

## 国分グループ、2021年度の経営結果と2022年度の経営方針

### 〔I〕2021年度の経営環境と経営動向の回顧

#### 1. 2021年度の経営概況

2021年の我が国経済は、繰り返し訪れる新型コロナウイルス感染拡大の波の中、人流の抑制や飲食店の営業自粛など社会・経済活動が制限され、私たち食品流通業界は、2年連続の厳しい年となりました。

家庭時間の増加による巣ごもり需要も一巡しましたが、家庭用市場は引き続き堅調に推移しました。フードサービス業態においては、食事を主とする飲食業は回復基調にありますが、法人需要や二次会需要によって支えられた酒類を主とする飲食業は、前年同様大きな打撃を受けました。10月以降の自粛解消で需要は回復の兆しを見せましたが、新たな変異株の出現もあり、コロナ前に戻るにはかなりの時間を要すると思われまます。

また、米中の対立やミャンマーの政情不安など世界情勢は不安定となり、コロナ禍はサプライチェーンに甚大な影響を及ぼしました。私たち流通業界においても、状況を的確に見極めながらサプライチェーン全体を見直すことが求められました。原材料の調達、エネルギー、物流などの需給バランスに加え、為替レートの変動などコスト面でも厳しい環境となりました。

一方、地球環境との共生をめざすサステナビリティの重要性が再認識された年でもありました。SDGsにおける目標の達成は世界共通の課題であり、企業の戦略にその解決策を取り込むことが必須となっています。

国分グループの2021年は、第11次長期経営計画のスタートの年でした。「食のマーケティングカンパニー」の進化 ～共創圏の確立～ をビジョンに掲げ「食に関わるあらゆる事業者および生活者の真のニーズを主体的に捉えて、社内外の人々と融合した共創圏を構築・発展し、食の価値創造 No.1 企業となる」を5年後の目指す姿としました。

食のマーケティングカンパニーの実現に向けて、「顧客満足度 No.1」「共創圏の確立」「経常利益におけるコト売り比率の向上」「社員の仕事における幸福度の向上」の、4つの価値創造目標を掲げ、多くの成果を生むことができました。

SDGsの取り組みでは、サステナビリティ委員会を設置し、目標の進捗管理を含め、サステナビリティ全般についてのグループでの方向性を共有いたしました。

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

- ・ 国分グループの第11次長期経営計画がスタート (1月)
- ・ サプライチェーンの自動化と新たな購買体験の提供を手掛ける(株)ROMS [東京都品川区] との資本業務提携を発表 (1月)
- ・ (株)ヨシムラ・フード・ホールディングス [東京都千代田区] と資本業務提携契約を締結 (2月)

- ・ myProduct(株) [東京都千代田区] と協業で、宮城県南三陸町・山梨県峡南地域・群馬県嬭恋村の活性化に向けた販路開拓支援を実施 (2月・8月・10月)
- ・ サンフラワープロジェクトの大木ヘルスケアホールディングス(株) [東京都文京区]、東邦ホールディングス(株) [東京都世田谷区] と連携し、小売業の売り場で「健康コミュニティ(けんコミ)コーナー」を展開 (3月)
- ・ 国分北海道(株)が80年記念事業で、オリジナルペイント路面電車を札幌市で運行 (4月)
- ・ 千葉市、イオン株式会社、味の素株式会社、キッコーマン食品株式会社と、千葉市内をフィールドとした減塩普及啓発事業を実施するための連携協定を締結 (4月)
- ・ ディーツフードプランニング(株) [奈良県橿原市] と資本業務提携契約を締結 (6月)
- ・ 国分フードクリエイト(株)の東北、関信越、近畿・中四国エリアの低温卸売事業を各エリアカンパニーへ事業統合。中部エリアの低温卸売事業を国分中部(株)に事業譲渡 (7月)
- ・ (株)農業総合研究所 [和歌山県和歌山市] と業務提携契約を締結 (7月)
- ・ (株)トーホー [兵庫県神戸市] と業務提携基本契約を締結 (8月)
- ・ (株)DATAFLUCT [東京都渋谷区] と資本業務提携に関する基本合意を締結 (9月)
- ・ 国分グロースーズチェーン(株)がすべての事業から撤退 (11月)
- ・ 国分グループ本社(株)が日本橋菓房(株)を合併 (12月)

## (2) 商品政策

- ・ 新シリーズ「飲み活ラボ」10アイテムを発売 (3月)
- ・ 新ブランド、オーストラリアワイン「リンデマンズ」を発売 (3月)
- ・ 新ブランド、ドイツワイン「シュロス・ヨハニスベルク」8種、スパークリングワイン「フェルスト・フォン・メッテルニヒ」3種を発売 (7月)
- ・ 新シリーズ「tabete 素のまま国産野菜みそ汁の具」を発売 (9月)
- ・ 新ブランド、フランスワイン「キュヴェ・ミティーク」を発売 (10月)
- ・ 新ブランド、ロシア産プレミアムウォッカ「バルーガ」を発売 (12月)

## (3) マーケティング政策

- ・ 大木ヘルスケアホールディングス(株)と『H&BCの未来を考える』を発信 (5月)
- ・ 国分西日本(株)が「国分グループ西日本エリアWEB提案会」を開催 (1月・7月)
- ・ 凸版印刷(株)と協業で、食品マーケットを予測した『TKBridge2022』を発刊 (12月)

## (4) 物流・情報政策

- ・ 通信衛星を活用した災害対策システムを強化 (1月)
- ・ 国分ロジスティクス(株)が日本デリカ運輸(株)を合併 (4月)
- ・ (株)りゅうせき低温流通が沖縄浦添流通センター [沖縄県浦添市] を稼働 (5月)
- ・ 国分ロジスティクス(株)が(株)中島運送 [東京都世田谷区] を子会社化 (9月)

## (5) 海外政策

- ・ 中国の物流会社、上海恒孚物流有限公司[中国上海市]を完全子会社化 (7月)

## (6) サステナビリティの取り組み

- ・ 国分グループにサステナビリティ委員会を設置 (4月)

- ・ 国分北海道(株)が文部科学省が進める次世代地域産業人材育成刷新事業(マイスター・ハイスクール)で、食品業界を支える次世代の人材育成を支援 (4月)
- ・ 首都圏エリアでオリコン、パレットの MATERIAL リサイクルを開始 (6月)
- ・ オリジナルブランド商品の一部包装資材に環境配慮マークを導入 (9月)

**(7) その他重要事項**

- ・ 国分グループ各社で新型コロナウイルスワクチンの職域接種を実施 (7月・8月)

**〔Ⅱ〕連結業績**

当期の連結業績は、売上高 1 兆 8,814 億 71 百万円、前年比 101.8%となりました。売上高の内訳は、食品 1 兆 2,223 億 65 百万円、前年比 103.2%、酒類 5,737 億 64 百万円、前年比 100.0%、その他 853 億 41 百万円、前年比 95.6%となりました。経常利益は、139 億 9 百万円、前年比 136.1%、親会社株主に帰属する当期純利益は 65 億 64 百万円、前年比 113.5%となりました。

【 連結損益計算書の要旨 】

(自 2021年1月1日 至 2021年12月31日) (単位:百万円)

科 目	金 額	売上比	前年比
売 上 高	1,881,471	-	101.8%
(食 品)	1,222,365	(65.0%)	103.2%
(酒 類)	573,764	(30.5%)	100.0%
(そ の 他)	85,341	(4.5%)	95.6%
売上総利益	125,301	6.66%	105.1%
販売費及び一般管理費	113,841	6.05%	102.5%
営 業 利 益	11,460	0.61%	142.0%
経 常 利 益	13,909	0.74%	136.1%
親会社株主に帰属する当期純利益	6,564	0.35%	113.5%

【 連結貸借対照表の要旨 】

(2021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
<b>流動資産</b>	564,824	<b>流動負債</b>	548,197
現金及び預金	78,525	支払手形及び買掛金他	488,180
受取手形及び売掛金	310,920	短期借入金	15,116
譲渡性預金	4,000	その他	44,900
有価証券	22,301	<b>固定負債</b>	21,631
棚卸資産	55,800	長期借入金	100
未収収益	66,617	繰延税金負債	10,993
預け金	25,128	退職給付に係る負債	1,095
その他	1,586	その他	9,442
貸倒引当金	△ 56	<b>負債合計</b>	569,828
<b>固定資産</b>	170,672	<b>純 資 産 の 部</b>	
有形固定資産	64,001	<b>株主資本</b>	132,493
無形固定資産	10,871	資本金	3,500
投資その他の資産	95,799	資本剰余金	3,750
投資有価証券	85,198	利益剰余金	125,243
繰延税金資産	457	<b>評価・換算差額等</b>	22,629
その他	10,543	<b>非支配株主持分</b>	10,544
貸倒引当金	△ 400	<b>純 資 産 合 計</b>	165,667
<b>資産合計</b>	735,496	<b>負債及び純資産合計</b>	735,496

【 連結キャッシュ・フロー計算書の要旨 】

(自 2021年1月1日 至 2021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
2021年12月期	18,819	△ 8,990	△ 4,827	78,525

【 販売の状況 】

(1) 部門別売上高明細表

(自 2021年1月1日 至 2021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	748,463	39.8%	100.2%
冷凍・チルド	429,439	22.8%	108.7%
菓子	44,461	2.4%	102.9%
<b>食品合計</b>	<b>1,222,365</b>	<b>65.0%</b>	<b>103.2%</b>
酒 類	307,651	16.4%	100.4%
麦 酒	144,526	7.7%	102.8%
ビアテイスト(麦酒除く)	121,587	6.5%	96.0%
<b>酒類合計</b>	<b>573,764</b>	<b>30.5%</b>	<b>100.0%</b>
<b>その他合計</b>	<b>85,341</b>	<b>4.5%</b>	<b>95.6%</b>
<b>合 計</b>	<b>1,881,471</b>	<b>100.0%</b>	<b>101.8%</b>

(2) 酒類の種級別売上高明細表

(自 2021年1月1日 至 2021年12月31日) (単位:百万円)

種 級	売上高	構成比	前年比
清 酒	45,673	8.0%	95.8%
焼 酎	56,539	9.9%	93.9%
ワイン類	38,797	6.8%	99.4%
ウイスキー類	39,507	6.9%	100.6%
リキュール・スピリッツ他	127,133	22.2%	105.7%
<b>酒 類</b>	<b>307,651</b>	<b>53.6%</b>	<b>100.4%</b>
<b>麦 酒</b>	<b>144,526</b>	<b>25.2%</b>	<b>102.8%</b>
<b>ビアテイスト(麦酒除く)</b>	<b>121,587</b>	<b>21.2%</b>	<b>96.0%</b>
<b>合 計</b>	<b>573,764</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>

(3) 業態別売上高

(自 2021年1月1日 至 2021年12月31日) (単位:百万円)

業 態	売上高	構成比	前年比
GMS	163,407	8.7%	122.8%
SM	718,783	38.2%	101.5%
CVS	177,637	9.4%	100.8%
ドラッグストア	150,989	8.0%	97.8%
EC/宅配	78,281	4.2%	112.9%
百貨店	25,033	1.3%	95.1%
一般・業務用酒販店	67,917	3.6%	81.5%
外食ユーザー	73,746	3.9%	102.1%
卸売	316,771	16.8%	101.0%
その他	108,901	5.9%	97.7%
<b>合 計</b>	<b>1,881,471</b>	<b>100.0%</b>	<b>101.8%</b>

【 連結範囲及び持分法の適用に関する事項 】

連結子会社 43社  
持分法適用会社 17社

【 エリアカンパニー/カテゴリーカンパニー業績 】

(自 2021年1月1日 至 2021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	84,945	97.8%	293	71.5%
国分東北株式会社	99,705	104.3%	209	54.9%
国分関信越株式会社	164,129	112.1%	1,262	113.9%
国分首都圏株式会社	362,583	100.0%	5,016	118.4%
国分西日本株式会社	278,727	103.8%	1,852	103.2%
国分九州株式会社	132,155	98.5%	380	105.7%
国分フードクリエイト株式会社	143,018	80.8%	40	-16.4%

### 〔Ⅲ〕 2022 年度の経営方針

第 11 次長期経営計画 2 年目となる本年は、各エリアでも共創圏パートナーとの取り組みを進め、従来の卸の考え方から脱却し、「モノ売り」と新たなビジネス領域で「コト売り」の 2 輪体制を確立すべく、イノベーションに注力してまいります。

また、世界的な原料価格の高騰や物流の逼迫、為替の変動に加え、コロナ禍による労働力不足等、物価の引き上げ要因が数多く存在しています。

一方において、生活者は、極力安いものを求める流れも根強くあり、適正価格の実現に向けた売価の引き上げは、食品業界として重要なテーマになっています。現在のデフレ基調のままでは、世界市場から商品の調達自体ができなくなる可能性があります。また、本年は 5 年に一度の「酒類の公正な取引に関する基準」改定の年にあたります。お取引先の皆様とこれらの状況を共有し、ご理解をいただきながら、価格改定や酒類の公正な取引基準改定に対処してまいります。

新型コロナウイルスの感染拡大は、まだまだ予断を許さない状況が続いています。ワクチンや治療薬による感染収束への期待を含め、各企業ではアフターコロナを見据えた取り組みがより一層推進されると思われます。私たち国分グループが業界のリーダーシップをとり、新たな価値創出の実現に向け、共創圏パートナーの皆様と「新しい流通様式」を創ってまいります。

◆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

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