



CONTENTS

事業戦略

- 18 加工食品事業本部
- 21 食肉事業本部

01

PROGRESS

稼ぐ力を高める

事業戦略

加工食品事業本部

挑戦と革新によって伝統を磨き、
未来から選ばれるグローバル
リーディングカンパニーに向けて

伊藤 功一

取締役常務執行役員
加工食品事業本部長



2024年度の振り返りについて

2024年度は日経平均株価が史上最高値を更新するなど、インフレ経済への回帰が見られました。一方で年間を通じた実質賃金はマイナスとなり、まだまだデフレ経済脱却の途中といえます。そのような事業環境下、2022年度から3年連続での価格改定を実施すると同時に、設備投資による省人化・効率化の推進や商品規格変更による原価低減に努め、利益の改善を図りました。また、冷凍食品ブランドの拡充や当社の主力ブランドのプロモーション刷新による家庭用商品の拡販に努めました。物流では、ハム・ソーセージ大手4社による「自主行動計画」策定、チルド食品メーカー9社との「チルド物流研究会」立ち上げなど持続可能な物流体制の構築を進めました。

これらにより2024年度は増収増益となりましたが、今後もコストアップが続くことが見込まれる環境下において私たちが持続的に成長していくためには、更なる収益改善の取り組みを大胆かつ迅速に進めてまいります。

持続的成長を実現できる組織へ ～新たなステージへ「挑戦」し続ける～

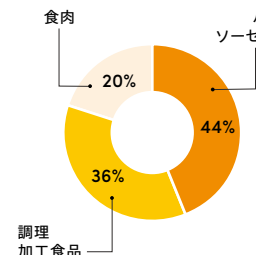
2025年度は中期経営計画2026、2年目の年となります。中計最終年度の目標達成に向け、2025年度は3つの打ち手を講じていきます。1つ目は「省人化・DXの推進」です。既存業務を見直し、業務の標準化・スリム化・見える化を進めていきます。営業では受発注業務においてデジタル技術を活用した省力化、生産においては省人化に資する設備投資を積極的に行っていきます。

2つ目は「商品新陳代謝の加速」です。低収益商品の入替促進を進めることとし、2026年度までに、2024年度比で自社製品を20%削減し、生産性向上ならびに業務効率化を図ります。さらに、多様化する生活者ニーズに対応した新商品の開発を迅速に行えるよう、開発部門とマーケティング部門を1カ所に集約し、コミュニケーションの活性化を図ります。

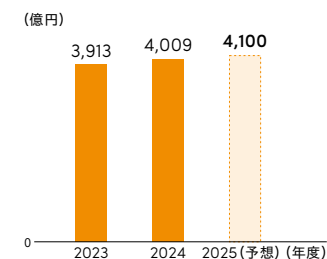
3つ目は「SDGsへの貢献」です。フードロス削減につながる常温・冷凍温度帯商品の取り扱い拡大、包材の薄膜化など地球環境に配慮した施策を積極的に行っていきます。全国の製造工場では高効率・省エネ設備の導入や太陽光パネルなど再生可能エネルギーの利用拡大を進めています。また、企業を持続的に発展・成長させていくためには「人的資本」を軸にした経営と、「自律的な組織」の構築が不可欠です。コロナ禍で中止となっていた海外研修の再開、若手従業員を中心とした三島工場見学施設開発プロジェクトの組成など従業員が成長できる機会を提供していきます。

HIGHLIGHT

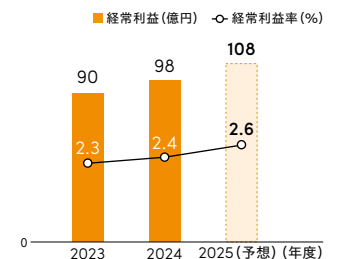
商品区分別売上構成比



売上高の推移



経常利益・経常利益率の推移



※億円未満は四捨五入

事業戦略

事業概要

加工食品事業本部はハム・ソーセージおよび調理加工品を伊藤ハム・米久の両ブランドで展開し、より多くのお客様にお届けするべく、国内では北海道から沖縄、海外では米国、中国、タイに事業拠点を有しています。高品質で安全・安心な商品を実現する生産技術力、商品の魅力をお届けする販売提案力、持続可能な物流網を追求し続けてまいります。

バリューチェーン

川上

川下

生産・加工

安全・安心な商品を提供する生産技術力

安全・安心で高品質な商品を安定的に供給するとともに、おいしく魅力ある商品の研究・開発等に取り組んでいます。

主な事業会社

- ・伊藤ハム米久ブランド(株)
- ・伊藤ハム米久フーズ(株)
- ・米久かがやき(株)
- ・米久デリカフーズ(株) など

物流

持続可能な物流網の追求

全国に物流拠点をもち、安全・確実にお得意先様へ商品をお届けするとともに、拠点見直しによる持続可能な物流網の構築に取り組んでいます。

- ・アイエイチロジスティクスサービス(株)

販売

商品の魅力をお届けする販売提案力

当社グループの商品をより多くのお客様に手に取っていただくべく、全国各地で売り場や販売促進企画の提案、メニュー提案等、きめ細かな営業活動を行っています。

- ・伊藤ハム(株)
- ・米久(株)営業統括部
- ・伊藤ハム販売(株)

加工食品事業本部の強み

01 ▶ 原材料の調達から製造、物流、販売、お客様対応まで一貫した供給体制

02 ▶ 長年にわたり築かれた伊藤ハム・米久の両ブランド力と幅広い商品ラインアップ

03 ▶ 高品質で安全・安心な商品を実現する生産技術力と衛生管理体制



課題と施策

2024年度の成果と課題

2024年度は価格改定、原価低減施策の実行・製造アイテム集約による生産効率改善、主力ブランド商品・成長カテゴリ商品の拡大などにより増収増益となりました。

一方で2022年から2024年累計で、6回の価格改定を実施し、原材料費や光熱費・物流費等の上昇をカバーしておりますが、販売数量の減少が課題となっています。

2025年度の重点施策

- ☑ 省人化・DX推進による効率化とコスト低減の追求
- ☑ 商品の新陳代謝の加速による収益性の高い商品への集中・拡販
- ☑ SDGsへの貢献による持続的な事業運営基盤の強化

事業戦略

TOPICS
01

大阪・関西万博へ出展

～たんぱく質の安定供給という

長期的視点で未来の食の開発へと領域を拡大～

当社グループは2025年4月に開幕した2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）のORA外食パビリオン「宴～UTAGE～」内に「宴BURGER」ブースを出展し、大豆ミートのハンバーガーや包みピザなどを販売しています。大豆ミートをベースに“大阪らしさ”や“日本の伝統的食材”を加味したハンバーガーや包みピザを当社の技術力をもって提供しています。

また、同会場の大阪ヘルスケアパビリオンのエリアには、当社が運営パートナーとして参画している培養肉未来創造コンソーシアムが培養肉の実物およびミートメーカーを展示しています。「お肉は『店で買うもの』から、『家庭でつくるもの』へ」をコンセプトに、「個人の健康や好みに合わせた霜降りステーキをつくり出せるミートメーカーが家庭にある」という「未来のキッチン」のイメージを紹介しています。

大豆ミートをはじめとするプラントベースフードや培養肉は、世界的な人口増加に伴うたんぱく質の供給不足および温室効果ガス排出などによる環境問題への解決策のひとつとしての可能性を持っています。当社グループは今後も、たんぱく質の安定供給という長期的視点で、未来の食の開発への領域拡大に取り組んでまいります。



OKONOMIYAKI風BURGER



培養肉

TOPICS
02

物流効率化の取り組みを実施し、

持続可能な

物流体制の構築を推進



「チルド物流研究会」発足記者会見

現在、物流業界は「物流2024年問題」と呼ばれる深刻な課題に直面しています。このような環境変化の中で、商品の安定供給を維持するためには、社外の協業先との連携による配送の効率化や、ドライバーが働きやすい環境の整備が不可欠となっています。

当社は、2023年にハム・ソーセージ大手4社で策定した「自主行動計画」や、2024年にチルド食品メーカー9社で発足した「チルド物流研究会」の方針に基づき、関連業界との協働・連携を進めています。これにより、政府が掲げる「トラック積載率10%向上」の目標達成を目指しています。

具体的にはリードタイム※の延長など納品条件の見直しによる効率化を図るとともに他社との共同配送を開始しています。実際に、四国地域での個店配送や、関西地域での量販店などでハム・ソーセージメーカーとの共同配送を開始し、トラックの積載率向上の成果が現れ始めています。また、商品の事前受注などドライバーの付帯作業の軽減や配送頻度の見直しにも取り組み、ビジネスモデルの変革に挑戦しています。

今後も、お客様へ安定的に商品を供給するため持続可能な物流の実現を目指し、取り組みを強化してまいります。

※製品やサービスがお客様に届けられるまでに必要な全体の時間

事業戦略

食肉事業本部

新たな価値を創造し、
長期継続して利益を創出する
仕組みを構築する

原田 健

取締役常務執行役員
食肉事業本部長



「生産事業の拡大・最適化」「収益性の向上」「リスク管理の高度化」

2024年度は、国内事業では国産豚の収益改善の遅れや物流費の上昇、海外事業ではANZCO FOODSにおける中国向け輸出の不振や現地人件費・光熱費・物流費の上昇による影響が大きく、食肉事業本部全体として売上高は増加しましたが収益は減少しました。

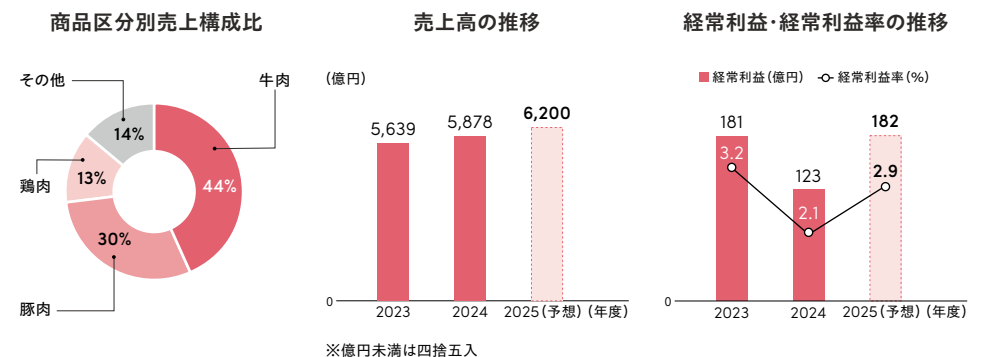
当社は、中期経営計画2026における方針として「基礎収益力の底上げ」を掲げており、食肉事業本部では「生産事業の拡大・最適化」「収益性の向上」「リスク管理の高度化」の取り組みを進めています。昨春に竣工したIHミートパッカー(株)十和田ビーフプラントがフル稼働しており、自社製品としての付加価値化を推進しています。2025年5月に厚生労働省から欧州・米国・香港向けの輸出認定を受け、米国向けの輸出認定は、東北では2番目、青森県内では初めてです。今後は北海道産和牛など新たな輸出ブランドを展開したいと考えています。また、既に輸出認可を取得しているサンキョーミート(株)は鹿児島県に位置しており、東日本・西日本の各々に

生産事業の一大拠点を保有する体制は、当社の輸出事業にとっても大きな強みです。さらに、サンキョーミート(株)では2027年度からエキス事業を開始する予定です。この事業は、伊藤ハム米久ホールディングス(株)と三菱商事ライフサイエンス(株)が出資して2019年に設立した九州エキス(株)からの事業譲渡であり、食肉を加工する際に発生する副産物である骨を、さらに加工してエキスにする事業です。畜肉エキスはラーメンスープや加工食品などに使用され、食シーンの多様化や人手不足を背景に、今後も堅調な需要が見込まれる市場です。これまで共同でエキス製品の製造開発を行ってきたノウハウ、鮮度の高い国産原料をグループ内で供給し、加工までを一貫して行うことができる強みを活かし、安全で良質な製品の安定供給に努めます。

また、「リスク管理の高度化」においては、在庫管理の精緻化、疾病・地政学リスク低減のための調達先の分散、不採算取引や取引条件の見直し、DX化、サステナビリティの取り組みを推進しています。在庫管理の精緻化では、在庫金額・重量の上限設定や、ポジション管理を徹底し、損失リスクを最小限にしています。調達先の拡充では、産地を分散させることで、食肉の安定的な供給と、多様なお客様のニーズに対応しています。DX化では人材不足への対応強化として、業務効率化および属人化からの脱却を推進しています。また、アニマルウェルフェアへの配慮などサステナビリティへの対応も併せて強化しています。

このような取り組みを着実に行っていくことにより、筋肉質な体制を構築し、長期継続して利益を創出する仕組みを築いていきます。

HIGHLIGHT



事業戦略

事業概要

食肉や未加熱加工食肉などの生産処理加工から販売までの食肉バリューチェーンと、幅広い商品ラインアップを保有し、グローバルに事業を展開しています。国内外に広がる生産拠点と販売網・自社輸入を主体とする海外調達力などの強みを活かし、新たな価値の創造に挑みます。

バリューチェーン

川上

川下

生産・カット処理／未加熱加工食肉の製造

安全で高品質な食肉を生産する
高い技術力

家畜の生産やと畜・カット処理および未加熱加工食肉の製造を行い、調達部門へ供給します。

主な事業会社

生産	カット処理・未加熱加工
- 米久おいしい鶏(株) - ANZCO FOODS LTD.	- サンキョーミート(株) - IHミートパッカー(株) - IHミートソリューション(株)
大洋ボーク(株)	

調達

幅広い商品群の
安定供給を実現する調達力

国内外からの食肉の調達業務を担います。品質やリスク管理の徹底により、安定的な供給体制を構築します。

- 伊藤ハム米久ホールディングス(株)

物流・販売

広範な販売網による
最終実需家到達力

国内外に販売網を保有し、調達部門から仕入れた食肉や未加熱加工食肉を販売します。

- 伊藤ハムミート販売東(株)
- 伊藤ハムミート販売西(株)
- 米久(株) 食肉営業統括部

食肉事業本部の強み

- 01 食肉生産・処理・加工・販売までのバリューチェーン
- 02 国内に幅広く展開する販売網と商品ラインアップ
- 03 さまざまな国との取引を通じた海外食肉の調達力
- 04 和牛を含めた牛肉の輸出事業推進



課題と施策

2024年度の成果と課題

基礎収益力の底上げを目指し、「生産事業の拡大・最適化」と「付加価値化の推進」の取り組みを進めました。昨春に新設したIHミートパッカー(株)十和田ビーフプラントが安定稼働しており、生産・処理マージンの増加と自社製品としての付加価値化を推進しています。また、ANZCO FOODSブランド商品の拡販や未加熱加工食肉の開発・販売の取り組みを強化しました。一方で、人手不足やコスト増への対応、物流の最適化など、継続的な課題への取り組みが必要です。

2025年度の重点施策

- 付加価値化の取り組み強化(輸出事業強化、海外市場販売拡大、ブランドミート、未加熱加工食肉)
- リスク管理の徹底(調達先の拡充による安定した食肉供給体制の構築、ポジション管理による損失の最小化)
- 基礎収益力強化に向けた成長投資・生産拠点最適化
- サステナビリティへの対応(アニマルウェルフェア・環境負荷軽減)
- 人材採用・育成・DX化(人手不足への対応・属人化からの脱却)

事業戦略

TOPICS
01ブランドミートによる
価値の差別化

～国産豚肉ブランド「穀うま」～



穀うま ロース

当社は中期経営計画2026で基礎収益力の底上げを掲げ、食肉商品の付加価値化としてブランドミートの育成を進めており、国産豚肉では、「穀うま」ブランドの販売を強化しています。「穀うま」は麦類を多く含む6種類の穀物（とうもろこし、マイロ、大豆、小麦、大麦、お米）をバランスよく配合したオリジナルの飼料を一定期間与えることで、一般豚と比較して、旨み成分（グルタミン酸、アスパラギン酸）が約2.7倍、コク・まろやかさ成分（ペプチド構成アミノ酸総量）が約1.6倍のおいしさを追求した豚肉です。ITI（国際味覚審査機構）の「2025年度審査会」において、「穀うま ロース」が優秀味覚賞最高ランクの3つ星を取得、「穀うま バラ・肩ロース・ヒレ」においても2つ星を受賞し、高い評価をいただいています。また、食品安全の第三者認証を取得した当社グループおよび提携している工場で、徹底した衛生管理・品質管理体制のもと、食肉加工されており、安定供給が可能な豚肉となっています。さらに多くのお客様に「穀うま」の価値を認めていただけるように努めていきます。

TOPICS
02多様化する
生活者のニーズに応える
未加熱加工食肉の拡充

スティック★ステーキ

食肉商品の付加価値化として、未加熱加工食肉の開発・販売を進めています。近年、日本では少子高齢化が進行し、同時に女性の社会進出が加速しています。これにより、家庭内の食事準備にかけられる時間や労力が制限される傾向が強まり、簡便調理品の需要が急速に高まっています。未加熱加工食肉は精肉と比較して調理が簡単であるため、時短・簡便ニーズを満たす商品群として取り組みを強化しています。当社の強みである原料調達力や生産技術力を活かして、幅広い商品のラインアップを充実させることにより、生活者の多様なニーズに応えていきます。好評発売中の「スティック★ステーキ」は、プロセスチーズを使用した「チーズ入り」と粉末黒コショウを使用した「ブラックペッパー入り」の2種類の味付けを展開している冷凍商品で、フライパン一つで調理できる利便性・簡便性の高さから、忙しい平日の夕食の一品や、お弁当のおかずとして手軽にご利用いただいています。未加熱加工食肉の開発、販売は当社の重要施策であり、マーケティングを強化し、お客様のニーズを反映した商品の提供に注力していきます。

