

丸大食品グループ

わんぱくでもいい。たくましく育てほしい。

Integrated Report 2024

統合報告書

2024

わんぱくでもいい。
たくましく育てほしい。

わんぱくでもいい。 たくましく育ってほしい。

私たちは、食の新しい価値を創造し、更なる持続的な成長を図っていきます。



経営理念

日々の活動に
精一杯の真心を込め、
誠意を尽くすことにより、
社会に貢献します。

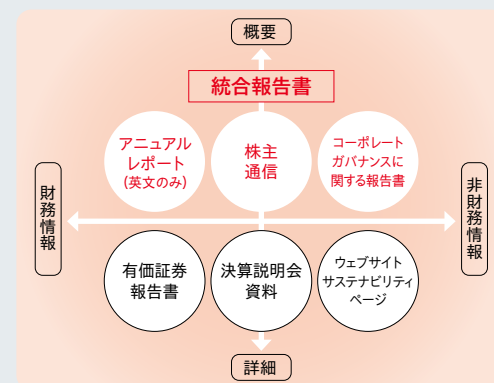
スローガン

「変革」
社員一人ひとりが
考え方と行動を「変革」し、
食の新しい価値創造に向けて
チャレンジし続けます

価値観

- ・私たちは、お客様に喜ばれる
美味しさを創ります
- ・私たちは、夢と働きがいのある
企業を創ります
- ・私たちは、時代の変化に対応し、
新しい価値を創ります

【丸大食品のコミュニケーション】



見通しに関する注意事項

この報告書に記載されている業績の見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。

【ウェブサイト】



「統合報告書」、ESGデータ」のほか
商品情報などコンテンツを掲載。
<https://www.marudai.jp/>



編集方針

統合報告書2024は、多くのステークホルダーの皆さまに丸大食品グループの事業活動についてお伝えするためのコミュニケーションツールとして発行しています。丸大食品グループの社是、これまでのあゆみ、中期経営計画やESGへの取り組みを中心に掲載しています。

〈対象期間〉
2024年3月期(2023年4月1日～2024年3月31日)
〈対象範囲〉
丸大食品グループ 一部丸大食品単体の報告も含まれます。

INDEX

丸大食品のあゆみと今の姿

- 01 社是・編集方針
- 03 丸大食品のあゆみ
- 05 数字で見る丸大食品グループ
丸大食品グループの事業
- 07 丸大食品の健康への取り組み
- 09 財務ハイライト
- 10 非財務ハイライト

丸大食品の価値創造

- 11 トップメッセージ
- 15 価値創造のプロセス
- 17 マテリアリティ
- 19 丸大食品の資本
- 21 中期経営計画
- 23 カテゴリー別戦略
- 27 サプライチェーン

事業を支える基盤

- 29 サステナビリティ
- 31 環境
- 33 TCFD
- 35 社会
- 37 人財
- 39 ガバナンス
- 43 リスクマネジメント
- 45 ステークホルダーエンゲージメント

財務・企業データ

- 47 10ヵ年の財務サマリー
- 49 経営成績・財務状況の分析(MD&A)
- 51 ネットワーク・会社概要

丸大食品のあゆみ

いつの時代もおいしさと皆さまの笑顔を追いかけて。

- 1954 大阪市福島区で「丸大食品工場」として創業
- 1958 大阪市大淀区に本社を移転し、「丸大食品株式会社」を設立
- 1965 本社を大阪府高槻市に移転
- 1969 東京支店を東京都江東区に新築移転



設立当時の本社外観

1954 >>

「小森商店」から「丸大食品」誕生

鯨肉の加工・鯨油の販売、魚肉ハム・ソーセージなどの製造・販売から事業を開始した当社は、当時の大手メーカーと差別化を図った商品を販売していく。当時の日本は和食文化だったが、洋風化が進むことを予見し、欧米視察を機に畜肉ハム・ソーセージに進出した。



- 1970 テレビCMスタート
- 1971 「わんぱくでもいい。たくましく育てほしい。」のキャッチコピー誕生
- 1972 大阪・東京証券取引所市場第一部銘柄に
- 1978 東京支店を東京都港区に移転
- 1984 食品産業優良企業として農林水産大臣賞受賞

1970 >>

全国展開により事業拡大

新しい製造技術や設備導入を積極的に実施し、全国各地に工場、営業所を開設していく。テレビCM等の広告宣伝に注力し、「わんぱくでもいい。たくましく育てほしい。」のキャッチフレーズもこの頃に誕生した。新たにハンバーグなどのレトルト食品にも進出した。

- 1998 主要生産工場でHACCPを取得
- 1999 日本オリンピック委員会(JOC)、業界で唯一のオフィシャルスポンサーに決定
- 2004 東京支店を東京都中央区築地に移転
- 2007 「次世代育成支援対策推進法」に基づき、「子育てサポート企業(くるみん)」に初認定



北海道工場



1990 >>

商品ブランド力の強化と外食産業に参入

ヒット商品を次々に開発し、スーパーマーケットや量販店、コンビニエンスストアに販路拡大に努めた。外食向け事業の進出やグループ会社の設立を進め、「食の安全・安心」により一層の強化に向けて取り組む。ハム・ソーセージから惣菜・調理加工品、デザートなど幅広く扱う総合食品メーカーへと成長を遂げた。

- 2018 大阪府・高槻市など「アドプトフォレスト制度」締結(森づくり活動参加)
- 2020 従業員の健康の保持・増進を目的とし「丸大食品グループ健康経営宣言」を策定
- 2021 サステナビリティ基本方針ならびに行動指針の策定、サステナビリティ委員会を設置
- 2023 サステナビリティ推進室を設置



わんぱくん

2018 >> 2024

『変革』を掲げ企業価値向上へと邁進

少子高齢化、人口減少社会に突入し、食生活も大きく変化している中、新型コロナウイルス感染症やウクライナ問題、エネルギー・原材料コストの上昇など、取り巻く環境は厳しくなっている。当社グループのスローガンである『変革』をもって、環境に配慮した商品など、社会のニーズに沿った新たな創意工夫を続け、真に社会的存在価値が認められる企業を目指す。

商品のあゆみ

- 1954 魚肉ハム・ソーセージの製造販売を開始
- 1961 食肉製品、畜肉ハム・ソーセージの製造販売を開始



1978 「チキンハンバーグ」誕生



ソフト食感のハンバーグを、野菜の旨味を生かしたソースで味付け。40年以上愛され続けるハンバーグ。

1979 「ゴールデンウィンナー」誕生



1982 「いつも新鮮シリーズ」誕生



1995 「燻製屋シリーズ」誕生
1996 「燻製屋シリーズ」業界初の「特定JAS規格」に認定



業界初
特定
JAS規格

1996 ギフト「王覇シリーズ」誕生



手間暇かけて熟成させた、豚肉本来の深い旨味とまろやかさ。モンドセレクション最高金賞も受賞。(2012年)

2007 「スンドゥブシリーズ」誕生



日本国内加工食品
カテゴリー別売上No.1商品。
(2023年 KSP-POSデータより
当社調べ)

2021 環境に配慮した資材を使用し、商品パッケージに「エコですこやか食生活」マークの表示開始



2022 環境負荷低減化パッケージへの切り替えを実施



巾着形態

新包装形態

2022 「PlantRECIPEシリーズ」誕生



2024 「韓国列伝シリーズ」誕生



数字で見る丸大食品グループ

(2024年3月期)

会社の
特徴

連結売上高

2,288億円



グループ従業員数

4,890名



連結子会社数

24社



グループ生産拠点

37拠点



創業

1958年6月10日



事業の
特徴

燻製屋ウインナー 国内外の品評会

金賞
4冠達成

※燻製屋熟成あらびき
ポークウインナー対象



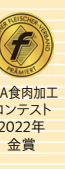
モンドセレクション
連続受賞

13回

※当社の取扱う商品で最大
受賞数2012年～2024年
※燻製屋熟成あらびき
ポークウインナー対象



その他受賞



日本国内加工食品
カテゴリー別

売上
No.1

※KSP-POSデータ
より当社調べ



売上構成比

ハム・ソーセージ部門

28.6%



調理加工食品部門

38.0%



食肉事業

33.4%



丸大食品グループの事業

加工食品事業

ハム・ソーセージ、レトルト惣菜、チキン惣菜、
農畜水産加工食品、デザート、乳製品、
チルド飲料の開発、製造、販売を行っています。

デザート類商品

デザート・乳製品・チルド飲料商品など、量販店やコンビニエ
ンスストア、土産店向けの幅広い商品を扱っております。
日本で初めてチルドカップ容器にて製造販売しました「タビオ
カミルクティー」をはじめ、神戸を代表するお土産の一つとして
多くの方に愛されております「神戸プリン」など、これまでにない
美味しさ、楽しみ方や新たな出会いの場を提供いたします。

調理加工商品

レトルト惣菜、チキン惣菜、スナック類の他、外食店向けの業務用食材やコ
ンビニエンスストア向け商品など、幅広いカテゴリーを扱っております。
多様化するライフスタイルに合わせて調理の利便性を高め、食べる楽しさ
も感じていただけるよう、多彩な商品を生み出しています。
韓国家庭料理の素「スンドゥブシリーズ」やストック需要のある「ビストロ倶
楽部カレーシリーズ」など多様な切り口で食卓を彩る商品を提案しています。

食肉事業

国内はもとより、海外からも厳選した畜肉原料を仕入れ、
販売先のニーズに合った商品をお届けするのが食肉事業
です。国内品では「こめむぎ(国産豚)」や「上州山麓牛(国
産牛)」など飼料や生産者にこだわった食肉、輸入品では
「SPENCER(米国産牛)」・「若草牛(ニュージーランド)」・「麦
麦BOO(カナダ産豚)」など、品質や規格を重視した世界各
国からの食肉を取り扱っています。
それら全ては安全で高品質なものを厳選し、食肉加工品の
原料として当社の生産拠点に供給するほか、量販店や外食産
業で販売・使用される精肉の原料として、丸大ミート(株)・丸大
フード(株)・(株)ミートサプライ等のグループ会社へ提供し、素
材の特徴を活かした状態でお客様にお届けしています。



丸大食品の健康への取り組み

当社は、「私たちは、地球環境や社会問題の解決を人類共通の課題と認識し、『わんぱくでもいい。たくましく育ってほしい。』の想いを子どもたちの未来に願い、社会や環境に配慮した事業活動を通じて、持続可能な社会の発展に貢献してまいります。」というサステナビリティ基本方針を掲げ、達成に向けた取り組みを行っております。（取り組みの一つとして、全ての人が健康で豊かな生活を送れる社会の実現のため、健康が気になる方に向けた多様な商品の開発を行っております。）

これからも健全な心とからだは正しい食生活からという考えに基づき、食に関する様々な活動を通じて持続可能な社会の実現と企業価値の向上を図っていきたいと考えております。

「わたしにたんぱく」シリーズについて



筋肉や体細胞の素となる重要な栄養素がたんぱく質であり、1日の摂取目標とされるたんぱく質の量は体重1kg当たり約1.3～1.9g※1と言われていたが、日本人の平均摂取量は目標値を満たしていないというデータ※2があります。

たんぱく質はまとめて大量にとっても全てを吸収できず、利用できなかった分は排出されてしまうため、毎食コツコツ摂取することが必要と言われていす。しかし忙しい日々を過ごす中で、毎食きちんとたんぱく質が摂取できない人も多いのではないのでしょうか。

当社の取り扱いハム・ソーセージはたんぱく質を含む食品が多く、普段の食事に使っていただくことで、不足しがちなたんぱく質を補うことができます。「わたしにたんぱく」シリーズは、不足しがちなたんぱく質が補えるだけでなく、塩分や糖質を控えめにしたり、カルシウムなどの栄養素を添加したりすることで、そういった悩みを抱える一人ひとりの気持ちに寄り添い、「時間と心に余裕ができ、自分らしく優しく生きられる」ココロとカラダが健やかである暮らしをお手伝いします。

健康を意識した生活はしたいものの、行動に移すまでの余裕がなく、つい自分のことは後回しにしてしまう人たちにに向けてかんたんにおいしく、たんぱく質が摂れることをわかりやすくお伝えするため、この「わたしにたんぱく」シリーズを立ち上げました。



「わたしにたんぱく」ラインナップ例

- 「プロテインスティック」シリーズ
- 「おいしい減塩」シリーズ
- 「藻塩の匠」シリーズ
- 「おべんとうの赤ウインナー」シリーズ 等



かんたんおいしく、わたしにたんぱく。 | 丸大食品 (marudai.jp)
<https://www.marudai.jp/user/products/special/tanpaku/>

出典：※1 厚生労働省「令和元年 国民健康・栄養調査」たんぱく質の目標量・平均体重(30代男性(身体活動レベルⅡ))から算出
※2 厚生労働省「日本人の食事摂取基準(2020年版)」(身体活動レベルⅡ)

1 プロテインスティックのサンプリングの取り組み

たんぱく質摂取量の不足と食や健康への意識の変化から、プロテイン飲料や高たんぱくヨーグルトなどのたんぱく質摂取を補う商品が増えてきています。冷蔵保存が必要で外出先での摂取に不向きな商品が多い中投入した商品がこのプロテインチキンスティックです。当商品は常温保存できるので、外出先など手軽に携帯してアウトドアやスポーツシーンなど様々なシチュエーションでお手軽にたんぱく質の補給をしていただくことができる国産鶏肉を使用した常温タイプのプロテインチキンソーセージです。

野菜ブイヨンと隠し味の生姜を使用したマイルドソルトと黒胡椒の風味で食べやすく仕上げたブラックペッパーの2種類のフレーバーで展開しております。

当商品をもっと多くの方に知ってほしいという思いから、親和性の高いスポーツイベントを中心に様々な場面で計4万人を超える方へのサンプリングを行いました。



プロテインスティック
マイルドソルト
プロテインスティック
ブラックペッパー

配布例

「サッカー(Jリーグ)【北海道コンサドーレ札幌×ガンバ大阪戦】」
「ねんりんピック愛媛のえひめ2023」
「第44回全日本バレーボール小学生大会」
「萩谷スポーツフェスティバル」
「令和5年度天皇杯・皇后杯全日本バレーボール選手権大会
ファイナルラウンド決勝」
「第39回わんぱく相撲全国大会」 など…



2 35年間取り組んだ減塩商品への取り組み

当社の減塩シリーズは、1988年に当時ひろがりつつあった減塩志向に応じた「適塩食生活」シリーズのハム・ベーコンを開発・発売したところから始まりました。発売5年後には、減塩をよりわかりやすく伝えるために「うす塩」シリーズにリニューアルしました。他にも、主力の「ハム」「ベーコン」だけでなく、「キザミハム」や「フィッシュソーセージ」「ウインナー」「生ハム」「焼豚」「チョップドハム」とハム・ソーセージの様々なカテゴリーで減塩商品を発売いたしました。お客様の様々なニーズに寄り添うため、3連タイプや糖質ゼロも掛け合わせるなど異なるタイプの商品を発売しながら、35年もの間、おいしさで減塩をテーマに研究とリニューアルを重ね、現代の消費者の嗜好に寄り添った商品づくりを続けて、2024春にはさらにおいしさにこだわった「おいしい減塩」シリーズへと生まれ変わりました。

近年の日本人の食塩摂取量は健康志向の高まりを受けて減少傾向にはありますが、依然として推奨基準を超えているように、減塩商品のニーズは高いと考えております。減塩と更なるおいしさを求めて改良を続けてまいります。



3 糖質ゼロと美味しさへの取り組み

健康への意識が高まっている中、2020年に誕生した「藻塩の匠」シリーズがご好評いただいております。

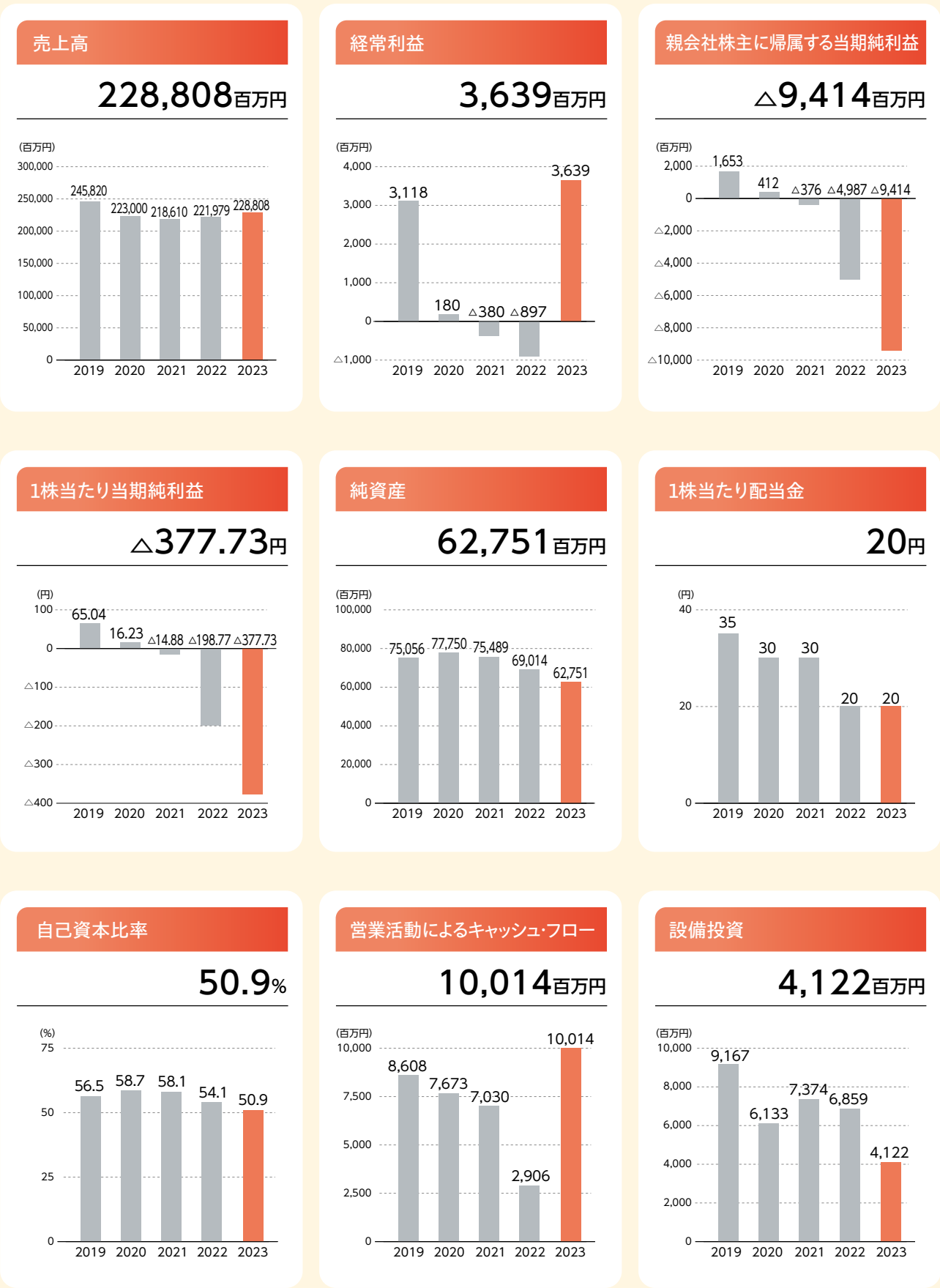
当商品は「糖質ゼロ」でありながらもJAS特級規格を両立した商品です。海藻の旨みを含むまろやかな味わいの「淡路島の藻塩」を使用し、原料は豚肉と塩のみ(添加物は除く)にこだわりました。お肉本来の美味しさを引き出し、美味しいのに「糖質ゼロ」を実現させた商品として、国際的な食品コンテストで金賞を受賞いたしました。



金賞W受賞



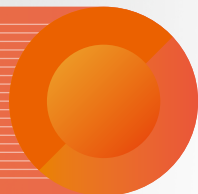
財務ハイライト



(注) 2021年度の期首より会計方針の変更をしております。本資料に記載の2020年度実績につきましては、当該会計方針の変更を反映した遡及適用後の数値を記載しております。

非財務ハイライト





丸大食品グループの 進化へ向けた チャレンジを続けます

丸大食品株式会社
代表取締役社長
佐藤 勇二

2023年度の振り返りと中期経営計画について

プラス面、マイナス面が混在する環境の中、 営業利益、経常利益は黒字化へ

2023年度は当社グループにとって2つの大きな変化がありました。一つは新型コロナウイルス感染症が5類に移行したことです。新型コロナウイルス感染症はここ数年にわたり、事業に様々なマイナスの影響を及ぼしてきましたが、5類移行後は人の動きが活発になり、外食の需要も回復しつつあります。このことは当社グループにとってはプラス面の変化となりました。一方、マイナス面の変化としては、原材料価格の高騰を含めたコストアップです。これにはウクライナ情勢に端を発するサプライチェーンの混乱や物流の問題、欧米の人手不足による人件費の増加、物価上昇や金融資本市場の変動などの様々な事象が絡んでいますが、いずれにしても近年まれに見るコ

スト高は、当社グループの事業を圧迫する大きな要因となっています。

そのような中、2024年3月期(第76期)の業績は、売上高が2,288億8百万円、営業利益が31億17百万円、経常利益が36億39百万円と、いずれも前期を上回る結果となりました。営業利益が黒字化できたのは、前期から進めている構造改革により外食産業向け事業やデザート事業が回復してきたことなどが一定の効果につながったと見ています。尚、加工食品事業の減損損失約122億50百万円や構造改革費用5億30百万円の特別損失を計上したことで、親会社株主に帰属する当期純損失は94億14百万円となりましたが、これは今期以降の回復につながる要素としてこれからの業績につなげていきたいと考えています。

5つの基本方針を継続する 新たな三カ年の中期経営計画

当社グループでは経営環境の変化に柔軟に対応するため、毎年見直しを行うローリング方式を採用し、三カ年の中期経営計画を策定しています。基本方針は「新たな顧客価値の創造」「収益構造の改革」「事業領域の拡大」「人財の育成」「持続可能な社会への貢献」の5つを掲げています。

「新たな顧客価値の創造」ではお客様の視点を重視しています。人口規模が縮小し、原材料の値上がりが続く中での商品政策は、ともすればメーカーから見たメーカー都合の商品政策になっていきがちですが、お客様が本当に求めているものは何かという顧客視点を常に心がけていきます。

「収益構造の改革」は今まさに取り組んでいる最中です。生産拠点を再編し、コストを大きく下げる構造に変えていきます。また、物流拠点を集約し、固定費を削減しながら効率性を上げていきます。これらは単なる収益性の改善ではなく、「改革」として抜本的に利益の出る企業体質につくり変えていく取り組みです。

「事業領域の拡大」は数年前まで多角化の推進と表現していましたが、各事業、各カテゴリーという領域内で視野を広げ、隙間を埋めていくことを意図して表現を変えました。たとえば食肉事業では販売エリアを広げることで売上を拡大していきます。また、デザート事業では売り場、ターゲット層、食のシーンなどを広げていくことで成長を目指しています。

「人財の育成」と「持続可能な社会への貢献」は普遍的なテーマです。前者は次世代の経営者、幹部、あるいは若い社

員の育成を中心に研修の充実、定着率の向上、多様化の推進を図っていきます。後者はサステナビリティの基本方針と行動指針に基づいて、当社グループの特徴を活かしたESG・SDGsに多面的に取り組んでいきます。

構造改革を推進し、 確実に利益を生む企業体質へ

先にも述べましたが、食品業界を取り巻く環境は外食需要に回復の動きが見られるものの、原材料の高騰や消費者の節約志向の高まりなどから依然として楽観視できません。そのため、当社グループは業績の向上と企業体質の強化を図るべく、2023年3月期から構造改革と称した収益構造の見直しに取り組んでいます。具体的な施策は「生産拠点の再編」「不採算商品群の統廃合」「物流拠点統合等による物流コスト削減」の3つです。たとえばハム・ソーセージ部門で使用している工場を他の部門の製造に置き換えるなど、伸ばすべきところに資産を使い、生産能力を上げていきます。あるいは物流拠点を13カ所から8カ所に集約することで、固定費を下げながら物流機能を効率化していきます。これらは当初の計画どおり進んでおり、今後、年間にして約10億円の利益改善を見込んでいます。また、今期からの中期経営計画では、経営指標の一つにROE5.0%という目標値を出しました。この先、企業のあるべき姿としてROE8.0%以上を目指していきますが、そのためには遊休資産の整理などを含め、資本効率を上げていく対策も打っていかねばなりません。

それぞれのテーマに注力する事業別戦略

2024年度はパリ五輪で 積極的なプロモーション展開を図る

当社グループは大きく分けて、加工食品事業と食肉事業の2つのセグメントを持っています。加工食品事業のうち、ハム・ソーセージ部門はもともとからある当社グループの中心事業ですが、今もっとも取り組まなければならないテーマが「収益の改善」です。ハム・ソーセージという商品自体が同質化競争の様相を帯びている中、原材料が急激に高騰したことが収益を圧迫する大きな要因になっています。では、どのように改善していくのか。今期で言えば、パリ五輪2024TEAM JAPAN オフィシャルサポーターとしての取り組みがあります。当社は

38年前から日本代表選手団を応援してきました。スポーツが健全な青少年の育成につながるというオリンピックの一面と、当社の「わんぱくでもいい。たくましく育てほしい。」という企業メッセージには通じるものがあります。この機会にSNS等を使って発信力を高め、関連商品の提供やプロモーションの展開を強化していきます。もう一つ、ハム・ソーセージの中でも比較的順調に売れているのは環境に配慮した商品です。たとえば「たっぷり使える」シリーズのように袋入りにしたパッケージは商品がはがしやすく、小分けにした少量パックに比べてゴミが出にくい特徴があります。このように使い勝手の良さと環境への配慮を兼ね備えた商品は多少値段が高くても売れています。その視点に立って積み重ねていく商品の見直しや開発

が、着実な収益につながっていくと考えています。

調理加工食品部門のテーマは「売上の拡大」です。カレーやスープ類のレトルト商品の販売を強化していきます。これまでレトルト商品は食の簡便性を高めるものとして用いられてきましたが、世帯が小規模化して個食が進む中、レトルトにも美味しさが求められるようになりました。たとえば「ビストロ倶楽部濃厚カレー」は多少単価が高くても好調な売れ行きを見せています。これまで食卓の補助的な役割だった調理加工食品も、手ごろな価格で十分美味しい一食を提供する商品になってきたのです。またデザートに関しても、美味しいものは多少高くても売れています。コンビニエンスストア向けや外食産業向けなどの業務用商品の需要が増えていることを背景に、この分野は今後当社グループの事業を引っ張っていくカテゴリーとして期待しています。

食肉事業のテーマは「事業領域の拡大」です。同事業は当



サステナビリティ経営の推進にあたって

次世代を担う人財育成のための 選抜型研修を実施

当社グループが持続可能な社会に向けて貢献していくためには、これまで申し上げた様々な取り組みを担っていく人財の確保と育成が最重要課題であることは言うまでもありません。具体的な手段として採用活動の多様化、働き方改革の推進、多様な働き方の選択肢拡充、ダイバーシティ推進などに取り組んでいます。そのような中、直近の課題の一つとして挙

社グループの売上の3分の1を占める規模に成長してきました。今後も当社の特徴を活かしたかたちで商品の幅や販売エリアを広げていきます。たとえばブランド輸入ビーフの取り扱い強化です。産地開発、ブランド開発を通じて新商品をつくります。また、一次加工商品の開発にも力を入れていきます。今後、スーパーマーケットなどの小売業界でも人手不足が懸念される中、バックヤードでは生肉ではなく一次加工された食肉から作業を始めたいというニーズが高まっていくでしょう。家庭用もしかり。下ごしらえされた肉を購入することで調理時間を短縮したいという希望は増えていくはずです。そのようなニーズに対応していきます。

強みを柔軟に掛け合わせる 他社とのコラボレーション

一方、自社だけで開発できない点においては、積極的に外部の力も借りていきます。昨年度は新たな試みの一つとして、企業コラボレーションによるブランド育成に取り組みました。六甲バター株式会社様の濃厚チーズを入れた「燻製屋Q・B・Bチーズ入り」、沖縄の農業生産法人株式会社島酒家様との「燻製屋熟成あらびきポークウイナー沖縄南部島唐辛子」はどちらも数量限定で販売し、お客様に当社のウイナーの味わい方を広げていただく機会になりました。また、今年9月には当社の人気商品である「スンドゥブ」から派生して、新大久保の有名店オーナーシェフ朴賢子様の監修を得て、韓国メニューの新シリーズを立ち上げます。肉と野菜を購入いただき、自宅で本格的な韓国メニューを召し上がっていただく一品です。このように他社とタイアップしたほうが効果的だと見込めるものは、柔軟に取り組んでいきたいと考えています。

げられるのは女性管理職の比率です。もともと当社は男性比率の高い会社ですが、ここ数年はほぼ男女比同数の採用を行い、長く働ける環境づくりのために子育て支援にも力を入れてきました。2032年度までに女性管理職比率を10%以上にする目標を掲げていますが、昨年度の時点では6.0%とまだ道半ばです。これから少しずつ増えていく見通しはありますが、十分な多様性の実現までにはもう少し時間がかかるでしょう。

一方、人財の育成面については年代や役職ごとに様々なプログラムを導入し、手応えを感じています。一つは30代を中

心とした管理職候補育成のための選抜型研修です。管理職に必要なスキルを学びながら、近い将来像を描き、心の準備をしてもらうためのプログラムです。これは女性管理職比率の向上にもつながっていくでしょう。もう一つは管理職を対象にした経営者候補育成のための選抜型研修です。当社にはこれまで管理職が次のステップをふむための研修が確立されていませんでした。昨年度からそのための1年間のプログラムを始めています。さらには、選抜された社員だけでなく、幅広い年代や役職の社員に対しても専門性やスキルをつけてもらうために15種類の研修を設けました。たとえば生産の基礎知識、パソコンのソフトウェアの使い方など日々の業務向上に役立つメニューです。これらは一定の合格基準をクリアすれば会社が受講料を全額負担します。現在、この研修プログラムには20代から60代までの社員が意欲的に参加しています。このように、社員がこれらの研修を活用して自ら向上したいと思える機会を増やし、人財基盤の強化を図っていきます。

全ての従業員に徹底する コンプライアンス教育

コーポレートガバナンスの基本的な考え方は、なによりお客様に信頼される企業経営に徹することです。当社では「丸大食品グループ行動基準」を制定し、企業活動全般に関わる法令遵守はもちろんのこと、企業倫理に則り、役員・従業員のコンプライアンス意識の向上に努めています。具体的にはコンプライアンス委員会を設置し、そのうえ、従業員向けに集合研修と月1回の各部門研修を行っています。また、年1回、パート、契約社員を含む全従業員にアンケートを取り、職場でのルールは守られているか、ハラスメントはないかなどの問題点を拾い上げています。そこから浮上した課題はコンプライアンス委員会で共有し、注力すべき部署に個別で研修を行います。従業員数が多く、雇用形態が多様な工場では特にていねいに取り組む必要があると感じています。

課題解決にもつながる 多面的なサステナビリティの取り組み

ESG・SDGsの取り組みは「サステナビリティ基本方針及び行動指針」を策定し、サステナビリティ委員会を設置して取り組んでいます。2023年4月にはその運営と推進のために「サステナビリティ推進室」を新たに設けました。

気候変動への適応と緩和については、TCFDのフレームワークに基づいてシナリオ分析を行い、このたびの有価証券報告

書にスコープ1、2を開示しました。私どもからするとようやくそのステップにきたという感がありますが、2030年度の温室効果ガス排出量削減の目標指標に向けて取り組んでいきます。

持続可能な社会に向けての課題では物流業界の2024年問題があります。ものを運ぶという点に関しては競争領域にある他企業とも協調しなければなりません。積載効率の悪い車両をなくすように知恵をしばり、自社他社ともに効率の良い物流を行うことがいっそう求められていくでしょう。この点は引き続き重要課題として取り組んでいきます。

また、食肉事業を営む当社にとって代替肉商品の開発も課題の一つです。この取り組みは研究所を中心に2017年から本格的にスタートし、今年2月からは他企業とタイアップしながら大豆などの植物性由来の新商品開発や販売拡大に取り組めます。

ステークホルダーの皆様に向けて

創業から66年。「わんぱくでもいい。たくましく育ってほしい。」というキャッチフレーズは、昭和40～50年代に当社がまだ後発企業だった頃から、多くのステークホルダーの皆様に親しんでいただきました。おかげさまで長年に渡り、安全・安心とおいしさを兼ね備えた食の提供にまじめに取り組む企業という評価をいただいています。しかし、それは良い意味であると同時に、少し保守的であると捉えることもできます。これからは丸大食品の良き伝統と強みを残しつつ、今の時代に合ったブランド育成に努めていかなければなりません。そのための手段として他企業とのコラボレーションやSNSを使った積極的な情報発信がありますが、それらは決して奇をてらったものではなく、お客様の視点から見た進化のためのチャレンジであるべきだと考えています。

2024年夏ギフトのキャラクターは将棋棋士の羽生善治さんです。キャッチフレーズは「次の一手は丸大」。当社には「王覇」というブランドがあり、今、若い世代、特に子供たちに将棋が親しまれています。丸大食品グループはこれからも幅広い年代のお客様に向けて新たな企業価値を創造していきますので、変わらぬご理解とご支援を賜りますよう心よりお願い申し上げます。



価値創造のプロセス



マテリアリティ >> p.17

- 安全・安心の確保
- 法的規制への対応
- 生活者のライフスタイルの変化
- 持続可能な原材料調達
- フードロスの低減
- 気候変動への適応と緩和
- 資源循環型社会実現への貢献
- 水資源の保全
- 多様な人財の活躍
- ガバナンスの強化
- 健康経営の強化

経営理念 >> p.02

日々の活動に精一杯の真心を込め、誠意を尽くすことにより、社会に貢献します。

丸大食品のあゆみと今の姿
丸大食品の価値創造
事業を支える基盤
財務・企業データ

マテリアリティ

蓄積された課題解決力で
持続可能な成長を目指します。

マテリアリティ	関連するSDGs	リスク内容	サステナビリティについての主要な取り組み
安全・安心の確保	12	- 社会全般にわたる品質問題など予測が困難な事故や社会的混乱の発生 - 風評被害による影響 - 品質クレーム等による社会的信頼の低下	- HACCPシステムをベースとした食品安全に関する国際規格である「FSSC22000」の認証取得を拡大 - 品質保証部門による厳しい品質管理体制を構築 - 品質不良・不具合の発生防止を含め、安全性確保と品質向上に向けて一層の取り組み強化
法的規制への対応	12	法的規制が変更された場合に伴う事業活動の制限	- 食品衛生法、JAS法、食品表示法等の「食の安全・安心」に関する法規制や環境・リサイクル関連法規など、各種法的規制の適用 - 法務部門と関連部門の連携による関連諸法規の遵守に向けた体制強化
生活者のライフスタイルの変化	2, 3	生活者のライフスタイルの変化、価値観の多様化への対応遅れによる成長機会の損失	- 食を通じた市場ニーズへの迅速な新商品投入戦略の対応強化 - お客様目線にたった製品・サービスの提供や適切な情報開示の実践
持続可能な原材料調達	12, 13	- サプライチェーンの各段階における社会・環境問題への対応の遅れ - 気候変動や地政学的リスク	- 安定した原材料調達に向けたサプライヤーとの連携強化 - 人権デュー・ディリジェンスによる重要原材料の責任ある調達体制の構築 - 関係法令等の遵守、公正な取引・商慣習の推進 - サプライヤーとの持続可能な相互発展を目指した事業活動の推進
フードロスの低減	2, 12, 13, 15	- 食資源の枯渇 - 食品廃棄物の削減の対応遅れによる社会的信頼の低下	- 製造過程における廃棄物ロスに貢献する製造方法の改善・改良 - 保存性向上による製品廃棄ロス、不良返品削減
気候変動への適応と緩和	12, 13, 15	- 温室効果ガス排出削減への対応遅れによる生産コストの上昇 - 地球温暖化への対応遅れによる社会的信頼の低下	- 製品ライフサイクル全体でのカーボンニュートラルに向けた長期的な取り組み - TCFDに対応した情報開示の取り組み - 省エネルギー推進による環境負荷低減 - 省エネ設備の導入など、生産に関わるエネルギー削減の取り組み強化 - モーダルシフトなど、物流、輸送に関わる温室効果ガス削減の取り組み強化
資源循環型社会実現への貢献	12, 13, 15	- 廃棄物削減への対応遅れによる生産コストの上昇 - 環境に配慮した包装資材への転換遅れによる社会的信頼の低下	- 包装・容器の軽量化による廃棄物削減の取り組みの推進 - 包装・容器の3R推進(リデュース、リユース、リサイクル) - 食料品廃棄物の飼料や肥料へのリサイクル促進 - 環境に配慮した包装・容器採用の推進
水資源の保全	6, 13, 15	渇水・洪水・水質悪化による生産停滞	- 生産工場における排水処理施設の保全 - 森づくり活動による環境保全推進
多様な人財の活躍	3, 5, 8	- 競争優位性のある組織能力の実現 - 採用活動の多様化、競争激化による人財不足・コストの上昇	- 多様な価値観・専門性を養成する人財育成の教育マネジメント強化 - 働き方改革の推進 - ダイバーシティ推進、女性活躍推進に向けた取り組み - 仕事と育児の両立支援を進め、『次世代育成支援対策推進法』に基づく認定を取得(「くるみん認定」)
ガバナンスの強化	4, 8, 16	- 脆弱なガバナンス体制による企業経営を脅かすリスクの増大 - リスク管理体制の対応遅れによる事業継続への影響 - 金融危機、貿易摩擦等の不安定な政治・経済・社会情勢による組織運営への混乱や事業採算性低下 - デジタル技術革新に対応できないことによる競争力低下 - 脆弱なITマネジメント体制による競争力低下 - 知的財産リスクによる事業への影響	- 当社グループ全従業員への「丸大食品グループ行動基準」の教育・浸透 - コーポレート・ガバナンス体制の強化として、危機管理委員会、企業倫理委員会、コンプライアンス委員会、指名報酬委員会の設置 - 丸大ホットライン(内部通報制度)の整備 - 基幹システムを最大限活用した迅速な経営の意思決定や業務効率化の推進 - IT管理運用規程の制定による情報セキュリティの強化 - 知的財産リスクマネジメント
健康経営の強化	3, 8, 12	健康管理体制の対応遅れによる社会的信頼の低下	- 健康経営に向けた取り組み強化 - ストレスチェック、メンタルヘルスのフォロー体制強化 - 少子高齢化への取り組み(脳機能サポート素材「プラズマローゲン」の研究開発、健康に配慮した商品の供給「おいしい減塩」シリーズ)

丸大食品のあゆみと今の姿

丸大食品の価値創造

事業を支える基盤

財務・企業データ

丸大食品の資本

当社グループの使命は、重要な社会的責任として「食の安全・安心」を徹底すること、そして、お子様からご年配の方まで幅広いお客様の心と体をサポートできる食品を開発し、お届けすることです。

6つの資本



財務資本

事業活動のための適切な資金を確保し、資金の流動性を維持するとともに、健全な財政状態を目指すための安定的な営業キャッシュ・フローの創出が資本財源の最優先事項の一つであると考えています。

また、株主価値をさらに高めていくためにも、強固な財務体質を維持しながら、継続的な成長経営を基盤とする資金調達ができる環境を作っていきます。

自己資本比率	
2022年度	2023年度
54.1%	50.9%
売上高	
2022年度	2023年度
2,219億7,900万円	2,288億800万円
営業活動によるキャッシュ・フロー	
2022年度	2023年度
29億600万円	100億1,400万円



製造資本

衛生管理や温度管理など厳格な手順・方法を定めると同時に、必要なものを必要な時に必要なだけ生産するジャスト・イン・タイムの生産方式を採用しています。

全国の工場においてHACCPシステムに基づいた衛生管理を実施し、厳しい品質基準と幾重にもわたるチェック機能によって万全の管理体制を敷いています。

生産設備の増強、合理化や品質向上などを中心に投資を行っています。

設備投資額	
2022年度	2023年度
68億5,900万円	41億2,200万円
生産実績(生産重量)	
2022年度	2023年度
19万9,719t	19万4,640t



知的資本

基礎研究に裏付けられた安全で鮮度の高い商品開発と、戦略的なマーケティングに支えられた企画を推進しています。

消費者調査をはじめとするマーケティングリサーチを徹底して行い、お客様のニーズに沿った商品開発を展開することで、よりお客様に必要とされるメーカーとなるべく努めています。

プラントベース食品は環境問題、健康への意識の高まり、動物福祉の観点から世界的に注目されている分野であり、将来予想されているたんぱく質不足を見据え次世代たんぱく質素材として研究開発を進めております。

研究開発費	
2022年度	2023年度
6億100万円	6億4,900万円
保有特許件数	
2022年度	2023年度
53件	53件



人的資本

従業員の心身の充実を図りウェルビーイングを高めるため、柔軟性の高い勤務形態を取り入れるとともに、更なる健康経営の推進を図り従業員の健康に対するフォロー体制の強化と快適な職場環境の構築を推進しています。

多様性を確保すべく、女性がさらに活躍できる環境の整備や支援体制の強化、リスクリテラシーを促す教育プログラムの実施のほか、事業戦略に対応した多様な価値観・専門性を持った人材を適宜採用していきます。

従業員数	
2022年度	2023年度
4,994名	4,890名
女性管理職比率	
2022年度	2023年度
5.3%	6.0%

- 食育推進活動を実施(食育イベントへの参加や講習、お料理教室など)
- 子ども食堂への食材支援
- 「未来のわんぱくアスリート」の育成活動として各種スポーツ教室を実施
- 一部の教育機関(中・高・大)と連携し、キャリア教育の授業、講義を実施

生産から店頭まで徹底した品質へのこだわりはもちろん、食材に関する情報の提供、食育活動の推進など、当社グループが掲げる目標は多岐にわたります。6つの資本の強化を図り、「人」と「食」を美味しさで結び、食べる大切さをお伝えしていきます。



社会関係資本

スポーツや社会貢献活動を通じて、お客様とのコミュニケーションを積極的に図っていきます。

次世代を担う学生に教育の機会を提供するため、出前授業や企業訪問の受け入れなどを積極的に行っています。

健全な心と体は正しい食生活からという考え方にに基づき、食に関する様々な活動を通じて社会に貢献していきます。

温室効果ガス排出量 目標	
2030年度目標 (Scoop1・2)	77,760t-CO ₂
2023年度実績 (Scoop1・2)	113,217t-CO ₂
※従来の設定値であった2030年度当社のCO ₂ 排出量目標(2013年度比46%削減)を、当社グループ全体の温室効果ガス排出量目標として設定し直しました。ただし、2013年度の当社グループ全体排出量は、2022年度温室効果ガス排出量実績をもとに推定したものを用いました。(データを精査し、更新して掲載)	



自然資本

社会や環境に配慮した事業活動を通じて、持続可能な社会の発展に貢献していくため、「サステナビリティ基本方針及び行動指針」を策定し、持続可能な社会の実現に向けた取り組みをさらに推進するため、「サステナビリティ委員会」を設置しています。

気候変動対策をはじめとするサステナビリティへの取り組むべき重要課題(マテリアリティ)を認識し、サステナビリティ委員会において「サステナビリティ行動計画」を策定・実行することにより持続可能な成長と企業価値向上を実現していきます。

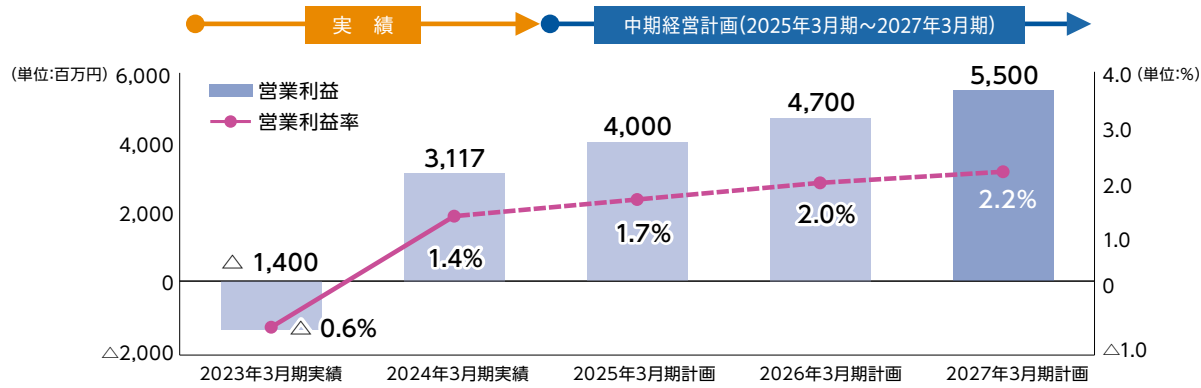
温室効果ガス排出量 目標	
2030年度目標 (Scoop1・2)	77,760t-CO ₂
2023年度実績 (Scoop1・2)	113,217t-CO ₂
※従来の設定値であった2030年度当社のCO ₂ 排出量目標(2013年度比46%削減)を、当社グループ全体の温室効果ガス排出量目標として設定し直しました。ただし、2013年度の当社グループ全体排出量は、2022年度温室効果ガス排出量実績をもとに推定したものを用いました。(データを精査し、更新して掲載)	

中期経営計画

経営環境の変化に柔軟に対応すべく、原則として毎年改定を行うローリング方式の中期経営計画として2024年4月を起点とする三ヵ年数値計画を発表しております。この計画を実現することで真に社会的存在価値が認められる企業を目指し、5つの基本方針のもと、持続的な成長と更なる企業価値の向上を図ってまいります。



営業利益の実績と計画



三ヵ年数値計画 (※ローリングプラン) 2025年3月期～2027年3月期

(単位:百万円)					
【三ヵ年数値計画】	2024年3月期実績	2025年3月期計画	2026年3月期計画	2027年3月期計画	対2024年3月期増減額
売上高	228,808	235,000	240,000	250,000	21,191
営業利益 (売上高比率)	3,117 (1.4%)	4,000 (1.7%)	4,700 (2.0%)	5,500 (2.2%)	2,382 (0.8%)
経常利益 (売上高比率)	3,639 (1.6%)	4,400 (1.9%)	5,100 (2.1%)	5,900 (2.4%)	2,260 (0.8%)
親会社株主に帰属する 当期純利益 (売上高比率)	△9,414 (△4.1%)	4,000 (1.7%)	3,400 (1.4%)	4,100 (1.6%)	13,514 (5.7%)

(単位:百万円)					
【セグメント別計画】	2024年3月期実績	2025年3月期計画	2026年3月期計画	2027年3月期計画	対2024年3月期増減額
加工食品事業	152,404	156,500	160,000	166,000	13,595
食肉事業	76,276	78,350	79,850	83,850	7,573
その他	128	150	150	150	21
売上高合計	228,808	235,000	240,000	250,000	21,191

※ローリングプランの採用
丸大食品グループでは、経営環境等の変化に柔軟に対応するため、原則として毎年改定を行うローリング方式の中期経営計画として三ヵ年数値計画を発表してまいります。

基本方針

1

新たな顧客価値の創造

- 商品開発の強化 [お客様視点の強化、外部知見の活用]。
- 新規技術の研究と開発の推進 [長期保管技術の向上、代替食品の品位向上]。
- ブランド力強化によるお客様の信頼感と愛着感の向上。

2

収益構造の改革

- 2023年3月公表の構造改革の推進。
- 単体の収益改善、不採算項目の見直し。
- 生産性向上、原価低減 [原材料調達の最適化]。
- サプライチェーンの最適化 [調達／物流／販売～グループ経営の推進による共通化]。

3

事業領域の拡大

- 当社保有の強み [直販チャンネル、グループ連携] の活用。
- 業務用商品の販売強化。
- 新規事業、新規カテゴリーの創出。

4

人財の育成

- 能力開発によるキャリア形成の支援。
- 人財不足への対応 [採用活動の多様化、人事制度の改革]。
- 多様化する働き方への対応。

5

持続可能な社会への貢献

- サステナビリティ戦略の推進 [気候変動対策、資源循環型社会への貢献、食品廃棄物の排出削減]。
- 社会的責任の遂行 [安全・安心な商品の提供、地域貢献活動]。
- 健康で豊かな生活の実現への貢献 [食育活動、スポーツ支援、環境活動]。

カテゴリー別戦略

お客様視点に応じた品揃えや、多様化する食シーンに対応できる新形態を創出、新しい素材や工程などの開発への取り組みによるお客様に喜ばれる商品創り。ローコスト体質のための高い生産性を目指し、効率的な設備投資や改善活動を推進。

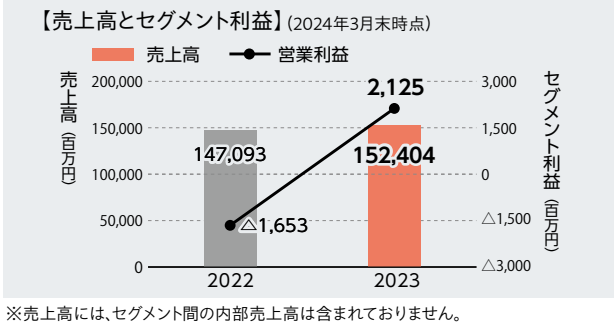


加工食品事業

2023年度
振り返りと
実績

- お客様のご理解を得ながら二度にわたる価格改定の実施
- 原材料価格の上昇などのコスト増加があったが、継続的なコスト削減に努めた
- 中元・歳暮ギフトは市場の縮小傾向から売上高は減少
- 本格的な人流回復を背景にコンビニエンスストア向け商品や外食産業向けなどの業務用商品の需要が拡大、売上高が伸長
- ゼリーやホイップ済みクリームなどのデザート類の売上高が堅調に推移

売上高は前年同期比
3.6%増の1,524億 4百万円
セグメント利益は
21億 25百万円
(前年同期は16億53百万円の損失)



ハム・ソーセージ部門

2023年度
成果・
実績

- ① 主力商品の「燻製屋」シリーズの企業コラボを実施した新フレーバーの数量限定販売
- ② 様々な食シーンに即したメニュー提案
- ③ 各種キャンペーン実施
- ④ 環境に配慮したパッケージ資材を使用した「たっぷり使える」シリーズの販促活動実施

【売上高】(2024年3月末時点)
前年
同期比 **1.7%増収**

テーマ

収益の改善

具体的
戦略

- ① 主力カテゴリーの利益確保
 - 主力商品を中心に販売促進、商品施策を集中投下
 - 既存商品(ロングセラー商品)のブラッシュアップ
 - バリ五輪2024TEAM JAPANオフィシャルサポーターとしての取り組み強化
- ② マーケティング活動の推進
 - お客様の声の商品企画への反映
 - SNSを活用した発信力の強化(双方向のコミュニケーション、ECサイトとの連携)
- ③ 技術開発推進、製造コスト抑制による競争力の強化

現在の進捗状況

「燻製屋」シリーズなどを中心に12品の「TEAM JAPANバリ2024公式ライセンス商品」限定デザインを発売し、応援キャンペーン実施による売場の活性化を図り売上拡大に努めた。新商品では、麺のトッピングにぴったりのキザミハムなどの「具のつけ亭」シリーズや、人気キャラクターを起用した「ちいかわウインナー」などを投入し拡販に努め、売上高は堅調に推移した。

(2024年6月現在)

調理加工食品部門

2023年度
成果・
実績

- ① 「スンドゥブ」シリーズは様々なチャネルを活用した販促活動を実施し売場での取り扱い拡大を図った
- ② レトルトカレー商品は「ビストロ倶楽部濃厚カレー」などを中心に拡販し売上拡大に努めた

【売上高】(2024年3月末時点)
前年
同期比 **5.1%増収**

テーマ

売上の伸長

具体的
戦略

- ① レトルト商品(カレー、スープ類)の販売強化
- ② スナック商品の生産再編による収益改善と商品力強化
- ③ 植物性代替肉……………業務用商品の開発、他社協業への参画
- ④ 不採算商品の改善、生産工程の見直しによる収益改善
- ⑤ お客様の要望に対応した商品企画提案(ロングライフ商品、冷凍食品、食材加工品)

現在の進捗状況

人流回復から需要が拡大しているコンビニエンスストア向け商品や外食産業向け業務用商品などの売上高が堅調に推移した。デザート類では、販促活動を実施した珈琲ゼリーの拡販やこだわりの素材を使用したチルドデザートの売上拡大を図った。レトルトカレー商品では、ストック需要の提案などを実施し、「ビストロ倶楽部濃厚カレー」や「シェフの匠」シリーズの拡販を図り売上高が堅調に推移した。

(2024年6月現在)

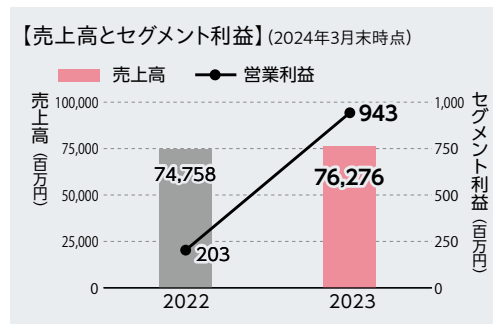
食肉事業

2023年度 振り返りと 実績

- 牛肉は、外食産業向け販売が堅調に推移した一方、物価上昇に伴う消費者の節約志向の高まりから量販店向け販売が伸び悩み、売上高は前年を下回った
- 豚肉は、外食産業向け販売が順調に推移したことに加え、牛肉から割安感のある豚肉などに需要がシフトしたことから量販店向け販売も伸長し、売上高は前年を上回った

売上高は前年同期比
2.0%増の762億76百万円

セグメント利益は前年同期比
363.1%増の9億43百万円



※売上高には、セグメント間の内部売上高は含まれておりません。

テーマ

事業領域の拡大

具体的 戦略

- ① ブランド輸入ビーフの取り扱い強化
- ② 一次加工商品の開発、外食産業向け販売強化
- ③ 食肉販売会社のエリア拡大と販路拡大
- ④ 食肉加工事業会社の生産拠点の増設、調理惣菜の強化

現在の進捗状況

牛肉につきましては、原材料高騰による物価上昇に伴い消費者の節約志向が続いたため、販売数量は伸び悩んだ。豚肉につきましては、国産・輸入豚肉ともに相場が高騰したが、消費者の牛肉からの需要シフトなどにより量販店向け・外食産業向けともに販売数量は伸長し、売上高は前年を上回り、推移している。

(2024年6月現在)

Topics



TEAM JAPANパートナーシップ オフィシャルサポーターとして応援



2024年1月に公益財団法人日本オリンピック委員会と「TEAM JAPANパートナーシップオフィシャルサポーター(ハム、ソーセージ)」契約を締結いたしました。

当社は、これまでハム・ソーセージなどを通じて、1986年より公益財団法人日本オリンピック委員会に協賛し、長きにわたって日本のスポーツ振興をサポートしてきました。スポーツと食を通じて、全ての人の健やかな心と身体の発達を促すことで明るい未来を創りたいという思いで「わんぱくでもいい。たくましく育てほしい。」をテーマにコミュニケーション活動をしてまいりました。

本年開催されましたパリ2024オリンピック競技大会をはじめとした国際大会の舞台においては、世界の舞台で躍動する日本代表選手団「TEAM JAPAN」を応援するとともに、トップアスリートの姿を通じて、全ての人の夢や希望に「食」を通じてエールを送り続けることで、広く社会に貢献してまいります。

『燻製屋』企業コラボを実施

『燻製屋』シリーズから「燻製屋 Q・B・Bチーズ入り」を2023年4月上旬より、「燻製屋 熟成あらびきポークウインナー 沖縄南部島唐辛子」を2023年7月上旬より期間限定発売いたしました。

72時間以上の熟成によってお肉の旨みを引き出したあらびきポークウインナー。

そのおいしさを様々なフレーバーでお楽しみいただける企業コラボを数量限定で順次実施しております。

燻製屋 Q・B・Bチーズ入り



Q・B・Bブランドのチーズで有名な六甲バター株式会社とのコラボ商品です。

燻製屋 熟成あらびきポークウインナー 沖縄南部島唐辛子



農産加工品や水産加工品の製造・販売を行っている沖縄の企業である農業生産法人株式会社島酒家とのコラボ商品です。

サプライチェーン

商品を届け続けるためのサプライチェーンの構築に向け、リスク要因を把握し、事業への影響度に応じて、サプライヤーと協働で改善に取り組んでいきます。サプライヤーの皆さまとの価値観の共有と密接な協力関係の構築を通じて、環境・社会に配慮した持続可能なサプライチェーンの実現を目指します。

商品企画・開発



概要

3部門、1研究所(ハムソー生産部、ハムソーマーケティング部、調理加工マーケティング、中央研究所)で研究・開発を行っています。

付加価値政策である商品の差別化・コスト改善・集中化を実現するため、お客様視点による商品・価格・場所・販売促進のマーケティングミックスを行うことで魅力的な商品企画・開発につなげます。

リスク・課題

- 総人口、日本人人口、生産年齢人口の減少と少子高齢化
- 加工食品市場の量的飽和もしくは縮小の傾向
- 高まる健康意識と社会貢献への行動による健康、社会、環境を意識した購買行動の変化

丸大食品の取り組み

- 基礎研究に裏付けられた安全で鮮度の高い商品開発
- 高付加価値商品の開発
- 植物性食品、長期保存商品の開発
- 大学等の外部機関との共同研究
- マーケティングミックスの実践、美味しさ理論の実践
- 効果的な販売政策(消費者への価値、売場の活性化)

ハムソーマーケティング部では、デザイン作成・販売促進施策などを含む新商品の企画及び既存商品のリニューアルの立案を行っています。マーケットの動向やトレンドリサーチなどのデータ収集・分析をもとに、特にお客様とのコミュニケーションや実際の売り場から見えてくるお客様のニーズを重視した商品企画を心がけています。時代の変化や多様化するお客様のニーズに対応しながら、安全・安心でおいしい商品をお届けします。

ハムソー事業部 ハムソーマーケティング部
倉橋 大樹



調達



概要

様々な要因によって変動する相場状況下で、商品製造に合致し持続可能な取り組みも共有した中で、国内外の最適サプライヤーを選定し調達に取り組んでいます。

リスク・課題

- 肥育コストの高止まり
- 加工コストの上昇
- 疫病による肥育の淘汰、輸出入の規制強化による影響
- 為替変動による仕入れ価格の上昇
- 世界各国との購買の競争激化

丸大食品の取り組み

- 新規仕入先(国内・海外)からの調達促進
- 新規原料規格の提案
- 供給予測、相場動向をキャッチアップして原料の安定供給を図る
- 原料の安全性を確立させるために、現地工場の調達と課題の改善をサプライヤーと調整、トレーサビリティ体制の確立
- SDGsの観点から原料規格の選定等、原料購買の促進

原材料の調達業務を行ううえで、供給元のサプライヤー、供給先の自社生産工場と情報を共有する等、密にコミュニケーションをとることを日々心掛けています。安全・安心な原料調達は元より、目まぐるしく変化する国内外の要因(コスト高、為替等)に対応する必要があり、既存にとらわれない原料の提案を進めています。新規原料の使用における課題については、部門を跨いで協議をして、最適解を導き出すよう調整をしています。今後もお客様に満足される商品の提供につながる原料調達に努めてまいります。

食肉事業部 原料部
村岡 大輝



生産・物流



概要

生産部門においては品質向上への取り組みを強化するとともに、技術力の強化、新製法・新素材の活用などにより、高品質と低コストの両立を目指しています。

物流部門においては、物流コストの調査・分析・ロジスティクス改革を進めています。(生産拠点:12箇所 物流拠点:8箇所)

リスク・課題

- 製造物の欠陥による信頼低下
- 気候変動などの環境リスクの増大
- 地政学リスクの高まりによるエネルギーコスト、物流コストなどの上昇
- 労働安全・労働衛生管理
- 物流の2024年問題

丸大食品の取り組み

- 全国の工場においてHACCPに基づいた衛生管理を実施
- 生産設備の増強、合理化や品質向上を目的とした設備投資
- マニュアルに準じた教育及びコンプライアンス教育の実施
- 包材の軽量化やサイズの見直しなどによるプラスチック使用量の削減
- 食品廃棄ロスの削減
- コージェネレーションシステム導入による、エネルギー使用量とCO₂排出量の削減
- 物流効率化やモーダルシフトによる低炭素化

生産部では安全かつ効率的に商品を生産できるよう、生産工場と営業部門と連携を取りながら最適の商品づくりができる体制を整えています。また、数字や現場を確認しながら資材や原料調達の調整も行い、安定した商品供給ができるように各生産工場を取りまとめ、管理しています。生産の管理だけでなく、商品開発段階でもお客様に正しい情報を届けられるよう資料の確認や時代の変化に対応した生産ができるよう取り組んでいます。

調理加工事業部 調理加工生産部
滝澤 真由



営業



概要

商品の販売促進及び消費者への普及啓発のためにプロモーションやキャンペーンの企画・提案・発信をしています。

またスーパーやコンビニエンスストア等得意先の店頭(陳列棚)や商品の販売データを分析し、効率的で魅力的な売場作りと販促施策を提案しています。

需要予測精度向上とシェア拡大による生産性の向上でコスト競争力を高め、利益構造の改革に向けて取り組んでいます。

リスク・課題

- 食料品や日用品をはじめとする生活必需品の相次ぐ値上げと消費者の節約志向の高まり
- 生活者のライフスタイルの変化、価値観の多様化
- 食品廃棄ロス、環境配慮への対応遅れによる信頼低下
- 災害や急激な社会環境の変化による需要変動と供給リスク
- 独占禁止法、食品表示法、商標法、個人情報保護法違反等の法的リスク

丸大食品の取り組み

- 簡便時短、健康、環境に配慮した商品提案
- 購買データ、棚割リ分析による効率的かつ魅力的な売り場の提案
- SNSを活用したメニュー提案やキャンペーン等の販促活動
- 商品の販売データを蓄積し、需要予測の精度向上に活用
- 法的リスクを加味したコンプライアンス教育の実施

量販営業部では、当社商品の販売を促進するために多方面から営業支援を行っております。

販売促進の一例として、YouTubeやSNSを活用し、燻製屋熟成あらびきポークウインナーの魅力やおすすめの調理方法を15秒にまとめた動画を配信する等、多くの方に当社商品を知ってもらえるような取り組みを実施しています。『燻製屋のつぶやき』を検索していただき、ぜひ視聴をお願いします。今後もお客様に当社商品の魅力をお伝えします。

ハムソー事業部 量販営業部
阪口 風花



サステナビリティ

私たち丸大食品グループには、「日々の活動に精一杯の真心を込め、誠意を尽くすことにより、社会に貢献します」という経営理念があり、世代を超えて今に受け継がれています。この経営理念のもと、「食を通じて社会に貢献する企業」であり続けるために、美味しさと健康を追求し、安全・安心な食品を通して、お客様の幸せな食生活に貢献してまいります。



サステナビリティ基本方針

私たちは、地球環境や社会問題の解決を人類共通の課題と認識し、「わんぱくでもいい。たくましく育てほしい。」の想いを子どもたちの未来に願い、社会や環境に配慮した事業活動を通じて、持続可能な社会の発展に貢献してまいります。

サステナビリティ行動指針

- ① 私たちは、全ての事業活動において、法令や社内規程などを遵守し、誠実で透明性の高いコンプライアンス経営に努めます。

② 私たちは、原料調達・製造・物流・販売などの全ての事業活動において環境負荷の低減に努め、エネルギー使用量やCO₂排出量の削減に取り組み、環境や社会に配慮した商品の提供を行います。

③ 私たちは、安全で安心な商品を提供し、全ての人が健康で豊かな生活を送れる社会の実現に努めます。
- ④ 私たちは、全ての従業員が働きやすい環境を整備し、一人ひとりの個性を尊重することで、ワークライフバランスの実現に努めます。

⑤ 私たちは、「人財育成」に取り組み、全ての従業員へ人権やコンプライアンスについて教育を行い、グループ全体の意識向上に努めます。

⑥ 私たちは、社会貢献活動を通じて、ステークホルダーのみなさまとのコミュニケーションを図ることで、より広い視野での事業活動を推進します。

⑦ 私たちは、丸大食品グループにおけるESG情報を積極的に開示します。

サステナビリティ 取り組み沿革

2021年12月	サステナビリティ基本方針策定 サステナビリティ委員会設置
	サステナビリティ行動計画の進捗状況 や取り組み状況について協議し、検証を行う。
2023年4月	サステナビリティ推進室設置 気候変動に伴うTCFD(気候関連財務情報開示タスクフォース)への対応
2023年6月	TCFDの情報開示

人財の育成

1 事業成果向上のための施策

- 若手社員の育成(若手中堅人財の抜擢人事)。
- 次世代幹部候補人材の育成(管理職、経営者候補選抜型研修)。
- 多様な価値観・専門性を養成する人材育成の教育マネジメント強化(複線型キャリアを想定した専門職制度設計)。

2 人材活躍・成長のための施策

- エンゲージメント向上に資する人事制度改革。(評価指標の見直し、年功序列の緩和に向けた賃金制度構築)
- ダイバーシティ推進、女性活躍推進に向けた取り組み。

3 健康経営の強化

- ストレスチェック結果等を活用した職場環境の改善。
- 高齢化への取り組み。
脳機能サポート素材「プラズマローゲン」の研究開発。

持続可能な社会への貢献

1 ガバナンス体制の強化

- 企業経営について客観性・透明性を高めるため、委員会を設置してガバナンス強化。
コンプライアンス委員会(委員長は独立社外取締役)、指名報酬委員会(独立社外取締役が過半数)
- 丸大食品グループ従業員全員へ「丸大食品グループ行動基準」の周知徹底を図り、毎月定期的に全従業員に対してコンプライアンス教育を実施。

2 ESG・SDGsの取り組み

「サステナビリティ基本方針及び行動指針」の策定ならびに「サステナビリティ委員会」を設置

1	気候変動への 適応と緩和	● TCFD提言への対応。 ● 2023年4月1日付で、「サステナビリティ委員会」の運営と推進のため、「サステナビリティ推進室」を設置。 ● 非化石エネルギーの導入(太陽光パネル)。 ● 環境保全活動の推進、省エネルギー設備導入等、環境負荷低減の強化。 ● モーダルシフトなど、物流、輸送に関わる温室効果ガス削減の取り組み強化。
2	資源循環型社会への 貢献	● 包装・容器の軽量化による廃棄物削減の推進。 ● 包装・容器の3R推進(リデュース、リユース、リサイクル)。 ● 食料品廃棄物の飼料や肥料へのリサイクル促進。 ● 環境に配慮した包装・容器採用の推進。
3	フードロスへの 取り組み	● 食品廃棄物の削減、再利用の推進。 ● 食育活動の推進。
4	貧困と飢餓への支援	● 子ども食堂への食材支援。 ● 代替ミート商品の開発。

省エネの取り組み

工場での生産活動においては、工場内の照明機器のLED照明の更新や、冷凍機器については省エネ仕様の機器に更新するなどのエネルギー使用量削減に取り組んでいます。

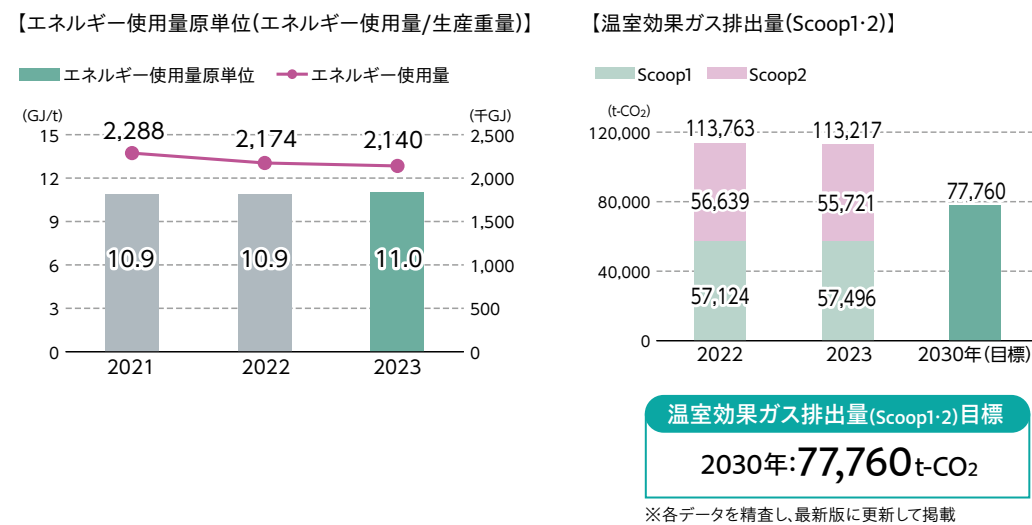
基幹工場にコージェネレーションシステムを導入し、従来では捨てられていた発電時の排熱を有効利用することで、エネルギー使用量とCO₂排出量の削減をしています。

営業においては、使用する営業車の削減やハイブリッド車の導入推進などCO₂削減に取り組んでいます。

物流においては、環境負荷の大きい輸送手段から環境負荷の小さい輸送手段であるモーダルシフトの取り組みを関西と九州の間で実施しています。



モーダルシフト



EV電気自動車の導入

当社では、環境にやさしく、走行時にCO₂を出さないEV電気自動車の導入を推し進めてまいります。丸大食品グループは、環境に配慮した事業活動を通して、持続可能な社会の発展に貢献していきます。



EV電気自動車

「株式会社フードテックワン」参画

2023年12月8日に植物由来の代替肉など、サステナブル(持続可能)な食品を開発し、国内外の消費者に競争力のある品質と価格で提供することを目的に、食品関連企業12社で「株式会社フードテックワン」を設立しました。

「株式会社フードテックワン」には、素材調達や加工食品の開発・製造業のみならず、食材卸や外食チェーン運営会社まで、食品流通の幅広い領域を担う企業が参画します。すでに代替食品開発の実績がある企業や、肉料理の開発に強みを持つ企業などが互いの技術・知見を掛け合わせ、消費者のニーズを反映した商品開発を行い、また調達から販売までのサプライチェーンを構築することで、植物由来の代替肉などの共同開発を行い、早期の商品化を目指すとともに、フードテックに関する多様な取り組みを実施していきます。



参画企業 12社

環境コミュニケーションマーク「エコですこやか食生活」

丸大食品は、おいしく楽しく健康な食生活が未来へと持続することを願い、環境に配慮したパッケージ資材の導入に取り組んでいます。

この取り組みをお客様にわかりやすくお伝えするため、「エコですこやか食生活」マークを作成し、該当するパッケージに表示しています。



「エコですこやか食生活」マーク

商品ラインナップ 一例

- 環境負荷低減の一環としてパッケージにバイオマスインキ(植物由来)を一部使用



焼製屋熟成ウインナー



いつも新鮮4 ロースハム4連

- パッケージに再生PETを一部使用



ふんわりうす切り
ロースハム



ふんわりうす切り
ピアソーセージ

- その他の取り組み

包材サイズを変更

プラスチック包材から紙包に変更

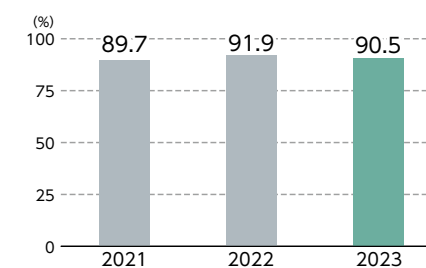
ラベルレスに変更

食品廃棄物削減の取り組み

生産において発生する汚泥を乾燥して肥料化することで廃棄削減に取り組んでいます。

その他にも、生産機械の更新による生産性の向上を図り動植物性残渣の削減に取り組んでいます。

【食品廃棄物再生利用実施率】



食品廃棄物再生利用実施率目標

2030年:再生利用実施率95%

Topics

商品の開発は、中身も外身もしっかりと

商品の開発において、商品を包装する資材は中身と同様に重要な要素です。昨今では新商品の開発時や既存の商品においても環境負荷低減の観点から、包装資材の見直しを資材課では継続して取り組んでいます。

具体的には包材に使用している包材のプラスチック使用量の削減、植物由来の原料や紙形態への仕様変更、モノマテリアル素材への変更検討等を実施しております。

また、当社では環境に配慮した包材に、当社オリジナルの「エコですこやか食生活」マークを付与しております。

商品を手に取られた際には、ぜひそうした点も見ていただければ幸いです。

今後も引き続き様々な取り組みを実施し、環境にやさしい商品づくりに全力で取り組んでまいります。

資材部 福嶋 厚





持続可能な社会の実現に向けた気候変動への対応

丸大食品グループは、気候変動のリスク・機会を認識し、中期経営計画の重要課題と捉えて、気候変動対応、環境保全活動等の環境負荷低減に向けた施策に取り組み、サステナブルな地球環境に貢献します。

美しい地球環境を未来の主役である『子どもたち』に届けるために、私たちがやるべきこと、環境に配慮した企業活動に取り組むことで、CO2削減を進めていきます。

気候関連情報開示のフレームワーク(TCFD)への対応

当社は、2021年12月に「サステナビリティ基本方針及び行動指針」の策定ならびに、代表取締役社長を委員長とする「サステナビリティ委員会」を設置し、持続可能な社会の実現を目指して、「気候変動関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)」提言に基づき、対応策の検討と関連情報の開示に向けた取り組みを進めています。

TCFDに対応した情報開示に取り組む前段階として、気候変動による事業活動への影響を評価するため、2023年4月より、サステナビリティ推進室を設置しています。下記の図にあるTCFDが求める4つの開示項目に対して、サステナビリティ委員会が主導のもと、社内の関係部署と連携してプロジェクトチームを発足させて、気候変動問題の課題解決ならびに情報開示に向けた取り組みを進めています。

【TCFD提言の要求項目】		丸大食品グループの取り組み
① ガバナンス	気候関連のリスク及び機会に係る組織のガバナンスを開示する。	活動内容は「サステナビリティ委員会」を通して定期的に進捗状況を取締役に報告し持続可能な成長と企業価値向上に努めていきます。 2023年4月1日付で、「サステナビリティ推進室」を設置し、各事業部門・グループ会社の状況を把握しサステナビリティ活動を推進しています。
② 戦略	気候関連のリスク及び機会が組織のビジネス・戦略・財務計画への実際の及び潜在的な影響を、重要な場合は開示する。	TCFDが提言する気候変動のシナリオ分析と気候変動のリスクと機会を選定し、財務インパクトの評価を実施しました。また、評価を踏まえ、リスクと機会について財務影響を考慮したうえで、必要な予算措置を含めて対策を推進します。
③ リスク管理	気候関連のリスクについて組織がどのように識別・管理・評価しているかについて開示する。	サステナビリティ推進室では、サステナビリティに関する情報のモニタリングを行い、集められた情報は委員会を通じて取締役会に報告し、リスクや懸念事項については対応策の強化などPDCAを確実に推進します。
④ 指標と目標	気候関連のリスク及び機会を評価・管理する際に使用する指標と目標を、重要な場合は開示する。	● 2030年目標(スコープ1及び2)温室効果ガス排出量 77,760t-CO ₂ ※従来の設定値であった2030年度当社のCO ₂ 排出量目標(2013年度比46%削減)を当社グループ全体の温室効果ガス排出量目標として設定し直しました。 ただし、2013年度の当社グループ全体排出量は2022年度温室効果ガス排出量をもとに推定したものを用いました。 ● 2030年度食品廃棄物再生利用実施率95%

1 1.5℃シナリオ、4℃シナリオに基づく将来の世界観

シナリオとしては、以下のとおり2つのシナリオを想定しました。

2030年1.5℃シナリオ (SSP1-1.9)	2030年4℃シナリオ (SSP5-8.5)
温室効果ガス削減に積極的に取り組み、炭素税導入など規制の強化への対応費用や温室効果ガス削減の対応費用が上昇する。一方、植物性食品などの開発が進むことで市場に評価され機会がうまれる。	温室効果ガス削減の政策が出されるが対策が進まず、対応のための費用は抑えられるが、気候変動の進展とともに原料価格の高騰、自然災害による浸水被害のリスクが高まる。

2 気候変動リスク・機会及び影響度評価

1.5℃シナリオ、4℃シナリオに基づく将来の世界観に記載の1.5℃シナリオ、4℃シナリオのそれぞれについて、部門横断プロジェクト※においてリスクと機会の発生可能性と影響度の観点から重要度の評価を大・中・小の3段階で行いました。その結果、以下のとおりの項目が抽出されました。

項目	内 容	インパクト		対応策
		1.5℃	4℃	
移行リスク	環境規制対応のためのコストの増加。	大	小	・製品ライフサイクル全体でのカーボンニュートラルに向けた長期的な取り組み。
	炭素税導入による原材料調達コストの増加。	大	小	・原材料調達ルートの分散化などによる安定的な原材料の確保。 ・高付加価値商品の開発等への取り組み。
	炭素税導入によるエネルギーコストの増加。	大	小	・省エネルギー推進による環境負荷低減。 ・省エネ設備の導入など、生産に関わるエネルギー削減の取り組み強化。
	消費者の嗜好変化に対する対応の遅れによる売上減少。	大	小	・食を通じた市場ニーズへの迅速な新商品投入戦略の対応強化。 ・お客様目線にたった製品・サービスの提供や適切な情報開示の実践。
	気候変動対応への遅れが資金調達やサプライヤーの商品選択へ悪影響。	中	小	・サプライヤーとの持続可能な相互発展を目指した事業活動の推進。
物理リスク	気温上昇による原料価格高騰等コストの増加。	大	大	・安定した原材料調達に向けたサプライヤーとの連携強化。
機会	自然災害がもたらす浸水被害や物流遅延により操業に影響。	中	中	・自然災害に対する被害・損害を最小限にするための防災、減災等、更なる危機管理体制の構築。
	低炭素への対応のため物流効率化によるコスト削減。	大	小	・モーダルシフトなど、物流、輸送に関わる温室効果ガス削減の取り組み強化。
	気候変動への対応により社会的評価が高まり資金調達が安定。	大	小	・TCFDに対応した情報開示の取り組み。
	植物性代替ミート商品や長期保存商品、低カーボンフットプリント製品開発による新たな市場の創出。	中	小	・持続可能な社会の形成に関わる食品の開発。

3 取り組みについて

当社グループは、G20の要請を受け、金融安定理事会(FSB)によって設立されたTCFD(気候変動関連財務情報開示タスクフォース)提言のフレームワークに基づいて分析と開示をしままいります。

2022年5月から11月までの間で、経営戦略室を事務局とする部門横断プロジェクト※で気候変動シナリオ分析を行いました。分析は加工食品事業、食肉事業において気候変動で受ける影響の大きい自社工場での生産商品を対象とし、気候変動に伴うリスクと機会の重要性を評価しました。また、中期2030年、長期2050年として、2030年の将来を対象に1.5℃シナリオと4℃シナリオを作成し、その内容について影響を評価しました。

※参加部門：経営戦略、総務、人事、マーケティング、営業、生産、設備、資材、原料、ロジスティクス。2023年6月からサステナビリティ推進室を事務局として2022年度の当社グループ全体の環境データを収集して、温室効果ガス排出量の影響を評価しました。さらに温室効果ガス排出量の削減を推進していくために、2030年度の目標 数値を設定しました。

責任ある事業活動 安全・安心への取り組み方針

丸大食品グループは、「食の安全・安心」を徹底することを食品を扱う企業としての重要な社会的責任と捉えています。お子様からご年配の方まで幅広いお客様の心と体をサポートする商品を開発し、お届けすることはもちろん、生産から店舗までの徹底した品質管理をはじめ、原材料に関する情報の提供、食育活動の推進など、私たちが「食の安全・安心」のために掲げる目標は多岐にわたります。

お客様第一

お客様の声に
しっかりと耳を傾けます。

お客様、お得意先様の声をお聞きするために「お客様相談室」などの窓口を設置しています。お寄せいただいたご意見やご質問、また営業活動を通してお聞きしたご意見に対しては、その内容をしっかりと受け止め、商品やサービスの改良・改善に取り入れています。

法令遵守

法令を遵守し、
正確な情報発信に努めます。

食品安全基本法、食品衛生法をはじめ、定められた多くの法令を厳守し、成分表示などではお客様に誤解や誤認を与えない正確な商品情報を提供しています。また、宣伝・販売促進においても、フェアな精神を持ってお客様に評価いただけるよう努めています。

安全性と品質の追求

安全でおいしい、より良い
商品づくりを目指します。

定められたルールに従うことはもちろん、社内ルールの見直しや改善を絶えず行っています。従業員一人ひとりが「これくらいなら大丈夫」という妥協を一切許さず、強い責任感と使命感を持ち、食の安全と高い品質を目指しています。

品質

私たちにとって、何より大切なこと。それは、安全・安心でおいしい商品を作り出すことです。そのため、衛生管理や温度管理など厳格な手順・方法を定めると同時に、必要なものを必要な時に必要なだけ生産するジャスト・イン・タイムの生産方式を採用しています。また、生産した食肉加工品のトレーサビリティ体制(生産履歴の追尾システム)の整備も行っています。

徹底した管理体制により安全性を追求

丸大食品では、全国の工場においてHACCPシステムに基づいた衛生管理を実施。厳しい品質基準と幾重にもわたるチェック機能によって万全の管理体制を敷いています。法令遵守とお客様第一を考えた安全性と品質の追求。それが私たちの管理体制へのこだわりです。

HACCP※システムをベースにした管理



※原料の入荷から製造・出荷までの全ての工程においてあらかじめ危害を予測し、その危害を防止(予防、消滅、許容レベルまでの減少)するための重要管理点(CCP)を特定して、そのポイントを継続的に監視・記録(モニタリング)することで製品の安全性を確保するシステムです。

持続可能な調達と安定供給の推進に向けて

丸大食品グループ アニマルウェルフェアポリシー (2022年6月制定)

丸大食品グループは、家畜の感受性を理解し、できる限り健康的な生活ができるような考え方であるアニマルウェルフェアに配慮した事業活動を行うことが重要な課題であると認識しています。アニマルウェルフェアに配慮した快適な環境下で家畜を飼養して、ストレスや疾病を減らすことが生産性向上や安全な畜産物の生産にもつながることから、丸大食品グループは、自社農場を含むサプライヤーと連携し、アニマルウェルフェアの考えに則った飼育管理、生産体制の改善を目指します。

少子高齢化への取り組み 脳機能サポート素材「プラズマローゲン」



ヒトの認知機能に関わる重要な成分「プラズマローゲン」の研究が実を結び、当社独自の鶏ムネ肉プラズマローゲン素材「Plasmax®(プラズマックス)」を開発。プラズマローゲンはリン脂質の一種で、脳、心臓、骨格筋などに多く、脳では学習と記憶に関わる海馬と前頭葉に豊富に存在しています。高い抗酸化作用を発揮し、多価不飽和脂肪酸(DHAやアラキドン酸など)の貯蔵庫としての役割を果たし、酸化ストレスや炎症などから脳を守っていると考えられます。つまり、物事を正しく理解して判断し記憶する認知機能において重要な成分といえるでしょう。

発症率が最も高いアルツハイマー型認知症患者の脳では、プラズマローゲンが減少していることが報告されており、その関係性が注目されています。当社でも、プラズマローゲンがアルツハイマー型認知症の発症に関わる脳内炎症や原因物質の蓄積を抑えることを確認しています。

SDGsへの貢献と持続可能な物流のための食肉加工業界取組宣言

「物流2024年問題」をはじめとした物流の課題に関して、伊藤ハム米久ホールディングス株式会社、日本ハム株式会社、プリマハム株式会社、丸大食品株式会社のハムソーセージメーカー4社は、「SDGsへの貢献と持続可能な物流のための食肉加工業界取組宣言」を公表しました。私たち業界大手4社は、今後とも消費者の皆さまへの食肉加工品の安定的な供給責任を果たしていくために、本計画に盛り込まれた行動のうち、緊急性の高い以下の取り組みを、配送・販売関連業界と協働・連携を働きかけつつ率先して進めることにより、社会的責務としてのSDGsにも配慮し、持続可能な物流を目指してまいります。

1. 配送ドライバーの負荷軽減
2. 納品条件の見直しによる効率化
3. 共同配送の推進

(2023年12月1日発表)

伊藤ハム米久ホールディングス株式会社・日本ハム株式会社・プリマハム株式会社・丸大食品株式会社
日本ハム・ソーセージ工業協同組合
SDGsへの貢献と持続可能な物流のための食肉加工業界取組宣言に関する記者発表会



伊藤ハム株式会社 代表取締役社長 伊藤 功一
日本ハム株式会社 代表取締役社長 井川 伸久
プリマハム株式会社 代表取締役社長 千葉 尚登
丸大食品株式会社 代表取締役社長 佐藤 勇二
(写真左から)

社会貢献活動

スポーツ推進活動・食育活動

日本オリンピックミュージアムにて、「スポーツと食」についてトークショーや体験イベントを実施いたしました。当社では、「健康な心から正しい食生活から」をテーマにさまざまな機会を通じて活動を行っています。



丸大食品は、TEAM JAPANオフィシャルサポーター(ハム・ソーセージ)です。

子ども食堂への支援

子ども食堂の支援を通じて、誰一人取り残さない社会の実現に向け、当社の食材を提供しています。



出前授業

中学生へ出前授業を行い、当社が企業活動を行ううえで大切にしていることなどを紹介しました。

当社では、次世代を担う学生に教育の機会を提供するため、出前授業や企業訪問の受け入れを積極的に行っています。



森林保全活動

当社が所有する栃木県那須の「丸大那須の森」や広島県三次市の「丸大みよしの森」において、生物の住みやすい山林づくりを目指して活動を進めています。本社所在地である大阪府高槻市の原城山においても、大阪府が事業者と森林所有者の仲間となる「アドプトフォレスト制度」に賛同し、森づくり活動に参画しています。



環境保全活動

大阪府高槻市の美化推進デー(年2回)に参加し、駅周辺の美化活動や、本社敷地内の緑化活動を行っています。また各事業所周辺でも清掃活動とともに花の苗を植えるなど環境保全に関する様々な活動を通じて地域社会への貢献に努めています。



従業員一人ひとりが活躍できる職場へ

丸大食品グループの役員ならびに従業員が遵守すべき人権に関する方針として、人権規程を策定しています。

丸大食品グループ人権規程 (2022年6月制定)

丸大食品グループは、企業活動が人権に及ぼす可能性があることを認識し、ステークホルダー及びバリューチェーンに関わる全ての人の人権に影響を及ぼす可能性があることを認識しています。国際的に認められている「国際人権章典」、「労働における基本的原則及び権利に関するILO宣言」、「国連グローバル・コンパクト」など、人権に関する国際規範を支持し、「ビジネスと人権に関する国連指導原則」に基づき事業活動を行います。

人財の育成

若手社員の育成

- 先を見据えた能力開発。
- 若手社員の帰属意識醸成。

若年層の階層別研修の実施頻度拡充
若手中堅人財の抜擢人事

幹部人財の後継者候補育成

- グループ全体での後継者育成。

選抜型研修の対象範囲拡大

多様なキャリア提示
(働き方・活躍する職場環境整備)

- スペシャリスト人財の処遇確立。
- キャリアプランの実現。

複線型キャリアを想定した専門職制度設計

教育体系図

集合研修						
	階層別	選抜	役割別	年齢別	自己啓発	その他
管理職	新任管理職研修+ フォロー研修	経営意思決定講座※ 選抜型研修②※	新任評価者研修	ライフプランセミナー	任意受講 約130講座の中から	各部門主催研修
指導職		マネジメント能力アセスメント 選抜型研修①※ 公開講座選択受講研修 ステップアップ研修				
一般職	中堅社員研修 若手社員研修 新入社員基本研修					

※「経営意思決定講座」と「選抜型研修①②」は必要年度のみ開催。他研修は毎年開催。

健康経営への取り組み

丸大食品グループは従業員の健康保持・増進を重要な経営課題と捉え、健康経営宣言を発信しました。

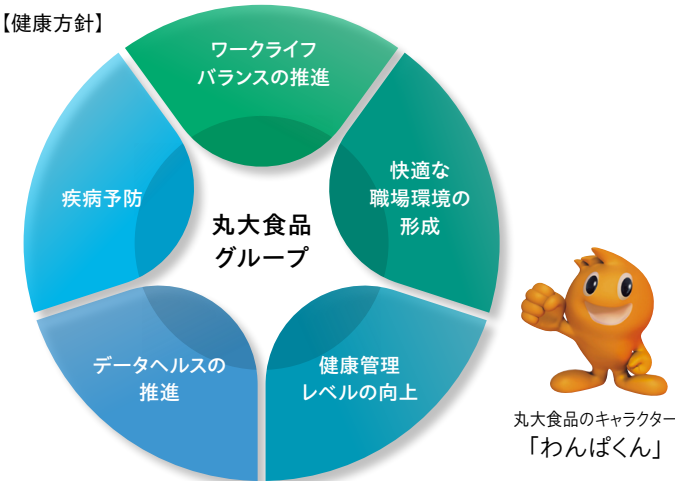
丸大食品グループ健康経営宣言 (2020年9月制定)

丸大食品グループでは経営方針・未来像として、『美味しさと健康を追求し、安全、安心な食品を通してお客様の幸せな食生活に貢献します。』と提示しています。

健康を追求するにあたっては、従業員自身が健康で活力に溢れていることが必要不可欠であると考えます。

丸大食品グループは目指す未来像に向け、健康経営に積極的に取り組み、従業員の健康の保持・増進につながる職場環境づくりや健康意識の向上施策、疾病予防施策等を推進してまいります。

そして、活力溢れる従業員たちは、お客様の食卓に笑顔と元気をお届けし、社会に貢献します。



- 主な取り組み
- 長時間労働の抑制
 - 多様な働き方の選択肢提供
 - 健康診断、ストレスチェックの実施及びメンタルヘルスのフォロー
 - 治療と仕事の両立支援
 - 事業所における受動喫煙防止策
 - 保健指導の実施徹底 等

くるみん

次世代の社会を担う子どもが健やかに生まれ、育成される社会を創ることを目的とする「次世代育成支援対策推進法」に基づき、子育てサポート企業として2007年から7期連続でくるみん認定を受けています。今後も多岐にわたり従業員が子育てしやすい環境づくりに取り組んでいきます。



【くるみんマーク使用商品例】



※商品パッケージにくるみんマークを使用することで、次世代育成支援の周知に努めています。

Topics

健康の保持・増進への取り組み

丸大食品グループは様々な取り組みを通して従業員のウェルビーイングを高めるをサポートをしています。

二次健診や保健指導の積極的な受診勧奨及び、随時健康相談を行える体制を整えています。また、従業員本人の意識付けが大切であると考え、ヘルスリテラシー向上のために健康情報の提供を行っています。加えて、ストレスチェック等のデータを分析し、研修等を企画し実施することにより、快適な職場環境の構築に尽力しています。

従業員の心身の充実を図ることは、生産性向上や事業活動活性化の一助となっていることを認識し、今後も各施策を通じて企業価値を高められるよう邁進してまいります。

総務人事部 奥畑 敬司

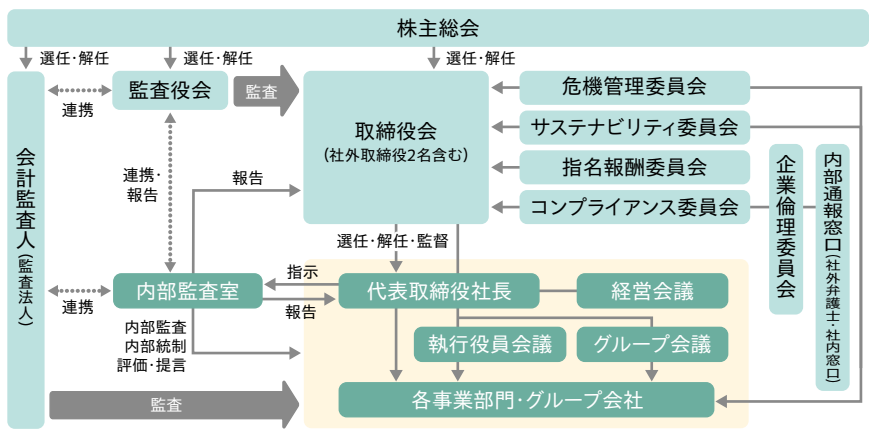
基本的な考え方

当社におけるコーポレートガバナンスの基本的な考え方は、まずお客様に信頼される企業経営に徹することであると考えます。企業倫理に則り、当社グループの役員・使用人のコンプライアンス意識の一層の高揚を図り、お客様、株主様、お取引先様等、広く社会から支持される企業を創りあげてまいります。

コーポレートガバナンス体制

当社は、株主総会のほか取締役会等以下の機関を設け、迅速な意思決定と業務執行を行う体制を維持する一方、法令遵守状況を継続的に監視・監督する仕組みを維持しています。また各監査役、監査役会の経営に対する監督機能が維持されていると判断し、監査役会設置会社としています。

【コーポレートガバナンス体制図】



取締役会

取締役は6名(内女性1名を含む社外取締役2名)で構成され、法令、定款に定める事項及び経営に関する重要事項の決定を行います。

危機管理委員会

代表取締役社長が委員長を務める危機管理委員会を設置し、想定される企業危機を事前に予測し、未然の防止とともに、万一危機が発生し表面化した場合に、その危機を早期の解決と再発防止対策を講じるよう努めております。

サステナビリティ委員会

代表取締役社長が委員長を務め、当社グループのサステナビリティに関わる行動計画の目標設定及び進捗管理等について、定期的に取締役会に報告し、持続可能な成長と企業価値向上の実現に努めます。

指名報酬委員会

委員は3名(内独立社外取締役2名)で構成され、取締役候補者及び取締役の報酬に関する事項等を取締役会に答申します。

経営会議

常勤取締役で構成されますが、必要に応じて常勤取締役以外の者が出席し、取締役会決議事項の事前審議、その他経営に関する重要事項の審議・検討を行います。

執行役員会議

取締役、執行役員で構成され、執行役員の職務執行状況に関する報告・審議・検討を行います。

グループ会議

取締役、主要子会社の社長で構成され、子会社の営業成績、財務状況、その他重要事項に関する報告・審議・検討を行います。

コンプライアンス委員会

独立社外取締役が委員長を務め、当社グループ全従業員に対して実施した「コンプライアンス意識調査」の調査結果及び企業倫理委員会で審議した事案等について、取締役会に報告し、コンプライアンス意識の向上及び周知徹底に努めます。

企業倫理委員会

取締役が委員長を務め、企業倫理違反行為、内部通報があった事案等についての事実関係の調査及び再発防止策の検討、策定等を行います。

監査役及び監査役会

監査役は3名(社外監査役2名、社内監査役1名)で構成され、取締役の業務執行状況を監査するほか、監査方針、監査計画、監査に関する重要事項の決議及び協議・審議を行います。

内部監査室

内部監査部門として、代表取締役社長直轄の内部監査室を設置しており、当社グループ内の業務監査及び内部統制状況の評価を実施しております。また、その結果については、監査役と緊密な連携を図ります。

【コーポレートガバナンス体制について】

	(年度)(各年6月末時点)							
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
取締役総人数	9名	10名	9名	9名	8名	6名	6名	6名
うち社外取締役	2名	2名	2名	2名	2名	2名	2名	2名
監査役総人数	3名	3名	3名	3名	3名	3名	3名	3名
うち社外監査役	2名	2名	2名	2名	2名	2名	2名	2名

内部統制体制

当社の従業員は、法令・定款・社内規程及び社会的倫理の遵守について規定した「丸大食品グループ行動基準」に従って職務を執行します。また、独立社外取締役を委員長とする「コンプライアンス委員会」が当社グループ全体のコンプライアンス状況の監督及び遵守の推進を担っています。

【取締役会】

役職名	氏名	出席状況※	備考
取締役会長	◎百済 徳男	13回中10回(77%)	—
代表取締役社長	佐藤 勇二	13回中13回(100%)	—
常務取締役	福島 成樹	13回中13回(100%)	—
取締役	田中 利雄	13回中13回(100%)	—
取締役(社外)	淵崎 正弘	13回中13回(100%)	—
取締役(社外)	金子 啓子	13回中12回(92%)	—

◎は議長を示しています。

※2024年3月期の出席状況です。

【監査役会】

役職名	氏名	出席状況※	備考
常勤監査役	宮地 亨	13回中12回(92%)	—
常勤監査役(社外)	松澤 貴	13回中13回(100%)	2024年6月27日退任
常勤監査役(社外)	東 俊明	—	2024年6月27日就任
非常勤監査役(社外)	西村 元昭	13回中13回(100%)	—

※2024年3月期の出席状況です。

【指名報酬委員会】

役職名	氏名	出席状況※	備考
取締役会長	百済 徳男	2回中2回(100%)	2024年6月27日退任
代表取締役社長	◎佐藤 勇二	—	2024年6月27日就任
取締役(社外)	淵崎 正弘	2回中2回(100%)	—
取締役(社外)	金子 啓子	2回中2回(100%)	—

◎は委員長を示しています。

※2024年3月期の出席状況です。

【コンプライアンス委員会】

役職名	氏名	出席状況※	備考
取締役	田中 利雄	2回中2回(100%)	—
取締役(社外)	◎淵崎 正弘	2回中2回(100%)	—
取締役(社外)	金子 啓子	2回中2回(100%)	—

◎は委員長を示しています。

※2024年3月期の出席状況です。

【取締役・監査役】



代表取締役社長

佐藤 勇二



常務取締役

福島 成樹

■重要な兼職の状況
食肉事業部長
丸大ミート株式会社代表取締役社長



取締役(社外)

淵崎 正弘

■重要な兼職の状況
株式会社日本総合研究所特別顧問



常勤監査役

宮地 亨



監査役(社外)

西村 元昭

■重要な兼職の状況
弁護士
株式会社ニッカトー社外取締役(監査等委員)

【取締役のスキル・マトリックス】

氏名	役職名	企業経営	事業戦略・マーケティング	技術・研究開発・生産	サステナビリティ・ESG	財務・会計	法務・リスクマネジメント
佐藤 勇二	代表取締役社長	●	●		●	●	●
百済 徳男	取締役会長	●	●	●		●	
福島 成樹	常務取締役	●	●		●		
田中 利雄	取締役	●		●	●		●
淵崎 正弘	取締役(社外)	●	●		●	●	●
金子 啓子	取締役(社外)				●		●

(2024年6月末現在)



取締役会長

百済 徳男

■重要な兼職の状況
株式会社パイオニアフーズ代表取締役会長



取締役

田中 利雄

■重要な兼職の状況
総務人事部、品質保証部担当
株式会社丸大サービス代表取締役社長



取締役(社外)

金子 啓子

■重要な兼職の状況
極東開発工業株式会社社外取締役
株式会社池田泉州ホールディングス社外取締役
株式会社池田泉州銀行社外取締役



常勤監査役(社外)

東 俊明

社外取締役と社外監査役の役割及び独立性

当社の社外取締役・社外監査役は各2名ずつの計4名で構成されています。社外取締役及び社外監査役と当社の間には、人的関係、資本的関係、取引関係及びその他の利害関係はありません。社外取締役及び社外監査役の独立性に関する具体的な判断基準については、金融商品取引所が定める独立性基準を踏まえ、「社外役員独立性基準」を策定・公表しています。

社外取締役・社外監査役の選任理由

社外取締役 独立役員 淵崎 正弘

長年にわたり会社経営に携わっており、豊富な経験と幅広い見識を備え、当社の経営全般に助言を頂戴することで、社外取締役としての職責を果たしていただけるものと判断しております。

社外取締役 独立役員 金子 啓子

企業や大学において、法務部門や情報セキュリティ部門における幅広い経験と専門的な知識を有しており、幅広い経験と高い見識を備え、当社の経営全般に助言を頂戴することで社外取締役としての職責を果たしていただけるものと判断しております。

社外監査役 独立役員 東 俊明

金融機関における長年の経験と財務等に関する高い見識を有しており、当社の監査体制に助言を頂戴することで社外監査役としての職責を果たしていただけるものと判断しております。

社外監査役 独立役員 西村 元昭

弁護士としての専門的な知識・経験等を有する人物であり、当社の監査体制の充実に貢献していただけるものと判断しております。

役員報酬

取締役の報酬は、原則として、固定報酬及び業績連動報酬で構成されます。双方の割合の決定に関する方針については、一定の割合は定めず、従来の業績・慣例等を踏まえた支給基準や事業規模が同程度の会社の報酬基準を参考に、取締役会及び代表取締役の要請に応じて指名報酬委員会で審議し、その答申の内容に基づいて決定します。

業績連動報酬等について

業績連動報酬は、短期業績連動報酬制度を導入しています。業績連動報酬等の額の算定については、連結営業利益の上限1%を目途に総額を決定し、役付ごとの支給基準に則り、個人別の配分額の原案を作成しています。

取締役及び監査役の報酬等の総額等

区分	報酬等の総額 (百万円)	報酬等の種類別の総額(百万円)		対象となる 役員の員数(人)
		固定報酬	業績連動報酬等	
取締役 (うち社外取締役)	108 (12)	108 (12)	— (—)	7 (2)
監査役 (うち社外監査役)	24 (16)	24 (16)	— (—)	3 (2)

(2024年3月期)

取締役会の実効性評価

毎年、全ての取締役・監査役に対して外部機関に直接回答するアンケートを実施し、その結果、取締役会の構成及び運営については、全体的に肯定的な評価が得られました。一方で幾つかの改善事項も課題として挙げられているため、より取締役会の機能を高めていきます。

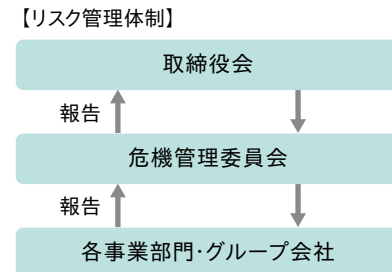
政策保有株式

当社は、研究開発・製造・物流・販売・サービス・資金調達全ての過程において様々な企業との協力が必要であると考え、持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に資すると判断される場合のみ、政策保有株式を保有していく方針です。個別の政策保有株式については、保有目的、合理性等について検証のうえ、毎年、取締役会に報告し、総合的に保有の適否を検討してまいります。

リスクマネジメント

リスク管理体制

丸大食品グループは、事業活動に潜在するリスクを事前に想定し、リスク管理を適切に行うために制定している「丸大食品グループ危機管理規程」に基づき、事業活動に影響を及ぼすリスクが発生した場合には、社内規程に則り、危機管理委員会を開催するなど迅速に対応し、リスク管理体制の維持に努めています。



リスク情報

丸大食品グループが連結会社の財政状態、経営成績及びキャッシュ・フローの状況に重要な影響を与える可能性があるとして認識している主要なリスクは、以下のとおりです。

	リスク内容	主要な取り組み
減損リスク	・経営環境の著しい悪化等で生じる収益性の低下等による、保有する固定資産についての減損損失の発生 ・子会社等の事業計画未達 ・不動産や有価証券などの資産の時価変動リスク	・十分な将来キャッシュ・フロー向上施策の構築と実行 ・事業計画の達成状況を親会社としてモニタリング ・遊休資産の活用と売却
得意先の経営破綻リスク	・予期せぬ得意先の経営破綻	・情報収集、与信管理、債権保全等
市況変動のリスク	・畜産物による疫病の発生 ・セーフガード発動による仕入数量の制限や仕入価格の上昇懸念 ・国際的な需給の変化 ・原油価格変動による影響	・原材料調達ルートの分散化などによる安定的な原材料の確保 ・高付加価値商品の開発等への取り組み
為替変動のリスク	・諸外国の現地通貨に対する為替相場の変動	・一部円建てでの輸入取引を行うとともに、外貨建ての輸入取引は、先物外国為替契約を利用し、リスクを軽減
感染症・自然災害リスク	・新型コロナウイルス等による感染症の拡大 ・地震、台風等自然災害の影響による事業停滞	・予防や拡大防止に対して適切な管理体制を構築 ・自然災害に対する被害・損害を最小限にするための防災、減災、危機管理体制の更なる構築
退職給付債務のリスク	・年金資産の時価の変動や、運用利回り、割引率等の退職給付債務算定に用いる前提に変更があった場合	・当社は企業年金のアセットオーナーとして、企業年金基金に適切な人財を配置し、運用状況の適宜モニタリングを実施 ・確定給付企業年金制度の一部を、確定拠出年金制度に移行(2016年度)し、リスクを軽減

コンプライアンス体制

丸大食品グループにおけるコンプライアンスとは、全てのステークホルダーから支持される企業を目指すことを目的として、役員、従業員が「丸大食品グループ行動基準」に従い、丸大食品グループの企業活動全般にわたる法令順守はもとより、企業倫理に則り、定款及び規程等を順守することをいいます。コンプライアンス意識の向上を図り、社会から信頼される企業として、発展し続けていきます。

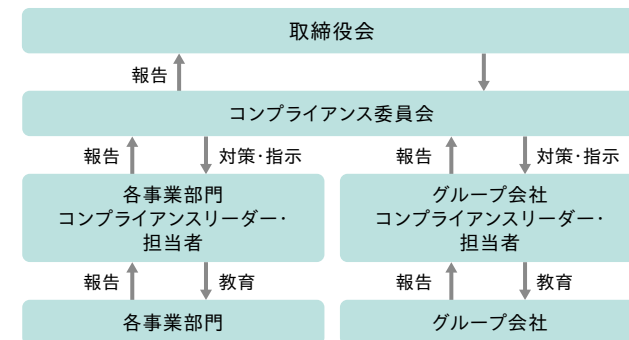


コンプライアンス推進の流れ

丸大食品グループのコンプライアンス推進を図るために、各部門長ならびにグループ会社の代表取締役社長が務めるコンプライアンスリーダー及びコンプライアンス担当者を任命し、コンプライアンス委員会を設置しています。

コンプライアンスリーダーは、コンプライアンス推進を図り、コンプライアンスの周知徹底を行うため、コンプライアンス担当者に対し、従業員への教育、指導について指示を行います。また、教育実施状況、コンプライアンス推進状況について、コンプライアンス担当者から定期的に報告を受け、その結果を各部門の担当取締役及びグループ会社管轄部署の担当取締役へ報告しています。コンプライアンス違反が発生した場合には、速やかに各担当取締役へ報告をしています。

コンプライアンス担当者は、コンプライアンスリーダーの指示のもと、行動基準の浸透を図るため、全従業員への教育活動を実施し、コンプライアンスの推進状況を定期的にコンプライアンスリーダーへ報告しています。コンプライアンス違反が発生した場合には、速やかにコンプライアンスリーダーへ報告をしています。



コンプライアンス委員会

コンプライアンス委員会では、各担当取締役及びコンプライアンス委員会事務局を通じて、定期的にコンプライアンス推進状況について報告を受けます。コンプライアンス委員は、独立社外取締役、総務人事部担当役員等で構成され、コンプライアンス委員長は、公正中立な立場の独立社外取締役の中から、取締役会の決議をもって選任しています。

コンプライアンス委員会は定期的に開催し、報告を受けたコンプライアンスの推進状況について、改善すべきと判断した場合には、各担当取締役及びコンプライアンス委員会事務局に対策を指示します。報告を受けたコンプライアンス推進状況をはじめ、内部通報制度利用状況、コンプライアンス違反事案に関する是正措置及び再発防止策等については、取締役会に報告しています。

コンプライアンス推進の取り組み

丸大食品グループは、独立社外取締役が委員長を務めるコンプライアンス委員会において、当社グループのコンプライアンス教育状況の確認・監督を行うとともに、当社グループ全従業員に対して、「コンプライアンス意識調査」を実施し、コンプライアンスに関する意識・行動等、当社グループの実態を調査いたしました。調査結果については、コンプライアンス委員会から取締役会に報告し、従業員のコンプライアンス意識向上及び周知徹底を図りました。また、当社グループの従業員に対して月一回以上のコンプライアンス教育を実施し、コンプライアンスの重要性に関して教育を行い、当社グループ全従業員のコンプライアンス意識の浸透、更なる向上に努めています。



コンプライアンス研修

Topics

コンプライアンスの重要性和教育の継続

私たち内部監査室では、コンプライアンス教育として、勉強会とミニテストを毎月実施しています。勉強会では、教育用資料の質問事項に対して全員で議論を行い、法令や社内規程だけではなく、企業活動を通して、お客様、お取引先様への配慮も重要であることを学習しています。また、ミニテストでは、回答に苦慮することもあります。復習を重ねて、知識を深めています。私自身、上記の勉強会等を通じて、モラル・マナー、情報セキュリティ等の大切さを常日頃から心掛けてようになりました。

内部監査室 吉田 賢



ステークホルダーエンゲージメント

丸大食品グループは、「お客様」「株主・投資家」「得意先・取引先」「従業員」「地域社会」などのステークホルダーの皆さまとの関係性を通じて、様々な課題や評価を認識し、その内容を分析して対応するとともに企業活動に活かし、より一層支持される丸大食品グループを創りあげていきます。

主なステークホルダー	果たすべき責任	主なエンゲージメント例	取り組みによる成果
 お客様	消費者ニーズに適した、よりよい商品の開発と、安全性の確保により、お客様に安心してお求めいただけるように最善の努力をします。	●お客様相談室設置 ●消費者モニター調査実施 ●ホームページによる情報公開 ●レシピ等の動画配信サービス活用 ●様々なキャンペーン企画実施	●お客様視点による商品・価格・場所・販売促進のマーケティングミックス ●お客様満足度の向上 ●お客様とのコミュニケーション強化
 株主・投資家	長期安定利益の確保を重視し、毎年継続的に利益を還元できる会社となることを目指します。 株主の方々の大きな信頼と信用に応えるために、健全な経営を進め、発展させていきます。	●機関投資家・アナリストへの説明会 ●株主総会 ●株主通信(事業報告書) ●株主優待 ●統合報告書、ESGデータ開示	●株主様への利益還元 ●情報開示の充実 ●株主・投資家との信頼関係構築
 得意先・取引先	安全・安心でよりよい商品を提供すること、正確な情報を発信すること、また、お得意先様・お取引先様の「声」を謙虚に聞くことなどの行動は、お得意先様・お取引先様の信頼を得るために大切にしています。	●公平・公正な取引 ●お取引先様との相互繁栄	●持続可能で強靱なサプライチェーンの構築
 従業員	やりがいのある企業体質を目指すため、個人の持つ能力や経験を尊重し、さらに向上させるよう、お互いを認め合い、助け合い、切磋琢磨していきます。 従業員の権利を守り、働きがいのある職場環境をつくるため、安全と健康に十分配慮した環境の良い職場を提供し、従業員を支えている家族の皆さまからも愛されるように取り組みます。	●リスクリングを促す教育プログラムの実施 ●働き方改革の推進 ●ダイバーシティ推進 ●ストレスチェック、メンタルヘルスのフォロー体制強化 ●コンプライアンス研修・教育・アンケート調査実施 ●社内報「至誠」発刊	●人材の育成・開発 ●多様な働き方の選択肢提供 ●女性活躍推進に向けた取り組み ●仕事と育児の両立支援 『次世代育成支援対策推進法』に基づく認定を取得（「くるみん認定」） ●コンプライアンス意識向上 ●従業員のコミュニケーション強化 ●ワークライフバランスの向上
 地域社会	食品産業を通じて、豊かで健康な食生活に貢献し、「食」を通じて、将来を担う子どもたちの健やかな未来に貢献する食育活動に積極的に取り組みます。 また、各地域の行事にも積極的に参加し、地域の方々との交流を通して、地域の活性化に協力していきます。	●食料品廃棄物の飼料や肥料へのリサイクル促進 ●環境に配慮した包装・容器採用の推進 ●食品廃棄物の削減、再利用の推進 ●環境保全活動 ●社会貢献活動 ●食育活動の推進 ●子ども食堂の支援(商品提供)	●環境・自然との共生 ●地域社会との共生 ●ダイバーシティ社会への貢献 ●次世代を担う子どもたちの教育機会

丸大食品のあゆみと今の姿

丸大食品の価値創造

事業を支える基盤

財務・企業データ

10ヵ年の財務サマリー

		2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度
売上高	(百万円)	222,316	229,543	232,436	239,586	243,030	245,820	223,000	218,610	221,979	228,808
加工食品事業	(百万円)	156,952	161,952	163,057	165,290	169,387	170,648	151,762	148,011	147,093	152,404
ハム・ソーセージ部門	(百万円)	91,267	89,142	86,997	85,480	80,954	78,854	71,161	66,484	64,392	65,517
調理加工食品部門	(百万円)	65,684	72,809	76,059	79,809	88,433	91,794	80,600	81,526	82,700	86,886
食肉事業	(百万円)	65,002	67,225	69,219	74,136	73,481	75,024	71,087	70,455	74,758	76,276
その他事業	(百万円)	362	365	160	159	161	147	150	143	127	128
営業利益	(百万円)	2,730	4,168	4,710	2,370	2,253	2,617	△ 333	△ 865	△ 1,400	3,117
経常利益	(百万円)	3,131	4,543	5,378	2,820	2,724	3,118	180	△ 380	△ 897	3,639
親会社株主に帰属する当期純利益	(百万円)	1,805	2,617	3,284	1,842	1,463	1,653	412	△ 376	△ 4,987	△ 9,414
1株当たり当期純利益	(円)	13.89	99.24 (19.85)	124.98 (25.00)	70.39 (14.08)	57.48	65.04	16.23	△14.88	△ 198.77	△ 377.73
総資産	(百万円)	123,908	124,522	129,339	131,146 (132,069)	132,626	131,854	131,342	128,903	126,261	121,819
純資産	(百万円)	71,708	72,322	76,290	76,984	76,094	75,056	77,750	75,489	69,014	62,751
自己資本比率	(%)	57.5	57.8	58.6	58.3 (57.9)	57.0	56.5	58.7	58.1	54.1	50.9
1株当たり純資産	(円)	538.20	2,736.56 (547.31)	2,885.99 (577.20)	2,998.47 (599.69)	2,971.34	2,930.66	3,036.59	2,969.87	2,731.03	2,494.90
営業活動によるキャッシュ・フロー	(百万円)	5,609	11,613	8,758	3,152	6,695	8,608	7,673	7,030	2,906	10,014
投資活動によるキャッシュ・フロー	(百万円)	△ 3,853	△ 2,943	△ 5,716	△ 7,554	△ 7,534	△ 8,271	△ 5,388	△ 5,688	△ 4,516	△ 4,882
財務活動によるキャッシュ・フロー	(百万円)	△ 2,733	△ 5,592	△ 3,672	△ 3,258	255	△ 219	△ 2,053	△ 1,826	534	△ 2,380
現金及び現金同等物の期末残高	(百万円)	13,922	17,001	16,370	8,709	8,127	8,244	8,476	7,990	6,916	9,668
設備投資	(百万円)	4,336	5,716	9,880	10,850	9,589	9,167	6,133	7,374	6,859	4,122

(注)1. 2018年10月1日を効力発生日として普通株式5株につき1株の割合で株式併合を実施しています。2015～2017年度の期首に当該株式併合が行われたと仮定し、1株当たり当期純利益を算定しています。

(注)2. 2015～2017年度欄に当該株式併合前の算定数値をカッコ書きで記載しています。

(注)3. 「『税効果会計に係る会計基準』の一部改正」(企業会計基準第28号 2018年2月16日)等を2018年度の期首から適用しており、2017年度に係る主要な経営指標等については、当該会計基準等を選べて適用した後の指標等となっております。

(注)4. 2021年度の期首より「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号 2020年3月31日)等を適用しています。2020年度の数値につきましては、当該会計方針の変更を反映した遡及適用後の数値を記載しています。

2024年3月期の決算概要

当連結会計年度におけるわが国経済は、雇用・所得環境が改善する中で、各種政策の効果もあり、景気は緩やかに回復の動きが見られましたが、物価上昇や金融資本市場の変動等の影響、世界的な金融引締めによる景気の下振れリスクなどが懸念され、依然として不透明な状況が続いております。

当業界におきましては、人流回復による外食需要などの増加の動きが見られますが、原材料価格の上昇や円安進行により調達コストが増加する中で、物価上昇に伴う消費者の節約志向が高まるなど厳しい環境が続いております。

食肉相場におきましては、国産牛肉は需要減少から前年を下回る一方で、国産豚肉は需要が増加したことなどから前年を

上回って推移しております。輸入食肉は、為替の影響などから、牛肉、豚肉ともに高値で推移しております。

以上の結果、当連結会計年度における売上高は前年同期比3.1%増の2,288億8百万円、営業利益は31億17百万円(前年同期は営業損失14億円)、経常利益は36億39百万円(前年同期は経常損失8億97百万円)となりました。

減損損失122億50百万円や構造改革費用5億30百万円の特別損失を計上したことで、親会社株主に帰属する当期純損失は94億14百万円(前年同期は親会社株主に帰属する当期純損失49億87百万円)となりました。

財政状態の分析

当連結会計年度末における総資産は、投資有価証券が44億76百万円、受取手形及び売掛金が41億21百万円、現金及び預金が27億52百万円増加しましたが、有形固定資産が148億88百万円減少したことなどから、前連結会計年度末に比べ44億41百万円減少し、1,218億19百万円となりました。

負債は、有利子負債が11億43百万円減少しましたが、支払手形及び買掛金が17億37百万円、繰延税金負債が9億78百万円増加したことなどから、前連結会計年度末に比べ18億21百万円増加し、590億68百万円となりました。

純資産は、その他有価証券評価差額金30億96百万円の増加がありましたが、親会社株主に帰属する当期純損失94億14

百万円の計上、剰余金5億円の配当などから、前連結会計年度末に比べ62億62百万円減少し、627億51百万円となりました。

以上の結果、当連結会計年度末の自己資本比率は前連結会計年度末から3.2%低下し50.9%となりましたが、当社グループの財務体質は一定の健全性を保っていると判断しております。

また、セグメントごとの資産は、加工食品事業が719億9百万円(前年同期は836億15百万円)、食肉事業が204億14百万円(前年同期は206億33百万円)、その他及び全社資産が294億96百万円(前年同期は220億11百万円)であります。加工食品事業における主な資産の減少要因は、固定資産の減損損失計上によるものであります。



経営成績の分析

当連結会計年度における売上高は、人流回復により外食産業やコンビニエンスストア向け商品、デザート類などの販売が伸長したことや、価格改定の効果もあり、前年同期比3.1%増の2,288億8百万円となりました。各セグメント別の売上高は、加工食品事業が前年同期比3.6%増の1,524億4百万円、食肉事業が同2.0%増の762億76百万円、その他事業が同0.5%増の1億28百万円となりました。

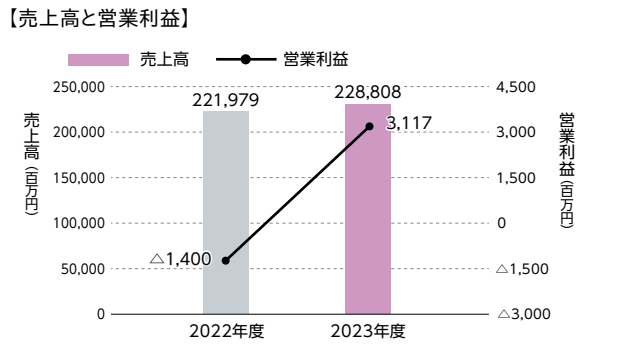
売上原価は、原材料価格の上昇などから前年同期比1.4%増の1,941億32百万円となりましたが、価格改定や合理化による収益改善などから、売上原価率が前年同期比1.5%低下したことにより、売上総利益は、前年同期比13.8%増の346億76百万円となりました。

販売費及び一般管理費は、継続的なコスト削減に努めたことなどから、前年同期比1.0%減の315億58百万円となりました。

営業利益は、売上総利益率の改善や販売費及び一般管理費の削減により、31億17百万円の黒字となりました(前年同期は営業損失14億円)。

経常利益は、営業利益が黒字となったことなどから、36億39百万円となりました(前年同期は経常損失8億97百万円)。

親会社株主に帰属する当期純利益は、減損損失122億50百万円、構造改革費用5億30百万円を特別損失として計上したことで、94億14百万円の親会社株主に帰属する当期純損失となりました(前年同期は親会社株主に帰属する当期純損失49億87百万円)。



キャッシュ・フローの状況

当社グループは事業活動のための適切な資金を確保し、資金の流動性を維持するとともに、健全な財政状態を目指すための安定的な営業キャッシュ・フローの創出が資本財源の最優先事項の一つであると考えております。

また、株主価値をさらに高めていくためにも、強固な財務体質を維持しながら、継続的な成長経営を基盤とする資金調達ができる環境を作っておきたいと考えております。

2020年3月期は減価償却費を上回る設備投資を行いました。2021年3月期～2024年3月期においては設備投資が減価償却を下回りました。その中で自己資本比率やキャッシュ・フロー対有利子負債比率、インタレスト・カバレッジ・レシオなど当社グループは一定の財務健全性を有し、成長戦略に向けての資金調達が可能な財務基盤を維持していると判断しております。

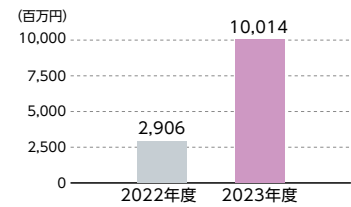
営業活動によるキャッシュ・フローは、税金等調整前当期純損失の計上や運転資金の増加による減少要因がありましたが、減損損失の計上や減価償却費の計上などから、100億14百万円増加しました。

投資活動によるキャッシュ・フローは、固定資産の売却による収入がありましたが、生産設備の増強・合理化や品質向上のための固定資産の取得による支出などから、48億82百万円減少しました。

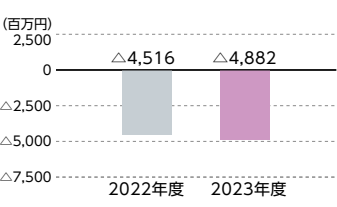
財務活動によるキャッシュ・フローは、有利子負債の減少や配当金の支払い、自己株式の取得による支出などから、23億80百万円減少しました。

以上の結果、当連結会計年度末における現金及び現金同等物の期末残高は、前連結会計年度末から27億52百万円増加し、96億68百万円となりました。

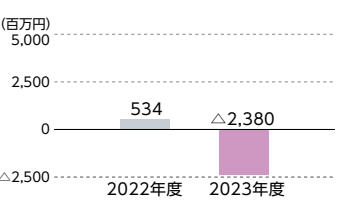
【営業活動によるキャッシュ・フロー】



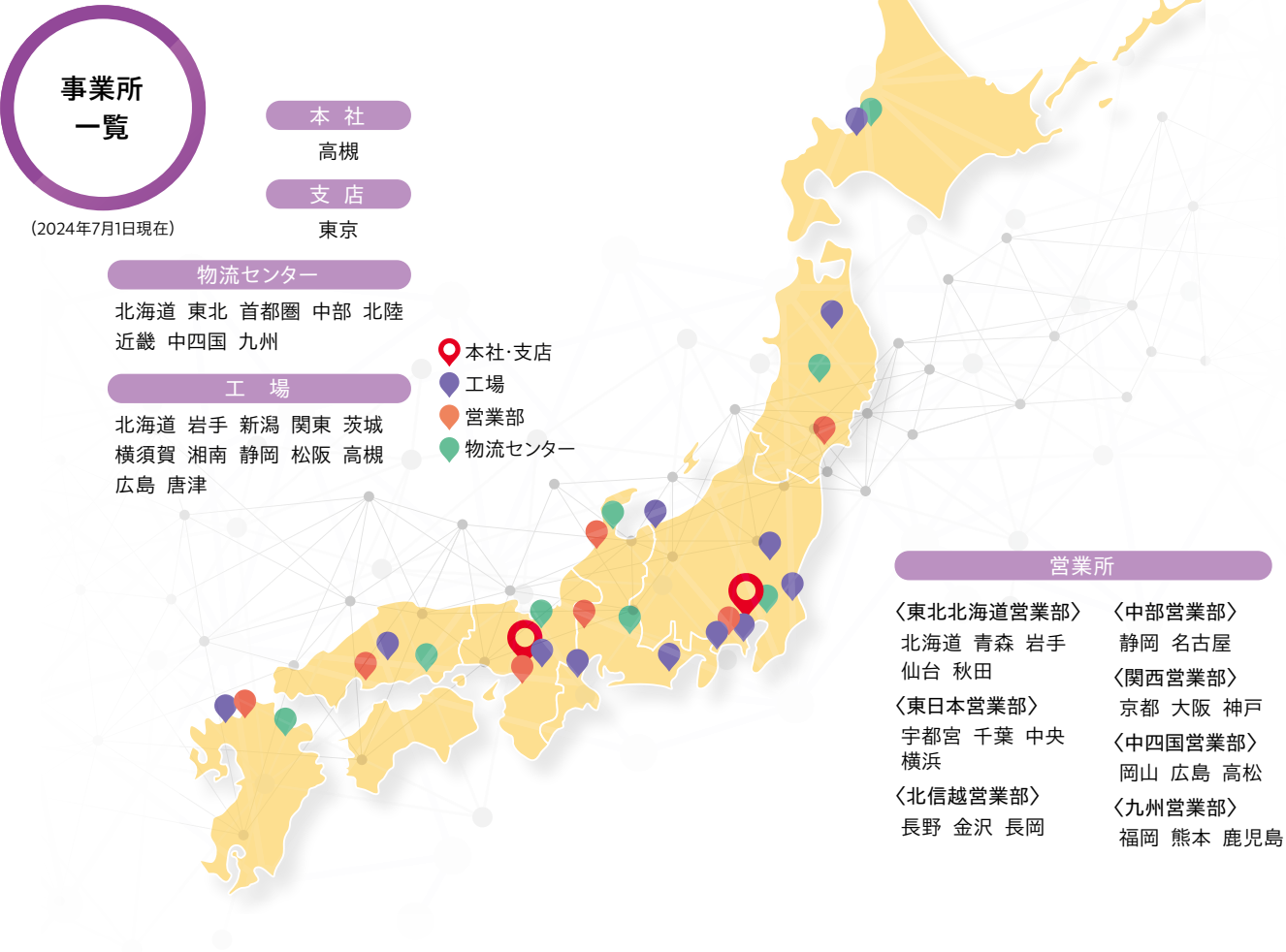
【投資活動によるキャッシュ・フロー】



【財務活動によるキャッシュ・フロー】



ネットワーク



会社概要

会社概要

(2024年3月31日現在)

■ 社名

丸大食品株式会社

■ 本社

大阪府高槻市緑町21番3号

■ 支店

東京都中央区築地四丁目7番5号築地KYビル

■ 設立

1950年2月8日(実質1958年6月10日)

■ 資本金

67億1,625万2,022円

■ 従業員数

1,317名(グループ合計4,890名)

■ 事業所

全国営業所 / 23カ所 工場 / 12カ所 物流センター / 8カ所
(2024年7月1日現在)

営業品目

(2024年3月31日現在)

区分	主要製品名
ハム・ソーセージ	ロースハム、ボンレスハム、ベーコン、焼豚、プレスハム、ウインナーソーセージ、魚肉ハム・ソーセージ
調理加工食品	惣菜、デザート、レトルト食品、冷凍食品
食肉	牛肉、豚肉、鶏肉

ウェブサイト

丸大食品

IR情報

財務・業績についての情報や適時開示情報などを掲載しています。

IR情報

財務・業績についての情報や適時開示情報などを掲載しています。

丸大食品

検索

https://www.marudai.jp/corporate/

QRコード

グループ会社一覧

生産グループ会社

■ 北海道丸大食品株式会社 北海道岩見沢市栗沢町
■ 東北丸大食品株式会社 岩手県花巻市石鳥谷町
■ 信越丸大食品株式会社 新潟県上越市大潟区
■ 湘南丸大食品株式会社 神奈川県平塚市四之宮
■ 中部丸大食品株式会社 三重県松阪市上川町
■ 中四国丸大食品株式会社 広島県三次市粟屋町
■ 九州丸大食品株式会社 佐賀県唐津市中瀬通
■ フレッシュシステム株式会社 大阪府高槻市緑町
■ 株式会社デリカトップ 大阪府高槻市緑町

販売グループ会社

■ 丸大フード株式会社 大阪府大阪市西成区
https://www.marudai.jp/food/
■ 株式会社丸大フードサプライ 東京都江東区
https://www.marudai.jp/foodsupply/
■ 丸大ミート株式会社 東京都大田区
https://www.marudai.jp/meat/

その他グループ会社

■ 戸田フーズ株式会社 埼玉県戸田市
https://www.marudai.jp/todafoods/
■ 安曇野食品工房株式会社 長野県松本市大字笹賀
https://www.azuminofood.jp/
■ トーラク株式会社 兵庫県神戸市
https://www.toraku.co.jp/
■ 株式会社マルシンフーズ 栃木県真岡市
http://www.marushin-foods.co.jp/
■ 株式会社パイオニアフーズ 北海道虻田郡京極町
https://www.pioneer-foods.com/
■ 株式会社梅屋 和歌山県田辺市文里
http://www.umeya.co.jp/
■ 八幡食品株式会社 香川県観音寺市出作町
https://yahata-foods.co.jp/
■ ホルンマイヤー株式会社 大阪府高槻市緑町
■ 株式会社ミートサプライ 大阪府高槻市緑町
https://www.marudai.jp/meatsupply/
■ 株式会社マーベストレーディング 大阪府高槻市野見町
■ 丸大島根ファーム株式会社 島根県飯石郡飯南町
■ 株式会社丸大サービス 大阪府高槻市緑町

株式の状況

(2024年3月31日現在)

■ 発行可能株式総数

40,000,000株

■ 発行済株式の総数

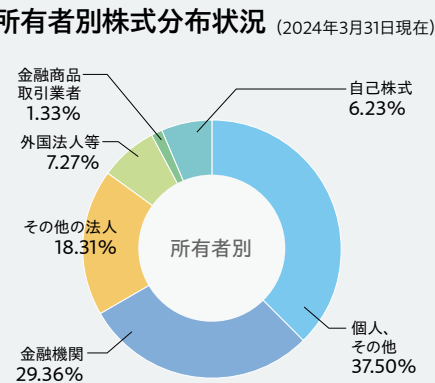
26,505,581株 (自己株式1,650,685株を含む)

■ 単元株式数

100株

■ 株主数

28,228名



大株主(上位10名)

(2024年3月31日現在)

株主名	持株数(千株)	持株比率(%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	2,243	9.02
丸大共栄会	1,979	7.96
兼松株式会社	1,192	4.79
公益財団法人小森記念財団	1,050	4.22
株式会社三井住友銀行	887	3.57
三井住友信託銀行株式会社	864	3.47
住友生命保険相互会社	860	3.46
農林中央金庫	642	2.58
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	639	2.57
DFA INTL SMALL CAP VALUE PORTFOLIO	381	1.53

(注) 1.持株数は、千株未満を切捨てております。

2.持株比率は、小数第3位を切捨てております。

3.当社は、自己株式1,650,685株を保有しておりますが、上記大株主から除いております。また持株比率は、自己株式を控除して算出しております。