

価値創造プロセス

伊藤ハム米久グループは経営統合のシナジー効果を活かしながら、「こだわり」「美味しさ」「高品質」という伊藤ハムと米久それぞれのブランドの強みを最大化していきます。そして、ステークホルダーとともにグループの価値を創出し、グループ理念である「事業を通じて、健やかで豊かな社会の実現」に貢献します。

ステークホルダーとの共創

ステークホルダーエンゲージメント▶P.26

ビジネスモデル 価値創造を支える事業活動

アウトプット

アウトカム 社会への価値提供

インプット 価値創造の源泉

製造資本

生産工場 国内42拠点/海外14拠点
外部認証取得工場
● 食品安全 (FSSC22000・ISO22000 他)
国内・海外 56拠点
● 環境 (ISO14001・ISO14061・エコアクション21)
国内・海外 26拠点

知的資本

研究開発拠点 14拠点
(開発12拠点、中央研究所2拠点※沼津駐在含む)
専門的な知見とノウハウの蓄積
技術資格保有者
(ハム・ソーセージ・ベーコン製造技能士/
惣菜管理士) 1,114名

人的資本

従業員数 8,313名
多様な人材育成のための教育研修
● 階層別研修
● コンプライアンス研修
● 品質保証勉強会
教育研修参加者 (2021年度) 7,239名

財務資本

株主資本 2,399億円
自己資本比率 62.7%
フリー・キャッシュ・フロー 300億円

社会・関係資本

営業拠点 国内165拠点/海外17拠点
物流拠点 (ロジスティクス拠点) 国内24拠点
製品を提供している国および地域 80カ所以上

自然資本

エネルギー総使用量 6,693,964GJ
用水総使用量 12,950千㎡

目指す企業像 ▶ P.1

グループ理念

ビジョン

行動指針



7つのマテリアリティ (重要課題) ▶ P.22

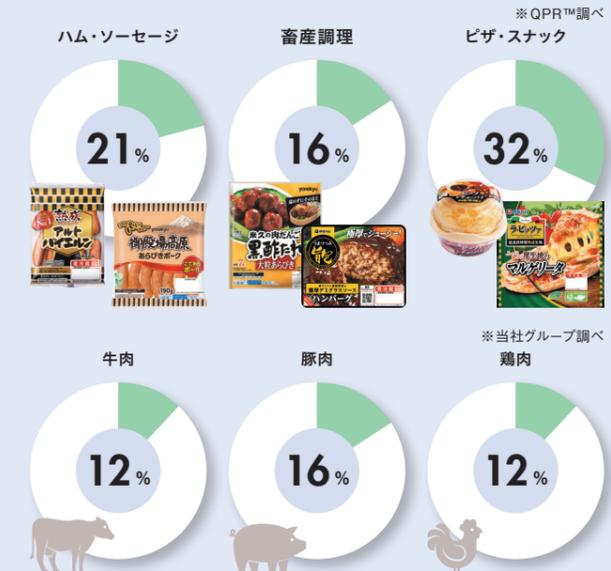
中期経営計画2023 ▶ P.8, 16, 18

コーポレート・ガバナンス▶P.35 サステナビリティ▶P.25 技術基盤 品質保証▶P.32

多様なライフスタイルやニーズに対応する幅広い商品の提供

- グループの新商品発売数 (家庭用業務用、ギフト含) 218品目
- ノンミート事業拡大と商品価値向上 ノンミート商品数 37品目
- 加工食品および食肉のシェア

商品別の当社グループシェア (2021年度・国内)



持続可能な地球環境への貢献

- 温室効果ガス排出量の削減量 7,936t-CO₂
- 用水使用量の削減量 954千㎡
- 地域環境保全活動の参加者 208名

誰もが自分らしく活躍できる社会の実現

- 女性管理職比率 (伊藤ハム+米久) 5.8%
- 育児休業取得率 (伊藤ハム+米久) 男性 12.0%
女性 100.0%

持続安定した株主還元

- ROIC 6.6%
- 連結配当性向 35.2%

2021年度財務情報 ▶ P.44

加工食品事業 ▶ P.15

食肉事業 ▶ P.17

健やかで豊かな社会の実現