



丸大食品レポート

MARUDAI FOOD REPORT

2022

わんぱくでもいい。
たくましく育ててほしい。



わんぱくでもいい。たくましく育ててほしい。

丸大食品株式会社

大阪府高槻市緑町21番3号
<https://www.marudai.jp/>

社是 至誠通天

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。

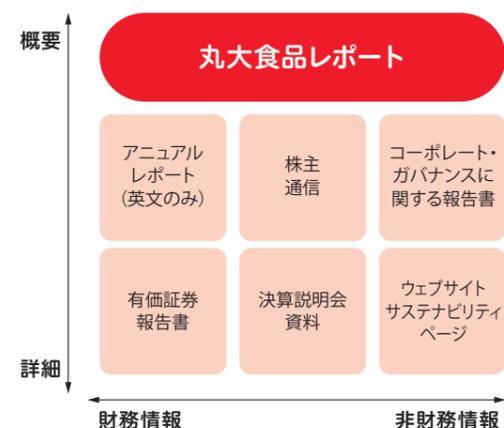
スローガン

変革

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



ウェブサイト

「丸大食品レポート」、「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

丸大食品レポート2022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：2022年3月期(2021年4月1日～2022年3月31日)
一部2022年4月1日以降の報告も含まれます。

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

● 丸大食品のこれまでと今

年表とコラムで丸大食品のこれまでを、事業一覧とグラフから今の姿を紐ときます。

- 01 社是・経営理念・スローガン・価値観
- 02 丸大食品のコミュニケーション・ウェブサイト・INDEX
- 03 丸大食品のあゆみ
- 05 丸大食品の今

● 丸大食品の事業

丸大食品の現在とこれからの注力事業について、トップの思い、中期経営の概要等の様々な側面から切り取ります。

- 07 特集 サステナブルな食品ブランドへ「植物性素材のみで作った」新シリーズ
- 09 TOP MESSAGE
- 13 丸大食品のマテリアリティ
- 15 中期経営計画
- 19 サプライチェーン

● 事業を支える基盤

食を通じて社会に貢献する企業であり続けるために、丸大食品の事業を支えるサステナビリティへの取り組みを掲載しています。

- 21 丸大食品のサステナビリティ
- 22 環境
- 25 社会
- 27 ガバナンス
- 31 社会貢献活動
- 32 会社情報

■ 見直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直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。

いつの時代もおいしさと皆さまの笑顔を追いかけて。



小森 敏之 創業社長



創業者の小森敏之が、大阪の中央卸売市場に店を構えたのが始まり。「人生を送るうえで、悪いことは予告なしに突然に起こってくるが、良い結果は、ある日突然にうまれてくるものではない。毎日毎日頭を打ち、すねを打ちながら精一杯前へ前へと進んでいけば、自分の誠意はいつか必ず天に通じて、良い結果が報われてくるものである。」社是である『至誠通天』の思いは、世代を超えて今も受け継がれています。

1954 大阪市福島区で魚肉ハム・ソーセージの製造販売を「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



丸大食品株式会社

1961 食肉製品、畜肉ハム・ソーセージの製造開始

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

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。」のキャッチフレーズ誕生

1972 大阪・東京証券取引所市場第一部銘柄に

1978 「チキンハンバーグ」誕生
東京支店を東京都港区に移転
フランクフルト証券取引所に上場



チキンハンバーグ

1982 「いつも新鮮シリーズ」誕生



いつも新鮮ロースハム

1984 丸大フード㈱を設立

1984 食品産業優良企業として農林水産大臣賞受賞

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



燻製屋ウインナー

1998 安曇野食品工房㈱を設立

2000 環境保全推進室を設置

2002 丸大ミート㈱を設立
「ブラックタピオカ入りミルクティ」販売開始



ブラックタピオカ入りミルクティ

2004 東京支店を東京都中央区築地に移転

2007 ㈱ミートサプライを設立
「サンドアップシリーズ」誕生

「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」に初認定



サンドアップ辛口

2011 ㈱マルシンフーズを傘下に

2020 トーラク㈱を傘下に

2021 サステナビリティ委員会を設置

1954▶

創業

魚肉ハム・ソーセージの製造販売から事業の基盤を築く

1954年丸大食品工場を設立。鯨肉の加工・鯨油の販売、魚肉ハム・ソーセージなどの生産から事業をスタート。丸型ではなく四角の角型ソーセージを製造するなど、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。1958年に法人として丸大食品株式会社が誕生し、1961年から畜肉ハム・ソーセージに進出した。

1970▶

全国展開により事業発展

テレビCMを積極的に活用し、知名度の向上に注力

テレビCMやラジオのスポット広告などを積極的に採用し、知名度向上に注力。「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こから誕生した。主婦のパートタイマー制の導入や、全国に直販体制を拡大するなど、先駆的な取り組みを成功させていった。更なる利益拡大を求めて、営業所の分離・分散を進めた。この頃からスーパーマーケットへの浸透に注力。販売システムの改善・強化を図り、他社との差別化を徹底した。

1990▶

総合食品メーカーへと躍進

様々なカテゴリ商品を展開し、商品ブランド力の強化

数々の商品がコンテスト等で受賞する中、外食向け事業にも注力を開始。1995年、現在の看板商品である「燻製屋シリーズ」が販売された頃には、ハム・ソーセージから加工肉、惣菜、ピザやデザートまで幅広く扱う総合食品メーカーへと成長し、商品別から業態別へ営業組織を再編させた。

2010▶

経営改革・多角化戦略

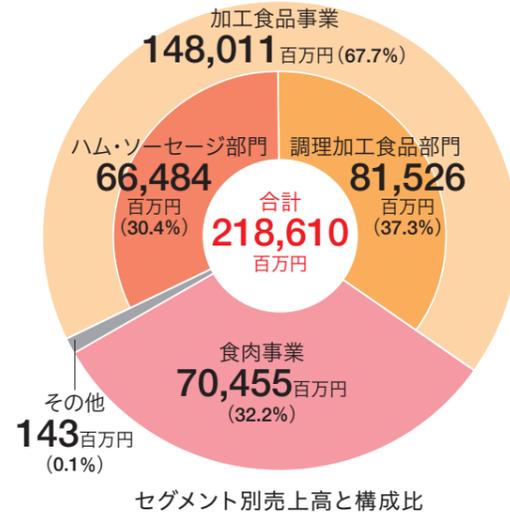
品質の更なる向上に注力、『変革』を掲げ、企業価値向上へと邁進

開発から販売までの運動とスピードアップを図るため、大々的な組織改革を実施。生販一体型の体制により、商品開発力を強化し、地域ならではの商品開発にも注力。また、食品表示やコンプライアンス体制を構築するなど、「食の安全・安心」のより一層の強化に向けて取り組みを進めている。

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。当社グループのスローガンである『変革』をもって、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。

食を通じて人と社会へ 貢献する企業を目指します

丸大食品グループは、より安全でより安心して召し上がっていただける食品をお客様に提供する総合食品メーカーとして、真に社会的存在価値が認められる企業へ向かって、あるべき姿を模索し、志を高く、常に新たな挑戦を行っています。



加工食品事業

ハム・ソーセージ部門

魚肉ソーセージの製造・販売をルーツにもつ当社。丸大食品の伝統を受け継ぐ、それがハム・ソーセージ部門です。ロングセラー商品である「燻製屋熟成あらびきポークウインナー」や「ふんわりうす切りシリーズ」をはじめ、使いきりパックの「いつも新鮮シリーズ」や健康志向の方に減塩・糖質ゼロ商品など、素材や工程など安全性を追求し、セオリーに縛られない自由な発想で、魅力ある商品をお届けいたします。



調理加工食品部門

レトルト惣菜、チキン惣菜、ピザ・スナックの他、外食店向けの業務用食材やコンビニエンスストア向け惣菜商品など、幅広い商品を取り扱うのが、調理加工食品部門です。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、多彩な惣菜を生み出しています。韓国家庭料理の素「サンドップシリーズ」や手軽に作れる「ドリアソースシリーズ」など新たな切り口で食卓を彩る商品を提案しています。



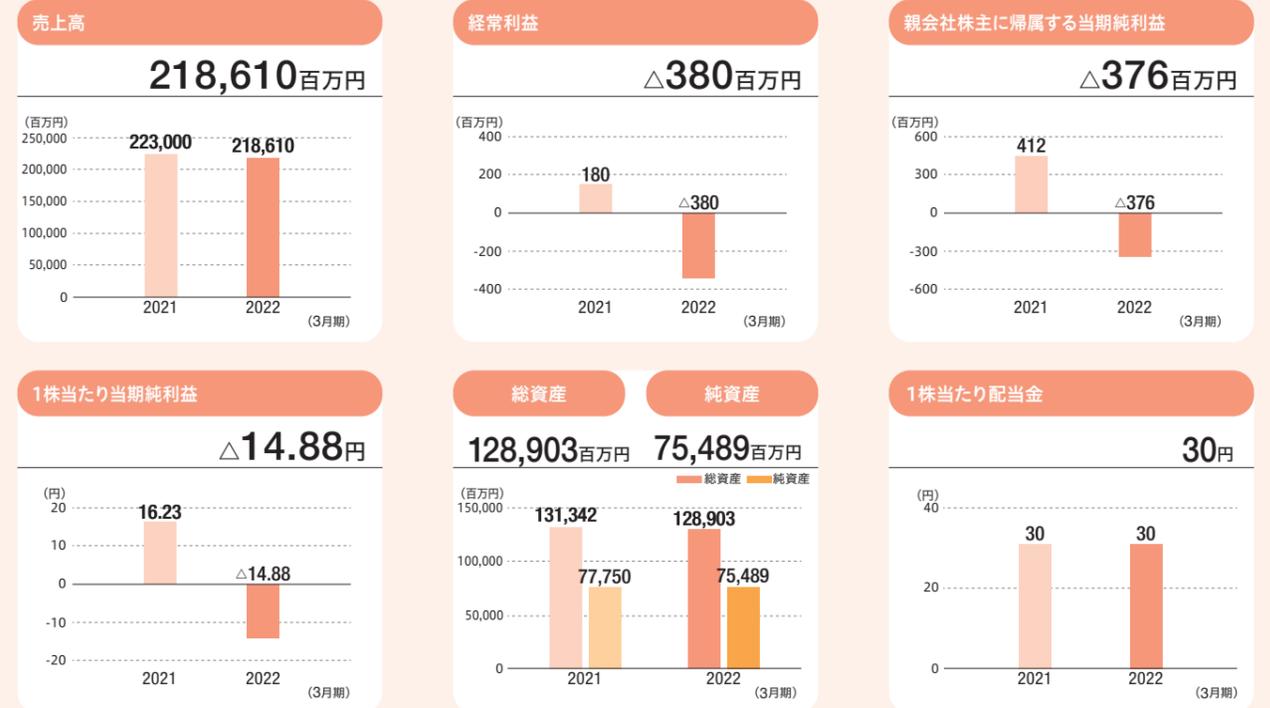
食肉事業

国内はもとより、牛肉は主にアメリカ・オーストラリア、豚肉は主にデンマーク・カナダ、鶏肉は主にブラジルから輸入するなど、世界各国の食肉を取り扱うのが、食肉事業です。

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グループ会社に提供し、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。

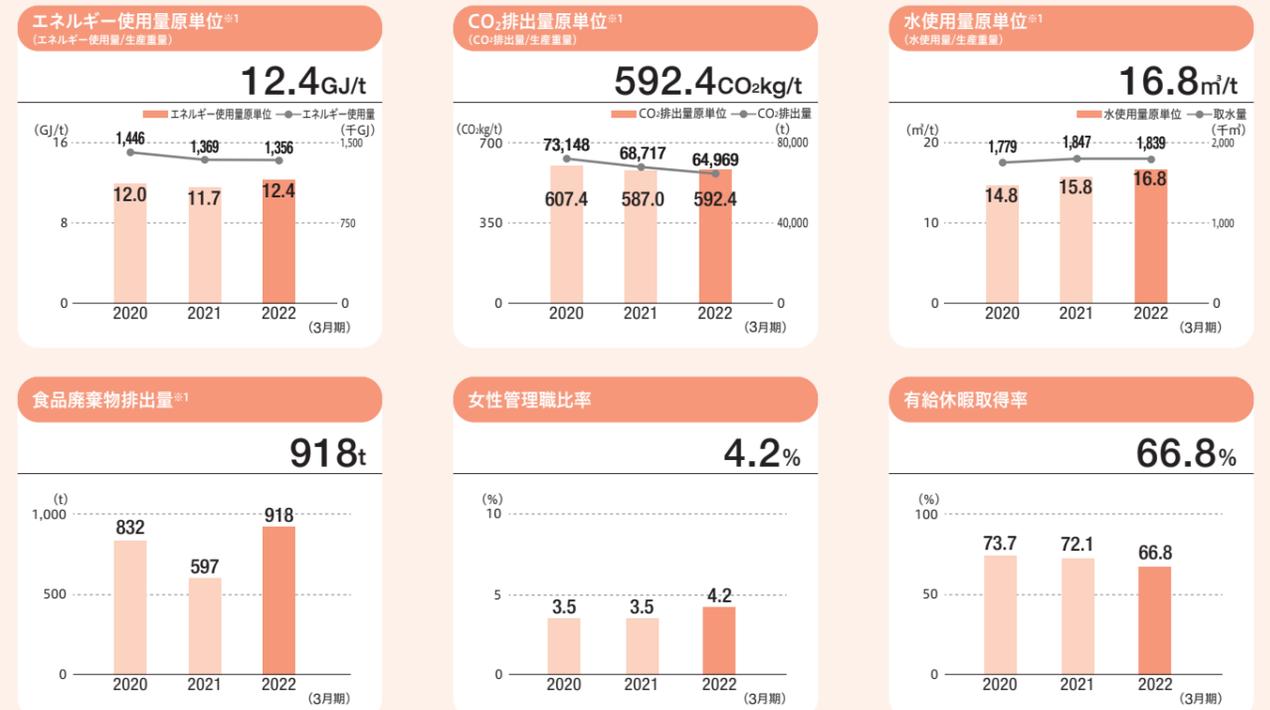


● 財務ハイライト



※2022年3月期の期首より会計方針の変更をしております。本資料に記載の前期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



※1 丸大食品株式会社 生産13工場(北海道、岩手、関東、新潟、静岡、高槻、広島、唐津、茨城、湘南、横須賀、松阪、岡山)



特集

サステナブルな食品ブランドへ 「植物性素材のみで作った」新シリーズ



当社では、2017年よりプラントベースミートを使ったハンバーグやナゲットなどの様々な商品を開発し、プラントベースミート市場の開拓者としてお客様に提供してきました。そして今年度は、より細やかなニーズをくみ取り、持続可能な社会の形成に関わる食品として、当社初となる植物性素材のみで作った「PlantRECIPE(プラントレシピ)シリーズ」を発売。長年にわたり当社がこだわり続けてきた、いつもの食卓に寄り添った美味しさと手軽さを大切に、サステナブルな食品ブランドとして進化させていきます。

プラントベースとは

植物由来の原材料を使用した食品を中心とした食事法の中で、食品そのものだけでなく、それらを取り入れた食生活やライフスタイルに及ぶ概念を指します。動物性食材を排除するヴィーガンやベジタリアンとは異なります。



PlantRECIPE(プラントレシピ)シリーズ

トマト煮込み

イタリア産グリルトマトの程よい酸味と香味野菜の旨みを活かしました。



欧風カレー

あめ色玉ねぎとオリジナルブレンドのスパイス&ハーブで奥深い味わいに。



キーマカレー

完熟トマトの甘みとじっくり煮込んだあめ色玉ねぎが大豆ミートを引き立てます。



※レタス可食部430g=1個として、「日本食品標準成分表2020」より算出

丸大食品が目指すプラントベース食品

健康志向だけではない、注目すべき重要な背景

プラントベース食品に関心が集まる理由の一つは、肉などの動物性食品に偏った食事を見直したいという健康志向によるものですが、将来危惧されている地球規模での人口増加に伴うたんぱく質不足への代替品としても注目されています。さらに環境面では、畜産を通して発生するCO₂排出量や水資源の使用を抑えることができるとされています。

本格的な美味しさに加え、簡単調理で環境にも配慮

プラントベースミートへの関心の高さと社会的な問題解決を背景に開発されたのが「PlantRECIPEシリーズ」です。プラントベースミート開発の技術を活かしながら、あめ色玉ねぎやイタリア産グリルトマトなどの食材を使い、丸大食品ならではの質の高い美味しさを追求しました。さらに袋のまま電子レンジが使えるという手軽さで環境にも配慮しています。

代替肉の現状と今後

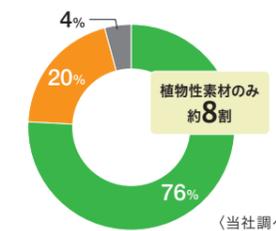
「代替肉」が広く認知されており、今後は積極的に食生活に取り入れると考えられます。

	全体 (n=2,108)	男性 10~20代 (n=527)	男性 30~50代 (n=527)	女性 10~20代 (n=527)	女性 30~50代 (n=527)
認知 (%)	83.5	75.3	83.4	78.9	87.7
現在利用 (%)	10.0	8.9	8.2	10.9	11.8
今後の利用意向 (%)	48.4	43.9	39.4	56.3	56.1

(LINE リサーチ調べ) ※2022年1月

代替肉のイメージ

動物性の原材料を使わず、全て植物性の素材で作られた「代替肉」が求められています。



(当社調べ)

開発者の声

代替肉(プラントベース)商品の開発について

当社では2017年からプラントベースミート(PBM)商品の販売を開始しましたが、その後市場には様々なPBM商品が登場し、より美味しさで差別化できる商品を作っていくことがポイントになってきています。

そこで、主原料となる植物性たんぱく質を自社で開発・製造することにしました。これまでは仕入れた素材を使用していましたが、食感や味、形状の面で制限ができてしまい、完成度を一定以上に上げるのが難しい側面がありました。

現在は新たな機械を導入し、より畜肉に近いクオリティの植物性たんぱく質を提供できるようになりました。これを使って開発された商品が、PlantRECIPEシリーズです。

今後もさらにお客様に喜ばれる美味しい商品を提供できるよう、研究開発を続けていきます。

中央研究所
中瀬 理保子



当初、大豆ライフ(PBM使用製品)ブランドとして動物性素材も使用して販売していました。その後、お客様の声を聞きブラッシュアップを図り、動物性素材を使用せず、「植物性素材のみ」を使用した商品を発売したいと思い、企画案がスタートしました。開発を進める中で、PBMが肉の食感に近づかない、植物素材限定となると味が淡泊になってしまうという課題がありました。PBMは中央研究所と協力し繰返してテストを重ね、より肉の食感に近づけることに成功しました。3品ともに、あめ色玉ねぎやトマトペーストなどの野菜素材を多く配合し、野菜の旨みとコクを感じられます。スパイスとハーブの配合比率を調整することで、風味豊かな濃厚な味に仕上げました。商品のバリエーションを増やし、より多くのお客様に食べていただくことが今後の目標です。

調理加工マーケティング部
境 健人



さまざまな課題に 真摯に向き合い、 「変革」しながら 進化し続ける企業へ。

代表取締役社長
佐藤 勇二



美味しさと高い品質を継続して お届けする決意

一昨年から続く新型コロナウイルス感染症の影響が未だ完全に払拭できていない中、不安定な世界情勢が続く、当社グループを取り巻く環境は厳しい状況にあります。特に、エネルギー、原材料など全ての価格が近年にない高騰を見せ、加えて円安の為替の混乱が大きく影響しています。長年にわたり、多くの皆さまに親しんでいた食品メーカーであるとの思いから、美味しさと健康を追求し、安全・安心な食品の提供に努め、工場において生産性向上や合理化を図り、今後より一層のコスト削減を進めていかなければなりません。

このような状況においてもこれまでどおりの美味しさと品質はもちろんのこと、丸大食品らしいオリジナリティを発揮し、商品価値を高め、当社商品を支持いただけるようにチャレンジしていく決意

を新たにしています。同時にそれらを実行するマネジメントを強化し、新たな顧客価値の創造、収益構造の改革、事業領域の拡大など、直面する課題解決に向けて強力に推し進めています。

成功体験に固執せず、 変化しながら前に進む

代表取締役に就任してからのこの1年を振り返ってみると、私がこれまでに経験したことがない速さで「事業環境の時計の針が進んだ」ということに尽きます。新型コロナウイルス感染症拡大をきっかけに、働き方だけでなく、日々の行動やライフスタイルにも変化がみられるようになりました。図らずもコロナ禍が時代の変化を一気に進めたのです。そして、「アフターコロナ」という言葉が示すように、それらが完全に元に戻ることはないと思われます。私たち丸大食品もスピード感を持って変化して

いかなければなりません。「以前はこうだったから」といった成功体験に固執せず、勇気を持ってチャレンジしていきたいと思います。例えば、お客様に商品の良さを伝える情報発信のあり方です。訪問して直接お話することが大事であることは言うまでもありませんが、コロナ禍においてデジタル化が進み、コロナ感染拡大防止のためにリモートでの面談やSNSでの情報発信の重要度が増しました。さまざまな方法を使い分け、効率良く、高い訴求効果が得られるように、常にブラッシュアップしながら取り入れていきたいと考えています。

しかしながら、今成果が得られていないこと全てが間違いや失敗というわけではないと考えます。特に新商品の研究・開発などは、長い年月と膨大な労力を要することが多く、やがてイノベーションを創出しヒット商品に繋がる可能性もあります。次の事業領域拡大に繋がる基礎研究は非常に重要であり、次世代に向けた事業の核となるチャンスと捉え、取り組んでいきたいと思っています。

2021年度を振り返り、 新たな中期経営計画を策定

2021年度は、先の世界情勢を起因とした諸経費のコストアップや他社との競争激化により、主力商品であるハム・ソーセージを中心に苦戦を強いられました。そこで、まずは内部要因を検証し、さまざまな観点から改革を行うべく、中期経営計画(2022年4月~2025年3月)を策定しました。

当社は、これまで中期経営計画を3年ごとに策定・実行してきましたが、2022年度よりローリングプラン方式を採用し、急激な事業環境の変化にも柔軟に対応すべく、中期経営計画を毎年分析・検証を行い、適宜必要に応じてスピード感を持って対応していく必要があるとの判断からです。加えて、刻々と変化する状況に立ち止まることなく対峙していける企業体質を養っていくことも重要と考えます。

新たな中期経営計画では、成長戦略として、特にマーケティングの変革と事業領域の拡大に注力して

いきます。マーケティングについては、デジタルツールの活用など新たな手法を取り入れ、お客様が求めているものをこれまで以上に踏み込んで収集し、精度の高い分析を行い、その結果を柔軟な発想をもって商品開発や販売促進に活かしていきます。また情報発信においても、媒体や内容を検討し、効果の高いPR活動を実現し、さらに社内での情報共有についても同様の課題を掲げて解決していきます。

事業領域の拡大は、グループ会社ごとに目標として掲げている「ありたい姿」を目指し、課題解決に向けた取り組みを進めていきます。領域とは、従来の枠を超えた商品カテゴリーの開拓や新たなエリア展開、チャンネル開拓などを指し、各社によりチャレンジすべき領域は異なると思われます。本体である丸大食品では、調理加工食品部門で新たなカテゴリーの商品開発にチャレンジし、部門全体の強化を図ります。主力のハム・ソーセージ部門は、商品開発は勿論のこと、収益性向上を目指し構造的な改革を行います。

たんぱく質への多彩なニーズに お応えしていくために

本誌の特集(P07-08)では、成長戦略の一つとして開発・販売を進める「プラントレシピシリーズ」を取り上げています。当社では、2017年から植物由来の原料を使用した代替肉を販売しています。プラントベースと呼ばれる植物性食品を取り入れ



たいとするライフスタイルに合わせ、すでに開発していた大豆ミートを活用した新しいカテゴリーの商品です。

代替肉については、動物性食品の見直しや畜産における環境問題などから、メディアでも取り上げられることが多くなり、各社での開発も急ピッチで進められています。さらに健康志向によるたんぱく質摂取への関心が高まる中、食品業界では世界規模で市場拡大の様相を呈しており、当社としても開発の手を緩めるわけにはいきません。ただ開発の方向性を模索する中で、味や食感を従来の肉に近づけることだけが正解ではないと思っています。植物由来の食材ならではの美味しさの追求など、他社との差別化を図るためにもオリジナリティあふれる商品開発を目指します。その第一ステップとして、従来外部より調達していた主原料となる植物性たんぱく素材を、自社で開発・製造した素材に切り替えており、先の「プラントレシピシリーズ」の誕生にも繋がっています。

また、このような独自開発の商品は、一般のお客様にも分かりやすい当社の事業を通じた環境・社会貢献であることから、今後も引き続き研究・開発に邁進していきたいと考えます。

人財育成プログラムがスタート

2022年度より新たな人財育成プログラムがスタートしました。当社におけるサステナビリティに向けた取り組みの中でも、特に重要度の高い位置づけです。このプログラムは、幅広い部署の若手・中堅社員の中から男女約40名を選抜し、30代社員には8カ月間の若手管理職候補研修を、40代社員には1年間の経営者候補研修を実施します。各自の日常業務と並行して、オンラインや対面、集合型などいろいろな方法を用いて行います。

新たな研修プログラムは、当社グループの10年先を見据え、新たな取り組みを積み重ねながら

当社にふさわしい研修プログラムへと仕上げていく予定です。単に知識を得るだけでなく、私自身が是非受けてみたかったと思えるような、さまざまな気づきを得られる内容にしたいと思っています。同時に、会社としてもより充実した研修へと進化させつつ、人事部門の新たなノウハウとして蓄積していくことができると考えます。

この選抜型の研修が行われることで、社員間で好ましい競争心が生まれ、お互いに刺激し合い、会社の将来に対する関心や意識が高まることを期待しています。今後ますます加速度を増す変化の時代において、できるだけ早い時期から経営者視点を磨いていける機会を積極的に提供していきます。

ワークライフバランスの更なる推進へ

当社は、女性活躍推進に向けた取り組みにも注力しています。小森敏之創業社長は、1960年代に工場働く主婦を対象にパートタイマー制を導入しました。勤務時間の選択制や工場の敷地内で保育・幼稚園を運営するなど女性が仕事を持つことを推奨し、労働環境を整えることに尽力しました。このような歴史を持つ当社ですが、営業や本社機能を担う部署における女性比率はまだ低いことから、2032年の女性管理職比率10%以上を目標に掲げ、現在、幅広い職種において女性社員の採用や人財育成に取り組んでいます。

一方で、産休・育休、時短などの制度を利用する女性社員は確実に増えており、管理職への昇進の意欲もみられることから、積極的にバックアップしていきたいと考えます。また、男性社員の育休取得も、取得しやすく配慮された「出生時育児休業（産後パパ育休）」制度の施行（2022年10月）以前から順調に進んでいることなどから、男女ともにワークライフバランスへの理解が進み、働きやすい職場環境が醸成されつつあると嬉しく感じています。

大切な思いを抱き、持続可能な社会に貢献

商品に不可欠な資材に対して、現在の物価高騰の状況からコスト削減に努めることは当然ですが、環境面からも更なる創意工夫が求められています。商品パッケージでは、バイオマスインキや再生PETの使用、大幅な軽量化を実現し、さらに一部のピザ商品ではトレイを使用しないなど、できることから順次対応しています。また日本ハム・ソーセージ工業組合の取り組みである「SDGs対応を目的としたソーセージ包装袋の見直し」についても、従来の巾着形態からの変更により、プラスチックの使用量を29%削減（燻製屋熟成あらびきポークウインナー巾着形態と比較した場合）でき、同時に商品体積が減少することから輸送面での負荷が10%近く削減できると期待されます。

近年、日本国内だけでなく、世界中の異常気象に関するニュースを耳にすることが多くなり、誰もが身近な問題として認識しているのではないのでしょうか。当社においては、気候変動のリスクに真摯に向き合っていく取り組みとして、2023年度にTCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）に関する具体的な情報開示に向け、リスク・機会の抽出、シナリオ分析、事業インパクトの評価ならびに対応策について議論を重ね、現在準備を進めています。

このように環境や社会に配慮した事業活動を通じて持続可能な社会に貢献すべく、2021年12月「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」を設置しました。70年余りの長い歴史の中で、当社が大切にしてきたお客様やお取引先様、従業員やその家族、地域社会に対する思いはそのままに、今後は時代に応じた取り組みとして一層の充実を図っていきたく考えます。私自身が委員長に就任し、従業員一人ひとりが自分ごととして取り組んでいけるよう尽力していきます。

ステークホルダーの皆さまへ

私たちは今、世界規模での大きな変化の時代の真っ只中にいると言わざるを得ません。当然のことながら、当社グループもその変化に応じて、または一歩先を見据えて変わっていかなければなりません。そこで、中期経営計画のスローガンに「変革」を掲げました。全社一丸となってさまざまな課題に真摯に向き合い、積極的に何をどのように変えていくべきかを考え、行動していきます。特に若手社員には、まずは自分自身のために幅広く深くさまざまなことを吸収し、確かな能力を身につけ、チャレンジする精神を発揮してほしいと考えます。ひいては、それが当社の底力となり、何事にも立ち向かっていける足腰の強い企業へと進化していきたく思います。

総合食品メーカーとして、真に社会的存在価値が認められる企業を目指し、これまで以上にお客様に支持していただける商品を生み出し続けます。柔軟な発想力をもって、自らの成長を実現しながら、次世代へと繋ぐサステナブルな社会の実現に貢献すべく、食の新しい価値創造に向けてチャレンジを続けていきます。どうぞ引き続き、変わらぬご支援を賜りますようお願い申し上げます。



蓄積された課題解決力で持続可能な成長を目指します。

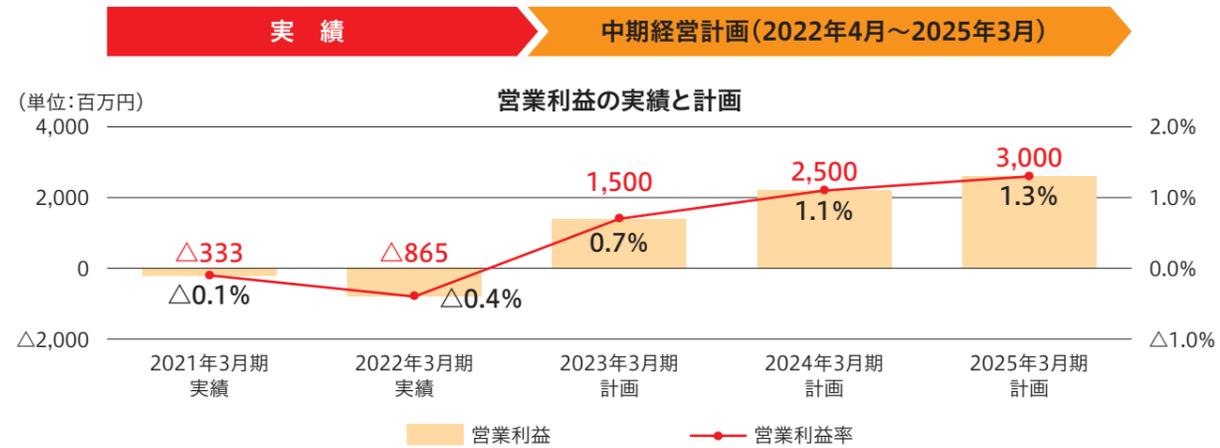
丸大食品は、社会・環境・ガバナンスに配慮し、長期的な視点を持って企業活動を行っています。全てのステークホルダーにとって関心が高く、影響を受け、また当社にとって重要な課題を特定しました。これらのリスクへの取り組みと持続可能な成長に向けて全社一丸となって取り組んでいきます。



	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	関連するSDGs
安全・安心の確保	<ul style="list-style-type: none"> ● 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 	<ul style="list-style-type: none"> ● HACCPシステムをベースとした「FSSC22000」「ISO22000」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	<ul style="list-style-type: none"> ● 法的規制が変更された場合に伴う事業活動の制限 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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。 ● 各主管部門と法務部門の連携による、関連諸法規の遵守への万全の体制構築。 	
生活者のライフスタイルの変化	<ul style="list-style-type: none"> ● 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 	<ul style="list-style-type: none"> ● 食を通じた市場ニーズへのスピードある対応強化。 ● お客様目線にたった製品・サービス・情報の適切な届け方の実践。 	
持続可能な原材料調達	<ul style="list-style-type: none"> ● 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 	<ul style="list-style-type: none"> ● サプライヤーに対する調達の取り組み強化。 ● 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	<ul style="list-style-type: none"> ● 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 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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	<ul style="list-style-type: none"> ● 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 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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	<ul style="list-style-type: none"> ● 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 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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	<ul style="list-style-type: none"> ● 渇水・洪水・水質悪化による生産停滞 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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	<ul style="list-style-type: none"> ● 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 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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。 	
ガバナンスの強化	<ul style="list-style-type: none"> ● 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 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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。 ● 見える化を図るため、新システムを導入。 ● 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	<ul style="list-style-type: none"> ● 健康管理体制の対応遅れによる社会的信頼の低下 	<ul style="list-style-type: none"> ● 健康経営に向けた取り組み強化。 ● 仕事と子育ての両立支援を進め、『次世代育成支援対策推進法』の認定取得(「くるみんマーク」)。 ● 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(「だしのちからでおいしさそのまま」)。 	

2021年4月に「中期三カ年経営計画」をスタートさせましたが、新型コロナウイルス感染症拡大の長期化、ウクライナ情勢によるエネルギーや原材料価格の高騰など、事業を取り巻く環境が急激に不確実性が増していることから、中期経営計画をあらためて検証し改定しました。新たな「中期三カ年経営計画(2022年4月1日～2025年3月31日)」では、三カ年数値計画を見直しつつ、5つの基本方針のもと成長戦略をより詳細に示しています。今後も毎年改定を行うローリング方式を取り入れ、経営環境等の変化に柔軟に対応していきます。

営業利益の実績と計画



三カ年数値計画 (※ローリングプラン)

■三カ年数値計画 (単位: 百万円)

	2022年3月期 実績	2023年3月期 計画	2024年3月期 計画	2025年3月期 計画	対2022年3月期 増減額
売上高	218,610	225,000	230,000	240,000	21,389
営業利益 (売上高比率)	△865 (△0.4%)	1,500 (0.7%)	2,500 (1.1%)	3,000 (1.3%)	3,865 (1.7%)
経常利益 (売上高比率)	△380 (△0.2%)	1,900 (0.8%)	2,800 (1.2%)	3,300 (1.4%)	3,680 (1.6%)
親会社株主に帰属する当期純利益 (売上高比率)	△376 (△0.2%)	950 (0.4%)	1,500 (0.7%)	2,100 (0.9%)	2,476 (0.1%)

■セグメント別計画 (単位: 百万円)

	2022年3月期 実績	2023年3月期 計画	2024年3月期 計画	2025年3月期 計画	対2022年3月期 増減額
加工食品事業	148,011	152,000	156,000	164,000	15,988
食肉事業	70,455	72,850	73,850	75,850	5,394
その他	143	150	150	150	6
売上高合計	218,610	225,000	230,000	240,000	21,389

※ローリングプランの採用
当社グループでは、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カ年数値計画を発表してまいります。

基本方針



成長戦略

1 新たな顧客価値の創造

- 1. マーケティングの変革
 - デジタルツール活用により、味覚分析や消費者分析の精度を向上させる。
 - 全社横断型マーケティングを推進。企業活動の発信力強化を進める。
- 2. 品質向上への取り組み強化
 - 食品安全マネジメントシステムの認証取得推進。
 - 新製法や新素材を活用して美味しさの追求を行う。

2 収益構造の改革

- 1. コスト構造の変革
 - 業務の集約とデジタル化による生産性の向上。
 - 物流費の削減。
 - 工場幹線便の積載効率の向上による配車台数の削減。
 - 仕分作業の軽減化による加工賃の低減。
 - ハム・ソーセージ適地生産による運賃削減。
 - 物流センター再配置検討。
- 2. 工場の合理化推進
 - 合理化投資による、生産性と歩留の向上。
 - ハム・ソーセージ基幹工場の合理化・再編。
 - 調理加工食品工場の合理化・再編。植物性食品の専用ライン化。
 - 廃棄物削減への取り組み強化。

3 事業領域の拡大

- 1. グループ各社の業容拡大
 - 食肉販売会社のエリア拡大。
 - 伸長事業への資源投下による拡大。
 - アフターコロナを見据えた事業展開。
 - 業務食材部門の分社化。
 - 外食、給食、スーパーマーケットデリカ部門等への業務用食品の販売強化。
- 2. 伸長市場への挑戦
 - 植物性食品の販売拡大。
 - 商品開発の強化により、販売アイテムを拡充。

4 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

ハム・ソーセージ

1. 商品政策

1 付加価値の向上

- 新しい価値の訴求。
- 品質向上への取り組み。

2 主力商品の拡販

- デジタル活用による販売促進。
- コスト競争力の強化。

3 新規取り組み商品の育成

- 海外メーカーとの提携。
- 地域限定商品の開発。

2. 具体的戦略

- 1 商品開発の強化。
- 2 収益基盤の見直しとチャネル別の利益管理。
- 3 営業力の強化と業務の効率化。
- 4 多様化したお客様のニーズに対応するためのマーケティングミックス。
- 5 美味しさや簡便性のあるレンジ対応商品の取り組み。
- 6 環境を考慮した紙トレーなどの包材資材への変換促進。
- 7 添加物見直しによる、安全安心な商品づくり。
- 8 新製法や効率化された設備導入による生産技術とコスト競争力の強化。

調理加工食品

1. 商品政策

1 伸長市場へ集中販売

- レトルト食品の拡販。
- トッピングラインの活用。

2 環境負荷低減

- プラスチック包材削減。
- フードロス対策。

3 新規領域の開拓

- 植物性食品の拡販。
- 冷凍食品市場への参入。

2. 具体的戦略

- 1 生産ラインを増設したレトルトカレー、スンドゥブなどのスープ品目拡大。
- 2 調理加工食品の開発による新しいメニュー提案。
- 3 植物性食品の加工技術向上。生産能力拡大。CVS、外食関係の販路拡大。
- 4 保存性と利便性の高い冷凍流通商品の拡充。
- 5 ホイップ済みクリームラインの設備増強。
- 6 健康を意識した次世代植物性代替肉商品の拡販。
- 7 ハム・ソーセージを具材に「焼き」「フライ」等の調理を加えた付加価値商品の拡販。
- 8 新規事業やM&Aによるグループ会社の規模拡大・増強。
- 9 マーケティング活動の活性化。
- 10 フードロス、環境負荷に対応した積極的取り組み。

食肉事業

1. 原料調達力の強化

1 差別化原料の調達

- サプライヤーとの関係強化。

2 海外加工品の輸入

- 関税引下げ、撤廃への対応。

3 外部環境変化対応

- 健康志向への対応。
- 環境負荷の低い原料の調達。

2. 具体的戦略

- 1 バリューチェーンの構築によるオリジナルブランド商品の取り扱い強化やコスト削減。
- 2 アウトパック、スライス品の食肉加工事業強化。
- 3 加工品の輸出入事業拡充。
- 4 グループ会社の強化。
- 5 外食産業向け販売の強化。

サステナビリティを巡る取り組み

1 人財の育成

1

競争優位性のある組織能力の実現

- 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。
- 次世代幹部候補人財の育成(管理職、経営者候補選抜型研修)。

2

採用活動の多様化、競争激化による人財不足への対応

- 働き方改革の推進。
- 多様な働き方の選択肢提供。勤務地限定社員制度拡充、テレワーク、フレックスタイムの拡充。
- 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

- 仕事と子育ての両立支援を進め、『次世代育成支援対策推進法』の認定取得(「くるみんマーク」)。
- 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。

2 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

- 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

- 子ども食堂の支援(商品提供)。
- 代替肉商品の開発(プラントベースミート商品「PlantRECIPEシリーズ」)。



商品企画・開発

概要

- 商品の企画開発
- 商品価値、市場性の確認
- コストバランス
- 環境配慮が可能な検討
- 知的財産権の調査
- 安全品質に関する検証を実施

丸大食品のつよみ

- グループ会社を含めての幅広い事業内容
- 安全への取り組み(FSSC22000)
- 過去からの蓄積の丸大食品のブランド力



当社では、お客様に喜ばれる美味しさづくりのため、生産・販売一体となった商品開発に取り組んでいます。商品企画課では、多様化する食シーンに対応するため、関連部署と連携しながら、新素材や新製法を日々検討し、お客様視点に応じた「安全・安心・おいしさ」を追求しています。また、包装資材の削減やバイオマスインキの使用等、環境に配慮した商品開発を通じて持続可能な社会の実現に取り組んでいます。



ハムソーマーケティング部
石本 真弓

調達

概要

- 原材料調達先の選定
- 調達条件の確認と交渉
- 原材料調達
- 原材料、資材のサプライヤー拠点からの輸送

丸大食品のつよみ

- 情報収集力、調達力、交渉力
- 企業の繋がり、人との繋がり



原材料の調達業務を行ううえで、サプライヤーとコミュニケーションを密に取ることを日々心掛けています。定期的にサプライヤーを訪問し、製造工程の確認や、生産状況の聞き取りを行うなかで、異物混入リスクや製造コスト削減に繋がるような提案をすることはもちろんのこと、より良い人間関係を築くことを意識しています。今後もサプライヤーとのコミュニケーションを大切に、安全・安心な原材料の調達に努めていきます。



原料部
吉川 哲平

生産・物流

概要

- 生産計画の立案
- サンプルから製造ラインへの落とし込み
- 製品製造、製品安全管理
- 生産工場・物流センター・お客様への物流
- 各工場への商品発注
- 入庫及び在庫管理

丸大食品のつよみ

- 全国の製造拠点
- 大口での対応が可能
- 製品に合わせて、様々な製造設備を保有
- 全国の物流拠点(13カ所)への配送対応が可能
- 受注システムを使い全セールスからの注文を集計



生産部では安全かつ効率的に商品が生産できるよう、数字と現場を見比べながら最適な商品づくりができる体制を整えています。また、新商品の開発に伴う新規工程や新規機械を工場に導入することで、時代のニーズに合わせて工場も進化するよう取り組んでいます。安定した商品供給はもちろんのこと、時代の変化に対応した挑戦もできよう、常に心がけています。



調理加工生産部
小倉 寛敬

営業

概要

- 営業戦略立案、流通戦略、販売促進活動
- 広告宣伝活動

丸大食品のつよみ

- 全国営業所(23カ所)のお客様と直接取引で対応



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います。デジタルプロモーションの一例としては、料理レシピ動画配信サービスを活用し、燻製屋熟成あらびきポークウインナーのアレンジレシピを配信する等、料理に関心の高い女性をターゲットとした販売促進を行っています。また、当社商品をお客様に選んでいただけるよう、様々なキャンペーン企画に取り組んでいます。今後もお客様に当社商品の魅力をお伝えします。



ハムソー営業部
岩崎 ころこ

丸大食品のサステナビリティ



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。」の想いを子供たちの未来に願い、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、すべ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・販売などのすべ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、すべ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、すべ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、「人育成」に取り組み、すべ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。

TOPICS

持続可能な社会実現のためサステナビリティ委員会設置

当社は、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に、2021年12月20日に「サステナビリティ基本方針及び行動指針」を策定ならびに、「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に向けた取り組みを推進しています。

SDGsの精神でもある「誰ひとりとして取り残さない」の実現を目指し、当社では動き始めました。

私ひとりだけの力は小さいですが、すべての従業員が取り組んでいけるように仕掛けていきたいと考えています。

今年2022年をサステナブル元年として育んでまいります。

経営戦略室
水門 千佳子



環境 Environmental

●省エネの取り組み

工場での生産活動においては、工場内の照明機器をLED照明に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。

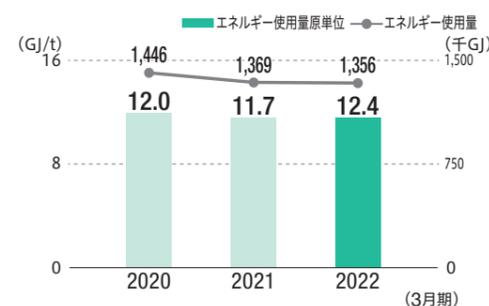
営業においては、使用する営業車の削減やハイブリッド車の導入推進などCO₂削減に取り組んでいます。

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。

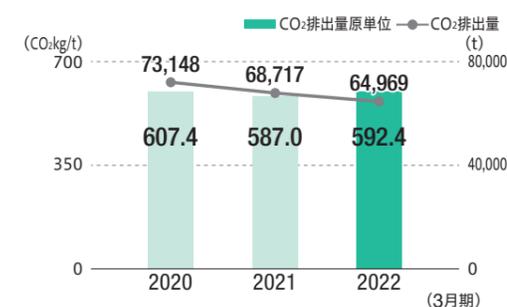


モーダルシフト

エネルギー使用量原単位※1(エネルギー使用量/生産重量)



CO₂排出量原単位※1(CO₂排出量/生産重量)



CO₂排出量目標

2030年:2013年度比**46%削減**

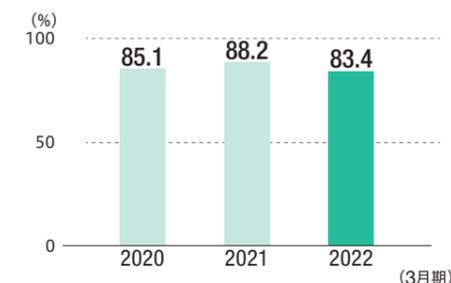
※1 丸大食品株式会社 生産13工場(北海道、岩手、関東、新潟、静岡、高槻、広島、唐津、茨城、湘南、横須賀、松阪、岡山)

●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を削減しました。

食品廃棄物再生利用実施率※1



食品廃棄物再生利用実施率目標

2030年:再生利用実施率**95%**

※1 丸大食品株式会社 生産13工場(北海道、岩手、関東、新潟、静岡、高槻、広島、唐津、茨城、湘南、横須賀、松阪、岡山)

●環境に配慮した製品

当社では環境負荷低減のため「燻製屋熟成あらびきポークウインナー」などの巾着形態商品を、新しい包装形態に切り替えました。内容量はそのまま、パッケージの上部を短くすることで、プラスチックの使用量を29%削減します。(燻製屋熟成あらびきポークウインナー巾着形態と比較した計算値)

その他の製品においても、一部の商品にバイオマスインキを使用した商品や、再生PETを使用した商品など環境に配慮した商品開発を行っています。



巾着形態

新包装形態

●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進してまいります。

当社グループは、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

●環境コミュニケーションマーク「エコですこやか食生活」

当社では、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。

パッケージの一部に再生PETを使用しています

パッケージにバイオマスインキを使用しています

TOPICS 生産体制におけるエネルギー効率と生産性の向上

当社では、新ラインの計画時や機器の更新時に、新製法の導入や、高効率・高速の機器を選定することで、エネルギー効率の向上と生産性の向上を図っています。

また、生産重量に対するエネルギーの使用量を管理し、生産性の悪化要因やエネルギーロスの要因を分析し、迅速に対応することで、環境にやさしい生産に取り組んでいます。



資材部
藤井 悠介

TCFDの枠組みに沿った開示

●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、2022年4月より、経営戦略室にサステナビリティ推進チームを設置しています。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

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。	当社グループの重要なサステナビリティに関する事案は、サステナビリティ委員会で審議し、取締役会が監督しています。
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。	サステナビリティ委員会が主導のもと、TCFDに対応すべく、リスク・機会を洗い出し、シナリオ分析を行い、財務影響の評価・試算の結果を受けて、中期経営計画に反映させていきます。
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。	企業経営に重大な影響を及ぼす気候関連リスクに対処するため、リスク管理体制を整備しており、サステナビリティ委員会にて進捗状況の確認を行い、取締役会にて監督しています。
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。	当社グループの事業活動に影響を及ぼすマテリアリティについて、中期経営計画の重要な課題として認識し、今後具体的な指標・目標の設定を進めていきます。

TCFD対応スケジュール



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。

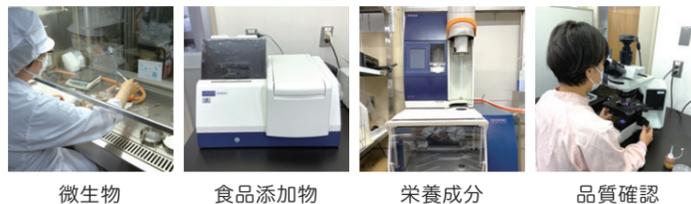
定められたルールに従うことはもちろん、社内ルールの見直しや改善を絶えず行っています。従業員一人ひとりが「これくらいなら大丈夫」という妥協を一切許さず、強い責任感と使命感を持ち、食の安全と高い品質を目指しています。

生産活動

品質の高い商品をお届けするために万全な管理体制を整備

お客様に安全で安心な商品をお届けするために、衛生・温度管理の手順や方法などを厳格に定めるとともに、食品安全に関する国際マネジメント規格の認証取得を推進。またトレーサビリティ体制(生産履歴の追跡システム)も整え、商品の安全性を追求しています。

安全性を検証するため各種検査を実施



微生物

食品添加物

栄養成分

品質確認

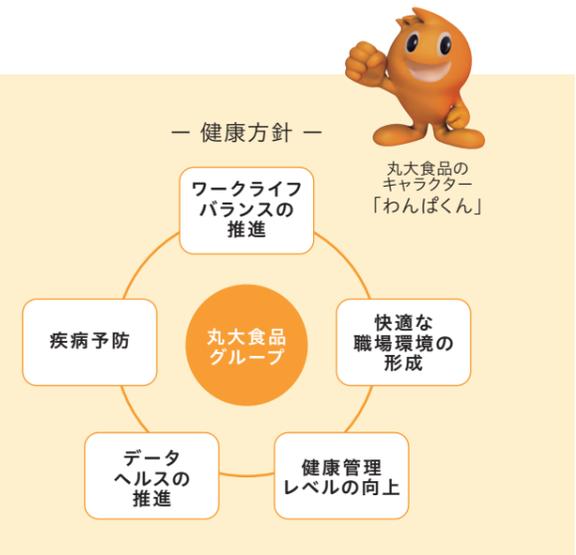
人財

●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 (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・増進に繋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
- ・健康診断、ストレスチェックの実施及び事後フォロー
- ・治療と仕事の両立支援
- ・事業所における受動喫煙防止対策
- ・保健指導の実施徹底 等

●くるみん

次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、次世代育成支援の啓蒙に努めています。

TOPICS 多様な働き方の実現を支える制度設計と社内風土

私が子ども5人の出産を経てもお勤続できているのは、制度の充実はもちろんですが上司や職場の方々の理解とサポートがあったからだと感じています。短時間勤務制度は法定を大幅に上回る小学校6年生まで利用可能で、仕事と育児の両立の助けになりました。夫婦共働き家庭が増える中、男性の育児協力が不可欠になりますので、さらに男性も育児休業等を取ってほしいです。



総務人事部
龍田 友紀



ガバナンス Governance

● 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る。お客様の「食の安全・安心」への関心が高まる中、より安全でより安心な食品をお客様に提供させていただくため、HACCP管理システムなどの総合衛生管理体制の確立及び商品の安全性と法令に合致した表示の適正化の確保など、品質保証体制の更なる

強化に努めてまいります。

また、当社では、2004年1月に「丸大食品グループ行動基準」を制定し、企業活動全般にわたる法令遵守はもとより、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。

代表取締役社長 佐藤 勇二 取締役会長 百済 徳男

取締役 加藤 伸佳 取締役 田中 利雄 取締役 淵崎 正弘 取締役 金子 啓子

常勤監査役 宮地 亨 常勤監査役 松澤 貴 監査役 西村 元昭

● スキル・マトリックス

名前	役職	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	●	●	●		●	
加藤 伸佳	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)				●		●

● 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。

< 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)と監査役3名(内社外監査役2名)で構成され、経営に関する重要事項の決定、取締役の職務執行を監督します。

< 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、定期的に取り締役に報告し、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、取締役候補者及び監査役候補者の選任に関する事項等を取締役に答申します。

< 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、監査役、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・検討します。

< グループ会議 >

取締役、監査役、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 >

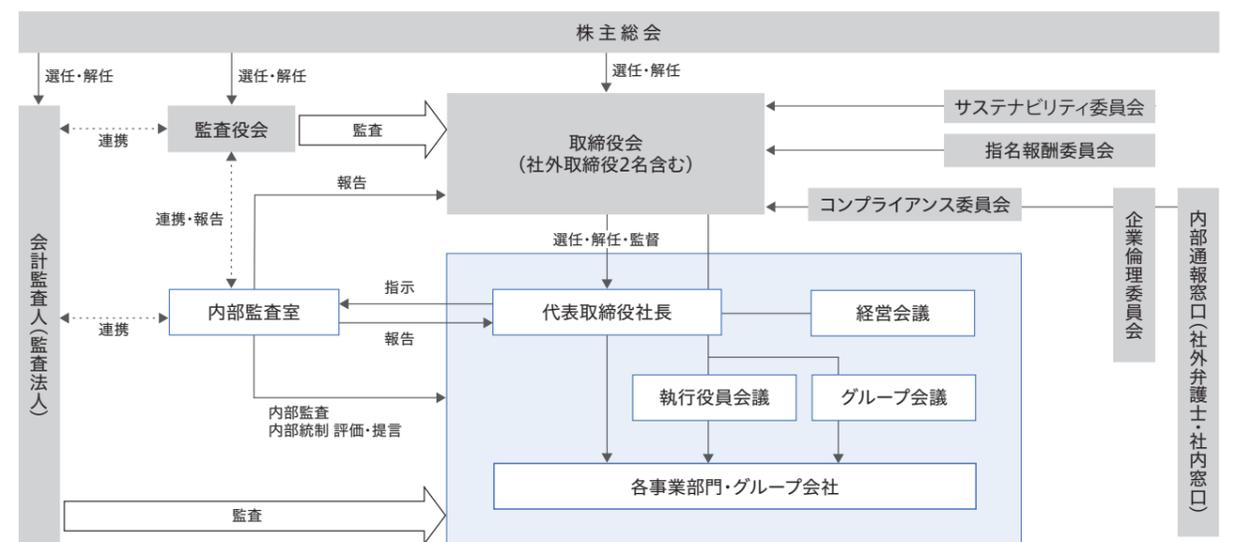
監査役は3名(社外監査役2名、社内監査役1名)で構成され、取締役の業務執行状況を監査するほか、監査方針、監査計画、監査に関する重要事項の決議及び協議・審議を行います。

< 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



● 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	松澤 貴	金融機関における長年の経験と財務及び会計に関する相当程度の知見を有しており、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。
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。業績連動報酬と業績連動報酬以外の報酬等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)	130 (12)	130 (12)	— (—)	12 (3)
監査役 (うち社外監査役)	25 (16)	25 (16)	— (—)	4 (2)

(2022年3月期)

● コンプライアンス体制

当社は、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、当社グループのコンプライアンスリーダー・担当者に対して、eラーニングによる研修を実施し、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へ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。



コンプライアンス教育

● 取締役会の実効性評価

当社は、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形式のアンケートを実施しております。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おり、それらに迅速に対応しながら取締役会の機能を高めていきます。

● 株主との対話

持続的な成長と中長期的な企業価値の向上に資するよう、信頼される情報開示のために社内各部門と情報共有を適切に行い、対話内容は取締役会にフィードバックしています。また、建設的な対話を目的とする株主からの対話(面談)の申し込みについては、合理的な範囲及び方法にて、取締役が臨むことを基本としています。

● リスク管理体制

当社は、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

当社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	<ul style="list-style-type: none"> 単体の固定資産の減損リスク 5期連続の営業赤字で減損兆候あり 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 予期せぬ得意先の経営破綻 	<ul style="list-style-type: none"> 情報収集、与信管理、債権保全等。
市況変動のリスク	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 諸外国の現地通貨に対する為替相場の変動 	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 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。

TOPICS

コンプライアンス教育の実践

コンプライアンス担当者は毎月eラーニングでの研修が行われています。

研修後に、所属員へ理解していただくために、勉強会を実施して、コンプライアンスの知識を深めています。また、監査往査でのコンプライアンス教育を確認しているなかで、会社全体としても意識の向上を感じることがあります。

今では、会話や生活をするにあたって、コンプライアンスが自然に意識できるようになったと感じています。



内部監査室
茶園 恵理子

森林保全活動

人と自然が共生し、何十年何百年の間受け継がれていく里山を目指し、木や笹などを伐採して植林を行い、景観を整え、育てていく活動を各地で実施しています。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が進められています。

また、本社所在地である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人となる「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。

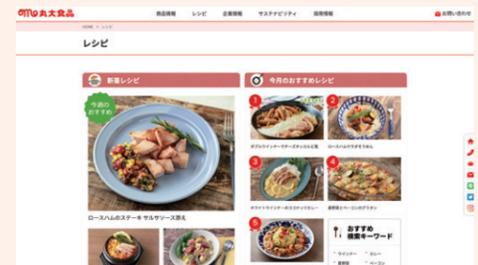


丸大里山の森づくり

食育活動

「健全な心とからだは正しい食生活から」をテーマに、様々な機会を通じて食育活動を行っています。当社ホームページの「おすすめレシピ」サイトでは、今が旬のお料理レシピを掲載し、毎日の食卓の楽しさを発信。また、食育イベントや料理教室などを実施し、食を通じた人と人との交流の場をこれからも大切にしていきたいです。

また「次世代育成支援認定事業主」として、子育て中のお客様に喜ばれる製品を中心に「くるみんマーク」を添付し、子育て支援の啓蒙に努めています。



レシピ

社内や事業所周辺などでの環境保全活動

芝生を植えたり花を育てたりと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。



環境保全活動

子ども食堂への支援

高槻市で活動している「ひなたぼっこ子ども食堂」へ食材支援を開始。ひなたぼっこ子ども食堂が販売する手作りのお弁当に、燻製屋ウインナーといつも新鮮ロースハムを提供しました。今後も子どもたちに食べる喜びを提供するとともに、地域貢献活動に取り組んでいきます。



燻製屋ウインナーを使ったピビンパ

地域の学校で出前授業

中学生へ出前授業を行いました。当社が企業活動を行ううえで大切にしていることや、商品ができるまでにどんな仕事があるか、清掃活動やお料理教室といった地域貢献活動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。



出前授業

会社概要

2022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	1,562名(グループ合計5,204名)
事業所	全国営業所 23カ所 工場 13カ所 物流センター 10カ所

営業品目

2022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、ピザ、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



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。



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



株式の状況

2022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1,308,897株を含む)
単元株式数	100株
株主数	26,038名

大株主(上位10名)

2022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)	2,537	10.06
丸大共栄会	2,017	8.00
兼松株式会社	1,192	4.73
公益財団法人小森記念財団	1,050	4.16
株式会社三井住友銀行	887	3.52
三井住友信託銀行株式会社	864	3.43
住友生命保険相互会社	860	3.41
農林中央金庫	642	2.55
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	583	2.31
DFA INTL SMALL CAP VALUE PORTFOLIO	511	2.03

(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1,308,897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。

所有者別株式分布状況

2022年3月31日現在

