

国分グループ、2019年度の経営結果と2020年度の経営方針

〔I〕2019年度の経営環境と経営動向の回顧

1. 2019年度の経営概況

2019年の世界経済は、米中貿易戦争を背景に先行き不透明感が高まり大幅に減速、日本も少なからずその影響を受けました。国内経済は、新天皇がご即位、新たな元号である令和の時代の幕開けやラグビーW杯の開催等、明るい話題もありましたが、10月からの消費増税、相次ぐ台風による被災などもあり、下期には生活者の景況感は急速に悪化しました。

当業界においては、軽減税率の対応や物流コストの高騰、働き方改革の推進、SDGsの取り組みに加え、数十年に1度と言われる大規模な自然災害の恒常化によるBCPの見直しなど、対処すべき課題が非常に多い年となりました。

こうした厳しい環境の中、第10次長期経営計画4年目の本年は、「imap!」の活用による「収益管理規程」と「営業利益管理業務基準」の徹底で「質の強化」に注力するとともに、「食のマーケティングカンパニーとして顧客満足度No. 1企業」を目指し、社員一人ひとりがマーケティングPDCAを確実に廻して成果に結び付けるべく取り組んでまいりました。

また「地域密着 全国卸」の新しい形として、国分中部(株)と(株)トーカンによる共同持株会社セントラルフォレストグループ(株)の名証2部上場や、関西総合センターの完成により北海道から九州まで16拠点の三温度帯対応総合物流センターの全国配備の完了など、大きな動きのある年となりました。

当期において実行した主要施策は以下の通りです。

2. 各種実行テーマ

(1) 流通政策関連

- ・流通におけるデジタルトランスフォーメーションの活用促進に向け、経営企画部に「デジタルソリューション課」を新設。「環境課」を「サステナビリティ推進課」に改称し、SDGsの取り組みを強化 (4月)
- ・国分中部(株)と(株)トーカン[愛知県名古屋市]が共同持株会社セントラルフォレストグループ(株)[愛知県名古屋市]を設立 (4月)
- ・ワインインポーターの(有)ヌーヴェル・セレクション(現(株)ヌーヴェル・セレクション)[東京都豊島区]の株式を取得し、子会社化。フランスブルゴーニュ、シャンパーニュのファインワインの品揃えを強化 (5月)
- ・災害対策強化のためBCP(事業継続計画)の改定を実施 (11月)

(2) 商品政策

- ・新ブランドイタリア産ワイン「チェッキ」を発売 (4月)
- ・新ブランドハンガリー産ワイン「マード」「セント・タマーシュ」「ボグナール・ボル」を発売 (5月)
- ・新ブランドスペイン産カヴァ「カステルブラン」を発売 (6月)

- ・国分フードクリエイティブ(株)、新商品「グreek プロテイン ヨーグルト」「飲むギリシャ」を発売 (9月)
- ・新商品Webで選べるギフト「饗(おもてなし)の市select」を発売 (10月)
- ・新ブランドアメリカ産バーボンウイスキー「バッファロー・トレース」とライ・ウイスキー「サゼラック・ライ」を発売 (10月)
- ・各エリア企業より「具粥さん」、「缶ちいず」、「すぐに使えるおいしいダイズパウダー」や島鼻ブランドなどのオリジナル商品を発売 (通年)

(3) マーケティング政策

- ・メーカー様サポート機能の一環として「商流理解」「物流理解」等若手営業担当者向けの5つのメニュー研修を実施 (6月)
- ・情報共有を目的とした社内SNSを構築 (7月)
- ・未来予測シリーズ「和日配の未来を考える」「ペットの未来を考える」「嗜好飲料の未来を考える」「洋日配の未来を考える」を発信 (1月・5月・7月・12月)

(4) 物流政策

- ・国分北海道(株)、帯広地区の事業拡大に対応した三温度帯総合センターの帯広総合センター[北海道帯広市]を開設 (5月)
- ・大型三温度帯汎用・専用併設型多機能物流センターである関西総合センター[大阪府茨木市]を開設 (8月)
- ・ホワイト物流推進運動に参加 (9月)

(5) 海外政策

- ・食品卸売事業の中国全土における販売網の確立のため、中国の食品卸、北京必愛喜食品營銷有限公司[中国北京市]を子会社化 (2月)

(6) ESG関連

- ・帯広総合センターと関西総合センターの冷凍冷蔵施設に自然冷媒、クレート洗浄機にアルカリイオン水を採用 (6・9月)
- ・FSC®COC (Forest Stewardship Council 森林管理協議会)、MSC COC (Marine Stewardship Council 海洋管理協議会)、BAP (Best Aquaculture Practice ベスト水産養殖業務) の認証を取得 (7・9・12月)
- ・国分北海道(株)、オリジナルブランデー「島鼻」の売上の一部を北海道シマフクロウの会に寄付 (12月)
- ・「にっぽんの果実」シリーズの売上の一部を自然保護団体に寄付するキャンペーンを実施 (通年)

(7) その他重要事項

- ・「営業利益管理業務基準」の徹底を目的に、新収益管理システム「imap!」を改善 (5月)
- ・働き方改革の可視化ツール、Workstyle Adviserを導入 (7月)

〔Ⅱ〕連結業績

当社の連結業績であります。売上高は1兆8,916億76百万円、前年比100.3%となりました。売上高の内訳は、食品が1兆1,757億74百万円、前年比102.8%、酒類が6,181億77百万円、前年比97.4%、その他が977億24百万円、前年比91.4%となりました。

経常利益につきましては、100億73百万円、前年比95.5%、親会社株主に帰属する当期純利益は31億66百万円、前年比54.1%となりました。

【 連結損益計算書の要旨 】

(自 2019年1月1日 至 2019年12月31日) (単位:百万円)

科 目	金 額	売上比	前年比
売 上 高	1,891,676	-	100.3%
(食 品)	1,175,774	(62.1%)	102.8%
(酒 類)	618,177	(32.7%)	97.4%
(そ の 他)	97,724	(5.2%)	91.4%
売上総利益	119,570	6.32%	97.9%
販売費及び一般管理費	112,027	5.92%	98.8%
営業利益	7,542	0.39%	86.8%
経常利益	10,073	0.53%	95.5%
親会社株主に帰属する当期純利益	3,166	0.16%	54.1%

【 連結貸借対照表の要旨 】

(2019年12月31日 現在) (単位:百万円)

資 産 の 部		負 債 の 部	
科 目	金 額	科 目	金 額
流動資産	536,728	流動負債	534,527
現金及び預金	61,378	支払手形及び買掛金他	474,999
受取手形及び売掛金	304,889	短期借入金	18,430
譲渡性預金	12,000	その他	41,097
有価証券	14,000	固定負債	20,218
たな卸資産	53,436	長期借入金	300
未収収益	64,309	繰延税金負債	9,198
その他	26,782	退職給付に係る負債	1,314
貸倒引当金	△ 68	その他	9,405
固定資産	165,777	負債合計	554,745
有形固定資産	65,431	純 資 産 の 部	
無形固定資産	8,700	株主資本	121,524
投資その他の資産	91,645	資本金	3,500
投資有価証券	75,815	資本剰余金	3,750
繰延税金資産	475	利益剰余金	114,274
その他	15,825	評価・換算差額等	17,032
貸倒引当金	△469	非支配株主持分	9,203
		純 資 産 合 計	147,760
資産合計	702,506	負債及び純資産合計	702,506

【 連結キャッシュ・フロー計算書の要旨 】

(自 2019年1月1日 至 2019年12月31日) (単位:百万円)

	営業活動による キャッシュ・フロー	投資活動による キャッシュ・フロー	財務活動による キャッシュ・フロー	現金及び現金同等物 の期末残高
2019年12月期	△2,092	△5,933	△ 1,170	73,378

【 販売の状況 】

(1) 部門別売上高明細表

(自 2019年1月1日 至 2019年12月31日) (単位:百万円)

部 門	売上高	構成比	前年比
加工食品	753,444	39.8%	100.3%
冷凍・チルド	374,900	19.8%	109.1%
菓子	47,430	2.5%	95.9%
食品合計	1,175,774	62.1%	102.8%
酒 類	316,031	16.7%	100.5%
麦 酒	176,316	9.3%	93.1%
ビアティスト(麦酒除く)	125,830	6.7%	96.3%
酒類合計	618,177	32.7%	97.4%
その他合計	97,724	5.2%	91.4%
合 計	1,891,676	100.0%	100.3%

(2) 酒類の種級別売上高明細表

(自 2019年1月1日 至 2019年12月31日) (単位:百万円)

種 級	売上高	構成比	前年比
清 酒	53,157	8.6%	98.4%
焼 酎	63,474	10.3%	91.4%
ワイン類	42,157	6.8%	100.5%
ウイスキー類	42,485	6.9%	103.9%
リキュール・スピリッツ他	114,755	18.6%	106.0%
酒 類	316,031	51.1%	100.5%
麦 酒	176,316	28.5%	93.1%
ビアティスト(麦酒除く)	125,830	20.4%	96.3%
合 計	618,177	100.0%	97.4%

(3) 業態別売上高

(自 2019年1月1日 至 2019年12月31日)(単位:百万円) ※

業 態	売上高	構成比	前年比
GMS	132,515	7.0%	104.2%
SM	705,317	37.2%	100.3%
CVS	199,512	10.6%	93.4%
ドラッグストア	140,227	7.4%	99.8%
百貨店	27,050	1.4%	97.2%
一般・業務用酒販店	131,817	7.0%	95.1%
外食ユーザー	82,036	4.3%	106.1%
卸売	326,438	17.3%	103.5%
その他	146,760	7.8%	103.2%
合 計	1,891,676	100.0%	100.3%

※ 国分中部の業態別売上高調整後の前年比

【 連結範囲及び持分法の適用に関する事項 】

連結子会社 41社
持分法適用会社 18社

【 エリアカンパニー/カテゴリーカンパニー業績 】

(自 2019年1月1日 至 2019年12月31日)

(単位:百万円)

企 業 名 称	売上高	前年比	経常利益	前年比
国分北海道株式会社	95,513	100.0%	744	99.7%
国分東北株式会社	98,826	98.5%	350	60.4%
国分関信越株式会社	140,782	100.6%	838	72.4%
国分首都圏株式会社	366,527	98.0%	2,883	151.4%
国分西日本株式会社	285,211	96.9%	1,911	94.2%
国分九州株式会社	135,540	97.5%	288	86.9%
国分フードクリエイティブ株式会社	176,354	100.3%	△ 999	144.1%

※国分中部は持分法適用により、連結子会社から除外

〔Ⅲ〕 2020年度の経営方針

本年度の当業界におきましては、6月末のキャッシュレスのポイント還元終了直後に東京オリンピック・パラリンピックの開催を控え、個人消費やインバウンド需要の高まりを取り込みながら、下期につなげていくことが重要と考えます。

少子化・高齢化に伴うマーケットの変化、加速する人手不足と物流費の高騰、サプライチェーンにおけるデジタルトランスフォーメーション対応、SDGsの取り組み、働き方改革や業界再編など、あらゆる与件を考慮した戦略の構築が求められています。

本年は第10次長期経営計画の仕上げの年として、本計画の目標である「顧客満足度No.1企業」と「食のマーケティングカンパニーとして、顧客が求める価値を創造し、その見返りとして顧客から価値を得る活動を実践する企業」の実現にむけ、「コト売り」の拡大を通じて「モノ売り」を拡大してまいります。併せて現計画を評価し、次期長期経営計画の策定をすすめ、わが国の食のライフラインを担う企業としての役割を果たしてまいります。

◆決算内容・報道・取材に関するお問い合わせ

国分グループ本社（株）経営企画部 広報課 電話：03-3276-4121

（共通）〒103-8241 東京都中央区日本橋1-1-1 Mail：info01@kpost.kokubu.co.jp