丸大食品グループ統合報告書2026の見どころ

① 丸大食品グループの理念体系の図式化と創業社長の志を受け継いだ歩みを明確に

理念体系を図式化することで、目指す姿・価値観・行動指針のつながりを一目で理解できるよう整理しました。あわせて「あゆみ」も創業社長の志から現在の価値創造に至る歩みとして整理しました。

丸大食品グループの理念体系 P.2
丸大食品のあゆみ P.3

② カテゴリー別戦略の各事業部長メッセージ掲載と人的資本・環境・ガバナンス開示の拡充

「カテゴリー別戦略」に各事業部長メッセージを新たに掲載し、戦略の狙いと実行の責任を明確化しました。あわせて「人的資本の強化」「環境」「ガバナンス」などの情報開示を充実させ、取り組み内容をより具体的にお伝えします。

カテゴリー別戦略 P.24
人的資本の強化 P.43
環境 P.30
ガバナンス P.57

丸大食品の主な情報開示媒体

		財務	非財務
報告書	有価証券報告書	●	●
	統合報告書	●	●
	決算説明会資料	●	●
	株主通信	●	●
	コーポレート・ガバナンス報告書		●
WEB	IR情報	●	
	サステナビリティ		●

ウェブサイト

「統合報告書」、「ESGデータ」のほか商品情報などコンテンツを掲載。

https://www.marudai.jp/

編集方針

統合報告書2026は、多くのステークホルダーの皆さまに丸大食品グループの事業活動についてお伝えするためのコミュニケーションツールとして発行しています。丸大食品グループの社是、これまでのあゆみ、中期経営計画やESGへの取り組みを中心に掲載しています。

〈対象期間〉2026年3月期（2025年4月1日～2026年3月31日）一部対象期間外の報告も含みます。
〈対象範囲〉丸大食品グループ 一部丸大食品単体の報告も含みます。

見通しに関する注意事項

この報告書に記載されている業績の見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報および合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。

目次

カバーストーリー
1 見どころ、編集方針
2 丸大食品グループの理念体系
3 丸大食品のあゆみ
5 数字で見る丸大食品グループ
6 丸大食品グループの競争優位の源泉
7 丸大食品グループの事業

丸大食品の価値創造
8 トップメッセージ
14 価値創造プロセス
15 マテリアリティ
17 サプライチェーン

丸大食品の成長戦略
19 中期経営計画
21 財務担当役員メッセージ
24 カテゴリー別戦略
28 グループ会社紹介

丸大食品の成長基盤
29 ステークホルダーエンゲージメント
30 サステナビリティ/ 環境
32 TCFD
35 TNFD
43 人的資本の強化
46 知的資本の強化
48 DX戦略
49 社会
52 スポーツ振興支援
54 社会貢献活動
55 社外取締役メッセージ
57 ガバナンス
63 リスクマネジメント

財務・企業データ
65 財務ハイライト
66 非財務ハイライト
67 10年間の財務サマリー
68 経営計画・財務状況の分析（MD&A）
70 ネットワーク
71 会社概要

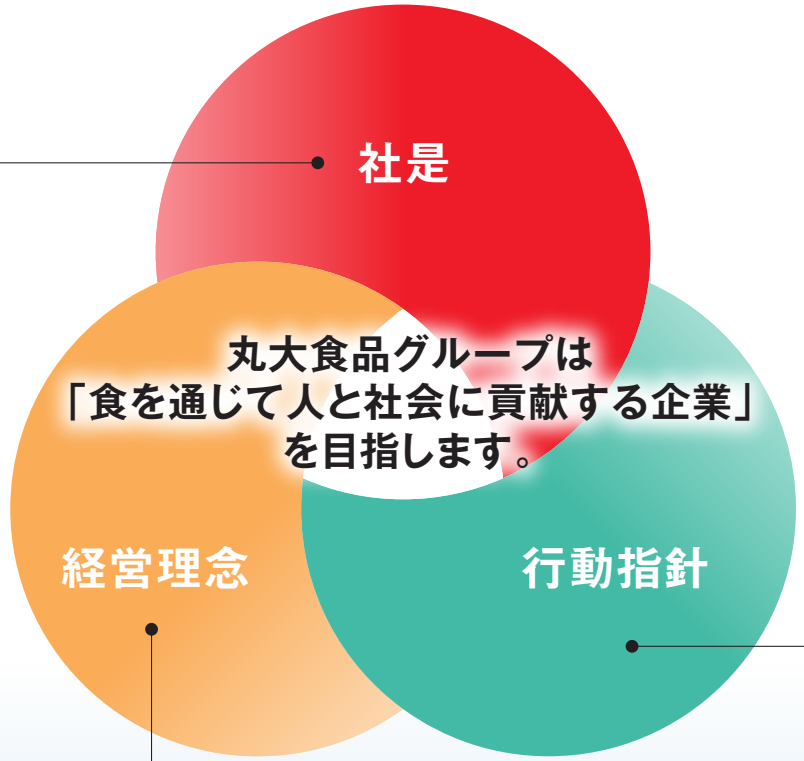
丸大食品グループの理念体系

丸大食品グループは、「食を通じて人と社会に貢献する企業」を目指し、環境に配慮した企業活動をはじめ、食育活動、スポーツ支援活動などの社会貢献活動に取り組み、次世代へとつなぐ持続可能な社会の実現に貢献すべく、『食』の新しい価値創造に向けてチャレンジを続けてまいります。

至誠通天

小森 敏之 創業社長

創業者の小森敏之が、大阪の中央卸売市場に店を構えたのがはじまり。「人生を送るうえで、悪いことは予告なしに突然に起こってくるが、良い結果は、ある日突然にうまれてくるものではない。毎日毎日頭を打ち、すねを打ちながら精一杯前へ前へと進んでいけば、自分の誠意はいつか必ず天に通じて、良い結果が報われてくるものである。」社是である『至誠通天』の思いは、世代を超えて今も受け継がれています。



日々の活動に精一杯の真心を込め、誠意を尽くすことにより、
社会に貢献します。

お客様
安全・安心でよりよい商品づくりを追求します
お客様の健康で幸せな食生活に貢献します

株主様
企業価値の向上を目指し、経営基盤の強化と事業拡大を図ります

従業員
日々の活動を通して自己成長のできる職場をつくります
従業員とその家族の幸福を目指します

社会
地域社会への貢献と環境保護を通じ、社会的責任を果たします

丸大食品のあゆみ　いつの時代もおいしさと皆さまの笑顔を追い求めて。

創業社長の志を原点に、食の変化をとらえ価値を創造

創業社長の小森敏之は、戦後の混乱期を生き抜く中で、現在の丸大食品グループの礎となる商売の道を切り拓いた。1954年、魚肉ハム・ソーセージの製造販売をはじめた丸大食品は、既存の常識にとらわれず、将来の食生活の変化を見据えて事業を発展させていった。1960年の欧米視察を機に、日本の食生活が洋風化することを予見し、畜肉ハム・ソーセージへの進出を決断。また、主婦のパートタイマー制や工場のパートタイマーの子どもを預かる保育・幼稚園を導入し、働く人の生活に寄り添う職場づくりを進めた。更に、小売店への直販方式と地方分散型の生産体制を確立。「新鮮な商品を、地域のニーズに合わせて届ける」という考えのもと、全国のご家庭に商品を提供する基盤を築いた。テレビCMなどの広告宣伝に注力し、「わんぱくでもいい。たくましく育ってほしい。」のキャッチコピーが誕生。家族の健やかな成長を願う企業イメージを広く発信した。

1954年　大阪市福島区で「丸大食品工場」として創業
1958年　大阪市大淀区に本社を移転し、「丸大食品株式会社」を設立
1960年代　小売店への持回り販売(直販)を開始・全国へ拡大
　　主婦のパートタイマー制を導入
1965年　本社を大阪府高槻市に移転
1970年代　全国各地に工場・営業所を開設
1970年　テレビCMスタート
1971年　「わんぱくでもいい。たくましく育ってほしい。」のキャッチコピー誕生
1972年　大阪・東京証券取引所市場第一部銘柄に
　　売上高1,000億円を突破

大淀本社移転時の外観

強みとして蓄積されたもの

- 食生活の変化をとらえ、新たな需要に応える商品開発力
- 地域の嗜好やニーズに応える生産対応力
- 消費者・お得意先様との接点を広げる営業・販売力
- 技術・設備への継続的な投資力
- 鮮度と品質を支える生産・物流ネットワーク

商品のあゆみ

1954年　魚肉ハム・ソーセージの製造販売を開始
1961年　食肉製品、畜肉ハム・ソーセージの製造販売を開始

1973年　カレー、ハンバーグなどのレトルト食品の製造販売を開始

1978年
「チキンハンバーグ」誕生

ソフト食感のハンバーグを、野菜の旨みを活かしたソースで味付け。40年以上愛され続けるハンバーグ。

1979年
「ゴールデンウインナー」誕生

1982年
「いつも新鮮シリーズ」誕生

創業社長の志を受け継ぎ、総合食品メーカーへ進化

ハム・ソーセージを中心とする事業から、惣菜、調理加工食品、食肉、デザート、外食などへ事業領域を広げる一方、市場や販売チャネルの変化に応じて、営業・生産体制を柔軟に見直してきた。また、創業社長の思いのもと、食の安全・安心、子育て支援、環境保全など、事業を通じた社会への貢献にも取り組んでいる。

これまで培ってきた商品開発力、生産・販売基盤、グループ各社との連携を活かし、社会課題や生活者ニーズの変化をとらえながら、創業社長の思いである「至誠通天」を受け継ぎ、「食を通じて人と社会に貢献する企業」を目指す。

1984年 食品産業優良企業として農林水産大臣賞受賞

1986年 日本オリンピック委員会(JOC)、業界で唯一のオフィシャルスポンサーに決定

1998年 主要生産工場でHACCPを取得

2002年 惣菜・デザートなどの事業を強化

2004年 東京支店を東京都中央区築地に移転

2007年 「次世代育成支援対策推進法」に基づき、「子育てサポート企業(くるみん)」に初認定

2017年 主要生産工場でFSSC22000を取得

2018年 大阪府・高槻市などと「アドプトフォレスト制度」締結(森づくり活動参画)

2020年 従業員の健康の保持・増進を目的とし「丸大食品グループ健康経営宣言」を策定

2021年 サステナビリティ基本方針ならびに行動指針の策定、サステナビリティ委員会を設置

2023年 サステナビリティ推進室を設置

北海道工場(2021年FSSC22000認証取得)

わんぱくん

強みとして蓄積されたもの

- 多様な食品カテゴリーへ展開する商品・事業基盤
- 安全・安心を支える品質保証・衛生管理体制
- 市場や販売チャネルの変化に対応する営業・販売力
- グループ各社の専門性を活かす連携力
- 健康・環境・地域社会への貢献を事業活動につなげる実践力

商品のあゆみ

1995年
「燻製屋シリーズ」誕生

1996年
ギフト「王覇シリーズ」誕生

手間暇かけて熟成させた、豚肉本来の深い旨みとまろやかさ。
モンドセレクション最高金賞も受賞。(2012年)

2007年
「スンドゥブシリーズ」誕生

日本国内加工食品カテゴリー別売上No.1商品。(2025年 KSP-POSデータより 当社調べ)

1996年
「燻製屋シリーズ」業界初の「特定JAS規格」に認定

業界初 特定JAS規格

2021年
環境に配慮した資材を使用し、商品パッケージに「エコですこやか食生活」マークの表示開始

eco で すこやか 食生活

2022年
環境負荷低減化パッケージへの切り替えを実施

巾着形態　新包装形態

2024年
「わたしにたんぱく」ラインナップ展開

わたしに たんぱく

数字で見る丸大食品グループ

2026年3月31日時点、(　)内は前年比

創立
1958年6月10日

連結売上高
2,383億円
(+34億円)

連結営業利益
75億円
(+20億円)

ROE
13.8%
(+5.2%)

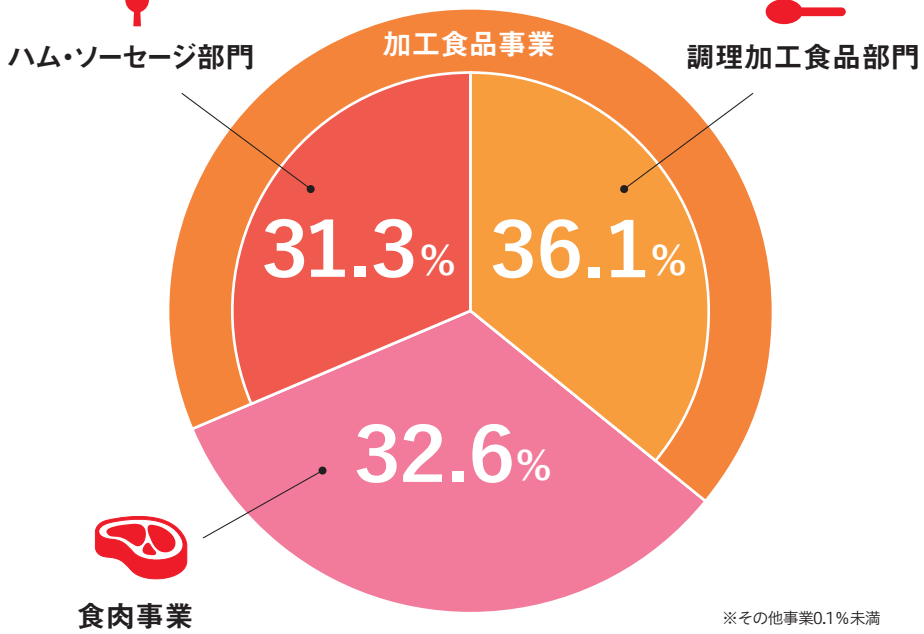
グループ従業員数
4,714名
(-105名)

連結子会社数
22社
(-1社)

グループ生産拠点数
33工場

グループ営業拠点数
71拠点

売上構成比※



※その他事業0.1%未満

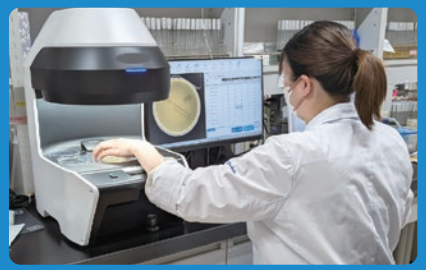
丸大食品グループの競争優位の源泉

商品開発力

社会情勢や生活者価値の変化を先取りする商品開発力

簡便・時短、健康志向、環境配慮など、変化する生活者ニーズを的確にとらえ、営業・生産・マーケティング・研究開発が連携して商品化を推進します。市場分析や消費者調査に基づき、ロングセラー商品の価値向上に加え、家庭用から業務用まで食シーンを拡大。「次世代たんぱく質」の実用化に向けた研究・開発にも取り組み、「食」の新たな価値創造を継続します。

品質



信頼を支える品質マネジメント

HACCPに沿った衛生管理と厳格な管理基準のもと、全ての製造工程で危害分析を行い、厳重な品質検査を実施しています。工程管理記録の保管によるトレーサビリティの確保や、食品安全マネジメントシステムの外部認証取得の拡大、品質保証部門による管理体制の強化を通じて、問題の未然防止と高い信頼性・安全性の確保に取り組んでいます。

調達

変動下でも安定供給を支える調達力

相場や為替、疾病、地政学リスクなどにより調達環境が大きく変動する中、製品仕様への適合性と持続可能性の両面を重視し、国内外の複数産地からの調達によるリスク分散を進めています。供給予測や相場動向を踏まえて最適なサプライヤーを選定するとともに、最適な原料規格への移行により調達の選択肢を拡大し、安定供給を実現します。

提案力

売場と食シーンを動かす提案力

販売データや店頭状況の分析に基づき、魅力的で効率的な売場づくりや販売施策を提案します。プロモーションやキャンペーン、メニュー提案を通じて需要を創出するとともに、得意先の課題解決や消費者ニーズに向けた商品を展開することで、シェア拡大を狙います。また、供給最適化とコスト競争力の強化を図り、強固な利益構造への変革を推進します。

丸大食品グループの事業

食を通じて人と社会へ貢献する企業を目指して

丸大食品グループは、より安全でより安心して召し上がっていただける食品をお客様に提供する総合食品メーカーとして、真に社会的存在価値が認められる企業へ向かって、あるべき姿を模索し、志を高く、常に新たな挑戦を行っています。

加工食品事業

ハム・ソーセージ、レトルト惣菜、チキン惣菜、農畜水産加工食品、デザート、乳製品、チルド飲料の開発、製造、販売を行っています。

ハム・ソーセージ商品

魚肉ハム・ソーセージの製造・販売を原点に、丸大食品の伝統と技術を受け継いできたハム・ソーセージ部門。ロングセラー商品「燻製屋熟成あらびきポークウインナー」、23年連続売上No.1の「串つきフランク」をはじめ、環境に配慮したパッケージと使いやすさを両立した「たっぷり使えるシリーズ」など、時代とともに変化するお客様のニーズに応える商品を数多く生み出しています。近年では、「燻製屋シリーズ」において、お客様の多様な嗜好や食シーンに寄り添うべく、フレーバー商品を開発し、選ぶ楽しさとおいしさの広がりを提案しています。素材や製造工程では安全性を追求し、確かな品質と常識にとらわれない自由な発想を融合。ただ「おいしい」だけではなく、お客様の暮らしに新たな価値をお届けいたします。

調理加工商品

50年にわたる実績と開発力、技術力を活かしたレトルト惣菜をはじめ、スナック、デザート、乳製品、チルド飲料のほか、外食店向けの業務用食材やコンビニエンスストア向け惣菜商品など、幅広い商品を生み出す調理加工食品部門。当社では、多様化するライフスタイルに合わせて調理の利便性を高めるとともに、多くのお客様に食べる楽しさを感じていただける、多彩な惣菜を提供しています。韓国家庭料理の素「スンドゥブシリーズ」や手軽に作れる「ドリアソースシリーズ」、日本で初めてチルドカップ容器にて製造販売した安曇野食品工房㈱の「タピオカミルクティー」、神戸を代表するお土産の一つとして多くの方に愛されているトーラク㈱の「神戸プリン」など、新たな発想で食卓を彩る商品を提案しています。

食肉事業

国内はもとより、海外からも厳選した畜肉原料を仕入れ、販売先のニーズに合った商品をお届けする食肉事業部門。国内品では「こめむぎ（国産豚）」や「上州山麓牛（国産牛）」など飼料や生産者にこだわった食肉、輸入品では「SPENCER（米国産牛）」「大地の絆（米国産豚）」「麦麦BOO（カナダ産豚）」など、品質や規格を重視した世界各国からの食肉を取り扱っています。それら全ては安全で高品質なものを厳選し、食肉加工品の原料として当社の生産拠点に供給するほか、量販店や外食産業で販売・使用される精肉の原料として、丸大ミート㈱・丸大フード㈱・㈱ミートサプライ等のグループ会社に提供し、素材の特徴を活かした安全で安心な食肉をお客様にお届けしています。