

第8次中期経営計画

(2022年4月1日～2025年3月31日)

ACCESS

日本アクセス

本資料に記載されている計画、見通し、戦略等はいずれも当社グループが公表時点で入手可能な情報を基にした予想値であり、これらは経済環境、競争状況、新サービスの成否などの不確実な要因の影響を受けます。従って、実際の業績はこの資料記載されている予想とは大きく異なる場合があります、その確実性を保証するものではありません。

食品業界を取り巻く環境、変化する市場環境

先行き不透明な経済情勢
(オミクロン株の感染拡大)

新型コロナは、資源高や食料品の値上がりが世界にインフレ圧力をもたらし、インフレ抑制への各国による利上げが経済成長を一段と停滞させる恐れがある

業態・競争・寡占化が激化

SM・DRG等、業態垣根を超えた競争・寡占化進み、EC事業者の参入等、小売業の業界再編が活発化することが考えられる。
コロナ終息後も外食、CVSの回復は見通しが立たず、内食、中食、外食のシームレス化がさらに進むことが予測される

物流業界へのコロナ影響と転換
(生産性向上・効率化)

EC・宅配需要の拡大、電力料、燃料費の高騰等により物流コストが上昇する中、物流効率化（自動化、デジタル化への対応）による、改善取組が急務と予想される

次世代化、ビジネスモデルの転換
(デジタル化の加速)

デジタル化の波による各企業のメディア戦略の転換、デジタルへの投資が活発化し、企業の効率性、生産性向上が加速する

企業としての社会責任
(サステナブル経営の推進)

カーボンニュートラル対応における、グローバルな先進的且つ多様な資金調達、経営資源を投下する政策トレンドが進行。ESG経営、働き方改革、ダイバーシティ、SDGsの推進が積極的に図られる



構造改革2024 ～新たなサービス・価値の創造～

構造改革と事業変革による、成長に向けた積極的な事業・ITインフラ投資、盤石な事業基盤の構築と、新たなサービスと価値を創造、競争優位を確立し、共にお客様のニーズや課題解決、本業を通じて社会的課題を解決することで、持続的な成長を実現する3カ年として位置付け、断トツの食品総合卸企業を目指します

3つの経営基本方針

1

成長・競争優位の確立

2

収益構造改革

3

経営基盤改革

経営基本方針

重点施策

成長・競争優位の確立

- ✓ 既存領域の拡大（インスタアジア拡大、ロジスティクス事業の強化）
- ✓ 新規事業の収益化（情報卸事業、ECビジネスの取組推進）
- ✓ 差別化・競争優位の確立（商品開発機能強化、カテゴリ戦略の実行、デジタルマーケティング戦略の実行、プラットフォームの構築）
- ✓ 事業モデルの改革
シームレス化（内食、中食、外食）に対応した新たなビジネスモデルの構築、生鮮事業の成長戦略の実行、宅配、給食、介護ビジネスの拡大

収益構造改革

- ✓ DXの推進（データ利活用による業務プロセス改善、データ基盤整備、データ活用人材の育成、DX認定取得）
- ✓ 最適物流の構築（効率的な拠点整備、省人化・省力化マテハン推進、CVSロジ事業と卸物流の相互活用による全体最適化）
- ✓ 経営効率化・コスト削減（収支管理強化、経費コントロールの徹底）
- ✓ 収益基盤の強化（新物流システムの構築および物流関連設備投資）

経営基盤改革

- ✓ 人材・風土改革（最強の人員基盤づくり）
- ✓ 経営管理の高度化（ガバナンス強化、現場主義の経営管理強化、リスク管理体制の整備、コンプライアンス意識とノウハウの向上）
- ✓ SDGsの取組推進
（フードロス対策、CO2削減、食の安全・安心対策、社会貢献）
- ✓ 広報・IR活動の強化（企業価値向上に貢献する広報活動の推進）

第8次中期経営計画期間における重点施策を強固に推進するため、新組織を設立する

2022年度 新組織体制	組織の役割	基本方針
商品統括・ マーケティング管掌	商品開発部	<ul style="list-style-type: none"> 商品開発機能を差別化戦略の武器とすべく、全社横断型の商品開発力・販売力強化推進（ストアブランド・留型商品・EC商品等）
業務用管掌	業務用管掌 各組織	<ul style="list-style-type: none"> 内食・中食・外食のシームレス化が加速する中、従来の業態軸に捉われず、業務用市場全体(外食、中食、原料を含む)をターゲットに新規顧客やマーケット開拓する
総合企画・ ICT管掌	DX推進室	<ul style="list-style-type: none"> 攻めと守りのDXの実行に向けて、全社DX戦略の企画・立案・推進および専門人財の育成強化を行う体制を構築
ロジスティクス 管掌	物流拠点整備推進室	<ul style="list-style-type: none"> 全体最適の物流拠点政策を企画・立案し、効率的な拠点構築を推進
	CVSロジスティクス 統括組織	<ul style="list-style-type: none"> 当社が有する物流業務改善のノウハウを最大限に活用し、改善のスピードアップを図る

成長・競争
優位の確立

収益基盤
改革

	2021年度	2024年度 ※中計最終年度	中計期間 21年度差
売上高	21,203億円	24,203億円	+ 3,000億円
経常利益	239億円	278億円	+ 39 億円
3カ年投資（計画）	物流関連投資 システム関連投資 一般・事業投資（M&A）		500 億円

心に届く、美味しさを



ACCESS
日本アクセス