

統合報告書 2026

わんぱくでもいい。
たくましく育てほしい。



丸大食品グループ統合報告書2026の見どころ

① 丸大食品グループの理念体系の図式化と創業社長の志を受け継いだ歩みを明確に

理念体系を図式化することで、目指す姿・価値観・行動指針のつながりを一目で理解できるよう整理しました。あわせて「あゆみ」も創業社長の志から現在の価値創造に至る歩みとして整理しました。

丸大食品グループの理念体系 P.2

丸大食品のあゆみ P.3

② カテゴリー別戦略の各事業部長メッセージ掲載と人的資本・環境・ガバナンス開示の拡充

「カテゴリー別戦略」に各事業部長メッセージを新たに掲載し、戦略の狙いと実行の責任を明確化しました。あわせて「人的資本の強化」「環境」「ガバナンス」などの情報開示を充実させ、取り組み内容をより具体的にお伝えします。

カテゴリー別戦略 P.24

環境 P.30

人的資本の強化 P.43

ガバナンス P.57

丸大食品の主な情報開示媒体

		財務	非財務
報告書	有価証券報告書	●	●
	統合報告書	●	●
	決算説明会資料	●	●
	株主通信	●	●
	コーポレート・ガバナンス報告書		●
WEB	IR情報	●	
	サステナビリティ		●

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2026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は、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〉2026年3月期(2025年4月1日～2026年3月31日) 一部対象期間外の報告も含みます。

〈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みます。

目次

カバーストーリー

- 1 見どころ、編集方針
- 2 丸大食品グループの理念体系
- 3 丸大食品のあゆみ
- 5 数字で見る丸大食品グループ
- 6 丸大食品グループの競争優位の源泉
- 7 丸大食品グループの事業

丸大食品の価値創造

- 8 トップメッセージ
- 14 価値創造プロセス
- 15 マテリアリティ
- 17 サプライチェーン

丸大食品の成長戦略

- 19 中期経営計画
- 21 財務担当役員メッセージ
- 24 カテゴリー別戦略
- 28 グループ会社紹介

丸大食品の成長基盤

- 29 ステークホルダーエンゲージメント
- 30 サステナビリティ/ 環境
- 32 TCFD
- 35 TNFD
- 43 人的資本の強化
- 46 知的資本の強化
- 48 DX戦略
- 49 社会
- 52 スポーツ振興支援
- 54 社会貢献活動
- 55 社外取締役メッセージ
- 57 ガバナンス
- 63 リスクマネジメント

財務・企業データ

- 65 財務ハイライト
- 66 非財務ハイライト
- 67 10年間の財務サマリー
- 68 経営計画・財務状況の分析(MD&A)
- 70 ネットワーク
- 71 会社概要

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およ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。

丸大食品グループの理念体系

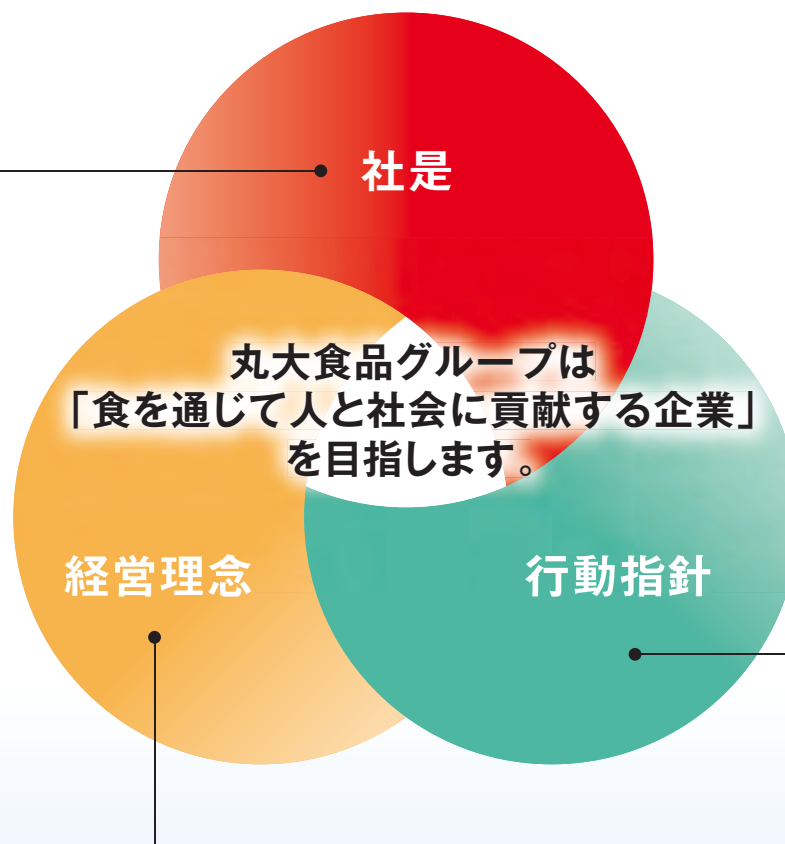
丸大食品グループは、「食を通じて人と社会に貢献する企業」を目指し、環境に配慮した企業活動をはじめ、食育活動、スポーツ支援活動などの社会貢献活動に取り組み、次世代へとつなぐ持続可能な社会の実現に貢献すべく、『食』の新しい価値創造に向けてチャレンジを続けてまいります。



至誠通天

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はじまり。「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。



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。

お客様

安全・安心でよりよい商品づくりを追求します
お客様の健康で幸せな食生活に貢献します

株主様

企業価値の向上を目指し、経営基盤の強化と事業拡大を図ります

従業員

日々の活動を通して自己成長のできる職場をつくります
従業員とその家族の幸福を目指します

社会

地域社会への貢献と環境保護を通じ、社会的責任を果たします

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。

創業社長の志を原点に、食の変化をとらえ価値を創造

創業社長の小森敏之は、戦後の混乱期を生き抜く中で、現在の丸大食品グループの礎となる商売の道を切り拓いた。1954年、魚肉ハム・ソーセージの製造販売をはじめた丸大食品は、既存の常識にとらわれず、将来の食生活の変化を見据えて事業を発展させていった。1960年の欧米視察を機に、日本の食生活が洋風化することを予見し、畜肉ハム・ソーセージへの進出を決断。また、主婦のパートタイマー制や工場のパートタイマーの子どもを預かる保育・幼稚園を導入し、働く人の生活に寄り添う職場づくりを進めた。更に、小売店への直販方式と地方分散型の生産体制を確立。「新鮮な商品を、地域のニーズに合わせて届ける」という考えのもと、全国のご家庭に商品を提供する基盤を築いた。テレビCMなど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。」のキャッチコピーが誕生。家族の健やかな成長を願う企業イメージを広く発信した。

- 1954年** 大阪市福島区で「丸大食品工場」として創業
- 1958年** 大阪市大淀区に本社を移転し、「丸大食品株式会社」を設立
- 1960年代** 小売店への持回り販売(直販)を開始・全国へ拡大
主婦のパートタイマー制を導入
- 1965年** 本社を大阪府高槻市に移転
- 1970年代** 全国各地に工場・営業所を開設
- 1970年** テレビCMスタート
- 1971年** 「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年** 大阪・東京証券取引所市場第一部
銘柄に
売上高1,000億円を突破



大淀本社移転時の外観



強みとして蓄積されたもの

- 食生活の変化をとらえ、新たな需要に応える商品開発力
- 地域の嗜好やニーズに応える生産対応力
- 消費者・お得意先様との接点を広げる営業・販売力
- 技術・設備への継続的な投資力
- 鮮度と品質を支える生産・物流ネットワーク

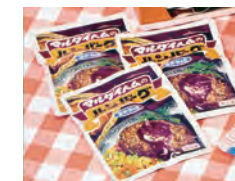
商品のあゆみ

1954年 魚肉ハム・ソーセージの製造販売を開始

1961年 食肉製品、畜肉ハム・ソーセージの製造販売を開始



1973年 カレー、ハンバーグ
などのレトルト食品
の製造販売を開始



1978年
「チキンハンバーグ」誕生



1979年
「ゴールデンウインナー」誕生



1982年
「いつも新鮮シリーズ」誕生



ソフト食感のハンバーグを、野菜の
旨みを活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。

創業社長の志を受け継ぎ、総合食品メーカーへ進化

ハム・ソーセージを中心とする事業から、惣菜、調理加工食品、食肉、デザート、外食などへ事業領域を広げる一方、市場や販売チャネルの変化に応じて、営業・生産体制を柔軟に見直してきた。また、創業社長の思いのもと、食の安全・安心、子育て支援、環境保全など、事業を通じた社会への貢献にも取り組んでいる。

これまで培ってきた商品開発力、生産・販売基盤、グループ各社との連携を活かし、社会課題や生活者ニーズの変化をとらえながら、創業社長の思いである「至誠通天」を受け継ぎ、「食を通じて人と社会に貢献する企業」を目指す。

- 1984年** 食品産業優良企業として農林水産大臣賞受賞
- 1986年** 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
- 1998年** 主要生産工場でHACCPを取得
- 2002年** 惣菜・デザートなどの事業を強化
- 2004年** 東京支店を東京都中央区築地に移転
- 2007年** 「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
- 2017年** 主要生産工場でFSSC22000を取得
- 2018年** 大阪府・高槻市などと「アドプトフォレスト制度」締結(森づくり活動参画)
- 2020年** 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年** 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年** サステナビリティ推進室を設置



北海道工場(2021年FSSC22000認証取得)



わんぱくくん

強みとして蓄積されたもの

- 多様な食品カテゴリーへ展開する商品・事業基盤
- 安全・安心を支える品質保証・衛生管理体制
- 市場や販売チャネルの変化に対応する営業・販売力
- グループ各社の専門性を活かす連携力
- 健康・環境・地域社会への貢献を事業活動につなげる実践力

商品のあゆみ

1995年
「燻製屋シリーズ」誕生

1996年
ギフト「王覇シリーズ」誕生

2007年
「スンドゥブシリーズ」誕生

1996年
「燻製屋シリーズ」業界初の「特定JAS規格」に認定



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



日本国内加工食品
カテゴリー別売上No.1商品。(2025年 KSP-POSデータより当社調べ)

2021年
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年
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

2024年
「わたしにたんぱく」ラインナップ展開

わたしにたんぱく

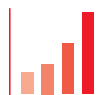
数字で見る丸大食品グループ

2026年3月31日時点、()内は前年比



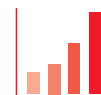
創立

1958年6月10日



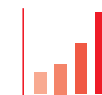
連結売上高

2,383億円
(+34億円)



連結営業利益

75億円
(+20億円)



ROE

13.8%
(+5.2%)



グループ従業員数

4,714名
(-105名)



連結子会社数

22社
(-1社)



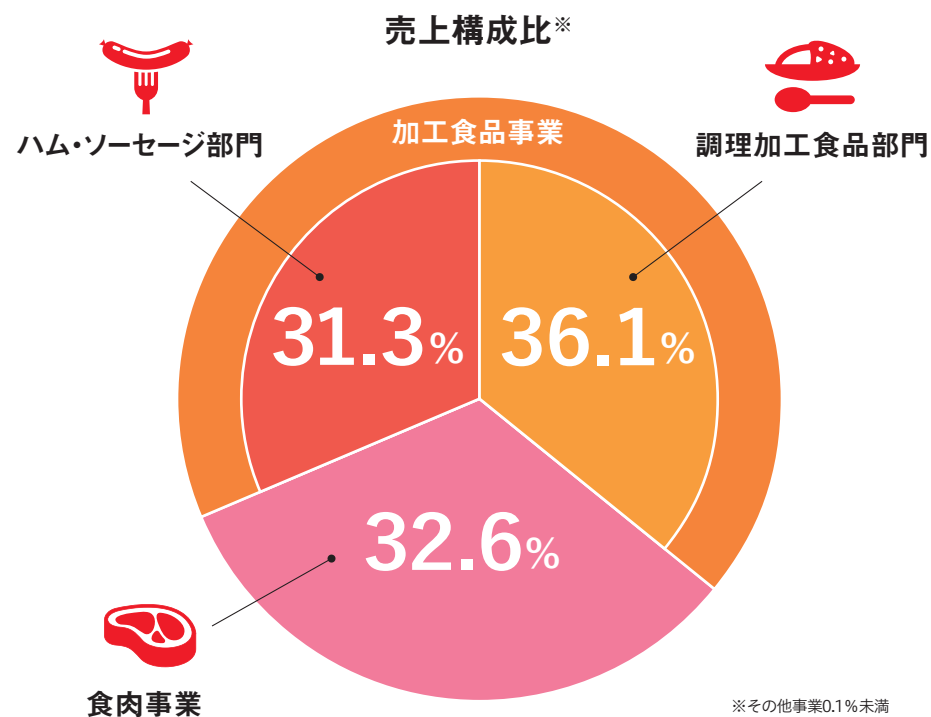
グループ生産拠点数

33工場



グループ営業拠点数

71拠点



丸大食品グループの競争優位の源泉

商品 開発力



社会情勢や生活者価値の 変化を先取りする商品開発力

簡便・時短、健康志向、環境配慮など、変化する生活者ニーズを的確にとらえ、営業・生産・マーケティング・研究開発が連携して商品化を推進します。市場分析や消費者調査に基づき、ロングセラー商品の価値向上に加え、家庭用から業務用まで食シーンを拡大。「次世代たんぱく質」の実用化に向けた研究・開発にも取り組み、「食」の新たな価値創造を継続します。

調達



変動下でも安定供給を支える 調達力

相場や為替、疾病、地政学リスクなどにより調達環境が大きく変動する中、製品仕様への適合性と持続可能性の両面を重視し、国内外の複数産地からの調達によるリスク分散を進めています。供給予測や相場動向を踏まえて最適なサプライヤーを選定するとともに、最適な原料規格への移行により調達の選択肢を拡大し、安定供給を実現します。

品質



信頼を支える 品質マネジメント

HACCPに沿った衛生管理と厳格な管理基準のもと、全ての製造工程で危害分析を行い、厳重な品質検査を実施しています。工程管理記録の保管によるトレーサビリティの確保や、食品安全マネジメントシステムの外部認証取得の拡大、品質保証部門による管理体制の強化を通じて、問題の未然防止と高い信頼性・安全性の確保に取り組んでいます。

提案力



売場と食シーンを動かす 提案力

販売データや店頭状況の分析に基づき、魅力的で効率的な売場づくりや販売施策を提案します。プロモーションやキャンペーン、メニュー提案を通じて需要を創出するとともに、得意先の課題解決や消費者ニーズに向けた商品を展開することで、シェア拡大を狙います。また、供給最適化とコスト競争力の強化を図り、強固な利益構造への変革を推進します。

丸大食品グループの事業

食を通じて人と社会へ貢献する企業を目指して

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、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。

ハム・ソーセージ商品



魚肉ハム・ソーセージの製造・販売を原点に、丸大食品の伝統と技術を受け継いできたハム・ソーセージ部門。ロングセラー商品「燻製屋熟成あらびきポークウインナー」、23年連続売上No.1の「串つきフランク」をはじめ、環境に配慮したパッケージと使いやすさを両立した「たっぷり使えるシリーズ」など、時代とともに変化するお客様のニーズに応える商品を数多く生み出しています。近年では、「燻製屋シリーズ」において、お客様の多様な嗜好や食シーンに寄り添うべく、フレーバー商品を開発し、選ぶ楽しさとおいしさの広がりを提案しています。素材や製造工程では安全性を追求し、確かな品質と常識にとらわれない自由な発想を融合。ただ「おいしい」だけではなく、お客様の暮らしに新たな価値をお届けいたします。

調理加工商品



50年にわたる実績と開発力、技術力を活かしたレトルト惣菜をはじめ、スナック、デザート、乳製品、チルド飲料のほか、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、幅広い商品を生み出す調理加工食品部門。当社では、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るとともに、多くのお客様に食べる楽しさを感じていただける、多彩な惣菜を提供しています。韓国家庭料理の素「スンドゥブシリーズ」や手軽に作れる「ドリリアソースシリーズ」、日本で初めてチルドカップ容器にて製造販売した安曇野食品工務(株)の「タピオカミルクティー」、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いるトーラク(株)の「神戸プリン」など、新たな発想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食肉事業部門。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)」「大地の絆(米国産豚)」「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安全で安心な食肉をお客様にお届けしています。



トップメッセージ

丸大食品グループの シナジーが生み出す 新たな食の価値創造で、 お客様を笑顔に

代表取締役社長

佐藤 勇二

2025年度を振り返って

事業環境の変化をチャンスととらえ動く

世界情勢がますます混沌とする中で、エネルギーコストをはじめとした様々な価格高騰を受け、厳しい環境が続いています。

当社では、原材料、資材価格の高騰ならびに物流費の増加などのコスト上昇が継続しており、企業努力によるコスト上昇分の吸収が極めて困難な状況に至ったことから、2025年4月にハム・ソーセージ品、調理加工品の価格改定を実施させていただきました。ところが、その食肉の価格が少し落ち着きを見せはじめた2025年11月、スペインでアフリカ豚熱が発生し、同国からの輸入が停止されました。当社の加工用食肉原料であ



トップメッセージ

る冷凍肉において、スペイン産のバラ肉を使用しており、今後も原料コストの高騰が懸念されます。

また国内においては、人件費の上昇に加えて、“物流問題”も依然継続しており、強い危機感を抱いています。お客様に安定して商品をお届けするために、コスト面だけでなく、このような構造的な問題にも的確に対応していかなければなりません。

次々と対応を迫られる課題が生じる今こそ、変化を前向きにとらえることが重要です。厳しい事業環境を時代の大きな転換期ととらえ、変化を成長の機会へと変えていく。そして、時代の変化に即した事業活動を着実に実行し、更なる発展を実現していきます。

“改善途上”と認識し、高い収益力を持つ強靱な企業へ

2025年度の実績においては、営業利益は中期経営計画の目標値を大幅に上回り、前年比20億円増となる想定以上の結果となりましたが、売上高は若干目標に届かなかったことから、成長という側面では課題が残ったと言えます。

原材料やエネルギーなどのコストアップに対し、商品価格への転嫁を実施するとともに、事業

全体の効率化に向けた継続的な努力を重ねてまいりました。その結果、下期のコスト上昇を効果的に抑制し、これが利益増加の一因となりました。中でも、商品構成の見直しや生産・販売拠点の統廃合といった構造改革が奏功したことが、収益向上に大きく貢献したと確信しております。

特に私たちが思いを込めて尽力した商品群で結果を残せたことを非常にうれしく思います。「燻製屋ウインナー」では、発売30周年を記念したキャンペーン展開やシリーズに新フレーバーを加えた結果、売上が7%伸長しました。2020年に当社グループに加わったトーラク(株)などが展開するデザート部門も好調に推移しています。食肉事業でも当社が強みとするアメリカ産ビーフにおいてオリジナルブランド「SPENCER(スペンサー)」を開発し、高品質の豪州ブランドビーフとともに販売を強化した結果、増収増益を実現するなど、一つひとつのセグメントの健闘により全体を押し上げることができました。

かつて収益面で厳しい状況にあったことから、稼ぐ力を高めていくことを重要なテーマとして事業活動を行っています。収益面で改善が見られたことは大いに喜ぶべきことですが、先にお話したようにマイナス要素となりうる事業環境の変化から、目指すべき山の頂は更に高くなっています。

私は、現在の状態をあくまでも“改善途上”と認識し、気持ちを緩めることなく前進していかなければならないと考えています。2022年度に表明した「5つの基本方針」の冒頭で「新たな顧客価値の創造」と掲げたように、数々の課題に真摯に向き合い、お客様に価値を感じていただける商品を提供し続けることでこそ、高い収益力を持つ強靱な企業へと成長していけると確信しています。

社会構造の変化にレトルト商品の可能性を見い出す

調理加工食品部門では、デザート類が好調に推移し、業績にも大きく貢献いたしました。一方で、更なる成長が期待できる重要な商品として、レトルト食品を位置づけております。当社においては、「燻製屋ウインナー」よりも長い、発売開始から50年の歴史を持つロングセラー商品カテゴリーであり、長年にわたり多くのお客様に支えられてきました。

50年にわたる実績と開発力、技術力を活かし、レトルト食品がより多くのお客様に選ばれる商品となるよう、創意工夫を重ね、商品価値と提案力を一層高めることで、今後の更なる成長につなげていきます。

その中でも、国内では、社会全体の人口構造が

トップメッセージ

変化し、二世帯や単身世帯が増加傾向の中で、個食や時短に対するニーズが年々高まっている時流をとらえ、レトルト食品を更に販売拡大していきたいと思います。

当社商品においても、ご好評をいただいている韓国料理のスンドゥブやカレーのように、食材を買い揃えて調理するよりも、短時間で本格的な味わいを楽しめるレトルト食品へのニーズは、今後ますます高まると予想されます。こうしたニーズに応えるものとして、一から作ると時間がかかる料理やこだわりのあるメニューを自宅で手軽に楽しめる商品、外食の味を再現できる商品などをこれまでに展開してまいりました。これらは高く評価いただいております、当社の強みであると考えております。

だからこそ、これまで培ってきた食品加工技術を最大限に活かしていくことが重要です。2023年に着手した工場再編により、松阪工場ではレトルト食品の生産ラインを増設し、2025年10月から稼働しています。岩手工場・広島工場がこれまで担ってきたレトルト商品の製造ラインとは異なる商品にも対応できる体制を整備し、新たな商品開発や市場ニーズにも柔軟に応えられる生産基盤を構築しました。

レトルト食品の更なる可能性を見据え、当社の

技術力と生産体制を活かしながら、お客様に選ばれる商品作りと事業の成長に取り組んでまいります。

2030年度目標に向けて、新中期経営計画がスタート

株主様の応援を受けて、新中期経営計画の更にその先へ

新たな中期経営計画/三カ年数値計画では、2026年度目標を売上高2,450億円、営業利益80億円、最終の2028年度には売上高2,550億円と営業利益90億円としています。前中計の3年目の利益目標を初年度で達成したことから、その勢いを維持したまま進んでいきたいと考えます。加えて、2030年度の当社の目指す姿として掲げる売上高3,000億円、営業利益100億円の目標値を見据えれば、更に高い成長性を求めてアクセルを踏み込まなければなりません。

本中計のキャッシュアロケーションで表明しているとおり、品質保全に向けた設備投資などの基盤整備はもちろんのこと、加工食品事業の規模拡大、M&A、研究開発などを主な成長投資として270億円を計上する予定です。収益力の向上にとどまらず、特に長期的な視点で高い成長をもたらす新たなプロジェクトや有望なM&Aなどの好機



を逃さず、常にチャレンジし続けることを決意しています。

厳しい時期に稼げる体制に変革していくことに全力を注ぎつつ、その実現をもってして、ステークホルダーの皆さまのご期待に早くお応えできるようという思いを抱いていました。2025年度の結果を得て、今求められている企業価値を更に高めていきたいと考えます。

数値的な改善が見られたとはいえ、PBRはま

トップメッセージ

だ1.0倍に達していないことを踏まえ、企業価値の向上が喫緊の課題であることも認識しつつ、利益還元の機会の充実を図ります。配当方針については、1株当たり30円の下限は維持するものの、本中計では2026年度に1株当たり80円とし、中間配当も導入することとしています。また、株主の皆さまの日頃からのご支援に感謝するとともに、当社株式への投資の魅力を高めることで、より多くの株主の皆さまに当社株式を中長期的に継続して保有していただくことを目的として、2026年より一段と充実した株主優待を実施いたします。

グループの強みを活かす 「シナジーを競争力に」

韓国料理やカレーをはじめとした多彩なレトルト商品を開発していく中で、味を探索するノウハウや様々な生産技術を培ってきました。それらを次は外食業界へ、つまり業務用としてパッケージすることで、フードサービス業界のお役に立てるのではないかと考えます。

フードサービス業界の慢性的な人手不足は、今後より深刻になると予測されます。そこで、これまで手間と時間をかけてきた料理の下ごしらえやベースとなるスープ作りなどを私たちにお任せ

いただければ、調理工程での省力化が実現できます。後工程の仕上げはそれぞれのお店で行うことで、これまでとおりの個性を活かした料理をご提供できます。

また当社グループには、外食向け食肉の販売を手掛ける丸大フード(株)や(株)丸大フードサプライがあることから、対象となる多くのお得意先様との長年にわたるお取引があります。こうした営業基盤を活かすことで、ルート開拓や定期配送などもスムーズに対応できます。もちろん個々のご要望を取り入れた商品開発や当社グループ内の各工場で生産される商品からも幅広いご提案が可能だと考えます。

このようにグループ内でこれまでとは異なるベストマッチングを見出し、私たちの強みを活かす取り組みは、すでに一部のお得意先様との間でスタートしています。新たな成長機会を得て収益向上を目指し着実に動き出しています。「シナジーを競争力に」。2026年度の当社グループの経営幹部向けの経営方針発表会のメッセージを締めくくったこの言葉は、当社グループの新たな道標になると、私は確信しています。

時代に即した「変革」から新たな価値創造を

従業員の意欲に応えられる企業に

私は、人的資本を最大限に活かすために、「仕事を通じて成長が実感できる会社」であり続けたいと考えています。実現に向けては、多様な働き方を推進し、職場環境の整備を強化するとともに、若手を対象とした階層別研修や次世代幹部育成のための研修を実施しています。

自己啓発を促す目的で導入している通信教育では、従業員の関心の高さに驚いています。エクセルの操作方法から専門的な資格取得まで幅広い講座をラインアップし、現在は183講座まで増やしました。そのうち85講座について受講内容を修了した際には、会社が全額費用を負担し、そのほかにも一部補助を行っています。受講者数は年々増加しており、スキルアップや知識取得を目指して受講している一番多い年代は20代です。また、50、60代のベテラン勢も高い向上心を持って受講していると聞き、とてもうれしく思います。これからも充実した自己研鑽の場を提供することに努め、一人ひとりの意欲と期待に応え、従業員エンゲージメントの更なる向上を図ります。

トップメッセージ

丸大食品流“デジタル化”の浸透による効果に期待

個人によるAI活用はもちろん、企業においてもその活用は加速度を増すばかりです。当社でもAI活用による業務の効率化や生産性向上、迅速な意思決定の実現を目指しています。生成AIの業務活用にあたっては、まず2024年から約1年をかけて、活用におけるリテラシーの教育や情報漏洩などのリスク回避を含むセキュリティ対策を行い、2025年度から各部署で導入して活用しています。

社内ではこれらのDX化の動きを誰でも理解しやすいようにあえて“デジタル化”と呼び、浸透を図っています。例えば、多国籍の従業員が働く工場では、手洗い場に設置したモニターに流れる動画で手の洗い方を学んでおり、業務マニュアルも紙から動画に順次置き換えています。また、定型的な事務作業を行うRPAツールを導入し、生産性の向上を実現しています。今後、様々な現場でデジタル化を進めていきます。

デジタル化によって生まれた時間は、コミュニケーションの活性化や思考する時間に使うことができるようになります。新たな発想を生み出す機会となるだけでなく、仕事のモチベーションアップにもつながると期待しています。

TCFDに続き、TNFD提言にも対応

国内のみならず、世界各地で気候変動の影響と思われる自然災害のニュースに触れる機会が多くなっています。私たちにできることは何か。事業活動を広く展開するにあたり、持続可能な社会への貢献を常に意識しています。

当社グループでは、2023年4月にサステナビリティ推進室を設置し、環境問題や職場環境の整備、地域貢献などの社会課題に対して、重要課題や関連目標の設定を行い、中計などの中長期的な経営計画において方向性を決定しています。

気候変動への対応も重要な経営課題として認識しており、2025年10月から、TCFD（気候変動関連財務情報開示タスクフォース）が求めるガバナンス、戦略、リスク管理、指標と目標に対応した情報を開示しています。温室効果ガス削減に向けた具体的な取り組みとしては、各工場での太陽光発電設備の導入と、熱再利用設備の設置、エネルギー源を重油からCO₂排出量の少ない液体ガスに切り替えるなどの省エネ対策を更に拡充していく予定です。

また、国内外の食肉を原材料として扱う企業の責務として、生物多様性への影響、サプライチェーンの管理などに関して透明性向上に取り組んで

います。TNFD（自然関連財務情報開示タスクフォース）のフレームワークに基づき、LEAPアプローチを活用して、当社グループの事業における自然への依存、影響、リスク、機会の評価を実施しました。情報開示に向けた準備を行っています。

スローガン「変革」に込めた思い

私たちは、次なる成長に向けた取り組みとして、持続可能な社会の実現に貢献するため、長年培ってきた研究開発の成果を活かした取り組みを推進しています。既存事業の枠を越えて新たな価値を創造し、社会や生活者の様々な課題の解決につなげることを目指しています。

その取り組みの一つが、当社が長年にわたり研究を重ねてきた、認知機能の維持・向上にかかわる素材「鶏ムネ肉由来プラズマローゲン」です。国内外で注目を集める中、2026年度からは、ペットを家族の一員として大切に育てている方々を支えるため、犬の認知機能改善に向けた臨床試験を開始しました。まだ治験段階ですが、ペットフードの素材として利用されるようになれば、犬の健やかな生活を支えるとともに、ペットの高齢化に伴う飼い主の負担を軽減できると期待されています。

植物由来の原料を使う代替肉「プラントベースミート」についても、世界的なたんぱく質不足が

トップメッセージ

懸念されていることから、将来有望な食材として、持続可能な食の実現と新たな食の価値創造に向け、商品化に注力しています。

また、東京大学大学院農学生命科学研究科との豚肉共同研究では、食品残渣を飼料として再利用するアップサイクルに取り組んでいます。研究開発を活かし、資源の有効活用や環境負荷の低減にもつながる新たな事業価値の創出を目指しています。

最後に、国立研究開発法人宇宙航空研究開発機構(JAXA)と、生体の重力応答計測に関する共

同研究を開始いたしました。JAXAが取り組む多様な現象解明技術である多波長計測技術を確認させるために、高重力下で飼育する鶏の重力応答について非破壊的、且つリアルタイムに生態観察・解析を行います。当社は、高重力下における飼育が生体に及ぼす影響を調査するために、プラズマローゲンをはじめとした成分の分析を担当します。そして、高重力下で飼育された鶏肉の食品科学・栄養学的価値について評価してまいります。

このように、様々な角度から取り組みを積み重ね、2030年の目指す姿として掲げる「食を通じて人と社会に貢献する企業」の実現に向けて、一歩ずつ着実に歩みを進めています。

同時に今取り組むべきこととして、2022年からスローガンに「変革」を掲げています。混沌とした世界情勢、気候変動、生成AIの進化など、事業環境は大きな変化の渦中にあります。その変化の波にもまれながら、従業員自身がどう変革していくべきかを常に問い続けるためのメッセージです。会社が変わっていくためには、一人ひとりの「変革」が不可欠です。

私は、世の中の先行き不透明感が続いていても、食に関しては安全・安心な状況が守られなければならないと考えます。社会に貢献できる、そして次の世代につなぐことができる食の新しい価値

創造を目指して、これからもチャレンジを怠ることはありません。本年度も皆さまの期待に添えるよう果敢に挑戦してまいります。変わらぬご支援を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。



価値創造プロセス

ステークホルダーとの共創

ビジネスモデル

INPUT

財務資本

- 健全な財務基盤

製造資本

- 設備投資 7,162百万円
- 製造拠点 33工場

知的資本

- 研究開発費 711百万円

人的資本

- 従業員数 4,714人
- 平均勤続年数 17.0年

社会・関係資本

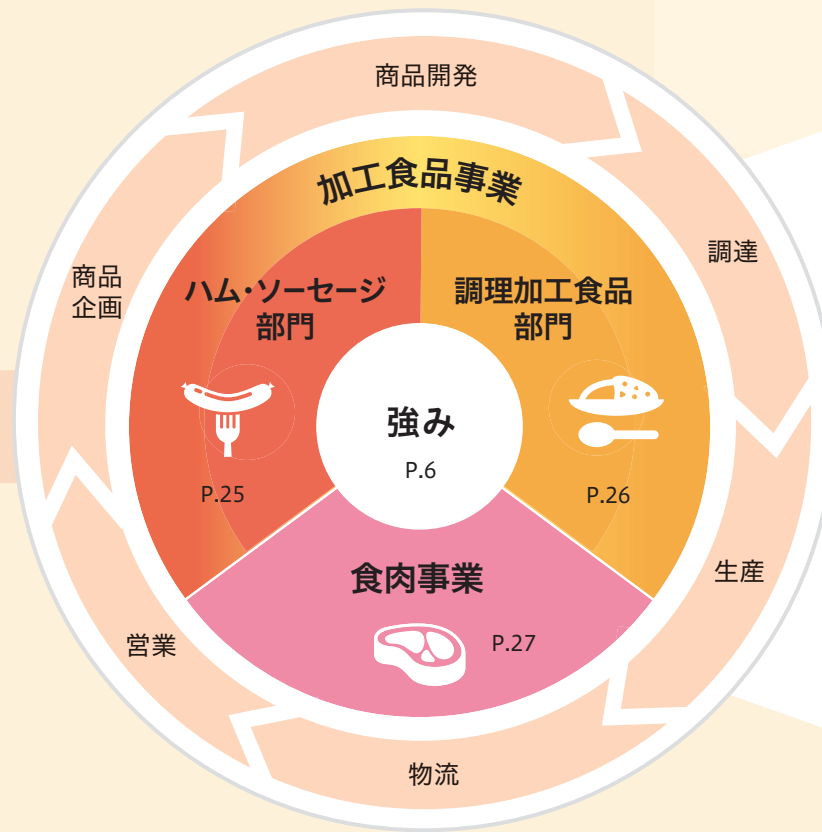
- お客様との信頼関係
- ロングセラー商品

自然資本

- 温室効果ガス排出量 (Scope3)

外部環境

- 気候変動の影響
- 原材料調達コストの増加
- 食生活やライフスタイルの変化
- 食資源・水資源の枯渇
- 人権課題
- 安全性の意識の変化



中期経営計画 P.19

マテリアリティ P.15

ガバナンス P.57

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。

OUTPUT

食の
新しい価値と
持続的な成長を図る
多彩な製品



ハム・ソーセージ



加工食品



食肉



デザート・チルド飲料

OUTCOME

目指す姿

食を通じて
人と社会へ貢献する
企業を目指します。

社会的価値

価値の創出

新たな顧客
価値の提供

安全・安心な
食の提供

環境課題への
貢献

多様な人財が
活躍できる
職場の実現

地域社会への
貢献

経済的価値

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。

2026年度から新たに用水使用量について「2030年度までに原単位3%削減（2024年度比）」の目標を設定しました。

マテリアリティ（重要課題）	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	KPI・目標・実績
安全・安心の確保		- 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	- 食品安全マネジメントシステムの外部認証取得を拡大 - 品質保証部門による徹底した品質管理体制を構築	生産工場における食品安全マネジメントシステムの導入と管理体制の維持徹底 2030年度目標：導入率100% ➡ 2025年度実績：90%
生活者のライフスタイルの変化	 	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商品戦略の対応強化 - お客様目線に立った製品・サービスの提供や適切な情報開示の実践 - 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提供、糖質ゼロ「藻塩の匠」シリーズ	加工食品セグメントの継続的な伸長 ➡ カレーなどのレトルト商品の伸長
気候変動の緩和	  	- 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 - 太陽光発電設備の導入、CO₂フリー電力への切り替え - 省エネルギー推進による環境負荷低減 - TCFDに対応した情報開示の取り組み - 物流、輸送に関わる温室効果ガス削減の取り組み強化	温室効果ガス排出量 (Scope1・2) 2030年度目標：77,760t-CO₂ (22年度比 32%削減) ➡ 2025年度実績：102,599t-CO₂ (9.8%削減) エネルギー使用量 (原単位) の削減 ➡ 2025年度実績：9.9GJ/t
持続可能な原材料調達	 	- 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 - 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 - 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 - アニマルウェルフェアへの配慮	サプライヤーとのコミュニケーション頻度増加 ➡ 主要なサプライヤーの調査を実施
水資源の保全	  	渇水・洪水・水質悪化による生産停滞	- 水資源の有効利用 - 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	用水使用量 (原単位) の削減 2030年度目標：24年度比 3%削減 ➡ 2025年度実績：16.6m³/t (1.1%削減) 主要工場における節水設備の導入
資源循環型社会実現への貢献	  	- 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	包装資材のプラスチック使用量の削減 ➡ 主要商品の包材サイズ縮小 食品廃棄物再生利用実施率 2030年度目標：95% ➡ 2025年度実績：93.8%

マテリアリティ

マテリアリティ(重要課題)	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	KPI・目標・実績
フードロスの低減	   	●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削減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	廃棄物排出量の削減 →食品廃棄物排出量 2025年実績:580t(前年61.2%)
多様な人財の活躍	  	●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」)	エンゲージメントスコア 2030年度目標:70%以上 →2025年度実績:62.5% 女性管理職比率 2032年度目標:10%以上 →2025年度実績:6.7%
健康経営の強化	  	●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	健康経営優良法人の継続認定 →2025年度認定
ガバナンスの強化	  	●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	各拠点におけるコンプライアンス教育の実施率 2030年度目標:実施率100% →毎月従業員向けコンプライアンス研修を実施
地域社会への貢献	  	●地域社会への一員としての対応の遅れによる社会的信頼の低下	●食を通じて地域社会へ貢献 ●環境保全・美化活動の推進	食育授業・子ども食堂への支援拡充 →小・中・高校で食育授業を実施、子ども食堂へ商品を提供

サプライチェーン

商品企画・開発



ハムソー生産部、ハムソーマーケティング部、調理加工生産部、調理加工マーケティング部、中央研究所の4部門1研究所が連携し、研究・開発を推進しています。社会情勢や生活者価値の変化をとらえ、市場分析や消費者調査に基づく魅力的な商品企画・開発と、販促施策による効果的なマーケティング戦略を展開。新たな価値創造を通じて、持続的な企業成長を実現します。

課題・社会からの要請

- 物価高騰と実質賃金のギャップによる節約志向の高まりへの対応
- 生成AIの普及による生活環境変化への対応
- 人口減少による食品全体の市場規模の縮小への対策
- 温室効果ガス排出量削減への対応
- 気候変動に伴う異常気象による酷暑への対策として簡便調理・即食可能商品の拡充

当社の強み・特長

- 総合食品メーカーとして多岐にわたる食品製造・販売の知識と経験
- 社会情勢や生活者価値の変化に即した商品の開発
- スポーツ大会やキャラクターとのタイアップ企画など、販売促進と商品を組み合わせる展開力
- 家庭用に加え業務用など、複数チャネルに対応できる商品企画力・開発力
- 包材にバイオマス素材などを使用した環境配慮型商品の提案

ハムソーマーケティング部は、食の魅力を引き出し、お客様へ届ける企画・プロモーションを担っています。市場ニーズの分析や商品アイデアの具現化、効果的な情報発信を通じ、当社や当社ブランドのファンを増やしていきます。安全で美味しい食の提供はもちろん、食卓の笑顔や健康的で心豊かな暮らしを支えることが私たちの使命です。お客様やお取引先様とともに、持続可能な食文化の未来を創造し、社会に新しい感動と価値をお届けします。

ハムソー事業部
ハムソーマーケティング部
富田 真紀子



調達



様々な要因によって変動を続ける相場環境に柔軟に対応しつつ、製品仕様への適合性と持続可能な取り組みという両方の観点を大切にしながら、国内外のサプライヤーの中から最適な調達先を選定し、調達活動に取り組んでいます。

課題・社会からの要請

- 世界的なたんぱく質の獲得競争激化
- 疾病発生に伴う淘汰や、輸入規制強化による供給への影響
- 飼料、エネルギー等のコスト上昇
- 為替変動による仕入れ価格への影響
- 気候変動・地政学リスクによる供給の不安定化

当社の強み・特長

- 国内外の複数産地からの調達によるリスク分散
- サプライヤーと連携した現地工場の課題改善への取り組み
- 新規原料規格の開発
- 供給予測・相場動向を踏まえた安定供給の実現
- SDGsの観点を踏まえた原料の選定・購買の推進

原材料調達にあたり、サプライヤーおよび社内工場との緊密な連携を常に意識して業務に臨んでいます。急変する市場情勢へ柔軟に対応するため、従来の枠組みを超えた積極的な原材料提案を推進しています。運用上の課題が生じた際も、他部門と迅速に協議を行い、最適な解決を目指しています。

今後ともお客様に心からご満足いただける商品をお届けできるよう、高品質かつ安定的な原材料調達に全力を尽くしてまいります。

食肉事業部 原料部
益田 裕太



生産・物流



新商品および既存品の円滑な量産体制の構築による商品の安定供給を通じて、売上拡大と収益性の両立を支える役割を担っています。商品の導入前から導入後まで、原価・生産体制・設備投資・予算を一体で管理し、事業計画の実現性を高めています。

課題・社会からの要請

- 原材料費高騰によるコストアップを抑える施策の提案
- 生産現場に従事する社員の高齢化、年齢層の偏りを平均化するための人員体制の構築
- 食品廃棄ロスを削減するための工程管理の強化
- ドライバー不足、納品条件の厳格化による物流複雑化に対応するための在庫管理の強化
- 気候変動などによる環境要因リスクへの対応

当社の強み・特長

- 岩手工場でのFSSC22000による品質管理体制の導入
- レトルト製品における多品種少量生産への対応
- 生産現場作業のマニュアル化による一定の品質管理基準の維持
- 太陽光発電設備設置によるCO₂・エネルギー使用量の削減

当社グループの経営方針に基づき、生産部では安全かつ効率的な商品生産を実現するため、生産体制の管理と継続的な改善活動に取り組んでいます。また、安定した商品供給のため、調達部門と密接に連携し、資材や原料の調達調整を行うとともに、各生産工場の統括・管理を徹底しています。さらに、作業マニュアルの電子化や書類の作成に生成AIを活用するなど、業務のデジタル化を進めることで、業務改善にも力を入れています。

調理加工事業部
調理加工生産部

境 健人



営業



商品の認知拡大と販売促進を目指し、効果的なプロモーションやキャンペーンの企画・提案・発信を担っています。また、お客様様の販売データや店頭状況の分析に基づき、魅力的で効率的な売場づくりと販売施策を提案しています。さらに、需要予測の精度向上やシェア拡大を通じた生産性向上によりコスト競争力を高め、強固な利益構造への変革を推進しています。

課題・社会からの要請

- 食料品や日用品をはじめとする生活必需品の価格高騰と、それに伴う消費者の節約志向の高まり
- 消費者のライフスタイルの変化および価値観の多様化
- 食品ロス問題や環境配慮への対応遅れによる信頼の低下
- 自然災害や急激な社会環境の変化に起因する、需要の変動およびサプライチェーン供給の分断リスク
- 独占禁止法、景品表示法、個人情報保護法、生成AIに関連する著作権法などの法令違反によるコンプライアンス上のリスク

当社の強み・特長

- データの継続的な蓄積と分析による、需要予測の精度向上および供給の最適化
- 購買データや棚割データの分析に基づく、効率的かつ魅力的な売場ソリューションの提供
- SNS等のデジタルツールを駆使したメニュー提案やキャンペーンなど、効果的なプロモーション展開
- お客様との双方向コミュニケーションを通じた、的確なニーズの把握とロイヤルティの向上
- 簡便性、健康、環境配慮など、多様な社会ニーズに応える付加価値の高い商品提案力
- 法的リスクを未然に防ぐ、徹底したコンプライアンス教育の実施

当社グループの経営理念に基づき、お客様に価値ある商品・サービスを提供するため、多角的なアプローチによる営業支援を展開しています。市場動向や多様化する顧客ニーズの分析、その知見を活かした説得力のある提案活動を実践すると共に、時代の変化に先回りし、関連部署と連携した新商品の企画立案や既存商品の改良に取り組んでいます。今後も、お客様とお客様の双方に高い満足をお届けするとともに、当社の持続的な売上・利益の拡大に貢献してまいります。

ハムソー事業部
量販営業部

長野 真由子



中期経営計画

2030年目指す姿の実現へ、「変革」を掲げ更なる企業価値の向上を目指す

2025年度の連結業績は、ハム・ソーセージ部門での販促活動による販売拡大、デザート・飲料類などの加工食品における販売促進と販路拡大、そして食肉事業の堅調な推移により、売上を確保し、原材料価格の高騰などによるコスト増加要因はあったものの、各事業の増収、価格改定の実施および継続的なコスト削減の取り組みにより、増収増益となりました。

2026～2028年度の中期経営計画において、5つの基本方針のもと、持続的な成長と企業価値の一層の向上を推進してまいります。

目指す姿 「食を通じて人と社会に貢献する企業」

事業

2030年目指す姿

- ・売上高 : **3,000億円**
- ・営業利益 : **100億円**
- ・ROE : **8.0%以上**

従業員

施策・目標

- ・エンゲージメントスコア※ : **70%以上**
- ・人財の育成
- ・労働環境の向上
- ・人事制度改革

※エンゲージメントスコア:
従業員アンケートのエンゲージメント
項目におけるポジティブ回答割合

社会

施策・目標

- ・女性管理職比率: **10%以上**
(2032年度目標)
- ・障がい者雇用: **2.7%以上**
- ・男女賃金格差是正
- ・育児休業取得率向上

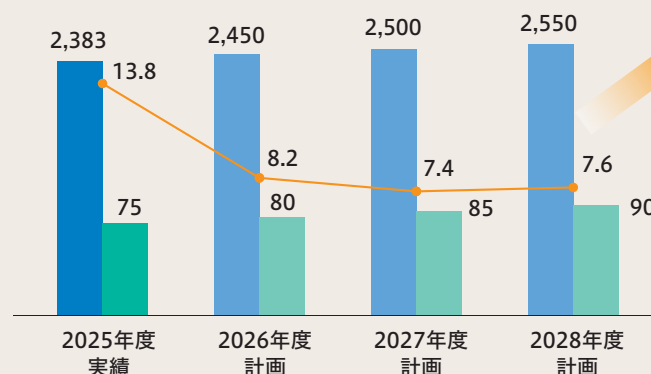
環境

施策・目標

- ・温室効果ガス排出量
削減率: **32%**
(2022年度比)
- ・食品廃棄物再生利用
実施率: **95%**
- ・廃棄削減

■ 売上高(億円) ■ 営業利益(億円) — ROE(%)

中期経営計画



2030年 目指す姿

売上高
3,000億円
営業利益
100億円
ROE
8.0%以上

中期経営計画の基本方針



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

中期経営計画の施策・実績

💡 新たな顧客価値の創造

- 顧客視点の商品開発
- 簡便、時短への貢献商品
- 社会課題に対応した商品

短時間で本格的な味わいを楽しめるレトルト食品を強化

家庭で手軽に本格的な味わいを楽しめる商品から、フードサービス業界の人手不足の課題へ応える商品まで、簡便性・時短・使いやすさを訴求した商品づくりに取り組んでまいります。

市販用



ビストロ倶楽部カレー



スンドゥップ

業務用

(画像:イメージ)



フィリングの製造



業務用カレー・スープ

🏢 収益構造の改革

- 収益性を伴う規模拡大
- DX、効率化・合理化の推進
- 資産効率の改善

成長を見据えた規模拡大

生産体制の強化と事業規模の拡大に向けて、各拠点で設備投資と再編を進めています。2025年には、松阪工場が生産ラインの再編を行い、レトルトラインを新設し稼働を開始しました。

ミートサプライ(株)では、2025年に新設された仙台工場に加え、湘南工場も2026年より本格稼働を開始しています。

これらの取り組みを通じて、注力すべき商品群の強化と事業規模の拡大をすすめてまいります。

DX推進

デジタル技術を活用した業務改善で、生産性の向上と安定かつ安全な業務基盤を構築いたします。

🌐 事業領域の拡大

- 販路の拡大
- 事業展開エリアの拡大
- 業務用商材の拡大



丸大フード(株)川崎営業所

2026年4月より、複数のグループ企業の営業機能を統合する形で営業拠点の再編を実施し、広島と川崎に新たな営業所を開設しました。

これらの拠点再編を通じ、グループ企業間での情報共有を促進し、グループシナジーを最大限に発揮することで、既存取引先の拡大、新たなニーズの掘り起こし、そして新規開拓を一層推進してまいります。

👤 人財の育成

- 人的資本の強化
- 人財スキルの向上
- 従業員エンゲージメントの向上

成長実感を核にした人財育成戦略

若手社員の育成、次世代幹部候補の育成、通信教育や自己啓発支援の充実を図り、多様な人財が活躍できる職場づくりをすすめてまいります。また、女性活躍推進、子育て支援、健康経営、福利厚生の実施などを通じて、従業員エンゲージメントの向上を目指してまいります。

🌱 持続可能な社会への貢献

- 環境課題への対応
- 社会的責任の遂行
- リスク管理とガバナンスの充実

省エネと再エネで脱炭素推進

持続可能な社会の実現に向け、非化石エネルギーへの活用と省エネルギー設備の導入による環境負荷低減を推進し、再生可能エネルギーへの転換を計画的にすすめてまいります。

製品では環境配慮型パッケージ資材の継続的な採用を継続してまいります。



取締役 経理部長
森本 芳史

厳しい事業環境にあっても、 強固な財政基盤で成長戦略を推進

2025年度の決算を終えて

構造改革がもたらした収益拡大

2025年度の決算を終え、当社の主力商品を扱う加工食品事業、量販店・外食産業向け食肉を扱う食肉事業ともに増収増益で着地でき、総合的に見て非常に順調に推移した1年であったと認識しています。

特にハム・ソーセージ部門では「燻製屋」の発売30周年キャンペーンでの各種販促活動によって売上高が拡大し、調理加工食品部門ではデザートやヨーグルト類の販売を伸ばすことができました。食肉事業においても量販店向けの牛肉の販売が堅調に推移し、売り上げは1.5%の増収となりました。

利益面については、近年原材料価格高騰をはじめとするコスト増加が継続し、厳しい事業環境が

続いておりますが、結果として増益を確保することができました。

その要因の底流には、主に2023年3月末に打ち出し、取り組んできた構造改革とその過程における地道な合理化策による生産性向上があります。生産ラインの統廃合を進める中で、丸大食品本体の工場の空いたラインに子会社の設備を導入するなど、グループ全体での改革が大きな成果をもたらしています。

加えて、当初予測していたよりも原材料などのコスト増が抑えられ、一定の余力が生じたことにもあります。その結果、2025年10月はハム・ソーセージ、調理加工食品の価格改定リリースを見送ることができました。また、比較的採算性の高いデザート類の売り上げが伸ばせたことも、収益の改善の大きな要因であると分析しています。

2026年度策定の中期経営計画/ 三カ年数値計画について

様々な状況を踏まえ、新中期経営計画を策定

2026年度の中期経営計画策定にあたり、まず前提として、2025年策定の中計の最終年度目標を初年度で達成し、実質2年前倒しとなったことから、その高い数値をどのようにとらえるかが課題でした。特に商品価格については、お客様自身も物価高に苦慮されている状況で、ご納得いただける設定でなければなりません。併せて、日々激変する世界情勢を鑑みると、この先も容易とはいえない事業環境であることは明かです。

このような検討を重ねた結果、既に中長期的な目標として掲げる2030年の目指す姿である売上高3,000億円、営業利益100億円の達成に向け、ローリングプラン方式による三カ年数値計画を策定しました。中計最終年度の2028年度の目標を売上高2,550億円、営業利益90億円としています。着実に歩みを進めてまいります。

金利動向を注視しながらROE目標値を検討

2025年度のROEについては、想定以上の利益増と政策保有株の売却益などが加わり、13.8%と

いう高い水準に、特殊要因を除いた経常ベースでも8.4%という結果になりました。

ただし、この水準は当社の実力として定着したとはいえないことから、中計最終年度である2028年度では目標値を7.6%としています。2030年の目指す姿であるROE8%以上の達成に向けた中間目標として、実力値を引上げられるよう取り組みを継続してまいります。

一方で、昨今の金利上昇に伴い、資本調達コストも上昇傾向にあり、エクイティ・スプレッド（ROE一株主資本コスト）が縮小することも見込まれます。ROEの期待値も高まることが予想されますので、このような期待に応えられるよう収益性と資本効率の向上に努めてまいります。

政策保有株の売却計画を延長

政策保有株の売却については、2026年3月末時点の連結純資産対比20%以下に縮減という目標を2024年の秋に打ち出し、その計画に基づいて、前年度は相当程度売却を進めてきました。しかしながら、著しい株価上昇の影響を受け、連結純資産対比20.4%と目標値を超えてしまい、当初の計画を完遂することができませんでした。順次、追加売却を行い、必ず目標を達成します。

ステークホルダーの皆さまへ

投資家の皆さまとの対話から、中間配当導入など決定

安定的な配当は、経営上の最重要課題の一つととらえており、配当方針については3期連続の業績改善に見合う還元をしていくという方針に変わりありません。昨今、投資家との対話が重要視される中、当社もさまざまな機会を設け、投資家の皆さまとの対話を通じて当社を評価するうえでのポイントをお聞きし、企業価値の向上や効果的な情報開示につなげています。

従来は総還元性向で30%以上維持を目指していましたが、本中計では配当水準を税引後営業利益（NOPAT）の35%に設定しました。固定資産売却や投資有価証券売却などの特殊要因に左右されない、本来の事業活動で得られる水準に対する配当ですので、より安定しており、かつ投資家の皆さまにとって予測しやすい還元となります。加えて、1株あたりの配当金予想を前年より10円増の80円に、更に中間配当制度を導入することを決定しています。

政策保有株の縮減を契機として株主層の多様化が進み、これまでにない多くの個人投資家の皆さまに株主となっていただくようになりました。こ

財務担当役員メッセージ

れを機に、株主優待制度も拡充いたしました。

また、社内においては、執行役員を対象とした株式のポイントが付与される業績連動報酬制度を導入し、ほかの従業員に向けては持株会の活性化を図っています。特に持株会については、奨励金の拡充や譲渡制限付き株式の付与など投資への関心が高まる時代に即した制度を開始しました。

自社株を保有することは、資産形成の支援となる福利厚生の側面もありますが、当社グループの従業員が会社の業績や成長に高い関心を持つことでエンゲージメントが向上し、ひいては企業価値向上への貢献意欲が高まり、会社の成長につながると考えています。

財務の健全化から、次の飛躍に向けて

食品業界は生活必需品を扱う一方で、原材料価格や為替、消費動向、競争環境など事業環境の変化の影響を受ける場面もあります。こうした変化に着実に対応しながら、収益性の改善と資本効率の向上を通じて企業価値を高め、PBR1.0倍超の実現を目指してまいります。

当社が掲げる「食を通じて人と社会に貢献する企業」を目指すべく、食に関する様々な角度からの研究や商品開発、顧客開拓などにより一歩一歩努

力を重ね、オーガニック成長を果たすと同時に、大きな飛躍の機会となり得るM&A案件についても積極的に検討してまいります。実際に、2020年に当社グループに加わったチルドデザートメーカーのトーラク(株)は、デザート類やホイップ済みクリームの拡販を通じて業績に貢献しており、今後も強みを活かした価値創出に取り組めます。

2025年度は、有利子負債の返済を進め、利益の積み上げによって自己資本を回復させ、財務の

健全性を高めることができました。中計でお示している三カ年数値計画およびキャッシュアロケーション方針に沿って、成長投資・財務の健全性・株主還元のバランスを取りながら資金を有効に活用し、安定した財務基盤のもとで持続的な成長と市場評価の向上につなげていきたいと考えています。



カテゴリー別戦略

事業別実績・計画

加工食品事業

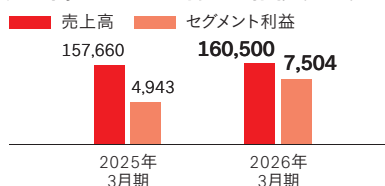
2025年度の実績

売上高 **160,500** 百万円

セグメント利益 **7,504** 百万円

2028年3月期計画
売上高 **170,000** 百万円

売上高とセグメント利益の推移 (百万円)



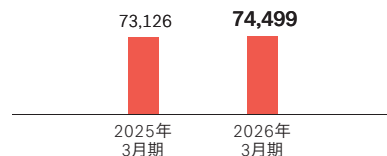
三カ年売上計画 (億円)

実績	中期三カ年計画			
2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	
1,605	1,650	1,670	1,700	

[ハム・ソーセージ部門]

2025年度の実績

売上高 **74,499** 百万円



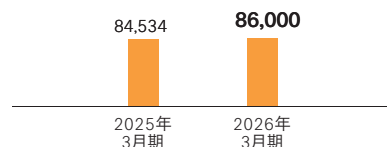
2025年度の振り返り

発売30周年を迎えた「燻製屋」シリーズにおいて、パッケージデザインの変更や通年商品化した「レモン&パセリ」の拡販に努めたほか、販促キャンペーンをはじめとするプロモーション施策により売場の活性化と販売拡大に注力しました。加えて、「旨辛チヨリソー」「ブラックベッパー」「とろける濃厚チーズ」の新フレーバー3種を投入し、消費者ニーズの多様化に対応した商品提案を強化しました。また、環境に配慮したパッケージ資材を使用したロースハム・ベーコンなどの「たっぷり使える」シリーズや徳用タイプのウインナーは引き続き好調に推移しました。「フィッシュソーセージ」は、販売促進の強化により売場拡大を図りました。外食向け業務用商品は、業態毎のニーズを捉えた商品提案などにより販路拡大に努めました。以上のことから、当部門の売上高は前年同期比1.9%の増収となりました。

[調理加工食品部門]

2025年度の実績

売上高 **86,000** 百万円



2025年度の振り返り

レトルトカレー商品において「シェフの匠」シリーズなどが低調に推移したものの、「ビストロ倶楽部濃厚カレー」や業務用カレーの拡販により、売上高は前年を確保しました。「スンドゥップ」シリーズは、新商品の「にんにくスンドゥップ」を投入するとともに、認知度拡大に向けたイベントなどの販促施策を実施しましたが、競争環境の激化等によりスープ類全体の売上高は前年を下回りました。一方、チキン惣菜は、健康志向の高まりを背景に「サラダチキン」が引き続き堅調に推移しました。デザート類は、量販店向け「SWEET CAFE」シリーズの販売促進強化や業務用ホイップ済みクリームの販売拡大に努めたほか、コンビニエンスストア向け飲料類・ヨーグルト類の新商品投入等により、売上高は伸長しました。以上のことから、当部門の売上高は前年同期比1.7%の増収となりました。

食肉事業

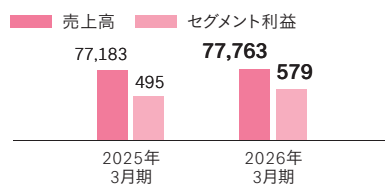
2025年度の実績

売上高 **77,763** 百万円

セグメント利益 **579** 百万円

2028年3月期計画
売上高 **84,800** 百万円

売上高とセグメント利益の推移 (百万円)



三カ年売上計画 (億円)

実績	中期三カ年計画			
2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	
777	798	828	848	

2025年度の振り返り

牛肉については、国産牛肉において外食産業向けの販売は堅調に推移したものの、量販店向けの販売数量が減少したことから、売上高は前年並みとなりました。輸入牛肉は、相場高が続くなか、米国産牛肉は前年を下回りましたが、量販店を中心に豪州産牛肉の取扱いを拡大したことにより、売上高および販売数量は前年を上回りました。これらにより、牛肉全体の売上高は前年を上回りました。豚肉については、スペイン産豚肉等のアフリカ豚熱（ASF）による輸入一時停止措置に対して代替品の確保や原料不足への対応を進めました。国産豚肉においてはブランド豚肉の販売を強化し外食産業向け販売は堅調に推移しましたが、価格競争激化の影響等により量販店向け販売の売上高は前年を下回りました。輸入豚肉においては相場上昇等から量販店向け・外食産業向け販売ともに伸び悩んだことなどから、豚肉全体の売上高は前年を下回りました。

加工食品事業 [ハム・ソーセージ部門]



丸大食品㈱
取締役
ハムソー事業部長
池田 知功

事業部長メッセージ

現状のハム・ソーセージ市場については、原材料や物流価格、人件費の上昇に対する収益面での対応と、物価高による消費者の節約志向や中元・歳暮市場の縮小に影響を受けた生産量への対応が課題と認識しています。この状況に対し、当社では多様化するニーズに合わせたエコパッケージやフレーバー商品の提案に加え、料理研究家監修の商品やキャラクター商品の投入など付加価値の訴求に精力的に取り組んでいます。

また製造面では、生産性向上による原価低減と太陽光発電導入によるCO₂削減を推進。物流面では、ハム・ソーセージ大手4社、チルド食品メーカーとの枠組みに参画し、競合の枠を超えた持続可能な物流体制の構築にも注力しています。SNSを活用した情報発信にも力を入れ、多角的なアプローチで丸大食品らしさを追求し、成長と効率化に努めています。

【加工食品事業】

リスク

- 少子高齢化による国内需要の縮小と既存チャネルへの依存の高さ
- 家畜伝染病や地域紛争による原材料・資材の供給難や調達価格の上昇
- 生産設備更新のコスト高騰による投資回収水準の上昇

機会

- 中食・外食、簡便・健康カテゴリー市場の拡大
- 社会変化に伴う産業給食などの業務用市場の拡大
- 海外への製品輸出やEC販売など新しい市場の開拓
- 新技術・新設備による更なる生産性の向上や省人化の進展

中長期経営計画の取り組み

収益の向上

外部環境の変化に左右されない強固な収益基盤の構築を目指しています。業務プロセス合理化や設備自動化による生産性改善を通じ、抜本的な原価低減を推進します。更に、適正な在庫管理と物流効率化を徹底し、サプライチェーン全体のコストを抑制します。販売面においては、単なる価格競争に陥ることなく、自社の強み・ブランドを活かした商品の販売比率を高めることで、売上成長と連動した確かな利益率の向上を実現してまいります。

価値の創出

多様化するニーズに応え、新たな価値の創造に取り組んでいます。「燻製屋」シリーズでは料理研究家リュウジさん監修商品を発売し、同時SNS連動販促を通じて美味しさの価値を訴求しました。また、昨年実施し好評いただいた「おいしい給食season4」とのタイアップを今年も実施し、ブランドの認知度アップを図りました。節約志向に対応した「いつも新鮮ももハム」や、資源意識の高まりをとらえた環境配慮型の「たっぷり使える」シリーズなど、時代の要請に応える商品を展開し支持を広げています。今後も変化に即した商品開発・価値提案と主力商品への信頼を基盤に、丸大ブランドの更なる価値向上に努めてまいります。



新しい市場への挑戦

新たな成長機会の獲得に向け、新市場の開拓に挑戦しています。海外展開では、現地企業との協業により香港への輸出を推進しており、香港最大級の展示会であるフードエキスポ2026にて燻製屋ウインナーや本焼工房豚豚、魚肉ソーセージなどを来場者に紹介しました。国内では「楽天市場」に自社ショップを開設し、EC直販体制の基盤を整えました。今後も国内外の多様な販売チャネルを積極的に開拓・拡大し、自社商品の魅力をより多くのお客さまへ届けてまいります。



加工食品事業 [調理加工食品部門]



丸大食品株
上席執行役員
調理加工事業部長

小瀬川 竜哉

事業部長メッセージ

世帯構造の変化を受け、調理加工食品の需要は緩やかな拡大基調が続いている一方で、原材料価格・人件費・光熱費の高騰が商品価格に影響を及ぼしており、日常生活における節約志向と自分自身へのご褒美消費に代表されるプチ贅沢への二極化が見られています。また、外食・中食産業においてもコスト増加や人員不足等から加工食品に対する需要が増加しており、市場全体の成長が期待されます。調理加工事業部では量販店を中心に展開してきたカレーやスープなどの調理技術を活かして、業務用商品を新たに開発し、丸大食品のグループシナジー効果による販路拡大を進めています。更には、海外商品部と連携して輸出事業への取り組みも強化するなど、既存の市場に捉われない柔軟な姿勢と顧客価値に重点を置いた開発力で、新たな挑戦の中心となって邁進してまいります。

【加工食品事業】

リスク

- 少子高齢化による国内需要の縮小と既存チャネルへの依存の高さ
- 家畜伝染病や地域紛争による原材料・資材の供給難や調達価格の上昇
- 生産設備更新のコスト高騰による投資回収水準の上昇

機会

- 中食・外食、簡便・健康カテゴリー市場の拡大
- 社会変化に伴う産業給食などの業務用市場の拡大
- 海外への製品輸出やEC販売など新しい市場の開拓
- 新技術・新設備による更なる生産性の向上や省人化の進展

中長期経営計画の取り組み

事業領域の拡大

松阪工場に新設したレトルト商品の製造ラインを2025年10月より稼働し、これまで自社では生産できなかった業務用の大容量パックの販売を開始いたしました。CVS営業部の取引先であるデリーメーカーや製パン業界はもちろん、(株)丸大フードサプライ、丸大フード(株)、丸大ミート(株)などグループ各社との連携を強め、販路の拡大を進めてまいります。また、同工場にはレトルトカレーとトレイ惣菜のラインも増設し、基盤となる量販店やCVS向けの取り組みも強化しています。

人財育成

調理加工事業部は、社員の平均年齢41歳、男女比も6:4(2026年3月末日時点)となっており、丸大食品グループの中でも若手社員が多く、女性の構成比も高い組織です。経験値は不足する側面もありますが、全社的な研修に加えて部門独自の研修や勉強会など、社員が組織とともに成長できる機会を設けています。若い組織だからこそ新しい発想と柔軟な考え方で事業領域の拡大に挑み続けてまいります。



食肉事業



丸大食品㈱
専務取締役
食肉事業部長

福島 成樹

事業部長メッセージ

世界的な気候変動や疾病リスクを背景とした食肉の供給不安に加え、物価高による牛肉から相対的に安価な豚肉・鶏肉への消費シフトは日本市場とも競合し、食肉相場の構造的な高止まりが続くと認識しています。一方、国内外で生産者の高齢化や投資余力低下に伴う頭数不足が中長期的課題となっています。この環境下、当社は頭数不足・高相場を前提に、安定供給・安定品質を重視した事業運営を推進します。預託事業拡大とブランド化により国内の調達・供給基盤を強化するとともに、海外では米国産「スペンサー86M」のITI（国際味覚審査機構）にて三ツ星受賞で得た信頼を基盤に、農家・パッカーと連携した品質向上に取り組んでいます。また、一次加工・アウトパック需要に対応し、拠点の最適配置を図ることで、流通・小売・外食業界の省人化ニーズに応える商品・供給体制を一層強化してまいります。

【食肉事業】

リスク

- 世界的な気候変動や疾病による食肉供給不安が継続
- 食肉相場の高止まり（一時的なものではない）
- 物価高による消費者の安価な食肉への需要シフト
- 国内外での生産農家の後継者不足や高齢化、設備投資資金不足による離農・閉鎖が進展

機会

- ブランド化推進と品質・供給の安定化
- 国内での預託牛事業拡大
- 米国産ビーフブランドのITI三ツ星受賞と品質向上連携
- 小売・外食での一次加工・アウトパック需要増加
- 首都圏生産キャパ増強と加工場再編による効率化

中長期経営計画の取り組み

事業領域の拡大

当社は、食肉の供給不安や相場高、人手不足を背景とした需要変化に対応し、事業領域の拡大を進めます。商品開発を強化して外食市場を開拓するとともに、業務筋や広域企業との取り組みを深め、一次加工・アウトパック需要に応える流通網を最適化します。更に、新規事業所の設立を含む拠点整備により販売エリアを拡大し、安定供給・安定品質を実現するルート網を活用した事業基盤を確立します。



グループカ・調達力の向上

グループ間の在庫・情報共有を活性化し、政策商品の浸透を図ることで、組織全体の連携を強化します。調達面では、国内において預託事業の拡大や国産牛契約農家との連携を通じて安定供給と品質向上に注力します。また、海外からはオセアニア、南米、EU産など多様な原産国からの調達・販売を強化し、市場における多様な需要シフトに対応してまいります。国内外の生産現場での品質チェックを徹底することで、安定供給と高品質を両立する強固な調達・販売体制を確立します。



ブランド化の推進

米国産ブランド牛「SPENCER」の推進に加え、国内では産地やグレードにこだわった差別化ブランド商品の調達・販売を促進し、取扱数量全体の底上げを図ります。これに加えて、新たなマーケット向けの商品開発を積極的に行い、グループ会社を横断的に活用した企画を展開することで、多様な食肉ニーズに対応した事業展開を強化。市場における競争力を一層高め、持続的な成長を目指します。



グループ会社紹介 丸大食品グループ会社のトピックス

挑戦を続け、更なる事業成長を実現する

トーラク株式会社

(兵庫県神戸市)

当社は神戸市に本社を置くスイーツメーカーです。主力商品の「神戸プリン」「らくらくホイップ」をはじめ、チルドデザート、ホイップ済みクリーム、お土産商品を展開するほか、OEM事業にも取り組んでいます。徹底した品質管理・品質保証体制を基盤として、培ってきた商品開発力によって魅力的なスイーツを生み出し、社会に提供し続けることで人々の暮らしに新たな価値と感動を届けています。

沿革・経営方針について

1960年に「株式会社カマヤ乳業商会」として設立、1967年に「東洋製酪株式会社」、1992年に現在の「トーラク株式会社」に社名変更しました。安全・安心な商品作りを事業の根幹とし、2019年よりFSSC22000の認証を取得しています。「スイーツを愛する人々の楽しく、幸せな暮らしのために新しい価値を次々と生み出す。」をブランド・ビジョンとし、これまでの常識や通念にとらわれず挑戦を続けてまいります。

事業拡大について

持続的な成長を実現するためには、多様化するお客様のニーズをとらえ、新たな価値を創出し続けることが重要です。近年では、健康志向や環境意識の高まりに対応するため、植物性素材を活用したブランド「NATUREATS(ナチュエーツ)」を展開し、「新しいスイーツのカタチ」を提案しています。今後も、新規商品の開発に積極的に取り組むとともに、グローバルな販路拡大に注力し、更なる企業価値向上と事業成長を目指してまいります。



本社外観

製造商品

- 神戸プリン
- らくらくホイップ
- らくらくホイップ
豆乳クリーム仕立て
- 神戸シェフクラブ
ロイヤルカスタードプリン
- 昔ながらのかためプリン
- カップマルシェ 丸ごと搾り
瀬戸内レモンのレアチーズ
- Brulee クレームブリュレ



代表取締役社長
毛利 功一郎



食のベストパートナーとしてお客様と寄り添う未来へ

株式会社丸大フードサプライ

(神奈川県川崎市)

当社は、丸大食品グループの一員として主に業務用食品の販売を担う会社です。給食事業、外食チェーン、スーパーマーケットの総菜部門などに対し、自社グループ工場商品に加えて、協力企業から選りすぐった商品を調達し、単なる食材の供給に留まらず、顧客の要望に合わせた食品の品揃えや、多様化するニーズに応じた新たな食の価値創造に取り組んでおり、全社一丸となって事業を推進しています。

沿革・経営方針について

外食産業・中食市場・給食需要の増加に伴い、2020年4月に業務用食品販売の更なる拡大を目指して誕生した会社です。丸大食品製造の「炙り焼豚」シリーズをはじめ、「加熱済ミート」など、お取引先様および時代のニーズに対応した商品を中心に販売しております。2026年4月からはテストキッチンを完備した神奈川県川崎市の新社屋に移転し、付加価値のある商品だけでなく、一歩先のメニュー提案も更に深化させて拡大を進めております。

事業拡大について

食を取り巻く環境やニーズが多様化する現在、当社が目指すのは単なる食材卸ではなく、お客様の課題や想いに深く寄り添う「食のベストパートナー」です。これからは当社重点戦略を通して食の可能性を切り開いていきます。①既存マーケットの深化とパートナーシップの強化。②未開拓エリア、新たな食チャネルへの挑戦。③一歩先の付加価値提案とグループシナジーの融合。これからは確かな商品力と提案力で食の発展に貢献してまいります。



本社外観

販売商品

- 炙り焼豚シリーズ
- 加熱済ミート(下ごしらえ済)シリーズ
- ハムソー商品
- 完全調理品(調理済)
- フライ惣菜
- 原料肉(カット済)



イメージ写真

代表取締役社長
谷角 慎司



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	関連する資本・マテリアリティ
お客様	消費者ニーズに適合した、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 ●消費者モニター調査 ●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	社会関係資本 ①②⑦
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。	●株主総会 ●決算説明会 ●機関投資家・アナリストへの説明会 ●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	財務資本 ④⑩
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。	●食品安全マネジメントシステムに基づいた衛生管理 ●お得意先様・お取引先様との日常の商談・情報交換 ●公平・公正な取引の徹底	●持続可能で強靱なサプライチェーンの構築	製造資本 自然資本 ①③④
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、更に向上させるよう、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。	●内部通報窓口の設置 ●ストレスチェック ●衛生委員会 ●ダイバーシティの推進 ●コンプライアンス研修・教育・アンケート調査実施 ●リスクリテラシーを促す教育プログラムの実施 ●社内報「至誠」発行	●人財の育成・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 ●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	人的資本 知的資本 ⑧⑨⑩
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) ●スポーツコミュニケーション	●環境配慮(食品廃棄物削減・再利用等)の推進 ●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 ●「食」を通じた社会貢献の継続 ●次世代を担う子どもたちの教育機会の提供	社会関係資本 自然資本 ⑤⑥⑦⑪

関連するマテリアリティ	
①	安全・安心の確保
②	生活者のライフスタイルの変化への対応
③	持続可能な原材料調達
④	気候変動への適応
⑤	水資源の保全
⑥	資源循環型社会実現への貢献
⑦	フードロスの低減
⑧	多様な人財の活躍
⑨	健康経営の強化
⑩	ガバナンスの強化
⑪	地域社会への貢献

サステナビリティ

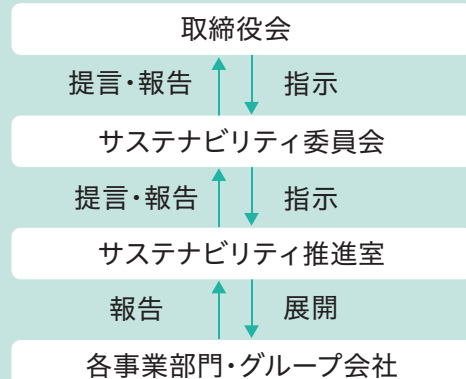
私たち丸大食品グループは、「日々の活動に精一杯の真心を込め、誠意を尽くすことにより、社会に貢献します」という経営理念のもと、社会や環境に配慮した事業活動を通じて、持続可能な社会の発展に貢献してまいります。

サステナビリティ推進体制

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



環境

温室効果ガス削減の取り組み

非化石エネルギーの活用によるCO₂排出量削減

丸大食品グループ 6製造拠点で太陽光発電設備を導入（2025年度～2026年度）



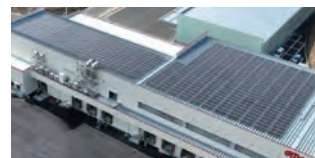
丸大食品(株) 岩手工場



丸大食品(株) 北海道工場



(株)マルシンフーズ 栃木工場



(株)ミートサプライ 仙台工場

省エネによるCO₂排出量削減

省エネルギー設備導入事例（熱再利用・重油からガスへ変更・空調機器での活用）



丸大食品(株)広島工場ではレトルト殺菌で発生する廃熱を回収しボイラーで活用することにより、これまで廃棄されていた熱を有効利用しています。



ボイラー燃料を、A重油や灯油からCO₂排出量が少ないガスへの転換を実施しています。（丸大食品(株)北海道工場）



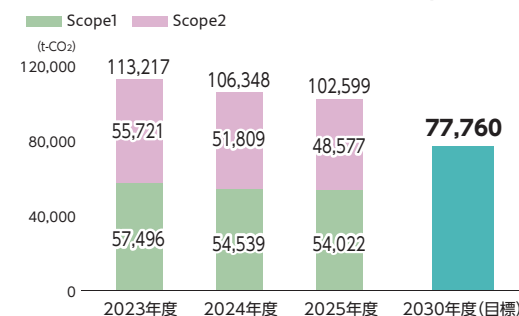
(株)パイオニアフーズ（北海道）では、外気温と比べると「冬は暖かく、夏は冷たい」という地下水の温度差エネルギーを空調機器に使用しています。

温室効果ガス排出量(Scope1・2)目標

実績
2025年度: **102,599**t-CO₂
2030年度: **77,760**t-CO₂

※各データを精査し、最新版に更新して掲載

丸大食品グループ温室効果ガス排出量(Scope1・2)



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分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



燻製屋熟成あらびきボークウインナー



いつも新鮮ロースハム4パック

- 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



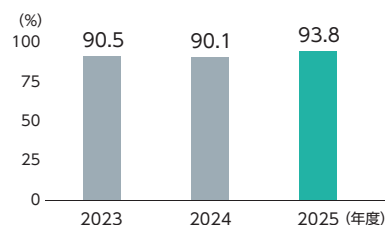
ふんわりうす切りビアソーセージ

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物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%

モーダルシフト

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

ハイブリッド車

使用する営業車の削減やハイブリッド車の導入推進

LED

事業所や工場内の照明機器をLED照明に更新

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。

食を通じての貢献

サステナブルフードの提案

- 代替ミート商品の開発 ～ プラントベース料理素材の美味しさの追求。

植物性素材を取り入れたスイーツを開発

- トーラク（株）の新しいスイーツのかたち「NATUEATS（ナチュイーツ）。」

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」～ 神奈川県主催の実証事業「睡眠分科会」に参画。

環境に配慮したパッケージ資材の商品に環境コミュニケーションマークを表示

- 包材サイズ・束テープサイズ変更によるプラスチック使用量削減。
- 包装の厚みを薄くし、プラスチック使用量削減。
- 表面に紙素材を使用した包材でプラスチック使用量削減。
- 再生PETを使用した包材。
- 環境に優しいバイオマスインキ（植物由来）を一部使用。
- ギフト用包装箱を小型化し廃棄物を削減。

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とらえて、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および行動指針」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	気候関連のリスクおよび機会に係る組織のガバナンスを開示する。	●「サステナビリティ基本方針」および「サステナビリティ行動指針」のもと活動します。 ●活動内容は代表取締役社長が委員長を務める「サステナビリティ委員会」を通じ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の実現に努めていきます。 ●「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きます。
② 戦略	気候関連のリスクおよび機会が組織のビジネス・戦略・財務計画におよぼす実際の、および潜在的な影響が重要な場合は開示する。	●自社工場での生産商品を対象に、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。 ●評価を踏まえ今後、自社および環境に影響するリスクと機会について財務影響を考慮したうえで対応策の優先順位を検討し、必要な予算措置を含めて対策を推進していきます。
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。	●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、集められた情報はサステナビリティ委員会を通じて取締役に報告し、リスクや懸念事項については対応策の強化などPDCAを確実に推進していきます。
④ 指標と目標	気候関連のリスクおよび機会を評価・管理する際に使用する指標と目標が重要な場合は開示する。	●2030年度目標(スコープ1および2) 温室効果ガス排出量 77,760t-CO₂ 2025年度実績(スコープ1および2) 温室効果ガス排出量 102,599t-CO₂ 2025年度実績(スコープ3)グループ全体を算定。 詳細については、当社HPをご参照ください。 https://www.marudai.jp/corporate/sustainability/data/esg.html ●2030年度目標 食品廃棄物再生利用実施率 95.0% 2025年度実績 食品廃棄物再生利用実施率 93.8%

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生まれる。	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 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(財務インパクト)		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	大	● 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。 ● お客様目線に立った製品・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。
	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。
機会	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 気候変動への対応

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ています。

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。

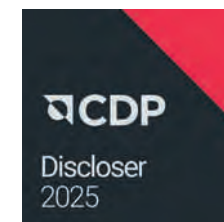
※参加部門：経営戦略、総務、人事、マーケティング、営業、生産、設備、資材、原料、ロジスティクス。2023年6月からサステナビリティ推進室を事務局として2022年度の当社グループ全体の環境データを収集して、温室効果ガス排出量の影響を評価しました。更に温室効果ガス排出量の削減を推進していくために、2030年度の目標数値を設定しました。

項目	内容
化石燃料由来のCO ₂ 排出量削減	● 太陽光発電設備の導入。再生可能エネルギー調達の検討。
	● 省エネルギー設備導入。
	● コージェネレーションシステムの導入。
環境負荷の低減	● ハイブリッド車の導入。
	● プラスチック包材削減。包装・容器の3R推進（リデュース、リユース、リサイクル）。
物流への取り組み	● 食品廃棄物再生利用の促進。
	● 配送ドライバーの負担軽減、物流の効率化、共同配送の推進。
新規機会の創出	● モーダルシフトの取り組み。
	● プラントベース食品の開発。
	● 長期保存商品の開発。
	● 認知機能サポート素材「プラズマローゲン」の活用。

CDP「気候変動レポート2025」で「B」スコア評価を獲得

当社は、国際的な環境評価機関CDP（Carbon Disclosure Project）が公表したCDP「気候変動レポート2025」において「B」スコアと評価されました。

【CDPとは】CDP（Carbon Disclosure Project）とは、企業や自治体の環境への取り組みを評価・公開する国際的な非営利組織で、企業や自治体のデータを収集しその回答を基に8段階（A、A-、B、B-、C、C-、D、D-）のスコアで評価しています。環境への貢献度や透明性が高いほど高い評価を受け、当社が認定された「B」スコアはマネジメントレベルとされ、「自社の環境リスクや影響について把握し、行動している」に該当します。



丸大食品グループの自然に対する考え方

私たち丸大食品グループは、「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」という経営理念のもと、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することを目指しています。

当グループは、地球環境の保全が全世界共通の最重要課題であることを認識し、特に自然資源を原材料とする事業活動をしていることから、自然と事業との関連性を適切に把握・理解することを、事業継続と持続的成長に不可欠な最重

要課題と位置づけています。

私たちは、バリューチェーンを通じた自然とのかかわりを把握し、関連するリスクと機会について、ステークホルダーの皆さまに対し透明性をもって開示するため、この度、「自然関連財務情報開示タスクフォース (TNFD)」提言に基づいた分析と情報開示に向けた取り組みを進めています。

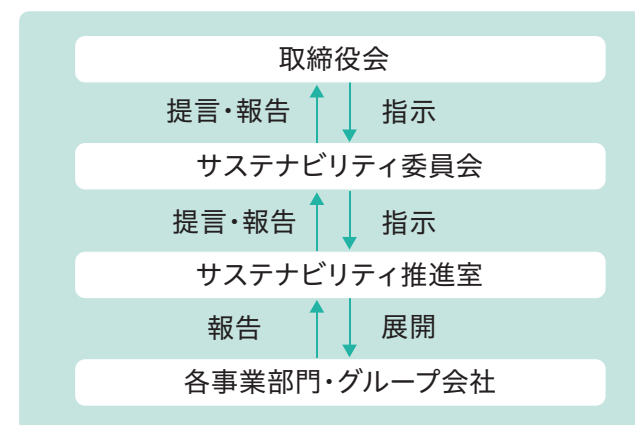
ガバナンス

サステナビリティ推進体制

当社は、「サステナビリティ基本方針」を定め、サステナビリティ推進体制のもとサステナビリティ活動を推進しています。

当社は、サステナビリティの活動内容を議論する場として、代表取締役社長が委員長を務める「サステナビリティ委員会」を設けています。サステナビリティ委員会では、各事業部門・グループ会社より報告された議題について、サステナビリティ推進室を通じて提言・報告を受けるとともに、定期的に進捗状況を取締役会に報告しています。「サステナビリティ委員会」において議論された事項は、サステナビリティ推進室を通じて、各事業部門・グループ会社に展開され、各組織と連携しながらサステナビリティ活動を推進しています。

「サステナビリティ委員会」は、取締役会に対し、気候変動や人的資本、自然・生物多様性を含めたサステナビリティに関する業務の執行状況を半期ごとに報告・共有しています。そのほか、経営会議を通じて取り組みの進捗状況および課題を経営層と共有しています。



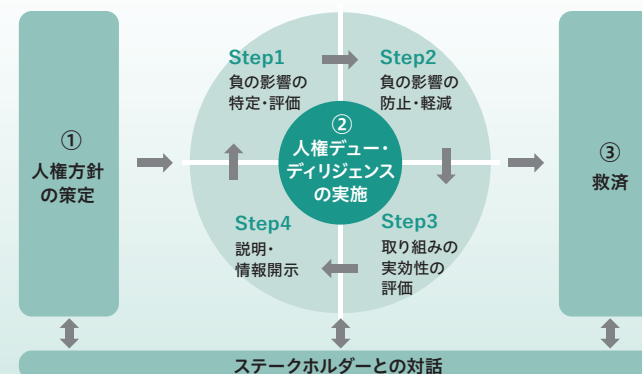
人権への取り組み・ステークホルダーとの対話

当社グループは、「丸大食品グループ人権規定」を策定し、役員ならびに従業員が厳守すべき人権に関する方針として位置づけ、様々な課題に対応しています。

丸大食品グループ人権規定では、企業活動がステークホルダーおよびバリューチェーンにかかわる全て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。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っています。

また、企業活動の様々な場面で起こりうる人権に対しての負のリスクの把握と課題改善に向けた、人権デュー・ディリジェンスへの取り組みを進めています。人権に対する負の影響の特定・評価、および検証を継続的に実施し、懸念事象に対し、防止および軽減に取り組んでいます。人権デュー・ディリジェンスの実施を通じて、様々な場面におけるステークホルダーとの対話を推進するよう努めてまいります。

人権デュー・ディリジェンスの取り組みサイクル



LEAPアプローチに沿った検討プロセス

当社は、当社の事業が自然への依存や影響関係のもと成り立っていることを認識しており、特に自然資源を源泉としていることから、自然と事業との関連性を適切に把握・理解することが重要だと認識しています。当社は、自然関連の依存、影響、リスクと機会を把握し、当社事業が実際、または潜在的に自然とどのような重要なかわりを持っているかを確認するため、LEAPアプローチ※に沿って、自然関連課題の特定・評価を実施しました。

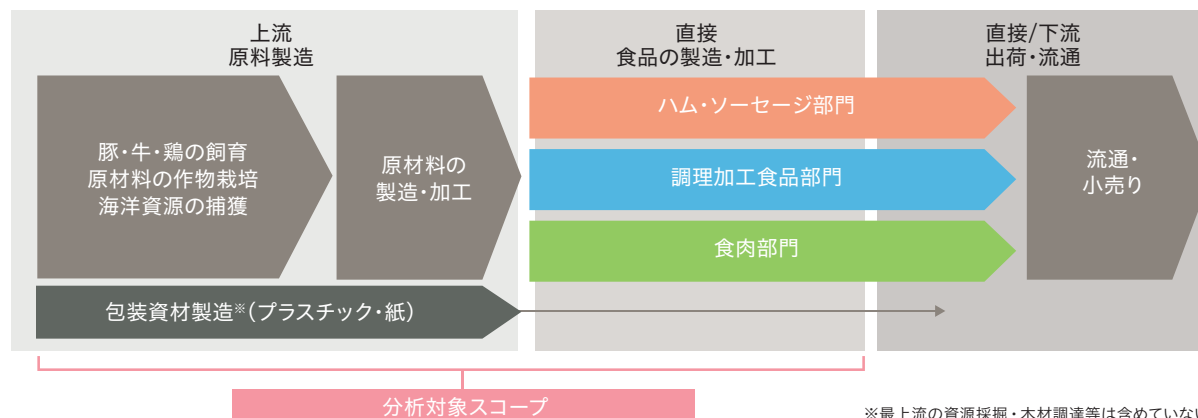
プロセス	解説
Scoping 分析対象の明確化	当社の事業領域における事業活動の中でも、自然への依存および影響が特に大きく、当社事業にとって特に重要な工程を重視して評価対象を選定しました。
Locate 自然との接点の発見	まず、各事業活動における自然資本への依存および影響の特性について、セクターレベルで整理し、バリューチェーン上の位置づけを確認しました。次に、自社の製造・物流拠点に加え、上流の調達先のうち調達量や事業上の重要性の観点から踏まえ、分析対象拠点を選定し、地理的位置の分析を実施しました。
Evaluate 依存と影響の診断	さらに、セクターレベルでの依存・影響の評価と地理的位置の分析の結果を統合し、自然関連のリスクおよび機会にとって重要となりうる課題および優先的な拠点を整理しました。
Assess リスクと機会の評価	事業にとってのリスクおよび機会を特定し、発生可能性および事業への影響の大きさの観点から重要性評価を実施し、優先的に管理すべきリスク・機会を特定しています。
Prepare 対応し報告するための準備	上記の評価結果を踏まえて、これまで当社として実施してきた取り組みを、優先的に取り組むべきリスク・機会項目に対する対応策という観点から整理しました。

※場所の発見 (Locate) 診断 (Evaluate) 評価 (Assess) 準備 (Prepare) の頭文字から、LEAPアプローチと呼ばれる評価プロセス

スコーピング

当社の事業領域におけるバリューチェーン上の事業活動の中でも、直接操業である食品製造・加工に加え、自然への依存および影響が特に大きく、重要な原料調達先である農場を含む上流工程を分析対象としました。また、商品と同様に重要な要素である、包装資材の製造工程の影響も評価対象としました。

バリューチェーン上の事業活動と分析対象スコープ



Locate (自然との接点の発見)

依存・影響の評価

対象として選定したバリューチェーン上の上流および直接操業のセクターにおいて、ENCORE※を用いて依存・影響の分析を行いました。分析の結果、直接操業である食品の製造・加工よりも、上流に位置する農林漁業のセクターで依存・影響が高い傾向を示しました。

影響のヒートマップ

バリューチェーンの事業活動		気候変動	汚染				攪乱		生態系利用			資源搾取	
		GHG排出	非GHG大気汚染物質排出	水や土壌への有害汚染物質の排出	水や土壌への栄養塩類の排出	固形廃棄物の発生と排出	攪乱(騒音、光など)	外来種の持ち込み	淡水利用面積	海底利用面積	土地利用面積	水使用量	生物資源採取
上流	穀物・野菜等の栽培												
上流	食肉の生産												
上流	漁業												
上流	食品原料の製造												
上流	容器・包装の製造												
自社・上流	食肉・魚の加工												
自社	その他の食品加工												

凡例	重要度
	非常に高い
	高い
	普通
	低い
	非常に低い

依存のヒートマップ

バリューチェーンの事業活動		供給サービス			調整および維持サービス																文化サービス	
		生物資源		水供給	水の浄化		土壌・大気の浄化					防災機能・安定した気候					その他				文化	
		動物由来エネルギー	バイオマス供給	水供給	水質浄化	流量調整	空気浄化	固形廃棄物浄化	土壌・堆積物保持	土壌の質	大気・生態系による希釈	気候調整	降雨パターン調整	地域気候調整	洪水緩和	暴風雨緩和	生物的調整	遺伝的材料	生息域	受粉	教育・科学	精神・シンボル
上流	穀物・野菜等の栽培																					
上流	食肉の生産																					
上流	漁業																					
上流	食品原料の製造																					
上流	容器・包装の製造																					
自社・上流	食肉・魚の加工																					
自社	その他の食品加工																					

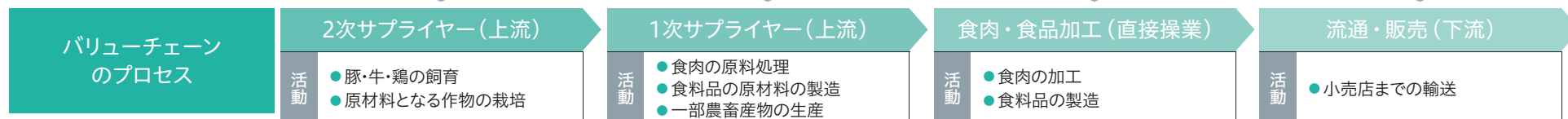
※ENCORE:Exploring Natural Capital Opportunities, Risk and Exposureの略。UNEP FI (国連環境計画金融イニシアチブ) などが開発した、企業活動の自然資本への依存度や影響度、そこから生じる金融リスクを分析・可視化するオンラインツール。

Locate（自然との接点の発見）

当社のバリューチェーンの依存・影響の分析結果

丸大食品グループのバリューチェーン上流および直接操業の重要な依存・影響を整理しました。上流の事業では、食肉加工や食品製造を行う当社の直接操業と比較して、自然資本への影響や依存がより顕著に高い傾向となっています。特に、畜産や原材料作物の栽培を担う2次サプライヤーでは、食肉加工や原材料製造を担う1次サプライヤーと比較して、より多様な自然への依存・影響が確認されました。バイオマス供給や廃棄物の発生など共通する項目が多い一方で、依存の観点では土壌・大気の浄化機能、生息地の維持および受粉サービスへの依存が、影響の観点では栄養塩類の排出、外来種の持ち込み、生物資源の利用などが確認されました。原材料作物の栽培や家畜の飼育の最上流のプロセスにおいて、自然との関連性がより高いことを確認しました。

	カテゴリ	依存項目			
依存	生物資源	動植物資源や、食料生産に重要な遺伝資源の供給	動植物資源や、食料生産に重要な遺伝資源の供給	—	—
	水	水の供給、水質浄化、河川等における水量調整	水の供給、水質浄化、河川等における水量調整	水質浄化	—
	土壌・大気の浄化	固形廃棄物の浄化、土壌の質の維持、土壌・堆積物の保持	土壌の質の維持、土壌・堆積物の保持	—	—
	防災機能・安定した気候	気候や降雨パターンの調整	気候や降雨パターンの調整	—	—
	その他	生息地の維持、作物の受粉	—	—	—
	文化	精神的・芸術的な価値の提供、教育・科学分野への貢献	精神的・芸術的な価値の提供、教育・科学分野への貢献	—	—



影響	汚染（妨害・攪乱）	水や土壌の悪化につながる栄養成分や、固形廃棄物の排出	水や土壌の悪化につながる栄養成分や、固形廃棄物の排出	水や土壌への有害汚染物質の排出	—
	外来種	外来種の持ち込み	—	—	—
	生態系利用	農畜産物の栽培・飼育に伴う土地の利用	農畜産物の栽培・飼育に伴う土地の利用	—	—
	資源搾取	水資源の利用 水産物などの生物資源の採取	水資源の利用	—	—
	カテゴリ	影響項目			

Locate（自然との接点の発見）

地理的位置の分析

生態学的に影響を受けやすい地域に位置する拠点・地域をスクリーニングする目的で、TNFDで推奨される視点や分析ツールに基づき、地理的位置の分析を実施しました。今年度は、自社拠点の44拠点と、事業規模および調達品目の重要性に基づいて選定した、サプライチェーン上流の21拠点および8地域を分析対象としました。

分析の結果、日本に位置する複数の自社拠点が生物多様性や生態系の十全性が高い地域に位置することを確認しました。サプライチェーン上流では一部の農業・畜産業の農場や牧場等が、生物多様性や生態系の十全性もしくは物理的水リスクが高い地域に位置することを確認したほか、一部の農場や牧場等が、先住民・地域コミュニティにとって重要な生態系サービスを提供する地域に位置することを確認しました。

分析の視点	分析データ	自然との接点・潜在的なリスク
生物多様性の重要性	● 保護地域 ● KBA(生物多様性重要地域)	保護地域やKBAに近接する場合、周辺の生物多様性が事業活動による影響を受けやすい可能性がある。
生態系の十全性	● MSA (Mean Species Abundance、生態系の十全性の高さを示す指標) ● ErII (Ecoregion Integrity Index、生態系の十全性の劣化度合いを示す指標)	生態系の十全性が高い、もしくは生態系の十全性が急速に劣化している地域に位置する場合、周辺の生態系の十全性が事業活動による影響を受けやすい可能性がある。
物理的水リスク	● ベースライン水ストレス ● 河川洪水リスク ● 水質指数	地域の水資源が事業の水利用により影響を受けやすく、水資源の枯渇により事業活動が影響を受ける可能性がある。 事業活動が洪水による影響を受ける可能性がある。 地域の水質が事業活動による影響を受けやすい可能性がある。
生態系サービス供給の重要性	● 先住民・地域コミュニティ(IPLC)の土地や領土の分布	IPLCの土地や領土に近接する場合、事業活動により、潜在的にIPLCの生活等に影響を与える可能性がある。

分析データの出典：

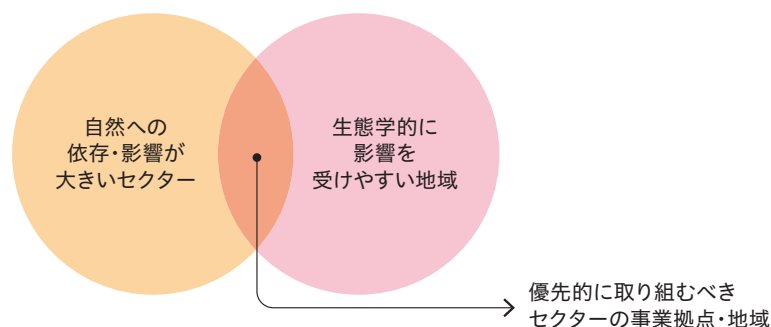
- ・保護地域、KBA、IPLCの土地や領土の分布：Global Forest Watch
- ・MSA：GLOBIO
- ・ErII：Beyer, H.L. et.al. (2020)
- ・ベースライン水ストレス、河川洪水リスク：Aqueduct (WRI)
- ・水質総合指数：WWF Water Risk Filter (WWF)

Evaluate（依存と影響の診断）

依存・影響と地理的位置の分析を統合した分析

次に、依存・影響の評価と地理的位置の分析を統合した分析を行い、自然への依存・影響度が大きいセクターで、生態学的に影響を受けやすい地域に位置する事業の特定を行いました。特定された事業は、地域的な特性およびセクター上の特性から、当社のサプライチェーン上で、優先的に取り組みを進める必要があると認識しています。

当社サプライチェーンのポートフォリオ

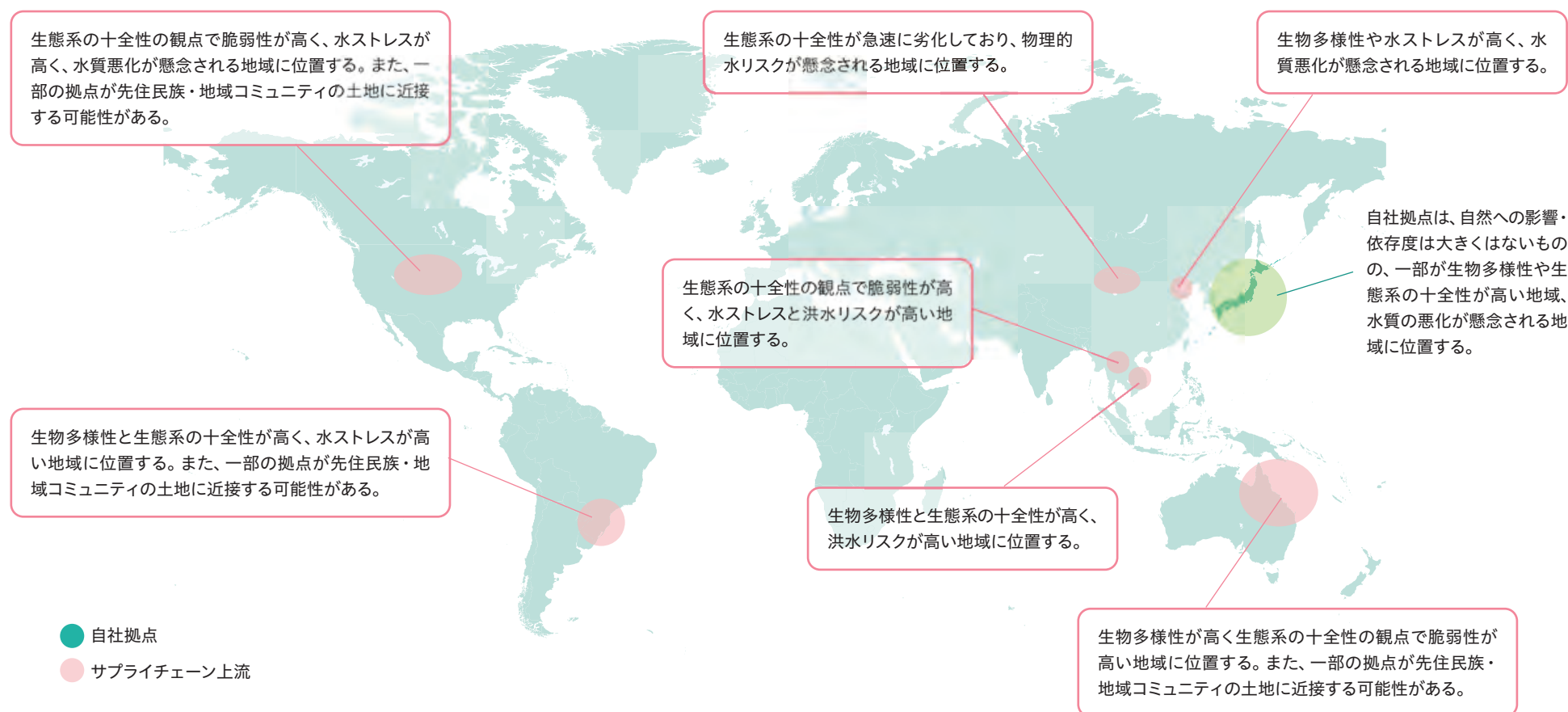


Evaluate（依存と影響の診断）

依存・影響と地理的位置の分析を統合した分析の結果

依存・影響の評価と地理的位置の分析を統合した分析の結果、当社サプライチェーンの上流に位置し、自然への依存・影響が大きい農林漁業のセクターの一部の事業拠点が生態学的に影響を受けやすい地域に位置していることを確認しました。

例として、食肉生産の牧場や、農園などの当社サプライチェーンの上流に位置する拠点の一部が、生物多様性が高い地域や水ストレスが高い地域に位置することが分かり、優先的に取り組みを進める必要があることを確認しました。



Assess (リスクと機会の特定・分析)

リスク・機会の特定・分析

バリューチェーン上の依存と影響の分析結果を踏まえ、リスクと機会の特定・分析を行いました。分析にあたっては、まず想定される自然関連のリスクと機会を洗い出し、これまでのサステナビリティ課題として挙がってきた事例等も踏まえて影響の大きさと発生可能性を評価し、優先順位付けを行い、当社にとって優先的に管理する必要のある自然関連リスクと機会を認識しました。重要度の高いリスクと機会は以下のとおりです。

分類	リスクと機会の内容	事業への影響	リスク・機会への対応策
物理リスク	自然災害による被害	原材料供給が減少・停止し、調達ができなくなることによる生産停止や調達コストの増加	持続可能な原材料調達体制の構築
物理リスク	動物感染症の流行	原材料供給が停止し、調達ができなくなることによる生産停止	アニマルウェルフェアへの取り組み
移行リスク	水質汚染規制の強化	排水処理コストや水道料金の上昇。製造拠点における製造原価への影響および原材料・資材の調達コストの増加	水使用量の削減
移行リスク	プラスチック代替素材の利用	バイオマスプラスチック等の代替素材への切り替えによるパッケージの調達コストの増加	環境に配慮した製造方法の資材を採用、再生PETを一部使用した包材を使用
機会	製造工程で発生する端材(副産物)等の有効活用	廃棄物の削減による廃棄物処理コストと環境負荷の低減	食品廃棄物再生利用
機会	商品寿命延長によるフードロスの削減	廃棄物の削減による廃棄物処理コストと環境負荷の低減	常温加工食品の賞味期限延長
機会	商品に使われるプラスチックの使用量低減	プラスチックの調達コストおよび廃棄物量の削減	環境配慮型のデザインの導入、リサイクルPETの採用
機会	環境負荷の低減による社会的評価の向上	環境負荷低減の取り組みと情報開示によりブランドイメージ向上・ニーズ増加、製品の売上増加	GHG排出量削減(再エネ化、省エネ化、燃料転換)への取り組み

Prepare (準備)

対応策の検討

今回特定した優先的に対応が必要なリスク・機会に対する当社の取り組みは以下のとおりです。

取り組み① 水使用量の削減と効率的な利用

当社グループは、水資源が事業活動および地域社会の持続可能性を支える重要な資源であると認識し、水使用量の削減と効率的な利用を推進するため、水使用量原単位の削減目標を設定しました。

具体的には、製造工程での水の削減が期待できる設備機械の導入や、使用量の多い工程を中心に、設備の省水化、工程改善、冷却水や洗浄水の循環利用、再利用の拡大などの対策検討を進めています。

また、従業員への啓発を通じて、水資源を有効に利用する意識の向上にも取り組みます。



主要工場 節水設備

取り組み② プラスチック使用量の削減

当社では、商品の包装・容器におけるプラスチック使用量の削減に取り組んでいます。2022年4月より、「燻製屋熟成あらびきポークウィンナー」などの巾着形態商品を、内容量はそのままだに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33%削減しています。

その他の商品でも、包装材の段階的な薄肉化やテープ幅の変更によるプラスチック使用量の削減に取り組んでいます。さらに、プラスチック包材の一部に再生PETを使用したものや、紙素材に置き換える取り組みにより、環境に配慮した包装・容器採用を推進しています。



巾着形態

環境配慮型形態

取り組み③ GHG排出量削減

当社グループは、持続可能な地球環境の保全に向け、温室効果ガス（GHG）排出量の削減を重要な課題と認識し、低排出量の設備の導入や業務・生産工程の効率化に加え、再生可能エネルギーの利用拡大を推進しています。

太陽光発電の導入

自社工場にオンサイトPPA※を活用した太陽光発電設備の新規導入を進めており、これまでに自社工場の10工場および、3事業所において、同設備を導入しています（2026年3月時点）。



丸大食品(株) 岩手工場



(株)マルシンフーズ 栃木工場



戸田フーズ(株)追浜第2工場

※オンサイトPPAとは、企業が発電事業者と契約し、新たに設置した発電設備による再生エネルギー由来の電力を購入する仕組み。

取り組み④ 植物性食品

当社グループでは、畜産業における持続可能性の追求やアニマルウェルフェアに配慮した飼育管理の導入等によって供給危機といったリスクに備えるため、未来を見据えたプラントベース食品や植物性たんぱく質を主原料とした代替肉の開発の研究開発にも注力しています。

プラントベース食品

プラントベース食品※は、健康の維持・向上に加え、環境負荷の低減や資源利用効率の向上に貢献するものとして位置付けられています。当社グループは、植物性素材を取り入れたスイーツ「NATUEATS（ナチュエーツ）」（トーラク(株)）を開発しました。植物性素材の健康感を追求したスイーツです。当社グループでは植物性素材を取り入れたサステナブルフードの提供により、食を通じた持続可能性への貢献に努めています。

※FAOが提唱する「持続可能で健康的な食事」に沿った食品として位置づけられます。



トーラク(株)植物性素材を取り入れた製品

指標と目標

Prepare（準備）

対応策の検討

当社グループは、環境関連の目標・指標および対応方針を設け、対応を進めています。今回のLEAP分析を通じて明らかになったリスク・機会の内容に対する目標・指標、対応方針は、次の表のとおりです。自然への影響分野との関連性や、TNFD指標との関連性について整理しました。当社グループとして、自然への影響とのかかわりや、リスク・機会との関係性を踏まえて対応策を深める重要性を認識しています。

自然への影響に関する分野との関連※1	テーマ	リスク・機会の内容	関連する目標・指標、対応方針
汚染 資源利用・補充 土地利用 外来種	サプライチェーンの持続可能性	● 自然災害による被害 ● 動物感染症の流行	持続可能な原材料調達体制の構築 アニマルウェルフェアへの取り組み
資源利用・補充	水使用量の削減	● 取水制限・水質汚染規制の強化	製造重量あたりの原単位：2030年度までに2024年度比3%削減
汚染除去	プラスチックの削減	● 商品に使われるプラスチックの使用量低減 ● プラスチック代替素材の利用	包装資材のプラスチック使用量の削減
汚染除去	食品廃棄物の削減	● 商品寿命延長によるフードロスの削減	食品の安全性確保と廃棄の最小化推進
汚染除去		● 製造工程で発生する端材（副産物）等の有効活用	食品廃棄物再生利用実施率：2030年度に95%
気候変動	GHG排出量の削減	● 環境負荷低減による評判の向上	Scope1・2排出量の2030年度目標：77,760t-CO ₂ （2022年度比32%削減）

※1 土地利用変化、資源利用、気候変動、汚染、外来種が、生物多様性損失の主要な5つの影響ドライバーです。

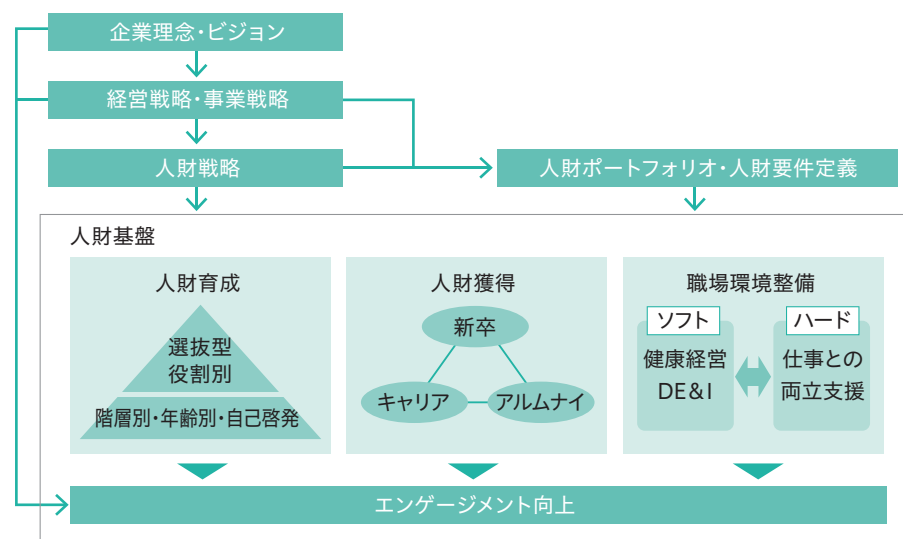
※2 TNFDが提案する、自然関連課題を管理するための指標との関連性を確認しています。

人的資本の強化

成長実感を得られる仕事や環境を提供し 続けることで、人財の定着と活躍を支えていく

当社グループは、人財を持続的な成長と企業価値の向上を支える重要な無形資産とらえております。中期経営計画に掲げる「人財の育成」を基本方針の一つとし、人財獲得および職場環境整備を推進することで、人財という無形資産の価値を高め、経営戦略の実現を支える人財基盤の強化に取り組んでおります。

また、従業員一人ひとりの多様性を尊重し、性別、年齢、雇用形態、職歴等にかかわらず、それぞれの能力や個性を発揮できる環境づくりを進めております。さらには、DE & I（ダイバーシティ・エクイティ・インクルージョン）の推進を通じて、多様な視点や価値観を組織の力に結びつけ、従業員エンゲージメントの向上と事業環境の変化に対応するための推進力につなげてまいります。



人財育成

当社グループは、中期経営計画に掲げる「人財の育成」を基本方針の一つに位置づけ、従業員一人ひとりが持つ能力を最大限に発揮し、将来にわたって成長できる人財基盤の構築に取り組んでおります。

OJTを基本としながら、入社1年目から中堅社員までを対象とした階層別研修、次世代の管理職層・経営層を対象とした選抜型研修プログラムを実施しております。また、通信教育の受講費用補助や資格取得奨励金制度等を通じて、従業員の主体的な学習と継続的なスキル向上を支援しております。

更に、職務遂行能力やマネジメント能力、専門知識の向上に加え、食品安全や品質、コンプライアンスに関する教育にも注力しております。これらの教育を通じて、食品メーカーとして求められる基礎力を強化するとともに、事業環境の変化を的確にとらえ、変革に向けて主体的に行動できる人財の育成を進めております。

今後も、従業員がそれぞれの役割や能力に応じて成長を実感できる教育機会の充実を図り、安全・安心で高品質な食品の安定的な提供と、持続的な成長および企業価値の向上に貢献できる人財基盤の強化に取り組んでまいります。

教育体系図

カテゴリー別分類						
	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	eラーニング研修 約150から通信教育研修	資格取得奨励金 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 プレマネジメント能力アセスメント				
一般職	中堅社員研修 4年目社員研修 若手社員研修 2年目社員フォロー研修 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。

人財獲得

当社グループは、安全・安心で高品質な食品の安定的な提供、持続的な成長および企業価値の向上を支える人財基盤の強化に向けて、人財獲得を重要な取り組みとして推進しております。

新卒採用に加え、中途採用やアルムナイ採用も活用し、製造、営業、商品開発、品質管理、設備管理等の各分野において、必要な基礎的資質と成長意欲を有する人財の獲得に努めております。

また、特定の分野に限定されず、将来的に幅広い業務に対応し活躍できる人財の獲得を重視しております。多様な経験や知識を有する人財を受け入れることで、各部門の専門性を高めるとともに、事業環境の変化に柔軟に対応できる組織づくりを進めております。

今後も、各分野で必要となる人財の獲得に取り組むとともに、獲得した人財が能力を十分に発揮し、育成を通じて継続的に成長できる環境を整備してまいります。これにより、人財獲得と人財育成を一体的に推進し、当社グループの持続的な成長および企業価値の向上につなげてまいります。

子育てサポート企業「くるみん」認定

当社は、急速な少子化の進行と、家庭や地域を取り巻く環境の変化に対応し、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した「次世代育成支援対策推進法」を背景に、2005年より、仕事と育児を含めた家庭生活との両立（ワークライフバランス）および、誰もが働きやすい職場環境、子育て社員にやさしい会社を目指して次世代育成支援に取り組んでおり、2007年に初回認定を受けました。

小学6年生まで子の看護休暇を取得することができる制度や、休業前や復職前後にフォロー面談を実施するなど、法定を上回る取り組みを重ねた結果、2026年3月末時点では、育児目的休暇の取得率は女性100%、男性90.0%となっており、女性のみならず男性も積極的に育児目的休暇を取得する風土が醸成されました。これらの取り組みの結果、2026年にも認定を受け、8回目の認定（☆8個目）を達成致しました。今後も従業員にとってよりよい環境づくりに積極的に取り組んでいきます。



職場環境整備

従業員の健康保持・増進を重要な経営課題と位置づけ、健康経営の推進、長時間労働の抑制、ストレスチェック、メンタルヘルスのフォロー、治療と仕事の両立支援等に取り組んでおります。また、健康経営優良法人の認定を受けており、従業員の健康に配慮した職場環境の整備を継続しております。

加えて、仕事と育児の両立支援や女性活躍の推進にも取り組んでおり、くるみんの認定を受けております。複線型キャリアを想定した専門職制度の導入、ワークライフバランスの向上にも継続して取り組むことで、従業員がそれぞれのライフステージに応じた働き方を選択し、安心して能力を発揮できる環境の整備を進めております。

更に、従業員エンゲージメントの向上を通じて、従業員一人ひとりが自身の成長を実感し、多様な人財が互いの価値観や経験を尊重しながら活躍できる職場づくりに努めております。これらの取り組みを通じて、人財の定着と能力発揮を促し、安全・安心で高品質な食品の安定的な提供、持続的な成長および企業価値の向上を支える人財基盤の強化につなげてまいります。

仕事と子育ての両立支援

（次世代育成支援行動計画を実行 8期連続で「子育てサポート企業」認定）

項目	単位	2023年度	2024年度	2025年度
育児休業取得者数	人	6	7	7
育児休業取得後の復職率	%	100	100	100
配偶者出産に伴う特別休暇取得者数	人	6	6	9
配偶者出産に伴う特別休暇取得率	%	66.7	85.7	90.0

※丸大食品単体が対象

項目	丸大食品グループ
子の看護のための特別休暇（有給処理）	1子につき5日 子が小学生の場合は1子につき6日 ※法定：1子につき5日（上限10日）
短時間勤務・時差勤務	小学校6年生以下の子を養育する従業員が利用可 ※法定：小学校入学前の子を養育する従業員が利用可
時間外労働・深夜労働の制限	小学校6年生以下の子を養育する従業員が利用可 ※法定：小学校入学前の子を養育する従業員が利用可
産前産後・育児休業取得者に対するフォロー	法定項目に加え、職場復帰の前後で面談 ※法定：出生の申出をした従業員、1歳11ヶ月～2歳11ヶ月の子を養育する従業員に意向確認
育児休業者に対する給付	育児休業取得者へ給付 法定：なし

健康経営

丸大食品グループは従業員の健康保持・増進を重要な健康課題ととらえ、代表取締役社長より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

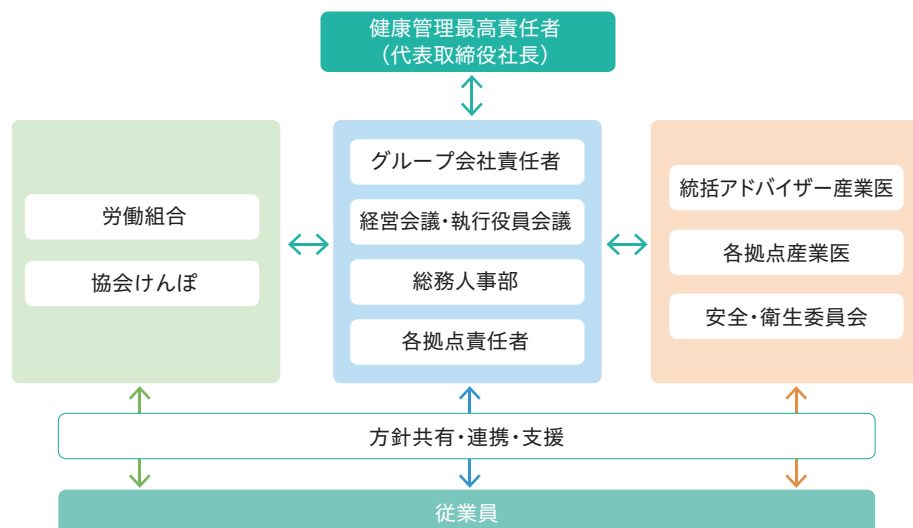
丸大食品グループでは経営方針・未来像として、『美味しさと健康を追求し、安全、安心な食品を通してお客様の幸せな食生活に貢献します。』と掲示しています。健康を追求するにあたっては、従業員自身が健康で活力に溢れていることが必要不可欠であると考えます。

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。

健康経営推進体制図

丸大食品グループでは代表取締役社長を最高責任者として、健康経営を推進しております。産業保健スタッフ・労働組合・協会けんぽと緊密に連携し、方針の共有や各種施策の展開を通じて、従業員の健康づくりを一体となって支援・推進してまいります。



また、従業員が健康的な生活を送ることは、業務の生産性向上につながるものと捉えており、「アブセンティズム」「プレゼンティズム」「エンゲージメントスコア」を健康経営全体のKGIとして数値目標を設定し、測定を行っております。

重要指標	2023年度		2024年度		2025年度		2030年度 目標
	実績	全従業員に対する実施率	実績	全従業員に対する実施率	実績	全従業員に対する実施率	
アブセンティズム	2.3日	100%	1.4日	100%	1.7日	100%	1.2日以下
プレゼンティズム	33.9%	80.9%	32.3%	81.3%	32.1%	79.4%	30.0%以下
エンゲージメントスコア	61.6%	82.0%	63.8%	82.0%	63.3%	80.0%	70.0%以上

項目	主な取り組み
疾病予防について	予防接種費用補助（種類問わない）、PSA検査費用補助、婦人科健診費用補助、労災二次健診、特定保健指導の実施、屋内原則禁煙（喫煙室設置）により、従業員の健康の保持増進に努めております。
有給休暇取得の促進	従業員が計画的かつ主体的に有給休暇を取得できるための仕組みを構築しています。また、勤続10年ごとに最長8日間の連続した休暇を取得することができるリフレッシュ休暇制度により長期間の休暇を取得をしやすい環境整備を行っております。
長時間労働の防止	長時間労働を抑制するため、人事システムから自動的にアラートメールの配信を行っております。また、長時間労働となった場合、労使で状況を確認し、過重労働が常態化しないよう努めております。
労働災害の防止	各事業所で発生した労働災害は当社グループの全事業所に共有し、同様の労働災害が発生しないような体制を構築しております。また、安全衛生委員会や労使協議会で、労働安全や衛生活動に関する報告・審議を行い、労働災害の発生防止に努めております。

丸大食品 2026年健康経営優良法人大規模法人部門 認定

丸大食品（単体）として、従業員の健康管理を経営的な視点で考え、戦略的に実践する「健康経営」の取り組みが優良であると認められ、「健康経営優良法人 2026（大規模法人部門）」として認定されました。



知的資本の強化

当社グループではより多くのお客様に喜ばれる商品の開発や新規事業の進出における顧客価値の創造を推進するため、研究開発および知的財産活動を行っています。基礎研究に裏付けられた安全で品質の高い商品開発に取り組み、戦略的なマーケティングを活用した企画を推進しています。お客様により必要とされる総合食品メーカーとなるために、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しています。食を通じてお客様に「安全・安心」をお届けすると同時に、丸大食品グループの目指す新しい価値の創出を実現してまいります。

研究開発体制の構築

中央研究所では、2026～2028年度の中期経営計画において掲げられている「次なる成長に向けた取り組み」に沿った研究開発戦略を推進しています。基盤事業だけでなく、中長期的な視点に立ち、将来の社会が直面するであろう課題を深く洞察し、その解決に貢献する革新的な技術と新たな価値の創出に挑んでいます。生み出された研究開発の成果は、事業部門だけでなく、グループ会社含め、緊密に連携しながら、それぞれの部門やグループ企業へ活用に結びつけてまいります。これにより、お客様に新しい価値を提供し、当社グループの企業価値の更なる向上に向け貢献していくことを目指します。

特に、超高齢社会が抱える課題に対し、人々の健康寿命延伸をサポートする機能性食品原料『プラズマローゲン』（認知機能にかかわる）の研究開発を重点的に進めています。また、将来的なタンパク質供給の安定化を見据えた『次世代たんぱく質』の研究開発にも注力しており、持続可能な社会の実現に貢献するイノベーションを推進してまいります。

2026年度～2028年度
中期経営計画 次なる成長に向けた取り組み



事業を推進するための知的財産権の取得

新規事業として鶏ムネ肉由来プラズマローゲンが認知症に及ぼす研究を行い、その素材の販売をしております。その素材や素材を製造する製造方法の技術の特許出願、特許権取得をすることによって当社独自の素材の製造を継続的に実施することができるようにしています。

商品、ブランド力の育成および保護

当社には「燻製屋」や「スンドゥブ」といったロングセラー商品があります。

例えば「燻製屋」では文字、ロゴ等を商標として権利取得することでお客様に当社の商品であることを広く認知し、長年愛されるブランド商品になっています。

また、新しい取り組みとして「たっぷり使えるミニミニウインナー」ではハサミ不要で開封できる保管に便利なジッパー付きのパッケージを採用しています。このパッケージにはいたずら防止機能を付与する等して商品・ブランド育成を図っています。



燻製屋熟成
あらびきウインナー



たっぷり使える
ミニミニウインナー

Case 1

たんぱく質危機を背景とした 「次世代たんぱく質」の実用化に向けた開発

食肉をはじめ、たんぱく質の需要が世界的な人口増加とともに拡大する一方、供給はその伸びに追いつきにくく、需給バランスの崩れから深刻な供給不足が懸念されています。需要量が供給量を上回れば、必要とする人々に十分な栄養が行き渡らなくなる可能性が考えられています。

当社商品の主原料の多くは食肉です。しかし、農地の持続可能性への配慮やアニマルウェルフェアに対応した飼養管理の推進などを踏まえると、食肉を大幅に増産することは容易ではないと考えられます。その結果、ハム・ソーセージ等に使用する食肉についても、将来的に供給量が減少する可能性があるとして予測されています。

当社での食肉の安定調達リスクに備える取り組みの一つとして、植物性たんぱく質を主原料とした「次世代たんぱく質の開発」が挙げられます。食肉らしい食感の再現に加え、おいしさを重視した素材開発を重ねています。今年は展示会で国内外の多くのお客様にご紹介して顧客獲得に努めてまいります。

加えて近年は、気候変動や資源制約、国際情勢による食糧供給の不確実性、栄養ニーズの多様化といった環境変化を踏まえ、植物由来以外のたんぱく質素材の検証も開始しております。将来の供給安定性と持続可能性の両立に貢献できる次世代たんぱく質の選択肢を幅広く探索しています。



植物性たんぱく質を使った牛丼風



植物性たんぱく質を使った牛焼肉風

Case 2

鶏ムネ肉由来プラズマローゲンを認知機能にかかわる機能性表示食品素材として展開

高齢化が進む現代、認知症の患者数は増加しており、2030年には日本の65歳以上の高齢者の約5人に1人（約700万人）に達するとの推計があります。認知症には根本的な治療法が確立されていないため、患者本人だけでなく、支える家族も身体的・精神的に大きな負担を抱えやすい点が課題です。

当社では鶏肉に着目し、鶏ムネ肉由来プラズマローゲンが認知機能に及ぼす影響について研究を継続してきました。その結果、様々な機能性を明らかにし、研究成果を基に機能性表示食品としての展開にも対応しています。2016年から素材販売を開始して現在では多くのお客様に採用いただいているほか、海外への提案も積極的に進め、2023年からは台湾向けの出荷も開始しました。

2026年度から、新たな取り組みとしてペット（犬）を対象とした世界初となる臨床試験を開始しています。ペットも高齢化が進み、認知症をはじめ、人間と同様の疾患が課題となっています。飼い主の皆さまに安心してご利用いただけるペットフードづくりに役立てるため、本試験を通じて有用性の確認を進めます。



プラズマローゲンエキス素材



プラズマローゲン粉末素材

DX戦略

1. AI活用の推進

当社は、デジタル活用スキルの習得と実践を通じた現場の課題解決を、重要な経営戦略の一つと位置づけています。生成AIについては、グループ会社を含む全社への展開を完了し、社内教育や活用事例の共有を通じて、活用の促進と生産性の向上に取り組んでいます。

また、さらなる業務効率化に向けて、AI エージェントの導入・活用に関する検証も進めています。これらの取り組みにより、意思決定の迅速化と業務プロセスの効率化を図り、競争力の強化を目指します。

2. 業務部門におけるDXの活用

当社では、業務効率化、生産性向上、品質管理の高度化を目的として、業務部門でのDXの活用を推進しています。

- スマートデバイスを活用した営業支援の高度化の一環として営業担当者が必要な情報をタイムリーに活用できる環境整備を進めています。
- お客様相談室システムを刷新し、データ入力やお問い合わせ対応の効率化を実現していきます。営業部門に寄せられるご指摘事項も含め、お客様の声をより広く集約できる体制づくりを進めています。
- 生産工程管理においては、生産管理システムの展開により、紙媒体の削減と業務プロセスのデジタル化を推進しています。これにより、作業効率の向上、情報管理の精度向上に取り組んでいます。

RPAの導入・活用にあたっては、情報システム部門が中心となり、業務部門への教育・支援を行っています。

現場の業務に即した自動化に向け、各部門が業務の見直しから導入まで主体的に取り組める体制を整備しています。

こうした取り組みを通じて、業務スピードの向上とヒューマンエラーの低減を図り、生産性の高い業務環境の実現を目指しています。

3. DXリテラシーとセキュリティガバナンスの強化

当社では、生成AIを含むデジタル技術の適切な活用を推進するとともに、情報セキュリティを重要な経営課題と位置づけ、DXリテラシーとセキュリティガバナンスの強化に取り組んでいます。

また、セキュリティインシデント対応マニュアルを整備し、有事の際の初動対応や報告体制を明確化しました。

今後も、食品の安定供給を支える事業基盤として、DX推進とセキュリティ強化を一体的に進めてまいります。

Topics

DX技術の進化が社会の利便性を高める中、社内の効率化・生産性向上のため、新技術の導入に向けた取り組みを日々推進しています。導入した技術の活用促進を行い、社内のデジタル活用力を高めることで、業務効率化と従業員がよりよい環境で業務に注力できる環境構築を目指しています。また、情報セキュリティや利用ルールを整備することで、誰もが安心して新技術を業務に活かせる組織づくりに取り組みます。

情報システム部 高津 菜々子



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。食を提供する総合食品メーカーとして、次世代へ繋ぐ持続可能な社会の実現に貢献してまいります。

アニマルウェルフェアとは、世界の動物衛生の向上を目的とする国際獣疫事務局（OIE）の勧告において、「動物の生活とその死に関わる環境と関連する動物の身体的・心的状態」と定義されています。家畜の健康を保つために、家畜の快適性に配慮した飼養管理を生産者が考慮し実行するという考え方です。丸大食品グループはこのアニマルウェルフェアの考え方に賛同し、基本原則の「5つの自由」を推進してまいります。

5つの自由

1. 飢え、渇き及び栄養不良からの自由
2. 恐怖及び苦悩からの自由
3. 物理的、熱の不快感からの自由
4. 苦痛、傷害及び疾病からの自由
5. 通常の行動様式を発現する自由

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重要であり、その結果として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、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てまいります。

丸大食品グループは持続可能な社会の実現に貢献するため、アニマルウェルフェアに配慮しつつ、サプライチェーンとの持続可能な相互発展を目指した事業活動を推進してまいります。

アニマルウェルフェアポリシーと取り組みはHPを参照ください

<https://www.marudai.jp/corporate/sustainability/animalwelfare.html>

アニマルウェルフェアの対応について

丸大食品グループの原料の仕入れに関して

丸大食品グループの原料（豚肉等）の仕入れ先は国内外を問わず、多数のサプライチェーンから原料調達を行っております。それぞれの国の法令を遵守して肥育した家畜（豚肉等）を仕入れており、またその仕入れ先の選定に関しては、母豚のグループ飼育への移行を含めたアニマルウェルフェアを実施している、あるいはその考え方に賛同する国、サプライヤーからの調達が大半を占めております。今後ともアニマルウェルフェアに配慮した事業活動を継続し、持続可能な社会の実現に貢献してまいります。



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、緊急性の高い右記の取り組みを、配送・販売関連業界と協調・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

責任ある事業活動 安全・安心への 取り組み

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とらえています。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。

品質

私たちにとって、何より大切なこと。それは、安全・安心で美味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。

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、食品表示法をはじめ、定められた多くの法令を厳守し、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

**安全で美味しい、より良い
商品作りを目指します。**

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。

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食品安全マネジメント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。

食品安全マネジメントシステムを ベースにした管理



法令順守

Topics

安全・安心な商品づくりには、お客様の立場に立って考える姿勢が欠かせません。私たちは設計段階からリスクを予測し、厳格な品質管理と検査を徹底できるよう、日々工場のサポートに取り組んでいます。

また当社では、FSSC 22000やJFS規格を活用し、原材料の受け入れから製造、出荷に至るまでの危害要因を分析・管理しています。規格取得を目的とするのではなく、安全に対する責任を自覚し、確実に機能する仕組みとして継続的に運用することで、お客様に信頼される商品づくりを目指します。

品質保証部 守山 弘基



丸大食品グループ 人権の取り組みについて

丸大食品グループでは、「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」という経営理念を掲げ、長きにわたり世代を超えて今に受け継がれています。「丸大食品グループ行動基準」では、人権において、国籍・人種・性別・宗教・障害等による差別、嫌がらせ、不当な強制は許されず、お互いの人権を尊重しなければならないと定めています。

人権に対する基本的な考え方

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。人権デュー・ディリジェンスについては重要事項と認識し様々な課題に対応してまいります。

事業活動を行うすべての国・地域において適用される法令等を遵守するとともに、国や地域の法令等が国際的に認められた人権と相反する場合には、当該国・地域の法令・ルール の範囲内で国際的に認められた人権を最大限に尊重します。

人権教育の様子

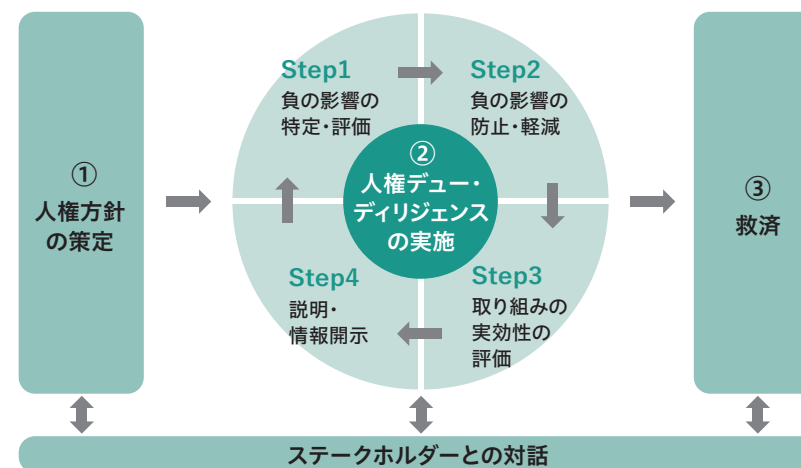


人権尊重への取り組み

丸大食品グループは、全ての役員と従業員へ「丸大食品グループ 行動基準」を配付して理解度を深め、全従業員を対象に毎月コンプライアンス教育を実施しており、啓発活動を継続的に行っております。また、企業活動の様々な場面で起こりうる人権に対する負のリスクの把握と課題改善に向けた、人権デュー・ディリジェンスに取り組んでおります。現在は負のリスクとして考えられる事項を洗い出し、特定・評価をしています。企業活動の様々な場面で起こりうる人権に対する負の影響を継続的に検証するとともに、懸念事象に対し、防止および軽減に努めます。

現在は、サプライチェーンを通じた事業活動に伴って生じ得る人権への負の影響を特定しました。特定にあたっては、人権に関する国内外の報告書や外部専門家の意見を参照し、地域性や社会環境、事業固有の特性に加え、脆弱な立場にある人々への影響も十分に考慮しました。その結果、当社グループにおける「重要な人権課題」として、以下を特定し、負の影響としてまとめました。負の特定「差別・ハラスメント」「労働者の権利」「労働環境、安全衛生」これらの課題については、負の影響の防止・軽減に向けた取り組みを継続的に実施し、その実効性を評価しながら改善策を検討・実行していきます。

人権デュー・ディリジェンスの取り組みサイクル



TEAM JAPANオフィシャルサポーターシップによるスポーツ振興支援



食のチカラで、 夢に挑もう。



ハム・ソーセージ

丸大食品はソウル1988オリンピック以来、長年にわたりオリンピックに出場する日本代表選手団「TEAM JAPAN」を応援し続けております。

私たちは「食を通じて人と社会へ貢献する企業」として、多様な人の健康な心と体の成長を支えることを使命とし、オリンピック・パラリンピックに挑む選手たちを支えることで、夢と感動を社会全体に伝え、食とスポーツの力でより多くの人々が勇気を持てるよう、貢献してまいります。



丸大食品は、オリンピック・パラリンピックに出場するTEAM JAPANを応援しています。

日本オリンピック委員会および日本パラリンピック委員会とTEAM JAPANオフィシャルサポーターシップ契約を締結

2025年6月、公益財団法人日本オリンピック委員会(JOC)および公益財団法人日本パラスポーツ協会日本パラリンピック委員会(JPC)と「TEAM JAPAN パートナーシッププログラム 2025-2028」において、TEAM JAPANオフィシャルサポーターシップ契約を締結しました。

「食を通じて人と社会に貢献する企業」として、安全・安心で美味しい食品を提供するだけでなく、多様な価値観が尊重され、誰もが活躍できる社会の実現に向け、大きな夢と希望を届け、笑顔あふれる、より良い未来を築くため、今後もオリンピック各大会にて「TEAM JAPAN」を応援する様々なコミュニケーション活動を行ってまいります。

また、JPCとの契約を通じて、スポーツを起点とした社会貢献活動にも力を入れていきます。多様な価値観が尊重され、誰もが活躍できる社会の実現に向け、DEI(ダイバーシティ・エクイティ・インクルージョン)の取り組みも更に推進してまいります。

長きにわたる「がんばれ!ニッポン!キャンペーン」

JOCパートナーシップ締結の翌年からは「がんばれ!ニッポン!キャンペーン」を開始。アスリート起用し、スポーツ教室や応援ツアーを開催するなど、アスリートとお客様とのコミュニケーションを通じて「スポーツ」と「食」をつなぐ企業としての活動を本格的にスタートさせました。2008年にはソフトボール女子日本代表、2014年にはアイスホッケー女子日本代表をサポートし、バレーボール日本代表については、2011年よりオフィシャルスポンサーとして15年間サポートしてきました。これまで応援してきたアスリートやチームのメダル獲得や活躍、そしてその輝く姿に、私たちも一喜一憂しながら歩んでまいりました。

ソウル1988 オリンピック



1980～90年代に実施のキャンペーン景品例
(テレフォンカード)



バレーボール教室



JVA2024-04-003

パリ2024オリンピック
バレーボール男子日本代表
キャンペーンツール

ミラノ・コルティナ2026 冬季オリンピック・パラリンピック



ミラノ・コルティナ2026オリンピック
女子アイスホッケー日本代表
キャンペーンツール

大会の開催前後では、店頭でのキャンペーン売場の作成や公式ライセンス商品の展開など、流通先や消費者の皆さまと盛り上がり共有する取り組みを長年継続し、2025年からはパラリンピックへの支援も開始し、日本車いすカーリング協会と契約のうえ、大会への協賛や食でのサポートも行っていました。2026年2月から3月にかけて開催された「ミラノ・コルティナ2026冬季オリンピック」においては、TEAM JAPANの女子アイスホッケー日本代表と車いすカーリング日本代表の方々に、当社従業員から寄せられた応援メッセージをお届けするなど、会社が一体となって応援する取り組みも行いました。



TEAM JAPAN公式ライセンス商品



キャンペーン実施売場



女子アイスホッケー日本代表への応援メッセージ



車いすカーリング日本代表への
応援メッセージ

社会貢献活動

私たちは、社会貢献活動を通じて、ステークホルダーの皆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。

食を通じてのコミュニケーション

●食育推進活動の実施

学校や子ども食堂などで、お料理教室をはじめとした食育推進活動を積極的に行っております。「健康な心とからだは正しい食生活から」という想いのもと、子どもたちが食に触れる機会を創出することで食への関心を高め、次世代を担う子どもたちの健やかな成長に貢献してまいります。



●子ども食堂への食材支援

各事業所で、地域の子どもの食堂にハムやソーセージなどの食材提供を行っております。食を通じて、子どもたちが心休まり安心できる第三の居場所作りや地域交流の機会を支援してまいります。



●子育て支援(くるみんマーク使用商品)

商品パッケージにくるみんマークを表示し、日常の接点を通じて「誰もが子育てしやすい持続可能な社会作り」に向けた啓発活動に努めております。



商品ラインナップ 一例



●地域イベントへの参加

食育イベントやお祭りなどに店出し、地域の方々との交流を深めています。これらの活動を通じて、地域の活性化や食育の推進に貢献するとともに、企業や団体との新たな連携の機会を創出し、地域社会とともに持続的な発展を目指してまいります。



- 「よりよい食生活」をテーマにした社会貢献活動
- ホームページでの情報発信
- 行政と連携した情報発信

スポーツコミュニケーション

●スポーツイベントのサポート

日本車いすカーリング選手権大会や全日本バレーボール小学生大会をはじめとした、様々なスポーツ大会へ賞品を協賛しております。食を通じて選手の皆さまの活躍や努力をたたえ、とともに、すべての人々に夢や希望、挑戦する勇気を届けてまいります。



簡単に美味しくたんぱく質補給できる「プロテインチキンスティック」シリーズは、スポーツを楽しむ皆さまの毎日の栄養補給をサポートしています。



- スポーツ教室の実施
- TEAM JAPANオフィシャルサポーターシップによるスポーツ振興支援
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。

社外取締役メッセージ

積極的な施策を後押しし、
競争力向上・企業価値向上の
推進に貢献します



社外取締役
淵崎 正弘

略歴、地位、担当

1979年 4月	株式会社住友銀行 (現株式会社三井住友銀行) 入行	2011年 6月	株式会社三井住友フィナンシャルグループ 取締役
2007年 4月	株式会社三井住友銀行執行役員 事務統括部長	2012年 4月	株式会社三井住友銀行取締役 兼専務執行役員
2008年 4月	同行執行役員事務統括部・事務推進部 副担当役員	2015年 5月	株式会社日本総合研究所代表取締役社長 兼最高執行役員
2009年 5月	株式会社J SOL 顧問	2019年 6月	同社取締役会長
2009年 6月	同社取締役専務執行役員	2020年 6月	同社特別顧問(現任)
2010年 4月	株式会社三井住友銀行常務執行役員	2021年 6月	当社取締役(現任)
2011年 4月	株式会社三井住友フィナンシャルグループ 常務執行役員 株式会社日本総合研究所取締役	2025年 6月	BIPROGY株式会社社外監査役(現任)

社外取締役として取締役会に参加されて
きた2025年度を振り返り、当社グループ
の変化や感想をお聞かせください。

当社グループでこれまで取り組んできた構造改革による収益基盤の再構築が着実に成果を結んでいることに加え、原材料費や様々なコストの継続的な上昇に対し、適時適切に自社の提供価値に見合った価格の適正化を推進したことで、業績の安定感が増したと実感しています。業界環境は引き続き不透明感が残るものの、現在の強固な財務基盤を足がかりとして、持続的な成長に向けた次なる積極的な一手を図る重要なフェーズに入っていると認識しています。

直近の決算期における数値を見ての評価
をお聞かせください。

直近の業績数値につきましては、低迷期を脱し、明確な回復軌道に乗っている点は評価しています。一方で、足元の業績改善には価格の適正化による効果が大きく寄与している側面もあります。今後は収益の質を更に高め、安定的な好業績を継続・拡大させていくために、新領域への挑戦、革新的な新商品の投入、ならびに新規市場の開拓といった「積極的な攻めの事業展開」が不可欠であると考えています。

新中計に対する率直な評価をお聞かせく
ださい。

新中期経営計画につきましては、外部

環境や市場・内部環境の分析が非常に緻密になされており、それらに基づく事業計画の妥当性を評価しています。今後は、これら客観的な環境分析や人口動態、市場構造の変化をより一層深掘りし、各事業の枠組みを超えたグループ横断的・全社的な成長戦略へと具体化・昇華させていくことを期待しています。取締役会としても、より大局的な視点からの議論を深めてまいります。

コーポレートガバナンス体制について、どのように評価されますか。また課題があればお聞かせください。

当社のコーポレートガバナンス体制は、健全かつ安定的に機能しており、私たち社外取締役も非常にオープンで建設的な議論に参加できています。今後は、必須議題である決算や各事業報告に加え、グループ全体の持続的成長や部門横断的な重要戦略テーマに関する議論の場を一段と拡充させていくことが重要と考えます。これにより、取締役会の一層の活性化を図り、ガバナンスの質を更なる高みへと引き上げてまいります。

当社グループの非財務における取り組みについて、どのように評価されますか。また課題があればお聞かせください。

食品企業として最も本質的な使命である「食の安全・安心」に対し、迅速かつ的確な推進体制が構築されている点の評価しております。また、サイバーセキュリティ対策や危機管理体制、サステナビリティおよびコンプライアンスに関しても、ガバナンスが適切に機能しております。今後

は、これらの非財務指標をより多角的な視点で経営戦略と連動させ、中長期的な企業価値の最大化へと確実につなげていくことを期待しています。

2030年の目指す姿の実現に向けて、取締役(経営陣)に期待することをお聞かせください。

直近の業績水準を踏まえれば、2030年の目指す姿の実現は十分に狙えるポテンシャルを有していると感じています。ただし、更なる高みへ向けた確固たる成長曲線を描くためには、環境変化や人口動態、市場ニーズをとらえ全社・グループ横断的な成長施策の着実な実行が鍵となります。経営陣には、強いリーダーシップのもと、新市場開拓や事業シナジーの創出に向けた果敢な意思決定と推進を期待しています。

ご自身のキャリアやノウハウを活かした社外取締役の責務に対する意気込みや思いをお聞かせください。またステークホルダーの皆さまへのメッセージをお願いします。

私自身のこれまで培ってきたキャリアや他社での社外役員等の経験や知見を活かし、客観的かつ建設的な視点で取締役会の議論に貢献してまいります。時には変革を促す厳しい提言も交えつつ、戦略的な企画立案や施策推進を後押しし、当社の競争力強化と中長期的な企業価値向上に邁進する所存です。ステークホルダーの皆さまの期待に応え、「持続的な成長と社会貢献を果たす企業」として信頼を勝ち得てまいりますので、今後とも一層のご支援を賜りますようお願い申し上げます。

税理士・コンサルタントの 経験・知見を活かし 組織ガバナンスに貢献します



社外取締役
中野 由里

略歴、地位、担当

1997年 2月 中野由里税理士事務所設立
2006年 5月 税理士法人スプラウト設立代表社員
2011年 3月 株式会社スプラウトビーンズ設立
代表取締役(現任)

2016年 6月 シノフーズ株式会社社外取締役(現任)
2022年 1月 スプラウト税理士事務所代表(現任)
2025年 6月 当社取締役(現任)

社外取締役に就任し、1年が経過しましたが、取締役会に参加されて丸大食品グループへの率直な感想をお聞かせください。

この1年間を通じて、丸大食品グループは長年培ってきた事業基盤や製造・販売の現場力を持つ会社だと感じています。一方で、市場環境や消費者ニーズが大きく変化する中、これまで築いてきた強みを、次の成長にどうつなげていくかが重要な局面にあるとも感じています。

個々の事業や現場には多くの知見がある一方、それらをグループ全体の戦略として束ねる余地があります。将来の姿をより明確にしていけることが、今後更に重要になると考えています。

直近の決算期における数値を見ての評価をお聞かせください。

直近の決算では増収増益で、本業の収益力には一定の改善が見られます。そのうえで、数値の結果だけではなく、その中身と持続性を見ることが重要だと考えて

います。

構造改革やコスト削減による改善が、今後どのように持続的な収益力につながっていくのを見ていく必要があります。また、利益面では特別利益など一時的な要因による利益と、本業から継続的に生み出される利益とを分けて評価する必要があります。

今後は、売上や利益の増減だけでなく、各事業がどのように付加価値を生み、持続的な収益力につながっているのを見ていきたいと考えています。

新中計に対する率直な評価をお聞かせください。

ローリング方式で毎年見直していく仕組み自体は、環境変化に対応するうえで有効だと考えています。

ただし、現在の中期経営計画は取り組むテーマが幅広く見える部分もあります。毎年見直す仕組みだからこそ、その時点で何を最優先とするのか、どの事業や施策に経営資源を重点配分するのかを、よ

り明確にすることが重要だと考えています。

全てを同じ強度で進めるのではなく、将来の収益力や企業価値への貢献度を踏まえて優先順位をつけ、必要に応じて取り組みの強弱を変えていく形が望ましいと考えます。

丸大食品グループの非財務における取り組みについて、どのように評価されますか。また課題があればお聞かせください。

非財務情報は、単に開示のために集計するものではなく、経営を考えるうえで重要な指標になり得ると考えています。

環境、人材、調達、品質、安全などのサステナビリティ項目は、一見すると財務とは別の領域に見えますが、実際には生産性、原価、供給リスク、人材確保、将来の収益力などと密接につながっています。

例えば、CO₂排出量の削減も、規制対応という観点だけではなく、エネルギー使用や生産工程の見直しを通じて、生産性向上やコスト改善につながる可能性があります。

重要なのは、「非財務を財務につなげて考える」ことです。個々の指標を集計・開示するだけではなく、それぞれが経営にどのような影響を与え、どの財務指標や企業価値につながるのか、その因果関係を組み立てていくことが必要だと考えています。

2030年の目指す姿の実現に向けて、取締役(経営陣)に期待することをお聞かせください。

掲げた数値目標を現在の事業の延長線上で考えるのではなく、そこから逆算して、どのような事業構成や収益構造が必要なのかを考える必要があります。

売上を増やすだけではなく、収益性や

資本効率を高めるために、どの事業を成長させるのか、どこに投資するのか、何を変えるのかまで踏み込んだ判断が求められるでしょう。

経営環境が大きく変化する中では、すべてを維持することは必ずしも最善ではありません。経営陣には、将来の丸大食品グループの姿を明確に描き、その実現に必要な選択を、スピードを持って行ってほしいと期待しています。

ご自身のキャリアやノウハウを活かした社外取締役の責務に対する意気込みや思いをお聞かせください。また、ステークホルダーの皆さまへメッセージをお願いします。

これまでの仕事を通じて培ってきたのは、専門知識だけではなく、複雑な状況の中から論点を整理し、誰が考え、何を決めるべきなのかを明確にし、議論を前に進める力だと考えています。

社外取締役が経営の答えを持っているわけではありません。異なる視点から問いを投げかけ、必要な論点を明確にし、経営陣がより良い答えを導き出せるよう議論を促すことが、私の重要な役割の一つだと考えています。

ステークホルダーの皆さまに対しては、丸大食品グループが、環境の変化を踏まえて自ら進むべき方向を見定め、適切な選択を重ねながら変革を続けていくことが、持続的な企業価値の向上につながると考えています。

社外取締役として、健全な議論と適切な監督を通じて、その実現に貢献してまいります。

ガバナンス

取締役・監査役 (2026年6月末現在)



代表取締役社長
佐藤 勇二

■重要な兼職の状況
株式会社バイオニアフーズ
取締役会長



取締役
森本 芳史



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
BIPROGY株式会社社外監査役



常勤監査役
中根 正人



監査役(社外)
西村 元昭

■重要な兼職の状況
弁護士



専務取締役
福島 成樹



取締役
池田 知功



取締役(社外)
中野 由里

■重要な兼職の状況
株式会社スプラウトビーンズ代表取締役
シノプフーズ株式会社社外取締役
スプラウト税理士事務所代表



常勤監査役(社外)
東 俊明

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	サステナビリティ・ESG	生産・品質	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	●	●	●		●	●
福島 成樹	専務取締役	●	●	●	●		
森本 芳史	取締役			●		●	●
池田 知功	取締役		●	●	●		
淵崎 正弘	取締役(社外)	●	●	●		●	●
中野 由里	取締役(社外)	●	●			●	●

(注) 各取締役に特に期待される領域を記載しており、各取締役の有する全ての知見を表すものではありません。

① 企業経営

経営陣には、組織全体を俯瞰し、短期的・中長期的な成長を実現するための戦略を構築できる能力が求められるため、基盤となるスキルとして必要であると判断しました。

② 事業戦略・マーケティング

現代の市場環境において、競争優位を確立する戦略と、顧客ニーズをとらえたマーケティング施策は事業の継続的な成功に直結する重要な要素として必要であると判断しました。

③ サステナビリティ・ESG

環境問題、社会的課題が企業に与える影響が大きくなっている現在、持続可能な社会の実現に向けた取り組みは、企業の成長と社会的責任を両立するための不可欠な要素として必要であると判断しました。

④ 生産・品質

総合食品メーカーとして、製品やサービスの品質は、お客様への安全・安心、企業の信頼性と競争力を担保する事業活動の根幹にあたる要素として必要であると判断しました。

⑤ 財務・会計

事業運営における資源の配分や、経営判断の正確性を裏付けるために、財務面の分析能力と会計知識は欠かせない領域で必要であると判断しました。

⑥ 法務・リスクマネジメント

不確実性が高まる経営環境において、潜在的なリスクを事前に察知し、適切に対応できる能力は、持続的な事業運営を支える重要な要素として必要であると判断しました。

これらの選定項目は、当社の企業価値の最大化を実現し、ステークホルダーの期待に応えるためのスキルとして定義したものであり、取締役会が今後の経営課題への対応を見据えた必要なスキルとして選定しております。

基本的な考え方

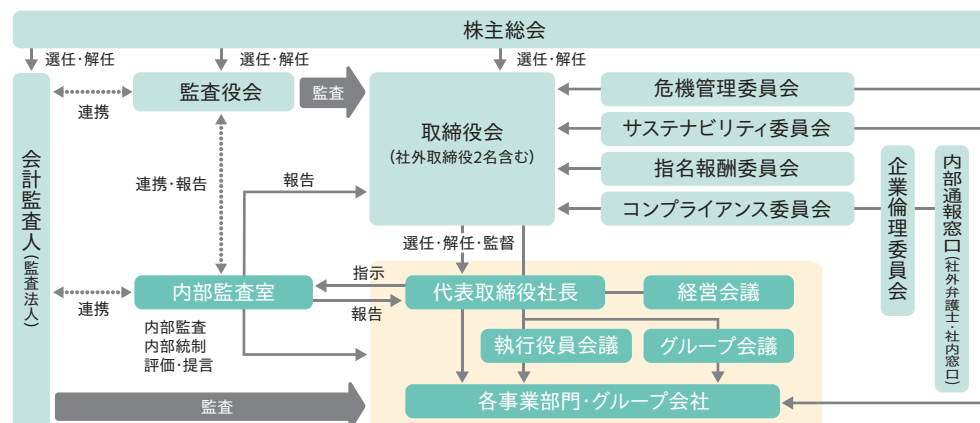
当社におけるコーポレート・ガバナンスの基本的な考え方は、まずお客様に信頼される企業経営に徹することであると考えます。お客様の「食の安全・安心」への関心が高まるなか、より安全でより安心な食品をお客様に提供させて頂くため、食品安全マネジメントシステムに基づいた衛生管理体制の確立及び商品の安全性と法令に合致した表示の適正化の確保など、品質保証体制の更なる強化に努めてまいります。

また、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向上を図り、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など以下の機関を設け、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、定款に定める事項およ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かかわる行動計画の目標設定およ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、取締役候補者および取締役の報酬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、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、主要グループ会社の社長で構成され、グループ会社の営業成績、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」の調査結果およ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およ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および再発防止策の検討、策定等を行います。

監査役および監査役会

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および協議・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およ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。

内部統制体制について

当社は、企業理念・事業目的を達成し、企業価値の向上と持続的な発展を実現すべく、当社グループのすべての会社及び部門が、それぞれの役割を果たせるように内部統制システムの適切な整備・運用に努めます。

また、内部統制システムについては、代表取締役社長直轄の内部監査室が主管となっており、当社各部署及び当社グループ企業全体の内部統制の運用状況の評価及び提言などを行います。

取締役会の具体的な審議内容

取締役会は月1回の定例取締役会のほか、必要に応じて臨時取締役会を適時に開催し、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ております。主に以下の事項等について検討を行っております。

- 経営方針及び中期経営計画に関する事項
- コーポレート・ガバナンス強化に関する事項
- コンプライアンス及びリスク管理を含めた内部統制システムに関する事項

取締役会の実効性評価

(1) 評価の目的・プロセス

当社は、取締役会の機能を継続的に向上させ、企業価値を高めることを目的として、毎年、取締役会の実効性評価を実施しています。2025年度は、すべての取締役・監査役を対象に外部機関の助言を得てアンケート調査を行い、回答は外部機関へ直接提出する方法により匿名性を確保しました。外部機関による集計・分析結果を踏まえ、取締役会において評価結果および今後の改善に向けた方針について議論しています。

(2) 評価結果の概要

取締役会の構成及び運営につきましては全体的に肯定的な評価が得られており、取締役会全体の实効性については確保されていると認識しております。一方、経営戦略、経営計画の決定に際しては、収益力・資本効率等を意識して、取締役会において十分に議

論を行うべきとの意見が示され、取締役会の機能の更なる向上、議論の活性化に向けた課題も共有いたしました。

(3) 評価結果を踏まえた具体的な改善施策

当社は、実効性評価で抽出された課題に対応するため、以下の取り組みを進めています。

- 経営戦略および中期経営計画に関する審議時間を一層確保するため、年間の取締役会スケジュールにおいて、中期経営計画の進捗や収益力・資本効率等に関するフォローアップ議題を継続的に付議することとしました。
- 重要な経営指標（収益力・資本効率に関する指標等）や資本コストを踏まえた分析結果について、取締役会の事前説明資料を充実させるとともに、独立社外取締役向け定例報告会を実施することで、社外取締役を含む全員が共通認識のもとで議論できるよう情報提供体制を強化しています。
- 取締役会での議論の活性化に向けて、経営戦略や構造改革など重要テーマの審議にあたっては、独立社外取締役が問題提起や論点整理を行う場面を増やすなど、社外の視点をより積極的に取り入れる会議運営とすることで、多角的な議論の深化を図っています。

(4) 今後の方針

当社は、毎年の取締役会実効性評価を通じて、収益力・資本効率や資本コストを踏まえた経営戦略・経営計画に関する議論の一層の充実と、独立社外取締役の知見を活かした積極的かつ建設的な議論を通じて、取締役会の監督機能の向上を図り、中長期的な企業価値の向上につなげてまいります。あわせて、実効性評価により得られた取締役会全体としての課題認識や改善ニーズについては、指名報酬委員会における取締役の指名・解任方針、後継者計画、報酬制度および報酬構成の検討に継続的に反映することで、取締役会の評価・指名・報酬が一体となったガバナンスプロセスの高度化を進めてまいります。

指名報酬委員会

(1) 委員会の使命・スタンス



指名報酬委員会
委員長

佐藤 勇二

当社は、取締役会の独立性・客観性および説明責任を強化するため、過半数を独立社外取締役で構成する「指名報酬委員会」を設置しています。同委員会は、取締役候補者および監査役候補者の選任・解任、代表取締役社長（CEO）の後継者計画、取締役報酬制度および個人別報酬額の決定方針など、ガバナンス上特に重要な事項について審議し、取締役会へ答申する役割を担っています。

(2) 構成・独立性ガバナンス

当社は、指名報酬委員会の委員長を代表取締役社長としておりますが、指名・報酬に関する審議・決定の独立性および客観性を確保するため、以下の枠組みを設けています。

①指名報酬委員会の委員構成については、委員の過半数を当社の社外役員独立性基準を満たす独立社外取締役とすることで、委員会全体として経営陣から独立した視点を持って審議できる体制としています。重要な指名・報酬に関する議案の審議にあたっては、独立社外取締役の意見が十分に反映されるよう運営しています。

②指名報酬委員会の答申については、取締役会に付議し、審議・決議する意思決定プロセスにて運用しています。取締役会では、指名報酬委員会における審議経過および答申内容を踏まえ、社外取締役を含む取締役で妥当性・公平性を検証したうえで最終的な決定を行っています。

これらの仕組みにより、委員長が代表取締役社長であることを前提としつつも、独立社外取締役による監督機能と、取締役会による審議・決議を通じて、指名・報酬に関する決定の独立性・客観性・透明性を確保しています。

(3) 年間の審議事項・活動状況

2025年度の指名報酬委員会は2回開催され、主に以下の事項を審議しました。

- 取締役候補者及び監査役候補者の選任に関する事項
- 取締役及び監査役の解任に関する事項
- 代表取締役の選任・解任に関する事項
- 後継者計画に関する事項
- 取締役報酬等の決定方針に関する事項
- 取締役の個人別報酬等の決定に関する事項
- その他委員会が必要と認める事項

これらの審議を通じて、当社の持続的な成長と中長期的な企業価値向上に資する取締役の指名・報酬の在り方について、多角的な議論を行いました。なお、指名報酬委員会の審議にあたっては、取締役会の実効性評価の結果として示された取締役会全体の課題や改善方向性も参照し、取締役会の監督機能の強化に資する観点から、取締役の指名・解任方針、後継者計画および報酬制度・報酬構成の妥当性・公平性を検証しています。

(4) 今後の方針

指名報酬委員会は、今後も独立性・客観性・透明性を重視した審議を継続し、取締役会のガバナンス機能を一層高めることで、当社の構造改革と持続的成長、中長期的な企業価値向上に貢献してまいります。併せて、実効性評価により得られた取締役会全体としての課題認識や改善ニーズについては、指名報酬委員会における取締役の指名・解任方針、後継者計画、報酬制度および報酬構成の検討に継続的に反映することで、取締役会の評価・指名・報酬が一体となったガバナンスプロセスの高度化を進めてまいります。

代表取締役（最高経営責任者） 後継者計画の策定

当社は、2025年6月26日の取締役会において、代表取締役社長（最高経営責任者）の後継者計画を策定しております。なお、代表取締役社長の選任に際しては、後継者計画に則り、指名報酬委員会の承認を得て、取締役会で決議いたします。

役員報酬

当社の取締役の報酬は、「固定報酬」及び「業績連動報酬」で構成されていますが、2025年6月26日開催の第77回定時株主総会において当社の取締役（社外取締役を除く）を対象に、取締役の報酬と当社の業績及び株式価値との連動性をより明確にし、取締役が株価の変動による利益・リスクを株主の皆様と共有することで、中長期的な業績の向上と企業価値の増大に貢献する意識を高めるために、新たに信託を用いた業績連動型株式報酬制度を導入いたしました。

報酬の基本方針

- (1) 取締役の報酬は、当社の持続的な成長と企業価値の向上を図っていくための動機づけとなる報酬体系とする。
- (2) 企業理念を実践し、当社の経営を担う優秀な人材確保に必要な健全で適切な報酬内容、報酬水準とする。
- (3) 取締役の役割、業績への貢献度に応じた報酬とする。

報酬額の決定に関する方針

取締役の報酬額は、株主総会で承認された報酬総額の限度額の範囲内で、固定報酬、業績連動報酬（賞与、株式報酬）について、役位毎の支給基準及び当社の業績規模を踏まえ、外部機関による客観的な報酬調査データ等の報酬水準を参考に、総合的に勘案した各取締役の報酬額を、取締役会より指名報酬委員会へ諮問し、審議された答申の内容に基づいて取締役会決議にて決定するものとする。

報酬構成

当社の取締役（社外取締役を除く）の報酬は、固定報酬及び業績連動報酬（賞与、株式報酬）で構成し、業務執行から独立した立場で監督機能を担う社外取締役については職責を鑑み、基本報酬のみを支払うこととする。また、報酬構成比率については、取締役の責務を果たすべく、単年度の業績目標の達成のみならず、持続的な成長と企業価値の向上に向けた健全なインセンティブとして機能する役位毎の役割・責任に応じて設定するものとする。

基準業績達成時の報酬構成比率

	固定報酬	業績連動報酬(賞与)		業績連動型株式報酬	
付与方式	金銭	金銭		株式(株式交付信託)	
評価指標	—	財務	・連結営業利益	財務	・ROE
				非財務	・ESG経営指標 ・業績連動指標 (ROE:ESG経営指標＝80%:20%)
付与方法	役位別に定めた標準額を支給	支給額は業績達成度を100%とした場合、達成度合いに応じて支給率は0～200%の範囲内で変動		支給額は業績達成度を100%とした場合、達成度合いに応じて支給率は0～150%の範囲内で変動	

なお、報酬構成比率は、業績ならびに目標の達成度合いによって変動いたします。

役員区分ごとの報酬等の総額、報酬等の種類別の総額及び対象となる役員の員数

役員区分	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 (名)
		固定報酬	業績連動報酬		
			賞与	株式報酬	
取締役 (社外取締役を除く)	189	100	56	32	6
監査役 (社外監査役を除く)	12	12	—	—	2
社外役員	28	28	—	—	5

- ※1 当社の取締役の報酬額は、2025年6月26日開催の第77回定時株主総会において年額360百万円以内（うち社外取締役分36百万円以内）と決議されております（使用人兼務取締役の使用人分給与は含まない）。当該定時株主総会終結時点の取締役の員数は6名（うち、社外取締役は2名）です。
- ※2 業績連動型株式報酬の額は、当事業年度に計上した金額の合計額であります。
- ※3 当社の監査役の報酬額は、1994年6月29日開催の第46回定時株主総会において月額5百万円以内と決議しております。当該定時株主総会終結時点の監査役の員数は4名（うち、社外監査役は2名）です。
- ※4 対象となる役員の員数には、2025年6月26日付で退任した取締役2名、社外取締役1名、監査役1名を含んでおります。

(1) 固定報酬（基本報酬）

各取締役の固定報酬は、役位毎の支給基準及び当社の業績規模を踏まえ、外部機関による客観的な報酬調査データ等の報酬水準を参考に、総合的に勘案して決定するものとする。また、固定報酬は金銭報酬とし、支給は月額払いとする。

(2) 業績連動報酬（賞与）

各取締役の賞与額は、事業年度毎の業績向上に対する意識を高めるため、業績連動指標を連結営業利益とし、役位別標準支給額に支給率を乗じて算定した支給額とする。なお、業績連動指標となる連結営業利益については、公に情報開示した目標値とし、連結営業利益の目標達成率50%～150%の変動幅に応じて、支給率は0%～200%の範囲内で変動するものとする。また、前事業年度末且つ当事業年度の定時株主総会終了時に在籍する社外取締役を除く取締役に賞与を支給するものとし、賞与は金銭報酬とし、当事業年度の定時株主総会終了後、一定の時期に一括支給とする。

(3) 業績連動型株式報酬

取締役の業績連動型株式報酬は、取締役の報酬と当社の業績及び株式価値との連動性をより明確にし、取締役が株価の変動による利益・リスクを株主の皆様と共有することで、中長期的な業績の向上と企業価値の増大に貢献する意識を高めることを目的とし、長期業績連動報酬として金額ベースで設定している標準額をポイント数（1P＝1株）に換算し、役位別標準ポイントテーブルを設定する。業績連動指標を「ROE:ESG経営指標＝80%:20%」に設定する。また、当社の業績規模を踏まえ、外部機関による客観的な報酬調査データ等の報酬水準を参考に設定した役位別標準ポイントに支給率を乗じて算定した業績連動ポイントを各対象期間末日にあたる定時株主総会開催日をポイント付与日と定め、各取締役にポイントを付与するものとする。なお、業績連動指標であるROE、ESG経営指標については、指名報酬委員会にて審議のうえ、取締役会へ答申し、取締役会の決議で決定した目標値とする。目標達成率はROEで70%～130%の変動幅に応じて、支給率は0%～150%の範囲内で変動するものとする。また、ESG指標については、独自に設定した複数指標に対応する各々の目標達成率の変動幅に応じて、支給率の範囲内で変動するものとする。

株式報酬の取得に関しては、取締役を退任した際に、付与されたポイント数に応じて、当社株式の交付を受けるものとする。なお、任期途中の辞任、解任、死亡、取締役の欠格事由に該当等の対応や株式交付に関する手続き等は、株式交付規程に則り、制度運用を行うものとする。

資本コストや株価を意識した経営

当社グループは、中期経営計画を策定する上での参考や政策保有株式保有の合理性検証のため、資本コストを試算しております。当社グループの資本コストは5.5～6.5%程度※1と認識しており、2026年4月を起点とした中期三ヵ年経営計画の計画最終年度である2029年3月期には、ROEを7.6%まで高めることを目標とし、2030年の目指す姿である「ROE 8%」の達成に向けて取り組みを進めてまいります。なお、資本コストは投資家が期待するリターンでありますので、機関投資家等との対話を通じて適切な資本コストの認識に努め、事業計画や株主還元を活かすことで、企業価値の向上に取り組んでまいります。

政策保有株式の縮減

当社グループは、研究開発・製造・物流・販売・サービス・資金調達のすべての過程においてさまざまな企業との協力が必要であると考えています。その観点から、事業上の関係や事業戦略などを総合的に勘案して、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としております。

2024年11月開催の取締役会において、政策保有株式の保有意義に関する議論を一層掘り下げ、政策保有株式の縮減を進めることといたしました。具体的には、政策保有株式の残高を2026年3月末までに2024年3月末比20%程度縮減し、連結純資産に対する政策保有株式の比率を20%以下に縮減するとの方針に沿って政策保有株式の売却を進めました。しかしながら、株価上昇により縮減目標は未達（20.4%）となりましたので、追加売却を実施するなど2027年3月末での目標達成に向けて継続して取り組んでまいります。

株主還元／配当方針

当社グループは、株主の皆様への利益還元を経営上の最重要課題の一つとして位置付けており、安定配当を継続することを基本方針としつつ、収益成長に応じた増配を目指しております。2026年度以降の新たな株主還元／配当方針として「NOPAT※2の35%の配当水準」を設定しており、特殊要因に左右されない安定的かつ予測可能性の高い株主還元を実施してまいります。

※1 CAPM（資本資産評価モデル）ベース

※2 NOPAT＝営業利益×（1－当社想定実効税率）

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、建設的な対話を目的とする株主からの対話（面談）の申込みについては、合理的な範囲および方法にて、IRを統括する取締役が臨むことを基本としています。

建設的な対話の実現のため、IRを統括する取締役が社内各部門と情報共有を適切に行い、対話内容は経営層や取締役会に定期的にフィードバックをしています。また、対話を通じて得た要望や示唆については、取締役会などで議論をすることによって、経営に活かしています。

社内へのフィードバック

主な内容		実施回数
取締役会	・IR活動状況 ・株主の状況	4回
経営層、関連部署	・株主／投資家との対話内容	適宜

対話を踏まえて取り入れた事項

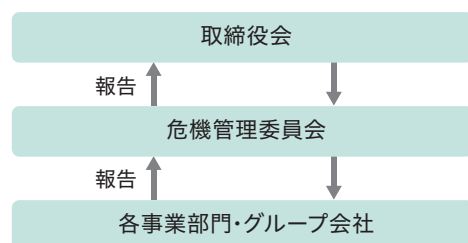
株主／投資家からの要望		当社対応
配当方針	・定量的な配当方針の明示 ・配当水準の向上	・株主還元／配当方針の変更を開示（NOPATの35%の配当水準） ・2026/3期増配と自己株式取得を実施、2027/3期増配を予想
政策保有株式	・縮減の時期と水準	・政策保有株式縮減方針を開示（2027/3期末までに対連結純資産比率20%以下に縮減）
中期経営計画	・資本収益性の改善と株主還元の充実 ・ROE8.0%の達成時期	・経常ベースのROE向上を課題として認識、中計期間中のROE計画値を開示 ・中間配当導入 ・株主優待制度の拡充 ・2030年の目指す姿として明示
株価を意識した経営	・改善に向けた取り組みの更新	・改善に向けた取り組み状況を開示 ・対話を踏まえた諸施策を反映 ・業績連動型株式報酬制度導入 ・従業員持株会制度の拡充（RS付与等）

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。

リスク管理体制



リスク情報

丸大食品グループが連結会社の財政状態、経営成績およびキャッシュ・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
サイバーインシデントリスク	● 大規模システム障害の発生による事業継続への影響	● サイバーセキュリティ対策強化 ● 従業員へのセキュリティ教育の実施 ● データバックアップとインシデント発生時の対応フロー策定

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遵守はもとより、企業倫理に則り、定款および規程等を遵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。

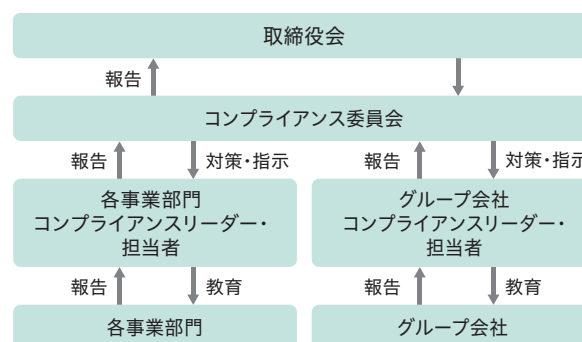


コンプライアンス推進の流れ

当社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およ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およ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

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を設置し、当社グループのコンプライアンス状況の監督及び遵守の推進を行っております。コンプライアンス委員会は、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、法令遵守はもとより、企業倫理に則り、コンプライアンス意識の向上及び周知徹底に努めております。

コンプライアンス推進の取り組み

当社グループは、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を図るため、課題の分析・検証を行い、更なる教育・研修が必要であると判断した重点事業所およびグループ会社の従業員に対して、対面研修を実施いたしました。

また、当社グループのコンプライアンス推進を図るため、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およびコンプライアンス担当者に対して、コンプライアンス研修を年1回実施し、コンプライアンスの重

要性についての理解を深め、ハラスメント等に関する意識の向上を図りました。当社グループ全従業員に対して、「丸大食品グループ行動基準」や教育資料等を活用し、コンプライアンス教育を毎月1回実施することで、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。

情報セキュリティ リスクマネジメントの強化

当社グループは、持続可能な成長戦略を推進するうえで、情報セキュリティを重要な経営課題の一つと認識しています。社内外の脅威から事業活動を守るため、リスクの把握、対策の実施、教育・訓練および継続的な改善を通じて、セキュリティマネジメントの強化に取り組んでいます。

サイバー攻撃の高度化やデジタル化の進展に伴うリスクの高まりに対応するため、端末の監視や外部専門サービスの活用を含む多層的な対策を推進し、セキュリティ管理業務の効率化と精度向上を図っています。また、セキュリティアセスメントや脆弱性診断を通じて、情報システムおよび運用体制に関するリスクを把握し、その結果に基づく対策・改善を継続的に実施しています。

従業員のセキュリティ意識の向上に向けて、教育・研修や標的型メール訓練を実施し、サイバー攻撃や情報漏えい事故のリスク低減に努めています。経営層に対してもセキュリティ研修を行い、情報セキュリティの重要性や、インシデント発生時に求められる判断・意思決定への理解を深めています。

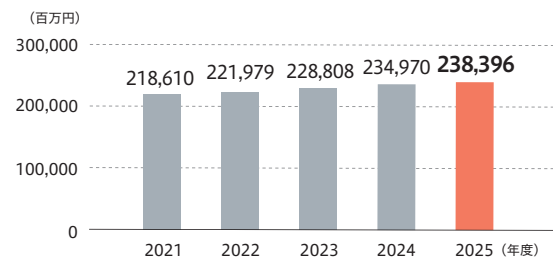
さらに、サイバー攻撃や情報漏えいなどのインシデントを想定した訓練を通じて、報告・連絡体制、関係部署間の情報共有および復旧対応を確認します。訓練で明らかになった課題を踏まえて対応手順や体制を継続的に見直し、組織全体の対応力向上につなげます。

今後も、社内報や社内ポータルサイトなどを通じた啓発活動を継続し、従業員の意識向上を推進していきます。

財務ハイライト

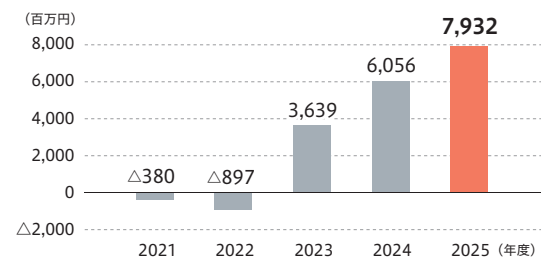
売上高

238,396百万円



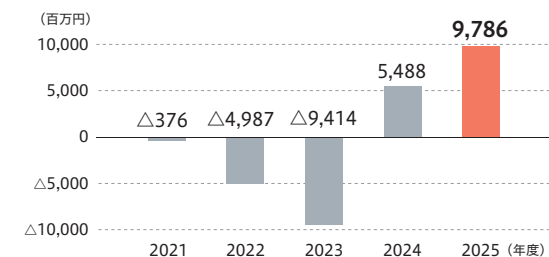
経常利益

7,932百万円



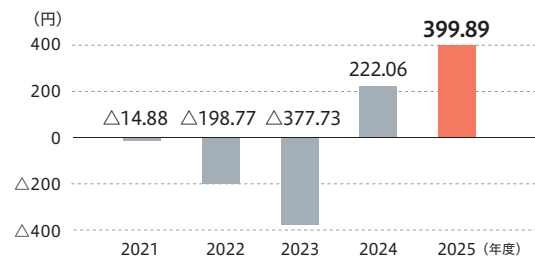
親会社株主に 帰属する当期純利益

9,786百万円



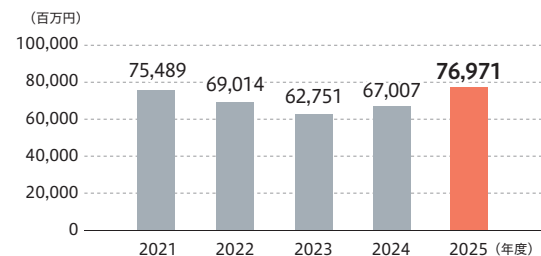
1株当たり当期純利益

399.89円



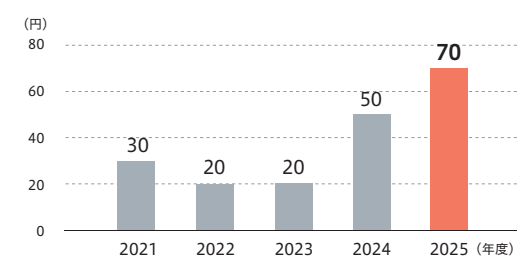
純資産

76,971百万円



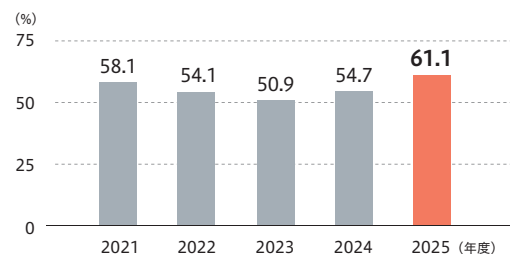
1株当たり配当金

70円



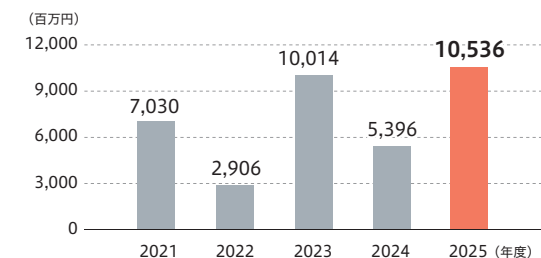
自己資本比率

61.1%



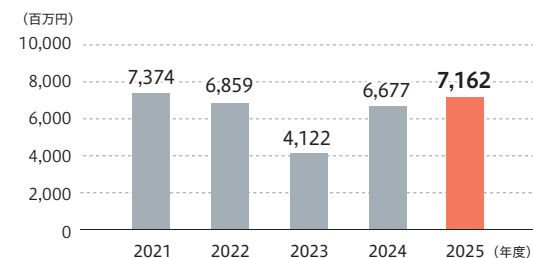
営業活動による キャッシュ・フロー

10,536百万円



設備投資

7,162百万円



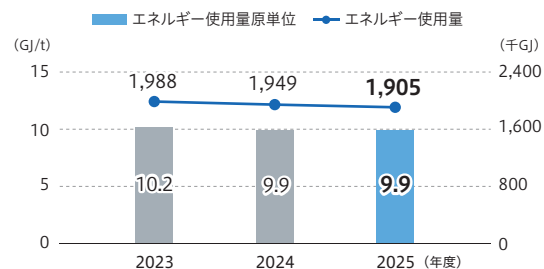
※各データを精査し、最新版に更新して掲載

非財務ハイライト

エネルギー使用量原単位

(エネルギー使用量/生産重量)

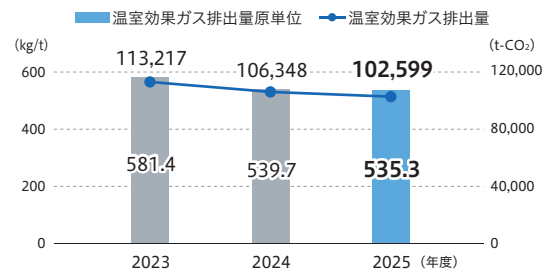
9.9 GJ/t



温室効果ガス排出量原単位

(Scope1・2)

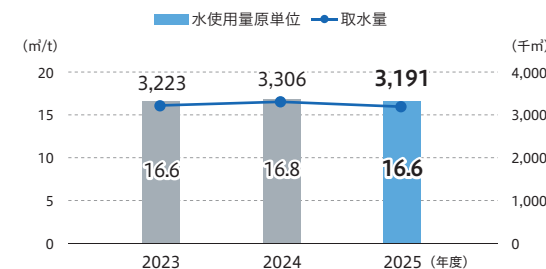
535.3 kg/t



水使用量原単位

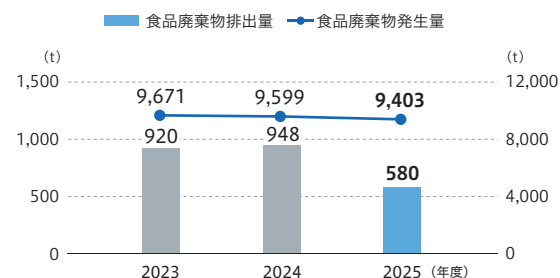
(水使用量/生産重量)

16.6 m³/t



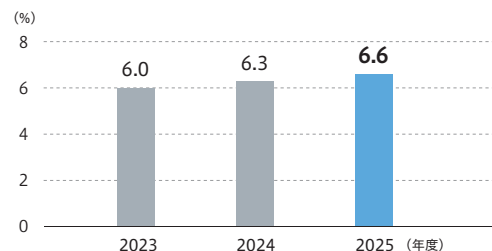
食品廃棄物排出量

580 t



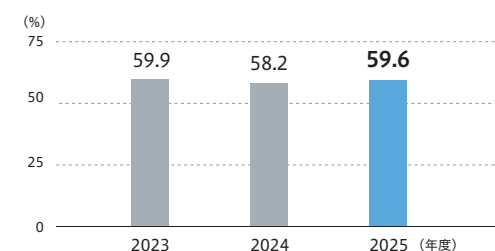
女性管理職比率

6.6%



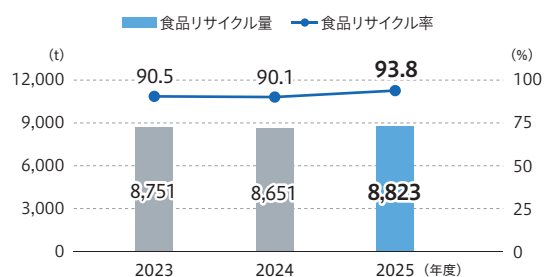
有給休暇平均取得率

59.6%



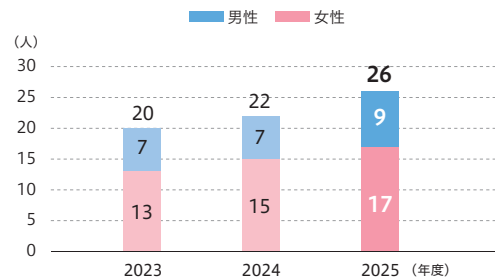
食品リサイクル量

8,823 t



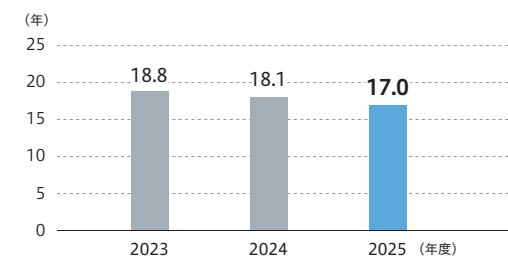
育児休業取得者数

26人



平均勤続年数

17.0年



※各データを精査し、最新版に更新して掲載

10年間の財務サマリー

	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度
売上高 (百万円)	232,436	239,586	243,030	245,820	223,000	218,610	221,979	228,808	234,970	238,396
加工食品事業 (百万円)	163,057	165,290	169,387	170,648	151,762	148,011	147,093	152,404	157,660	160,500
ハム・ソーセージ部門 (百万円)	86,997	85,480	80,954	78,854	71,161	66,484	64,392	65,517	73,126	74,499
調理加工食品部門 (百万円)	76,059	79,809	88,433	91,794	80,600	81,526	82,700	86,886	84,534	86,000
食肉事業 (百万円)	69,219	74,136	73,481	75,024	71,087	70,455	74,758	76,276	77,183	77,763
その他事業 (百万円)	160	159	161	147	150	143	127	128	126	132
営業利益 (百万円)	4,710	2,370	2,253	2,617	△ 333	△ 865	△ 1,400	3,117	5,469	7,504
経常利益 (百万円)	5,378	2,820	2,724	3,118	180	△ 380	△ 897	3,639	6,056	7,932
親会社株主に帰属する当期純利益 (百万円)	3,284	1,842	1,463	1,653	412	△ 376	△ 4,987	△ 9,414	5,488	9,786
1株当たり当期純利益 (円)	124.98 (25.00)	70.39 (14.08)	57.48	65.04	16.23	△14.88	△ 198.77	△ 377.73	222.06	399.89
総資産 (百万円)	129,339	131,146 (132,069)	132,626	131,854	131,342	128,903	126,261	121,819	120,920	124,641
純資産 (百万円)	76,290	76,984	76,094	75,056	77,750	75,489	69,014	62,751	67,007	76,971
自己資本比率 (%)	58.6	58.3 (57.9)	57.0	56.5	58.7	58.1	54.1	50.9	54.7	61.1
1株当たり純資産 (円)	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	2,704.30	3,134.17
営業活動によるキャッシュ・フロー (百万円)	8,758	3,152	6,695	8,608	7,673	7,030	2,906	10,014	5,396	10,536
投資活動によるキャッシュ・フロー (百万円)	△ 5,716	△ 7,554	△ 7,534	△ 8,271	△ 5,388	△ 5,688	△ 4,516	△ 4,882	△ 2,884	367
財務活動によるキャッシュ・フロー (百万円)	△ 3,672	△ 3,258	255	△ 219	△ 2,053	△ 1,826	534	△ 2,380	△ 3,196	△ 10,091
現金及び現金同等物の期末残高 (百万円)	16,370	8,709	8,127	8,244	8,476	7,990	6,916	9,668	8,983	9,796
設備投資 (百万円)	9,880	10,850	9,589	9,167	6,133	7,374	6,859	4,122	6,677	7,162

(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。2016～2017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. 2016～2017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、当該会計基準等を遡っ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。

(注)5. 2024年度より、「加工食品事業」セグメントのうち「調理加工食品部門」の一部を「ハム・ソーセージ部門」へ集計するよう変更しております。

経営計画・財務状況の分析(MD&A)

2026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・所得環境の改善や各種政策の効果により、緩やかな回復基調で推移しました。一方、中東情勢の緊迫化や金融資本市場の変動の影響、米国の通商政策をめぐる動向など景気を下押しするリスクも懸念されることから、依然として先行き不透明な状況が続いております。

当業界におきましては、原材料価格の高騰、人件費および物流費などのコスト増加を背景に、生活必需品を中心とした物価上昇に伴う消費者の節約志向が一層高まっており、消費行動の変容による市場構造の変化がみられるなど、厳しい経営環

境が続いております。

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1.5%増の2,383億96百万円、営業利益は同37.2%増の75億4百万円、経常利益は同31.0%増の79億32百万円、親会社株主に帰属する当期純利益は、投資有価証券売却益などを計上したことから、同78.3%増の97億86百万円となりました。

財政状態の分析

当連結会計年度末における総資産は、退職給付に係る資産が22億79百万円、有形固定資産が13億16百万円増加したことなどから、前連結会計年度末に比べ37億21百万円増加し、1,246億41百万円となりました。

負債は、未払法人税等が21億6百万円増加しましたが、有利子負債が81億44百万円減少したことなどから、前連結会計年度末に比べ62億42百万円減少し、476億70百万円となりました。

純資産は、剰余金12億24百万円の配当がありましたが、親会社株主に帰属する当期純利益97億86百万円の計上や退職給付に係る調整累計額が14億9百万円増加したことなどから、前連結会計年度末に比べ99億63百万円増加し、769億71百万

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6.4%上昇し、61.1%となりました。

また、セグメントごとの資産は、加工食品事業が713億93百万円（前年同期は688億95百万円）、食肉事業が237億92百万円（前年同期は218億57百万円）、その他及び全社資産が294億55百万円（前年同期は301億66百万円）であります。加工食品事業における主な資産の増加要因は、退職給付に係る資産の増加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、ハム・ソーセージ部門の販促活動等による販売拡大、デザート・飲料類などの加工食品の販売促進・販路拡大による伸長、食肉事業が堅調に推移したことから、前年同期比1.5%増の2,383億96百万円となりました。各セグメント別の売上高は、加工食品事業が前年同期比1.8%増の1,605

億円、食肉事業が同0.8%増の777億63百万円、その他事業が同4.6%増の1億32百万円となりました。

売上原価は、原材料価格の高騰などの影響から前年同期比0.5%増の1,988億42百万円となりましたが、増収や価格改定の実施などから、売上原価率が前年

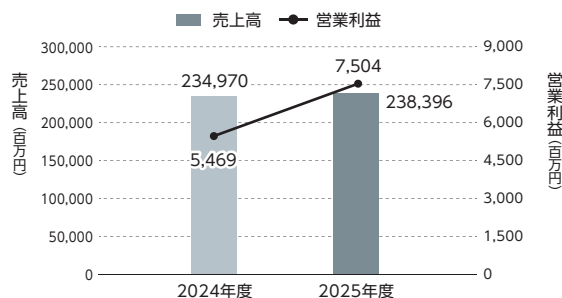
経営計画・財務状況の分析 (MD&A)

同期比0.8%低下したことにより、売上総利益は、前年同期比6.6%増の395億53百万円となりました。

販売費及び一般管理費は、前年同期比1.3%増の320億49百万円となりましたが、継続的な経費削減などから、売上高比率13.4%、前年同期比0.1%の低下となりました。

営業利益は、原材料価格の高騰などのコスト増加要

売上高と営業利益



キャッシュ・フローの状況

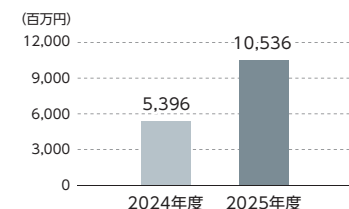
当社グループは事業活動のための適切な資金を確保し、資金の流動性を維持するとともに、健全な財政状態を目指すための安定的な営業キャッシュ・フローの創出が資本財源の最優先事項の一つであると考えております。

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出来環境を作っておきたいと考えております。

2022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が、2025年3月期及び2026年3月期は減価償却費を上回る設備投資を行いました。そのなか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利益の計上に加え、減価償却

営業活動によるキャッシュ・フロー



因がありましたが、各事業の増収、価格改定の実施および継続的なコスト削減の効果等により、前年同期比37.2%増の75億4百万円となりました。

経常利益は、営業利益の増益などから、前年同期比31.0%増の79億32百万円となりました。

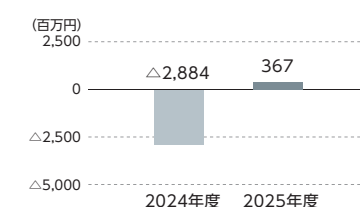
親会社株主に帰属する当期純利益は、投資有価証券売却益50億41百万円を計上したことなどから、前年同期比78.3%増の97億86百万円となりました。

費や投資有価証券売却益などの調整を行った結果、105億36百万円増加しました。

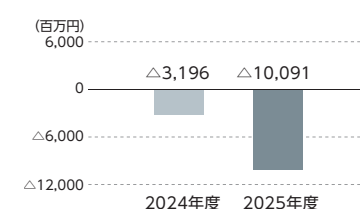
投資活動によるキャッシュ・フローは、生産設備の増強・合理化や品質向上のための固定資産の取得による支出がありましたが、投資有価証券の売却による収入、固定資産の売却による収入などから、3億67百万円増加しました。財務活動によるキャッシュ・フローは、有利子負債の減少や配当金の支払い、自己株式の取得による支出などから、100億91百万円減少しました。

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8億12百万円増加し、97億96百万円となりました。

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

事業所一覧 (2026年10月1日現在)

本 社
高槻
支 店
東京
物流センター
北海道 東北 首都圏 中部 北陸 近畿 中四国 九州
工 場
北海道 岩手 新潟 関東 茨城 横須賀 静岡 松阪 高槻 広島 唐津



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
- 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
広島県三次市栗屋町
- 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
神奈川県川崎市幸区
<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://todafoods.jp/>
- 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
<https://www.marudai.jp/hornmeier/>
- 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
- 株式会社丸大サービス
大阪府高槻市緑町

会社概要

会社概要 (2026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 1,260名(グループ合計4,714名)
- 事 業 所 全国営業所/21カ所 工場/11カ所 物流センター/8カ所(2026年7月1日現在)

営業品目 (2026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	鶏肉加工品、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



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/ir/>

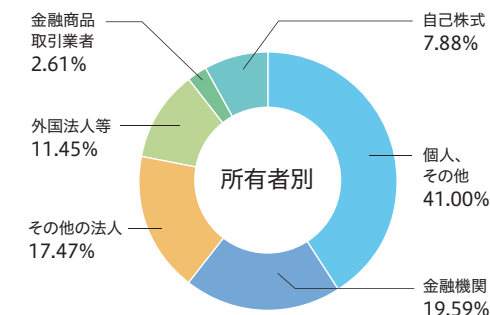


株式の状況 (2026年3月31日現在)

- 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2,090,252株を含む)
- 単元株式数 100株
- 株主数 31,278名

所有者別株式分布状況

(2026年3月31日現在)



大株主 (上位10名) (2026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)	2,260	9.25
丸大共栄会	1,973	8.08
兼松株式会社	1,192	4.88
公益財団法人小森記念財団	1,050	4.30
住友生命保険相互会社	860	3.52
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	699	2.86
株式会社三井住友銀行	443	1.81
三井住友信託銀行株式会社	432	1.76
農林中央金庫	321	1.31
レンゴー株式会社	308	1.26

- (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2,090,252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。

まる大食品グループ

わんぱくでもいい。たくましく育てほしい。

丸大食品株式会社

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