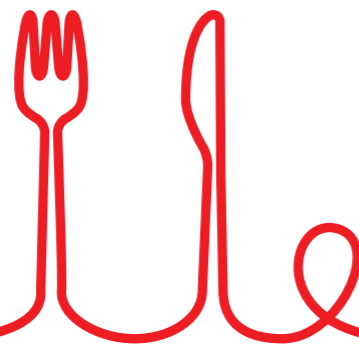


毎日の食を豊かに、  
明日の食を守り続ける。



加藤産業株式会社 CSR推進部

〒662-8543 兵庫県西宮市松原町9番20号  
TEL.0798-33-7712 FAX.0798-22-5637  
ホームページ <https://www.katosangyo.co.jp>



@katosangyo\_csr

## KATO CSR REPORT 2024



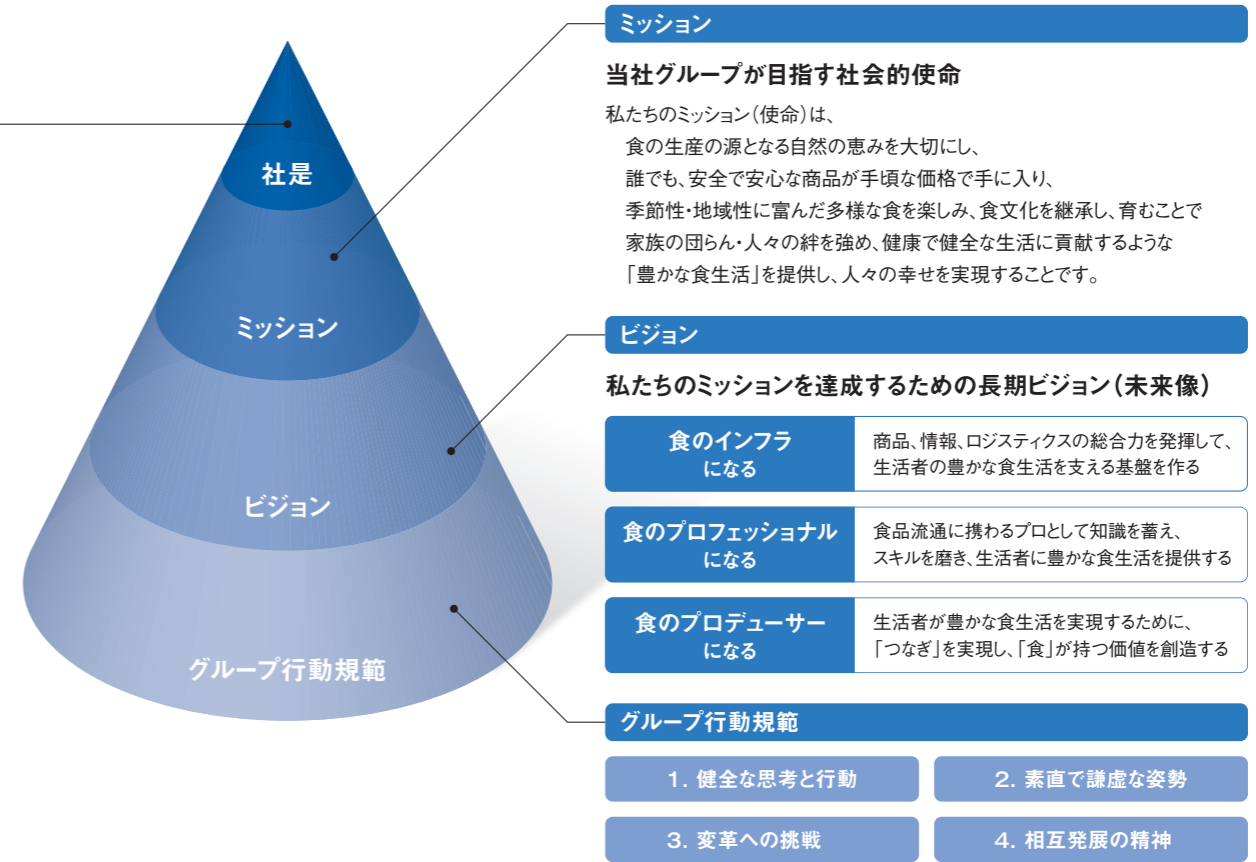
- 用紙：琵琶湖の環境保全活動を支援する寄付金付びわ湖環境ペーパー  
責任ある木質資源や再生資源を使用したFSC®認証用紙
- インキ：米ぬか油を使用した植物油インキ
- 印刷：有害な廃液を排出しない水なし印刷
- 製造、廃棄に発生するCO<sub>2</sub>をカーボン・オフセット済
- CO<sub>2</sub>排出量：609.3g/部
- この印刷製品は、環境に配慮した資材と工場で製造されています。

加藤産業株式会社

**社 是**  
 能力を啓発し機能を充実し  
 生販両層にとって最も価値  
 ある存在として周囲の人々の  
 生活を豊かに実らせ其處に  
 社会性を有する企業として  
 永遠の発展を礎きあげる。

加藤産業グループ指針

**私たちのミッションは  
 「豊かな食生活」を提供して人々の幸せを実現すること。**



はじめに

本レポートは、加藤産業グループの事業概要や環境、社会への取組みについて、ステークホルダーの皆さまによりいっそう理解を深めていただき、幅広いステークホルダーとより良いコミュニケーションを図る目的で作成をしています。

また、サステナビリティに関する取組み内容も掲載しています。すべてのステークホルダーの皆さまにご理解をいただける内容をめざし、作成をいたしました。是非当社グループに関心をお寄せいただけますと幸いです。

免責事項

本レポートには、加藤産業株式会社および対象範囲となる会社の過去および現在の事実のみではなく、発行日時点における計画や見通し、経営方針・経営戦略に基づいた将来予想が含まれています。将来予想については、記述時点で入手した情報に基づく仮定ないし判断であり、諸与件の変化により将来の事業活動の結果や事象が予測とは異なったものとなる可能性がありますので、予めご了承ください。

対象期間

2022年10月～2023年9月(2023年度)  
 ただし、必要に応じて、対象期間外の活動内容も含んでいます。

対象範囲

加藤産業株式会社および国内の連結子会社などの取組みと活動事例を紹介しています。データの対象範囲は、個々に記載しています。

参考ガイドライン等

- 環境省「環境報告ガイドライン(2018年版)」
- GRIサステナビリティ・レポート・スタンダード
- ISO26000(社会的責任に関する手引き)

CONTENTS

はじめに	“想い”を込めた自社ブランド
01 はじめに	19 新工場が誕生! 株式会社グリーンウッドファクトリー
03 トップメッセージ	21 環境・社会に配慮した自社ブランド商品
加藤産業グループってどんな会社?	22 カンビーちゃんリニューアル
05 加藤産業グループの事業と特徴	ステークホルダーの皆さまとの関わり
07 加藤産業グループのあゆみ	23 ステークホルダーの皆さまと加藤産業グループ
加藤産業グループのサステナビリティ	コーポレート・ガバナンス/コンプライアンス
09 加藤産業グループのサステナビリティ	25 コーポレート・ガバナンス
11 脱炭素	26 コンプライアンス
13 フードロス&ウェイスト	データ集
15 資源循環	27 財務・非財務
17 多様な人財の活躍	29 会社概要

## トップメッセージ



### サステナビリティに関する取組み状況

サステナビリティ委員会が発足し、約2年が経過しました。最初は知識レベルに差がありましたので、知識レベルの差を縮め、個々の考えを深めることに時間をかけました。その結果、これもできる、あれもできるというように、様々な取組みが積み重なって今の状態にたどり着きました。今は、こういった「足し算」の議論を行っていますが、今後は「引き算」の議論へシフトしていきます。「環境にやさしいことをする」という純粋に投資をかけて行う「足し算」の考え方に加え、仕事の仕方や意識を大きく変えなければいけないという「今まであるものを引いていく」という考え方について議論する必要があります。リスクを取ったりコストをかけないといけないこともありますが、一律の基準を定めるのではなく、我々のビジョンや価値観の範囲のなかで議論を重ねていきます。例えば、自社ブランド商品に関して言えば、サステナビリティに配慮した包材に変えることにより短期的にはコストアップにつながる場合もありますが、ブランドメッセージをどう届けるかという工夫により長期的に売上をどう作っていくのか、我々がかけたコストに対してどうやって顧客に理解していただくかを同時に考えていく必要があります。

また、「仕事」と「サステナビリティ」をリンクさせていく仕掛けが必要です。意識を変えるためには、できるだけシンプルなメッセージを伝える必要がありますが、EVカーの導入のように、まずは形から入り仕事の仕方を変える方法も有効だと思っています。

### 中間流通業として当社が果たすべき役割

「効率性」と「環境にやさしいこと」は、同じ方向に向くことが多いので、「効率的な流通を作る」という我々の本来あるべき事業活動とサステナビリティの観点は、重なる部分がたくさんあります。一方で、我々は卸売業という立ち位置で言えば、全体が見えてコントロールすることが可能なので、お得意先さま、メーカーさまだけで解決できないことをコーディネートすることができます。我々は、各お得意先さま、メーカーさまと深い関係を作れているため、連動した取組みも可能です。例えば、我々が物流をまとめることになった際は、発注の仕方や在庫の持ち方を変えることが可能なため、それがお得意先さまやメーカーさまにとってもインパクトのある数字につながります。そのため、こういった関係性のなかで踏み込んだ話し合いができ、その結果、中間流通業として全体最適をつくっていきけることが我々の強みです。

### 当社が企業価値を上げ、永遠に発展しつづけるために

経営の役割は、4つの観点で企業価値を上げることが重要であると思っています。1つ目は、収益性、財務的な成長性を必要とする「株主価値」です。2つ目は、どれだけの価値を我々が提供できるかという「顧客価値」です。3つ目は、働き甲斐に関する「従業員にとっての価値」です。4つ目は、環境や地域にやさしい、社会にとって役立つ活動ができているかという「社会にとっての価値」です。この4つの観点で企業価値を上げていくことが必要で、それぞれの観点で良い会社、魅力的な会社にならなければなりません。この4つのステークホルダーは、別々のものではなく、バランスを保ちながらどういことができるのかを考える必要があります。従業員がいなければ何もできないし、一方で従業員が喜んでいても顧客が悲しんでいれば会社は成り立ちません。また、社会を犠牲にしてもいけません。従業員が働き甲斐を持つことは、顧客のためになるし、逆に顧客のためになっていると思うから働き甲斐が持てると思います。トレードオフになることもありえますが、トレードオフしたなかでどうやって折り合いをつけていくのか、または、トレードオフを超えてもうひとつ上の段階に進んでいけるかということを考えていく必要があります。その結果として、当社の企業価値が向上し、永遠に発展しつづけることができるのだと思います。

代表取締役社長執行役員 **加藤和弥**



# 加藤産業グループの事業と特徴

## 事業内容

加藤産業グループだから実現できる食のトータルソリューション



### Private Brand

プライベートブランド



消費者や小売業さまの多様なニーズにお応えするために、独自に商品の開発・製造・輸入を行っています。

### Merchandising

お客さまの買いたい商品を取り揃える商品調達力



総合食品卸売業として、4000社を超えるメーカーさまと取引をし、幅広い品揃えの商品を小売業さまに販売しています。

### Logistics

必要な時に必要なものを選ぶ物流システム



高度な物流技術で、必要な時に必要なものを必要な量だけ小売業さまにお届けしています。

### Retail Support

お客さまのニーズにあわせた売り方や商品陳列を行う売場計画力



消費者のトレンドに基づいて小売業さまの売場計画を立て、実行する。こうしたきめ細かい売場づくりのサポートをしています。

## "想い"を込めた自社ブランド



**あなたの身近なパートナー**  
~kato near partner with you~  
毎日の暮らしをより豊かに、おいしく価値ある商品を提供します。



**カンピーの最上級ブランド**  
毎日の暮らしの中で“いつもと違うちょっと贅沢な気分を味わいたい”。そんなお客さまの気持ちを満たす最上級の時間を創造するブランドです。



**世界の味を日本の食卓へ**  
世界中の商材の中から厳選した、次代のメニューをお届けします。



**イタリアのトップブランド**  
ムッチー社は1899年にイタリアの美食の町・バルマで創業された老舗メーカーです。トマト加工品を多数取り扱っており、ブランドの知名度はイタリアでもトップレベル。その確かな味と高い品質から今では世界中で愛されています。



**世界No.1オリーブオイルブランド**  
1865年にオリーブの名産地であるトスカーナでブランドを確立。イタリアからアメリカへ初めて輸出をしたブランドとしても知られています。高品質でありながら、お手頃な価格の製品として、世界中で愛されています。

## アジア、日本全国の広がり

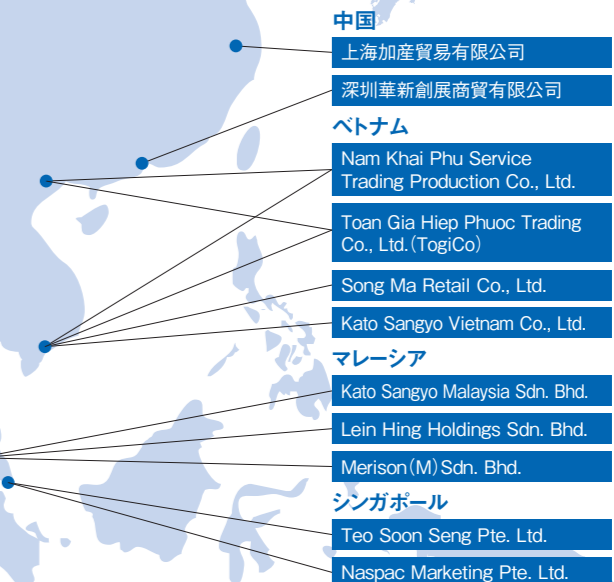
当社は支社制を導入しており、エリア特性に応じた効率的な営業を可能にするために、全国に11の支社、26の営業拠点を配置し、エリアごとに支店、営業所を管轄しています。



## 海外事業の展開

当社グループは、独立した存在感のある卸売業としての企業規模を確立するとともに、次代の成長を見据えていっそうの機能強化を図るため、特に経済成長にともない小売市場が拡大するアジア地域において食品流通事業の展開と構築を進めてきました。今後も海外事業を成長戦略の一つとして位置づけ、よりいっそうの事業展開の強化を図り、企業価値の向上に取り組んでいきます。

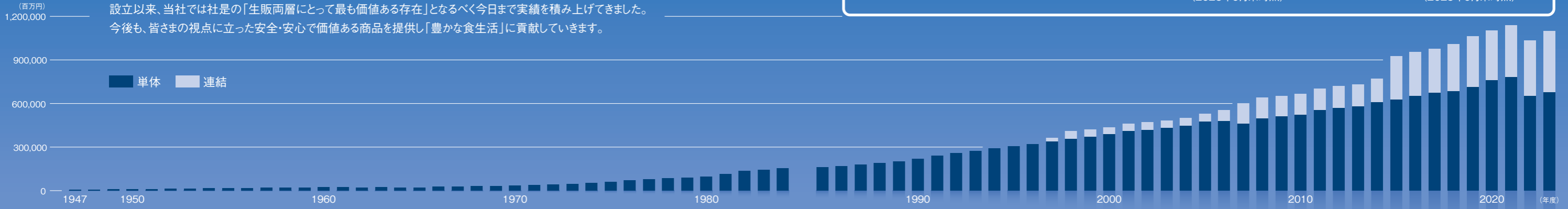
- 2007年 中国の食品卸売業に進出 (広州華新商貿有限公司に出資)
- 2009年 深圳華新創展商貿有限公司に出資
- 2011年 海外事業推進部を設置
- 2012年 海外食品卸売業に関する投資会社を設立 (加藤SCアジアインベストメント(株))
- 2013年 ベトナムの食品卸売業に進出 (Kato Sangyo Vietnam Co., Ltd.を設立)
- 2015年 シンガポールの食品卸売業に進出 (Naspac Marketing Pte. Ltd.を子会社化)
- 2016年 ベトナムの食品卸売業を子会社化 (Toan Gia Hiep Phuoc Trading and Food Processing, JSC. (TogiCo))
- 2018年 マレーシアの卸売業を子会社化 (Lein Hing Holdings Sdn. Bhd.)
- 2018年 上海加産貿易有限公司を設立
- 2020年 マレーシアの卸売業を子会社化 (Merison (M) Sdn. Bhd.)
- 2021年 ベトナムの食品卸売業を子会社化 (Song Ma Retail Co., Ltd.)
- 2022年 マレーシアに地域統括会社を設置 (Kato Sangyo Malaysia Sdn. Bhd.)
- 2023年 ベトナムの食品卸売業を子会社化 (Nam Khai Phu Service Trading Production Co., Ltd.)
- 2023年 シンガポールの食品卸売業を子会社化 (Teo Soon Seng Pte. Ltd.)



# 加藤産業グループのあゆみ

創業から現在、そして未来へ  
我々の存在価値を高めつづけるために

当社が設立されたのは、1947年8月22日です。  
 終戦直後飲料水の問屋として発足した加藤商店の営業を継承し、新たな構想と抱負の下に当社の歴史が始まりました。  
 設立以来、当社では社是の「生販両層にとって最も価値ある存在」となるべく今日まで実績を積み上げてきました。  
 今後も、皆さまの視点に立った安全・安心で価値ある商品を提供し「豊かな食生活」に貢献していきます。



## 加藤産業グループのいま

<b>営業収益(売上高)</b> (連結) <b>1兆993億円</b> (2023年9月期)	<b>従業員</b> (連結) <b>4,327人</b> (単体) <b>1,134人</b> (2023年9月末時点)	<b>取引先数(連結)</b> 仕入先 <b>約7,800社</b> 販売先 <b>約3,500社</b> (2023年9月末時点)
--	--	---

### 1945~ 苦闘期

### 1956~ 建設期

### 1966~ 躍進期

### 1980~ 拡充期

### 1991~ 転換期

### 2004~ 新創造期

※2022年度より「収益認識に関する会計基準」(企業会計基準第29号)等の適用に伴い、表示名称を「売上高」から「営業収益」に変更しました。

### 事業拡大

**1945年**  
飲料水卸売業  
「加藤商店」創業



**1947年**  
株式会社に改組し  
「加藤産業株式会社」設立  
創業者：加藤彌三



**1962年**  
首都圏へ進出  
(全国展開開始)



**1971年**  
社は制定  
チルド部門へ進出

**1974年**  
和歌山産業(株)を設立



**1979年**  
二代目社長に  
加藤武雄(現名誉会長)が就任

**1990年**  
大阪証券取引所市場  
第二部に上場



**1994年**  
カトー菓子(株)を設立

**1995年**  
北海道地区へ進出  
(全国展開を完了)

**1996年**  
九州加藤(株)を設立

**1997年**  
東京証券取引所市場  
第二部に上場

**1999年**  
カトーロジスティクス(株)が  
運送業を開始

**2003年**  
三代目社長に  
加藤和弥が就任



**2004年**  
東証、大証両市場  
第一号銘柄に指定替え



**2005年**  
マナ運輸(株)を子会社化

**2006年**  
加藤低温(株)を設立  
(現ケイ低温フーズ(株))

**2012年**  
兵庫興農(株)の株式を取得し、  
子会社化  
加藤SCアジアインベスト  
メント(株)を設立

**2014年**  
三陽物産(株)を子会社化

**2015年**  
株嶋(株)を設立

**2019年**  
九州加藤(株)を合併し、  
宮崎営業所を設置

**2022年**  
東京証券取引所市場区分見直し  
に伴い、プライム市場に移行

**2023年**  
上郡工場のジャム類等の製造事業  
を(株)グリーンウッドファクトリー  
(兵庫興農(株)より商号変更)へ承継



菓子卸売事業の中間持株会社  
として加藤菓子ホールディングス  
(株)を設立

### 環境・社会



**1995年**  
パソコンの全社導入、  
研修開始



**1997年**  
新物流システム「KALS」導入

**2000年**  
HACCPシステム  
対応工場の設立

**2002年**  
新商流システム  
「KOSMOS」導入  
新人事制度  
「目標管理制度」導入

**2003年**  
環境管理部開設

**2004年**  
「ISO9001」、「HACCP」の  
認証を上郡工場にて取得

**2005年**  
Katoグリーンウッド基金設立

**2006年**  
「ISO14001」の認証を  
全社で取得

**2007年**  
「環境報告書」  
発刊



**2009年**  
初めて太陽光発電設備を  
設置

**2011年**  
東日本大震災復興支援商品  
(カンピーファミリーサイズジャム)  
発売開始  
(商品1個で3円の義援金寄付)

**2012年**  
第1回提案型営業成果発表  
コンクール開催

**2013年**  
女性社員による商品開発  
「西宮なでしこプロジェクト」発足  
法務コンプライアンス部開設  
エコキャップ活動開始

**2014年**  
新福利厚生制度「ベネフィット  
ステーション」導入

**2015年**  
グループミッション、  
長期ビジョン制定  
「FSSC22000」の認証を  
兵庫興農(株)で取得

**2018年**  
CSR推進部開設

**2019年**  
コンプライアンス  
推進週間開始

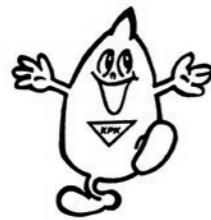
**2022年**  
サステナビリティ委員会を発足  
し、サステナビリティ基本方針  
を策定、4つのマテリアリティを  
特定

### 自社ブランド商品

**1956年**  
「関西ピーナッツバター(株)」設立  
(のちの「カンピー食品工業(株)」)

カンピー発売!  
関西ピーナッツバター(株)より  
「カンピー」ブランドが誕生  
ピーナッツバター(袋タイプ)より  
発売を開始

**1958年**  
カンピーちゃん誕生



**1963年**  
カンピージャム生産開始

**1970年**  
上郡工場を開設

**1971年**  
乾物事業部開設  
(現乾物部)

**1978年**  
ペズロ発売



**1984年**  
料理人発売



**1985年**  
生活派発売



**1986年**  
GREEN WOOD発売  
健康食品ブーム、味や香りなど  
本物志向の高まる時代背景  
のもと、GREEN WOODが  
誕生、果実缶詰シリーズより  
発売を開始



**1997年**  
GREEN WOOD  
手造りジャム発売



**2005年**  
カンピー紙カップジャム発売

**2008年**  
プロシモ発売



**2009年**  
ムッチィ発売



**2016年**  
カンピーファミリージャム  
リニューアル850gから  
780gへ、ユニバーサル  
デザイン瓶を採用

**2018年**  
カンピー  
ピーナッツバター  
(種子鳥産  
粗糖使用)  
発売

カンピーInstagram開始

**2019年**  
ベルトリー発売

**2021年**  
カンピー  
瀬戸内レモンの  
レモネード発売



**2023年**  
カンピー ザ・プレミアム発売



新カンピーちゃん  
登場



カンピーちゃん



## 毎日の食を豊かに、明日の食を守り続ける。



私たちは食を扱う企業として、毎日の食生活を豊かにする事業活動とともに、明日の食を守るために、サステナビリティ活動に取り組むことで、人々の幸せを実現していきます。

多様な人財が活躍し、地球環境、そして「食」を守り続けることで、2047年に100年企業となり、その先も発展していきます。

### サステナビリティ基本方針

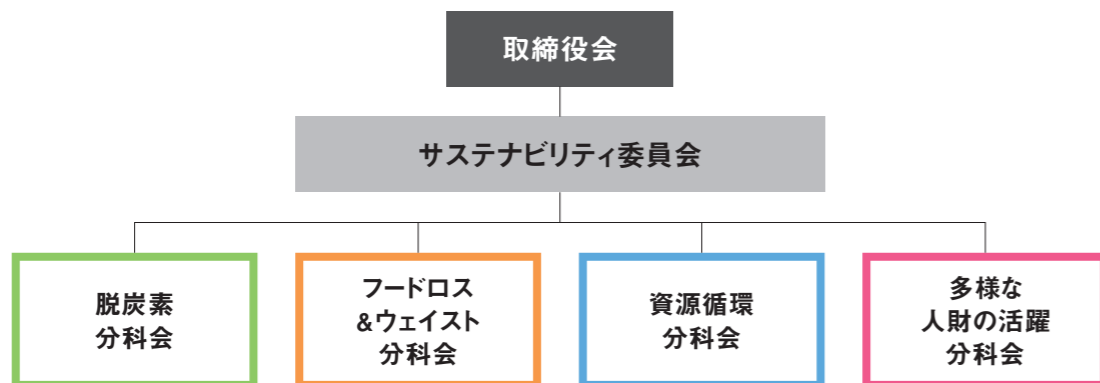
加藤産業グループは、「豊かな食生活を提供して人々の幸せを実現すること」というミッションを通して、持続可能な社会の実現に貢献するとともに、自らの持続的な成長を目指します。そのために、4つのマテリアリティ(重要課題)を特定し、これらの解決に取り組むことで、持続的な企業価値の向上を図ってまいります。

### 4つのマテリアリティ



### サステナビリティ推進体制

代表取締役社長執行役員を委員長とするサステナビリティ委員会を設置しています。サステナビリティ委員会の下部には、マテリアリティごとの4つの分科会を設置し、意思決定できる体制を整えています。



### 目指す姿と2030年目標

マテリアリティ	目指す姿	2030年目標
脱炭素	<ul style="list-style-type: none"> <li>● サプライチェーン全体の脱炭素のために、生産者から消費者までの全体最適を実現する</li> <li>● 省エネルギー、創エネルギー、非化石エネルギーの調達、カーボンオフセットの活用により、カーボンニュートラルを達成する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● CO<sub>2</sub>排出量の削減 2021年度比 30%削減</li> </ul>
フードロス & ウェイスト	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 家庭用食品の廃棄量を削減するために、サプライチェーン全体を最適化するプラットフォームを構築する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 廃棄金額2021年度比 50%削減</li> <li>● 返品金額ゼロ</li> </ul>
資源循環	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 環境負荷を低減するために、石油から新たに作られるプラスチックや、適切に管理されていない森林由来の紙資源を使用しない流通システムを構築する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 物流資材における代替プラスチックへの移行とプラスチック類の再資源化100%</li> <li>● すべての自社ブランド商品におけるサステナビリティへの配慮</li> </ul>
多様な人財の活躍	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 多様な能力、価値観を持った人財が、それぞれの立場で活躍できる会社となる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 男女の固定的な役割分担意識や処遇における不平等を解消し、男女ともに安心して働き続けられる職場環境を全員で作上げる</li> </ul>

※「目指す姿」の達成時期は、当社が100周年を迎える2047年を想定しています。

### サステナビリティに配慮した展示会・新製品発表会

毎年神戸国際展示場にて、当社主催で開催している総合食品展示会(年2回)、新製品発表会(年2回)では、以下のようなサステナビリティへの配慮を行っています。

- 会場で使用した電力をカーボン・オフセット<sup>(※)</sup>し、会場のCO<sub>2</sub>排出量ゼロに!
- 余ったサンプル商品を寄贈し、“もったいない”を“ありがとう”に!
- 試食容器をプラ容器から紙製容器へ切替え(一部)、環境にやさしく!



(※)日常生活や経済活動において避けることができないCO<sub>2</sub>等の温室効果ガスの排出について、まずできるだけ排出量が減るよう削減努力を行い、どうしても排出される温室効果ガスについて、排出量に見合った温室効果ガスの削減活動に投資すること等により、排出される温室効果ガスを埋め合わせるという考え方



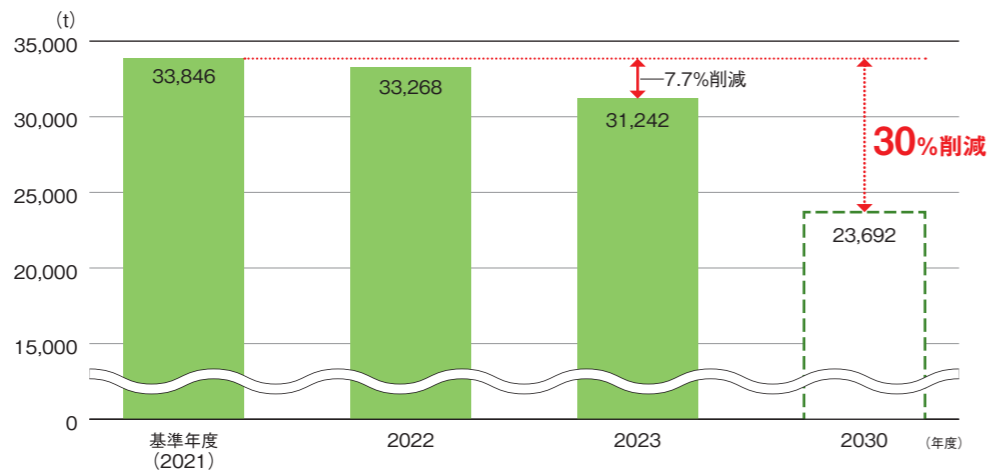
# 脱炭素

当社グループでは、サステナビリティに関する取組みのマテリアリティ(重要課題)の一つとして「脱炭素」に取り組んでいます。

目指す姿 (当社100周年を迎える2047年を想定)	2030年目標	2023年度実績 (基準年度比)
<ul style="list-style-type: none"> <li>● サプライチェーン全体の脱炭素のために、生産者から消費者までの全体最適を実現する</li> <li>● 省エネルギー、創エネルギー、非化石エネルギーの調達、カーボン・オフセットの活用により、カーボンニュートラルを達成する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● CO<sub>2</sub>排出量の削減 2021年度比30%削減</li> </ul>	Scope1(※1) 排出量: 8.8%削減 Scope2(※2) 排出量: 6.4%削減 合計: 7.7%削減

※1 事業者自らによる温室効果ガスの直接排出(燃料の燃焼、工業プロセス)  
 ※2 他社から供給された電気、熱・蒸気の使用にともなう間接排出

## CO<sub>2</sub>排出量の推移



2023年度実績(基準年度比)



## 創エネ

全国9事業所に太陽光発電システムを設置し、再生可能エネルギーを創出しています。



## 環境マネジメントシステム

### 国際規格ISO14001認証取得の維持

当社グループでは、「加藤産業グループ環境方針」に沿った環境保全活動を実施することにより、持続可能な社会の構築をめざしています。そのために、国際規格であるISO14001に基づく環境マネジメントシステムを構築しています。



## 自助努力による取組みの実施

2021年度を基準として、2030年までにCO<sub>2</sub>排出量を30%削減するために、2023年度はLED照明への更新、デマンド監視システムの導入等の自助努力の取組みを中心に脱炭素への取組みを進めています。

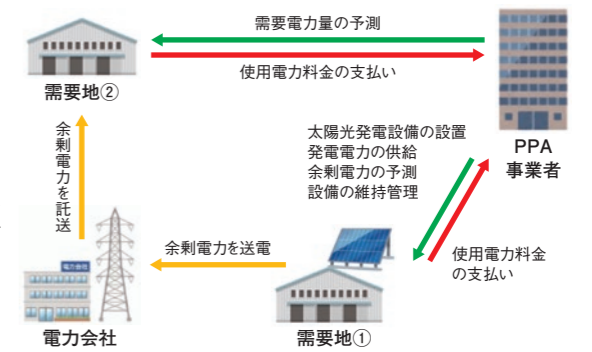
2024年度以降は、空調設備の制御や空調機の更新等により、さらにCO<sub>2</sub>排出量の削減に取り組んでいきます。



※3 建築物の省エネルギー性能表示制度の略称で、エネルギー消費量に基づいて、評価機関が5段階で評価し、省エネルギー性能を表示する制度

グループ会社の株式会社グリーンウッドファクトリーでは、工場の屋根に第三者資本による太陽光発電設備を設置し、CO<sub>2</sub>フリーの電力を使用することにより、CO<sub>2</sub>排出量を削減します。

また、当社物流センターの屋根にも第三者資本による太陽光発電設備を設置し、そこで発電されたCO<sub>2</sub>フリーの電力を使用します。発電した電力のうち余剰となる電力に関しては、太陽光発電設備を設置することが困難な遠隔地の事業所に託送することにより、発電した電力を余すことなく使用することができる脱炭素への有望な施策として、今後積極的に導入していきます。



## TCFD(※4)提言への対応

当社は、東京証券取引所のプライム市場への上場企業として、気候変動が企業にもたらすリスクや機会の可視化を推進するため、TCFDの提言に準拠した「ガバナンス」「戦略」「リスク管理」「指標と目標」の情報開示フレームワークに基づき積極的な情報開示に努めます。

国内グループ会社を含む3つのセグメント(常温流通事業、低温流通事業、酒類流通事業)を対象とし、リスク・機会項目の事業インパクト評価やシナリオ分析をすることにより財務インパクトを算出し、TCFDのフレームワークに沿った情報開示を実施します。また、温室効果ガスのScope3(※5)排出量についても、算定・開示を進めます。

※4 Task Force on Climate-related Financial Disclosures:気候関連財務情報開示タスクフォース  
 ※5 Scope1、Scope2以外の間接排出(事業者の活動に関連する他社の排出)

## 日本ロジスティクスシステム協会「ロジスティクス大賞 社会性特別賞」受賞

製配協働による物流業務の効率化・標準化の実現を目的とした当社の取組みについて、日本ロジスティクスシステム協会において高く評価され、2023年度の「ロジスティクス大賞 社会性特別賞」を受賞しました。

2024年問題をはじめとした物流クライシスへの対応として、ヤマサ醤油株式会社・日本パレットレンタル株式会社との協働によって「検品レス」と「伝票レス」を同時実現しました。検品レスにより検品作業時間の約60%が削減され、伝票レスにより各種事務作業の軽減、さらには納品回数削減により配送車両台数の約20%が削減されました。







# フードロス&ウェイト

当社グループでは、サステナビリティに関する取組みのマテリアリティ(重要課題)の一つとして「フードロス&ウェイト」に取り組んでいます。

目指す姿 (当社100周年を迎える2047年を想定)	2030年目標	2023年度実績 (基準年度比)
●家庭用食品の廃棄量を削減するために、サプライチェーン全体を最適化するプラットフォームを構築する	●廃棄金額2021年度比50%削減 ●返品金額ゼロ	●廃基金額: 18.3%削減 ●返品金額: 12.9%削減

## フードドライブ

会社として実施しているフードバンク活動への協力だけでなく、従業員にも自ら参加していただくことで、食品ロスに対する意識を醸成することを目的として、本社では、家庭で保管されたままになっている食べ物を持ち寄り、まとめてフードバンクに寄贈する「フードドライブ」を年に2回(4月・10月)実施しています。

集まった食品は、フードバンク関西さまに寄贈し、その後福祉団体や子ども食堂、ひとり親家庭などに無償で配布されています。

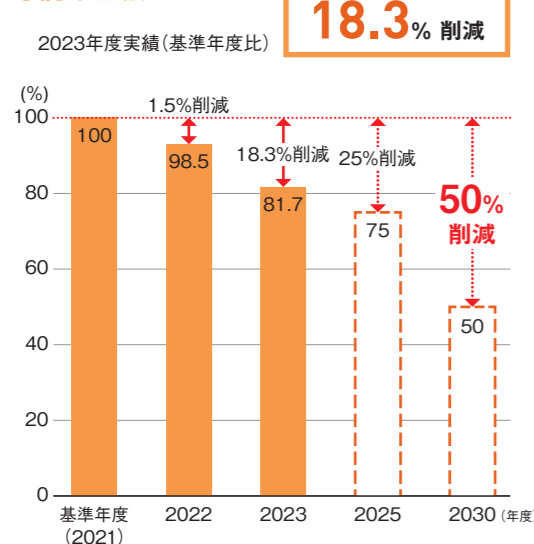
2021年度から本格的に開始し、従業員の食品ロスに対する意識が徐々に向上しました。



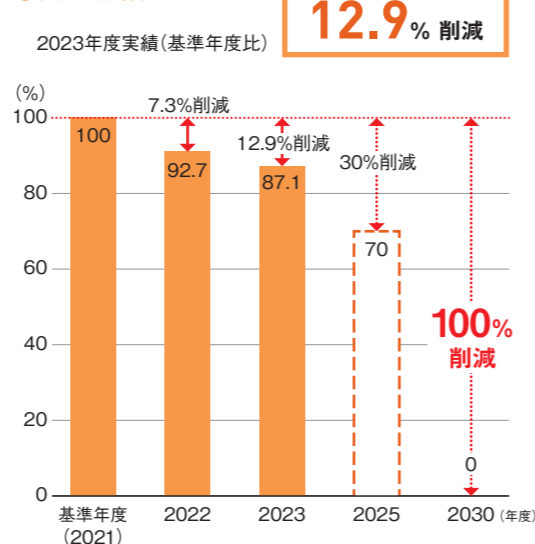
## 廃棄金額・返品金額の推移

2025年度に中間目標を掲げ、2030年に向けて廃棄金額・返品金額の削減に取り組んでいます。

### ●廃棄金額



### ●返品金額

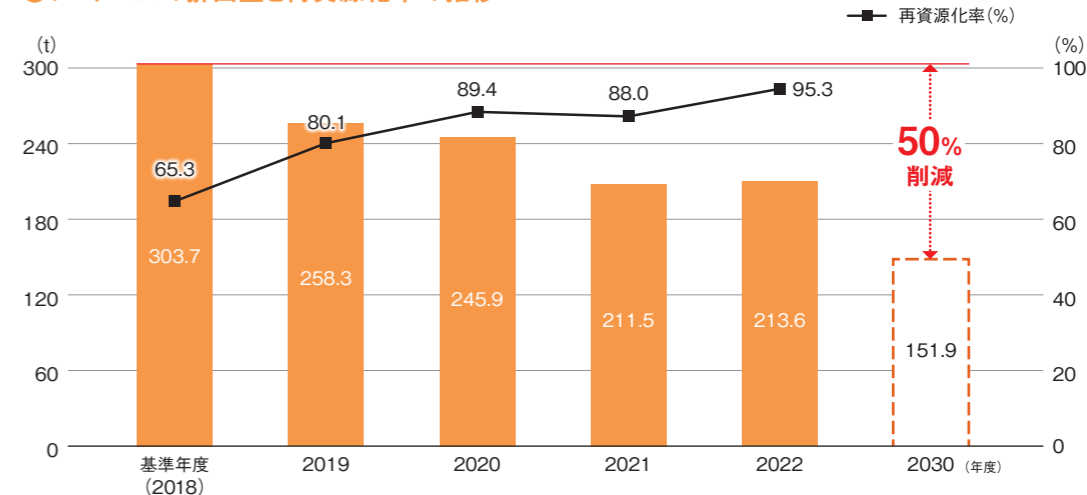


## 食品サプライチェーンでの協働

当社は、WRI (World Resources Institute: 世界資源研究所) が呼びかける「10×20×30食品廃棄物削減イニシアティブ」の「日本プロジェクト」に参加しています。

「10×20×30食品廃棄物削減イニシアティブ」とは、世界の大手小売業10社が、それぞれのサプライヤー20社とともに、2030年までに主要サプライヤーの食品廃棄物の半減に取り組むことを意味します。

## ●フードロスの排出量と再資源化率の推移



## 日本プロジェクトにおける当社目標

2018年度を基準年として、2030年に**50%削減**

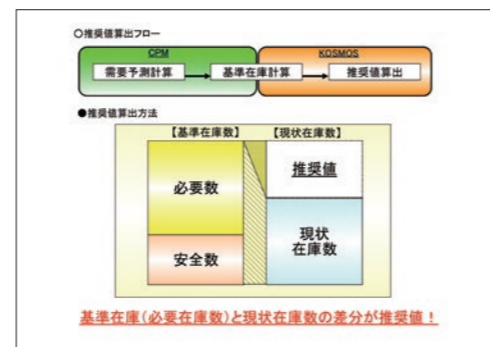
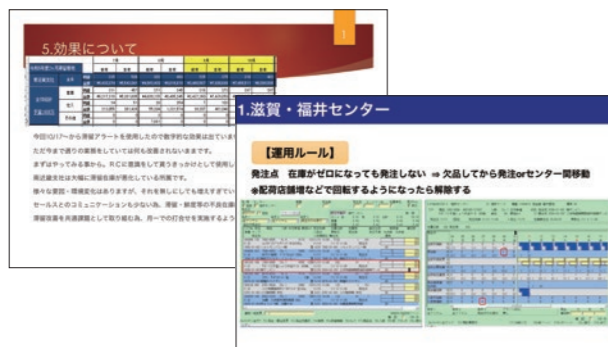
### 2022年度実績

排出量 **213.6t** 基準年度比 **29.7%削減** 再資源化率 **95.3%**

## 廃棄金額・返品金額削減への取組み

●商品の仕入や在庫管理に責任を持つユニットリーダーを対象とした会議において、各所属の現状の取組み内容・成功事例の共有および共有した内容を踏まえた取組みの報告を行い、数値改善に取り組んでいます。

●RC (Replenishment Controller: 補充管理担当者) 向けに、需要予測システム (CPM: Category Profit Management) に関する研修を実施することにより、在庫管理レベルの向上を図り、滞留在庫や過剰在庫の削減に取り組んでいます。



●お得意先さまごとの「納品期限」「返品状況」の調査を実施するとともに、納品期限の緩和および返品削減交渉を行いました。





# 資源循環

当社グループでは、サステナビリティに関する取組みのマテリアリティ(重要課題)の一つとして「資源循環」に取り組んでいます。

目指す姿 (当社100周年を迎える2047年を想定)	2030年目標	2023年度実績 (基準年度比)
<ul style="list-style-type: none"> <li>●環境負荷を低減するために、石油から新たに作られるプラスチックや、適切に管理されていない森林由来の紙資源を使用しない流通システムを構築する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●物流資材における代替プラスチックへの移行とプラスチック類の再資源化100%</li> <li>●すべての自社ブランド商品におけるサステナビリティへの配慮</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●当社単体におけるストレッチフィルム、PPバンドの再資源化100%</li> <li>●自社ブランド商品へのサステナビリティ配慮率62.7%</li> </ul>

## プラスチック類の再資源化

当社の物流センター等から排出されるストレッチフィルムやPPバンドに関しては、焼却処理されていたものも再資源化が可能となり、再資源化100%が実現しました。この取組みをグループ会社にも水平展開し、グループ全体での再資源化100%をめざします。

## 自社ブランド商品におけるサステナビリティへの配慮

自社ブランド商品の開発段階において、関係部署に回付する商品開発稟議書や商品仕様書に「環境配慮包材(商品パッケージ)」に関してチェックする欄を設け、「プラスチック資源循環促進法」に対応するとともに、2030年までにすべての自社ブランド商品におけるサステナビリティへの配慮を実現します。



自社商品・自社留型 開発稟議書		① 提出先・商品企画部	
ブランド名		環境配慮包材 (商品パッケージ)	未対応理由:
商品名			
規格・内容			
製造方法			
環境配慮包材 (商品パッケージ)	<input type="checkbox"/> 紙 <input type="checkbox"/> 再生紙 <input type="checkbox"/> FSC認証材 <input type="checkbox"/> 紙外装 <input type="checkbox"/> 再生アウ <input type="checkbox"/> その他		
商品名			

## サステナビリティ配慮率の内訳

	アイテム数		配慮率
	全体	サステナビリティ 配慮対応数	
加藤産業(株)	304	207	68.1%
(株)グリーンウッド ファクトリー	82	16	19.5%
和歌山産業(株)	51	51	100.0%
合計	437	274	62.7%

## 新製品のサステナビリティへの配慮

紙包材のパスタ(Pezzullo)、カットトマト(PROSSIMO)を2024年春に新規発売します。



パスタ(Pezzullo)



カットトマト(PROSSIMO)

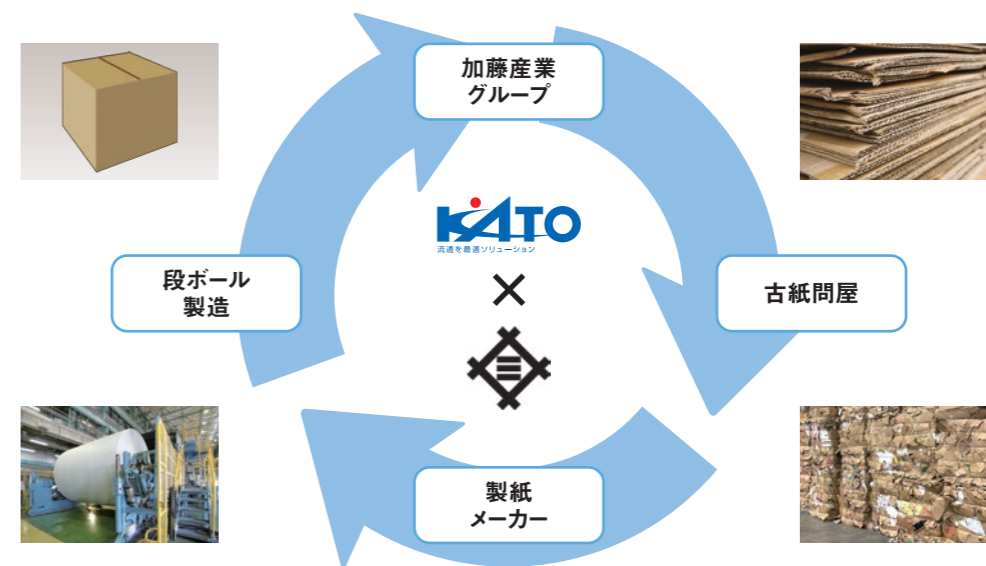


## 文具 Share Box の設置

机の中に眠っている粗品等の新しい文具を従業員で共有し、不要な買い足しを無くすことを目的に文具 Share Boxを設置しています。

## クローズドリサイクルの取組み

当社グループの物流センターや製造工場から排出している段ボール等の古紙類に関して「古紙～段ボールケース」のループを形成し、サプライチェーンを可視化します。また、業界大手とパートナーシップを組むことで全国一元管理をし、安定して回収可能な仕組みを構築します。



## クローズドリサイクルをコーディネートしていただいている三井物産パッケージング(株)のご担当者さまより



- Q. 静脈と動脈をつなげるクローズドリサイクルを推進しようと思われた動機は何でしょうか?**
- A. サーキュラーエコノミーへの転換のために業界の枠を超え、静脈・動脈全体で環境負荷軽減と経済性とのバランスを取りながら事業をまとめる仕組みのキープレイヤーとして、静脈と動脈の結節点の役割を果たしサーキュラーエコノミー実現に貢献したいと考えたことがきっかけです。
- Q. 静脈と動脈をつなげるうえで困難だったこと、またどのように克服されましたでしょうか?**
- A. まずは、静脈産業において排出された古紙の重量を拠点ごとに計測しトレースする必要があり、70拠点以上の現地調査を行いました。当該調査と各種情報の整理は多大な労力を要する作業でしたが、本取組みに共感し協力いただきました各事業所のご担当者さまのお陰により、静脈産業の状況を把握することが可能となりました。静脈産業における既存の回収業者から、動脈産業において原料化する製造メーカー、その原料を使って段ボールケースを製造する加工メーカーまで、各プレイヤーのご協力をいただいたのは、排出元でもありエンドユーザーでもある加藤産業さまの環境に対する積極的な姿勢にともなう力強い発信が後押しとなっています。
- Q. 今後の展望(段ボール以外の取組み)について、どのようにお考えでしょうか?**
- A. 静脈産業において静脈資源管理事業を行う「三井物産ファーストワンマイル(株)」という新会社を2023年10月に設立いたしました。古紙に限らず、その他再生可能資源物を動脈産業につなげ、資源循環型ビジネスの入口としての役割を果たし、サーキュラーエコノミーの実現に寄与することを目的としています。『静脈でのファーストワンマイル事業』にてあらゆる素材のGreen Value Chain起点の機能で資源物を適切に回収、処理をし、動脈への回収資源提供機能にて資源循環ビジネス構築を加速させて参ります。まだリサイクルの仕組みが構築されていない資源物が多く存在します。今後古紙だけでなく様々な排出物の資源循環を構築し、限りある資源を企業さまとともに有効活用していきたいと考えています。また、加藤産業さまとの取組みのなかでは、古紙のクローズドリサイクルの拡大と、他素材の資源循環を進め、加藤産業さまの理想である資源循環を一緒に実現させていただけるように併走させていただきたいと考えています。



## 多様な人財の活躍

当社グループは、国籍・信条・性別・社会的身分によって差別することのない公平な雇用を基本としています。また、卸売業にとって人財こそが持続的に企業を成長させるうえで、最も重要な資本であると考えています。個人の充実した仕事と生活の両立を実現するために、多様な価値観・ライフスタイルを重視したワーク・ライフ・バランス支援を積極的に推進します。

目指す姿 (当社100周年を迎える2047年を想定)	2030年目標
●多様な能力、価値観を持った人財が、それぞれの立場で活躍できる会社となる	●男女の固定的な役割分担意識や処遇における不平等を解消し、男女ともに安心して働き続けられる職場環境を全員で作り上げる

### 人財データ(単体/2023年9月末時点)

従業員数  
**1,134人**

新卒採用者数  
**49人**  
(2023年4月入社)

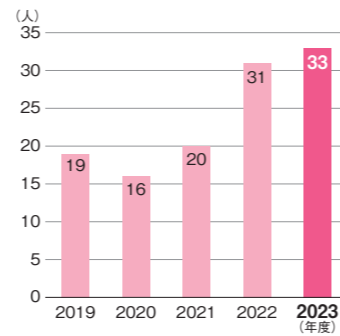
平均勤続年数  
**15.6年**

中途採用者数  
**40人**

障がい者雇用率  
**2.39%**

育児休業取得者数  
**33人**

●育児休業取得者数の推移



### 多様な働き方を支援する職場づくり

#### 制度

従業員一人ひとりが生き生きと働ける会社をめざし、残業時間の抑制や有給休暇取得の促進を図るとともに、様々な制度を導入し、多様な働き方を支援する職場づくりを進めています。ライフステージ別に両立支援ができるよう、新たな制度の導入を予定しています。

#### アフタヌーンミーティング

社内コミュニケーションの一助として、様々な部署の方との交流を深めるために、2ヶ月に1回程度全従業員を対象に「アフタヌーンミーティング」をオンラインで開催しています。開催ごとにテーマが異なり、参加したいテーマを選んで自由に参加することができます。

#### 福利厚生

年に1回、健康診断やストレスチェック実施の他、新型コロナウイルスやインフルエンザの流行状況に応じたワクチン接種費用補助や特別休暇の取得が認められています。身体だけでなく、心の健康の保持増進のために外部にメンタルヘルス相談窓口を設置し、従業員とその家族のメンタルヘルスケアも行っています。

また、入社から退職後に至るまでのすべてのライフステージにおいて、従業員が安心して生活できるよう、以下のような福利厚生制度を整備しています。

制度の名称	制度の概要
持株会	毎月一定額を給与・賞与から天引きし、加藤産業株の株式を購入する制度です。購入金額に応じて奨励金が会社より付与されます。
財形預金	資産形成の目的に応じ一般財形預金・財形住宅預金・財形年金預金から選ぶことができます。残高に応じて奨励金が付与されます。
企業型確定拠出年金	加入者の自己責任にて拠出した資産の運用を指図し、高齢期における資産の確保に係る自主的な努力を支援することを目的としています。
企業年金基金	確定給付企業年金法に基づき、基金の加入者等の年齢、死亡または脱退について給付を行い、加入者およびその遺族の生活の安定と福祉の向上を図ることを目的としています。
ライフプランセミナー	定年後の生活と家計プラン、年金について、社会保険・雇用保険についての項目を中心に理解を深めていただくことを目的としています。
永年勤続者表彰	勤続15年と勤続25年の社員および無期パートタイマーに対して表彰を行っています。
ベネフィット・ステーション	会員制割引サービスの「ベネフィット・ステーション」と法人契約をしています。

### 男性育児休暇取得者にインタビュー！

#### 活躍する パパ従業員の声 実際どうでしたか？



乾物部 営業課 米田 裕太

##### ●育児取得のきっかけ

出産で妻の体調が全快していないなか、少しでも妻の負担を和らげるためにも私自身がしっかり子育てを理解する時間が必要だと感じていました。ちょうどその頃、男性育児休暇(産後パパ育児等)がニュース等で大きく取り扱われたり、実際に社外の知り合いも男性育児休暇を取得していたので、周りの環境に後押しされ育児取得を決めました。また、職場環境において、仕事が回る仕組みをつくっていたことも育児取得の決め手の一つでした。

##### ●育児取得期間について

朝も夜も関係なく、泣いたり咳をしたりする子どもにずっと注意を向けていないといけませんので想像以上に大変でしたが、育児の大変さを知る良い機会になりました。大変だった以上に、子どもの成長をそばで見ることができて嬉しかったです。

##### ●これから育児取得を考えている方へ

育児の取得期間は子どもの成長を間近で見ることができ、今しかない時間を一緒に過ごせる大事な期間です。1日や2日で子育てのことを理解するのは難しいと思いますので、育児の取得期間はできる限り長期で取得して子どもに寄り添ってあげてください。

南近畿支社 業務部 田中 祐介

##### ●育児取得のきっかけ

男性の友人から「育児を取得して良かった」といった話を聞いていたので、妻の妊娠が分かった時から育児を取得できるなら取得したいとは考えていました。その後、産後のお母さんの過ごし方や赤ちゃんとの過ごし方などを調べるうちに、妻の負担を減らすためにも育児を取得した方が良いという考えに変わっていきました。

##### ●育児取得期間について

家族と貴重な時間を過ごすことができました。子ども中心の生活でしたが、毎日成長する姿を見守ることができる喜びや、育児の大変さを知ることができて良かったと感じています。少しは、妻の負担や不安も減らすことができましたと思います。

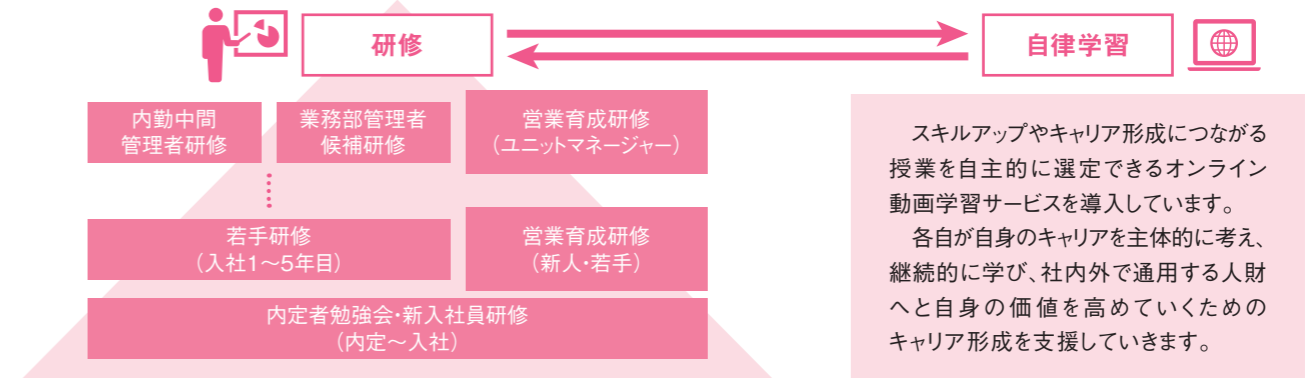
##### ●これから育児取得を考えている方へ

収入面や仕事の引継ぎ等で不安や申し訳なさもあり、取得すると決めてから会社に相談するまでとても勇気がいりましたが、貴重な経験ができました。全員が無理に取得しないといけないとは思いませんが、最初から「取得しない」という選択ではなく、一度育児について夫婦間で話し合うプロセスがあっても良いと思います。また、子どもが産まれて実際に育児を経験したうえで取得するかどうかを考えても良いと思います。



### 各階層・職種に応じた学びの場

自律的なキャリア形成を支援する部門別・階層別研修の新設・見直しを行っています。今後も多角的な能力を持った人財の育成を図り、組織全体のさらなるレベルアップをめざすため、従業員一人ひとりが必要とする知識やスキルを体系的に学ぶ場を積極的に提供していきます。



### 営業コンクール

一人ひとりまたはユニット内に蓄積される様々な知識を全社で共有し、組織全体の知識に変え、それらを活用してより良いパフォーマンスを発揮する集団でありつづけるために、以下2つのコンクールを開催しています。

#### ナレッジマネジメントコンクール

「ナレッジマネジメントの促進」のための取組みの一環として行っています。ユニット全員で取組んだ知識や情報共有に関する具体的な活動、そこから生み出された成果などをユニットマネージャーが発表し、厳正な審査が行われます。

#### 提案型営業成果発表コンクール

提案型営業のさらなる向上に向けて、全国各所属の提案や企画など様々な成功事例のノウハウやプロセスの共有を通じて、営業現場のナレッジマネジメントを促進することを目的に、2012年より開催しています。



# 新工場が誕生! 株式会社グリーンウッドファクトリー

緑豊かな兵庫県丹波篠山の地で地域との共生、自然との調和により世の中に貢献する工場を実現します。



10月に上郡工場のジャム類の製造事業を当社の完全子会社である兵庫興農(株)に吸収分割し、社名を「(株)グリーンウッドファクトリー」へ変更しました。新工場では、生産能力は従来よりも増強され、カンピージャム等の製造はもちろん、他社からの製造受託にもお応えしていきます。



## 会社概要

- 社名：株式会社グリーンウッドファクトリー
- 設立：1956年4月※旧兵庫興農(株)設立年月
- 社名変更・新工場設立：2023年10月
- 所在地：兵庫県丹波篠山市北266番地1
- 代表者：代表取締役社長 石塚信典
- 事業内容：ジャム・スプレッド類の製造・販売



## 加藤産業グループの品質方針

当社グループは、「食品」に携わる企業として、「安全で良質な食品の安定供給」が重要な社会的責任であると考え、「品質管理基本方針」のもと、品質管理に取り組んでいます。また、当社グループは、食品を扱う卸売業であると同時に食品製造工場を所有している食品メーカーでもあるため、商品の安全性、品質を経営の重要課題と捉え、品質保証部や品質管理部門が事故の発生防止、適正な食品表示作成に取り組んでいます。

## 品質管理システム

工場内での製造工程における設備の管理、製品や半製品の理化学検査・微生物検査等の実施と併せて、従業員への衛生管理に関する教育・指導を徹底することにより、品質管理の向上を推進しています。

また、各製造工場では国際規格の認証を取得し、国際的な仕組みに則った品質管理体制を構築し、品質管理の徹底を図っています。

- |  |  |
|--|--|
| <b>株式会社グリーンウッドファクトリー</b><br>・有機JAS認証取得予定<br>・JAS認証取得予定<br>・FSSC22000認証取得予定 | <b>和歌山産業株式会社</b><br>・ISO9001<br>・HACCP |
|--|--|

「私たちは、木々に囲まれた丹波篠山の地で地域との共生、自然との調和により世の中に貢献する工場を実現します」をコンセプトに、緑豊かな丹波篠山市と共生していくため、環境に配慮しています。

**プロフェッショナル集団**  
情熱と優れた技術で、お客様の想いを形にします

**親しみ、身近な存在として**  
体験型施設の運営や地元産品の活用を通じた身近な存在をめざします

**環境配慮・地域共生**  
丹波篠山の豊かな自然との共存・共栄をめざします

**働きやすい環境**  
ムリ・ムダ・ムラがなく、働きやすい環境づくりに取り組みます

丹波篠山の豊かな自然との共存・共栄に向けて、サステナブルな取組みを実施しています。

**CO<sub>2</sub>排出量の削減**  
太陽光パネルを設置し環境に配慮したエネルギーを活用します。

**生産性の向上**  
自動倉庫には自動搬送ロボットを導入し、作業をできる限り機械化、自動化します。

**廃棄物の削減**  
ペーパーレス化の推進や生ごみ処理機、廃棄物分解装置等を導入することで食品廃棄物や一般廃棄物を削減します。

大きな窓がある明るい空間で、ジャムを知ろう、作ろう、味わおう!

## 体験工房

工場敷地内に「体験工房」を設置しました。様々なシーンでご利用いただけます。

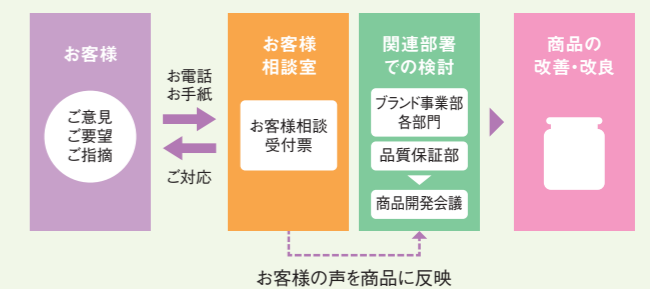
- キッチンスタジオ** ●いちごを使ったジャムづくりなど、ユニークな体験ができる施設です。(丹波篠山市産のいちご使用予定)
- 研修室** ●最大60名使用可能。研修や地域の集会等、多目的にご利用いただけるレンタルスペースとしても展開。  
●移動間仕切りにより、ご利用人数に合わせてフレキシブルにご活用いただけます。
- アンテナショップ** ●工場生産品などを販売します。



## 工場監査

自工場ならびに製造委託工場では、160項目におよぶ「製造工場点検調査票」に基づき、製造設備、従事者の衛生管理、製造管理、品質管理を自己診断する仕組みを構築しています。さらに、品質保証部を中心とした関係各部門が各工場を訪問し監査しています。その結果、改善が必要な事案が発生した場合は、工場側への指導および対応策を協議し、品質管理レベルの向上を図っています。2020年度からは、従来の訪問監査に加えて書類による監査と、オンラインによるリモート監査を実施しています。

## お客様相談室





# 環境・社会に配慮した自社ブランド商品



あなたの身近なパートナー  
~kato near partner with you~

毎日の食卓を豊かに、笑顔を提供します。

### 紙カップ使用

廃棄に便利な紙カップを使用しています。



### ユニバーサルデザイン瓶を採用

瓶上部にくぼみがあり、開栓時に滑りにくく、子どもや女性でも開けやすいデザインになっています。

### 売上の一部を寄付

商品の売上から1個当たり3円を災害時の医療救護や被災者支援活動などの活動資金として寄付しています。



### トランス脂肪酸の低減

「トランス脂肪酸」とは油脂の加工過程で生成される成分の一つで、過剰摂取は血管系の心疾患リスクになると言われています。カンピーでは、生成の原因となる「部分水素添加油脂」を使わない、「安心」で「おいしい」商品づくりに取り組んでいます。



### 有機JASジャム

食の安心・安全が注目されているなか、原料にこだわった商品として開発いたしました。



### 植物由来のミンチ

高たんぱく質で食物繊維もたっぷりです。

### 容器の再利用とゴミの減量化

同商品の瓶詰容器に1袋分が入るつめかえ商品です。



### 容器の減量化

高さを減らし、PET重量2.1%を削減(カンピー「有明海産 鰯撰味のり」と比較)しました。

New!

パッケージが環境に配慮した紙製に進化しました!



### バイオマスインキの使用

多くの自社ブランド商品やグループ会社の和歌山産業株式会社が展開している蔵王高原農園ブランドの商品ラベルの印刷において、樹木や種子、米ぬか等の再生可能な植物由来成分を一部使用した「バイオマスインキ」を使用しています。



## 西宮なでしこプロジェクト

2013年5月に女性社員によるプロジェクトチーム「西宮なでしこプロジェクト」を結成しています。

様々な業務に携わる女性メンバーが日々意見交換を行い、「生活者の視点に立ち、思わず買いたくなるような商品」との発想で商品を開発しています。

働く女性に

自分らしく、美味しい毎日を!

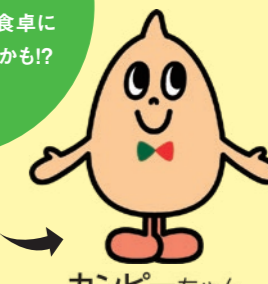


カンピーちゃん誕生65周年を記念してより可愛く、親しみをもっといただけるようリニューアルしました!

元氣なカンピーちゃんも、実は暑いところが苦手! そんなときは涼しい所にそっと置いてあげてください。

美味しいものを食べるとほっぺが真っ赤になるんだ.. 美味しいものって幸せ!

食卓大好きカンピーちゃんはたま〜に、のんびり食卓に長居することもあるかも!?



1958年誕生

2016年

カンピーちゃん  
2023年

## イベント



### 商品の魅力を体感できる「カンピーファンイベント」開催

カンピーのファンづくりを目的に、2023年4月・9月に、当社南館1階の共創空間を使ってイベントを開催しました。イベントでは、2023年3月に発売した「カンピー ザ・プレミアム 果実の贅沢・とろける贅沢」をメインに、相性の良いこだわりのパンを組み合わせる魅力を体感していただきました。

また、リアルイベントにつづいてオンラインイベントも開催し、新商品のこだわりやアレンジレシピの紹介をオンラインで行いました。

今後も、イベントを通じてカンピーのファンづくりに取り組んでいきます。



### MBS ラジオ秋まつり2023 カンピージャムブース出展

大阪市東住吉区にある長居公園にて、11月3日(金・祝)に開催された「MBSラジオ秋まつり2023」に、カンピージャムブースを出展しました。「カンピー ザ・プレミアム 果実の贅沢・とろける贅沢」をはじめ、手造りジャムや780gジャム、ピーナッツバターを試食と販売を行いました。当初、試食2,000食・販売200個を計画しておりましたが、予想をはるかに上回る、試食約3,000食・販売約300個を記録し、大盛況のうちに終了しました。

今後も、カンピーファンの方々との接点・交流を大切にしていきます。

## 発信媒体

### 「カンピーちゃん」特設サイトを開設

2023年12月に新しく生まれ変わったカンピーちゃんの特設サイトを開設しました。サイトでは、カンピーちゃんの部屋をテーマに、プロフィールや誕生の歴史を紹介しています。

<https://www.katosangyo.co.jp/kanpychan/>



### Instagramでオリジナルレシピ動画を公開

カンピー公式Instagramにて、カンピー商品を使ったオリジナルレシピ動画「カンピーキッチン」を公開しています。

耳に残るカンピーのテーマソングに合わせた、POPな動画で様々なアレンジレシピをご紹介します。

<https://www.instagram.com/kanpy0822/>



### 「カンピー ザ・プレミアム」特設サイトを開設

2023年10月に「カンピー」の最上級ブランド「カンピー ザ・プレミアム」の特設サイトを開設しました。

商品に込めたこだわりや特長を是非ご覧ください。

[https://www.katosangyo.co.jp/kanpy\\_thepremium/](https://www.katosangyo.co.jp/kanpy_thepremium/)



### 和歌山産業株式会社 Xアカウントを開設

当社グループ会社「和歌山産業株式会社」の公式Xアカウントを開設しました。旬の素材にこだわったデザート商品やサービスに関する情報を随時発信しています。

[https://twitter.com/zhf\\_official](https://twitter.com/zhf_official)



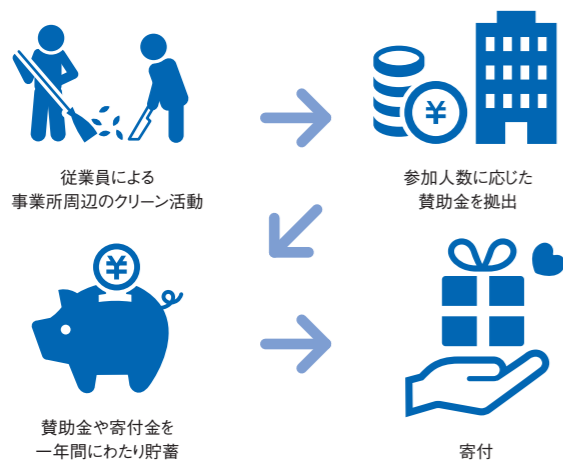


# ステークホルダーの皆さまと加藤産業グループ

## Katoグリーンウッド基金

従業員が自主的に行うクリーン活動(事業所周辺の清掃活動)に対して、参加人数に応じて会社から賛助金が拠出されることで「Katoグリーンウッド基金」を運営しています。運営の目的は、従業員有志の社会貢献活動により会社から支援された資金を幅広く社会貢献に還元することです。2006年度から開始しており、年に1回環境保護団体や社会福祉団体等へ寄付をしています。

### 仕組み



### 2023年度寄付先

- 公益社団法人セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン
- 国連WFP協会
- セカンドハーベスト・ジャパン
- 特定非営利活動法人フードバンク関西

### ジャムギフトの寄贈

過去に寄付を行った事業所周辺の社会福祉法人等へクリスマスプレゼントとして、当社ブランド商品の「手造りジャムセット」をお送りしました。

## 国連WFP協会



### 評議委員

当社は、国連WFP協会の活動に賛同し、2007年より評議員として支援しています。

### ウォーク・ザ・ワールド

2023年5月に大阪の万博記念公園で開催された「WFPウォーク・ザ・ワールド2023 大阪」に協賛しました。本イベントは、途上国の子どもたちの飢餓をなくすことを目的として2005年にスタートしたチャリティーウォークです。

### ごちそうさまチャレンジ

食品ロス削減に関するアクションを促すことで食の重要性に対する意識向上を図ることを目的とした「#ごちそうさまチャレンジ」に協賛しました。また、SNSの投稿数に応じて途上国の子どもに学校給食を届けることができる企画のため、当社CSR推進部のInstagram(@katosangyo\_csr)にて食品ロス削減のアクションを促す発信を行いました。

## 子どもの食 応援ボックス

子ども支援の国際NGO「セーブ・ザ・チルドレン」は、経済的に困難な状況にあるご家庭に支援物資をお届けする活動を行っています。当社も活動の趣旨に賛同し、2023年7月と12月にお届けされた「夏休み 子どもの食 応援ボックス」と「冬休み 子どもの食 応援ボックス」それぞれに、当社ブランド商品も梱包していただきました。



## 海外教育支援

当社グループの三陽物産株式会社では、「公益財団法人 School Aid Japan」の「世界の一人でも多くの子どもたちに教育の機会と教育環境を提供すること」を目的とした教育支援・就労支援に賛同し、2002年より支援活動に参加しています。主な支援活動として、カンボジアでの教育関連施設(学校)の建設資金援助を行っています。今後もより多くの子どもたちの夢の実現に向け、支援を継続していきます。

※2001年、特定非営利活動法人(NPO法人)として活動を始め、開発途上国の子どもたちのために様々な活動を行っている団体です。



## 回収活動

### エコキャップ

ペットボトルのキャップの売却益で発展途上国の子どもたちにワクチンを贈る「エコキャップ運動」を推進しています。



### テープの巻心

ニチバン株式会社主催の「巻心 ECOプロジェクト」に参加し、使い終わったテープの芯を集め、再資源化しています。廃棄物やCO2を削減するとともに、その売却益をマングローブの植樹に役立てることができます。



### ベルマーク

2015年よりベルマーク運動に参加し、集めたベルマークは、西宮市立用海小学校に寄贈しています。



## 読書手帳

子どもたちが本に触れ合う機会を増やし、読書を通じて豊かな時間を持っていただくため、2020年より西宮市立の小学校(全41校)に通われている小学生に、地元西宮市の教育委員会と当社が協力し、企画・作成した読書の記録を付けるための「みやっこ 読書手帳」をプレゼントしています。



毎年、児童の皆さまには「本を読むのが楽しくなる」といった好評の声をいただいています。

小学校では、タブレットの導入等によるデジタル化が進み、このような冊子を持ち歩くことが珍しくなってくるかと思いますが、手書きの良さやデジタルの良さ両方を鑑みて、今後も児童の皆さまに「あって嬉しい」「使いやすい」と思ってもらえるような読書手帳の形を検討していきたいと思っています。

## MBSベースボールパーク

2023年6月、阪神甲子園球場で開催された阪神タイガース対千葉ロッテマリーンズ戦でのMBSベースボールパーク5月度月間MVP賞の表彰式にて、一昨年、昨年につづき、当社代表取締役社長がCMスポンサー代表プレゼンターとして参加しました。受賞者の木浪聖也選手には、賞金と副賞の「カンピー商品詰め合わせセット(1年分)」を贈呈しました。



## モダンモルトウイスキーマーケット

当社グループの三陽物産株式会社の主催により、2023年10月に東京と大阪にて酒販店や料飲店を対象とした「モダンモルトウイスキーマーケット 2023」を開催しました。当イベントは、2006年からお酒のプロ向けに開催しているウイスキーイベントです。モルトウイスキーにこだわった品揃えで開催し、出展企業によるセミナーも行いました。





# コーポレート・ガバナンス

当社は、コーポレート・ガバナンスを「株主・取引先・従業員・社会に対する継続的な企業価値の増大を図るための経営統治機能」と位置づけています。したがって、ステークホルダーのための利益を追求すると同時に、社会の構成員として法令・社会規範を遵守しつつ、適切な経営活動を推進する統治体制の確立に取り組んでおり、そのため取締役の任期を1年とするとともに、社外取締役を設置しています。また、取締役の業務執行を厳正に監視するため、監査役についても、その半数以上を社外監査役としています。

## コーポレート・ガバナンスの概要

代表取締役社長執行役員である加藤和弥を議長とする取締役会は取締役5名および社外取締役3名の計8名で構成され、経営に関する決定機能と業務執行機能を分離し、意思決定の迅速化と取締役の責任の明確化を図るための執行役員制度を採用することで、環境の変化に即応することができる経営体制を構築しています。また、取締役会の機能の独立性および客観性と説明責任を強化し、当社のコーポレート・ガバナンスの充実を図ることを目的として、取締役会の任意の諮問機関として独立社外役員が過半数を占めるガバナンス委員会を設置し、取締役会の諮問に応じて、主に代表取締役の選解任と取締役および監査役候補の指名指針や選解任に関する事項、ならびに、取締役の報酬等の決定方針や内容について審議し、取締役会に対して答申を行っています。本委員会は、取締役会執行役員管理本部長である次家成典を委員長とし、代表取締役社長執行役員である加藤和弥、常勤監査役である中島嘉幸、池村昌人の2名、独立社外取締役である八十川祐輔、海保理子、青木英彦の3名および独立社外監査役である山村幸治、森内茂之の2名を委員とする計9名(内、独立社外役員5名)で構成しています。なお、本委員会の委員長は代表取締役を除く委員の中から本委員会の決議によって選定しています。

また、持続可能な社会の実現に貢献するとともに当社グループの持続的成長をめざすため、「脱炭素」「フードロス&ウェスト」「資源循環」「多様な人財の活躍」の4つのマテリアリティ(重要課題)を特定し、課題の解決に向けて取組むために、取締役会の諮問機関として、代表取締役社長執行役員である加藤和弥を委員長とするサステナビリティ委員会を設置しています。

そして、コンプライアンス担当取締役である取締役会執行役員管理本部長の次家成典を委員長とするコンプライアンス委員会が、関連部署と連携して法令等遵守の強化を図っています。さらに、業務の有効性および効率性、財務報告の信頼性、事業活動に関わる法令等の遵守ならびに資産の保全を図るため、取締役会執行役員管理本部長である次家成典を委員長とする内部統制委員会を設置し、その整備・運用状況をチェックし、内部統制を推進しています。自然災害や食品事故等の経営リスク管理については、取締役会執行役員営業本部長である中村考直を委員長とする危機管理委員会にて体制の整備・運用状況を確認しています。そして、代表取締役社長執行役員である加藤和弥を委員長とするCSR・ERM委員会がこれらの活動状況を確認し、横断的な意思決定・改善指示を行う体制を構築しています。

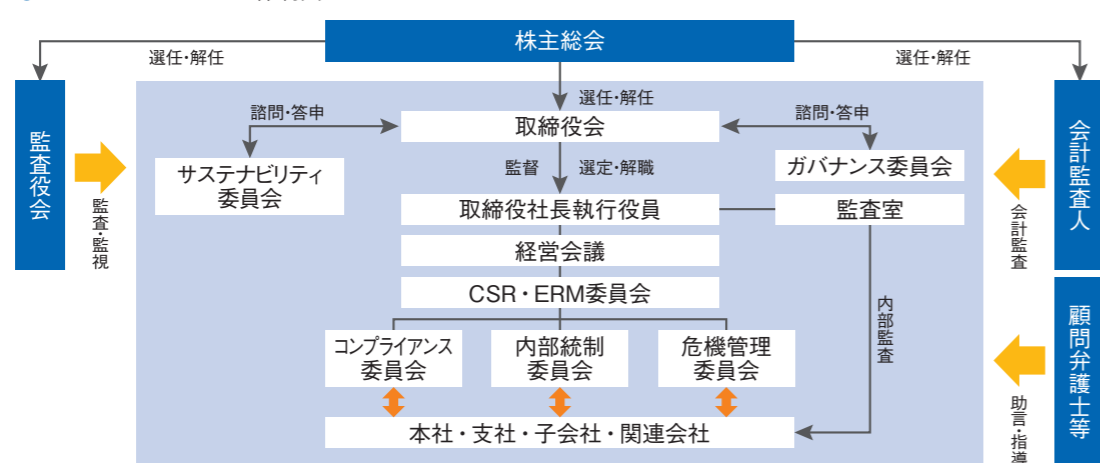
また、当社は監査役制度を採用し、常勤監査役である中島嘉幸を議長とする監査役会の機能が十分に発揮されることが重要であると考え、社外監査役2名を招聘し計4名で構成しています。

監査役は取締役会およびその他重要会議に出席し、客観的な視点で取締役の職務執行を監査しています。取締役社長執行役員直轄の監査室は、経理処理の正確性を検証し、各部門の業務と財産の実態を把握するとともに、不正・誤謬・脱漏等を発見、防止し、堅実経営の推進に努めています。

顧問弁護士には法律上の判断を必要とする場合に適時指導を受けています。

なお、会計監査人として監査法人と監査契約を締結し、会社法監査および金融商品取引法監査を受けています。

●コーポレート・ガバナンス体制図



# コンプライアンス

コンプライアンス推進体制の強化と法令その他の社会規範および社内ルールを遵守した適正な業務運営のため、コンプライアンス委員会において決定した基本方針に基づき、グループ各社を含めた全従業員に対して各種取組みを実施しています。具体的には以下のような啓発活動を継続的にを行っています。



## 啓発活動

### コンプライアンス研修

従業員を対象とした研修において、コンプライアンスに関するカリキュラムを用意し、継続したコンプライアンス教育に取り組んでいます。

### コンプライアンス情報発信室

イントラネット上で、ハラスメントや情報管理をはじめ、様々なコンプライアンスに関する情報を発信しています。



### コンプライアンスメールマガジン

定期的にメールの発信を行っています。企業を取り巻く法律を、事例を通して解説し、コンプライアンスの重要性を周知しています。

### ポスター配布

年に2回、グループ会社を含む全事業所にコンプライアンスに関するポスターを配布し、掲示することで啓発活動を行っています。



## 従業員とともに

### コンプライアンス意識調査の実施

当社グループでは、全従業員に対して「コンプライアンス意識調査」を年に1回実施しています。調査により従業員のコンプライアンス意識、会社の取組みへの評価等を確認し、現状の課題を抽出してその改善にあたっています。また、意識調査結果は従業員に開示しています。



### コンプライアンス推進週間の実施

1月、4月、7月、10月に「コンプライアンス推進週間」を設け、重点的かつ集中的に取り組むことで、コンプライアンス意識のさらなる向上を図っています。

### 内部者通報制度

法令違反その他コンプライアンスに関する問題の早期発見と是正を図るため、内部者通報制度「コンプライアンス・ホットライン」を設置しています。また、グループ会社を含めた全事業所に啓発ポスターを掲示し、社内外の相談窓口を周知することで、従業員がこの制度を積極的に活用できるよう社内風土の醸成に努めるとともに、通報者の保護を徹底し、通報したことによって不利益を被らないよう保証しています。



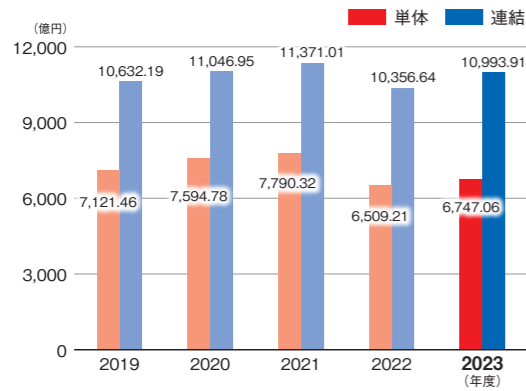


# 財務

## ●営業収益(売上高)

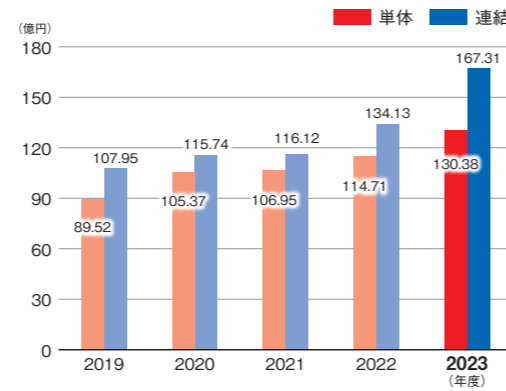
1兆993.91億円(連結)

2022年度より「収益認識に関する会計基準」を適用し、当該会計基準等を適用した後の数値となっています。



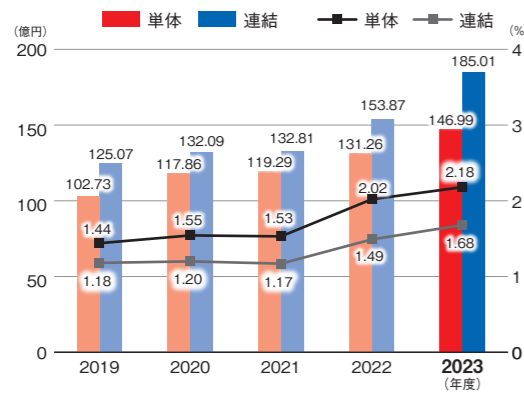
## ●営業利益

167.31億円(連結)



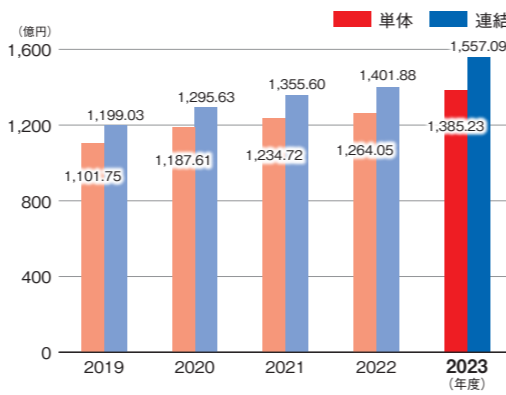
## ●経常利益

185.01億円(連結) 率1.68%(連結)



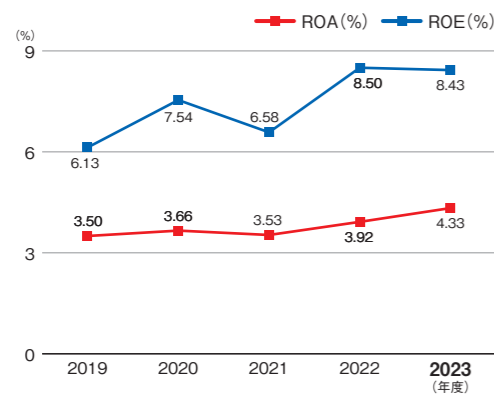
## ●純資産

1,557.09億円(連結)



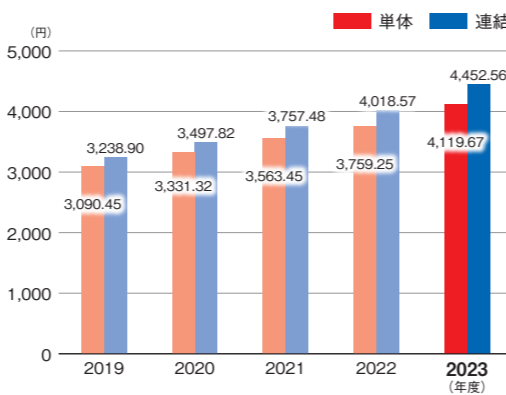
## ●ROE&ROA

ROE 8.43%(連結)



## ●1株当たり純資産

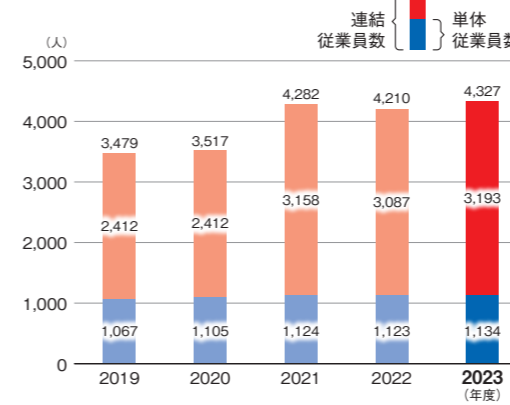
4,452.56円(連結)



# 非財務

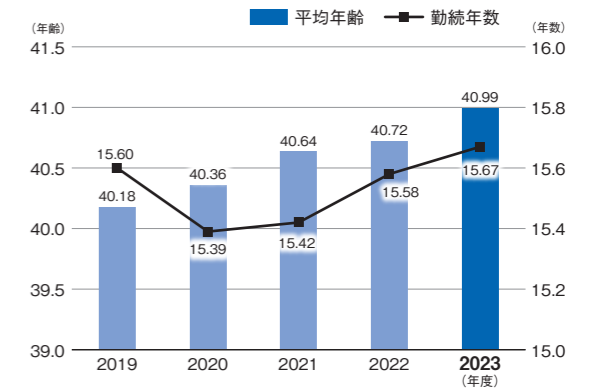
## ●従業員数の推移

4,327人(連結)



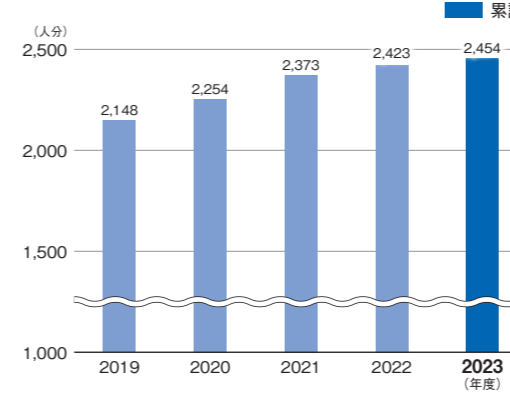
## ●従業員の平均年齢および平均勤続年数

40.99歳 15.67年



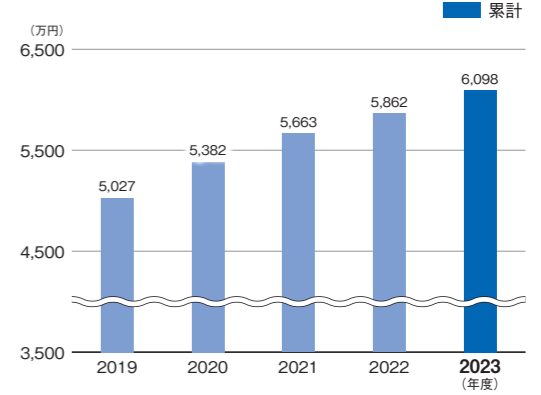
## ●エコキャップ ワクチン寄付実績(累計)

約2,454人分 ※ワクチン1本あたり、キャップ830個で計算しています。



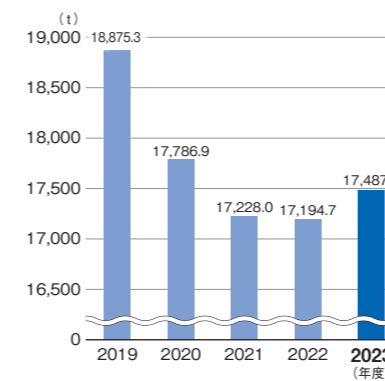
## ●Katoグリーンウッド基金からの寄付金額(累計)

6,098万円

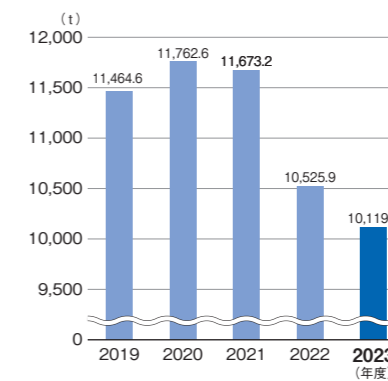


## CO<sub>2</sub>排出量

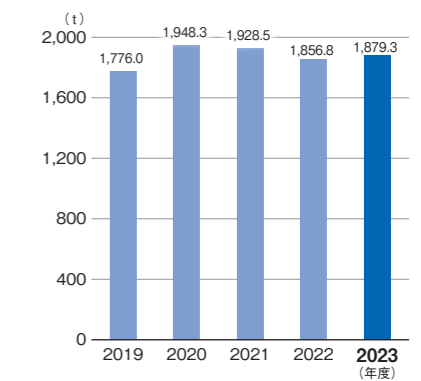
### ●配送部門



### ●オフィス・センター部門



### ●製造部門



# 会社概要

会社概要 (2023年9月末時点)

名称	加藤産業株式会社
設立	1947年(昭和22年)8月22日
本社	兵庫県西宮市松原町9番20号
事業内容	総合食品卸売業、カンピー商品販売業
資本金	59億3,405万円
決算期	9月
従業員数	1,134名
主要加盟団体	一般社団法人 日本加工食品卸協会

取締役・監査役および行役員 (2023年12月22日現在)

取締役			
代表取締役	加藤 和弥	社外取締役	八十川祐輔
取締役	中村 考直	社外取締役	海保 理子
取締役	日比 啓介	社外取締役	青木 英彦
取締役	次家 成典		
取締役	大西 高司		
監査役			
常勤監査役	中島 嘉幸	社外監査役	山村 幸治
常勤監査役	池村 昌人	社外監査役	森内 茂之
執行役員			
社長執行役員	加藤 和弥	執行役員	小野 聡
専務執行役員	中村 考直	執行役員	明石 誠
常務執行役員	太田 尚史	執行役員	和田 陽一
常務執行役員	菅 公博	執行役員	金子 潤一
常務執行役員	日比 啓介	執行役員	井原 太郎
常務執行役員	打田 雅俊	執行役員	中谷 勤
上席執行役員	次家 成典	執行役員	高瀬 健治
上席執行役員	大西 高司	執行役員	合田 恭典
上席執行役員	松村 努	執行役員	田中 英治
		執行役員	中川 吉明

株式の状況 (2023年9月末時点)

株式上場区分	東京証券取引所プライム市場
証券コード	9869
発行可能株式総数	72,000,000株
発行済株式の総数	35,000,000株
1単元の株式数	100株
株主数	6,398名(内、単元株所有者数: 5,966名)

大株主 (上位10名)

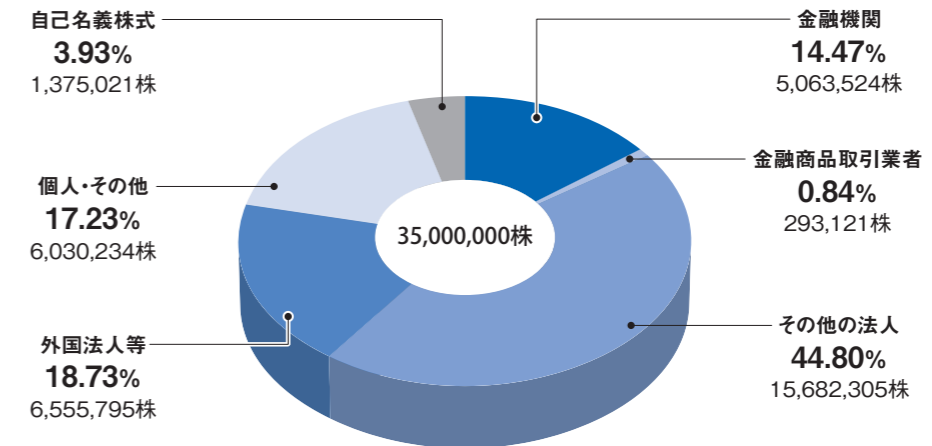
株主名	持株数 (千株)	持株比率 (%)
日本マスタートラスト信託銀行株式会社(信託口)	3,351	9.96
三井物産株式会社	3,153	9.37
三菱商事株式会社	1,787	5.31
株式会社プラスダブル	1,280	3.80
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	931	2.77
株式会社加藤興産	850	2.52
キュービー株式会社	841	2.50
ハウス食品グループ本社株式会社	838	2.49
カゴメ株式会社	731	2.17
JP MORGAN CHASE BANK 385632	715	2.12

## 主要グループ会社

事業内容	会社名	事業内容	本社所在地	
国内 卸売業	◎ ケイ低温フーズ株式会社	低温食品卸売業	兵庫県伊丹市	
	◎ 三陽物産株式会社	酒類・食品卸売業	大阪市北区	
	◎ ヤタニ酒販株式会社		大阪市中央区	
	◎ 加藤菓子ホールディングス株式会社		兵庫県西宮市	
	◎ カトー菓子株式会社	菓子卸売業	愛媛県松山市	
	◎ 株式会社植嶋		和歌山県岩出市	
	海外 卸売業	◎ Kato Sangyo Malaysia Sdn. Bhd.		マレーシア
		◎ Lein Hing Holdings Sdn. Bhd.		マレーシア
		◎ Merison (M) Sdn. Bhd.	食品卸売業	シンガポール
		◎ Teo Soon Seng Pte. Ltd.		シンガポール
◎ Naspac Marketing Pte. Ltd.			シンガポール	
◎ 海外 卸売業		◎ Nam Khai Phu Service Trading Production Co., Ltd.	食品卸売業	ベトナム
	◎ Song Ma Retail Co., Ltd.		ベトナム	
	◎ Toan Gia Hiep Phuoc Trading Co., Ltd.		ベトナム	
	◎ Kato Sangyo Vietnam Co., Ltd.		ベトナム	
	◎ 上海加産貿易有限公司		中国	
	△ 深圳華新創展商貿有限公司		中国	
物流	◎ マンナ運輸株式会社	物流事業	京都府久世郡	
	◎ カトーロジスティクス株式会社		兵庫県西宮市	
メーカー	◎ 株式会社グリーンウッドファクトリー	食品製造業	兵庫県丹波篠山市	
	◎ 和歌山産業株式会社		山形県東根市	
外食	◎ 株式会社アドバンスキッチン	外食事業	兵庫県西宮市	

◎=連結子会社 ○=持分法適用非連結子会社 △=持分法適用関連会社

## 所有者別分布状況



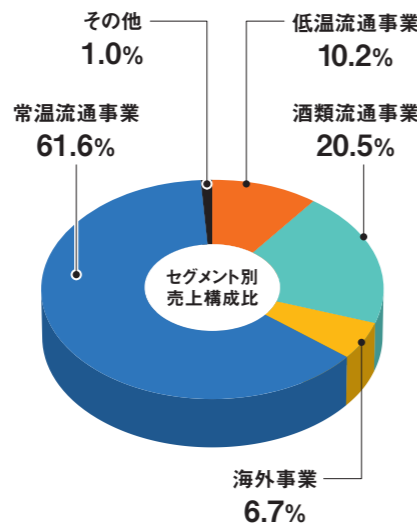
## セグメント別営業収益(売上高)

●常温流通事業  
6,815億円

当社は、家庭用食品をはじめとする常温流通事業を主力としています。「店舗に行けば商品がある」といった日常的な風景を通じて、生活者の皆さまに安心感を与えられる企業でありつづけるために、お取引先さま、お得意先さまを含めた食品流通が機能するための1つの柱としてその役割を果たしています。

●酒類流通事業  
2,270億円

近畿地区を基盤に、ビール・清酒・焼酎・洋酒など全酒類を取り扱う酒類・食品卸売業のヤタニ酒販(株)。「酒のプロフェッショナル」として、常にお客さま目線で、高品質な商品・多様な飲用シーンを提案しつづける三陽物産(株)。両社を両輪として、酒類流通事業を展開しています。



## ●低温流通事業

1,125億円

低温事業に特化したケイ低温フーズ(株)では、冷凍食品をはじめ、チルド・日配食品、惣菜部門等の分野で、近畿圏および首都圏にて低温流通サービスを提供しています。生活者のライフスタイル、食に対する安全・安心への意識の変化から、低温食品およびフードサービス分野における中間流通業の役割はますます重要性が増すなか、専門卸売業としてサービスレベルの向上を図っています。

## ●海外事業

747億円

当社グループの成長戦略の一つとして位置づけている海外事業では、各国の食文化の発展に貢献するため、海外展開・進出をめざす日系メーカーさまとの取組みを積極的に行い、食文化・生活習慣に対応しています。また、日本国内で培った当社グループの強みである提案型営業をはじめとする「日本式卸」を融合させることで、海外における食品流通の高度化と発展をめざしています。

## 配当政策

当社は、株主の皆さまへの利益還元を経営の重要政策と認識し、収益力の向上と財務体質の強化を図りながら、安定的かつ業績に見合う適正な配当を維持することを基本方針としています。

この方針に基づき、2023年度の期末配当については、当初予想の普通株式1株につき50円とすることとし、中間配当47円と合わせた年間配当は1株につき97円となりました。

この結果、2023年度の配当性向は31.2%となりました。

## ●配当金・配当性向の推移

