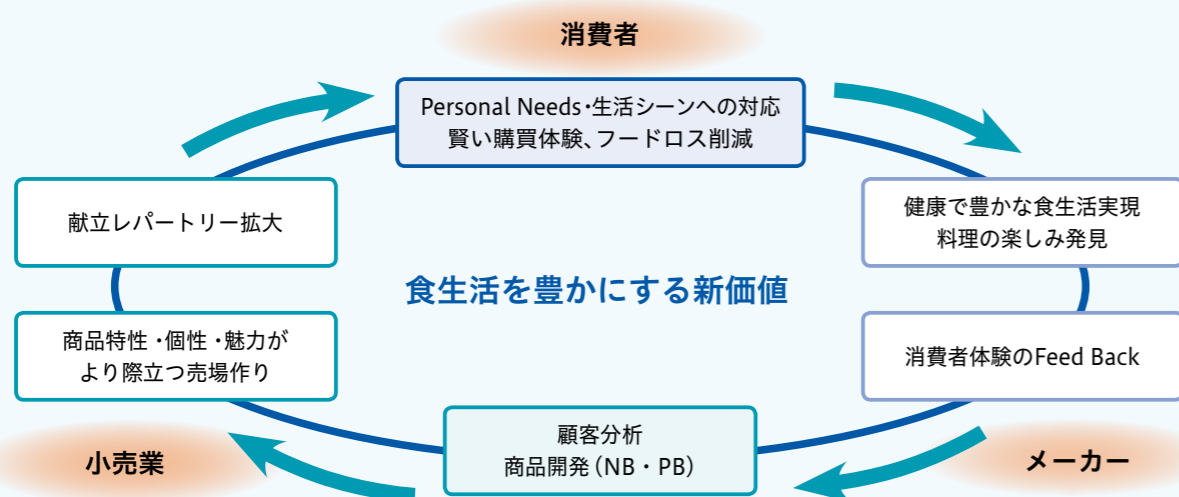
目指す姿

- 売場作りへの貢献度向上・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



消費者の食生活を豊かにする
新価値創出を目指すとともに、
事業を通じた社会課題解決へ
取り組んでいきます。

代表取締役社長・社長執行役員

岡本均

価値創造に向けて進化するグッド・カンパニーへ

伊藤忠食品は、明治維新による近代国家建設に沸く1886年の創業以来、酒類・食品卸売業として130年を超える歴史を積み重ねてきました。企業理念を「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」することと定め、人々の健康で豊かな食生活の実現に向け、付加価値の創出に努めてきました。

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が、そのなかで、当社をはじめとする卸売業は流通を支える上で必要不可欠な役割の一端を担っています。近年頻発している100年に一度といわ

れるような大規模災害や新型コロナウイルス感染症拡大に伴う緊急事態宣言下においても、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、食の安定供給の維持に貢献してきました。小売店に商品を届ける物流センターの運営継続やメーカーからの商品確保など、現場の最前線で私たちがもつ機能の真価が問われた瞬間であり、当社事業の使命を強く感じました。

当社が経営ビジョンで示している「価値創造に向けて進化するグッド・カンパニー」を目指し持続的な成長を果たすことで、より付加価値の高いバリューチェーンを構築・提供できると考えています。

事業領域の拡大や機能強化に向けて布石を打った、前中期経営計画

新しい中期経営計画の話に入る前に、まずは前中期経営計画の総括について触れたいと思います。

2016年度にスタートした前中期経営計画で掲げた重点戦略のうち、中心となる「中核事業の拡大・深耕」

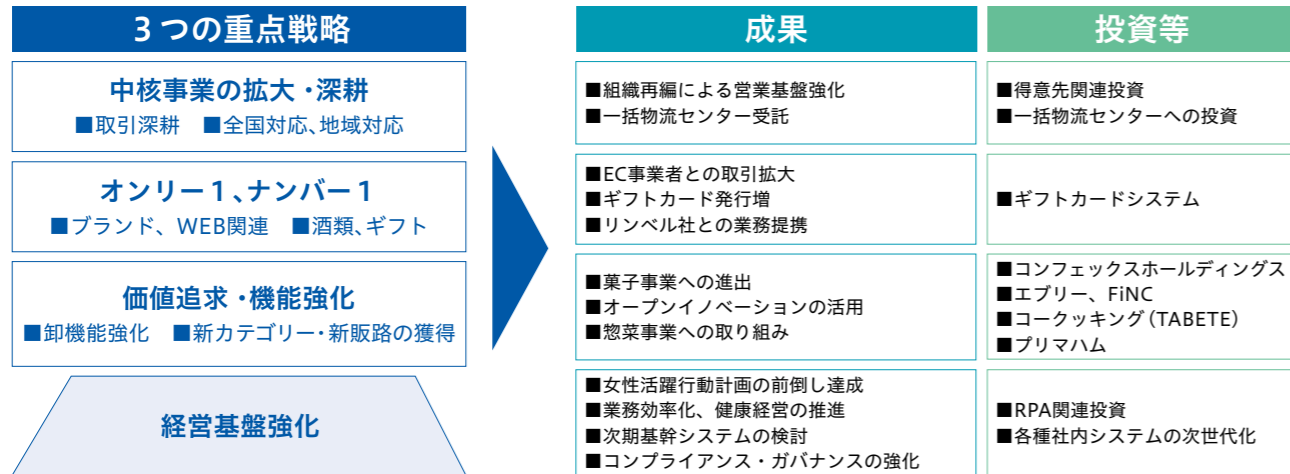
においては、厳しい事業環境下、組織再編による営業基盤の強化や、組織小売業との取引拡大、小売業の専用センター受託などを実行しました。「価値追求・機能強化」においては2018年度にワイ&アイホール

ディングス(同)を通じてコンフェックスホールディングス(株)へ出資し、さらに2019年度には(株)エブリーとの資本業務提携を行うなど、事業領域の拡大や機能強化に向けての投資戦略を実行しました。

このような取り組みの結果、2019年度の連結売上高は6,612億円となりました。市場全体の年平均成長

率が2016年度から2019年度にかけて約1.1%と鈍化するなど、市場環境が前中期経営計画策定時の想定とは大きく異なるなかで、当社売上高の年平均成長率は市場平均を上回る約1.6%で推移し、経常利益率は初年度の0.72%から0.86%へと目標とした1%に向けて着実に前進させてまいりました。

前中期経営計画 総括<定性>



財務データ▶P33参照

企業理念を实践し、新たな中期経営計画「Transform 2022」をスタート

当社ではこの4月から、5カ年であった前中期経営計画を1年前倒しで終了し、2020年度から新たな中期経営計画「Transform 2022～領域を超えて～」をスタートしました。大きく変化している市場環境に素早く柔軟に対応し、持続的な成長基盤を構築していくためには、時代の変化に即した新たな成長戦略の策定が急務であると判断したからです。

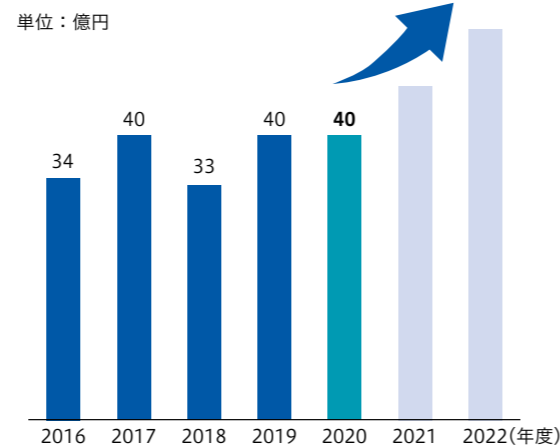
食品市場はオーバーストアが顕在化し、これまでのように新規出店による市場規模の拡大は期待できません。環境面でも、SDGsへの貢献や働き方改革など、社会からの要請がより強くなってきています。さらに、あらゆる場面でデジタル技術の利活用が進み、変化のスピードは加速し、その対応への圧力も高まっています。当社としては、企業理念で掲げているように、時代の変化と要請を先取りしていく必要があります。

食品市場の規模拡大に依拠することなく、ニューノーマルとなった時代においても持続的な成長を成し遂げていくために、変化と時代の流れに機敏に適応できる次世代の卸売業へと変貌を遂げなければ

なりません。

次々と小売店が新たに立ち並んだかつての風景は遠い過去の話になりました。一方で、消費者の消費行動はネット・リアルといった垣根を意識することなく行われており、店頭から手元のスマートフォンに至るまで、新しい購買シーンが次々と生まれています。当社は大きな時代のうねりの真ただ中にいます。

■ Transform 2022 の当期純利益イメージ



基本戦略は消費者起点

「Transform 2022」では、目指す姿として「売場作りへの貢献度向上・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2つのテーマを掲げています。売場を俯瞰し、より魅力的な売場作りによって消費者に価値を創出し続けることが当社の使命であると考えており、消費者を起点とする製・配・販連携を実現するエコシステムを形成し、新たな価値を生み出す企業にTransformしていきます。物流機能の向上による生産性のアップやMD機能の充実による提案力の強化といった基本的な機能を磨き上げることはもちろん、さまざまなパートナー企業と連携することで次世代の売場を創り上げていきます。そのための重点分野としてサイネージ、惣菜、物流の3つを掲げており、既存事業の基盤強化に加えてこれら分野への成長投資を実施していく方針です。



(株)エブリーと集客・販促支援で協業

資本業務提携した(株)エブリーとの協業では、デジタルサイネージを活用し、消費者へ情報発信できるような新たな売場作りを実現していきます。また、業務提携先である(株)テクニカンの液体急速凍結機「凍眠」技術を活用した商品「凍眠市場」は、地方の生鮮品を自宅で再現して味わうことができるとともに、冷凍することで食品ロス削減にもつながります。このような新しい「売場作り」を通じて得られる「データ」を利活用することで、新しい商品開発やより良い「売場作り」を推進します。

エコシステムを形成する当社の大切なパートナー(取引先)であるメーカーや小売業との連携をこれまで以上に深めることで、

消費者の食生活を豊かにする新しい価値の創出・提供に注力していきます。



(株)テクニカンと共同設立ブランド「凍眠市場」拡大へ

社会課題解決へ向け取り組むべきマテリアリティ (重要課題)

「Transform 2022」では、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構築」を掲げるとともに、当社が取り組むべきマテリアリティ (重要課題) を特定しました。

新価値の創出に向けて、「既存事業の基盤強化」と「リテールサポート機能進化」という2つの取り組みを相乗させることによって新しい価値の創造を目指していますが、この取り組みを下支えする事業基盤づくりとして、ESGやSDGsなどの社会課題解決への取り組みを位置づけています。

日々の業務と密接に関係した取り組みでなければ、このような取り組みは浸透していかず絵に描いた餅

になってしまうでしょう。今後は、マテリアリティ (重要課題) を常に意識しながら、従業員一人ひとりが日々の事業活動を通じて社会課題の解決に貢献していきます。食の安定供給を支えるためのインフラ整備や、物流機能の向上に向けた製・配・販の連携、食品ロス削減につながるパートナー企業との協業などはその取り組みの一例です。

ESGやSDGsの広がりとともに、企業の価値を推し量る社会の基準も変化しています。当社はこのような時代の変化と要請を先取りし、次の社会が求める新たな価値を創造しながら、持続的な成長を目指してまいります。

マテリアリティ (重要課題) に関する詳しい情報 ▶ P15-18 参照

持続的な成長を果たしていくために、
強固な財務基盤を
さらに鍛え上げていきます。

取締役・執行役員
財務本部長
中島 聡



Q1 はじめに 2019 年度の業績についてお聞かせください。

当期純利益において前年比 20.1% 増を達成。
基礎的な収益力が着実に高まったと考えています。

2019年度の食品流通業界は、生活防衛意識や節約志向の高まり、小売業における業種・業態の垣根を超えた競争の激化、人件費・物流費の高騰によるコストの上昇など、引き続き厳しい事業環境が続きました。当社においても、最需要期のひとつである夏場の天候不順や、10月に実施された消費税増税、そして2月以降には新型コロナウイルス感染症が拡大するなど、先行きが不透明な状況が続いた1年だったように思います。

このような状況のなか、当社グループの2019年度における実績は、売上高6,612億円（前年比0.9%減）、営業利益44億円（同9.6%増）、経常利益57億円（同15.3%増）、当期純利益40億

円（同20.1%増）となりました。売上高は夏場の天候不順によるビール・飲料の不振などにより、若干の減少となりましたが、利益面では販売管理費の改善を中心とした営業利益の増加、昨年実施した投資による持分法投資損益の増加などにより増益を果たしました。当期純利益は前年比で20.1%増となり、計画をおおむね達成できたと評価しています。このように、2019年度は厳しい環境ではありましたが、基礎的な収益力が着実に高まっていることを示すことのできた一年であったと考えています。

■ 2019 年度決算総括

(単位：億円)

	2019 年度		期初 公表計画	計画比 増減	2018 年度		前年比 増減
	実績	売上比			実績		
売上高	6,612	-	7,000	△ 388	6,671	△ 59	
売上総利益	356	5.4%	375	△ 20	368	△ 12	
販売管理費	▲ 312	4.7%	▲ 328	17	▲ 327	16	
営業利益	44	0.7%	47	△ 3	40	4	
経常利益	57	0.9%	58	△ 1	49	8	
特別損益	2	-	0	-	▲ 1	3	
親会社株主に帰属する 当期純利益	40	0.6%	40	△ 0	33	7	

Q2 新中期経営計画「Transform 2022」における財務戦略はどのようなものでしょうか？

事業環境の変化に応じて単年度ごとに目標を設定し、
2022 年度における最終利益での増益を達成します。

当社では、これまでの中期経営計画を1年前倒しで終了し、新しい中期経営計画「Transform 2022」を2020年度からスタートさせました。この3カ年による「Transform 2022」では、最終年度における定量目標を設定していません。事業環境の変化などを柔軟に取り込んで単年度ごとに定量目標を策定し、それらを着実にクリアしながら、最終利益での増益を達成していくこととしています。

初年度となる2020年度は、右図のような目標を掲げています。2020年度は、将来の収益拡大に向けた基盤構築の年と位置づけ、新型コロナウイルス感染症の問題にも適切に対処しつつ、着実に施策を実行していきます。

■ Transform 2022 2020 年度定量計画 (単位：億円)

	2019 年度		2020 年度			
	実績	売上比	計画	売上比	前年比 増減	増減率
売上高	6,612	-	6,700	-	88	+1.3%
営業利益	44	0.7%	47	0.7%	3	+6.1%
経常利益	57	0.9%	60	0.9%	3	+5.3%
親会社株主に 帰属する 当期純利益	40	0.6%	40	0.6%	0	+0.6%

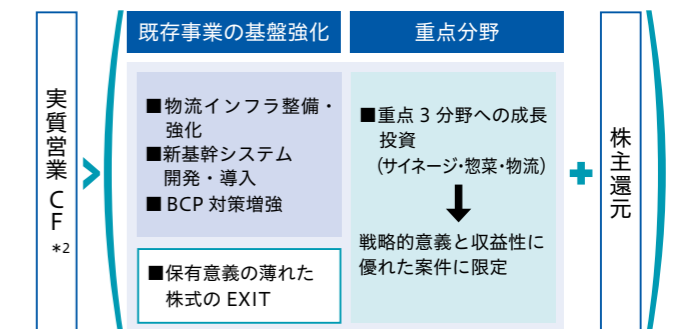
Q3 「Transform 2022」における投資方針についてお聞かせください。

3 年における株主還元後実質フリー・キャッシュフロー*1 を
黒字に維持することを投資の枠組みとしています。

この「Transform 2022」では、社会情勢が大きく変化していくなかでも、景気変動に耐える現在の強固な財務基盤を堅持しながら、システム関連をはじめとした既存事業の基盤強化や3つの重点分野(サイネージ・惣菜・物流)の成長につながる投資を実行していきます。

また、この3カ年における株主還元後の実質フリー・キャッシュフローを黒字に維持することを投資の枠組みとしています。言い換えれば、右図の通り、2020～2022年度の3年間で稼ぐ実質営業キャッシュフロー*2の範囲内で、投資と株主還元を行うということです。

■ Transform 2022 重点分野と投資方針



*1 実質フリー・キャッシュフロー(実質 FCF) = 実質営業 CF - NET 投資
*2 実質営業 CF = 営業 CF - 運転資金増減

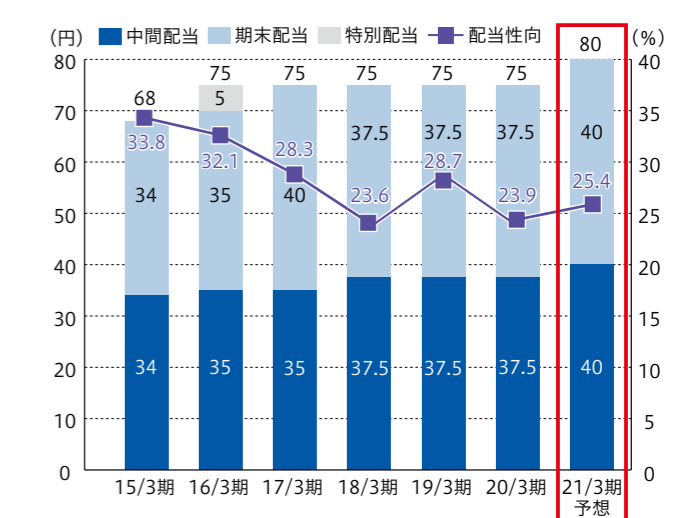
Q4 最後に、株主還元の考え方など株主の皆様へのメッセージをお願いします。

着実に収益を上げながら、
株主の皆様への期待にお応えしていきます。

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。今後も着実に収益を上げ、安定的に株主の皆様へ報いる方針です。「Transform 2022」の初年度となる2020年度は、1株当たり5円増配となる年間80円の配当実施を予定しています。

新型コロナウイルス感染症の拡大は、今後も広範囲かつ長期的に国内外の経済に影響を及ぼすと懸念されます。その一方で、国内の食品流通業界では、高齢化や人口減少をはじめ多様な問題が同時進行しており、今後当社を取り巻く事業環境はさらに厳しくなると見込まれます。このような環境においても持続的な成長を果たしていくために、「Transform 2022」では、成長投資や既存事業の基盤強化に対して積極的に資金を使用し、収益を拡大するとともに、株主の皆様にもしっかりと還元していきたいと考えています。

■ Transform 2022 株主還元方針



伊藤忠食品のマテリアリティ(重要課題)

持続的な企業価値向上に向けて、社会の課題を解決

「健康で豊かな食生活創り」の実現を目指し、
 中期経営計画の基本方針で掲げる新価値の創出を支える事業基盤として、
 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(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	●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	
2. 物流機能の向上	●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	
3. 環境型社会への取り組み推進	●食品ロス・廃棄物削減につながる案件の推進	  
	●温室効果ガス等の排出抑制	
	●環境保全、環境法令等への適時適正な対応	
4. 事業領域拡大と 人財育成・組織力強化	●出資・業務提携による新規事業領域拡大	 
	●事業経営推進の為の人財戦略	
5. 労働環境の整備強化と 健康経営	●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	
6. コーポレートガバナンスの強化	●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)	

マテリアリティ(重要課題)の特定プロセス

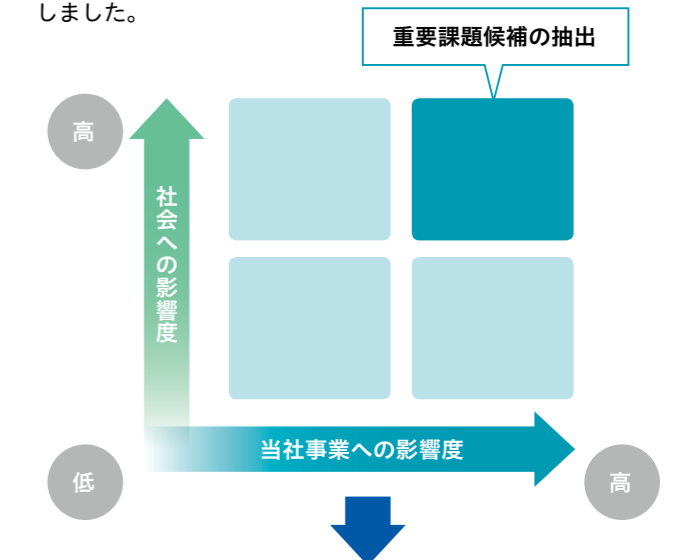
STEP1 マテリアリティ(重要課題)候補の抽出

当社を取り巻く環境と事業領域において、現場で働く従業員、経営陣、役員それぞれの立場、視点から想定される重要な課題を抽出しました。



STEP2 マテリアリティ(重要課題)候補の分析

抽出した課題から当事業への影響度、社会への影響度、ESGの取り組みの視点から優先課題について社内で議論を重ね、マテリアリティマップを作成し重要課題候補と取り組み施策を設定しました。



STEP3 マテリアリティ(重要課題)候補の選定

抽出した重要課題候補、取り組み施策について、重要性や影響度を、社内で再検討・見直しを行い、経営会議に諮りました。



STEP4 マテリアリティ(重要課題)の特定

経営会議での承認後、取締役会にて報告を行い、マテリアリティ(重要課題)と取り組み施策を特定しました。中期経営計画とも連動しながら、課題の解決・改善に取り組んでいきます。

マテリアリティ推進の流れ

企業理念に基づき、本業を通じたCSR・CSV活動を行っています。2015年9月の国連サミットで採択された持続可能な開発目標 (SDGs) など、サステナビリティに関連する世界的な動向を踏まえ、中期経営計画の目指す姿を支える事業基盤として、ESGとも連動するマテリアリティ(重要課題)

を位置付けました。

CSR活動の活性化を促し、社員一人ひとりが具体的にマテリアリティ(重要課題)に取り組めるよう、取り組み施策、具体的な取り組み、成果指標の設定を行い、中期経営計画の基本方針と連動させながら、持続的成長の基盤を構築していきます。

E

環境

■環境型社会への取り組み

7 気候変動に具体的な対策を

12 つくる責任

13 気候変動に具体的な対策を

▶P19-20 参照

S

社会

- 安心・安全な食の安定供給
- 労働環境の整備強化
- ダイバーシティ推進
- 物流機能の向上

3 すべての人に健康と福祉を

4 質の高い教育をみんなに

5 ジェンダー平等を促進しよう

8 働きがいも経済成長も

9 産業と地域発展の持続可能性を高めよう

10 人や国の不平等をなくそう

12 つくる責任

▶P21-27 参照

G

ガバナンス

■コーポレートガバナンスの強化

16 平和と公正をすべての人に

▶P28-32 参照

持続可能な開発目標 (SDGs)

2015年9月の国連サミットで採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」にて記載された2016年から2030年までの国際目標です。持続可能な世界を実現するための17のゴール・169のターゲットから構成され、地球上の誰一人として取り残さないことを誓っており、企業も重要なプレーヤーとして位置づけられています。

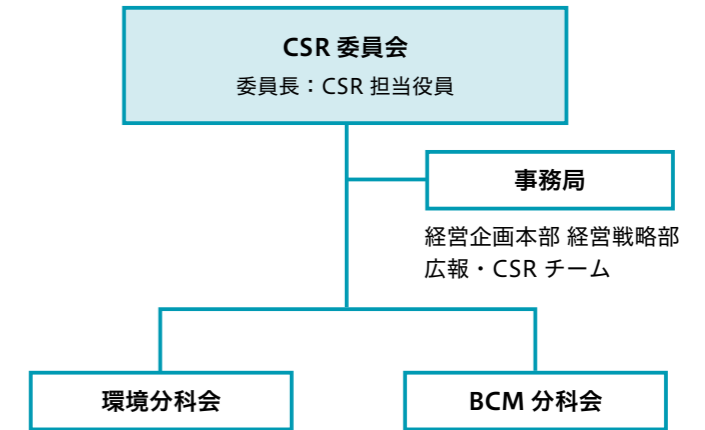


CSR委員会推進体制

持続可能な社会の実現に向けて、企業の社会的責任 (CSR) を果たすために、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」の2つに分科会を設け、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。

また、CSR委員会の事務局を中心に、各種社会貢献活動を推進しています。



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

CSR担当役員からのメッセージ

本業を通じた社会課題解決への取り組みを進め、持続的な成長基盤を構築していきます。

当社は2012年度に、企業理念である「健康で豊かな食生活創り」を基本とした「CSR基本方針」を定め、ステークホルダーの皆様とともに持続可能な社会の実現を目指してきました。近年、持続可能な開発目標 (SDGs) など、世界中でサステナビリティ (持続性) の実現に向けた動きが加速しています。持続性を追求するには、環境変化や社会的要請を先取りした成長戦略を策定し、その将来像に向かっていち早く動き出すことが重要だと考えています。

2020年度よりスタートした新しい中期経営計画「Transform 2022」の中で「社会課題解決への取り組みによる持続的成長基盤構築」を目指す姿の一つに掲げるとともに、取り組むべき6つのマテリアリティ(重要課題)を特定しました。主な項目として、食のライフラインとしての役割を強化・整備する「安心・安全な食の安定供給」、ホワイト物流推進や製・配・販連携による「物流機能の向上」、食品ロス・廃棄物削減を推進する「環境型社会への取り組み推進」など、本業を通じた社会課題解決に寄与するとともに、SDGsの達成にも貢献することを目指していきます。

今後も社会からの期待と要請に応え、「健康で豊かな食生活創り」を一人ひとりの社員が実践することで、6つのマテリアリティ(重要課題) 解決へ取り組み、さらなる持続的な成長基盤を構築してまいります。



執行役員
経営統括部門部門長(兼) CSR 担当
魚住 直之

マテリアリティ(重要課題) 及び社会貢献活動に関する詳しい情報を当社WEBサイトに掲載しています。
<https://www.itochu-shokuhin.com/csr/>



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、
従業員一人ひとりが
主体的に活動を推進しています。

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

伊藤忠食品は、食品の流通を通じて社会的な使命を果たすとともに、地球環境問題に対し真摯な姿勢で取り組み、これからの持続的発展可能な社会を目指し、積極的に企業活動を行っています。

基本理念の実現を目指し、全社員が一体となって、環境マネジメントシステムの継続的改善及び見直しを図り、環境保全のための取組みを推進します。

<行動方針>

- 低炭素・循環型社会の形成に貢献します。
・省エネ、配達の効率化、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。
- 環境法規等を遵守します。
- 社会共生活動を持続的に支援します。

この環境方針は全社員及びグループ会社に周知し、環境問題に対する意識の向上を図るとともに、公表します。

2010年7月13日制定
2019年2月1日改定
伊藤忠食品株式会社
代表取締役社長 岡本均
社長執行役員

伊藤忠食品 環境方針 検索

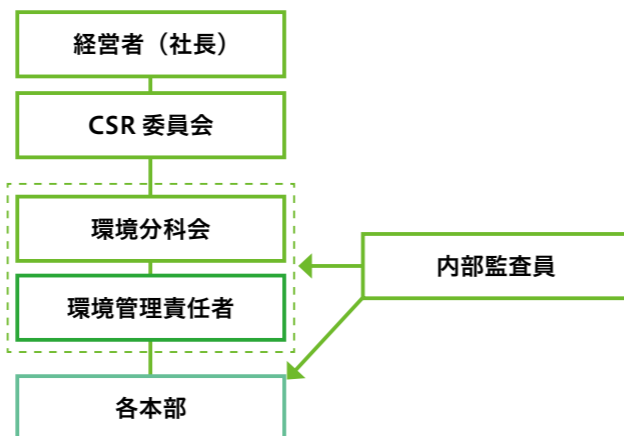
<https://www.itochu-shokuhin.com/csr/policy.html>

環境マネジメント推進体制

当社は、国際規格「ISO14001」に基づき、PDCAサイクルを回しながら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、及び経営計画に基づき、毎年活動方針を定め、改善活動及びeラーニング等での従業員の理解深耕を図るなど環境活動の推進に努めています。

■環境マネジメント推進体制



■従業員による環境保全活動の一例(2019年度)

- エコキャップ回収 141,857 個 (ワクチン約 165 個分)
[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ポリオワクチンを寄付しています。]
- ISO14001:2015 eラーニング受講 98.1%
- 食品リサイクル法に基づく食品廃棄物の再生利用促進
- フードバンクへの寄付
- グリーン調達促進
- 省エネルギー対応 など

ISO14001:2015 維持審査を実施

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1月27日～29日に、外部審査員(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」の資格維持審査が実施され、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判断されています。



グリーン調達の推進

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・名刺・封筒等については、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使用しています。今後も引き続き、グリーン調達を推進していきます。

電子マニフェストの導入

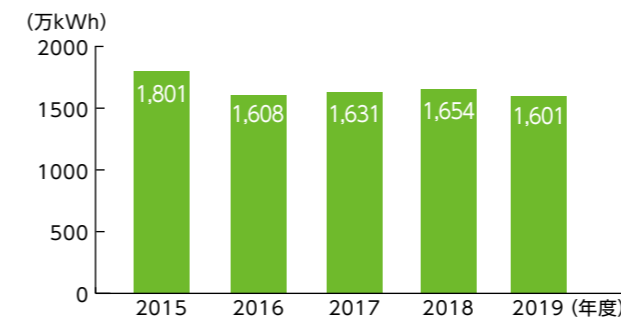
産業廃棄物の排出状況を適切に管理するために2017年3月より全社的に電子マニフェストを導入しています。電子マニフェストの導入により、法令遵守の強化、年1回の自治体への排出状況報告の自動化による業務効率化、総排出量の管理等が可能となりました。

太陽光発電の取り組み

「省エネの推進」を目的として相模原 IDC (物流センター) にて2011年から太陽光発電装置を導入しています。また、グリーン電力普及に向けてオフグリッド電力サービスをお客様にご紹介しています。電力消費量が高まる夏場の電力抑制や電気使用量の削減につながる太陽光パネルの店舗設置をご提案することで、電力の最適化のお手伝いをしています。



■電気使用量推移(全社)



食品廃棄物再生利用に向けた取り組み

食品関連事業者から大量発生す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170t(2019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(受発注の精度向上、フードバンクへの寄付など)、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、産業廃棄物の処理委託先を食品リサイクル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、タイムリーな回収困難等、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、2023年度には再生利用率80%を目指します。

配送トラック待機時間削減による業務効率化を促進

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。

現在、三郷物流センターにおいて本システムを導入しており、3社のメーカー様から事前予約をいただいています。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、大幅な削減効果となっています。

現在予約入荷を行っているのは三郷物流センターのみですが、今後は導入拠点数及び予約社数を増やしていく予定です。

■入荷システム「N-Torus」の導入効果

導入前

受付順	1	2	3	4	5	6
6:00	🚚	🚚	🚚	🚚	🚚	🚚
7:00	🚚	🚚				
8:00	🚚					
9:00	🚚					
10:00	🚚					

● 受付順で処理されるため、受付開始と同時に車両が集中

● 順番待ちによる待機発生

導入後

受付順	1	2	3	4	5	6
6:00	🚚	🚚	🚚			
7:00	🚚	🚚				
8:00	🚚	🚚				
9:00	🚚	🚚				
10:00	🚚	🚚				

● 予約により到着車両が平準化

● 予約情報から作業人員調整、待機時間削減



サプライチェーンの皆様と一体となって、食の「安心・安全」管理を徹底し、中間流通業としての責任を果たします。

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、法制化が進められています。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を図り、経営品質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」と消費者、お客様から信頼・評価をいただけるように努めています。

ロジスティクス本部と在庫商品管理方法の見直しを実施

品質保証部では、2018年度にロジスティクス本部と連携して物流センターの管理状態調査を実施しました。その結果をもとに、2019年度には、より実態に即した在庫商品の管理方法への改善を図りました。

具体的には、従来の管理方法の見直しを行い、営業担当者とセンター担当者の役割の整理や既存帳票類の見直し、新たな帳票の開発等に取り組みました。

商品の管理・配送を担う中間流通業として、物流の品質管理事故は、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、物流の品質管理向上に取り組んでいきます。

調査フロー



お取引先様の品質管理状況の確認、アドバイスを実施

品質保証部では、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。その結果、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。また、地域産品プロジェクトとも連動し、当社主催の商談会に参加されたメーカー様に対して品質管理面に関するアドバイス等も行っていきます。

- | | |
|------------|---------------------|
| ■主な評価項目 | □ 原材料・資材管理 |
| □ 施設・設備の管理 | □ 製造工程管理 |
| □ 基礎衛生管理 | □ 検査・記録等の品質管理 |
| □ 従業員管理 | □ 食品の防御(フード・ディフェンス) |

現地調査を実施した製造工場 (2019年度) 当社主催の商談会にてアドバイスを
行ったメーカー様(2019年度)

154カ所 70社

※うち 131カ所に改善要求を行い、
119カ所が改善を実施。

「品質管理状況」確認の流れ



食品表示基準に基づく表示変更対応を実施

食品衛生法の改正により、食品表示基準に基づく表示変更が2020年4月1日から完全施行されました。当社は中間流通業という立場ですが、食品を取り扱う事業者として今回の変更に対応するため、営業担当者の受講を必須としたeラーニングや社内ポータルサイトへの掲載、メーカー様への注意喚起文の発送を実施しました。

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・啓蒙を行っています。



2019年度の取り組み

- 外部講師によるセミナーの開催
「仕入れ担当が考える、食品の安全・安心面について」
- eラーニングの実施
「事例でわかる景品表示法」
- 「知っておきたい食の安全情報」の発信
「ゲノム編集食品について」「HACCPに関するQ&A」等
- 展示会場での衛生教育
資料による学習とFormsによる確認テストの実施
- 社内の食品表示検定受験者に向けた教育支援

担当者の声

当社展示会において品質トラブル未然防止活動を実施

管理本部 品質保証部 品質保証チーム
那口 小夜



2019年度から新たな取り組みとして、当社主催の展示会における品質トラブル未然防止を目的とした活動を開始しました。展示パネル等の事前確認、eラーニングを活用した展示会関係者への一般衛生教育・確認試験を実施するとともに、展示会当日には各ブースを巡回し、衛生管理チェックを行いました。

各ブースにおける調理や試食提供時の衛生管理は、来場されるお客様への安心・安全の提供に直接つながり、信頼性向上にも寄与する大切な活動だと感じています。



社会との共生を目指して
当社の強みを活かした事業活動や
多面的な社会貢献活動を
推進しています。

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

食べられるのに廃棄される食品(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クッ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。



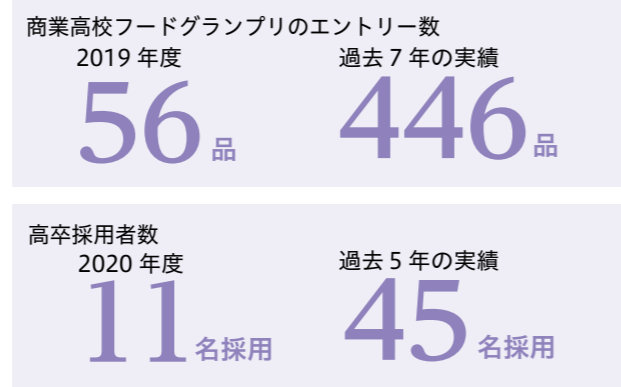
商業高校教育支援活動

「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。



■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/>

地域産品プロジェクトの推進

「安全・安心でおいしい日本各地の地域産品を全国へ」をスローガンとした地域産品プロジェクトを2014年に発足しました。当プロジェクトは価値ある商品の調達・発掘による地域経済活性化への貢献を目的としています。全国の自治体や金融機関等と連携して、地域のメーカーをご紹介いただき個別商談にて商品を選定します。商品の品質管理体制など当プロジェクトの定める基準を満たしているかを審査し、選りすぐりの商品を社内商談会や得意先様向け展示会でご紹介しています。

また、地域連携事業の一環としてインバウンド需要に対応し、地方創生を目指すプロジェクトを始動しました。当社及び協業パートナーとの事業連携により、生産者や食材の発掘、商品企画・開発、プロモーション、販売など、多岐にわたって観光・インバウンド需要に対応する商品、サービスを展開していきます。

伊藤忠食品 地域産品プロジェクト 検索

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

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・販売と、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。



■義援金の概要(期間:2019年3月~2020年2月)

販売額面金額(非課税):6,500,000円

寄付額(販売額面金額の2%):130,000円

寄付先:公益財団法人みちのく未来基金

フードバンク活動への支援

安全に食べられるにも関わらず、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よび掛け、ご提供いただいた商品や当社が株式をもつ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。

「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、小売店で購入され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く小売店様からは、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。2019年度は172冊の本を提供しました。

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、当社株式を長期間にわたり保有していただけるよう投資対象として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日現在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「ちよいすdeチョイス」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

2019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。





健康で安心して働きがいのある
人事制度・就業環境づくりを推進し、
従業員と従業員に関わる
すべての方を豊かにすることを
目指しています。

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」を推進する従業員が、健康的に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。また、「柔軟な発想をもち、失敗を恐れずにチャレンジしながら自ら成長できる人材」こそ、当社が持続的成長を継続するための原動力と定め、さまざまな人材育成を行っています。

中期経営計画「Transform 2020～領域を超えて～」における施策の一つとして、多様な人材の成長・育成を支えるダイバーシティを推進することにより、価値創造に向けて進化するグッド・カンパニーを目指します。

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、女性従業員が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、女性従業員の採用率向上を図るとともに、働きやすい環境の整備に向けて女性役員と女性総合職の意見交換会を設けるなど、多様な人材を活かせる職場づくりに努めています。

関連情報：社外取締役からのメッセージ▶ P28

ワークライフバランス

従業員のワークライフバランスの実現に向けて、仕事と生活の両立を支援する制度を設けています。育児や介護などを



行う従業員が、性別を問わず働き続けることができるよう、2019年度より、時間単位有給休暇制度を導入しました。

ライフスタイルの多様化を踏まえ、今後も働き方改革を推進し、従業員一人ひとりが安心して働ける制度や施策の充実に努めていきます。

制度利用者の声

家庭が仕事かの「選択」ではなく、
「両立」という働き方が実現できます

営業企画本部 営業企画部 MD 企画課
戸田 龍太郎



男性の育児休業取得は当社で初めてだったため、申請や制度の確認などすべてが手探りでした。また業務が休業中滞りなく進むか不安でしたが、幸い普段からチームで業務を共有していることにより休業時は業務を分担できました。実際に育児休業を取得した際には、夫婦と一緒に子育てに取り組むことによって身をもって育児の大変さを感じることができ、その経験から育児休業後も家事や子育ての分担や、早く帰宅するための業務効率化をより強く意識するようになりました。家庭が仕事かのどちらかを選ぶのではなく、どちらも大事にすることを育児休業取得で実現できると感じます。

働き方改革の主な施策

- ・時間外労働の上限規制
- ・スライドワーク(トライアル)
- ・時差出勤の有効活用
- ・時間単位有給休暇
- ・リモートワーク
- ・退社時間見える化カード

時間単位有給休暇制度

仕事の生産性向上、心身の健康維持、育児や介護との両立など、従業員のワークライフバランスに合わせた多様な働き方が実現できるよう、時間単位有給休暇制度を導入しています。これからも、従業員のライフスタイルに合わせた働きやすい環境づくりを推進していきます。

制度利用者の声

夫婦の業務状況を踏まえながら
メリハリのある生活を過ごせています

経営企画本部 経営管理部 経営管理チーム
福田 啓太郎



「妻も仕事に打ち込める家庭環境をつくりたい」という思いから、導入の提案・相談をさせていただきました。私自身、小学生と保育園児の子どもがおり、以前は保育園の迎えや夕食の用意など妻に任せきりでしたが、本制度が導入され保育園の営業時間内に私が迎えに行き育児・家事をする一方、妻はその分仕事に時間を充てるのが可能になり、お互いの業務状況を踏まえながらメリハリをつけられるようになりました。本制度の利用がきっかけで我が家では「できる時にできる方がやる」という考えが生まれ、妻との役割分担を意識しなくなりました。今後も本制度を活用し、仕事も子育ても家事も全力投球していきたいです。

ジョブ・リターン制度

結婚・育児、配偶者の転勤や介護など家庭のやむを得ない事情により退職した従業員が、在職時の経験・知識を活かし、再び当社の従業員として働いてもらうことができるジョブ・リターン制度を2016年度に制定しました。一定の条件を満たす必要がありますが、既に12名の対象者が制度活用に向けて登録し、2名が復帰しています。当制度により高いスキルを持った従業員の再雇用や、女性活躍推進にも努めていきます。

シニア層の継続雇用制度を改正

会社を支えてきた経験豊富なシニア層のスキルを引き続き当社の発展に寄与いただくため、2019年度から満60歳定年を満63歳定年に延長しました。また、定年退職者本人の希望次第で満65歳の事業年度末まで雇用を延長できるようになりました。

介護制度の充実

従業員が安心して働き続けることのできる環境整備の一つとして、介護従事者への支援を強化しています。通常の年次有給休暇のほか、「長期傷病・介護特別休暇制度」として、要介護状態の家族の介護で休暇を必要とする従業員が最大60日まで特別有給休暇を取得できる制度を制定。また、短時間勤務と時差出勤期間を3年間に3回まで最長で8年間取得できる「介護休業に関する規則」を整備しています。

健全な労使関係

より働きやすく、働きがいのある職場づくりの推進を目的に、経営の重要なパートナーである労働組合と定期的に協議の場を設けています。人事・労務関連の制度等の運用・改定に際しては、労使双方の課題認識をもとに十分に協議した上で実施しています。

心と体の健康増進プログラムの充実

心の健康チェックという観点から「ストレスチェック制度実施規程」を制定し、メンタルヘルス疾患の予防と早期発見に取り組んでいます。2019年度は管理職へのメンタルヘルスクア研修を実施。また、月に数回、産業医・保健師を招いた保健指導や、運動習慣促進を目的とした就業後のヨガ教室を実施し、従業員の健康増進につなげています。



ハラスメント防止、モラル意識向上

就業規則においてハラスメント行為の禁止を明記し、これに基づき「セクシュアルハラスメントの防止に関する規則」及び「パワーハラスメントの防止に関する規則」を制定しています。また、妊娠・出産・育児に関する不適切な言動を戒める制度改正も実施しています。これらは、2020年6月のパワハラ防止法*施行から社内ポータルサイトや社内報を通じて従業員に周知し、意識向上に取り組んでいます。

*パワハラ防止法：正式名称は「労働施策の総合的な推進並びに労働者の雇用の安定及び職業生活の充実等に関する法律」(略称：労働施策総合推進法)。

選択制企業型確定拠出年金制度

従来の確定拠出年金と伊藤忠連合基金に加えて、2020年3月に従業員の将来的資産形成支援を目的に「選択制企業型確定拠出年金」制度を導入しました。老後の公的年金不足額を補うための選択肢として、7割以上の従業員が同制度に加入しました。

ファミリーデーの開催

事業や職場への理解促進を目的に、当社グループで働く従業員(正社員、契約社員・パート)のご家族を対象に、当社が主催する展示会場にご招待しました。今後も働きやすい・家族を大切にできる職場の雰囲気づくりや、ワークライフバランスの推進のため、継続して取り組んでいきます。



研修・教育制度

当社は、体系的な研修カリキュラムを構築しています。「階層別研修」では、新入社員から役員まで役割に応じた知識やスキル、マネジメント等の習得を図ることを目的とし「テーマ別研修」では、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」では、業務遂行にあたり必要な基本的知識の習得を目指しています。こうした研修体系のもと、戦略的な人財育成に取り組んでいます。

■研修体系図



表彰制度

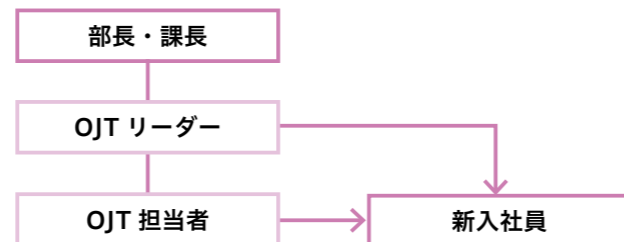
従業員の仕事振りを認め、成果を称える機会として「表彰制度」を設け、個人・組織全体のモチベーションとコミュニケーションの向上を図っています。2019年度より当制度のさらなる透明化に向け、組織体制とルールを一部変更しました。経営会議における最終決裁を経て、仕事の現場で優れた功績を挙げた従業員・組織を年1回表彰しています。今後も当制度を介して従業員が生き生きと働けるよう努めていきます。

OJTリーダー制度

新入社員が部署に配属された際に、同部署の中堅社員が業務のサポートを2年間行うOJTリーダー制度を設けています。これは、新入社員への指導体制の強化ならびに、OJTリーダーの指導力・マネジメント力を醸成させることを目的に実施しています。当制度により、上司、OJTリーダー、OJT担当者による新入社員への一体教育や心のケア、人事面談などで従業員の成長をサポートするとともに、入社後3年間のフォローアップ研修を実施しています。

また、2016年度より、新入社員配属後に、「こころチェック」(自己診断)を実施しており、その結果を新入社員のケアに活用することで、若手従業員の人材育成に役立てています。

■OJTリーダー制度



人事データ(2019年度)

従業員男女比率 男性 71.1% 女性 28.9%	育児休暇取得者 25 名	育児休暇後の復職率 90.0% <small>※復帰対象者10名のうち9名復帰。 15名は育児継続中。</small>
従業員平均年齢 男性 44.3 歳 女性 34.0 歳	女性管理職 11 名	新入女性社員総合職採用比率 53.7% <small>※総合職41名採用のうち22名が女性 従業員(2019年4月入社)</small>
従業員平均勤続年 男性 20.8 年 女性 10.2 年	シニア層の継続雇用者 37 名	



コミュニケーションを大切にしながら
ダイバーシティを推進し、
伊藤忠食品の企業価値向上に
貢献していきます。

取締役
奥田 高子

社外取締役として、この1年間行ってきた提言や意見交換について

2019年6月に社外取締役に就任して以来、広く社会やお客様の目線で見た時に、疑問に思うことや懸念として感じられたことは、率直に発言するよう心掛けてきました。取締役会での決算状況報告時には、当社の状況だけでなく、競合を含めた市場の動きや消費者の購買行動がどのように変化しているのか、また商品カテゴリーの動向についても関心をもってきました。本年4月に公表しました当社のマテリアリティ(重要課題)や新中期経営計画の立案にあたっては、従来の卸売業の領域を超えたマーケティング力や提案力の充実とともに、女性の活躍を中心とするダイバーシティの推進についても具体的な提案を行ってきました。

当社の企業価値向上に向けた重要課題について

2020～2022年度の新中期経営計画のテーマを「Transform 2022～領域を超えて～」と決めました。これまでの当社は、メーカーや小売業の皆様を対象にした営業活動を中心に行ってきました。しかしながら、今後は両者をつなぐ卸売業が本来もつ強みを活かし、実際に商品・サービスを購入してくださる消費者のニーズを自らつかみ、DELISH KITCHENのサイネージや動画レシピを用いた売場作りの提案や惣菜事業など将来の柱となるビジネスモデルの構築が必要だと考えています。

今後社外取締役として貢献していきたいこと

これまでの卸売業の領域を超えていくには、あらゆる面でのイノベーションが必要であり、その一つがダイバーシティの推進です。2019年度には、総合職の女性たちとの意見交換会を通じて、まだまだ活かされていない大きな力があることを感じました。私自身のこれまでのネットワークも活かしながら、モノカルチャーを排し、多様な価値観に基づくオープンなコミュニケーションを促すことで、新たな事業の柱が創れるよう貢献していきたいと思っています。

▽総合職の女性従業員との意見交換会



略歴

1979年4月	サントリー株式会社入社
2000年4月	同社 ワイン事業部課長
2003年4月	同社 お客様コミュニケーション部東京お客様センター課長
2005年9月	東京電力株式会社入社 同社 販売営業本部営業部くらしのラボグループマネジャー
2008年7月	同社 販売営業本部営業部部長(兼)くらしのラボグループマネジャー
2014年7月	同社 カスタマーサービス・カンパニーCS推進室長
2016年4月	東京電力エナジーパートナー株式会社CS推進室長
2018年4月	同社 CX推進担当(嘱託)
2019年6月	当社 取締役[現任]
2019年7月	東京電力エナジーパートナー株式会社 販売本部お客さま営業部CX推進担当[現任]

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

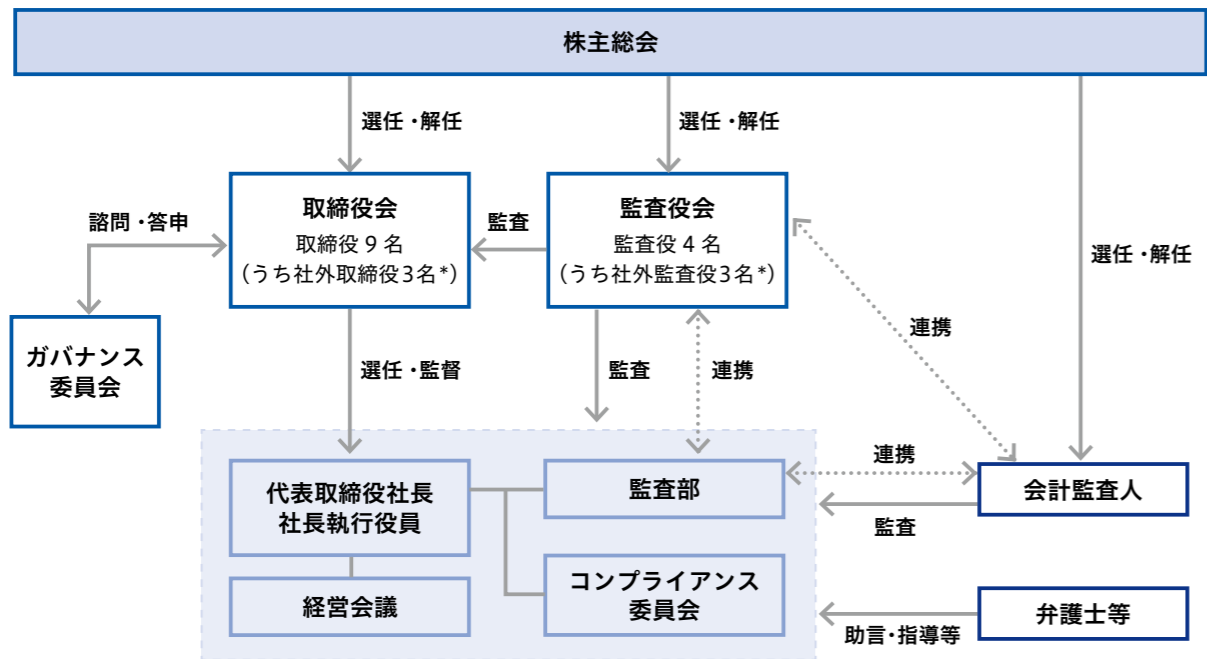
の執行を厳正に監査するため、監査役については、その半数以上を社外監査役としています。なお、社外取締役3名と社外監査役2名は東京証券取引所及び当社の定める独立性基準に基づく独立役員として同取引所に届け出ています。

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。

■コーポレートガバナンス体制図(2020年6月18日現在)



*社外取締役3名、社外監査役2名については、東京証券取引所及び当社の定める独立役員として同取引所に届け出ています。

ガバナンス委員会の設置

2020年4月1日に「ガバナンス委員会」を新たに設置しました。同委員会は、取締役会の任意の諮問委員会として、取締役及び執行役員の指名・報酬等の決定に関する手続きの公平性・客観性を確保することにより、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。 ●取締役・執行役員の指名・報酬等に関する事項 ●コーポレートガバナンス等に関する事項

社外役員の独立性に関する判断基準を制定

社外取締役及び社外監査役(社外役員)の独立性を客観的に判断するため、東京証券取引所が定める独立役員の要件に加え、当社独自の判断基準を2020年4月1日に定めました。

この基準に基づき、当社社外役員の独立性を厳格に定義し、さらなるガバナンスの強化に努めます。

■社外役員の独立性基準 主な項目

- ・定量基準設定：主要取引先、一定額、主要株主の定量基準を明記。
- ・範囲の限定：主要株主出身者、当社役員が兼務する法人の業務執行者は独立性なし等。
- ・遡及期間拡大：全項目に過去10年基準を適用。

基準の全文を当社WEBサイトに掲載しています

伊藤忠食品 独立性基準 検索

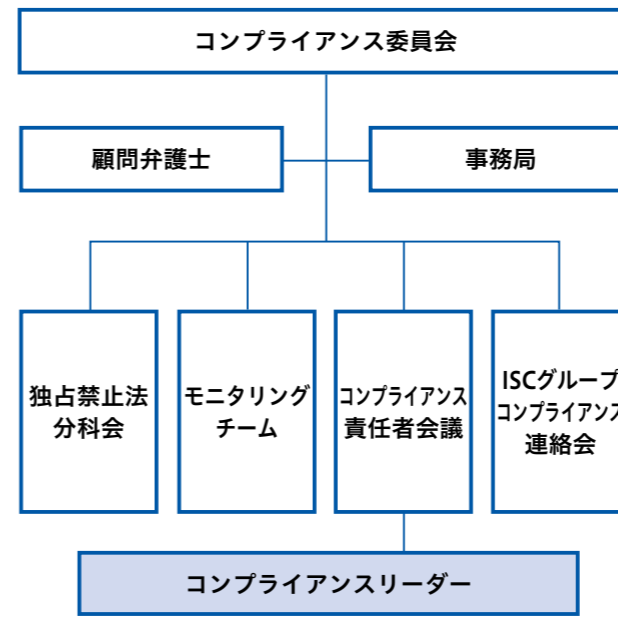
https://www.itochu-shokuhin.com/company/pdf/governance/governance_20200401.pdf

コンプライアンス推進体制

企業が社会的責任を果たしていく上で最も基本となるのは、法令、社会規範、社内規則だけでなく、倫理・道徳も含めて事業活動を行うことです。

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。この規定のもと、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、直轄の部並びにグループ会社のコンプライアンス責任者、コンプライアンスリーダーを中心に、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(2020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(2019年度)

- ・「コンプラ通信」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
- ・入社1~3年目までの従業員を対象にハラスメント研修を実施



コンプラ通信の一例

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見発・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、外部通報機関、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。外部機関のホットライン受付窓口は、WEBサイト等で24時間利用可能です。また、2020年6月より施行されたパワハラ防止法に対応し、外部通報機関(電話受付)で通報のほか、相談も受付できるようになりました。

通報者のプライバシーを確保するために、厳重なセキュリティ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。

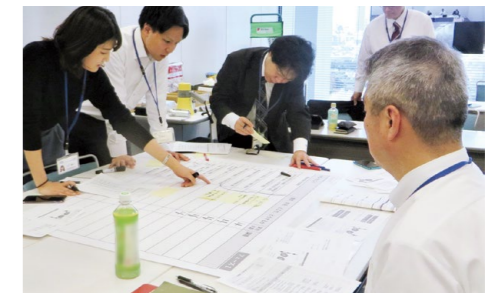
特に金融商品取引法に基づく財務報告の信頼性確保については、監査部 内部統制チーム主導のもと、全社的に内部統制評価を行っています。

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発生時に社内対応体制の整備及び実効性を高めるため、毎年大規模地震を想定した訓練を実施し、被災時に迅速な意思決定ができるように取り組んでいます。

食のライフラインを支える企業として商品の継続的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「個人情報保護規定」を定め、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月より日本工業規格「JIS Q 15001」に適合した「プライバシーマーク制度」の認証を受けており、2019年6月に審査を受け更新しました。



10500021(02)

■ マネジメント体制 (2020年6月18日 現在)



代表取締役社長・社長執行役員
岡本 均



取締役 (社外・独立)
奥田 高子
非常勤



取締役
萩原 武
非常勤



取締役・常務執行役員
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



取締役・常務執行役員
河原 光男
営業統括部門部門長



常勤監査役 (社外)
姫野 彰



監査役 (社外・独立)
増岡 研介
非常勤



取締役・常務執行役員
角田 憲治
営業統括部門部門長代行
(兼) 商品本部本部長



取締役・執行役員
中島 聡
経理本部本部長



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



取締役 (社外・独立)
橋本 健
非常勤



取締役 (社外・独立)
宮坂 泰行
非常勤

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

執行役員
魚住 直之
経営統括部門部門長
(兼) CSR 担当

執行役員
大崎 剛
営業統括部門部門長補佐
ロジスティクス管掌

執行役員
山村 芳幸
広域営業本部本部長
(兼) デパート・IMC 部部長

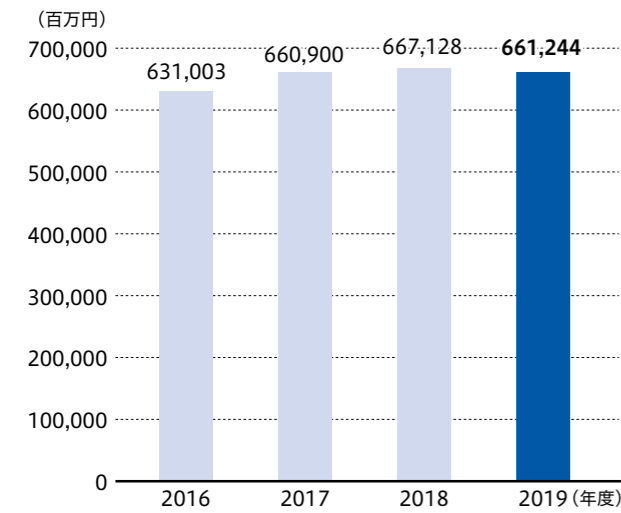
執行役員
大塚 剛
東日本営業本部本部長

執行役員
田村 恭紹
営業企画本部本部長

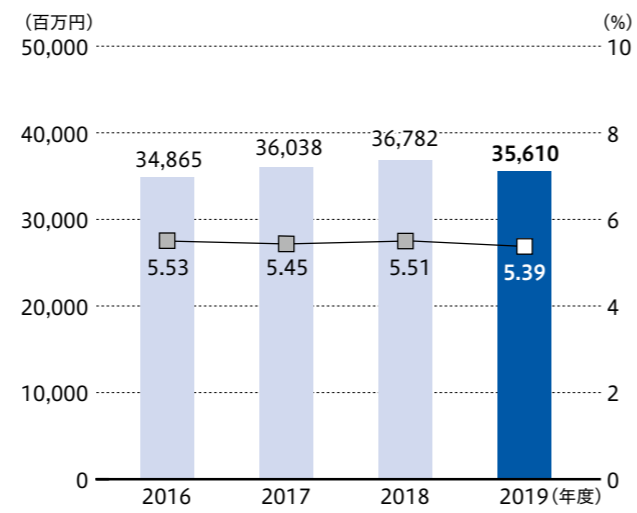
執行役員
小谷 信之
経営企画本部本部長
(兼) 経営戦略部部長

執行役員
福嶋 義弘
商品本部本部長代行

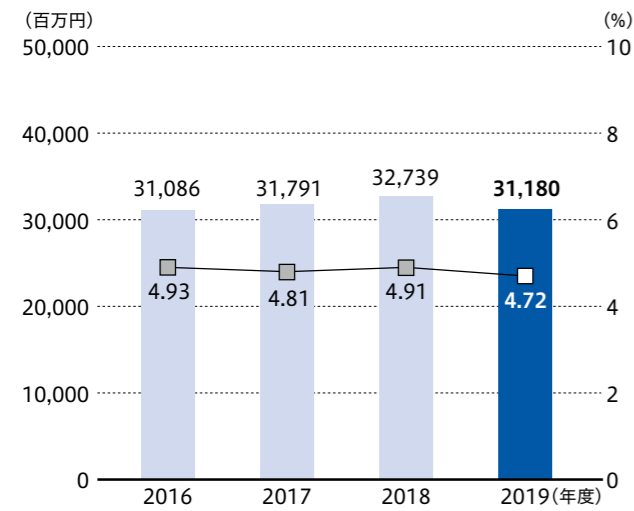
■売上高



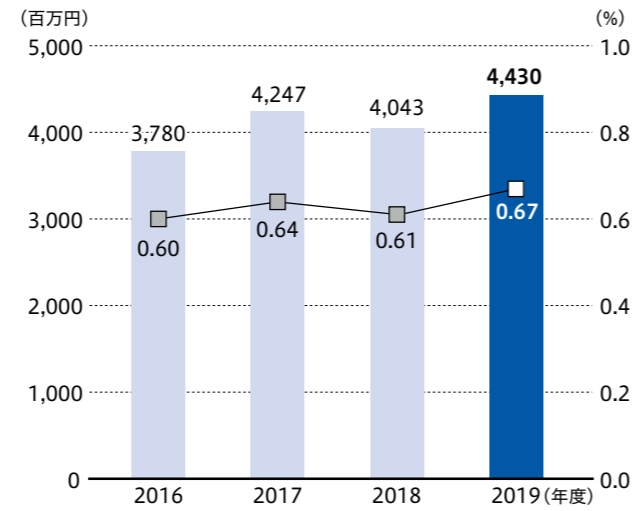
■売上総利益/売上総利益率



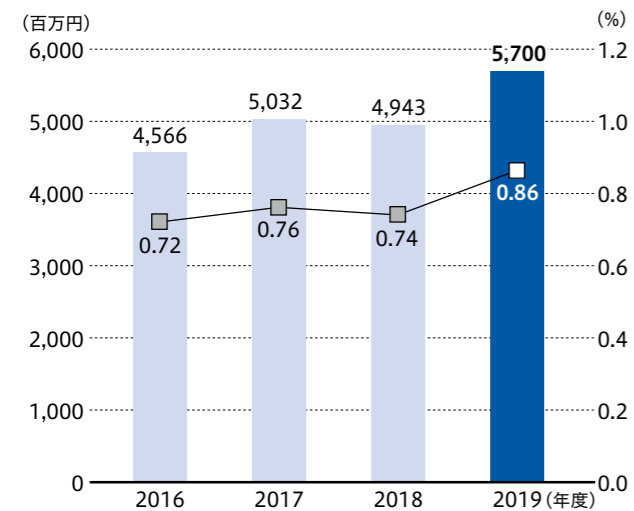
■販売管理費/販管費率



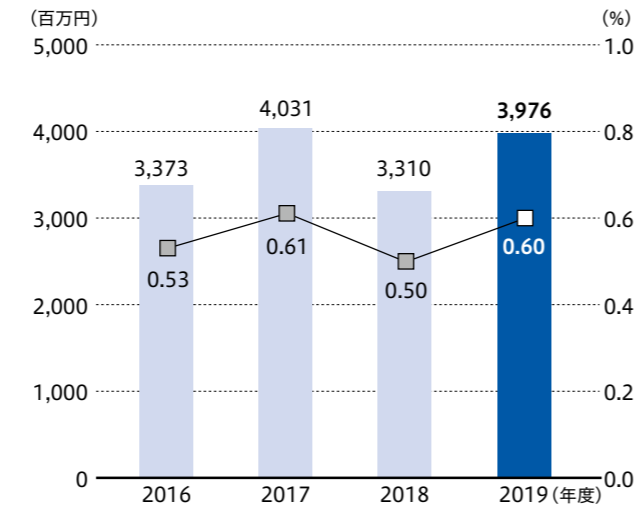
■営業利益/営業利益率



■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



(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。

■補足データ

	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度
会計年度末				
総資産 (百万円)	210,882	234,532	232,289	228,437
純資産 (百万円)	79,702	84,263	85,049	86,204
主な指標				
ROE (%)	4.3	4.9	3.9	4.7
ROA (%)	2.1	2.3	2.1	2.5
EPS (円)	265.11	317.73	260.86	313.42

(注) 1 2016年度、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、適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)

■商品分類別売上高/構成比

商品分類	2018年度実績		2019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	168,454	25.2	154,774	23.4	91.9	△ 13,680
和洋酒	108,438	16.3	104,869	15.9	96.7	△ 3,569
調味料・缶詰	104,818	15.7	109,103	16.5	104.1	4,285
嗜好・飲料	138,325	20.7	140,863	21.3	101.8	2,538
麺・乾物	46,721	7.0	49,612	7.5	106.2	2,890
冷凍・チルド	25,541	3.8	27,871	4.2	109.1	2,330
ギフト	49,064 (内、酒類 24,049)	7.4	47,613 (内、酒類 23,168)	7.2	97.0	△ 1,451
その他	25,767	3.9	26,540	4.0	103.0	773
合計	667,128	100.0	661,244	100.0	99.1	△ 5,884

■業態別売上高/構成比

業態	2018年度実績		2019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	88,578	13.3	85,590	12.9	96.6	△ 2,989
百貨店	28,032	4.2	28,310	4.3	101.0	278
スーパー	409,181	61.3	409,290	62.0	100.0	109
CVS・ミニスーパー	69,343	10.4	66,048	10.0	95.2	△ 3,295
その他小売業	40,422	6.1	39,973	6.0	98.9	△ 448
その他	31,572	4.7	32,032	4.8	101.5	460
合計	667,128	100.0	661,244	100.0	99.1	△ 5,884

■エリア別売上高/構成比

エリア	2018年度実績		2019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	22,085	3.3	21,900	3.3	99.2	△ 185
東北	17,137	2.6	16,934	2.6	98.8	△ 202
関東甲信越	294,047	44.1	293,546	44.4	99.8	△ 501
東海北陸	103,791	15.6	103,989	15.7	100.2	198
近畿	144,131	21.5	138,929	21.0	96.4	△ 5,201
中四国	33,697	5.1	33,343	5.0	99.0	△ 353
九州沖縄	52,242	7.8	52,602	8.0	100.7	360
合計	667,128	100.0	661,244	100.0	99.1	△ 5,884

■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1,170名 個別 843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нда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 愛知県名古屋市中区熱田区新尾頭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 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…………… サービス業
 ワイ&アイホールディングス合同会社…………… 投資事業

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

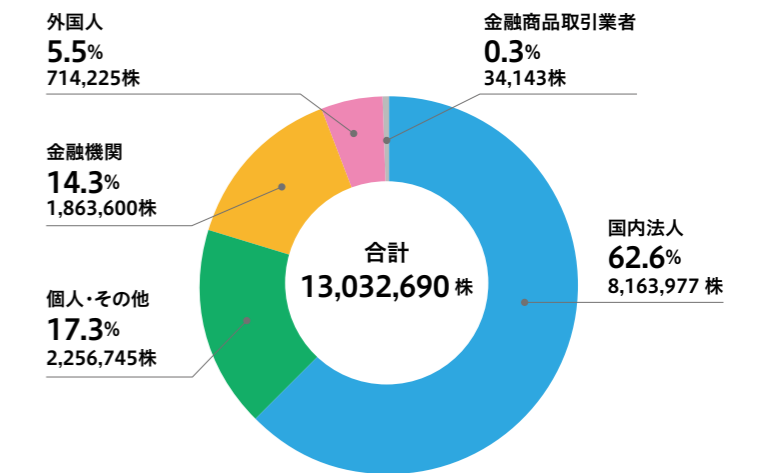
株式会社中部メイカン…………… 食品卸売業
 コンフェックスホールディングス株式会社 …… 菓子卸売業

■株式の状況

■株式の総数・株主数

発行済株式の総数	13,032,690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	12,638名

■株式分布状況 (所有者別)



■大株主

株主名	持株数 (株)	持株比率 (%)
伊藤忠商事株式会社	6,620,316	52.18
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (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)	815,000	6.42
味の素株式会社	339,129	2.67
アサヒビール株式会社	296,500	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 再信託受託者資産管理サービス信託銀行株式会社	249,300	1.96
日本マスタートラスト信託銀行株式会社 (信託口)	242,600	1.91
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口)	189,500	1.49
伊藤忠食品 従業員持株会	134,000	1.06
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社 (信託口5)	96,500	0.76
はごろもフーズ株式会社	87,100	0.69

(注) 1 上記のほか、自己株式が 345,337 株あります。
 2 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。