

伊藤ハム米久グループのあゆみ

伊藤ハムと米久は、安全・安心でおいしさにこだわりを持った高品質な商品をお客様にお届けしたいという想いのもと、事業を行ってまいりました。2016年の経営統合後、「中期経営計画2020」および「中期経営計画2023」を策定し、これらの戦略を推進・実行しながら『フェアスピリットと変革への挑戦を大切に、従業員とともに持続的に成長する食品リーディングカンパニー』を目指しています。

更なる飛躍に向け、新たに「長期経営戦略2035・中期経営計画2026」を策定しました。伊藤ハム米久グループは、これからも、事業を通じて、健やかで豊かな社会の実現に取り組んでまいります。

ORIGIN

経営統合

伊藤ハム米久ホールディングス誕生

2016年に共同持株会社として「伊藤ハム米久ホールディングス」を設立しました。



事業を通じて社会に奉仕する

1928年に創業者 伊藤傳三が大阪府大阪市で「伊藤食品加工業」を個人創業しました。「日本の食生活を向上させたい。」その想いから、ハム・ソーセージをはじめとする食肉加工食品の独自の開発を行い、動物性たんぱく質を大衆化させました。「食べる」ことの喜びや楽しさ、大切さを伝えていくことを使命として、おいしさの伝承と追究を続けています。

yonekyu

感動を創る

1965年に創業者 庄司清和が静岡県沼津市で食肉加工と卸売を目的とする「米久食品」を個人創業しました。「新鮮な驚きを商品に吹き込み、大きな感動を創造すること」が米久の成長の要であるとの庄司社長の考えのもと、個性あふれる商品を次々と販売しました。1980年代後半には、養鶏事業にも進出し、感動を創るためにすべきアクションは何か、常識にとらわれず、新たな挑戦を続けています。

1st Medium-term Management Plan

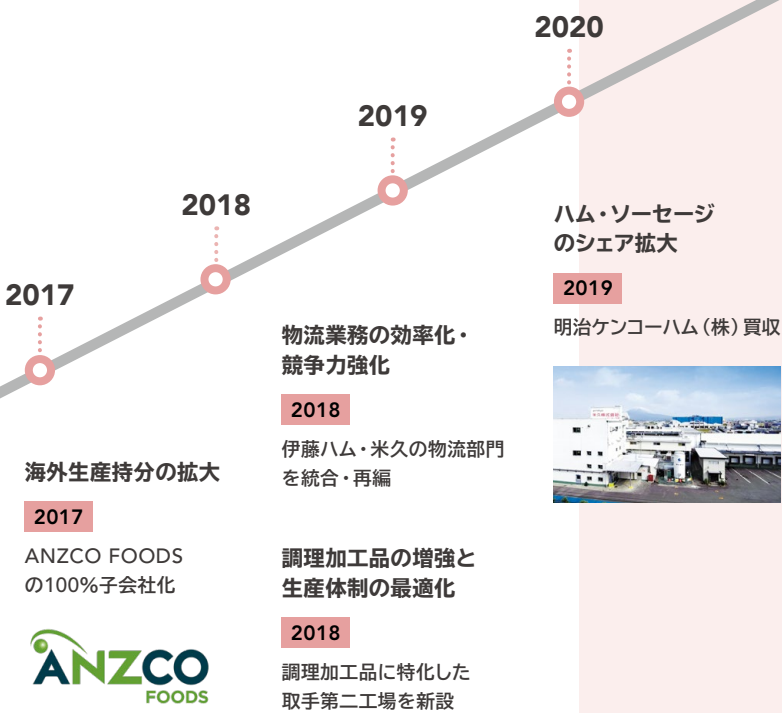
HOP

第二の創業

伊藤ハム米久グループにとっての第二の創業期と位置付け、中期経営計画2020では、「自ら考え、行動する」をスローガンに施策の実行に取り組みました。

「事業規模拡大」と「効率化・競争力強化」の2つを基本戦略とし、海外生産持分やハム・ソーセージのシェアを拡大しました。

並行して間接部門・物流部門の組織機能の統合・再編を実行し、業務効率化を進めました。



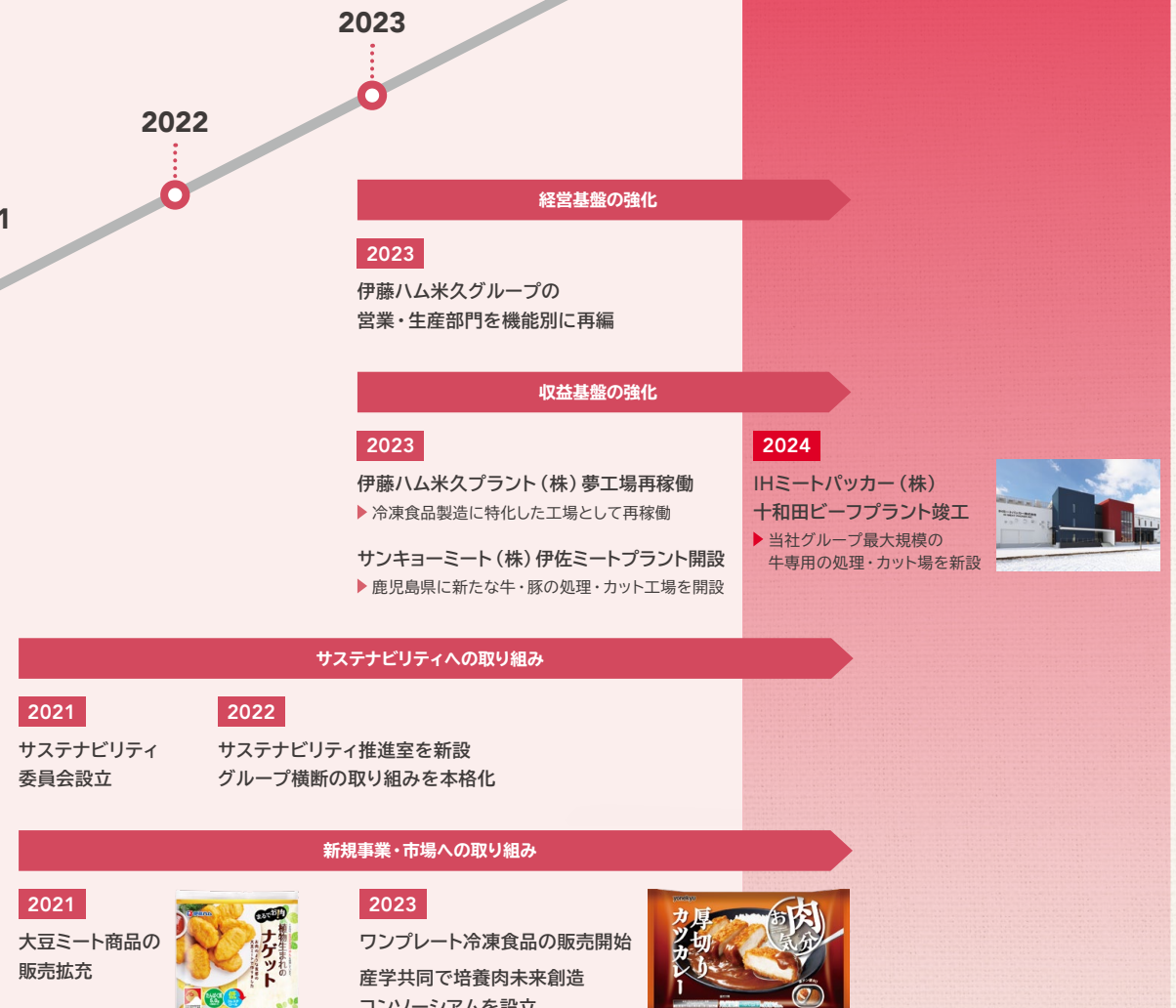
2nd Medium-term Management Plan

STEP

統合の深化

中期経営計画2023では「既成概念の打破」「強みの再認識」を基本指針としました。経営基盤・収益基盤固めのため営業・生産部門の機能別再編や工場の再建を進めました。

また、サステナビリティへの取り組みの強化や新規事業・市場への取り組みをスタートしました。



JUMP

新たな飛躍

meat together

長期経営戦略2035
中期経営計画2026

2024