価値創造プロセス

伊藤ハム米久グループは、新たな体制づくりを推進しています。
「中期経営計画2023」では飛躍の土台となる
組織再編や制度改革、新規事業への取り組みを確実に実行し、
今後さらに、当社グループ一体となって変革のスピードを上げていきます。

外部環境の認識
事業戦略▼P.19 P.23

インプット 価値創造の源泉

2022年3月時点

製造資本

生産工場　国内45拠点／海外14拠点
外部認証取得工場
- 食品安全（FSSC22000・ISO22000ほか）　国内・海外 56拠点
- 環境（ISO14001・ISO14061・エコアクション21）　国内・海外 25拠点

知的資本

研究開発拠点　15拠点
（開発12拠点、中央研究所2拠点※沼津駐在含む、生産技術センター1拠点）
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）　740名

人的資本

従業員数　8,089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　13,389名

財務資本

株主資本　2,522億円
自己資本比率　63.4%
フリー・キャッシュ・フロー　72億円

社会・関係資本

営業拠点　国内130拠点／海外16拠点
物流拠点（ロジスティクス拠点）国内25拠点
製品を提供している国および地域　80カ所以上

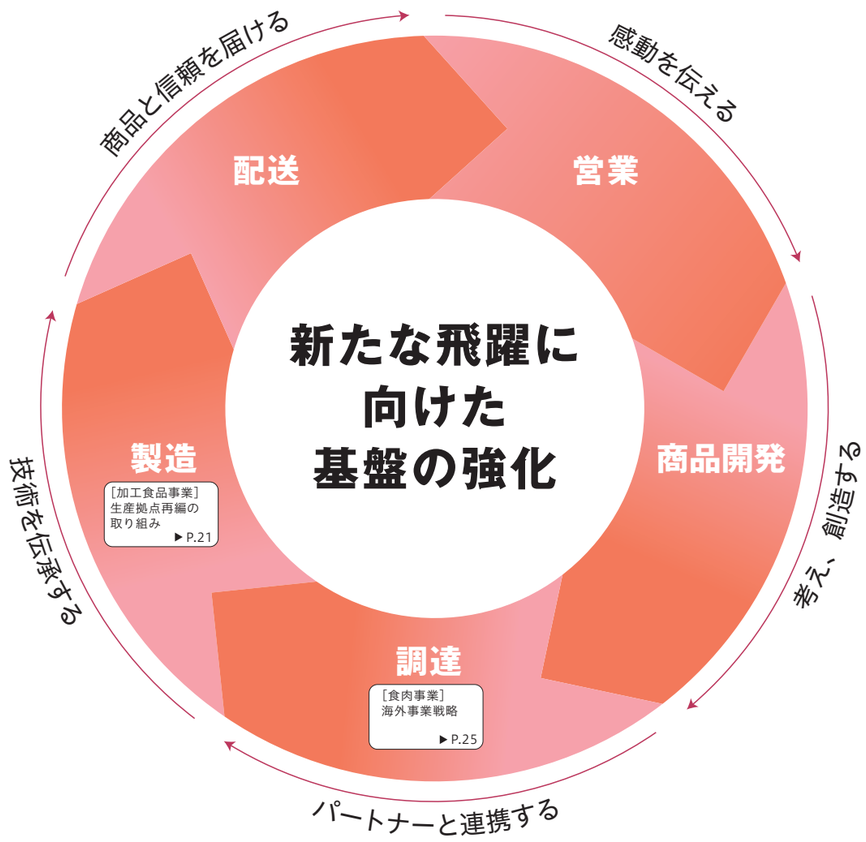
自然資本

エネルギー総使用量　6,721,228GJ
用水使用量　12,045千㎥

ビジネスモデル 価値創造を支える事業活動

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.28

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.29　中期経営計画2023▶P.4、P.15、P.20、P.24

ガバナンス ▶P.35　サステナビリティ ▶P.27

アウトプット・アウトカム 社会への価値提供

2022年度財務情報 ▼P.47 P.50

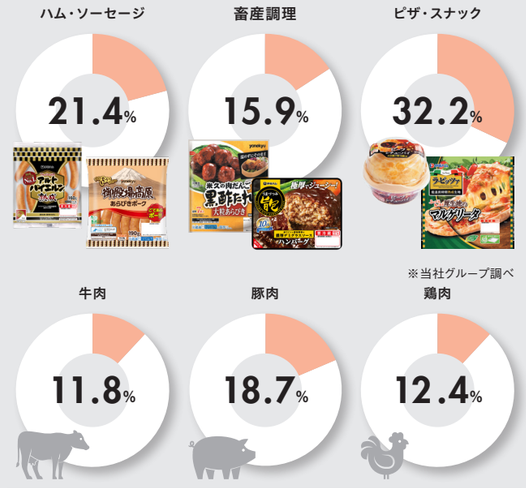
加工食品事業 ▼P.19

食肉事業 ▼P.23

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）　174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　41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（2022年度・国内）
※QPR™調べ（15歳～79歳パネルデータ）



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　851t-CO_2
- 用水使用量の削減量　181千㎥
- 地域環境保全活動の参加者　1,512名

誰もが自分らしく活躍できる社会の実現

- 管理職の女性比率（国内連結子会社）　5.4%
- 育児休業取得率※（国内連結子会社）　男性 34.6%　女性 101.8%

※育児休業取得率は育児介護休業法に基づいて算出しています。
出産年度と育休取得年度が異なるため
女性の取得率は100%を超過しています。
年度を区切らず算出すると取得率は100%になります。

持続安定した株主還元

- ROIC　5.8%
- 連結配当性向　40.8%

健やかで豊かな社会の実現