



CORPORATE & SUSTAINABILITY REPORT

2025



加藤産業株式会社 社長室

〒662-8543 兵庫県西宮市松原町9番20号
TEL.0798-33-7665
ホームページ <https://www.katosangyo.co.jp>



- 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CO₂をカーボン・オフセット済
- CO₂排出量：576.4g/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

CONTENTS

はじめに・加藤産業グループ指針 01

トップメッセージ 03

加藤産業グループのあゆみ 05

ビジネスモデルと事業内容 07

拠点 10

加藤産業グループ概要 11

サステナビリティ方針 13

サステナビリティに関するデータ 15

マテリアリティへの取り組み 17

- 脱炭素 17
- フードロス&ウェイスト 18
- 資源循環 19
- 多様な人財の活躍 20

TCFDに沿った情報開示 21

社会貢献活動 23

コーポレート・ガバナンス/コンプライアンス 25

財務ハイライト 27

会社概要 29

はじめに

本レポートは、加藤産業の方針や歴史、事業概要について紹介しております。また、サステナビリティに対する考え方やマテリアリティの解決に向けた取組みを説明し、ステークホルダーの皆様理解を深めていただき、より良いコミュニケーションを図る目的で作成しております。

- 対象期間
2023年10月～2024年9月(2024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
加藤産業及び連結子会社等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、個々に対象範囲を記載しています。
- 免責事項
本レポートには、加藤産業及び対象範囲となる会社の過去及び現在の事実のみでなく、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。読者の皆様にはご了解いただきますようお願いいたします。

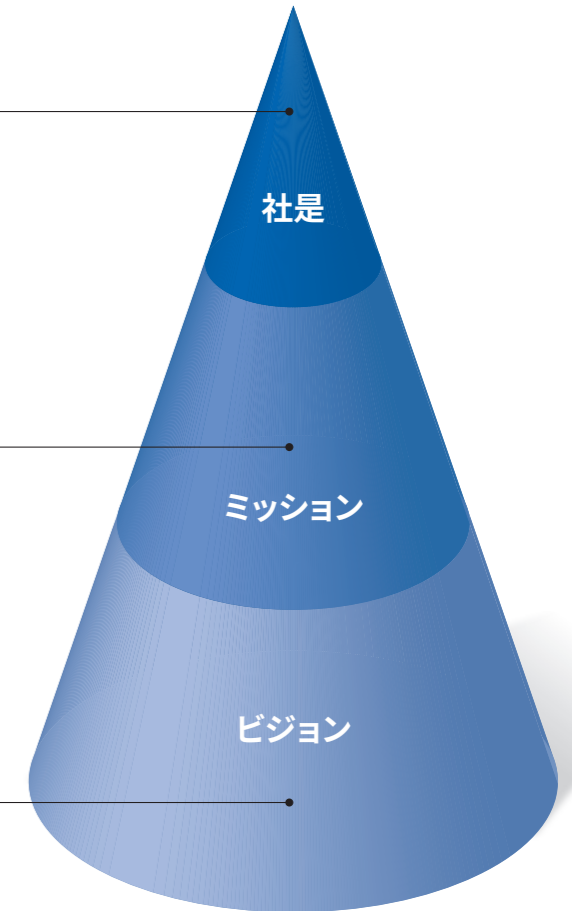


加藤産業グループ指針

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。

ミッション
当社グループが目指す社会的使命
私たちのミッション(使命)は、
食の生産の源となる自然の恵みを大切に、
誰でも、安全で安心な商品が手頃な価格で手に入り、
季節性・地域性に富んだ多様な食を楽しみ、食文化を継承し、育むことで
家族の団らん・人々の絆を強め、健康で健全な生活に貢献するような
「豊かな食生活」を提供し、人々の幸せを実現することです。

ビジョン
私たちのミッションを達成するための長期ビジョン(未来像)
▶ 食のインフラになる
商品、情報、ロジスティクスの総合力を発揮して、
生活者の豊かな食生活を支える基盤を作る
▶ 食のプロフェッショナルになる
食品流通に携わるプロとして知識を蓄え、
スキルを磨き、生活者に豊かな食生活を提供する
▶ 食のプロデューサーになる
生活者が豊かな食生活を実現するために、
「つなぎ」を実現し、「食」が持つ価値を創造する



代表取締役社長執行役員
加藤 和弥



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。

これからも「皆様から必要とされる会社」で在り続けるために

加藤産業の軌跡

当社は創業者である加藤彌三二が、1945年に飲料水卸業として創業し、地域の小売様とメーカー様をつなぎ、ともに成長してまいりました。様々な苦難に立ち向かいながら、2代目社長である加藤武雄（現：名誉会長）が、M&Aを積極的に進め、常温・低温・酒類・菓子の各カテゴリーの礎を築き、長きにわたり挑戦を続け、事業を拡大してまいりました。そして、私が3代目社長に就任以降は、グループ経営を推進し、各カテゴリーを安定化させることで連結売上高1兆円を超えることができました。当社グループが次のステージへ挑戦し成長するために、デジタル技術やAIを活用した新たなビジネスモデルの創出や業務の生産性向上・効率化を図る一方で、日本国内の人口減少を見据え海外事業を強化しております。当社は独立した存在感のある全国食品卸売業としての企業規模を確立するとともに、食を扱う企業として「豊かな食生活を提供して人々の幸せを実現する」ために、常にお客様に喜んでいただける価値を提供していきたいと考えております。そのために、我々にとってのお客様は誰なのか、そのお客様に対する価値とは何なのかを定義し、我々の強みを生かしながら、これからもお客様のご要望にお応えし続けてまいります。

変革期の到来

私が入社したのは1994年で、翌年に阪神・淡路大震災が発生し、卸売業としての使命を感じる原点であり、今につながる災害対応の原点にもなりました。当時はバブル崩壊後であり、卸売業の変革期に会社が衰退していくかもしれないという危機感から、物流管理総合システムの導入等、積極的な投資を行いました。そのような状況もあり、やらなければならないことは明確で、社内にあるリソースや他社の成功事例を踏襲することで解決できる、今思えば分かりやすい時代だったのかもしれませんが。一般的に「企業の寿命は30年」と言われますが、今まさに、30年前と似たような変革期を迎えていると感じております。しかし、当時と比べ世の中の変化が速く、社内のリソースには限りがあり、社外の先進事例が少ないなかで、目指すべき姿を描きづらい時代になりました。さらに食生活や生活者の購買行動が多様化しており、リアルとデジタルの垣根がなくなり、小売業の業種・業態を超えた競争が激しくなりました。労働人口の減少や人件費の高騰、原材料費・エネルギー価格の上昇もあり、先行きが見通しづらい状況でもあります。しかし、卸売業は変化対応業であり、失敗を恐れず変革していくことが求められます。今後もお客様が求めているものを理解し、それにお応えできるよう中長期的な投資を進め、我々の機能を充実させてまいります。そして次のステップを見据えて、現状に問題意識を持って新たなことに挑戦し、従業員とともに変革を実現していく所存でございます。

豊かな食生活を守り続ける

我々は事業活動を通じ、収益拡大を進めるとともに、社会課題の解決が会社の成長につながるというCSVの観点を持つことが大切だと考えております。これまでも環境保全活動や社会貢献活動を展開してまいりましたが、さらに活動を広げるため、サステナビリティの基本方針を掲げ、「脱炭素」「フードロス&ウェイスト」「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）の解決を目指しております。明日の食を守り続けるため、当社グループ全体でサステナビリティ活動を展開し、ステークホルダーの皆様とともに、2047年の創立100周年を見据え、社会性を有する企業として永遠の発展を礎き上げてまいります。

経営信条

1. 思考に基く行動をおこす
2. 目的意識を持つ
3. 新しい常識をつくれ
4. 企業内に無駄をなくせよ
5. 経営感度を高めよう
6. 蓄積の精神

代表取締役社長執行役員

加藤和弥



1947年8月22日に、加藤産業が設立されました。終戦直後、飲料水の間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。

今後も皆様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。

事業拡大

1945年

飲料水卸売業 加藤商店を創業
創業者:加藤彌三二



1947年

株式会社に改組し
加藤産業(株)を設立



1962年

首都圏へ進出(全国展開を開始)



1971年

社是制定
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)

1997年

ヤタニ酒販(株)を設立
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)を設立
運送業を開始

2003年

三代目社長に 加藤和弥が就任

2004年

東京証券取引市場及び
大阪証券取引市場 両市場
第一部銘柄に指定替え



2005年

マンナ運輸(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))

2007年

中国の食品卸事業に進出
(広州華新商貿有限公司に出資)

2012年

兵庫興農(株)を子会社化

2013年

ベトナムの食品卸事業に進出
(Kato Sangyo Vietnam Co., Ltd.を
設立)

2014年

三陽物産(株)を子会社化

2015年

シンガポールの食品卸事業に進出
(Naspac Marketing Pte. Ltd.を
子会社化)
(株)植嶋を設立

2018年

マレーシアの卸事業に進出
(Lein Hing Holdings Sdn. Bhd. を
子会社化)

2022年

東京証券取引所市場の
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)へ継承



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

1945年
創業

1945年～1960年

1961年～1980年

1981年～2000年

2001年～2010年

2011年～2020年

2021年～

KATO
100

自社ブランド商品

1956年

関西ピーナツバター(株)を設立
(のちの「カンピー食品工業(株)」)



カンピー発売
関西ピーナツバター(株)より
“カンピー”ブランドが誕生
ピーナツバター
(袋タイプ)発売

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

乾物事業部を開設(現:乾物部)

1978年

ペズロの輸入開始



1986年

健康食品ブーム、味や香り等
本物志向の高まる
時代背景のもと、
GREEN WOOD※が誕生
果実缶詰シリーズ発売



1997年

GREEN WOOD※
手造りジャム
発売



※2024年に『カンピー ザ・プレミアム』へ
ブランド移行

2005年

カンピー
紙カップジャム
発売



2008年

プロッシモ発売



2009年

ムッティの輸入開始



2013年

女性社員による商品開発チーム
「西宮なでしこプロジェクト」発足

2018年

カンピー
ピーナツバター
(種子島産粗糖使用) 発売



2019年

ベルトーリの
輸入開始

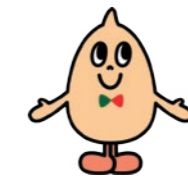


2023年

カンピー ザ・プレミアム発売



誕生65年を記念して
カンピーちゃんリニューアル



カンピーちゃん

流通を最適ソリューション

加藤産業は、メーカーから商品を仕入れ、全国の小売業にお届けしている総合食品卸売業です。



●リテールサポート

小売業の現状・環境を分析し、顧客ニーズに沿った提案を行い、売場全体を活性化しています。また、生活者のトレンドを素早く的確に察知し、POS・ID-POSデータや商圏分析を駆使しながら、来店頻度の向上や、買上点数の増加に貢献しています。

●ロジスティクス

顧客のご要望に応え必要なモノをお届けするために、多品種かつ大量の商品を適正に管理しています。全国の物流拠点と物流網を駆使し、小ロット多頻度配送や一括物流等、物流効率と販売メリットのバランスを取り、小売業のためのサプライチェーンを構築しています。

●マーチャライジング

ライフスタイルの多様化に伴い、求められる商品も多種多様に変化していきます。多くのメーカーの商品を取扱うと同時に、お客様の「欲しい」に応える品揃えを実現しています。さらに、季節・天候・イベントや店頭販促等の情報に基づいて需要を予測し、最適な発注を行います。

●商品開発

生活者の視点で多様なニーズを捉え、味・品質・パッケージにこだわった商品を開発しています。当社は創業当初より商品開発を行っており、長い歴史の中で培われたノウハウを持ち、お客様にご満足いただける一品を提供しています。

これらの総合力を発揮し、小売業・メーカー・生活者という「3人の顧客」それぞれの満足度を高めながら、流通を最適化しています。

加藤産業の中核機能

顧客に信頼いただける付加価値を提供する営業機能



取締役専務執行役員
営業本部長兼グループ営業担当
中村 考直

我々は、小売様の現状を分析し、顧客ニーズに沿った提案型営業によるリテールサポートを行っています。新たな付加価値の創出に向け、売場活性化や店舗運営の合理化・効率化等、課題解決の実現に取り組んでいます。

また、全国に拠点をもち、スーパーマーケットやコンビニエンスストア、ドラッグストア等の小売様と、メーカー様との「つなぎ」の役割を担っています。

さらに、全国各地のメーカー様と取引しているほか、グループ会社に製造部門を有しており、メーカー機能として1956年よりカンピーブランドを展開していることが特徴です。加えて、1978年にパスタブランド「ペズロ」との取引を開始して以来、輸入商材の発掘も行っています。幅広い商品を取り揃えながら、商品開発により小売様のご要望にお応えし、魅力のある売り場づくりをサポートしています。

今後も、小売様・メーカー様・生活者という「3人の顧客」への「つなぎ」の役割を果たし、それぞれの価値創出活動を推進いたします。そして、信頼を積み重ね、顧客から喜ばれ感謝される営業活動を実践してまいります。

多種多様かつ大量な商品を適正に管理するとともに、全国の物流拠点と物流網を駆使し、小売様の需要に応じてローコストかつ高品質な物流サービスで商品をお届けしています。

近年では、人手不足の解消や多品種・小ロット化への対応として、AIやシステムによる物量予測に基づく最適な人員の配置や、倉庫内商品配置の適正化を進めています。また、省人・省力化に向け「ケース積み付けロボット」や「定数ピッキングロボット」の導入のほか、今後は基幹物流倉庫等への投資を行いながらロジスティクス機能を強化してまいります。

さらに、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、製配協働による「検品レス」と「伝票レス」の実現のほか、同業他社との共同配送の展開を推進しています。

これからも、生活者の毎日の食を安定的に支えるために、先端技術を活用し高機能・高効率かつ持続可能なロジスティクスを創造してまいります。

毎日の食生活を支えるロジスティクス機能



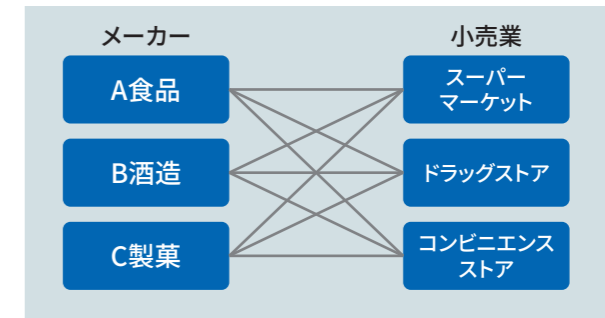
取締役常務執行役員
ロジスティクス本部長兼物流事業担当
日比 啓介

食品卸売業の役割

中間流通の機能として、持続可能なサプライチェーンを構築し効率化を担っています。

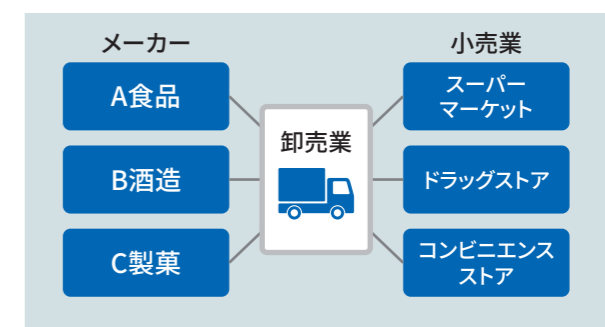
〈卸売業がない場合〉

卸売業が存在せずメーカーから小売業へ個別に物流が発生した場合、配送や納品・入荷のたびに膨大な業務的・人力的負担が双方にかかり、商品価格にも影響を及ぼすことになります。



〈卸売業がある場合〉

流通の中間に位置する卸売業が、複数の物流をとりまとめて一括・代行することでコストカットを実現し、効率的でスピーディーな物流を生み出すことができます。さらに、卸売業は商品を豊富にストックできるため、小売業にとって倉庫の役割も担っています。



加藤産業の中核機能

生活者の多様なニーズに応える商品開発機能

商品開発(自社ブランド商品・留型商品等)

当社はグループ内で工場を保有し、製品の製造・販売を行うメーカー機能を備えています。食品卸売業で培った経験から、生活者あるいは小売業のニーズを反映し、味・品質・パッケージにまでこだわった「カンピー (Kanpy)」等の自社ブランド商品を展開しています。

kanpy あなたの身近なパートナー
毎日の食卓を豊かにし、
価値あるおいしさを提供します。



kanpy THE PREMIUM あなたの身近なパートナー
食卓が華やか、
幸せな贅沢時間を提供します。

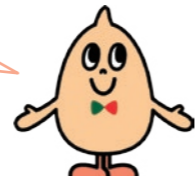


Instagramでオリジナルレシピ動画を公開

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歌に合わせたPOPな動画で、アレンジレシピをご紹介します。



「カンピー」の
公式キャラクター



カンピーちゃん

輸入商品

商品開発だけではなく、世界各地の商材を厳選して調達することで、生活者のニーズやライフスタイルの変化に対応した豊富な品揃えを実現しています。

南イタリアの 太陽と水に恵まれた 本場のブロンズダイスパスタ

ペズロはパスタ発祥の地と言われる南ナポリ・サレルノにて製造しているパスタブランドで、当社が1978年に初めて輸入した海外ブランドです。



世界の味を 日本の食卓へ

プロッシモは、良質なデュラム小麦のセモリナ100%を使用したパスタ商品を代表に、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No.1* トマト製品ブランド

ムッチィ社は1899年にイタリアの美食の町・パ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。

*2023年 Circana社調べ



世界No.1* オリーブオイルブランド

ベルトリーは1865年にオリーブの名産地であるトスカーナでブランド確立。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。

*2023年 ユーロ・モニター国際調査



拠点

11支社 25支店・営業所 / **物流センター** **82拠点** (2025年1月末時点)

当社は、全国各地の営業拠点が中心となり、地域に密着した提案営業で小売業をサポートしています。また、全国各地に物流センターを保有することで、生活者の食のインフラを支えています。



<ul style="list-style-type: none"> ●北海道支社 札幌支店 ●東北支社 仙台支店 山形営業所 秋田支店 ●東関東支社 足立支店 千葉支店 	<ul style="list-style-type: none"> ●北関東支社 多摩支店 埼玉支店 新潟支店 ●南関東支社 南東京支店 湘南支店 ●中部支社 名古屋支店 静岡支店 	<ul style="list-style-type: none"> ●北近畿支社 京都支店 北大阪支店 ●南近畿支社 阪南支店 阪和支店 ●西近畿支社 阪神支店 神姫支店 	<ul style="list-style-type: none"> ●中四国支社 広島支店 岡山支店 四国支店 ●九州支社 福岡支店 長崎支店 宮崎営業所 ●乾物部
--	--	---	--



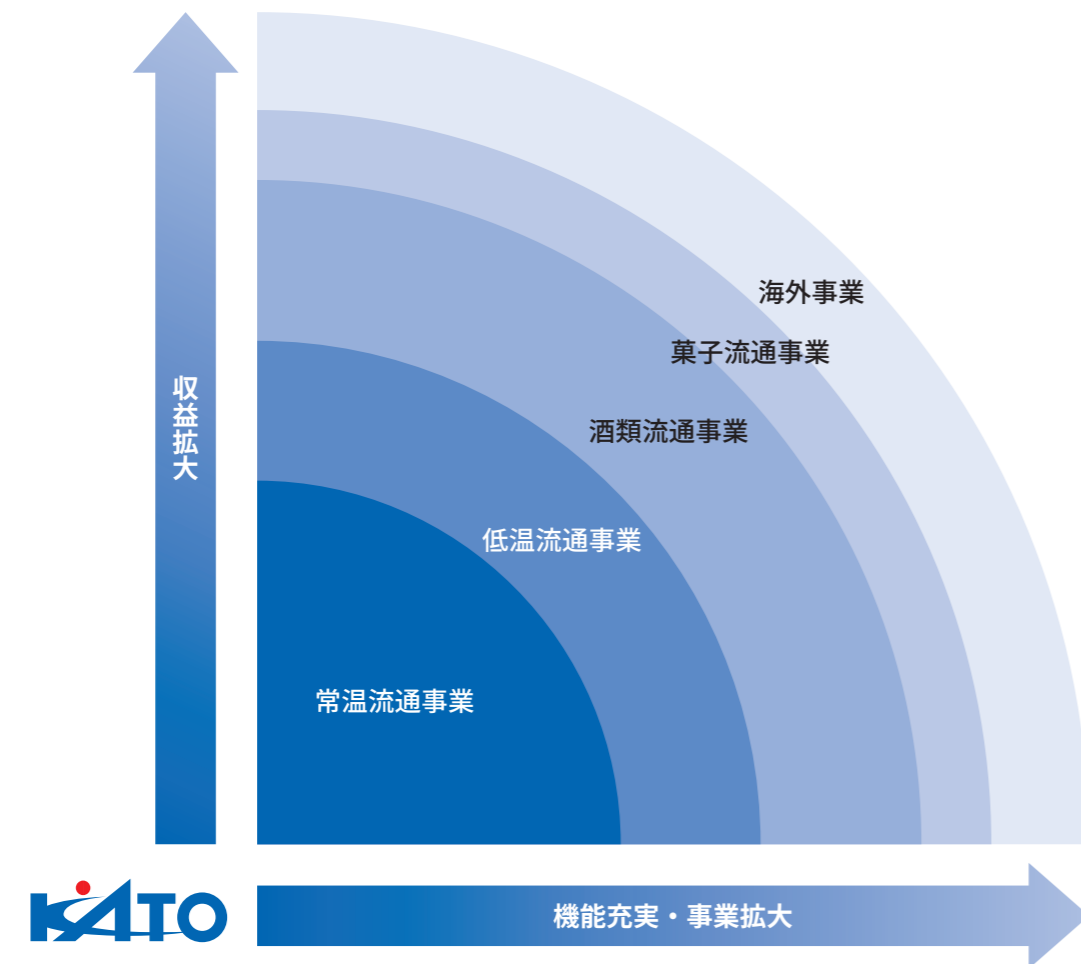
加藤産業グループ

連結営業収益／親会社株主に帰属する当期純利益

1兆1,698億円／144億円
(2024年9月期)

当社設立以降、常温流通事業を基盤としながら、自社ブランド商品の製造・低温事業・酒類事業へ、カテゴリーを拡大してきました。近年では、菓子事業の展開にも注力しています。さらに、日本国内の人口減少が進むなか、海外事業の強化を図っています。また、物流事業や食品製造業を担う関係会社により、グループ全体の機能を高めています。

当社グループではダイバーシティ&インクルージョンを推進しています。グループミッション・ビジョンに基づき、各社が有する多様な能力と機能を最大限に発揮することで、グループ全体の成長を目指しています。



常温流通事業 (菓子流通事業含む)

加藤産業(株) 加藤菓子ホールディングス(株) カトー菓子(株) (株)植嶋

営業収益: **7,170億円**

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」という日常的な風景を通じて、生活者の皆様に安心感を与えられる企業であり続けるために、小売業、メーカー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。



低温流通事業 ケイ低温フーズ(株)

営業収益: **1,143億円**

低温事業に特化したケイ低温フーズでは、冷凍食品をはじめ、チルド、日配食品、総菜部門等の分野で、近畿圏及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、低温食品及びフードサービス分野における中間流通業の役割は一層重要性が増すなか、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。

酒類流通事業 三陽物産(株) ヤタニ酒販(株)

営業収益: **2,452億円**

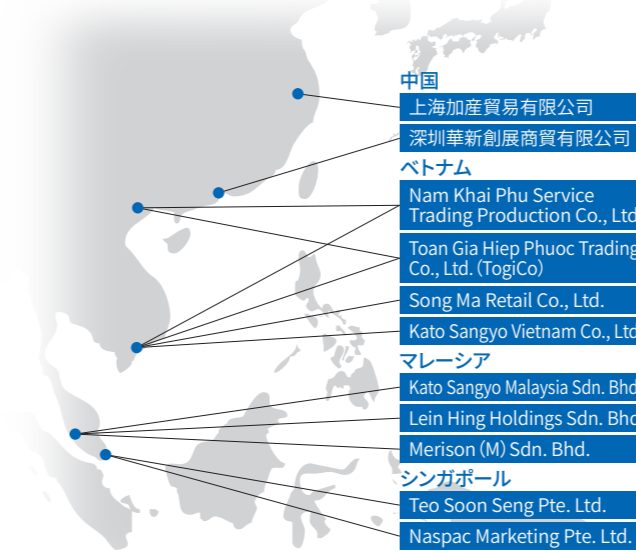
ヤタニ酒販では、近畿地区を基盤に、ビール・清酒・焼酎・洋酒など全酒類を取り扱っています。また、三陽物産では、「酒のプロフェッショナル」として、常に生活者の目線で、高品質な商品・多様な飲用シーンを提案し続けています。両社を両輪として、酒類流通事業を展開しています。

海外事業

営業収益: **893億円**

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一層の機能強化を図るため、特に経済成長に伴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、より一層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。



海外事業の展開

- 2007年 中国の食品卸事業に進出 (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 海外食品卸事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 ベトナムの食品卸事業に進出 (Kato Sangyo Vietnam Co., Ltd.を設立)
- 2015年 シンガポールの食品卸事業に進出 (Naspac Marketing Pte. Ltd.を子会社化)
- 2016年 ベトナムの食品卸売企業を子会社化 (Toan Gia Hiep Phuoc Trading Co., Ltd. (TogiCo))
- 2018年 マレーシアの卸事業に進出 (Lein Hing Holdings Sdn. Bhd. を子会社化)
- 2018年 上海加産貿易有限公司を設立
- 2020年 マレーシアの卸売企業を子会社化 (Merison (M) Sdn. Bhd.)
- 2021年 ベトナムの食品卸売企業を子会社化 (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企業を子会社化 (Nam Khai Phu Service Trading Production Co., Ltd.)
- 2023年 シンガポールの食品卸売企業を子会社化 (Teo Soon Seng Pte. Ltd.)

物流事業 マンナ運輸(株) カトーロジスティクス(株)

製造事業 (株)グリーンウッドファクトリー 和歌山産業(株)

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

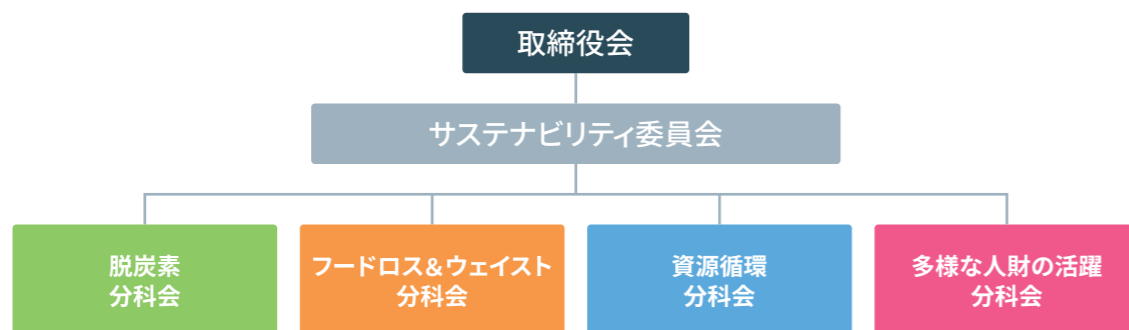
加藤産業グループは、「豊かな食生活を提供して人々の幸せを実現すること」というミッションを通して、持続可能な社会の実現に貢献するとともに、自らの持続的な成長を目指します。
そのために、4つのマテリアリティ(重要課題)を特定し、これらの解決に取り組むことで、持続的な企業価値の向上を図ってまいります。

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組織として、マテリアリティごとに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"> ● 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 ● 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 	<ul style="list-style-type: none"> ● CO₂排出量の削減 2021年度比 30%削減
フードロス&ウェイスト	<ul style="list-style-type: none"> ● 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 	<ul style="list-style-type: none"> ● 返品ゼロ ● 食品廃棄2021年度比 50%削減 ● 廃棄が必要な食品の有効活用
資源循環	<ul style="list-style-type: none"> ● 環境負荷を低減するために、石油から新たにつく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 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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% ● 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
多様な人財の活躍	<ul style="list-style-type: none"> ● 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 ※当社グループは性別、キャリア、年齢、障がい、国籍等の多様性を有しており、さらにお互いが尊重し合うことで、複眼思考による継続的な成長と永遠の発展を目指す 	<ul style="list-style-type: none"> ● ジェンダーギャップを解消し、安心して働き続けられる職場環境を作り上げる ● 男性育児休業取得率100% (注) 当社単体目標

※「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

神戸国際展示場にて、当社主催で毎年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し、会場のCO₂排出量ゼロに!
- 余ったサンプル商品をフードバンク等に寄贈し、“もったいない”を“ありがとう”に!
- 試食容器をプラスチック容器から一部紙製容器へ切り替え、環境にやさしく!



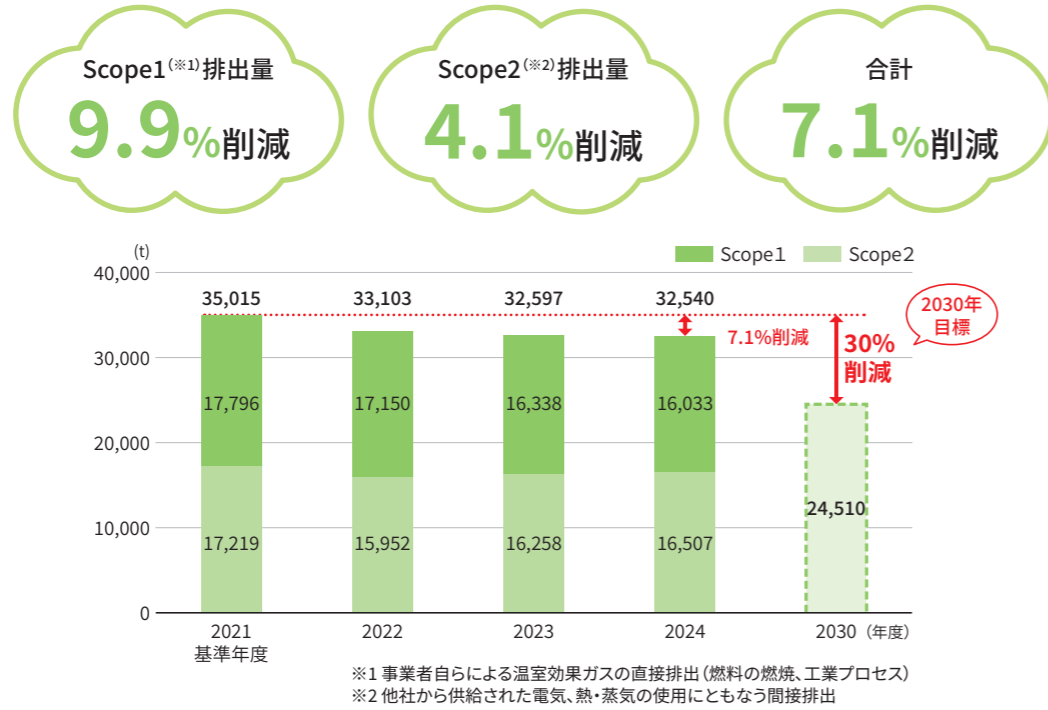
社内啓発

2030年目標の達成に向けて会社が一丸となれるよう、各事業所へのポスター掲示やイントラネットでの情報配信を通して従業員一人ひとりの意識向上を図っています。



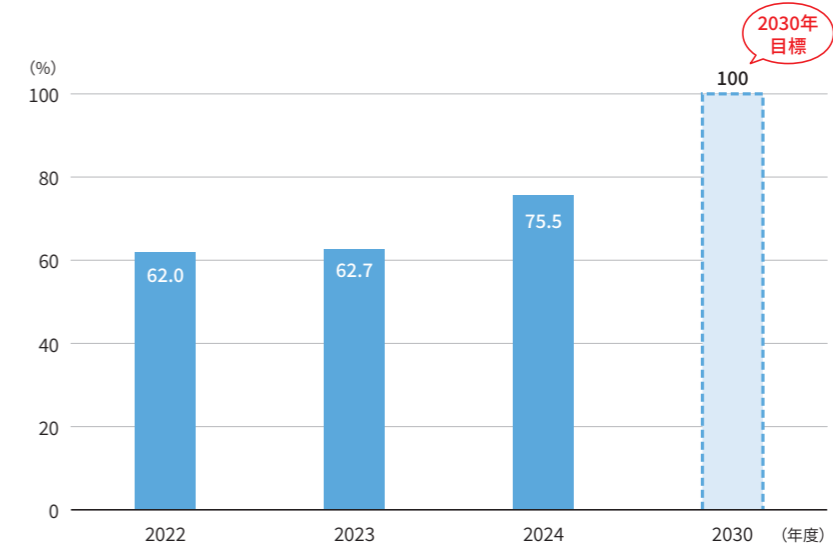
脱炭素

CO₂排出量の推移 2024年度実績 (基準年度比)



資源循環

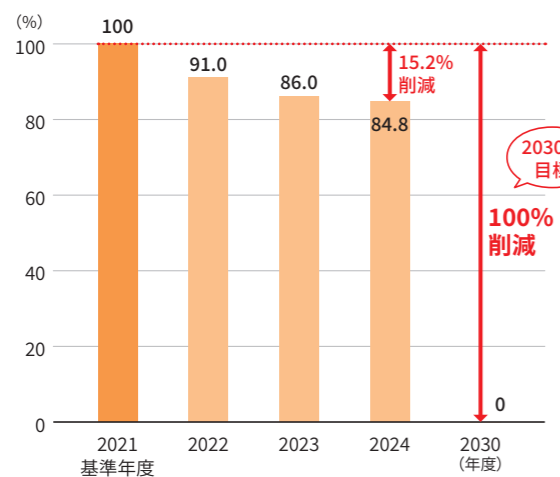
自社ブランド商品のサステナビリティへの配慮率 **75.5%**
 2024年度実績



フードロス&ウェスト

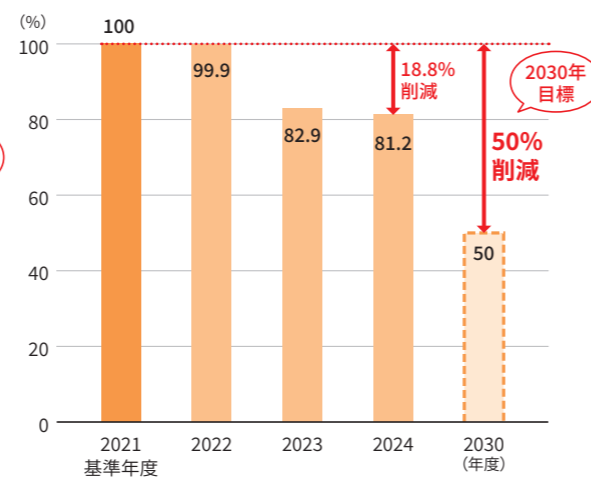
返品 2024年度実績 (基準年度比)

15.2%削減



食品廃棄 2024年度実績 (基準年度比)

18.8%削減



多様な人財の活躍

人財に関わるデータ 2024年度実績 (加藤産業単体)

男性育児休業取得率 **23.5%**


従業員数 1,127人	新卒採用に占める男女比率 男性 58.7% 女性 41.3%	平均勤続年数 15.0年
平均年齢 40.5歳	女性管理職比率 2.1%	障がい者雇用率 2.2%

脱炭素


当社グループは、サステナビリティに関する取り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。2030年までに、CO₂排出量を2021年度比30%削減するために自助努力の活動を中心に実行しています。

	<p>LED照明の設置 当社物件の照明設備に関して、LED照明への切り替えを完了しています。</p> 	<p>デマンド監視システムの導入 最大需要電力(デマンド値)を抑えるシステムを導入することで、省エネに取り組んでいます。</p> 
<p>EVカーの導入 社有車について、EVカーの導入を推進しています。</p> 	<p>空調設備の制御 室外機及び設置場所に遮熱・断熱塗装を施工し、室外機の負荷を軽減し、省エネに取り組んでいます。</p> 	<p>空調設備の更新 設置後15年以上経過している空調機等を最新の機種に変更することにより、空調機使用に関わるCO₂排出量の削減に取り組んでいます。</p> 
<p>自家消費型太陽光発電設備の設置 工場や物流センターの屋根に第三者資本による太陽光発電設備を設置し、CO₂フリー電力を使用するスキームの拡大を進めています。現在は、高知南国センター及びグループ会社の(株)グリーンウッドファクトリーの屋根に設置を完了しています。</p> 		<p>再エネ等の電源由来の割合が高い電力の使用 火力発電の割合が低い電気事業者を選択することで、CO₂排出量の削減に取り組んでいます。</p> 

カーボンオフセット自動販売機の設置
従業員へのマインド醸成を目的とし、各事業所へカーボンオフセット自動販売機の導入を進めています。




建築物に対する認証の取得
本社南館では、建築物省エネルギー性能の評価であるBELSにて、最高評価の5つ星ランク評価を受けています。




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目指しています。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。



フードロス&ウェイト

当社グループは、サステナビリティに関する取り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。2024年度は、自助努力の活動に加え廃棄食品の有効活用を開始しました。

廃棄食品の有効活用

どうしても発生してしまう食品廃棄に関して、2024年度より一部の事業所にて食品廃棄物からバイオガス発電を行う産業廃棄物処理業者への切り替えを開始しました。

バイオガス発電とは、食品廃棄物や汚泥、家畜糞尿等の湿分の高い原料をメタン発酵によりバイオガスを発生させて、それを燃焼させることで生じた高圧の蒸気により、タービンを回転させて発電する方法のことを指します。

今後も、エリアごとに環境に配慮した処理方法を行う産業廃棄物処理業者との連携を深め、廃棄せざるを得ない食品の有効活用を進めてまいります。



▲食品由来の廃棄物等を原料としてメタン発酵を行い、発生したバイオガスを燃料にバイオガス専焼発電機で発電する仕組み

研修の実施

商品の発注担当者向けに、需要予測システム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。



成功事例の共有による取り組みの強化

商品の仕入や在庫管理に責任を持つユニットマネージャーを対象とした会議において、各所属の現状の取り組み内容・成功事例を共有し、その内容を踏まえた取り組みの報告を行っています。



フードドライブ

当社では、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。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います。

集まった食品は、フードバンク関西様に寄贈し、その後福祉団体やこども食堂、ひとり親家庭等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ています。

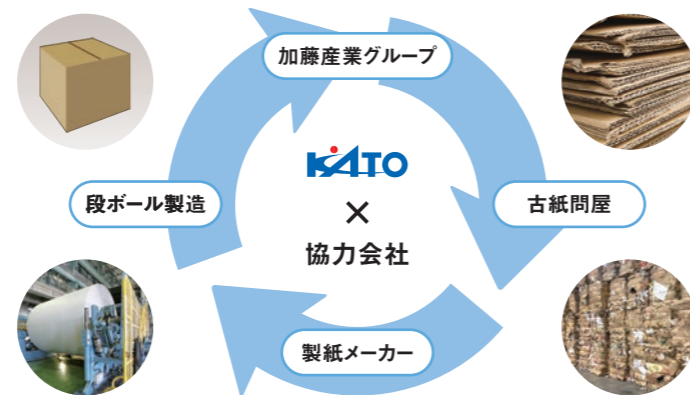


資源循環

当社グループは、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。2030年目標達成に向けて、活動の基盤が完成しつつあるため段階を上げた取組みを検討しています。

クローズドリサイクルの実施

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ています。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が可能となり、安定して回収する仕組みを構築しています。



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%を目指します。

サステナビリティに配慮した自社ブランド商品

自社ブランド商品への「賞味期限の年月表記」「バイオマス・水性インキの使用」「有機・特別栽培」「紙製容器の使用」等に対応することで、サステナビリティに配慮した商品開発を進めています。

また、自社ブランド商品の開発段階において、稟議書や商品仕様書に「環境配慮包材(商品パッケージ)」に関するチェック欄を設け、「プラスチック資源循環促進法」への対応とともに、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。



文具Share Boxの設置

従業員の机の中に眠っている文具を共有し、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。

多様な人財の活躍

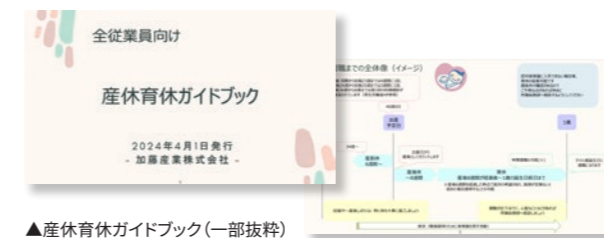
当社グループは、サステナビリティに関する取組みのマテリアリティ(重要課題)の一つとして「多様な人財の活躍」に取り組んでいます。また、国籍・信条・性別・社会的身分によって差別することのない公平な雇用を基本としています。卸売業にとって人財こそが持続的に企業を成長させるうえで、最も重要な資本であると考えています。個人の充実した仕事と生活の両立を実現するために、多様な価値観・ライフスタイルを重視したワーク・ライフ・バランス支援を積極的に推進していきます。

多様な働き方を支援する職場づくり

従業員一人ひとりが生き生きと働ける会社を目指し、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。2024年度は、ライフステージに応じた働き方ができるような環境の整備に努めました。

出産育児特別休暇制度の導入

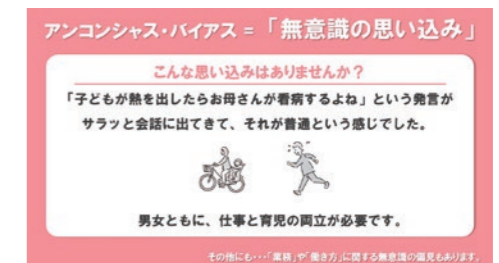
2024年4月に「出産育児特別休暇制度」を導入しました。妊娠中の従業員の健康検査(当該者の付き添い)、出産準備、子の健康診断や予防接種、通院等、出産・育児を目的に特別有給休暇を5日間取得できる制度です。今後も育児両立支援の制度拡充や、環境整備の取組みを検討していきます。



▲産休育休ガイドブック(一部抜粋)

アンコンシャス・バイアスの啓発

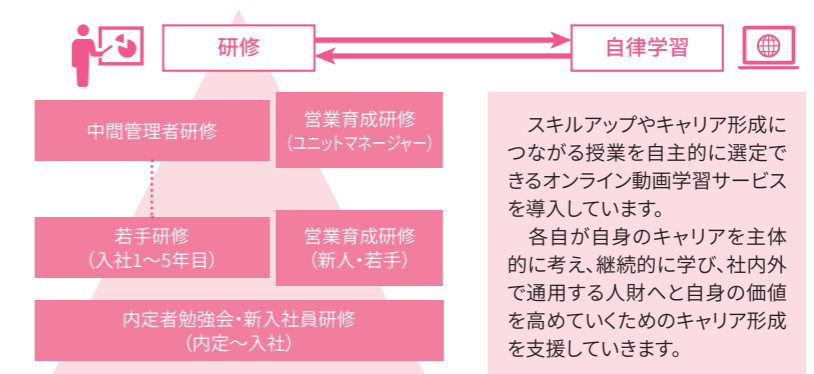
無意識の思い込みに気づき、業務において各人の偏見を減らすことで、多様な人財が活躍できる環境を整えていくことを目的に啓発週間を設け、啓発活動を行いました。



▲従業員のパソコンに表示(啓発週間)

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目指すため、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

営業機能を磨き、お客様により良い価値・サービスを提供するために、営業担当やユニットに蓄積される様々な知識やノウハウ(暗黙知)を組織全体の知識(形式知)へと変換する取組みを定期的に行っています。

ナレッジマネジメント・コンクール

営業組織の最小単位である一つひとつの「ユニット」に蓄積されるナレッジを全社で共有する取組みです。ユニット全員で取り組んだ問題・課題に対する知識やノウハウ、導き出した成果等をユニットマネージャーが発表し、ユニット同士の知恵の共有を促進します。

提案型営業成果発表コンクール

全国の営業担当者が実際に顧客へ提案し、成果を導き出した事例を発表しています。問題や課題に対する解決方法や提案に向けた様々なヒントを得ることを目的に2012年より開催しています。

概要

加藤産業グループは全国で食品卸売業を展開するとともに、「毎日の食を豊かに、明日の食を守り続ける」をスローガンにサステナビリティ活動を進めています。地球温暖化による気候変動は当社のビジネスに留まらず、人々の生活にも大きな影響を及ぼすため、事業活動で排出されるCO₂の削減を進めています。さらに、気候関連財務情報開示タスクフォース (TCFD) の枠組みを活用して気候変動によるリスクと機会を特定し、当社への影響を分析したうえで、その対応を進めていきます。

ガバナンス

当社では、継続的な事業成長と持続可能な社会の実現の両立を目指し、2022年にサステナビリティ委員会を設置しました。代表取締役社長執行役員を委員長とし、年4回の開催を通じて、重要な方針やマテリアリティを解決するための施策を検討しています。

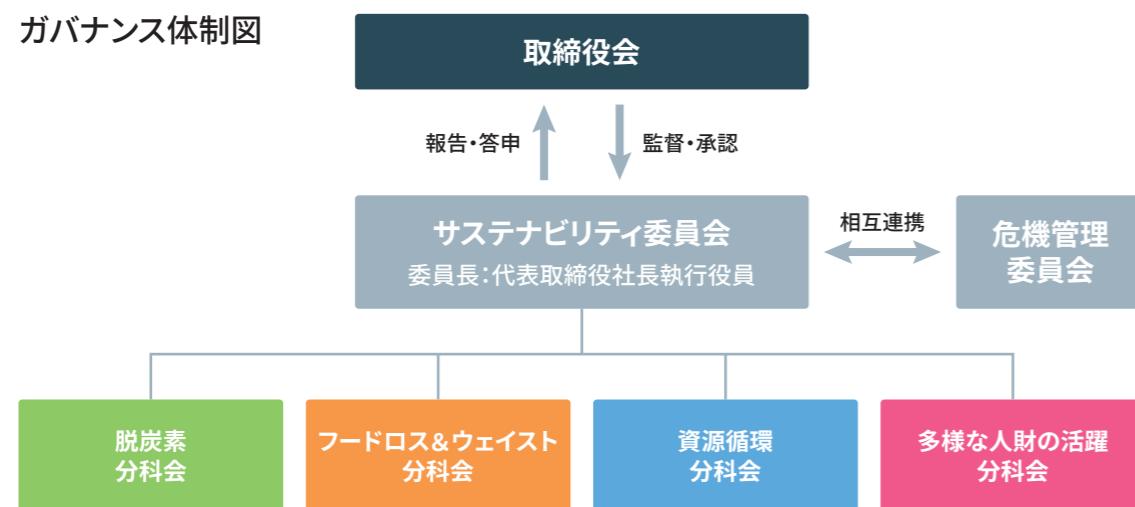
サステナビリティ委員会は取締役会の諮問機関として報告を行い、取締役会は気候変動対策を含む各施策の進捗を監督し、重要な方針や設備投資、重点施策等を審議することで、当社のサステナビリティ経営を推進しています。委員会の活動が円滑に進むよう事務局を設置し、社内・社外での情報収集や調整を行っています。また、委員会下部組織として脱炭素等4つの分科会を開催しています。

リスク管理

当社では、代表取締役社長執行役員をオーナーとする部門横断型の気候変動対策プロジェクトにて、気候変動に関連するリスクと機会を特定しました。これらの発生可能性と影響度で評価したうえで、重要度を決定しています。この内容をサステナビリティ委員会で確認し、取締役会で審議を行いました。

さらに、全社のリスクを管理する危機管理委員会と連携し、気候変動に関連するリスクをリスクマップに含めることで、当社の総合的リスクとして統合しています。気候変動リスクは、サステナビリティ委員会が定期的にモニタリングを行い、必要に応じ危機管理委員会でリスク対策を講じています。その結果をサステナビリティ委員会へ連携し、取締役会へ報告していきます。

ガバナンス体制図



リスクと機会の特定、及び評価(戦略)

リスク/機会	分類	シナリオ	潜在的な影響	事業インパクト
リスク	移行	1.5°C	適切に管理された木材の使用推奨やプラスチック規制、環境情報表示、フロン規制、食品廃棄等の規制が強化	中
			炭素税の負担	大
			上流の製造工程における脱炭素化推進により原材料の仕入コストが上昇	中
			炭素負荷の大きい商品の需要が減少	中
			トレーサビリティ機能の強化(炭素負荷状況、CFP算定等)が遅れることによる顧客離れ	大
			取引先の評判変化	中
	物理的	4°C	消費者の評判変化	中
			サプライチェーンの不確実性が増加し機会損失が増加	中
			保冷倉庫や物流センター、営業所、データセンター等の事業拠点が台風・豪雨等により被災し操業が停止	大
			気候変動に伴う売上変動、季節商品の需給予測の難化	中
機会	資源効率	1.5°C	物流センターにおける空調設備に関連する費用の発生	大
			事業拠点の防災対策が増加または移転費用の発生	大
	製品とサービス	1.5°C、4°C	サプライチェーン全体で低炭素化に取り組み、運営コスト上昇を抑制	大
			再生材・バイオマスやFSC認証等持続可能な紙製容器包装等への変更	中
			脱炭素・低炭素関連商品の需要増に対応した商品の発掘・開発により商機が拡大	中
			AIを活用した需要予測の精緻化	中
	市場	1.5°C	トレーサビリティ機能(炭素負荷状況、CFP算定等)の強化に伴う商機拡大	大
			環境の変化に対応した商品の需要が増加	中
			取引先からの信頼が向上	中
			気象災害への対応策実施による被害の極小化	大
レジリエンス	4°C	4°C	気象災害への対応策実施による被害の極小化	大
リスク緩和	—	1.5°C	CO ₂ 排出削減の取組みにより、炭素税負担を軽減(※「炭素税の負担」の緩和)	中

シナリオ分析の範囲と設定、参照資料・データ等

- 対象範囲を国内食品卸売業、対象年を2030年(2030年9月期)としたシナリオ分析を実施
- シナリオ分析は脱炭素社会への移行が進行する1.5°Cシナリオと、現状を上回る温暖化対策が取られず温暖化が進行する4°Cシナリオの2つを検討
- IPCC(気候変動に関する政府間パネル)が採用するSSP(共有社会経済経路)シナリオ、RCP(代表的濃度経路)シナリオ、IEA(国際エネルギー機関)が発行する「World Energy Outlook」の各シナリオ、日本政府等が発行した各種の将来予測や計画等を参照

リスクと機会への対応(戦略)



※「CO₂削減の指標と目標」に関しては、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)の一つとして策定している「脱炭素」の取組みとリンクしているため、P.14「目指す姿と2030年目標」、P.15「CO₂排出量の推移」、P.17「マテリアリティへの取組み(脱炭素)」をご覧ください。

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、年に一度、環境保護団体や社会福祉団体等へ寄付をしています。



2024年度寄付先

“食”に関わる団体へ寄付しています。

- 国連WFP協会
- セカンドハーベスト・ジャパン
- セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン
- フードバンク関西

“ジャムギフト”を寄贈しています。

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たせたいと、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。



兵庫県赤十字有功章 表彰

当社の「復興支援商品」の取組みにおいて、日本赤十字社に多額の活動資金を寄付したことを認めていただき、表彰されました。

2022年から「カンピー 780gジャム(シリーズ5品)」の売上の一部を、災害時の医療救護や被災者支援活動等の活動資金として、日本赤十字社の活動支援を通じて寄付しています。

今後も被災地の復興を願った「復興支援商品」及び社会貢献活動の取組みを続けていきます。



能登半島地震復興支援

2024年1月1日に能登地方を震源として発生した大規模な地震により、お亡くなりになられた方々のご冥福をお祈りするとともに、被災された皆様に心よりお見舞い申し上げます。また、現地では支援活動に尽力されている方々に敬意を表し、感謝申し上げます。

当社グループでは、「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(社会的使命)に基づき、「今回の事態を他人事とせず、微力でも今私たちにできることを行いたい」という想いから、被災地の支援にお役にいただくために、公益財団法人神戸新聞厚生事業団を通じて義援金6,092,500円を寄付させていただきました。

また、全従業員によるボウリング大会を実施し、従業員の親睦を深めるためだけでなく、チャリティイベントとして開催しました。本大会では従業員が倒したピンの総数×1円の計276,597円を義援金として神戸新聞厚生事業団へ寄付させていただきました。

被災地の一刻も早い復旧と復興を心よりお祈り申し上げます。

子育て支援メッセ

2024年3月に西宮市で開催された、兵庫県・ひょうご子育てコミュニティ主催の「兵庫県少子対策ネットワーク構築事業・地域交流会」の参加者に当社ブランド商品の提供をさせていただきました。当イベントは、地域の子育て支援に大きな役割を果たしているNPO法人、行政、企業、大学等の各団体が継続して情報を共有し、協働して子育て支援を行う仕組みをつくり、社会全体での子育て支援の取組みを一層進めることを目的として開催されています。

また、「子どもの食と防災」をテーマに開催されたブースにて当社ブランド商品を使った乳幼児食の実演コーナーが開催されました。

今後も、西宮市の皆様との関わりを大切にしていきます。



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、2024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」に当社ブランド商品も梱包させていただきました。



国連WFP協会

評議員

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・ワールドへ協賛

2024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 2024 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。

また、同年6月に開催された「WFPウォーク・ザ・ワールド2024 名古屋」においても、名古屋等に支店を置く中部支社から協賛をさせていただきました。



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。

2013年度より全社にて回収をスタートし、2024年9月末までの累計回収個数は1,951,928個となっており、約2,352人分*のワクチンの供給につながっています。



*ワクチン1本あたり、キャップ830個で計算しています。

テープの巻心

ニチバン(株)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活用しています。



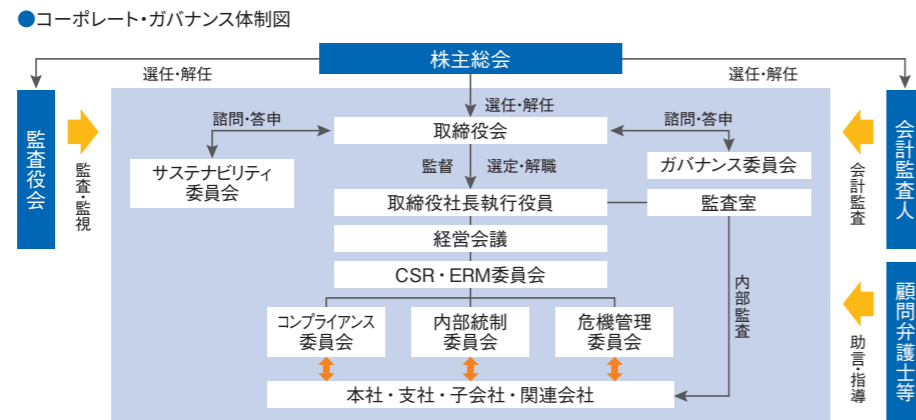
ベルマーク

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。



コーポレート・ガバナンスに関する基本的な考え方

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。従って、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。



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名及び社外取締役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及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及び監査役候補の指名指針や選解任に関する事項、並びに、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、取締役上席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、常勤監査役である池村昌人、独立社外取締役である八木川祐輔、海保理子、青木英彦の3名及び独立社外監査役である山村幸治、中村明日香の2名を委員とする計8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目指すため、「脱炭素」「フードロス&ウェイスト」「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り組むために、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上席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、業務の有効性及び効率性、財務報告の信頼性、事業活動に関わる法令等の遵守並びに資産の保全を図るため、取締役上席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、取締役専務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、常勤監査役である池村昌人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3名で構成しています。

監査役は取締役会及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、会社法監査及び金融商品取引法監査を受けています。

コンプライアンスの概要

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及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

従業員を対象に、年次及び役職に合わせた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。

コンプライアンスメールマガジン

コンプライアンス上重要な時事問題が発生した場合に配信しています。時事問題の解説だけでなく、当社従業員として実務上留意すべき点も記載し、コンプライアンス意識及び法令理解の向上を図っています。

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。



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（年1回）

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ています。調査結果から課題を抽出し、対応策を検討してその改善にあたっています。なお、調査結果はイントラネット上で開示しています。



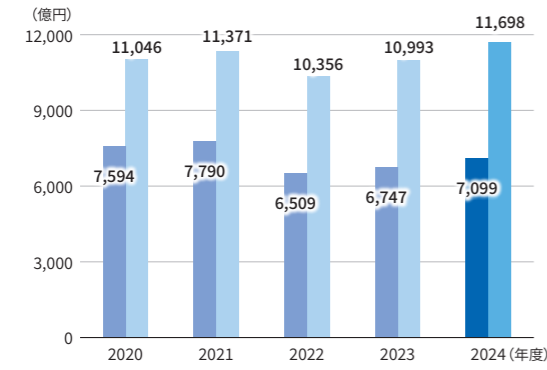
コンプライアンス推進週間の実施（年4回）

従業員が重点的かつ集中的に取り組むテーマを毎回設定し、コンプライアンス意識のさらなる向上を図っています。



● 営業収益(売上高)

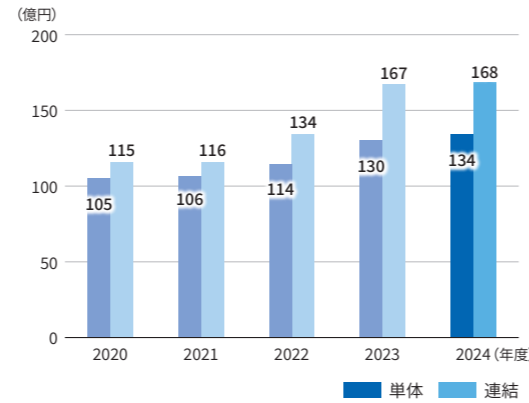
1兆1,698億円(連結)



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。

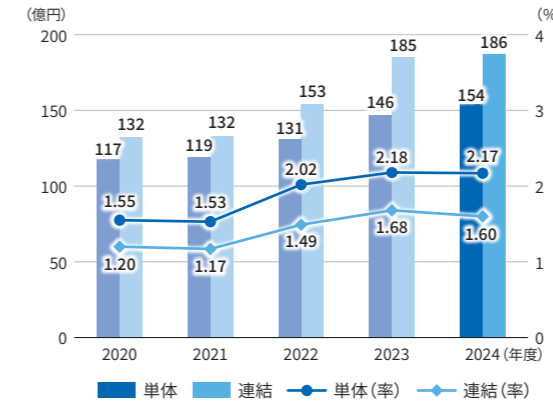
● 営業利益

168億円(連結)



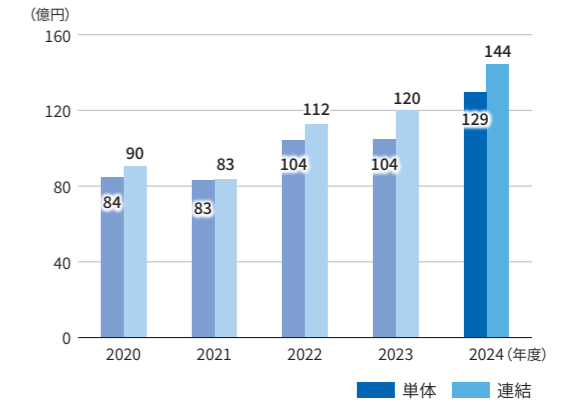
● 経常利益

186億円(連結) 率1.60%(連結)



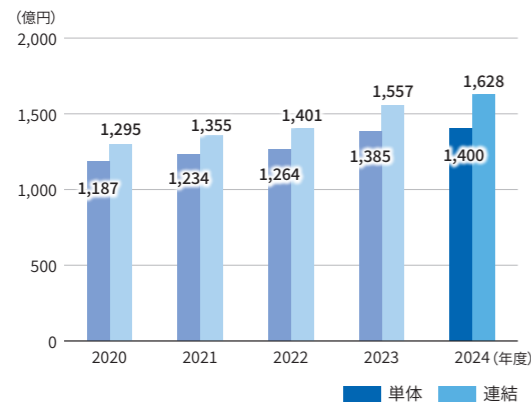
● 親会社株主に帰属する当期純利益/当期純利益

144億円(連結)



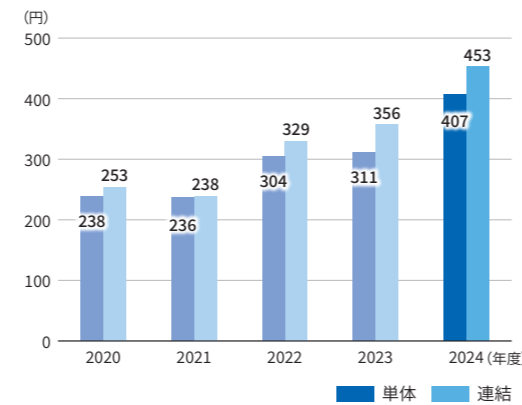
● 純資産

1,628億円(連結)



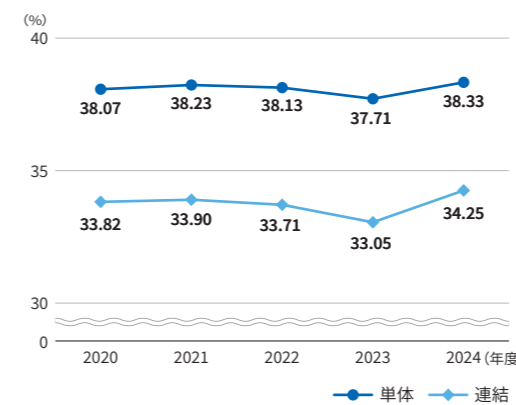
● 一株当たり当期純利益

453円(連結)



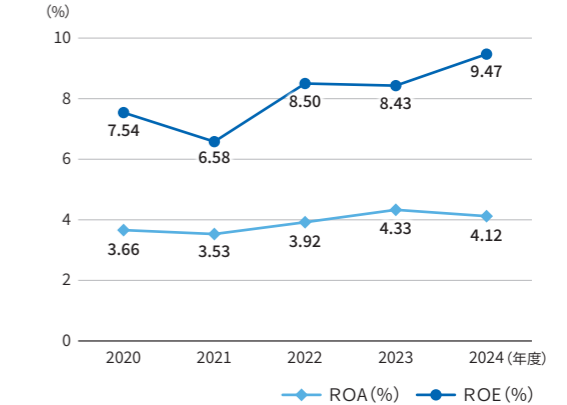
● 自己資本比率

34.25%(連結)



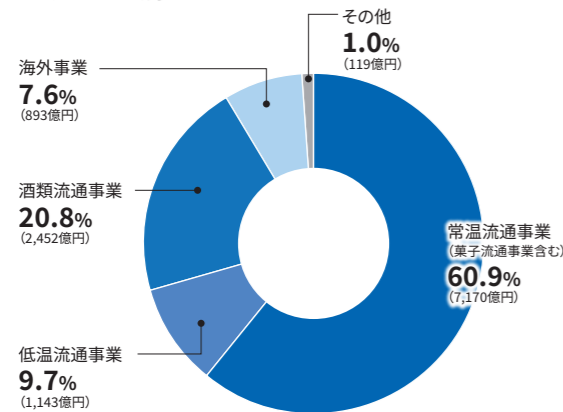
● ROA&ROE

ROA 4.12%(連結) ROE 9.47%(連結)

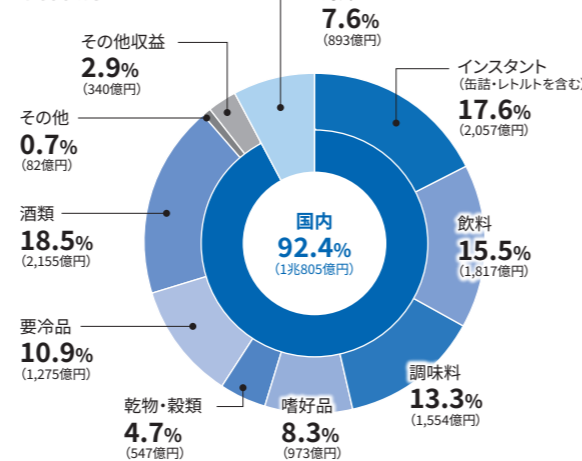


営業収益構成比(連結)

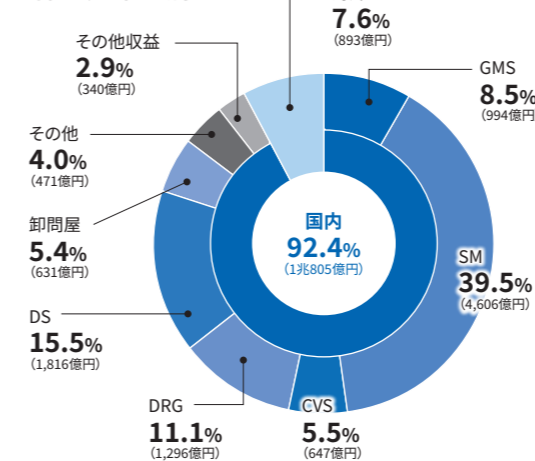
● セグメント別



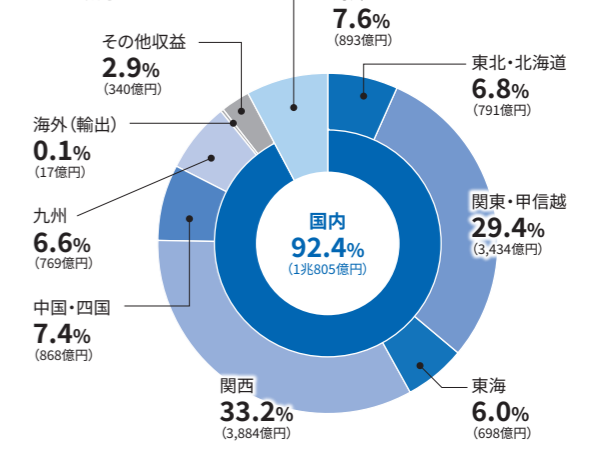
● 商品別



● 得意先業態別



● 地域別



会社概要 (2024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、カンピー商品販売元
資本金	59億3,405万円
決算期	9月
従業員数	連結:4,413名 単体:1,127名

役員(取締役・監査役)及び執行役員
(2024年12月20日時点)

取締役	代表取締役	加藤和弥
	取締役	中村考直
取締役	日比啓介	
取締役	次家成典	
取締役	大西高司	
社外取締役	八十川祐輔	
社外取締役	海保理子	
社外取締役	青木英彦	
監査役	常勤監査役	池村昌人
	社外監査役	山村幸治
	社外監査役	中村明日香
執行役員	社長執行役員	加藤和弥
	専務執行役員	中村考直
	専務執行役員	菅公博
	常務執行役員	日比啓介
	常務執行役員	打田雅俊
	上席執行役員	次家成典
	上席執行役員	大西高司
	上席執行役員	松村努
	上席執行役員	高瀬健治
	執行役員	明石誠
	執行役員	和田陽一
	執行役員	金子潤一
	執行役員	井原太郎
	執行役員	中谷勤
	執行役員	合田恭典
執行役員	田中英治	
執行役員	中川吉明	
執行役員	矢部章一	
執行役員	白石宗太郎	

主要グループ会社 (2024年9月末時点)

事業内容	会社名		
国内	低温	◎ケイ低温フーズ株式会社	
	酒類	◎三陽物産株式会社	
		◎ヤタニ酒販株式会社	
	菓子	◎加藤菓子ホールディングス株式会社	
		◎カトー菓子株式会社	
	海外	◎株式会社植嶋	
		マレーシア	◎Kato Sangyo Malaysia Sdn.Bhd.
			◎Lein Hing Holdings Sdn. Bhd.
		シンガポール	◎Merison (M) Sdn. Bhd.
			◎Teo Soon Seng Pte.Ltd.
ベトナム		◎Naspac Marketing Pte.Ltd.	
		◎Nam Khai Phu Service Trading Production Co., Ltd.	
		◎Song Ma Retail Co., Ltd.	
		◎Toan Gia Hiep Phuoc Trading Co., Ltd. (TogiCo)	
中国		○Kato Sangyo Vietnam Co., Ltd.	
	○上海加産貿易有限公司		
物流	△深圳華新創展商貿有限公司		
	◎マンナ運輸株式会社		
	◎カトーロジスティクス株式会社		
製造	◎株式会社グリーンウッドファクトリー		
	◎和歌山産業株式会社		
外食	○株式会社アドバンス・キッチン		

◎=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

詳細は、当社ホームページをご覧ください。



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

株式の状況 (2024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	6,668名(内、単元株所有者数:6,166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)	3,288	10.55
三井物産株式会社	1,576	5.06
株式会社プラスダブル	1,280	4.10
株式会社日本カストディ銀行(信託口)	903	2.89
三菱商事株式会社	893	2.86
株式会社加藤興産	850	2.72
キューピー株式会社	841	2.70
ハウス食品グループ本社株式会社	838	2.69
カゴメ株式会社	731	2.34
JP MORGAN CHASE BANK 385632	721	2.31

※当社は自己株式3,844,866株を保有しておりますが、上記大株主から除外してあります。
※持株比率は自己株式(3,844,866株)を控除して計算しております。

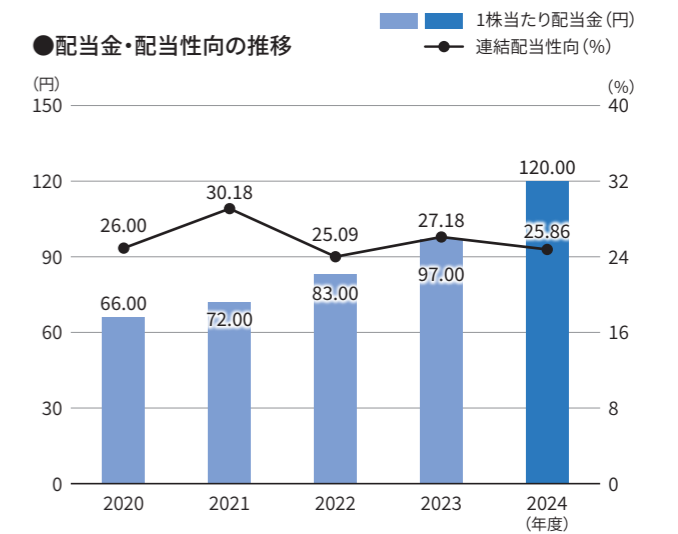
配当政策

当社は、株主の皆様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った累進配当政策^{※1}を採用し、原則として1株当たり20円を上限とする増配を毎年継続的に実施^{※2}することで、配当性向を段階的に40%まで引き上げることを目標としています。

この目標に基づき、2024年度の期末配当については、当初予想から1株当たり7円増配の65円とし、中間配当55円と合わせた年間配当は1株当たり120円となりました。

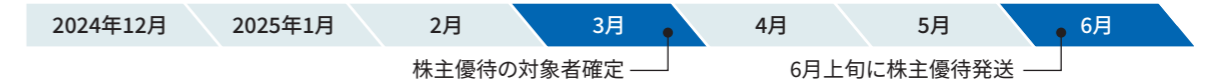
この結果、2024年度の配当性向は25.86%となりました。

※1 原則として減配せず、配当の維持もしくは増配を行う政策
※2 開始時期は2025年9月期より



株主優待

毎年3月31日(中間期末日)現在の株主名簿に記載された1単元(100株)以上保有されている株主様1名につき、当社オリジナル製品1セットを贈呈いたします。



所有株式数100株以上



- いちごジャム
- ブルーベリージャム
- オレンジマーマレード (各320g)

3,000円相当

所有株式数1,000株以上



- いちごジャム
- ブルーベリージャム
- オレンジマーマレード
- 株主優待 特別限定品
- ピーナッツバター(種子島産粗糖使用) (ジャム各320g、ピーナッツバター150g)

5,000円相当